

발표자료집
Presentation
Book

2025 ASIA CRUISE FORUM JEJU

July 10th-12th, 2025

2035 Asia Cruise Vision
Navigating From 9% To 20%





2025

ASIA CRUISE FORUM JEJU

제12회 제주국제크루즈포럼

- 06** — Opening Remarks | 개회사
- 08** — Welcoming Remarks | 환영사
- 10** — Congratulatory Remarks | 축사

- 12** — Overview | 행사개요
- 13** — Program | 프로그램
- 15** — Keynote Speech | 기조연설

- 31** — Session 1 | 세션 1
- 51** — Session 2 | 세션 2
- 83** — Session 3 | 세션 3

- 113** — Workshop | 워크숍
- 125** — Special Session | 특별세션
- 139** — Jeju Cruise Issues Round Table(Part I)
제주 크루즈 이슈포커스(1부)
- 163** — Jeju Cruise Issues Round Table(Part II)
제주 크루즈 이슈포커스(2부)

| 개회사 |



고승철
제주관광공사 사장
Seung Chul KOH
President,
Jeju Tourism Organization

존경하는 내외 귀빈 여러분!

오늘 제12회 제주국제크루즈포럼에 참석해 주신 모든 분들께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.

제주국제크루즈포럼은 아시아 크루즈 산업의 지속가능한 성장과 글로벌 네트워크 강화를 목표로, 2013년부터 해양수산부와 제주특별자치도가 주최하고 제주관광공사가 주관해 온 아시아 대표 크루즈 행사입니다. 그간 여러분의 관심과 참여 덕분에 제주국제크루즈포럼은 아시아 크루즈 산업 협력의 중심으로 성장해왔습니다.

이 자리를 빌어, 제주국제크루즈포럼을 오늘까지 성공적으로 발전할 수 있도록 지원해 주신 강도형 해양수산부 장관님과 오영훈 제주특별자치도지사님께 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

아울러 기조연설을 맡아주신 국제크루즈선사협회 니코스 유럽 총괄 전무이사님을 비롯하여, MSC 크루즈의 올리비에로 모렐리 한국, 일본 대표님, 벤 볼딘 로열캐리비안 인터네셔널 중국 대표님, MOL 크루즈의 무카이 츠네미치 사장님, 아도라 크루즈의 로저 첸 대표님 등 글로벌 선사 여러분들께도 깊이 감사드립니다.

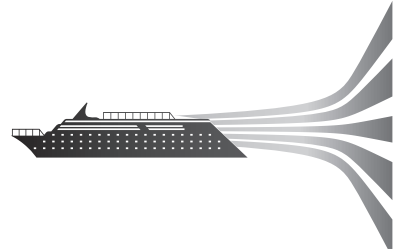
2025년 세계크루즈산업연차보고서에 따르면 아시아태평양 지역 크루즈 산업은 전 세계의 9.9%까지 회복하며 새로운 도약의 기반을 마련했습니다.

이번 제12회 제주국제크루즈포럼은 2035년까지 글로벌 시장의 20%를 차지하는 지역으로 아시아 크루즈를 발전시키자는 비전으로 대주제를 마련했습니다. 이는 단순한 수치를 넘어, 아시아 전체가 함께 도전하고 협력해야 할 새로운 미래 전략을 제시하고 있습니다. 이를 위해서는 항만 인프라의 고도화, 출입국 절차의 간소화 그리고 국가 간 마케팅 협력이 반드시 필요합니다. 특히, 아시아 크루즈의 공동 발전을 위해서 출입국 절차 간소화는 한 국가, 한 지역만의 문제가 아닙니다. 아시아 크루즈 목적지, 송출지 모두의 노력이 필요합니다.

이번 포럼은 크루즈 산업 관계자 뿐만 아니라 제주도민, 학생 등 누구나 함께할 수 있는 3일간의 다채로운 프로그램으로 구성되어 있습니다.

이 자리가 아시아 크루즈 산업의 지속 성장과 실현 가능한 미래 비전을 함께 그려 나가는 공동의 출발점이 되기를 바랍니다. 또한, 아시아를 대표하는 기항지 제주에서 소중한 추억을 많이 만드시길 바랍니다.

감사합니다.



| Opening Remarks |

Distinguished guests, ladies and gentlemen,

I extend my sincere gratitude to all of you for joining us today at the 2025 Asia Cruise Forum Jeju (ACFJ).

Since 2013, the forum has been co-hosted by the Ministry of Oceans and Fisheries (MOF) and Jeju Special Self-Governing Province, and organized by the Jeju Tourism Organization. Its purpose has been to promote sustainable growth in the Asian cruise industry and to strengthen its global network. Thanks to your continued interest and participation, ACFJ has grown into a pivotal platform for cooperation and has firmly established itself as one of Asia's premier cruise events.

I would like to take this opportunity to express my heartfelt appreciation to Minister Kang Do-Hyung of the Ministry of Oceans and Fisheries and Governor Oh Young-Hoon of Jeju Special Self-Governing Province for their steadfast support, which has been instrumental in the forum's development and success.

I am especially grateful to Mr. Nikos, Vice President for Europe at the International Cruise Lines Association (ICLA), for kindly accepting to deliver the keynote address. My sincere appreciation also goes to other global cruise industry leaders for their valued participation, including Mr. Oliviero Morelli, President for Korea and Japan at MSC Cruises; Mr. Ben Bouldin, President of Royal Caribbean International in China; Mr. Tsunemichi Mukai, President of MOL Cruises; and Mr. Roger Chen, CEO of Adora Cruises.

According to the 2025 Cruise Industry News Annual Report, the Asia-Pacific cruise market has recovered to represent 9.9% of the global cruise industry—signaling a strong foundation for future growth.

The 2025 ACFJ is held under the vision of advancing the Asian cruise industry to secure 20% of the global market by 2035. This vision is more than a numerical target; it represents a strategic direction that demands collective ambition and regional cooperation across Asia. To achieve it, we must focus on enhancing port infrastructure, streamlining immigration and customs procedures, and reinforcing marketing collaboration among countries. In particular, simplifying immigration processes is a challenge that cannot be addressed by any one country alone—it requires coordinated efforts from both source markets and destination countries throughout the region.

This year's forum features a rich, three-day program designed not only for cruise industry professionals, but also for Jeju residents, students, and the general public.

I hope this event serves as a shared starting point for envisioning and shaping a sustainable future for the Asian cruise industry. I also wish you all a memorable stay here in Jeju—Asia's leading cruise destination.

Thank you.

고승철

Seung Chul KOH

President, Jeju Tourism Organization

| 환영사 |



오영훈
제주특별자치도지사

Young Hun OH

Governor,
Jeju Special Self-Governing Province

여러분, 반갑습니다.

'2035 아시아 크루즈의 비전'을 주제로 열리는 제12회 제주국제크루즈포럼에 참석해 주신 여러분을 진심으로 환영합니다.

특히, 아시아 크루즈 리더스 네트워크와 세계 크루즈 선사협회를 비롯한 글로벌 리더 여러분의 참여는 이번 포럼의 의미를 더욱 깊게 해주고 있습니다.

코로나19 팬데믹이라는 전례 없는 위기를 극복한 글로벌 크루즈 산업은 이제 지속 가능성과 혁신이라는 새로운 항로로 나아가고 있습니다.

그 항로의 중심에 제주가 있다는 사실은 매우 뜻깊은 일입니다.

제주는 사계절 온화한 기후와 청정한 자연, 뛰어난 관광 인프라, 국제적 접근성을 바탕으로 '크루즈 친화 도시'로 자리매김하고 있습니다.

뿐만 아니라 지역 주민과의 상생, 환경과의 조화 속에서 지속가능한 크루즈 생태계 조성에 앞장서고 있습니다.

올해 포럼은 크루즈 연관산업 홍보 박람회와 B2B·B2C 비즈니스 상담회 등 산업과의 연계를 강화해 실질적 협력 기반을 넓히고 있습니다.

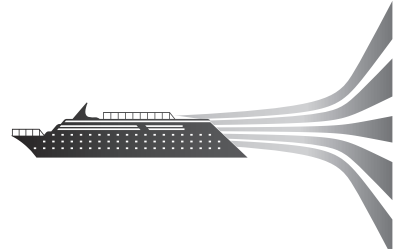
제주는 이번 포럼을 계기로 아시아 국가들과의 교류·협력의 거점이자, 크루즈 산업 플랫폼으로서의 역할을 더욱 확장해나가고자 합니다.

이번 포럼의 주제인 '2035 아시아 크루즈 시장 점유율 20% 달성'은 도전이자 기회입니다. 아시아의 잠재력과 다양성을 바탕으로 혁신적이고 창의적인 크루즈 전략을 함께 만들어 간다면 충분히 실현 가능한 목표라고 믿습니다.

이 자리에 함께하신 여러분이 지혜를 모아 서로 협력하고, 함께 성장하는 해답을 찾는 소중한 계기가 되기를 기대합니다.

제주도정은 앞으로도 아시아 크루즈 산업의 발전과 지속가능한 미래를 위해 열린 자세로 소통하고 적극적으로 협력하겠습니다.

감사합니다.



| Welcoming Remarks |

Ladies and gentlemen, welcome.

It is my sincere pleasure to welcome all of you to the 2025 Asia Cruise Forum Jeju (ACFJ), held under the theme “2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%”

In particular, the participation of global leaders—including the Asia Cruise Leaders Network (ACLN) and the Cruise Lines International Association (CLIA)—greatly enhances the significance of this forum.

Having overcome the unprecedented challenges posed by the COVID-19 pandemic, the global cruise industry is now charting a new course toward sustainability and innovation.

It is especially meaningful that Jeju stands at the heart of this new route.

With its mild year-round climate, pristine natural environment, excellent tourism infrastructure, and strong international accessibility, Jeju has firmly established itself as a “cruise-friendly city.”

Moreover, Jeju is taking the lead in building a sustainable cruise ecosystem—one rooted in coexistence with local communities and harmony with the environment.

The 2025 ACFJ further strengthens ties with the industry by hosting a cruise-related expo and B2B/B2C business consultation sessions, thereby expanding the practical foundation for cooperation.

Building on the momentum of this forum, Jeju seeks to expand its role as a central hub for exchange and cooperation among Asian countries and as a vital platform for the cruise industry as a whole.

The theme of this year’s forum—“2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%”—presents both a significant challenge and a promising opportunity.

I firmly believe that, by leveraging Asia’s vast potential and diversity, and by developing innovative and creative cruise strategies together, this goal is well within reach.

I hope this gathering serves as a meaningful opportunity for all attendees to share insights, foster collaboration, and discover pathways to mutual growth.

The Jeju Special Self-Governing Provincial Government will continue to promote open communication and active cooperation to drive forward the development of Asia’s cruise industry and ensure a sustainable future.

Thank you.

A handwritten signature in black ink, appearing to read '오영훈' (Oh Young-hun).

Young Hun OH

Governor, Jeju Special Self-Governing Province

| 축사 |



이상봉
제주도의회 의장

Sang bong LEE

Chairperson
Jeju Special Self-Governing
Provincial Council

여러분 반갑습니다.

제12회 제주국제크루즈포럼 개최를 진심으로 축하합니다.

크루즈 산업의 지속가능한 성장과 협력을 위한 뜻깊은 논의의 장을 마련해 주신 제주특별자치도, 해양수산부, 제주관광공사 관계자 여러분께 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

제주는 천혜의 자연환경과 독특한 문화유산을 바탕으로 아시아를 대표하는 크루즈 기항지로 성장해 왔습니다.

하지만 크루즈가 잠시 정박해 승객들이 지역을 둘러보는 이른바 '기항지' 모델은 관광 중심의 일시적 체류에 머무른다는 한계를 안고 있습니다.

이에 따라 승객이 타고 내릴 수 있는 '준모항' 개념이 크루즈 산업의 새로운 대안으로 주목받고 있습니다.

준모항은 관광을 넘어 숙박, 교통, 물류 등 지역경제 전반과 연계해 지속 가능한 산업 생태계를 구축하는 중요한 기반이 됩니다.

최근 강정항을 중심으로 시작된 준모항 시범 운항은 제주가 크루즈 산업의 거점 항만으로 도약할 가능성을 보여주고 있습니다.

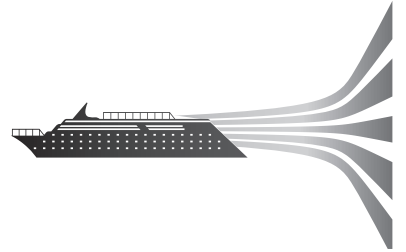
이번 포럼은 '2035 아시아 크루즈의 비전: 9%에서 20%를 향해'를 주제로, 아시아 크루즈산업의 성장을 실현하기 위한 다양한 방안을 모색하는 자리입니다.

또한 올해는 박람회도 처음 병행되고, 국내외 선사와 업계 간 비즈니스 미팅 활성화, 준모항 추진을 위한 특별세션도 마련되어 포럼의 폭과 깊이가 더욱 확정되었습니다.

이번 포럼이 깊이 있는 논의와 협력을 통해 아시아 크루즈 산업의 미래 향로를 함께 설계하는 중요한 전환점이 되기를 기대합니다.

다시 한번 제12회 제주국제크루즈포럼 개최를 축하드리며, 여러분 모두의 건강과 행복을 기원합니다.

감사합니다.



| Congratulatory Remarks |

Ladies and gentlemen, welcome.

I sincerely congratulate you on the successful opening of the 2025 Asia Cruise Forum Jeju.

I would like to express my deep gratitude to the Jeju Special Self-Governing Province, the Ministry of Oceans and Fisheries (MOF), and the Jeju Tourism Organization for organizing this meaningful forum to promote dialogue on sustainable growth and cooperation in the cruise industry.

Jeju, blessed with its pristine natural environment and unique cultural heritage, has grown into one of Asia's leading cruise destinations.

However, the traditional "port-of-call" model—where cruise ships make brief stopovers and passengers spend only a short time sightseeing—has inherent limitations, as it remains largely confined to short-term, tourism-focused visits.

In response, the concept of a "quasi-homeport," where passengers can both embark and disembark, is gaining attention as a promising new alternative in the cruise industry.

A quasi-homeport offers a vital foundation for building a sustainable industrial ecosystem by linking tourism with various sectors of the local economy, such as accommodation, transportation, and logistics.

The recent pilot operations of a quasi-homeport centered at Gangjeong Port clearly demonstrate Jeju's potential to emerge as a key hub port in the cruise industry.

This forum, held under the theme "2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%," provides a platform to explore diverse strategies for achieving sustainable growth in the Asian cruise market.

Notably, this year marks the first time the forum is being held in conjunction with a cruise-related industry expo, further broadening its scope. Business meetings between domestic and international cruise lines and related stakeholders will be actively facilitated, alongside a special session dedicated to advancing the quasi-homeport model—enhancing both the breadth and depth of the forum.

I hope this forum will serve as a meaningful turning point in shaping the future of the Asian cruise industry through in-depth discussion and strengthened cooperation.

Once again, I extend my sincere congratulations on the successful opening of the 2025 ACFJ, and I wish you all continued health and happiness.

Thank you.

이상봉

Sang bong LEE

Chairperson, Jeju Special Self-Governing Provincial Council



Overview

The Asia Cruise Forum Jeju is a renowned annual event dedicated to identifying new opportunities and fostering professional networks within the cruise industry.

Title _____ 2025 Asia Cruise Forum Jeju

Date _____ July 10th(Thu)~12th(Sat), 2025

Venue _____ International Convention Center(ICC) Jeju

Theme _____ 2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%

Host _____ Ministry of Oceans and Fisheries(MOF), Jeju Special Self-Governing Province

Organizer _____ Jeju Tourism Organization

Cooperation _____ Jeju Cruise Industry Association, ACLN, ACTA



포럼개요

제주 국제 크루즈 포럼(Asia Cruise Forum Jeju)은 크루즈 산업에서 새로운 기회를 발굴하고 국내외 관계자 간 네트워크 구축을 위한 아시아 대표 행사로서 2013년부터 매년 개최되고 있다.

행사명 _____ 제12회 제주국제크루즈포럼

기간 _____ 2025년 7월 10(목)~12일(토) / 3일간

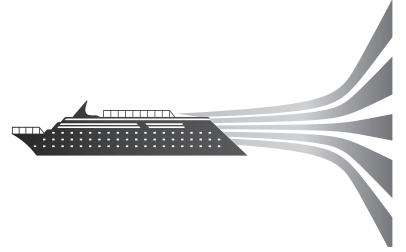
장소 _____ ICC 제주

대주제 _____ 2035 아시아 크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해

주최 _____ 해양수산부, 제주특별자치도

주관 _____ 제주관광공사

협력 _____ 제주크루즈산업협회, ACLN, ACTA



Program

DAY 1 July 10 th (Thu)					
Time	Place	Room A	Room B	Room C	Lobby(3F)
		Halla Hall(3F)	Samda Hall(3F)	Tamna Hall(5F)	
09:00-10:00	Registration (등록)				Exhibition 전시
10:00-12:00				B2B Networking Event [KOR/ENG/JPN]	
12:00-14:00	Lunch (자율 오찬)				
14:00-15:00			Opening Ceremony 개막식 [KOR/ENG/CHN/JPN]	B2B Networking Event [KOR/ENG/JPN]	
15:30-16:40	[Session 1] (Global Cruise Lines) Asia's Cruise Market: Vision and Strategy Toward 20% by 2035 (글로벌 크루즈 선사) 아시아 크루즈 시장의 비전과 전략: 2035 점유율 20% 달성을 향하여 [KOR/ENG/CHN/JPN]			B2B Networking Event [KOR/ENG/JPN]	
16:40-17:00	Break (휴식시간)				
17:00-18:00	[Session 2] (Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations: Policies and Vision 2035 (아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래: 정책방향과 2035 비전 [KOR/ENG/CHN/JPN]				

DAY 2 July 11 th (Fri)						
Time	Place	Room A	Room B	Room C	Lobby(3F)	
		Halla Hall(3F)	Samda Hall(3F)	Meeting Room(4F, 401)		
10:00-10:30			The 20th Korea Cruise Council 제20회 한국크루즈 발전협의회 Members Only [KOR/ENG]	[Special Session] Global Onboard Career Experience and Talent Development in the Cruise Industry [특별세션] 크루즈산업 인재양성과 글로벌 커리어 [KOR]	B2B Networking Event [KOR/ENG/JPN]	
10:30-12:00	Workshop : Design Asia Cruise Itinerary 크루즈 워크숍: 아시아 크루즈 최적 루트 설계 [KOR/ENG/CHN/JPN]					
12:00-13:00	Lunch (자율 오찬)				Exhibition 전시	
13:30-15:00	[Session 3] Sustainable Growth of the Asian Cruise Market: The Role of Industry Sectors 아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장: 산업 분야별 역할 [KOR/ENG/CHN/JPN]	ACTA Annual General Meeting ACTA 연차총회 Members Only [KOR/ENG]				B2B Networking Event [KOR/ENG/JPN]
15:00-15:30	Break (휴식시간)					
15:30-16:00			Korea-Japan Cruise Seminar 한일 크루즈 발전 세미나 [KOR/JPN]	Jeju Cruise Issues Round Table(Part I) 제주크루즈 이슈포커스(1부) [KOR]		B2B Networking Event [KOR/ENG/JPN]
16:00-17:00	ACLN Annual General Meeting ACLN 연차총회 Members Only [KOR/ENG/CHN/JPN]					
17:00-18:00				Jeju Cruise Issues Round Table(Part II) 제주크루즈 이슈포커스(2부) [KOR]		

* The program details shown above are subject to change.

* 상기 프로그램 내용은 사정에 따라 변경될 수 있습니다.



2025
**ASIA
CRUISE
FORUM
JEJU**

Keynote Speech

기조연설

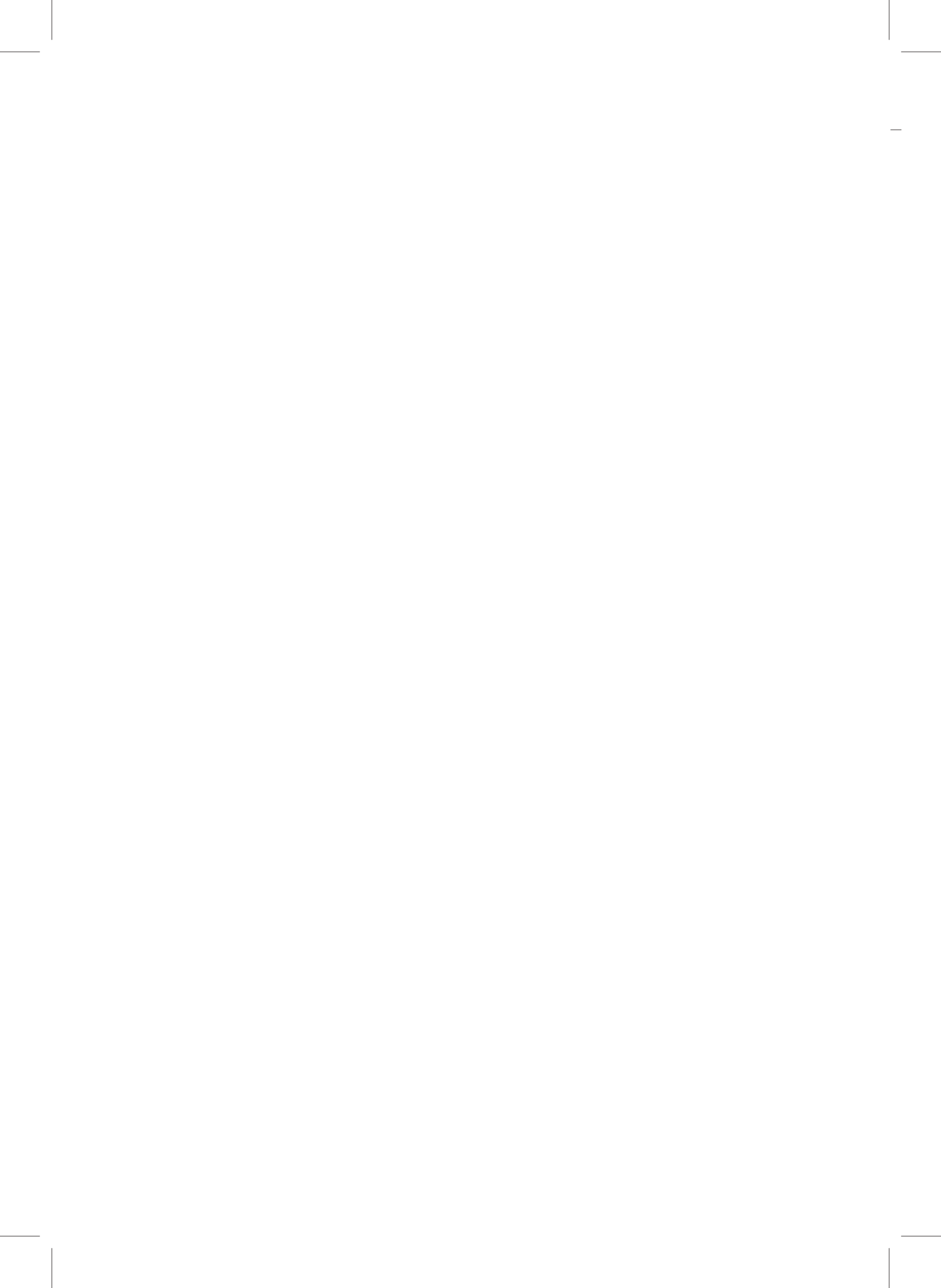
2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%
2035 아시아 크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해

Nikos MERTZANIDIS

Executive Director in Europe, Cruise Lines International Association(CLIA)

니코스 메르자니디스

국제크루즈선사협회 유럽지역 전무이사



2035 아시아크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해
 2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%



니코스 메르자니디스
 국제크루즈선사협회 항만·목적지 부사장

기조연설

2035 아시아 크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해



The Global Cruise Industry
 Advancing Through Regional Cooperation”



About Cruise Lines International Association

Cruise Lines International Association (CLIA) provides a unified voice for the industry as the leading authority of the global cruise community. Together with its members and partners, CLIA supports:

- Policies and practices that foster a safe, healthy and sustainable cruise operations;
- Tourism strategies that maximise the socio-economic benefits of cruise travel; and
- Technologies and innovations to support the pursuit of pathways to net-zero by 2050.

Nikos MERTZANIDIS

Executive Director in Europe, Cruise Lines International Association(CLIA)

Keynote Speech

2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%



About the Industry

Plenty of room for growth:

Cruise is currently only 2% of the travel and tourism sector.

Strong and resilient:

With consistent and steady growth over the past 50 years, the cruise industry has proven to be more resilient than other sectors through downturns.

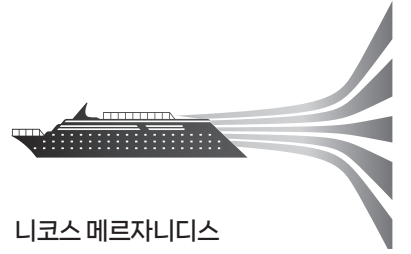
Responsible and sustainable:

Cruise is one of the safest ways to travel, and is becoming one of the most responsible and best ways to see the world, with cruise lines advancing an ambitious sustainability agenda.



Global Cruise Market Trends & Asia's Position

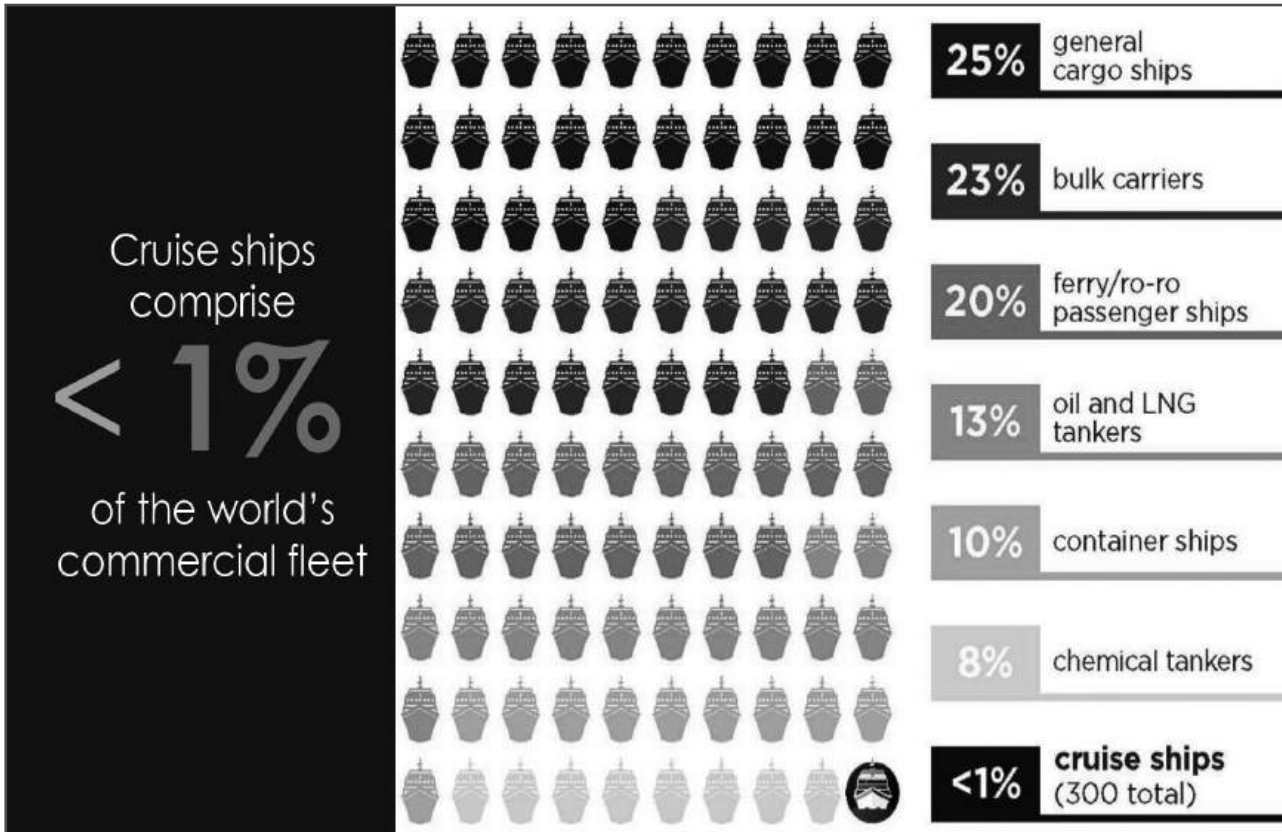
- Goal: a bold 20% share by 2035
- Why focus on Asia now?
- That brings us to the heart of this Forum.



니코스 메르자니디스
 국제크루즈선사협회 유럽지역 전무이사

기조연설

2035 아시아 크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해



CRUISE BY THE NUMBERS



Nikos MERTZANIDIS

Executive Director in Europe, Cruise Lines International Association(CLIA)

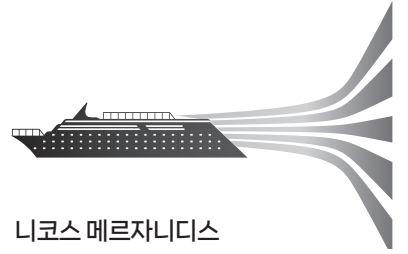
Keynote Speech

2025 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%

34.6 million

ocean-going cruise guests globally in 2024





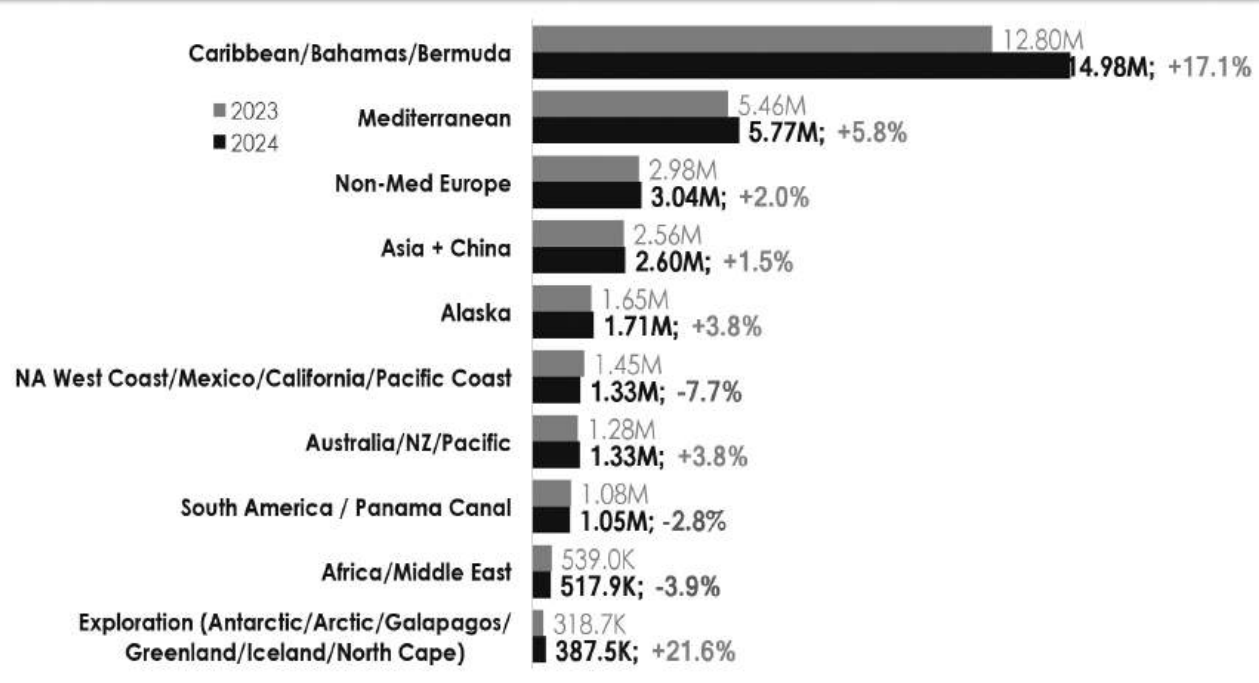
니코스 메르자니디스
국제크루즈선사협회 유럽지역 전무이사

기조연설

2035 아시아 크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해

Top 10 2024 Destination Regions vs. 2023

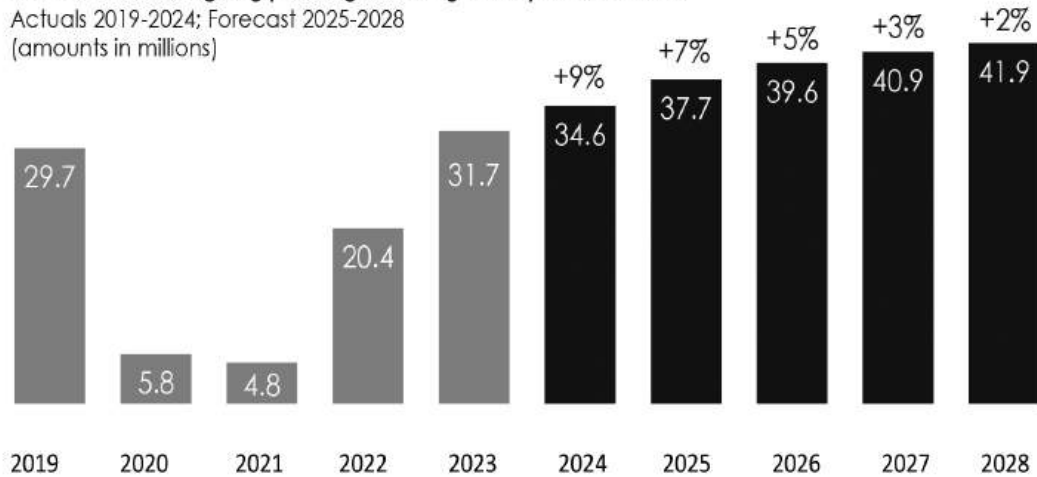
Caribbean gained more than 2.1m new cruise visitors in 2024 above 2023; Modest gains in the rest of the top 5. Exploration up another 22% (was up 71% from 2019 to '23)



FORECAST IS STRONG: ~42m Passengers in 2028

Number of ocean-going passengers sailing each year worldwide

Actuals 2019-2024; Forecast 2025-2028
(amounts in millions)



Source: 2019-2024 CLIA One reSource Passenger Database, April 2025; Forecast Information via Tourism Economics Cruise Intelligence Platform

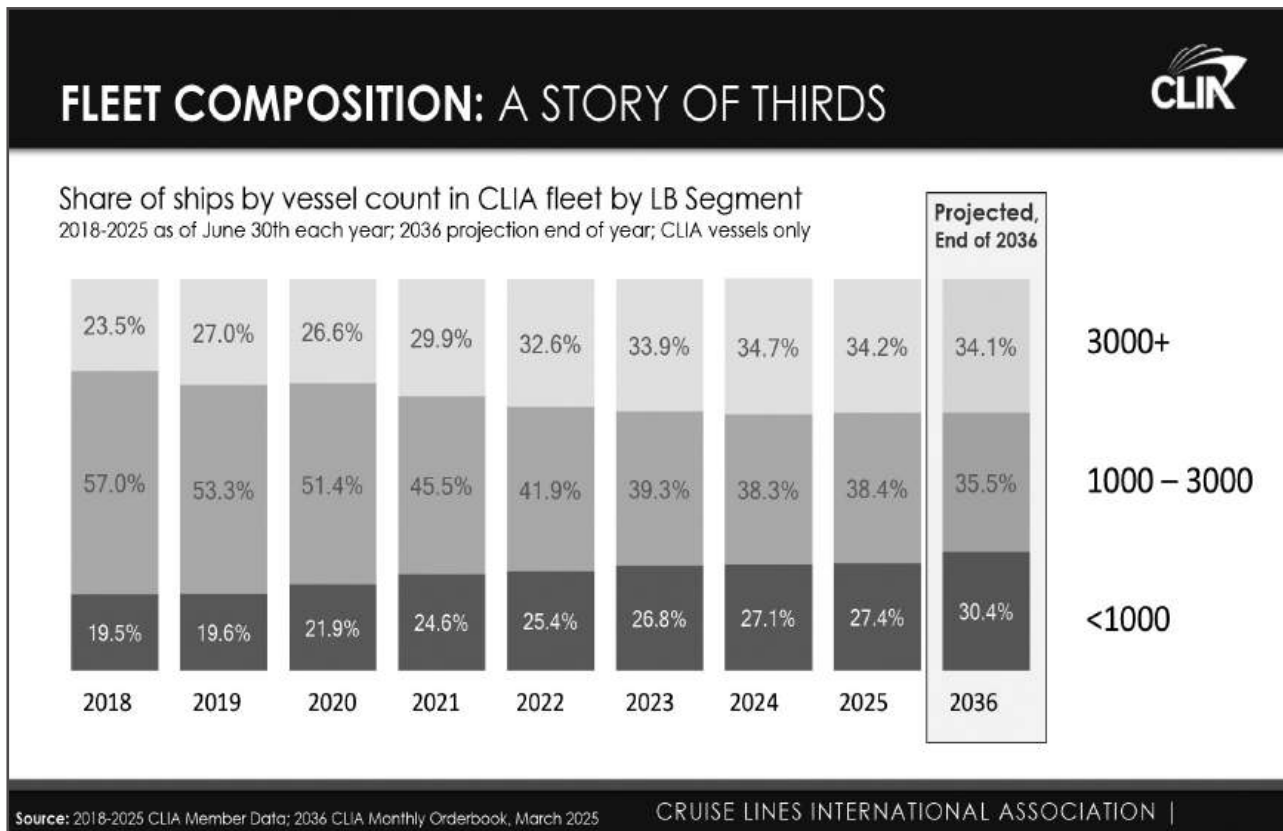
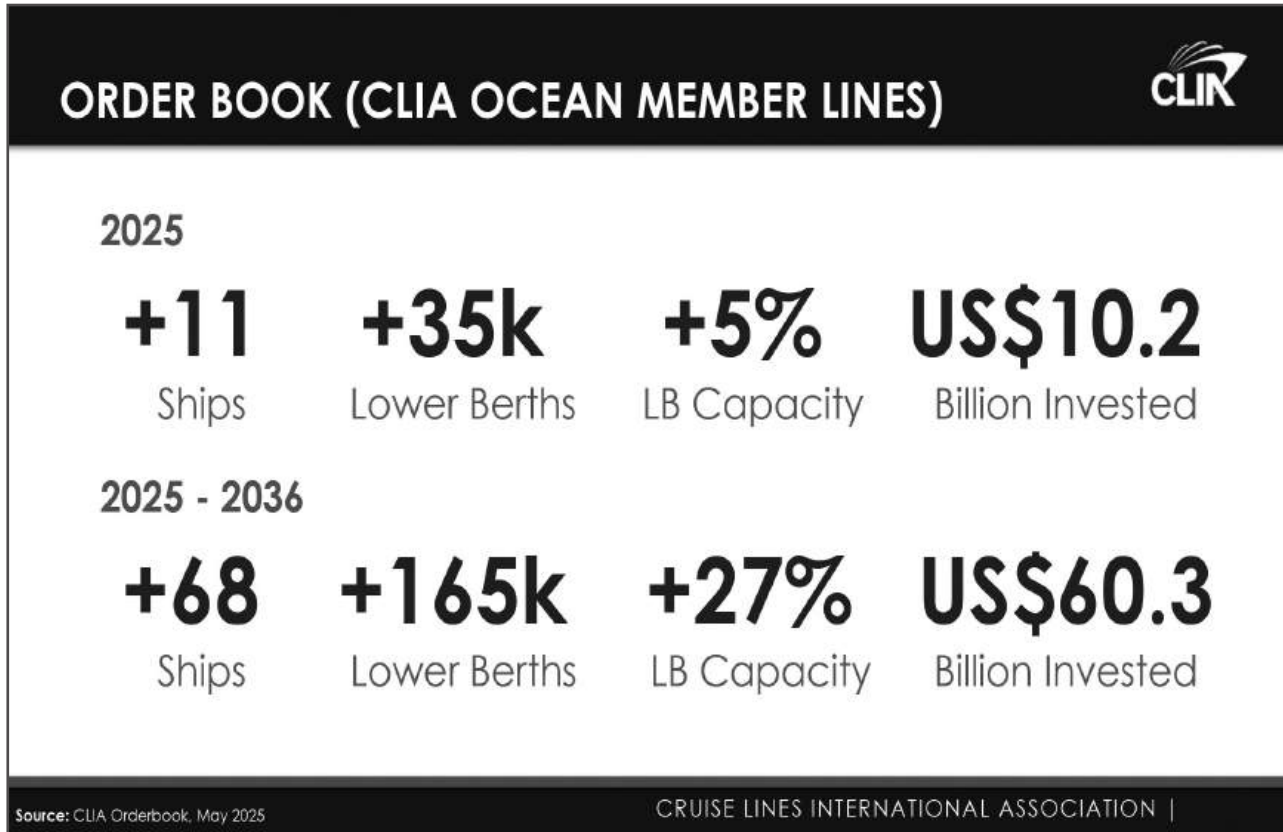


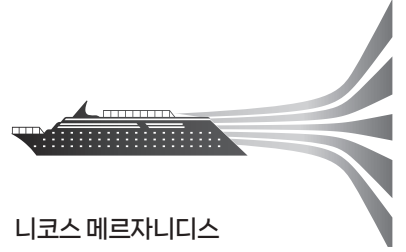
Nikos MERTZANIDIS

Executive Director in Europe, Cruise Lines International Association(CLIA)

Keynote Speech

2025 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%





기
조
연
설

2035 아시아 크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해

THE VALUE OF CRUISE TOURISM

2023 GLOBAL ECONOMIC IMPACT (US\$)

<p>\$168.6 billion Total Economic Impact</p> <p>1.6 million Jobs Supported</p> <p>\$56.9 billion In Wages</p>	<p>31.7 million Global Source Pax in 2023 (Ocean-Going)</p> <p>1 Job Supported for every 20 cruisers</p> <p>\$85.6 billion Contributed to global GDP</p>
--	---

Source: 2023 Global Cruise Economic Impact Study, January 2025

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION |



Nikos MERTZANIDIS

Executive Director in Europe, Cruise Lines International Association(CLIA)

Keynote Speech

2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%



Global Cruise Market Trends & Asia's Position

- Goal: a bold 20% share by 2035
- Why focus on Asia now?
- That brings us to the heart of this Forum.

