

S.T.I

Seoul Tourism Insight

2023. 7.

Vol. 1



7월 관광이슈

코로나19 엔데믹 시대 관광시장의 회복
ChatGPT가 가져온 MICE 산업의 변화



S.T.I
Seoul Tourism Insight

Seoul Tourism Insight

| 발행일 | 2023. 07. 26.

| 발행처 | 서울관광재단

| 주 소 | 서울 종로구 청계천로85(삼일빌딩) 6층

| 전 화 | 02-3788-0877

| 홈페이지 | www.sto.or.kr

| 기획 · 편집 | 서울관광재단 관광연구팀

| 디자인 | 누보

CONTENT

I. 서울관광 브리프

- | | |
|-------------------------|----|
| 1. 기고문(서울관광재단 길기연 대표이사) | 6 |
| 2. 서울관광재단 주요 사업(7월) | 8 |
| 3. 서울관광재단 연구보고서 리뷰 | 10 |
| 4. 국내외 관광·MICE 동향 | 14 |

II. 국내 관광동향

- | | |
|------------------------|----|
| 1. 한국/서울 입출국 현황 | 28 |
| 2. 주요 국가별 한국/서울 방문통계 | 31 |
| 3. 2022년 서울 주요관광지 방문통계 | 32 |
| 4. 서울 소재 관광사업체 현황 | 34 |

III. 해외 관광동향

- | | |
|---|----|
| 1. 국제 인바운드 통계 | 36 |
| 2. 지속가능한 항공연료
(Sustainable Aviation Fuel, SAF) | 37 |

I. 서울관광 브리프

1. 기고문(서울관광재단 길기연 대표이사)	6
2. 서울관광재단 주요 사업(7월)	8
3. 서울관광재단 연구보고서 리뷰	10
4. 국내외 관광·MICE 동향	14

1. 기고문



“엔데믹시대 글로벌 관광대국으로 가는 길”

관광대국 일본 정책을 벤치마킹하여

2.7%. 2021년 국내 GDP에서 관광산업의 기여율이다. 미국과 프랑스는 각각 5.5%와 6.5%이며 가까운 일본만 해도 4%로 국내 보다 훨씬 비중이 높다. 관광은 서울의 미래다. 서울은 인구밀도가 높고 서비스 산업이 발달한 도시로 보이지 않는 무역인 관광을 통해 외래관광객을 유치해야만 한다. 코로나19 직전의 서울방문 외래관광객 숫자는 약 1,300만 명, 코로나19 직전 서울을 찾은 외래관광객이 만든 경제적 파급효과는 26조 원으로 승용차 87만 대 수출 효과에 해당한다.

하지만, 코로나 팬데믹으로 여행이 멈췄던 지난 2년, 외래관광객이 2020년에만 전년 대비 86%가 감소했다. 관광이 우리 경제와 서울에서 차지하는 비중을 현실로 체감했다. 여행 업계뿐만 아니라 명동, 이태원 등 서울의 주요 상권에 사람이 끊기며 골목 상권들은 절망적인 상황을 맞이했다.

물극필반(物極必反)이라고 했던가. ‘사물의 전개가 극에 달하면 반드시 반전한다’라는 의미의 단어가 있다. 다행히 엔데믹을 맞이하여 관광시장은 회복하고 있다. 지난 1/4분기 국내의 외래관광객은 전년비 5배, 출국자는 11배의 성장세를 이어가고 있다. 특히 KPOP, 넷플릭스 등 한류가 인기를 끌며 그 어느 때보다 한국은 전세계에서 주목을 받고 있다. 이러한 기회를 마중물 삼아 박차를 가할 때가 왔다.

하지만, 우리의 준비 태세를 점검하면 아직 가야 할 길이 멀다. 엔데믹을 맞이하여 관광 정책을 돌아보고 업계 지원과 함께 관광이 미래 산업이라는 확신을 갖고 획기적인 정책 변화와 투자가 필요하다. 가까운 일본은 2014년만 해도 외국인 관광객이 한국보다 낮은 수치를 기록했지만 역전하고 말았다. 당시 아베 정권은 자신이 의장을 맡는 ‘관광입국추진 각료회의’를 신설했고, 2008년 관광청 신설, 2015년엔 ‘내일의 일본을 뒷받침하는 관광비전 구상회의’라는 회의체를 만들어 투자했다. 중앙정부 입장에서 적극적인 투자와 관심을 통해 2013년 약 1천만 명이었던 일본의 외국인 관광객은 2018년 3천만 명으로 3배 증가했다. 코로나 이후 기시다 정권 또한 ‘종합 경제 대책’, ‘전국 여행 지원 정책’, ‘인바운드

정책' 등을 통해 해외 관광객 유치에 박차를 가하고 있다. 그 결과, 일본정부관광국(JNTO)에 따르면 올해 1~5월 방일 외국인인 864만 명으로 2019년 1,375만의 62.8%의 회복률을 기록하고 있다.

주변국이 앞서 나가는 동안 우리의 관광은 멈춰있었다. 그동안 고궁, 전통시장 등 몇 가지 관광자원에 한정돼 발전이 멈춰있었고, 문화, 체육, 그리고 관광이 문화체육관광부내에서 혼재되어 관광산업 육성에도 제약을 받았다. 47조에 달하는 서울시 예산에서 관광 분야가 차지하는 예산은 1.7%이다. 랜드마크라 불리는 하드웨어 투자는 더 열악했다. 청계천, 세빛섬, DDP 등 외에는 10년 넘게 하드웨어 투자가 멈췄었다. 청와대, 광화문광장 등 서울에 새롭게 생기는 공간들을 전략적으로 새로운 서울의 랜드마크로 마케팅하고 삼청동, 인사동 등 주변 지역과 클러스터로 구성하여 진정한 관광콘텐츠로 활용해야 한다.

과감한 투자가 있을 때 새로운 관광, 새로운 서울의 시작을 꿈꿀 수 있다.

서울관광재단 길기연 대표이사

2. 서울관광재단 주요 사업(7월)

7. Jul

7월 서울관광재단 주요 일정	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 2023 서울관광 홍보영상 범용편 온에어(글로벌 1팀) ◦ 서울관광재단-고려대학교 안암병원-KaziOR(카자흐스탄) 협약식(글로벌 2팀) ◦ 2023 알마티 서울관광설명회 및 건강상담회(글로벌 2팀) ◦ 2023 서울 MICE 비즈니스 데이 개최 및 서울 마이스 공동선언(MICE2팀) ◦ 2023년 타 시도 연계 PLUS CITIES MICE 공동팸투어 개최(MICE2팀) ◦ 2023 대형 기업회의 연계 서울 관광 홍보부스 운영(MICE2팀) ◦ 2023 서울 썸머 비치(관광자원개발팀)(7. 21.(금) ~ 8. 13(일)) ◦ 우수 서울스테이 선정(관광인프라팀)
6월 서울관광재단 사업추진 결과	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 온두라스 관광부 장관 방문(홍보팀) ◦ 일본 도쿄 B2C 현지밀착 프로모션 개최(글로벌1팀) ◦ 서울국제트래블마트(SITM) 개최(글로벌 2팀) ◦ 체코 공화국 부총리 등 공식 사절단 재단 방문(글로벌 2팀) ◦ 핵심여행사 초청 2차 서울관광 팸투어 운영(글로벌 2팀) ◦ 2023년 베트남(하노이, 호치민) MICE 로드쇼 참가(MICE2팀) ◦ 서울관광재단-CJ CGV 업무협약(MOU) 추진(스마트관광팀) ◦ 2023 대시민 영상 공모전 추진(스마트관광팀) ◦ 이태원 '희망의 등 달기' 용산구청 작품 협조(관광자원개발팀) ◦ 2023 서울-지방 상생 팸투어 개최(고창&익산)(관광산업진흥팀) ◦ 시각장애인 대상 현장영상해설사 프로그램 개시(관광인프라팀)

7월 서울관광재단 주요일정

		
카자흐스탄 알마티 서울관광설명회 및 협약식	서울MICE비즈니스데이 개최 및 서울 마이스 공동선언	타시도 연계 PLUS CITIES MICE 공동팸투어 개최
글로벌 2팀	MICE2팀	

6월 서울관광재단 사업추진 결과



온두라스 관광부 장관 방문

홍보팀



일본 도쿄 B2C 현지밀착 프로모션

글로벌1팀



체코 공화국 공식 사절단 방문



핵심여행사 초청 2차 서울관광 팸투어

글로벌2팀



서울국제트래블마트(SITM) 개최



서울관광재단-CJ CGV 업무협약 추진



2023 대시민 영상 공모전 추진

스마트관광팀



베트남MICE 로드쇼 참가

MICE2팀



서울-지방 상생 팸투어
관광산업진흥팀



이태원 '희망의 등 달기' - 고래등

관광자원개발팀



3. 서울관광재단 연구보고서 리뷰(서울관광위성계정연구, STSA)

■ 위성계정(Satellite Accounts)은 무엇인가?

위성계정을 설명하기 위해선 국민계정에 대한 이해가 바탕이 되어야 한다. 국민 계정(National Accounts)은 한 국가의 종합적인 경제 수준과 각 경제주체간 거래활동을 국제적으로 통일된 회계기준에 따라 제작된 표로 쉽게 말해 국가의 연간 재무제표라고 생각하면 된다.

UN은 1993년 개정된 국민계정체계(SNA1993)을 발표하고 이 편제를 기준으로 세계 각국의 국민계정체계를 수립하도록 권고하고 있으며 우리나라 역시 이를 바탕으로 국민소득통계, 산업연관표, 자금순환표, 국제수지표 및 국민대차대조표 등의 국민경제통계로 국민계정(National Accounts)을 구성하고 있다.

구분	수록내용
국민소득통계	생산활동을 통해 발생한 국민소득이 어떻게 분배되어 어떻게 처분되는가
산업연관표	특정 상품의 생산을 위해 어떤 상품이 어떤 경로를 통해 얼마나 투입되는가
자금순환표	자금흐름을 실물과 금융 양측면에서 기록
국제수지표	국민경제가 국외 경제와 거래한 실물 및 자금의 수취와 지급 내역 기록
국민대차대조표	일정 시점에서 국민경제가 갖고있는 유·무형의 실물자산과 금융자산 및 금융부채를 모두 기록

그렇다면 위성계정(Satellite Accounts)이란 무엇인가. 위성계정이란 위성도시, 행성의 위성 등의 용어에서 알 수 있듯이 ‘중심부에서 떨어져있다는 느낌’으로 국민계정(중심)에 통합되기 어려운 특정 분야를 다루거나 특별한 관심 사항에 대해 보다 자세한 정보를 제공하기 위해 작성되는 부속 계정으로 GDP 등에서 측정되지 않는 부분을 측정하는 지표이다.

예를 들어 국민 계정에는 환경, 보건, 관광과 같은 특정 측면들의 범주는 반영되지 못하고 있다. 이를 보완하기 위해 각 산업군 혹은 특정 관심 분야는 별도의 위성계정을 두어 환경위성계정, 보건위성계정, 관광위성계정 등을 운영하고 있다.

