

관광에서 체험으로...2019 新 여행 트렌드

핫한 여행을 계획한다면 트렌드 변화에 주목하라

우리는 왜 낯선 환경과 사람을 찾아 여행을 떠나는가? 최근 여행 트렌드는 패키지 여행 대신 개인의 취향과 관심사를 따라가는 '테마여행'과 현지인의 삶속으로 들어가는 '한달 살기', '일상적인 여행'으로 변하고 있다. 또한 새로운 곳에 대한 '호기심'과 더불어 스트레스가 중되는 생활에서 벗어나고자 하는 '힐링' 욕구가 바탕에 깔려 있다.

#“국내에서 볼 수 없는 개기일식 등 천문현상을 해외여행을 통해서 보고 싶습니다.”

고등학교 교사인 신성수(44)씨는 지난 7월말에 5박6일간 몽골을 다녀왔다. 이틀만 관광지를 돌아보는 관광이 아니었다. 아마추어 천문가인 그는 한국 아마추어 천문학회 동료 교사 7명과 함께 '초원 천문대'라는 별칭으로 불리는 바야르드 별자리캠프에서 별을 관측했다. 당연히 천체망원경과 별을 추적하는 적도의, 카메라 등 장비를 챙겨갔다. 그곳은 한국과 달리 주변에 불빛이 없어 진한 은하수가 감 감한 밤하늘을 가로지르고, 별빛이 초롱초롱했다.

그는 2013년부터 남다른 테마여행을 하고 있다. 남반구 은하수(뉴질랜드)와 오로라(캐나다) 등 별과 관련된 여행이다. 내년 연말에는 북반구에서 볼 수 없는 남천(南天) 성운·성단을 관측하기 위해 호주로 떠날 계획을 잡고 있다.

◇올해 국내관광 트렌드는 'B·R·I·D·G·E' 여행은 인간의 역사와 떨어져 볼 수 없는 관계이다. 프랑스 철학자 가브리엘 마르셀은 인류를 '여행하는 인간'(Homo Viator)이라고 정의했다. 시대에 따라 여행 스타일은 유행을 탄다. 과거에 단체로 짧은 시간에 많은 곳을 돌아보는 '양적(量的) 여행'이 대세였다면 요즘은 여행자 개인의 취향에 따라 자유롭고, 색다른 '질적(質的) 여행'으로 점차 바뀌고 있다.

한국관광공사는 소셜 빅데이터를 분석해 지난해 국내관광 트렌드를 'S·T·A·R·T' 다섯 가지 키워드로 정리했다. 'Staycation' (당일치기·근거리 여행)과 'Travelgram' (여행인스타그램), 'Alone' (나 홀로 여행), 'Regeneration' (도시재생·원도심 여행), 'Tourist sites in TV programs' (여행에는)의 영문 첫 글자를 딴 것이다.

또한 2019년 국내관광 트렌드를 'B·R·I·D·G·E' 여섯 가지 키워드로 정리했다.

'B'는 다세대 가족여행(Break the generation gap)이다. 2017년 10월-2018년 9월에 SNS에서 '가족여행'을 키워드로 언급한 빈도수가 2년 전(7만 5366건) 같은 기간에 비해 7배(49만2711건) 증가했다.

'R'은 여가활동(Recreational Activities), 'I'는 여행 콘텐츠(Influential contents), 'D'는 맛집탐방(Delicious foods), 'G'는 연중여행(Go anytime), 'E'는 강원도 여행(East coast)을 뜻한다.

여행 트렌드 변화는 '늦강스'나 '호강스'와 같은 신조어로 표현된다. '7월·8초' (7월말·8월초) 극성 수기를 피해 자기 스케줄에 맞춰 늦막이 여행을 떠나고, 호텔에서 휴가를 보내는 보내는 여행스타일을 반영한다. 추석명절에도 고향을 찾고, 성묘를 찾는 대신 가까운 해외로 가족여행을 떠나기도 한다.

항공료는 시기와 조건에 따라 다르다. 그래서 '스카이 스캐너'나 '인터파크 투어'와 같은 항공권 검색 어플을 통해 대폭 할인된 비행기 티켓을 확보해 무박2일같은 짧은 여행을 나서는 젊은 세대가 많다. 유난히 '가성비' ('가격 대비 성능'의 준말)를 꼼꼼하게 따지는 요즘 소비자들의 소비패턴 확산과 밀접하다.

