

ECONOMIST
IMPACT

아시아태평양
지역의 관광 산업
회복:
지각 있는 여행자란?

후원:



서문

본 보고서는 Airbnb의 후원으로 Economist Impact에서 작성하였으며, 아시아태평양 지역 관광 산업의 회복에 대해 다룹니다. 지각 있는 여행자라는 개념이 대두됨에 따라 여행의 양상이 어떻게 바뀔 수 있는지에 대해 살펴봅니다. 본 보고서는 광범위한 자료 조사와 여러 지역의 여행자 4,500명 이상을 대상으로 한 설문조사를 바탕으로 작성되었습니다. 본 보고서의 작성자는 Siddharth Poddar이며 편집자는 Pratima Singh입니다.

추가로 의견을 제공해주신 다음 분들께 감사의 뜻을 전합니다.

- Soity Banerjee, 개인 여행 작가, Outlook Responsible Tourism Initiative의 객원 에디터
- Gaurav Bhatnagar, The Folk Tales 대표
- Rachel Dodds, Sustaining Tourism 대표, 라이어슨대학교 교수
- Randy Durband, 국제지속가능관광위원회(Global Sustainable Tourism Council) CEO
- Philip Goh, 국제항공운송협회 아시아태평양 지역 부사장
- Freya Higgins-Desbiolles, 사우스오스트레일리아대학교 경영대학 관광경영학과 강사
- 이슬기, 세종대학교 LINC+ 사업단 단장 겸 부교수
- Liz Origuera, 태평양 지역 관광 협회(Pacific Asia Travel Association) CEO

목차

- 4 요약
- 7 아시아태평양 지역의 관광 산업 회복: 지각 있는 여행자인가?
 - 7 “지각 있는 여행자”란 누구인가?
 - 9 오버투어리즘의 퇴보
 - 10 일시적 유행을 넘어서다
 - 11 사람들의 발길이 드문 곳으로 향하는 여행자
 - 12 지역 사회 중심의 여행 접근 방식
 - 14 지속 가능한 여행의 의미 확대
 - 16 기술이 여행의 새로운 국면을 열다
 - 17 지속 가능한 혁신의 가속화
 - 18 기술을 통한 접근성 확대
 - 19 여행의 미래
 - 19 지속 가능한 변화를 주도하는 정부
 - 20 선의와 함께하는 미래

요약

코로나19는 여행의 여러 가지 측면을 바꿔 놓았습니다. 이 전염병의 대유행은 우리의 실생활과 사회에 엄청난 영향을 미치고 있으며, 이로 인해 여행자들도 휴가를 고려할 때 지역 사회와 지역 경제, 환경이 어떤 영향을 받게 되는지 더 많이 생각하게 되었습니다. 이러한 논의가 생겨난 지는 몇 년 안 되었지만 코로나 사태는 아시아태평양 지역의 여행에 대해 어느 정도 경각심을 불러 일으켰고 좀 더 지각 있고 책임 있는 여행에 대한 추구를 가속화하였습니다.

호주, 일본, 인도, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 한국, 대만, 태국 등 지역의 여행자 4,500명 이상을 대상으로 실시한 Economist Impact 설문 조사 결과, 응답자 10명 중 7명(71.8%) 이상이 코로나19로 인해 지속 가능한 여행이 더 중요해졌고 이에 대한 생각이 바뀌었다는 데 동의하는 것으로 나타났습니다.

본 보고서에서 지속 가능한 여행이란 여행 업계 생태계와 관련된 모든 이해 관계자들에게 사회, 경제, 문화, 지역 사회, 환경적으로 긍정적인 영향을 주는 행동 양식을 의미합니다.

몇몇 국가의 경우 이 수치가 훨씬 더 높아서 필리핀 응답자의 98.5%, 인도 응답자의 96.5%, 말레이시아 응답자의 93.5%가 코로나19가 지속 가능한 여행에 대한 생각을 바꿔 놓았다고 말하고 있으며, 다섯 명 중 네 명 이상은 더 지속 가능한 여행의 실천의 필요성을 언급하고 있습니다.

앞으로 좀 더 지각 있는 여행이 시작되는 것을 볼 수 있게 될까요? 이 설문조사 결과에 따르면 확실히 그럴 것으로 보이는데, 응답자의 절반 이상(57.1%)이 여행은 특히 지역의 경제, 지역 사회, 문화, 환경과 관련이 있으므로 여행과 지속 가능한 여행 방식에 대한 생각이 바뀌었다고 답했습니다.

지각 있는 여행이 주류가 되다

대부분의 응답자는 자신의 여행이 현지인들에게 긍정적인 영향을 주는 것이 중요하다고 말합니다. 데이터를 좀 더 자세히 들여다보면, 관광객 중 57%는 오버투어리즘에 기여하고 싶어하지 않는 한편, 69.9%는 사람이 많이 몰리는 여행지는 피할 것 같다고 말합니다. 사람이 많은 곳을 피할 수 있는 여행지를 선택할 가능성이 더 높다고 말하는 응답자의 수도 이와 비슷하게 나타났습니다(71.7%).

¹ 본 보고서에서 '지각 있는 여행'과 '지속 가능한 여행'이라는 용어는 같은 의미로 사용됩니다.

이 내용은 여행 업계 전문가들과 진행한 여러 인터뷰에서 계속해서 등장하고 있는 주제로, 전문가들은 여행객이 확실히 덜 붐비고 탁 트인 장소를 선호한다고 봅니다. 따라서 응답자의 49%가 관광객들 사이에 별로 유명하지 않은 시골 지방을 더 자주 여행한다고 말하는 것은 놀라운 일이 아니며, 이는 국내 여행을 추구하는 현상과 자연스럽게 겹쳐집니다.

응답자의 57.6%가 여행 예산 중 더 큰 비중을 사람들이 잘 가지 않는 곳을 경험해보는 국내 여행에 쓸 것이라고 답하는 등 이번 조사는 앞으로 여행 예산의 상당 부분이 국내 여행에서 소비될 것임을 시사합니다. 이처럼 정통에서 벗어나는 경험은 제공되는 여행객 경험과 여행지의 다양성에 영향을 미칠 것이며, 관광객이 몰리는 지역의 부담을 줄여줄 것입니다.

이렇게 시각이 새로워졌다는 것은 대부분의 여행객이 어디로 여행을 가고 돈을 어떻게 쓸지와 관련하여 경제적인 회복이 필요한 지역을 고려해 넣을 필요성에 대한 의식이 높아졌음을 일부 반영합니다.

단지 경제와 생계만이 중요한 것이 아닙니다. 응답자의 약 3분의 2(63%)는 여행을 통해 다른 지역 사회 및 문화와 진지한 소통을 하고 싶어합니다. 이러한 여행자들은 현지 지역 사회가 무엇을 필요로 하는지를 파악하는 것과 관련하여 좀 더 자각하고 싶다는 욕구를 표현합니다.

지속 가능성에 대한 전반적인 이해

관광의 지속 가능성에 대한 논의가 있을 때마다 일회용 플라스틱을 사용하지 않거나 탄소 발자국을 줄이는 등 환경에 관한 측면을 많이 강조합니다. 그런데 이번 설문조사에서는 아시아태평양 지역의 여행자들이 여행의 지속 가능성에 대해 보다 넓은 범위에서 생각하고 있는 것으로 나타났습니다. 예를 들어 지속 가능한 여행에서 가장 중요한 측면 두 가지가 무엇인지 묻는 질문에 대해 경제적 측면(46.7%)과 사회적 측면(41.3%)이 환경(32.1%), 문화(31.6%), 지역 사회(21.5%)에 대한 고려보다 앞서는 것으로 나타났습니다.

코로나라는 전례 없는 상황이 나타나기 전에는 여행 업계(고객과 회사)가 주로 경제나 환경에 초점을 두고 지속 가능성 문제에 접근했었습니다. 그런데 이제는 여행자들이 지역 사회의 니즈와 경제, 문화 및 유산을 고려하여 더 나은 선택을 할 수 있는 방법에 대해서도 생각하고 있다는 것을 점점 더 많이 확인할 수 있게 되었습니다.

우리는 이것을 여행객이 흥미로운 경험에 대한 열망과 더 큰 생태계에 미칠 수 있는 잠재적인 영향 사이에서 균형을 맞추려고 노력하는 '재생 여행'의 출현이라고 생각할 수 있겠습니다.

