



제10회 UIA 아태총회 및 2023 서울관광 국제경쟁력 강화 심포지엄

10월 관광이슈

- 연구** 뉴노멀 시대 서울관광산업 융복합 방안 연구
- 국내** MICE개최 경쟁도시 분석(싱가포르)
- 국내** 중국 단체여행 허용 및 한국 관광 의향 증가
- 해외** 국제 관광시장의 인력부족 현상(WTTC)



S.T.I
Seoul Tourism Insight

상기 내용은 서울관광재단의 저작권 보호를 받고 있으며
무단 활용이나, 재창작을 금지합니다.
연구자료와 관련한 자세한 사항은
서울관광재단 관광연구팀으로 연락해 주시기 바랍니다.

Seoul Tourism Insight

| 발행일 | 2023. 11. 1.
| 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	6
2. 서울관광재단 주요 사업(10월)	10
3. 서울관광재단 연구보고서(리뷰)	15
4. 국내외 관광·MICE 동향	22

II. 국내 관광동향

1. 한국/서울 입출국 현황	34
2. 주요 국가별 한국/서울 방문통계	37
3. 2022년 서울 주요 관광지 방문통계	38
4. 서울시 관광사업체 현황	40

III. 해외 관광동향

1. 국제 인바운드 통계	42
2. 국제 관광시장의 인력부족 현상(WTTC)	43

I. 서울관광 브리프

1. 기고문	6
2. 서울관광재단 주요 사업(10월)	10
3. 서울관광재단 연구보고서(리뷰)	15
4. 국내외 관광·MICE 동향	22

1. 기고문



3.3.7.7 관광시대를 선도하기 위한 “서울 MICE 산업의 숙제와 서울관광재단의 역할”

서울시는 지난 9월 12일 서울관광 미래비전 선포식을 개최하며 “3천만” 관광객, 1인당 지출액 “3백만 원”, “체류기간 7일”, “재방문율 70%”를 상징하는 ‘3.3.7.7 관광시대’를 시작하겠다는 계획을 발표했다. 이러한 계획은 서울시가 변화하는 환경 속에서 관광 수요를 선점하고 동시에 관광의 품질을 향상시켜 시장 규모를 확대하며, 관광 품질과 만족도를 높여 고품격 매력도시로 거듭나기 위한 비전을 갖고 준비한 계획이다. 서울관광의 10대 핵심과제 중에서 MICE 분야와 관련된 과제로는 서울의 강점을 살린 ‘고부가 관광’ 육성, 서울 곳곳을 ‘체험형 관광콘텐츠’로 채워나가기, 그리고 더 ‘공격적인 마케팅’으로 시장을 개척하는 전략 등이 중요하게 부각될 수 있다. 특히, MICE 참가를 위해 서울을 방문하는 해외 참가자(21년 기준 480.2만원)는 여가 목적으로 방문하는 외국인 관광객(21년 기준 378.4만원)에 비해 지출하는 규모도 크다는 점에서 서울시가 추구하는 3.3.7.7 관광시대를 주도할 핵심 분야 중의 하나로 자리매김 할 수 있으리라 생각된다.

지난 몇 년 동안 코로나19로 인해 MICE 업계가 어려움을 겪은 상황 속에서 서울관광재단은 ‘버추얼 MICE 인프라 구축’ 프로젝트를 통해 관광 및 MICE 분야의 디지털 전환을 선도하며, 국제적으로 인정을 받고 있다. 서울관광재단은 세계적 권위의 IDC 어워드에서 특별상: 디지털 회복탄력성 부문을 수상하였으며, 아태지역의 글로벌 MICE 매체 M&C Asia가 주관한 ‘2021 스텔라 어워드’에서 ‘최고의 혁신적인 목적지 마케팅’ 부문에 선정되었다. 이러한 노력에서 볼 수 있듯이 그 동안 서울관광재단은 혁신적인 전략과 마케팅 방안을 통해 MICE 산업을 적극 지원하고 있으며, 서울이 전 세계의 유수의 국제회의 개최지와 함께 국제회의 개최 건수에서 상위권을 지속적으로 유지하는 뛰어난 성과를 창출하고 있다. 하지만, 이제는 서울시의 3.3.7.7 관광시대를 이끌어가는 중추 산업으로서의 MICE 산업을 단순한 개최 건수, 참가자 수 증대를 넘어서 질적 성장을 위해 서울관광재단의 역량을 집중해야 할 시점이다.

가장 중요한 부분은 MICE 산업의 범위와 개념을 명확히 정의하고 산업의 규모를 점차 확대해나가는 것이다. 최근 국내외에서는 MICE 산업이라는 용어와 함께 ‘비즈니스 창출’이라는 적극적인 목적성을 가진

비즈니스 이벤트라는 용어를 함께 사용하고 있다. 특히, 비즈니스 이벤트는 단순히 행사를 개최하는 것을 넘어서 지역에 지식을 공유, 확산하거나 산업의 발전의 촉매가 되는 등 MICE 산업의 산업적 가치를 확대한다는 의미를 포함하고 있다. 즉, 서울관광재단도 단순히 MICE 행사를 개최하고 외국인 참가자, 방문객을 늘리는 데에서 그칠 것이 아니라, 지역혁신과 산업발전을 위한 견인역할을 하는 ‘플랫폼’산업으로서의 MICE 산업의 성격을 보다 강화해야 한다. 이를 위해서는 다양한 세부 전략이 가능하리라 생각되지만, 대표적인 것이 지금 현재의 공급자 중심(예, 유치/개최 지원제도, PCO 종사원 교육)의 지원 정책에서 MICE 수요자를 위한 지원과 정책으로 확장해 나갈 필요가 있다. MICE 수요자는 일반 참가자, 참가기업 뿐만 아니라 협/단체까지 확장하여 생각할 수 있는데, 그들이 MICE 행사를 개최하고, 참여하는 과정에서 얻을 수 있는 부분을 명확하게 제시하고, 이들에게 필요한 것들을 제시할 수 있다면 MICE 산업의 전체 규모가 커질 수 있다. 기업들은 비즈니스 이벤트를 개최하여 기술교류, 비즈니스 기회 창출 등의 장점이 있고, 협/단체의 경우에는 MICE 행사 개최를 통한 수익창출과 회원 간 결속 강화의 효과를 누릴 수 있을 것이다. MICE 수요자로 볼 수 있는 집단에 대한 DB구축과 지원제도에 대해 고민하고, 보다 비즈니스 친화적인 비즈니스 이벤트 개최지역으로서 서울시를 포지셔닝 해야 한다. 새로운 학/협회를 발굴하는 PCO 및 관련 기업들에게 인센티브나 성공적 행사 개최를 위한 지원 제도를 마련하는 것도 방법이다. 이러한 노력은 결국 MICE 산업을 단순히 행사 개최/지원 산업이 아니라 지역의 핵심 산업을 발전시키는 플랫폼 산업으로서의 인식을 강화시킬 수 있다는 장점도 함께 누릴 수 있다.

두 번째, 서울에서 추가로 조성하고 있는 MICE 시설을 보다 적극적으로 활용하기 위하여 서울관광재단이 그동안 축적해놓은 MICE, 관광분야에서의 홍보/마케팅 역량을 발휘해야 한다. 지난 9월 19일 서울시는 잠실에 세계적 수준의 ‘스포츠, 마이스 복합단지’를 조성할 계획을 발표하고, 지금까지 코엑스에 국한돼 있었던 도시 내 MICE 기능을 잠실로 확장할 계획을 밝혔다.

뿐만 아니라 마곡 마이스-서울식물원을 연계한 서울 서남권의 마곡지구, 서울역 북부 컨벤션-도심 호텔을 연계한 도심권에서의 마이스 클러스터를 조성하여 지역별 균형 발전을 유도한다는 전략을 제시한 바 있다. 아쉽게도 2023-27 서울 마이스 중기 발전계획에 담긴 서울관광재단의 역할은 상당히 모호하고 제한적이라는 한계가 있다.

물론 서울관광재단에서 시설 확충이나 클러스터 구성과 같은 업무를 수행할 수는 없는 것은 재단의 목적상 당연하다. 다만, 홍보, 마케팅, 인력양성 등과 같은 소프트웨어 적인 부분은 지금껏 서울관광재단이 서울 MICE를 지속적으로 유지, 발전시켜왔던 역량을 바탕으로 장기적으로 서울관광재단의 중추적인 역할을 기대할 수 있으리라 생각된다.

예를 들어, 서울의 각 지역 거점과 연계하여 조성된 MICE 클러스터의 차별화된 특징에 맞도록 MICE 및 비즈니스 이벤트를 유치/지원하고, 브랜드 화하여 서울 지역 내 마이스 지구 사이에 경쟁이 아닌 상호간의 시너지를 극대화할 수 있는 전략을 선제적으로 수립하고 시행해야 한다. 전 세계적인

국제회의 개최지역인 파리나 뉴욕에서도 지역 내 컨벤션 시설들을 통합 관리하거나 홍보하고 있다. 하지만 이러한 형태보다는 아마 벨기에의 브뤼셀에서 운영하고 있는 5개의 컨벤션 특화지구 운영 전략이 좋은 벤치마킹 사례가 될 것이다.

각 지구마다 다른 특성과 장점을 보유하고 있어 행사마다 적합한 지역을 선정하여 행사를 개최하게 된다. 서울관광재단도 서울시와 협의를 통해 지역 내 시설끼리의 경쟁이 아닌 지구별 특성화를 통해 미래 새로운 비즈니스 이벤트 개최 수요를 창출하기 위한 방안을 선제적으로 마련해야 한다. 서울지역의 마이스 클러스터 조성이 성공적으로 이루어진다면, MICE 산업이 단순 행사를 개최하는 산업이 아니라 지역 균형 발전을 이루기 위하여 서울의 성장 혁신 축이자 서울시의 핵심 산업을 함께 발전시킬 수 있는 플랫폼으로서의 역할로 자리매김할 수 있을 것이다.



출처: 2023-2027 서울 마이스(MICE) 중기 발전계획.

셋째, 서울에서 개최되고 있는 행사의 양적, 질적 규모를 확대하기 위한 전폭적인 지원을 아끼지 말아야 한다. 서울시는 2023-27 서울 마이스 중기 발전계획에서 서울에서 정기적으로 개최되는 MICE 행사 중에서 서울시의 핵심사업과 관련된 행사를 월별로 1건 선정하여 집중 육성할 계획을 밝힌 바 있다. 현재 서울시와 서울관광재단에서 추진하고 있는 지원 방법은 해외바이어 초청비, 첨단기술 활용비 등의 재정지원과 유사행사 연계 개최 및 후원과 같은 행정지원을 추진하고 있다. 각 행사마다 차이는 있겠지만 서울 글로벌 대표 융복합 ‘마이스 12’(서울 마이스 중기 발전계획 2023~2027년)에 선정된 행사들은 자체적인 행사 운영 예산으로도 충분히 훌륭하게 행사를 운영해 오고 있다. 물론 이들에 대한 재정적 행정적 지원을 줄이자는 의견이 아니라, 기존에 진행하고 있는 단순한 형태의 지원보다 보다 혁신적이고 획기적으로 방식으로 행사를 지원할 방안을 논의해야 할 때라고 생각한다.

아래 사진은 BTS가 라스베이거스에서 콘서트를 개최한 지난 2022년의 사례이다. 하이브는 라스베이거스 CVB의 협력을 통해 라스베이거스 전체를 ‘BTS City’로 만드는 ‘더 시티’프로젝트를 진행했다. 더 시티는 BTS 콘서트 개최 전후로 도시 곳곳에서 다양한 즐길거리와 이벤트를 열어 BTS 팬들의 확장된 팬

경험을 제공하는 이벤트로, 도시 전역에 다양한 팝업스토어와 테마로 꾸며진 숙소 등 BTS 팬들의 경험을 극대화하는 한편, 라스베이거스 지역 자체를 BTS 공연장으로 탈바꿈하는 형태로 진행되었다. 한가지 사례로 라스베이거스 이름을 보라해가스로 바꾸고 도시 전역을 보라색으로 물들였다. 물론 MICE 행사가 개최될 때마다 서울 전역을 바꿀 수는 없다. 하지만, 행사가 개최되는 지역 일대 혹은 이벤트 성격을 띤 지역 일대에 해당 행사가 추구하는 테마, 컬러 등을 통해 서울 시민 누구나가 해당 행사가 개최되고 있다는 것을 알게 되는 것은 어떨까? 이러한 홍보/마케팅은 자연스럽게 서울 지역 주민이나 MICE 수요자들을 대상으로 한 MICE 산업에 대한 인식제고 캠페인으로서 연결될 수 있다. 혹은, 서울관광재단이 준비하고 있는 해외지사 설립과 연계하여 ‘마이스 12’에 선정된 행사들을 지원할 수 있는 방법도 있을것이다. 서울관광재단의 해외지사를 장기적으로 해외 비즈니스 이벤트 거점도시 네트워크로 조성하여 단순 바이어 유치 뿐만 아니라, ‘마이스 12’에 선정된 행사 및 관련 기관들이 역으로 해외로 진출할 기회를 만들어줄 수도 있다.



