

YANOLJA RESEARCH INSIGHTS

국내 숙박 트렌드: 공유숙박의 성장과 고부가가치 숙박의 확대, 디지털전환의 가속화



CONTENTS

Issue

국내 숙박 트렌드: 공유숙박의 성장과 고부가가치 숙박의 확대, 디지털전환의 가속화	01
--	----

Appendix

주요 경제지표	08
---------	----

국내 숙박 트렌드: 공유숙박의 성장과 고부가가치 숙박의 확대, 디지털전환의 가속화

홍석원¹ 최규완³최유경² 장수청⁴

숙박 시설, 잠을 자는 공간에서 가치를 담은 공간으로

여행에 있어 숙박 시설이 갖는 의미가 달라졌다. 한때 숙소는 잠을 자거나 여행을 위해 집을 보관하는 공간이었지만, 이제는 이야기가 다르다. 숙박 시설은 여행 경험의 일부가 되며, 때로는 여행의 목적 자체가 되기도 한다. 변화는 환경에서 비롯된다. 숙박을 변화시킨 요소로 어떤 게 있을까?

바야흐로 플랫폼 경제의 전성기다. 통신 기술의 발전과 모바일 기기의 확산은 플랫폼 경제에 활력을 불어넣었고, 다양한 산업에서 플랫폼 경제가 확산되고 있다. 숙박업계도 예외는 아니라, 부킹닷컴, 아고다, 야놀자와 같은 OTA 업체들을 중심으로 호텔, 모텔, 펜션과 같은 전통 숙박 시설들을 예약할 수 있는 플랫폼이 확장되고 있다. 또한, 공유숙박, 감성숙소 등 새로운 형태의 숙박 시장도 플랫폼 경제의 확산과 함께 빠른 속도로 성장하고 있다. 고도화된 디지털 기술의 발전과 도입 역시 숙박을 둘러싼 환경 중 눈에 띄는 요소이다. 사물 인터넷, 클라우드 컴퓨팅, 데이터 분석, 인공지능과 같은 디지털 기술 분야의 발전 속도가 계속해서 빨라지고 있다. 미국 스탠퍼드대 인간중심인공지능연구소가 2023년 발표한 AI index report에서 인공지능 관련 기술에 대한 수요가 임업, 어업, 사냥을 제외한 미국의 거의 모든 산업 부문에서 증가하고 있다고 밝히는 등, 고도화된 디지털 기술의 확산 영역도 넓어지고 있다.

또다른 요인은 소비자들이 숙박 시설로부터 기대하는 가치가 다양해졌다는 것이다. 개인의 취향에 맞춘 소비 트렌드가 여러 산업에 걸쳐 부상하면서, 현대 여행자들은 단순한 숙박 이상의 경험을 원하게 됐다. 단순히 어디를 다녀왔다는 도장찍기식 유람형 관광에서 벗어나 숙소에서 휴식을 취하면서 새로운 문화를 경험하고 지역의 독특한 분위기를 느끼고자 한다. 이는 숙박 시설들의 다양한 상품 개발로 이어지고 있다. 이에 더해, 코로나 엔데믹은 숙박 변화의 폭을 넓히고 있다. 국경 폐쇄와 봉쇄 조치를 동반한 코로나는 팬데믹 동안 관광산업에 전례 없는 피해를 주었다. 하지만, 아이러니하게도 코로나가 엔데믹에 접어들며 억눌렸던 관광 수요가 반등하고 부유층이 증가하며 관광산업이 빠르게 회복하고 있으며 수요의 모습이 이전과는 다른 형태로 나타나고 있다.

관광산업을 둘러싼 환경이 바뀌었고, 여행객들의 요구는 그 어느 때보다 다양해지고 있다. 이에 따라 숙박업계 역시 변하고 있다. 숙박업계에서는 어떤 변화들이 두드러지게 나타나고 있을까? 그리고 이러한 변화를 위기가 아닌 기회로 잡기 위해 업계는 어떠한 전략을 펼쳐야 할까?

1 야놀자리서치 수석연구원/suckwon.hong@yanolja.com

2 야놀자리서치 선임연구원/yukyeong.choi@yanolja.com

3 경희대학교 호텔관광대학 교수, 경희대학교 H&T애널리틱스센터장/kwchoi@khu.ac.kr

4 미국 퍼듀대학교 호텔관광대학 교수, 야놀자리서치 원장/jang12@purdue.edu

공유숙박 서비스, 성장세를 이어간다.

