
YANOLJA
RESEARCH

BRIEF
VOLUME.5

yanolja research

CONTENTS

Issue	01
코로나19, 골프산업의 부상, 그리고 엔데믹 이후의 전망	
Appendix	
주요 경제지표	09
연구원 소식	11

코로나19, 골프산업의 부상, 그리고 엔데믹 이후의 전망

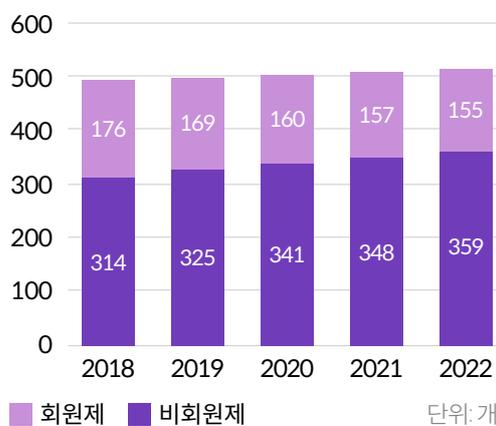
최유경
 야놀자리서치 선임연구원
 yukyeong.choi@yanolja.com

코로나19 팬데믹은 세계 각국이 바이러스 확산을 방지하기 위해 사회적 거리두기와 봉쇄조치를 시행하게 만들었다. 이로 인해 해외여행이 불가능해지는 등의 여파가 생겼고, 일상에서 자유롭게 즐길 수 있었던 여가 생활조차 제한받게 되었다. 특히 많은 사람들이 찾는 영화관이나 실내체육시설 등에서의 집단 감염이 발생하면서 실내 다중이용시설의 인원 제한 규제가 강화되었다. 또한 코로나19의 확산 상황에 따라 사적 모임을 4명 혹은 6명 등으로 제한하면서 단체 모임도 어려워졌다. 이같은 이례적인 코로나19 팬데믹 상황으로 인해 많은 여가산업이 크게 위축되었지만, 반대로 이런 상황이 조성된 덕분에 오히려 호황을 맞이한 산업도 있다. 그 중 대표적인 것이 골프산업이다.

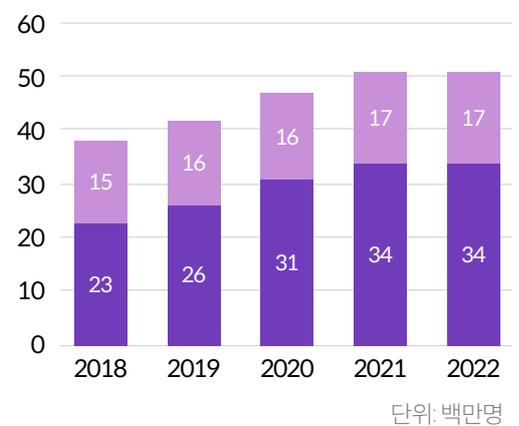
팬데믹기간, 국내 골프수요 증가

한국골프장경영협회의 통계자료에 따르면, 2022년 전국 골프장은 514개였고, 이용객 수는 5,058만명에 달했다. 2018년에는 전국 골프장이 490개였지만, 이후로 꾸준히 증가하였다. 하지만, 이러한 추세는 골프장의 종류에 따라 다르게 나타났다. 회원제 골프장 수는 점차 감소하여 2018년에 비해 2022년에는 21개가 줄었다. 반면에 비회원제 골프장은 증가하여, 2018년에 비해 2022년에는 45개가 증가하였다. 이는 기존 회원제 골프장이 수익성 확보를 위해 비회원제 골프장으로 전환되었다는 해석이 가능하다. 골프장 이용객 수 또한 꾸준히 증가하였다. 2018년에 비해 2022년에는 약 1,264만명이 증가하였으며, 특히 코로나19 팬데믹 기간에는 매년 약 10%의 증가율을 보였다. 그 결과 2021년에는 연 이용객 수가 5,000만명을 넘었고, 1홀당 연 이용객 수도 5,000명을 넘었다.

연도별 전국 골프장 현황



연도별 전국 골프장 이용객 현황



출처: 한국골프장경영협회

지역별로 살펴보면, 2022년 기준 이용객 수가 가장 많은 지역은 전국 이용객의 약 33.8%를 차지하는 경기도였다. 2022년 경기도의 이용객 수는 약 1,712만명 (1홀당 이용객수 4,985명)으로, 2018년 대비 (전체 이용객수 1,391만명, 1홀당 이용객수 4,232명) 약 5.3% 증가한 것으로 나타났다. 한편, 2018년 대비 2022년 이용객 증가율이 가장 높은 지역은 충북이었는데, 이는 증가율이 12.1%에 달했다. 2018년 충북 골프장 이용객은 약 264만명이었으나 코로나19 팬데믹 기간 동안 이용객수가 꾸준히 증가하여 2022년에는 약 417만명에 이르렀다. 1홀당 이용객수 또한 2018년 연 3,813명에서 2022년 연 5,209명으로 증가하였다. 이는 서울, 경기지역의 골프 수요가 충청권으로 확장되어 나타난 현상으로 보인다.

