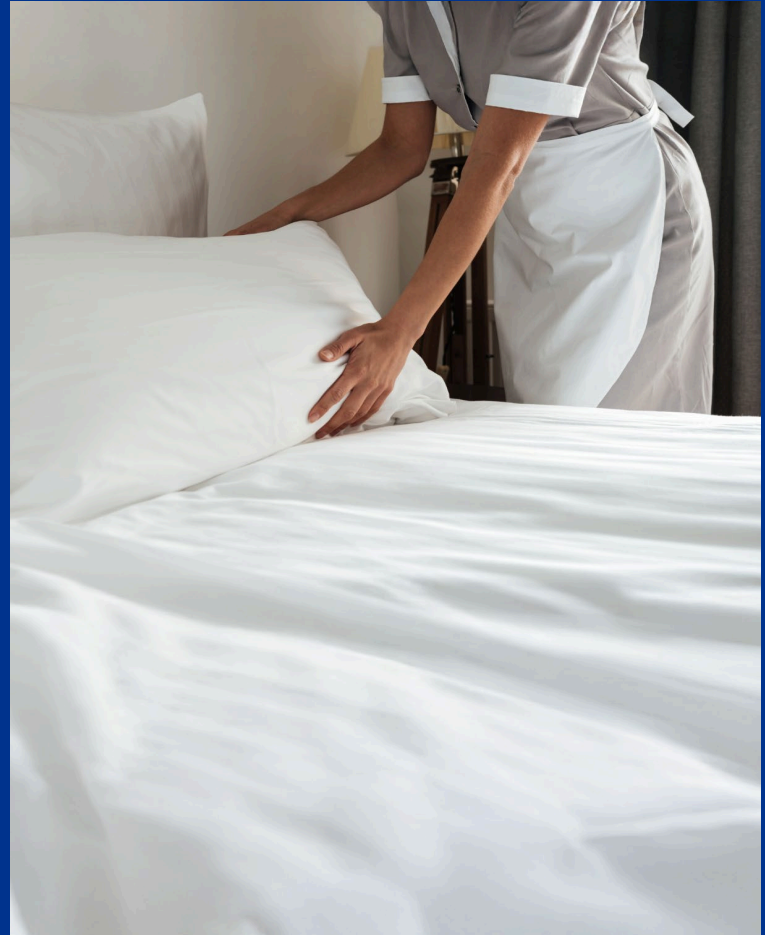


Business Focus

전환점 맞이한 호텔산업, 비즈니스 트렌드와 성장 전략

July 2025

—
삼성KPMG 경제연구원



Contacts

삼성KPMG 경제연구원

이아름

선임연구원

E alee65@kr.kpmg.com

김수경

수석연구원

E sookyungkim@kr.kpmg.com

차윤지

책임연구원

E yoonjicha@kr.kpmg.com

본 보고서는 삼성KPMG 경제연구원과 KPMG member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조언을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼성KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제할 수 없습니다.

Contents

I. 호텔산업 Overview	2
II. 국내 호텔산업 현황	6
III. 국내 호텔산업 비즈니스 트렌드	13
IV. 결론 및 시사점	28

호텔산업의 정의 및 유형

호텔이란 외국인을 포함한 관광객을 대상으로 숙박에 적합한 시설과 함께 부대시설 및 관련 서비스를 제공하는 숙박시설을 의미. 호텔의 유형은 일반적인 호텔로 대표되는 관광호텔업 외에도 시설물 형태나 주 타깃 관광객의 특성에 따라 여러 유형으로 구분되고 있음. 본 보고서에서는 일반적인 호텔을 뜻하는 관광호텔업에 초점을 맞추어 살펴봄

호텔산업이란?

관광진흥법의 규정에 따르면 호텔산업이란 외국인을 포함한 관광객의 숙박에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 제공하거나 숙박에 딸린 음식·운동·오락·휴양·공연 또는 연수에 적합한 시설 등을 함께 갖추어 제공하는 업을 의미. 호텔은 시설 유형이나 주 타깃 관광객에 따라 총 7개 유형의 호텔로 구분됨. 호스텔을 제외한 호텔은 객실·부대시설·서비스에 대한 심사를 3년마다 진행하여 호텔 등급 평가를 받아야 하는 시행령이 존재

관광진흥법에 따른 호텔 세부 유형

일반적인 호텔

관광호텔업

대중적인 호텔

특정 형태의 시설 및 목적에 특화된 기타 호텔

한국전통호텔업

한국 전통가옥
형태인 건축물에
갖춰진 시설

가족호텔업

가족단위 관광객의
숙박에 적합한
호텔

수상관광호텔업

수상에 고정된
구조물 및 선박
형태의 시설

의료관광호텔업

의료관광객의
숙박에 적합한 시설

소형호텔업

소규모 시설의
호텔

호스텔업

배낭여행객 등 개별
관광객을 대상
(호텔 등급 평가
비해당 업종)

Source: 문화체육관광부, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

호텔산업의 특징

호텔산업은 대규모 초기 투자가 요구되는 자본집약적 산업이며, 무형의 경험재로 브랜드 인지도와 호텔 입지·서비스 품질이 기업의 주요 경쟁력이 됨. 한편 호텔산업은 국내외 경기변동에 따른 관광산업의 동향, 기후 등 외부 환경변화에 밀접한 영향을 받아 대외 변수에 따른 신속한 대응이 필요함

호텔산업 주요 특징

자본집약적 산업

특급 호텔의 경우 초기 투자비용에 대규모 자본이 동원됨. 또한 상품성을 위해 철저한 시설관리 및 정기적인 리모델링이 요구됨에 따라 장기적인 자금 계획 수립이 필수적인 산업

무형의 경험재

호텔은 고급 시설을 바탕으로 무형의 서비스를 제공하는 경험재로 브랜드 인지도가 핵심 경쟁력이 됨. 그 외에도 시설 수준, 서비스 품질, 지리적 입지 등이 호텔 경쟁력에 크게 영향을 미치는 편

대외환경에 높은 민감성

관광산업의 연관 산업인 호텔산업은 국내외 대외환경에 따라 산업 경기가 좌우되는 경향이 높음. 특히 전염병, 자연재해, 정치적 이슈로 인한 외래관광객 수의 변화는 객실 판매율에 상당한 영향을 미쳐 신속한 대응이 요구되기도 함

복합 사업 구조

호텔산업은 부동산·외식·엔터테인먼트·유통 등 다양한 산업이 융합된 복합 사업 구조를 가짐. 이러한 특징으로 대기업 계열사 호텔의 경우 면세점, 테마파크, 골프장 등 그룹 내 타 사업과의 연계가 가능해 시너지 효과가 크며 브랜드 가치 제고에도 긍정적인 영향

Source: 삼정KPMG 경제연구원

호텔산업 운영 방식에 따른 분류

호텔산업의 운영 방식은 소유주의 경영 참여 범위에 따라서 다양한 형태로 구분됨. 특히 초기 투자 비용과 운영 리스크 부담이 낮은 위탁운영 호텔과 브랜드 사용권을 제공하고 수수료를 수취하는 프랜차이즈 호텔은 주요 대형 글로벌 호텔들이 시장 확장 전략의 일환으로 적극 활용하고 있는 대표적인 비즈니스 모델임

호텔을 구성하는 주요 플레이어

- 호텔산업은 대규모 자본이 요구되는 자본집약적 산업으로, 자산의 소유와 운영이 분리되는 구조가 일반적. 주요 이해관계자를 호텔 자산을 보유한 '소유주', 운영을 담당하는 '운영사', 브랜드를 제공하는 '프랜차이즈(Franchisor)'로 구분 가능
- 일부 호텔산업 내 전문성과 업력이 높은 기업의 경우, 하나의 기업이 소유·운영·브랜드 기능을 모두 수행하기도 하며, 혹은 일부 기능만을 담당하는 등 다양한 형태로 나타남



Source: 삼정KPMG 경제연구원

호텔 운영 방식에 따른 분류

구분	주요 특징	주요 호텔 예시 ('25.07 기준)
소유주 직영 호텔	호텔 소유 주체와 운영 주체가 동일한 경우 - 국내 호텔은 대기업 계열사 또는 개인이 소유한 중소형 호텔이 주를 이룸	THE SHILLA SEOUL Haevichi
위탁운영 호텔	호텔 운영업체가 호텔 소유주를 대신하여 호텔 운영 및 경영을 책임지는 형태의 호텔 - 호텔 소유주는 건축 및 시설 등 자본을 투자하고 운영사는 호텔 운영을 전담하는 구조, 운영사는 전체 호텔 수익에서 일정 비율의 운영 수수료(Management Fee)를 수취	ANDAZ SEOUL HONGKONG 소유주: KT 위탁운영사: 호텔HDC 브랜드: 하얏트(안다즈)* CONRAD SEOUL 소유주: ARA코리아자산운용 위탁운영사: 힐튼 브랜드: 힐튼(콘래드)
프랜차이즈 호텔	체인 호텔 본사와 호텔 브랜드 사용을 위한 가맹 계약한 호텔 - 글로벌 인지도가 높은 호텔 브랜드에 대해 브랜드 사용료를 지불하고, 해당 브랜드를 도입해 호텔을 운영하는 방식	GRAND INTERCONTINENTAL SEOUL PASTAS 소유주·운영사: 파르나스호텔 브랜드: IHG(인터컨티넨탈) PARK HYATT SEOUL 소유주·운영사: 호텔HDC 브랜드: 하얏트(파크하얏트)
임차 운영 호텔	부동산 임차계약과 유사하게 호텔 소유주가 호텔 전체를 임대해주는 형태의 호텔 - 임차인은 일정액의 임대료를 운영성과에 상관없이 호텔 소유주에게 지급	SHILLA STAY 서대문점 소유주: 이지자산운용 임차인: 신라에이치엠 L7 HOTELS 강남점 소유주: 롯데리츠 임차인: 호텔롯데

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Note*: 위탁운영사가 운영 서비스뿐만 아니라 브랜드 사용권까지 일괄 제공하는 형태로 운영하기도 하며 운영만 위탁 받고 브랜드 사용에 대해서는 별도의 프랜차이즈 계약을 체결하는 구조도 존재

Contents

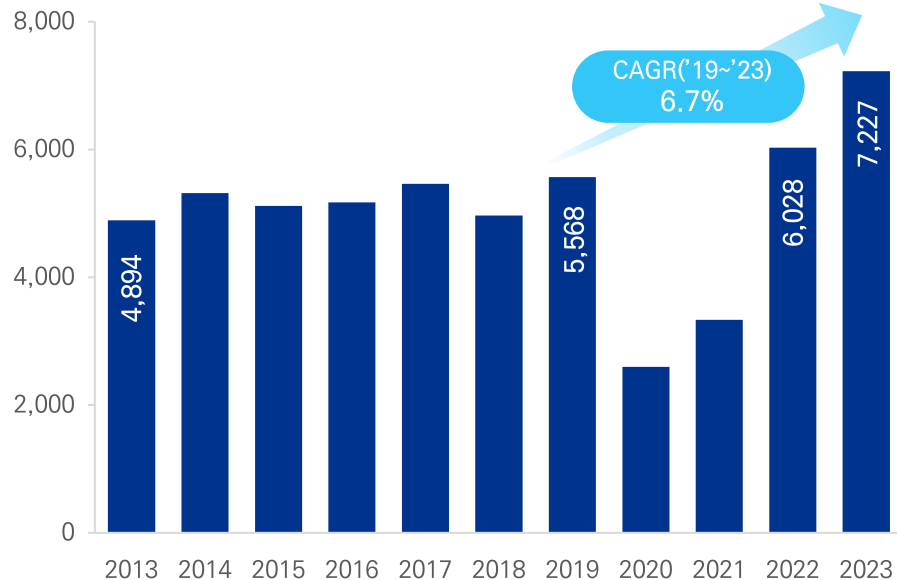
I. 호텔산업 Overview	2
II. 국내 호텔산업 현황	6
III. 국내 호텔산업 비즈니스 트렌드	13
IV. 결론 및 시사점	28