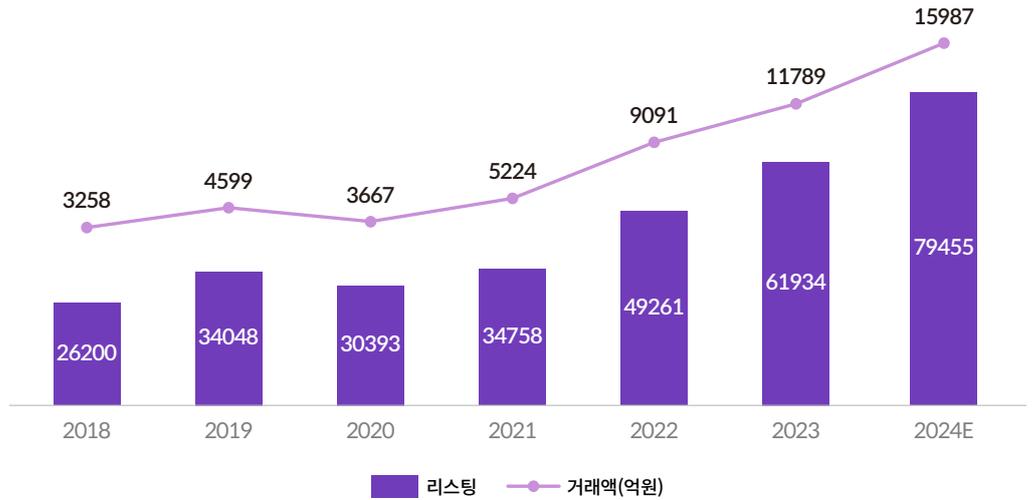
공유숙박 서비스는 유희 주거 공간을 다른 사람에게 유료로 임대해 주는 서비스를 의미하며, 이 분야에서 가장 대표적인 기업은 에어비앤비(Airbnb)이다. 2007년 샌프란시스코에서 두 창업자가 자신들의 집에 에어 매트리스 세 개를 깔고, 첫 게스트를 맞이하면서 시작된 에어비앤비는 전 세계 숙박시장의 큰 변화를 불러일으켰으며, 전 세계 수많은 도시로 확장하여 다양한 숙소를 제공하고 있다.

공유숙박 서비스는 표준화된 서비스를 제공하는 전통적 숙박업체와 비교해 여행자와 유희 공간을 갖고 있는 사람들 모두에게 다양한 혜택을 제공한다. 여행객들은 개별 공간의 주인들의 개성과 지역색이 반영된 독특하고 개성 있는 숙박을 체험할 수 있다. 또한, 공유숙박 숙소는 도심의 비즈니스 지구 또는 관광 중심지에 한정되지 않고 다양한 지역에 걸쳐 있기 때문에 여행객들이 더 넓은 지역을 탐험하고 진정한 지역 생활을 체험할 수 있도록 한다. 많은 공유숙박 숙소들이 주택이나 아파트의 전체를 제공하기 때문에 여행객들이 개인적인 시간을 전유할 수 있다는 것도 공유숙박 서비스의 장점 중 하나이다. 가족 여행과 같이 투숙객이 많은 경우에 다른 숙소보다 상대적으로 적은 비용으로 더 넓은 공간을 사용할 수 있으며 취사 시설을 갖춘 숙소가 많아 식사를 직접 준비할 수 있어 식비를 절약할 수 있는 장점도 있다. 유희 공간을 갖고 있는 사람들의 입장에서는 사용하지 않는 공간이나 활용처를 정하지 못한 공간을 임대하여 부수적인 수입을 얻을 수 있다는 점에서 공유숙박 서비스는 매력적으로 다가온다. 이는 특히 경제적으로 어려운 시기나 부동산 유지비용이 부담스러운 경우에 유용하다. 게다가, 숙박업소 공급자로서의 경험은 새로운 사람들을 만나고 문화적 교류를 할 수 있는 기회를 제공하기도 한다.

여행객 각자의 선호와 가치에 따른 소규모, 맞춤형 여행 수요가 증가하고 있다. 이러한 변화는 국내 공유숙박 시장의 성장에도 영향을 미쳤다. 소규모 맞춤형 여행은 개인화된 경험을 중시하는데, 공유숙박은 다양한 스타일과 분위기를 제공해 여행객들이 자신만의 독특한 경험을 할 수 있도록 돕기 때문이다. 또한, 현지인의 집에서 머물면서 지역 문화를 더 깊이 체험할 수 있기 때문에 맞춤형 여행을 선호하는 사람들에게 큰 가치를 지닌다. 이러한 요소들이 결합되어 국내 공유숙박 시장의 성장이 촉진되고 있으며, 대표 기업인 에어비앤비의 확산에서 이를 확인할 수 있다. 단기임대 및 숙박 분석 통계 업체인 에어디앤에이(AirDNA)의 데이터를 자체 분석한 결과, 국내 에어비앤비 리스팅 수가 런칭 2년 만인 2015년 월평균 4,000개를 돌파한데 이어 2023년에는 월평균 61,934개에 달했다. 국내 에어비앤비의 연 거래액 또한 코로나 팬데믹으로 큰 타격을 입은 2020년을 제외하고 급속히 성장해, 2022년 9000억원에 이어 2023년에는 1조원을 넘어섰다. 이러한 성장은 계속될 것으로 보여, 2024년에는 국내 에어비앤비의 월평균 리스팅 수가 79,455개, 거래액은 1조 5천억원을 넘을 것으로 전망된다.¹

1 2018년~2023년 사이 국내 에어비앤비 숙소의 월평균 리스팅 수와 거래액에 Seasonal autoregressive integrated moving average 기법을 적용하여 예측함.

