

엠포스 기획시리즈

「코로나19」에 따른 산업별 변화 탐색

두 번째. 여행 관광 산업 [Summary]

2020. 04



연일 쏟아지는 코로나19 관련 뉴스들 그 중에서도 유독 눈에 띄는 '여행' 업계 동향

호텔업계 피해 6000억원 육박... 여행사 192곳 폐업

...한국호텔업협회는 오늘(12일) 코로나19에 따른 예약
급감으로 호텔업계가 입을 피해가
달한다고 추산했습니다.

5성급 특급호텔들도 예외는 아닌
서울 5성급 호텔 중 처음으로 지
한 달 동안 중단하기로 했고, 이
6월 8일까지 호텔 전체 시설 운

그나마 영업 중인 호텔들도 평균
손님이 물리는 주말예조차 15%
환경이 나빠졌습니다.

지난해 3월 전국 호텔의 평균 객
것과 비교하면 대부분 호텔이 개
있습니다.

온라인 여행 예약 플랫폼인 트립
말부터 이번 달 10일까지 '상품
국내 호텔이 150여 곳에 달해 한
늘었습니다...

----- SBS CNBC 2020.04.12

코로나19로 쪼그라든 관광시장... 2월 관광수입·지출 동반 감소

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산으로
인바운드·아웃바운드 관광업계가 모두 타격을 받은 가운데
올해 2월 우리나라의 관광 수입과 지출이 모두 감소한 것으로
나타났다.

다만 관광 지출 감소 폭이 관광 수입보다 커, 관광 적자는
10개월 이래 최저치를 기록했다...

..지난해 같은 달과 비교하면 각각 20%, 27% 감소한 수치다.

코로나 19 확산이 시작된 올해 1월과 비교해서도 관광 수입은
21%, 관광 지출은 36% 급감했다.

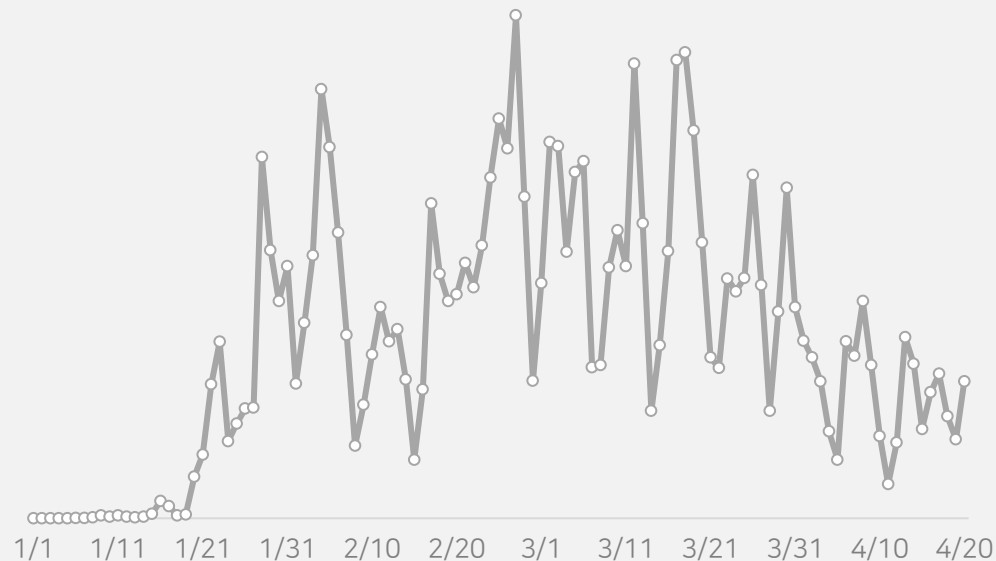
다만 관광 지출 감소 폭이 관광 수입 감소 폭을 상회하면서
2월 관광 적자는 10개월 이래 최저치인 3억6천520만
달러(4천500억원)를 기록했다. 이는 전달인 1월 적자액인
9억2천760만달러의 3분의 1 수준이다.

...관광업계는 코로나19 때문에 한국을 포함해 전 세계적으로
관광시장이 축소되고 있다고 분석했다...

----- 연합뉴스 2020.04.09 (<https://www.yna.co.kr/>)

News

*'코로나'+'여행' 키워드가 모두 포함된
언론 기사 추이 (2020. 1/1 ~ 4/20)



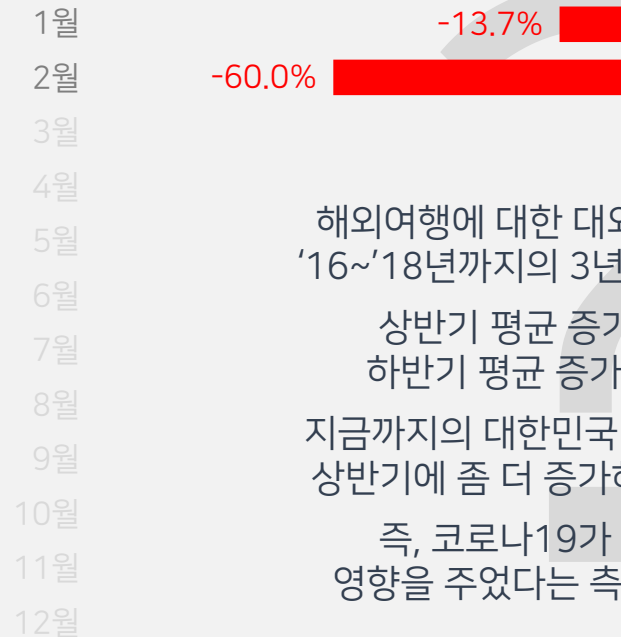
이구동성 그저 어렵다는 이야기
무슨 이야기를 더 할 수 있을까?

