

ISSUE PAPER

서울시, 관광산업 생태계 안정화대책 추진하고 포스트코로나 시대 미래준비 대책도 병행 필요



서울연구원
The Seoul Institute

반정화 박희석 김수진



CONTENTS

01 **코로나19 사태로 관광산업 ‘총체적 위기’ 직면**

- 1_코로나19로 전 세계 관광산업 ‘전례 없는 위기’
- 2_코로나19로 서울시 관광산업 생태계 ‘붕괴 위기’

02 **국내외, 코로나19 피해 관광업계에 다각적 지원**

- 1_중앙정부, 금융·고용·세제 등 다양한 지원정책 시행
- 2_서울시, 단계별 전략으로 관광생태계 안정화에 노력
- 3_해외 주요국가, 지속가능한 관광생태계 구축에 앞장

03 **서울시 관광산업, 포스트코로나 대응전략 시급**

- 1_항공사 등 주요 관광업종, 2020년 매출 큰폭 감소
- 2_단기: 관광산업 붕괴 막기 위한 종합 지원책 필요
- 3_중장기: 스마트관광기반 등 새 시대 대비책 ‘필수’

요약

코로나19 확산 속 전 세계 관광산업의 위기·회복 기대 공존

코로나19의 세계적 대유행(팬데믹, 2020년 3월) 선언 이후, 국내외 경제 위기로 여행 수요가 불투명해지면서 관광산업은 전례 없는 위기를 맞고 있다. 전 세계가 여행을 제한하고 국경을 폐쇄하면서 교통, 숙박, 외식산업, 여행사와 같은 관광업계의 어려움이 커지고 있다. 질병 정보와 백신이나 치료제 등의 기대감으로 경제의 회복 기대도 있지만, 관광산업의 빠른 회복은 시기상조로 보인다. 코로나19 사태로 여행행태가 변화하면서 단체보다 개인이나 소규모 집단, 실내보다 실외와 같은 자연환경이 주목받고 있다. 비대면 서비스가 관광산업에 영향을 미치면서 관광산업의 생태계에도 변화를 가져오고 있다.

관광산업 안정화·생태계 붕괴 막기 위한 종합 지원대책 절실

코로나19 피해가 가중되면서 해외는 물론 우리 정부도 관광산업의 피해회복을 위해 지원하고 있다. 서울시는 관광업계 위기 극복을 위해 '서울관광 활성화 대책(2월, 8월)'을 발표하였다. 재난지원금, 고용유지지원금, 용자 확대 등의 금융지원부터 지역소비 촉진 사업, 서울홍보 캠페인 등 소비 진작을 위한 지원책까지 제시하였다. 신속 정확한 방역체계 구축과 질병 발생 대응 가이드라인 등 방역과 안전도 최우선으로 하고 있다. 내년 경제성장률은 2.9%로 예측되고 있지만, 관광산업 회복은 여전히 불투명한 상황이다. 서울시의 여행업이나 항공, 면세점, 숙박 등의 매출 감소는 적지 않으며, 지속된다면 관광산업 생태계는 물론 연관 사업에도 영향을 미칠 것이다. 서울시와 유관기관의 장기적 대책과 협력이 요구된다.

서울시, 관광산업 생태계 안정화·미래준비 대책 동시 추진해야

여행업의 붕괴는 관련 산업으로 여파가 이어져 생태계 전반으로 번질 가능성이 크다. 정부와 협력 등으로 위기를 막아야 하며, 사업체의 운영 현황과 당면 어려움을 정확히 파악해 분야별 세부 지원대책이 필요하다. 정부와 지자체, 유관기관이 협력해야 한다. 코로나19 사태가 불러온 변화, 이후에 나타날 관광산업의 변화를 주시할 필요가 있다. 동시에 비대면 시대 안전한 서울관광을 경험할 수 있도록 시스템이 개선돼야 한다. 위기를 기회로 삼아 낙후된 서울의 관광인프라 개선 사업을 추진하고 국내 관광을 활성화할 수 있는 방안을 논의할 필요가 있다.

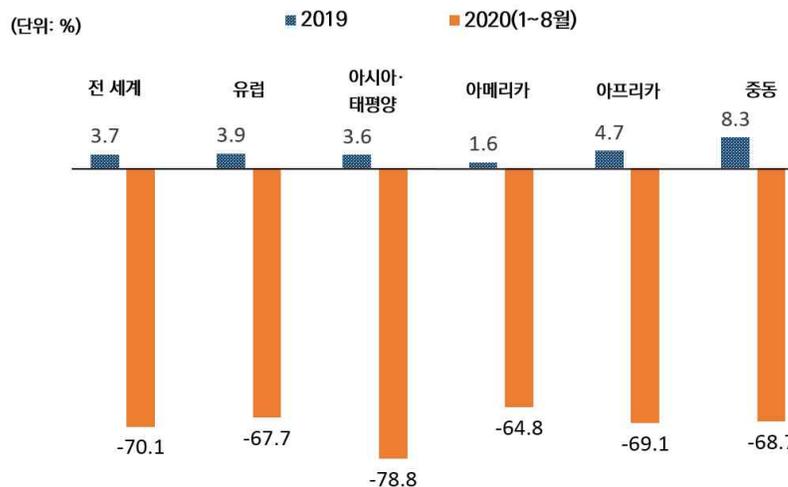
01 코로나19 사태로 관광산업 ‘총체적 위기’ 직면

1_코로나19로 전 세계 관광산업 ‘전례 없는 위기’

코로나19 확산에 따른 국경폐쇄·여행금지 등의 조치로 국제관광객은 큰폭 감소

코로나19가 세계적 대유행으로 전개되면서 국내외 경제 위기가 심화되고 여행수요가 불투명해지는 등 관광산업의 위기가 장기화 국면을 맞고 있다. 코로나19 사태는 우리 사회 전반에 많은 변화를 가져왔다. 지난 2020년 3월 코로나19의 세계적 대유행(팬데믹) 선언 이후 국제관광 시장은 정지된 상태와 다름이 없다. 코로나19의 확산을 막고자 전 세계는 해외입국자에 국경폐쇄, 여행금지 등의 강력한 제한 조치를 시행하고 있다. 관광활동과 같이 장거리 이동과 대면 접촉을 통해서만 경제적 행위가 가능했던 산업은 경제활동 자체가 멈춰버렸다. 방문 국가(목적지) 기준, 해외입국을 제한하는 국가는 현재 163개국이며, 한국발 입국자에 입국 관련 조치 해제를 허용한 곳은 24개국에 불과하다.¹

올해 전 세계에서 국외를 이동한 해외입국자 수는 전년 동기에 비해 큰 폭으로 감소하였다. 코로나19 확산 초기였던 2020년 1분기 기준, 전년 대비 22%(6,700만 명) 감소하였고, 3월에는 전년의 57% 수준으로 급감하였다(UNWTO, 2020년 5월). 코로나19의 확산세가 이어지면서 8월에는 전년 동기보다 70%까지 감소하였다. 대륙별로 아시아·태평양 지역은 감소율이 가장 높아 전년에 견줘 78.8%까지 감소하였다(UNWTO, 2020년 10월).



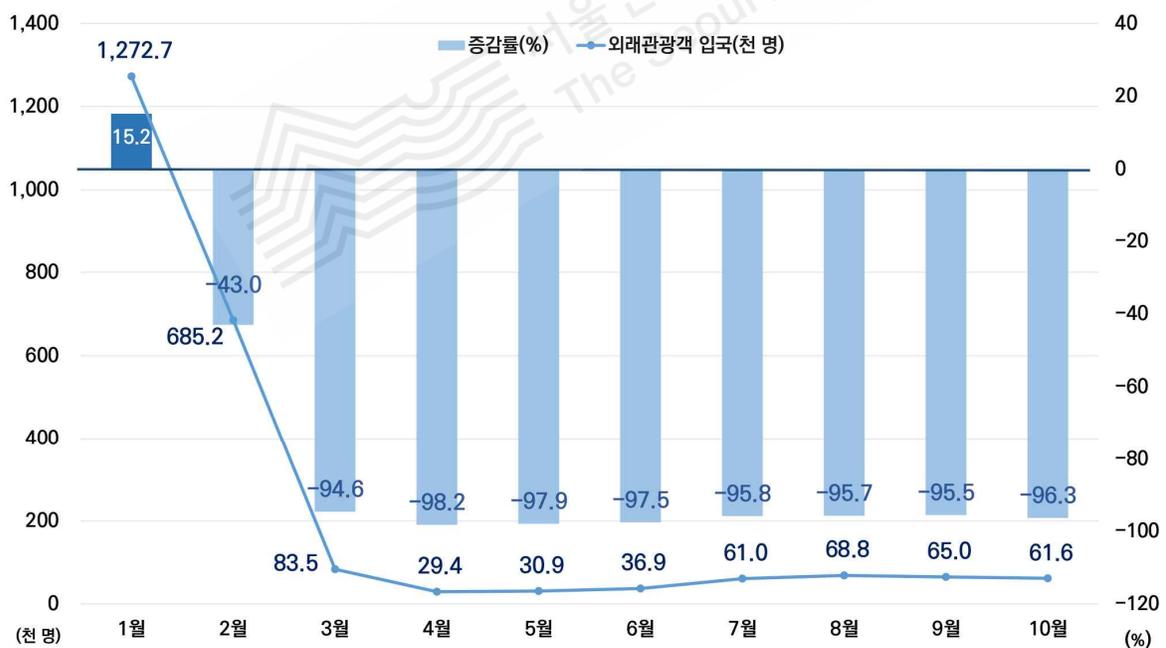
[그림 1] 코로나19로 감소한 대륙별 해외입국자 비율(UNWTO, 2020.10)

¹ 2020년 11월 10일 기준으로, 유럽 국가들이며 국가별 입국 관련 절차와 기준은 다름

코로나19 사태가 지속되면서 우리나라 관광산업의 피해 장기화 우려도 더 커져

코로나19 사태가 진정되지 않고 있으며, 입국금지, 자가격리, 항공·선박 운항 중단 등으로 2020년 1~10월 방한 외래관광객은 1월을 제외하고 급격히 감소하였다. 팬데믹 선언(3.11) 이후 방한 외래관광객 수는 전년 동기(기준 100)의 5% 수준에 그쳤다. 방한 외래관광객은 1월 1,272.7천 명(전년 동기 대비 15.2% 상승)이었지만, 국내 코로나19 상황이 본격적으로 악화된 2월부터는 감소(-43%)하기 시작하여, 3월에 -94.6%, 4월에는 -98.2%로 최저점을 찍으면서 이후 계속해서 -95% 이하 수준을 밑돌고 있다.

2020년 1월부터 10월까지 국내 관광수입과 관광지출 자료를 보면 2월부터 수입·지출의 감소세가 나타나고 있다. 관광수입은 2월(전년 동기 대비 -26.2%) 이후 계속 감소하고 있다. 관광수입 감소율은 4월에 83.2%로 가장 높았고, 이후에도 70% 넘는 상황이 계속되고 있다. 관광지출 감소율은 1월에 6.7%이었지만, 이후 커지면서 5월엔 81.4%에 달했고, 이후 매달 70% 이상 수준을 보이고 있다. 국내 코로나19 사태로 해외관광이 어려워 국내관광 중심으로 구조가 바뀌고 있지만, 코로나19 확진자가 'n차발 감염'으로 이어지면서 국내관광에도 빨간 불이 들어오고 있다.



자료: 한국관광공사, 2020.

[그림 2] 코로나19로 감소한 방한 외래관광객 수(2020년 1~10월)

[표 1] 국내 관광수입 및 관광지출 통계(2020년 1~10월)

2020년	관광수입 (백만 달러)	전년 동기 대비 증감률(%)	관광지출 (백만 달러)	전년 동기 대비 증감률(%)
1월	1,579.7	2	2,507.3	-6.7
2월	1,147.5	-26.2	1,418.2	-35.7
3월	729.8	-67.2	881.5	-59.9
4월	351.8	-83.2	577.5	-75
5월	426.6	-77.8	457.3	-81.4
6월	414.5	-73.2	670.8	-72.6
7월	496.7	-71.6	671.2	-73.8
8월	505.6	-72.7	677	-72.1
9월	472.3	-72.3	661.1	-70.3
10월	464.2	-74.0	756.4	-68.1

자료: 한국관광공사, 2020. *수입 및 지출액은 잠정치

전 세계적인 여행 제한·국경폐쇄는 관광산업·유관업종의 피해로 이어지는 실정

전 세계적인 여행 제한과 국경 폐쇄는 교통, 숙박, 외식산업 등의 매출 감소로 이어지고 있다. 항공 여객 분야의 글로벌 매출 손실은 2020년 2,252억 달러로 추산되며, 총 매출액은 2019년의 44%의 수준이다(2020.03.23, IATA). 호텔이나 에어비엔비(AirBnB)는 예약이 취소되거나 예약 자체가 이루어지지 않는 사례도 다반사이다. 관광대국으로 알려진 이탈리아, 체코, 그리스 등의 11개국 호텔 객실 이용률은 3월 15일~21일 동안 작년보다 90% 이상 감소했다고 한다. 세계 3대 크루즈 회사의 지분은 올해 초기 대비 60%나 감소하였다(2020. 03. 13.). 관광이 어려워지면서 해외 유명 관광지의 식당, 카페 등이 영업을 중단하였고, 관련업 종사자들이 일자리를 잃었다. 대규모 행사 취소가 속출하면서 피해는 더 확산되고 있다. 쉽게 끝날 듯 했던 상황들이 1년 이상 지속되면서 관광산업은 위기를 넘어 붕괴를 우려하는 목소리가 커지고 있다. 국내 상황만 보더라도 코로나19가 발생한 지 2~3달 만에 전년에 견줘 서울의 카드 사용액은 1조6,600억 원(매출의 14.7%)이나 감소하였다. 코로나 19 사태로 자동차와 음식료품 같이 반등 효과를 얻은 업종도 있었지만, ‘여행교통’ 분야는 무려 49%가 감소하였다.²

코로나19 여파 ‘밀집·밀폐·밀접’ 기피로 국내여행 수요 늘고 관광트렌드도 변화

코로나19의 여파가 지속되면서 3밀(밀집, 밀폐, 밀접)을 기피하는 현상이 관광활동도 변화시켰다. 코로나19 확산으로 해외여행이 어려워지면서 일부 수요는 국내 여행으로 전환되기도 했다. 코로나19 사태 이후 수행된 국내 여행에 관한 설문조사 결과에서도³, 국내 여행 횟수는

2 시사N, 2020.04.13., ‘코로나19 났던 서울 7주 만에 1.6조 증발’

3 한국문화관광연구원, 2020.05., 「Post-코로나19에 따른 국내여행 조사 보고서」. 온라인 조사로 수행되었으며, 조사대상 및 표본 수는 전국 17개 시도 거주 만 15세 이상 일반 국민 총 2,061명이며, 조사 기간은 4월 27일~5월 9일임

지난 2월~4월에 작년 동기 대비 22.5% 수준으로 줄었다는 것을 보여준다(응답자의 82%). 해외관광 활동 대신 국내 및 지역관광 활동을 선호하고 당일권 또는 생활권역의 국내 관광지의 호감도가 상승했다. 코로나19 종식 후 국내 여행을 계획하고 있는 경우도 많았다(응답자의 92.8%). 코로나19 영향으로 국내 여행에서 사람이 적은 지역 여행(58.4%), 승용차에서 경관 감상(51.6%), 야외활동 위주(51.3%), 평일 여행(32.5%) 등의 선호현상이 도드라졌으며, 도심의 실내 활동보다 친환경 관광지를 선호하는 경향이 높아졌다.