국내 에어비앤비 월평균 리스팅 수와 거래액 추이



출처: AirDNA 데이터 자체 분석 결과

가치를 더하는 숙박 시설: 고부가가치 숙박의 성장

코로나19 바이러스는 팬데믹 동안 관광 시장을 침체시켰으나, 엔데믹으로 전환되며 역설적으로 관광 지출액을 높이고 있다. 팬데믹 동안의 여행 제한이 있었기 때문에 여행에 대한 억눌린 수요가 발생했고, 제한이 완화되자 이에 대한 보상 심리로 여행에 지불하는 금액이 증가했다. 또한, 팬데믹은 부의 양극화를 심화시켜 이 기간 동안 부유층 인구와 그들의 재산이 크게 증가해, 여행에 큰 돈을 소비할 수 있는 인구와 여유자금이 그 어느 때보다 풍족해졌다. KB금융그룹의 2022 한국 부자 보고서에 따르면, 한국 부자는 2019년 35.4만명에서 2021년 42.4만명으로 증가했고, 이들이 보유하고 있는 금융자산도 2019년 2,154조원에서 2021년 2,883조원으로 급증했다. 팬데믹에 대한 회복 여행 심리와 부유층의 증가는 프리미엄 여행과 다채로운 경험 소비에 대한 의향을 높였고, 숙박 업계는 이에 대응하여 다양한 고부가가치 상품을 개발하고 판매를 확대하고 있다. 국내에서 판매되고 있는 고부가가치 숙박상품을 조사한 결과, 감성숙소, 웰니스 관광, 반려동물 숙소의 성장세가 눈에 띄게 나타났다.

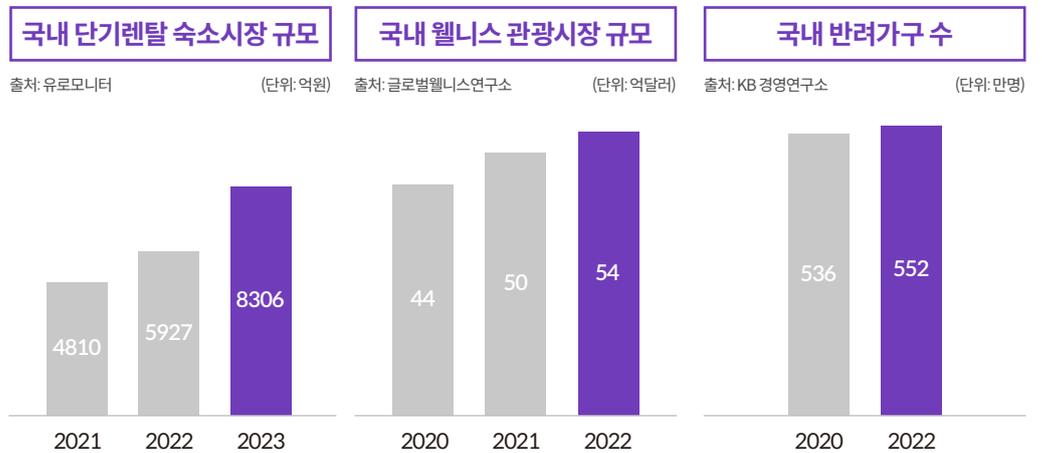
감성숙소는 다른 일행과 마주칠 일 없이 독립성을 보장 받을 수 있는 독창적인 숙소를 의미한다. 바다, 숲, 시골 등 다양한 조망이 있는 곳에 위치한 감성숙소들은 자연과의 조화를 이루며, 개성이 담긴 인테리어와 세심한 서비스로 여행자들에게 특별한 경험을 제공한다. 특급호텔과 비슷하거나 더 비싼 숙박비에도 불구하고, 감성숙소들은 숙박이 곧 여행의 목적인 고객들을 중심으로 큰 인기를 끌고 있다. 이러한 트렌드에 대응하기 위해 OTA 업계도 국내 곳곳에 숨어있는 감성숙소를 발굴하는데 집중하고 있다. 독창적인 소규모 숙소를 중개하는 플랫폼 업체인 스테이폴리오는 증가하는 감성숙소의 인기에 힘입어, 2021년 34억이었던 매출액이 2022년 46억원까지 성장했다.