국내 관광호텔업 매출액과 사업체 수 역대 최대치 기록

국내 관광호텔업의 연간 매출액은 2023년 기준 약 7조 2,270억 원 규모로 코로나19 영향으로 급감했던 2020년, 2021년을 지나 성장세가 가파르게 나타나고 있음. 관광호텔업 사업체 수는 2023년 1,217개로 역대 최대치를 기록. 반면 종사자 수는 회복세가 더딘 편으로 이는 호텔 서비스의 비대면·자동화와 최근 심화된 인력난의 영향으로 해석

국내 관광호텔업 매출액 추이

(십억 원)



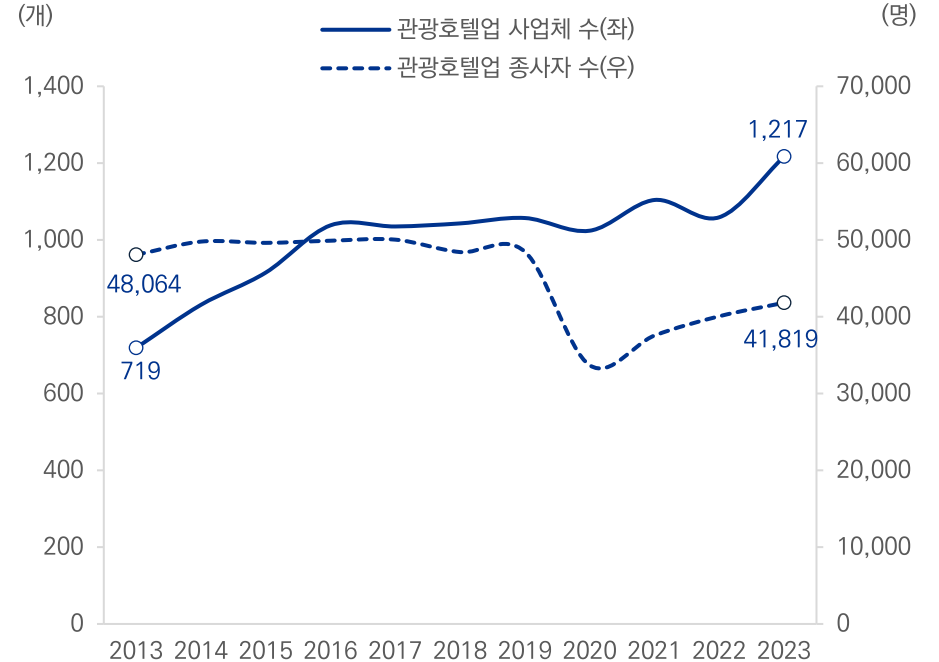
Source: 통계청, 삼정KPMG 경제연구원

Note1: 관광진흥법 분류 체계에 근거함

Note2: 전체 호텔산업 중 관광호텔업을 제외한 기타 호텔의 매출액은 관광호텔업 매출액 규모의 10분의 1

국내 관광호텔업 사업체 및 종사자 수 추이

(개)



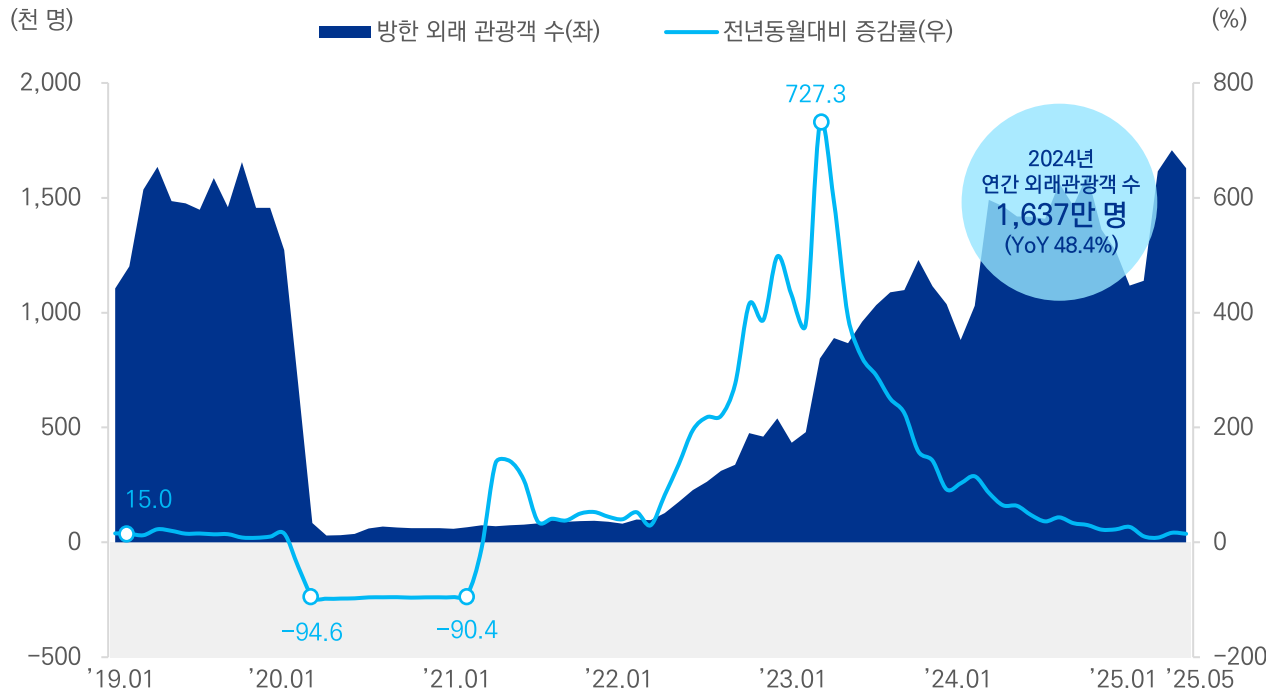
Source: 통계청, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 관광진흥법 분류 체계에 근거함

방한 외래관광객 수 증가세 추이 속 국적 다변화로 수익 안정화 기대

2024년 방한 외래관광객 수는 1,637만 명으로 2019년 대비 93.5% 수준까지 회복. 한편 외래관광객 국적 다변화는 특정 국가에 대한 의존도를 낮춰 장기적 측면에서 수익 안정화가 기대

방한 외래관광객 수 추이



Source: 한국관광공사, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 외국인 총 입국자 중 일부 체류 자격의 외국인 입국자를 제외하고 재외국민 입국자(교포)를 포함



외래관광객 국적 다변화로 호텔산업 수익 안정화 기대 ↑

- '19년 602만 명에 달했던 중국인 방문객 수는 '24년 460만 명으로 '19년 대비 약 23.6% 감소. 이는 중국 내수 소비 심리 위축, 대중국 관세 인상에 따른 경제 불확실성 증대 등의 영향으로 분석됨
- 한편 중국 외 기타 국가 방문객 수가 증가세를 보이며 중국 편중 현상이 점차 완화되고 있음. 실제로 대만 방문객 수는 '19년 대비 16.9%, 미국 방문객은 26.4% 증가하는 등 국적 다변화가 진행 중이며, 이는 호텔산업 수익 안정화에 긍정 요인으로 작용할 것으로 전망

[참고] 中 단체 무비자, 호텔업계 실적 확대에 이어질까?

- 한국 정부는 방한 시장 다변화를 목표로 '25년 3분기부터 중국인 단체관광객 대상의 무비자 정책을 시행하는 방안을 검토 중
- 호텔업계를 포함한 관광업 전반에서는 중국 단체 관광객 비자 면제가 중국 관광객의 방한 수요 확대와 업계 실적 개선으로 이어질 것이라는 기대감이 확산되는 중

국내 호텔업계 시장 주요 플레이어 현황

국내 호텔산업은 호텔롯데가 2024년 기준 매출액 1조 4,191억 원으로 업계 1위 자리를 공고히 유지하고 있으며 호텔신라, 조선폰텔앤리조트 등이 뒤를 잇고 있음. 대다수 기업은 코로나19 발발 이후인 2022년부터 2024년까지 높은 연평균 성장률을 기록하며 안정적으로 성장세를 이어가는 모습

국내 주요 호텔 기업 재무실적 추이

(억 원)

기업명	주요 운영 호텔	2022		2023		2024		매출액 YoY (2024)	매출액 CAGR (2022~2024)
		매출액	영업손익	매출액	영업손익	매출액	영업손익		
호텔롯데*	롯데호텔, 롯데시티호텔, L7호텔 바이 롯데	10,189	-	12,917	-	14,191	-	9.9%	18.0%
호텔신라*	신라호텔	6,546	698	6,825	689	7,180	645	5.2%	4.7%
조선폰텔앤리조트	웨스턴 조선, 레스케이프호텔	4,799	202	5,562	415	6,535	440	17.5%	16.7%
파라다이스세가사미	파라다이스시티	2,706	86	4,487	563	5,393	747	20.2%	41.2%
파르나스호텔	인터컨티넨탈, 파르나스 제주, 웨스턴 서울 파르나스	3,694	701	4,822	1,024	4,545	840	-5.7%	10.9%
SK네트웍스*	워크힐, 다락휴	2,239	-	2,720	-	3,210	-	18.0%	19.7%
미래에셋컨설팅*	포시즌스호텔 서울, 코트야드 메리어트 판교	1,181	-	1,556	-	1,679	-	7.9%	19.2%
신라에이치엠	신라스테이, 신라모노그램, 신라스테이플러스	1,302	205	1,492	281	1,636	306	9.7%	12.1%
서울미라마	그랜드 하얏트	1,202	29	1,331	115	1,457	186	9.5%	10.1%
서부T&D*	서울드래곤시티	848	-	1,205	-	1,394	-	15.7%	28.2%
글래드호텔앤리조트	글래드호텔	928	176	1,047	250	1,103	276	5.3%	9.0%

Source: 금융감독원 전자공시시스템, Cretop, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: *표시 기업은 호텔사업부문 매출액으로 제시, 그 외 기업은 별도 기준

성장 잠재력에 투자자들에게 주목받는 국내 호텔 시장

기업의 에셋라이트(Asset-light) 기조 및 투자차익 실현을 위한 우량 호텔 매각이 늘어나면서 호텔 매물이 증가세. 아울러 이를 선점하려는 투자사들의 적극적인 움직임으로 대규모 딜이 연이어 성사되면서 거래 규모가 확대되는 추세

국내 호텔 거래 확대 주요 배경

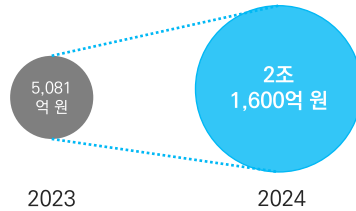
1 외래관광객의 호텔 수요 증가

- 국내 호텔산업은 내수 시장의 한계로 인해 외래관광객 수 증감이 실적에 직결되는 구조적 특성을 지님. '24년 방향 관광객 수가 전년대비 48.4% 증가함에 따라 업계 전반에 긍정적인 분위기가 확산 중

