

2023년 3월 16일

아놀자리서치 창립세미나 패널토론 요약본

(김대관, 경희대학교 교수)

먼저 디지털 전환(DX, Digital Transformation)을 주제로 토의를 진행하겠습니다. 국내 관광사업자의 DX 활용현황 및 향후 변화방향에 대한 김영문 부회장님의 의견 부탁드립니다.

(김영문, 한국호텔업협회 부회장 겸 메이필드 호텔 대표)

국내 관광산업의 DX는 타 산업과 비교해 열위에 있습니다. 그 이유 중 첫번째는 관광산업이 재벌계열기업과 아닌 기업으로 양분화 되어있기 때문입니다. IT 계열사까지 보유한 재벌기업이 폐쇄적인 독자 시스템을 개발·운영하면서 산업 발전에 악영향을 끼치고 있습니다. 두번째 이유는 인식 전환 및 우수 인재 유입의 둔화입니다. 관광산업은 변화가 느리다는 고정관념을 가지고 기업들이 DX 확산에 수동적으로 대응하고 있습니다. 기존의 인식을 깨트리려면 새로운 인재 유입이 필수적인데, 관광업계엔 인재가 유입되지 않아 변화에 한계가 있는 상황입니다. 세번째는 비용입니다. 관광업계는 영세사업자가 주류를 이루고 있습니다. 때문에 투자 여력이 충분치 못한 업체들이 대부분입니다.

DX를 활용해 관광산업이 나아가야 할 방향도 세 가지로 정리해 볼 수 있습니다. 첫째, 인간관계 기반에서 데이터 기반의 마케팅/영업으로 전환되어야 합니다. 둘째, 관광산업이 가지고 있는 고객에 대한 세밀한 데이터를 어떻게 활용할지에 대한 고민도 필요합니다. 마지막으로 로봇, S/W 시스템 등을 도입하여 운영 효율화를 이뤄내야 할 것입니다.

(김대관, 경희대학교 교수)

안현실 소장님께 다음 질문 드리겠습니다. 중소기업자 입장에서 보는 DX의 문제점과 대응 방안은 무엇이 있을까요?

(안현실, 한국경제신문 AI경제연구소장 겸 논설위원)

생산성 향상이 빠른 분야의 임금상승에 편승하여 생산성 증가가 더딘 분야의 임금이 올라가는 현상을 ‘보몰(Baumol) 효과’ 또는 ‘비용질병’이라고 합니다. 대부분의 서비스업에서 보몰 효과가 나타나고 있습니다. 하지만, DX의 등장으로 서비스업의 생산성이 향상되고 평균 임금이 높아져 우수 인력의 유입이 증가되는 선순환을

본 패널토론의 영상은
아놀자리서치 유튜브
공식 채널에서
확인 가능합니다.

이뤄내고, 비용질병에서 탈출할 수 있는 전환점에 도달한 것으로 보입니다.
결국 DX는 기술보다는 사람이 핵심입니다. 기존에는 영세사업자들에게 무엇을 지원해 줄 것인가 고민했다면 이제는 디지털로 무장한 인력들이 관광산업에 진출하여 새로운 스타트업을 창업할 수 있게 지원하는 것이 중요합니다.
CES 2023의 주요 아젠다 중 하나가 Travel & Tourism이었습니다. 메타버스, 블록체인, 웹 3.0, 가상 화폐 등 미래 기술이 만나는 지점이 관광산업이기 때문입니다. 하지만, 관광산업의 구조조정 없이는 관광산업 밖에 있는 플레이어들이 관광산업 DX에 따른 수혜를 독차지할 가능성이 높습니다.
추가로 야놀자리서치가 중소 관광사업자들의 DX 수준을 면밀히 평가할 수 있는 척도를 만드는 연구를 해주면 좋겠습니다.

(김대관, 경희대학교 교수)

다음 질문은 산업 현장의 최전방에 계신 김종윤 대표님께 묻겠습니다. 관광산업 DX를 활용한 비즈니스 모델은 무엇이 있을까요?

