

[상반기] 네덜란드/플랜더스지역(벨기에) 및 (8월) 독일지역 관광시장동향

1. 네덜란드/플랜더스(벨기에) 관광시장 동향

■ [동향/전망] 중동 정세, 상반기 내내 유럽발 항공시장을 흔든 핵심 변수

- (3월) 2026년은 당초 이례적인 조기예약 붐으로 시작됨 - 2025년 말~2026년 1월 사이 비용 상승 우려와 특정 숙소 선점 심리로 조기예약이 급증, ANWB·ANVR 집계상 한겨울 시점에 이미 인구의 약 1/3이 여름휴가를 확정된 상태였음. 그러나 중동 갈등이 격화되며 이러한 조기 확신은 신중한 관망세로 급반전, 안전한 항공로에 대한 불확실성과 유가 변동성으로 장거리 여행 확정을 꺼리는 분위기가 확산되며 유럽 대륙 내로의 수요 집중이 나타남.
- (6월) 프랑스에서 미국-이란 간 적대행위 중단 및 호르무즈 해협 재개방 관련 외교 합의가 체결된 이후, EASA(유럽항공안전청)는 해당 지역에 대한 포괄적 안전 위험 평가를 실시함. 해상 항로는 안정화됐으나 EASA는 테헤란 비행정보구역(FIR) 및 인접 걸프 영공에 대한 분쟁지역정보회보(CZIB)·안전경보를 계속 유지, 유럽 항공사들에 위험회피 항로 유지를 권고하고 고위험 구역 직항은 계속 제한됨.
- (7월) 그러나 7월 들어 갈등이 재차 격화되며 KLM이 두바이·리야드·담맘 노선을 9월 6일까지 재중단(네덜란드 외교부가 중동 상당 지역 여행경보를 오렌지로, 바레인은 레드로 상향한 다음 날 발표). 당초 8월 23일 재개 예정이었으나 긴장 고조로 수차례 연기됨. 중동계 항공사들은 평소 동아시아-서유럽 항공 트래픽의 약 30%를 담당해 이들의 공급 축소가 시장 전체에

영향을 미치며, KLM 등은 아시아 노선에 대형기를 투입하고 항공권 가격도 상승 압박을 받음.

■ [동향] 아시아 장거리 예약 - 월별로 큰 등락 반복

- (2월) 아시아행 예약이 전년 대비 16% 감소. 아프리카만 10% 성장. 1월엔 -3%였음. 중동 위기는 2월 마지막 날 시작되어 이 시점 수치엔 아직 반영되지 않음.
- (3월) 오히려 아시아 예약이 전년 대비 +3% 증가하며 중동위기의 영향이 3월까지의 제한적이었음이 확인됨. 전체 예약은 전년 대비 1% 소폭 감소, 유럽 비중은 소폭 증가. 북미는 미국의 입국 관련 조치 여파(전년 -30%대)에서 완전히 회복되지 않은 채 소폭 반등 중. 남미는 성장, 아프리카는 소폭 감소. 벨기에행 예약은 22% 감소.
- (4월) 반전되어 아시아 예약이 전년 대비 26% 급감. 장거리 전반이 위축되며 전체 예약의 89%가 유럽 내로 쏠림(장거리는 11%). 항공료 상승, 영공폐쇄로 인한 비행시간 연장, 소비자신뢰 변동 등 거시경제 압박과 궤를 같이함(북미 -38%, 아프리카 -24%). 예약~출발 간 평균 기간도 단축(북미 97일→77일, 아프리카 104일→90일).
- (6월) 다시 회복 조짐 - 전체 예약 전년 대비 +1%, 유럽이 여전히 우세한 가운데 장거리가 뚜렷한 회복세. 특히 인도네시아·태국 등 아시아 라스트미닛 예약이 눈에 띄게 반등(직전 수개월의 뚜렷한 수요 둔화 이후). ANVR은 이를 “중동발 항공로 제약과 긴 비행시간에도 불구하고 여행객들이 인기 목적지로 향하는 길을 찾고 있다”는 신호로 해석, 네덜란드의 아시아 장거리 수요가 갈등의 영구적 해소 없이도 회복탄력성을 보인다고 평가.

■ [동향] 아시아 여행 - 소비심리 위축 속에서도 관심은 견조

- ANWB 바깥시모니터(연례 여행성향 조사, 응답자 약 2,500명, 18세 이상 네덜란드 인구 대표)에 따르면 소비자신뢰 하락에도 불구하고

여행객들은 휴가를 취소하기보다 지출 방식을 조정해 연중 주요 휴가를 지키는 경향을 보임. 전통적 장거리 목적지에 대한 관심은 줄어드는 반면 아시아는 오히려 부상해, 장거리 지향 응답자의 약 14%가 아시아 국가를 주요 목적지로 지목함. 리테일·명품 소비는 줄이고 현지 체험·미식투어·웰니스에 예산을 늘리는 추세이며, 아시아 웰니스 여행에 대한 관심은 44% 증가함. 지정학적 불확실성과 유가 변동으로 예약을 늦추는 경향도 뚜렷해 4~5월에야 여름 계획을 확정하려는 모습을 보였으며, 여행 계획에 AI를 활용한다는 응답은 18~29세 35%, 30~49세 33%, 50~64세 21%, 65~80세 14%로 연령이 낮을수록 AI 의존도가 높게 나타남.