우선, 통계 데이터를 짚어보면

최근 2월 해외여행객

전년 동기간 대비 **60% 이상** 하락

[2020년 증가율]



해외여행에 대한 대외적 변수가 적었던 '16~'18년까지의 3년간을 기준으로 보면

상반기 평균 증가율은 16.4%,
하반기 평균 증가율은 12.6%로

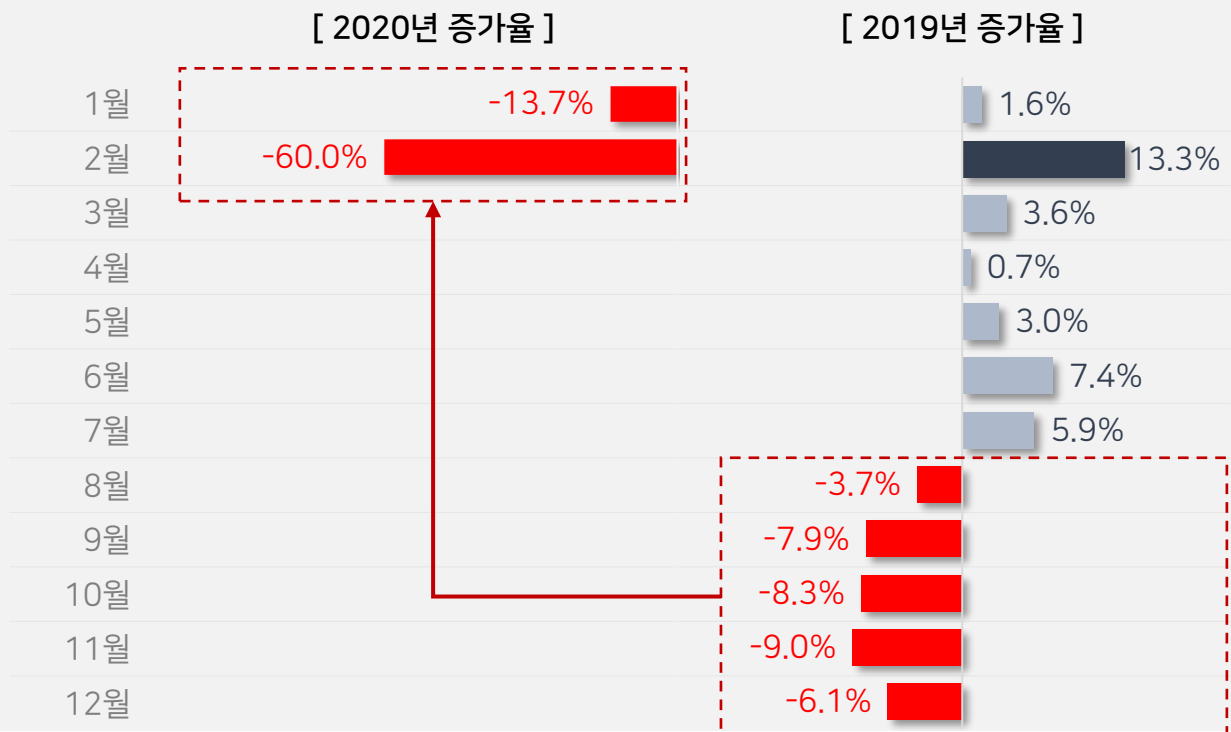
지금까지의 대한민국 해외여행 트렌드는
상반기에 좀 더 증가하고 있었음을 발견

즉, 코로나19가 상반기 여행에
영향을 주었다는 측면에서 주목 필요

*출처 : 한국 관광 통계

특히 이러한 감소 위기는 불매운동 이후,
점진적 회복 양상을 보이던 중에
벌어진 상황이라는 점에서 더 안타까운..

