

엔데믹 시대를 즐기는 새로운 여행법

< Executive Summary >

- **팬데믹으로 위축되었던 해외여행은 주요국 입국 규제 완화로 본격 회복**
 - 팬데믹 확산에 따른 국가 간 이동 제한으로 글로벌 이동이 급격히 위축되었으나 '22년부터 각국의 코로나19 관련 출입국 제한 완화로 여행 수요 회복
 - 국내도 해외여행 대기 수요가 증가한 가운데, '22년 하반기 접근성이 높은 일본, 대만 등 근거리 국가의 입국 규제 조치 완화로 출국자수가 본격적으로 증가
 - 그러나 팬데믹으로 해외여행이 멈춰섰던 지난 3년 간 소비자들의 해외여행에 대한 인식과 여행의 여정 중 경험하는 여행방식의 방식은 이전과 달라짐
 - 팬데믹으로 여행업에 새로운 방식이 등장했고, 과거 진행되던 변화들은 가속화

- **여행의 의미가 과거보다 특별해지면서 보다 개인화되고 가치 있는 경험 추구**
 - 팬데믹을 지나면서 과거 일상의 부분이었던 여행에 보상 및 치유의 의미가 더해지면서, 여행에 개인 취향과 요구가 반영되고 세분화된 형태로 변화
 - 소비자들은 정해진 여행 상품에 일정을 맞추기보다는 스스로 본인에게 맞는 여행지, 여행의 방식을 정하고 숙소와 항공권도 직접 선택하는 경우가 증가
 - 이 같은 변화로 항공사 및 호텔의 D2C 판매가 늘어나고 있으며, 기존 여행사(OTA)는 여행업 내 영향력이 팬데믹 이전 대비 위축되면서 변화를 도모 중

- **팬데믹을 계기로 여행업 내 비대면 서비스, 친환경 전환 등의 변화 가속화**
 - 차별화된 대면 서비스가 경쟁력이었던 여행업은 그동안 디지털 기술에 기반한 자동화, 무인화 전환이 더뎠으나, 팬데믹을 지나며 감염 우려, 인력 부족 등으로 공항, 호텔, 쇼핑 등에서도 비대면 트렌드 확산
 - 여행업 내 비대면 트렌드는 최근 개인화되고 있는 고객 니즈를 충족하며 고도화
 - 각국 환경 규제가 강화되는 가운데 팬데믹으로 환경에 대한 경각심이 높아지면서 여행업에서도 환경을 저해하는 서비스를 제한하며 친환경 전환이 가속화
 - 인간이 환경에 미치는 영향에 관심을 가지면서 여행의 방식에 있어서도 다소 불편하고 비용이 수반되더라도 지속가능한 옵션을 선택하는 경우가 증가

- 팬데믹 이후 여행의 방식 변화로 새롭게 부상하는 新비즈니스에 주목하는 한편 여행업의 성장성이 높은 만큼 직·간접 참여 기회 모색 필요
 - 팬데믹 이후 여행의 방식이 변화하면서, 새로운 트렌드에 기민하게 대응하는 다양한 기술 기업들을 선별하여 투자를 검토해볼 필요
 - AI, 빅데이터 등 기술을 이용하여 개인에 최적화된 여행서비스를 제공하는 스타트업
 - 항공사/호텔의 D2C 판매 확대로 홈페이지 구축/관리, 부킹 솔루션 기업
 - 또한 새로운 형태의 여행에서 발생하는 환전, 보험, 간편결제 등의 금융 기회에 타 사와는 차별화된 대응을 통해 시장을 확보할 필요
 - 여행업은 성장성이 높고 여행 중 금융서비스 이용 빈도가 높아 시너지 창출이 용이하므로 금산분리 완화에 대비한 비금융 신사업으로 여행업을 검토할 필요

그림 | 팬데믹으로 변화하고 있는 여행의 여정

여행지 선택 및 여행 준비	공항-기내	여행지
여행지 선택 <ul style="list-style-type: none"> 기존 관광 가치, 경험 중시 개인 맞춤형 	데이터 서비스 신청 <ul style="list-style-type: none"> 로밍 포켓 wifi USIM eSIM 	호텔 (체크인/아웃) <ul style="list-style-type: none"> 대면 서비스 비대면 스마트 서비스 확대 (모바일, 키오스크)
항공/숙박 예약 <ul style="list-style-type: none"> 여행사 대행 항공사, 호텔 직접 예약 	항공사 체크인 <ul style="list-style-type: none"> 체크인 카운터 모바일/키오스크 체크인 	호텔 (객실 이용) <ul style="list-style-type: none"> 모바일키로 전환 중 일회용 어매니티 제공 중단 or 다회용 제품 제공
관련 서류 준비 <ul style="list-style-type: none"> 여권 및 비자 코로나 증명서 여행 사전 승인 	출입국 심사 <ul style="list-style-type: none"> 대면 심사 자동 출입국 심사 서비스 	쇼핑 <ul style="list-style-type: none"> 무인 매장 확대 쇼핑백 유료화 간편 결제 가능 (라인페이, 카카오페이)
환전 <ul style="list-style-type: none"> 화폐, 신용카드 외화 충전 카드 간편결제 	항공기 탑승 <ul style="list-style-type: none"> 여유 공간 확보 좌석 선호 기내 마스크 착용 	관광 <ul style="list-style-type: none"> 관광지 방문 및 쇼핑 개인화된 테마 여행 지속 가능 여행
보험가입 <ul style="list-style-type: none"> 기존 보장 코로나 치료비 및 격리비용 보장 	기내 여정 <ul style="list-style-type: none"> 모니터 영상 외 즐길 거리 확대 기내식 사전 주문 (선택의 폭 확대) 	돌아가기 전 <ul style="list-style-type: none"> 항공기 탑승 전 Q-코드 입력

