

# 세계 관광 동향

---

제92호 (2010년 10월 첫째 주)

연구기획조정실·관광지식정보

---

국제항공운송협회, 아이플렉스 프로그램 실시 (IATA)..... 2

아태지역, 2010년 상반기 관광객 11% 늘어 (PATA)..... 3

캘리포니아 관광공사 사장, 신설된 관광홍보공사 이사로 임명(Visit California)..... 4

아메리칸익스프레스 조사연구, 신기술이 관광산업에 영향을 미쳐 (Travel Pulse)..... 6

미국 여행업계, 페이스북과 트위터를 통해 관광객 유치 (Travel Daily News)..... 7

[주요행사]

- 16<sup>a</sup> edición de MITM Americas, Meetings and Incentive Travel Market  
(Quito, Ecuador, 6 - 8, October, 2010)  
- <http://www.mitmamericas.com/>
- Caribbean Tourism Organization (CTO) Leadership Strategy Conference  
(Bridgetown, Barbados, W.I., 8 - 11, October, 2010)  
- <http://www.onecaribbean.org/eventsandcalendars/conferences/leadershipconf.aspx>
- UNWTO - 5th International Meeting on the Silk Road  
(Samarkand, Uzbekistan, 8 - 9, October, 2010)

## 국제항공운송협회, 아이플렉스 프로그램 실시 (IATA)

국제항공운송협회(IATA)는 항공기들이 장거리 비행에서 탄소배출과 연료소비를 2% 줄일 수 있는 새로운 아이플렉스(iFlex) 프로그램을 실시한다고 발표했다.

아이프렉스 프로그램은 “완벽비행(perfect flights)”을 위한 시험 과정을 통해 만들어졌으며, 항공교통관제 업무자(ATC operators)들이 일상의 운행조건에서 적용할 수 있도록 신기술을 접목하였다. 이 프로그램은 조종사들에게 실시간으로 이용할 수 있는 모든 새로운 항로와, 항공제 한사항 및 항로 기상정보 등을 실시간으로 알려준다.

“사실 극복해야 할 어려운 환경적 조건들이 있는 게 사실입니다. 아이플렉스 프로그램은 탄소배출 등을 감소시키기 위해 4가지 주요 전략을 채택하고 있습니다. 이 프로그램을 이용하게 된다면 최신 기술을 통해 실용적으로 배출을 저감할 수 있을 것으로 기대됩니다. 문제의 핵심은 국가들과 항공교통통제 당국들간 협력여부라고 할 수 있습니다.” 라고 지오바니 비시그나니(Giovanni Bisignani) 국제항공운송협회 회장이 말했다.

전 세계의 항공교통관제 서비스 제공자들은 도시들 간에 새롭게 개척된 항로들과 초장거리(ultra-long)운항 항공기의 등장으로 항공운송 물량증가하고 있지만 기존의 낡은 영공구조(airspace structure) 때문에 발생하는 제한들로 인해 고생하고 있다. 이런 상황에서 아이플렉스 프로그램을 조기에 도입하게 된다면, 대륙간을 10시간씩 운항하는 항공기들이 운항시간을 6분 정도 줄일 수 있으며, 연료소비를 2% 정도 줄일 수 있고, 이산화탄소 배출도 3천 킬로그램 정도 줄일 수 있을 것으로 기대된다.

아이프렉스 프로그램은 항공기가 많이 운행되지 않아 보다 유연한 영공구조를 갖고 있는 지역에 초점을 맞출 예정이다. 처음으로 중점을 둘 곳은 요하네스버그-아틀란타-두바이 등의 남대서양 및 아프리카 지역이다. 향후 몇 달간 국제항공운송협회는 항공사, 국제민간항공기구(ICAO), 항공항법서비스제공자, 각국 정부들과 함께 이 프로그램의 기술적 타당성을 증명하기 위해 데이터분석과 현대적 운항계획 도구를 사용한 항로시뮬레이션 등의 자료수집 작업을 수행할 예정이다. 이와 관련하여 2011년에 또 하나의 시험 프로젝트가 계획 중에 있다. 이 프로젝트는 통상의 기상상황을 활용하여 항공기의 운항항로를 최적화할 수 있는 조건을 찾는 내용이다.

