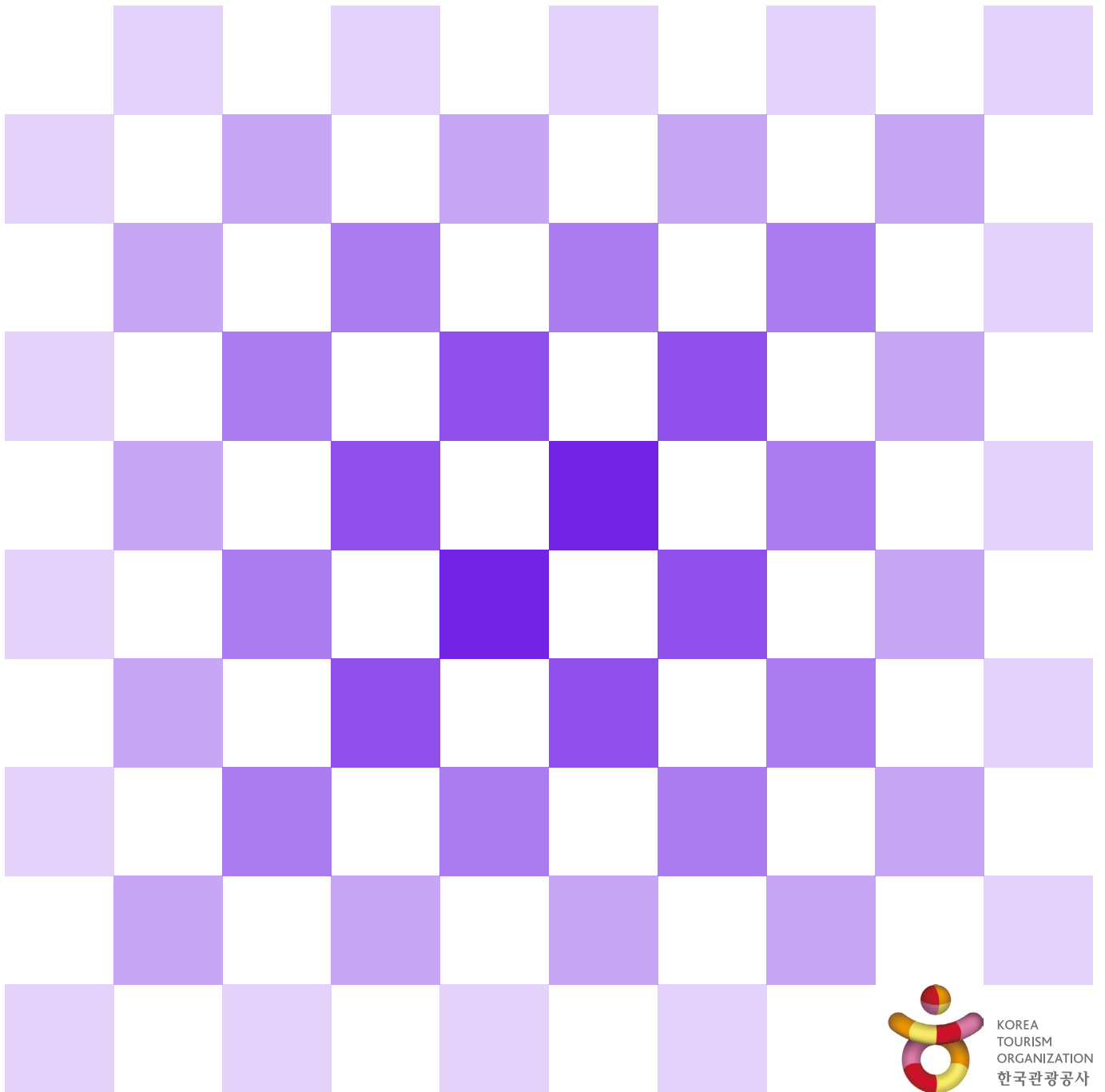


글로벌 관광 트렌드

다이제스트

vol. 10 — 2024 글로벌 관광 트렌드



KOREA
TOURISM
ORGANIZATION
한국관광공사

1. 들어가며

세계관광기구(UNWTO)에 따르면, 2023년 1월부터 9월 사이에 해외여행을 한 관광객은 약 10억 명으로 2022년 같은 기간에 비해 38% 증가하였다. 또한 올해 말까지 코로나바이러스감염증-19(이하 코로나19) 팬데믹 이전 수준의 90%로 회복할 것으로 예상된다¹⁾. 세계보건기구(WTO)의 코로나19 엔데믹 선언으로 관광 산업 정상화를 이루었던 2023년에 이어 2024년에도 전 세계 여행 시장이 크게 성장하는 해가 될 것으로 예상되며 관광 전문 매체들은 앞다퉀 2024년 관광산업에 대한 기대를 내비치는 전망을 발표하고 있다.

