

연구과제 보고서

훈 련 자 인 적 사 항 훈 련 내 역	훈련과정	직무(지정기관)	훈련기관	UCLG 세계본부
	성 명	염서운	파견연도	'22.11.~'24.10.
	훈련과제	지속가능한 도시관광활성화 선진 사례 연구		
보고 주제 (제목)	유럽의 관광산업 디지털 전환 정책 현황 및 방향			

I. 디지털 전환이란

가. 디지털 전환의 급속한 진행

2016년 세계경제포럼에서 당시 의장이었던 클라우스 슈바프 의장이 제4차 산업혁명을 주장한 이후, 2020년 전 세계에 닥친 코로나19로 인해 비롯된 온라인·비대면이라는 낯선 환경의 심화는 기술 환경을 토대로 한 다양한 형태의 새로운 비즈니스 모델의 수요 및 공급을 급속도로 증가하게 만들었다.

따라서 이러한 수요 및 공급을 실현시키는 핵심 요소로서의 디지털 전환에 대한 관심이 매우 빠르게 증가하였으며 전 세계는 이른바 디지털 대전환의 시대를 맞이하고 있다. 2022년 미국은 반도체 과학법 제정으로 첨단기술 분야에 2,800억불을 투자 중이며, 유럽 연합에서는 디지털 혁신 추진을 위한 'Digital Decade'를 천명하고 이를 실현하기 위한 실행계획인 2030 Digital Compass를 수립하여 추진하는 등 전 세계는 모든 분야에 걸쳐 디지털 전환을 빠르게 추진하고 있다.

나. 디지털 전환의 의미

디지털 전환(Digital Transformation)이란 기본적으로 디지털 기술을 사회 전반에 적용하여 전통적인 사회 구조를 혁신시키는 것을 의미한다. 일반적으로 어떤 주체가 인공지능(AI), 빅데이터 등 최신의 디지털 기술을 활용하여 기존 전통적인 운영 방식과 사업구조를 디지털화하여 다양한 정보기술을 활용해 제품 서비스 등을 혁신하여 제공하는 것을 의미한다.

단, 기존 아날로그 방식에 다양한 정보기술을 적용하기만 하면 된다는 것을 뜻하는 것은 아니며, 제품 및 서비스 생산 및 제공의 프레임을 전략적으로 혁

신하고 궁극적으로는 이를 통해 이의 소비주체의 새로운 경험 및 가치를 만들어내는 것을 의미한다. 거의 모든 새로운 개념의 도입이 그러하듯이, 초반에는 기업 및 산업에 먼저 도입되어 추진되었지만, 현재는 민간·공공 영역을 아우르며 사회 전반에 걸쳐 광범위하게 추진되고 있다.

디지털 전환은 전산화(digitization) 및 디지털화(digitalization) 단계를 거쳐서 구체화되고 있으며, OECD(2019)에서는 디지털 전환에 따른 사회·경제적 변화를 7가지 핵심 특징으로 정리하고 있다.¹⁾

〈표 1〉 디지털 전환의 출현 및 변화 과정

구분	전산화 (Digitization)	디지털화 (Digitalization)	디지털 전환 (Digital Transformation)
단계	1 단계	2 단계	3 단계
시기	- 2000년(PC 중심)	- 2010년 (WEB/인터넷 중심)	- 2011년 이후 (모바일/클라우드 중심, 2015년 이후 디지털 전환이란 용어가 본격 사용)
목적	- 정보의 디지털화(데이터화/정보화)	- IT 기술을 활용한 프로세스 중심의 운영혁신(업무효율화, 비용절감)	- 디지털 기술 중심의 비즈니스 혁신(매출 증대, 신규고객/매출확보)
촉진기술	- 개인PC/대용량 컴퓨터 시스템/PC통신	- 정보통신 기술	- 디지털 기술
변화내용	- 정보의 유형(아날로그 정보 → 디지털정보)	- 업무처리 방식(업무 프로세스의 IT화, 주문/생산 방식의 디지털화)	- 비즈니스 모델(제품의 서비스화, 제품+서비스의 결합, 신규서비스)
예시	- PC+오피스S/W(한글, MS 오피스 등) - PC통신+이메일 - 서버(유닉스/메인프레임 등)	- ERP/SCP 등을 통한 기업 기반업무혁신 및 공장자동화 - 비용 효율화를 위한 인프라 전환: 고가서버(유닉스/메인프레임 등) → 가서버(X86)	- 언택트 비즈니스(온라인 쇼핑, 화상지원 서비스 등) - AI 기술 접목 서비스 - 공유/중개 플랫폼(Uber, Airbnb, 배달의 민족 등) - 가상화

자료: 박성순·조광섭(2021). Digital Transformaiton의 성공적 시작. 삼성 SDS 인사이트 리포트.

1) 한국문화관광연구원(정광민, 송수엽, 한희정 등, 2021), 관광산업의 디지털 전환 수준 진단과 정책대응 방향

〈표 2〉 디지털 전환에 따른 사회·경제적 변화

구분	내용
디지털 제품의 등장	- 한계비용을 감소시켜 기업이 생산 규모를 빠르게 조정하게 하며, 이를 통해 쉽고 빠르게 글로벌 수준의 시장을 확보 가능케 함
핵심 기능의 디지털화	- 제품 및 서비스 간 결합을 촉진해 글로벌 차원에서 범위의 경제를 구현하게 함
디지털 기술의 사용	- 경제사회적 기회와 동시에 혁신(disruption)이 이루어짐
데이터 이동과 온라인 플랫폼	- 기존 자본재의 서비스화를 가능케 하여 자본재의 서비스 잠재력을 확대하는 데 도움이 됨
보이지 않는 디지털 가치의 이동 가능성	- 기존 유형 자산 기반의 위치, 거리, 법률 차이 등 전통적 제약요인을 약화함
인터넷의 구조와 디지털 기술의 발전	- 탈중앙화의 경향을 강화해 개인에게 더 큰 권한을 부여함
디지털 중개 확산	- 관련 데이터가 중앙으로 집중되고 이는 다시 기업의 경쟁우위를 가져올 수 있는 전략적 자산으로 전환됨

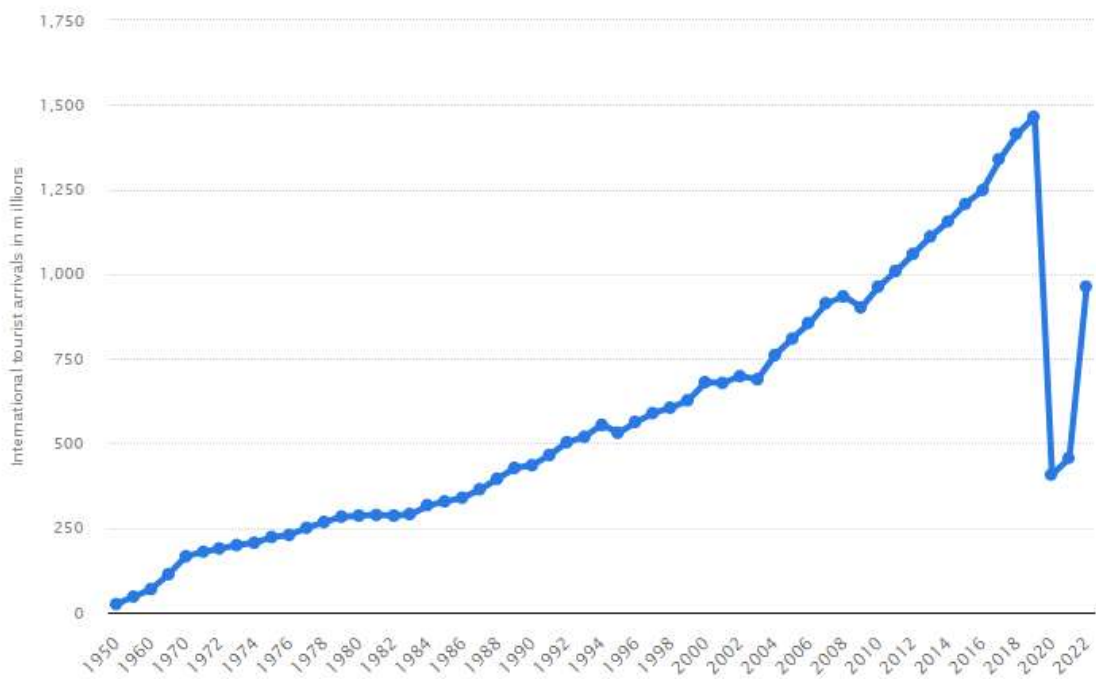
자료: OECD(2019a).

II. 관광산업 동향 및 관광산업의 디지털 전환의 의미와 영향

가. 관광산업 동향

2020년 전 세계를 강타한 COVID-19 바이러스로 인해 관광 업계는 그 어떤 산업보다 더 큰 타격을 입었다. 2020년과 2021년 2년 동안 그 피해는 가장 극심했으나, 바이러스의 백신이 보급되고, 그 간의 여행 및 이동 금지로 인해 쌓여왔던 여행 욕구가 보복 심리를 기반으로 한 여행으로 발현되면서 2022년부터 여행 숫자는 폭발적으로 증가하고 있는 추세이다.

statista 통계 사이트(www.statista.com)에서 발표한 통계자료에 의하면 팬데믹 시기 이전인 2019년 전 세계 해외 관광객 수(Number of international tourist arrivals)는 약 14억 6천 5백만 명이었으나, 팬데믹이 시작된 2020년에는 1988년 이후 가장 낮은 수치인 약 4억 7천만 명을 기록, 그 수가 급격하게 감소하였다가, 2022년에는 약 9억 6천 3백만 명이라는 수치를 기록하면서 관광산업이 아주 빠르게 회복되고 있음을 보여주고 있다.



출처 : International tourist arrivals worldwide 1950–2022 | Statista(2023. 08)

나. 관광산업의 디지털 전환의 의미와 영향

이러한 관광산업의 급격한 회복은 팬데믹이라는 시기를 거치면서 비대면, 온라인 채널을 통한 상품 및 서비스의 소비 활성화 상황과 융합되어, 관광산업의 디지털 전환 또한 가속화시키고 있다.