지역별 전체 이용객수 추이¹

지역	2018년		2019년		2020년		2021년		2022년	
	전체	1홀당								
강원	3,497,967	3,224	3,698,780	3,467	4,406,476	3,963	4,804,931	4,286	4,709,373	4,171
경기	13,911,447	4,323	14,899,010	4,604	16,598,612	4,946	17,068,942	5,023	17,117,983	4,985
경북	4,410,828	4,901	5,013,047	5,305	5,393,561	5,707	6,051,461	6,131	6,365,305	6,062
경남	4,692,926	4,521	5,023,182	4,839	5,795,450	5,351	6,459,442	5,835	6,292,538	5,684
충북	2,646,121	3,813	3,071,050	4,313	3,572,416	4,725	4,075,995	5,392	4,172,418	5,209
충남	2,007,169	4,235	2,410,735	4,645	2,655,235	5,116	2,747,437	5,294	2,750,579	5,180
전북	1,648,069	3,552	1,807,353	3,895	2,002,626	4,234	2,142,846	4,446	2,169,348	4,482
전남	3,124,985	3,961	3,629,561	4,600	3,852,685	4,721	4,466,577	5,356	4,186,741	4,966
제주	1,998,440	2,753	2,148,274	2,959	2,459,680	3,388	2,748,905	3,786	2,819,098	3,883
전국	37,937,952	4,041	41,700,992	4,391	46,736,741	4,776	50,566,536	5,092	50,583,383	5,006

출처: 한국골프장경영협회

단위: 명

여성과 젊은층의 골프 수요 크게 증가

이러한 추세는 주요 원인으로 ‘골프 수요층의 확대’를 들 수 있다. 골프는 지난 수십 년 동안 고급 스포츠나 사치 스포츠로 여겨져 왔다. 골프 장비와 레슨 등, 골프를 처음 시작하면서 발생하는 초기 비용이 높았고, 라운딩 비용도 다른 스포츠에 비해 상당히 부담스럽기 때문이다. 그러나, 가처분소득이 높은 일부 연령층이 중심이 되어 골프를 즐겨왔던 트렌드가 코로나19 팬데믹을 겪으면서 변화를 보였다. 바이브컴퍼니가 제공하는 소셜데이터분석서비스인 '썸트렌드'의 골프 관련어 분석 결과에서 코로나19가 가장 큰 영향을 미쳤던 2020년과 2021년에 ‘레슨’의 순위가 팬데믹 이전 대비 상승하였다. 2021년에는 ‘골린이’ (골프와 어린이를 합친 신조어로, 초보 골퍼를 의미)라는 단어가 처음 등장하며 높은 순위를 차지하였다. 이는 골프에 대한 관심이 증가하고, 실제로 골프를 배우고자 하는 소비자 수가 증가하였음을 나타낸다. 또한, ‘여성’이라는 단어 또한 팬데믹 이전에 비해 순위가 상승하였다. 이는 코로나19 팬데믹 기간 동안 신규 여성 골퍼가 늘어나면서, 과거에는 주로 남성이 즐겼던 골프가 여성까지 확대되었음을 의미한다.

1 경기도는 서울/인천/경기, 경북은 대구/경북, 경남은 부산/울산/경남, 충남은 대전/세종/충남, 전남은 광주/전남을 포함

기간별 골프 연관어 변화

	← 코로나19 팬데믹 이전			← 코로나19 팬데믹 이전		
순위	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
1	운동	운동	운동	레슨	운동	골프웨어
2	여행	데일리	일상	운동	레슨	운동
3	골프웨어	여행	레슨	골프스타그램	골프웨어	골퍼
4	스크린	상품	데일리	골프웨어	골퍼	레슨
5	골프스타그램	레슨	골프스타그램	스크린	골린이	골프장
6	스크린골프	골프스타그램	스크린	골프장	여자	여행
7	데일리	스크린	맛집	드라이버	골프장	골린이
8	제품	맛집	여행	골프연습장	스크린	여자
9	헬스	주말	가격	여자	여행	스크린
10	여자	여자	강남	여행	프로골퍼	일상
11	사진	소통	골프웨어	필드	드라이버	스포츠
12	골프장	헬스	여자	일상	필드	프로골퍼
13	가방	패션	클럽	스크린골프	골프연습장	클럽
14	레슨	골프웨어	골프장	상품	골프스타그램	필드
15	패션	스크린골프	헬스	클럽	클럽	드라이버

출처: 썬트렌드 분석 결과(트위터 (RT 제거)/블로그/커뮤니티/인스타그램, 제외어-폭스바겐/golf, 2017.01.01~2022.12.31)

또한 골프테크 벤처기업 AGL이 발표한 자료²에 따르면, 2021년에는 2030세대의 골프 소비 증가율이 눈에 띄게 증가했다는 것이 확인되었다. 기존의 주요 수요층인 50대 (34.4%)와 40대 (21.8%)가 여전히 높은 비중을 차지했지만, 수도권 지역에서는 20대와 30대가 각각 52.4%, 40.3%의 높은 증가율을 보였다. 이는 MZ세대 (밀레니얼 세대와 Z세대)가 새로운 소비층으로 급부상하면서, 자신의 가치를 위한 소비에 돈을 아끼지 않는 소비 행태³와 밀접한 관련이 있다고 추측할 수 있다.