TRENDS





니코스 메르자니디스
국제크루즈선사협회 유럽지역 전무이사

기조연설

2035 아시아 크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해

CRUISE TRENDS

Welcome Aboard: Cruise is an increasingly popular choice for travellers.

31%
of cruisers over the past two years are new-to-cruise—up from 27% in 2023 and 24% in 2019

CRUISE BY THE NUMBERS

Intent to cruise continues to be strong among Forever Cruisers and Potential New Cruisers

- 82%** of those who have cruised will cruise again (and getting stronger)
- 68%** of international travellers are considering taking their first cruise

SOURCE: CLIA/Seaworld 2024/SeaNet, Perception & Next Research

1 out of 3 cruise travellers choose to cruise at least once a year

CRUISE BY THE NUMBERS

The future of cruise is the younger generation
Gen-X and Millennials are the most enthusiastic about planning a cruise holiday

46.5 Average age of a cruise traveller (36% are under the age of 40)

65% of cruise travellers are in the youngest generations

Millennials are the most enthusiastic cruise travellers of the future

% of Cruise Travellers who Plan to Cruise Again

SOURCE: CLIA Cruise Traveller Sentiment, Perception, and Intent Survey (December 2024)

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION |

CRUISE TRENDS

Baby Boomers love to cruise
Nearly one third are sailing with other generations

- Boomers are the wealthiest retiring generation in history, and they love to travel.
- Grandparents are using the wealth they have built up over the years and investing it in experiences with those they love.
- Includes solo travel, travel with "just the two of us" and multi-generational travel.

6% of solo cruise travellers are Boomers

31% are sailing with 2 to 5 generations

63% are sailing with 1 other person

Boomers are spending \$157 billion annually on travel

CRUISE TRENDS

Cruises are a top choice for multi-generational travellers.

28%
of cruise travellers cruise with three to five generations

CRUISE TRENDS

Cruise continues to attract travellers who wish to travel on their own—and more options for private cabins are available.

12%
In 2024, 12% of cruise travellers chose to sail solo

CRUISE TRENDS

Once is not enough: An increasing number of cruise travellers choose to sail more than once a year.

14% of cruise travellers cruise twice a year (12% in 2023)

11% of cruise travellers take three to five cruises a year (10% in 2023)

25%
of repeat cruise travellers sail two or more times a year

CRUISE TRENDS

Cruise travellers intend to select a longer voyage than they sailed last year.

49%
Nearly half of all cruise travellers intend to take a longer cruise this year than the cruise they sailed last year

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION |



Nikos MERTZANIDIS

Executive Director in Europe, Cruise Lines International Association(CLIA)

Keynote Speech

2025 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%

CRUISE TRENDS
And they are booking their cruise further in advance to make sure they get the sailing they want.

11%
of cruise travellers book their sailings one year or more before the sailing date

CRUISE TRENDS
Expedition and exploration continue to attract cruise travelers especially younger travellers seeking extraordinary experiences.

150%
Growth in global capacity for expedition and exploration ships from 2019 to 2029

CRUISE TRENDS
The luxury cruise travel market has tripled since 2010 based on number of ships offering luxury experiences.

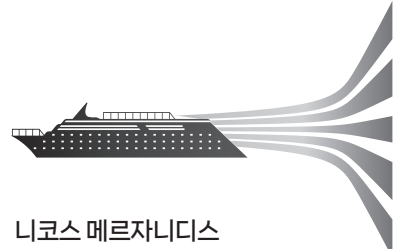
3x
That's nearly three-fold growth in the number of ships (and total lower berths of the combined fleet) than there were 14 years ago

Growth in Hotel/Yacht segment

EMERGING TRENDS WE ARE TRACKING NOW

- Wellness and health
- Sustainable and local food sourcing
- Digitalization and AI
- Cultural exploration and personal growth

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION |



니코스 메르자니디스
 국제크루즈선사협회 유럽지역 전무이사

기
조
연
설

2035 아시아 크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해

CHARTING THE FUTURE OF SUSTAINABLE CRUISE TRAVEL

Charting the course to a more sustainable future

3 PILLARS OF ACTION

<p>Reducing emissions at berth and at sea</p>	<p>Investing in environmental technologies on board</p>	<p>Partnering with cities and ports on responsible tourism</p>

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION |



Nikos MERTZANIDIS

Executive Director in Europe, Cruise Lines International Association(CLIA)

Keynote Speech

2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%

GUIDING PRINCIPLES



- Supporting local communities
- Quality of life for residents
- Economic contribution
- Protecting public health
- Respecting cultures
- Good governance
- Partnerships and collaboration

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION

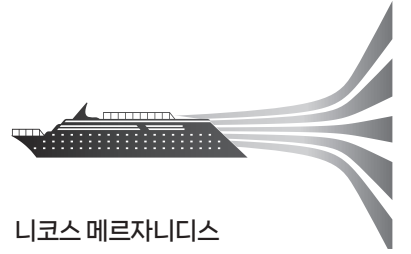
- Scaling capacity in home-ports from Singapore to Shanghai
- Elevating service standards across embarkation, on-board, and shore excursions
- Mobilizing governments, ports, cruise lines and travel trade behind a shared roadmap



2035 VISION

20%

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION



니코스 메르자니디스
 국제크루즈선사협회 유럽지역 전무이사

기
조
연
설

2035 아시아 크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해

VISION PILLARS

Policy and
Regulation

Infrastructure
and
Investment

Marketing
and
Partnerships

- Policy Reform
- Capital Deployment
- Passenger Experience

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION |

THE IMPORTANCE OF PARTNERSHIP

Best practices from other regions demonstrate the success that can be achieved

The cruise industry's future is built on collaboration

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION |



Nikos MERTZANIDIS

Executive Director in Europe, Cruise Lines International Association(CLIA)

Keynote Speech

2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%



2025 ASIA CRUISE FORUM JEJU

Session 1

세션 1

(Global Cruise Lines)

(Global Cruise Lines) Asia's Cruise Market : Vision and Strategy Toward 20% by 2035

(글로벌 크루즈 선사)

아시아 크루즈 시장의 비전과 전략: 2035 점유율 20% 달성을 향하여

1. Benjamin BOULDIN 벤자민 볼딘

President of RCI, China, Royal Caribbean International

로얄캐리비안인터내셔널 중국 사업부 사장

** Presentation material not included at the request of the presenter*

2. Roger CHEN 로저 첸

CEO, ADORA Cruises ADORA 크루즈 대표이사

3. Oliviero MORELLI 올리비에로 모렐리

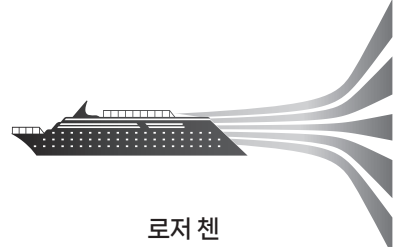
President Japan, South Korea, South-East Asia Cruise Division, MSC Cruises

MSC 크루즈 일본, 한국, 동남아시아 크루즈 사업부 사장

4. Tsunemichi MUKAI 츠네미치 무카이

President, MOL Cruises MOL 크루즈 사장





로저 첸
 ADORA 크루즈 대표이사

세션 1-2

(글로벌 크루즈 선사) 아시아 크루즈 시장의 비전과 전략: 2035 점유율 20% 달성을 위하여





Roger CHEN
CEO, ADORA Cruises

Session 1-2

(Global Cruise Lines) Asia's Cruise Market : Vision and Strategy Toward 20% by 2035

Adora in Operation

260+
Number of Voyages

41%
Market Share in China

2 Ships, 7 Homeports: Shanghai, Tianjin, Xiamen, Shenzhen, Qingdao, Guangzhou, Dalian

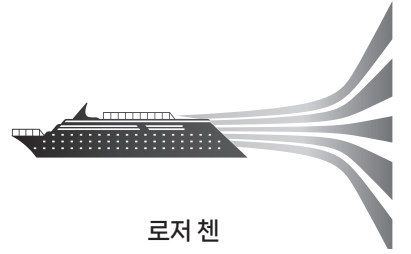
Adora in Growth

Adora Mediterranea
Ship of Art

Adora Magic City
East Meets West

Adora Flora City
Coming Soon

2035 아시아크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해
2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%



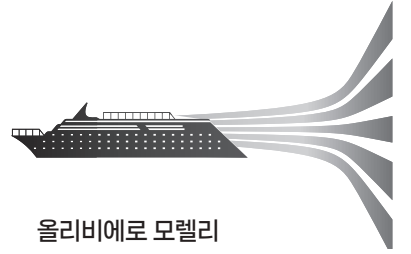
로저 첸
ADORA 크루즈 대표이사



세션 1-2

(글로벌 크루즈 선사) 아시아 크루즈 시장의 비전과 전략: 2035 점유율 20% 달성을 위하여

2035 아시아크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해
2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%



올리비에로 모렐리

MSC 크루즈 일본, 한국, 동남아시아 크루즈 사업부 사장

세션 1-3

(글로벌 크루즈 선사) 아시아 크루즈 시장의 비전과 전략: 2035 점유율 20% 달성을 위하여



2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%

OLIVIERO MORELLI
PRESIDENT

JAPAN, SOUTH KOREA, SOUTH-EAST ASIA
CRUISE DIVISION OF MSC GROUP





Oliviero MORELLI

President Japan, South Korea, South-East Asia Cruise Division, MSC Cruises

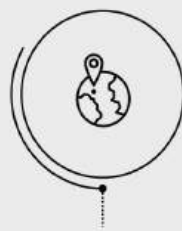
Session 1-3

(Global Cruise Lines) Asia's Cruise Market : Vision and Strategy Toward 2035

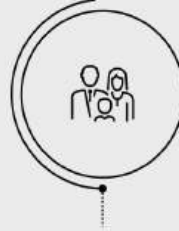
MSC Group History



Founded in 1970
by Gianluigi Aponte



Headquartered
and registered in
Geneva, Switzerland



The MSC Group is
privately owned by
the **Aponte family**



More than
200,000 employees
across **155 countries**
globally

MSC Group Overview

CARGO DIVISION



CRUISE DIVISION



PASSENGER DIVISION FERRY DIVISION

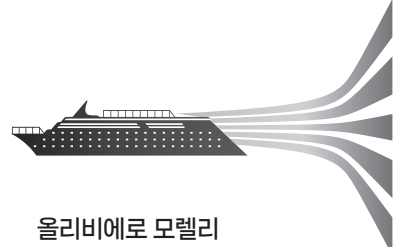


RAIL DIVISION



OTHER ENTITIES





올리비에로 모렐리
 MSC 크루즈 일본, 한국, 동남아시아 크루즈 사업부 사장

세션 1-3

(글로벌 크루즈 선사) 아시아 크루즈 시장의 비전과 전략: 2035 점유율 20% 달성을 위하여

The Cruise Division Two Brands Serving All Segments

THE CONTEMPORARY BRAND

MSC

Serving the broad contemporary segment

MSC Yacht Club – all-inclusive "ship within a ship concept" caters to premium segment

Fleet of **23 modern ships** with four new ships to come into service between 2026 and 2030

Cruise operations across **five continents**

THE LUXURY BRAND

Explora

Redefining luxury ocean travel segment with an all-inclusive experience

Explora I launched in 2023 and Explora II launched in 2024. A further **4 ships are due to launch by 2028**

Offers **refined yet effortless luxury** with an incredible richness of experiences

Accessible journeys of 7, 14 and 21 nights

MSC The Contemporary Brand Our Unique DNA

#1

World's largest family-owned and family-run cruise line

#3

Largest cruise brand by capacity

#1

A global offering, ability to adapt to local tastes and preferences

5

We work across five continents

23

Ships and the fleet to increase to 25 by 2027

300+

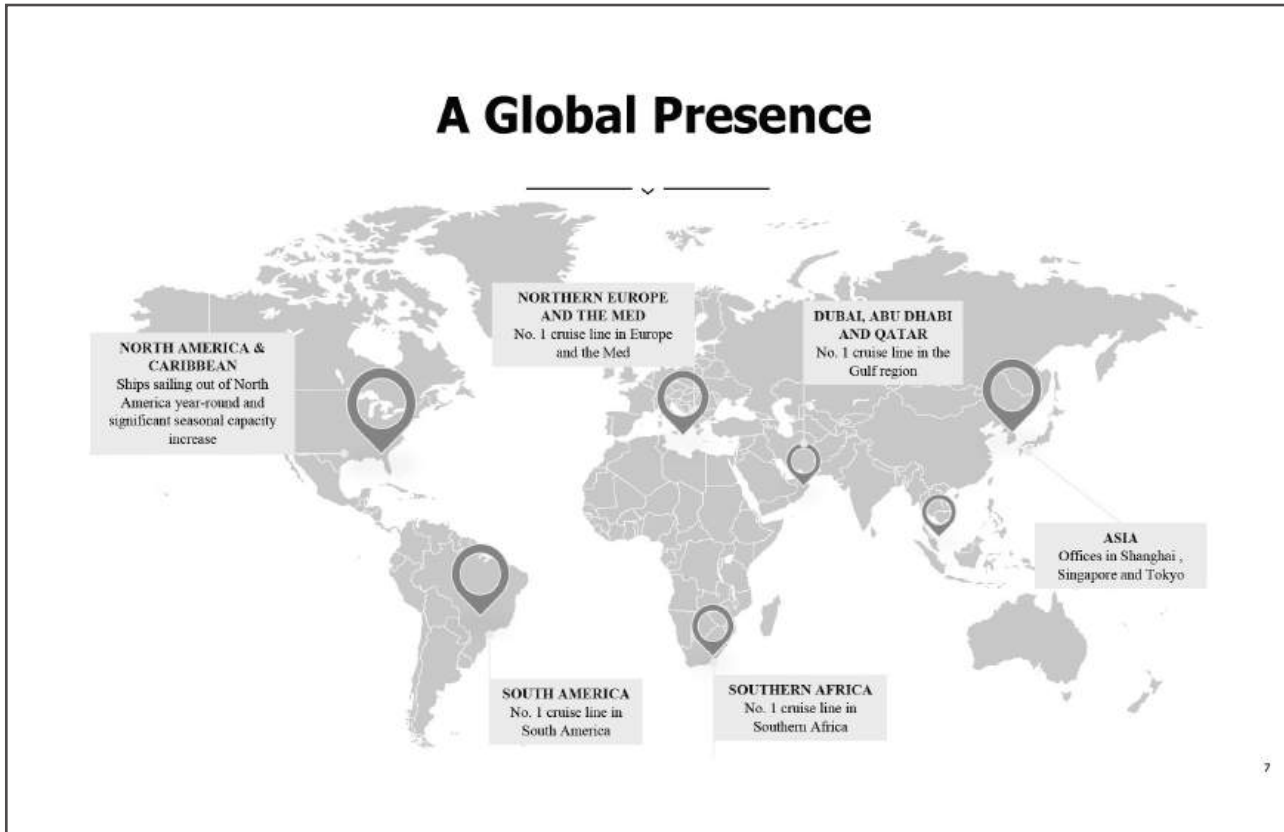
Years of maritime heritage in our Group

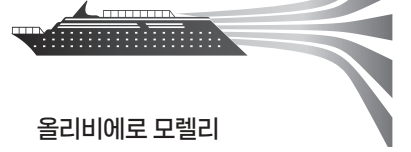
Oliviero MORELLI

President Japan, South Korea, South-East Asia Cruise Division, MSC Cruises

Session 1-3

(Global Cruise Lines) Asia's Cruise Market : Vision and Strategy Toward 2035





올리비에로 모렐리
 MSC 크루즈 일본, 한국, 동남아시아 크루즈 사업부 사장

세션 1-3

(글로벌 크루즈 선사) 아시아 크루즈 시장의 비전과 전략: 2035 점유율 20% 달성을 위하여

MSC Itineraries development in Asia

Asian itineraries are currently focused around Japan, China, and soon Singapore and Korea

Despite the wide range of destinations, itineraries in Asia tend to be **seasonal**, with Spring and Autumn being most popular

To expand itinerary's areas and seasonality, MSC Cruises has successfully developed a **winter season Okinawa** based cruises → So far completed 2 seasons, carrying more than 160,000 guests

Alongside with the Naha itineraries, great results have been achieved with **departures from Keelung**

Key Opportunities and Challenges

OPPORTUNITIES

- 🌿 Southeast Asia is expected to have a population of 740 million in 2035
- 📈 As of today, "cruise population" is much lower compared to other regions (North America, Europe), therefore great results can be achieved through adequate efforts and investments
- 🔄 Not yet widespread Travel Agents penetration offers key to success to Agencies leveraging online booking

CHALLENGES

- 🏗️ Limited infrastructure in key areas compared to other regions reduces operability of larger vessels in ideal destinations
- 🛂 Need to establish best practices hand-in-hand with C.I.Q. and authorities to offer seamless experience to passengers (e.g. airports)

🏛️ Keys for cruise line success and resilience in Asia are long-term investments in terms of presence, and understanding of local needs

10







Oliviero MORELLI

President Japan, South Korea, South-East Asia Cruise Division, MSC Cruises

Session 1-3

(Global Cruise Lines) Asia's Cruise Market : Vision and Strategy Toward 20% by 2035

MSC Cruises Long Term vision for Asia 2025~2035

-  Increase the **source market** for local cruises
-  Increase vessels **deployment**
-  Opening of **new itineraries**
-  Expanding the **local offices** network



11

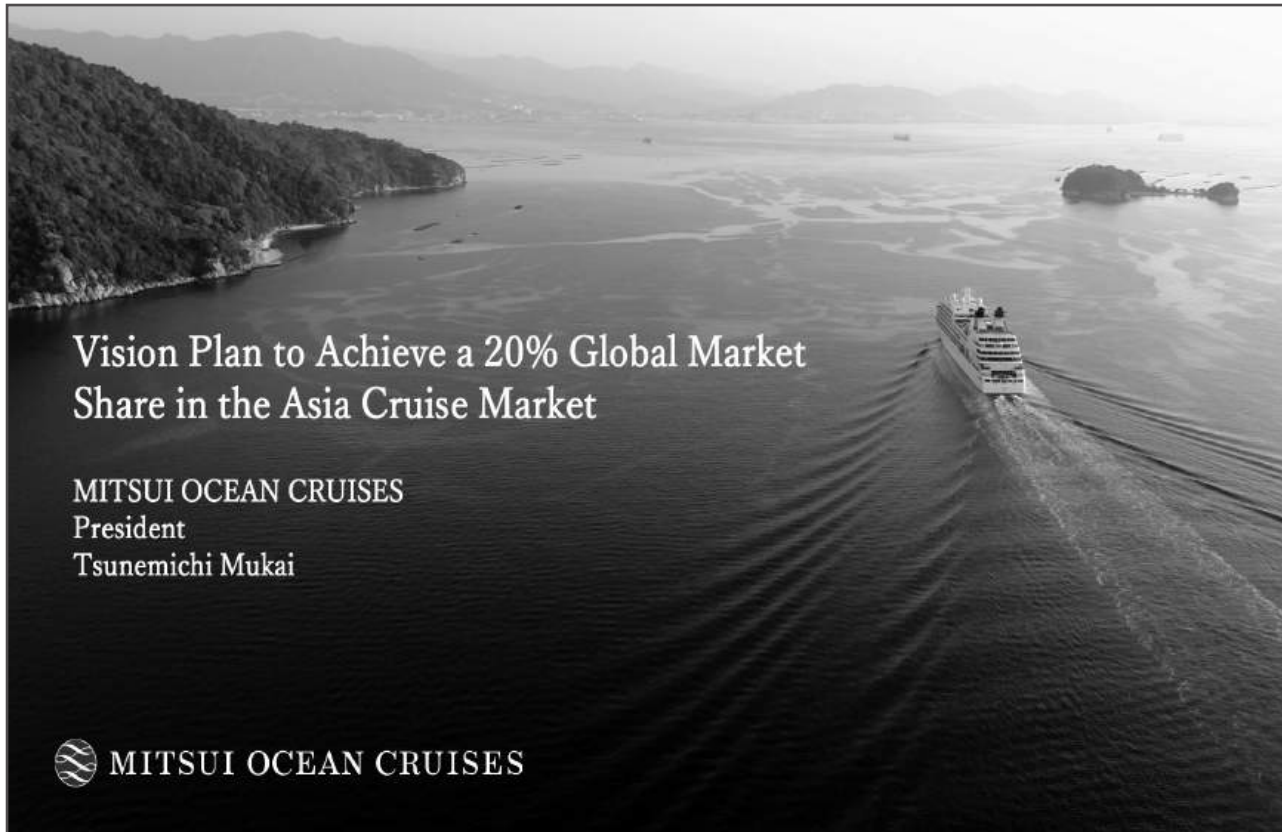




츠네미치 무카이
MOL 크루즈 사장

세션 1-4

(글로벌 크루즈 선사) 아시아 크루즈 시장의 비전과 전략: 2035 점유율 20% 달성을 위하여



Agenda

1. Introduction
 - Our Brand, MITSUI OCEAN CRUISES,
2. Successful example of expanding the market in the global cruise industry
 - Our 140 years of history
3. Positioning Asian Cruise in the global cruise industry
 - Our fleet deployment plan
4. Proposal for development strategy
 - Product Differentiation from other ships

MITSUI OCEAN CRUISES © MOL Cruises, Ltd. All Rights Reserved. 2



Tsunemichi MUKAI
President, MOL Cruises

Session 1-4

(Global Cruise Lines) Asia's Cruise Market : Vision and Strategy Toward 20% by 2035

1. Introduction

Mitsui Ocean Cruises

☒ Japanese cruise line known for its extensive global maritime legacy.

140 years



Japan's first-ever cruise ship with ALL suite staterooms



2 Beautiful ships



Mitsui Ocean Cruises Our Cruise Ships



NIPPON MARU



MITSUI OCEAN FUJI



츠네미치 무카이
 MOL 크루즈 사장

세션 1-4

(글로벌 크루즈 선사) 아시아 크루즈 시장의 비전과 전략: 2035 점유율 20% 달성을 위하여

日本の美しい船旅
FUNATABI
 Beautiful Encounters with Japan

Japan's natural beauty, seasonal traditions, and centuries of maritime heritage—now experienced at sea.
 Rooted in Mitsui's legacy, we offer refined spaces and heartfelt "omotenashi," inviting guests to a peaceful, joyful journey.

MITSUI OCEAN CRUISES © MOC, Cruises, Ltd. All Rights Reserved.

Our Brand – Authentic Culture and Traditions of Japan

- Proud Omotenashi service from the heart
- Praise of Delicious Cuisine – Offer the stylistic beauty and delicate taste of Japanese and international cuisine
- Provide curated entertainment, performing arts and experiences in the tradition of Japan
- Utilize the wisdom of the most experienced Japanese cruise line, founded in 1884

MITSUI OCEAN CRUISES © MOC, Cruises, Ltd. All Rights Reserved.



Tsunemichi MUKAI
President, MOL Cruises

Session 1-4

(Global Cruise Lines) Asia's Cruise Market : Vision and Strategy Toward 20% by 2035

Our Brand – Special Value of Time and Space

- Easy journeys on small ships to ports of natural beauty and exciting interest
- Freedom of choice to become enriched through valuable use of time
- Japanese sense of space, bringing comfort, relaxation and rejuvenation to everyone
- A place to connect with family and friends, and to make new acquaintances



 MITSUI OCEAN CRUISES © MOL Cruises, Ltd. All Rights Reserved.

7

Our Brand – Sustainability

- Respect and protect the environment
- Be socially conscious and support the ports and communities we visit
- Promote kindness, wellbeing and a happy and sustainable lifestyle for our guests and crew



 MITSUI OCEAN CRUISES © MOL Cruises, Ltd. All Rights Reserved.

8



츠네미치 무카이
 MOL 크루즈 사장

세션 1-4

(글로벌 크루즈 선사) 아시아 크루즈 시장의 비전과 전략: 2035 점유율 20% 달성을 위하여

Our Itineraries to Korea

Nippon Maru: Short Cruises Around Japan calling Korea : 4 times in 2025

MITSUMI OCEAN FUJI: International Cruises calling in Korea: 23 times in 2025

MITSUI OCEAN CRUISES © MOL Cruises, Ltd. All Rights Reserved. 9

2. Successful example of expanding the market in the global cruise industry

The most experienced Japanese Cruise Line – our 140 years of history

1800s	Osaka Shosen Kaisha (OSK Line) is Founded
1930s	The Argentina Maru and Brazil Maru Enter Service
1960s	Transported Immigrants to South America
1970s	Changed Company Name to "Mitsui O.S.K. Lines"; Started Leisure Cruises in Japan
1980s	Purchased Shin Sakura Maru and Fuji Maru was Delivered
1990s	Nippon Maru Entered was Delivered
2020s	2023 March: Purchased a cruise ship "SEABOURN ODYSSEY" 2023 August: MOPAS changed its name to MOL Cruises, Ltd., 2023 October: Established a new cruise brand "MITSUI OCEAN CRUISES" newly introduced ship "MITSUI OCEAN FUJI."





Tsunemichi MUKAI
President, MOL Cruises

Session 1-4

(Global Cruise Lines) Asia's Cruise Market : Vision and Strategy Toward 2035

3. Positioning Asian Cruise in the global cruise industry

Varieties of destinations and itineraries with 2 ships



MITSUI OCEAN CRUISES © MOL Cruises, Ltd. All Rights Reserved

(#)

4. Proposal for development strategy

We are expanding our fleet New cruise ship begin operation in late 2026



MITSUI OCEAN CRUISES © MOL Cruises, Ltd. All Rights Reserved

12

2035 아시아크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해
 2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%



츠네미치 무카이
 MOL 크루즈 사장

세션 1-4

(글로벌 크루즈 선사) 아시아 크루즈 시장의 비전과 전략: 2035 점유율 20% 달성을 위하여

Thank you

MITSUI OCEAN CRUISES © MOL Cruises, Ltd. All Rights Reserved.

2025 ASIA CRUISE FORUM JEJU

Session 2

세션 2

(Asia Cruise Destinations)
Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035

(아시아 크루즈 목적지)
아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전

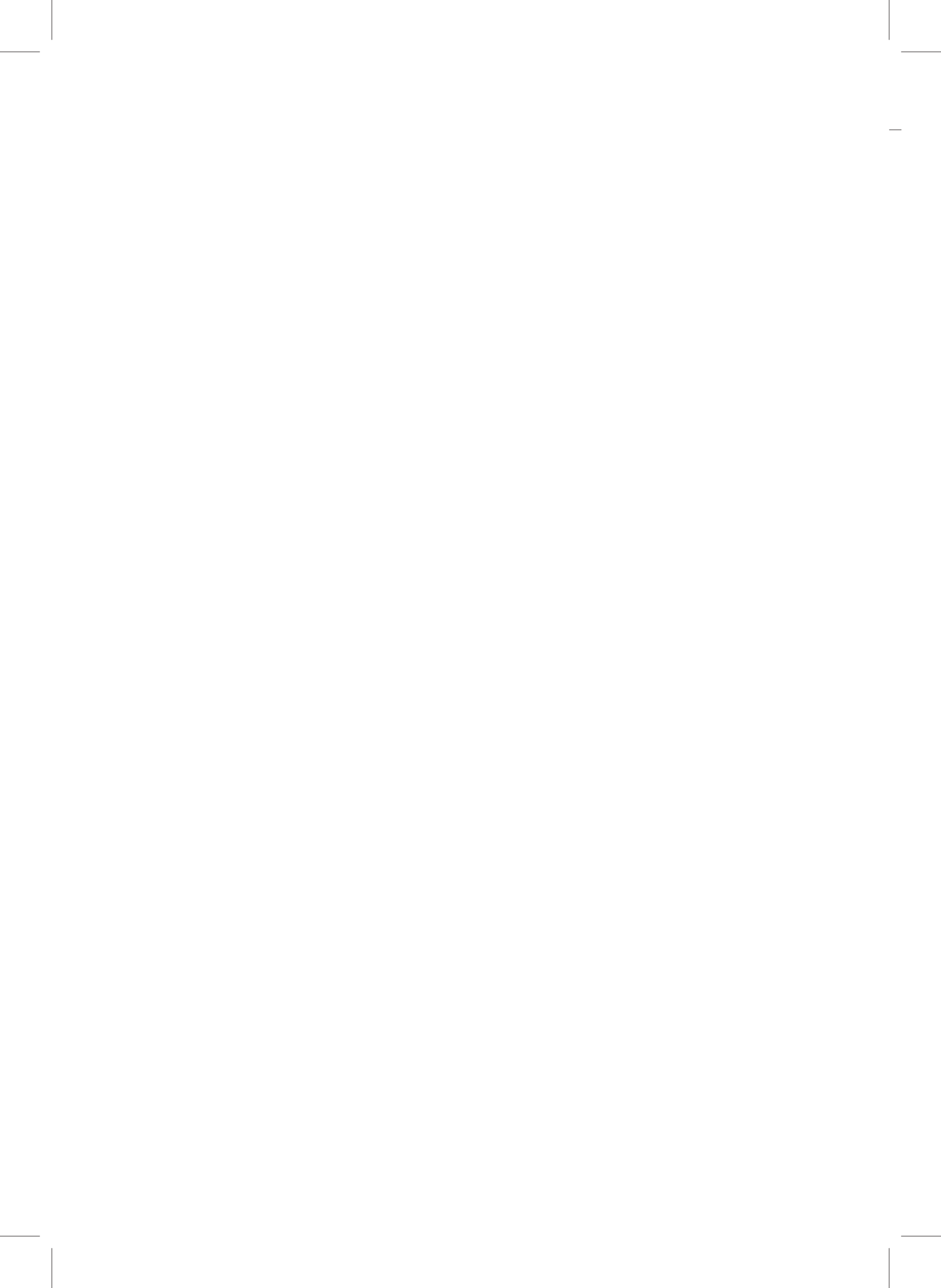
1. Alvin Geoffrey ALPHONSO 알빈 제프리 알폰소
CEO, Port Klang Cruise Terminal Sdn. Bhd
말레이시아 Port Klang 대표이사

2. Chan-Jung CHANG 찬정 장
Vice President of Business, Taiwan International Ports Corporation
대만항만공사 사업부 부사장

3. Yusuke ITOKAWA 유스케 이토카와
Vice Chairman, Japan International Cruise Committee
일본국제크루즈협회 부회장

4. Marilyn THAM 마릴린 탐
General Manager, Mega Events, MICE & Cruise, Hong Kong Tourism Board
홍콩관광청 MICE 및 크루즈 총괄 관리자

5. Paulo Benito TUGBANG 파울로 베니토 터그방
Director, Product Development, Philippine Department of Tourism
필리핀관광부 상품 개발 이사





알빈 제프리 알폰소
 말레이시아 Port Klang 대표이사

세션 2-1

(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전




ADVANCING ASIAN CRUISE DESTINATION

Strategies, Policies and Vision 2035

Speaker :
Mr. Alvin Geoffrey Alphonso
 CEO, Port Klang Cruise Terminal Sdn. Bhd
 10 July 2025







portklangcruiseterminal

STRATEGY FOR ATTRACTING GLOBAL CRUISE LINES IN THE DESTINATION PERSPECTIVE.

Equipped with state-of-the-art facilities and amenities for handling of cruise and navy vessels, located approximately 55km to Kuala Lumpur and 1 hour away from Kuala Lumpur International Airport, making it the homeporting gateway for ASEAN...

Description of Terminal

- Acquired in September 2021
- PKCT is a 50:50 joint venture between Northport and Westports Holdings
- The terminal has a total of 3 berths
- The main berth is 450 meters in length and capable of hosting largest cruise ship in the world

Key Operating Stats


Passenger ('000 pax)


Year	2018	2019	2022	2023	2024
Passenger	477	364	345	631	480

No. of vessel calls

Year	2018	2019	2022	2023	2024
Calls	230	266*	141	195	168

Key Facts

Location	<ul style="list-style-type: none"> PKCT is strategically located at Port Klang, at a central region connected with 7 major expressways and main railway line Close proximity to the main shipping route along the Strait of Malacca and surrounded by well developed and mature hinterland
Facilities	<ul style="list-style-type: none"> Terminal Building Immigration and Custom office Tourist Information Centre Foreign exchange counters Duty-free outlets Parking bays for cars and tour coaches Taxi and bus service ATM Machine
Proximity to attractions	<ul style="list-style-type: none"> 20 km to nearest town centre 65 km to capital city
Proximity to airport	<ul style="list-style-type: none"> 75 km (1 hour driving)
Attractions on offer	<ul style="list-style-type: none"> Petronas Twin Tower Merdeka Square Batu Caves
Cruise lines	



portklangcruiseterminal

Alvin Geoffrey ALPHONSO
CEO, Port Klang Cruise Terminal Sdn. Bhd

Session 2-1

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035



STRATEGY FOR ATTRACTING GLOBAL CRUISE LINES IN THE DESTINATION PERSPECTIVE.

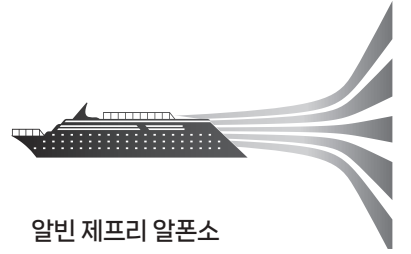
1. Enhance Destination Appeal

To attract global cruise lines through destination development

Key Actions:

- ▶ Invest in modern, passenger-friendly port infrastructure
- ▶ Promote port-city integration (ease of movement, seamless experiences)
- ▶ Create themed itineraries across Asian countries (e.g.: heritage, nature, gastronomy)
- ▶ Develop shore excursions in partnership with local communities – elaborate, PKCT already created the working group for the new shore excursion.





알빈 제프리 알폰소
 말레이시아 Port Klang 대표이사

세션 2-1

(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전

STRATEGY FOR ATTRACTING GLOBAL CRUISE LINES IN THE DESTINATION PERSPECTIVE.

2. Policy Alignment & Regional Collaboration

Key Actions:

- ▶ Harmonize regulations across ports and nations
- ▶ Establish multi-country cruise corridors
- ▶ Incentivized homeporting
- ▶ Joint marketing campaigns under a regional cruise brand (e.g., "Cruise Asia Collective")



f d @ portklangcruiseterminal

STRATEGY FOR ATTRACTING GLOBAL CRUISE LINES IN THE DESTINATION PERSPECTIVE.

3. Sustainable and Smart Cruise Tourism

To ensure growth is resilient and responsible.

