

정책연구 2000-02

# 여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 검토

김 상 태

한 국 관 광 연 구 원

Korea Tourism Research Institute

## 서 문

IMF 경제난의 극복과 함께 급속히 위축되었던 국민의 해외 여행은 이전 수준을 빠르게 회복하고 있습니다. 이러한 가운데 여행업의 구조적 모순에 따르는 소비자의 불편도 증가되고 있습니다.

여행업의 구조적 모순은 대체로 여행상품 유통상의 불확실성과 업체간의 지나친 경쟁에서 비롯됩니다. 본 연구에서 다루게 되는 가칭 “국외여행수배대리업”은 바로 이러한 여행업의 구조적 모순의 한 가운데 있습니다.

한때는 ‘외국여행사의 국내 연락사무소’로 제도권의 관리를 받았으나, 지난해 구체적인 관리 제도의 미흡과 행정력의 부족으로 규제 개혁 차원에서 동 업종 운영의 법률적 근거가 삭제된 바 있습니다. 이에 따라 기존 여행업체와의 관계에서 불공정성이 더욱 심화되면서 동 업종의 어려움은 소비자 피해 급증으로 연계되고 있는 것으로 추정되고 있습니다.

따라서 본 연구에서는 가칭 “국외여행수배대리업”을 제도권 내에 편입할 필요가 있느냐에 대한 타당성을 검토하였습니다. 결론적으로는 제도권 내 편입이 업계의 유통 구조를 개선하고 소비자 피해를 저감할 수 있을 것이라는 점에서 동 업종에 대한 제도권 관리의 필요성이 확인되었으나 이에 따르는 전제 조건의 충족은 제도 시행 이전에 반드시 고려되어야 할 문제라 보여집니다.

이러한 전제 조건은 이해관계자에 대한 충분한 의견 수렴과 제도 시행에 따른 파급 효과의 면밀한 분석과 대응 체계의 구축, 동 업종 운영자들의 신뢰 유지에 대한 노력, 관련 업체의 협력 등을 비롯한 정부와 업계의 노력 등입니다.

아무쪼록 본 연구의 결과물이 정책 당국의 여행업 발전 정책에 다소나마 도움이 되기를 바라며, 끝으로 본 연구 수행에 협조하여 주신 각계 전문가의 노력에 깊은 감사를 드립니다.

2000년 6월

한국관광연구원

원장 이 연 택

## ABSTRACT

As Korea is recovering from the economic crisis, the number of overseas travelers that once sharply decreased is rapidly rebounding to its previous level. Amid this surge of overseas travelers, however, consumers' inconvenience is increasing because of the structural discrepancy of travel industry.

The structural discrepancy of travel industry largely results from the uncertainty of distribution channels and excessive competition. The "land operator: overseas travel arrangement substitute agency" which is the subject of this study, is at the center of the structural discrepancy of travel industry.

Overseas travel arrangement agency, regarded as "liaison office of foreign travel agency," once had been subject to the regulation of institutional authority. However, due to a lack of concrete regulatory system and administrative power, this ground for regulation was eliminated last year in line with the government's reformation policy. As unfairness against other existing travel agencies has deepened in the wake of such deregulation, it is estimated that difficulties of the existing travel agencies have led to a sharp increase of consumer victims.

The study went through the process of literature study, interview and opinion research, foreign case study by KNTA's overseas offices, case collection of each foreign country, and many times of study research meetings. And it was performed by using "merit and defect analysis of each four interest group," that is, government and general people, travel agency, land operator, and traveler. The analysis was converted from "cost-benefit analysis," so that it could be analysed at the common level.

In this study, I have examined whether it is appropriate to incorporate the overseas travel arrangement agency under the jurisdiction of institutional authority. In conclusion, the need to put the agency under the institutional regulation was found to be sufficient in that it is a way to improve distribution structure of the industry and to reduce consumer victims; provided that preconditions should be fulfilled without fail before implementing such institutionalization.

Those preconditions include efforts of the government and of the industry such as sufficient reflection of opinions of the interested parties, more scrupulous analysis on the effects of the implementation of such system and establishment of corresponding measures thereof, and efforts to maintain confidence of the operators in the industry.

## 목 차

<b>제 1 장 서 론</b>	<b>1</b>
제 1 절 연구 배경 및 목적	1
1. 연구배경	1
2. 연구목적	2
제 2 절 연구 범위 및 방법	2
1. 연구범위	2
2. 연구방법	3
제 3 절 연구 한계 및 수행 체계	4
1. 연구 한계	4
2. 연구 기대 효과	4
3. 연구 수행 체계	5
 <b>제 2 장 여행업의 현황과 전망</b>	<b>6</b>
제 1 절 여행업의 현황	6
1. 여행업의 정의	6
2. 여행업의 역할	7
3. 여행업의 종류	9
4. 여행업의 유통 구조	10
5. 여행업의 이용 실태	12
6. 관광불편신고에 접수된 여행사관련 신고내용	14
7. 여행업 관련 문헌	15
제 2 절 여행업의 환경 변화 분석과 전망	17
1. 정치·경제적 측면	17
2. 사회·문화적 측면	18
3. 제도적 측면	20
4. 여행업의 내부 환경	20
5. 여행업 환경 분석을 통한 시사점	24
 <b>제 3 장 여행수배업체의 현황과 해외 사례</b>	<b>25</b>
제 1 절 여행수배업의 일반적 의미 및 기능	25

1. 여행수배업의 개요 .....	25
2. 거래 대상 .....	25
3. 업무 영역 .....	26
4. 설치 형태 주체별 분류 .....	26
5. 영업에 따른 법규상 등록 여부 .....	27
제 2 절 국내 여행수배업체의 현황 .....	27
1. 현황 .....	27
2. 조사 개요 .....	28
3. 분석 결과의 요약 .....	33
제 3 절 해외 사례 분석 .....	34
1. 해외의 사례 .....	34
2. 시사점 .....	35
<b>제 4 장 여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 검토 분석 .....</b>	<b>36</b>
제 1 절 타당성 분석의 체계 .....	36
1. 분석의 틀 설정 .....	36
2. 여행수배업의 제도권 편입과 관련한 이해집단 .....	38
제 2 절 관련 설문 조사 .....	38
1. 조사 개요 .....	38
2. 의견 조사의 결과 .....	39
제 3 절 분석 결과의 요약 .....	43
제 4 절 제도권 편입 추진 방안 .....	44
1. 제도권 편입의 정책적 의의와 필요성 .....	44
2. 제도권 편입 방식 .....	45
3. 제도권 편입의 조건 .....	49
<b>제 5 장 결론 및 제언 .....</b>	<b>52</b>
참고문헌 .....	54
부 록 .....	55

## 표 목 차

<표 2-1> 여행업의 일반적 정의 .....	6
<표 2-2> 여행업의 역할 .....	8
<표 2-3> 업종별 영업체 현황 .....	10
<표 2-4> 연도별 내국인 출국 현황 .....	13
<표 2-5> 여행업계의 월별 내국인 해외여행 송출 현황(1999년) .....	13
<표 2-6> 여행사관련 신고 연도별 현황 .....	14
<표 2-7> 여행사관련 신고 내용 분류 .....	14
<표 2-8> 여행사관련 신고 내용 세부 분석표 .....	15
<표 2-9> 국회도서관의 관련 문헌 보유 현황 .....	16
<표 2-10> 우리 나라의 국제 관광 전망 .....	17
<표 2-11> 여행업체의 월별 증감 현황(1999. 1 ~ 2000. 3) .....	22
<표 2-12> 여행사를 통한 항공권 발권량 .....	23
<표 3-1> 여행수배업체의 외국 현지의 등록 여부 .....	28
<표 3-2> 여행수배업체의 국내 등록 유무 및 형태 .....	29
<표 3-3> 여행수배업체가 거래하는 여행업체의 평균 개수 .....	29
<표 3-4> 여행수배업체가 여행사와의 거래시 택하는 지불 방식 .....	30
<표 3-5> 여행수배업체의 소비자와의 직접 거래 경험 .....	30
<표 3-6> 여행수배업체의 생존가능성에 대한 의견 .....	31
<표 3-7> 여행수배업체의 창업 연도 분포 .....	31
<표 3-8> 1999년을 기준으로 한 매출 규모 .....	32
<표 3-9> 여행수배업체의 평균 종사원 수 .....	32
<표 3-10> 여행수배업의 국가별 분류 .....	35
<표 4-1> 정부 및 일반 국민 측면의 결과 .....	39
<표 4-2> 기존여행업체 측면 .....	40
<표 4-3> 여행수배업체 측면의 결과 .....	40
<표 4-4> 해외여행 관광객 측면의 결과 .....	41
<표 4-5> 해외여행 관광객 측면의 결과 .....	42
<표 4-6> 현행 여행업의 종류에 여행수배업이 추가되는 것에 대한 의견 .....	42
<표 4-7> 여행수배업이 제도권에 편입되었다고 가정할 경우 등록의 조건 .....	43
<표 4-8> 여행수배업의 적정 담당 관리 부처 .....	43
<표 4-9> 여행수배업의 기능 검토 .....	46

<표 4-10> 제도권 편입시의 구분과 내용 .....	47
<표 4-11> 관리 주체별 예상되는 장·단점 .....	48
<표 4-12> 제도권 편입의 시기와 관리 방안 .....	49

## 그림 목차

<그림 1-1> 연구의 수행 체계 .....	5
<그림 2-1> 해외 여행 상품의 국내 유통 구조도 .....	11
<그림 4-1> 타당성 분석의 체계 .....	37
<그림 4-2> 여행수배업의 제도권 편입과 관련한 이해집단 .....	38

## 제 1 장 서 론

### 제 1 절 연구 배경 및 목적

#### 1. 연구배경

해외 여행 상품의 유통에 있어 일명 랜드사<sup>1)</sup>의 역할과 기능은 매우 중요하게 보여진다. 이들 업체의 주요 역할은 현지 상품의 소개, 현지 정보의 제공, 지상비(여행경비) 산출, 현지 예약, 현지 가이드 업무를 비롯한 각종 알선 업무인데, 국내에서 영업중인 여행사들은 대부분 대형 업체 보다는 소규모의 업체가 많기 때문에 이와 같은 여행수배업체에 현지연계업무를 맡기는 경향이 높다. 이러한 알선 업무는 국내여행에서보다는 국외여행에서 그 비중이 높게 나타나는데, 전문적인 여행수배업체는 언어소통 문제와 정보의 부족 등을 비롯한 각종 현지에서의 직면 문제에 신속하고 능동적으로 대응할 수 있기 때문이다. 그러나 여행 시장의 경쟁 심화와 여행 수요 급증에 따라 각종 덤핑 상품의 판매나 쇼핑 강매, 옵션의 변경 등으로 인한 여러 가지 문제가 발생하여 소비자(관광자)의 불편을 초래하고 있으며 이러한 현상은 곧바로 여행업계 전반에 대한 불신으로 이어지고 있다. 최근의 경향을 살펴볼 때 이러한 현상은 IMF 경제난의 극복 이후 급속히 늘어나는 추세에 있다.

한편 지난 2월의 조사에 따르면 4대 매체 광고를 기준으로 한 광고비 중 ‘관광, 여행, 서비스 업종’이 2위를 차지한 것으로 나타났다.<sup>2)</sup> 이와 같은 수치는 여행업계의 영세성이나 시장의 규모로 볼 때 대단히 기형적인 현상으로 광고를 게재한 여행업체에 상당한 무리가 될 것이라는 추측이 가능하다. 이에 따라 과잉 투자된 광고비의 회수를 위하여 관광객에게 무리한 옵션을 강요하고 현지 수배에 소요되는 가격을 낮추기 위하여 여행수배업체에 압력을 가하는 등 여행업 유통구조의 악순환이 이어지고 있는 것으로 판단됨에 따라 정부의 역할이 기대되고 있는 실정이다.

이와 관련 1994년 정부는 여행수배업을 신고 대상 업종으로 관광진흥법에 규정(당시 ‘외국여행업자의 연락사무소’)하여 건전한 업종 관리를 유도한 바 있으나 행정력의 부족과 구체적인 법 제도의 미비 등으로 실효성을 거두지 못하여 1999년 규제 개혁 차원에서 관련 조항을 관광진흥법에서 삭제하였다. 이후 동 업체들은 “한국여행수배업협회(KOTA: Korea Overseas Tour Operator

1) 랜드사는 업계에서 통용되는 업종의 명칭이며, 가칭 ‘한국여행수배업협회’ 측에 의하면 ‘여행수배업’이라 주장하고 있으나 이러한 용어에 대하여는 혼선이 있다고 보여진다. 따라서 본 연구에서는 사용되는 용어의 일치를 위하여 이후부터 ‘랜드’를 ‘여행수배’라 칭한다. 그리고 제도권 편입이 필요하다고 판단될 경우 제4장에서 이에 대한 적절한 명칭을 강구하고자 한다.

2) 조사 주체는 제일기획, 한국경제신문, 경제면, 인터넷 게재날짜 2000년 2월 24일 참조, 제2장에서 세부 설명됨.



Association)”를 1999년 7월 창립하였으며 143개의 업체가 동 협회에 가입하고 있다.

한국여행수배업협회는 법적 근거의 미비로 인한 불안정한 고용 체계 때문에 직원들의 높은 이직율이 발생하며, 여행업체로부터의 금전적·심적 횡포, 여행업에서의 각종 덤핑과 과당 경쟁 등의 불건전한 사업 행태 등 여행업 전반에 걸친 부정적인 문제가 여행수배업이 현 제도권 내에 편입되어 있지 않은 데서 기인하는 것이라 주장하고, 2000년 1월 동 협회의 명의로 “여행수배업의 제도권 편입”을 허가하여 줄 것을 문화관광부에 청원한 바 있다. 이에 본 연구는 여행업의 장기적 발전 방향을 모색하는 가운데에서 여행수배업의 제도권 내 편입의 필요성과 방안을 검토할 필요에 따라 추진하게 되었다.

## 2. 연구목적

- 본 연구는 우리 나라 국외여행의 건전한 발전 방향을 모색하면서 여행수배업의 제도권 내 편입의 타당성을 검토하고자 한다.
- 또한 제도권 내 편입이 타당하다는 결론이 도출된 경우, 예상되는 부작용을 줄이면서 여행업 발전에 기여하도록 추진 방안을 모색할 목적을 갖는다.

# 제 2 절 연구 범위 및 방법

## 1. 연구범위

### 가. 시간적 범위

- 1) 자료의 범위 : 1981년 ~ 현재
- 2) 전망의 범위 : 2000년 ~ 2010년

### 나. 공간적 범위

- 1) 자료의 범위 : 각 국을 대상으로 함

2) 전망의 범위 : 국내를 대상으로 함

다. 내용적 범위

- 국내 여행업계의 유통 구조 및 각 부문의 시장 기능 조사
- 여행수배업의 현황 및 운영 실태 조사
- 여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 분석
- 제도권 편입시 관광진흥법의 개정 방안 제시 등

2. 연구방법

연구의 원활한 수행을 위하여 다음과 같은 방법으로 진행하고자 한다.

가. 연구자료 수집

- 문헌 고찰
- 면담 및 의견 조사
- 해외 사례 조사 : 한국관광공사의 해외 지사를 통한 해외 각국의 사례 수집
- 연구협의회 및 연구심의회

나. 이해집단별 장·단점 분석

- 연구협의회를 통한 이해집단별 장·단점 분석 항목의 설정
- 조사 결과의 분석

다. 분석 결과에 따른 정책 대안의 도출

- 여행수배업이 제도권 내에 편입될 경우 그에 따르는 제도 개선 방안 제시
- 여행수배업이 제도권 내에 편입되지 않을 경우 대책 방안

### 제 3 절 연구 한계 및 수행 체계

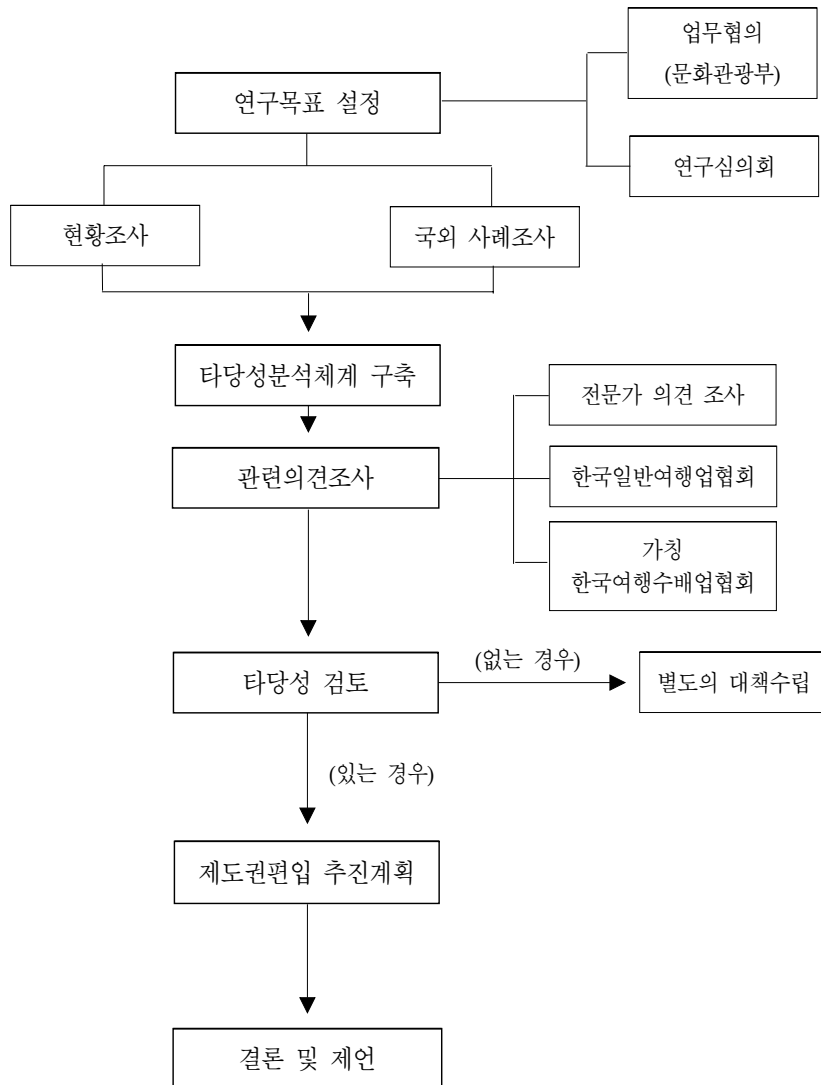
#### 1. 연구 한계

본 연구는 정성적 연구의 성격을 가지고 있고, 선행 연구 및 유사한 외국의 사례가 절대적으로 부족하여 객관적 입장을 유지하는 데 어려움이 있다. 이에 수 차례에 걸친 전문가 및 관계 기관과의 의견 교환과 본 연구의 청원 주체가 되는 가칭 한국여행수배업협회와의 의견 조정과 협의를 거쳐 충분한 의견 수렴을 할 필요가 있고 “비용-편익 분석”의 방법을 응용하여 상식적인 수준에서 분석이 가능한 “이해집단별 장·단점 분석”으로 전환하여 연구를 수행함으로써 그 한계를 극복하고자 한다.

#### 2. 연구 기대 효과

본 연구를 통하여 여행수배업의 제도권 편입에 대한 객관적인 검토 자료를 제시함으로써 정부의 적합한 정책 판단을 지원하고, 여행업계의 질서와 소비자를 보호할 수 있는 정책 방안 수립에 일조를 담당할 수 있을 것으로 기대한다.

## 3. 연구 수행 체계



&lt; 그림 1-1 &gt; 연구의 수행 체계

## 제 2 장 여행업의 현황과 전망

### 제 1 절 여행업의 현황

#### 1. 여행업의 정의

관광진흥법 제2장(觀光事業) 제1절(通則) 제3조(觀光事業의 종류) ①의 1에는 “여행자 또는 운송 시설·숙박시설 기타 여행에 부수되는 시설의 경영자 등을 위하여 당해 시설이용의 알선이나 계약체결의 대리, 여행에 관한 안내 기타 여행의 편의를 제공하는 업”으로 정의되어 있다.

국내·외 학자들 및 관련 기관에서 정의한 다양한 여행업의 개념을 다음 <표 2-1>과 같이 정리하였다.

< 표 2-1 > 여행업의 일반적 정의\*

구분	학자 및 관련 단체	정 의
국내	이선희 (1984)	여행자와 여행시설업자와의 사이에서 거래상의 불편을 덜어주고 중개하여 줌으로써 그 대가를 받는 기업
	김진섭 (1994)	여행자와 교통기관, 숙박시설 등 여행과 관계를 맺고 있는 사업의 중간에 서서 여행자에 대하여 예약, 수배, 알선 등 여행서비스를 제공하고 일정한 대가를 받아 영업하는 사업자
	윤대순 (1996)	여행관련업자를 알선하여 주고 수수료를 받거나, 여행관련기업의 이용권을 판매하며, 기타 관련 업무를 수행하는 사업자
	이항구 (1987)	여행자와 운수, 숙박업자 등 여행자를 대상으로 사업을 영위하는 시설업자의 중간에 서서 여행에 관한 이용시설의 예약, 수배, 알선 등의 여행서비스를 제공하고 일정한 수수료를 받아 영업하는 사업체
	정익준 (1995)	교통운송업자·숙박업자 등과 같은 시설업자(Principal)와 여행객의 중간에 위치하여 여행객을 위하여 시설이용과 알선 등의 서비스를 제공하고 대가를 받아 경영하는 사업

(표 계속)

구분	학자 및 관련 단체	정 의
국외	ASTA(미국 여행업자협회)	여행관련업자를 대신하여 제3자와 계약을 체결하고 또한 이것을 변경 내지 취소할 수 있는 권한이 부여된 자
	Michael M. Coltman(1989)	여행객과 공급자 사이에서 항공, 호텔, 선박 등의 예약 또는 기타 유통의 업무를 수행하는 자
	Chucky Y. Gee(1984)	여행자를 위하여 일정을 작성하고, 교통, 숙박시설, 레스토랑을 비롯하여 각종 입장권, 관람권 등을 수배하여 여행자의 흥미를 끌 수 있는 여행을 스스로 기획, 발표하고 단체관광을 모집, 실시하여 여행을 주최하는 자
	Louis Harris(1984)	미리 짜여진 패키지 여행을 판매하는 것 외에 개인 여행일정표를 만들고 호텔, 모텔, 리조트, 식사, 관광 그리고 공항 호텔간 화물과 승객의 수송 등을 수배하며, 정보를 관광객에게 제공하고 이에 대한 서비스의 대가로 수수료를 받는 사업자
	Mcintosh & Goeldner(1986)	특정지역의 Principal을 대표하는 법적으로 지정된 Agent의 역할을 수행하는 자
	渡邊圭太郎	운수기관, 숙박시설 등의 사이에서 여행자에 대하여 예약, 수배, 알선 등의 서비스를 제공하고 그 보수를 얻는 사업자
	滔桓勉	여행자와 교통업, 숙박업 등의 중간에 서서 영리활동으로써 각종 서비스의 대리, 매개, 알선, 이용을 하고 혹은 여행자에 대하여 도항수속의 대행, 상담, 안내를 하는 업종
	土井厚(1977)	관광자와 여관, 호텔 등의 숙박시설, 철도, 항공사, 해운회사 등에 대해 관광자를 위하여 예약, 수배, 알선 등의 서비스를 제공하여 그에 상응하는 보수를 얻는 사업자

\* 김상태, “한국여행업발전방안”, 한국관광연구원, 1997, pp.5-6을 참고로 하여 제작성.