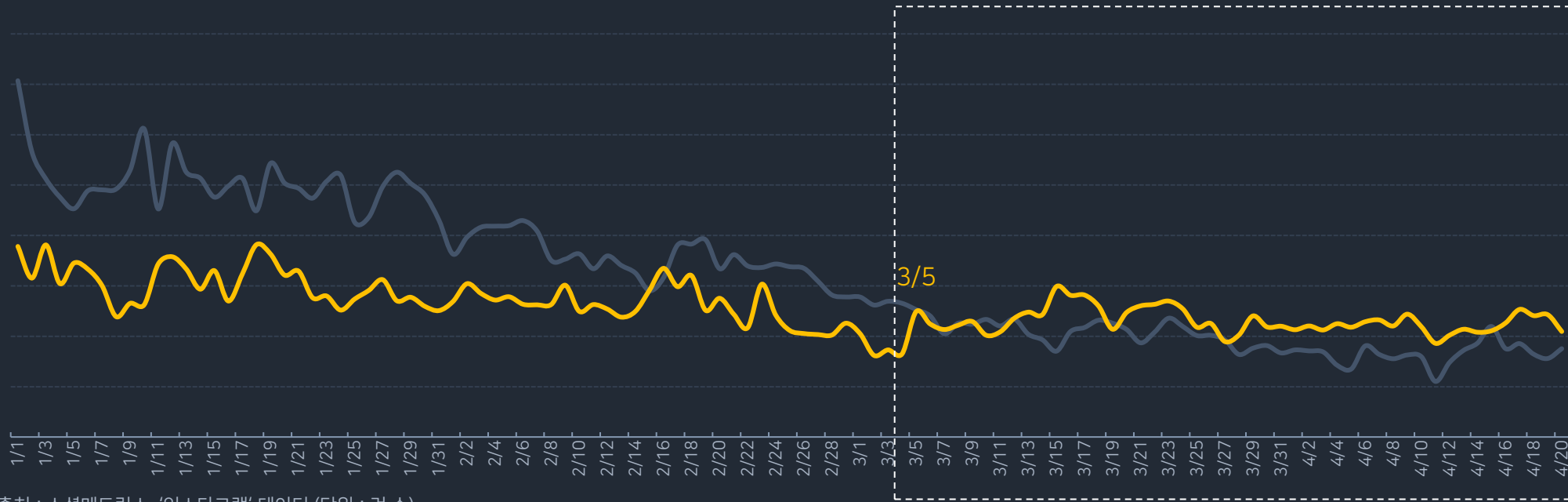
2020년 1월의 동기간 대비 감소는
지난 여름부터 이어진 감소세를 고려하면
코로나19의 영향으로 판단하기 어려워
2월의 감소폭을 눈 여겨 봐야 함
2월의 감소폭이 유독 두드러진 이유는
국내 확진자의 급증과
이에 따른 해외에서의 입국 제한이
겹쳐지며 여행 자체가 어려웠던 결과
코로나19의 전 세계적인 급증으로
글로벌 여행 경보가 발효된
3월 이후에는 더 할 것으로 예상



*출처 : 한국 관광 통계

하지만 최근 SNS 상에서 「국내여행」에 대한 관심 증가 포착

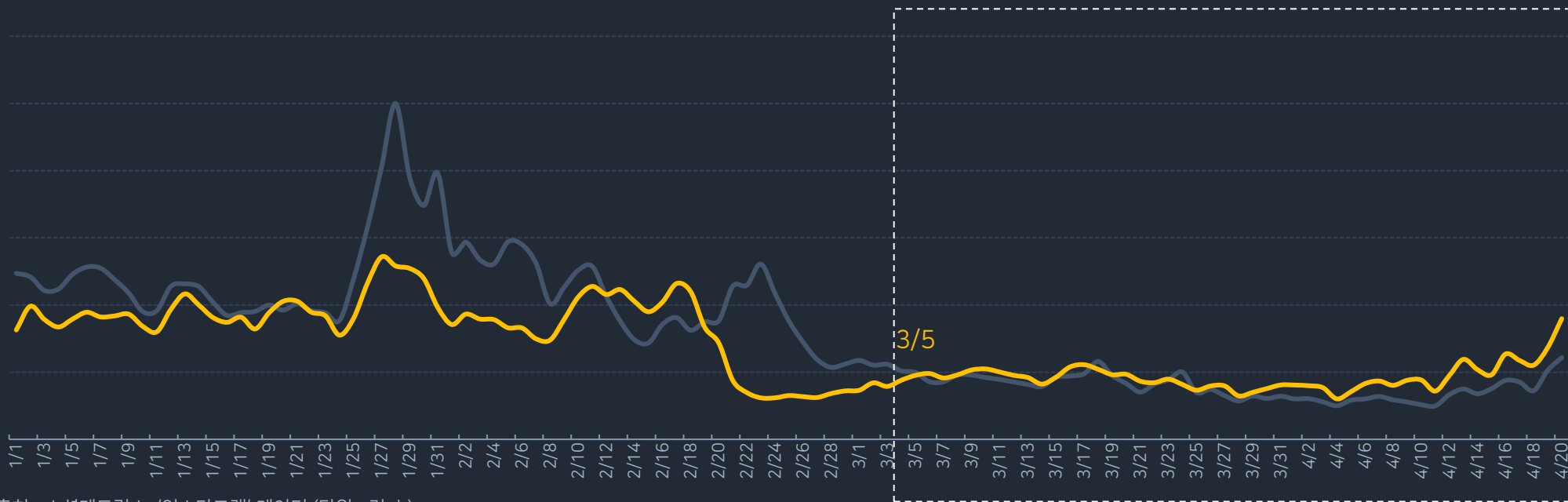
— '해외여행' 언급량 추이 — '국내여행' 언급량 추이



*출처 : 소셜메트릭스, '인스타그램' 데이터 (단위 : 건 수)