Key Actions:

- ▶ Adopt green port technologies (shore power, waste management)
- ▶ Limit over-tourism through scheduling and capacity planning
- ▶ Use digital platforms to manage cruise flows and passenger experiences




f d @ portklangcruiseterminal

Alvin Geoffrey ALPHONSO
CEO, Port Klang Cruise Terminal Sdn. Bhd

Session 2-1

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035




RAISING AWARENESS OF ASIA'S CRUISE MARKET POTENTIAL

- ▶▶ Host regional cruise expos and B2B forums
- ▶▶ Strengthen partnerships with global cruise associations
Use data and storytelling to highlight Asia's market
- ▶▶ readiness and uniqueness
Empower local tourism boards to promote cruise tourism
- ▶▶ proactively

f d i portklangcruiseterminal

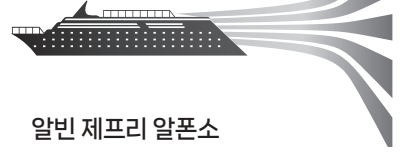
CONCLUSION

Malaysia is more than a homeport—it offers diversity, accessibility, and hospitality. Now is the time to put Malaysia at the heart of Asia's cruise narrative.



f d i portklangcruiseterminal

2035 아시아크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해
2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%

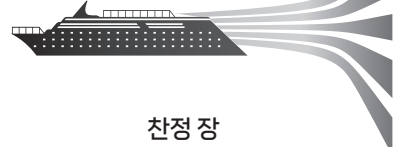


알빈 제프리 알폰소
말레이시아 Port Klang 대표이사



세션 2-1

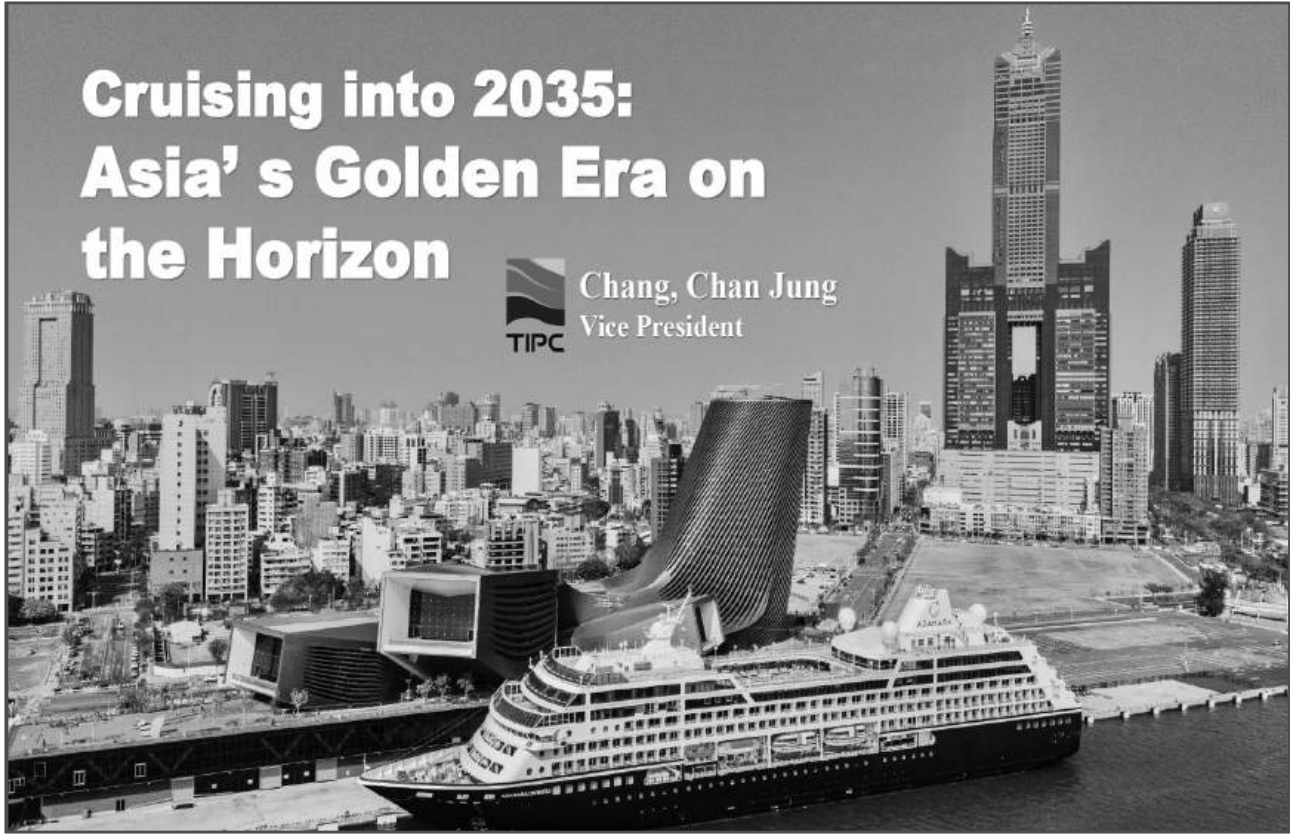
(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전



찬정장
 대한항만공사 사업부 부사장

세션 2-2

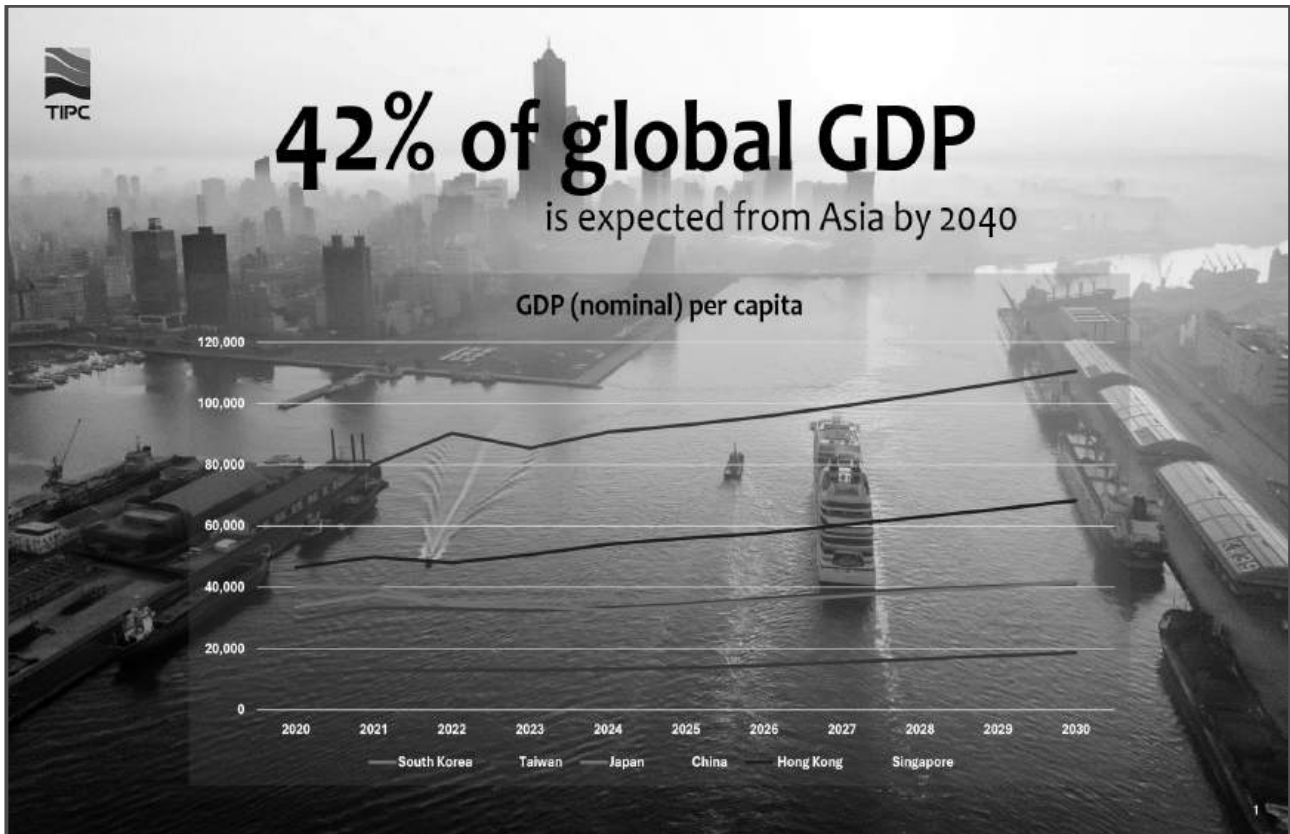
(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전



Cruising into 2035: Asia's Golden Era on the Horizon



Chang, Chan Jung
 Vice President





Chan-Jung CHANG

Vice President of Business, Taiwan International Ports Corporation

Session 2-2

(Asia Cruise Destination) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035

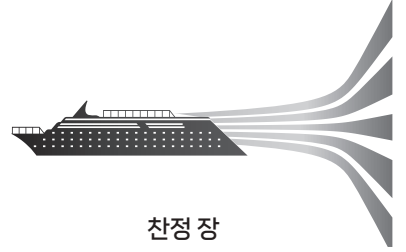
Global cruise capacity
10% growth by 2028
30% growth by 2033

45.1
Average Age of Taiwanese Cruise Travelers in 2024

46.5
Global Travelers'

Cruise Passenger Age Statistics

Year	0-10	10-20	20-30	30-40	40-50	50-60	60-70	70-80	80-90	>90
2024	~10%	~15%	~25%	~35%	~15%	~10%	~5%	~2%	~1%	~1%
2023	~10%	~15%	~25%	~35%	~15%	~10%	~5%	~2%	~1%	~1%
2019	~10%	~15%	~25%	~35%	~15%	~10%	~5%	~2%	~1%	~1%
2018	~10%	~15%	~25%	~35%	~15%	~10%	~5%	~2%	~1%	~1%



찬정장
 대만항만공사 사업부 부사장

세션 2-2

(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전



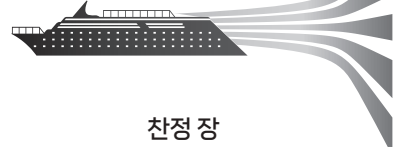
Chan-Jung CHANG

Vice President of Business, Taiwan International Ports Corporation

Session 2-2

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035

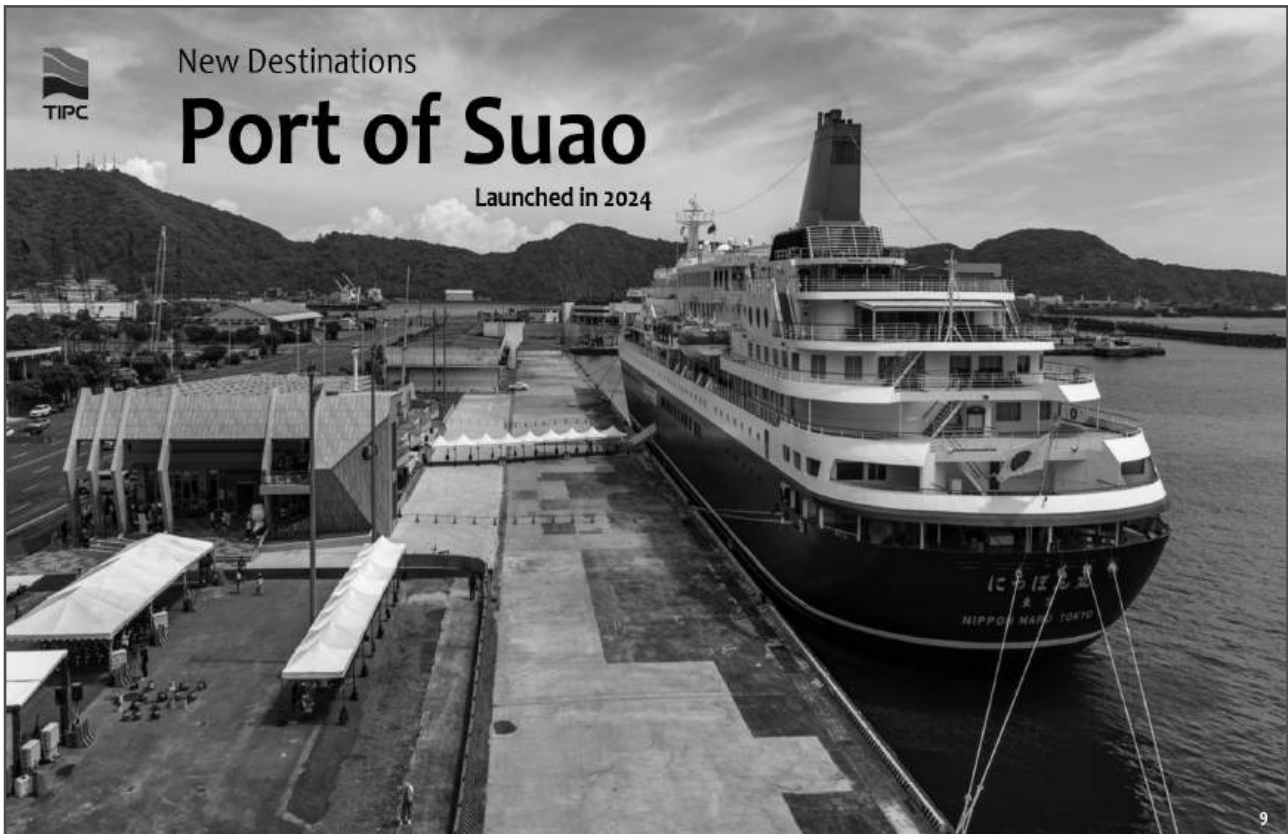
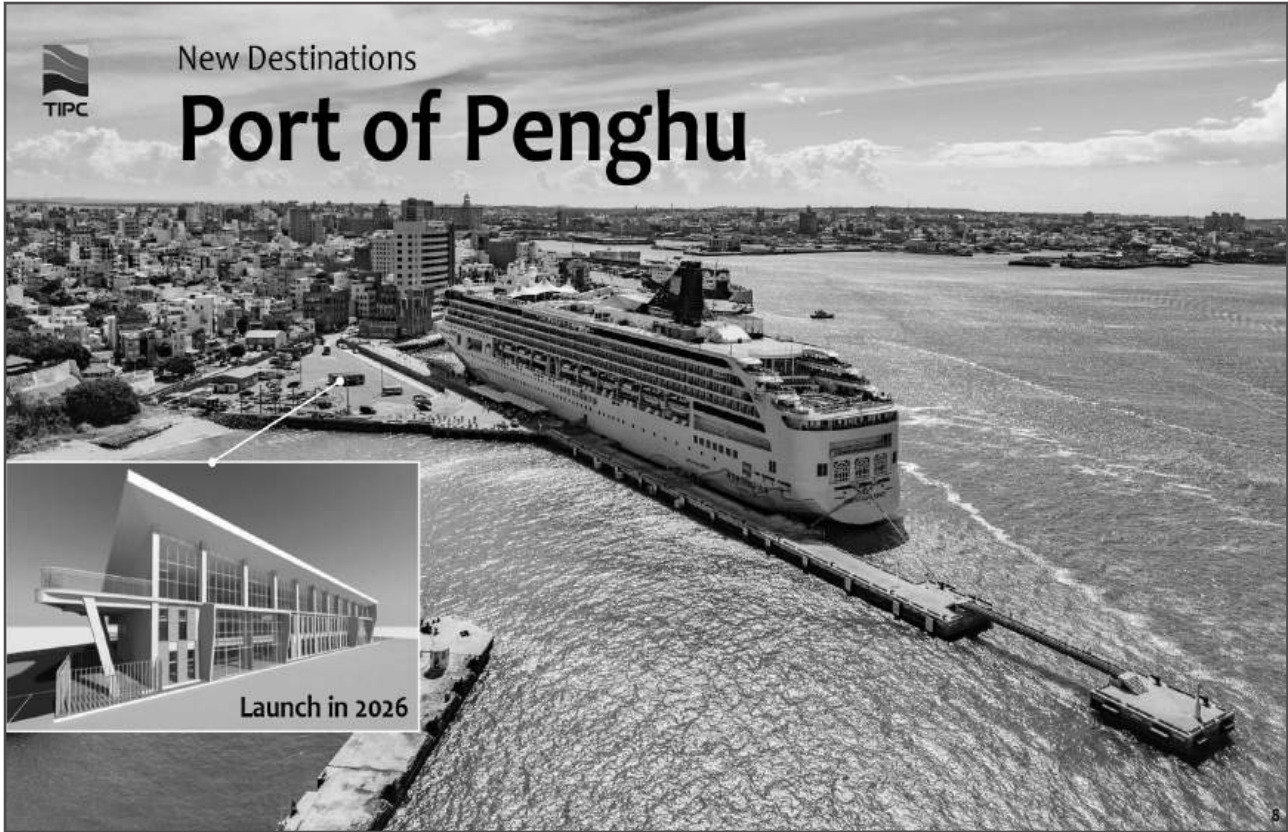




찬정장
 대만항만공사 사업부 부사장

세션 2-2

(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전



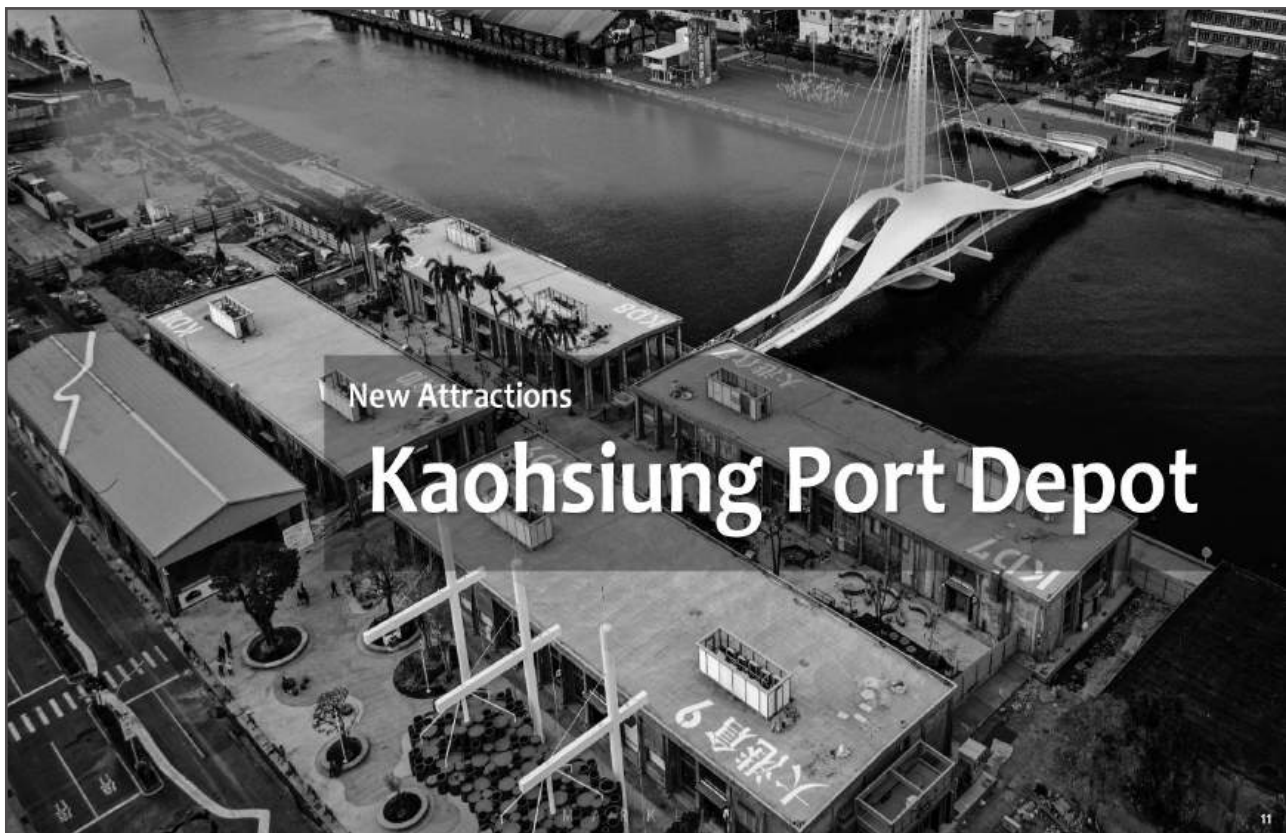


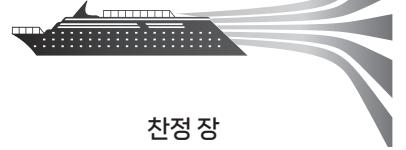
Chan-Jung CHANG

Vice President of Business, Taiwan International Ports Corporation

Session 2-2

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035





찬정장
 대만항만공사 사업부 부사장



Optimizing Immigration Process

✓ Reduced Processing Times

✓ Technology Integration

세션 2-2

(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전



Sustainability Efforts

“TIPC is committed to promoting sustainable cruise tourism.”

Onshore power supply

- Kaohsiung by 2026.
- Keelung by 2026.



Chan-Jung CHANG

Vice President of Business, Taiwan International Ports Corporation

Session 2-2

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035

Enhancing Regional Port Collaboration

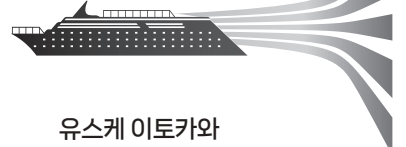
By strengthening port-to-port collaboration and designing cruise itineraries, we can attract more cruise lines to operate in Asia and build a more diverse and appealing cruise destination network.

14

Taiwan
The Wonderful Cruiseland

Thank You!

15



유스케 이토카와
 일본국제크루즈협회 부회장

세션 2-3

(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전

2025 ASIA CRUISE FORUM JEJU

Advancing Asian Cruise Destinations:
 Strategies, Policies, and Vision 2035

Yusuke Itokawa 2025/7/10
 Japan International Cruise Committee

1. Japan Homeport sailing
2. Important market for Japanese industry
3. The unique character of Japanese ports

Yusuke ITOKAWA
Vice Chairman, Japan International Cruise Committee

Session 2-3

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035

1. Japan Homeport sailing

Starting 2010 RCI Legend of the seas

2013 PCL Sun Princes



the

Initially, 80-100% in

Japanese market



1. Japan Homeport sailing

Starting 2016 Costa Costa Victoria

2018 MSC MSC Splendida

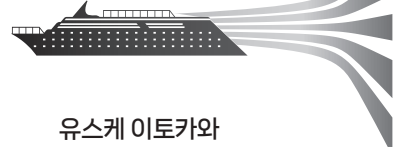


2020 Tokyo Olympic

>> Gradually, the ratio of the international market will increase.

After Covid, 2023, Luxury and expedition category ships are entering Japan, with some ships targeting 100%





유스케 이토카와
 일본국제크루즈협회 부회장

세션 2-3

(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전

2. Important market for Japanese industry

Cruise lines make their decisions based on demand.
 Japan is focusing on three markets!!!

- A. Western Market (US, Europe and AU/NZ)
- B. Asian Market (Korea, China and Taiwan)
- C. Japan Market



2. Important market for Japanese industry

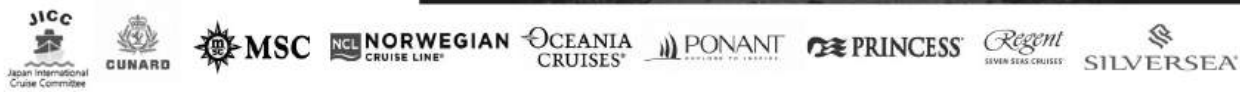
A. Western Markets

(premium and luxury category cruiseline)

For Western passengers, continuing to offer cruises will require enhancing the appeal of ports of call

Challenge

- ⇒ Improving the quality of Shorex
- ⇒ Developing new attractions





Yusuke ITOKAWA

Vice Chairman, Japan International Cruise Committee

Session 2-3

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035

2. Important market for Japanese industry

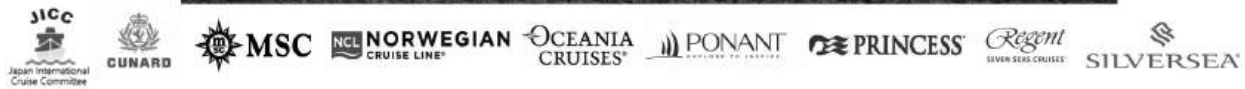
B. Asian Markets

(Contemporary category cruiseline)

For Asian passengers, continued coming is geopolitically necessary

Challenge

- ⇒ Without China, an increase in the number of port calls cannot be expected
- ⇒ How to manage the issue of over tourism?
- ⇒ If the political situation changes, would mixed cruises with neighboring countries be possible?



2. Important market for Japanese industry

C. Japan Markets

For the Japan market (currently Princess, MSC and Viking)

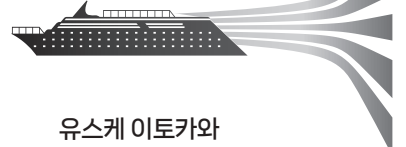
This is the most important market in Japan!

Year-round deployment can be expected for Japanese passengers.

Challenge

- ⇒ How to expand the market





유스케 이토카와
일본국제크루즈협회 부회장

세션 2-3

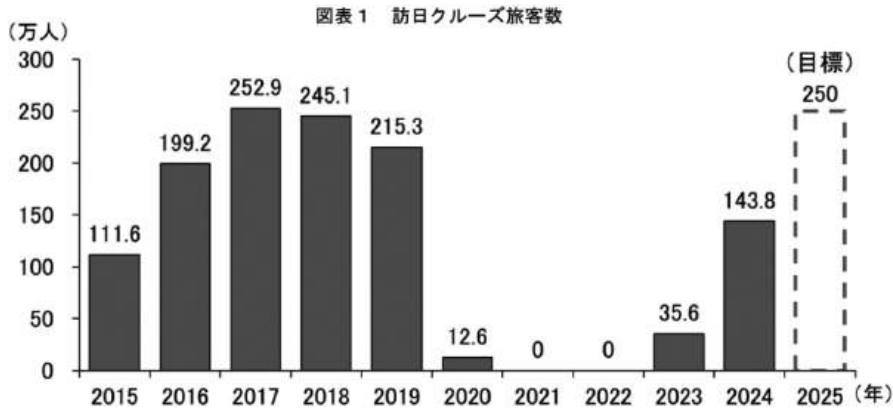
(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전

2. Important market for Japanese industry



3. The unique character of Japanese ports

Number of cruise passengers visiting Japan



Yusuke ITOKAWA
Vice Chairman, Japan International Cruise Committee

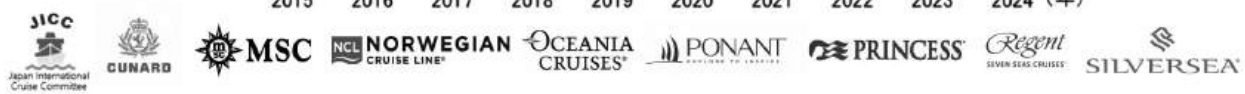
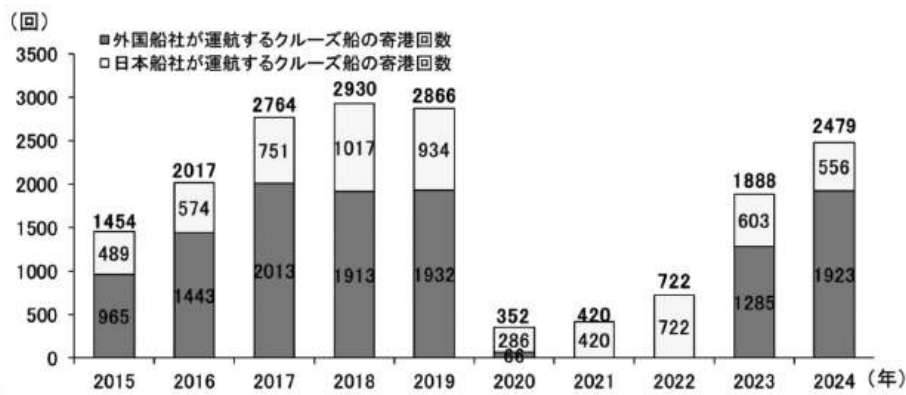
Session 2-3

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035

3. The unique character of Japanese ports

Number of cruise ships calling at Japanese ports

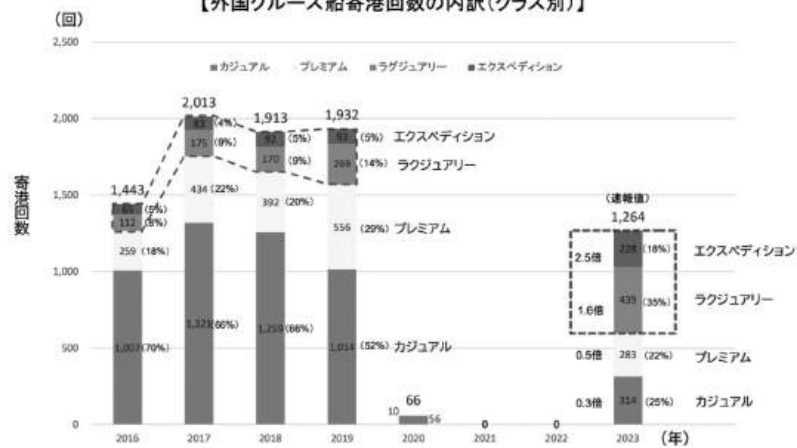
図表 3 我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数

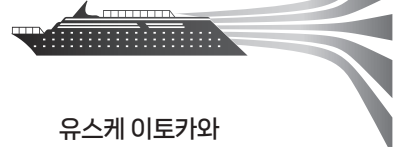


3. The unique character of Japanese ports

Breakdown of international cruise ship calls by category

【外国クルーズ船寄港回数の内訳(クラス別)】





유스케 이토카와
 일본국제크루즈협회 부회장

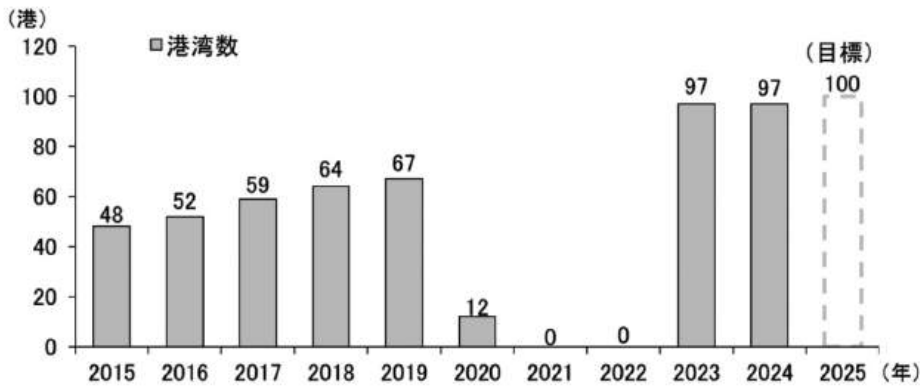
세션 2-3

(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전

3. The unique character of Japanese ports

Number of ports visited by international cruise ships

図表 10 外国クルーズ船が寄港する港湾数



3. The unique character of Japanese ports

Number of ports for international cruise ships > 100 Port

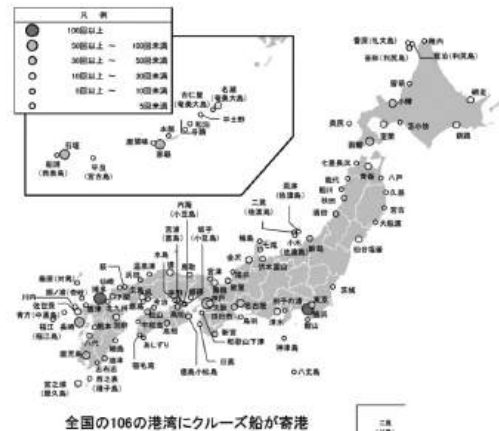
All port management is handled by local governments

MLIT

>>Global Cruiseline contact point

JNTO

>>All Japan port sales (Seatarede Global)





Yusuke ITOKAWA

Vice Chairman, Japan International Cruise Committee

Session 2-3

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035

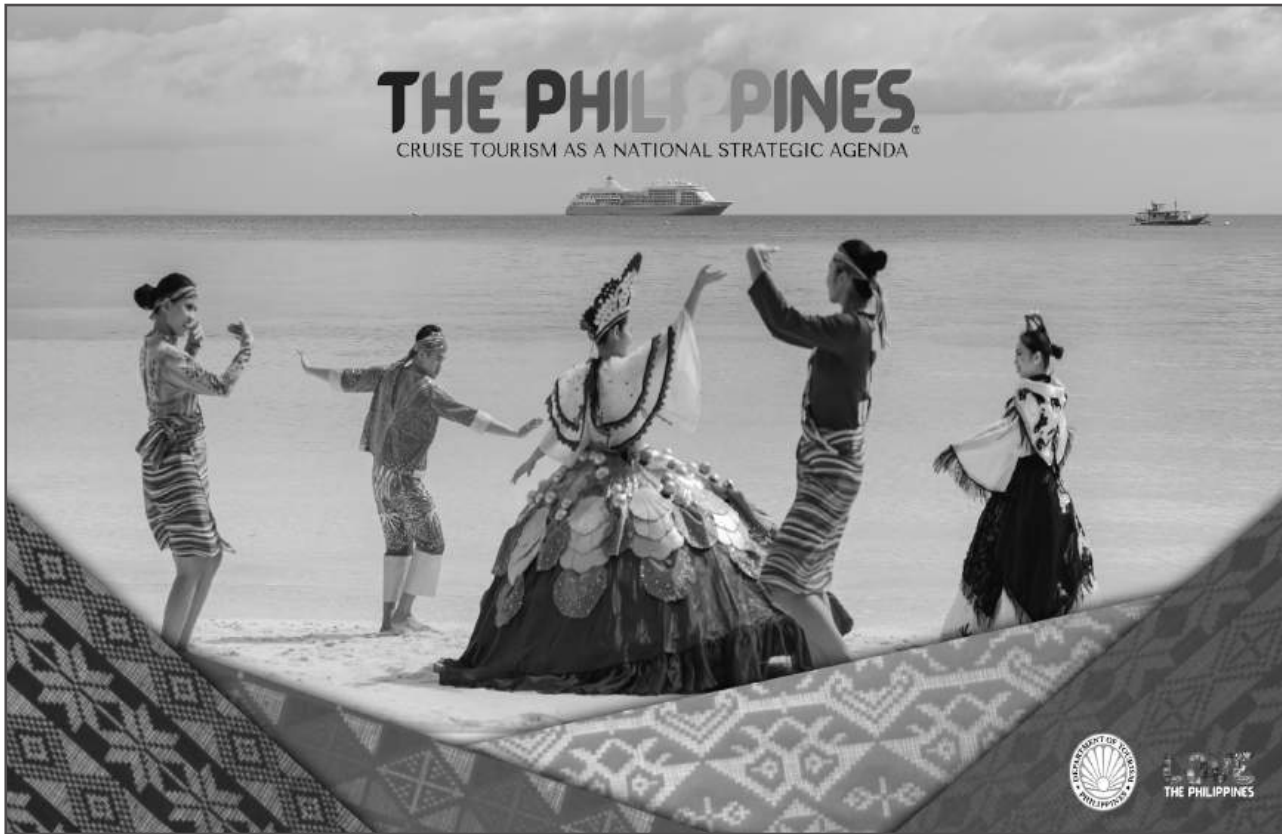




파울로 베니토 터그방
 필리핀관광부 상품 개발 이사

세션 2-5

(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전



THE PHILIPPINES

- One of the world's largest archipelagic nations and among the most biodiverse
- A leading source of global maritime manpower
- Positioned to become a top-of-mind cruise destination in Asia
- Offers a wide range of experiences, from nature, culture, and islands



Living cultures and traditions



"Center of the center" of marine biodiversity



Cultural cradle of endemic flora and fauna

Paulo Benito TUGBANG
Director, Product Development, Philippine Department of Tourism

Session 2-5

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035

PHILIPPINE National Tourism Development Plan 2023-2028

CRUISE TOURISM AS A STRATEGIC GROWTH AREA

DIVE **SUN & BEACH** **M.I.C.E.** **FOOD**

NATURE **ESL**

CULTURE **WELLNESS** **CRUISE**

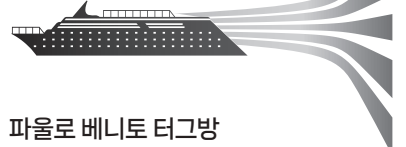
PORTS AND DESTINATIONS

- Over **twelve (12)** active ports participating in cruise tourism
- Managed by the Philippine Ports Authority and private partners
- With **sixty-three (63)** cruise-ready destinations offering a wide variety of shore excursion activities and experiences, spread across more than 7,000 islands

List of Ports can be accessed here

CRUISE-READY DESTINATIONS

				CULTURE
				NATURE
				ISLANDS



파올로 베니토 터그방
필리핀관광부 상품 개발 이사

세션 2-5

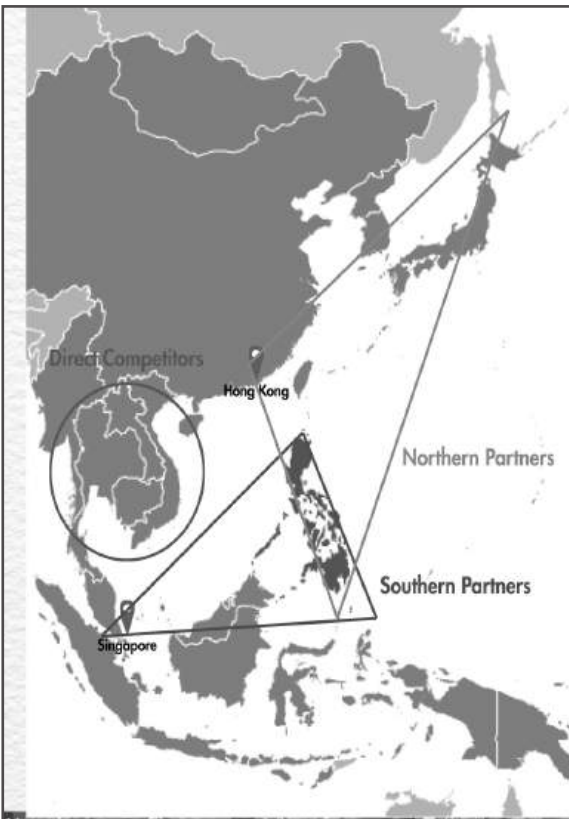
(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전

SUMMARY OF CRUISE ARRIVALS (2018-2025)

Number of Calls	Top Destinations	Growth Rate	Sea Arrivals
2018: 178 calls	1st - Manila 2nd - Subic 3rd - Boracay	36.92%	241,652
2019: 102 calls	1st - Manila 2nd - Subic 3rd - Coron	-42.70%	143,224
2023: 125 calls	1st - Manila 2nd - Puerto Princesa 3rd - Subic	22.55% Compared to 2019	21,295
2024: 108 calls	1st - Manila 2nd - Puerto Princesa 3rd - Coron	-13.60%	21,036
2025: 127 scheduled calls As of June 2, 2025	1st - Manila 2nd - Puerto Princesa 3rd - Boracay	17.59% projected	47,295 projected



CRUISE GEOGRAPHY



Distance from Manila to key Asian home ports:	NM	@16 Knots	Practicality
• Hong Kong, China	633	40 h	Good
• Sanya, China	695	43 h	Fair
• Xiamen, China	612	39 h	Good
• Shanghai, China	995	62 h	Good but two (2) days at sea
• Kaohsiung, Taiwan	507	32 h	Fair
• Keelung, Taiwan	730	46 h	Poor
• Sandakan, Malaysia	590	37 h	Good
• Melekeok, Palau	909	57 h	Good but two (2) days at sea
• Hagatna, Guam	1387	87 h	Three (3) days at sea

Distance from Puerto Princesa to key Asian home ports:	NM	@16 knots	Practicality
• Kota Kinabalu, Malaysia	275*	18 h	Fair
• Sandakan, Malaysia	280	18 h	Fair
• Bandar Seri Begawan, Brunei	368	23 h	Poor
• Singapore, Singapore	1023	64 h	Okay but two (2) days at sea

Paulo Benito TUGBANG
Director, Product Development, Philippine Department of Tourism

Session 2-5

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035

CRUISE SCENARIOS (OPEN JAW CRUISING)

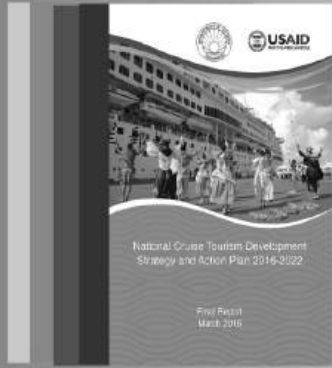
SCENARIO 1:
When the eastern seaboard of Mainland Asia is part of the itinerary, the Philippines almost always does not get included

STRATEGIC PARTNERSHIPS FOR THE PHILIPPINES

Northern Partners

Southern Partners

SCENARIO 2:
When the eastern seaboard of Mainland Asia is not part of the itinerary, the Philippines may get included



NATIONAL CRUISE TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY AND ACTION PLAN

- Developed by the Department of Tourism to guide cruise tourism development
- Serves as a roadmap to increase cruise calls, improve guest experience, and boost local economies
- Emphasizes government-private sector collaboration
- Pillars: Access, Experience, Infrastructure

Strategies to Attract Global Cruise Lines

- Destination branding and visibility through participation in trade shows
- Incentives: port fee reductions, co-marketing campaigns
- Regional promotions and marketing support through the ACC and ASEAN
- Launch of the Cruise Visa Waiver (CVW) program

Policy Frameworks for Sustainable Growth

- Coordinated support from national, port, and local authorities
- Environmental safeguards and destination protection
- Emphasis on local jobs, and small tourism enterprises



파울로 베니토 터그방
필리핀관광부 상품 개발 이사

세션 2-5

(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전

GOVERNMENT SUPPORT



- Government initiatives
- Visa policies
- Regulatory reforms
- Collaborative approach with the private sector
- Top-down management with local government units

POLICY HIGHLIGHT: CRUISE VISA WAIVER PROGRAM

The CWVP aims at simplifying the visa application process for visa-required nationals who enter and exit the country through cruise ships for tourism purposes.

