

Booking.com

# 지속가능한 여행 보고서 2021





온 세상 사람들이 보다 쉽게 세계를 경험할 수 있도록 하는 것을 목표로 아래 여행 업계를 선도하고 있는 부킹닷컴은 여행객과 숙박업체 모두가 더욱 쉽게 지속가능한 여행을 실천할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.



현재 여행 업계는 중대한 기로에 놓였습니다. 여행의 파급력에 대한 관심이 그 어느 때보다 높아졌습니다. 전 세계적으로 여행이 서서히 재개됨에 따라, 지속가능한 여행에 대한 높은 의지를 실천으로 옮길 수 있는 특별한 기회를 맞고 있습니다. 전 세계 지역사회와 환경 및 생물다양성에 대한 존중이 전제된다면, 여행은 시야를 넓히고 장벽을 낮추며 사람들 사이에 더 가까운 화합을 도모할 수 있을 것입니다.

올해로 여섯 번째 해를 맞은 부킹닷컴의 연간 ‘지속가능한 여행 보고서(Sustainable Travel Report)’는 30개국 29,000명 여행객의 답변을 기반으로 하고 있습니다. 보고서에 따르면, 2020년은 여행객들로 하여금 일상과 여행 모두에서 자신만의 지속가능한 여정을 떠나도록 결심하게 만든 중대한 임계점이 되었습니다. 올해 설문조사 결과는 또한 미래 세대를 위해 지구를 보호하고 장기적으로 지역사회의 사회경제적 건강과 행복에 기여하는 많은 여행객들의 행동에도 불구하고, 여전히 장벽과 격차가 존재한다는 것을 보여줍니다.

마지막으로 본 리포트는 여행 업계가 어떻게 지속적으로 진화하고 있는지를 분석하며 현존하는 도전 과제 일부에 대해 살펴봅니다. 점점 더 많은 여행 업체들이 영향력 있는 관행을 도입함에 따라 지속 가능성을 위한 선택지가 다양해지고 있지만, 앞으로도 해결해야 할 과제가 많이 남아 있습니다. 더 많은 업계 관계자들이 동일한 관행을 도입하도록 장려해야 할 뿐 아니라, 이러한 정보를 소비자에게 투명하고 의미 있는 방식으로 공유함으로써 모든 사람들이 보다 지속 가능한 여행을 더 쉽게 선택하도록 지원해야 할 것입니다.



# 지속가능 선택을 더욱 쉽게 할 수 있도록



마리안  
히벨스

부킹닷컴지속가능성 부문  
디렉터

“

코로나 팬데믹 이후 여행업계가 재기를 위해 고군분투하는 가운데, 올해 부킹닷컴의 연간 지속가능한 여행 보고서는 한층 암울한 현실을 보여줍니다. 이번 조사는 여행 중단 이후 여행이 전 세계 지역 사회와 현지 생태계에 줄 수 있는 긍정적 영향과 부정적 영향을 깨닫게 된 과정을 비롯, 여행자들이 새롭게 인식하게 된 부분을 살펴봅니다.

부킹닷컴은 여행이 갖는 선한 영향력을 믿지만, 여행의 방식이 미래 세대를 위해 지구를 보호하는 방향으로 나아가야 한다고 생각합니다.

지속가능성은 부킹닷컴의 모든 업무의 주요 원칙이며, 이는 자사 플랫폼을 통해 지원하는 여행의 환경 및 사회경제적 영향을 고려하는 것에서부터 직원 봉사 프로그램 및 기타 기업 이니셔티브를 통한 지역 커뮤니티 참여와 비즈니스 운영의 영향력을 고려하는 데에까지 두루 적용됩니다.

당사의 파트너들이 더 많은 지속 가능한 관행을 도입할수록, 당사는 이러한 정보를 고객에게 가장 효과적으로 공유하는 방식과 궁극적으로 여행에 관한 의사결정 과정에서 지속가능성을 투명하고 쉽게 인식할 수 있는 요소로 만드는 방식을 더 다양하게 시도할 수 있습니다. 일회용 플라스틱을 사용하지 않거나 에너지 효율이 높은 LED 전구로 교체하는 등의 작은 변화는 따로 떼어놓고 보면 사소할지 모르나, 전 세계 수백만 여행자와 숙소가 함께한다면 이러한 작은 변화는 거대한 긍정적 영향으로 확대될 수 있습니다.

이를 위해 당사는 파트너 업체들의 지속가능성 제고를 위한 노력을 지원하며, 지속가능성을 위한 여정의 다음 단계로 나아갈 수 있도록 교육을 제공하고 영감을 불어넣고 있습니다. 무엇보다 파트너 업체가 당사와의 협력을 통해 이미 도입한 지속가능 관행을 파악하고 공유하게 함으로써, 당사 플랫폼에서 숙소를 검색하는 여행자들이 이러한 정보를 투명하고 쉽게 이용할 수 있도록 지원합니다. 부킹닷컴은 또한 여러 호텔 체인의 지속가능성 프로그램 정보를 비롯하여 글로벌 관광 지속가능성 위원회 (Global Sustainable Tourism Council), 그린 투어리즘(Green Tourism), EU 에코라벨(EU Ecolabel)에서 공인한 30개 이상의 인증 정보도 표시하고 있습니다.

