

1. 조사 대상 개요

- 대 상 : JNTO(일본정부관광국) 및 주요 여행사
- 위 치 : 일본 도쿄도 치요다구 유락초 2-10-1
- 일 시 : 2015년 5월 18일~19일
- 목 적 : 일본의 외국인관광객 유치 전략 및 마케팅 사례 조사
- 주요내용 :
 - ① 일본의 외국인관광객 유치 현황
 - ② 외국인관광객 유치를 위한 정책 및 마케팅 현황 등



[그림 1] JNTO 해외프로모션부와 TIC(관광객정보센터) 등

2. 주요 조사결과

가. 조사 내용

- (1) 일본의 외국인관광객 유치 현황
- (2) 일본의 외국인관광객 유치 정책
- (3) 외국인관광객 유치 확대를 위한 새로운 마케팅 전략 등

나. 조사 결과

(1) 일본의 외국인관광객 유치 현황은 ?

- 2014년 일본을 찾은 외국인관광객은 1,341만 명으로 요우커(중국인관광객)은 240만 명이었음. 이 수치는 2013년보다 84% 증가한 결과임. 2015년도 이러한 추세는 계속되고 있는데, 지난 1~4월 일본을 방문한 요우커는 132만 9,000명. 전년 동기대비 2배(98.9%)가 늘었음.
- 요우커는 일본의 여행수지를 흑자로 전환하는데 가장 큰 역할을 하고 있음. 재무성 발표에 따르면 2014년 일본의 여행수지는 2,099억 엔(약 1조 9,000억원)의 흑자를 냈음. 방일 외국인관광객이 2014년 일본에서 쓴 돈은 전년보다 43% 늘어난 약 2조 2,344억엔(약 20조 1,300억원)이고, 이 중 요우커가 쓴 돈은 5,583억 엔(약 5조 290억원)으로 전체의 약 30%에 달함. 1인당 지출규모에서도 요우커는 압도적으로 2014년 방일 관광객 한 명당 소비액은 평균 17만 엔(약 153만원)이었지만 중국인관광객은 이 두 배에 가까운 30만 엔(약 270만원)을 소비함.

(2) 일본의 외국인관광객 유치 확대 정책은 ?

- 일본의 해외 관광객 증가비결은 엔저의 영향이 큼. 하지만 그 바탕엔 민관이 협력해 쏟아내는 다양한 관광 확대정책이 있음. 일본은 중국을 포함해 인도네시아, 필리핀, 베트남에 대해 비자발급을 완화했음. 여기에다가 예금액이 3,000만 엔이 넘고, 60세 이상인 요우커에게 최장 1년간 관광비자를 주기로 했음.

- 최근에는 ‘외국인관광객 소비세환급제도’를 대대적으로 시행하고 있음. 외국인관광객들이 일본에서 물건을 구매하는 등의 소비를 하면 소비세를 부과한 것을 되돌려주는 제도로 상당한 인기를 끌고 있음.

※ 외국인관광객 소비세환급제도 주요 내용

- 소비세환급 대상의 확대
 - 시행 초기에는 10,800엔 이상 구매 품목에 한하여 소비세환급을 해주었으나 지금은 5,000엔 이상 소액 구매에 대해서도 확대 시행 중임.
- 소비세환급율 단계별 확대
 - 시행 초기에는 소비세 5%를 환급해주었으나 4월 부터는 8%로 확대하여 시행 중임.
- 환급 대상품목의 확대
 - 시행 초기에는 전자제품을 위주로 한 공산품 위주였지만 2014년 10월 부터는 식품류까지 확대함.



[그림 2] 소비세환급 카운터와 절차안내문 이미지

- 특히 요우커 유치확대를 위해 일본이 가진 관광인프라 경쟁력을 적극적으로 홍보하고 있음. 세계경제포럼(WEF)이 발표한 ‘2015 여행·관광경쟁력 보고서’에 따르면 일본은 종합평가 9위를 기록(한국은 29위)하여 2014년보다 5계단 상승하였음(한국은 4계단 하락). 일본은 ‘손님에 대한 예우’ 항목에서 1위를 차지한 것은 물론 또 노동력의 질, 고객서비스, 직원교육 확대, 철도 인프라 등에서도 세계 1위를 차지했음. “일본의 관광성장 배경에는

2006년 관광입국을 선언한 뒤 비자완화 등 일본정부와 일관성 있는 정책 추진과 지난 30년간 내국인 관광활성화로 다져진 선진국형 관광 인프라가 있기 때문에 가능했다”고 분석됨.

(3) 외국인관광객 유치 확대를 위한 새로운 마케팅 전략은 ?

- 스마트 기기의 보급 대중화에 힘입어 스마트관광이 주요한 트렌드를 형성해 나가고 있음. 이에 일본은 스마트 기기를 활용하는 관광객들의 요구와 욕구를 충족시키기 위해 ‘일본 전 지역 무료와이파이’ 마케팅 전략을 아주 중요하게 추진하고 있음.