(김종윤, 야놀자 및 야놀자클라우드 대표)

우선 DX에 대한 정의부터 명확히 해야 된다고 생각합니다. 저는 DX는 탈중앙화(Decentralized)를 의미한다고 생각합니다. 과거 전산화(Digitization)와 디지털화(Digitalization)을 통해 많은 산업들이 중앙화(Centralized)되었습니다. 공급자와 수요자 사이에서 중개 역할을 하는 에이전시들이 중앙에서 데이터를 독점하며 시장을 좌지우지했습니다. 이런 환경에서는 더 좋은 공급자가 나오기도 어려우며, 수요자는 수동적으로 상품을 소비해야 합니다.

하지만, DX를 통해 공급자와 수요자가 직접 상품과 데이터를 주고받는 상황이 된다면, 즉 데이터가 중앙에 모이는 것이 아니라 흐를 수 있게 된다면 중간 에이전시들의 영향력이 약화될 것이라고 생각합니다.

자동차 산업에서는 내연차가 전기차로 전환되면서 거대한 시장 기회가 열리고 있습니다. 이를 가능케 하는 것은 바로 배터리입니다. 전기차로의 전환은 단순 동력원의 변화가 아닙니다. 차량에 대형 배터리가 탑재되면서 고성능 컴퓨터를 탑재하는 것 또한 가능해졌습니다. 이는 자율주행이 실현 가능해졌다는 것을

본 패널토론의 영상은
야놀자리서치 유튜브
공식 채널에서
확인 가능합니다.

의미합니다.

관광산업에서 배터리 역할을 하는 것은 솔루션이 될 것이라고 생각합니다. 기존의 PMS(Property Management System) 솔루션은 고객 맞춤형으로 제공되었습니다. 하지만, 앞으로의 PMS는 여러 고객들이 동일한 솔루션을 사용하는 Multi-Tenancy 형태로 바뀔 것입니다. 전기차 영역에서 배터리를 활용하게 되면서 데이터가 흐르고 자율주행이 실현된 것처럼, 관광산업에서는 Multi-Tenancy 형태의 솔루션이 데이터를 흐르게 하고 자동화(Automation)를 실현하게 될 것입니다. 자동화는 각 사업자들에게 경제적 혜택을 가져올 것입니다. 때문에 기존의 맞춤형 PMS를 사용하던 공급자들도 Multi-Tenancy 형태의 PMS로 전환하고 있는 상황입니다.

탈중앙화로 공급자들이 높은 자유도를 얻게 된다면 능력있는 개인 또는 기업들이 독자적인 콘텐츠를 쉽게 만들 수 있습니다. 그럼 당연히 수 많은 다양한 사업자들이 새로 등장할 것입니다. 마치 유튜브가 누구나 미디어가 될 수 있는 환경을 제공하기 시작하면서 수 많은 콘텐츠 크리에이터들이 등장한 것처럼 말입니다. 관광산업의 탈중앙화가 실현된다면 K-컬처를 기반으로 더 많은 기회가 생길 것입니다.

(김대관, 경희대학교 교수)

한범수 교수님께도 관광 DX에 대한 의견 부탁드립니다.

(한범수, 경기대학교 교수)

디지털 혁명이 시작되면서 인류의 삶은 과거 어느 때보다도 빠르게 변화하고 있습니다. 이전에도 그랬듯이 DX에 따른 변화도 처음엔 적응하기 불편할 수도 있습니다. 하지만, DX는 받아들여야만 하는 변화일 것입니다.

최근 ChatGPT가 돌풍을 일으키고 있습니다. 어젯밤 저도 오늘 토론에 대한 예상 질문들을 ChatGPT에게 물어봤습니다. 처음에는 불만족스러웠지만, 계속 질문을 바꿔가며 물었더니 어느 정도 수준의 답변을 얻어낼 수 있었습니다. 그러다 문득 어쩌면 앞으로 OTA 기업들도 ChatGPT의 늪에 빠져버리는 것이 아닐까 하는 생각이 들었습니다.

글로벌 OTA 기업의 등장으로 3만여개의 여행사가 식민지화되고 서서히 무너지는

것이 아닌가 하는 두려움도 있습니다. 글로벌화를 위해서는 우리만의 콘텐츠를 가져야 할 것입니다. 그런데 국내 3만여개의 여행사 중에 독자적인 콘텐츠를 만들어 낼 수 있는 업체가 얼마나 될지 의문입니다.