많은 학자 및 관련 단체들의 여행업에 대한 정의를 살펴보면 예약·수배·알선 등 기타 여행 서비스와 관련된 제업무는 여행업 본연의 기능으로 보여진다. 그러나 여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성을 검토하기 위하여 여행업과 여행수배업의 명확한 구분이 필요하며 이에 본 연구는 여행수배업과 대별되는 여행업의 정의를 관광진흥법을 기본으로 하여 전개하고자 한다.

## 2. 여행업의 역할

여행업의 역할은 크게 세 가지로 요약할 수 있다.

매체로써의 역할, 관련 기업에 대한 역할, 소비자에 대한 역할이 그것인데 이를 구체적으로 살

펴보면 다음 <표 2-2>와 같다.

< 표 2-2 > 여행업의 역할\*

역 할	내 용	세 부 내 용
매체로써의 역할	신뢰성	여행자가 미지의 불안감을 갖지 않도록 교통편이나 숙박 등의 예약을 해줌으로써 여행자를 안심시킴
	정보판단력의 활용	매스미디어의 발달로 정보의 범람에 따른 정확한 선택 및 판단력의 필요성이 대두되는데, 여행업자는 정보판단력을 보유, 고객에게 제공함
	시간 절약	여행자가 직접 여정을 세우는 데 소요되는 시간과 비용을 절감하여 줌
	저렴한 가격의 제시	패키지 투어의 보급에 따른 요금 할인이 가능함
관련 기업에 대한 역할	개발자(Developer)	상품 개발, 시장 개발 등 마케팅 개발을 담당함
	조직자(Organizer)	여행 관련 기업의 제기능을 요소로 하여 각각 최고의 기능을 발휘할 수 있도록 조직을 구상·실행함
	촉진자(Promoter)	자사와 여행 상품 공급자가 협조하여 개발한 여행 상품의 수요 촉진을 위하여 여행사가 시장 개발의 촉진자로서 관련 기업을 설득함
	교육자(Educator)	판촉 기능이 약한 관련 기업인에 대하여 개발하고 교육함
	조정자(Coordinator)	수급의 불일치 현상에 대하여 계절 조정, 수급 조정 등 조정 기능을 발휘하여 수급의 균형을 유지함
	시스템 육성자 (System Maker)	개발, 촉진, 교육, 조정 등의 제기능을 종합하여 시스템화함
소비자에 대한 역할	연출자(Entertainer)	관광객에게 여행에 대한 감흥과 분위기를 연출하는 기능을 함
	기획자(Planner)	여행객에게 가장 적합한 여행 상품을 기획함
	지도자(Instructor)	여행객에게 여행에 대하여 계몽하고 지도함
	정보센터 (Information Center)	여행에 관한 다양한 정보를 보유, 이를 여행자에게 제공함
	상담자(Consultant)	여행자에게 상담 및 조언을 제공함
	판매자(Retailer)	여행 상품을 최종 소비자에게 판매함

\* 김상태, “한국여행업발전방안”, 한국관광연구원, 1997, pp.10-11을 참고로 하여 제작성.

### 3. 여행업의 종류<sup>3)</sup>

#### 가. 여행업의 구분 : 관광진흥법에 의한 구분

##### 1) 일반여행업

국내 또는 국외를 여행하는 내국인 및 외국인을 대상으로 하는 여행업을 말하며 여행수배업체와 직접적으로 연관되는 업종이다. 여행업의 종류 중 가장 포괄적인 업무를 담당하며 업무 범위에는 사증을 받는 절차를 대행하는 행위가 포함된다. 여행업의 부문 중 유일하게 ‘한국일반여행업협회(KATA)’라는 사단법인을 결성하여 여행업자간의 권익 보호를 위한 활동을 하고 있다.

##### 2) 국외여행업

국외를 여행하는 내국인을 대상으로 하는 여행업으로 여권 및 사증을 받는 절차를 대행하는 행위를 포함하며 해외 여행을 담당하는 업무의 특성상 여행수배업체와 긴밀한 관계를 맺는다.

##### 3) 국내여행업

국내를 여행하는 내국인을 대상으로 하는 여행업으로 전체 여행업 중 국내여행업이 차지하는 비율은 약 47.75%<sup>4)</sup>로써 매우 높은 비중을 차지한다. 그러나 여행수배업과 관련하여 가장 많은 문제 발생의 소지가 있는 부문은 해외여행이므로 국내여행업은 본 연구에서 다루게 될 여행업의 범위에서 제외한다.

#### 나. 업종별 영업체 현황

최근 10년간 업종별 영업체의 증가율 현황은 다음 <표 2-3>과 같다. 1990년 이후 현재까지 전체 여행업체는 3.3배정도 증가하였으며 그 중 일반여행업과 국외여행업의 증가율은 약 4.8배에 달한다. 또한 과거 5년보다 최근 5년의 증가폭이 더 급격하며 특히 1999년에서 현재 사이가 가장 급격하게 나타나고 있는데, 이러한 추세는 IMF 경제난의 극복과 함께 국민의 해외여행 참여의 수준이 회복되고 있기 때문인 것으로 풀이된다. 그러나 한편으로 이러한 여행업체수의 급속한 증가는 모객을 위한 업체간의 과당경쟁 유발과 이로 인한 무리한 과잉광고와 관광객을 매개로 한 쇼핑강매, 덤핑판매 등을 유발하게끔 하는 결과를 초래하고 있다.

3) 관광진흥법 시행령 제2조의 1에 명시된 ‘여행업의 종류’를 기준으로 함.

4) 2000년 6월말의 업체수를 기준으로 함.



&lt; 표 2-3 &gt; 업종별 영업체 현황

업종	연도별업체의증감수*										
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
일반여행업	197	229	261	294	311	340	330	331	336	382	510
국외여행업	490	598	728	856	1,091	1,393	1,772	2,223	2,324	2,419	2,778
국내여행업	1,218	1,434	1,463	1,568	1,779	1,964	2,213	2,543	2,700	2,748	3,006
계	1,905	2,261	2,452	2,718	3,181	3,697	4,315	5,097	5,360	5,559	6,294

\* 1) 1990년 ~ 1999년까지는 각 해당 연도의 “관광동향에 관한 연차보고서”를 참고하고 2000년의 자료는 “한국일반여행업협회”의 자료를 참고로 하여 연구자 재구성.

2) 각 연도 공히 6월말 기준임.

#### 4. 여행업의 유통 구조

##### 가. 공급자(여행업자, supplier)

여행업에서도 일반 상품의 유통 구조와 같이 도매업과 소매업이 존재한다. 여행업에 있어서 공급자란 이 같은 도매업자와 소매업자에게 여행 상품을 생산하여 공급하는 자들을 일컫는 말로 일반적으로 항공사, 호텔, 음식점, 렌트카 회사, 골프장, 테마파크, 쇼핑센터 등이 이에 속한다.

##### 나. 여행도매업자(travel wholesaler)

여행도매업은 “수요를 미리 예상하여 여행목적지에 운송과 목적지에의 숙박, 그리고 가능한 여타 서비스를 준비하여 이를 완전한 상품으로 만들어 여행사 또는 자사의 영업소를 통하여 개인이나 단체에게 일정한 가격으로 제공하는 유통경로상의 기업”으로 세계여행기구(WTO)에 정의되어 있다. 즉, 여행도매업자는 이러한 여행도매업의 업무를 수행하는 이들을 가리킨다.

##### 다. 여행소매업자(travel retailer, 여행사)

여행도매업자로부터 상품을 제공받아 소비자에게 직접 판매하며, 도매업자로부터 판매실적에 상응하는 일정한 수수료(commission)를 받고, 여행과 숙박 그리고 이에 수반되는 서비스와 서비스 조건에 대하여 여행자에게 정보를 제공하는 자들을 일컫는다. 여행소매업체는 서비스 제공업자인 항공사나 호텔 등으로부터 상품을 지정된 가격으로 여행시장에 판매하도록 인정을 받은 업체를 말하며 관광객들이 직접 접하게 되는 여행사의 대부분이 이에 속한다.<sup>5)</sup>

---

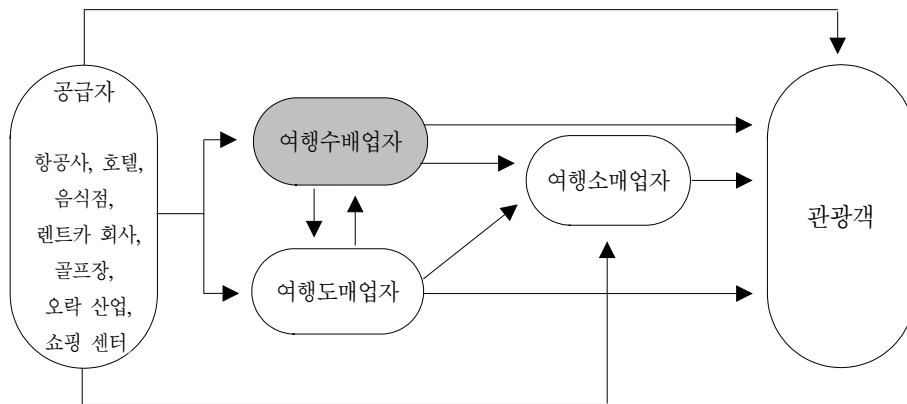
5) 이선희, 『여행업 경영개론』 (서울:대왕사), 1997, p.181.

### 라. 여행수배업자(land operator)

여행수배업은 여행업체의 의뢰에 따라 공급업체에 대한 수배와 알선을 하는 중개업적 기능을 수행하며 일반 소비자와의 직접 거래를 하지 않는 것을 원칙으로 하는 업체를 말한다. 여행수배업자는 이러한 수배와 알선의 업무, 즉, 현지의 정보수집, 여행상품소개 등 정보 제공, 공급업자의 소개와 계약, 지상비산출, 현지수배 기능, 현지 여행일정의 진행 등 여행 알선과 관련된 업무를 주로 수행하는 자들을 일컫는다.

### 마. 유통구조도

공급자와 여행도매업자, 여행소매업자, 여행수배업자, 그리고 관광객은 다음 <그림 2-1>과 같은 유통구조를 형성하고 있다.



< 그림 2-1 > 해외 여행 상품의 국내 유통 구조도

### 바. 유통 구조상의 특징과 문제점

#### 1) 도·소매의 불명확

현재 국내의 해외여행상품 유통구조는 도매와 소매의 구분이 명확하지 않다는 것이 가장 큰 특징이다. 실제로 현재 기획여행 운용업체는 60여 개에 이르고 있으나 순수하게 도매업을 하고 있는 곳은 극소수에 불과하다.<sup>6)</sup>

이러한 이유를 구체적으로 살펴보면 두 가지로 요약할 수 있는데 첫째, 전자상거래의 발달과

6) 여행업 전문 매체 기자와의 인터뷰를 토대로 작성함.

인터넷 사용 인구의 급증으로 공급자와 관광객간의 직접 거래 경로가 다양해지면서 더욱 가속화되고 있다. 즉, 앞의 <그림 2-1>에서 볼 수 있듯이 공급자와 관광객, 도매업자와 관광객, 소매업자와 관광객 등 모든 경로에서 관광객과의 직접 거래가 이루어지고 있다. 둘째, 여행수배업체와 여행업체간의 업무 구분이 모호하다. <그림 2-1>에서처럼 여행수배업체와 여행업체 사이에서도 상호 거래가 이루어지고 있다. 실제 여행수배업체의 설문조사 결과 어느 정도의 규모를 갖추고 있는 업체는 국외여행업 또는 일반여행업으로의 등록을 해놓은 경우도 상당수에 이르는 것으로 나타났다. 이들은 현지 직수배라는 강점을 가지고 업무 범위를 확대하고 있는데, 중간판매 수수료를 일체 받지 않고 지상 수배권 확보 차원에서 서비스를 하고 있어 실제로는 도매업무를 하고 있어도 제도상으로는 아무런 문제가 없다.<sup>7)</sup> 즉, 인터넷의 확산과 관련하여 전문여행사의 시대가 도래하고 있으며 이의 선두에는 여행수배업체들이 서 있다고 볼 수 있다.<sup>8)</sup>

## 2) 수직적 유통구조

이와 같이 도·소매의 구분이 명확하지 않음으로 인하여 대부분의 여행사들이 모객력과 자본력, 노하우 등과 관련하여 경쟁력을 갖추지 못하고 있다. 이는 자연히 해외 여행에 있어 우월적 지위에 놓여있는 항공사로부터 여행사와의 사이에 수직적 유통구조를 형성시키며 또한 여행사와 해외 여행 물량을 유치하는 여행수배업체와의 사이에도 수직적 유통구조를 형성시킨다.

이러한 현상은 여행사들의 항공좌석 확보를 위한 무리한 광고전으로 이어지며 이는 자연히 가격 경쟁으로 연결되어 여행수배업체에 지나친 요금 인하를 강요하게끔 만들기도 한다.

## 5. 여행업의 이용 실태

### 가. 연도별 내국인 출국 현황(1992~1999)\*

연도별 내국인 출국 현황은 다음 <표 2-4>와 같으며 '90년대 이후 지속적인 증가세가 계속되었으나 IMF를 전후로 한 1998년에 그 수가 급감하였다. 또한 구성비 면에서 단체인원의 비율은 98년 이전까지 증가세를 보인 반면 항공권 판매 비율은 점차 감소하였으며 1998년부터는 30% 이하로 떨어진 것으로 나타나고 있다.

7) 여행업 전문 매체 기자와의 인터뷰를 토대로 작성함.

8) 여행신문, 랜드면, 인터넷 게재날짜 2000년 3월 7일.

&lt; 표 2-4 &gt; 연도별 내국인 출국 현황\*

연도	인원(명)			구성비	
	전체출국인원	단체출국인원	항공권판매인원	단체인원	항공권판매인원
1992	2,043,299	240,744	849,284	11.8	41.6
1993	2,419,930	303,070	984,265	12.5	40.7
1994	3,154,326	461,589	1,262,091	14.6	40.0
1995	3,818,740	641,103	1,429,522	16.8	37.4
1996	4,649,251	857,386	1,599,416	18.4	34.4
1997	4,542,159	791,394	1,469,246	17.4	32.3
1998	3,066,926	239,495	877,289	7.8	28.6
1999	4,341,546	426,542	1,243,487	9.8	28.6

\* 1) 단체출국인원 및 항공권판매인원, 단체인원 및 항공권판매인원의 주체는 여행사임.

2) 국제여행통계, 한국일반여행업협회, 1999, p.126.

#### 나. 여행업계의 월별 내국인 해외여행 송출 현황

1999년 한해 동안 여행업계에서 해외로 송출한 여행객의 현황은 아래 <표 2-5>와 같다. 이를 세부적으로 살펴보면 휴가기간이 집중되어 있는 7월과 8월에 내국인의 해외여행이 집중되어 나타나고 있으며, 반면 새해가 시작되는 1월에서 학생들의 새학기가 시작되는 3월까지가 비수기로 나타나다고 볼 수 있다. 즉, 이를 통하여 여름 휴가철에 집중되어 있는 연중 내국인의 해외여행 성향 추이를 파악하여 볼 수 있다.

&lt; 표 2-5 &gt; 여행업계의 월별 내국인 해외여행 송출 현황(1999년)\*

	1	2	3	4	5	6
인원(명)	31,144	29,875	26,443	28,488	35,720	33,810
여행경비	20,740,385	20,557,023	19,001,535	21,895,229	31,884,563	29,905,355

(표 이어짐)

7	8	9	10	11	12	합계
44,796	51,287	36,024	37,351	37,980	33,624	426,542
46,330,306	50,668,380	28,682,041	31,858,047	31,479,878	29,202,589	362,205,331

\* 1) 여행경비의 단위는 원화 천원임.

2) 국제여행통계, 한국일반여행업협회, 1999, p.127을 참고로 하여 연구자 재구성.

6. 관광불편신고에 접수된 여행사관련 신고내용<sup>9)</sup>

한국관광공사에서 매년 발간되는 관광불편신고 종합분석서에 따르면 여행사 관련 신고사항은 '95년부터 3년 동안 계속 줄어드는 추세였으나, '98년에 전년 대비 48.0% 증가한 37건 접수, '99년에는 전년대비 162.2% 증가한 97건이 접수되어 최근 2년 동안 급증하였다는 것을 알 수 있다.

&lt; 표 2-6 &gt; 여행사관련 신고 연도별 현황\*

(단위 : 건, %)

구 분	1993년	1994년	1995년	1996년	1997년	1998년	1999년
불편신고 접수건수	550건	805건	745건	457건	414건	502건	601건
여행사 관련사항	46건	76건	72건	41건	25건	37건	97건
구성비	8.4	8.9	9.7	9.0	6.0	7.4	16.1
전년대비 증감율	7.0	65.2	-5.3	-43.1	-39.0	48.0	162.2

\* 한국관광공사, “관광불편신고 종합 분석서”, '95 ~ '99를 참고로 하여 연구자 재구성.

이 중 1998년과 1999년의 신고 내용을 살펴보면 <표 2-7>에서 보듯이 총 건수가 37건에서 97건으로 급증하였으며 세부 항목 중 ‘계약조건 불이행’의 구성비가 43.3%에서 47.4%로 증가하였다는 것을 알 수 있다.

&lt; 표 2-7 &gt; 여행사관련 신고 내용 분류\*

(단위 : 건, %)

구 분	1998년		1999년	
	건수	구성비	건수	구성비
계약조건 불이행	16	43.3	46	47.4
안내서비스 불량	12	32.4	26	26.8
부당요금 징수	8	21.6	14	14.4
기타	1	2.7	11	11.3
총 계	37	100.0	97	100.0

\* 한국관광공사, “1999 관광불편신고 종합 분석서”, 2000. 2, p.43.

9) 한국관광공사에서 매년 2월 발간되는 “관광불편신고 종합분석서”(‘95~’99)를 참고하여 연구자 재구성.

또한 여행업은 소비자의 가장 가까운 곳에서 서비스를 제공하는 업체임에도 불구하고 ‘안내서비스 불량’으로 인한 신고 건수가 일반여행업의 경우 34.1%에 이르는 것으로 나타났다.

< 표 2-8 > 여행사관련 신고 내용 세부 분석표\*

(단위 : 건, %)

구 분	일반여행업	국외여행업	국내여행업	계
계약조건 불이행	16(36.4)	21(52.5)	9(69.2)	46(47.4)
안내서비스 불량	15(34.1)	8(20.0)	3(23.1)	26(26.8)
부당요금 징수	6(13.6)	8(20.0)	0	14(14.4)
기타	7(15.9)	3(7.5)	1(7.7)	11(11.3)
<b>총 계</b>	<b>44(100.0)</b>	<b>40(100.0)</b>	<b>13(100.0)</b>	<b>97(100.0)</b>

\* 한국관광공사, “1999 관광불편신고 종합 분석서”, 2000. 2를 참고로 하여 연구자 재구성.

그러나 이처럼 불편 신고의 비율이 증가한 것은 여행 건수의 증대와 함께 소비자의 신고에 대한 인식이 높아진 것도 하나의 원인으로 보여지며 이에 따라 NGO 및 정부의 감시와 견제도 강화되는 것도 요즘의 경향이라고 볼 수 있다.

## 7. 여행업 관련 문헌

### 가. 국회도서관의 관련 문헌 보유 현황

국회도서관에 소장되어 있는 논문 중 여행업과 관련된 문헌의 현황은 다음의 <표 2-9>와 같다.

&lt; 표 2-9 &gt; 국회도서관의 여행업 관련 문헌 보유 현황

관련 단어	편수
◦ 여행 · 관광 & 계약 · 법 등	9
◦ 알선	5
◦ 랜드 및 수배업(체)	0
◦ 아웃바운드(Outbound)	10
◦ 여행 & 도 · 소매업	0
◦ 국외 · 해외 여행	12
◦ 인터넷 & 여행(사)	2
◦ 소비자 · 만족 · 불편(평)행동 & 여행(사)	18
총 계	56

여행업 혹은 여행사와 관련한 논문은 직무만족도, 이직율, 광고방안, 마케팅에 대한 논문이 거의 대부분을 차지하며 ‘수배업’이나 ‘랜드’, ‘알선업’과 관련된 논문은 아주 적은 것으로 나타났다. 이 중에서도 알선업에 관한 논문은 1989년에 쓰여진 논문이 가장 최근의 것인데 이의 내용을 살펴보면 당시 알선업은 요즘의 국외여행업과 비슷한 의미로 사용되었던 것을 알 수 있다. 이 밖에 여행이나 관광, 계약이나 법과 관련된 논문은 상당수 있는 것으로 조사되었으며 외국의 관련법과 비교하여 쓰여진 형태도 많은 것으로 나타났다.

#### 나. 여행수배업 관련 사항<sup>10)</sup>

당시 관광사업법 상의 여행업은 국제여행알선업, 국내여행알선업, 여행대리점업의 세 가지 형태였으며 이 중 본 연구의 주제와 가장 근접하다고 할 수 있는 업종은 ‘국제여행알선업’으로서 국내 · 외를 여행하는 외국인 및 국외를 여행하는 내국인을 대상으로 하는 관광사업체로 인식되었다. 이 중 알선업과 관련된 몇 편의 논문에서 언급하고 있는 관련 제도상의 문제나 업체의 문제점 등은 현재의 문제와도 일치되는 점이 많은데 그 중에 눈에 띄는 것은 여행업의 도 · 소매 분리에 대한 문제이다.

이들 논문에서는 각 업무간에 한계가 명확하지 않음을 지적하고 ‘소규모 여행업자는 소매업자로서의 전문화를 유도하여야 할 것’과 ‘도매업자의 대형화’가 빠른 시일 내에 이루어져 신상품 개발과 유통거래질서확립 등이 모색되어야 할 것, 그리고 ‘항공사의 유통상 지배를 막아야 할 것’을 주장하였는데 이와 같은 문제점들은 10년이 지난 오늘날까지도 끊임없이 대두되고 있다.

10) “『우리 나라 국제여행알선업의 육성방안에 관한 연구』 (경기대학교 대학원 석사학위논문), 김혜숙, 1985.”와 “『한국의 Outbound여행업 운영개선에 관한 연구』 (경기대학교 대학원 석사학위논문), 박무승, 1987.”을 요약 · 정리함.



또한 건전한 해외 여행을 지향하여야 할 것도 언급하고 있는데 당시 이 문제가 대두되게 된 배경은 올림픽의 개최와 더불어 해외 여행 자유화가 시행되면서 국민의 관광 행태에 대한 우려의 목소리가 사회 곳곳에서 불거져 나왔기 때문이었다. 그러나 불건전한 해외 여행의 문제 역시 지금까지도 지속적으로 제기되고 있다.

## 제 2 절 여행업의 환경변화 분석과 전망

### 1. 정치·경제적 측면

#### 가. 여행 수요의 지속 증대

##### 1) 국제관광 수요 증대

2020년까지 세계 각국 인구의 7%가 국제 관광에 참여할 것으로 예상되며 이와 관련하여 우리나라의 해외 관광 수요도 점차 증가할 것으로 보인다.

##### 2) 우리 나라의 해외관광 수요 증가 지속

초등학생의 주 5일 수업 검토와 계속되는 노동계의 주 40시간으로의 노동 시간 축소 요구 등 각계 각층의 움직임이 있고, 국가간·지방자치단체간에 관광 진흥 활성화를 위한 경쟁이 강화되는 등 여가 환경을 개선하려는 현상은 당분간 지속될 것으로 보인다.

< 표 2-10 > 우리 나라의 국제관광 전망\*

(단위 : 만명)

구 분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
내국인 출국	490	530	570	610	650	700

\* 김덕기, 한국관광연구원, 2000. 5, 내국인 출국자수는 추세분석 중 Liner Trend 모형을 사용하여 예측함.

