

스몰캡

달라진 해외 관광객 소비패턴에 주목

이어지고 있는 외국인 관광객 유입 확대

최근 외국인 관광객 유입이 증가하고 있다는 보도들이 이어지고 있다. 실제 데이터를 살펴보면 2025년도 외국인 관광객은 1,893.7만명으로 전년대비 15.7% 증가했다. 이전 최대치는 코로나 팬데믹 이전인 2019년(1750.3만명)이었다. 2025년 방한 외국인인은 2019년 대비 8.2% 증가한 수치이다.

2026년에도 외국인 관광객수 유입 증가가 이어지고 있다. 1Q26의 방한 외국인 수는 474.3만명으로 전년 동기(387.0만명) 대비 13.7% 증가했으며, 1Q19(384.2만명)과 비교시 23.4% 증가했다. 1Q26의 증가율이 연간으로 적용된다고 가정해보면 올해 방한 외국인인은 2,336.8만명에 이를 것으로 예상된다.

19년 VS. 25년 외국인 소비패턴 변화

2025년 12월, 한국관광공사는 한국을 찾은 외국인의 전체 관광 지출에서 쇼핑 트렌드를 분석해서 발표했다. 2018년부터 2025.9월까지 외국인 신용카드 결제 데이터를 기반으로 한다.

2019년과 2025년을 비교하면 외국인 관광객의 쇼핑 방식에서 큰 변화가 확인된다. 구매 1건당 평균 지출은 2019년 15만원에서 2025년 12만원으로 감소했다. 반면, 1인당 총 소비 금액은 오히려 83% 급증했다. 단가가 하락했음에도 불구하고 지출이 증가한 것은 구매회수 증가에 있다.

K-라이프 스타일 소품 소비가 증가하고 있다. 가차삽(뽑기, +142.0%), 문구(+48.7%), 서점(+39.9%) 등에서 높은 성장률을 보였다. 과거 기성 기념품 중심의 소비에서 개인 취향과 감성을 반영한 정교한 라이프스타일 수집으로 소비 방식이 전환되고 있다는 것을 의미한다.

패션 소비 건수는 23.4% 증가했다. 세부적으로는 액세서리(+33.0%), 스포츠웨어(+32.8%), 스포츠용품(+33.4%), 언더웨어(+59.1%) 등에서 높은 성장세를 보였다. K-패션의 높은 디자인 완성도, 합리적 가격 등이 주요 영향으로 분석했다.

방한 외래객의 뷰티·건강 제품 소비의 성장세(18~24년 CAGR +19.1%)는 이어지고 있다. 2025년도에도 40.4% 성장했으며, 항목별로는 화장품(+35%), 약국(+67%), 건강식품(+75%) 등에서 높은 성장률을 보였다.

관련기업

변화된 소비패턴을 고려해 보면 ①가성비에 강점을 가지고 있으며, ②국내와 해외에 제품이 노출되어 있고, ③마케팅에 적극적인 소비재 기업을 주목해야 한다고 판단한다. 관련 기업으로 의류로는 감성코퍼레이션(036620), 코스메틱과 관련해서는 제닉(123330)과 아이패밀리에스씨(114840)를 주목한다.



권명준 스몰캡
myoungchun.kwon@yuantakorea.com

서석준 Research Assistant
seokjun.seo@yuantakorea.com

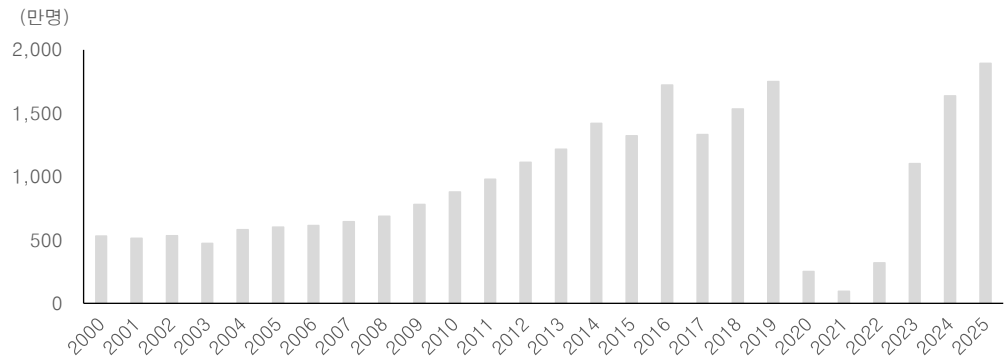
종목	투자 의견	목표주가 (원)
감성코퍼레이션	Not Rated (M)	(M)
제닉	Not Rated (M)	(M)
아이패밀리에스씨	Not Rated (I)	(I)

2019년을 상회한 방한 외국인 Q

최근 외국인 관광객 유입이 증가하고 있다는 보도들이 이어지고 있다. 실제 데이터를 살펴보면 2025년 도 외국인 관광객은 1,893.7만명으로 전년대비 15.7% 증가했다. 이는 이전 최대치는 코로나 펜데믹 이전인 2019년(1750.3만명)이었다. 2025년 방한 외국인인 2019년대비 8.2% 증가한 수치이다.