출처: Las Vegas CVB(lvcva.com)

서울관광재단은 그 동안 서울시와 서울MICE얼라이언스와 함께 서울을 MICE 도시로 만들기 위하여 역량을 키우고 다양한 정책을 수행하고 있다. 지금까지 그래왔던 것처럼 서울관광재단의 뛰어난 역량을 통해 MICE 산업의 역할을 해외 참가자 유치에서 타 산업을 발전시키는 플랫폼으로서의 역할로 확장하고, 서울 내 다양한 시설을 효과적으로 마케팅하며, 서울을 대표할 글로벌 대표 융복합 ‘마이스 12’ 행사를 적극 지원하여 서울을 글로벌 MICE 선도 도시로 발전시킬 필요가 있다. 이러한 노력은 단순히 서울의 MICE 산업 성장 뿐 만 아니라 서울이 추구하는 ‘3,3,7,7 관광시대’를 여는 데 서울관광재단 및 MICE 산업이 중추적인 역할을 수행하는데 큰 기여를 할 수 있다.

가천대학교 사회과학대학 관광경영학과 최영배 교수

2. 서울관광재단 주요 사업(10월)

10. October	
10월 서울관광재단 주요 일정	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 2023 서울관광 국제경쟁력 강화 심포지엄 개최(관광연구팀) ◦ 2023 제25회 UNWTO 총회 참석(글로벌1팀) ◦ 2023 광주 서울관광설명회 및 B2C 현지밀착 프로모션 개최(글로벌1팀) ◦ 2023 인도네시아 수라바야 VISIT MEDICAL KOREA 참가(글로벌2팀) ◦ 2023 일본 TEJ 관광박람회 참가(글로벌2팀) ◦ 제10회 UIA 아·태총회 개최(MICE1팀) ◦ 2023-2024 광화문광장 마켓 참여업체 모집(관광자원개발팀) ◦ 2023 서울웰니스워크 다누림 셔틀버스 운영(관광인프라팀) ◦ 23년 하반기 플라자 관광정보센터 체험 프로그램 실시(관광인프라팀)
9월 서울관광재단 사업추진 결과	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 서울 다이브(레드불 클리프 다이빙 티저다이브)(글로벌1팀) ◦ 제6차 WeGO 총회 참석자 서울관광재단 방문(글로벌1팀) ◦ 2023 서울의료관광 국제트래블마트(SITMMT 2023)(글로벌2팀) ◦ 2023 베트남 ITE HCMC 관광박람회 참가(글로벌2팀) ◦ 서울관광재단-고려대학교 의료원 업무협약 체결(글로벌2팀) ◦ 2023 SMA Site Inspection 개최(MICE2팀) ◦ 2023 중국 베이징, 상하이 K-관광 로드쇼 참가(MICE2팀, 글로벌2팀) ◦ 2023 인도네시아 자카르타 MICE 로드쇼 참가(MICE2팀) ◦ 2023 IT&CM Asia 참가(MICE2팀) ◦ 2023 서울의료관광국제트래블마트 서울시 우수관광상품 홍보 팸투어 운영(관광산업진흥팀) ◦ 모두다님 행사 개최(관광인프라팀) ◦ K-콘텐츠 페스티벌 '폼나는 한강'(관광서비스팀)

10월 서울관광재단 주요일정



2023 서울관광 국제경쟁력 강화 심포지엄 개최

관광연구팀



2023 광저우 서울관광설명회 및 B2C 현지밀착 프로모션 개최

글로벌1팀



제10회 UFA 아·태총회 개최

MICE1팀



2023 제25회 UNWTO 총회 참석

글로벌1팀

10월 서울관광재단 주요일정



23년 하반기 플라자 관광정보센터 체험 프로그램 실시
관광인프라팀

2023~2024

광화문광장 마켓

참여업체 모집

운영 장소 | 광화문광장 및 세종로공원 내
 운영 기간 | **시즌1** 2023.12.15. ~ 12.31
 시즌2 2024.01.01. ~ 01.21
 모집 기간 | 2023.10.10.(화) ~ 10.20.(금)
 모집 부문 | 일반상인(소품, 수공예품 등),
 먹거리(식음 완제품, 푸드트럭), 지역 명품 먹거리
 모집 규모 | 1~2차 160개 업체 선정

운영 장소	운영 기간	운영 시간
광화문광장/세종로공원	시즌1 23.12.15 ~ 12.31	18:00 ~ 22:00
	시즌2 24.01.01 ~ 01.21	

참여 방법 | 공식 접수 사이트를 통해 신청서 작성 후 제출
 ※ 자세한 모집공고 내용은 서울관광재단 홈페이지 참고
 선정 절차 | 신청서 검토 후 개별 결과 통보
 참가 문의 | 광화문광장 마켓 운영사무국 (02-6952-3776)

STO 서울관광재단

2023-2024 광화문광장 마켓 참여업체 모집
관광자원개발팀



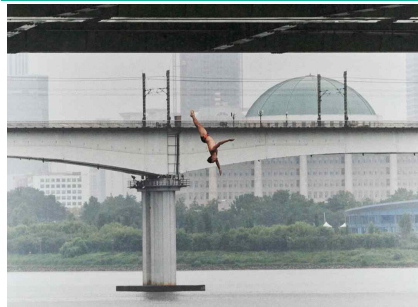
2023 서울웰니스워크 다누림 셔틀버스 운영
관광인프라팀

10월 서울관광재단 주요일정(관광연구팀, MICE1팀)

- 10월 11일(수)~13일(금)까지 롯데호텔 서울에서 개최된 제10회 UIA 아태총회 및 10월 12일(목)에 개최된 제1회 2023 서울관광 국제경쟁력 강화 심포지엄 성황리 종료
- 13개국 31개 도시에서 국내외 학계·협회를 비롯한 54개 기관 200여 명이 참석하고 서울관광재단 길기연 대표이사 개회사 및 이종환 서울시 문화체육관광 위원장의 환영사 진행
- 제10회 UIA 아태총회에서는 엔데믹 이후 중요해진 D.E.I(다양성, 형평성, 포용성)와 지속가능성(UN-SDGs)의 실천사례에 대해 논의하고 참가자들과 함께 패널토론 진행
- 아울러 10월 12일(목) 진행된 2023 서울관광 국제경쟁력 강화 심포지엄에서는 익스피디아 셀린 위커호프 이사사와 노가영 콘텐츠미디어 산업 전문가가 참여하여 익스피디아 그룹의 생성형 AI 적용과 데이터로 살펴본 관광산업 트렌드, 그리고 K-콘텐츠와 K-관광상품 개발에 대한 발표 진행 및 국내외 학계·업계 전문가 토론 진행



9월 서울관광재단 사업추진 결과



서울 다이브
글로벌 1팀



제6차 WeGO 총회 참석자 서울관광재단 방문
글로벌 1팀



서울의료관광 국제트래블마트
글로벌 2팀



2023 베트남 ITE HCMC
관광박람회 참가
글로벌 2팀



고려대학교 의료원 MOU 체결
글로벌 2팀



2023 SMA
Site Inspection 개최
MICE 2팀



2023 중국 베이징,
상하이 K-관광 로드쇼 참가
MICE 2팀, 글로벌 2팀



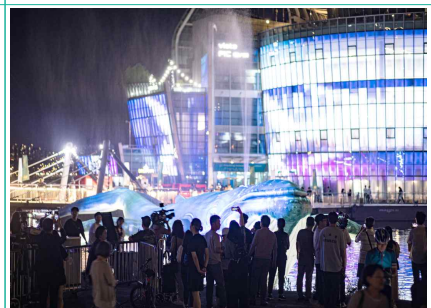
2023 SITMMT 서울시 우수관광상품 홍보
팸투어 운영
관광산업진흥팀



모두다남(유니버설 관광 이해 체험 프로그램)
관광인프라팀



K-콘텐츠 페스티벌 '품나는 한강' 고래 조형물 설치
관광서비스팀



3. 서울관광재단 연구보고서 리뷰(뉴노멀 시대 서울관광산업 융복합 방안 연구)

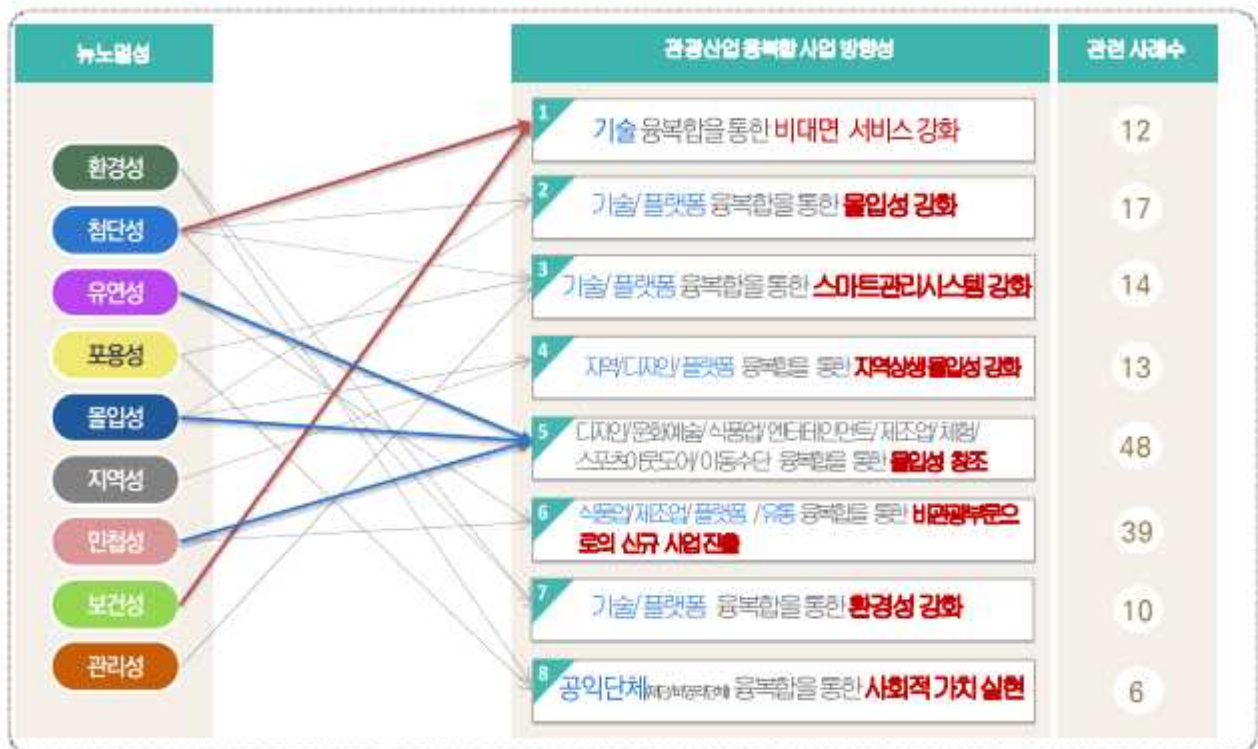
■ 뉴노멀 시대 서울관광산업 융복합 방안 연구

본 연구는 2021년 7월 코로나19의 대유행 시기, 뉴노멀 시대를 맞이하여 서울의 관광산업이 정체 및 침체에 올바르게 대응할 수 있도록 관광 산업간 그리고 관광산업과 타 산업 간의 융복합 방안을 고안하기 위해 진행되었다. 이번 연구는 서울 시내 관광산업 및 국내 및 해외의 관광산업 융복합 관련 사례와 현황을 포함하였다. 특히, 서울관광재단은 이번 연구를 통해 국내외 관광산업 융복합사례분석 및 전문가 의견수렴, 관광산업 융복합 활성화를 위한 모델 구축 및 전략을 제시하였다.

■ 전문가가 본 뉴노멀 시대 서울관광산업의 융복합 방향

뉴노멀 시대의 서울관광 산업의 융복합 전략 도출을 위해 관광산업별 융복합 사례 174개를 분석하고, 환경성, 첨단성, 유연성 등을 포함한 뉴노멀성을 대표하는 키워드 9가지를 뽑아냈다. 그리고 키워드 별로 공통적으로 나타난 융복합 유형을 토대로 사업 방향성으로 도출하였다.

관광산업융복합 사업 방향성



이렇게 도출된 9개의 사업의 방향성을 유사한 성격의 사업 방향으로 묶어 ‘기술변화 적용 전략’, ‘사업 영역 확장 전략’, ‘사회적 가치 추구 전략’으로 설정하여 전문가 자문을 진행하였으며, 전문가 자문을 통해 ‘융복합 환경조성 전략’을 추가하여 총 4가지 서울관광산업 융복합 전략을 도출하였다.

