

## 서울-싱가포르 제1차 도시정책 라운드테이블 개최 및 현장답사

부서 : 경제사회연구실

자료제공 : 반정화

작성일 : 2023년 11월 20일

게시요망일 : 2023년 11월 30일

### 제목: [해외출장노트] 2023ILTM(International Luxury Tourism Market) Singapore 박람회 참석

#### ○ 출장개요

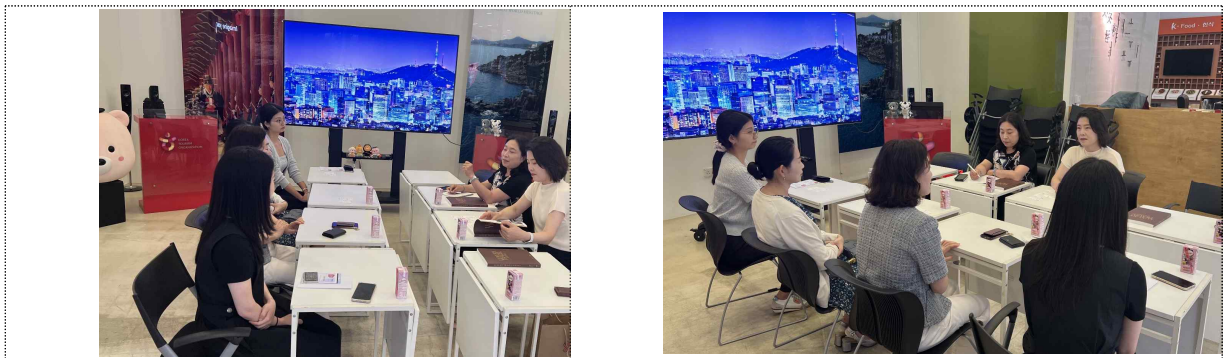
- 출장기간: 2023. 6. 18.(일) ~ 2023. 6. 24.(목) (6박 7일)
- 출장자 : 반정화 선임연구위원
- 출장목적
  - 2023 ILTM(International Luxury Tourism Market) Singapore 박람회 참석
    - 행사기간 및 장소: 2023.06.19.(월)~06.22(목)/싱가포르 마리나베이샌즈(MBS)
    - 국내 참가 기관: 총 12개사(한국관광공사, 서울시, 국내 여행사 및 호텔 등)  
\*한국홍보관 부스 운영 및 한국 럭셔리관광 설명회 예정, 서울시 관광산업과 2인 참석, 서울연구원 프리미엄관광 연구책임자 1인 참가
  - 대표적 럭셔리관광 박람회에 참가하여 프리미엄 관광시장의 시장 트렌드 변화에 대한 정보 획득과 럭셔리 관광시장의 국내외 네트워크 확대
    - 프리미엄 관광시장은 비공개 정보가 많아 정보 접근이 제한적, 럭셔리 관광의 네트워크는 특정 협회나 럭셔리 박람회 등과 같이 제한적 경로를 통해 바이어와 셀러가 만나 네트워크를 구축
    - 국내 프리미엄 시장은 아직 초기 단계로 관련 정보습득에 한계가 많아, 대표적 럭셔리 관광 박람회 참석을 통해 럭셔리 관광시장의 특성을 파악하기 위한 자료를 얻고자 함
  - 각국 및 도시의 럭셔리관광 확대 관광마케팅 전략 등에 대한 정보 수집
    - 국가별 럭셔리관광 설명회 정보 등을 통해 참가 국가나 기업들의 럭셔리시장에 대한 마케팅전략 등에 대한 정보수집
    - 프리미엄 관광시장의 생태계의 움직임과 내부구조 등을 파악