주 : 진한 글씨는 팬데믹으로 인해 변화되었거나 변화가 가속화되고 있는 내용
 자료 : 언론자료

연구위원 안혜영 mith5@hanafn.com

Key Words : 해외여행, 엔데믹, 여행트렌드변화

I. 본격적으로 재개되는 해외여행

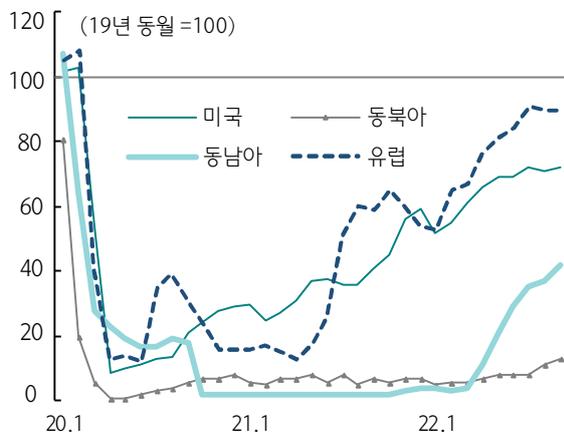
■ 팬데믹으로 위축되었던 해외여행은 주요국 출입국 제한 완화로 회복

- 전 세계적인 팬데믹 확산에 따른 국가 간 이동 제한으로 해외여행이 급격히 위축되었으나 '22년 각국의 코로나19 관련 출입국 제한 완화로 점진적 회복세
 - 유럽과 미국은 '21년 국경 통제 완화와 '22년 입국 전 코로나19 검사 폐지로 관광객 유입이 증가하였고, 동남아국가는 자가격리 의무가 면제된 '22년부터 회복 본격화
 - '22년 9월 기준 미국과 유럽의 입국자수는 코로나19 이전('19년 동월) 대비 각각 72%, 90%까지 회복되었고, 동기간 동남아 입국자수도 45%까지 회복
 - ※ 동기간 동북아 입국자수는 中 제로코로나에 따른 출입국 통제로 팬데믹 이전 대비 13% 회복에 그침
- 팬데믹 기간 동안 급격하게 위축되었던 글로벌 호텔 객실 점유율도 '22년 하반기로 갈수록 팬데믹 이전인 '19년에 근접한 수준까지 회복
 - 글로벌 호텔 객실점유율: 69.0%('19) → 40.2%('20) → 49.8%('21) → 60.4%('22)

■ 국내도 일본을 비롯한 근거리 여행지의 입국규제 완화로 해외여행 본격 재개

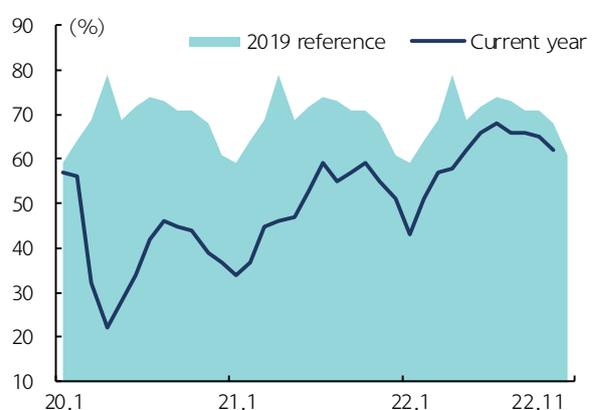
- 국내도 해외여행 대기수요가 증가한 가운데, 접근성이 높은 일본, 대만 등 근거리 국가의 입국 규제 조치 완화로 '22년 하반기부터 국내 출국자수가 빠르게 증가
 - '22년 1월 국내 출국자수는 '19년 동월대비 5% 수준이었으나 12월 59%까지 회복

그림1 | 주요국 입국자 추이



주 : 계절 변동요인을 제거하기 위해 19년 동월 대비 증감을 살펴봄
자료 : UNWTO

그림2 | 글로벌 호텔 객실 점유율



주 : 계절 변동요인을 제거하기 위해 19년 동월 대비 증감을 살펴봄
자료 : UNWTO

- '22년 국제선 운항횟수는 '19년 대비 34.6% 수준까지 회복되었고 하반기 규제가 완화된 국가 중심으로 운항 노선이 확대되면서 4분기에는 '19년 대비 50.9%까지 회복
- '22년 국제선 여객수도 '19년 대비 21.6% 수준으로 회복되었으며, 일본 입국 규제가 완화되고 국내 입국 코로나19 검사가 폐지된 4분기에는 '19년 대비 44.1%까지 회복
 - '22년 4분기 국제선 여객수는 '22년 연간 여객수의 약 49.5%에 달함
 - '20-'22년 상반기까지 상용수요가 많은 장거리(美, 獨, UAE 등) 여객수가 대부분을 차지한 반면 '22년에는 하반기부터는 일본, 베트남, 태국 등 근거리 관광 여객수가 상위권으로 부상

■ 국내 해외여행 수요는 팬데믹 이전으로 회귀 중이며, 여행의 방식과 가치는 변화

- 해외여행 수요 선행지표인 여권 발급량도 '22년 코로나 이전 대비 60%까지 회복되었고 4분기 발급량은 팬데믹 이전을 상회하고 있어 '23년 수요 정상화 기대 고조
 - 여행 플랫폼 플록의 설문조사 결과 한국인 응답자의 78%가 '23년 해외여행을 계획 중이며 이중 35%는 2회 이상 해외여행 계획이 있다고 응답
- 그러나 팬데믹으로 해외여행이 멈춰섰던 지난 3년 간 소비자들의 해외여행에 대한 인식, 여행의 여정 중 소비자들이 경험하는 여행방식의 방식은 이전과 달라짐
 - 팬데믹이라는 특수 상황은 여행업에서 과거부터 진행되어 왔던 기존 변화를 가속화하는 한편 새로운 변화도 유발

그림3 | 국내 여권발급 건수 및 출국자수 추이



주 : 계절 변동요인을 제거하기 위해 19년 동월 대비 증감을 살펴봄
 자료 : 한국관광공사, 외교부(여권정보통합시스템)

표1 | 국제선 운항 및 여객 실적 (22년 4분기)

국가	운항횟수(회)	회복률(%)	여객수(명)	회복률(%)
일본	14,820	69.2 (20.5)	2,388,360	73.3 (16.2)
베트남	8,723	59.4 (38.5)	1,389,549	51.8 (29.2)
미국	9,849	132.4 (135.3)	992,273	83.4 (58.4)
태국	3,570	62.2 (36.7)	841,678	63.0 (30.9)
유럽	5,643	65.4 (50.5)	771,614	51.1 (30.7)
필리핀	4,017	48.2 (29.5)	689,650	48.2 (26.5)
싱가포르	2,157	113.3 (75.9)	498,159	108.4 (63.7)
대만	1,538	21.0 (23.9)	221,706	14.8 (5.5)
괌	1,171	44.8 (30.8)	190,188	46.3 (28.5)
홍콩	1,798	34.1 (26.8)	169,027	20.8 (6.7)
하와이	480	67.3 (54.4)	108,841	79.6 (49.6)
전체	65,284	50.9 (34.6)	9,654,982	44.1 (21.6)