저는 야놀자와 같은 국내 OTA가 글로벌 거대 OTA와 견줄 수 있는 수준으로 성장했으면 하는 작은 희망을 가지고 있습니다. 뿐만 아니라, 야놀자가 관광사업자들 스스로 자체 콘텐츠를 만들고 사업 영역을 확장해 나갈 수 있는 에너지를 제공하는 기업이 되었으면 좋겠습니다.

(김대관, 경희대학교 교수)

한범수 교수님께서 관광산업의 글로벌화에 대해서도 간단하게 언급해 주셨는데요. 이제부터는 본격적으로 글로벌화를 주제로 토의해 보도록 하겠습니다. 안현실 소장님께 관광산업의 글로벌화를 위해 우리가 선행적으로 준비해야 할 것은 무엇인가에 대한 의견 부탁드립니다.

(안현실, 한국경제신문 SI경제연구소장 겸 논설위원)

제조업과 달리 서비스 산업에는 글로벌화에 성공한 국내기업이 없습니다. 그 이유는 정부 정책이 제조업과 서비스업을 차별하고 있기 때문입니다. 일례로 서비스업에서는 연구개발 투자에 대한 세액공제 지원이 없습니다. 이러한 구시대적 사고방식의 경제 정책은 바뀌어야 할 것입니다.

「메가트렌드」를 집필한 미국의 미래학자 존 나이스비트는 2003년 한국 성장에 필요한 10가지 힘 중 하나로 관광산업의 중요성을 이야기했습니다. 성장동력으로 특정 산업을 언급한 것은 관광이 유일했습니다. 이와 같이 관광산업이 성장 산업이라는 인식의 전환이 필요합니다.

1930년대 대공황의 원인과 해법을 제시한 현대경제학의 창시자 존 메이나드 케인즈는 100년 후 미래에는 주 15시간 일하는 시대가 올 것이라고 전망했습니다. 주 15시간 일하는 시대가 온다면 업무시간 보다는 레저시간에 사활을 거는 기업이 성공하게 될 것입니다.

미중 간 갈등은 당분간 지속될 것으로 보입니다. 그렇다면 두 강대국 사이에 끼인 우리나라 제조업은 점점 더 힘든 상황에 직면하게 될 것입니다. 이를 타개하는

본 패널토론의 영상은
야놀자리서치 유튜브
공식 채널에서
확인 가능합니다.

방안은 내수를 키우는 것입니다. 관광은 외국인을 국내로 유입시켜 내수를 키울 수 있는 산업입니다. 관광은 연관 산업의 동반 성장까지 기대할 수 있는 가장 유망한 산업입니다. 관광산업에 한국 경제의 미래가 달려 있는 것입니다.

최근 K-콘텐츠, K-컬처 등의 용어가 일상적으로 사용되고 있습니다. 하지만 진정한 글로벌화를 위해서는 단어 앞에 K를 붙이는 것을 멈춰야 한다고 생각합니다. K를 접두어로 사용하게 되면 자국 중심주의에 빠질 가능성이 높기 때문입니다. K를 버리고 글로벌 기준에 맞는, 경쟁력이 있는 문화와 콘텐츠를 만들어야 할 것입니다.

(김대관, 경희대학교 교수)

한국 관광산업의 글로벌 경쟁력 수준은 어떠할까요? 김영문 부회장님께 말씀 부탁드립니다.

(김영문, 한국호텔업협회 부회장 겸 메이필드 호텔 대표)

이미 한국 관광기업들이 많은 분야에서 글로벌 경쟁력을 가지고 있다고 생각합니다. 특히, 국내 호텔의 오퍼레이션 능력은 전세계 최고 수준으로 평가됩니다.

한국 관광산업의 글로벌화를 위해서는 국내기업과 해외기업이 동등하게 경쟁할 수 있는 환경을 조성하는 것이 최우선 과제라고 생각합니다. 규제로 인해 국내기업이 역차별 되는 현 시장상황이 개선되어야 합니다.