코로나19 사태가 종식된 이후에도 이런 여행활동 변화는 계속될 것으로 보인다. 단체관광보다 개별관광에 맞춘 관광시장 수요와 가족 단위 관광객 규모가 증가할 것이다. 관광 활동이 당일권 및 근교·생활권 중심 여가관광으로 바뀌고, 안전과 위생을 중시하면서 소규모 활동과 비인기 여행지가 주목받을 것이다. 관광지의 청결성과 낮은 혼잡도, 바이러스 프리형 자연환경도 크게 주목받을 것으로 보인다.

코로나19의 위협에 따라 관광지 적정 수용력에 고민을 하게 될 것이고, 유명세보다 새로운 국내 관광지를 선호할 가능성이 높다. 관광객의 여행행태나 패턴만 변화시키지 않고 관광산업의 생태계에도 변화가 이어질 것으로 보고 있다. 여행산업의 디지털화와 온라인 업무 확대가 가속화되면서 비대면 업무가 늘어날 것으로 보인다. 온라인 중심 업무가 강화되면서 언택트 관광산업이 확대되고, 오프라인보다는 온라인 여행사(OTA: Online Travel Agency) 중심의 스마트 관광서비스가 여행 전반으로 확장될 것이다.

[표 2] 포스트코로나 시대의 관광 트렌드 변화

수요자 측면	산업 측면	사회환경 측면
<ul style="list-style-type: none"> • 국내관광 활성화 • 당일권 및 생활권 중심의 관광 확대 • 자기차량 중심의 보충된 관광 숙박지 선호 • 관광정보 민감성 확대 • 비대면 서비스와 실시간 현황 테크 시스템 욕구 상승 	<ul style="list-style-type: none"> • 여행산업의 디지털 전환 가속 • 오프라인 관광사업 축소 • OTA(Online Travel Agency) 중심의 온라인 스마트 서비스 확장 	<ul style="list-style-type: none"> • 안전성, 위생, 청결이 여행 고려 시 우선 고려 • 근거리 비대면 소비체계 형성 • 동아시아와 동남아시아 수요 확대 • 수용력 확인을 통한 예약 플랫폼 활성화

자료: 한국관광학회 관광동향리포트(2020년 5월) 재정리

여행 제한조치 불구 틈새시장 공략 등 새로운 기회·일상 복귀 기대감은 여전

코로나19 사태가 장기화되면서, 방역 방법이나 신종 감염병 정보가 누적되고 치료제와 백신도 하나둘씩 나오고 있다. 글로벌 경제 회복의 절대적 필요성, 부분적인 안정세 등이 복합적으로 고려되면서 일부 국가는 제한 완화 조치를 시행하고, 국가나 이동도 허가하고 있다. 우리나라도 모든 외국인에 대한 기존 발급 비자효력 잠정정지, 비자면제협정 및 무사증입국 잠정 정지, 신규 비자발급 심사 강화 등의 조치가 이루어졌지만(법무부, 2020.04.09. 기준), 비즈니스 목적 등과 같은 제한적 상황에서는 조치가 완화되고 있다.

코로나19 백신 개발 기대가 커지고 해외 관광활동의 재개 가능성 등 긍정적 분위기가 형성되고 있지만, 2019년 이전 수준으로 회복하기 위해서는 2~3년 이상이 걸릴 것이라고 전문가들은 예상하고 있다⁴. 코로나19 백신개발의 성공에도 감염환자 수의 증가세가 이어지고 있다. 당장의 회복은 기대하기 어렵지만, 관광 기대감이나 새로운 틈새시장을 공략하는 움직임이 일부에서라도 있다는 것은 긍정적인 신호이다.

코로나19 사태로 영업을 불가능한 초대형 크루즈선을 활용하여 여행하는 기분을 느끼도록 하는 상품이나, 여행을 가지 못한 아쉬움을 달래기 위해 기내식만을 판매한다거나, 비행기를 타고 출발지로 회항하여 되돌아오는 상품을 기획하는 등의 자구책도 나오고 있다. 랜선여행으로 심리적 위안을 삼으려는 상품도 출시되고 있다. 잠재 관광객들을 대상으로 한 지역의 관광홍보는 미래 관광산업을 준비하기 위한 노력이다. 국내외에서 인기를 끌고 있는 ‘이날치 관광홍보 영상’이나, ‘BTS’가 참여한 서울시 관광홍보 영상은 온라인 의존도가 높아진 일상을 잘 활용한 성공적인 사례이다.

[표 3] 코로나19 이후 국내외 관광활동 회복을 위한 변화

구분	주요 내용
기존 상품을 새롭게 활용 (변화에 맞추어 신규 상품개발)	- 관광버스를 활용한 ‘미로체험’ 상품 개발, 코로나로 발 묶인 초대형 크루즈선을 활용 - 매물로 나오는 특급호텔, 문 여는 특급호텔...코로나가 바꾸는 호텔 지형
가상 관광상품으로 심리적 위안	- 가짜여행 상품, 슬리퍼 케이크 등으로 관광 욕구를 충족시켜주는 상품
홍보를 통해 잠재관광객 대상의 마케팅 활동	- ‘BTS’, ‘이날치’ 홍보영상으로 서울과 한국관광 효과 기대
안전을 유지하면서 관광활동 재개	- 주요 관광지에 ‘추캉스족’ 북적...마스크, 거리두기 꼭 - 6개월 만에 빗장 푸는 태국, 첫 입국 대상은 중국관광객 - 日, 올림픽 관람객 입국 허용 검토, 대회 개최 의지 강조

출처: 서울시관광협회, 2020, 뉴스기사 모음

2_코로나19로 서울시 관광산업 생태계 ‘붕괴 위기’

명동·동대문·이태원 등 대표 관광지는 유동인구 줄어 상권내 폐·휴업장, 공실 속출

코로나19발 관광객 감소 여파는 서울시 관광사업체 운영에 큰 영향을 미치고 있다. 외국인 관광객들이 주요 고객인 명동이나 동대문, 이태원, 인사동과 같은 서울의 대표 관광지는 더 큰 피해를 겪고 있다. 명동이나, 동대문, 이태원 관광특구는 코로나19에 따른 외래관광객과

4 EU, 세계은행, 미연방준비은행 등

유동인구 감소로 특구 내 상권 전체가 매출이 감소해 경영난을 겪고 있다⁵. 사태가 장기화되면서 정부 및 서울시, 지자체가 지급한 재난지원금과 고용유지지원금은 업장 운영에 일시적인 도움은 되었지만, 관광특구의 소비 활성화까지는 이어지지 못했다.

외래관광객에 의존도가 매우 높은 명동관광특구는 2016년 사드(THAAD) 배치 사태 이후 감소한 중국 관광객이 2019년 하반기에 겨우 늘기 시작했는데, 코로나19 사태가 다시 위기 상황을 만들었다. 외국인뿐만 아니라 내국인의 방문도 감소하면서 명동 일대의 유동인구가 크게 줄었으며, 상권매출 감소는 사업장의 폐·휴업으로 이어지고 있다. 건물의 공실도 늘어나 명동 중심거리인 '명동 8길'과 이면 도로(명동 4,6,10길 등)에 빈 상가들이 늘고 있다. 동대문관광특구도 외래관광객과 패션 관련 바이어의 방문이 많은 곳으로 방문객이 크게 줄어들었다. 코로나19 사태로 소비심리가 크게 위축되어 외국인뿐 아니라 내국인의 의류구매율도 현저히 떨어져 인근 쇼핑몰의 매출이 급감하여 폐·휴업으로 이어지며, 상권 내 호텔의 공실률도 높아지고 있다. 요식업종이 많이 분포한 이태원 관광특구는 국내외 20~30대의 방문객 비중이 높은 곳으로, 지난 5월 이태원 클럽발 집단감염으로 인근 상가들은 일시적으로 영업을 중단하는 등의 위기를 겪었으며, 감염 우려 등으로 유동인구도 크게 줄어 매출이 대폭 감소하였다. 임대료를 인하해주는 업장도 있지만 매출 감소로 폐·휴업하는 업장이 늘어나고 있는 상황은 여타 상업지역들과 다르지 않다⁶. 명동, 동대문, 이태원 관광특구의 방문객이 크게 줄면서 상권이 침체되고, 이를 타개하기 위해 자체적인 방역 노력을 하고 있지만 여전히 확진자가 증가하면서 상권의 회복세를 기대하기 어려운 실정이다.



〈명동 8길〉



〈이태원〉

[그림 3] 관광특구 주요 거리의 공실

5 서울시 명동, 동대문, 이태원 관광특구 관계자 심층 인터뷰(2020년 11월)

6 중앙일보, 2020.11.02., <https://news.joins.com/article/23909222>

〈서울시 주요 관광특구 심층 인터뷰(2020년 11월)〉

1. 명동 관광특구 관계자

명동의 중심거리는 임대료가 비싸지만 언제든지 들어와 장사할 사람들이 있었다. 코로나19 확산이 시작된 상반기부터 명동의 방문객이 줄어 상인들은 경영난을 겪었지만, 그래도 명동 상권의 인지도가 있어 적자 상황에서도 버텼다. 하지만 코로나19가 장기화되면서 건물주들이 임대료를 삭감해주었음에도 불구하고, 운영을 감당할 수 없어 폐업하는 곳이 속출하고 있다. 중심거리의 상가들이 4~5집 건너 비어있는 상태이고, 거리를 채우던 노점상도 휴업하는 곳이 많아 거리가 텅 비었다.

2. 동대문패션타운 관광특구 관계자

코로나19로 경기가 더 침체되면서 국민들이 의류구매에 돈을 쓰지 않고 있다. 외래관광객도 줄고, 해외 바이어들이 직접 와서 도매로 구매해갔는데, 자가격리 기간 등 입출국이 제한되니 이를 감수하고 직접 물건을 보러오는 바이어들이 거의 없다. 특구 내 복합쇼핑몰에 입점한 수많은 매장은 매출이 거의 없어 임대계약 연장을 하지 않은 곳이 상당히 많다. 신규 OO쇼핑몰은 매장별 계약 갱신 시기가 올해 10월로 비슷한데 대부분이 재계약하지 않아 건물 전체가 비어있다.

3. 이태원 관광특구 관계자

이태원은 클럽발 집단감염의 악재로 한동안 주변 상권이 경제적으로 많은 피해를 보았다. '할로윈 축제'는 이태원 주치의 행사가 아님에도 불구하고, 축제를 즐기기 위해 해마다 수많은 내국인이 자발적으로 찾는 곳이다. 방문객을 차단하기도 어려운 상황이고, 상권의 침체를 지켜만 볼 수 없어 특구 내 상인들과 협력하여 자체 방역시스템을 마련하여 대응하였다. 이태원역 2번 출구에 방역게이트를 설치하고 발열 검사, 게이트 통과 인증 도장, KF94마스크 1매를 무료 제공하여, 인근 영업장 방문 시, 방역 도장 확인과 마스크 착용을 권고하였다. SNS를 통해 할로윈 축제 집중기간(10월 30~31일) 방문 자제 요청도 하였고, 클럽들은 자체 휴업하는 등 방역에 동참하였다. 2일간 침체된 상권이 100% 방역이 안 되는 상황인 만큼 상인, 이용객 모두가 협조하고 주의를 기울였다.

서울시 관광업체 폐·휴업은 코로나19 여파로 증가세 ... 2021년 초엔 증가폭 커질 듯

코로나19 상황 악화가 업체의 폐·휴업 증가세에 어떤 영향을 미쳤는지를 파악하기 위해 연구진은 '지방행정인허가데이터 폐·휴업 자료'⁷를 검토하였다. 전반적으로 관광 관련 업종에서 코로나 발생 이전(2019년 3월~10월)과 이후(2020년 3월~10월)의 폐·휴업체의 수가 증가한 것으로 나타났다. 여행업과 숙박업, 국제회의업 관련 자료만 볼 때, 코로나 이전 총 폐·휴업체 수가 752개였지만, 코로나19 확산이 7개월 정도 진행된 이후에는 총 폐·휴업체 수가 841개로 89개가 늘었다. 폐업한 사업체도 이전보다 증가하였지만, 휴업을 택한 사업체가 이전보다 3배나 증가하였다. 일부 정부나 지자체의 지원정책으로 그나마 폐·휴업을 연장하거나, 코로나19 상황에서 폐업이나 휴업을 선택하기보다 상황이 호전될 것이라는 기대치가 반영되어 크게 증가하지 않은 것으로 판단된다. 그러나 정부의 고용유지지원금이 끝나는 11월 이후에는 관광 관련 업종의 폐·휴업이 증가할 것으로 예상된다. 여행업의 폐·휴업 비중을 보면, 오히려 국내여행업과 국외여행업은 코로나 이후 폐업체 수가 줄어든 반면, 휴업체 수는 늘어났다.

코로나19 여파로 이용객 전멸에 따른 여행사의 매출 감소가 크에도 불구하고, 2019년이

7 지방행정인허가데이터를 활용하여 2020년 3월부터 10월 현재까지의 서울 소재의 휴·폐업 사업체를 파악함. 코로나19 여파에 따른 세부 업종별 휴·폐업 상황을 파악하기 위해 전년 동기(2019년 3월~10월)와 비교하여 분석함

2020년보다 폐업사업체 수가 더 많은 이유는 정부정책(고용유지지원금, 재난긴급자금) 등으로 폐업을 유예하는 사례나, 지원금을 받으면 연말까지 영업장을 운영해야 하므로 쉽게 폐업할 수 없는 구조 때문이다. 숙박업도 숙박시설이 고정자산인 탓에 발생하는 고정비 비중이 높다는 점 때문에 업주들이 폐업보다는 휴업을 선택하도록 하여 코로나19 이전보다 증가하였다. 국제회의업 중 국제회의기획업은 코로나19 사태로 회의 개최가 연기되거나 취소되면서 휴업을 하기보다 폐업하는 경우가 많았다. 이후 코로나19의 상황이 호전되지 않는다면 지금까지는 휴업조차도 견디지 못하고 폐업의 수순을 밟는 사례가 증가할 것으로 예상된다.