출처 : IATA(국제항공운송협회), <http://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2010-09-16-01.aspx>, 2010.09.16

## 아태지역, 2010년 상반기 관광객 11% 늘어 (PATA)

2010년 9월 15일, 마카오 : 아태관광협회(PATA)는 오늘 올 6월분 해외관광객 사전조사 결과를 발표했다. 전년동기 대비 17%의 해외관광객이 늘어난 것으로 나타났다. 그리고 올 상반기 아태지역의 해외관광객 숫자는 전년보다 크게 늘어나 11% 상승한 것으로 조사되었다.

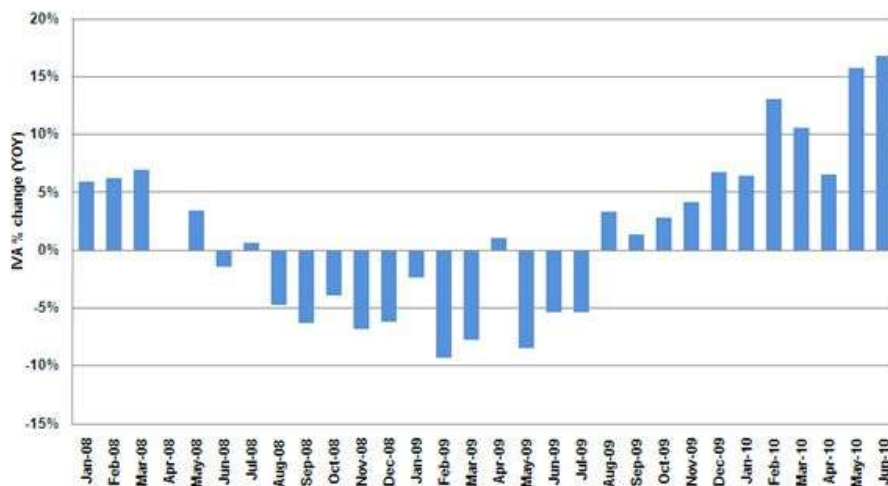
6월 한 달간의 관광객 성장률로만 평가한다면 동북아 지역이 전년대비 19%의 성장세를 기록하여 아태지역에서 단연 선두를 기록했다. 구체적으로 살펴보면 대만지역은 46%, 홍콩 44%, 일본 60%, 대한민국 35%, 마카오 31% 등의 전년대비 성장세를 보였다. 2010년 상반기를 종합적으로 살펴보면 동북아 지역의 해외관광객은 전년대비 11% 늘어난 것으로 나타났다.

남아시아 지역은 6월 한 달 스리랑카 48%, 몰디브 22%, 네팔 16% 등의 성장세를 기록하여 전체적으로 전년대비 13%의 성장세를 기록했다. 인도는 8%대의 양호한 성장세를 보인 반면, 부탄은 6월 한달 마이너스 성장세를 기록했다. 2010년 상반기를 전체적으로 살펴보면 남아시아 지역의 관광객은 전년대비 15%의 관광객이 늘어나, 아태지역에서 가장 빠르게 관광객이 증가하는 곳으로 평가할 수 있다.

2009년 하반기부터 살아나기 시작한 동남아시아의 관광산업은 2010년 상반기에도 그 상승세를 유지했다. 6월달의 전년대비 관광객 숫자는 11% 증가했으며, 상반기 전체적으로는 전년대비 13%의 관광객이 증가한 것으로 나타났다. 조사결과에 따르면 싱가포르, 태국, 베트남 등의 국가들이 이 지역 해외관광객 증가 추세를 주도했다. 하지만 태국의 평균 14%의 성장세는 1~3월까지의 주요 실적으로 가능하였다. 태국의 주요 관광지들은 2/4분기 동안 정치적 불안정으로 -4%의 저조한 실적을 보였다.