2 기업들의 에셋라이트 기조

- 사업 재편과 유동성 확보 등을 꾀하는 기업들은 에셋라이트(Asset-light, 자산 경량화)를 위해 우량 호텔 매각을 검토하면서 시장 활성화

☑ 국내 관광 호텔 투자 거래 규모



Source: 알스퀘어 리서치센터, 삼정KPMG 경제연구원
Note1: 서울, 부산, 제주 지역에 한함
Note2: 2024년도는 3Q까지의 금액

- ✓ '24년 그랜드 하얏트 서울, 콘래드 서울 등 메이저 호텔 거래가 잇달아 추진되면서 국내 호텔 투자 거래 규모는 2조 1,600억 원에 이르는 것으로 추정
- ✓ 국내 호텔 시장 성장세가 해외 투자자들의 관심을 끌면서 다수의 기업이 이를 호텔 자산 매각 적기로 판단하고 호텔 투자 시장에 진입. 이에 따라 향후 국내 호텔 거래 규모는 성장세를 이어갈 것으로 전망

주요 호텔 거래 사례

거래 호텔	거래 시기	거래액 (억 원)	매도인	매수인
신라스테이 광화문	'24.1Q	2,890	이지스 자산운용	신한리츠운용
티마크 그랜드 명동	'24.1Q	2,282	하나대체투자 자산운용	그래비티 자산운용 안젤로고든
청담동 호텔프리마	'24.2Q	-	미래인	신세계프라퍼티*
그랜드 하얏트 서울	'24.2Q	7,300	인마크자산운용	JS코퍼레이션 블루코브자산운용
콘래드 서울	'24.3Q	4,150	브룩필드 자산운용	ARA코리아 자산운용
L7 강남	'24.3Q	3,300	마스턴투자운용	롯데리츠
나인트리호텔 명동1	'25.1Q	750	캡스톤 자산운용	SDB인베스트먼트
머큐어앰배서더 서울 홍대	'25. 2Q	2,620	현대자산운용	JB자산운용 골드만삭스
신라스테이 마포	'25. 2Q	1,430	하나대체투자 자산운용	신한서부티엔디리츠

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: 신세계그룹의 부동산 개발 계열사 신세계프라퍼티는 청담동 호텔프리마의 지분 50%를 2024년 5월 매입. 이후 2024년 9월 서울시 '역세권 활성화 사업' 사업 대상지로 선정되면서 호텔 개발에 착수

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

해외 자본 유입으로 호텔 투자 시장 성장 기대감 점증

투자 포트폴리오 리밸런싱 목적의 해외 투자자들이 국내 호텔을 투자 타깃으로 주목하고 있음. 최근 국내 호텔 투자 시장에서는 해외 투자자들의 호텔 운영 노하우 반영 및 사업 구조변형 등을 통한 수익성 개선에 대한 기대가 높아짐에 따라 호텔 운영 목적의 인수가 증가하는 등 새로운 추이가 관찰

국내 호텔 투자 시장에 주목하는 주요 해외 투자자

기업명		국내 호텔 시장 투자 이력
	Blackstone (미국)	글로벌 사모펀드사인 블랙스톤(Blackstone)은 글로벌 호텔업계에서 가장 큰 투자사 중 하나로 미국의 힐튼(Hilton), 코스모폴리탄(Cosmopolitan), 호주의 크라운리조트(Crown Resort) 등 글로벌 호텔 브랜드 다수 보유. 블랙스톤은 '24년 삼라마이더스(SM)그룹 강남 사옥을 1,200억 원에 인수하여 호텔로 전환할 예정으로 최근 국내 시장에서도 호텔 운영 목적의 투자에 적극적인 움직임을 보이는 중
	KKR (미국)	글로벌 대형 사모펀드 운용회사인 KKR은 에너지, 부동산 등 다양한 자산을 관리하는 글로벌 투자 회사. KKR은 '24년 1분기 홍콩계 렌탈하우징 전문 기업 위브리빙과 조인트벤처를 설립하고 더 스테이트 선유 호텔을 474억 원에 공동 매입해 리모델링하여 서비스 레지던스로 운영 중
	ARA Asset Management (싱가포르)	글로벌 대체투자 자산운용사 ARA자산운용(ARA Asset Management)은 아시아 태평양 지역을 중심으로 다양한 부동산 자산을 관리 중. '24년 6월, ARA자산운용은 서울 여의도 IFC에 위치한 5성급 콘래드 서울 호텔을 브룩필드 자산운용으로부터 4,150억 원에 인수하였으며 나머지 IFC 오피스 타워 및 쇼핑몰 인수까지 추진 중으로 총 거래 규모는 3조 원으로 예상
	SC Capital Partners (싱가포르)	싱가포르계 사모 부동산 투자회사인 SC캐피탈파트너스(SC Capital Partners)는 '25년 3월, 아시아 태평양 지역의 기술, 호텔, 관광 등 핵심 산업에 대한 투자 목적의 부동산 펀드를 조성하였으며 아시아 전역의 호텔 및 관광 분야에 대한 투자 기회를 지속적으로 모색 중
	Angelo Gordon (미국)	글로벌 대체투자 전문 운용사 안젤로고든(Angelo Gordon)은 '24년 3월, 그라비티자산운용과 함께 티마크 그랜드 명동을 약 2,282억 원에 공동 인수. 당초 오피스 전환이 추진되던 해당 호텔은 용도 변경 계획을 철회*하고 글로벌 호텔 체인 IHG 계열 브랜드인 '보코(Voco)서울 명동'으로 리브랜딩하여 재개장
	Goldman Sachs (미국)	글로벌 투자은행 골드만삭스(Goldman Sachs)는 JB자산운용과 함께 '25년 6월, 현대자산운용으로부터 머큐어 엠베서더 호텔 흥대를 2,620억 원에 공동 인수. 해당 거래는 골드만삭스가 국내 호텔 실물 자산에 대한 첫 투자 사례로 호텔 및 부동산 실물을 직접 인수해 운영을 통한 추가 수익 창출을 목표로 둔 전략으로 해석
	Daiwa House (일본)	일본의 임대주택사업자이자 호텔 기업인 다이와하우스(Daiwa House)는 자사 대표 호텔 브랜드인 로이넷(Royne) 호텔을 서울 마포에 '22년 3월 오픈하여 운영 중. 로이넷 호텔 서울 마포는 다이와하우스의 첫 해외 지점으로 최근 좋은 실적을 내고 있으며 국내 도심 업무 지구에 위치한 호텔 인수에 대하여 긍정적인 입장

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: 팬데믹으로 서울 시내 호텔 수요 하락으로 재개발 및 용도 변경 목적의 거래가 빠르게 증가하였으나 엔데믹 전환 이후 서울 내 호텔 거래가 용도 변경에서 운영 목적 거래로 투자 흐름이 변화하는 특징을 보임

한국 진출 서두르는 글로벌 호텔에 국내 호텔업계 지각변동 앞두고 있나

글로벌 호텔 기업이 국내 시장을 핵심 진출 대상으로 주목함에 따라 한국은 글로벌 호텔 기업의 격전지로 부상 중. 특히 로즈우드(Rosewood Hotel&Resort), 아만 그룹(Aman Group)과 같은 럭셔리 호텔 기업들이 국내 시장에 출사표를 던지면서 향후 국내 럭셔리 호텔 시장에 지각변동이 예상

글로벌 럭셔리 호텔 기업의 국내 시장 진입 배경

☑ 국내 호텔 시장 성장 잠재력에 주목하는 글로벌 기업

- 최근 한류 영향으로 한국이 아시아 지역의 대표적인 관광 도시로 주목받음에 따라 방한 외국인이 증가하면서 호텔 시장 성장세가 뚜렷하게 나타남
- 국내 호텔 시장 성장세에 글로벌 체인 호텔 간 국내 시장 선점 경쟁이 심화되는 추세. 특히 5성급 호텔 공급 부족인 서울을 중심으로 럭셔리 호텔 브랜드 진출이 가속화될 것으로 기대

국내 시장 진출 예정 주요 럭셔리 호텔 브랜드

기업	호텔 브랜드	개관 연도	설명
Ennismore (영국)	DELANO 메종 델라노	2026	• 아코르의 합작법인 에니스모어(Ennismore)가 운영하는 메종 델라노(Maison Delano)는 '26년 서울 강남구 선정릉역 인근의 전 라마다호텔 부지에 아시아 첫 번째 지점인 '메종 델라노 서울'을 오픈 예정
Rosewood Hotel&Resort (미국)	ROSEWOOD HOTELS & RESORTS 로즈우드	2027	• 글로벌 럭셔리 호텔 그룹 로즈우드 호텔앤리조트(Rosewood Hotel&Resort)는 이태원 옛 유엔사령부가 있던 용산 부지 내 복합시설인 '더 파크사이드 서울'에 로즈우드 호텔을 '27년 개관 예정
Aman Group (스위스)	JANU 자누	2027	• 한화컨소시엄의 서울역 북부역세권 복합개발사업의 일환으로 '27년 서울역 인근에 들어설 호텔의 운영사는 스위스 럭셔리 리조트인 아만 그룹(Aman Group)의 브랜드인 자누(Janu)로 유치 추진 중
	AMAN 아만	2030	• 신세계프라퍼티 주관으로 강남구 청담동 호텔프리마 부지에 신축 중인 호텔은 아만(Aman)으로 논의 단계에 있으며 '30년 개관 예정
Marriott International (미국)	 리츠칼튼	2031	• 메리어트 인터내셔널(Marriott International)의 럭셔리 브랜드인 리츠칼튼(The Ritz-Carlton)은 이지스자산운용이 사업개발 주체로 추진 중인 옛 남산 힐튼호텔 부지 재개발 프로젝트 '이오타 서울(IOTA Seoul)' 내 입점 호텔 브랜드로 선정되었으며, '31년 개장을 목표로 함
Hyatt (미국)	PARK HYATT® 파크하얏트	N/A	• HDC현대산업개발은 서울 용산정비창 전면1구역에 글로벌 럭셔리 호텔 파크하얏트(Park Hyatt)를 유치할 계획을 밝혔으며 호텔 위탁운영은 호텔HDC가 맡을 예정

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Contents

I. 호텔산업 Overview	2
II. 국내 호텔산업 현황	6
III. 국내 호텔산업 비즈니스 트렌드	13
IV. 결론 및 시사점	28

국내 호텔 시장의 주요 비즈니스 트렌드

중장기 성장 전략 모색하는 호텔업계, 주요 10대 비즈니스 트렌드

1



멀티브랜드 전략으로 시장 지배력 키워가는 국내 토종 호텔업계

2



전국으로 번지는 럭셔리 호텔 수요, 지방 출점 가속화

3



재단장으로 브랜드 리포지셔닝에 집중하는 호텔업계

4



해외 진출에 박차 가하며 성장동력 찾는 국내 호텔

5



신성장동력으로 시니어 레지던스에 주목하는 호텔업계

6



고조되고 있는 특급 호텔 간 맛있는 전쟁

7



호텔의 아이덴티티 담은 PB 제품으로 수익 다각화 모색

8



호텔 멤버십 서비스로 고객 락인 효과 강화

9



펫·키즈·외국인 등 맞춤형 요소 강화한 상품으로 차별화

10



호텔업계에 불어오는 디지털 혁신

국내 호텔 시장의 성장 잠재력이 높게 평가되면서 투자자금 유입이 증대되고 글로벌 체인 호텔의 신규 브랜드 진입이 관찰되는 등 국내 호텔산업 내 시장 재편이 감지. 국내 호텔 기업들은 다양한 전략을 전개하며 신성장동력 모색, 수익원 다각화, 고객 유입 확대 등을 통한 시장 지배력 강화에 힘쓰는 모습