앞으로 많은 과제가 남아 있지만, 당사는 이러한 모든 방면의 노력과 참여가 의미 있는 결실을 거둘 것이라고 믿습니다. 여행객 및 파트너들이 지속가능성 여정의 어느 단계에 있든, 당사는 모두가 각자의 여정에서 다음 단계로 나아가도록 지원함으로써 모든 여행에 있어 지속 가능하고 책임 있는 미래를 모두 함께 만들 수 있기를 기대합니다.

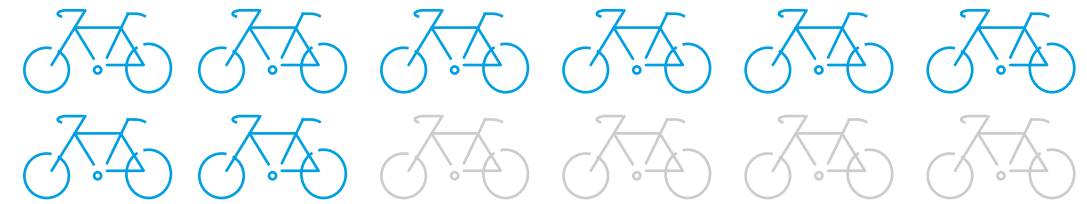


# 팬데믹 효과

모두가 다시 전 세계를 여행할 수 있기를 고대하는 가운데, 코로나 팬데믹은 여행에 대한 생각에 변화를 가져왔습니다. 더 많은 사람들이 좀 더 의미 있는 방식의 여행을 원한다는 신호가 뚜렷하게 보입니다. 올해 설문조사 결과를 볼 때, 앞으로 환경과 사회적 책임을 고려하는 여행과 이를 위한 지속 가능한 방식을 적극적으로 찾는 여행자 수가 증가할 것으로 예상됩니다.

64%

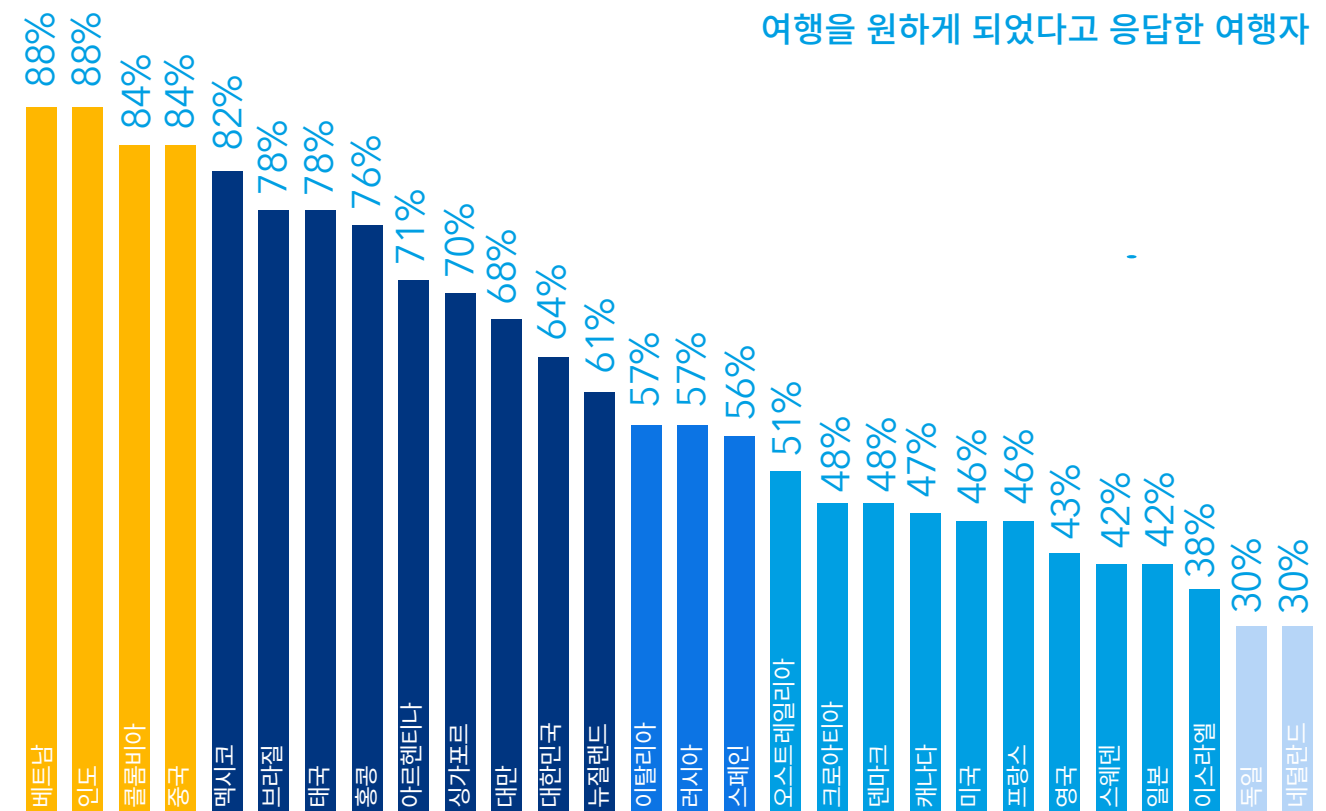
의 여행객은 팬데믹의 영향으로 더욱 지속가능한 여행을 원하게 되었다고 응답했습니다.