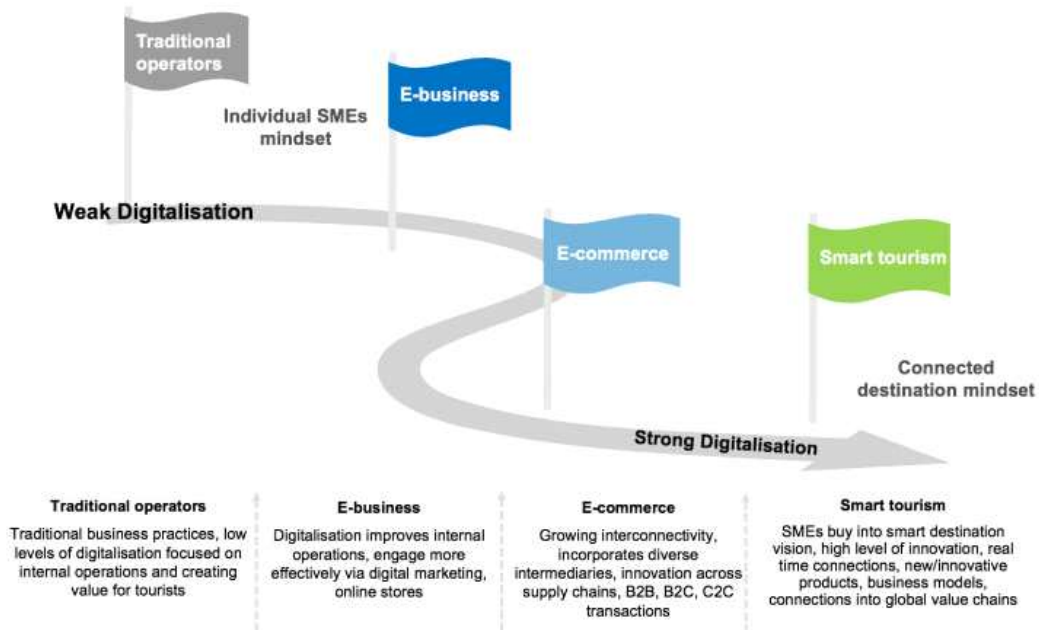
Dianne Dredge 외²⁾에 따르면 관광 업계의 디지털화는

- ① 전통 기업(Traditional Operators) : 전통적인 방법의 비즈니스 운영, 내부 운영 및 관광객을 위한 가치 창출에 초점을 맞춘 낮은 디지털화
- ② E-Business : 내부 운영 방법의 개선, 디지털 마케팅과 온라인 스토어를 통한 조금 더 효율적인 운영
- ③ E-commerce : 상호 연결성 증가, 다양한 중개자의 통합, 공급망 및 B2B·B2C, C2C 거래의 혁신

2) AALBORG University(Dianne Dredge, Giang Phi, Renuka Mahadevan, Eóin Meehan & Elena Silvia Popescu, 2018), Digitalisation in Tourism

- ④ Smart tourism : 중소기업들의 스마트 목적지로서의 비전 확보, 높은 수준의 혁신, 실시간 연결망, 새롭고 혁신적인 상품 및 비즈니스 모델, 글로벌 가치 사슬과 연결

상기 4단계를 거쳐 이루어지면 각각의 단계는 위와 같은 특성을 갖는다고 정의하고 있다.



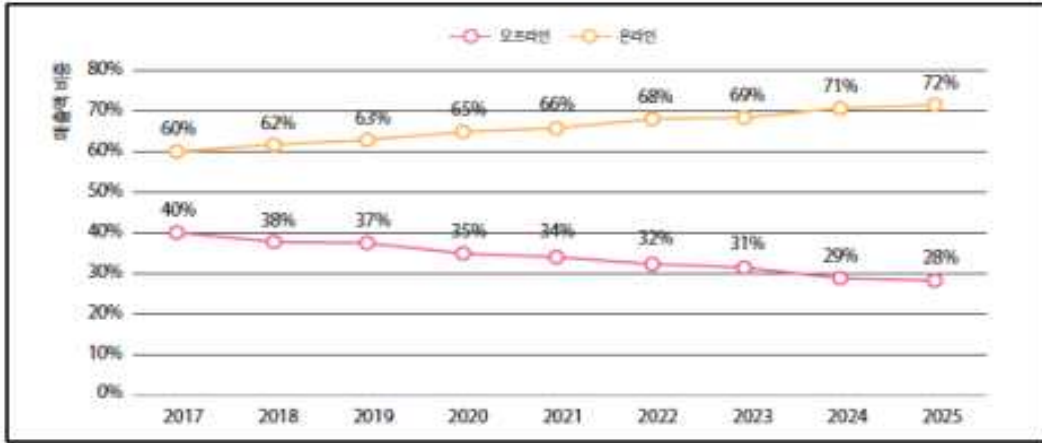
< The journey towards digitalisation >

이러한 관광 업계의 디지털 전환은 당연히 관광산업 내의 소비 형태 또한 변화시키고 있다. 인터넷망과 스마트폰의 광범위하고 급속한 보급 확대는 관광 업계 생산자와 공급자의 정보 생산의 디지털화를 가속화시켰고 소비자들 또한 이제는 관광에 대한 거의 모든 정보를 온라인을 통해 얻고 있다고 해도 과언이 아닐 정도이다. 여행 목적지와 관련된 기관 등의 웹사이트에서 정보를 얻고 그에 대한 타인의 경험을 인터넷, SNS 등을 통해 공유할 수 있다. 또한 여행자들이 모이는 온라인 공간에서 그 외의 개인 맞춤형 추가적인 정보를 문의, 획득할 수 있으며 국내외 온라인 OTA를 통해 항공권, 숙박 등을 예약하고 웹사이트 및 어플리케이션을 통해 교통편, 입장권 등을 사전에 예약하는 형태의 관광 소비 형태가 일반화되어 가고 있다.

한국관광공사에서 인용한 자료에 따르면 2025년까지 관광산업의 온라인 유통

채널의 비중은 꾸준히 상승할 것으로 예상되고 있으며, 이와 반대로 오프라인 채널의 경우 꾸준한 하락세를 보일 것으로 예상되고 있다.

[그림 3-9] 글로벌 관광산업 유통채널 변화(2017년-2025년)



주: 2021년-2025년은 예상 수치임
 자료: Statista; 한국관광공사(2021)

또한, 앱·리테일 분석 서비스회사인 와이즈앱·리테일·굿즈에 따르면, 2022년 10월~11월의 온라인 채널을 통한 여행·레저 서비스 결제 추정금액이 전년도인 2021년 동기에 비해 76% 가량 증가하였으며, 2023년 1분기의 경우 엔데믹 및 여행 회복 소비의 폭발로 상위 6개의 온라인 채널에서 결제된 금액만 3조 이상인 것으로 나타났다.



출처 : 와이즈앱·리테일·굿즈 및 https://hi.eoding.com/2023_online-travel-agency/

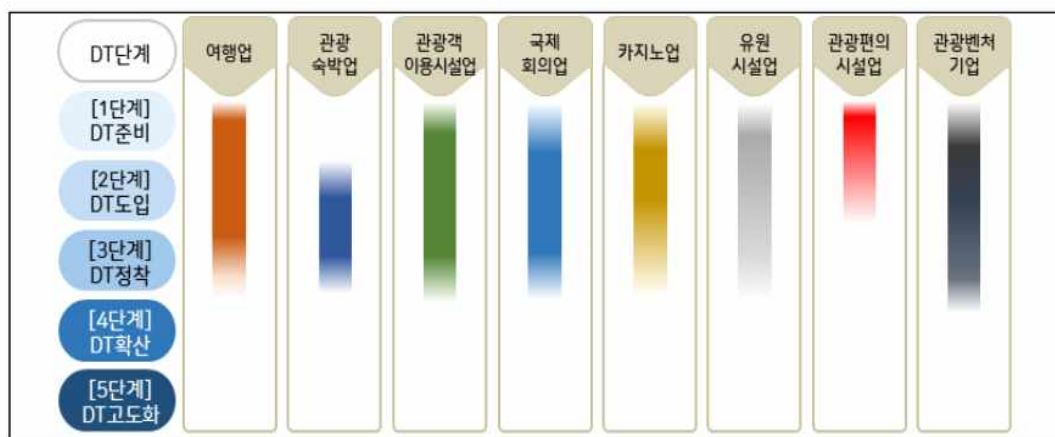
위의 자료에서도 볼 수 있듯이 관광산업의 디지털 전환은 이제 더 이상 선택의 문제가 아닌 필수적인 과정이다. 앞으로 이러한 디지털 중심의 관광 업계 소비 형태는 더욱 더 심화될 것으로 예상되고 있으며, 소비자 중심의 가치 창출과 고객 만족 향상을 실현하고, 경쟁업체와의 차별화를 통한 관광산업 내 경쟁력을 갖추기 위해서 관광산업에 속해있는 업계들의 디지털 전환은 반드시 선행되어야 하는 과정이라고 할 수 있다.

Ⅲ. 한국의 관광산업 디지털 전환 현황 및 방향

관광산업은 여행업, 숙박업, 국제회의업(MICE) 등 다양한 분야로 구성되어진 만큼 분야별, 분야 내 업체 규모별 디지털 전환 수준은 큰 차이를 보여주고 있는 실정이다. 디지털 전환은 첨단 기술이 도입되고 그를 적용하여 업계에서 상용화해야 하는 만큼 때로는 대규모의 인력 및 자본 투입이 불가피할 수 밖에 없다. 따라서 이러한 조건이 뒷받침 되는 대기업은 디지털 전환을 선도하고 있으나 그렇지 못한 중소기업들은 어려움을 겪고 있다.

정광민 외³⁾에 따르면 전반적인 관광산업의 디지털 전환 수준은 디지털 기술을 활용하지 않는 수준과 디지털 기술을 기반으로 시스템이 구축되는 수준 사이에 분포된 것으로 분석했다.

[그림 4-57] 관광산업 업종별 디지털 전환 수준 종합 결과



*주: 단계별 분포를 그래프 음영의 농도로 표현하였음

3) 한국문화관광연구원(정광민, 송수엽, 한희정 등, 2021), 관광산업의 디지털 전환 수준 진단과 정책대응 방향

또한, 문화체육관광부에서 2023년 4월에 발표한 문화 디지털 혁신 기본계획 2025에 따르면, 관광 분야의 디지털 관련 예산액은 2023년 정부안을 포함하여 최근 3년(2021~2023년) 동안 약 136,050 백만 원인 것으로 나타났으며, 디지털 관련 예산액은 콘텐츠 분야를 중심으로 문화예술, 체육, 관광 순으로 투입된 것으로 나타났다.

(단위 : 백만원)

분야	'21년 결산		'22년 예산		'23년 정부안		평균 증감율
	금액	비율	금액	비율	금액	비율	
체육	26,290	8.1	45,219	10.0	62,601	12.6	54.3
문화예술	51,145	15.8	89,948	19.8	100,138	20.2	39.9
콘텐츠	91,852	28.4	134,092	29.5	147,177	29.7	26.6
저작권	22,943	7.1	31,356	6.9	36,340	7.3	25.9
기타 (정보화)	29,101	9.0	33,967	7.5	37,660	7.6	13.8
관광	38,412	11.9	48,738	10.7	48,900	9.9	12.8
종무	-	-	1,800	0.4	2,150	0.4	-
지역문화	49,286	15.2	49,679	10.9	48,758	9.8	-0.5
미디어	14,584	4.5	19,167	4.2	12,007	2.4	-9.3
총합계	323,612	100%	453,966	100%	495,731	100%	23.8%

출처 : 문화 디지털 혁신 기본계획 2025(문화체육관광부, 2023. 4)

관광 분야에서는 인공지능을 활용한 관광 빅데이터 서비스, 여행업계의 디지털 전환 및 컨설팅 지원, 해외 관광객을 타겟으로 하는 국제관광 디지털 전환 사업 / 방한 관광 K 걸쳐 연계 맞춤형 마케팅, AI·ICT 기반 융복합 관광 시장 경쟁력 강화, 데이터 기반 디지털 마케팅 등의 주요 사업을 진행하고 있다.

