

2021년 1/4분기

관광·레저산업 인적자원개발위원회(ISC) 이슈리포트(ISSUE REPORT)

■ 관광·레저산업 포스트코로나 시대와 언택트 환경 - 지역관광 산업을 중심으로-



관광·레저산업 인적자원개발위원회
Tourism & Leisure Industrial Skills Council

■ 관광·레저산업 포스트코로나 시대와 언택트 환경

- 지역관광 산업을 중심으로-

(요약)	1
Chapter 1. 개요	3
Chapter 2. 현상에 대한 이해	4
Chapter 3. 미래에 대한 제언	17
Chapter 4. 맺음말	31

- ☐ 비상업 목적으로 본 보고서에 있는 내용을 인용 또는 전재할 경우 내용의 출처를 명시하면 자유롭게 이용할 수 있으며, 보고서 내용에 대한 문의는 아래로 연락 주시기 바랍니다.

☐ 전북연구원

 - 장재협 초빙연구위원(jangjang38@naver.com)

☐ 관광·레저산업 인적자원개발위원회 사무국(02-569-6880)

 - 이대성 사무총장(dsl@hotelkorea.or.kr)
 - 최병길 선임연구원(cbk@hotelkorea.or.kr)
 - 권혁진 연구원(khj@hotelkorea.or.kr)
 - 김은주 연구원(ejkim5410@hotelkorea.or.kr)
 - 엄진수 연구원(jseom@hotelkorea.or.kr)
 - 도연진 연구원(ehduswls@hotelkorea.or.kr)

요

약

□ 관광·레저산업 포스트 코로나와 언택트 환경 - 지역관광 산업을 중심으로-

□ 개 요

○ 사업의 배경 및 목적

- 장기화 추세를 보인 전 세계적인 경기 침체에도 국제관광 수요는 증가 추이를 보이고는 있었지만 지난 2019년 변곡점을 맞이할 것으로 전망되어 향후 꾸준히 큰 폭의 성장세가 전망된 바 있음
- 하지만 코로나19 변이 바이러스의 등장으로 2021년 현재까지 코로나19는 종식이 요원해 보여 국제관광의 암흑기로 여겨지던 2009년 세계경제 위기 이후, 이른바 ‘관광절벽 시대’란 최악의 순간을 맞이함
- 이러한 위기상황을 극복하고자 언택트 환경 확대 등 서비스 공급체계의 변화가 나타나고 있으며 이러한 시대 변화에 발맞춰 신규직무에 대응할 수 있는 전문 인력을 양성할 수 있는 능동적 대응체계 구축이 요구됨

□ 현황분석

○ 멈춰버린 관광·레저산업

- 코로나19으로 전 세계 관광·레저산업은 30년 이전 수준으로 회귀한 것으로 분석되었으며, 특히 위험에 직면한 일자리는 전 세계적으로 약 10~12억 개 정도로, 세계 GDP 손실 규모가 2조 달러에 달할 것으로 전망됨
- 전 세계적으로 감염병 예방을 위해 사회적 거리두기와 같은 국민의 보편적 이동권·행동권이 제한됨에 따라 관광·레저 소비행태가 급변함
- 2020년 여름 휴가 기간 전염병 감염에 대한 위험지각으로 역대 최저 수치로 여름휴가를 경험하기는 하였지만 그럼에도 필요 행동으로 인식된 관광·레저활동에서 비접촉 행위를 추구하려는 목적으로 불특정 다수가 밀집하는 다중 위락시설보다 산, 바다 등의 자연자원에 대한 높은 수요 욕구가 나타남
- 이렇듯 급변하는 여건과 환경으로 관광객의 심리가 어떻게 표출되고 있는지를 파악함으로써 관련 산업이 중점적으로 대응해야 하는 부문으로 ‘비대면 소비’, 즉 언택트(Untact)의 중요성이 강조됨



○ 관광·레저산업 포스트 코로나와 언택트 환경 사례

- 위생, 안전, 안심 등을 중시하는 소비형태 변화로 빅데이터, 인공지능 기술을 활용하여 수요자 맞춤형 관광 정보(위생, 안전)를 제공하거나 무인 키오스크, 챗봇 서비스를 통한 비대면 서비스 제공
- AR/VR 기술, 라이브 스트리밍을 통한 랜선 여행 등 체험형 콘텐츠를 확대하여 관광·레저활동이 몸으로 체험하고 느끼는 것이 아닌 눈으로 보고 즐기는 콘텐츠가 될 수 있는 인식변화
- 내수관광 활성화를 위하여 다양한 수요계층 맞춤형 여행콘텐츠를 추천하는 Staycation(동네 관광) 마케팅 확대

□ 업종별 포스트 코로나와 언택트 환경 분석

○ 업종별 언택트 환경 확대에 따른 교육수요조사

- 포스트 코로나 시대 신규직무 도출에 따른 인적자원 양성(향상) 교육수요를 알아보고자 업종별 전문가 인터뷰(FGI)를 실시함
- 업종별 전문가 인터뷰 결과 관광·레저산업의 거시적 접근으로 국내 관광지를 실제 운영하는 지역관광 분야 인력양성 방향이 수립이 필요하며 이를 통해 광의적으로 정부의 국내 관광 활성화 정책에 발맞출 수 있으며 나아가 지역 관광지 내 업종별 파급효과를 미칠 수 있는 선순환 체계 구축을 위한 방향설정이 필요

□ 지역관광 분야 인적자원 양성(향상) 환류 체계 활성화 방안

- ISC: 포스트 코로나 시대 비대면 서비스 확대에 따른 산업계 요구역량 분석 및 산업계 요구 교육프로그램 개발 및 확산
- 관광거점 도시 지역RSC: ISC 협업체계 구축을 통한 합동 상시훈련수급조사 및 훈련과정 운영(공동훈련센터, 지산맛)
- 고용노동부 인적자원개발과: 기활동 전문인력 대상 교육지원(내일배움카드)
- 고용노동부 직업능력평가과: 언택트 환경에 따른 업종별 NCS 개선·개발, SQF 체계 구축, 스마트관광 인력 자격체계 구축



Chapter 1. 개요

Section 1.1 이슈 선정의 절차

- 관광·레저산업 인적자원개발위원회(ISC)는 2021년도 1분기 이슈리포트 작성을 위하여 다음과 같은 프로세스를 통하여 이슈리포트를 작성하였으며, 현재 산업의 특성을 반영해 관련 자료의 분석을 통해 시사점(추진과제 등)을 도출하고, ISC의 역할 및 산업계 필요한 후속 조치를 제시하고자 함

【그림1】 2021년 1분기 이슈리포트 주제 선정 프로세스



1단계: 이슈리포트 방향 검토회의

- 선임위원 자문을 비롯하여 ISC사무국 구성원 중심의 관광·레저산업 2021년도 1분기 이슈리포트 방향 검토회의: 포스트 코로나와 언택트 환경(주제 제시)

2단계: 데스크 리서치(Desk Research)

- 이슈리포트 작성을 위한 국내외 문헌 및 사례 분석 등 데스크 리서치 실시: 2021년 관광산업 현황, 언택트 환경 적용 현황, 관련 전문인력 양성 현황 등

3~4단계: 제1차2차 전문가 기획회의(연구기관/산업계)

- ISC 인력pool을 활용하여 외부 전문가(연구기관, 학계)를 대상으로 산업계 이슈에 대한 기획회의를 진행하여 도출된 과제의 적정성 검증 및 기관별 현황 파악

5단계: 이슈리포트 작성 및 활용계획 수립

- 외부 전문가 기획회의를 통해 검증된 최종 이슈를 기반으로 리포트 작성 및 산업 내 활용계획 수립: 리포트를 통한 산업 내 ISC 및 정책대응 유형 도출

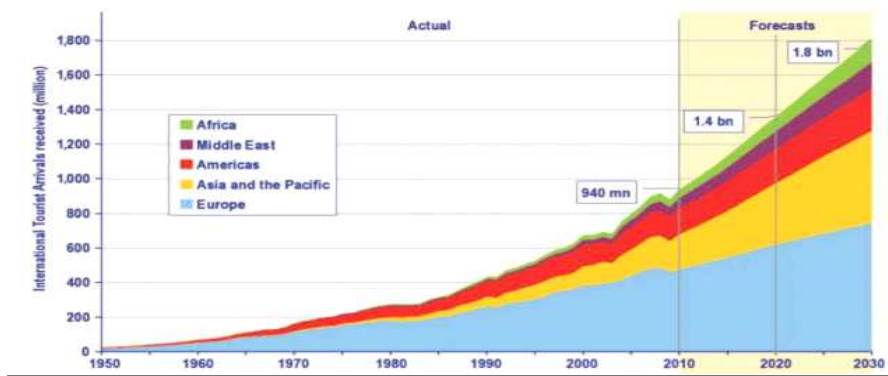
Chapter 2. 현상에 대한 이해

Section 2.1 멈춰버린 관광·레저산업×관광·레저시장

2.1.1 관광·레저산업의 장밋빛 전망, 예기치 못한 코로나19

- 지난 2016년 세계관광기구(UNWTO)는 국제관광 수요가 나날이 증가하여 2020년 약 +4.2%의 성장률을 기록할 뿐 아니라, 2030년에는 약 18억 명이 국가 간 이동을 통해 여행과 관광향유 욕구를 표출할 것으로 전망함(UNWTO, 2016)

【그림2】 2030년 국제관광 수요 전망



출처: UNWTO(2016)

- 특히, 관광·레저산업을 둘러싼 다양한 구조적 문제(예: 저가 항공노선 확대 등의 접근성)개선으로 신흥 관광 성장시장으로 분류된 아시아·태평양(Asia-Pacific) 지역관광 수요 점유율이 꾸준히 상승할 것으로 예견함 [1]
- 2019년 국제관광객은 전년 대비 약 +4% 증가해 추산치 15억 명 수준을 뛰어넘었고, 더불어 한국이 속한 아시아·태평양 지역도 아프리카 지역에 이어 (+5%) +4% 이상 증가, 전 세계 관광객의 약 1/4 수준을 기록함(UNWTO, 2020a)
 - 브렉시트(BREXIT) 및 미·중 무역전쟁으로 불어온 지정학적 긴장, 글로벌 경기둔화로 유럽·미주 등 경제적 선진국형 수요는 감소하였지만 아시아·태평양 지역의 관광수요가 뚜렷한 증가세를 보임(UNWTO, 2020b)

[1] UNWTO. (2019a). UNWTO Tourism Highlights(2019 Edition)을 참고하여 재구성함

- 2019년, 아시아·태평양 시장은 2010년 이후 연평균 약 +6% 수요 증가율을 기록하여 세계 평균 +5% 증가세를 상회한 것으로 나타났으며, 그 결과 2019년 관광수입액이 전 세계 30% 수준까지 확대됨(UNWTO, 2020a)