서울관광산업 융복합 전략			
전략	사업	융복합 분야	뉴노멀성
1 기술변화 적용 전략	01 비대면 서비스 융복합사업	기술	첨단성, 보건성
	02 기술 활용 체험성 강화사업	기술/플랫폼	첨단성, 몰입성
	03 스마트시스템 융복합사업	기술/플랫폼	첨단성, 관리성
2 사업 영역 확장 전략	04 지역상생 몰입성 강화사업	지역(지자체, DMO, 단체, 자원)	지역성, 포용성, 몰입성
	05 타분야 흡수 관광기능 확대사업	제조업/식품업/엔터테인먼트 디자인/문화예술/체험/ 스포츠·아웃도어/이동수단	유연성, 몰입성, 민첩성
	06 신규 영역 진출사업	식품업/제조업/플랫폼/유통	유연성, 민첩성
3 사회적 가치 추구 전략	07 친환경동창사업	기술/플랫폼	첨단성, 환경성
	08 사회적 가치 실현사업	공익단체(비영리단체/재단/기관)	환경성, 포용성
4 융복합 환경조성 전략	09 융복합 빅데이터 기반 정보 제공 사업		
	10 융복합 역량강화 교육지원사업		
	11 융복합 지원센터 구축사업		
	12 융복합 산학연 연계 프로젝트 사업		
	13 융복합 거래소(플랫폼) 구축사업		

■ 기술변화 적용 전략

‘기술변화 적용 전략’을 실행하기 위해서는 ‘비대면 서비스 융복합 사업’, ‘기술 활용 체험성 강화사업’, ‘스마트시스템융복합사업’을 진행해야 한다.

‘비대면 서비스 융복합사업’은 인공지능, 로봇, 안면인식, QR코드 등 비대면 기술과 관광산업과의 결합을 통해 융복합 관광 발전을 달성해야함을 의미한다.

‘기술활용 체험성 강화사업’은 AR·VR과 같은 기술 및 홀로그램, 인공지능스피커 등을 활용하여 관광사업에서 체험성을 강화하는 방향으로 융복합 관광산업이 발전해야 함을 시사한다.

마지막 ‘스마트시스템 융복합사업’은 IoT, 빅데이터, NFC, OBT 등의 기술을 활용하여 관광사업체 운영 시 관리 자동화를 통해 효율적인 사업의 관리를 해야 함을 의미한다.

〈관광산업의 융복합 방안1_기술변화 적용 전략 세부 사항〉

구분	주요사업	내용	사례
비대면 서비스 융복합 사업	인공지능 로봇 융복합	대면 서비스를 대체할 수 있는 로봇 기술을 매칭 해주는 융복합 사업	호텔 룸서비스 레스토랑 서빙
	스마트오더 기술 융복합	대면 서비스를 대체할 수 있는 모바일 기반 기술 매칭 융복합 사업 앱 또는 QR코드 활용 가능	메뉴 주문 입장권 구매
	안면 및 적외선 인식 기술 융복합	대규모 인원의 방문객 입장 시 밀집도를 줄일 수 있는 기술 매칭 융복합 사업	방문객 입장
기술 활용 체험성 강화 사업	AR/VR 융복합 사업	AR/VR 기술을 활용한 관광상품 및 프로그램의 체험성 강화 사업	테마파크 VR 적용 놀이기구 숙박업 AR 적용 미리 보기 기능
	홀로그램 융복합 사업	홀로그램 기술을 활용한 관광 상품 및 프로그램의 체험성 강화 사업	국제행사 홀로그램 연사 초청 테마파크 홀로그램 기술 적용 콘텐츠 개발
	체험성 강화 플랫폼 융복합 사업	다양한 콘텐츠를 다루는 플랫폼과의 융복합을 통한 체험성 강화사업	호텔/레스토랑에서 음악 어플리케이션 플랫폼 적용 객실 체험성 강화
스마트 시스템 융복합 사업	관리 자동화 시스템 융복합 지원사업	B2B 기반 서비스형 소프트웨어 및 PMS 관리 시스템 및 기술을 보유한 사 업체와의 융복합을 통한 관리자동화시스템 구축 사업	숙박업 객실 판매/예약관리 지원 시스템 등 예약관리, 배차관리 시스템
	공유플랫폼 융복합 지원사업	공유플랫폼과의 융복합을 통해 관광사업체 공간을 효율적으로 사용하고 관리할 수 있는 시스템 구축 사업	-

■ 사업 영역 확장 전략

‘사업영역확장전략’을 달성하기 위해서는 ‘지역상생 몰입성 강화사업’, ‘타 분야 흡수 관광 기능 확대 사업’, ‘신규 영역 진출사업’을 진행해야 한다.

‘지역상생 몰입성 강화사업’은 기업의 사회적 책임에 대한 인식이 강해지고 있는 사회에서 지자체, DMO, 지역단체 및 지역 관광자원과의 융복합 상품 및 서비스 개발을 통해 지역적 특성을 반영하고 몰입성을 제고하여 지역사회 경제회복 및 지역 상생을 도모해야 함을 의미한다.

‘타분야 흡수 관광 기능 확대 사업’은 타 분야의 트렌드를 흡수, 관광사업의 상품 및 서비스와 융복합하여 관광 기능을 확대하는 것을 의미하며 제조업, 식품업, 엔터 관련업을 활용하여 기존 관광 사업 내의 융복합을 이루어야 함을 의미한다.

‘신규 영역 진출 사업’은 타 분야와의 융복합을 통해 신규 영역(비 관광 부문)으로 진출해야 함을 의미하며 식품, 제조, 플랫폼 등과 융복합하여 밀키트 판매, 협업 상품 판매 등의 신규 영역으로 진출해야 함을 의미한다.

〈관광산업의 융복합 방안2_사업 영역 확장 전략 세부 사항〉

구분	주요사업	내용	사례
지역상생 몰입성 강화 사업	지역 기관 융복합 사업	다양한 지역기관과 관광사업체 간의 융복합 사업	여행업 지역 비영리 단체와 융복합상품, 서비스 개발
	지역자원 융복합 사업	지역의 다양한 자원과 관광사업체 간의 융복합 사업 서울시 25개 자치구별로 다양한 구내 자원-관광사업체 간의 융복합을 지원하여 서울시의 다양한 지역성을 발굴	여행업지역자원(공방, 서점 등) 활용 융복합상품 개발 외식업 지역 농가 협동조합 식재료 공급받아 융복합 푸드 판매
타분야 흡수 관광 기능 확대 사업	타분야 흡수 관광 기능 확대 사업	조업, 식품업, 엔터테인먼트, 디자인, 문화예술, 체험, 스포츠·아웃도어, 플랫폼, 이동 수단 관련업의 콘텐츠와 관광사업체 간의 융복합상품, 서비스 개발 자율 지원 방식과, 정보 및 노하우가 부족한 영세 사업체를 대상으로 컨설팅 지원방식 적용	호텔업의료기전체험 객실 개발 숙박업 아트페어링 클래스 운영 여행업 전문 킷보드 전문 코스 개발 외식업/숙박업 공유 오피스 기능 추가
신규 영역 진출 사업	신규 영역 진출 사업	식품업, 제조업, 플랫폼, 유통업과 트렌드가 반영된 상품 및 서비스 개발을 통해 비 관광 부문에서 수익을 창출하는 융복합 사업	랜선여행상품 비즈니스 모델 숙박업/외식업 밀키트상품 외식업/항공업콜라보레이션 항공업 체험 카페 운영

■ 사회적 가치 추구 전략

‘사회적 가치 추구 전략’ 실행을 위해서는 ‘친환경 동참 사업’, ‘사회적 가치 실현 사업’을 진행해야 한다. ‘친환경 동참 사업’은 관광과 기술 및 플랫폼과의 융복합을 통해 친환경 상품 및 서비스를 제공하는 사업으로 관광사업이 타 산업과 융복합될 수 있음을 의미하며, 기술과 플랫폼과 융복합을 통해 관광기업의 환경성을 확보하는 사업이 있다.

‘사회적 가치 실현 사업’은 뉴노멀 시대 기업의 사회적 가치 실현 및 ESG가 화두가 되는 시점에서 관광기업이 공익단체 등과의 융복합을 통해 사회적 가치를 실현하는 방향으로 융복합할 수 있음을 의미한다.

〈관광산업의 융복합 방안3_사회적 가치 추구 전략〉

구분	주요 사업	내용	사례
친환경 동참 사업	친환경 기술 융복합사업	3D 바이오프린팅, 푸드테크, 바이오 연료 등과 같은 친환경 기술과 관광기업과의 융복합 사업	외식업 3D 바이오프린팅기술 대체육 메뉴 개발 항공업 바이오 연료 생산
	친환경 플랫폼 융복합 사업	에너지 블록체인 및 친환경 모빌리티 등 친환경 관련 플랫폼과 관광기업과의 융복합 사업	호텔 블록체인에너지 플랫폼과 협업 여행업 전기차 모빌리티플랫폼과 협업 친환경적 이동 수단 제공
사회적 가치 실현 사업	공익단체 융복합 사업	사회적 가치를 실현하는 다양한 공익단체와 관광기업 간의 융복합 사업	호텔업 판매수익금 일부를 개발 도상국 식수지원기관, 동물 보호단체에 기부 항공업 마이리츠를 다양한 공익 기관/재단에 기부

■ 융복합 환경조성 전략

융복합 환경조성 전략은 ‘융복합 빅데이터 정보 제공 사업’, ‘융복합 역량 강화 교육 지원사업’, ‘융복합 지원센터 구축 사업’, ‘융복합 산학연 연계 프로젝트 사업’, ‘융복합 거래서(플랫폼) 구축 사업’으로 진행될 수 있다.

‘융복합 빅데이터 정보 제공 사업’은 관광사업체 간의 융복합을 위한 관광산업 및 사업체 빅데이터 정보 제공 사업을 의미하며 관광산업 및 타 산업의 사업체 정보 제공을 목적으로 한다. 이를 위해 관광산업 관광사업체 빅데이터 제공사업, 타 산업과 연계한 데이터 제공사업, 서울시 빅데이터 접근성 강화사업을 강화하는 방안을 모색할 수 있다.

‘융복합 역량 강화 교육 지원사업’을 위해 관광벤처 및 스타트업 등 영세 및 중소기업체를 위한 교육 프로그램 운영을 하는 ‘관광 융복합 아카데미 운영 사업’과 R&D 부서가 없는 영세 및 중소기업을 위한 맞춤형 연구개발 지원사업체를 지원하는 ‘관광사업체 R&D 역량 지원사업’을 진행할 수 있다. ‘융복합 지원센터 구축 사업’은 관광산업 융복합 지원의 체계성과 일관성의 지속 가능성을 위한 지원센터를 구축하여 관광산업 내 사업체 융복합 매칭 및 컨설팅, 관광산업과 타 산업 사업체 간 융복합 매칭 등을 수행하는 센터를 건립하는 것을 의미한다.

‘융복합 산학연 연계 프로젝트 사업’은 사업체 간 융복합 의지가 있어도 준비과정에서 어려움을 겪는 사업체를 위해 관광사업체와 학교 및 연구기관과의 실질적 프로젝트 진행을 통해 산학연 공동 융합 관광상품 개발 프로젝트를 지원하는 사업을 시행해야 함을 나타낸다.

‘융복합 거래소 구축 사업’은 융복합을 위해 기업 대 기업의 거래가 필요할 때 활용 가능한 플랫폼을 구축하는 사업을 의미하며 실질적인 기술 거래가 가능한 플랫폼을 구축해야 함을 가리킨다.





■ 관광산업의 융복합 사례조사

[F&B] F&B의 융복합 사례를 시대별로 살펴보면 10~15년 전 F&B 융복합의 모습은 외식 서비스와 판매점(F&B+Retail)의 모습으로 나타났다. 이러한 결합은 융복합의 시도보단 경영의 전방통합(고객)과 후방통합(공급)의 한 형태로 나타난 것으로 보인다. 이후 약 10년 전 외식공간과 타 공간이 결합된 복합문화공간의 융복합 형태가 나타났다. 책과 카페가 결합된 북카페, 꽃과 카페가 결합된 형태인 플라워 카페가 대표적인 예시이다. 이후 3~4년 전에는 세탁소와 카페를 결합한 복합공간과 같이 전혀 상관없는 분야와 결합을 통한 융복합이 일어나기 시작했다. 이와 같은 F&B 융복합의 발전 과정을 살펴볼 때, 과거에는 F&B 범주 안에서 융복합이 일어났다면 이제는 전혀 다른 이종산업과의 결합을 통해 융복합이 일어나고 있다.

F&B의 융복합 사례

		
해방촌 론드리 프로젝트	마포구 워시타운	먼슬리키친 강남점
카페+동전 빨래방		외식업체 + 공유주방 플랫폼

[MICE] MICE 산업 자체가 융복합의 형태이지만 최근에는 더욱 진보된 형태의 융복합이 나타나고 있다. 예를 들면 회의 이후의 시간 활용을 위한 융복합(카지노, 투어프로그램) 연계를 통해 외형적인 확장이 이루어지고 있다. 또한 2021년을 기준으로 코로나19로 인해 국가 간 이동 제약이 생기며 국제회의와 가상회의의 기술을 결합한 형태로 융복합 MICE 산업이 발전하고 있다. 특히, ZOOM이나 홀로그램 등을 활용한 국제회의가 활발히 이루어지는 등 국제회의업과 ICT 기술을 결합한 형태로 산업 내 융복합이 이루어지고 있다. 다만, 이러한 시스템을 활용했을 때 비대면 유관 산업들의 수입을 감소시키는 상황을 초래하므로 새로운 수익창출 방안에 대한 고민이 필요하다.