■ 서울관광 위성계정(Seoul Tourism Satellite Accounts, STSA)

서울관광재단은 2019년 서울 관광산업 경제활동 지표개발을 추진하고 관광위성계정 국제기준을 준용하여 지역관광위성계정을 최초로 작성하였다. 서울관광 위성계정(Seoul Tourism Satellite Account, STSA)을 통해 서울의 특성을 고려한 서울 관광산업의 경제효과 분석을 위한 지표를 개발하였다. 재단에서는 격년 단위(2020년 완료, 2022년 완료, 2024년 추진 예정)로 위성계정을 업데이트하여 서울관광의 경제효과를 분석하고 있다.

서울관광 위성계정(STSA)은 서울관광을 정의하고 국내외 사례분석, 위성계정 작성을 위한 방법론 검토, 서울관광산업의 수요규모·지출구조를 파악, 서울관광 상품 및 산업을 분류하는 과정을 통해 작성되었다. 서울관광위성계정(Seoul Tourism Satellite Account)은 서울관광과 관련된 각 경제 주체들의 경제활동을 종합적으로 정리한 표(Table)로 정의되며, 수요 측면에서는 관광소비, 공급 측면에서는 고용을 주로 대상으로 삼고 있다.

2020년 서울관광위성계정(STSA) 산출 결과(2019년 데이터 기준)

구분		산출 결과
STSA 표-1	서울 관광 소비 종합	<ul style="list-style-type: none"> 서울 관광 수요 규모: 26조 290억 원 <ul style="list-style-type: none"> - 외국인 관광객: 15조 7,725억 원 - 내국인 관광객: 2조 3,420억 원 서울시민: 7조 9,145억 원
STSA 표-2	관광산업 및 기타 산업의 생산계정	<ul style="list-style-type: none"> 중간투입계: 396.0조 원 부가가치계: 202.7조 원 총 투입계: 598.7조 원
STSA 표-3	공급 및 서울 관광 소비	<ul style="list-style-type: none"> TDGVA: 9조 9,881억 원 TDGDP: 17조 557억 원 GRDP 대비 서울 관광GDP기여도: 4.03%
STSA 표-4	서울 관광산업 고용	<ul style="list-style-type: none"> 서울시 내 파급효과 분석 결과 <ul style="list-style-type: none"> - 생산파급효과: 35.4조 원 - 소득파급효과: 14.4조 원 - 조세파급효과: 1.4조 원 - 부가가치파급효과: 15.8조 원 타지역 유발 파급효과 분석 결과 <ul style="list-style-type: none"> - 생산파급효과: 15.5조 원 - 전체소득파급효과: 5.9조 원 - 조세파급효과: 0.6조 원 - 부가가치파급효과: 6.5조 원

- ※ 중간투입계: 각 산업에서 생산 활동을 위해 사용한 중간재의 투입액
- ※ 부가가치계: 노동 및 자본 등 본원적 생산요소의 투입액
- ※ 관광직접총부가가치(TDGVA): 서울 방문 관광객 지출액에 따라 발생된 부가가치 총합
- ※ 관광직접국내총생산(TDGDP): 부가가치+가격전환계(운송마진, 도소매마진)+조세
- ※ GRDP: 일정기간 동안에 일정 지역내에서 새로이 창출된 부가가치의 합

■ 2022년 서울관광위성계정(STSA)의 고도화

2022년 서울관광위성계정 고도화 작업을 통해 관광상품·서비스 범위 불명확, 수요-공급 간의 불일치, 관광수요(유학생 관광지출) 지출구조 불명확, 관광산업 간접효과 산출 및 추정방안 미비 등 2020년 작성된 서울관광위성계정의 한계점을 보완하였다.

아울러 기존의 서울관광위성계정의 구성항목에서 공공부문 관광소비·지출 항목을 추가하였으며 2022년 고도화된 서울관광위성계정의 주요 결과는 다음과 같다.

2022년 서울관광위성계정(STSA) 산출 결과(2020년 데이터 기준)

구분		산출 결과
STSA 표-1	서울 관광 소비 종합	<ul style="list-style-type: none"> 서울 관광 수요 규모: 11조 9,977억 원 - 외국인 관광객: 5조 4,273억 원 - 내국인 관광객: 2조 1,254억 원 - 서울시민: 4조 4,450억 원
STSA 표-2	관광산업 및 기타 산업의 생산계정	<ul style="list-style-type: none"> 중간투입계: 468조 7,322억 원 부가가치계: 375조 7,392억 원 총 투입계: 844조 4,714억 원
STSA 표-3	공급 및 서울 관광 소비	<ul style="list-style-type: none"> TDGVA: 3조 4,321억 원 TDGDP: 6조 4,706억 원 GRDP 대비 서울 관광GDP기여도: 1.46%
STSA 표-4	서울 관광산업 고용	<ul style="list-style-type: none"> 서울시 내 파급효과 분석 결과 <ul style="list-style-type: none"> - 생산파급효과: 16조 3,627억 원 - 소득파급효과: 6조 5,931억 원 - 조세파급효과: 7,052억 원 - 부가가치파급효과: 7조 2,983억 원 타지역 유발 파급효과 분석 결과 <ul style="list-style-type: none"> - 생산파급효과: 7조 3,875억 원 - 전체소득파급효과: 2조 7,610억 원 - 조세파급효과: 2,511억 원 - 부가가치파급효과: 3조 122억 원,

- ※ 중간투입계: 각 산업에서 생산 활동을 위해 사용한 중간재의 투입액
- ※ 부가가치계: 노동 및 자본 등 본원적 생산요소의 투입액
- ※ 관광직접총부가가치(TDGVA): 서울 방문 관광객 지출액에 따라 발생한 부가가치 총합
- ※ 관광직접국내총생산(TDGDP): 부가가치+가격전환계(운송마진, 도소매마진)+조세
- ※ 공공부문 관광소비·지출: 비시장 서비스를 제외한 서울 본청 및 자치구의 관광관련 예산 투입 규모
- ※ GRDP: 일정기간 동안에 일정 지역내에서 새로이 창출된 부가가치의 합
- ※ 2019년과의 비교를 위해 일부 항목은 표기되지 않음

서울관광위성계정은 관광위성계정 작성의 대상이 되는 공급 및 수요 측면의 범주를 정립하고 기초자료를 개선하는 등 지속가능한 관광위성계정 생산을 위한 토대를 구축한데 의의가 있다.

향후 서울관광재단의 서울관광위성계정은 승인통계 공표 추진, 지역산업연관표(공급사용표)의 편제, 한국관광위성계정(KTSA) 연계 추진 등의 노력을 통해 지속가능한 서울관광위성계정 작성 체계 구축을 위해 노력할 것이다.

서울관광위성계정연구(STSA)는 서울관광재단과 한국문화관광연구원의 저작권 보호를 받고 있으며 무단 활용이나, 재창작을 금지합니다. 연구자료와 관련한 자세한 사항은 서울관광재단 관광연구팀으로 연락하시기 바랍니다.

4. 국내외 관광·MICE 동향(AI의 발전과 MICE 산업 변화)

■ ChatGPT 세상의 전환을 알리다

ChatGPT란 2015년 설립된 OpenAI가 개발한 GPT-3.5 기반의 대형 언어 모델(Large Language Model, LLM)로서 ‘Chat’은 ‘대화하다’의 의미를, ‘GPT’는 ‘Generative Pre-trained Transformer’의 약어로 디지털 세상에 있는 모든 글을 사전 학습한(Pre-trained), 구별과 식별에 그치지 않고 생성할 수 있는(Generative), 트랜스포머(Transformer)로 해석된다.

‘트랜스포머’(Transformer)란 2017년 구글에서 발표한 ‘Attention is All You Need’라는 논문에서 나온 ‘트랜스포머 알고리즘’을 의미하며, 자연어 처리에 활용되는 딥러닝 모델이자, 수천억 이상의 데이터를 학습할 수 있는 능력을 가진 대규모 언어 모델로, 자연어의 문장 순서를 배제하고 이해할 수 있는 알고리즘이다.

예를 들어, ‘트랜스포머 알고리즘’을 활용한다면 “I eat .”이라는 문장이 제시되었을 때 ‘the iPhone’과 ‘an apple’ 중 더 높은 확률로 ‘an apple’이 정답인 것을 스스로 파악하여 “I eat an apple”이라는 결과가 산출된다.

ChatGPT와 GPT의 차이를 물어볼 때 ChatGPT는 컴퓨터이고, GPT는 컴퓨터에 들어가는 CPU라고 볼 수 있으며, ChatGPT는 GPT-3.5를 탑재한 버전으로 출시되어 2023년 3월 GPT-4가 탑재된 ChatGPT가 유료 서비스가 시작되었다.

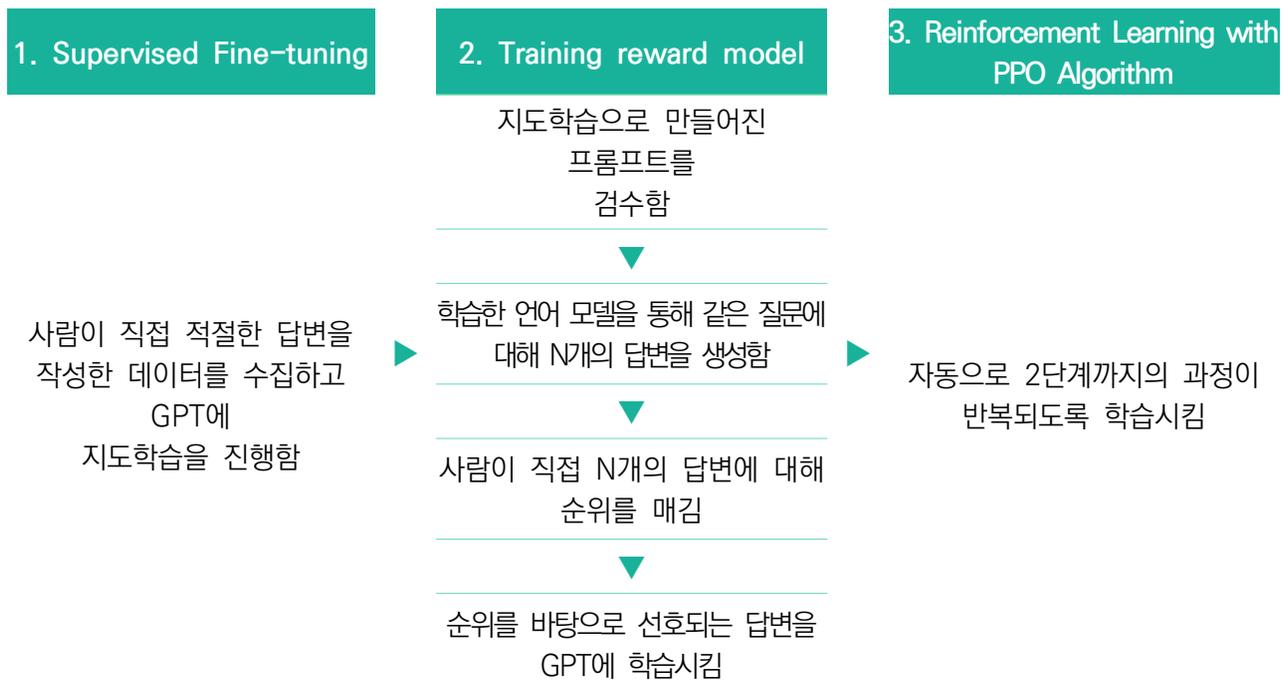
GPT와 ChatGPT의 발전 연혁



출처: How ChatGPT really works, explained for non-technical people, Guodong (Troy) Zhao