기술을 이용한 지속 가능한 여행

우리의 설문조사에 따르면 기술(근간 기술과 새롭게 등장하는 혁신 기술 모두)이 여행 행동과 습관을 형성해나가고 있으며 더 지속 가능한 여행의 실천을 강하게 뒷받침하고 있습니다. 응답자의 상당수인 86.9%가 기술이 지속 가능한 여행을 가능하게 만들고 있거나 가능하게 만들 수 있다는 데 동의하고 있습니다.

여행사가 더 지속 가능한 방안을 채택할 수 있도록 하거나, 여행객이 더 많은 정보에 입각하여 선택하도록 하는 등, 기술은 다양한 방식으로 지속 가능하고 지각 있는 여행을 가능하게 해줍니다. 이러한 현상은 여러 가지 방식으로 나타나지만, 일반적으로 여행사와 여행객은 기술을 통해 거의 즉시 정보를 퍼뜨리고 또한 그러한 정보에 접근하고 있습니다.

조사에 따르면 응답자의 거의 절반(43.1%)이 기술을 통해 더 많은 현지 이해 관계자들이 혜택을 누릴 수 있게 함으로써 관광 산업의 포용성이 더욱 높아진다고 말합니다.

기술은 향후 수년에 걸쳐 더 지속 가능한 여행의 실천을 뒷받침하는 훌륭한 도구가 될 수 있으며, 코로나19가 이러한 몇몇 기술의 구현에 촉매제 역할을 함으로써 여행의 미래가 어떻게 될지 엿볼 수 있게 해주었습니다.

여행의 미래

대부분의 여행자들은 여행에 대한 자신의 선택이 미치는 영향에 대해 보다 깊이 생각하고 있는데, 그중 과반수(54.5%)는 지속 가능한 실천을 지원하는 관광 상품에 추가 비용을 지불할 용의가 있다고 말합니다. 반대로, 이와 비슷한 수의 여행자들이 지속 가능성과 관련한 문제를 해결하지 못하는 여행지는 피하고 싶다는 의견을 제시합니다.

조사 결과 여행자들은 여행과 관련한 선택을 할 때 좀 더 지각 있는 선택을 하고 싶어한다는 것이 명확해졌으나, 이 의지를 실질적인 변화로 만들려면 관광객에서부터 여행사와 현지 정부에 이르는 모든 이해 관계자들의 강력한 지지가 필요합니다. 여행에 있어서 지각 있는 선택은 그냥 할 수 있는 것이 아닙니다. 이러한 결정은 교통, 숙박, 음식 및 쓰레기 처리, 그리고

지속 가능한 실천에 대한 기업들의 노력 등 어떤 선택지가 있느냐와 관련이 있기 때문입니다.

그러므로 정부와 여행사가 관광업을 혁신하는데 적극적인 역할을 해야 합니다. 아시아태평양 지역의 몇몇 국가들이 이해 관계자의 참여 증진과 의사 소통 및 계획 수립이라는 측면에서 주된 역할을 하고 있다는 점에서 변화를 위한 희망적인 징후가 조금씩 나타나고 있습니다.

하지만 세 살 버릇 여든까지 간다는 속담이 있습니다. 코로나19의 영향과 그 기억이 사라지면 여행자들은 또 다시 똑같은 습관에 빠질 가능성이 있습니다.

아시아태평양 지역에 지각 있는 여행자들이 부상함에 따라 관광 산업을 총체적이고 지속 가능한 방식으로 회복할 수 있는 기회가 마련되고 있습니다. 이 기회를 놓치지 말아야 합니다.

아시아태평양 지역의 관광 산업 회복: 지각 있는 여행자란?

관광과 여행은 지역 사회와 경제를 개방하고, 우리의 세계만이 아니라 서로에 대한 이해를 넓히는 등 현대 시대를 정의하는 데 있어서 중요한 역할을 했습니다. 소득의 증가, 저가 항공사의 확산, 그리고 새로운 여행지에 대한 정보 보급에 있어서 기술의 역할 등 모든 것이 여행의 급증으로 이어졌습니다.

그러나 코로나19 바이러스의 확산으로 해외 여행의 문이 막혔고, 이로 인해 번창하는 산업이 커다란 영향을 받았습니다. 전 세계 모든 지역에서 해외 여행객 수가 크게 감소하였고, 아시아태평양 지역은 2020년 여행객이 2019년 대비 82%가 감소하여 가장 큰 타격을 입었습니다.²

이는 여행과 관광 산업이 주된 성장 동력이자 고용 창출 요인인 지역으로서는 충격적인 수치입니다. 태평양 지역 관광 협회(PATA)의 CEO Liz Ortiguera에 따르면 아시아태평양 지역의 관광 산업은 2019년에 지역 전체 GDP의 약 10%와 1억 8,000만 개 이상의 일자리 창출에 기여하면서 세계에서 가장 빠르게 성장하고 있었습니다.

"코로나19에도 불구하고 아시아태평양 지역은 여행 산업 고용에서 가장 큰 비중을

차지하는 지역으로, 전 세계 여행 및 관광 인력의 55%가 종사하고 있습니다." 그녀는 말합니다.

그러나 코로나19의 발발로 업계 전반에서는 우리가 파악하고 있는 것이 빙산의 일각에 불과하다는 생각을 하게 되었습니다.

'지속 가능한 여행자'란 누구인가?

'여행자'란 어떤 사람인가에 대한 인식이 바뀌었습니다."저의 최근 연구 결과에 따르면, 여행자는 세 가지 유형으로 구분할 수 있습니다. 우선, 전혀 신경 쓰지 않는 사람들이 있습니다. 그 다음으로는 쉬운 것을 하는 사람들이 있죠. 마지막으로 '지속 가능한 여행자'가 있습니다."라고 Sustaining Tourism 대표이자 라이어슨대학교 교수인 Rachel Dodds는 말했습니다. "[지속 가능한 여행자]는 자신의 신념이나 가치에 따라, 또는 옳은 일을 하기 위해서 행동 양식을 바꾸게 됩니다."

지속 가능한 여행은 단순히 유행이 아니라 여행이 어떻게 경제, 건강, 문화, 사회의 관점에서 지역 사회에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는지에 대해 생각하기 위한 하나의 접근법입니다.

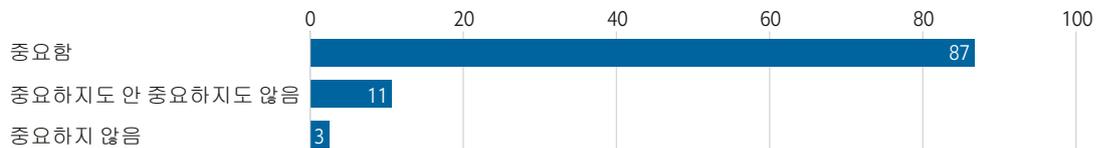
² <https://www.weforum.org/agenda/2021/05/covid-19-travel-tourism-virtual-reality/>

최근 지속 가능한 여행에 관한 논의가 주를 이루고 있습니다. 아시아태평양 지역의 여행객 4,500명 이상을 대상으로 실시한 Economist Impact 설문조사에 따르면³

응답자의 절반 이상(52%)이 지속 가능한 여행이 자신에게 매우 중요하다고 답했으며, 전혀 중요하지 않다고 답한 응답자는 2.5%에 불과했습니다.

그림 1: 모두가 지각 있는 여행에 대해 말하는 시대

지속 가능한 여행이 본인에게 얼마나 중요하니까? 하나를 선택하십시오. (%)



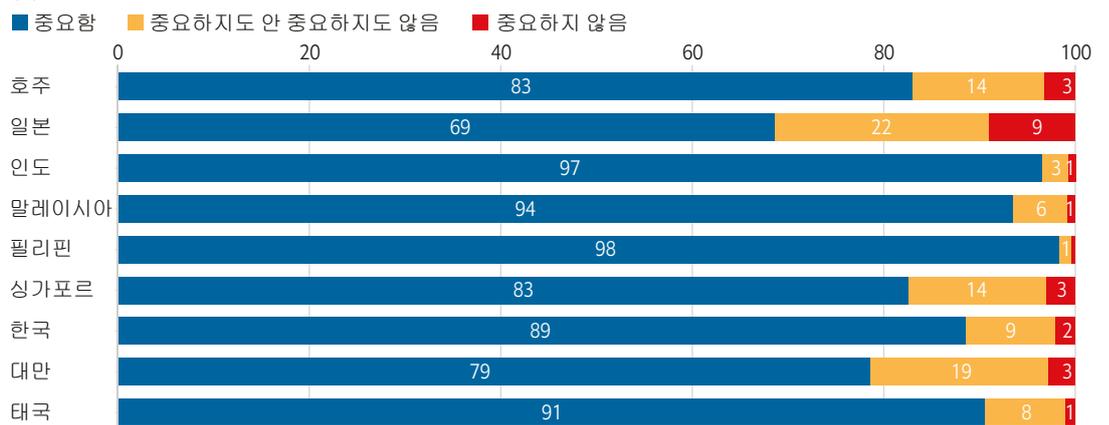
출처: Economist Impact

그러나 지역마다 차이가 있어서, 지속 가능한 여행이 본인에게 매우 중요하다고 말하는 사람들 중 필리핀(80.2%)과 인도(78.6%) 여행객의 비중이 훨씬 더 컸는데, 이는 지속

가능한 여행이라는 아이디어와 이에 대한 이해가 전반에 걸쳐 확산되지는 못한다는 Dodds의 의견과 일치합니다.

