

# 도시민박업(홈스테이) 활성화 전략방안 조사·연구

박 종 진



연구자

연구책임

박종진 / 초빙연구원



# 요약 및 정책건의

## 1. 연구의 배경 및 목적

- 숙박중심의 관광객은 당일중심 관광객에 비해 관광소비 및 지출이 많고, 해당지역의 파급효과도 높아 숙박형 관광객의 유치를 위해 대전시는 노력하고 있으나, 홍보 및 인프라 부족과 매력성의 감소 등으로 숙박형 관광객 유치를 위한 방안 마련이 필요함
- 특히 숙박형 관광객 유치에 성공하더라도 보다 체류기간을 연장하고 다양한 체험과 문화를 향유하며 즐길 수 있는 프로그램 개발이 요구됨
- 이에 문화관광부에서는 2011년 12월 30일 ‘외국인관광 도시민박업’을 관광편의시설업으로 추가한 관광진흥법 시행령 및 시행규칙을 공포·시행하였으며 2012년 5월 15일 다시 ‘외국인관광 도시민박업’을 관광객 이용시설업으로 재분류하는 관광진흥법 시행령 일부개정령안을 발의하였음
- 외국인관광 도시민박업은 ‘외국인 관광객에게 한국의 가정문화를 체험할 수 있도록 숙식 등을 제공하는 업(관광진흥법 시행령 제2조 제1항 제3호)’으로 규정됨
- 일반 가정집 주인이 소박한 형태의 숙식을 제공하는 민박 및 도시민박업은 숙식을 제공하는 호스트와 그 가족과의 친밀한 상호작용을 통해 방문지역의 문화체험과 해당가정의 일상생활에 대한 이해를 넓힐 수 있다는 장점이 있음
- 도시민박업(홈스테이)은 기존의 호텔 등 대규모 숙박시설과는 차별화된 현지생활문화의 체험 및 현지인과의 상호작용의 기회를 통해 관광만족을 제고시키고 문화체험형 대체숙박시설로서 효과적인 관광숙박 확충에도 기여할 수 있을 것으로 기대되므로, 관광자원이 타지역에 비해 부족한 대전지역에 도입될 경우 외국인의 만족을 제고시킬 수 있는 대안으로 평가됨
- 또한 현재 대전지역에 도시민박업(홈스테이)을 운영하는 가정은 극히 제한적으로, 활성화를 통한 외국인 유입증대와 관광 만족을 높이기 위해 도시민박업(홈스테이)가정을 확대하고, 보다 다양한 한국과 대전지역의 문화를 제공할 수 있는 방안 마련이 필요

## 한 상황임

- 현재 세계 각국에서는 홈스테이 프로그램이 그 나라의 생활과 문화를 경험하는 가장 좋은 방법으로 인정되고 있으며 언어와 생활양식이 다른 사람들이 민박경험을 통하여 서로 만나고 소통할 수 있음
- 특히, 다양한 문화와 외국어를 사용하는 외국인을 민박하며 열린 시각을 지닌 국제인으로 양육하려는 목적으로 혹은 자녀들의 세계화교육이라는 의미에서의 매력 또한 강함
- 셋방화(세계화+지방화 복합어)를 지향하는 현대 사회에서 단순한 숙박의 개념이 아닌 차별화된 숙박의 개념을 도입하여, 한국의 멋과 가치를 문화적 관점에서 체험할 수 있는 독특하고 차별화된 시설 도입이 요구됨
- 아울러 대전지역 숙박관광객과 체재기간을 연장할 수 있는 관광프로그램 도입 관점에서 도시민박업(홈스테이) 사업은 꼭 필요하며, 외국인 유학생과 연계할 수 있는 방안 또는 홈스테이 활성화를 위한 홈스테이 신청 가정의 확대 방안 및 전략 방안이 필요함
- 이러한 도시민박업(홈스테이)을 통한 관광만족은 관광산업의 활성화와 국가 및 지역 이미지를 제고시켜 재방문을 확대하는 전략이 될 것으로 판단됨
- 대전지역에 내·외국인을 위한 숙박형 관광지로 구축하고, 현재 대전시의 관광객 이용패턴에 따른 차별화된 숙박시설의 수용능력 향상 방안과 관광행태 변화에 따른 관광객의 욕구를 충족시켜 관광 활성화 방안을 제시하는 것이 필요함
- 지역경제 파급효과를 극대화하고 지역의 문화를 제대로 알릴 수 있는 도시민박업(홈스테이)형 관광객을 대전으로 유도할 수 있는 신규 수요창출 방안 마련과 기존 관광자원을 연계한 관광프로그램 개발필요성이 대두되므로 도시민박업(홈스테이) 수요와 공급을 확대하기 위한 전략 마련이 필요함

## 2. 주요 연구결과

- 문화관광부에서는 2011년 12월 30일 ‘외국인관광 도시민박업’을 관광편의시설업으로 추가한 관광진흥법 시행령 및 시행규칙을 공포·시행하였으며 2012년 5월 15일 다시 ‘외국인관광 도시민박업’을 관광객 이용시설업으로 재분류하는 관광진흥법 시행령 일부개정령안을 발의하였음
- 본 연구는 단기적인 외래방문객 유입시 대전의 부족한 숙박 공급 능력을 해결하고, 한국을 비롯한 대전의 문화를 널리 알려 외국인 인바운드 관광객을 확대하기 위한 전략으로 도시민박업 및 홈스테이의 활성화 전략 방안을 연구하였음
- 도시민박업과 홈스테이는 숙박을 통한 문화의 관광상품화 전략으로서 그 가치가 매우 높으며, 선진국의 활성화된 사례에 비해 국내에서도 활성화전략 마련이 필요하다는 관점에서 대전지역의 관광산업 발전을 위한 전략으로서 연구하였음
- 반면 연구에 앞서 이론적 관점에서 국내에서의 민박업, 도시민박업, 홈스테이 등 유사한 용어가 사용되고 있으나 이에 대한 명확한 개념 규정이 없어 많이 혼용되어 사용되며, 특히 민박과 홈스테이에 대한 구분은 영리와 비영리로 나눌 수 있는데 본 연구에서는 특별히 구분하지 않고 민박과 홈스테이의 동일한 영역 즉, 가정 내에서 체류하는 숙박프로그램의 개념으로 접근함
- 연구결과 현재 대전을 비롯한 국내 도시민박업과 홈스테이 분야는 아직 활성화되지 않은 분야로 활성화를 위한 전략적 방안이 요구됨
- 특히 본 연구에서는 외국인 관광객뿐만 아니라 외국인 유학생과 내국인 모두 이용 가능한 기능적 차원에서의 접근이 필요함
- 따라서 대전의 도시민박업과 홈스테이 분야의 발전을 위해 제도적, 지방정부 차원에서의 활성화 전략과 민간영역의 활성화를 위한 마케팅 등의 전략 방안 등이 요구되며, 이와 같은 연구 필요성에 의한 연구 결과를 분석한 결과를 요약하면 다음과 같음

## 1) 지방정부의 지원제도 마련 필요

- 외국의 경우, 정부나 지방의회에서 각종 세금을 감면하거나 보조금 지급 등 각종 행정적 지원을 하고 있으며, 또한 금융기관도 지방의회와 연계하여 도시민박업 및 홈스테이 가정에 대한 자금 대출 등을 하고 있음
- 기존 홈스테이 매칭 알선단체에 대한 정부의 제도적, 행정적 지원을 통해 활성화와 문제점 등의 애로 사항을 해결하고 문화관광부와 한국관광공사의 지원을 확대하여 보다 체계화된 매칭 활동을 할 수 있도록 법적, 제도적 보완이 필요함
- 시급한 것은 외국과 같이, 도시민박업 및 홈스테이 관련협회를 설립하여, 이를 통한 시설의 등급기준도 마련하여 지정하고 이에 따른 가격제도를 도입하여 관광객들에게 신뢰감을 주고 합리적으로 이용하게끔 유도함
- 또한 가입조건에 회원의 손해보험 가입을 규정하여 사고나 문제 발생시 이를 보상할 수 있는 제도적 장치 마련이 요구됨
- 그리고 가입회원에게는 경영지원과 교육, 보조금 지원, 홍보자료 제공 등의 혜택을 부여하고 정부측면에서도 개발제한구역내 위치한 시설에 대해 농업에 대한 법적용을 완화하고 시설개선 및 서비스향상을 위하여 관광진흥개발기금에서 자금을 지원하며 지원조건을 개선하는 것이 필요함
- 재정적 차원에서 재산세감면 등의 세제지원 방안도 마련되어야하며, 관련 협회에 행정적 제재 권한을 부여하여 기준에 미달하거나 협회에 고발된 가정에 대해, 벌금을 징수하거나 운영 자격을 정지하는 방안 등을 검토하여 무차별적인 진입을 미연에 방지함
- 그 밖에도 대전의 외국인 관광객과 유학생의 정주 만족도를 향상하기 위한 전략으로서 외국인 전용 게스트하우스를 도입하고 이를 활성화하여 외국인관광객과 유학생 모두 정보를 공유하며 대전의 문화적인 체험을 확대할 수 있도록 장( )을 조성하여 제 공함

## 2) 교육훈련프로그램 구축 및 강화

- 외국인 관광객의 경우, 언어소통, 문화적 배경의 차이로 인한 문제발생과 일부 가정의 인종적 차별이 문제점으로 제기되고 있으므로, 일반 또는 전문 숙박기관과 비교하여 볼 때, 숙박기관의 역할을 담당할 수 있는 종사원 관련 서비스 교육이 필요함
- 민박과 홈스테이 이용자와의 접촉빈도와 강도는 높으며, 이들을 통하여 현지인(한국인)의 생활과 문화를 배우기 때문에 주인의 태도, 소양, 어학적 능력, 음식솜씨 등은 매우 중요하므로, 이에 대한 보다 체계적인 다양한 교육 프로그램이 요구됨
- 민박과 홈스테이를 신청하고 싶어도 막상 신청시, 사전지식이 없는 경우 두려움을 갖는 경우가 있어 취소되는 경우가 종종 발생하므로 이를 해결할 수 있는 방안 마련이 요구됨
- 또한 가정마다 교육수준, 외국어 수준, 외국관광 경험, 선호하는 국가 등 다양한 특성이 존재하므로 동일한 수준의 서비스가 제공되거나 제공될 수 없으므로 가정마다 각기 다른 목표를 설정하고 목표에 따른 차별화된 홈스테이 프로그램을 개발하여 제공하도록 함
- 특히 이러한 교육 이후 교육에 따른 홈스테이 신청 가정에 대한 평가가 이루어져 교육의 효율성을 도모하고 홈스테이 가정의 등급선정에 참고함
- 그 밖에도 특정한 국제회의 및 메가이벤트 개최 시에는 참가국가에 따른 가정 선정이 사전에 이루어져 그 국가에 대한 언어, 문화교육이 반드시 이루어지도록 제도화하여야 하므로 시설에 대한 기준과 더불어 언어구사, 서비스에 대한 기준을 설정하고 이들에 대한 운영교육, 서비스교육, 어학교육, 요리강좌, 한국문화소개, 관광자원교육 등의 보정교육이 필요함
- 또한 의욕은 있으나 자질, 능력, 소양 등이 부족한 일반인들에게 한국의 고유 문화를 체험할 수 있도록 문화체험프로그램을 도입하여 외국인만을 위한 교육 프로그램이 아닌 내부마케팅 전략을 진행함

### 3) D/B 구축과 매칭을 위한 예약시스템 구축

- 게스트-호스트를 연결하는 매칭업체의 수익성 악화로 이를 해결할 수 있는 정부 또는 대전시의 지원정책 이외에도 자체적인 시스템을 통해 고정적인 고객 확보와 활성화 를 도모할 수 있는 프로그램 개발 전략방안 마련이 우선시 됨
- 민박과 홈스테이 관련한 D/B 구축은 물론 민박협회를 통한 전국적인 조직망을 이루어 민박을 운영하여 품질관리, 정보제공과 예약 등 통합적 관리를 구축함
- 효율적 홍보를 통하여 국내에 있는 매칭업체를 관광숙박시설로서의 이미지를 개선시키고, 인터넷 및 전화를 이용한 예약시스템 구축, 개최도시별 숙박사업단, 관광안내소의 예약시스템 연결로 현장 예약체계를 도입할 수 있도록 함
- 숙박 안내 및 예약만을 제공하는 단순 정보시스템이 아니라, 다양한 정보를 제공할 수 있는 복합적인 통합시스템을 도입하여 게스트하우스와 연계하거나 대전의 도시민 박업과 홈스테이 가정이 접속하여 다양한 정보와 예약현황 등을 확인할 수 있도록 함
- 그 밖에도 객실예약 및 확인, 지불관계와 함께 그 외 기타정보(관광지 및 문화행사, 음식점, 날씨, 교통 관공서 등과 같이 각종 여행정보)를 제공하며, 더불어 관광목적지 관리시스템(destination management system)을 병행하여 정보의 정확성과 신뢰성을 제공함
- 또한 민박이나 홈스테이 가정의 시설이 열악한 상황을 고려하여 정보체계 및 통합안 내시스템 인프라의 형태는 자동(network), 반자동(fax), 수동(전화) 등의 다양한 형태로 도입하여 진입장벽 제한을 해결함
- 게스트 부족에 대한 다방면의 노력과 게스트-호스트 매칭업체에 대한 자금지원 또는 인력지원, 용자사업 등의 현실적인 지원을 통해 전문적 시스템을 구축할 수 있도록 뒷받침해야 할 것임
- 추후 윈스탑 예약이 될 수 있도록 각종 관광자료 비치와 인터넷을 통한 예약채널을 구축하고 홈스테이 이용자가 사전 통지없이 나타나지 않는 경우(no-show) 민박가정 의 피해를 줄이기 위한 방안도 강구하도록 함

#### 4) 체계적 홍보방안 구축

- 각종 메가스포츠이벤트 홈페이지 활용과 숙박에 대한 주요 홍보체계는 한국관광공사, 여행사 등 관련 웹사이트와 연계를 구축하여 홍보관련 숙박시설의 정보를 제공하는 것이 필요함
- 대전시의 도시민박 및 홈스테이에 대한 관련 정보를 알릴 수 있는 공식적인 창구나 대전시 관광분야의 홈페이지와 연계하여 홈스테이 정보와 예약을 바로 할 수 있도록 시스템 연계화가 필요함
- 대전내 인바운드 여행사 및 국제적인 네트워크를 가진 여행사를 사전에 선정하여 입장권과 숙박권을 포함한 메가스포츠이벤트 관광상품을 기획하고, 대전에서 개최되는 공식적인 행사 및 이벤트를 활용하여 외국인 관광객 유입을 극대화 함
- 한국관광공사, 대한무역진흥공사, 문화원 등과 연계하여 관광 및 숙박정보를 지속적으로 노출시키고 ‘한국문화의 밤’ 등을 개최하여 한국에 대한 인지도를 제고해 볼 수 있으며, 잠재외국 방문객 및 이벤트 참가자를 중심으로 홍보활동을 실시함
- 또한 외국인들이 즐겨보는 홈페이지(Yahoo, Hotmail 등)에도 배너광고를 실시 할 필요가 있으며, 대전시의 관광지과 행사내용을 다채롭게 꾸며, 대전지역 내 숙박과 연계가 가능하도록 역, 터미널, 공항 등지에 자체 팸플렛과 관광안내서를 배포하여 활성화를 유도함
- 그 밖에도 현재 매칭업체로 운영되고 있는 집단과 연계한 홈페이지 연계전략 등이 필요하고, 대전의 문화에 관심이 많은 기업과 지역의 대표 기업의 후원을 통해 민박업과 홈스테이 산업의 활성화를 도모함
- 영어권, 일본어권, 중국어권 등의 팸투어를 실시하여 대전의 홈스테이에 대해 소개하고 그에 대한 만족도 제고 및 유학생의 홈스테이 욕구를 위한 학교와 연계전략 방안을 마련함

### 5) 민·관 협력체제 구축

- 도시민박업 및 홈스테이 분야는 국내에서 비활성화된 미개척 분야로 앞으로의 성장이 필요하고, 성장이 주목되는 분야라 할 수 있음
- 그러나 현재 정부 차원의 지원과 제도가 미비하고, 중요성 인식과 참여가정의 부족으로 대전을 비롯한 국내에서의 활성화가 필요한 만큼 민관이 협력하여 활성화를 위한 기초적인 협력체계가 우선적으로 마련되어야 할 것으로 사료됨
- 따라서 민·관이 하나가 되어 서로 협력하고 상황대처 및 문제점파악과 처리를 보다 원활히 할 수 있는 대응체계를 갖추는 것이 무엇보다 필요함

### 6) 중·소 숙박시설의 도시민박업 전향 지원체계 구축

- 현재 대전시의 증저가 숙박시설을 운영하고 있는 자영업자들 및 소상공인들은 영업의 많은 어려움을 갖고 있음
- 그러한 데에는 증저가 숙박시설이 가족 나들이객과 관광객을 수용하기에 이미지상 어려움을 갖고 있기 때문으로 최근 증가하고 있는 가족 관광객의 수요를 위해서라도 도시민박업으로의 전업을 할 수 있도록 대전시가 지원하는 정책 등이 요구됨
- 이와 더불어 민박 및 홈스테이 분야 이외에도 증저가 숙박시설을 운영하는 영세 상공인을 위한 경영 노하우 및 서비스 개선을 위한 서비스 교육 등의 지원이 필요할 것으로 판단되며, 도시민박업으로의 전환을 위한 지원체계를 마련하여 영세상인의 어려움을 타개할 수 있는 방안을 다각도로 연구하여 대전시만의 관광숙박시설체계를 구축하는 선진사례가 요구됨

## 3. 정책적 제언

- 국내 관광산업에서 숙박시설은 대부분 대형화, 고급화를 중시하여 왔으며, 기타 중소형 숙박시설은 상대적으로 소외시 되어 왔으나 대형 숙박시설의 수요는 한계에 이르렀고, 관광산업에 대한 공급이 지나치게 수요를 추월하고, 대중관광에서 특수목적관광(SIT)형태를 선호하면서 대단위 숙박시설의 대한 투자가 어려워지고 있음

- 최근 지방자치단체의 재정자립도 및 경제활성화, 노후숙박시설의 재활성화, 실업자 고용 및 유희 시설의 활용 측면에서 도시민박업 및 홈스테이 사업은 관광산업의 필요한 유용한 사업군으로 분류되고 있음
- 특히 문화에 대한 소비 인식이 강해지고 품질지향 관광 형태가 자리잡으면서 문화를 향유할 수 있는 숙박형 문화체험의 관광상품이 대안으로 등장하게 되었음
- 외국인인 포함한 외래관광객들은 대전지역 관광지 주변의 민박 또는 홈스테이 가정을 이용하고, 아파트보다는 전통적인 느낌을 살린 가옥이나 단독주택을 선호하고 있으므로 외국인 관광객의 수요에 대응하는 방안이 필요하다고 할 수 있음

### 1) 숙박형 관광객 유도를 위한 맞춤전략 필요

- 최근 관광객의 수요는 다종다양의 맞춤형 서비스의 제공이 더욱 중요시되고 있으며, 감성적 차원의 마케팅을 통한 맞춤 전략이 필요함
- 숙박형 관광객의 욕구와 필요사항을 보다 정확히 파악하여 이에 대한 보완이 필요하며, 지속적인 관점에서 이루어져야 할 것으로 판단됨
- 대전시의 관광목적지로서의 매력은 타도시에 비해 다소 낮은 수준으로 이를 극복하기 위한 전략으로 문화를 상품화하여 숙박과 접목한 도시민박업 및 홈스테이의 활성화는 외국인과 외래방문객을 위한 맞춤형 관광상품으로서 가치를 발현할 수 있을 것으로 판단되며, 이는 자연스럽게 지역경제 활성화를 도모할 수 있는 숙박관광객 증가를 가져올 것으로 판단됨

### 2) 품질관광 지향

- 단순한 체험형 관광을 벗어나 보다 디테일(detail)한 문화를 체험하고 차별화된 문화상품을 제공하므로써 관광빈도 중시 행태에서 품질지향 관광형태로 변화되고 있음
- 특히 대전의 경우 많은 관광객을 유치하기 보다는 대전에 온 관광객을 보다 오랜기간 머물게하여 소비를 촉진시키는 전략이 필요한 만큼 차별화된 숙박형 관광상품으로 품질관광산업 성장이 요구됨

- 숙박형 관광객을 유치하기 위한 가장 큰 목적은 숙박형 관광객이 관광목적지에서의 소비비용이 증가하여 지역경제의 파급효과가 당일관광객에 비해 높기 때문에 관광객 수에 연연하지 말고 소비 수준이 높은 질 높은 관광객 유치가 필요함
- 저비용 고강도 체험형 관광으로 바뀌고 있기에 질 낮은 대량관광 보다는 특정 계층을 위한 체험형 품질 관광이 필요한 시기이므로 대안관광 형태로서의 도시민박업과 홈스테이는 매우 중요한 지속가능한 관광형태로서 대전시의 관광정책에 반영되어야 함

### 3) 대전만의 특화된 숙박관광 아이템 개발 필요

- 관광산업은 지역간 또는 국가간 경쟁이 더욱 치열해지고 있으며, 지역간 관광수준의 격차가 해소되면서 지역 간의 관광특성화가 약해지고 있으며, 이러한 약화된 관광경쟁력을 향상시키기 위해서는 대전만이 갖는 고유 관광아이템이 필요함
- 특히 숙박형 관광객 유치를 위해 도시민박업과 홈스테이 가정내에서 차별화된 문화와 생활양식 등을 제공하여 문화적 소구 역량을 강화하는 차별화된 아이템을 통해 체류시간을 연장시킴으로써 숙박관광 활성화를 유도함

### 4) 다양화 전략

- 숙박관광객을 유입시키기 위해서는 야간에 즐길 수 있고 매력 있는 경쟁력 갖춘 야간형 관광상품의 개발이 필요함
- 도시민박업 및 홈스테이 이외에도 게스트하우스나 비지터센터의 도입과 중저가 숙박시설의 도시민박업 전화에 따른 지원체계 등 다양한 차원에서의 전략방안 마련이 요구됨

## - 제 목 차 례 -

요약 및 정책건의 .....	5
제목차례 .....	9
표 차례 .....	12
그림차례 .....	14
<b>제1장 연구의 개요 .....</b>	<b>1</b>
제1절 연구의 배경 및 목적 .....	3
1. 연구의 배경 .....	3
2. 연구의 목적 .....	5
제2절 연구의 범위 및 방법 .....	7
1. 연구의 범위 .....	7
2. 연구의 방법 .....	7
3. 연구의 흐름 .....	8
<b>제2장 숙박업 및 민박업(홈스테이)에 대한 이해 .....</b>	<b>9</b>
제1절 숙박업에 대한 이해 .....	11
1. 숙박업의 개념 .....	11
2. 숙박관광의 변화 및 전망 .....	12
3. 숙박업의 특성 .....	16
4. 숙박시설 선택시 중요도 .....	18
5. 숙박시설 분류 .....	24
제2절 민박업의 이해 .....	31
1. 민박업의 의미와 필요성 .....	31
2. 민박업(홈스테이)의 이해 .....	33

3. 민박업(홈스테이) 개념 .....	40
4. 민박업의 유형 구분 .....	46
5. 민박업 관련 제도 분석 .....	51
제3절 대전 숙박시설 현황 .....	58
1. 숙박업 현황 .....	58
2. 대전지역 숙박시설 현황 .....	60
3. 대전시 홈스테이 현황 .....	62
제3장 민박업 관련 사례연구 .....	99
제1절 국내 민박업 운영 사례 .....	65
1. 민박업 매칭현황 .....	65
2. 매칭사례 .....	66
제2절 국외 운영사례 분석 .....	74
1. 국외 홈스테이 이용객수 .....	74
2. 프랑스 도시민박업 제도 및 운영현황 .....	75
3. 영국 도시민박업 제도 및 운영현황 .....	79
4. 독일 도시민박업 제도 및 운영현황 .....	87
제3절 분석종합 .....	92
1. 국내 사례분석 시사점 .....	92
2. 국외 사례분석 시사점 .....	95
3. 종합분석 및 과제 .....	98
제4장 도시민박업(홈스테이) 활성화 전략방안 .....	99
제1절 활성화 정책 기본방향 .....	103
1. 인식의 변화 유도 .....	103
2. 정책적 패러다임의 변화 .....	103

3. 민간 영역의 활성화 .....	104
4. 문화의 관광상품화 방안 모색 .....	106

제2절 정부 및 제도적 차원의 활성화 전략 .....107

1. 대전시 관광산업의 활성화 필요 .....	107
2. 도시민박업 및 홈스테이 관련 제도 정비 방안 .....	112
3. 도시민박업 운영 가이드라인의 강화 .....	115
4. 도시민박업 등급제 도입을 위한 토대 구축 .....	116

제3절 민간 또는 마케팅 측면의 활성화 전략 .....119

1. 운영 활성화 지원 방안 .....	119
2. 도시민박업 인력 및 교육 서비스 개발 지원 .....	120
3. 도시민박업 관련 민간조직 및 협회 설립 유도 .....	121
4. 도시민박업 문화체험상품 및 프로그램 개발 및 운영 .....	122
5. 민박업 정보 보안 강화 및 전문 매칭 시스템을 활용한 소비자 보호 .....	123
6. 도시민박업 보험제도 도입을 통한 위험 관리 .....	125

제5장 결론 ..... 127

제1절 연구의 요약 .....129

1. 정부의 지원제도 마련 필요 .....	130
2. 교육훈련프로그램 .....	131
3. D/B 구축과 매칭을 위한 예약시스템 구축 .....	132
4. 체계적 홍보방안 구축 .....	133
5. 민·관 협력체제 구축 .....	134
6. 중·소 숙박시설의 도시민박업 전향 지원체제 구축 .....	134

제2절 정책적 제언 .....135

□ 참고문헌 ..... 137

□ 부록 .....

## - 표 차례 -

<표 2-1> 홈스테이, 민박, 외국인 민박의 비교 .....	33
<표 2-2> 전국 주요 홈스테이 알선업체 현황 .....	39
<표 2-3> 학자별 홈스테이 정의 .....	42
<표 2-4> 민박업 관련 숙박업 분류 .....	45
<표 2-5> 민박경영형태에 따른 유형 구분 .....	48
<표 2-6> 민박시설유형에 따른 유형 구분 .....	50
<표 2-7> 호스텔업 제도 현황 .....	52
<표 2-8> 한옥체험업 제도 현황 .....	53
<표 2-9> 농어촌 민박사업 제도 현황 .....	55
<표 2-10> 건축법 시행령 별표 .....	56
<표 2-11> 외국인관광 도시민박업 제도 현황 .....	57
<표 2-12> 민박업 관련 제도 규정 종합 .....	57
<표 2-13> 전국 숙박시설 현황 .....	58
<표 2-14> 국내 홈스테이 운영 및 이용 현황 .....	59
<표 2-15> 대전시 숙박업 현황 .....	60
<표 2-16> 대전시 유스호스텔 및 게스트하우스 현황 .....	61
<표 2-17> 대전시 연수원 현황 .....	62
<표 3-1> 외국인관광 도시민박업 운영 사례 요약 .....	66
<표 3-2> 코리아 스테이 평가표 .....	67
<표 3-3> 베를린의 숙박시설 운영형태 .....	87
<표 3-4> 베를린의 숙박시설 방 형태 .....	88
<표 3-5> 수용 가능한 숙박시설(2010) .....	90
<표 3-6> 독일의 외국인 숙박시설별 이용현황 .....	90
<표 3-7> 해외 도시민박업 관련 제도 종합 .....	91
<표 4-1> 도시민박업 활성화 지원 방안 .....	126

## - 그림 차례 -

[그림 1-1] 연구의 흐름도 .....	8
[그림 2-1] 도시민박업의 영역 .....	45

# 제 1 장

---

## 연구의 개요

---

제1절 연구의 배경 및 목적

제2절 연구의 범위 및 방법

---



# 제1장 연구의 개요

## 제1절 연구의 배경 및 목적

### 1. 연구의 배경

- 최근 관광 수요는 증가하고 있는 추세로 다양한 분야에서 관광활동이 나타나고, 관광산업은 21세기 고부가가치 서비스산업으로 외화획득, 고용창출, 투자촉진을 통한 경제 성장과 삶의 질 향상, 인적교류를 통한 세계화·지방화 촉진 등 다양한 파급효과로 인해 (문화관광부, 2010) 지역과 국가는 관광산업 육성에 집중하고 있음
- 2012년 한국을 방문한 외래 관광객이 전년대비 13.7% 증가한 1,114만 명을 기록하면서, 외래관광객 1,000만 명 시대가 개막되었고, 외래 관광객 1,000만 명 달성은 우리나라가 세계 관광대국으로 진입하고 있음을 알리는 쾌거인 동시에, 우리나라 관광산업이 이제 양적 성장이 아니라 질적 성장을 이룩해야 한다는 과제를 안겨줌(한국문화관광연구원, 2013)
- 이에 따라 문화체육관광부는 인바운드 시장의 양적성장에 부합한 질적 내실화를 위하여 명품관광, 고부가가치 창출의 관광콘텐츠를 지속적으로 발굴함으로써 한국관광의 이미지를 제고하였고, 저가 관광이미지를 벗어나서 MICE·의료·크루즈·공연 관광 등 관광시장을 고급화 하고, 관광수용태세 등 각종 문제점을 개선하기 위한 방안을 마련하여 관광산업의 발전을 위하여 노력하였음
- 또한 융복합 기반 관광콘텐츠 개발 및 육성, 관광 R&D 강화, 창조관광산업 육성 등 새로운 관광콘텐츠를 발굴하여 기존 관광분야와 차별화된 관광환경 조성 마련이 필요하며, 국가를 비롯한 해당 지역만의 차별화된 콘텐츠 개발이 요구됨
- 그러나 무엇보다, 관광이 주는 가장 큰 매력과 목적은 관광목적지의 문화를 체험하고 즐기며 독특한 문화의 가치있는 체험과 관광적지에서 만나는 외래방문객(외국인)과의

관계 등이 관광의 핵심적 가치로 관광만이 갖는 차별적 의미라고 할 수 있음

- 일반적인 문화적 체험은 매스미디어의 발달과 함께 그 가치가 상쇄되었고, 보다 더한 문화적 감동과 충격 등 자극적이고 깊이 있는 문화적 이해 및 체험 수요가 증가하고 있음
- 따라서 기존 관광상품만을 통한 문화체험과 경험 형태에서 벗어나, 자유롭고 불편하더라도, 가치있고 차별화된 체험과 모험을 즐길 수 있는 수요에 대한 공급능력이 필요하며, 이는 인바운드 관광객의 질적 성장을 높이는 발판 마련에 도움이 될 것으로 판단됨
- 이러한 수요와 공급을 충족시키기 위해 활용되고 있는 숙박형태가 도시민박업(홈스테이 : Home Stay)이라 할 수 있으며, 국내에서는 다소 생소하나 외국의 경우 활성화 된 사례가 매우 많음
- 도시민박업(홈스테이)을 이용하는 외국인 관광객은 개별적인 접촉, 타문화에 대한 이해, 새로운 아이디어의 교류, 경비절감 등을 기대할 수 있으며 민박가정의 경우 타인에 대한 이해의 확대, 외국인과의 친분관계 형성, 새로운 문화접촉, 정보획득, 경제적 실익 등을 기대할 수 있음
- 그러나 민박업은 별도의 숙박업 등록이나 위생관련 법규의 적용을 받고 있지 않고 비교적 자유롭게 운영되므로 소비자보호, 안전, 변질 영업, 불공정거래, 위생 등의 문제가 야기될 경우 오히려 관광이미지에 부정적 영향을 미칠 수 있어서 이에 대한 대책의 마련이 요구되며, 대전지역 홈스테이 형태의 숙박이 적고, 외국인을 유치하기 위한 전략방안이 요구됨
- 최근 고급 숙박시설 보다는 자연 환경에서의 체험 및 비용절감 차원에서 중·저가형 숙박시설을 선호하는 형태가 증가하고 있어 이러한 트렌드의 변화와 숙박관광객의 수요에 부응하는 전략방안 모색이 필요함
- 대전지역은 외국인 관광객 유입 규모가 적은편이고, 이를 타개할 대책이 요구되며, 현재 대전에서 체류하고 있는 외국인을 위한 대전지역 생활 만족도를 높이기 위한 방안으로서도 특별한 대책 마련이 요구됨

## 2. 연구의 목적

- 숙박중심의 관광객은 당일중심 관광객에 비해 관광소비 및 지출이 많고, 해당지역의 파급효과도 높아 숙박형 관광객의 유치를 위해 대전시는 노력하고 있으나, 홍보 및 인프라 부족과 매력성의 감소 등으로 숙박형 관광객 유치를 위한 방안 마련이 필요함
- 특히 숙박형 관광객 유치에 성공하더라도 보다 체류기간을 연장하고 다양한 체험과 문화를 향유하며 즐길 수 있는 프로그램 개발이 요구됨
- 이에 문화관광부에서는 2011년 12월 30일 ‘외국인관광 도시민박업’을 관광편의시설업으로 추가한 관광진흥법 시행령 및 시행규칙을 공포·시행하였으며 2012년 5월 15일 다시 ‘외국인관광 도시민박업’을 관광객 이용시설업으로 재분류하는 관광진흥법 시행령 일부개정령안을 발의하였음
- 외국인관광 도시민박업은 ‘외국인 관광객에게 한국의 가정문화를 체험할 수 있도록 숙식 등을 제공하는 업(관광진흥법 시행령 제2조 제1항 제3호)’으로 규정됨
- 일반 가정집 주인이 소박한 형태의 숙식을 제공하는 민박 및 도시민박업은 숙식을 제공하는 호스트와 그 가족과의 친밀한 상호작용을 통해 방문지역의 문화체험과 해당가정의 일상생활에 대한 이해를 넓힐 수 있다는 장점이 있음
- 도시민박업(홈스테이)은 기존의 호텔 등 대규모 숙박시설과는 차별화된 현지생활문화의 체험 및 현지인과의 상호작용의 기회를 통해 관광만족을 제고시키고 문화체험형 대체숙박시설로서 효과적인 관광숙박 확충에도 기여할 수 있을 것으로 기대되므로, 관광자원이 타지역에 비해 부족한 대전지역에 도입될 경우 외국인의 만족을 제고시킬 수 있는 대안으로 평가됨
- 또한 현재 대전지역에 도시민박업(홈스테이)을 운영하는 가정은 극히 제한적으로, 활성화를 통한 외국인 유입증대와 관광 만족을 높이기 위해 도시민박업(홈스테이)가정을 확대하고, 보다 다양한 한국과 대전지역의 문화를 제공할 수 있는 방안 마련이 필요한 상황임