그 중, 관광산업 내의 대표적인 디지털 전환 지원 사업인 '여행업계 디지털 전환 사업'의 내용을 살펴보면 2021년 처음으로 지원 사업을 시작하여 올해로 3년째 진행되고 있으며, 관광진흥법의 여행업종 중 중소기업기본법에 따른 중소기업 및 개인 사업자를 대상으로 지원하는 사업이다.

동일한 사업체가 최대 3회(3년 차)까지 지원받을 수 있으며 수혜기업으로 선정된 기업은 디지털 콘텐츠 및 기술을 활용한 과제를 수행하기 위한 과제수행 자금 및 이를 위한 컨설팅과 자문, 역량 강화를 위한 교육을 지원받을 수 있다. 지원 유형은 총 3가지 유형(입문형, 활용형, 심화형)으로 나누어지며 유형

에 따라 최대 20백만원부터 50백만원까지 지원금을 지원받을 수 있다. 단, 지원은 수혜 기업에게 현금을 주는 방식이 아닌, 수혜기업으로 선정된 기업이 필요로 하는 전문 서비스(디지털 고객관리 기반 구축, 디지털 상품·콘텐츠 개발, 디지털 인프라 도입 등)를 제공할 수 있는 기업과 계약을 체결하고 정부는 해당 전문 서비스를 제공하는 기업에게 그 금액을 제공하는 형식으로 지원함)

여행업의 경우 관광산업 내에서도 영세규모의 업체가 가장 많은 업종이기도 하다. 따라서 해당 사업은 앞에서 언급한 바와 같이 디지털 전환에 어려움을 겪고 있는 중소 규모의 여행업체의 디지털 전환을 지원하여 여행업계의 전반적인 디지털 경쟁력 확보를 지원하고 있다.

향후, 문화체육관광부에서는 아래와 같이 다양한 세부 추진전략에 맞는 사업을 진행하여 관광 분야의 디지털 전환을 추진·지원할 예정이다.

문화산업 종사자 디지털 교육 및 융복합 청년 인재 양성	
	미래형 관광인재 육성
	디지털 MICE 전문인력 양성
기업·단체의 디지털 전환 및 신기술 융복합 지원	
	관광기업 혁신 바우처 지원
	관광 벤처 기업 발굴 및 지원
기업·예술인 글로벌 경쟁력 강화 및 해외 진출 지원	
	NFT 기반 한류 관광객 멤버십 서비스(예시)
인공지능 시장 육성을 위한 학습데이터 구축 및 개방	
	관광해설 학습데이터 구축(예시)
맞춤형 서비스 창출과 시장 대응을 위한 빅데이터 개방	
	한국관광데이터 랩
콘텐츠 및 플랫폼 분야 신기술 활용 기술 개발 투자 강화	
	관광서비스 혁신성장 연구개발
국민 일상에 필요한 디지털 서비스 선제적 개방	
	한국관광산업 포털
	장애인 배리어프리 시설 정보 제공(예시)
	애완동물 동반 여행 가능 시설 정보(예시)

한류 확산을 위한 K콘텐츠 확장가상세계 조성	
	메타버스 한국관광(메타버스 활용 한국관광 유니버스 구축)
몰입형 실감 경험을 제공하는 디지털 향유권 확대	
	한국관광 실감형 콘텐츠 제작
수어와 언어 번역을 제공하는 관람 환경	
	공연관광 디지털 전환(자막번역 제공 서비스)
	메뉴판 외국어 번역서비스

출처 : 문화 디지털 혁신 기본계획 2025(문화체육관광부, 2023. 4) 중
담당부서 기반 발체 및 재작성

IV. 유럽의 관광산업 디지털 전환 정책

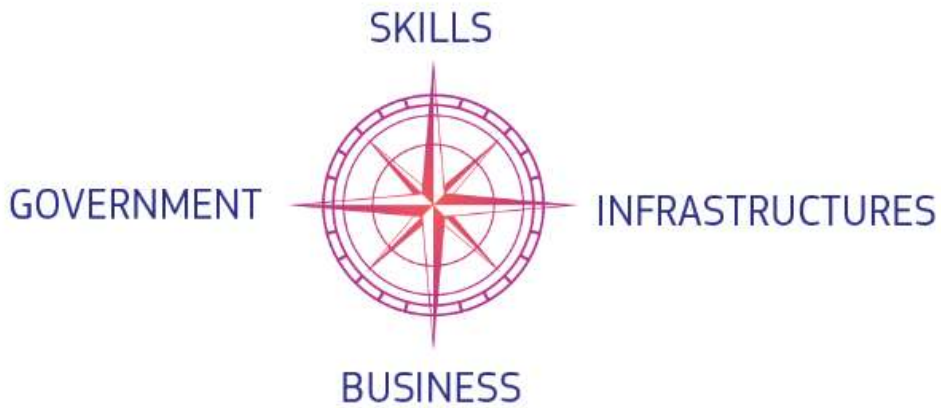
가. EU(유럽연합)의 디지털 전환 정책

2020년 9월 SOTEU(유럽연합 집행위원장의 유럽의회 국정 연설)에서 EU 집행위원장은 유럽의 디지털 전환 10년, 즉 ‘Digital Decade’를 만들어 가자는 연설을 하게 된다. 이에 대한 후속조치로 EU 집행위는 이듬해 3월, 유럽의 디지털 전환을 위한 2030년 비전과 목표를 담은 ‘2030 Digital Compass’를 발표하고 이어 같은 해 9월에는 ‘2030 Digital Compass’의 구체적 실행 프로그램인 ‘Path to the Digital Decade’를 발표한다.

EU의 이러한 정책 추진 배경에는 디지털 전환의 중요성에 대한 인식이 전제되어 있다. 향후에는 기후 중립적이며 순환 및 회복력 있는 경제로의 전환에 중요한 사안인 각종 산업의 디지털화가 경제 성장의 원동력이자 가장 중요한 요인이 될 것이다. 따라서 유럽연합은 ‘Digital Decade 2030’이라는 큰 비전 아래 회원국들과 긴밀한 파트너십을 맺고 2030년 디지털 혁명의 선두에 서는 것을 목표로 하고 있다. EU는 이러한 정책 추진을 통해 모든 기업이 제품과 서비스를 혁신하고 새로운 가치를 소비할 수 있는 상품을 소비자에게 제공할 수 있도록 지원하고, 결과적으로는 지속 가능한 경제 개발·성장의 기반을 마련하고자 한다.

발표된 ‘2030 Digital Compass’와 ‘2030 Digital Compass’의 주요 내용을 살펴보면,

1) 2030 Digital Compass



Skills

ICT Specialists: 20 million + gender convergence
Basic Digital Skills: min 80% of population



Digital transformation of businesses

Tech up-take: 75% of EU companies using Cloud/AI/Big Data
Innovators: grow scale-ups & finance to double EU Unicorns
Late adopters: more than 90% of SMEs reach at least a basic level of digital intensity



Secure and sustainable digital infrastructures

Connectivity: Gigabit for everyone
Cutting edge Semiconductors: double EU share in global production
Data - Edge & Cloud: 10,000 climate-neutral highly secure edge nodes
Computing: first computer with quantum acceleration



Digitalisation of public services

Key Public Services: 100% online
e-Health: 100% of citizens have access to medical records online
Digital Identity: 100% of citizens have access to digital ID

출처 : 유럽연합 집행위원회 홈페이지

① 전문인력(Skills)

- ICT 전문인력 2천만 명 고용(육성 병행)
 - 2019년 기준, ICT 전문인력은 780만 명, 2018년 대비 4.2% 증가
 - 사이버 보안, 데이터 분석 등의 분야에서 70% 이상의 기업이 인력 부족 현상을 겪고 있고 향후에도 상기 증가 추세가 지속된다면 유럽은 2천만 명이라는 전문가 수요에 훨씬 못 미치는 상황으로, 적극적 육성 필요
 - 특히, 디지털 분야 심각한 성 불균형 현상 극복을 위한 여성 전문가 고용 및 육성 필요[ICT 전문가 6명 중 1명, STEM(Science, Technology, Engineering, Mathematics) 분야 졸업생 3명 중 1명만 여성]
- 최소 모든 성인의 80%는 기본적인 디지털 역량 보유

② 안전하고 고성능의 지속 가능한 디지털 인프라 구축(Secure and performance sustainable digital infrastructures)

- 모든 유럽 가구는 기가비트(gigabit) 네트워크 보유 및 모든 인구 밀집 지역에 5G 통신망 구축
- 최첨단의 지속 가능한 반도체의 세계 생산량의 20% 이상을 유럽에서 생산(프로세서 포함, 2020년 기준 5 나노미터 nodes 미만의 제조 기술에서 2 나노미터 기술로 향상시키는 것을 목표로 하며 이는 현재보다 10배 더 에너지 효율적임)
- 10,000개의 기후 중립적이며 보안이 뛰어난 엣지 노드(edge node) 보급을 통해 기업의 지리적 위치와 관계없이 짧은 대기 시간 (few milliseconds)만에 데이터 서비스 접근 보장
 - ※ 엣지 노드(edge node) : 소프트웨어 시스템의 구성 요소가 여러 컴퓨터에서 공유되는 클러스터 컴퓨팅에서 다른 노드와 통신하기 위한 최종 사용자 포털(또는 게이트웨이) 역할을 하는 컴퓨터
- 2025년까지 양자 가속 기능을 갖춘 최초의 컴퓨터 개발(보유)
 - 2030년까지 최첨단 양자 기술 역량 달성 추진

③ 비즈니스의 디지털 전환(Digital transformation of businesses)

- 유럽 기업의 75%가 클라우드 컴퓨팅 서비스, 빅데이터 및 인공지능 사용
- 유럽 중소기업의 90% 이상이 최소한의 기본 디지털 강도(basic level of digital intensity)에 도달

※ 디지털 강도 지수(DII, Digital Intensity Index)란 기업이 사용하는 선택된 디지털 기술의 수에 따라 0~12점까지로 결정되며, 기본 수준 이상은 4점 이상을 뜻함

- 혁신적인 스케일 확장을 위한 파이프라인 개선 및 금융 접근성 향상을 통해 유럽 내 유니콘 기업 수를 두 배로 증가

④ 공공서비스의 디지털화(Digitalisation of public services)

- 유럽 시민과 기업 대상 주요 공공서비스의 100% 온라인 제공
- 유럽 시민의 100%가 전자 의료 기록 접근 가능
- 유럽 시민의 80%가 디지털 ID 솔루션 사용

2) Path to the Digital Decade

- 공통 목표와 목표를 달성하기 위한 연간 협력 주기를 설정하고, 위원회와 회원국이 참여하는 연간 협력 메커니즘을 기반으로 추진

○ 협력 메커니즘의 구성

- 각 목표 별 진행 상황 측정을 위한 디지털 경제 및 사회 지수(DESI, Digital Economy and Society Index)를 기반으로 하는 체계적이고 투명하며 공유되는 모니터링 시스템 구축

※ DESI는 인적자본(Human Capital), 연결성(Connectivity), 디지털 기술의 통합(Integration of Digital Technology), 공공서비스의 디지털화(Digital Public Services) 등 4개 분야의 지표를 기반으로 디지털 영역을 분석

- 위원회가 추진 상황을 평가하고 평가 결과에 대한 조치 및 권장 사항을 제공하는 연례 '디지털 10년 현황 보고서' 발간

- 2년마다 회원국은 2030년까지의 목표 달성을 위한 계획 및 조치를 포함하는 조정된 디지털 10년 전략 로드맵 제시

- 다국가 프로젝트 구현을 지원하는 메커니즘(European Digital Infrastructure Consortium)

- 위원회는 회원국의 계획 실행 추진을 지원하기 위한 EU 수준의 궤적을 개발함. 기본 궤적은 현재 추세에 따라 EU가 어떻게 진전할 것인지를 간략하게 설명하고, 예상 궤적은 2030년까지 목표를 달성하기 위해 필요한 연간 추진 경로를 설명하며, 경로 간의 차이를 통해 진행 상황과 목표 간 격차 및 필요한 조치들을 모니터링 할 수 있음.