4월·5월간에 마이너스 성장세를 기록한 태평양 연안국가들은 6월 한 달 12%대의 큰 성장세를 기록하였다. 6월 달 태평양 지역에서 호주와 뉴질랜드가 각각 11%와 8%의 관광객 증가세를 보여 관광산업 회복에 가장 큰 공헌을 한 것으로 나타났다. 6월 한 달 동안 태평양 연안의 주요 섬 관광지들을 찾은 관광객들이 비슷한 숫자규모로 늘었다. 전체적으로 상반기 태평양지역의 해외관광객 숫자는 전년대비 4% 규모 정도로 늘었다.

Asia Pacific international visitor arrivals (IVAs) trends:  
Monthly change, year-on-year (%), Jan-08 to Jun-10  
Source: relevant NTOs/NSAs, compiled by PATA



1. 사전조사 자료들이 사용되었으며, 자료가 없는 지역에 대해서는 추정치들이 사용되었음
  1. 아태지역에는 언론보도 목적상 북미(캐나다, 멕시코, 미국) 지역이 제외 되었음
    - 동북아 지역 : 중국, 타이완, 홍콩, 일본, 대한민국, 마카오, 몽골
    - 동남아 지역 : 캄보디아, 인도네시아, 라오스, 말레이시아, 미얀마, 필리핀, 싱가포르, 타이완, 베트남
    - 남아시아 지역 : 부탄, 인도, 몰디브, 네팔, 파키스탄, 스리랑카
    - 태평양 지역 : 호주, 쿡제도, 피지, 키리바티, 마셜제도, 뉴칼레도니아, 뉴질랜드, 니우에, 북마리아나스, 팔라우, 파뉴아뉴기니, 사모아, 타이티, 통가, 투발루, 바누아투
  2. 몽골제외 : 조사기간 동안의 자료 없음
  3. 파키스탄 제외 : 조사기간 동안의 자료 없음
  4. 라오스제외 : 조사기간동안의 자료 없음
  5. 통가 : 조사기간 동안의 자료 없음
- (아태지역 해외관광객 추세 : '08.1월~' 10.6월까지 월간 변동사항  
 자료출처 : 관련 국가 관광당국, 아태관광협회 자료취합)

출처 : PATA, <http://www.pata.org/press/visitor-arrivals-to-asia-and-the-pacific-grew-by-11-in-the-first-half-year-of-2010>, 2010.09.15

## 캘리포니아 관광공사 사장, 신설된 관광홍보공사 이사로 임명(Visit California)

### 미국의 글로벌 관광산업 마케팅을 제고시킬 새로운 기구 탄생

캘리포니아 관광공사(CTTC)의 캐롤라인 베테타(Caroline Beteta) 사장이 미국상무부(U.S. Department of Commerce)가 신설한 관광홍보공사(CTP)의 이사진에 임명되었다. 관광홍보공사는 캘리포니아를 홍보하는 캘리포니아관광공사(CTTC)처럼 앞으로 미국을 국제적 관광지로 홍보하기 위해 글로벌 마케팅과 커뮤니케이션 프로그램들을 진두지휘할 것이다.

“미국 관광업계에는 아주 큰 소식입니다. 캐롤라인 베테타 이사는 공공정책 전문가이자 역동적인 해외마케팅 분야에 경험을 고루 갖추고 있어, 관광홍보공사가 앞으로 홍보활동을 제대로 시작할 수 있도록 해줄 책임자라고 생각합니다.” 라고 캘리포니아관광청의 부사장이자 시티패스(CityPass)사의 사장인 마이크 갤러퍼(Mike Gallagher)씨가 말했다.