그림 2: 전역에 퍼져 있는 지각 있는 여행에 대한 열망

지속 가능한 여행이 본인에게 얼마나 중요하니까? 하나를 선택하십시오. (%)



출처: Economist Impact

이와 비슷하게, 세대별로도 의견이 다릅니다. 밀레니얼 세대 응답자의 62.1%와 Z세대 응답자의 55.5%는 지속 가능한 여행이 자신에게 '매우 중요'하다고 생각하는 반면,

베이비 붐 세대는 약 3분의 1(33.6%)만이 이와 같이 생각하고 있습니다. 이는 지속 가능한 여행이 베이비 붐 세대에게 전혀 중요하지 않다는 뜻이 아닙니다. 이들 중 44.4%는

³ Economist Impact는 2021년 10월 호주, 인도, 일본, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 한국, 대만, 태국의 응답자 4,500명 이상을 대상으로 설문조사를 실시했습니다. 응답자는 다양한 연령층으로 구성되었는데, 50%는 밀레니얼 세대와 Z세대, 나머지 50%는 X세대와 베이비 붐 세대로 구성되었습니다.

지속 가능한 여행이 어느 정도 중요하다고 응답했습니다. 그다지 크지는 않지만 이러한 견해 차이가 나타나는 것은 기후 변화와 같은 문제에 대한 세대 간 의견 차이가 반영된 것으로 보입니다. 그러나 코로나19가 여행에 대한 생각을 바꿔 놓았는지에 대해서는 응답자들의 의견이 일치했습니다.

설문 응답자 10명 중 7명(71.8%)은 코로나 19로 인해 지속 가능한 여행에 대한 생각이 바뀌었다는 데 동의했는데, 특히 인도(89.3%), 필리핀(85%), 말레이시아(83.9%)의 여행객이 많았습니다.

오버투어리즘의 퇴보

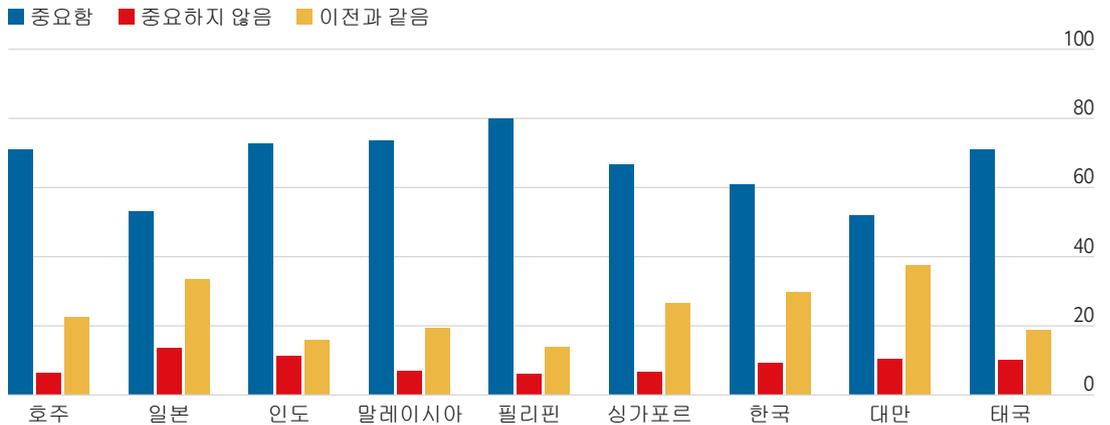
지속 가능한 여행으로 전환하는 큰 흐름의 일환으로, 어디로 어떻게 여행할 것인가에

대한 여행자들의 의식 수준이 점점 더 높아지고 있습니다. 지속 가능한 여행에는 환경적, 경제적 영향에서부터 해외 여행이 현지의 삶에 미치는 영향에 이르기까지 다양한 측면이 있습니다. 여행이 여행자가 방문하는 지역 사회에 미치는 영향에 관한 한, 지속 가능한 여행은 긍정적인 영향을 미치고 있습니다.

여행자들은 이러한 측면을 고민하고 있습니다. 응답자 3명 중 2명(66.8%)은 현지인들에게 미치는 긍정적인 영향이 여행 계획을 세울 때 주된 요소가 될 것이라고 답했습니다. 필리핀 여행자(80%)가 이 문제에 대해 가장 많이 걱정하고 있으며 말레이시아(73.7%)와 인도(72.7%) 여행자가 그 뒤를 이었습니다.

그림 3: 현지인들의 중요성

현지인에게 긍정적인 영향을 주는 것이 어느 정도로 중요합니까? (%)



출처: Economist Impact

특정 여행지가 관광객들로 지나치게 붐벼서 다른 여러 가지 문제가 연이어 발생하게 되는 오버투어리즘은 코로나19 이전에도 심각한 문제였습니다. 여행객은 이 문제에 대해서도 생각하고 있는 것으로 설문조사에서 나타났습니다. 조사 응답자의 절반 이상(57.6%)이 자신의 여행이 오버투어리즘에 기여하지 않는 것이 중요하다고 응답했는데,

이 문제에 있어 특히 태국(66.3%), 대만(63.9%), 한국(63.1%) 여행객이 더 많이 걱정하고 있었습니다.

개인 여행 작가이자 Outlook Responsible Tourism Initiative의 객원 에디터인 Soity Banerjee는 오버투어리즘을 줄이기 위한 막대한 노력에도 불구하고 문제를

해결하려면 "아직 갈 길이 멀었다"고 평가했습니다.

"인기 관광지지의 오버투어리즘과 쓰레기 및 수질 오염 문제에 대한 전반적인 인식 증가로 인해 관광객들은 쓰레기를 다시 가지고 오는 등의 작은 노력을 하는 것에 점점 더 마음을 열고 있습니다.

하지만 특정 장소의 근간을 변화시키지 않고 지속 가능한 해결책을 확대하고 관광을 통해 사회적, 경제적 측면을 좀 더 포용하는 것은 어떨까요? 지속 가능한 여행이라는 강력한 생태계를 만들고 이를 위한 더 폭넓은 지지를 얻기 위해서는 많은 시간과 정치적인 노력, 그리고 집중적인 논의가 필요할 것입니다."

일시적 유행을 넘어서다

환경 보호 문제와 코로나19 정책은 현재 목도되고 있는 사고 방식의 변화에 기여하는 데 중요한 역할을 했습니다. 아마 자기 반성도 한몫 했을 것입니다. 국제지속가능관광위원회의 CEO Randy Durband는 이렇게 말했습니다. "코로나19로 인해 우리 삶 전체가 바뀌었고 우리의 사고 방식도 바뀌었습니다. 우리는 큰 그림을 그리면서 과거를 돌이켜보는 시간을 가졌습니다. 반성을 많이 했고 여행도 그 일부였습니다."

사우스오스트레일리아대학교 경영대학 관광경영학과 강사이자 테일러스대학교 초빙 교수 겸 워털루대학교 겸임 부교수인

Freya Higgins-Desbiolles는 환경 문제가 많은 사람들로 하여금 자신이 하는 여행이 얼마나 지속 가능한 것인지 생각해보게 한다며 다음과 같이 언급했습니다.

"여기 호주의 경우에는 2019년 말에 산불 위기를 겪고 나서 곧바로 코로나19 사태를 맞았습니다. 고층 건물에 사는 사람들에게는 공원이나 녹지에 갈 수 있다는 것이 정말 큰 선물이 되었죠. 코로나19로 인한 봉쇄 때문에 우리는 자연을 더 소중히 여기게 되었습니다."