[표 4] 서울 소재 주요 관광업종의 폐업 및 휴업 현황

업종 구분		2019.3 ~ 2019.10		2020.3 ~ 2020.10		2020년 10월 말
		폐업	휴업	폐업	휴업	영업중
여행업	국내여행업	93	4	53	7	1,199
	국외여행업	176	8	151	31	3,368
	일반여행업	242	10	271	12	3,401
	소계	511	22	475	50	7,968
숙박업	관광숙박업	7	-	11	7	451
	외국인관광 도시민박업	98	2	116	18	1,222
	숙박업	109	-	153	-	2,834
	소계	214	2	280	25	4,507
국제 회의업	국제회의기획업	3	-	11	-	706
	국제회의시설업	-	-	-	-	1
	소계	3	-	11	-	707
총계		728	24	766	75	26,364

자료: 지방행정인허가 데이터 개방

또한, 2019년(3월~10월)과 2020년 동기간에 폐업한 여행사의 업력을 살펴보았다. 2019년과 2020년에 4~9년 이하 업력을 지닌 여행사의 폐업이 가장 많다는 공통적 특징이 있으며, 2019년에는 311개, 2020년에는 273개가 폐업하였다.

[표 5] 서울 소재 여행사의 업력에 따른 폐업사업체 수 비교(2019~2020년)

(단위: 개)

업력*	2019년	2020년
0~3년 이하	27	6
4~9년 이하	311	273
10~19년 이하	125	117
20~29년 이하	41	66
30년 이상	7	13
총계	511	475

*사업체 최초 인허가 연도와 폐업 연도 차이를 계산

자료: 지방행정인허가 데이터 개방

코로나19 사태 이후 여행업종의 폐업을 신청한 475개 업체의 업력을 살펴본 결과, 업력 20년 이상의 여행사 중에서 폐업한 사업체 수는 2019년(48개)보다 2020년(79개)이 더 많았다. 20년 이상의 업력을 가진 업체가 전년 대비 약 1.7배 증가했다는 사실은 코로나19에 따른 전 세계적인 관광활동 중단으로 업력이 긴 여행사도 경영난이 더욱 가중되어, 폐업상황을 피하지 못한 것을 시사한다. 사업체 폐업 자료가 갖는 한계가 있지만 코로나19 사태로 관광업종의 상황이 악화되고 있는 것은 피할 수 없는 현실이다.

코로나19 사태에 따른 서울시 여행업 붕괴는 관광산업의 생태계 위기로 이어질 듯

코로나19 사태로 서울시 관광산업이 위기에 직면한 상황은 상위권 대형 여행사들의 대응에서도 나타나고 있다. 국내의 도매 여행사 중 업계 매출액 상위권에 속하는 ‘하나투어’와 ‘모두투어’는 업체 규모에 차이는 있지만, 두 회사의 분기별 실적은 매출액 및 영업손실액 등에서 전년 동기 대비 감소율이 시간이 지날수록 증가하고 있다. 하나투어와 모두투어의 2020년 1분기 매출액은 각각 전년 동기의 50.6%, 52.1% 수준으로 감소하였으며, 2분기 및 3분기 매출액도 각각 전년 동기의 95% 이상으로 감소하는 등 회사운영 자체가 어려운 상황이다.

[표 6] 국내 주요 여행사 2020년 분기별 실적

여행사	매출액(억 원)			영업손실액(억 원)			전년 동기 대비 매출 감소율(%)		
	1분기	2분기	3분기	1분기	2분기	3분기	1분기	2분기	3분기
하나투어	1,108	96.6	100.7	275	518.4	302.4	50.6	95.06	94.5
모두투어	442	30	29.4	14	93.4	74.5	52.1	95.7	95.8

자료: 기업 분기보고서 재정리

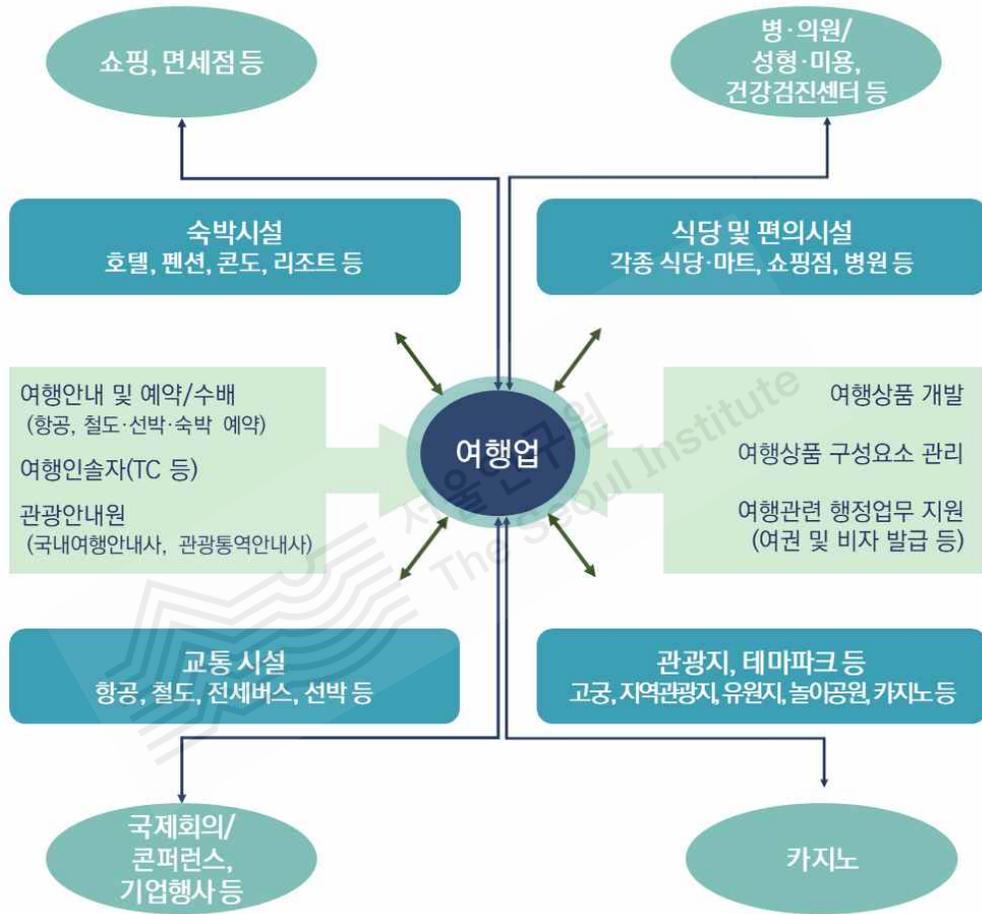
코로나19 사태가 장기화되고 경감될 기미가 보이지 않고 있는 상황 속에서, 내국인의 국내 여행 활동이 나타나고 있지만 여행산업 전반의 회복에 기여할 수준은 아니다. 여행사는 인력 무급휴직, 인원 감축 등이 불가피한 상황이다⁸. 하나투어는 2020년 6월부터 필수 인력을 제외하고 전 직원이 무급휴직 중이었지만, 11월 13일에 전 직원의 무급휴직을 4개월 연장하였다. 주요 여행사 역시 휴직·퇴직을 접수하고 있는 상황이다. 노랑풍선은 7월부터 무급휴직, 롯데관광은 8월부터 희망퇴직을 접수하였다. 한진관광은 10월부터 희망퇴직, 롯데JTb는 10월부터 희망퇴직, 모두투어는 8월부터 무급휴직을 신청받았다. 지난 10월 NHN여행박사는 직원 240명 중 14명만을 남기고 정리해고를 하였으며, 인터파크투어 해외사업부는 11월부터 무급휴직을 하고 있다⁹.

코로나19 피해가 커지면서 발생하는 상위권 도매여행사의 붕괴는 관광산업의 생태계 붕괴

8 투데이코리아, 2020.11.17., <http://www.todaykorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=279503>

9 중앙일보, 2020.11.02., <https://news.joins.com/article/23909222>

조짐을 의미한다. 대형여행사 붕괴가 수많은 중소형 여행사의 위기로 이어지는 소위, '도미노 현상' 처럼 위기가 급격하게 번지면서 여행업 전반의 위기로 갈 가능성이 크다. 여행업의 붕괴는 관련 업종인 호텔업과 관광 관련 서비스업과 소매업 전반으로 확산될 것으로 우려된다. 여행업만 보더라도 관광은 물론 쇼핑, 의료, 외식, 교통, 여가활동 등 매우 많은 분야와 연관되어 있기 때문에 그 여파도 함께 고려되어야 한다.



[그림 4] 여행업 업무구조와 연관 산업과의 관계

2020년 하반기에 접어들어 사회적 거리두기의 단계적 격상에 따라 국내 여행시장도 피해가 점차 커지는 것으로 조사되었다. 방한 외국인관광객이 전무한 상황에서 코로나 확산이 심화되어 사회적 거리두기 단계가 격상됨에 따라 국내여행, 단풍여행, 수학여행까지 중단되었다. 국내 단체여행의 중단에 따른 업계의 매출과 일자리 감소가 연쇄적으로 나타나고 있다. 관광버스 이용이 급감하여 전세버스 운영업체 폐업과 관광버스 기사들의 이직 및 권고사직 등의 어려움에 직면하고 있다. 국내·외 단체관광객이 이용하는 단체전문 관광식당도 코로나19의 여파를 고스란히 받고 있어 매출상황이 악화되고 있다. 주요 호텔은 객실이용률 감소로 일시적으로 영업을 중단하고 내부수리를 하거나, 건물 용도변경을 고려하거나, 회생이 불가능하여 폐업하려는 입장도 다수인 것으로 조사되었다.

문제는 붕괴된 여행업이나 관련 업종들이 코로나19가 끝났을 때 회복되기가 쉽지 않다는 점이다. 이번 여행업의 위기가 다수 난립이 정리되는 기회라는 일부 의견도 있지만, 산업의 전반적 붕괴는 회복을 고려할 때 유지를 위한 지원책 마련이 시급해 보인다. 호텔업은 숙박시설이라는 건물이 존재해야만 상품 판매가 가능하기 때문에 호텔업의 회복엔 상당 시간이 걸린다는 점을 고려해야 한다. 그뿐만 아니라 관광업은 전문 서비스 능력을 보유한 인력에 대한 의존도가 높은 만큼 기존 인력의 누수를 막는 것도 필요하다.



02 국내외, 코로나19 피해 관광업계에 다각적 지원

1_중앙정부, 금융·고용·세제 등 다양한 지원정책 시행

관광업장 고용주·근로자 경제난 극복하려고 자금지원, 보증확대, 생계비용 등 지급

중앙정부는 코로나19의 피해를 입은 기업 운영자와 근로자를 위해 금융, 고용, 세제, 운영·경영 등에 대한 다양한 지원정책을 펼치고 있다. 관광업장의 고용주 및 근로자의 경제난 극복을 위해 자금지원, 보증 확대, 생계비용 지원, 세금납부 유예 등의 사업이 추진되었다. 문화체육관광부는 여행업, 관광 관련 숙박업, 휴양업 등 24개 업종을 대상으로 관광진흥개발기금 신용보증부 운영자금 특별용자를 지원하기도 하였다. 지원 규모는 약 500억 원이며 1인 최대 2억 원까지 가능하도록 하였다. 숙박업장, 외식업장, 공연장 등 업체마다 손소독제, 마스크 등의 방역물품을 지원하고, 소독실시 등 방역체계를 강화하여 방문객의 불안감을 차단하고 안전한 관광환경 조성을 위해 노력하고 있다. 침체된 관광시장의 활력을 제고하고자, 홍보·캠페인, 분쟁 해결, 대규모 행사 개최 조정 등 각종 대응책이 시행되고 있다. 아울러 내국인 국내 관광활동 활성화를 위해 근로자 국내 휴가비용 지원을 확대하였다. 1천여 개 여행상품에 여행·숙박·외식 등 30% 할인권을 제공하고, 주말 외식 3회 이상 시 4회 차에 1만 원 할인 등을 제공하며 소비활성화를 장려하였다. 공공부문 우수부서와 직원에 대한 격려금 및 포상금을 ‘코로나19 극복 국민관광상품권’으로 선구매해 지급하기도 하였다. 그러나 코로나19의 확산세가 계속되면서 국내여행 지원이나 확대를 위한 대책들조차 원활하게 수행할 수 없는 상황들이 이어지고 있다.