As of May 2025:

Vessel	CVWs Issued	Port of Call
Adora Mediterranea	1,579	Manila
Adora Mediterranea	2,394	Subic
Blue Dream Melody	452	Subic
Queen Anne	3	Subic
TOTAL	4,428	

PRIORITY DESTINATIONS



- Assessed over 15 ports for cruise potential with key criteria: infrastructure, excursion quality, local government engagement
- Focused development around the "Turquoise Triangle"
- High port density: Manila, Boracay, Puerto Princesa





Paulo Benito TUGBANG

Director, Product Development, Philippine Department of Tourism

Session 2-5

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035

STRATEGIC REGIONAL PARTNERSHIPS

ASIA CRUISE COOPERATION (ACC)

- Member since 2014
- Multilateral partnership with Hainan, Hong Kong, Korea, Taiwan, and Xiamen
- Focuses on joint marketing, itinerary development, and policy harmonization
- ACC engagements include:
 - Participation in cruise industry events
 - Hosting forums to enhance cruise-destination coordination
 - Support for infrastructure, CIQ processes, and visa facilitation



- Singapore as lead convenor
- Regional promotion of ASEAN in global trade shows and other platforms
- Bilateral meetings with member agencies to promote the ASEAN as a cruise-ready destination
- Participation in the first ASEAN-India Cruise Dialogue on June 30 - July 1, 2025

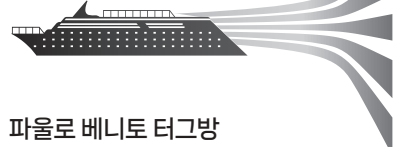
ASEAN CRUISE NETWORK

Seatrade Cruise Asia

SEATRADE CRUISE ASIA 2024

- Landmark hosting by the Philippines
- Brought together 400+ international participants, incl. 50+ cruise line executives
- Featured conferences, B2B networking, exhibitions, and familiarization trips
- Highlighted potential growth opportunities in the region





파울로 베니토 터그방
 필리핀관광부 상품 개발 이사

세션 2-5

(아시아 크루즈 목적지) 아시아 크루즈 목적지의 미래 : 정책방향과 2035 비전



Paulo Benito TUGBANG

Director, Product Development, Philippine Department of Tourism

Session 2-5

(Asia Cruise Destinations) Future of Asian Cruise Destinations : Policies and Vision 2035



THE PHILIPPINES
CRUISE TOURISM AS A NATIONAL STRATEGIC AGENDA

Presented by: Paulo Benito S. Tugbang, M.D.
Director, Office of Product Development

Contact:
Mr. Erwin F. Balane, D.P.A.
Tourism Attaché
Philippine Department of Tourism (PDOT) Korea
Phone number: (822)598-2290
Email address: pdot@philippinetourism.co.kr
Website: philippinetourism.co.k
Address: Suite 801, President Hotel, Euljiro 16
Jung-gu, Seoul 04533 Korea



2025 ASIA CRUISE FORUM JEJU

Session 3

세션 3

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할

1. Hyun BAEK 백현

CEO, LotteTour Development

롯데관광개발 대표이사 사장

2. Sae ICHIKAWA 사에 이치카와

General Manager, Port Operations & Destination Experience Group, MOL Cruises

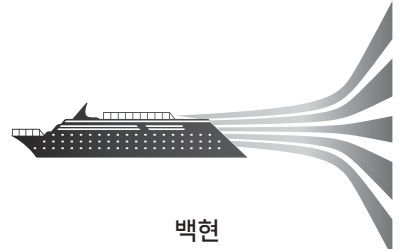
MOL 크루즈 항만 운영 및 목적지 체험 총괄

3. Paul PRUANGKARN 폴 프루앙칸

Director, Communications & Marketing, Pacific Asia Travel Association (PATA)

아시아태평양여행협회 커뮤니케이션·마케팅 이사





백현
롯데관광개발 대표이사 사장

세션 3-1

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할



Navigating Sustainable Growth
in the Asian Cruise Market

롯데관광
LOTTE TOUR



백현 (HARRY BAEK | CEO / PRESIDENT / PHD in TOURISM)
President and CEO, Lotte Tour Development
Chairman, Jeju Cruise Industry Promotion Committee (Former)
Adjunct professor, Department of Tourism Management,
School of Tourism, Kyung Hee University Graduate School

롯데관광
LOTTE TOUR



Hyun BAEK
CEO, LotteTour Development

Session 3-1

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors

Contents

- I . History of Lotte Tour Cruise Operations
- II . Challenges for Growth in the Asian Cruise Market



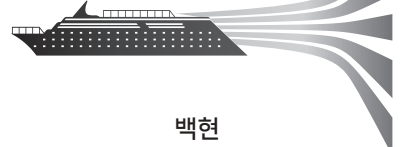
롯데관광
LOTTE TOUR



History of Lotte Tour Cruise Operations



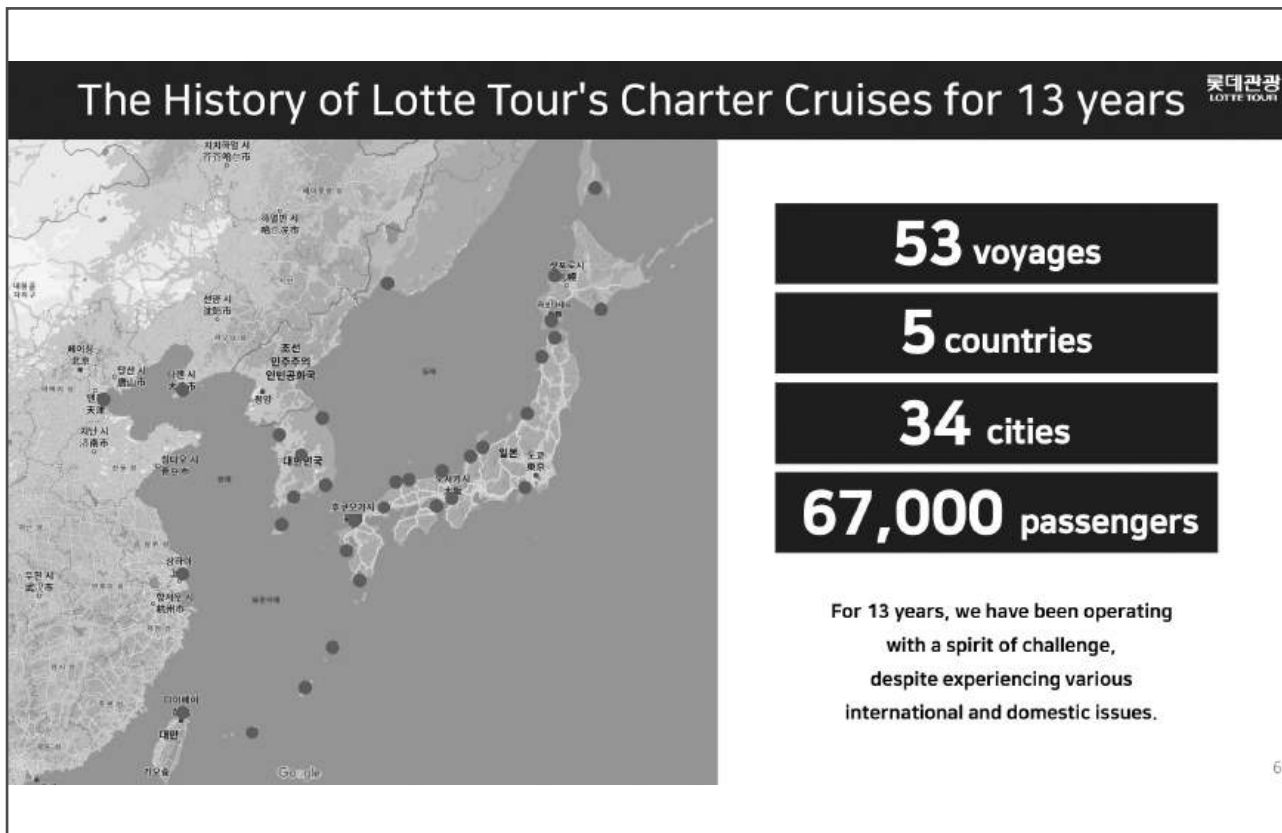
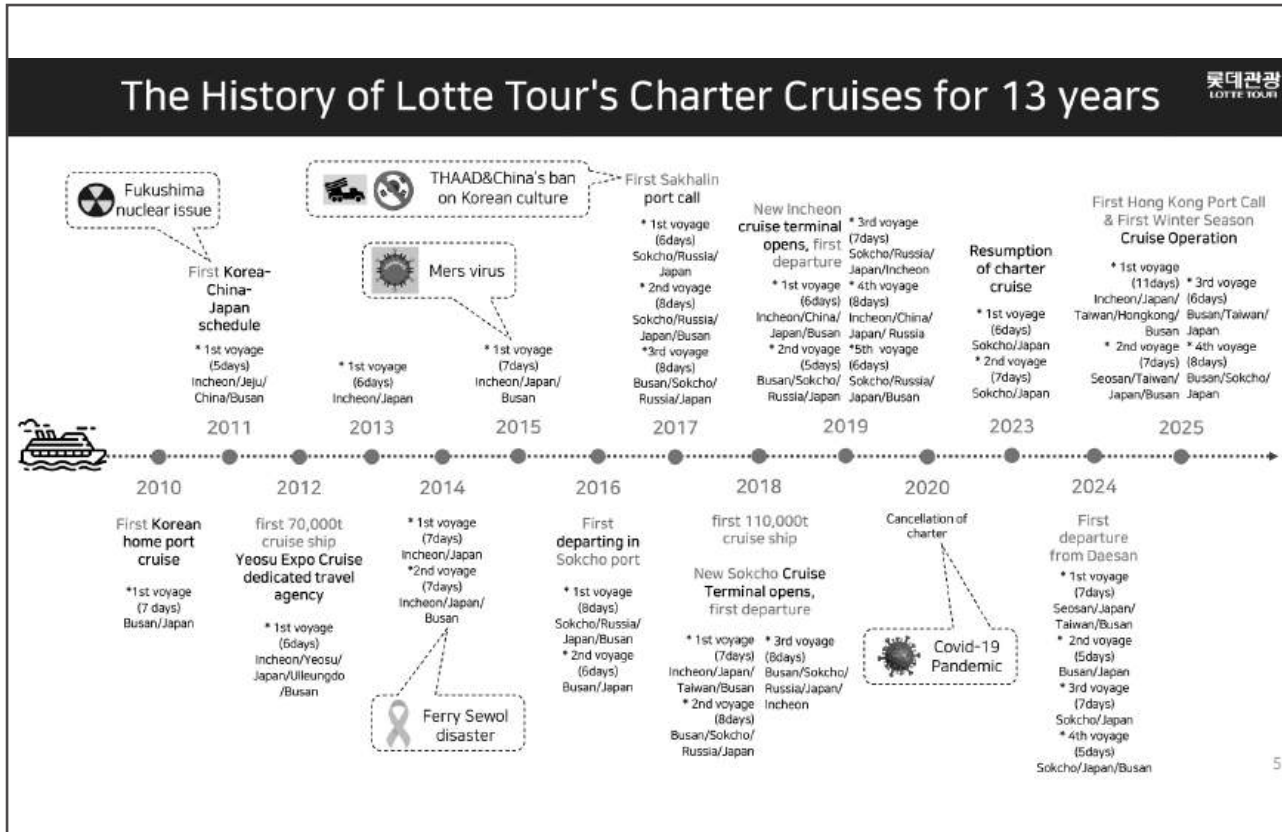
롯데관광
LOTTE TOUR



백현
롯데관광개발 대표이사 사장

세션 3-1

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할




Hyun BAEK
CEO, LotteTour Development

Session 3-1

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors


2025 Lotte Tour's charter cruise

4 charter cruises planned for 2025 and 4 charter cruises planned for 2026.



First 4-Country Asia Itinerary in January 2025
(First Hong Kong Port Call, 1,800 passengers)


Jan 6 - Jan 16 (10 Nights, 11 Days)
Incheon - Okinawa - Ishigaki -
Hong Kong (Overnight) - Keelung - Busan



Korea-Taiwan-Japan Cruises in May 2025
(2 voyages, 5,000 passengers)

May 19 - May 25 (6 Nights, 7 Days)
Seosan - Keelung - Nagasaki - Busan

May 25 - May 30 (5 Nights, 6 Days)
Busan - Keelung - Sasebo - Busan




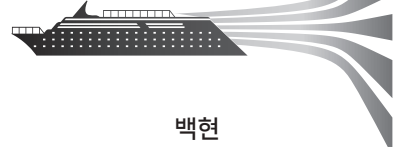
New Hokkaido Round-Trip Cruise Launch in September 2025
(First Kushiro Port Call, approximately 2,500 passengers)

Sep 5 - Sep 12 (7 Nights, 8 Days)
Busan - Sokcho - Muroan -
Kushiro - Hakodate - Busan

Challenges for Growth in the Asian Cruise Market

2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%





백현
롯데관광개발 대표이사 사장

세션 3-1

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할

2. Challenges for Growth in the Asian Cruise Market 롯데관광
LOTTE TOUR

Significant challenges exist in key areas hindering the growth of the Asian cruise market.

<p>Environment</p> <p>Environmental pollution issues during cruise operations</p> <p>↓</p> <p>Need for eco-friendly vessels like LNG-powered ships Vs. High investment costs</p>	<p>Tourism Content</p> <p>Lack of differentiated local content</p> <p>Short stays due to brief port calls, leading to low satisfaction with destinations</p>	<p>Local Communities</p> <p>Limited capacity of cruise destinations, resulting in insufficient local economic revitalization</p>	<p>Policy</p> <p>Insufficient simplification of visa policies and port policies in each country</p>
---	---	---	--

Challenges in the Korean Market

- Hardware limitations for berthing large cruise ships: Most ports cannot accommodate cruises over 140,000 tons
- Limitations in CIQ (Customs, Immigration, Quarantine) operations per port: Inability to simultaneously process embarkation/disembarkation for over 4,000 passengers
 - Lack of surrounding port infrastructure: Inconvenient terminal accessibility
- Foreigner Embarkation/Disembarkation Procedures at Port Calls: Simplification of complex country-specific procedures is needed.

9

2. Challenges for Growth in the Asian Cruise Market 롯데관광
LOTTE TOUR

To achieve sustainable development in the Asian cruise market, we must address key challenges in a balanced and responsible manner.

<p>Eco-friendly Operations</p>	<p>Tourism Content Development</p>	<p>Coexistence with Local Communities</p>	<p>Policy Linkage</p>
---------------------------------------	---	--	------------------------------

Key Areas for Sustainable Development of the Asian Cruise Market


10

Hyun BAEK
CEO, LotteTour Development


Session 3-1

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors

2. Challenges for Growth in the Asian Cruise Market



Transitioning to eco-friendly operations may incur short-term costs, but it offers long-term benefits such as enhanced brand value and compliance with environmental regulations.



Eco-friendly Operations

Expand Adoption of Eco-Friendly Cruises

Currently, approximately 6% of the 300+ cruise ships operating use LNG as fuel, but 63% of the 54 ships ordered for '24-'28 will be LNG-powered (CLIA). We must collaborate with cruise lines to expand the attraction of cruises using eco-friendly fuels like LNG (Liquefied Natural Gas) engines.

Build Eco-friendly Infrastructure and Policies


Asian port infrastructure and regulations are still lagging compared to Europe and North America. It is necessary to build eco-friendly infrastructure, including LNG bunkering facilities, advanced wastewater treatment systems, exhaust gas reduction devices, and shore power at major ports.

Strengthen Eco-friendly Cruise Promotion


Marketing strategies are needed to highlight the value of eco-friendly cruises, targeting modern consumers, especially Millennials and Generation Z, who have high environmental awareness.

11

2. Challenges for Growth in the Asian Cruise Market



Developing content that utilizes Asia's unique cultural assets is a crucial strategy to enhance the appeal of Asian cruises in the global cruise market.



Tourism Content Development

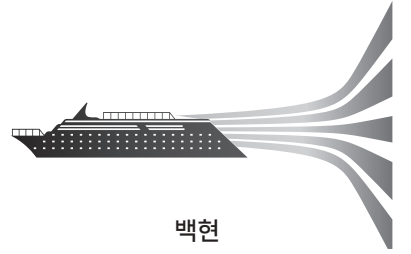
Develop Themed/Experiential Tourism

Developing differentiated tourism content is essential to enhance the competitiveness of the Asian cruise market.
Examples: Cooking classes, traditional culture experiences (e.g., trying on traditional clothes), wellness programs, etc

Enhance Mobile Content

Given the increased demand for contactless and digital experiences post-COVID-19, content development actively utilizing these trends is necessary.
Examples:
AR (Augmented Reality) Tourist Guide: Development of apps allowing passengers to experience the history and cultural background of tourist attractions via AR on their smartphones.
Location-based Commentary Service: Providing personalized audio guides for places passengers visit using GPS.
Virtual Curator: A service that recommends customized tour itineraries based on passenger preferences using AI technology.

12



백현
롯데관광개발 대표이사 사장

세션 3-1


아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할

2. Challenges for Growth in the Asian Cruise Market

롯데관광
LOTTE TOUR

It is crucial to foster an ecosystem where local communities and the cruise industry can develop together from a long-term perspective, rather than focusing solely on short-term economic gains.

Coexistence with Local Communities



Expand Overnight Stays at Port Calls

To vitalize local economies and enhance customer satisfaction, it is necessary to increase overnight stays (longer stay times) at port calls. Local governments should also develop long-stay tourism programs and region-specific tour courses (e.g., local cultural experiences, traditional culture linkage)

Expand Community Contribution Programs

Operate various programs that strengthen social responsibility, such as linking with local specialties and establishing supply chains for local agricultural and marine products. It is necessary to build a win-win model where cruise lines and local communities can grow together, ensuring that the benefits of cruise tourism are evenly distributed throughout the local community.

Improve Accessibility

Local governments must devise solutions for public transportation and shuttle buses to ensure accessibility to each port. Establishing a transportation system that allows passengers to easily travel from the port to major tourist attractions will enhance tourist satisfaction and contribute to local economic revitalization.


13

2. Challenges for Growth in the Asian Cruise Market

롯데관광
LOTTE TOUR

The government's active policy support is required for visa policies, embarkation/disembarkation procedures, and infrastructure improvements.

Policy Linkage



Hardware Expansion

Expand berths (docks) with sufficient depth and length to accommodate larger cruise ships, in line with the trend of increasing cruise size. Reinforce advanced cruise terminals capable of providing one-stop services such as automated immigration gates, large baggage handling systems, and transit/currency exchange/tourist information. Strengthen transportation accessibility (airport/rail/shuttle bus) and expand connecting infrastructure.

Software Enhancement

Through cooperation with Asian governments, port authorities, and tourism boards, secure policy support for simplifying CIQ procedures, improving visa systems, and expanding cruise-specific terminals and infrastructure. Specifically, the introduction of simplified embarkation/disembarkation procedures among Asian countries, similar to EU countries, is necessary.

Secure Cruise Ecosystem Competitiveness

Partnerships with governments are needed to foster cruise professionals, provide incentives, and offer marketing support to enhance the overall competitiveness of the industry ecosystem.

14

Hyun BAEK
CEO, LotteTour Development

Session 3-1

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors

2. Challenges for Growth in the Asian Cruise Market 롯데관광
LOTTE TOUR

The Korean cruise market must also grow into a major cruise hub in the Asian cruise market through policy support.

<p>Geographical Advantages</p> <p>Located between China, Japan, and Russia, offering high potential for development as a homeport and secondary homeport.</p> <p>Market Opportunity Factors</p> <p>Increase in fly-and-cruise proportion from Russia and Central Asian countries due to China's visa-free policy implementation.</p> <p>Anticipate a full resumption of visa-free entry for Chinese tourists in the second half of the year</p> <p>Rising global popularity of Korean cultural content → Increased demand for visits to Korea.</p>	<p>Growth Strategies for the Korean Cruise Market</p> <p>Promote visa-free entry for cruise passengers, referencing China's visa-free policy model (flexible visa policy for cruise passengers)</p> <p>Conduct a comprehensive review and improvement regarding the berthing of cruise ships over 170,000 tons</p> <p>Establish processes to simultaneously handle embarkation/disembarkation for at least 5,000 passengers</p> <p>Simplify CIQ (Customs, Immigration, Quarantine) procedures specifically for cruises</p> <p>Request improved airport-port transportation linkages to meet the demand for fly-and-cruise</p>	<p>Contribute to the revitalization of the Asian cruise market through cooperation with Asian countries</p>
--	--	--

15

2. Challenges for Growth in the Asian Cruise Market 롯데관광
LOTTE TOUR

**Ultimately, the key to achieving 20% market share in the Asian cruise market by 2035 is 'Connection and Collaboration'.
Let's collectively build a sustainable Asian cruise industry.**

Government: Flexible Visa Policies & Accelerated Port Infrastructure Development

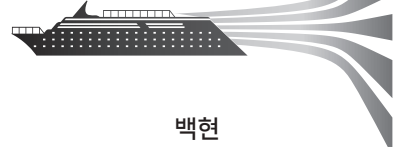
Cruise Lines: Investment in Eco-friendly Technologies & Collaboration for Asian Regional Operations

Local Governments: Expansion of Port Call Tourism Infrastructure & Economic Contributions through Incentives

Travel Agency: Promoting Sustainable Cruise Experiences & Expanding Customer Inflow

16

2035 아시아크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해
2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%



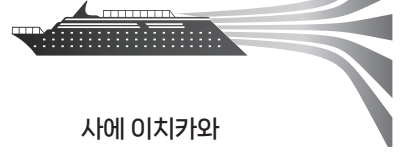
백현
롯데관광개발 대표이사 사장

롯데관광
LOTTE TOUR

세션 3-1

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할






사에 이치카와
MOL 크루즈 항만 운영 및 목적지 체험 총괄

세션 3-2

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할

The Vision plan of Asia Cruise in 2035 and
Positioning each sectors in Cruise industry

MITSUI OCEAN CRUISES
General Manager of Port Operations group / Destination Experience
Group
Sae Ichikawa

 MITSUI OCEAN CRUISES

Agenda

1. Introduction
- Our Brand, MITSUI OCEAN CRUISES and our Cruise Ships
2. Operational challenges and solution to improve Asia Cruise Market as the global cruise line
- AI & Digital
3. Industry development strategy from the sustainable development perspective
- Our shore excursions



Sae ICHIKAWA

General Manager, Port Operations & Destination Experience Group, MOL Cruises

Session 3-2

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors

Mitsui Ocean Cruises Our Cruise Ships



NIPPON MARU



MITSUI OCEAN FUJI

MITSUI OCEAN CRUISES © MOL Cruises, Ltd. All Rights Reserved.

(#)

1. Introduction

Mitsui Ocean Cruises

☒ Japanese cruise line known for its extensive global maritime legacy.

140 years



Japan's first-ever cruise ship with ALL suite staterooms

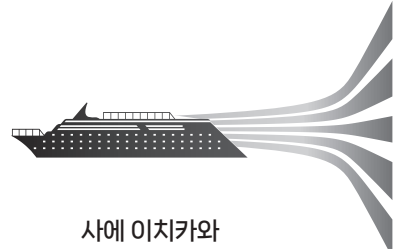


2 Beautiful ships



MITSUI OCEAN CRUISES © MOL Cruises, Ltd. All Rights Reserved.

(#)



사에 이치카와
 MOL 크루즈 항만 운영 및 목적지 체험 총괄

세션 3-2

아시아 크루즈 시정의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할

日本の美しい船旅 FUNATABI Beautiful Encounters with Japan

Japan's natural beauty, seasonal traditions, and centuries of maritime heritage—
 now experienced at sea.
 Rooted in Mitsui's legacy, we offer refined spaces and heartfelt "omotenashi,"
 inviting guests to a peaceful, joyful journey.

MITSUI OCEAN CRUISES © MOC, Cruises, Ltd. All Rights Reserved.

Our Brand – Authentic Culture and Traditions of Japan

- Proud Omotenashi service from the heart
- Praise of Delicious Cuisine – Offer the stylistic beauty and delicate taste of Japanese and international cuisine
- Provide curated entertainment, performing arts and experiences in the tradition of Japan
- Utilize the wisdom of the most experienced Japanese cruise line, founded in 1884

MITSUI OCEAN CRUISES © MOC, Cruises, Ltd. All Rights Reserved.

Sae ICHIKAWA

General Manager, Port Operations & Destination Experience Group, MOL Cruises

Session 3-2

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors

Our Brand – Special Value of Time and Space

- Easy journeys on small ships to ports of natural beauty and exciting interest
- Freedom of choice to become enriched through valuable use of time
- Japanese sense of space, bringing comfort, relaxation and rejuvenation to everyone
- A place to connect with family and friends, and to make new acquaintances



MITSUI OCEAN CRUISES © MOL Cruises, Ltd. All Rights Reserved.

7

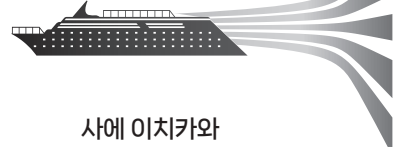
Our Brand – Sustainability

- Respect and protect the environment
- Be socially conscious and support the ports and communities we visit
- Promote kindness, wellbeing and a happy and sustainable lifestyle for our guests and crew



MITSUI OCEAN CRUISES © MOL Cruises, Ltd. All Rights Reserved.

8



사에 이치카와
 MOL 크루즈 항만 운영 및 목적지 체험 총괄

세션 3-2

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할

2. Operational challenges and solution to improve Asia Cruise Market as the global cruise line

AI & Digital

Expected Benefits

- Faster passenger processing
- Reduced personnel requirements
- Enhanced guest experience
- Standardized operations across Asia

MITSUI OCEAN CRUISES © MOC, Cruises, Ltd. All Rights Reserved. 9

3. Industry development strategy from the sustainable development perspective

Visit small and unique ports in Asia

Respect and protect the environment

Be socially conscious and support the ports and communities we visit

Promote kindness, wellbeing and a happy and sustainable lifestyle for our guests and crew

MITSUI OCEAN CRUISES © MOC, Cruises, Ltd. All Rights Reserved. 10



Sae ICHIKAWA

General Manager, Port Operations & Destination Experience Group, MOL Cruises

Session 3-2

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors

3. Industry development strategy from the sustainable development perspective

We offer varieties of shore excursions responding to guest demand

- We offer various tours and categorize them by characters of each tour

Small Group

With smaller attendees, more relaxed and meticulous arrangement are offered.

Highlight

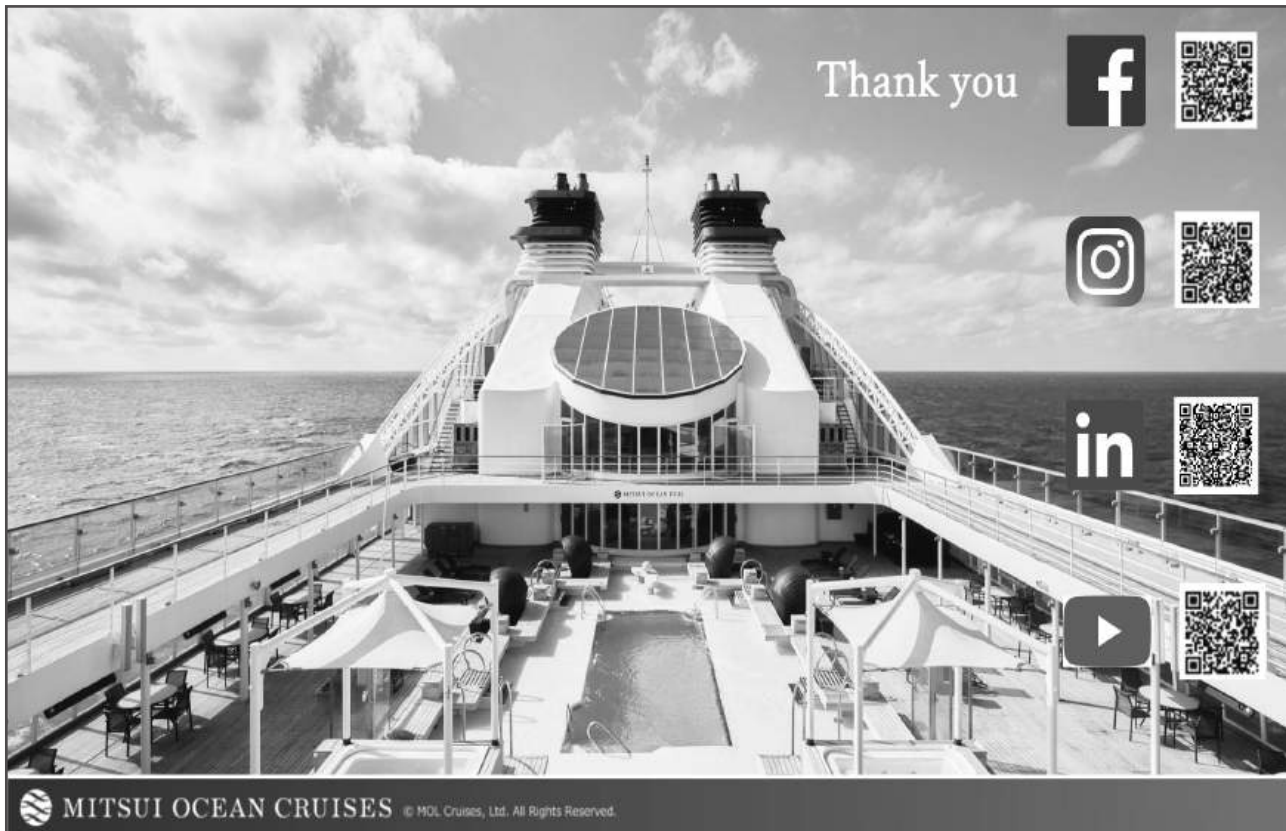
For those who have never been to the destination, provide a visit of all highlighted sightseeing areas in a tour.

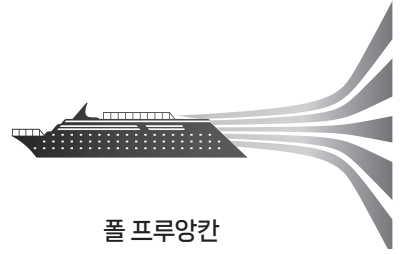
Easy join

For those who worry about transportation, less walk time and assist with any vehicles for transportation.

Premium

The tour which includes some contents that cannot be experienced with any other travel products or independent and exclusive only for MITSUI OCEAN CRUISES.

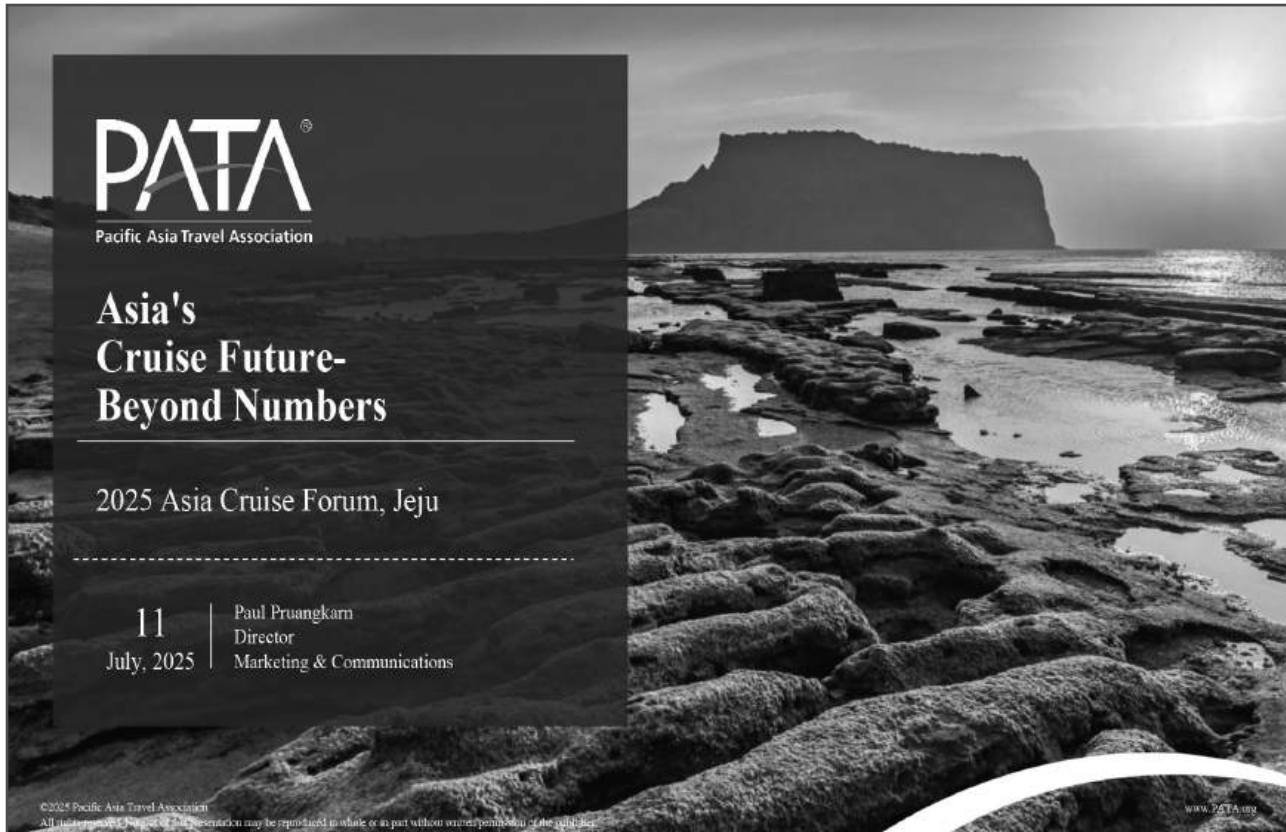




폴 프루양칸
 아시아태평양여행협회 커뮤니케이션·마케팅 이사

세션 3-3

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할



Paul PRUANGKARN
Director, Communications & Marketing, Pacific Asia Travel Association (PATA)

Session 3-3

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors

About PATA



VISION

A **meaningful** Pacific Asia tourism economy.


MISSION

Our purpose is to **share knowledge, enable networking, and protect tourism economy assets by fostering innovation, collaboration, and adaptability.**


©2025 Pacific Asia Travel Association
All rights reserved. No part of this presentation may be reproduced in whole or in part without written permission of the publisher.

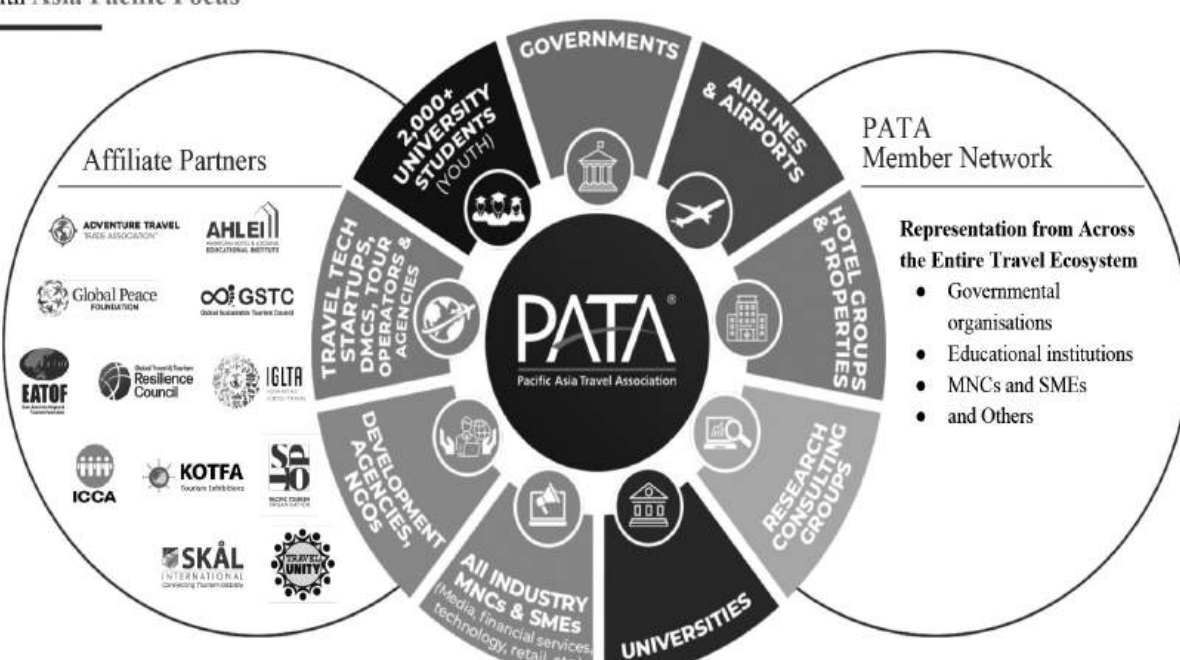
www.PATA.org

PATA Global Network with Asia Pacific Focus



Affiliate Partners





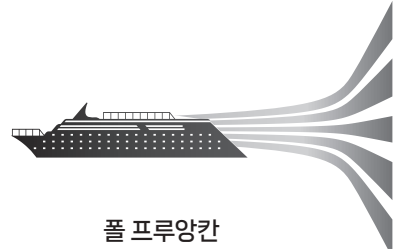
PATA Member Network

Representation from Across the Entire Travel Ecosystem

- Governmental organisations
- Educational institutions
- MNCs and SMEs
- and Others

©2025 Pacific Asia Travel Association
All rights reserved. No part of this presentation may be reproduced in whole or in part without written permission of the publisher.