- 현재 세계 각국에서는 홈스테이 프로그램이 그 나라의 생활과 문화를 경험하는 가장 좋은 방법으로 인정되고 있으며 언어와 생활양식이 다른 사람들이 민박경험을 통하여 서로 만나고 소통할 수 있음
- 특히, 다양한 문화와 외국어를 사용하는 외국인을 민박하며 열린 시각을 지닌 국제인으로 양육하려는 목적으로 혹은 자녀들의 세계화교육이라는 의미에서의 매력 또한 강함
- 셋방화(세계화+지방화 복합어)를 지향하는 현대 사회에서 단순한 숙박의 개념이 아닌 차별화된 숙박의 개념을 도입하여, 한국의 멋과 가치를 문화적 관점에서 체험할 수 있는 독특하고 차별화된 시설 도입이 요구됨
- 아울러 대전지역 숙박관광객과 체재기간을 연장할 수 있는 관광프로그램 도입 관점에서도 도시민박업(홈스테이) 사업은 꼭 필요하며, 외국인 유학생과 연계할 수 있는 방안 또는 홈스테이 활성화를 위한 홈스테이 신청 가정의 확대 방안 및 전략 방안이 필요함
- 이러한 도시민박업(홈스테이)을 통한 관광만족은 관광산업의 활성화와 국가 및 지역 이미지를 제고시켜 재방문을 확대하는 전략이 될 것으로 판단됨
- 대전지역에 내·외국인을 위한 숙박형 관광지로 구축하고, 현재 대전시의 관광객 이용패턴에 따른 차별화된 숙박시설의 수용능력 향상 방안과 관광행태 변화에 따른 관광객의 욕구를 충족시켜 관광 활성화 방안을 제시하는 것이 필요함
- 지역경제 파급효과를 극대화하고 지역의 문화를 제대로 알릴 수 있는 도시민박업(홈스테이)형 관광객을 대전으로 유도할 수 있는 신규 수요창출 방안 마련과 기존 관광자원을 연계한 관광프로그램 개발필요성이 대두되므로 도시민박업(홈스테이) 수요와 공급을 확대하기 위한 전략 마련이 필요함

## 제2절 연구의 범위 및 방법

### 1. 연구의 범위

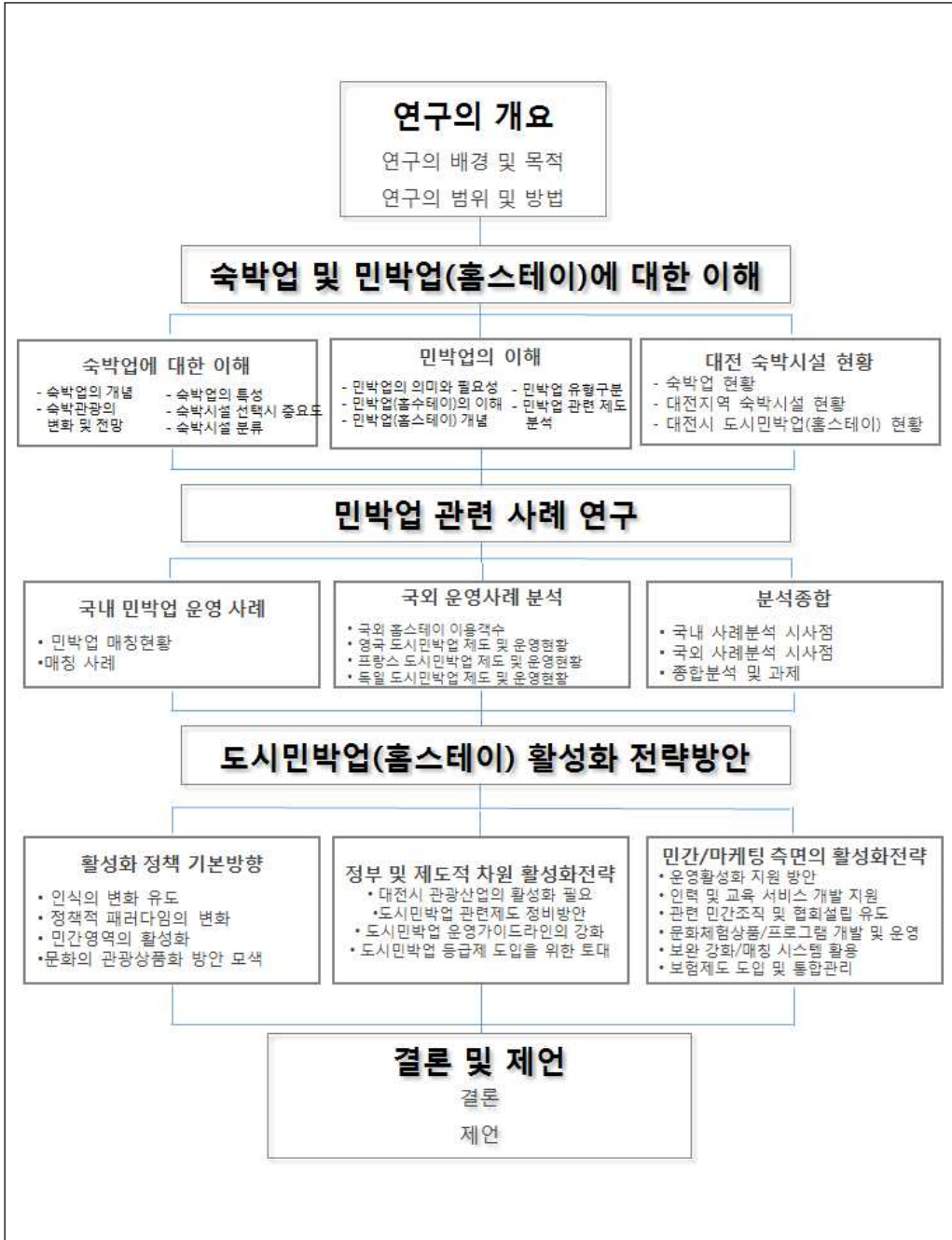
- 본 연구의 범위는 시간적, 공간적, 내용적 범위로 구분할 수 있음
- 연구의 시간적 범위는 2013년 2월부터 11월까지 한정하여 연구함
- 공간적 범위로, 대상지역은 대전으로 한정하며, 사례는 국내와 국외로 구분하여 조사함
- 본 연구에서의 내용적 범위는 도시민박업(홈스테이)에 대한 이해를 기반으로 사례조사를 실시하고 대전지역 도시민박업(홈스테이) 활성화 방안을 연구함
- 이러한 활성화 방안은 수요 창출과 대전지역에 부족한 도시민박업(홈스테이) 가정의 확대 방안으로 구분하여 연구결과를 도출함

### 2. 연구의 방법

- 본 연구는 문헌과 실증연구를 병행하여 시사점을 도출하고 그에 따른 전략적 방안을 마련함
- 문헌연구는 대전시와 관련한 관광자료를 전반적으로 파악하고, 대전시의 관광현황과 관광실태 및 여건 등을 정확히 검토하여, 숙박형 관광과 직접적 관계가 있는 대전시 숙박관련 시설에 대해 현황파악 및 분석을 실시함
- 또한 홈스테이 가정에 대해 파악 후 도시민박업(홈스테이) 신청 가정에 대한 면접조사를 실시함
- 국내·외 사례는 현장답사 및 문헌을 통해 분석하여 제시함

### 3. 연구의 흐름

- 본 연구의 전체적인 흐름은 [그림 1-1]과 같이 진행됨



## 제 2 장

---

### 숙박업 및 민박업(홈스테이)에 대한 이해

---

제1절 숙박업에 대한 이해

제2절 민박업(홈스테이)에 대한 이해

제3절 대전 숙박시설 현황

---



## 제2장 숙박업 및 민박업(홈스테이)에 대한 이해

### 제1절 숙박업에 대한 이해

#### 1. 숙박업의 개념

- 숙박업이란 숙박시설의 건설과 운영을 목적으로 하는 사업 활동을 말하는 것으로, 일반대중을 대상으로 숙면과 음식에 관계되는 인적·물적 서비스를 제공함으로써 목적지에서 체재를 가능하게 하는 시설업을 의미함
- 관광사업 분야의 하나인 숙박산업에도 호텔(Hotel), 모텔(Motel), 콘도미니엄(Condominium), 유스호스텔(Youth Hostel), 국민숙사 등 다양한 시설이 존재하나 대표적인 시설로는 호텔이라 할 수 있음
- 호텔은 일반적으로 일정한 지불능력이 있는 사람에게 객실과 식사를 제공할 수 있는 시설을 갖추고 잘 훈련되고 예절이 바른 종사원이 조직적으로 봉사하여 그 대가를 받는 기업이라 할 수 있음(김용상 외, 2007)
- 또한 호텔은 대중을 위하여 숙박, 식사와 서비스를 제공하는 건물이나 시설물이라고 정의하고 있으며, 우리나라 관광진흥법 제3조 제1항 제2호에서는 호텔업의 정의를 관광객의 숙박에 부수되는 음식, 운동, 오락, 휴양, 공연, 연수 등을 갖추어 이를 이용하게 하는 업으로 정의되고 있음
- 숙박업은 다른 산업과 달리 교통업과 더불어 이루어지는 사업 활동이므로 관광사업을 구성하는 가장 중요한 역할을 하며, 특히 숙박업은 체재기능을, 교통업은 이동기능을 갖기 때문에 서로의 관계는 아주 밀접하다고 볼 수 있음
- 오늘날 호텔을 비롯한 관광숙박시설들의 경쟁은 점점 심화되고 있으며, 호텔은 이러한 경쟁 속에서 살아남기 위해 고객에게 숙박과 음식을 제공하는 것 외에도 고객의 새로운 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 다양한 서비스를 제공해야 함
- 따라서 현대관광에서는 숙박시설이 숙박과 음식을 제공하는 기본적인 기능 이외에 관광객의 욕구충족을 위해 다양한 기능을 겸비한 종합적인 시설을 갖추어야 함

## 2. 숙박관광의 변화 및 전망

### 1) 수요시장의 변화

#### ■ 관광활동 행태의 변화

- 관광목적지에서의 활동 형태로는 당일관광과 숙박관광에 관계없이 명승지와 풍경관람 및 오락 등이 대부분을 차지하였으나, 최근 동적 형태의 직접 참여형의 동적 관광형태로 증가하고 있는 추세임
- 주5일 근무제의 보편화와 휴가 분산 등의 관광활동은 동적인 참여형 관광활동을 증가시킬 것으로 예상됨
- 특히 가족집단 모드가 함께 즐길 수 있는 레포츠, 레크리에이션 및 농경체험 등의 다양한 체류형 관광행태가 증가하고 있음

#### ■ 숙박시설 선택의 다양성

- 과거의 관광에서 주로 이용된 숙박시설은 여관, 친구/친지의 집, 민박, 호텔 및 캠핑 등의 이용이 높았으나 최근 콘도미니엄, 민박, 호텔 및 유스호스텔 등의 이용이 증가하고 있는 추세임
- 특히 가족단위 관광객이 증가하고 있는 추세로 가족이 함께 할 수 있는 숙박시설의 이용이 증가하고 있음

#### ■ 관광객의 요구 다양화

- 관광객은 숙박시설의 선택에 있어 고가의 특급호텔과 중저가의 호텔 사이에서 선택 기회가 적었음
- 최근 합리적인 가격으로 개인의 이미지가 보장되는 청결하고 안전하며 편안한 객실의 요구가 높아지고 있음
- 온라인을 통한 관광숙박시설의 예약 및 상품 구매 증가됨
- 국내·외 비즈니스 고객의 출장수요 증가 현상이 나타나면서 복합문화시설화 되고 있음

## 2) 공급시장의 변화

### ■ 체인 및 프랜차이즈의 확대

- 호텔산업에 있어서도 다국적 기업화, 즉 호텔산업의 국제화가 예상되며, 호텔업계의 경영난으로 인한 합병, 또는 기존 체인의 투자 확대에 의한 거대 체인호텔의 출현에 따른 메가 체인이 등장할 것으로 예측됨
- 호텔의 브랜드화를 통해 산하 체인호텔수를 증가시킬 경우, 호텔의 예약시스템 및 마케팅 등의 분야에서 거둘 수 있는 각종 이점으로 인해 호텔의 브랜드화는 앞으로도 계속 중요할 것으로 판단됨

### ■ 호텔의 M&A

- 다양해진 소비시장과 현대인의 욕구를 파악하고 충족시키기 위한 창조적 마케팅 전략을 개발하여 새로운 경영기법을 개발하는데 노력을 기울여야 함
- 호텔들은 그 규모를 축소하기 시작했으며 보다 효율적으로 운영하고 질적 서비스 및 마케팅 활동에 집중하기 위하여 광범위한 재 조직화를 시작하고 있음

### ■ 중·저가 숙박시설의 확충

- 한국관광공사는 외래관광객의 수요에 맞는 숙박시설을 확충하기 위해 깨끗한 여관 및 모텔을 대상으로 ‘굿 스테이’, ‘이노스텔’ 인증제도를 도입하여 중저가 숙박시설에 대해 확충하고 있음
- 현재에는 ‘굿 스테이’ 제도로 통합하여 운영되고 있으며 ‘굿스테이’는 현재 449 개소가 지정 운영되고 있음
- 중저가 숙박시설은 일반 관광객에게도 깨끗한 숙박을 제공하여 관광지의 긍정적 이미지를 제고시키는 역할을 하고 있음

## ■ 기존 시설의 전환

- 미래의 수요가 없는 곳에서 몇몇 호텔들은 새로운 숙박시설을 건축하기 보다는 기존 시설을 전환하는데 더 관심을 가져왔음
- 객실수의 증대, 체크인, 체크아웃의 절차상 불편, 쓰레기 처리 문제, 각종 서비스 문제, 효율적 에너지 관리 문제 등 호텔산업이 직면한 문제점을 효과적으로 처리하고 과학적인 경영과 운영상의 불필요한 손실의 감소, 양질의 고객 서비스 증대를 위해 시설의 자동화 등 새로운 첨단기술의 개발과 도입이 적극 추진되고 있음

## 3) 관광숙박업의 변화와 전망

- 최근 국제적 위기상황의 지속과 국내 경기침체는 관광숙박업에 객실이용률 하락을 가속화시키고 있는 것으로 나타나고 있고, 이러한 관광호텔 운영악화는 장기적 관광 숙박 수급정책 추진에 영향을 주고 있음
- 관광숙박의 원활한 수급의 장애요인으로 외부적으로 관광객 행태변화에 대응실패, 소비심리위축, 대체숙박시설의 증대가 주요한 원인으로 판단되며, 내부적으로 중·소규모 호텔의 시설노후화, 서비스질 저하, 수익구조의 한계 등에 원인이 있는 것으로 판단됨
- 2000년 이후 관광호텔의 경영수지 악화와 중소규모 호텔의 위기상황이 고조됨에 따라 정부의 지원정책이 구조화될 경우, 중소규모 호텔의 자체 역량을 상실하고 향후 국제 경쟁력 하락이 우려되는 부분이 있으나 주 40시간 근무제와 주5일 근무제의 확산에 따른 내국인 숙박관광수요의 증대와 관광행태의 변화가 관광숙박 수급정책의 주요한 환경변화 요인으로 대두되고 있음
- 관광숙박업의 국제경쟁력을 향상시키고, 관광수요의 증대와 관광행태 변화에 대응하기 위하여 새로운 관광시설의 공급은 시장기능의 활성화와 경쟁력 향상을 위하여 지속적으로 추진되어야 할 것으로 사료됨

- 이를 위하여 지역별 숙박관광정책의 차별화, 다양한 숙박시설의 공급, 기존 숙박시설의 경쟁력 강화 유도, 대체숙박시설의 제도권 도입이 추진되어야 할 것으로 판단됨
- 따라서 관광숙박업은 기능적 측면에서 볼 때, 단순히 숙박과 식사를 제공하는 시설이 아니고 보다 폭넓은 시설과 서비스를 제공하는 복합적인 사업의 장이 될 것으로 사료됨
- 숙박업 경영관리 측면에서 첨단기술의 도입은 숙박산업에 적지 않은 변화를 가져올 것이며, 인터넷을 이용하여 접속과 동시에 실시간 예약시스템이 도입될 것으로, 업무 여행자를 위한 객실의 컴퓨터와 인터넷 등 각종 업무용기기는 물론 회계관리나 객실의 안전관리, 에너지관리 등도 많은 변화를 가져올 것으로 예상됨
- 또한 호텔업과 타 관련업계와의 문제로서 이들 간의 상호 영향변수를 들 수 있고, 대체재라 할 수 있는 콘도미니엄, 민박, 휴가촌, 캠핑장 및 별장 등의 증가현상으로 시장세분화에 대한 표적시장의 다변화가 예상됨
- 숙박시장의 세분화로 숙박의 형태와 제반여건에 적합한 시장의 최적화 형태를 추구하는 등 유형별 수요의 세분화 현상에 대응할 것으로 예상되고, 이 밖에도 각 호텔의 체인화와 이에 따른 마케팅 수단으로서의 상표화 등 시장의 점유율을 높이기 위한 기술적 영업 전략이 지속적으로 개발될 것으로 예상됨

### 3. 숙박업의 특성

#### 1) 인적서비스 의존도 높음

- 숙박시설은 제일먼저 고객에 대한 서비스를 강조하게 되며, 법률적 강제규정의 의무는 아니라 하더라도 숙박시설이 환대산업의 주인 격인 역할을 담당하고 본래의 특성으로 미루어볼 때 당연한 것이며, 고객에게 언제나 만족스럽고 예절바르며 정확성 있고 세련되고 신속하게 서비스한다는 것은 훈련이 잘 된 종사원만 가능함
- 또한 오늘날 고객의 욕구는 매우 다종다양하기 때문에 응기응변이 강하고, 재치 있는 서비스는 규격화되고 자동화된 기계설비로는 제공할 수 없음
- 따라서 숙박시설 운영기업은 서비스의 기계화나 자동화라는 경영합리화 측면에서 볼 때 제약을 받게 되며, 인적 자원에 대한 의존도가 타 산업에 비해 크기 때문에 고객과 종사원의 접촉에 의한 만족은 고객의 욕구를 더욱 만족시켜줄 수 있음

#### 2) 연중 무휴 영업

- 숙박시설은 집을 떠난 고객들이 가정생활 기능을 상품으로 판매하는 곳이므로 하루 24시간, 연중무휴 365일 지속적인 서비스가 제공되고 객실을 이용하는 고객은 특별한 대우와 관심을 받게 됨
- 고객의 활동시간에는 그 시한에 따라 고객의 욕구에 만족할 만한 서비스를 제공해야 하고 숙박시설 주변의 위협적인 환경으로부터 고객을 보호해야 하며, 야간의 취침 시에도 고객의 생명과 재산을 보호하여야 할 의무가 있으므로, 연중무휴 영업을 기본으로 함

#### 3) 계절성

- 숙박시설은 일반적으로 관광지에 집중되므로 관광지의 성수기와 비수기에 따라 수입 격차가 심하고, 주말과 주중의 수요·공급의 조화가 이루어지지 못하고 있음
- 한국의 경우 일반적으로 도심지나 변화가에 위치한 호텔은 계절적으로 영향을 적게 받으나 휴양지에 위치한 호텔은 비수기에 경영상태가 매우 어려운 실정임

- 따라서 많은 숙박시설은 숙박 이외의 부대시설을 이용하여 자구책의 일환으로 각종 모임(세미나, 연수, 회의 등)의 적극적 유치, 부대시설 및 위락시설의 확대, 레스토랑과 클럽에서의 여흥, 각종 행사개최 등을 통하여 고객유치에 심혈을 기울이고 있음(김용상 외, 2007)

#### 4) 시설의 노후화

- 숙박시설의 노후화는 타 산업에 비해 일반적으로 유지되는 시설의 수명보다도 짧은데, 이는 고객이 이용하든 이용하지 않든 간에 부단히 훼손·마모되어 결과적으로 경제적 가치 내지 제품으로서의 효용가치를 상실하게 됨을 의미함
- 일반적으로 다른 기업의 시설은 시설 자체가 하나의 제품으로서 고객에게 드러나기 때문에 결과적으로 노후화가 빠르다고 할 수 있음

#### 5) 고정자산 의존성 과다

- 숙박산업은 총자산 중에서 고정자산이 차지하고 있는 비중이 약 70% 이상이 되며, 토지·건물·기계·기구·비품·기계 등 고정자산의 총자산에 대한 비율이 가장 높은 사업임
- 일반기업은 유동자산, 즉 상품·현금 등의 비중이 비교적 큰 비율을 차지하지만 숙박업은 그렇지 못함
- 높은 고정적 자본을 회수시키는 방법은 기존의 숙박시설을 얼마나 유효하게 활용시키고 모든 객실을 이용할 수 있게 하여 객실점유율을 높게 유지시켜야 하며, 활용 가능한 호텔 내의 모든 업장들을 가동시켜 최대의 수익을 올려야만 함(이선희 외, 1999)

#### 6) 비저장성과 비전매성

- 숙박상품은 저장이 불가능하며, 생산과 소비가 동시에 이루어지므로 그날 생산된 객실상품은 그날 소비되어야 하며, 당일 판매하지 못한 상품은 자정이 지나면, 그 가치가 소멸됨
- 숙박상품은 일반적인 상품과 판매면에서 비교했을 때 장소와 시간의 제약을 많이 받고 또한 재고라는 개념이 거의 존재하지 않으므로 초과예약이라든지 분할판매의 방법 또는 항공사와 연계한 단골고객에 대한 특별대우를 통하여 수입극대화를 꾀하고 있음

## 4. 숙박시설 선택시 중요도

### 1) 입지

- 관광숙박시설의 입지가 운영의 관건이 될 수 있으며 매우 중요한 사항으로, 아무리 좋은 시설과 메뉴, 영업방침이 뛰어나다 해도 입지에 따라 매출액에 영향을 받게됨
- 입지의 중요성은 영업의 사활을 결정할 수 있을 만큼 관광숙박시설 경영에 있어서 큰 비중을 차지하기 때문에 경영자는 과학적이고 합리적인 조사와 연구를 거쳐 입지선택을 해야 함(이광우, 2002)
- 또한 관광숙박시설의 입지속성은 입지적인 성격으로 접근성에 가장 중요한 영향을 미치게 되며, 창문으로 조망되는 외부경관의 질적 가치, 주변 환경의 소음 및 공기의 쾌적성 등으로 인하여 고객의 만족도에 미치는 영향이 매우 큼
- 즉, 입지가 좋다는 것은 교통이 편리하거나 관광자의 접근 용이하며, 기타 쇼핑, 관람 등 다른 목적의 활동으로 연계하기 좋다는 것을 의미하고, 호텔의 경우 수려한 주위 경관, 접근의 용이성, 조용한 주위환경, 교통의 편리성 등이 좋은 입지의 기준이 됨
- 관광숙박시설의 입지를 결정하는데 있어 첫 번째 과업은 중요 요인들을 체계화하는 것으로, 그 중요 요인들은 다음과 같음
  - 첫째, 지역의 인구 통계적 변수로서, 여기에는 나이, 직업, 가족규모, 교육수준, 평균소득이 포함됨
  - 둘째, 주요 접근로에서의 시작성이 중요한 요인임
  - 셋째, 주요 접근로부터의 접근성으로 접근성은 매우 중요한 요인임
  - 넷째, 호텔을 지나가는 잠재고객의 수로 즉, 잠재관광객이라 할 수 있음
  - 다섯째, 주요 잠재시장으로부터의 거리로 접근성과 유사한 개념임
  - 여섯째, 주위환경과의 조화라 할 수 있음

- 휴양콘도미니엄과 펜션의 입지속성은 입지적인 성격으로 접근성에 가장 중요한 영향을 미치게 되며, 또한 창문으로 조망되는 외부경관의 질적가치 주변 환경의 소음 및 공기의 쾌적성 등으로 인하여 고객의 만족도에 미치는 영향이 매우 큼
- 즉, 입지가 좋다는 것은 교통이 편리하거나 관광객의 접근이 용이하며, 기타 쇼핑, 관람 등 다른 목적의 활동으로 연계하기 좋다는 것을 의미하고, 휴양 콘도미니엄의 경우 수려한 주위경관, 접근의 용이성, 교통의 편리성, 레저 활동의 용이성 등이 좋은 입지의 기준이 되기 때문임
- 그러나 통상 펜션의 입지는 호텔이나 휴양 콘도미니엄 보다 떨어지는 것이 현실임

## 2) 서비스

- 종사자의 훌륭하고 친절하며 섬세한 서비스는 고객에게 진심으로 환영 받는 느낌을 주어 관광객의 재방문의 효과를 갖게 됨
- 호텔의 안락성, 편의성, 예약시스템의 편리성, 서비스의 신속성, 시설 및 각종기물의 상태 등의 유형재와 보이지 않는 종사자의 전문성, 친절성 등의 무형재가 잘 조화되어 관광객의 기대를 충족시킬 수 있도록 항상 최상의 품질 상태로의 유지·관리가 필요함
- 특히 호텔의 경우 관광객이 종사자들과 한정된 공간에서 함께 하는 시간이 많으므로 종사자들의 서비스, 시설적 서비스, 환경적 서비스가 조화를 이루도록 종사자들의 조그마한 행동, 말씨, 표정, 외모 등의 관리에 힘써야 함
- 휴양콘도미니엄과 펜션의 경우에 있어서도 호텔과 마찬가지로 서비스 요인이 대단히 중요하고 기본적인 요소로, 종사자의 친절하여 섬세한 서비스는 고객에게 진심으로 환영받는 느낌을 주어 관광객의 재방문의 효과를 높임
- 휴양콘도미니엄의 경우 관광객이 종사자들과 한정된 공간에서 함께 하는 시간이 비교적 많으므로 인적 서비스, 시설적 서비스, 환경적 서비스가 조화를 이루도록 관리에 힘써야 함

### 3) 시설

- 시설의 경우에는 호텔과 휴양콘도미니엄의 가장 기본적인 기능이자 중요한 기능인 객실을 비롯하여 다양한 레크레이션 및 휴식활동을 지원하는 기능으로 구성됨
- 일반적으로 소비자의 만족도는 주 기능에 가장 큰 영향을 받게 되지만 그 정도에 있어서는 보조기능이 미치는 영향이 매우 크기 때문에 이러한 보조적인 시설의 중요성 또한 무시할 수 없는 요소임
- 즉, 다양한 부대시설, 안락하고 편안한 분위기, 시설의 안전성, 객실 및 욕실의 청결, 편리한 주차시설 등이 중요한 시설의 기준이 됨
  - 펜션은 가장 최근에 도입된 새로운 개념의 숙박형태로서, 2003년도 6월 23일 문화관광부는 관광진흥법 시행령중 개정령(안) 제23조6호에서 관광 펜션업을 관광 편의시설업으로 인정하여 숙박시설을 운영하고 있는 자로서 자연·문화체험관광에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업을 펜션업으로 규정
  - 펜션업의 시설기준은 첫째, 자연 및 주변 환경과 조화되는 3층 이하의 건축물일 것, 둘째, 객실이30실 이하일 것, 셋째, 취사 및 숙박에 필요한 설비를 갖추고 있을 것, 넷째, 바비큐장 및 캠프파이어장 중 주인의 환대가 가능한 1종류이상의 시설을 갖추고 있을 것, 다섯째, 숙박시설 및 이용시설에 대하여 외국어 안내표기를 할 것 등 5가지 기준
  - 펜션의 시설은 부대 편의시설, 쾌적한 냉·난방시설, 취사가능, 객실의 청결과 안락함 등을 갖추어야 함

### 4) 가격

- 가격은 관광자의 지불가능 경제력이나 가격과 품질, 서비스 등 상호작용에 의한 평가가 관광자와 상품에 따라 그 중요성이 매우 다양해지고, 호텔 관광자의 선택은 동기, 태도, 기대, 욕구와 같은 심리적 작용에 의해 크게 좌우되는 경향이 있으며 관광자의 선호도에 따라 만족도 역시 달리 평가됨

- 일반적으로 호텔의 선택에 있어서 가격속성은 서비스 속성과 더불어 가장 중요한 요인으로 평가되고 있는데, 이러한 비교연구에서는 서비스에 비하여 다소 중요하지 않게 평가되고 있음
- 하지만 다른 요인에 비하여는 매우 중요한 요인이라고 판단되고 최근 들어 기업경영에서의 가격의 중요성이 크게 부각되고 있으며, 하나의 제품 또는 서비스의 한 단위를 사기 위해서 지불해야 하는 화폐의 양을 말함
- 기업을 경영함에 있어서 가격정책의 과제는, 경영 목표를 달성할 수 있는 최적 가격을 알아내어 그것을 실제로 시장에서 부과하는 것 임
- 즉 기업이 환경에 적응하기 위해서 사용하는 제품의 적정한 가격설정은 제품에 대한 시장수요, 경쟁상의 지위, 시장점유율 등에 큰 영향을 미치며, 특히 마케팅 믹스 측면에서 대단히 중요한 의미를 지님
- 가격은 마케팅 믹스 요소 중 판매수익을 발생시키는 유일한 요소이며, 나머지 다른 요소들은 모두 코스트를 발생시키는 것이기 때문에(김은정 · 김인섭, 2003), 소비자 들은 일반적으로 서비스 기업의 전반적인 가격수준에 대한 지각에 근거를 두고 특정 서비스 기업을 자주 이용하는 경향이 있음
- 소비자는 가격할인을 좋은 거래의 신호로 지각하며, 가격할인은 소비자들이 모든 정보를 처리하지 않고도 비교적 빠르고 정확한 의사결정을 하도록 도와주는 역할을 하게 됨
- 따라서 서비스 기업들이 가격할인을 실시할 때는 가격 할인을 어느 정도로 할 것인가, 가격이 할인 되었다는 것을 어떻게 커뮤니케이션 시킬 것인가 등의 의사결정 문제에 관심을 갖기도 하여 휴양 콘도미니엄의 경우 성수기와 비수기에 적절한 가격정책과 가격할인을 어떻게 할 것인가를 정하는 것은 매우 중요하고 어려운 문제임

## 5) 이미지

- 호텔의 이미지는 호텔의 물리적인 특성과 고객의 심리적인 특성의 종합으로 이루어 지는 호텔에 대한 전체적인 인상이라고 할 수 있으며, 또한 이 호텔 이미지는 환경변수, 고객속성 변수, 호텔 속성변수들이 총체적으로 결합된 결과로 고객이 특정 호텔을 인식하는 총체적인 이미지라 할 수 있음

- 이는 호텔에 대한 태도에 해당한다고 할 수 있으므로 호텔 이미지를 통해서 고객들의 호텔 선택을 예측할 수 있음
- 호텔 이미지는 호텔 그 자체를 나타내고자 하는 방법으로서 외관, 분위기, 장식, 서비스의 종류, 고객 등이 결합한 전반적 이미지이며, 이러한 요인들의 강력한 영향을 받음
- 호텔의 이미지는 생산-서비스 믹서의 주요 속성에서 긍정적 혹은 부정적 지각으로 구성되어 가시적인 것과 비가시적인 것으로 혼합되어 있어서 실질고객이나 가망고객에게 지각되는 호텔의 이미지는 경쟁 상황에서의 마켓 포지셔닝을 결정짓거나 고객 충성도에 결정적 영향을 미침
- 그러므로 이미지를 조사함으로써 목표시장의 요구에 부합되는 이미지가 소비자에게 지각되는지 규명할 수 있으며, 휴양 콘도미니엄의 마케터들은 자신의 휴양 콘도미니엄에 대한 이미지의 속성 차원을 파악·개발함으로써 표적 시장에 마케팅 노력을 집중시킬 수 있으며, 휴양 콘도미니엄 산업에서 차별적 우위를 달성하기 위하여 호텔의 제품과 서비스 혜택을 커뮤니케이션 할 수 있음
- 휴양 콘도미니엄의 상품은 유형과 무형의 제품과 서비스로 구성되어 있으므로, 고객이 구매의사 결정에서 어떠한 속성이 가장 중요한지를 결정하기가 어려워 휴양 콘도미니엄 이미지의 속성은 마케터로 하여금 경쟁적 장점과 약점을 결정하도록 도와줄 수 있음
- 이와 같이 이미지는 표적시장에 대하여 휴양 콘도미니엄의 정체를 차별화 하는 방법이라 할 수 있는데, 이미지는 제품도 아니며, 서비스도 아니지만 휴양 콘도미니엄에 대한 고객의 동기부여에 매우 중요한 요인이 되고 있음
- 이미지는 휴양 콘도미니엄의 마케팅믹스에 통합된 부분으로서 제품, 가격, 유통, 촉진 등의 개념과는 상이하고, 휴양 콘도미니엄 이미지는 고객에 의해서 장시간에 걸쳐 학습된 장기간의 개념이라고 할 수 있으며, 표적시장 자체가 휴양 콘도미니엄의 이미지를 창조하는데 도움을 주므로, 마케터는 적절한 이미지를 투사하도록 하는 것이 필요함

## 6) 편의성

- 휴양 콘도미니엄과 펜션의 경우 시설을 사용함에 있어서 편의성은 관광자의 만족에 직·간접적으로 영향을 미치는 요인으로, 즉 전반적인 시설서비스의 질을 결정하는 요소라고 할 수 있으나 편의성은 서비스의 부가적인 기능으로 적용되는 경우가 많음
- 시설서비스 외적 고려사항으로는 주변관광지와 연계가 쉽다든지, 다양한 휴식공간을 제공한다든지, 입·퇴실 처리가 신속하다든지 등의 요소들이 편의성에 속한다고 할 수 있음
- 특히 펜션의 경우 타 숙박시설에 비해 편의시설이 부족한 것이 현실이나 펜션을 찾는 관광자들을 위하여 펜션만이 가질 수 있는 독특한 편의시설을 갖추는 것은 타 숙박 시설과 차별화뿐만 아니라 경쟁력을 강화시키는 요소임

## 7) 체험

- 펜션이 다른 숙박시설과 가장 큰 차이점은 테마(체험)적인 측면, 즉 관광자들이 직접 체험할 수 있는 체험거리를 가지고 있어야 한다는 것으로 현재까지는 초창기이기 때문에 독특한 건축형태 만으로도 이용객들의 매력을 끌 수 있지만, 몇 년이 지난 후에는 노후한 시설로 변할 수밖에 없으므로 시설에 의존하는 것이 아니라, 펜션만이 지닌 새로운 매력을 창출해야 하는데, 이는 곧, 펜션 내에서 행할 수 있는 체험 프로그램 개발 및 펜션만의 독특한 테마를 만들어야 함
- 그러므로 펜션은 다양한 레포츠 활동, 관광자들에게 매력을 줄 수 있는 다양한 체험 프로그램 등이 필요할 것임

## 5. 숙박시설 분류

### 1) 관광숙박업의 유형

- 관광숙박업에는 크게 호텔업과 휴양콘도미니엄으로 구분되며, 호텔업은 관광호텔업(종합관광호텔업, 일반관광호텔업), 가족호텔업, 한국전통호텔업, 수상관광호텔업으로 나눌 수 있으며, 그 이외에도 모텔업, 유스호스텔업 등 다양한 형태가 있음

#### ■ 관광호텔업

- 관광호텔업은 종합관광호텔업과 일반관광호텔업으로 구분할 수 있음
- 종합관광호텔업은 관광객의 숙박에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하고 숙박에 부수되는 음식·운동·오락·휴양·공연 또는 연수에 적합한 시설 등(이하 부대시설이라 함)을 함께 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업을 말하며, 종합관광호텔업의 등록기준은 욕실 또는 샤워시설을 갖춘 객실이 30실 이상이고, 외국인에게 서비스 제공이 가능한 서비스 체제를 갖추고 있어야 하며, 부동산의 소유권 또는 사용권이 있어야 함
- 일반관광호텔업은 관광객의 숙박에 적합한 시설을 함께 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하거나 적합한 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 업을 말함

#### ■ 가족호텔업

- 가족단위 관광객의 숙박에 적합하도록 숙박시설 및 취사도구를 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하거나 숙박에 부수되는 음식·운동·휴양 또는 연수에 적합한 시설을 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업을 말함

#### ■ 한국전통호텔업

- 한국전통의 건축물에 관광객의 숙박에 적합한 시설을 갖추거나 부대시설을 함께 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업을 말함

### ■ 수상관광호텔업

- 수상관광호텔업은 수상에 구조물 또는 선박에 고정하거나 계류시켜 놓고 관광객의 숙박에 적합한 시설을 갖추거나 부대시설을 함께 갖추어 이를 관광객에게 이용하게 하는 업을 말함