포털사이트 **검색추이**에서도 역시 SNS와 유사하게 3월 5일을 기점으로 국내여행에 대한 수요 증가 징후 발견

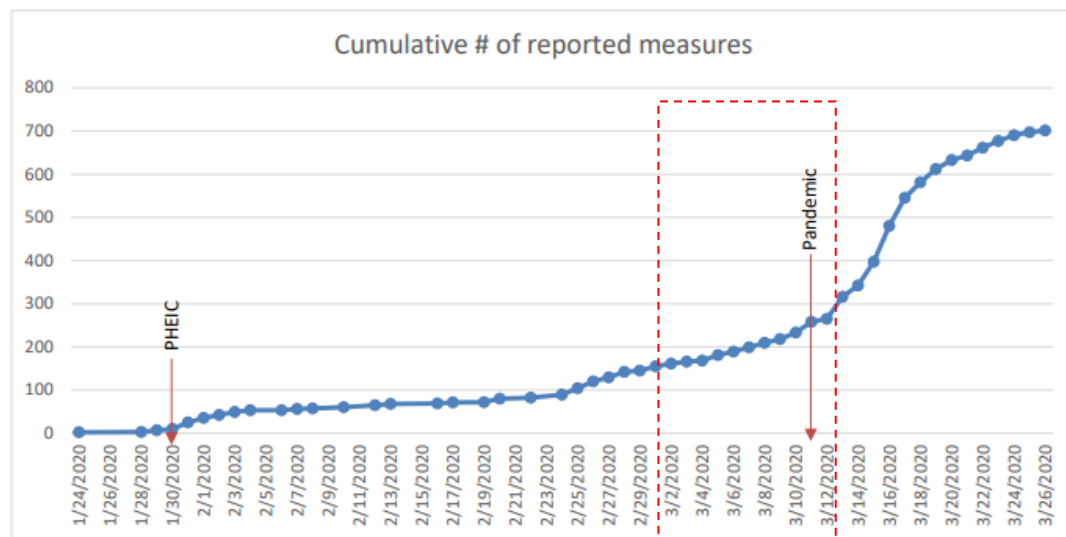
— '해외여행' 검색 추이 — '국내여행' 검색 추이



*출처 : 소셜메트릭스, '인스타그램' 데이터 (단위 : 건 수)

국내여행이 해외여행을 상회(上廻)하던 이 시점은 미국, 이탈리아, 스페인 등 주요 해외국가들의 코로나19 사태가 그야말로 '극'에 달했던 시점

Figure 1. Cumulative number of reported additional health measures



WHO has maintained weekly technical coordination with the aviation and tourism sectors. Interim guidance on the management of ill travellers at Points of Entry was [published](#) on 19 March. IATA recently [published](#) the third economic analysis, providing estimates of the economic impact of these travel restrictions. On 25 March, the UN World Tourism Organization launched a [Crisis Committee](#), bringing together actors from the aviation, shipping and tourism sectors to review the impact of the outbreak on these sectors and propose innovative solutions for recovery. WHO has a technical advisory role in this committee.

※ 출처 : WHO에서 발간하는 Situation Report 중 일부 내용 발췌
(<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports/>)

“ 세계적 코로나위기속의 한국은,
마스크를 가장 싸고 많이, 빨리 공급하는 나라
확진자를 가장 빠르게 찾아내는 나라
사망률이 가장 낮은 나라
관련 정보가 100% 오픈 된 나라
그래서 오히려 가장 안전한 나라 ”

- SNS 언급 내용 중 -

팬데믹 선언 이후, 찾아온 봄 시즌
여행에 대한 갈망, 갈증 역시 극에 달했을 것

< 코로나19 사태에 따른 SNS 반응 변화 분석 >

[1차 : 초기 불안 형성기]

첫 확진자 발생 이후부터
본격적 확산 시점인 2/20 전까지에 해당,
우려는 있으나 대체로 조기 종식을 예상하며 일상적 활동 유지

고민 일시적 피해 전염위험
비상사태 공포
우려 걱정 불안감

[2차 : 확산기]