나. EU(유럽연합)의 관광 분야 디지털 전환 정책

2022년 유럽연합 집행부는 관광산업의 전환 경로 제시를 위한 ‘Transition Pathway for Tourism’를 발표한다. 이는 Green and Digital 전환과 관련 분야의 장기적인 회복력(resilience)을 이루어내기 위한 세부 목표 및 조치사항 등을 포함하고 있다. 이 중 관광산업의 디지털 전환 관련 사항을 알아보면, 유럽연합은 향후 경제·사회의 디지털화와 데이터 생성, 수집, 서비스 범위 확대는 관광 서비스를 혁신적으로 변화시킬 수 있는 기회를 제공할 것이라고 판단하고 있다.

발표한 내용 중 관광산업의 디지털 전환 관련 주요 정책 방향에 대해 살펴보면

○ 데이터 기반 관광 서비스(Data-driven tourism services)

- 일반적 관행에 합의하고 유럽 관광산업 데이터 공간에서 관광 관련 데이터를 적극적으로 공유하기 위한 이해관계자 협력
- 중소기업들의 새로운 플랫폼 구축은 물론 맞춤형 관광 서비스 개발, 관광 목적지 관리, 모니터링 및 서비스 제공 등을 위한 데이터 공유 활용 증가
- 인공 지능과 데이터를 기반으로 한 혁신(예:디지털 트윈)을 사용하여 수요를 정확하게 충족하고 서비스의 자원 효율성을 줄이기 위한 예측 계획 수립

※ 디지털 트윈 : 실제 세상에 존재하거나 존재할 대상에 대한 가상 세계에서의 복제물

유럽연합은 데이터 공유, 특히 공공과 민간의 데이터 공유가 관광산업의 지속 가능성을 지원하고, 실시간 데이터 기술을 기반으로 하여 관광 흐름(관광객 집중도 등)을 관리, 관광 목적지에 대한 수요와 공급을 더욱 효과적으로 일치시키는 데 일조할 것이며, 정책과 의사 결정에 반영할 수 있는 중요한 데이터와 통계를 생성할 것으로 보고 있다.

관광 서비스의 경쟁력과 혁신을 높일 수 있는 가장 중요한 핵심 요소는 데이터의 활용 방식이다. 그러나 현재 관광 예약 및 검색 관련 데이터는 대부분 다국적 플랫폼을 공유하고 있는 소수의 기업들에 의해 통제되고 있어 해당 데이터에 대한 접근이 제한되어 있고, 이러한 소수의 기업들만이 이 데이터를 사용하여 서비스에 대한 수요를 예측하고, 고객 프로필과 비즈니스 동향을 분석하고, 궁극적으로 더 나은 고객 경험을 제공할 수 있는 유리함을 갖는다.

따라서, 공공-민간 파트너십을 구축하는 것은 새로운 유형의 데이터 공유 형태를 형성하고 새로운 플랫폼을 구축하는 데 있어서 중요한 역할을 하고, 민

간과 공공 부문 간의 데이터 공유는 양측 모두에게 더 좋은 의사 결정을 하도록 지원할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

※ 예시 : 유럽연합에서 통계 정보를 다루는 'Eurostat'와 민간 기업(Airbnb, Booking, Expedia 및 Tripadvisor)의 데이터 공유

- 2020년, 유럽연합 집행위원회는 Airbnb, Booking, Expedia Group, Tripadvisor 등 4개의 대규모 플랫폼 기업들과 데이터 공유를 합의함. 이를 통해 Eurostat는 EU 전역에서 이러한 플랫폼을 통해 제공되는 데이터를 게시할 수 있음

이를 실현하기 위한 기술적 측면의 추진 사항으로는 일부 소수 주체가 데이터를 소유하는 것이 아닌 데이터에 대한 소유권을 다자가 공유하는 서비스와 관련 플랫폼을 구축하는 형태나, 데이터를 커뮤니티에서 소유하는 플랫폼 협동조합과 같은 관광 서비스 이니셔티브를 개발하고 강화하는 방법을 언급하고 있다.

○ 관광 상품 관련 온라인 정보의 가용성 향상(Improving the availability of online information on tourism offer)

- 지속 가능하고, 접근성이 있는, 티켓이 구체적인 관광 상품에 대한 검증된 정보의 온라인 가용성 향상
- 인증된 숙박업체에 더 많은 가시성을 제공하기 위해 온라인 포털 및 예약 플랫폼과의 파트너십 개발
- 유럽 소비자 센터 네트워크(European Consumer Center Network)의 디지털 채널을 통해 관광객을 위한 소비자 권리 및 분쟁 해결 메커니즘에 대한 정보를 이용할 수 있도록 보장

관광산업의 디지털 전환은 EU의 지속 가능한 관광 제안에 대한 정보를 온라인 상에서 더욱 가시화하고 관광객들(소비자)로 하여금 이에 더 쉽게 접근할 수 있도록 지원함으로써, 정보 소비 형태 변화에 영향을 줄 것이다. 지속 가능한 관광을 지원하고 증가하는 수요를 효과적으로 충족시키려면 신뢰할 수 있는 정보의 온라인 가용성을 증가시키는 것이 매우 중요하다고 할 수 있다.

또한 관광객들이 EU 내 국경을 넘나드는 여행 시, 관광객 대상 소비자 권리에 대한 정보 제공은 관광객의 해당 지역 내에서의 관광에 대한 신뢰를 증대시킬 수 있다. 유럽 소비자 센터는 항공 여객 운송 및 패키지 여행과 같은 관광 관련 문제에 대해 활동하면서 이에 대한 조언과 지원을 제공한다.

○ 관광산업 내 중소기업의 디지털 전환

유럽연합에서는 유럽 내 관광산업의 디지털 전환을 추진하는 데 있어, 관광산업 내에서 큰 비중을 차지하는 중소기업의 디지털 전환이 큰 역할을 할 것으로 생각하고 있으며 이를 지원하는 것을 매우 중요한 정책으로 다루고 있다.

UNWTO가 발표한 내용에 따르면⁴⁾ 관광산업 가치 사슬의 85%가 중소기업으로 이루어져 있으며, 특히 유럽 연합 내 320만 개의 관광산업 기업 중 99.8%가 영세 기업(Micro Enterprises) 또는 중소기업인 것으로 나타났다. UNWTO는 디지털 기술을 활용을 촉진을 통한 중소기업의 확대 및 경쟁력 강화를 통해 관광산업의 미래 회복력과 일자리 창출을 지원함으로써 궁극적으로는 경제 회복을 가속화하고자 한다.

이를 위해 관광산업 우선순위 8개 하위 분야를 대상으로 총 3가지 목적 달성을 위한 중소기업 디지털 전환을 지원한다.

< 유럽 내 관광산업 중소기업 디지털 전환 지원 목표 >

<p>목표 1</p>	<p>중소기업과 기술 기업들 간의 파트너십 육성 관광 분야 중소기업 및 스타트업 기업을 위한 디지털 전환·혁신 및 지속 가능한 솔루션 추진 가속화</p>
<p>목표 2</p>	<p>디지털 교육 프로그램 제공 디지털 기술과 도구를 활용 증대를 통한 관광 분야 중소기업과 스타트업 기업들의 경쟁력 강화</p>
<p>목표 3</p>	<p>중소기업과 대규모 기술 기업들과의 시너지 활성화 기술 서비스 관련 멘토링 및 홍보 추진을 통해 관광 분야 중소기업 및 스타트업 기업 성장 지원</p>

출처 : Digital Futures Programme for Tourism SMEs in Europe | UNTWO(2023)

4) UNTWO(2023), Digital Futures Programme for Tourism SMEs in Europe

< 관광산업 내 우선순위 8개 하위 분야 >

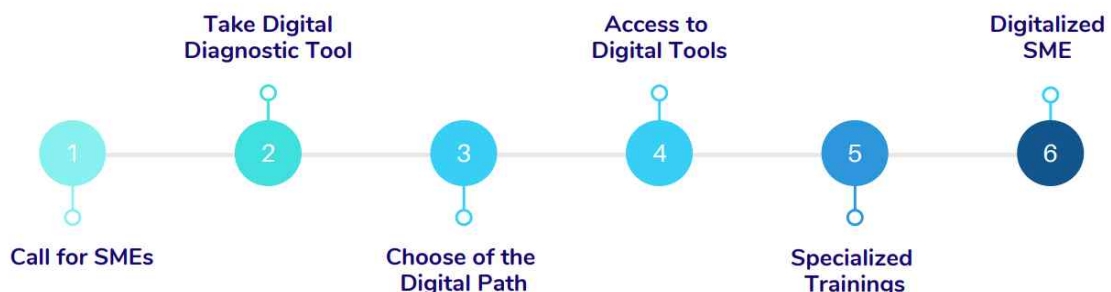
분야명	세부 업체
식음료 (Food and Beverage)	레스토랑, 카페, 바, 식음장소 및 공급망 관련 업체 등
숙박 (Accommodation)	호텔, 주거형태 숙박시설 및 공유경제 스타트업을 포함한 기타 형태의 숙소
관광지원 서비스 (food and beverage)	관광사업자, 여행사, 가이드 등
상품화 및 유통 (Commercialization and distribution)	관광 상점, 소매점, 세탁소, 음식 배달 업체를 포함한 공급망 업체 등
금융 관련 서비스 (Financial services)	은행, 보험사, 환전업체, 신용카드 발급 및 처리 업체, 보안 결제 관련 업체, 핀테크 서비스 업체 등
정보 서비스 (Information services)	일반 검색·도서 서비스, 숙박 및 자산 관리, 콜 센터, 온라인 서비스 운영 업체(스타트업 포함)
운송 서비스 (Transportation services)	차량 호출 및 카풀, 마이크로 모빌리티(친환경 동력을 활용하는 소형 이동수단), 자동차 렌탈·공유, 도시 간 이동, 택시 업체 등
보완적 서비스 (Complementary services)	커뮤니티 및 라이프스타일, 창조 산업, 레크리에이션 및 레저 활동, 헬스케어, 스포츠 이벤트 및 기타 체험 관련 서비스

출처 : Digital Futures Programme for Tourism SMEs in Europe| UNTWO(2023)

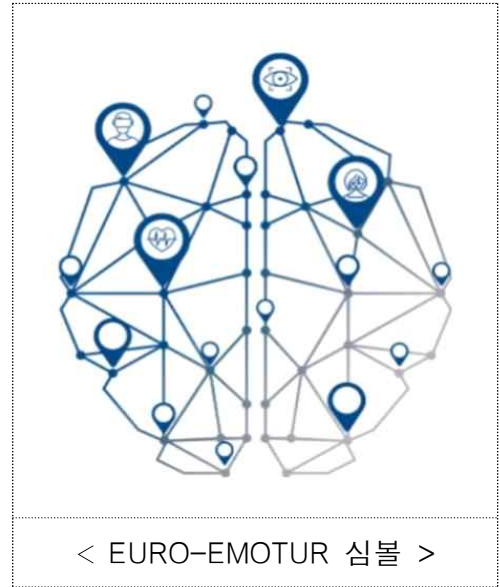
이러한 관광 산업 중소기업들의 디지털 전환은 아래 표와 같이 총 6단계를 통해 추진될 예정이며, EURO-EMOTUR Project라는 이름으로 추진되고 있으며 현재(2023.10월 기준) 1단계인 모집(Open Call)이 실행되고 있다.