글로벌 주요 관광 플랫폼 및 매체들이 예측 분석한 내년도 관광 트렌드를 간략히 살펴보면, 부킹닷컴은 과거 몇 년 동안 여행이 삶에서 벗어나기 위한 수단이었지만 2024년에는 여행이 곧 삶(travel is life)이라는 생각이 확산할 것으로 예측하면서 여행이 자아를 찾고 삶의 성장과 균형을 이루는 도구가 될 수 있다고 제안하였다²⁾. 포브스는 코로나19 팬데믹 이후 건강에 대해 많은 사람들의 태도가 바뀌면서 웰빙 여행이 중요한 트렌드가 될 것이며 신체적 웰빙뿐만 아니라, 정신과 정서의 성장을 포괄하는 웰빙 경험을 체험하고자하는 여행자가 늘어날 것으로 예측하였다³⁾. 이와 같은 맥락으로 스카이스캐너는 어느 때보다 문화를 탐험하는 여행 경향이 강해질 것으로 전망하였고⁴⁾, 힐튼 호텔 그룹은 전 세계 여행자의 64%가 2024년에 다른 영역의 지출을 줄여 여행의 특별한 경험에 소비하겠다고 답했다고 밝히며, 문화 탐험 여행에 힘을 실었다⁵⁾.

이에, 본 보고서에서는 2024년 관광 트렌드 중에서

‘미식 여행’, ‘블레저’, ‘미지의 모험 여행’, ‘공연 여행’, ‘엔터테인먼트 여행’, 여기에 2024년 파리 올림픽 등 대규모 관광객 이동이 예상되는 ‘스포츠 관광’을 추가하여 6가지의 글로벌 관광 트렌드를 소개하고자 한다.

- 1) <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-end-2023-close-to-90-of-pre-pandemic-levels>
- 2) https://www.booking.com/c/trends/travelpredictions2024.en-gb.html?aid=356980&label=gog235jc-1DEhd0cmF2ZWwtCHJlZGljdGlbnMtMjAyNCiCAjjoB0gzWANofYgBAZgBCbgBB8gBDNgBA-gBAYgCAagCA7gCylOMrAbAAgHSAiRhNmM5N2Y2Yy1mYWZLTQ3YzgtOGY5Ny0zMDdkNGFhMmJiZWpYAgTgAgE&sid=765bd731987b8c841d2e583d88ec7e86&keep_landing=1&
- 3) <https://www.forbes.com/sites/angelinavillaclarke/2023/12/20/travel-trends-2024-report-part-5-wellness-wealth/?sh=1699d25055f9>
- 4) <https://www.skyscanner.com/tips-and-inspiration/travel-trends>
- 5) <https://stories.hilton.com/2024trends>

2. 글로벌 사례

2-1 미식 여행

2024년 미식 여행(다양한 음식과 문화를 경험하는 여행)의 첫 번째 키워드는 웰니스이다. 힐튼 호텔은 더욱 안전한 식수를 공급하기 위해 아쿠아 타워(Aqua Tower) 정수 시스템을 갖춘 플래닛 워터 파운데이션(Planet Water Foundation)과 파트너십을 맺었다. 웰니스 관광에서 음식과 음료를 통해 활력을 회복하는 것이 중요한 이슈로 강조되면서, 호텔의 미니바와 다이닝 메뉴 등에서 건강에 초점을 맞춘 메뉴들이 선보이고 있는 추세이다. 한편, 식음료의 성분에 민감한 소비자가 증가하면서 미국 보스턴의 엔보이 호텔(Envoy Hotel)은 스트레스를 완화하는 아답토젠(Adaptogen), 인지 기능에 도움을 주는 누트로픽(Nootropics), 수면의 질을 개선한다는 아쉬와간다(Ashwagandha) 등을 첨가한 식음료를 제공하고 있다. 과거 웰니스가 기능성 칵테일과 스파 등의 일부 시설에만 적용이 되었다면, 앞으로는 식사와 음료를 포함한 여행 경험 전반에 적용될 전망이다⁶⁾.

두 번째 키워드는 색다른 경험이다. 부킹닷컴의 2024년도 여행 전망 보고서에 따르면, 5명 중 4명이 여행지의 토착 요리와 현지 음식을 맛보면서 미식 여행을 즐기고 싶다고 답하였다. 또한, 이중 절반(51%)은 가상현실(VR) 또는 증강현실(AR)을 이용한 ‘피지탈(Phygital, Physical + Digital, 실제경험(물리적 세계)과 디지털 경험(디지털 세계)의 통합을 의미하는 용어)’ 몰입형 음식 경험과 같은 이색 미식 여행을 떠나고 싶다고 밝혔다. 대표적인 사례는 스페인 이비자(Ibiza, 스페인에 있

는 유명 관광지)의 SubliMotion 레스토랑⁷⁾이다. SubliMotion은 식사공간의 360도 전면에 스크린을 설치하고 영상을 송출하여 마치 가상공간에 온 분위기를 연출한다. 여행자들은 스카이다이빙을 하기도 하고, 우주선을 타거나, 서커스를 보는 등 인터랙티브한 15코스의 식사를 즐길 수 있다. 2023년에는 6개월 한정으로 SubliMotion 두바이 매장이 운영되기도 하였다⁸⁾.

세 번째는 셰프와 함께 떠나는 여행이다. 매거진을 발간하는 굿하우스키퍼(The Good Housekeeping)은 앉아서 하는 식사 이상의 경험을 강조하면서, 2024년에 진행할 요리 테마 여행을 계획하고 있다고 밝혔다. 이탈리아 베네토 지역을 7박 8일 동안 유명 셰프와 함께 탐방하는 여행으로, 지역의 유명 관광지를 방문하고, 고급 크루즈선인 SS La Venezia에서 지역의 와인과 요리를 매일 맛보게 한다. 영국의 요리 프로그램 진행자인 제임스 마틴(James Martin) 셰프가 여행 중 1일간 여행에 동행하며 여행자들과 강연, Q&A, 북 콘서트 및 사인회, 저녁 식사를 선보인다.

