

세계 호텔산업의 동향과 미래연구

2012. 3

연구기관

(사)한국지역문화콘텐츠연구원

연구진

연구책임자

서병로 (한국지역문화콘텐츠연구원 원장)

공동연구자

고정민 (홍익대학교 문화예술경영학과 교수)

오은주 (한국지역문화콘텐츠연구원 수석연구원)

연구원

김혜리 (한국지역문화콘텐츠연구원 연구위원)

목 차

제1장 서 론	1
제1절 연구의 추진배경	3
제2절 연구범위와 내용	4
제2장 세계 호텔산업의 현황	7
제1절 세계 호텔산업의 정의와 역사	9
1. 호텔산업의 정의와 기능	9
2. 호텔산업의 역사	11
3. 호텔산업의 분류	12
4. 호텔산업의 특징	16
제2절 세계 호텔산업의 현황	18
1. 세계 호텔산업의 주요지표	18
2. 주요 국가별 호텔산업 현황	24
1) 미국의 호텔산업	24
2) 영국의 호텔산업	30
3) 일본의 호텔산업	38
제3절 세계 호텔산업 관련 정책동향	47
1. 인도의 호텔산업 정책	47
2. 일본의 호텔산업 정책	50
3. 중국의 호텔산업 정책	53
제3장 국내 호텔산업의 현황	55

제1절 국내 호텔산업의 역사와 연혁	57
제2절 국내 호텔산업의 현황	58
1. 국내 호텔산업의 규모	58
2. 국내 호텔 이용 현황	61
제3절 국내 호텔산업 관련 정책동향	69
1. 중저가 호텔 활성화 방안	69
2. 호텔 공급 확대를 위한 방안	72
 제4장 호텔산업의 트렌드 및 키워드	 77
제1절 세계 호텔산업의 트렌드 및 키워드	79
1. 중저가호텔(Budget Hotel) 브랜드의 성장	79
2. 고급호텔과 중저가호텔 간의 양극화 심화	83
3. 무인 자동화 시스템의 도입	85
4. 지속가능한 친환경호텔의 성장	87
5. 인구 고령화와 의료관광의 발전	91
제2절 국내 호텔산업의 트렌드 및 키워드	94
1. 외래관광객의 급증으로 인한 호텔 공급 부족 현상	94
2. 외국계 중저가 체인호텔의 활발한 진입	97
3. 국내호텔업계의 글로벌 체인화	101
4. 한류관광객의 증가로 인한 호텔의 운영 방식 변화	103
5. 대(對) 중국 시장의 확대	105
6. 비객실부분의 수입 확대	108
7. 타 산업과의 연계 산업 창출	110
 제5장 주요 호텔 운영 사례	 113
제1절 체인호텔(Chain Hotel)	115

1. 힐튼 호텔(Hilton Hotel).....	115
2. 인터콘티넨탈 호텔(Intercontinental Hotel).....	118
3. W 호텔(W Hotel).....	120
제2절 중저가 체인호텔	123
1. 이비스 호텔(ibis Hotel).....	123
2. 베스트웨스턴(Best Western International, Inc.).....	127
3. 홀리데이 인(Holiday Inn).....	130
 제6장 시사점 및 제언	 133
 참고문헌	 143

그림 목차

<그림 2-1> 호텔의 정의 및 기능	10
<그림 2-2> 현대호텔의 기능	10
<그림 2-3> 세계 호텔산업 규모(객실 수)	19
<그림 2-4> 세계 호텔산업 주요지표별 변동률(2010-2011)	21
<그림 2-5> 2011년도 세계호텔산업 주요 지표	21
<그림 2-6> 2011년도 주요 도시 호텔산업 지표 변동률	22
<그림 2-7> 대륙별 체인호텔 증감율(2010년 기준)	23
<그림 2-8> 2011년 객실규모별 체인호텔 규모	23
<그림 2-9> 2000~2010년 미국 호텔 수 변화추이	25
<그림 2-10> 2000~2010년 미국 호텔산업 시장규모	26
<그림 2-11> 장소별 미국 호텔산업	28
<그림 2-12> 규모별 미국 호텔산업	28
<그림 2-13> 요금별 미국 호텔산업	28
<그림 2-14> 2000~2008년도 가용객실당수입 증가율	29
<그림 2-15> 2008년 지역별 객실이용률 변화추이	29
<그림 2-16> 2008년 지역별 판매객실평균요금 변화추이	30
<그림 2-17> 2008년 지역별 가용객실당수입 변화추이	30
<그림 2-18> 2000~2010년 영국 호텔 수 변화추이	31
<그림 2-19> 영국 주요도시의 호텔산업 규모	32
<그림 2-20> 런던의 객실이용률(Occ) 추이	33
<그림 2-21> 런던 외 지역의 객실이용률(Occ) 추이	33
<그림 2-22> 영국의 지역별 가용객실당수입(RevPAR) 변화추이	34
<그림 2-23> 런던과 지방의 분기별 가용객실당수입 변화추이	35

<그림 2-24> 영국 주요도시 등급별 호텔 구성비	36
<그림 2-25> 2002~2012년 등급별 신축 호텔 객실 수	37
<그림 2-26> 영국의 저가 호텔 공급추이	37
<그림 2-27> 연도별 호텔 및 료칸 수 변화 추이	40
<그림 2-28> 연도별 호텔 및 료칸 객실 수 변화 추이	40
<그림 2-29> 일본의 호텔 객실점유율 변화 추이(2000~2010)	41
<그림 2-30> 방일 외국인수의 추이	43
<그림 2-31> 일본 호텔여관업의 가동률 추이	44
<그림 3-1> 등급별 국내 호텔 수	60
<그림 3-2> 등급별 국내 호텔 객실 수	60
<그림 3-3> 2008~2010년 국내호텔 이용객수 추이	63
<그림 3-4> 2009~2010년 국내호텔 등급별 객실이용률	64
<그림 3-5> 2009~2010년 국내호텔 지역별 객실이용률	65
<그림 3-6> 국적별 의료관광객 현황	67
<그림 3-7> 진료과별 의료관광객 현황	67
<그림 4-1> 규모에 따른 중저가호텔 구분	80
<그림 4-2> 객실 내 시설 투자비용에 따른 중저가호텔 분류	81
<그림 4-3> 2009년도 여행을 취소하거나 비용을 감소한 인원	82
<그림 4-4> 미국 호텔산업에서 등급별 호텔 수요(1990~2012년)	83
<그림 4-5> Yotel의 무인체크인시스템	86
<그림 4-6> Yotle의 벨보이 로봇 Yobot	86
<그림 4-7> 스칸디 호텔의 에너지 절약 정도	90
<그림 4-8> 미국의 의료관광객 추이	92
<그림 4-9> 주요 관광도시 등급별 객실 수	98
<그림 4-10> 중국인 해외 관광객 수 및 성장률 추이	105
<그림 4-11> 방한 중국 관광객 증가추이	106
<그림 4-12> 2011년 한국과 일본의 중국인 관광객 추이	107

<그림 4-13> 호텔 업체별 매출 추이	109
<그림 6-1> 국내 호텔산업 활성화를 위한 정책 제언	142

표 목차

<표 2-1> 규모에 따른 분류	13
<표 2-2> 장소에 따른 분류	13
<표 2-3> 서비스의 범위에 따른 분류	14
<표 2-4> 경영 형태에 따른 분류	15
<표 2-5> 운영방식에 따른 체인호텔의 분류	16
<표 2-6> 호텔산업의 주요 지표 산출방식	18
<표 2-7> 호텔 수 및 객실 수별 호텔산업 규모 순위	20
<표 2-8> 2000~2010년 미국 호텔 산업의 규모	24
<표 2-9> 2000~2010년 미국 호텔산업 주요지표	25
<표 2-10> 호텔분류별 미국 호텔산업 규모	27
<표 2-11> 영국의 지역별 신축 호텔 현황	32
<표 2-12> 영국 저가 호텔 브랜드별 호텔 수 및 객실 수	38
<표 2-13> 지진에 의한 경영악화의 영향	42
<표 2-14> 상장4사의 영업실적 예상	44
<표 2-15> 호텔의 경기 감응도	46
<표 2-16> 호텔타입별 매출비중	46
<표 2-17> 인도 호텔 등급평가 기준	47
<표 2-18> 인도 호텔산업 분류	48
<표 2-19> 호텔 및 여관 세금 감면 기준 년도	52
<표 2-20> 중국 호텔 등급평가 기준	53
<표 3-1> 2008~2010년 호텔산업 등록현황	59
<표 3-2> 지역별 호텔산업 등록현황	61

<표 3-3> 2010년 국내 호텔 이용객 수	62
<표 3-4> 국내 호텔 등급별 객실매출액	64
<표 3-5> 국내 호텔 지역별 객실매출액	66
<표 3-6> 외국인 환자 유치 현황	67
<표 3-7> 서울지역 주요 고급호텔 의료시설 현황	68
<표 3-8> 베니키아 호텔 체인 가입 호텔	69
<표 3-9> 베니키아 체인호텔 지원혜택	71
<표 3-10> 서울시 외국관광객 및 숙박수급 전망	72
<표 3-11> 한류월드 사업추진 계획	73
<표 3-12> 관광숙박시설 확충 지원 등에 관한 특별법 주요 내용	75
<표 4-1> 일반적인 중저가호텔의 공간적 요건	79
<표 4-2> 중저가호텔의 주요 브랜드 세분화	80
<표 4-3> 미국의 중저가호텔 추이	82
<표 4-4> 친환경호텔에 관한 정의	87
<표 4-5> 환경 친화적 호텔의 혜택	88
<표 4-6> 주요 호텔체인별 친환경 경영 프로그램	89
<표 4-7> 동아시아 주요 국가 의료관광 현황	93
<표 4-8> 싱가포르의 외국인 환자 수 추이	93
<표 4-9> 연도별 외래관광객 및 관광숙박시설 현황	95
<표 4-10> 특급호텔과 중저가 호텔의 비교	97
<표 4-11> 호텔 수급 중장기 목표(실)	99
<표 4-12> 국내 진출 체인호텔 현황	100
<표 4-13> 호텔리츠 개발 현황	104
<표 4-14> 중국 관광객 유치를 위한 각국의 노력	107
<표 4-15> 면세점이 있는 특1급 호텔의 수익구조	110
<표 5-1> 힐튼 월드와이드(Hilton Worldwide) 호텔 브랜드	115
<표 5-2> 힐튼호텔 개요	118

<표 5-3> 인터콘티넨탈호텔 그룹(IHG) 호텔 브랜드	119
<표 5-4> 인터콘티넨탈호텔 개요	120
<표 5-5> 스타우드호텔 그룹(Starwood Hotel and Resorts) 호텔 브랜드 ..	121
<표 5-6> W호텔 개요	122
<표 5-7> 아코르(Accor) 호텔 브랜드	124
<표 5-8> 이비스호텔 개요	126
<표 5-9> 베스트웨스턴호텔 개요	129
<표 5-10> 홀리데이 인 개요	132



1. 연구의 필요성

□ 국내 호텔산업 및 관광산업의 질적 도약을 위한 국내외 산업 분석 필요

- 우리나라의 호텔산업은 지난 5년간 연평균 3.3%씩 성장하고 있지만 국제관광 경쟁력은 여전히 낮은 수준
 - 2011년 기준 우리나라의 관광경쟁력 순위는 비즈니스 환경·인프라 분야에서 싱가포르(4위), 홍콩(13위)보다 낮은 28위를 기록
 - 향후 관광객의 지속적인 증가 및 이에 따른 호텔산업에 대한 수요 증가를 예측하고 이에 대한 대비가 필요

□ 외래관광객의 증가에 따른 호텔산업 도약의 기회

- 한국을 방문한 외래관광객은 2007년 645만 명에서 2011년 약 980만 명으로 연평균 11%씩 가파르게 증가¹⁾했으나 호텔 객실 수는 외래관광객의 증가추세를 따라가지 못하고 있음
- 외래관광객의 만족도 및 호텔산업의 경쟁력 제고를 위해 세계의 주요 호텔 및 호텔산업에 대한 흐름과 최신동향을 파악하는 것이 필요

□ 국내 호텔산업의 경쟁력 강화를 위한 세계 호텔 산업의 분석이 필요함

- 이러한 인식 하에 본 연구는 호텔산업이 세계적인 경쟁력을 갖추고 미래지향적인 서비스산업의 중심이 될 수 있도록 세계의 호텔산업 최신 흐름이 어떻게 변화하고 있는지 그 동향을 파악하고 시사점을 도출하는 것을 최종목표로 함

2. 세계 호텔산업의 현황

1) 세계 호텔산업의 현황

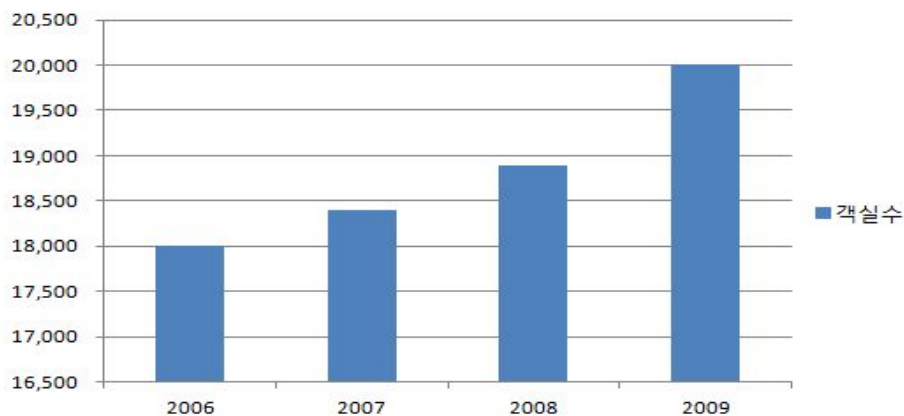
1) 한국관광공사, 「외래객입국」, e-나라지표 재인용

□ 지속적인 성장세를 보이고 있는 세계 호텔산업

- 2006년 이후 세계 호텔산업의 규모는 지속적으로 확대되는 추세를 보이며, 특히 2009년 큰 폭으로 성장함
 - 세계관광기구(UNWTO:World Tourism Organization)의 자료에 따르면 2009년 기준 세계 호텔 수는 757,023개, 객실수는 20,003,698
- 자연재해 및 정치적 불안에도 불구하고 전반적인 성장추세를 보임
 - 2011년에는 유럽의 화산폭발과 일본의 지진 등 자연재해와 더불어 전 세계적인 정치 불안 등의 부정적 요소에도 불구하고 성장세를 보임

<그림 2-3> 세계 호텔산업 규모(객실수)

(단위 : 천 실)



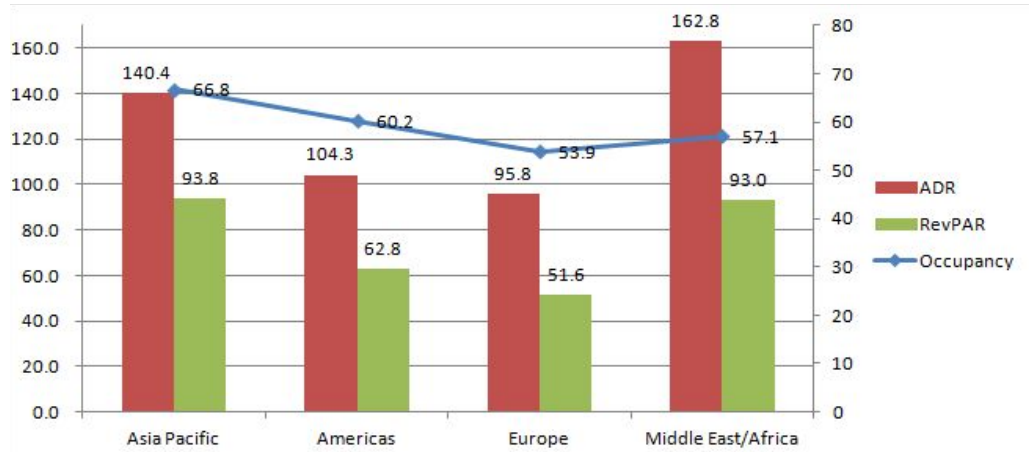
자료 : 세계관광기구(2006~2009)

□ 호텔산업의 중심지는 아시아태평양, 중동 및 아프리카로 이동

- 호텔산업이 발달한 아메리카, 유럽에 비해 아시아태평양, 중동 및 아프리카 지역의 판매객실평균요금이 월등히 높은 것으로 나타남
 - 이는 호텔산업의 후발주자로서 이들 지역에 특급호텔 위주의 호텔산업이 개발된 것이 원인
 - 아시아태평양, 중동 및 아프리카 지역의 높은 객실이용률 경제 및 관광의 중심지가 변화되고 있음을 시사

<그림 2-5> 2011년도 세계 호텔산업 주요 지표

(단위 : USD, %)

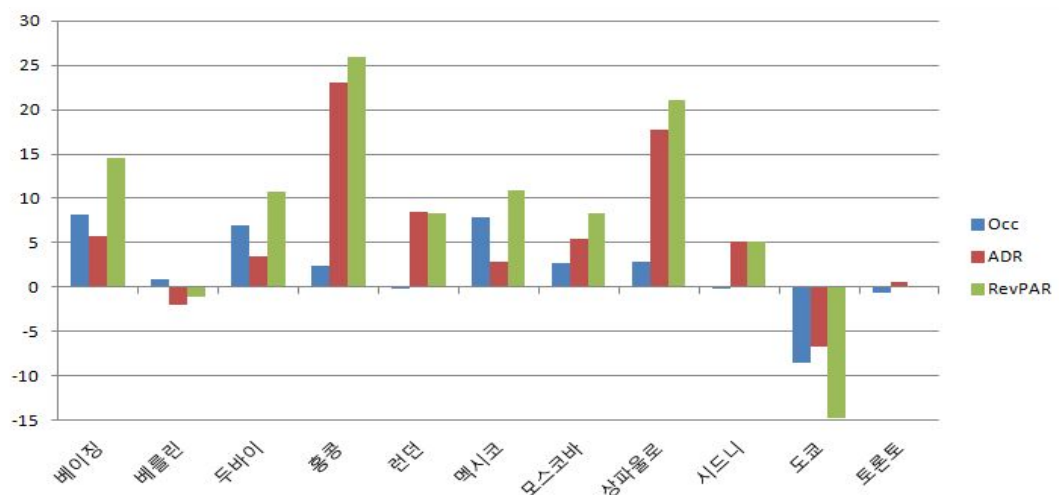


자료 : STR Global

- 중국, 남아메리카를 중심으로 새로운 관광 중심지가 형성
 - 2011년 가장 큰 성장세를 보인 도시는 홍콩이며 베이징의 성장도 두드러지게 나타남
 - 이러한 현상은 중국 관광산업의 성장뿐만 아니라 주변국 일본의 자연 재해로 인한 관광객의 증가를 원인으로 꼽을 수 있음

<그림 2-6> 2011년도 주요 도시 호텔산업 지표 변동률

(단위 : %)



자료 : STR Global

2) 주요 국가별 호텔산업 현황

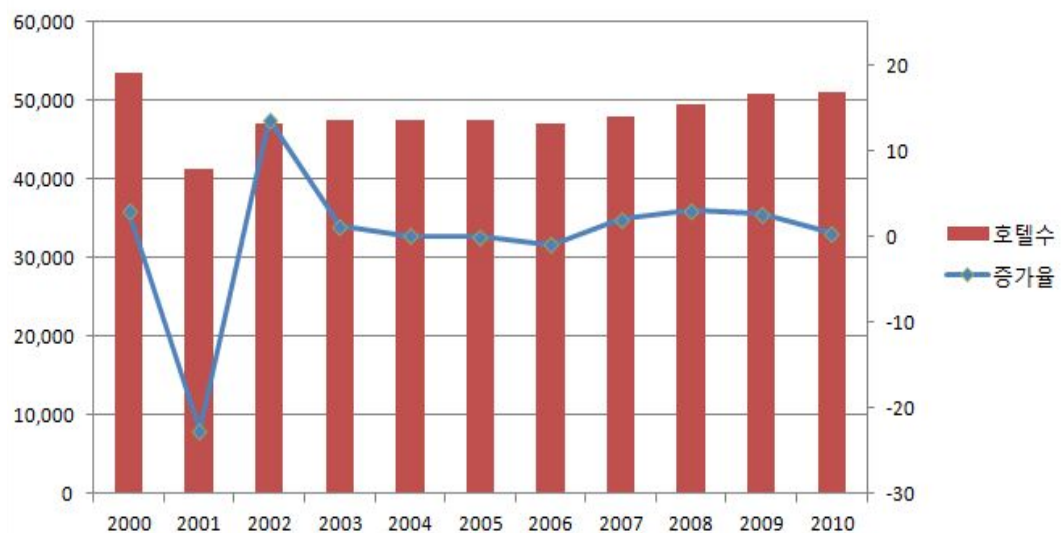
가. 미국

□ 테러 및 경제위기의 불안요소에도 성장세를 보인 미국 호텔산업

- 2000년대 이후 2001년 9·11테러, 2007년 세계경제위기 등의 위험요소에도 불구하고 미국의 호텔산업은 성장세를 보임
- 미국의 호텔시장은 2010년 기준 약 128조원 규모로 2010년 기준 미국의 호텔수는 51,015개로 전년대비 215개(0.4%) 증가, 객실수는 4,801,890개로 전년대비 1,295개(2.6%) 증가
 - 2001년 9·11테러의 영향으로 급감하였으나 이후 빠른 성장세를 보이며 현재 9·11테러 이전 수준까지 회복

<그림 2-9> 2000~2010년 미국 호텔수 변화추이

(단위 : 개, %)



자료: American Hotel&Lodging Association

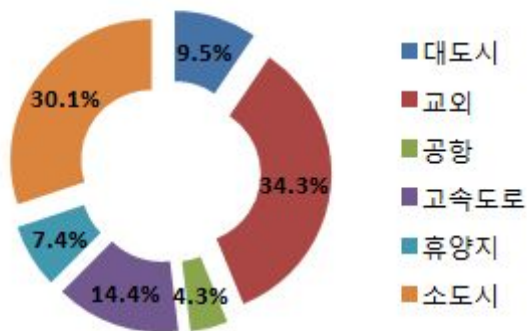
- 2007년 미국에서부터 시작된 세계경제위기가 자국 내 호텔산업에도 영향을 미침
 - 외래여행객 및 자국민의 여가활동 감소, 신축 호텔의 진입 등으로 객실 이용률(Occ) 및 객실당 수입(RevPAR)이 감소

- 이러한 수요의 감소는 미국 호텔산업 내의 경쟁을 심화시키는 요인으로 작용하여 2008년 이후 판매객실평균요금이 큰 폭으로 하락
- 2008년 무비자입국프로그램(VWP:Visa Waiver Program)의 도입과 2009년 미국 경제 안정화로 2010년 이후 다시 성장세를 보임

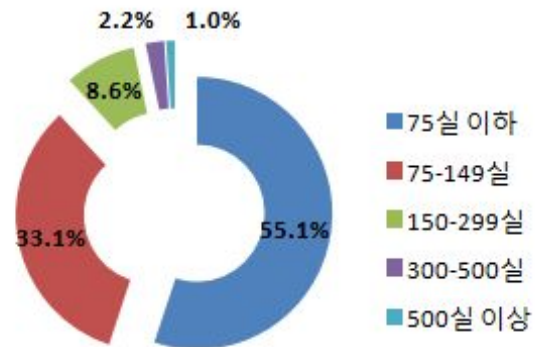
○ 미국의 호텔산업은 도시를 중심으로 한 실용성 위주의 소규모 저가 호텔을 중심으로 발전

- 지역별로는 중소도시, 규모별로는 소규모호텔의 발전이 두드러짐
- 미국의 호텔은 도시와 그 주변을 중심으로 한 도시호텔이 대다수를 차지하며, 다음으로 고속도로와 공항을 중심으로 한 터미널호텔, 휴양지 호텔 순으로 차지
- 또한 85달러 이하의 호텔수가 70%이상을 차지한다는 점에서 미국 호텔산업에서의 중저가호텔의 비중이 높은 것으로 추론

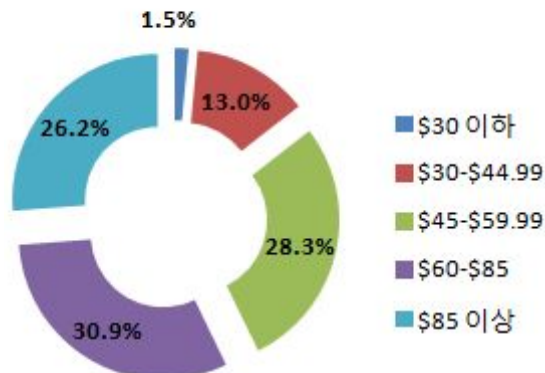
<그림 2-11> 장소별 미국 호텔산업



<그림 2-12> 규모별 미국 호텔산업



<그림 2-13> 요금별 미국 호텔산업



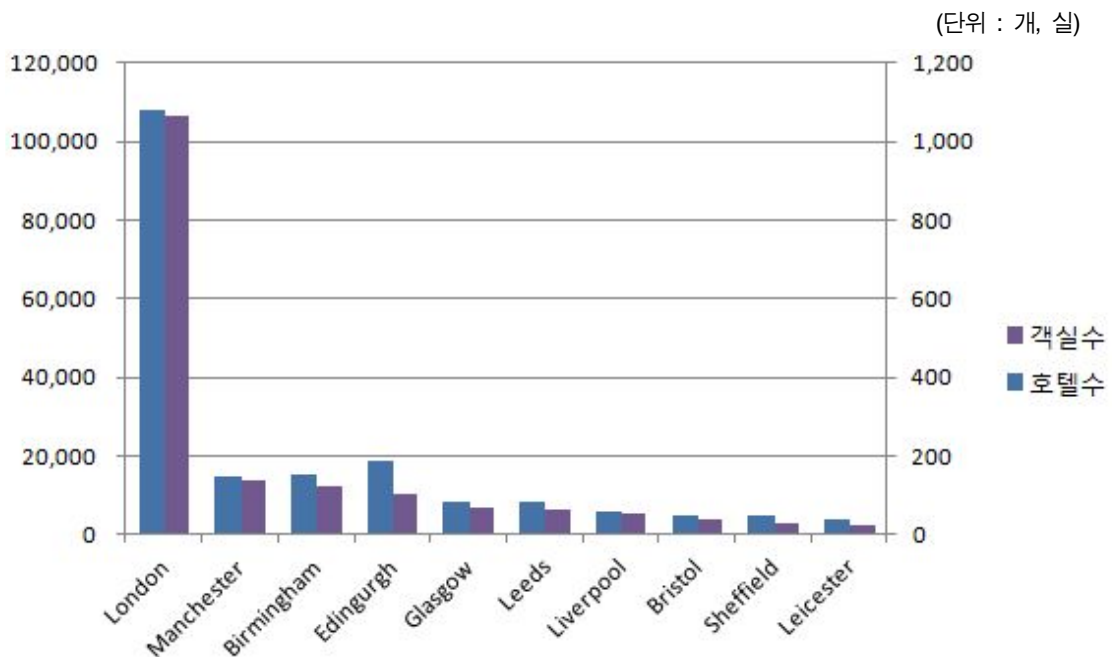
자료: American Hotel&Lodging Association, 2010년 호텔수 기준

나. 영국

□ 런던 등 대도시를 중심으로 호텔산업이 성장

- 2010년 기준 영국의 호텔수는 40,184개, 객실수는 1,416,000실로 전년도에 비해 호텔수는 231개(-0.6%) 감소하였고 객실수는 5,000실(0.4%) 증가
 - 2006년 이후 회복세를 보이던 영국의 호텔산업은 2008년 세계경제위기로 인해 다시 한 번 큰 폭으로 감소하였으나 이후 지속적으로 성장
 - 최근 경기 회복 및 2011년 왕실 결혼식 등으로 인한 런던 호텔 시장의 회복세와 '2012 런던 올림픽 및 장애인 올림픽'에 힘입어 런던 정부는 현재의 약 12% 수준인 13,300개의 객실을 증축할 계획임
- 영국의 호텔 산업에서 런던이 차지하는 비율은 절대적
 - 2011년 기준으로 런던지역에 위치한 호텔수는 1,079개로 호텔수가 200개를 넘지 못하는 타 지역과는 월등히 비교되는 수치임
 - 향후 런던과 잉글랜드를 중심으로 한 호텔 신축으로 지역별 편차는 더욱 심화될 것으로 예상

<그림 2-19> 영국 주요도시의 호텔산업 규모



자료 : Melvin Gold Consulting research and analysis 참고재구성

○ 객실이용률 및 이용료의 지속적인 증가로 런던 호텔산업의 성장은 더욱 가속화 되는 추세

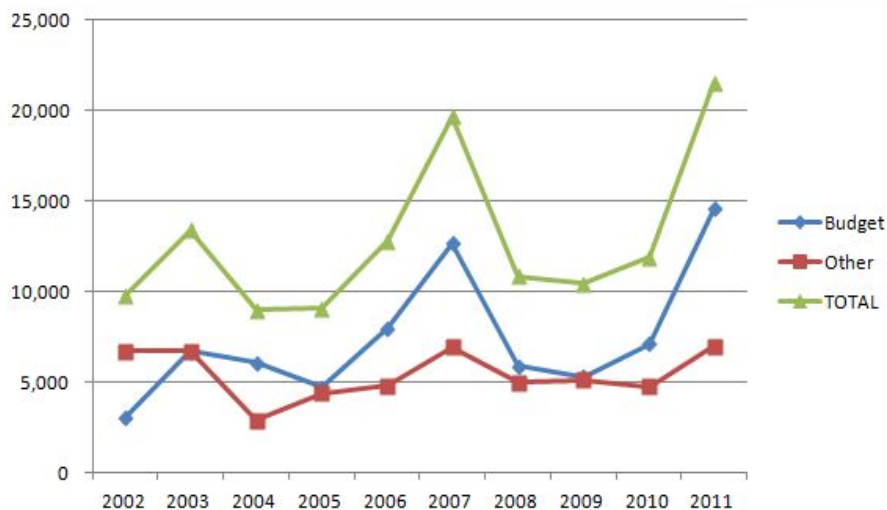
- 2010년 기준 런던의 가용객실당수입은 £103.86로 영국 전체 £57.55, 영국 외 지역 £41.23보다 훨씬 높은 것으로 나타남
- 최근 몇 년간 런던과 지방의 가용객실당수입 변화율은 유사한 형태로 나타나나, 런던이 훨씬 큰 폭으로 변화하고 있음
- 이를 통해 앞으로 영국과 지역 간의 불균형이 더욱 심화될 것으로 예상할 수 있음

□ 영국 지방도시를 중심으로 저가호텔 시장이 발전

○ 몇몇의 경우를 제외하고 호텔 산업의 규모가 작은 도시일수록 풀서비스 호텔보다 저가 호텔의 비율이 더 높음

- 이를 통해 영국 및 대도시 지역의 호텔산업은 대규모 고급호텔의 강세를 보이나, 소도시로 갈수록 저가 호텔 시장이 발전하고 있음을 알 수 있음
- 이는 세계경제위기로 인한 중저가호텔의 수요가 증가하였기 때문으로 2010년 기준 영국의 저가 호텔 브랜드는 약 115,196개의 객실이 있으며, 이는 전체 영국 숙박 산업의 15.8% 수준일 것으로 추정
- 2002년 이후 신축되는 호텔의 절반 이상이 저가 호텔이며, 2011년 말에는 전체 신축 호텔의 56%가 저가 호텔임

<그림 2-25> 2002~2012년 등급별 신축 호텔 객실수



자료 : Wordsmith and Company

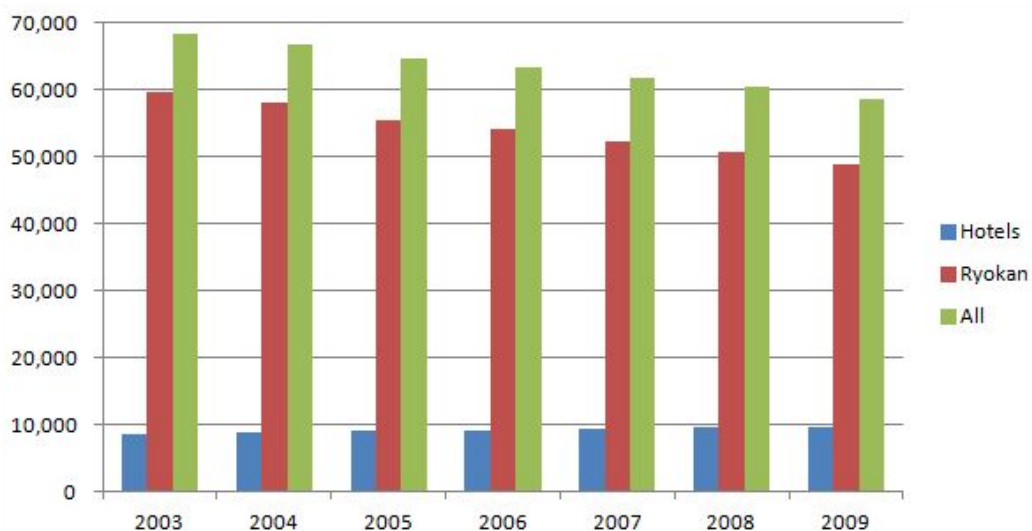
다. 일본

□ 일본식 전통 숙박시설 중심에서 호텔 중심의 산업으로 변화하는 추세

- 일본의 호텔산업은 1964년 도쿄 올림픽게임의 영향으로 급증하였으나 당시의 호텔은 서양식의 호텔과는 달리 일본의 전통적인 숙박시설이 주를 이루고 있었음
 - 1990년대 초 '거품경제'의 영향과 베이비붐 세대의 은퇴로 인한 일본의 경기침체 및 신축호텔의 공급과잉으로 일본은 호텔산업의 근본적인 구조의 변화를 꾀함
 - 고급호텔은 해외자본을 본격적으로 인수하였으며, 상용호텔산업에도 적극적으로 참여함
 - 또한 일본의 전통적 여관인 료칸은 중저가 브랜드호텔로 전환
- 2009년 기준 일본의 호텔 및 여관의 수는 전년에 비해 3% 감소하여 호텔의 객실수가 여관의 객실수를 초과
 - 일본의 호텔 수는 전년도에 비해 0.9%, 객실수는 2.3% 증가한 반면 전통숙박시설의 수는 전년도에 비해 3.7% 감소
 - 이는 주로 소규모의 가족단위로 운영되는 여관의 재정적 어려움과 지속적인 운영난에서 기인한 것으로 보임

<그림 2-27> 연도별 호텔 및 료칸(전통여관)수 변화 추이

(단위 : 개)

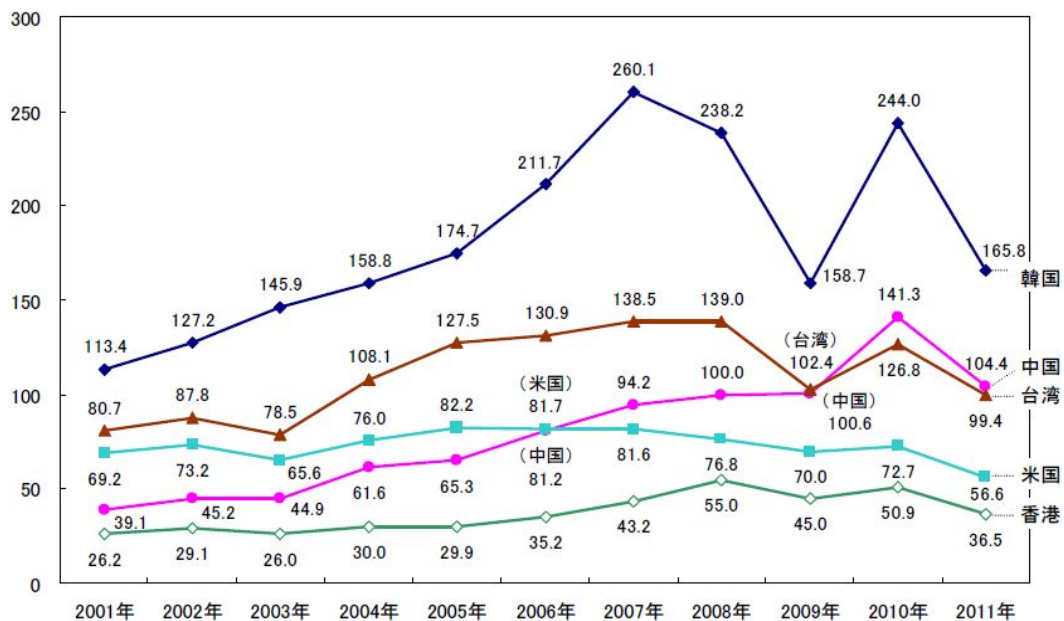


□ 2011년 3월 대지진으로 막대한 타격을 받은 일본의 호텔산업

- 동일본 대지진으로 인해 2011년 7월에는 중국인 개인관광비자의 발급요건이 완화되고, 2011년 10월에는 나리타 공항의 국제선터미날의 개항 등 호재료가 있었음에도 불구하고 지진에 따른 원전 사고로 인해 관광객이 격감하여 호텔 여관업계는 큰 타격을 받음
 - 수도권을 중심으로 하는 동일본의 호텔 여관산업에는 숙박과 연회 예약의 취소가 이어져, 영업정지를 고려하는 업체도 증가하고 도산도 빈번해졌음
- 일본정책금융공고가 2011년 11월 조사한 자료2)에 의하면 숙박, 음식 등의 생활위생관련산업 중 호텔여관업이 가장 큰 영향을 받음
 - 대지진 및 원전사고로 인해 해외각국이 일본방문의 자숙 권고 등 악재로 2011년 방일 외국인수는 전년비 27.8%감소
 - 하지만 점차 홍콩과 중국으로부터의 방일 인원이 전년동월비 상승세로 반전하면서 회복기미를 보임

<그림 2-30> 방일 외국인수의 추이

(단위 : 만명)



자료: JNTO

2) 일본정책금융공고(2011), 생활위생관계영업의 동일본대지진에 의한 영향 및 가격 동향

3) 세계 호텔산업 정책 동향

가. 인도의 호텔산업 정책

- 인도 관광산업의 비약적인 발전에 따른 정부주도의 호텔산업 활성화
 - 인도의 관광산업은 2007년 매출규모가 전년대비 10.4% 성장하였고 향후 몇 년간 18% 이상의 성장을 지속할 것으로 예상
 - 급속한 경제성장으로 인한 객실부족현상으로 인도의 호텔산업의 발전 가능성은 매우 높은 것으로 평가됨
 - 관광산업이 발전함에 따라 관광객을 수용할 수 있는 호텔 산업에 정부가 직접 개입
 - 호텔 프로젝트가 필요로 하는 절차를 용이하게 하고, 환대산업 개발을 위한 정책조언 제공을 위해 연방 정부는 '환대산업 개발 및 촉진 위원회(Hospitality Development and Promotion Board, HDPB)'를 구성
 - 세금 혜택 및 보조금 지원을 통한 적극적인 유치 전략과 호텔산업에 대한 투자 활성화를 위한 노력을 기울이고 있음
 - 또한 시설유지를 위한 안전정책 및 호텔 시설의 체계적 평가를 제공
 - 인도의 호텔산업은 The Hotel and Restaurant Approval and Classification Committee(HRACC)의 평가기준에 따라 5개의 등급으로 분류하고, 등급은 5년간 유효

나. 일본의 호텔산업 정책

- 여행자의 안전 확보 및 서비스 향상, 지역진흥의 사회문화적 측면을 강조
 - 일본은 모든 사람들이 여행을 할 수 있는 휴가의 실현과 관광서비스 질의 향상, 관광산업 진흥을 위한 정책을 제시
 - 호텔산업은 여관업법에 해당되나 국제회의의 유치 촉진 및 개최 원활화를 위해 국제관광의 진흥에 관한 법률(일명 컨벤션법)을 제정
 - 법적으로 관광사업의 범위와 업종을 전반적으로 제시하지 않지만 호텔 등 숙박의 경우에는 허가를 받아야 함

- 정부는 호텔 및 여관 등 숙박업에 융자지원 및 세금감면과 같은 지속적인 제도 지원을 하고 있음
 - 정부에 의한 자금 융자 지원으로 2003년 말에는 8,686개, 664,460객실의 호텔이 설립
 - 조례에 따라 호텔 및 여관에 대한 고정자산세 및 부동산 취득세 경감 가능

나. 중국의 호텔산업 정책

□ 중국은 관광선진국으로 도약하기 위한 노력을 지속

- 중국 정부는 2001년부터 관광업을 전략적 핵심산업으로 지정하여 관광 산업을 집중 성장시키고자 하였음
 - 이 과정에서 관광 수요가 증가함에 따라 호텔산업의 발전을 촉진
- 외래객 입국이 최우선 과제
 - 외래관광객 비자발급 및 국경 통과 간소화, 해외 주요시장에 국가여유국(國歌旅遊局) 지국 설치 등의 정책 추진
 - 중국은 너무 넓고 자원이 많아서 한 번 관광해서는 알 수 없다는 취지에서 외래관광객의 재방문을 유도
- 베이징 올림픽(2008), 상하이 세계박람회(2010) 등을 계기로 베이징에서는 향후 24개의 신규호텔 증축과 1만여 개의 객실이 추가 공급될 예정
 - 룸리모델링을 통한 중저가호텔 신축이 주를 이루고 있으며, 단기적 이윤창출보다는 국제행사를 통한 호텔 브랜드를 홍보하고자 함

3. 호텔산업의 트렌드 및 키워드

1) 해외 호텔산업의 트렌드 및 키워드

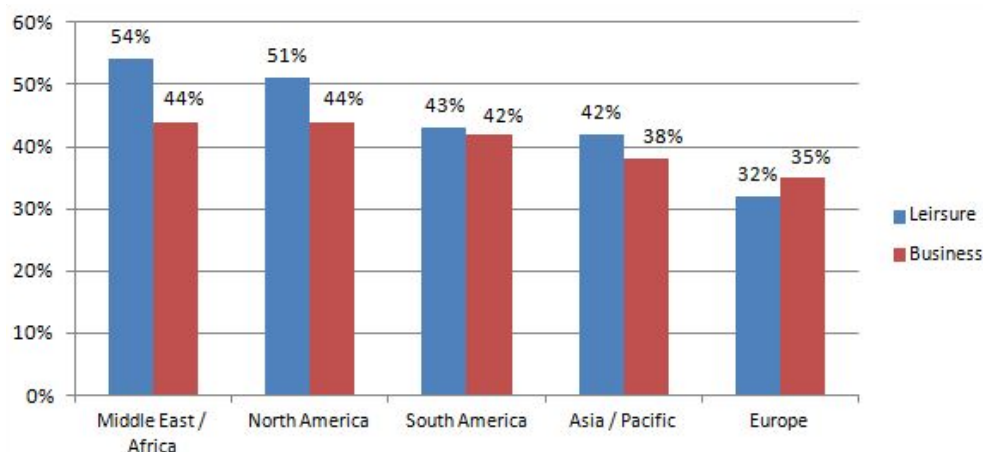
- ▶ 중저가호텔(Budget Hotel) 브랜드의 성장
- ▶ 고급호텔과 중저가 호텔간의 양극화 심화
- ▶ 무인자동화 시스템의 도입
- ▶ 지속가능한 친환경호텔의 성장
- ▶ 인구고령화와 의료관광의 발전

가. 중저가호텔(Budget Hotel) 브랜드의 성장

□ 세계경제위기의 영향으로 중저가호텔 시장이 성장

- 중저가 호텔은 전통적으로 저가의 금액으로 기본적인 숙박시설을 제공하는 시설을 의미는 것으로 관광객들이 중저가호텔에 머무는 주요 요인은 위치의 편리함과 가격 때문
- 세계경제위기 이후 전 세계 여행객의 42%가 여행을 취소하거나 예산을 감소했다고 응답
 - 지역별로는 중동/아프리카지역의 비율이 가장 높고 다음으로 북 아메리카, 남아메리카 순으로 나타남

<그림 4-3> 2009년도 여행을 취소하거나 비용을 감소한 인원



자료 : Market Metrix, The Leading Hotels of the World

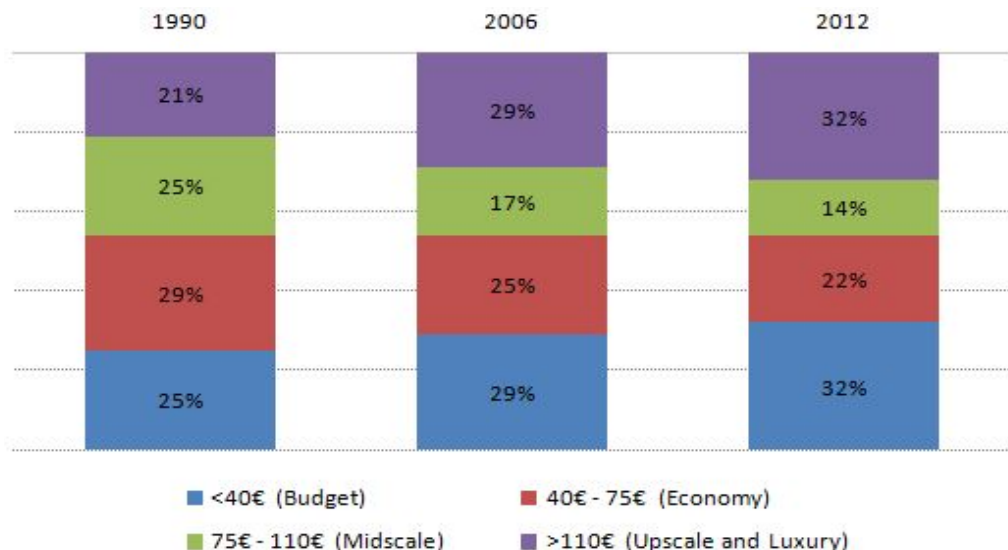
- 이러한 이유로 최근 고급호텔 체인의 중저가호텔 시장 진입이 활발
 - 또한 호텔산업의 경쟁과열로 저가호텔 내에서도 서비스 및 품질 경쟁이 점차 과열되고 있는 양상을 보임