※ EURO-EMOTUR Project 웹사이트 : <https://euroemotur.eu>

< 유럽 내, 관광산업 중소기업 디지털 전환 과정(The journey) >



Emotur라는 단어는 신경과학(Neuroscience)과 관광(Tourism)을 합성한 새로운 단어로, 이는 신경 과학, 마케팅 및 컴퓨팅 도구(뇌파 검사(EEG), 생리학적 반응 분석, 가상 및 증강 현실, 안구 추적 등)를 통해 관광객의 감정, 의사 결정 과정 및 행동을 측정할 수 있다는 개념이다. 이를 통해 얻어낸 결과를 통해 우리는 인지적, 정서적 반응을 실시간으로 알 수 있으며, 개별 관광객이 관광 상품과 서비스를 경험할 때 개인의 정신과 신체 내부에서 일어나는 일에 대한 지식을 얻을 수 있다.



EURO-EMOTUR는 유럽연합에서 추진되었던 중소기업의 경쟁력 강화 지원을 위한 프로그램인(이었던) COSME(Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises)*를 통해 창립되어 운영되고 있다.

* 2014~2020년까지 동명의 유럽 내 중소기업 경쟁력 강화 프로그램이 추진되었으며, 현재는 EISMEA(European Innovation Council and SMEs Executive Agency, 유럽혁신협의회 및 중소기업 집행 기관)에 위임되어 추진되고 있음

특히 관광산업 분야의 중소기업의 디지털 전환 역량 강화 지원을 위해 'EURO-EMOTUR Project'를 진행하고 있으며 이를 위한 EURO-EMOTUR 컨소시엄은 아래의 총 6개의 기관으로 구성되어 있다. 그 중에서도 라스 팔마스 데 그란 카나리아 대학교(Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, ULPGC)의 연구소(TIDES-EMOTUR lab)에서 총괄하여 프로젝트를 추진하고 있다.

- ① ULPGC - TIDES(Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - The University Institute of Sustainable Tourism and Economic Development, 라스 팔마스 데 그란 카나리아 대학교 및 동대학 지속 가능한 관광 및 경제 개발 대학 연구소)
- ② Turismo de Gran Canaria(그란 카나리아 관광청)
- ③ NECSTour(Network of European Regions for Competitive and Sustainable Tourism, 경쟁력 있고 지속 가능한 관광을 위한 유럽 지역 네트워크)
- ④ ETOA(European Tourism Association, 유럽 관광 협회)

- ⑤ Ciset(Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, 관광 경제학 국제연구센터)
- ⑥ Haaga-Helia(Haaga-Helia University of Applied Sciences, 하가-헬리아 응용과학대학교)

EURO-EMOTUR 프로젝트는 디지털 전환을 통해 유럽 관광 산업의 판도를 바꿀 수 있는 기회로, 초국적 협력과 역량 구축을 통해 관광 중소기업의 디지털화 및 혁신화를 촉진하는 것을 주요 목표로 한다. 이는 디지털 혁신 생태계와 허브를 조성하고, 디지털화를 통해 중소기업들의 시장 경쟁력을 향상시킬 것으로 기대되고 있다. 이 프로젝트는 뉴로마케팅 기술에 대한 특별한 관심을 통해 중소기업의 디지털 평판을 높이고 단기 및 장기적으로 성과와 KPI(핵심 성과 지표)를 높이려 한다.

EURO-EMOTUR 프로젝트의 세부 내용을 살펴보면, 약 15개월의 기간 동안 총 100개의 유럽 소재 관광산업 중소기업들을 지원하는 것을 목표로 하며, 총 펀딩 금액은 450,000유로, 업체당 지원될 수 있는 최대 금액은 10,000 유로이다. 프로젝트는 공개 모집을 통한 중소기업들의 참가 신청(Application) -> 평가(Assessment) -> 심사 및 결과 발표, 지원금 지원(Review & Awarding) -> 평가에 따른 기업별 혜택 추진(Active Receipt of Programme Benefits) 순으로 진행된다.

지원 대상 관광 업체는 EU 회원국 또는 COSME 프로그램 참여 국가 총 37개국 내에 정식으로 설립된 법인만 해당되며, 관광 업체의 범주는 여행사, 여행사 예약 서비스 및 관련 업체, 호텔 및 유사한 관광 숙박시설, 휴가용 및 기타 목적 단기 숙박시설, 캠핑장 및 레저용 차량·트레일러 공원으로 제한된다. 중소기업으로 규정되는 업체의 규모는 직원 수와 매출액 또는 대차대조표 총액을 기준으로 결정되며 그 기준은 아래와 같다.

기업 규모	직원 수	매출액	대차대조표 총액
중형 (Medium-sized)	250명 미만	5,000만 유로 이하	4,300만 유로 이하
소형 (Small)	50명 미만	1,000만 유로 이하	1,000만 유로 이하
영세 (Micro)	10명 미만	200만 유로 이하	200만 유로 이하

현재 기준(2023년 10월) 추진 상황을 살펴보면 중소기업들 대상 공개 모집을 진행 중(2023. 6.27. ~ 2023.10.16./ 1회 기간 연장 실시)으로 신청서를 접수하고 있으며, 올해 11월 9일 심사 결과 발표를 목표로 하고 있다.

평가는 신청 자격 기준을 갖춘 기업들의 신청서를 관광 및 디지털화 경험이 있는 컨소시엄 구성원인 ETOA, Ciset, ULPGC 및 Haaga-Helia의 각각의 대표자 2명과 자문 역할을 맡을 독립 자문위원회가 기업의 디지털 채널 활용 상황, 온라인 콘텐츠 타입, 디지털 채널을 통한 소비자와의 관계, 디지털 채널을 통한 영업, 기업 운영을 위한 디지털 도구 활용 등 총 10개의 평가 기준에 대해 진행한다. 결과적으로 최소 100개의 중소기업이 선정되며, 평가 점수에 따라 약 20개 기업이 예비 선정자가 된다. 최종 혜택을 받는 것으로 선정된 기업들 대상 지원금은 바우처 시스템을 통해 바우처 형태로 지급되며, 각 기업은 지급된 바우처를 사용하여 기업별 디지털 전환을 위한 서비스를 제공할 수 있는 제3자와 계약하여 이를 추진하게 된다. 기업별 최대 재정 지원 금액은 10,000유로이지만, 평균 지급 지원금은 3,000 ~ 5,000유로 정도로 예측된다.

선정된 기업은 시선 추적·얼굴 코딩·EEG 및 생리학적 분석 등 뉴로마케팅 기술을 적용하여 디지털 자산(웹사이트, 비디오, 사진, 소셜 미디어 등)에 대한 상세한 감사(Audit), 관광객의 감성적 반응 평가를 통한 디지털 성과 측정, 잠재적인 디지털 솔루션 및 제공업체와 평가 대상 기업에게 현재 필요한 사항을 일치시킬 수 있는 기업의 현재 디지털 성과 평가와 미래에 대한 가이드라인 및 권장 사항이 포함된 맞춤형 보고서 제공, 중소기업 관광 전문가 육성 교육·훈련 콘텐츠 제공을 통한 역량 강화 지원 등의 혜택을 받는다.

선정된 기업 또한 여러 요구 사항을 준수해야 하는데, 제3자 수혜자(디지털 기술 제공자) 계약에 서명해야 하며, 제안된 서비스 목록에서 선택한 대로 제안된 실행 계획을 실행해야 한다. 또한 지원금의 일부를 최초 신청에 포함되지 않은 다른 목적으로 직접 또는 간접적으로 이전하거나 양도할 수 없고, 규칙과 요구 사항 및 계약에 따라 실행 계획을 실행해야 하며, 지원금 사용과 관련된 법적 청구서 및 필수 증거를 제공하여 지원된 비용의 공식적인 정당성을 준수해야 하는 등의 다양한 요구 사항을 충족하여 지원금을 사용, 해당 프로젝트를 추진할 수 있다.

EURO-EMOTUR 프로젝트는 관광산업 중소기업들의 아래와 같은 발전을 이끌 것으로 기대하고 있다.