### 나. 정치·경제 환경에 따른 경영환경 불안정성 상존

#### 1) IMF를 전후로 한 출국자수의 급변

해외 여행을 목적으로 한 출국자 수는 IMF를 전후로 한 1997년에서 1998년 사이 4백5십4만여 명에서 3백6만여 명으로 32.5%의 감소율을 보였으며 이듬해인 1999년에는 다시 4백3십4만여 명으로 41.6%의 증가율을 보이는 등 정치·경제의 환경 변화에 민감하게 반응하는 불안정성을 가지고 있다.

#### 2) 극심한 빈부 격차

IMF의 영향으로 중산층 붕괴 현상도 심각한 사회 문제가 되고 있으며 이에 따른 극심한 빈부 격차 등 사회적 위화감이 고조되고 있다. 전통적으로 이러한 사회적 위화감 고조나 경제지표가 악화되면 국세의 관리 및 조사가 강화되는 경향이 나타나고 있으며 공항 입·출입국자들의 해외 반입품을 엄격히 규제하는 등 일반적인 여행 관리 감독도 강화된다.

## 2. 사회·문화적 측면

### 가. 여행업의 미래 생존 가능성 여부

최근의 연구에서는 여행사를 거치지 않는 소비자와의 직접 거래가 2003년까지 전체 시장의 60%를 상회할 것으로 예측<sup>11)</sup>하였으며 실제로 미국의 인터넷 여행사 이용 고객은 '96년 2,900만 명에서 '99년 8,500만 명으로 급성장 하였다.<sup>12)</sup> 또한 가트너 그룹의 보고서<sup>13)</sup>에 따르면 사이버 여행시장이 1999년의 50억 달러에서 2001년 4분기에는 300억 달러 규모로 성장할 것이라고 한다. 국내에서도 최근 몇 년 사이의 인터넷 사용 인구는 엄청난 속도로 증가하였으며 관련 전문가들은 여행사의 존재 자체에 대하여 강한 회의를 나타내고 있다.

그러나 우리 나라의 경우 아직까지 인터넷을 통한 소비자와의 직거래 비율은 미미한 실정이다. 이러한 현상은 앞으로 적어도 10년 정도는 지속될 것으로 보이며 그에 대한 근거는 두 가지로 요약할 수 있다.

11) Chad Kaydo, Jupiter에 의하면 여행상품 공급업자의 직접 거래는 1998년 49%에서 1999년 51%로 증가하였으며 2003년에는 60%로 예측됨, "5 Travel Trends to Watch," *Sales & Marketing*, 12/1999, Vol.151.

12) 미국여행산업협회(TIA : Travel Industry Association of America)의 2000년 2월 보고서 ; '여행신문, 주요종합, 인터넷 게재날짜 2000년 3월 25일'에서 발췌.

13) 여행정보신문, 인터넷 게재날짜 2000년 2월 19일.

첫째, 여행사의 주고객 연령층은 40~50대인 데 비하여 인터넷 사용 인구의 주 연령층은 20~30대이다. 즉, 인터넷 사용 인구의 주 연령층이 여행사의 주고객 연령층으로 이동하기까지 소요될 시간은 10년 정도로 예측할 수 있다. 둘째, 인터넷에 공시된 상품의 가격이 여행사의 판매 가격에 대한 경쟁력을 가지기에는 아직까지 무리가 있다. 공시 가격은 업체끼리의 동의하에 게재되는 것이므로 일정 금액 이하로는 낮아질 수 없으며 이것은 현지에서의 강력한 수배력을 가진 업체들 사이에 둔 여행사의 상품 가격이 훨씬 저렴할 수밖에 없다는 것을 뜻한다. 이러한 근거로 본 연구에서는 여행업의 미래를 향후 10년 정도는 낙관적으로 보고 있으며 전문가 의견 조사에서도 ‘영업활동이나 내용에 상당한 변화는 있겠지만 여행사의 존재 자체에는 큰 영향을 미치지 못할 것이다’ 또는 ‘현재와 별다른 변화는 없을 것이다’라는 의견이 응답자의 31.7%를 차지하였다.<sup>14)</sup>

#### 나. 여행객의 행태 변화 계속

과거와 달리 여행객이 선호하는 관광 분야는 다양하여졌으며 여성 관광, Suntan 관광, 오지 관광 등 이른바 특정관심분야관광(SIT, Special Interest Tourist : 각 개인이 특별히 관심을 갖는 분야에 대한 식견과 경험을 높이기 위하여 특정 주제와 관계된 장소나 지역을 방문하는 단체 및 개별여행) 관련 패키지를 판매하는 여행사도 점차 증가하는 경향이 뚜렷하게 나타나고 있다. 또한 우주관광<sup>15)</sup>, 심해관광, 극지관광 등 여행 지역의 범위도 지속적으로 확대되고 있다.

#### 다. 관광객 안전 및 보호에 대한 사회 관심 고조

지난 2월 제일기획에서 조사한 바에 따르면 4대 매체 광고를 기준으로 한 광고비 중 ‘관광, 여행, 서비스 업종’이 3천565억 원으로 2위를 차지한 것으로 나타났다.<sup>16)</sup> 1위는 ‘컴퓨터 및 정보통신’ 업종으로서 5천207억 원을 지출한 것으로 나타났는데 두 업종간의 영업체 규모를 비교하여 볼 때 이 같은 수치는 ‘관광, 여행, 서비스 업종’의 과잉 광고로 해석될 수밖에 없다. 이에 따라 과잉 투자된 광고비의 회수를 위하여 관광객에게 무리한 옵션을 강요하는 등 관광객의 불편을 야기하는 악순환이 이어지는 것으로 보인다.

여행상품 저가경쟁의 악순환 구조는 일반적으로 “여행사 난립→고가상품개발 애로로 인한 저가상품 경쟁→여행사 이미지 실추 및 채산성 악화→쇼핑커미션 및 저질관광 유도로 원가 보전→소비자 피해 증가”로 나타나는데 이러한 문제는 궁극적으로 건전한 여행업 발전을 저해하는 요소로 작용하게 된다.<sup>17)</sup>

14) 제4장에서 세부 설명됨.

15) 연합뉴스, 주요뉴스 세계면, 인터넷 게재날짜 2000년 5월 23일.

16) 한국경제신문, 경제면, 인터넷 게재날짜 2000년 2월 24일.

17) 세계여행신문, 인터넷 게재날짜 2000년 1월 20일.

### 3. 제도적 측면

#### 가. 관련 제도의 세부 사항

현재 여행업과 직·간접적으로 연관된 법률은 관광기본법(제정 1975.12.31 법률 제2877호), 관광진흥법(전문개정 1986.12.31 법률 제3910호), 관광진흥법 시행령(전문개정 1987. 7. 1 대통령령 제12212호), 관광진흥법 시행규칙(전문개정 1987. 7. 7 교통부령 제857호), 관광숙박시설 지원 등에 관한 특별법(제정 1997. 1.13 법률 제5276호), 관광숙박시설 지원 등에 관한 특별법 시행령(제정 1997. 4.19 대통령령 제15355호), 관광숙박시설 지원 등에 관한 특별법 시행규칙(제정 1997. 5.12 문화체육부령 제38호), 관광심의위원회 규정(제정 1976. 9. 4 대통령령 제 8238호), 한국관광공사법, 한국관광공사법 시행령, 관광진흥개발기금법, 관광진흥개발기금법 시행령, 관광진흥개발기금법 시행규칙, 관광진흥개발기금 관리 및 운용요령, 관광불편신고센터 운영요령 등이 있으며 관련된 약관으로는 국외여행 표준 약관과 국내여행 표준 약관이 있고 그 외에도 여행사 관리 조례 등의 규정이 있다.

#### 나. 관련 제도의 분석

1994년 ‘외국 여행업자의 연락 사무소’를 신고 대상 업종으로 관광진흥법에 규정함으로써 건전한 업종 관리를 유도한 바 있으나 행정력의 부족과 구체적인 법 제도의 미비 등으로 실효성을 거두지 못하여 1999년 규제 개혁 차원에서 관련 조항을 관광진흥법에서 삭제한 바 있으며 현재는 법률상에서는 동 업종에 대한 규정이 없다. 그러나 1999년 공정거래위원회에서 승인한 여행업 표준 약관에서는 국내여행과 국외여행 모두에 걸쳐 ‘현지여행업자’로 언급<sup>18)</sup>하고 있다. 그러나 여기에서 언급된 현지여행업자는 현재의 여행수배업으로 보기에 다소 무리가 있다. 이는 현지여행 진행자와 국내에서 활동하는 알선 예약 위주의 랜드사와 별개인 경우가 많기 때문이다.

### 4. 여행업의 내부 환경

#### 가. 결속 강화

##### 1) 여행공제회의 활동 활발

한국관광협회중앙회에서 운영하는 여행공제회는 ‘여행사가 여행객들에게 피해를 입고 보상을 하지 못하는 등 여행 계약을 제대로 이행하지 못하는 경우를 대비하여 운영’하고 있는 것으로 회

---

18) 제3장에서 재논의됨.

원사들의 적립금으로 운영되고 있다. 여행공제회의 1999년 한해 실적을 보면 29억8천9백만 원의 적립금을 확보하고 각종 여행 관련 사고로 인하여 피해를 입은 여행 계약자들에게 총 5천1백만원(10건, 346명)의 보상금을 지급한 것으로 나타나 있다.<sup>19)</sup>

## 2) 전략적 제휴

여행업체간의 결속 강화에 대한 또 하나의 중요한 현상으로 이른바 ‘전략적 제휴’ 현상을 들 수 있다. 이미 지난 2월 세중, 범한, 현대드림투어 등 3개 사는 대양주 상품에 이어 중국 해남도 상품을 공동으로 개발하여 공동 마케팅을 강화하고 있다.<sup>20)</sup> 한편 인터넷 벤처업계의 등장으로 생겨난 On-Line 여행사가 Off-Line 여행사와 결합하는 형태의 전략적 제휴도 나타나고 있다. 실례로 하나투어와 자유여행사 등이 On-Off Line 여행을 동시 경영하고 있으며 사이버 공간에서 시작한 골드투어는 OK투어에 출자를 하여 Off-Line 여행을 확보하는 등 On-Off Line 여행업체끼리의 협력 사례는 눈에 띄게 증가하고 있다.<sup>21)</sup>

한편 동종 업계뿐만 아니라 서로 다른 성격의 업계끼리도 손을 잡는 현상이 나타나고 있는데 가까운 일본에서는 Off 여행사와 온라인 업체, 편의점이 손을 잡고 8월부터 서비스를 제공한다고 한다.<sup>22)</sup> 이처럼 전혀 다른 성격을 가진 업종간의 만남은 서로간의 이해 관계에 의하여 이루어지는 것인데 온라인 업체를 통한 완전 자동화 시스템으로 온라인 상에서의 즉시 결제 등이 가능하며 택배 업체를 통한 24시간 배달 및 시간지정 배달이 가능하게 되므로 그야말로 종합적인 여행 서비스가 가능한 것이다. 이러한 현상은 앞으로 여행업체의 경쟁 상대가 동종 업계뿐만 아니라 타 업계까지 확대될 것이라는 전망을 가능하게 한다.

## 나. 경쟁 심화

### 1) 외국 기업의 한국 진출 확대

외국 여행사의 국내 진출은 아직까지 미미한 편이며 활동하고 있는 여행사도 스페인, 덴마크 등 유럽 지역이 대부분이며 일본, 홍콩 등 동남아 지역이 다음으로 나타났다. 그러나 인터넷 사용 인구의 증가와 전자상거래의 확산 등으로 국내에 사무실을 오픈하지 않고 도메인 홍보만으로 영업을 하는 등의 다양한 운영 방법이 생겨날 것으로 보인다.

19) 관광협회중앙회 홈페이지(<http://www.koreatravel.or.kr>)의 월간지 5월호 내용 중에서 참고함.

20) 여행신문, 주요종합, 인터넷 게재날짜 2000년 4월 1일.

21) 여행업 전문 매체 기자와의 인터뷰를 토대로 작성함.

22) 여행신문, 주요종합, 인터넷 등록날짜 2000년 4월 6일.

## 2) 신규 여행업체의 진입

국내의 관광 수요가 늘어나면서 이에 따른 여행업체의 신규 등록도 증가하고 있다. 실제로 지난 99년 1월부터 올 3월까지의 여행업체 수는 매달 소폭이나마 증가하고 있으며 이 같은 현상은 일반여행업보다 국외여행업에서 두드러진다. 아래 <표 2-11>은 99년 1월부터 올 3월까지 여행업체의 증감 현황을 정리한 것인데 이에서 보면 특히 작년 말에서 올해 초 사이에 여행업체의 증가폭이 크게 나타났다.

&lt; 표 2-11 &gt; 여행업체의 월별 증감 현황(1999. 1 ~ 2000. 3)\*

(단위 : 업체수)

	1999년 1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
국외여행업	2,326	2,355(+29)	2,362(+7)	2,368(+6)	2,376(+8)	2,398(+22)	2,419(+21)	2,437(+18)	2,484(+47)
국내여행업	2,680	2,710(+30)	2,709(-1)	2,711(+2)	2,711(0)	2,731(+20)	2,748(+17)	2,780(+32)	2,835(+55)
일반여행업	372	380(+8)	376(-4)	381(+5)	387(+6)	388(+1)	392(+4)	397(+5)	415(+18)
총 계	5,378	5,445	5,447	5,460	5,474	5,517	5,559	5,614	5,734

(표 이어짐)

	10월	11월	12월	2000년 1월	2월	3월	4월	5월	6월
국외여행업	2,538(+54)	2,578(+40)	2,595(+17)	2,621(+26)	2,629(+8)	2,640(+11)	2,698(+58)	2,752(+54)	2,778(+26)
국내여행업	2,868(+33)	2,897(+29)	2,899(+2)	2,914(+15)	2,923(+9)	2,932(-1)	2,960(+28)	2,976(+16)	3,006(+30)
일반여행업	422(+7)	430(+8)	435(+5)	456(+21)	455(-1)	469(+14)	488(+19)	494(+6)	510(+16)
총 계	5,828	5,905	5,929	5,991	6,007	6,041	6,146	6,222	6,294

\* 1) 한국관광협회중앙회 홈페이지(<http://www.koreatravel.or.kr>) 중 관광사업체현황을 참고하여 연구자 재구성.

2) ( ) 안은 증감의 폭임.

## 3) 대기업의 인터넷 여행업 진입

전문가들은 우리 나라에서도 3년 내에 예약의 가장 중요한 수단이 사이버 판매로 넘어갈 것으로 예측하고 있으며 SK, 삼성물산, 한솔 등의 대기업들이 사이버 쇼핑몰 사업의 한 분야로써 여행업을 선택하고 있다. 이 같이 대규모 자본과 조직력을 가진 대기업의 인터넷 여행업 진입과 같은 현상은 상대적으로 영세한 여행업체들의 존폐에 위기감을 불러일으키고 있다.

## 다. 여행업의 수입 구조 변화

### 1) 항공사와의 관계

최근 국제항공운송협회(IATA)는 ‘항공료의 9%를 여행사에게 지불’하여야 했던 규정을 올 7월 31일자로 폐지한다는 입장을 전 세계 항공사에 통보<sup>23)</sup>하였는데 이것은 전자상거래의 확산에 따라 인터넷을 통한 소비자의 항공권 직접 발권률이 높아지는 등 각종 영업 환경이 변화하면서 이를 감안하여 결정한 조치로 해석된다. 그러나 항공수수료 수입이 전체 수입의 70~80%를 차지하는 국내 여행사들은 이에 따른 타격이 매우 클 것으로 예상되며 IMF를 전후로 하여 나타났던 여행사의 연쇄도산이 다시 한번 우려되기도 한다.

< 표 2-12 > 여행사를 통한 항공권 발권량\*

구 분	발권량의 비율
대 한 항 공	국제선 : 전체 발권량의 약 75~80% 정도
아시아나 항공	국제선 : 전체 발권량의 약 80% 정도 국내선 : 전체 발권량의 약 20% 정도

\* 김상태, “한국여행업발전방안”, 한국관광연구원, 1997, p.12를 참고로 하여 연구자 재작성.

### 2) 신용거래의 축소

항공사와의 관계와 관련하여 BSP(Billing and Settlement Plan: 국제선 항공권 판매대금 정산) 결제 방식도 점차적으로 선결제가 늘어나고 있으며, 인터넷을 통한 상품 공급업자들의 가격 할인 경쟁이 가속화되면서 공급자와 소비자의 직접 거래가 확대되고 이에 따라 여행업의 구조 자체가 변화하고 있다.

### 3) 기타 사항

이 외에도 인터넷을 통한 상품 공급업자들의 가격 할인 경쟁이 가속화되고 있으며 해외여행경비의 자유화 조치<sup>24)</sup>와 여행 상품 가격의 양극화가 심화<sup>25)</sup>되는 등 여러 가지 변화의 양상들이 나타나고 있다.

23) 연합뉴스, 인터넷 등록날짜 2000년 4월 29일에서 발췌.

24) 연합뉴스, 주요뉴스 경제면, 인터넷 게재날짜 2000년 5월 24일.

25) 동아일보, 여행면, “1000만원 대 크루즈 여행상품 등장”, 2000년 5월 24일자.

## 5. 여행업 환경 분석을 통한 시사점

여행업 환경 분석을 통하여 정부와 여행업체 측면에서 풀어나가야 할 과제를 다음과 같이 정리할 수 있다.

우선 정부 차원에서는 국제관광인구 참여 증가 추세에 맞추어 국가간·지방자치단체간 관광진흥 활성화를 위한 노력을 기울여야 할 것이다. 이와 관련, 사회적 위화감 고조나 경제지표 악화시 국세관리 및 조사를 강화하는 경향을 지양하여 국민의 해외여행 참여를 적극 지원하여야 할 것이며, 법제도의 집행에 있어서 보다 현실적이고 구체적인 업무를 수행하여 나갈 수 있도록 관리의 주체는 광역기초단체 등에 위임하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

여행업체의 차원에서도 다음과 같은 사항이 요구된다. 첫째로 점차 다양해지는 여행객의 행태 변화와 외국기업의 한국진출 확대, 신규여행업체의 진입, 대기업의 인터넷여행업 진입으로 인하여 경쟁이 심화되고 있는 상황에 대비하여야 할 것이며, 업체간 결속강화와 전략적 제휴를 통하여 업무의 범위 및 형태를 다양화하여 보려는 시도가 필요하다. 또한 중복되는 여행수배업체의 이용으로 인한 여행상품의 획일화 및 단순화에서 벗어나 좀 더 생산적이고 창의적인 상품을 개발하여야 하며 이러한 자구책의 마련은 항공사에 의존하던 기존의 여행업 수입구조 자체에도 큰 변화를 가져올 것이다. 이 외에도 관광객 안전 및 보호와 건전관광에 대한 사회 관심이 고조되고 있는 시점이므로 해외여행시 만연되는 각종 불건전관광 행태를 지양하여야 할 것이다.



## 제 3 장 여행수배업체의 현황과 해외 사례

### 제 1 절 여행수배업의 일반적 의미 및 기능

#### 1. 여행수배업의 개요

'88올림픽 개최가 직접적인 계기가 되어 1989년에 해외 여행의 자유화가 이루어졌다. 그러나 수배상의 비용 및 기타 제반 문제로 인하여 개별 여행업체들의 관련 업무 수행에 어려움이 따랐으며 이에 외국여행업자의 국내 연락사무소가 활동할 수 있는 발판이 마련되었다.

당시 여행업은 외국인 투자 제한 업종으로 규정되어 있었으나 1992년 한미쌍무협정이 체결되면서 이러한 유형의 업체들이 증가하기 시작하였다. 그러나 외국 업체의 연락사무소라는 특성상 정부의 직접적인 관리에는 한계가 있고, 이에 대한 실태 파악 차원에서 마련된 방안이 1994년에 도입된 신고제였다. 그러나 이 조항은 관련 조항의 미흡 등을 이유로 1999년 규제개혁 과정에서 삭제되었으며 이후 법에서는 규정 조항이 사라지게 되었다. 하지만 기존 여행사의 언어 문제, 정보 수집 문제와 특히 가격경쟁력 등의 이유로 인하여 여행업계에서 해외여행 업무를 처리함에 있어 여행수배업체를 이용하는 것은 이후에도 크게 달라지지 않았다.

#### 2. 거래 대상

여행수배업은 여행업체의 의뢰에 따라 공급업체에 대한 수배와 알선을 하는 중개업적 기능을 수행하며 일반 소비자와의 직접 거래를 하지 않는 것을 원칙으로 한다. 여행수배업은 국내 여행업의 유통 구조를 다른 나라와 구별지어 주는 업종이며 이는 여행업의 개념 중 여행도매업자와 가깝다고 볼 수 있다. 단, 본 연구에서 다루게 될 여행수배업의 범위는 일반여행업체 또는 국외여행업체의 의뢰에 따른 기능, 즉, 관광자의 국외 여행시에 발생하는 모든 업무를 수행하는 여행수배업체만을 대상으로 한다.<sup>26)</sup>

---

26) 이후 언급되는 여행수배업체라 함은 모두 '해외 여행과 관련된 업무를 수행하는' 업체를 기준으로 함.

### 3. 업무 영역

현지의 정보 수집, 여행 상품 소개 등 정보 제공, 공급업자의 소개와 계약, 지상비 산출, 현지 수배 기능, 현지 여행 일정의 진행 등 여행 알선과 관련된 업무를 주로 하며 이것은 나아가서 여행자의 불평에 대한 해결이나 배상·보상 등의 대비책을 강구하는 기능으로까지 확대되고 있다. 우리 나라에서의 여행수배업은 원매자와 여행사 사이의 도매상이라고 할 수 있는데 다시 말하면 도매상은 현지에서 직접 지상 서비스를 제공하는 전문업체라 할 수 있으므로 여행수배업은 ‘중간 도매상’, 다시 말하면 도매상과 소매상을 연결하는 중간상(中間商)으로 정의될 수 있다.

### 4. 설치 형태 주체별 분류<sup>27)</sup>

#### 가. 연락사무소형

여행수배업체의 일반적 형태로서 국내에 사무실을 두고 국내 여행사와 현지의 업체 사이의 연락사무소로서의 역할을 한다. 이들의 대금 결제 방법은 ‘선불·후불’ 혹은 ‘현금결제·어음결제’, ‘해외송금’ 등 여러 가지 경로가 있으며 결제 과정에서 부정적인 문제가 많이 발생하는 것으로 조사되었다.

#### 나. 해외 여행사 지사형<sup>28)</sup>

해외 현지 여행사의 지사 형태로써 현재 국내에 진출한 외국 여행사의 대부분이 여기에 속한다. 해당 지역은 주로 스페인, 덴마크 등 유럽 지역에 편중되어 있는 것으로 나타났으며 일본과 홍콩 관련 업체가 그 다음을 차지하였다. 이들 중 특이한 것은 국내에 사무실이 없고 현지의 한국인 여행사와 계약을 맺어 한국 관련 업무는 한국인 여행사가 대행하게 하는 업체가 있었으며 이러한 해외 여행사 지사 형태의 여행사들 중 상당수는 여행업으로의 등록 절차를 거치지 않은 형태로 운영하고 있는 것으로 조사되었다.

#### 다. 외국지사설치형

국내의 여행업체가 외국에 지사를 설치하여 운영하는 대표적인 업체는 ‘하나투어’로서 현재 가장 활발한 활동을 하고 있다. 전체적인 시장 진출 현황은 아직까지 미미하지만 점차 증가할 것으

27) 가칭 “한국여행수배업협회(KOTA)”의 내부 자료와 설문지를 통한 실태 조사에 의하여 분류함.