## ○ 세부일정

일 자	방문기관	업무수행내용
6/18(일)	-	10:50 인천출발 16:00 싱가포르 도착
6/19(월)	· 샌즈 엑스포 & 컨벤션센터 · 리츠칼튼 밀레니아 싱가포르	· 한국관광공사 싱가포르 지사장 면담 참석 · 행사 참가 등록(13:00 ~ ) · 박람회 오프닝 포럼(18:00 ~ )
6/20(화)	· 샌즈 엑스포 & 컨벤션센터 · 리츠칼튼 밀레니아 싱가포르	· 국가별 박람회 관람 및 관련 담당자 인터뷰 · 한국 럭셔리관광 설명회 참석
6/21(수)	· 샌즈 엑스포 & 컨벤션센터 · 안다즈호텔	· 박람회 관람(참가업체별 박람회 관람 및 인터뷰) · 국가별 관광 설명회 참석
6/22(목)	· 샌즈 엑스포 & 컨벤션센터	· 박람회 관람(참가업체별 박람회 관람 및 인터뷰) · 클로징 행사(19:30 ~ )
6/23(금)	싱가포르 럭셔리호텔 인스펙션	싱가포르 주요 럭셔리호텔 인스펙션
6/24(토)	귀국	11:00 싱가포르 18:35 인천 도착

## ○ KTO 싱가포르 한국지사 간담회

- 일시: 2023년 6월 19일(월) 10:00~12:00
- 장소: 코리아프라자, 싱가포르(한국관광공사 사무실)
- 참석자 : (KTO) 김영희 KTO 싱가포르 지사장, 차장, 과장, 마케팅 담당자, KTO본사 테마관광 팀 주임, 서울시(관광산업과장, 주무관), 서울연구원(반정화 선임연구위원)
- 간담회 내용: 싱가포르 지사의 한국 관광마케팅 역할 및 주요 지원 사항, ILTM 개최시 한국관광공사 지사의 지원 활동 등

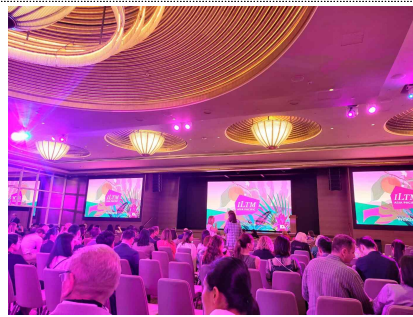
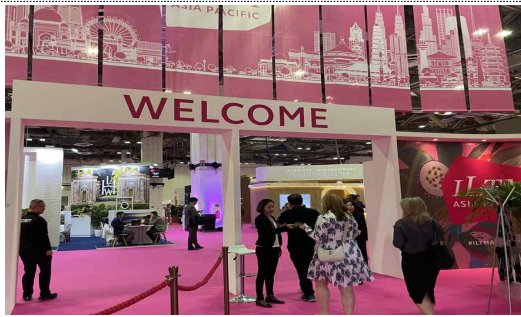


[그림 1] KTO 싱가포르 지사장 면담

## ○ ILTM 싱가포르 박람회 한국 참가 개요

- 행사명: 2023 International Luxury Travel Market(ILTM 2023)
- 주최: Reed Exhibitions(UK)
- 기 간 : 2023. 6. 19.(월) ~ 2023. 6. 22.(목), 4일간
- 장 소: 마리나베이 샌즈 엑스포 & 컨벤션센터
- 규 모 : 총 21개국 380명 바이어, 280개 셀러, 50개 미디어 참가(추정)
- 국내 참가 내용: 국내 호텔, 여행사 등 10개 기업 참가(한국 홍보관 규모: 72㎡)

구분	참가기관명
여행사(6)	김스엔앤티, 프리미엄패스 인터내셔널, 아주 인센티브, 와우코리아관광, 미미국제여행사, 디오제이씨 코리아
호텔(4)	락고재, 포시즌스 호텔 서울, 콘래드 서울, 소피텔 엠배서더 서울
공공기관(2)	서울시, 한국관광공사(싱가포르지사/본사)