[표 7] 코로나19 극복을 위한 중앙정부의 관광업계 지원대책

분야	세부 지원 내용
TF 구성 및 회의	<ul style="list-style-type: none"> 산업별(관광) 현장간담회 개최(2.6)하고 부총리 등 현장 방문, 실태 점검
금융	<ul style="list-style-type: none"> 관광기금 일반용자 운영자금 확대 및 조기 지원 관광기금 용자원금 상환 의무 유예 관광기금 신용보증부 운영자금 특별용자 소상공인 12조 원 초저금리 금융지원 패키지 미소금융 창업·운영자금 지원
고용/근로	<ul style="list-style-type: none"> 고용유지지원금 지원 확대 4대 사회보험 납부유예 및 감면지원 가족 돌봄 비용 긴급지급 특수형태근로자·저소득노동자 생활안정자금 용자지원

분야	세부 지원 내용
세제	<ul style="list-style-type: none"> • 내국세 신고·납부기한 연장 및 징수·체납처분 유예 • 지방세 신고·납부기한 연장 및 징수·체납처분 유예 • 관세 납기연장, 당일 환급, 관세 조사 유예 등
보증	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19 피해기업 특례 및 우대 보증 • 코로나19 피해기업 대출 보증기한 연장
운영·경영	<ul style="list-style-type: none"> • 호텔 등급평가 유예 및 유원시설 안전점검 수수료 감면 • 관광업계 위기에 대응할 수 있는 종사자 교육지원 • 관광기업지원센터 내 코로나19 상담창구 운영 • 공항 상업시설 임대료 감면 추가 지원 • 카드사 혜택 확대
국내관광 활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 숙박·여행·외식 할인권 지급 • 공공부문 코로나19 극복 국민관광상품권 발행
안전·방역	<ul style="list-style-type: none"> • 전국 유원시설 방역체계 및 시설 점검 • 숙박·외식업체 방역물품 지원 및 방역 강화, 전국 공연장 방역용품 지원 • 여행경로별 안전여행 가이드(한국관광공사, 문체부 제작) 제작

2_서울시, 단계별 전략으로 관광생태계 안정화에 노력

서울시, 이미 구축한 질병발생 대응시스템·가이드라인 활용 신속한 정보 제공·대응

코로나19의 확산이 장기화되면서 서울시 관광산업도 위기 상황이 계속되고 있다. 서울시는 감염병 확산에 따른 지역별 방역체계 구축 및 확산방지 활동을 비롯해 관광산업의 피해 지원과 복구를 위한 지원정책을 시행하고 있다. 코로나19 대응에서 어려운 점 중 하나가 질병 정보 부족이다. 그러나 비슷한 경험의 유무 차이는 큰 힘을 발휘하였다. 2015년 메르스 사태를 겪으면서 서울시는 질병 발생에 관한 대응 시스템과 가이드라인을 마련해 놓았다. 안전하지 못하다는 인식이 방한 관광객 감소로 이어지면서 관광업계는 고스란히 타격을 떠안을 수밖에 없었다. 서울시는 질병 대응 체계 구축과 관광업의 위기관리 시스템 마련의 절실함을 인지하였고 ‘능장 대응보다는 차라리 과잉대응이 낫다’라는 말을 수용하여 적극적인 대응책을 펼쳤다. 2003년 사스 사태를 겪으면서 질병 대처 노하우를 갖고 있던 홍콩, 타이완, 싱가포르 등의 사례를 검토하면서 메르스라는 악재를 딛고 ‘안전한 서울’을 홍보하고 관광산업의 재도약을 위해 힘을 기울였다. 사스의 경험을 가진 홍콩이나 타이완, 싱가포르 등, 그리고 메르스 경험에서 대응시스템을 구축한 우리나라는 코로나19 상황에서 선전하고 있다. 지진과 화산 등의 위기관리 체계를 잘 갖춘 일본조차도 경험해 보지 못한 질병 앞에서 방역 시스템이 원활하게 움직이지 못하고 있다는 비판을 받고 있다. 코로나19에 관한 서울의 대응시스템은 메르스의 경험이 시작점이었다.

서울시 코로나19 관광대응책은 감염병위기 장기화 대비·뉴노멀시대 기술로 뒷받침

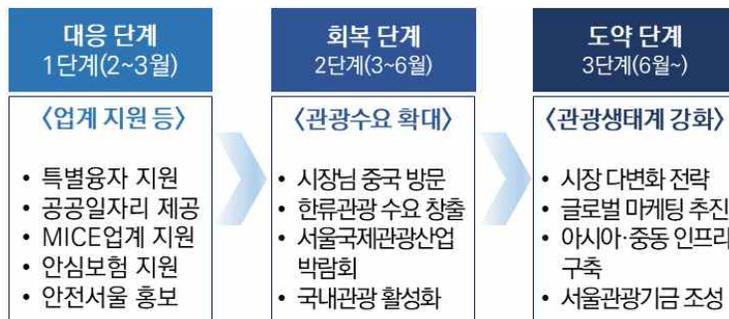
서울시는 전례 없는 관광시장의 위축과 관광산업의 피해가 심각해지자, 위기가 장기화될 점을 우려하였다. 실제로 코로나19 사태로 관광시장(인바운드, 아웃바운드, 인트라바운드)은 전반이 악화되고 있으며, 여행업·MICE업·호텔업 등 관광산업 전반에서 동시다발적으로 피해가 확산되고, 관광업계가 초토화될 수 있는 상황이다. 국내관광은 차츰 회복이 예상되지만, 인바운드·아웃바운드 관광은 현재도 회복 시기가 불투명하다. 서울시는 특히 영세한 관광업계의 특성상 위기가 장기화되면 관광생태계 자체가 붕괴될 것을 우려하고 있다.

대응책의 또 다른 방향은 코로나19 사태 이후 산업 전 분야에서 뉴노멀(New Normal, 새로운 표준)이 대두되면서 ‘안전’, ‘비대면(Untact)’과 ‘디지털 전환’이 핵심 키워드가 될 것이라는 점이다. 무엇보다 코로나19 사태로 안전이 최우선시되고, K-방역이 새로운 표준으로 자리매김하는 것이며, 코로나19 사태로 비대면(Untact) 라이프스타일과 소비패턴이 전 분야로 확산될 것이다. 정보통신기술(ICT), 사물인터넷(IoT), 증강현실(AR) 등 4차 산업혁명 기술을 바탕으로 전 산업에서 디지털 전환이 가속화되는 것은 시대적 흐름이기 때문에 코로나19 상황에서 중요하게 고려해야만 하는 것으로 보고 접근하였다. 디지털 시대로의 급전환은 여행 전반에 걸쳐 나타날 것이며, 양방향 공유 관광생태계로 변화하여 공유가치 창출의 시대가 열릴 것이라는 관점에서 서울시는 대응 전략을 마련하였다.

서울시 유관기관과 협력해 ‘관광업계 피해 최소화’ 즉각적 대응·시기별 지원책 마련

서울시는 여행사, 호텔, MICE 등 업계별로 위기 극복을 위한 지원사업을 추진하며 관광생태계 안정화를 위해 노력하고 있다. 코로나19의 확산이 본격화된 3월부터 서울시는 영업 및 일자리에 타격을 입은 관광업계 종사자들을 위해 피해를 최소화하는 즉각적인 대응과 지원 정책을 추진 중이다. 특별용자, 세계 지원, 재정지원 및 공공일자리 제공 등 관광업계의 피해에 즉각 대응하고, 영세 관광업자의 금전 피해 타격 최소화에 힘을 기울였다.

서울시는 코로나19의 피해를 직접적으로 입고 있는 관광업계 경제난의 긴박함을 우려하여 ‘서울관광 활성화 대책’을 발표(2.14)하였다. 지원 기간별로 대응단계(2~3월), 회복단계(3~6월), 도약단계(6월 이후)로 구분하여 지원 방향이 제시되었다.



[그림 5] 서울관광활성화 대책(2월14일)

서울시는 코로나19 확산을 막기 위하여 서울관광 위기관리TF를 구성(2020년 1월 30일)하고, 2월부터 업계현장조사, 현장 방역실시, 서울관광 민원센터 운영 등 관광업계 피해 상황을 실시간으로 파악하였다. 경제적 지원과 관련하여 관광업계 소상공인 대상의 재난지원금, 고용유지지원금, 대출 및 보증 지원정책은 중앙정부 지원정책의 큰 틀에서 지원되고 있지만, 서울 소재 관광업 종사자의 피해 극복을 적극 지원하고자 서울신용보증재단과 서울시관광협회, 서울관광재단 등 유관기관과 협력하여 관광시장 동향을 지속적으로 모니터링하고 있다. 1단계(대응)에서 서울시는 관광산업의 도산방지를 위해 관광업계 긴급지원과 더불어 ‘안전한 서울’에 주력하였다. 붕괴 위기 관광업계의 민생방역으로 서울 관광생태계를 보전하는 것을 목표로 하였다. 관광업계를 포함한 중소기업 및 소상공인 대상 긴급특별용자 지원도 마련하였다. 서울신용보증재단의 보증으로 시중은행에서 대출을 받을 수 있도록 절차를 간소화하였다. 관광종사자의 고용 안정화를 위해 관광통역안내사, 관광가이드 등 관광업종 종사자 중 실직자 또는 무급휴가자를 대상으로 관광분야 일자리 제공과 맞춤형 인력배치 및 양성교육, 서울 소재 영세 여행사를 대상으로 외국인 단체관광객의 안심보험 비용의 일부 지원 등 다양한 지원책을 시행하였다. ‘서울형 관광업 위기극복 프로젝트’ 등을 활용해 관광업계 대상으로 직접적 지원을 한 것이 가장 큰 지원책이었다. ‘잘생겼다 서울’ 프로그램 운영 등 국내 관광 활성화를 통한 관광업계 회복 내용도 포함되었다.

2단계(회복)에서 서울시는 장기침체에 빠진 관광시장 조기회복을 위해 단계적 글로벌 마케팅과 메가 이벤트 개최를 통한 관광수요 창출과 서울경제 활성화에 목적을 두었다. 적극적인 관광수요 창출로 침체된 관광시장의 조기 회복을 위해 내수 진작 대책, 비정규직 노동자 휴가비 지원, 우수관광상품 및 관광스타트업 지원 확대 등의 방법으로 관광시장 활성화를 유도하고자 하였다. BTS를 활용한 회복 마케팅을 통한 단계적 글로벌 마케팅을 수행하는 것을 포함해 「SEOUL FESTA 2020」 등 메가 이벤트를 개최해 관광수요 창출을 계획하기도 했다.

3단계(도약)에서 서울시는 뉴노멀(New Normal) 대응과 관광 혁신을 토대로 서울 관광의 질적 도약을 목표로 관광시장 다변화 등 관광생태계를 강화하여 서울 관광산업의 재도약 의지를 밝혔다. 해외마케팅 및 서울관광 홍보 및 프로모션, 국가 및 도시 간 교류 등을 계획하고, 반복되는 위기상황에 대응하기 위해 ‘서울관광진흥기금’의 조성 방안을 검토하여 관광플라자 기금조성과 위기 상황에 대한 MICE업계와 관광업계 지원 근거 등을 마련하는 내용을 제시하였다. 비대면 관광 활성화, 웰니스 관광 등 특화 관광 발굴, 스마트관광도시 조성사업 등으로 관광시장을 활성화하는 대비책도 마련해 놓았다.

2월 발표 이후 단계별 전략이 상당 부분 진행되었으며, 일부는 코로나19 상황의 악화로 마련해 놓았지만 크게 부각되지 못한 사업들도 있다. 특히 상황이 호전될 경우 추진하고자 했던 행사들이 줄줄이 취소되거나 축소되는 일이 많았다. 이런 큰 틀에서 서울시 관광산업 지원책들은 계속 수정 및 보완되고 있으며, 기존 사업들도 예산의 증감 등으로 상황에 맞는 지원책들을 마련해나가고 있다.

서울시, 서울사랑상품권 발행·서울형 위기극복 프로젝트 추진 등 관광업계 다각 지원

서울시는 관광시장과 골목상권의 활력 제고를 위해 '서울사랑상품권'을 발행(3월)하였는데, 소비자는 할인된 가격으로 서비스를 이용하고, 소상공인은 결제수수료 면제와 이용증가에 따른 매출증대의 긍정적인 효과를 기대할 수 있다. 공공기관과 협조해 관광특구, 주요 관광지 및 관광시설 등의 정기적인 방역을 실시하고, 위생관리, 안전수칙 등의 매뉴얼을 배포하는 등 외부활동을 안심하게 할 수 있는 환경을 만들고 있다. 코로나19 확산이 시작된 2월부터 영어와 중국어로 된 숙박업, 관광지를 중심으로 감염병 예방수칙을 포스터, 안내문, 배너 등으로 제작하여 배포하였으며, 마스크와 손소독제 등 방역물품을 지원하고 있다.

[표 8] 코로나19 피해 예방을 위해 상반기 시행된 서울시 추진사업

단계	구분	세부 내용
긴급·즉각 대응	TF 구성 및 대책 발표	<ul style="list-style-type: none"> 서울관광 위기관리TF를 구성(1.30)하고, 전문가 15명과 간담회 개최(2.14) 서울관광 활성화 대책 발표(2.14)
	실태조사	<ul style="list-style-type: none"> 서울시관광협회 관광업계 동향조사(1.31~)
	지원센터 운영	<ul style="list-style-type: none"> 서울관광 민원센터 운영(2월~) 서울관광인 헬프센터 운영(온라인상담, 7월~)
	방역	<ul style="list-style-type: none"> 공공장소 및 밀집지역 방역 클린존(방역안심시설) 인증(2.17 시행)
단기	업종별 지원	<ul style="list-style-type: none"> 무급휴직(관광업 포함) 고용유지지원금 지원(4~6월) 서울형 위기극복 프로젝트 추진(4월~, 여행업, 호텔업, MICE업) 우수관광상품 개발비용 한시적 확대(3월~) 관광스타트업 지원 확대(3월~) 관광, 여행, 공연 관련, 음식·숙박, 여객운송업 등 중소기업체 납기 연장과 세무조사 유예
	소비/관광 활성화	<ul style="list-style-type: none"> 서울사랑상품권 소비자 혜택 확대(3~7월)
중장기	일자리	<ul style="list-style-type: none"> 관광·예술계 종사자/소상공인 공공일자리(1,700개) 제공(3.11~8.30) 예술작품 및 온라인콘텐츠 제작 지원 MICE 전문인력 양성 및 청년일자리 제공(3~12월)
	홍보	<ul style="list-style-type: none"> 해외관광객 유치·글로벌 마케팅(6월~)
	관광상품 발굴	<ul style="list-style-type: none"> 영화 '기생충' 촬영지 등 투어코스 개발 DMZ 인접지자체와 공동 평화관광 프로그램 개발

서울시는 소상공인뿐만 아니라 중앙정부 지원정책의 사각지대에 있는 관광 업종별 사업체를 대상으로 일시적인 자금을 지원함으로써 고용주와 종사자의 경제부담을 경감시키고자 하였다. 5인 미만 소상공인 사업체 중 피해가 직접적이고 규모가 큰 업종인 숙박·음식업, 관광사업 등에 종사하는 근로자들이 무급휴직 상황이 불가피함에 따라 휴직수당을 월 최대 50만 원씩 2개월간 지원하였다. 또한 여행업, 숙박업, MICE 사업체를 대상으로 '서울형 위기극복 프로젝트'를 추진하여 서울 소재 영세 여행사 1,000곳, MICE 500곳, 호텔업 400곳¹⁰을 선정해 업체별로 500만 원씩 상품기획개발비·홍보마케팅비로 지원하였다.