주 : 회복률은 '19년 동기간 대비 수준을 나타냄, 출·도착 합계, 유입+환승 기준, 회복률에서 ()는 22년 연간 회복률 의미
 자료 : 국토교통부, 한국항공협회

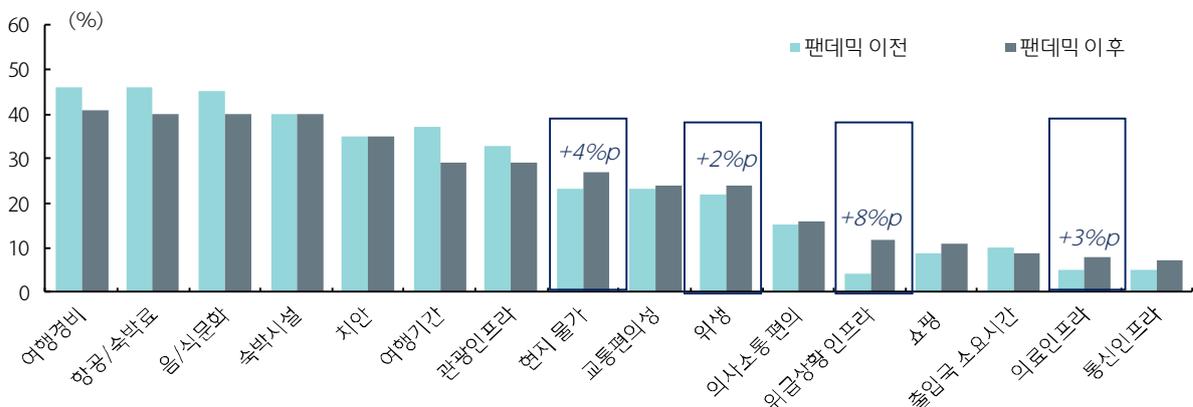
II. 팬데믹 이후 달라진 여행의 여정

1. 여행 전

- (여행지 선택) 팬데믹 이후 국경 개방, 안전, 비용, 근거리, 개인의 특정 니즈 중시
 - Visa의 설문조사¹⁾에 따르면 팬데믹 이전 국내 여행객들은 해외여행지 선택 시 여행 경비, 음/식문화, 치안, 여행기간, 관광 인프라, 현지 물가 등을 우선 고려
 - 엔데믹에 진입한 현재 각국 입국 규제 조치가 여행지 선택의 기본 전제가 되며, 위급 상황 대응 및 의료 인프라 등 안전 요인과 현지 물가 등이 과거 대비 중시
 - 여행경비, 음/식문화, 치안 관련 응답비율은 과거대비 감소했으나 여전히 중요 요인
 - 해외여행의 목적도 단순히 국가, 지역 방문 목적이 아닌, 가치있고 특별한 무엇을 하기 위한 이동으로 변화하고 있어 여행은 초개인화 되고 세분화될 전망
 - 이미 해외여행을 수차례 경험한 여행자들은 일반 관광 상품 보다는 개인 니즈를 충족할 수 있는 테마를 경험하고 가치를 추구하는 것을 중시

- (여행 예약) 과거 대비 항공사/호텔로부터 직접 구매 및 예약이 빠르게 증가
 - 과거 항공사의 영업방식은 간접판매가 주를 이뤘으나 통신과 네트워크의 발달과 여행 방식의 변화(단체→개인)로 여행 항공사의 직접 판매가 증가하기 시작

그림4 | 해외여행 지역 선정 시 고려 요인



주 : 서울, 경기 및 5대 광역시에 하는 20세 이상 59세 미만 성인남녀 1,000명 대상으로 설문 진행, 중복응답 가능
 자료 : Visa

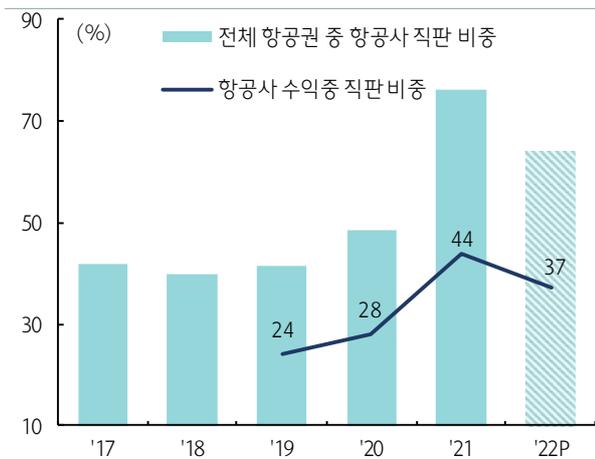
1) 글로벌 결제 기술 기업 Visa는 지난 22년 7월 코로나19 이후 달라진 한국 소비자들의 해외여행 인식과 태도에 대한 '리턴 투 트래블 (Return to Travel)' 조사 결과를 발표

- 또한 팬데믹 동안 해외 여행상품 중단, 여행사 운영 축소로 예약 서비스의 원활한 운영이 이루어지지 않으면서 소비자의 항공권 직판 구매 비중이 대폭 확대
 - 전체 항공권 판매 중 항공사 직판 비중: 42%('19) → 73%('21) → 62%('22P)
- 팬데믹 이후 소비자들은 기내 개인 공간 확보를 선호하면서 저가를 내세운 OTA (온라인 여행사) 구매 대신 유료 좌석²⁾ 확보가 용이한 항공사 직접 예매 선택
- 숙소도 자사 홈페이지 앱을 통한 예약이 증가 중인데, 이는 숙박 업체의 직접 예약 편의성이 높아졌고, 멤버십 가입을 통해 다양한 리워드를 제공받을 수 있기 때문
 - 영국 카탈라 컨설팅에 따르면, 호텔 멤버십 프로그램은 고객 유지율을 높이며 멤버십 고객은 OTA를 통하지 않고 호텔에 직접 예약할 가능성이 3배 이상 높은 것으로 분석
- 호텔 등 숙박업체 역시 OTA 수수료(5~15%) 절감을 위해 홈페이지 관리 및 부킹 엔진을 탑재하며 직접 판매를 확대하고 있어 향후 호텔 직판 비중은 증가 전망