- ✓ 중소기업들이 디지털 생태계에 직면할 수 있는 새로운 사고방식의 개발 및 관련 기술 교육 실행
- ✓ 여행객별 맞춤형 경험을 제공하기 위한 새로운 기술 가능성과 관광 연구소(BSO)의 멘토링 실시
- ✓ 뉴로마케팅 기술(가상 현실, 얼굴 코딩, 시선 추적, EEG)을 사용한 중소기업들의 상품 직접 마케팅 역량 강화
- ✓ 새로운 관광 상품과 서비스, 비즈니스 모델의 초안 개발
- ✓ 중소기업·기술 공급업체·관광 연구소 및 관광 목적지들을 연결하는 공공-민간 파트너십을 통해 혁신적인 솔루션 구축

다. 스페인의 관광 분야 디지털 전환 정책

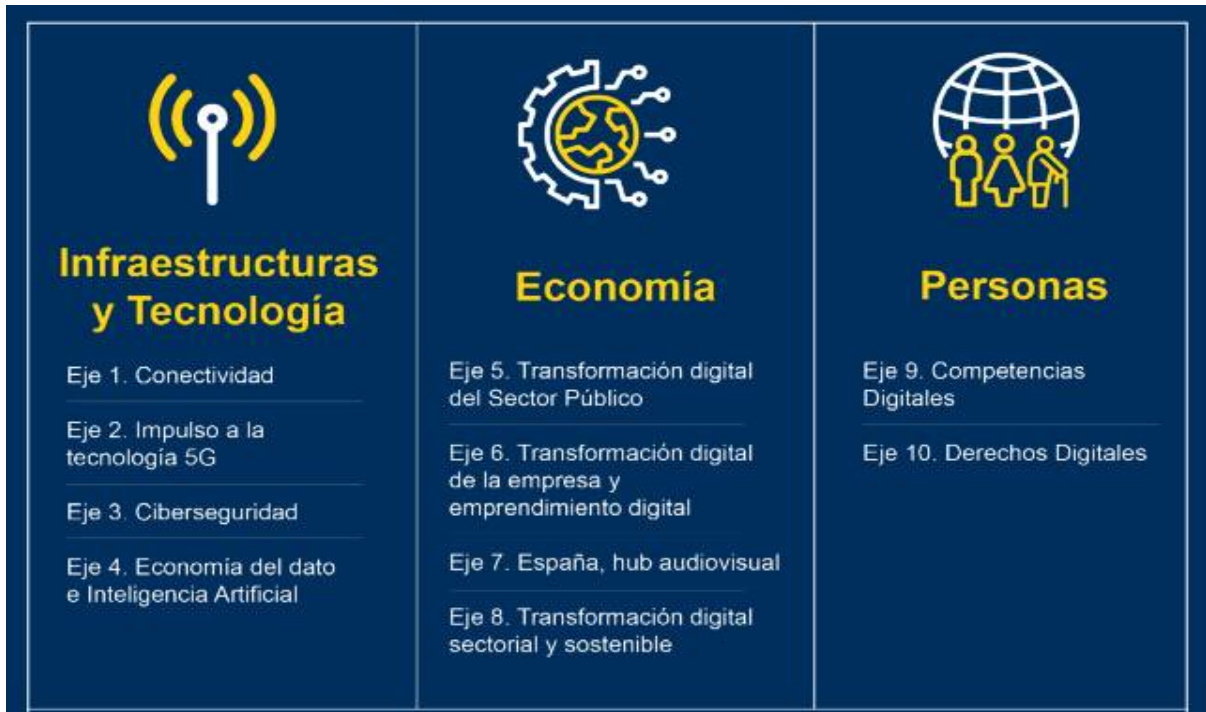
○ Digital Espana 2026

COVID-19로 인해 발생한 팬데믹 상황이 디지털 전환을 급속도로 가속화 시키면서 스페인 정부는 미래에 이러한 디지털 전환이 기업의 기능, 노사 관계, 글로벌 균형, 사회와 정치 시스템의 안보와 안정성 등에 영향을 미치고 이는 개인 차원에서의 고용, 상업, 대인관계, 훈련, 건강, 개인의 여가 생활 스타일 까지 우리 사회를 미시적·거시적으로 광범위하게 변화시킬 것으로 예상했다.

따라서 이러한 변화의 과정에서 변화에 따른 사회적 위험이나 부정적 영향을 최소화하면서 효과적인 디지털 전환을 달성하기 위한 기반으로 전략적 방향과 정책이 필요하다고 판단하여, 이를 달성하기 위해 스페인 정부는 2020년 7월 국가의 디지털 전환 프로세스를 촉진하기 위한 ‘Digital Espana 2025’를 발표했고 이에 대한 진행 현황과 정책 및 방향의 업데이트 내용을 포함한 “Digital Espana 2026”을 2022년 7월에 발표, 이와 관련된 아젠다와 각 아젠다별 구체적 정책들을 추진하고 있다.

이 프로젝트는 아래 그림과 같이 3개 분야(인프라 및 기술, 경제, 인간), 10개 전략으로 구성되어 있다. 인프라 및 기술 분야의 경우 연결성, 5G, 사이버 보안, 데이터 경제 및 인공 지능이 포함되며, 경제 분야는 공공 영역의 디지털화, 기업의 디지털화, 영상 콘텐츠 허브 육성, 핵심 산업들의 지속 가능

한 디지털화 등을 포함하고 있다. 또한, 인간 분야에서는 일반인들의 디지털 역량 개선 및 디지털 시대에 맞는 법적 환경 조성에 대해 다룬다.



< Digital Espana 아젠다, Digital Espana 2026 (2022) >

Digital Espana 2026 내의 관광산업 디지털 전환 관련 추진 내용을 살펴 보면, 스페인은 관광 부문의 ‘디지털화’ 및 ‘지속 가능성’ 추진은 관광 경쟁력을 강화하는 데 필수적인 요소로 판단하고 있다. 특히 디지털 전환은 점점 더 초연결(hyperconnected)적 관광객을 유치하고 이들의 스페인 내 숙박을 통해 더 큰 부가가치를 창출하는 데에 있어 중요한 기능을 하며, 관광 부문의 혁신 및 관광객들의 관광 목적지 접근성 촉진 및 관광 목적지의 거버넌스를 개선하는 데 도움이 될 것으로 보고 있다.

이러한 목적을 달성하기 위해, 스마트 관광 네트워크 구축을 위한 새로운 도구를 개발하는 것을 목표로 하는 관광지를 위한 디지털 변혁 계획(Digital Transformation Plan for Tourist Destinations)이 추진될 예정이다.

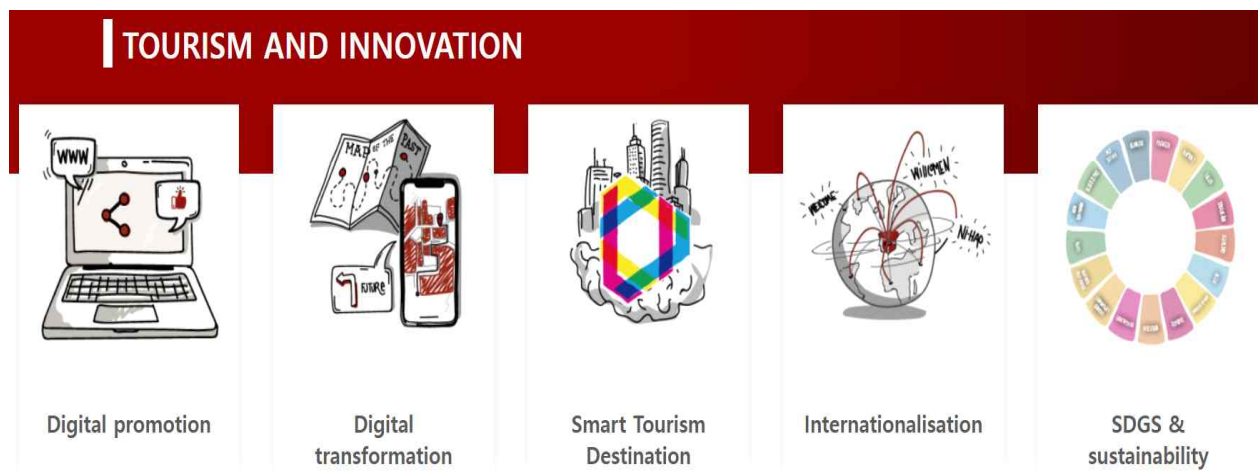
구체적 추진 사항들을 살펴보면, 모든 관광 사업자들이 관광객과 디지털 방식으로 지능적이며 확장 가능한 방식으로 상호 작용할 수 있는 모듈식 플랫폼이 구축될 것이며, 이는 새로운 공유 솔루션의 점진적인 개발을 가능하게 할 것이다. 동시에, 스페인의 모든 관광 정보 자원을 통합하고 이에 대한 고급 수준의 분석 서비스를 제공할 수 있는 관광 정보 시스템(SIT, Tourism

Intelligence System)도 개발될 예정으로, 이는 관광 행정 기관과 기업 모두의 의사 결정에 도움을 주는 필수적인 역할을 할 것으로 기대되고 있다.

또한, 인공지능 및 기타 구현될 수 있는 기술을 통해 관광산업 가치 사슬을 구성하고 있는 기업들의 디지털 전환을 목표로 하는 정책들도 추진될 것이다. 이러한 정책 중에서 가장 두드러지는 것은 관광 부문을 위한 산업 데이터 공간의 개발이다. 이는 기업들이 안전하게 정보를 공유하여 제공을 개선하고 데이터의 활용과 전략적 분석을 바탕으로 새로운 상품과 서비스를 개발하는 것을 목표로 한다. 한편, 업종별로 세분화된 디지털 솔루션을 활용하여 '앱스토어' 형태의 민관 협업 환경을 조성하고, 관광 분야에 맞는 디지털 솔루션을 오픈 소스로 개발하는 정책도 추진될 예정이다.

○ SEGITTUR(스페인 관광 분야 혁신 촉진 담당 기관)

스페인 산업통상관광부 산하 관광국 산하의 기관인 SEGITTUR(Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas)는 스페인 관광 산업 혁신 촉진을 담당하고 있으며 이는 스페인 관광 산업 내, 공공 부문(새로운 홍보 모델 및 채널, 스마트 관광 목적지 관리 등)과 민간 부문(기업가 지원, 지속 가능하고 경쟁력 있는 새로운 관리 모델, 스페인 기술 수출) 모두 해당된다. 이들의 세부 활동은 크게 아래와 같이 총 5개 테마로 설명할 수 있으며 디지털 전환 관련 활동 위주로 살펴보고자 한다.



① 디지털 프로모션(Digital Promotion)

- 디지털 프로모션은 관광 명소에 대한 가시성을 높이고 관광객을 유치하기

위한 핵심적인 방법이다. 이를 통해 전 세계 다양한 곳에서 방문하는 관광객들의 관심과 취향에 따라 관광 상품과 서비스의 세분화가 가능해지기 때문이다. SEGITTUR는 새로운 온라인 프로모션 채널의 중요성을 인식하고 디지털 프로모션에 전념하고 있으며, 현재까지 18년 이상, 디자인, 관리 등 온라인 마케팅(웹 포털 및 소셜 미디어 등) 전략 관리를 통한 스페인과 스페인의 문화유산을 해외에 홍보해 왔다. 주요 프로젝트로는 스페인 관광 공식 포털(www.spain.info) 및 스페인 문화 공식 웹사이트(www.españacultura.es)가 있다. 해당 웹사이트에 프로모션 콘텐츠를 배포·업데이트하며, 온라인 홍보를 촉진하고 해당 정보에 대한 관광객들의 디지털 접근성을 보장하기 위해 노력하고 있다. 또한 문화 웹사이트와 관련해서는 주립 박물관 컬렉션의 디지털화 및 목록화, 정보의 균질한 복구를 위한 전문 동의어 사전 개설, 박물관 컬렉션 통합을 가능하게 하는 기술 게이트웨이 개발과 같은 사업들도 포함하여 추진하고 있다.

② 디지털 전환(Digital Transformation)

- 관광산업의 디지털 전환은 고객의 디지털 미디어 사용이 점점 증가함에 따라, 특정 산업의 공급과 수요가 기존 비즈니스 모델이 어떻게 변화되었는지 보여주는 단적인 예라고 할 수 있다. 디지털 전환은 관광 목적지와 관광 업계에는 도전이 될 수 있지만, 이는 관광산업 내에서의 광범위하고 다양한 기회 제공, 경쟁력 강화, 전문화, 상업화, 효율성 및 경제성 제고 등을 통해 관광의 지속 가능한 발전에 기여할 것으로 기대되고 있다. 이를 달성하기 위한 관광 분야에서 신기술의 역할이 커짐에 따라 SEGITTUR는 이에 따라 발생 되는 새로운 요구에 대응하는 솔루션을 개발·홍보·공유하기 위한 정책들을 추진하고 있다.