MICE의 융복합			
			
홀로그램 기술을 통한 컨퍼런스를 시연하는 모습			이벤트모비 실시간 투표 시스템
홀로그램 + MICE 산업			전자 투표시스템 + MICE 산업

[여행업] 여행업은 본래 다양한 문화 및 타 분야의 콘텐츠와 관광산업 내의 다양한 업종이 융복합을 통해 하나의 상품 및 서비스로 만들어진 산업적 특성을 가지고 있다. 코로나19 팬데믹 발생의 전과 후를 살펴보면 팬데믹 이후의 상품들이 기존의 상품들보다 좀 더 적극적으로 타 산업과 연계하고, 새로운 경험의 창출을 시도하고 있는 것으로 보인다. 특히 마이리얼트립은 코로나19 기간 동안 유튜브, 네이버 등의 스트리밍 플랫폼과 융합하여 랜선 여행 패키지를 출시하고 랜선여행 상품을 판매하는 형식으로 매출을 일으켰다. 이와 동시에 스타 가이드 양성을 지향하였다.

여행업의 융복합 사례_마이리얼트립				
				
9,900원~12,900원	현직 전담 가이드 20여 명의 전문성 있는 해설	파리 워킹 투어, 채코 프라하, 디스커버방콕 등 38개 상품	스마트폰, 태블릿, 노트북, PC 등으로 참여 가능	예약 안내 후 어플 설치 별도 안내
				
스페인 프라도미술관	스페인 바르셀로나	홍콩 야경투어		
마이리얼트립 + 가이드라이브 + 스트리밍 플랫폼				

이외에도 공유숙박 업체인 에어비앤비는 ZOOM과의 협업을 통해 호스트와 게스트를 연결하는 온라인 비대면 체험 형태의 서비스 모델을 개발했으며 온라인 중계를 통해 '전통음식 요리 클래스' 등의 체험 프로그램을 운영하였다.

여행업의 융복합 사례_에어비앤비



공유숙박플랫폼(에어비앤비) + 온라인 중계시스템 + 체험프로그램

[테마파크/카지노] 테마파크는 놀이기구, 식음료 매장, 머천다이즈(기념품) 사업 등의 융복합 산업으로 이루어져 있다. 또한 카지노의 경우 호텔과의 융복합을 통해 함께 함께 운영되고 있으며 최근 복합리조트의 개념이 대중화되고 있다. 예를 들어 롯데월드의 경우 호텔, 백화점, 쇼핑몰 등 다양한 업종이 복합적인 시너지를 내는 구조적인 특성을 지니고 있으며, 카지노의 복합리조트는 컨벤션, 공연사업, 엔터테인먼트, 숙박 등이 함께 융합된 형태로 산업이 발전되어 있다. 기술적 측면에서도 테마파크는 VR·AR기술과 융합하여 콘텐츠를 개발하고 체험요소를 강화하고 있으며, 카지노 또한 온라인 중계시스템을 활용하여 원거리 베팅시스템을 구축하거나, 전자결제 시스템을 도입하고 있다.

테마파크/카지노의 융복합 사례



VR·AR + 테마파크

전자결제시스템 + 카지노

[숙박] 숙박은 공간을 기본으로 한 다양한 융복합 양상이 글로벌 브랜드를 중심으로 활발하게 나타나고 있으며 기존의 숙박 고객만을 대상으로 마케팅하는 것이 아닌 새로운 목표 고객을 중심으로 마케팅을 하기 위해 노력하고 있다. 예를 들어 메이필드호텔은 캐딜락과 캠핑용품 제조업체와 협력하여 도심 호텔 속에서 차박을 경험할 수 있는 상품을 제공하여 캠핑을 가고자 하는 고객을 대상으로 마케팅을 펼치고 있으며, 글래드 호텔은 스포츠브랜드인 안다르와 협력하여 호텔에서 홈트(홈트레이닝)를 할 수 있는 서비스를 제공하고 있다.

숙박의 융복합 사례



메이필드 + 캐딜락 + 캠핑

안다르 + 글래드 호텔

4. 국내외 관광·MICE 동향

■ 싱가포르 MICE 개최실적 현황

싱가포르는 2007년부터 2020년까지 14년 연속 UIA 기준 도시별 국제회의 개최순위에서 1위를 기록하였으나, 2021년에는 코로나19 팬데믹의 영향으로 5계단 하락한 세계 6위를 차지하였고, 2022년은 전년 대비 2계단 상승한 세계 4위를 기록하였다.

2019년~2022년 도시별 UIA 개최 실적 현황											
구분	2022년			2021년			2020년			2019년	
순위	도시	건수	증감율	도시	건수	증감율	도시	건수	증감율	도시	건수
1	브뤼셀	570	78.7	브뤼셀	319	10.0	싱가포르	780	△35.3	싱가포르	1,205
2	비엔나	255	30.8	서울	265	76.7	브뤼셀	290	△69.9	브뤼셀	963
3	싱가포르	208	55.2	도쿄	258	111.5	서울	150	△75.4	서울	609
4	도쿄	201	△22.1	비엔나	195	78.9	도쿄	122	△60.0	파리	405
5	리스본	169	△13.3	파리	153	150.8	비엔나	109	△66.5	비엔나	325
6	마드리드	154	316.2	싱가포르	134	△82.8	런던	101	△53.5	도쿄	305
7	런던	148	46.5	런던	101	0.0	제네바	77	△55.5	방콕	293
8	바르셀로나	147	119.4	리스본	94	370.0	파리	61	△84.9	런던	217
9	서울	136	△48.7	제네바	87	13.0	바르셀로나	44	△72.5	마드리드	215
10	파리	130	△15.0	바르셀로나	67	52.3	베를린	43	△77.6	리스본	204
11	헬싱키	116	110.9	두바이	67	123.3	몬트리올	41	△67.7	베를린	192
12	몬트리올	91	37.9	몬트리올	66	61.0	암스테르담	39	△68.3	헬싱키	187
13	오슬로	89	128.2	코펜하겐	56	124.0	워싱턴	37	△38.3	제네바	173
14	제네바	83	△4.6	헬싱키	55	129.2	두바이	30	△64.3	바르셀로나	160

* UIA A+B타입 기준

싱가포르의 국제회의 인정 건수를 살펴보면, 2007년부터 2013년까지는 지속해서 증가하다가 2014-2015년은 소폭 감소하였으며, Dengue, Haze(인도네시아 연무), MERS 등의 질병이 일시적인 감소에 영향을 미친 것으로 확인됐다.

특히, 2014년은 동남아시아 지역의 가뭄과 엘니뇨(El Niño) 현상으로 인해 화재 위험성이 증가하고, 인도네시아 연무인 헤이즈(Haze) 피해가 확산하며 호흡기질환 환자가 급증으로 야외활동 제약으로 인하여 관광수요가 감소하였다.

이후 2020년 코로나19 팬데믹의 영향으로 국가 간 이동이 제한되고 국제회의 개최가 어려워지면서 개최실적이 전년 대비 35.3%, 2021은 전년 대비 82.8%가량 감소하였다.

싱가포르 국제회의 개최 현황(2007-2022)(A+B타입 기준)					
구분	건수	증감율	구분	건수	증감율
2007	466	-	2015	736	△13.4%
2008	637	36.7%	2016	888	20.7%
2009	689	8.2%	2017	877	△1.2%
2010	725	5.2%	2018	1,238	41.2%
2011	919	26.8%	2019	1,205	△2.7%
2012	952	3.6%	2020	780	△35.3%
2013	994	4.4%	2021	134	△82.8%
2014	850	△14.5%	2022	208	55.2%

■ 싱가포르 국제회의 개최 경쟁력 분석

MICE 산업 육성을 위한 범정부적 지원정책

싱가포르가 세계적인 MICE 목적지로 성장하게 된 배경에는 정부의 적극적인 MICE 산업 육성 및 지원정책이 있다. 싱가포르는 ‘세계 최고의 국제회의 도시’를 지향하면서 그와 동시에 전 세계 비즈니스 여행객들이 방문하고 싶은 도시로 자리매김하기 위해 국가 단위에서 거시적인 목표와 장기적인 산업 육성 정책 및 전략을 추진해왔다.

1990년대 싱가포르의 융복합 산업으로 관광과 비즈니스를 결합한 MICE 산업, 의료관광, 교육 등에 투자를 확대하며 높은 부가가치를 창출하고자 하였으며, 1996년 21세기 관광 수도의 비전(Tourism 21: Vision of Tourism Capital)을 발표하며 관광산업 육성을 위한 정책을 수립 및 시행하였다. 1999년 싱가포르경제개발청(Economic Development Board)은 'I-21(Industry 21)'을 수립하여 싱가포르의 경제를 지식기반경제로 발전시켜 지식주도 산업의 세계적인 허브로 육성하고자 하였다. 2000년대에는 싱가포르 관광청에 BTMICE(Business Travel+MICE) 전담부서를 설립하여 MICE 산업 육성에 주력하였다. 2005년 관광산업 육성정책인 'Tourism 2015'를 수립하여 MICE 산업에 대한 클러스터적 접근을 통해 아시아를 선도하는 컨벤션&전시회 도시로 발전하기 위한 발전전략을 수립하였으며, 2006년-2010년까지 비즈니스 이벤트 싱가포르 캠페인(Business Event in Singapore Campaign)을 벌여 비즈니스 이벤트 개발에 대한 재정적 지원사업을 수행하였다.

2015년에는 MICE 업계와 'MICE 2020 로드맵'을 개발하여 싱가포르 MICE 산업의 지속적인 성장으로 2020년까지 MICE 산업 세계 1위를 유지한다는 목표의 중장기 전략을 수립하여 추진하였고, 2022년 싱가포르관광청(STB)은 2030년까지 MICE 업계의 지속가능한 목표를 달성하고 아태지역의 선도적인 지속 가능 비즈니스 이벤트 목적지가 되기 위한 MICE 지속가능성 로드맵(MICE Sustainability Roadmap)을 발표하여 노력하고 있다.

이러한 싱가포르의 국가 단위 MICE 육성 정책 및 전략은 싱가포르의 국제회의 개최실적을 증대시켜 아시아 최고의 비즈니스 도시로서의 위치를 공고히 하는데 크게 이바지 했다.

지리적 이점 및 우수한 안전·위생 환경

싱가포르는 지정학적으로 아시아 대륙의 끝자락에 있어 태평양과 인도양을 연결하는 전략적 요충지이고, 동서양의 관문으로 다문화적 차원의 접근이 가능하기 때문에 국제 비즈니스 센터 역할을 하고 있다. 싱가포르는 아시아 지역의 중앙에 있어 국제기구(관)의 본부 및 아시아 지부를 설립하기에 유리한 조건을 가지고 있고, 이에 따라 싱가포르 정부는 국제기구(관)를 자국으로 유치하기 위한 노력을 강화하고 있다. 싱가포르는 글로벌 교류가 빈번한 자유무역도시로 번창하면서 무역상과 이민자를 주축으로 발전하게 되었고 종교, 인종, 언어가 다른 사람들의 분쟁을 막고 삶의 질을 보장하기 위해 교육, 주택, 의료, 치안 등 복지에 주력한 다각적 정책을 펼치고 있으며, 특히 생태도시로서 안전과 위생적 요인에 대해 뛰어난 경쟁력을 확보하였다.

이러한 지리적 이점과 국가의 안전 및 위생적 발전은 싱가포르의 대내외적 이미지를 구축하는데 크게 이바지해 세계 최고의 MICE 도시로 포지셔닝 할 수 있는 기반이 되어 MICE 산업의 질적 향상과 다수의 국제회의 유치를 위한 바탕이 되었다.

MICE 인프라 확충

싱가포르가 MICE 강대국이 된 결정적인 배경으로 정부 주도의 인프라 확충이 있다. 싱가포르는 관광 산업의 육성을 위한 'Tourism 2015' 정책 내 복합리조트 확충계획을 수립하여 2010년 복합리조트 리조트 월드 센토사(2월), 마리나베이샌즈(4월) 2곳을 개장하였다.

리조트 월드 센토사는 1만 2,000명을 동시에 수용할 수 있으며, 6,500명이 들어갈 수 있는 회의실을 갖추고 있다. 또한, 6개의 호텔 내 1,500개 객실, 유니버설 스튜디오 싱가포르, 리조트 월드 카지노, 마린 라이프 파크 등 다양한 엔터테인먼트 시설도 보유하고 있다.

마리나베이샌즈에는 리조트 내 컨벤션 시설인 샌즈 엑스포 컨벤션센터(Sands Expo and Convention Center)를 개장하여 최대 수용객 4만 명, 전시 부스 2,000개, 250개의 미팅룸, 24개의 볼룸, 1만 명 수용 가능한 공연장 등을 보유하고 있다.

싱가포르는 월드 센토사, 마리나베이샌즈를 개장한 이후 2011년 세계 최초로 국제회의를 900건 이상 개최하였고, 이후에도 지속 성장하여 2013년 994건을 기록하였다.