Source: 삼정KPMG 경제연구원

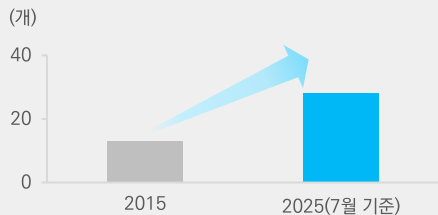
Trend 1. 멀티브랜드 전략으로 시장 지배력 키워가는 국내 토종 호텔업계

국내 호텔업계는 5성급 호텔 대비 운영 부담이 상대적으로 낮고 수익성이 높은 비즈니스 호텔 브랜드를 적극적으로 육성하며 국내외 시장 지배력 확대에 대응. 브랜드별 개성을 부각하여 소비자의 다양한 이용 목적에 맞춰 비즈니스부터 라이프스타일까지 차별화된 포지셔닝으로 시장을 선점하려는 전략적 움직임이 포착

호텔업계가 비즈니스 호텔 중심의 멀티브랜드 확장에 주력하는 이유

- ☑ 낮은 운영 부담감에 비해 높은 수익성
 - 3·4성급의 비즈니스 호텔은 5성급 호텔에 비해 총족 시설 조건이 낮아 초기 투자 비용이 적으며 규모 측면에서도 운영 부담이 낮은 장점 보유
- ☑ 5성급 호텔 운영 노하우 기반의 차별화
 - 호텔 그룹사는 기존의 메인 브랜드 5성급 호텔에서 쌓아온 서비스, 경영 노하우를 기반으로 프리미엄 품질의 서비스를 제공하여 차별화

[참고] 주요 기업*의 비즈니스 호텔 국내 지점 개수 변화



Source: 각 사, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원
 Note*: 호텔롯데(롯데시티호텔, L7호텔 바이 롯데·시그니엘), 호텔신라(신라스테이, 신라스테이플러스)의 비즈니스 호텔 개수의 총합으로 나타냄

멀티브랜드로 포트폴리오 다각화하는 국내 호텔업계

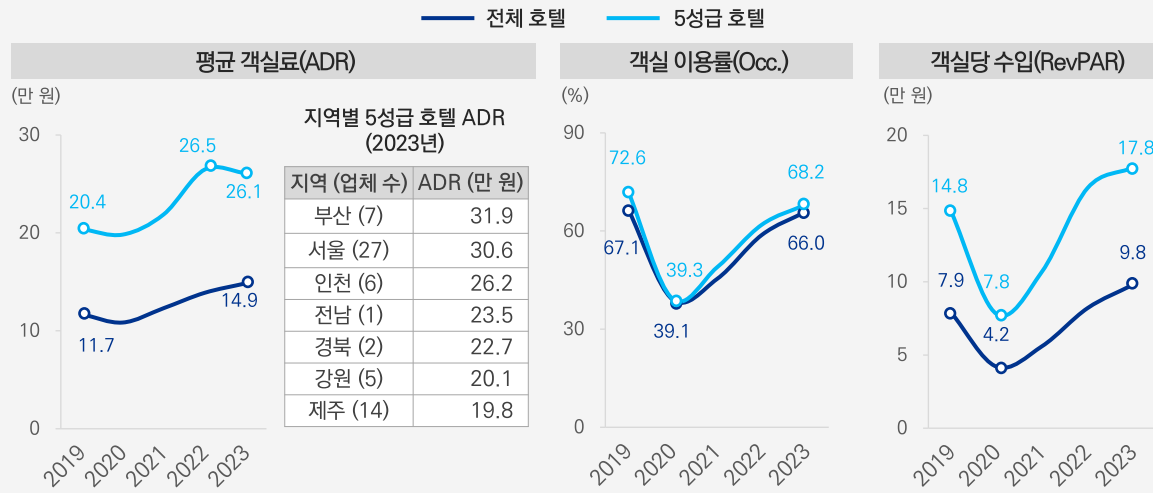
 LOTTE HOTELS & RESORTS		THE SHILLA HOTELS & RESORTS		 PARNAS		JOSUN HOTELS & RESORTS	
기업	호텔롯데	신라에이치엠*	파르나스호텔	조선호텔앤리조트			
멀티 브랜드	롯데시티호텔·L7호텔 바이 롯데·시그니엘	신라스테이·신라모노그램·신라스테이플러스	나인트리바이파르나스	포포인츠바이쉐라톤 조선·그래비티 조선·레스케이프·조선팰리스			
운영 동향	- 호텔롯데는 비즈니스 출장객을 겨냥한 ‘롯데시티호텔’과 2030 외국인 관광객을 타깃으로 한 콘셉트 호텔 ‘L7’을 중심으로 비즈니스 호텔 시장을 공략 - 호텔롯데는 롯데시티호텔, L7호텔 바이 롯데와 같은 4성급 호텔 브랜드를 ’25년 7월 기준 국내 12개, 해외 4개 운영 중	- 고품질에 차별점을 기반으로 비즈니스 호텔 시장을 공략 - 최근에는 프리미엄 요소를 강화한 ‘신라스테이 플러스’ 및 레저형 콘셉트의 ‘신라모노그램’을 새롭게 론칭하며 시장 확장에 박차를 가하는 중	- 파르나스호텔의 자체 비즈니스 호텔 브랜드인 ‘나인트리’는 ’25년 7월 기준 전국에 6개 지점에서 운영 중 - 외국인 관광객을 타깃으로 한국적 패턴과 소재를 살린 인테리어 요소가 특징적	신세계그룹 계열사인 조선호텔앤리조트는 3·4성급인 포포인츠 바이쉐라톤 조선, 유럽풍의 디자인을 강화한 레스케이프까지 브랜드별 콘셉트를 다각화하며 시장 저변 확대			

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원
 Note*: 구 신라스테이는 '14년 본격적인 세컨드 브랜드 호텔 사업 확장을 위해 호텔신라로부터 독립하였으며 '21년 12월 신라에이치엠으로 사명 변경, 파르나스호텔은 자회사 피엔에스에 위탁운영 중

Trend 2. 전국으로 번지는 럭셔리 호텔 수요, 지방 출점 가속화

호텔산업의 주요 영업성과 지표인 평균 객실료(ADR, Average Daily Rate), 객실 이용률(Occ., Occupancy)과 객실당 수입(RevPAR, Revenue Per Available Room)은 최근 4년간 5성급 호텔을 중심으로 지속적인 개선 추이를 보이는 중. 증가하는 호텔 수요에 주요 기업은 지방 시장에 연이어 진출하며 지역 내 거점 선점에 박차를 가하고 있음

국내 호텔산업 주요 운영지표



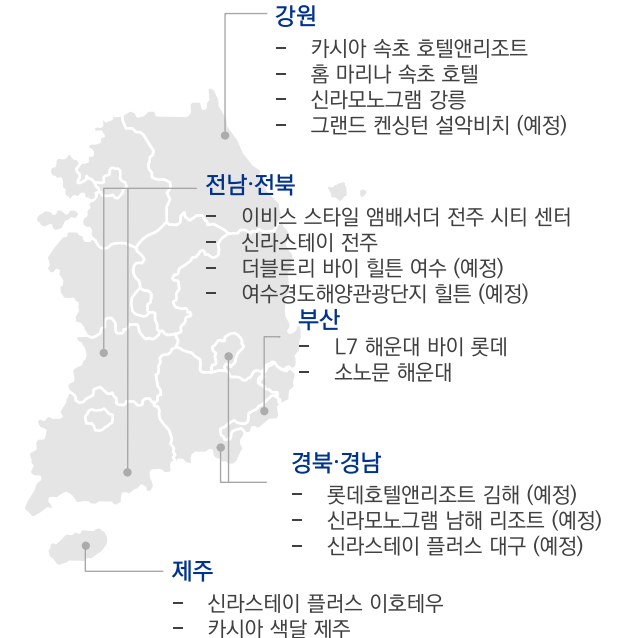
- 국내 호텔산업의 주요 운영지표는 '20년부터 '23년까지 꾸준한 개선세를 보였으며, 특히 5성급 호텔을 중심으로 객실당 수익성이 뚜렷하게 향상. 서울과 부산에 위치한 5성급 호텔 34곳의 평균 객실료는 30만 원을 상회하는 수준
- 방한 관광객과 비즈니스 출장객의 증가로 전국적으로 호텔 수요가 확대되는 추세에 대응하여 다수의 호텔 기업은 지방 시장에 신규 호텔 출점을 추진 중. 향후 지역별로 호텔 인프라가 보다 균형 있게 구축될 경우 지역 간 호텔 공급 양극화 현상은 점진적으로 완화될 것으로 전망

Source: 한국호텔업협회 '호텔업 운영 현황'(2019~2023), 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note1: 전체 호텔 값은 1~5성급 호텔·미등급 호텔·호스텔의 평균값을 뜻함

Note2: 평균 객실료(ADR)=객실 매출액÷판매된 객실 수, 객실 이용률(Occ.)=(판매객실수÷판매가능 객실 수)×100, 객실당 수입(RevPAR)=ADR×Occ.

지방 시장 진출하는 주요 호텔



Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 2024년 이후 개관하거나 향후 개관 예정인 호텔

Trend 3. 재단장으로 브랜드 리포지셔닝에 집중하는 호텔업계

개관 20년 이상 된 기존 호텔들을 중심으로 대규모 리노베이션 이후 재개관하는 사례가 증가. 최근에는 단순한 시설 보수를 넘어 브랜드 전환을 병행하며 프리미엄화를 추진하는 전략이 다수 관찰. 리뉴얼을 위한 프랜차이즈 계약 수요 확대는 글로벌 호텔의 국내 진출 확대를 견인하는 동력으로 작용할 것으로 기대

리뉴얼 추진 중인 주요 호텔 현황

'86년 아시안게임, '88년 서울올림픽 등 주요 국가적 행사를 계기로 5성급 호텔이 집중 공급되었으며, 해당 시기에 개관한 노후화된 호텔들 중심으로 시설 보수 및 브랜드 전환이 활발히 진행 중 - 일부 호텔들은 글로벌 호텔 브랜드와의 프랜차이즈 계약을 통해 브랜드를 전환	글로벌 호텔과 프랜차이즈 신규 계약	변경 전	변경 후	설명
		 임피리얼팰리스 서울	 그랜드머큐어 임피리얼팰리스 서울	• 임피리얼팰리스 서울은 '24년 말 독자 경영을 종료하고 글로벌 호텔 체인인 아코르와 프랜차이즈 계약을 통해 브랜드 컨버전(Brand Conversion)*하여 재개관. 전반적인 시설 리노베이션과 더불어 기존 객실 타입에서 레지던스 타입을 추가함으로써 타깃 시장을 확장한 것이 주요 특징
		 티마크 그랜드 명동	 보코서울 명동	• 티마크 그랜드 명동은 그레비타자산운용과 안젤로그든으로부터 인수된 이후 글로벌 호텔 체인 IHG와의 프랜차이즈 계약으로 '보코(Voco)서울 명동'으로 브랜드 전환 및 리노베이션. 호텔HDC의 위탁운영을 통한 5성급 수준의 프리미엄 서비스를 차별점으로 내세움
		 인터컨티넨탈서울코엑스	 웨스턴서울파르나스	• 인터컨티넨탈서울코엑스를 운영하는 파르나스호텔은 전면 리모델링을 거쳐 메리어트 인터내셔널과의 프랜차이즈 신규 계약으로 '25년 하반기 '웨스턴서울파르나스'로 개관 예정
		 라마다플라자 제주	 셰라톤 제주	• 한국교직원공제회 사회사인 The-K제주호텔은 윈덤(Wyndham) 호텔 그룹과의 20여 년간의 위탁운영 계약이 종료된 시점에 맞춰 리뉴얼 착공. 시설 리모델링과 더불어 메리어트의 프리미엄 호텔 브랜드 '셰라톤(Sheraton)'으로 브랜드를 전환하여 '26년 중 오픈 예정
기존 프랜차이즈 계약 종료 후 브랜드 전환	시설 전면 리노베이션	 해비치호텔앤드리조트제주		
		• 해비치호텔앤드리조트제주는 개관 20주년을 맞아 720억 원을 투자하여 시설 리노베이션 후 '24년 5월 재개관. 전 객실을 스위트룸으로 리노베이션하고 컨시어지·룸서비스 신규 도입을 통해 럭셔리 호텔 시장을 공략한 것이 특징		