### ■ 휴양콘도미니엄

- 관광객의 숙박과 취사에 적합한 시설을 갖추어 이를 당해 시설의 회원·공유자 기타 관광객에게 제공하거나 숙박에 부수되는 취사·운동·오락·휴양·공연 또는 연수에 적합한 시설 등을 갖추어 이를 이용하게 하는 업을 말함
- 휴양콘도미니엄과 호텔의 차이점은 취사가 가능하다는 점과 회원과 공유자가 일반인보다 우선적으로 시설을 이용할 수 있다는 점임

### ■ 모텔업

- 자동차를 의미하는 'Motor'와 숙박시설인 'Hotel' 이 합성된 말로 1920년대 미국의 캘리포니아에서 등장한 자동차 여행자를 위해 고속도로와 국도 주변에 위치한 시설로 대부분의 객실수가 50실 미만임
- 새로운 개념의 숙박시설로서 모텔이 미국에서 급성장하게 된 이유는 첫째, 2차 세계 대전이후 미국에서 승용차의 보급과 고속도로의 정비 및 확충에 따른 것이며 둘째, 자동차로 여행하는 상용 여행객이 증가했다는 점임
- 이러한 시장 환경에서의 필요성에 따라 모텔이라는 새로운 숙박형태가 창출되었는데 호텔에 비해 셀프서비스 등을 통해 인건비 절감으로 비교적 저렴한 형태의 숙박시설임
- 이러한 모텔산업은 노팁, 무료주차장, 자유로운 분위기 등의 매력으로 더욱 번창할 것으로 예상되며, 이러한 모텔의 대표적인 업체는 세계 최대 체인망을 가진 홀리데이인 임

### ■ 유스호스텔업

- 청소년이 저렴한 가격으로 안전하고 즐겁고, 편안하게 여행하고 전 세계 각국의 친구를 사귄 수 있도록 각국에 설치된 숙박시설로 간소하고 깨끗한 공동침실, 편의시설,

주방시설 등을 갖추고 있음

- 유스호스텔은 스위스, 네덜란드, 폴란드, 영국 등 전세계에 확산되어 청소년의 유익한 숙박시설로 활용되어 왔으며, 유스호스텔 운동은 여행을 통해 젊은이들이 세계에 모든 지역을 대상으로 자연에 대한 사랑과 관심을 갖도록 고무시키고 각국의 문화적 가치에 대한 인식을 높이기 위한 목적이 있음

## ■ 인(Inn)

- 인(Inn)은 호텔의 발전과정에서 초기의 숙박시설이며, 초창기 인은 비위생적이고 청결하지 못했으나 산업혁명 이후 고객들의 편안한 안식처로 새롭게 단장되었으며, 미국에서의 초창기 인은 주로 항구주변에 많이 건립되었음
- 인은 주류가 제공되고 내방자에게 숙박할 수 있는 시설을 갖춘 숙박시설로 보통 1층은 바(Bar)이고 2층은 침실로 되어 있음
- 일반적으로 소규모의 가정적인 서비스를 제공하는 숙박시설을 인이라고 하는 경우가 많은데 홀리데이 인과 같은 기업명에서 볼 수 있는 것처럼 규모가 크더라도 명칭은 크게 제한을 받지 않음

## ■ 펜션

- 펜션은 일반적으로 유럽에서 볼 수 있는 시설로서 영어권 나라에서는 게스트하우스와 동일하다고 할 수 있으며, 보통 경영과 소유를 함께 하기 때문에 숙박시설, 요리, 음료를 주인이 숙박객에게 직접 제공함
- 펜션은 일반가정에서 아이들이 독립한 이후에 비어 있는 방을 여행자에게 값싸게 제공하여 용돈이라도 벌어보자는 취지에서 시작된 숙박사업임
- 펜션은 보통 5-10실 미만의 소규모 주택으로 호텔에 비해 호화스럽지는 않지만 가정적인 분위기와 서비스를 특징으로 하고 있음
- 우리나라는 주 5일 근무제 도입과 녹색관광의 활성화 등으로 전원과 레저생활에 많은 관심이 집중되고 있고, 숙박시설 공급이 부족한 상태에서 전국에 많은 펜션

업체가 생겨나고 있음

## ■ 가족휴가촌

- 가족휴가촌은 공적기관이 주관하거나 지원하는 공적 레크리에이션 지구의 하나이며, 국민들 사이에 널리 정착되어 온 가족여행에 대응하여 주로 가족들이 천혜의 자연속에서 손쉽게 이용할 수 있는 관광레크리에이션의 장을 확보하는 동시에 지역발전에 이바지한다는 것이 그 목적임
- 가족휴가촌내 시설에는 캠프장, 피크닉 녹지대 등의 레크리에이션 시설을 중심으로 숙박, 휴양시설, 스포츠시설, 문화교양시설 등이 있음
- 가족휴가촌이 일반호텔과 다른점은 저렴한 요금과 가족단위의 셀프 서비스의 숙박시설로 휴가촌의 건설에서부터 운영까지 국가나 공공단체의 재정적 지원이 주어진다는 것이며 가족휴가촌은 중앙정부와 지방자치단체가 직접 조성하여 실비로 운영하거나 공공단체의 재정적 지원이 주어진다는 것임
- 이러한 가족휴가촌은 복지관광의 일환으로 선진국들은 가족중심의 건전관광 활성화를 위해 다양한 형태로 가족휴가촌을 지원하고 있음

## ■ B & B(Bed & Breakfast)

- B & B(Bed & Breakfast)는 침실과 조식을 제공하는 민박의 형태로 보통 20-30실 규모의 객실을 가지고 주인이 직접 서비스를 제공하고 로비, 응접실, 식당 등은 주인과 공동으로 사용하며 가격이 상대적으로 저렴함

## ■ 오토캠핑리조트

- 캠핑(camping)의 사전적 의미는 ‘동지끼리 협동생활을 하다’ 는 것으로, 자연 속에서 서로에게 상호 교류하는 협동체의 생활로서 우호적인 인간관계를 맺고, 등산·수영·낚시 기타 야외 활동과 자연생활과 더불어 신체를 단련하는 활동임
- 캠핑이란 인위적으로 설치된 집이나 건물 등의 구조물이 없는 곳에서 잠을 자고 음식을 만들어 먹는 자연 생활 활동으로 근대사회 이전에는 다른 지역의 정복을 위한 전쟁 또는 수렵·낚시 등의 특수한 임무 수행을 위해 기존의 주 거주지를 벗어나 생활을

영위하였고, 근대사회에서는 야외생활의 목적이 탐험이나 모험을 하기 위한 행위로 발전하였음

- 현대사회에서의 여가생활은 등산, 낚시, 여행 등의 활동을 위한 하나의 문화로 발전하였으며, 등산이나 낚시 등의 야외 생활을 위해 텐트와 취사도구 등 생활에 필요한 모든 것을 배낭에 넣고 움직이는 행위를 백패킹(backpacking)이라 함
- 사람의 인력으로 캠핑에 필요한 모든 장비를 운반을 하는 것이며, 주변에서 흔히 볼 수 있는 캠핑활동의 대부분이 여기에 속하고, 오토캠핑이란 오토모빌(automobile)과 캠핑(camping)의 합성어로 자동차를 이용하여 야외에서 숙박과 취사 등을 하는 활동을 의미함
- 호텔이나 여관 등 고정된 숙박시설을 이용하지 않고 캠핑 트레일러를 비롯한 간이 숙박시설에서 자연을 즐기면서 여행하는 것을 오토캠핑이라 부름
- 야외에서 주거용으로 설계나 개조된 자동차 즉 캠핑카를 이용하여 잠을 자고 음식을 만들어 먹는 활동을 말하지만, 일반적으로 야외활동을 편하게 하기 위해 만들어진 다목적 차량(sport utility vehicle)을 이용하거나 일반 승용차를 통해 캠핑 장비를 운반하여 야외에서 즐기는 행위를 오토캠핑이라 함
- 오토캠핑은 어원에서 알 수 있듯이 미국과 유럽을 중심으로 자동차 산업의 발달과 더불어 발전 해오고 있으며, 처음에는 단순히 차량을 이용하여 캠핑 장비를 운송하는 것에서 시작하여 캠핑카(camping car) 또는 카라반(caravan)이라고 하는 이동주택의 개념으로 설계된 다양한 차량과 트레일러들을 많이 이용하고 있음

## 2) 관광편의시설업

### ■ 관광유흥음식점업

- 식품위생 법령에 따른 유흥주점 영업의 허가를 받은 자가 관광객이 이용하기 적합한 한국 전통 분위기의 시설을 갖추어 그 시설을 이용하는 자에게 음식을 제공하고 노래와 춤을 감상하게 하거나 춤을 추게 하는 업

### ■ 관광극장유흥업

- 식품위생 법령에 따른 유흥주점 영업의 허가를 받은 자가 관광객이 이용하기 적합한 무도( 躑)시설을 갖추어 그 시설을 이용하는 자에게 음식을 제공하고 노래와 춤을 감상하게 하거나 춤을 추게 하는 업

### ■ 외국인전용 유흥음식점업

- 식품위생 법령에 따른 유흥주점영업의 허가를 받은 자가 외국인이 이용하기 적합한 시설을 갖추어 그 시설을 이용하는 자에게 주류나 그 밖의 음식을 제공하고 노래와 춤을 감상하게 하거나 춤을 추게 하는 업

### ■ 관광식당업

- 식품위생 법령에 따른 일반음식점영업의 허가를 받은 자가 관광객이 이용하기 적합한 음식 제공시설을 갖추고 관광객에게 특정 국가의 음식을 전문적으로 제공하는 업

### ■ 시내순환관광업

- 「여객자동차 운수사업법」에 따른 여객자동차운송사업의 면허를 받거나 등록을 한 자가 버스를 이용하여 관광객에게 시내와 그 주변 관광지를 정기적으로 순회하면서 관광할 수 있도록 하는 업

### ■ 관광사진업

- 외국인 관광객과 동행하며 기념사진을 촬영하여 판매하는 업

### ■ 여객자동차터미널시설업

- 「여객자동차 운수사업법」에 따른 여객자동차터미널사업의 면허를 받은 자가 관광객이 이용하기 적합한 여객자동차터미널시설을 갖추고 이들에게 휴게시설·안내시설 등 편의시설을 제공하는 업

### ■ 관광펜션업

- 숙박시설을 운영하고 있는 자가 자연·문화 체험관광에 적합한 시설을 갖추어 관광객에게 이용하게 하는 업

### ■ 관광궤도업

- 「궤도운송법」에 따른 궤도사업의 허가를 받은 자가 주변 관광과 운송에 적합한 시설을 갖추어 관광객에게 이용하게 하는 업

### ■ 한옥체험업

- 한옥(주요 구조부가 목조구조로서 한식기와 등을 사용한 건축물 중 고유의 전통미를 간직하고 있는 건축물과 그 부속시설을 말한다)에 숙박 체험에 적합한 시설을 갖추어 관광객에게 이용하게 하는 업

### ■ 외국인관광 도시민박업

- 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제6조제1호에 따른 도시지역(「농어촌정비법」에 따른 농어촌지역 및 준농어촌지역은 제외한다)의 주민이 거주하고 있는 다음의 어느 하나에 해당하는 주택을 이용하여 외국인 관광객에게 한국의 가정문화를 체험할 수 있도록 숙식 등을 제공하는 업

- 「건축법 시행령」 별표 1 제1호가목 또는 다목에 따른 단독주택 또는 다가구주택
- 「건축법 시행령」 별표 1 제2호가목, 나목 또는 다목에 따른 아파트, 연립주택 또는 다세대주택
- 제1항제6호아목은 「제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법」을 적용받는 지역에 대하여는 적용하지 아니한다.

## 제2절 민박업의 이해

### 1. 민박업의 의미와 필요성

#### 1) 민박업(홈스테이)의 가치 및 의미

- 홈스테이(Home Stay)는 집에 머문다는 뜻이지만 단순히 부족한 관광숙박시설을 대신해 숙박비를 벌자는 사업이 아니며 홈스테이에 참여하는 외국인들은 우리의 생활양식과 전통문화를 직접 체험할 수 있어서 좋고, 민박 가정은 다른 나라의 문화를 이해하고 언어 등을 배울 수 있는 기회를 갖는다는 점에서 특별한 의미를 지님(한유석 등, 2007)
- 민박업(홈스테이)는 한국인의 삶과 문화를 있는 그대로 보여주며 민간 외교관으로서의 역할을 톡톡히 하고 있음
- 따라서 홈스테이의 역할은 외국인을 위한 인바운드관광 활성화와 품질 높은 관광을 실현시키기 위해 중요하다고 판단됨
- 또한 외국인 차원에서 한국에 대해 폭넓은 이해를 돕고, 재방문율을 높이기 위해 홈스테이의 활성화 방안과 필요성에 대한 가치제고가 필요한 상황임

#### 2) 민박업(홈스테이)의 필요성

- 홈스테이의 필요성에 대해 간략하게 언급하면 다음과 같음
- 첫째, 국내 홈스테이에 대한 수요는 많으나 그에 상응한 공급은 부족한 수준임
  - 홈스테이를 희망하는 게스트와 호스트는 많으나 이를 연결해주는 홈스테이 사업을 하는 업체 수가 부족함
  - 국내 홈스테이 수급의 불균형이 나타나며 이러한 불균형을 해소할 수 있는 인적자원과 재원, 시설 등을 두루 갖춘 건설한 홈스테이 알선업체가 필요함

- 둘째, 홈스테이 사업은 국내 관광산업 특히 인바운드 산업을 활성화시킬 수 있는 매력적인 관광상품이 될 수 있음
  - 특히 국내에서의 경비 과다지출과 실제 한국문화를 체험할 수 있는 것은 외국인의 관광 만족도를 떨어뜨리는 주요 요인임
  - 따라서 외국인의 궁금증과 호기심을 그 자리에서 해소할 수 있는 홈스테이에 대한 필요성이 절실하다고 판단됨
- 셋째, 홈스테이 사업은 숙박시설 대체상품으로서의 역할을 할 수 있음
  - 국내에서도 관광성수기와 비수기가 존재하는데, 성수기에는 숙박시설이 부족할 수 있으므로 이러한 부족한 숙박시설을 대체하는 역할을 함
  - 특히 일정지역에서 개최되는 컨벤션 등을 포함한 이벤트 등이 개최될 경우의 민박업(홈스테이)의 역할은 매우 중요함
- 넷째, 도시민박업이 활성화 될 경우 지역의 국제화를 제고시킬 수 있음
  - 외국인이 선호하는 홈스테이의 활성화는 외국인과 지역주민의 교류를 활성화하여 지역주민의 국제화에 기여할 수 있음
  - 특히 국제적인 마인드, 외국인을 만났을 때의 대처방법 등 커뮤니케이션의 능력도 향상시킬 수 있음
- 다섯째, 외국인의 관광만족도를 제고시킬 수 있음
  - 한국관광공사의 조사에 의하면 홈스테이 참가자들의 한국에 대한 재방문 희망율이 높은 것으로 나타났음
- 홈스테이는 민간외교사절단이라 할 만큼 외국인과의 접촉빈도가 높으며, 외국인의 관광만족도 제고, 지역의 국제화, 성수기 부족한 숙박시설의 대체 등 관광활성화를 위해 매우 중요한 역할을 하는 분야라고 할 수 있음

## 2. 민박업(홈스테이)의 이해

### 1) 유사개념 정립

- 본 연구에서 의미하는 도시민박업 즉, 홈스테이와 관련된 유사한 개념 들이 있으나 그 구분이 불분명하고, 대상이나 목적 등이 상이하어 이에 대한 명확한 정립이 필요함
- 일반적으로 홈스테이는 외국인 방문객이 문화체험이나 민간교류를 목적으로 일정 기간 내국인의 집에 머물면서 내국인으로부터 숙식과 서비스를 제공받는 행위라고 정의할 수 있음(한유석 등, 2007)
- 이와 함께 개념을 정리하는데 있어 홈스테이와 혼동하기 쉬운 ‘민박’은 ‘여행객이 관광지 등에서 일정한 금액을 지불하고 숙식을 제공받는 행위’로 규정하여 그 구분이 열리 목적이라는 점에서 홈스테이와 구분됨
- 따라서 홈스테이는 외국인 방문객이 내국인 가정에 머물면서 숙식 및 문화체험의 행위를 하지만, 민박은 여행객이 민박업소에서 숙식서비스를 제공 받는 대가로 일정한 금액을 지불하는 상거래 행위라는 점에서 차이가 있음
  - 외국인 방문객이 이와 같은 민박업소(게스트하우스 포함)에 숙박을 하였다면 그것은 홈스테이가 아니고, 외국인민박에 포함된다고 할 수 있음
- 결과적으로 홈스테이와 민박뿐만 아니라 외국인 민박의 차이는 행위의 주체, 대상, 목적, 수익성 추구의 유무 등에 따라 구분될 수 있음

<표 2-1> 홈스테이, 민박, 외국인 민박의 비교

구 분	행위주체	행위대상	행의목적	수익성 유무
홈스테이	외국인 방문객	내국인(가정)	숙식 및 문화체험	비영리
민박	여행객	숙박업소로 등록된 업체	숙식	영리

출처 : 한유석 등(2007), 광주전남 일본인 관광객 유치 활성화를 위한 남도홈스테이 운영 방안

## 2) 민박업(홈스테이) 구성요소

### ■ 호스트

- 국외의 홈스테이는 대부분 유학생을 위한 하숙을 제공하는 개념으로 학교나 부동산을 통하여 호스트가 되기를 신청하며, 침실, 욕실의 기본시설과 식사 제공 등의 옵션을 정하고 보증금과 매월 일정액의 금액을 청구함
- 호스트는 게스트에게 기본적인 현지의 문화를 가르치고 가족의 일원으로서 게스트를 대우하며, 게스트와 호스트의 관계는 엄격한 계약관계를 갖고 계약을 위반하였을 경우 호스트나 게스트 어느 쪽이나 이의를 제기할 수 있음
- 미국의 홈스테이는 우리의 하숙처럼 전문화된 것이 아니라 가정의 부수입과 외국인들을 자신의 가족 구성원으로 받아들여 생활하는 의미를 지님

### ■ 게스트

- 홈스테이를 원하는 게스트는 자신이 원하는 조건(호스트 가족의 구성, 나이, 생활수준 등)을 제시하여 그에 가장 적합한 호스트로 갈 수 있으며 생활조건을 계약하며 그에 따른 보증금을 지불함
- 구성 가족들과 함께 생활하기 때문에 현지의 문화와 생활습성을 자연스럽게 빨리 익힐 수 있고 게스트들은 국외 유학생이 대부분을 차지함

### ■ 운영

- 홈스테이 운영과 관련해서는 미국을 포함한 일본, 프랑스, 영국 등의 유럽국가에서 활발히 이루어지고 있음
- 특히 학교나 부동산 등의 홈스테이를 소개하는 곳은 호스트와 게스트 양쪽 모두에 소개비를 받으며 소개만이 아니라 게스트가 그곳에 생활하는 동안의 지속적인 관리를 포함함
- 대부분의 홈스테이 게스트들이 단기체류가 아닌 장기체류이므로 홈스테이의 알선도

부동산거래 같이 계약과 정해진 알선수수료를 포함함

- 홈스테이의 홍보는 각 학교에서 유학생을 위하여 홈스테이를 알선하고 있으며, 학교 안내서에 홈스테이 정보를 자세히 소개하여 실제로 많은 유학생이 홈스테이를 이용하고 있음(전영선, 1998)

### 3) 민박업(홈스테이) 주요특성

- 첫째, 저가의 숙박시설이라는 장점이 있어 유료 홈스테이의 평균 숙박요금은 25,000원 45,000원 정도로 이는 여관수준과 비슷하지만 제공되는 시설과 서비스는 여관보다 질적으로 훨씬 우수함
- 둘째, 탄력적인 운영이 가능하다. 홈스테이는 소규모로 운영되므로 게스트의 개인적 기호에 맞는 맞춤형 서비스 제공 예컨대, 식사 추가나 관광안내, 쇼핑안내, 공항 픽업 등이 가능함
- 셋째, 게스트와 호스트 간 따뜻한 인간관계를 형성할 수 있어 양국간 문화교류의 역할을 할 수 있고, 홈스테이를 통해 나와 다른 외국문화에 대한 이해를 높임으로써 배타적인 사고가 지양되어 진정한 타문화 이해의 계기가 됨(이강욱, 2000)

### 4) 호스트, 게스트의 특징 및 호스트 모집방법

#### ■ 호스트, 게스트의 특징

- 홈스테이 사업의 핵심의 일축은 다양하고 많은 호스트를 모집하는 일에 있으며, 게스트의 다양한 조건(희망사항)에 대처하기 위해서는 항상 많은 호스트를 확보해 두어야 함

- 가령 게스트가 단체일 경우에는 몇몇 호스트에 분산할 수밖에 없는데 그 때 각 호스트는 지역적으로 가까운 곳이어야 모이기가 편리함

- 호스트는 자녀가 없는 부부, 어린이 자녀가 있는 가정, 청소년 자녀를 둔 중년 가정, 은퇴한 노부부나 독거노인, 여유 공간이 있는 독신 호스트로 구분할 수 있으며, 호스트 신청의 목적은 국제교류를 위해서나 자녀의 영어 등 외국어 공부를 위해서라고 생

각되지만, 간혹 영리를 위한 목적으로 가입하는 회원도 있을 수 있음

- 기본적으로 제공하기로 되어 있는 아침식사를 제공하지 않거나, 부실한 식사나 음료를 제공하는 경우, 서비스가 불친절하거나, 무관심하게 대하는 일, 외국어 회화를 목적으로 지나치게 대화를 요구하는 일들이 발생할 때에는 이들에게는 차후 게스트 알선을 중지한다든가의 특별 관리를 해야 함

● 호스트 측에서 홈스테이를 받아들일 때 제한할 수 있는 예상 조건들을 열거하면 다음과 같음

- 게스트가 특정 국가이어야만 하고, 사용언어는 특정 언어이어야 한다는 국가별, 또는 언어별 제한, 게스트가 남자 또는 여자이면 안 된다는 성별의 제한, 게스트를 성인, 또는 청소년에 한정한다는 연령의 제한, 주말 또는 주중에는 받아들일 수 없거나, 특정일은 집안의 행사가 있으므로 안 된다는 등의 숙박일의 제한, 가정에서의 식사 준비는 불가하다는 등의 음식에 관련된 제한, 2명 이상은 숙박을 할 수 없다는 등의 인원의 제한, 3일 이상은 숙박할 수 없다는 등의 숙박 일수의 제한 등

● 게스트 측에서 호스트 선정에 제시할 수 있는 조건들은 상기의 호스트 측에서 제한하는 조건 외에도 다음과 같은 추가적인 조건을 내세울 수 있음

● 홈스테이의 숙박비가 얼마인가, 추가로 저녁식사나 점심식사가 가능한가, 침대가 있는가, 인터넷이 되는가, 화장실은 딸려 있는가, 요리는 가능한가, 냉장고, 세탁기, 책상 등 사용 가능한 가구 또는 가전제품은 무엇인가, 아파트인가 아니면 단독주택인가, 함께 쇼핑이나 관광을 해줄 수 있는가, 공항 픽업은 가능한가 등

## ■ 호스트의 모집방법

● 홈스테이 사업은 게스트를 호스트에 연결시켜주는 알선사업이므로, 호스트와 게스트를 모집하여 확보하는 일이 우선적으로 중요함

● 호스트의 경우는 지역적으로 광주전남에 한정할 필요는 없으나 1차적으로 광주전남 지역에 거주하는 주민을 대상으로 집중 홍보하고, 점차 서울 등 기타 전국 지역으로

까지 모집을 확대하는 방안을 강구함

- 호스트를 모집하기 위한 홍보 방법으로는 개인이나 단체에 신청서나 공문, 포스터 등을 우편 또는 팩스로 발송하는 방법, 메일을 발송하거나 온라인 게시판에 홍보하는 방법, 전화나 직접 대면을 통한 홍보를 생각할 수 있음
- 홍보 방법은 홍보 대상, 즉 초중고나 대학, 지자체, 각종 단체에 따라 다음과 같이 그 방법을 달리 할 필요가 있음

## 5) 민박업(홈스테이) 수요분석 및 알성업체 현황

### ■ 민박업(홈스테이) 현황분석

- 2003년 T2K(한국관광공사 여행정보 사이트)에서 외국인 네티즌 1,408명을 대상으로 실시한 온라인 설문조사 결과<sup>1)</sup>에 의하면, 머물고 싶은 숙박시설 중 홈스테이에 대한 수요가 적지 않음을 알 수 있음
- 한국여행 시 이용하고 싶은 숙박시설로 총 1,408표 가운데 호텔이 466표(33.1%)로 1 위, 그 다음으로 홈스테이 248표(17.6%), 여관 213표(15.1%), 유스호스텔 139표(9.9%) 순으로 나타났고, 이 밖에 기타(펜션·콘도) 102표(7.2%), 게스트하우스 101표(7.2%), 템플스테이 93표(6.6%), 캠핑 46표(3.3%) 순임
- 언어권별로 살펴보면, 영어권의 경우 호텔(32.4%), 여관(20.7%), 홈스테이(13.4%), 게스트하우스(9.9%), 순으로 응답, 호텔 이외 다양한 중저가 숙박시설에 대한 관심을 나타냈음
- 일어권 응답자는 호텔(48.6%), 여관(19.1%), 홈스테이(10.8%), 콘도·펜션(8.0%) 등으로 나타난 반면, 중국 및 싱가포르 지역에서는 홈스테이(28.7%)와 유스호스텔(21.6%)에 대한 선호도가 높았으며, 홍콩이나 대만 등의 동남아 지역에서는 호텔(33.3%), 홈스테이(21.2%), 유스호스텔(10.9%), 여관(9.7%) 순으로 응답됨
- 영어권이나 일본인에게는 호텔, 여관에 이어 3위에 머물고 있지만, 홍콩·대만·동남아

1) 한국관광공사, 청사초롱, 2003년 11월 19일자, 제244호, p.4

지역과 중국본토 및 싱가포르인에게는 20~30%의 높은 수요를 보이고 있음

- 이는 홈스테이가 한국현지문화의 체험과 더불어 가격 경쟁력 측면에서 일반 숙박시설보다 우위를 보인다고 할 수 있음

### ■ 홈스테이 알선업체 현황

- 국내에서 외국인 홈스테이를 알선하는 업체 중 자체적으로 홈페이지를 갖고 있는 업체는 파인드홈스테이코리아(<http://findhomestaykorea.net>), 코리아홈스테이(<http://www.korea-homestay.com>), SN글로벌([www.gohomestay.com](http://www.gohomestay.com)), 홈스테이코리아([www.homestaykorea.com](http://www.homestaykorea.com)), 한국라보([www.labostay.or.kr](http://www.labostay.or.kr)), 홈스테이대구([homestay.daegu.go.kr](http://homestay.daegu.go.kr)), 양주시국제교류센터([www.hij.com](http://www.hij.com)), 부산국제교류재단([www.bfia.or.kr](http://www.bfia.or.kr)), 청소년문화교류연구소([lex.or.kr](http://lex.or.kr)), 한국청소년교류진흥협회([www.kyepa.or.kr](http://www.kyepa.or.kr))의 8개 업체임
- 이 중 SN글로벌과 청소년교류진흥협회는 작년부터 홈스테이 업무를 폐쇄 또는 중단하고 있고, 한국라보, 홈스테이대구, 양주시국제교류센터, 부산국제교류재단, 청소년문화교류연구소, 한국청소년교류진흥협회는 재단, 또는 지자체 기관에 소속되어 국제교류나 청소년교류의 프로그램의 일환으로서 홈스테이 사업을 병행하고 있음
- 외국인 홈스테이만을 주 업무로 회사 형태로 영리를 목적으로 운영하고 있는 업체는 홈스테이코리아뿐임
- 게스트하우스 등의 군소업체로서 홈페이지를 운영하고 있는 업체는 서울백팩커스호텔, LEE&KIM, 크립슨하우스, B&B Morning Calm, 선능외국인민박 등이 있다. 이 밖에도 민박네트워크에 등록된 외국인민박 업체는 총 74개임
- 이들 군소업체는 거의 모두가 영리를 목적으로 홈스테이를 받고 있음

&lt;표 2-2&gt; 전국 주요 홈스테이 알선업체 현황

업체명	특징	비고
한국라보	청소년국제교류사업(어학연수, 파티)과 병행, 문광부 소속 청소년 단체	2005년 1,365명, 2006년에 747명(호스트: 851). www.labostay.or.kr
홈스테이 코리아	영리 목적의 회사, 홈스테이전문알선업체	www.homestaykorea.com
코리아 홈스테이	대학, 지역, 언어, 성별 등 수요에 맞는 홈스테이 호스트 역할	http://www.korea-homestay.com/
파인드 홈스테이 코리아	홈스테이 관련 정보 제공 및 호스트 역할	http://findhomestaykorea.net/
SN글로벌	영리 목적의 회사, 2006년도부터 사업중지	www.gohomestay.com
청소년문화 교류연구소	청소년국제교류사업과 병행, 문광부소속청소년단체, 회원제운영. 단체 대 단체 형식의 연결	2006년도: 150여건 (호스트수: 100여가구) T: 02-538-9660 http://lex.or.kr
청소년교류 진흥협회	청소년국제교류사업과 병행, 2006년도부터 사업중지	T:02-2665-6717 www.kyepa.or.kr
홈스테이 대구	대구시국제통상팀에서 행사가 있을 때마다 한시적으로 운영	T:053-803-3261 www.homestay.daegu.go.kr
부산국제 교류재단	부산시에서 지원, 외국인지원사업, 자매결연추진사업, 국제행사자원봉사 등의 사업과 병행	2006년 57명 방문/ 5가구 13명 홈스테이 참여, www.bfia.or.kr

출처: 연구자 제작성

### 3. 민박업(홈스테이) 개념

#### 1) 외국인민박(홈스테이)의 개념

- 한국에서의 홈스테이는 일본라보 청소년 300여명이 대거 한국을 방문하고 매년 교환 방문을 홈스테이로 진행하면서 비정규적으로 이루어지다가 정규적인 청소년 국제교류의 일환으로 외국인 민박활동이 전개되었음
- 그 후 1987년 문화관광부의 지원으로 한국관광공사 브로셔에 한국의 민박이 소개되어 외국인민박 활동이 전개가 되었고, 1988년 서울올림픽 개최시에는 정부에서 직접 외국인 민박가정을 모집·교육하였고, 2002년 월드컵 기간 동안에는 부족한 숙박시설을 보완할 목적으로 각 개최도시 10군데의 500가정씩 약5000가정을 모집하여 교육하였음
- 또한 world inn이라는 이름으로 정부의 지원으로 만들어졌던 온라인상 예약서비스는 장기적인 마스터 플랜 없이 한시적인 운영으로 끝남
- 일부 개최도시에서는 외국어 훈련 보조비용까지 각 민박가정에 지원하였지만 일회성의 민박 모집과 지원 부족으로 현재까지 연결되어 활동하고 있는 도시는 없는 상황임
- 특히 이 당시 지자체의 경우 전문적으로 민박 시스템을 이해하고 관리할 수 있는 인적 인프라가 전무하였으며 자주 업무담당자가 바뀌어 외국인 홈스테이 매칭시 필요한 일관성 있는 민박가정 관리가 이루어지지 못함
- 민박이란, ‘본래 숙식제공을 본업으로 하지 않는 민가가 방문객을 숙박시켜 영업활동을 하는 숙박시설로서 계절적·임시적으로 영업하는 민가 부업의 한 형태’로 정의내릴 수 있음
- 민박이라는 개념은 학자에 따라 다르게 정의하고 있지만 그 의미는 같다고 볼 수 있음
- 김향자(1999)는 “민박은 개인의 가정에서 외부인을 투숙시켜 숙식을 제공함으로써 그 지역의 문화, 풍습 등을 접할 수 있게 하는 숙박장소” 라고 정의내리고 있음

- 윤대순(2000)은 “관광자를 위하여 가정에서 숙식과 서비스를 제공하는 것” 이라고 정의
- 이홍철(2001)은 “한국의 민박은 상업목적의 숙박시설이 아닌 외국인 관광객과의 친교를 원하는 한국 가정에서 투숙을 의미” 한다고 정의
- 농촌자원개발연구소(2007)은 민박은 원래 숙박업소가 아닌 일반가정에서 숙박하는 것 또는 그 집을 말함이라고 설명하고 있음
- 외국 연구자로서 Goff는 “개인 가정에서 사용하지 않는 객실을 가정의부수입과 인적 교류를 목적으로 빌려주는 것(A private in which unused rooms are rented for the purposes of supplementing income and meeting people.)“(Lanier and Berman, 1993:16)” 이라고 정의 내리고 있음(한국문화관광연구원, 2012 재인용)
- 민박의 분류를 보면 유료민박인 홈스테이(homestay)와 무료민박인 홈호스트(homehost)로 나누어짐
- 이홍철 등(2001)의 2002년 대구 월드컵을 대비한 민박신청가구를 대상으로 한 설문조사에 따르면 유료민박신청의 목적은 외국문화의 이해, 외국인 친구 사귀기, 우리 문화를 알리는 자긍심이 주 목적으로 무료 민박의 경우 특정단체 소속으로 인적교류와 자원봉사가 목적임
- 현재 민박 신청가구의 주거형태는 대부분 아파트이고, 대부분 가구에서 식사를 제공하며, 일부 가정에서는 관광객들을 위해 관광안내도 제공
- 외국인 민박이 갖는 문화적 의미는 일반적인 관광 상품과는 달리 사람과 사람의 만남을 통해 자연스럽게 한나라의 이미지를 구축하고 홍보한다는 점에서 매우 특별한 의미를 갖고 있음
- 국가적으로는 한국의 건강한 가정 모습을 알리고 한국 고유의 생활 풍습을 외국인에게 소개하는 민간 외교관의 역할을 각 가정이 함으로써 국가의 또 다른 관광인프라로 구축하게 되며 동시에 다정다감한 한국의 이미지를 세계 속에 각인시키는 홍보효과를 통하여 새로운 관광 한국의 이미지를 구축할 수 있음

- 관련 용어를 정리해 보면, 관광자를 위하여 민박을 제공하는 가정은 ‘민박가정(host)’, 민박을 이용하는 외래 관광자는 ‘민박자(guest)’, 여러 형태의 민박알선업체는(home stay agency), 녹색관광(green tourism)이라는 측면에서 농촌에서 하는 민박을 농가민박(farm-stay), 대도시나 중도시에서 국제행사 등을 위하여 모집하는 ‘도시민박(urban-stay)’ 등으로 부름

<표 2-3> 학자별 홈스테이 정의

학자	정의
김향자(1999)	민박은 개인의 가정에서 외부인을 투숙시켜 숙식을 제공함으로써 그 지역의 문화, 풍습 등을 접할 수 있게 하는 숙박장소
전영선(1999)	홈스테이란 일반 가정집에 관광객 혹은 유학생 등을 숙박시키는 것으로 우리나라의 민박이나 하숙과 개념이 비슷하며 현지의 문화나 생활을 쉽게 느낄 수 있고 체험할 수 있는 제도
윤대순(2000)	관광자를 위하여 가정에서 숙식과 서비스를 제공하는 것
이홍철(2001)	한국의 민박을 상업목적의 숙박시설이 아닌 외국인 관광객과의 친교를 원하는 한국가정에서 투숙을 의미
김형미 외(2001)	농가민박은 과거와 같이 단순 숙박이 아닌 도시와 농촌간의 교류 촉진, 농촌의 자연과 문화체험 등의 특징을 가진 체재형 여가활동이라고 확대 해석 도시민박은 개인의 가정에서 외부인을 투숙시켜 숙식을 제공함으로써 그 지역문화, 풍습을 경험
농촌자원개발연구소 (2007)	민박은 원래 숙박업소가 아닌 일반가정에서 숙박하는 것 또는 그 집
Goff (Lanier & Berman, 1993년 재인용)	개인 가정에서 사용하지 않는 객실을 가정의 부수입과 인적 교류를 목적으로 빌려주는 것

출처 : 유지윤(2012) 외국인관광 도시민박업 활성화 방안 연구

## 2) 농가민박업

- 농촌의 가정에 숙박하면서 농촌생활을 체험하고 그 지역사람들과 교류하며 자연 속에서 여가를 즐길 수 있도록 제공하는 업
- 농가민박업이라는 개념은 학자에 따라 다르게 정의되고 있음
- 김형미 등(2001)은 과거와 같이 단순 숙박이 아닌 도시와 농촌간의 교류촉진, 농촌의 자연과 문화 체험 등의 특징을 가진 체재형 여가활동이라고 정의하였음

- 농촌자원개발연구소(2007)은 농촌민박은 등록·신고된 숙박업소가 아닌 한정적 영리 목적으로 농촌의 일반가정 또는 단체가 운영하며, 단순체류가 아닌 체험, 휴양, 교류 등 다양한 서비스를 동시에 즐길 수 있도록 제공하는 것이라고 정의하였음
- 농가민박업의 법적 정의를 보면 소득세법 시행령 제9조(농가부업소득의 범위) 제12조 제2호 다목에 따라 “대통령령으로 정하는 농가부업소득”이란 농·어민이 부업으로 경영하는 축산·고공품(工品)제조·민박·음식물판매·특산물제조·전통차 제조·어로·양어 및 그 밖에 이와 유사한 활동에서 발생한 소득 중 다음 각 호의 소득을 말함. 여기서 말하는 민박은 ‘농어촌민박사업’을 의미함
- 농어촌정비법 제1장 제2조 16라목에서 농어촌민박사업이란 농어촌지역과 준농어촌지역의 주민이 거주하고 있는 「건축법」 제2조 제2항 제1호에 따른 단독주택(같은 법 시행령 별표 1에 따른 단독주택과 다가구주택을 말한다)을 이용하여 농어촌 소득을 늘릴 목적으로 숙박·취사시설 등을 제공하는 사업을 의미함
- 농어촌 민박은 도시민박과는 다르게 농어촌의 소득증대를 위하여 시작하였고, 공중위생관리법 상의 숙박업에서 제외됨으로써 행정기간에 신고할 필요가 없으며, 세무기관에 사업자 등록을 하지 않고도 자유롭게 사업을 할 수 있음
- 일반적으로 도시사람들이 농촌가정에 숙박하면서 농촌생활을 체험하고 그 지역사람들과 교류하며 전원경관을 즐기는 등의 여가활동을 하게 되는데 농촌이 가지고 있는 자연·문화자원을 활용하여 도시와 농촌주민간의 교류를 통해 소득증대와 농촌활성화를 도모하는 것으로 도시민에게 농촌에서 여유있게 휴가를 보내는 휴식·휴양공간이며, 귀중한 자연 농촌 환경을 보전하는 효과가 있으며 단순한 숙박시설이기보다는 농촌 주민의 삶의 질 증대, 관광객 만족, 깨끗한 농촌환경의 보전이라는 다면적인 목표를 동시에 달성하는 것으로 평가됨(농촌자원개발연구소, 2007).