10 호텔업은 관광진흥법에 등록된 서울 소재 호텔 462개를 대상으로 재난지원금을 각각 500만 원 지원

서울형 여행업 위기극복 프로젝트는 코로나19의 빠른 회복을 위해 여행업체 대상 여행상품 기획 및 개발비, 홍보마케팅비 등으로 업체별로 500만 원을 지원하였다. 사업을 직접 추진한 서울관광재단의 자체 만족도 조사 결과는 이 사업의 긍정적 효과를 보여준다.¹¹

[표 9] 서울형 여행업 위기극복 프로젝트 만족도 조사 주요 결과(2020년 8월)

설문 분야		응답 결과
지원 프로그램 실질적 도움 여부		<ul style="list-style-type: none"> • 참여사의 약 80%가 여행사 운영과 위기 상황 극복에 실질적으로 도움을 얻음
지출 항목	지원금 실제 지출 항목	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 개발 및 시스템 개선(38.4%), 홍보물 제작(26.7%), 온오프라인 홍보(18.7%), 컨설팅비용(5.5%), 국내·외 출장(5%)
	업력별 지원금 지출 항목	<ul style="list-style-type: none"> • 업력 16년 이상: 홍보물 제작(업력 21년 이상 사업체는 34.9% 사용) • 업력 15년 미만: 홈페이지 및 시스템 개발(업력 6~10년 미만 사업체는 42.2% 사용)
	주력시장별 지원금 지출 항목	<ul style="list-style-type: none"> • 아웃바운드: 온오프라인 홍보(19.9%) • 인바운드: 기타(11.5%) • 인트라바운드: 홈페이지 개발 및 시스템 개선(41.5%)
만족도	만족도 높은 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 민원·문의에 대한 대응 및 자료 제공(4.33점) • 온라인 신청시스템(4.28점) • 프로젝트 운영 시기 및 운영 기간(4.21점) • 지원절차 및 증빙서류(4.05점)
	프로그램 전반적 만족도	<ul style="list-style-type: none"> • 만족한다 85.7%(매우 만족 41.6%, 만족 44.1%), 보통 11.4%, 그렇지 않다 2.5%, 전혀 그렇지 않다 0.4%
이미지 개선 효과	서울시 이미지	<ul style="list-style-type: none"> • 이 프로젝트를 통해 서울시의 이미지가 좋아졌다 88.1%(매우 그렇다 46.5%, 그렇다 41.6%) • 보통이다 10.4%, 그렇지 않다 1.2%, 전혀 그렇지 않다 0.3%
	서울관광재단 이미지	<ul style="list-style-type: none"> • 이 프로젝트를 통해 서울관광재단의 이미지가 좋아졌다 91.8%(매우 그렇다 52.4%, 그렇다 39.4%) • 보통이다(7.1%), 그렇지 않다(1.1%)

지원 프로젝트에 대해 참여 여행사의 80%는 실질적인 도움을 받았으며, 85% 이상이 만족한다고 응답하였다. 참여 여행사의 80%는 지원금을 통해 운영과 위기 극복에 도움이 되었다고 대답하였고, 홈페이지 개발·시스템 개선(38.4%)에 지원금을 가장 많이 활용하였다. 업력별 지원금 지출 항목이 달랐으며, 업력이 높을수록 홍보물 제작에, 업력이 낮을수록 홈페이지·시스템 개발에 비용 지출이 많은 특징을 보였다. 참여 여행사들은 지원금 활용 과정에서 민원·문의(4.33점), 온라인신청시스템(4.28점) 등의 이용이 편리했다는 반응을 보였다. 지원 프로젝트 시행 이후 서울시와 서울관광재단의 이미지를 설문한 결과, 이미지 개선 효과가 있었다는 의견이 많았으며, 서울시의 이미지 개선은 88.1%, 서울관광재단의 이미지 개선은 91.8%로 조사되었다.

11 조사 기간은 2020년 8월 20~28일이며, 490개 사가 응답함. 응답 업체의 주력 산업은 아웃바운드 80%(392명), 인바운드 12.7%(62명), 인트라바운드 7.3%(36명)임. 호텔 및 MICE 지원사업에 대해서는 별도 만족도 설문조사를 진행하지 않음.

포스트코로나시대, 인바운드 관광프로그램 포함한 서울 관광시장 활성화 전략 추진

서울시는 코로나19가 일상화되어가는 상황 속에서 포스트코로나 시대의 서울 관광시장 활성화 전략을 추진하고 있다. 서울시는 하반기 관광산업 활성화를 위한 대책(안)을 발표(2020년 8월)하였는데, 인바운드 관광 프로그램, MICE 행사 추진, 안전한 방역환경 조성, 해외시장 홍보 등에 중점적으로 대응할 계획이다. 코로나19 사태로 침체된 서울관광시장의 분위기를 반전시키고, 한류팬들에게 서울여행의 기대를 보여주기 위해 서울시는 서울명예관광홍보대사 방탄소년단(BTS)이 출연하는 홍보영상을 제작하고 공개(9월 11일)하였다. 서울관광의 7가지 여행테마를 전 세계에 알리는 홍보영상 ‘서울에서 만나요(See You in Seoul)’는 공개 10일 만에 조회수 1억 뷰를 돌파하는 등 서울을 알리는 좋은 기회가 되었다.



자료: 서울관광재단

[그림 6] '서울에서 만나요(See You in Seoul)' 캠페인 포스터

서울시는 해외 활동의 제한으로 국내 관광 활동의 수요가 높아진 만큼 안전과 방역수칙 준수 아래 서울 지역 관광지 및 관광산업 활성화를 위한 다양한 지원사업을 추진한다. '2020년 희망의 빛초롱 축제'가 10월 말부터 연말까지 개최되었으며, 서울시 관광특구 중 명동, 이태원, 동대문, 잠실 등의 주요 지점에 한지 등을 달아 볼거리, 즐길거리를 제공하였다. 또한 '서울ONE+패스(서울원플러스패스)'를 제작하여 서울시 주요 관광지의 입장·이용료를 할인 해주며, '국내여행 조기예약 할인지원 상품 공모'(문화체육관광부 주관)에 서울 여행상품을 추가하여 조기예약 시 할인을 제공하기도 했다. 서울 소재 여행사 대상으로 '코로나 일상 대비 서울우수관광 테마상품 공모전'을 추진하여 내·외국인을 위한 우수한 서울관광상품도 발굴하였다.

감염병 시대의 비대면, 언택트 등의 사회적 분위기는 관광산업 구조의 변화를 야기하고, 이와 함께 관광산업 종사자 및 인력의 역량도 변화되고 있다. 서울시는 디지털관광시대를 대비하는 포스트코로나를 준비하는 관광인을 위한 디지털마케팅 교육을 지원한다. 그리고 코로나19 사태로 집합 제한의 대상이었던 수많은 MICE 행사들이 상반기에는 진행되지 못했지만, 향후 MICE 산업의 회복을 위해 온-오프라인으로 진행 프로그램이 늘어날 것이다. 하반기에 '2020 UIA 아태총회 개최(9월)', '2020서울국제트레블마트(11월)'등을 개최하였다.

서울시는 오프라인 행사개최 최우선 개최조건으로 “안전과 방역”을 준수하고, MICE 테크놀로지의 활용이 증가하면서 온라인 화상회의가 늘고 있으며, MICE산업 시장의 확대 기회가 될 수 있도록 인적자원 교육 및 시스템을 지원할 예정이다.

[표 10] 하반기 서울시 관광산업 활성화 대책(안) 및 추진 사업

활성화 분야	세부내용
인바운드 관광	<ul style="list-style-type: none"> • 서울만의 특색 있는 도시관광, 「잘생겼다 서울 여행 프로그램」 운영(9월~) • 서울관광 행복 프로젝트: 서울ONE+패스(9~12월) • 서울시·서울관광재단의 국내여행 조기예약 할인 지원 동참(8월~) • 서울시 관광특구와 함께하는 2020 희망의 빛초롱 축제(10월 30일~12월 31일)
MICE 산업	<ul style="list-style-type: none"> • 내국인 위주 온라인·하이브리드(온·오프라인 병행), 소규모 행사로 개최 • '서울형 안심 MICE 모델' 구축 및 '혁신 MICE 지원'으로 회복 유도 • 2020 UIA 아태총회 개최(9월) • 2020 온라인 서울국제트래블마트 개최(11월) • 서울의료관광 국제트래블마트 및 국제포럼 온라인 개최
안전/방역	<ul style="list-style-type: none"> • 안전한 서울 여행을 위한 지속적 방역 및 안전여행 문화 확산 • 비대면 관광활성화를 위한 서울 랜선 여행 및 체험 프로그램
관광시장 회복 대비 (홍보, 인적교육 등)	<ul style="list-style-type: none"> • BTS의 서울관광홍보 영상 '서울에서 만나요(See You in Seoul)' 공개(9월) • 온라인 서울국제트래블마트 및 서울의료관광 국제트래블마트 개최(11월) • 글로벌 스타를 활용한 서울관광 회복마케팅 추진(9월~) • 포스트코로나를 준비하는 관광인을 위한 디지털마케팅 교육 지원(9월~) • 포스트코로나 관광수요 회복 대비 관광 수용태세 강화(8월~) • 코로나 일상 대비 서울우수관광 테마상품 공모전 추진(10월~)

3_ 해외 주요국가, 지속가능한 관광생태계 구축에 앞장

코로나19 사태의 여파로 해외 출입국이 제한되면서 각국의 내국인 관광활동도 제약을 받고 있다. 관광활동 중단으로 관련된 소비가 감소하면서 각국의 관광산업 운영이 악화되고 있으며, 각국의 중앙정부 및 지자체는 관광산업 및 관광활동 소비 촉진을 위한 정책들을 건의·추진하고 있다.

프랑스는 코로나19로 관광 활동이 전면 중단되면서, 피해를 본 관광업계의 경제적 어려움을 해결하기 위해 즉각적 지원책과 함께 ‘안정하고 지속가능한 관광환경을 조성하기 위한 장기적 대책’도 마련하였다. 2020년 5월 14일 범정부 관광위원회(Comité Interministériel du Tourisme)는 여행 관련 방역 매뉴얼과 정보의 제공, 방역·안심 환경 조성, 관광·스포츠·문화 행사업체를 지원하기로 하고, 나아가 향후 관광업계의 활성화와 디지털 전환 등을 준비하는 정책 방향성을 제시하였다. 코로나19의 장기화로 안전과 위생에 불안이 가중되는 가운데, 관광객뿐만 아니라 관광업 종사자도 보호하고 쾌적한 관광환경을 조성하기 위한 방역 매뉴얼을 만들고, 적용 대상 업종은 숙박업, 레저문화스포츠업, 오락·관광업, 관광안내소, 행사업,

관광유람선업으로 선정하였다.

스페인 바르셀로나시(市)는 2020년 코로나19 사태에 따라 시민과 지자체가 함께 경제 위기를 극복하기 위해 '#마이엔사투렘'(#MaiEnsAturem, 우리는 결코 멈추지 않는다)이라는 슬로건을 내세운 '바르셀로나 경제재활성화계획'을 발표하였다¹². 계획의 주요 목적은 경제·사회 구조의 회복과 경제의 가속화이며, 전략적 목표로서 도시의 회복력 강화, 인재, 투자 및 관광객 유치, 대도시권을 포함한 도시의 변화를 위한 방안 등이 제시되었다. 특히 컨벤션산업 및 관광산업 분야의 피해가 큰 만큼, 코로나19 발생 이후 사람 중심의 안전하고 지속가능한 경제회복을 위한 '세계와 연결된 도시 모델' 사업을 발표하였다. 바르셀로나시는 국제적인 홍보로 바르셀로나의 경제적 잠재력을 보여주고 네트워킹 기회를 제공하는 비즈니스 투어 '디스커버 바르셀로나(Discover Barcelona)'를 연간 2~3회 준비할 계획이다.

일본 교토시(市)는 코로나19 사태가 장기화되고 있지만, 교토를 방문하는 내국인의 수요뿐만 아니라 향후 외래관광객의 수요가 증가할 것을 대비하기 위해 '보다 더 안심·안전한 교토 관광' 대책을 발표하였다. 교토시는 관광객을 유치하기에 앞서 교토를 방문하는 사람과 교토에 사는 사람 모두가 안심할 수 있는 새로운 관광방식의 도입을 강조하였다. 코로나19의 방역 매뉴얼이 주로 이용객의 안전에 중점을 두었다는 점과 차별된다. 교토시는 관광에 종사하는 23개 업계단체와 함께 논의하여, '더욱더 안심·안전한 교토 관광을 실현하기 위한 신형 코로나바이러스 감염증 대책 선언'을 아래와 같이 마련하였다.

'더욱더 안심·안전한 교토관광' 대책 실현을 위한 4가지 선언

- ① 관광업 종사자와 관광객의 감염증 대책을 철저히 하고, 주민의 감염 위험을 최소화하려고 노력
- ② 시설이나 서비스의 감염증 대책을 철저히 하고, 관광객의 감염 위험을 최소화하려고 노력
- ③ 적절한 감염증 대책과 지도로 관광업 종사자의 감염 위험을 최소화하려고 노력
- ④ 감염증 대책 철저와 방문객 환대의 조화를 실현하고 모든 관광객을 따뜻하게 맞이

6가지 행동원칙과 대처 항목

- ① 시설이나 서비스 관련 감염대책 철저
- ② 시내 상점이나 시설에서 근무하는 모든 종업원의 감염 대책 및 건강관리 철저
- ③ 관광객에게 감염 대책에 대한 협조를 요청
- ④ 관광객이나 종업원의 감염이 의심될 때의 대응 및 철저한 준비
- ⑤ 관광객에 대한 배려와 환대
- ⑥ 각 업계의 사정에 맞춘 대책을 철저히 시행

자료: 서울연구원 세계도시동향 제483호

관광업계 경영난 극복 위한 우선 지원책은 대출·세금감면·이용료 면제 등 자금지원

세계 각국은 국가별로 현지 상황에 적합한 지원정책을 펼치고 있다. 경제적 지원 차원에서의 지원금, 세금감면, 업계 이용료 면제 등의 보편적인 정책과 함께, 일자리 회복을 위한 고용 및 인적 교육, 내국인 관광 소비 활동 촉진, 관광산업 생태계 강화 등의 정책이 시행되고 있다. 각국은 매출이 급격하게 감소하고 있는 관광업계를 위해 대출 지원, 세금감면, 이용료 면제 등 관광산업 종사자나 운영자의 경제적인 부담을 줄이기 위한 자금지원을 우선으로

12 서울연구원, 세계도시동향 제487호

시행되고 있다. 코로나19 사태로 일자리 감소와 업무 환경의 변화에 따른 종사자들의 고용활동 보장을 위한 자금지원과 새로운 업무 교육도 온·오프라인 방식으로 추진 중이다.

타이완 교통부는 코로나19로 어려움에 부딪친 관광업계 지원을 위해 100억 타이완 달러(한화 약 4천억 원) 규모의 '관광산업 긴급지원방안 2.0'을 발표하였다. 주요 내용은 각 여행사에 10만 타이완 달러(한화 약 400만 원), 4만 명의 관광종사자에게 3개월간 개인당 1만 타이완 달러(한화 약 40만 원)를 지원하는 것이다. 또한 관광종사자 교육·훈련 예산은 관광산업의 붕괴 위기를 막기 위해 애초 5억 타이완 달러(한화 약 200억 원)에서 20억 타이완 달러(한화 약 810억 원)로 증액하였다. 아울러 가이드, 단체 인솔자 등을 대상으로 긴급지원 보조금을 제공하고, 인적 교육도 시행한다. 교육과정 참여에 따른 수당을 지급(시간당 158 NTD/명, 최대 120시간, 최고 18.960 NTD)하고 인력양성도 지원하고 있다.