PATA의 Ortiguera는 지속 가능한 여행으로 변모해 가는 과정이 코로나19 사태 이전에도 순조롭게 진행되고 있었다고 생각합니다. 그녀의 생각에 "코로나19는 우리가 사는 세상의 여러 가지 취약성과 여행 및 관광 업계가 해결해야 하는 많은 문제들을 부각시켰을" 뿐입니다.

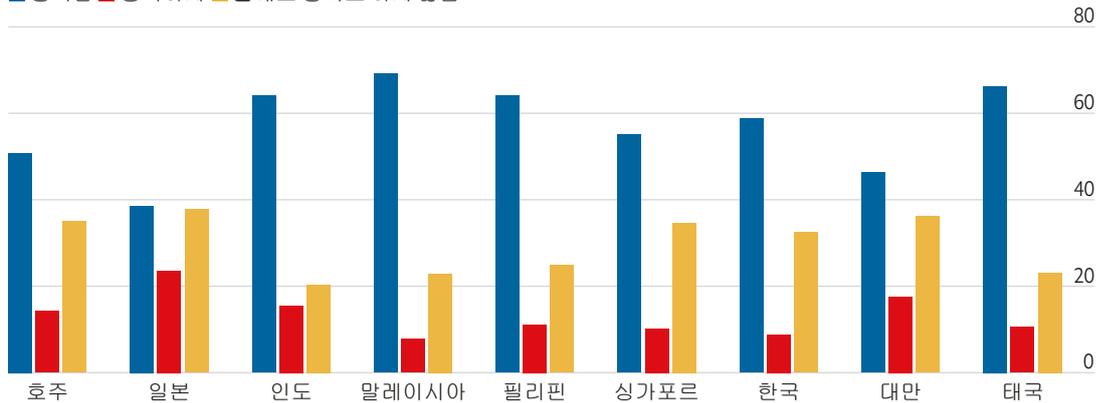
이번 설문조사는 지속 가능한 여행이 일시적인 유행이 아니라는 점을 시사합니다. 응답자의 절반 이상(57.1%)이 휴가를 계획할 때 지속 가능한 여행의 실천을 고려할 것이라고 말했고, 말레이시아(69.2%)와 태국(66.3%) 응답자의 의견이 가장 강했습니다. 아시아태평양 지역의 이웃 국가들과 비교해 볼 때, 일본 응답자들은 지속 가능한 여행 문제에 대해 다소 다른 의견을 보여주었습니다. 이들은 국내보다는 해외 여행을 더 선호했으며, 다음 휴가를 떠날 때 지속 가능한 여행의 실천을 고려해보겠다고 응답한 사람이 38.6%에 불과했습니다.

그림 4: 다른 모습을 띠게 될 다음 휴가

나는 이제 휴가를 계획할 때 지속 가능한 여행의 실천을 고려할 것이다.

(%)

■ 동의함 ■ 동의하지 않음 ■ 확대도 동의도 하지 않음



출처: Economist Impact

사람들의 발길이 드문 곳으로 향하는 여행자

Ortiguera는 코로나19로 인해 오버투어리즘이 감소하고 일자리 창출과 여행 지출의 경제적 이익이 분산되는 한편 사람들이 많이 찾지 않는 곳에 대한 여행을 지원하면서 우연치 않게 희망이 많이 생겼다고 말했습니다.

"교외 지역에 대한 접근성이 높아지면 해당 지역의 천연 자원과 문화 유산을 보호하게 되면서 지역 사회 및 전체 관광지의 삶의 질이 높아집니다."

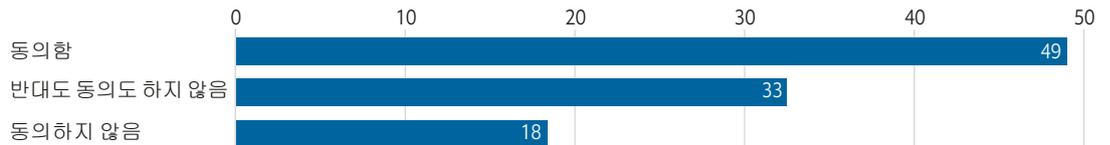
인도의 교외 지역 여행 상품을 제공하는 The Folks Tales의 Gaurav Bhatnagar 대표에 따르면, 코로나19의 영향은 어떤 면에서 "천연 자원 및 제품 소비 속도 등 지속 가능하지 않은 기존의 라이프스타일 및 여행 방식에 따른 결과"라고 보았습니다.

그는 "고객[여행객]들과 이야기를 해보면 이런 사실을 확실히 알 수 있다"고면서, 현재 여행객들이 교외 지역을 여행하면서 오버투어리즘을 해결하는 것에 더 집중하고 있다고 설명했습니다. "그렇게 하는 이유 중 하나는 자연스럽게 사회적 거리두기를 하는 것이죠. 천연 자원을 우리가 재생성할 수 있는 양보다 더 많이 사용하지 않으려는 것도 중요한 요인입니다."

따라서 아시아태평양 지역의 여행자들이 전통적으로 인기 있는 버킷 리스트 여행지에서 시선을 돌려 시골 여행을 찾고 있는 것은 놀라운 일이 아닙니다. 설문조사에 따르면 응답자 2명 중 1명(49%)은 관광객이 덜 찾는 시골에서 더 많은 경험을 하고 싶어하는 것으로 나타났습니다. 특히 태국 여행객은 59.2%가 시골로 더 자주 여행할 것이라고 응답하며 열정을 드러냈습니다.

그림 5: 성년 군중으로부터 멀리

관광객들 사이에 그다지 인기가 없는 시골 지역으로 더 자주 여행할 것이다.
(%)



출처: Economist Impact

연령별로 살펴보면 밀레니얼 세대의 53.4%와 Z세대 응답자의 50%는 시골 지역을 자주 찾고 싶어하는 반면, 도심지를 벗어나서 휴가를 즐기려는 베이비 붐 세대의 비율은 37%입니다. 이것은 고령 여행자들에게 필요한 편의 시설이 부족하고 코로나19 인 만큼 믿을 수 있는 의료 인프라를 갖춘 여행지를 방문하려고 하기 때문인 것 같습니다.

코로나19로 인해 안전, 보건, 환경에 대한 우려 때문에 시골 지역 여행에 대한 관심이 이미 높아지고 있습니다. 2020년, 베트남 정부는 시민들이 저렴한 항공료와 소규모 기업들에 대한 지원을 통해 국내 여행을 하도록 장려하는 캠페인을 시작하였으며,⁴ 이 과정에서 시골 여행을 촉진할 것으로 보입니다. 마찬가지로, 태국 관광청은 2020년에 시골 관광 어워즈와 문화와 유산을 보존하는 지역 공동체를 위한 투자 기금을 출범했습니다.⁵

이 같은 정책들은 코로나19로 큰 타격을 입은 지역 사회와 정부에 여행 지출을 통한 새로운 수입원을 열어줌으로써 큰 이익을 가져다 줄 수 있을 것입니다.

코로나19로 인한 위험이 가중됨에 따라 오버투어리즘 논쟁이 새롭고 더 복잡한

국면을 맞음으로써, 많은 사람들이 인기 많은 여행지를 피하는 지각 있는 선택을 하고 있습니다.

국제항공운송협회(IATA) 아시아태평양 지역 부사장 Philip Goh는 "관광객들이 귀국할 때 사회적 거리두기와 개인 위생 방침이 중요한 요소가 될 수 있을 것입니다."라고 말했습니다. 설문조사 결과, 10명 중 7명은 한적한 여행지로 여행할 가능성이 더 높은 것으로 나타났으며(69.9%), 71.7%도 혼잡한 지역으로 여행하지 않기 위해 여러 선택지를 살펴볼 가능성이 더 높다고 답했습니다.

지역 사회 중심의 여행 접근 방식

그러나 지속 가능한 여행은 단지 과밀만이 중요한 것이 아니라 관광이 지역 사회에 미치는 영향도 중요합니다. 설문조사에 따르면, 여행객이 소비하는 돈이 코로나19로 경제적 어려움을 겪고 있는 지역 사회에 어떻게 도움이 될 수 있는지에 대한 의식이 여행객 사이에 커져 가고 있습니다. 응답자의 절반 이상이 여행 계획과 예산을 수립할 때 지역 사회의 경제 회복에 대해 생각할 것이라고 답했으며, 60% 이상이 이러한 문제가 향후 여행 장소와 방법을 결정할 때 중요한 요소가 될 것이라고 답했습니다.