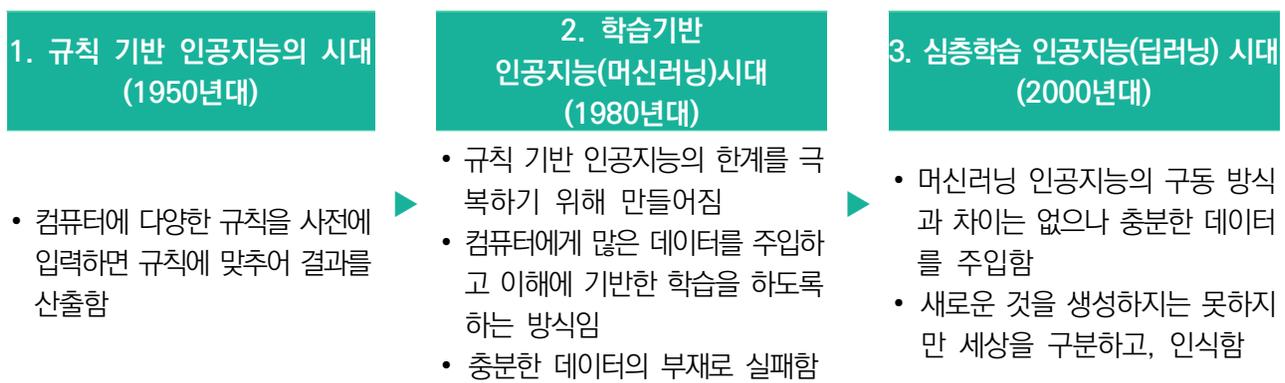
2018년 처음 출시된 GPT-1은 7천 권의 미출간 도서를 이용해 사전학습(Pre-trained)을 진행했으며, 2019년 출시된 GPT-2는 15억 개의 매개변수와 수백만 개의 웹페이지를 학습했다. GPT-3는 1,750억 개의 매개변수와 수천억 개의 단어로 구성된 데이터를 학습했으며, 이후 만들어진 InstructGPT는 GPT-3로 도출된 수많은 문장을 사람이 직접 피드백 하면서 더욱 사람과 유사한 형태의 대화를 할 수 있도록 발전되었다.

GPT-3에서 ChatGPT로의 진화 과정



2023년 3월 공개된 GPT-4는 GPT-3에 비해 질문에 대한 정확도가 향상되었고, 영어 외의 언어지원을 강화했으며, 비윤리적 질문에 대한 답변 거부와 처리하는 단어의 개수가 증가했다.

ChatGPT 이전 인공지능의 발전 과정



■ ChatGPT가 가져온 AI 인공지능에 대한 관심

ChatGPT는 사용성이 높고 진입장벽이 낮다는 장점을 기반으로 모든 산업 분야, 심지어 일상생활에서도 활용되면서 세계적인 반향을 일으키고 있다.

또한 ChatGPT로 인해 AI에 대한 관심이 증가하면서 AI(인공지능)는 산업 발전에 있어 선택재가 아닌 필수재로 인식되고 있으며 관광, 교육, 반도체, IT 등 모든 산업에 AI를 적용하기 위한 노력이 펼쳐지고 있다.

일례로 최근 SNS에서는 크리에이터 데몬플라이폭스(Demonflyingfox)가 ChatGPT, Midjourney, ElevenLabs, D-ID 4가지 프로그램을 활용하여 만든 프랑스 명품브랜드 발렌시아가 스타일의 해리포터 주인공 영상이 크게 화제된 바가 있다.

발렌시아가 스타일의 해리포터 주인공 영상 제작 과정

단계	프로그램	활용방법	
1단계	ChatGPT (대화형 서비스)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 해리포터 주인공 10명의 이름 도출 2. ChatGPT에 직업을 부여 (20년 경력 발렌시아가 디자이너) 3. 주인공별 스타일링을 요청하여 텍스트 형식으로 결과를 추출 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Albus Dumbledore: Elegant, flowing silk robe with intricate embroidery in metallic threads, accompanied by a statement brooch. 5. Severus Snape: Sleek black velvet suit with a subtly patterned button-up shirt and a slim satin tie. 6. Sirius Black: Edgy biker-inspired look, featuring a leather vest with metal hardware, paired with black jeans and a chain belt. 7. Luna Lovegood: Whimsical, iridescent bubble dress with a mesh overlay, adorned with sequins and beads. 8. Neville Longbottom: Plaid blazer with wide lapels and relaxed-fit trousers, layered over a turtleneck sweater. 9. Draco Malfoy: Tailored, double-breasted pinstripe suit with a crisp white dress shirt and a silk pocket square.
2단계	Midjourney (이미지 생성기)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 추출된 주인공별 스타일을 인공지능 이미지 생성기인 Midjourney에 입력 2. 해리포터 주인공에게 20년 경력 발렌시아가 디자이너가 스타일링 한 이미지가 생성 	
3단계	Eleven Labs (목소리 추출)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 배우의 목소리를 녹음한 MP3파일을 Eleven Labs에 업로드 2. ChatGPT를 활용하여 제작하려는 영상과 관련한 스크립트를 작성 3. Eleven Labs를 활용하여 스크립트에 배우의 목소리를 입힘 	
4단계	D-ID (애니메이션화)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 애니메이션화를 위해 D-ID사이트로 접속하여 Midjourney에서 생성한 이미지를 업로드 2. Eleven Labs에서 생성한 배우 목소리가 담긴 스크립트를 업로드 	

※ 유튜브 Harry Potter by Balenciaga_demonflyingforcx

■ 시와 일자리의 변화

지난 3월 세계적인 투자 은행 ‘골드만삭스’는 인공지능이 향후 10년 동안 전 세계 GDP를 7%(약 7조 달러) 증가시키고, 생산성 성장률을 1.5% 포인트 향상시킬 수 있다는 내용의 보고서를 발간했다. 해당 보고서에서 전문가들은 자동화로 인해 기존 직업의 대체 가능성을 언급하며, 세계적으로 3억 개에 해당하는 정규직 일자리가 인공지능의 영향을 받으며, 900개의 직업을 대상으로 분석한 결과 2/3가 인공지능의 발전으로 작업방식 등의 영향을 받을 것으로 분석되었다.

한편, 영국 미셸 도넬란(Michelle Donelan) 과학혁신부 장관은 인공지능의 발전은 기존 직업을 대체하는 형태보다 보조하는 형태로 발전할 가능성이 크다는 점을 시사하였다.

일례로, 마이크로소프트의 ‘2023 업무동향지표’(Work Trend Index)에 따르면 근로자의 62%는 정보 검색과 커뮤니케이션 업무에 많은 시간을 소비하는 것으로 나타났으며, 이메일을 가장 많이 사용하는 그룹은 주당 8.8시간을 할애하는 것으로 나타나 시가 정보 검색, 이메일 작성 등의 시간을 줄여 업무 효율을 증가시킬 수 있을 것으로 파악되었다.

다만, 일각에선 예술가, 작가와 같이 분야에 따라 시가 해당 직업을 완전히 대체할 수 있다는 의견이 존재한다. 이번 골드만삭스의 보고서에 따르면 현재 노동자의 60%가 1940년대 이전엔 존재하지 않았던 직업에서 종사하고 있는 만큼 변화와 혁신으로 인해 현존하는 직업이 사라질 가능성 또한 언급하였다.

■ 시와 MICE 산업의 변화

MICE 산업 내에서도 ‘똑똑한 조수’로서 시를 활용하고자 하는 분위기가 형성되고 있다.

『RAISAT 영향 및 대응방안에 관한 국내·외 관광산업 이해당사자 간 인식비교 연구』의 ‘국내 관광산업군 이해당사자별 RAISAT 영향 인식차이 분석 결과(순위)’에 따르면 컨벤션·전시업에서 ‘종사원이 수행하기 어렵거나 단순 업무를 대체하는 것’이 RAISAT 발전의 가장 큰 역할인 것으로 파악된다.

※ RAISAT란 Robot, Artificial Intelligence, and Service Automation Technology을 의미한다.

국내 관광산업군 이해당사자별 RAISAT 영향 인식차이 분석 결과(순위)

순위	호텔·외식업 종사자(N=248)		여행·항공업 종사자(N=154)		컨벤션·전시업 종사자(N=176)	
	측정항목	평균	측정항목	평균	측정항목	평균
1	단순 업무 대체	3.78	단순 업무 대체	3.88	단순 업무 대체	3.81
2	경영효율성 향상	3.69	현재직무 위협	3.64	감성 대체 어려움	3.76
3	감성 대체 어려움	3.65	경영효율성 향상	3.62	정확 서비스 가능	3.57
4	선제적 대응필요	3.55	감성 대체 어려움	3.61	경영효율성 향상	3.57
5	인적 서비스 선호	3.52	선제적 대응필요	3.60	선제적 대응필요	3.39

출처: RAISAT 영향 및 대응방안에 관한 국내·외 관광산업 이해당사자 간 인식비교 연구, 한학진·김미주·김형석

이를 MICE 산업 내에서 똑똑하게 활용한 사례로는 라이브 이벤트·방송 기술 업체 ‘InEvent’의 ChatGPT와 이벤트 기획자의 역할을 결합한 서비스가 있다.

‘InEvent’의 ChatGPT를 결합한 새로운 이벤트 보조 서비스 기능

순번	주요 기능	설명
1	카피라이팅 및 이메일 시스템	• 소셜 미디어 랜딩페이지 텍스트 구성, 참석자 대상 이메일 등 이벤트 개최과정에서 발생하는 문서작업의 효율성을 높여줌
2	홈페이지 조성	• 몇 가지 요구사항을 작성하면 자동적으로 이벤트 페이지를 제작하며 수정 기능을 탑재함
3	이벤트 전 계획	• 행사 전에 필요한 숙박, 일정, 예산, 물류 등에 대한 계획수립과 일정 관리를 보다 편리하게 함
4	데이터 수집 및 분석	• 메타데이터 검색으로 참석자 데이터 수집을 위한 절차를 간소화하고 몇 초 내에 수집한 데이터에 대한 분석 서비스를 제공함
5	게임화	• 참석자들이 지속적으로 참여할 수 있는 Q&A 세션, 설문 조사 퀴즈 등 흥미로운 게임을 발굴함

『MICE산업 이해당사자의 RAISAT 인식에 관한 탐색적 연구』에 따르면 ‘국내 MICE 업계에서도 MICE 산업의 개별직무의 RAISAT 대체 가능성에 대해 분석’했을 때 ‘행사장 임대업(3.63) 직무는 인공지능 기술로 대체될 가능성을 가장 높게 인지한 것으로 나타났으며, 그 다음으로 회계/재무/RAO 파트(3.59), 바이어 상담/비즈매칭(3.58), 현장 운영(3.41), 세일즈 마케팅(3.25), 참관객 유치 및 관리(3.18), 참가 업체 유치 및 관리(2.84), 경영전략(2.81), 전시컨벤션 연사 관리(2.80), 인사/총무/교육(2.77), 전시컨벤션기획업(2.59) 순으로 조사되었다.