중국 베이징시(市)의 문화여유국은 관광기업과 종사자의 경영난 극복과 안정적인 발전 정책을 추진하면서 코로나19 사태로 위기에 처한 관광업계의 회복을 꾀하고 있다. 여행 서비스 품질 보증금 환급, 보조금 지급, 여행 용자 담보 서비스 향상, 베이징 교외 여행 보험 서비스 완비 등 13개 방면에서 적절한 대책을 시행하여 관광기업을 돕고 있다. 아울러 '가이드 사랑 보조금(导游爱心互助金)'을 구축하여, 3.45억 위안의 관광보조금을 지급하고 해외여행 장려 지원 자금, 베이징 관광상품 지원 자금 등의 지급 계획을 서두를 계획이다¹³.

세계 각국, 자국민 대상 국내관광 활성화 장려 정책으로 관광업계 피해 회복 도모

유럽·아시아 등 세계 각국은 자국의 관광산업을 활성화하기 위해 내국인의 관광활동을 장려하는 활동비용 지원이나, 이용료 할인 프로그램을 운영한다. 항공기 이·착륙이 거의 불가능한 상황으로 자국 내에서의 관광객 순환은 지역 내 관광산업 활성화에 부분적으로 기여할 수 있을 뿐 아니라, 관광객의 여행 욕구 충족에도 한몫하고 있다.

프랑스 관광청은 코로나19 상황에서도 국내 하반기 관광활성화를 이어가기 위해 인력 고용, 상품 예약·환불 관련 특별조항 신설 등을 고려하고 있다. 프랑스는 관광업종과 이에 따른 종사자들이 많아 고용 안정화를 위해 관광업계 취업과 진로 지도를 위한 플랫폼을 운영(2020년 6월)하고 있다. 플랫폼에서 서빙 종업원/점원, 잠수요원, 접객원/안내원, 급사/객실 청소원, 행사진행요원, 관광안내원 등을 중심으로 교육이 시행되고 있다. 확진자의 증가세를 예측할 수 없는 상황에서 소비자가 여행상품 또는 관광 서비스 상품 예약을 취소할 경우 업체는 그에 상응하는 바우처를 제공하는 등의 대책을 제안하였다.

타이완 교통부(관광부처)는 국내여행 활성화를 위해 '안심여행 5대 방안'¹⁴을 7월 1일부터 시행하였다. 7월 성수기 여름 휴가철을 앞두고 7월부터 10월까지 총 예산 39억 타이완 달러(한화 약 1,600억 원)를 지원한다. 지역 특색 관광 활동과 관련된 단체여행, 자유여행 숙박, 관광

13 http://www.gov.cn/xinwen/2020-03/11/content_5489875.htm

14 2020년 상반기 타이베이시정부 관광전파국(觀光傳播局) 시정 보고

오락업 입장, 타이완 관광버스 이용 시 비용 할인 등의 우대정책을 시행한다. 더불어 타이베이시(市)는 노년층의 심신건강을 증진하는 외출활동을 격려하기 위해 「언제나 즐거운 삶 타이베이 유람(長青樂活遊臺北)」 활동을 추진(7월부터)하였다. 활동의 주요 내용은 타이베이시의 약 60곳의 관광지(신베이시의 유명 거리 포함)를 유람하는데 오전, 오후 자유 배차 또는 패키지 일정으로 다양하게 추진한다. 참여 노년층의 식사와 관련하여 점심 식사는 위생복지부의 식품안전관리인증(HACCP)을 받은 요식업자가 어르신들의 입맛에 맞게 음식을 준비하고, 친환경 식기를 전면적으로 사용하며 방역의 새로운 생활 관련 지침을 준수한다.

프랑스·중국은 지속가능한 관광생태계 구축, 자국 관광시장 경쟁력 강화 목표 설정

각국은 관광산업 특성상 다른 산업들과 직·간접적으로 연계가 높아 코로나19 사태에 따른 관광산업 생태계의 안전망 강화와 지속가능성을 증진하기 위한 대책을 추진하고 있다. 프랑스관광위원회는 코로나19의 위기를 관광산업 발전의 기회로 삼아, 지속가능한 관광을 추진하고 있다. 시행기관과 각 지자체와 업계 종사자 간 긴밀한 협력을 바탕으로 프랑스 국내 곳곳이 매력적 관광지로서 거듭날 수 있도록 지원한다는 계획이다. 코로나19 위기는 프랑스 관광산업의 구조적 문제를 해결할 수 있는 절호의 기회로, 프랑스관광위원회는 ‘지속가능한 발전, 지역관광 개발, 디지털화’ 등 관광업계에 필요한 변화를 지원하고자 한다. 그리고 프랑스 공공의 관광정책을 관광객 입국자 수가 아닌 관광수입 지표를 우선으로 수립할 계획을 밝혔다. 프랑스는 세계 관광지 1위 국가라는 높은 인지도에 비해 외래관광객의 지출에 따른 관광수입 발생이 미국과 스페인에 이어 3위에 불과한데, 이는 단기간(1~3일) 체류 관광활동의 관광객이 비중이 높기 때문이다. 그동안 프랑스 관광정책은 외래관광객 입국 건수 위주로 편성되었지만, 향후 관광경쟁력을 키우기 위해 관광수입 증대를 위한 실질적인 목표 수치를 내세우겠다는 입장이다.¹⁵ 더불어, 국내관광 수요에 대한 내국인 관광객들의 잠재수요가 높다는 점에 착안하여, 내국인 관광객 유치의 수치화된 목표를 설정하고 다양한 수요를 발굴하고 적극적으로 홍보할 계획이다.

중국 베이징시(市)는 여행업 협회와 협력하여 관광업 생태계를 강화하고자 한다. 베이징시는 기업의 고충과 요구사항을 바로 이해하고, 조건에 맞는 관광기업, 문화 장소, 관광지가 온라인 여행을 발전시킬 계획이다. 예를 들어 ‘云旅游’, ‘云打卡(App)’ 등의 서비스를 제공하여 온라인 관광산업을 육성하고, 문화여행 교실 등의 여행프로그램을 추진한다. 기타 관련 업계 및 기구들과 협력체계를 구축하여 관광기업의 위기 대처 능력 향상에 도움을 줄 계획이다.

15 프랑스 상원 산하 경제위원회(Commission des affaires économiques), 2020.06.10.

‘다시 회복하는 싱가포르’ 포함한 슬로건 이용해 잠재고객 대상 홍보 캠페인 전개

프랑스 관광청은 관련 공공기관 및 지자체와 함께 관광업계 활성화를 위해 홍보 캠페인을 올해 6월부터 전개하였다. 프랑스 국내 관광을 장려하고자 ‘올해 나는 프랑스를 방문합니다(Cet été je visite la France)’라는 홍보문구를 내세웠다. 아울러 방역 대책도 홍보하고 하절기를 위한 박물관/미술관 관람, 유적지/자연경관지 방문, 야외 스포츠, 해양 스포츠, 산행 등의 국내 근거리 여행에 활기를 불어넣을 예정이다. 적극적인 관광산업의 홍보가 필요한 상황에서 프랑스 관광청은 여러 주체의 참여와 협력이 중요하다는 것을 강조하고 있다. 또한, 프랑스는 국내 지자체뿐만 아니라 프랑스 인접국과의 활발한 교류로 관광산업의 활기를 되찾고자 한다. 해외 항공편 운항이 재개될 경우를 대비해 주변국을 대상으로 관광홍보, 가족·친지 방문 여행 장려 등의 추가 캠페인도 준비하고 있다.



자료: <https://www.france.fr/fr/campagne/cetetejevisitelafrence>

자료: <http://www.atout-france.fr/>

[그림 7] ‘올해 나는 프랑스를 방문합니다(Cet été je visite la France)’ 캠페인

호주의 뉴사우스웨일즈(New South Wales, 이하 NSW)주는 포스트 코로나19 캠페인으로 ‘Love NSW From Home’이라는 슬로건을 제작하여 국내 관광객 유치에 앞장서고 있다. 그동안 제한되었던 NSW주 내의 관광 활동을 6월 1일 이후 허용하면서, 해외여행 수요를 국내로 돌려 관광업의 활기를 불어넣겠다는 것이 NSW주의 계획이다. 홍보에 소셜미디어를 적극 활용하여 NSW주의 유명관광지, 관광콘텐츠, 엔터테인먼트 요소 등을 소개한다.¹⁶ 싱가포르관광청은 ‘SingapoRediscoverers’라는 캠페인을 8월부터 시작하였다. ‘다시 회복하는 싱가포르(Singapore Rediscoverers)’라는 의미를 지닌 이 캠페인은 자국민들이 싱가포르의 관광자원, 일상생활, 지역 커뮤니티 등 다양한 부문에서 싱가포르의 활력을 되찾는 것이다. 라이프스타일 및 관광산업, 비즈니스 협회, 지역사회, 전자상거래 플랫폼 등과 협약을 맺어 관광지 입장 할인, 외식·쇼핑 등 프로모션 등을 제공한다.¹⁷

[표 11] 코로나19를 극복하기 위한 관광업계 지원정책 해외사례

분야	국가(도시)	세부내용
지원금/대출	프랑스	<ul style="list-style-type: none"> HCR업(호텔, 카페, 레스토랑), 관광업 및 스포츠·문화행사업 소상공인 지원금 장기 국가보증대출(15~25년)을 시행 ‘계절 특별’ 국가보증대출(Prêt Garanti par l’État «saison») 제도

16 TOP Digital News in Australia, <http://www.topdigital.com.au>

17 레저신문, 2020.08.04., <http://www.golftimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=128115>

분야	국가(도시)	세부내용
지원금/대출	타이완	<ul style="list-style-type: none"> 출입국 단체 여행 중단에 대한 지원(총 14억 타이완달러) 관광 숙박업 및 숙박업 종사자 급여 지원금 처리 숙박·여행·관광오락업 용자대출 신용보증 및 이자 보조(22억 타이완달러)
	중국	<ul style="list-style-type: none"> (베이징)관광발전 보조자금(3.45억 위안) 긴급 투입 (상하이)주요 관광프로젝트 신용대출 지원 강화 관광보조금 지급(가이드 사랑 보조금 등)
	홍콩	<ul style="list-style-type: none"> 코로나19 피해구제 특별기금(370억 달러) 여행사, 직원, 가이드 등 지원 호텔업, 항공운송업, 요식업 등 보조금 지원
세금감면/ 이용료 면제	프랑스	<ul style="list-style-type: none"> 관광숙박시설 숙박세 경감 행정명령 휴업 기간 중 중소기업의 세금지원
	타이완	<ul style="list-style-type: none"> 숙박·여행·관광오락업 보증수수비 면제
	중국	<ul style="list-style-type: none"> 항공사 직접 보조금 지원 (베이징)경영난 겪는 여행사 대상의 여행 서비스 품질 보증금 임시 환급
	싱가포르	<ul style="list-style-type: none"> 호텔 방역비용 지원, 여행 사업체 라이선스 비용 면제 관광사업체 대상 재산세 환급, 임시 대출 프로그램 도입
고용 및 인적교육	프랑스	<ul style="list-style-type: none"> 한시적 실업 유지, 계절 한시적 근로자 취업 지원, 호텔·외식계 인턴제도 지원 관광업계 일자리 가치 재평가, 교육
	타이완	<ul style="list-style-type: none"> 관광관련 종사자(가이드, 법인 직원 등) 보조금 지원
	중국	<ul style="list-style-type: none"> (베이징)여행업계 직원 대상 온·오프라인 교육 확대 지원
	싱가포르	<ul style="list-style-type: none"> 항공·관광업 일자리 유지를 위한 월 급여 지원(17개월) 관광서비스업체 대상으로 디지털마케팅 교육비 지원 국내/외 콘텐츠 크리에이터 지원 프로젝트
여행·소비 활성화	프랑스	<ul style="list-style-type: none"> 기업 식권 일일 최대 사용액 상향 조정 휴가 지원, 여행상품 취소에 따른 바우처 제공 '올해 나는 프랑스를 방문합니다(Cet été je visite la France)' 슬로건 제작
	타이완	<ul style="list-style-type: none"> 안심여행 국내관광 지원방안 실시, 단체·자유관광객 활동비 지원 지역특색 관광 참여 지원 (타이페이시)노년층 휴가 지원
	싱가포르	<ul style="list-style-type: none"> 'SingaporeRediscovered' 캠페인 실시
	중국	<ul style="list-style-type: none"> 여행계약 분쟁 처리에 관한 기본 방침 제시 (베이징)관광상품 지원 자금, 공연 티켓 할인 (상하이)문화관광상품 공급 확대 및 코로나19 후 소비시장 확대
	일본	<ul style="list-style-type: none"> Go to Travel 캠페인 시행, 여행활동금 지원 및 할인 티켓 지원 지자체에서 지역주민 대상의 역대 여행 상품/숙박료 할인
	호주	<ul style="list-style-type: none"> (NSW주)'Love NSW From Home' 캠페인 실시
관광산업 생태계 강화	프랑스	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 친화적인 관광으로 전환 지속가능관광 사업 추진 방안 다각화(교통분야와 주요 관광시설 저탄소 방출)
	타이완	<ul style="list-style-type: none"> 지속가능관광 환경 조성 MICE 유치 보조 및 홍보 타이완 관광지 홍보, 전염병 시대 관광여행 전환 포럼 개최
	중국	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 여행상품 개발 (상하이)여행사 대상 관련 정책 온라인 플랫폼 조성을 통한 홍보 및 다각화
	태국	<ul style="list-style-type: none"> 지역사회 관광인프라 확충예산 투입

03 서울시 관광산업, 포스트코로나 대응전략 시급

1_항공사 등 주요 관광업종, 2020년 매출 큰폭 감소

코로나19 여파 2021년 2.9% 경제성장 전망... 2020년 '- 성장'의 기저효과에 원인

코로나19 사태가 악재로 작용하면서 경제성장률은 올해에 이어 내년에는 2.9%에 이를 것으로 전망되고 있다. 코로나19의 확산으로 경제 충격은 2020년 1/4분기, 2/4분기까지 심화되는 상황이 계속되었지만, 2020년 3/4분기 이후 서서히 회복되고 있는 추세이다. 주요 경제기관(한국개발연구원, 국제통화기금, 한국은행)은 2021년 국내 경제성장률을 평균 2.9%로 전망하고 있다. 본격적인 경제회복은 2021년 3/4분기부터 가시화될 것으로 보고 있다. 경제기관들은 2021년 국내 경제성장률을 비슷하게 예측하고 있는데, 한국개발연구원은 3.1%, 국제통화기금은 2.9%, 한국은행은 2.8% 수준이 될 것으로 예상하였다. 이들 기관의 전망치를 종합하면 2021년 국내 성장률은 평균적으로 2.9%에 이를 것으로 전망되며, 이는 2020년의 마이너스 성장에 따른 기저효과에 원인이 있는 것으로 볼 수 있다.