인도 프로그램에서는 15일 동안 크루즈를 이용하여 갠지스강을 따라 유명 관광지를 방문한다. 이 여행에는 미슐랭 스타 2개를 획득한 셰프인 아툴 코하르(Atul Kochhar)의 강연과 Q&A가 진행된다. 특별한 점은 셰프와 함께 지역 시장을 방문하고 구입한 재료로 요리를 선보인다는 점이다. 이와 유사한 프랑스 보르도 지방으로 떠나는 프로그램에서는 크루즈를 타고 와인과 음식을 즐길 수 있다. 참여자들에게는 미슐랭 스타 2개 레스토랑의 셰프인 모니카 갈레티(Monica Galetti)와 함께 지역 시장을 방

문해 재료를 고르고, 셰프의 요리 시연에 참여할 수 있는 기회가 주어진다⁹⁾.



[그림 1] SubliMotion
출처 : <https://www.sublimotionibiza.com>

- 6) <https://www.foodandwine.com/the-biggest-food-travel-trends-2024-8410884>
- 7) 분자요리법을 활용하는 셰프 파코 론세로(Paco Roncero)가 2014년 스페인 이비자주 하드록 호텔에서 운영하는 레스토랑이자 세계적으로도 고가 레스토랑으로 손꼽힌다. 한편, 분자요리법은 헝가리 물리학자인 Nicolas Kurti와 프랑스 INRA의 Herve This가 1988년에 창안한 과학적 관점으로 음식을 만드는 방법을 말한다.
- 8) https://www.booking.com/c/trends/travelpredictions2024.ko.html?aid=356980&label=gog235jc-1DEhd0cmF2ZWwtcHJlZGljdGlbnMtMjAyNCiCAjjoB0gzWANofYgBAZgBF7gBF8gBDNgBAGBAYgCAagCA7gCgq7aqwbAAgHSAiRiZDlImMTA1MS04MTM5LTQzMGEtODQyOS0zODYwZTE4NmViZWtYAgTgAgE&sid=2d03163b17ef78d0df2af2193bc2e061&keep_landing=1&
- 9) <https://www.goodhousekeepingholidays.com/tours/venice-james-martin>

2-2 블레저(bleisure) 여행

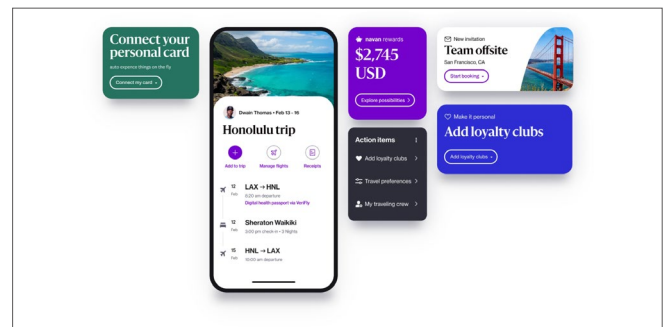
비즈니스와 레저의 합성어인 블레저(Bleisure) 여행은 출장(Business Trip)과 휴가(Leisure Trip)를 결합한 여행으로, 휴가지로 업무지를 이동하는 워크케이션과는 구별된다. 힐튼 호텔 그룹의 2024년 전망 리포트에 따르면, 전 세계 비즈니스 여행객 중 24%는 내년에 친구나 가족과 함께 출장을 떠날 계획이며 MZ세대의 3분의 1 이상은 여행을 위하여 출장을 연장할 것이라 답하였다¹⁰⁾. 글로벌 관광 리서치 회사인 포커스라이트(Phocuswright)가 발표한 미국 기업 여행 보고서 2020-24에 따르면, 46%의 기업이 출장을 휴가로 연장하는 것을 허용하고 있으며, 20%의 기업은 이를 곧 허용할 것이라고 밝히기도 하였다¹¹⁾.

2018년까지 미국 비즈니스 출장자의 60%가 여가 활동을 포함했을 정도로 블레저 여행은 이전부터 활성화된 여행 유형이었다¹²⁾. 그러나 코로나19 팬데믹으로 출장이 축소되며 자연스럽게 블레저 여행도 감소하였으나 엔데믹이 일상화되면서 블레저 여행은 지속적으로 증가하고 있다. 2022년 3,153억 달러였던 전 세계 블레저 시장 규모는 앞으로도 크게 성장하여 2032년까지 7,314억 달러에 이를 것으로 예측된다¹³⁾. 한편, 일반적으로 출장시 교통과 숙박, 체류비를 기업이 부담하여 여행 경비를 낮출 수 있다는 이점도 블레저 여행이 주요한 여행 형태로 자리 잡을 것이라는 전망에 힘을 실어주고 있다.

숙박산업은 블레저 여행자가 업무에서 레저로 쉽게 전환할 수 있도록 새로운 서비스와 편의시설을

제공하기 시작했다. 호텔들은 업무공간과 회의실을 추가하고 있으며, 업무 후에 편리하게 이용할 수 있도록 연계된 엔터테인먼트 프로그램을 마련하고 있다¹⁴⁾. 힐튼 호텔은 휴양지에 위치한 대규모 비즈니스 컨퍼런스 시설을 갖춘 리조트, 20박 이상의 긴 출장을 위한 요리가 가능한 객실 등 다양한 형태의 블레저가 가능한 숙박을 개발하고 있다¹⁰⁾.