코로나 팬데믹을 겪으며 사람들이 건강에 대한 큰 관심을 갖기 시작하면서 웰니스 산업, 특히 웰니스 관광 시장이 성장하고 있다. 글로벌웰니스연구소(Global Wellness Institute)가 2023년에 발표한 자료에 따르면, 글로벌 웰니스 관광 시장은 2020년부터 2022년까지 연평균 성장률 36.2%를 기록했으며, 2022년에는 그 규모가 6,507억 달러에 달했다. 국내 숙박업계 역시 증가하는 웰니스 관광에 대한 관심에 대응하기 위해

다양한 상품을 판매하고 있으며 이에 따라 시장이 확대되고 있다. 한국관광공사가 추천한 웰니스 관광지를 방문하는 여행객의 수는 계속해서 증가하여, 2020년에는 약 360만 명이었던 방문자 수가 2023년에는 2200만명을 넘어섰다. 또한, 국내 웰니스 관광 시장은 2020년 44억 달러에서 2022년 54억 달러까지 그 규모가 꾸준히 성장했으며, 2022년에는 전체 국가 중 17위를 기록했다. 이는 아시아에서 일본, 중국, 인도, 태국에 이은 다섯 번째였다.

2022년 말 기준, 반려동물과 같이 사는 가구는 552만 가구, 반려인의 수는 1,262만 명으로 추정된다(KB 경영연구소). 네 가구 중 한 집 꼴로 반려동물을 기르는 수준이다. 이에 따라 펫푸드, 펫헬스케어 등 반려동물과 관련된 시장 규모가 꾸준히 커지고 있는데, 한국농촌경제연구원에 따르면 반려동물 관련 시장 규모는 2022년 기준 8조원대로 매년 10% 이상 성장하는 것으로 추정됐다. 숙박업도 예외는 아니다. 한국관광공사가 발표한 2022년 반려동물 동반여행 실태조사에 따르면 최근 1년내 반려동물과 여행한 경험이 있는 반려인은 65.7%로 나타났다. 이처럼 반려동물과 함께 여행을 떠나는 반려인들이 증가함에 따라 반려동물 동반이 가능한 숙소가 증가하고 있을 뿐더러, 일부 숙박업체는 펫캉스 상품을 내세우기도 한다. 대표적으로 켄싱턴리조트는 펫캉스를 즐기는 고객들을 위해 반려동물 전용 침대, 펫 전용 유모차 등 다양한 제품들을 제공하고 있으며, 객실 앞에는 스위스 마을을 연상시키는 디자인의 펫 파크가 마련되어 있다. 롯데리조트제주 아트빌라스는 반려견과 프라이빗한 휴가를 보낼 수 있는 놀명쉬멍 패키지를 내놓았으며, 럭셔리 펫 하우스, 펫 웰컴 기프트, 프리미엄 펫 서비스 등을 제공한다.

국내 고부가가치 숙박 트렌드



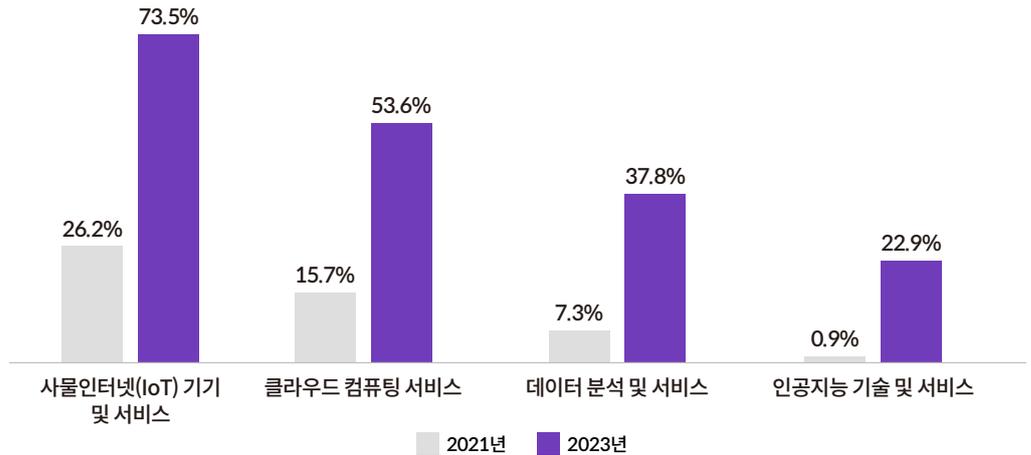
빠른 속도로 디지털 전환을 받아들이는 숙박업계

예약을 위해 숙소를 직접 방문하거나 전화를 거는 것은 이제 과거의 일이 되었다. 여행객들은 디지털 채널을 사용해 숙박을 예약한다. 문화체육관광부에서 매년 실시하는 관광산업조사에 따르면 온라인 거래를 실시하는 관광숙박업 사업체의 비율은 계속해서 증가하고 있다. 2018년에는 2,110개 사업체 중 1,710개(81.0%)가 온라인 거래를 제공했는데, 2022년에는 2,155개 사업체의 97.1%인 2,092개가 온라인 거래를 실시했다. 여행객들도 온라인으로 숙박을 예약하는 것을 점점 선호하고 있다. 데이터 수집 전문기관인 스타티스타(Statista)에 따르면 2022년 한국 호텔 예약의 약 82%가 온라인을 통해 이루어졌으며, 2027년까지 전체 예약의 최대 90%에 이를 것으로 전망된다.