마리나베이샌즈 엑스포 컨벤션센터는 2010년 4월 개장 이래 1년간 150개 이상의 행사를 개최하고 10만 명 이상의 방문객을 유치했으며, 리조트 월드 센토사는 2010년 3월 개장 이래 290개 이상의 행사를 개최하고 10만 명 이상의 방문객을 유치하였다.

두 개의 복합리조트 개장에 따라 싱가포르 전시장 간 MICE 행사유치를 위한 경쟁이 한층 치열해지며 Singapore Expo에서는 2010년에 World Cancer Congress, Asia Investment Banking Conference 등 15개의 신규 행사유치에 성공하는 등 두 리조트간의 경쟁이 싱가포르 MICE 산업 발전을 이끌고 있다. 한편, 복합리조트는 호텔과 전시장, 대규모 쇼핑몰과 극장·공연장·박물관·카지노까지 갖추고 있는 등 원스톱 서비스를 제공하기 때문에 MICE 참가자뿐만 아니라 MICE 기획자들의 니즈를 충족시켜 국제 회의 유치 및 개최에 큰 이점으로 작용한다.

이렇듯 싱가포르의 복합리조트 건립은 비즈니스 하기 좋은 도시로 만들어 싱가포르의 경제뿐 아니라 전 세계 MICE 산업을 선도하는 결과를 가져오고 있다.

국제기구와의 전략적·통합적 네트워크 구축

싱가포르에는 약 4,200여 개의 다국적 기업 아시아 본부와 다양한 국제기구가 위치하는 등 역동적인 사업환경을 갖추고 있으며, 특히 국제기구 유치를 국가의 성장동력으로 인식하여 중앙정부 차원에서 전략을 수립하여 국제기구 유치를 위해 다각적인 노력을 펼치고 있다. 또한, 싱가포르 정부는 국제수준의 비즈니스 환경을 이해하고 주변국과의 관계 형성을 위한 전략적인 네트워크 서비스와 통합적인 프로그램을 제공하고 있다. 싱가포르는 경제개발국(EDB) 투자자가 싱가포르에서 새로운 사업을 추진하거나 성장시키는 데 필요한 지식연계 서비스를 제공하며, 다국적 기업을 대상으로 공동투자 혹은 초기 투자자금 프로그램을 제공하거나

인큐베이터, 비즈니스 액셀러레이터, 투자개발 및 TEST Bedding Facilities 등을 제공한다, 이렇듯 싱가포르의 다국적 기업, 국제기구와 전략적 동맹 관계를 구축하고, 이들을 위한 정기적 행사 개최 등의 프로그램을 시행하여 MICE 산업의 성장을 도모하였고, 이는 국제회의 개최를 장려할 수 있는 발판으로 작용하여 궁극적으로 국제회의 개최실적은 상승하였다.

코로나19 지원정책 실시

싱가포르는 코로나19 확산 이후 MICE 산업 정상화를 위한 다각적 행보를 펼쳤다. 코로나19가 본격 확산되기 시작한 2020년 ‘안전한 비즈니스 행사(Safe Business Event)’라는 프레임워크 개발사업을 추진하여 기존 대면 중심의 행사를 하이브리드로 전환하였다.

마리나베이샌즈는 2020년 8월 업계 최초로 가상현실 스튜디오를 개설하여 혼합현실(MR) 기술을 탑재해 온라인과 하이브리드 행사를 개최하였다.

2020년 9월에는 싱가포르 컨벤션전시기획자 및 공급자협회와 싱가포르관광청, 민간기업이 협업해 이벤트산업의 회복을 위한 로드맵(Event IRR)을 수립해 B2B 행사 개최를 위한 프레임워크를 제시하여 글로벌 업계를 선도하는 표준을 수립하였다.

SG Event IRR에는 체계적인 행사 방역수칙 가이드라인 및 지원금 정책 등을 수립하여 행사의 새로운 표준 수립과 역량개발 지원, 중장기적 수요 창출을 위한 마케팅 계획 등이 포함된다.

2021년 3월, 세계 최초 비즈니스 전용 버블(비격리) 시설을 개장하여 의무격리 없이 비즈니스 업무 및 회의, 전시회 등의 참석이 가능한 환경을 조성하였다. 2021년 4월에는 안전한 행사 개최를 위한 방향성을 제시하고 참가자의 불안감 해소를 위해 SG 안전행사 표준을 수립했다. 또한 MICE 업계를 대상 안전 및 방역 인증제도인 SG 세이프 이벤트 인증제도를 도입해 MICE 산업의 이벤트 관리능력에 대한 주최기관의 신뢰도를 향상 시키는 등 MICE 산업의 회복을 위해 노력하였다.

2021년 5월, 디지털 백신여권을 도입하고 10월부터는 입국제한조치 완화를 통해 백신 접종자의 입국을 허용하는 VTL(Vaccinate Travel Lane)을 적용하였다.

2022년에는 MICE 산업의 조기회복을 위해서 인센티브 프로그램인 인스파이어 글로벌 2.0(INSPIRE Global 2.0, In Singapore Incentives & Rewards 2.0)을 추진하였고, 그해 12월에는 MICE 지속가능성 로드맵(MICE Sustainability Roadmap)을 추진해 2030년까지 아시아 태평양지역의 선도적 지속가능 MICE 목적지로 부상하기 위한 정책을 수립하고 있다.

이렇듯 싱가포르는 코로나19 팬데믹에 대비한 다양한 정책뿐만 아니라 아시아를 대표하는 MICE 허브인 만큼 엔데믹 시대에 맞춰 코로나19 이전의 상황으로 되돌아가는 것이 아닌 새로운 현실에 적응해 비즈니스 행사 수요 회복 및 도약을 위해 노력하고 있다.

싱가포르 주요 MICE 육성 정책	
MICE 산업 육성을 위한 범정부적 지원정책	1990년, 융복합 산업으로 관광과 비즈니스를 결합한 MICE 산업, 의료관광, 교육 등에 투자를 확대
	1996년, 21세기 관광 수도의 비전(Tourism 21: Vision of Tourism Capital)을 발표하며 관광산업 육성을 위한 정책을 수립 및 시행
	1999년, 싱가포르경제개발청(Economic Development Board) 'I-21(Industry 21)'을 수립하여 싱가포르의 경제를 지식기반경제로 발전 노력
	2000년, 싱가포르 관광청에 BTMICE(Business Travel+MICE) 전담부서를 설립
	2005년 관광산업 육성정책인 'Tourism 2015'를 수립하여 MICE 산업에 대한 클러스터적 접근을 통해 아시아를 선도하는 컨벤션&전시회 도시 발전 전략 수립
	2006-2010년 비즈니스 이벤트 싱가포르 캠페인(Business Event in Singapore Campaign)을 벌여 비즈니스 이벤트 개발에 대한 재정적 지원사업을 수행
	2015년, MICE 업계와 'MICE 2020 로드맵'을 개발하여 싱가포르 MICE 산업의 지속적인 성장으로 2020년까지 MICE 산업 세계 1위를 유지한다는 목표 설립
지리적 이점 및 우수한 안전·위생 환경	2022년, 싱가포르관광청(STB)은 2030년까지 MICE 업계의 지속가능한 목표를 달성하고 아태지역의 선도적인 지속 가능 비즈니스 이벤트 목적지가 되기 위한 MICE 지속가능성 로드맵(MICE Sustainability Roadmap)을 발표
	동서양의 관문으로 다문화적 차원의 접근이 가능하기 때문에 국제 비즈니스 센터 역할
	국제기구(관)를 자국으로 유치하기 위한 노력 강화
MICE 인프라 확충	생태도시로서 안전과 위생적 요인에 대해 뛰어난 경쟁력을 확보
	'Tourism 2015' 정책 내 복합리조트 확충계획을 수립하여 2010년 복합리조트 리조트 월드 센토사(2월), 마리나베이샌즈(4월) 2곳을 개장
국제기구와의 전략적·통합적 네트워크 구축	약 4,200여 개의 다국적 기업 아시아 본부와 다양한 국제기구가 위치하는 등 역동적인 사업환경 투자자가 싱가포르에서 새로운 사업을 추진하거나 성장시키는 데 필요한 지식연계 서비스를 제공 다국적 기업을 대상으로 공동투자 혹은 초기 투자자금 프로그램을 제공
코로나19 지원정책 실시	'안전한 비즈니스 행사(Safe Business Event)'라는 프레임워크 개발사업을 추진하여 기존 대면 중심의 행사를 하이브리드로 전환
	2021년 5월, 디지털 백신여권을 도입하고 10월부터는 입국제한조치 완화
	2022년에는 MICE 산업의 조기회복을 위해서 인센티브 프로그램인 인스파이어 글로벌 2.0(INSPIRE Global 2.0, In Singapore Incentives & Rewards 2.0)을 추진

■ 10월 주요 Global MICE 산업 기사

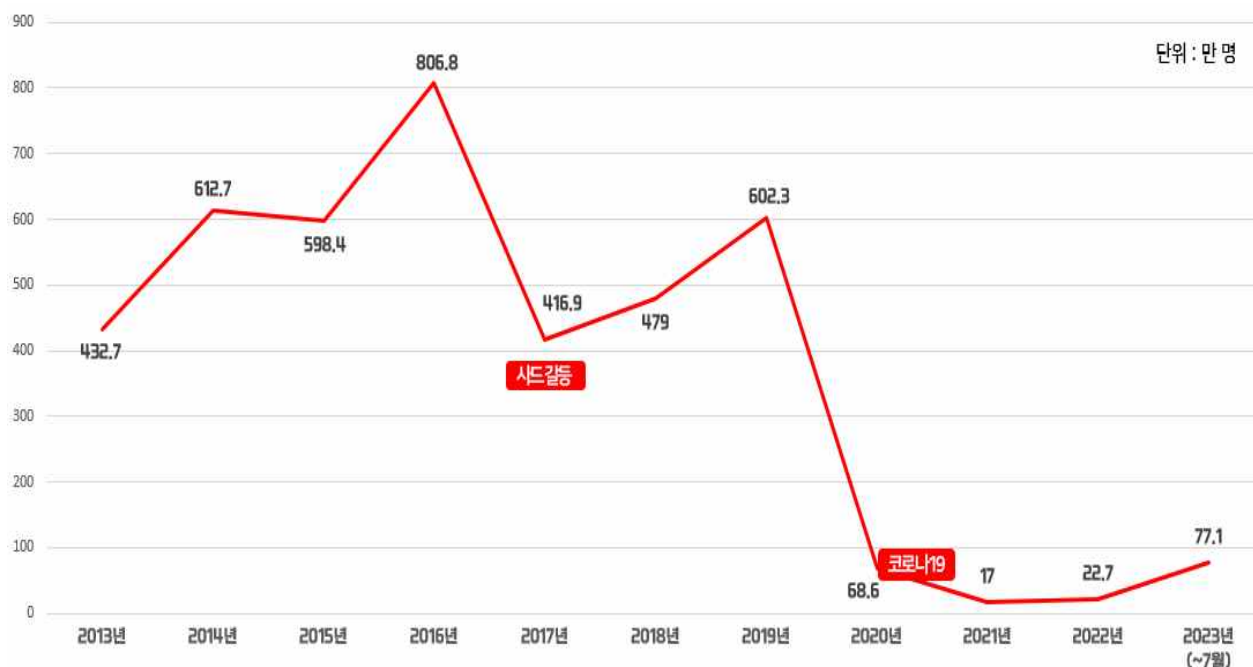
순번	제목
1	10월 1일, 세계전시 바레인(Exhibition World Bahrain, EWB) 첫 번째 국제박람회연합 전문가의 날(UFI Expert Day) 개최
2	10월 6일 모스크바에서 ‘글로벌 마이스 대회 2023’(Meet Global MICE Congress 2023) 개최
3	싱가포르, 지속 가능한 이벤트 전략 발표
4	인도 마이스 협회 네트워크(NIMA), 인도의 아웃바운드 관광 시장이 152만 달러를 기록할 것으로 예측
5	캄보디아의 관광 성장은 글로벌 이벤트와 MICE 산업이 이끈다
6	Allied Market Research, 2030년까지 MICE 산업의 연평균 성장률(CAGR) 15.2%로 2조 1천억 달러 도달 기대
7	세계적인 마이스 허브가 인도의 델리를 장식한다, 바라트만다팜(Bharat Mandapam) 컨벤션 센터
8	베트남 다낭, 한국에 MICE와 골프투어 홍보
9	관광 혁신 정상회의(Tourism Innovation Summit) 스페인, 세비야 개최
10	인도의 MICE 잠재력과 혁신, 인도의 MICE 산업 진화
11	중국 푸젠성, 마카오와 긴밀한 MICE 협력방안 모색
12	아부다비 국제 전시센터, CT&IT 어워드 최우수 장소상(Best Venue Award) 수상
13	필리핀 관광청, 필리핀 MICE 2023(Philippine MICE Road Show 2023) 성공적 개최
14	아시아 태평양 관광 기구(PATA) 1,000명의 참가자와 함께 뉴델리 트래블마트(Travel Mart in New Delhi) 성료
15	태국, 2022년 10월부터 2023년 9월 동안 국제회의 23건 수주
16	베트남의 새로워진 전자 비자, MICE 관광의 새로운 국면 맞이
17	싱가포르 마리나베이, 국제 및 지역 지속가능성 상 수상
18	태국 컨벤션 전시 뷰로, 중국-카자흐스탄 MICE 관광객 맞이 준비
19	비즈니스 관광객, 인도에서 모스크바까지

■ 중국 단체여행 허용 및 한국 관광 의향 증가

중국은 코로나19 이후 단체 해외여행을 전면 금지하였으나 올해 1월 리오프닝(경제 활동 재개)으로 전환하면서 단체 해외여행을 허용하기 시작하였다. 1차(1월)로 태국과 인도네시아 등 20개국을 시작으로, 2차(3월)로 베트남, 프랑스, 브라질 등 40개국이 포함되었으며, 3차로 지난 8월 10일 한국과 미국, 일본을 포함한 78개국에 대해 자국민의 단체여행을 허용하면서 총 138개국의 국외 단체여행이 가능해졌고 패키지 상품 판매도 재개하여 실질적인 봉쇄가 해제되었다.

