

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	kimmh@consumerinsight.kr
문 의	김민화 연구위원/Ph.D	연 락 처	02) 6004-7643
배 포 일	'21년 7월 7일(수) 배포	매 수	자료 총 4매

도시락 여행은 지겨워... '식도락 여행' 부활 시작된다

컨슈머인사이트 '국내 숙박여행 시 식사방법 의향' 비교

- '식당 음식 좋고, 길거리 음식도 괜찮다' 크게 증가
- '위험 회피'는 이제 그만하고, 즐거움을 찾자
- '진짜 여행' 하고픈 마음에 여름휴가 앞두고 '안전 둔감증' 우려
- 언택트 장기화 피로감과 백신 보급 효과로 풀이

코로나19 이후 금기시된 먹고 즐기는 여행 욕구가 다시 떠오르고 있다. 유명 맛집을 찾지도 못하고 배달음식이나 직접 해 먹는 간소한 여행식사에서 벗어나려는 움직임이 확산하다. 여름 휴가를 앞두고 폭발하는 여행심리와 둔감해지는 안전심리 간의 조화가 필요하다.

여행 리서치 전문기관 컨슈머인사이트의 주례 여행행태 및 계획 조사(매주 500명, 연간 2만 6000명)에서 향후 3개월 내 국내 숙박여행 계획이 있는 사람이 여행 시 식사방법과 주요 고려 사항에 대해 지난 6개월간 보인 응답을 분석했다.

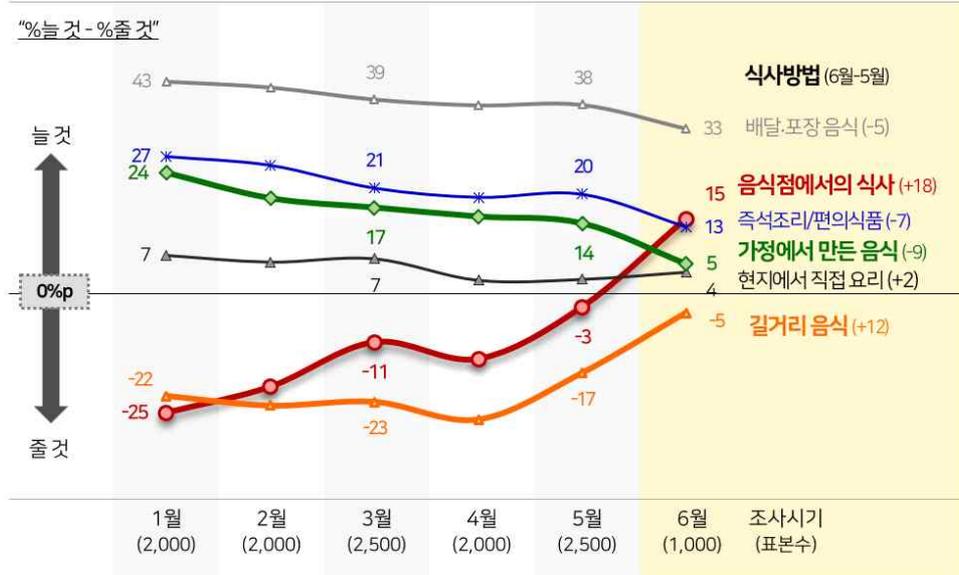
■ '음식점에서의 식사', 기피대상에서 선호도 2위로 급상승

소비자들에게 배달·포장음식 등의 6가지의 식사방법을 제시하고, 여행 시 해당 식사 방법에 대해 '더 하게 될지, 덜 하게 될지'를 물은 다음 둘 간의 차이를 통해 선호도 변화를 분석하였다(%증가 - %감소). 지난 5월까지 선호도가 높은 식사 방식은 ▲배달·포장음식 38%포인트(p) ▲즉석조리/편의식품 20%p ▲가정에서 만든 음식 14%p의 순이었고, 가장 낮은 것은 ▲길거리 음식 -17%p, ▲음식점에서의 식사 -3%p였다.