⁴ <https://www.adb.org/news/op-ed/domestic-tourism-southeast-asia-opportunities-and-pathways-matthias-helble-and-jaeyeon>

⁵ 상동.

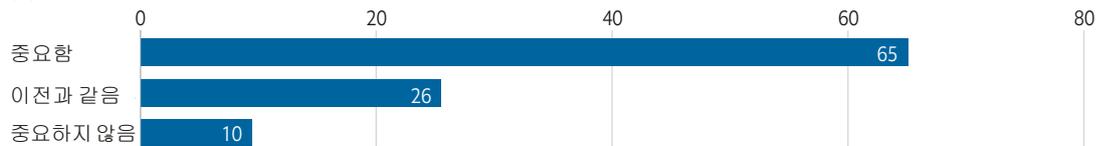
Bhatnagar는 말합니다. "여행객이 특히 홈스테이, 그리고 현지인들에게 직접적으로 도움이 되는 액티비티를 요구하고 있습니다. 이것은 여행객이 무엇을 요구해야 할지를 알아가고 있다는 점에서 엄청난 변화입니다."

대부분의 응답자(65.1%)가 지역 경제에 대한 적극적인 기여를 매우 중요시합니다. 이 같은 지각 있는 여행객은 시골과 지역 사회에 기여할 뿐 아니라 그곳의 주민들과 의미 있는 관계를 맺기 위한 방법으로 지역 문화를

배우고 친숙해지려는 욕구를 표현합니다. 여행객 10명 중 거의 6명(59.5%)이 지역 주민을 위해 봉사하고 싶다고 말하며, 63.3%는 여행을 다른 지역 사회 및 문화와 연결하는 뜻깊은 방법으로 활용하는 것이 중요하다고 생각합니다.

여행을 통해 의미 있는 관계를 맺고 현지 문화를 배우는 것에 대해 인도(74.8%)와 필리핀(74.2%) 여행자들이 높은 호응을 보였습니다. 호주 응답자들은 상호

그림 6: 지역적 사고
여행을 할 때 지역 경제에 기여하는 것이 얼마나 중요합니까?
(%)



출처: Economist Impact

연대라는 관점에서 지역 사회를 도우려는 의도로 여행을 한다는 것에 압도적으로 찬성했습니다. 4분의 3 이상(77.5%)이 앞으로 지역 경제에 도움이 되는 여행 방식을 선택할 것이라고 응답했습니다.

Higgins-Desbiolles에 따르면 이러한 행동은 호주가 코로나19를 겪으면서 비롯된 것이라고 합니다. 장기 여행 제한이 호주인들 사이에 널리 받아들여지고 있는데, 많은 호주인들이 "지방을 더 많이 여행하면서 소비 활동을 해 지역 경제를 활성화하고 자국민들을 돕는 것"을 기대하고 있습니다.

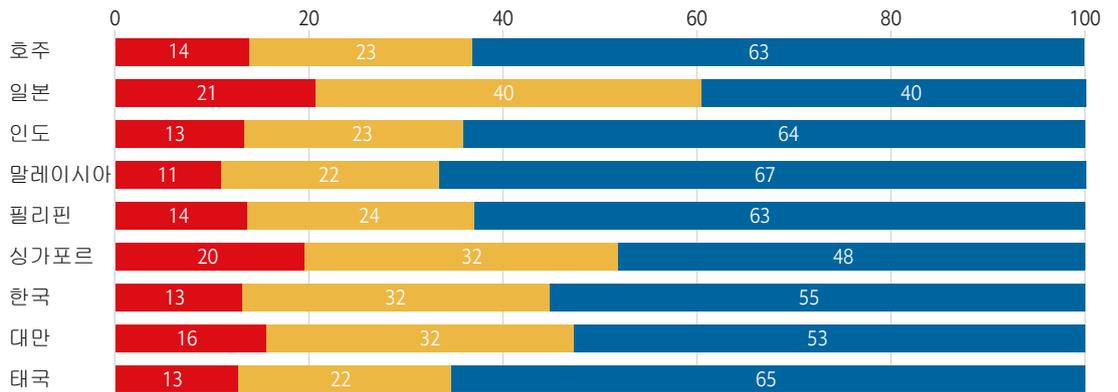
설문조사에 따르면, 전체 여행객의 절반 이상이 코로나19 이전과 비교하여 다음 번 휴가 때 그와 똑같이, 또는 더 많이 지출할 계획인 것으로 나타났습니다. 또한, 응답자의 57.6%는 국내 여행에 더 많이 지출할 계획이라고 말했습니다. 말레이시아 응답자의 3분의 2(66.7%)는 더 시골 지역으로 여행할 것이라고 응답했으며, 태국 응답자의 65.3%와 인도 응답자의 64.1%도 여기에 동참했고, 밀레니얼 세대(60.3%)와 어린 자녀를 둔 부모들도 대부분 이와 같이 답했습니다.

그림 7: 국내 여행에 대한 선호

국내 여행을 전보다 더 많이 할 것이며 국내 여행에 더 많은 예산을 쓸 예정이다.

(%)

■ 동의하지 않음 ■ 반대도 동의도 하지 않음 ■ 동의함



출처: Economist Impact

그러나 이러한 정서의 상당 부분은 그저 생각을 말한 것으로 볼 수 있습니다. Durband에 따르면, 실제로는 개인의 선호와 상황에 따라 '다양한' 반응이 있을 것입니다. 그는 여행자들이 국내 여행을 더 추진하는 쪽과 계속해서 해외 여행을 권하는 쪽의 대립되는 두 진영 사이에 놓일 것이라고 생각합니다.

Goh는 "얼마 전에 국경이 대부분 폐쇄되었기 때문에 현재 국내 여행이 어느 정도의 호황을 맞고 있다"고 말합니다.

지속 가능한 여행의 의미 확대

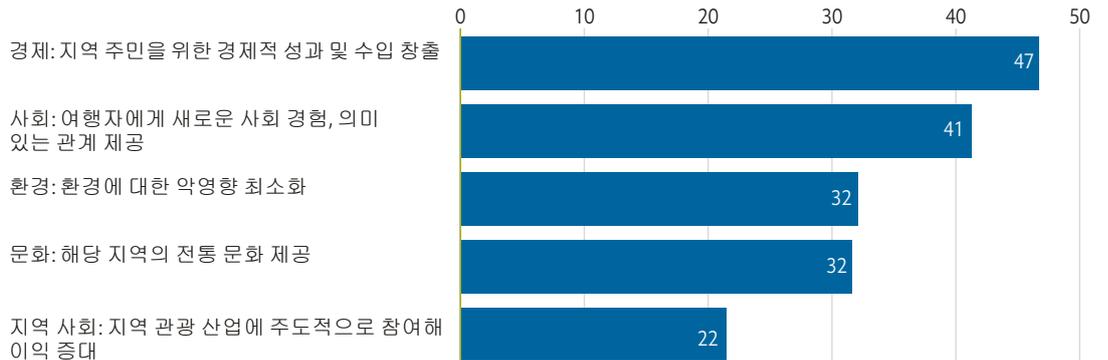
지속 가능성은 일회용 플라스틱의 사용을 피하고 탄소 배출량을 줄이는 등의 문제에 초점이 맞춰져서 종종 환경이나 기후 관련 문제와 연관성을 갖지만, 이번 조사에 따르면

아시아태평양 지역의 여행자들은 지속 가능한 여행에 대해 총체적으로 접근하고 있으며 환경뿐 아니라 자신의 여행 습관, 행동, 그리고 그 영향에 대해 깊게 생각하고 있는 것으로 나타났습니다.

지속 가능한 여행에서 가장 중요한 측면을 선택하라는 질문에, 대부분의 여행자들은 경제 문제(46.7%)와 사회 문제(41.3%)를 선택했습니다. 약 3분의 1이 여행이 환경에 미치는 영향을 최소화하는 것이 지속 가능한 여행의 가장 중요한 두 가지 측면 중 하나라고 응답했는데, 이 또한 상당한 숫자입니다. 그러나 주목할 점은 오늘날 여행자에게 있어서 지속 가능성이 무엇을 의미하는지에 있어서는 의견과 전망이 다양하다는 점입니다.

그림 8: 여러 가지 유형의 자각

지속 가능한 여행에서 귀하에게 가장 중요한 측면은 무엇입니까? 최대 2개까지 선택하십시오. (%)



출처: Economist Impact

여러 연령대를 대상으로 조사한 결과, 두 가지 뚜렷한 집단이 등장합니다. 첫 번째 집단은 Z세대(52.1%)와 밀레니얼 세대(46.8%) 여행자들이 구성되어 있으며, 여행의 사회적 측면을 가장 많이 말한 것으로 나타났습니다. 한편, 나이가 한층 더 높은 X세대(47.8%)와 베이비 붐 세대(50.3%)는 지속 가능성의 경제적 측면에 더 초점을 맞추고 있습니다.