중국은 지난 '17년 한국의 한미 사드(THAAD·고고도미사일방어체계) 배치 결정에 대한 보복 조치로 자국 내 여행사들의 한국행 단체여행 상품 판매를 일제히 금지하였으며, 일부 제한이 풀리면서 회복되는 조짐이 있었으나 코로나19 발생 및 '제로 코로나' 정책 도입으로 한국 단체관광이 전면 중지되었다. 이번 단체여행 허용 국가에 한국이 포함된 것은 중국인의 한국행 단체관광이 6년여 만에 자유화됨을 의미한다. 트립닷컴 그룹의 공개 자료에 따르면 중국 여행객의 70% 이상이 올해 하반기 해외여행을 계획하고 있고, 코로나19 발병 이전인 '19년 대비 2~3배 높은 해외여행 의향을 보였다. 해외여행에 대한 높은 수요와 한중 국제 여객선의 승객 운송 재개, 코로나 이전 대비 60% 이상 회복된 한중 항공편 수 등을 고려하면 중국 관광객의 한국행이 크게 늘어날 것으로 전망된다.

연도별 방한 중국인 입국자 수



출처 : 문화관광연구원, 국적별 입국 관광통계

중국은 자국민의 해외 단체여행을 허용할 뿐만 아니라 중국을 방문하는 외국인에게 의무적으로 요구했던 지문 채취도 올해 연말까지 면제하기로 하였다. 이러한 변화는 9월 항저우 아시안게임을 앞두고 고립주의에서 벗어나 주변국과의 관계 개선을 도모하려는 조치이자 경제 파급효과가 큰 관광산업을 개방하여 경제 둔화를 회복하기 위한 노력으로 보인다.

중국의 가장 큰 명절인 국경절¹⁾이 9월 29일부터 10월 6일까지 주말을 포함하여 10일의 긴 연휴인 만큼 해외를 찾는 중국인 여행객이 더욱 많을 것으로 예상된다. 단체여행 허용 국가 발표 후 중국 온라인여행사 씨트립의 해외여행 상품 검색량은 20배 이상 증가하였고, 국경절 기간에 해당하는 여행상품이 가장 많은 관심을 받았다. 관광시장에서 큰 비율을 차지하는 중국인 관광객을 유입하기 위해 여러 국가가 다양한 노력을 펼치고 있으며, 특히 중국인이 많이 방문하는 아시아 국가들은 관광 활성화에 대한 기대감으로 중국인 관광객 유치 정책을 펼치고 있다.

태국은 9월 25일부터 내년 2월 말까지 중국 관광객의 무비자 입국을 허용하고 치안 강화를 통해 중국 관광객 유치 확대에 공을 들였으며, 베트남은 비자 대상국 및 기간 등을 확대한 새로운 비자 정책을 적용하고 장기 여행객 유치를 위한 맞춤형 관광상품을 개발하고 있다. 실제로 올해 상반기까지 중국인이 많이 찾은 여행지²⁾는 마카오(50.9%), 홍콩(26.7%), 태국(16.3%), 일본(12.1%), 싱가포르(8.7%), 한국(7.6%) 순으로 여행객의 94%가 근거리에 있는 아시아 지역을 선택했다.

이 중 일본과 한국은 8월 10일부터 단체여행이 허용된 국가이며, 앞으로 중국의 주요 온·오프라인 여행사들이 단체여행 상품과 항공권·호텔 패키지 상품 판매를 확대하면 상반기 대비 더 많은 관광객이 방문할 것으로 추측된다.

중국인의 해외여행 조치 해제 이후, 실제 중국인의 국내 입국이 늘고 있으며 인천공항의 7~8월 중국인 입국객은 일본인 입국객을 넘어서기 시작하였다.

인천공항을 통해 입국한 중국인은 7월 22만 명(일본인은 21만 명), 8월 29만 명(일본인은 26만 명)으로 한국행 단체여행 금지 해제와 정부 차원의 중국인 관광 활성화 정책이 긍정적으로 작용하고 있음을 확인할 수 있다.

한국은행이 발표한 ‘중국인 단체여행 허용에 따른 경제적 효과 추정’ 보고서에 따르면 중국인 입국자 수는 올해 하반기 중 약 220만 명을 기록하고 내년에는 올해보다 상당 폭 증가할 것으로 추정되며, 올해 4분기에 '19년 동기간의 85% 정도까지 회복할 것으로 전망하고 있다. 코로나 이전 방한 외국인 관광객 중 중국이 차지하는 비율이 높고 여행객 1인 평균 소비액이 타 국가 여행객에 비해 높았던 만큼 중국인 관광객 증가에 따른 국내 관광산업 활성화가 기대된다.

1) 중국의 건국일(10월 1일)로 중국내륙, 홍콩 및 마카오 지역에서의 법정 공휴일임

2) 중국문화관광산업연구원

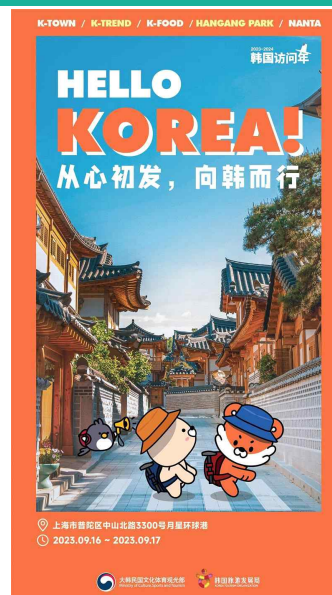
2023년 한국 방문객 상위 5개 국가의 '19년 대비 회복률 (단위: %, '19년 동월 대비)							
국가	'23년 1월	'23년 2월	'23년 3월	'23년 4월	'23년 5월	'23년 6월	'23년 7월
일본	32.4	44.3	51.3	44.2	64.2	69.6	76.9
중국	6.4	10.1	15.1	21.5	25.6	35.4	43.3
미국	78.3	80.0	102.6	106.1	106.4	115.2	107.6
대만	56.3	50.7	64.5	68.3	65.5	82.2	91.2
베트남	107.1	68.3	74.3	64.3	66.2	61.4	73.1

출처 : 한국문화관광연구원, 국적별 입국 관광통계

정부는 올해 중국인 관광객 2백만 명을 유치하겠다는 목표로 관광 인프라 구축과 관광시장을 '프리미엄 관광'으로 업그레이드하고 웰니스나 고부가가치 의료 관광 등을 준비하고 있다.

'프리미엄 관광'으로 중국인 방한 수요가 높은 K-컬처와 K-푸드, K-뷰티 등 특화된 체험을 통한 관광시장의 질적 도약을 도모하는 '중국 방한 관광 업그레이드' 전략을 가동하고 있으며 중국의 국경절 연휴를 겨냥해 베이징(9월 13일)과 상하이(9월 15일~17일)에서 'K-관광 로드쇼'를 개최하고, '한국여행의 달' 프로모션을 추진하여 한중 여행 업계의 교류망을 재건하기위해 노력하고 있다.

K-관광 로드쇼 홍보 이미지



출처 : 문화체육관광부

서울시는 주 여행 소비층으로 떠오르는 중국의 MZ세대를 대상으로 웨이보와 씨트립 등 중국 온라인 채널로 국경절 서울 여행상품을 홍보하고, 현지 주요 여행사와 제휴해 체험형 관광상품을 개발하고 있다. 이와 함께 중국 관광객을 위한 쇼핑 편의, 관광 안내 서비스, 관광버스 주차대책 등 관광 수용 태세를 개선하고, 고질적인 문제점으로 지적된 저가·저품질 관광상품을 근절하고자 노력하고 있다. 국내 관광시장의 인프라 회복과 새로운 관광상품 개발로 중국인 단체 관광객이 증가함과 동시에 한국 문화에 익숙한 중국의 젊은 세대들이 새롭게 방문하여 국내 여행이 활기를 되찾기를 기대한다.

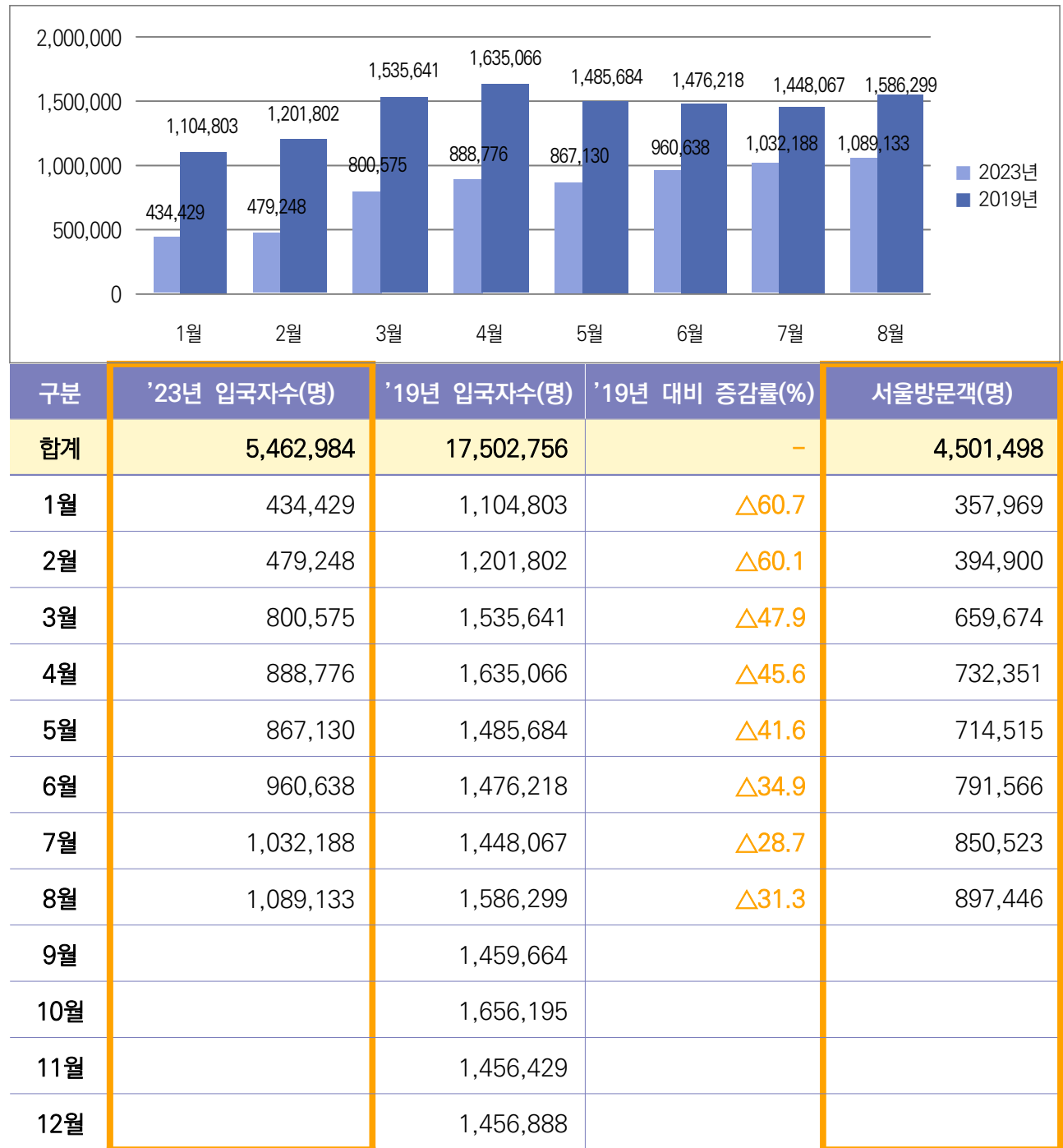
II. 국내 관광동향

1. 한국/서울 입출국 현황	34
2. 주요 국가별 한국/서울 방문통계	37
3. 2022년 서울 주요 관광지 방문통계	38
4. 서울시 관광사업체 현황	40

1. 한국/서울 입출국 현황

■ 2023년 월별 한국/서울 인바운드 통계

(단위: 명)



※ 서울방문객은 2022년 서울방문 비율 82.4%(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 팬데믹으로 해외여행이 사실상 불가능해지면서 방한 입국객은 '20년 250만 명, '21년 97만 명, '22년 320만 명 수준으로 감소하여 인바운드 관광산업은 큰 타격을 입었다.