나. 고급호텔과 중저가 호텔간의 양극화 심화

□ 수요와 공급의 변화에 따른 호텔산업 구조가 변화

- 과거 일부 상류층에게만 허용되었던 여행이 보편화됨에 따라 여행객의 요구가 다양화됨
 - 관광을 위한 여행이 주를 이루었던 과거와는 달리 여행의 목적이 다양
- 저가호텔과 고급호텔은 각각의 특성화된 서비스를 제공하여 이용객을 유인하고, 이용객은 여행의 목적 및 예산에 맞추어 호텔을 선택함으로써 중급호텔시장이 축소되고 저가호텔과 고급호텔 간의 양극화 현상이 심화됨
 - 미국의 등급별 호텔 수요는 중급호텔수요가 감소하고 저가호텔과 고급호텔수요가 점차 증가하면서 호텔수요의 과반 이상을 차지
 - 고급호텔은 고급화와 차별화전략, 중저가호텔은 비즈니스 고객을 타겟으로 저원가전략을 펼치며 경쟁력을 확보

<그림 4-4> 미국 호텔산업에서 등급별 호텔 수요(1990~2012년)



자료 : MKG

* 주 : 2012년 수치는 예상치

다. 무인 자동화 시스템의 도입

□ 호텔산업의 침체를 극복하기 위한 수단으로서 무인 자동화시스템 도입

- 세계경제위기 이후 호텔산업의 타격을 극복하기 위해 호텔은 객실이용료를 인하하는 동시에 운영비 절감을 위해 다방면으로 노력
 - 호텔 운영비를 줄이고 이를 통해 객실 이용료를 낮춰 고객 확보 및 만족을 극대화하기 위한 노력의 일환으로 자동화시설이 증가하는 추세
 - 인터넷 및 스마트기기 등의 정보통신 기술의 발달로 이러한 변화는 더욱 가속화 됨
- 인터넷 및 스마트기기를 통한 예약자의 증가
 - 2011년을 기준으로 미국의 호텔 이용객의 약 114만 명이 온라인을 통해 예약을 하였으며, 이는 직접 예약을 한 약 90만 명에 비해 절대 다수를 차지
- 또한 자동화시설을 도입을 통해 운영비절감 및 서비스의 효율 증대
 - 체크인시스템에 자동화시설을 도입한 Starwood의 Aloft의 'Smart Check-In'과 뉴욕의 Yotel의 로봇 벨보이 'Yobot'이 대표적인 사례

라. 지속가능한 친환경호텔의 성장

□ 환경보호에 대한 호텔의 역할이 부각되면서 친환경호텔이 등장

- 친환경호텔이란 물리적 시설 및 서비스의 표준이 변하지 않으면서 지속적인 수요의 증대가 유발되고 있는 호텔³⁾을 의미하는 것으로 호텔산업의 의사결정시 '지속가능성'의 중요성이 점차 증가하는 추세임
 - 환경문제에 대한 소비자의 관심 증가로 가격, 편의, 시설의 질과 같은 전통적 가치기준과 함께 지속가능한 환경 친화적 경영방식이 중요해짐
- 환경에 대한 관심증가와 고객의 요구해소를 통한 호텔 운영비를 절감
 - 시설이나 서비스의 기본은 변하지 않으면서 환경 지향적인 경영을 하는 호텔로 변화
- 주요 대형 호텔들의 지속가능한 친환경 프로그램 개발 경쟁이 강화
 - 친환경 경영을 앞세운 새로운 브랜드를 출시하거나 기존의 친환경호텔

3) Iwanowski and Rushmore, 1994

을 인수

- 또한 환경보호를 위한 프로그램 개발을 통해 직원 및 이용객의 환경보호를 장려하는 등의 방식으로 친환경 경영을 지속

<표 4-6> 주요 호텔체인별 친환경 경영 프로그램

회사명	세부내용
Starwood Hotel & Resort World Wide Inc.	환경친화적 호텔 브랜드 'Element' 출시
Marriot	회사 내에 '그린 위원회'를 설치하여 환경전문가의 컨설팅을 의뢰
Accor	직원들의 교통비 절약과 환경보호를 위해 대중교통이용을 장려하는 웹사이트 개설
Hilton International	스칸디나비아반도 최고의 친환경호텔인 스칸딕 호텔 인수

마. 인구 고령화와 의료관광의 발전

☐ 관광 및 호텔 산업에서 베이비붐 세대의 중요성이 증가

- 2011년부터 베이비붐세대는 처음으로 50세를 넘겨 노년층 인구가 급증할 것으로 전망
 - 유럽사회에서 65세 이상의 인구는 2000년도 전체의 15% 수준에서 2015년에는 약 25% 가까이 증가할 것으로 예상

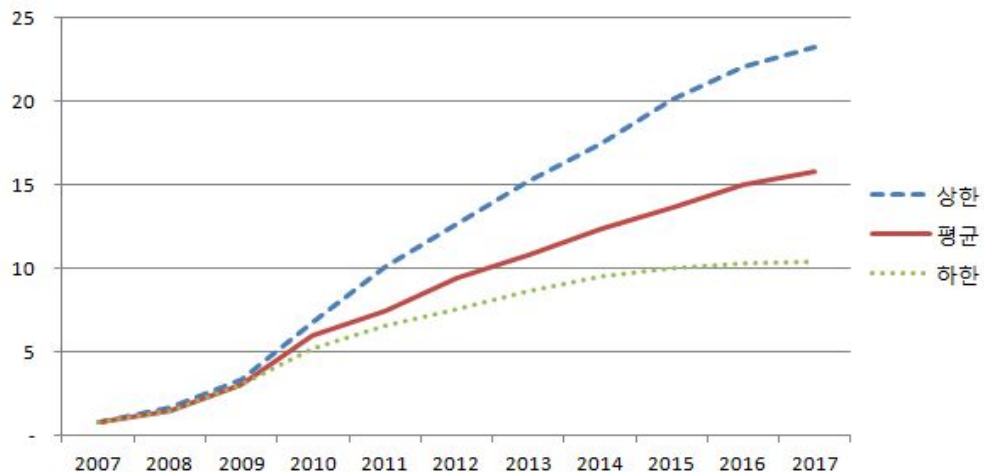
☐ 미국 및 유럽 지역 인구의 해외 의료관광 증가

- 의료관광이란 양질의 시설을 갖춘 전문적이고 경제적인 의료 서비스 또는 웰빙과 휴양을 목적으로 하는 해외여행을 의미함
 - 의료관광객은 순수치료 목적 입국자와 응급환자, 복합 목적으로 방문하는 대상자와 간호를 위해 입국하는 환자 가족 등으로 구분 가능
 - 호텔과 병원 및 휴양시설이 결합된 새로운 형태의 호텔(meditel) 등장
- 미국 및 유럽 등의 의료비 증가
 - 미국의 경우 의료비가 매년 8% 증가 추세를 보이며 은퇴 이후의 고령화 인구에게 높은 부담으로 작용
 - 이들은 안전성과 비용절감, 편의 등을 위해 해외로 의료관광을 택함

- 2007년 이후 미국의 의료관광객은 지속적으로 증가하고 있으며, 2017년에는 약 1천5백만 명을 넘어설 것으로 예상

<그림 4-8> 미국의 의료관광객 추이

(단위 : 백만 명)



자료 : Deloitte Development LLC.

□ 상대적으로 의료비가 저렴한 동아시아가 의료관광국으로 부상

- 초기의 의료관광은 지리적으로 가까운 남미와 페르시아만 연안지역을 중심으로 발전하였으나, 최근 동아시아의 높은 의료 수준 및 온화한 기후 등을 요인으로 새로운 의료관광의 중심지로 급부상
- 동아시아의 의료비는 미국의 20~30% 수준인 반면, 수준 높은 의료기술을 갖추고 있음

<표 4-7> 동아시아 주요 국가 의료관광 현황

(단위 : 명, %, 개)

	인도	태국	싱가포르	말레이시아
방문객	450,000	1,200,000	410,000	300,000
미국의료비 기준 의료비 수준(%)	20	30	35	25
국제 의료기관 평가위원회 인증 시설수	10	4	13	1

자료 : Deloitte Development LLC.

2) 국내 호텔산업의 트렌드

- ▶ 외래관광객의 급증으로 인한 호텔 공급부족 현상
- ▶ 외국계 중저가 체인호텔의 활발한 진입
- ▶ 국내호텔업계의 글로벌체인화
- ▶ 한류관광객 증가로 인한 호텔 운영방식의 변화
- ▶ 대(對) 중국시장의 확대
- ▶ 비 객실부문의 수입 확대
- ▶ 타 산업과 연계산업 창출

가. 외래관광객의 급증으로 인한 호텔 공급부족 현상

□ 외래관광객의 증가에 따른 호텔 수요 급증

○ 주요 관광지를 중심으로 호텔 부족 현상 심화

- 최근 5년간 외래관광객의 연평균 증가율은 8.0%이나 객실증가율은 3.9%에 불과하여 객실 수요가 공급을 초과함
- 외래관광객의 70% 이상이 서울에 집중되면서 수도권외의 숙소부족문제가 심각하며 명동의 호텔들은 예약률이 100%를 넘기는 경우도 발생

<표 4-9> 연도별 외래관광객 및 관광숙박시설 현황

(단위 : 천명, 실, %)

연도	외래관광객(천명)		관광숙박시설(객실 수)	
		증감(%)		증감(%)
2006	6,155	2.2	63,172	2.3
2007	6,448	4.8	65,343	3.4
2008	6,891	6.9	69,640	6.6
2009	7,818	13.4	73,175	5.1
2010	8,798	12.5	74,766	2.1
연평균		8.0		3.9

자료 : 문화체육관광부

○ 호텔의 공급 부족으로 인한 관광 취소

- 2011년 일본에서 월 1만 명 이상이 호텔 부족으로 한국 관광을 포기
- 일본 5대 패키지 브랜드 중 하나인 JTB LOOK의 경우 객실부족으로

10월 한국 관광 예약 숫자 1/3 이상이 단체관광을 취소

- 호텔의 공급부족 현상을 해소하기 위해 정부부처에서 지원책을 시행
 - 서울시와 문화체육관광부는 다양한 세제혜택 및 제도 완화, 관광 펀드 조성 등을 통해 민간자본 호텔 투자를 유도

나. 외국계 중저가 체인호텔의 활발한 진입

□ 특급호텔 중심의 국내호텔산업은 외국인관광객의 주요 부담으로 작용

- 2009년을 기준으로 서울의 특급호텔은 총 29곳으로 전체 호텔의 37%, 객실수를 기준으로는 전체의 71%를 차지함⁴⁾
 - 특급호텔의 평균객단가는 지속적으로 증가하여 이용객의 부담이 가중
 - 실제로 외국인 관광객들은 한국 여행 시 가장 부담이 되는 지출항목으로 '숙박비'를 꼽는 등 고급호텔 중심의 국내 호텔산업의 개선 필요성이 대두됨

□ 외국계 중저가 체인호텔의 활발한 진입

- 2000년대 이후 외국계 체인호텔의 국내 중저가호텔 시장 진입으로 국내 호텔시장의 변화를 유도
 - 2001년 베스트웨스턴의 진입을 시작으로 2003년 이비스, 2007년 도요코인 등의 호텔이 진출
 - 신축된 중저가 호텔은 편리하고 쾌적한 시설을 낮은 가격에 제공하고 하여 국내외 여행객에게 각광받으며 시장규모를 점차 확대
- 이에 따라 국내 호텔브랜드인 롯데호텔, 신라호텔도 중저가호텔에 진출 또는 진출을 준비하는 등 중저가호텔 시장에 대한 관심이 증가

다. 국내호텔업계의 글로벌 체인화

- 기존의 해외 호텔시장 진출 기업은 국내의 호텔 브랜드를 바탕으로 한 호텔 체인으로 진출한 것이 아니라 기업의 이름으로 새로운 호텔을 건립하여 하나의 독립된 형태로서 해외시장 진출

4) 서울시정개발연구원, 「서울 관광물가, 고평가되었는가?」, 2008.09

- 호텔산업의 발전에 따라 해외시장 진출 목표는 점차 상향
 - 초기 단계에서 호텔은 기업의 해외시장 진출을 위한 전략적 산업으로서의 기능을 수행하여 해외진출을 위한 교두보 역할로 호텔을 건립
- 호텔신라와 롯데호텔은 중국, 베트남 등 아시아 국가를 중심으로 해외에 진출

라. 한류관광객의 증가로 인한 호텔의 운영 방식 변화

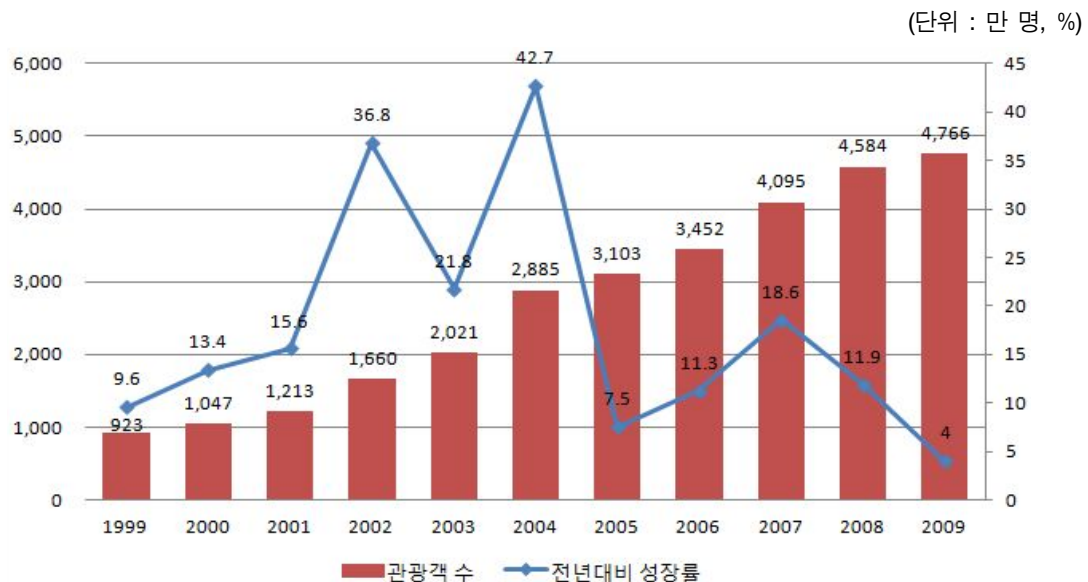
- 한류관광객의 증가로 주요 한류문화 중심지의 호텔 공급이 부족
 - 최근 K-POP 열풍으로 한류팬의 대거 방한이 일반화 됨
 - 연간 관광객 1000만 명 중 한류 관광객은 100만 명을 돌파한 것으로 관측되며 한류 관광시장은 1조 2300억 원을 넘어섬
 - 한국문화와 상품에 호의적이기 때문에 관광소비액의 평균을 웃도는 것으로 알려짐
 - 한류로 인한 호텔공급 부족현상을 타계하기 위한 정책적인 지원이 강화
 - 고양 한류월드에 4010실, 특1급 관광호텔 건립 예정이며 특급호텔(960실), 중저가 비즈니스 호텔(3050실) 공급될 계획
 - 부동산 투자회사(리츠)의 중저가 비즈니스 호텔에 투자
 - 한류관광 특수로 인해 리츠가 기존 빌딩을 매입, 중저가 호텔로 리모델링 후 수익을 올리는 전략을 펼침
 - 한류를 통한 외국 관광객 유입이 트렌드가 되었기 때문에 호텔 투자는 리스크가 적다고 판단

마. 대(對) 중국 시장의 확대

- 침체에 빠진 전 세계 관광 사업이 중국인 관광객에게 주목
 - 중국은 지속적인 경제 성장과 위안화 강세에 따른 소비력 확대로 세계 제 1의 관광소비 대국으로 급부상

- 세계관광기구(UNWTO)에 따르면, 중국은 1995년~2020년 기간 동안 아웃바운드 관광시장이 연평균 12.8%의 증가율을 보이며 2020년에는 중국인 해외관광객 수는 독일, 일본, 미국에 이어 해외부문 세계 4위에 해당하는 8,300여명이 될 것이라고 추정

<그림 4-10> 중국인 해외 관광객 수 및 성장률 추이



자료 : 중국국가관광국(CNTA, China National Tourism Administration)

- 2000년대 이후 방한 중국인 관광객은 지속적으로 증가하는 추세이며 최근 몇 년간 급격한 증가율을 보임
- 방한 중국 관광객은 지속적으로 증가하는 추세를 보이며, 2010년 급증한 후 유지되고 있음
- 2010년 기준 중국인 관광객 수는 약 180만 명으로 2009년 대비 39.7% 증가하였으며 중국인 출국자의 약 3.3%, 우리나라 전체 외래객 입국자의 21.3%를 차지함

□ 중국인 관광객 유치에 위한 국내 정책

- ‘중국관광객 유치 특별대책반’ 구성
- 2012년 중국인 관광객 유치 목표를 300만 명으로 설정하고 이를 달성하기 위해 특별대책반을 상설형태로 운영
- 비자 발급 요건 등의 절차 완화 및 지역별 특성에 맞춘 개별 정책을 적극적으로 추진

마. 비객실부분의 수입 확대

☐ 특급호텔을 중심으로 객실이용료 외의 부대시설을 통한 수입 증가

- 호텔수입의 중요한 요인인 외식사업부분을 확대하는 추세
 - 워커히의 외식사업은 직영 레스토랑 9개, 골프장 클럽 하우스 레스토랑 7개, 실버타운 레스토랑 1개, 코엑스 내 직영 레스토랑 2개를 운영
 - 이는 워커히 전체 매출의 약 12%를 차지함
- 국내 특 1급 호텔의 면세점 사업 진출 및 연회사업 확대
 - 호텔의 외형 확대와 수익 안정화를 위해 면세점 사업에 진출
 - 특히 롯데호텔과 신라호텔은 면세점 시장 성장에 따라 외형이 큰 폭으로 확대되고 있음
 - 최근 호텔이 연회매출액을 확보하기 위해 연회부가가치상품을 개발하고 호텔경영방침을 연회부문으로 확대하는 경우가 증가하고 있음
- 국내의 몇몇 특급호텔의 경우 면세점이 객실을 통한 수입을 초과하여 주객이 전도된 구조를 보인다는 우려가 있음

7. 타 산업과의 연계 산업 창출

☐ 호텔의 엔터테인먼트화

- 과거의 단순한 숙박을 넘어서 라이프 스타일을 즐길 수 있는 공간으로 진화하여 문화, 예술, 엔터테인먼트 뿐 아니라 의료 등 다양한 분야에서 산업 접목이 시도되고 있음
- 의료관광, 외식산업, 쇼핑, 문화산업과의 연계를 통한 서비스의 다각화
 - 호텔 내의 의료시설 입점, 세계적인 명품 아울렛 몰과 제휴, 관광 · 교통 중심지에 비즈니스 · 부티크형 테마호텔 유치 등과 같은 연계사업이 진행
 - 호텔이 다른 음악회나 뮤지컬과 같은 문화 상품과 연계하여 하나의 패키지로도 판매
 - 또한 회의 및 전시 산업과의 연계로도 이어지고 있는 추세

4. 시사점 및 제언

☐ 중저가호텔의 부상에 따른 국내 중저가호텔 경쟁력 강화가 필요

- 여행의 보편화 및 비즈니스 여행의 증가로 인해 여행 경비 또한 여행 선택 시의 중요한 결정 요인으로 작용
 - 가격 경쟁력 확보를 위해 원가절감 및 자동화 시스템 도입 등을 통한 유지비용 절감 노력 필요
- 국내 중저가 호텔 시장 활성화를 위한 정책적 지원 필요
 - 정부 및 관련부처를 중심으로 정책적 지원이 이루어지고 있으나 호텔 산업의 높은 진입장벽, 초기비용 부담으로 인한 한계를 개선하기 위해 더욱 적극적인 지원책이 필요
 - 또한 국내 중저가호텔 브랜드인 '베니키아'의 운영 효율성 강화가 필요

☐ 증가하는 국내외 관광객 수용을 위한 대책 마련 시급

- 한류 등의 영향으로 인한 외래 여행객의 증가의 따른 전략이 필요
 - 기존의 일본인 중심의 국내 해외여행객이 한류의 영향과 함께 중국 및 유럽 등으로 다각화됨에 따라 이들의 유형과 성격에 맞는 차별화 전략이 필요
 - 또한 서울 및 경기도를 중심으로 한 숙박시설 부족현상을 개선하기 위한 정책 지원이 필요
- 지역 관광자원 개발을 통한 한류 관광객 분산 방안이 요구
 - 현재 서울과 주요 수도권에 집중되어 있는 한류 관광객을 분산시키기 위한 지방자치단체의 노력이 지속되어야 함

☐ 변화하는 고객의 욕구 충족을 위한 호텔의 기능 다양화

- 단순한 숙소로서의 기능 외에 복합 기능을 수행하는 공간으로서 호텔의 역할 확대
 - 사회 구성원의 각종 여가를 소비하기 위한 복합적인 공간으로서 그 기

능과 역할이 확대

- 획일화된 객실 시설 및 서비스에서 벗어나 개별 고객의 성향 및 욕구에 맞는 서비스 다양화 및 부대시설 확충 등의 노력이 요구

○ 의료관광의 지속적인 발전을 위한 제도적 개선 필요

- 최근 의료관광의 중요성이 대두됨에 따라 국내의 의료관광도 활발해지고 있으며 병원이 호텔 내에 직접 입점하는 형태의 시설이 증가
- 그러나 높은 임대료 등과 같은 한계점이 존재
- 이를 위해 현행법에서 호텔 내 부대시설로 입점이 불가하게 되어 있는 의료시설에 대한 법제도 개선이 필요

□ 기술발전을 통한 호텔산업을 둘러싼 환경의 변화에 따른 대응책 필요

○ 인터넷과 모바일기기를 통한 마케팅 및 예약 시스템 보편화 및 객실 자동화 시스템 도입이 필요

- 모바일 기기가 빠른 속도로 보급화 됨에 따라 호텔의 홍보마케팅 수단 및 예약시스템 뿐만 아니라 객실 내 부대시설 등에도 변화가 요구
- 국내의 자동화 시스템은 소극적인 수준에 머물러 있기 때문에 비용 절감 및 고객 만족도를 높이기 위한 객실 자동화 시스템 구축이 필요

□ 지속가능한 호텔 경영을 위한 그린마케팅의 중요성 강화

○ 환경보호를 위한 호텔 책임 대두

- 국내 호텔에서는 그린마케팅의 중요성 및 필요성에 대한 인식이 아직 미비한 수준
- 환경에 대한 사회 전반의 관심이 증가함에 따라 환경 친화적인 기업 이미지 제고 및 대내외 홍보를 위한 적극적인 그린마케팅이 필요

□ 인적서비스 전문화를 통한 국내 호텔 브랜드 경쟁력 강화 방안

○ 전문 인력 양성을 통한 서비스 질 개선 및 경쟁력 강화

- 호텔 산업은 타 산업에 비해 인적서비스에 대한 의존도가 매우 높은 산업
- 따라서 잘 훈련된 종사자의 서비스 질이 호텔 전체의 이미지 개선 및

경쟁력에 긍정적인 영향을 미침

- 국내 호텔 산업의 경쟁력 강화를 위해 전문 호텔 경영인 및 호텔 종사자를 위한 전문 교육 시스템 도입 등으로 국내 호텔 서비스 고급화가 필요

□ 호텔산업 발전을 위한 제도개선

○ 호텔 인허가 제도 개선을 통한 시장진입장벽 완화 필요

- 국내에서는 호텔산업을 사치산업으로 규정하여 개별소비세가 부과되며 인허가 절차에서 과도한 행정적 규제

○ 등급평가제도 개선을 통한 체계적 시스템 구축

- 현행 관광호텔 등급평가는 모든 호텔에 동일한 평가 항목을 적용하여 만점을 기준으로 하여 취득한 점수에 따라 등급을 구분하는 방식으로 운영되어 호텔 신축 과정에서 등급별로 요구되는 기준 또는 가이드라인을 제공하지 못함
- 이러한 문제점을 개선하기 위해 등급평가 제도를 체계적으로 개선하고 이 제도가 실질적인 호텔 설립의 가이드라인으로 활용될 수 있는 시스템 구축이 요구



제1장

서론

제1장 서론

제1절 연구의 추진배경

□ 국내 호텔산업 및 관광산업의 질적 도약을 위한 국내외 산업 분석 필요

- 우리나라의 호텔산업은 지난 5년간 연평균 3.3%씩 성장하고 있지만 국제관광경쟁력은 여전히 낮은 수준
 - 2011년 기준 우리나라의 관광경쟁력 순위는 비즈니스 환경·인프라 분야에서 싱가포르(4위), 홍콩(13위)보다 낮은 28위를 기록
 - 향후 관광객의 지속적인 증가 및 이에 따른 호텔산업에 대한 수요 증가를 예측하고 이에 대한 대비가 필요

□ 외래관광객의 증가에 따른 호텔산업 도약의 기회

- 국내의 호텔산업은 1990년대 양적 성장기를 거쳐 2000년대 이후에 질적 성장을 이루어가는 추세를 보인다 최근 외래관광객이 급격히 증가하며 새로운 성장의 기회를 맞이하고 있음
- 한국을 방문한 외래관광객은 2007년 645만 명에서 2011년 약 980만 명으로 연평균 11%씩 가파르게 증가⁵⁾했으나 호텔 객실 수는 외래관광객의 증가추세를 따라가지 못하고 있음
 - 호텔과 객실 수의 양적인 성장에 더하여 개별 호텔의 경쟁력 확보와 호텔산업의 발전으로 이어지기 위해서는 서비스, 브랜드, 문화, 트렌드 등 다양한 영역에서 질적인 성장의 추구도 동시에 필요
 - 매력적인 호텔은 그 자체만으로도 외래관광객의 방문을 유도하는 탁월한 관광상품이 될 수 있음
- 외래관광객의 만족도 및 호텔산업의 경쟁력 제고를 위해 세계의 주요 호텔 및 호텔산업에 대한 흐름과 최신동향을 파악하는 것이 필요

5) 한국관광공사, 「외래객입국」, e-나라지표 재인용

□ 국내 호텔산업의 경쟁력 강화를 위한 세계 호텔 산업의 분석이 필요함

- 이러한 인식 하에 본 연구는 호텔산업이 세계적인 경쟁력을 갖추고 미래지향적인 서비스산업의 중심이 될 수 있도록 세계의 호텔산업 최신 흐름이 어떻게 변화하고 있는지 그 동향을 파악하고 시사점을 도출하는 것을 최종목표로 함
- 이를 통해 세계 호텔산업의 최신 흐름을 파악하여 국내 호텔산업의 발전방향 정립과 발전을 위한 시사점을 제시하고자 함

제2절 연구범위와 내용

□ 본 연구는 국내외 호텔산업의 규모 및 현황, 최신 트렌드 등을 바탕으로 한 비교분석을 통해 국내 호텔산업의 경쟁력 제고를 위한 시사점 등을 포함

□ 해외호텔산업 현황 분석

- 수도원을 중심으로 발전한 호텔의 역사와 연혁을 통해 호텔산업의 발전 과정을 고찰
- 세계 호텔산업의 시장규모 등 주요 현황파악
 - 기존 문헌과 자료 등을 통해 세계 호텔산업의 시장규모, 객실 수, 객실 이용률, 지역별·등급별 현황 등 호텔산업의 주요 현황과 관련된 통계 및 자료를 조사, 분석
 - 세계 호텔순위에 따른 주요 호텔, 지역별, 등급별 주요 호텔, 세계적인 호텔체인 등 해외의 유명 호텔에 대한 현황 조사
- 세계 호텔산업의 최신 트렌드 및 키워드
 - 여행 및 레저관광산업의 최근 경향 및 특성에 대한 고찰
 - 세계 호텔산업이 최근에 추구하고 있거나 초점을 맞추고 있는 분야나 방향성을 컨셉, 가치, 지역, 건축, 서비스 등 다양한 분야와 관점에서 탐구하여 트렌드를 파악
 - 호텔산업의 현황조사, 트렌드 조사를 통해 세계의 호텔산업이 어떤 흐름과 방향을 가지고 움직이는지를 파악하여, 현재 세계 호텔산업의 흐

름을 주도하고 있거나 호텔산업의 미래를 이끌어 나갈 것으로 예상되는 핵심적인 키워드를 도출

○ 사례분석

- 호텔산업의 최신 트렌드 분석과 이를 통해 도출된 키워드를 바탕으로 호텔산업의 흐름을 주도하는 주요 호텔을 선정, 이에 대한 사례조사를 실시
- 호텔의 일반적 현황, 입지적 특성, 컨셉, 운영방향, 차별화 요소, 외부 평가 등을 조사하고 성공요인을 파악

○ 해외 호텔산업 관련 정책동향 및 시사점

- 호텔산업 및 관광산업의 발전을 위해 시행하고 있는 세계 주요 국가의 호텔 및 숙박산업 관련 정책 조사
- 정책 조사와 분석을 통해 주요 흐름과 특징을 파악하고 한국의 호텔산업 및 정책에 어떻게 적용될 수 있는지 시사점을 도출

□ 국내 호텔산업 현황

○ 국내 호텔산업의 현황파악

- 국내 호텔산업의 시장규모, 객실수, 객실이용률, 이용객 수, 지역별, 등급별 현황 등 호텔산업의 주요 현황과 관련된 통계 및 자료에 대한 조사분석 수행

○ 국내 호텔산업의 역사와 연혁

- 1888년 건립된 인천 대불호텔에서부터 시작된 국내 호텔산업의 역사와 연혁을 조사하고 국내 호텔산업이 어떻게 발전해 왔는지를 고찰

○ 국내 호텔산업의 트렌드 및 키워드

- 국내 호텔산업의 특성, 최신동향, 경영 및 운영상의 특징 등 거시적인 흐름에 대한 조사
- 국내의 호텔산업이 최근에 추구하고 있는 분야나 방향성을 다양한 분야와 관점에서 탐구하여 국내 호텔산업의 트렌드를 파악
- 호텔산업의 현황조사, 트렌드 조사를 통해 현재 호텔산업의 흐름을 주도하고 있거나 호텔산업의 미래를 이끌어 나갈 것으로 예상되는 핵심적인 키워드를 도출

- 도출된 키워드가 세계 호텔산업의 흐름, 방향성 및 키워드와 부합하고 있는지를 비교

○ 정책동향 및 시사점

- 호텔산업 및 관광산업의 발전을 위해 시행하고 있는 호텔 및 숙박산업 관련 정책을 조사
- 정책 조사와 분석을 통해 주요 흐름과 특징을 파악하고 세계적인 기준과 어떤 차이를 보이고 있는지를 비교분석, 이를 통해 향후 호텔산업의 발전을 위한 시사점을 도출

□ 시사점 도출

○ 호텔산업의 미래 발전방향

- 국내외 호텔산업의 트렌드 분석, 키워드 도출을 토대로 한국의 호텔산업이 지향해야할 가치와 방향성을 제시
- 제시된 방향성에 부합하는 세부전략과 추진방안 제시

○ 호텔산업 발전을 위한 정책개선의 방향

- 호텔산업이 지향해야 하는 가치와 방향성을 수렴하고 호텔산업의 발전을 견인할 수 있는 정책개선의 방향성 제시
- 국내 정책분석을 통해 드러난 문제점 파악 및 개선방안 제시
- 해외 정책분석을 통해 파악된 호텔산업의 발전에 필요한 정책이나 아이디어에 대한 도입 및 실천방안 마련



제2장

세계 호텔산업의 현황

제2장 세계호텔산업의 현황

제1절 세계 호텔산업의 정의와 역사

1. 호텔산업의 정의와 기능

□ 호텔의 정의에 대해서는 학자 및 국가별로 차이를 보임

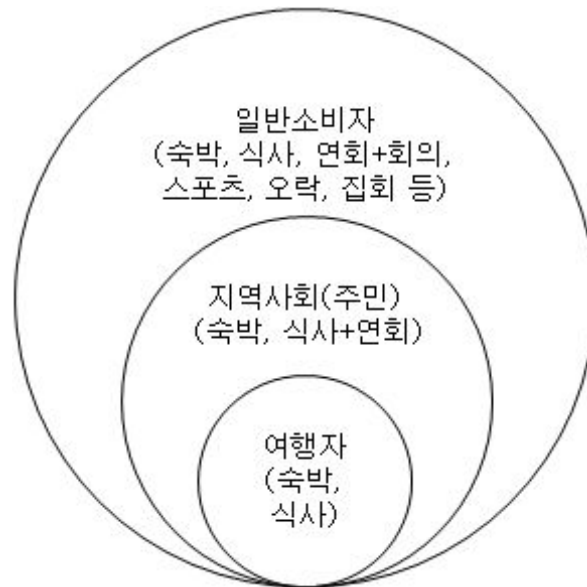
- 일반적으로 일정한 지불 능력이 있는 여행자에게 객실, 식음료 및 기타 서비스상품을 제공하고 그에 대한 대가를 받는 상업시설
- 우리나라 관광진흥법에서는 '관광객의 숙박에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 제공하거나 숙박에 딸리는 음식·운동·오락·휴양·공연 또는 연수에 적합한 시설 등을 함께 갖추어 이를 이용하게 하는 업'으로 정의함
- 최근에는 호텔을 상업시설로서의 소극적 의미에서 나아가 사회와 공익을 위한 공용 서비스시설로 정의
 - 호텔공간을 이용한 세미나 및 연회가 증가함에 따라 호텔은 지역사회에 다양한 서비스를 제공하는 복합적인 공공시설
 - 소비자를 위하여 숙박 및 외식 서비스 외에 소비자들의 경제, 사회·문화적 욕구를 충족시킬 수 있는 다양한 서비스 상품의 생산 및 판매를 주목적으로 하는 기업⁶⁾

□ 호텔의 기능은 시대에 따라서 점차 확대되고 있음

- 전통적으로 호텔은 여행자에게 숙박과 식사 서비스만을 제공하는 시설이었으나, 여행자의 욕구가 다양해짐에 따라 호텔업도 이에 대응하여 다양한 서비스를 제공
 - 인간생활에 필요한 모든 것을 해결할 수 있도록 도와주는 역할
 - '하나의 작은 세계(Small World)', '하나의 작은 나라(Small Country)', '도시 속에 있는 도시(City Within a City)'

6) 차길수, 윤세목(2006), 「호텔경영학원론」, 서울: 현학사.

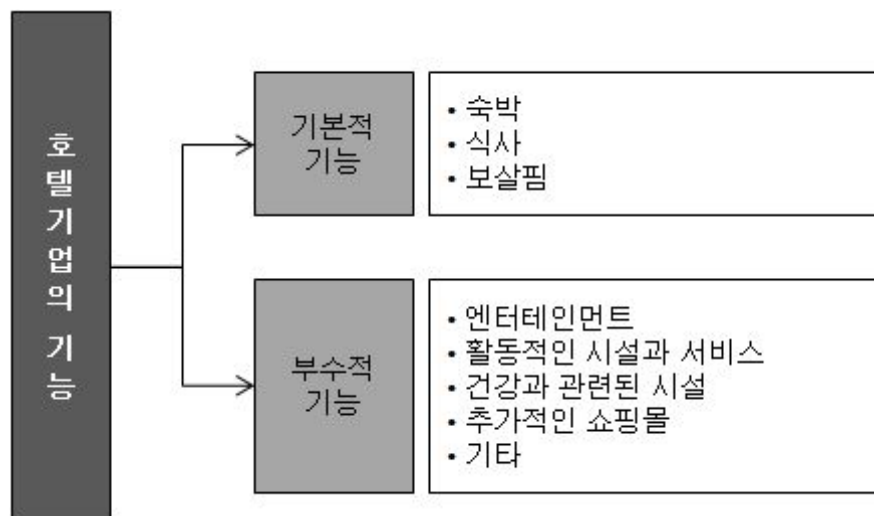
<그림 2-1> 호텔의 정의 및 기능



자료 : 정중희(2010), p.10

- 오늘날의 호텔은 숙박, 식사 등의 기본적인 기능과 함께 지역 주민 및 이용객을 위한 엔터테인먼트, 쇼핑물, 건강센터 등의 부수적 기능의 역할이 점차 확대되고 있는 추세

<그림 2-2> 현대호텔의 기능



자료 : K. Barth, S. Benden, H.J.(1994), p.14

2. 호텔산업의 역사

□ 시대와 사회에 따른 이동의 목적, 범위의 변화와 함께 호텔산업의 유형도 변화

- 순례 또는 참배자를 위한 숙소를 의미하는 라틴어 'Hopitale'에서 유래
 - 고대 그리스 시대의 여행은 신전참배 등과 같은 종교적 목적 및 상인들의 이동이 주가 됨
 - 순례자 또는 대상의 이동경로를 중심으로 Inn, Caravan, Caravansary와 같은 숙박 시설이 발달함
- 로마제국 멸망 이후, 십자군 원정과 순례여행을 중심으로 여행의 발달
 - 수도원, 승원 등이 숙박시설의 기능 담당
 - 자선적인 성격이 강했으며 상업적인 목적을 지니지 않음

□ 현대적 의미의 호텔 등장

- 신대륙의 발견, 시민혁명 등의 영향으로 상업여행의 증대 및 귀족들을 중심으로 현대적 의미의 관광 발전
 - 숙박, 식사, 보살핌의 기본적인 기능만을 담당하는 Inn, Tavern 등의 숙박시설 발전
 - 유럽과 미국 두 대륙을 중심으로 발전하였으나, 지역적 특성에 따라 각기 다른 방식으로 발전
- 유럽은 산업혁명 및 귀족들의 온천여행 등을 중심으로 호텔산업의 터전을 마련
 - 유럽의 호텔은 크게 휴양지 호텔과 도심지 호텔의 특성으로 양분되어 발전함
 - 19세기 초 독일의 온천 휴양지인 바덴바덴에 건립된 바디쉬호프(Badisch Hof)는 근대 호텔의 시초가 됨
 - 프랑스의 호텔산업은 19세기 중반 철도회사의 부대사업으로 설립된 그랜드호텔(Le Grand Hotel)을 시초로 도시의 고급호텔을 중심으로 발전
 - 1898년 프랑스의 Ritz에 의해 고급체인호텔의 개념이 시작됨

- 미국의 호텔산업은 대중적 취향의 저렴한 요금을 중심으로 세계 호텔 시장을 선도함
 - 1974년 뉴욕에 건립된 시티호텔(City Hotel)을 시작으로 대도시를 중심으로 한 호텔산업의 발전
 - 1829년 건립된 보스턴 트레몬트 하우스(Tramont House)는 최초의 싱글 베드와 더블 룸, 객실 열쇠 및 소모품비치, 벨맨 등의 서비스를 제공함으로써 호텔경영에 기술혁신을 이룸
 - 1830년부터 1850년 사이 호텔건축 붐을 이루며 미국 전역에 호텔 건립 및 고급화 경쟁 과열
 - 20세기 이후 미국의 국가경쟁력 확장 및 교통의 발달로 저예산 상용여행자들의 증가로 새로운 요금, 시설 및 서비스에 대한 요구에 맞춰 최초의 상업호텔인 버팔로의 스타틀러 호텔(The Statler Hotel) 설립
 - 1930~40년대 대공황을 겪으며 미국 호텔의 85%가 파산하나 미국 경제 회복과 함께 호텔 산업도 상승세를 보이며 대규모 체인 호텔이 등장
 - 미국의 호텔산업은 '지불 능력과 의사가 있는' 사람 모두가 이용할 수 있다는 점과 미국의 세계 정치·경제적 지위에 따른 다수의 상용 여행객 등을 요인으로 효율성과 편의를 중시하는 저가 상용호텔의 발전이 특징임

3. 호텔산업의 분류

□ 호텔산업의 분류기준은 다양하나 기준간의 경계가 불명확함

- 호텔산업은 규모, 장소, 서비스의 범위, 운영주체 등을 기준으로 분류할 수 있음
 - 분류기준에 따라 세부 분류가 중복되는 경우가 많음
 - 동일한 분류기준에서도 학자 및 국가에 따라 구분에 차이를 보임

□ 객실수를 기준으로 규모에 따른 분류

- 호텔을 분류하는 가장 기본적인 기준
 - 모텔, 콘도 등의 소규모 객실을 운영하는 숙박시설이 증가함에 따라 분류 기준이 되는 객실수도 상향

- 현재 객실수에 따른 분류는 Laventhol and Horwath의 기준을 통상적으로 사용하고 있음
- 이에 따르면 호텔은 객실 규모에 따라 150실 이하의 소규모 호텔, 150~299실 이하의 중규모 호텔, 200~600실 이하의 대규모호텔, 600실 이상은 특대규모 호텔(메트로폴리탄 호텔)로 분류

<표 2-1> 규모에 따른 분류

	과거	현재
소규모 호텔	25~100객실 이하	150객실 이하
중규모 호텔	100~300객실 이하	150~299객실 이하
대규모 호텔	300객실 이상	300~600객실 이하
특대규모 호텔		600객실 이상

□ 호텔이 위치한 장소에 따른 분류

- 호텔이 위치한 장소에 따라 도시호텔, 휴양지호텔, 터미널 호텔 등으로 분류할 수 있음
- 호텔은 그 이용목적에 따라 입지를 선정하기에 이는 운영목적에 따른 분류와 유사하게 나타남

<표 2-2> 장소에 따른 분류

분류	장소	주 이용객	기타특징
도시호텔	비즈니스, 쇼핑 등이 원활한 도시의 중심가	상용여행, 도시를 방문하는 관광객	도시민의 사교장, 공공장소로도 사용
휴양지 호텔	휴양지	휴양과 여가를 목적으로 하는 관광객	이용객의 편의를 위한 충분한 부대시설
터미널 호텔	철도역, 공항, 버스터미널 등	교통수단을 이용하는 사람들	공항호텔, 항구호텔, 터미널호텔 등으로 세분화

□ 서비스의 범위에 따른 분류

- 호텔은 객실 외에 부가적으로 제공되는 서비스의 범위에 따라 Full Service Hotel과 Limited Service Hotel로 분류할 수 있음
- 고객의 욕구가 다양화됨에 따라 이를 충족시키기 위한 다양한 서비스가 제공되기 시작함
- Full Service Hotel은 다양한 부대시설과 서비스의 질적 만족에 높은 경쟁력을 갖추고 있는 반면, Limited Service Hotel은 호텔의 가장 기본적인 서비스만을 제공함으로써 이용료를 낮춰 높은 가격 경쟁력을 갖추고 있음
- 중저가호텔은 기존의 가격과 시설수준을 고수하는 전통적 의미의 소규모저가호텔(budget hotel)과 기능과 서비스 고급화를 통해 제한된 범위 내에서 객실 서비스 수준을 높인 새로운 개념의 중저가호텔(economy hotel)로 세분
- 하지만 두 용어의 구분이 명확하지 않으며, 일반적으로 중저가호텔은 Budget Hotel이라는 용어로 사용
- 서비스의 범위 및 내용에 따라 주 이용객에도 차이를 보임

<표 2-3> 서비스의 범위에 따른 분류

분류	정의	세부구분
Full Service Hotel	레스토랑, 라운지, 피트니스, 세탁서비스 등 이용객이 필요로 하는 모든 서비스를 제공하는 호텔	최고급(deluxe)
		고급(luxury)
		중상급(upscale)
		식음료시설이 있는 중급 (midscale hotel with food and beverage service)
Limited Service Hotel	간단한 아침식사 및 무료 음료 외에 서비스를 제공하지 않는 호텔로 낮은 이용료로 가격경쟁력을 가짐	식음료시설이 없는 중급호텔 (midscale hotel without food and beverage service)
		중저가 호텔(economy)
		저가호텔(budget)

□ 경영형태에 따른 분류

- 호텔의 경영방식을 기준으로 단독경영호텔과 체인호텔로 구분되어 짐
- 단독경영호텔은 개인이 하나의 호텔만을 운영하는 경우, 또는 기업이 호텔업에 투자를 하여 전문 관리인으로 하여금 호텔을 단독경영하게 하는 형태를 의미함
 - 이는 체인본부에 부과되는 비용을 지불할 필요가 없으므로 비용 절감 및 시장 변화에 신속히 대응하고 독창적인 경영기법 개발을 통한 효율적 운영이 용이하다는 장점이 있음
 - 반면 소비자의 지명도가 낮고 국제적 정보수집이 어렵다는 점에서 한계가 있음
- 체인 호텔이란 1930년대 미국의 개인 호텔사업자들이 운영비를 절감하기 위해 시작한 공동운영방식이 기초가 되어 체인본사와 가맹호텔이 계약을 통하여 경영하는 호텔 또는 하나의 소유주가 2개 이상의 호텔을 경영하는 것을 의미함
 - 이는 규모의 경제에 따른 비용 절감 및 각종 매뉴얼을 통한 서비스 표준화, 높은 브랜드 인지도 및 전문 경영인의 직접 경영을 통한 영업력 확보에 강점을 보임
 - 반면 로열티 등의 수수료 과다지급, 시장 변화에 대한 유연한 대처의 어려움 등의 단점이 있음

<표 2-4> 경영 형태에 따른 분류

분류	장점	단점
단독경영호텔	• 로열티 등의 비용 절감 • 시장 변화에 대한 신속한 대응 • 독창적인 경영기법 개발을 통한 효율적 운영	• 낮은 소비자 인지도로 인한 시장 진입이 어려움 • 국제적 정보수집이 어려움
체인 호텔	• 규모의 경제에 따른 비용 절감 • 각종 매뉴얼을 통한 서비스 표준화 • 높은 브랜드 인지도를 통한 시장 진입 용이 • 전문 경영인의 직접 경영을 통한 영업력 확보	• 로열티 등의 수수료 과다 지급 • 시장변화에 대한 유연한 대처 어려움 • 파견 직원과 현지직원 간의 갈등

- 체인호텔은 그 운영방식에 따라 프랜차이즈호텔과 위탁경영호텔로 세분

화 할 수 있음

- 프랜차이즈호텔이란 가맹호텔이 체인본부로부터 총 매출액 또는 객실 판매액의 일정 비율을 로열티(royalty)로 지급하고 그 대가로 경영자문, 유무형의 각종 서비스, 직간접의 재정적 지원을 제공받는 형태로 체인본부는 경영에 직접 참여하지 않고 브랜드 및 예약망만 공유하여 가맹호텔의 경영 독립성 유지
- 위탁경영호텔이란 가맹호텔은 호텔의 소유 및 운영 자본을 책임지고 체인본부가 호텔의 경영권을 위탁받아 일정 비율의 이익금 또는 매출액을 배당받는 경영형태로 가맹호텔과 체인본부간의 위탁경영계약에 의해 성립되며, 경영기간은 약 25-30년으로 장기계약

<표 2-5> 운영방식에 따른 체인호텔의 분류

	프랜차이즈	위탁경영
개념	가맹호텔은 체인호텔의 판매권(특허권) 사용 및 이에 대한 대가 지불	호텔의 소유자와 호텔경영에 전문적인 지식과 기술을 가진 전문경영회사 간에 계약 체결
기술조건	• 객실수익의 3-4% • 계약기간 10년 • 브랜드 및 예약망 공유 • 경영의 독립성 유지	• 영업수익의 5-15% • 계약기간 25-30년 • 경영기법이 효과적 • 소유자는 운영결정에 통제력 상실 우려가 있음
도입호텔	Holiday Inn, Ramada Inn, Choice Hotel 등	Hilton, Hyatt, Inter-Continental 등

자료 : 한국관광연감(1997) 참고 재구성

4. 호텔산업의 특징

☐ 호텔산업은 유형·무형의 상품을 가지고 고객의 욕구에 부응하는 것

○ 여기에서 유형은 객실, 식음료, 부대시설을, 무형은 서비스를 의미

☐ 호텔산업은 호텔상품을 판매한다는 관점에서 다음과 같은 특징을 가짐

7) J. J. Eyster, "Recent Trends in the negotiation of hotel management contract", The Cornell H.R.A Quarterly, Vol. 29(4), 1998, pp.81-90.