【그림3】 2019년 국제관광 수요 현황

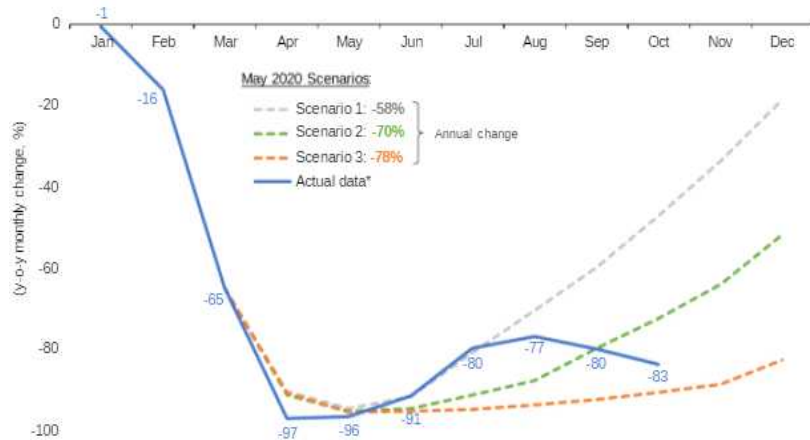


출처: UNWTO(2019a)

- 이처럼 끝없는 성장세를 보이고 있던 국제관광 수요는 지난 2019년 말 발생한 중국발 코로나19(COVID19)로 인하여 극심한 위기에 직면함(UNWTO, 2020c)
 - 발생 초기에 팬데믹(pandemic) 확산 억제를 목적으로 세계 각국은 자국의 국경 폐쇄 조치, 자국민 및 타국민 이동제한 등 적극적인 탈세계화 움직임을 보였으며, 2020년 4월에는 세계의 관광목적지 가운데 약 45%가 관광객 대상 국경의 전부 또는 부분 폐쇄 조치를 시행하였고, 약 30% 국제선의 전체 또는 부분 운항 중단으로 이동권이 제한됨
- 코로나19는 항상 성장세를 유지하던 국제관광 산업에 광범위한 범주에서 모든 행위가 일시 정지된 이른바 ‘국제관광의 빙하기’인 ‘관광절벽 사태’를 초래함
- 감염의 위험이 실제 현실에서 두드러진 2020년 1월~10월까지 국제관광 수요는 전년 동기/동월 대비 -72.0% 감소하였고, 9,350억 달러에 가까운 관광지출/수입액 손실이 발생하였으며, 이는 국제관광 암흑기로 치부되던 2009년 글로벌 경제위기보다 심각한 침체기로 이해되고 있음(UNWTO, 2020d)
 - 이 같은 위기는 이미 코로나19가 급속도로 확산되던 지난 2020년 5월 세계관광기구가 예측한 국제관광 수요 전망과 유사한 결과로, 당시 분석에 따르면 -70% 가까이 이동 수요가 감소할 것이라고 전망된 바 있음

- 2020년 12월 자료에 의하면(UNWTO, 2020d), 장기화되고 변종 바이러스 발생 등으로 인해 종식이 요원한 코로나19는 여전히 관광객의 이동권을 제한하여 일부 국가의 완화된 폐쇄 조치에도 -70%~75% 사이의 감소세를 유지, 5월 예견된 국제관광 회복 시나리오(UNWTO, 2020c) 일부를 수렴하고 있는 것으로 나타남

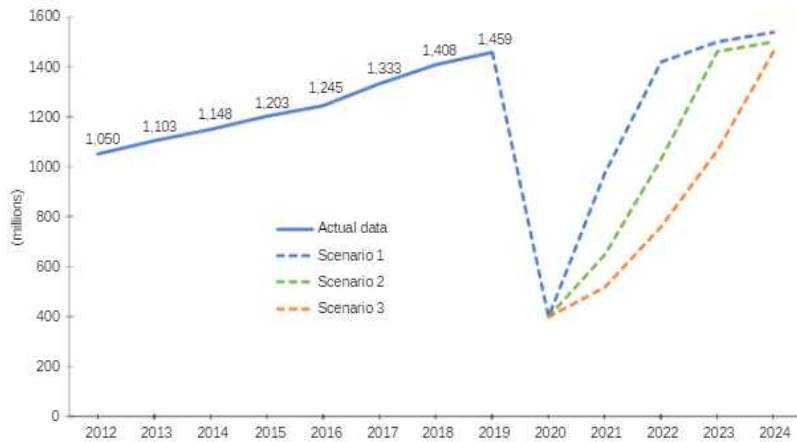
【그림4】 2020년 국제관광 수요 현황



출처: UNWTO(2020d)

- 관광·레저산업은 외부 환경변화에 매우 민감하게 반응하는 부문이며, 과거 사스(SARS), 메르스(MERS), 글로벌 경제위기 등의 다양한 위기를 타개한 유의미한 경험 이 있음에도 이번 코로나19의 경우 문제는 ‘회복여부’가 아닌 ‘회복탄력성’ 이라고 할 수 있음
- 실제로 세계관광기구(UNWTO, 2020c)는 기존 성장세를 보이던 2019년으로 되돌아 가기까지 대략 2~4년이 필요한 것으로 예상하였으며, 이때에도 팬데믹 감소, 백신 을 통한 집단면역, 안전에 대한 관광객과 목적지 간 신뢰도 향상, 여행제한조치 대폭 완화와 같은 구조적 환경이 뒷받침되었을 때에만 이루어질 것이라고 지적한 바가 있음

【그림5】 2024년 국제관광 수요 전망



설명: 시나리오1 (2년, '23년 중반), 시나리오2 (3년, '23년 중반), 시나리오3 (4년, '24년 중반)

출처: UNWTO(2020d)

- 침체된 국제관광 수요는 2022년 이후에서야 반등의 조짐이 예견되지만, 국가 간 국경 폐쇄 조치 완화, 백신 접종을 통한 관광객과 목적지 간의 상호 신뢰 회복 등 여러 제반조건이 선행되지 않으면 수요 회복의 전망을 낙관할 수 없음
- 문제는 이 같은 감염병에 의한 관광 제한은 단순히 수요에 부정적 영향을 미치는 것이 아닌 관계된 전·후방 모든 산업과 시장에 악영향을 초래한다는 것임
- 즉 세계관광기구는 관광객의 이동 감소는 관련된 서비스 체계의 운영비용 제약을 유발하고 산업 유동성 저해, 일자리 감소 등 관계된 전·후방 산업의 연쇄적 붕괴 현상, 더불어 단순한 쇼크가 아닌 산업 전반의 구조적 개혁을 유발할 수 있음을 강조하였음
- 즉 관광·레저산업은 사람들의 이동 및 인적교류 확대를 기반으로 성장하지만, 감염병 및 바이러스 전파는 이러한 이동이나 집합으로 확산되어 역설적으로 이동 및 인적교류 확대는 관광·레저 산업의 악영향을 초래하게 되고 현재 산업 전반에 걸친 구조적 변화를 촉발하고 있음(UNWTO, 2020d)

2.1.2 국내 관광·레저산업의 희색빛 현실, 대응치 못한 코로나19

- 요약하면, 관광객의 수요 감소는 관광시장 소비의 급격한 감소의 원인이며, 그에 따른 시장 위축은 산업에까지 부정적 영향을 전이시켜, 기업 경영성과 저해, 일자리 감소 등 악순환의 인과적 관계를 형성하는 변인으로 작용할 것임(김현주, 2020)

【그림6】 코로나19 확산과 관광산업 간의 영향에 관한 고찰



출처: 김현주(2020: 2)

- 실제 코로나19 발생 이후, 세계 관광시장은 30년 이전 수준으로 회귀한 것으로 분석되었으며, 특히 위험에 직면한 일자리는 전 세계적으로 약 10~12억 개 정도로, 세계 GDP 손실 규모가 2조 달러에 달할 것으로 예측됨(김현주, 2020 재인용)

【그림7】 코로나19 확산과 세계 관광산업 간의 영향에 관한 고찰



출처: 김현주(2020: 3)

- 현재 국내 관광·레저산업의 심각한 고용절벽 실태를 고려할 때, 국내관광 산업은 전 분야에서 극심한 침체기, 혹은 암흑기를 실제 체감 중인 것으로 보임

- 2021년 1월, 관광산업 종사자 [2] 수는 전년 동월 대비 약 -6.9% 감소하였으며, 상용직 -4.5%, 임시·일용직 -24.4%, 기타 -11.3% 구분되는 등 고용부문 전반에서 실제적 절벽을 경험 중임(한국문화관광연구원, 2021a)
- 또한 2020년 12월 자료에 근거할 때, 해당 산업군의 근로자는 1인 월평균 임금총액이 전년 동월 대비 약 -0.5% 감소하였고, 월평균 근로시간 -4.3%, 근로일수 -0.7일 등 산업의 전반적 지표에서 감소세 지속됨
- 한편 백신 개발과 같은 이슈로 경색된 관광시장의 긍정적 전망에도 불구하고 2021년도 실시된 세계관광기구의 전문가 패널 조사에 따르면 응답자의 약 30.0%가 백신 개발에도 불구하고 비관적으로 예상함(UNWTO, 2021)
 - 2023년 이전에는 급속한 성장세를 기록하던 2019년의 수준으로 회귀하기 어려울 전망이며, 특히 전문가 패널 약 43%는 '23년, 41%는 '24년 이후를 시장 회복의 터닝 포인트로 지목함
- 따라서 장기적 관점에서 관광·레저산업의 기업환경 및 여건변화가 나타나 과거 공급자와 소비자가 밀접하게 대면할 수밖에 없는 체계에서 점점을 줄이면서도 동일한 서비스를 공급이 가능한 방안을 모색할 필요가 있는 시점임

Section 2.2 태동하는 관광·레저심리×행동

- 요원한 코로나19의 종식, 그리고 향후에도 언제든 발생할 수 있는 이 같은 위협적 환경에 선제적으로 대비하고, 관련 산업의 회복탄력성, 자생력을 강화할 수 있는 산업 체계 개선 노력이 필요함
- 한국문화관광연구원(2020a)은 4차 산업 등의 융·복합 콘텐츠가 현대사회를 구성하는 새로운 요소로 자리매김하여 장소, 사람 간의 이동이 필수적인 관광·레저산업에 기술이 접목된 새로운 서비스 체계 구축의 필요성 강조함

[2] 고용노동부 기준 근로자 구분 및 정의는 다음과 같음

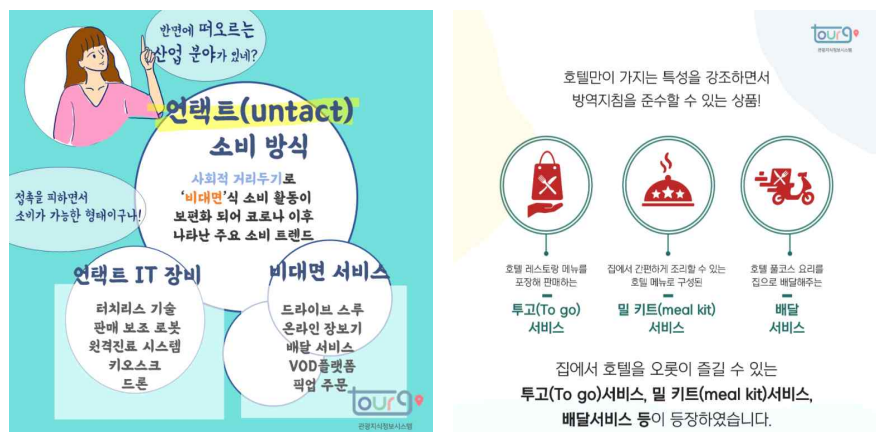
구분	설명 요약
상용직	· 고용계약기간이 1년 이상인 근로자(정규직원)로 일하는 자, 사업체 급여 지급
임시·일용직	· 고용계약기간이 1년 미만인 근로자, 사업체 급여 지급
기타종사자	· 계약된 사업주에 종속되지만, 일한만큼 실적에 따라 소득을 얻고, 근로시간 등은 본인이 독자적 결정