정부가 관광산업을 산업으로 인식하지 않는 점도 바뀌어야 할 것입니다. 단적인 예로, 관광산업은 산업통상자원부가 아닌 문화체육관광부에서 담당하고 있습니다. 관광산업을 산업이 아닌 다른 측면에서 바라보기 때문에 파생되는 문제점이 많습니다.

마지막으로 정부가 해외에 진출하려는 국내 관광사업자들에게 직접적으로 도움이 되는 지원을 제공해야 할 것입니다. 최근 저희 호텔에서 미국 진출을 검토하면서 가장 힘들었던 점은 진출 지역의 시장 분석 리서치가 어렵다는 것이었습니다. 하지만, 저희가 이용할 수 있는 정부 지원은 KOTRA에서 제공하는 3천만원의 리서치 비용 지원 밖에 없었습니다. 중소기업자의 경우, 실질적인 영역에서 정부 지원이 더욱 간절할 것으로 생각합니다.

본 패널토론의 영상은
아놀자리서치 유튜브
공식 채널에서
확인 가능합니다.

(김대관, 경희대학교 교수)

한범수 교수님께 글로벌화와 DX 관련 추가 의견 부탁드립니다.

(한범수, 경기대학교 교수)

앞서 3만여개의 여행사들이 무너질 수 있다고 언급한 것은 디지털 혁명 시대에 적응하지 않는 기업들은 고사되는 것이 불가피하다고 생각하기 때문입니다.

앞으로 펼쳐질 디지털 혁명 시대에 살아남기 위해서는 야놀자와 같은 국내 토종기업들이 더 많이 등장하고 능력을 키워 나가야 할 것입니다. 뿐만 아니라, 우리가 해외에 나가 현지 콘텐츠를 개발해 우리만의 상품으로 만드는 것도 필요할 것입니다. 국내기업이 Expedia, Booking.com과 같은 글로벌 거대 OTA와 똑같은 전략을 구사한다면 경쟁력이 없기 때문입니다.

유튜브가 등장하면서 수많은 크리에이터가 등장하고 콘텐츠가 폭발적으로 증가한 것처럼, 관광산업에서도 다양한 사업자들이 스스로 콘텐츠를 만들고 서로 상생할 수 있는 시스템을 만드는 것이 글로벌로 가는 길이 아닐까 싶습니다. 또, 우리만의 콘텐츠를 만들고 해외 시장에 공급하는 것이 국내 관광산업의 글로벌 경쟁력을 높이는 방법일 것입니다. 마지막으로, 우리가 이미 가지고 있는 자산을 관광 자원이라고 재인식하는 것이 관광산업 글로벌화의 첫 걸음이 아닐까 합니다.

(김대관, 경희대학교 교수)

김종윤 대표님께서 기업을 경영하면서 느낀 점을 공유해주시면 좋을 것 같습니다. 관광산업의 글로벌화를 추진하려면 각 주체들이 어떤 노력을 해야 할까요?

(김종윤, 야놀자 및 야놀자클라우드 대표)

중앙화된 산업의 특징은 1위 기업이 시장을 장악한다는 것입니다. 즉, 양극화가 일어납니다. 1위 기업은 데이터를 독점하고 있을 뿐만 아니라 인력과 리소스 측면에서도 압도적인 우위를 가지고 있습니다. 때문에 1위 기업과 동일 선상에서 경쟁해서는 승리할 수 없습니다.

저도 야놀자가 글로벌 OTA 시장에서 1등할 가능성이 매우 희박하다고 생각합니다. 하지만, 야놀자는 OTA 플랫폼 뿐만 아니라 야놀자클라우드라는 솔루션 사업도 영위하고 있는 기업입니다. 기존의 솔루션은 고객 맞춤형으로 개발되고 On-prem-

본 패널토론의 영상은
야놀자리서치 유튜브
공식 채널에서
확인 가능합니다.

ise 환경에서 제공되었습니다. 때문에 일정 수준 이상의 규모를 가진 사업자들만 활용 가능했습니다. 즉, 솔루션 시장에서도 양극화 현상이 있었던 것입니다. 아놀자클라우드가 제공하는 솔루션은 MS Office처럼 누구나 쉽고 저렴하게 이용할 수 있는 SaaS (Software as a Service, 클라우드 서비스로 제공되는 소프트웨어) 형태입니다. 아놀자는 솔루션 사업을 통해 글로벌 OTA를 넘어 성장하고자 하는 목표를 가지고 있습니다.