- 호텔은 최초 투자비용이 매우 높은 자본형 비즈니스
 - 호텔은 입지여건이 좋아야 하고, 부동산의 규모가 거대하며, 설비, 비품, 집기 등의 시설비가 많이 드는 등 고정자산의 투자가 높은 산업
 - 그러나 시설의 진부화가 빠른 산업
 - 건물의 설계와 구조, 시설 등은 호텔의 가치와 영업에 결정적인 영향을 미치지만, 고객의 이용에 관계없이 조속히 진부화하는 특징으로 시간에 따라 경제적 가치가 상실
- 인적서비스에 대한 의존성이 높은 산업
 - 잘 훈련된 종업원은 고객으로부터 좋은 반응을 가져오지만 그렇지 않을 경우 상품품질에 부정적으로 작용
- 비전매성 상품
 - 호텔상품은 소비자가 직접 현장에 와서 인적, 물적 서비스를 이용하거나 소비하는데, 호텔 객실상품은 당일 판매하지 않으면 그 가치를 상실하기 때문에 객실 점유율과 매출의 극대화 효율적인 관리가 요구됨
- 상품공급의 비탄력성
 - 일반상품은 수요가 증가하면 대량생산으로 수요에 맞게 공급의 양을 증가시킬 수 있지만, 호텔상품은 한정된 상품을 가지고 수요에 응하기 때문에 수요가 넘친다 하더라도 서비스 제공 불가
- 낮은 자본 회전률
 - 대규모의 자본을 요구하는 호텔산업에서 투자자본의 회수는 매출에 의존할 수밖에 없지만, 그 매출은 투자된 자본에 비해 소액이므로 자본 회수에 많은 기간이 소요(20년)
- 환경에 대한 민감성
 - 호텔산업은 정치경제, 사회 등 환경변화에 민감한 편이고, 리조트 호텔의 경우 계절에 따라 수요의 기복이 심하여 이의 관리가 용이치 않음
- 공공장소적 기능
 - 숙박기능, 음식제공 이외에도 집회공간, 문화행사, 스포츠, 레저, 상업

- 공간, 건강센터 등의 지역사회의 커뮤니티의 공간으로 활용
- 고객전용객실, 라운지 등의 직접적인 수익이 발생되지 않는 비생산적이지만 공공적인 장소가 존재
 - 예식장으로 사용되어 많은 지역주민이 함께하는 만남의 광장으로 이용

제2절 세계 호텔산업의 현황

1. 세계 호텔산업의 주요지표

□ 호텔산업 평가를 위한 객관적 지표가 필요

- 세계 호텔산업에서 통용되는 주요 지표는 객실이용률(Occ), 판매객실평균요금(ADR), 가용객실당수입(RevPAR)이 있음
 - 객실이용률(Occ, Occupancy)은 호텔이 보유한 전체 객실 중 수리나 정비 등의 이유로 판매가 불가능한 객실 및 사내 사용분을 제외한 판매가능객실 중 판매된 객실의 비율로 호텔 객실판매에 대한 수준을 나타내고 있는 지표
 - 판매객실평균요금(ADR, Average Daily Rate)은 실제로 판매된 객실을 얼마나 높은 가격으로 판매하였는지를 나타내는 지표로 전체객실수입액을 판매된 객실 수로 나눈 수치
 - 가용객실당수입(RevPAR, Revenue Per Available Room)은 평균객실요금(ADR)이 판매된 객실만을 기준으로 하고 객실이용률을 고려하지 않았다는 한계에서 나아가 전체 평균객실요금과 객실이용률을 곱하여 산출된 수치

<표 2-6> 호텔산업 주요 지표 산출방식

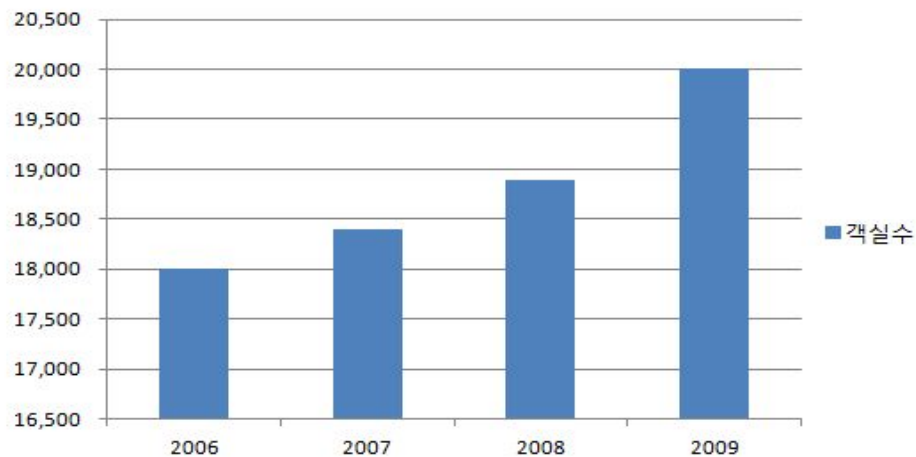
$$\begin{aligned} \text{객실이용률(Occ)} &= (\text{판매가능 객실수} / \text{판매가능 객실수}) \times 100 \\ \text{판매객실평균요금(ADR)} &= \text{객실매출액} / \text{판매객실수} \\ \text{가용객실당수입(RevPAR)} &= \text{객실이용률(Occ)} \times \text{판매객실평균요금(ADR)} \end{aligned}$$

□ 세계호텔산업은 지속적인 성장세를 보임

- 세계관광기구(UNWTO:World Tourism Organization)의 자료에 따르면 2009년 기준 세계 호텔 수는 757,023개, 객실수는 20,003,698실
- 2006년 이후 세계 호텔산업의 규모는 지속적으로 확대되는 추세를 보이며, 특히 2009년 큰 폭으로 성장함

<그림 2-3> 세계 호텔산업 규모(객실수)

(단위 : 천 실)



자료 : 세계관광기구(2006~2009)

- 객실수를 기준으로 미국이 4,762,095개로 전체의 23.8%를 차지하며 세계 호텔산업에서의 압도적인 규모
- 다음으로는 중국, 일본, 이탈리아, 브라질 순으로 나타났으며, 미국 외의 국가 간에는 큰 차이를 보이지 않음
- 호텔과 유사 숙박시설을 포함한 호텔수는 이탈리아, 독일, 일본, 미국, 스페인 순으로 나타나 객실수를 기준으로 한 순위와는 차이를 보이나, 국가의 구성은 비슷하게 나타남
- 중국의 경우 객실수를 기준으로 하였을 때와 시설수를 기준으로 하였을 때의 규모면에서 큰 차이를 보여, 중국의 호텔산업이 대규모 호텔을 중심으로 이루어져 있음을 추론해 볼 수 있음
- 본 수치는 세계관광기구에 가입된 국가들만을 대상으로 하며, 국가 간의 측정 기준 및 방식에 차이가 있어 객관적인 자료로서의 한계가 있음

<표 2-7> 호텔수 및 객실수별 호텔산업 규모 순위

(단위 : 개, 실)

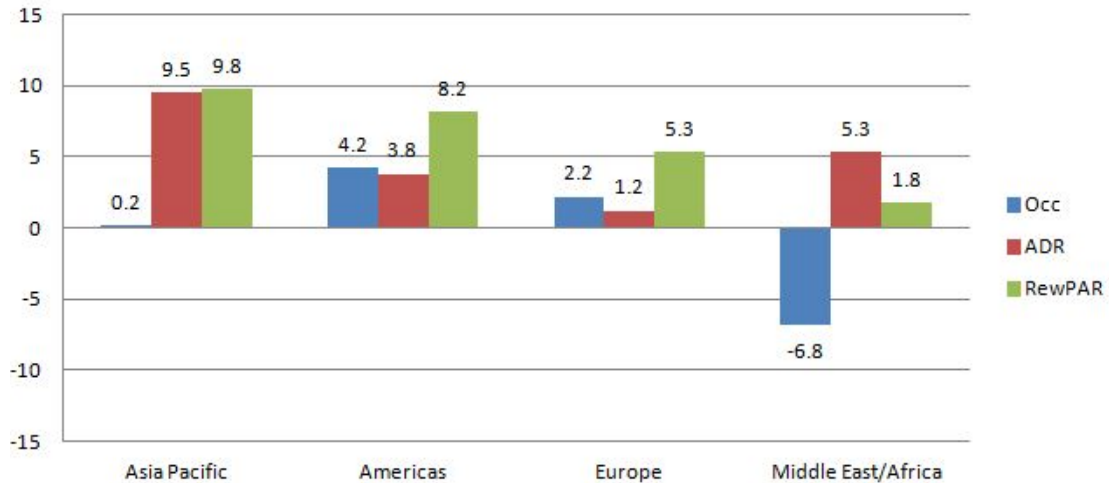
순위	호텔수		객실수	
1	이탈리아	125,745	미국	4,762,095
2	독일	90,894	중국	1,673,475
3	일본	58,654	일본	1,589,963
4	미국	50,800	이탈리아	1,088,088
5	스페인	41,409	브라질	963,576
6	영국	40,415	독일	926,610
7	오스트리아	34,031	스페인	863,056
8	아르헨티나	23,969	영국	648,239
9	프랑스	17,283	멕시코	623,555
10	브라질	17,189	프랑스	612,475

자료 : 세계관광기구(2006~2010)

- 자연재해 및 정치적 불안에도 불구하고 전반적인 성장추세를 보임
 - 2011년에는 유럽의 화산재와 일본의 지진, 쓰나미 등의 자연재해 및 중동지역의 민주화투쟁으로 인한 정치적 불안 등의 부정적 요소가 많았음에도 불구하고 전반적인 호텔산업은 성장
 - 전 세계적으로 전반적인 수치는 모두 증가하였으나, 중동과 아프리카 지역의 객실이용률이 큰 폭의 하락세를 보임
 - 이는 2010년 '남아프리카공화국 월드컵'의 특수 및 2011년 초부터 발생한 중동과 북아프리카를 지역의 반정부 시위로 인한 여행의 감소를 원인으로 추론할 수 있음
 - 베이징, 홍콩 등 아시아지역의 성장이 두드러지나 도쿄의 경우 지진과 쓰나미 등의 자연재해로 인해 큰 폭으로 하락함

<그림 2-4> 세계 호텔산업 주요지표별 변동률(2010~2011)

(단위 : %)



자료 : STR Global

- 아시아태평양, 중동/아프리카로의 호텔산업 중심지 이동
 - 호텔산업이 발달한 아메리카, 유럽에 비해 아시아태평양, 중동/아프리카 지역의 판매객실평균요금이 월등히 높은 것으로 나타남
 - 이는 호텔산업의 후발주자로서 이들 지역의 특급호텔 위주의 호텔산업 개발을 그 원인으로 꼽을 수 있음
 - 아시아태평양, 중동/아프리카 지역의 높은 객실이용률 경제 및 관광의 중심지가 변화되고 있음을 보여줌

<그림 2-5> 2011년도 세계호텔산업 주요 지표

(단위 : USD, %)



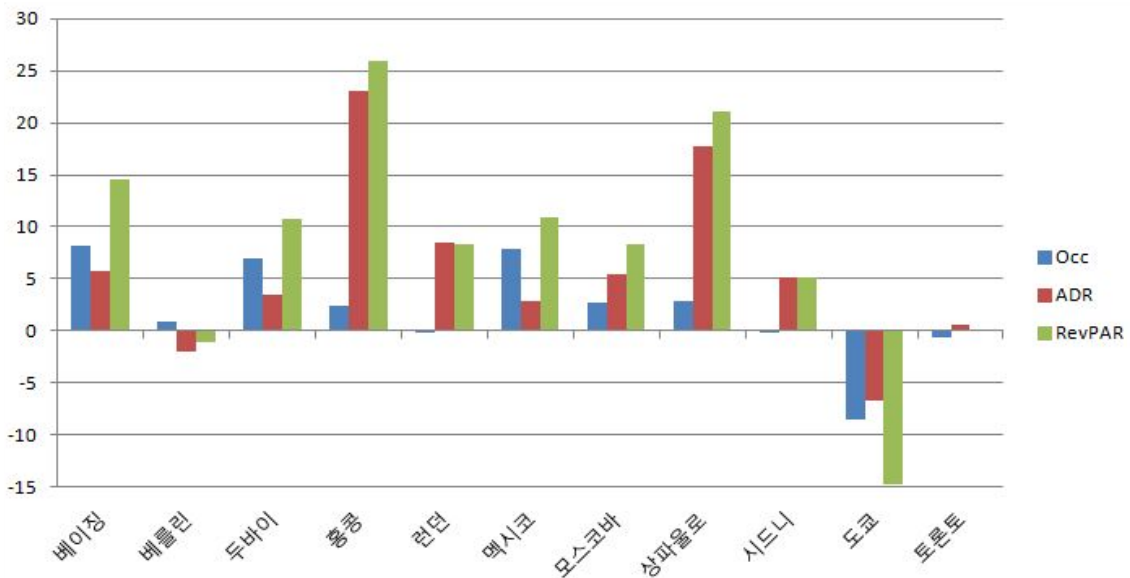
자료 : STR Global

- 중국, 남아메리카를 중심으로 한 새로운 관광 중심지의 성장

- 2011년 가장 큰 성장세를 보인 도시는 홍콩이며 베이징의 성장도 두드러지게 나타남
- 이러한 현상은 중국 관광산업의 성장뿐만 아니라 주변국 일본의 자연재해로 인한 관광객의 증가를 원인으로 꼽을 수 있음
- 상파울로, 멕시코 등 남아메리카 지역의 도시들의 성장을 통해 세계 관광 동향의 변화를 추론할 수 있음

<그림 2-6> 2011년도 주요 도시 호텔산업 지표 변동률

(단위 : %)



자료 : STR Global

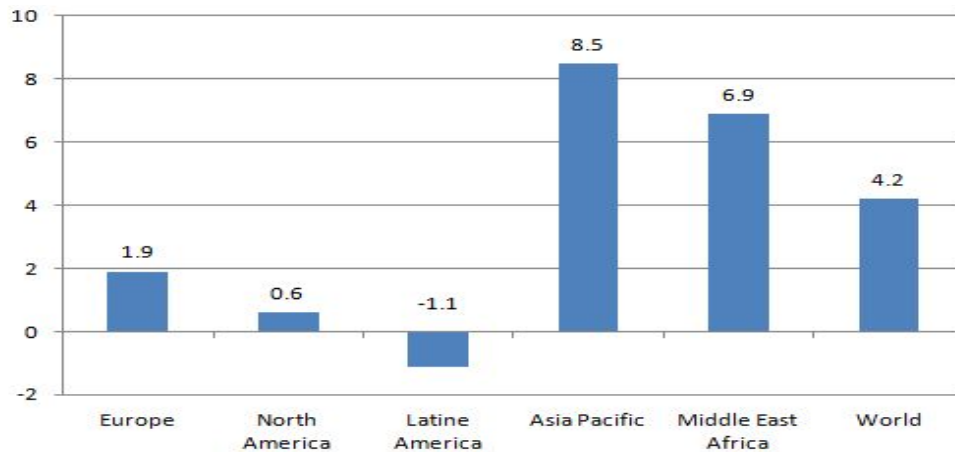
□ 체인호텔의 시장 확대

○ 아시아 및 중동/아프리카 지역을 중심으로 체인 호텔 증가

- 유럽과 미국에서부터 발전한 체인호텔이 그 외의 지역으로 확장해 나가며 따라 아시아, 중동, 아프리카 등의 지역에서의 체인호텔이 증가
- 이는 북미와 유럽지역의 호텔 공급 과잉 및 아시아, 중동 등의 지역의 급속한 경제성장 및 이로 인한 유동인구의 증가, 여행을 즐기는 중산층의 증가 등으로 인한 이들 시장의 성장 잠재력 때문인 것으로 추론됨

<그림 2-7> 대륙별 체인호텔 증감율(2010년 기준)

(단위 : %)



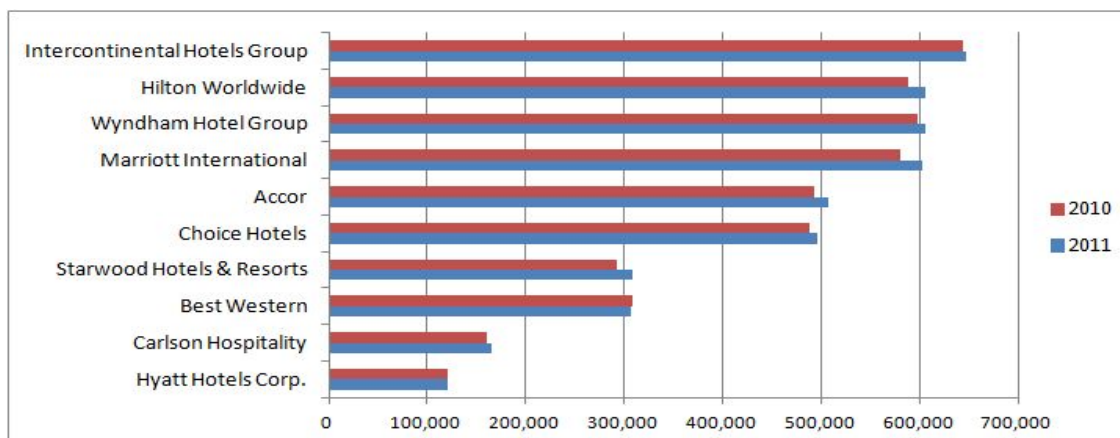
자료 : MKG Hospitality, Hotel Growth Continues Worldwide

○ 주요 체인호텔의 지속적인 성장 추세

- 객실수를 기준으로 한 주요 체인호텔의 규모는 점차 증가하고 있는 것으로 나타남
- 2011년을 기준으로 Intercontinental Hotels Group이 가장 큰 규모를 보유하고 있는 것으로 나타났으며, 다음으로 Hilton, Wyndham Hotel Group 순으로 나타남
- 이 중 Accor, Best Western, Choice Hotels 등의 체인은 중저가호텔을 주력 상품으로 호텔산업을 개발하고 있다는 점에서 세계 호텔산업에서 중저가호텔의 규모와 범위가 상당한 수준임을 알 수 있음

<그림 2-8> 2011년 객실규모별 체인호텔 규모

(단위 : 실)



자료 : Database MKG Hospitality - March 2011 참고 재구성

2. 주요 국가별 호텔산업 현황

1) 미국의 호텔산업

□ 미국의 호텔시장은 2010년 기준 약 128조원 규모

- 2010년 기준 미국의 호텔수는 51,015개로 전년대비 215개(0.4%) 증가, 객실수는 4,801,890개로 전년대비 1,295개(2.6%) 증가함
- 미국의 관광 및 호텔산업은 미국 10대 주요 산업 중의 하나로 미국 소매업계에서 자동차, 식료품에 이어 세 번째로 큰 산업으로 꼽힘⁸⁾
- 2000년대 이전까지 미국의 호텔수는 지속적인 증가추세를 보였으나 2001년 9·11테러의 영향으로 급감
- 이후 빠른 성장세를 보이며 현재 9·11테러 이전 수준까지 회복

<표 2-8> 2000~2010년 미국 호텔 산업의 규모

(단위 : 개, 실)

년도	호텔수	객실수
2010	51,015	4,801,809
2009	50,800	4,762,095
2008	49,505	4,626,348
2007	48,062	4,476,191
2006	47,135	4,389,443
2005	47,590	4,402,466
2004	47,598	4,411,908
2003	47,584	4,415,696
2002	47,040	4,397,534
2001	41,393	4,185,625
2000	53,500	4,100,000*

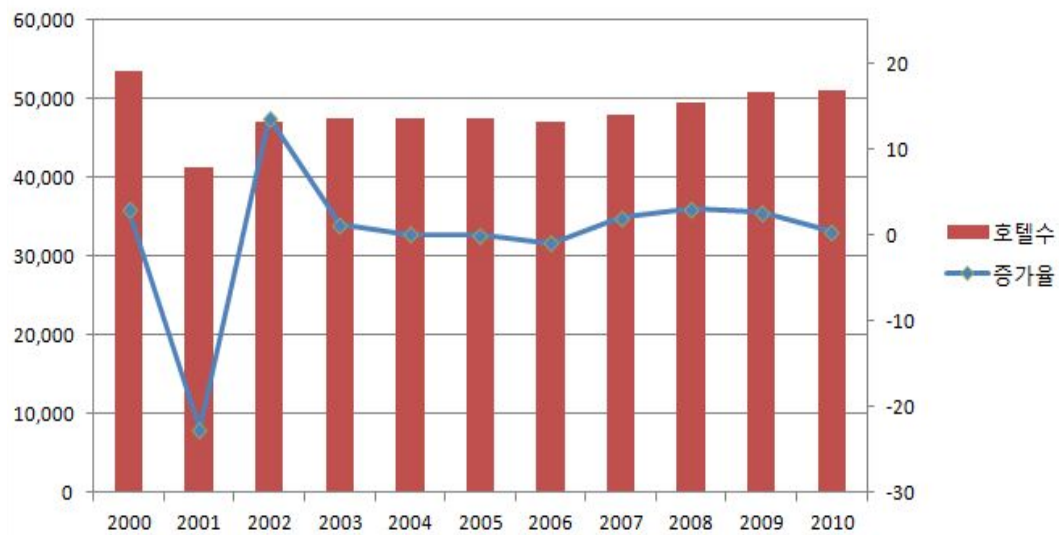
* 주 : 2000년도 객실수는 대략적인 규모임

자료: American Hotel&Lodging Association

<그림 2-9> 2000~2010년 미국 호텔수 변화추이

8) American Hotel&Lodging Association(<http://www.ahla.com/>)

(단위 : 개, %)



자료: American Hotel&Lodging Association

□ 미국발(發) 세계경제위기와 미국 호텔산업의 불황

- 2007년 미국에서부터 시작된 세계경제위기로 미국 호텔산업도 불황을 겪음
 - 판매객실평균요금(ADR)은 지속적으로 성장하였으나 미국 내 경제악화와 세계경제위기로 외래여행객 및 자국민의 여가활동 감소, 신축 호텔의 진입 등으로 객실이용률(Occ) 및 객실당 수입(RevPAR)은 감소함
 - 이러한 수요의 감소는 미국 호텔산업 내의 경쟁을 심화시키는 요인으로 작용하여 2008년 이후 판매객실평균요금이 큰 폭으로 하락한 것으로 추론할 수 있음
 - 2008년 11월부터 시행된 무비자입국프로그램(VWP:Visa Waiver Program) 및 2009년 미국 경제 안정화로 2010년 이후 다시 성장세를 보임

<표 2-9> 2000-2010 미국 호텔산업 주요지표

(단위 : 개, 실, %, 달러)

YEAR	호텔수	객실수	객실이용률 (Occ)	판매객실평균요금 (ADR)	기용객실당수입 (revPAR)
2000	53,500	4,100,000	63.7	85.89	54.15
2001	41,393	4,185,625	60.3	88.27	50.73

2002	47,040	4,397,534	59.1	83.54	49.41
2003	47,584	4,415,696	61.1	82.52	50.42
2004	47,598	4,411,908	61.3	86.24	52.90
2005	47,590	4,402,466	63.1	90.88	57.36
2006	47,135	4,389,443	63.3	97.78	61.93
2007	48,062	4,476,191	63.1	103.87	65.52
2008	49,505	4,626,348	60.4	106.84	64.37
2009	50,800	4,762,095	54.7	97.85	53.50
2010	51,015	4,801,809	57.6	98.07	56.47

자료 : AH&LA Lodging Industry Profiles & Smith Travel Research

<그림 2-10> 2000~2010년 미국 호텔산업 시장규모

(단위 : 달러, %)



자료: AH&LA Lodging Industry Profiles & Smith Travel Research

□ 도시를 중심으로 한 실용성 위주의 소규모 저가 호텔을 중심으로 발전

○ 지역별로는 중소도시, 규모별로는 소규모호텔의 발전이 두드러짐

- 미국의 호텔은 도시와 그 주변을 중심으로 한 도시호텔⁹⁾이 37,699개 (73.9%)로 대다수를 차지하며, 다음으로 고속도로와 공항을 중심으로 한 터미널호텔¹⁰⁾ 9,553개(18.7%), 휴양지호텔¹¹⁾ 3,763개(7.4%) 순으로 나

9) 비즈니스와 쇼핑 등이 원활한 도시의 중심가에 위치한 호텔로 상용여행 또는 도시를 방문하는 관광객이 주로 이용하는 호텔

10) 철도역, 공항, 버스터미널 부근에 위치한 호텔로 교통수단을 이용하는 사람들이 주로 이용. 장소를 기준으로

타남

- 150실 이하의 소규모 호텔이 44,978개(82.2%)로 대부분이며, 그 중 75실 이하의 호텔은 전체의 반수 이상인 28,115개(55.1%)를 차지함
- 요금별로는 30달러 이상에서 85달러 이상까지의 호텔이 비슷한 비중을 보이나, 세부요금 및 최대치를 알 수 없어 요금에 따른 분석이 어려움
- 다만 85달러 이하의 호텔수가 70%이상을 차지한다는 점에서 미국 호텔산업에서의 중저가호텔의 비중이 높을 것으로 추론할 수 있음
- 이를 통해 미국의 호텔산업은 도심을 중심으로 한 소규모 중저가 상용 호텔을 위주로 발전하였음을 알 수 있음

<표 2-10> 호텔분류별 미국 호텔산업 규모

(단위 : 개, 실)

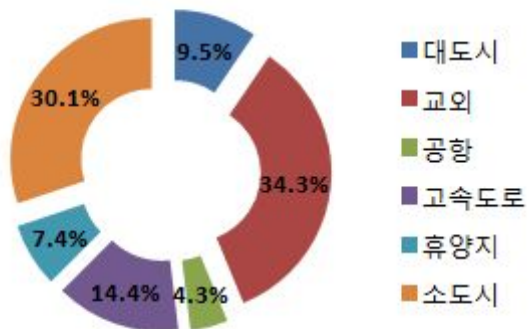
구분		호텔수	객실수
장소별	도시	4,859	753,612
	교외	17,479	1,745,937
	공항	2,207	304,762
	고속도로	7,346	498,064
	휴양지	3,763	595,135
	소도시	15,361	904,380
요금별	\$30 이하	777	54,031
	\$30-\$44.99	6,619	406,377
	\$45-\$59.99	14,454	895,547
	\$60-\$85	15,789	1,385,880
	\$85 이상	13,376	2,060,055
규모별	75실 이하	28,115	1,211,570
	75-149실	16,863	1,773,247
	150-299실	4,378	876,062
	300-500실	1,125	419,280
	500실 이상	534	521,731

자료: American Hotel&Lodging Association, 2010년 기준

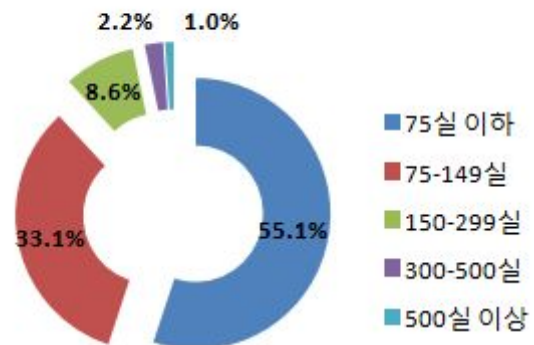
공항호텔, 항구호텔, 터미널호텔 등으로 세분화

- 11) 휴양지를 찾는 관광객들의 휴양과 여가를 목적으로 이용되는 호텔로서 전형적으로 이용객의 편의를 위한 각종 부대시설을 동시에 즐길 수 있는 Full Service System을 갖추고 있음

<그림 2-11> 장소별 미국 호텔산업

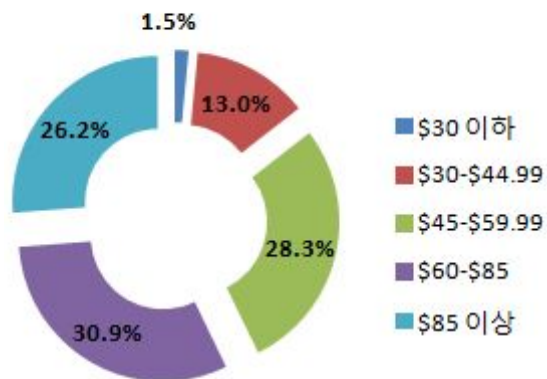


<그림 2-12> 규모별 미국 호텔산업



자료: American Hotel&Lodging Association, 2010년 호텔수 기준

<그림 2-13> 요금별 미국 호텔산업



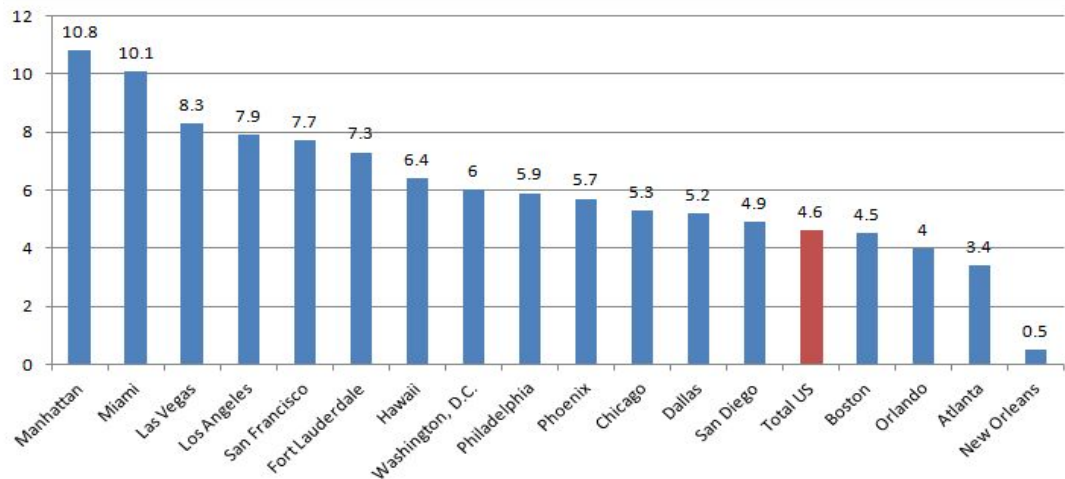
자료: American Hotel&Lodging Association, 2010년 호텔수 기준

□ 2000년대 이후 2001년 9·11테러, 2007년 세계경제위기 등의 위험요소에도 불구하고 미국의 호텔산업은 성장세를 보임

○ 특히 맨해튼, 마이애미, 라스베이거스 등 미국 경제의 중심지이자 주요 관광지를 중심으로 가용객실당수입이 크게 증가함

<그림 2-14> 2000~2008년도 가용객실당수입 증가율

(단위 : %)



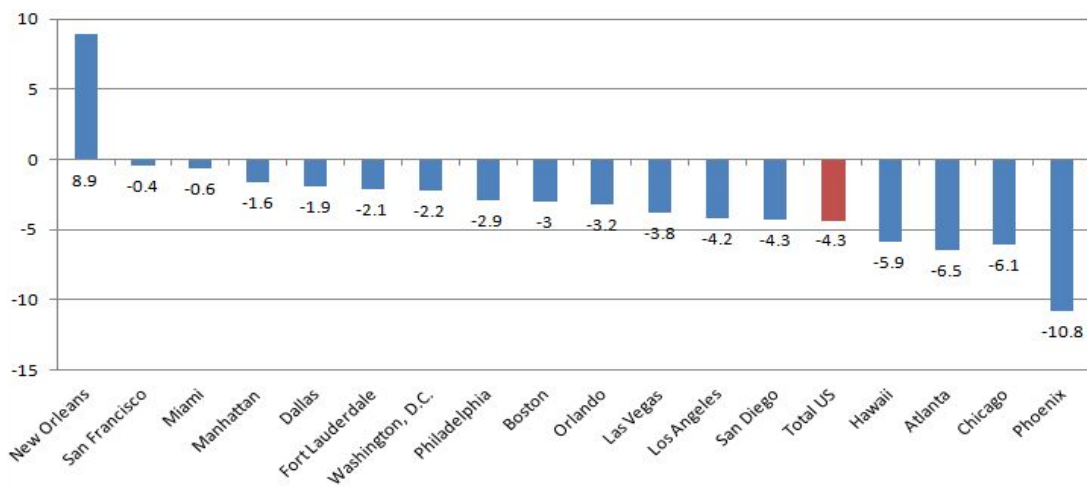
자료 : STR, Monthly Lodging Review

○ 자연재해 및 경제위기 등으로 인한 시장 저조

- 2008년도에 뉴올리언스는 객실이용률, 판매객실평균요금, 가용객실당수입 모두에서 두드러진 성장을 보임
- 이는 2005년 허리케인 '카트리나'의 피해로 급락한 호텔산업의 지속적인 회복세에서 기인한 것으로 보임
- 2008년 미국의 호텔산업은 뉴올리언스를 제외한 대부분의 지역은 성장이 저조한 것으로 나타나는데 이는 2007년부터 시작된 세계경제위기로 인한 일시적인 현상일 것으로 추론됨

<그림 2-15> 2008년도 지역별 객실이용률 변화추이

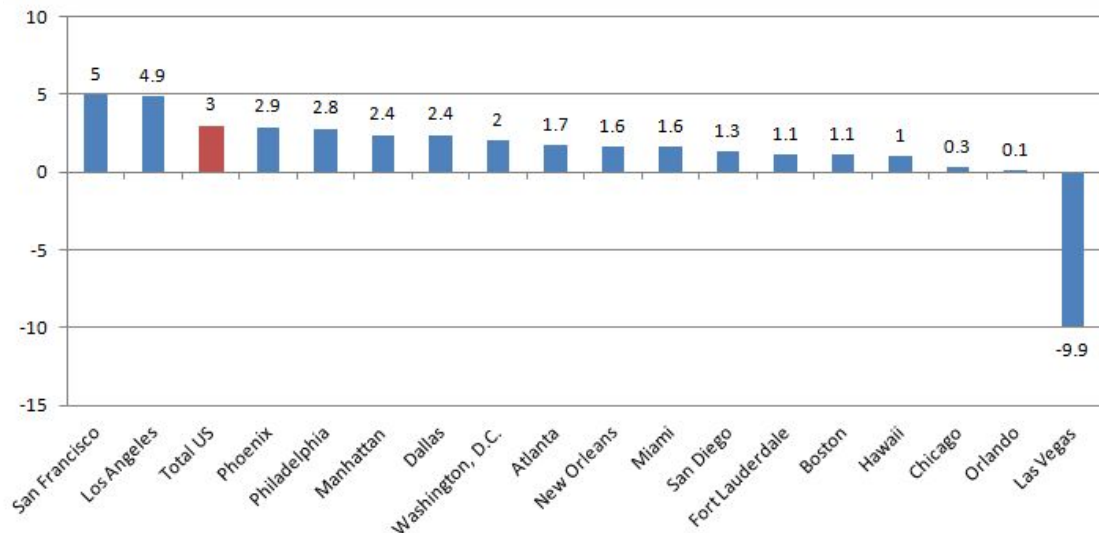
(단위 : %)



자료 : STR, Monthly Lodging Review

<그림 2-16> 2008년도 지역별 판매객실평균요금 변화추이

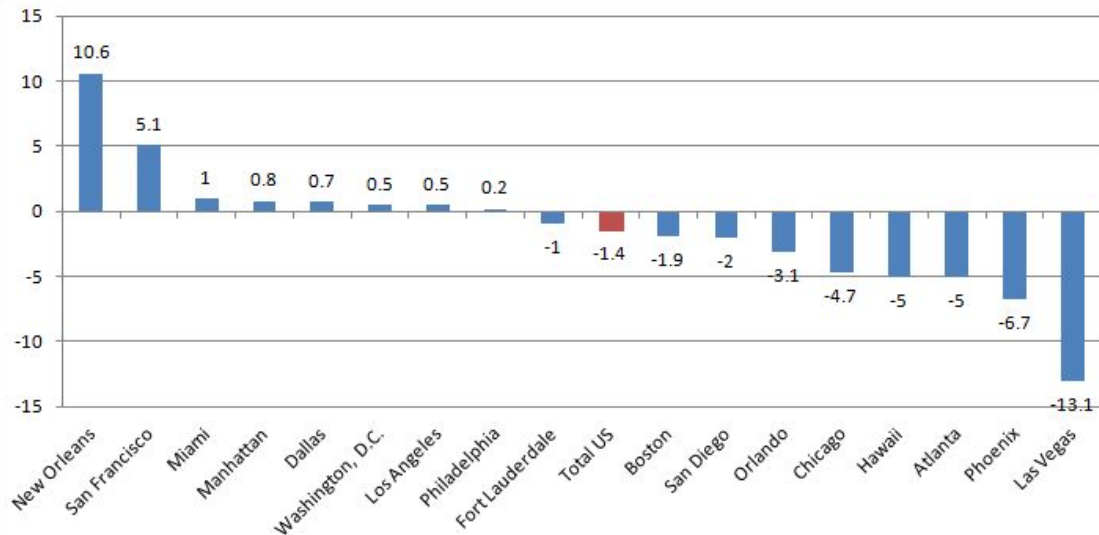
(단위 : %)



자료 : STR, Monthly Lodging Review

<그림 2-17> 2008년도 지역별 가용객실당수입 변화추이

(단위 : %)



자료 : STR, Monthly Lodging Review

2) 영국의 호텔산업

□ 호텔 규모의 확대

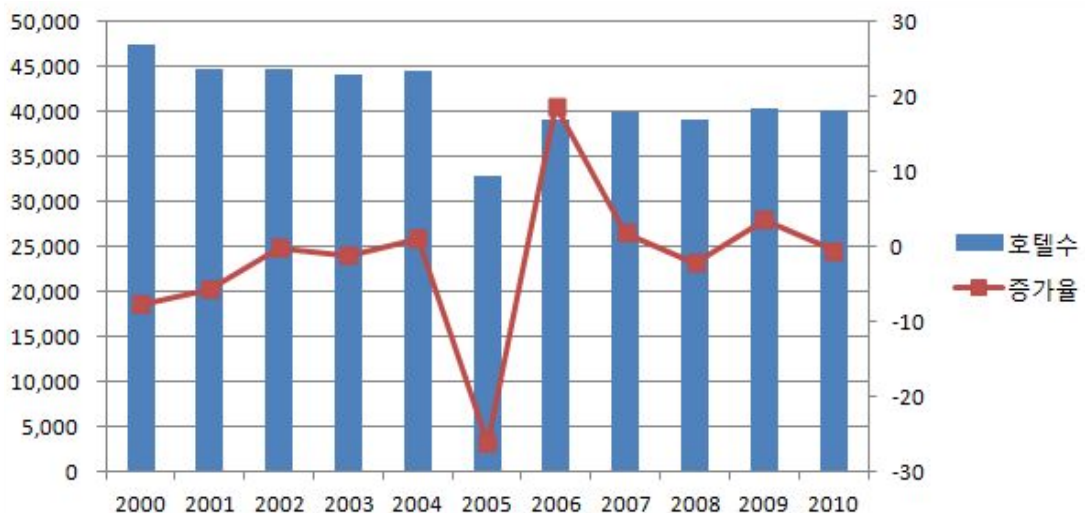
○ 2010년 기준 영국의 호텔수는 40,184개, 객실수는 1,416,000실로 전년도

에 비해 호텔수는 231개(-0.6%) 감소하였고 객실수는 5,000실(0.4%) 증가함

- 2006년 이후 회복세를 보이던 영국의 호텔산업은 2008년 세계경제위기로 인해 다시 한 번 큰 폭으로 감소하였으나 이후 지속적인 성장추세를 보임
- 하지만 Eurostat의 통계는 2005년도의 수치가 급격히 감소하였으며, 해당 기간에 타 기관의 통계에서는 오히려 호텔이 증가하였다는 조사내용이 발표되어 해당 자료의 객관성 및 신빙성에 대한 의문이 제기됨
- 최근 경기 회복 및 2011년 왕실 결혼식 등으로 인한 런던 호텔 시장의 회복세와 '2012 런던 올림픽 및 장애인 올림픽'에 힘입어 런던 정부는 현재의 약 12% 수준인 13,300개의 객실을 증축하여 2012년에는 런던 지역에만 약 123,000개 이상의 객실이 추가로 증설될 것으로 예상

<그림 2-18> 2000~2010년 영국 호텔수 변화추이

(단위 : 개, %)



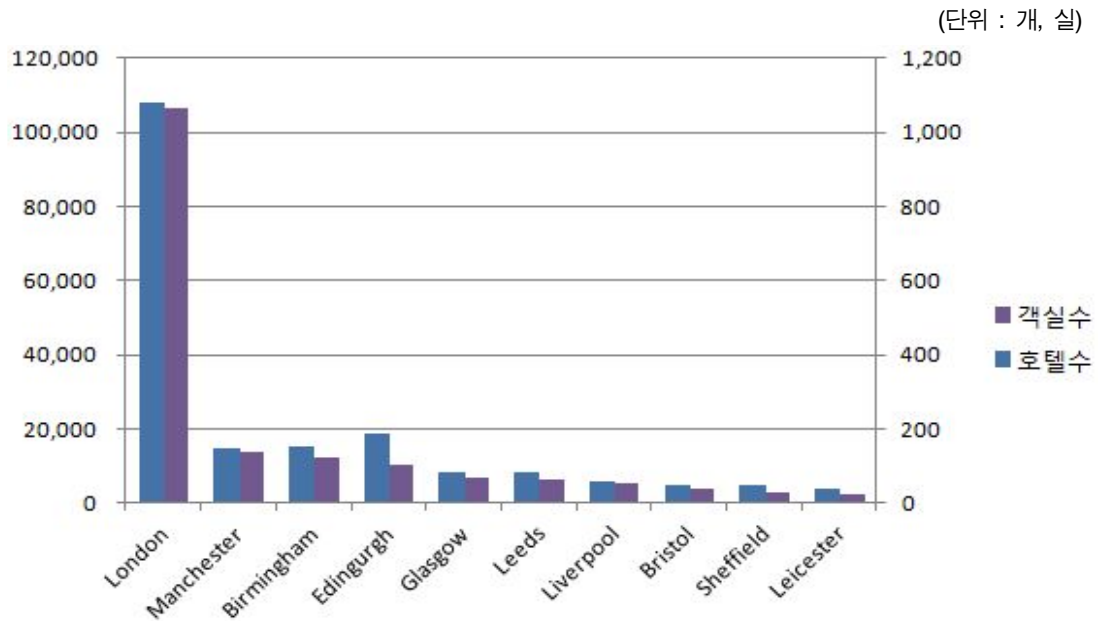
자료 : Eurostat

□ 런던과 지역 간의 불균형 발전 심화

○ 영국의 호텔 산업에서 런던이 차지하는 비율은 절대적

- 2011년을 기준으로 런던지역에 위치한 호텔수는 1,079개, 객실수는 총 106,383실로 영국의 타 도시에 비해 월등히 높은 것으로 나타남
- 런던과 잉글랜드를 중심으로 한 호텔 신축으로 지역별 편차는 더욱 심화될 것으로 예상

<그림 2-19> 영국 주요도시의 호텔산업 규모



자료 : Melvin Gold Consulting research and analysis 참고재구성

<표 2-11> 영국의 지역별 신축 호텔 현황

(단위 : 개)

	London	England	Scotland	Wales	Northern Ireland
2002	21	49	5	1	1
2003	10	32	6	1	1
2004	24	49	11	3	1
2005	12	62	7	5	1
2006	11	81	12	6	2
2007	12	71	13	5	3
2008	22	146	16	18	5
2009	10	63	13	4	2
2010	16	60	13	6	1
2011	28	70	6	2	-
합 계	166	683	102	51	17

