

부록 민생경제 현장점검 포럼

민생경제 현장점검 포럼 『관광스타트업 동향 및 서울 관광시장 활성화 제고』

목적

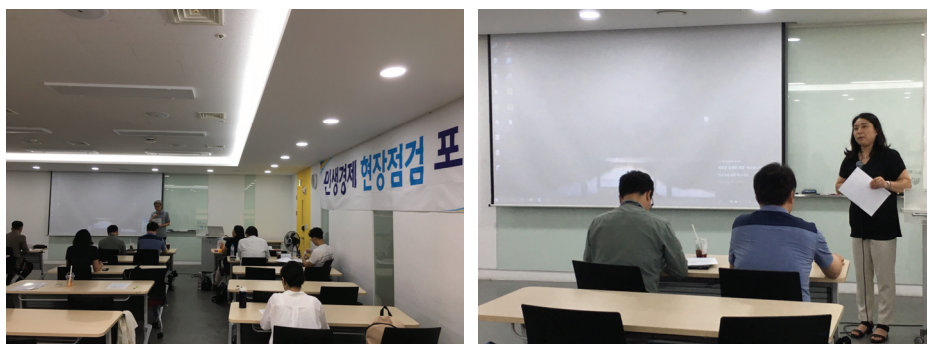
- 해당 분야의 전문가 발표와 이해당사자 간 토론을 거쳐 서울의 민생현장 의견을 수렴하고, 실효성 있는 개선방안 및 정책 아이디어 발굴

일시 및 장소

- 일시: 2019년 7월 18일 15:00
- 장소: 한국관광공사 서울센터 1001호

발표주제 및 토론자

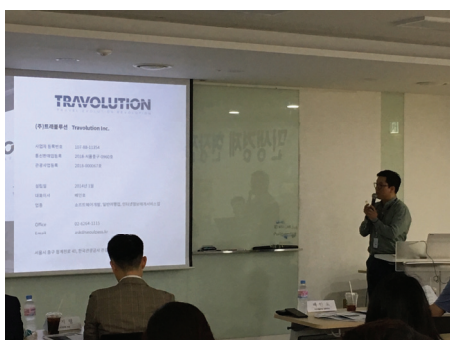
- 발표
 - ‘인바운드 여행객의 서울지역 체험상품 소비트렌드’(배인호 트래블루션 대표)
 - ‘여기어때 예약으로 본 인트라바운드 여행백서’(문지형 여기어때 이사)
- 토론자
 - 배상민 한국관광스타트업협회장, 김청동 서울관광재단 팀장, 서울연구원 시민경제연구실 연구원 등