디지털 전환은 숙박 예약의 통로를 오프라인에서 온라인으로 재편하는 것에 그치지 않고, 다양한 혁신을 이끌며 숙박 문화를 바꾸고 있다. 우선, 앞서 언급했듯이 대부분의 숙박업체가 온라인 거래를 제공하기 때문에 인터넷이 있는 환경이라면 여행객은 언제 어디서나 숙소를 즉시 예약할 수 있으며, 다양한 숙소를 한눈에 비교하고 선택할 수 있다. 또한, 신라호텔, 파르나스호텔과 같은 주요 호텔 체인들을 중심으로 모바일 체크인 옵션과 키오스크 도입율이 높아지며 프론트 데스크에 길게 줄을 서는 일도 사라지고 있다. 투숙객은 모바일 체크인이나 키오스크를 통해 보다 간편하고 효율적으로 체크인/아웃을 하고 있으며, 최근 인력난을 겪고 있는 숙박업체 역시 인간비 절감 효과를 보고 있다. 객실 역시 사물인터넷(IoT) 기술이 적용되며 똑똑해지고 있다. IoT 기술을 통해 조명, 난방, 커튼 등의 객실 시설을 스마트폰이나 태블릿으로 제어할 수 있게 되어 투숙객의 편의성이 대폭 향상되었다. 데이터 분석과 인공지능 기술을 활용하는 사례 역시 증가하고 있다. 노보텔 앰버서더 동대문은 2022년 말 국내 호텔 최초로 AI 컨시어지 서비스를 운영하고 있으며, 객실에서 요청한 용품을 인공지능이 탑재된 로봇이 배달해주는 딜리버리 로봇 서비스를 도입하는 숙박업소도 증가하는 추세이다.

국내 숙박업에 종사 중인 기업체들이 디지털 전환을 받아들이는 속도가 점점 빨라지고 있다. 과학기술정보통신부에서 매년 실시하는 정보화통계조사 결과를 살펴보면, 디지털 전환의 핵심 기술인 사물인터넷, 클라우드 컴퓨팅, 데이터 분석, 인공지능을 사용하는 업체가 대폭 상승한 것을 알 수 있다. 사물인터넷 기기나 서비스를 사용하는 기업체의 비율은 2021년 26.2%에서 2023년 73.5%로 두드러지게 증가했으며, 클라우드 컴퓨팅 서비스를 사용하는 기업체의 비율 역시 과반을 넘어섰다. 2021년까지는 데이터 분석과 인공지능 기술을 활용하는 업체의 비율이 10%에도 미치지 못했지만, 2023년에는 각각 37.8%, 22.9%까지 증가했다. 게다가 숙박 및 음식점업에 종사하는 기업체 중 대부분이 50명 미만의 영세한 규모로 디지털 기술 도입이 어려운 상황을 고려할 때, 이러한 수치 변화는 숙박업계의 디지털 전환이 일시적인 유행이 아닌 피할 수 없는 현상임을 보여준다.

숙박 및 음식점업에 종사 중인 기업의 디지털 기술 이용률 추이



출처: 과학기술정보통신부

양손잡이 전략을 통해 숙박 경험을 혁신하고 운영 효율성을 증대할 때

숙박업이 빠르게 바뀌고 있다. 숙소는 이제 단순히 잠을 자고 짐을 보관하는 곳에 그치지 않고, 여행의 목적이 되고 있으며 관광 수요를 유발하는 주요 요소가 되었다. 이를 대변하듯, 개성 넘치는 숙소를 제공하는 공유숙박 시장은 호황을 맞이하고 있으며, 다양한 가치를 더한 숙박 상품이 시장에 소개되고 있다. 숙박과 관련이 적어 보였던 디지털 기술은 숙박의 문화를 빠르게 변화시키고 있다. 변화는 위기와 기회를 동시에 가져온다. 호텔, 모텔과 같은 전통 숙박업계는 현재 맞이하고 있는 변화를 기회로 만들기 위해 새로운 경험을 개발하여 다양한 경험을 고객들에게 제공하면서도 기존의 강점을 유지하여 수익성을 높이는 양손잡이 전략이 필요하다.