관광홍보공사의 출범은 미 정부와 관광업계간의 파트너 관계형성을 위해 오바마 미 대통령이 서명한 관광홍보법(Travel Promotion Act)에 따라 가능해졌다. 이 법은 미국의 보안정책에 관해 외국인 관광객들을 교육시키고, 미국 관광지들을 국제적으로 홍보하기 위한 홍보예산 등을 예정하고 있다. 관광홍보공사의 운영비용은 세금을 사용하지 않으며, 해외관광객들의 이용료 및 사기업들의 매칭펀드 등을 통해 조달될 것이다.

관광홍보법이 통과되기 전인 2009년 한해 외국인 관광객들은 미국에서 1,200억달러를 소비하였지만, 이 법이 제정되기 전까지 미국은 관광분야 대한 국가적 종합 프로그램을 운용하지 않는 유일한 선진국이였다.

베테타씨 여사는 관광홍보법 임시 시행을 위한 테스트포스팀에서 많은 경험을 쌓았으며, 매년 워싱턴에서 개최되는 관광리더십 정상회의(Travel Leadership Summit), 서부지역 주관관광산업 정책협의회(Western States Tourism Policy Council) 및 국경인근 주지사회의/관광산업실무자회의

(Border Governor' s Conference and Tourism Worktable) 등의 기타 활동 경력을 인정받아 관광홍보공사 이사회에 임명될 수 있었다. 게리록크(Gary Locke) 상무부장은 국무성 및 국토안보부 등과 협의를 거쳐 관광홍보공사의 이사진을 선별하였다. 이번에 구성된 이사들은 숙박, 여객수송, 항공업계, 국제회의업계 등 관광산업 분야의 다양한 업체들을 대표하고 있다.

“미국의 관광산업의 미래를 이끌어 갈 기회가 주어져 아주 기쁘게 생각합니다. 현재 미국의 관광산업은 글로벌 시장경쟁을 잘 헤쳐날 수 있는 충분한 자원과 연방정부의 지원을 받고 있습니다. 이런 상황에서 새롭게 신설된 관광홍보공사와 이사진들은 이 역사적인 기회를 잘 이용하여 현재 관광산업의 성장세를 지속시켜나가는 것이 중요하겠습니다. 현재 미국의 관광산업은 820만의 고용을 창출하고 있으며 많은 조세수입을 만들어 내고 있습니다. 그리고 문화교류의 확대와 이를 통한 평화 확산에도 기여하고 있습니다.” 라고 베테타 여사가 말했다.

미국내 관광산업을 총괄하는 총 책임자로서 베테타씨는 5천만 달러어치의 관광마케팅계획을 관광하게 될 것이다. 그의 임무에는 12개의 해외지사, 국내외 브랜드 캠페인, 수많은 해외 웹사이트 등의 운영이 포함되어 있다. 이와 더불어 베테타 여사는 각종 유명 관광박람회에 참석하고, 1·2·3급 해외관광 시장에 대한 홍보활동도 관리할 것이다. 그리고 계속해서 아놀드 슈왈츠제네거(Arnold Schwarzenegger) 캘리포니아주지사를 대신하여 각종 국제박람회 참가 및 관광홍보 대사의 역할을 맡게 될 것이다.

“캐롤라인 베테타 여사는 관광홍보공사 이사로서 역할을 잘 해 나갈 것 입니다.

그녀의 해외마케팅 전문실력과 그녀가 캘리포니아의 국제적 입지를 공고히 만들었던 성공경험은 앞으로 그녀가 미국을 어떻게 홍보할 수 있을지를 말해주고 있습니다. 이와 동시에 그녀가 전미여행협회(U.S. Travel Association)의 전임 회장으로써 쌓았던 경험과 인간관계는 미국여행업계로부터 충분한 지원을 얻을 수 있게 만들어 관광홍보공사가 성공할 수 있는 중요한 밑거름이 되도록 해 줄 것입니다. “라고 전미여행협회의 로저 다우(Roger Dow) 회장이 말했다.