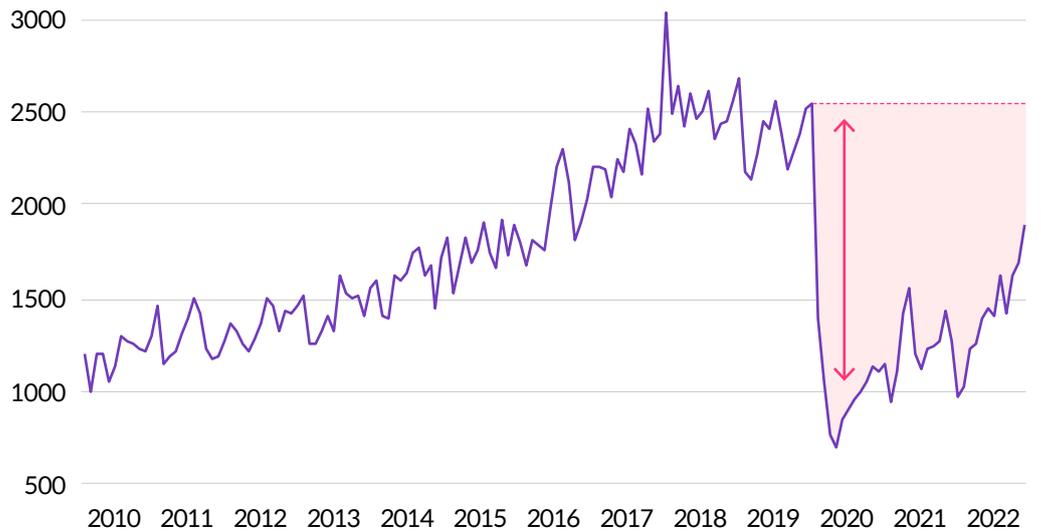
이러한 변화는 국내에서만 나타나는 현상은 아니다. 미국 골프 재단 (National Golf Foundation)에 따르면, 2020년에는 골프 라운드 수가 총 5억 200만회로, 전년 대비 약 13.9% 증가했다. 또한 골프 인구는 약 300만명이 늘어난 3,690만명으로 집계되었는데, 이는 주로 주니어와 여성 골퍼의 증가세 때문이었다⁴. 한편, 일본은 골프 시장이 수축되고 있었지만, 코로나19 팬데믹의 특수 효과로 2021년 골프장 입장객 수는 1,002만명으로, 전년 대비 10.4% 증가한 것으로 나타났다. 2021년 가구당 골프장 지출액도 전년 대비 0.5% 증가했으며, 특히 젊은 층에서의 지출 규모가 두 배 이상 급증한 것으로 확인되었다⁵.

2 헤럴드경제, 「AGL 빅데이터 리포트 “한국 골퍼 평균 50.3세”」(2022.07)
 3 NCS뉴스, 「'골프' MZ세대의 인기 취미활동으로 부상」(2021.07)
 4 Jtbc골프, 「미국 골프계도 코로나 특수, 여성, 주니어 중심 골퍼인구 증가」(2021.09)
 5 이코노미조선, 「코로나19로 2021년 회복세, 2025년 인구 감소로 위축 전망」(2022.05)

팬데믹기간 동안 해외여행 수요를 국내 골프 수요가 일부 대체

골프 소비자 층의 확대는 해외 여행 수요 감소와 밀접한 관련이 있는 것으로 보인다. 코로나19 팬데믹 기간동안 각국의 봉쇄 조치와 항공 운항편의 감소로 인해 해외여행 수요가 급격히 줄어들었다. 2019년에는 내국인 해외 출국자수⁶가 2,870만명이었지만, 2020년에는 85.1% 감소한 428만명으로 줄어들었다. 또한 항공편수⁷는 2019년에 459,514편이었지만, 2020년에는 44.3% 감소하여 256,010편으로 집계되었다. 뿐만 아니라, 2019년에는 관광 지출⁸(국민 해외관광객이 해외에서 지출한 금액)이 전체 31,527.9백만달러였으나, 2020년에는 전년 대비 54.4% 감소한 13,356.4백만 달러를 기록하였다. 이후 2022년까지 매년 전년 대비 10%씩 증가하였지만, 여전히 2019년 수준을 회복하지 못했다. 이렇게 줄어든 관광 지출은 해외에서 지출되어야 했던 금액이 코로나19 팬데믹으로 인해 적어도 일부는 국내 소비로 전환되었을 것으로 추정된다. 소비자들은 해외 여행을 대체할 새로운 소비처를 찾게 되었고, 그 결과 국내 여행과 일부 여가 산업이 수요를 흡수하게 된 것으로 보인다. 그 중에서도 골프가 상당한 수요를 흡수했을 것으로 추측된다. 사회적 거리두기로 인해 다른 여가 활동에 제약이 생긴 상황에서, 야외 활동이므로 감염으로부터 비교적 안전하며 규제의 제약을 크게 받지 않는 골프가 매력적인 선택지로 떠올랐을 것으로 보인다.

관광지출 추이



출처: 한국관광 데이터랩 (관광수지)