이와 같은 여행 트렌드의 탈바꿈은 자신의 삶을



패키지 여행보다 맞춤형 여행

Staycation 당일치기·근거리 여행

Travelgram 여행인스타그램

Alone 나 홀로 여행

Regeneration 도시재생·원도심 여행

Tourist sites in TV programs 여행에는

Break the generation gap 다세대 가족

Recreational Activities 여가활동

Influential contents 여행 콘텐츠

Delicious foods 맛집탐방

Go anytime 연중여행

East coast 강원도 여행

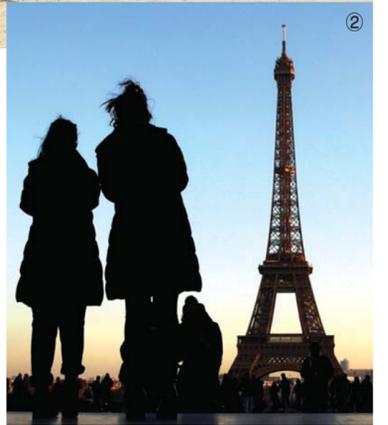
중요시하는 'YOLO' ('인생은 한 번뿐이다'를 뜻하는 You Only Live Once의 앞 글자를 딴 용어)와 같은 라이프스타일의 변화와 연계돼 있다. 또한 일과 삶의 균형을 중시하는 '워라밸' (Work and Life Balance) 문화도 많은 영향을 끼친다.

◇패키지 여행보다 소비자 선택하는 맞춤형 여행 = '패키지 여행' (Package tour)은 여행사에서 항공권과 숙박, 여행지 코스 등 모든 일정과 장소를 정한다. 여행객은 정해진 일정대로 움직이면 된다. 교통편과 호텔, 음식점이 모두 예약돼 있고, 가이드가 따라 붙어 편리하다.

대부분 일정은 짧은 시간에 이틀만 관광지를 두루 돌아볼 수 있도록 짜여진다. 가격이 저렴하지만 개인의 취향이 반영되지 않아 여행지 코스에 대해 모두 만족할 수는 없다. 특정 샵에서 쇼핑을 해야 하고, 불필요한 선택관광을 해야 하기도 한다.

요즘은 일률적인 단체 패키지 여행보다 자유로운 여행을 선호하는 추세이다. 그래서 여행사들도 이러한 여행자의 변화를 받아들여 맞춤형 상품을 개발했다. 소비자 입장에서 자신의 취향에 맞춰 선택할 수 있는 폭이 넓어진 것이다.

세계 미술여행을 하는 '테마가 있는 패키지 여행' 상품은 미술전문가와 동행해 오스트리아와 스페



인, 이탈리아 등지 미술관을 찾아간다. 또 'TV속 화제의 여행지'를 찾아가는 여행상품도 있다.

소설가 김영하는 '여행의 이유'에서 "유전자에 새겨진 이동의 본능. 여행은 어디로든 움직여야 생존을 도모할 수 있었던 인류가 현대에 남긴 진화의 흔적이고 문화일지도 모른다"고 했다. '여행하는 인간'(Homo Viator)은 오늘도 짐을 꾸려 '지구별' 어디론가 길을 떠난다.

/글·사진·송기동 기자 song@



소설가 김영하는 '여행의 이유'에서 "유전자에 새겨진 이동의 본능. 여행은 어디로든 움직여야 생존을 도모할 수 있었던 인류가 현대에 남긴 진화의 흔적이고 문화일지도 모른다"고 했다. ①모로코 사막 낙타체험, ②파리 에펠탑, ③루브르박물관, ④아이슬란드 오로라. <연합뉴스>



SINCE 1982 **“인터넷 검색창에 국제보청기를 보세요”**

각국 보청기 전문 A/S센터 상표등록 제2549335호

2015~2019 대한민국소비자대상 소비자만족부문 [5년 연속] 수상
2016 미국 라스베이거스 CES 공신 영세사단 [혁신기술상] 수상
2017 미국 빅 이노베이션 어워드 (BIG Innovation Award) [혁신상품부문] 수상

국제보청기

- 필요한 소리만 똑똑히 들립니다.
- 작은 사이즈로 착용시 거부감이 없습니다.
- 정직한 우수상품 가격부담이 없습니다.

본점 서석동 남동성당 옆 062) 227-9940
062) 227-9970

서울점 종로 5가역 1층 02) 765-9940

순천점 중앙시장 앞 061) 752-9940

특별 월 회원 모집

신양파크호텔 휘트니스 클럽

개인 (월) ₩ 300,000

회원특전

- 사우나, 체력단련장, 수영장 무료이용
- 레스토랑 이용시 10% 할인
- 객실 이용시 50% 할인
- 요가, 에어로빅, 수영 단체레슨 무료

상담문의 062-228-4711, 2/221-4101, 3

Shin Yang Park Hotel
MEMBERSHIP HOTEL & FITNESS CLUB