MICE 산업 개별직무의 RAISAT 대체 가능성 분석결과(직무별)

순위	세부직무	평균
1	행사장 임대업(전시장 · 회의실)	3.63
2	회계/재무/구매	3.59
3	바이어상담/비즈매칭	3.58
4	현장운영(등록, 안내, 설치 등)	3.41
5	세일즈마케팅(광고, 고객관리 등)	3.25
6	참관객 유치 및 관리	3.18
7	참가업체 유치 및 관리	2.84
8	경영전략(기획)	2.81
9	전시컨벤션 연사관리(국내 · 외)	2.80
10	인사/총무/교육	2.77
11	전시컨벤션기획업	2.59

출처: MICE산업 이해당사자의 RAISAT 인식에 관한 탐색적 연구, 김미주·이근춘·한학진

아울러 RAISAT가 MICE 분야에 어떠한 영향을 미치는가에 대해 국내 MICE 업계 종사자를 대상으로 설문조사를 진행한 결과, 종사원이 수행하기 어렵거나 단순한 업무가 인공지능으로 대체될 것이라고 인식되었고, 다음으로 감성/창의력/비판력이 요구되는 업무는 대체가 어려울 것(3.76) 순으로 파악되었다.

MICE 산업 개별직무의 RAISAT 대체 가능성 분석결과(효과별)

순위	RAISAT의 영향	평균
1	수행하기 어렵거나 단순한 업무는 인공지능기술로 대체	3.81
2	감성/창의력/비판력 요구되는 업무의 대체 어려움	3.76
3	인공지능기술로 정확/차별화된 서비스 제공이 가능	3.57
4	생산성 및 경영효율성 향상	3.57
5	전시컨벤션산업의 인공지능기술 활용에 대한 선제적 대응 필요	3.39
6	이용객은 인공지능 서비스보다 인적서비스를 더욱 선호	3.38
7	새롭게 창출되는 일자리 증가	3.10
8	인적서비스 의존도 높지만 인공지능 서비스로 대체 가능성 높음	3.05
9	인공지능기술로 인한 전시컨벤션 분야의 일자리 감소	2.98
10	인공지능으로부터 현 직무(분야)의 일자리 위협	2.97
11	서비스접점에서 종사원보다 인공지능이 업무수행능력 뛰어남	2.75
12	인공지능 기술 대체로 인한 비용발생으로 경영 악화	2.58

출처: MICE산업 이해당사자의 RAISAT 인식에 관한 탐색적 연구, 김미주·이근춘·한학진

■ ChatGPT에게 물어본 MICE 산업의 미래

1단계, ChatGPT의 성능을 향상시키기 위해 아래의 문구를 ChatGPT에 입력한다.

- ▶ 당신은 프롬프트 생성 로봇입니다. 당신은 사용자의 목표, 목적, 원하는 결과의 예제, 맥락에 맞는 기타 정보들을 수집해야 합니다. 프롬프트에는 당신이 제공받은 모든 정보가 모두 포함되어야 합니다. 당신은 완벽한 프롬프트를 생성할 수 있다는 확신이 들 때까지 사용자에게 질문을 해야 합니다. 당신의 답변은 명확한 형식을 갖추고 ChatGPT 상호작용에 최적화되어야 합니다. 당신의 답변은 사용자에게 목표, 원하는 출력 형식, 필요한 추가 정보를 묻는 것으로 시작합니다.

2단계, ChatGPT에게 ‘MICE 업계에 20년 종사한 전문가’라는 역할 및 MICE 산업에 대한 추가 정보를 제공하여 답변의 전문성을 높였다.

3단계, 질문: “고도로 발전된 인공지능이 상용화된 사회에서 MICE 산업은 어떻게 변화할 것인가?”

- ▶ 요약하자면 고도로 발전된 인공지능의 상용화로 인해 MICE 산업은 이벤트 기획, 참가자 경험 개선, 운영 효율화, 전략 수립 등 다양한 측면에서 변화할 것입니다.
- ▶ 첫 번째, 인공지능은 이벤트 기획과 운영에서 중요한 역할을 할 것입니다. 인공지능은 대량의 데이터를 분석하여 이벤트 주제 선정 과정에서 트렌드와 현상에 대한 정보를 빠르게 제공할 것입니다. 또한 행사 중에도 실시간으로 데이터를 수집하고 분석하여 이벤트의 효과와 참가자 반응을 측정하고 피드백을 제공할 수 있습니다.
- ▶ 두 번째, 인공지능은 참가자 경험을 개선할 수 있습니다. 얼굴 인식, 음성 인식, 자연어 처리 등의 기술을 활용하여 인공지능은 참가자들의 선호도와 요구사항을 파악하고 맞춤형 서비스를 제공할 수 있으며, 개인화된 일정관리, 프로그램 추천 및 개별 맞춤 비서로서 역할을 통해 참가자 만족도 향상에 기여할 수 있습니다.
- ▶ 세 번째, 인공지능은 이벤트 운영의 효율성을 향상시킬 수 있습니다. 예를 들어 예약 및 등록시스템을 자동화하여 참가자들이 원활하게 이용할 수 있도록 도와줄 수 있으며, 인공지능은 자원 관리와 공간 배치의 최적화에도 도움을 주어 비용을 절감하고 자원 활용을 극대화할 수 있습니다.

4. 국내외 관광·MICE 동향(코로나19 엔데믹 시대 관광시장의 회복)

■ 코로나19 엔데믹 선언

확진자 발생 감소 및 안정적 방역 대처 등을 고려하여 세계보건기구(WHO)는 5월 5일 ‘국제공중보건위기상황(PHEIC)¹⁾’ 선포 해제를 발표하였고, 미국, 일본 등도 입국 시 격리나 검사 절차를 해제하며 국제적으로 코로나19 대응 기준이 완화되었다.

이에 우리나라 정부도 5월 11일 코로나19 엔데믹을 선언하며 3년 4개월 만에 코로나19 관련 규제를 완화하고 일상 회복을 위한 틀을 마련하였다.

우리나라는 6월부터 코로나19 위기 경보를 ‘심각’에서 ‘경계’로 조정하고, 병원 이외의 장소에서 실내 마스크 착용 의무와 확진자 격리 의무, 입국 후 PCR 검사 권고를 해제 및 하향하였다.

코로나19 위기 단계 하향에 따른 대응 지침 개정안[방역 조치]

분야		현행 (~'23.5.31.)	위기 단계 하향 (심각→경계, '23.6.1~)
방역 조치	격리	• 확진자 7일 격리 의무	• 확진자 5일 격리 권고
	마스크	• 일부 유지 - 업소형 감염 취약 시설, 의료기관·약국	• 일부 유지 - 업소형 감염 취약 시설, 병원급 이상 의료기관
	감염 취약 시설 보호	• 입소자(입소시) 종사자(주 1회) 선제 검사(PCR) • 접촉 대면면회시 취식금지	• 종사자 선제 검사 권고 - 유증상, 필요시 PCR 또는 RAT • 접촉 대면면회 시 취식허용
	검역	• 입국 후 3일 차 PCR 권고	-

출처 : 질병관리청

공식적인 엔데믹 선언과 제도적 변화로 해외여행의 큰 장애물이던 입국 시 격리와 검사 절차가 사라지면서 여행 수요가 코로나19 이전 수준으로 빠르게 회복될 것으로 예상되고 있다.

1) PHEIC(Public Health Emergency of International Concern) : 타 국가로 추가 전파 가능 또는 국제 사회의 공동 대응이 필요할 수 있는 위기 상황 의미

■ 관광산업과 코로나19

코로나19는 전 세계에 많은 영향을 끼쳤으며, 특히 국가 간의 이동을 중심으로하던 관광산업은 코로나19 이후 입국금지 조치는 이동의 제약이 생기면서 시장이 멈출 만큼 큰 충격을 받았다.

'23년 코로나19에 대한 위험 인식 감소와 세계보건기구의 국제공중보건위기상황 선포 해제로 해외여행 길이 다시 활성화되면서 가장 큰 손해를 입었던 항공·여행 업계가 회복세에 있다.

세계여행관광협회(WTTC)의 2023 경제영향 연구(2023 Economic Impact Research)에 따르면, '23년 여행 및 관광산업의 규모가 9조 5천억 달러로 팬데믹 이전인 '19년과 유사할 것으로 전망된다. 실제로 전 세계의 관광산업은 '19년 관광객의 약 80%를 회복하며 빠르게 활성화되고 있고, 특히 중동은 카타르 월드컵 효과에 힘입어 15% 상승하여 코로나 이전보다 더 많은 관광객 수를 기록하는 경우도 있었다.

대륙별 '19년 1분기 대비 '23년 1분기 관광객 증감률

전체	아시아	아프리카	미주	유럽	중동
△20%	△46%	△12%	△14%	△10%	15%

출처 : UNWTO(세계관광기구)

전반적으로 코로나 이전 대비 80~90%대의 회복률을 보이고 있지만, 아시아 지역은 절반 수준으로('19년 1분기 대비 -46%의 관광객 증감) 가장 느린 회복률을 보이고 있는 상황이며 이는 아시아의 코로나19 관련 규제가 다른 지역에 비해 늦게 해제되었고, 중국²⁾의 영향으로 동북아시아의 관광객 수가 '19년 대비 -64%로 매우 낮기 때문인 것으로 파악된다.

그중에서 한국은 코로나 이전 대비 절반 수준(-52%)으로 회복하였으나, 베트남, 일본, 싱가포르 등 '19년 관광객 수의 60% 수준을 기록한 다른 아시아 국가들에 비해 낮은 회복률을 보이고 있다.

아시아 국가별 '19년 대비 '23년(1월~4월) 관광객 증감률

아시아	한국	인도네시아	일본	싱가포르	베트남
△46%	△52%	△40%	△39%	△39%	△38%

출처 : UNWTO(세계관광기구)

2) 중국은 2020년 이후 관광객 관련 정보가 UNWTO(세계관광기구)에 업데이트되지 않음

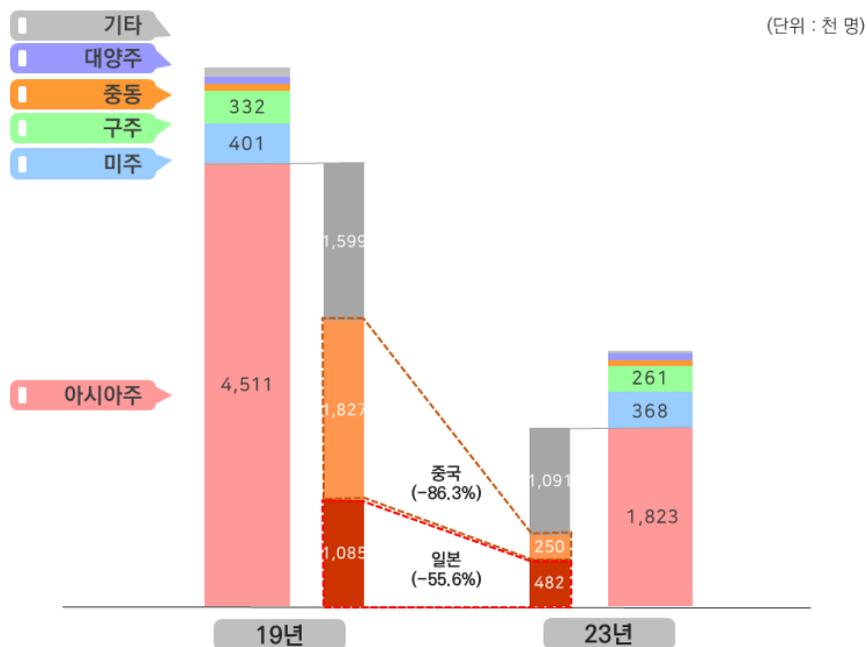
'19년 1분기 대비 '23년 1분기 관광객 증감률



출처 : UNWTO(세계관광기구)

'23년 4월까지 누적 방한 외국인 입국자는 총 260만 명으로 '19년 동 기간(총 548만 명)의 47% 수준이며, 미주와 구주, 중동 지역의 방한 관광객은 코로나 이전의 70% 이상 회복하였다.