자료: 한국문화관광연구원(2021a)



- 즉 코로나19로 ‘사회적 거리두기’가 새로운 일상의 행동 양식으로 규정된 후 급속도로 증가하고 있는 ‘비대면 소비행동(언택트 소비, Untact)’을 관광행위에 접목할 수 있는 방안을 모색해야 하는 시점임
 - 실제 2020년 코로나19로 극심한 타격을 입은 호텔 업계는 (내국인 지출액 전년 동기 대비 2020년 상반기 약 -28.1% 매출 감소) 활로 모색을 목적으로 시장에 높은 관심을 받던 ‘비대면 소비’ 체계를 구축과 회복탄력성을 강화시키려는 노력을 시도한 바가 있음

[그림8] 비대면 소비행동 정의와 호텔산업에서의 적용 사례



출처: 한국문화관광연구원(2020a, 2020b)

- 궁극적으로 시대 변화에 능동적이며, 적극적으로 대응하기 위해서는 급변하는 시장의 욕구와 태도에 대한 이해가 선행되어야 할 것임

2.2.1 포스트코로나 시대, 변화하는 관광·레저심리

- 세계관광기구는 관광·레저활동은 코로나19로 인해 제한된 공간 내에서 경험 가치를 획득하는 행동에서 탈피하여 점차 야외 및 자연 기반 활동의 ‘느린 여행(Slow travel)’으로 변화할 것으로 전망함(UNWTO, 2021)
- 이는 국내 관광 트렌드 리서치 기관에서 실시한 조사 결과와 맥락을 같이 하는 것으로 코로나19 발생 이전에는 대체적으로 관광·레저활동 욕구가 ‘소소한 행복 추구 목적의 일상적 여가활동’으로 표출됨(컨슈머인사이트, 2020a)
- 즉, 현대 국민은 삶의 질을 일상 영위의 가장 우선된 가치로 인식하고, 관광·레저

활동 영위 여부를 삶의 질 평가의 중요 척도로 인식하여 점차 ‘일상적 여행, 관광의 여가화’ 등으로 행동이 변화하고 있다고 예측하였음

【그림9】 코로나19 이전 예측된 국내여행 트렌드 (2019년~2020년)



단기간 · 근거리 · 생활권 선호, **여행의 일상화 & 여가화** 확산
 지역 연계형 & 체류형보다는 **생활지역 중심**으로의 여행
 도심, 일상 생활권 내에서 즐기는 **문화 · 식도락 · 오락 활동**의 증가
 인테리어 · 분위기 중시의 **숙박 · 외식비용** 증가, **자기과시 욕구** 표현 확산
시간 · 편의성 · 가심비 · 자기표현에 대한 가치 확대
대중교통 (기차, 택시) 이용 증가세

출처: 컨슈머인사이트(2020a) 자료를 참고하여 재구성

- 즉 ‘단기간, 근거리, 잠깐의 휴식’ 등이 현대 관광객의 행동을 이해하는 키워드로 자리매김하였고, ‘소규모 콘텐츠’ 등 언제나 손쉽게 소비할 수 있는 먹거리, 놀거리, 쉴거리에 대한 욕구가 날로 증가하였음
- 하지만 급작스레 출현한 코로나19로 이 같은 전망과 예측이 무의미해졌으며, 사회적 거리두기와 같이 국민의 보편적 이동권 · 행동권을 국가적 차원에서 제한함에 따라 관광·레저활동 소비행태가 급변하기 시작함(컨슈머인사이트, 2020b)

【그림10】 코로나19 이후 변화된 국내여행 트렌드 (2019년~2020년)



키워드	비포 코로나	포스트 코로나
소비 심리	소확행	절제의 생활화
생활 중심	집 안 - 집 밖의 균형화	집 안
주요 동반자	가족, 친구, 혼행	혼행, 스마트폰
여행 가치	자기 만족	위험 회피
여행 모습	일상화 & 여가화	급속한 일상화 & 여가화
여행 기간	단기간 & 당일여행	초단기 & 장기 침거형의 양극화
이동 수단	승용차(자가용, 카셰어링), 열차 & 택시	승용차(자가용)
여행 먹거리	식도락, 매식	맛보다는 청결성, 매식 기피
숙박 시설	호텔 선호	숙박 기피
여행산업 전략	외지인 중심의 연계 & 체류형	현지인 중심의 지금 & 여가

출처: 컨슈머인사이트(2020b) 자료를 참고하여 재구성

- 특히 ‘사회적 거리두기’와 같은 제도적 통제의 필요성을 공감하고, 더불어 관광객은 감염 위험으로부터 회피하고자 관광행위가 절제되어 소극적으로 변화함
- 또한 코로나19로 해외여행이 현실적으로 불가함에 따라 점차 수요는 국내 관광으로 유입되어 내수관광이 소폭 확대되는 경향이 나타남

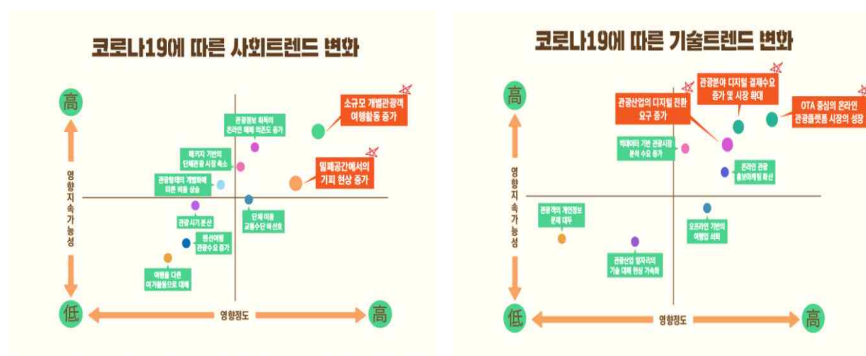
【표1】 코로나19 이후 변화된 국내여행 트렌드 (2019년~2020년) 주요 키워드

키워드	요약
생활공간 내에서 표출되는 관광욕구	· 감염 위험으로 생활 영역 내, 근거리 활동 수요·욕구 증가
위험회피 성향이 우선되는 관광활동	· 이동·집합 등의 통제적 조치로 비대면 문화 확산, 안전·안심에 대한 욕구 증가
여행·관광소품의 개인화 확산	· 캠핑, 자가용 등 불특정 다수와의 접촉을 최소화하는 행태로의 변화
안전·위생을 중시하는 먹거리	· 밀키트·간편식 등 안전, 위생, 신뢰를 중시하는 먹거리 소비에 대한 욕구 증가

자료: 컨슈머인사이트(2020a, 2020b) 자료를 참고하여 재구성

- 한국문화관광연구원(2020c)은 코로나19로 국민의 관광·레저활동 행태가 안전과 개별화 중심의 소규모 형태로 변화하고 있으며, 특히 비대면 소비에 대한 높은 관심 및 수요 증가로 관광산업 내에서 디지털 혁신이 급속화될 것으로 전망
 - 안전하고 안심할 수 있는 장소, 콘텐츠 등에 대한 시장의 욕구가 증가하여 점차 소규모 개별관광객 중심의 활동이 늘어날 것으로 예상되고 밀폐·밀집·혼잡 공간의 회피행동이 급속도로 확산될 전망이다
 - 더불어 위험회피 성향 증가로 비대면 소비와 관련한 욕구가 늘어나 관광 기술이 접목된 이른바 ‘디지털 관광’의 시대로 급격히 진입할 전망이다

【그림11】 코로나19 이후 변화된 국내여행 트렌드 (2019년~2020년) 키워드



출처: 한국문화관광연구원(2020c)

- 요약하면, 관광·레저산업은 기술이 접목된 디지털 콘텐츠·소규모 그룹 대상·간접적 체험·경험 콘텐츠·언제 어디서나 소비할 수 있는 비대면 콘텐츠를 확충할 필요함



- 즉 코로나19로 인한 불가피하게 변화된 심리로 점차 관광·레저 욕구는 비대면·비접촉으로 위험을 회피하면서도 경험적 가치를 획득하려는 움직임이 강해질 것으로 전망되며 지인·가족 등 친밀한 관계의 소수가 중심이 되는 소규모 활동으로 변화가 더욱 고착화될 전망(컨슈머인사이트, 2021a)
- 실제로 2020년~21년 관광·레저심리와 욕구에 대한 전망도 요원한 코로나19 종식의 분위기와 맞물려 ‘비대면 소비’를 중심으로 더욱 폐쇄적이며 배타적 행동으로 변화할 것이란 예측이 지배적임
 - 장기화된 사회적 거리두기로 유발된 피로감을 해소하고자 관광지 매력도가 아닌 안전을 우선 가치로 지각하는 관광·레저활동 수요가 날로 증가할 전망이다(컨슈머인사이트, 2021b)
 - 즉 과거 관광·레저활동의 주된 목적은 ‘즐거움’, ‘쾌락’ 등이었다면, 포스트 코로나 시대는 불특정 다수와 접촉을 최소화하면서도 코로나19로 인한 우울감, 피로감 등을 해소하기 위해 ‘힐링·여유·쉽’을 우선하는 활동으로 소비자 행동이 변화하고 있음

【그림12】 코로나19 확산 이후 고착화된 국내여행 트렌드 (2020년~2021년)

	2018-19	2019-20	2020-21
	국내보다 해외여행선호 근거리·단기간 여행 트렌드 시작	경기침체와 NO JAPAN으로 여행 산업의 지각변동	코로나 19와 경기 악화로 인한 최악의 침체기
Target (여행객)	가족단위 3040대 자녀 유아/ 성장기 가구	사회적 사건에 민감한 젊은 여성이 해외에서 유턴	장년층 이탈로 젊어진 소비층
Resource (자원)	액티비티, 호캄스 경험추구	일상·식도락 도심 문화	언택트·안전 휴식·청정
Accessibility (접근성)	수도권 중심 근거리 여행 트렌드 태동	이동 편의성/ 시간 가치인식 상승	편의보다 ‘안전’ 승용차·자방 소도시 특세
Value for money (비용 및 지출)	국내 바가지요금 이슈화 가성비 추구	편의성/고급서비스 선호 가치비 추구	소비 양극화 저비용 추구하고 Flex 소비
E-connect (정보채널/ 커뮤니케이션)	유통·정보채널 급성장 (OTA, SNS)	단순한 정보탐색 무계획 여행 증가	모바일 쇼핑, 콘텐츠 폭발 국내 OTA 성장
Loyalty (만족/재방문 의향)	근거리 해외여행과 비교한 국내 경쟁력 약화	대도시(서울, 부산)의 인기	쾌적한 환경·역놀린 스트레스 해소로 만족감 상승

출처: 컨슈머인사이트(2021b)

- 따라서 포스트코로나 시대에 관광·레저심리는 다음과 같이 요약할 수 있으며, 이에 대한 능동적이며 적극적 대안을 선제적으로 마련해야 향후 관광·레저산업의 회복탄력성·자생력·자립성 강화에 긍정적 결과를 전망할 수 있음