본격적 확산이 시작된 이후부터
WHO가 팬데믹을 선언한 시점까지 해당,
사회 전반의 위기감이 고조되며 일상 생활에 변화

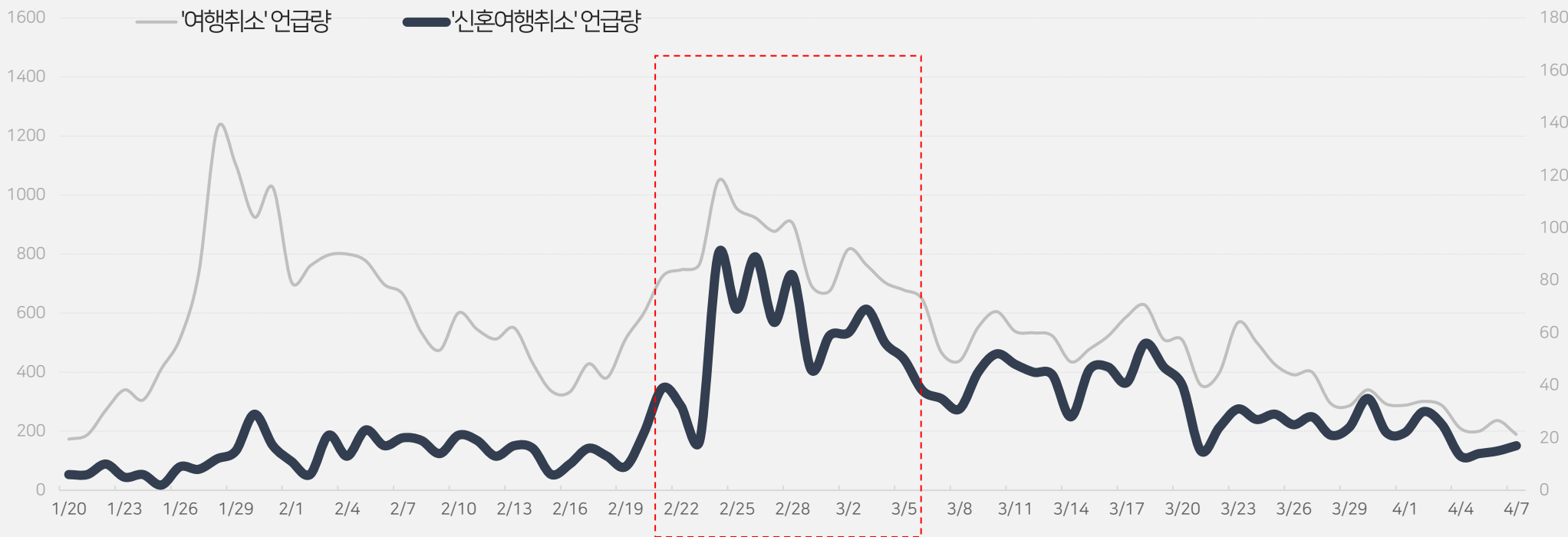
무섭다 위험 안전
무용지물 격리 차별
조심 불안 속상하다 마음아프다

[3차 확산기]

WHO 팬데믹 선언 이후에 해당,
일부 유럽 국가에서 환자가 급증하면서
전세계적인 위기 의식 도래

스트레스 비난
답답하다 불안 논란
가고싶다 이기적
기분전환 세계적
제한하다 제외하다

그리고 유사한 시기에
해외 **신혼여행** 취소가 급증한 것도 크게 기여
“상황이 나아지기를 기다렸지만,..”



이처럼 국내여행 수요 증가 원인을 정리해 보면 답답함 해소 & 신혼여행 대체제

01 꽃피는 봄이 오면~ 답답함을 벗어난 나들이!

겨울부터 이어진 코로나19 이슈가
최근 봄으로 계절이 바뀌자
벚꽃구경을 하려는 인파나 봄의 내음을
느끼려는 수요가 증가함에 따라
당일치기 나들이를 가고자 하는 수요 증가



02 더 이상 미룰 수 없다! 신혼여행의 대체제 고민..

해외로의 신혼여행이 무산되면서
그 대체제로 국내여행을 알아보는 수요가
최근 급증한 것으로 나타남
그 중에서도 국내에서 유일하게 비행기를
탈 수 있는 제주도를 방문하려고 하거나
혹은 국내 최고급 호텔에서 휴양하려는
니즈가 최근 급격히 증가하고 있는 중



그런데 이것 만으로는 **설명되지 않는 몇 가지**

소비자가 최근 직접 검색한 키워드들 속에서
최근 **미세하게** 관심이 증가하는 **포인트** 발견

동해일출
남해 한 달 살기
가보고 싶은 섬

속초호텔 인천파티룸
서울호캉스 **국내호캉스**
국내유명호텔

춘천카누
국산카라반

겨울바다여행
꽃지해수욕장펜션

국내온천추천
가족탕 **국내온천여행**
온천

여수요트
여수요트투어

엄마랑 국내 여행
아이들과 가볼 만한 곳
가족여행

통영여객선터미널
배 예약

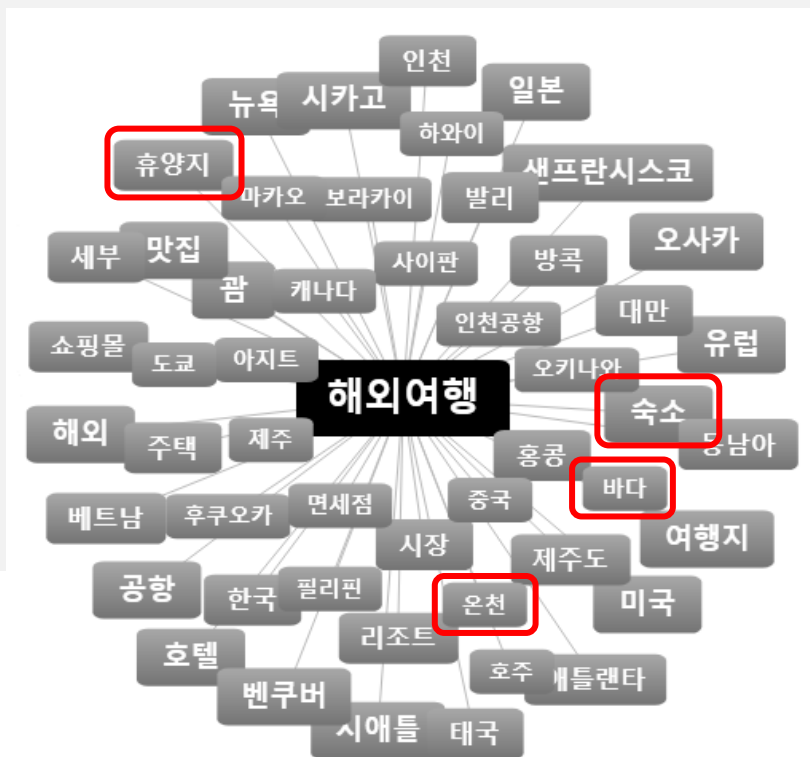


움직임이 감지되는 키워드들을 정리해 보면
다음과 같이 대표 요소로 **그룹화** 가능



과거 2018-2019 겨울시즌 **여행 관련 SNS 언급**을 돌이켜보면
온천, 섬(휴양지), 호텔(숙소), 바다, 투어, 체험 등은
모두 **해외여행**, 혹은 **겨울여행**과 유사한 형태