### 3) 도시민박업

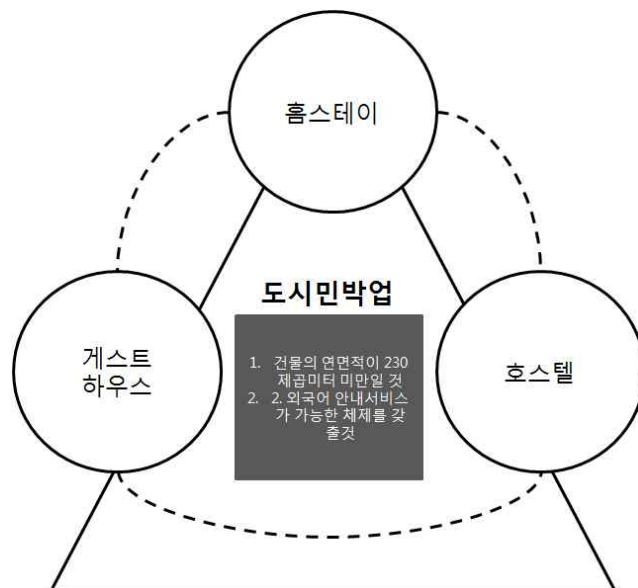
- 대도시 및 주요관광지의 가정집에 외국인의 숙박에 적합한 시설을 갖추어 관광객에게 이용하게 하는 업으로 김형미 등(2001)은 개인의 가정에서 외부인을 투숙시켜 숙식을 제공함으로써 그 지역문화, 풍습을 경험이라고 정의하고 있음

- ‘외국인관광 도시민박업’의 법적정의는 국토의 계획 및 이용에 관한 법률」제6조 제1호에 따른 도시지역(「농어촌비법」에 따른 농어촌 지역 및 준 농어촌지역은 제외한다)의 주민이 거주하고 있는 주택(건축법 시행령 별표1 제1호 및 제2호에 따른 단독주택 또는 다가구주택, 아파트, 연립주택 또는 다세대주택이 해당됨)을 이용하여 외국인 관광객에게 한국의 가정문화를 체험할 수 있도록 숙식 등을 제공하는 업으로 규정됨
- ‘도시민박업’으로 지정받으면 별도의 숙박업 신고를 하지 않아도 되나, 지정받지 않고 공중위생관리법상 숙박영업을 하는 경우 해당법률에 처벌될 수 있음
- 한국가정에서는 글로벌 시대를 맞이하여 외국인 민박활동을 통하여 각 나라의 문화 이해 및 예절, 언어를 익힐 수 있는 좋은 기회를 갖게 되어 외국으로 나가지 않아도 가정에서의 세계화라는 중요한 교육의 현장을 만들 수 있음
- 홈스테이는 명백하게 영리목적 사업의 성격은 아니라고 판단, 일반적으로 순수한 가정체험을 통한 문화교류성격으로 운영하므로 신고 또는 등록사안에 해당되는 사항은 없는 것으로 판단하고 있음
- 관광객 입장에서 볼 때 민간 숙식시설을 비교적 저렴하면서도 친숙한 가정체험을 할 수 있다는 것이 장점임
  - 따라서 최근 외래 관광객 급증에 따른 숙박 시설 부족 상황 해소와 한국 가정 문화체험을 희망하는 관광 수요를 충족하는 데 도움이 될 것으로 기대됨
- ‘도시민박업’은 관광진흥법의 기준과 부합하다면 ‘홈스테이’, ‘게스트하우스’와 같은 다양한 키워드가 가능함
  - 글로벌 예약웹사이트에 등록된 우리나라 민박시설 또한 명칭을 정확하게 사용하지 않고 ‘호스텔’, ‘게스트하우스’라는 명칭을 이용하고 있음

<표 2-4> 민박업 관련 숙박업 분류

구 분	민박업 분류
외국인관광 도시민박업	대도시 및 주요 관광지의 가정집에 외국인의 숙박에 적합한 시설을 갖추어 관광객에게 이용하게 하는 업으로 한국의 가정문화를 체험하고 가족과의 상호작용을 통해 질적인 관광만족을 제공하기 위함
농촌민박업	농어촌지역과 준농어촌지역의 주민이 단독주택을 이용하여 농어촌 소득을 늘릴 목적으로 숙박·취사시설 등을 제공하는 사업
Bed & Breakfast	일반적으로 아침과 숙박만 제공한다고 하여 붙여진 이름으로 한국의 민박업과 비슷한 개념으로 여겨짐
게스트하우스	정확히 개념화되었지 않으나 프론트가 있고, 직원이 24시간 상주하고 있으며 상업적으로 운영되는 외국인을 위한 숙박업
호텔업	배낭여행객 등 개별 관광객의 숙박에 적합한 시설로서 샤워장, 취사장 등의 편의시설과 외국인 및 내국인 관광객을 위한 문화·정보 교류시설 등을 함께 갖추어 이용하는 업
홈스테이	가정내에서 관광객의 숙박과 취사를 제공하는 것으로 이해됨. 식사를 제공하는 경우도 있으며 가족처럼 호스트와 친밀한 관계 형성이 가능함

출처 : 유지윤(2012), 전개서



출처 : 유지윤(2012), 전개서

## 4. 민박업의 유형 구분

### 1) 경영형태별 민박업의 유형 구분

- 농촌민박의 유형은 경영내용에 따른 구분과 시설유형에 따른 구분으로 나눌 수 있음 (농촌개발연구소, 2007)

#### ■ 민박의 사업내용

- 전원민박
- 다른수입원이 있는 겸업민박
- 보조적인 수입원으로 영업하는 부업에 가까운 민박
- 관련사업을 동반한 민박

#### ■ 영업형태에 따른 구분

- 호텔처럼 아침식사와 저녁식사를 제공하는 1박2식 제공형 민박
- 유럽의 민박처럼 아침식사만을 제공하는 민박형 민박
- 시설과 설비를 제공하면서 식사는 제공하지 않는 자취형 민박, 숙소와 취사시설을 갖추고 있어 콘도형 민박으로 불리기도 함

#### ■ 영업기간에 따른 분류

- 연중 언제라도 손님을 받아들일 체제를 갖추고 있는 연중 운영형 민박
- 스키장, 해수욕장 이용시기, 여름휴가 또는 겨울휴가, 농한기 등 계절을 한정하여 영업하는 계절형 민박
- 토요일, 일요일, 국경일, 축제 등 주말에 한정하여 숙박객을 받아 영업하는 주말형 민박

## ■ 경영주체에 따른 구분

- **단독경영** : 민박사업을 시작하기 위한 결정, 등록, 규제사항 파악 등 모든 과정을 혼자 해야만 하며 실패에 대한 책임도 혼자 지는 대신 소득도 혼자 가져 갈 수 있음
- **동업** : 두명 이상의 경영자들이 같이 사업을 하는 경우로 단독으로 하는 것보다 더 힘 있는 경영이 가능함
  - 보통 친구나 동료, 가족들끼리 동업을 하는데 철저한 동업을 위해서는 더 많은 노력과 자금이 필요함
  - 동업의 가장 좋은 방법은 동업자들이 서로 신뢰를 가지고 각각 전담할 수 있는 분야를 맡아 운영하는 것이며, 일반적으로 동업의 어려움은 동업자들이 각자 옳다는 생각으로 다른 방향의 운영을 하고자 할 때 발생함
  - 만약 문제가 발생했을 때 단독경영보다는 더욱 힘이되고, 부채도 나눠 가지므로 책임을 분산시킬 수 있지만 동업자가 책임을 피해 사라질 때 위험도 발생할 수 있음
- **법인** : 영농법인이나 주식회사 형태의 법인에 의한 운영으로 마을 공동시설로 민박시설을 설치 운영할 경우 사용됨
  - 법인이란 사업자체뿐만 아니라 법적인 제약조건에 효과적으로 대응하기 위한 방법임. 법인으로 민박을 운영하기 위하여 시간과 노력, 비용 등의 소모가 큼
  - 그러나 사업의 책임이나 고객의 소송에 대응하는데 수월하며 재원을 마련할 때 개별적으로 금융기관에서 돈을 대출하는 방법보다 더 유리한 측면이 있으나 각 지분을 소유한 소유주들을 다루기가 쉽지 않음
  - 법인은 동업이나 단독으로 경영보다 더 많은 제약과 규제가 뒤따름

### ■ 서비스 형태에 의한 분류

- 농가형 민박(농장 + 민박)
- 카페형 민박(카페 + 민박)
- 식당형 민박(식당 + 민박)
- 관광농원형 민박(관광농원 + 민박)
- 공방형 민박(공예 + 민박)
- 펜션형 민박

### ■ 이용대상자에 따른 구분

- 민박을 이용하는 고객층에 따라 영업형태가 변함. 이용자의 수와 연령, 성별, 취미, 목적 등 여러 가지 조건에 따라 적합한 시설과 프로그램을 제공할 필요가 있음
- 농업과 전통문화 체험을 목적으로 한 고객, 단순히 휴양을 목적으로 한 고객, 단순히 휴양을 목적으로 한 고객, 농산물 구입을 목적으로 한 고객 등으로 다양함
- 가족인 경우나 수십명의 학생 합숙과 연수 등 단체를 대상으로 하는 경우 시설과 규모, 서비스의 내용이 변할 수 있음. 이 경우 방문하는 교통수단에 의해 필요한 대형 주차장이나 연수실 등 공동이용공간을 갖추어야 함

<표 2-5> 민박경영형태에 따른 유형 구분

구분기준	유형
사업내용	전업민박, 겸업민박, 부업민박, 동반민박
영업형태	1박2식 제공형, 민박형, 자취형(콘도형)
영업기간	연중운영형, 계절형, 주말형
경영주체	농가 단독경영형, 동업형, 법인 운영형
서비스형태	농가형(농장+민박), 카페형(카페+민박), 식당형(식당+민박) 관광농원형(관광농원+민박), 공방형(공예+민박), 펜션형

## 2) 시설형태별 민박업의 유형 구분

- 시설유형에 따른 구분은 농촌민박 시설을 갖추는 방법, 객실 형태, 건물형태 등 시설 유형에 따라 민박시설을 구분하는 방법이 있음

### ■ 민박시설 설치에 따른 구분

- 기존 주택을 일부 개축(築)한 민박
- 방이나 주택을 증축(增築)하여 민박을 시작하는 경우
- 새롭게 신축(新築)하는 경우 등이 있으며, 우리나라 농촌주택은 그동안 농가주택 개량 사업, 주거환경 개선사업등에 힘입어 많은 정비가 이루어져왔음
- 그러나 일반 농가주택으로 신규로 민박경영을 시작하는 경우 현재 시설로는 불충분한 경우가 대부분이므로 시설의 신축, 증축, 개축 등 시설 계획이 필요함

### ■ 객실형태에 의한 구분

- 주인과 동일 가옥 내에서 민박이 이루어지는 생활혼재형
- 동일가옥이지만 민박 이용자들은 별도의 공간을 갖는 생활분리형
- 완전독립형이 있음
  - 객실과 욕실 등 민박시설은 가족이 일상생활을 하면서 사용하는 시설을 민박의 이용객이 함께 사용하게 됨 분리여부에 따라 계획이 크게 달라짐
  - 특히 방재시설(防災施設)을 갖추기 위해서는 많은 비용이 들기 때문에 앞으로 경영계획을 충분히 검토한 다음 객실형태를 결정해야함
  - 겸용하는 경우 개·보수 비용 등은 비교적 저렴하지만 가족이 생활하는 부분과 민박 이용자가 사용하는 부분을 어떻게 구분하는 가가 중요함
  - 또한 분리하는 경우 기존 건물 중에서 구분하여 계획하는 방법과 연동(連動)으로 달아내어 증축하는 방법이 있음. 신축의 경우도 많은 공사비가 들지만

별동(棟)으로 분리하여 신축하는 방법과 기존 건물을 부수고 완전히 새로 신축하는 방법이 있음

■ 건축양식 즉, 건물의 외관, 색, 디자인에 의한 구분

- 양옥 또는 한옥
- 양옥이나 한옥이나를 떠나서 지역의 건축적 특성을 반영한 건물을 민박으로 사용하는 것이 바람직함
- 도시에서 시골을 방문하는 고객들에게는 그 지역다운 풍경을 느끼는 것이 소중한 체험이기 때문임
- 지역에 따라서는 지붕의 형태와 색, 벽의 재료와 색, 생 울타리 수종, 간판 등 일정한 항목에 관하여 협의를 함으로써 지역전체에 통일된 분위기를 만들기 위하여 노력하기도 함
- 현재 운영되고 있는 농촌민박은 시설 및 서비스 수준으로 볼 때 농가에서 운영하는 민박, 관광지 주변의 계절형 민박에서부터 제주도에서 일반화된 고급펜션형 민박에 이르기까지 매우 다양함
- 따라서 농촌민박을 ‘농업에 종사하는 농민이 운영하는 농가민박’으로 한정하기보다는 ‘농촌의 자연환경과 문화, 농업을 기반으로 운영하는 민박’으로 보다 광범위하게 정의하고 다양한 유형의 민박을 포함하는 것이 바람직함

<표 2-6> 민박시설유형에 따른 유형 구분

구분기준	유형
시설을 갖추는 방법	개축(築) 민박 증축(增築) 민박 신축(新築) 민박
영업형태	생활혼재형 생활분리형 완전독립형

출처 : 농촌자원개발연구소(2007), 녹색민박경영 매뉴얼을 토대로 정리

## 5. 민박업 관련 제도 분석

### 1) 민박업 관련 제도 현황

#### ■ 호스텔업

- 호스텔업을 경영하려는 자는 특별자치도지사·시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말함)에게 등록하여야 함
- 관광진흥법 시행령 제2조2항에 따라 호스텔업은 배낭여행객 등 개별 관광객의 숙박에 적합한 시설로서 샤워장, 취사장 등의 편의시설과 외국인 및 내국인 관광객을 위한 문화·정보 교류시설 등을 함께 갖추어 이용하게 하는 업이라고 정의
- 관광진흥법 시행령 제5조 관련별표 1에 따른 등록기준은 (1) 배낭여행객 등 개별 관광객의 숙박에 적합한 객실을 갖추고 있을 것 (2) 이용자의 불편이 없도록 화장실, 샤워장, 취사장 등의 편의시설을 갖추고 있을 것(다만, 이러한 편의시설은 공동으로 이용하게 할 수 있음) (3) 외국인 및 내국인 관광객에게 서비스를 제공할 수 있는 문화·정보 교류 시설을 갖추고 있을 것 (4) 대지 및 건물의 소유권 또는 사용권을 확보하고 있을 것으로 규정됨)
- 관광진흥법 시행령 제 13조 사업계획 승인기준은 (1)사업계획의 내용이 관계 법령의 규정에 적합할 것 (2)사업계획의 시행에 필요한 자금을 조달할 능력 및 방안이 있을 것 (3)일반 주거지역의 관광숙박시설 및 그 시설의 위락시설은 주거환경을 보호하기 위하여 다음 각 목의 기준에 맞아야 하고, 준주거지역의 경우에는 다목의 기준에 맞을 것. 다만, 일반 주거지역에서의 사업계획의 변경승인(신축 또는 기존 건축물 전부를 철거하고 다시 축조하는 개축을 하는 경우는 포함하지 아니한다)의 경우에는 가목의 기준을 적용하지 아니함이라고 규정되어있음
  - 대지가 폭 8미터 이상의 도로에 4미터 이상 연접할 것(관광진흥법 시행령 개정안 입법예고 2012.5. 15). 다만, 특별자치도·시·군·구(자치구를 말한다. 이하 같다)는 주거환경을 보호하기 위하여 필요하면 지역특성을 고려하여 조례로 이 기준을 강화할 수 있음

- 건축물 각 부분의 높이는 그 부분으로부터 그 건물의 채광을 위하여 설치하는 창이나 문이 향하는 방향으로 인접된 대지의 경계선[대지와 대지 사이가 공원·광장·도로·하천이나 그 밖의 건축이 허용되지 아니하는 공지(地)인 경우에는 그 인접된 대지의 반대편 경계선을 말한다]까지의 수평거리의 두 배를 초과하지 아니할 것
- 소음 공해를 유발하는 시설은 지하층에 설치하거나 그 밖의 방법으로 주변의 주거환경을 해치지 아니하도록 할 것- 대지 안의 조경은 대지면적의 20 퍼센트 이상으로 하되, 대지 경계선 주위에는 다 자란 나무를 심어 인접 대지와 차단하는 수림대(樹林帶)를 조성할 것이라고 규정됨

<표 2-7> 호스텔업 제도 현황

유형		관련법령	규정	등록기준
관광숙박업	어텔업	호스텔업	관광진흥법시행령 제2조2항(규정) 관광진흥법시행령 제5조 관련별표1 (등록기준)	배낭여행객 등 개별 관광객의 숙박에 적합한 시설로서 샤워장, 취사장 등의 편의시설과 외국인 및 내국인 관광객을 위한 문화·정보 교류시설 등을 함께 갖추어 이용하게 하는 업

출처 : www.moleg.go.kr 법제처를 참조하여 연구자 작성

## ■ 한옥체험업

- 한옥체험업을 경영하려는 자는 관광진흥법 시행규칙 별표 2의 관광 편의시설업 지정 신청서에 다음 각 호의 서류를 첨부하여 특별자치도지사·시장·군수·구청장 또는 지역별 관광협회에 제출하여야 함

- 한옥체험업이 속해 있는 관광편의시설업이란 여행업, 관광숙박업, 관광객 이용시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업의 규정에 따른 관광사업 외에 관광 진흥에 이바지할 수 있다고 인정되는 사업이나 시설 등을 운영하는 업임
- 관광진흥법 시행령 제2조제6항에서 관광편의시설업의 종류는 관광펜션업, 한옥체험업, 외국인관광 도시민박업으로 분류됨
- 관광진흥법 시행령 제2조6항에 따라 한옥체험업은 한옥(주요 구조부가 목조구조로서 한식기와 등을 사용한 건축물 중 고유의 전통미를 간직하고 있는 건축물과 그 부속시설을 말한다)에 숙박 체험에 적합한 시설을 갖추어 관광객에게 이용하게 하는 업이라고 정의
- 관광진흥법시행규칙 제14조별표2에 따른 등록기준은 (1) 한 종류 이상의 전통문화 체험에 적합한 시설을 갖추고 있을 것 (2) 이용자의 불편이 없도록 욕실이나 샤워시설 등 편의시설을 갖출 것이라고 규정됨

<표 2-8> 한옥체험업 제도 현황

유형		관련법령	규정	등록기준
관광편의시설업	한옥체험업	관광진흥법 시행령 제2조6항 (규정)	한옥(주요 구조부가 목조구조로서 한식기와 등을 사용한 건축물 중 고유의 전통미를 간직하고 있는 건축물과 그 부속시설을 말한다)에 숙박 체험에 적합한 시설을 갖추어 관광객에게 이용하게 하는 업	(1) 한 종류 이상의 전통문화 체험에 적합한 시설을 갖추고 있을 것  (2) 안내방송 등 외국어 안내서비스가 가능한 체제를 갖출 것
		관광진흥법시행규칙 제14조별표2 (등록기준)		

출처 : 유지윤(2012), 전개서

### ■ 농어촌민박사업

- 농어촌민박사업을 경영하려는 자는 농어촌정비법 시행규칙 별표/서식 75호의 농어촌민박사업자 신고서(전자문서로 된 것을 포함)에 주택임대차계약서 사본 등 사용권을 증명할 수 있는 서류(신청인이 주택의 소유자가 아닌 경우만 해당하고, 전자문서로 된 것을 포함한다)를 첨부하여 시장·군수·구청장에게 제출하여야 함

- 농어촌정비법 제2조16항에 따라 농어촌민박사업이란 농어촌지역과 준농어촌지역의 주민이 거주하고 있는 건축법<sup>2)</sup>에 따른 단독주택<sup>2)</sup>을 이용하여 농어촌 소득을 늘릴 목적으로 숙박·취사시설 등을 제공하는 사업이라고 정의
- 농어촌정비법 시행규칙 제47조별표 3에 따라 사업의 규모는 주택 연면적 230제곱미터 미만. 다만, 「문화재보호법」 제2조제2항에 따른 지정문화재<sup>3)</sup>로 지정된 주택의 경우에는 규모의 제한을 두지 않음. 기본시설은 「소방시설 설치유지 및 안전관리에 관한 법률시행령」 제3조에 따른 수동식 소화기를 1조 이상 구비하고, 객실마다 단독경보형감지기를 설치할 것. 다만, 객실 내 스프링클러설비 등 단독경보형 감지기를 대체할 시설이 설치된 경우는 제외함이라고 규정됨
- 「공중위생관리법」상에서의 ‘숙박업’이라 함은 손님이 잠을 자고 머물 수 있도록 시설 및 설비 등의 서비스를 제공하는 영업을 말함. 다만, 농어촌에 소재하는 민박 등 대통령령이 정하는 경우를 제외함이라고 정의

2) 건축법<sup>2)</sup> 제2조제2항제1호에 따른 시행령 별표 1에 따른 단독주택

1. 단독주택[단독주택의 형태를 갖춘 가정어린이집·공동생활가정·지역아동센터 및 노인복지시설(노인복지주택은 제외한다)을 포함함]
  - 가. 단독주택
  - 다. 다가구주택: 다음의 요건을 모두 갖춘 주택으로서 공동주택에 해당하지 아니하는 것을 말함
2. 주택으로 쓰는 층수(지하층은 제외함)가 3개 층 이하일 것. 다만, 1층의 바닥면적 2분의 1 이상을 필로티 구조로 하여 주차장으로 사용하고 나머지 부분을 주택 외의 용도로 쓰는 경우에는 해당 층을 주택의 층수에서 제외함
3. 1개 동의 주택으로 쓰는 바닥면적(지하주차장 면적은 제외한다)의 합계가 660제곱미터 이하일 것
4. 19세대 이하가 거주할 수 있을 것

3) 이 법에서 “지정문화재”란 다음 각 호의 것을 말함

1. 국가지정문화재: 문화재청장이 제23조부터 제26조까지의 규정에 따라 지정한 문화재
2. 시·도지정문화재: 특별시장·광역시장·도지사 또는 특별자치도지사(이하 “시·도지사”라 한다)가 제70조제1항에 따라 지정한 문화재
3. 문화재자료: 제1호나 제2호에 따라 지정되지 아니한 문화재 중 시·도지사가 제70조제2항에 따라 지정한 문화재

&lt;표 2-9&gt; 농어촌 민박사업 제도 현황

유형	관련법령	규정	등록기준
농어촌관광휴양사업	농어촌민박사업	농어촌지역과 준농어촌지역의 주민이 거주하고 있는 건축법 제2조제2항제1호에 따른 단독주택(같은 법시행령 별표 1에 따른 단독주택과 다가구주택을 말한다)을 이용하여 농어촌 소득을 늘릴 목적으로 숙박·취사시설 등을 제공하는 사업	(1) 사업의 규모 주택 연면적 230제곱미터 미만. 다만, 「문화재보호법」 제2조제2항에 따른 지정문화재로 지정된 주택의 경우에는 규모의 제한을 두지 않는다. (2) 기본시설 「소방시설 설치유지 및 안전관리에 관한 법률시행령」 제3조에 따른 수동식소화기를 1조 이상 구비하고, 객실마다 단독경보형감지기를 설치할 것. 다만, 객실 내 스프링클러설비 등 단독경보형감지기를 대체할 시설이 설치된 경우는 제외한다.

출처 : 유지윤(2012), 전게서

## 2) 외국인관광 도시민박업 제도 현황

- 외국인관광 도시민박업이 처음 제도화된 것을 2012. 12. 30 관광편의시설업으로 추가되었음. 외국인관광 도시민박업은 국토의 계획 및 이용에 관한 법률 제6조제1호에 따른 도시지역4(「농어촌정비법」에 따른 농어4) 인구나 산업이 밀집되어 있거나 밀집이 예상되어 그 지역에 대하여 체계적인 개발·정비·관리·보존지역 및 준농어촌지역은 제외함)의 주민이 거주하고 있는 다음의 어느하나에 해당하는 주택을 이용하여 외국인 관광객에게 한국의 가정문화를 체험할 수 있도록 숙식 등을 제공하는 업이라고 정의

- 「건축법 시행령」 별표 1 제1호가목 또는 다목에 따른 단독주택 또는 다가구주택
- 「건축법 시행령」 별표 1 제2호가목, 나목 또는 다목에 따른 아파트, 연립주택 또는 다세대주택

4) 인구나 산업이 밀집되어 있거나 밀집이 예상되어 그 지역에 대하여 체계적인 개발·정비·관리·보존등이 필요한 지역

<표 2-10> 건축법 시행령 별표

분류	종류	내용
1. 단독주택	가. 단독주택	
	나. 다가구주택	다음의 요건을 모두 갖춘 주택으로서 공동주택에 해당하지 아니하는 것을 말함 1) 주택으로 쓰는 층수(지하층을 제외한다)가 3층 이하일 것, 다만, 1층의 바닥면적 2분의1이상을 필로티 구조로 하여 주차장으로 사용하고 나머지 부분을 주택 외의 용도로 쓰는 경우에는 해당 층을 주택의 층수에서 제외함 2) 1개 동의 주택으로 쓰는 바닥면적(지하주차장 면적은 제외한다)의 합계가 660제곱미터 이하일 것 3) 19세대 이하가 거주할 수 있을 것
2. 공동주택	가. 아파트	주택으로 쓰는 층수가 5층 이상인 주택
	나. 연립주택	주택으로 쓰는 1개 동의 바닥면적(지하주차장 면적은 제외한다) 합계가 660제곱미터를 초과하고, 층수가 4개 층 이하인 주택
	다. 다세대주택	주택으로 쓰는 1개 동의 바닥면적 합계가 660제곱미터 이하이고, 층수가 4개 층 이하인 주택(2개 이상의 동을 지하주차장으로 연결하는 경우에는 각각의 동으로 보며, 지하주차장 면적은 바닥면적에서 제외한다)

출처 : 유지윤(2012), 전계서

- 「관광진흥법 시행령 및 시행규칙 개정」에 따른 별표2 관광편의시설업의 지정기준 제 14조에 따라 (1) 건물의 연면적이 230제곱미터 미만일 것 (2) 외국어 안내 서비스가 가능한 체제를 갖출 것으로 규정함
- 「관광진흥법」 제73조(결격사유)에 따라 (1) 금치산자, 한정치산자 (2) 파산신고를 받고 복권되지 아니한 자 (3) 관광진흥법에 따라 등록등 또는 사업계획의 승인이 취소되거나 제36조제1항에 따라 영업소가 폐쇄된 후 2년이 지나지 아니한 자 (4) 이 법을 위반하여 징역 이상의 실형을 선고받고 그 집행이 끝나거나 집행을 받지 아니하기로 확정된 후 2년이 지나지 아니한 자 또는 형의 집행유예 기간 중에 있는 자 중에 하나에 해당하는 자는 관광사업의 등록 등을 받거나 신고를 할 수 없고, 사업계획의 승인을 받을 수 없음

&lt;표 2-11&gt; 외국인관광 도시민박업 제도 현황

유형	관련법령	규정	등록기준
관광편의시설업 외국인관광 도시민박업	관광진흥법 시행령 제2조6항 (규정) 관광진흥법시행규칙 제14조별표2 (등록기준)	국토의 계획 및 이용에 관한 법률 제6조제1호에 따른 도시지역의 주민이 거주하고 있는 다음의 어느 하나에 해당하는 주택을 이용하여 외국인 관광객에게 한국의 가정문화를 체험할 수 있도록 숙식 등을 제공하는 업	(1) 건물의 연면적이 230제곱미터 미만일 것 (2) 외국어 안내 서비스가능한 체제를 갖춘 것

출처 : 유지윤(2012), 전게서

- 그러나 2012년 5월 15일 다시 ‘외국인관광 도시민박업’을 관광객 이용시설업으로 재분류하는 관광진흥법 시행령 및 시행규칙 일부 개정령안이 입법예고 되었음. 이에 따라 위반행위별 과징금 부과 기준이 신설되는 등 행정지도 및 처분에 대한 법적 근거 부재 사항이 보완되었음

&lt;표 2-12&gt; 민박업 관련 제도 규정 종합

구분	관련법령	규정
호텔업	배낭여행객 등 개별 관광객의 숙박에 적합한 시설로서 샤워장, 취사장 등의 편의시설과 외국인 및 내국인 관광객을 위한 문화·정보 교류시설 등을 함께 갖추어 이용하게 하는 업	관광진흥법 시행령 제2조2항
농어촌 민박사업	농어촌지역과 준농어촌지역의 주민이 거주하고 있는 단독주택 또는 다가구주택을 을 이용하여 농어촌 소득을 늘릴 목적으로 숙박·취사시설 등을 제공하는 사업	농어촌정비법 제2조16항
한옥체험업	한옥(주요 구조부가 목조구조로서 한식기와 등을 사용한 건축물 중 고유의 전통미를 간직하고 있는 건축물과 그 부속시설을 말한다)에 숙박 체험에 적합한 시설을 갖추어 관광객에게 이용하게 하는 업	관광진흥법 시행령 제2조6항
외국인관광 도시민박업	도시지역의 주민이 거주하고 있는 다음의 어느 하나에 해당하는 주택(단독주택, 다가구주택, 아파트, 연립주택, 다세대주택), 을 이용하여 외국인 관광객에게 한국의 가정문화를 체험할 수 있도록 숙식 등을 제공하는 업	

출처 : 유지윤(2012), 전게서

## 제3절 대전 숙박시설 현황

### 1. 숙박업 현황

#### 1) 전국 숙박업 현황

- 국내의 숙박시설은 다양한 형태로 운영중이며, 기존의 호텔업, 휴양콘도미니엄, 관광펜션업, 일반숙박업(여관, 모텔 등), 유스호스텔 등의 업태 이외에 최근에는 한옥체험업, 외국인관광도시민박(홈스테이), 서비스레지던스 등의 신규 사업 형태가 증가하고 있는 상황임
- 국내 현재의 숙박업소는 42,185개소이며, 객실은 825,233실 수준임
- 그 가운데 일반숙박업인 여관 및 모텔업 등이 30,867 개소로 가장 많고, 객실 또한 679,074실로 가장 많은 수준임

<표 2-13> 전국 숙박시설 현황

구 분	업소(개)	객실(실)	관할기관
호텔업	711	77,045	문화체육관광부
휴양콘도미니엄	182	38,623	
관광펜션업	274	2,383	
한옥체험업	485	2,074	
외국인관광도시민박 (홈스테이)	9,547 (173)	9,547	
일반숙박업 (여관, 모텔 등)	30,867	679,074	보건복지부

자료: 한국관광공사, KB경영연구소 재편집

## 2) 국내 홈스테이 수요 및 이용 현황

- 호스트 가구수 : 10,884 가구
- 게스트 수 : 2,083명
- 국내 홈스테이 운영 실태에서 알 수 있듯이 게스트 수에 비례해 호스트 수가 매우 높은 것으로 나타남
- 숙박업소가 모자라 수도권근처에서 숙박을 해야 하는 관광객들에게 홈스테이, 민박은 새로운 숙박의 트렌드로 자리 잡을 수 있음
- 하지만 한국에 민박, 홈스테이가 있는 것조차도 모르고 있는 것이 현 실정임

<표 2-14> 국내 홈스테이 운영 및 이용 현황

구 분		지자체 운영	민간 운영	계
2010	호스트 가구수	1,173	9,711	10,884
	게스트 수	670	1,413	2,083
	계	1,843	11,124	12,967

\* 2011년 추정치 (전년대비 10% 증가)

자료 : 한국관광공사(2011), 한국형 B&B 도입 운영 전략 수립 연구

## 2. 대전지역 숙박시설 현황

### 1) 대전지역 숙박업 현황

- 대전지역의 숙박시설은 총 891개소가 있으며, 호텔은 관광호텔을 포함하여 총 26개소이며, 유성구에 집중되어 있는 반면, 대덕구에는 호텔이 없음
- 여관은 769개소로 전체 숙박시설 가운데 가장 많은 개소수를 갖고 있으며, 여인숙은 85개소가 있음
- 호텔은 유성구와 동구가 많으며, 이는 유성온천과 고속버스터미널 영향인 것으로 판단됨
- 여관과 여인숙은 중구와 동구가 가장 높은 비중을 차지함