## ○ ILTM 싱가포르 박람회 개요

- 럭셔리관광 박람회(B2B)를 통해 럭셔리관광에 필요한 네트워크 구축, 정보 교환 등을 목적으로 하는 철저한 B2B 전시
  - ILTM(International Luxury Travel Mart)은 대표적인 럭셔리 관광박람회의 하나
  - 전 세계의 부유층을 위한 여행사들이 바이어로 나서며 호텔, 관광 관련 업계의 셀러들이 모여 비즈니스 상담을 하며 서로의 비즈니스 니즈를 대륙별로 아프리카, 중동, 남아메리카, 북아메리카, 아시아의 주요 도시에서 개최
  - ILTM(International Luxury Travel Market)은 국제 럭셔리 관광 박람회로 런던에 본사를 둔 Reed Travel Exhibitions 사가 주최, 2002년 프랑스 칸에서 최초로 개최
  - 전 세계의 부유층을 위한 여행사가 주요 바이어(buyer), 호텔, 관광 관련 업계의 셀러(seller)들이 모여 비즈니스 상담을 통해 네트워크를 구축하거나 거래가 이루어짐

- 프랑스 칸을 비롯 매년 대륙별로 아프리카, 중동, 남아메리카, 북아메리카, 아시아 주요 도시에서도 개최

- 2019년 약 4일 진행, 업계 관계자 미팅(약 7천 건), 업계 전문가 6천여 명, VIP 미디어 100여 곳, 전시업체 (1,885개), 바이어(1,850명) 등 참가
- 2023 ILTM 아시아 행사: 총 21개국 380명 바이어, 280개 셀러, 50개 미디어 참가



## ○ 글로벌 경제와 럭셔리 관광시장의 성장<sup>1)</sup>

[표 2] ILTM 싱가포르 오픈링 포럼 개요

- 일 시 : '23.06.19.(월) ~ 06.22(목) 18:00-19:00
- 장 소 : 리츠 칼튼 밀레니아, 싱가포르
- 주요내용 : ILTM 참가자 대상 글로벌 경제 전망에 대한 분석 및 럭셔리 관광에 대한 트렌드 분석 현황 공유

구분		주제
1	Sumana Rajarethnam Director, Southeast Asia Economist Intelligence Corporate Network	EIU Global Outlook: What lies ahead (South East Asia)
2	Alison Gilmore Portfolio Director, ILTM	Buzz vs Reality: Spotlight China
3	Aaron Lau Founder & CEO, Gusto Collective	Shift of Luzury Paradigm

- COVID-19 대유행은 관광과 여행업에 특히 큰 타격을 입히면서 지역 경제에 상당한 영향을 미쳤으나, 포스트 코로나 시대의 도래 이후 점차 회복하는 추세

- 기후 위기 등 환경적 영향에 의한 기후 변화 문제가 관광에서도 당면 과제로 예상되며, 해결을 위한 다양한 방안 모색이 절실
- 공급망 붕괴와 상품 가격 상승과 같은 요인으로 인해 인플레이션은 향후 5년 동안 계속 상승할 것으로 예상, 세계 경제에 전체적으로 일어나고 있는 현상
- 동남아 경제는 올해 세계 평균보다 높은 4% 안팎의 성장이 예상되며 이러한 성장은 인프라 투자 및 노동 시장 역학과 같은 요인이 주도-> 동남아 시장의 어려움은 글로벌