■ (국가별 규제 확인) 일부 국가는 팬데믹 이후 입국을 위한 제도 변화

- '22년부터 대부분의 국가에서 입국 규제가 완화 중이나 미국, 일본 등 주요국에서는 입국을 위해서는 백신 확인서(FDA, WHO 승인 백신) 등 코로나19 관련 서류가 필요
- 또한 일부 여행국의 경우 '23년부터 입국세, 관광세 도입 등 일부 제도들이 달라짐에 따라 해외여행을 준비하면서 이를 미리 파악할 필요

그림5 | 항공권 직판 비중 및 직판의 항공사 수익 기여도



주 : 1) 항공사 수익 중 직판 비중은 대한항공 기준
 2) '20~'22년 항공권 직판 비중은 항공사의 직판 수익 비중 변화를 통해 추정
 자료 : 여행신문, 트레블데일리

표2 | 2023년 달라진 해외여행 정보

구분	적용 국가 및 도시	주요 내용
숙박세, 관광세	튀르키예	여행자 대상 숙박세(이용료의 2%) 징수
	베네치아	7월 부터 당일 방문 여행자에게 입장료(3~10 유로) 징수. 온라인을 통해 사전 구매 필요
	말레이시아	숙박 이용 여행자에게 관광세(1박 당 10링깃) 징수
여행 허가제, 입국세 도입	칸쿤	환경보호 목적의 숙박세(67멕시코 페소)
	태국	6월 입국세(1인당 300바트) 시행 예정
화폐	EU	11월 부터 사전 방문 허가제 ETIAS(유럽 여행정보 인증 제도) 도입, 수수료 약 7유로 지불
	크로아티아	1월 부터 유료화 도입, 기존 화폐 쿨나는 올해까지 만 유로로 환전 가능

자료 : 인터파크 트리플

2) 대한항공은 '21년부터 국제선 일반석 중 일부 좌석(엑스트라 레그룸 및 전방 선호 좌석)에 대한 사전 좌석배정을 유료(2만원~15만원)로 전환

2. 여행 준비 및 공항

- (해외 데이터 서비스) 로밍 서비스 수요 회복 속에 eSIM이 다크호스로 부상
 - 지난 '22년 하반기부터 해외 여행객이 급증하면서 팬데믹으로 침체되었던 해외 데이터 서비스 시장도 빠르게 회복 중
 - 현재 해외에서 데이터 서비스 이용 방법은 ① 통신사 로밍서비스 신청, ② 현지 USIM 구매, ③ eSIM을 다운로드, ④ 포켓 Wi-fi 대여 등 가능
 - 특히 해외여행이 근거리 중심으로 회복되고 기간도 짧아져 통신 서비스 비용 부담이 낮아지자 로밍수요는 빠른 회복세를 보이며 팬데믹 이전 대비 50% 증가
 - '22년 9월 상용화된 eSIM은 USIM 교체 없이 다운로드 후 사용 가능하며, 요금도 로밍 대비 저렴하여 지원 단말기 확대 시 로밍과 USIM을 대체하며 고성장 기대
 - 현재 eSIM 사용 가능 모델은 아이폰은 XS 이상, 삼성 갤럭시는 '22년 8월 이후 출시 모델만 가능

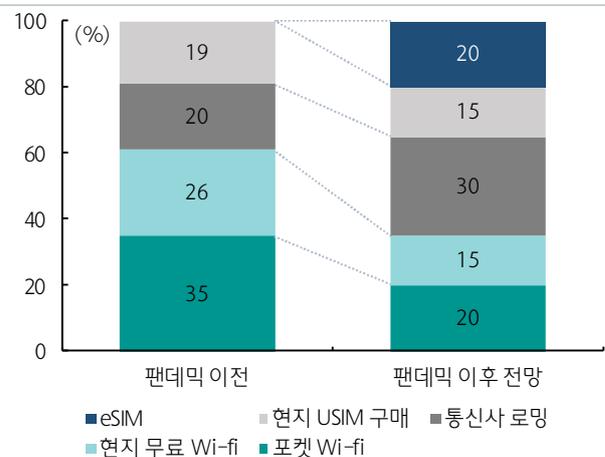
- (체크인/출입국 심사) 공항 내 서비스는 비대면 강화, 편의성 증대 방향으로 변화
 - 이전에도 국내외 항공사는 체크인 카운터를 비대면/셀프(모바일, 키오스크 활용) 방식으로 전환 중이었으며 팬데믹 기간 동안 이 같은 흐름이 주류로 자리매김
 - 수하물 탁송도 기존 전용카운터에서 셀프 백 드랍(Self Bag Drop) 방식이 정착되는 추세
 - '23년 5월부터는 인천공항 제 1,2 여객 터미널 일부 게이트에서 안면 인식만으로 체크인, 수하물 위탁, 보안검색대 진입이 가능할 전망

표3 | 해외 유료 데이터 서비스별 장단점 비교

구분	장점	단점
통신사 로밍	<ul style="list-style-type: none"> • 간편한 신청 절차 • 한국 통화 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 비싼 요금
포켓 Wi-fi	<ul style="list-style-type: none"> • 착륙부터 사용가능 • 3~5대 동시접속 가능 • 낮은 비용 	<ul style="list-style-type: none"> • 기기 휴대 불편함 • 충전 필요 • 분실 위험
USIM	<ul style="list-style-type: none"> • 사용 기간 대비 저렴 • 충전 불필요 • 현지구매 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 현지에서 고장 가능 • 한국 통화 미지원
eSIM	<ul style="list-style-type: none"> • 간편한 신청 절차 • 저렴한 비용 • 한국 통화 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 단말기 제한