61%

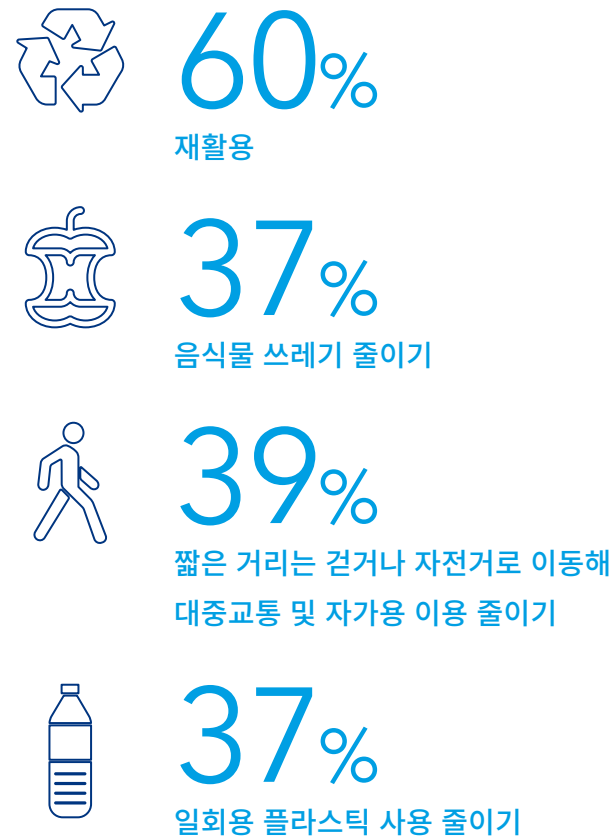
의 여행자는 팬데믹 이후 일상 생활에 긍정적인 변화를 불러일으키기 위해 새로운 마음가짐을 갖게 되었다고 답했습니다.

팬데믹의 영향으로 더욱 지속가능한 여행을 원하게 되었다고 응답한 여행자





여행자들의 일상 생활에서 우선순위는 다음과 같습니다.:

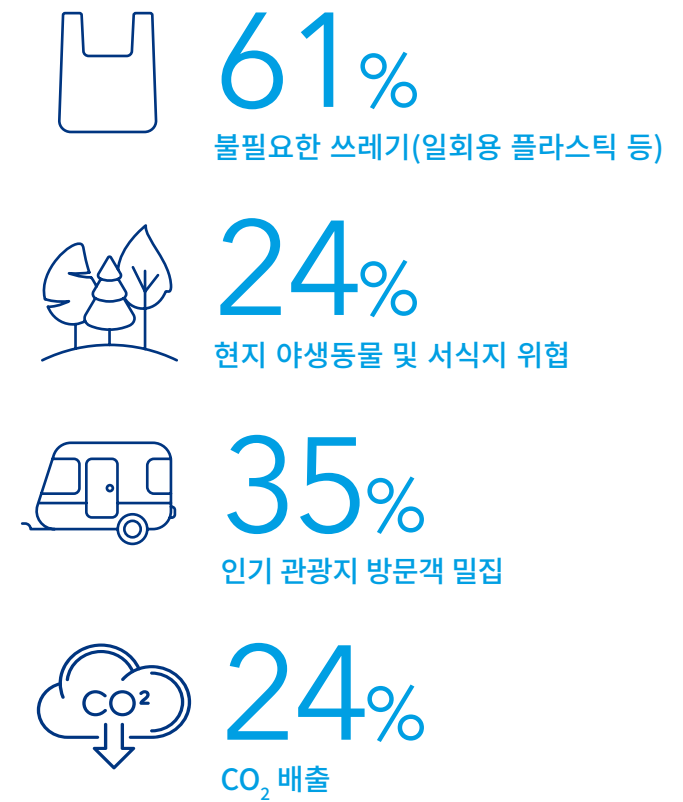


최근 몇 년 동안, 좀 더 의미 있는 방식으로 생활하고 여행하고자 하는 인식이 꾸준히 높아졌져 왔습니다. 그러나 1년간의 여행 제한으로 인해 이제는 사실상 모두가 책임감 있게 생활하고 여행하기 위한 도전 과제와 기회에 관심을 갖게 되었으며, 72%의 여행자들이 미래 세대를 위해 지구를 보호하려면 지금부터 이를 실천에 옮겨야 한다고 답했습니다.



소비자들의 지속가능성에 관한 인식은 환경적 영향뿐 아니라 현지 지역사회에 대한 존중과 함께 중요한 사회경제적 영향을 포함합니다.