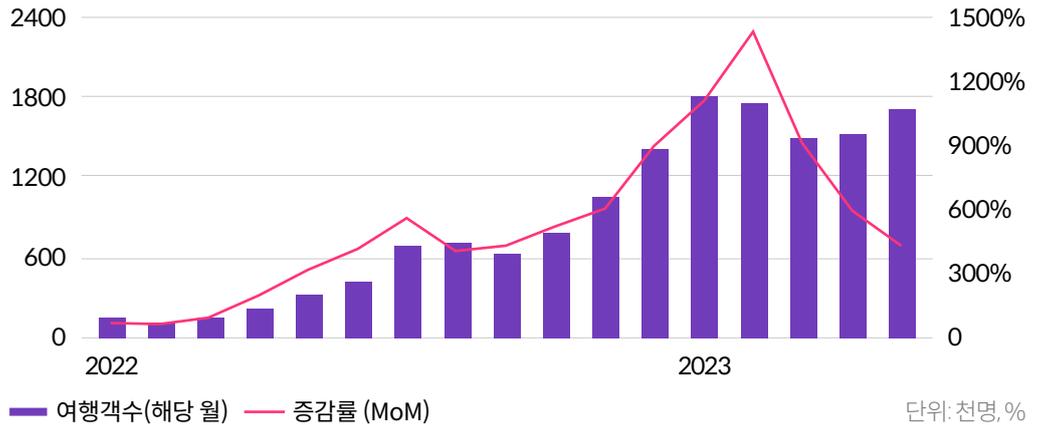
단위: 월, 백만달러

6 한국관광 데이터랩
 7 항공정보포털시스템
 8 한국관광 데이터랩

엔데믹 이후 해외여행 증가, 국내 골프 수요 감소 전망

그렇다면, 앞으로 골프 산업은 어떻게 변화할까? 작년부터 엔데믹으로의 전환이 시작되면서 코로나19 팬데믹 시기에 적용되었던 방역 수칙 및 규제가 완화되었다. 특히, 2022년 10월에는 국내 입국자에 대한 PCR 검사 의무가 중단되면서 해외 여행 수요가 급격히 증가하였다. 국민 해외 관광객 통계에 따르면, 해외 관광객 수는 지난해 7월부터 큰 폭으로 늘어나기 시작하였고, 전년 동월 대비 400% 이상, 최대 1,430%의 폭발적인 증가율을 보였다.

내국인 해외여행객 추이 및 증감률



출처: 한국관광 데이터랩

동시에 기존 원정 골프족들도 다시 해외로 나가는 모습을 보였다. 여행업계에서는 늘어나는 해외 골프 수요에 대응하기 위해 다양한 상품을 개발하고 판매하였다. 교원투어의 경우, 2021년 7월 해외 골프 팀을 신설하여 전략 상품을 선보이는 데 주력했으며, 결과적으로 작년에는 직전 분기 대비 2분기에 47%, 3분기에 271%, 4분기에 194%의 높은 성장률을 기록했다⁹. 인터파크 역시 올해 1~2월 해외 골프 패키지 상품 수요가 2019년 동기 대비 1240% 증가한 것으로 나타났다¹⁰. 베트남과 태국 등 동남아 지역 및 일본 상품은 겨울에도 온화한 기후를 가지고 있는 지역에서 골프를 즐길 수 있다는 점과 한국보다 저렴한 그린피, 일부 관광지에서는 관광과 휴양까지 누릴 수 있다는 이점으로 인기를 얻은 것으로 보인다. 오히려 올해 1분기 겨울 시즌에는 수요가 공급을 초과한 상태라는 평가도 나왔다¹¹. 이는 해외 골프 수요가 빠르게 늘어났지만, 아직 숙박과 운항편 등이 코로나19 팬데믹 이전 수준으로 회복되지 못했기 때문이다. 따라서 공급이 안정화된 이후에는 수요가 더욱 꾸준히 증가할 것으로 예상되고 있다.

반면, 국내 골프 수요는 점차 줄어들 것으로 전망된다. 내국인 골프장 소비지출액 데이터를 바탕으로 분석한 결과에 따르면, 2018년 이후 코로나19 팬데믹의 영향과 무관하게 골프장 지출액이 꾸준히 성장하여 왔지만, 최근 그 추세가 감소세로 전환되었다. 특히, 2022년 12월과 2023년 1월의 전년 동월 대비 감소율은 각각 -25%, -23%로, 상당한 수준의 감소세를 나타냈다.

9 디스커버리뉴스, 「여행이지(교원투어), 하늘길 열리자 해외 골프 여행 ↑.. 최대 271% 늘어나」(2023.02)
 10 디스커버리뉴스, 「인터파크, 해외 골프여행 급증..일본·동남아등 해외로 눈 돌리는 골퍼 확대 영향」(2023.03)
 11 여행신문, 「겨울 해외골프 결산 | 수요는 올라왔는데 공급은 부족 아쉬움」(2023.02)

골프는 날씨의 영향을 크게 받는 대표적인 스포츠로, 겨울에는 일부 골프장이 운영을 하지 않는 정도로 겨울 시즌은 골프 산업에 있어 비수기이다. 그럼에도 불구하고 팬데믹 기간은 겨울에도 수요가 꾸준히 증가해 왔으나, 엔데믹 이후 국내 겨울 수요가 해외의 온화한 지역으로 이탈하면서 큰 폭으로 감소한 것으로 보인다. 또한, 최근 3개월 기간에도 국내 골프 소비지출 규모가 전년 동월 대비 감소한 것으로 나타났다. 2023년 4월부터 6월까지 전년 동월 대비 각각 -5%, -9%, -5%로, 감소세를 보였다. 지출액 절대액을 기준으로 보면, 코로나19 팬데믹 이전보다는 여전히 소비지출액 규모가 큰 편이지만, 지난해 12월부터 시작된 감소세를 고려할 때, 더 이상 코로나 특수효과와 지속을 기대하기는 어려워 보인다.

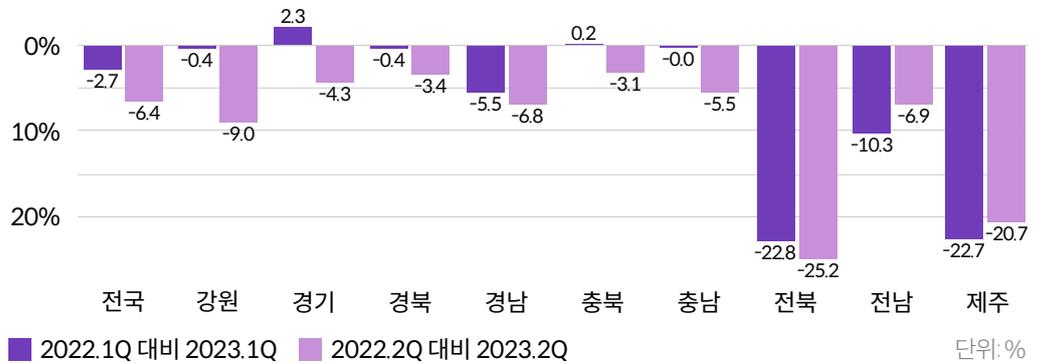
골프장 소비지출액 추이



출처: 한국관광 데이터랩(신용카드 데이터)