<표 2-15> 대전시 숙박업 현황

구 분		계	동구	중구	서구	유성구	대덕구
일 반	관광호텔	21	7	4	2	8	*
	일반호텔	5	*	*	2	3	*
	여 관	769	153	332	66	122	96
	여 인 숙	85	67	16	1	*	1
	소 계	880	227	352	71	133	97
생 활	소 계	11	*	5	5	1	*
계		891	227	357	76	134	97

출처 : 대전시 자료 참조

## 2) 연수원

- 연수원은 대전시 전체 10개 정도가 있으며, 전체 객실수는 607객실 수준임
- 특히 계룡스파텔은 군시설로서 142개 객실을 보유하고 있으며, 일반인들의 이용도 비교적 높은 것으로 나타남
- 그 밖에도 수자원교육원, 한국토지공사 국토도시연구원 연수원은 등급을 받은 시설로 다른 시설에 비해 수준이 비교적 높음

## 3) 유스호스텔 및 게스트하우스

- 유스호스텔, 게스트하우스 및 외국인기숙사는 모두 유성구에 위치하고 있음
- 대전에 1개소가 있는 유성구 유스호스텔은 22개 객실로 394명까지 수용이 가능하며, 가격이 저렴함
- 게스트하우스는 80객실을 보유하고 있으며, 외국인 기숙사는 226개 객실이 있어 외국인이 언제든지 이용할 수 있음

<표 2-16> 대전시 유스호스텔 및 게스트하우스 현황

구 분	객 실 수	주 소	비 고
계	334	3개소	
유성구 유스호스텔	22 (394명까지 수용가능)	유성구 계산동 671-1 (수통골)	
대덕특구 게스트하우스	80	유성구 도룡동 4-27	외국인숙소
외국인기숙사(누리관)	226	유성구 도룡동 3-1	외국인학생

출처 : 대전시 자료 참조

<표 2-17> 대전시 연수원 현황

구 분	객 실 수	주 소	전화번호	비 고
계	607	10개소		
만인산푸른학습원	15(240명까지 수용가능)	동구 하소동 460-2	280-5566	
KT인재개발원	26	서구 괴정동 산 14-1	530-5581	
삼성화재연수원	112	유성구 덕명동 124	820-7131	
통계교육연수원	86	유성구 가정동 33 (과학로 60)	601-4429	
공무원교육원	35	유성구 장동 25-5	862-0080	
계룡스파텔	142	유성구 봉명동	602-1410	군시설
수자원교육원	82	유성구 전민동 462-1	870-7112	A급
한국토지공사 국토도시연구원	75	유성구 전민동 (수자원 교육원 옆)	866-8543	B급
쌍용자동차 대전연수원	34	대덕구 상서동 299-3	930-5616	
국제지식재산 연수원		유성구 가정동 33	601-4309	

출처 : 대전시 자료 참조

### 3. 대전시 홈스테이 현황

- 현재 대전시에 홈스테이를 신청하여 등록된 가정은 168가구이며(홈스테이코리아 기준), 이 가운데 아파트가 136가정으로 가장 많고, 연립/빌라는 21가정, 단독주택은 11가정으로 분석됨
- 전반적으로 홈스테이 이용객은 저조한 것으로 판단됨
- 유학생들을 활용한 홈스테이 활성화가 필요할 것으로 판단됨

<표 2-18> 대전시 홈스테이 현황

구 분	계	동구	중구	서구	유성구	대덕구
계	168	15	27	66	46	14
APT	136	9	23	58	37	9

출처 : www.homestaykorea.com를 참고로 작성한 추정치 임

## 제 3 장

---

### 민박업 관련 사례연구

---

제1절 국내 민박업 운영 사례

제2절 국외 운영사례 및 제도

제3절 사례분석 종합

---



## 제 3 장 민박업 관련 사례연구

### 제1절 국내 민박업 운영 사례

#### 1. 민박업 매칭현황

- 외국인 초청 국제행사, 청소년 국제교류, k-pop등으로 인해 외국인에 대한 한국의 관심이 늘어나며 일반가정에서의 민박체험 또한 늘고 있음
- 조기은퇴로 인해 남은 시간의 활용과 여가 문화의 부재, 자녀들의 출가로 인한 남은 방의 활용과 경제적인 생활의 도움, 그리고 오랜 전통으로 남아있는 손님 맞기를 즐기는 한국인의 고유의 정서 또한 외국인 민박가정 확대에 한 몫을 하고 있음
- 한국에서의 외국인 민박 활동은 비영리 민간단체에 의해 시작 되었고, 라보에서 최초의 외국인 청소년 민박활동을 시작으로 증가하게 됨
- 대규모 국제 학생 캠프 혹은 국제행사 혹은 정부 간 교류시 초청국가 청소년들에게 프로그램의 일부로 한국 가정 체험이 부분적으로 실시되고 있으나 이 또한 체계적인 관리 시스템이 아닌 비정기적으로 이루어지고 있음
- 현재 한국어 교실을 상시적으로 가지고 있는 대학교 어학원이나 학원을 중심으로 일부 민박이 진행되고 있으나 이 또한 활발하지 않은 상황임
- 한국라보의 경우(정회원 800가정, 인터넷 민박 가정 전국 2000가정) 2011년의 경우 약 600여명의 외국인이 홈스테이를 시청하였을 뿐, 호스트가정의 21%에 지나지 않고 있고, 전체 외국인의 국적을 보면 약 80%는 일본 수학 여행단이었고, 20%는 상호교류 협약에 의하여 정기적으로 교화 방문하는 정기 홈스테이 교류단 이었음
- 한국관광공사 자료(민박의 안내서, 1998)에 의하면 한국에 방문한 외국인의 98%가 다시 한국을 재방문 의사를 지니고 있었으며, 한국 가정에서의 민박은 가장 인상적이고 마음에 간직하고픈 아름다운 경험이라고 밝히고 있음

## 2. 매칭 사례

### 1) 공공부문

- 공사, 서울시, 부천시, 성남시, 과천시 등 일부 지자체에서 청소년 교류의 일환으로 상호 방문 민박 가정을 모집하여 외국의 학생들이나 여행객들이 민박을 하고 있음
- 한국관광공사 코리아스테이 ([www.koreastay.or.kr](http://www.koreastay.or.kr))
- 코리아스테이란 한국관광공사가 글로벌 민간교류 시대를 맞이하여 한국을 찾는 외국인 관광객들에게 친절하고 편안한 한국가정문화체험을 통하여 한국에 대한 긍정적인 이미지를 갖도록 하기 위하여 제정한 홈스테이가구 및 BED & BREAKFAST 인증브랜드임
- ‘외국인관광 도시민박업’ 의 제도화를 위해 시범사업으로 운영

<표 3-1> 외국인관광 도시민박업 운영 사례 요약

구 분	운 영 방 안
운영주체	- 한국관광공사
사업목적	- 수도권지역의 유휴 주거시설 활용을 통한 한국가정 체험형 관광숙박 인프라 구축 - 한국형 홈스테이 문화 확산을 통한 민간교류 활성화
관련법령	- 관광진흥법시행령 및 시행규칙에 의한 ‘외국인관광 도시민박업’
지원혜택	- 인증기간(2년) 동안 인증마크 사용권 부여 - 관광공사 홈페이지(영어, 일어)에 호스트 정보 게시를 통한 게스트 유치 및 가구 홍보 - 호스트 대상 홈스테이 운영 아카데미 실시 - 예약 및 매칭 서비스 제공 - 한국관광공사 제작 홍보물 내 코리아스테이 홍보 및 광고 게재 - 전국관광안내전화 1330을 통한 호스트 가구 정보 안내 - 매스컴을 통한 브랜드 홍보 - 공사 27개 해외지사망 등 다양한 네트워크를 활용한 홍보 및 게스트 유치 - 구글 키워드 광고 등 해외 마케팅 지원
아카데미 교육	- 홈스테이 서비스 체계화를 위한 호스트 교육 및 외국인 환대 마인드를 함양시키기 위해 호스트 대상의 아카데미를 시행 - 주요 내용은 외국인 환대 매너, ‘외국인관광 도시민박업’ 지정등록 절차 안내 및 세무관련 안내, 코리아스테이 온라인 활용안내, 우수호스트 사례 발표 등이 있음
신청방법	- <a href="http://www.visitkorea.or.kr">www.visitkorea.or.kr</a> ⇒ 회원가입 ⇒ 비즈니스센터 ⇒ 관광마케팅지원 ⇒ 지원/가맹/점검 ⇒ korea Stay 인증신청 ⇒ 신청서 작성 ⇒ 제출완료

- 인증기준

<표 3-2> 코리아 스테이 평가표

항목	세부평가내용	배점
필수기준	무범죄(절도, 성범죄, 폭력죄)사실확인 필수	필수
	아침식사제공 필수	필수
	노후불량건축물 제외 필수	필수
	상업적 숙박시설 제외(손님 제공 객실 5실 이하)	필수
주거환경	주변환경의 쾌적성, 외부경관, 건물 노후도	10
객실환경 청결	객실환경(통풍 환기, 소음, 면적 등)	10
	객실, 화장실 등 청결상태	10
서비스 마인드	참여동기	10
	친절성	5
	타문화 수용자세	5
	외국어 구사능력	5
제공서비스	식사제공 합리성	5
	기본 가구, 편의시설 제공	10
이용편리성	대중교통 이용의 편리성	20
	문화시설, 쇼핑시설, 의료시설의 접근성	10
합계		100

출처: kot.visitkorea.or.kr 한국관광공사

- 유의사항

- 신청자가 관광진흥법(제7조)에 따른 결격 사유에 해당하지 않아야 함
- 신청주택이 건축법 시행령 별표1에 따른 단독주택, 다가구주택, 아파트, 연립주택, 다세대주택 중에 하나에 해당해야 함
- 신청주택의 연면적이 230 미만이어야 하며, 5객실 이하로 제한되고, 면적은 신청자가 실제 거주하는 곳(방)을 포함하며, 해당 거주지를 분리하여 일정 면적만을 대상으로 사업을 할 수 없음
- 신청인 또는 함께 거주하는 세대원(가족또는 동거인)중 외국인 관광객에게 외국어 안내 서비스가 가능해야 함

- 게스트 요금은 1인당(1박) 6만원 이하를 권장함
  - 인증 후, 주거지 및 소재지 변경 시 자동 취소되며, 인증 유지를 위해서는 재평가를 받아야 함
  - 관광진흥법시행령 및 시행규칙에 의한 ‘외국인관광 도시민박업’에 해당하지 않고, 다른 법률에 의한 숙박영업 신고대상자이거나, 도미토리룸(dormitory room)을 운영하는 신청자는 현장평가를 통하여 등록이 제한될 수 있음
  - 한국관광공사의 가구 인증을 받으려면, 심사전문기관에서 파견된 심사단의 현장심사를 수용해야 함
  - 한국관광공사 인증 심사 후 최종 ‘외국인관광 도시민박업’ 지정을 득해야 최종 ‘코리아스테이’ 인증이 완료됨
- 관광진흥법 제7조 적용(결격 사항)
    - 금치산자, 한정치산자
    - 파산신고를 받고 복권되지 아니한 자
    - 관광진흥법에 따라 등록등 또는 사업계획의 승인이 취소되거나 동법 제36조 제1항에 따라 영업소가 폐쇄된 후 2년이 지나지 않은 자
    - 관광진흥법을 위반하여 징역 이상의 실형을 선고받고 그 집행이 끝나거나 집행을 받지 아니하기로 확정오던 후 2년이 지나지 아니한 자 또는 형의 집행유예 기간 중에 있는 자
  - 인증절차
    - 호스트 모집공고 ⇒ 서류신청(온라인) ⇒ 서류심사 ⇒ 방문심사 ⇒ 운영위원회 심의 ⇒ ‘외국인관광 도시민박업’ 지정신청 완료 ⇒ 완료인증 호스트 확정
  - 실적 및 모집현황

- 제1기 : 2011년 1월1일 ~ 2011년 2월28일
- 232가구 인증 후 총 727박 유치
- 제2기 : 2012년 2월1일 ~ 2012년 3월16일
- 208가구 심사 완료 (2012.6.30. 현재)
- 제3기 : 2013년 초에 예정 중

## 2) 민간부문

- 현재 한국사이트인 홈스테이코리아와 라보, 해외사이트인 워두, 호스텔닷컴, 홈스테이 북킹 같은 민박전문 사이트에 가입한 회원들과 외국의 학생, 여행객들에게 민박매칭을 해주고 있음

### ■ 국내 주요 매칭 사이트

- 홈스테이 코리아 (www.homestaykorea.com)

매칭 건수	1998년7월 ~ 2011년12월	- 호스트 등록 : 9,500가구 (인증 호스트는 600가구) - 게스트 등록 : 390가구 - 매칭건수 : 정확하게 집계할 수 없음
게스 트	대상자	제한없음
	국가	제한없음
중개 수수료		게스트가 지불한 지용에서 세금(10%) + 수수료(15~20%) + Placement(US\$30~50)
신청방법		www.homestaykorea.com ⇒ 회원가입 ⇒ 호스트등록 ⇒ 사진등록(가족, 게스트룸, 화장실·욕실, 거실, 부엌 등 게스트가 사용하게 될 공간들을 위주로 작성) ⇒ 승인요청(홈스테이 코디네이터가 호스트가 작성한 정보를 확인, 승인 후 이루어지면 메일로 알림메일 발송)
신청자격		- 상업적 목적이 아닌 가족처럼 대할 수 있는 회원 - 손님용 독박 제공 및 아침식사 제공 - 화장실, 주방시설, 기본 가전제품 공동 사용
특징		- 한국관광공사, 킨텍스, 서울시, 종로구청 등의 기관과 협력 - 게스트하우스 운영자를 위한 컨설팅 운영이나 사업컨설팅 등을 상담 - 회원간의 자동검색과 자동예약이 가능한 Online Matching System(OMS)를 시행 - 홈페이지의 검색 가시성이 좋음

• 라보 코리아(www.labo.or.kr)

매칭 건수	2007년~2010년6월	- 정확한 집계는 어렵지만 연 3000박 정도 유치하고 있음
비용	숙박비	- 1인 기준 35,000원
	공항픽업	- 1회 기준 70,000원
	매칭 수수료	- 민박비 총액의 20%
게스트	대상자	- 단체협약에 의한 회원
	국가	- 제한없음
신청방법		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 외국인 민박 희망단체, 여행사, 기관의 전화, 문서로 한국라보에 민박 가능 타진</li> <li>2. 민박인원이 대규모일 경우에는 한달 전에 신청</li> <li>3. 민박 가능여부 회신 - 당일 회신</li> <li>4. 외국인 민박 NAME LIST - 민박 3주전에 한국라보에 보냄</li> <li>5. 한국가정 배치 작업</li> <li>6. 지역지도자에게 민박 프로그램 고지</li> <li>7. 지역지도자가 각 지역 민박 가정에게 전달하고 민박 희망가정을 확인하여 본부 사무실에 신청 - 민작가정 조사표 작성</li> <li>8. 한국가정 민박 배치 리스트를 1주일 전 희망단체에 송부</li> <li>9. 민박 대면식 - 민박가정과 희망 외국청소년의 만남</li> <li>10. 민박 실시</li> <li>11. 민박 후 지정장소에서 외국인 학생이 모인 후 해산</li> </ol>
신청자격		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최소 의사소통이 가능한자</li> <li>- 민박손님에게 독립된 침실을 제고할 수 있는 자</li> </ul>
특징		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사단법인 학국라보는 1973년에 설립된 비영리 사단법인단체로 현재는 한국청소년 단체협회의 이사( 事)단체로 등록되어 있는 비영리 단체</li> <li>- 외국인민박교류뿐만 아니라 청소년국제교류, 외국 청소년들을 위한 한국문화 교류 등의 활동도 하고 있음</li> <li>- 주 1회 정기모임을 가지는데 주된 활동은 라보 지도자와 주 1회의 지역 정기모임을 통해 실시간 신청되는 외국인 민박 희망자에 대한 일정 안내 및 외국인 민박에 필요한 교육, 홈스테이에 필요한 언어 교육 및 다문화 이해 활동</li> <li>- 여름방학이나 겨울방학에는 상호교류 약정을 맺은 외국의 단체 초청으로 외국가정에서 민박을 하고, 국제캠프에도 참여함</li> </ul>

- 코리아 홈스테이 (korea-homestay.com)

매칭 건수	2010년~ 2011년4월	- 호스트 등록 : 약1600가구 - 게스트 등록 : 약1100가구 - 그 외에 단체에서 매칭해주는 경우도 많음 - 매칭건수 : 정확하게 집계할 수 없음
게스트	대상자	제한없음
	국가	제한없음
중개 수수료	게스트가 지불한 지출에서 세금과 중개수수료가 포함된 20%	
신청방법	korea-homestaykorea.com ⇒ 회원가입 ⇒ 호스트등록 ⇒ 게스트 정보를 확인하고 적합한 게스트 짝하기 ⇒ 홈스테이 수락이 확인되면 게스트가 직접 방문 후 결정	
신청자격	- 종교, 인종에 대한 편견이 없어야 함	
특징	- ‘강북청년창업센터’ 의 대학생 창업 대표자 및 창업활동가들로 구성 - ‘2010년 중소기업청/소상공인진흥원 우수아이디어 상업화 지원사업’ 에 선정 - 호스트 찾기를 지역별, 인근대학별, 인근지하철별로 검색 가능	

## ■ 해외 주요 매칭 사이트

- Wimdu (www.wimdu.co.kr)

매칭 건수	2011	- 호스트 등록 : 약 300가구 - 게스트 등록 : 알 수 없음 - 매칭건수 : 정확한 집계는 어려움
게스트	대상자	제한없음
	국가	제한없음
중개 수수료	- 게스트가 지불한 비용에서 세금과 중개수수료가 포함된 12%	
신청방법	www.wimdu.co.kr ⇒ 회원가입 ⇒ 숙소 올리기 ⇒ 온라인이나 전화로 호스트와 게스트가 직접 정보교환 후 예약하기	
신청자격	제한없음	
특징	- 독일에서 처음 만들어졌으며 Wimdu코리아는 아시아 지역 총괄 본부임 - 글로벌 숙박 소셜네트워크임 - 2011년에 설립되어 100개 국가의 15개 언어로 홈페이지가 소개되고 있음 - 이전에 다녀간 게스트들의 리뷰가 각 호스트마다 적혀있음	

● 호스텔닷컴(www.hostels.com)

매칭 건수	1999년~ 2012년 4월	- 호스트 등록 : 약 36,000개 - 한국 호스트 등록 : 약 160개 - 호스텔, 게스트하우스, 호텔, 홈스테이 포함
게스 트	대상자	제한없음
	국가	제한없음
중개 수수료		호스트 : 수수료 10% 게스트 : 예약 수수료 10% + 서비스 수수료 2달러
신청방법		회원가입 ⇒ 숙소 에 대한 정보 올리기 ⇒ 업체측 신분확인 후 통과되면 호스트로 등록 ⇒ 예약
신청자격		제한없음
특징		- 1999년 시작으로 13개국의 언어로 만들어짐 - 168개 나라의 홈스테이를 체험할 수 있음 - Top Rated Hostels를 통해 호스트들의 등급을 알 수 있음 - 이전에 다녀간 게스트들의 리뷰가 각 호스트마다 적혀있음 - 등급, 특색, 안전, 위치, 서비스, 재미, 청결에 점수를 줄 수 있어 게스트들에게 객관적인 정보를 제공

● 홈스테이북킹(www.homestaybooking.com)

매칭 건수	2007년~ 2012년4월	- 호스트 등록 : 약 14,700개 - 한국 호스트 등록 : 약 30개
게스 트	대상자	제한없음
	국가	제한없음
중개 수수료		호스트 : 수수료 10% 게스트 : 없음
신청방법		회원가입 ⇒ 숙소에 대한 정보 올리기 ⇒ 업체측 신분확인 후 통과되면 호스트로 등록 ⇒ 예약
신청자격		제한없음
특징		- 2007년 시작으로 9개국의 언어로 만들어짐 - 독일에서 만들어졌으며 개인가정들이 등록할 수 있음 - 호스트가 예약 후 취소 했을 경우 게스트에게 총비용 중에 10% 또는 30%의 비용을 돌려줘야 함 - Top Rated Hostels를 통해 호스트들의 등급을 알 수 있음 - 이전에 다녀간 게스트들의 리뷰가 각 호스트마다 적혀있음 - 등급, 특색, 안전, 위치, 서비스, 재미, 청결에 점수를 줄 수 있어 게스트들에게 객관적인 정보를 제공

## ■ 기타

- www.hostelworld.com : 전체 27,000개 등록 업체 중 약 134개소의 한국업체 및 가정 등록(예약날짜에 따라 가능한 등록시설이 나타나기 때문에 정확한 수치파악이 어려움), 서울 82개소, 전주-1개소, 인천-10개소, 부산-19개소, 제주-14개소, 강원도-3개소, 전라남도-1개소, 수원-1개소, 대구-2개소, 광주-1개소 (2012년 5월 현재)
- www.hostelbooker.com : 홈스테이, 호스텔, 호텔, 캠핑사이트, 게스트하우스, 아파트 포함 약 91개소 등록(예약날짜에 따라 가능한 등록시설이 나타나기 때문에 정확한 수치파악이 어려움), 서울-61개소, 부산-17개소, 경주-3개소, 인천-4개소, 속초-1개소, 수원-1개소, 제주-3개소 (2012년 5월 현재)
- www.hostelsforever.com : 홈스테이, 호스텔, 게스트하우스 포함 약 128개소 등록(예약 날짜에 따라 가능한 등록시설이 나타나기 때문에 정확한 수치파악이 어려움), 부산-4개소, 광주-1개소, 해남-1개소, 대구-2개소, 경주-6개소, 인천-9개소, 제주-14개소, 전주-1개소, 강원도-3개소, 순천-1개소, 수원-1개소, 서울-약85개소(2012년 5월 현재)
  - 서로 다른 해외북킹사이트에 등록된 민간 숙박시설 및 홈스테이 가정 현황이 대부분 동일하며 여러 곳에 중복해서 등록한 것으로 확인됨

## 제2절 국외 운영사례 분석

### 1. 국외 홈스테이 이용객수

#### ■ 영국

- B&B : 2009년 이용객 594만명(추정)
- 청소년 단기방학 연수자 : 100만명(입국자), 50만명(출국자)

#### ■ 프랑스

- 지트, 상브로토티 : 11,638개 업소, 연간 이용객 200만명
- 청소년 단기방학 연수자 : 409, 190명(입국자), 180,390명(출국자)

#### ■ 국내와 차이점

- 국내와 외국의 가장 큰 차이점은 홈스테이에 대한 인식의 차이가 존재함
- 국내의 경우 홈스테이를 신청하여 호스트의 역할을 하는 가정도 부족하고, 홈스테이 자체에 대한 전반적인 인식이 형성되지 못함
- 외국의 경우 문화에 대한 이해와 저렴한 숙박으로 인해 선호하는 추세이며, 이용율도 매우 높음
- 영국의 B&B 이용객수 594만명, 한국의 홈스테이 이용객 수는 2,083명으로 약 2,830배나 많은 비율임
- 영국이나 프랑스와 같은 유럽의 홈스테이 이용객수에 비해 한국의 홈스테이는 아직 활성화 되어있지 않고 홍보 또한 부족한 상황임

## 2. 프랑스 도시민박업 제도 및 운영현황

### 1) 파미으 다퀘이 (La famille d'accueil)

- 홈스테이(homestay) 또는 쉐라비땡(Chez Lahabitant)이라고도 부름
- 본래 의도는 21세 이하의 미성년자, 장애인, 노인을 받아들여 키워주는 일종의 직업으로서 45,000이상의 가정에서 실행되고 있지만 외국인을 위한 홈스테이의 개념으로도 쓰이고 있음
- 자원봉사의 의미로 무료 또는 유료로 시행되고 있으며, 자국민을 위한 법은 제정되어 있지만 외국인을 받아들이는 famille d'accueil로서의 법은 정해진 바 없이 자유롭게 시행되고 있음
- 파미으 다퀘이가 되기 위해서는 먼저 신청서를 service departmental de Protection Maternelle et Infantile (PMI, 모자보호기관)에 제출한 후, Conseil general (도의회)의 허가를 얻어야하고, l'ASE에서 실시하는 양케이트에 응함

#### ■ 허가신청서 작성

- 허가신청서의 작성내용은 아래와 같음
- 미혼기혼, 가족상황과 구성(자녀의 수와 나이 그리고 집에 거주하는 다른 어른들), 호스트 가정의 주거지 상황(아파트, 메종, 방의 개수), 이 직업을 실행하기 위한 동기, 직업적 상황과 경험사항, 아이들과 관련된 경험, 요청하는 아이의 숫자
- 모든 어른 가족 구성원의 건강검진서

#### ■ 사전조사 실시

- 신청서를 넣은 후에 정부에서 일하는 직원이 집으로 찾아와 이 직업을 선택한 동기를 평가하고 허가규정을 검사함
- 허가규정은 받아들린 아이들의 신체적, 지적, 정서적 발달을 보장하기 위해 필요한

보증서 제출, 지원자와 그 가족의 건강검진 실시, 집의 상태, 크기, 환경체크

- 지원자와 가족들은 프랑스어를 말할 줄 알아야함

### ■ PMI에서 심사 후에 등급 결정

- FAVORQABLE (합격)
- FAVORABLE mais ne correspond pas a votre demande (부분적 허가, 다시 재정비 후에 신청)
- NEGATIVE (부정적, 즉 거절)
- PAS DE REponse (무응답, 즉 거절)
- 합격자는 5년 동안 허가가 유효하고, 240시간의 의무시간을 채우고 난 후 5년 후에 재검사를 통해 갱신할 수 있음
- 사회보장 차원에서 진행되고 있기 때문에 주거지 세금 감면의 혜택을 주고 있음
- 공식홈페이지 : [www.ufnafaam.fr](http://www.ufnafaam.fr) (Union Federative nationale des Association de Familles d'accueil et Assistantes Maternelles)
- 외국인을 위한 홈스테이는 정부에서 따로 관리하지 않고, 결혼가정 아이들을 위한 홈스테이의 경우에는 도의회 홈페이지([www.conseil-general.com](http://www.conseil-general.com))나 보호가정과 유아 도우미전국연합과 같은 홈페이지에서 홍보되고 있음
- UFSE(Union fran aise pour le Sauvetage de l'Enfance)는 어린이 보호 프랑스 연합회로 어린이 보호의 차원에서 파미으 다퀘이가 되는 방법을 소개, 주선하고 보호받아야 할 아이들이 있다면 정부기관에 의뢰하는 민간단체임
- 대부분의 famille d'accueil의 경우는 파리나 리옹과 같은 대도시에서 이루어지고 있음
- famille d'accueil가 될 수 있는 일반적인 요건은 친절과 이해를 가지고 외국인을 받아들여야하고, 외국인 학생에게 관심을 보여주어야 함

- 또한 편안하고 깨끗하고 잘 유지 보수된 집과 안전한 공간을 갖추고 있어야하고, 위생적인 침구와 침대, 테이블, 서랍장, 책상, 램프, 의자, 깨끗한 욕실이 준비되어야 함
- 호스트 패밀리는 여러 가지 형태의 기숙을 제공할 수 있음
  - Chambre (상브르, 방) : 잠자리, 식사는 제공하지 않고 주방 출입 가능
  - Bed & Breakfast : 잠자리와 매일 아침식사 제공
  - Demi-pension(드미뱅씨옹, 반기숙) : 잠자리와 매일 아침과 저녁식사 제공

## 2) Chambres d'hotes<sup>5)</sup>

- 관광객들에게 숙박을 제공하기 위하여 유료로 주민주택에 마련된 가구가 배치된 방 (프랑스법 “No.2006-437 Du14 avril 2006“에 정의)
- Chambres d'hotes는 보통 홈스테이, 게스트하우스, 민박을 통틀어서 부르는 개념으로 정의되고 있음
- 주택소유자가 거주하는 주택에 마련된 숙박시설을 활용하여 만듦
- 호텔 같은 대규모, 전문적, 상업적 숙박시설이 아닌 소규모로 운영되는 비전문적 숙박시설
- 단순 숙박만 제공, 경우에 따라 간단한 조식 제공
- 경우에 따라 해당 시청에 사업자 등록이 요구되나 일반적으로는 불필요함
- 호스트는 어떠한 직업규율에도 적용받지는 않으나 숙박뿐만 아니라 조식 제공 및 자전거 등의 임차를 동반할 경우 약간의 상업성을 갖게 됨으로 이 경우에는 사업자등록이 의무시 됨 (조식과 같이 음료 제공시 “l'apetite licence restaurant” 라는 허가증이 있어야 하고 이는 지방세무소에서 발급됨)
- 주요 충족조건 : 원칙상 교외나 관광지내 위치할 것 (예외적으로 고적지등 관광객이

5) 한국관광공사(2011), 한국형 B&B 도입 운영 전략 수립 연구

많은 지역은 시내 위치 가능), 방 내부에 침대 및 테이블과 같은 기본적 가구가 설치  
요구됨

- 청결 및 위생관리, 화장실의 실내 설치 요구됨

### 3) Table d'hotes<sup>6)</sup>

- Chambres d'hotes보다 한단계 진보한 행태로서 숙박뿐만 아니라 식사도 제공(별도의 법적 정의는 없음)하는 숙박시설로서 이 경우에는 사업자등록이 필수임. Chambres d'hotes요건을 충족시켜야 하며 기존 음식점(Restaurant)과 구별됨
- 음식물은 그 지역 생산재료로 제조되어야 하며 한가지 메뉴만을 제공하여야 함. 식사 제공은 소유자가 가족의 식탁으로만 제공하여야 하며 소규모로 운영해야함
- 이행의무사항
  - 자신의 보험인에게 민박업 수행사실 통보
  - 숙박료와 음식값을 건물 내·외부에 게시
  - 이용요금이 15유로 이상일 경우 이용객에서 계산서 발행
  - 이용객이 외국인(EU회원국 포함)인 경우, 숙박계 의무 작성 기록

---

6) 한국관광공사(2011), 한국형 B&B 도입 운영 전략 수립 연구

### 3. 영국 도시민박업 제도 및 운영현황

#### 1) B&B

- 영국에서는 모든 숙박업은 그 규모에 상관없이 창업일로부터 3개월 이내에 창업 및 상거래에 관한 일반적인 법규(세법이 기본)에 적용대상임
- 영국의 B&B등 민간 숙박시설은 영국관광청(EBT : English Tourist Board)의 숙박분류에 따라 게스트하우스(guest house), 여인숙(inn), B&B(Bed and Breakfast), 농가(farmhouse) 등으로 구분하고 있음
- 일반 관광객을 상대로 하는 도심내 또는 관광지의 B&B는 주로 아침식사를 겸한 숙박을 제공하는 형태로서 1970년대 후반부터 휴가기간의 휴양사업을 시작으로 하는 농가가 증가하여 캠프장, 오토캠핑 등으로 농촌지역에서의 숙박관광 형태와 게스트하우스(Guesthouse), 셀프 캐터링(숙박시설을 일정기간 임대하여 체류기간동안 식사, 청소, 세탁 등을 직접 실행하는 형태), self Catering 형태 등으로 발전되어 왔음
- 영국(특히, 스코틀랜드)내 B&B형태의 숙박시설은 가장 일반적인 형태로 제공되는 관광 숙박시설이며 스코틀랜드, 아일랜드 및 잉글랜드의 경우, B&B 운영시설로 대개 최대 숙박이용객 6명 이하, 객실은 4개미만으로 운영자 본인이 거주하는 주택건물 일부나 독립된 건물을 개조해서 운영하는 경우를 관련법규에서 규정하고 있기도 함
- B&B는 주인집에서 침대와 아침식사를 제공하는 형태로 일반적으로 6명이하의 손님을 맞이하고 보다 개인적인 서비스를 제공하는 형태임
- B&B의 소유주는 필수 자격요건은 없고, 식품 위생 및 안정에 관한 문제에 대해 최신 지식을 가지고 있어야 함. 특히 일반적인 식품의 취급 및 조리, 고객관리 능력에 적절한 기술만 있으면 됨
- 음식준비에 관련된 직원은 식품위생규정 2006 (Food Hugiene Regulations 2006)에 의해 식품 위생에 관한 교육을 받아야함. 주인이 직접 할 수도 있고, 여러 전문업체에서 트레이닝 코스를 거칠 수도 있음

- 업체명은 The Royal Society for public Health (수료 후 증명서 Certificate in Food Hygiene 제공) : [www.rsph.org.uk](http://www.rsph.org.uk)
- 인증 및 평가계획(Accreditation and assessment schemes)은 잉글랜드, 웨일즈, 스코틀랜드의 각 관광당국에서 다양한 국가 인증 및 평가제도를 실시하고 있음
- 홈페이지 주소는 VisitBritain([www.visitbritain.co.uk](http://www.visitbritain.co.uk)), VisitScotland([www.visitscotland.com](http://www.visitscotland.com)), VisitWales([www.visitwales.co.uk](http://www.visitwales.co.uk)) 임. (북아일랜드는 북아일랜드관광위원회(NITB)에서 발급한 인증서와 화재안전인증이 있어야 함)
- B&B 운영자들은 협회를 통해서 도움을 받거나, 정보를 얻어 사업장 홍보를 할 수 있음(가입비 있음)
- 영국의 B&B 운영 호스트가 지켜야 하는 법
  - 소유주는 청결, 손님관리 및 서비스표준을 유지해야 함
  - 광고에는 정확한 시설과 서비스를 묘사해야함
  - 손님에게 가격에 포함되는 내용을 설명하고 추가요금에 관한 사항을 명확히 해야함
  - 예약시에 환불 규정 공지하기
  - 게스트가 요구시에는 영수증 제공
  - 공공책임보험을 제공하고 화재와 건강에 대한 안전 법령 준수
  - 사업세(business rates)의무에 따라 6명이하의 손님을 단기로 받거나 집의 일부를 주인이 점유하고 있는 경우 낼 필요 없음
  - 식품 안전 및 규제 부분에 따라 식품준비를 하는 사업체는 Environmental Health department(환경보건부)에 등록해야하고, 사업을 시작하기 전 최소 28일전에 신청서를 제출하면 당국의 EHO(Environmental Health Officer)가 사업장을 점검(주방, 음식저장고, 문서화 된 기본 정보)

- 보험의무에 따라 고용보험 Employers' liability insurance (고용자를 위한), 공공책임보험 Public liability insurance (사업활동으로 인한 상해보험), 일반사업보험 General business insurance (고객 분쟁처리, 도난, 화재보험)이 요구됨
  - 예를 들어 한 보험업체(www.quotede나.채.uk)의 B&B 사업자를 위한 보험보장 내용을 보면 8개 방까지 보장, 1,000,000 파운드까지 자동 건물 보장, 사업장비, 집안 내용물, 재고까지 보장, 5,000,000 파운드 공공책임 보장, 10,000,000 파운드 고용 책임 보장, 가족 상해보험, 게스트에 의한 사고보험 옵션 기능, 자연재해 보상 등과 같은 내용이 있음
  - 임대료법에 의해 음식을 제공하거나 거주자의 안전을 제공하는데 있어서 위험을 감수하지 않아도 됨. 식사를 제공하지 않을 때 8개월 이하로 머무는 학생들은 “holiday let“으로 분류되는데 이것은 주거의 안전을 책임지지 않아도 된다는 것을 의미함
  - 소득세법에 의해 연간 4천2백50파운드 이상의 금액을 받는다면 세금을 지불하고, 그 이하일시 부담하지 않는데 이 금액은 다른 소득과는 별도로
  - 화재 예방 조치, 보건 및 안전법에 따라 호스트의 주 소방 법과 1989년 지방주택 정부법 그리고 1985년 주택 법령을 준수해야함
  - 가스안전 법률에 따라 모든 가스기구는 가스안전검사에 등록된 엔지니어에 의해 매년 검사되어야 하고, 모든 보일러 및 중앙 난방 시스템은 “competent persons(gas safe member contractors)“의 계약에 따라 설치 및 서비스 되어야 함
  - 객실의 크기는 1986년 주택 법령은 최소 성인 한명은 70피트, 성인 두명은 110피트의 방을 요구하고 있고, 이 경우 성인은 10세이상의 사람임
- 이에 반하여 게스트하우스는 B&B와 유사한 서비스를 제공하지만 상업적으로 운영되며 객실 수(일반적으로 최소 4개실 이상)와 손님 수가 다소 규모가 큼. 일반적으로 별도의 고유 직업 또는 일정소득을 가지고 part-time으로 관리하는 B&B 소유주와는

### 달리 full-time 관리가 실시됨

- 영국문화원(B가사노 council)에서는 홈스테이 지침과 실행법률(Codes of Practice)을 규정하고 있는데 homestay와 Private home을 확실히 구분 짓고 있음
  - 홈스테이는 가족의 구성원으로서 호스트와 함께 식사를 하며 일반적인 생활 공간을 공유하고 한번에 4명 이하의 학생이 거주지에 머무름(4명 이상의 경우는 private home으로 분류)
  - 민간주택(private home)은 어른들을 위한 개인가정, 4명 이상의 학생이 머무를 수 있음
  - 주인과의 접촉이 더 적고, 학생들은 스스로 식사를 만들어 먹음(민간주택은 16세 이하의 사람을 받아들일 수 없음)
- 영국문화원에서 홈스테이나 민간주택 호스트에게 요구하는 내용은 아래와 같음
  - 청결과 수리의 적절한 상태
  - 적절한 난방과 조명
  - 햇빛이 잘드는 방, 적절한 사이즈의 침대와 옷을 걸고 넣을 수 있는 공간 설비
  - 이성 회원으로부터 적절한 사생활 보호
  - 개인 공부책상
  - 세탁실, 욕실(샤워실)
  - 매주 타월과 침대보 교체, 이불이나 담요의 충분한 공급
  - 세탁서비스(특히 16세 이하일 경우) 또는 세탁설비 사용의 명확한 설명 제공
- 영국문화원은 외국인학생에게 홈스테이를 제공하는 호스트를 위한 시행규칙(Code of Practice)을 만들었음

- 집에서 가능한 학생들이 영어를 말할 수 있게 하기를 권장
- 학생이 집에 있는 것처럼 느끼고 돈을 내는 손님보다는 가족의 일원으로서 대하기를 권장
- 같은 모국어를 쓰는 다른 학생은 동시에 받지 않기(특별한 경우 제외)
- 깨끗하고 안락한 학생 방을 제공하기 위하여 영국문화원이 제공한 요구 사항을 충족시킬 것
- 학생이 제대로 영어공부를 하는 것이 가능한 가정환경을 제공할 것
- 학생에게 화장실과 세탁시설을 합리적이고 규칙적으로 이용할 수 있게 해줌
- 홈스테이 에이전트와 가까운 관계유지하기(학생이 머무는 동안 발생할 수 있는 어떠한 문제에 대한 해결도 조언 받을 수 있음)
- 다른 문화권에서 온 학생을 존중하고 그들의 요구에 민감하게 반응하기를 권장함

## 2) B&B 법 규정

### ■ The Disability Discrimination Act(DDA)

- 모든 규모의 서비스 공급자는 장애인 고객에게 일반인들과 같거나 혹은 더 좋은 수준의 서비스를 제공할 것.