관련되어 추진되고 있는 2가지 대표적인 프로젝트 중 첫 번째는 관광 정보 시스템(SIT, Tourism Intelligence System)이다. 이는 다양한 정보 소스를 연구, 통합 및 분석하여 관광 부문에서 사용할 수 있도록 하는 클라우드 모드의 빅 데이터 플랫폼을 기술적 기반으로 한다. 이 시스템은 단순한 수치 데이터 제공을 뛰어넘어 데이터를 지식으로 전환하는 것을 촉진하여 관광 분야에 대한 지식과 정보 분석을 제공한다. 이를 통해 제공되는 지식과 분석 자료를 통해 관광산업 이해관계자들은 관광 관리 및 홍보에 대해 더 나은 정보를 바탕으로 더 나은 의사 결정을 내릴 수 있을 것으로 기대된다. 또한, 관광 경쟁력을 향상하고 다양한 상황에 대한 비교 및 연구를 촉진하

는 데 필요한 데이터와 적절한 처리 기능을 갖추고 있어, 시장 다각화 및 기존 시장의 개선을 위한 새로운 제품 및 경험의 개발에 용이하게 사용될 수 있으며, 지속 가능한 관광 모델 구축 및 실현에 기여할 것이다. 두 번째는 관광 부문 내에서 새로운 제품, 활동 및 비즈니스 기회를 식별하는 것을 목표로 SEGITTUR가 참여하고 있는 유럽 5G 프로젝트(5G-EVE)이다. 구체적으로는 360° 영상과 가상 현실을 통한 체험관광 관련 활용 사례를 연구하고 있다. 5G-EVE 프로젝트는 유럽 전역에 걸쳐 엔드투엔드(end to end) 5G 네트워크의 포괄적인 배포를 위한 기반을 구축하는 것을 목표로 하며, 이러한 기술을 테스트하기 위해 프로젝트에서는 5G가 에너지, 교통, 스마트 도시, 산업 4.0 및 관광과 같은 분야에 상당한 영향을 미칠 수 있도록 다양한 분야에 적용하여 연구할 계획이다.

③ 스마트 관광 목적지(Samrt Tourism Destination)

- 스마트 관광 목적지 프로젝트는 스페인 관광 지역과 목적지의 디지털 전환을 촉진하고 장려하는 것을 목표로 한다. 이는 거버넌스, 혁신, 기술, 지속 가능성 등의 개념을 기반으로 하는 관광 개발 모델을 지향하며, 이를 통해 지속가능한 관광 발전을 촉진하고 관광객 만족을 보장하며 지역 주민의 생활 조건을 개선하고자 한다.

④ 국제화(Internationalisation)

- 스페인은 현재 국제적인 최대 관광 국가로서 단순히 높은 국제 관광객 수를 보여주는 것이 아니라, 산업의 선두주자로서 관광산업 관리 모델을 제시하고자 한다. 따라서, 스페인이 보유한 관광산업에 대한 광범위한 지식과 검증된 모범 사례, 관광 상품과 서비스, 다양한 관광 관련 부문에 대한 서비스와 솔루션을 제공하는 기술 혁신 등을 다른 국가, 기관, 기업 등과 공유하고자 한다. 또한, 이를 통해 관광 중소기업의 국제화를 촉진하고, 새로운 관광 시장 개척을 지원하며, 관광 상품 및 서비스 수출을 촉진하고자 한다.

⑤ 지속 가능성(SDG&sustainability)

- SEGITTUR 현재와 미래 세대 모두의 번영과 안전을 위한 지속 가능한 개발 경로에 명확하게 초점을 맞춰 관광산업을 촉진할 수 있는 목표를 달성하고자 한다. 2019년 SEGITTUR는 스페인 및 포르투갈 영토에서 지속 가능한 문화 및 유산 관광을 촉진하기 위해 'Destination 나폴레옹'이라고 불리는 유럽 문화 여행 일정을 개발·통합하는 것을 목표로 하는 유럽

NAPOCTEP 프로젝트에 참여하여 여행 일정의 지속 가능성을 감사 및 인증 과정과 연계된 업무를 지원하고 보급계획 수립을 지원하는 등 지속적으로 스페인의 지속 가능한 관광을 실현하기 위해 노력하고 있다.

라. 유럽의 디지털 관광 주요 우수 사례

유럽연합 집행위원회는 유럽의 스마트 관광 및 지속 가능한 관광을 장려하고, 목적지를 네트워크화하여 모범 사례 교환을 촉진하기 위해 두 가지 대회를 시작했다. 그 중 하나가 European Capital of Smart Tourism(유럽연합의 COSME 프로그램에 따라 자금을 조달하고 있는 유럽연합 집행위원회가 시행하는 EU 이니셔티브)이 매년 개최하고 있는 동명의 대회이다. 이 대회에서는 접근성(Accessibility), 지속 가능성(Sustainability), 디지털화(Digitalization), 문화 유산 및 창의성(Cultural heritage&Creativity)이라는 네 가지 카테고리별로 혁신적이고 지능적인 솔루션을 구현하는 등 뛰어난 성과를 보여준 관광 목적지(도시)를 우수 사례로 선정*하여 발표하고 있다. EU는 이러한 우수 사례 선정 및 공유가 관광산업의 스마트 관광 도구·조치 및 프로젝트에 대한 인식을 제고하고, 관광 혁신 개발을 강화하는데 기여할 것으로 기대하고 있다. 여기에서는 디지털화 분야의 주요 우수 사례들을 소개하고자 한다.

* 2023년에는 파포스(키프로스)와 세비야(스페인)가 우승 도시로 선정됨

○ 오르후스(덴마크), DETECT Aarhus App

덴마크 오르후스시를 색다른 관점에서 즐길 수 있는 세 가지 테마 도보 투어로 구성된 위치 기반 화면 경험 앱으로 예고편, 작가 인터뷰, 비하인드 스토리 영상 등을 통해 관광객들에게 덴마크 범죄 드라마 Dicte와 같은 인기 영화 및 TV 시리즈의 비하인드 스토리를 소개한다. 첫 번째는 덴마크 인기 범죄 드라마인 Dicte(딕테)의 비하인드 스토리와 로케이션 스카우터와 함께 스텐트 장면의 현장과 드라마에서 등장한 곳들을 방문 할 수 있고, 두 번째는 110년 전 유럽 무성영화 제작의 중심지이자 무성영화 선구자들과 영화 공장 소재의 본거지였던 오르후스시의 숨겨진 무성영화 역사와 흥미로운 이야기들도 들을 수 있다. 마지막으로 세 번째는 오르후스에 기반을 둔 유명한 범죄 소설 작가들을 작품에 영감을 준 장소에서 만날 수 있다. 도보 투어는 투어별로 약 1시간 정도씩 소요되며 모두 영어 및 무료로 제공된다.

※ 이는 EU의 DETECT 프로젝트의 일환으로 추진된 것으로 동 프로젝트는 2018년 4월부터 약 40개월 동안 약 250만 유로의 지원금을 통해 볼로냐 대학교에서 총괄했다. 이 프로젝트는 유럽 범죄 장르의 현대사 연구를 통해 유럽의 다양한 문화를 표현하는 데에 가장 적합한 생산, 유통 및 소비 방식 발견을 그 목표로 했으며 그에 따라, 1989년부터 현재까지의 범죄 소설, 영화, TV 드라마의 사례를 조사하여 공동 제작, 연재, 번역, 각색, 배포 등과 같은 이동성 전략이 유럽 대중 문화의 초국적 보급에 어떻게 영향을 미쳤는지 등에 대하여 조사했다. DETECT 앱은 덴마크 오르후스시와 이탈리아 볼로냐시에 대해서 개발되었다.