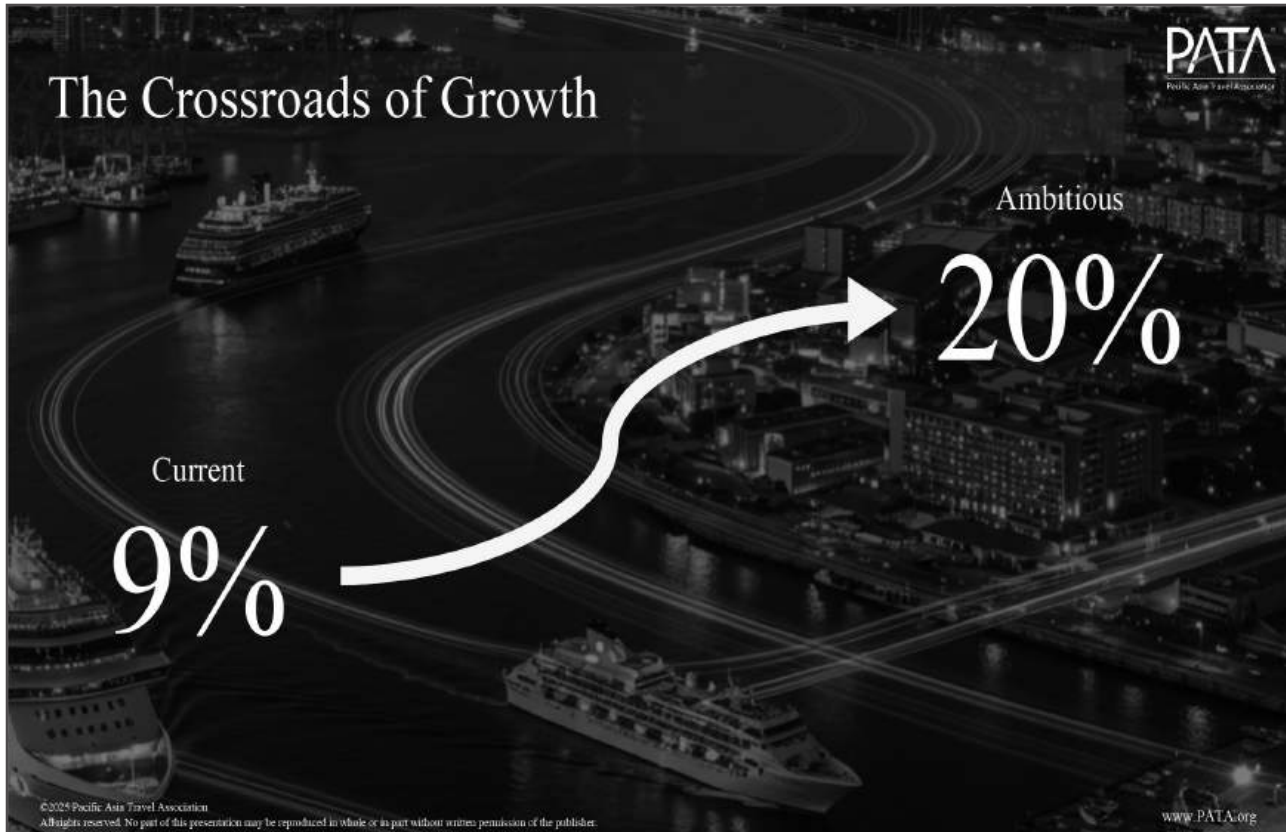
www.PATA.org



폴 프루양칸
 아시아태평양여행협회 커뮤니케이션·마케팅 이사

세션 3-3

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할





Paul PRUANGKARN

Director, Communications & Marketing, Pacific Asia Travel Association (PATA)

Session 3-3

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors

PORT

- Focus**
- Marketing**
- Infrastructure**
- Shore Excursions**

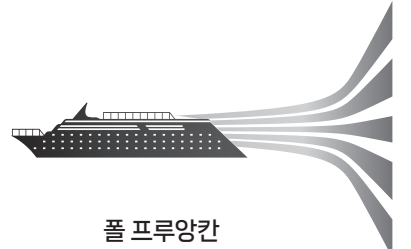
©2025 Pacific Asia Travel Association
All rights reserved. No part of this presentation may be reproduced in whole or in part without written permission of the publisher.

www.PATA.org

Moving Beyond the Port

©2025 Pacific Asia Travel Association
All rights reserved. No part of this presentation may be reproduced in whole or in part without written permission of the publisher.

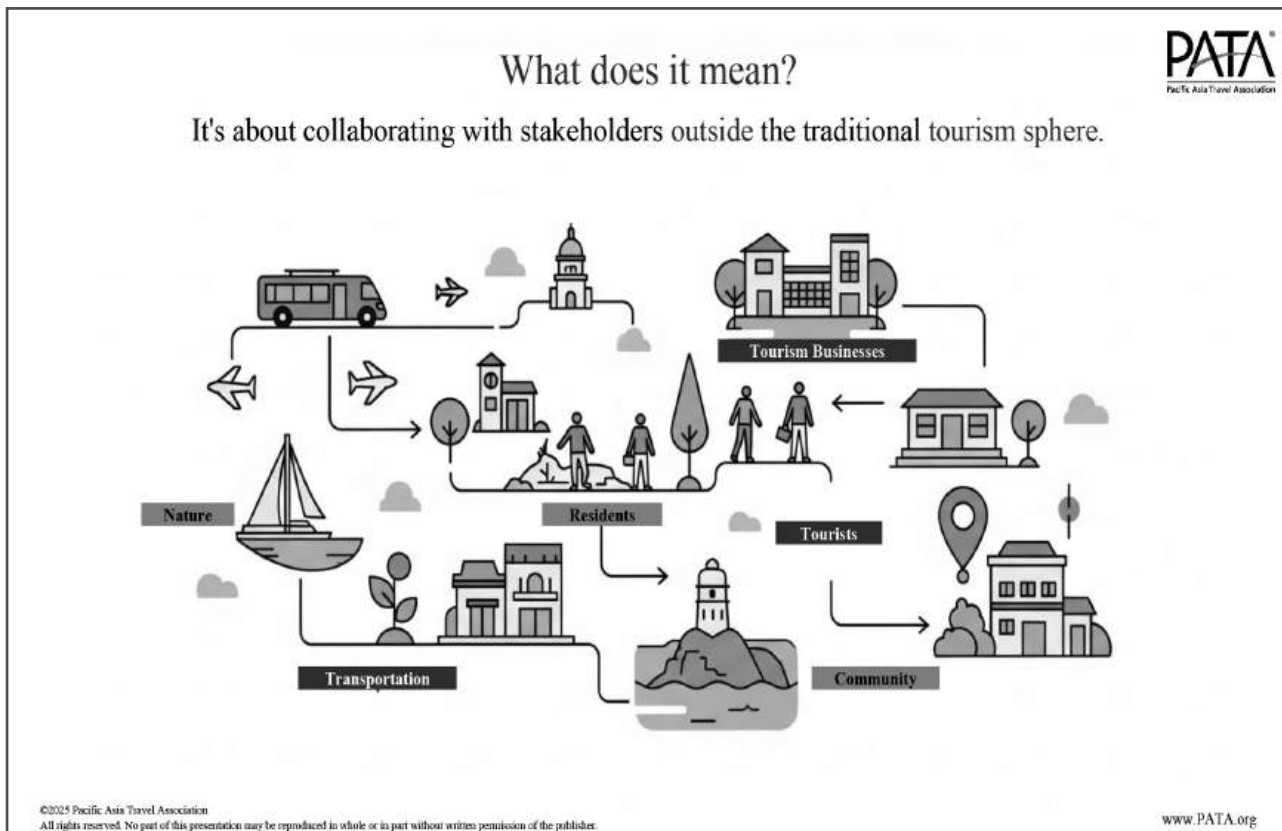
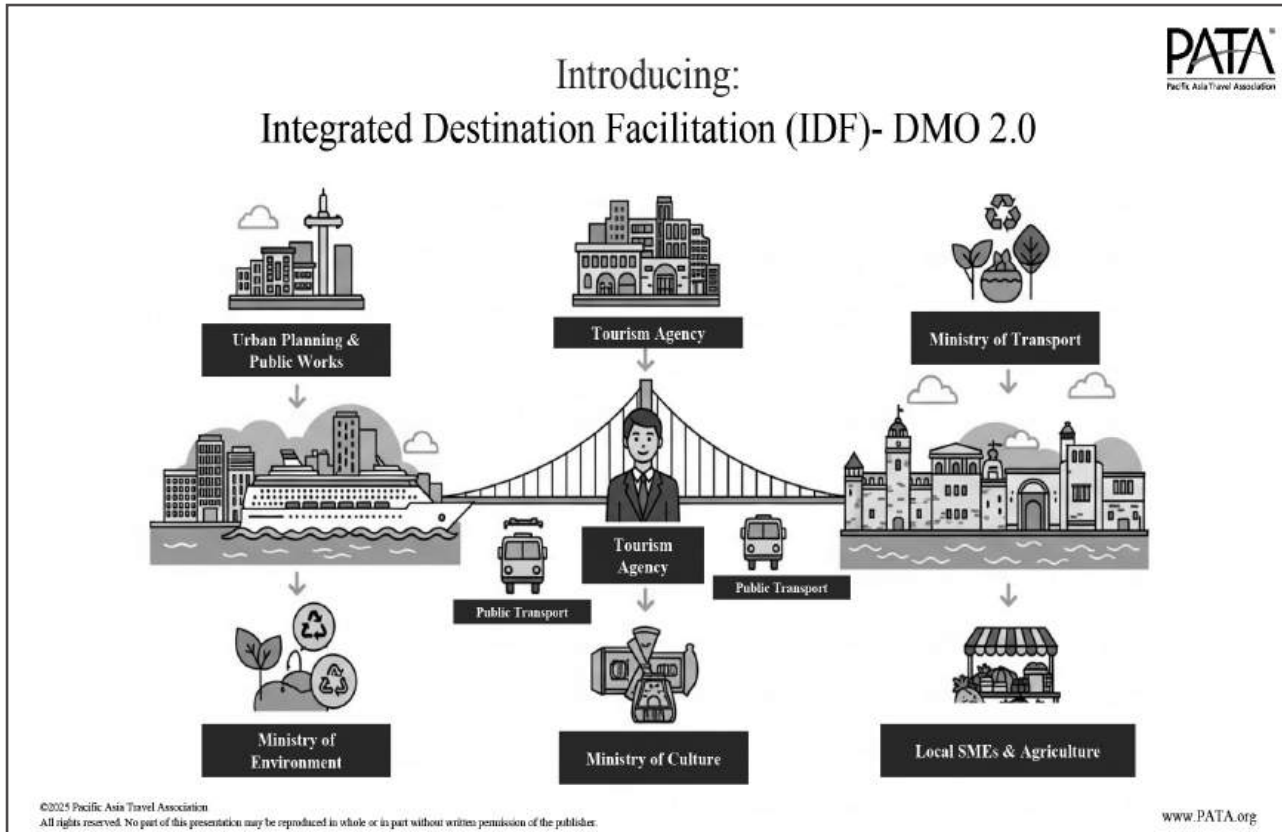
www.PATA.org



폴 프루양칸
 아시아태평양여행협회 커뮤니케이션·마케팅 이사

세션 3-3

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할





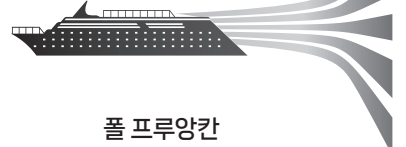
Paul PRUANGKARN

Director, Communications & Marketing, Pacific Asia Travel Association (PATA)

Session 3-3

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors





폴 프루양칸
 아시아태평양여행협회 커뮤니케이션·마케팅 이사



The Virtuous Cycle



©2025 Pacific Asia Travel Association
 All rights reserved. No part of this presentation may be reproduced in whole or in part without written permission of the publisher.

www.PATA.org

세션 3-3

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할

Residents as Ambassadors



“This approach minimises resident friction and turns them into proud ambassadors.”

©2025 Pacific Asia Travel Association
 All rights reserved. No part of this presentation may be reproduced in whole or in part without written permission of the publisher.

www.PATA.org

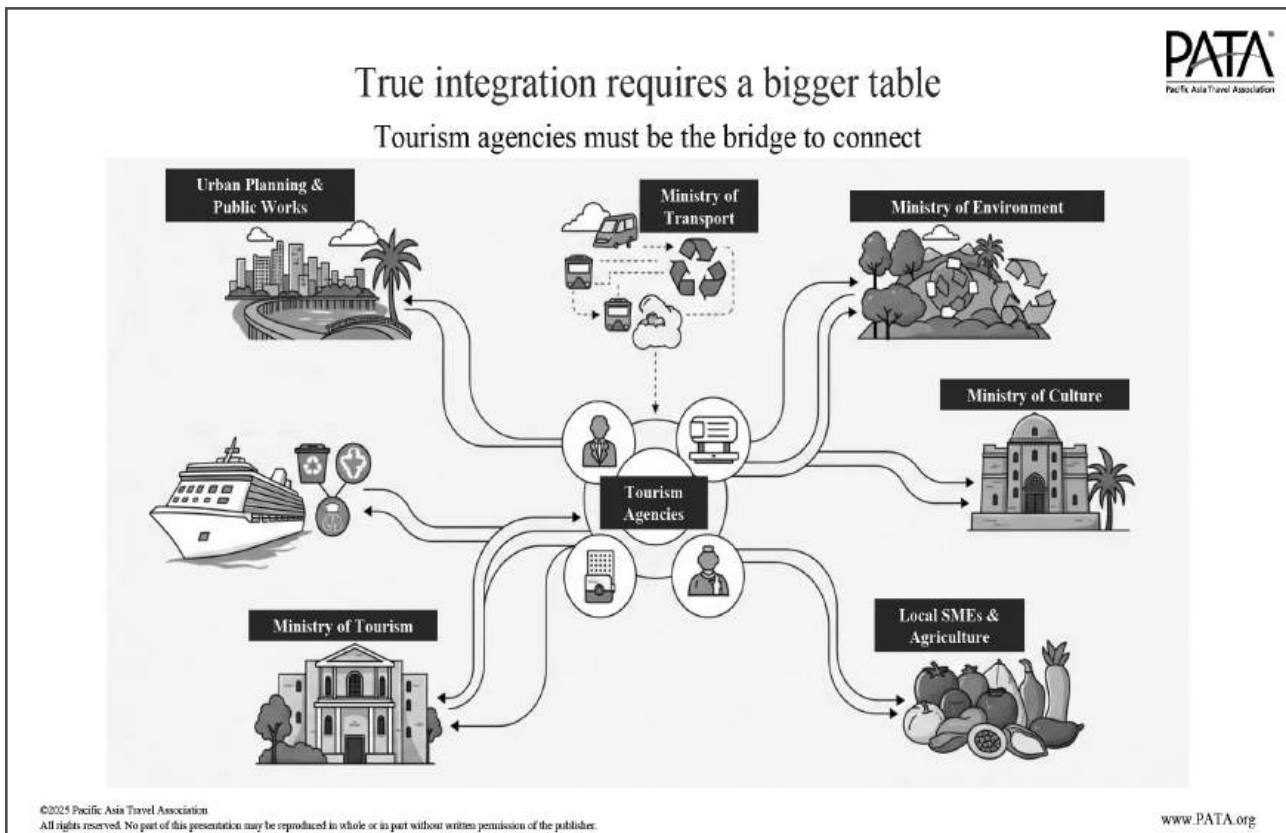


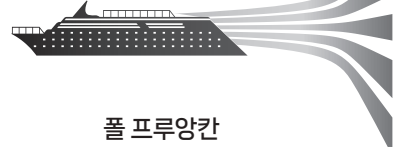
Paul PRUANGKARN

Director, Communications & Marketing, Pacific Asia Travel Association (PATA)

Session 3-3

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors





폴 프루양칸
 아시아태평양여행협회 커뮤니케이션·마케팅 이사

세션 3-3

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할

Vision
to Action

1. Champion DMOs 2.0
2. Innovate Shore Excursions
3. Leverage Data for Good

©2024 Pacific Asia Travel Association
All rights reserved. No part of this presentation may be reproduced in whole or in part without written permission of the publisher.

www.PATA.org

Focus on Ports

©2025 Pacific Asia Travel Association
All rights reserved. No part of this presentation may be reproduced in whole or in part without written permission of the publisher.

www.PATA.org

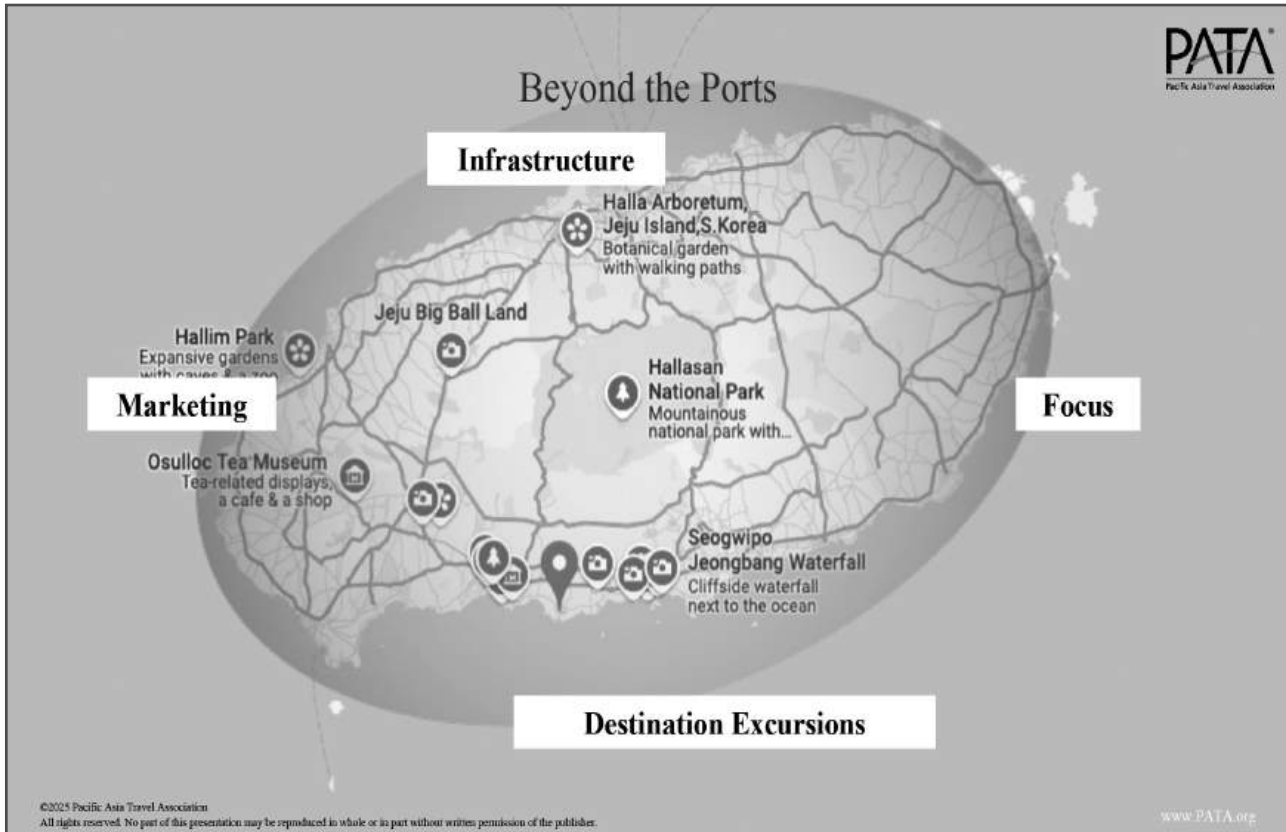


Paul PRUANGKARN

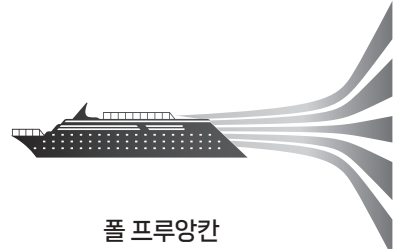
Director, Communications & Marketing, Pacific Asia Travel Association (PATA)

Session 3-3

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors



2035 아시아크루즈의 비전 : 9%에서 20%를 향한 항해
 2035 Asia Cruise Vision: Navigating from 9% to 20%



폴 프루양칸
 아시아태평양여행협회 커뮤니케이션·마케팅 이사

Collaborate towards a meaningful cruise economy.

©2015 Pacific Asia Travel Association
 All rights reserved. No part of this presentation may be reproduced in whole or in part without written permission of the publisher.

www.PATA.org

세션 3-3

아시아 크루즈 시장의 지속가능한 성장 : 산업 분야별 역할

CONTACT

For more information
 Paul Pruangkarn

Director
 Marketing & Communications

Paul@PATA.org

www.PATA.org

Pacific Asia Travel Association
 Unit 908 9th Floor No.111 True Digital Park Unicorn Building
 Sukhumvit Road Bang Chak, Phra Khanong, Bangkok 10260

PATA PREMIER PARTNER 	PATA PREMIER MEDIA PARTNER 	PATA STRATEGIC PARTNERS 	PATA PREFERRED PARTNERS



Paul PRUANGKARN

Director, Communications & Marketing, Pacific Asia Travel Association (PATA)

Session 3-3

Sustainable Growth of the Asian Cruise Market : The Role of Industry Sectors



2025
ASIA
CRUISE
FORUM
JEJU

Workshop

워크숍

Design Asia Cruise Itinerary

아시아 크루즈 최적 루트 설계

1. Jerry LEONG 제리 령

Senior Vice President, StarDreamCruises

스타드림 크루즈 수석부회장

2. Eisuke MURATA 에이슈케 무라타

Manager, Shore Excursion Division, JapanetTourism

자파넷 해안여행사업부 총괄 매니저





제리 령
스타드림 크루즈 수석부회장

워크숍 1-1

아시아 크루즈 최적 루트 설계

**DESIGNING THE
ASIA
CRUISE ITINERARY**




Presenter:
Jerry LEONG
Senior Vice President
Business Development & Shore Experience
StarDream Cruises

Bringing Asia's coastlines to life with

StarDream Cruises StarCruises DREAM CRUISES

The Cruise Line that Knows Asia Best.

StarDream Cruises StarCruises DREAM CRUISES

**SHAPING THE FUTURE WITH
StarDream Cruises**




OVER 30 YEARS

OF CRUISE ITINERARY EXPERTISE IN ASIA


Jerry LEONG
Senior Vice President, StarDreamCruises

Workshop 1-1

Design Asia Cruise Itinerary

STARDREAM CRUISES: CHARTERING A PIONEERING ROLE IN ASIA



Combining over three decades of cruising expertise, **StarDream Cruises** ushers in a new era of extraordinary voyages across Asia and beyond.

The cruise line introduces **two iconic brands - StarCruises and Dream Cruises**, each offering a distinct experience that honours the legacy of their predecessors while elevating the standard for world-class cruising in Asia and beyond.





THE CRUISE LINE THAT KNOWS ASIA BEST!



STAR VOYAGER STAR NAVIGATOR GENTING DREAM

THE FLEET





Jerry LEONG
Senior Vice President, StarDreamCruises

Workshop 1-1

Design Asia Cruise Itinerary

SCENE 1: HOW DO WE DESIGN OUR CRUISE ITINERARIES: UNDERSTANDING OUR GUESTS ACROSS ASIA & BEYOND

UNDERSTANDING OUR GUESTS: SNAPSHOT: THE ASIA CRUISE SOURCE MARKET



CRUISE SOURCE MARKET: ASIA

[2019 – 2024]

Analysis by CHART Management Consultants . Data source: CLIA & CHART

Year	Total Cruisers	China (%)	Singapore (%)	India (%)	Malaysia (%)
2019	3,738,000	51%	-	-	-
2020	497,446	-	-	-	-
2021	626,783	-	-	-	-
2022	791,000	-	53%	25%	9%
2023	2,329,442	-	36%	16%	15%
2024	2,632,000	35%	22%	12%	-

Pre Pandemic, **Asia** was the **fastest-growing** cruise market globally with **China** as the leading source market.

Recovery is underway but uneven.
2022 & 2023 revival with **StarDream Cruises** deployment in **SIN / MAL / INDIA** (Fly-Cruise)

China is leading in 2024(domestic revival) with **Singapore & India** leading in Southeast Asia.

South Korea positive rebound since 2021. In 2024, surpasses pre-covid in 2019 by 13%, totaling 55,000.



제리 령
 스타드림 크루즈 수석부회장

워크숍 1-1

아시아 크루즈 최적 루트 설계

**UNDERSTANDING OUR GUESTS:
 TARGETING THE DEMOGRAPHICS**



The New Face of Today's Traveller

We now serve a far more diverse passenger base than a decade ago with different expectations.

**YOUNG PROFESSIONALS /
 MILLENNIALS (25-40 YRS OLD)**

INTEREST: Short Getaways; Entertainment; Social Media Appeal



MULTI-GENERATIONAL FAMILIES

INTEREST: Family-Friendly Amenities, Flexible Dining, Kids clubs, Thematics



**LUXURY TRAVELLERS /
 RETIREES**

INTEREST: Spa, Fine Dining, Enrichment Programs



FIRST TIME CRUISERS

Growing Rapidly due to affordability & awareness
 Prefers short itineraries & convenient homeports



**UNDERSTANDING OUR GUESTS:
 PATTERNS & BEHAVIOURS ACROSS ASIA**



SHORTER CRUISE ITINERARIES

**2, 3, 4 & 5
 NIGHT CRUISES**



CULTURAL PREFERENCES BY COUNTRY

INDIA: VEGETARIAN, FAMILY TRAVEL
SEA: COST-EFFECTIVE, SOCIAL SHARING
TAIWAN: JAPAN POPULAR CHOICE

ONBOARD PRIORITIES

- DINING**
- ENTERTAINMENT**
- THEMATICS**
- WELLNESS**



**HOMEPORT & PORT
 OF CALL PREFERENCES**

VISA EASE
ATTRACTIVE ACTIVITIES
INSTAGRAMMABILITY & MORE









Jerry LEONG
Senior Vice President, StarDreamCruises

Workshop 1-1

Design Asia Cruise Itinerary

**SCENE 2:
HOW DO WE
DESIGN OUR CRUISE ITINERARIES:
MEETING REQUIREMENTS
FOR SUCCESSFUL
CRUISE ITINERARY LAUNCHES**



**MEETING REQUIREMENTS:
SAFETY: A COMMITMENT AT EVERY LEVEL OF THE JOURNEY**

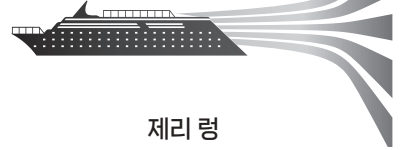




**SAFETY
NO.1 PRIORITY
EVERY ITINERARY IS DESIGNED
WITH SAFETY AS THE FOUNDATION**

- WEATHER & SEASONAL RISK ASSESSMENT**
- COMPLIANCE WITH MARITIME REGULATIONS**
- GEOPOLITICAL FACTORS**
- PORT SAFETY & INFRASTRUCTURE**
- SAFE NAVIGATION CONDITIONS**
- CONTINGENCY ROUTES**





제리 령
 스타드림 크루즈 수석부회장

워크숍 1-1

아시아 크루즈 최적 루트 설계








Jerry LEONG

Senior Vice President, StarDreamCruises

Workshop 1-1




Design Asia Cruise Itinerary

HIGHLIGHTS & LEARNINGS: CRUISE ITINERARIES

THAT RESONATE WITH OUR GUESTS ACROSS


ASIA


HIGHLIGHTS & LEARNINGS: STARDREAM CRUISES CASE STUDIES

**DUAL
HOMEPORTS STRATEGIES**

CREATING MORE
ACCESSIBILITY & OPPORTUNITIES
FOR CRUISING



GENTING DREAM:
SINGAPORE + [MELAKA / KL]






STAR VOYAGER:
SINGAPORE + [KL / HO CHI
MINH / BANGKOK]

**2N & 3N ROUNDRIP
CRUISES**

HIGHER WEEKLY FREQUNCY;
CREATING MORE CRUISING
OPPORTUNITIES + REPEATS


2N WEEKEND SEACATION;
BOOSTING FIRST-TIMERS

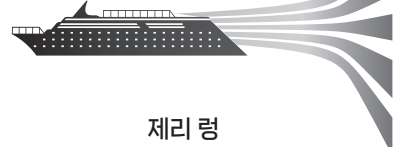




**5N ROUNDRIP CRUISES
WITH 3 DESTINATIONS**

ATTRACTIVE 5N CRUISES WITH 3
DESTINATIONS IN A SINGLE
VOYAGE

Japan / Korea / Vietnam / Philippines /
Sanya / Keelung / Kaohsiung





제리 령
 스타드림 크루즈 수석부회장

워크숍 1-1

아시아 크루즈 최적 루트 설계

COOPERATION AMONG STAKEHOLDERS TO OVERCOMING CHALLENGES

**PORT INFRASTRUCTURE
DEVELOPMENT**

Govt Support to Modernize
Port Terminals

Shared Best Practices
between stakeholders

**VISA & CUSTOMS
HARMONIZATION**

Immigrations between
countries

Work closely with Cruise Lines

**THEMATIC ITINERARIES &
REGIONAL BRANDING**

Multiple Countries
In a Single Cruise Itinerary

Joint Tourism Collaboration

THANK YOU

2025
ASIA
CRUISE
FORUM
JEJU

Special Session

특별세션

Global Onboard Career Experience
and Talent Development in the Cruise Industry

크루즈산업인재양성과 글로벌 커리어

Namjae KOO 구남재

Second officer, Carnival Cruise Line

카니발크루즈라인 2등 항해사

Jimin LYU 류지민

Navigation Officer, Royal Caribbean International

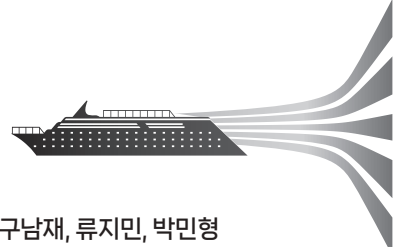
로얄캐리비안인터내셔널 항해장

Minhyeong PARK 박민형

First officer, Norwegian Cruise Line Holdings

노르웨리안크루즈홀딩스 1등 항해사





구남재, 류지민, 박민형
카니발크루즈라인 2등 항해사, 로얄캐리비안인터내셔널 항해장, 노르웨이안크루즈홀딩스 1등 항해사

특별세션

크루즈산업인재양성과 글로벌 커리어

크루즈항해사의 경력 개발과 해양산업 인재양성 시스템 개선

해양산업의 미래를 위한 전문가 경험 공유 및 개선 방안

발표자 : 바다토끼팀

목차

01 팀 소개

- 팀 '바다토끼' 소개
- 포럼 초청 의미
- 팀 소개

02 크루즈 항해사

- 항해사란?
- 크루즈 항해사의 업무
- 크루즈 선내 조직도

03 커리어 설계

- 진로 결정 계기
- 현실적 고민
- 주요 전환점

04 경력개발 전략

- 외국어 능력 향상
- 국제 취업 도전
- 기회 창출 사례

05 실무 교육 경험

- Crowd management
- DP 교육
- 실무 중심 교육

06 시스템 개선 방향

- 현 시스템 분석
- 국제 모범 사례
- 개선 제안



Namjae KOO / Jimin LYU / Minhyeong PARK

Second officer, Carnival Cruise Line / Navigation Officer, Royal Caribbean International / First officer, Norwegian Cruise Line Holdings

Special Session

Global Onboard Career Experience and Talent Development in the Cruise Industry

인사말

팀 '바다토끼': 해양 전문가 그룹

- 다양한 해외 경험을 가진 크루즈항해사 그룹
- 국내외 해양산업 현장의 생생한 목소리 전달

포럼 초청의 의미와 목표

- 현직 전문가의 실질적 경험 공유
- 해양산업 인재양성 시스템 개선 방향 제시



바다토끼팀 소개



류지민  Royal Caribbean
INTERNATIONAL



@CRUISEMAN_OFFICIAL

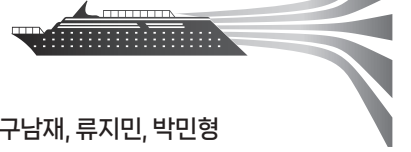
박민형  NORWEGIAN CRUISE LINE
HOLDINGS LTD.



구남재  Carnival



@CRUISE_CAPTAIN_KOREA



구남재, 류지민, 박민형

카니발크루즈라인 2등 항해사, 로얄캐리비안인터내셔널 항해장, 노르웨이안크루즈홀딩스 1등 항해사

특별이전

크루즈산업인재양성과 글로벌 커리어

발자취



2004

크루즈란?



2011

크루즈 항해사가
되자



2014

목포해양대학교
항해전공을 하며
꿈을 꾸는 바다토끼



2021

크루즈 항해사가
되다



2024

크루즈 꿈나무들을 위한
현직 실무자로서 강연

팀 활동



2023

2023.12 목포해양대학교 동창회보
2023.07 목포해양대학교 - 크루즈 항해사 특강



2024

2024.11 목포해양대학교 - 크루즈 항해사 특강
2024.11 한국해양대학교 - 크루즈 항해사 특강
2024.11 빛고을고등학교 - 직업인 특강
2024.08 KIMFT - 글로벌 승선취업 프로젝트 특강
2024.08 KIMFT - Global Leadership
2024.06 EBS [나는 선원이다] 출연 - 크루즈 항해사



2025

2025.06 해운전문기자단 토크콘서트
2025.05 캠퍼스 멘토 - [이 직업 어때요?] 출연
크루즈항해사
2025.04 제주대학교 - 해양크루즈관광사업론



Namjae KOO / Jimin LYU / Minhyeong PARK

Second officer, Carnival Cruise Line / Navigation Officer, Royal Caribbean International / First officer, Norwegian Cruise Line Holdings

Special Session

Global Onboard Career Experience and Talent Development in the Cruise Industry

2012 여수세계박람회 - 로얄캐리비안 레전드호 승선

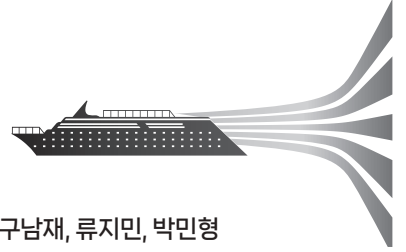


2013 로얄캐리비안 보야저호



2018 로얄캐리비안 스펙트럼호





구남재, 류지민, 박민형

카니발크루즈라인 2등 항해사, 로얄캐리비안인터내셔널 항해장, 노르웨이안크루즈홀딩스 1등 항해사

특별세션

크루즈산업인재양성과 글로벌 커리어

다양한 활동 for MOTIVATION



가족과 함께 하는 크루즈



Namjae KOO / Jimin LYU / Minhyeong PARK

Second officer, Carnival Cruise Line / Navigation Officer, Royal Caribbean International / First officer, Norwegian Cruise Line Holdings

Special Session

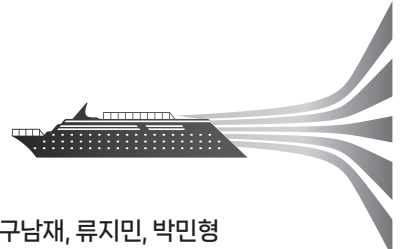
Global Onboard Career Experience and Talent Development in the Cruise Industry

크루즈 일상



크루즈 일상





구남재, 류지민, 박민형

카니발크루즈라인 2등 항해사, 로얄캐리비안인터내셔널 항해장, 노르웨이안크루즈홀딩스 1등 항해사

특별서신

크루즈조선업 인재양성과 글로벌 커리어

항해사란?