모든 여행자가 최소한 환경(32.1%)과 문화(31.6%)의 측면에 어느 정도 관심을 갖고 있는 것으로 나타났는데, 이는 여행자들이 지속 가능성을 단순히 하나의 문제로 생각하는 것이 아니라 여러 가지 측면이 함께 상호 작용하는 문제로 생각하고 있음을 의미합니다.

Ortiguera는 말합니다. "코로나19가 발병하기 전에도 우리는 지역 문화 보존, 환경 보존, 여행 및 관광과 관련한 사회적 지속 가능성과 같은 재생 여행이라는 개념을 향해 나아가는 움직임이 있었습니다."

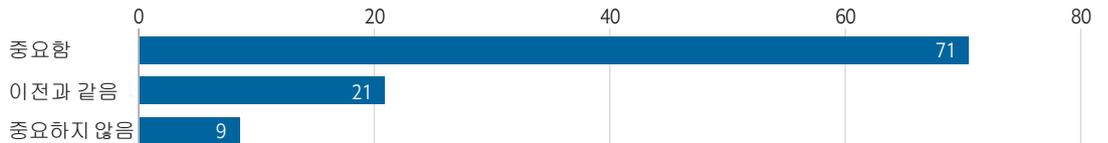
설문조사에 응답한 대부분의 여행자들이 여행의 지속 가능성을 중요하게 생각하는 반면에, 우리가 실시한 주제 전문가들과의 인터뷰에서는 세대 간 또는 문화 간 차이가 있는 것으로 나타났습니다. 예를 들어 Higgins-Desbiolles는 다음과 같이 말합니다.

"젊은 세대는 아마도 실제로 책임과 지속 가능성에 더 초점을 맞추는 한편, 더 나이 든 세대와 베이비 붐 세대는 자신이 가진 것을 즐기는 데 좀 더 집중합니다."

마찬가지로, 한국에서도 50.8%가 지속 가능한 여행의 한 가지 측면인 문화의 중요성에 크게 집중하고 있습니다. 이것은 K-POP 음악, TV 시리즈, 영화 등 문화 수출품의 세계적인 인기를 업고 한국이 얻은 소프트 파워를 생각하면 이해가 되는 부분입니다. 세종대학교 LINC+ 사업단 단장인 이슬기 부교수에 따르면 "현재 관광 산업은 한국의 GDP에 크게 기여하지 못하고 있지만, 세계 시장에서 널리 인정 받고 있고 점점 더 인기가 높아지고 있는 문화 붐(K-Wave 또는 한류)을 감안할 때 경제 동인으로서 큰 잠재력을 가지고 있다"고 합니다.

한편, 필리핀(81.9%), 말레이시아, 인도(76.1%)의 여행객은 쓰레기를 줄이고 친환경 음식을 선택하는 것이 지속 가능한 여행에 기여하는 중요한 부분이라고 말합니다. 밀레니얼 세대 여행객(74.7%)이 지속 가능하고 쓰레기가 덜 나오는 음식을 선택하는 것에 가장 큰 관심이 있는 것으로 나타나나, 이 문제의 중요성에 대해서는 대다수가 동의하고 있습니다.

그림 9: 어떻게 먹느냐가 여행을 말해준다
환경 친화적이고 쓰레기가 적게 나오는 식품의 선택 (%)



출처: Economist Impact

여기에 관한 시각은 음식이 여행과 밀접한 관련이 있고 숙박 시설에서 나오는 쓰레기의 가장 두드러진 형태로 간주된다는 점에서 특히 중요합니다.⁶ 또한 음식은 관광 산업의 핵심입니다. 2016년 세계음식여행협회(World Food Travel Association)에서 실시한 조사에 따르면 레저 여행객의 53%가 음식을 쫓아서 여행하는 사람들이며 많은 사람들이 해외 여행을 할 때 중점적으로 보는 것이 음식과 관련된 경험이라고 말합니다.⁷

그 결과, 특정 지방이나 지역만의 독특한 요리를 경험할 수 있는 '식도락 관광'이 계속해서 부상하고 있는 것을 볼 수 있습니다. 식도락 관광은 그저 방문객에게 새로운 맛과 음식을 제공하는 것만이 목적이 아니고 지역 경제가 그 지역의 농산물과 문화와 지식을 지속 가능한 방식으로 후원하는 지속가능한 형태의 관광에 참여하게 하는 것을 목적으로 합니다.⁸ 이는 특히 농업 지역에서 농업 부문에 상당히 긍정적인 승수 효과를 가져다 줍니다.

기술이 여행의 새로운 국면을 열다

여행 기술은 코로나19가 시작되기 전에 이미 기업들이 주로 사업을 디지털화하고 새로운 고객층으로 분야를 넓히기 위한 방법으로서 급성장하는 분야였습니다. 예약 플랫폼에서부터 가격 통합 정보 서비스, 비대면 결제, 체크인 및 탑승에 이르기까지,

기술은 정보 사일로와 불편함을 가로질러 새로운 여행객이 보다 저렴하고 쉽게 관광할 수 있도록 해주고 있었습니다.

Durband는 말합니다. "기술은 여행자들에게 멋진 정보를 즉시 제공합니다. 이러한 트렌드를 지원 하는 앱들은, 현재 많은 앱들이 그렇게 하고 있지만, 점점 더 좋아질 것이고 앱과 하드웨어가 더 좋아지면 경험이라는 측면에서나 정보가 더 쉽게 보급되도록 도와준다는 측면에서 관광 산업을 변화시킬 수 있습니다."

Ortiguera에 따르면, 2023년에는 관광 매출의 69%가 온라인으로 이루어질 것으로 예상되며 온라인 여행 상품 매출액이 1조 달러(USD)나 될 것이라고 합니다. 물론, 코로나19로 인해 모든 것이 바뀌었지만, 디지털화의 추세는 꺾이지 않았습니다. 사실상 기업들이 여행 제한의 영향으로부터 회복될 때 고객과 함께하고 여행자의 신뢰를 높이고 손실을 회복하기 위해 노력하고 있기 때문에 여행과 관광 부문에서는 디지털화가 크게 증가했습니다.

설문조사에 따르면 소비자들은 여행 기술을 매우 지지하고 있습니다. 응답자 10명 중 거의 9명(86.9%)은 새로운 혁신 기술이 지속 가능한 여행을 가능하게 해준다고 응답했는데, 이는 지역과 세대 전반에 걸쳐 압도적으로 우세한 견해였습니다.

⁶ <https://www.hospitalitynet.org/news/4095679.html>

⁷ <https://seasidewithemily.com/sustainable-food-tourism/>

⁸ <https://ecotourism-world.com/gastronomy-tourism-in-a-sustainable-way/>

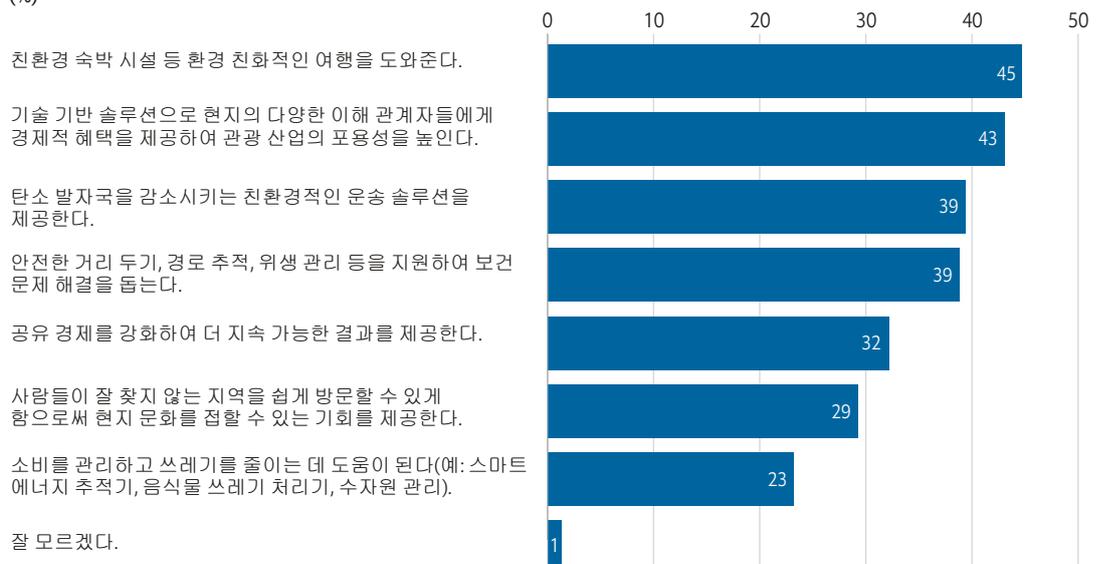
이것은 놀라운 일이 아닙니다. 기술은 여행자뿐 아니라 여행사가 여행과 관련하여 지각 있는 결정과 선택을 하도록 도와주고 있습니다. Bhatnagar는 다음과 같이 말합니다. "기술은 지속 가능한 여행을 쉽게 찾아보고 계획하고 실천할 수 있게 해줍니다. 이러한 기술 덕분에 여행자들은 통합 정보 서비스 플랫폼이나 심지어 소셜 미디어 채널을 통해 현지 여행사나 가이드와 직접 소통할 수 있습니다. 지속 가능한 여행을