블레저 여행을 위한 서비스도 등장하고 있다. 출장 관리 솔루션 Navan은 출장과 블레저의 예약, 추적, 보고 및 지출을 모두 관리할 수 있는 서비스이다. 기업은 Navan을 통해 직원의 출장과 블레저의 비용 관리를 효율적으로 운영하면서 블레저로 직원의 업무 만족도를 향상시킬 수 있으며, 직원은 AI를 활용한 맞춤 여행을 추천받고, 저렴한 여행 예약, 여행 전문가와의 상담 등을 통해 블레저 여행을 편리하게 즐길 수 있다¹⁵⁾.



[그림 2] 블레저 여행을 위한 Navan 플랫폼¹⁵⁾

10) <https://stories.hilton.com/2024trends-business-travel>

11) <https://navan.com/blog/traveler-experience/extend-business-trip-personal-travel>

12) <https://skift.com/2018/07/24/new-research-business-and-leisure-travel-are-becoming-increasingly-blurred>

13) <https://www.alliedmarketresearch.com/request-sample/6722>

14) <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2022/06/27/what-is-bleisure-travel-and-how-is-it-transforming-the-hospitality-industry/?sh=417a01672315>

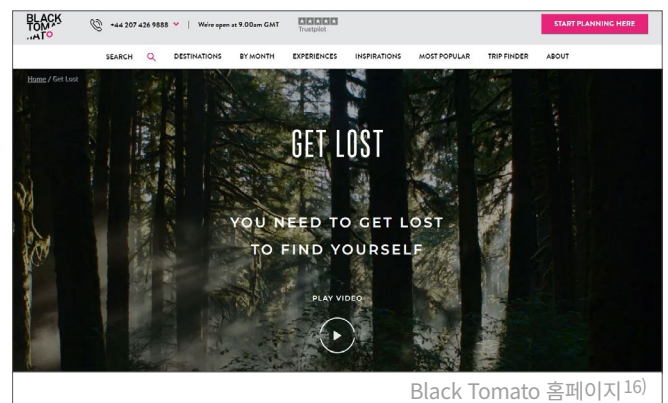
15) <https://navan.com/>

2-3 미지의 모험 여행

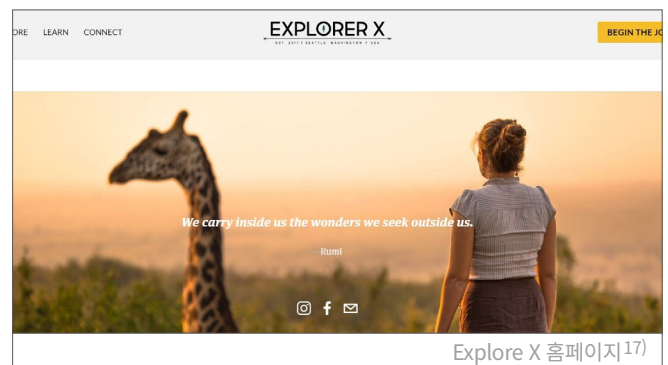
즉흥적인 여행을 즐기는 여행자들이 늘어나고 있다. 부킹닷컴이 33개국 2만 7천여명을 대상으로 조사한 결과에 의하면, 52%의 답변자는 2024년에 도착할 때까지 목적지를 알지 못하는 미지의 여행을 떠나고 싶으며, 이들의 56%는 알려지지 않은 길을 탐험하는 경향이 있고, 34%는 낯선 사람과 여행하고 싶다고 답하였다. 이에, 극지방, 정글, 사막 등 탐험지로 여행을 떠나기도 하며 도착할 때까지 목적지를 알지 못하는 여행 상품이 등장하고 있다. 여행자에게 길을 잃은 경험을 제공하는 블랙토마토트래블(Black Tomato Travel)의 ‘Get Lost’ 여행, 탐험 전문 여행사인 Explore X의 ‘Destination:Unknown’ 여행 등이 대표적이다.

‘때때로 자신을 찾으려면 길을 잃어야 한다’라는 속담을 바탕으로 만들어진 블랙토마토트래블의 Get Lost 여행은 여행객을 알려지지 않은 미지의 목적지로 안내한다. 여행을 떠나기 위해서는 홈페이지에서 신청하는 과정이 필요하다. 신청 시 길을 잃기를 원하는 환경(극지방, 정글, 사막, 산, 해안)을 선택해야하며 원한다면 환경에 대한 입력 없이 임의로 선택될 수 있다. 여행이 시작되고 여행객은 블랙토마토트래블에서 준비한 첫 번째 목적지에 도착하게 되며, 이곳에서 여행을 성공적으로 수행하는 데 필요한 키트와 장비를 갖추게 된다. 여행이 시작되면 안전을 위해서 여행자에게는 보이지 않는 숙련된 운영팀이 여행자들을 면밀하게 추적한다. 여행은 여러 체크인 지점을 통과하는 것으로 진행되는데, 탐험이 완료되면 보상을 받게 된다¹⁶⁾.