28) 관련 매체 기사와의 인터뷰를 토대로 하여 보완함.

로 보이며 이러한 외국지사설치형은 대금 결제의 문제 등과 관련하여 유통 구조가 비교적 명확히 드러나는 형태이다.

#### 라. 무연고 독립형

해외 교포나 유학생들을 중심으로 수배 업무가 이루어지는 형태를 일컬으며 정확한 현황 파악에는 어려움이 있지만 비율은 꽤 높은 것으로 보여진다.

### 5. 영업에 따른 법규상 등록 여부

법률적으로는 동 업종에 대한 규정이 없으나, 1999년 공정거래위원회에서 승인한 여행업 표준약관에서는 국내 여행과 국외 여행 모두에 걸쳐 여행수배업을 ‘현지여행업자’로 언급하고 있는데, 설문 조사의 결과 조사 대상 업체의 86.7%가 어떠한 형태로든 법규상 등록을 하고 있는 것으로 나타났으며 등록 항목은 대부분 ‘서비스 알선’이나 ‘개인사업자’였다. 그러나 KOTA의 회원사로 등록되어 있지 않은 업체(650여 개)가 등록된 업체의 4배 이상으로 추정되므로 이들 업체는 대부분 무등록 상태로 영업중일 것이라는 사실을 미루어 짐작할 수 있다.

## 제 2 절 국내 여행수배업체의 현황

### 1. 현황<sup>29)</sup>

법적인 등록이나 신고 항목 등 관련 근거 자료가 없어 정확한 현황 파악은 어려우나 가칭 ‘한국여행수배업협회(KOTA)’의 자체 조사에 의하면 현재 전국에 800여 여행수배업체가 활동중인 것으로 추정되며 이 중 비교적 건실하게 사업장을 갖추고 영업을 하고 있는 곳은 200여 업체이고 2000년 5월 3일 현재 143개 업체가 KOTA에 가입되어 있는 것으로 나타났다.

여행수배업계에 관련된 종사원은 800업체에 평균근로자수를 5명으로 하여 계산하였을 때 4,000여 명으로 추정되며 해외 현지에는 더 많은 교포 및 유학생들이 직·간접적으로 종사하고 있는

---

29) 여행수배업체에 관한 자료는 법적으로 신고되는 항목이 없어 KOTA의 회원사 외에는 알 수가 없다. 그리하여 가칭 ‘한국여행수배업협회(KOTA)’의 자료에 의존하였으며 여행수배업체를 대상으로 한 설문 조사도 전적으로 KOTA 회원사를 중심으로 하였음을 밝힌다.

것으로 보여진다.

## 2. 조사 개요

여행수배업체의 운영 실태에 대한 부분은 가칭 “한국여행수배업협회(KOTA)”의 협조를 얻어 설문지를 배포하였다. 표본수를 전국에 산재하고 있는 800여 개의 여행수배업체에 고르게 분포시키지 못한 이유는 법적인 등록 조항이나 기타 어떠한 법적 근거도 마련되어 있지 않은 업체의 성격상 접근이 불가능하였기 때문이다. 이의 표본수는 143부이며 ‘5월 1일~5월 10일’에 Fax 및 E-mail 조사를 실시하였다. 최종적인 설문지의 회수율은 63부(44.1%)이나 조사의 결과에 있어 설문 대상이 KOTA의 회원사로 한정되어 있으므로 모든 수배업체의 의견이 수렴된 결과로는 볼 수 없고, 대략적인 개요 수준을 나타내고 있다고 볼 수 있다.

### 가. 외국 현지의 등록 여부

< 표 3-1 > 여행수배업체의 외국 현지의 등록 여부

구 분	비율(%)
등록되어 있다	68.3
등록업체와 계약되어 있다	25.4
등록되어 있으며 등록업체와도 계약되어 있다	6.3
아무런 등록도 하고 있지 않다	0.0
총 계	100.0

여행수배업체의 외국 현지에서의 등록 여부를 살펴본 결과 대부분 현지에서 어떠한 사업체의 형태로든 등록을 하고 영업을 하는 업체의 비율이 68.3%, 현지의 등록업체와 계약되어 있는 업체가 25.4%, 두 가지 다 되어 있는 업체가 6.3%로 나타났는데 이는 예상하였던 것보다 훨씬 높은 비율이다. 그러나 앞서 밝힌 바대로 KOTA 비회원 업체가 회원사보다 훨씬 많으며 이 중 상당수는 현지 무등록 영업을 하고 있을 것이라는 추측을 할 수 있다.

단, 여행수배업체의 외국 현지에서의 등록 여부에 관한 부분은 실질적으로 정부가 개입하기 어려운 현지에서의 법적 문제이므로 본 연구에서는 제외하였다.

### 나. 국내에서의 등록 유무

여행수배업체의 국내에서의 등록 여부를 살펴본 결과 다음 <표 3-2>와 같이 대부분의 업체가

등록을 한 것으로 나타났으며 이 중 ‘국외 또는 일반여행업’으로 등록을 한 업체의 비율이 23.8%로 가장 높게 나타났다. 이 중에는 실제 여행업의 업무는 하고 있지 않으나 법규상 등록의 명분을 만들기 위하여 등록만 하여 둔 업체도 상당수 있는 것으로 나타났으며 이 역시 KOTA의 회원사만을 대상으로 한 조사였으므로 상당수는 무등록 영업을 할 것이라는 추정을 할 수 있다.

< 표 3-2 > 여행수배업체의 국내 등록 유무 및 형태

구 분	비율(%)
개인사업체	19.0
법인사업체	11.1
국외 또는 일반여행업	23.8
여행알선업체	15.9
서비스업	11.1
외국여행업자의 연락사무소 또는 외국인 국내사업자	4.8
등록하지 않음	7.9
기타	6.4
총 계	100.0

다. 거래하는 여행업체의 평균 개수

< 표 3-3 > 여행수배업체가 거래하는 여행업체의 평균 개수

구분(개)	비율(%)	구분(개)	비율(%)
1 ~ 20	6.4	101 ~ 200	14.3
21 ~ 30	6.3	201 ~ 400	9.6
31 ~ 40	4.8	401 ~ 500	6.4
41 ~ 60	11.1	501 ~ 1000	1.6
61 ~ 90	4.8	무응답	12.7
91 ~ 100	22.2	총계	100.0

여행수배업체가 거래하는 여행사의 개수는 ‘91~100’개 사이가 22.2%로 가장 많았으며 ‘501~1000’개의 업체와 거래하는 비율도 1.6%나 되는 것으로 나타났다. 이처럼 대부분의 여행수배업체가 여러 여행사와 거래를 하고 있다는 것은 여행사만의 독창적이고 창의적인 여행상품 개발보다는 비슷한 상품을 가지고 서로의 고객 유치를 위하여 불필요한 가격 할인 경쟁만 되풀이하게 만드는 결과를 낳을 수밖에 없다. 이는 소비자의 입장에서 볼 때 다양한 상품 선택의 폭이 좁아질

뿐만 아니라 너무 많은 업체와의 동시 거래에 따른 상품의 질적 저하도 우려된다.

#### 라. 여행사와의 거래시 택하는 지불 방식

< 표 3-4 > 여행수배업체가 여행사와의 거래시 택하는 지불 방식

구 분	비율(%)
업무 처리 전 현금 선금 혹은 완불 받음	43.6
업무 처리 후 현금 지급 받음	26.9
업무 처리 전 어음 선금 혹은 완불 받음	0.0
업무 처리 후 어음 지급 받음	1.3
업무 처리 전 해외 송금으로 선금 혹은 완불 받음	7.7
업무 처리 후 해외 송금 받음	19.2
기 타	1.3
총 계	100.0

여행수배업체는 여행사와의 거래에 있어 불평등한 입장에서 거래를 하게 되므로 후불지급이 많을 것으로 예상하였으나 조사 결과 예상외로 ‘업무 처리 전 현금 선금 혹은 완불’ 받는 선지급 방식이 43.6%로 높게 나타났다. 이는 IMF를 전후로 하여 여행사의 잇따른 도산이 있으면서 여행수배업체들에게도 상당한 타격이 갔던 시점을 즈음하여 거래 형태가 바뀐 것으로 해석할 수 있다. 이 밖에 기타 답변으로 ‘패키지 업체는 주로 후불 처리를 한다’는 응답과 ‘여행사 T/C가 현금을 가지고 가서 현지에서 직불 처리를 한다’는 응답이 많은 비중을 차지했으며 특히 답변으로는 ‘출발일과 동시에 공항에서 수금을 한다’는 의견도 있었다.

#### 마. 소비자와의 직접 거래 경험

< 표 3-5 > 여행수배업체의 소비자와의 직접 거래 경험

구 분	비율(%)
예	25.8
아니오	74.2
총 계	100.0

여행수배업체의 제도권 편입 미비로 인하여 여행사와의 각종 거래에 있어서 불이익을 얻는 현실 상태에서 급전의 유통을 위하여 소비자와의 직거래를 많이 할 것이라고 예상하였다. 그러나 의외

로 이에 대한 답변의 비율은 ‘그렇지 않다’가 74.2%로 나타나 만일 여행수배업체가 제도권 내에 편입된다고 할 경우 소비자와의 직거래로 인하여 기존의 여행사에 피해를 주는 사례는 크지 않을 것으로 보인다.

#### 바. 여행수배업체의 미래 생존가능성에 대한 의견

여행수배업체의 미래 생존 가능성에 대하여 어떠한 의견을 가지고 있는지 설문하여본 결과 이들은 향후 5년 내의 생존 가능성에 대하여는 비교적 긍정적으로 생각하고 있었다. 그러나 좀 더 장기적인 10년 내의 생존 가능성에 대하여는 부정적인 비율이 좀 더 높아지는 것으로 나타났으며 이는 앞서 밝힌 바대로 인터넷 이용인구의 연령층과 여행사 주 연령층이 같아지는 시점을 10년 정도로 예상하였던 것과도 비교적 일치하는 의견이다.

< 표 3-6 > 여행수배업체의 생존가능성에 대한 의견

구 분	비율(%)	
	5년 내	10년 내
긍정적이다	73.0	55.6
부정적이다	27.0	42.9
무응답	0.0	1.6
총 계	100.0	100.0

#### 사. 창업 연도

< 표 3-7 > 여행수배업체의 창업 연도 분포

구분(연도)	빈도(명)	비율(%)
~ 1980	1	1.6
1981 ~ 1985	2	3.2
1986 ~ 1990	11	17.4
1991 ~ 1995	24	37.9
1996 ~ 현재	25	39.7
총계	63	100.0

여행수배업체들의 창업 연도를 살펴보면 이들은 단시일 내에 생겨난 업종이 아니며 상당히 오래 전부터 영업을 해오고 있음을 알 수 있다. 그러나 한편으로는 90년대 후반에 창업된 업체도 77.6%에 이르는 것으로 나타났으며 이 중 최근 5년 내 창업한 업체가 39.7%로서 신설업체의 비

율이 무척 높은 것으로 나타났다.

#### 아. 1999년을 기준으로 한 매출규모

< 표 3-8 > 1999년을 기준으로 한 매출 규모

구분(원)	빈도(업체수)	비율(%)
2억 미만	13	20.8
2억 이상~5억 미만	6	9.6
5억 이상~10억 미만	6	9.6
10억 이상~20억 미만	6	9.6
20억 이상~50억 미만	6	9.6
50억 이상	1	1.6
무응답	25	39.7
총 계	63	100.0

1999년을 기준으로 한 매출 규모를 살펴본 결과 비교적 다양한 규모의 업체가 영업중인 것으로 나타났으며 ‘2억 원 미만’의 소규모 업체가 20.8%로 가장 높은 비중을 차지하였으며 매출 규모가 ‘50억 원 이상’에 이르는 대형 업체도 1.6%나 되는 것으로 나타났다. 또한 서울사무소의 매출은 없다는 답변과 답변을 하지 않은 업체도 상당수 있어 해외 송금을 통한 세금의 누락이나 각종 탈세 등이 우려된다.

#### 자. 종사원 수

< 표 3-9 > 여행수배업체의 평균 종사원 수

구 분	빈도(업체)	비율(%)
1명 이상 ~ 5명 미만	29	46.1
5명 이상 ~ 10명 미만	21	33.2
10명 이상 ~ 15명 미만	5	8.0
15명 이상 ~ 40명 미만	3	4.8
40명 이상 ~ 80명 미만	3	4.8
80명 이상	1	1.6
무응답	1	1.6
총 계	63	100.0



여행수배업체에 종사하는 직원의 수는 ‘1명 이상~5명 미만’과 ‘5명 이상~10명 미만’의 소규모 업체의 비율이 각각 46.1%, 33.2%로 나타났다.

#### 차. 평균 영업 기간

이들 업체 중 20%는 1년 미만의 신생 업체인데 이는 KOTA의 회원사가 아닌 650여 개의 업체를 제외한 수치이므로 신생 업체는 더 많을 것으로 추정된다. 이에 따라 단정지를 수는 없으나 등록 절차의 번거로움이 없는 영업 활동의 허점을 통하여 부실한 업체가 난립할 수 있는 가능성도 배제할 수 없다.

### 3. 분석 결과의 요약

이상에서 살펴본 바에 따르면 여행수배업은 단시일 내에 생겨난 업종이 아니며 해외여행 자유화가 실시되기 이전부터 영업을 해오고 있는 업체도 상당수라는 것을 알 수 있었다. 그러나 역시 최근 여행업체의 급격한 증가세와 마찬가지로 여행수배업체 역시 90년대 후반에 창업된 업체가 77.6%에 이르고 있으며 특히 이 중 최근 5년 내 창업한 업체가 39.7%로서 신설업체의 비율이 무척 높은 것으로 나타났다.

이들은 예상대로 매출규모 2억 원 미만, 종사원 수 10명 미만의 소규모업체가 많은 비중을 차지하였으나 한편으로 매출규모 50억 원 이상에 이르는 대형업체도 존재하고 있었으며 ‘서울사무소의 매출은 없다’는 답변과 답변을 하지 않은 업체도 상당수 있어 해외 송금을 통한 세금의 누락이나 각종 탈세 등이 우려되고 있다.

분석의 결과 중 특이할만한 것은 우선 여행수배업체 대부분이 국내와 현지에서 어떠한 사업체의 형태로든 등록을 하고 영업을 하는 것으로 나타난 것이며 국내의 경우 실제로 일반여행업이나 국외여행업의 업무는 하고 있지 않으나 법규상의 명분을 만들기 위하여 등록만 하여 둔 업체도 상당수 있는 것으로 나타났다. 또한 여행수배업체가 거래하는 여행사는 많게는 1000개 이상에 이르는 업체도 있는 것으로 파악되어 비슷한 상품을 가지고 고객 유치를 위하여 소모전을 벌이고 있는 현 여행업의 실태를 보여주었다.

한편 여행사는 여행수배업체와의 거래에 있어 후불지급을 많이 할 것으로 예상하였으나 선지급 방식이 43.6%로 과반수에 가깝게 나타났는데 이는 IMF를 전후로 하여 여행사와 여행수배업체 간의 거래 형태도 많이 바뀌었다는 의미로 해석할 수 있다.

## 제 3 절 해외 사례 분석

### 1. 해외의 사례

해외 자료를 통하여 여행수배업을 살펴보면, 유사 사례가 별로 없는 실정이다. 또 있는 경우에도 각국 각국 정부의 관리 내용은 국가별로 매우 다르게 나타나고 있다. 이 중 한국관광공사의 해외 지사 등의 경로를 통하여 수집된 자료를 바탕으로 한 해외 사례 몇 가지를 살펴보면 다음과 같다.

#### 가. 일본<sup>30)</sup> : 국내의 여행수배업체 관리 측면

일본은 '96년 4월에 시행된 '표준여행업약관'에 여행수배업의 존재를 명기하고 있다. 우선 제4조에서는 '여행업자의 수배대행사' 또는 '수배를 업으로 하는 자'라고 하여 민법상의 이행 보조자로 규정하고 있으며 제23조에서는 여행자에게 손해를 끼칠 경우 여행사와 함께 손해를 배상할 책임이 있음을 명시하고 있다. 즉 수배 계약 관계가 없으면 여행업자의 사용인으로, 수배 계약을 체결하게 되면 계약에 대한 이행 책임이 있는 민법상의 속행 보조자로 규정하고 있다.

#### 나. 중국<sup>31)</sup> : 자국 내에서 활동하는 외국 여행업체 관리 측면

중국은 '외국 기업의 중국 장기 주재 관광 대표처 설립시의 심사 비준 관리 방법'을 규정하여 자국 업체보다는 외국 여행사의 현지 활동에 대하여 매우 엄격한 규제와 관리를 하고 있다. 규정된 바에 의하면 본국에서 법인 등기를 받은 관광 관련 업체로서 본국 내의 여행업협회 등 유사조직의 정식 성원으로 등록되어 있는 업체만 중국 현지에서 활동할 수 있으며, 금융기관에서 발급한 자본 신용 증명서도 제출하게 하여 자국에서도 철저하게 신용 보증이 되는 업체만 본국에서의 활동을 허가하고 있다. 또한 중국 내에서는 국가 지정 회사 이외에는 어떠한 경영 활동도 할 수 없음을 전제로 하고 있다.

신청시에는 중국 현지 여행사의 추천이 필요하며 신청도 현지 여행사가 대행하여야 하고 감독과 불법 행위 등에 대한 권유와 보고의 의무 또한 현지의 여행사에게 지워주고 있다. 적법한 절차를 거쳐 현지 활동이 허가된 후에도 매년 연도 검사를 실시하며, 사무실은 허용하는 구역 내에 설치하여야 한다. 또한 파견된 인원은 총 5명을 넘지 못하며, 직원 고용과 회사의 이전 등 사소한 업무를 처리함에 있어서도 중국 국가 여유국의 허락을 받아야 하는 등 매우 까다로운 제약 조건을 규정하고 있다. 그리고 이러한 규정은 홍콩과 마카오 지역에도 똑같이 적용하고 있다.

30) 가칭 '한국여행수배업협회(KOTA)'의 자료 협조를 받음.

31) 한국관광공사의 해외 지사를 통하여 수집됨.

## 다. 기타

이러한 규정 외에도 최근 무분별한 한국 랜드사를 감시·감독하기 위하여 프랑스·태국·호주 등의 정부가 현지 등록업자 명단 공개와 보호 조치를 하고 있으며 이러한 점들을 검토하여 볼 때 최근 국제 관광객의 증가에 따라 각국 정부의 여행수배업체에 대한 관리가 강화되는 경향을 보이는 것으로 판단된다.

< 표 3-10 > 여행수배업의 국가별 분류\*

국 가	특 징
일 본	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ ‘현지의 지상서비스를 대행하거나 업으로 하는 자’로 약관에 언급만 되어 있음</li> <li>◦ 우리의 실정과 가장 비슷함</li> </ul>
중 국	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 자국의 업체보다는 외국 업체에 대한 관리가 엄격히 이루어지고 있음</li> <li>◦ 외국 업체의 중국 현지 영업 활동시 중국 국가 여유국의 관리하에 엄격한 제재를 받음</li> <li>◦ 이 규정은 홍콩과 마카오에도 동일 적용함</li> </ul>
한 국	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 현지 지상서비스를 제공하는 전문 업체</li> <li>◦ 여행업 표준약관에는 ‘현지여행업자’로 언급되어 있음</li> </ul>

\* 김은혜, “여행업의 Relationship Marketing에 관한 연구”, 한양대학교 대학원 석사학위논문, 1999, p.30에서 인용하여 연구자 재구성.

## 2. 시사점

여행수배업체에 관한 각국 정부의 관리는 크게 두 부분으로 구분할 수 있는데 하나는 ‘자국에서 영업 활동을 하는 타국의 업체에 대한 관리’이며 다른 하나는 ‘자국의 업체가 해외에 나가서 활동하는 데 대한 관리’로 나누어진다. 그런 의미에서 일본의 경우는 ‘자국의 업체가 해외에 나가서 활동’하는 데 대한 내용을 다루고 있고, 중국의 경우는 ‘자국에서 영업 활동을 하는 타국의 업체’에 대한 관리 내용을 다루고 있다.

최근 무분별한 한국의 현지 여행수배업체를 감시·감독하기 위하여 프랑스·태국·호주 등의 정부가 현지 등록업자의 명단 공개와 보호 조치를 하고 있는 것으로 나타나고 있는데 이는 국제 관광객의 증가에 따른 각국 정부의 여행수배업체에 대한 관리가 점차 강화되는 경향으로 해석할 수 있다. 이에 우리 정부도 이에 대응하여야 할 근거가 마련되어야 하며 여기에 여행수배업체의 제도권 편입에 관한 명분이 있다고 하겠다.

## 제 4 장 여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 검토 분석

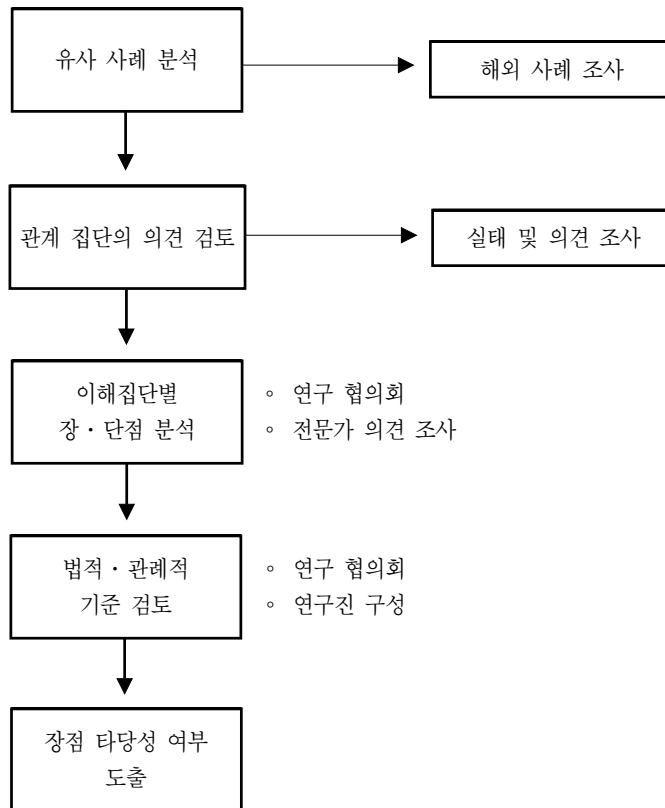
### 제 1 절 타당성 분석의 체계

#### 1. 분석의 틀 설정

본 연구에서 여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 분석은 “이해집단별 장·단점 분석”을 중심으로 검토하였다. 여기에서 “이해집단별 장·단점 분석”<sup>32)</sup> 항목은 두 차례의 전문가 협의를 거쳐 결정하였으나, 각 항목에 대한 가중치의 부여나 점수로 전환하는 데에는 가정상의 지나침이 있다고 보아 수치화는 시도하지 않았다. 따라서 항목간의 가치만을 비교·측정하여 수치화보다는 항목에 대한 가치와 여러 가지 사례와 정황, 의견을 종합적으로 검토<sup>33)</sup>하여 판단하고자 하였다.