제공하는 아주 소규모의 기업가들은 마케팅 팀이 없을 수도 있지만, 마케팅 활동을 할 수 있는 소셜 미디어 채널은 분명히 갖고 있습니다."

혁신적인 기술이 지속 가능한 여행을 도와주는 방법에는 여러 가지가 있지만, 대부분의 응답자들은 기술이 친환경 숙박 시설에 대한 접근성을 어떻게 확대해 주는지를 지적합니다(44.7%).

그림 10: 지각 있는 여행자에게 더 많은 선택지를 제공하는 기술

혁신 기술은 지속 가능한 여행에 어떤 도움이 됩니까? 최대 3개까지 선택하십시오. (%)



출처: Economist Impact

지속 가능한 혁신의 가속화

어떤 사람들은 기술이 더 많은 현지 이해 관계자들이 경제적으로 혜택을 누릴 수 있게 함으로써 지속 가능한 여행의 포용성이 더욱 높아지는 데에도 도움이 된다고 말합니다 (43.1%).

인터뷰를 하면서 우리는 기술이 이미 여행 산업을 변화시키고 있는 여러 가지 사례와 방식에 대해 들었습니다. 여러 가지 새로운

기술들은 여행 사업자들이 음식물 쓰레기를 관리하고 자원 집약적인 액티비티를 줄이는데 도움을 줄 수 있습니다.

일부 회사들은 여행 제한과 건강상의 위험을 회피해주는 새로운 기술들을 시도하고 있는데, 이것이 우연찮게 우리의 여행 경험을 변화시키고 있습니다. 예를 들어 여행객이 집에서 편안하게 새로운 경험을 할 수 있게 해주는 가상현실 투어가 점점 일반화되고 있습니다.

Higgins-Desbiolles는 가상 여행에는 "봉쇄령으로 고립된 사람들로 하여금 세상과 연결되어 있고 함께 한다는 느낌을 받게 해주는 잠재력이 있으며, 이를 통해 수익을 창출할 수 있다면 위기 상황에 처한 여행 가이드와 지역 사회를 돕는 일이 된다"고 말했습니다.

기술을 통한 접근성 확대

기술은 누구나 접근할 수 있는 엄청난 잠재력을 가지고 있습니다. Higgins-Desbiolles는 기술이 장애인 시설에 대한 정보를 보다 쉽게 접할 수 있게 해주거나 방문객들이 혼합현실을 통해 특정 장소를 경험할 수 있는 기회를 만들어준다는 점에서 기술을 장애가 있는 사람들의 생명줄이라고 생각합니다.

설문조사에 따르면 응답자의 거의 3분의 1은 기술이 사람들의 발길이 잘 닿지 않는 곳에 가서 현지 문화의 덜 명확한 측면을 접할 수 있는 방법이라고 생각하고 있습니다. 예를 들어 방문객들은 실시간 방송 플랫폼을 통해 라싸(Lhasa)에 있는 고대 포탈라궁(Potala Palace)의 전통 건축물을 쉽게 경험할 수 있습니다.

Durband는 스마트폰이 여행 및 관광 업계에 오래도록 중요한 영향을 끼쳐오고 있으며 지금도 그 영향이 있다고 말합니다. 그는

스마트폰이 정기적인 알림을 통해 여행객의 인식을 제고함으로써 지속 가능한 여행을 촉구하는 데 일익을 할 수 있다고 말합니다.

"지속 가능성 문제의 상당 부분은 여행자들의 인식 부족 때문입니다." 그는 말합니다.

국가나 연령에 상관없이 여행자들은 새로운 기술을 활용하는 여행에 대해 많은 낙관론과 높은 선호도를 보여줍니다. 그렇긴 하지만 기술을 활용하는 것에 대해 연령대마다 서로 다르게 인식하고 있습니다. 대부분의 Z세대와 밀레니얼 세대 여행객은 기술을 통해 지역 이해 관계자들의 경제적 이익을 견인하고 확대할 수 있다고 생각하는 반면, 베이비 붐 세대와 X세대는 디지털을 주로 친환경 시설에 접근할 수 있는 도구로 보고 있습니다.

여행객이 지속 가능한 선택과 결정을 내릴 수 있도록 지원하는 기술의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않습니다. 10명 중 7명(68.2%)은 기술이 여행 계획을 훨씬 더 쉽게 해준다는 데 동의했고, 절반 이상(56.7%)은 여행할 때 기술을 통해 탄소 배출량을 더 잘 알 수 있다고 응답했습니다. 한편, 3분의 2는 기술이 지속 가능한 여행의 방법과 선택지에 대해 배우는 데 도움이 된다고 생각합니다.

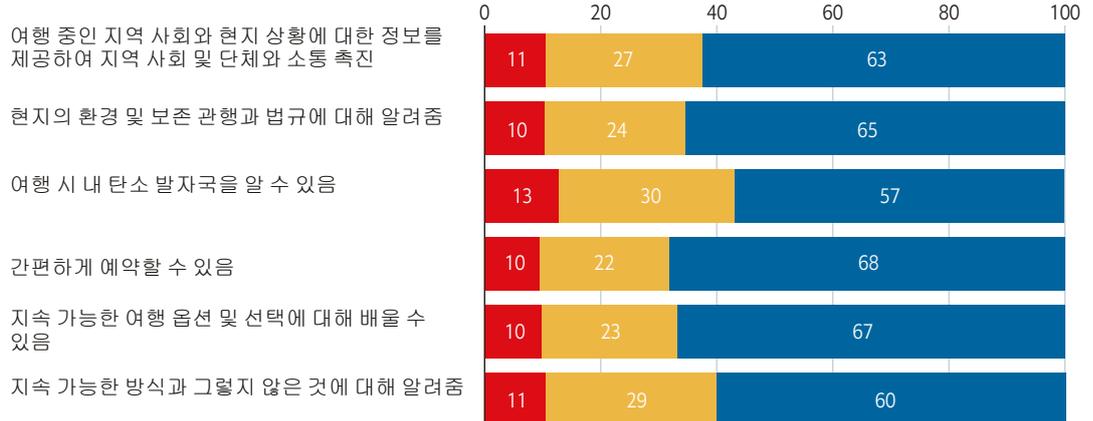
그림 11: 지각 있는 여행을 선택하는 데 도움이 되는 기술

여행 시 지속 가능한 선택/결정을 하는 데 기술이 어느 정도로 도움이 됩니까?

각 열마다 하나씩 선택하십시오.

(%)

■ 전혀 도움이 되지 않음 ■ 보통임 ■ 많은 도움이 됨



출처: Economist Impact

그리고 사업자의 관점에서 보면, 기술을 활용하여 지역 사회와 인기 여행지 거주민들에게 긍정적인 영향을 미치고 있는 기업들의 사례가 이미 몇 가지 있습니다. Banerjee는 친환경적, 에너지 효율적인 다양한 혁신 기술을 이용하는 홈스테이를 제공하는 회사들의 예를 언급합니다. "이 모든 것들이 외지와 시골 지역의 현지 기업가들에게 먹거리를 만들어 줍니다." 그녀는 말합니다.

여행의 미래

지난 2년 동안 관광 및 여행 업계는 극심한 어려움을 겪었으며 상황이 얼마나 빠르게 바뀔지는 현재로서는 불투명합니다. 이렇게 힘든 시기에 기술이 매우 큰 도움이 된 것이 사실이지만, 보다 실질적인 변화가 필요하다는 것도 분명합니다.