Explore X의 ‘Destination:Unknown’도 목적지를 알 수 없게 설계된 여행 프로그램이다. 운영팀은 여행자와 심층 면담을 통해 목적지를 선택하고 항공편, 숙박, 체험, 가이드, 식사 등을 포함한 전체 일정을 수립한다. 여행자는 전날이 되어서야 여행 일정을 공유받는데, 일주일 동안 보물찾기, 현지 장인을 만나 기술 배우기, 동화 속 섬으로 가는 길 찾기 등 다양한 모험이 포함된다. Explore X는 이탈리아, 페루, 그린란드, 모로코를 2024년 대표적인 탐험지로 선정하였으며, 이 밖에도 호주, 보츠와나, 칠레, 콜롬비아, 몽골 등 여러 국가에 대한 맞춤형 여행 서비스를 제공할 예정이다¹⁷⁾.



Black Tomato 홈페이지¹⁶⁾



Explore X 홈페이지¹⁷⁾

[그림 3] 미지의 모험 여행 사례

16) <https://www.blacktomato.com/get-lost/>

17) <https://www.explorer-x.com/>

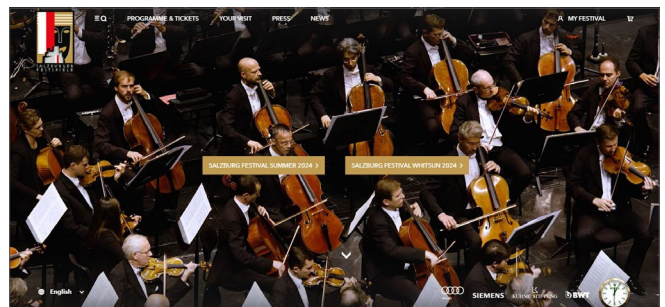
2-4 공연 여행 : 각-트립(gig-tripping)

좋아하는 가수의 라이브 콘서트를 보기 위해 여행을 떠나는 공연 여행, 각-트립(gig-tripping)이 새로운 여행 트렌드로 등장하였다. 2023년 테일러 스위프트에서 비욘세까지 대규모 국제 투어를 발표하는 슈퍼스타가 늘어나면서, 이를 관람하기 위해 해외로 여행하는 것에 관한 관심이 높아졌다. 스카이스캐너의 조사에 따르면 미국 여행자 중 44%는 자신이 좋아하는 아티스트의 라이브 공연을 보기 위해 단거리 비행을 탈 것이며, 18%는 장거리 비행을 탈 것이라 답하였다. 2024년 계획을 묻는 질문에 미국 여행자 중 34%는 공연, 콘서트, 축제에 참여할 계획이라 답하였는데, 25~34세 연령에서는 50%로 증가한다. 2024년에도 테일러 스위프트, 비욘세, 올리비아 로드리고, 콜드플레이 등 유명 가수들의 전 세계 투어가 예정되어 있어 각-트립에 대한 수요는 지속적으로 증가할 것으로 보인다¹⁸⁾.

클래식 음악 애호가들을 위한 음악축제도 2024년 개최될 예정이다. 도시 전체가 거대한 공연장으로 변하는 오스트리아 잘츠부르크 여름 음악축제가 2024년 7월 19일부터 8월 31일까지 개최되며¹⁹⁾, 오스트리아 브레겐츠에서는 브레겐츠 페스티벌이 7월 17일부터 8월 18일까지 열려 관광객을 맞이할 전망이다²⁰⁾. 이탈리아 베로나에서도 오페라 축제가 6월 8일부터 9월 7일까지 열리는데²¹⁾, 클래식 마니아들은 3개 도시를 모두 관광하는 여행을 떠나기도 한다. 이 밖에도 독일 뮌헨 오페라 페스티벌, 스위스 루체른 페스티벌 등이 비슷한 시기에 열려 취향에 따라 음악 여행 일정을 수립하는 것이 가능하다.



테일러 스위프트 콘서트
출처 : 테일러 스위프트 유튜브



잘츠부르크 페스티벌 홈페이지¹⁹⁾

[그림 4] 공연 여행 사례

18) <https://www.hertelie.com/post/skyscanner-predicts-7-travel-trends-for-2024-gig-tripping-main-character-energy-top-the-list>

19) <https://www.salzburgerfestspiele.at/en/>

20) <https://www.br-klassik.de/aktuell/news-kritik/bregenzer-festspiele-2024-vorschau-programm-freischuetz-100.html>

21) <https://www.arena.it/en/arena-di-verona/arena-di-verona-opera-festival-2024-biglietti>

2-5 엔터테인먼트 여행 : 세트-제팅(set-jetting)

영화나 드라마에 나온 장면을 찾아 떠나는 여행인 ‘세트-제팅’은 2023년에 이어 2024년에도 높은 관심이 이어질 것으로 전망된다. 익스피디아의 조사에 따르면, 2023년 여행자의 절반 이상은 TV 프로그램이나 영화를 본 뒤 해당 배경지에 대해 조사하거나 여행을 예약했으며, Instagram, TikTok, 팟캐스트보다 TV 프로그램이 여행 결정에 더 큰 영향을 미친다고 답했다. 실제로, 여행지의 고급 리조트에서 벌어지는 이야기를 담은 드라마 ‘The White Lotus’ 시즌 1 배경지인 하와이 Four Seasons Maui와 시즌 2 배경지인 시칠리아의 San Domenico Palace Hotel의 예약이 프로그램 방영 후 300% 증가했다고 알려졌다²²⁾. 이 외에도 Apple TV+의 ‘Ted Lasso’의 영국 리치먼드가 다국적 여행예약 사이트 내 검색량이 160% 급증하였고, ‘Succession’의 노르웨이, ‘Queen Charlotte’의 독일 메클렌부르크 서부 포메라니아, ‘Happy Valley’의 영국 요크셔도 세트-제팅 여행자의 높은 관심을 받았다.