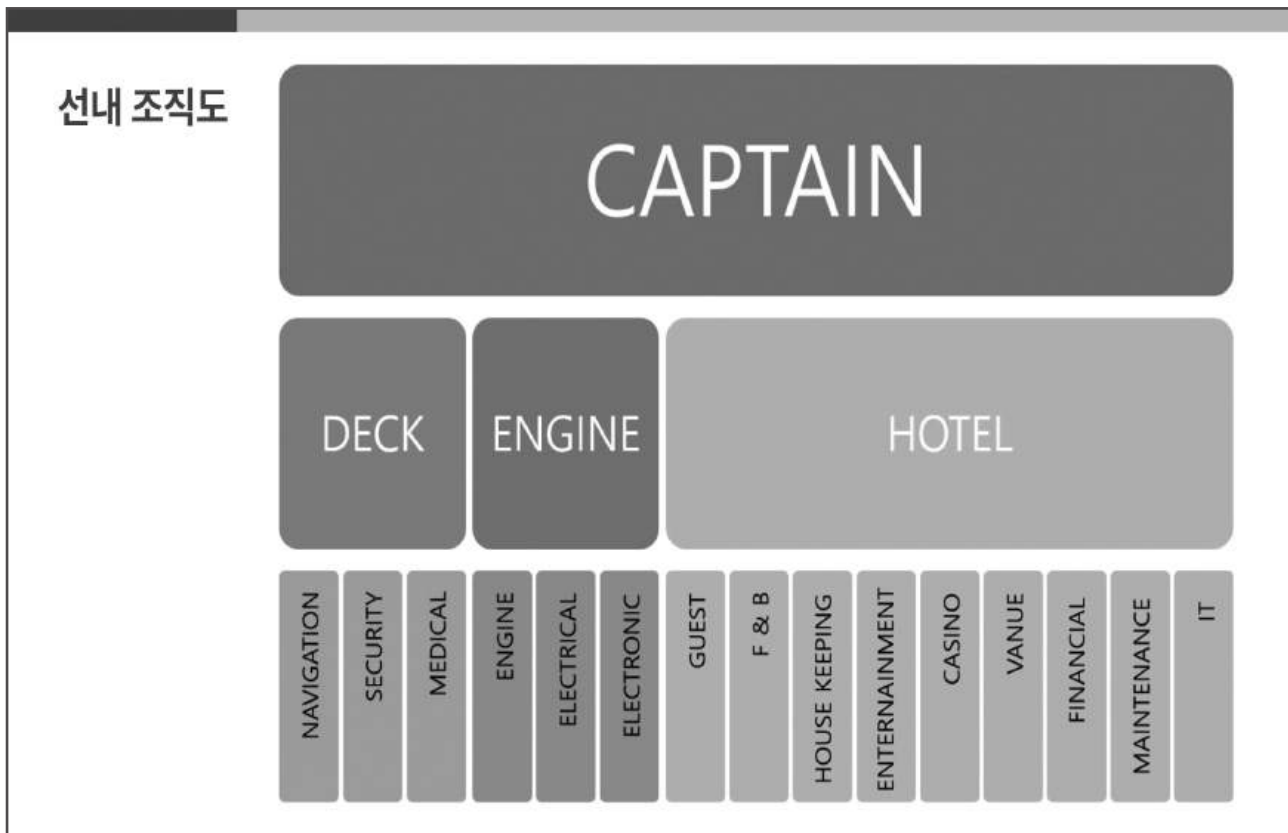
「선박직원법」 제2조(정의)
선박의 운항에 관한 업무를 수행하는 사람으로서 항해사 면허를 가진 자

선박의 운항에 관한 업무

- 항해 계획 수립 및 항법 장비 운용
- 충돌 방지 및 당직 근무 수행
- 선박 및 화물의 안전 관리
- 비상상황 대응 및 구조 활동
- 선박 관련 서류 및 항해 일지 작성

면허의 종류	1급 항해사(상선) First Class Deck Officer Certificate (Merchant Vessels only)
생년월일 (Date of birth of the holder of the certificate)	1988년 7월 24일 Jul. 24, 1988
면허증 소지자의 서명 (Signature of the holder of the certificate)	

대한민국 (THE REPUBLIC OF KOREA)



Namjae KOO / Jimin LYU / Minhyeong PARK

Second officer, Carnival Cruise Line / Navigation Officer, Royal Caribbean International / First officer, Norwegian Cruise Line Holdings

Special Session

Global Onboard Career Experience and Talent Development in the Cruise Industry

항해 직무 선택



개인적 동기

- 해양에 대한 열정과 모험심
- 글로벌 경험 추구
- 가족의 영향 및 개인적 경험
- 해양 관련 학과 졸업 후 자연스러운 선택

직업적 매력

- 국제적 경력 개발 기회
- 높은 전문성과 책임감
- 다양한 문화 경험
- 안정적인 급여와 복지 혜택

커리어 설계

진로 결정 계기

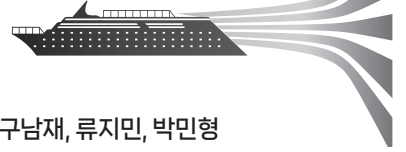
- 해양 관련 학과 졸업 후 진로 탐색
- 국제적 경험을 쌓을 수 있는 기회 발견
- 선배 항해사들의 조언과 멘토링
- 크루즈 산업의 성장 전망에 대한 기대

현실적 고민과 극복

- 장기간 가족과 떨어져 지내는 어려움
- 언어 및 문화적 장벽 극복
- 높은 책임감과 스트레스 관리
- 지속적인 자기계발과 자격증 취득

크루즈항해사 커리어의 주요 전환점과 도전

크루즈항해사로서의 커리어는 지속적인 학습과 적응이 필요한 도전적인 여정입니다. 개인의 열정, 전문성, 그리고 글로벌 시야가 결합되어 독특한 경력 경로를 만들어냅니다. 이 과정에서 직면하는 다양한 도전들은 결국 전문가로서의 성장을 이끌어내는 원동력이 됩니다.



구남재, 류지민, 박민형

카니발크루즈라인 2등 항해사, 로얄캐리비안인터내셔널 항해장, 노르웨이안크루즈홀딩스 1등 항해사

특별세션

크루즈산업 인재양성과 글로벌 커리어

경력개발 전략

외국어 능력 향상: 크루즈항해사의 필수 역량

학습 방법

- 온라인 언어 학습 플랫폼 활용
- 해양 관련 외국어 교재 학습
- 전문 용어 집중 학습

환경 활용

- 국제 선원 간 교류 활성화
- 외국인 선원과의 대화 기회 확대
- 다국적 선원 환경 적극 활용

지속적 실천

- 일일 학습 목표 설정
- 업무 중 외국어 사용 습관화
- 정기적인 어학 능력 평가 참여

실무 중심 교육 참여

Crowd Management

- 대규모 승객 관리 기술 습득
- 비상 상황 대처 능력 향상
- 승객 심리 이해 및 대응 학습
- 실제 시나리오 기반 훈련

DP(Dynamic Positioning)

- 첨단 선박 위치 제어 시스템 학습
- 실시간 선박 조종 기술 향상
- 다양한 해양 환경 대응 능력 개발
- 시뮬레이터 활용 실습 강화

안전 및 보안 교육

- STCW 협약 기반 안전 교육
- 해적 대응 및 선박 보안 훈련
- 응급 처치 및 구조 기술 습득
- 환경 보호 및 오염 방지 교육

국내 맞춤형 교육 필요성

- 국내 해양 환경 특화 교육 과정
- 한국 크루즈 산업 맞춤 프로그램
- 국제 기준과 국내 실정 조화
- 산학연 협력 교육 시스템 구축



Namjae KOO / Jimin LYU / Minhyeong PARK

Second officer, Carnival Cruise Line / Navigation Officer, Royal Caribbean International / First officer, Norwegian Cruise Line Holdings

Special Session

Global Onboard Career Experience and Talent Development in the Cruise Industry

경험 중심 기회 창출 사례

글로벌 크루즈 경험

- 노르웨이인 크루즈 한국 기항 시 탑승 동승 기회를 통해 실제 크루즈 운영 경험 습득
- 국제 크루즈 선사의 운영 시스템 및 서비스 표준 직접 체험
- 다양한 국적의 승객 및 크루 멤버와의 소통 능력 향상

항만 운영 실습

- 국내 주요 항구에서의 크루즈 선박 입출항 과정 참관 및 실습
- 항만 시설 및 크루즈 터미널 운영 시스템 이해
- 크루즈 관광객 대상 현장 서비스 제공 경험

산업 동향 파악

- 국내외 크루즈 관련 컨퍼런스 및 박람회 참가
- 최신 크루즈 산업 트렌드 및 기술 동향 파악
- 글로벌 네트워크 구축 및 취업 정보 수집

국제 취업 도전기

독일 취업 과정

- 엄격한 자격 검증 및 인터뷰 과정

필리핀 취업 과정

- 아시아 크루즈 시장 진출의 교두보

기관 연계 필요성

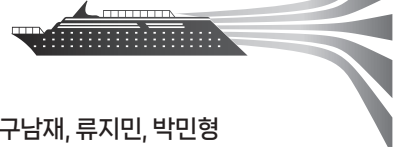
- 국제 취업 정보 및 지원 체계 구축

언어 및 문화 적응

- 다국적 환경 적응을 위한 준비

경력 개발 기회

- 글로벌 경험을 통한 역량 강화



구남재, 류지민, 박민형

카니발크루즈라인 2등 항해사, 로얄캐리비안인터내셔널 항해장, 노르웨이안크루즈홀딩스 1등 항해사

특별시선

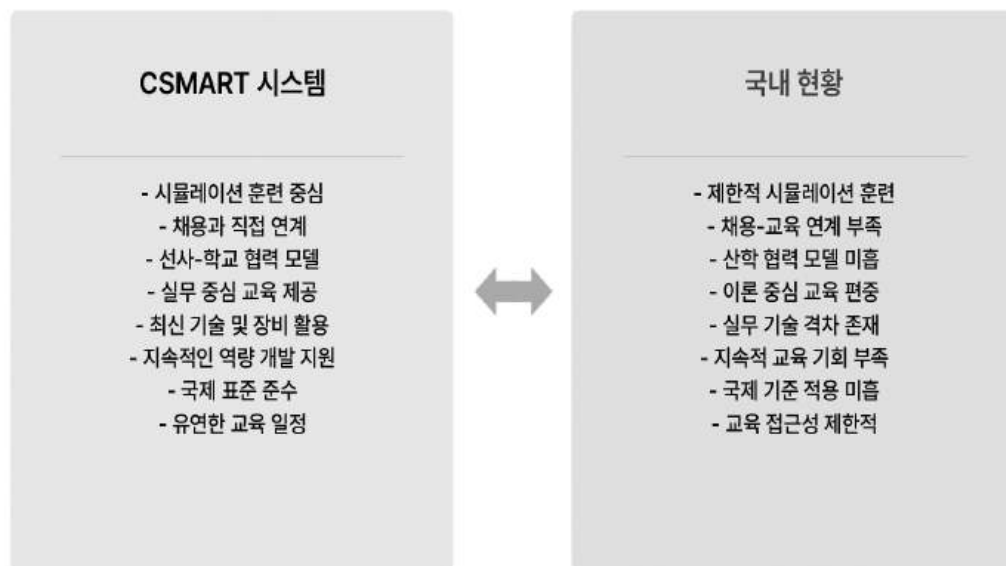
크루즈산업인재양성과 글로벌 커리어

국내 해양 인재양성 시스템 현황

교육 기관	교육 과정	실습 기회	취업 연계
<ul style="list-style-type: none"> - 해양대학교 - 수산해양대학 - 해양과학고등학교 - 민간 교육기관 	<ul style="list-style-type: none"> - 이론 중심 교육 - 제한적 실무 교육 - STCW 협약 기반 - 신기술 반영 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> - 제한적 승선실습 - 시뮬레이션 훈련 - 단기 현장 실습 - 국제 교류 부족 	<ul style="list-style-type: none"> - 국내 선사 중심 - 해외 취업 지원 미흡 - 산학 연계 부족 - 경력 관리 시스템 미비

현 시스템은 이론 중심 교육과 제한적 실습으로 인해 실무 역량 강화에 한계가 있음. 국제 기준에 부합하는 교육과 실질적인 취업 연계 시스템 구축이 시급함.

국제적 모범사례





Namjae KOO / Jimin LYU / Minhyeong PARK

Second officer, Carnival Cruise Line / Navigation Officer, Royal Caribbean International / First officer, Norwegian Cruise Line Holdings

Special Session

Global Onboard Career Experience and Talent Development in the Cruise Industry

국내 해양산업 인재양성 개선 방향

- 시뮬레이션 교육 실무화 강화
- 선사-정부 기관 간 쌍무협약 체결
- 여성/비전형 인재 대상 특화 기회 제공
- 현직 해기사 멘토링 시스템 구축
- 국제 표준에 맞는 교육 과정 개발
- 산학협력 모델 확대 및 강화

2025
ASIA
CRUISE
FORUM
JEJU

Jeju Cruise Issues Round Table (Part 1)

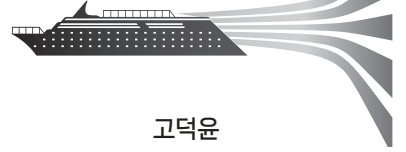
제주크루즈이슈포커스(1부)

Duk-yoon KOH 고덕윤

CEO, AT TOUR

AT투어 대표이사





고덕운
AT투어 대표이사

제20회 한국크루즈발전협의회 (2025.7.11.)

한국 크루즈 현황 분석 및 정책 제안

황진희 (한국해양수산개발원)



제주크루즈이슈포커스(1부)

제20회 한국크루즈발전협의회 (2025. 7. 11.)

Contents

- 1 서론
- 2 세계 크루즈 동향
- 3 국내 크루즈 여건 및 동향
- 4 우리나라 크루즈 발전 과제
- 5 결론





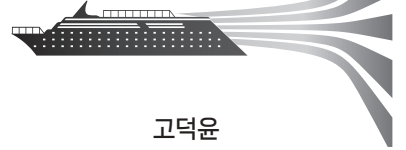
Duk-yoon KOH
CEO, AT TOUR



01. 서론

■ 크루즈 관광, 급격히 증가, 언론 관심도 늘어

국제신문	2025-02-24	올해 부산 찾는 크루즈 관광객 20만 돌파할 듯
동아일보	2025-03-12	"올해 부산 크루즈 관광객, 역대 최대 39만명 올 것"
연합뉴스	2025-03-31	제주 출발→제주 도착' 크루즈관광 생긴다...5월 시작(종합)
경향신문	2025-03-31	내달부터 제주 출발 '해외 크루즈 시대'
인천광역시	2025-04-06	인천시, 미국 마이애미서 해외 크루즈 관광객 유치 총력
제주의소리	2025-04-14	크루즈 준모험 시대 제주 '관광경제 활성화' 닷 올린다
천지일보	2025-04-17	속초, 글로벌 크루즈선 잇단 입항에 '활기'
연합뉴스	2025-04-22	포항 영일만~일본 서안 부정기 크루즈 하반기부터 운항
남해안신문	2025-05-06	대한민국 최초 섬 크루즈 여행, 여수에서 출항
제주일보	2025-05-11	'바다 위 호텔'에서 외국인들 우르르...제주 크루즈관광 '하루 1만 시대' 개막
부산일보	2025-05-14	[데스크 칼럼] 부산 크루즈 관광, 첫인상이 중요하다
제주의소리	2025-05-18	대대적 환영 받은 초대형 크루즈 A호, 왜 제주서 자취 감췄을까
연합뉴스	2025-05-19	서산발 국제크루즈선 두 번째 뱃고동...7일간 대만-일본 여행
경북일보	2025-06-01	포항 영일만항, 9년 만에 대형 크루즈 입항...씨닉 이글립스 II 기항
연합뉴스	2025-06-08	인천공항 연계 인천항 크루즈 역대 최대...올해 16척
인천일보	2025-06-09	크루즈 관광 기지개...인천형 콘텐츠 구상
노컷뉴스 CBS	2025-06-11	속초시, 크루즈 체험단 모집...속초항 크루즈산업 저변 확대
한라일보	2025-06-13	제주서 두번째 '준모험' 크루즈선 운항
전국매일신문	2025-06-19	인천시, 북중국·구미주 겨냥 '크루즈 관광' 본격 시동
한경	2025-06-19	인천항 크루즈 노선 북중국·미주로 확대
대구일보	2025-06-21	이강덕 포항시장 "APEC 기간 영일만에 바다 위 호텔 뜬다"
뉴시스	2025-06-22	크루즈 관광객 호객·바가지' 제주도, 택시기사 집중 단속
조선일보	2025-06-23	크루즈 여행의 메카' 속초시, 지속 가능형 관광 모델 구축 나섰다
한경	2025-06-25	대한상의 "크루즈선 숙박 활용" 제안에...경북 '난색'
제주일보	2025-06-26	"크루즈 관광객들, 제주시 원도심에 흠뻑 빠졌다"
뉴스제주	2025-06-26	제주 원도심, 크루즈 관광객 유입으로 지역경제 '들쭉'
대한일보	2025-06-27	국내 최고 이스턴크루즈, 부산-日 사세보 항로 '순항'



고덕운
AT투어 대표이사

제주크루즈이슈포커스(1부)

01. 서론

- 국내 크루즈 역량 제고, 수용 태세 개선은 아직 미흡, 기존 문제점 반복되는 모습도...
- 우리나라 크루즈 산업의 혁신과 내적 성장을 위한 새로운 계획과 전략 필요
 - ▶ 내실있는 성장, 크루즈 모험, 지역 경제에 기여하는 크루즈



제20회 한국크루즈발전협의회 (2025.7.11.)

02 세계 크루즈 동향





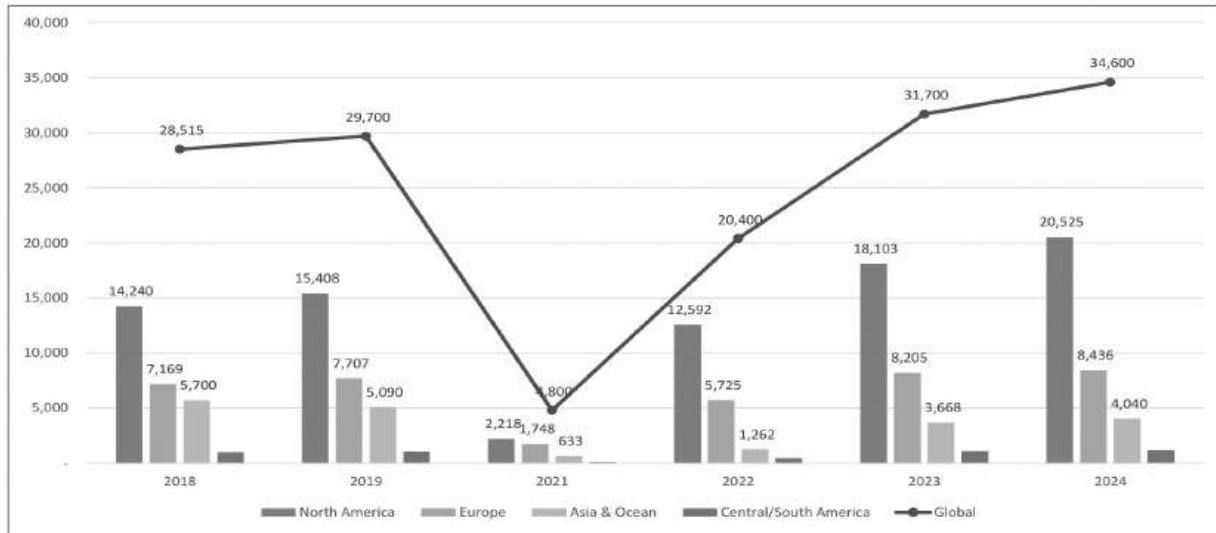
Duk-yoon KOH
CEO, AT TOUR

Jeju Cruise Issues Round Table (Part 1)

02. 세계 크루즈 동향

크루즈 관광객 추이 (지역별)

(단위 : 천 명)

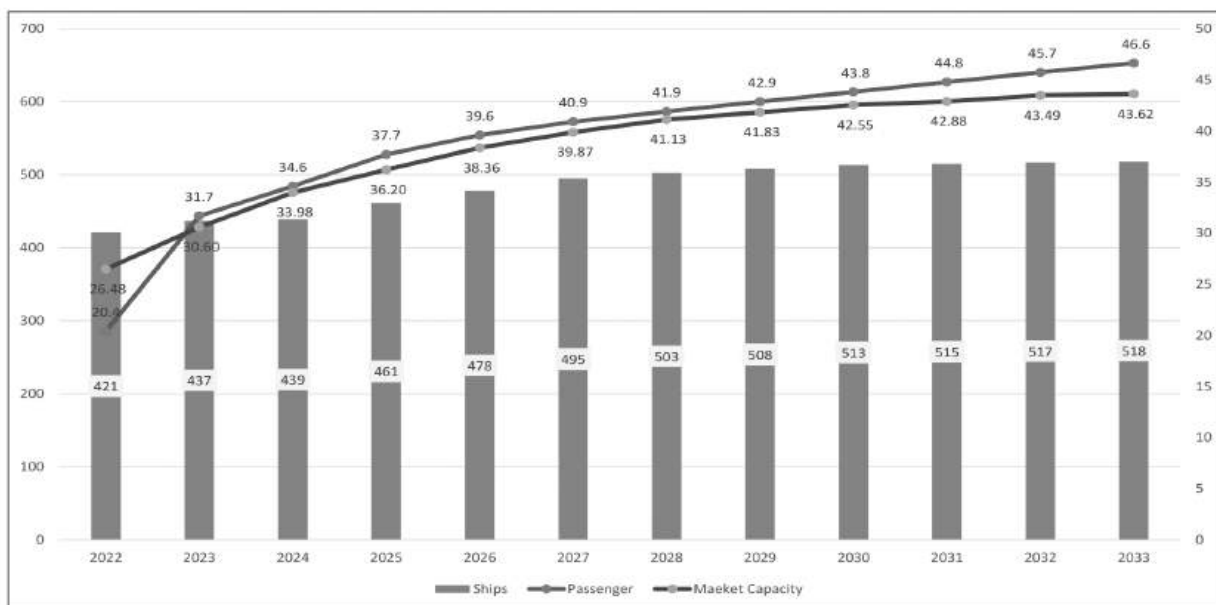


- 7 -

@Jin Hoi Hwana [Korea Maritime Institute]

02. 세계 크루즈 동향

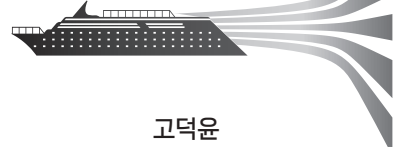
세계 크루즈 선박과 관광객 추이 및 전망



자료 : Cruise Industry News, 2025 Annual Report, 38th Edition, 2025. 2. ; CLIA, State of the Cruise Industry Report, 2025. 6. ; 필자 제작성.

- 8 -

@Jin Hoi Hwana [Korea Maritime Institute]



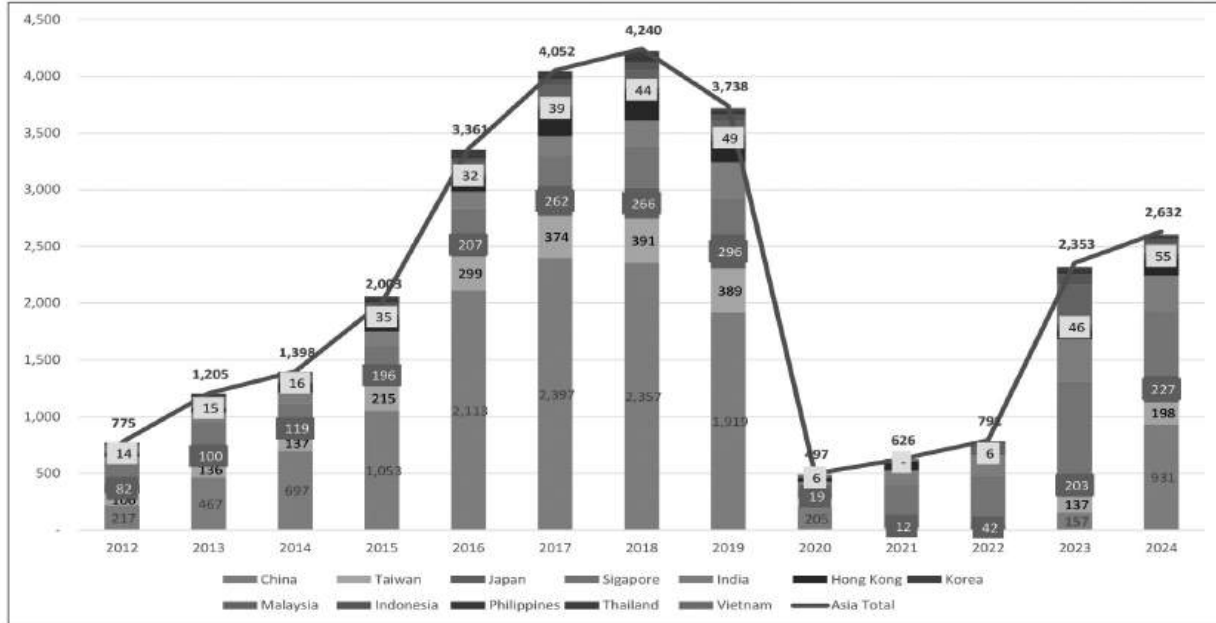
고덕운
AT투어 대표이사

제주크루즈이슈포커스(1부)

02. 세계 크루즈 동향

아시아 크루즈 관광객 추이

(단위 : 천 명)



자료: CLIA

제20회 한국크루즈발전협의회 (2025.7.11.)

03 한국 크루즈 주요 성과



Duk-yoon KOH
CEO, AT TOUR

03. 한국 크루즈 주요 성과

● 크루즈 항만 및 터미널 건설

- ✓ 우리나라는 그 동안 크루즈 항만과 크루즈 터미널을 건설하여 관광객 수용 여건을 마련했음
- ✓ 그러나 기항 크루즈에 맞춰 설계되어 모항 크루즈 운영에는 많은 애로가 있음

크루즈(카페리) 항만 및 터미널 현황

항만	구분	부두명	부두연장 (m)	수심 (m)	최대 접안능력	크루즈 선박 입항 여부
부산항	크루즈 전용	국제크루즈부두(영도)	440	11.5	8만톤급 → 22만톤급	○
	카페리, 크루즈	국제여객부두	2,040	9~12	17만톤급	
인천항	카페리, 크루즈 겸용	국제여객부두 (6,7번 크루즈 겸용)	1,523	8~12	3~5만톤급	○
	크루즈 전용	크루즈부두	430	12	22.5만톤급	
평택항	카페리	여객선부두	390	12~14	3만톤급	×
대산항	카페리	국제여객터미널부두			20,000DWT	×
군산항	카페리	국제여객부두	56×56 (문문)*		1.5만톤급	×
동해항	카페리	북부두 25번	185	8~11	1만톤급	○
속초항	크루즈 전용	크루즈 부두	310		3만톤급	○
	카페리					
여수신항	크루즈 전용	크루즈 부두	400	11	15만톤급	○
	카페리	국제여객부두	292	7.1	1.5만톤급	-
제주항	크루즈 전용	외항 크루즈부두 (8부두)	360	12	8만톤급	○
		외항 크루즈부두 서방피제 (예비선석)	360	11.5	5만톤급	
		강정(서귀포) 크루즈 부두	1,110	15.8~17.4	15만톤급	
목포항	국내여객	여객부두	351	6.5~8	1만톤급	
마산항	일반부두 (임시)	제3부두(임시)	420			○
울산항	잡화부두 (임시)	6부두(임시)	990	12	3만톤급	○
포항항	국제/연안여객, 크루즈	국제여객부두	310			○

자료 : 필자 정리.

03. 한국 크루즈 주요 성과

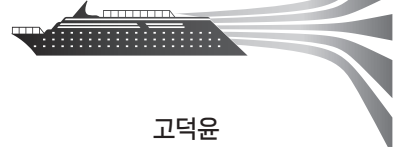
● 크루즈 시장 진출 기업 및 공공기관 증가

- ✓ 국내 기업 및 공공기관(정부, 공공)의 크루즈 산업 참여가 계속 증가
- ✓ 공공기관의 기능은 일부 중복/사각도 있으며, 민간의 크루즈 시장 진출은 담보상태를 넘어 점진적 증가 추세

국내 크루즈 시장 참여자 현황

구분	현황 및 여건	기업 현황
크루즈 선사 (한국지사)	<ul style="list-style-type: none"> • 크루즈선 운영을 주업으로 하는 국적선사 부재 • 크루즈 선박 확보를 위한 민간 투자 및 정부 정책 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌크루즈선사 한국지사 : 코스타크루즈, 프린세스 크루즈, 홀랜드아메리카 한국사무소, 로얄캐리비안 한국사무소 • 한국선사 : 두원상선(이스턴비너스), 팬스타 (팬스타미리클 페리)
크루즈 선사 대리점	<ul style="list-style-type: none"> • 크루즈 선사의 현지 대리점 업무 수행 (선박 기항이 있어야 비즈니스 창출) • 국내에서는 주로 일반 상선 대리점 비즈니스와 겸업 	<ul style="list-style-type: none"> • 동방선박, 협성해운, 웰헬스협업서비스, 아시트로해운, 유니부로스해운 (주로 부산에 위치)
크루즈 관광 (여행) 회사	<ul style="list-style-type: none"> • 크루즈 여행사는 주로 서울에 본사로 두고 활동, 지역에 기반한 여행사 부족 • 대형 여행사는 크루즈 차터 비즈니스 전개 • 아웃바운드 여행사는 고가 크루즈 상품과 단체 크루즈 상품 취급 	<ul style="list-style-type: none"> • (아웃바운드/차터) 롯데관광, 롯데JTB, 팬스타, • (인바운드 전문) 롯데관광, 크루즈갤러리, 아주크루즈, 화정
크루즈 항만 및 터미널 운영	<ul style="list-style-type: none"> • 주요 항만 도시 : 크루즈 부두 건설, 터미널 운영 • 크루즈 터미널 운영 효율성은 저조 (국제여객터미널을 주로 사용) • 해외 크루즈 선사 유치 등 마케팅 활동 전개 (관광공사의 크루즈 관련 역할 일부 중복) • 항만공사는 크루즈 연관산업 육성 정책도 전개 (선박대리점, 선용품 등) 	<ul style="list-style-type: none"> • 부산항만공사, 인천항만공사, 울산항만공사, 여수관광항만공사, 속초크루즈터미널, 제주크루즈터미널
크루즈 선용품	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 대형 회사(17개사)가 경쟁력을 갖고 시장 주도 • 중소 선용품업체 시장 참여 시도하나 비즈니스 특성상 시장 진입 용이하지 않음(글로벌 거래 미흡) 	<ul style="list-style-type: none"> • 한일후지코리아 (부산)
컨벤션, 컨설팅, 광고, 홍보	<ul style="list-style-type: none"> • 컨벤션 업체 다수 활동, 자체 브랜드 사업 미흡(대부분 공공행사 대응) • 크루즈 컨설팅, 광고, 홍보 대행사 점진적 발전. 업체 규모는 아직 중소기업이 대부분 	<ul style="list-style-type: none"> • 컨벤션 : 리컨벤션 (부산) • 컨설팅 등 : 전국
크루즈 조선	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 조선소가 세계 1~6위 차지하나 크루즈 건조 실적 전무 • 조선산업은 공공과잉(구조조정 추진, 고용, 지역경제 악화), 고부가가치 선종 미흡 • 크루즈 조선 위해 정부 주도의 정책 지원 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 조선소 : 현대중공업(울산), 삼성중공업(거제)대우조선해양(거제), 한진중공업(부산), 대선조선(부산), STX조선(천원)
정부/공공 조직	<ul style="list-style-type: none"> • 전국에 조직 산재, 각 조직에서 1~2명만 크루즈 업무 수행, 잦은 인사이동 인력부족으로 전문성, 국제네트워크 확보 애로, 크루즈산업에 대한 고위층 관심과 의지 부족 	<ul style="list-style-type: none"> • 중앙부처, 지자체, 항만공사, 관광공사(KTO, RTO), 관광재단

자료 : 필자 작성.



고덕운
AT투어 대표이사

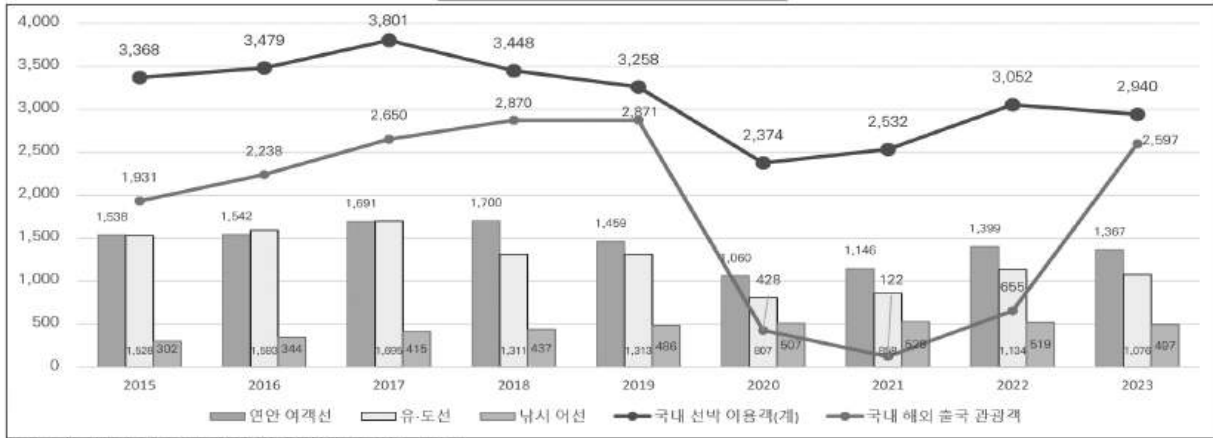
제주크루즈이슈포커스(1부)

03. 한국 크루즈 주요 성과

● 국내 크루즈 잠재 수요 풍부, 크루즈 관심 증가

- ✓ 크루즈 수요가 될 가능성이 높은 해외출국 관광객, 국내 선박 이용객 수요는 풍부
- 국내 해외 출국 여행객 : 연간 최다 2,870만 명 (2018~2019)
- 국내 선박 이용(관광)객 : 연간 최다 3,500만 명 (2017)

국내 선박 및 항공 이용자 추이



자료 1) 한국해운조합, "연안해운통계연보", 2016~2024.
2) 해양경찰청, "해경백서", 2016~2024.
3) 한국관광공사
* 필자 정리

03. 한국 크루즈 주요 성과

● 우리나라 크루즈 성장 잠재력

- ✓ 한국인들의 역동성은 항공 수요에서도 나타남



Busiest international flight routes of 2024

Route	Seats (millions)
1 Hong Kong-Taipei	5.78
2 Cairo-Jeddah	5.47
3 Seoul Incheon-Tokyo Narita	5.41
4 Kuala Lumpur-Singapore	5.38
5 Seoul Incheon-Osaka	4.98
6 Dubai-Riyadh	4.31
7 Bangkok-Hong Kong	4.20
8 Jakarta-Singapore	4.07
9 Bangkok-Singapore	4.03
10 New York JFK-London Heathrow	4.01

Source: OAG - Get the data - Created with Dataswrapper



Busiest domestic flight routes of 2024

Country	Route	Seats (millions)
South Korea	Jeju-Seoul Gimpo	14.2
Japan	Sapporo-Tokyo Haneda	11.9
Japan	Fukuoka-Tokyo Haneda	11.3
Vietnam	Hanoi-Ho Chi Minh City	10.6
Australia	Melbourne-Sydney	9.2
Saudi Arabia	Jeddah-Riyadh	8.7
Japan	Tokyo Haneda-Okinawa	8.0
India	Mumbai-Delhi	7.9
China	Beijing-Shanghai	7.7
China	Guangzhou-Shanghai	7.0

Source: OAG - Get the data - Created with Dataswrapper



Duk-yoon KOH
CEO, AT TOUR

03. 한국 크루즈 주요 성과

● 우리나라 크루즈 성장 잠재력

- ✓ 우리나라는 인구, 경제 규모, 소득 수준에 비해 크루즈 관광객이 많지 않은 상황. 향후 수요 증가 기대

우리나라 및 주변국 크루즈 관광객(출국) 비교

구분	1인당 GDP 순위	인구	GDP	1인당 GDP	크루즈 관광객 (만 명)		모항 출항
		(만 명)	(백만 달러)	(달러)	(2018년)	(2019년)	(2019년)
한국	27	5,183	1,629,532	31,430	3.9	4.4	14
대만	35	2,369	586,104	24,830	37.4	39.1	220
말레이시아	63	3,204	365,303	11,140	18.8	15.0	51
홍콩	13	743	372,989	50,200	23.0	25.0	71
싱가포르	8	579	326,818	63,990	26.7	37.3	306
스페인	29	4,639	1,397,870	29,960	50.0	53.0	-
이태리	26	5,929	1,988,636	32,950	80.0	83.1	-

주 1) 우리나라와 인구, 경제규모가 비슷한 국가를 선정하여 비교함
2) 홍콩 경제 통계는 2018년부터 공식 통계가 나오지 않아 추정치임
자료 : 크루즈 통계(CLIA), 경제통계(IMF 등 자료) : 필자 정리.

03. 한국 크루즈 주요 성과

● 우리나라 크루즈 관광객 증가

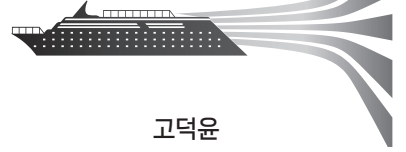
- ✓ 국내 항만에서 출국(차터 기준)하는 크루즈 관광객은 연간 2024년에 25,000명에 달함
- ✓ 해외 현지 크루즈 이용객도 계속 증가.

⚡ 국내 크루즈 출국자 실적(2024년)

(단위 : 명)

일정	출발	도착	기간	항로	승무원	관광객
05.08~05.14	서산	부산	6박 7일	✓ 서산~해상~나하~미야코지마~키릉~해상~부산	962	2,601
05.14~05.18	부산	부산	4박 5일	✓ 부산~사카이미나토~가나자와~해상~부산	963	2,477
05.18~05.23	부산	부산	5박 6일	✓ 부산~해상~기릉~나하~해상~부산	962	2,317
05.23~05.26	부산	부산	3박 4일	✓ 부산~나가사키~해상~부산	968	1,949
05.26~05.31	부산	부산	5박 6일	✓ 부산~해상~니이가타~하코다테~해상~부산	959	2,039
05.31~06.03	부산	부산	3박 4일	✓ 부산~사세보~야초시로(구마)~부산	960	1,465
06.03~06.08	부산	부산	5박 8일	✓ 부산~해상~하코다테~아오모리~해상~부산	965	1,677
06.08~06.10	부산	후쿠오카	2박 3일	✓ 부산~나가사키~후쿠오카 (리포지셔닝)	965	1,087
06.24~06.28	부산	부산	4박 5일	✓ 부산~사세보~가고시마~후쿠오카~부산	957	1,365
09.12~09.17	속초	속초	6박 7일	✓ 속초~해상~오키나와~아오모리~해상~속초	972	2,558
09.17~09.21	속초	부산	5박 6일	✓ 속초~사카이미나토~가나자와~마이즈루~부산	969	2,186
12.24~12.29	포항	부산	5박 6일	✓ 포항~해상~오키나와~하코다테~해상~부산	972	1,092
12.29~01.04	부산	부산	6박 7일	✓ 부산~해상~기릉~미야코지마~오키나와~해상~부산	970	1,883

자료 : 필자 조사.