1) ILTM 박람회 오픈링 포럼 발표 자료 및 행사장에서 인터뷰, 현장에서 수집한 출장 자료들을 중심으로 작성

노동 시장의 문제로 이어질 가능성도 높으며, 환대 인력 및 서비스 인력에 의존도 문제 해결 방안 모색이 필요

- 럭셔리 시장에서의 중국 시장의 중요성과 성장에 대한 기대감이 매우 클 것으로 기대<sup>2)</sup>

- 물리적 럭셔리함보다 경험적 여행에 대한 수요 증가, 상품이나 제품보다 경험을 택하겠다는 답변이 63%, 양보다 질을 선택하며 가까운 곳에서 더 오랜 기간 머무는 여행에 대한 선호도 53%.
- 특히 중국인들의 경우, 마음을 다스리는 웰니스 여행에 대한 선호도가 매우 높았으며, 전체적으로 코로나19 이전보다 더 많은 돈을 쓸 계획을 가지고 있는 사람들의 비중이 높았으며, 중국의 경우 55%를 넘어 일본 45%, 한국 37%보다 더 높은 수준을 보였음
- 중국 부유층 절반 이상은 향후 1년간 돈을 더 많이 쓸 것으로 예상되는데, 특히 환갑, 칠순 같은 중요한 생일(중국 70%, 전체 45%) 등을 기념하는 여행, 더 호화로운 여행(중국 59%, 전체 37%) 및 잃어버린 시간을 만회하는 여행을 할 가능성이 높은 것으로 나타남
- 코로나19 이후 현재 진행 중인 기후 위기를 의식하듯, 지속가능성이 높은(Building back better) 여행에 대한 논의가 상당히 이루어지고 있으며, 많은 부유층은 이에 동의하며, 31%는 여행지 선택시 지속가능성이나 환경보호가 중요한 요소라고 해고, 특히 중국인은 66%에 달함

- 중국 시장 이외에도 성장이 기대되는 시장으로 인도 등이 꼽히고 있으며, 결과적으로 경제성장이 기대되고, 인구의 비중이 높은 곳들이 새로운 시장으로 주목받고 있음

## ○ 럭셔리 관광시장의 트렌드 변화

- 럭셔리 관광시장의 새로운 트렌드는 다음과 같은 3가지 유형을 구분, 첫째는 성장하는 트렌드, 지속되는 트렌드, 그리고 성장이 둔화되는 트렌드로 구분하고 있음
- 코로나19는 럭셔리 관광시장에도 변화를 가져왔으며, 특히 여유로운 여행, 가족 및 친지 등과의 여행에 대한 증가, 건강 및 웰니스에 대한 관심 증가, 한곳에 오래 머무르면서 깊이 있는 문화를 경험할 수 있는 여행에 대한 수요 증가가 보여짐
- 특히, 럭셔리 여행에서의 리스크 감소를 위해 전문 여행 컨설턴트 혹은 DMC 등과 같은 현지 사정과 관광정보 등에 전문성을 가지고 있는 전문 관광어드바이저 등에 대한 의존도

---

2) 아리슨 길모어(Alison Gilmore), ILTM 포트폴리오 이사 (Portfolio Director, ILTM), 럭셔리 패러다임의 변화 (Shift of Luxury Paradigm)

가 더 높아질 것으로 예상됨

- What's Staying: 필수적인 여행안내 서비스/ 여행 기획. 여행안내 서비스 사용할 계획 답변 58%, 여행안내 서비스(고문)의 최신 정보 및 규제에 의존한다는 답변 53%
  - What's Slowing: 국내 여행에 대한 선호도 감소, 휴가지로 국내 선택 18%, 이미 가본 여행지 재방문 계획 20%
  - What's Growing: 보복성 소비 여행의 증가, 코로나로 인한 시간에 대한 보상 필요 답변 80%, 화려한 휴가(사치스러운)를 희망한다는 답변 78%, 전염병으로 인한 규제가 재시작 될 것을 우려하여 가능한 지금 더 많은 여행을 계획한다는 답변 68%, 지속가능하고 친환경적인 선택지를 선호한다는 답변 84%, 건강과 웰니스가 여행 계획에서 우선순위를 차지한다는 답변 91%, 코로나 이후 가족 및 다세대(Multi-generation)간 여행 계획 증가 46%, 여행 소비 예산의 증가, 여행에 투자하는 예산을 높일 의향이 있다 답변 73%, 럭셔리 여행객들의 AI 및 기술에 대한 수용도 증가, AI 기반 여행관련 서비스 이용 의향이 있다 답변 65%
- 기본적으로 관광의 목적은 다양하며, 큰 흐름의 변화와 함께 다양한 욕구들이 나타나고 있음, 박람회 참가업체에서는 특별한 경험을 하고자 하는 여행객들을 위한 업체들이 참여하고 있으며, 이를 통해 관광 트렌드 변화를 예상할 수 있음