익스피디아는 2024년 세트-제팅 여행으로 ‘The White Lotus’의 새로운 시즌 배경인 태국에서 즐기는 고급 리조트의 럭셔리 여행, ‘The Addams Family’ 배경지 루마니아의 칸타쿠지노 성과 함께하는 미식 여행, 관광지로 유지될 예정인 ‘글래디에이터 2’의 촬영지인 몰타의 대규모 세트 여행과 더불어, 오징어게임 시즌 2의 한국을 꼽았다. 특히, 한국 여행은 K-pop으로 대표되는 K-culture를 경험하는 문화 체험 여행을 추천하였다²³⁾.



The White Lotus 시즌 1, 하와이
출처 : The White Lotus 공식홈페이지



Ted Lasso 시즌 1, 영국 리치먼드
출처 : Ted Lasso 시즌 1 예고편

[그림 5] 엔터테인먼트 여행 사례

22) <https://www.yahoo.com/lifestyle/set-jetting-tv-shows-movies-183000961.html>

23) <https://www.expedia.ca/travel-trends-unpack-24/set-jetting-forecast/>

프로그램 명	주요 촬영지	개요
The White Lotus	<p>시즌 1 : 하와이 (포시즌 리조트 마우이)</p> <p>시즌 2 : 이탈리아 시칠리아 (포시즌 산 도메니코 호텔)</p> <p>시즌 3 : 태국 (장소 미정)</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 가상의 White Lotus 리조트 체인을 배경으로 한 미국 HBO의 코미디 드라마 · 2021. 7. 11 시즌1 방송, 2022. 10. 30 시즌2 방송, 2025년 시즌3 방송 예정 · 평균 제작비 : 시즌 1과 2는 30만달러 미만, 시즌2의 경우 이탈리아에서 촬영비의 40%를 세금 공제 받음²⁴⁾ · 시즌3 촬영지 유치 과정에서 태국, 일본이 경합하였으나, 영화 제작 관련 인센티브 지원 제도가 없는 일본과 달리 440만 달러의 인센티브를 제공한 태국으로 촬영지를 결정함²⁵⁾
웬즈데이 (Wednesday)	<p>시즌 1 : 루마니아 뷰슈테니 남부 카르파티아 마을, 칸타쿠지노 성, 부쿠레슈티 폴리테니카 대학교, 시나이아 기차역, 부쿠레슈티 식물원, 몬테오루 하우스 등</p> <p>시즌 2 : 아일랜드 (2024년 4월 촬영 예정)</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 1930년대 신문 만화인 아담스 패밀리를 원작으로 하는 드라마 · 넷플릭스 최초로 5주 연속 TV 전체 순위 1위 기록. (참고 : 오징어 게임, 기묘한 이야기 4주 연속 1위) · Expedia 루마니아 여행 검색 150% 증가²⁶⁾
글래디에이터 2 (Gladiator 2)	모로코 와르자 자트(Ouarzazate), 몰타, 영국	<ul style="list-style-type: none"> · 2000년 개봉한 영화 글래디에이터의 후속작으로 2024년 11월 개봉 예정 · 몰타는 4,700만 유로 상당의 영화제작 인센티브 제공. 한편, 몰타는 007 시리즈, 트로이, 다빈치 코드, 몬테 크리스토 백작 등 영화 촬영지였음
에밀리, 파리에 가다 (Emily in Paris)	파리 시내 주요 레스토랑, 카페, 호텔 등	<ul style="list-style-type: none"> · 넷플릭스의 로맨스 코미디 드라마 · Expedia 파리 여행 검색 200% 증가²³⁾
브리저튼 (Bridgerton)	런던, 바스(Bath), 윈저(Windsor) 등	<ul style="list-style-type: none"> · 넷플릭스의 19세기 영국 배경의 시대극 · 바스시 정부는 브리저튼 드라마 관련한 다양한 상품을 소개하고 있음²⁷⁾
오징어 게임	인천 선갑도(오징어 게임이 진행된 장소), 서울, 인천, 당진 등	<ul style="list-style-type: none"> · 우리나라에서 제작한 넷플릭스 드라마 · 넷플릭스에 따르면 출시 한달만에 약 1억 1,100만 가구가 시청하여 브리저튼의 약 8,200만 가구 시청 기록을 갱신, 90여 개국에서 시청률 1위 차지²⁸⁾
퓨리오사 (Furiosa : A Mad Max Saga)	호주 헤이(Hay), 실버톤(Silverton)	<ul style="list-style-type: none"> · 매드맥스 분노의 도로 후속 영화로 2024년 5월 23일 개봉 예정 · 호주 정부가 1억 7,500만 호주달러 촬영 인센티브 제공하였고, 촬영팀은 호주에서 총 3억 4,320만 호주달러를 지출함. 이는 호주 영화 제작 사상 최대의 규모임²⁹⁾

