

JNTOソウル事務所

清水 雄一 所長

(105)

訪日の成熟市場も開拓に余地

また、旅行業界でも各社が2024年の旅行トレンドを公表。韓国観光公社は今年の旅行トレンドを「ROUTE」と名付け、「憩いのある旅行 (Relax and empty your mind)」「ワンポイント旅行 (One point travel)」「私だけの名所 (Understand)」の3つを挙げ、韓国観光公社は「Discover Place」「Travel Tech」「誰もが楽しめる旅行 (Easy access for everyone)」をキーワードとして挙げ、他にも、済州航空は「SOFIT」を発表。ハナツアーはいかにも旅行

ある。知人からは半分冗談、半分まじめに「せっかくの日本旅行なのに、韓国よりも韓国人が多かった」と言われる。まだまだ直行便就航都市が中心となっているのが現状だ。他方、日本人には名が通っていても、韓国ではそうではない地域も実は数多い。

訪日旅行はどうか。昨年の訪日客数最多を誇る韓国で、人々は国内旅行の延長で日本を旅行する。「ボンゲ旅行 (稲妻の閃光のように思い付きで実施する旅行)」でも行ける日本は、いわば「日常使いの旅行先」と言えるかもしれない。

ところが、これだけの成熟市場でありながら、開拓余地があるというのが、韓国市場に対する私の見立てだ。というのも、国際往來再開以降、非常に多くの韓国人旅行者が日本を訪れているが、訪問地は偏っているからで

韓国の最新トレンド

Ten Keywords for 2024's Trends

- D**on't Waste a Single Second: Time-Efficient Society
- R**ise of 'Homo Promptus'
- A**spirng to Be a Hexagonal Human
- G**etting the Price Right: Variable Pricing
- O**n Dopamine Farming
- N**ot Like Old Daddies, Millennial Hubbies
- E**xpanding Your Horizons: Spin-off Projects
- Y**ou Choose, I'll Follow: Ditto Consumption
- E**lasticity: Liquidpolitan
- S**upporting One Another: 'Care-based Economy'

※Rando Kimほか『2024 CONSUMER TREND INSIGHTS』から

古来、中国の影響を受けた韓国では千支にちなむ思想が随所で見られる。先日、旧正月を迎えたこのソウルでも、今年の「甲辰年(青龍の年)」にちなみ、アジア圏の文化において重要な役割を担ってきた青龍が至る所に登場している。ソウル国立大学の金教授らによる『2024 CONSUMER TREND INSIGHTS』は、辰年にちなんで「DRAGON EYES」と名付けた韓国市場の最新消費者トレンドを10のキーワードとしてまとめている(表)。