- 위트레흐트 야르베우르스에서 열린 동아시아 대중문화 행사 'Heroes made in Asia'가 K-팝 댄스 경연·코스프레 등으로 수천 명의 팬을 끌어모으며 급성장, 최근 더 큰 행사장으로 이전할 만큼 유럽 내 아시아 문화 관심이 커지고 있음을 보여줌.
- 일간지 트라우(Trouw)는 한국이 '한류(Hallyu)'를 강압이 아닌 매력을 통한 소프트파워 전략으로 활용해 글로벌 영향력을 확대해 왔다고 조명함. 1990년대 말 경제위기 이후 정부가 전략적으로 트렌디한 음악·패션·첨단 도시 이미지를 부각시켜 국가 이미지를 '고전하는 나라'에서 '문화 리더'로 전환시켰다고 평가하며, K-팝·한국 미디어가 수십억 달러 규모의 수출과 기록적인 관광객을 이끌고 있고 삼성 등 글로벌 브랜드와의 연계, 노래 영어 가사 비중 확대, 넷플릭스 등 플랫폼 파트너십을 통해 유럽 내 영향력이 미국에 필적하는 수준이 됐다고 분석함.

■ [동행] 브뤼셀공항 - 중동 여파 속에서도 꾸준한 성장세 유지

- 상반기 내내 브뤼셀공항의 특징은 “중동 리스크는 반복적으로 타격을 주지만, 전체 성장 흐름은 꺾이지 않는다”는 점으로 요약됨. 텔아비브·도하 노선 중단과 두바이·아부다비 감편으로

3월과 4월에 각각 약 5만 명씩 승객이 빠져나갔고 3월 파업으로도 3만 명이 추가로 영향을 받았지만, 3월 총 승객은 오히려 전년 대비 +1.9%(136만 명)를 기록했으며 5월에도 +3.2%(약 230만 명) 성장세를 이어감. 상반기(1~6월) 누적으로는 여객 약 1,170만 명(+3.6%), 화물 +8.3%로 집계됨.

- 이러한 회복력의 배경에는 노선망 확장이 있음. 3월 여름 시즌 개시와 함께 대륙간 노선을 41개로 늘렸고(LATAM의 상파울루 취항으로 25년 만의 남미 직항 재개 포함), 상반기 중에만 8개 신규 노선(5개 장거리)을 추가했으며 특히 에어차이나의 청두 노선 취항으로 아시아 연결성이 강화됨. 다만 중동계 항공사의 공급 축소가 유럽-아시아 전체 항공 용량(브뤼셀 경유분 포함)에 계속 부담을 주고 있다는 점은 구조적 리스크로 남아있음. 스키폴공항의 공급 축소에 따른 반사이익도 성장을 뒷받침하는 요인으로 언급됨.
- 성수기 전망도 밝은 편으로, 부활절 연휴(4월)에는 1.25백만 명(+5%)이 예상됐고(Aviation24, 4월 발표), 7~8월 여름 성수기에는 약 520만 명(+4%)이 전망되며 7월 20일이 하루 9만 명 이상으로 가장 붐빌 것으로 예측되었으며(Aviation24, 6월 발표), 실제 92,000명 이상이 이용하였음(VRT NWS 8.14.).

2. 독일 관광시장 동향

■ [동향] 독일 상반기 숙박일수, 역대 최고치 경신

- 독일 연방통계청(Destatis) 발표에 따르면, 올해 상반기 독일 내 호텔·게스트하우스·캠핑장 등의 숙박일수는 총 2억 2,380만 박으로 집계되며 역대 상반기 기준 최고치를 기록함. 이는 종전 최고치였던 2025년 상반기 대비 0.3% 증가한 수치로, 특히 연초 몇 개월의 실적이 이러한 기록 경신을 견인함.
- 다만 6월 숙박일수만 놓고 보면 전년 동월 대비 2.9% 감소한 것으로 나타나, 최근 들어서는 다소 둔화되는 흐름도 함께 관측됨.
- 내국인 숙박이 1억 8,740만 박으로 대부분을 차지했으며, 외국인 숙박은 3,640만 박으로 전년 대비 0.5% 증가해 내국인보다 소폭 더 높은 성장률을 보임.