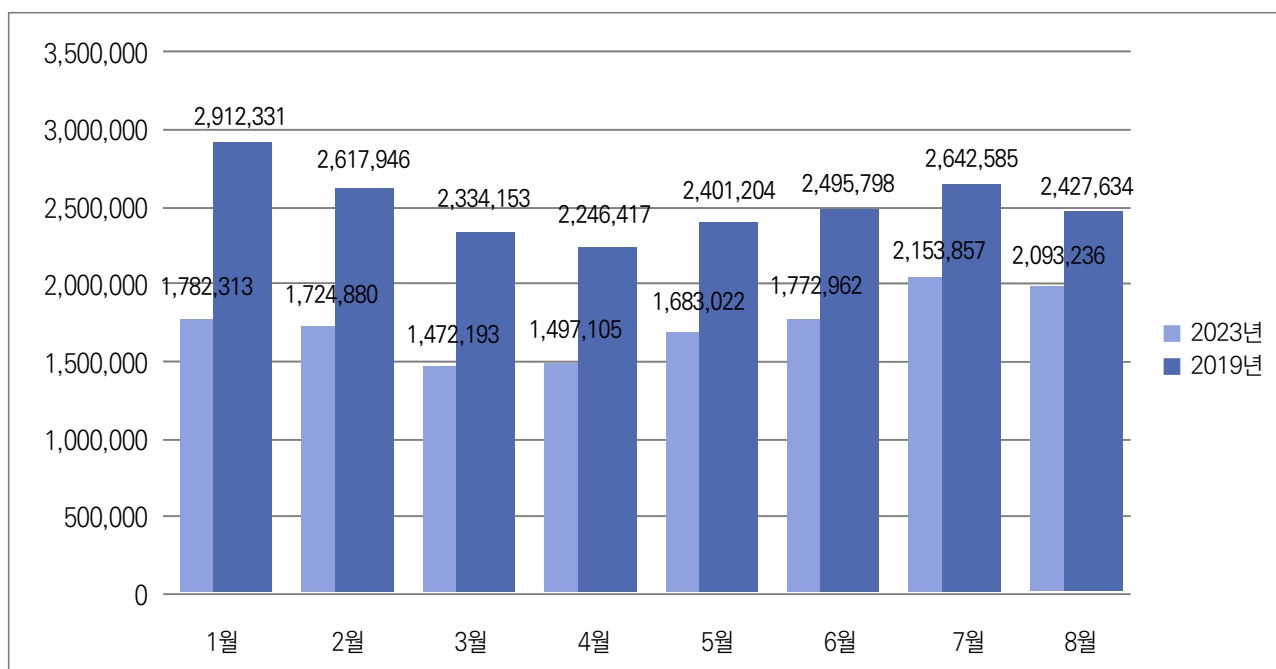
이후 3년이 지난 2023년, 전 세계 코로나19 방역 조치 해제 및 사실상 방한 관광의 가장 큰 핵심 요인으로 꼽히던 중국인 관광객의 출국 제한 조치가 풀리게 되며 중국인 관광객 중심으로 방한 외래관광객 수는 급격한 회복세를 보이고 있다.

9월, 법무부에서 발표한 국내 인바운드 외래관광객 통계에 따르면 2023년 7월의 방한 관광객 수는 1,032,188명으로 전년 동월 대비 291.0% 증가하였다.

다만, 이는 2019년 동월 대비 28.7% 감소한 수치로 관광 회복을 위한 다각적인 노력이 여전히 필요함을 반증하고 있다.

■ 2023년 월별 아웃바운드 통계

(단위: 명)



한편, 2023년 7월의 내국인 출국자 수는 2,153,857명으로 2022년 동월 대비 219.6% 증가하였다. 이는 세계보건기구(WHO)의 코로나19 국제공중보건위기상황(PHEIC) 선포 해제 등 전 세계적인 코로나19 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	12,086,332	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	1,772,962	2,495,798	△29.0
7월	2,153,857	2,642,585	△18.5
8월	2,093,236	2,427,634	△13.8
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: 만 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	12.1	10.5	8.3					70.1
일본	6.7	9.4	19.2	12.8	18.4	19.7	21.1	26.3					133.6
중국	2.5	4.6	7.3	10.6	12.8	16.8	22.5	26.0					103.1
필리핀	1.6	1.4	2.5	3.5	2.8	2.9	2.6	2.4					19.7
베트남	2.2	2.9	3.5	4.1	2.9	3.6	3.8	4.0					27.0
태국	2.6	2.8	4.3	5.4	3.2	2.5	2.0	1.7					24.5
싱가포르	1.3	1.2	3.4	3.1	3.1	3.5	1.3	1.5					18.4
인도네시아	1.3	1.4	1.9	2.3	2.3	2.2	1.8	1.9					15.1
캐나다	1.0	0.9	1.7	2.1	2.0	1.5	1.8	1.6					12.6
대만	4.9	4.8	6.4	7.7	6.7	9.7	10.4	9.9					60.5
외래관광객 입국 총합	43.4	47.9	80.1	88.9	86.7	96.1	103.2	108.9					655.2
'19년 대비 증감률(%)	△60.7	△60.1	△47.9	△45.6	△41.6	△34.9	△28.7	△31.3					-

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

주요 방한 국가의 입국 관광객 통계를 살펴보면 2023년 8월 가장 많은 방한 입국을 기록한 국가는 일본(263,453명)으로 뒤이어 중국(259,659명), 대만(98,854명), 미국(83,250명), 베트남(39,540명) 순으로 나타났다.

특히 8월에는 중국인 관광객에 비해 일본인 관광객이 3,794명 많이 방문하여 국가별 방한 관광객 순위가 소폭 변동되었다. 하지만 중국은 1월 2.5만 명에서 8월 26.0만 명으로 가파른 상승세를 보이고 있으며, 2023년 8월 10일 자국민 단체 여행을 허용에 따라 향후 중국인 관광객 유입은 지속적으로 증가할 것으로 예측된다.

8월까지 가장 많은 방한 관광객을 기록한 국가는 일본(133.6만 명), 중국(103.1만 명), 미국(70.1만명), 대만(50.6만명) 순으로 나타났다.

3. 2022년 서울 주요 관광지 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%
		국립중앙박물관	내국인	3,215,625	3,328,379
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 상반기			2019년 상반기		2022년	
	사업체 수	구성비	증감률	사업체 수	구성비	사업체 수	구성비
전체	11,589	100.0	△2.0	11,829	100.0	11,363	100.0%
여행업	7,934	70.4	△7.9	8,613	72.8	7,808	68.7%
관광숙박업	455	3.8	2.7	443	3.7	473	4.2%
관광객이용시설업	1,589	12.1	29.7	1,225	10.4	1,420	12.5%
국제회의업	845	6.9	35.4	624	5.3	818	7.2%
카지노업	3	0.0	-	0	0.0	3	0.0%
유원시설업	216	1.8	△26.0	292	2.5	217	1.9%
관광편의시설업	547	4.9	△13.4	632	5.3	624	5.5%

※ 2023년 1분기 증감률은 2019년 2분기 대비 증감률을 의미

※ 한국관광협회중앙회(<http://www.ekta.kr>)

한국관광협회중앙회(KTA)가 발표한 '전국 관광사업체 현황(2023년 2/4분기 기준)'에 따르면 서울시의 전체 관광사업체 수는 11,589개로 2019년 대비 240개(△2.0%) 감소하여 코로나19 이후 2020년 11,281개, 2021년 11,210개, 2022년 11,363개를 기록한 이후 소폭 상승하였으나 2019년 대비 하락한 수치를 보였다.

특히 관광객이용시설업과, 국제회의업에서 큰 폭의 증가세를 보인 것이 상승의 주요 원인으로 분석되고 있다.

III. 해외 관광동향

1. 국제 인바운드 통계	42
2. 국제 관광시장의 인력부족 현상(WTTC)	43

1. 국제 인바운드 통계

■ '23년 국가별 인바운드 통계

(단위: 명)

구분	한국	일본	필리핀	베트남	태국	싱가포르	대만
합계	6,552,117	15,189,227	3,656,033	7,830,953	17,813,376	9,009,520	3,313,591
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	960,638	2,073,300	448,867	975,010	2,241,201	1,130,000	509,693
7월	1,032,188	2,320,600	516,304	1,038,563	2,490,643	1,420,000	543,388
8월	1,089,133	2,156,900	437,648	1,217,421	2,468,042	1,310,000	590,458
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. 국제 관광시장의 인력부족 현상(WTTC)

■ 머리말

코로나19가 본격적으로 시작된 2020년의 여행 및 관광산업의 키워드는 '생존'이었다. 의무화된 코로나 검사와 자가격리, 입출국 제한 등으로 사람들의 여행 욕구는 현저하게 줄었다. 관광 업계도 줄 도산 위기를 맞이하였다.

항공사, 호텔업, 여행업 등은 수익이 급감하여 무급휴가, 구조조정 등을 통해 기업의 존속을 유지했으며 이 과정에서 수많은 관광 인력들이 산업을 빠져나갔다. 전 세계 관광산업의 고용은 2019년 3억 3천만 3백만 개에서 2020년 2억 7천 1백만 개로 18.6% 감소했다.

이후 국제적으로 여행 제한이 완화되었던 2021년에는 관광수요가 소폭 회복하면서 관광산업의 고용은 2억 8천 9백 만개로 2020년 대비 6.7% 증가했다.

하지만 2022년 관광산업의 인력난은 여전히 심각한 상황이다. 산업이 괴멸 수준이 되는 모습을 지켜보며 주변의 수많은 실직을 직접 경험한 세대는 더 이상 관광산업으로 돌아오지 않고 있다. 또한 코로나19 기간 이동의 제한으로 발이 묶인 이주 노동자 수의 감소 이후 이주 노동자의 회복이 이루어지지 않고 있다. 코로나19 대유행 영국 및 유럽연합의 관광산업 이주 노동자 비율은 16.0%를 기록했으며 미국에서는 20.0%를 차지했지만 2022년 이주 노동 회복률은 미미한 상태이다.

관광산업은 기본적으로 서비스업에 바탕을 두어 빠른 노동 회복률이 예상되지만, 일부 직종에서는 노동 회복을 위한 지속적인 관리가 필요한 상황이다. 예를 들어 항공산업의 조종사는 오랜 기간의 훈련을 거쳐야 하며 공항 상주 직원들은 정부 기관의 보안 및 승인이 필요하다. 이러한 훈련 및 절차는 관광산업의 노동 회복을 더욱 힘들게 만들 수 있다.

2022년부터 2032년 사이에 관광산업에는 1억 2천 6백만 개의 새로운 직업이 추가될 것으로 예상되지만 인력 부족의 근본적인 원인이 해결되지 않으면 산업 전체의 회복과 성장 가능성을 해칠 수 있다. 이 보고서는 세계 여행 및 관광 위원회(WTTC)와 옥스퍼드 경제 연구소와의 협업을 통해 제작되었으며 프랑스, 이탈리아, 포르투갈, 스페인, 영국, 미국 및 유럽연합에서 관광산업의 인력 부족 현황 및 인력 부족을 해소하기 위한 방안에 대해 다루고자 한다.

■ 국제 관광시장의 노동력 부족 현황

2022년 하반기에는 프랑스, 이탈리아, 포르투갈, 스페인, 영국, 미국 등 6개 국가와 유럽연합(EU)의 전 지역은 구인난에 허덕이고 있다. 2021년에는 직원 부족이 숙박과 호스피탈리티 부문에만 집중되어 있었으나, 시간이 흐르면서 관광의 교통 부분까지도 문제가 확산 되어 가는 형국이다.

2022년 3분기 노동 수요대비 공급의 부족 비율

	Labour demand (000s)	Gross Shortfall (000s)	%	Ratio
EU	11,236	-1,192	11%	1 in 9
USA	6,274	-412	7%	1 in 15
UK	1,792	-128	7%	1 in 14
Italy	1,524	-250	16%	1 in 6
France	1,362	-71	5%	1 in 19
Spain	1,084	-137	13%	1 in 8
Portugal	505	-49	10%	1 in 10

출처: WTTC(세계여행관광협회)

유럽연합(EU)

2020년, 코로나19 유행이던 시기에 유럽연합(EU)의 여행 및 관광 부문(Travel & Tourism)에서는 약 169만 개의 일자리가 사라졌다. 2021년에는 유럽연합은 여행 제한 조치를 완화했고, 관광객의 심리적 영향과 일부 관광시장의 회복으로 손실된 일자리 중 57.1만 개의 일자리가 회복되었다. 2022년에는 본격적인 유럽지역의 관광 회복기가 예상된다. 하지만 이런 관광 회복을 충당하기 위해 총 1,124만 명의 노동자가 필요할 것으로 예측되나, 노동 공급은 1,039만 명 수준에 그칠 것으로 예상되며 84.2만 명의 노동력이 부족할 것으로 보인다.

여행 및 관광 부문 중에서 여행사에 관한 부문이 노동 부족 현상에 가장 큰 영향(30% 미채용)을 줄 것으로 예상되며 항공 운송 및 숙박은 각각 21%, 22%의 노동자가 부족한 현상을 겪을 것으로 확인된다.