2018년 11월~2019년 1월
해외여행 관련 언급 내용
(트위터, 커뮤니티, 인스타그램)

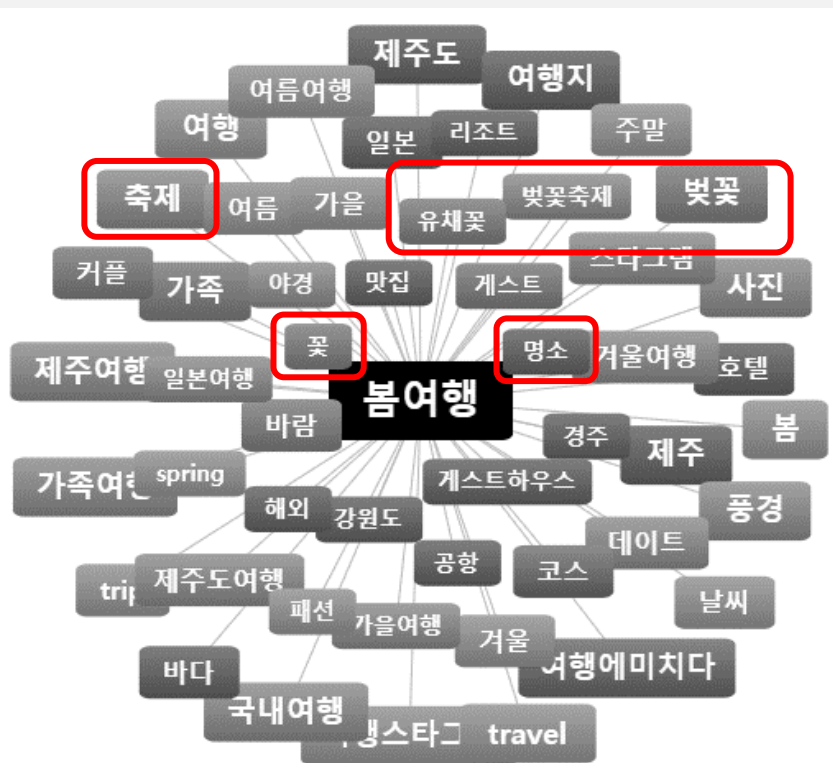


2018년 11월~2019년 1월
겨울여행 관련 언급 내용
(트위터, 커뮤니티, 인스타그램)



지난 2019년 3~4월에 나타난 봄 여행 관련 SNS 언급에서는 주로 **벚꽃, 축제, 명소** 탐방 등의 비교적 가벼운 **나들이** 지향 최근 관심이 높아진 여행 방향과 '사뭇' 다른 느낌

2019년 3월~2019년 4월
봄여행 관련 언급 내용
(트위터, 커뮤니티, 인스타그램)

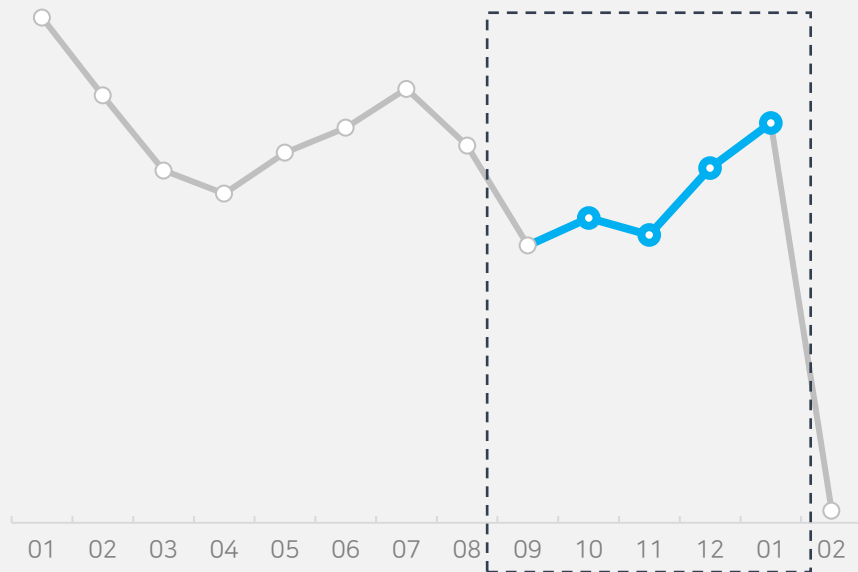


사람이 다수 모이는
벚꽃명소나, 축제 등을 지양하게 된 원인은
사회적 거리두기를 유지해야 하는
심리적인 압박에 따른 것이기도 하지만,
대체제로 겨울/해외 여행과 유사한 형태를
무심코 선택하게 되는 것은 다른 문제.