### ■ Fire Regulatory Reform (Fire Safety) Order 2005 (RRO)

- 모든 규모의 사업장에 화재 위험 평가 실시 (화재 증명서로 대체가능)
- 그러나 일정 규모 이하(즉, 가족구성원이 거주하는 것으로 판단될 수 있는 정도의 수준)에 대해서는 그 허가의 의무를 면제하고 있는데 그 기준은 다음과 같음
- 직원이나 여행객을 포함해 총 6명 이하의 인원에게 숙소를 제공하고, 이들을 모두 지상 1,2층에만 수용되는 경우

- 숙소와 음식을 함께 제공하는 것이 아니라 숙소를 제공하고 음식은 투숙객이 조리하는 셀프캐터링 숙소의 경우
- 이 외에도 소방허가가 면제될 수 있는 다양한 경우가 있는데 이에 대한 판단은 각 지역의 소방위원회에서 담당함

### ■ Food Hygiene (England) Regulations 2006

- 사업자가 일반 대중에게 음식을 제공하는 경우 지역 당국에 등록을 요함
- COSHH 보고서 (Control of Substances Hazardous to Health)와 HACCP 보고서 (Hazardous and Critical Control Points) 요구됨
- 관광업의 규모에 관계없이 식사를 제공하는 모든 사업자는 ‘식품위생에 관한 식품 안전성 규정’을 준수해야함

### ■ National Minimum Wages

- 다른 사람을 고용해서 일주일에 한 시간만을 일하게 해도 규정을 준수해야 함

### ■ Working Time Regulations

- 고용인을 일주일 혹은 시프트 패턴으로 48시간 이상 일하는 것을 요청 할 경우 법 규정을 준수해야함

### ■ Paternity & Maternity Leave

- 고용인이 아이를 키울 시간을 허용할 의무가 있음

### ■ Part Time Workers

- 정규직과 파트타임 근로자를 고용할 경우 파트타임 근로자가 정규직 직원에 비해 불이익을 받지 아니함

### ■ Insurance

- 검증된 B&B시설이라면 Quality Assessed 공중 책임 보험 (Public Liability Insurance)은 필수

- 사람을 고용할 경우 고용주의 책임 보험이 필요 (부부끼리 경영하는 경우는 필요없음)

#### ■ Employees Right (Discrimination)

- 종업원 차별금지

#### ■ Premises License

- 술을 파는 경우에는 주류 면허가 필요함

#### ■ TV License

- 게스트 사용에 대비하여 건물 안에는 TV 라이선스가 필요, 표준 라이선스는 15대의 텔레비전을 커버함

#### ■ Waste Producer License

- 상업 폐기물 버릴 수 있는 권리, 지역 기관에 서류를 작성해서 내고 쓰레기 수거비용 지불

#### ■ DATA Protection

- PC에 기록을 보관하는 경우는 데이터 보호를 위한 등록을 할 필요가 있음

### 3) NAS(National Assessible Scheme) 국가 평가계획

- 이 계획에 참여하면 국제적으로 인정되는 로고(로제트 Rosette)를 숙박업소의 등급에 따라 무제한으로 사용할 수 있고, 가이드북에 소개됨
- 평가는 1년에 한번 평가 고문의 방문으로 이루어짐(1~5 star)
- 청결도(Cleanliness), 환대(Hospitality), 서비스(예약, 식사, 도착, 출발), 시설이용, 공간, 가구, 음식의 질에 따라 총체 평균으로 등급을 나눔

#### ■ 1star (방만 제공하는 경우-room only의 최소 요구사항)

- 집주인이나 직원이 손님의 도착이나 출발을 도와주어야 하고 손님도착 전에 주어진

방에 출입주의 사항을 명확히 해야함

- 한번 등록하면 등록된 손님은 공지 없이 종일 건물을 드나들 수 있음
- 모든 공간은 최소한의 청결함 유지와 시설과 배송서비스도 잘 되어 있어야함
- 공공책임보험의 한도 내에서 모든 의무규정을 준수해야함

#### ■ 2star

- 모든 방에 풀사이즈 침대
- 싱글 : 190cm x 90cm (6'3" x 3')
- 더블 : 190cm x 122cm (6'3" x 4')

#### ■ 3star

- 더블 점유의 경우 모든 침대는 양쪽에서 접근 할 수 있어야 함(침대 한쪽을 벽에 붙여 놓지 말 것)
- 개인욕실이나 샤워실이 구비되어 있을 것
- 모든 방에 세면대 구비(또는 화장실)

#### ■ 4star

- 시설의 50%가 게스트룸

#### ■ 5star

- 시설의 100%가 게스트룸

## 4. 독일 도시민박업 제도 및 운영현황

### 1) 독일의 민박

- 독일에서도 홈스테이(Homestay)는 영어 그대로 통용됨. 독일어로 쓰일 때 정확하게 개념화된 언어는 없고, ‘Gastfamilienaufenthalt(가스트파밀리엔아우프엔트할트)는 집을 통째로 빌려주는 개념, Privatzimmer(프리카트쨴머)는 방을 빌려주는 개념으로 사용되고 있음
- 홈스테이 호스트가 되기 위한 자격요건이 따로 명시되어 있지않고, 매출이 400유로를 넘으면 세금을 내야함
- 각 지역마다 숙박업에 관한 정의도 다르고, 시스템도 다르게 운영되고 있기 때문에 현 독일의 보고서 내용은 수도인 베를린을 중심으로 조사되고 있음

<표 3-3> 베를린의 숙박시설 운영형태

명칭	운영형태
All-Suite-Hotel (올 스위트 호텔)	- 침실과 추가객실이 딸려있음
Aparthotel (아파트호텔)	- 제한된 형태의 숙소: 대부분 취사시설이 없고 청소와 정리에만 제한된 서비스를 받음
Boardinghouse / Serviced Apartment	- 장기간 투숙하는 고객을 위한 숙소형태, 실제 사는 집과 비슷한 구조, 원하는 바는 호텔에 준하는 서비스선까지 가능
Ferienwohnung / Ferienhaus (페어리엔보눔/ 페어리엔하우스, 별장)	- 한 건물 안에 제한된 형태의 숙박시설, 내부에 위생시설과 직접 사용가능한 주거설비 존재
Gasthof (가스트호프)	- 술집과 음식점이 포함된 숙박시설
Hotel (호텔)	- 리셉션(카운터), 서비스제공, 매일청소(배 숙박객과 일반인 손님을 위한) 식사제공시설이 있음 - 최대 20개의 방이 있으며 각각 욕조/샤워실 그리고 화장실이 반드시 있어야 함
Hotel garni (호텔 가르니)	- 간단한 요깃거리를 곁들인 아침식사만 제공하는 호텔
Hotelpension / Pension (호텔급 판지온 / 판지온)	- 제한된 서비스만을 제공하는 호텔 : 음식은 오직 투숙객에게만 제공
Jugendherberge (유겐트헤르베르게)	- 젊은 사람들을 우선으로 받는 숙박시설, 음식과 음료는 투숙객에게만 제공

<표 3-4> 베를린의 숙박시설 방 형태

명칭	운영형태
Apartment	- 간이부엌과 침실, 생활공간이 있음
Doppelzimmer (도펠짐머)	- 2인이 잘 수 있는 더블베드 한 개 또는 1인용 침대가 나란히 놓여진 침실이 있음
Einzelzimmer (아인첼짐머)	- 한명이 잘 수 있는 방
Familienzimmer (파밀리엔짐머)	- 성인 2명을 포함하여 세 명 이상의 인원이 머물 수 있는 방
Juniorsuite (주니어스위트)	- 한 공간 안에 추가적으로 앉을 수 있는 공간이 존재하는 숙박시설
Maisonnette	- 최소 2층 이상으로 구성되어 있으며 그 공간이 서로 이어져 있음
Mehrbettzimmer (메어베트짐머)	- 3명 또는 그 이상의 인원이 함께 잘 수 있는 형태의 방
Penthousewohnung (펜트하우스보눔)	- 여러 층으로 이루어진 건물의 맨 꼭대기 층에 위치하며 지붕위에 큰 테라스가 있는 거주공간
Schlafsaal (슐라프잘)	- 여러 명이 한곳에서 잘 수 있음
Studio (스튜디오)	- 방 한 개 와 간이부엌 한 개가 존재하는 숙소
Suite (스위트)	- 분리되어 있으나 서로 연결된 침실과 거실이 있는 숙소
Zweibettzimmer (쯔바이베트짐머)	- 1인용 침대가 두 개 있어 두 명이 한 공간에 머물 수 있는 방

출처 : www.ihk-berlin.de : 베를린 연방의회, 문서번호 26387

## 2) 홈스테이 등급

- 독일관광연맹(Deutschertourismusverband-DTV)에서는 숙박업소에 관한 등급심사를 진행하고 있음
- Ferienwohnung / Ferienhaus / Privatzimmer를 임대하고자 한다면 다음의 사항을 알아두어야 함
  - 방의 최소한도 크기는 몇몇 지역에서는 한 명이 잘 수 있는 Einzelzimmer(아인첼짐머) 또는 두 사람 수용이 간으함 Doppelzimmer (도펠짐머)에 기준을 제시하고 있고, 대부분의 경우 아인첼짐머는 8 , 도펠짐머는 12㎡를 한도로 점함(샤워실과 화장실 제외)
  - 건축허가는 새로운 숙박시설을 건설할 때 뿐만 아니라 기존시설을 개조 내지는 용도 변경할 경우 허가가 필요할 수 있음

- 자신의 도면이 허가가 필요한 사항인지의 여부는 개별심사를 통해 알 수 있고, 여기에는 별도의 기준(건물부지의 위치, 건물의 환경, 위생이나 근무환경 등과 같은 공적기준)이 적용됨
  - 업소신고는 소속 시청 또는 관리를 담당하는 곳에 신고를 해야 함. 신고를 받은 관청은 세무부서에 관련내용을 전달함
  - 현재 한 가지 남아있는 사항은 해당업소의 숙박객이 아닌 외부손님에게 알코올이 함유된 음료를 제공할 경우임 (예: 레스토랑이 딸린 호텔)
  - 아침식사와 기타 음식물 제공에 대한 사항에 대해서는 식품 위생에 관한 법률을 철저히 지켜야 함. 이에 관해 원칙적으로 전염방지법에 관한 교육이 필수적으로 작용함
  - 시설에 대한 세금 등과 같은 과제가 추가적으로 부과되는지의 여부는 수익의 정도와 밀접한 관련이 있는데 일년 수익이 17,500유로 미만이라면 상관없지만 24,500유로 이상의 수익을 거둔다면 시설에 대한 세금이 추가로 부과됨
  - 보험은 손님들의 실수에 관한 파손만을 커버하는 보험에 가입하였는지, 건물 전체에 관한 보험에 가입되어있는지 숙지하는 것이 중요함
  - 건물에 들어섰을 때 손님을 맞이하는 곳에 눈에 띄는 글씨로 크게 숙박비가 안내되어 있어야 하며, 방의 가격을 명시하고, 아침을 제공하는 경우에는 그 또한 정확하게 적혀있어야 함
  - 명시된 숙박비는 가스, 난방, 전기, 수도와 같은 모든 금액을 포함하고 있어야 함. 침대시트의 교체여부 또는 퇴실 시 비용을 포함하고 있음
- 독일관광연맹에서 매기는 별(등급)
    - 독일관광연맹에서는 그 해당업소의 종류에 따라 Ferienwohnung / Ferienhaus(페어리엔보닝, 페어리엔하우스 : 별장)에는 F, 프리바트zimmer (Privatzimmer)의 경우에는 P를 붙인 팔각형의 별이 붙여짐

- 각각의 항목에 매겨지는 점수에 따라 총합을 내어 별의 수가 결정됨
- 독일관광연맹의 등급심사를 받기 위해서는 심사를 받고자하는 기관과 독일 관광연맹 주식회사 사이에 인가계약이 이루어져야 함. 이 계약이 없이는 그 어떤 등급심사도 불가함

### 3) 독일 숙박이용 현황

- German National Tourist Board에 따르면 2010년 독일에서 수용가능한 숙박시설은 Traditional accommodation providers가 65%로 가장 많았고, 다음은 호텔이 24.4%, Holiday homes or apartments 19.6%, Inns이 16.1%, bed&breakfast가 14.5%를 차지했음
- 외국인들이 이용한 숙박시설은 호텔 57%, bed&breakfast hotels 18%로 총 75%를 차지하며 호텔뿐만 아니라 bed&breakfast hotels도 많이 이용하는 것으로 나타남

<표 3-5> 수용 가능한 숙박시설(2010)

Type of accommodation	Establishments in operation	Share in %
Hotels	13,487	24.4
Bed&breakfast hotels	8,033	14.5
Inns	8,893	16.1
Guesthouses	5,530	10.0
Traditional accommodation providers	35,943	65.0
Leisure, recreational and training centers	2,651	4.8
Holiday centres	113	0.2
Holiday homes or apartments	10,852	19.6
Holiday cottages, youth hostel	1,897	3.4
Campsites	2,952	5.3
Preventative medical clinics and rehabilitation clinics	907	1.6
All types of accommodation	55,315	100.0

출처 : Incoming-Tourism Germany (Edition 2011), German National Tourist Board.

<표 3-6> 독일의 외국인 숙박시설별 이용현황

Hotels	57%
Bed & Breakfast hotels	18%

출처 : Incoming-Tourism Germany (Edition 2011), German National Tourist Board.

&lt;표 3-7&gt; 해외 도시민박업 관련 제도 종합

구분	용어	내용	제도	특징
프랑스	La famille d'accueil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈스테이(homestay) 또는 쉐라비당(Chezl'habitant)이라고 부름</li> <li>- 본래 의도는 21세 이하의 미성년자, 장애인, 노인을 받아들여 키워주는 일종의 직업으로서 45,000 이상의 가정에서 실행되고 있지만 외국인을 위한 홈스테이 개념으로도 쓰임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 먼저 신청서를 PMI, 모자보호기관에 제출한 후, Conseil general의 허가를 얻어야하고, l'ASE에서 실시하는 앙케이트에 응함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chambre (상브르, 방): 잠자리, 식사는 제공하지 않고 주방 출입 가능</li> <li>- Bed &amp; Breakfast : 잠자리와 매일 아침식사 제공</li> <li>- Demi=pension(드미뽕서용, 반기숙) : 잠자리와 매일 아침과 저녁식사 제공</li> </ul>
	Chambres d'notes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광객들에게 숙박을 제공하기 위하여 유료로 주민자택에 마련된 가구가 배치된 방</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 호스트는 어떠한 직업규율에도 적용받지는 않으나 숙박뿐만 아니라 조식제공 및 자전거 등의 임차물 동반할 경우 약간의 상업성을 갖게 됨으로 이 경우에는 사업자 등록이 의무시 됨</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 보통 홈스테이, 게스트하우스, 민박을 통틀어서 부르는 개념으로 정의되고 있음</li> <li>- 호텔같은 대규모, 전문적, 상업적 숙박시설이 아닌 소규모로 운영되는 비전문적 숙박시설</li> </ul>
	Table d'notes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chambres d'notes보다 한단계 진보한 형태로 숙박뿐만 아니라 식사도 제공(별도의 법적 정의는 없음)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 자신의 보험인에게 민박업 수 통보</li> <li>- 숙박료와 음식값을 건물에 개시</li> <li>- 이용요금 15유로 이상일 경우 이용객에게 계산서 발행</li> <li>- 이용객이 외국인인 경우, 숙박계 의무 작성 기록</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 숙박시설로서 이 경우에는 사업자등록이 필수임</li> <li>- Chambres d'notes요건을 충족시켜야 하며 기존 Restaurant과 구별됨</li> </ul>
영국	B&B	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 도심내 또는 관광지내 B&amp;B는 주로 아침식사를 겸한 숙박을 제공하는 형태</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 필수 자격요건은 없고, 식품 위생 및 안전에 관한 문제에 대해 최신 지식을 가지고 있어야 함</li> <li>- 일반적인 식품의 취급 및 조리, 고객관리 능력에 적절한 기술만 있으면 됨</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영국관광청(EBT : English Tourist Board)의 숙박분류에 따라 게스트하우스(guest house), 여인숙(Inn), B&amp;B(Bed and Breakfast), 농가(farmhouse) 등으로 구분하고 있음</li> </ul>
독일	Gastfamilienaufenthalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 집을 통째로 빌려주는 개념</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈스테이 호스트가 되기 위한 자격요건이 따로 명시되어 있지않고, 매출이 400유로를 넘으면 세금을 내야함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 각 지역마다 숙박업에 관한 정의도 다르고, 시스템도 다르게 운영</li> <li>- 독일관광연맹(DTV)에서는 숙박업소에 관한 등급심사를 하고 있음</li> </ul>

## 제3절 분석종합

### 1. 국내 사례분석 시사점

#### 1) 외국인관광 도시민박업의 개념 및 제도적 측면

- 외국인관광 도시민박업은 ‘외국인 관광객에게 한국의 가정문화를 체험할 수 있도록 숙식 등을 제공하는 업(관광진흥법 시행령 제2조 제1항 제3호)’ 으로 규정됨
  - 대상시설도 일반 주택(아파트, 다가구, 다세대 등 포함)으로 되어 있음
- 따라서 정책적 개념은 명백히 가정식 홈스테이를 활성화시키기 위한 것으로 이해될 수 있으며, 이러한 취지의 외국인관광 도시민박업은 기존의 홈스테이와 유사하며 호텔 등 대규모 숙박시설과는 차별화된 현지생활문화의 체험 및 현지인과의 상호작용의 기회를 통해 관광만족을 제고시키고 문화체험형 대체숙박시설로서 효과적인 관광 숙박 확충에도 기여할 수 있을 것으로 기대됨
- 그러나 외국인관광 도시민박업은 공중위생법상 숙박업 등록이나 위생관련 법규의 적용을 받지 않고 비교적 자유롭게 운영되므로, 소비자보호, 안전, 변질 영업, 불공정거래, 위생 등의 문제가 야기될 경우 오히려 관광이미지에 부정적 영향을 미칠 수 있음
- 따라서 최근 정부에서 관광편의시설업으로 분류되었는 외국인관광 도시민박업을 관광객이용시설업으로 변경하는 관광진흥법 시행령 및 시행규칙을 입법예고(2012. 5. 12)한 것은 바람직하다고 할 것이며, 이에 따라 행정지도 및 처분에 대한 법적 부재가 상당부분 해소될 것으로 예상되며 위반행위별 과징금 부과로 인한 관리의 효율성도 제고될 것으로 보임
- 최근 홍대, 신촌, 종로, 북촌 등을 중심으로 게스트하우스들이 급속히 증가하고 있으며 이들 게스트하우스중 상당수가 외국인관광 도시민박업으로 등록하거나 등록할 것으로 예상되며, 게스트하우스는 청소년 층을 대상으로 보편화된 저렴하고 편리한 숙박시설로 영국, 독일, 프랑스 등 유럽의 선진국을 중심으로 활성화 되어 있음

- 우리나라도 최근 한류 열풍 및 FIT 관광객의 증가에 따라 게스트하우스의 증가 및 지속적인 도시민박업으로의 편입이 예상되나 이들 게스트하우스는 한국의 가정문화체험이라는 법적 취지에서 볼 때는 맞지 않으나 도시에서 주택을 활용하여 관광객에게 숙박서비스를 제공한다는 취지에서 본다면 도시민박업으로의 편입을 막을 근거는 약하다고 판단됨
- 그러나 현행 도시민박업의 법적 기준(면적 230㎡, 외국어서비스)은 가정식 민박을 염두에 둔 것으로 게스트하우스의 시설 및 서비스 기준에 적합하지 않으므로 향후 이에 대한 연구와 논의가 요구됨

## 2) 도시민박업의 운영 및 관리 측면

- 민박업 운영사례 현장조사에서 나타난 바와 같이 민박업 운영 유형은 크게 일반 민박 가정과 게스트하우스로 크게 나누어짐
- 가정식 민박의 경우 대부분 가정내 식사를 제공하면서 손님을 가족처럼 대응하고 있으나 그 이상의 서비스나 관련 정보 제공 등은 이루어지고 있지 못하며 관광공사 등의 팸플릿을 비치하는 정도에 그치는 반면, 조사대상 게스트하우스의 경우는 무료 인터넷, 자체 지도 제작, 관광상품 기획, 관광 연계 서비스, 관광가이드 등 보다 전문적인 서비스를 제공하고 있으며 보다 젊고 외국문화에 친숙한 특성을 보임
- 또한 홈페이지 관리 및 홍보, 마케팅 등에 있어서도 일반 가정식 민박의 경우 어려움을 호소하고 있으나 게스트하우스의 경우에는 관련 포털이나 매칭기업을 활용하는 등 보다 상업적이고 전문화된 특성을 보임
- 도시민박업의 제도적 취지가 관광부문의 대체숙박시설 확충 및 가정문화체험이라는 측면에서 홈스테이를 정책대상으로 설정하였으나 일반가정이 숙박관련 영업(홍보, 매칭, 서비스, 인력 등) 능력과 기반은 매우 취약하다고 할 것임
- 따라서 정책적 성과를 가시화하기 위해서는 제도 도입의 초기에 정부의 민박가정의 어려움을 해소하고 서비스 능력을 향상시키기 위한 정책적인 지원이 요구된다고 할 것임

### 3) 게스트와 호스트의 안전 및 범죄 관리 측면

- 최근 게스트하우스의 공급이 급증하면서 게스트하우스와 관련된 범죄(성폭행, 절도 등) 사례가 나타나고 있으며, 외국인관광 도시민박업의 경우 진입장벽이 낮고 법적 구속력이나 강제력이 미흡하므로 이를 악용하여 범죄를 기획하여 실제로 관련시설 내에서 범죄가 발생 할 가능성이 있음
- 따라서 잠재적 범죄발생 가능성을 차단 및 예방할 수 있는 정책적 방안의 마련이 요구됨. 이를 위해 우선적으로 호스트의 범죄경력을 스크린 할 수 있는 시스템의 구축이 필요함. 또한 범죄 발생시 가중처벌 함으로써 향후 유사한 사건이 재발될 가능성을 최대한 차단해 나가야 함
- 이와 함께 홈스테이가 외국의 낯선 사람을 가정집에 수용하는 것이기 때문에 게스트의 스크린도 필요함. 예를 들어 게스트가 불법체류 목적이거나 범죄전과자, 강간·성범죄가 있는 경우 호스트 가정이 위협에 무방비로 노출 될 가능성이 높아짐
- 따라서 게스트와 호스트의 직접적 매칭의 확대 보다는 신뢰성 있는 전문매칭 기관이나 공공성을 지닌 매칭기관을 통해 간접적으로 매칭이 이루어지는 방식이 바람직하며, 현재도 대규모 홈스테이 수요가 요구되는 특별시기에는 한국 라보와 같은 공신력 있는 매칭기관에 의뢰하는 경우가 많음
- 따라서 매칭기관을 통해 게스트, 호스트의 정보 및 안전관리를 강화하고 이들 매칭기관을 중심으로 자율적인 민간 차원의 등급 및 서비스 기준이 개발되도록 간접 지원하는 방식이 필요함

## 2. 국외 사례분석 시사점

### 1) 제도적 측면

#### ■ 프랑스

- 프랑스의 도시민박업 관련 제도는 La famille d'accueil, Chambre d'hotes, Table d'hotes 등 세가지로 운영됨.
- 이중 우리나라의 도시민박업과 가장 유사한 개념은 Chambre d'hotes임. Chambre d'hotes는 관광객들에게 숙박을 제공하기 위해 유료로 주민자택에 마련된 가구가 배치된 방을 뜻하며 보통 홈스테이, 게스트하우스, 민박등을 통칭하는 것으로 상업적 숙박시설이 아닌 소규모로 운영되는 비전문적 숙박시설로 정의됨
- Chambre d'hotes 호스트는 특별한 규정의 적용을 받지 않으나 숙박 이외에 조식 제공 및 자전거 임차 등을 통해 부가적인 수입을 갖게 되는 경우 사업자 등록이 의무시됨
- Chambre d'hotes의 주요 요건으로는 방내부에 침대 및 테이블과 같은 기본적 가구의 설치, 청결 및 위생관리, 화장실의 실내 설치 등임

#### ■ 영국

- 영국의 도시민박업 관련 제도는 B&B가 대표적임
- 그러나 영국의 B&B는 홈스테이보다는 게스트하우스에 가까운 개념으로 보다 상업적으로 운영됨. B&B는 도심내 또는 관광지에서 일반 관광객을 주요 고객으로 하며 주로 아침식사를 겸한 숙박을 제공하는 형태로서 1970년대 후반부터 시작된 제도임
- B&B의 호스트에게는 식품 위생 및 안정에 관한 지식 및 식품의 취급 및 조리, 고객관리 능력 등이 요구됨
- 소득세법에 따라 연간 4,250파운드 이상의 소득시 세금을 내도록 함. B&B 운영자에게는 청결 및 서비스표준 관리, 서비스내용에 대한 고지 및 설명, 환불규정의 공지, 공공책임보험 가입 및 사업세 의무 및 화재 및 보건 관련한 법령의 준수 등이 요구됨

## ■ 독일

- 독일의 경우 도시민박업 관련 제도는 집을 통째로 빌려주는 개념인 Gastfamilienaufenthalt와 방을 빌려 주는 개념인 Privatzimmer로 구분됨
- 이중 우리나라의 도시민박업과 유사한 개념은 Privatzimmer임. Privatzimmer는 별도의 호스트에 대한 자격요건이 요구되지 않으며 담당 관청의 관광과에 신청을 하면 손님을 받을 수 있음
- 단 매출액이 400유로를 넘으면 세금을 내도록 요구됨
  - 독일 관광연맹에서는 Privatzimmer에 대해 등급제를 실시하여 팔각형의 별모양의 표지를 3~5개까지 부여하고 있는데 별 5개의 경우에는 아침식사, 방에 미니바 또는 냉장고 비치, 케이블위성 또는 일반 TV시설, 인터넷 사용 등이 포함됨

## 2) 운영 및 관리 측면

- 프랑스, 영국, 독일의 경우 모두 관광객을 상대로 민간 주택내에서 이루어지는 형태의 상업성이 약한 도시민박업의 경우 까다로운 직업 윤리관련 규정이나 시설 규정을 적용하고 있지 않음
- 다만 B&B나 게스트하우스, 소규모 호텔 등과 같이 보다 상업적 성격이 강한 경우에는 친절, 안전, 위생, 화재, 보험 등에 대해 별도의 규정을 적용하고 있으며 등급제의 실시를 통해 소비자들에게 판단 근거 및 기준을 제공하고 있음
- 홈스테이나 민간주택 호스트에 대해 세부적인 요구사항을 규정하고 있는 경우는 영국문화원의 경우를 들 수 있음
- 이 경우에도 청결 및 수리의 적절한 상태, 적절한 난방과 조명, 햇빛이 잘 드는 방, 적절한 사이즈의 침대와 옷수납공간, 세탁실, 욕실(샤워실) 등 상식적인 수준의 최저 기준이 적용되고 있음
- 그러나 이성 회원으로부터의 적절한 사생활보호, 개인책상 등을 규정하고 있는 점이 특징적임. 또한 매주 타월과 침대보 교체, 이불이나 담요의 충분한 공급, 세탁서비스

또는 세탁설비 사용의 명확한 설명 등과 같이 세부적인 기준을 호스트에게 제공하고 있음

- 이러한 사항들은 관광객들의 숙박과 관련한 세심한 부분의 배려를 포함하여 만족도를 제고시키는 기본적인 요건을 규정했다는 점에서 작지만 의미가 있다고 할 수 있음

### 3) 정부의 지원정책 측면

- 프랑스, 영국, 독일 모두 일반 가정주택을 활용한 민간 차원의 홈스테이 형태의 숙박과 관련하여 특별한 제도나 정책적 지원사항을 시행하고 있지는 않는 것으로 나타남
- 그러나 일반 주택을 활용한 민간 부문의 숙박영업일지라도 보다 상업적인 형태(B&B, 게스트하우스 형태 등)의 숙박시설과 관련해서는 별도의 협회가 조직되어 있고 관련 법규정을 운영하는 등 보다 체계적인 관리가 이루어짐
- 민간부문의 홈스테이 형태의 숙박업과 관련한 규정은 최소한의 서비스 및 시설 규정에 그치는 경우가 많음

- 예를 들어 적절한 위생과 청결, 침대 및 샤워 등임

- 종합적으로 프랑스, 독일, 영국 등 선진국의 도시민박업 관련 숙박시설들은 대부분이 관광객과 해외학생을 동시에 수용하는 등의 겸목적으로 운영되거나 연수학생의 가이드가정으로서 기능에 좀 더 치중하고 있으며 학생들의 보호와 교육적 측면에서 관리가 이루어지고 있음
- 관광객을 대상으로 하고 있는 도시민박업 관련 숙박시설의 경우에도 최소한의 위생과 규정만을 적용 받고 비교적 자유롭게 운영된다고 할 수 있음(유지운, 2012)

### 3. 종합분석 및 과제

#### 1) 도시민박업(홈스테이)의 경쟁력

##### ■ 저비용 경쟁력

- 최근 관광의 형태가 다양화되고 빈도가 증가하면서 여가비용의 증가는 저렴한 형태의 관광을 선호하는 추세로 변화되고 있음
- 특히 국제화 및 외국어가 중시 되고 있는 현재 사회에서 현지의 외국인을 직접 만나 소통할 수 있는 기회를 갖는 것은 외국을 직접 여행하거나 연수하는 비용 대비 매우 저렴한 효과를 가져다주는 것이 가장 큰 강점으로 판단됨

##### ■ 외국어 학습 용이

- 현재 외국인 유학생이 체감하는 한국에서의 주거생활비를 도시민박업 및 홈스테이를 통해 낮추어 외국인 유학생이 대전에 대한 긍정적 이미지를 가질수 있도록 함
- 대전시내의 외국어권 강사 및 원어민 교수 등을 홈스테이 형태로 체류를 유도하여 학생 및 자녀가 있는 가정의 외국어 경쟁력을 강화함

#### 2) 제도적 마련 절실

##### ■ 제도적 지원방안 마련

- 도시민박업 또는 홈스테이를 신청하여 운영하는 가정은 대전을 홍보하고 나아가 한국을 알리는 홍보대사의 역할을 하며 상황에 따라서는 관광가이드의 역할도 tnod하므로, 이에 대한 지원방안 마련이 필요함
- 특히 신청가정에 대해 지방세 감면 등을 통해 지원하는 방안을 마련하여 현재보다 활성화 될 수 있도록 유도함

##### ■ 전문인력 및 시스템 구축

- 이러한 신청가정 확대 방안과 아울러 외국인과 매칭 시켜줄 수 있는 전용 사이트 구축 및 시스템 도입이 절실하며, 국제행사시 대전시가 적극 나서 매칭하는 방안도 필요함

### ■ 범죄 등 안전망 구축

- 도시민박업과 홈스테이의 대표적 문제점 가운데 하나는 범죄 유발로 이에 대한 철저한 교육과 피해시 보상절차 및 규정 등을 마련하여 관련 법령으로 제정하는 것이 필요함

## 3) 국제적인 이벤트 개최에 이용

### ■ 국제행사 이용 및 홍보

- 도시민박업은 외국인방문객 또는 관광객에게 특별한 문화적 매력을 선사할 수 있는 가치있는 관광상품이 될 수 있는 만큼 국제행사 개최시 독특한 경험을 할 수 있도록 국제행사 참가자들에게 민박 및 홈스테이를 권유하고 이를 매칭시켜 활성화 함

### ■ 국제적 관광이미지 강화

- 도시민박과 홈스테이를 경험한 외국인 방문객 및 관광객이 한국과 대전시에 긍정적 이미지를 갖도록 하고 국가 및 대전이미지 향상을 강화함

## 4) 외국인 관광객 친화공간 조성

- 도시민박업 및 홈스테이 산업의 활성화와 함께 외국인 관광객 또는 유학생들의 커뮤니티 공간을 마련하여 외국인 또는 관광객이 대전을 자유롭게 즐겨 찾는 명소 이미지를 정립함
- 특히 외국인이나 유학생을 위한 커뮤니티 공간으로 게스트하우스를 대전시내 몇 곳을 선정하여 설치하고 외국인과 유학생이 소통하고 정보를 교류할 수 있는 공간으로 조성함