브랜드 리포지셔닝 전략 기대 효과

- ☒ **브랜드 인지도 제고**
 독자 브랜드 호텔이
글로벌 호텔 브랜드와의
프랜차이즈 신규 계약으로
브랜드 전환하는 경우
외국인 고객층에 대한
브랜드 인지도 제고 효과
증대
- ☒ **신규 고객층 유입 확대**
 기존 고객에게는 차별화된
브랜드 경험을 제공하는
동시에 프리미엄 호텔에
대한 수요를 보유한 신규
고객층의 유입을 촉진 가능
- ☒ **수익성 개선**
 전면 리노베이션을 통한
객실 및 부대시설
고급화는 객실 단가
상승으로 이어져
중장기적으로 수익성
개선에 긍정적

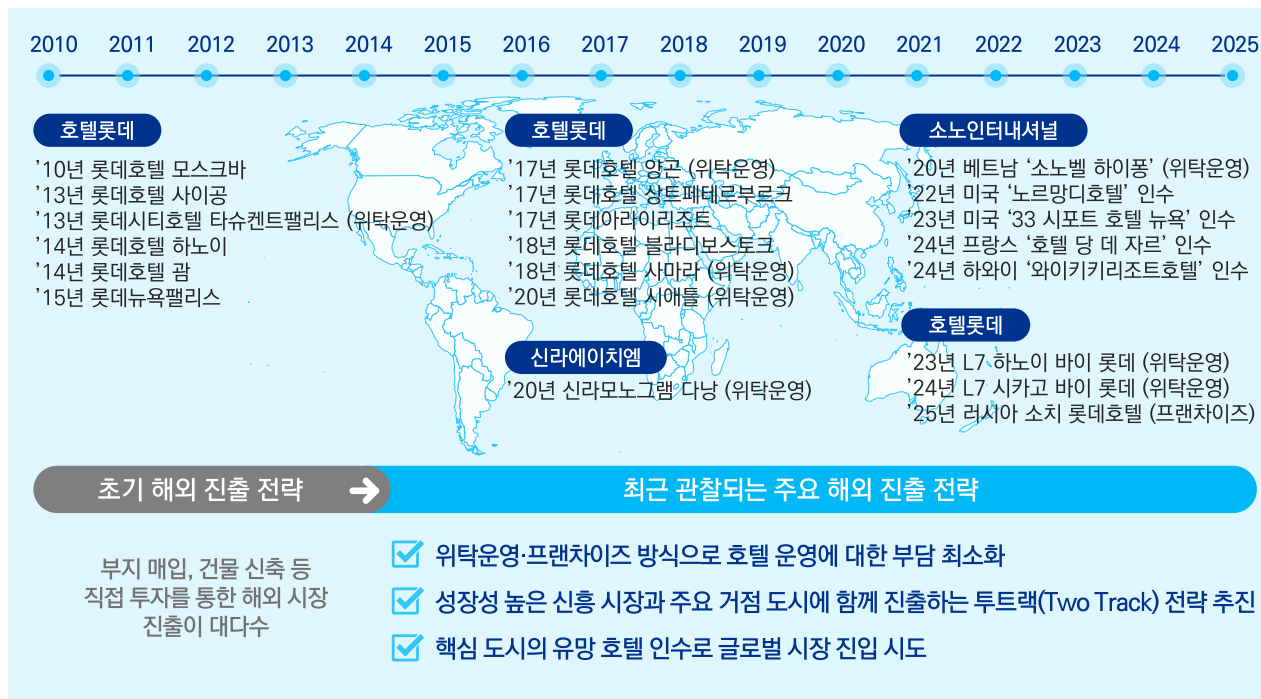
Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: 브랜드 컨버전(Brand Conversion)이란, 기존 호텔을 글로벌 체인 브랜드로 전환하거나, 브랜드 교체를 통해 시장 내 위상을 재정립하는 전략으로 초기 투자 비용은 수반되나 중장기적으로 브랜드 가치 제고 가능

Trend 4. 해외 진출에 박차 가하며 성장동력 찾는 국내 호텔

국내 호텔 기업은 높아진 브랜드 인지도를 기반으로 해외 시장 확대를 시도하는 중. 특히 호텔롯데, 호텔신라 등 주요 기업은 위탁운영·프랜차이즈 방식을 채택함으로써 해외 시장에서의 체인망을 구축함. 주요 거점 도시 외에도 신흥국을 공략하며 중장기적으로 지역 호텔 브랜드에서 글로벌 호텔 브랜드로 입지를 다져 나가는 모습

국내 호텔 해외 진출 타임라인과 주요 전략



Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

주요 호텔 해외 진출 동향

기업	설명
호텔롯데	위탁운영 및 프랜차이즈 지점 확대 시도 - 호텔롯데는 세계 주요 거점 도시와 성장성 높은 신흥시장에 집중 진출하는 투트랙 전략 전개 - 초기에는 직접 투자(부지 매입, 건물 신축 등) 위주였으나, 최근에는 리스크를 줄이고 수익성을 높이기 위해 위탁운영 방식을 적극적으로 확대 중. '25년 7월 기준, 운영하는 해외 지점 호텔 중 절반 가량이 위탁운영 호텔에 해당
신라에이치엠	호텔 해외 진출로 신성장동력 모색 - 신라에이치엠은 리조트호텔 '신라모노그램'을 베트남 다낭에 '20년 6월 위탁운영 호텔 방식으로 오픈하면서 해외 지점 확대 시도 - 최근 위탁운영 방식으로 중국 시장 진출 기회를 검토하는 등 해외 출점 확대를 통해 신성장동력 확보에 주력
소노인터내셔널	유망 호텔 매물 인수를 통한 글로벌 진출 시도 '22년 미국 워싱턴 D.C.의 '노르망디 호텔', '23년 '33 시포트 호텔 뉴욕'을 인수하였으며 '24년에는 프랑스 파리 '호텔 당 데 자르'와 하와이 '와이키키리조트호텔'을 잇달아 인수하며 글로벌 시장 내 입지를 확대하는 모습

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 5. 신성장동력으로 시니어 레지던스에 주목하는 호텔업계

초고령사회 진입에 따라 시니어 소비자를 위한 주거 공간과 관련 서비스 수요가 급증할 것으로 전망. 특히 시니어 레지던스는 경제력 있는 고령층을 대상으로 하는 장기 계약이라는 측면에서 상대적으로 안정적인 수익성이 기대되며 호텔의 접객 서비스 노하우를 접목할 수 있다는 측면에서 호텔업계의 신성장동력으로 주목받고 있음

시니어 레지던스에 눈 돌리는 호텔업계 ... 그 이유는?

시니어 레지던스란?

- 가사·돌봄 서비스를 제공하는 고령층 친화 주거 공간을 의미하며 시니어타운(노인복지주택), 실버스테이(민간임대), 고령자 복지주택(공공임대)을 포괄하는 개념

☑ 호텔운영 역량과 접목한 차별화 전략 구현에 유리

- 호텔업계는 축적된 고객 접점 서비스 역량과 더불어 객실, 레스토랑, 헬스케어 등 다양한 부대시설 운영 경험을 바탕으로 차별화된 서비스를 효과적으로 구현 가능
- 특히 시니어 레지던스는 장기 계약 형태로 상대적으로 안정적인 수익성 측면에서 장점 보유

☑ 시니어 레지던스 활성화 정책 발표

- '24년 7월 정부가 초고령사회를 대비하여 고령층의 노후 환경을 개선하기 위해 '시니어 레지던스 활성화 방안'을 발표함에 따라 시장 진입 장벽이 낮아졌으며 특히 위탁운영이 가능해졌다는 점에서 호텔업계에게 진출 기회 확대

호텔신라, 파르나스호텔, 조선폰텔앤리조트 등 다수의 호텔 기업은 구매력 있는 시니어 세대를 겨냥한 시니어 레지던스 사업 검토 단계로 향후 관련 시장 확대 전망

주요 호텔의 시니어 레지던스 관련 비즈니스 동향

호텔명	주요 비즈니스	설명
 메이필드 호텔	시니어타운 '더해든'	• 서울 강서구 5성급 호텔 메이필드호텔을 운영하는 정림개발은 메이필드호텔스쿨 부지를 활용하여 시니어타운 '더해든'을 론칭 - 정림개발은 시니어타운 브랜드 '더해든' 상표권을 출원한 상태로 '25년 내 시니어타운 개발을 본격 추진 예정
 호텔롯데	시니어타운 'VL'	• 호텔롯데는 롯데그룹 계열사와 연계한 시니어 레지던스 'VL(Vitality&Liberty)'을 통해 호텔식 서비스가 접목된 차별화된 시니어타운 구축 - '25년 중 부산 기장군 'VL 라우어'와 서울 강서구 'VL 르웨스트'가 개관 예정으로 자체적인 건강·식단관리, 문화 여가 프로그램, 펫 프렌들리 서비스 등 다양한 프리미엄 서비스로 차별화
 메리어트 이그제큐티브 아파트먼트 서울	시니어 장기숙박 상품 '골드 올드 스테이'	• 아시아경제 계열사 에이비디에셋이 운영 중인 서비스 레지던스인 메리어트 이그제큐티브 아파트먼트 서울은 '25년 만 50세 대상으로 최소 30박 이상 투숙 조건의 시니어 거주 서비스를 론칭하여 시니어 고객 타겟의 상품을 강화

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 6. 고조되고 있는 특급 호텔 간 맛있는 전쟁

국내 호텔업계는 부가 수익원 확보를 위해 F&B 부문 강화 및 관련 마케팅 확대에 나섬. 주요 호텔을 중심으로 프리미엄 디저트, 스타 셰프 콜라보레이션, K-푸드 특화 메뉴를 통해 차별화하는 모습이 관찰

호텔 레스토랑의 차별화 전략 유형



디저트 카테고리의 고급화

- 차별화된 재료와 시각적 요소를 강화한 프리미엄 디저트
 - 호텔업계는 디저트 카테고리를 중심으로 차별화된 고급 재료나 시각적 요소를 강조한 경험 중심의 메뉴를 선보임
 - 특히 소셜미디어 활용에 익숙한 MZ세대를 겨냥하여 디저트 데코레이션 등 시각적 요소를 강화
- 그랜드 하얏트 서울: 고객 앞에서 셰프가 디저트 메뉴를 퍼포먼스와 함께 제작하여 제공하는 라이브 서비스를 국내 최초로 도입하며 차별화
- 서울신라호텔: 트러플, 와인 등 차별화된 재료를 활용하여 화려한 외관의 케이크 출시. '24년 서울신라호텔 케이크 최고가는 40만 원에 달함