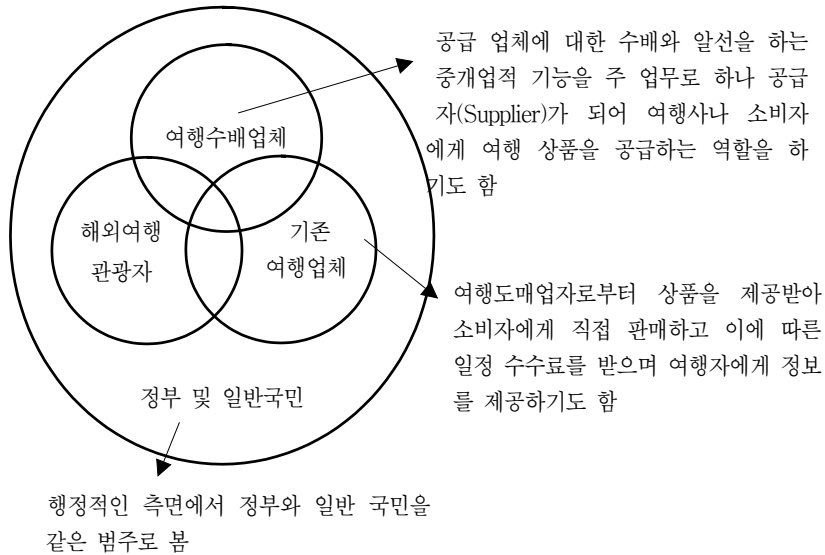
32) 본 연구에서 행하는 “이해집단별 장·단점 분석”은 기본적으로 “비용-편익 분석” 방법에 기초한 분석방법이다. 엄격한 과정을 거치는 “비용-편익 분석” 방법은 이해집단별 비용과 편익을 식별하고 계량화하며, 이 가운데에서 이전 지출을 제외하는 한편 엄격한 가치화를 통하여 할인률과 민감도 분석을 통하여 최종적인 의사 결정에 이르는 것이 일반적 방법이다. 그러나 각 단계의 엄격한 적용은 현실적인 한계가 있다는 것은 부인하기 어려운 사실이다. 따라서 본 연구에서는 ‘이해집단별 비용과 편익의 비용’을 보이는 데 적용 범위를 한정하였다.

33) 불확실성 하에서 정책의 정당성은 정책 추진의 배경이나 이유가 갖는 논리성과 절차적 합리성에 의하여 확보될 수 있다. 따라서 본 연구에서는 가능한 범위 내에서의 논리정당성의 확보와 함께 절차적 합리성 확보를 위한 이해집단간 의견 수렴에 비중을 크게 두었다.



< 그림 4-1 > 타당성 분석의 체계

## 2. 여행수배업의 제도권 편입과 관련한 이해집단



&lt; 그림 4-2 &gt; 여행수배업의 제도권 편입과 관련한 이해집단

## 제 2 절 관련 설문 조사

## 1. 조사 개요

“여행수배업의 제도권 편입”과 연관되는 각계 각층의 다양한 의견조사 수렴을 위하여 두 차례의 전문가 협의를 거쳤으며 거친 결과 여행수배업의 제도권 편입이 직접적으로 영향을 미치는 네 가지 이해집단 즉, 「정부 및 일반국민」, 「기존여행업체」, 「여행수배업체」, 「해외 여행관광자」를 선정하였다. 그리고 이에 대한 각각의 연관되는 항목을 추려내어 설문지를 구성하였다.

표본수는 60부로 하여 설문 대상을 선정하였으며, 관련 분야 수위의 전문가를 임의 선정하였다. 조사 시기는 ‘5월 1일~5월 10일’이었으며 회수율은 전문가 49부, 여행수배업체 63부, 일반여행업체 5부로써 일반여행업체의 설문 결과는 통계적으로 유의하지 않아 본 분석에서 제외하였다. 조

사의 대상은 교수, 공무원, 연구원, 협회 직원, 관련 매체의 언론사 직원 등으로 구성하였으며 2000년 5월 1일~5월 10일 까지 총 60명에게 Fax 조사를 실시하였다. 이에 따라 최종적으로 설문지는 49부(81.67%)가 회수되었다.

## 2. 의견 조사의 결과

### 가. 이해집단별 장·단점 항목의 분석 결과<sup>34)</sup>

본 조사는 이해 관계가 복잡한 정책 판단에 관한 사항이므로 판단 기준을 선정함에 있어 객관적 입장을 유지하는 데 어려움이 있었으므로 항목별 가중치를 두지 않았다. 그러므로 주체별·항목별 의견 조사의 분석 결과는 항목에 대한 의견 수준으로써 주체별 항목의 개별적 크기에만 유의하고, 항목간 비교를 시도하거나 합계를 내지는 않는 것이 바람직하다.

#### 1) 정부 및 일반 국민 측면

< 표 4-1 > 정부 및 일반 국민 측면의 결과

구 분		항 목	결과
정 부	단 점	◦ 정책의 일관성이 없다는 우려의 소리를 들을 수 있다.	3.54
		◦ 행정관리 비용이 늘어날 것이다.	3.59
		◦ 일부 기존 여행업체들이 반발할 것이다.	3.78
		◦ 미래의 생존가능성 조차 불투명한 부분에 대한 비용 손실을 감수해야 한다.	3.46
일 반 국 민	장 점	◦ 불법 영업체의 난립을 방지하고 시장 질서를 교란시키는 원인을 제거시킬 수 있다.	3.98
		◦ 여행수배업체들의 압력이 감소할 것이다.	3.71
		◦ 회계처리가 투명해지면서 세수가 증대하고 탈세가 저감될 것이다.	3.49
		◦ 유통구조가 투명해지면서 행정관리가 수월해질 것이다.	3.39
		◦ 관련 업종에 종사하는 해외동포의 고용지위를 보장하여 줄 수 있을 것이다.	3.07
		◦ 현지의 거래질서와 국가적 이미지가 확립될 것이다.	2.85
		◦ 법적 근거가 마련되는 업종의 증가로 일반국민의 고용기회가 증대할 것이다.	2.98

‘정부 및 일반국민’ 측면에서의 총합의 결과치는 단점보다 장점이 높게 나타났으며 이 중 여행수배업이 제도권에 편입될 경우 가장 우려되는 점은 ‘일부 기존 여행업체들의 반발’일 것으로 전

34) 점수별 척도는 ‘1.0 : 전혀그렇지않다, 2.0 : 그렇지않다, 3.0 : 그저그렇다, 4.0 : 그렇다, 5.0 : 매우그렇다’이며 결과치는 총합을 합산하여 응답자 수로 나눈 후 소수점 이하 둘째 자리에서 반올림함. 이 후 게재되는 모든 5점 척도의 계산은 이와 같이 함.

문가들은 분석하였다. 그러나 ‘불법 영업체의 난립을 방지하고 시장 질서를 교란시키는 원인을 제거’시키는 데에 상당한 효과를 거둘 것으로 예상하였다.

## 2) 기존 여행업체 측면

< 표 4-2 > 기존여행업체 측면

구 분		항 목	결과
기 존 여 행 업 체	단 점	◦ 여행수배업체와의 거래에 있어 부가가치세 등의 각종 세금이 부과될 것이다.	3.76
		◦ 여행상품의 가격이 상승하고 매출이 감소할 것이다.	2.61
		◦ 기존 여행업체의 여행수배업체에 대한 우월적 지위가 감소될 것이다.	3.24
	장 점	◦ 보신관광·호화관광 등의 감소로 인하여 여행상품이 건전해지고 신뢰도가 상승할 것이다.	3.05
		◦ 여행업체의 경쟁력이 국제적으로 강화될 것이다.	3.15

‘기존여행업체’ 측면에서의 총합의 결과치는 장점보다 단점이 많게 나타났다. 특히 ‘여행수배업체와의 거래시 발생하게 될 각종 세금의 부과’와 ‘여행상품의 가격이 상승하고 매출이 감소할 것’이라는 단점이 지적되었으며 ‘여행업체의 경쟁력이 국제적으로 강화’되는 장점도 있을 것으로 전문가들은 분석하였다.

## 3) 여행수배업체 측면의 측정 결과

< 표 4-3 > 여행수배업체 측면의 결과

구 분		항 목	결과
여 행 수 배 업 체	단 점	◦ 납부하여야 할 세금이 증가할 것이다.	3.73
		◦ 여행도매업으로서 개별여행객과의 거래가 금지되면서 과외소득이 줄어들 것이다.	3.24
		◦ 행정관리대상이 됨으로 인하여 여러 가지 규제와 통제의 대상이 될 것이다.	3.88
		◦ 제도권 내로 들어오게 되면 여행사고에 대한 법적 책임보상을 분담해야 할 것이다.	3.93
		◦ 각종 등록비용을 부담하여야 할 것이다.	3.76
	장 점	◦ 정부나 언론에 대한 제도권편입을 위한 노력비용이 감소될 것이다.	3.59
		◦ 법적인 근거가 마련되어 여행업체와의 거래에 있어 위상이 정립될 것이다.	3.83
		◦ 각종 사회보장문제가 해결되어 직원들의 사기가 증대될 것이다.	3.68
		◦ 기존 여행업체들에 대한 법적인 청구권이 생길 것이다.	3.93
		◦ 정상가격이 형성됨으로써 정상이윤확보가 가능할 것이다.	3.41
		◦ 부실한 여행수배업체의 난립을 막을 수 있을 것이다.	3.44



본 연구 과제의 주 대상이 되는 ‘여행수배업체’ 측면에서의 총합의 결과치에서는 장·단점의 수치가 비슷하게 나타났다는 것을 알 수 있다. 그 중에서도 ‘납부하여야 할 세금의 증가’와 ‘행정 관리대상이 됨으로 인하여 여러 가지 규제와 통제의 대상이 될 것’, ‘제도권 내로 들어옴으로 인하여 여행사고에 대한 법적 책임 보상을 분담하여야 할 것’, ‘각종 등록비용의 부담’ 등 예상외로 많은 단점이 있을 것으로 전문가들은 예상하였으며, 이 중 여행사고에 대한 책임 분담의 문제에 대해서는 ‘여행수배업체’의 설문 조사 결과, 이미 여행사와 분담하고 있는 업체도 많은 것으로 나타나고 있다. 따라서 이 항목은 만일 ‘여행수배업체’가 제도권 내에 편입된다고 하더라도 큰 단점 으로는 대두되지 않을 것으로 보인다. 반면 제도권 내에 들어옴으로 인하여 얻게 되는 사항 으로는 ‘정부나 언론에 대한 제도권 편입을 위한 노력 비용의 감소’와 ‘법적 근거의 마련으로 위상이 정립’된다는 점, ‘기존 여행업체들에 대한 법적인 청구권이 생기는 것’ 등이 지적되었다.

#### 4) 해외여행 관광객 측면의 측정 결과

< 표 4-4 > 해외여행 관광객 측면의 결과

구 분		항 목	결과
관 광 객	단 점	◦ 가격 정상화로 인하여 전반적인 해외여행상품의 가격이 상승할 것이다.	3.10
	장 점	◦ 유통구조가 투명해지면서 상품의 질이 향상될 것이다.	3.51
		◦ 쇼핑강요, 일방적인 현지 옵션의 변경 등 각종 여행 불편요소가 감소된다.	3.39

해외 여행의 직접적인 소비자가 되는 ‘해외여행관광객’ 측면의 입장에서는 특별히 눈에 띄는 항목은 없지만 ‘가격 정상화로 인하여 해외여행상품의 가격이 상승’할 것이라는 점이 우려된다. 반면 ‘유통구조의 투명화’와 ‘각종 여행불편요소에서 보호받을 수 있을 것’은 무엇보다 중요한 사항이다.

#### 나. 일반적 항목의 조사 결과

##### 1) 여행업계의 미래에 대한 의견

급변하는 사회 환경에 따른 향후 여행업계의 전망에 대하여 어떻게 예측하고 있는지를 물어본 결과 응답자의 31.7%가 ‘영업활동이나 내용에 상당한 변화는 있겠지만 여행사의 존재 자체에는 큰 영향을 미치지 못할 것’, 또는 ‘현재와 별다른 변화가 없을 것이다’라는 의견을 보였으며 ‘기존의 여행사들은 5년 내 거의 사라지고 새로운 형태의 여행관련 거래업체가 나타날 것’이라는 의견도 19%로 나타났다.

&lt; 표 4-5 &gt; 해외여행 관광객 측면의 결과

구 분	비율(%)
◦ 기존의 여행사들은 5년 내 거의 사라지고 새로운 형태의 여행관련 거래업체가 나타날 것이다.	19.0
◦ 영업 활동이나 내용에 상당한 변화는 있겠지만 여행사의 존재 자체에는 큰 영향을 미치지 못할 것이다.	23.8
◦ 여행사의 상당수가 줄어들고 자본금이 바탕이 되는 대기업 관련 여행사나 특정 대형 업체만이 살아남을 것이다.	4.8
◦ 현재와 별다른 변화가 없을 것이다.	7.9
◦ 기타	6.4
총 계	100.0

## 2) 현행 여행업의 종류에 여행수배업이 추가되는 것에 대한 의견

&lt; 표 4-6 &gt; 현행 여행업의 종류에 여행수배업이 추가되는 것에 대한 의견

구분	비율(%)
찬성한다	70.7
반대한다	24.4
잘 모르겠다	4.9
총계	100.0

여행수배업을 어떠한 형태로든 제도권 내에 포함시키는 것에 대한 직접적인 찬반 의견을 묻는 질문에는 찬성이 70.7%, 반대가 24.4%로 나타나 전문가들은 현존하는 업체에 대하여 시급한 관리가 필요하다는 입장을 보였다.

## 3) 여행수배업이 제도권에 편입되었다고 가정할 경우 등록의 조건

여행수배업이 어떠한 형태로든 제도권 내에 편입된다고 가정할 경우, 어떠한 등록 조건을 갖추게 하는 것이 바람직할 것인가를 묻는 질문에서는 총 6개의 항목을 제시하였으며 그 측정의 결과는 다음 <표 4-7>과 같다. 이 중 ‘보험에 의무적으로 가입하도록 한다’(4.28)는 항목에 대한 의견이 가장 높게 나타났으며, ‘해외 현지 여행사로 해당국에 등록 후 영업하도록 한다’(3.74)는 항목도 높게 나타나 현지에서의 법적인 근거를 둔 활동도 중요하다는 입장을 보였다. 그러나 나머지 항목에 대하여도 모두 3점 이상의 높은 점수를 주어 전문가들은 제시된 모든 항목에 대하여 높은 비중을 두고 있는 것으로 나타났다.

&lt; 표 4-7 &gt; 여행수배업이 제도권에 편입되었다고 가정할 경우 등록의 조건

항 목	결과
일정 금액 이상의 자본금 보유	3.70
보험에 의무적으로 가입하도록 한다.	4.28
일정 금액의 보증금을 예치하도록 한다.	3.75
해외 현지 여행사로 해당국에 등록 후 영업하도록 한다.	3.74
소비자와의 직접 거래는 불허한다.	3.52
지불 방식은 현금 등 직접 거래는 불허하고 해외 송금만 가능하도록 한다.	3.23

## 4) 여행수배업이 제도권에 편입되었다고 가정할 경우의 담당 관리 부처

&lt; 표 4-8 &gt; 여행수배업의 적정 담당 관리 부처

구 분	비율(%)
중앙정부	14.6
시·도 광역 자치단체	63.4
시·도 등 기초 자치단체	17.1
잘 모르겠다	2.4
무응답	2.4
총 계	100.0

여행수배업이 제도권에 편입되었을 경우 담당 관리 기관으로서는 어느 곳이 가장 적절할 것인가를 묻는 질문에는 ‘시·도 광역 자치단체’라고 응답한 비율이 63.4%로 가장 높게 나타났다. 이는 기존 업무의 과중함과 관련 공무원 수의 절대 부족 등 여러 가지 이유로 인하여 자칫 중앙정부의 관리가 과거와 같이 체계적이지 못할 가능성에 대한 우려와 지방화 추세를 감안한 것으로 보여진다.

## 제 3 절 분석 결과의 요약

이상의 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, “이해집단별 장·단점 분석” 항목의 측정 결과 ‘정부 및 일반국민’ 측면에서는 장점이 ‘기존여행업체’ 측면에서는 단점이 높게 나타났다. 또한 ‘여행수배업체’ 측면과 ‘해외여행관광객’ 측

면에서는 비슷한 결과를 보였다. 그러나 여행수배업이 제도권 내에 편입된다고 가정할 경우 ‘유통구조의 투명화’와 ‘각종 여행불편요소에서 여행자가 보호받을 수 있을 것’이라는 기대사항에 대해서는 다수가 동의하였다. 둘째, 여행업계의 미래를 묻는 질문에는 상당수가 낙관적인 응답을 하였다. 그러나 시대 변화의 흐름에 따라 여행업도 어느 정도의 형태 변화를 겪어야 할 것은 감수하여야만 하며 업계 내에서도 이에 대하여 조직적이고 체계적인 준비를 해나가야 할 것이다. 셋째, 현행 여행업의 종류에 여행수배업이 추가되는 것에 대하여 과반수 이상이 찬성의 입장을 보이는 것으로 조사되었다. 이는 현존하는 업체에 대한 관리가 시급하다는 의견으로 해석될 수 있으며 여행수배업이 제도권에 편입되었다고 가정할 경우 적정관리부처는 ‘시·도 광역 자치단체’가 담당하게 하여 차츰 민간으로 이양되어 갈 수 있는 시금석이 될 수 있는 여건을 마련하여야 할 것이다. 마지막으로 여행수배업이 제도권에 편입되었다고 가정할 경우 보험 의무 가입, 해외현지여행사로의 해당국 등록 등을 비롯한 엄격한 조건을 등록 조건으로 적용하여 부실한 업체의 난립을 방지하여야 할 것으로 예상되며 이에 대한 신중한 검토가 필요할 것이다.

## 제 4 절 제도권 편입 추진 방안

### 1. 제도권 편입의 정책적 의의와 필요성

일반적인 산업 정책에서 제도권 편입 내용은 특정 산업의 정책 환경에 따라 결정되는 것이 보통이지만 정부의 지원 대상 또는 관리 대상이라는 점에서 공통점이 있다.

여행수배업의 제도권 편입은 첫째, 여행수배업체의 요구가 직접적이고, 둘째, 이해 관계집단의 반발이 간접적이며, 셋째, 현존하는 업체에 대한 소극적인 정책은 행정 공백으로 평가될 수 있으며, 넷째, 관련 상대국의 여행수배업에 대한 관리 경향을 대응하여야 하고, 다섯째, 제도권 내 편입을 통하여 일정 수준의 시장질서 회복을 기대할 수 있다는 점등에서 필요성이 제기된다. 특히 이러한 점은 전문가 조사를 통하여 최종적으로 확인된 바 있다.

위와 같은 필요성이 제기되는 반면 여행수배업이 제도권 내에 편입될 경우에는 다음과 같은 문제점도 예상될 수 있다.

첫째, 관광진흥법에서 삭제된 조항의 잇따른 신설에 대한 정부의 부담과, 둘째, 여행수배업에 포함되지 못할 영세업체의 반발, 셋째, 소비자와의 직접 영업을 금지하는 것에 대한 정당성 확보의 문제와 실효성에 대한 우려 등이다. 그러나 이러한 문제점은 여행수배업을 기존의 여행업종과 동일한 성격의 업종으로 부활시키지 않음으로써 정부의 부담을 줄일 수 있다는 점과 제도권 내 관리와 지원에 대한 문제는 일정 수준의 편입에 대한 조건을 둘 수 있다는 점, 또한 이후의 제도

정비에서 편입을 조건으로 소비자와의 직접 거래를 엄금한다는 점등을 단서로 달게 될 경우 큰 문제는 없을 것으로 판단된다.

따라서 본 연구에서는 여행수배업이 제도권 내로 편입되는 과정에서 장기적으로 동 업종의 생존 가능성이 불확실하다는 점과 기존 업체의 반발을 고려하여 일몰제적 성격을 검토할 필요가 있다.

## 2. 제도권 편입 방식

### 가. 명칭의 변경

만일 여행수배업을 제도권 내에 편입시키게 될 경우 새로운 업종으로 할 것이냐 아니냐에 대한 논란이 있을 수 있다. 그러나 이는 첫째, 현존하는 업태를 인정하는 형식이기기는 하지만 기존에 구분되어 있는 여행업의 형태(일반여행업, 국외여행업, 국내여행업)와 같이 뚜렷한 유형상의 특징이 드러난다고 보기 어렵고, 둘째, 기존의 제도권 내에 존재하고 있는 여행업도 원칙적으로는 수배를 주 업무로 하고 있다는 점에서 기존 여행업체의 업무 범위와 상당히 겹치는 부분이 많다고 보여진다. 따라서 여행수배업이라는 명칭은 자칫 오해와 반발을 일으킬 소지가 있다고 보여진다. 이에 따라 본 연구에서는 여행수배업의 제도권 편입시 기능과 식별성을 감안하여 “국외여행수배대리업”으로 명칭을 변경할 필요가 있다고 본다. 이는 수배의 종류가 국내·국외로 구분되어야 할 필요성과 관광진흥법상 국민의 해외여행이 국외여행으로 통일되어 있는 점, 유사 사례로 무역대리점업(일명 오파상)이 통용되고 있는 점등을 고려하였기 때문이다. 다만 동 업계의 사기 진작을 위하여 가칭 “국외여행수배대리업” 등의 표현은 검토할 수 있다고 본다.

### 나. 국외여행수배대리업의 기능

여행수배업의 제도권 편입에 앞서 연구의 대상으로써 이의 기능을 어떻게 정의할 것인가에 대한 논의가 있을 수 있다. 여행수배업의 기능을 검토하여 보면 다음의 <표 4-9>와 같다.

&lt; 표 4-9 &gt; 여행수배업의 기능 검토

구분 업체 명칭	장 점	단 점
외국여행사의 연락사무소	<ul style="list-style-type: none"> <li>유통상의 기능이 뚜렷하고, 유통구조의 다단계화라는 비판을 벗어날 수 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>외국 업체이므로 우리 나라 행정의 관여 수준이 미약</li> <li>기존에 삭제되었던 조항을 변화 없이 되살리는 데 대한 여론 부담</li> <li>상당수 여행수배업체의 배제와 이로 인한 부작용 예상</li> </ul>
여행수배업체 : 국내에서의 영업 활동 인정	<ul style="list-style-type: none"> <li>현존하는 업체의 양성화 효과 기대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>생산적인 유통 체계가 아님에도 불구하고, 유통 체계의 다단계화를 인정한다는 부담이 있음</li> </ul>

상기의 대안 검토를 통하여 볼 때 여행수배업의 기능은 과거 외국여행사의 연락사무소를 부활시키는 데 대한 부담과 여행상품 유통구조의 개선을 기대하기는 어렵다는 점을 고려하여 현재의 영업 형태를 인정하는 것이 바람직할 것으로 판단되나 다만 외국여행사와의 연계성을 강화하기 위한 제도적 보완장치의 필요성은 있을 것이라고 본다.

#### 다. 제도권 편입의 수준<sup>35)</sup>

35) 제도권 편입시 거처게 되는 대체적인 절차는 허가, 등록, 신고, 지정 등이 보통인데 법률용어사전을 참조한 각각의 간략한 용어 설명은 다음과 같다.

□ 허가(許可) : 법령에 의한 일반적인 상대적 제한·금지를 특정한 경우에 해제하여 적법하게 일정한 사실행위 또는 법률행위를 할 수 있게 하는 행정행위로서 실정법 상으로는 허가라는 용어 외에 면허·인가·특허·승인·등록·지정 등 각종으로 쓰여지고 있음. 허가는 법령상의 제한·금지를 제거하여 자유를 회복시키는 행위이므로, 권리를 설정하는 특허나 타인의 행위의 법률적 효력을 보완하는 인가와 다르나 실정법 상으로는 반드시 정밀하게 구별되어 있지는 않음. 허가를 요하는 행위를 허가 없이 한 때에는 처벌 또는 행정상의 강제집행의 대상이 되는 일이 있지만, 반드시 그 행위의 법률적 효력이 부정되는 것은 아님.