추가로, 전년 동분기 대비 골프 소비지출액 증감율을 확인해보면, 2023년 1분기에는 경기와 충북이 전년 수준을 상회하였으나 그 외 모든 지역에서는 감소세를 보였다. 이로 인해 올해 1분기는 전국 기준으로 2.7% 감소한 것으로 나타났다. 또한 2분기에는 감소세가 더욱 심화되었다. 2023년 2분기에는 전년 동분기 대비 모든 지역에서 골프 소비지출액이 줄어들었고, 이로 인해 전국 기준으로 -6.44% 나타났다. 특히, 전북과 제주 지역은 각각 -25.2%, -20.7%로, 큰 감소율을 보였다. 서울에서 비교적 접근성이 높은 경기와 충청권은 다른 지역에 비해 감소율이 낮았지만, 그 지역 또한 2023년 2분기 부터는 감소세가 시작된 것으로 나타났다.

지역별 골프 소비액 증감률 (QoQ)¹²



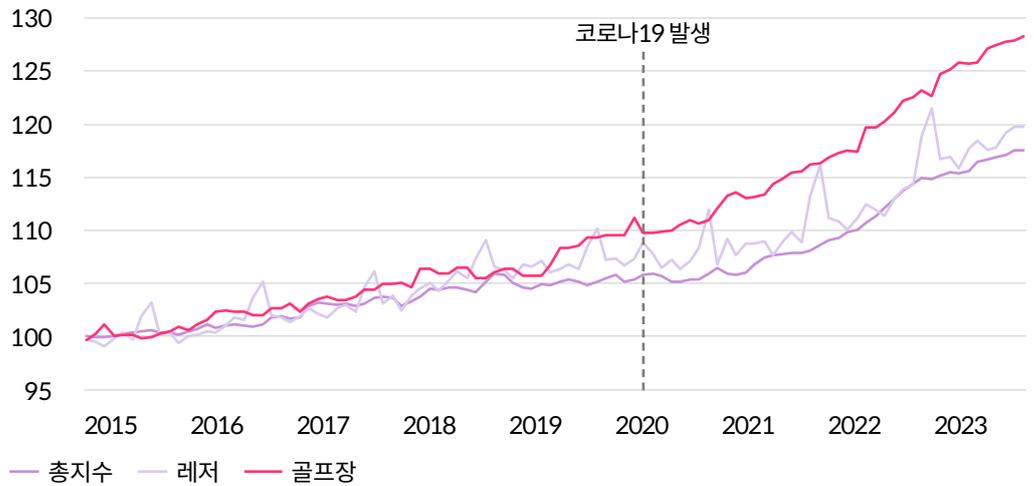
출처: 한국관광 데이터랩(신용카드 데이터)

12 경기도는 서울/인천/경기, 경북은 대구/경북, 경남은 부산/울산/경남, 충남은 대전/세종/충남, 전남은 광주/전남을 포함

국내 골프장 수요 감소에 대비해야

골프는 비용이 많이 드는 스포츠이지만, 코로나19 팬데믹 기간 동안 치솟은 골프장 이용료는 사회적으로도 이슈가 되었다. 그린피뿐만 아니라 캐디피, 카트피 등 과도한 인상에 대한 지적이 나온 것도 사실이다. 골프장 이용료와 소비자 물가지수 추이를 비교해 보면, 골프장 이용료의 상승률이 눈에 띄게 높음을 확인할 수 있다. 특히, 골프장 이용료에 관련된 소비자 물가지수는 코로나19 발생 이후 시점부터 총 물가지수와 레저산업 물가지수 평균을 크게 상회하는 것으로 나타났다. 연도별 소비자물가지수로 확인하면 2015년 대비 2022년 소비자물가지수가 13.5% 상승하였는데, 골프장 이용료는 약 8.8% 보다 높은 22.3%의 상승률을 보였다. 이는 골프 수요 증가에 따른 가격 상승효과에 기인한다

소비자물가지수 추이 (2015=100)



출처: 통계청

현재의 상황은 국내 골프장의 높은 이용료에 대한 불만이 나오는 가운데, 해외여행과 다른 여가 활동들이 가능해지면서 골프에 몰렸던 소비가 점차 분산되는 추세로 분석할 수 있다. 즉, 지난 해 12월부터 시작된 국내 골프 수요의 감소세는 단지 해외여행이 가능해진 것뿐만 아니라 높은 이용료도 원인으로 볼 수 있다. 골프장의 특성 중 하나는 호텔 객실이나 항공기 좌석과 같이, 오늘 판매하지 못한 해당 객실이나 좌석을 내일 판매할 수 없는, 즉 재고화가 불가능하다는 것이다. 따라서, 골프장 운영자들은 오늘의 골프장 홀을 가격 조정을 통해 효과적으로 판매하고 매출을 극대화하는 것도 고려해 보아야 한다. 즉, 현재처럼 수요가 감소세를 보이는 시기에는, 골프산업에도 동적인 가격 조정과 같은 수익경영시스템(Revenue Management System)을 도입해서 수요를 창출하는 전략이 필요한 시점이라고 볼 수 있다.