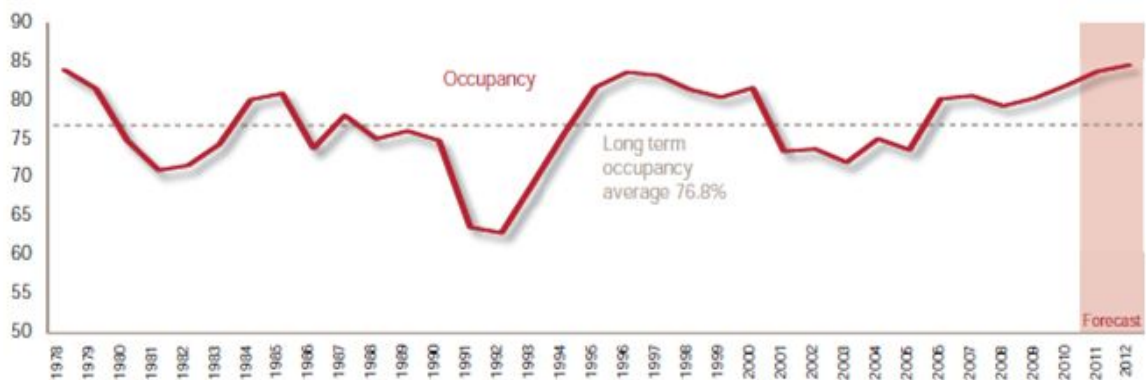
자료 : Wordsmith and Company

- 세계 경제 및 관광의 중심지로서 런던의 중요성이 커짐에 따라 호텔 산업 또한 활기를 되찾음
 - 2010년 런던의 객실이용률은 83%로 영국 전체 73.1%, 런던 외 지역 69.7%에 비해 월등히 높게 나타남

- 장기적으로 런던과 지방의 객실이용률 변화 추이는 비교적 비슷한 양상을 보이나 런던의 변화가 더욱 큰 폭으로 나타나는데 이는 지방의 호텔산업에 비해 런던의 호텔산업이 규모와 비용의 측면에서 외부 효과의 영향을 크게 받기 때문인 것으로 추론할 수 있음
- 2010년 런던의 객실이용률의 성장은 세계 경제 회복과 함께 증가한 비즈니스 출장이 영국 경제의 중심지인 런던에 집중되었기 때문인 것으로 추정됨
- 2011년 30년 만에 행해지는 왕실 결혼식과 2012년 런던 올림픽 및 장애인 올림픽 등의 국제적 행사 및 세계적인 컨벤션의 증가 등으로 런던을 찾는 여행객의 수는 더욱 증가할 것으로 예상됨

<그림 2-20> 런던의 객실이용률(Occ) 추이

(단위 : %)



자료 : PwC, Econometric forecasts, 2011.2

* 주 : 2011년 수치는 추정치, 2012년 수치는 예상치

<그림 2-21> 런던 외 지역의 객실이용률(Occ) 추이

(단위 : %)



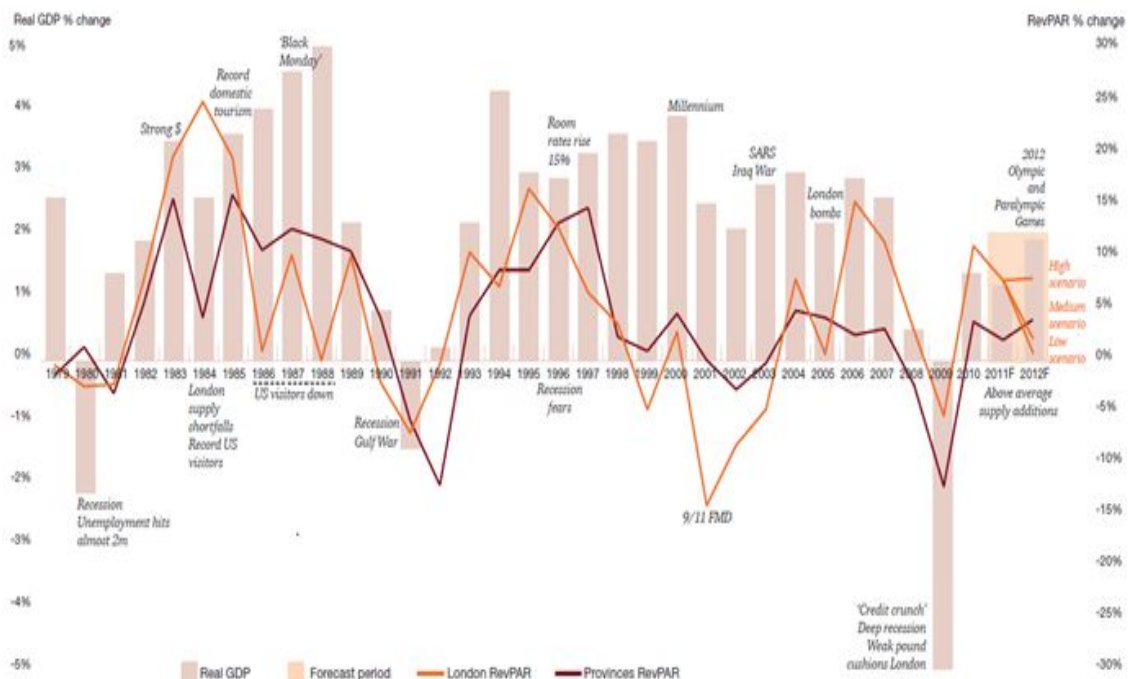
자료 : PwC, Econometric forecasts, 2011.2

* 주 : 2011년 수치는 추정치, 2012년 수치는 예상치

- 객실이용률 및 이용료의 지속적인 증가로 런던 호텔산업의 성장은 더욱 가속화 되는 추세
 - 2010년 기준 런던의 가용객실당수입은 £103.86로 영국 전체 £57.55, 영국 외 지역 £41.23보다 훨씬 높은 것으로 나타남
 - 최근 몇 년간 런던과 지방의 가용객실당수입 변화율은 유사한 형태로 나타나나, 런던이 훨씬 큰 폭으로 변화하고 있음
 - 이를 통해 앞으로 영국과 지역 간의 불균형이 더욱 심화될 것으로 예상할 수 있음
 - 이례적으로 2001년~2003년 런던의 가용객실당수입이 큰 폭으로 감소한 것으로 나타나는데 이는 미국의 9·11테러의 영향으로 런던호텔 이용객의 다수를 차지하던 미국인 관광객의 감소 때문인 것으로 추론됨
 - 이후 급속도의 성장을 보이던 런던의 호텔 산업은 2005년도에 또 한 번 큰 폭으로 축소되었는데, 이는 런던의 지하철 연쇄 테러사건을 원인으로 꼽을 수 있음

<그림 2-22> 영국의 지역별 가용객실당수입(RevPAR) 변화추이

(단위 : %)



자료 : PwC, Econometric forecasts, 2011.2

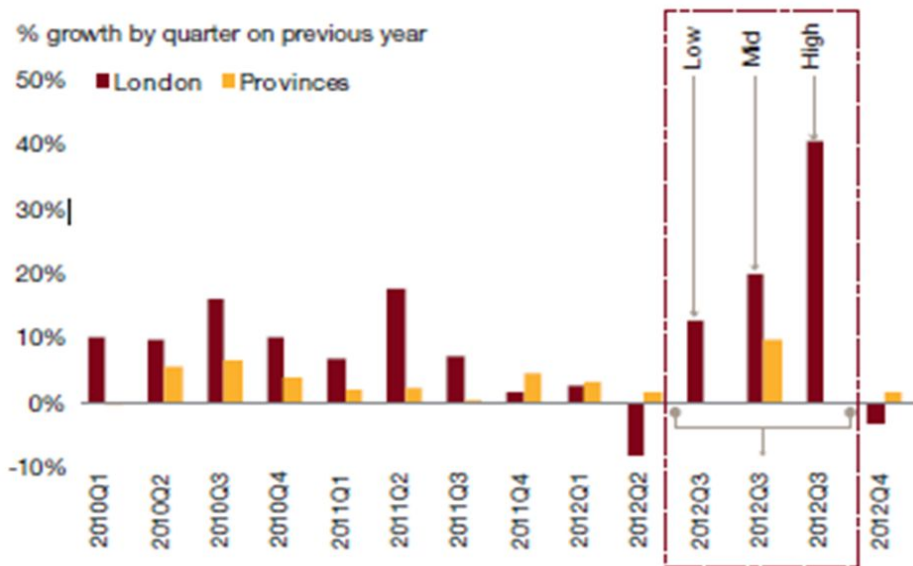
* 주 : 2011년 수치는 추정치, 2012년 수치는 예상치

○ 2012 런던 올림픽 및 장애인 올림픽의 효과는 미지수

- 올림픽은 런던 호텔산업 성장에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상되나 그 수준이 어느 정도인지는 예상할 수 없음
- 이는 올림픽이 시작되기 전까지 호텔의 공급은 지속적으로 증가할 예정이나, 이에 대한 추가 수요를 정확히 측정하는 데는 어려움이 있기 때문
- 런던의 수요 과잉으로 인해 런던 주변의 일부 지방을 중심으로 지방의 호텔산업 활성화에도 기여할 것으로 기대함
- 행사가 시작되는 전후로 호텔 공급과잉 현상 및 올림픽 기간 동안의 요금 대폭 인상 등으로 인한 호텔 산업의 불황이 예상되어 이에 대한 대비가 필요

<그림 2-23> 런던과 지방의 분기별 가용객실당수입 변화추이(2010~2013년)

(단위 : %)



자료 : PwC, Econometric Forecasts 2011

* 주 : 2011년 수치는 추정치, 2012년 수치는 예상치

□ 저가호텔 브랜드의 활발한 진입

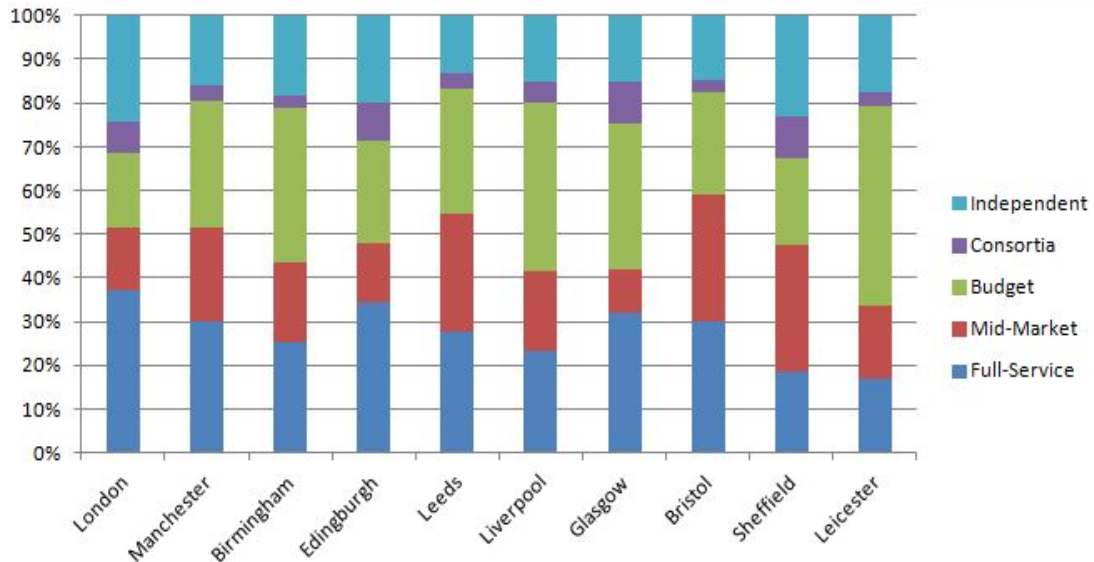
○ 지방 도시일수록 저가 호텔 시장이 발전

- 런던의 경우 전체 호텔산업 중 37.1%가 풀서비스 호텔이며, 저가 호텔은 전체의 17.1%로 나타남
- 몇몇의 경우를 제외하고 호텔 산업의 규모가 작은 도시일수록 풀서비스 호텔보다 저가 호텔의 비율이 더 높음

- 이를 통해 영국 및 대도시 지역의 호텔산업은 대규모 고급호텔의 강세를 보이거나, 소도시로 갈수록 저가 호텔 시장이 발전하고 있음을 알 수 있음

<그림 2-24> 영국 주요도시 등급별 호텔 구성비

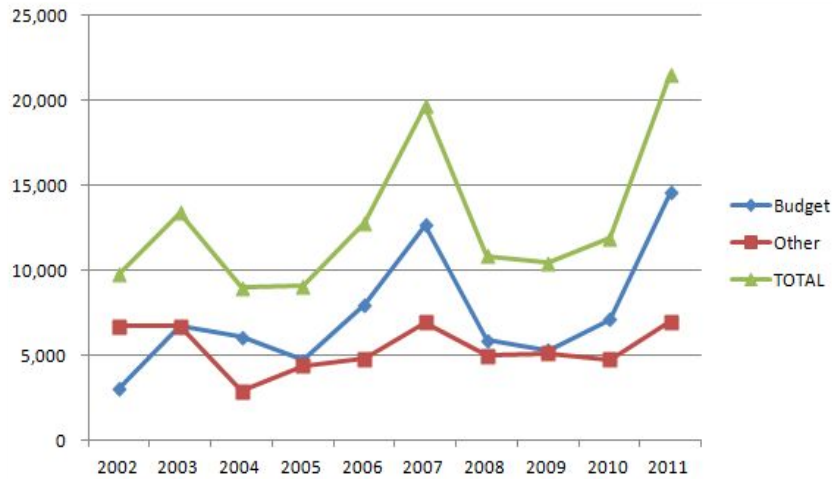
(단위 : %)



주 : Full Service hotel은 체인에 의해 운영되는 일반적인 4-5성급 호텔
 Mid-Market hotel은 풀서비스를 제공하지만 중저가호텔과 풀서비스호텔 사이에 속하는 호텔
 Budget hotel은 중저가호텔을 의미
 Independent hotel은 단독경영호텔로 Bed&Breakfast, 게스트하우스, 유스호스텔 등이 속함
 Consortia는 소형 호텔들이 형성한 마케팅 컨소시엄에 속해 있는 시설
 자료 : Melvin Gold Consulting research and analysis

- 1985년 최초의 저가 호텔 브랜드가 설립된 이후 급속한 발전
 - 2010년 기준 영국의 저가 호텔 브랜드는 약 115,196개의 객실이 있으며, 이는 전체 영국 숙박 산업의 15.8% 수준일 것으로 추정됨
 - 2008년 이후 저가 호텔 시장은 약 35% 성장하였으며 현재까지 약 20,000개의 객실이 증설
 - 2002년 이후 신축되는 호텔의 절반 이상이 저가 호텔이며, 2011년 말에는 전체 신축 호텔의 56%가 저가 호텔

<그림 2-25> 2002~2012년 등급별 신축 호텔 객실수

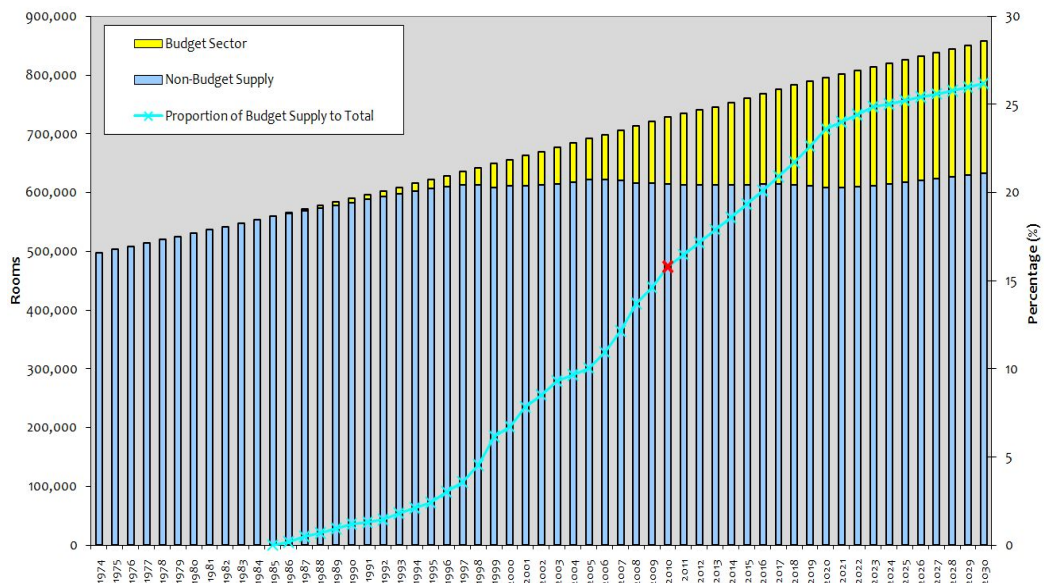


자료 : Wordsmith and Company

○ 세계경제위기로 인한 중저가호텔의 수요 증가

- 2008년 세계경제위기는 저가 호텔 시장이 성장하는 태동이 되었으며, 2010년 이후 경제회복으로 인한 비즈니스 여행객들의 증가 및 2012년 올림픽을 위한 호텔 신축 등으로 더욱 가속화됨
- 저가 호텔 브랜드의 시장점유율은 2007년 말 12%에서 2011년 16%로 성장하였으며, 20년 후에는 현재의 약 3배 규모로 성장할 것으로 예상됨

<그림 2-26> 영국의 저가 호텔 공급추이



자료 : Melvin Gold Consulting, Quantification of serviced accommodation supply in the United Kingdom and consideration of related issues

- 가장 빠른 성장세를 보이는 브랜드는 Premier Inn, Travelodge, Holiday Inn Express 등
- 영국 최초의 저가 호텔 브랜드인 Travelodge는 1985년 처음 설립되었으며, 2001년 214개 호텔에 총 11,600객실을 보유하였으나, 2011년에는 466여개의 호텔에 32,898개의 객실을 운영하며 큰 폭으로 성장함
- Premier Inn은 영국 최대 규모의 저가 호텔 브랜드로 1987년 Travel Inn으로 시작하여 2004년 Whitbread에 인수되었으며, 현재 600여개 이상의 호텔에 44,444개가 넘는 객실을 운영
- 인터콘티넨탈 호텔 그룹의 저가 호텔 브랜드인 Holiday Inn Express는 113개의 호텔에서 13,086개의 객실을 운영하며 영국에서 세 번째로 큰 저가호텔 브랜드
- 최근 해외 저가 호텔 브랜드의 활발한 진입과 함께 영국 호텔산업에서의 저가 호텔 시장은 경쟁 과열현상을 보이며, 호텔의 서비스도 점차 다양화 되고 있는 추세

<표 2-12> 영국 저가 호텔 브랜드별 호텔수 및 객실수

(단위 : 개, 실)

브랜드	모기업	2011		2010		2001	
		호텔수	객실수	호텔수	객실수	호텔수	객실수
Premier Inn	Whitbread	601+	44,444+	579+	41,409+	405	23,300
Travelodge	DIC	466+	32,898+	441+	29,900+	215	11,600
Holiday Inn Express	Intercontinental Hotels Group	113	13,086	108	12,438	63	5,900
ibis	Accor	55	7,561	53	7,327	44	4,000
Jurys Inn	Quinlan Private	25	6,229	24	6,026	-	-

자료 : Melvin Gold Consulting / Wordsmith and Comoany

3) 일본의 호텔산업

2011년 지진 이전의 일본호텔산업

□ 일본 호텔 산업의 발전과정

- 일본식 전통 숙박시설 중심의 산업에서 호텔 중심의 산업으로 변화 추세
 - 일본의 호텔산업은 1964년 도쿄 올림픽게임의 영향으로 급증
 - 당시의 호텔은 서양식의 호텔과는 달리 일본의 전통적인 숙박시설이 주를 이루고 있었으며, 이는 여전히 일본 호텔의 대부분을 차지함
 - 일본인의 생활이 서양화됨에 따라 일본 스타일의 숙박시설에 대한 강한 요구가 있음
 - 1990년대 초 '거품경제'의 영향으로 호텔산업의 규모와 범위가 크게 축소되었으나, 해외 여행객의 증가 및 도시 재개발 사업 등으로 해외체인 호텔의 유입으로 인한 호텔산업의 다양화 및 세분화
 - 베이비붐 세대의 대거 은퇴로 인한 일본 경기침체(이른바 2007 Problem) 및 도쿄를 중심으로 한 신축호텔의 공급과잉으로 호텔 산업은 근본적인 구조의 변화를 꾀함
 - 고급호텔은 해외의 자본을 본격적으로 인수하였으며, 상용호텔산업에도 적극적으로 참여하며료간은 중저가 브랜드 호텔로 전향하는 등의 변화
 - 2011년 3월 지진과 쓰나미의 영향으로 일본의 호텔산업은 다시 한 번 큰 폭으로 축소되었으나, 빠른 속도로 회복세를 보이고 있음

□ 전통숙박시설의 운영난 및 호텔의 지속적 성장

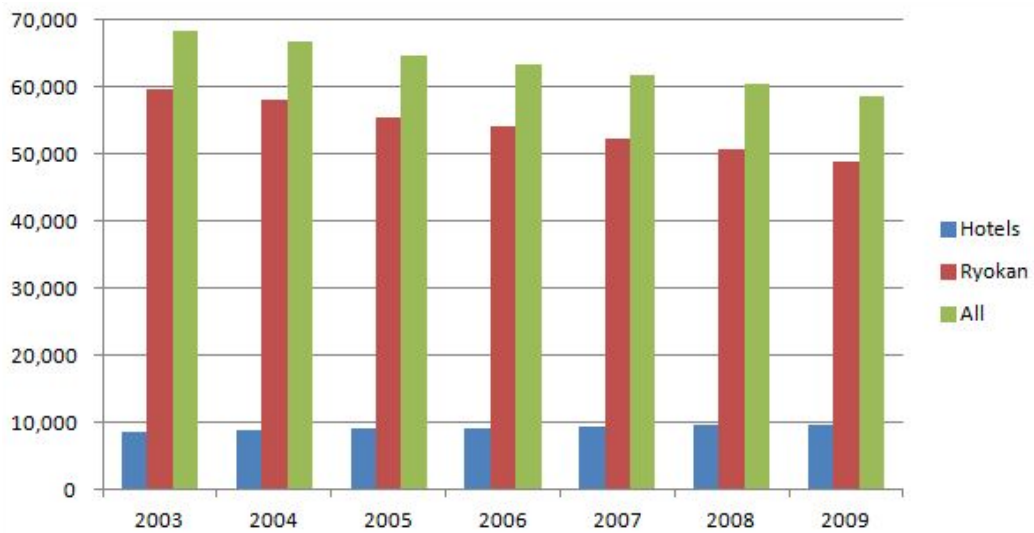
- 2009년 기준 일본의 호텔 및 여관의 수는 58,654개로 전년에 비해 3% 감소, 객실 수는 1,589,963실로 전년에 비해 0.1% 증가하여 호텔의 객실수가 여관의 객실수를 초과
 - 이러한 현상은 소규모 여관의 감소와 대규모 신축 호텔의 증가를 그 요인으로 꼽을 수 있음
 - 일본의 호텔 수는 9,668개, 객실수는 798,070실로 전년에 비해 호텔수는 0.9%, 객실수는 2.3% 증가함
 - 반면 전통숙박시설의 수는 전년에 비해 3.7% 감소하여 48,966개이며 객실 수는 2% 감소한 791,893개로 나타남
 - 이는 주로 소규모의 가족단위로 운영되는 여관의 재정적 어려움 및 지속적으로 발생한 운영난에서 기인한 것으로 보임
- 2003년 이후 여관의 수는 지속적으로 감소하는 반면, 호텔의 수는 지속

적으로 증가하여 2009년에는 호텔의 객실수가 여관의 객실수를 초과하였음

- 이러한 여관의 감소 및 호텔의 증가 추세는 앞으로도 지속될 것으로 예상됨

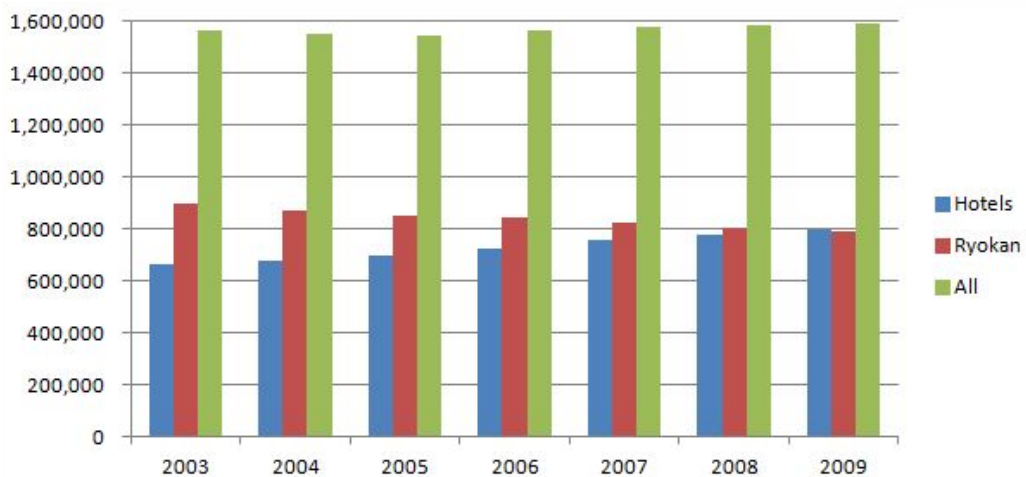
<그림 2-27> 연도별 호텔 및 료칸수 변화 추이

(단위 : 개)



<그림 2-28> 연도별 호텔 및 료칸 객실수 변화 추이

(단위 : 실)



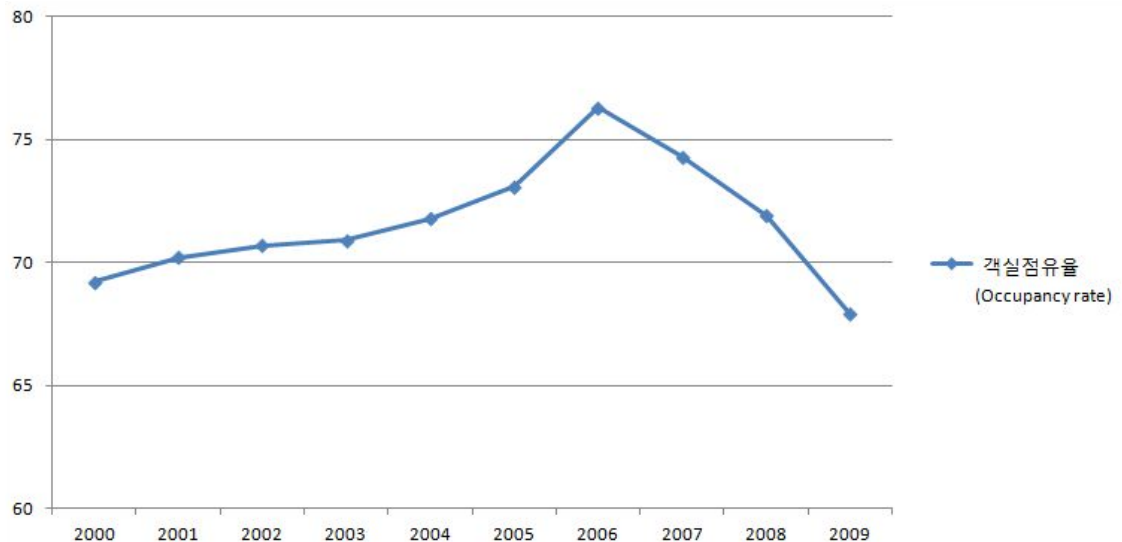
- 2010년 기준 일본 호텔산업의 평균 객실이용률은 75.9%, 판매객실평균 요금은 143.4달러, 객실당 평균 수입은 183.4달러

- 2000년대 이후 일본의 객실이용률은 지속적인 성장세를 보였으나,

2007년 일본의 경기침체로 이후 세계경제위기, 호텔의 공급과잉 등의 원인으로 지속적인 하락세를 보이고 있음

<그림 2-29> 일본의 호텔 객실점유율 변화 추이(2000~2010)

(단위 : %)



자료 : UNWTO & NLI Research Institute

2011년 지진 이후의 일본호텔산업

□ 2011년 3월 쓰나미와 지진으로 일본 호텔업은 막대한 타격

- 동일본 대지진으로 인해 2011년 7월에는 중국인 개인관광비자의 발급요건이 완화되고, 2011년 10월에는 나리타 공항의 국제선터미날의 개항 등 호재료가 있었음에도 불구하고 지진에 따른 원전 사고로 인해 관광객이 격감하여 호텔 여관업계는 큰 타격을 받음
- 2011년 4월 이후 수도권을 중심으로 하는 동일본의 호텔 여관산업에는 숙박과 연회 예약의 취소가 이어져, 영업정지를 고려하는 업체도 증가하고 도산도 빈번해졌음
 - 최근에는 그란비즈니스호텔&리조트(札幌그랜드호텔과 札幌파크호텔을 경영)가 지진으로 사업재건이 어려워져, 2011년 12월에 기업재생지원기구로부터 지원을 받았음

- 일본정책금융공고가 2011년 11월 조사한 자료¹²⁾에 의하면 숙박, 음식, 영화관, 목욕, 미용 등의 생활위생관련산업에서 호텔여관업이 가장 영향을 많이 받은 것으로 나타남
- 생활위생산업에서 많은 영향을 받았다는 응답이 평균 15.4%인데 비해 호텔여관업은 40%로 가장 높았고, 이어서 육어류판매점이었음

<표 2-13> 지진에 의한 경영악화의 영향

(단위 : %)

	상당한 영향이 있다	영향이 있음	영향이 없다
호텔여관업	40.0	41.5	18.5
육어류 판매업	20.1	51.3	28.6
영화관	20.0	45.5	34.5
요식업	18.8	45.8	35.5
빙설판매업	12.3	45.6	42.1
크리닝업	8.8	35.1	56.2
공중목욕탕	6.6	22.3	71.1
미용업	6.3	35.6	58.2
이발업	3.1	22.7	74.2

자료: 일본정책금융공고(2011)

- 동 조사에서 지진에 의한 경영악화의 원인을 보면 호텔여관업의 경우 예약의 취소가 가장 높고, 자숙모드에 의한 소비마인드의 악화, 방사능 피해에 의한 매출감소 등의 순으로 나왔음

□ 2011년의 호텔여관업의 각종 지표는 빨간 불

- 2010년 방일 외국인 수는 2009년 세계적인 경기침체와 신형인플루엔자 등에서 벗어나 수요가 회복되어 전년비 26.8%가 증가한 861만명에 이르러 과거 최고의 유입객수를 보였음
- 그러나 2011년 방일 외국인수는 동일본지진과 원전사고와 이에 따른 해외각국이 일본방문의 자숙 권고 등 악재에 따라 전년비 27.8%감소한

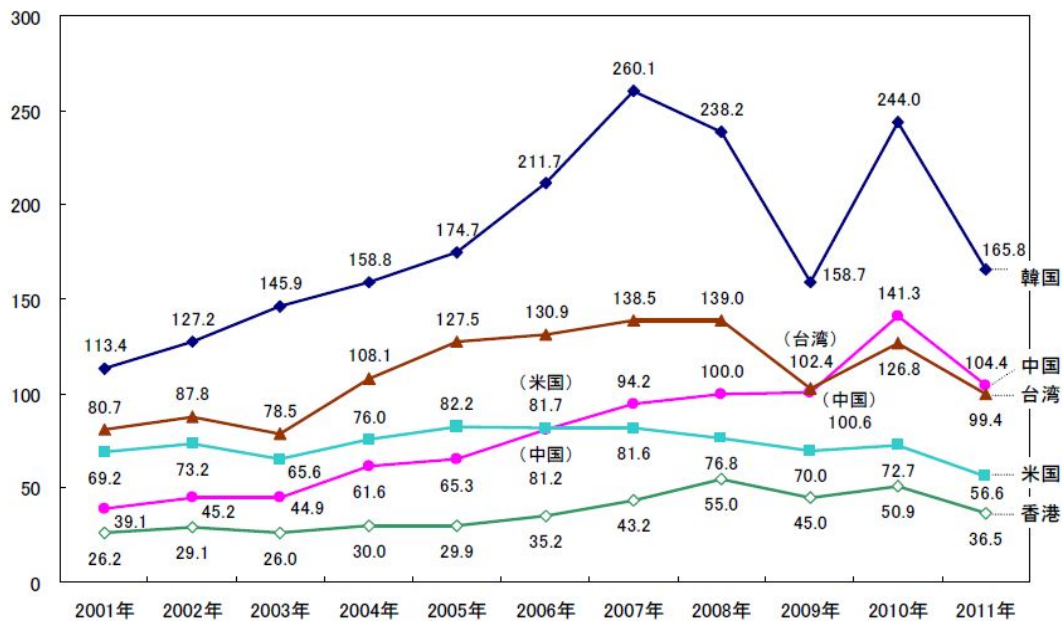
12) 일본정책금융공고(2011), 생활위생관계영업의 동일본대지진에 의한 영향 및 가격 동향

621만 9천만명에 머물고 있음

- 일본 관광국(JNTO)에 의하면 2011년 4월에는 방일 외국인 수가 가장 감소하여 전년동월비 62.5% 감소한 29만 5826명에 불과
- 동년 10월의 방일 외국인 수는 전년동월비 15.3%가 감소한 61만 5800명으로 감소폭이 축소하였지만, 지진의 영향은 여전
- 10월부터 홍콩, 11월부터 중국으로부터의 방일 인원이 전년동월비 상승세로 반전하면서 회복기미를 보임

<그림 2-30> 방일 외국인수의 추이

(단위 : 만명)



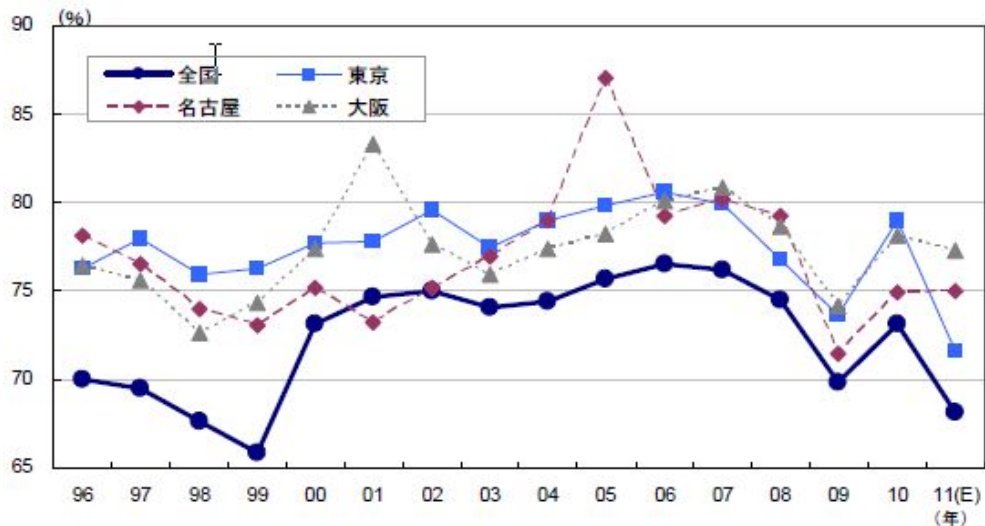
자료: JNTO

□ 호텔객실가동률은 크게 하락하고 있으나 점차 회복 기조

- 2010년 호텔의 객실 가동률은 73.1%로 전년대비 3.2% 증가했으나 동일본 대지진 발생 직후의 호텔객실가동률은 방일외국인 방문수가 급감함에 따라 동경을 비롯한 관동, 동북지역에서 대폭적인 하락을 보였음
- 그러나 최근에는 비즈니스 수요를 중심으로 방일외국인수가 회복기조에 있고, 가동률이 회복추이에 있음
 - 2011년 후반기에 걸쳐 객실가동률이 회복기조는 계속될 것으로 예상되나 가동률 상승을 위한 가격하락, 수도권을 중심으로 하는 호텔신규개발계획 등에 의해 경쟁은 오히려 치열해질 전망

- 여름의 절전대책 등으로 기업의 생산활동이 본격적인 궤도에 오르기에 는 시간이 소요되고, 개인소비도 고용 및 소득환경이 어려워져 수요회 복은 한정적일 것으로 예상됨
- 따라서 2011년의 객실 가동률은 2009년 수준을 밑돌 것으로 예상됨

<그림 2-31> 일본 호텔여관업의 가동률 추이



자료: 미즈호코퍼레이트은행(2011)

□ 지진의 영향에 의해 기업들도 매출 및 영업이익의 감소 불가피

- 상장4사(제국호텔, 로얄호텔, 후지타호텔, 교토호텔 등)를 기준으로 매출액은 2011년 1.8%감소, 영업이익은 33.9%감소가 예상됨
- 동일본지진에 의해 가동률의 하락, 가동률 확보를 위한 가격인하, 숙박주체형 호텔을 중심으로 한 호텔객실의 신규공급 등에 따른 경쟁 심화 등의 공급적인 요인과, 연회부문과 음식료 부문에서의 수요감소 등의 요인 등이 호텔수익성 악화에 영향을 준 것으로 보임

<표 2-14> 상장4사의 영업실적 예상

(단위 : 억엔)

	2009(실적)	2010(실적)	2011(예상)
매출액	1,700(-9.5)	1,736(2.1)	1,704(-1.8)
영업이익	33.0(-60.2)	50.1(51.7)	33.1(-33.9)

주: ()는 전년비 증감률

자료: 미즈호코퍼레이트은행(2011), 2011년도의 일본산업동향(호텔, 레저)

일본호텔업계

□ 일본 호텔 업계의 트렌드 중의 부각되는 것은 외자계호텔의 일본 진출

- 만다린 오리엔탈 동경, 콘라트 동경, 더 리츠칼튼 동경, 더 페닌슐라 동경 등 세계적인 브랜드를 가진 스몰 럭셔리 들이 일본에 진출
 - 이들의 목표시장은 해외의 비즈니스 최고경영자나 경영자 등 부유층
- 이와같이 외자계기업이 진출하는 배경은 버블붕괴에 의한 지가의 하락, 도심 대형재개발에 따른 부동산가치의 상승, 아시아 지역의 비즈니스 거점, 일본내의 호텔브랜드의 광고선전 효과 등에 의한 것임
- 철도그룹계호텔과 외자 고급호텔의 제휴가 활발한 가운데 서비스의 개념에서 높은 경쟁력을 가지고 있는 구미 호텔에 일본의 호텔이 여하히 대응할 것인지가 관건
 - 전 세계에서 호텔비즈니스를 정착시킨 유명 호텔체인과 비교할 때 일본의 호텔은 소유, 경영, 운영 등의 주체들이 확실하게 역할분담이 되어 있지 않음
 - 또 하나의 키워드는 서비스가 아니고 호스피탈리티로서 서비스는 봉사한다라는 의미이지만 호스피탈리티는 상대의 마음과 기분을 이해한다라는 의미를 포함

□ 고급시티호텔과 저가격의 비즈니스호텔의 양극화가 진전

- 시티호텔은 연회, 이벤트 등이 주요한 수익원이고, 비즈니스 호텔은 체인을 확장하여 도심 내뿐만 아니라 지방을 중심으로 출장지, 해외에서 온 여행객 등을 목표로 하고 있음
- 이는 소비자 수요가 고급화와 가격합리성 등 양극화가 진전되기 때문
 - 고급화지향: 호텔 엔터테인먼트 요소가 중요, 호텔의 그레이드에 관심
 - 가격합리성: 가족이 숙박하므로 넓은 방 선호, 저가격 여행 선호, 단체 고객
- 호텔의 종류에 따라 경기감응도가 다른데 비즈니스 호텔은 경기감응도

가 낮고 리조트 호텔은 경기감응도가 높은 특징

<표 2-15> 호텔의 경기 감응도

호텔타입	타입별 특징	수익변동폭
비즈니스 호텔	도시에입지하는 숙박기능특화현 호텔, 목표시장은 비즈니스 고객 과 관광객이기 때문에 수요가 안정	낮음
시티 호텔	연회, 음식료 시설을 가지고 있는 기능형 호텔로, 비즈니스호텔과 비교하면 외부 영향에 의한 수익변동리스크가 높음. 리조트 호텔 과 비교하면 숙박객 이외의 이용도 감안하면 수익변동폭은 낮음	중간
리조트 호텔	다기능의 호텔이면서 관광지에 입지하기 때문에 숙박객이 호텔내 의 시설을 이용하는 경향이 높고, 숙박자수의 변동에 연동하여 타부문의 영향을 받기 쉬움. 또한 경기감응도와 자연환경에의 의존도가 높기 때문에 외부영향에 의한 수익변동리스크가 높음	높음

○ 이에 따라 호텔 타입별 매출비율도 상이

- 리조트 호텔은 음식료 판매의 비중이 높고, 시티호텔은 예식장, 연회부
문의 매출이 높은 반면, 비즈니스는 숙박의 비중이 압도적임

<표 2-16> 호텔 타입별 매출비중

(단위 : %)

	리조트호텔	시티호텔	비즈니스호텔
숙박부문	23	17	50
음식부문	37	22	20
예식장부문	22	29	0
연회부문	3	28	27
상품판매부문	15	4	3
합계	100	100	100

제3절 세계 호텔산업 정책 동향

1. 인도의 호텔산업 정책

□ 인도 관광산업의 비약적 발전

- 2007년 매출규모가 전년대비 10.4% 성장하였고 향후 몇 년간 18% 이상의 성장을 지속할 것으로 예상
 - 급속한 경제성장으로 인한 객실부족현상으로 인도의 호텔산업의 발전 가능성은 매우 높은 것으로 평가됨
- The World Travel & Tourism Council은 인도를 빠르게 관광산업이 발전하는 다섯 개의 나라 중 하나로 평가
 - 풍부한 자원, 문화, 역사, 경제 성장이 관광객이 인도를 선택하는 이유

□ 인도의 호텔 등급평가 제도

- 인도의 호텔산업은 The Hotel and Restaurant Approval and Classification Committee(HRACC)의 평가기준에 따라 5개의 등급으로 분류
 - 등급은 5년간 유효
 - HRACC는 사전 예고 없이 불시에 호텔을 점검한 후, 조건을 충족하지 못할 경우 호텔 등급은 즉시 강등
 - 총 100점 만점에 90% 이상은 5성급 호화호텔, 80%이상은 5성급 호텔, 75%이상은 4성급, 65% 이상은 3성급, 55% 이상은 2성급, 50% 이상은 1성급으로 분류

<표 2-17> 인도 호텔 등급평가 기준

분류	최고점	세부내용
외관 및 정원	8	접근성(2), 경치(2), 외부 조명(2), 주차(2)
객실	10	가구(2), 비품(2), 실내 장식(2), 객실 편의시설(2), 린넨(2)
욕실	8	시설(2), 비품(2), 린넨(2), 세면용품(2)
공공장소	8	가구(2), 비품(2), 실내장식(2), 화장실(2)
음식 및 음료	8	선택의 범위(3), 실내장식(2), 음식의 질(3)

주방	8	설비(3), 수리상태(2), 음식 재고(3)
청결함	8	전반적인 느낌
위생	8	주방 식기 세척(2), 식수(2), 직원 시설(1), 해충 관리(2), 쓰레기 처리(1)
안전성	8	화제 진압 시설(2), 신호체계(2), 인지 절차(2), 공공장소 및 객실 안전(2)
통신	6	전화 서비스(2), 이메일 접근성(2), 인터넷 접근성(1), PC 및 기타 시설(1)
고객 서비스	5	전반적인 느낌
환경 친화 노력	5	쓰레기 관리, 재활용, 플라스틱 미사용(1), 물 절약 및 재사용(1), 환경오염 관리-공기, 물, 소음, 빛(2), 대체에너지 사용(1)
장애인을 위한 시설	5	1개실 이상의 장애인을 위한 객실(1), 로비 내 공공 화장실(1), 공공장소 내 전화기(1), 경사로 등(1), 청각 및 시각 장애인을 위한 시설(1)
직원역량	5	전반적인 느낌
합계	100	

자료 : INDIA Singhania & Co LLP(2007)

- 또한 인도의 호텔산업은 등급 및 서비스에 따라 호화호텔, 중저가호텔, 전통호텔, 리조트, 레스토랑, serviced apartment로 구분

<표 2-18> 인도 호텔산업 분류

분류	기준	내용
호화호텔 (Premium or luxury sector)	5성급 호화호텔 및 5성급 호텔	- 비즈니스여행자 및 고소득층 외국인 여행자 대상 - 전체 호텔객실의 약 30%가 이에 해당
중저가호텔 (Budget sector)	4성급~1성급 호텔	- 평균적인 자국 내 여행객 대상 - 일반적으로 작은 도시에 설립
전통호텔 (Heritage hotels)		성, 저택, 요새 등을 호텔로 변환
리조트 (Resorts and clubs)		도시 변두리에 위치
레스토랑 (Restaurants)		- 인도 내 음식 체인 - 주로 국제적 체인기업에 의해 운영
Serviced apartment		- 인도 내 새로운 형태의 숙박시설 - 아직 초기 상태에 있는 시장

자료 : INDIA Singhania & Co LLP(2007)