여행이 초래하는 영향 중 여행객들이 가장 크게 걱정하는 것은 다음과 같습니다.:



81%  
문화적 이해를 높이고 문화유산을 보호하는 것이 매우 중요하다고 생각함

60%  
업계의 경제적 영향이 사회의 모든 계층에 공정하게 확산되기를 바람

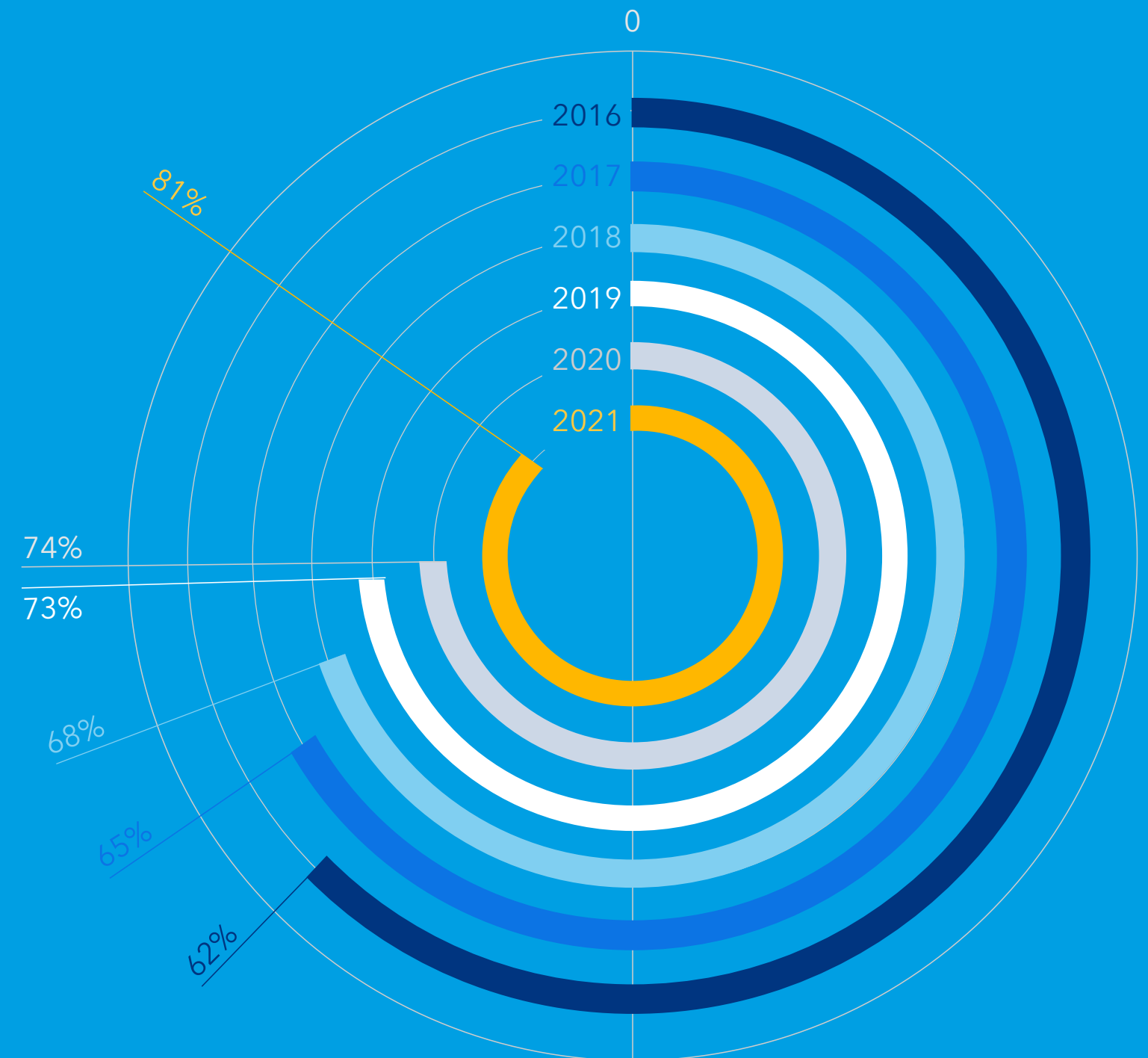
71%  
여행 중 지역 문화를 경험할 수 있는 진정한 여행 경험을 원함



# 지속가능한 선택을 위한 장벽은 여전히 남아있어

부킹닷컴이 처음 지속가능성 관련 조사를 진행했던 2016  
년과 비교해보면, 지속가능한 숙소를 선택하는 여행객  
수가 눈에 띄게 증가해 왔으며, 전 세계적으로 여행이  
제한된 2021년에는 그 수가 폭발적으로 늘어났습니다.

내년에 최소 한 번은 지속가능 숙소를 이용하고자 하는  
전 세계 여행객:





# Booking.com

그러나 여전히 장벽은 존재합니다. 지속가능한 숙소를 이용하고자 하는 여행자는 76%에 달하는 반면, 49%의 여행자가 2021년에도 지속가능한 여행의 선택지가 충분하지 않다고 답변했습니다.



72%

는 지속가능한 관행을 도입한 숙소를 선택하고자 합니다.



33%

는 여행 예약 사이트에서 지속가능 숙소를 쉽게 알아볼 수 있게 눈에 잘 띄는 라벨을 사용하면 좋겠다고



31%

응답했습니다.온라인 여행 예약 사이트에 지속가능성 검색 기능이 있었으면 좋겠다고 응답했습니다.



30%

는 여행 중 더 나은 관행을 실천하는 방법에 관한 팁을 여행사에서 제공하면 좋겠다고 응답했습니다.

67%



는 여행사에서 더 많은 지속가능한 선택지를 제공해야 한다고 생각했습니다

50%



는 일상 생활에 비해 여행 중에 지속가능한 결정을 내리는 것이 훨씬 어렵다고 응답했습니다.