자료 : 언론자료 정리, 하나금융경영연구소

그림6 | 해외 유료 데이터 서비스 이용 비중 전망



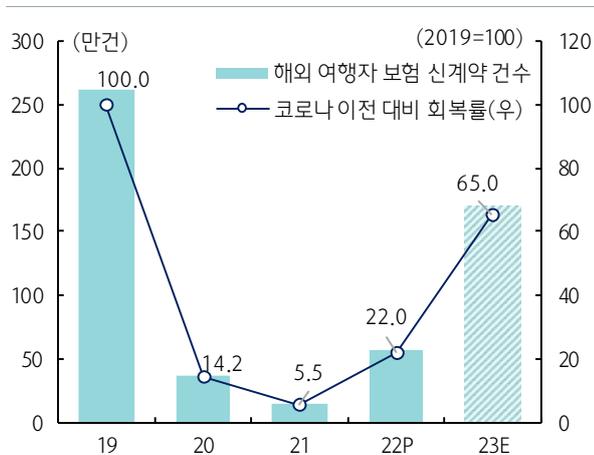
주 : 팬데믹 이후는 하나금융경영연구소 전망
 자료 : 컨슈머인사이트, 하나금융경영연구소

- 또한 비용이 발생하더라도 편의성과 시간 단축을 선호하는 소비자 특성을 반영하여 '23년 인천공항을 시작으로 유료 패스트트랙(빠른 출입국 전용통로) 도입 예정
- 출입국 심사 시에도, 대면 심사 방식 대신 개인 여권정보나 바이오정보(지문, 안면)를 활용한 비대면 자동출입국심사서비스(SES)의 이용이 증가
 - '19년 자동출입국 심사 이용률은 55%이며 '22년 70%대 까지 확대된 것으로 추정

■ (보험) 현지 질병관련 보상은 강화, 가입 간소화로 고객 편의성 증대

- '22년 하반기 해외여행이 본격 재개되면서 '22년 해외여행자보험 가입 건수는 전년비 약 4배 증가하였으며, 코로나19 이전인 19년 대비 약 22% 수준까지 회복
 - 코로나19가 종식되지 않은 가운데, 현지 감염을 우려하여 보험 가입 수요 증가
- 이에 보험사들은 기존 해외여행보험 약관 외에 여행 중 현지에서 발생한 코로나19 관련 격리생활비용 지원 특약 추가 및 해외 의료비 보상 범위를 확대하는 추세
- 또한 보험사들도 해외 여행자보험 수요 선점을 위해 여행 플랫폼, 항공사 등과 협업을 확대하고 가입방식을 간소화하면서 고객의 가입 편의성 확대에 주력
 - '22년 9월에는 악사손해보험과 여행 플랫폼 클룩이, 10월에는 에이스손해보험과 여행 플랫폼 마이리얼트립이 협업하여 여행자보험 온라인 가입 서비스를 시작
 - '23년 1월 대한항공은 에이스손해보험과 제휴하여 아웃링크 방식으로 보험 판매를 시작했으며 점차 항공권 판매 단계에서 고객이 보험에 가입토록 하는 방식으로 전환 예정

그림7 | 최근 국내 여행자 보험 가입자 수 추이



자료 : 여행신문, 트레블데일리

표4 | 국내 보험사의 해외여행자 보험 비교

보험사	보험료 (원)	주요 보장	비고 및 특약
AIG손보	12,720	상해사망, 질병사망 및 후유장애	보험 상품 세분화, 보장 한도 높음
에이스보험	8,670	해외에서 발생한 상해/ 질병 의료비	해외 질병 관련 보장 한도 높음
삼성화재	8,450	해외에서 발생한 상해/ 질병 의료비	여행 중 자택 도난 손해 보장
KB손보	8,170	휴대품 손해 배상책임	질병 및 상해 발생 보장 범위 넓음
현대해상	7,600	구조송환비용	여행 중 자택 도난 손해 보장
캐롯손보	6,160	구조송환비용	두번째 보험 가입부터 보험료 30% 할인
농협손보	6,070	항공기 납치	골프용품 손해 보장
하나손보	4,890	항공기 납치	코로나 격리비용 특약

주 : 표준보장 담보 가입조건(사무직 종사자, 보험기간 7일, 20세~70세 평균·남녀평균) 기준

자료 : 손해보험협회, 언론자료

■ (환전) ‘현금 없는 사회’ 가속화로 환전 방식도 변화

- 과거 여행자들은 여행 전 금융사 영업점 및 앱을 통해 현지 화폐를 환전하고 이를 수령하였으나 팬데믹을 계기로 현금 없는 사회가 가속화되면서 환전 방식도 변화
 - 주요국 비현금 결제비중(%) : 한국 94.7, 중국 77.3, 싱가포르 57.6, 영국 57.0, 미국 47.0, 일본 24.2
- 최근 주목받는 방식은 ‘외화 충전식 선불카드’로 해외 가맹점에서 수수료 없이 결제 가능하며 현지 화폐 필요 시 편리하게 환전, ATM 인출을 할 수 있어 사용 급증
 - 현재 출시된 외화 충전식 선불카드는 ‘트래블로그 체크카드(하나)’, ‘트래블엔로카 카드(롯데+트레블윌렛)’ 등이 있으며 ‘22년 7월 출시 이후 월평균 70~90%의 성장세 기록 중
- 더 나아가 최근 국내 여행객이 급증하는 일본, 싱가포르 등의 경우 공항, 면세점, 호텔, 편의점 등 대다수의 가맹점에서 네이버페이, 카카오페이 등 국내 간편 결제가 이용 가능하여 현금/카드 없이 휴대폰만으로 관광/쇼핑이 가능
 - 간편 결제는 고객이 연동한 은행계좌에서 자동으로 금액을 충전해 결제하는 방식으로 해당 가맹점에서 QR코드 결제가 가능하며 환전의 번거로움과 수수료가 없다는 장점 존재
- 특히 일본은 최근까지도 현금 의존도가 높아 여행 시 실물 화폐가 반드시 필요했으나 팬데믹 이후 비접촉 결제를 선호하는 소비자 증가로 QR코드 결제가 확산
 - ‘20년 일본 내 QR코드 송금 건수는 4.4만 건으로 ‘18년 대비 17배나 증가