□ 정부 주도의 호텔 산업 활성화

- 관광산업이 발전함에 따라 관광객을 수용할 수 있는 호텔 산업에 정부가 직접 개입
 - 관광 사업에 중점을 두고 있는 인도의 경우, 정부 지원 하에 접근성이 용이한 건물에 호텔을 설립
 - 시설과 함께 인재양성의 중요성을 인지하고 미래 호텔산업의 종사자 교육 지원
- 호텔 프로젝트들이 필요로 하는 절차를 용이하게 하고 환대산업 개발을 위한 정책 조언을 제공하기 위해 연방 정부는 '환대산업 개발 및 촉진 위원회(Hospitality Development and Promotion Board, HDPB) 구성
 - 주/연방 지역 행정부는 각 지역에 이와 같은 위원회가 없다면 유사한 위원회를 구성하도록 권고
 - 2008~2009년 예산안에서 뭄바이와 텔리 세입 구역을 제외하고 UNESCO가 세계문화유산으로 지정한 구역에 설립된 2성~4성급 호텔들에 대해 5개년 면세 기간 발효하였으며 2008년 4월 1일부터 2013년 3월 31일 사이에 설립되고 운영을 시작한 호텔이 그 대상이 됨
 - 수입세 법률 '35 AD' 부분의 투자연계세 장려책을 인도 전역의 2성급 이상 신규 호텔들에게 확장할 것을 발표
- 세금 혜택 및 보조금 지원을 통한 적극 유치 전략
 - 2성급~4성급 중저가호텔 수익에 대해 사업 개시연도 이후 5년간 100% 세금 공제 혜택 제공
 - 1성급 호텔은 객실당 약 455만원, 2~3성급 호텔은 객실당 약 680만원의 보조금 지급
- 호텔산업에 대한 투자 활성화를 위한 노력
 - 호텔 산업 투자에 대해 사회간접자본 개발 지위를 부여하여 자금 차입 시 금리우대혜택 제공
 - 2005년 이후 호텔산업분야에 대한 외국인의 100% 직접 투자를 허용하여 외국인투자진흥위원회 사전승인 없이 인도중앙은행에서 사후신고 가능

□ 숙박 산업에 대한 인허가 제도 체계화

- 정부에서 호텔산업에 대한 다양한 발전을 위해 중앙 정부와 지방 정부에서 산업 정책을 실시
- 시설 유지를 위한 안전 정책
 - 시설의 운영 및 유지, 건강·안전 관리 법은 Indian Contract ACT, 건강 및 안전 법령, 보험법(특히 공공 책임 보험), 화재 안전 및 위행법 등을 포함
 - 관계 법령에 따라 매년 갱신되는 다양한 자격증을 취득해야만 하며, 조건을 충족하지 못하는 경우 자격은 박탈됨
 - 이 밖에도 게임 등 엔터테인먼트를 위한 시설 설치에 투자
- 호텔 시설의 체계적 평가
 - 호텔의 시설에 대해서 1단계부터 5단계로 나뉘어 평가
 - 등급은 Department of Tourism, Govt. of India에서 제공한 항목으로 평가
 - 인도관광부의 호텔 가이드라인(guidelines for hotels of the Department of Tourism, Govt. of India)에 따르면, 20개의 방과 화장실이 구비되어 있어야하고 방문자들에게 공공 화장실이 제공되어야 함
 - 방과 화장실의 사이즈 또한 평가대상이 됨
- Heritage 호텔 설립
 - 전통적 양식으로, 1950년대 이전에 건축된 궁전 등에 호텔 설립
 - 인도관광부의 호텔 가이드라인(guidelines for hotels of the Department of Tourism, Govt. of India)에 따르면, 최소 10개의 방이 있어야 하며 Heritage 호텔 또한 정부가 제정한 등급에 따라 평가

2. 일본의 호텔산업 정책

□ 일본의 정책 설립 성격

- 일본은 여행자의 안전 확보 및 여행자에 대한 서비스 향상, 지역진흥이라는 사회문화적 측면을 강조하여 정책 수립

- 모든 사람들이 여행을 할 수 있는 휴가의 실현, 관광서비스 질의 향상, 관광산업 진흥을 위한 노력 등을 제시
- 호텔산업은 여관업법, 국제회의 등의 유치 촉진 및 개최 원활화 등에 의한 국제관광의 진흥에 관한 법률(일명 컨벤션법)을 제정
 - 여관업법은 후생노동성 소관이며, 나머지는 국토교통성 소관
 - 법적으로 관광사업의 범위와 업종을 전반적으로 제시하지 않지만 호텔 등 숙박의 경우에는 허가를 받아야 함

□ 호텔 및 여관에 대한 자금지원 및 세금 감면

- 정부는 호텔 및 여관 등 숙박업에 지속적인 제도 지원을 하고 있음
 - 정부에 의한 자금 융자 지원으로 2003년 말에는 8,686개, 664,460객실의 호텔이 설립
- 호텔 및 여관에 대한 금융 조건
 - 일본 정책 투자 은행 이용
 - 외래객 유치에 도움이 되는 숙박시설 정비를 위한 대출
 - 외래객 유치에 필요하다고 인정되는 시설 중 국제관광호텔 정비법에 근거하여 숙박시설에서 해당하는 정비사업을 대상으로 함
 - 숙박시설의 등록은 외래객이 이용하기에 적절한 시설 등 일정 조건을 갖춘 숙박시설을 등록
 - 이로써 외래객의 방일 촉진, 국제관광 진흥의 목적을 달성할 수 있음
 - (사)일본 관광협회가 등록업무를 담당하며 융자비율은 소요자금의 40%임
- 중소기업금융공고
 - 융자대상은 중소기업자(자본금 5천만엔 이하 또는 종업원 200인 이하)인 호텔 및 여관업자임
 - 국토교통성이 정하는 시설 정비 기준에 적합, 지방 운수국장으로 통지되어야 대상이 될 수 있음
 - 호텔 및 여관의 barrie free¹³⁾대출은 중소기업자, Heart Building법에

13) Heart Building법 시행규칙 제18조에 의거, 한 개 이상의 휠체어 사용자용 객실 설치가 의무. 'Heart Building'법은 고령자, 신체장애자 등이 원활하게 이용 가능한 특정 건축물 건축 촉진에 관한 법률'의 약칭

규정하는 「이용 원활화 기준」을 충족한 2,000m²미만의 호텔 및 여관업자 혹은 Heart Building 법에 규정하는 「이용 원활화 유도기준」을 충족시킨 호텔 및 여관업자가 대상임

- 객실의 barrier free화 조건을 만족시킨 숙박시설이 행하는 정비전체에 필요한 자금을 지원함
- 장애자가 원활하게 이용할 수 있도록 조치를 취하는 것이 목적임
- 호텔 및 여관의 barrier free화를 위한 대출에는 특별이자율을 적용
- 대출 한도액은 호텔 및 여관의 barrier free화를 위한 대출 모두 7.2억 엔까지 가능하도록 설정됨

○ 호텔 및 여관에 대한 세금 감면

- 건물 등 고정자산(토지, 가옥 및 상각자산)에 대해 부과되는 고정자산세에 대해서는 해상 고장 조례를 통해 경감 가능
- 등록 호텔 및 여관업용 건물에 대해서는 해당 도부현이 조례를 지정해 부동산 취득세 경감 가능
- 숙박시설에 대해 7/100의 특별상각을 인정하여 숙박시설, 집회시설, 스포츠시설 용도로 마련된 토지에 대해서는 특별토지보유세를 비과세로 지정

<표 2-19> 호텔 및 여관 세금 감면 기준 년도

구분		일반호텔 · 여관	특정 등록호텔 및 여관		
			1994.4-1995.3 취득 건물	1995.4-1996.3 취득 건물	1996.4-1997.3 취득 건물
건물	○ 철골 콘크리트로 된 것				
	- 건물의 총 면적 중에서 목재 재장부분이 차지하는 면적 비중이 30%를 넘는 것	36년	31년	32년	33년
	- 기타	47년	40년	41년	43년
	○ 목조(간이목조 제외) 건물	18년	16년	16년	17년
부속 시설	전기설비(축전원 설비 제외), 급·배수 설비	15년	13년	14년	14년

자료 : (사)일본관광협회(2005)

3. 중국의 호텔산업 정책

□ 중국의 호텔 등급평가 제도

- 중국의 호텔 등급평가기준은 중국관광청의 하부기관인 국가호텔평가위원회에서 평가
 - 등급평가기준에 따라 5성급, 4성급, 3성급, 2성급, 1성급과 미평정성급호텔로 구분
 - 5성급 보다 한 단계 위인 최고급 호텔등급 백급 5성급이 있음

<표 2-20> 중국 호텔 등급평가 기준

등급	기준(시설장비, 서비스항목, 서비스품질 등)
1성급	시설간단, 숙식제공, 시설과 서비스수준이 국제호텔의 일반기준 달성
2성급	시설일반, 숙식제공 외에 간단한 매점, 우체국 및 미용실 등의 편의시설을 갖추, 서비스품질 좋음
3성급	시설장비완비, 다양한 종합서비스시설들을 갖추, 서비스품질 높음
4성급	시설호화, 서비스항목 완비, 서비스품질 우수
5성급	서비스항목 및 서비스품질 등이 모두 세계호텔산업의 최고수준
백급 5성급	2년 이상 5성급 호텔로 지정, 도심의 중심에 위치, 교통 편리

자료 : 중국국가관광국

- “관광산업을 국가 지주산업(支柱産業)으로 육성, 세계 관광강국 건설”(中國國家旅遊局, 2001)
 - 중국 정부는 관광업을 전략적 핵심산업으로 지정하여 관광산업을 집중 성장시키고자 하며, 이 과정에서 관광 수요가 증가함에 따라 호텔산업의 발전을 촉진
 - 외래객 입국이 최우선 과제
 - 외래관광객 비자발급 및 국경 통과 간소화, 해외 주요시장에 국가여유국(國歌旅遊局) 지국 설치 등의 정책 추진
 - 중국은 너무 넓고 자원이 많아서 한 번 관광해서는 알 수 없다는 취지에서 외래관광객의 재방문을 유도

- 베이징 올림픽(2008), 상하이 세계박람회(2010) 등을 계기로 관광선진국으로 도약하기 위한 노력 지속
- 베이징에서는 24개의 신규호텔공사 및 향후 1만여 개의 객실이 추가로 공급될 예정
- 중국 내 중저가호텔의 급성장
 - 룸리모델링을 통한 중저가호텔 신축이 주를 이룸
 - 단기적 이윤창출보다는 국제행사를 통한 호텔 브랜드를 홍보하고자 함
 - 국가적 대형 이벤트 외에도 관광업·컨벤션산업의 성장으로 중국 내 호텔업도 호기를 맞을 것으로 예상되며 특히 중저가호텔이 블루오션으로 부상
- 특정 주차시설에 대한 경감조치
 - 지방자치제의 조례에 의해 설치가 의무화되어 있는 주차시설용으로 마련된 토지에 적용되는 과세가 1/2로 적용



제3장

국내 호텔산업의 현황

제3장 국내 호텔산업의 현황

제1절 국내 호텔산업의 역사와 연혁

□ 근대적 숙박시설의 발전

- 개항 이후 일본인·미국인 등의 외국인들의 유입 증가로 항구를 중심으로 숙박업 발달
 - 1888년 일본인에 의해 세워진 인천 대불호텔이 서구식 숙박시설의 시초가 되었으며 유럽인 또는 미국인을 상대로 한 양식 호텔로 영어로 영업되어지고 서양식을 제공함
 - 1902년 러시아인에 의해 세워진 손탁호텔은 서양식 식당, 연회장, 객실 등을 비치하고 프랑스요리를 제공하는 등 서구식 호텔 건축과 운영면에서 전환기를 가져다주는 계기가 됨
- 철도의 발달과 함께 철도호텔의 성업
 - 1899년 경인철 개통을 시작으로 경부선, 경의선이 운행되면서 철도역을 주변으로 숙박시설 발달
 - 철도회사가 자체적으로 호텔산업에 참여하여 호텔업은 철도사업의 부대사업이 됨
 - 총독부의 철도국 주관으로 건립된 조선 경성 철도 호텔인 조선호텔은 호텔 경영 역사의 선도적 역할을 함
 - 이후, 외국인에 의해 유럽식 고급 도심상업호텔인 조선호텔, 미국식 운영체계를 도입한 반도호텔 등이 설립되면서 현대적 의미의 호텔이 발전함
- 공사주도의 관광호텔 발전
 - 1962년 국제관광공사가 발족하면서 국가가 보유하던 호텔의 경영에 착수함
 - 1965년 관광호텔육성자금과 조세감면정책으로 전국에 호텔 신축 시작
 - 1970~80년대 경주보문단지, 제주중문단지 등 개발

○ 호텔의 국제화, 체인화

- 1970년 중반 이후 세계적인 체인호텔의 진입 및 국내 대기업의 호텔산업 진출로 호텔의 대형화 및 고급화
- 1977년 서울올림픽, 2002년 FIFA월드컵 등을 계기로 국내 호텔산업은 질적·양적 성장을 이룸
- 최근 순수 국내 호텔 브랜드의 해외진출 등으로 국내 호텔산업은 더욱 활발한 성장세를 보임

제2절 국내 호텔산업의 현황

1. 국내 호텔산업의 규모

□ 국내 호텔산업 규모의 확대 및 다양화

- 2010년 12월 기준 문화체육관광부 관광지식정보시스템에 등록된 호텔업체수는 총 566개, 객실수는 총 66,017실
- 전년대비 업체수는 9개(1.6%), 객실수는 1,169실(1.8%) 증가
- 관광호텔이 전체 등록 업체 중 업체수의 92.8%, 객실수의 93%로 호텔산업의 대부분을 차지함

□ 고급호텔 중심의 규모 확대 및 새로운 형태의 호텔의 성장

- 최근 3년간 고급호텔의 업체수 및 객실수는 꾸준한 증가추세를 보임
- 국내 호텔산업의 업체수 및 객실수는 꾸준히 증가하고 있으나, 업체수에 비해 객실수의 증가폭이 더욱 크다는 점에서 개별호텔의 규모가 점차 대형화 되고 있음을 알 수 있음
- 1등급 이상의 고급호텔이 전체 업체수의 50.9%, 전체 객실수의 72.3%를 차지하여 고급호텔 중심의 산업구조를 보임
- 2008년 이후 가족호텔은 업체수 및 객실수 모두에서 지속적으로 증가하고 있음
- 가족호텔의 지속적인 성장은 주 5일 근무 등의 영향으로 인한 가족단위 여행객의 증가추세를 반영

- 가족호텔 및 전통호텔 등 기존의 관광호텔 외의 숙박시설의 등장은 최근의 여행 목적 및 유형이 다양화되고 있음을 의미함

<표 3-1> 2008-2010년 호텔산업 등록 현황

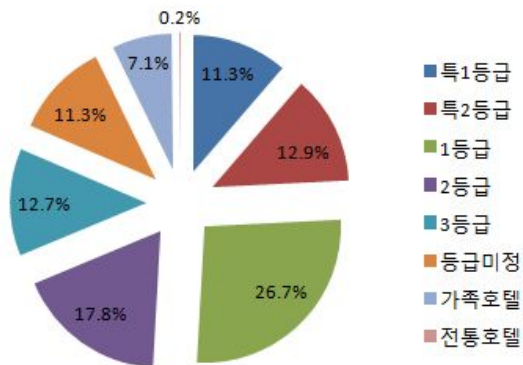
등급		구분	2008	2009	2010
관 광 호 텔	특1등급	업체수	56	59	64
		객실수	20,260	21,612	22,599
	특2등급	업체수	67	78	73
		객실수	10,997	13,616	12,686
	1등급	업체수	167	150	151
		객실수	12,998	12,359	12,445
	2등급	업체수	100	101	101
		객실수	4,927	5,224	5,298
	3등급	업체수	86	68	72
		객실수	4,341	4,097	4,393
	등급 미정	업체수	53	63	64
		객실수	2,620	3,548	4,007
소계		업체수	529	519	525
		객실수	56,143	60,456	61,428
가족호텔		업체수	34	37	40
		객실수	4,304	4,366	4,563
전통호텔		업체수	1	1	1
		객실수	26	26	26
총계		업체수	564	557	566
		객실수	60,473	64,848	66,017

자료 : 문화체육관광부 관광지식정보시스템

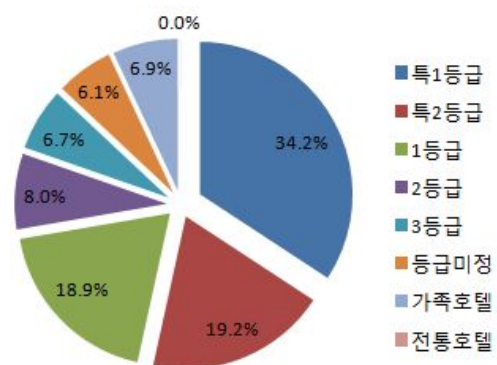
○ 호텔 규모의 대형화

- 특급호텔을 위주로 호텔 규모가 대형화됨에 따라 특급 호텔의 객실수가 전체 호텔산업에서 차지하는 비중이 증가하는 추세
- 하위 등급일수록 소규모로 운영되어 호텔산업에서의 특급호텔의 비중이 점차 확대됨

<그림 3-1> 등급별 국내 호텔 호텔수



<그림 3-2> 등급별 국내 호텔 객실수



자료 : 문화체육관광부 관광지식정보시스템 재구성

□ 수도권·대도시 및 관광지 중심의 이중적 발전

- 2010년 12월 기준 서울지역에 등록된 업체수는 116개로 전체의 20.5%를 차지함
 - 다음으로 경기 74개(13.1%), 제주 57개(10.1%), 부산 44개(7.8%), 인천 40개(7.1%) 순으로 나타남
 - 객실수의 경우 서울 21,407실(32.4%), 제주 6,889실(10.4%), 부산 5,939실(9%), 경기 5,295실(8%), 강원 4,336실(6.6%) 순으로 나타나 업체수와 다소 차이를 보임
- 대도시와 관광지는 대규모 호텔이 발달한 반면, 수도권은 상대적으로 소규모 호텔이 입지하고 있음을 알 수 있음
 - 1등급 이상의 특급호텔은 서울·부산 등의 대도시 및 제주·강원·경북 등의 관광지에 분포되어 있으나, 2·3등급 규모의 중저가 호텔은 인천·경기 등의 수도권에 위치함
 - 이를 통해 대도시 및 관광지와 수도권의 호텔 이용자들의 성격 및 목적이 다를 것으로 유추할 수 있음

<표 3-2> 지역별 호텔산업 등록현황

(단위 : 개소, 실)

등급	구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	합계
특1등급	업체수	19	4	3	3	1	1	2	2	7	1	0	1	1	5	2	12	64
	객실수	9,827	1,908	696	1,021	120	174	495	460	1,561	328	0	118	208	1,660	401	3,622	22,599
특2등급	업체수	21	5	6	6	2	2	0	4	8	1	3	2	1	3	4	5	73
	객실수	4,781	859	674	1,357	198	394	0	657	1,278	180	468	277	46	532	478	507	12,686
1등급	업체수	32	10	9	2	6	4	1	20	9	11	2	4	7	10	9	15	151
	객실수	3,610	969	474	137	374	245	75	1,544	554	848	179	315	367	568	865	1,321	12,445
2등급	업체수	19	11	1	11	4	4	2	15	3	1	5	5	3	8	6	3	101
	객실수	1,190	562	65	505	162	136	146	770	150	30	233	247	131	495	308	168	5,298
3등급	업체수	13	10	0	10	1	3	0	16	2	3	0	1	1	8	3	1	72
	객실수	654	1,208	0	494	44	144	0	928	114	103	0	47	53	386	168	50	4,393
등급 미정	업체수	7	3	0	7	3	1	1	16	3	0	4	0	2	5	6	6	64
	객실수	406	416	0	273	113	367	30	884	323	0	183	0	73	294	262	383	4,007
소계	업체수	111	43	19	39	17	15	6	73	32	17	14	13	15	39	30	42	525
	객실수	20,468	5,922	1,909	3,787	1,011	1,460	746	5,243	3,980	1,489	1,063	1,004	878	3,935	2,482	6,051	61,428
가족 호텔	업체수	5	1	0	1	0	1	0	1	4	1	1	2	4	0	5	14	40
	객실수	939	17	0	30	0	80	0	52	356	52	100	1,478	280	0	367	812	4,563
전통 호텔	업체수	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	객실수	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	26	26
총계	업체수	116	44	19	40	17	16	6	74	36	18	15	15	19	39	35	57	566
	객실수	21,407	5,939	1,909	3,817	1,011	1,540	746	5,295	4,336	1,541	1,163	2,482	1,158	3,935	2,849	6,889	66,017

자료 : 문화체육관광부 관광지식정보시스템, 2010년 기준

2. 국내 호텔 이용 현황

□ 국내 호텔 이용객수의 증가 및 평균이용금액의 증가로 시장규모는 지속적으로 확대

○ 2010년 기준 국내 호텔 시장의 객실매출액(부대시설 매출액 제외)은 총 1,728,666,343천원으로 전년도에 비해 약 14% 증가함

- 이는 국내 호텔 이용객 수의 증가 및 상대적으로 평균이용요금이 높은 고급호텔의 업체수·객실수의 증가를 그 원인으로 꼽을 수 있음

- 2010년 기준 문화체육관광부 지식정보시스템에 등록된 이용자 수는 총 20,747,073명으로 전년대비 9.4% 증가
 - 국내호텔 이용객의 전년대비 증가율은 2008년 7.7%, 2009년 19.8%, 2010년 9.4%로 지속적으로 증가하였으며, 내국인 및 외국인 이용객이 모두 꾸준히 증가함
 - 전체 이용자 중 외국인은 8,746,162명(42.2%), 내국인은 12,000,911명(57.8%)으로 내국인 이용자가 다수

<표 3-3> 2010년도 국내 호텔 이용객 수

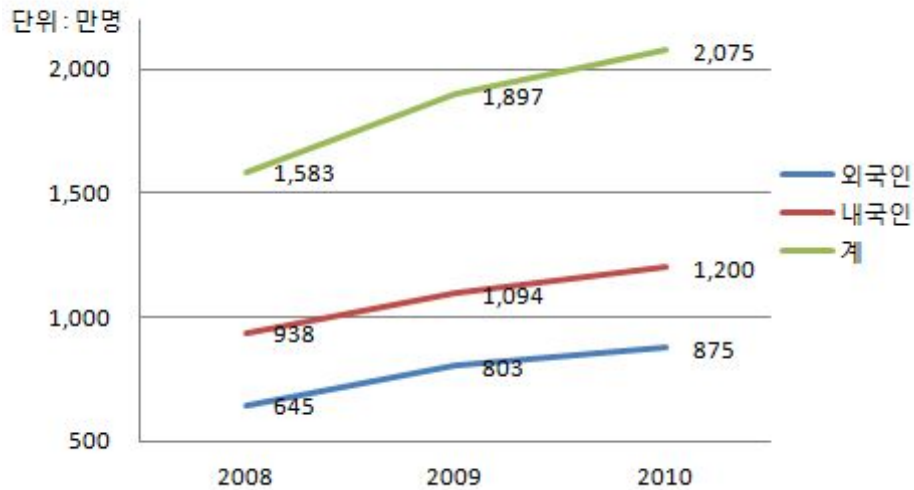
(단위 : 명, %)

구분	내국인	외국인	합계	전년대비 증가율
특1등급	3,297,546	2,915,098	6,212,644	7.4
특2등급	1,954,175	2,517,493	4,471,668	6.8
1등급	1,892,245	1,864,952	3,757,197	7.6
2등급	778,077	481,679	1,259,756	22.7
3등급	670,301	437,771	1,108,072	26
등급미정	941,873	194,509	1,136,382	18.2
소계	9,534,217	8,411,502	17,945,719	10.1
가족호텔	2,457,158	334,184	2,791,342	5.3
전통호텔	9,536	476	10,012	-34.5
합계	12,000,911	8,746,162	20,747,073	9.4

자료 : 문화체육관광부 관광지식정보시스템, 2010년 기준

- 국내외 여행객의 지속적인 증가 추이
 - 2009년 원화약세 및 한류 등의 영향으로 인한 외국인 이용객의 증가 및 신종 인플루엔자와 환율 상승 등으로 인한 내국인의 국내여행 증가 등으로 국내 호텔산업 이용객은 큰 성장을 겪음
 - 최근 신 한류의 영향, 비자 발급 절차 간소화, 국제행사 등으로 인한 외국인 여행객의 지속적인 증가 및 주5일 근무제의 확산, 국민여가활동의 활성화로 인한 내국인 여행객의 지속적인 성장 등으로 국내 호텔산업의 수요는 점차 증가할 것으로 예상됨

<그림 3-3> 2008년~2010년 국내호텔 이용객수 추이



자료 : 문화체육관광부 관광지식정보시스템

○ 국내 호텔의 공급 부족 현상

- 국내 여행객은 지속적으로 증가하고 있으나, 호텔의 공급은 여전히 부족한 실정
- 특히 해외여행객 및 국내여행객이 집중되는 서울 및 수도권 지역의 호텔 부족현상은 더욱 심각한 실정

□ 특급호텔의 절대적 강세와 중급호텔의 추격

- 2010년 기준 국내 호텔산업의 매출액은 총 1,728,666,343원으로 이 중 특1등급 호텔이 960,675,567천원(55.6%)으로 과반수를 차지함
- 특2등급 호텔의 매출액은 299,323,677천원(17.3%)으로 특급호텔이 국내 호텔시장 전체매출의 72.9%를 차지함
- 매출액 증가율 측면에서는 2등급 22.7%, 3등급 26%로 2, 3등급의 중저가호텔이 높은 수준의 증가율을 보인다는 점에서 국내 호텔산업에서 중급호텔의 역할이 급속도로 증가하고 있음을 추론할 수 있음

<표 3-4> 국내 호텔 등급별 객실매출액

(단위 : 천원, %)

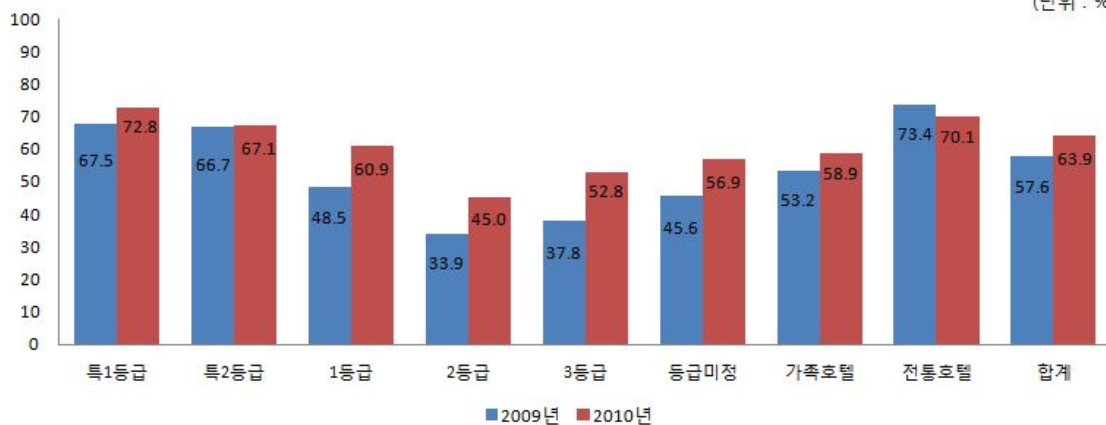
구분	내국인	외국인	합계	전년대비 증감률	시장 내 점유율
특1등급	352,078,337	608,597,230	960,675,567	13.9	55.6
특2등급	96,462,404	202,861,273	299,323,677	0.7	17.3
1등급	79,698,148	119,533,194	199,231,342	14.0	11.5
2등급	50,411,392	21,874,869	72,286,261	75.5	4.2
3등급	22,005,352	19,570,412	41,575,764	28.0	2.4
등급미정	33,884,864	12,460,579	46,345,443	23.2	2.7
소계	634,540,497	984,897,557	1,619,438,054	13.5	93.7
가족호텔	63,282,349	44,968,155	108,250,504	23.1	6.3
전통호텔	913,479	64,306	977,785	-29.4	0.1
합계	698,736,325	1,029,930,018	1,728,666,343	14.0	100.0

자료 : 문화체육관광부 관광지식정보시스템, 2010년 기준

- 특1등급 호텔의 이용률이 가장 높으며(72.8%), 특2등급(67.1%), 1등급(60.9%) 순으로 고급호텔의 이용률이 확연히 높게 나타남
- 이용률 증감률의 측면에서는 1등급~3등급의 중상급호텔이 가장 큰 성장률을 보였으며, 이는 중상급호텔에 대한 수요의 증가로 해석할 수 있음

<그림 3-4> 2009-2010년 국내 호텔 등급별 객실이용률

(단위 : %)



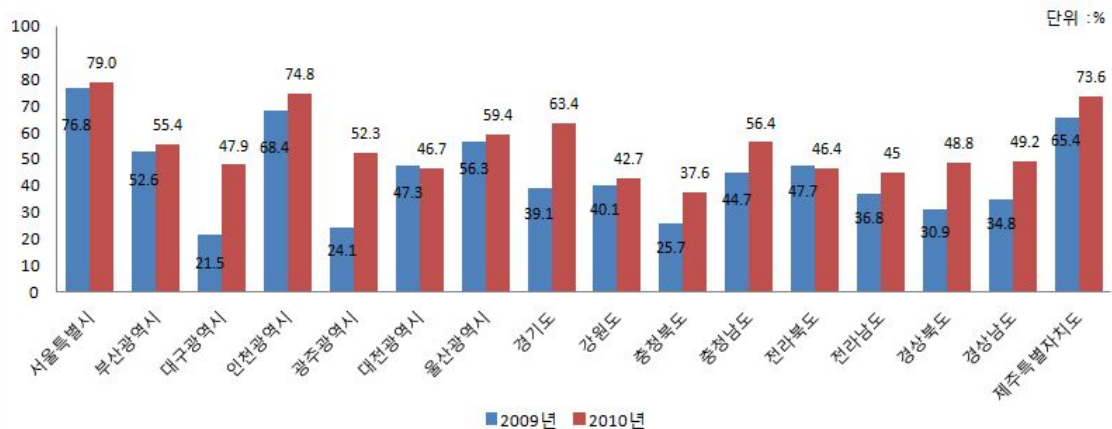
자료 : 문화체육관광부 관광지식정보시스템

□ 국내 호텔산업의 지역별 불균형 심화

○ 대도시와 관광지 중심의 발전

- 지역별로는 서울(79%), 인천(74.8%), 제주(73.6%) 등 대도시와 관광지를 중심으로 높은 이용률을 보임
- 전라북도·대전광역시를 제외하고 전국적으로 성장세를 보이며, 특히 대구광역시·광주광역시·경기도의 성장이 두드러짐
- 이는 '광주비엔날레', '2011 세계육상선수권대회' 등의 국제행사로 인한 국내외 방문객의 증가를 그 원인으로 꼽을 수 있음

<그림 3-5> 2009-2010년 국내 호텔 지역별 객실이용률



자료 : 문화체육관광부 관광지식정보시스템

○ 서울의 호텔산업이 국내 호텔산업의 과반수를 차지

- 지역별 매출액은 서울(933,647,099천원, 54%), 제주도(10.6%), 부산(7.4%) 순으로 나타나며, 전라남도를 제외한 모든 시·도에서 전년 대비 매출이 증가함
- 외국인 관광객 매출액의 경우 서울, 부산, 인천, 경기, 제주 등 일부 지역에 집중되어 있음을 알 수 있는데, 이를 통해 외국인 관광객들의 여행이 특정지역에 편향되어 있음을 추론할 수 있음
- 따라서 외국인 여행 상품의 다양화를 통해 지역별 관광산업 편차를 줄이기 위한 노력이 필요

<표 3-5> 국내 호텔 지역별 객실매출액

(단위 : 천원, %)

구분	내국인	외국인	합계	전년대비 증감률	총 매출비 점유율
서울특별시	220,680,835	712,966,264	933,647,099	13.4	54.0
부산광역시	64,122,885	64,074,210	128,197,095	10.3	7.4
대구광역시	17,987,857	7,608,189	25,596,046	17.4	1.5
인천광역시	35,046,022	48,859,853	83,905,875	26.6	4.9
광주광역시	9,513,910	2,823,433	12,337,343	8.6	0.7
대전광역시	13,270,814	5,134,155	18,404,969	2.3	1.1
울산광역시	5,652,154	13,095,372	18,747,526	14.5	1.1
경기도	29,257,536	54,919,192	84,176,728	39.8	4.9
강원도	52,276,700	6,942,870	59,219,570	2.3	3.4
충청북도	11,481,445	4,734,283	16,215,728	11.4	0.9
충청남도	9,124,787	6,915,564	16,040,351	12.7	0.9
전라북도	34,690,227	2,826,470	37,516,697	5.4	2.2
전라남도	11,480,519	2,612,767	14,093,286	-2.1	0.8
경상북도	37,068,624	12,693,871	49,762,495	21.9	2.9
경상남도	27,061,630	20,413,710	47,475,340	23.2	2.7
제주특별자치도	120,020,380	63,309,815	183,330,195	9.9	10.6
합계	698,736,325	1,029,930,018	1,728,666,343	14.0	100.0%

자료 : 문화체육관광부 관광지식정보시스템, 2010년 기준

□ 호텔의 이용 목적 및 기능의 다양화

○ 외래 관광의 새로운 트렌드로서 의료관광 활성화

- 2007년 3월 보건복지부, 한국보건산업진흥원, 한국관광공사와 의료기관이 참여하는 '한국 국제 의료 서비스 협의회' 발족과 함께 중요성 대두
- 초기의 의료관광은 병원을 중심으로 유치 노력이 지속되었으나 제주 및 원주 등을 중심으로 의료관광단지가 조성됨에 따라 휴양, 관광, 치료가 복합된 형태의 의료관광 발전
- 이에 따라 호텔의 기능 및 필요성이 대두되었으며, 최근 특급호텔 위

주로 호텔 내 의료시설 유치가 활발히 진행됨

○ 국내 의료관광의 현황

- 2010년 기준 국내에서 치료를 받은 외국인은 8만 1,789명으로 전년도에 비해 36% 증가하였으며, 2011년도에는 약 30% 이상 증가한 것으로 추정

<표 3-6> 외국인 환자 유치 현황

(단위 : 명, %)

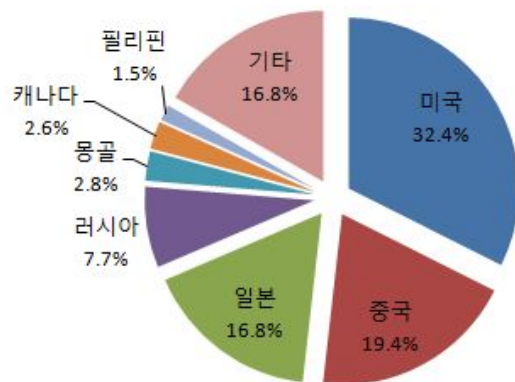
	3009	2010	2011*
환자수	60,201	81,789	110,000
증감율		35.9	30

주 : 2011년 수치는 추정치

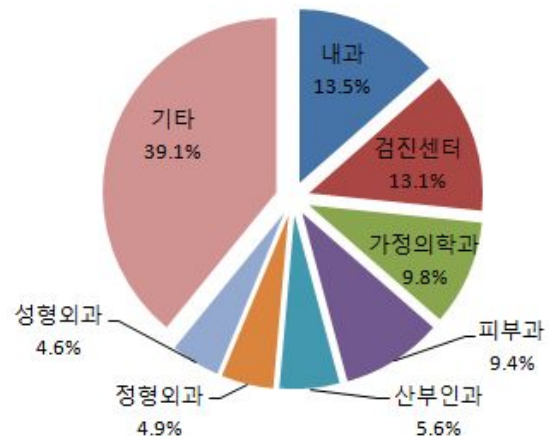
자료 : 한국보건산업진흥원, '2010 외국인 환자 통계'

- 국적별로는 미국인이 가장 높은 비중을 차지하였으며(32.4%), 다음으로 중국(19.4%), 일본(16.8%) 순으로 나타남
- 진료과별로는 내과(13.5%)와 검진센터(13.1%)가 가장 높게 나타났으며, 가정의학과(9.8%), 피부과(9.4%) 순으로 나타남

<그림 3-6> 국적별 의료관광객 현황



<그림 3-7> 진료과별 의료관광객 현황



자료 : 한국보건산업진흥원, '2010 외국인 환자 통계'

○ 의료시설과 호텔의 복합 형태인 '메디텔(meditel)'의 등장

- 리츠칼튼 서울 호텔은 에이징 클리닉 '포섬 프레스티지'를 오픈하여 에

스테틱, 피부과, 건강검진, 스파 등 안티에이징을 기반으로 한 종합 클리닉 서비스 제공

- 서울 잠실 롯데호텔월드는 호텔 6층에 메디컬 크리닉 센터를 조성하여 치과, 한의원, 성형외과 등이 입점
- 임페리얼 팰리스 서울 호텔 '메디컬 센터'는 치과, 피부과, 에스테틱, 모발 이식 센터 등이 입점하였으며, 피부과와 모발이식센터에서는 시술 또는 수술 후 휴식을 취하며 관리를 받을 수 있도록 호텔 객실을 무료로 제공
- 부산 이비스 호텔은 9층까지는 병원, 17층까지는 이비스엠베서더호텔을 설치하였으며, 한방병원을 포함한 종합검진센터와 국제진료센터를 갖추고 있음

<표 3-7> 서울 지역 주요 고급호텔 의료 시설 현황

호텔	지역	시설	진료과목
리츠칼튼	강남구 역삼동	포شم프레스티지	내과·피부과·성형외과·건강검진 등
그랜드인터컨티넨탈	강남구 삼성동	그랜드미 여성의원	산부인과
		그랜드미 성형외과	성형외과·피부과
		인터케어 건강검진센터	건강검진
		삼성스타28 치과의원	치과
인터컨티넨탈 서울 코엑스	강남구 삼성동	에이지클리닉	노화방지
임페리얼팰리스	강남구 논현동	임페리얼팰리스 치과	치과
		임페리얼팰리스 피부과	피부과
롯데호텔월드	송파구 잠실동	김상태 성형외과	성형외과
		석플란트 치과	치과
		한의원 '봄'	한의원
신라호텔	중구 장충동	라 그리닉 드 파리	노화예방 등
플라자호텔	중구 소공로	플라자스파클럽	메디컬 트리트먼트 등
롯데시티호텔	마포구 공덕동	서울 라헬 여성의원	불임클리닉

○ 국내 의료관광의 문제점 및 한계점

- 국내에서는 관광진흥법에 따라 병원시설이 부대시설의 성격에 적합하지 않다고 판단하여 호텔 내에 부대시설로 병원을 설치할 수 없음
- 현재 운영 중인 호텔 내 의료시설은 호텔의 부대시설이 아닌 다른 사

업자가 임대 형태로 호텔에 입점을 하고 있기 때문에 높은 임대료와 제한적 마케팅으로 인한 수익성에 문제가 있음

제3절 국내 호텔산업 관련 정책동향

1. 중저가 호텔 활성화 방안

□ 한국형 관광호텔 브랜드 베니키아(BENIKEA)

- 국내 1등급~3등급 관광호텔을 대상으로 한 체인화 사업
 - Best Night In Korea의 약어로 합리적인 가격의 고품질 서비스를 제공하기 위해 2007년 한국관광공사가 자체적으로 만든 중저가호텔 체인 브랜드
 - 한국을 찾는 자유여행객이 증가함에 따라 합리적인 가격의 호텔에 대한 수요 증가에 따라 합리적인 금액의 고급 서비스를 제공하는 호텔에 대한 정보를 제공함으로써 이용객의 편의 제고 및 중저가호텔의 수입 창출을 기대함
 - 2012년 현재 전국에 11개의 호텔이 체인호텔로 등록되어 있으며 34개의 호텔이 가맹되어 총 45개의 호텔로 구성됨

<표 3-8> 베니키아 호텔 체인 가입 호텔

지역	소재지	호텔명	객실수	가입형태
서울	서울 중구	베니키아 호텔 아카시아	108	체인
	서울 중구	아스토리아호텔	80	가맹
	서울 송파구	가락관광호텔	66	가맹
	서울 용산구	가야관광호텔	52	가맹
	서울 종로구	비원관광호텔	81	가맹
	서울 강서구	호텔노스탈자	71	가맹
	서울 성도구	호텔비전	65	가맹
인천	인천 연수구	베니키아 프리미어 송도브릿지호텔	241	체인
	인천 남동구	베니키아 프리미어 인천로얄호텔	117	체인
	인천 중구	인천공항오션사이드호텔	53	가맹
	인천 중구	위너스관광호텔	42	가맹
경기도	경기도 가평군	가평설악관광호텔	41	가맹

	경기도 안산시	리오관광호텔	52	가맹
	경기도 안산시	서원관광호텔	34	가맹
	경기도 평택시	벨라지오호텔	63	가맹
	경기도 평택시	송탄관광호텔	122	가맹
	경기도 평택시	아시아관광호텔	88	가맹
	경기도 시흥시	시흥관광호텔	156	가맹
	경기도 용인시	원저캐슬관광호텔	67	가맹
	경기도 수원시	일마레관광호텔	40	가맹
	경기도 수원시	호텔아모르&심포니	128	가맹
	경기도 수원시	호텔아모르&심포니	128	가맹
강원도	강원도 강릉시	베니키아 경포비치호텔	68	체인
	강원도 양구군	베니키아 KCP호텔	48	체인
	강원도 평창군	드래곤밸리호텔	191	가맹
	강원도 춘천시	춘천베어스호텔	78	가맹
충청도	충청북도 단양군	단양관광호텔 에델바이스	77	가맹
	충청남도 예산군	가야관광호텔	46	가맹
	충청남도 아산시	온양관광호텔	175	가맹
	충청남도 논산시	에버그린관광호텔	40	가맹
광주	광주 광산구	마이더스관광호텔	39	가맹
	광주 남구	호텔프라도	111	가맹
전라도	전라북도 군산시	베니키아 아울리호텔	45	체인
	전라북도 전주시	베니키아 전주한성관광호텔	40	체인
	전라북도 군산시	군산리버힐관광호텔	135	가맹
	전라북도 전주시	전주관광호텔	42	가맹
	전라남도 완도군	완도관광호텔	49	가맹
경상도	경상북도 청송군	주왕산온천관광호텔	50	가맹
	경상남도 창원시	베니키아 호텔사보이	59	체인
부산	부산 수영구	베니키아 호텔프레스	30	체인
	부산 해운대구	베니키아 송정관광호텔	59	체인
대구	대구 달서구	크리스탈관광호텔	61	가맹
제주	제주 서귀포시	베니키아 호텔제주크리스탈	73	체인
	제주 제주시	오션그랜드호텔제주	74	가맹
	제주 제주시	제주마리나관광호텔	80	가맹
	제주 서귀포시	호텔하나	78	가맹

자료 : 베니키아호텔 브로셔 및 홈페이지 참고 재구성

○ 체인호텔에 대한 다각적인 지원

- 베니키아의 체인호텔로 등록할 경우, 시스템, 경영, 직원교육, 서비스 품질 및 홍보 등에 다각적인 지원을 제공

<표 3-9> 베니키아 체인호텔 지원혜택

구분	세부내용
시스템지원	- 표준화된 온라인 예약지원 시스템 운영 - 호텔 PMS와 베니키아 중앙예약시스템(BCRS)의 자동연계시스템 지원 - 국내외 여행관련사이트 및 GDS 연계 - 통합 고객관계관리 시스템(CRM) 지원(고객관리 및 마케팅 활용)
경영지원	- 관광진흥개발기금 융자 지원(베니키아 체인 호텔 중 특급호텔 우선 선정) - 내·외부 간판제작지원 - 내·외부 경영환경분석, 시장분석, 전략수립 등 호텔경영컨설팅 지원 - 호텔종사자 서비스 교육 / 서비스 품질관리 / 운영매뉴얼 제공
교육	- 호텔 직원 교육 - 방법 : 전문 강사 섭외 및 호텔 별 직접 방문 교육 실시 - 내용 : 미스테리 쇼핑에 의한 호텔 서비스 수준 실태 파악 후 이를 근거로 한 맞춤식 교육(접객 서비스, 복장 관리, 외국어 응대 교육 등) - 베니키아 홈페이지 및 예약시스템 운영 교육 - 홈페이지 및 예약시스템 운영 매뉴얼 배포 및 교육
품질평가	- 미스테리 쇼핑 및 투숙객 설문조사 : 객실, 욕실, 서비스, 프런트 응대, 식음료 부문 등 평가 및 피드백 - 베니키아 사업단 또는 전문 조사기관 위탁을 통해 지속적으로 실시 - 서비스 우수호텔 포상(시설물 및 개별광고)
홍보지원	- 베니키아 광고 및 홍보 시 체인호텔 이미지 우선 활용 및 소개 - 베니키아 홈페이지 내 체인호텔 소개(한, 영, 중, 일 4개 국어 홍보) - 온라인 마케팅 시 체인호텔 관련 콘텐츠 적극 활용 - 팸투어 고객 우선적 선박유치 및 홍보 - 베니키아 판촉물 지원 - 베니키아 브랜드 광고(TV, 국내외 온라인 광고 및 인쇄광고) - 한국관광공사 제작 홍보물에 베니키아 홍보 및 광고 게재

자료 : 베니키아 홈페이지(<http://brand.benikea.co.kr>)

○ 운영효과는 아직 미지수

- 체인호텔과 가맹호텔의 수는 지속적으로 증가하고 있으나, 대부분 가맹호텔로 운영됨
- 이는 체인호텔로의 전향 시 심사 절차에 대한 거부감 및 체인호텔 전환시 외관공사 비용에 대한 부담감, 체인호텔 혜택에 실효성에 대한 확신이 부족하기 때문인 것으로 보임

- 베니키아 체인 호텔의 이용률은 증가추세를 보이고 있긴 하나, 그 폭이 크지 않으며 이용객의 대부분이 내국인이라는 점에서 베니키아 체인 브랜드의 효과는 미지수