※ 일본 전 지역 무료와이파이 주요 내용

- 일본, 관광지로의 인프라 구축 필요성
- 2014년, 엔저 영향으로 2014년 방일 관광객 수 1,300만 명으로 사상 최대 기록
- 무료 와이파이 사용 가능 장소 한정, 신용카드 사용 가능 업소 부족, 영어가 잘 통하지 않는다는 문제 등 관광지로서의 일본이 해결해야 할 과제가 많은 상황
 - 일본경제신문에 따르면, 방일 관광객 불만 1위는 언어문제, 2위는 무료 와이파이 부족으로 인한 불편으로 나타남.
- 일본 정부 차원에서의 무료 와이파이 체계 정비 움직임
- 일본 관광청은 총무성과 연계해 2014년 8월 말 ‘무료 공중무선 LAN 정비 촉진협의회’를 발족, 방일 외국인 관광객을 위한 와이파이 설비의 정비, 검토 및 홍보를 일괄적으로 처리하기로 결정함.
- 도쿄도청은 2014년 6월 일본 3대 통신사인 NTT Docomo, KDDI, Softbank와 2020년 도쿄 올림픽 통신환경 준비를 위한 청문회를 실시하여 각 통신사 대표의 공중 무료 와이파이에 대한 의견을 듣는 자리를 가

지기도 함.

- NTT Docomo 가토 사장, 방일 외국인용 무료 와이파이 설치의 보안문제 등 아직까지는 우려할 사항이 많다는 판단에서 신중한 자세를 보임.
- KDDI 다나카 사장, 현재 KDDI가 스타벅스나 일부 철도회사를 통해 제공하는 무료 와이파이에 대해 언급하며 방일 외국인 대상 무료 와이파이 설치에는 찬성하나 적합한 홍보가 이루어져야 한다는 의견 제시
- Softbank 손정의 사장, 보안 문제에 대해 역시 언급하면서도 손님을 맞이하는 마음으로 통신사의 벽을 넘어 무료 와이파이를 적극적으로 제공해야 한다는 자세를 보임.

○ 와이파이의 경우 일본 주요 시설에서의 사용 가능 현황은 아래와 같음.

<표 1> 일본 와이파이 현황

주요 시설	현황	비고
공항	하네다, 나리타, 오사카 등 54개 공항에서 이용 가능	등록절차 필요
철도	JR동일본, JR동해, JR서일본 등 157개 역에서 이용 가능	
숙박시설	비즈니스호텔 4,482개에서 이용 가능	투숙객에게 비밀번호 제공
편의점	패밀리마트, 세븐일레븐 등 프랜차이즈 편의점 34,100곳에서 이용 가능	등록절차 필요