고덕운
AT투어 대표이사

제주크루즈이슈포커스(1부)

03. 한국 크루즈 주요 성과

● 우리나라 크루즈 관광객 증가

- ✓ 2025년 국내 출국(차터) 크루즈 관광객도 25,000명 예상
- ✓ 인천, 제주 등의 모항 출국 크루즈가 늘어나고 있는 상황

🚢 국내 크루즈 출항 실적 및 전망 (2025년)

(단위 : 명)

출발항	일정	항로	선박	관광객	비고
인천항	0106~0116	✓ 인천항~공해~오키나와~이사가키~홍콩~기릉~해상~부산	Costa Serena	1,837	롯데관광
부산항	0116~0123	✓ 부산항~기릉~오키나와~사세보~부산	Costa Serena	2,319	환경재단
부산항	0129~0203	✓ 부산항~공해~나하(오키나와)~이사가키~해상~부산	Costa Serena	2,114	랜스타
부산항	0203~0209	✓ 부산항~공해~하코다테~오타루~삿포르~해상~부산	Costa Serena	1,809	랜스타
인천항	0402~0414	✓ 인천항~제주~가나자와~아키타~하코다테~시미즈~토코시마~코치~나고야~도쿄	Norwegian Spirit	1,925	NCL
부산항	0508~0513	✓ 부산항~공해~기릉~니하~공해~부산	Costa Serena	1,988	Lotte JTB
부산항	0513~0518	✓ 부산항~해상~기릉~미야코지마~해상~부산	Costa Serena	2,143	랜스타
서산 대산항	0519~0525	✓ 서산 대산항~해상~기릉~해상~니가사키~부산	Costa Serena	2,218	롯데관광
부산항	0525~0530	✓ 부산항~해상~기릉~해상~사세보~부산	Costa Serena	2,611	롯데관광
부산항	0530~0601	✓ 부산항~사세보~공해~부산	Costa Serena	2,136	코스타
부산항	0601~0604	✓ 부산항~공해~가나자와~부산	Costa Serena	1,292	코스타
부산항/속초항	0905~0912	✓ 부산항~속초항~공해~무로란~구시로~하코다테~공해~부산	Costa Serena	-	롯데관광
부산항	0912~0917	✓ 부산항~공해~기릉(1박2일)~나하~공해~부산	Costa Serena	-	Lotte JTB

자료 : 필자 조사

- 17 -

@Jin Hoi Hwang | Korea Maritime Institute

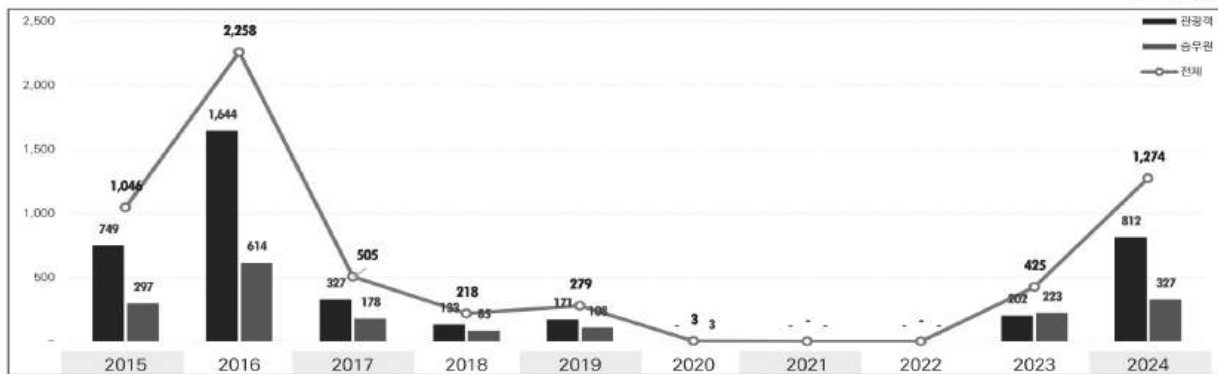
03. 한국 크루즈 주요 성과

● 외래 크루즈 입국자 (관광객 + 승무원) 증가

- ✓ 외래 크루즈 입국자(승객+선원)는 2016년 226만 명을 기록한 후 사드, 코로나 등으로 계속 감소했으나,
- ✓ 2023년 42.5만 명, 2024년에는 127만 명까지 회복했음

외래 크루즈 입국자(관광객+승무원) 추이 (2015~2024)

(단위 : 천 명)



자료 : 한국관광공사, 한국관광데이터랩(검색일: 2025.6.29)

- 18 -

@Jin Hoi Hwang | Korea Maritime Institute



Duk-yoon KOH
CEO, AT TOUR

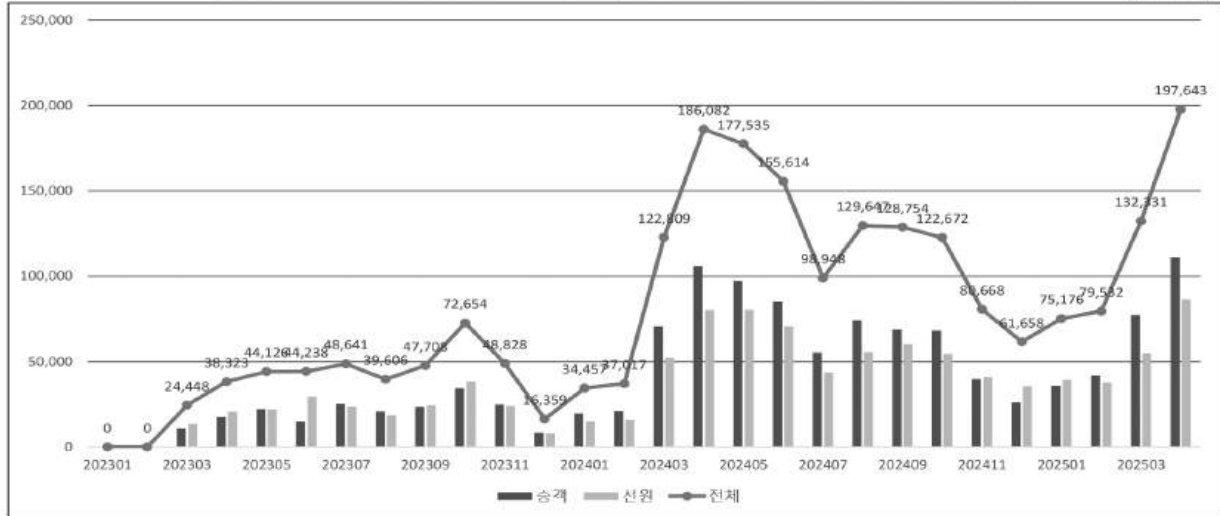
03. 한국 크루즈 주요 성과

외래 크루즈 입국자 (관광객 + 승무원) 월별 관광객 증가

✓ 외래 크루즈 입국자는 월별로 많은 차이를 보이나, 전반적으로 증가하는 추세

외래 크루즈 입국자(관광객+승무원) 월별 추이 (2023.1.~2025.4.)

(단위: 천 명)



자료: 한국관광공사, 한국관광데이터랩(검색일: 2025.6.29)

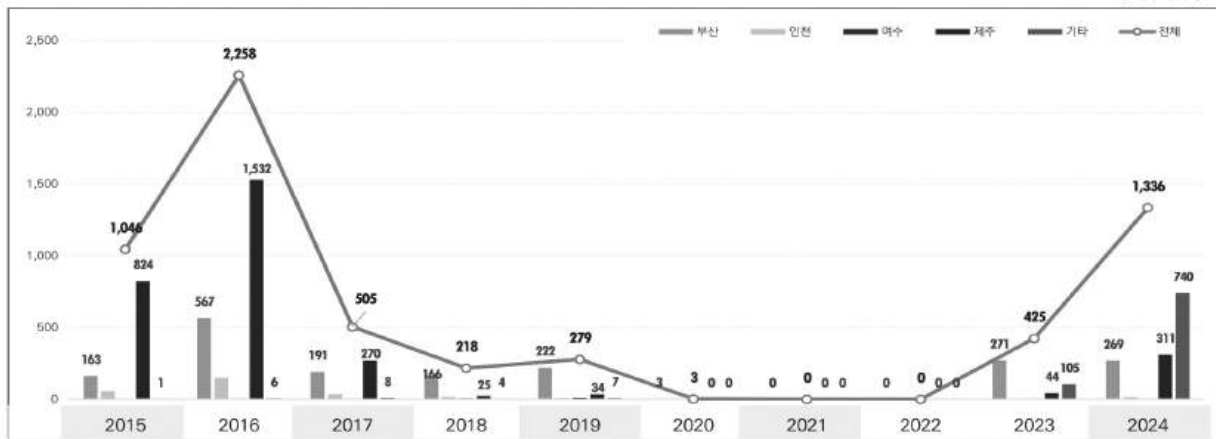
03. 한국 크루즈 주요 성과

외래 크루즈 입국자 (관광객 + 승무원) 항만별 추이

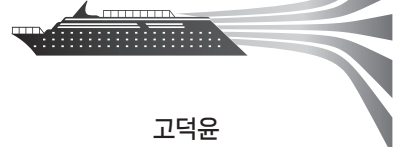
✓ 외래 크루즈 입국자는 항만별로도 많은 차이를 보임
- 2024년에는 제주항과 부산항이 가장 많은 입국자를 기록했음

외래 크루즈 입국자(관광객+승무원) 항만별 추이 (2015~2024)

(단위: 천 명)



자료: 한국관광공사, 한국관광데이터랩(검색일: 2025.6.29)



고덕운
AT투어 대표이사

03. 한국 크루즈 주요 성과

2025년 외래 크루즈 관광객 전망

- ✓ 2025년 크루즈선 입항은 약 600회로 예상되며, 관광객은 112만 명에 달할 전망
- ✓ 제주, 부산, 인천, 여수를 제외하면 다른 지역(항만) 크루즈선 입항은 10회 미만으로 예상

2025년 국내 항만별 크루즈선 및 관광객 입항 예정

(단위: 회, 명)

구분	제주항	서귀포 (강정항)	부산항 (부산,영도)	인천항	여수항	속초항	서산항	포항항	계
선박	163	176	203	32	10	4	1	1	590
관광객	384,000	416,000	239,297	67,739	6,887	6,570	500	130	1,121,123

주 : 각 항만, 지자체에서 파악한 크루즈선 입항 예정 목록을 참조하여 제안사가 작성했음. 관광객 규모는 크루즈선 정원의 75% 수준에서 추정.
자료 : 해양수산부, 항만공사, 지자체 : 필자 조사.

03. 한국 크루즈 주요 성과

한국 크루즈 입항 분석

- ✓ 크루즈선 국내 기항 횟수는 항만별로 많은 차이가 있음
- ✓ 크루즈선의 국내 항만 체류시간은 모항이 없을 경우 대체로 11~12시간

국내 항만별 크루즈선 입항 및 체류 시간

(단위: 척, 시간)

구분	제주항	서귀포	부산항	인천항	여수항	속초항	서산항	포항항	합/평균	
2024년	입항척수	134	140	118	15	4	4	1	52.1	
	관광객 (평균)	195,865 (1,462)	445,023 (3,179)	152,904 (1,296)	17,370 (1,158)	1,225 (306)	6,623 (1,656)	855 (855)	538 (538)	820,403 (1,306)
	항만체류 평균시간	9:05	10:33	12:08	31:40	9:16	10:17	11:04	13:09	13:24
2025년 (-6.29)	입항척수	61	104	108	19	3	2	1	299	
	관광객 (평균)	100,247 (624)	276,332 (2,657)	136,390 (1,263)	29,305 (1,542)	2,2828 (707)	2,150 (1,075)	15 (15)	190 (190)	567,457 (1,897)
	항만체류 평균시간	8:14	09:15	12:11	23:37	7:33	9:46	8:16	10:25	11:10

* 서산 2024년 출항 관광객 : 1,092명, 2025년 출항 관광객 2,333명

주 : 항만체류시간은 항만 입항, 출항 시간으로 관광객 하선 및 승선 시간은 이보다 적음
자료 : 해양수산부, 발표자 분석.



Duk-yoon KOH
CEO, AT TOUR

03. 한국 크루즈 주요 성과

● 우리나라 크루즈 실태 (개선이 필요한 부분)

- 국내 크루즈 시장 초기 상황 담보
 - ▶ 아웃바운드 관광객 연간 4만 ~ 5.5 만 명 규모로 추산(CLIA와 ACLN의 자료)
 - 국내 크루즈 출항, 경제적 효과 등을 파악할 수 있는 통계 필요
- 국내 모항 저조 및 국적선 부재로 기항 크루즈에 의존
 - ▶ 해외 크루즈 기항 감소시 국내 산업 기반 위축
- 크루즈 관광의 지역 경제 파급효과 저조
 - ▶ 관광객의 소비 축소(반일 관광, 명소, 기념품 개발 저조)
 - ▶ 연관 산업 발전 저조로 관련 기업의 성장 지연
- 크루즈 산업 도약을 위한 전략, 투자 부족
 - ▶ 크루즈 정책 : 해외 크루즈 유치에 주력
 - ▶ 크루즈 인프라 : 모항 크루즈 운영 애로
 - ▶ 크루즈 관광 프로그램 : 지역경제 파급효과 저조
 - ▶ 크루즈 산업에 대한 민간 투자 미흡(선박, 인력, 상품개발 등)

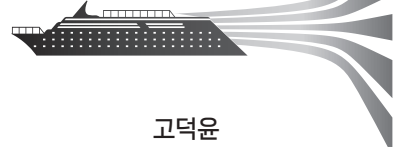
- 23 -

@Jin Hoi Hwana [Korea Maritime Institute]

제20회 한국크루즈발전협의회 (2025.7.11.)

04 우리나라 크루즈 발전 과제





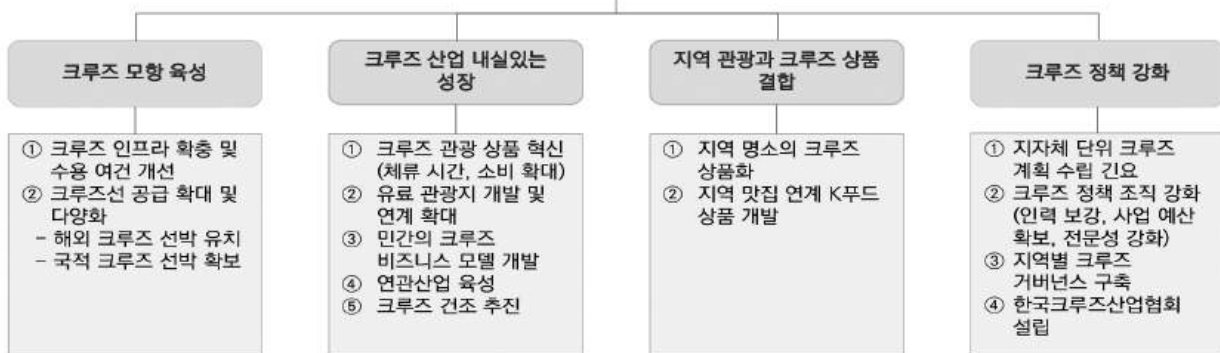
고덕운
AT투어 대표이사

04. 우리나라 크루즈 발전과제

● 우리나라 크루즈 발전 전략과 과제

- ✓ 크루즈 산업 발전을 위해 기존의 정책 혁신과 새로운 전략 개발 필요
- ✓ 크루즈 산업 발전 목표를 실현하기 위한 인력, 예산 투입 절실

한국 크루즈 산업 발전 전략과 과제

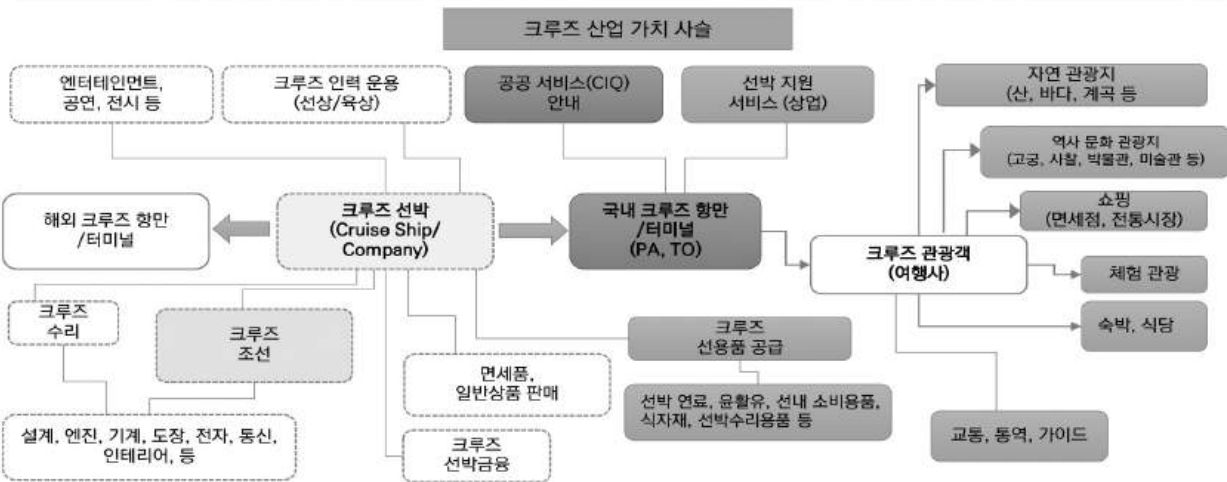


자료 : 발표자 작성.

04. 우리나라 크루즈 발전과제

● 크루즈 산업 가치 사슬

- ✓ 크루즈 산업 정책은 크루즈 산업 가치 사슬을 고려하여 핵심 부문을 강화해야 성과가 실현될 수 있음
- ✓ 크루즈 산업은 약 25개 분야 업종이 수직·수평적으로 결합하여 형성된 종합적·융복합적 산업
- ✓ 크루즈 선박 건조, 수리, 크루즈 선박 운항 및 기항, 정박지 관광 등을 통해 상품과 서비스를 제공하며 수익을 창출하고 있음



자료 : 필자 작성.



Duk-yoon KOH
CEO, AT TOUR

04. 우리나라 크루즈 발전과제

● 모항 크루즈 발전을 위한 기반 조성

- 크루즈 터미널 24시간 운영 체제 도입
 - ▶ 시장 변화에 따른 보안 당국의 제도 및 기준 변화
 - ▶ 보안 인력 확보 (인건비 부담)
- 교통 체계 개편
 - ▶ 모항 크루즈 입항시 시내, 공항, 철도 연계되는 셔틀 버스 투입
 - ▶ 크루즈 관광객 동선과 수요를 고려한 맞춤형 교통 수단 제공
 - ▶ 승차 거부 영업 차량 (택시, 밴 등) 근절
- 크루즈 터미널 시설 확충
 - ▶ 크루즈 터미널 필수 기능 (체크인카운트, 수하물처리, CIQ 공간, 휴식 및 대기 공간)
 - ▶ 지역별 크루즈 터미널 중축 검토
- 크루즈 역량 및 시설 규모에 맞는 크루즈 유치 추진

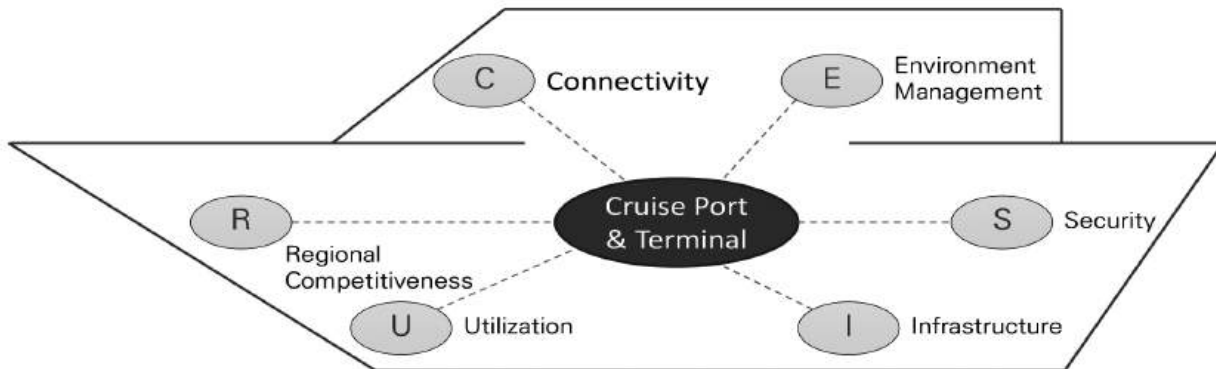
- 27 -

@Jin Hoi Hwana [Korea Maritime Institute]

04. 우리나라 크루즈 발전과제

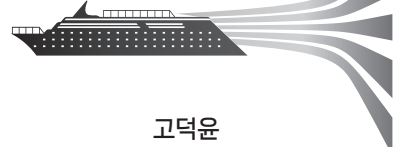
● 크루즈 인프라 확충 및 수용태세 완비

- 크루즈 모항 요건



- 28 -

@Jin Hoi Hwana [Korea Maritime Institute]



고덕운
AT투어 대표이사

제주크루즈이슈포커스(1부)

04. 우리나라 크루즈 발전과제

● 크루즈 인프라 확충 및 수용태세 완비

■ 크루즈 모항 요건

구분	주요 내용
접안시설 및 항만 인프라 (I)	- 대형 크루즈선 수용 : 최신 크루즈선은 10만~20만 톤 이상이므로, 깊은 수심과 충분한 접안 공간이 필요함 - 전용 크루즈 터미널 : 승객 승하선, 보안검색, 출입국 심사 등이 원활히 이루어질 수 규모를 갖춘 시설과 장비 완비 - 수배전 및 급수 시설 : 선박에 전력과 식수 공급이 가능해야 함, 친환경 AMP 시설 필요 - 항만 운영사와 크루즈사 간 원활한 협력 체계 필요.
여객 편의시설 (U)	- 터미널 내 수속 효율성: 체크인 카운터, 수하물 처리 시스템, 세관 및 출입국 관리 시설 등 - 주차장 및 교통 연결성: 공항, 고속도로, 기차역 등과 연계된 교통편 제공
교통 연계망 (C)	- 국제공항과의 연계성 : 많은 크루즈 승객은 항공편을 통해 이동하므로, 국제공항과의 근접성은 매우 중요함 - 공항-항만 간 셔틀버스 및 직통교통망 구축 필요
지역 관광 자원 연계(R)	- 매력적인 관광지와 접근성: 크루즈 승객 유치에 있어 도시의 관광자원은 핵심 요소 - 숙박시설 및 관광 서비스: 호텔, 여행사, 가이드, 쇼핑센터 등
환경 관리 및 물류 시스템 (E)	- 크루즈 선박, 기항지, 관광지 등 환경 보호 정책 - 크루즈선에 식자재, 물품, 연료 등을 공급할 수 있는 효율적인 보급 체계
안전 및 보안 행정 체계(S)	- 출입국 심사, 검역, 통관 절차의 신속성 확보. - 인센티브 정책 (예: 항만 이용료 감면 등)을 통한 유치 노력. - 국제보안규정(ISPS Code)에 따른 보안 체계 구축. - 긴급 상황 대응을 위한 해경, 소방, 의료 지원 체계 필요.

- 29 -

@Jin Hoi Hwana | Korea Maritime Institute

04. 우리나라 크루즈 발전과제

● 크루즈선 공급 확대 및 다양화

■ 크루즈 선박 유치 대상 및 방법

구분	특징 및 장단점	모항 활용 가능성	
해외	크루즈 기항 유치	<ul style="list-style-type: none"> 일반적으로 크루즈 기항 항만에서 크루즈를 유치하는 방법 유치 경쟁 치열, 크루즈 관광시장 발전 초기에 주로 활용 크루즈 선박의 지속적 기항에는 한계가 있음 	-
	크루즈 차터 운영	<ul style="list-style-type: none"> 크루즈 선사의 선박을 여행사 등이 용선(차터)하는 방법으로 차터하는 주체가 분명해야 가능함 크루즈 선사에서 선박을 빌려주는 선사는 많지 않아 차터 크루즈 유치가 용이하지 않음 차터 유치시 크루즈 모항효과 높아 매력적인 방법이나 많은 비용과 노력 필요 	○
	크루즈 정규선 유치	<ul style="list-style-type: none"> 크루즈 선박이 지정된 항만으로 지속적으로 기항 크루즈 여건이 좋은 지역에서 활용 가능 크루즈 선사와 항만 양측 모두 만족도 높음 	○
	월드/테마 크루즈 유치	<ul style="list-style-type: none"> 크루즈 홍보에 유리, 새로운 고객 유입에 효과 크루즈 신시장에서 신규로 유치 추진, 크루즈 선사는 기존 기항지 선호 	-
국내	연안 크루즈 유치	<ul style="list-style-type: none"> 자국 크루즈 선박이 있어야 유용한 방안 (국적 크루즈선 부재) 자동차 관광에 비해 경쟁력 있는 상품 프로그램 필요 	○
	국제 크루즈 유치	<ul style="list-style-type: none"> 국적 크루즈선 부재로 유치 곤란 신규 선박 등록시 파급 효과 높음 	○

자료 : 발표자 작성.

- 30 -

@Jin Hoi Hwana | Korea Maritime Institute



Duk-yoon KOH
CEO, AT TOUR

04. 우리나라 크루즈 발전과제

● 크루즈선 공급 확대 및 다양화

■ 크루즈 선박 유치 방안

구분	세부 내용
선사 대상 유치전략 강화	<ul style="list-style-type: none"> 해외 크루즈 선사 대상 IR(Investor Relations) 활동 <ul style="list-style-type: none"> - 주요 글로벌 선사에게 한국 항만의 인프라 및 이점 적극 홍보 - 항만, 관광, 지방정부 합동 세일즈단 구성 - 외국 크루즈 선사의 국내 항만 투자 유치 (일본 크루즈 항만 사례 벤치마킹) - 국내 항만에 투자한 해외 크루즈 선사에게 항만 우선 접안권 부여 인센티브 제공 <ul style="list-style-type: none"> - 입항료/접안료 감면 - 초기 시즌 보조금 지원 - 선박 연료나 식자재 현지 공급 시 세금 혜택
해외 선사와 국내 기업간 합작 투자 선사 설립	<ul style="list-style-type: none"> 국내 선사의 투자 미흡, 크루즈선 운영 경험 부족, 글로벌 네트워크 부족 문제를 극복 하고 국적선사 설립 추진 - 한국 또는 아시아 항만을 모항지로 지정하여 글로벌 크루즈 시장 진출

자료 : 발표자 작성.

04. 우리나라 크루즈 발전과제

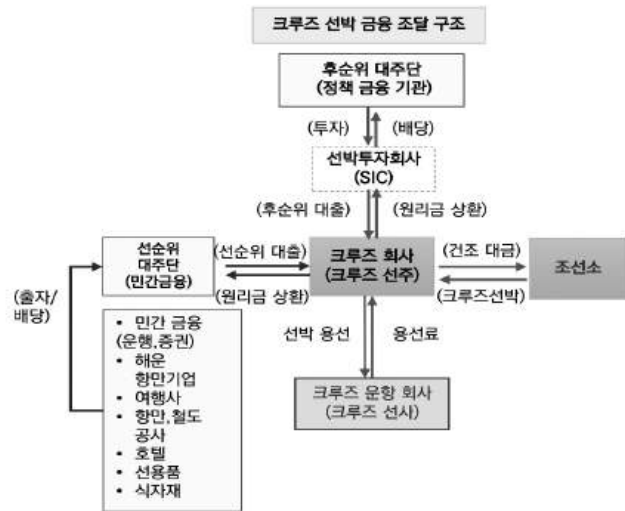
● 국적 크루즈선 확보

■ 필요성

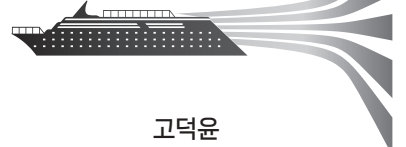
- ▶ 크루즈 산업 발전을 위해 Key Player 역할을 하는 크루즈 선박이 반드시 필요
 - 크루즈 시장은 공급이 수요를 창출하는 “세이의 법칙”(Say's Law) 적용
 - 크루즈 선박 공급이 증가할 경우 크루즈 수요도 증가, 선박 공급없을 경우 수요도 감소
- ▶ 크루즈 회사는 크루즈 산업을 주도하며, 고용 창출, 지역경제 발전효과가 높음
 - 세계 크루즈 산업 고용인력 117만 명은 대부분 크루즈 선사와 태

■ 추진방안

- ▶ 크루즈 선박 확보를 위해 크루즈 선박 금융 개발 : 정부-후순위보증, 민간:선순위금융
 - 크루즈선 건조는 민간의 개별 기업에서 추진은 사실상 불가, 금융기관의 참여가 필요
- ▶ 해외 크루즈 선사와 국내 기업간 합작 투자 적극 추진
 - 국내 기업의 투자 여력 부족
 - 해외 크루즈 선사의 자금, 네트워크, 경험, 자금 활용



자료 : 황진희, “한국 크루즈산업 정책방향과 과제”, [2021 세계해양포럼 크루즈 세션 주제발표, 2021. 10. 28.]



04. 우리나라 크루즈 발전과제

● 크루즈 관광 상품 혁신

■ 크루즈선 분류

유형	특성
럭셔리 크루즈 (Luxury Cruise)	- 소형 또는 중형 선박 - 승객 300~1,000명 - 1:1 수준의 맞춤형 서비스 - 최고급 식사와 숙박 제공 - 대표선사: Silversea, Regent Seven Seas
프리미엄 크루즈 (Premium Cruise)	- 승객 1,000~2,500명 수준 - 다양한 레스토랑과 시설 - 고품질 서비스와 여유로운 분위기 - 대표선사: Celebrity Cruises, Holland America
메인 스트림 크루즈 (Mainstream Cruise)	- 대형 선박, 승객 2,500~5,000명 - 가족 단위 이용객에 적합 - 다채로운 엔터테인먼트와 합리적 요금 - 대표선사: Royal Caribbean, Carnival
매스 마켓 크루즈 (Mass Market)	- 초대형 선박, 승객 5,000명 이상 - 대중적 요금 정책 - 다양한 국가의 관광객 대상 - 대표선사: MSC Cruises, Norwegian

■ 국내 기항지 크루즈 상품 실태 (여건)

- ▶ 크루즈 선사와 인바운드 여행사가 크루즈 기항 상품 (PG) 주도
 - 지자체, 관공공사 제안내용이나 의견 반영 미흡
- ▶ 전국 기항지 대부분 크루즈 특성이 고려되지 않는 동일한 상품(PG)이 제공
- ▶ 개별 관광객(FIT) 기항지 관광 애로 심각
 - 교통정보, 교통수단 불비 (특히 외곽에 위치한 크루즈 항만)
 - 핸드폰 어플리케이션 유용성 : 대체로 낮다. 시간적 여유 없고, 와이 파이 접근 제한
 - 환전소 불편

■ 추진 방안

- ▶ 우수 크루즈 관광 기항 상품 시상 및 홍보
- ▶ 크루즈 인바운드 여행사 역량 강화(규모, 인력, 전문성 등)
- ▶ RTO와 크루즈 선사 네트워크 구축, 기항지 관광 프로그램 제안
- ▶ 관광 안내원 배치 확대, 교통 지도 배부

04. 우리나라 크루즈 발전과제

● 지역 경제 기여형 크루즈 관광 상품 개발

■ 실태

- ▶ 크루즈 기항지 관광객에 판매되는 상품 대부분 반일 상품
 - 선박의 체류 시간은 증가하고 있으나, 단체 관광객 상품은 반일(반나절)이 다수를 차지
- ▶ 쇼핑 실태
 - 반일 관광은 식사, 기념품 구매, 카페 방문 시간 없어 관광객 소비가 극히 저조
 - 쇼핑 관광은 일부 지역에만 있고, 전국 각 기항지에서 공히 방문하는 전통시장(재래시장, 수산시장)에서는 외국인 구매할 상품이 거의 없음
 - 수산물, 농산물 : 운송, 보관, 통관 불가한 품목 많음
 - 크루즈 관광객의 구매액은 과거 100만원 수준에서 최근 10~20만 원 수준으로 하락

■ 추진방안

- ▶ 지역 특화 "기념품" 개발
 - 기념품 의미
 - 문화의 상징: 각국의 역사, 전통, 자연, 철학 등을 함축
 - 여행의 기억: 장소와 감정을 떠올릴 수 있는 물리적 흔적
 - 소통의 매개: 선물이나 전시를 통해 다른 사람과 문화를 공유
 - 지역을 상징하고 스토리가 있는 기념품 개발 (공모전)
 - 지역에서 생산되는 원자재, 지역 정서와 문화를 담아 현지인이 만든 상품
 - 지자체, 지역관광공사의 역할 중요
- ▶ 기항지 전일 상품 확대 추진
 - 실버 계층 : 많은 기항지를 바쁘게 방문하는 관광을 벗어나 고즈넉하고 여유로운 프로그램 구성
 - 청년층 : 액티비티, 신비롭고 새로운 트렌드 반영한 상품

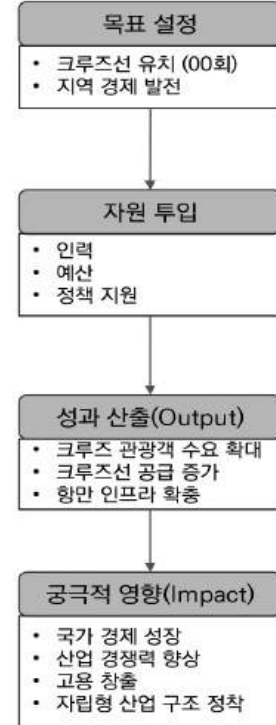


Duk-yoon KOH
CEO, AT TOUR

04. 우리나라 크루즈 발전과제

● 지자체의 크루즈 산업 육성 계획 수립

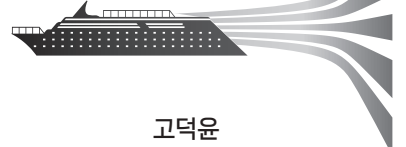
- 법률적 근거 : 크루즈 산업 육성 및 지원에 관한 법률
 - ▶ 제3조(국가와 지방자치단체의 책무) ① 국가와 지방자치단체는 크루즈산업의 육성을 위한 종합적인 시책을 수립·시행하여야 한다. ② 국가와 지방자치단체는 크루즈산업의 기반조성에 필요한 행정적·재정적 지원 방안을 마련하여야 한다.
- 지자체의 크루즈 육성 정책 실태
 - ▶ 전국 연안 지자체 장들은 대부분 크루즈 육성(유치)를 선거 공약에 포함
 - ▶ 지자체의 크루즈 산업 육성 계획은 일부 지자체만 수립·운영, 그러나 대부분 산업 예산은 극히 부족
- 추진방안
 - ▶ 지자체 단위 조례 제정
 - 기본계획 내용, 예산, 추진조직 명시
 - ▶ 광역 지자체 단위 기본계획 수립
 - 목표(장기, 단기), 중장기 계획, 세부 추진방안 등



04. 우리나라 크루즈 발전과제

● 지역별 크루즈 거버넌스 구축

- 이론적 근거
 - ▶ 거버넌스 이론 (Governance Theory) : 중앙정부 중심의 위계형 체계에서 → 다양한 행위자 간 협력 중심의 수평적 체계로 전환 강조
 - 민관(정부·산업계), 학계, 시민사회가 공동으로 문제 해결
 - Rhodes (1996) : 정부 단독이 아닌 "다중행위자 간 네트워크" 중심의 정책 결정
 - ▶ 지역 혁신 시스템(Regional Innovation System, RIS) : 지역 기반의 산업 육성을 위해서는 지자체, 지역 대학·연구소, 기업체, 관광기관이 유기적으로 연결되어야 함
 - ▶ 공동관리 이론 (Collaborative Governance) : 여러 이해관계자가 공동의 목표를 위해 자발적·지속적 협력 구조를 갖춰야 성과 창출 가능
 - 공유된 리더십과 상호 신뢰 구축이 핵심
- 원칙 : 권한과 책임 비례, 현장 중심 경영
 - ▶ 권한을 갖는 만큼 책임을 지고 역할 수행, 인력, 예산 투입
- 절차 및 추진방안
 - 1) 비전 및 공동 목표 설정 (예: "2028년까지 국내 크루즈 관광객 2배 확대" 등)
 - 2) 핵심 주체 발굴 및 역할 정의
 - 중앙정부, 지방자치단체 : 정부기관간 업무 협의 (CIQ, 보안 등)
 - 항만공사, 관광공사
 - 대학, 연구기관
 - 민간선사
 - 3) 거버넌스 체계 설계 : 협의회, 운영위원회, 실무 워킹그룹 구성
 - 4) 자원 통합 및 공동 대응 : 예산, 인력, 정보 공유
 - 5) 성과 관리 및 평가 체계 마련 : KPI 설정: 관광객 수, 정박 횟수, 지역경제 파급효과 등



고덕운
AT투어 대표이사

04. 우리나라 크루즈 발전과제

● 한국크루즈산업협회 설립

- 법률적 근거 : 크루즈 산업 육성 및 지원에 관한 법률 제15조(한국크루즈산업협회의 설립 등)
 - ① 국적 크루즈사업자, 크루즈산업 관련 연구기관 및 교육기관, 그 밖에 해양수산부령으로 정하는 자는 크루즈산업의 건전한 발전을 위하여 해양수산부장관의 인가를 받아 한국크루즈산업협회(이하 "협회"라 한다)를 설립할 수 있다.
 - ② 협회는 법인으로 한다.
 - ③ 협회는 다음 각 호의 사업을 한다.
 1. 국내외 크루즈산업의 현황 등 정보수집·관리
 2. 크루즈산업에 관한 정책·제도의 조사·연구
 3. 크루즈산업 종사자에 대한 교육·훈련·연수
 4. 크루즈산업에 관한 홍보
 5. 제1호부터 제4호까지의 사업에 딸린 사업으로서 협회의 정관으로 정하는 사업
 - ④ 협회는 다음 각 호의 사업을 한다.
 - ⑤ 협회의 정관은 해양수산부장관의 인가를 받아야 하며, 변경하려는 경우에도 또한 같다.
 - ⑥ 정관의 기재사항과 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
 - ⑦ 협회에 관하여 이 법에서 정한 것을 제외하고는 「민법」 중 사단법인에 관한 규정을 준용한다.
- 추진방안
 - ▶ 추진단 구성 및 설립계획(장관 방침) 마련, 필요시 용역 수행
 - ▶ 예산 확보 : 사업비(해양수산부), 운영비(지자체, 공사, 민간 등) 지원
 - ▶ 인력 확보(상근직 : 기획관리, 운영, 국제협력 등 최소 3명)

- 37 -

@Jin Hoi Hwana | Korea Maritime Institute |

04. 우리나라 크루즈 발전과제

● 국내 크루즈 조선 추진 (중장기)

✓ 크루즈 조선 R&D 센터 설립

- 여건 및 필요성
 - (크루즈 건조 수요 증가) 코로나 종식 후 크루즈 관광 수요 폭발적 증가, 크루즈 조선 수요도 급증
 - (한국 조선소 고부가가치 선종 개발 필요) 한국 조선소의 주력인 LNG선, 컨테이너선, 탱커는 공급과잉으로 그간 신조가 하락(최근 건조가 상승) → 국내 조선산업 구조조정 계속 추진 중
 - (지역 경제 활성화 위해 크루즈 조선 건조 추진) 국내 각 지역의 조선 및 제조업 육성을 통한 경제 활성화 및 일자리 창출 위해 한국 크루즈선 건조 전단계로 "한국 크루즈 조선 R&D 센터" 설립 추진
 - (공공부문의 추진 필요) 한국 조선소의 크루즈선 건조 경험 부재로 관심 저조
 - 민간 조선소: 리스크 적고 자금 회전 좋은 기존선 건조 주력, 한국 전문경영인 체제 한계 (단기 성과 중시, 장기 투자 회피)
 - 정부/지자체 차원에서 우선 크루즈 R&D센터 설립 하고, 중장기적으로 크루즈 건조 추진
- 추진방안
 - 추진 주체 주체
 - 지자체 ("지자체 민관 합동 사업") : 지역 경제 활성화를 위한 핵심 사업으로 선정
 - 지역 상공인 단체, 조선 기자재 업체 등 협력 필요
 - 설립 타당성 확보
 - 전문기관의 연구 검토
 - 연구 발주는 지자체에서 추진
 - <한국 크루즈 조선 R&D 센터> 사업내용(안)
 - 크루즈 조선 산업 및 기술 동향 분석
 - 크루즈 조선 핵심 기술 개발 및 수출
 - 크루즈 조선 투자 모델 (펀드 조성) 개발
 - 국내외 크루즈선 건조 수주(중장기 사업)
 - 운영 재원
 - 정부 + 지자체 매칭 구조, 민간 출자 추진

- 38 -

@Jin Hoi Hwana | Korea Maritime Institute |



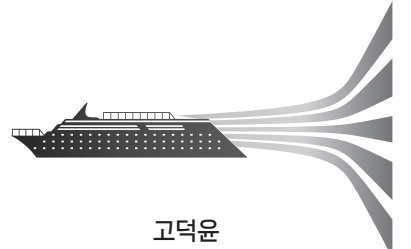
Duk-yoon KOH
CEO, AT TOUR



V. 결론

● 우리나라 크루즈 발전 방향 (모델)

- 유럽 모델 (이탈리아, 독일)
 - ▶ 크루즈 선사 + 크루즈 조선 + 관광 결합 모델
 - ▶ 크루즈 산업 고용 많고, 부가가치 창출 기능 높음
- 중남미 모델
 - ▶ 크루즈 기항 관광 유치 (크루즈 선사 無, 크루즈 조선 無)
 - ▶ 외국 크루즈 기항에 의존
- 아시아 모델
 - ▶ 일본 모델 : 일본 크루즈 선사 육성 + 해외 크루즈 선사 유치 + 크루즈 건조(조선) 추진
 - ▶ 중국 모델 : 풍부한 내수로 외국 크루즈 유치, 자국 크루즈 선사 + 크루즈 조선 육성 추진
 - ▶ 대만 모델 : 크루즈 여행사가 크루즈 관광 주도, 외국 크루즈 선사 모항 추진
- 한국 모델
 - ▶ 국제 크루즈 선사 無, 크루즈 조선 無,
 - ▶ 해외 크루즈 유치에 집중(중앙정부, 지자체, 공공기관 등)
 - ▶ 한국 크루즈 산업 발전 모델을 새롭게 마련하고 체계적 정책 추진 필요



고덕운
AT투어 대표이사

제주크루즈이슈포커스(1부)

V. 결론

● 크루즈 산업은 지역의 신성장 동력

✓ 해양수산부, “크루즈 산업, 대한민국 미래 이끈다”

크루즈 관광 산업, 대한민국 미래 경제 이끈다

제주부, “2025년 크루즈 관광 100만 방문객에 대비”



크루즈 관광산업이 국가 미래역량의 산업으로 급부상하고 있다. 세계적으로 그 규모가 크게 성장하고 있고, 특히 동아시아와 동남아시아의 크루즈 관광산업은 그 증가세가 두드러지게 나타나고 있다. 이러한 흐름에 발맞춰 인천시와 인천항만공사에서는 크루즈 전용 여객 터미널을 건립하고 오는 4월 개항식을 앞두고 있다.