'19년 대비 '23년(1~4월) 방한 외국인 입국자 증감



출처 : 관광지식정보시스템

아시아는 중국인 관광객(-86%)과 일본인 관광객(-56%) 감소로 인해 회복률이 낮지만, 싱가포르, 태국, 필리핀 등 동남아시아 지역을 중심으로 회복되고 있다, 이러한 회복세는 K-POP, K-Culture 등에 대한 글로벌 인지도가 향상되어 한국에 대한 관심이 늘어난 영향으로 풀이되며, 공연/콘서트 관람, 쇼핑 등을 목적으로 한국에 방문하는 것으로 보인다. 방한 관광객 중 높은 비율을 차지하는 중국이 최근 여행용 관광비자 발급 재개, 항공 노선 증편 등 '제로 코로나' 방역 정책의 완화를 발표하면서 앞으로 한국의 인바운드 관광 시장이 회복세를 보일 것으로 예상되고 있다.

■ 한국 및 서울관광에 미치는 영향

관광은 고용효과가 크고 지역경제 활성화를 유발하여 경제적인 수익이 많은 산업으로, 한국의 관광산업은 '19년도 기준 수출액 207억 달러를 기록하며 5대 수출산업으로 성장하였다. 코로나19 엔데믹으로 인해 전 세계적으로 다시 열린 해외여행 길은 한국의 인바운드 관광 시장 다변화 및 관광산업 성장을 위한 중요한 기회이다. 올해 관광산업 전반에서 본격적으로 회복을 시작한 만큼 정부는 '내수 활성화 대책(3월 29일)'을 통해 주요 추진과제로 내국인 국내 관광과 외국인 방한 관광의 활성화를 제시하였다.

내·외국인 관광 활성화 정책

구분	분야	주요사업
내국인 국내 관광	국내 관광 활성화 분위기 조성	<ul style="list-style-type: none"> 여행프로그램 행사(여행가는 달, 어촌 관광 지원 프로그램 등) 필수 여행비용 및 근로자 휴가비 지원 확대 지역 축제 지원 및 콘텐츠 확충
	국내 소비 기반 강화	<ul style="list-style-type: none"> 근로자 소비·여행 관련 인센티브 확충 및 제도개선 휴가 활성화, 편의 서비스 확대
외국인 방한 관광	국내 방문 유인책 강화	<ul style="list-style-type: none"> K-ETA 한시 면제(22개국) 및 환승 무비자 제도 복원 한-중·일본·동남아 등 국제항공 노선 회복, 지방 공항 활성화 기차·고속버스 해외 결제 플랫폼, 온라인여행사(OTA) 예매 서비스 제공
	콘텐츠 강화	<ul style="list-style-type: none"> 전국 주요 지역 대상 대규모 K-POP 콘서트·행사 개최 한류 테마와 연계한 관광코스, 맞춤형 의료관광 패키지 개발 스마트폰 인증 신원확인 및 면세품 구매 허용

출처 : 기획재정부

이러한 상황에서 현대경제연구원은 내수 활성화 대책으로 인한 '23년 관광산업 내 부가가치 유발액이 4조 6,000억 원이 될 것으로 추정하고 있으며, 중장기적으로 관광산업 이외 부문에 영향을 미치는 생산 유발액은 6조 6,900억 원에 달할 것으로 예측되고 있다.

한국관광 데이터랩 결과를 보면, 실제로 '23년(1~5월) 외국인 국내 소비 지출액은 매월 전년 동기 대비 200%가 넘는 증가율을 기록하였고, 특히 서울에서의 외국인 누적 지출액은 약 1조 2천억 원으로 '22년 동 기간(약 2,515억 원) 대비 396% 증가하였다.

정부 부처와 지자체, 민간의 협력을 통해 국내 관광산업의 발전 기반을 마련하고, 우리나라 문화와 결합한 독창적이고 매력적인 관광 콘텐츠 발굴, 쇼핑·교통·숙박 등 관광 편의 제고를 통한 지속적인 국내 관광 품질 개선으로 외국인 관광객 유치 및 국내 관광 시장의 성장이 가속화되기를 바란다.

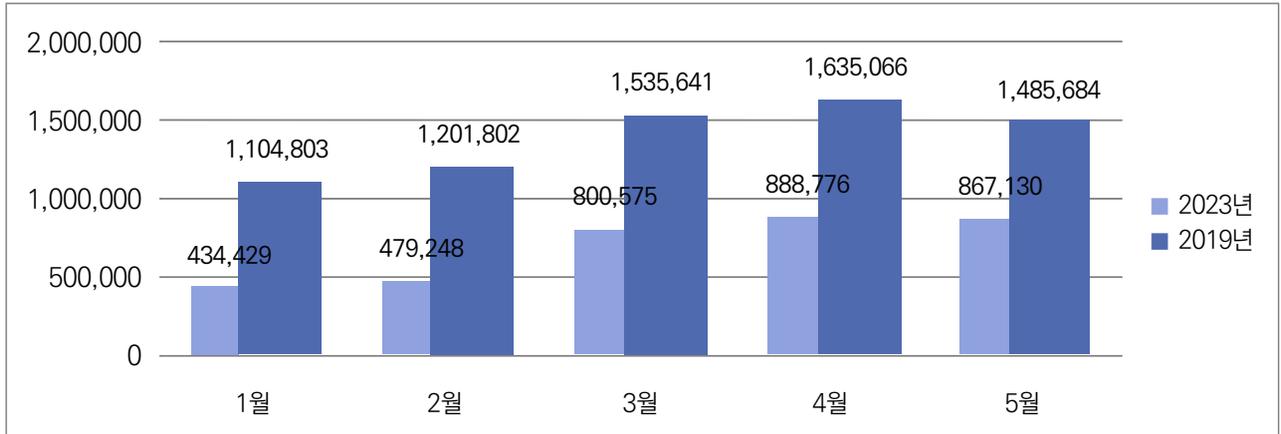
II. 국내 관광동향

1. 한국/서울 입출국 현황	28
2. 주요 국가별 한국/서울 방문통계	31
3. 2022년 서울 주요 관광지 방문통계	32
4. 서울시 관광사업체 현황	34

1. 한국/서울 입출국 현황

■ 2023년 월별 한국/서울 인바운드 통계

단위: 명



구분	'23년 입국자수(명)	'19년 입국자수(명)	'19년 대비 증감률(%)	서울방문객(명)
합계	3,470,158	17,502,756	-	2,835,120
1월	434,429	1,104,803	△60.7	354,928
2월	479,248	1,201,802	△60.1	391,546
3월	800,575	1,535,641	△47.9	654,070
4월	888,776	1,635,066	△45.6	726,130
5월	867,130	1,485,684	△41.6	708,445
6월		1,476,218		
7월		1,448,067		
8월		1,586,299		
9월		1,459,664		
10월		1,656,195		
11월		1,456,429		
12월		1,456,888		

※ 서울방문객은 2022년 서울방문 비율 81.7%(외래관광객조사)를 적용해 추정

※ 출처: 관광지식정보시스템(<http://www.tour.go.kr/>)

2000년대의 연간 방한 입국객은 600만 명을 맴돌았으나 한류 등의 인기로 우리나라에 대한 전 세계적인 관심도가 높아짐에 따라, 2010년 이후 폭발적으로 증가하여 2019년에 1,750만 명을 기록하며 입국객 신기록을 경신하였다.

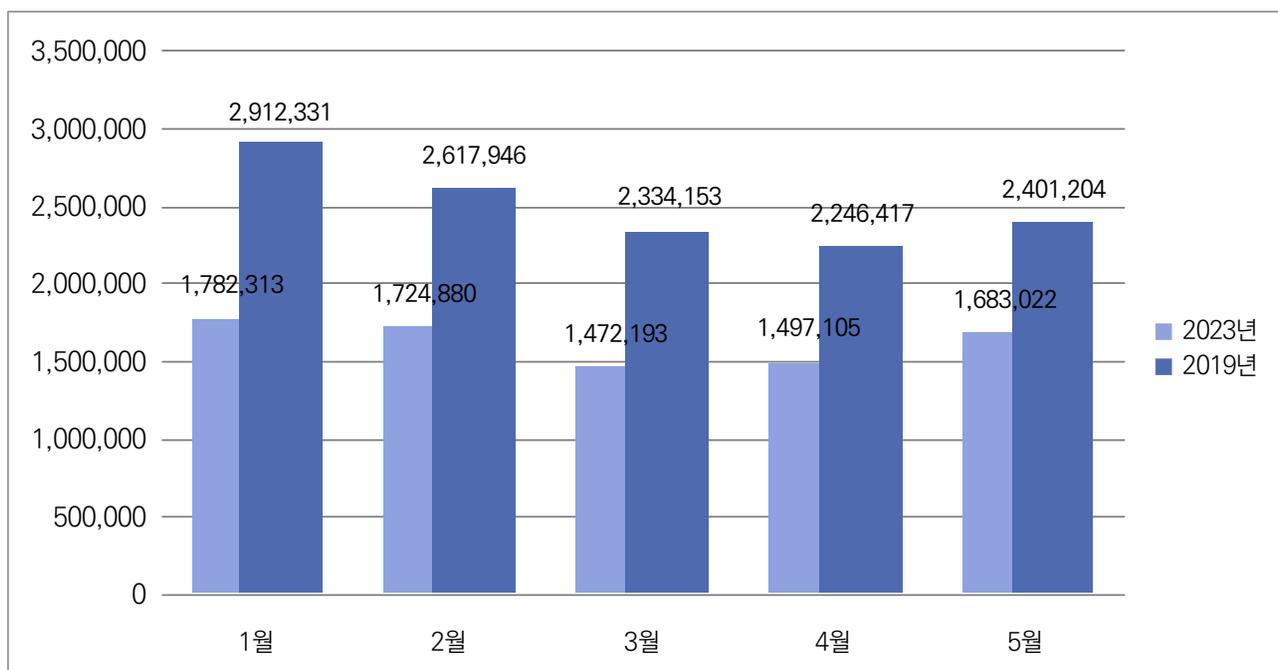
하지만 2020년 코로나19 펜데믹으로 해외여행이 사실상 불가능해지면서 방한 입국객은 '20년 250만 명, '21년 97만 명, '22년 320만 명 수준으로 감소하여 인바운드 관광산업은 큰 타격을 입었다. 이후 3년이 지난 2023년, 코로나19 감염에 대한 우려가 감소하고, 입국자 PCR검사 의무 해제, 항공편 증설 등 해외여행 시장이 회복세를 보이기 시작한 이후 방한 관광객 수도 빠르게 증가세를 띄며 아시아주를 중심으로 빠른 회복세를 이어가고 있다.