대부분의 국내 골프장은 주말과 주중 요금을 달리 책정하고 있지만, 더욱 정밀한 가격 전략을 사용하는 해외 골프장과는 여전히 차이가 있다. 즉, 주말 여부 외에도 골프 시간대, 계절, 날씨, 연령대와 같은 요소들을 가격에 반영하여 골프 매출을 극대화하는 전략을 고려할 수 있다. 실제로 상당수의 미국 골프장에서는 이러한 변수들을 고려하여 세분화된 요금을 책정하고 있다. 수요가 클 것으로 예상되는 주말에는 가장 높은 요금을 적용하고, 반면에 수요가 적을 것으로 판단되는 평일의 슈퍼 트와일라이트 시간대, 즉 일몰시간 근처에는 가장 낮은 요금을 적용하고 있다. 일몰시간대에는 지불용의가 낮은 소비자들도 골프장을 이용할 수 있으며, 공급자의 입장에서 판매되지 않고 소멸될 시간대의 홀을 추가로 판매함으로써 매출을 늘릴 수 있게 된다.

미국 ‘Rancho Park’ 골프장 요금

	Weekdays	Weekends & Holidays
18 Holes	\$39.00	\$50.00
9 Holes	\$20.00	\$25.00
Twilight	\$25.00	\$31.00
Super Twilight	\$16.00	\$20.00
Junior – Twilight / 9 Holes	\$8.00	\$15.00
Senior – 18 Holes	\$6.00	\$10.00
Senior – 9 Holes	\$24.00	N/A
Senior – Twilight	\$13.00	N/A
Senior – Life Line(Valid Weekdays After 12 p.m.)	\$16.00	N/A
Senior – Life Line 9 Holes / TW	\$19.50	N/A
18 Holes	\$12.50	N/A

출처: Los Angeles City Golf 홈페이지

따라서 위에서 분석한대로, 2023년 국내 골프시장은 코로나19 팬데믹 상황에서의 호황 국면에서 벗어나, 다른 변화 요인이 없다면 올 상반기에 나타난 감소세가 지속될 것으로 예상된다. 이에 따라 감소세를 완화하거나 전환시키기 위해서는 골프장은 가격 인하 정책과 특별 프로모션을 포함한 혜택 등을 통해 기존 고객뿐 아니라 이탈한 고객도 다시 모을 수 있는 적극적인 전략이 필요한 시점이라고 하겠다. 과거 일본의 경우 골프시장 호황기때 경쟁력을 갖추지 못하고 우후죽순 생겨난 골프장들이 현재 고전을 면치 못하는 것을 반면교사로 삼을 필요가 있다. 우리나라에서 골프 자체는 대중스포츠처럼 여겨지는 수준에 이르렀지만, 단기적으로 팬데믹기간 동안의 호황처럼 시장이 유지될 지는 장담할 수 없을 것이다.

Appendix

주요 경제지표

주요지표	통계명	세부항목	2018	2019	2020	2021	2022	22.05	22.06	22.07	22.08	22.09	22.10	22.11	22.12	23.01	23.02	23.03	23.04	23.05	23.06	
경제일반	경제성장률 ¹	실질GDP성장률(%)	29	22	-07	43	26			02(Q3)			-03(Q4)			03(Q1)			06(Q2)			
		민간소비증감률(%)	32	21	-48	36	43			16(Q3)				-05(Q4)			06(Q1)			-01(Q2)		
	경기종합지수 ²	선행지수	942*	960*	1000*	1062*	1087*	108.5	108.9	109	109.1	109.3	109.3	109.5	109.6	109.4	109.4	109.3	109.4	109.4	109.8	1105
		동행지수	983*	997*	1000*	1038*	1083*	107.8	108	108.5	109.1	109.3	109.3	108.9	108.9	108.4	108.2	108.7	109.5	110.0	110.3	1104
		후행지수	950*	978*	1000*	1037*	1095*	108.5	109	109.7	110.3	110.8	111.3	111.8	112.4	112.8	112.9	113.1	113.4	113.4	113.7	1139
경기동향	기업경기실사지수 ³	종합	941*	908*	815*	1014*	940*	97.2	96.3	92.6	86.9	95.8	89.6	86.7	85.4	88.5	83.1	93.5	93.0	93.8	90.9	
		비제조업	969*	936*	842*	1006*	961*	102	99.3	95.1	91.4	94.8	91.1	89.7	87.3	90.3	85.1	95.7	90.5	93.3	90.9	
		여가/숙박 및 외식	-	-	-	995*	897*	111.1	87.5	100	90	66.7	111.1	88.9	90	85.7	77.8	88.9	120.0	107.1	100.0	
	업종별 기업경기실사지수 ⁴	전산업	78*	73*	65*	84*	82*	86	87	82	79	82	79	76	74	70	68	71	73	74	76	
		숙박업	78*	70*	30*	48*	85*	84	95	110	102	95	102	91	98	78	71	68	69	94	85	
	중소기업 경기전망조사 ⁵	전산업	878*	836*	707*	778*	827*	87.6	86.1	81.5	78.5	83.2	85.1	82.3	81.7	77.7	-	-	-	-	-	
		숙박 및 음식점업	877*	820*	607*	578*	809*	95	94.1	96.7	84.7	80.5	86.2	90	95.9	80.1	-	-	-	-	-	
	소비자동향조사 ⁶	소비자심리지수	104*	99*	88*	103*	96*	102.9	96.7	86.3	89	91.6	89	86.7	90.2	90.7	90.2	92	95.1	98	101	
		소비지출전망	108*	108*	97*	108*	111*	116	114	112	110	109	110	107	108	110	112	110	110	111	113	
		여행비 지출전망	94*	90*	71*	86*	93*	104	99	92	87	91	91	89	90	90	91	94	97	99	101	
		교양/오락/문화생활비 지출전망	91*	91*	80*	89*	92*	97	94	93	91	93	92	89	92	91	91	92	93	94	96	
		외식비 지출전망	93*	91*	83*	92*	94*	100	96	91	92	92	91	89	91	90	90	91	94	96	97	
	산업별 서비스업 생산지수 ⁷	총 지수	1006	1020	1000	1050	1120	112.8	114.2	112.1	112.1	113.2	113.5	113.4	126.8	109.7	108.2	117.5	113.9	114.9	1182	
		숙박업	1502	1497	1000	1113	1391	142.8	151.5	159.2	159.4	143.1	161.3	144.0	148.4	127.6	132.4	126.7	139.7	148.8	1512	
		음식점 및 주점업	1207	1194	1000	1007	1167	127.9	122.0	128.9	125.4	116.4	123.6	117.2	127.7	112.6	110.8	119.0	117.1	120.2	1159	
산업별 생산지수 ⁸	서비스업	10063*	10193*	10000*	10509*	11188*	111.80	111.90	112.90	113.80	114.10	113.70	112.80	114.60	113.80	116.20	115.70	115.10	115.00	-		
	숙박·음식점	12437*	12294*	10001*	10178*	11931*	123.19	123.71	125.93	125.18	125.23	124.37	122.81	120.56	120.30	129.65	124.96	123.37	117.97	-		