2. 호텔 공급 확대를 위한 방안

□ 수도권을 중심으로 한 호텔 부족 현상 심화

- 수도권 및 서울 지역을 중심으로 한 호텔 부족 현상이 지속되고 있음
 - 한류 관광객의 증가 및 주5일 근무제 등으로 인한 국내 여행객의 증가로 호텔 부족현상이 심화
 - 서울의 경우 숙박시설의 공급이 수요의 절반 수준에 미치며 이는 향후 몇 년간은 지속될 것으로 전망
 - 이러한 호텔부족현상은 국내의 관광경쟁력을 하락시키는 주요 원인으로 작용하기에 정부는 이를 해소하기 위한 다방면적인 정책을 추진

<표 3-10> 서울시 외국관광객 및 숙박수급 전망

구분	2011년	2012년	2013년	2014년
외국관광객	962만명	1,053만명	1,152만명	1,260만명
숙박 수요	5만 1087실	5만 5919실	6만 1176실	6만 6912실
숙박 공급	2만 5607실	2만 9009실	3만 448실	3만 5301실

자료 : 서울시

□ 호텔부지 확보를 통한 신규 호텔의 진입장벽 완화

- 수도권 지역의 높은 토지가격과 도심 밀도 등으로 인해 신규 호텔 부지 확보에 한계가 있음
- “고양관광문화단지(한류월드)” 내 4,010실의 호텔 부지를 공급
 - 특급호텔(960실) 부지 24,000㎡, 중저가호텔(3,050실) 부지 74,000㎡를 공급
 - 특히 중저가호텔 부지는 감정가격 이하로 공급하여 조기 착공하도록 지원함으로써 특급호텔 위주의 호텔산업의 문제점을 개선하고 중저가 호텔의 설립을 촉진시키고자 함

<표 3-11> 한류월드 사업추진 계획

	위치	경기도 고양시 장항동, 대화동 일원(일산 킨텍스 인근)
	면적	994,756㎡(약30만평)
	사업기간	2004년~2012년
	주요시설	관광호텔(4,010실 규모), 테마파크, 상업시설(UEC), 복합시설, 한류문화시설 등
	공공사업비	1조 430억 원 (민간투자 4조 8,960억 원 별도)
	시행자	경기도(수탁기관 : 경기관광공사)

자료 : 문화체육관광부

○ 보금자리지구를 활용한 호텔 부지 공급

- 하남미사지구 1,400실, 위례신도시에 300실, 서울내곡지구 300실 규모의 호텔부지 공급
- 객실(90%)을 중심으로 운영되는 중저가호텔이 설립될 예정이며 레스토랑, 체력단련장, 코인세탁실, 주차장 등의 최소한의 부대시설
- 일반상업용지보다 20~30% 저렴한 가격으로 공급하며, 일반경쟁입찰을 통해 공급 예정
- 당초에 2012년에 일괄 시행할 예정이었으나, 위례신도시의 경우 군 시설 이전문제로 당초보다 2년 지연

□ 호텔 중심의 숙박시설 다양화

○ 국내 숙박시설의 대부분이 관광호텔로 집중

- 여행의 형태 및 목적이 다양해짐에 따라 외국인 관광객의 한국 가정체험 등의 다양한 수요를 충족시키는 데 한계가 있음
- 도심지역을 중심으로 빌딩 공실률 증가 및 수익률 저조 등으로 건물을 리모델링하는 사례가 증가하나 이에 대한 지원은 미흡
- 가족단위의 여행객이 증가할 것으로 예상되나 이를 수용할 수 있는 다양한 휴양숙박시설 부족

○ 기존 시설을 숙박시설로 활용하기 위한 법적 근거 마련

- 업무시설에서 숙박업을 한다는 이유로 불법영업으로 판정받은 서비스드레지던스의 법적 근거 마련을 위해 공중위생관리법 시행령 및 시행

규칙을 개정하여 전국 15,000실(서울 5,000실) 규모의 서비스레지던스 운영 합법화

○ 기존 시설의 숙박시설 전환 지원

- 서울지역의 오피스텔, 쇼핑몰 등 기존건출물을 중저가호텔로 전환할 경우 용적률 20% 완화 및 1개소 당 80억 내에서 관광진흥개발기금 융자 지원
- 명동 밀리오레, M플라자, 와이즈빌딩 등이 현재 중저가호텔로 전환 중

○ 관광호텔 외 대체 숙박시설 적극 유치 및 확대

- 동해, 망산, 경북 영덕 등의 국민여가캠핑장 확대 및 10개소 신규 확충
- 고택·종택 등을 통한 전통한옥 체험시설의 체계적인 서비스 시스템을 구축하고 전통 생활용품 전시 등의 박물관 기능을 추가함으로써 명품 체험시설 조성 추진
- 지역의 숙박시설 및 유흥시설 등의 기존시설 리모델링·네트워크화를 통해 중저가 체험숙박단지 조성

□ 호텔산업 활성화를 위한 법·제도적 장치 마련

○ 민간투자 활성화를 위한 제도 마련

- 초기 투자비용이 높은 호텔산업은 대규모 투자대비 수익성이 낮고 건축자금 확보가 어려워 민간투자 기피현상 심화
- 특히 정부의 각종 규제로 인한 호텔산업의 민간투자는 더욱 위축됨
- 이를 개선하기 위해 관광호텔에 투자하는 펀드 조성 및 운영 방안을 검토하고 릿츠(부동산투자회사) 주식공모 유예기간(최저자본금 준비기간)을 기존의 6개월에서 1년 이상으로 연장

○ '관광숙박시설 확충 지원 등에 관한 특별법' 제정

- 관광숙박시설 신규 확충에 대한 민간투자 활성화, 사업 계획 승인 및 허가 등의 절차 간소화 등을 주 내용으로 함
- 토지용적률, 국유지 및 공유지 등의 매각, 공유재산 대부, 부설주차장 설치에 대한 특례조항을 포함하여 신규호텔산업 진입을 장려하고자 함
- 2012년 하반기부터 시행되며 2015년 12월 31일까지 유효함

<표 3-12> 관광숙박시설 확충 지원 등에 관한 특별법 주요 내용

- 가. 호텔업 사업계획 승인을 받은 경우에는 「건축법」에 따른 건축허가, 「도로법」에 따른 도로점용의 허가 등을 받을 것으로 보도록 함(안 제5조).
- 나. 호텔시설을 건설하는 경우에는 용적률을 완화하여 적용할 수 있으며, 용적률을 완화 적용하는 데 각종 개발계획에서 결정된 건축물의 높이 또는 층수 완화가 필요한 경우 특별시·광역시·도 도시계획위원회의 심의를 거쳐 완화할 수 있도록 함(안 제10).
- 다. 국가 또는 지방자치단체의 장은 호텔업의 사업계획 승인을 받은 자에게 해당 국유지·공유지를 수의 계약으로 우선 매각할 수 있도록 하고, 지방자치단체의 장은 공유지를 대부하는 경우에 대부기간, 대부료 등을 달리 적용할 수 있도록 함(안 제11조 및 제12조).
- 라. 호텔시설의 부설 주차장 설치기준을 「주차장법」에도 불구하고 일부 완화할 수 있도록 함(안 제13조).
- 마. 호텔시설의 건설자금을 관광진흥개발기금에서 우선적으로 지원할 수 있도록 하고, 기존 시설을 호텔 시설로 변경하고자 하는 경우에는 우대금리를 적용할 수 있도록 함(안 제14조).
- 바. 세계적 호텔체인브랜드와 계약을 체결한 경우 우선적으로 행정적·재정적 지원을 할 수 있도록 함(안 제15조).
- 사. 대규모 국제행사와 관련하여 참가자와 관광객에 대한 숙박대책을 마련하기 위하여 필요시 관광숙박 대책위원회를 둘 수 있도록 함(안 제16조).
- 아. 이 법의 유효기간은 2015년 12월 31까지 효력을 갖도록 함(안 부칙 제2조).

자료 : 법제처



제4장

호텔산업의 트렌드 및 키워드

제4장 호텔산업의 트렌드 및 키워드

제1절 세계 호텔산업의 트렌드

1. 중저가호텔(Budget Hotel) 브랜드의 성장

□ 중저가호텔의 정의와 성격

- 중저가 호텔은 전통적으로 저가의 금액으로 기본적인 숙박시설을 제공하는 시설을 의미
- 중저가호텔에 머무는 주요 요인은 위치의 편리함과 가격
 - 저가호텔의 주요 입지는 도심, 산업단지, 공항이나 철도역 부근과 같은 업무 및 교통의 요충지
 - 상대적으로 적은 공간을 필요로 하고 전체 공간에서 객실이 차지하는 비중이 전체의 50~70%를 차지한다는 점에서 저가호텔은 이러한 지역에서 높은 수익을 창출할 가능성이 높음
 - 또한 제한된 서비스 범위와 부대시설의 최소화로 인건비를 줄이는 반면, 낮은 객실이용료로 인해 이용률이 높아 고수익을 창출할 수 있음

<표 4-1> 일반적인 중저가호텔의 공간적 요건

	면적(m ²)	점유율(%)
객실	1,500 ~ 1,700	50 ~ 70
공용 공간	350 ~ 500	10 ~ 20
건물 전면	100 ~ 250	5 ~ 10
건물 후면	250 ~ 500	10 ~ 20

자료 : Davis Langdon Research

- 고급 브랜드의 저가 호텔 시장진출 및 고객 수요의 다양화
 - 최근 고급 호텔 체인의 중저가호텔 시장 진입으로 고객의 요구와 기준이 상향되는 경향이 있음
 - Holiday Inn Express, Hampton Inn by Hilton, Citizen M, Yotel 등

의 저가호텔 브랜드는 고급 디자인, 최신식 객실 시설, 부분적 식음료 시설 등을 도입

- 객실의 규모, 객실 내 시설 및 부대시설, 호텔의 디자인과 제공되는 서비스의 범위에 따라 중저가 호텔은 Ultra-budget, Core-budget, Upper-budget, Design-budget로 세분화 할 수 있음

<표 4-2> 중저가호텔의 주요 브랜드 세분화

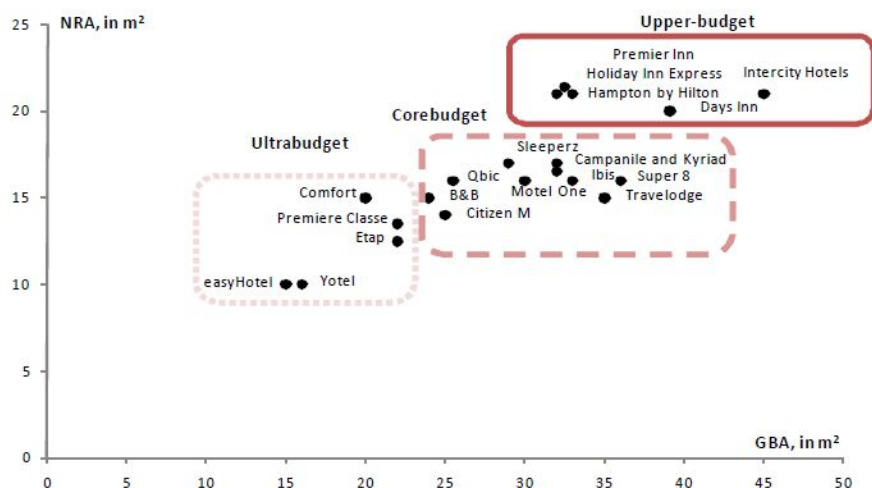
Ultra-budget	Core-budget	Upper-budget	Design-budget
easyHotel	Travelodge	Holiday Inn Express	Yotel
Etap	Premier Inn	Hampton by Hilton	Qbic
Hotel F1	Ibis	All Seasons	Nite-nite
Premiere Classe	Super 8	InterCity Hotels	Sleeperz
Balladins	Motel One	Comfort Inn	The Big Sleep
Tune hotels	B&B	Days Inn	Citizen M
	Sidorme	Campanile	Dakota
		Kyriad	

자료 : HVS Research

- 전체 호텔의 규모에서 건물이 차지하는 규모(GBA) 및 개별 객실당 평균 규모(NRA)에 따라 중저가호텔을 세분화

<그림 4-1> 규모에 따른 중저가호텔 구분

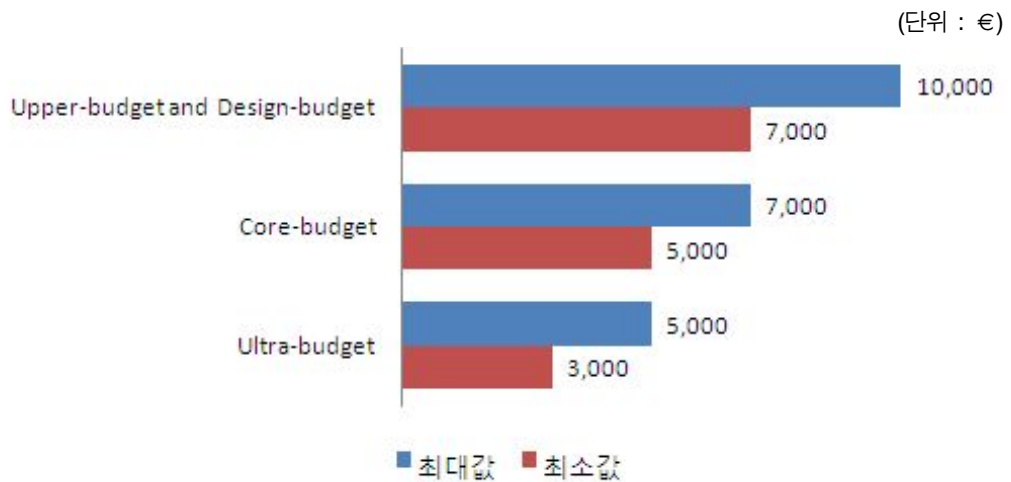
(단위 : m²)



자료 : HVS Research

- 연간 객실 내 가구, 시설 및 소모품 등의 교환에 투자하는 금액도 중저가호텔을 분류하는 기준이 될 수 있으나 이는 절대적 기준이 될 수 없음

<그림 4-2> 객실 내 시설 투자비용에 따른 중저가호텔 분류



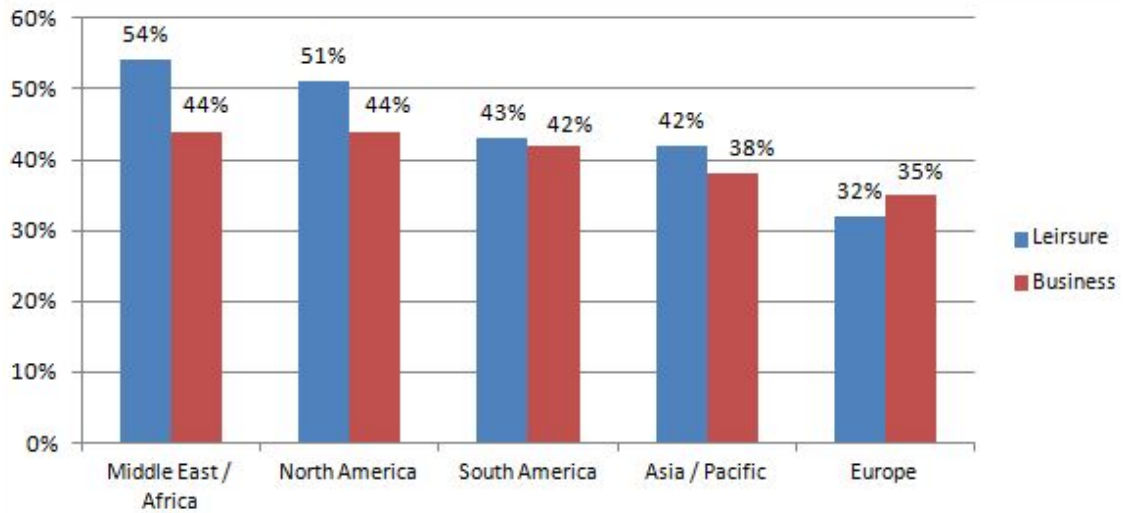
자료 : HVS Research

□ 세계경제위기의 영향으로 중저가호텔 시장의 성장

- 세계경제위기 이후 전 세계 여행객의 42%가 여행을 취소하거나 예산을 감소했다고 응답¹⁴⁾
 - 지역별로는 중동/아프리카지역의 비율이 가장 높고 다음으로 북 아메리카, 남아메리카 순으로 나타남
 - 비즈니스 여행객 보다 관광여행객의 비율이 더욱 높았는데, 관광여행에 비해 비즈니스 여행은 선택이 아닌 필요에 의한 여행이기 때문으로 추론됨
 - 합리성을 중시하는 여행객의 증가로 불필요한 서비스보다는 낮은 가격을 선호하는 이용객의 증가한 것으로 추론할 수 있음

14) Marcket Metrix., "Luxury Hotels and Recession : A View From Around the World". 2009

<그림 4-3> 2009년도 여행을 취소하거나 비용을 감소한 인원



자료 : Market Metrix, The Leading Hotels of the World

○ 호텔산업의 경쟁 과열

- 호텔 내에서 제공할 수 있는 서비스에는 한계가 있음
- 서비스 및 품질 경쟁력 대신 가격경쟁력 강화를 위한 저가호텔로의 전향
- 최근 저가호텔 내에서도 서비스 및 품질 경쟁이 점차 과열되고 있는 양상을 보임

<표 4-3> 미국의 중저가호텔 추이

(단위 : 개, 실, %)

	호텔수	객실수	전체 호텔산업 내 점유율(%)
2001	16,401	1,291,767	30.8
2002	16,892	1,396,185	31.7
2003	17,483	1,410,655	31.9
2004	17,793	1,463,112	33.1
2005	18,086	1,433,925	32.6
2006	17,554	1,445,176	32.9
2007	19,241	1,563,503	34.9
2008	21,015	1,815,447	39.2
2009	17,261	1,378,770	29.0

2. 고급호텔과 중저가 호텔간의 양극화 심화

□ 호텔 이용객의 니즈 다양화

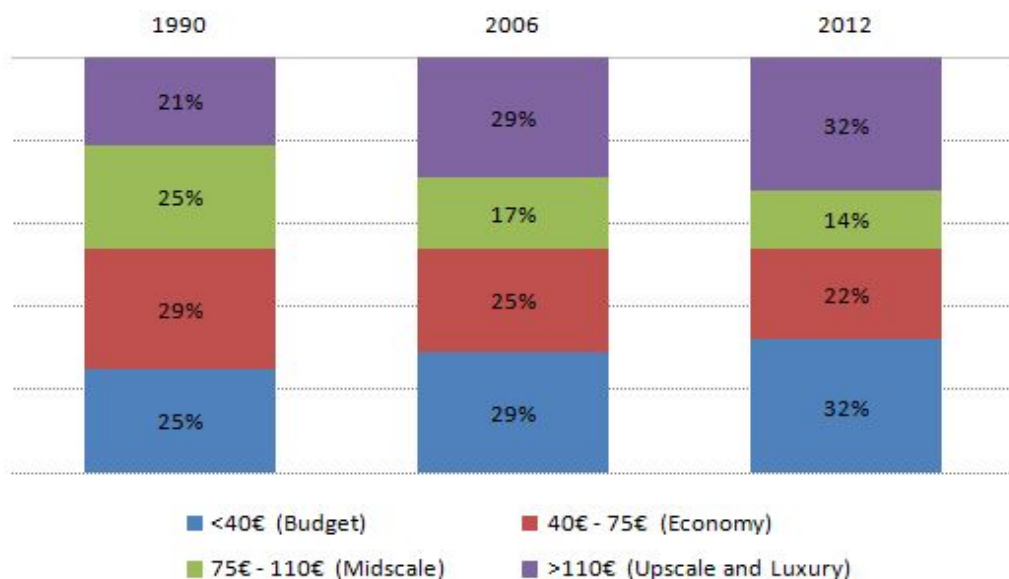
○ 여행의 보편화 및 여행 목적의 다양화

- 과거 일부 상류층에게만 허용되었던 여행이 보편화됨에 따라 여행객의 요구가 다양화됨
- 관광을 위한 여행이 주를 이루었던 과거와는 달리 오늘날의 여행의 목적은 다양화 됨
- 이에 따라 여행의 목적, 경비 등에 따라 호텔을 선택하는 기준도 다양화 되는 추세

○ 수요와 공급의 변화에 따른 호텔산업의 구조 변화

- 미국의 등급별 호텔 수요는 중급호텔수요가 감소하고 저가호텔과 고급호텔수요가 점차 증가하면서 호텔수요의 과반 이상을 차지함
- 호텔 산업이 이미 포화상태로 여겨지는 미국, 영국 등의 국가에서는 호텔의 높은 운영비에 대한 부담으로 호텔을 분양식 콘도미니엄으로 전향하는 등 객실의 규모와 가격의 축소로 많은 이용객을 수용하려 함

<그림 4-4> 미국 호텔산업에서 등급별 호텔 수요(1990~2012년)



자료 : MKG

* 주 : 2012년 수치는 예상치

- 미래의 여행객은 편하고 안락한 여행이 아닌 도전적이고 특별하며 새로운 것을 경험하고자 하며, 이러한 여행은 전통적인 방식에서 벗어나 대량생산이 불가하기에 더 높은 비용을 지불해야 함
- 저가호텔과 고급호텔은 각각의 특성화된 서비스를 제공하여 이용객을 유인하며 이용객은 여행의 목적 및 예산에 맞추어 호텔을 선택함으로써 중급호텔시장이 축소되고 저가호텔과 고급호텔 간의 양극화 현상이 심화됨

□ 고급호텔의 차별화 전략

○ 복합 공간으로서 호텔 시설

- 과거의 호텔은 단순한 숙박 시설로 인식되었으나, 최근의 호텔은 문화, 예술, 엔터테인먼트를 모두 즐길 수 있는 복합 공간으로 인식 변화
- 현대의 소비자는 획일적인 서비스가 아닌 소비자 개개인의 요구에 맞는 특별한 서비스를 받고자 함
- 호텔을 단순히 머무르는 공간이 아닌 교육, 체험, 휴식 등을 경험할 수 있는 공간으로 인식

○ 고급호텔의 품질 및 서비스 고급화

- 고급호텔은 호텔의 제품/서비스품질 및 서비스 차별화 등을 통해 개별 고객이 추구하는 가치 충족을 통해 만족을 높이하고자 함
- 호텔 로비 및 객실 내 가구, 비품 등을 최고급으로 설계하고 호텔 내에 미술품을 관리하는 별도의 전문가를 채용하기도 함

○ 고객 맞춤형 서비스 제공

- 비즈니스 이용객을 위한 특별객실로 특별전용층(Executive Floor)을 별도로 운영하여 물리적 차별화와 가격 차별화 전략
- 최고급 리조트, 스파 및 고객의 요구에 맞는 서비스와 연계 상품을 출시하여 높은 비용을 지불하고서라도 만족을 중시하는 고객의 욕구를 충족시키고자 함

□ 저가호텔의 저원가전략

○ 원가 절감을 통한 가격 경쟁력 확보

- 합리성을 중시하는 비즈니스 여행객을 타깃으로 합리적인 가격에 편리한 서비스제공을 통한 경쟁력 확보
- 호텔시설의 자동화를 통한 인건비 절약, 불필요한 부대시설 및 객실 내 소모품 최소화를 통해 운영비를 최소화하여 낮은 가격으로 객실 제공

3. 무인 자동화 시스템의 도입

□ 호텔산업의 침체를 극복하기 위한 수단으로서 무인 자동화시스템 도입

- 세계경제위기 이후 호텔산업에도 큰 타격을 입음
 - 2009년 7월 미국 호텔의 객실 점유율은 전년 대비 7.3% 하락한 64.1%였으며, 수익은 전년 대비 15.7% 하락
 - 이를 극복하기 위해 호텔은 객실이용료를 인하하는 동시에 운영비 절감을 위해 다방면으로 노력
- 호텔 운영비를 줄이고 이를 통해 객실 이용료를 낮춰 고객 확보 및 만족을 극대화하기 위한 노력의 일환으로 자동화시설이 증가하는 추세
 - 인터넷 및 스마트기기 등의 정보통신 기술의 발달로 이러한 변화는 더욱 가속화 되고 있음

□ 인터넷 및 스마트기기를 통한 예약자의 증가

- 2011년을 기준으로 미국의 호텔 이용객의 약 114만 명이 온라인을 통해 예약을 하였으며, 이는 직접 예약을 한 약 90만 명에 비해 절대 다수를 차지함
- 스마트기기의 발전 및 보급으로 인해 예약 방식이 더욱 다양화되고 있으며, 이를 바탕으로 한 다양한 채널을 통해 온라인 예약이 더욱 가속화될 것으로 예상됨

□ 체크인시스템에 자동화시설을 도입을 통해 운영비절감 및 서비스의 효율 증대

- Starwood의 Aloft의 'Smart Check-In' 서비스
 - 프론트 데스크에 터치스크린기기를 설치하여 고객이 신용카드를 이용

- 하여 결제하면 체크인을 할 수 있고 이 기기를 통해 열쇠 수령도 가능
- 또한 이 기기는 주요 항공사와 연결되어 있어 고객들은 호텔로비에서 전자항공권을 출력할 수 있음
- 체크인과 관련된 모든 서류를 기기를 통해 진행함으로써 종이 사용량을 줄이고 관련 인력 배치를 최소화함으로써 비용절감의 효과가 있음
- 터치스크린을 이용한 체크인시스템은 현재 총 8개의 Aloft호텔에서 사용 가능

○ 뉴욕의 Yotel의 로봇 벨보이 Yobot

- 2002년 이후 뉴욕에 세워진 가장 큰 규모의 호텔로 699개의 객실을 갖춘
- 호텔입구의 로봇 벨보이인 Yobot을 설치하여 이용객은 간단한 비밀번호와 성(姓)을 입력하면 이용객의 짐을 보관함으로 옮겨주는 서비스
- 이 호텔은 이외에도 터치스크린을 이용한 체크인시스템 도입을 통해 운영비를 절감하고자 함

<그림 4-5> Yotel의 무인체크인시스템



<그림 4-6> Yotel의 벨보이 로봇 Yobot



- 셰라톤호텔은 터치스크린기기를 통해 주변의 상점과 음식점 관련 정보 및 위치를 제공

□ 객실내 자동화 시스템

- 객실내의 TV, 조명, 커튼, 온도 등의 조절을 자동화
 - 불필요한 전기, 수도, 가스 등을 자동으로 차단시킴으로써 비용 절감 효과가 있음
 - 이용객의 편의 극대화를 통한 만족도 제고

○ Montege 호텔의 객실 자동화시스템

- 고객감지시스템을 통해 고객이 문에 들어서면 순간 자동으로 불이 켜지고 커튼이 열리도록 함
- 또한 객실내부 무선 자동화 시스템을 통해 리모콘 하나를 통해 TV화면에 나타난 기능을 선택하여 조명, 온도, 커튼의 개폐 등을 조절 외에 호텔 내의 각종 부대시설을 예약할 수 있음

4. 지속가능한 친환경호텔의 성장

- 친환경호텔이란 물리적 시설 및 서비스의 표준이 변하지 않으면서 지속적인 수요의 증대가 유발되고 있는 호텔¹⁵⁾을 의미

<표 4-4> 친환경 호텔에 관한 정의

연구자	개념 및 정의
Iwanowski & Rushmore (1994)	호화스러운 호텔의 반대되는 개념으로서 물리적 시설 및 서비스의 표준이 변하지 않으면서 지속적인 수요의 증대가 유발되고 있는 호텔
권문호 (1997)	안락함과 쾌적한 서비스를 최대의 상품으로 하는 호텔기업에 환경의식적 개념을 접목시키는 것
정규엽, 오석운 (1999)	환경을 보전하기 위해 서비스의 질을 하락시키는 호텔이 아니라 환경문제에 대한 책임의식을 갖고 경영에 임하는 호텔

자료 : 김태영, “국내 호텔의 환경친화적 경영방안에 관한 연구”, 2004

- 환경보호를 위한 호텔의 역할에 대한 요구가 높아짐

○ 호텔산업의 의사결정시 ‘지속가능성’의 중요성이 점차 증가하는 추세

- 호텔 선택의 핵심적인 가치는 아니지만 환경 문제에 대한 소비자의 관심 증가로 가격, 편의, 시설의 질 등과 같은 전통적 가치 기준과 함께 지속가능한 환경 친화적 경영방식의 중요성이 커짐
- 특히 호텔산업은 물과 전기 등과 같은 자원의 사용이 많으며, 한번 건설되면 몇 십년간 지속되어 부동산 의존도가 높고 운영 과정에서 막대한 양의 쓰레기를 배출하는 산업

○ 환경에 대한 관심증가와 고객의 요구해소를 통한 호텔운영비를 절감

15) Iwanowski and Rushmore, 1994

- 시설이나 서비스의 기본은 변하지 않으면서 환경 지향적인 경영을 하는 호텔로 변화
- 단기적 이익 추구에서 벗어나 기업의 사회적 책임을 바탕으로 환경 보호를 실천하는 적극적 조직으로서 호텔의 기능 변화
- 환경문제에 대한 사회적 관심이 증가함에 따라 일부 이용객들에게 중요한 구매 의사 결정 요인이 됨
- 호텔은 이를 통해 환경 보호, 자원 절약, 쓰레기 감소 등으로 인한 유지관리비 감소 등의 표면적 효과뿐만 아니라, 외부의 긍정적 평가를 통한 장기적 관점에서의 고객 개발 효과를 기대할 수 있음
- 반면 환경 친화적 호텔은 에너지 효율적 HVAC(Heatingm Ventilating, Air Conditioning)설치 및 시설 개발비 등의 초기 비용이 높고 프로그램 및 제품개발 등의 운영비의 과다 지출 등으로 매출액의 하락을 유발할 가능성이 있음¹⁶⁾

<표 4-5> 환경 친화적 호텔의 혜택

구분	혜택
환경적 측면	• 멸종 위기 동·식물 보호 • 수질 향상 및 대기 오염 감소 • 분수계의 보호 및 부식 방지 • 자연경관의 보호
경제적 측면	• 숙박시설의 투자 기회제공 • 관광객 지출로 인한 수익의 발생 • 지역 공동체의 세금 수익 발생 • 그린 소비자에 대한 시장 세분화 구축 • 운영비 절감
사회적 측면	• 소비자에게 자연 보호 의식 고양 • 교육적·정신적 경험 • 자연적·문화적 유산의 보전 • 지역경제 및 생활수준의 향상 • 교육 및 연구를 위한 자연 자원 이용 촉진 • 정부나 사회단체의 규제 및 압력에 대응

자료 : 박오성, 그린마케팅이 호텔 서비스 구매 결정에 미치는 영향(2004) 재인용

□ 2006년 Starwood Capital Group이 만든 최초의 환경 친화적 고급 호텔 '1'의 개관과 함께 중요성이 대두됨

16) 정규엽, 오석윤(1999)

- 주요 대형 호텔들의 지속가능한 친환경 프로그램 개발 경쟁
 - 친환경 경영을 앞세운 새로운 브랜드를 출시하거나 기존의 친환경호텔을 인수
 - 또한 환경보호를 위한 프로그램 개발을 통해 직원 및 이용객의 환경보호를 장려하는 등의 방식으로 친환경 경영을 지속

<표 4-6> 주요 호텔체인별 친환경 경영 프로그램

회사명	세부내용
Starwood Hotel & Resort World Wide Inc.	환경친화적 호텔 브랜드 'Element' 출시
Marriot	회사 내에 '그린 위원회'를 설치하여 환경전문가의 컨설팅을 의뢰
Accor	직원들의 교통비 절약과 환경보호를 위해 대중교통이용을 장려하는 웹사이트 개설
Hilton International	스칸디나비아반도 최고의 친환경호텔인 스칸딕 호텔 인수

□ 스칸딕 호텔의 환경 친화적 경영

- 북유럽의 가장 큰 호텔 중의 하나로 스칸디나비아 반도를 중심으로 현재 9개국에 130여개의 호텔을 보유하고 있는 호텔 체인
 - The Natural Step의 도움으로 환경 친화 경영의 시스템을 도입
 - 모든 사원에게 환경 친화의 필요성을 인식하게 한 후 모두를 환경 친화 정책에 참여하도록 유도
- "Towel Reuse Program"
 - 손님이 원할 경우 수건을 더 사용할 수 있도록 함으로써 세탁비를 줄이고 세탁으로 인한 수질오염을 최소화하고자 함
 - 수건을 더 사용할 수 있다고 판단되면 수건을 걸이에 걸어두도록 함
 - 현재 많은 호텔에서 실시되고 있으며, 손님의 적극적인 참여 유도를 위한 연구가 지속됨
- 에너지 절약을 위한 에너지 효율적 HVAC설치
 - 절수 시설이 있는 샤워기, 변기, 수도 설치
 - 부엌에서 사용한 물은 관개용으로 재사용하여 약 10년 동안 약 14%의 절수 효과

- 모든 객실에 초록색, 빨간색, 검은색으로 분리된 3개의 쓰레기통의 비치로 분리수거를 일반화하여 객실 쓰레기를 예전의 67%수준으로 감소
- 2004년 호텔 내의 모든 전구를 에너지 절약형으로 대체
- 실내 온도를 자동으로 조절할 수 있는 시스템을 개발하여 평소에는 객실의 온도를 16도로 유지하지만 손님이 객실에 들어오면 온도를 20도로 작동되도록 하여 불필요한 에너지 소비를 막음

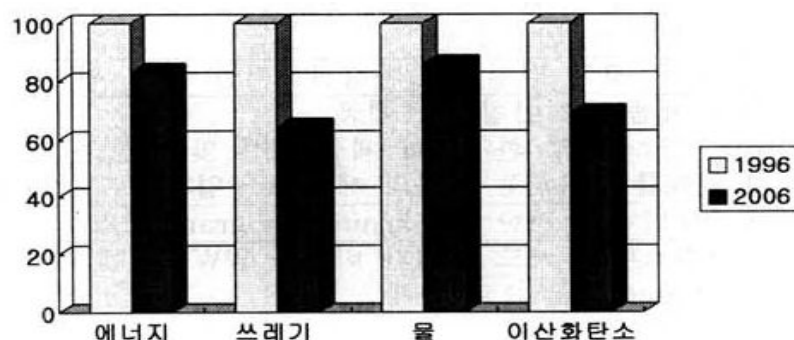
○ 환경 친화적 객실 'Eco-Room'

- 친환경 소재를 사용하여 객실의 친환경성 및 내구성을 강화
- 이용객에게는 정서적 안정 및 심미적 효과를 높이고 유지보수 비용 절감효과가 있음
- 환경 친화 호텔을 상징적으로 나타내기 위해 모든 객실의 열쇠를 나무로 변경
- 이러한 환경 친화적 객실은 일반 객실에 비해 10% 정도의 추가 비용이 발생하나, 장기적으로는 이에 따른 효과가 더욱 높음

○ 환경과 이용객의 삶의 질을 위한 친환경 경영

- 1996년 이후 호텔 내 1회용품 사용 전면 중단하고 이에 따라 절감된 비용을 친환경 샴푸와 같은 고객의 건강에 좋은 제품을 구비하는데 사용하는 것을 홍보
- 2005년 이후 가능한 한 모든 방을 금연화하고 대기오염을 줄이기 위해 자전거를 대여하여 고객들의 자동차 사용을 줄임
- 2011년까지 이산화탄소 배출량을 50%로 줄이고 2025년까지는 배출량 0%를 목표로 함

<그림 4-7> 스칸딕 호텔의 에너지 절약 정도



자료 : 김재영(2008)

5. 인구 고령화와 의료관광의 발전

□ 관광산업의 주요 잠재 소비자 베이비붐 세대

- 관광 및 호텔 산업에서의 베이비붐 세대의 중요성 증가
 - 베이비붐 세대란 1946년부터 1964년 사이에 태어난 인구를 의미하며 2011년부터 이들이 처음으로 50세를 넘겨 노년층 인구가 급증할 것으로 전망
 - 2015년에 미국사회에서는 베이비붐 세대가 전체 국가의 부의 60%를 차지하고 이들의 소비액이 전체 소비의 40%에 이를 것으로 예상
 - 이들은 은퇴를 하였거나, 수입이 가장 많은 나이로 향후 몇 십년간 베이비붐 세대의 중요성은 점차 증가할 것으로 예상됨
- 차별적인 성격을 띠는 베이비붐 세대의 여행
 - 베이비붐 세대는 이전 세대에 비해 더 많은 여행을 다니며, 여행을 사치가 아닌 필수적인 것으로 인식
 - 베이비붐 세대는 스스로를 나이보다 젊다고 생각하고 여행을 통해 독특한 경험과 즐거움을 통해 즉각적인 만족을 얻고자 함
 - 베이비붐 세대는 그들이 특별하다고 생각하며 편리성과 만족감, 안락함을 위해 더 높은 비용을 지불함
- 베이비붐 세대의 은퇴와 인구 고령화
 - 유럽사회에서 65세 이상의 인구는 2000년도 전체의 15% 수준에서 2015년에는 약 25% 가까이 증가할 것으로 예상
 - 미국, 유럽 외에도 이러한 인구의 고령화는 전 세계적인 현상
 - 고령 인구의 대부분은 은퇴인구로서 물질적·시간적 여유가 많음
 - 이러한 고령인구를 위한 관광시장의 중요성이 점차 대두되고 있음

□ 미국 및 유럽 지역 인구의 해외 의료관광 증가

- 의료관광이란 양질의 시설을 갖춘 전문적이고 경제적인 의료 서비스 또는 웰빙과 휴양을 목적으로 하는 해외여행을 의미함
 - 사전 온라인 상담 또는 전화 상담을 통하여 많은 정보를 가지고 입국하여 진료 및 치료서비스를 받으며 관광행위를 병행할 수 있는 개별

입국 관광객과 일정에 의한 종합 진찰 및 의료상담 및 진료 후 관광을 하며 차후 진료 및 치료 필요시 개별 입국 관광객으로 변화하는 과정을 거칠 수 있는 단체입국 관광객으로 구분

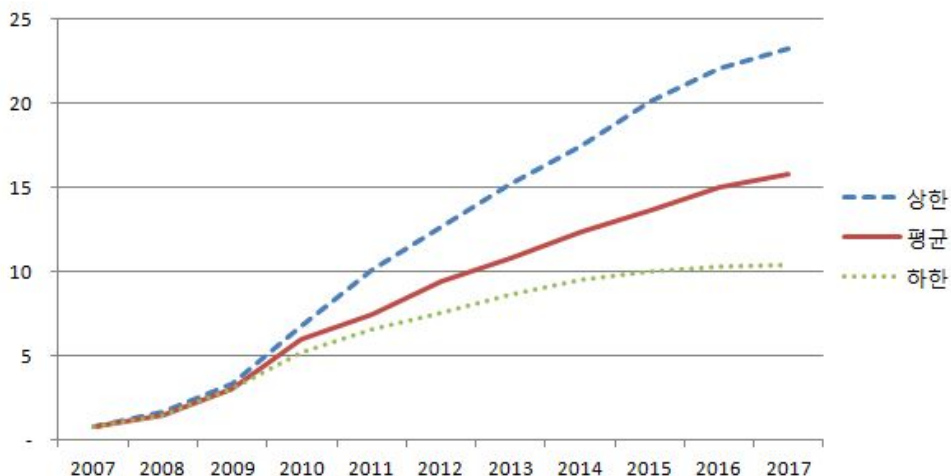
- 호텔과 병원 및 휴양시설이 결합된 새로운 형태의 호텔(meditel) 등장

○ 미국 및 유럽 등의 의료비 증가

- 미국의 경우 의료비가 매년 8% 증가 추세를 보이며 은퇴 이후의 고령화 인구에게 높은 부담으로 작용
- 특히, 고령화 인구들의 경우 지속적이고 집중적인 치료가 필요한 경우가 많아 더욱 큰 부담이 됨
- 이들은 안전성과 비용절감, 편의 등을 위해 해외로 의료관광을 택함
- 2007년 이후 미국의 의료관광객은 지속적으로 증가하고 있으며, 2017년에는 약 1천5백만 명을 넘어설 것으로 예상

<그림 4-8> 미국의 의료관광객 추이

(단위 : 백만 명)



자료 : Deloitte Development LLC.

○ 상대적으로 의료비가 저렴한 동아시아가 의료관광국으로 부상

- 초기의 의료관광은 지리적으로 가까운 남미와 페르시아만 연안지역을 중심으로 발전하였으나, 최근 동아시아의 높은 의료 수준 및 온화한 기후 등을 요인으로 새로운 의료관광의 중심지로 급부상
- 동아시아의 의료비는 미국의 20~30% 수준인 반면, 수준 높은 의료기술을 갖추고 있음

<표 4-7> 동아시아 주요 국가 의료관광 현황

(단위 : 명, %, 개)

	인도	태국	싱가포르	말레이시아
방문객	450,000	1,200,000	410,000	300,000
미국의료비 기준 의료비 수준(%)	20	30	35	25
국제 의료기관 평가위원회 인증 시설수	10	4	13	1

자료 : Deloitte Development LLC.