□ 등록(登録) : 일정한 사실 또는 법률관계를 행정청 등에 비치되어 있는 공부에 기재하는 것을 의미하며 넓은 뜻으로는 등기를 포함하나(登録稅法), 다음과 같은 점에서 차이가 있음. 첫째, 등기는 등기소에 비치되어 있는 등기부에 등기하여 행하는데 비하여, 등록은 행정청 등에 비치되어 있는 공부에 등록하여 행함. 둘째, 등기는 권리의 효력발생요건인데 비하여, 등록은 ① 특허권·의장권·실용신안권 등의 공업소유권등록·상표권의 이전 및 승계의 등록과 같이 권리의 효력발생요건인 것, ② 저작권의 양도·입질 등의 등록, 어업권·상표의 통상사용권이전의 등록과 같이 제3자에의 대항요건인 것, ③ 의사·수의사·변리사의 등록과 같이 면허의 방법인 것, ④ 자동차·선박·항공기의 등록과 같이 일정한 행위(예 : 운행 등)를 하기 위한 요건인 것 등 여러 가지 기능을 가짐.

□ 신고(申告) : 행정법상 일정한 법률사실 또는 법률관계의 존재 여부에 관하여 서면이나 구술로써 관계행정청에 통고하는 행위로서 일례로 납세의무자의 소득신고를 들 수 있음. 행정청에 대한 통고로써 그치며, 그에 대한 행정청의 반사적 결정을 기다릴 필요가 없는 것이 보통임.

가칭 “국외여행수배대리업”이 제도권 내에 편입된다고 가정할 경우 법적인 처리 절차와 방식을 어느 정도의 수준에서 인정할 것인지도 살펴보아야 한다. 즉, 허가과 등록의 대상까지로 보아야 할 것인지 신고의 수준에서 인정할 것인지를 구분하여야 한다.

이에 대한 각각의 장·단점을 비교한 표는 다음의 <표 4-10>과 같다.

< 표 4-10 > 제도권 편입시의 구분과 내용

구분	내용	장점	단점
허가 및 등록	◦ 기존 여행업의 종류에 수배업을 추가하고 업무의 범위는 일반여행업과 국외여행업의 수배 업무를 대리하는 것으로 규정	◦ 수배업에 대한 관여 수준이 높음 ◦ 여행수배업체의 난립 방지 ◦ 미자격 업체의 탈락 등 규제 강화	◦ 수배업의 기능·위상을 지나치게 올린다는 지적이 있을 수 있음
신고	◦ “국외여행수배대리업”	◦ 유통구조상 적절한 수준으로 평가	◦ 강력한 관여가 어려움 ◦ 업체의 난립 우려
지정	◦ 한국여행수배업협회(KOTA)의 확인 절차를 거친 업체로만 지정	◦ 정부의 행정 부담 경감	◦ 여행업 유통질서 개선 효과가 상대적으로 미약

상기의 사항을 검토하여 볼 때 만일 가칭 “국외여행수배대리업”이 제도권 내에 편입된다고 가정할 경우 기존 업체의 반발 가능성과 업체의 규모, 기능성을 고려하여 신고 수준에서의 편입 방식이 적절할 것으로 판단된다.

#### 라. 적정 관리 주체

여행업 관리의 주체는 현재까지 일반여행업체는 중앙정부가, 국외여행업과 국내여행업은 시·도 등 광역자치단체가 주무를 맡고 있다. 그러나 광역자치단체의 경우 기초자치단체에 업무를 위임하는 경우가 대부분이기 때문에 관리 소홀의 문제가 거론될 수 있다. 한편 정부는 최근에 일반여행업을 광역자치단체에 위임하고, 정책 부문에 역량을 집중하려는 시도를 하고 있다.

&lt; 표 4-11 &gt; 관리 주체별 예상되는 장·단점

구 분 관리 주체	장 점	단 점
중앙정부	◦ 관련 업무의 관리 일관성 확보	◦ 기존 업무의 과중 ◦ 담당 공무원의 절대적 부족
시·도 광역 자치 단체	◦ 지역별 특색에 맞는 관리 및 통제 가능	◦ 업무 이관 우려(시·도 기초 자치 단체)
시·도 기초 자치 단체	◦ 가장 근접한 위치에서 관리·감독 가능	◦ 공무원의 전문성 부족 우려
협회	◦ 민영화 추세에 적합	◦ 협회에 대한 사회적 신뢰 부족

상기의 비교 검토 내용과 전문가 조사의 결과를 토대로 최근의 분권화 추세와 민영화 추세 등을 고려하여 보면, 제도 초기에는 시·도 등 광역자치단체에서 관련 업무를 수행토록 하되, 일정 기간 후 협회로 이양하는 방안이 바람직할 것으로 판단된다.

#### 마. 제도권 편입시 시기와 관리 방안

가칭 “국외여행수배대리업”의 제도권 편입의 타당성은 있으나 정부가 이를 즉시 제도화하는 것은 신중할 필요가 있다. 이는 본 연구 과정에서 수렴한 이해관계 집단의 의견이 엄격하게 공식적이라 보기 어렵고, 동 업종에 종사하고 있으나 협회에 가입하지 않은 업체의 의견을 파악하기 어려웠던 점, 여행업의 중장기 발전 비전이 아직 구체화되지 않은 점 등 때문이다.

따라서 정부는 가칭 “국외여행수배대리업”의 제도권 내 편입의 타당성을 인정하더라도 단계별로 접근하는 것이 필요할 수 있다. 이 경우 단기적으로는 가칭 “한국여행수배업협회”를 통하여 동 업종에 대한 행정 관리와 지도를 병행하면서 제도권 편입시 발생할 수 있는 각종 파급 효과를 모니터링하고, 관련 이해 주제에 대한 의견 수렴을 공식화할 필요가 있다. 이 경우 공청회 등이 유효한 수단으로 보여진다.

또한 중장기적으로는 우리 나라 여행업의 발전 방안을 모색하며, 단기적으로는 검토된 결과를 중심으로 여행업 구조 개편에 대한 확실한 판단이 설 수 있도록 하여야 할 것이다. 이러한 절차 후 제도권 편입이 가시화 되는 것이 바람직하다고 보여진다.



&lt; 표 4-12 &gt; 제도권 편입의 시기와 관리 방안

구분	1차	2차	3차
단기	가칭 “한국여행수배업협회”를 통한 행정지도 및 관리	동 사안과 관련한 이해집단의 의견 수렴	단기 정책 평가
중장기	여행업의 중장기 발전방안 모색	제도권 편입에 따른 행정 조치	중장기 정책 평가

### 3. 제도권 편입의 조건

#### 가. 신고조건

“국외여행수배대리업”이 제도권 내에 편입된다고 가정할 경우의 신고 조건에 대하여는 관련 설문조사와 전문가 협의, 그리고 가칭 ‘한국여행수배업협회’와의 협의를 통하여 다음과 같이 설정하였다.

##### 1) 보증보험

통상적으로 여행업체를 등록하려면 자본금이라는 편입 조건이 필요하지만 해외 여행 관광객의 안전을 가장 직접적으로 담당하고 있는 여행수배업체의 업무 특성상 소비자 피해 구제의 측면에서 보증보험이 보다 유효한 보장 수단이 될 것으로 판단된다. 또한 보증보험의 가입이 편입조건화 된다면 자본금은 중복적 기준이 되므로 이는 배제하고 그 범위는 연간 매출 규모의 기준에 따라 결정하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

##### 2) 외국여행업체 또는 현지공급업자와의 계약 서류 사본

현지에서의 활동 근거를 마련하고 차후에라도 발생할 수 있는 국가간의 관례상 문제나 국제법상의 마찰을 방지하기 위하여 그리고 업체에 대한 신뢰성의 확보를 위하여 외국여행업체나 현지공급업자와의 계약 서류 사본을 첨부하도록 하여야 할 것이다.

##### 3) 한국여행수배업협회(KOTA)의 확인서

KOTA의 확인 절차 업무 대행은 여행업에 대한 민간의 자율성을 보장하면서 한편으로 그 범위 내에서의 책임까지 지도록 하는 것으로 이는 관광 부문의 민영화를 가속화시키는 계기가 될 것이다.

#### 4) KOTA의 KTA와 KATA 가입 유도

관광부문의 민영화와 관련하여 간과할 수 없는 또 한가지의 중요한 문제는 사업자 단체간의 협력이다. 이를 위하여 가칭 “한국여행수배업협회(KOTA)”와 “관광협회중앙회(KTA)” 및 “한국일반여행업협회(KATA)”의 조직적이고 체계적인 협력 체계가 구축되어야 할 것이며 이의 기초를 강화하기 위하여 KOTA의 KTA, KATA 가입을 적극적으로 유도하여야 할 것이다.

#### 나. 금지사항

##### 1) 부당 염매 행위 금지

무리하고 과도한 광고비 지출 등으로 인하여 터무니없는 지상비를 책정하고 무계획적으로 관광객을 모객한 후 옵션관광과 쇼핑을 통한 수익으로 이를 상쇄하여 보려는 덤핑행위가 종종 발생하고 있다. 이와 같은 현상은 연쇄적인 것으로 결국 최종적인 피해자는 관광객, 즉 해외여행자가 될 수밖에 없다. 이에 적절한 지상비를 산출하여 공정한 가격으로 여행 상품이 유통될 수 있도록 하여야 할 것이며 여행사가 상품 광고를 할 때 거래하는 가칭 국외여행수배대리점의 상호를 함께 명기하도록 규정할 필요도 있을 것이다.

##### 2) 소비자(여행자)와의 직접 거래 금지

“국외여행수배대리업”이 제도권 내에 편입된다고 가정할 경우 업체 측면에서 볼 때는 이로 인하여 법적인 관리·감독을 받는 것 이외에 업무의 범위에 있어서 기존과 달라지는 것은 없다. 그러나 굳이 소비자와의 직접 거래 금지를 명시할 필요가 있는 이유는 기존 업체의 반발과 여행업의 유통 질서 확립이라는 이유 이외에 궁극적으로 기존의 여행업체와 가칭 “국외여행수배대리업”의 업무의 성격을 구분하기 위함이다.

##### 3) 여행자 방치 금지

현행 불법 거래의 사례 중 여행수배업체와 현지 여행사, 그리고 현지 가이드 사이의 이중에 걸친 계약이 가장 빈번히 발생하고 있는데 이의 자세한 내용을 살펴보면 다음과 같다. 즉, 여행수배업체가 현지 여행사에 해외여행객 1인당 송출에 따라 일정수수료를 지급 받고 관광객을 보내면 현지 여행사는 현지 가이드에게 단체관광객의 행사권을 매매하는 것이다. 이로 인하여 행사 진행 도중 수익이 발생하지 않으면 현지 가이드가 관광객을 방치하는 사태가 발생하게 되는데, 이 같은 사항은 “관광진흥법 제2장 제9조의 보험가입”을 근거로 함과 아울러 엄격한 행정처분 조치를 강구하여 강력히 규제하여야 할 것이다.

#### 다. 기타

이 외에도 ‘KTA와 KATA에의 가입 조건 등에 관한 세부적인 규정’을 정하여 협회끼리의 원활한 의사소통이 이루어질 수 있는 경로를 만들어야 할 것이며, 유통 구조의 개선, 즉, 투명한 거래 관계의 확립을 위하여 ‘일련번호가 있는 표준계약서 양식을 만들어 이용’하도록 하는 등의 방법을 검토해야 할 것이다. 또한 관리의 실효성 제고를 위하여 ‘수배업과 관련한 위법 예상 행위에 대한 규제(예: 행정처분, 과징금, 과태료) 조항을 신설’하여 부적절한 행위가 발생할 수 있는 사항을 사전에 봉쇄하여야 할 것이며, ‘여행업 자체의 수배력 강화를 지원’하기 위하여 KTA와 KATA의 해외 정보 관련 DB 구축 사업에도 국가적 차원의 강력한 지원을 하여야 할 것이다.

## 제 5 장 결론 및 제언

정보화 사회로의 진전에 따라 여행업의 미래는 대단히 불투명한 상태에 놓여 있는 것이 사실이다. 물론 최근 여행업의 미래에 대한 비판론이 힘을 얻어 가는 것은 부인할 수 없으나 이러한 일이 단기간에 이루어질 것이라고 보는 것은 무리가 있다. 생각하기에 따라서는 미국 영화 ‘토탈 리콜’에서 보여지는 여행업의 새로운 형태와 영업 내용이 가능할 것이기 때문이다.

가칭 ‘국외여행수배대리업’(또는 ‘국외여행수배전문업’)의 제도권 내 편입은 이러한 여행업의 미래와 매우 연관이 있다. 정보화의 가속 속에서 대부분 상품의 유통 단계가 단순화되어 가는 추세에서, 현존하기는 하나 제도적으로 인정하지 않았던 유통 단계를 인정할 것인가에 대한 문제이기 때문이다. 특히 국내 여행업의 유통 구조가 건전하다고 보기 어려운 상황에서 합의된 중장기적 발전 방안이 없다는 것도 이러한 문제를 해결하는 데 끝까지 연구의 부담으로 남는다.

한편 본 연구에서는 우리 나라 국외여행상품의 유통 구조에 대한 분석과 해외의 사례 분석, 세 종류의 설문조사와 수 차례의 전문가 협의 등의 연구 방법을 활용하였다. 결과적으로 현존하는 유통 단계로서 가칭 ‘국외여행수배대리업’의 제도권 편입이 필요하다는 결론에 도달하였다. 그러나 이러한 결과를 즉시 제도화하는 것은 바람직하지 않을 수 있다. 이는 본 연구에서 동 사안과 관련하여 관련 이해집단에 대한 의견을 수렴하였지만, 이를 엄격히 공식적인 입장으로 담보하기 어렵다는 점과 향후 여행업 발전 방향에 대한 숙고의 결과와 상충성을 보이지 않을 것인가에 대한 신중한 검토가 필요하기 때문이다. 특히 동 업종에 진입하지 못하는 집단의 생존권 문제에 대한 대책이나 필요한 지원과 규제책에 대한 검토도 요구된다고 할 수 있다. 따라서 동 업종의 제도권 편입의 시기는 공청회와 제도에 대한 신중한 과급 효과를 충분히 고려한 후 시행하는 것이 적정한 것으로 보여진다.

본 연구에서 가칭 ‘국외여행수배대리업’의 제도권 내 편입의 타당성의 가장 큰 근거는 이를 통하여 국외여행 상품의 유통이 공정한 거래의 료를 지킴으로써 유통 구조가 투명화되고 상품의 질적 내용이 건전화될 것을 기대하기 때문이다. 따라서 가칭 ‘국외여행수배대리업’이 제도권으로 편입될 때에는 이러한 기대가 실현될 수 있도록 정부의 사전적 준비의 충분성, 편입되는 동 업종의 신뢰 유지 노력과 함께 기존 여행업계 전반의 협력적 분위기가 절실히 요구된다고 하겠다.

여행업은 우리 나라 관광의 대동맥이라는 점에 의심의 여지가 없다. 그러나 급변하는 경영 환경, 특히 세계화와 정보화 속에서 경쟁의 심화와 미래의 생존 가능성은 끊임없이 도전 받고 있는

것이 현실이다. 이러한 가운데 여행업의 발전 방향은 정보화예의 조속한 부응과 특화 노력 외에는 다른 대안이 없다. 정부의 산업에 대한 개입과 지원은 범세계적으로 점차 한계를 보이고 있다. 결국 산업의 문제는 산업 자체에서 풀어나가야 한다는 명제에 도달하게 된다.

끝으로 제언하고 싶은 것은 여행업 관련 연구의 활성화이다. 본 연구를 수행하면서 관련 선행 연구를 거의 찾을 수 없어 연구 전반에 많은 어려움이 있었다. 이와 같이 정책 이유를 해결하기 위한 선행적 연구의 바탕이 지나치게 척박한 것은 현실 문제에 대한 학문의 기여가 낮다는 점과 연구의 내용이 지나치게 미시적 문제에 치중됨으로써 연구 흐름의 균형이 바르지 않을 수 있음을 시사하기 때문이다.

## 참고문헌

- 곽무승, “한국의 Outbound여행업 운영개선에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1987.
- 김동건, 『비용-편익 분석』 (서울 : 박영사), 1997.8.
- 김상태, “한국 여행업 발전 방안”, 한국관광연구원, 1997.
- 김영평, 『불확실성과 정책의 정당성』 (서울 : 고려대학교 출판부), 1999.3.
- 김은혜, “여행업의 Relationship Marketing에 관한 연구”, 한양대학교 대학원 석사학위논문, 1999.
- 김혜숙, “우리 나라 국제여행알선업의 육성방안에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1985.
- 동아일보, 여행면, “1000만원 대 크루즈 여행상품 등장”, 2000년 5월 24일자.
- 법률용어사전, 법률서식정보서비스 웹사이트 [www.lawtopia.co.kr](http://www.lawtopia.co.kr).
- 세계여행신문, 인터넷 게재날짜 2000년 1월 20일.
- 여행신문, 주요종합, 인터넷 게재날짜 2000년 3월 25일.
- \_\_\_\_\_, 주요종합, 인터넷 게재날짜 2000년 4월 1일.
- \_\_\_\_\_, 주요종합, 인터넷 등록날짜 2000년 4월 6일.
- 여행정보신문, 인터넷 게재날짜, 2000년 2월 19일.
- 연합뉴스, 인터넷 등록날짜 2000년 4월 29일.
- \_\_\_\_\_, 주요뉴스 경제, 인터넷 게재날짜 2000년 5월 24일.
- \_\_\_\_\_, 주요뉴스 세계, 인터넷 게재날짜 2000년 5월 23일.
- 이선희, 『여행업 경영개론』 (서울:대왕사), 1997.
- 한국경제신문, 경제면, 인터넷 게재날짜 2000년 2월 24일.
- \_\_\_\_\_, 경제면, 인터넷 게재날짜 2000년 2월 24일.
- 한국관광공사, “1995 관광불편신고 종합 분석서”, 1996. 2.
- \_\_\_\_\_, “1996 관광불편신고 종합 분석서”, 1997. 2.
- \_\_\_\_\_, “1997 관광불편신고 종합 분석서”, 1998. 2.
- \_\_\_\_\_, “1998 관광불편신고 종합 분석서”, 1999. 2.
- \_\_\_\_\_, “1999 관광불편신고 종합 분석서”, 2000. 2.
- 한국관광저널, 1999년 1월호.
- 한국관광협회중앙회, 월간지 5월호.
- \_\_\_\_\_, 홈페이지 <http://www.koreatravel.or.kr>.
- Jupiter Chad Kaydo, “5 Travel Trends to Watch,” *Sales & Marketing*, 12/1999, Vol.151.
- Nucifora Alf, “Leisure-Oriented Business Wave of Future,” *Austin Business Journal*, 01/07/2000, Vol.19.

## 부 록

1. 일본의 표준여행업 약관(주최여행계약)
2. 외국 기업의 중국장기주재 관광대표처 설립시의 심사비준 관리방법
3. 전문가 대상 설문지
4. 일반여행업체 대상 설문지
5. 여행수배업체 대상 설문지

1. 일본의 표준여행업 약관(주최여행계약)

일본의 표준여행업 약관(주최여행계약)

제1장 총 칙

제1조(적용범위)

1. 당사가 여행자와 체결하는 주최여행에 관한 계약(이하 「주최여행계약」 이라 함)은 이 약관이 정하는 바에 따른다. 이 약관에 규정이 없는 사항에 관해서는 법령, 또는 일반적으로 확립된 관습에 따른다.
2. 당사가 법령에 위반되지 않고 또한 여행자에게 불리하지 않은 범위 내에서 서면으로 특약을 맺었을 때에는 전항의 규정에도 불구하고 그 특약을 우선시킨다.

제2조(용어의 정의)

1. 이 약관에서 「주최여행」 이라 함은 당사가 미리 여행 목적지 및 일정, 여행자에게 제공될 운송 또는 숙박 서비스 내용 그리고 여행자가 당사에 지불하여야 할 여행 요금을 정한 여행 계획을 작성하고 이 여행에 참가할 여행자를 광고 또는 기타 방법으로 모집, 실시하는 여행을 말한다.
2. 이 약관에서 「국내여행」 이라 함은 일본 국내의 여행을, 「해외여행」 이란 국내여행 이외의 여행을 말한다.

제3조(여행계약의 내용)

당사는 주최여행계약에 있어, 여행자가 당사에서 정하는 여행일정에 따라 운송, 숙박기관 등이 제공하는 운송, 숙박, 기타 여행에 관한 서비스(이하 여행서비스라 함)를 받을 수 있도록 수배하고 여정을 관리하는 일을 맡는다.

제4조(수배대행자)

당사는 주최여행계약을 이행함에 있어 수배의 전부 또는 일부를 국내 또는 국외의 다른 여행업자, 수배를 업으로 하는 자 및 그 밖의 보조자에게 대행시킬 수 있다.



## 제2장 계약 체결

### 제5조(계약신청)

1. 당사에 주취여행계약을 신청하고자 하는 여행자는 당사 소정의 신청서에 각 항목을 기입한 후 당사가 별도로 정하는 예약금과 함께 제출해야 한다.
2. 전항의 예약금은 여행요금, 취소료 또는 위약료의 일부로 취급한다.
3. 주취여행 참가 때 특별 배려를 필요로 하는 여행자는 계약신청 때 신고하여야 한다. 이 때 당사는 가능한 범위 안에서 협력한다.

### 제6조(전화 등을 통한 예약)

1. 당사는 전화, 우편, 팩스 및 기타 통신 수단을 통한 주취여행 예약신청을 접수한다. 이 경우 예약 시점에서 계약이 성립되는 것은 아니며 여행자는 당사가 예약 승낙의 뜻을 통지한 후 일정 기간 내에 전조 제1항에 따라 신청서와 예약금을 제출하여야 한다.
2. 전항의 규정에 따라 신청서와 예약금이 제출되었을 때 주취여행계약 체결순위는 당해 예약접수 순위에 따른다.
3. 여행자가 제1항의 기간 내에 예약금을 내지 않았을 때 당사는 예약이 없었던 것으로 취급한다.

### 제7조(계약체결의 거부)

당사는 다음 각 호의 경우 주취 여행 계약 체결에 응하지 않을 수 있다.

1. 당사가 미리 명시한 성별, 연령, 자격기능, 기타 여행참가자의 조건을 충족시키지 못하였을 때
2. 응모 여행자수가 모집 예정 수에 달하였을 때
3. 여행자가 다른 여행자에게 폐를 끼치거나 단체 행동의 원활한 실시를 방해할 염려가 있을 때
4. 당사의 업무상 사정이 있을 때

### 제8조(계약성립시기)

주취여행계약은 당사가 계약 체결을 승낙하고 제5조 제1항의 예약금을 받았을 때 성립된다.

### 제9조(계약서 교부)

1. 당사는 전조에 정하는 계약 성립 후 지체 없이 여행일정, 여행서비스내용, 그 밖의 여행조건 및 당사의 책임에 관한 사항을 기재한 문서(이하 계약서라 함)를 여행자에게 교부한다.
2. 당사가 주취여행계약에 따라 수배하고 여정을 관리하는 의무를 지는 여행서비스의 범위는 전항의 계약서에 기재된 대로이다.

## 제10조(확정서)

1. 전조 제1항의 계약서에 확정된 여행일정, 운송 또는 숙박기관 명칭을 기재할 수 없는 경우에는 이용할 예정인 숙박기관 및 중요한 운송기관 명칭을 한정하여 열거한 뒤 계약서를 교부하고 여행개시일 전날(여행개시일 전날부터 기산, 소급해서 7일째 되는 날 이후 계약 신청이 있는 경우는 여행개시일)까지에 이르는 사이에 계약서 상 지정된 날까지 수배의 확정 상황을 기재한 문서(이하 확정서라 함)를 교부한다.
2. 전항의 경우 수배상황 확인을 희망하는 여행자로부터 문의가 있을 때에는 확정서 교부 전이라도 신속하고 적절한 회답을 한다.
3. 제1항의 확정서를 교부한 경우 전조 제2항의 규정에 따라 당사가 수배하고 여정을 관리할 의무를 지는 여행서비스의 범위는 확정서에 기재된 대로 특정된다.