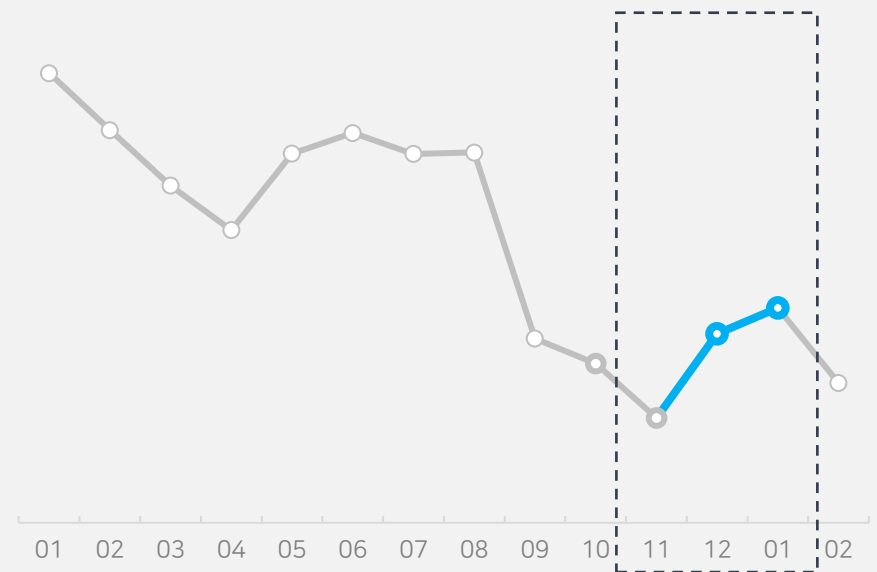
온전히 답답함의 해소 차원이나
봄으로의 계절 변화로 이해하기보다
좀 더 근원적인 원인 탐구가 필요

사실, 여행에 대한 갈망과 갈증의 시초는
코로나19 영향 이전의, 작년 하반기 불매 시점부터.
즉, 작년 부터의 『대기 수요』가 코로나19 영향으로 최근까지 이어진 것

[2019-2020 월별 해외여행객 수 통계]



[2019-2020 월별 '해외여행' SNS 언급량]