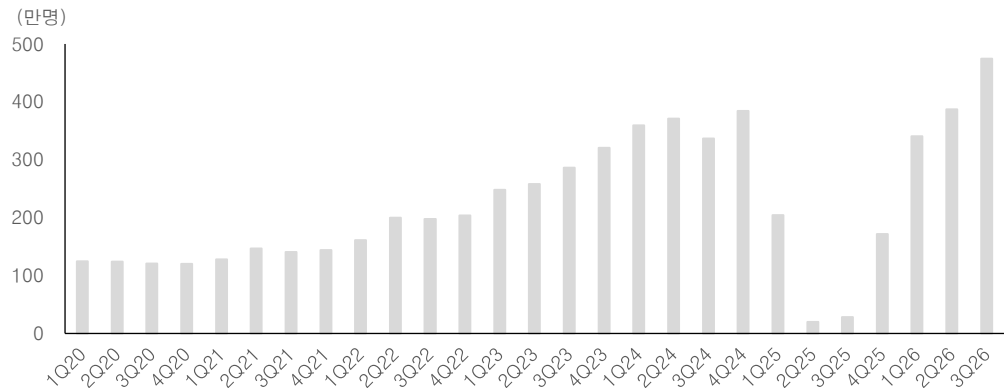
2026년에도 외국인 관광객수 유입 증가가 이어지고 있다. 1Q26의 방한 외국인 수는 474.3만명으로 전년동기(387.0만명)대비 13.7%증가했으며, 1Q19(384.2만명)과 비교시 23.4% 증가했다. 1Q26의 증가율이 연간으로 적용된다고 가정해보면 올해 방한 외국인인 2,336.8만명에 이를 것으로 예상된다.

[차트 1] 연도별 방한외국인 추이



자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

[차트 2] 연도별 1분기 방한외국인 추이

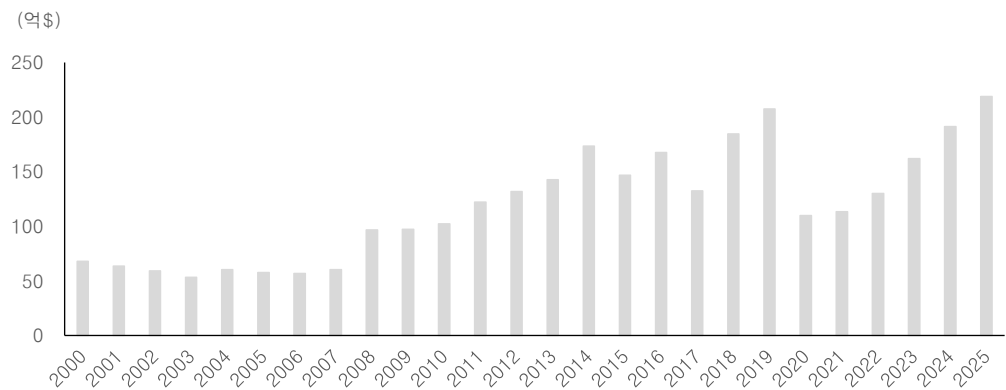


자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

2019년을 상회한 관광수입

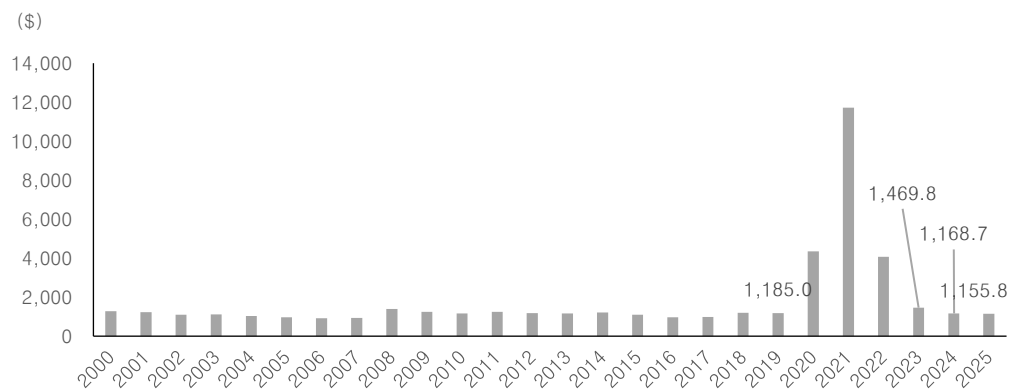
2025년 관광수입은 218.9억달러로 전년대비 14.4% 증가했다. 관광객 증가율(+15.7%) 대비 1.3%p 낮은 수치이다. 1인당 소비액은 2025년 1,155.8달러로 1.1% 역성장했다. Q는 증가하고 있지만, 1인당 ASP는 하향하고 있다는 것을 의미한다. 2019년과 비교해도 감소(2019년 1,469.8\$ VS. 2025년 1,155.8\$)되었다.