【표2】 포스트코로나 시대, 예상할 수 있는 국내여행 트렌드 전망

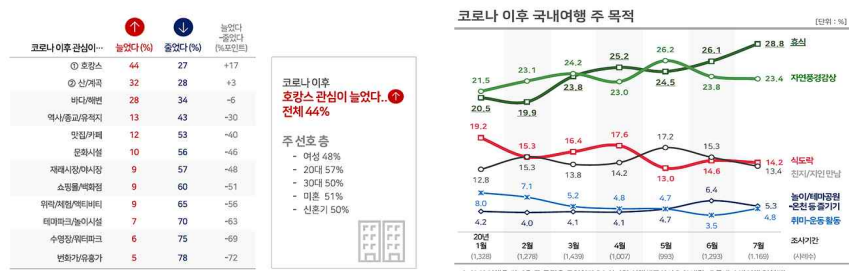
STEEP	요약
사회트렌드 변화	· 개별관광 증가세 확산, 일부 대체재(예: 랜선여행 등) 지속성 부재
기술트렌드 변화	· 디지털·온라인 영향력 확대, 디지털 경제로의 전환에 따른 관광산업 경쟁력 제고 필요
경제트렌드 변화	· 대외적 위험에 취약한 여행·관광 및 레저산업에 대한 위기관리 대응 재정기반 확대
환경트렌드 변화	· 코로나19로 유발된 위생·안전·방역 등에 대한 관광수요 확산
정치트렌드 변화	· 범국가적·범세계적 관광분야 위기관리 거버넌스 구축 필요성 확대

자료: 김현주 외(2021) 자료를 참고하여 재구성

2.2.2 포스트코로나 시대, 급증하는 관광·레저행동

- 한편 이 같은 변화하는 관광심리에 능동적으로 대응하면서 향후 더 강한 회복탄력성을 산업이 내재하기 위해서는 심리뿐만 아니라 행동이 어떻게 변화되고 있는지를 분명히 파악하고 이해할 필요가 있음
- 궁극적으로 급변하는 여건과 환경, 그에 따른 관광객의 심리가 어떻게 표출되고 있는지를 파악함으로써 관련 산업이 증점적으로 대응해야 하는 부문에 대해 ‘비대면 소비’, 즉 언택트(Untact)에 주목할 필요가 강조됨
- 특히, 코로나19는 관광객의 목적지 선택에 가장 큰 영향을 미친 것으로 나타났는데, 호캉스와 자연생태자원 등과 같은 불특정 다수 또는 환경과의 비대면·비접촉 활동이 용이한 관광지 수요가 날로 증가하고 있음(컨슈머인사이트, 2020c)

【그림13】 코로나19 확산 이후 변화된 국내여행 선호 목적지

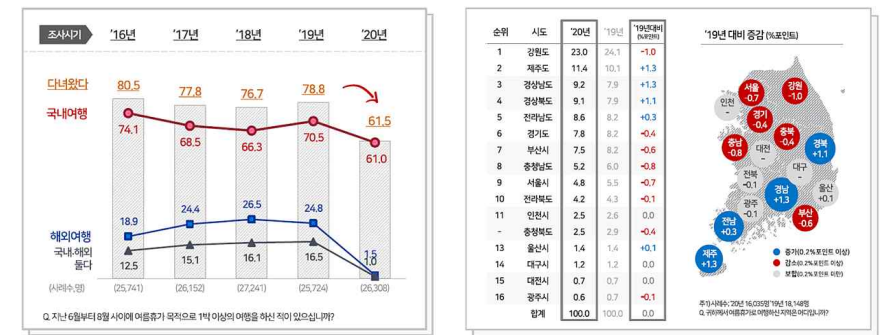


출처: 컨슈머인사이트(2020c, 2020d)

- 이러한 수요변화는 결국 코로나19 감염에 대한 위험지각과 이를 회피하려는 의도 및 사회적 거리두기와 같은 사회 규범적 장치에 대응하면서도 개인의 삶의 질 제고에 대한 높은 행동 욕구를 적절히 융합된 것으로 보임

- 예를 들어 호텔과 같은 독립적 공간이나 자연생태자원 등의 비제한적 공간에 대한 관광·레저 수요 증가는 앞선 코로나19 위험회피 의도를 적극 투영한 것으로 보이며, 이와 반대로 혼잡 장소를 배제하는 행동은 사회적 거리두기 등의 규범적 조치에 순응한 것으로 이해할 수 있음(컨슈머인사이트, 2020d)
- 더불어 코로나19의 위세가 한창이던 지난 2020년 여름 휴가기간 동안 감염에 대한 위험지각에 기인해 역대 최저 수치로 휴가를 경험함
 - 한편 관광·레저활동은 현대사회에서 필수 행위로 인식되어 비접촉 행위를 추구하려는 목적으로 불특정 다수가 밀집하는 다중 위락시설보다 산, 바다 등의 자연자원에 대한 높은 수요 욕구를 표출하기도 함(컨슈머인사이트, 2020e)

【그림14】 코로나19 확산 이후 변화된 여름휴가 국내여행 선호 목적지



출처: 컨슈머인사이트(2020e)

- 즉 코로나19로 국민의 관광·레저활동 수요는 다소 감소하였지만, 장기화 추세를 보이는 코로나19와 이로 인한 사회적 거리두기라는 새로운 행동 양식에 대한 높아진 피로감, 백신 보급 등으로 형성된 심리적 안정감으로 조금씩 관광산업이 회복될 것이란 전망을 뒷받침 하고 있음(컨슈머인사이트, 2021c)

【그림15】 코로나19 확산 이후 국내 당일여행 경험 및 숙박여행 경험률 비교



출처: 컨슈머인사이트(2021c)

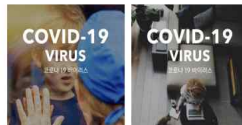
- 즉 다수의 국민이 장기화된 코로나19로 높은 피로감과 사회적 거리두기로 보편적 익숙함으로 집단의 안녕과 이익을 위하면서도 개인의 행복과 삶의 질을 제고하려는 현명한 태도를 탐색하려는 노력이 나타나고 있음
 - 최근 관광·레저활동의 주된 키워드는 ‘비대면 소비’, 즉 언택트 환경 구축 및 소규모 콘텐츠라고 할 수 있으며, 시장의 요구도 ‘디지털 혁신’과 같은 기술환경이 접목된 미래지향적 태도임에 따라 이를 충족시켜줄 수 있는 다각적 차원의 노력이 요구됨
- 따라서 코로나19로 인한 산업 내 위기를 기회로 삼기 위해 산업의 자생력 및 자립성 강화와 연계는 발생할 수 있는 다양한 위협 속에서 회복력을 기대할 수 있는 탄력성 증진을 위한 실천적 노력이 필수적으로 산업계 이해관계자는 효율적이고 효과적인 방안을 모색하려는 공동체적 사고방식에 기인한 협력적 자세가 요구됨

Chapter 3. 미래에 대한 제언

Section 3.1 사례로 보는 포스트코로나×관광·레저산업

- Satya Nadella(Microsoft CEO)는 코로나19가 일과 생활의 모든 측면에서 유의미한 영향을 미치고 인간이 2년에 걸쳐 겪어야 하는 디지털 혁신을 단 몇 개월 사이에 경험하고 있다고 하였음
- 즉, 코로나19로 인해 사람 간 접촉 및 대면을 최소화하고 혼잡한 환경과 밀도 높은 공간을 회피하려는 움직임이 나타나 사람 간 이동을 기본적인 행위로 인지하는 관광·레저산업은 극심한 위기에 직면함
- 이로 인해 관광·레저기업 소비자는 감염병의 위험으로부터 자신을 보호하고, 동시에 개인 삶의 만족도를 제고할 수 있는 상품을 선호하는 추세로 이러한 소비형태 변화에 효과적인 대응방안은 ‘비대면 소비’, 즉 언택트 환경이 강조됨

【그림16】 퍼스널 스페이스(Personal Space)와 언택트(Untact)



퍼스널 스페이스 (Personal Space)

개인의 심리적 배려이자, 사람과 사람 사이의 관계를 알려주는 개인의 심리적 지표 (미국 인류학자 에드워드 T홀)

전염병 감염 공포로 시작된, 자발적이고 또한 비자발적인 사회적 거리두기는

우리에게 사람과의 접촉을 최소화하는 이른바 언택트 문화 (Untact Culture)를 자연스럽게 받아들이도록 만드는 사회적 규범

출처: KCC Design Blog(2020)

- 따라서 향후 관광·레저산업은 이 같은 위기적 상황에서 언제든 원래 위치로 회귀할 수 있는 회복탄력성을 내재하고, 경쟁력을 담보하기 위해서는 급변하는 시대 및 사회·환경적 변화, 즉 언택트(Untact) 수요에 능동적으로 대응할 수 있는 방안을 모색해야 함

- 이러한 목적을 토대로 관련 사례를 검토하여 관광·레저산업계에서 이를 적극적으로 활용할 수 있는 경험적 증거를 제시하고, 궁극적으로 변화에 능동적 태도를 견지하는 필요 인력을 양성할 수 있는 체계의 논리적 근거를 고찰하고자 함

가속화되는 여행과 디지털 트랜스포메이션의 융합

【그림17】 사례: 여행과 디지털 트랜스포메이션의 융합



위생, 안전, 안심 등을 중시하는 여행환경
코로나 19 이후에도 지속적 가속화 전망, **스마트관광 시대**의 도래

빅데이터, 인공지능 (AI) 활용, **수요자 맞춤형 관광정보(위생·안전)** 제공
가상현실 (VR)·증강현실 (AR) 활용, **여행지를 미리 체험하는 콘텐츠** 제공

도시·지역인프라와 결합, 지역 관광수요의 최적화 서비스·마케팅의
스마트 관광도시의 지속 확대 전망

비대면 관광서비스의 중요성, 수요의 지속적 확대 추이
과학기술 등의 발전으로 **실감형 콘텐츠** 개발 확대 추이

무인 키오스크, 인공지능 (AI) 기반 모바일 챗봇 (Chatbot) 서비스 확산
홀로그램 기술 및 가상 (VR)·증강현실(AR) 활용 체험형 콘텐츠 확대

여행은 반드시 현장에서, 직접 몸으로 체험하고 느끼는 것이 아닌
눈으로 보고 즐기는 콘텐츠가 될 수 있다는 인식의 전환



출처: 경기연구원(2020)

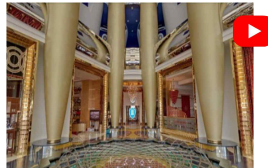
- 코로나19 확산과 급속도로 발전하는 ICT 관련 기술환경 변화에 힘입어 관광·레저산업은 ICT 기술이 접목된 다양한 서비스 공급체계를 구축하려는 노력을 시도하고 있으며 이를 통해 관광객의 다양한 욕구에 능동적으로 대응하고자 함
- 특히 빅데이터, 인공지능(AI) 등을 활용한 ‘수요자 맞춤형 관광 정보’ 제공 시스템 및 가상현실(VR), 증강현실(AR) 기술을 접목한 ‘실감 체험형 콘텐츠’ 개발을 적극적으로 시도하여 관광시장의 콘텐츠 확대방안을 모색하고 있음
- 이러한 사례는 불특정 다수와 접촉을 최소화하면서 관광·레저활동에 내재된 ‘쾌락적 경험 가치’를 충분히 획득하려는 관광객에게 유의미한 정책, 제도 및 구조적 환경으로 인식될 것으로 예상됨
- 특히 과거 공급자와 수요자가 직접적 접점을 이루며 서비스를 공급하던 행태에서 탈피하여 ‘비대면 소비’를 활용하면서도 관광·레저산업에 충분한 가치를 제공할 수 있는 중요한 정책적 방향이 될 수 있음