숙박이 여행의 목적이 되어가는 지금, 숙소를 찾는 고객의 만족도를 높이는 것이 그 어느 때보다 중요해지고 있다. 숙소를 찾는 고객들의 만족도를 높이고 더 많은 고객을 유치하기 위해서 숙박업계는 독특한 경험을 제공하는 상품을 개발하는 방향으로 전략을 수립해야 한다. 그리고 한정된 시간과 자원을 고려했을 때, 성공적으로 고객을 유치할 수 있는 영역을 정하고 선택과 집중을 하는 것이 중요하다. 이런 과정에서 고객에 대한 데이터를 축적하고 이에 기반한 의사결정을 내리는 것은 상품 개발에 도움이 될 것이다. 고객의 국적, 나이, 방문 목적, 체류 기간 등의 정보를 체계적으로 수집하고 분석하여 투숙객의 선호도와 행동 패턴을 파악하면 방문객을 증가시킬 수 있는 상품을 개발할 수 있다. 예를 들어, 특정 고객 그룹이 선호하는 서비스나 편의시설, 이용 빈도 등을 분석하여 이를 반영한 상품을 개발하고 프로모션을 기획할 수 있다. 또한, 고객 피드백을 적극적으로 반영하여 서비스 품질을 지속적으로 개선하고, 긍정적인 경험을 제공함으로써 재방문율을 높이고 고객군을 확대하는 효과를 얻을 수 있다. 이와 같은 데이터 기반의 접근 방식은 효율적인 자원 배분을 가능하게 하며, 한정된 시간과 자원 내에서 최대의 성과를 달성할 수 있게 해준다.

숙소를 찾는 여행객을 늘리는 것도 중요하지만, 비용 절감과 수익 관리에 중점을 두어 운영 효율성과 수익성을 높이는 전략도 병행해야 한다. 우선, 키오스크나 객실관리솔루션을 도입하여 예약과 체크인/체크아웃 과정을 자동화함으로써 인건비를 절감할 수 있다. 이는 고객의 편의성을 높이는 동시에 운영 효율성을 극대화하는데 도움이 된다. 고객은

빠르고 간편하게 체크인과 체크아웃을 할 수 있으며, 직원은 자동화를 통해 생긴 시간을 다른 업무에 활용할 수 있게 된다. 또한, 에너지 효율적인 설비를 설치하거나 객실 내 온도, 습도 관리나 어메니티 재고 관리를 최적화할 수 있는 객실관리솔루션을 도입하여 비용을 낮추고 이윤을 높이는 방법도 고려할 수 있다. 예를 들어, 스마트 온도 조절 시스템을 통해 에너지 사용량을 줄이고, 자동화된 재고 관리 시스템을 통해 불필요한 낭비를 줄일 수 있다. 이러한 솔루션은 숙박 시설의 비용을 절감할 뿐만 아니라, 환경 친화적인 운영을 통해 고객에게 긍정적인 이미지를 심어줄 수 있다. 수익 관리 측면에서는 수익관리시스템을 활용하여 예약 패턴, 고객 선호도, 시장 상황 등을 분석하고 가격을 실시간으로 조정함으로써 수익을 높일 수 있다. 이러한 시스템은 시즌별, 이벤트별로 가격을 최적화하여 객실 점유율을 최대화하고, 수익을 극대화하는 데 도움이 된다. 예를 들어, 특정 시즌에 수요가 높아지는 시기에 가격을 인상하거나, 비수기에는 할인 프로모션을 통해 객실 점유율을 높게 유지할 수 있다. 또한, 고객의 예약 데이터를 분석하여 맞춤형 패키지 상품이나 특별 프로모션을 기획함으로써 추가적인 수익 창출의 기회를 모색할 수 있다. 고객의 선호도와 행동 패턴을 분석하여 특정 고객 그룹에 맞춘 프로모션을 기획하면, 고객 만족도를 높이고 재방문율을 향상시킬 수 있다.

*본 내용 인용시 “홍석원, 최유경, 최규완, 장수청(2024), 국내 숙박 트렌드: 공유숙박의 성장과 고부가가치 숙박의 확대, 디지털전환의 가속화, Yanolja Research Insights, Vol. 15.”로 표기