[차트 3] 연도별 관광수입



자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

[차트 4] 연도별 1인당 관광수입



자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

달라진 소비패턴

[그림 1] 쇼핑 소비 트렌드 변화



자료: 한국관광공사, 유안타증권 리서치센터

[그림 2] 구매 1건당 평균 지출액 변화



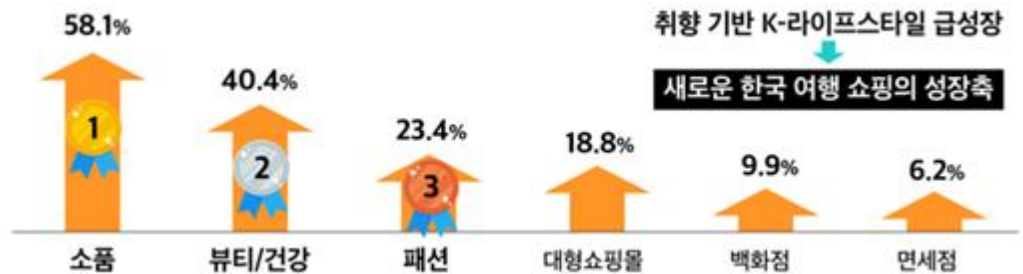
자료: 한국관광공사, 유안타증권 리서치센터

[그림 3] 1인당 구매 건수 총 소비 금액 증가율



자료: 한국관광공사, 유안타증권 리서치센터

[그림 4] 연도별 관광수입



자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

2025년 12월, 한국관광공사는 한국을 찾은 외국인의 전체 관광 지출에서 쇼핑 트렌드를 분석해서 발표했다. 2018년부터 2025.9월까지 외국인 신용카드 결제 데이터를 기반으로 한다.

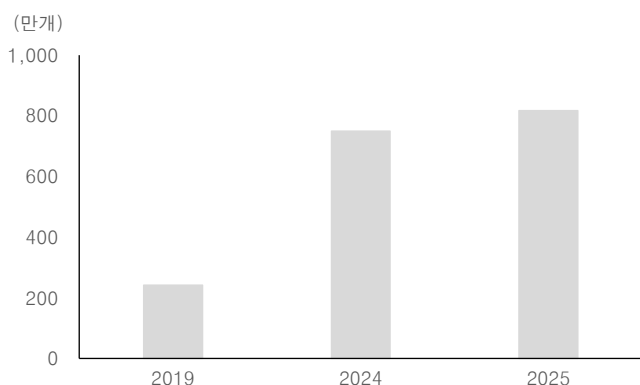
2019년과 2025년을 비교하면 외국인 관광객의 쇼핑 방식에서 큰 변화가 확인된다. 구매 1건당 평균 지출은 2019년 15만원에서 2025년 12만원으로 감소했다. 반면, 1인당 총 소비금액은 오히려 83% 급증했다. 단가가 하락했음에도 불구하고 지출이 증가한 것은 구매회수 증가에 있다.

K-라이프 스타일 소품 소비가 증가하고 있다. 가차샵(뽑기, +142.0%), 문구(+48.7%), 서점(+39.9%) 등에서 높은 성장률을 보였다. 과거 기성 기념품 중심의 소비에서 개인 취향과 감성을 반영한 정교한 라이프스타일 수집으로 소비 방식이 전환되고 있다는 것을 의미한다.

패션 소비 건수는 23.4% 증가했다. 세부적으로는 액세서리(+33.0%), 스포츠웨어(+32.8%), 스포츠용품(+33.4%), 언더웨어(+59.1%) 등에서 높은 성장세를 보였다. K-패션의 높은 디자인 완성도, 합리적 가격 등이 작용했다.

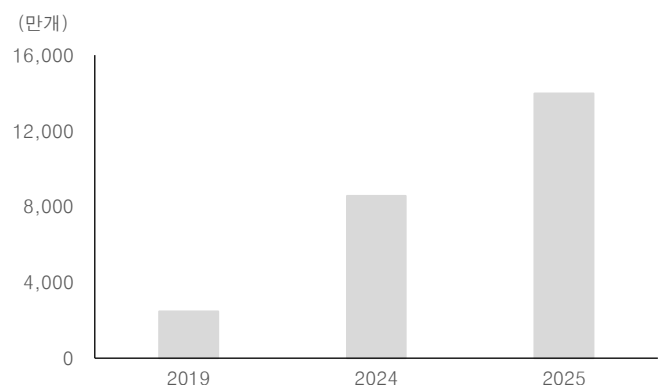
방한 외래객의 뷰티·건강 제품 소비의 성장세(18~24년 CAGR +19.1%)는 이어지고 있다. 2025년도에도 40.4% 성장했으며, 항목별로는 화장품(+35%), 약국(+67%), 건강식품(+75%) 등에서 높은 성장률을 보였다.

[차트 5] 한국관광 관련 언급량(19년 VS. 24-25년)



자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

[차트 6] 한국관광 관련 인게이지먼트(19년 VS. 24-25년)