저는 앞으로 OTA가 사라질 수도 있다고 생각합니다. 현재 OTA의 비즈니스 모델만으로는 성장 동력이 없기 때문입니다. 또한 SaaS 솔루션을 통해 공급자가 OTA를 거치지 않고 고객과 직접 연결되는 탈중양화가 실현되면 OTA가 더 이상 데이터를 장악하지 못할 것입니다.

관광 솔루션은 아직 누구도 장악하지 못한 기회의 시장입니다. 한국이 이 시장을 선점하려면 지금부터 기업과 정부의 적극적 노력과 투자가 필요할 것입니다.

SaaS 솔루션 확산은 영세사업자에게도 충분히 도움이 되는 것이라고 생각합니다. 아놀자도 영세사업자 대상의 SaaS 솔루션 보급 확산에 최선을 다하려고 하고 있습니다.

(김대관, 경희대학교 교수)

오늘 토의에서 영세사업자라는 단어가 여러 번 언급되었습니다. 하지만, 저는 관광산업에서 영세라는 단어가 더 이상 사용되지 않길 바랍니다. 영세라는 표현 대신 ‘강소기업’ 또는 ‘유니크한 기업’이라고 부르는 것이 좋을 것 같습니다. ‘3만여개의 여행사는 각각의 시장과 경쟁력을 가진 업체이다’라는 사고의 전환이 필요합니다. 그럼 이제 플로어에서 추가 질문을 받도록 하겠습니다.

(플로어 질문1: 고은숙, 제주관광공사 사장)

제주도의 관광산업은 지난 16년 간 여행객 수가 4배 가량 증가하며 빠르게 성장하고 있습니다. 하지만 여전히 우수한 인재가 유입이 되지 않고 있는 상황입니다. 인재를 확보하기 위한 전술적인 방안으로는 무엇이 있을까요?

본 패널토론의 영상은
아놀자리서치 유튜브
공식 채널에서
확인 가능합니다.

(안현실, 한국경제신문 AI경제연구소장 겸 논설위원)

플로어 질문에 앞서 다른 토론자의 발언에 대해 추가 의견 드리겠습니다.

우선, 김종윤 대표가 말한 탈중앙화로의 변화에 전적으로 동의합니다. 이미 많은 신산업 분야에서 ‘탈중앙화’와 ‘민주주의’를 미래 방향성이라고 인식하고 추진 중입니다. 관광산업도 이러한 변화를 예의주시하고 선제적으로 전략을 마련해야 할 것입니다.

영세라는 용어를 쓰지 말자는 좌장님의 말씀에도 공감합니다. 3~5만개의 영세사업자가 아니라 새로운 스타트업이 포진되는 산업이 된다면, 대한민국 관광산업이 글로벌 최고 수준으로 성장하게 될 것입니다.

18세기 귀족들은 여행을 통해 자녀를 교육시켰습니다. 여행이 곧 교육이고, 돈 있는 사람들만 교육을 시킬 수 있는 시대였던 것입니다. 21세기에 들어 디지털 전환을 통해 누구나 여행을 통해 교육을 시킬 수 있게 변화되고 있습니다. 앞으로 여행과 교육이 결합된다면 관광산업은 무한한 잠재력을 가진 시장이 될 것입니다. 이렇게 되기 위해서는 디지털로 무장한 청년들이 가장 창업하고 싶은 분야가 관광이 되어야 할 것입니다. 즉, 인재 유입을 위해서는 정부가 관광산업에서 스타트업을 창업하려는 젊은 청년들에게 파격적인 지원을 아끼지 말아야 한다고 생각합니다. 거기에서 성공사례가 나오면 인재 유입의 선순환이 일어날 것입니다.

(김종윤, 야놀자 및 야놀자클라우드 대표)

전체 가치사슬에서 돈이 가장 많이 물리는 단계에 인재가 모인다고 생각합니다.