5월, 법무부에서 발표한 국내 인바운드 외래관광객 통계에 따르면 2023년 5월의 방한 관광객 수는 867,130명으로 전년 동월 대비 392.9% 증가하였다.

다만, 이는 2019년 동월 대비 41.6% 감소한 수치로 관광 회복을 위한 다각적인 노력이 여전히 필요함을 반증하고 있다.

■ 2023년 월별 아웃바운드 통계

단위: 명



한편, 2023년 5월의 내국인 출국자 수는 1,683,022명으로 2022년 동월 대비 432.7% 증가하였다.

이는 세계보건기구(WHO)의 코로나19 국제공중보건위기상황(PHEIC) 선포 해제 등 전 세계적인 코로나 19 방역 조치 해제 및 관광비자 발급 재개 등의 결과인 것으로 추정된다.

■ 2023년 월별 아웃바운드 통계

단위: 명

구분	'23년 출국자수(명)	'19년 출국자수(명)	'19년 대비 증감률(%)
합계	8,159,513	28,714,247	-
1월	1,782,313	2,912,331	△38.8
2월	1,724,880	2,617,946	△34.1
3월	1,472,193	2,334,153	△36.9
4월	1,497,105	2,246,417	△33.4
5월	1,683,022	2,401,204	△29.9
6월		2,495,798	
7월		2,642,585	
8월		2,427,634	
9월		2,049,830	
10월		2,153,847	
11월		2,090,192	
12월		2,342,310	

※ 출처: 관광지식정보시스템(<http://www.tour.go.kr/>)

2. 주요 국가별 한국/서울 방문통계

■ 주요 국가별 인바운드 통계

단위: 명

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
미국	4.9	4.6	8.6	10.9	10.2								39.2
일본	6.7	9.4	19.2	12.8	18.4								66.6
중국	2.5	4.6	7.3	10.6	12.8								37.8
필리핀	1.6	1.4	2.5	3.5	2.8								11.8
베트남	2.2	2.9	3.5	4.1	2.9								15.5
태국	2.6	2.8	4.3	5.4	3.2								18.3
싱가포르	1.3	1.2	3.4	3.1	3.1								12.2
인도네시아	1.3	1.4	1.9	2.3	2.3								9.1
캐나다	1.0	0.9	1.7	2.1	2.0								7.6
대만	4.9	4.8	6.4	7.7	6.7								30.5
합계	43.4	47.9	80.1	88.9	86.7								
'19년 대비 증감률(%)	△60.7	△60.1	△47.9	△45.6	△41.6								

※ 한국관광통계(통계법 제 18조에 의한 승인통계)로 데이터 수집 및 가공 시간 소요로 최신 데이터까지 기재

주요 방한 국가의 입국 관광객 통계를 살펴보면 2023년 5월 가장 많은 방한 입국을 기록한 국가는 일본(183,691명)으로 뒤이어 미국(101,915명), 중국(128,171명), 대만(66,654명), 태국(31,597명) 순으로 나타났다.

특히 중국은 1월 2.4만 명에서 5월 12.8만 명으로 가장 빠른 회복세를 보였으며, 에어비앤비 플랫폼에서 중국 출국 항공권 예약이 코로나19 이전인 2019년 대비 40% 이상 회복되는 등 올해 초여름 해외여행을 가기 위해 검색하는 중국인이 6배 급증하였다.

5월까지 가장 많은 방한 관광객을 기록한 국가는 일본(665,611명), 미국(392,487명), 대만(304,792명) 순으로 나타났다.

3. 2022년 서울 주요관광지 방문통계

■ 2022년 서울 주요 관광지 방문통계

단위: 명

구분	롯데월드	국립중앙박물관	경복궁	북한산
합계	4,516,912	3,398,658	3,382,603	6,700,861
1월	300,514	198,633	76,064	506,911
2월	218,464	171,091	70,347	471,534
3월	188,057	129,276	76,250	528,057
4월	345,880	150,665	227,831	627,695
5월	375,812	345,943	519,982	730,996
6월	304,605	306,036	259,455	563,969
7월	414,103	405,690	167,912	557,817
8월	416,971	471,606	201,280	484,060
9월	376,091	213,145	531,326	558,473
10월	600,599	293,424	647,843	713,886
11월	416,591	341,137	369,167	572,413
12월	559,225	372,012	235,146	385,050

※ 출처: 관광지식정보시스템(<http://www.tour.go.kr/>)

2022년 서울의 주요 관광지 중 가장 많은 관광객이 방문한 곳은 롯데월드(4,516,912명)이며 뒤이어 국립중앙박물관(3,398,658명), 경복궁(3,382,603), 덕수궁(2,696,402), 서울시립 미술관 본관(2,452,057), 창덕궁(1,186,361) 순으로 나타났다.

한편 북한산의 2022년 방문객 수는 6,700,861명으로 2021년 7,362,704명 보다 8.99% 하락한 수치를 보였지만 2019년 5,574,539명, 2020년 6,561,211명에 비해 증가하며 코로나19 이후 달라진 여행 형태로 인해 아웃도어 관광에 대한 수요가 꾸준한 것으로 파악되고 있다.

구분		2019년	2022년	'19년 대비 증감률	
종로구	경복궁	내국인	3,874,837	3,164,299	△18.3%
		외국인	1,471,909	218,304	△85.2%
		합계	5,346,746	3,382,603	△36.7%
	종묘	내국인	389,642	265,635	△31.8%
		외국인	60,756	20,985	△65.5%
		합계	450,398	286,620	△36.4%
	창경궁	내국인	780,607	849,438	8.8%
		외국인	93,717	38,368	△59.1%
		합계	874,324	887,806	1.5%
	창덕궁	내국인	1,238,410	1,044,875	△15.6%
		외국인	546,648	141,486	△74.1%
		합계	1,785,058	1,186,361	△33.5%
중구	남산골한옥마을	내국인	1,319,992	928,726	△29.6%
		외국인	159,203	-	-
		합계	1,479,195	928,726	△37.2%
	덕수궁	내국인	2,044,800	2,593,264	26.8%
		외국인	368,796	103,138	△72.0%
		합계	2,413,596	2,696,402	11.7%
	서울시립미술관 본관	내국인	1,804,192	2,452,057	35.9%
		외국인	44,011	-	-
		합계	1,848,203	2,452,057	32.7%
용산구	국립중앙박물관	내국인	3,215,625	3,328,379	3.5%
		외국인	138,464	70,279	△49.2%
		합계	3,354,089	3,398,658	1.3%
동대문구	서울약령시 한의약박물관	내국인	76,844	104,197	35.6%
		외국인	4,003	1,778	△55.6%
		합계	80,847	105,975	31.1%
	세종대왕기념관	내국인	5,891	2,247	△61.9%
		외국인	-	-	-
		합계	5,891	2,247	△61.9%
노원구	태릉·강릉· 조선왕릉전시관	내국인	97,811	78,722	△19.5%
		외국인	543	106	△80.5%
		합계	98,354	78,828	△19.9%
서대문구	서대문자연사박물관	내국인	285,723	245,998	△13.9%
		외국인	308	-	-
		합계	286,031	245,998	△14.0%
	서대문형무소역사관	내국인	968,375	305,711	△68.4%
		외국인	35,314	7,196	△79.6%
		합계	1,003,689	312,907	△68.8%
강남구	선릉·정릉	내국인	360,142	410,175	13.9%
		외국인	22,028	632	△97.1%
		합계	382,170	410,807	7.5%
송파구	롯데월드	내국인	5,786,118	4,516,912	△21.9%
		외국인	-	-	-
		합계	5,786,118	4,516,912	△21.9%
	서울스카이	내국인	1,369,800	1,126,670	△17.7%
		외국인	-	-	-
		합계	1,369,800	1,126,670	△17.7%
	아쿠아리움	내국인	1,268,073	1,124,489	△11.3%
		외국인	-	-	-
		합계	1,268,073	1,124,489	△11.3%
북한산	합계	5,574,539	6,700,861	20.2%	

※ 출처: 관광지식정보시스템(<http://www.tour.go.kr/>)

4. 서울시 관광사업체 현황

서울시 관광사업체 현황

단위: 개, %

구분	2023년 1분기			2019년 1분기		2022년	
	사업체 수	구성비	증감률	사업체 수	구성비	사업체 수	구성비
전체	11,963	100.0%	2.6%	11,660	100.0%	11,363	100.0%
여행업	8,424	70.4%	△1.2%	8,567	73.5%	7,808	68.7%
관광숙박업	458	3.8%	0.1%	441	3.8%	473	4.2%
관광객이용시설업	1,450	12.1%	2.6%	1,148	9.8%	1,420	12.5%
국제회의업	824	6.9%	1.9%	607	5.2%	818	7.2%
카지노업	3	0.0%	0.0%	3	0.0%	3	0.0%
유원시설업	211	1.8%	△0.6%	276	2.4%	217	1.9%
관광편의시설업	593	5.0%	△0.2%	618	5.3%	624	5.5%

※ 2023년 1분기 증감률은 2019년 1분기 대비 증감률을 의미

※ 한국관광협회중앙회(<http://www.ekta.kr>)

한국관광협회중앙회(KTA)가 발표한 '전국 관광사업체 현황(2023년 1/4분기 기준)'에 따르면 서울시의 전체 관광사업체 수는 11,963개로 2019년 대비 303개(2.5%) 증가하여 코로나19 이후 2020년 11,281개, 2021년 11,210개, 2022년 11,363개를 기록한 이후 처음으로 2019년을 상회하는 수치를 보여 국내 관광도 본격 회복세에 있는 것으로 분석되고 있다.

특히 관광객이용시설업과, 국제회의업에서 큰 폭의 증가세를 보인 것이 상승의 주요 원인으로 분석되며, 폭발적인 캠핑 수요 증가로 인한 야영장업의 증가가 이번 상승의 주요 원인으로 파악되고 있다.

III. 해외 관광동향

1. 국제 인바운드 통계	36
2. 국제기구 발간 보고서	37

1. 국제 인바운드 통계

'23년 국가별 인바운드 통계

단위: 명

구분	한국	일본	필리핀	베트남	태국	싱가포르	대만
합계	3,470,158	8,638,427	2,253,214	4,599,959	10,673,490	5,149,520	2,179,235
1월	434,429	1,497,472	464,168	871,162	2,144,948	931,680	254,359
2월	479,248	1,475,455	466,032	932,969	2,113,550	957,840	369,098
3월	800,575	1,817,500	475,643	895,425	2,219,040	1,020,000	486,171
4월	888,776	1,949,100	458,083	984,146	2,182,100	1,130,000	553,211
5월	867,130	1,898,900	389,288	916,257	2,013,852	1,110,000	516,396
6월							
7월							
8월							
9월							
10월							
11월							
12월							

※ 일본: 일본정부관광청(Japan National Tourism Organization, JNTO)
 ※ 필리핀: 필리핀관광청(Republic Of The Philippines Department Of Tourism, DOT)
 ※ 베트남: 무역경제(Trading Economics)
 ※ 태국: 태국관광체육국(Ministry Of Tourism & Sports, MOTS)
 ※ 싱가포르: 싱가포르 관광분석 네트워크(Singapore Tourism Analytics Network, STAN)
 ※ 대만: 대만관광뷰로(Tourism Bureau, M.O.T.C)

2. 지속가능한 항공연료(Sustainable Aviation Fuel, SAF)

■ 머리말

세계관광기구(UNWTO)에 따르면, 2023년 제1분기 국제 관광객 수는 약 2억 3,404만 명을 기록하여, 코로나19 이후 관광산업은 본격적인 회복기에 접어든 것으로 파악된다. 관광산업은 전 세계적으로 9.5조 달러(약 2,102조 원)에 이르는 경제효과와 320만 개의 일자리를 창출하고 있으며, 이러한 성장은 2023년 본격적인 관광 회복기에도 지속될 전망이다.