국내여행 수요에 내재된 소비자 니즈를 '다시' 정리하면
1년 가까이 이어진, 혼재된 갈증의 폭발

코로나19로 견뎌왔던
답답함 폭발

그리고
들썩이게 만든

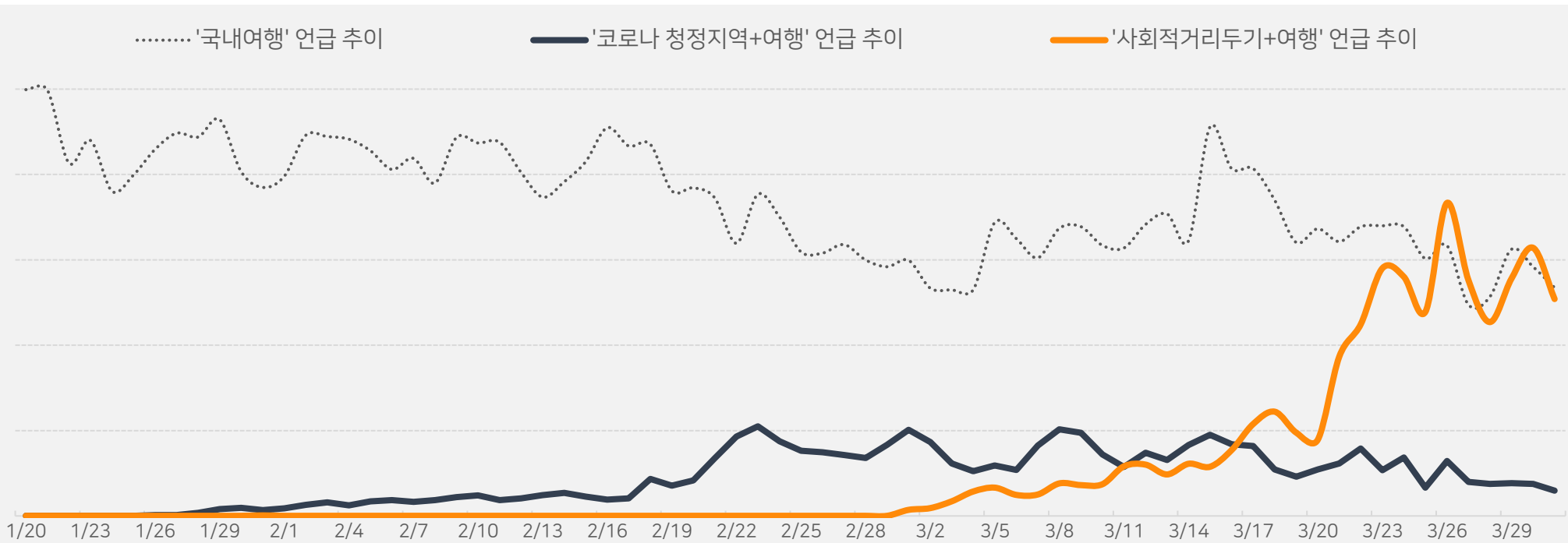
봄

불매 운동 영향으로
해외 대신 한시적으로
국내여행을 선택했던
갈증의 폭발

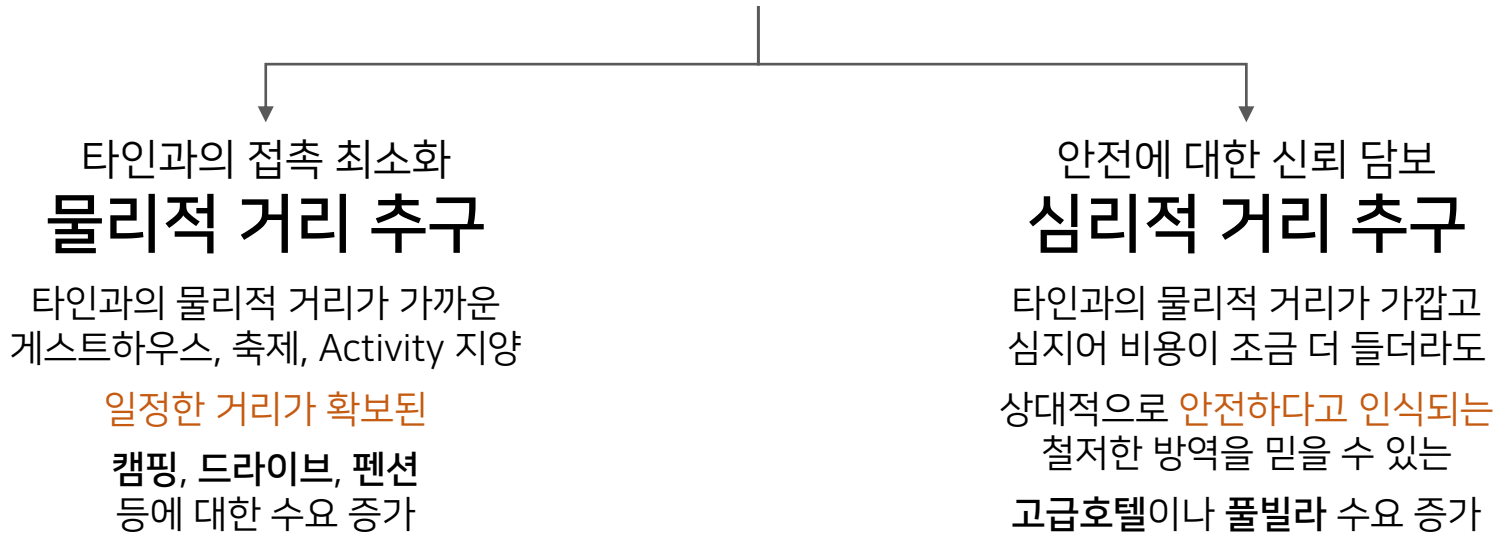
대외 상황으로 인해
연말 대신 연초로
겨울여행을 미뤘던
기대의 폭발

물론, 그럼에도 정부 지침은 철저히 고려

『청정지역』으로의 여행 & 『사회적 거리』의 보장



여기서 또 한 가지 중요한 것은,
사회적 거리는, 물리적 거리와 심리적 거리로 구분



지금부터 이어지게 될, 적어도 올해의 여행은
 이와 같은 고려 기준이 적극 반영될 것

정리하자면, 올해 여행 문화는

사회적 거리두기의
점진적 완화 예상에 따라
**국내여행 수요는
더욱 늘어날 전망**

물리적, 심리적
거리가 충분히 확보된
**가족 단위 중심의
정적인 여행 추구**

기존의 선호여행지, 숙박 종류
합리적 가격, 시즌성 등을 넘어
**미뤘던 해외여행을
충족하는 경험 추구 가능**

국내여행에 대한 수요 증가는
이미 여러 매체를 통해서도 자명
하지만 정작 중요한 것은
어떠한 형태의 여행을 변화,
혹은 증가할 것인가에 대한 전망

타인과의 대면 지양이나
가족과의 시간 증가 당분간 유지 가능
가족 단위의 빈번한 근거리 여행
증가가 예상되며
여름 시즌이 되더라도 예년 대비
Activity에 대한 수요는 위축 전망
자연친화적 힐링 추구할 것

국내여행에서의 고려 요소와
해외여행에서의 고려 요소가
상이했던 과거와 달리
연말까지도 해외여행 회복이
불투명할 수 있음에 따라
국내여행과 해외여행에서의
추구 가치, 기준 격차가 줄어들 것

코로나19에 따른 국내 여행 업계 변화에 대한 상세 데이터는
별도로 업로드 및 제공되는
『세부 데이터 정리 보고서』에 담겨 있습니다.
필요하신 분들은 해당 보고서의 데이터를 확인해 주시고
본 분석 내용과 관련하여 궁금하신 점은
엠포스 빅데이터팀으로 연락 부탁드립니다.

E n d O f D o c u m e n t

Contact Us

Website URL <http://bigdata.emforce.co.kr>

T 02. 6177. 1871 eMAIL khbak@emforce.co.kr