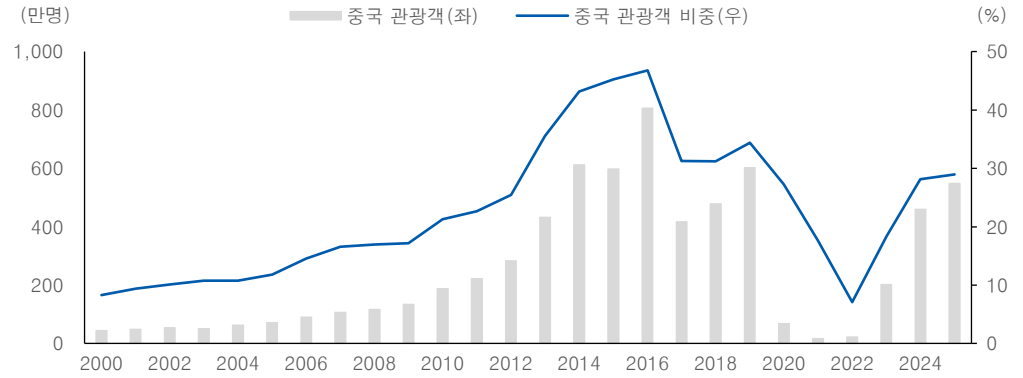


자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

참고: SNS 채널 상에서 업로드 된 포스트에 대한 공감, 댓글, 조회수 등의 총 반응 합계

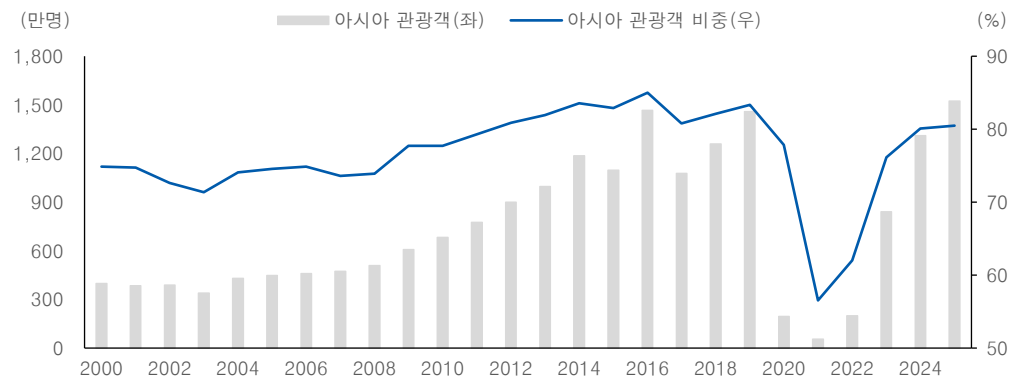
관광객 증가의 주체: 중국 → 아시아

[차트 7] 중국 관광객 수 & 비중 추이



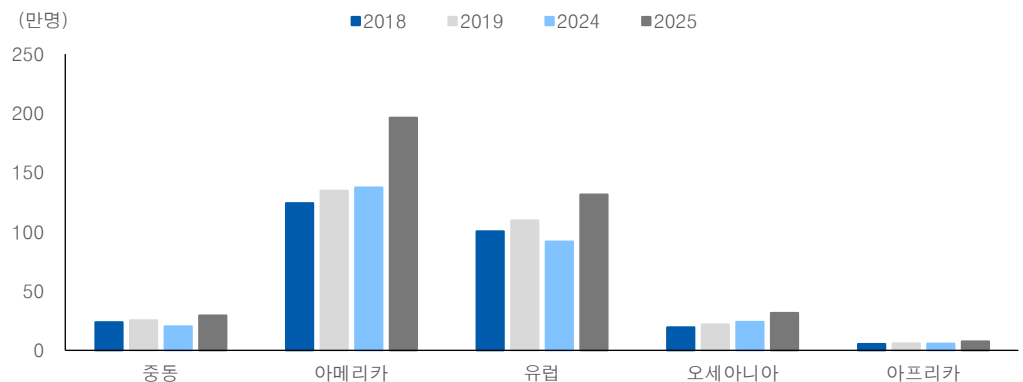
자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

[차트 8] 아시아 관광객 수 & 비중 추이



자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

[차트 9] 아시아 외 대륙별 관광객 수(2018~2019 VS, 2024~2025)



자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

2019년 이전 관광수 유입의 주력은 중국 관광객이었다. 2013년 432.7만명(M/S 35.5%), 2016년 806.8만명(46.8%), 2019년 602.3만명(34.4%)였다. 반면 2024~2025년은 460.3만명(28.1%), 548.1만명(28.9%)으로 30%이하가 유지되고 있다.

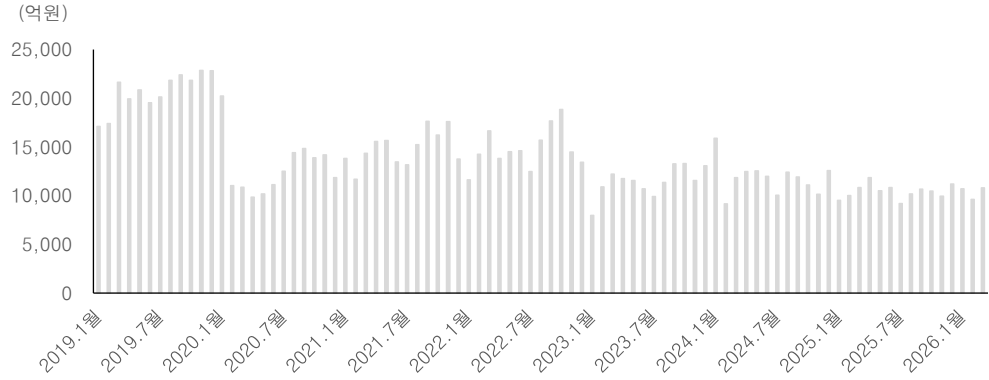
지리적으로 인접한 아시아 대륙 관광객이 여전히 주력임을 알 수 있다. 2019년과 비교해 보면 아시아 관광객들은 1,459.0만명에서 2025년 1,524.2만명으로 65.1만명증가했다. 일본(+38.1만명), 대만(+63.1만명), 싱가포르(+15.3만명), 베트남(+14.8만명) 등이 증가했으며 중국(-54.2만명), 태국(-23.8만명)에서 감소했다.