53%



는 지속가능한 여행 관련 정보를 어떻게 찾는지 모른다고 응답했습니다.

27%



는 여행은 지속가능성에 관한 생각 없이 자유와 휴식을 즐길 수 있는 특별한 시간이라고 생각했습니다.

39%

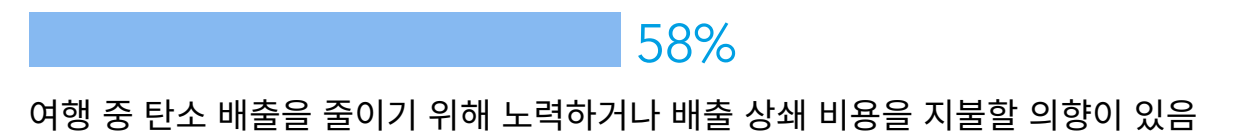
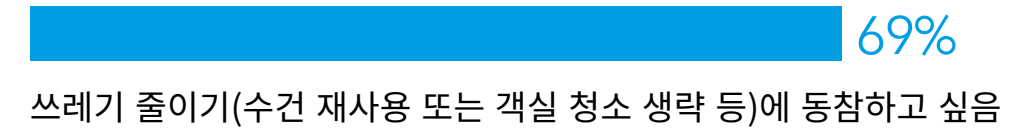
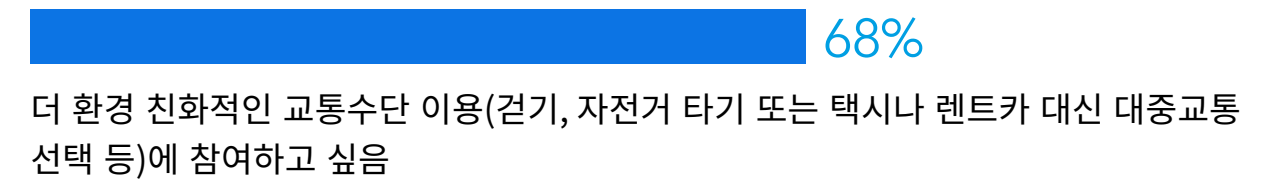
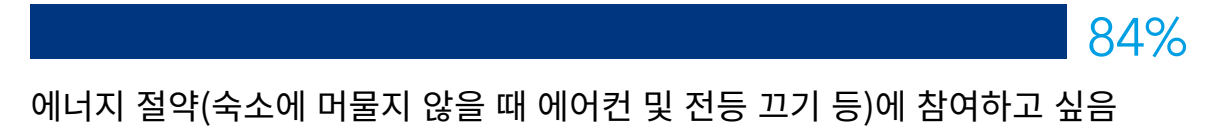


는 지속가능 여행을 어떻게 하는 것인지 모른다고 응답했습니다.

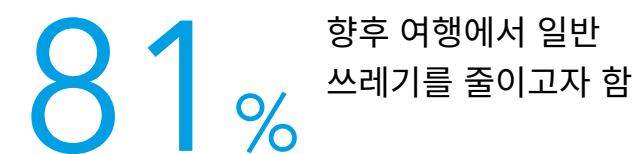


# 지속가능 여행을 위한 책임감 갖기

이 설문조사 결과는 향후 지속가능한 여행을 하고자 하는 여행자들의 의향을 보여주며, 소비자들이 자신의 여행에 대해 개인적 책임감을 갖고 이러한 인식 변화를 스스로 행동에 옮길 준비가 되었음을 의미합니다. 이는 여행자들이 스스로 필요하다고 믿는 행동의 변화와 그로 인한 영향에 대해 포괄적인 시각을 갖기 시작했음을 시사합니다. 나아가, 이는 지속 가능한 숙소 선택은 시작에 불과하다는 것을 알려줍니다.