□ 의료관광 유치에 위한 경쟁 과열

- 싱가포르는 의료관광청을 신설하여 의료관광을 집중 육성
 - 싱가포르는 2012년 연 100만 명 해외 환자 유치, 30억 달러 수입, 관련 일자리 13,000개 창출을 목표로 함
 - 싱가포르 의료관광의 성공요인은 경쟁평가시스템 도입을 통한 공공기관의 경쟁력 강화, 국제적 연계를 통한 고급의료서비스, 해외환자 전용 시스템 구축 등이 꼽힘
 - 주요 병원으로는 파크웨이 홀딩스(Parkway Holdings)와 래플스 병원(Raffles Hospital) 등이 있음

<표 4-8> 싱가포르의 외국인 환자수 추이

(단위 : 천명, 백만 \$)

	2000	2002	2003	2004	2012
환자수	165	212 (28.2)	230 (8.6)	260 (13.1)	1,000
총지출	430	550 (27.9)	650 (18.2)	750 (15.4)	3,000
부가가치	370	500 (35.1)	600 (20.0)	650 (8.3)	2,600
GDP 기여	0.25%	0.3%	0.3%		

주 : ()내는 전년동기비 증감률

자료 : Singapore Economics Development Board, 2006

- 아시아 의료허브를 목표로 하는 태국의 의료관광
 - 태국은 자국의 경쟁우위 산업인 관광과의 집중 연계를 통해 치료와 휴양을 연계한 다양한 패키지 상품 개발을 통해 의료관광객을 적극 유치
 - 선진국 고령자들을 대상으로 풍부한 관광자원 활용 및 장기투숙과 요양을 위한 휴양리조트, 여가프로그램 및 일대일 간호, 간병서비스 제공

을 통한 차별화, 국제의료기관평가위원회 인증을 통한 신뢰성 제고 등이 성공 요인으로 지목되고 있음

- 단순한 의료서비스 외에도 건강관리 서비스, 허브상품, 마사지 및 스파 상품 등과 연계하여 복합의료관광 시장을 창출하고자 함
- 대표적인 병원으로 범룽랏 병원(Bumrungrad Hospital), 메디컬 스파센터 등이 있음

제2절 국내 호텔산업의 트렌드

1. 외래관광객의 급증으로 인한 호텔 공급 부족 현상

□ 외래관광객의 증가에 따른 호텔 수요 급증

○ 주요 관광지를 중심으로 호텔 부족 현상 심화

- 최근 5년간 외래관광객의 연평균 증가율은 8.0%이나 객실증가율은 3.9%에 불과하여 객실 수요가 공급을 초과함
- 외래관광객의 70% 이상이 서울에 집중되면서 수도권 외의 숙소부족문제가 심각하며 명동의 호텔들은 예약률이 100%를 넘기는 경우도 발생
- No Show(예약만 해두고 나타나지 않는 손님)를 예상해 객실 수 이상으로 예약을 받지만 최근에는 이런 No Show도 발생하지 않음
- 이러한 이유로 일부 호텔은 피트니스 센터나 사우나에 간이침대를 설치하여 투숙객을 수용하고 있음

<표 4-9> 연도별 외래관광객 및 관광숙박시설 현황

(단위 : 천명, 실, %)

연도	외래관광객(천명)		관광숙박시설(객실 수)	
		증감(%)		증감(%)
2006	6,155	2.2	63,172	2.3
2007	6,448	4.8	65,343	3.4
2008	6,891	6.9	69,640	6.6
2009	7,818	13.4	73,175	5.1
2010	8,798	12.5	74,766	2.1
연평균		8.0		3.9

자료 : 문화체육관광부

○ 호텔의 공급 부족으로 인한 관광 취소

- 2011년 9월부터 일본에서 월 1만명 이상이 호텔 부족으로 한국 관광 포기
- 일본 5대 패키지 브랜드 중 하나인 JTB LOOK의 경우, 10월 한국 관광 예약 숫자는 1만 5000명이었지만 객실 부족으로 5000명 이상이 단체관광을 취소
- KNT 홀리데이 역시 9월 이후부터 매월 4000-5000명 이상을 객실 부족으로 관광 취소
- 중국과 홍콩은 호텔 부족을 이유로 40만명이 관광 포기
- 호텔 수요가 충분했다면 1000-1100만명 달성이 가능했다고 전망함

○ 한국 호텔의 큰 가격 변화

- 호텔 공급 부족 문제로 인한 부당한 숙박 가격 변화가 잦음
- 하지만 이러한 가격 변화에 대해서 투숙객들에게 사전 공지 하지 않아 불만이 큰 것으로 나타남

□ 서울시 지원책

○ 2011년 5월 31일 '숙박시설 확충을 위한 제도개선 및 지원방안'을 발표

- 시유지를 활용해 관광호텔 건설, 다양한 세제혜택 및 제도 완화를 통해 민간자본 호텔 투자를 유도하려 함
- 우선 서울시 소유인 은평구, 강남구, 마포구 부지에 호텔이 들어서도록 할 계획
- 기존 건축물의 관광호텔 전화 유도 및 이 경우 에너지 절약 기준을 최저 수준으로 완화해 적용

○ 서울시 지원책으로 투자회사나 기업들이 호텔 투자나 사업확장의 긍정적 반응을 보임

- 미래에셋그룹의 경우, 용산국제업무지구에 들어설 호텔 2300억여원을 선투자함
- 기존 호텔 운영회사인 임페리얼펠리스 호텔그룹은 용산구 이태원동에 임페리얼 아이피 부티크라는 호텔 오픈
- 호텔 신라는 서울 강남권에 중저가 호텔 부지 확보

□ 문화체육관광부 지원책

- 7월 '관광숙박 시설 확충 및 중국 관광객 유치 확대 방안' 발표
 - 보금자리지구인 하남, 위례, 내곡 등 3개 지역에 총 2천 실 규모의 호텔 부지 공급
 - 경기 한류월드, 인천공항 관광개발단지, 서울시 관광복합단지 등에 2013년까지 총 1만 실 규모의 부지를 공급할 계획
 - 학교 정화 구역 내에도 관광호텔 운영이 가능하도록 규제 완화
- 관광숙박시설확충지원특별법 제정
 - 민간 투자를 촉진하기 위해 관광 펀드 조성

□ 기존 시설 개보수를 통한 호텔 공급 확대

- 호텔 수요가 특히 높은 지역을 중심으로 기존 건물의 용도를 변경하여 호텔 공급 확대
 - 명동 쇼핑몰 '밀리오레'의 경우 기존 시설의 1-2층은 상가로 남겨두고 3-17층에 층별로 50개, 총 780개 객실 규모 비즈니스 호텔로 리모델링
 - 명동 쇼핑몰 'M플라자'는 전체 건물을 비즈니스 호텔로 용도변경 허가
 - 동대문 쇼핑몰 '케레스타'의 경우, 건물 18-20층을 '이스트게이트 타워 호텔'로 운영하며, 향후 지상 22층 건물 전체를 호텔로 바꿔 운영할 예정
 - 충무로의 기존 업무용 빌딩 9층을 관광호텔로 리모델링, 북창동 7층과 11층 관광호텔 사업계획이 심사 통과

2. 외국계 중저가 체인호텔의 활발한 진입

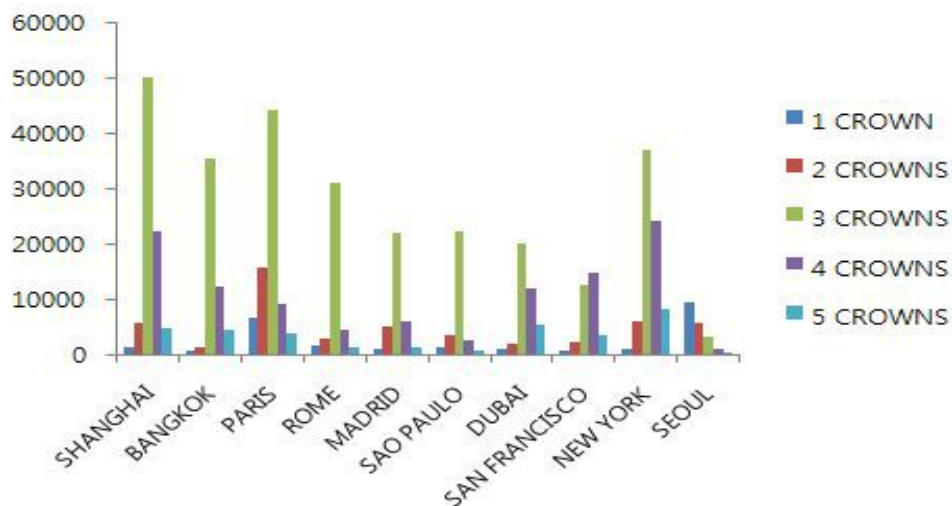
□ 특급호텔 중심의 국내호텔산업은 외국인관광객의 주요 부담으로 작용

- 2009년을 기준으로 서울의 특급호텔은 총 29곳으로 전체 호텔의 37%, 객실수를 기준으로는 전체의 71%를 차지함¹⁷⁾
 - 이는 파리, 뉴욕, 홍콩, 도쿄, 두바이, 런던, 싱가포르 등 7개 도시의 평균인 17%보다 월등히 높은 것으로 나타남

17) 서울시정개발연구원, 「서울 관광물가, 고평가되었는가?」, 2008.09

- 특급호텔의 평균객실 단가는 지속적으로 증가하여 이용객의 부담이 가중됨
 - 실제로 외국인 관광객들은 한국 여행 시 가장 부담이 되는 지출항목으로 '숙박비'를 꼽는 등 고급호텔 중심의 국내 호텔산업의 개선 필요성이 대두됨
 - 국제적 행사 및 국가경쟁력 향상 등으로 인해 한국을 찾는 배낭여행객 및 비즈니스여행객의 증가로 중저가숙박시설에 대한 수요 증가

<그림 4-9> 주요 관광도시 등급별 객실 수



자료 : Calson & Wagonlit, 2010 World Market Report

□ 외국계 중저가 체인호텔의 활발한 진입

- 2000년대 이후 외국계 체인호텔의 국내 중저가호텔 시장 진입으로 국내 호텔시장의 변화를 유도
 - 2001년 베스트웨스턴의 진입을 시작으로 2003년 이비스, 2007년 도요코인 등의 호텔이 진출
 - 기존의 특급호텔이 높은 가격에도 불구하고 낙후된 시설로 고객 만족도를 충족시키기에는 한계가 있음
 - 신축된 중저가 호텔은 편리하고 쾌적한 시설을 낮은 가격에 제공하고 대부분 교통이 용이한 도심에 위치하고 있어 국내외 여행객에게 각광받으며 시장의 규모를 점차 확대하고 있음

- 국내 호텔브랜드인 롯데호텔, 신라호텔도 중저가호텔에 진출 또는 진출을 준비하는 등 중저가호텔 시장에 대한 관심이 높아짐
- 정부는 2014년 비즈니스호텔 11.7만실 확충을 목표로 융자지원 확대 및 창업투자를 허용하는 등의 적극적 지원¹⁸⁾

<표 4-11> 호텔 수급 중장기 목표(실)

구분	'09	'10	'11	'12	'13	'14
수도권	33,163	37,143	41,600	46,592	52,183	58,445
기타지역	40,012	43,213	46,670	50,404	54,436	58,790
계	73,175	80,356	88,270	96,996	106,619	117,235

자료 : 국가고용전략회의, 「관광·레저산업 육성방안」

□ 국내 중저가호텔은 비즈니스를 위한 최소한의 서비스시설을 갖춘 호텔임

- 싱글룸을 기준으로 8평 내외의 규모로 숙박기능 외에 소규모 비즈니스 코너가 갖춰져 있으며, 인터넷 사용이 가능하고 최소한의 식음료 시설이 운영
 - 가격은 USD 100 내외로 특급호텔에 비해 저렴하지만 편리하고 쾌적한 시설을 갖춘

<표 4-10> 특급호텔과 중저가 호텔의 비교

구분		특급호텔	중저가호텔
등급		특1급	특2급~1급
시설	객실규모	10평 내외	8평 내외
	부대시설	수영장, 컨벤션홀, 비즈니스 센터 등	비즈니스 코너, 세탁실 등
서비스		풀 서비스 제공	제한된 서비스 제공
영업구조	매출비율	객실 35%, 부대시설 65%	객실 85%, 부대시설 15%
	인건비	전체 매출의 30% 이상	전체 매출의 15~20%
국내 대표호텔		신라, 인터컨티넨탈, 하얏트 등	이비스, 베스트웨스턴 등

자료 : SERI 경제 포커스(2011)

18) 제8차 국가고용전략회의, 「관광·레저산업 육성방안」, 2010.7.

□ 국내 중저가호텔 체인의 시작 베스트웨스턴(Best Western)

- 단일 브랜드로서는 세계에서 가장 규모가 큰 브랜드
 - 국내에서는 ‘베스트웨스턴 뉴서울(2001년)’을 시작으로 총 9개의 호텔은 운영
- 차별화된 서비스를 통한 고객만족 제고
 - 무료 시외· 시내 전화(30분 미만), 최소 50%의 금연 객실, 최소 10%의 객실에 킹사이즈 베드 제공 및 면도세트, 샴푸, 생수 등 비치 등을 내용으로 하는 ‘베스트 리퀘스트’ 서비스 제공
 - 다양한 보상 프로그램, 중저가 호텔로는 최초로 선불 여행카드 시스템 도입 등을 통한 서비스 차별화

□ 중저가호텔 체인의 성공 사례 이비스(Ibis)

- 세계 5위의 호텔그룹 아코르(Accor, 프랑스) 산하의 중저가호텔 브랜드로 아코르그룹의 전체 매출 59억 유로 중 약 18%를 차지¹⁹⁾
 - 주로 유럽을 중심으로 하였으나 최근 아시아와 남미, 중동 등으로 시장을 확장함
 - 국내에는 ‘이비스 앰배서더 서울(2003년)’을 시작으로 현재 총 4개의 호텔을 운영
- 고객 만족 제고를 위한 세심한 서비스
 - 고객의 편의 극대화를 위한 효율적 공간 이용 및 소음, 조명 등의 세심한 관리
 - 고객의 불만사항을 15분 내에 해결하고 이를 해결하지 못하면 해당 서비스를 무료로 제공하는 ‘15분 만족 개런티 프로그램’ 시행

□ 중저가호텔 체인의 신진세력 도요코인(Toyoko-Inn)

- 1986년 일본에서 시작한 숙박에 특화된 중저가호텔 체인으로 현재 일본 최대의 중저가 호텔
 - ‘안심·쾌적·청결’을 바탕으로 ‘역과 가까운 숙소’를 기본 콘셉트로 함
 - 국내에서는 ‘도요코인 부산역(2008년)’을 시작으로 현재 총 6개의 호텔

19) SERI 경제 포커스(2011)

을 운영

- 고객의 다양한 욕구 충족을 위한 차별된 서비스
 - 4가지 타입의 방을 제공하고 있으나 50%이상은 싱글룸으로 제공
 - 전문 요리사가 아닌 일반 주부가 준비하는 무료 조식을 통해 친근하고 편안한 서비스 제공

<표 4-12> 국내 진출 체인호텔 현황

	본사 소재국	국내 호텔 수	주요 서비스
베스트웨스턴	미국	9개	베스트 리퀘스트 서비스, 선불 여행카드
이비스	프랑스	4개	15분 만족 개런티 프로그램
도요코인	일본	6개	가정식 조식 무료제공

□ 중저가호텔 체인의 성공 요인

- 비용 절감을 통한 저가 정책 유지
 - 선택과 집중을 통해 최소한의 필수적인 서비스만을 제공
 - 종업원의 멀티플레이어화를 통한 인건비 절감
 - 공동구매를 통한 구매단가 인하 및 설비 관리를 관계사가 담당하는 일관 시스템 구축 등을 통한 비용 절감
- 차별화된 고유의 서비스 제공을 통해 고객의 다양한 욕구와 만족을 충족

3. 국내호텔업계의 글로벌 체인화

□ 국내 호텔 브랜드와는 별개로 해외 시장에 진출하고자 함

- 기존의 해외 호텔시장 진출 기업은 국내의 호텔 브랜드를 바탕으로 한 호텔 체인으로 진출한 것이 아니라 기업의 이름으로 새로운 호텔을 건립하여 하나의 독립된 형태로서 해외시장 진출
- 기존의 국내 호텔의 해외시장 진출 형태는 두 가지로 나눌 수 있음

- 국내에서 호텔을 경영하면서 축적된 노하우를 바탕으로 호텔 시장을 해외로 확대하려는 형태로 현대그룹, 롯데그룹, LG그룹 등이 이에 해당함
- 국내에서 호텔을 경영한 경험은 없지만 해외시장을 개척하려는 형태로 동양그룹, 신명종합건설 등이 있음

□ 호텔산업의 발전에 따라 해외시장 진출 목표는 점차 상향

- 초기 단계에서 호텔은 기업의 해외시장 진출을 위한 전략적 산업으로서 기능
 - 기업의 해외진출을 위한 교두보 역할로서 호텔 건립
 - 기업의 종업원, 재외 한국인 또는 한국인 여행객을 위한 시설
- 호텔산업의 발전을 통한 노하우 축적 및 국내 호텔시장의 과부하
 - 해외 체인 호텔의 활발한 진출 및 국내 브랜드의 성장으로 국내 시장의 한계에 직면
 - 국내 호텔산업이 20년 이상 발전하는 과정에서 국내 호텔들이 글로벌 체인 호텔 정도로 운영 노하우 축적

□ 호텔 신라

- 중국 쑤저우 ‘진지 레이크 신라호텔’ 위탁운영
 - 중국 중국 장수성 쑤저우공업원구에 위치한 308개 객실을 갖춘 5성급 호텔
 - 중국 쟈웨이 부동산 개발기업이 소유하고 있는 이 호텔을 2006년부터 20년 간 위탁 경영
 - 호텔 신라의 브랜드 사용과 운영에 따른 수수료로 초기 4년간은 매출액의 4%, 이후에는 8%를 받음
 - 운영부문별 운영 매뉴얼 제공, 통합마케팅, 체계적 직원교육 및 서비스 품질 유지 프로그램 운영, 통합 구매시스템을 통한 운영비 절감 등 호텔 운영 전반에 대한 경영노하우 제공
- 호텔운영의 노하우를 바탕으로 해외 체인 호텔에 진출한 것에 의의가 있음

- 기존의 대규모 직접 투자방식이 아닌 운영 노하우를 중심으로 브랜드를 수출한 최초의 사례
- 호텔 신라의 운영 노하우가 세계적으로 인정받은 사례로 평가됨

□ 롯데호텔

- 2010년 9월 모스크바 시내 최고 중심가인 노브이 아르바트 거리에 3억 달러를 투자해 총 304개의 객실을 갖춘 6성급 특급호텔 개장
 - 아시아 지역 호텔 브랜드 중 최초로 러시아 진출
 - 기존에 위탁경영 혹은 호텔 매입 등의 방법으로 해외에 진출한 호텔과는 달리 부지 설계·시공·오픈까지 모든 것을 관장
 - 백화점, 오피스 빌딩 군이 함께 들어서 쇼핑·비즈니스·관광 등이 복합적으로 이루어질 수 있는 복합 공간
- 2013년 베트남 하노이에 베트남 최고층 건물인 65층, 300실 규모의 호텔 건립예정
 - 세계적 신흥시장인 베트남 하노이의 진출은 동남아시아 진출의 교두보가 될 것으로 예상
 - 2000년대 중반부터 호치민시를 중심으로 운영 중인 롯데백화점, 롯데마트와 함께 시너지 효과를 기대함
- 2014년 중국 선양에 245실 규모의 특급호텔과 405실 규모의 비즈니스 호텔, 아파트, 백화점, 극장, 마트, 테마파크 등이 입주하는 복합콤플렉스 건설 예정
 - 선양은 중국정부의 '동북진흥프로젝트'의 전략적 요충지
 - 2015년 완공될 '선양 롯데월드'와 함께 중국 동북 3성의 랜드마크로서 위상을 강화하고자 함

4. 한류관광객의 증가로 인한 호텔의 운영 방식 변화

□ 한류관광객의 정의

- 방한 여행상품 중 한류와 관련된 상품을 선호하여 선택한 관광객²⁰⁾

20) 김명선, 『한류관광집단과 비한류관광집단 간의 한국에 대한 지각 차이 : 중화권관광객을 중심으로』, 경기대

- 한국대중문화 접촉이 빈번하거나 문화를 즐기려는 욕구가 강하고 방한 동기가 한국 드라마, 영화(촬영지 답사 포함)에 관련된 장소를 방문하거나 한국 연예인 콘서트 관람이나 선호하는 연예인과의 만남을 목적으로 입국하는 관광객

□ 소극적이고 개별적인 한류관광에서 적극적이고 조직화된 한류관광으로의 변화

○ 1세대 한류는 대중문화의 수출 증가 뿐 아니라 한국에 호감을 가지게 만들

- 한류에 대한 관심이 한국에 대한 관심으로 이어져 외국인들의 한국 방문을 유도함
- 외국인들이 드라마, 영화 속의 촬영지를 방문, 혹은 장면 속 체험을 하기 위해 방문하는 경우가 대다수였음
- 1세대 한류는 정체 상태에 있는 한국 관광산업에 돌파구를 마련해 주고 관광 사업이 나아가야 할 방향을 제시했음

○ 최근에는 K-POP 열풍으로 한류팬 대거 방한이 일반화 됨

- 연간 관광객 1000만 명 중 한류 관광객은 100만 명을 돌파한 것으로 관측되며 한류 관광시장은 1조 2300억 원을 넘어섬
- 한국문화와 상품에 호의적이기 때문에 관광소비액의 평균을 웃도는 것으로 알려짐

□ 한류관광객의 증가에 따라 주요 한류문화 중심지에 호텔 공급부족 현상 심화

○ 경기도와 문화체육관광부의 '관광호텔 확충을 위한 업무협약'

- 한류 관광객의 증가로 경기도 내 관광호텔 부족 상황을 타계를 꾀함
- 부동산 경기침체와 국제금융위기 등으로 약화된 민간투자 활성화 기대

○ 고양 한류월드에 4010실, 특1급 관광호텔 건립 예정

- 특급호텔(960실), 중저가 비즈니스 호텔(3050실) 공급
- 중저가비즈니스호텔 부지는 감정가격 이하로 공급하여 조기에 착공토

록 지원

- 부동산 투자회사(리츠)의 중저가 비즈니스 호텔에 투자
 - 한류관광 특수로 인해 리츠가 기존 빌딩을 매입, 중저가 호텔로 리모델링 후 수익을 올리는 전략을 펼침
 - 2011년 기준으로 호텔에 투자한 리츠는 총 4개이며 자산 규모는 총 1,996억 원
 - 한류를 통한 외국 관광객 유입이 트렌드가 되었기 때문에 호텔 투자는 리스크가 적다고 판단

<표 4-13> 호텔리츠 개발 현황

리츠명	영업인가	내용
제이알 제5호 위탁관리리츠	2011.2	중구 을지로2가 와이즈빌딩을 120호실 규모 비즈니스호텔로 변경
아벤트리 자기관리리츠	2011.11	종로구 견지동 천마빌딩을 '아벤트리 종로 관광호텔'로 리모델링하여 155호실 규모의 중저가 호텔로 변경
생보 제1호 위탁관리리츠	2011.11	명동 충무로1가 소재한 삼윤빌딩을 호텔로 변경
퍼스티지 개발전문자기관리리츠	2011.12	동작구 신대방동 중외제약 사옥을 사들여 2014년 호텔로 변경
제이알 제8호 위탁관리리츠	인가신청중	중구 명동1가 명동센트럴빌딩을 비즈니스호텔로 변경 추진

주 : 2013년 1월 기준

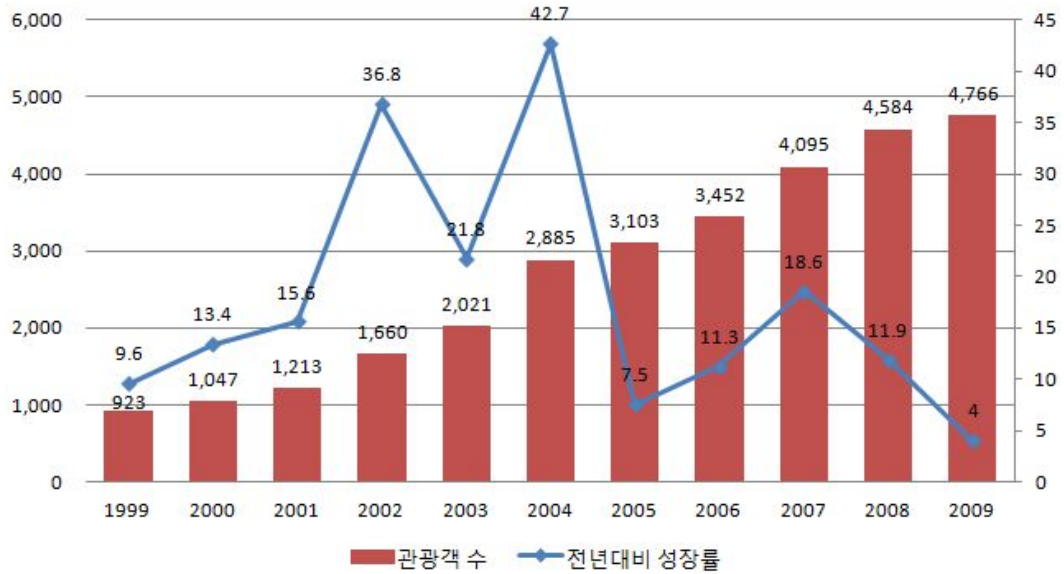
5. 대(對) 중국 시장의 확대

□ 침체에 빠진 전 세계 관광 사업이 중국인 관광객에게 주목

- 지속적인 경제 성장과 위안화 강세에 따른 소비력 확대로 세계 제 1의 관광소비 대국으로 급부상
 - 연 18%씩 해외여행 성장세를 보이고 있음
 - 세계관광기구(UNWTO)에 따르면, 중국은 1995년~2020년 기간 동안 아웃바운드 관광시장이 연평균 12.8%의 증가율을 보이며 2020년에는 중국인 해외관광객 수는 독일, 일본, 미국에 이어 해외부문 세계 4위에 해당하는 8,300여명이 될 것이라고 추정

<그림 4-10> 중국인 해외 관광객 수 및 성장률 추이

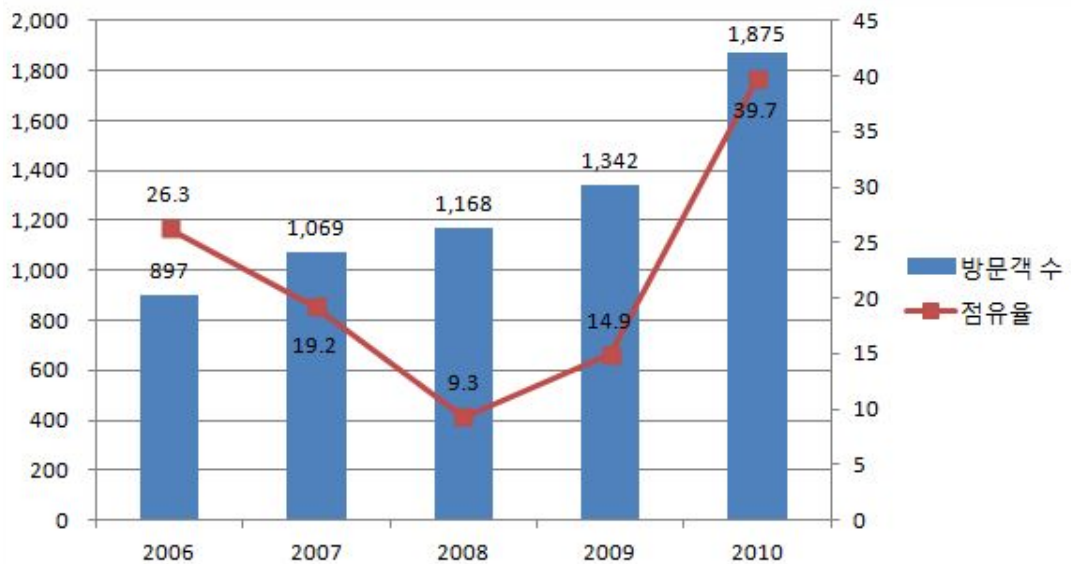
(단위 : 만 명, %)



자료 : 중국국가관광국(CNTA, China National Tourism Administration)

- 2000년대 이후 방한 중국인 관광객은 지속적으로 증가하는 추세이며 최근 몇 년간 급격한 증가율을 보임
- 방한 중국 관광객은 지속적으로 증가하는 추세를 보이며, 2010년 급증한 후 유지되고 있음
 - 2010년 기준 중국인 관광객 수는 약 180만 명으로 2009년 대비 39.7% 증가
 - 이는 중국인 출국자의 약 3.3%, 우리나라 전체 외래객 입국자의 21.3%를 차지함

<그림 4-11> 방한 중국 관광객 증가추이

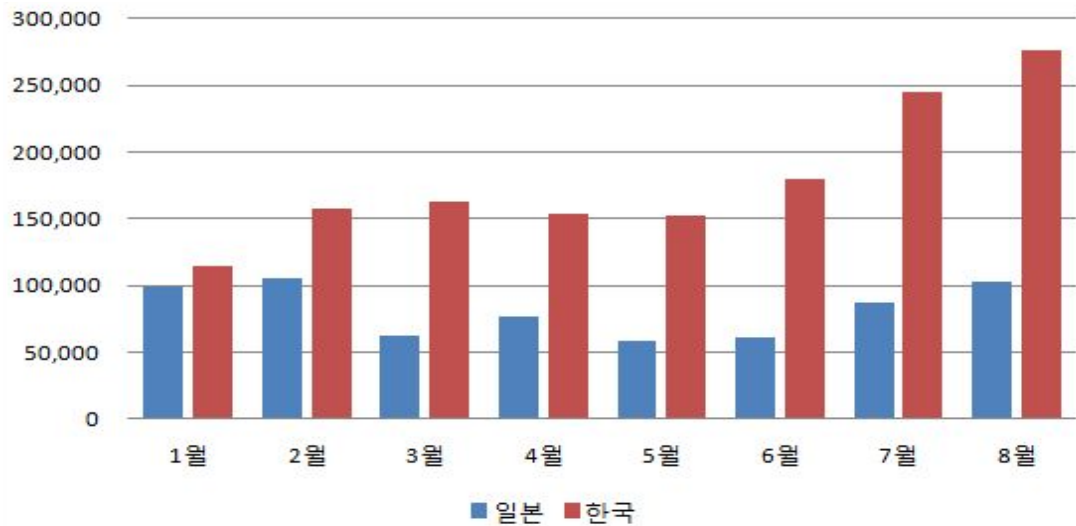


자료 : 한국문화관광연구원, 「중국 관광객 특성 및 시사점」, 2011

- 중국인 관광객의 증가원인으로 위안화 절상, 비자발급 완화, 한류의 영향, 일본의 지진 등
 - 중국의 경제 성장 및 위안화 절상 등으로 중국 관광객의 해외여행 증가 및 구매력 상승
 - 2010년 정부의 비자발급 완화로 단체관광뿐만 아니라 개별여행도 지속적으로 증가
 - 드라마에서 K-POP으로까지 발전한 한류를 중심으로 드라마 촬영지 답사, 콘서트 관람 및 한류스타의 패션, 화장품 구매 등을 위한 방한 관광객 증가
 - 2011년 3월 일본 대지진의 영향으로 일본을 방문하는 중국인 수는 급격히 감소한 반면, 한국 방문 중국인 수는 상승세를 보여 중국인의 해외 여행 수요가 일본에서 우리나라로 전환된 것으로 추론할 수 있음

<그림 4-12> 2011년도 한국과 일본의 중국인 관광객 추이

(단위 : 명)



자료 : 한국문화관광연구원(2011)

□ 중국 관광객 유치를 위한 주변국의 경쟁 심화

- 증가하는 중국 관광객을 유치하기 위해 각 국은 비자발급기준을 완화하는 등의 정책적 지원 및 중국인 여행객의 관광편의를 위한 각종 시설을 증설하는 등의 경쟁이 심화됨

<표 4-14> 중국 관광객 유치를 위한 각국의 노력

국가	세부내용
일본	- 중국 중산층 유치 확대를 위해 개별비자 발급 기준 완화 - 개인 관광 비자 발급 때 적용하는 소득 제한을 기존 연 수입 25만 위안(약 340만엔)이상 6만 위안(82만엔) 이상에서 4분의 1수준으로 하향 조정
싱가포르	중국인 관광객을 겨냥해 카지노 적극 개방
대만	- 베이징에 관광대표사무소 개설 - 선박 편으로 150명 이상 단체관광객을 유치한 여행사에 장려금 지급하는 등 단체 관광객 유치를 위한 노력 지속
태국	- 중국인 관광객의 국립관광지 입장료 할인 2011년부터 15일 무비자 및 면세제도 실시
미국	- 중국 전역에 비자 발급 허용 - 미국 내 유명 호텔들의 중국 아침식사 제공 - 명품 할인율 중국 대비 절반 수준으로 상승
프랑스	최근 증가하는 중국인의 쇼핑투어에 맞추어 갤러리라파예트, 프렐탕백화점 등 중국인 관광객이 집중되는 곳에 중국어 안내문구 서비스를 도입

□ 중국인 관광객 유치에 위한 국내 정책

○ '중국관광객 유치 특별대책반' 구성

- 2012년 중국인 관광객 유치 목표를 300만 명으로 설정하고 이를 달성하기 위해 특별대책반을 상설형태로 운영
- 숙박, 음식, 가이드, 쇼핑 4개 부문에 대한 대책을 중점적으로 추진
- 특별법 제정 등을 통해 수도권외의 관광숙박시설 확충 방안 강구 및 서울시 중저가 숙박시설 브랜드인 '이노스텔(innostel)' 등 중저가 숙박시설 확충

○ 비자 발급 요건, 절차 완화

- 하나의 비자로 두 번까지 입국 가능한 더블비자 제도 도입
- 복수비자 발급 허용 범위 확대
- 부동산 투자이민제도 전국으로 확대, 시행

○ 지역별 특성에 맞춘 개별 정책 적극 추진

- 제주도 지역에는 중국 전통 음식점 개설 및 운영, 중국인 관광객 전용 화장품 쇼핑센터 개설
- 부산시의 경우 전략관광상품 개발, 중국 관광객 환대 서비스 강화, 중국 관광객 유치기반 조성 등을 내용으로 하는 '5대 분야 17개 전략과제 추진' 발표

○ 중국인 관광객의 욕구를 충족할 수 있는 맞춤형 관광서비스 필요

- 기존의 국내 관광이 일본인 관광객에게 초점이 맞추어져 있음
- 주요 관광지에서 중국어 간판 및 안내 부족 및 음식, 숙소 정보 등에서 불만족하는 것으로 나타남
- 저가 패키지 상품의 이용률이 높은 중국인 관광객의 경우 중저가호텔에 대한 수요가 높음
- 중국인을 위한 관광 및 숙박 정보 제공을 위한 노력이 필요

6. 비객실부문의 수입 확대

□ 특급호텔을 중심으로 객실이용료 외의 부대시설을 통한 수입 증가

○ 호텔의 외식사업 확대

- 워커히 호텔이 코엑스 컨벤션센터내에 직영 뷔페 레스토랑 오픈
- 워커히의 외식사업은 직영 레스토랑 9개, 골프장 클럽 하우스 레스토랑 7개, 실버타운 레스토랑 1개, 코엑스 내 직영 레스토랑 2개를 운영
- 이는 워커히 전체 매출의 약 12%를 차지함

○ 국내 특 1급 호텔의 면세점 사업 진출

- 이는 연회 상품이 호텔 매출에 미치는 영향이 크며 호텔의 이미지와 프라이드를 나타낸다고 볼 수 있음

- 호텔이 객실 외의 시설 및 산업을 통한 수입 구조는 대부분 자연스러운 것으로 인식되나 국내의 몇몇 특급호텔의 경우 면세점이 객실을 통한 수입을 초과하여 주객이 전도된 구조를 보인다는 우려가 있음

<표 4-15> 면세점이 있는 특1급 호텔의 수익구조

(단위 : 원, %)

호텔명	계정과목	호텔사업	면세사업	외부사업	합계
호텔신라 (서울+제주)	매출액	157,675,376	288,036,241	49,276,978	494,988,595
	전체매출 비 점유율	31.85	58.19	9.96	100
호텔롯데	매출액	279,734,000	955,214,000	130,452,000	1,365,400,000
	전체매출 비 점유율	20.49	69.96	9.55	100
쉐라톤 그랜드 워커힐 호텔	매출액	177,083,000	76,153,000	47,220,000	300,458,000
	전체매출 비 점유율	58.94	25.35	15.72	100

주 : 2007년 기준
자료 : c, p.289

7. 타 산업과의 연계 산업 창출

☐ 호텔의 엔터테인먼트화

- 과거의 단순한 숙박을 넘어서 라이프 스타일을 즐길 수 있는 공간으로 진화하여 문화, 예술, 엔터테인먼트 뿐 아니라 의료 등 다양한 분야에서 산업 접목이 시도되고 있음

○ 의료관광

- 호텔 내의 의료시설 입점
- '서울 라헬 여성의원'은 롯데시티호텔에 여성전문의 3명이 운영하는 호텔로서 불임치료 전문으로 비용이 많이 차이나는 미국 등 의료 선진국

에서도 환자를 유치

- 하루 평균 국내외 환자 40-50명 방문
- 불임 등 산부인과 치료는 연속적 진료와 절대적 안정이 필요하기 때문에 '호텔 내 산부인과'가 좋은 사례로 나타남

○ 외식산업과의 연계

- 호텔에 유명 외식산업 브랜드 혹은 셰프와 연계해 호텔 이미지와 레스토랑 이미지를 동시에 상승시키는 효과가 나타나고 있음
- 고객들은 호텔에서 유명 셰프의 수준 높은 서비스를 제공받을 수 있기 때문에 호텔 만족도 상승을 이끌어 낼 수 있음
- 호텔은 핵심적인 비즈니스에 집중할 수 있고 고정적인 수입을 얻을 수 있음
- 레스토랑은 효율적으로 레스토랑의 인지도 상승과 접근성이 뛰어난 공간 확보할 수 있음

○ 쇼핑 융복합

- 세계적인 명품 아울렛 몰과 제휴, 관광 · 교통 중심지에 비즈니스 · 부티크형 테마호텔 유치
- 한국에 진출한 신세계 첼시와 롯데 명품아울렛몰 매장과 연계해 비즈니스 목적과 쇼핑 · 미용관광 목적의 관광객 유치
- 작지만 고급스러운 외관과 인테리어, 컨시어지(Concierge) 서비스로 기존 호텔과 차별화 추구하며 고객별 맞춤형 서비스로 새로운 스타일 지향
- 경기도 호텔업의 경우, 차별화된 경쟁력 확보를 위해 한류호텔, 에버랜드 등 관광거점과 주요 교통결절점에 융 · 복합 리조트형 호텔 및 부티크형 호텔 유치

○ 문화 패키지 상품

- 호텔이 다른 문화 상품과 연계하여 하나의 패키지로 판매하는 상품
- 호텔의 숙박권과 조식, 그리고 음악회, 뮤지컬 등 관람하는 티켓이 같이 포함되어 있어 감사의 선물로 적합한 것으로 나타남
- 작년 그랜드앰배서더가 판매한 '앰배서더 패키지'는 두 달 동안 350개가 팔렸고 임페리얼팰리스는 한 달 반 동안 200개가 판매됨

□ 회의 및 전시 산업과의 연계 방안

○ MICE 산업을 신성장 동력산업으로 선정 및 육성

- MICE란 Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition의 약어로 2009년 싱가포르에서 시작되어 전 세계에 통용됨
- 관광, 레저, 숙박, 교통, 비즈니스를 견인하는 고부가가치 지식집약형 산업
- MICE 참가자들은 호텔, 행사장 대여, 공연비용, 셔틀버스, 만찬 등 개별 여행객보다 높은 비용 지출하는데, 2010년 기준, 국제회의 외국인 참가자 1인당 평균 소비액이 2488달러로 나타남. 이는 일반 관광객의 1.95배 되는 규모임
- 또 MICE 참가자들은 더욱 고가, 고급, 고품질의 여행상품과 서비스를 소비하기 위해 다양한 여행상품이나 서비스를 찾아 나서기 때문에 바로 경제적 파급효과로 이어짐



제5장

주요 호텔 운영사례

제5장 주요 호텔 운영사례

제1절 체인호텔(Hotel Chain)

1. 힐튼 호텔(Hilton Hotel)

□ 회사 개요

- 힐튼 호텔 앤 리조트는(Hilton Hotels & Resorts)는 1919년에 콘래드 힐튼이 세운 미국의 호텔 기업으로 힐튼 월드와이드(Hilton Worldwide)의 호텔 브랜드중 하나임
- 힐튼 월드와이드는 럭셔리 호텔 2개(WALDORF ASTORIA, CONRAD)와 풀서비스 호텔 3개(Hilton, Double Tree, Embassy Suites Hotel), 중저가 호텔 4개(Hilton Garden Inn, Hampton, Homewood Suites, Home2)과 1개의 리조트(Hilton Grand Vacation)브랜드를 보유

<표5-1> 힐튼 월드와이드(Hilton Worldwide) 호텔 브랜드

	힐튼 호텔 브랜드	호텔 및 객실 수
럭셔리호텔 (Luxury)	- WALDORF ASTORIA - CONRAD	- 호텔: 23 - 호텔: 17
풀서비스 호텔(Full Service Hotel)	- Hilton - Double Tree - Embassy Suites Hotel	- 호텔: 540, 객실: 191,000 - 호텔: 250 - 호텔: 201, 객실: 48,590
중저가 호텔 (Select Service Hotel)	- Hilton Garden Inn - Hampton - Homewood Suites - Home2	- 호텔: 515, 객실: 70,000 - 호텔: 1,800, 객실: 168,000 - 호텔: 309, 객실: 33,000 - 호텔: 6
리조트	- Hilton Grand Vacation	- 호텔: 12

- 힐튼 호텔 앤 리조트는 힐튼 월드와이드의 플래그십 브랜드로서 78개국에 540개가 넘는 호텔 지점을 두고 있음

- 70개 이상의 월드클래스 리조트와 193개의 스파 풀서비스를 운영

□ 경영전략

- 힐튼 에이치 아너스(Hilton HHonors)는 업계 최고라고 평가 받고 있는 힐튼의 고객 로열티 프로그램을 운영
 - 로열티 프로그램이란 자사의 이용 고객들을 데이터베이스로 관리하여 우수고객들에게 디스카운트, point제도 등을 통해 더 많은 혜택을 주는 시스템임
 - 회원 등급제를 통한 차등 할인, 쿠폰, 구매액에 비례한 마일리지 혹은 point 등
 - 힐튼 에이치 아너스의 회원이 되면 마일리지 적립을 통해 전세계 힐튼 호텔에서 무료 객실을 사용하거나 객실을 업그레이드 받을 수 있는 등 다양한 혜택을 받게 됨
- Loyalty Program의 장점으로서는 회사에 진정으로 도움이 되는 고객층을 분류 가능하여 이를 통해 우수 고객들에게 더 많은 혜택을 제공하여 만족감을 극대화 시킬 수 있다는 점임
- 힐튼 호텔은 고객이 자사와 만나는 수천 가지의 접촉점을 완전히 재분석함
 - 전화나 인터넷 예약, 여행사를 통한 예약, 브랜드 커뮤니케이션, 영업과 고객관리 커뮤니케이션, 도착과 객실에 대한 첫인상을 포함한 체크인 과정, 모닝콜과 메시지 전달, 객실 내에서의接客, 멤버십 고객 선정과 등록 과정에서의 커뮤니케이션, 고객 지원, 룸서비스, 호텔 프론트, 비즈니스 서비스 센터 등 수많은 요소들이 이에 포함
- 이러한 분석 결과에 근거해 여러 주요 접촉점을 고객의 선호와 요구 사항, 중요도에 근거해 단계별로 재설계
 - 이전에 고객 데이터베이스만으로 움직이던 시스템을 완전히 바꾸어 객실 디자인이나 욕실 설계, 가구배치부터 브랜드를 알리는 광고와 기업광고의 메시지도 조사결과에 따라 통합적으로 디자인함
- 힐튼 호텔은 이 과정을 통해 고객만족도를 75%, 첫 고객 재이용률을

10%, 힐튼 계열 호텔 간의 교차 투숙률을 5% 높이는 데 성공함

□ 힐튼 호텔 앤 리조트의 프리미엄 스파 서비스인 에포리아(eforea)

- 'eforea: spa at Hilton'은 힐튼 호텔 앤 리조트에 의해 탄생한 글로벌 스파 컨셉을 도입
 - 힐튼 호텔에서 운영되는 스파는 193개로 그 중 90여개의 호텔에서 에포리아 스파서비스로 발전
- 힐튼 호텔앤 리조트는 'eforea: spa at Hilton'서비스를 만들어냄으로써 세계 각국 여행객들의 레저웰빙 욕구에 부응
- 특히 에포리아는 아시아에서 성공적인 서비스로 자리 잡았으며 지역시장의 문화를 반영하고 호텔 특성에 맞는 맞춤형 스파 서비스를 공급
- 에포리아는 전세계 여행객들의 욕구를 충족시키는 특화된 서비스로 구성
 - Essentials Journey: 강력하며 기술적인 트리트먼트로 구성되어 페이스 앤 바디의 트리트먼트를 제공
 - Escape Journey: 오가닉 제품의 사용과 전통적인 힐링 치료방법의 사용 등 통합적 관리 서비스가 포함
 - Men's Journey: 스포츠 마사지 등 남성들의 피로회복 및 휴식을 위한 트리트먼트 서비스로 구성
- 밀레니엄 힐튼 방콕(Millennium Hilton Bangkok)
 - 에포리아의 3가지 테마의 스파 서비스와 함께 개별 사우나, 증기서비스, 비시 샤워 룸, 헤어 네일 서비스 등 다양한 서비스를 제공
- 힐튼 파타야(Hilton Pattaya)
 - 2010년 새로 오픈된 힐튼 파타야는 에포리아 스파서비스를 개시하며 태국의 토착 마사지 서비스와 같은 지역문화를 활용

<표 5-2> 힐튼호텔 개요

힐튼 호텔(Hilton Hotel)	
	• 1919년 콘래드 N. 힐튼에 의해 설립 • 힐튼 월드와이드의 9개의 호텔 브랜드 중 하나 • 2011년 기준 전 세계에서 5번째로 큰 호텔 브랜드
국적	미국
지점	78개국에 총 540여개의 힐튼 호텔 보유
객실 규모	고급호텔(UPPER UPSCALE)에 해당
부대시설	스파, 레스토랑, 피트니스, 바 등
매출액	\$8,162million(2006, Hilton worldwide) 종업원 수: 135,000명 이상(Hilton Worldwide)
특성	① 고객 로열티 프로그램 운영 - 업계 최고라고 평가 받고 있는 힐튼의 고객 로열티 프로그램인 '힐튼 에이치 아너스 (Hilton HHonors)'를 운영 - 힐튼 호텔은 고객이 자사와 만나는 수천 가지의 접촉점을 완전히 재분석함 - 이러한 분석 결과에 근거해 여러 주요 접촉점을 고객의 선호와 요구 사항, 중요도에 근거해 단계별로 재설계 ② 프리미엄 스파 서비스 운영 - 힐튼 호텔앤 리조트는 'eforea: spa at Hilton'서비스를 만들어냄으로써 세계 각국 여행객들의 레저웰빙 욕구에 부응

2. 인터콘티넨탈 호텔(Intercontinental)

□ 회사개요

- 인터콘티넨탈 호텔 그룹(Intercontinental Hotel Group)은 글로벌 호텔 기업으로서 전세계 100여개 나라에 4,500여개의 호텔을 보유

- 인터콘티넨탈 호텔 그룹은 InterContinental, Crowne Plaza, Hotel Indigo, Staybridge Suites, Holiday inn, Holiday inn Express, Candlewood Suites로 7개의 호텔 브랜드를 보유

<표 5-3> 인터콘티넨탈호텔 그룹(IHG) 호텔 브랜드

	인터콘티넨탈 호텔 그룹 브랜드	호텔 및 객실 수
럭셔리호텔 (Luxury)	- Intercontinental	- 호텔: 171, 객실: 58,429
풀서비스 호텔(Full Service Hotel)	- Crowne Plaza - Hotel Indigo	- 호텔: 388, 객실: 106,155 - 호텔: 38, 객실: 4,548
중저가 호텔 (Select Service Hotel)	- Staybridge Suites - Holiday inn - Holiday inn Express - Candlewood Suites	- 호텔: 188, 객실: 20,762 - 호텔: 1,241, 객실: 227,225 - 호텔: 2,075, 객실: 191,228 - 호텔: 228, 객실: 28,253

□ 경영 전략

- 프랜차이징과 위탁경영 위주로 호텔을 경영
 - 전체 호텔 중 프랜차이즈 가맹점 형태의 호텔이 3,783개로 가장 많고 경영을 위탁받은 호텔이 639개임
- 그린경영을 위해 탄소차감계를 구입하기보다는 혁신적 기술발전을 선택하여 탄소와 에너지 감소를 위한 노력을 기울이고 있음
 - 이러한 노력으로 Green Engage에 대한 LEED²¹⁾인증을 얻었으며, '2011 UK Carbon Trust Standard'에서 수상을 하게 됨

21) 미국 그린빌딩 위원회(USGBC)가 만든 자연친화적 빌딩 건물에 부여하는 친환경인증제도.