## 제11조(여행요금)

여행자는 계약서에 기재된 기일까지 여행 요금을 당사에 지불하여야 한다.

## 제3장 계약 변경

## 제12조(계약내용 변경)

당사는 천재지변, 전란, 폭동, 운송·숙박기관 등의 여행서비스 제공 중지, 관공서의 명령, 당초의 운행 계획에 의하지 않은 운송서비스의 제공, 기타 당사가 관여하지 못하는 사유가 생겨 여행의 안전하고도 원활한 실시를 위하여 부득이할 때에는 여행자에게 관여하지 못하는 이유와 당해 사유와의 인과 관계를 미리 설명하고 여행일정, 여행서비스의 내용, 기타 주최여행계약 내용(이하 계약내용이라 함)을 변경할 수 있다. 단 긴급한 경우 부득이할 때에는 변경 후에 설명한다.

## 제13조(여행요금의 변경)

1. 주최여행을 실시함에 있어 이용 운송기관에 적용되는 운임·요금(이하 「적용운임·요금」이라 함)이 현저한 경제 정세의 변화로 주최여행 모집 시점에 유효한 것으로 공시된 적용 운임·요금보다 통상적으로 상정할 수 있는 정도를 크게 넘어 증액 또는 감액됐을 경우 당사는 그 증액 또는 감액된 금액 범위 내에서 여행 요금을 증액 또는 감액할 수 있다.
2. 당사는 전항의 규정에 따라 여행 요금을 증액할 때에는 여행 개시일 전날부터 기산, 소급하여 15일 째 되는 날보다 앞서서 여행자에게 그 취지를 통지한다.
3. 당사는 제1항에 규정된 적용 운임·요금의 감액이 실시될 때에는 동항의 규정에 따라 그 감소액만큼 여행 요금을 감액한다.
4. 당사는 여행에 소요되는 비용의 감소에 수반된 계약 내용의 변경 또는 전조의 규정에 따른

비용 증가를 수반하는 계약내용의 변경(운송·숙박기관 등이 당해 여행서비스를 제공하고 있음에도 불구하고 운송·숙박기관 등의 좌석, 객실, 기타 제 설비의 부족에 따라 발생한 것은 제외)이 있을 때에는 당해 계약내용의 변경 때 그 범위 내에서 여행요금을 변경할 수 있다.

5. 당사는 운송·숙박기관 등의 이용 인원에 따라 여행요금이 달라진다는 것을 계약서에 기재하였을 경우 당사의 귀책 사유가 아닌 이유로 계약성립 후 이용인원이 변경되었을 때에는 계약서에 기재된 대로 여행요금을 변경할 수 있다.

#### 제14조(여행자의 교체)

1. 당사와 주최여행계약을 체결한 여행자는 당사의 승낙을 얻어 계약상 지위를 제3자에게 양도할 수 있다.
2. 여행자는 전항의 규정에 따라 당사의 승낙을 얻고자 할 때에는 당사 소정 양식을 기입한 후 소정의 수수료와 함께 당사에 제출하여야 한다.
3. 제1항의 계약상 지위 양도는 당사의 승낙이 있을 때 효력을 가지며 이후 여행 계약상의 지위를 양수한 제2자는 여행자의 당해 주최여행계약에 관한 일체의 권리 및 의무를 승계하는 것으로 한다.

### 제4장 계약 해제

#### 제15조(여행자의 해제권)

1. 여행자는 언제든지 별표 I에 정하는 취소료를 당사에 지불하고 주최여행계약을 해제할 수 있다.
2. 여행자는 다음 각 호의 경우 전항의 규정에도 불구하고 취소료 없이 여행 개시 전에 주최 여행 계약을 해제할 수 있다.
  - 가. 계약 내용이 변경되었을 때, 단 그 변경이 별표 II에 열거되었거나 기타 중요한 것일 때에만 한한다.
  - 나. 제13조 제2항의 규정에 따라 여행 요금이 증액되었을 때
  - 다. 천재지변, 전란, 폭동, 운송·숙박기관 등의 여행서비스 제공 중지, 관공서의 명령, 기타 사유로 안전하고 원활한 여행 실시가 불가능하거나 불가능하여 질 염려가 매우 클 때
  - 라. 당사가 여행자에 대하여 제10조 제1항의 기일까지 확정서를 교부하지 않았을 때
  - 마. 당사의 귀책 사유로 계약서에 기재된 여행 일정 대로의 여행 실시가 불가능하였을 때
3. 여행자는 여행개시 후 귀책사유가 아닌 이유로 계약서에 기재된 여행서비스를 받을 수 없게 되었을 때 또는 당사가 그 취지를 통고하였을 때에는 제1항의 규정에도 불구하고 취소료 없이 받을 수 없게 된 여행 서비스 부분의 계약을 해제할 수 있다. 이 경우 당사는 여행 요금 중 서비스 받을 수 없게 된 부분의 금액을 환불한다.

## 제16조(당사의 해제권 등 - 여행개시 전 해제)

1. 당사는 다음 각 호의 경우 여행자에게 이유를 설명하고 여행개시 전에 주최여행계약을 해제할 수 있다.
  - 가. 여행자가 당사가 미리 명시한 성별, 연령, 자격, 기능, 기타 여행 참가자 조건을 충족시키지 못한 것으로 판명되었을 때
  - 나. 여행자가 질병 기타 사유로 여행이 어렵다고 인정될 때
  - 다. 여행자가 다른 여행자에게 폐를 끼치거나 단체 여행의 원활한 실시를 방해할 염려가 있다고 인정될 때
  - 라. 여행자 수가 계약서에 기재된 최소 실시 인원 미달하였을 때
  - 마. 스키를 목적으로 하는 여행에 있어 강설량 등 계약 체결 때 명시한 여행실시조건이 채워지지 못할 염려가 매우 클 때
  - 바. 천재지변, 전란, 폭동, 운송·숙박기관 등의 여행서비스 제공 중지, 관공서의 명령, 기타 당사가 관여할 수 없는 사유로 계약서에 기재한 여행 일정 대로 안전하고 원활한 여행 실시가 불가능하거나 불가능하게 될 염려가 매우 클 때
2. 여행자가 제11조 규정대로 계약서에 기재된 기일까지 여행 요금을 지불하지 않을 때에는 그 다음 날로 여행자가 주최여행계약을 해제한 것으로 간주한다. 이 경우 여행자는 전조 제1항에 정한 취소료에 상당한 액수의 위약료를 당사에 지불해야 한다.
3. 당사가 제1항 라호의 사유로 주최여행계약을 해제하려고 할 때에는 여행개시일 전 날부터 기산, 소급해서 국내여행은 13일째(당일여행은 3일째)되는 날보다 앞서서 여행을 중지한다는 뜻을 여행자에게 통지한다.

## 제17조(당사의 해제권 등 - 여행개시 후의 해제)

1. 당사는 다음 각 호의 경우 여행개시 후일지라도 여행자에게 이유를 설명하고 주최 여행 계약의 일부를 해제할 수 있다.
  - 가. 여행자가 질병 기타 사유로 여행을 계속하기 어려울 때
  - 나. 여행자가 안전하고 원활한 여행 실시를 위한 침승원의 지시에 따르지 않는 등 단체 행동의 규율을 문란케 하고 그 여행의 안전하고도 원활한 실시를 방해할 때
  - 다. 천재지변, 전란, 폭동, 운송·숙박기관 등의 여행서비스 제공 중지, 관공서의 명령, 기타 당사가 관여할 수 없는 사유로 여행의 계속이 불가능하여졌을 때
2. 당사가 전항의 규정에 따라 주최 여행 계약을 해제했을 때 당사와 여행자간의 계약 관계는 해제시점 이후 부분만 소멸한다. 이 경우 여행자가 이미 제공받은 여행서비스에 관한 당사의 채무는 유효하게 변제된 것으로 한다.
3. 전항의 경우 당사는 여행 대금 중 여행자가 아직 제공받지 않은 여행 서비스에 관한 부분을

여행자에게 환불한다.

#### 제18조(여행 요금의 환불)

1. 당사는 제13조 제3항 내지 제5항의 규정에 따라 여행 요금이 감액되었을 경우 또는 전3조의 규정에 따른 주최여행계약의 해제로 여행자에게 환불하여야 할 금액이 생겼을 때 여행개시 전 해제로 인한 환불은 해제 다음 날부터 기산하여 7일 이내에, 감액 또는 여행개시 후 해제로 환불할 때에는 계약서에 기재된 여행 종료일 다음날부터 기산하여 30일 이내에 해당 금액을 환불한다. 단 전조 제1항 각 호의 경우로써 주최 여행계약이 해제되었을 때(여행자가 제15조 제1항의 규정에 따라 취소료를 지불하여야 될 경우는 제외)에는 여행 중지로 제공받을 수 없었던 여행서비스 제공에 대하여 취소료, 위약료, 기타 이미 지불하였거나 이제부터 지불하여야 할 비용은 여행자의 부담으로 한다.
2. 전항의 규정은 제23조 또는 제26조의 규정에 따라 여행자 또는 당사가 손해 배상 청구권을 행사하는 것을 방해할 수 없다.

#### 제19조(계약해제 후의 귀로 수배)

1. 당사가 제17조 제1항 가호 또는 다호 규정에 따라 여행개시 후에 주최여행계약을 해제할 때에는 여행자의 요구에 응하여 여행자가 출발지로 돌아가는 데 필요한 여행 서비스의 수배를 맡는다.
2. 전항의 경우 출발지로 돌아가는 여행에 소요되는 모든 비용은 여행자의 부담으로 한다.

### 제5장 여정 관리

#### 제20조(여정 관리)

1. 당사는 여행자의 안전하고도 원활한 여행 실시를 확보하도록 노력하며 여행자에 대하여 다음 각 호의 업무를 행한다. 단 당사가 여행자와 다른 특약을 맺은 경우에는 그러하지 아니하다.
  - 가. 여행 중 여행서비스를 받을 수 없게 될 염려가 있다고 인정될 때에는 주최 여행 계약에 따른 여행 서비스를 확실하게 제공받을 수 있도록 필요한 조치를 강구할 것
  - 나. 전호의 조치를 강구하였음에도 불구하고, 계약 내용을 변경하지 않으면 안 될 때에는 대체 서비스를 수배할 것, 그리고 여행 일정을 변경할 때에는 변경 후의 일정이 당초의 여행 일정에 부합되도록 노력할 것, 그리고 여행서비스 내용을 변경할 때에는 변경 후의 여행 서비스가 당초 서비스와 같은 것이 되도록 노력하는 등 계약 내용 변경이 최소한에 그치도록 할 것

## 제21조(당사의 지시)

여행자는 여행 개시 후 종료까지 단체로 행동할 때에는 여행을 안전하고도 원활하게 실시하기 위한 당사의 지시에 따라야 한다.

## 제22조(참승원 등의 업무)

1. 당사는 여행 내용에 따라 참승원, 기타의 자를 동행시켜 제2조에 기재된 업무와 기타 당해 주최 여행에 부수하여 당사가 필요하다고 인정하는 업무의 전부 또는 일부를 하게 한다.
2. 전항의 참승원과 기타의 자가 업무에 종사하는 시간대는 원칙적으로 8시부터 20시까지로 한다.

## 제6장 책 임

## 제23조(당사의 책임)

1. 주최여행계약을 이행함에 있어 당사 또는 제4조의 규정에 따라 수배를 대행시킨 자가 고의 또는 과실로 여행자에게 손해를 끼쳤을 때에는 그 손해를 배상할 책임이 있다. 단, 손해발생 다음 날부터 기산하여 2년 이내에 당사에 통지가 있었을 때에 한한다.
2. 수하물에 관하여 생긴 전항의 손해에 관하여는 동항의 규정에도 불구하고 손해 발생 다음 날부터 기산하여 국내여행은 14일 이내, 해외여행은 21일 이내에 당사에 통지되었을 때에만 여행자 1명당 15만 엔 한도로 배상한다.

## 제24조(특별 보상)

1. 당사는 전조 제1항에 따른 당사의 책임 유무를 불문하고 별지 특별보상규정에 따라 주최여행 참가 여행자가 생명, 신체 또는 수하물에 입은 일정 손해에 대하여 미리 정해진 액수의 보상금 및 위문금을 지불한다.
2. 전항의 손해에 대하여 당사가 전조 제1항에 따른 책임을 질 때에는 그 책임 정도에 따라 지불하여야 할 손해 배상 금액 한도 내에서 당사가 지불해야 할 전항의 보상금은 당해 손해 배상금으로 간주한다.
3. 전항의 경우 제1항의 규정에 따른 당사의 보상금 지불 의무는 당사가 전조 제1항에 따라 지불하여야 하는 손해배상금(전항 규정에 따라 손해 배상금으로 간주되는 보상금 포함)에 상당하는 금액만큼 감축하는 것으로 한다.
4. 당사의 주최여행에 참가 중인 여행자를 대상으로 별도 여행요금을 받고 실시하는 주최여행에 관하여는 주된 주최여행 계약내용의 일부로 취급한다.

제25조(여정 보증)

1. 당사는 별표 II 좌측란에 기재된 계약 내용의 중요 변경(제13조 제4항 괄호 안 규정 이외의 다음 각 호에 해당하는 변경은 제외함)이 생긴 경우 여행 요금에 별표 II 우측란에 기재된 율을 곱한 액수 이상의 변경 보상금을 여행 종료일 다음 날부터 기산하여 30일 이내에 지불한다. 단, 당해 변경에 있어 제23조 제1항의 규정에 따른 당사의 책임이 발생하는 것이 명백한 경우는 그러하지 아니한다.

가. 다음 사유로 인한 변경

- ㉠ 천재지변
- ㉡ 전란
- ㉢ 폭동
- ㉣ 관공서의 명령
- ㉤ 운송·숙박 기관 등의 여행 서비스 제공 중지
- ㉥ 당초의 운송 계획에 의하지 않은 운송 서비스 제공
- ㉦ 여행 참가자의 생명 또는 신체의 안전 확보를 위해 필요한 조치

나. 제15조 내지 제17조의 규정에 따라 주최여행계약이 해제되었을 때 해제된 부분에 관련되는 변경

2. 당사가 지불하여야 하는 변경 보상 금액은 여행자 1명, 1주최 여행 당 여행 요금에 당사가 정하는 15% 이상의 율을 곱한 액수를 상한으로 한다.

여행자 1명당 1주최 여행에 지불하여야 할 변경보상금액이 1천 엔 미만일 때에는 변경 보상금을 지불하지 않는다.

3. 당사가 제1항의 규정에 따라 변경 보상금을 지불한 후 당해 변경에 관하여 제23조 제1항 규정에 따르는 책임이 발생하는 것이 명백하여진 경우 여행자는 변경보상금을 당사에 반환하여야 한다. 이 경우 당사는 당사가 지불하여야 할 손해배상금액과 여행자가 반환하여야 할 변경 보상금액을 상쇄한 잔액을 지불한다.

제26조(여행자의 책임)

여행자의 고의 또는 과실로 당사에 손해를 입었을 때에는 당해 여행자는 손해를 배상해야 한다.

제7장 변제업무보증금

제27조(변제업무보증금)

1. 당사는 사단법인 일본여행업협회의 보증 사원이다.
2. 당사와 주최여행계약을 체결한 여행자는 당사와의 거래로 생긴 채권에 관하여 사단법인 일본

여행업협회가 공탁하고 있는 변제업무보증금에서 ○엔까지의 변제를 받을 수 있다.

3. 당사는 여행업법 제22조의 10 제1항의 규정에 따라 사단법인 일본여행업협회에 변제업무보증금 분담금을 납부하고 있기 때문에 동법 제7조 제1항에 규정한 영업 보증금을 공탁하지 않고 있다.

## 별표 I. 취소료(제15조 제1항 관계)

### 1. 국내 여행 취소료

구 분	취 소 료
1. 전세 선박 이외의 주최 여행 계약	
ㄱ. 여행 개시일 전날부터 기산, 소급하여 20일 째(당일 여행은 10일 째) 되는 날 이후 해제하는 경우	여행 요금의 20% 이내
ㄴ. 여행 개시일 전날부터 기산, 소급하여 7일 째 되는 날 이후 해제하는 경우	여행 요금의 30% 이내
ㄷ. 여행 개시일 전날 해제하는 경우	여행 요금의 40% 이내
ㄹ. 여행 개시 당일 해제 또는 연락 없이 불참하는 경우	여행 요금의 50% 이내
ㅁ. 여행 개시 후 해제 또는 연락 없이 불참하는 경우	여행 요금의 100% 이내
2. 전세 선박을 이용한 주최 여행 계약은 당해 선박의 취소료 규정에 따른다.	
* 비고 : 취소료 액수는 계약서에 명시한다.	

### 2. 해외 여행 취소료

구 분	취 소 료
1. 출국 떠나 귀국 때 항공기를 이용하는 주최 여행 계약	
ㄱ. 여행 개시일이 최고 성수기(Peak)인 경우로써 여행 개시일 전날부터 기산, 소급하여 40일 째 되는 날 이후 해제하는 경우	여행 요금의 10% 이내
ㄴ. 여행 개시일 전날부터 기산, 소급하여 30일 째 되는 날 이후 해제하는 경우	여행 요금의 20% 이내
ㄷ. 여행 개시일 전전날 이후 해제하는 경우	여행 요금의 50% 이내
ㄹ. 여행 개시 후 해제 또는 연락 없이 불참하는 경우	여행 요금의 100% 이내



(계속)

구 분	취 소 료
2. 전세 항공기를 이용하는 주최 여행 계약 ㄱ. 여행 개시일 전날부터 기산, 소급해서 90일 째 되는 날 이후 해제하는 경우 ㄴ. 여행 개시일 전날부터 기산, 소급해서 30일 째 되는 날 이후 해제하는 경우 ㄷ. 여행 개시일 전날부터 기산, 소급해서 20일 째 되는 날 이후 해제하는 경우 ㄹ. 여행 개시일 전날부터 기산, 소급해서 3일 째 되는 날 이후 해제 또는 연락 없이 불참하는 경우  3. 출국시 또는 귀국시 선박을 이용하는 주최 여행 계약은 당해 선박의 취소료 규정에 따른다.	여행 요금의 20% 이내 여행 요금의 50% 이내 여행 요금의 80% 이내 여행 요금의 100% 이내
* 주 : 최고성수기(Peak)란 12월 20일부터 1월 7일 까지, 4월 27일부터 5월 6일 까지, 7월 20일부터 8월 31일 까지를 말함	
* 비고 : 취소료 액수는 계약서에 명시함	

## 별표 II. 변경 보상금(제25조 제1항 관계)

변경 보상금을 지불해야 하는 변경	여행 개시 전	여행 개시 후
1. 계약서에 기재된 여행 개시일 또는 여행 종료일의 변경	1.5%	3.0%
2. 계약서에 기재된 입장하는 관광지 또는 관광 시설(레스토랑 포함) 기타 여행 목적지의 변경	1.0%	2.0%
3. 계약서에 기재된 운송 기관 등급 또는 설비의 낮은 요금 등급으로의 변경(변경 후 등급 및 설비의 요금 합계액이 계약서에 기재된 등급 및 설비를 밑돌 때에 한한다.)	1.0%	2.0%
4. 계약서에 기재된 운송 기관의 종류 또는 회사명 변경	1.0%	2.0%
5. 계약서에 기재된 숙박 기관의 종류 또는 명칭 변경	1.0%	2.0%
6. 계약서에 기재된 숙박 기관의 객실 종류, 설비 또는 경관의 변경	1.0%	2.0%
7. 전 각 호의 변경 가운데 계약서의 투어 타이틀 중에 기재됐던 사항의 변경	2.5%	5.0%
주1 : 「여행 개시 전」이란 당해 변경에 관해서 여행 개시일 전날까지 여행자에게 통지한 경우이고 「여행 개시 후」란 당해 변경에 관해서 여행 개시 당일 이후 통지한 경우를 말함		
주2 : 제4호 또는 제6호의 변경이 1승차선 또는 1박 중 복수로 일어난 경우라 해도 1변경으로 취급한다.		
주3 : 제7호의 변경에 관해서는 제1~6호를 적용하지 않고 제7호에 따른다.		

## 2. 외국 기업의 중국 장기 주재 관광 대표처 설립시의 심사 비준 관리 방법

### 외국기업의 중국장기주재 관광대표처 설립시의 심사비준 관리방법

#### 제1조

국제관광교류와 협작을 촉진하고 외국기업이 중국에 장기주재 관광대표처를 설립할 때의 심사 비준과 관리의 강화를 위하여 “중화인민공화국 국무원 외국기업 장기주재 대표기구 관리에 관한 잠정 규정”에 따라 본 방법을 채택한다.

#### 제2조

외국기업이 중국에 설립하는 관광 장기주재기구는 관광자문, 연락과 홍보 등 비영리성 사무기구이며 국가지정회사 외에는 인바운드와 아웃바운드 업무 경영을 하지 못하며 직접 또는 간접적으로 어떠한 경영 활동도 하여서는 안되며 반드시 심사비준 관리기관의 심사와 감독을 받아야 한다.

#### 제3조

중국에 관광 장기주재기구 설립을 신청하려는 외국 기업은 반드시 아래의 조건을 구비하여야 한다.

1. 본국에서 법인 등기를 받은 기업으로 등기 경영 범위 중 관광 항목이 있어야 함
2. 신용이 우수하고 본국의 여행업협회나 유사 조직의 정식 성원이어야 함
3. 중국 관광 업무 경력이 2년 이상 되어야 하며 연간 송객량이 2000여명 이상이 되어야 함

#### 제4조

외국기업이 중국 장기주재 관광기구 설립을 신청할 때 반드시 아래와 같은 서류와 자료 및 그 중문 번역문을 제출하여야 한다.

1. 당 기업 회장 또는 사장이 서명한 신청서 내용에는 기구이름, 업무범위, 대표인 수, 장기주재 기한, 주재 주소 등이 포함되어야 함
2. 본국의 유관기관에서 제출한 영업허가 복사본과 관광업무경영의 문서증
3. 본국의 여행사협회 또는 유사조직에서 발급한 회원증 복사본
4. 당 기업과 거래 실적이 있는 금융 기구가 발급한 자본신용증명
5. 당 기업의 회장 또는 총 경리가 서명한 장기주재 수석대표, 대표의 위임장과 매 개인의 이

력서, 사진 및 신분 증명

6. 당 기업의 소개, 경영 역사와 업적, 책임자 조직 구조, 중국과의 관광업무전개 등 정황

#### 제5조

외국기업이 중국 장기주재 관광대표기구를 설립하려면 중국측 국제여행사의 추천이 필요하며 그 여행사가 대신하여 중국 국가 여유국에 신청을 제출한다. 그 방법은 :

1. 지방 국제 여행사에서 추천할 시에는 당지의 성, 자치구, 직할시 여유국의 심사 기준을 받은 후 국가여유국에 신청함
2. 중앙여행사에서 추천할 시에는 직접 국가여유국에 신청함
3. 중국국가여유국의 심사기준을 받은 후 비준서를 발급 받으며 장기주재 유효기간을 정함

#### 제6조

추천 회사는 반드시 아래와 같은 조건이 구비되어야 한다.