표5 | 국내 출시 외화 충전식 선불카드 비교

비교	트래블로그	트래블윌렛
환전수수료 ¹⁾	무료 ¹⁾	미국, 일본, 유로 존 무료 :그 외 통화는 0.5~2.5% 부과
해외 가맹점 수수료	무료	무료
결제 수수료	무료(마스터)	무료(비자)
ATM 인출 수수료	무료	500달러 이내 무료/ 이후 2%
ATM 인출 한도 ²⁾	1건당 1000달러/ 1일 6,000달러	1건당 400달러/ 1일 1,000달러
연결 가능 금융기관	하나은행, 하나증권, 하나저축은행	모든 은행 가능
원화 환급 수수료 ³⁾	5%	팔 때 환율 적용
이용 가능 통화	한국, 미국, 유럽, 영국, 일본, 중국, 싱가포르, 캐나다, 호주 9개국 통화	미국, 유럽, 영국, 일본, 중국, 싱가포르, 캐나다, 호주, 일부 동남아 국가 등 15개국 통화

주 : 1) 중국, 싱가포르, 호주, 캐나다 통화는 ‘23년 8월까지 무료
 2) 단, 해외 현지 ATM 운영사의 건별 ATM 인출 한도가 하나카드 한도보다 낮을 시, 현지 운영사 기준에 맞춰 인출 가능
 3) ‘23.12.31 까지 1%로 인하 이벤트 진행 중
 자료 : 각 사 자료, 언론 자료 재구성

표6 | 간편 결제 비교

네이버 페이 	VS	카카오 페이 
 연동 은행 계좌에서 네이버 페이를 충전하여 결제 라인페이	결제방식 제휴사	 연동 은행 계좌에서 카카오 페이를 충전 하여 결제 알리페이,페이페이
무료	결제 수수료	신용카드 대비 낮음
무료	환전 수수료	무료
편의점, 백화점, 식당, 약국, 호텔 등	가맹점	공항, 백화점, 편의점, 약국 등
일본(대만 예정)	결제 가능국	일본, 마카오, 싱가포르, 중국

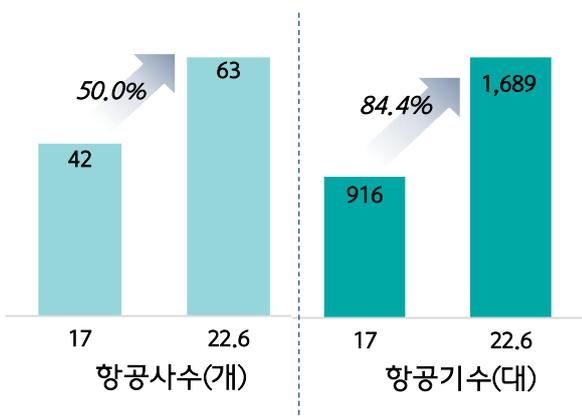
자료 : 각 사 자료, 언론 자료 재구성

3. 항공기 내 변화

- (기내 좌석) 기내 코로나 감염 방지를 위한 방역 강화 및 개인 공간 확보 선호
 - 코로나19로 기내 감염 우려가 높아지자, 항공사들은 기내 소독, 순환시스템, 좌석 거리두기 등을 통해 방역을 강화했으며, 엔데믹에 접어든 현재도 방역조치 유지
 - 기내 마스크 착용 의무 조치는 '22년 미국, 영국, 프랑스, 호주 등을 시작으로 해제 추세 이나, 한국은('23년 2월 기준) 아직 마스크 착용 의무 유지
 - 팬데믹 이후 사회적 거리두기의 일상화로 승객들이 개인 공간 확보를 선호하는 경향이 커지자 국내외 항공사들은 '프리미엄 이코노미' 좌석 도입을 확대하는 추세
 - 유럽 항공사들은 코로나 이전부터 프리미엄 이코노미석을 운영하여 높은 수익률을 기록해왔고, 최근 미국 항공사도 프리미엄 이코노미석 도입을 위해 항공기 개조
 - 국내에서는 현재 제주항공, 플라이 강원, 에어프레미아 등이 프리미엄 이코노미석을 운영³⁾ 중이며, 제주항공 기준 '22년 1~11월 기준 탑승객 수는 '19년 대비 2배 이상 증가

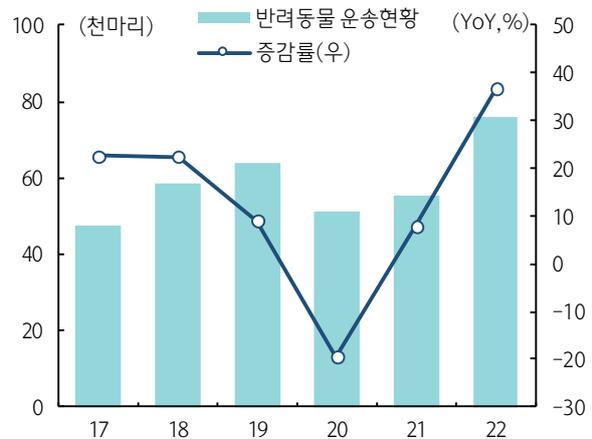
- (기내 옵션 확대) 개인의 취향, 가치 중시하여 다양한 옵션 선택 가능
 - 국내 항공사는 국제선 재개에 맞춰 기내식 서비스를 개편 중이며 탑승객 선택의 폭 확대와 편의를 고려하여 신메뉴를 추가하고 사전 주문서비스 도입 등을 추진

그림8 | 프리미엄 이코노미석 도입 항공사 및 항공기수 변화



자료 : CIRIUM, 한국항공협회

그림9 | 반력동물 항공운송 실적



주 : 1) 대한항공, 아시아나 합산 기준
 2) 위탁 수하물과 기내 동반 탑승 합계
 자료 : 각사 자료

3) 다만 저가항공사(LCC)가 아닌 대한항공, 아시아나항공(FSC) 등은 프레스티지/럭셔리 브랜딩을 강조하고 있어 아직 미운영

- 저가항공사들은 가격 절감을 위해 축소했던 기내식 서비스를 재개하였고, 대한항공 및 아시아나 항공은 상위등급 좌석 승객 대상으로 사전 주문 시 선택 가능한 메뉴를 확대
 - ※ 일본항공은 음식물 낭비를 줄이고 승객이 휴식을 취할 수 있도록 기내식을 원하지 않는 고객을 대상으로 '사전 취소 서비스'를 운영 중이며 이 같은 흐름도 확대
- 팬데믹 기간 동안 국내 반려동물 입양이 확대되면서 반려동물 동반 여행객이 늘어나고 있어, 최근 기내 탑승 반려동물 수가 빠르게 증가
 - 주요 항공사들은 반려동물 기내 탑승 무게 상향, 탑승 횟수에 따른 리워드, 팻트래블 키트 등을 제공 중이며, 제주항공은 업계 최초로 반려동물 전용 기내식 판매를 시작
- 기내 탑승도 여행 과정으로 인지하는 MZ 세대의 여행 트렌드 변화에 대응하여 차별화된 탑승 경험을 제공하기 위해 초고속 인터넷 및 엔터테인먼트 서비스 강화
 - 국내외 항공사는 기내 초고속 인터넷 서비스, 좌석 모니터 화질 개선, OTT 제휴를 통한 콘텐츠 제공, 닌텐도 스위치 및 전자책 단말기 대여 등의 서비스 실시 중