[부록 그림 1] 관광스타트업 민생경제 현장점검 포럼

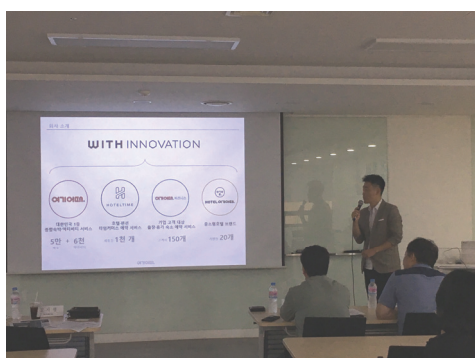
발표 1: 인바운드 여행객의 서울지역 체험상품 소비트렌드

- 여행의 구성요소와 관광 시장의 변화
 - 온라인 여행 플랫폼(익스피디아, 카약, 에어비앤비, 여기어때, 서울패스 등)이 등장하면서 숙박, 항공권 결제를 비롯하여 입장권, 체험활동 상품을 판매
 - 여행과 체험활동(Tour & Activity)을 겸하는 상품이 다양하게 판매되며, 관광지 입장권, 물품대여, 공항픽업/샌딩, 조인투어, 프라이빗 투어, 원데이 클래스 수강, 음식 배달 등이 활발하게 이용
 - 여행과 체험활동 시장이 성장하면서 여행자는 관찰자에서 참가자로 변모
- 서울지역을 포함하여 경기도권, 혹은 당일 이동이 가능한 지역까지 체험상품 인기(2018년 이용객 현황)
 - 관광 상품 주요 계층은 25세의 여성이 가장 많았으며, 타이완, 필리핀, 홍콩 등의 관광객들이 많이 참여하는 것으로 조사
 - 여행 상품으로는 가평·강촌의 레일바이크 탑승, 브띠프랑스 방문이 인기가 높았고, 체험 활동으로는 네일아트와 속눈썹 붙이기를 많이 경험
 - 외국인 여행객들은 삼삼오오 모여 소규모 단체로 같이 참여하는 경우가 많지만, 최근에는 프라이빗 투어를 이용해 조인투어를 하는 상품 등장
 - 현지에서 즐길 수 있는 로컬체험을 비롯하여, K-pop, K-culture 체험 상품도 인기
 - 체험 상품에서 현지인(한국인)을 만나 한국 문화를 알게 되고 친구를 사귀는 상품까지 등장
- 여행 상품의 범위가 매우 광범위하고 다양해지면서 체험콘텐츠 소비가 증가하고 이에 따른 소규모 관광안내업의 성장 기대
 - 서울체험관광콘텐츠 공모전이 생길 만큼 관광스타트업계를 비롯하여 여행상품 판매자가 늘 것으로 기대
 - 외국인 개별관광객 증가에 따라 1인이나 소규모 통역 및 관광안내가 가능하도록 신규여행업(관광안내업)이 2019년에 신설될 예정
 - 글로벌 플랫폼이 성장하면서 현지에서 행사를 담당하는 교민여행사(랜드사)의 역할 변화와 활약이 기대



발표 2: 여기어때 예약으로 본 인트라바운드 여행백서

- 여행 환경의 변화에 주 52시간 근무제가 큰 영향을 미침
 - 근로시간 단축으로 직장인들은 삶에 긍정적인 변화를 체감한다고 응답한 비율이 78.1%(2017년 직장인 1,173명 대상 사람인 설문조사)
 - 시간적 여유가 생기면서 국내 여행이나 액티비티를 즐기는 직장인 증가
 - 숙박·액티비티 예약 데이터 분석(2017.7~2018.6)에 따르면 금요일 및 주말 연박 예약 건수 증가(각각 3.6%p, 55.3%p), 장거리 상품 판매율 60%p 상승, 평일 실내 액티비티 예약이 늘고(23.3%p), 중소형 액티비티 상품 수도 증가
- 배리어프리(barrier free) 캠페인 등 장애인 관광에 대한 인식의 변화와 반려동물 숙소가 등장
 - 장애인 관광시장의 수요 증가로 관광지 및 일상의 인프라가 무장애 관광 환경으로 변화하기 시작
 - ‘여기어때’는 장애인 이용 가능 객실(무장애 객실) 설치를 비롯하여 국내 숙박앱 최초로 장애인 편의 숙소 검색기능을 탑재
 - 장애인 편의 숙소 시설의 의무설치가 잘 지켜지지 않고, 시설이 있는 곳의 수준은 이용의 불편함을 해소시키지 못하는 것으로 조사되어 개선을 위한 많은 노력 필요
 - 반려동물을 기르는 사람들이 증가하면서, ‘여기어때’는 반려동물을 동반한 숙소 검색기능도 도입하여 반려동물 숙소가 2017~2019년 사이에 757% 증가하였고, 펜션, 게스트하우스, 캠핑·글램핑, 호텔 등으로 다양하게 판매
- 숙박 시장 유형과 여가 활동 범주가 새롭게 다양하게 성장
 - 숙박 시장에는 혼텔(혼자 호텔 이용)부터 파티를 위한 파티룸, 호텔에 투숙하며 바캉스를 즐기는 호캉스, 펜션에서 바캉스를 즐기는 펜캉스 등 다양한 숙박 상품 등장
 - 알뜰 상품부터 고급 상품(고급 숙소, 블랙 숙소)으로 분류하여 판매
 - 생활 반경 내 개인의 취미 및 여가 활동(등산, 테니스, 야외활동 등)에서 아웃도어 스포츠(골프, 승마 등), 익스트림 스포츠(패러글라이딩, 경비행기, 서핑)로 활동 반경이 확대되고 활동 유형도 다양화