Appendix

주요 경제지표

주요지표	통계명	세부항목	2018	2019	2020	2021	2022	23.03	23.04	23.05	23.06	23.07	23.08	23.09	23.10	23.11	23.12	24.01	24.02	24.03	24.04		
경제일반	경제성장률 ¹	실질GDP성장률(%)	2.9	2.2	-0.7	4.3	2.6	-	0.6(Q2)	-	-	0.6(Q3)	-	-	0.6(Q4)	-	-	1.3(Q1)	-	-	-		
		민간소비증감률(%)	3.2	2.1	-4.8	3.6	4.1	-	-0.1(Q2)	-	-	-	0.3(Q3)	-	-	0.2(Q4)	-	-	0.8(Q1)	-	-	-	
	경기종합지수 ²	선행지수	94.3*	96.0*	100.0*	106.3*	108.7*	109.3	109.4	109.8	110.5	111.1	111.4	111.8	112.4	113.0	113.4	113.7	114.2	114.3	-		
		동행지수	98.3*	99.7*	100.0*	103.7*	108.2*	109.6	110.1	110.4	110.5	110.3	110.4	110.5	110.9	111.0	111.1	111.5	112.0	111.9	-		
후행지수		95.1*	97.9*	100.0*	103.6*	109.3*	112.8	113.0	113.2	113.4	113.4	113.4	113.6	114.0	114.2	114.4	114.4	114.6	114.8	-			
경기동향	기업경기실사지수 ³	종합	94.1*	90.8*	81.5*	101.4*	94.0*	93.5	93.0	93.8	90.9	95.5	93.5	96.9	90.6	90.1	94.0	91.1	100.5	95.2	92.9	93.5	98.6
		비제조업	96.9*	93.6*	84.2*	100.6*	96.1*	95.7	90.5	93.3	90.9	101.6	95.2	95.1	93.3	91.1	100.5	95.2	92.9	93.5	98.9		
		여가/숙박 및 외식	-	-	-	99.5*	89.7*	88.9	120.0	107.1	100.0	128.6	123.1	100.0	76.9	100.0	128.6	107.1	114.3	100.0	121.4		
	업종별기업경기실사지수 ⁴	전산업	78*	73*	65*	84*	82*	71	73	74	76	75	73	73	69	69	68	69	72	71			
		숙박업	78*	70*	30*	48*	85*	68	69	94	85	88	96	76	78	81	78	75	53	60	72		
	중소기업경기전망조사 ⁵	전산업	87.8*	83.6*	70.7*	77.8*	82.7*	83.1	80.7	83.8	81.1	79.1	79.7	83.7	82.7	80.7	78.8	77.5	75.4	81.8	81.0		
		숙박 및 음식점업	87.7*	82.0*	60.7*	57.8*	80.9*	85.7	95.3	95.5	96.6	88.6	89.3	87.0	92.2	90.5	86.9	86.1	86.3	85.4	85.9		
	소비자동향조사 ⁶	소비자심리지수	104*	99*	88*	103*	96*	92	95	98	101	103	103	100	98	97	100	102	102	101	101		
		소비지출전망	108*	108*	97*	108*	111*	110	110	111	113	113	113	112	113	111	111	111	111	111	110		
		여행비 지출전망	94*	90*	71*	86*	93*	94	97	99	101	101	101	99	97	95	93	95	96	95	97		
		교양/오락/문화생활비 지출전망	91*	91*	80*	89*	92*	92	93	94	96	95	95	94	93	91	92	94	93	93	94		
		외식비 지출전망	93*	91*	83*	92*	94*	91	94	96	97	97	99	96	94	92	95	96	95	95	96		
	산업별서비스업생산지수 ⁷	총 지수	100.6	102.0	100.0	105.0	112.3	117.6	113.4	114.7	118.5	114.7	114.6	116.1	115.2	116.9	130.9	114.0	109.5	118.8	-		
숙박업		150.2	149.7	100.0	111.3	139.0	127.4	141.0	151.4	149.6	151.4	151.1	146.2	156.8	144.4	147.8	126.8	125.2	129.1	-			
음식점 및 주점업		120.7	119.4	100.0	100.7	116.6	119.3	117.7	120.9	116.2	119.5	119.5	114.7	116.6	112.3	124.4	112.8	105.9	114	-			
물가	소비자물가지수 ⁸	총 지수	99.09	99.47	100.00	102.50	107.72	110.52	110.77	111.13	111.16	111.29	112.28	131.17	116.12	120.47	115.22	125.47	111.90	112.71	114.12	118.11	
		호텔숙박료	108.91	106.51	100.00	99.82	108.71	107.73	113.59	116.16	114.71	122.48	131.17	116.12	120.47	115.22	125.47	111.90	112.71	114.12	118.11		
		여관숙박료	101.28	101.43	100.00	98.39	101.64	104.88	105.91	105.64	105.88	106.87	107.65	106.58	107.54	107.22	107.17	107.24	107.16	106.81	107.72		
		콘도이용료	101.21	102.29	100.00	99.86	102.43	97.51	98.64	104	104.52	120.55	144.08	109.24	106.72	99.16	123.53	119.09	109.93	105.43	105.37		
		휴양시설이용료	81.99	84.36	100.00	102.65	108.58	106.14	107.78	109.95	110.02	128.36	134.76	111.77	109.55	106.00	111.36	106.12	110.85	108.41	106.77		
	생산자물가지수 ⁹	총 지수	100.43	100.46	100.00	106.38	115.29	117.05	116.96	116.53	116.27	116.53	117.5	118.03	117.86	117.41	117.56	118.19	118.55	118.82	119.12		
		숙박서비스	105.06	104.15	100.00	99.55	105.65	106.10	109.78	111.73	110.89	117.19	124.78	112.57	115.14	111.28	119.66	111.77	111.01	111.07	113.52		
		호텔	108.79	106.52	100.00	100.00	108.89	108.45	114.41	117.03	115.30	123.25	132.26	117.15	121.71	116.37	126.71	113.00	113.82	115.24	119.27		
		여관	101.27	101.43	100.00	98.49	101.82	105.16	106.08	105.75	106.02	106.96	107.61	106.64	107.57	107.27	107.22	107.30	107.21	106.86	107.77		
		휴양콘도	101.34	102.30	100.00	100.34	103.24	99.67	100.79	106.40	106.61	121.36	143.50	110.75	108.62	100.99	125.81	121.29	111.96	107.38	107.32		
노동과 임금	경제활동인구조사 ¹⁰	실업률(%)	3.8	3.8	4.0	3.7	2.9	2.9	2.8	2.7	2.7	2.7	2.0	2.3	2.1	2.3	3.3	3.7	3.2	3	3		
		고용률(%)	60.7	60.9	60.1	60.5	62.1	62.2	62.7	63.5	63.2	63.1	63.2	63.3	63.1	61.7	61.0	61.6	62.4	62.4	63.0		
관광	관광수지 ¹¹	관광수지 전체(백만달러)	-13,066	-8,516	-3,175	-4,329	-5,715	-581	-286	-597	-1,098	-1,179	-772	-750	-434	-1,077	-1,067	-1,169	-1,206	-906	-		
		관광수입 전체(백만달러)	18,462	20,745	10,181	10,623	12,241	1,246	1,422	1,438	1,183	1,125	1,362	1,309	1,663	1,302	1,224	1,226	999	1,235	-		
		관광지출 전체(백만달러)	31,528	29,261	13,356	14,951	17,956	1,827	1,708	2,035	2,281	2,304	2,134	2,059	2,097	2,380	2,291	2,395	2,206	2,141	-		
	출입국관광통계 ¹²	국민 해외관광객(천명)	28,696	28,714	4,276	1,223	6,554	1,472	1,497	1,683	1,772	2,154	2,093	2,017	2,043	2,062	2,416	2,771	2,512	2,141	-		
방한 외래관광객(천명)		15,347	17,503	2,519	967	3,198	801	889	867	961	1,032	1,089	1,098	1,230	1,115	1,037	881	1,030	1,492	-			
환율	환율 ¹³	미국 USD	1,100.30	1,165.65	1,180.05	1,144.42	1,291.95	1,305.73	1,320.01	1,328.21	1,296.71	1,286.30	1,318.47	1,329.47	1,350.69	1,310.39	1,303.98	1,323.57	1,331.74	1,330.70	1,367.83		
		유로 EUR	1,298.63	1,304.81	1,345.99	1,352.79	1,357.38	1,398.50	1,446.41	1,444.20	1,405.98	1,421.87	1,439.04	1,422.61	1,427.31	1,415.59	1,422.28	1,444.12	1,437.52	1,447.27	1,466.77		
		일본 JPY	996.27	1,069.75	1,105.07	1,041.45	983.44	977.31	990.52	969.37	918.39	911.74	911.4	911.4	901.65	903.72	874.28	904.83	906.71	891.08	889.12	889.97	
		중국 CNY	166.40	168.58	170.88	177.43	191.57	189.10	191.60	190.02	180.99	178.60	181.78	182.11	184.62	180.86	182.29	184.41	184.82	184.48	188.52		