[표 12] 주요 경제기관별 2021년 전국의 성장률 전망치

(단위: %)

연도	평균 성장률	한국개발연구원 (KDI)	국제통화기금 (IMF)	한국은행 (BOK)
2021	2.9	3.1	2.9	2.8

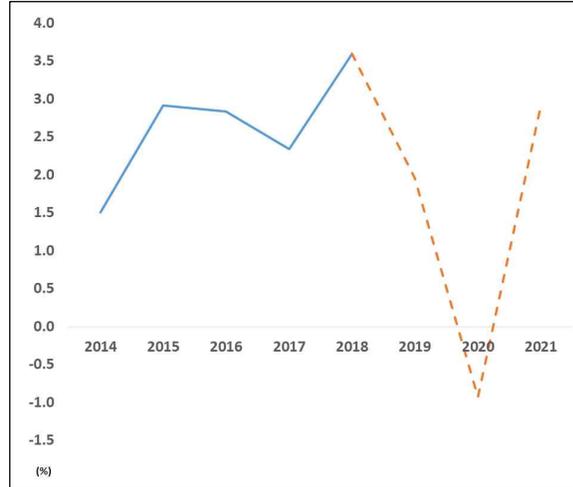
자료: 연합뉴스, 2020.11.11. 참조

연구진은 과거 수년간의 국내 경제성장률과 서울의 경제성장률의 차이 정도를 비교하여 2021년 서울경제 성장률을 전망하였다. 지난 4년간(2015~2018년)의 서울과 전국의 경제성장률 격차는 0.1~0.9 차이 사이로, 평균적으로 0%P 수준이다. 이를 반영하면 2020년 서울의 성장률은 -0.9%에 이를 것으로 판단된다. 따라서 2021년 서울의 성장률은 전국 성장률과 같은 2.9%를 나타낼 것으로 예상할 수 있다.

[표 13] 경제성장률 변화(2015~2021년)

연도	전국	서울	서울-전국
2015	2.8	2.9	0.1
2016	2.9	2.8	-0.1
2017	3.2	2.3	-0.9
2018	2.9	3.6	0.7
평균 (2015~2018)	3.0	2.9	0.0
2019	2.0		-
2020*	-0.9		-
2021*	2.9		-

* 추정치



자료: 통계청

[그림 8] 서울의 경제성장률 전망(2019~2021년)

서울시 관광 관련 신용카드 사용액 저조로 주요 관광업종 매출액은 큰폭으로 하락

연구진은 코로나19 여파가 서울시 관광산업에 끼친 손실과 피해 규모를 예측하기 위해 신용카드 사용액을 분석하여 2020년 연말까지의 매출 감소액을 추정하였다. 감소액 추정을 위해 2016년부터 2019년의 신용카드 사용액 자료를 활용하였다. 관광 소비 활동과 관련이 높은 4개 분야는 종합소매, 여행·교통, 오락·문화, 숙박·음식 분야로 구분하여 분야별 세부 업종의 카드사용액을 분석하였다. 종합소매에서는 면세점, 여행·교통에서는 여행사, 자동차임대, 항공사, 오락·문화에서는 스포츠, 오락, 여가, 숙박·음식에서는 숙박, 음식점을 세부 업종으로 포함하여 분석하였다.

최근 4년간(2016~2019년)의 서울시에서 소비된 카드사용액은 지속해서 상승하였으며, 평균적(연도별 증감률의 평균치)으로 매년 11.9% 증가한 것으로 나타났다. 2016년에 186,324십억 원에서 2019년 261,279십억 원으로 약 1.4배 증가하였다. 이 기간 중 평균적으로 매년 11.9% 상승하였다. 그리고 이 연구에서 분류한 관광부문의 카드사용액을 살펴보면, 2016년에 21,350십억 원에서 2019년 26,051십억 원으로 평균적으로 약 1.2배 증가하였다. 관광 부문의 지출은 지속적인 증가세를 유지하고 있지만 전체 증가율에 비해서는 증가폭이 다소 적었다. 2016년부터 2019년까지의 세부업종별 연평균 증감률을 살펴보면, 증감률은 면세점이 20.9%로 가장 높고, 그다음은 항공사(10.0%), 스포츠·오락·여가(8.7%), 숙박(4.3%), 여행사/자동차 임대(2.0%) 순으로 나타내고 있다.¹⁸

18 그 외 음식점은 6.2%로 조사되었지만, 이 분석에서 음식점은 관광이 아닌 서비스업으로 간주하고 관광업에서 제외함

2020년 연말까지 매출액은 항공사 87.8%, 면세점 86%, 여행사 82.4% 감소 예상

2020년 1~9월 기간 중 관광 관련 업종의 신용카드 사용액을 토대로 4/4분기(10~12월)에도 현 추세가 유지된다고 가정하였다. 이를 근거로 2019년 대비 2020년의 사용액 증감률을 분석한 결과, 2020년 연말까지 항공사는 -87.8%, 면세점은 -86.0%, 여행사·자동차임대업은 -82.4%, 스포츠·오락은 -86.0%, 숙박업은 -32.6%, 스포츠/오락/여가업은 -23.4% 순으로 매출이 감소할 것으로 예상된다.

[표 14] 서울시 관광 관련 업종의 신용카드 사용액 현황

(단위: 십억 원, %)

구분	합계	종합소매		여행/교통			오락/문화		숙박/음식		
		소계	면세점	소계	여행사/자동차임대	항공사	소계	스포츠/오락/여가	소계	숙박	음식점
2016	186,324	19,141	558	7,979	1,264	3,313	3,923	2,277	13,938	878	13,060
2017	206,624	20,271	689	9,180	1,399	3,822	4,269	2,627	14,834	907	13,927
2018	226,606	21,130	705	9,695	1,422	4,107	4,525	2,875	15,844	974	14,869
2019	261,279	21,764	966	9,924	1,225	4,156	4,745	3,014	16,691	1,027	15,663
2020 1~9월	209,843	14,619	111	3,322	166	383	2,874	1,716	10,489	510	9,979
'16~'19년 평균 증감률*	11.9	4.8	20.9	9.1	2.0	10.0	5.5	8.7	6.0	4.3	6.2
2020 증감률**	10.3	-10.2	-86.0	-55.1	-82.4	-87.8	-18.8	-23.4	-14.5	-32.6	-13.3

*. 각 연도의 증감률을 단순평균한 수치

** : 2020년 증감률을 2019년과 2020년의 1~9월간 증감률을 기준으로 산출

자료: ecos 한국은행 제공자료를 토대로 분석



[그림 9] 서울시 관광 관련 5대 업종 신용카드 사용액 증감률

관광업체별 손실액은 항공사가 가장 크고 영세업장 많은 여행사는 손실이 더 클 듯

연구진은 2020년 한 해 신용카드 사용액의 감소치를 측정하기 위해 앞선 분석에서 도출된 증감률 추정치를 적용하여 감소액을 추정하였다. 2020년 한 해 동안 관광 관련 5개 업종의 매출 손실을 추정한 결과, 관광 관련 업종의 신용카드 사용액은 총 6,887십억 원이 감소할 것으로 전망되고 있다. 매출 손실은 항공사가 3,649십억 원으로 가장 크며, 그다음이 여행사·자동차 임대(1,009십억 원 손실), 면세점(831십억 원 손실), 스포츠·오락·여가(706십억 원 손실), 숙박(692십억 원 손실) 순으로 예측되고 있다. 항공사 다음으로 매출 손실의 피해를 많이 받는 업종은 여행사·자동차임대인데, 여행사의 경우 국내 대형여행사(10여 곳)를 제외하고 종사자 및 매출이 적은 영세업장이 다수라는 점에서 심각한 경영난에 직면할 것으로 우려된다.

[표 15] 관광 관련 5대 업종 신용카드 사용 감소액 추정(2020년)

구분	합계	면세점	여행사/ 자동차임대	항공사	스포츠/ 오락/여가	숙박
감소액 (십억 원)	-6,887	-831	-1,009	-3,649	-706	- 692

<신용카드 매출액 분석: 한국문화관광연구원, 포스트코로나 시대의 문화뉴딜 토론회>

- 관광 지출 감소는 관광산업의 매출 급감으로 이어졌으며, 지난 1~6월 신용카드 매출액 중 4월의 감소폭이 절정에 달한 후 감소폭 감소
- 전년 동기 대비 4월의 신용카드 매출액 감소가 큼, **여행업의 감소폭이 -92.4%로 가장 컸으며**, 면세업(-91.9%), 항공사(-85.3%), 숙박업(-74.1%)의 신용카드 소비액이 감소가 1월부터 이어지고 있음

*2020.06.13. 기준(2020년을 기준으로 요일 조정)

*신용카드 소비액 = 국민의 신용카드 승인실적 + 국내에서 지출한 외국인 신용카드(VISA, MASTER, AMX, JCB, 은련) 승인 실적

*신한카드 개인 이용금액을 신한카드 시장 점유율을 활용하여 전체 소비액으로 추정

2_단기: 관광산업 붕괴 막기 위한 종합 지원책 필요

서울시 비롯한 중앙정부 차원의 관광산업 붕괴 막기 위한 지원대책 '발등의 불'

코로나19 사태의 초기엔 업계는 늦어도 올 11월쯤에는 회복될 수 있을 것이라는 기대가 컸다. 그러나 시간이 지날수록 상황은 악화되는 추세이다. 카드사용액을 보면 올해 3/4분기부터 전반적인 경기의 회복 조짐도 보이며, 2021년의 경제성장률은 2.9% 수준으로 향상될 것이라는 전망이 앞서고 있다. 그러나 경기 회복 조짐에도 관광 관련 산업, 특히 여행업 관련 업종들의 매출은 기대하기 어려운 상황이 계속될 것으로 보인다. 올해만 해도 여행업/교통

관련 분야의 피해는 -82.4% 수준으로 예상되며 피해 영향은 내년까지도 이어질 것으로 보인다. 여행업의 붕괴, 상위 여행사로부터 내려오는 업계의 영향은 관광산업 전반으로 확대될 가능성이 매우 크다. 여파는 숙박업종이 여행업에 비해 상대적으로 낮은 것으로 나타나고 있지만, 여행업의 붕괴 여파는 피할 수 없을 것이다. 지금 시점에서 관광업 전반의 붕괴를 막기 위한 지원책이 시급해 보인다. 관광산업은 서비스업으로 제조업과 성격이 다르긴 하지만, 관광업 붕괴로 전문 인력의 유출이 증가할 경우 추후 회복을 위해서는 몇 배의 시간과 노력이 필요하다. 서울시를 비롯한 정부 차원에서 관광업종의 붕괴방지를 위한 지원 대책이 필요하다.

관광산업 지원대책 실효성 높이고 관광업체별 특성 고려한 맞춤형 지원 바람직

코로나19 사태 발생 후 정부·지자체의 생활안전자금 형태의 다양한 지원금이 있었고, 저리 대출 등도 있었다. 기존과 다르게 신속하게 처리하여 가능한 빨리 자금을 지급할 수 있는 개선안들이 쏟아져 나왔다. 서울시 내에서도 서울관광재단과 서울시관광협회 등의 협업으로 신속한 시스템을 갖추고 서울형 위기극복 프로젝트라는 대규모 지원책도 마련하고, 홍보영비·상품개발비 등으로 활용할 수 있도록 한 것은 긍정적인 일이다. 그러나 대부분의 지원금이 지급되더라도 사용할 수 있는 항목이 제한되어 있어 사업의 존폐 위기에 놓인 업체는 사용처의 폭을 넓혀 주는 것을 요구하기도 한다. 물론 '없는 것보다는 낫다'는 현장의 의견들이 있지만, 지원금이 실제로 필요한 운영비로 사용할 수 없다는 한계가 있었다. 예를 들면 운영비 중 부담이 가장 큰 인건비나 임대료 등으로 지원금을 사용할 수가 없다는 점이 지적되었다.

정부나 지자체의 지원금이나 보조금 등은 행정적 처리를 명확히 해야 한다는 점도 중요하고, 세금의 오남용 등을 막기 위한 최소한의 장치도 필요하다. 그나마 서울시의 긴급재난 지원금은 기존보다 다소 사용할 수 있는 항목을 넓히긴 했지만, 현실적 상황을 반영하여 다양하게 사용할 수 있도록 하는 것도 필요하다. 일부에서는 금전적 지원의 한계 대신 현실적인 세금 감면의 요구가 높았다. 그러나 지방세 문제는 지자체의 세수감소라는 문제와 연결되어 있어 적절하지 않은 방법이라는 견해도 있다.

지난 11월 23일 서울시관광협회는 신한은행과 관광업계의 생존과 회복을 돕는 금융지원 대책을 마련하는 업무협약을 체결했다. 이는 업계에서 가장 필요한 부분이 금융지원이라고 보고 서울관광 조기 회복을 위한 대안 마련에서 시작된 것이다. 코로나19가 가지고 온 여파도 크지만 앞으로 가져올 여파도 적지 않으리라고 예상된다. 초기 지원정책이 급한 불을 끄기 위한 목적이 컸다면 이제는 장기적인 차원에서 업계 지원방안이 마련되어야 한다.