[표 4] ILTM 싱가포르 참가업체를 통해 본 관광트렌드

프라이빗 아일랜드에 대한 선호



아름다운 자연 환경 여행



오로라 등의 극지 탐험 여행



해변 휴양지 여행



웰니스 추구 여행



스키 등 레저 여행



할리우드 등의 지역 여행



우주여행 등의 어드벤처 여행



## ○ 럭셔리 관광박람회 주요 특성

- 럭셔리 관광시장은 여행 전문가를 통해 자신의 선호나 취향 등에 맞는 여행을 통해 차별화된 서비스와 경험을 제공받고 싶어함
  - 럭셔리 관광의 유통구조에서 travel designer 혹은 travel advisor는 고객과의 거래를 성사시키는 능력을 가지고 있어야 하며, 이들은 럭셔리 관광박람회에서 중요한 바이어(Buyer)임
  - ILTM은 B2B 형태로 사전에 바이어와 셀러간 미팅을 조율하고, 대략 15분 정도 미팅 시간에서 자국 혹은 도시, 혹은 자사의 정보를 전달하고 관광거래로 이어질 수 있도록 하는 것이 중요
- 럭셔리 관광시장은 고급화된 서비스와 정보를 제공할 수 있는 능력과 신뢰도 등이 중요하며, 럭셔리 관광 박람회를 참석하는 것은 일정 수준 이상의 서비스 제공 능력을 가지고 있다고 판단할 수 있음
  - 이의 중간 거래를 담당하는 럭셔리 전문 여행사, 럭셔리 관광 관련 서비스업(호텔, 요트, 교통수단 등등) 등은 럭셔리 관광객을 담당하는 네트워크를 구축하거나 비즈니스를 찾기 위해 럭셔리 관광 박람회를 방문
  - 럭셔리 관광 네트워크는 ILTM과 같은 박람회를 통해서 다양한 거래와 네트워크를 구축하고, 다양한 정보를 얻을 수 있음
  - 국가 혹은 도시가 셀러로 참여하는 경우도 많으며, 특히 일본의 경우 수년간의 참여를 통해 럭셔리 관광시장에서 높은 위상을 가지고 있음
- 럭셔리 관광에서의 서울의 위상<sup>3)</sup>
  - 럭셔리 관광에서 한국 및 서울의 위상은 낮으며, 아시아퍼시픽을 중심으로 한 거래 장소임에도 여전히 관광 관련 정보가 매우 제한적인 것으로 나타남
  - 필리핀 등과 같은 곳은 한국/서울에 대한 높은 관심을 가지고 있으며, 방문하고자 하는 시장 규모가 크지만, 비자 문제로 인하여 상당한 불편을 겪고 있는 것으로 나타남. 특히 비자관련 서류 접수 시기나 수량 등도 여행일정을 조율하기에는 매우 촉박하게 진행되고 있음
  - 아시아퍼시픽에 참여한 호주 바이어들의 경우, 한국이나 서울에 대한 정보에서 어떻게 가는지 가서 무엇을 할 수 있는지 등과 같이 매우 기본적인 정보에 대해서도 알지 못하는 경우가 많았음

---

3) 한국관광공사 등과 함께 ILTM에 참석한 업체들간의 면담 등을 통해 내용 정리



- 참가업체 중에서는 글로벌 호텔 럭셔리 브랜드 호텔들이 다수 참여하였음, 럭셔리 관광 인프라에서 중요한 역할을 하는 고급 숙박시설의 규모나 신규 오픈 호텔, 브랜드 수 등에서 우리나라의 경우 취약한 경향이 있음
- 주로 아시아퍼시픽 시장에 관심을 가지고 있는 국가들이 참여하였으며, 도시는 일본의 교토나 뉴욕시가 참여, 중동의 네옴시티의 경우는 향후 만들어질 계획을 소개하는 부스를 제공하기도 함
- 대체적으로 ILTM 아시아퍼시픽의 경우 규모가 크지는 않지만, 프랑스 칸에서 열리는 행사에는 전 세계의 럭셔리 관광 관련 바이어와 셀러가 모여 거래는 물론 네트워킹을 함

자료제공 및 문의처:

경제사회연구실 반정화 선임연구위원(02-2149-1239)