스타 셰프와의 콜라보레이션

- 글로벌 스타 셰프·레스토랑과의 콜라보레이션으로 차별화 강조
 - 콜라보레이션 마케팅을 통해 국내에서 경험하기 어려운 해외 유명 셰프 및 레스토랑의 맛과 문화를 제공
 - 미디어를 통해 셰프의 대중적 인지도가 상승하고 파인다이닝에 대한 관심이 높아짐에 따라 스타 셰프와의 콜라보레이션이 지속되고 있음
- 웨스틴 조선 서울: 해외 미쉐린 레스토랑의 셰프를 초청한 프리미엄 디너 프로모션 등 인당 60만 원에 달하는 럭셔리 다이닝 전개
- 서울신라호텔: 미국 뉴욕의 브런치 레스토랑 '리틀 에그'의 총괄 셰프를 초청하여 팝업 형태의 이벤트 진행



K-푸드 접목한 파인다이닝

- K-푸드를 고급 요리 영역으로도 접목하며 글로벌 소비자 수요를 공략
 - 방한 외국인 관광객의 K-푸드 수요 증가에 대응해 호텔업계는 한식 요소를 고급 요리 영역에 적극 접목
 - 양식과 한식을 조화롭게 구성한 퓨전 콘셉트 또는 캐주얼하면서도 글로벌 소비자의 눈높이에 맞춘 조리 방식 등을 통해 호텔 레스토랑의 경쟁력을 강화
- 포시즌스 호텔 서울: 기존 운영하던 와인바를 한국식 컨템퍼러리 바 '오울(OUL)'로 리뉴얼하고 한국 식재료를 활용하여 전통 한식과 한국 칵테일 제공
- 안다즈 서울 강남: 양식당을 모던 한식 식당 '조각보 키친'으로 변경하여 K-푸드 요소 강화

Source: 각 사, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 7. 호텔 아이덴티티 담은 PB 제품으로 수익 다각화 모색

주요 호텔은 핵심 비즈니스인 객실·F&B 부문을 넘어 PB(Private Brand, 자체 브랜드) 제품 개발에도 힘을 쏟으며 수익 다각화 기회를 모색. PB 제품은 호텔 브랜드가 지닌 신뢰성과 프리미엄 이미지라는 강점에 힘입어 소비자 호응을 얻고 있음

호텔 브랜드를 내세운 PB 제품 개발 활발

- 최근 호텔 PB 제품은 객실 내 비치된 리빙 제품에서 와인, 스낵 등과 같은 식음료에 이르기까지 제품 포트폴리오가 세분화·다양화되는 추세
- 호텔업계는 자체 온라인몰에서 PB 제품을 판매하거나 정기 구독 서비스, 이커머스 플랫폼 입점 등 판매 방식과 채널을 확대

호텔 PB 제품 포트폴리오 다각화



판매 채널 확대



국내 주요 호텔의 PB 운영 현황

JOSUN HOTELS & RESORTS 조선호텔앤리조트	자체 온라인몰을 개설하며 리테일 시장 공략, 계열사인 이마트·신세계백화점과의 시너지 창출 - 조선호텔앤리조트는 자체 PB 제품 온라인몰 '조선 테이스트 앤 스타일'을 통해 리빙 제품 및 밀키트 등 다양한 PB 제품을 판매. '25년 3월에는 김치 정기 구독 서비스 도입으로 충성고객의 구매 편의를 강화 - 계열사인 이마트의 자체 브랜드 '피코크'와 콜라보레이션을 통해 출시한 '피코크 조선호텔 김치'는 높은 매출 신장률을 보이고 있으며 칩구 PB 제품 '더 조선호텔'은 '20년 신세계백화점에 입점 이래 전체 칩구 브랜드 중 매출 상위권을 유지 중
PARNAS 파르나스 호텔	꽃부터 향기 브랜드까지 ... 리테일 비즈니스에 신규 진출하며 수익 다각화 기회 모색 - 파르나스 호텔은 '24년 자체 PB 제품인 '파르나스 호텔 컬렉션'을 신규 론칭하였으며 해당 제품 라인에는 호텔 시그니처 향을 담은 디퓨저, 캔들 등이 포함 - 호텔 자체 플라워 브랜드 '에플로워(Efflore)'는 호텔의 고급스러운 이미지를 반영한 플라워 제품으로 차별화한 것이 특징. 특히 제품 판매에 그치지 않고 객실·연회장 등과 연계하여 공간 플라워 디스플레이 서비스까지 함께 제공하면서 기존 호텔 비즈니스와의 시너지를 강화
WALKERHILL 워커힐 호텔	호텔 김치 사업에 일찍이 나서는 한편, 호텔 PB 제품 포트폴리오를 세분화하며 시장 확대 - 워커힐은 자체 김치 연구소에서 직속 셰프들이 연구 관리한 김치 레시피라는 차별점을 기반으로 '97년 '수펙스(Supex) 김치'를 론칭하며 호텔 김치라는 신시장 개척 - 자체 온라인몰 '워커힐 스토어'를 통해 식음료, 리빙 등 다양한 카테고리의 제품을 선보이며 리테일 부문의 수익 다각화를 적극 추진

Source: 각 사, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 8. 호텔 멤버십 서비스로 고객 락인 효과 강화

국내 주요 호텔은 기존 유료 멤버십에서 이용률이 낮은 혜택을 조정하고 등급 체계를 세분화하여 진입 장벽을 낮추는 등 멤버십 리뉴얼을 통해 신규 고객 유입을 적극 도모. 특히 주요 기업 중심으로 체인 호텔 확대가 지속되는 가운데, 멤버십은 구매력 높은 고객을 락인(Lock-in)하여 브랜드 이탈을 방지하는 전략적 수단으로 활용될 것으로 전망

호텔 유료 멤버십 프로그램 도입 효과

☑ 고객 락인(Lock-in) 효과 제고

- 유료 멤버십 가입 소비자는 해당 호텔을 지속 이용할 가능성이 높으며, 충성고객을 타깃한 서비스 강화에 유리
- 호텔업계는 유료 멤버십 등급을 더욱 세분화하고 혜택을 확대하여 신규 고객 유입에 주력

☑ 빅데이터 확보 및 사업 확장 기회

- 유료 멤버십 가입 고객의 구매패턴 등의 데이터를 분석하여 신상품 개발 및 마케팅에 접목 가능

☑ 고정 매출로 운영 효율성 증대

- 유료 멤버십은 일반적으로 1년이라는 유효 기간을 갖기 때문에 호텔 측면에서는 예측 가능하면서도 보장된 고정 매출로 안정적인 수익 관리 가능

주요 특급호텔 유료 멤버십과 주요 특징

기업명	호텔신라	조선호텔앤리조트	호텔롯데	포시즌스 호텔 서울*
유료 멤버십	신라S	클럽조선	트레비클럽	테이스트 바이 포시즌스
주요 특징	• 호텔신라는 '24년 6월 신라호텔 서울점과 제주점에서 각각 운영하던 멤버십을 통합해 '신라S'를 론칭 - 고객의 호텔 이용 빈도와 방문 목적에 맞춰 가입을 선택할 수 있도록 멤버십 등급을 70만 원대에서 500만 원까지 범위를 확대 - 멤버십 가입 가격을 넘어서는 객실, 레스토랑 이용권 혜택을 포함하여 소비자 유인	• 조선호텔앤리조트의 체인 호텔에서 사용할 수 있는 유료 멤버십 '클럽조선 멤버십'을 '24년 3월 리뉴얼 론칭 - '클럽조선'을 총 5개 등급으로 구분하여 호텔 이용 횟수나 소비자 편의에 맞게 선택의 폭을 넓히는 동시에 고객 이용률이 낮았던 혜택은 폐지하고 금액 할인폭을 확대	• 호텔롯데는 식음형·객실형으로 나뉘었던 '트레비클럽'을 '25년 5월, 5종으로 재편하여 고급화 전략을 강화 - 연회비 800만 원대의 최고 등급 멤버십을 신설하여 프리미엄 수요 공략 - 일부 등급의 회원에게는 롯데호텔의 피트니스 시설을 지점 제한 없이 자유롭게 이용할 수 있는 혜택을 제공하여 브랜드 락인 효과를 강화	• 포시즌스 호텔 서울은 가입 진입 장벽을 대폭 낮춘 다이닝 전용 멤버십으로 2030세대 소비자를 유인 - '25년 2월 리뉴얼하여 3가지 타입으로 혜택을 다각화. 특히 20만 원대의 합리적인 연회비가 특징인 '사파이어' 등급은 식음업장 이용 빈도가 높은 MZ세대 소비자 층을 타깃하였으며 최상위 등급은 객실, 스파 등의 부대시설 혜택까지 포함하여 VIP 고객층을 겨냥한 것이 특징

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: 포시즌스 호텔 서울의 멤버십 프로그램은 해당 지점에서만 사용할 수 있어 호텔 명으로 기입

Trend 9. 펫·키즈·외국인 등 맞춤형 요소 강화한 상품으로 차별화

호텔업계는 객실 상품에 고객 맞춤형 요소를 접목해 차별화하고, 브랜드 협업 및 이벤트 연계 등으로 고객 저변을 확대. 이러한 특화 상품은 주로 공식 홈페이지 전용으로 기획되며, 이를 통해 OTA(Online Travel Agency) 및 글로벌 호텔 플랫폼 대비 예약 수수료를 절감하는 등 수익성 측면에서도 유리한 구조를 형성

맞춤형 요소 강화한 패키지 상품 개발 활발



펫 프렌들리 전략

- 반려동물 동반 여행 수요 증가에 대응해 '펫 프렌들리 룸'을 운영
- 일정 비용을 지불하면 펫 전용 어메니티, 펫 시터, 클리닝 서비스 등 특화 서비스를 제공하는 등 반려동물 동반 고객을 위한 프리미엄 서비스를 강화하는 추세

조선 팰리스 서울 강남

- 조선 팰리스 서울 강남은 반려견 동반 고객을 위한 펫 어메니티를 제공하는 패키지를 론칭
- 프리미엄 펫 용품 브랜드와의 콜라보레이션을 통한 펫 어메니티 제공으로 차별화

명동 레스케이프 호텔

- 체크인 시 반려견 전용 웰컴 키트를 제공하고 동물피부클리닉과 협업하여 반려동물 전용 웰니스 프로그램을 포함한 패키지를 출시



키즈 콘텐츠 강화

- 호텔업계는 영유아 자녀를 둔 가족 고객을 타깃으로 영어 키즈카페, 어린이 전용 클래스, 캐릭터 룸 등 프리미엄 키즈 콘텐츠를 결합한 패키지 상품 개발에 주력하며 MZ세대 부모를 공략

포시즌스 호텔 서울

- 포시즌스호텔 서울은 호텔 내 입점된 영어 키즈카페 '프로맘킨더'와 제휴하여 다양한 키즈 패키지를 구성

파라스파라 서울

- 파라스파라 서울은 키즈 동반 고객을 타깃하여 키즈 플레이룸, 영어 키즈 카페, 쿠키 클래스 등 다양한 프로그램을 제공



문화·예술·웰니스 등 체험 요소

- 경험 소비에 대한 수요가 높아지면서 객실 패키지가 단순한 숙박을 넘어 차별화된 체험을 제공하는 수단으로 진화 중
 - 문화·예술·웰니스 등 이색적인 경험 요소를 결합한 패키지를 통해 고객 만족도 제고에 나서는 모습