휴·폐업 상황 등 관광업계 전반의 정확한 상황 알 수 있는 시스템 구축이 우선

코로나19 상황이 초기에는 9월이나 11월경에는 회복될 것이라는 예상이 완전히 빗나가고 장기화되면서 관광업계의 상황은 더 어려워지고 있다. 이런 상황에서 얼마나 어느 정도의 업계가 폐업과 휴업을 하고 있는지, 관광사업체별로의 문제 등을 정확히 파악하기 쉽지 않아 정확한 진단도 어렵다. 더군다나 이를 해결할 효과적인 지원정책을 시행하기에도 어려움이 있다. 신용카드 매출 감소율을 분석한 결과, 숙박업의 매출이 여행업에 견줘 상대적으로 낮았지만, 지역별로 상황은 다르다. 예를 들어, 명동과 같이 외국인 관광객 중심으로 영업을 이루어지던 곳은 타격이 더 클 것이다. 동대문시장 주변은 외국인 관광객 비중이 높긴 했지만, 일반 관광객보다 도매 중심으로 이루어진 고객들이 다수였기에 호텔들의 어려움은 마찬가지이다. 내국인 관광 활동이 증가하고는 있지만, 지역별 편차가 클 것으로 예상된다. 관광업계에 지원이 필요하지만, 이전과 다르게 업종별·지역별 특성을 고려한 선별적 지원안이 마련되어야 한다. 크게는 관광 업종 중 숙박업보다 여행업의 피해가 커지고 있다. 서울 내부 지역별로는 관광특구와 같이 외국인 관광객 중심 지역이었던 곳이 타격이 더 크다. 우선은 정확한 폐업과 휴업 상황, 어떤 지원책들이 요구되는지에 관한 현황 자료들의 축적이 필요하다. 이들 자료의 정확한 진단을 토대로 한 대안이 필요하다. 늦었지만 지금이라도 관광업계의 피해나 현황에 관한 정확한 파악이 시급해 보인다.

관광인력 활용 방안 포함한 근본문제 해결하려면 정부·지자체 연계 협력이 절실

관광분야에서는 정부와의 연계보다 서울시 자체적 지원정책이 우선적으로 제시되었다. 고용안정지원금으로 일시적인 방어벽을 마련할 수 있었지만 지금 새로운 문제에 봉착하고 있다. 지자체의 힘으로는 해결할 수 없는 근본적인 문제 해결을 위해서는 문체부 등의 정부차원의 정책이나 지원이 필요하다. 예산상의 한계 등을 고려할 때 적정 기준을 바탕으로 선별적 집중 지원 전략도 중요하다. 정부와 지자체가 공동으로 지원할 수 있도록 하는 등 적극적으로 지원 방안을 검토할 필요가 있다.

가장 큰 문제는 현재 정체되어있는 관광인력의 활용 방안이다. 서울시의 관광 분야 청년일자리 사업도 긍정적인 방안이긴 하지만 근본적 문제를 해결하기에는 역부족이다. 예로, 현재 서울시뿐 아니라 전국에 있는 관광안내인력이나 가이드 인력 등은 큰 어려움을 겪고 있다. 관광인구가 줄고 안내소가 문을 닫으면서 자연스럽게 관광안내 인력 감소가 이어졌다. 자질은 갖춘 기존 인력이 빠져나가는 것을 막기 위한 고민이 뒷받침되어야 한다. 기존 여행업이나 호텔업, 항공업계, 면세점 등의 쇼핑업계, 카지노, MICE 등에서 전문 인력들을 활용할 수 있도록 적극적 행동이 요구된다. 한 번 무너진 생태계가 회복되기까지 얼마나 걸리는지 알 수 없어 기존 인력을 유지·보호할 수 있는 장치가 필요하다. 전국적 단위에서 발생하는 코로나19 사태로 말미암은 고용상태 유지의 어려움을 극복하는 것은 쉬운 문제가 아니다. 그렇기 때문에 더욱더 지자체와 국가 간의 협력이 필요하다. 국내의 협력도 필요하지만 전 세계와

관광 차원의 협력 방안도 고민할 필요가 있다. 국가 간 혹은 도시 간 교류·협력과 실천이야말로 이번 사태를 극복할 수 있는 최선의 길이다.

방역수칙 지키는 범위 내에서 서울시가 계획한 사업은 부분적이라도 시행해야

코로나19 관련 관광산업 악재의 끝은 신종 감염병의 종식 선언에서 비롯될 수 있다. 전 세계적으로 지역경제 활성화 압박에 거리두기를 완화하고 일상으로의 복귀를 취하는 동시에 확진자 수가 급격히 증가하는 사례는 우리나라도 이미 수차례 경험했다. 관광활성화 대책도 중요하지만, 감염병의 확산방지를 우선으로 하면서 다 함께 공존할 방안을 모색하는 것이 바람직하다.

코로나19 확산 초기 서울시에서 발표한 관광대책은 상황의 단계적 호전 여부에 맞추어서 추진 사업들을 마련하였지만, 결과적으로는 감염 상황이 악화되기를 반복하면서 시행을 하지 못하거나 하더라도 축소하거나 변경하는 사례가 많았다. 대표적으로 ‘빛초롱축제’는 청계천 변에 대규모 인원이 모이는 것을 방지하기 위해 어려움에 부딪친 관광특구로 장소를 옮겨 추진하기도 하였다. 방역의 기본 수칙을 벗어나지 않는 범위 내에서 서울시에서 추진 예정이나 계획한 사업들을 부분적으로라도 수행하거나 사업을 전환하여 수행할 필요가 있다.

3_중장기: 스마트관광기반 등 새 시대 대비책 ‘필수’

코로나19 사태로 달라진 관광객의 여행패턴·트렌드가 관광정책에 반영될 필요

코로나19 사태는 관광객의 여행 패턴이나 트렌드의 변화도 가져왔다. 사업체의 붕괴를 막고 생태계를 유지할 수 있도록 지원하는 것도 중요하지만, 이는 근본적인 해결책이 아니다. 근본적 해결책은 안전을 유지하면서 관광객들의 관광 수요나 욕구를 충족시키는 방안을 찾아서 채워주고, 산업이 원활하게 돌아가도록 하는 것이다.

국내 여행 증가가 실제 여행자들의 이익으로 연결되는 부분은 적을 수도 있다. 사회적 거리두기 등의 대안으로 자가용이나 소수 그룹 형태로 이동이 증가하고 있기 때문이다. 여행사의 의존도는 낮아질 수 있지만, 온라인 여행사 다른 숙박이나 교통 상품이나 관련된 티켓이나 체험 등의 상품 수요는 늘어날 수 있다. 여행 형태가 바뀌면서 여행의 소비패턴도 달라질 것이다. 오프라인보다는 온라인, 여행사보다는 ‘마이리얼트립’이나 ‘야놀자’ 등과 같은 온라인 플랫폼을 이용하는 경향이 증가하고 있는 것도 그렇다. 코로나19 사태로 해외여행이 제한된 상황에서 대안으로 국내여행의 수요가 증가할 것은 분명하다. 서울에 대한 각종 관광 정보를 제공하고, 새로운 볼거리들을 만드는 작업이 필요하다. 외국인 관광객 중심이 아닌

내국인 수요를 고려한 서울시 관광정책의 보완이 요구된다. 서울시민들의 관광활동을 지역으로 이동시키는 것도 중요하다. 지역 내에서의 이동도 좋지만 지역 간 이동을 위해 무엇이 필요한지, 정보의 부족인지 새로운 볼거리의 부족인지 등을 분석하여 대안을 마련하는 것이 바람직하다.

숙박시설 개보수 비롯한 낙후된 관광인프라 개선사업으로 새로운 기회 모색

코로나19가 불러온 관광산업의 위기는 새로운 기회가 될 수 있다. 현실에 안주하기보다 새로운 사업을 위한 준비사업을 추진할 필요가 있다. 관광대국 프랑스도 기존 관광지 중 스키장이나 해수욕장, 콘도미니엄 등과 같은 숙박시설을 보수하고 개선하기 위한 계획을 마련하고 있다. 서울시도 관광 관련 시설을 정비하고 준비하여 코로나19가 종식되고 일상으로 복귀할 때 향상된 관광 인프라 등으로 관광객을 맞이해야 한다. 일례로 명동의 일부 관광호텔들은 그동안 하지 못했던 내부 수리 등을 진행하고 있다. 숙박시설은 시설 개보수가 필요시 객실 전체를 하지 못하기 때문에 부분적으로 수행하는 경우가 많다. 호텔업 등은 시설 개보수에 대한 사업지원이나 금융 지원 등을 고려할 수 있다.

서울시 다누림관광센터에서 추진하고 있는 접근성 개선사업은 유니버설 관광시설 인증제 참여를 희망하는 업체에 시설개선비를 지원하는 사업이다. 이는 장애인뿐 아니라 고령자, 영유아 동반자 등 관광약자를 포함하여 누구나 편리하게 시설을 이용할 수 있도록 하는 사업이다. 서울시의 신규 시설들은 이미 유니버설 디자인을 적용하고 있지만 관광 중심지인 도심권은 오래되고 낙후된 시설이 많아 장애인들의 이용에 제한이 많다. 숙박시설 역시 장애인들의 이용이 어려운 곳이 많아 개선이 시급하다.

국내관광 활성화 위한 측정방법 모색·기준 마련 등 방향성 전환 기회로 활용

서울시 관광정책이나 우리나라 전반의 관광정책 중심은 외국인 관광객이다. 이런 흐름은 해외 주요 관광대국도 크게 다르지는 않은 상황이다. 관광활성화의 모든 지표는 외래관광객의 입국자 수나 지출금액 등이 가져온 경제적 파급효과 등이 거론된다. 지금까지 국내관광 활성화에 관한 논의나 정책은 매우 제한적이었다. 관광지 개발이나 지역 개발에서도 국내 이동 방문객은 관광객이라는 차원에서 본격적인 관리가 이루어지지 못했다. 분명 국내관광객의 중요함에도 불구하고 표면적으로 가시화되거나 관리될 수 있는 지표나 기준이 많지 않았다.

서울을 방문한 내국인은 1년에 얼마나 될까? 서울 사람이 우리나라의 다른 지역으로 관광을 한 비중은 얼마나 될까? 서울을 관광목적으로 오는 사람이 어느 정도인지도 알지 못한다. 적지 않다는 것은 확실하지만 정확한 기준이 없다 보니 수치상으로 나오지 못해 정확한 정책을 수립하기도 어렵다. 서울시 시티투어버스 이용객의 80%는 내국인이라고 한다. 지방에서

서울로 와서 서울을 둘러보기에 안성맞춤이지만 의외로 이용하는 사람이 많다. 지금까지 외국인 관광객들의 비중만 가지고 논의되었다면, 이제는 내국인이 서울의 어디를 가고, 어떻게 지내고 가는지를 다루어야 한다. 측정할 수 있는 방법을 모색하고, 기준을 잡아서 지속해서 관리할 필요가 있다. 서울시를 여행하는 국내 관광객, 그리고 서울시민들이 서울의 어디를 여행하고 있는지도 같이 살펴보아야 한다.

서울시 관광지 안전대책 세우고 관광시설별 적정 수용력 제시하는 지침 수립

포스트코로나 시대가 어떤 모습일지에 대한 예측들이 나오고 있다. 비대면 서비스가 강화되고 안전 중요성이 커질 것이라고 한다. 사스(SARS)나 메르스(MERS)를 보더라도 감염병 여파는 짧게는 1~2년에서 길게는 3년까지 이어진다고 한다. 전 세계를 멈추게 한 코로나19 사태는 백신이 나온다고 하더라도 상당기간 여파가 있을 것이다. 새로운 감염병의 대응 태세와 안전한 서울관광, 그리고 발생하더라도 통제할 수 있는 시스템을 갖추고 있음을 보여줘야 한다.

국내 관광시장에서 비중이 가장 높은 중국 관광객에 관해 중국사회과학원이 발표한 자료에서도 코로나19 이후 관광 시 안전성을 고려할 것이라는 응답 비중이 매우 높았다. 국내 관광객이나 지역민의 안전을 위해서도, 방한 외국인 관광객을 위해서라도 안전한 서울관광이 되도록 감염병이 체계적으로 관리되어야 한다. 예를 들어 관광지의 감염병 관리에 대한 관광업체 가이드라인과 같은 구체적인 방안이 마련되어야 한다. 메르스의 경험 때문에 서울시 선전하였듯이, 코로나19의 경험을 통해 관광지 안전이 통제될 수 있어야 한다.

관광지 통제를 위해서는 관광지 및 대형 집합시설의 과밀을 방지하는 것도 필요하다. 시설별 적정 수용력을 정하여 시행하거나, 예약제를 운영하여 관광지 입장이나 시설 입장을 통제하는 것이 바람직하다. 관광지별 현재 인원 수를 표시하여 ‘적정’, ‘과다’, ‘여유’ 등의 표시를 하여 출입 여부를 선택하도록 하는 것도 방안이 될 수 있다. 이미 서울시의 박물관이나 미술관 등은 거리두기 지침에 따라 시간별 예약제를 운영하고 있다. 혼잡하지 않은 시설에서 편안하게 관람할 수 있다는 장점도 있어 고려해 볼 필요가 있다.

IT강국 이점 활용해 관광객 편의 개선시스템 구축 등 스마트관광 기반 마련

코로나19가 이전의 감염병 여파와 다른 점은 비대면 서비스의 필요와 정보 전달의 신속성을 위해 기술혁신과 스마트 시스템 등의 기술이 빠르게 진화하는 기회를 제공한 것이다. 식음시설도 감염 예방을 위해 자동화와 무인화 시스템을 마련하고, 비대면 물품 구매의 선호도가 높아지면서 택배나 배달 등의 물류시스템 체계의 중요성이 부각되었다.

코로나19 종식과 무관하게 해당 기술의 선호도는 앞으로도 증가할 것이다. 관광지 출입의 무인화, 호텔의 체크인과 체크아웃 시스템 도입은 이미 오래전에 이루어졌다. 비대면 업무

처리 방식은 업무의 효율성과 인건비 예산의 감소로 이어질 것이기 때문에 빠르게 도입될 가능성이 크다. 언어 소통에 제약이 있는 외국인들에게 비대면 방식의 업무처리 방식은 선호도가 더 높을 것이고, 관광객의 편의도 개선할 수도 있다.

지금까지 스마트관광은 주로 관광콘텐츠 전달 방식에서 활용되었다면 이제는 업무의 처리 방식에서 개선될 수 있도록 기술혁신 분야에 관한 고민이 필요하다. 온라인 플랫폼 상에서 많은 것이 처리되고 있으며, MICE업 등에서도 더 빠른 기술혁신이 이루어질 것이다. 서울시 주요 행사가 이미 하이브리드 형태로 구성되어 큰 호응을 얻었다. 이런 방식이 일반화되는 것은 시간문제다. 서울시의 관광정보 전달 방식은 오프라인에서 온라인 중심으로 이미 넘어가고 있다. 기술혁신에 앞서는 IT 강국의 이점을 활용한 관광활동 전반에서 관광객의 편의를 개선할 수 있는 시스템 도입을 고민해야 할 시점이다.





**서울시, 관광산업 생태계 안정화대책 추진하고
포스트코로나 시대 미래준비 대책도 병행 필요**

서울연 2020-OR-22

발행인 서왕진

발행일 2020년 12월 31일

발행처 서울연구원

ISBN 979-11-5700-571-0 93320 비매품

06756 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57

이 출판물의 판권은 서울연구원에 속합니다.