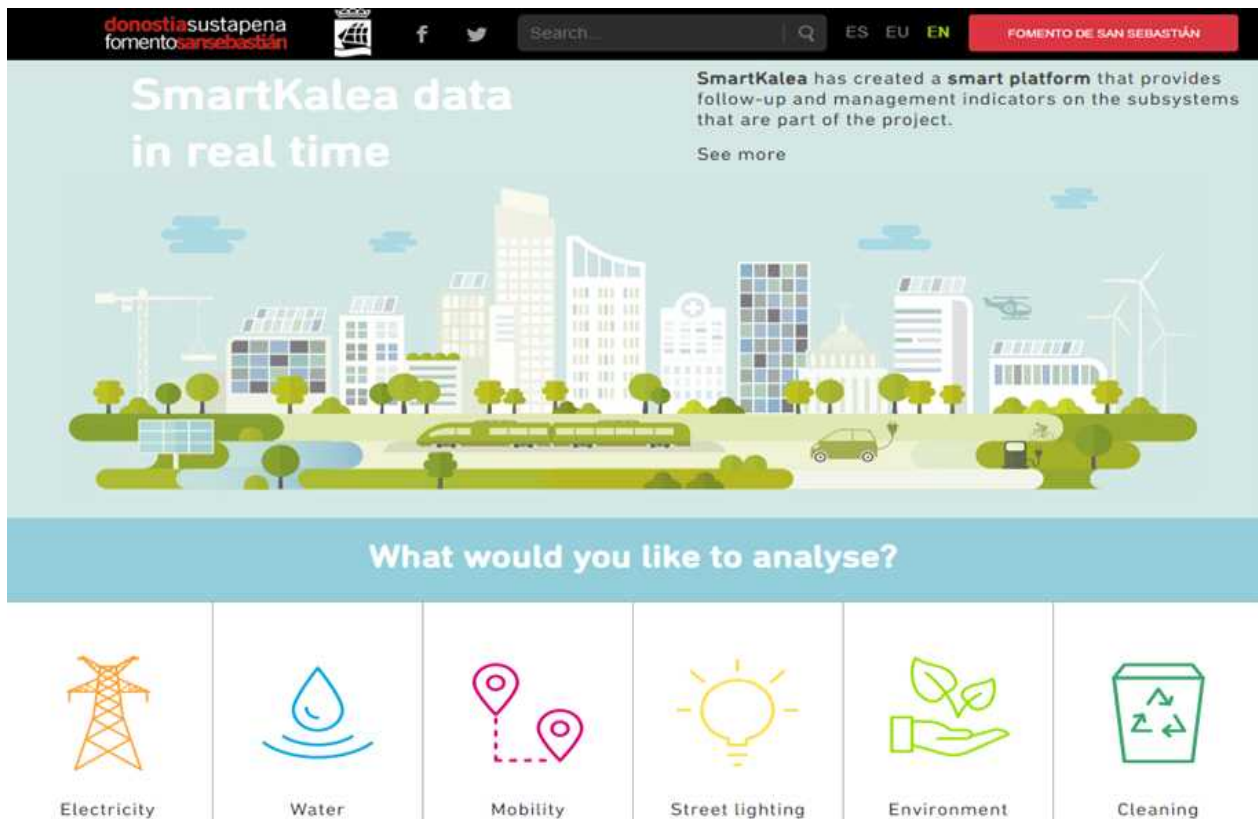
< 덴마크 오르후스시 DETECT 앱 >

○ 산 세바스티안(스페인), Smart Kalea Platform

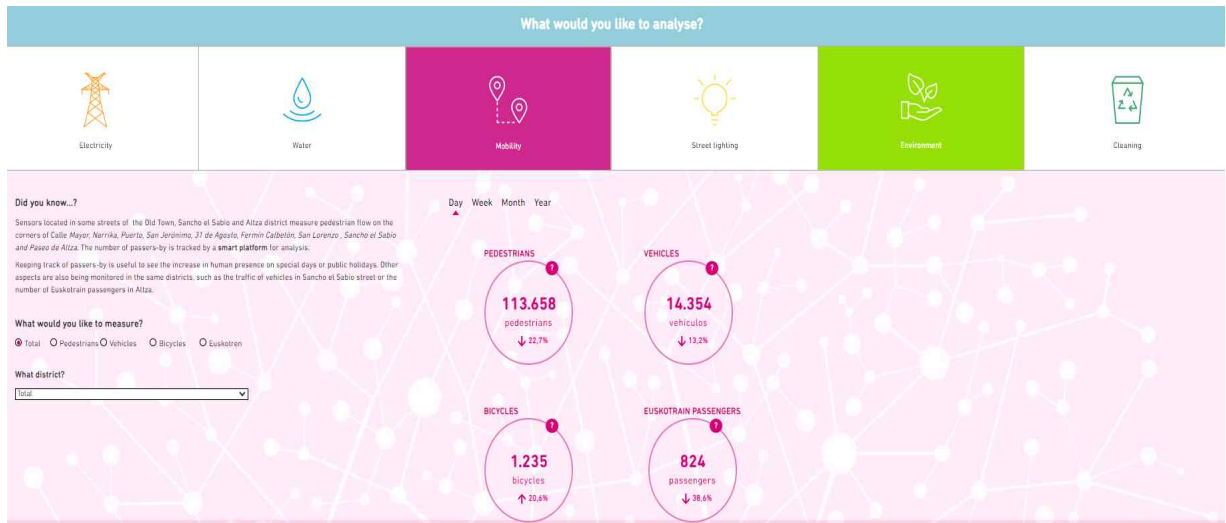
산 세바스티안시 행정부는 도시 곳곳에 다양한 센서를 설치하여, 도시 관리와 관련된 다양한 매개변수를 모니터링하고 있다. SmartKalea는 스마트·지속 가능한 관점에서 도시 환경에 공존하는 다양한 주체(시민권, 기업, 기술 지역 기업 및 지방정부)를 통합하는 민관 협력 모델을 구축하기 위한 혁신적인 이니셔티브라고 할 수 있다. 지역 기술 파트너와 협력, 그들의 최첨단 기술을 사용하여 환경 지속 가능성, 에너지 효율성, 시민 참여 및 투명성을 촉진하고 데이터를 프로젝트의 스마트 플랫폼에 통합하여 관리 개선을 촉진하는 지표를 모니터링하고 있다. 결과적으로 이를 통해 ICT의 광범위한 사용과 환경 지속 가능성을 촉진하고, 시민의 삶의 질 향상 및 지역 상업·레스토랑에 혜택을 주는 스마트 도시로의 변화를 주요 목적으로 한다.

구체적으로는 에너지 절약과 지속 가능성에 대한 시민과 기업들의 인식을 제고하고, 상업 관리 개선을 위한 지원 프로세스, 외부 프로젝트, 제품·서비스 쇼케이스 등과 관련된 기업 및 기술 협력자를 위한 새로운 비즈니스 기회를 창출하며 기술 파트너들의 제품 및 서비스의 홍보, 참여 매장과 기업은 ICT 활용 관점에서 구매, 마케팅, 판매, 서비스를 분석하고 연구하며 보다 스마트한 기업활동 지원 등 다양한 지원 활동들을 통해 산 세바스티안 시의 스마트 시티로서의 경쟁력을 강화해 나가고 있다.

SmartKalea 홈페이지에서는 수집한 데이터를 아래 그림과 같이 5개 분야 (Electricity, Water, Mobility, Street lighting, Environment, Cleaning)로 구분하여 해당 분야를 클릭하면 관련 정보를 지역별, 기간별 등에 따라 실시간으로 제공하고 있다.



< 스페인 산 세바스티안시의 Smart Kalea Platform 내, 5가지 데이터 분야 >



< 스페인 산 세바스티안시의 Smart Kalea Platform 내,
5가지 데이터 분야 중 모빌리티 분야 데이터 게시 모습 >

○ 코크(아일랜드), Digital Art Experience

코크시는 온라인 리소스와 도구를 활용하여 도시 방문객들에게 디지털 아트 경험을 제공한 사례를 보유하고 있다. 주요 예시로는, 크로포드 아트 갤러리 (Crawford Art Gallery)를 들 수 있는데, 이 갤러리는 18세기 아일랜드와 유럽의 회화와 조각부터 현대 비디오 설치에 이르기까지 3,000개 이상의 작품 컬렉션이 소장되어 있고, 박물관 건물은 1724년에 지어졌으며 연간 250,000명 이상의 방문객들이 무료로 입장하여 많은 작품을 즐기고 있다. 관련 투어와 봉사 활동 프로그램은 갤러리에서만 아니라 거리, 학교, 보건 시설 및 다양한 지역사회 장소에서 진행되었다.

코로나19의 대유행에 따른 갤러리 폐쇄 기간 동안 이 갤러리는 온라인 3D 투어를 만들어 방문객들이 집에서 편안하게 층별로 방문할 수 있도록 하였으며, 온라인 리소스에는 'Colour our Collection' 프로그램과 웹사이트의 'Talking Pictures'와 같이 어린이들이 작품에 온라인으로 참여 및 학습할 수 있는 프로그램들이 포함되어 제공되었다.

○ 포르투(포르투갈), 「ReinventarPorto」 프로젝트

「ReinventarPorto」 프로젝트는 코로나19 바이러스 팬데믹 시기 대응 정책 중 하나로 시작되었으며, 포르투에 소재하는 관광산업 중소기업들의 디지털 경제로의 전환을 가속화하고 팬데믹 위기에 대응할 수 있도록 돕는 것을 목표

로, 디지털 교육 및 지원을 제공한 정책이다. 당초에는 도시 내 120개 기업을 지원하는 것을 목표로 하였으나, 결과적으로는 당초 목표를 뛰어넘어 컨설팅, 상업/소매 및 요식업, 건강, 보험 등 다양한 분야의 204개의 중소기업을 지원했다.

지원 대상 기업들에게는 무료로 2,700시간의 교육과 24회의 교육 활동의 기회가 주어졌으며, e-비즈니스, 관리 모델 및 원격 작업, 혁신 관리, 디지털 환경을 위한 e-콘텐츠, 변화 관리 및 새로운 비즈니스 모델 등 디지털 전환을 위한 내용이 교육에 포함되었다.



< ReinventaPorto 로고 >

이를 통해 기업들이 새로운 디지털 환경에 대응하고 전략적 기술 개발과 첨단 디지털 기술을 활용할 수 있도록 지원하였다.

○ 안탈리아(터키), Safety Circle Project

안탈리아시는 시를 방문하는 어린이, 부모, 다양한 장애인 및 그 가족들이 편안하고 안전한 여행을 할 수 있도록 콘얄트(Konyaalti) 해변에 있는 관광 중심지 '안탈리아 라이프 파크'에 115개의 태양광 스마트 폴(사진)을 설치했다. 이 태양광 스마트 폴과 연계해서 작동하는 어플리케이션을 사용하면 알츠하이머 등 질병을 앓고 있는 노인, 다양한 장애를 가진 관광객, 반려 동물의 위치를 추적할 수 있다.



이 스마트 폴이 설치되어 있는 프로젝트 범위 내에서는 안내 데스크를 통해 위와 같이 도움이 필요한 방문객들에게 손목 밴드를 제공하고, 그들이 이 태양광 스마트 폴이 설치되어 있는 프로젝트 범위, 즉 '안전 서클'을 벗어나면 시스템이 경보를 울리고 어플리케이션을 통해 가족의 휴대폰으로 이에 관한 정보를 전송한다. 폴에 달린 태양광 패널이 에너지를 생산하는 동안 기둥 본체에 있는 USB 포트를 이용해 모바일 기기를 충전할 수도 있다. 안탈리아를 스마트 시티로서 큰 경쟁력을 갖게 하는 이 프로젝트는 앞으로 더욱 다양하고 넓은 지역에서 시행될 예정이다.

○ 히혼(스페인), Augmented Reality Routes

스페인 히혼시는 시를 방문하는 관광객들이 도시의 역사, 무형 유산, 중요한 역사적 사건들, 거주민들에게 더 가까이 다가갈 수 있고, 더욱 즐거운 여행을 경험할 수 있도록 아래와 같이 4개의 증강현실(AR) 투어 앱을 제공한다. 이는 주요 디지털 기술인 증강현실(AR)과 관광 콘텐츠 결합의 좋은 예시라고 할 수 있다.

어플리케이션명	어플리케이션 사진				
<p>Secretos del Botánico - 대서양 식물원 관람 경로 안내</p>					
<p>Cimavilla AR Tour - 지역의 상징적 캐릭터를 활용한 개별 관광 경로 안내</p>					
<p>Entre Siglo AR Tour - 히혼시 중심부의 개별 관광 안내</p>					
<p>Gijón Romano AR - 과거 로마시대 때 히혼시에서 살았던 5명의 인물 이야기</p>					

〈 참고 자료 〉

참고문헌

한국문화관광연구원(정광민, 송수엽, 한희정 등, 2021), 관광산업의 디지털 전환 수준 진단과 정책대응 방향

AALBORG University(Dianne Dredge, Giang Phi, Renuka Mahadevan, Eóin Meehan & Elena Silvia Popescu, 2018), Digitalisation in Tourism

문화체육관광부(2023), 문화 디지털 혁신 기본계획 2025

유럽연합 집행위원회(2021), 2030 Digital Compass

유럽연합 집행위원회(2022), Transition Pathway For Tourism

UNTWO(2023), Digital Futures Programme for Tourism SMEs in Europe

스페인 정부(2022), Digital Espana 2026

유럽연합 집행위원회(2023), Leading Examples of smart tourism practices in Europe from the 2023 European Capital of Smart Tourism competition

기사 및 사이트

한국관광산업포털 : <http://touraz.kr>

https://hi.eoding.com/2023_online-travel-agency/

유럽연합 집행위원회 홈페이지: <https://commission.europa.eu>

euro-emotur 홈페이지 : <https://euroemotur.eu/>

유럽 관광 협회 홈페이지 : <https://www.etoa.org/>

SEGITTUR 홈페이지 : <https://www.segittur.es/>