■ [동향] 독일인들, 국내여행은 늘고 해외여행은 줄어

- 독일 연방통계청에 따르면 지난해(2025년) 독일 내 1박 이상 국내여행 건수는 전년 대비 3.9% 증가한 1억 6,900만 건으로 역대 최고치를 기록했으며, 이는 코로나 이전인 2019년 대비로도 5% 높은 수준임.
- 국내여행 증가는 주로 출장(비즈니스 여행) 증가에 기인한 것으로, 비즈니스 여행 건수가 10.5% 증가한 4,100만 건을 기록하며 팬데믹 이전 수준에 근접함. 반면 개인여행은 2.9% 감소한 약 2억 3,300만 건에 그침.
- 전체 숙박 동반 여행(국내+해외) 건수는 전년 대비 1.1% 감소한 2억 7,400만 건을 기록했으며, 특히 해외여행이 8.3% 큰 폭으로 감소한 1억 500만 건에 그쳐, 국내여행으로의 수요 이동이 뚜렷하게 나타남.

■ [동향] 독일인들의 새로운 여행 트렌드 - 나홀로, 천천히, 지속가능성

- **(나 홀로 여행 확산)** Dertour 조사에 따르면 독일 여행객이 '나 홀로 여행' 트렌드를 이끌고 있음. 가족여행이 여전히 가장 인기 있는 형태(66%)이지만, 유럽 여행객의 약 30%는 향후 12개월 내 혼자 여행할 가능성이 높다고 응답했으며, 싱글의 경우 이 비율이 38%에 달함. 심지어 커플·기혼자 중에서도 약 4명 중 1명이 나 홀로 여행을 고려하고 있음. 특히 독일은 36% 이상으로 유럽 내 관심도 1위를 기록했으며, 스웨덴(35%)·프랑스(32%)·영국(30%)·폴란드(29%)가 뒤를 이음.
- **(슬로우 트래블 수요 확대)** 역시 Dertour 조사에 따르면 유럽 여행객의 53.2%가 의식적으로 느린 여행 방식에 관심을 보였으며, 응답자의 약 64%는 휴가 중 의도적으로 속도를 늦추고 싶다고 답함(독일 응답자만 보면 약 68%로 더 높음). 유럽 여행객의 58% 이상은 다수의 소소한 활동보다 소수의 깊이 있는 경험을 선호했고, 55% 이상은 현지 사람·자연·문화에 대한 깊은 이해를 원한다고 응답.
- **(지속 가능한 여행, 하지만 여행 타협은 없다)** YouGov 모빌리티 모니터에 따르면 독일 여행객의 지속가능 여행에 대한 인식이 변화하고 있음. 여행 자체를 포기하기보다 더 지속가능한 대안을 선택하려는 경향이 강해지고 있으며, 지속가능 옵션에 추가 비용을 지불할 의향이나 지속가능성 라벨의 중요도도 높아지는 추세. 다만 CO2 절감을 위해 항공여행을 자제한다는 응답은 32%로 2024년 대비 2%p 감소했고, 크루즈를 포기하겠다는 응답도 1%p 감소. 친환경 교통수단·옵션에 추가 비용을 지불하겠다는 응답은 작년 24%에서 올해 31%로 상승했으나, 전반적으로는 여전히 '추가 비용 지불'보다 '항공여행 자체 포기'를 택하는 응답자가 소폭 더 많음.

(참고자료) 정부·공공기관 통계자료, 업계 시장조사 데이터, 언론보도, 관광·항공 전문매체 등

- ANVR & ANWB (바칸시모니터·Bookingsmonitor, NielsenIQ 조사)
- EASA (유럽항공안전청)
- Trouw (네덜란드 일간지)
- Luchtvaartnieuws.nl, Upinthesky.nl (항공 전문매체)
- Bruzz.be, RateOne.be, TravMagazine.be, Aviation24 (브뤼셀/항공 전문매체)
- <https://www.vrt.be/vrtnws/en/2026/08/14/brussels-airport-sees-passenger-numbers-reach-highest-level-sinc/>
- Destatis (독일연방통계청)
- <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/konjunktur/deutschland-tourismus-urlaub-100.html>
- <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/verbraucher/reisen-privat-geschaeflich-deutschland-ausland-100.html>
- <https://www.fvw.de/touristik/news/>
- <https://www.fvw.de/touristik/datenanalyse/dertour-studie-grafiken-welche-urlauber-gern-allein-auf-reisen-gehen-263889>
- <https://www.fvw.de/touristik/datenanalyse/dertour-studie-grafiken-slow-travel-praegt-urlabsverhalten-der-europaeer-263884>
- <https://www.fvw.de/touristik/datenanalyse/yougov-umfrage-reisende-wollen-nachhaltigkeit-ohne-verzicht-263730>
-