미국

미국에서는 2020년 여행 및 관광 부문의 일자리의 35.9%가 감소하여 391만 개의 일자리가 남은 가운데 2021년에는 12.4%가 회복되어 439만 개의 일자리가 있는 것으로 확인되었다. 2022년 상반기에는 회복된 일자리 중 32.1만 명의 인력 부족 현상이 발생했으며 전체 일자리의 5.4%가 미채용 상태로 남은 것으로 확인됐다. 아울러 2022년 3분기에 인력 부족 현상이 정점에 달해 41.2만 명의 인력이 부족할 것으로 확인되었다. 특히 미국의 숙박업계는 6개 중 1개의 일자리에서 지원자를 찾지 못할 수 있다는 결과를 발표했으며, 이는 2016년부터 시작된 이민자 수 감소 및 이번 코로나19의 영향으로 파악된다고 밝혔다.

영국

영국은 분석 대상 국가 185개 중 2020년 여행 및 관광 일자리 부분에서 가장 적은 타격을 받은 국가 중 하나였으며 이는 국가적 차원의 취업 보존 프로그램(job-retention scheme)의 영향으로 파악된다. 2021년 여행 및 관광 직접 고용 노동자 수는 157만 명에서 163만 명으로 3.7% 증가했다. 다만, 2022년 하반기에는 더 많은 관광객들이 영국을 방문함에 따라 평균 11.4만 명(전체 시장의 7%)의 노동자 부족 현상을 겪을 것으로 확인된다. 영국의 숙박업의 6개 중 1개의 일자리가 공식일 것으로 확인되며, 오락 및 항공 운송은 각각 8개 중 1개, 9개 중 1개의 노동자 부족 현상을 겪을 것으로 확인된다.

이탈리아

2020년 이탈리아에서는 여행 및 관광 부분의 114만 개의 일자리가 있었으며, 2021년에는 12.6% 성장하여 129만 개의 일자리가 존재했다. 하지만 코로나19가 지속되면서 인력이탈이 가속화됨에 따라서 이 중 약 14만 명의 인력이 부족 상황으로 확인되었으며 2022년 3분기에는 이 수치가 25만 명으로 확대되었다. 이탈리아의 여행 및 관광 부분의 노동력 부족은 유럽연합(EU) 평균보다 높으며 특히 숙박 부분에서 2022년 3분기에는 38%의 인력 부족 현상을 겪을 것으로 파악되고, 여행사 부분의 42%는 인력 부족 현상을 겪은 것으로 파악된다.

프랑스

프랑스의 2021년 여행 및 관광산업에 고용된 노동자 수는 2020년(114만 명)보다 10.3% 증가한 125만명을 기록했지만 2022년 3분기에는 여행 및 관광수요 수준이 사전 팬데믹 수준에 가까워지며 약 7.1만 명의 인력 부족 현상이 나타날 것으로 확인된다. 특히 프랑스의 항공 운송 산업 일자리의 약 33%는 인력을 확보하지 못할것으로 예상되며 여행사들도 유사한 수준의 인력 부족 문제를 겪을 것으로 확인된다.

스페인

스페인의 외국인 숙박객 수는 2020년 1,893만 명에서 2021년 3,113만 명으로 증가했으며 2021년 코로나19로 본격 회복하여 관광산업의 일자리는 75.2만 개에서 85.7만 개으로 13.9% 증가했다. 하지만 2022년 관광이 본격 회복세를 그리며 거의 모든 여행 및 관광 부분에서 인력 부족 현상을 겪고 있으며 약 13.7만 명으로 인력이 부족한 것으로 확인된다. 항공 운송 및 숙박에서는 이 문제가 더욱 심화될 것으로 예상되는데 항공 운송 부분에서는 21%, 숙박 부분에서는 27%가 인력 부족 사태를 겪을 것으로 확인된다.

포르투갈

2021년에는 포르투갈에서 여행 및 관광산업이 43.2만 명의 일자리를 창출하며 전체 포르투갈 경제의 9%를 담당했다. 하지만 2022년 제3분기에는 4.9만 명의 인력 부족 문제가 발생할 것으로 확인된다. 특히 호텔 업계가 가장 큰 타격을 입을 것으로 확인되는데 숙박 및 식음료 부분에서 인력 부족 현상이 나타날 것으로 확인된다.

■ 인력 부족 대응을 위한 계획과 정책

코로나19 이후 인력이탈이 심화되면서 인력이탈 문제를 해결할 수 있는 계획과 정책에 대한 우선순위 설정과 실행이 필요하다는 의견이 대두되고 있다. 노동력 이동과 유연한 근무체계의 설정, 숙련된 노동 인력 양성 및 인식향상 노력, 직원 복지 정책 지원 및 근무 환경조성 노력, 기술과 디지털 솔루션 지원 노력 등의 계획을 설립하고 세제 혜택과 정부 보조금 제공과 같은 재정적 인센티브를 통해서 인력 부족문제를 해결하는 방안 등이 필요하다.

이러한 계획과 정책의 성공을 위해서는 공공 및 사설 부문과 학계를 포함한 다각적 이해관계자 협력이 필요하며 정부의 적극적인 지원 또한 필수 불가결한 요소이다.

노동력 이동과 유연한 근무체계

국제 사회에서 노동력의 이동은 직원 부족분만 아니라 국가 간의 기술적 격차를 해소하는 효과적인 방법이다. 코로나19 이후 정부는 여행 제한을 해제하고 기술의 발전으로 원격 근무가 가능할 수 있도록 기술적인 솔루션을 실행하는 것이 필요하다.

정부는 이민 정책 재고, 비자 절차 간소화 등을 위해 노력해야 한다. 이런 방식은 현재 아세안(ASEAN) 국가들에서 활용되고 있으며 아세안 국가들은 상호 인정 협정(MRAs)을 통해 숙련 노동자 부족을 해결하고 있다.

현재는 협정에 속한 국가 간에 노동자 기술, 경력 인증제도를 진행하여 국가 간 이동 시 경력 단절이 일어나게 하지 않기 위한 노력을 하고 있으며 비자 신청 절차 간소화하는 정책을 실행하고 있다. 또한 최근 포르투갈은 외국인 노동자에게 자국 취업을 위해 180일의 시간을 부여하는 새로운 비자 경로를 발표했고 포르투갈어권 국가 국민을 위한 비자 신청 절차를 간소화했다.

유연한 근무 방식과 하이브리드 원격 근무로의 이동은 인재 이동을 가능하게 한다. 또한 파트타임 제도와 계약직 제도의 활용도 적극적으로 고려되어야 한다.

아울러 원격근무, 파트타임 제도, 계약직 제도의 도입을 통해 길어진 주말을 활용하고자 하는 사람들이 많아지면서 여행 및 관광을 포함한 모든 경제 부문의 회복이 효과적으로 가속화될 것으로 예측된다.

직원 복지 정책 지원 및 근무 환경조성 노력

적절한 근로 환경을 조성하고 지원하는 것은 인재를 유치하고 유지하는데 중요하다. 코로나19 이후 많은 근로자들은 직장의 안정성을 중요한 문제로 뽑고 있다. 이러한 맥락에서 정부와 기업의 노력이 필요하다. 고용주는 경쟁력 있는 보상과 직원 복지를 제공하고, 정부는 사회적 안전망과 사회 보호 기구를 설립하여 안정적인 직장 환경을 유지할 수 있도록 노력해야 한다. 이미 오늘날 일부 국가의 정부는 프리랜서 노동자에게 최저 임금 보장 및 유급휴가 등의 권리를 부여하도록 하고 있다. 예를 들어 영국의 ‘모던 슬래버리’ 법은 사업체가 최저임금 보장 및 유급 휴가의 제공을 책임지고 공개적으로 보고할 것을 명시하고 있다.

기술과 디지털 솔루션 지원 노력

급격한 디지털 전환을 맞이한 지금, 새로운 기술을 습득할 수 있는 교육 제공, 전문 기술 재교육, 역량 강화 프로그램이 반드시 필요하다. 예를 들어 싱가포르의 미래의 여행 수요를 충족시키기 위해 ‘SGUnited Skills 프로그램’을 진행하여 싱가포르 시민들이 적극적으로 디지털 전환에 적응할 수 있도록 한다. 이 프로그램의 목표는 10만 개의 일자리와 다양한 기술 강화 기회를 창출하는 것을 목표로 하고 있으며 정부와 민간의 협력을 통해 교육뿐만 아니라 실습 지원을 연계하고 있다. 또한 스위스에서는 학생들이 학교와 직장에서의 학습을 동시에 경험하는 ‘듀얼’ 직업 교육 및 훈련(VET) 시스템을 진행하고 있다.

인식개선을 통한 인재 유치

교육, 전문 기술 재교육, 역량 강화 외에도 정부와 민간기업들은 관광산업이 서비스라는 한정된 직무 이미지를 벗어날 수 있도록 노력해야 하며 여행 및 관광 분야 내 진로 발전 가능성을 증진시켜야 한다. 이를 위해 인식개선 캠페인과 직로 탐색의 기회 제공 등을 지원해야 한다. 더 나아가 여행 및 관광산업이 여성 및 소수 집단 노동자에게 일할 수 있는 기회를 제공하는 하나의 방식임을 강조하여야 한다.

모든 수준에서의 조정과 협력 강화

국제 수준에서 개선된 협력과 조정을 통해 인력문제 해소를 위해 노력해야 한다. 한 국가만의 노력이 아닌 국가 간 노력을 통해서 이동의 편의성을 제공하고 새로운 비자 정책을 실행해야 한다. 특히 항공산업 내에서는 교육, 재교육 과정이 오래 걸리는 직업에 대한 불필요한 과정을 줄이고, 직무의 표준화와 조정을 통해 폭넓은 고용 유연성과 고용의 기회를 제공할 수 있다.

국제사회 인력 부족 현상 대응을 위한 계획과 정책

순번	제목
노동력 이동과 유연한 근무체계	<p>〈정부 차원의 이민 정책 재고, 비자 절차 간소화 등의 노력 필요 및 유연한 근무 방식 제공〉</p> <ul style="list-style-type: none"> - 아세안(ASEAN) 국가들은 상호 인정 협정(MRAs)을 통해 숙련 노동자 부족을 해결 - 포르투갈은 외국인 노동자에게 자국 취업을 위해 180일의 시간을 부여하는 새로운 비자 경로를 발표 및 포르투갈어권 국가 국민을 위한 비자 신청 절차를 간소화 - 유연한 근무 방식과 하이브리드 원격 근무로의 이동과 파트 타임과 계약직 제도의 활용
직원 복지 정책 지원 및 근무 환경조성 노력	<p>〈민간과 정부의 적절한 근로 환경 조성 노력〉</p> <ul style="list-style-type: none"> - 민간기업의 경쟁력 있는 보상과 직원 복지를 제공 필요 - 정부는 사회적 안전망과 사회 보호 기구를 설립 필요 - 프리랜서의 최저 임금 보장 및 유급휴가 등의 권리를 부여 - 영국의 ‘모던슬래버리’ 법은 사업체가 임금 보장 및 유급휴가의 제공을 공개 보고하도록 명시
기술과 디지털 솔루션 지원 노력	<p>〈새로운 기술을 습득할 수 있는 교육 및 지원 프로그램 강화〉</p> <ul style="list-style-type: none"> - 새로운 기술을 습득할 수 있는 교육 제공, 전문 기술 재교육, 역량 강화 프로그램 진행 - 예를 들어 싱가포르의 미래의 여행 수요를 충족시키기 위해 ‘SGUnited Skills 프로그램’을 진행하여 싱가포르 시민들이 적극적으로 디지털 전환에 적응할 수 있도록 노력 - 스위스에서는 학생들이 학교와 직장에서의 학습을 동시에 경험하는 ‘듀얼’ 직업 교육 및 훈련(VET) 시스템 진행
인식개선을 통한 인재 유치	<p>〈정부와 민간의 관광 산업 이미지 개선 노력〉</p> <ul style="list-style-type: none"> - 관광산업이 서비스라는 한정된 직무 이미지를 벗어날 수 있도록 노력 - 여행 및 관광 분야 내 진로 발전 가능성을 증진 - 인식개선 캠페인과 직로 탐색의 기회 제공 등을 지원 - 관광산업이 여성 및 소수 집단 노동자에게 일할 수 있는 기회를 제공한다는 이미지 강조
모든 수준에서의 조정과 협력 강화	<p>〈국제 수준에서 개선된 협력과 조정 노력〉</p> <ul style="list-style-type: none"> - 국가 간 이동의 편의성을 제공 - 새로운 비자 정책을 실행 - 항공산업 내에서는 교육, 재교육 과정이 오래 걸리는 직업에 대한 불필요한 과정 축소 - 직무의 표준화와 조정을 통해 폭넓은 고용 유연성과 고용의 기회 제공

상기 내용은 WTTC에서 발간한 ‘Global Retail Tourism Report’의 내용을 재편집한 내용입니다.
연구자료와 관련한 자세한 사항은 서울관광재단 관광연구팀으로 연락해 주시기 바랍니다.