출처 : Visit California, [http://tourism.visitcalifornia.com/AM/Template.cfm?Section=Press\\_Releases2&CONTENTID=51054&TEMPLATE=/CM/ContentDisplay.cfm](http://tourism.visitcalifornia.com/AM/Template.cfm?Section=Press_Releases2&CONTENTID=51054&TEMPLATE=/CM/ContentDisplay.cfm), 2010.10.09

## 아메리칸익스프레스 조사연구, 신기술이 관광산업에 영향을 미쳐 (Travel Pulse)

아메리칸익스프레스 비즈니스관광연구소(American Express Business Travel)는 여행/회의연구소(ITM)와의 공동조사 결과를 발표하였다. 여행업계 관리자와 비즈니스 관광종사자들을 대상으로 한 이번 조사에서 경험 많은 관광객들도 젊은 관광객들처럼 온라인의 통신수단에 대해 흥미를 느끼고 있으며 사용의 필요성을 절감하고 있는 것으로 나타났다. 물론 이들은 직접 얼굴을 마주대하는 회의가 중요하다는 점을 강조하는 것도 잊지는 않았다. 이번에는 신기술을 사용한 핸드폰과 같은 모바일기기, 트위터와 같은 소셜 커뮤니티 등이 관광업계 환경에 미치는 영향에 대해서도 연구되었다.

이번 조사에 따르면 이런 신기술들은 현재 관광산업에 뚜렷하게 대비되는 2가지 역할을 하고 있는 것으로 나타났다. 우선 화상회의 등의 통신수단의 등장으로 출장의 필요성이 축소되고 있다. 하지만 모바일 매체와 같은 통신수단들은 길거리나 가상회의 공간에서 생산성을 높일 수 있는 것으로 나타났다.

조사 및 관심대상 조사결과는 “게임의 변화 : 신기술이 여행업계에 미치는 영향(Changing the Game: The Impact of New Technologies on Business Travel)”이라는 제목의 보고에서 상세하게 분석되고 있다. 여행업계 관리자와 조사대상이 된 여행자들은 신기술 기반의 통신매체들이 내부회의(internal meeting)의 새로운 대세가 되고 있다고 동의했다. 하지만 화상회의 같은 수단들이 수익창출, 고객대면활동 등에 영향을 미치거나 비즈니스 협상 및 관계유지 등에 사용되고 있다고 밝힌 출장 여행객들은 고작 22%에 불과했다.

하지만 많은 일반 여행자들은 불필요한 여행 횟수를 줄이고, 여행의 생산성 및 효율성 등을 제고하기 위해 신기술의 통신수단을 사용할 의사가 있다고 밝혔다. 그리고 90%의 응답자들은 북미와 서유럽 지역이 웹케스트, 텔레프레전스, 화상회의 등의 통신매체 사용에 있어 선두지역이라고 생각하는 것으로 나타났다.

48%의 응답자들은 면대면(face-to-face) 방식이 화상회의 같은 대안적 수단보다 큰 투자수익(ROI)을 내고 있다고 높다고 밝혔다. 59%의 출장 여행자들은 이런 수단들이 내부회의의 선택적 수단이라고 응답했는데, 이는 바이어(buyer)들은 직원들이 정책사항들을 지키고 비즈니스 목적을 달성하는데 목표를 두고 있기 때문이다. 63%의 바이어들은 지난 3년간 비즈니스관광 분야 출장에서 신기술을 채택한 첫 번째 원인으로 비용절감을 꼽았다. 하지만 32%의 출장 여행자들은 지속적인 비용절감 효과를 향후 3년간에 있을 가장 큰 영향으로 꼽았다. 34%의 출장여행자와 27%의 바이어들은 지난 3년간 출장을 대신하여 화상회의 같은 신기술을 택한 주요 원인이 생산성이라고 밝혔다.