아시아 대륙 관광객이 증가로 인해 관광객 1인당 소비금액이 감소했을 것이라는 추정은 옳지 않다. 중국과 비교해 볼 경우 1인당 GDP가 높은 국가들인 일본, 대만, 싱가포르 등의 국가에서 관광객 유입이 확대되었기 때문이다.

전 대륙의 관광객이 2019년 대비 2025년 증가했다. 특히, 아메리카 관광객이 2019년 대비 2025년 가장 높은 증가율을 보였다. 2019년 134.6만명에서 2025년 196.1만명으로 61.6만명, 45.8% 증가했다. 국가별로는 미국이 104.4만명에서 148.3만명으로 43.9만명 증가했으며, 캐나다(+7.7만명), 멕시코(+5.5만명)도 증가했다.

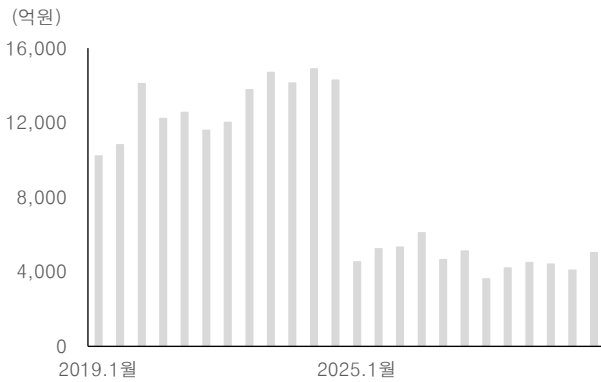
면세점 매출 감소

[차트 10] 면세점 매출액 추이(월별)



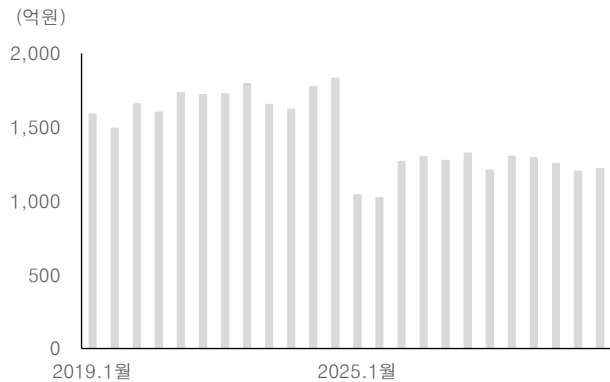
자료: 관세청, 유안타증권 리서치센터

[차트 11] 화장품 면세점 매출액(2019 VS. 2025)



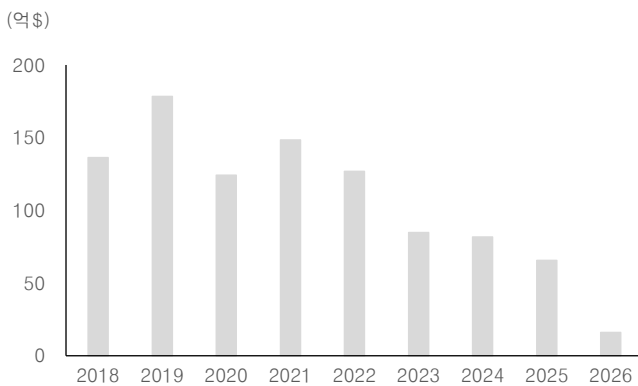
자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

[차트 12] 기방류 면세점 매출액(2019 VS. 2025)



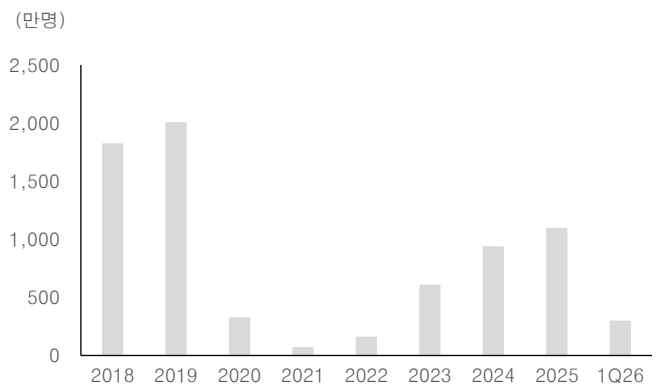
자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

[차트 13] 연도별 면세점 방문 외국인 매출액



자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

[차트 14] 연도별 면세점 방문 외국인 수



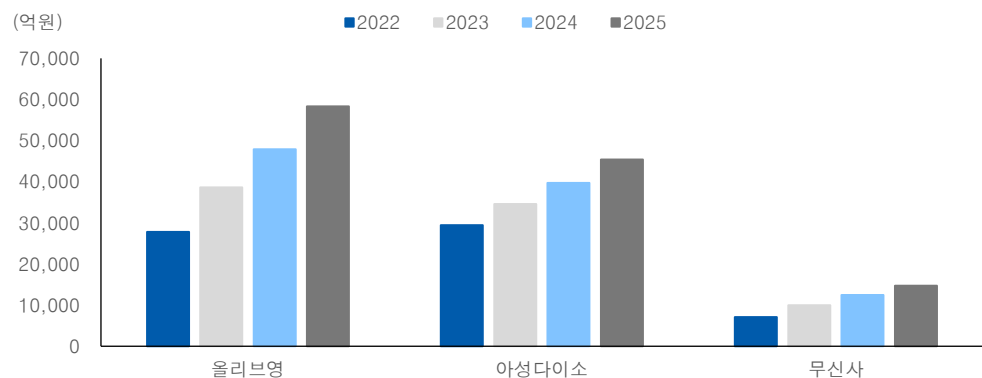
자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