현재의 여행산업에서는 중앙집권화된 플랫폼이 그 위치에 있습니다. 때문에 야놀자에도 글로벌 빅테크 수준의 인재들이 모이고 있습니다. 전체 가치사슬에 특정 영역에 부와 인재가 물리기 때문에 그 외의 영역은 인력 부족을 겪을 수밖에 없습니다.

저는 솔루션 확산이 관광업계 전반의 인재 부족 문제를 해결할 것이라고 생각합니다. 앞으로 솔루션이 확산되면 플랫폼 중심의 중앙화가 무너질 것입니다. 그렇다면 각각의 관광사업자들에게 보다 다양한 비즈니스 기회가 주어지고 그 기회를 통해 창출된 부가가치를 그들이 온전히 누리게 될 것입니다. 그럼 자연스럽게 우수한 인재의 유입이 증가할 것입니다.

본 패널토론의 영상은
야놀자리서치 유튜브
공식 채널에서
확인 가능합니다.

(플로어 질문2: 김석완, 티웨이항공 전략마케팅담당 상무)

앞으로 대한민국 관광대국을 실현하기 위해 항공사는 DX와 관련해 어떤 역할을 하고 어떤 방향성을 가지고 노력해야 할까요? 의견 부탁드립니다.

(한범수, 경기대학교 교수)

과거에는 아마데우스, 갈릴레오 등의 CRS(Computerized Reservation System, 컴퓨터예약시스템)가 항공 시장을 좌우했습니다. 하지만, 이젠 소비자가 시장을 주도하는 시장으로 변했습니다. 따라서 항공사도 가지고 있는 고객 정보를 활용해 고객 맞춤형 상품을 출시해야 할 것입니다. 소비자 보다 한발 앞서 소비자가 원하는 상품을 개발해내는 방향으로 전략을 전환해야 합니다.

(최규완, 경희대학교 교수)

지난 30여년간 한국 경제를 연구해왔지만, 지금처럼 미래 성장동력이 보이지 않는 적은 없었던 것 같습니다. 인구 5천만 이상, 1인당 GDP 3만달러 이상을 달성한 나라는 전세계 6개국 밖에 없습니다. 그 중 하나가 대한민국입니다. 우리는 경제대국에 걸맞은 미래 성장동력 확보를 위해 관광산업에 주목해야 합니다. 관광산업이 DX를 통해 생산성을 높인다면 자영업 공급과잉 등의 사회적 문제까지도 해소할 수 있을 것으로 생각합니다. 이를 위해서는 기업들이 데이터 기반의 경영 프로세스를 구축하기 위해 노력해야 할 것이며, 정부도 이런 기업들을 적극적으로 지원해야 할 것입니다.

(장수청, 아놀자리서치 원장)

저는 대한민국이 DX와 K-컬처라는 강력한 무기를 가지고 있다고 믿습니다. 두 역량을 활용해 국내 관광산업의 글로벌화를 실현할 수 있는 기회가 지금 바로 눈앞에 다가왔습니다. 남아있는 문제는 관광산업을 어떻게 인식할 것인지, 그리고 용기 있게 글로벌화를 추진해 나갈지를 결정하는 일 뿐이라고 생각합니다. 현대기아차가 오랜 노력 끝에 미국 시장에서 자리잡은 것처럼, 관광업계도 노력한다면 언젠가는 빛을 낼 것입니다. 이제부터는 시작해야 됩니다.

본 패널토론의 영상은
아놀자리서치 유튜브
공식 채널에서
확인 가능합니다.

(김대관, 경희대학교 교수)

토론을 들어보니 기존에 우리가 가지고 있던 사고방식의 틀을 빨리 깨야겠다는 생각이 들었습니다. 관광이라는 단어에 고정관념을 입히고 우리 스스로 사업 영역에 한계를 두었던 것은 아닐까요? 오늘 관광에 대한 우리의 자세를 스스로 성찰하고 앞으로 변화해 나갈 필요가 있다는 화두를 던질 수 있었다는 점에서 의미 있는 토론이었다고 생각합니다. 오늘 참석해 주신 모든 분들께 감사인사 드리며 여기서 토론을 마치도록 하겠습니다.

본 패널토론의 영상은
아놀자리서치 유튜브
공식 채널에서
확인 가능합니다.