랜선으로 떠나는 서울여행

【그림18】 사례: 언택트 시대, 랜선으로 떠나는 서울여행 & 두바이 360° 관광



서울시·서울관광재단은 숏폼 형식 동영상 공유앱 틱톡(Tik Tok)과 협업을 통해, **서울의 풍경을 중계하는 SEOUL NOW 실시**
코로나 19로 서울을 여행할 수 없는 국내외 관광객에게 온라인 관광의 기회 제공
라이브 스트리밍으로 석촌호수, 남대문, 남산, 한강, 경복궁 등 서울 명소 5곳을 생중계, 일주일 만에 **조회수 1,700만**
지금 너의 서울을 보여줘 #SEOUL NOW 틱톡 챌린지를 통해, 사진, 영상으로 찍은 서울을 소개하는 캠페인 실시



두바이 관광청 산하 문화예술부(Dubai Culture), 온라인 관광 플랫폼 Dubai 360.com 서비스 제공
구글 스트리트 뷰(Google Street View)와 비슷한 방식으로 관광지 한 곳을 선택, 해당 장소의 360° 뷰 제공
거리 풍경 외, 다양한 각도와 관점에서 두바이를 촬영하여 여행객의 흥미 유도
두바이의 밤과 낮을 촬영한 타임랩스(Time lapse), 스카이다이빙·집라인·헬리콥터 또는 페리에서 보는 풍경 제공
출처: 트래블맵(2020.4.16.), 한국관광공사 세계 관광시장 정보(2020.4.03.)

- 코로나19는 사회적 혼잡함을 최소화하고 집단의 안녕과 이익을 위해 공동체 모두의 노력을 요하는 ‘사회적 거리두기’라는 새로운 행동 양식을 규범적으로 정의함에 따라 관광객의 보편적 이동권을 제한함
- 이때에 등장한 온라인 여행, 이른바 ‘랜선투어’는 관광객의 직접적 대면과 접촉 없이도 관광지의 다양하고 이채로운 경험을 간접적으로 체험할 수 있도록 유도함으로써 향후 코로나19 종식 이후, 목적지에 대한 잠재관광객의 방문욕구를 형성시킬 수 있을 뿐만 아니라 나아가 복지적 차원에서 직접적 방문이 어려운 계층의 보편적 관광향유권을 보장하는 새로운 서비스 공급체계가 될 수 있을 것으로 보임

지역여행 활성화, Staycation을 접목한 현지인의 지금, 바로 여기

【그림19】 사례: Staycation 마케팅을 활용한 지역 내 여행 활성화



사스캐추안 (Saskatchewan) 주 정부, 가능한 주 내에서의 여행을 적극 권장
최근 KrugoFest (여름축제)에서는 아티스트가 루프탑에서 연주를 하고,
여행객은 인근 호텔 발코니에서 연주를 감상할 수 있는 콘텐츠 마련
캠핑 등 Staycation (동네여행) 마케팅을 통한 지역 내 여행 활성화 촉구



프랑스의 2대 언론 중 하나인 피가로 (Le Figaro), '2020년 여름, 프랑스를 발견할 수 있는 유일한 기회라고 생각하기' 기사 발간
루아르성 인상파 화가들의 발자취를 따라가는 프로방스 여행 추천
여름 여행지 (그리스, 포르투갈, 이탈리아) 수요자에게 프랑스 남서부, 툴루즈, 꼬뜨다쥐르 여행 추천
내수관광 활성화를 위해 다양한 수요계층 맞춤형 여행 콘텐츠 추천

출처: 한국관광공사 세계 관광시장 정보(2020.8.20., 2020.5.12.)

- 코로나19는 높은 감염 위험성으로 관광객의 '단기간, 근거리, 일상적인 여가'와 같은 현대관광 트렌드 변화를 촉발하고 이로 인해 과거 유명 관광목적지를 방문하여 경험 가치를 획득하려는 행동에서 익숙하고 안전하며 안심할 수 있는 일상 생활권역 내에서 관광·레저경험을 획득하는 태도가 확산하는 추세임
- 지역민을 대상으로 한 지역관광 마케팅은 언택트 환경에서 또 하나의 새로운 관광 및 레저활동 행동양식을 규정하는 방안이 될 수 있으며, 이를 통해 관광객과 목적지 간의 상생·협력적 태도 형성, 나아가 특정 목적지의 물리적 혼잡을 감소시키는 데 유의미한 장치가 될 수 있을 것으로 보임

Section 3.2 업종별 포스트코로나×언택트 환경 분석

3.2.1 전문가 의견조사

전문가 그룹 인터뷰(FGI)

- 관광·레저산업분야는 코로나19로 피해가 큰 대표업종 중 하나로 전염병 대응방안으로 언택트 서비스환경이 확대됨에 따라 업종별 전문가 인터뷰를 토대로 거시적인 관점으로 언택트 서비스 현황 및 교육프로그램 수요 파악을 선행하고자 함
- 관광·레저ISC의 기존 산업 범위를 대표하는 7개 업종(여행업, 관광숙박업, 관광객이용시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업)과 신규 확대 범위 웨딩, 농촌관광 범위를 포함하여 총 9개 분야의 현황 및 교육수요 등을 파악하고자 함

전문가 그룹 선정

- 본 조사를 위해 총 9개 업종 기관기업 담당자를 선정하였으며 관광·레저ISC에서 운영하는 회의체(실무위원회, 분과위원회)^[3]를 통하여 업종별 현황을 파악함

전문가 인터뷰(FGI) 조사 내용

- 인터뷰에 참여한 업종별 전문가와 포스트 코로나 시대 대응을 위한 언택트 기술 도입 현황 및 필요 교육을 파악하고자 함
- 이를 통해 향후 산업 내 요구되는 인적자원 훈련 방향 및 대응방안을 모색하며, 동시에 효율적 인력수급 체계 마련을 위한 기틀을 마련하고자 다음과 같은 내용으로 인터뷰 내용을 구성함
 - 업종별 비대면 서비스 도입현황
 - 포스트 코로나 시대 신규 필요직무 및 인력수급 방안
 - 관련 교육 현황 및 필요 교육훈련 수요

[3] 본 전문가 그룹인터뷰는 관광·레저ISC 3기 출범지연에 따라 2020년 4분기 회의체 운영을 기준으로 작성하였으며, 신규 확대 분야는 추가적으로 전문가 인터뷰를 실시함(참석자 및 결과 요약 부록 참고)

3.2.2 전문가 의견조사

여행업

- 업종별 비대면 서비스 도입현황
 - 트레블테크(Travel+Technology) 대표기업 중 한 곳은 430억 투자금을 유치
 - 투자금 대부분은 기술 부문에 투자 예정, 해외여행 제한으로 국내시장 서비스에 집중하여 연매출 4배 이상 성장
 - OTA 모바일 앱을 기반으로 기업은 국내 기존 개발자를 활용해 투자를 유치하고 꾸준히 성장하는 흐름
 - 랜선 투어(비대면 여행상품)로 기존 여행서비스를 제공하며 코로나19로 인한 업계 피해극복을 위한 노력을 이어가고 있음
 - 한편 랜선 여행상품 확대를 노력중이지만 유튜브 영상을 통한 단순 지역 소개 등 단편적인 한계성으로 지역홍보에 그쳐 개선방안이 요구됨
 - 단순한 상품기획 해결책으로 AR/VR 기술 적용, 언택트 서비스 제공을 위한 산업계 노력이 진행 중
 - 감염병 예방 조치로 방역, 위생, 안전의 중요성이 반영돼 안전지역, 여행지 밀집도 정보 제공 등 다양한 서비스를 지속적으로 제공하는 추세
- 포스트 코로나 시대 신규 필요직무 및 인력수급 방안
 - 기존 여행업은 해외여행(인바운드 및 아웃바운드)에 초점을 맞춘 플랫폼으로 국내 여행으로 전환하는데 구조적 어려움이 발생하는 실정
 - 코로나19, 여행 트렌드(개별여행 증가)의 변화로 OTA 시장은 꾸준히 성장하는 추세(16% 성장)
 - 따라서 앱 개발자 채용이 증가추세이며 이를 통해 랜선투어 강화 및 안전지역, 밀집도 정보제공 등 다양한 서비스를 제공하고자 함
- 관련 교육 현황 및 필요 교육훈련 수요
 - 여행업 협회는 여행업 종사자, 관광통역안내사 총 8,500명을 대상으로 전국 7곳(서울, 강원, 대전 등)에서 직무역량강화, 변화관리, 미래인재육성, 관광통역안내사 역량강화를 주제로 코로나19로 인한 인적자원 경쟁력 강화를 위해 직무교육 실시

- 언택트 관련 기술도입(랜선투어, 안전정보 및 밀집도 정보 제공 등)으로 I T 관련 신규를 위한 여행업 관련 전반적 교육이 요구되며, 반대로 기업의 시스템 변화로 기존인력을 대상으로 신규 기술과 관련한 교육이 요구되는 실정
- 거시적 관점에서 기술 분야 관련 데이터 기반 상품기획과 마케팅 전략수립 관련한 교육이 요구됨(기존 상품기획은 원가기반으로 직감에 의존하는 경향이었으나 이를 벗어나 과학적 데이터 기반 상품기획 방법 교육 필요)
- 한편 여행업계 전반에 걸친 경영악화와 단기간 회복의 불확실성으로 기업 자체 직무역량교육의 운영이 어려운 상황으로 종사자의 경력유지 및 확장이 가능한 전직 지원 [4] 교육이 요구됨

관광숙박업

- 업종별 비대면 서비스 도입현황
 - 고객과 종사원 간 접촉 감소를 유도하기 위해 고객용 정보(호텔 브로셔, 리프렛, 셔틀버스 시간표 등)의 콘텐츠 디지털화를 통해 전달력을 높이고 불필요한 종이 낭비를 감소하여 업무의 효율성을 유도함
 - 호텔기업을 중심으로 비대면 서비스를 유도하기 위해 키오스크 체크인, Keyless, 챗봇 도입을 통한 예약 안내를 위한 다양한 기술이 접목되는 추세
 - 호텔, 리조트 구분 없이 비대면 체크인&아웃 시스템을 구축하기 위해 노력 중이며 일부 호텔은 로봇 버틀러를 도입하여 대면 서비스를 최소화하기 위한 노력 중
 - 휴양콘도미니엄업(리조트)은 비대면 서비스 확장으로 회원권 구입을 위한 온라인 시스템 구축 노력 중
 - 감염병 확산 방지를 위해 ICT 기술을 활용한 키오스크 체크인과 발열 체크를 병행하여 호텔 내 위생과 안전에 초점을 맞춤 기업경영이 이뤄지고 있으며 이와 같은 맥락으로 객실 간 투숙객 거리두기를 자체적으로 운영하기도 하는 추세
 - 또한 호텔 투숙객, 외부 고객이 함께 이용하는 뷔페, F&B 업장을 통한 감염병 확산을 방지하고자 식음료 업장의 메뉴를 룸서비스에 배치하여 투숙객에게 안전한 환경을 제공하고자 노력하는 추세
 - 휴양콘도미니엄업, 리조트업 등을 중심으로 고객들은 실내에서 타인과 밀