관광산업 종사자들은 직원들의 소통에 있어 효율성과 생산성을 증가하기 위해 다양한 선택사항들을 제공할 필요가 있다. 하지만 많은 경우 이러한 대안적 수단들을 제공할 적절한 내부 협력수단과 구매력을 제공하지 못하고 있다. 여행전문가들이 여행옵션이라는 게임을 이해하고 회사전체로 확대과정을 가속화하기 위해, 아메리칸 익스프레스 비즈니스트래블(American Express Business Travel)은 교육정보 웹사이트를 개설했다. 이 사이트는 비용절감, 생산성절감 등과 같은 혜택을 나타내는 주요 시나리오 검토함으로써 비즈니스를 성장시킬 수 있는 가이드를 제고하고 있다. 자세한 사항은 다음의 사이트([www.virtualtravel.americanexpress.com](http://www.virtualtravel.americanexpress.com))를 참조하면 된다.

## 미국 여행업계, 페이스북과 트위터를 통해 관광객 유치 (Travel Daily News)

여행업체들이 소셜미디어 수단을 통해 홍보를 강화하는 추세에 있는 가운데, 델타항공사(Delta Airlines)는 자사의 페이스북(facebook) 공식 페이지를 통해서 고객들이 스페인과 같은 관광지까지의 항공권을 예약할 수 있도록 서비스를 개시했다. 메리어트 호텔같은 경우에는 자사의 소셜네트워크 사이트를 통해 고객들에게 새로운 호텔가격 등의 정보를 제공하고 있고, 사우스웨스트항공(Southwest Airlines)과 같은 항공사는 소셜네트워크 사이트를 통해 들어오는 문의 사항들을 답변하기 위해 전문적으로 훈련받은 3명의 직원들을 새롭게 채용했다.

“지난 3년간 소셜네트워크의 인기가 아주 대단했습니다. 인터넷에 접속할 수 있는 사람들의 숫자가 크게 늘어난 것이 가장 큰 원인입니다. 그리고 소셜네트워크 자체가 사용자 친화적으로 만들어졌으며, 쉽게 접근할 수 있고 사용할수록 재미있습니다. 많은 유명 기업들이 여행 시즌동안 모든 과정에서 소셜네트워크를 이용하지 않을 수 없는 상황이 된 것입니다.” 라고 온라인 여행전문업체 ‘딜체커(www.dealchecker.co.uk)’의 관리이사인 알렉스 세인트(Alex Saint)씨가 말했다.

이미 많은 업체들이 고객관리와 온라인서비스를 위해 소셜네트워크를 사용하고 있다. 하지만 미국의 주요 관광업체들은 특히 소셜네트워크의 잠재적 수익창출력(earning power)를 절감하고 있다. 때문에 이들 업체들은 시장변화에 아주 민감하게 반응하여 미국내 고객들이 자신들의 페이스북의 내용을 업데이트 하듯이 쉽게 터키행 여행상품을 예약할 수 있도록 할 예정이다.

“페이스북이나 트위터를 통해 홍보활동을 하는 것은 더 이상 신선한 내용은 아닙니다. 하지만 여행업계는 최근에서야 이들 소셜네트워크를 이용하기 시작했습니다. 미국의 여행업계는 이미 페이스북 같은 것들을 마케팅에 꽤 잘 이용하는 것 같습니다. 하지만 영국에서는 시간이 좀 더 걸리 것 같습니다. 왜냐하면 영국의 여행객들은 여전히 저가의 상품을 딜체커와 같은 사이트에서 찾는 데 시간을 많이 보내고 있으니까요” 라고 알렉스 세인트씨가 말했다.

출처 : Travel Daily News, [http://www.traveldailynews.com/pages/show\\_page/38873-US-Travel-industry-now-targeting-holidaymakers-through-Facebook-and-Twitter](http://www.traveldailynews.com/pages/show_page/38873-US-Travel-industry-now-targeting-holidaymakers-through-Facebook-and-Twitter), 2010.09.15