기후 변화와 같은 문제에 대한 인식이 확대됨에 따라, 오버투어리즘과 지역 사회의 부담은 여행 업계로 하여금 기존 사업 방식의 전폭적인 수정을 계속해서 촉구할 것입니다.

앞으로, 여행 업계는 여행이 어떤 형태가 될 수 있을지를 대략적으로 다시 그려볼 수 있는 좋은 기회를 갖게 될 것입니다. 여행객은 보다 지속 가능한 여행 방식을 장려하기 위한 노력을 지지하고 있으며, 더 중요한 것은 여행객이 이를 위해 기꺼이 돈을 지불할 용의가 있다는 것입니다. 절반 이상(54.5%)이 정도가 다르긴 하지만 지속 가능한 여행 옵션에 돈을 더 지불할 의향이 있다고 답했으며, 57.2%는 환경과 지역 사회에 안 좋은 영향을 미치는 여행지나 액티비티를 사실상 피하겠다고 응답했습니다.

이것은 우리에게 두 가지를 시사합니다. 하나는 기업들이 여행을 경험하는 여러 가지 방법을 혁신함으로써 새로운 수익원을

창출할 기회를 갖게 된다는 것입니다. 예를 들어 탄탄한 화상회의 기술은 회사원들이 원격으로 업무를 수행할 수 있고, 전 세계 모든 곳에서 '워케이션(workcation)'을 할 수 있는 가능성을 열어줄 것입니다. 이는 설문조사 응답자의 약 50%가 강한 지지를 보이고 있는 방식입니다. 이 단장은 이것을 여행객들로 하여금 자신이 방문하는 이웃과 여행을 생각하는 거주자들처럼 더 많이 행동하도록 유도하기 위한 하나의 방법이라고 생각합니다.

둘째, 지속 가능한 여행에 대해 진지하게 생각하는 기업들은 자신의 브랜드에 긍정적인 영향을 미칠 수 있습니다. 지각 있는 여행 상품에 대한 수요가 높다는 점을 고려할 때, 기업들은 '더 강력한 지속 가능성과 신뢰성'으로 더 많은 고객을 확보할 수 있다는 Goh의 말은 신빙성이 있어 보입니다.

지속 가능한 변화를 주도하는 정부

마찬가지로, 지속 가능한 관광 인프라에 집중하고 투자하고자 하는 국가는 자신의 재정 상황에 유리한 후보에게 투표를 하는 소비자들로부터 금전적인 보상을 차츰 받게 될 것입니다.

또한, 우리가 인터뷰한 전문가들은 여행객과 기업 등 다른 이해 관계자들의 선의에도 불구하고 탄탄한 지속 가능 관광 인프라의 부족으로 인해 지속 가능한 여행이 제한될 수 있다는 점을 지적하면서 정부의 의지와 행동의 중요성을 강조하고 있습니다.

결국, 관광객들은 충분한 선택지가 놓여 있을 때에만 지속 가능성을 뒷받침하는 결정을 내릴 수 있습니다. 지각 있는 여행은 환경 친화적인 대중 교통, 숙박 및 경험과 같은 고무적인 정책과 시설 및 인센티브를 사용할 수 있느냐에 달려 있습니다.

세종대학교의 이 단장은 관광 업계뿐만 아니라 지방 정부, 농업 및 식품 업계 등 다른 이해 관계자들이 투자와 계획을 실행해야 한다는 문제에 대해 지적합니다.

아시아태평양 지역 국가들이 지속 가능한 여행을 촉진하는 데 있어서 핵심적인 역할을 하고 있다는 증거가 몇 가지 있습니다. 예를 들어 MIST(Mekong Innovations in Sustainable Tourism) 관광청은 일회용 플라스틱과 같은 관광 산업의 문제를 해결하는 신생 기업에 투자해 왔습니다. 필리핀 관광청은 지지부진한 농업을 빠르게 육성하고 오버투어리즘을 감소시키기 위한 방안으로 '농장 관광'을 적극적으로 추진해오고 있습니다.⁹

선의를 함께 하는 미래

설문조사 결과와 여러 인터뷰를 통해 우리는 여행객이 언제, 어디에서, 어떻게 여행을 할지와 관련하여 좀 더 지각 있는 결정을 하고 싶어 한다는 것을 확실히 알 수 있습니다. 하지만 희망만으로는 큰 영향력을 미칠 수 없습니다. 정부, 민간 기업, 관광 업체, 개인 등 모두가 부단한 노력과 협력을 통해 지속 가능한 여행의 필요성을 주장해야 합니다.

Dodds는 말합니다. "인프라, 기업과 정부가 [지속 가능한 여행]을 촉진해야 합니다. 우리가 얼마나 많이 요구하느냐는 그리 중요하지 않죠." 그녀는 정수된 물을 살 수가 없는 일부 국가에서는 여행객이 '건강과 직결되는 문제이기 때문에' 플라스틱 병에 든 물을 살 수밖에 없다는 것을 예로 듭니다.

우리 설문조사의 결과는 전혀 그렇지 않지만, 전반적인 업계와 개인 여행객이 실질적이고

오래 지속되는 변화를 이끌어낼 수 있을지에 대해 비관적인 시각도 여전히 존재합니다. 예를 들어 Durband는 지속 가능한 여행에 대한 인식이 커져 가고 있음에도 불구하고 코로나19로 인해 조성된 이 같은 더 지각 있는 여행 방식이 계속 이어질 것으로 보고 있지 않습니다. 그는 이렇게 말합니다. "이전에 사람들로 심하게 북적였던 곳이라면 그 상징성이 있기 때문에 앞으로도 그럴 거라고 생각합니다. 이런 곳은 앞으로 더 잘 관리할 필요가 있습니다."

반면에, 다른 몇몇 전문가들은 지각 있는 여행자가 등장해서 미래를 위한 여행을 재창조하는 데 필요한 토대를 마련할 것이라고 생각합니다. Dodds는 말합니다. "우리가 2019년에 했던 방식으로 정말 돌아가고 싶어 할까요? 저는 그렇지 않을 거라고 생각합니다. 이것은 우리의 개발에 대해 다시 생각하고 초점을 재조정할 수 있는 절호의 기회입니다."

Higgins-Desbiolles는 이렇게 말합니다. "결국, 지속 가능성은 우리만의 문제가 아니고, 향후 모든 세대가 삶을 즐길 수 있도록 미래를 생각하는 것입니다."

이번 조사에 따르면 여행객에게 변화에 대한 욕구와 좋은 의도가 부족한 것은 아닙니다. 지금 필요한 것은 더 나은 미래를 현실로 만들기 위한 상호 간의 노력입니다. "상황을 잘 활용하면 좋은 의도를 최적화할 수 있다"고 Banerjee는 말합니다. 대대적인 여행 중단, 그리고 여행자들 사이에 지각 있는 여행에 대한 관심이 높아지고 있다는 점은 이 시기가 변화를 위한 적기임을 말해주고 있습니다.

⁹ <https://www.tripsavvy.com/sustainable-travel-trends-in-southeast-asia-5115393>

Economist Impact는 정보의 정확성을 검증하기 위해 최선을 다하였으며, 본 보고서에 명시된 개인 또는 정보, 의견, 결과에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다. 본 보고서의 결과 및 견해가 반드시 후원사의 견해를 반영하는 것은 아닙니다.

런던

20 Cabot Square
London, E14 4QW
United Kingdom
Tel: (44.20) 7576 8000
Fax: (44.20) 7576 8500
Email: london@eiu.com

제네바

Rue de l'Athénée 32
1206 Geneva
Switzerland
Tel: (41) 22 566 2470
Fax: (41) 22 346 93 47
Email: geneva@eiu.com

뉴욕

750 Third Avenue
5th Floor
New York, NY 10017
United States
Tel: (1.212) 554 0600
Fax: (1.212) 586 1181/2
Email: americas@eiu.com

두바이

Office 1301a
Aurora Tower
Dubai Media City
Dubai
Tel: (971) 4 433 4202
Fax: (971) 4 438 0224
Email: dubai@eiu.com

홍콩

1301
12 Taikoo Wan Road
Taikoo Shing
Hong Kong
Tel: (852) 2585 3888
Fax: (852) 2802 7638
Email: asia@eiu.com

싱가포르

8 Cross Street
#23-01 Manulife Tower
Singapore
048424
Tel: (65) 6534 5177
Fax: (65) 6534 5077
Email: asia@eiu.com