국내 면세점 매출액 추이를 살펴볼 필요가 있다. 2019년 15.5조원이나, 2025년에는 12.5조원으로 감소했다.

외국인 면세점 매출액은 2019년 178억\$에서 2025년 66억\$로 감소했다. 면세점 이용객은 2019년 2,002만명에서 2025년 1,093만명으로 감소했다. 면세점 이용객 감소율 대비 매출액 감소폭이 더 크다.

2025년 대부분의 품목이 2019년 대비 감소했다. 특히 화장품(-63.4%), 전자제품류(-59.4%)에서 큰 폭으로 하락했다. 반면에 주류(+43.1%), 향수(+8.4%)는 상승했다. 면세점 소비에서 매장내 소비로 확산되었다는 것을 알 수 있다.

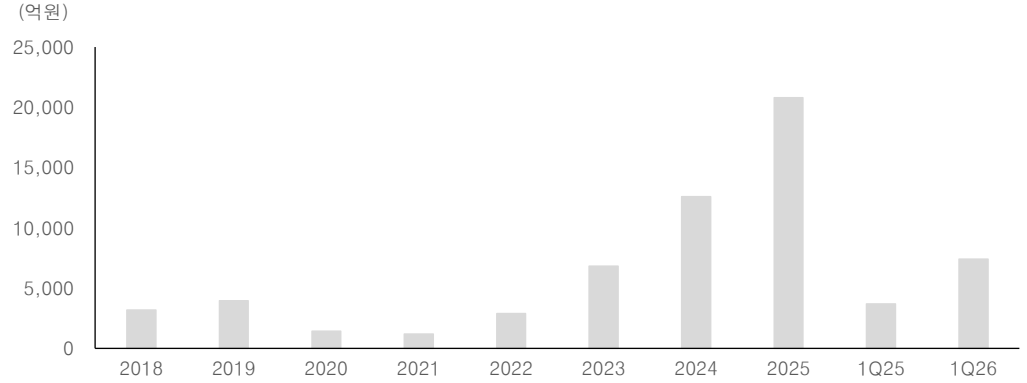
[차트 15] 올리브영, 다이소, 무신사 매출액 추이



자료: DART, 유안타증권 리서치센터

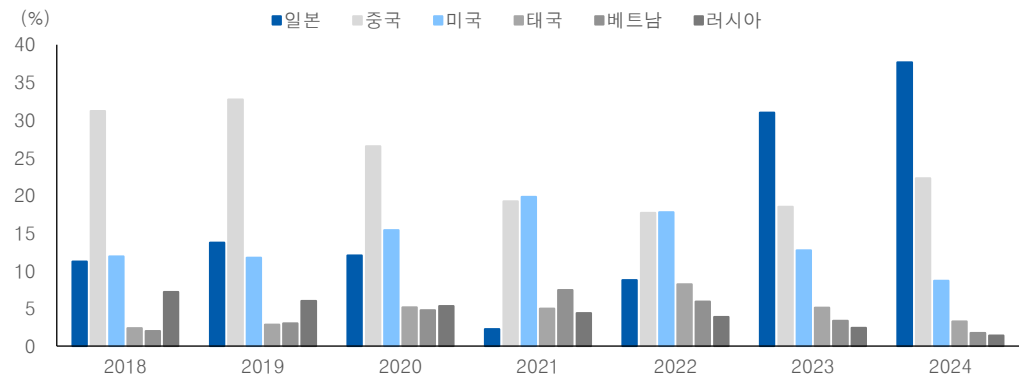
의료관광 매출 성장

[차트 16] 국가별 외국인 환자 현황(의료관광 현황)



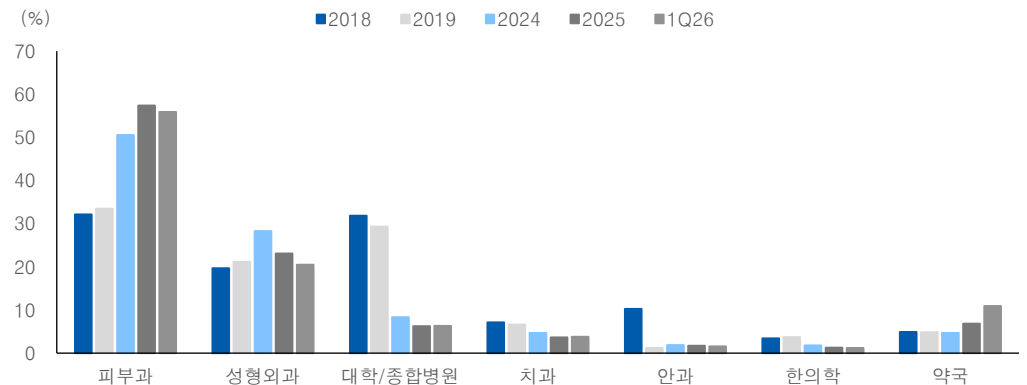
자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