*본 지수는 통계치를 제공하는 기관에서 제공하는 평균값이 아닌 아놀자리서치에서 월 또는 분기의 개별지수를 자체적으로 계산한 평균값으로 해석상의 유의를 요함

1) 경제성장률 : 한국은행, 전기 대비 성장률(%)

2) 경기종합지수 : 통계청, 2020년 기준으로 100을 상회하면 추세 이상의 성장, 하회하면 추세 이하의 성장

3) 기업경기실사지수 : 전국경제인연합회 한국경제연구원, 100 이상(미만)이면 다음 달 경기가 좋아질 것으로 전망한 업체가 그렇지 않을 것으로 보는 업체보다 더 많음(적음)을 의미, 2021년 이전에는 '여가/숙박 및 외식'을 조사하지 않음

4) 업종별 기업경기실사지수 : 한국은행, 0-200의 값을 가지며 100보다 클 때는 긍정적 시각의 기업 수가 부정적 시각의 기업 수보다 많다는 의미

5) 중소기업경기전망조사 : 중소벤처기업부, 100이상(미만)이면 다음 달 경기가 좋아질 것으로 전망한 업체가 그렇지 않을 것으로 보는 업체보다 더 많음(적음)을 의미

6) 소비자동향조사 : 한국은행, 소비자동향지수는 소비자의 심리를 반영한 심리지표로써 200까지의 값을 가질 수 있는데 기준치는 100, 소비자심리지수가 100보다 크면(작으면) 평균적인 경기상황보다 나은(나쁨)을 의미