그러나 6월(1,2주) 들어 큰 변화가 나타나 ▲음식점에서의 식사가 18%p 증가하며 2위로 올랐고, ▲길거리 음식도 12%p 급증하였다. 반면, 여행 시 식사방법 선호도 1-3위였던 배달·포장음식, 즉석조리/편의식품, 가정에서 만든 음식은 각각 5~9%p씩 크게 하락했다[그림1].

[그림 1] 여행 중 선호 식사방법 변화 추이 (2021년 1월-6월)

[단위: %p]



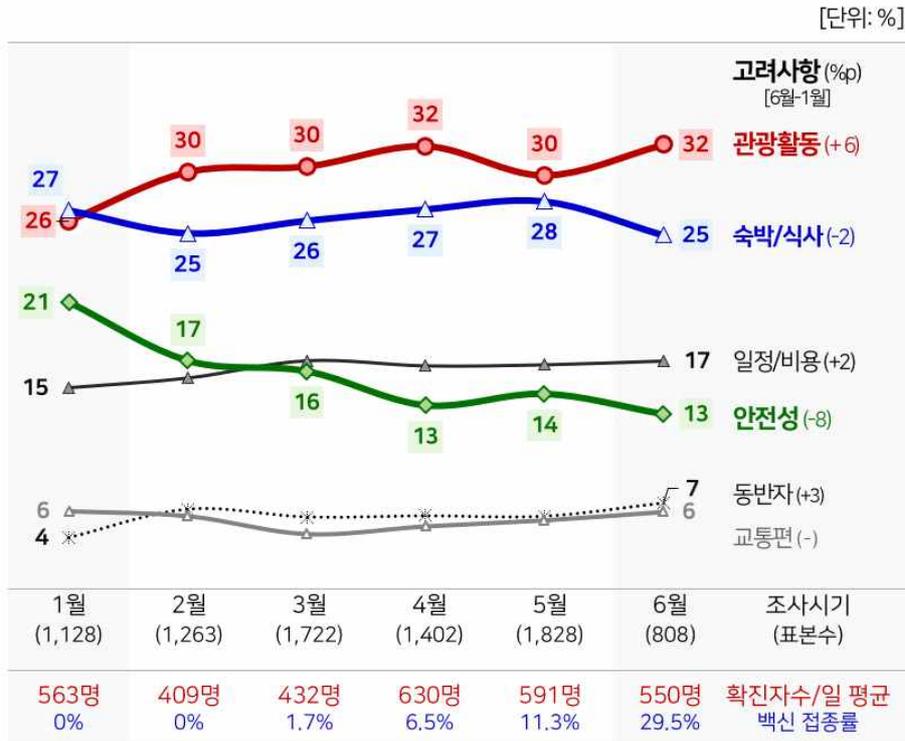
Q. 앞으로 여행 중의 식사가 어떻게 변할 것 같습니다까? 각각의 식사방법에 대해 응답해 주십시오.
*2021년 6월은 1-2주차 조사 결과임.

특히 거리두기 등 사회적 환경에 가장 민감하게 반응하던 '음식점에서의 식사' 선호도가 최하위에서 2위까지 상승한 것은 주목할 만하다. 코로나 초기 여행자가 원하는 것은 식사환경의 '자기 통제권'이었다(참고. [여행 식도락의 뉴노멀, 배달-포장](#), 2020. 09. 13.). 자신이 안전하고 편하다고 느끼는 식사 상황을 만들 수 있는가가 중요했다. 이제는 식사 환경에 대한 자기통제권보다는 자신이 원하는 곳에서 원하는 음식을 즐기는 '자기 선택권'을 바라고 있다. 즉 과거에 '위험에 대한 회피'가 중요했다면, 이제는 '즐거움에 추구'가 주된 동기가 되었다. 이를 통해 '코로나 이전으로의 회귀'가 시작됐음을 알 수 있다.