[표 1] 글로벌 플랫폼 Expedia에서 예측한 2024년 주요 엔터테인먼트 관광지

24) <https://www.vulture.com/article/the-white-lotus-season-2-set-visit.html>25) <https://www.indiewire.com/news/breaking-news/the-white-lotus-season-3-thailand-tax-incentive-1234919954/>26) <https://www.independent.ie/irish-news/season-two-of-netflixs-hit-series-wednesday-to-film-in-ireland/a1151428840.html>27) <https://visitbath.co.uk/inspire-me/film-and-tv-in-bath/bridgerton-in-bath/bridgerton-tours>28) <https://deadline.com/2021/10/squid-game-111-million-views-in-first-month-cruising-past-bridgerton-top-all-time-netflix-original-1234854955/>29) <https://variety.com/2021/film/asia/george-miller-furiosa-receives-incentives-for-australia-shoot-1234954435/>

2-6 스포츠 관광

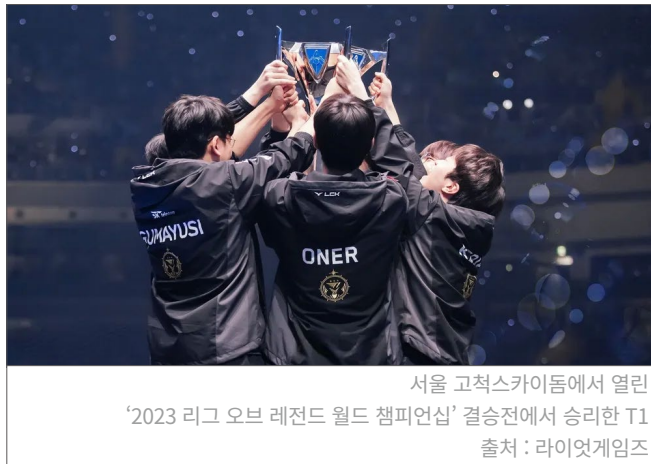
좋아하는 스포츠 이벤트에 참여하거나 스포츠 팀을 응원하기 위해 전 세계로 여행을 떠나는 사람들이 늘어나고 있다. 스포츠 관광은 여가나 휴양의 일환으로 스포츠와 관련된 활동을 중심으로 휴가를 즐기는 것을 의미한다. 예를 들어, 국제적인 스포츠 이벤트를 관람하기 위해 여행을 하거나, 마라톤이나 다이빙 등 스포츠 체험을 즐기고, 골프 및 스키 리조트와 같은 스포츠 중심의 휴양지에 머무는 것 등을 포함된다. 2024년에는 대규모 스포츠 이벤트가 예정되어 있어, 응원을 위해 여행을 떠나는 사람들이 늘어날 전망이다.

2024년에 가장 기대되는 스포츠 관광은 프랑스 파리에서 열리는 하계 올림픽이다. 7월 26일부터 8월 12일까지 열리는 전 세계 최대 이벤트에 직접 참여하기 위한 사람들의 관심이 높아지고 있다. 2023년 5월까지 전체 티켓 1천만 장 중 680만 장이 넘는 올림픽 대회 티켓이 판매되면서, 2024년 올림픽으로 인한 많은 관광객이 파리를 방문할 것으로 예상된다³⁰⁾. 또한, 올림픽 사상 최초로 일반인들이 참여할 수 있는 마라톤과 야외 사이클 경기가 마련되어 대중의 관심을 끌고 있다³¹⁾.

4년에 한 번 열리는 유럽 축구 선수권 대회 ‘유로(EURO) 2024’도 전 세계 축구 팬들이 기다리고 있는 대회이다. 유럽축구연맹(UEFA)이 주관하는 대회로 2024년 6월 14일부터 7월 14일까지 열리며, 2024년 개최지는 독일이다. 2020년에 영국에서 개최된 EURO 2020은 코로나19로 직접 방문하는 것은 제한되었지만, 전 세계 누적 라이브 관객 52억

명이라는 대기록을 세웠다. 특히, 결승전 실시간 평균 시청자 수는 3억 2,800만 명으로 집계되었다³²⁾. 2016년 프랑스에서 개최된 EURO 2016은 약 61만 명의 관광객을 유치하고, 약 12억 유로를 창출한 것으로 알려졌다³³⁾.

최근 E-스포츠 대회의 성장도 눈여겨 볼만하다. 롤드컵(게임 ‘League of Legends’를 줄여 ‘LOL’, ‘롤’이라 부르며 ‘롤드컵’은 세계 선수권 대회의 약칭)이라고 불리는 ‘2023 리그 오브 레전드 월드 챔피언십(Worlds)’이 우리나라에서 개최되면서 국내에서도 관심이 높아졌다. 롤드컵으로 인한 경제 효과는 직간접적으로 약 2,000억 원, 결승전 시청자 수만 약 1억 명으로 추산되면서 E-스포츠의 인기를 실감하게 했다. 2024년 경기는 9월 23일부터 11월 2일까지 유럽에서 개최되며, 결승전은 영국 런던의 O2아레나에서 열릴 예정이다. 2만 명을 수용하는 O2아레나는 하계올림픽이 열린 곳이자 비욘세, U2, 아델 등 전설적인 아티스트 공연이 열린 대규모 시설이라 많은 관광객이 찾을 것으로 예상된다³⁴⁾.



[그림 6] 스포츠 관광 사례

- 30) <https://olympics.com/ko/news/olympic-games-paris-2024-6-million-tickets-sold>
- 31) <https://www.france.fr/ko/paris/article/jo-paris-bienvenue-2024>
- 32) <https://www.uefa.com/insideuefa/news/026d-132519672495-56a014558e80-1000--uefaeuro-2020-impresses-with-5-2-billion-cumulative-globa/>
- 33) <https://www.the42.ie/euro-2016-attracted-613000-visitors-and-generated-e1-2-billion-3204949-Jan2017/>
- 34) <https://www.sedaily.com/NewsView/29XAPUUKF0>

3.