서울신라호텔

- 서울신라호텔은 시인 낭독회, 향 전문가와 함께하는 향 토크쇼, 웰리스트 연주회 등 다양한 주제의 프로그램을 객실 패키지와 연계하여 기획

그랜드 워커힐 서울

- 그랜드 워커힐 서울은 '25년 4월 미국의 아티스트와 협업하여 라이브 공연 및 럭키드로우 등이 포함된 다양한 이벤트를 개최



K-컬처 연계 패키지

- 호텔업계는 한복 체험, 한식 다이닝 등 한국 문화를 체험할 수 있는 콘텐츠를 포함한 맞춤형 패키지 상품을 도입하며 외국인 수요를 공략

더 플라자 호텔 서울

- 한화호텔앤드리조트의 더 플라자 호텔 서울은 외국인 투숙객을 겨냥해 호텔 인근의 덕수궁 관람 시 한복 대여, 즉석 사진 촬영권을 제공하는 객실 패키지 기획

코트야드 메리어트 서울 남대문

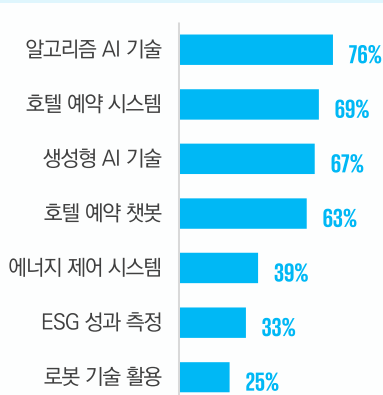
- 외국인 투숙객을 겨냥하여 K-뷰티 콘셉트로 서울 뷰티 트래블 패키지를 기획. 객실 패키지에는 올리브영 기프트카드가 포함되어 있어 쇼핑 편의성을 강화

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 10. 호텔업계에 불어오는 디지털 혁신

호텔업계는 전통적으로 고객 관계를 중시하는 서비스산업으로 인적 서비스 확보가 중요한 산업이지만 최근 운영 효율성 개선 및 구인난 해소를 위해 AI(인공지능), 키오스크 등 기술을 도입하는 모습. 특히 최근 상용화 단계로 접어든 로봇 서비스는 24시간 운영이 가능하고 비대면이라는 강점을 기반으로 점차 활용 범위가 확대되고 있음

Q. 향후 2년간 호텔업계에서 가장 많은 혁신이 일어날 것으로 기대되는 분야는?



Source: Statista(2024.10), 삼정KPMG 경제연구원

- 글로벌 51개의 체인 호텔 종사자를 대상으로 설문 결과 AI 기술을 활용한 업무 자동화, 예약 시스템의 고도화가 호텔 내에서 빠르게 혁신이 일어날 분야로 손꼽힘

자동화 기술 도입으로 운영 효율성을 강화하는 주요 호텔·리조트 현황

기술 도입 사례

• 한화호텔앤드리조트

- 한화호텔앤드리조트는 '23년 10월, 한화 모멘텀 부문과 합작해 로봇 전문 기업인 한화로보틱스를 설립하여 호텔 음식 조리, 시설 관리, 보안 업무 등 호텔 내 로봇 기술 상용화를 목표로 연구 개발 추진

• 조선호텔앤리조트

- 객실을 정비할 때 수동으로 직접 운반하던 객실 정비 린넨 카트에 LG전자 특화 물류로봇이자 AI 로봇인 '클로이 캐리봇(CLOi CarryBot)'을 결합해 업무의 효율성을 높임

• 호텔롯데

- '23년 호텔롯데는 마이크로소프트와 기술 협약으로 외부 예약 건 자동 입력 솔루션 '파워플랫폼' 도입. 과거 OTA 등 외부 플랫폼으로 유입된 예약 건은 직원이 수기로 직접 입력해야 했던 업무를 자동화로 전환
- 롯데호텔앤리조트 공식 홈페이지와 애플리케이션으로 예약한 고객은 '온라인 익스프레스 체크인' 기능을 통해 호텔 도착 전 사전 체크인 가능하도록 함. 이를 통해 고객 대기 시간 축소, 응대 고객 최소화 등 프런트 운영 비용을 감축하는 효과를 가져옴

• SK네트웍스

- '18년부터 비스타 워커히 서울 전 객실에 SK텔레콤의 AI 서비스를 적용한 IoT(사물인터넷) 룸을 운영. 객실 내 조명 및 커튼 제어부터 음악 감상, 날씨 확인, 간단한 정보 검색 등이 가능
- '25년 AI 전문기업 커먼컴퓨터와 협업하여 AI 기반 대화형 안내 서비스 '워커히 AI 가이드'를 구축. '25년 하반기 중으로 채팅 중 실시간 예약, 고객 데이터 기반의 맞춤형 혜택 제공 등 AI를 통한 개인화 서비스를 구현할 예정

AI 로봇

AI 로봇 도입으로 심야 시간
물품 배송이나 레스토랑 퇴식
서비스 대행

AI PMS*

AI 기반 데이터 분석으로 객실
요금 최적화 및 자동 예약 관리

챗봇 서비스

객실 내 챗봇 서비스 도입으로
24시간 응대 서비스 가능

온라인 체크인·아웃

키오스크·모바일 활용한
체크인·아웃으로 고객 편의성
강화

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 호텔 PMS(Property Management System)란, 호텔 자산 관리 시스템으로 객실 예약, 호텔 체크인·체크아웃, 객실 배정, 객실 요금 책정 등의 기능을 관리하는 소프트웨어를 의미

[참고] 글로벌 호텔 시장 동향 - 주요 플레이어

2023년 기준 글로벌 호텔 시장 규모는 약 1.5조 달러에 달하는 것으로 추산되며, 대형 호텔 그룹 간 주도권 경쟁이 치열. 주요 글로벌 호텔 기업은 다양한 고객층의 수요를 확보하기 위한 폭넓은 브랜드 포트폴리오 확보에 주력하고 있으며, 이를 위해 전략적 호텔 인수 및 투자 활동을 공격적으로 추진하는 양상

기업명	 메리어트 인터내셔널 (미국)	 힐튼 월드와이드 (미국)	 IHG(인터컨티넨탈 호텔 그룹) (영국)	 하얏트 호텔 (미국)	 아코르 (프랑스)
'24년 매출액	251억 달러	112억 달러	49억 달러	67억 달러	61억 달러
특징	'15년, 호텔업계 6위 기업 스타우드 호텔앤리조트(Starwood Hotel & Resort)를 122억 달러에 인수함으로써 독보적인 시장 지배력을 구축 - 중저가에서 럭셔리까지 아우르는 30여 개의 브랜드 포트폴리오로 다양한 고객층을 타겟하고 있으며 멤버십 메리어트 본보이(Marriott Bonvoy)를 통한 혜택 강화 등 공격적인 라인 전략 전개	- 힐튼 월드와이드는 월도프 아스토리아(Waldorf Astoria), 콘래드(Conrad), LXR 등 다수의 최상위 럭셔리 브랜드 호텔을 전 세계 지역에서 운영하고 있으며 장기 숙박에 특화된 레지던스 호텔 시장에서도 높은 입지가 특징. 약 18개의 브랜드를 운영 중 - 최근 라이프스타일 및 럭셔리 호텔 인수를 통해 젊은 고객층 타겟에 주력하는 모습	인터컨티넨탈 호텔 그룹은 유럽 지역을 중심으로 시장 지배력을 확장하고 있는 대표적인 호텔 그룹으로 최근 몇 년간 보코(Voco), 루비 호텔(Ruby Hotels), 가너호텔(Garner Hotels) 등 다수의 프리미엄 호텔 브랜드를 신규로 선보이며 브랜드 차별화에 집중하고 있음	- 하얏트는 멕시코, 아이슬란드, 피지 등 미진출 신규 지역의 럭셔리 호텔 시장 진출을 위해 현지 호텔 그룹 인수 전략을 적극적으로 전개 중 - 한편 최근 증가하고 있는 글로벌 소비자의 올인클루시브 리조트 수요에 대응하여 동종-유관업계 기업 인수를 통해 리조트 시장에서의 지배력을 강화하고자 하는 움직임이 포착	- 아코르는 '15년 캐나다 호텔 그룹 FRHI홀딩스 인수로 글로벌 럭셔리 호텔 브랜드인 페어몬트(Fairmont), 래플스(Raffles), 스위소텔(Swissotel)을 보유. 이를 기점으로 프리미엄 호텔 시장에서 핵심 플레이어로 포지셔닝 - 최근에는 유럽 지역의 독특하고 개성적인 콘셉트의 호텔 인수를 통해 브랜드 차별화를 시도
주요 브랜드					

Source: LSEG Workspace, CB Insights, 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

Note: 제시된 글로벌 주요 호텔 플레이어는 Statista 'Hotel industry worldwide'(2024)에서 시가총액 기준으로 산정한 글로벌 호텔 1~5위에 해당. 왼쪽부터 순위 순으로 나열

[참고] 글로벌 호텔 시장 동향 – M&A 현황 (1/2)

글로벌 호텔 기업은 고객층 다변화를 위해 M&A를 전략적 방안으로 택하고 동종업계 기업 인수를 통해 브랜드 포트폴리오 다각화에 집중하고 있음. 주요 글로벌 호텔은 성장 잠재력이 있는 지역 호텔 브랜드를 발굴하여 인수함으로써 점유율 확대 및 신규 지역 진출 등의 효과를 도모

인수 기업	피인수 대상	공시일	인수 금액 (백만 달러)	내용
Marriott International (미국)	citizenM (네덜란드)	2025.04	465	• 런던, 파리, 로마 등 주요 도시를 중심으로 운영하는 라이프스타일 호텔 브랜드 시티즌엠(citizenM) 인수를 통해 메리어트의 브랜드 포트폴리오 강화 및 글로벌 시장 내 경쟁력 제고
	City Express (멕시코)	2022.10	100	• 멕시코를 포함한 중남미 70여 개 도시에서 중저가 호텔을 운영하는 시티 익스프레스(City Express)를 인수하여 메리어트 브랜드 포트폴리오에 중저가 브랜드 도입 및 중남미 시장에서 입지 강화
Hyatt (미국)	Playa Hotels&Resorts (미국)	2025.02	2,600	• 하얏트 호텔은 멕시코와 카리브해 지역 내 입지를 확대하기 위해 플라야호텔앤리조트(Playa Hotels&Resorts)를 인수. 해당 거래를 통해 최근 증가하고 있는 올인클루시브(All Inclusive) 리조트 수요에 대응
IHG (영국)	Ruby (룩셈부르크)	2025.02	116	• 독일 뮌헨에 본사를 둔 루비(Ruby) 호텔을 인수하여 IHG의 20번째 브랜드로 편입. 독일, 영국 등 유럽 9개국에 호텔 지점을 보유한 루비 호텔 인수를 통해 유럽 시장에서의 입지 강화와 ‘어반 마이크로’ 콘셉트의 신규 세그먼트 진출
	Six Senses Resorts&Spas (태국)	2019.02	300	• 럭셔리 리조트 기업인 식스센스리조트앤스파(Six Senses Resorts&Spas)를 약 3억 달러에 인수하여 IHG의 최고급 호텔 포트폴리오를 강화. 몰디브, 태국 등지에 16개 리조트를 운영 중인 식스센스 브랜드 편입으로 웰니스·럭셔리 여행 수요 흡수하는 효과를 도모
Hilton Worldwide (미국)	Sydell Group (미국)	2024.04	56	• 노메드(NoMad) 호텔 브랜드로 유명한 부티크 호텔 운영사 시델그룹(Sydell Group) 인수로 도심 속 럭셔리 호텔을 타깃한 다양한 브랜드를 힐튼 브랜드 포트폴리오에 추가
	Graduate Hotels (미국)	2024.03	210	• 힐튼은 미국 및 영국 등 대학 도시 중심으로 호텔을 보유한 그라듀에이트 호텔(Graduate Hotels) 인수로 라이프스타일 호텔 시장에서의 입지 강화. 해당 거래를 통해 다수의 신규 프랜차이즈 계약을 체결하였으며 연간 약 1,600만 달러의 수수료 수익 발생이 기대