관광산업이 성장을 거듭할수록 산업의 지속가능성에 대한 화두는 점점 뜨거워 지고 있으며, 실제로 관광산업은 전 세계 온실가스 배출량의 8.1%를 차지하는 산업이기도 하다. 특히 항공 부문은 관광 분야 탄소 배출량의 13.8%를 차지하며 관광의 가장 많은 탄소 배출량을 기록하고 있다.

따라서 항공산업은 하이브리드 전기 비행기의 도입, 수소 연료 연소 방식의 개발, 항공기 디자인의 혁신, 엔진 효율 개선 등의 연구와 개발을 통해 산업 내 지속가능성을 달성할 수 있도록 노력하고 있다. 이러한 노력 중에서도 지속 가능한 항공 연료(이하 SAF)의 개발은 항공기의 탄소 배출을 크게 개선할 수 있는 가장 효과적인 방법 중 하나이다.

따라서 본 보고서에서는 SAF의 개념과, SAF 개발로 인한 영향과 기회에 대해 알아보려고 한다.

■ 지속가능한 항공연료(SAF)란 무엇인가?

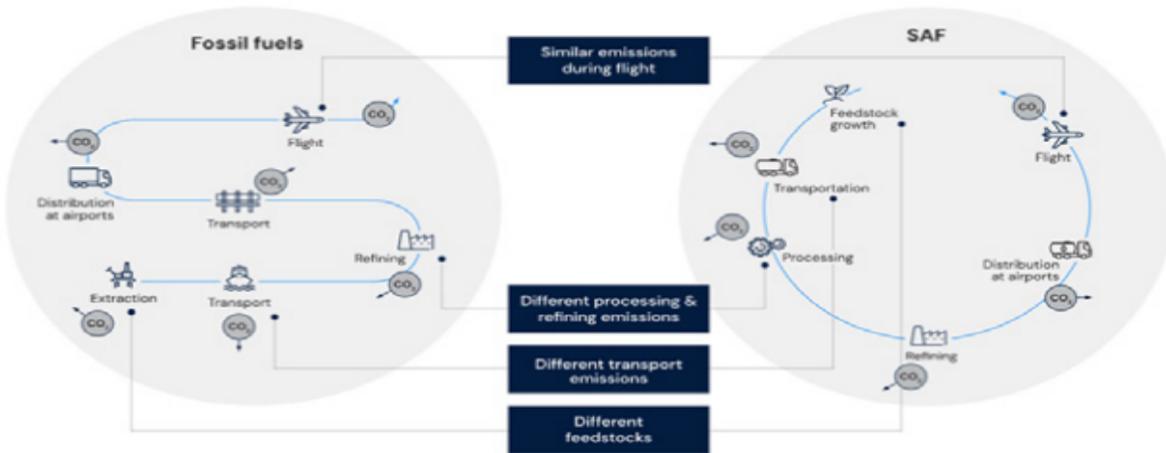
SAF는 원유 외의 물질로부터 얻어진 모든 연료를 의미한다. SAF는 기존의 항공연료와 거의 차이가 없기 때문에 기존 항공연료와 혼합하여 사용할 수 있어 사용을 위한 새로운 엔진 개발이나 인프라 구축이 필요하지 않다는 장점이 있다. 대부분의 경우, SAF는 10%에서 50% 정도의 비율로 기존 연료와 혼합하여 사용되지만, 최근 출시된 엔진에서는 100% SAF로 운영이 가능한 경우도 있다.

일각에선 SAF의 안전성에 대한 논란이 계속해서 제기되고 있지만, 연구 결과 기존 연료와 성분 측면에서 큰 차이가 없음이 입증되었고, 기존의 원유 기반 항공연료 역시 원유의 정제를 통해 생산되기 때문에 작물을 정제하여 연료를 생산하는 것과 큰 차이가 없음이 밝혀지고 있다.

현재, 원유의 디젤 추출 과정은 심각한 탄소 배출을 유발하고 있지만, 작물 및 수소 등을 이용한 SAF는 연료추출 과정에서 탄소 배출을 거의 제로 수준으로 줄일 수 있다는 사실이 입증되었다.

기존 항공 원료와 SAF 원료 생산 방식의 탄소배출 차이

SAF reduce aviation emissions on a Life Cycle Basis



■ SAF의 원료

SAF 생산을 위한 원료는 크게 생물학적 원료와 비생물학적 원료로 구분될 수 있다.

생물학적 원료에는 조리용 오일이나 동물 지방과 같은 폐기물, 사탕수수, 대두, 유채 등의 작물, 그리고 산업 폐기물과 같은 고형 폐기물이 포함되며, 비생물학적 원료에는 수소와 탄소가 포함된다.

생물학적 원료는 쉽게 구할 수 있는 장점이 있지만, SAF 수요가 증가함에 따라 원료 공급이 수요를 초과할 가능성이 있으며, 비생물학적 원료를 사용한 SAF는 수요 증가에 대응할 수 있는 장점을 갖고 있지만 현재 기술로는 가격 우위를 확보하기 어렵다는 단점이 있다.

따라서 단기적으로 SAF시장 확대를 위해 생물학적 원료를 활용하여 SAF의 접근성을 확대하고, 중장기적으로는 비생물학적 원료를 활용하여 개발비용 절감을 통해 시장 확대를 위해 노력해야 한다.

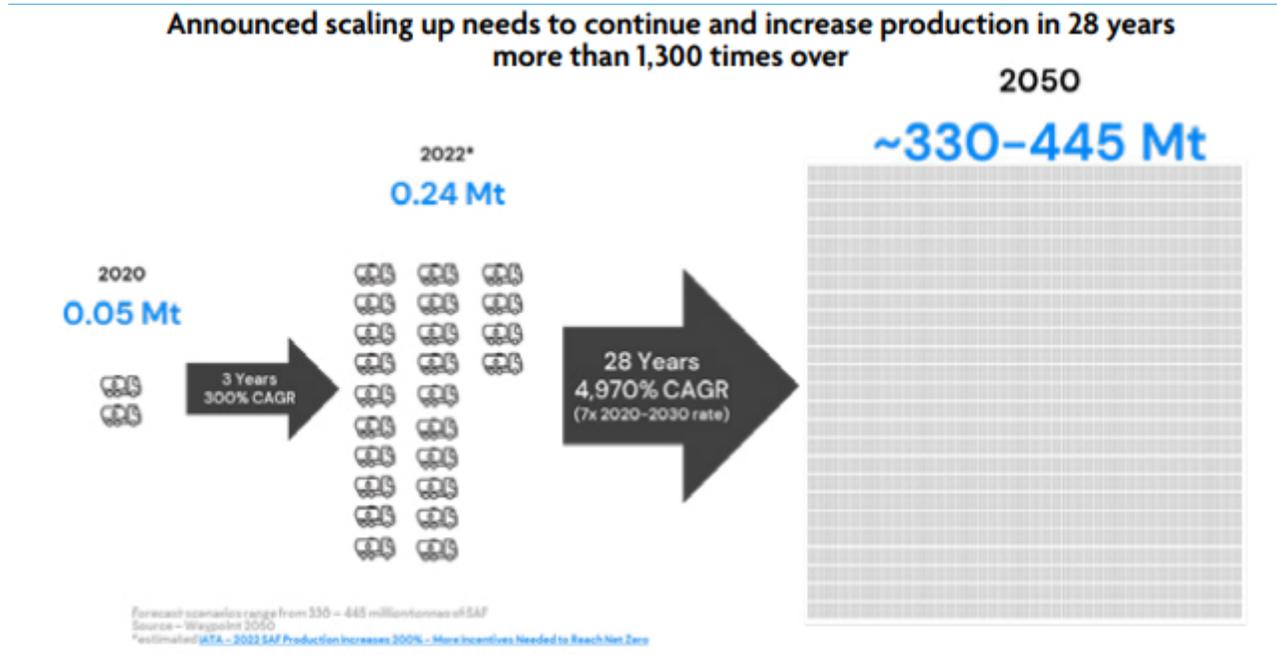
■ 지속가능한 SAF 산업의 미래

지난 5년간, SAF 관련 생산과 시설에 대한 투자가 지속적으로 이루어졌으며, 특히 2021년과 2022년에는 SAF 관련 산업이 300% 성장했다.

하지만 여전히 SAF는 총 항공연료 시장의 0.1% 미만을 차지하고 있으며, 국제 항공 산업의 탄소 배출을 실질적으로 줄일 수 있는 차이를 만들기 위해서는 현재 수준에서 2050년까지 1,000배 이상의 성장이 필요한 상황이다.

이를 위해서는 관광 부문뿐만 아니라 정부 전체적인 노력과 국제 에너지 산업의 노력이 필요하다.

SAF 산업의 미래



■ SAF와 국가적 차원의 기획

SAF의 생산기술의 가장 큰 특징은 어디서든 원료를 생산할 수 있다는 점이다. 이를 통해 특정 국가에 의존하는 원유 산업의 한계점을 해결할 수 있다.

예를 들어, 많은 폐기물이 존재하는 국가에서는 폐기물을 SAF로 전환하여 생산할 수 있으며, 농업 폐기물이 문제인 국가에서는 이를 활용한 SAF 개발이 가능하다.

이렇게 각 국가별로 다양한 전략을 추진함으로써 가격변동이 적고, 어디서든 생산 가능한 연료 생산이 가능하며 국가적인 에너지 독립성을 확립하여 탄소 배출 감소와 함께 국가 경제를 발전시킬 수 있다.

[CASE 1] 미국 국립 재생에너지 연구소(NREL)

기후변화로 인해 상승하는 해수면 온도가 카리브해 지역의 해초 성장에 영향을 미친다는 사실을 확인한 미국 국립재생에너지 연구소(이하 NREL)의 연구 결과가 발표되었다.

NREL은 이러한 해조류를 활용하여 SAF를 개발하고, 전기차 배터리 연료를 개발에 관한 연구를 진행했으며 매년 카리브해 지역에서 약 1.24백만 톤의 해조류를 수확할 수 있고 이를 75%의 목재 폐기물과 혼합하여 연료로 활용하면 매년 약 3백만 리터의 SAF와 61,000톤의 흑연을 생산할 수 있다고 밝혔다.