## 5) 외국인 관광객 유입증대 기여

### ■ 숙박상품의 차별화 전략 가능

- 외국인 방문객과 관광객은 대부분 호텔 중심의 숙박시설을 이용하며 그로 인해 다양한 숙박경험과 문화를 체험할 수 있는 기회가 제한적으로, 민박 및 홈스테이는 차별화된 관광상품으로 발전 가능성이 높음
- 차별화된 숙박시설 만으로도 하나의 관광상품으로 개발하여 여행사 및 랜드사와 연계한 외국인 전용 도시민박업 관광상품으로 개발하여 판매함

### ■ 외국인의 충성도 유발

- 민박 및 홈스테이 상품의 만족 극대화를 통해 지방문과 구전으로의 추천 등을 통해 지속적인 외국인 방문객 및 관광객 유입을 확대함

## 제 4 장

---

### 도시민박업(홈스테이) 활성화 전략방안

---

제1절 활성화 정책 기본방향

제2절 정부 및 제도적 차원의 활성화 전략

제3절 민간 또는 마케팅 측면의 활성화 전략

---



## 제1절 활성화 정책 기본방향

### 1. 인식의 변화 유도

- 새롭게 제도화된 외국인 관광 도시민박업의 지속적 성장을 위해서는 숙박업으로서의 도시민박업과 문화체험공간 및 관광을 위한 거점 공간으로서의 도시민박업이 동시에 발전되어야 함. 또한 게스트(투숙객)를 위한 서비스와 호스트(운영자)를 위한 서비스가 동시에 정비되어야 함
- 제도도입 초기단계라는 현 위치에서 외국인 관광 도시민박업에 요구되는 사항들은 다음과 같음
  - 도시민박업의 접근성(인터넷 접근성 포함) 및 서비스 개선과 게스트와 호스트의 안전을 모두 고려한 매칭시스템의 운영이 필요함
  - 단순 숙박시설로서가 아닌 생활문화 체험형 숙박시설로서 외국인 관광 도시민박업에 대한 인식 전환이 필요함
  - 관련 인력(호스트 및 매칭업체 포함)의 전문성 및 마인드 제고가 필요함
  - 기존의 관광호텔의 대규모 숙박시설과는 차별화된 소규모 문화체험형 숙박으로서 차별화된 서비스의 개발과 상품화가 요구됨

### 2. 정책적 패러다임의 변화

#### ■ 운영 및 관리 활성화 지원 필요

- 도시민박업의 대부분이 가정식 홈스테이를 운영하는 중년이후의 노부부를 중심으로 이루어지므로 교육 및 문화적인 마인드는 상대적으로 높은 대신 인터넷을 통한 서비스, 홍보 및 마케팅, 매칭 등에 있어서는 매우 취약함
- 따라서 외국인 관광 도시민박업에 걸맞는 서비스의 제고 및 문화체험 상품 개발, 인터넷 홈페이지 구축 등을 통한 홍보 마케팅 및 매칭 등과 관련한 지원이 요구됨

### ■ 제도적 보완 필요

- 외국인 관광 도시민박업이 새롭게 규정되었으나 법규정이 간소하고 최소한의 자격기준만 요구하고 있어 최근 문제로 대두되고 있는 안전사고 등과 관련해서 예방하기 어려운 구조를 가지고 있음
- 또한 면적 기준이 애매하여 이를 역이용하여 외국인 관광도시민박업으로 등록하는 게스트하우스들이 상당수 있으므로 이러한 부분도 현실적인 업계의 상황과 수용력 등을 고려하여 보완이 요구됨

### ■ 안전관리 필요

- 낯선 외국인을 가정집에 수용해야 하는 구조상 게스트, 호스트 모두 안전에 취약할 수 있는 구조를 가지고 있음
- 이는 개인 가정차원에서 대응하기 힘든 것으로 신뢰할 만한 매칭 업체 및 공공 기관 등을 통해 신원과 관련한 정밀한 스크리닝이 우선적으로 이루어져야 함

### ■ 서비스의 전문화

- 개인가정이 중심이 되고 있는 외국인 관광도시민박업의 특성상 호스트들의 현대정신과 교육수준은 높은 반면 전문적인 서비스나 관광관련 인식은 미흡함
- 또한 다양한 외국인을 수용하면서 민간외교의 첨병 역할을 하고 있는데도 불구하고 다양한 문화에 대한 이해 및 수용력은 낮은 편임. 따라서 인력 및 서비스의 전문화를 위한 정책적 접근이 필요함

## 3. 민간 영역의 활성화

### ■ 민간대상 홍보마케팅

- 도시민박업(홈스테이)의 활성화를 위해 우선 민간 즉, 가정에서 민박업과 홈스테이에 대한 거부감을 갖지 않도록 이해와 인지도를 높이는 홍보방안 마련이 필요함

- 특히 민박이 갖는 기능과 특성 및 민박을 이용하는 외국인이 한국에 대해 갖는 긍정적인 이미지 및 효과 등을 안내하는 작업 등이 필요함

### ■ 민간인 대상 홍보물 제작

- 민간 차원에서 민박 및 홈스테이를 진행하기 위해서는 외국인을 맞이하고 가정내 관리를 강화하는 것만으로도 분주하고 힘들 수 있으므로, 직접적인 홍보와 홍보물 제작은 시간과 재정적 차원에서 어려움
- 이러한 어려움을 해결할 수 있는 민박과 홈스테이 가정이 공통으로 사용할 수 있는 홍보물을 제작하여 제공함

### ■ 민간차원의 전문인력 양성

- 아직까지 민박과 홈스테이 관련한 전문가 및 관련 교육은 없는 상태로 이에 대한 교육프로그램 도입과 관련 전문가를 양성하는 것이 필요함
- 특히 미간대상을 교육하여 홍보하고 실무에 활용할 수 있도록 정기적인 프로그램을 도입 운영함과 동시에 전문 양성과정 프로그램을 개설함

### ■ 민간조직의 설립

- 민박과 홈스테이 분야의 활성화를 위해서는 관련 조직이 필요하며 조직을 통해 정보를 공유하고 발전을 유도하여 자연적인 활성화 전략 방안이 필요함
- 관련 운영위원회를 조직하고 컨설팅 프로그램을 개발하여 보급함

### ■ 가구별 전문 프로그램 운영

- 대전만의 도시민박업과 홈스테이 산업의 발전을 꾀하기 위해서는 무엇보다 차별화된 전략방안 강구가 요구됨
- 대전만의 전통문화 체험과 각 가정의 고유 음식 등 차별화된 프로그램을 개발하여 만족도 제고 전략을 수립함

#### 4. 문화의 관광상품화 방안 모색

- 도시민박업이나 홈스테이는 유럽 등의 선진국에서는 가정의 교류보다는 수익 목적의 민박의 형태로 운영되는 것이 일반적임
- 도시민박업(홈스테이)의 전망을 밝게 보는 이유는 향후의 외국인 관광 트렌드는 단순한 관광이나 쇼핑에서 홈스테이와 같은 체험형 관광상품을 선호하는 식으로 바뀌고 있음
- 한국인은 손님에 대한 접대문화가 잘 발달되어 있으며, 외국인에게 한국의 가정 체험은 감동 그 자체일 수가 있으며, 이와 같이 한국의 가정에서 홈스테이를 통하여 외국인 관광객이 많은 감동을 받고 돌아간다면 자기 나라의 주변 사람에게 자연스럽게 그 감동이 전해지게 될 것이고, 그렇게 되면 다시 더 많은 외국인 방문객이 대전을 재방문 할 것으로 판단됨
- 국외여행사업, 청소년 국제교류사업, 외국인가정 지원사업, 지자체 및 각급 학교의 국제교류추진사업, 국제교류행사 통번역자원봉사 지원사업, 지자체 및 각급 학교의 외국어교육 지원사업과 같은 국제교류사업으로 그 사업 영역을 확대하는 방안도 강구해야 함

## 제2절 정부 및 제도적 차원의 활성화 전략

### 1. 대전시 관광산업의 활성화 필요

#### 1) 대전의 관광인프라 확대 필요

##### ■ 신규 관광프로그램 개발 시급

- 대전지역 숙박형 관광객 저조 이유로 관광프로그램 미흡이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타나 당일형 관광객을 체류하면서 숙박까지 유도할 수 있는 프로그램 개발이 시급한 것으로 나타났음
- 특히 관광프로그램은 체류시간을 결정하는 매우 중요한 요소로서 숙박시설과 연계한 관광프로그램 개발이 필요하며, 숙박을 유도하기 위해 야간형 관광프로그램 개발이 매우 필요함

##### ■ 특화된 이미지(과학, 교통 등) 활용 관광상품개발 장려

- 대전과 어울리는 관광유형과 대전에서 관광하고 싶은 관광유형 모두 과학관광이 가장 높게 나타났음
- 대전지역 과학자원 및 인프라를 최대한 활용하여 대전지역의 대표 관광이미지로 개발하여 집중 홍보활동 전개
- 과학·교통 이미지와 연계할 수 있는 교육 및 체험 프로그램 위주로 개발하고 청소년의 숙박시설인 유스호스텔 건립 검토 필요

##### ■ 체험프로그램 및 지역특화 관광이벤트 개발 필요

- 숙박형 관광을 위한 관광개발 항목으로 온천자원의 활용방안이 타지역 응답자 집단에서 높게 나타나고 있어 아직 대전지역이 유성의 온천에 대한 랜드마크가 높음을 실감할 수 있음

- 따라서 온천을 활용한 체험프로그램의 개발과 이외에도 지역의 특화된 온천 이벤트 개최가 필요할 것으로 판단됨

### ■ 대체숙박시설의 확충 요구됨

- 숙박형 관광객 증대를 위한 숙박시설에 대한 개선사항을 조사한 결과 대체숙박시설 (유스호스텔, 캠핑장 등) 확충 및 게스트하우스의 건설 등이 필요한 개선사항으로 응답된 반면, 개인사업자가 운영하는 숙박시설 확충 및 대규모 특급호텔의 지속적 확충 등의 항목은 상대적으로 낮은 필요성을 나타냈음
- 대체숙박시설은 앞으로 단기숙박(체류) 관광객의 증가와 맞물려 지속적으로 수요가 증가할 것으로 판단되며 이에 대한 준비가 요구된다고 할 수 있음

### ■ On-line을 활용한 홍보 활성화 및 강화

- 현재 많은 관광객들은 인터넷 및 온-라인을 통한 관광지 정보를 획득하고 있으며, 가장 즐겨 찾는 경로는 포털검색사이트와 개인블로그로 나타나고 있음
- 따라서 포털검색사이트에 대전시 관광정보를 보다 체계적으로 알리고 관리할 수 있는 시스템 구성이 필요하며, 다수의 개인 파워블로그를 활용한 마케팅 전략 또한 필요할 것으로 판단됨
- 특히 이러한 온라인상에서 관광코스 및 루트정보의 다양화 등의 정보 제공이 필요할 것으로 판단됨

## 2) 지역내 네트워크를 활용한 마케팅 전략

### ■ 시도 지자체의 국제교류행사 참가자에 대한 숙박 제공

- 대전국제푸드&와인페스티벌, 컨벤션 행사 등의 다채로운 축제 및 크고 작은 수많은 이벤트행사가 연중 실시되므로 이러한 행사에 참가하는 외국인도 그동안 호텔 등의 일반 숙박시설을 이용함으로써 실제 한국 또는 대전지역 만의 주거체험의 기회를 갖지 못했음

- 이들이 한국의 문화적 주거 체험과 생활양식 및 남다른 숙박체험(한옥스테이, 팜스테이, 홈스테이 등)을 이용하여 좋은 이미지를 가지고 돌아가서 자기 나라에서 홍보를 한다면 대전의 관광산업 활성화에 큰 도움을 줄 것으로 판단됨.

### ■ 시도의 자치단체 및 각급 학교의 국제교류 추진

- 청소년의 국제교류나 홈스테이를 통한 외국인 관광객을 유치하기 위해서는 시도 산하의 각 지자체 및 각급 학교의 국제교류를 더욱 활성화할 필요가 있음
- 특히 각급 학교에서는 국제화에 대한 실적이 거의 없는 실정인데, 상급 관리 관청인 시도의 교육청에서는 국제화에 대한 평가를 실시하여 각급 학교에 인센티브를 주는 등의 정책으로 국제화를 권장할 필요가 있음

### ■ 수학여행단의 유치

- 우리나라를 방문하는 수학여행단은 현재는 일본에만 집중되어 있지만 향후 대만, 홍콩, 싱가포르 등의 인근 아시아 국가에 대해서도 적극 유치 노력을 기울여야 할 것임
- 해마다 우리나라를 방문하는 일본 수학여행단의 규모는 2만여명 수준으로, 이들의 방문지역은 서울, 부산, 경주에 거의 집중되어 이를 분산시켜 대전으로 유입하는 방안 마련이 필요함
- 특히 청주공항을 연계하여 충청권을 배경으로 한 수학여행 상품권을 개발하여 숙박시설의 부족, 마케팅 전략의 부재, 접근성 등이 요인이 되겠지만, 이러한 문제를 보완함
- 일본역사와 백제와의 연관성을 강조하여 역사체류 프로그램으로 확대하여, 게스트하우스, 청소년 수련원, 유스호스텔과 같은 숙박시설에 대해서도 시설을 정비하여 대규모 인원을 동시에 수용할 수 있도록 수용태세를 갖추어야 함

### ■ 국내의 여행사와의 협력에 의한 홍보 및 판촉

- 종래 개별여행이나 패키지여행에 홈스테이가 여행상품으로서 포함되어 있지 않는 이

유는 홈스테이 상품이 지역 주민에게는 수익을 가져다주겠지만 여행사에는 수익성이 적다는 점과 홈스테이의 호스트, 게스트의 모집과 관리가 힘들고, 게스트의 숙박 가격이 분산되어 있어 단체 여행안내가 힘들기 때문임

- 이러한 문제점을 보완하면서 개별여행이나 패키지 여행에 홈스테이를 포함시키는 방법을 생각할 수도 있으나, 이들과는 별도로 홈스테이여행을 관광상품화하여 국외의 여행사나 에이전트(Agent)에 직접 판촉하는 방법도 가능함

### ■ 전국 홈스테이 네트워크 구축과 연계

- 현재 국내에서 활동 중인 홈스테이 알선업체는 전국적으로 12여개로 이들 간의 정보 교류나 공동사업 협력을 위해서는 통합 네트워크를 구축할 필요가 있으며, 대전만을 대상으로 한 웹사이트 조성도 필요할 것으로 판단됨
- 이렇게 구축된 전국 통합 네트워크는 아시아나 유럽의 다른 국가들의 홈스테이 업체와 연합하여 네트워크 구축망을 전 세계로 확장함으로써 시너지 효과가 가능할 것으로 판단됨
- 홈스테이 사업은 약간의 수수료만으로 인건비, 홍보비, 통신비, DB구축비 등을 충당해야 하므로 수익성이 낮아 사업 초기에 어느 정도의 사업비를 확보하지 않으면 성공을 거둘 수 없으므로 정부나 지자체로부터 지원을 받아 사업비를 확보해 두는 일도 중요하지만, 이에 못지않게 중요한 것은 투자한 사업비를 효과적으로 운영하는 것이므로, 지방정부 및 단체의 초기 협조가 필요함
- 홈스테이 알선업체는 자체 수익이라고 해야 20%의 알선 수수료가 전부이기 때문에 자생력을 갖추기 위해서는 숙박알선업 외에 국제청소년교류사업, 외국어통번역사업, 여행사업 등의 관련 사업으로 확장하는 방안 강구도 요구됨

### ■ 대전 및 충청권 홈스테이 웹사이트 구축

- 정보기술의 발전과 인터넷의 빠른 보급으로 관광객들의 인터넷을 통한관광정보 수집 활동이 빠르게 증가하고 있으며, 관광객들은 방문 예정지를 방문하기 전이나 방문 중

에도 관광목적지의 관광상품이나 숙박정보, 교통정보 등에 대한 다양한 정보검색과 웹사이트 상에서 상품이나 서비스를 구매하기를 원하므로, 정보화 사회에서 웹사이트 활용의 중요성에 대한 인식이 높아지고 있으며, 관광정보 웹사이트의 콘텐츠는 가치 있는 관광정보를 제공함으로써 웹사이트를 활성화하고 국내외 관광객을 유치하는 마케팅 도구 및 상거래 기능으로서의 그 역할이 매우 중요함

- 홈스테이는 비영리성을 띤 프로그램으로 자체 수익성이 낮고, 업체의 자금부족 등으로 인해 전문화된 시스템의 개발이 힘들어 국제행사 때 대량의 게스트와 가구주를 소화해내는 시스템을 마련하지 못하고 있는 실정임
- 일반적으로 외국인 홈스테이 신청은 인터넷 홈페이지를 통해서 외국인이 일정 및 지역을 선택하면 센터에서 이에 적합한 가구를 선정, 회신하여 주거나 외국인이 직접 홈스테이 등록 리스트를 보고 직접 호스트를 선택하여 센터에 의뢰할 수 있도록 검색 시스템을 구축해야 함
- 국내 기 구축된 홈스테이 웹사이트들의 정보 교류와 상호 연동을 통해 보다 광범위한 서비스의 제공을 계획하여야 하며, 온오프라인 홍보를 위해 검색엔진 마케팅과 웹사이트 홍보, 링크 및 배너 교환, 오프라인과 온라인 이미지 매핑, 웹사이트 사용편의를 위해 읽기 및 출력의 편의성, 위치확인, 다양한 검색, 콘텐츠 표현형식, 다국어 등의 지원이 필요함
- 이와 함께 정보제공, 온라인 커뮤니티, 전자상거래, 사용자 정보 파악 등의 서비스를 제공하기 위해 콘텐츠의 시의성과 현재성, 콘텐츠 내용, 가입과 운영기준, 약관 및 개인정보 보호정책, 취소 및 환불, 고객 DB 구축 및 관리 등이 요구됨

## 2. 도시민박업 및 홈스테이 관련 제도 정비 방안

### 1) 도시민박업 관련 제도 및 제도 및 규정 보완

#### ■ 도시민박업이 정책대상 명확화 및 게스트하우스 관련 제도 보완

- 외국인관광 도시민박업 시행 후 법적인 사각지대에 있던 게스트하우스 운영자들이 제도권 안으로 들어오기 위해 도시민박업으로 적극 등록하고 있음
- 그러나 부족한 외국인 숙박 시설에 대한 대체 숙박 시설에 대한 필요성과 함께 은퇴 및 노령 계층에 대한 소득 및 일자리 창출, 그리고 한국의 문화 전파를 통한 국가 브랜드 위상 제고를 위한 외국인관광 도시민박업의 법제도 설립 취지를 무시한 게스트하우스 입장의 지정 요건 개선 등의 무리한 제도 변경 요구는 추후 관리 감독에 대한 어려움과 시차 난립 등의 문제점이 발생할 소지가 있음
- 현행 제도는 건물의 연면적이 230 미만(면적은 사업자가 실제 거주하는 곳-방-을 포함하며, 해당 거주지를 분리하여 일정 면적만을 대상으로 사업을 할 수 없음)일 때만 ‘외국인관광 도시민박업’에 지정받을 수 있게 함
  - 게스트 하우스를 운영하고 있는 건물의 연면적인 230㎡ 이상인 대다수의 업체들은 ‘외국인관광도시민박업’으로 지정받기 위해 등록 가능면적만을 등록·운영하고 있고, 등록 할 수 없는 나머지 면적을 서류상으로만 등록하지 않는 방식으로 제도권으로 들어오고 있음
- 게스트하우스는 성격, 개념, 시설, 서비스, 상업성 등 모든 측면에서 홈스테이와 다른 특성을 보이고 있으며 현재 법적 기준과 가이드라인도 홈스테이 가정을 기준으로 만들어진 것이어서 이들 상이한 숙박유형을 한 가지 정책적 개념내에서 합리적으로 포함시키는데는 무리가 있음
- 따라서 외국인관광 도시민박업은 현행 법적 취지에 맞도록 홈스테이 가정을 중심으로 정책을 추진하되 게스트하우스와 관련한 별도의 개념과 기준을 설정하여 도시민박업내에 게스트하우스를 양성화 시키는 이원화 전략이 요구됨

- 이를 위해 현재 관광공사에서 추진하고 있는 Stay Korea사업내에 게스트 하우스를 중심으로 한 시범사업을 실시하고 이를 바탕으로 제도권내에 게스트하우스를 편입시켜 나가는 단계적 접근이 요구됨
- 외국에서는 B&B, 게스트하우스 등이 활성화되어 젊은 층을 중심으로 수요가 지속적으로 확산되고 있으며 상업적 시설로 이들 숙박시설로 분류하여 법적 기준, 평가 기준, 서비스 기준, 등급제 도입 등 체계화된 정책이 시행되고 있음
- 우리나라도 최근 한류 열풍 및 FTT의 확산에 따라 게스트하우스의 수요가 급증함에 따라 우후죽순으로 게스트하우스가 확대되고 있으며 이에 따라 성범죄, 절도 등이 게스트하우스 내에서 발생하는 등 부작용이 속출하고 있음
- 따라서 이들 게스트하우스들을 제도권 안으로 끌어 들여서 합리적으로 관리하고 대체 숙박시설로서 활성화 시킬 필요가 크며 이를 위해 게스트하우스가 활성화 되어 있는 미국 및 유럽의 관련 운영 사례 및 법적 기준, 평가 기준 및 서비스 규정, 등급제 등을 세부적으로 검토하여 게스트하우스 제도화 방안을 마련하는 연구의 추진이 필요함
- 현재 많은 수의 게스트하우스가 운영 혹은 준비 중인 상황이고 저렴한 대체 숙박시설로서의 게스트하우스의 역할은 작지 않다고 여겨지므로 이를 위한 별도의 제도화 방안의 마련이 필요함. 제도화의 기본 방향은 현재 외국인관광 도시민박업내 관련 개념과 기준을 신설 하는 방안이 가장 타당할 것으로 보이며 까다로운 기준요건으로 현재 거의 등록 사업자가 없는 호스텔업의 등록 기준을 완화시켜 일전규모이상의 게스트하우스가 포함될 수 있도록 하는 방식도 검토할 필요가 있음
- 중장기적 관점에서는 현재 7개의 법제도와 각각 별도의 소관부서로 나뉘어져 있는 숙박시설 분류 체계를 통합하고 정책적 지원 및 등록 허가 기준 그리고 용어에 대한 재정립이 필요함

### ■ 내국인 유치와 관련한 논란에 대한 검토 및 보완

- 현행 규정은 외국인관광 도시민박업으로 등록시 외국인관광객만을 대상으로 숙박을

유치할 수 있으며 내국인을 유치시 등록이 취소토록 되어 있음. 기존에 운영 중인 영리목적의 게스트하우스의 경우에는 내국인 손님을 유치하지 않으면 사업 자체가 어려운 경우가 많으므로 이 부분이 매우 중요한 문제로이에 대한 개선 요구가 높음

- 하지만 수수한 홈스테이의 경우 내국인 유치시 가정내 문제 발생 위험이 상대적으로 높기 때문에 전문 매칭 기업 및 공공 매칭 관련 기관에서는 아예 정책적으로 외국인만 고객으로 유치하고 있음. 일반 가정내 투숙이라는 홈스테이의 특성상 내국인에게 까지 문호를 개방하고자 하는 수요가 없고 또한 이 경우 도난, 폭행, 사기 등과 같은 사회적 문제가 발생할 소지가 높음. 따라서 외국인관광 도시민박업의 내국인 영업허용은 현행대로 제한되는 것이 타당함
- 하지만 향후 게스트하우스가 별도로 제도화된다면 일부 내국인(외국인 게스트와 외국에서부터 동행한 한국인 및 외국인 게스트의 한국내 지인 등)에 대해 선별적 유치가 가능하도록 검토할 필요가 있음

### ■ 근린생활시설 및 기타 상업지역 허용 및 지정기준 면적제한 완화

- 근린생활시설 및 기타 상업지역 허용 여부 및 지정 기준 면적 제한과 관련한 일부의 요구가 있으나 이 역시 외국인관광 도시민박업으로 등록했거나 등록하고자 하는 게스트하우스의 입장임
- 근린생활시설내에 게스트하우스의 허용은 도시민박업이라는 기본적인 취지 및 개념에서 벗어난 것으로 고시원 및 상가, 쪽방 등을 활용한 게스트 하우스의 영업을 자칫 확대시킬 우려가 크므로 타당하지 않음. 또한 면적 제한의 완화 역시 현재 정책의 주요 대상인 홈스테이 가정을 기준으로 할 경우 문제가 없다고 판단되며 이는 외국인관광 도시민박업으로 등록했거나 등록하고자 하는 게스트하우스들의 요구사항임
- 현재 공급이 증가하고 있는 한류FIT 증가 등에 따라 지속적으로 수요가 확대될 것으로 예상되는 게스트하우스와 관련해서 향후 별도의 면적 기준과 함께 객실 수 규정 등이 만들어질 필요가 있으며 이와 함께 보다 전문적인 관광정보와 숙박서비스를 기반으로 한 게스트하우스의 제도화 및 운영활성화를 정책적으로 견인해 나갈 필요가 있음

### 3. 도시민박업 운영 가이드라인의 강화

#### ■ 호스트와 게스트의 안전관리 강화를 위한 가이드라인 강화

- 현재 「관광진흥법」 제7조(결격사유)에 따라 ①금치산자, 한정치산자 ②파산신고를 받고 복권되지 아니한 자 ③관광진흥법에 따라 등록증 또는 사업계획의 승인이 취소되거나 제36조제1항에 따라 영업소가 폐쇄된 후 2년이 지나지 아니한 자 ④이 법을 위반하여 징역 이상의 실형을 선고받고 그 집행이 끝나거나 집행을 받지 아니하기로 확정된 후 2년이 지나지 아니한 자 또는 형의 집행유예 기간 중에 있는 자 중 어느 하나에 해당하는 자는 관광사업의 등록 등을받거나 신고를 할 수 없음
- 위의 결격사유 외에 호스트 등록요건을 강화시켜 신청자 중에 범죄사실이 있는 경우 선정가구에서 제외시키도록 함. 특히 성범죄사범, 절도사범, 강력범죄 자 등이 호스트 가구에 포함되지 않도록 철저한 스크린이 요구됨
  - 그렇지 않으면 최근 나타나고 있는 피해사례처럼 민박가정에서의 절도, 성범죄 등의 사건이 증가할 가능성이 높음
  - 현재는 지정 권자가 반기에 1회 이상 정기 또는 수시로 지도, 감독하고 있는데 그 조항 중에 사업자 혹은 함께 거주하는 자가 범죄 경력이 있는 경우(특히, 성범죄, 도박·사행행위 관련)에 한하여 사후 점검하도록 권고되고 있음
  - 사후 점검 방식으로는 사건의 발생을 예방 또는 효율적으로 대처하기에 미흡함
  - 사후 관리가 아닌 사전에 범죄경력이 있는 사람이 호스트로 등록될 수 없도록 철저히 스크린하고 관리해 나갈 필요가 큼

#### ■ 서비스 관련 규정을 반영한 운영매뉴얼의 작성 및 배포

- 또한 운영 가이드라인에 대해서도 홈스테이 인증 제도 수립 시 인증 가격 요건에 일부 포함시켜 홈스테이 가정에서 이 기준을 준수하도록 유도하는 것이 효과적임

- 홈스테이 운영 가이드라인은 홈스테이 가정에서 활용하기 어려운 규정으로 배포하지 말고 읽기 쉬운 운영 매뉴얼 책자로 제작하여 인증 완료 시 배포하여 활용도를 높이는 방안이 필요함
- 현 가이드라인 상에 추가적으로 포함을 검토할 사항들은 홈스테이 운영 규칙, 홈스테이 단계별 운영 절차, 게스트 이용 수칙, 글로벌 에티켓 등 유용한 정보 등을 포함시킬 필요가 있음

#### 4. 도시민박업 등급제 도입을 위한 토대 구축

##### ■ 도시민박업 확산 및 서비스 관리 강화

- 문화관광부는 향후 ‘외국인관광 도시민박업’을 지속적으로 확대하고 영어권, 일본어권, 중국어권으로 구분하여 한국가정문화를 직접 체험하는 관광 상품으로 전략 육성하며 현재 관광호텔에만 적용되고 있는 서비스 등급제를 ‘외국인관광 도시민박업’에도 실시하고자 함
- 이러한 방향은 현재 호텔 등 대규모 숙박시설 위주의 숙박시장의 다변화 및 가정문화 체험형 소규모 대체숙박시설의 확충 및 서비스 전문화라는 측면에서 적절하다고 할 것임
- 그러나 외국인관광 도시민박업의 제도 도입의 초기에 제도의 안정적 정착을 위해서는 일차적으로 민박가정의 확산과 서비스 품질 유지가 가장 중요한 관건임
- 이를 위해서는 현재 외국인관광 도시민박업에 대해 낮은 인지율의 극복할 수 있는 효율적인 홍보전략을 통해 도시민박업 지정 가구의 확산이 필요하며 다음으로 민박가정의 서비스를 차트화하여 서비스의 내용과 수준을 관리해 나가는 등 등급제 도입을 위한 토대와 여건을 조성하는 것이 일차적으로 중요함
- 이러한 기초적인 작업이후 서비스 등급제를 도입을 검토할 수 있는데 이 경우 독일의 Privatzimmer의 기준 등을 참조로 하여 민박업의 특성과 수준에 적합한 등급제를 설계토록 함

### ■ 도시민박업 등급제 도입을 위한 검토 사항

- 등급제 실시를 위해서는 홈스테이 전문 기업을 통한 인증 절차 및 등급 부여에 대한 기준을 마련하고, 공정성을 갖춘 홈스테이 전문 코디네이터 인력을 통한 방문 인증 심사로 희망자에 한해 등급을 부여하고 등급에 따른 가격 가이드 라인을 권고하는 방식이 가장 합리적임
- 그리고 인증 마크나 인증 지정서 부여를 통한 차별화된 신뢰성 부여와 함께 정부 차원의 지원 요건으로 명시하여 자발적인 인증 참여 및 가격 가이드라인 준수 유도가 가능해 짐
- 즉 정부 지원 하에 정부 지정 홈스테이 전문 기업을 통한 인증 제도를 시행하고 선별적인 혜택을 부여하되 홈스테이 매칭 전문 기업은 외국인 게스트에게 이러한 인증제도 및 인증 완료 홈스테이 가정을 적극적으로 홍보하여 자연스럽게 인증 가구에게 게스트가 연결될 수 있도록 체계를 구축함
- 등급화를 실시한다면 등급기준은 민박가정의 시설 및 제공 될 서비스의 차트화, 제공 프로그램, 외국어 구사능력, 민박가정의 접근성, 관광자의 피드백을 고려하여 선정하도록 함

### ■ 민박 서비스 차트화

- 관광자를 위해 숙식과 서비스를 제공하는 민박가정은 가정의 여건에따라 관광자에게 제공할 수 있는 서비스를 차트화함
- 이를 데이터베이스화하여 민박 홍보와 각 국가별 민박선정에 적극적으로 활용함
- 구축된 데이터베이스를 체계적으로 관리하여 민박 기간별, 제공 서비스별, 지역별로 관리하여 민박가정별로 이제까지의 운영실적, 특이사항, 그 민박가정에 대한 관광자의 피드백을 체계적으로 정리, 관리하여 효율적인 민박 배정을 하도록 함
- 민박 이용자의 경우에도 국가별, 기간별, 선호서비스별로 관리하여 민박 가정배정에 참고가 되도록 함

- 구하여 가정별로 이제까지의 운영실적, 특이사항, 그 민박가정에 대한 관광자의 피드백을 체계적으로 정리, 관리하여 효율적인 민박 배정을 하도록 함
- 민박 이용자의 경우에도 국가별, 기간별, 선호서비스별로 관리하여 가정배정에 참고가 되도록 함

## 제3절 민간 또는 마케팅 측면의 활성화 전략

### 1. 운영 활성화 지원 방안

#### 1) 도시민박업 홍보 마케팅 지원

##### ■ 도시민박업의 인지도 강화를 위한 홍보마케팅 추진

- 홈스테이 활성화를 위해 가장 중점적으로 추진해야 하는 부분은 서울을 방문하는 외래객에 대한 홈스테이 프로그램의 인지도를 높이기 위한 홍보마케팅임
- 예전에는 브로셔, 안내책자, 가이드북, 신문 광고, 예약서비스, 구전이 가장 효과적인 홍보의 방법이었다면 FTI 비중이 점점 높아지고, 점차 인터넷과 소셜 네트워크로 빠르게 변하고 있는 상황에서 온라인마케팅에 가장 큰 비중을 두어야 함
  - Facebook, Twitter, YouTube 등 소셜미디어 등록 관리, 검색엔진 광고 실시, 콘텐츠 Ad(컨텐츠광고, 배너광고) 실시, 인터넷 보도기사 작성 및 배포, 파워블로거 홍보 마케팅 등 추진
- 단체 고객 확보에 있어서는 해외 현지 마케팅이 가장 효과적이므로 병행하여 진행 할 필요가 있음
  - 국제박람회 참가 및 해외 세일즈 콜(아시아 주요 6개국: 일본, 중국, 싱가포르, 홍콩, 대만, 말레이시아) 및 홈스테이 팸투어를 실시하고 관련 기사가 현지 언론에 보도될 수 있도록 적극 유도함
  - 해외 주요 여행 잡지, 해외 주요 포털을 활용한 바이럴 마케팅 추진
- 또한 도시민박업을 홍보함에 있어 숙박이라는 측면보다는 생생한 현지인의 삶과 문화를 체험할 수 있다는 면을 강조하여 홍보를 추진토록 함

##### ■ 민박가정 지도 및 홍보물 제작 지원

- 지도 제작

- 민박가정만의 지도를 제작하여 공항으로부터의 소요시간, 주요시설(경기장, 역, 터미널)과의 거리와 시간, 교통편을 표시하고, 그 위치를 그림으로 표시하여 관광객들이 홈스테이를 선택하는데 도움을 줌
- 외국인들이 자주가는 여행지를 간추려 외국어지도를 제작

- 홍보물 및 게스트가이드북 제작

- 외국인관광 도시민박업에 대한 홍보 리플릿을 제작하여 주요 관광안내소에 비치하고 한국관광공사의 홍보물을 통해 도시민박업 및 우수 민박 가정에 대한 홍보 추진
- 게스트를 위해 휴대가 간편한 게스트가이드북을 제작하여 도시민박업 가정 내 비치도 록 함. FIT 및 젊은층이 대부분인 홈스테이 게스트들의 특성에 맞는 정보(한류, 쇼핑, 언어, 문화체험, 미용, 패션 등)를 맞춤형으로 제공도 록 함

## 2. 도시민박업 인력 및 교육 서비스 개발 지원

### ■ 전문 홈스테이 코디네이터 인력 양성

- 홈스테이 매칭은 호텔 예약 프로세스와 달리 홈스테이의 특수성으로 인해 여러 차례 의커뮤니케이션과 점점 절차가 필요함. 또한 홈스테이 가정의 인증 및 관리, 게스트와 호스트간 갈등 중재, 게스트의 만족 관리 등을 위해서는 현재 홈스테이 호스트이 외에 전문성을 지닌 홈스테이 전문 코디네이터 양성이 필요 (외국어 구사 능력 필수)
- 코디네이터 역할은 호스트 모집, 방문인증, 사진 및 동영상 촬영/편집, 호스트교육, 홈스테이 현황 관리, 게스트 매칭 섭외, 게스트 커뮤니케이션, 게스트 가이드, 행정기관의 개입 이전에 갈등을 중재하고 문제해결을 돕는 역할 등으로 다양함
- 한국관광공사의 관광아카데미 교육 프로그램내에 홈스테이 전문코디네이터 교육을