4. 현지 여행

■ (호텔) 비대면 서비스의 고도화와 그린스태이 트렌드 확산

- 차별화된 대면 서비스가 강점인 호텔조차도 코로나19로 다양한 방식의 비대면 서비스 도입을 가속화하였는데, 이는 오히려 개인화되고 있는 고객 니즈를 충족하면서 호텔의 비대면 서비스는 점차 고도화

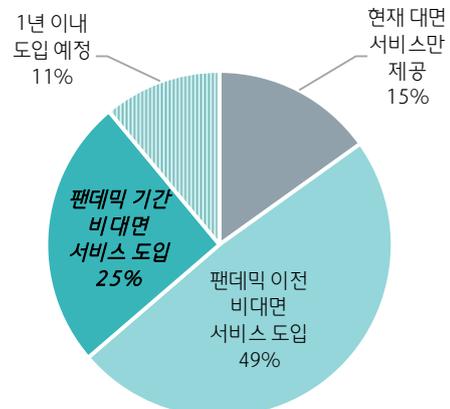
그림10 | 모바일을 통한 호텔 비대면 서비스 기술



휴대폰 앱을 통해 호텔 이용을 위한 모든 서비스에 접근
: 체크인, 객실 이용, 엔터테인먼트 시스템 작동, 하우스키핑 요청, 주차 대행, 예약 및 기타 서비스 가능

자료 : Bodhi

그림11 | 호텔의 비대면 서비스 기술 도입 현황



주: '22년 전 세계 호텔리어 4,000명을 대상으로 한 설문조사
자료 : Jonathan M. Tisch Center of Hospitality

- 호텔의 비대면 서비스는 초기 단계인 셀프(모바일/키오스크) 체크인/아웃 외에도 모바일 키, 디지털 결제, 개인화된 룸서비스 주문, 챗봇, 더 나아가 호텔 내 무인 상점으로 확장
- ※ 뉴욕대 Jonathan M. Tisch Center of Hospitality의 설문 조사에 따르면 현재 비대면 서비스를 도입한 호텔은 74%에 달하며 이중 25%가 팬데믹 기간 비대면 서비스를 도입
- 호텔들은 각국 일회용품 사용 규제 강화로 일회용 어메니티 제공을 중단하게 되었으나 팬데믹을 경험한 소비자의 환경 경각심이 높아지면서 오히려 최근 친환경 전환이 가속
- 글로벌 특급 호텔들은 '22년 전후 호텔 서비스의 상징이던 일회용 어메니티의 무상 제공을 중단하고 있으며, 호텔 침구교체 서비스도 요청시에만 진행하는 방식 등을 도입⁴⁾

■ (쇼핑) 코로나19가 앞당긴 무인점포 확산과 일회용 봉투 사용 제한

- 코로나 이후 전 세계적으로 비대면 트렌드, 인력 부족, 기술발전 등에 힘입어 편의점, 대형마트 뿐만 아니라 의류 판매점 등에서도 무인점포 및 셀프 계산대가 증가 추세
- 그동안 대다수의 편의점, 마트 등 유통업체의 무인 결제는 기존 유인 결제를 보조하는 역할에 그쳤으나 최근 일부 점포에서는 관련 기술의 고도화로 그 역할이 역전되기도 함
- ※ 日편의점들은 AI, 센서 기술이 적용된 무인점포 확장을 본격화하고 있으며, 유니클로는 매장 판매 제품에 RFID 기술 기반 태그를 부착하여 소비자들이 계산대 바코드를 통해 자동 결제 가능

그림12 | 글로벌 호텔들의 친환경 활동



자료 : HOTEL & RESTAURANT

그림13 | 일본 패밀리마트 무인점포 운영방식



전용 게이트를 통해 입장 후, 구입을 원하는 상품을 집어 들면 시카메라, 선반 센서가 이를 감지하고 결제 단말기 모니터에 상품 명과 가격이 자동 표시 결제되는 방식

자료 : 일본 경제신문

4) 글로벌 호텔들은 비영리단체 SHA(Sustainable Hospitality Alliance)를 통해 책임 있는 운영과 지속가능한 성장을 위해 전문성을 공유하며 실질적인 자원과 프로그램을 발전시켜 나가자 함

- 또한 세계 각국은 기후변화 및 생태계 파괴의 원인으로 지목되는 플라스틱 쓰레기 배출 저감을 위해 일회용 봉투 유료화 또는 사용금지 조치를 가속화하는 추세
 - 대부분의 유럽 국가들은 '19년 이전부터 일회용 봉투 제공을 금지, 미국 뉴욕주는 '20년부터 모든 소매점에서 일회용 봉투를 퇴출, 일본은 22년부터 일회용 봉투 유료화 시행
- (관광) 기존 유명 관광지에서 벗어나 보다 개인화되고 가치 있는 경험을 추구
 - 2000년대 들어 해외여행의 대중화로 여행객들은 유명 관광지 중심 여행은 충분히 경험한 데다, 팬데믹으로 여행의 가치가 높아지면서 여행자들은 개인 맞춤형 여행 선호
 - 여행사들은 고객 취미와 관심을 반영하여 특정 분야 전문가와 함께하는 체험 여행, 개인 맞춤형 테마 여행 상품 준비를 확대하는 추세
 - 지속가능 여행은 이전부터 이어져온 트렌드였으나 팬데믹을 계기로 소비자들은 인간이 환경에 미치는 영향에 더 많은 관심을 갖게 되면서 여행 방식에서 지속 가능한 옵션을 선택⁵⁾
 - 최근 여행사들은 지속가능 여행을 위해 환경보호를 테마로 한 유럽 투어 상품, 현지인과 교류와 봉사활동을 테마로 한 상품 등을 출시
 - 또한 일반 여행 상품도 지속가능 여행의 콘텐츠를 삽입하여 서서히 접할 수 있도록 함
 - 관광지가 아닌 지역을 소규모로 가야하는 점에서 여행객들은 고비용과 불편함을 감수해야 하나 가치소비, 윤리적 소비를 지향하는 MZ세대를 중심으로 참여 확대