■ 관광활동 vs 안전성 중요도 차이 5%p에서 19%p로 벌어져

'즐기는 여행'에 대한 관심 증가는 여행 시 고려사항에서도 확인할 수 있다. 소비자들이 국내 숙박여행을 계획할 때 가장 중요하게 고려하는 사항(2021년 6월 기준)은 ▲'관광활동(볼거리/놀이거리/할거리)'이 32%로 가장 높았고 ▲숙박/식사 25% ▲일정/비용 17% ▲안전성 13% ▲동반자 7% ▲교통편 6%가 뒤를 이었다. 연초(1월)와 비교하면 관광활동에 대한 관심은 6%p 늘고 안전성에 대한 관심은 8%p 하락했다. 나머지 항목은 3%포인트 이하로 변동폭이 작았다[그림 2].

[그림 2] 국내 숙박여행 계획 시 주요 고려사항 (2021년 1월-6월)



Q. 귀하께서 계획중인 국내 숙박여행에서 가장 중요하게 검토하는 것은 무엇입니까?
 주1) 확진자수는 해당월의 일 평균, 백신 접종율은 해당월 마지막 날(일) 기준임.
 주2) 6월은 1-2주차 조사 결과이며, 확진자 수 및 백신 접종률은 6월 2주차 마지막인 20일까지임.

관광활동과 안전성에 대한 고려는 상호 역진적 관계라는 특성이 있다. 즉 여행자가 '관광활동'에 민감해질 때는 '안전성'에 대한 고려가 줄어들고, 반대로 관광활동에 소극적이면 안전에 민감해졌다. 지난 1월 최우선 검토 사항은 관광활동이 26%, 안전성이 21%였다.

그 후 현재까지 코로나 상황이 크게 호전되지 않았음에도 관광활동은 지속적인 상승, 안전성은 지속적인 하락 추세를 이어가고 있다. 1월 5%p에 불과하던 두 항목의 격차는 6개월 만에 19%로 4배가량 벌어졌다. 확진자 수가 증가함에도 여행자들의 안전에 대한 경각심은 계속 무너지고, 여행 욕구는 더 커지고 있음을 이미 지적한 바 있다(참고. [확진자 치솟아도...여행 갈 사람은 간다](#), 2021. 03. 22.).

현재 확진자가 지역 및 해외 확산으로 증가하여 일주일 연속 700명이 넘고 변이 바이러스가 등장함에도 여행 욕구가 커지는 것은 코로나 사태가 1년 이상 장기화한 데 따른 심리적 해이와 30%선을 넘어선 백신접종률 영향을 준 것으로 보인다.

특히 여름휴가를 앞두고 '식도락'과 '관광활동'에 대한 관심은 더욱 높아질 것이다. 여행 경비의 제 1지출 항목이 식음료비(동 조사 2020년 기준, 약 32.3%)라는 점은 침체에 빠진 여행 및 외식업체에 큰 호재가 될 수 있다. 다만, 예측할 수 없는 코로나19 상황은 큰 악재가 될 수 있다. 여름 휴가철 지역 간 이동의 증가는 필연이다. 여행자들의 '즐기는 여행'과 '안전한 여행' 사이에서 균형과 조화를 찾는 사회안전망의 구축이 절실히 필요하다.

이 리포트의 #여행이슈가 궁금하다면?

이 결과는 컨슈머인사이트 소비자동향연구소가 매주 여행소비자 500명(연간 2만 6000명 조사)을 대상으로 수행하는 '주례 여행 행태 및 계획 조사'를 바탕으로 한다. 매주 업데이트되는 조사 결과와 분석 리포트는 www.consumerinsight.kr/travel에서 볼 수 있으며, 2020년 조사 결과를 요약한 자료도 다운로드 받을 수 있다. ([리포트 다운로드 받기](#))

컨슈머인사이트는 비대면조사에 효율적인 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있다. 특히, 최근에는 다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있다.

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

김민화 컨슈머인사이트 연구위원/Ph.D	kimmh@consumerinsight.kr	02)6004-7643
최수정 컨슈머인사이트 선임연구원	choisj@consumerinsight.kr	02)6004-7627
이제성 컨슈머인사이트 선임연구원/Ph.D	leejs@consumerinsight.kr	02)6004-7631
김지윤 컨슈머인사이트 연구원	kimjy@consumerinsight.kr	02)6005-7610