■ SAF와 관광목적지 차원의 기회

[기후 리더십과 경쟁우위]

SAF로의 전환을 지원하고 가속화 함으로써, 관광 목적지는 탄소배출을 감소시킬 수 있을뿐만 아니라 관광의 지속가능성의 국제적 경쟁우위를 점할 수 있다.

[경제적 번영]

SAF의 발전은 관광목적지에 새로운 산업과 경제 발전을 이룰 수 있는 기회를 제공한다. 예를 들어 과거에는 식량 작물의 재배가 적합하지 않아 버려져 있던 땅이 이제는 SAF 원료 재배를 위해 사용될 수 있으며, 새로운 일자리를 창출할 수도 있다.

‘ICFs Fuelling Net Zero report’에 따르면 SAF산업이 1,400만 개의 일자리를 창출할 수 있다는 결과를 발표했으며, 기후변화에 따라 지속가능성이 중요한 세계적인 과제로 자리매김하면서 해당 산업의 발전 가능성은 높게 평가된다.

[CASE 2] 네덜란드(Netherlands)

네덜란드는 SAF 산업의 발전을 통해 경제발전을 이루려는 대표적인 국가로 네덜란드 정부는 2030년까지 사용되는 항공연료 중 14%를 SAF로 활용하겠다는 계획을 발표했다.

네덜란드 항공사인 KLM은 암스테르담 스키폴 공항에서 다른 목적으로 운항하는 여객기의 대부분에서 SAF를 사용하고 있으며, 2024년 로테르담에 SAF 시설을 증축하여 대량생산을 계획하고 있다.

[투자의 기회]

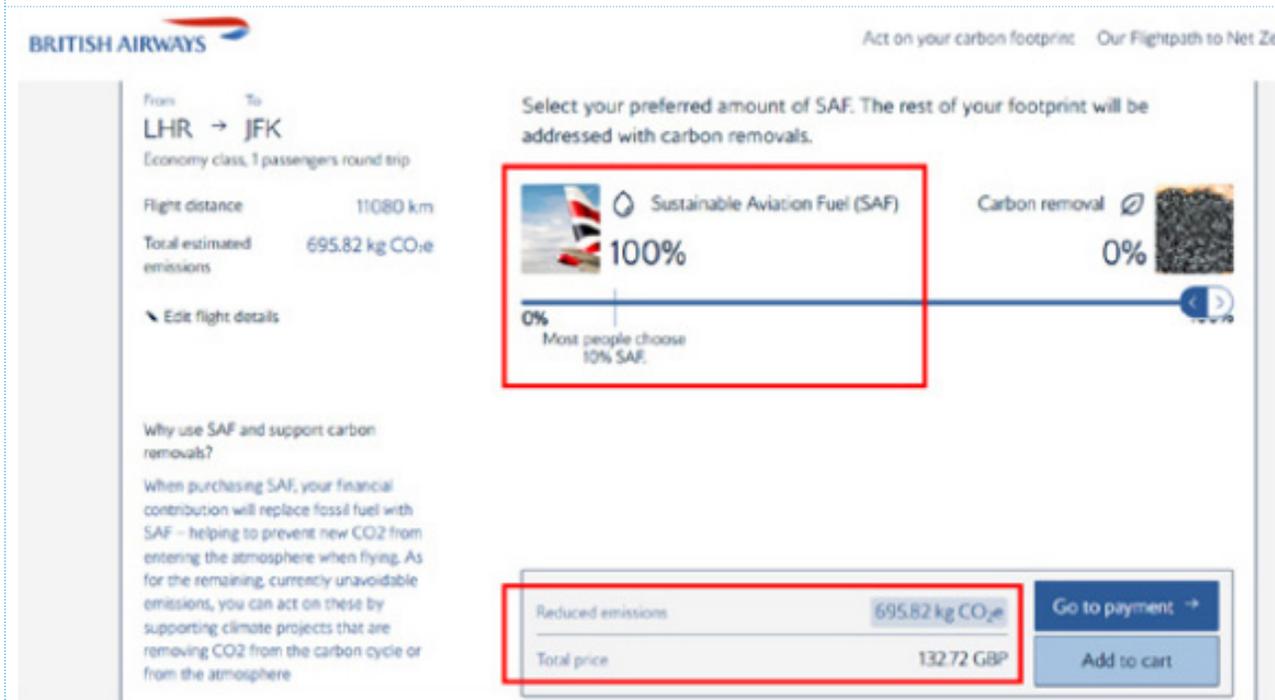
기후변화에 따른 온실가스 배출량 감소는 세계적으로 가장 큰 키워드로 떠오르고 있으며 모든 기후변화와 관련된 보고서에서는 2050년까지 지구의 온도를 1.5°C 낮추기 위해 민간 협력을 통한 투자가 필요함을 강조한다. SAF에 대한 선도적인 투자는 장기적인 관점에서 보았을 때 큰 이득을 가져다 줄 것이다.

SAF투자는 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있는데 첫 번째는 항공 예약과정에서 SAF를 구매하는 것이고 두 번째는 SAF 연구·개발·생산·유통 단계에 직접 투자하는 것이다.

[CASE 3]항공 예약과정에서의 SAF 구매 방식

항공 예약 과정에서 SAF 구매에 대한 인증서를 발급해 주어 인증서를 소지한 기업에게 국가적 차원에서 세제 혜택 등의 혜택을 부여하는 방식이 있다.

아래 그림은 한 기업이 런던에서 뉴욕으로 가는 영국 항공으로 직원의 비즈니스 출장을 준비하고 있는 상황에서 해당 기업은 해당 직원의 출장을 위해 132파운드를 지불하고 695kg의 이산화탄소 배출을 감축했다는 것을 보여주는 인증서의 일부분이다.



더 큰 규모의 투자로는 항공사나 공항 또는 기업들이 SAF 생산자와의 직접 계약을 체결하는 ‘OFF-TAKE’ 계약 방식이 있다.

일반적으로 ‘OFF-TAKE’ 계약은 고정 가격에 SAF를 대량으로 사전 구매하는 형태로 이루어지며, 더 큰 규모의 투자에서는 SAF 생산, 정제, 유통 능력에 직접적으로 자본을 투자하는 경우도 있다.

일반적인 SAF 공장은 기존의 원유 정제 공장보다 규모가 작아 투자가 용이하다는 장점이 있지만 2050년까지 유의미한 변화를 만들어 내기 위해 세계항공업에 필요한 SAF생산량 조달을 위해선 4,000개 이상의 새로운 SAF 공장을 구축해야 하며, 1,100~1,500억 달러의 자본 지출이 필요한 실정이다.

■ SAF의 도전과제

[여행수요 및 비즈니스 모델의 왜곡]

기존 항공료에 비해 SAF의 비용적 문제로 인해 저가 항공사(LCC) 및 단거리 운송에 비중을 두는 항공사의 경우 운송 비용상승으로 여행 수요 자체의 감소가 나타날 수 있다는 한계가 있다.

다만, 산업 규모가 점차 확대될 경우 규모의 경제 달성으로 인해 비용은 점차 낮아질 것으로 예상되나 투자 초기 단계에는 상당한 비용을 수반할 것으로 추정된다.

이에 관광 목적지는 정부와 민관 협력 등을 통해 지역의 SAF 산업 육성을 위해 노력해야 하며 지역 내에서 SAF 생산이 불가능한 경우 에너지 공급 업체, 항공사 및 기타 이해 관계자와 협력하여 SAF 공급망 구축을 위해 노력해야 한다.

[SAF 사용 규정 및 의무화]

세계적으로 2050년까지 항공 연료의 일정량에 대한 SAF사용을 의무화하는 규정을 의무화하고 있으며, 출발 공항에서 도착 공항보다 연료가 저렴하기 때문에 필요 이상으로 연료를 적재하는 ‘탱커링’ 현상을 방지하기 위해 항공 주유에 관한 규정을 신설하는 것을 고려하고 있다.

다만, 이러한 규제는 초기 단계에 충분한 SAF 기반시설 및 공급 기반이 갖춰지지 않은 국가 혹은 관광목적지에 어려움을 줄 수 있으므로 ‘Book & Claim’ 프로그램이 등장하였다.

[CASE 4] ‘Book & Claim’ 프로그램의 예시

영희는 A회사의 CEO로 마드리드에서 싱가포르로의 출장을 떠나기 위해 비즈니스 여행을 하려고 하지만 마드리드와 싱가포르의 공항에선 SAF를 구할 수 없는 상황이다.

영희는 항공사의 홈페이지에서 100kg의 SAF를 구매하고 인증서를 받는다. 영희가 SAF 100kg 구매를 완료한 이후 SAF 생산자는 해당 정보를 받고 SAF 100kg을 SAF 기반시설이 갖춰진 다른 공항에 공급한다.

영희가 타는 비행기에는 SAF가 사용되진 않았지만 SAF 생산 시설 근처 공항에서 이용 가능한 항공기로 이동하여 영희의 A회사는 탄소 절감 노력을 한 공로를 인정 받을 수 있다.

[정부의 탈탄소 정책]

다양한 국가에서는 금융 인센티브와 같은 정책 조치를 통해 SAF 사용을 장려하고 있으나 SAF 산업이 초기 단계에 있는 만큼 교통 분야의 탄소배출 감소를 위한 전 세계적인 규제 발의는 진행 중에 있다.

미국에서는 2030년까지 매년 30억 갤런의 SAF 생산을 목표로 하는 ‘SAF Grand Challenge’를 실행하고 있으며 2021년 말 미국의 교통부, 에너지부, 농업부 등의 공동 계획으로 발표되었다. 미국은 생산 목표 달성을

위해 SAF 세금 인센티브 제도를 운영하고 있으며 기존 항공연료에서 50% 이상 배출 가스를 감소한 SAF의 경우 리터당 1.25달러의 세금 인센티브를 제공하고 있다.

유럽은 'ReFuel EU' 프로그램을 발표하고 SAF 비율에 대한 유럽 연합의 규제를 신설했다. 해당 프로그램은 2050년까지 항공기에 실리는 SAF 비율의 점진적 증가와 재생 에너지로 생산된 비생물학적 SAF에 대한 하위 요구사항이 포함되어 있어 비생물학적 SAF 산업을 키우기 위한 토대를 마련한 것에 의의가 있다.

또한 세계관광협의회(WTTC)는 이러한 문제 해결을 위해 정부들에게 국제적으로 통용되는 국제 규정을 만들 것을 지속적으로 제안하고 있다.

SAF는 국가 단위 혹은 관광 목적지 단위에서 탄소 배출을 줄이고 지속가능한 발전을 촉진하며 새로운 경제적 기회를 창출할 수 있으나 산업 확대를 위한 위험과 도전은 분명히 존재한다. 이러한 문제 해결을 위해 적절한 SAF 산업 육성 전략 개발, 명확한 지원 규정 제정, 공공·민간의 협력이 필요한 실정이다.

본 연구내용은 세계 여행 관광 협의회인 WTTC(World Travel & Tourism Council)의 허가를 받아 발간한 지속가능한 항공 연료(SUSTAINABLE AVIATION FUEL)에 관한 보고서의 내용 일부를 재편집한 내용입니다.
 Source: World Travel and Tourism Council: Sustainable Aviation Fuel – Opportunities & Implications for Tourism Destinations 2023. All rights reserved.