그림14 | 초개인화 트렌드 및 지속가능성을 강조한 여행 상품



여행 일정을 등록하면 시로 여행자의 상황과 취향에 맞는 항공권, 숙소, 투어티켓 상품을 추천하는 셀프 패키지 상품

한 여행사의 <친환경 유럽편 기획전>으로 친환경 교통수단을 이용, '플로깅' 독려 및 에코백과 텀블러를 지참하는 여행 상품을 출시

자료 : 인터파크, 트리플

5) 트립닷컴 그룹이 7,705명의 여행자를 대상 한 설문조사 결과, 응답자의 69%가 지속가능한 여행 옵션을 적극적으로 선택했다고 응답

III. 시사점 : 여행업 변화에서 새로운 기회 찾기

- 팬데믹으로 여행업은 ‘초개인화’, ‘디지털화’, ‘지속가능’의 변화를 맞이함
 - 과거 일상의 일부였던 여행이 팬데믹을 지나면서 보상 및 치유 여행으로 변화하면서 여행은 개인의 취향과 요구를 반영하여 보다 다변화, 세분화된 형태로 변화
 - 최근 AI, 빅데이터 등 정보 분석 기술 고도화로 개인화된 여행 수요에 대응이 가능
 - 또한 팬데믹을 계기로, 그동안 서비스가 중심인 여행업에서는 상대적으로 더디게 진행되었던 디지털화, 친환경 전환 등의 변화가 가속화 됨

- 소비자들도 여행 방식의 변화를 미리 파악하여 여행의 즐거움을 극대화
 - 기존에는 소비자들이 정해진 여행상품을 선택하였다면, 이제는 개인 선호에 따라 여행지, 항공사, 숙소, 동행인 등을 선택하여 용이해져 맞춤형 여행 구성이 가능
 - 여행지 선택 후 방문 예정국가의 입국 관련 규제를 확인하고, 필요 문서를 준비
 - 아직 팬데믹이 종식되지 않은 만큼, 현지 감염 등에 대비하여 여행자 보험 가입 시 현지에서의 보험 보장 범위를 꼼꼼히 확인
 - 한편 세계적으로 현금 사용이 줄고, 다양한 결제 수단 이용이 가능한 만큼, 사전에 환전을 많이 하기 보다는 예정 여행지에서 유용한 결제 수단을 미리 파악
 - 소소하게는 호텔 등 숙박업소와 주요 상점에서의 일회용품 제공이 제한되고 있으므로 개인용 세면도구와 다회용 가방 등 사전에 준비할 필요

- 팬데믹 이후 여행의 방식 변화로 새롭게 부상하고 있는 **신비즈니스**에 주목할 필요
 - 팬데믹 이후 여행업의 고성장이 예상되고 여행의 방식이 변화하면서, 새로운 트렌드에 기민하게 대응하는 다양한 기술 기업들을 선별하여 투자를 검토할 필요
 - 최근 개인 맞춤형 여행이 부상하면서, AI, 빅데이터, 알고리즘 등의 기술을 이용하여 여행지, 이동수단, 맛집, 숙소 등 개인에 최적화된 경로를 제공하는 스타트업들이 부상
 - 항공사와 호텔이 자사 채널을 통한 소비자직접판매(D2C) 확대에 나서면서, 홈페이지 구축/관리, 부킹 솔루션 기업들의 중요도와 가치가 상승

- 새로운 형태의 여행업의 성장성이 높은 만큼 금융사의 직·간접 참여 기회 모색
 - 해외여행이 재개되는 가운데 새로운 형태의 여행에서 발생하는 환전, 결제, 보험 등 금융 기회에 타사와는 차별화된 대응을 통해 시장을 확보할 필요
 - 항공, 호텔, 쇼핑 등 다양한 여행 여정에서 비대면 트렌드가 확대되면서 모바일 간편 결제 수요가 더욱 급증할 전망이므로 이에 대한 선제적 대응방안 검토
 - 한편, 여행업 성장성이 높고 여행 중 금융서비스(카드, 보험, 결제) 이용 비중이 높으므로 금산분리 완화 시 진출 가능한 비금융 신사업으로 여행업을 검토할 필요
 - 여행업 진출을 통해 그룹 내 소매금융 강화, 데이터 확보 등의 시너지 창출 가능
 - 美 JP모건체이스는 지난 1년간 예약 시스템, 식당 평가 업체, 고급 여행사 등을 인수하여 '22년 12월 여행업 진출을 본격화했고, 아멕스는 이미 美 6위 여행사로 자리매김

[참고문헌]

- 트리플(2023.2), "2023년 해외여행 이렇게 달라졌다."
- 한국문화관광연구원(2022.12), "엔데믹 시대의 떠오르는 관광 트렌드는...?"
- 한국문화관광연구원(2023.1), "관광 트렌드 분석 및 전망 2023-2025"
- 한국은행(2022.12), "국내외 해외여행 회복 시기 도래와 시사점"
- CIRIUM(2022.7), "Can Premium Economy drive future airline growth?"
- Deloitte(2022.12), "2023 Travel industry outlook: Recalibration required for this year's business itinerary"
- Mckinsey(2022.9), "Airline distribution and retailing: How payment innovation can help airlines improve customer experience and the bottom line"
- 세계관광기구(UNWTO), <https://www.unwto.org>
- 여행신문, <https://www.traveltimes.co.kr>
- 한국관광데이터랩, <https://datalab.visitkorea.or.kr>
- 한국항공협회, <https://www.airportal.go.kr>



04538 서울특별시 중구 을지로 66 (을지로 2가, 하나금융그룹 명동사옥 8층)

TEL 02-2002-2200

e-mail hanaif@hanafn.com

<http://www.hanaif.re.kr>