[4] 관광·레저ISC는 이러한 산업계 요구로 2020년 4분기 여행업 종사자 대상 전직 지원서비스 실시함(2020년 4분기 이슈리포트 참고)

집되는 형태의 상품보다 외부에서 독립적인 활동을 선호하여 캠핑 등 아웃도어 관련 상품에 집중하고 나아가 올인클루시브(글램핑) 상품을 주력으로 홍보가 이뤄지는 추세

- 포스트 코로나 시대 신규 필요직무 및 인력수급 방안
 - 관광숙박업 역시 OTA의 증가와 비대면 서비스로 인한 고객 데이터 및 거래데이터 분석을 위해 데이터 전문가화를 추진하고 있으며 이에 따라 기존 대표 여행 기업 내 기획자들이 대규모 이직이 발생하는 추세
 - 포스트 코로나 시대에 따른 비대면 서비스가 확대로 ICT 관련 기술이 적극적으로 도입되고 있으나 IT 관련 인력은 산업에 대한 이해가 부족하며 산업 기존 종사자^[5]는 IT 관련 역량이 부족하여 이를 해결하기 위한 교육 프로그램이 시급함
 - 고용유지지원금 및 기업 경영악화로 대다수 기업이 신규채용은 어려운 실정이며 기존인력의 재교육을 통해 비대면 서비스 문화의 정착을 통한 기존과 다른 직원 서비스 방식이 도입될 예정
- 관련 교육 현황 및 필요 교육훈련 수요
 - 관광숙박업 규모에 따라 데이터 관리 역량과 기반이 차이가 발생하여 기업 내의 다양한 데이터를 수집하고 표준화된 데이터로 변환하는 방안이 필요하며 나아가 이를 분석하고 활용할 수 있는 인력양성이 요구됨
 - 산업계 경영난으로 대규모 인원 감축(계약종료, 실/퇴직 증가)이 전망됨에 따라서 이들을 위한 전직 교육이 가장 시급한 실정

관광객이용시설업 (크루즈)

- 관광·레저산업 분야의 대표 국가기간전략산업직종인 크루즈업을 대표적으로 살펴봄(관광진흥법상 관광객이용시설업)
- 업종별 비대면 서비스 도입현황
 - 국제적으로 다양한 형태의 크루즈 상품운영 추진: 지난 6월 노르웨이를 시작으로 독일, 남태평양, 대만 등의 청정지역 위주로 진행됨(2020년 10월 1주 싱가포르 운항 시작)

[5] 관광·레저ISC는 이러한 산업계 요구로 2020년 종사자 대상 ICT 교육프로그램을 개발하고 실제 교육을 운영 및 지원함

- 크루즈 예약율 증가 및 상품운영으로 비대면 접촉 확대를 위해 크루즈 시계, App을 활용한 네비게이션, 객실 Keyless, 공연 및 선내 프로그램 알림서비스, 결제 시스템 도입을 검토 중
- 특히 크루즈 이용객의 흥미 유발을 위해 대면 서비스 축소를 위해 로봇 바텐더, 바리스타 등 적극 도입추세
- 하지만 크루즈 여객선 특성으로 여객선 완성 후 배관이나 전선 등 구조를 바꾸기 어려운 현실로 새롭게 제작되는 여객선을 대상으로 비대면 기술 및 ICT 기술 접목을 검토 중으로 물리적 시간 소요가 필요함
- 포스트 코로나 시대 신규 필요직무 및 인력수급 방안
 - 크루즈 산업은 산업 내 타 업종(호텔 등)과 달리 자산 이동성이라는 장점이 있어, 코로나19 안정화 이후 국가 위주의 운행재개가 가능함에 따라 산업의 회복 탄력성 높아 인력 수요가 발생할 것으로 예상
 - 산업 이해와 고객의 요구를 맞춰줄 수 있는 크루즈 플래너육성 필요
- 관련 교육 현황 및 필요 교육훈련 수요
 - 크루즈 상품 주요한 판매처인 여행사의 경영난에 따라 동반 어려움을 겪고 있어 여행업 활성화가 우선 필요함
 - 현재 해수부(고용부 지원)의 크루즈 승무원 양성과정 내의 코로나19로 변화하는 크루즈 산업 환경에 대한 입직자 대상 교육이 필요하며, 크루즈 상품 주 판매처인 주요 여행사 대상 크루즈 산업에 대한 교육이 우선적으로 필요

국제회의업

- 업종별 비대면 서비스 도입현황
 - 2.5단계 실시와 함께 행사취소 및 전면 온라인 행사가 많아졌으며 7~8월 회복추세를 보이다 8.15 코로나 재확산으로 다수 행사가 취소됨
 - 진행되는 행사는 온라인으로 진행되어 짧은 기간 내에 온라인 시스템 구축(엔택트 시스템 구축·장비 등)을 위한 추가비용이 발생하고 준비 기간이 짧아 업체의 어려움 발생(하이브리드 시스템 등)
- 포스트 코로나 시대 신규 필요직무 및 인력수급 방안
 - 비대면(엔택트) 행사 진행에 따른 시스템 관련 인력이 필요하나, 영세한



기업 특성을 반영하여 고용이 진행되지 않음(기존의 서비스 제공 인력의 추가 채용은 불투명한 현실임)

- 고용노동부, 한국산업인력 공단, 한국MICE협회는 산업계 주도 컨소시엄 사업으로 호텔·여행·MICE 분야를 대상으로 340시간 교육을 진행
 - 특히 관광 IT 융·복합 과정 신설하여 데이터 가공 및 관리, 통계, 비대면 회의 개최 등 관련 교육과정을 운영계획
 - 고용노동부, 문화체육관광부, 한국MICE 협회는 디지털 일자리사업을 통해 IT와 관광을 융·복합하는 과정으로 IT부분 인력지원 진행(콘텐츠 기획, 빅데이터 분석, 보안 및 개인정보 등 IT인력 채용 시 인건비 지원사업)
- 관련 교육 현황 및 필요 교육훈련 수요
 - 온라인(비대면) 행사 진행에 따라 종사자의 시스템 이해 교육 필요
 - 비대면(언택트) 시스템 강사과정 개설 필요(업체별 특성 반영)
 - 전시 부스 디자인 업체 및 설치업체 대상 온라인 전환(시스템)에 대한 교육 필요(소프트웨어 활용 등)

카지노업

- 업종별 비대면 서비스 도입현황
 - 코로나19 이전 업무 효율성을 높이기 위해 딜러가 다수의 플레이어를 대응할 수 있는 전자게임(카드삽입 단말기) 및 키오스크를 도입하기도 함
 - 인적자원 의존도가 높은 산업 특성상 코로나19로 내부 집체 교육의 어려움으로 포스트 코로나 시대를 대비한 교육자료 디지털화(원격대비, 하이브리드, 블렌디드) 콘텐츠 확보를 위한 노력 중
 - 온라인 기반 실습자료를 제작하여 내부 직원과 특성화고 및 대학교에 배포하여 산업 내 인적자원 품질 향상 지원
- 포스트 코로나 시대 신규 필요직무 및 인력수급 방안
 - 카지노산업은 VIP 고객 의존도가 높아 인적서비스를 선호하므로 향후 기술 도입범위 확대는 코로나19 이후 상황을 지켜볼 필요가 있음(인적의존도가 높아 급진적 기술도입 및 적용은 산업계 회복 이후 판단)
 - 코로나19 확산 지속에 따른 경영악화로 추가 채용계획은 보류 단계이며 기존 종사자를 활용하기 위해 온라인 교육프로그램 확대를 추진 중



- 관련 교육 현황 및 필요 교육훈련 수요
 - 시대의 흐름으로 온라인 교육과 관련한 온라인 자료배포가 필요하며, 산업현장 맞춤형 디지털-NCS 개발 필요(학습모듈 등)
 - 게임 실습을 위하여 VR/AR 기술을 활용한 교육프로그램 도입 필요
 - 재직자 대상 전직을 위한 교육이 최우선으로 요구됨

유원시설업

- 업종별 비대면 서비스 도입현황
 - 유원시설업은 코로나 이전 시설투자계획에 따라 2020년도 기준 13개 업체가 추가로 오픈하였으나, 기 운영 업체 중 7개사 폐업 및 60개사 휴업
 - 유원시설업 경우 시설 산업으로 타 업종과 달리 시설운영을 위한 인력상시 필요 함(업체 적자 증대)
 - 코로나19에 따른 기업위기 극복을 위해 비대면 사업을 모색하고 있으며 그 일환으로 자동차 영화관을 유원시설 내 오픈하기도 함(카시네마 도입)
- 포스트 코로나 시대 신규 필요직무 및 인력수급 방안
 - 산업 특성상 아르바이트 및 비정규직 직원이 인력구조에 큰 차지를 하고 있으며 최근 코로나19에 따라 계약종료 추세로 나타나며 최소 인력운영이 진행 중으로 어려움이 발생함
 - VR/AR 기술을 도입하여 신규직무가 도출되어 관련 기술을 활용할 수 있는 인적자원 교육이 필요
- 관련 교육 현황 및 필요 교육훈련 수요
 - 유원시설업은 장치산업으로 교육기관 내 직접교육의 한계가 발생하고 현장교육이 최소 6개월~1년의 기간이 필요함
 - 감염병 확산 방지를 위한 사회적 거리두기로 집체교육이 어려운 실정으로 내부직원을 위한 VR 기반 비대면 교육이 필요함
 - 영상녹화 교육자료(자료 디지털화) 공급체계 구축 필요: 규모별 기업별 언택트 필요 부분 파악이 우선적 실시가 필요

웨딩 산업

- 업종별 비대면 서비스 도입현황
 - 2020년 8월 사회적 거리두기 2단계 시행으로 실내 50인 이상, 실외 100인 이상 집합·모임·행사 금지로 마이크로 웨딩(하객 50명 미만) 문화가 확산하는 추세
 - 단기간 대규모 인력이 요구되는 웨딩산업 관련 직무는 2020년 하반기 코로나19 여파에도 불구하고 관련 산업이 반등하는 것으로 나타남
 - 강화된 사회적 거리두기 조치로 결혼식 하객 공간 분리, 온라인 결혼식(유튜브, 줌)을 통해 웨딩과 관련한 새로운 문화가 정착하는 추세
- 포스트 코로나 시대 신규 필요직무 및 인력수급 방안
 - 기존 웨딩 장소(호텔 또는 웨딩홀)에 따라 차이가 발생하는 협의적 관점의 직무분석이 진행되었지만, 사회환경의 변화로 마이크 웨딩 확산과 다양한 형태의 웨딩 행사가 진행됨에 따라 기업의 규모와 관계없는 광의적 관점에서 기존 개발된 NCS를 토대로 융복합형 직무분석이 선행되어야 함
 - 유튜브, 줌 등 온라인 형태의 웨딩 산업이 강화됨에 따라 기업 특성을 반영한 소비자 만족도 제고를 위한 콘텐츠 발굴이 필요
- 관련 교육 현황 및 필요 교육훈련 수요
 - 사회적 거리두기 강화로 유튜브, 줌과 관련한 온라인 행사개최가 확대됨에 따라 웨딩산업 디지털화를 위한 실무 역량 강화교육이 요구됨
 - 온라인, 비대면 관련 재직자 교육 및 안전관리, 위기대응 관련 교육