[차트 17] 국가별 외국인 환자 현황(의료관광 현황)



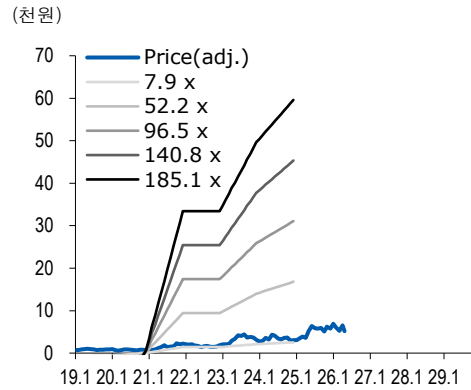
자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

[차트 18] 과별 외국인 환자 현황(의료관광 현황)

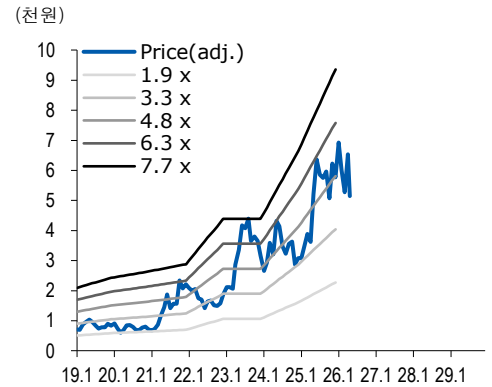


자료: 한국관광데이터랩, 유안타증권 리서치센터

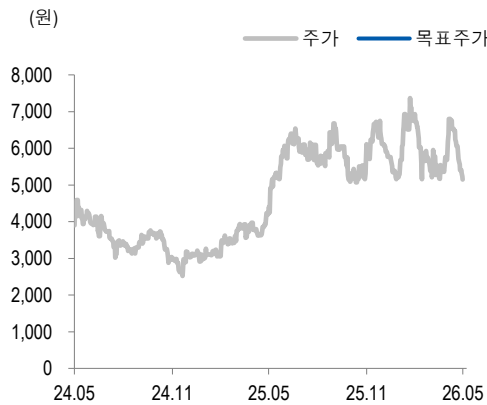
P/E band chart



P/B band chart



감성코퍼레이션 (036620) 투자등급 및 목표주가 추이



일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2026-05-21	Not Rated	-	1년		
2025-07-12	1년 경과 이후		1년		
2024-07-12	Not Rated	-	1년		

자료: 유안타증권

주: 과리율 = (실제주가* - 목표주가) / 목표주가 X 100

* 1) 목표주가 제시 대상시점까지의 "평균주가"

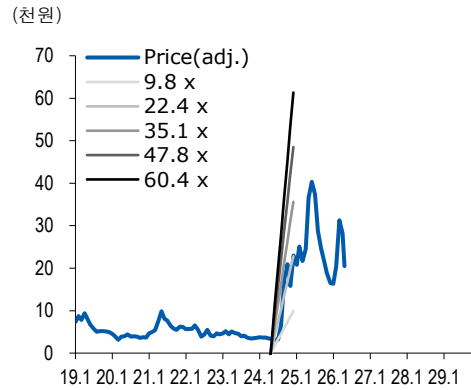
2) 목표주가 제시 대상시점까지의 "최고(또는 최저) 주가"

구분	투자의견 비율(%)
Strong Buy(매수)	0
Buy(매수)	95.6
Hold(중립)	4.4
Sell(비중축소)	0
합계	100.0

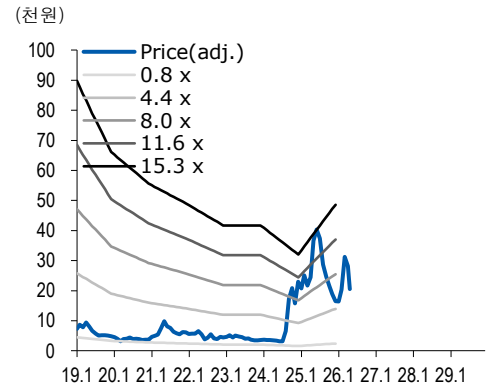
주: 기준일 2026-05-20

※ 해외 계열회사 등이 작성하거나 공표한 리포트는 투자등급 비율 산정시 제외

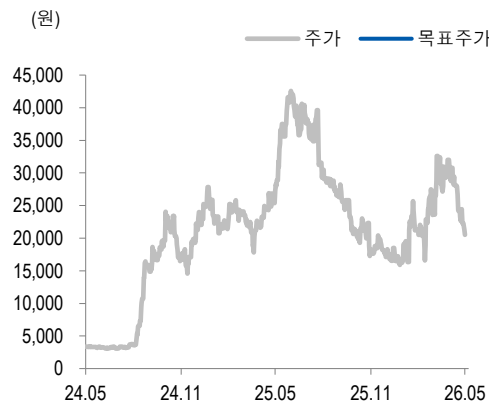
P/E band chart



P/B band chart



제닉 (123330) 투자등급 및 목표주가 추이



일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2026-05-21	Not Rated	-	1년		
2026-05-14	Not Rated	-	1년		