요약 및 시사점

세계보건기구(WTO)의 코로나19 엔데믹 선언 이후, 점차 회복하는 관광 산업은 2024년 크게 성장할 것으로 전망되며, 글로벌 여행 미디어들은 2024년 여행자들은 특별한 경험 여행에 집중할 것으로 예측하였다. 이에 본 고는 2024년 새로운 경험 여행을 이끌어갈 ‘미식 여행’, ‘블레저’, ‘미지의 모험 여행’, ‘공연 여행’, ‘엔터테인먼트 여행’, ‘스포츠 관광’ 총 6가지의 글로벌 관광 트렌드를 소개하였다.

미식 여행에서 웰니스가 주요 키워드로 등장하며, 숙박업계에서는 기능성 웰니스에 초점을 맞춘 식음료 메뉴를 제공하는 추세이다. 미국 보스턴의 엔보이 호텔(Envoy Hotel) 사례에서 알 수 있듯이, 건강을 위한 성분을 첨가한 식음료를 제공한다. 다른 한편으로 미식 여행으로 여행자들은 토착 요리와 현지 음식을 맛보며 미식 기행을 추구하고 있으며, 가상현실(VR) 또는 증강현실(AR)을 이용한 몰입형 식사를 하는 등 색다른 경험을 얻기도 한다.

출장과 휴가를 결합한 여행 형태인 블레저 여행이 크게 성장하면서 숙박업계는 여행자가 업무에서 레저로 쉽게 이동할 수 있도록 업무공간을 추가하고, 업무 후에 편하게 이용할 수 있도록 연계된 엔터테인먼트 프로그램을 제공하고 있다. 또한 블레저 여행을 지원하는 서비스가 등장하여 기업들은 블레저 여행을 허용하고 직원들에게 편리한 여행을 제공하여 업무 만족도를 높이는 방안을 모색하고 있다.

즉흥적이고 예측 불가능한 미지의 모험 여행에 대한 수요도 증가하고 있다. 부킹닷컴에 따르면, 목

적지를 모르는 여행을 원하는 여행자의 비율이 상당히 높아져 미지의 여행이 주목받고 있다. 이러한 트렌드에 부응하기 위해 여행사들은 길을 잃은 경험을 제공하는 여행 상품을 개발하고 있다. BBlack Tomato Travel의 ‘Get Lost’ 여행 서비스와 Explore X의 ‘Destination:Unknown’ 여행이 대표적인 사례이다.

공연 여행인 ‘긱-트립(gig-tripping)’은 좋아하는 가수의 라이브 콘서트를 보기 위해 여행하는 트렌드로 높은 인기를 얻고 있다. 2024년에도 테일러 스위프트, 비욘세, 올리비아 로드리고, 콜드 플레이 등 세계적인 아티스트들의 투어가 예정되어 긱-트립에 대한 수요가 계속해서 늘어날 것으로 전망된다. 대중음악 외에도 잘츠부르크 여름 음악 축제, 브레겐츠 페스티벌, 베로나 오페라 축제 등 클래식 음악 공연을 관람하기 위한 여행 수요도 늘어날 것이다.

엔터테인먼트 여행에서는 TV 프로그램과 영화에 등장하는 장소를 직접 방문하는 ‘세트-제팅(set-jetting)’이 2023년에 이어 2024년에도 인기를 끌 전망이다. 스카이스캐너의 조사에 따르면, TV 프로그램이나 영화에 등장하는 여행지를 찾아가는 여행은 여전히 높은 인기를 유지하고 있으며, 방영 후 해당 장소의 예약 수가 상당히 증가하고 있다.

스포츠 관광에서는 2024년 하계 올림픽과 유로 2024에 대한 관심이 크게 높아지고 있다. 전 세계적으로 많은 인구가 축구와 올림픽 등의 스포츠 행사를 관람하기 위해 여행할 것으로 전망되며, 특히

E-스포츠 대회에 대한 관심이 더욱 높아질 것으로 예상된다.

이러한 여행 트렌드는 2024년의 여행 산업이 더욱 건강하게 성장하고, 다양성과 혁신을 통해 여행 경험을 향상하고자 하는 노력이 이어질 것임을 보여주고 있다. 국내 관광 산업에서도 여행자가 일상에서 경험할 수 없는 특별함을 여행을 통해 얻을 수 있도록 하는 새로운 시도로 크게 도약하는 한 해가 되길 기대한다.

한국관광공사는 본 연구 수행기관인 주식회사 올여바웃과 함께 해외 우수 리서치기관, 미디어 등에서 '범세계적 관광 트렌드'로 주목하고 있는 주제 가운데 국내 관광업계에서 참고할 만한 주제를 엄선하고 국내외 사례에 관한 추가조사 과정을 거쳐 「글로벌 관광 트렌드 다이제스트」를 발간, 한국관광 데이터랩(datalab.visitkorea.or.kr)을 통해 제공하고 있습니다.

본 보고서 내용의 일부를 인용하실 경우, 다음과 같이 출처를 표기하여 주시기 바랍니다.

한국관광공사, "2024 글로벌 관광 트렌드", 글로벌 관광 트렌드 다이제스트, Volume 10