농촌관광 (지역관광)

- 업종별 비대면 서비스 도입현황
 - 해외여행 제한 조치에도 불구하고 관광에 대한 욕구는 지속되고 있으며 최근 백신 및 치료제 개발 관련 소식으로 당장의 국외여행은 아니지만 국내 관광 활성화가 가능할 것으로 전망됨
 - 한국관광공사는 기존에 잘 알려지지 않은 관광지, 자체 입장객 수 제한 관광지 등 5개 조건에 기반 비대면 관광지 100선을 선정하고 T-Map과 연계한 대국민 방문 마케팅, 비대면 지수 개발 등 다양한 지원을 하고 있음



- 관광지별 혼잡도(밀집도)를 실시간으로 체크할 수 있는 비대면 서비스가 확대하는 추세(제주도 실시간 관광지 혼잡도 서비스 도입)
- 농림축산식품부는 비대면 관광확산으로 관광지를 체험할 수 있는 비대면 체험꾸러기 활용 지원사업을 추진하기도 함
- 포스트 코로나 시대 신규 필요직무 및 인력수급 방안
 - 지역 관광지(농촌 관광지) 운영인력의 고령화로 해당 지역의 디지털 혁신 및 전환을 위한 장기적 관점의 교육체계 수급이 요구됨
 - 관광지 예약을 위한 OTA 확대 및 App 활용을 위한 교육 및 인력수급 체계 구축이 요구되며 데이터 기반 관광지의 혼잡도 및 밀집도를 이해하고 관리할 수 있는 운영인력양성이 필요함(디지털 플랫폼 확대)
 - 특히 관광객이 관광지를 선택할 때 관광지 안전과 위생에 대한 인식 및 요구가 증대됨에 따라 방역관리를 위한 전문인력 양성 필요
- 관련 교육 현황 및 필요 교육훈련 수요
 - 지역 내 문화관광해설사, 관광통역안내사를 중심으로 비대면 서비스 관련 직무역량 강화교육을 통해 관광객 만족도 제고 필요
 - 비대면 서비스 확대는 궁극적으로 디지털 기술 활용을 가속화를 유도하므로 웹사이트 개발, 온라인 커머스, 마케팅 등 기술 도입을 위한 체계적 교육 도입 필요

3.2.3 전문가 의견조사 시사점

- FGI를 토대로 업종별 포스트 코로나 시대 언택트 환경으로 유발된 필요 교육 내용은 다음과 같음
- FGI 결과 업종별 언택트 관련 전문인력 양성을 위한 필요 교육을 도출하였으나 여행업, 관광숙박업, 카지노산업은 기업의 경영악화로 전직 지원 관련 교육이 최우선 과제로 도출되었으며, 관광객이용시설업(크루즈업)은 연관 산업인 여행업의 활성화를 우선적 과제로 도출함
- 유원시설업과 웨딩산업 분야는 해당 분야의 종사자를 위한 교육자료의 디지털라이제이션(Digitalization)을 우선적 과제로 도출하였음
- 한편 국제회의 분야는 디지털 뉴딜정책에 발맞춰 온라인 행사개최를 위한 인적자원 양성체계 수급이 필요한 것으로 나타남

- 국제회의 분야는 시설업, 숙박업, 교통업 등 복합산업으로 이들을 지원하기 위한 컨벤션 뷰로(Convention Bureau)는 지역의 도시마케팅을 담당하고 국제회의 유치활동 및 개최지원 기구로 디지털 뉴딜정책과 지역균형 뉴딜정책에 발맞춘 지역 산업 맞춤형 인력양성 공급체계가 요구됨
- 이러한 맥락에서 관광·레저ISC는 1분기 이슈리포트를 통하여 관광·레저산업의 광의적 접근으로 지역 도시마케팅(개최지 마케팅) 강화를 위하여 언택트 환경에 따른 지역관광 분야 인력양성 방향을 살펴보고 이를 통해 거시적으로 국내 관광 활성화를 도모하고 나아가 지역 내 파급효과가 높은 MICE 산업의 활성화에 기여하고자 함
- 국내 관광 전문인력 양성 방향을 도출하여 궁극적으로 지역관광 활성화를 유도하고 나아가 지역 도시마케팅 관점에서 지역관광 전문인력 양성 및 향상을 통해 MICE 산업 및 관광·레저산업 활성화를 위한 인력 양성 체계 구축을 도모하고자 함

Chapter 4. 맺음말

Section 4.1 결론

- 코로나 이전(2019년도) 시기까지 꾸준히 국제관광 수요는 증가 추이가 나타났으며 이러한 흐름으로 국내 관광·레저산업 역시 큰 폭의 성장세가 전망된 바 있음
- 하지만 코로나19로 인하여 국제관광 수요는 극심한 부침을 겪기 시작하였고 곧 종식될 것이라는 믿음에도 코로나19는 위협적인 기세로 여전히 전 세계 관광·레저산업의 큰 제약으로 작용하고 있음
- 변이 바이러스의 지속적 등장으로 2021년 현재까지 코로나19는 종식이 요원해 보여 국제관광의 암흑기로 여겨지던 2009년 세계경제 위기 이후 ‘관광절벽 시대’란 최악의 순간을 맞이함
- 특히 급속도로 전파를 거듭하는 감염병의 특성으로 장소·사람 간 이동을 원초적 행위로 인지하는 관광에 부정적 영향을 미쳐 ‘관광시계의 일시정지’ 현상까지 유발하고 있는 상황임
- 이 같은 상황에서 세계적으로 바이러스 전파를 막기 위해 국경폐쇄, 자국민 및 타국민 이동제한 등 관광의 탈세계화가 급속되고 있으며, 이의 반대급부로 각국의 내수관광이(다양한 제약 조건 속에서도) 조금씩 회복될 전망을 보임
- 우리나라는 사회적 거리두기라는 사회 규범적 이동제한 조치가 있으나 국민은 코로나19 장기화로 인한 높은 피로감으로 공공의 이익을 위해 ‘최소한의 움직임으로, 최대 만족을 얻으려는 행동’을 추구하며 ‘비대면 소비’를 통한 관광·레저활동의 쾌락적 경험 가치를 획득하려는 움직임이 나타남
- 이러한 환경적 변화로 ICT 기술이 접목된 디지털 혁신, 디지털 관광콘텐츠가 시장에 등장하였고 이를 활용하여 바이러스 전파를 차단하고 동시에 국민의 보편적 관광향유권을 최대한 보장하려는 정책·제도적 움직임이 가속화되는 추세
- 빅데이터, 인공지능(AI), 가상/증강현실(VR/AR) 등을 이용하여 비대면·비접촉 실감형 관광콘텐츠를 발굴하고 이를 통해 지역관광의 적극적인 마케팅을 시도하게

나 온라인 활용 랜선투어, 미착륙 항공선회 여행프로그램 등 과거에는 쉽게 볼 수 없었던 새로운 콘텐츠가 시장을 형성하기 시작함

- 물론 언젠가 종식이 기대되는 코로나19로 새롭게 등장한 콘텐츠가 지속성을 갖기에는 다소 미흡한 부분이 있으나 디지털 기술이 접목된 비대면·비접촉 관광·레저 활동은 당분간 시장을 주도할 것으로 전망됨
- 더불어 향후 이와 같은 위기 상황이 언제든지 다시 발생할 수 있다는 관점에서 관광·레저산업의 회복탄력성 확보, 자생력 및 자립성 강화를 목적으로 변화하는 시대 환경에 적합한 콘텐츠를 적극적으로 발굴하고 이를 활용할 수 있는 전문가 양성을 통해 변화하는 수요에 대한 선제적 대응이 지속될 필요가 있음
- 특히 관광·레저산업은 대외적 환경변화에 매우 민감하게 반응함에 따라 향후 지금과 같은 상황 또는 유사 특성의 위기 속에서 어떻게 변화될지 모르는 불확실성도 내재하고 있으므로 현재부터 변화하는 추세에 맞추어 다양한 능력과 역량을 갖춘 전문인력을 양성하고, 동시에 산업의 서비스 공급체계 개선을 시도하여 국내 관광·레저 시장의 다변화를 추진해야 할 필요가 있음
- 그러므로 포스트코로나 시대, 언택트 즉 비대면·비접촉이 일상화된 현실에 적합한 관광·레저 콘텐츠 발굴에 대한 기초 근거에 통찰력을 제언하고, 더불어 새로운 인력 창출의 관점을 제시하여 다양한 위기상황에 선제적이고 능동적인 대응 체계기반을 마련하는 논리적 단초를 제공하고자 하였음
- 이와 같은 목적에서 업종별 포스트코로나와 언택트 환경조성 간 관계성, 방향성 등에 대해 산업계 전문가 그룹 인터뷰를 실시하고 궁극적으로 관광·레저 산업 내 지역관광 활성화를 위한 전문인력 활용체계 수립을 위한 기틀을 마련하고자 함

Section 4.2 환류 체계 활성화 방안 제시

ISC 자체 노력

- 포스트 코로나 시대 비대면 서비스 확대에 따른 산업계 요구역량 분석
 - 산업계 전문가, 교육기관, 관련 연구기관 등 관광·레저ISC 전문가 인력Pool을 활용하여 산업계 환경변화로 유발되는 스킬 및 직무역량과 관련한 미스매치를 분석하고 산업현장에서 요구하는 인적자원 방향을 제시
 - 힐링·여유·쉼의 소비자 수요변화 및 불특정 다수의 접촉 최소화 요구에 따른 디지털 혁신 도입(소규모 여행 지향)으로 유발되는 신규직무와 관련한 실태 파악을 위한 연구가 필요함

의료관광 분야 전문인력을 활용할 수 있는 산업계 인적자원 선순환 체계 수립을 위한 방향 모색이 요구됨
- 산업계 요구 교육프로그램 개발 및 확산
 - 미스매치 분석을 토대로 산업현장에서 요구하는 인적자원 표준모델을 제시하고 해당 인력을 양성(향상)을 지원하기 위한 산업계 맞춤형 훈련 교육과정 개발 및 확산이 요구됨
 - 국내 관광 활성화를 위하여 수요자 관점의 인적자원 수요분석을 토대로 기존 지역관광 전문인력을 활용할 수 있는 교육프로그램과 지역 관광지 인구 고령화, 생애주기·계층별 보편적 관광향유권 보장을 목적으로 모든 계층을 포괄적으로 이해할 수 있는 신규 일자리 창출을 위한 교육프로그램 개발 도모

관광거점 도시 지역RSC(부산, 강릉, 안동, 전주, 목포)