포함하여 정기적인 고객응대 및 전문 CS 교육, 그리고 글로벌 문화에 대한 교육 등을 실시

### ■ 호스트를 위한 홈스테이 전문 교육 실시

- 홈스테이 운영 기구의 운영자 및 지원 가족들은 다양한 문화권의 외국인 관광객과 1:1대면 접촉을 통해 서비스를 제공하는 만큼 관련된 서비스 교육의 실시를 통해 서비스 품질 개선을 도모함
  - 도시민박업의 특성에 맞는 호스트들의 태도, 소양, 어학능력, 음식솜씨에 관한 기준을 설정하고 이에 대한 맞춤형 교육 프로그램을 개발
  - 외국어, 외국문화 및 컴퓨터 등의 전문교육 실시
  - 다양한 문화권의 관광객에 대한 문화적 이해, 에티켓, 기본적인 의사소통 및 언어 교육 실시
  - 전문교육 이수자들을 중심으로 민박동호회 등을 결성하여 상시적인 모임으로 경험담 소개, 효율적인 운영방안과 민박운영에 필요한 각종정보들을 제공하여 민박운영과 관련한 지속적인 커뮤니케이션이 가능하도록 유도함
- 이러한 호스트 전문교육은 한국관광공사의 관광아카데미 교육 프로그램 내에 반영하여 추진하고 향후 민박운영위원회의 설립 및 협회로의 발전 등을 고려하여 민간으로 이양 할 수 있도록 함

## 3. 도시민박업 관련 민간조직 및 협회 설립 유도

### ■ 도시민박업 운영위원회(가칭) 설립

- 신뢰성 있는 전문 매칭기관 및 공신력 있는 공공기관 및 민박운영 가구 대표자들이 참여하는 민박운영위원회 설립을 유도하고 향후 도시민박업 협회로 발전해 나갈 수 있도록 지원함

- 민박운영위원회는 게스트들의 신원에 대한 스크리닝 및 선호하는 호스트가 정의 알선을 지원하고 민박가정에서는 운영위원회가 원활히 운영될 수 있도록 일정 수수료를 지불토록 함
- 민박운영위원회에서는 회원가정에 대한 홍보를 실시하고 서비스 관리 및 교육 실시, 게스트와 호스트간 갈등 중재, 게스트만족 관리 등을 지원하며 도시민박업 가정의 입장을 대변하며 관련 산업의 주체로서 역할을 정립해 나가도록 함
- 도시민박업관련 전문인력(홈스테이 코디네이터 등, 한국관광공사 교육 프로그램연계)을 고용토록 하여 위와 같은 전문적인 서비스 업무를 담당토록 하고 장기적으로는 전문인력 교육도 위탁해 나가도록 함
- 또한 향후 민박운영위원회내에 고객관리센터를 설치하여 24시간 민박업 전문 콜서비스를 실시, 게스트들의 다양하고 긴급한 요구에 대응할 수 있도록 하는 방안 검토

#### ■ 민박운영위원회내에 전문 컨설팅 프로그램 개발 운영

- 민박운영위원회내에 도시민박업 운영에 관심을 가지고 있는 가정들이 가장 궁금해 하고 어려워하는 문제에 대해 상세한 정보를 공유하는 민박운영 컨설팅프로그램을 개발하여 지원함.
- 주요 내용은 세금·보험의 비용 문제와 홍보 마케팅 추진 방법, 게스트에 대한 기본적인 서비스 제공 방법 등임
- 이를 통해 홈스테이에 관심 있는 가정들이 도시민박업으로 쉽게 등록할 수 있도록 유도함으로써 실질적인 도시민박업의 확산에 기여토록 함

### 4. 도시민박업 문화체험상품 및 프로그램 개발 및 운영

#### ■ 민박가구 1전통문화 체험 프로그램 운영

- 홈스테이는 단순한 숙박으로서의 기능적 측면과 집이라는 물리적 공간의 의미 뿐 아니라 호스트와 외국인 게스트 간 상호 문화 교류와 서로의 삶에 대한 소통이 이루어지는 가치를 지닌 공간임
- 따라서 홈스테이 가정내에서 호스트와 게스트가 함께 할 수 있는 한국적인 문화 체험 프로그램을 개발하여 운영토록 함
  - 홈스테이가 다른 숙박시설과 차별화 될 수 있는 것이 1대1 접촉을 통해 인적 서비스를 제공할 수 있다는 것임
  - 1가구 1전통놀이 프로그램을 개발. 즉, 민박가구에서 관광지와 함께 한국전통요리하기(김치담그기 등), 한국전통놀이(윷놀이, 재기차기 등)하기, 한국어 배우기(간단한 인사말) 및 한복입기 등 외래 관광객이 직접 참여할 수 있는 체험의 장을 제공
  - 홈스테이 활성화로 체류 게스트 규모가 많아지면 여러 홈스테이 가정의 호스트와 게스트가 어울릴 수 있는 주말 문화체험 프로그램을 기획 운영토록 하고 또한 온오프라인상의 다양한 커뮤니티 모임 형성을 지원하고 이를 홍보 및 마케팅에 활용함으로써 구전효과 및 만족도를 제고시킬 수 있을 것으로 기대됨
- 이러한 문화체험 프로그램의 운영은 관광객에게 우리나라 및 민박의 가정문화에 대한 긍정적인 이미지를 심어줌으로써 구전효과를 통한 민박홍보의 극대화를 꾀할 수 있음

## 5. 민박업 정보 보안 강화 및 전문 매칭 시스템을 활용한 소비자 보호

### ■ 보안시스템 강화를 통한 민박업 정보 관리

- 다양한 고객 정보 누출 사고가 발생하여 사회적 이슈가 되고 있는 바 안전한 고객 정보 관리 및 보안은 필수적인 준수 사항이 되며, 특히 홈스테이의 경우 각 가정에 대한 상세한 정보를 필요로 하기 때문에 단순한 내부 유출 방지 뿐 아니라 철저한 시스

템 보안 및 방어력 체계 구축이 필수적임

- 홈스테이 매칭 기업의 시스템에 대한 보안 강화가 필요함. 방화벽 설치, 탈퇴 회원 정보 영구적 삭제, HTTPS 보안 사이트 운영 등을 강화하고 게스트에 대한 신원확인 등 스크리닝 절차를 강화토록 함으로써 게스트와 호스트의 안전을 철저히 관리해 나갈 필요가 큼

### ■ 전문매칭 기관을 통한 게스트-호스트 안전관리 및 매칭기업 선별적 지원

- 게스트와 호스트에 대한 안전 강화를 위해서는 게스트와 호스트간 직접적인 매칭 방식 보다는 전문 매칭 업체 및 공공 매칭기관을 통한 간접 매칭방식이 요구됨. 이러한 간접 매칭을 확대하고 매칭기관을 통해 게스트에 대한 일차적인 신원확인 및 안전관련 스크린을 거치도록 함
- 최근 증가하고 있는 게스트 호스트 관련 안전사고 및 범죄 등을 예방하기 위해 도시민박업의 제도 정착 초기에는 게스트와 호스트간 직접적인 매칭방식보다는 신뢰성 있는 매칭기업과 홈스테이 관련 단체 등을 선별하여 간접 매칭을 지원해 나감
- 전문 매칭 기관과 단체에서는 호스트 등록 관리 및 게스트 신원 확인 등을 철저히 실시토록 하고 매칭과 관련한 안전사고 및 범죄 발생시 책임을 질 수 있는 장치를 마련토록 함
- 공신력 있는 매칭 전문 단체나 신뢰성 높은 매칭 전문 기업을 선별적으로 지원함으로써 도시민박업 성장의 매개사업으로 육성해 나감
  - 고도화된 온라인 매칭 시스템 구축 지원
  - 사용자 중심의 매칭 프로세스 및 전략에 대한 지속적 개선 및 관련 전문인력 개발(프로그래밍, 웹디자인, 웹기획 등)
  - 모바일 시스템 및 스마트폰 앱 개발
  - 도시민박업 관련 다국어 사이트 확대
  - 한국에 대한 다양한 콘텐츠의 지속적 개발 및 제공(생활, 관광, 뉴스, 한류 등)

## 6. 도시민박업 보험제도 도입을 통한 위험 관리

### ■ 매칭기업과 보험회사간 숙박일수 기반의 포괄계약 추진

- 최근 게스트 호스트의 안전 사고 등과 관련하여 일련의 기사가 사회문제화 됨으로써 범죄 및 질병 등과 같은 위험에 대한 안전관리의 중요성이 증가되고 있으며 이와 관련한 게스트 및 호스트의 불안이 증가하고 있음
- 또한 외국기관 및 공공기관 대상의 민박업 유치 사업 진행시 보험제도 도입은 기초적인 신뢰를 줄 수 있는 중요한 근거가 될 수 있음
- 정부 지원사업에 대한 언론과의 불필요한 마찰 혹은 문제 제기에 대한 예방 및 대외 홍보 차원에서도 보험제도를 활용할 필요가 큼
- 현재 적용 가능한 기존 보험 상품은 다음과 같음. 그러나 실제로 개별적인 호스트들이 보험회사와 계약을 체결하기는 어려운 실정임
  - 호스트 보상 : 영업배상책임보험(시설물 관련 손해 보상), 생산물배상책임보험(음식물 관련 보상), 주택화재보험 상품 정도임
  - 게스트 보상 : 여행자 보험(건강보험에 가입하지 않는 외국인에 대한 보상의 형평성 문제가 제기되어 정부 지침에 따라 외국인 대상 상품이 여행자 보섭 외에는 대부분 없어진 상황
- 홈스테이 호스트 각 가정 혹은 게스트 개인 단위의 보험 계약 체결보다는 홈스테이 호스트를 회원으로 보유하고 있는 매칭 기업과 보험사와의 숙박일수 기반의 포괄 계약이 용이한 것으로 보임
  - 개별 가정단위로 보험 가입을 하기 위해서는 각 가정이 사업자로 등록되어 있어야 하고 보험사에서 상품 구성 자체가 어려움
  - 홈스테이 관련 가장 중요한 도난 및 폭행에 대한 보장은 현재 보험상품이 없

고 보험 적용이 어렵지만, 신뢰성 있는 매칭기업을 정부가 지원하고 이를 통해 보험사와 협의를 진행한다면 긍정적인 방향으로 상품개발을 유도해 나갈 수 있을 것으로 기대됨

**<표 4-1> 도시민박업 활성화 지원 방안**

구분	내 용
홍보 · 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈스테이 프로그램 인지도를 높이기 위한 홍보마케팅</li> <li>- 여행책자 신문 등의 전통미디어에서 인터넷과 소셜네트워크로 변하고 있는 상황에서 온라인마케팅에 중점을 두고 홍보</li> <li>- 해외 현지 마케팅을 통해 단체고객 확보</li> <li>- 홍보함에 있어 숙박이라는 측면보다는 현지인의 삶과 문화를 체험할 수 있다는 면을 강조하여 홍보</li> <li>- 민박가정만의 지도 제작 및 홈페이지 제작</li> </ul>
인력 · 서비스개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전문 홈스테이 코디네이터 인력 양성</li> <li>- 호스트를 위한 홈스테이 전문 교육 실시</li> </ul>
민간 조직 설립 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 도시민박업 운영위원회(가칭) 설립 지원</li> <li>- 민박운영위원회내에 전문 컨설팅 프로그램 개발 운영</li> </ul>
상품 · 프로그램 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 민박 가정내 한국문화 체험 상품 및 프로그램 개발</li> <li>- 1가구 1전통문화 체험 프로그램 개발(전통요리, 전통놀이, 한국어 배우기, 한복입기 등)</li> </ul>
정보 강화 · 소비자 보호	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈스테이 매칭 기업의 시스템에 대한 보안 강화</li> <li>- 전문 매칭 기업을 통한 게스트-호스트 안전관리 강화</li> <li>- 신뢰성 있는 매칭기업에 대한 선별적 지원</li> </ul>
보험제도 도입	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈스테이 호스트 각 가정 혹은 게스트 개인 단위의 보험 계약 체결보다는 홈스테이 호스트를 회원으로 보유하고 있는 매칭 기업과 보험사와의 숙박 일수 기반의 포괄 계약 추진</li> </ul>

## 제 5 장

---

### 결론 및 제언

---

제1절 결론

제2절 정책적 제언

---



## 제 5 장 결론 및 제언

### 제1절 결론

- 문화관광부에서는 2011년 12월 30일 ‘외국인관광 도시민박업’을 관광편의시설업으로 추가한 관광진흥법 시행령 및 시행규칙을 공포·시행하였으며 2012년 5월 15일 다시 ‘외국인관광 도시민박업’을 관광객 이용시설업으로 재분류하는 관광진흥법 시행령 일부개정령안을 발의하였음
- 본 연구는 단기적인 외래방문객 유입시 대전의 부족한 숙박 공급 능력을 해결하고, 한국을 비롯한 대전의 문화를 널리 알려 외국인 인바운드 관광객을 확대하기 위한 전략으로 도시민박업 및 홈스테이의 활성화 전략 방안을 연구하였음
- 도시민박업과 홈스테이는 숙박을 통한 문화의 관광상품화 전략으로서 그 가치가 매우 높으며, 선진국의 활성화된 사례에 비해 국내에서도 활성화전략 마련이 필요하다는 관점에서 대전지역의 관광산업 발전을 위한 전략으로서 연구하였음
- 반면 연구에 앞서 이론적 관점에서 국내에서의 민박업, 도시민박업, 홈스테이 등 유사한 용어가 사용되고 있으나 이에 대한 명확한 개념 규정이 없어 많이 혼용되어 사용되며, 특히 민박과 홈스테이에 대한 구분은 영리와 비영리로 나눌 수 있는데 본 연구에서는 특별히 구분하지 않고 민박과 홈스테이의 동일한 영역 즉, 가정 내에서 체류하는 숙박프로그램의 개념으로 접근함
- 연구결과 현재 대전을 비롯한 국내 도시민박업과 홈스테이 분야는 아직 활성화되지 않은 분야로 활성화를 위한 전략적 방안이 요구됨
- 특히 본 연구에서는 외국인 관광객뿐만 아니라 외국인 유학생과 내국인 모두 이용 가능한 기능적 차원에서의 접근이 필요함
- 따라서 대전의 도시민박업과 홈스테이 분야의 발전을 위해 제도적, 지방정부 차원에서의 활성화 전략과 민간영역의 활성화를 위한 마케팅 등의 전략 방안 등이 요구되며, 이와 같은 연구 필요성에 의한 연구 결과를 분석한 결과를 요약하면 다음과 같음

## 1. 정부의 지원제도 마련 필요

- 외국의 경우, 정부나 지방의회에서 각종 세금을 감면하거나 보조금 지급 등 각종 행정적 지원을 하고 있으며, 또한 금융기관도 지방의회와 연계하여 도시민박업 및 홈스테이 가정에 대한 자금 대출 등을 하고 있음
- 기존 홈스테이 매칭 알선단체에 대한 정부의 제도적, 행정적 지원을 통해 활성화와 문제점 등의 애로 사항을 해결하고 문화관광부와 한국관광공사의 지원을 확대하여 보다 체계화된 매칭 활동을 할 수 있도록 법적, 제도적 보완이 필요함
- 시급한 것은 외국과 같이, 도시민박업 및 홈스테이 관련협회를 설립하여, 이를 통한 시설의 등급기준도 마련하여 지정하고 이에 따른 가격제도를 도입하여 관광객들에게 신뢰감을 주고 합리적으로 이용하게끔 유도함
- 또한 가입조건에 회원의 손해보험 가입을 규정하여 사고나 문제 발생시 이를 보상할 수 있는 제도적 장치 마련이 요구됨
- 그리고 가입회원에게는 경영지원과 교육, 보조금 지원, 홍보자료 제공 등의 혜택을 부여하고 정부측면에서도 개발제한구역내 위치한 시설에 대해 농업에 대한 법적용을 완화하고 시설개선 및 서비스향상을 위하여 관광진흥개발기금에서 자금을 지원하며 지원조건을 개선하는 것이 필요함
- 재정적 차원에서 재산세감면 등의 세제지원 방안도 마련되어야하며, 관련 협회에 행정적 제재 권한을 부여하여 기준에 미달하거나 협회에 고발된 가정에 대해, 벌금을 징수하거나 운영 자격을 정지하는 방안 등을 검토하여 무차별적인 진입을 미연에 방지함
- 그 밖에도 대전의 외국인 관광객과 유학생의 정주 만족도를 향상하기 위한 전략으로서 외국인 전용 게스트하우스를 도입하고 이를 활성화하여 외국인관광객과 유학생 모두 정보를 공유하며 대전의 문화적인 체험을 확대할 수 있도록 장( )을 조성하여 제공함

## 2. 교육훈련프로그램

- 외국인 관광객의 경우, 언어소통, 문화적 배경의 차이로 인한 문제발생과 일부 가정의 인종적 차별이 문제점으로 제기되고 있으므로, 일반 또는 전문 숙박기관과 비교하여 볼 때, 숙박기관의 역할을 담당할 수 있는 종사원 관련 서비스 교육이 필요함
- 민박과 홈스테이 이용자와의 접촉빈도와 강도는 높으며, 이들을 통하여 현지인(한국인)의 생활과 문화를 배우기 때문에 주인의 태도, 소양, 어학적 능력, 음식솜씨 등은 매우 중요하므로, 이에 대한 보다 체계적인 다양한 교육 프로그램이 요구됨
- 민박과 홈스테이를 신청하고 싶어도 막상 신청시, 사전지식이 없는 경우 두려움을 갖는 경우가 있어 취소되는 경우가 종종 발생하므로 이를 해결할 수 있는 방안마련이 요구됨
- 또한 가정마다 교육수준, 외국어 수준, 외국관광 경험, 선호하는 국가 등 다양한 특성이 존재하므로 동일한 수준의 서비스가 제공되거나 제공될 수 없으므로 가정마다 각기 다른 목표를 설정하고 목표에 따른 차별화된 홈스테이 프로그램을 개발하여 제공하도록 함
- 특히 이러한 교육 이후 교육에 따른 홈스테이 신청 가정에 대한 평가가 이루어져 교육의 효율성을 도모하고 홈스테이 가정의 등급선정에 참고함
- 그 밖에도 특정한 국제회의 및 메가이벤트 개최 시에는 참가국가에 따른 가정 선정이 사전에 이루어져 그 국가에 대한 언어, 문화교육이 반드시 이루어지도록 제도화하여야 하므로 시설에 대한 기준과 더불어 언어구사, 서비스에 대한 기준을 설정하고 이들에 대한 운영교육, 서비스교육, 어학교육, 요리강좌, 한국문화소개, 관광자원교육 등의 보정교육이 필요함
- 또한 의욕은 있으나 자질, 능력, 소양 등이 부족한 일반인들에게 한국의 고유 문화를 체험할 수 있도록 문화체험프로그램을 도입하여 외국인만을 위한 교육 프로그램이 아닌 내부마케팅 전략을 진행함

### 3. D/B 구축과 매칭을 위한 예약시스템 구축

- 게스트-호스트를 연결하는 매칭업체의 수익성 악화로 이를 해결할 수 있는 정부 또는 대전시의 지원정책 이외에도 자체적인 시스템을 통해 고정적인 고객 확보와 활성화를 도모할 수 있는 프로그램 개발 전략방안 마련이 우선시 됨
- 민박과 홈스테이 관련한 D/B 구축은 물론 민박협회를 통한 전국적인 조직망을 이루어 민박을 운영하여 품질관리, 정보제공과 예약 등 통합적 관리를 구축함
- 효율적 홍보를 통하여 국내에 있는 매칭업체를 관광숙박시설로서의 이미지를 개선시키고, 인터넷 및 전화를 이용한 예약시스템 구축, 개최도시별 숙박사업단, 관광안내소의 예약시스템 연결로 현장 예약체계를 도입할 수 있도록 함
- 숙박 안내 및 예약만을 제공하는 단순 정보시스템이 아니라, 다양한 정보를 제공할 수 있는 복합적인 통합시스템을 도입하여 게스트하우스와 연계하거나 대전의 도시민박업과 홈스테이 가정이 접속하여 다양한 정보와 예약현황 등을 확인할 수 있도록 함
- 그 밖에도 객실예약 및 확인, 지불관계와 함께 그 외 기타정보(관광지 및 문화행사, 음식점, 날씨, 교통 관공서 등과 같이 각종 여행정보)를 제공하며, 더불어 관광목적지 관리시스템(destination management system)을 병행하여 정보의 정확성과 신뢰성을 제공함
- 또한 민박이나 홈스테이 가정의 시설이 열악한 상황을 고려하여 정보체계 및 통합안내시스템 인프라의 형태는 자동(network), 반자동(fax), 수동(전화) 등의 다양한 형태로 도입하여 진입장벽 제한을 해결함
- 게스트 부족에 대한 다방면의 노력과 게스트-호스트 매칭업체에 대한 자금지원 또는 인력지원, 용자사업 등의 현실적인 지원을 통해 전문적 시스템을 구축할 수 있도록 뒷받침해야 할 것임
- 추후 원스탑 예약이 될 수 있도록 각종 관광자료 비치와 인터넷을 통한 예약채널을 구축하고 홈스테이 이용자가 사전 통지없이 나타나지 않는 경우(no-show) 민박가정의 피해를 줄이기 위한 방안도 강구하도록 함

#### 4. 체계적 홍보방안 구축

- 각종 메가스포츠이벤트 홈페이지 활용과 숙박에 대한 주요 홍보체계는 한국관광공사, 여행사 등 관련 웹사이트와 연계를 구축하여 홍보관련 숙박시설의 정보를 제공하는 것이 필요함
- 대전시의 도시민박 및 홈스테이에 대한 관련 정보를 알릴 수 있는 공식적인 창구나 대전시 관광분야의 홈페이지와 연계하여 홈스테이 정보와 예약을 바로 할 수 있도록 시스템 연계화가 필요함
- 대전내 인바운드 여행사 및 국제적인 네트워크를 가진 여행사를 사전에 선정하여 입장권과 숙박권을 포함한 메가스포츠이벤트 관광상품을 기획하고, 대전에서 개최되는 공식적인 행사 및 이벤트를 활용하여 외국인 관광객 유입을 극대화 함
- 한국관광공사, 대한무역진흥공사, 문화원 등과 연계하여 관광 및 숙박정보를 지속적으로 노출시키고 ‘한국문화의 밤’ 등을 개최하여 한국에 대한 인지도를 제고해 볼 수 있으며, 잠재외국 방문객 및 이벤트 참가자를 중심으로 홍보활동을 실시함
- 또한 외국인들이 즐겨보는 홈페이지(Yahoo, Hotmail 등)에도 배너광고를 실시 할 필요가 있으며, 대전시의 관광지와 행사내용을 다채롭게 꾸며, 대전지역 내 숙박과 연계가 가능하도록 역, 터미널, 공항 등지에 자체 팸플렛과 관광안내서를 배포하여 활성화를 유도함
- 그 밖에도 현재 매칭업체로 운영되고 있는 집단과 연계한 홈페이지 연계전략 등이 필요하고, 대전의 문화에 관심이 많은 기업과 지역의 대표 기업의 후원을 통해 민박업과 홈스테이 산업의 활성화를 도모함
- 영어권, 일본어권, 중국어권 등의 팸투어를 실시하여 대전의 홈스테이에 대해 소개하고 그에 대한 만족도 제고 및 유학생의 홈스테이 욕구를 위한 학교와 연계전략 방안을 마련함

## 5. 민·관 협력체제 구축

- 도시민박업 및 홈스테이 분야는 국내에서 비활성화된 미개척 분야로 앞으로의 성장이 필요하고, 성장이 주목되는 분야라 할 수 있음
- 그러나 현재 정부 차원의 지원과 제도가 미비하고, 중요성 인식과 참여가정의 부족으로 대전을 비롯한 국내에서의 활성화가 필요한 만큼 민관이 협력하여 활성화를 위한 기초적인 협력체계가 우선적으로 마련되어야 할 것으로 사료됨
- 따라서 민·관이 하나가 되어 서로 협력하고 상황대처 및 문제점파악과 처리를 보다 원활히 할 수 있는 대응체계를 갖추는 것이 무엇보다 필요함

## 6. 중·소 숙박시설의 도시민박업 전향 지원체제 구축

- 현재 대전시의 중저가 숙박시설을 운영하고 있는 자영업자들 및 소상공인들은 영업의 많은 어려움을 갖고 있음
- 그러한 데에는 중저가 숙박시설이 가족 나들이객과 관광객을 수용하기에 이미지상 어려움을 갖고 있기 때문으로 최근 증가하고 있는 가족 관광객의 수요를 위해서라도 도시민박업으로의 전업을 할 수 있도록 대전시가 지원하는 정책 등이 요구됨
- 이와 더불어 민박 및 홈스테이 분야 이외에도 중저가 숙박시설을 운영하는 영세 상공인을 위한 경영 노하우 및 서비스 개선을 위한 서비스 교육 등의 지원이 필요할 것으로 판단되며, 도시민박업으로의 전환을 위한 지원체계를 마련하여 영세상인의 어려움을 타개할 수 있는 방안을 다각도로 연구하여 대전시만의 관광숙박시설체계를 구축하는 선진사례가 요구됨

## 제2절 제언

- 국내 관광산업에서 숙박시설은 대부분 대형화, 고급화를 중시하여 왔으며, 기타 중소형 숙박시설은 상대적으로 소외시 되어 왔으나 대형 숙박시설의 수요는 한계에 이르렀고, 관광산업에 대한 공급이 지나치게 수요를 추월하고, 대중관광에서 특수목적관광(SIT)형태를 선호하면서 대단위 숙박시설의 대한 투자가 어려워지고 있음
- 최근 지방자치단체의 재정자립도 및 경제활성화, 노후숙박시설의 재활성화, 실업자 고용 및 유휴 시설의 활용 측면에서 도시민박업 및 홈스테이 사업은 관광산업의 필요한 유용한 사업군으로 분류되고 있음
- 특히 문화에 대한 소비 인식이 강해지고 품질지향 관광 형태가 자리잡으면서 문화를 향유할 수 있는 숙박형 문화체험의 관광상품이 대안으로 등장하게 되었음
- 외국인을 포함한 외래관광객들은 대전지역 관광지 주변의 민박 또는 홈스테이 가정을 이용하고, 아파트보다는 전통적인 느낌을 살린 가옥이나 단독주택을 선호하고 있으므로 외국인 관광객의 수요에 대응하는 방안이 필요하다고 할 수 있음

### 1) 숙박형 관광객 유도를 위한 맞춤전략 필요

- 최근 관광객의 수요는 다종다양의 맞춤형 서비스의 제공이 더욱 중요시되고 있으며, 감성적 차원의 마케팅을 통한 맞춤 전략이 필요함
- 숙박형 관광객의 욕구와 필요사항을 보다 정확히 파악하여 이에 대한 보완이 필요하며, 지속적인 관점에서 이루어져야 할 것으로 판단됨
- 대전시의 관광목적지로서의 매력은 타도시에 비해 다소 낮은 수준으로 이를 극복하기 위한 전략으로 문화를 상품화하여 숙박과 접목한 도시민박업 및 홈스테이의 활성화는 외국인과 외래방문객을 위한 맞춤형 관광상품으로서 가치를 발현할 수 있을 것으로 판단되며, 이는 자연스럽게 지역경제 활성화를 도모할 수 있는 숙박관광객 증가를 가져올 것으로 판단됨

## 2) 품질관광 지향

- 단순한 체험형 관광을 벗어나 보다 디테일(detail)한 문화를 체험하고 차별화된 문화 상품을 제공하므로써 관광빈도 중시 행태에서 품질지향 관광형태로 변화되고 있음
- 특히 대전의 경우 많은 관광객을 유치하기 보다는 대전에 온 관광객을 보다 오랜기간 머물게하여 소비를 촉진시키는 전략이 필요한 만큼 차별화된 숙박형 관광상품으로 품질관광산업 성장이 요구됨
- 숙박형 관광객을 유치하기 위한 가장 큰 목적은 숙박형 관광객이 관광목적지에서의 소비비용이 증가하여 지역경제의 파급효과가 당일관광객에 비해 높기 때문에 관광객 수에 연연하지 말고 소비 수준이 높은 질 높은 관광객 유치가 필요함
- 저비용 고강도 체험형 관광으로 바뀌고 있기에 질 낮은 대량관광 보다는 특정 계층을 위한 체험형 품질 관광이 필요한 시기이므로 대안관광 형태로서의 도시민박업과 홈스테이는 매우 중요한 지속가능한 관광형태로서 대전시의 관광정책에 반영되어야 함

## 3) 대전만의 특화된 숙박관광 아이템 개발 필요

- 관광산업은 지역간 또는 국가간 경쟁이 더욱 치열해지고 있으며, 지역간 관광수준의 격차가 해소되면서 지역 간의 관광특성화가 약해지고 있으며, 이러한 약화된 관광경쟁력을 향상시키기 위해서는 대전만이 갖는 고유 관광아이템이 필요함
- 특히 숙박형 관광객 유치를 위해 도시민박업과 홈스테이 가정내에서 차별화된 문화와 생활양식 등을 제공하여 문화적 소구 역량을 강화하는 차별화된 아이템을 통해 체류시간을 연장시킴으로써 숙박관광 활성화를 유도함

## 4) 다양화 전략

- 숙박관광객을 유입시키기 위해서는 야간에 즐길 수 있고 매력 있는 경쟁력 갖춘 야간형 관광상품의 개발이 필요함
- 도시민박업 및 홈스테이 이외에도 게스트하우스나 비지터센터의 도입과 중저가 숙박시설의 도시민박업 전화에 따른 지원체계 등 다양한 차원에서의 전략방안 마련이 요구됨

## 참고문헌

- 김청권(2004), 한국형 펜션 건축의 계획방향에 관한 연구, 연세대학교 석사학위논문
- 김형미·오익근(2001), 농촌민박자원의 효율적인 운영방안, 호텔경영학연구,10(1), 31-52
- 남래호·김정숙(2004), 중요도-실행도 분석을 통한 전통가옥 민박환경숙성 평가, 호텔관광연구, 6(2), 9-26.
- 노승주(2005), 농촌민박 마케팅수립 방안에 관한 연구 : 시장세분화를 중심으로, 경희대학교 석사학위논문.
- 농림수산식품부(2007), 녹색민박경영 매뉴얼.
- 농촌자원개발연구소(2007), 녹색민박경영 매뉴얼
- 머니투데이, "16세 한국유학생 몰카 홈스테이 주인 기소", 2011.01.26
- 민가령(2011), 펜션업 제도에 관한 연구, 경남대학교
- 매일신문, 안동 민박집 주인 대만관광객 성추행 망신살, 2011.08.12
- 박시현 · 박주영(2003), 농가숙박업의 제도화 방안. 한국농촌경제연구원.
- 손대현 · 장서희(2000), 민박의 문화관광상품화 방안, 문화관광연구, 2(1), 7-29.
- 아시아투데이, 경찰, 일본 관광객 성폭행 사건 수사, 2012.05.24
- 연합뉴스, '금반지 슬쩍한 홈스테이 여행객 달미.' 2011.08.24.
- 울산발전연구원(2004), 울산권 관광자원 연계화 방안 및 지역 체류형 관광상품 개발.
- 유지윤(2012), 외국인관광 도시민박업 활성화 방안 연구, 한국문화관광연구원.
- 윤대순(2000), 외래관광자를 위한 민박활성화 방안에 대한 연구, 관광경영학연구, 제 7호
- 이강욱(2000), 「2002 월드컵 대비 숙박수급 분석 및 중저가 숙박시설의 효율적인 운영 방안, 한국문화관광연구원, pp.12~13.

- 이봉석 김용상 정석중 심인보 (1988), 관광사업론, 대왕사.
- 이홍철 · 김은주(2001), 2002년 대구 월드컵 민박신청가구의 실태 및 의식에 관한 연구, 관광연구 제16권 제2호(통원 18호), pp. 131~150.
- 장연주 · 최동주(2006), 영국 · 일본의 농가민박의 발생요인과 전개과정, 농촌관광연구 제13권 제2호.
- 전남발전연구원(2009), 전남 체류형 관광수요 창출을 위한 관광숙박시설 구축 방안.
- 전영선(1998), 홈스테이 여행상품의 운영실태와 문제점, 한국관광공사.
- 최영준(2010), 민박등급제도에 관한 탐색적 연구, 대한관광경영학회, 제25권 제4호, pp 145-158.
- 충남발전연구원(2007), 충남의 관광수요와 개발실태 분석을 통한 발전전략.
- 한국관광공사(2003), 청사초롱, 2003년 11월 19일자, 제244호, p.4
- 한국관광공사(2011), 한국형 B&B 도입 운영 전략 수립 연구.
- 한국관광공사 내부자료(2012), Stay Korea 사업 현황.
- 한국문화관광연구원(2003), 중저가형 관광숙박시설 확충 및 활성화 방안.
- 한국문화관광연구원(2004), 관광숙박 수급분석 및 대응방향.
- 한국지방자치단체국제화재단(2005), 50년 역사의 팬션제도, 프랑스의 지트 pp.623-631.
- 한유석·김선희·윤재홍(2007), 광주전남 일본인 관광객 유치 활성화를 위한 남도홈스테이 운영 방안, 일본어문학, 35, pp. 623-641.
- Age. Cornell H.R.A. Quarterly, Vol.34, April, 1993.
- Bobbi Zane(1997), The B&B Guest, Cornell University.
- Emerick Robert E, and Emerick Carol A.(1994). Profiling American Bed and Breakfast Accommodations, Journal of Travel Research. Vol.32
- Incoming-Tourism Germany (Edition 2011), German National Tourist Board.

런던홈스테이 [www.londonhomestays.com](http://www.londonhomestays.com)

법제처 [www.moleg.go.kr](http://www.moleg.go.kr)

백패커스 인사이드 [www.backpackersinside.com](http://www.backpackersinside.com)

서울글로벌패밀리 홈스테이 [homestay.visitseoul.net](http://homestay.visitseoul.net)

서울문화관광 [www.visitseoul.go.kr](http://www.visitseoul.go.kr)

씨티게스트하우스 [www.cityguesthouse.co.kr](http://www.cityguesthouse.co.kr)

스테이코리아 [www.staykorea.co.kr](http://www.staykorea.co.kr)

우리집 한옥체험과 [www.wooriguest.com](http://www.wooriguest.com)

엔조이잉글랜드 [www.enjoyengland.com](http://www.enjoyengland.com)

윌두 [www.wimdu.co.kr](http://www.wimdu.co.kr)

코리아 홈스테이 [korea-homestay.com](http://korea-homestay.com)

파인드홈스테이코리아 [findhomestaykorea.net](http://findhomestaykorea.net)

한국라보 [www.labostay.or.kr](http://www.labostay.or.kr)

호스텔협회 [www.koreahost.org](http://www.koreahost.org)

홈스테이코리아 [www.homestaykorea.com/](http://www.homestaykorea.com/)

British Tourist Authority [www.visitbritarian.com](http://www.visitbritarian.com)

B&B Morning Calm [blog.naver.com/staykorea](http://blog.naver.com/staykorea)

Hostelbooker [www.hostelbooker.com](http://www.hostelbooker.com)

Hostelsforever [www.hostelsforever.com](http://www.hostelsforever.com)

Hostelworld [www.hostelworld.com](http://www.hostelworld.com)

Lanier, Pamela and Judy Berman, Bed and Breakfast Inns, Come of

두산백과사전 <http://www.encyber.com>