1. 중국국가여유국에서 비준한 국제여행사여야 함
2. 피 추천 기업과 1년 이상의 여행사 업무 협력 관계가 있어야 함
3. 추천서를 제출하여 피 추천기업이 조직한 중국방문 해외여행자 수와 자금결제신용 등 정황을 설명하여야 함
4. 추천사는 허위 증명을 제출하여서는 안되며 위반할 경우는 추천 자격을 취소함

#### 제7조

추천사는 심사비준 관리기관을 도와 해당 장기주재 관광기구에 대하여 감독할 의무가 있으며 위법행위나 규정위반 등 행위를 발견할 경우에는 제 때에 권유하고 보고하여야 한다.

#### 제8조

장기주재 관광기구의 사무실은 당지 시 인민 정부가 허용하는 구역 내에 한한다.

#### 제9조

장기주재 관광기구는 제5조의 규정에 의거하여 비준을 받은 후 비준을 받은 날부터 30일 이내에 비준서를 가지고 해당 지역의 성급 공상 행정관리기관이 가서 등기 수속을 하고 등기증을 받아야 함. 당 기구의 외국국적 대표와 가족은 비준서를 가지고 당지 공안 기관에 장기거류 수속을 하고 거류증을 받아야 한다.

당 기구는 규정에 따라 등기수속과 거류증 수속을 밟은 후 등기증, 거류증 및 장기 주재 주소, 연락 전화 등을 중국국가여유국에 보고하여 기록하여야 한다.

## 제10조

장기주재 관광기구가 기구명칭, 대표인원, 장기주재기한 등을 변경할 경우는 반드시 변경일 30일 이전에 해당기관에 당 기업 회장 또는 사장이 서명한 신청서를 제출하고 원 절차에 따라 중국 국가 여유국의 비준을 받는다. 비준을 받은 후 비준서를 가지고 당지 등기기관과 공안기관에 가서 등기수속과 서류증 변경수속을 밟는다. 주재주소변경 시에는 관련 수속을 밟은 후 결과를 중국국가여유국에 보고하여 기록한다.

## 제11조

장기주재 관광기구의 해외파견인원과 당지고용인원은 다음과 같은 요구에 부합되어야 한다.

1. 해외파견인원 총수는 5명을 초과 못함
2. 그 추천 회사의 직원을 대표로 고용할 경우는 추천사와 중국국가여유국의 비준을 받고 비준서를 가지고 당지 인민정부가 지정한 외사 복무회사와 공상관리국에 가서 등기수속을 마쳐야 함
3. 국내 공직인원을 대표로 고용할 경우는 반드시 외사 복무회사에 가서 등기한 후 중국국가여유국에 보고하여 기록함
4. 외국기업 복무회사의 직원을 대표로 고용할 경우 필히 당 회사 인사 부문의 증명을 받고 규정에 따라 등기 수속을 하여야 함
5. 현지직원 고용 시에는 중국정부주관 부문의 외국기업 장기주재기구 직원고용 유관 규정에 따라 수속을 마쳐야 함

## 제12조

중국국가여유국은 심사비준 기관으로서 중국의 해당 법규에 따라 장기주재 관광기구(아래 해외기구)에 대한 관리를 책임지며 아래와 같은 직책을 수행한다.

1. 중앙급 여행사에서 추천한 해외기구를 직접 관리하며 해당 성, 자치구, 직할시 관광 관리 부문에 지방 국제여행사가 추천한 해외기구를 관리하도록 위탁함
2. 해외기구의 일상 활동을 감독하고, 조사, 방문하여 자문서비스를 제공함
3. 해외기구 연도보고에 대한 연도검사를 행함
4. 기타 유관부문과 협조하여 적시에 상황을 교류하고 문제 해결을 연구하여야 함

## 제13조

해외기구 및 그 직원들의 중국 내에서의 일체 활동은 모두 본 방법과 중국의 기타 유관법규를 준수하여야 한다. 위반 행위가 있을 시에는 중국국가여유국에서 유관부문 또는 유관 성, 자치구, 직할시 여유국과 공동으로 당 기관에 대해 의법 처리한다.

1. 본 방법에 따라 등기 수속을 밟지 않았거나 임의로 관광기구나 기타 위법기구를 설립하였을 때에는 즉시 업무 금지를 명령하여 정황에 따라 벌금을 부과함
2. 제2조의 규정을 어기고 영업활동을 하였을 경우는 그 영업활동 금지를 명령하고 불법 소득을 몰수한다. 사안이 엄중한 자에 대해서는 당 기구의 등기를 취소함
3. 사사로이 직원을 고용하고 정당한 이유 없이 연기 수속을 밟지 않거나 임의로 주재주소를 변경하였을 경우는 연도 검사에 불합격한 것으로 간주하고 벌금을 부과함
4. 연속 2년 연도 검사에 불합격한 해외기구에 대하여는 변경 신청을 비준하지 않음
5. 이상 위법사실이 있는 해외기구에 대하여는 일반적인 제재를 가하는 외에 사안에 따라 결과를 신문에 공개하고 해당국의 정부 관광관리부문이나 여행사 협회에 통보해야 함

#### 제14조

해외기구가 사전에 장기주재를 끝낼 경우는 마감일 30일 이전에 서면으로 유관기관에 통지하여야 하며 세무 및 기타 유관사항을 정리한 후 비준서를 반납하고 원 등기기관에 등기 취소수속을 밟는다.

해외기구가 끝내지 못한 사항에 대하여는 그 기구가 소속된 외국 기업(본사)에서 계속 책임을 진다.

#### 제15조

외국기업의 중국관광대표처, 판사처, 사무소, 연락소, 또는 기타 명의의 장기주재 관광기구는 모두 본 방법에 해당된다.

#### 제16조

홍콩, 마카오 지역의 중국주재 관광기구 설립도 상기 규정을 참고로 한다.

#### 제17조

본 방법은 공포 당일부터 시행된다.

#### 제18조

본 방법은 중국 국가 여유국에서 해설한다.

## 3. 전문가 대상 설문지

## 『여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 검토』를 위한 의견조사

- 전문가 대상 -

		-		
--	--	---	--	--

안녕하십니까?

한국관광의 발전을 위해 힘쓰시는 전문가 여러분의 노고에 감사드립니다.

우리 연구원은 문화관광부의 정책연구기관으로서 “여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 검토” 연구를 수행하고 있습니다.

본 설문조사는 관광분야 수위의 전문가를 대상으로 전문가의 견해를 참고하기 위한 것으로 선생님의 응답내용은 여행업 관련 정책 개선에 밑거름이 될 것입니다. 바쁘시더라도 협조하여 주시기 바라며 본 연구 결과의 분석자료가 나오는 즉시 선생님께 발송해 드릴 것을 약속드리겠습니다.

감사합니다.

한국관광연구원장 이 연 택

※기입하신 설문지는 5월 9일까지 FAX로 보내주시면 감사하겠습니다.

담당자 : 연구2팀 김 상 태 연구위원

주 소 : (우)110-062 종로구 신문로2가 1-38 내자빌딩

연락처 : TEL 3704-0620 / FAX 723-3015~6

여행수배업은 일반여행업체나 국외여행업체를 대상으로 현지 상품의 소개, 현지 정보의 제공, 지상비(여행경비) 산출, 현지 예약, 현지의 가이드 업무 등 해외여행과 관련된 각종 알선업무를 주로 수행하는 업을 말합니다.

정확한 통계는 없으나 현재 전국적으로 800여 개의 수배업체가 영업중인 것으로 추측이 되며 이 중 여행수배업협회(KOTA)에 등록되어 있는 업체는 140개 정도로 추측됩니다.

이와 관련 정부는 1994년 여행수배업(당시 외국 여행업자의 연락사무소)을 신고대상업종으로 관광진흥법에 규정함으로써 건전한 업종관리를 유도하였으나, 행정력의 부족과 구체적인 법제도의 미비로 실효성을 거두지 못함에 따라, 1999년 규제개혁 차원에서 관련 조항을 관광진흥법에서 삭제한 바 있습니다.

그러나 여행수배업협회(KOTA)가 여행수배업의 제도권 내 재편입을 정부에 요구하게 되어 이에 대한 타당성 정도를 판단하고자 합니다.



&lt; 계속 &gt;

편 의					
◦ 어차피 현존하는 영업부문을 인정함으로써 불법영업체의 난립을 방지하고 시장질서를 교란시키는 원인을 제거시킬 수 있다.					
◦ 제도권편입을 요청하는 수배업체들의 압력이 감소할 것이다.					
◦ 회계처리가 투명해지면서 세수가 증대하고 탈세가 저감될 것이다.					
◦ 유통구조가 투명해지면서 행정관리가 수월해질 것이다.					
◦ 관련 업종에 종사하는 해외동포의 고용지위를 보장하여 줄 수 있을 것이다.					
◦ 보신관광, 호화관광 등의 불건전한 해외관광행태가 줄어들면서 현지의 거래질서와 국가적 이미지가 확립될 것이다.					
◦ 법적 근거가 마련되는 업종의 증가로 일반국민의 고용기회가 증대할 것이다.					
◦ 기타의견이 있으면 적고 평가하여 주십시오. ( )					

&lt; 기존 일반여행업체와 국외여행업체 &gt;

항 목	전혀 그렇지 않다.	그렇지 않다	그저 그렇다	그렇다	매우 그렇다
비 용					
◦ 수배업체와의 거래에 있어 부가가치세 등의 각종 세금이 부과될 것이다.					
◦ 법적으로 유통구조가 한단계 추가되면서 여행상품의 가격이 상승하고 매출이 감소할 것이다.					
◦ 기존 여행업체의 수배업체에 대한 우월적 지위가 감소될 것이다.					
◦ 기타의견이 있으면 적고 평가하여 주십시오. ( )					
편 의					
◦ 보신관광, 호화관광 등의 감소로 인하여 여행상품이 건전해지고 신뢰도가 상승할 것이다.					
◦ 여행업체의 경쟁력이 국제적으로 강화될 것이다.					
◦ 기타의견이 있으면 적고 평가하여 주십시오. ( )					



## &lt; 여행수배업체 &gt;

항 목	전혀 그렇지 않다.	그렇지 않다	그저 그렇다	그렇다	매우 그렇다
비 용					
◦ 회계처리가 투명해지면서 납부하여야 할 세금이 증가할 것이다.					
◦ 여행도매업으로서 개별여행객과의 거래가 금지되면서 과외소득이 줄어들 것이다.					
◦ 행정관리대상이 됨으로 인하여 여러 가지 규제와 통제의 대상이 될 것이다.					
◦ 기존에는 여행사고에 대한 법적 책임이 여행사 측에 있었으나 제도권내로 들어오게 되면 이에 대한 보상을 분담하여야 할 것이다.					
◦ 자본금, 등록비, 보증보험료 등 각종 등록비용을 부담하여야 할 것이다.					
◦ 기타의견이 있으면 적고 평가하여 주십시오. ( )					
편 입					
◦ 정부나 언론에 대한 제도권편입을 위한 노력비용이 감소될 것이다.					
◦ 법적인 근거가 마련되어 여행업체와의 거래에 있어 위상이 정립될 것이다.					
◦ 의료보험, 국민연금 등으로 인한 각종 사회보장문제가 해결되어 직원들의 사기가 증대될 것이다.					
◦ 기존 여행업체들로부터 부당하게 피해를 보던 여러 가지 사항(금전적·심적 피해)에 대하여 법적인 청구권이 생길 것이다.					
◦ 정상가격이 형성됨으로써 정상이윤확보가 가능할 것이다.					
◦ 수배업계에 편입되기 위한 장벽이 생김으로써 부실한 수배업체의 난립을 막을 수 있을 것이다.					
◦ 기타의견이 있으면 적고 평가하여 주십시오. ( )					

## &lt; 해외여행 관광객 &gt;

항 목	전혀 그렇지 않다.	그렇지 않다	그저 그렇다	그렇다	매우 그렇다
비 용					
◦ 가격 정상화로 인하여 전반적인 해외여행상품의 가격이 상승할 것이다.					
◦ 기타의견이 있으면 적고 평가하여 주십시오. ( )					
편 의					
◦ 유통구조가 투명해지면서 상품의 질이 향상될 것이다.					
◦ 쇼핑강요, 일방적인 현지 옵션의 변경 등 각종 여행 불편요소가 감소된다.					
◦ 기타의견이 있으면 적고 평가하여 주십시오. ( )					

3. 2번의 주장으로 판단해 볼 때 아래와 같이 일반여행업과 국외여행업, 국내여행업으로 분류되어 있는 현행 여행업의 종류에 여행수배업이 추가되는 것에 대하여 어떻게 생각하십니까?

현 행	수 정
<p>관광진흥법 시행령</p> <p>제 2 조 (관광사업의 종류) 관광진흥법(이하 “법”이라 한다) 제 3 조 제 2 항의 규정에 의하여 관광사업의 종류를 다음과 같이 세분한다.</p> <p>1. 여행업의 종류</p> <p>가. 일반여행업 :</p> <p>나. 국외여행업 :</p> <p>다. 국내여행업 :</p>	<p>관광진흥법 시행령</p> <p>제 2 조 (관광사업의 종류) 관광진흥법(이하 “법”이라 한다) 제 3 조 제 2 항의 규정에 의하여 관광사업의 종류를 다음과 같이 세분한다.</p> <p>1. 여행업의 종류</p> <p>가. 일반여행업 :</p> <p>나. 국외여행업 :</p> <p>다. 국내여행업 :</p> <p>라. 여행수배업 :</p>

① 찬성한다

② 반대한다

③ 잘 모르겠다















- ⑤ 항공사, 호텔, 정부 관광관련 기구 등 관련 있는 홈페이지에 링크되어 있다.
- ⑥ 홈페이지에 항공사, 호텔, 정부 관광관련 기구 등 관련 있는 홈페이지를 링크하여 놓았다.
- ⑦ 업무에 필요한 정보를 검색하는 정도이다.
- ⑧ 기타 ( )

22. 귀 업체 직원들의 인터넷 이용과 관련한 문항입니다. 해당하는 항목에 '√'표 해 주십시오.(☞ 복수응답 가능)

- ① 전 직원이 인터넷을 다룰 수 있다.
- ② 인터넷 등 각종 정보화 업무와 관련된 전문직원을 따로 채용하고 있다.
- ③ 인터넷을 통해 현지의 정보 등을 자주 접하는 편이다.
- ④ 현지의 업체와 E-mail을 주고받으며 정보를 교환하기도 한다.
- ⑤ 업무상 인터넷 활용 빈도가 낮다.
- ⑥ 기타 ( )

23. 많은 관광관련 전문가들은 전자상거래의 확산과 인터넷 사용인구의 증가 등으로 인하여 향후 여행업계의 미래가 매우 불투명하다고 예측하고 있습니다. 이 같은 주장에 대한 귀 업체의 의견은 어떠십니까?

- ① 기존의 여행사들은 5년 내 거의 사라지고 새로운 형태의 여행관련 거래업체가 나타날 것이다.
- ② 영업활동이나 내용에 상당한 변화는 있겠지만 여행사의 존재 자체에는 큰 영향을 미치지 못할 것이다.
- ③ 여행사의 상당수가 줄어들고 자본금이 바탕이 되는 대기업관련 여행사나 특정 대형업체만이 살아남을 것이다.
- ④ 현재와 별다른 변화가 없을 것이다.
- ⑤ 기타 ( )

24. 귀 업체는 외국여행사들의 국내 진출이 국내 여행업계에 어느 정도의 영향을 줄 것이라고 생각하고 있습니까?

- ① 아무런 영향을 주지 못할 것이다.
- ② 현재까지는 괜찮으나 앞으로 영향을 줄 것이다.
- ③ 국내 여행업체끼리의 경쟁과 그리 달라질 것은 없을 것이다.
- ④ 여행업계의 영세성에 따라 어느 정도의 영향은 있겠지만 심각하지는 않을 것이다.
- ⑤ 매우 심각한 피해를 줄 것이다.

25. 귀 업체의 연 매출규모는 얼마입니까? 1999년을 기준으로 답하여 주십시오.

(                      )원

26. 귀 업체의 업종은 무엇입니까?

① 일반여행업      ② 국외여행업

27. 귀 업체는 해외지사를 개설하고 있습니까?

① 예      ② 아니오(☞ 29번으로 가십시오.)

28. 개설하고 있다면 개설된 국가명을 적어주십시오.

$$(\quad)$$

29. 귀 업체의 종사원은 몇 명입니까? 해외지사가 개설되어 있다면 모두 포함하여 적어주십시오.

( )명

30. 향후 여행업계의 발전을 위한 조언을 부탁드립니다.

--

5. 여행수배업체 대상 설문지

『여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 검토』를 위한 의견조사

- 여행수배업체 -

		-		
--	--	---	--	--

안녕하십니까?

한국관광연구원은 문화관광부의 정책연구기관으로서 정부의 관광정책수립지원 및 관광산업 발전을 위한 각종 정책개발연구를 전담하여 수행하고 있습니다.

본 조사는 당 연구원에서 현재 수행하고 있는 “여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 검토” 연구의 효율적 추진을 위한 여행수배업체 의견조사입니다.

응답해 주신 내용은 연구에 반영되어 우리 나라 여행업의 경쟁력 강화에 기여하게 될 것이며, 본 설문지는 연구의 기초자료로만 이용되고 대외적으로 공개되지 않을 것입니다.

본 연구를 위하여 협조하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

한국관광연구원장 이 연 택

※기입하신 설문지는 5월 9일까지 FAX로 보내주시면 감사하겠습니다.

담당자 : 연구2팀 김 상 태 연구위원

주 소 : (우)110-062 종로구 신문로2가 1-38 내자빌딩

연락처 : TEL 3704-0620 / FAX 723-3015~6

1. 귀 업체는 외국 현지에 여행업체 등록 또는 등록업체와 계약되어 있습니까?

① 등록되어 있다      ② 등록업체와 계약되어 있다      ③ 기타 (                      )

2. 귀 업체는 국내에서 어떠한 형태의 업체로든 등록을 하고 있습니까?(사업자등록증)

① 예(☞ \_\_\_\_\_업체로 등록하고 있다)      ② 아니오

3. 귀 업체와 거래하는 국내 여행사는 몇 개입니까?

(                      )업체

4. 귀 업체가 담당하는 지역은 어느 곳입니까?(☑ 복수라면 모두 적어 주십시오.)  
( )

5. 귀 업체는 여행사와의 거래시 주로 어떤 지불방식을 택하고 있습니까?

- ① 업무 처리 전 현금 선금 혹은 완불 받음    ② 업무 처리 후 현금 지급 받음  
③ 업무 처리 전 어음 선금 혹은 완불 받음    ④ 업무 처리 후 어음 지급 받음  
⑤ 업무 처리 전 해외 송금으로 선금 혹은 완불 받음  
⑥ 업무 처리 후 해외 송금 받음    ⑦ 기타 ( )

6. 귀 업체는 여행사와의 거래에 있어서 불평등한 거래를 했던 사실이 있습니까?

- ① 예    ② 아니오(☑ 8번으로 가십시오.)

7. 불평등한 거래의 사실이 있었다면 다음 중 어떤 것입니까?(☑ 복수응답 가능)

- ① 결제대금이 제때 지급되지 않은 적이 있다.  
② 계약은 현금으로 하였으나 막상 지급은 어음으로 받은 적이 있다.  
③ 예치금을 두라고 강요받은 적이 있다.  
④ 상품에 대한 소비자의 불만족 등 여러 가지 이유로 인하여 결제대금을 지급받지 못한 적이 있다.  
⑤ 기타(☑ 구체적으로 적어주십시오.)

8. 귀 업체는 거래하는 여행사와의 판매통계자료나 거래장부를 가지고 있습니까?

- ① 예    ② 아니오

9. 귀 업체의 가격결정은 어떤 방식으로 이루어집니까?

- ① 원가대로 계산한 후 일정액으로 정해놓은 수수료를 더한다.  
② 원가대로 계산하지만 성·비수기 등 때에 따라 수수료는 다르게 적용한다.  
③ 여행사의 요구에 맞추어주는 편이다.  
④ 기타 ( )

10. 귀 업체는 현재 거래하는 여행사를 어떤 경로를 통하여 알게 되었습니까?

- ① 여행관련매체의 광고를 통해    ② 동종업계 종사자의 소개로 인해



16. 다음은 여행수배업이 제도권에 편입되었다고 가정할 경우 귀 업체와 직접적인 연관이 있을 것으로 예상되는 항목들입니다. 의견과 일치하는 곳에 '√'표 해 주십시오.

항 목	전혀 그렇지 않다.	그렇지 않다	그저 그렇다	그렇다	매우 그렇다
◦ 회계처리가 투명해지면서 납부하여야 할 세금이 증가할 것이다.					
◦ 여행도매업으로서 개별여행객과의 거래가 금지되면서 과외소득이 줄어들 것이다.					
◦ 행정관리대상이 됨으로 인하여 여러 가지 규제와 통제의 대상이 될 것이다.					
◦ 기존에는 여행사고에 대한 법적 책임이 여행사 측에 있었으나 제도권 내로 들어오게 되면 이에 대한 보상을 분담하여야 할 것이다.					
◦ 자본금, 등록비, 보증보험료 등 각종 등록비용을 부담하여야 할 것이다.					
◦ 정부나 언론에 대한 제도권편입을 위한 노력비용이 감소될 것이다.					
◦ 법적인 근거가 마련되어 여행업체와의 거래에 있어 위상이 정립될 것이다.					
◦ 의료보험, 국민연금 등으로 인한 각종 사회보장문제가 해결되어 직원들의 사기가 증대될 것이다.					
◦ 기존 여행업체들로부터 부당하게 피해를 보던 여러 가지 사항(금전적·심적 피해)에 대하여 법적인 청구권이 생길 것이다.					
◦ 정상가격이 형성됨으로써 정상이윤확보가 가능할 것이다.					
◦ 수배업계에 편입되기 위한 장벽이 생김으로써 부실한 수배업체의 난립을 막을 수 있을 것이다.					
◦ 기타의견이 있으면 적고 평가하여 주십시오. ( )					

17. 귀 업체는 해외의 정보에 관한 소스를 얻기 위하여 어떤 방법을 주로 이용하십니까?

- ① 인터넷      ② 타 수배업체      ③ 관련매체(신문/잡지/각종 인쇄물 등)  
④ 현지 방문      ⑤ 현지 교민      ⑥ 기타 ( )

18. 귀 업체는 5년 내 수배업종의 생존 가능성에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 긍정적이다      ② 부정적이다

19. 귀 업체는 10년 내 수배업종의 생존 가능성에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 긍정적이다      ② 부정적이다

20. 귀 업체의 창업 연도는 언제입니까?

(                      )년

21. 귀 업체의 연 매출규모는 얼마입니까? 1999년을 기준으로 답하여 주십시오.

(                      )원

22. 귀 업체의 종사원은 몇 명입니까?

(                      )명

23. 귀 업체는 일반여행업 혹은 국외여행업도 겸하고 계십니까?

- ① 예      ② 아니오

24. 귀 업체는 국세나 지방세 등의 세금을 납부하고 있습니까?

- ① 예      ② 아니오(☞ 26번으로 가십시오.)

25. 세금을 납부하고 있다면 납부항목과 납부규모(연 규모)를 적어주십시오.

--

26. 향후 여행업계의 발전을 위한 조언을 부탁드립니다.

--

---

저자약력

---

김 상 태(金 相 兌)

現在 한국관광연구원 연구위원

---

여행수배업의 제도권 편입에 대한 타당성 검토

---

발행인	이 연 택
발행처	한국관광연구원 서울시 종로구 신문로2가 1-38 내자빌딩 전화: 02-3704-0600 팩스: 02-723-3015~6 <a href="http://www.ktri.re.kr">http://www.ktri.re.kr</a>
인쇄일	2000년 6월 30일
발행일	2000년 6월 30일
인쇄인	라인피아

---