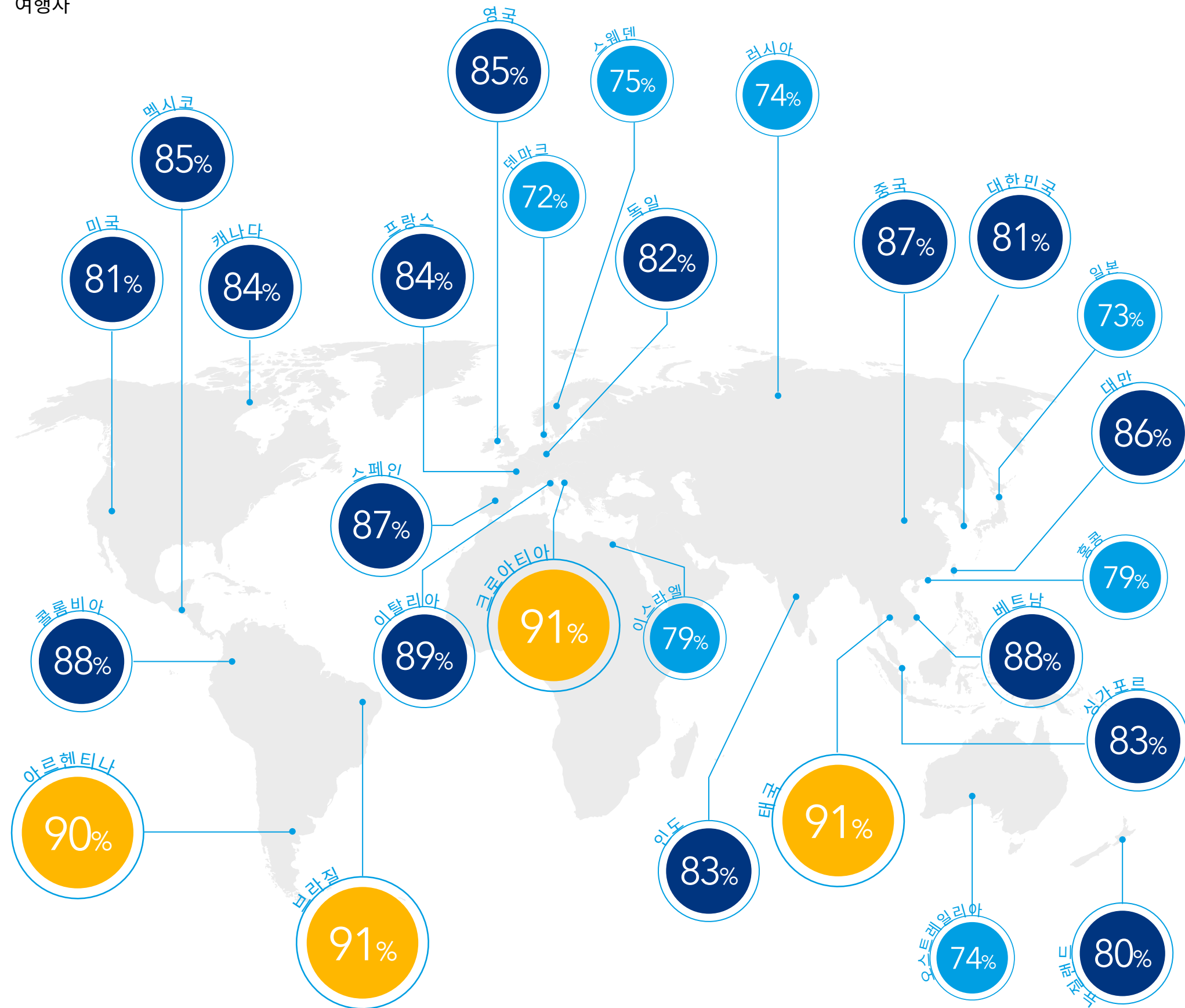


여행 중 쓰레기 및 일회용품 줄이기에 관한 질문에서 많은 수의 여행자가 지속 가능한 방식을 선택했습니다.





향후 여행에서 일반 쓰레기를 줄이고자 하는  
여행자

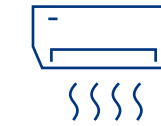




# 지속가능 여행에 대한 의지 vs 영향력 있는 행동

최근 여행에 대한 회고를 통해서도 여행자들이 단지 향후 여행을 위한 지속가능성을 생각하는 것이 아니라, 이미 능동적으로 의미 있는 실천을 시작함으로써 최근 여행 중에도 긍정적인 영향력을 행사했음을 보여줍니다.

지난 12개월간의 여행에 대한 회고:



52%

숙소를 나설 때 에어컨/히터를 끄는 등  
지속가능성을 실천했음



25%

여행 중 병에 든 생수를 구입하는 대신 재사용  
가능한 물병을 휴대했음



28%

물 절약을 위해 수건을 재사용했음

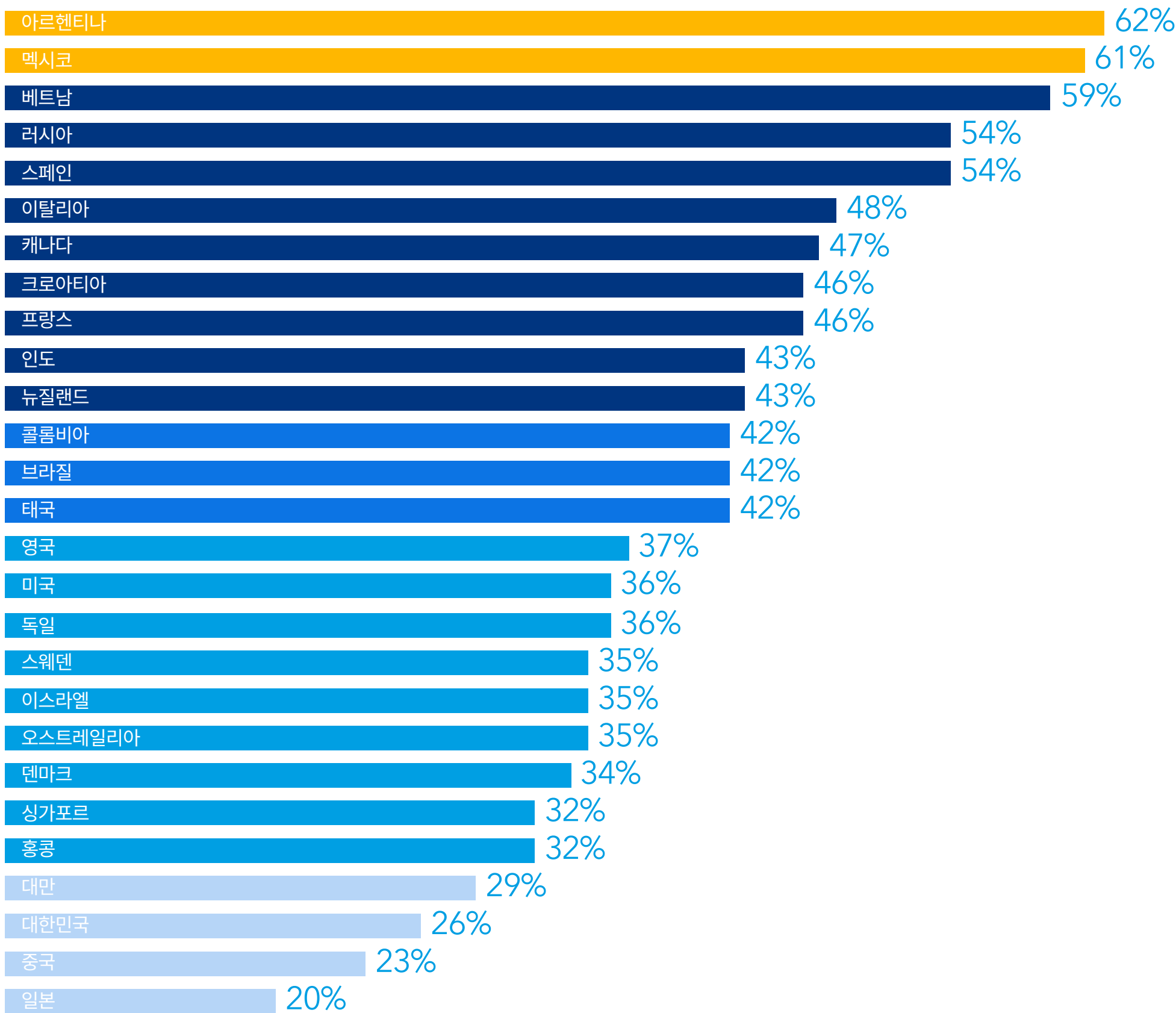
26%

여행 중 지역 경제 활성화를 위해  
소규모 독립 상점에서 쇼핑했음





지역 경제 활성화를 위해 소규모 독립 상점에서 쇼핑하는 여행자

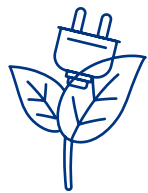




또한 올해 보고서는 작년 이후 지구  
환경과 지역사회를 보호하기 위해  
숙박 업체들이 실천해야 할 지속가능성  
관행에 동참하는을 위한 행동을  
실천하는 데 지구 환경과 지역사회를  
보호하고자 하는 여행자 수가 크게  
증가했음을 보여줍니다.



35%



키카드 또는 센서로 전력을 제어해  
에너지 사용을 줄이는 방식을 에어컨  
또는 히터 사용에도 적용해야 한다고  
생각함

비교: 2020년 30%

32%



지속가능 여행의 정착을 위해 지역 생태계,  
문화유산, 현지 문화 및 방문자 에티켓에  
관한 정보를 손님에게 제공하는 것을  
고려하고 있음

비교: 2020년 28%

27%



숙소에서 물 절약을 위해 숙박 기간  
동안 객실 청소 여부를 숙박객이 직접  
선택하도록 해야 한다고 생각함

비교: 2020년 22%

27%



룸서비스를 포함한 모든 식사에서  
재사용 접시와 식기류 사용을  
선호하는 여행자

비교: 2020년 23%





# 더 지속 가능한 숙박을 위해

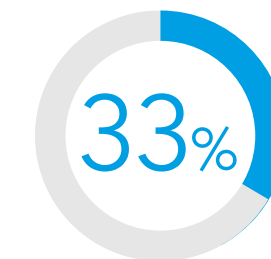
여행자가 스스로 개선할 의지가 있거나 이미 개선한 습관과 더불어, 많은 여행자들은 숙박객이 지속가능 옵션을 더 쉽게 선택할 수 있도록 숙소 차원에서 더 많은 노력을 기울여야 한다고 생각합니다. 실제로 53%의 응답자가 여행 중 재활용 시설이 없거나 일회용 플라스틱에 의존해야 하는 등 지속가능 옵션이 제공되지 않는 것에 불만을 느낀 경험이 있습니다.

부킹닷컴에서 수행한 별도 설문조사에 따르면 대부분의 숙박업체 파트너와 여행자는 지속가능성을 우선순위로 두는 것에 공감하고 있는 것으로 나타났습니다. 부킹닷컴의 숙박업체 파트너 중 82%\*가 지속가능성을 숙박업계의 우선순위로 보고 있으며, 이와 비슷하게 여행자의 82%가 지속가능한 여행을 중요한 문제로 인식하고 있습니다.

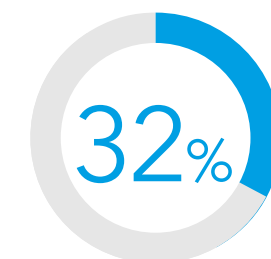
그러나 숙소 4곳 중 3곳\*이 지속가능성 실천을 위한 조치를 취하고 있다고 답변 반면, 이러한 부분을 잠재 고객에게 적극적으로 공지하알리고 있는 곳은 3분의 1에도 그치는 것으로 드러났습니다(31%\*). 지속가능 관행에 관한 정보는 대개 체크인 시에 공유되는 것으로 나타났습니다(59%\*).