- (Code.B-1) ISC 협업체계 구축을 통한 합동 상시훈련수급조사 및 교육과정 운영
 - 촘촘한 지역·산업 맞춤형 인력양성체계 구축을 위하여 관광거점 도시 내 채용예정자 및 재직근로자 대상 훈련수요 파악(합동 수요조사 체계 구축)
 - 관광·레저ISC 미스매치 분석자료를 토대로 지역 수요조사에 적용하여 지역과 산업이 요구하는 인적자원 훈련내용을 파악하고 이를 토대로 개발된 교육과정을 공동훈련센터에서 활용할 수 있는 인력양성체계 구축(지산 및 훈련프로그램 상시과정 운영 추진)

고용노동부 인적자원개발과

- (Code.B-1) 기존 지역관광 전문인력을 활용 목적으로 역량 강화가 필요한 기활동 전문인력 대상 교육지원
 - 내일배움카드 제도를 활용하여 기존 통역관광안내사, 지역활동가, 두레PD 등 지역관광 전문인력을 대상으로 관광·레저ISC에서 개발하거나 인증한 교육훈련 지원
 - 앞서 살펴본 바와 같이 관광·레저산업은 업종과 관계없이 고용 관련 지표가 꾸준히 부정적으로 전망됨에 따라 내일배움카드 제도를 활용하여 언택트 서비스 확대에 유발된 직무역량 강화 훈련을 실시하여 산업 내 유휴자원 활용을 위한 인력수급 체계 기틀 조성(언택트 분야 전직 지원체계 구축)

고용노동부 직업능력평가과

- (Code.B-2)언택트 환경 확산에 따른 업종별 NCS 개선 및 개발, SQF 체계 구축
 - 국내외 관광환경 여건변화로 신규직무가 급속도로 도출되고 있음에도 언택트 서비스 및 ICT 관련 신규직무는 관광·레저산업분야 NCS 내 반영되지 않음
 - 따라서 산업 맞춤형 인력양성 및 NCS 활용 확산을 위하여 NCS 개선 및 개발이 시급한 실정이며 특히 이러한 내용은 SQF 개발에 있어 일부 장애요인으로 나타나 이를 개선할 필요가 있음
- (Code.B-2)스마트 관광 인력 자격체계 구축
 - 국내외 관광환경 여건변화로 관련 종사자 역량을 검증하고 인정하기 위한 체계 구축이 요구되는 상황이며 특히 언택트 서비스와 관련한 ICT 기술을 활용할 수 있는 인적자원과 관련한 전문인력을 인증 및 인정할 수 있는 기준제시가 요구됨
 - 이러한 맥락에서 ICT 관련 기술이 산업 내 도입되어 금융은 핀테크, 제조업은 스마트 팩토리과 같은 새로운 직무가 도출되는 추세로 관광·레저산업 역시 스마트관광 인력에 대한 기준 제시가 요구되는 상황임
 - 따라서 장기적 관점으로 국가기술자격 체계 구축을 위한 단계별 준비가 선행되어야 하며 민간자격 운영→민간자격의 공인→국가기술자격 신설이 요구되며 향후 ISC는 해당 자격의 교육과정과 교육기관을 인증하여 산업계 인적자원 기준을 제시할 수 있는 역할 부여가 필요함

- 인증제도 도입은 기업, 교육기관, 교육생을 대상으로 3가지 측면으로 인증제도 도입이 필요함

기업: 언택트 서비스 도입 및 인적자원 관리 우수기업 인증

교육기관: 산업계 의견이 반영된 교육과정 운영기관 인증

교육생: 산업계 인적자원 기준 교육 이수 교육생 인증

【표3】 포스트코로나 시대 언택트 환경 환류 체계 활성화 방안

업종	내용	대응기관
B-3 (실태 파악)	· 포스트코로나 시대 비대면 서비스 확대에 따른 산업계 요구역량 분석 · 산업계 요구 교육프로그램 개발 및 확산	ISC
B-1 (훈련과정 개설)	· ISC 협업체계 구축을 통한 합동 상시훈련수급조사, 훈련 운영	관광거점 도시 지역RSC
B-1 (훈련과정 개설)	· 기존 지역관광 전문인력을 활용 목적으로 역량 강화가 필요한 기활동 전문인력 대상 교육지원(내일배움카드)	고용노동부 인적자원개발과,
B-2 (NCS 개발·개선)	· 언택트 환경에 따른 업종별 NCS 개선·개발, SQF 체계 구축	고용노동부 직업능력평가과
B-2 (민간자격의 공인)	· 스마트 관광 인력 자격체계 구축	

참고문헌

- 김현주. (2020). 코로나19가 가져온 관광산업 영향과 향후 전망. 한국문화관광연구원, 문화·관광 인사 이트 제151호.
- 김현주, 전효재, 권태일, 최경은, 오훈성, 김형중, 안희자, 김송이, 한희정, & 강현수. (2021). 코로나19의 관광산업 영향과 대응방안. 한국문화관광연구원, 정책연구 2020-22.
- 경기연구원. (2020). 코로나 19, 여행의 미래를 바꾼다. 이슈 & 진단. 2020.5.26.
- 오미숙 & 오미영. (2020). COVID-19에 대한 위험지각과 자기효능감이 관광지 위험지각과 방문의사에 미치는 영향 연구. 관광연구저널, 34(12), 91-108.
- 한국문화관광연구원. (2021a). 2021년 1월 문화체육관광 고용동향. 한국문화관광연구원 정책정보센터.
- UNWTO. (2016). UNWTO Tourism Highlights(2016 Edition).
- UNWTO. (2019a). UNWTO Tourism Highlights(2019 Edition)
- UNWTO. (2020a). UNWTO/GTERC Asia Tourism Trends - 2020 Edition, Executive Summary.
- UNWTO. (2020b). UNWTO International Tourism Highlights(2020 Edition).
- UNWTO. (2020c). UNWTO World Tourism Barometer May 2020.
- UNWTO. (2020d). UNWTO World Tourism Barometer December 2020.
- UNWTO. (2021). UNWTO World Tourism Barometer January 2021.
- 컨슈머인사이트. (2020a). 2019-20 여행시장 동향과 전망. 2020.1.29., 김민화·정격식·조혜원.
- 컨슈머인사이트. (2020b). 국내여행 트렌드 예측: 비포코로나vs.애프터코로나. 2020.6.22 김민화·정격식·조혜원.
- 컨슈머인사이트. (2020c). 코로나가 싹 비꾼 여심(旅心), 해외여행 대신 호캉스?. 2020.11.10 김민화·최수정·조혜원·김지윤
- 컨슈머인사이트. (2020d). 여행 식도락의 뉴노멀, 배달-포장. 2020.9.13.
- 컨슈머인사이트. (2020e). 크게 줄어든 여름휴가 여행, 핵심은 '언택트'. 2020.10.19. 김민화·최수정·조혜원.
- 컨슈머인사이트. (2021a). 2020-21 여행시장 동향과 전망. 2021.1.27. 김민화·최수정·조혜원.
- 컨슈머인사이트. (2021b). TRAVEL 분석으로 본 20-21 국내여행 트렌드. 2021.2.22 김민화·최수정·조혜원.
- 컨슈머인사이트. (2021c). 확진자 치솟아도...여행 갈 사람은 간다. 2021.3.22 김민화·최수정·조혜원·김지윤.
- 트래블맵. (2020.4.16). 서울관광재단, SEOUL NOW 라이브 스트리밍을 통해 온라인 서울관광 선보여. 이주현.
- 한국관광공사 세계 관광시장정보. (2020.4.03). 두바이관광청, 코로나 19 확산으로 두바이 36도 실내관광 홍보.
- 한국관광공사 세계 관광시장정보. (2020.5.12). 해외여행을 떠나는 것처럼 프랑스 여행하기, 국내여행 독려.
- 한국관광공사 세계 관광시장정보. (2020.8.20). 지역 여행산업 활성화를 위한 다양한 Safety 프로그램 마련 및 판촉 활발
- 한국문화관광연구원. (2020a). 카드뉴스-관광을 배달할 수 없을가?. 2020.8.14., 모연주 외
- 한국문화관광연구원. (2020b). 카드뉴스-다가오는 연말, 집에서 안전하게 호텔을 즐기는 법. 2020.12.10.
- 한국문화관광연구원. (2020c). 카드뉴스-코로나19가 가져온 관광의 트렌드 변화. 2020.12.29.
- KCC Design Blog(2020). Corona 19 Virus - 언택트 문화. 2020.5.27.

부록

· 전문가 그룹인터뷰 참석자

【표1】 업종별 인터뷰 참석자

업종	소속	직책	성명
여행업	○○투어	팀장	○세○
관광숙박업	○○업협회	과장	○유○
	○○경영협회	팀장	○호○
관광객이용시설업	○○○ 엔터프라이즈	부장	○다○
국제회의업	○○인터네셔널 코리아	대표	○웅○
카지노업	○○L	차장	○은○
유원시설업	○○랜드	팀장	○길○
웨딩 산업	○○에나	총지배인	○규○
농촌관광	○○연구원	전문위원	○재○

· 전문가 그룹인터뷰 결과 요약

【표1】 업종별 포스트코로나 언택트 환경 필요 교육 도출

업종	내용
여행업	· 언택트 관련 기술도입(랜선투어, 안전정보 및 밀집도 정보제공 등)으로 IT분야 인력을 위한 산업에 관한 교육이 요구되며, 기존인력 대상으로 기술 관련 교육이 필요
관광숙박업	· 기업 내 다양한 데이터를 수집하고 표준화된 데이터로 변환하는 교육이 필요하며 나아가 이를 분석하고 활용할 수 있는 인력양성이 요구(언택트 시대 고객 요구 파악)
관광객 이용시설업	· 현재 해수부(고용부 지원)의 코루즈 승무원 양성과정 내 코로나19로 변화하는 코루즈 산업 환경에 대한 입직자 대상 언택트 기술직무교육 필요
국제회의업	· 온라인(비대면) 행사 진행에 따라 종사자의 시스템 이해 교육 필요(외국어 + 제안서 + 기획서 + 온라인 교육 필수 진행 필요) · 비대면(언택트) 시스템 강사과정 개설 필요
카지노업	· 온라인 교육과 관련한 온라인 자료배포가 필요하며, 산업현장 맞춤형 D-NCS 개발
유원시설업	· 감염병 확산 방지를 위한 사회적 거리두기로 집체교육이 어려운 실정으로 내부직원을 위한 VR 기반 비대면 교육이 필요함(현장교육이 최소 6개월~1년의 기간이 필요) · 영상녹화 교육자료(자료 디지털화) 공급체계 구축 필요
웨딩 산업	· 사회적 거리두기 강화로 유튜브, 줌과 관련한 온라인 행사개최가 확대됨에 따라 웨딩 산업 디지털라이제이션(Digitalization)을 위한 실무 역량 강화 교육 · 온라인, 비대면 관련 재직자 교육 및 안전관리, 위기대응 관련 교육
지역관광 (농촌관광)	· 비대면 서비스 확대는 궁극적으로 디지털 기술 활용을 가속화를 유도하므로 웹사이트 개발, 온라인 커머스, 마케팅 등 기술 도입을 위한 체계적 교육 도입이 요구 · 관광객이 관광지를 선택할 때 관광지의 매력도 보다 안전과 위생에 대한 인식 및 요구가 증대됨에 따라 방역관리를 위한 전문인력 양성이 요구