자료: 야노경제연구소

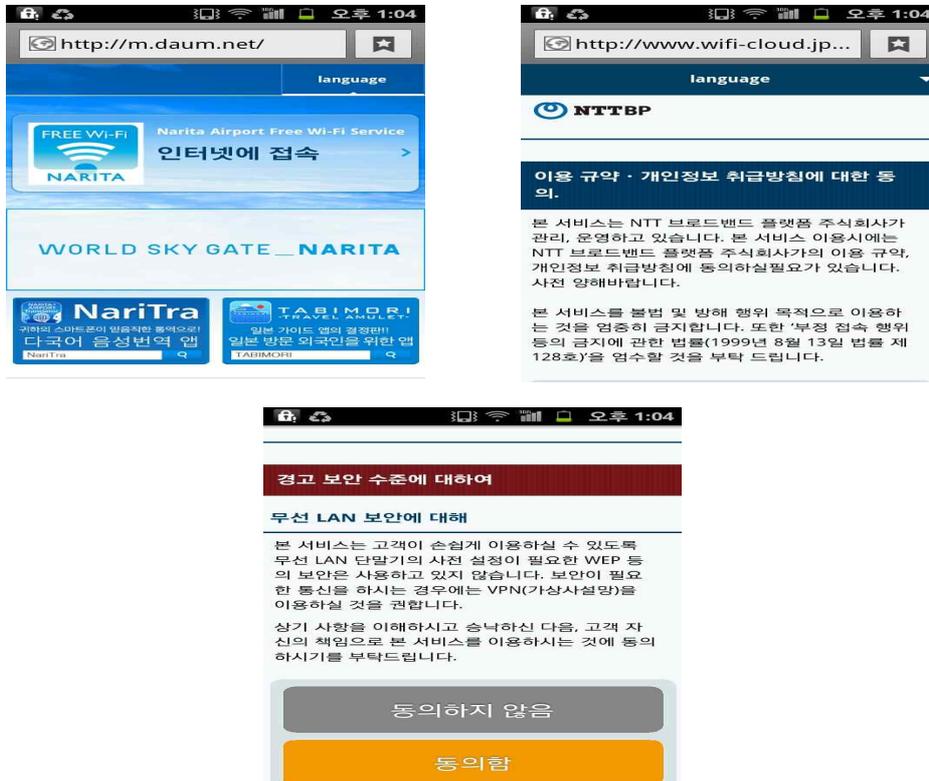
□ 간단한 등록 절차로 사용 가능한 무료 와이파이 등장

- NTT Docomo, 2014년 12월부터 도쿄 지하철 143역에서 사용 가능한 Japan Connected free Wi-Fi를 제공, 접속 전용 앱을 다운로드 받고 등
- 일본 스타벅스, KDDI에서 제공하는 무료 와이파이 사용 시 필요했던 사전 회원등록 절차를 2014년 9월부터 없애고 사용자의 Twitter, Facebook, Google, Yahoo!Japan 등의 기존 아이디로 접속이 가능하도록 변경함.
- 일본은 특히 무료와이파이 사용 확대를 적극적으로 홍보하기 위하여 와이파이 스팟 지도 어플리케이션을 개발하여 외국인관광객들이 무료로 와이파이

이 사용이 가능한 지역을 쉽게 검색할 수 있도록 하고 있음.



[그림 3] 일본 와이파이 스팟 지도 앱



[그림 4] 일본 무료 와이파이 사용절차

□ 향후 추진방안

- 엔저로 일본을 찾는 외국인관광객이 크게 늘어난 가운데 일본 이동통신사들이 잇달아 와이파이(WiFi) 서비스를 무료로 개방하고 있음.
- 무료로 와이파이 서비스를 제공하는 대신 외국인관광객을 대상으로 얻은 빅데이터를 토대로 주변 관광지과 유통업계 컨설팅 사업에 활용하겠다는 전략임.
- 일본 최대 이동통신사 소프트뱅크는 오는 7월부터 외국인관광객을 대상으로 음식점, 호텔, 역 주변 등 일본 전국 약 40만 곳에 달하는 와이파이망을 무료로 개방한다고 니혼게이자이신문이 28일 보도했다. 소프트뱅크는 일본 최대 와이파이망을 보유하고 있다.
- 일본을 방문한 외국인관광객들은 소프트뱅크 와이파이망에서 자국에서 개통한 스마트폰으로 일정한 수속 절차를 밟으면 2주일 동안 무제한으로 데이터를 사용할 수 있음. 무료 와이파이망을 이용해 주변 관광지 정보를 검색하거나 무료 전화 어플리케이션(앱)을 이용해 자국에 있는 친지들과도 무료로 연락할 수 있음.
- NTT동일본도 일본항공(JAL)과 손잡고 6월부터 외국인 관광객을 대상으로 무료 와이파이 서비스를 실시할 예정임. JAL편 여객기를 이용한 승객은 항공사 홈페이지에서 수속 절차만 마치면 무료 와이파이 서비스를 2주 동안 사용할 수 있음.

※ 외국인관광객 빅데이터 수집 및 활용 계획

- 일본 이동통신사들은 와이파이망을 개방하는 대신 외국인관광객들을 통해 얻은 빅데이터를 컨설팅 사업에 활용할 예정임. 최근 엔저로 일본을 찾는 외국인관광객들이 크게 늘어나면서 일본에서는 이들을 대상으로 한 서비스가 활발히 개발되고 있음.
- 일본은 관광 명소와 관광 코스 개발을 위해 빅데이터 구축을 추진하고 있는데, 휴대전화의 GPS 기능을 이용하여 관광지를 방문하는 여행자의 동선을 분석, 새로운 관광 명소를 발굴하고 관광객 중심연결점을 조사하고 분석함. 특히 관광객의 유입 경향(해당 관광지에 언제, 어디서, 어떤 교통

수단을 통해 방문했는지 등)과 행동경향(방문 지역과 체류 기간 등) 2가지에 중점을 두고 빅데이터를 구축하고 있음.

- 시장조사업체 IDC재팬은 2014년 일본 빅데이터 시장 규모가 약 444억 7,000만 엔이라고 밝힘. 이는 2013년 대비 39.7% 증가한 수치다. IDC재팬은 빅데이터 시장의 빠른 성장으로 시스템통합(SI), 인터넷 기업들이 빅데이터 시장에 뛰어들고 있다고 설명함.
- IDC재팬은 일본 내 빅데이터 시장이 계속 성장해 2019년까지 연평균 27% 성장률을 보이며 1,469억 400만 엔까지 성장할 것으로 전망했다. 일본 내 빅데이터 시장이 성공하는 이유는 2012년 빅데이터 부문에 먼저 투자한 업체 중 일부가 큰 효과를 보고 있어, 성공사례를 보고 관련 부문에 투자를 하는 기업들이 늘어나기 때문으로 분석되고 있음.