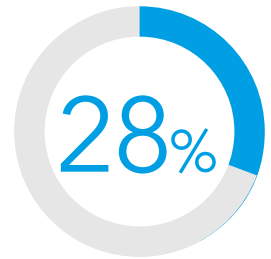
숙박업체가 지속가능성 관행에 대한 정보를 손님에게 공유하지 않는 가장 큰 이유



손님에게  
공유해야 할 만큼  
특별한 지속가능  
조치를 시행하고  
있지 않다고  
생각함



손님이 관심을  
보이지 않을  
것으로 생각함



정보 제공이  
손님을 가르치려  
드는 것으로 잘못  
비춰질 수 있다고  
생각함

이러한 숙박업체의 망설임은 업계 내 지속가능성이 여전히 큰 과제로 남아 있음을 시사하며, 숙소를 예약하는 초기 단계나 여행에 관한 의사결정 과정에서 여행자가 지속가능성에 관한 정보를 쉽게 알아보고 여행 중에 더 많은 지속가능 관행을 실천하는 데 걸림돌이 되고 있습니다.





## 한 걸음 한 걸음씩, 단계적으로 격차 해소하기

온 세상 사람들이 보다 쉽게 세계를 경험할 수 있도록 하는 것을 목표로 아래 여행 업계를 선도하고 있는 부킹닷컴은 여행객과 숙박업체 모두가 더욱 쉽게 지속가능한 여행을 실천할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다. 이를 위해 당사는 현재 여행객 및 파트너들이 지속가능성 여정의 어느 단계에 있든, 당사는 모두가 각자의 여정에서 다음 단계로 나아가도록 지원하는 프로그램을 운영하고 있습니다.

이러한 노력의 일환으로 당사는 지속가능성 핸드북과 Partner Hub 전용 콘텐츠 등 다양한 교육 자료를 통해 지속가능 가이드와 인사이트 및 모범사례를 파트너 업체들과 공유하고 있습니다.

또한 당사는 여러 호텔 체인의 지속가능성 프로그램 정보를 비롯하여 글로벌 관광 지속가능성 위원회 (Global Sustainable Tourism Council), 그린 투어리즘 (Green Tourism), EU 에코라벨 (EU Ecolabel)에서 공인한 30개 이상의 인증 정보도 표시하고 있습니다. 이러한 정보는 인증기관으로부터 직접 제공된 것으로, 해당 인증을 보유한 파트너 업체의 숙소 페이지에 표시됩니다.

이와 함께 당사는 파트너들이 지속가능성 정보를 업데이트하도록 독려하고 있으며, 이러한 정보는 쓰레기, 에너지 및 온실가스, 물, 지역사회 지원, 자연보호 등 5개 핵심 카테고리로 분류된 32가지 조치를 포함합니다. 이러한 글로벌 프로그램을 통해 지금까지 수십만 곳의 숙소가 부킹닷컴에 지속가능성 정보를 공유하고 있으며, 해당 파트너의 숙소 페이지에는 '지속가능성 이니셔티브' 배너가 표시됩니다. 아직 초기 단계에 불과하지만 이는 소비자들에게 지속가능성 정보를 투명한 방식으로 제공하는 데 중요한 첫걸음이 되었으며, 나아가 지속 가능한 여행을 더 쉽게 선택하도록 지원하고 있습니다.





## 설문조사 정보

부킹닷컴이 의뢰하고 독립적으로 수행된 설문조사이며, 30개 국가 및 지역에 거주하는 응답자 29,349명의 표본을 추출했습니다(미국 1,000명, 캐나다 1,007명, 멕시코 1,000명, 콜롬비아 964명, 브라질 1,000명, 아르헨티나 1,000명, 오스트레일리아 999명, 뉴질랜드 941명, 스페인 1,001명, 이탈리아 1,000명, 프랑스 1,000명, 영국 1,000명, 독일 1,000명, 네덜란드 1,003명, 덴마크 986명, 스웨덴 1,000명, 크로아티아 997명, 러시아 1,005명, 이스라엘 1,003명, 인도 1,000명, 중국 1,000명, 홍콩 1,005명, 태국 968명, 싱가포르 963명, 대만 1,000명, 베트남 1,005명, 대한민국 1,000명, 일본 1,000명, 남아프리카 1,002명, 케냐 500명). 본 설문조사에 참여한 응답자는 18세 이상으로 지난 12개월간 최소 한 번 여행한 적이 있고 2021년에 여행 계획을 갖고 있으며, 스스로 의사결정을 수행하거나 자신의 여행에 관한 의사결정에 참여한 사람들입니다. 본 설문조사는 2021년 3월 온라인으로 수행되었습니다.

\*부킹닷컴에서 수행한 설문조사는 오스트레일리아, 오스트리아, 브라질, 중국, 크로아티아, 프랑스, 독일, 그리스, 인도, 인도네시아, 이탈리아, 일본, 멕시코, 폴란드, 포르투갈, 러시아, 스페인, 태국, 영국, 미국에 위치한 숙박업체 3,390개소의 표본을 추출했습니다. 설문조사는 2021년 4월 온라인으로 수행되었습니다.