<표 5-4> 인터콘티넨탈호텔 개요

인터콘티넨탈 호텔(Intercontinental)	
	• 1946년 최초의 인터콘티넨탈 호텔 설립 • 세계 최대 규모의 체인 호텔 Intercontinental Hotel Group(IHG)의 호텔 브랜드
국적	영국
지점	75개 나라에 171개의 호텔과 리조트 보유 북미: 56개, 유럽: 61개, 아시아: 53개 지점
객실 규모	고급호텔 (UPPER UPSCALE) 10평 이상(40m ² ~280m ²)
부대시설	피트니스, 연회장, 비즈니스센터, 레스토랑, 쇼핑 등
매출액	\$4.2billion(2011)
특성	① 그린 경영 - 그린경영을 위해 탄소차감계를 구입하기보다는 혁신적 기술 발전을 선택하여 탄소와 에너지 감소를 위한 노력을 기울이고 있음 - 이러한 노력으로 Green Engage에 대한 LEED ²² 인증을 얻었으며, '2011 UK Carbon Trust Standard'에서 수상을 하게 됨

3. W호텔 (W Hotel)

☐ 회사개요

- W호텔은 스타우드 호텔 앤 리조트 월드와이드(Starwood Hotels and Resorts Worldwide, Inc)의 럭셔리 부띠크 호텔 브랜드임
- 스타우드 호텔 앤 리조트 월드와이드사는 호텔과 리조트, 스파, 레지던스 등 9개의 브랜드를 운영하고 있음

<표 5-5> 스타우드 호텔 그룹(Starwood Hotel and Resorts) 호텔 브랜드

	인터콘티넨탈 호텔 그룹 브랜드	호텔 및 객실 수
럭셔리호텔 (Luxury)	- St. Regis - The Luxury Collection	- 호텔: 97, 객실: 19,400
풀서비스 호텔(Full Service Hotel)	- Sheraton - Westin - W Hotel - Le Meridien	- 호텔: 401, 객실: 141,500 - 호텔: 181, 객실: 71,200 - 호텔: 38, 객실: 11,200 - 호텔: 100, 객실: 26,700
중저가 호텔 (Select Service Hotel)	- Four Points by Sheraton - Alfort - Element by Westin	- 호텔: 158, 객실: 27,400 - 호텔: 46, 객실: 6,800 - 호텔: 10

- 위탁경영 형태의 호텔이 463개, 프랜차이즈 호텔이 502개, 직접 소유하고 있는 호텔이 62개 등 총 보유 호텔은 1,041개임
 - 주로 북미와 유럽, 아시아 지역에 분포되어 있음
- 2010년 스타우드 호텔 그룹의 수익은 \$5,071million로 2009년 대비 약간의 성장세를 보임
 - 2010년 프랜차이즈의 수익은 \$689million가 증가
- W 호텔은 젊은 계층을 타겟으로 1998년 뉴욕에 처음 설립됨
 - 설립 초기에는 스타우드 호텔이 기존에 보유하고 있던 호텔과 병합을 통해 W호텔을 설립하였으나 차후에는 50여개의 호텔을 설립하면서 브랜드를 확장함

□ 경영 전략

- W 호텔은 호텔 전반의 디자인에 투자하여 감각적이고 감성적인 경험을 제공
 - 전통적인 호텔 개념에서 벗어나 도회적인 감성과 독특한 디자인, 드라마틱한 공간 연출로 젊은 층을 타겟으로 함
- 고객들이 원하는 모든 것을 제공하는 'Whatever/Whenever Service'를 시행하면서 호텔업계의 규칙을 깬 최초의 호텔이 되었음

- 고객이 원하는 모든 것을 시간의 제약 없이 제공하면서 최상의 서비스를 제공함
 - 새벽 2시에 조깅화를 제공하는 것부터 헬리콥터를 통한 웨딩케이크의 제공에 이르기까지 고객이 원하는 서비스를 언제든지 제공하는 것이 W호텔의 서비스 철학임
- 각국의 탑 레스토랑과의 제휴를 통해 W호텔만의 독특한 레스토랑과 호텔 바를 제공
- W호텔은 각 호텔만의 혁신적인 'Nightlife' 컨셉으로 바, 드링크샵을 제공하고 있음
- 뉴욕, 시카고, 샌디에고, 애틀랜타, 서울, 홍콩, 멕시코시티 등과 같은 도심지에 설립되어 있는 W호텔은 'W 스토어(W The Store)'를 통해 각 지역민들을 호텔로 유입시킴
- 패션 악세사리, 주얼리, 핸드백 등 다양하고 독특한 상품이 담긴 카탈로그를 출판하고 웹사이트를 운영하여 고객들의 편리한 쇼핑 기회를 제공
- Bliss와의 제휴를 통해 Bliss Spa를 제공
- 스타우드 호텔은 Bliss스파와 뷰티제품을 구매하여 전세계 W호텔에 Bliss스파를 제공함

<표 5-6> W 호텔 개요

W 호텔(W Hotel)	
	• 1998년 뉴욕에 처음 설립 • 스타우드 호텔 앤 리조트 월드와이드의 부티끄 호텔 브랜드
국적	미국
지점	전 세계 각국에 38개 지점 보유

부대시설	W호텔만의 용어로 부대시설 명칭 로비 : 리빙룸(Living Room), 주차장 : 휠스(Wheels), 사우나/피트니스클럽 : 웨츠앤스웨츠(Wets&Sweats)
매출액	\$5,071million(2010, Starwood Hotel 전체) 종업원 수: 145,000명(2010, Starwood Hotel 전체)
특성	① 독특한 디자인과 감성을 통한 마케팅 - W 호텔은 호텔 전반의 디자인에 투자하여 감각적이고 감성적인 경험을 제공 - 젊은 층을 타겟으로 전통적인 호텔 개념에서 벗어나 도회적인 감성과 독특한 디자인, 드라마틱한 공간을 연출 ② 최상의 고객 서비스 제공 - 고객들이 원하는 모든 것을 제공하는 'Whatever/Whenever Service'를 시행하면서 호텔업계의 규칙을 깬 최초의 호텔이 되었음 ③ 'Nightlife' 컨셉 - 각국의 탑 레스토랑과의 제휴를 통해 W호텔만의 독특한 레스토랑과 호텔 바를 제공 ④ 'W 스토어(W The Store)' 운영 - 패션 악세사리, 주얼리, 핸드백 등 다양하고 독특한 상품이 담긴 카탈로그를 출판하고 웹사이트를 운영하여 고객들의 편리한 쇼핑 기회를 제공

제2절 중저가 체인 호텔

1. 이비스 호텔(ibis Hotel)

☐ 회사 개요

- 이비스는 세계 5위의 호텔그룹인 프랑스의 아코르(Accor) 산하 중저가 호텔 브랜드로 유럽의 대표적인 중저가 호텔 브랜드임
- 프랑스에서 1967년 설립된 S.I.E.H. 호텔이 자크 보렐인터내셔널의 Catering &Service Voucher회사와 합작으로 1983년 탄생한 아코르 그룹은 전세계 137개국에서 4천여 개의 호텔체인을 보유

- 아코르 그룹은 소피텔, 노보텔, 풀만, 이비스 등 12개의 호텔 브랜드를 보유

<표 5-7> 아코르(Accor) 호텔 브랜드

(단위 : 개, 실)

구분	아코르 호텔 브랜드	호텔수	객실수
Upscale (10%)	Sofitel	112	28,887
	Pullman	60	17,685
	MGallery	48	5,553
Midscale (34%)	Novotel	394	74,117
	Mercure	725	89,260
	Suite Novotel	29	3,620
	Adagio	88	9,710
	Unbranded hotels	29	5,298
Economy (36%)	all seasons	149	13,110
	ibis	933	113,077
	Etap Hotel	437	37,297
	Formule 1	85	9,167
	HotelF1	243	18,213
Economy United States (20%)	Motel 6	1,028	99,438
	Studio 6	66	7,282

주 : 2011년 12월 31일 기준

- 이비스호텔은 48개국에서 총 900개 호텔을 운영하고 있으며 유럽을 중심으로 브랜드 마케팅을 전개하고 있음
 - 이비스 브랜드의 매출은 아코르 그룹 전체 매출 59억 유로 중 약 18%를 차지
- 한국에서는 2003년 이비스 앰배서더 서울을 시작으로 명동과 수원 부산의 총 4개 호텔을 운영 중
 - 한국 이비스 호텔체인은 아코르와 한국 앰배서더 그룹이 공동설립한 'AAK(Accor-Ambassador Korea)'가 위탁 운영

□ 경영 전략

- 최소비용으로 최대의 효과를 노리기 위한 전략을 수행
 - 이비스는 비용을 최소화시켜 고객들에게 매력적인 가격을 제공하였고 최소화시킨 비용을 사용하여 고객들이 필요로 하는 서비스에 투자함
- 특히 공간활용 방법의 개선을 통해 고객의 특성에 맞는 부대시설을 제공함
 - 이비스 호텔의 주요 고객층인 비즈니스 투숙객의 특성을 분석하여 특급호텔의 휘트니스 센터, 바(bar), 레스토랑 등과 같은 다양한 부대시설들을 과감히 배재함
 - 또한 주요 타깃인 비즈니스 남성을 위해 전용사우나, 인올부스(in-all-booth)를 설치
- 인적서비스의 거품을 빼고 실리적인 서비스만을 제공
 - 타 특급 호텔의 벨 맨, 도어 맨, 발레 파킹, 룸 서비스 등 기존 서비스를 없애고 DIY(Do It Yourself) 방식을 도입
- 이비스만의 독특한 서비스를 제공하여 고객 만족도를 제고
 - '15분 만족 개런티 프로그램'을 시행하여 고객이 객실 및 식음 관련 문제와 관련해 불편사항을 제기하면 15분 내에 해결해주는 서비스를 제공
- ibis에서는 로비 전광판에 객실 가격을 공시하고 정찰제 객실요금을 운영
 - 특급호텔의 최대 60%까지 저렴한 파격적인 정찰제 객실 요금으로 고객들로부터 좋은 반응을 얻고 있음
 - 호텔의 경우 가격 탄력성이 커서 정가제가 지켜지지 않는 경우가 대부분이기 때문에 고객 입장에서는 매번 호텔을 방문할 때마다 다른 요금을 지불하는 것에 불편함이 있음
- 크로스 미팅과 크로스 트레이닝 프로그램
 - 전 직원 누구나 어떠한 부서나 업무를 맡겨도 수행 가능하도록 크로스 트레이닝을 실시
 - 특히 이와 같은 직원간의 순환근무로 전 직원이 멀티플레이어로서 역

할을 수행할 수 있기 때문에 결원이 생길 경우에도 전체적 시스템 운영에는 큰 영향을 주지 않는다는 장점이 있음

- 또한 각 부서간의 협조를 위한 매주 월요일 전부서 직원들이 한자리에 모여 회의하는 '크로스미팅'을 의무적으로 실시하여 호텔의 전체 시스템을 이해하고자 함

<표 5-8> 이비스호텔 개요

이비스 호텔(ibis Hotel)	
	• 프랑스 호텔그룹인 아코르(Accor)의 호텔 브랜드중 하나로 설립 • 유럽의 대표적인 중저가 호텔 브랜드 • 48개국의 900여개 호텔 운영
국적	프랑스
지점	유럽: 700개, 남미: 72개, 아시아: 92개 중동 및 아프리카: 36개 호텔 지점
객실 규모	10평 내외(18.5m ² ~55.5m ²)
부대시설	휘트니스, 회의실, 사우나, 비즈니스 코너, 레스토랑 등
특성	① 최소비용으로 최대의 효과를 노리기 위한 전략 - 이비스는 비용을 최소화시켜 고객들에게 매력적인 가격을 제공 - 공간활용 방법의 개선을 통해 고객의 특성에 맞는 부대시설을 제공함 - 인적서비스의 거품을 빼고 실리적인 서비스만을 제공 - DIY(Do It Yourself) 방식을 도입 ② 이비스만의 독특한 서비스를 제공하여 고객 만족도 제고 - '15분 만족 개런티 프로그램'을 시행하여 고객이 객실 및 식음 관련 문제와 관련해 불편사항을 제기하면 15분 내에 해결해주는 서비스를 제공 ③ 정찰제 객실요금 운영 - 특급호텔의 최대 60%까지 저렴한 파격적인 정찰제 객실 요금으로 고객들로부터 좋은 반응을 얻고 있음

2. 베스트웨스턴(Best Western International, Inc)

□ 회사 개요

- 세계 최대의 다국적 호텔 체인으로 1946년 미국 캘리포니아주(州)에서 호텔을 경영하던 M.K.게르틴(Guertin)이 미시시피강(江) 서쪽지역의 호텔들을 중심으로 설립
- 본사는 애리조나주 피닉스에 있으며 이탈리아 밀라노와 필리핀 마닐라에 통합예약센터가 있음
 - 베스트웨스턴은 미주 지역뿐만 아니라 호주, 아시아, 중동, 유럽 등에 체인 호텔이 있음
- 베스트웨스턴은 단일 브랜드로는 세계 호텔산업에서 가장 규모가 큰 호텔 브랜드임
 - 전 세계 100여 개국에서 4,000여 개의 호텔을 운영하고 있으며, 약 30만 7,000개의 객실을 보유하고 있음²³⁾
 - 2011년 기준으로 북미 지역에서만 2,183개의 호텔을 운영
 - 베스트웨스턴 이외에도 베스트웨스턴 플러스, 베스트웨스턴 프리미어의 2개 브랜드를 보유
- 베스트웨스턴은 숙박비가 수십달러에서 200달러 정도인 중·고가 체인을 표방하며 노보텔, 라마다와 함께 세계 3대 호텔 체인으로 꼽힘

□ 경영 전략

- 다른 호텔 체인과는 달리 각 호텔은 독립적인 기업으로 운영되고 재정 관리도 별도로 이루어짐
- 베스트웨스턴은 동종의 호텔체인 중 저렴한 제휴 비용을 유지
 - 최소 계약기간을 1년으로 산정하고 있어, 계약기간이 5년에서 10년 혹은 20년씩 대체로 길게 요구하는 타체인에 비해 체인가입에 대한 부담을 최소화하여 경쟁력을 갖추

23) Best Western Incorporate, Inc: www.bestwestern.com

- 세계적 예약망을 갖추고 있으며 자체적으로 전 체인 호텔의 서비스와 시설을 체크할 수 있는 품질체계조사관(Q.A. inspector) 제도를 운영
- GDS(Global Distribution Systems)로 불리는 베스트 웨스턴의 글로벌 예약망은 4000여개의 체인 가입호텔과 전세계 예약사무소간의 리눅스 네트워크망이 구성
 - 타 체인과 달리 리눅스 시스템을 사용함으로써 예약서버를 운영하는 고정비용을 줄일 수 있었고 인터넷을 통해 예약을 관리함으로써 시스템 설치비용을 절감할 수 있었음
- 베스트웨스턴은 17가지의 기본 서비스를 제공(국제적으로는 14개의 서비스를 제공)
 - 무료 인터넷 제공, 조식제공, 무료 전화서비스, 50%의 금연 객실 등
- 할리데이비슨과의 제휴를 통한 마케팅 전략
 - 팔리데이비슨 마니아들을 위한 베스트웨스턴 스피드 보상프로그램과 라이드 보상프로그램을 제공
- '베스트웨스턴 트레블 카드'를 선보이며 선불 여행카드 시스템을 도입
 - 중저가 호텔로는 최초로 선불 여행카드를 시스템을 도입하여 객실 및 부대시설 등에 사용 가능하도록 함

<표 5-9> 베스트웨스턴 호텔 개요

베스트웨스턴(Best Western)	
	• 1946년 M.K. Guertin에 의해 설립 • 세계 최대규모의 호텔 체인 • Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier로 구분하여 운영
국적	미국
지점	100여 개국에서 4,000여 개의 호텔, 311,598개의 객실
객실규모	10평 내외
부대시설	컨퍼런스홀, 레스토랑, 바, 휘트니스 센터, 연회실 등
매출액	약 \$232million(2008년 기준)
종업원 수	1,190명(2011년 기준)
특성	① 독립적인 기업으로 운영 - 다른 호텔 체인과는 달리 각 호텔은 독립적인 기업으로 운영되고 재정관리도 별도로 이루어짐 ② 동종의 호텔체인 중 저렴한 제휴 비용을 유지 - 최소 계약기간을 1년으로 산정하고 있어, 계약기간이 5년에서 10년 혹은 20년씩 대체로 길게 요구하는 타체인에 비해 체인가입에 대한 부담을 최소화하여 경쟁력을 갖추 ③ 세계적 예약망 시스템 - GDS(Global Distribution Systems)로 불리는 베스트 웨스턴의 글로벌 예약망은 4000여개의 체인 가입호텔과 전 세계 예약사 무소간의 리눅스 네트워크망이 구성 ④ 할리데이비슨과의 제휴를 통한 마케팅 전략 - 할리데이비슨 마니아들을 위한 베스트웨스턴 스피드 보상프로 그램과 라이드 보상프로그램을 제공

3. 홀리데이 인(Holiday Inn)

□ 회사개요

- 홀리데이 인(Holiday Inn)은 가족 도심여행을 위한 호텔 컨셉으로 1952년 댐피스에 최초로 설립
 - 체인 호텔인 홀리데이 인은 1900년대 후반까지 급성장을 이루면서 1000여개의 호텔을 설립함
 - 하지만 변화하는 사업환경으로 인해 홀리데이 인은 인터콘티넨탈 호텔 그룹에 인수되면서 인터콘티넨탈 호텔 그룹에 의해 운영
- 현재 홀리데이 인은 인터콘티넨탈 호텔 그룹의 중저가 브랜드 중 하나로 높은 성장세를 보이고 있음
- 미국 내에서 홀리데이 인과 홀리데이 인 익스프레스(Holiday Inn Express)호텔은 2011년 중저가호텔 중 최고 스코어를 받으며 상위권을 차지
 - 중저가 브랜드 순위에서 2010년에는 3위와 4위에 랭크되었으나 2011년 홀리데이 인이 1위, 홀리데이 인 익스프레스가 2위를 차지²⁴⁾
- 또한 2011년 전 세계 및 아시아 태평양 지역의 중저가 호텔 브랜드 중 베스트 브랜드로 선정
- 홀리데이인 호텔은 전세계 1,233개의 호텔을 보유하고 있으며 객실수는 225,328에 달함

□ 경영 전략

- 홀리데이인은 호텔업계에서 세계 최초로 컴퓨터예약시스템(CRS)를 도입
 - 할리덱스(HOLI-DEX)라는 컴퓨터예약시스템을 통해 호텔수요의 75~80%를 점하고 있는 중급시장(middle market)을 중심으로 활동
 - 할리덱스(HOLI-DEX)를 강화한 호텔경영시스템(WWHS : World

24) 2011 U.S Hotel Chain Survey, Business Travel News.

Wide Hotel System)과 예약최적화 시스템(HIRO : Holiday Inn Reservation Optimizer)도 개발하여 서비스 경쟁력을 강화

- 또한 홀리데이인은 호텔업체로는 최초로 홀리데이 인 대학(Holiday Inn University)를 설립하여 인력을 양성
 - 호텔 매니저, 판촉매니저, 식음료매니저, 고객지원부 매니저 등 인력개발을 위한 프로그램을 개설하여 운영
- 시장의 다양성에 따라 차별화된 상표를 가지고 도심지와 해외로 진출
 - 홀리데이인의 등급은 특급규모의 Holiday inn Crown Plaza, 1급 규모의 Holiday Inn Select, Holiday Inn, Holiday Inn Sun Spree Resorts, Holiday Inn Garden Court, 비즈니스급의 Holiday Inn Express, Holiday Inn Stay Bridge Suites, Holiday Inn Park Suites로 구성
 - 인터콘티넨탈 호텔 그룹에 인수되고 2007년에 홀리데이 인 브랜드가 재 런칭되면서 홀리데이의 상표는 Holiday Inn과 Holiday Inn Express, Holiday Inn Vacaion Club만 유지
- 인터콘티넨탈 호텔 그룹이 홀리데이 인 브랜드를 인수 후 새로운 호텔 이미지를 형성
 - 교외지역과 제 3의 시장에 위치했던 홀리데이 인의 새로운 프로토타입을 개발하여 재런칭 함
 - 모던한 객실 디자인과 서비스 강화, 조경환경 등을 개선하기 위해 약 10억원을 투자
 - "Smaller to build and easier to operate"를 내세우며 호텔 시장내에 새로운 브랜드이미지를 구축

<표 5-10> 홀리데이 인 개요

홀리데이 인(Holiday Inn)	
	• 1952년 미국에 설립 • 인터콘티넨탈 호텔 그룹에 인수되어 현재 IHG의 중저가호텔 브랜드로 운영 • Holiday Inn, Holiday Inn Express, Holiday Inn Resorts, Holiday Inn Club Vacation으로 세분화되어 운영
국적	영국
지점 (2011년 기준)	Holiday Inn : 1,233개 225,328실(266개 추가 예정) Holiday Inn Express : 2,114개 196,666실(470개 추가 예정) Holiday Inn Club Vacations : 7개 2,928실(1개 추가 예정)
객실규모	10평 내외
부대시설	레스토랑, 스파, 피트니스센터, 연회장 등
매출액	\$5.8billion(2011년 기준)
특성	① 가족단위의 여행객을 위한 호텔로 설립 - 아이들이 많은 가족 여행객들을 반기지 않은 호텔들과는 반대로 가족단위의 고객을 위한 호텔로 도심지 중심으로 설립 ② 호텔 최초로 예약시스템 개발 및 운영 - 할리덱스(HOLI-DEX)라는 컴퓨터예약시스템을 통해 호텔수요의 75~80%를 점하고 있는 중급시장(middle market)을 중심으로 활동 ③ 인력 개발을 위해 홀리데이 인 유니버시티를 설립 - 호텔 매니저, 판촉매니저, 식음료매니저, 고객지원부 매니저 등 인력개발을 위한 프로그램을 개설하여 운영 ④ 시장 세분화전략 - 시장의 다양성에 따라 차별화된 상표를 가지고 도심지와 해외로 진출



제6장

시사점 및 제언

제6장 시사점 및 제언

- 전 세계 호텔 시장에서의 중저가호텔의 부상에 따른 국내 중저가호텔 경쟁력 강화를 위한 노력이 요구됨
 - 여행의 보편화 및 비즈니스 여행의 증가로 인해 여행 경비 또한 여행 선택 시의 중요한 결정 요인으로 기능
 - 기존의 안락한 객실 및 고급화된 서비스 등이 호텔의 경쟁력을 결정한 반면, 최근의 호텔 시장에서는 가격 경쟁력이 중요한 요소로 작용
 - 가격 경쟁력 확보를 위해 원가절감 및 자동화 시스템 도입 등을 통한 유지비용 절감 노력 지속
 - 국내 중저가 호텔 시장 활성화를 위한 노력
 - 국내 중저가 호텔은 해외 중저가호텔 브랜드의 활발한 진입과 함께 활성화 되어 해외 브랜드가 시장 내에 우위를 차지하고 있음
 - 정부 및 관련부처를 중심으로 중저가 호텔 증축을 위한 각종 정책적 지원을 지속하고 있으나, 호텔산업의 높은 진입장벽, 초기 비용 등의 부담으로 인한 한계를 가지고 있어 이를 위한 더욱 적극적인 지원 및 홍보가 필요할 것으로 예상됨
 - 국내 중저가호텔 브랜드 베니키아 운영 효율성 강화
 - 중저가호텔 브랜드인 베니키아 운영은 긍정적으로 평가되나, 가맹 호텔에 대한 실질적인 지원 및 홍보효과에 대해서는 부정적인 반응을 보임
 - 이외의 유사한 목적을 가지고 운영되는 문화체육관광부의 굿스테이(Good Stay), 서울시 이노스텔(Innostel) 등도 실질적인 효과를 창출하지 못하는 실정
 - 이를 개선하기 위해 체계적인 호텔등급제도 마련을 통해 모텔, 여관 등의 소규모 숙박시설과의 차별화 및 체계화를 통한 명실상부한 브랜드로서의 기능이 요구됨
 - 기업집단이 운영하는 특급호텔 중심의 호텔시장 개선 시급
 - 호텔산업은 초기 투자비용 및 운영비가 높아 개별 사업자가 진입하는

데는 어려움이 있음

- 이로 인해 국내의 호텔시장 내에서 재벌기업집단이 운영하고 있는 특급호텔이 차지하는 비중이 매우 높으며, 이는 개별 사업자의 진입을 저해 및 객실이용료를 높이는 악순환을 가져옴
- 따라서 이러한 불균형적 시장 구조를 개선하고 중저가호텔 중심의 호텔 확충을 위한 정책 지원이 필요

□ 증가하는 국내외 관광객 수용을 위한 대책 마련 시급

○ 한류 등의 영향으로 인한 외래 여행객의 증가

- 기존의 일본인 중심의 국내 해외여행객이 한류의 영향과 함께 중국 및 유럽 등으로 다각화됨에 따라 이들의 유형과 성격에 맞는 차별화 전략이 필요함
- 또한 기존의 관광 및 숙박시설이 일본인 관광객에게 초점이 맞추어져 있어 중국인 관광객 등 해외 관광객은 시설을 이용하는데 많은 불편을 겪고 있는 것으로 나타나 이를 위한 개선이 시급
- 한류여행객은 특히 단순 관광이 아닌 한류 문화를 직접 체험하고자 하는 욕구가 강하므로 이들의 욕구를 충족시킬 수 있는 다양한 복합 관광 상품 개발이 필요

○ 수도권을 중심으로 한 호텔 공급 부족 현상 심화

- 서울 및 경기도를 중심으로 한 한류 관광객이 급증하고 있으나 이들을 수용할 수 있는 숙박시설은 턱없이 부족한 실정
- 명동 등의 지역을 중심으로 호텔 신축 및 리모델링 공사가 지속되고 있으나 호텔 공급이 여전히 부족

○ 지역 관광자원 개발을 통한 한류 관광객 분산 방안이 요구됨

- 현재 서울과 주요 수도권에 집중되어 있는 한류 관광객을 분산시키기 위한 지방자치단체의 노력이 지속되어야 함
- 2011-2012 한국방문의해를 맞이하여 경주에서 진행되는 ‘한류드림페스티벌’ 등과 같은 축제가 한류 관광객을 지방으로 분산하는데 좋은 선례가 될 것으로 예상됨
- 안동 탈춤페스티벌, 진주 남강유등축제 등 지방의 특이한 축제를 활용하여 이에 참여하고 체험하는 특별상품 개발하여 한류 관광객을 지역

문화로 유입하기 위한 적극적인 노력이 요구됨

- 주5일 근무 및 초·중·고등학교 주5일 수업 등으로 인한 가족단위 국내 여행객의 증가
 - 가족단위의 여행객이 이용할 수 있는 숙박시설에는 한계가 있음
 - 기존의 호텔 위주의 숙박시설 외의 다양한 형태의 여행객 및 수요를 수용하기 위한 숙박시설 마련을 위한 노력이 필요
 - 한옥 및 고택 체험, 홈스테이 등의 시설 체계화 및 법인화를 통해 이에 대한 수요를 충족시킬 수 있을 것으로 예상
 - 또한 현재의 호텔 산업의 서비스 및 부대시설을 다양화 하여 가족 구성원 모두가 즐길 수 있는 시설로의 변화가 요구됨

□ 변화하는 고객의 욕구 충족을 위한 호텔의 기능 다양화

- 단순한 숙소로서의 기능 외에 복합 기능을 수행하는 공간으로서 호텔의 역할 확대
 - 현대의 호텔은 단순한 숙박시설이 아닌 지역 주민의 연회장이자 사회 구성원의 각종 여가를 소비하기 위한 복합적인 공간으로서 그 기능과 역할이 확대됨
 - 매뉴얼에 따른 획일화된 객실 시설 및 서비스에서 벗어나 개별 고객의 성향 및 욕구에 맞는 서비스 다양화 및 부대시설 확충 등의 노력이 요구됨
- 고부가가치 관광 적극 유치
 - 기존의 단순 관광여행과 함께 특수목적을 가진 의료관광, MICE 관광, 공연관광 등을 적극 유치하여 고부가가치를 가진 관광 상품 개발을 위한 노력이 필요
 - 호텔내의 연회장 및 의료시설 등을 활용하여 새로운 형태의 관광과 호텔의 연계방안에 대한 구체적 방안에 대한 논의가 필요
- 의료관광의 지속적인 발전을 위한 제도적 개선 필요
 - 최근 의료관광의 중요성이 대두됨에 따라 국내의 의료관광도 활발해지고 있으며 병원이 호텔 내에 직접 입점하는 등의 적극적인 형태의 시설이 증가하고 있음

- 하지만 이러한 시설은 높은 임대료 및 병원과 호텔 양측 모두 장기적 관점에서의 홍보 마케팅에 한계가 있다고 밝힘
- 이를 위해 현행법에서 호텔 내 부대시설로 입점이 불가하게 되어 있는 의료시설에 대한 법제도 개선 및 병원의 서비스질 향상을 위한 상호의 노력이 지속되어야 함

□ 기술발전을 통한 호텔산업을 둘러싼 환경의 변화에 따른 대응책 필요

○ 인터넷을 통한 마케팅 및 예약 시스템 보편화

- 인터넷을 통한 마케팅은 실시간 서비스가 가능하다는 점에서 고객의 불만사항 또는 문의사항에 즉각적으로 대응할 수 있으며, 고객의 욕구 변화를 신속히 충족시켜줌으로써 고객과의 쌍방향 의사소통이 가능하다는 점에서 그 역할과 중요성이 더욱 확대되고 있는 실정
- 국내 대부분의 호텔이 인터넷 마케팅의 중요성을 인식하고 다국어로 된 홈페이지를 구축하여 이를 통한 예약서비스, 부대시설 등의 서비스 및 정보 제공

○ 모바일 기기의 보급 및 중요성 확대

- 모바일 기기가 보급화 됨에 따라 이를 통한 숙박 시설 자료 검색 및 시설 등급에 대한 정보 공유가 증가하여 모바일 채널이 하나의 중요한 홍보수단으로 성장
- 뿐만 아니라 Forrester Research에 의하면 모바일 기기를 통한 예약이 2008년에서 2010년 사이에 4배로 증가하였으며, 구글은 2013년에는 모바일 기기를 통한 웹 접근이 컴퓨터를 초과할 것으로 발표하는 등 모바일 기기의 중요성이 확대됨에 따라 이에 대한 대책이 필요
- 이처럼 모바일 기기가 빠른 속도로 보급화 됨에 따라 호텔의 홍보마케팅 수단 및 예약시스템 뿐만 아니라 객실 내 부대시설 등에도 변화가 요구

○ 객실 자동화 시스템 도입

- 해외의 경우 객실 자동화를 위한 다각적인 접근이 이루어지고 있으나 국내의 경우, 이를 위한 시설 및 기술 도입이 초기 수준에 머물러 있는 것으로 평가됨
- 호텔의 무인 자동화시스템을 통한 비용절감효과로 고급호텔은 운영비

용 감소 및 타 호텔과의 서비스 차별화를 통해 가격경쟁력을 확보할 수 있다는 점에서 긍정적으로 평가됨

- 이러한 자동화 시스템은 비용절감뿐만 아니라 다양한 언어를 사용하는 다국적 이용객과의 의사소통, 빠른 업무처리 속도를 통한 고객만족도 상승 및 이로 인한 호텔 이미지 제고 등의 강점을 가지고 있어 더욱 보편화 될 것으로 예상됨
- 국내의 자동화 시스템은 소극적인 수준에 머물러 있음
- 따라서 다각적인 노력을 통해 비용 절감 및 고객 만족도를 높이기 위한 적극적 의미의 객실 자동화 시스템 구축을 위한 노력 필요

□ 지속가능한 호텔 경영을 위한 그린마케팅의 중요성 강화

○ 환경보호를 위한 호텔 책임 대두

- 일회용품의 소비 및 물, 세제 등의 소비가 많은 호텔 산업의 특성으로 인해 호텔의 환경보호에 대한 책임이 대두됨
- 이에 대한 대응으로 해외 호텔에서는 일회용품 사용을 줄이고 객실 내 타월 및 침대시트 재사용을 통한 세탁량 절감을 위한 노력이 다각화되고 있음
- 반면 국내 호텔에서는 그린마케팅의 중요성 및 필요성에 대한 인식이 아직 미비한 수준인 것으로 판단됨
- 국내의 경우 일부 특급호텔을 위주로 그린마케팅을 실시하고 있으나, 범위가 한정되어 있으며 이를 적극적인 마케팅 수단으로 활용하지 못하고 있는 실정

○ 적극적인 그린마케팅 도입 필요

- 환경에 대한 사회 전반의 관심이 증가함에 따라 이미 많은 기업에서 환경친화기업의 이미지 제고 및 대내외 홍보를 위한 로고 개발 등 그린마케팅을 중요한 홍보수단으로 활용
- 이러한 그린마케팅은 기업의 홍보 및 실적 향상뿐만 아니라, 장기적 관점에서의 환경보전을 통한 지속가능한 발전으로서 특히 자원에 의존도가 높은 호텔산업에게는 필수적인 운영전략이 될 것으로 예상됨

□ 인적서비스 전문화를 통한 국내 호텔 브랜드 경쟁력 강화 방안

- 국내 호텔산업에서 외국계 체인호텔의 비중이 절대 다수를 차지
 - 2009년 기준 전체 호텔 산업에서 외국계 체인호텔의 개수는 42개로 전국 호텔 621개소 중 6.7%에 불과하나, 객실 및 식음료 매출을 더한 매출액은 전체 호텔 매출의 약 64%를 차지²⁵⁾
 - 외국계 체인호텔은 높은 영어실적을 창출하지만 브랜드 사용료에 따른 로열티가 높아 큰 부담이 되고 있음
 - 최근 중저가호텔 시장의 성장과 함께 외국계 체인 호텔의 국내 진입이 점차 확대되고 있는 추세
- 국내 순수 호텔 브랜드의 질적 성장 및 양적 확대
 - 호텔 신라, 호텔 롯데 등의 국내 순수 브랜드의 국내외 사업 확대
 - 국내 호텔 산업의 지속적인 성장을 통해 자체 브랜드의 노하우 개발 및 사업 확대에 의한 지속적인 영역 확장이 예상됨
 - 최근 국내 브랜드의 해외 진출이 시작되어 국내 호텔 브랜드의 국제화가 기대됨
- 전문 인력 양성을 통한 서비스 질 개선 및 경쟁력 강화
 - 호텔 산업은 타 산업에 비해 인적서비스에 대한 의존도가 매우 높은 산업
 - 따라서 잘 훈련된 종사자의 서비스 질이 호텔 전체의 이미지 개선 및 경쟁력에 긍정적인 영향을 미침
 - 이론과 실무 간의 차이, 호텔 산업을 둘러싼 환경 및 기술의 급격한 변화 등으로 종사자의 지속적인 교육훈련은 필수적
 - 국내 호텔 산업의 경쟁력 강화를 위해 전문 호텔 경영인 및 호텔 종사자를 위한 전문 교육 시스템 도입 등으로 국내 호텔 서비스 고급화가 필요

□ 호텔산업 발전을 위한 제도개선

- 호텔 인허가 제도 개선을 통한 시장진입장벽 완화
 - 국내에서는 호텔산업을 사치산업으로 규정하여 개별소비세가 부과되며 인허가 절차에서 과도한 행정적 규제
 - 현재 국내 호텔의 신규개관을 위해서는 관광진흥법과 건축법에 따라

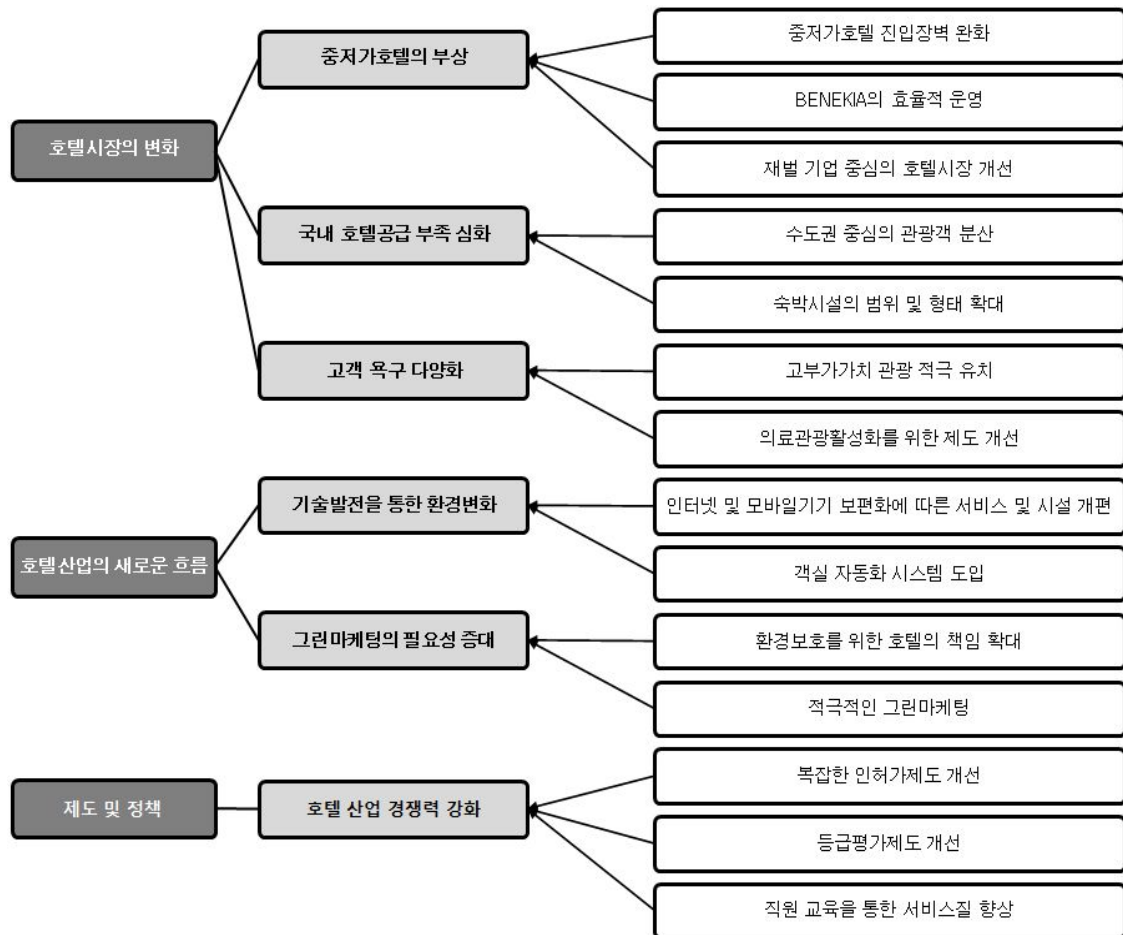
25) 한국관광호텔업협회(2009, 2010)

- 총 72개의 도장을 받아야 하며, 인허가를 위해서도 복잡하고 많은 서류 및 절차를 요구하여, 호텔 시장의 신규 진입을 저해하는 요인으로 작용
- 이는 국내 호텔산업의 진입 장벽으로 작용하여 호텔산업 및 관광산업의 경쟁력을 저하시키는 요인으로 꼽힘

○ 등급평가제도 개선을 통한 체계적 시스템 구축

- 현행 관광호텔 등급평가는 모든 호텔에 동일한 평가 항목을 적용하여 만점을 기준으로 하여 취득한 점수에 따라 등급을 구분하는 방식으로 운영되어 호텔 신축 과정에서 등급별로 요구되는 기준 또는 가이드라인을 제공하지 못함
- 관광호텔 등급평가 기준이 객실 및 숙박서비스 외에 부대시설 및 설비 등의 부가적 요소, 또는 시설과 면적 등 하드웨어에 비중이 높아 등급평가의 효율성을 저하시키는 원인으로 지적됨
- 지속가능한 환경 친화적 호텔 경영, 인터넷 및 스마트 기기의 보급과 같은 호텔 산업의 환경 변화를 고려하지 않은 등급 평가 기준으로 인해 적시성에 한계를 보임
- 이러한 문제점을 개선하기 위해 등급평가 제도를 체계적으로 개선하고 이 제도가 실질적인 호텔 설립의 가이드라인으로 활용될 수 있는 시스템 구축이 요구됨

<그림 6-1> 국내 호텔산업 활성화를 위한 정책 제언



참고 문헌

<도서>

- K. Barth, S. Benden, HJ. Theis, 『*Hotel Marketing*』, Gabler, 1994
고석면, 『호텔경영론』, 기문사, 2005
서범석, 『호텔경영론』, 기문사, 2005
차길수, 윤세목, 『호텔경영학원론』, 현학사, 2006

<논문 및 발간자료>

- Amadeus, "*Hotels 2020 : Beyond Segmentation*", 2010
Andhra Pradesh, "*Tourism Policy 2010*", 2010
British Hospitality Association, "*British Hospitality : Trends & Developments 2011*", 2011
Business Travel News, "*2011 U.S. Hotel Chain Survey*", 2011
Deloitte, "*Hospitality 2015 : Game Changers or spectators?*", 2010
Deloitte, "*Medical Tourism : Consumers in Search of Value*", 2008
Deloitte, "*Risks and Rewards for Building Sustainable Hotels*", 2009
Ernst&Young, "*Hospitality going green*", 2008
Ernst&Young, "*US 2009 lodging report*", 2009
Ernst&Young, "*Top thoughts for 2011*", 2011

- Ernst&Young, *"Top thoughts for 2012"*, 2012
- European Travel Commission, *"European Tourism 2010-Trends & Prospects"*, 2010
- Eurostat, *"Eurostat Pocketbooks-Tourism Statistics"*, 2008
- Eurostat, *"Hotstats UK 2010"*, 2011
- Eurostat, *"Hotstats UK&Europe 2011"*, 2012
- Eurostat, *"Tourism Statistics in the EU"*, 2010
- Horwath HTL, *"Hotel Market Environment in Japan after the East Japan Earthquake"*, 2011
- HVS, *"Branded Budget Hotels in Europe : A Development Guide"*, 2010
- HVS, *"Overview of the Japanese Lodging Industry and Its Investment Trend - Past, Present, and Future"*, 2008
- J. J. Eyster, *"Recent Trends in the Negotiation of Hotel Management Contract"*, 《The Cornell H.R.A Quarterly, Vol.29(4)》, 1998
- Jones Lang LaSalle Hotels, *"Hotel Intelligence Report - Market Insight Japan"*, 2011
- Jones Lang LaSalle Hotels, *"Focus On - Japan's Hotel Market After The Quake"*, 2011
- Knight Frank, *"UK Hotel Sector 2011 Review"*, 2012
- Market Metrix, *"Luxury Hotels and Recession : A View From Around the World"*. 2009
- Melvin Gold Consulting research and analysis, *"Quantification of serviced accommodation supply in the United Kingdom and consideration related issues"*, 2011

- Messe Berlin GmbH, *"ITB World Travel Trend Report"*, 2010
- MKG Hospitality, *"Hotel Growth Continues Worldwide"*, 2010
- Price Waterhouse Coopers, *"UK hotels forecast : Bumper crop for London but leaner pickings in provinces"*, 2011
- Price Waterhouse Coopers, *"UK hotels forecast : the bigger the boom, the bigger the bust"*, 2008
- Price Waterhouse Coopers, *"UK hotels forecast 2011 and 2012 : How big a party for hotels in 2012?"*, 2011
- Savills Research, *"UK Hotel Investment report"*, 2011
- TNS Research International, *"UK Occupancy Survey for Serviced Accommodation Annual Summary 2010"*, 2010
- TRI Hospitality Consulting, *"Budget Hotels 2007 UK"*, 2008
- 김근중, “한국의 중저가 호텔에 관한 연구”, 《여행학연구 제10호》, 1999
- 김수연, “호텔 이용 인식변화에 따른 중저가호텔 변환에 관한 연구”,
경희대학교 석사학위논문, 2011
- 김재엽, “환경친화호텔 도입에 관한 사례 연구”, 《한국호텔외식경영학회》,
2008
- 김홍식. “호텔업 육성을 위한 5대 전략”, 경기개발연구원, 2011
- 문화체육관광부, “2010년기준 관광동향에 관한 연차보고서”, 2011
- 문화체육관광부, “관광·레저산업 육성방안”, 2010
- 미즈호코퍼레이트은행, “2011년도의 일본산업동향(호텔, 레저)”, 2011
- 서울시정개발연구원, “서울 관광물가, 고평가되었는가?”, 2008

- 일본정책금융공고, “생활위생관계영업의 동일본대지진에 의한 영향 및 가격 동향”, 2011
- 정중희, “호텔산업 통일 회계처리기준 제정 필요성에 따른 실행방안 : 사례조사 및 전문가 의견 조사를 바탕으로”, 세종대학교 석사학위논문, 2009
- 조규연, “친환경 지식 및 인식 요인이 호텔 경영에 미치는 영향”, 서울과학종합대학원 박사학위논문, 2009
- 조규연, 이윤철, “호텔의 친환경 경영에 대한 이론적 고찰”, 《관광·레저연구 제21권(4)》, 2009
- 조규연, 이윤철, “호텔종사원의 친환경지식과 인식이 친환경 실천에 미치는 영향 : 서울지역 호텔을 중심으로”, 《관광·레저연구 제22권(4)》, 2010
- 조용현, “국내 호텔산업구조의 특성과 문제점 그리고 중저가 호텔산업 발전을 위한 제언”, 《한국관광학회》, 2008
- 주영민, “중저가 호텔의 성공조건”, 2011
- 한국관광개발연구원 편집부, “한국관광연감”, 1997
- 한국문화관광연구원, “관광호텔 등급평가 체계 개선 및 관련법 개정 방안”, 2010
- 한국문화관광연구원, “신한류를 활용한 인바운드 관광정책 방향”, 2011
- 한국문화관광연구원, “의료관광특구 도입에 관한 연구”, 2008
- 한국문화관광연구원, “지방 관광호텔 운영 활성화 방안”, 2011
- 한국문화관광정책연구원, “관광산업정책의 변화방향 연구”, 2006
- 한국보건산업진흥원, “2010 외국인 환자 통계”, 2011
- 한국신용평가, “KIS Industry Outlook-호텔”, 2010

한국신용평가, “국내 호텔업체의 글로벌경쟁력 제고방안”, 《KIS Credit Monitor》, 2010

현재천, 김성섭, 오문향, “친환경 호텔 속성 지각 차이에 관한 연구 : 미국, 일본, 중국, 한국인 고객을 대상으로”, 《대한관광경영학회 관광연구 제26권(1)》, 2011

<인터넷>

American Hotel & Lodging Association <http://www.ahla.com>

JNTO <http://www.jnto.go.jp>

NLI Research Institute <http://www.nli-research.co.jp>

PwC <http://www.pwc.com>

STR Global <http://www.strglobal.com>

문화체육관광부 <http://mcst.go.kr>

문화체육관광부 관광지식정보시스템 <http://www.tour.go.kr>

법제처 <http://www.moleg.go.kr>

베니키아호텔 <http://brand.benikea.co.kr>

세계관광기구 <http://www.unwto.org>

롯데호텔 <http://www.lottehotel.com>