크루즈여행 관광객의 수는 해마다 눈에 띄는 성장을 보이며 전 세계는 물론, 북극과 제2에서도 일관 성장을 보이고 있다. 지난 2006년부터 2014년까지 전 세계 크루즈 관광객은 연평균 5.1% 성장을 이루고 있고, 시장규모는 연간 총액기준 100억 달러로 3000억 달러로 나타났다. 지난 2015년 크루즈 관광객은 2400만 명으로 집계됐고, 이는 2010년에는 2100만 명으로 연평균 5.2%의 성장세가 지속될 것으로 전망되고 있다.

아시아 크루즈 관광객은 최근 5년간 연평균 8.1% 성장을 보이고 있으며, 시장규모는 연간 1000억 달러 2300억 달러를 넘고 있다. 향후 2020년에는 650만 명으로 전망되고 2025년 1억 1000만 명으로 전망된다. 아시아의 경우에는 중국을 중심으로 시장이 급성장하고 있다. 한국, 일본, 중국, 태평양 관광객이 2015년 기준 319만 명(47,250여 명)을 기록하고, 기항지 관광객 비중이 40%에 달한다.

계몽당 전 기획위원은 “물자의 창출과 소비산업, 그리고 한국의 미래관광 시장의 과제를 풀 수 있는 해법은 바로 크루즈 산업에 있다고 생각한다”고 말했다.

V. 결론

● 크루즈 산업의 경제적 효과

크루즈 관광은 일자리 창출과 지역경제 발전에 기여



크루즈 관광객 24명이
정규직 1명 일자리 창출

크루즈 관광객 10만 명은
약 4,160개 일자리 창출



크루즈 관광객(1명)
방문 도시에서
총 750\$ 지출
(1기항지당 약 150\$)

관광객 10만 명 방문시
1,500만 달러 지출
(약 195억 원)



크루즈 관광객 63%는
크루즈 기항지를
재방문

크루즈 관광객 10만 명
기항시 6.3만 명
재방문

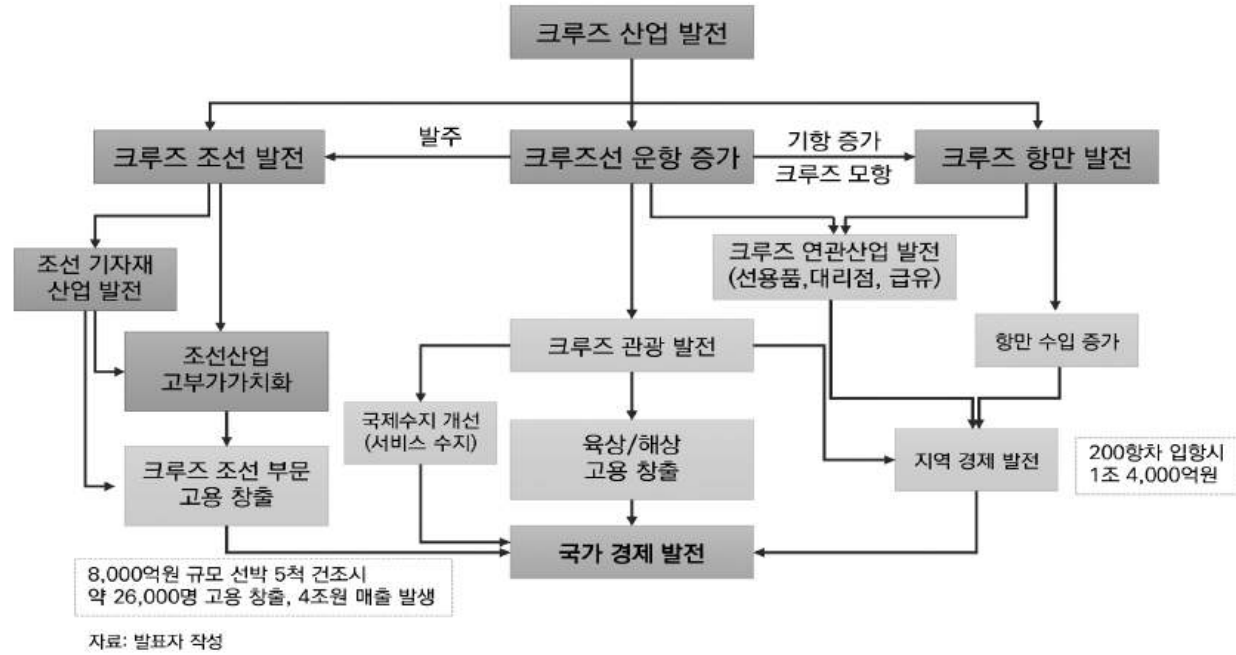
자료: CLIA, State of the Cruise Industry, May 2023. p. 41.



Duk-yoon KOH
CEO, AT TOUR

V. 결론

● 크루즈 산업 발전 기대 효과



2025
ASIA
CRUISE
FORUM
JEJU

Jeju Cruise Issues Round Table (Part II)

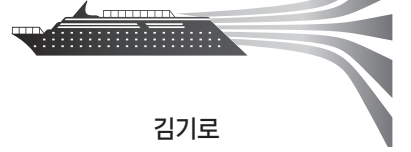
제주크루즈이슈포커스(2부)

Kiro KIM 김기로

Managing Director, DuwonCruise & Ferry Co., Ltd.

두원크루즈페리 이사





김기로
 두원크루즈페리 이사

제주크루즈이슈포커스(2부)





제12회 제주국제크루즈포럼
 2025 ASIA CRUISE FORUM JEJU



국내 크루즈 산업 및 관광 활성화 방안

국내 크루즈 모항 운항 선사 유치를 중심으로

두원크루즈페리(주)
 영업기획본부 김기로 이사

Duwon Cruise & Ferry
 Managing Director Kiro Kim

Date : 2025.07.11.

목차

<p>#01</p> <p>크루즈 산업의 현황</p> <ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 크루즈 시장 동향 - 아시아 크루즈 시장 분석 - 한국 크루즈 산업의 현주소 	<p>#02</p> <p>크루즈 모항 운항 선사의 개념</p> <ul style="list-style-type: none"> - 크루즈 모항의 정의 - 모항 운항 선사의 특징 - 크루즈 모항의 중요성 	<p>#03</p> <p>국내 크루즈 산업의 문제점</p> <ul style="list-style-type: none"> - 국내 모항 크루즈 선사 부재 - 수요 잠재력 활용 부족 - 단기적 관광 운영의 한계
<p>#04</p> <p>크루즈 산업 활성화 방안</p> <ul style="list-style-type: none"> - 국내 크루즈 선사 육성 - 인프라 개발 및 개선 - 크루즈 관광 상품 다양화 	<p>#05</p> <p>글로벌 마케팅 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> - K-콘텐츠 활용 전략 - 디지털 마케팅 강화 - 국제 네트워크 구축 	<p>#06</p> <p>정책적 지원 및 향후 과제</p> <ul style="list-style-type: none"> - 정부의 지원 정책 - 민간 협력 방안 - 지속가능한 발전 과제

Kiro KIM
Managing Director, DuwonCruise & Ferry Co., Ltd.



서론: 크루즈 산업의 중요성과 한국의 현황



제12회 제주국제크루즈포럼
2025 ASIACRUISE FORUM JEJU




크루즈 산업의 중요성

- 고부가가치 관광산업으로서의 위상
- 지역 경제 활성화 및 일자리 창출 효과
- 관련 산업 발전 촉진 (조선, 항만 등)
- 국가 브랜드 가치 향상에 기여
- 글로벌 관광 트렌드 변화에 대응


한국 크루즈 산업의 현황

- 외국 선사 의존도가 높은 현 구조
- 국내 모항 크루즈 선사 부족
- 크루즈 관광객 수 변화 추이
- 크루즈 항만 인프라 현황
- 정부의 크루즈 산업 육성 정책






크루즈 산업의 개념




제12회 제주국제크루즈포럼
2025 ASIACRUISE FORUM JEJU




크루즈 산업의 정의

- 해상 관광과 숙박이 결합된 종합 서비스 산업
- 선박을 이용한 이동형 리조트 경험 제공
- 다양한 목적지를 포함한 패키지 여행 상품



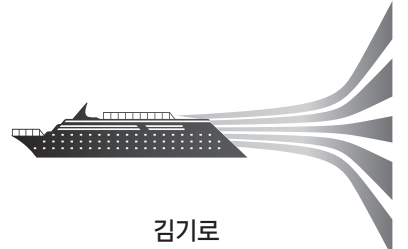
크루즈 산업의 특징

- 고급화된 서비스와 다양한 엔터테인먼트 제공
- 대규모 자본 투자가 필요한 장치산업
- 계절성이 강하며 국제 정세에 민감
- 복합적인 가치 사슬 구조 (운송, 숙박, 관광 등)



크루즈 산업의 경제적 효과

- 높은 부가가치 창출 (승객 1인당 지출액 큼)
- 지역 경제 활성화 및 고용 창출 효과
- 관련 산업 발전 촉진 (조선, 항만, 관광 등)
- 외화 획득을 통한 국가 경제 기여



김기로
두원크루즈페리 이사

제주크루즈이슈포커스(2부)

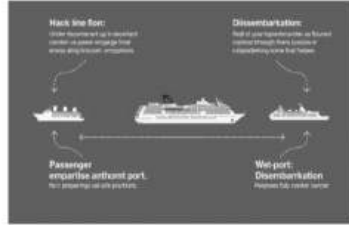


크루즈 모항 운항 선사의 개념



크루즈 모항의 정의

- 크루즈 선박의 출발 및 도착 기점
- 승객의 주요 승하선이 이루어지는 항구
- 선박 보급 및 정비가 가능한 기반 시설 보유
- 관광 상품의 시작과 종료 지점



크루즈 모항 운항 선사의 특징

- 정기적인 크루즈 일정 운영
- 모항 중심의 안정적인 노선 구축
- 지역 관광 자원과 연계한 상품 개발
- 현지 승객 유치에 유리한 위치 선정
- 장기적인 시장 개발 및 브랜드 구축 가능



크루즈 모항의 중요성

- 크루즈 산업의 안정적 성장 기반 제공
- 지역 경제 활성화 및 일자리 창출
- 국가 관광 산업의 경쟁력 강화
- 관련 산업 발전 촉진 (항만, 물류 등)
- 국제 해양 관광 허브로서의 위상 확립



크루즈 산업 활성화의 중요성



크루즈 산업의 경제적 파급효과

- 관광수입 증대
- 외화 획득
- 지역경제 활성화
- 항만 인프라 개선
- 국가 이미지 제고



고용 창출 효과


- 직접 고용: 선박 승무원, 항만 인력
- 간접 고용: 관광, 숙박, 요식업
- 유도 고용: 관련 서비스 산업
- 청년 일자리 창출
- 지역 고용 증대




관련 산업 발전에 미치는 영향

- 조선업 발전
- 항만 시설 개선
- 관광 산업 성장
- 식음료 산업 활성화
- 교통 인프라 개선

Kiro KIM
Managing Director, DuwonCruise & Ferry Co., Ltd.



팬데믹 이후 글로벌 크루즈 현황 (1)



2019년 크루즈 산업 현황

- 크루즈 이용객: 2,950만 명
- 경제적 기여: 1,545억 달러
- 고용 창출: 116만 개 일자리

⇄


2023년 크루즈 산업 현황

- 크루즈 이용객: 3,170만 명 (7% 증가)
- 경제적 기여: 1,686억 달러 (9% 증가)
- 고용 창출: 162만 개 일자리 (40% 증가)


연도별 전세계 크루즈 산업의 경제적 효과

구분	2019	2020	2022	2023
크루즈 관광객 (백만명)	29.67	4.8	20.4	31.7
크루즈 산업 직접 지출액 (10억 달러)	72.02	NA	69	78.8
크루즈 산업 총 산출액 (10억 달러)	154.46	63.4	138	168.6
크루즈 산업의 소득 기여액 (10억 달러)	50.53	NA	43	85.6
크루즈 산업의 고용효과 (백만명)	1.16	0.57	1.2	1.6

* 자료 : Contribution of Cruise Tourism to the Global Economy 2023 (CLIA, 2023), 발표자 재구성



팬데믹 이후 글로벌 크루즈 현황 (2)



지역별 크루즈 시장 회복 현황

- 북미: 빠른 회복세, 2019년 대비 117% 수준
- 유럽: 안정적 성장, 2019년 대비 106.5% 수준
- 카리브해: 가장 높은 성장, 전체 시장의 41% 차지
- 지중해: 23% 성장, 약 550만 명의 탑승객 기록
- 아시아: 회복 중, 크루즈 선박 배치 지연으로 성장 제한적
- 호주/뉴질랜드: 점진적 회복세, 2019년 대비 99% 수준

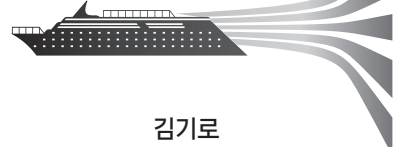
크루즈 산업의 미래 전망


- MZ세대의 크루즈 수요 증가
- 지속가능한 크루즈 여행에 대한 관심 증대
- 테크놀로지 활용한 개인화 서비스 확대
- 소규모, 고급화 크루즈 상품 인기
- 아시아 시장의 잠재적 성장 가능성
- 크루즈 선박의 친환경화 추세
- 새로운 목적지 개발 및 다양한 테마 크루즈 등장

연도별 전세계 크루즈 이용객 비교


구분	2019	2021	2022	2023
북미	15,408	2,218	12,592	18,103
서유럽	7,226	1,671	5,433	7,722
아시아	3,738	626	791	2,329
호주/뉴질랜드/태평양	1,352	7	471	1,339
남아메리카	935	89	426	997
동유럽	263	32	161	332
중동/아랍	108	22	149	229
스칸디나비아	218	45	131	151
아프리카	168	-	88	150
캐리비안	57	-	30	48
중앙아메리카	49	-	20	35
합계 (천명)	29,522	4,710	20,292	31,435

* 자료 : 2023 Global Passenger Report (CLIA, 2023), 발표자 재구성





아시아 크루즈 현황



아시아 크루즈 시장의 성장

- 2023년 약 240만 명의 승객 창출
- 2022년 대비 3배 증가
- 2019년 대비 여전히 140만 명 부족
- 빠른 회복세와 성장 잠재력 보유
- 중국, 일본, 싱가포르 주도적 역할


아시아 크루즈 시장의 특징 및 전망

- 단기 크루즈 상품 인기
- MZ세대의 크루즈 수요 증가
- 지역 특색을 살린 테마 크루즈 개발
- 크루즈 관광과 육상 관광의 연계 강화
- 아시아 크루즈 시장의 지속적 성장 전망


연간 아시아 크루즈 이용객 비교

구분	2019	2021	2022	2023
싱가폴	325	360	425	817
인도	313	123	201	374
말레이시아	121	25	74	350
일본	296	12	42	203
중국	1,919	6	2	157
대만	389	23	1	137
인도네시아	62	0	16	91
홍콩	191	77	4	79
한국	49	0	6	46
필리핀	29	0	7	35
태국	20	0	6	22
베트남	7	0	3	11
합계	3,721	626	787	2,322

* 자료 : 2023 Asia Market Report (CLIA, 2023), 발표자 재구성



일본 모항 크루즈 현황



일본 국적 크루즈 선사 현황

- 아스카크루즈: 신규 선박 '아스카 3' 도입
- 미쓰이크루즈: '미쓰이 오션크루즈' 럭셔리 라인 시작
- 비너스크루즈: 2023년 사업 종료
- 국적 선사들의 회복 및 확장 노력 진행 중

외국적 선사의 일본 모항 운영 현황

- 코스타크루즈: '코스타 세레나' 운영
- 프린세스크루즈: '다이아몬드 프린세스' 운영
- MSC크루즈: 'MSC 벨라시마' 최신 선박 투입
- 일본 주요 항구를 모항으로 한·일, 일-대만 노선 운항

일본 크루즈 산업의 특징 및 전략


- 다양한 크루즈 상품 개발 (단기, 장기, 테마별)
- MZ세대 타겟 마케팅 강화
- 지방 항구 활성화를 통한 지역 관광 촉진
- 크루즈 전용 터미널 확충 및 현대화
- 정부의 적극적인 크루즈 산업 지원 정책

일본 모항 크루즈 현황

선사명	아스카 크루즈		미쓰이 오션 크루즈		코스타 크루즈	프린세스 크루즈	MSC 크루즈
	아스카 2	아스카 3	니혼 마루	미즈이 오션 후지	코스타 세레나	다이아몬드 프린세스	MSC 벨라시마
국적	국적선 (일본)	국적선 (일본)	국적선 (일본)	국적선 (일본)	외국적선 (이탈리아)	외국적선 (영국)	외국적선 (이탈리아)
톤수(GT)	50,000	52,000	22,400	32,300	114,000	115,800	171,000
건조년도	1990년	2025년	1990년	2009년	2007년	2004년	2019년
객실수	480개	385개	184개	220개	1,500개	1,337개	2,200개
승객수	960명	744명	600명	450명	3,700명	2,670명	4,500명
승무원수	545명	470명	230명	335명	1,100명	1,100명	1,600명
항로	일본	일본	일본	일본	일본-한국 / 일본-대만	일본-한국 / 일본-대만	일본-한국 / 일본-대만
운항시즌	연중	연중	연중	연중	여름, 가을	여름, 가을	여름, 가을


* 자료 : 일본 모항 크루즈 시장 현황을 바탕으로 발표자 재구성

Kiro KIM
Managing Director, DuwonCruise & Ferry Co., Ltd.



EASTERN CRUISE

대만 모항 크루즈 현황



제12회 제주국제크루즈포럼
2025 ASIACRUISE FORUM JEJU

대만 크루즈 시장의 성장

- 연간 40만 명 이상의 승객 유치
- 아시아 주요 크루즈 시장으로 부상
- 크루즈 관련 인프라 및 인적 자원 발달
- 코로나19 이후 크루즈 수요 급증

주요 크루즈 선사 및 운영 현황

- 코스타 크루즈, MSC 크루즈 등 외국 선사 운영
- NCL 스피릿 100일간 단독 차터 성공
- 기륭항을 주요 모항으로 활용
- 일본 오키나와 등 단기 크루즈 노선 인기


대만 크루즈 산업의 성공 요인

- 대만국제크루즈협회의 적극적인 활동
- 정부의 크루즈 산업 지원 정책
- 지리적 이점을 활용한 크루즈 노선 개발
- MZ 세대를 포함한 다양한 연령층 공략

대만 모항 크루즈 현황


선사명	코스타 크루즈	MSC 크루즈	NCL 크루즈	리조트월드크루즈
선명	코스타 세레나	MSC 벨라시마	NCL 스피릿	리조트월드인
국적	외국적선 (이탈리아)	외국적선 (이탈리아)	외국적선 (미국)	외국적선 (말레이시아)
톤수	114,000GT	171,000GT	75,900GT	75,300GT
건조년도	2007년	2019년	1998년	1999년
객실수	1,500개	2,200개	1,000개	1,000개
승객수	3,700명	4,500명	2,000명	2,000명
승무원수	1,100명	1,600명	912명	1,300명
항로	대만-일본	대만-일본	대만-일본	대만-일본
운행시즌	봄, 겨울	봄, 겨울	가을	가을

* 자료: 대만 모항 크루즈 시장 현황을 바탕으로 발표자 재구성



EASTERN CRUISE


중국 모항 크루즈 현황



제12회 제주국제크루즈포럼
2025 ASIACRUISE FORUM JEJU

중국 크루즈 산업의 발전

- 2010년대 중반부터 급격한 성장
- 상하이, 텐진 중심으로 발전
- 코로나19로 일시 침체 후 2023년 하반기 회복
- 연간 1천만 명 관광객 유치 목표



크루즈 관련 인프라 및 제도

- 상하이 우쑹항: 연간 300만 명 수용 가능
- 하이난 자유무역항: 비자 면제 및 면세 혜택
- 자동화된 승선 시스템 도입
- 크루즈 전용 항만 시설 확충

주요 크루즈 선사 및 운영 현황

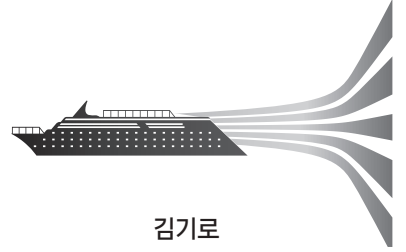
- 아도라크루즈: 중국 최초 대형 국산 크루즈
- 코스타 크루즈, 로얄캐리비안 등 외국 선사 운영
- 대형 여행사와 국영 기업 중심 차터 크루즈 운영
- 단기 국제 크루즈 노선 인기

중국 정부의 크루즈 산업 지원 정책

- '크루즈 산업 발전계획(2023~2035)' 수립
- 크루즈 선박 건조 산업 육성
- 크루즈 관련 인프라 투자 확대
- 비자 간소화 및 출입국 절차 개선

중국 크루즈 산업의 미래 전망

- 국산 대형 크루즈 선박 연 1척 이상 건조 계획
- 독자적 크루즈 브랜드 개발 및 세계 시장 진출
- MZ 세대 대상 마케팅 강화
- 아시아 크루즈 시장 선도 목표




EASTERN CRUISE		중국 모항 크루즈 현황					제12회 제주국제크루즈포럼 2025 ASIA CRUISE FORUM JEJU
중국 모항 크루즈 현황							
선사명	아도라 크루즈	틴진 오리엔트	아스트로 오션크루즈	차이나머천드바이킹	블루드림 크루즈	보하이 크루즈	
선명	아도라 매직시티	MS드림차밍	피아노랜드	조우상이둔	블루드림 옐로디	차이니스 타이산	
국적	중국	외국적선	외국적선	중국	외국적선	외국적선	
톤수	135,500GT	77,499GT	69,153GT	47,842GT	42,289GT	24,430GT	
건조년도	2023년	1998년	1995년	2017년	2002년	2000년	
객실수	2,000개	975개	914개	464개	1,000개	416개	
승객수	5,246명	2,014명	1,800명	903명	2,000명	832명	
승무원수	1,300명	800명	760명	465명	1,300명	350명	
항로	중-한-일	중-한-일	홍콩-일본	중-한-일	중-한-일	중-한-일	
운행시즌	연중	연중	연중	연중	연중	연중	

* 자료 : 중국 모항 크루즈 시장 현황을 바탕으로 발표자 재구성


EASTERN CRUISE		국내 모항 크루즈 현황		제12회 제주국제크루즈포럼 2025 ASIA CRUISE FORUM JEJU																														
한국 크루즈 산업의 현주소																																		
한국의 크루즈 산업은 높은 잠재력에도 불구하고 국내 모항 크루즈 선사의 부족으로 인해 발전이 제한적이다. 외국 선사 의존도가 높고, 정기 운항 부족으로 안정적 성장에 어려움을 겪고 있다.																																		
국내 크루즈 선사 운영 현황		한국 모항 크루즈 현황																																
<ul style="list-style-type: none"> - 이스턴크루즈: 2024년 국내모항 크루즈 개시 - 하모니크루즈: 2012년 단기 운영 후 중단 - 정기 운항 크루즈 선사 부족 		<table border="1"> <thead> <tr> <th>선사명</th> <th>이스턴 크루즈</th> <th>코스타 크루즈</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>선명</td> <td>이스턴 비너스</td> <td>코스타 세레나</td> </tr> <tr> <td>국적</td> <td>국적선</td> <td>외국적선 (이탈리아)</td> </tr> <tr> <td>톤수</td> <td>26,000GT</td> <td>114,000GT</td> </tr> <tr> <td>건조년도</td> <td>1998년</td> <td>2007년</td> </tr> <tr> <td>객실수</td> <td>300개</td> <td>1,500개</td> </tr> <tr> <td>승객수</td> <td>720명</td> <td>3,700명</td> </tr> <tr> <td>승무원수</td> <td>180명</td> <td>1,100명</td> </tr> <tr> <td>항로</td> <td>한국-대만-일본</td> <td>대만-일본</td> </tr> <tr> <td>운행시즌</td> <td>연중</td> <td>단기간 차터</td> </tr> </tbody> </table>			선사명	이스턴 크루즈	코스타 크루즈	선명	이스턴 비너스	코스타 세레나	국적	국적선	외국적선 (이탈리아)	톤수	26,000GT	114,000GT	건조년도	1998년	2007년	객실수	300개	1,500개	승객수	720명	3,700명	승무원수	180명	1,100명	항로	한국-대만-일본	대만-일본	운행시즌	연중	단기간 차터
선사명	이스턴 크루즈	코스타 크루즈																																
선명	이스턴 비너스	코스타 세레나																																
국적	국적선	외국적선 (이탈리아)																																
톤수	26,000GT	114,000GT																																
건조년도	1998년	2007년																																
객실수	300개	1,500개																																
승객수	720명	3,700명																																
승무원수	180명	1,100명																																
항로	한국-대만-일본	대만-일본																																
운행시즌	연중	단기간 차터																																
외국 선사의 한국 모항 운영																																		
<ul style="list-style-type: none"> - 스타크루즈: 2000년대 초반 한국 모항 운영 - 코스타크루즈: 국내 여행사 단기 차터 - 외국 선사 의존도 높음 																																		

* 자료 : 한국 모항 크루즈 시장 현황을 바탕으로 발표자 재구성


Kiro KIM
Managing Director, DuwonCruise & Ferry Co., Ltd.




문제점 #01: 국내 모항 크루즈 선사들의 부족




제12회 제주국제크루즈포럼
2025 ASIACRUISE FORUM JEJU



01	02	03	04
<p>부재의 주요 원인</p> <ul style="list-style-type: none"> - 초기 투자 비용 높음 - 전문 인력 부족 - 안정적 수요 창출 어려움 - 크루즈 산업 인식 부족 - 정책적 지원 미흡 - 글로벌 경쟁력 부족 - 크루즈 관련 인프라 부족 - 장기적 전략 부재 	<p>크루즈 산업 발전 저해</p> <ul style="list-style-type: none"> - 경제적 파급효과 제한 - 관광 산업 발전 저해 - 일자리 창출 기회 상실 - 외화 유출 증가 - 크루즈 관련 기술 발전 지연 - 국제 경쟁력 약화 - 크루즈 관광 상품 다양성 부족 - 지역 경제 활성화 기회 상실 	<p>선사 육성의 필요성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 안정적인 크루즈 수요 창출 - 국내 관광 산업 질적 향상 - 일자리 창출 효과 - 관련 산업 발전 촉진 - 외화 획득 기회 증대 - 크루즈 산업 기술력 향상 - 국제 경쟁력 강화 - 지역 경제 활성화 기여 	<p>정부 지원 방안</p> <ul style="list-style-type: none"> - 크루즈 선사 설립 지원금 제공 - 세제 혜택 및 금융 지원 - 전문 인력 양성 프로그램 운영 - 크루즈 전용 항만 시설 확충 - 크루즈 관광 상품 개발 지원 - 국제 협력 네트워크 구축 지원 - 크루즈 산업 육성 법규 정비 - R&D 투자 확대

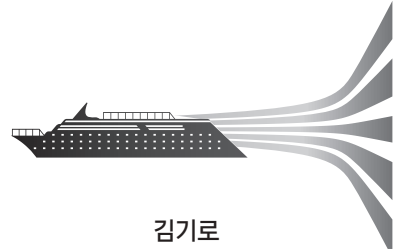


문제점 #02: 국내 수요에 대한 잠재력 활용 부족



제12회 제주국제크루즈포럼
2025 ASIACRUISE FORUM JEJU

01	02	03
<p>한국의 크루즈 시장 잠재력</p> <ul style="list-style-type: none"> - 높은 국민소득 - 큰 해외여행 수요 - 지리적 이점 	<p>국내 크루즈 수요 현황</p> <ul style="list-style-type: none"> - 낮은 크루즈 이용률 - 단기 크루즈 상품 선호 - MZ세대 관심 증가 	<p>크루즈 수요 창출 과제</p> <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 크루즈 상품 개발 - 크루즈 인식 개선 - 접근성 향상
<p>04</p> <p>크루즈 산업 발전을 위한 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> - 국내 크루즈 선사 육성 - 크루즈 전용 항만 인프라 확충 - 크루즈 관광 상품 다양화 - 정부의 정책적 지원 강화 	<p>05</p> <p>기대 효과</p> <ul style="list-style-type: none"> - 관광 산업 다각화 - 일자리 창출 - 지역 경제 활성화 - 국제 경쟁력 강화 - 관련 산업 발전 	



김기로
두원크루즈페리 이사

제주크루즈이슈포커스(2부)



문제점 #02: 국내 수요에 대한 잠재력 활용 부족



국가별 크루즈 탑승객 수 규모 비교 (2023년 기준)

국가별	연간크루즈 탑승객수 (천명)	1인당 GDP (USD)	인구수 (천명)	인구수당 크루즈 탑승객수 (%)	해외 출국자수 (천명)	해외 출국자수당 크루즈 탑승객수 (%)	
아시아	한국	46	33,600	51,713	0.09%	26,844	0.17%
	일본	203	33,950	124,131	0.16%	9,662	2.10%
	대만	137	32,800	23,595	0.58%	11,795	1.16%
	싱가포르	817	87,870	5,640	14.49%	10,378	7.87%
	중국	157	12,540	1,422,585	0.01%	149,720	0.10%
유럽	이탈리아	1,176	36,700	60,965	1.93%	61,194	1.92%
	스페인	587	34,000	47,280	1.24%	22,287	2.63%

* 자료 : CLIA, World Bank (DataBankWorld/Development Indicators) year 2023, 발표자 재구성



문제점 #03: 인바운드 위주의 단기적 크루즈 관광 운영



현재 크루즈 관광 정책의 한계

- 외국인 관광객 유치에 중점
- 일회성 방문에 의존
- 지속 가능한 성장에 한계
- 국내 크루즈 시장 발전 저해
- 관광 산업의 다변화 필요



장기적 크루즈 산업 발전의 필요성

- 안정적인 국내 크루즈 시장 필요
- 정기적인 크루즈 선사 설립 필수
- 일자리 창출 및 경제 활성화
- 관광산업의 질적 향상
- 국가 경제에 긍정적 영향



균형 잡힌 크루즈 관광 전략 수립

- 국내외 관광객 모두 고려
- 한국인 대상 크루즈 상품 개발
- 장기적인 산업 발전 계획 수립
- 크루즈 산업 인프라 확충
- 글로벌 경쟁력 강화 전략 수립



Kiro KIM
Managing Director, DuwonCruise & Ferry Co., Ltd.



문제점 #04: 글로벌 마케팅 전략의 필요성





K-콘텐츠의 성공과 크루즈 산업

- K-콘텐츠의 글로벌 성공 사례
- 창의적 콘텐츠 제작의 중요성
- 다양한 플랫폼 활용
- 한국 문화의 매력 활용
- 크루즈 산업과의 연계 가능성




글로벌 크루즈 시장 경쟁력 강화

- 한국 크루즈의 독특한 가치 제안
- 국제 크루즈 행사 참여
- 글로벌 파트너십 구축
- 디지털 마케팅 활용
- MZ세대 타겟 마케팅




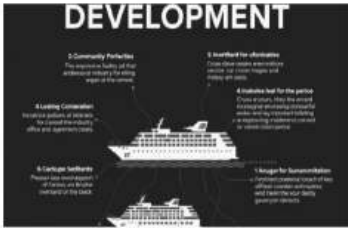
효과적인 마케팅 전략 수립 방안

- 맞춤형 크루즈 상품 개발
- 안전과 위생 강조
- 지속 가능한 크루즈 운영
- 한국 문화 체험 프로그램
- 다국어 마케팅 자료 제작



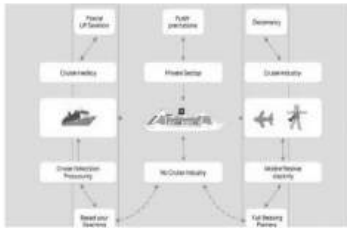
문제점 #04: 지속적인 연구와 정책적 지원






크루즈 산업 육성을 위한 정부 정책

- 크루즈 시장 수요 예측 연구
- 친환경 크루즈 기술 개발
- 크루즈 관광객 행동 분석
- 크루즈 경제 파급효과 분석
- 글로벌 크루즈 트렌드 연구



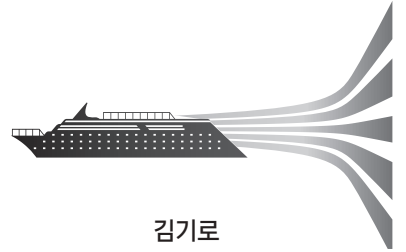
민관 협력의 중요성

- 정부와 민간 기업의 역할 분담
- 크루즈 산업 투자 유치
- 항만 인프라 개선 협력
- 크루즈 관련 법규 개선
- 산학연 협력 체계 구축



장기적 발전을 위한 연구 과제

- 중장기 마스터플랜 수립
- 국내 선사 육성, 전문인력 양성, 홍보 강화
- 정부 지원 + 민간이 혁신과 투자 필요
- 한국의 글로벌 경쟁력 강화
- 관광 콘텐츠 다양화 도모



김기로
두원크루즈페리 이사

제주크루즈이슈포커스(2부)

결론

- 한국 크루즈 산업: 잠재력 높으나 국가적인 협력 필요
- 국내 모항 크루즈 선사 추가 설립 및 지원 시급
- 글로벌 마케팅 전략 수립 필요
- 정부와 민간의 협력 강화 중요
- 지속적인 연구와 정책 지원 필수
- 균형 잡힌 크루즈 관광 전략 수립 필요
- 크루즈 산업의 경제적 파급효과 극대화
- 한국, 아시아 크루즈 시장의 핵심 국가로 도약 기대



참고자료



- 김기태(2014), 우리나라 크루즈항별 발전방향에 대한 탐색적 연구, 『한국항만경제학회지』, 30(2), 51-75
- 김홍섭(2008), 크루즈(Cruise)산업의 활성화를 위한 마케팅 전략에 관한 연구: 인천항의 경우, 『한국항만경제학회지』, 24(4), 407-441.
- 양정철(2015), 크루즈 모항선택요인에 관한 연구, 제주대학교대학원, 박사학위논문
- 장준호·허범영·정익준(2011), 한국 크루즈관광의 현황과 미래전략, 『한국항만경제학회지』, 27(4), 109-127
- 최윤석(2017), 크루즈 모항의 경쟁력 결정요인 분석, 부산대학교대학원 박사학위논문
- 한국관광공사(2012), 크루즈 통계 표준화 방안 연구
- 해양수산부(2013), 크루즈산업 활성화 대책
- 해양수산부(2024), 27년까지 방한 크루즈 관광객 연 100만명, 관광객 소비지출 약 2,800억원 달성 목표
- 머니투데이(2023), "경제효과 185조...국적크루즈선 도입 고민해야", (<https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2023103010321227228>, 2023.10.31.)
- 서울파이낸스뉴스(2024), "관광산업 회복세에 크루즈여행수 증가", (<https://www.seouln.com/news/articleView.html?idxno=513347>, 2024.03.15.)
- 한국경제(2023), "초호화크루즈의 귀환, 올해 40만명 온다", (<https://www.hankyung.com/article/2023033057191>, 2023.03.30.)
- 한국해운신문(2024), "2027년 크루즈 관광객 100만명 유치", (<http://www.maritimepress.co.kr/news/articleView.html?idxno=321055>, 2024.06.17.)
- CLIA(2022), Contribution of Cruise Tourism to the Global Economy 2022
- CLIA(2023), 2023 Asia Market Report
- CLIA(2023), 2023 Global Passenger Report
- CNBC(2023), "South Koreans are the World's biggest spenders on luxury goods",
- Richard K. Miller & Associates(2023), 『The Travel & Tourism Market Research Handbook, 2013-2014 Edition』, 33, 239-242.



Kiro KIM
Managing Director, DuwonCruise & Ferry Co., Ltd.

Jeju Cruise Issues Round Table (Part II)



Date : 2025.07.11.



제12회 제주국제크루즈포럼
2025 ASIA CRUISE FORUM JEJU

감사합니다!
Thank You!

두원크루즈페리(주)
영업기획본부 김기로 이사

Duwon Cruise & Ferry
Managing Director Kiro Kim