Source: CB Insights, Mergermarket, 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

[참고] 글로벌 호텔 시장 동향 – M&A 현황 (2/2)

글로벌 호텔 기업은 여행 유관산업 및 이종산업의 기업 인수를 통해 서비스 범위를 확대, 고객 경험 차별화, 디지털 전환 및 예약 플랫폼 채널 확대로 호텔 운영 효율성을 증진하는 효과를 도모함

인수 기업	피인수 대상	공시일	인수 금액 (백만 달러)	내용
Marriott International (미국)	Postcard Cabins (미국)	2024.12	N/A	• 메리어트인터내셔널은 야외 캠핑 브랜드 포스트카드 캐빈(Postcard Cabins)을 인수하고, 미국의 야외 관광지 소재 호텔에 특화된 트레일본(Trailborn)과의 장기계약을 통해 '25년 내 야외 캠핑 콘셉트의 호텔 컬렉션을 출시 예정
Hyatt (미국)	Mr&Mrs Smith (영국)	2023.04	66	• 전 세계 1,500여 개 부티크 럭셔리 호텔을 큐레이션한 회원제 예약 플랫폼 미스터앤미세스스미스(Mr&Mrs Smith)를 인수. 해당 인수를 통해 하얏트는 피지, 크로아티아, 아이슬란드 등 하얏트 미진출 지역의 고급 호텔 유통 채널을 확보하고, 럭셔리 여행 시장에서의 직거래 및 로열티 프로그램 경쟁력을 강화하는 효과를 가져옴
	Apple Leisure Group (미국)	2021.08	2,700	• 애플레저그룹(Apple Leisure Group)은 미주 지역 최대 규모의 럭셔리 올인클루시브 리조트 브랜드 포트폴리오를 운영하는 호텔 예약 플랫폼을 보유한 종합 여행사. 호텔 예약 플랫폼 역량을 강화하고 고급 리조트 시장에서의 입지를 성공적으로 확대하였으며, 이를 통해 수익원을 다변화하는 성과를 거둠
Accor (프랑스)	Orient Express (프랑스)	2022.06	N/A	• 오리엔트 익스프레스(Orient Express)는 1883년에 설립된 유럽의 전통적인 고급 열차 여행 비즈니스를 전개하는 기업으로 아코르는 이번 인수를 통해 브랜드의 역사적 가치를 활용한 고급 숙박 및 여행 경험 사업 확장에 나섬

Source: CB Insights, Mergermarket, 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

Contents

I. 호텔산업 Overview	2
II. 국내 호텔산업 현황	6
III. 국내 호텔산업 비즈니스 트렌드	13
IV. 결론 및 시사점	28

Key Takeaways (1/2)

국내 호텔산업의 주요 성장 배경

안정적인 실적 성장세에 투자 자금 유입 확대

국내 호텔 기업은 외래 관광객 증가와 프리미엄 호텔 수요 확대에 힘입어 안정적인 실적을 이어가는 중. 국내 호텔 시장의 성장세에 따라 해외 투자 자금 유입도 증가하고 있으며, 이는 시장의 구조적 성장 기반을 강화하는 긍정적 요인으로 작용



높아진 글로벌 인지도에 글로벌 신규 시장 진출 기회 증대

국내 호텔 브랜드에 대한 높아진 글로벌 인지도를 바탕으로 일부 기업을 중심으로 해외 시장 진출이 본격화되는 움직임이 나타나고 있음. 한편 국내 주요 도시 및 관광지를 중심으로 체인 호텔 진입이 활발해짐에 따라 호텔산업 전반의 시장 확대가 가속화되는 추세



타깃 소비자 스펙트럼 확대로 다각화된 호텔 상품 수요 증가

방한 외래 관광객 국적이 점차 다변화되고, 2030세대 유입이 본격화되면서 타깃 소비자 범위가 빠르게 확대됨. 숙박 중심의 수요에서 벗어나 F&B, 엔터테인먼트, 웰니스 등 복합적인 경험에 대한 수요가 증가함에 따라 호텔 상품 다각화를 통한 신규 비즈니스 기회가 증가할 것으로 기대

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Key Takeaways (2/2)

지속 가능한 성장을 위한 국내 호텔산업의 전략 방향성은?



01

신규 시장 개척을 위한 다양한 전략 모색

- 지속 가능한 성장 동력 확보를 위해 국내 지방 거점 도시를 선점하는 등 전략적인 체인 확대 시도가 요구
- 한편으로는 내수 시장을 넘어 세계 주요 거점 도시 및 신흥 국가로의 진출을 통해 글로벌 시장 확장 가능성을 적극적으로 모색해야 함
- 시장 확대를 위한 전략 중 특히 프랜차이즈 모델은 운영 부담을 최소화하면서 자본 회전율을 높일 수 있는 구조적 장점을 갖고 있어, 향후 주요 성장 전략으로 고려 가능



02

본업과 시너지 창출 가능한 방향으로 사업 다각화 시도

- 국내외 경기 변동, 기후, 정책 등 외부 환경 변화에 상대적으로 취약한 호텔산업 특성상, 사업 다각화 전략은 불확실성에 대한 선제적 대응력 확보 측면에서 의미가 클 것으로 풀이
- 이에 호텔의 핵심 역량인 접객 서비스나 시설 운영 노하우와 시너지를 높일 수 있는 유관 산업으로의 사업 다각화 시도가 필요
- 가령, 시니어 레지던스, PB(Private Brand) 사업 등은 호텔이 보유한 프리미엄 이미지를 효과적으로 활용할 수 있어 차별화에 유리하며 향후 시장 내 입지 확대 가능성 또한 높게 평가



03

고객 수요 다변화에 대응해 브랜드 포지셔닝 재정비

- 고객이 호텔에 기대하는 가치가 단순한 숙박을 넘어 차별화된 경험으로 확장되면서, 호텔의 핵심 경쟁력 역시 '경험' 중심으로 재편되는 양상이 뚜렷
- 고객 수요 다변화를 고려하여 차별화된 콘셉트의 브랜드 전개 요구
- 멀티브랜드를 보유한 호텔 기업의 경우, 각 브랜드 고유의 정체성을 강화하고 타깃 시장에 정밀하게 대응하는 전략이 가능. 가령 웰니스 특화, 친환경 인증 기반 브랜드는 새로운 수요층을 유입시키는 동시에 브랜드의 차별화된 정체성을 공고히 하는 데 효과적인 도구가 될 것으로 기대



04

첨단 기술 활용으로 운영 효율성 및 고객 경험 개선

- 고정비 비중이 높은 호텔산업의 구조적 특성을 고려할 때, 운영 효율성 확보가 장기적인 수익성 강화를 위한 핵심 과제로 부상하고 있음. 이에 AI, 로봇, IoT 등 기술 기반의 운영 자동화 솔루션 도입과 기술 기업과의 전략적 제휴를 통한 디지털 전환이 필요
- 호텔업계는 디지털 기술을 고객 경험 개선이라는 측면에서 보완 수단으로 인식하고 고객 접점에서의 균형 있는 활용이 요구됨

Source: 삼정KPMG 경제연구원

[참고] 국내법에 따른 숙박산업 분류

■ 숙박산업 법적 신고·등록을 위한 법규

관광 진흥법	관광숙박업							관광객이용시설업									
	호텔산업							휴양콘도 미니엄업	전문 휴양업		외국인 관광 도시 민박업	한옥 체험업	야영장업				
	관광 호텔 산업	의료 관광 호텔 산업	수상 관광 호텔 산업	한국 전통 호텔 산업	소형 호텔 산업	호스텔업	가족 호텔 산업						자동차 야영장업				
공중 위생 관리법	공중위생관리법이란, 공중이 이용하는 영업의 위생·관리 등에 관한 사항을 규정함으로써 위생수준을 향상시켜 국민의 건강증진에 기여함을 목적으로 숙박업·목욕장업·이용업·미용업·세탁업·건물위생관리업을 다룸 토지의 용도지역 및 규제사항, 숙박시설의 사업 목적과 주 고객층에 따라 소유자는 관광진흥법과 공중위생관리법 중 한가지를 선택하여 인허가를 진행해야 함																
	관광진흥법 - 관광숙박업							공중위생관리법 - 숙박업									
	관광호텔, 호스텔업, 가족호텔 등							대상시설		일반숙박업(여관, 여인숙, 모텔 및 일반 호텔), 생활숙박업 등							
	시·군·구 관광부서							등록기관		보건소							
	신청제(등급 미지정도 합법)							별 등급		별도 등급 없음							
내·외국인 관광객							주 고객층		내국인 중심 일반 숙박								

■ 행정적·통계적 목적으로 사용되는 분류 체계

한국 표준 산업 분류	일반 및 생활 숙박시설 운영업														
	호텔산업					기타 일반 및 생활 숙박시설 운영업	휴양 콘도 운영업	기타 일반 및 생활 숙박시설 운영업				민박업	야영장업	여관업	
	관광 호텔산업	의료 관광 호텔산업	수상 관광 호텔산업	한국 전통 호텔산업	소형 호텔산업										
관광 산업 특수 분류	관광숙박업														
	호텔산업					휴양콘도 미니엄업	일반 관광숙박업								
	관광호텔산업	수상 관광호텔산업	한국 전통호텔산업	호스텔업	가족 호텔산업		관광 펜션업	산림 휴양림업	게스트 하우스	레지던스 호텔	기타 관광 숙박시설 운영업	민박업	외국인 관광 도시 민박업	한옥 체험업	자동차 야영장업

Source: 한국표준산업분류, 관광진흥법, 관광산업특수분류, 삼성KPMG 경제연구원

Business Contacts

호텔산업 전문팀

Deal Advisory

진형석 전무 E hyungseokjin@kr.kpmg.com	서광덕 전무 E kwangdukseo@kr.kpmg.com	장주항 상무 E joohangchang@kr.kpmg.com	윤승구 상무 E seungguyoon@kr.kpmg.com	석봉길 상무 E bseok@kr.kpmg.com
---	--	---	--	----------------------------------

Audit

이용호 부대표 E yongholee@kr.kpmg.com	김시우 전무 E siwookim@kr.kpmg.com	현윤희 상무 E yhyun@kr.kpmg.com	조일상 상무 E ijo@kr.kpmg.com	김대진 상무 E daejinkim@kr.kpmg.com
---------------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	--------------------------------	--------------------------------------

박상훈 상무 E sanghoonpark@kr.kpmg.com	김수광 상무 E sukwangkim@kr.kpmg.com	김현석 상무 E hyunsukkim@kr.kpmg.com	설원 상무 E wonseol@kr.kpmg.com
---	---------------------------------------	---------------------------------------	-----------------------------------

home.kpmg/kr



The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2025 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.