7) 산업별 서비스업 생산지수 : 통계청, 불변지수, 2020년 기준으로 100 이상이면 생산성 증가, 이하이면 생산성 하락

8) 산업별 생산지수 : 통계청, 2015년 기준으로 100 이상이면 생산성 증가, 이하이면 생산성 하락

주요지표	통계명	세부항목	2018	2019	2020	2021	2022	22.05	22.06	22.07	22.08	22.09	22.10	22.11	22.12	23.01	23.02	23.03	23.04	23.05	23.06
물가	소비자물가지수 ⁹⁾	총 지수	9909	9947	10000	10250	10771	10756	108.22	108.74	108.62	108.93	109.21	109.10	109.28	110.10	110.38	110.56	110.80	111.13	111.12
		호텔숙박료	10891	10651	10000	9982	10871	105.40	103.62	120.62	123.54	110.38	115.68	113.33	116.34	113.51	107.30	108.27	114.21	116.83	115.11
		여관숙박료	10128	10143	10000	9839	10164	100.11	100.80	101.97	102.85	102.75	104.46	104.16	104.67	104.58	104.86	104.98	105.89	105.57	105.84
		콘도이용료	10121	10229	10000	9986	10243	95.25	93.23	106.88	131.22	100.03	98.83	94.02	106.67	115.30	101.64	98.88	99.99	105.56	105.76
		휴양시설이용료	8199	8436	10000	10265	10858	102.82	105.79	126.96	133.59	110.99	108.09	104.94	108.70	108.77	107.16	105.95	107.64	109.89	109.95
	생산자물가지수 ¹⁰⁾	총 지수	10348	10350	10303	10960	11878	119.43	120.10	120.44	119.98	120.06	120.68	120.29	119.79	120.25	120.46	120.59	120.50	120.03	119.84
		숙박서비스	10532	10441	10025	9980	10591	102.56	101.53	112.96	118.58	106.77	109.92	107.84	111.55	111.40	106.08	106.20	109.78	111.92	111.14
		호텔	10400	10182	9559	9559	10409	100.92	99.21	115.49	118.29	105.69	110.76	108.51	111.40	108.69	102.74	103.67	109.36	111.87	110.22
		여관	9960	9976	9835	9687	10014	98.63	99.31	100.46	101.33	101.23	102.92	102.62	103.12	103.03	103.31	103.43	104.33	104.01	104.27
		휴양콘도	11496	11604	11344	11383	11712	108.91	106.60	122.20	150.04	114.37	113.00	107.51	121.97	131.84	116.21	113.07	114.33	120.70	120.93
노동과 임금	경제활동인구조사 ¹¹⁾	실업률(%)	38	38	40	37	29	30	30	29	21	24	24	23	30	36	31	29	28	27	27
		고용률(%)	607	609	601	605	621	63	62.9	62.9	62.8	62.7	62.7	62.7	61.3	60.3	61.1	62.2	62.7	63.5	63.5
관광	관광수지 ¹²⁾	관광수지 전체(백만달러)	-13066.1	-85156	-31753	-43286	-5297.3	-431.2	-489.4	-594.6	-556.0	-301.6	-335.2	-588.3	-837.9	-1158.3	-856.5	-572.9	-344.1	-630.1	-
		관광수입 전체(백만달러)	184618	207449	101811	106225	117814	970.6	973.4	818.4	1088.9	1127.5	1306.7	1125.1	1089.8	865.5	955.3	1200.8	1347.2	1378.3	-
		관광지출 전체(백만달러)	315279	292605	133564	149511	170787	1401.8	1462.8	1413.0	1644.9	1429.1	1641.9	1713.4	1927.7	2023.8	1811.8	1773.7	1691.3	2008.4	-
	출입국관광통계 ¹³⁾	국민 해외관광객(천명)	28696	28714	4276	1223	6554	315,945	412,798	674,022	702,153	619,954	773,480	1,041,431	1,393,343	1,782,313	1,724,880	1,472,193	1,497,105	1,683,022	1,771,962
방한 외래관광객(천명)		15347	17,503	2519	967	3,198	175,922	227,713	263,986	310,945	337,638	476,097	459,906	539,273	434,429	479,248	800,575	888,776	867,130	960,638	
환율	환율 ¹⁴⁾	미국 USD	1,100.30	1,165.65	1,180.05	1,144.42	1,291.95	1,269.88	1,277.35	1,307.40	1,318.44	1,391.59	1,426.66	1,364.10	1,296.22	1,247.25	1,270.74	1,305.73	1,320.01	1,328.21	1,296.71
		유로 EUR	1,298.63	1,304.81	1,345.99	1,352.79	1,357.38	1,342.43	1,348.96	1,332.91	1,334.53	1,377.09	1,404.83	1,388.29	1,371.13	1,342.37	1,361.65	1,398.50	1,446.41	1,444.20	1,405.98
		일본 JPY	996.27	1,069.75	1,105.07	1,041.45	983.44	985.49	951.34	955.93	975.17	973.2	969.36	956.51	959.12	956.76	956.68	977.31	990.52	969.37	918.39
		중국 CNY	166.4	168.58	170.88	177.43	191.57	188.78	190.68	194.13	193.75	198.19	198.37	189.53	185.47	183.16	185.97	189.1	191.6	190.02	180.99

9) 소비자물가지수 : 통계청, 2020년 기준으로 100 이상이면 물가 상승, 이하이면 물가 하락
 10) 생산자물가지수 : 통계청, 2015년을 기준으로 100 이상이면 물가 상승, 이하이면 물가 하락
 11) 경제활동인구조사 : 통계청, 만 15세 이상 인구 중 경제활동인구를 대상으로 실업률(%)과 고용률(%)을 조사
 12) 관광수지 : 한국은행
 13) 출입국관광통계 : 한국관광 데이터랩
 14) 환율 : 하나은행, 매매기준율 기준

연구원 소식

2023년 트래블 이노베이션 아이디어 공모전



야놀자와 야놀자리서치는 관광 플랫폼 서비스 아이디어 개발, 플랫폼을 활용한 관광 활성화 전략, 관광사업자의 디지털 전환 전략 등을 주제로 '2023년 트래블 이노베이션 아이디어 공모전'을 개최했다. 신규 서비스·플랫폼 기반 전략을 발굴해 관광 활성화와 국내 관광산업의 글로벌화를 도모하기 위해 마련되었고, 국내·외 대학 및 대학원생 114개 팀 (전체 297명)이 다양한 아이디어를 선보였다.

대상은 여행 계획 공유 장바구니 서비스 및 다양한 고객 참여형 콘텐츠로 호평을 받은 ‘짱구야놀자(강유리, 이정민, 박현서)’가 차지했다. 이외에도 휠체어 이용객을 위한 여행 플랫폼을 제안한 ‘금수강산(이정금, 이수현)’이 최우수상을, 여행지 혼잡도 정보 제공 플랫폼을 제시한 ‘경기멋쟁이(윤지민, 박수지, 김규리, 홍수빈)’와 여행 선물 서비스를 선보인 ‘ITTA(박예림, 최시현, 유강희)’, 그리고 인바운드 관광 활성화를 위한 서비스를 내세운 Team Passport(유성현, 김홍은, 강은수)가 우수상을 수상했다. 장려상을 포함 수상한 10팀에는 총 1,350만 원 상당의 상금이 지급됐다.

yanolja research

발행일 : 2023년 7월 31일 | 발행처 : 아놀자리서치 | 주소 : 서울특별시 강남구 테헤란로114길 38, 동일타워 17층
이메일 : yanoljaresearch@yanolja.com | 홈페이지 : yanolja-research.com

Disclaimer : 본 보고서는 개별 사안에 대한 조연을 제공하거나, 아놀자의 입장이나 사업전략을 반영하지 않으며, 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었습니다. 아놀자리서치의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제하는 것은 금지되며, 동의 없이 본 보고서를 활용하는 과정에서 발생한 손해에 대해서 아놀자리서치는 어떠한 법적 책임도 지지 않습니다.