*본 지수는 통계지를 제공하는 기관에서 제공하는 평균값이 아닌 아날라리서치에서 월 또는 분기의 개별지수를 자체적으로 계산한 평균값으로 해석상의 유의를 포함

1) 경제성장률: 한국은행, 전기 대비 성장률(%)
 2) 경기종합지수: 통계청, 2020년 기준으로 100을 상회하면 추세이상의 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 기업의 수가 부정적 시각의 기업의 수보다 많다는 의미
 5) 중소기업경기전망조사: 중소벤처기업부, 100 이상(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 심리지표로서 0에서 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) 소비자물가지수: 통계청, 2020년 기준으로 100 이상이면 물가 상승, 이하이면 물가 하락
 9) 생산자물가지수: 통계청, 2020년을 기준으로 100 이상이면 물가 상승, 이하이면 물가 하락
 10) 경제활동인구조사: 통계청, 만 15세 이상 인구 중 경제활동인구를 대상으로 실업률(%)과 고용률(%)을 조사
 11) 관광수지: 한국은행
 12) 출입국관광통계: 한국관광 데이터랩
 13) 환율: 하나은행, 매매기준을 기준

yanolja research

발행일 : 2024년 5월 28일 | 발행처 : 야놀자리서치 | 주소 : 서울특별시 강남구 테헤란로 108길 42, MDM타워 4층
이메일 : yanolja@yanolja.com | 홈페이지 : yanolja-research.com

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