자료: 유안타증권

주: 과리율 = (실제주가* - 목표주가) / 목표주가 X 100

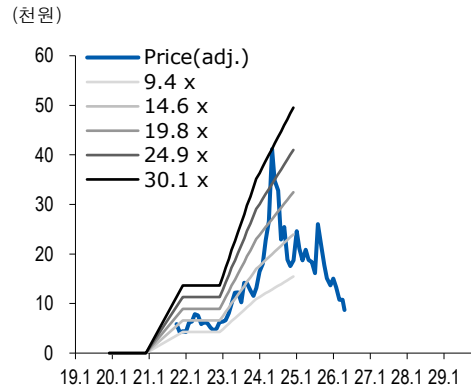
- * 1) 목표주가 제시 대상시점까지의 "평균주가"
- 2) 목표주가 제시 대상시점까지의 "최고(또는 최저) 주가"

구분	투자등급 비율(%)
Strong Buy(매수)	0
Buy(매수)	95.6
Hold(중립)	4.4
Sell(비중축소)	0
합계	100.0

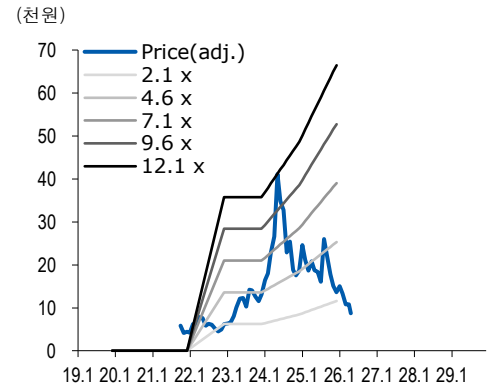
주: 기준일 2026-05-20

※해의 계열회사 등이 작성하거나 공표한 리포트는 투자등급 비율 산정시 제외

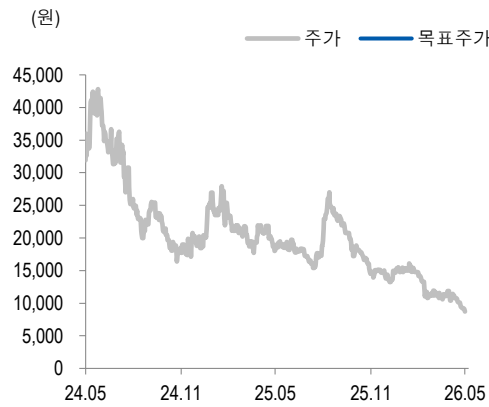
P/E band chart



P/B band chart



아이패밀리에스씨 (11484) 투자등급 및 목표주가 추이



일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2026-05-21	Not Rated	-	1년		
2025-01-24	담당자변경		1년 경과 이후		
2024-01-24	Not Rated	-	1년		

자료: 유안타증권

주: 과리율 = (실제주가* - 목표주가) / 목표주가 X 100

- * 1) 목표주가 제시 대상시점까지의 "평균주가"
- 2) 목표주가 제시 대상시점까지의 "최고(또는 최저) 주가"

구분	투자의견 비율(%)
Strong Buy(매수)	0
Buy(매수)	95.6
Hold(중립)	4.4
Sell(비중축소)	0
합계	100.0

주: 기준일 2026-05-20

※ 해외 계열회사 등이 작성하거나 공표한 리포트는 투자등급 비율 산정시 제외

Appendix

- 이 자료에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며 타인의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인함. (작성자: 권명준)
- 당사는 자료공표일 현재 동 종목 발행주식을 1%이상 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 자료공표일 현재 해당 기업과 관련하여 특별한 이해관계가 없습니다.
- 당사는 동 자료를 전문투자자 및 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 금융투자분석사와 배우자는 자료공표일 현재 대상법인의 주식관련 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 종목 투자등급 (Guide Line): 투자기간 12개월, 절대수익률 기준 투자등급 4단계(Strong Buy, Buy, Hold, Sell)로 구분한다
- Strong Buy: +30%이상 Buy: 15%이상, Hold: -15% 미만 ~ +15% 미만, Sell: -15%이하로 구분
- 업종 투자등급 Guide Line: 투자기간 12개월, 시가총액 대비 업종 비중 기준의 투자등급 3단계(Overweight, Neutral, Underweight)로 구분
- 2014년 2월21일부터 당사 투자등급이 기존 3단계 + 2단계에서 4단계로 변경

본 자료는 투자자의 투자를 권유할 목적으로 작성된 것이 아니라, 투자자의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 작성된 참고 자료입니다. 본 자료는 금융투자분석사가 신뢰할만 하다고 판단되는 자료와 정보에 의거하여 만들어진 것이지만, 당사와 금융투자분석사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수는 없습니다. 따라서, 본 자료를 참고한 투자자의 투자사결정은 전적으로 투자자 자신의 판단과 책임하에 이루어져야 하며, 당사는 본 자료의 내용에 의거하여 행해진 일체의 투자행위 결과에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다. 또한, 본 자료는 당사 투자자에게만 제공되는 자료로 당사의 동의 없이 본 자료를 무단으로 복제 전송 인용 배포하는 행위는 법으로 금지되어 있습니다.