토론 정리와 전문가 코멘트

- 관광스타트업의 사업 영역이나 성격이 특수하여 업종을 정의하기가 모호하고, 자본력이 미약하여 민간의 투자를 받는 것이 중요한 과제
 - 업계에서는 관광스타트업의 정의가 어려우며, 자본이 적은 소규모 회사들이 다양하게 분포하고 있어 관광스타트업종 분야에 대한 고민이 필요
 - 관광스타트업의 연수나 규모, 능력 등이 다른 분야의 스타트업에 비해 미약한 실정
 - 개별 사업자들이 민간 투자자들을 만나는 것이 중요하고, 투자 규모가 사업 초기의 성패를 좌우
- 개별 관광객이 늘고, 방문 목적지의 다양화, 단순한 여행지로의 방문에서 벗어나 체험활동 등이 늘어나면서 다양한 관광시장의 수요를 충족시켜줄 관광스타트업의 역할이 중요
 - 관광시장의 수요나 파급효과가 커서 유니콘 기업의 탄생을 기대하지만, 관광환경 및 관광 트렌드의 변화에 따라 소규모 사업체의 역할도 중요
 - 개별관광객이 늘어나면서 개인이 관광하기에 편리한 서비스를 제공해줄 관광업체가 필요
 - 개인의 관광 욕구를 충족해줄 수 있는 것은 다양한 서비스를 제공할 수 있는 소규모 업체가 적합하고, 이러한 업체의 건강한 산업생태계를 조성하는 정책을 만드는 것이 중요
- 대중에게 인기 있는 관광스타트업의 자본 규모는 대부분 중견기업 수준으로 이용 서비스 제공의 전문성이 대기업에 비해 다소 미약한 실정
 - 콘텐츠 사용과 파급력에 비해 업체의 운영 상황 및 능력은 중견기업 수준이며, 업체 관계자들은 고객이 기대하는 양질의 서비스를 제공하기에는 아직 역부족이어서 개선을 위한 노력을 꾸준히 하고 있음
 - 여기어때, 야놀자 등 직원 수는 증가하고 있지만, 대기업으로 분류되지 않고 있으며, 이용고객이 늘면서 이용 서비스에 기대치가 매우 높은 상태
- 소규모 관광스타트업의 영업을 위한 자금 지원도 중요한 부분이지만, 영업 활성화를 가로막는 제도적 제약 완화와 동시에 사업 성장에 따른 고객 피해를 예방하는 매뉴얼 마련에도 신경 써야 함
 - 관광스타트업 판매 상품 중 체험프로그램이 증가하면서 개인사업자(호스트)가 등장하고 있지만, 이들이 관광 안전에 대한 기본 수칙이나 사고에 대응하는 전문성을 갖추었는지는 검증이 어려움
 - 관광스타트업 운영자는 수많은 참여자(호스트 및 관광객)의 안전을 위한 가이드라인과 매뉴얼을 갖추는 시스템을 필수적으로 마련해야 함
 - 상품 예약 및 이용 과정에서 고객이 피해를 입는 상황이 발생하지 않도록 하고, 사고 발생 시 이를 해결할 수 있는 대응 매뉴얼 구축도 필수
 - 서울시의 관광스타트업에 대한 지속적인 관심이 사업 운영에 많은 도움이 되고 있으며, 실제로 자금 지원을 비롯하여 공간지원 등 다양한 지원 정책이 시행 중임
 - 공공과 민간의 협력으로 관광스타트업계 관계자들은 관광시장의 성장을 견인하는 관광 아이템과 콘텐츠를 발굴하려고 함



[부록 그림 2] 관광스타트업 민생경제 현장점검 포럼