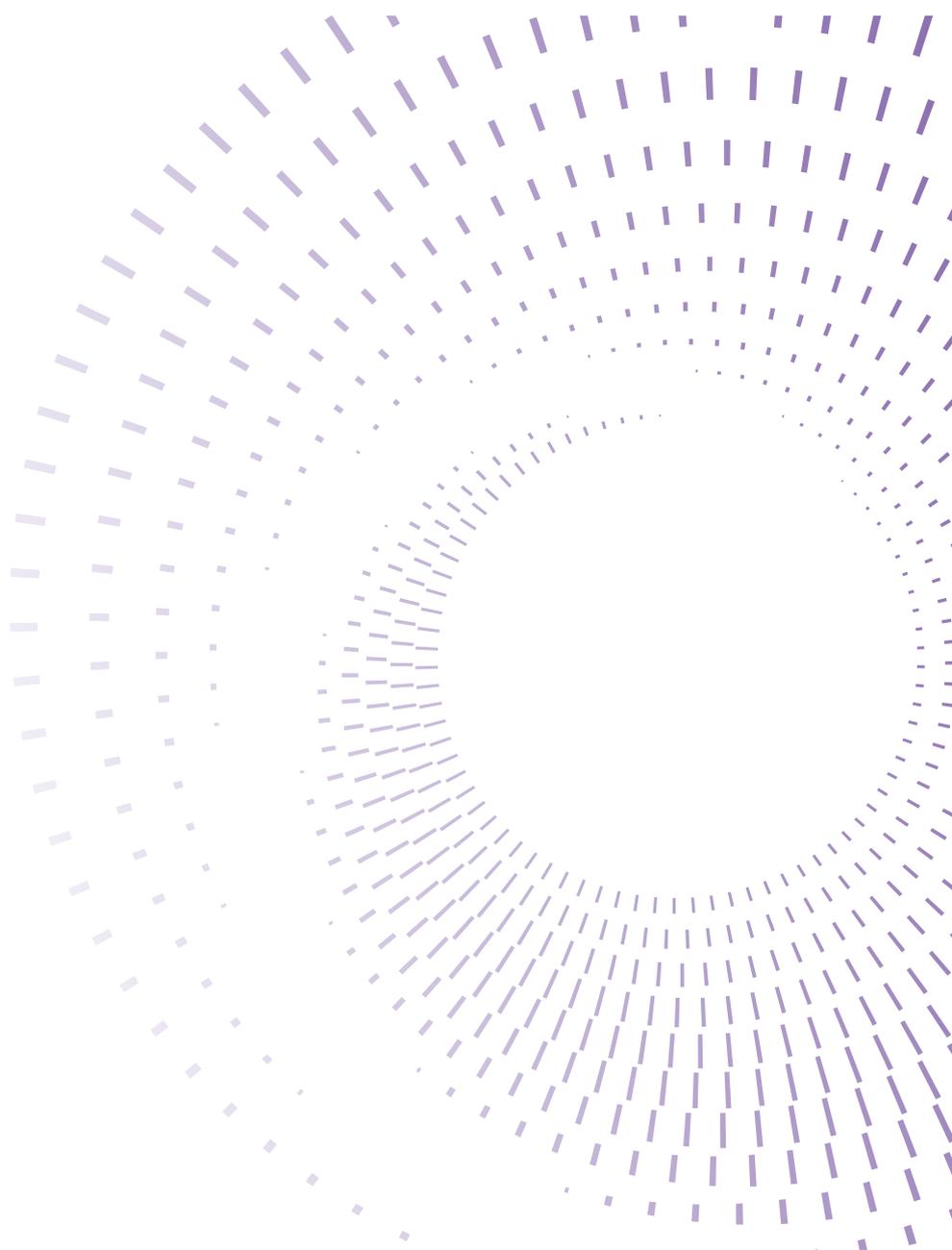


Vol.2

2024.02

YANOLJA RESEARCH REPORT

# 숙박형태의 변화와 규제 개선방안



## 연구진

### ○ 연구책임자

최규완 교수 : 경희대학교 호텔관광대학/스마트관광원 교수  
경희대학교 H&T애널리틱스센터 센터장  
(E-mail: kwchoi@khu.ac.kr)

### ○ 연구원

장수청 교수 : 미국 퍼듀대학교 호텔관광대학 교수  
야놀자리서치 원장

최유경 연구원 : 야놀자리서치 선임연구원

김진권 연구원 : 경희대학교 H&T애널리틱스센터 팀장

정안철 연구보조원 : 경희대학교 H&T애널리틱스센터 연구원

윤동현 연구보조원 : 경희대학교 H&T애널리틱스센터 연구원

정기성 연구보조원 : 경희대학교 H&T애널리틱스센터 연구원

양인성 연구보조원 : 경희대학교 H&T애널리틱스센터 연구원

## < 목 차 >

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| I. 서론 .....                  | 1   |
| 1. 연구 배경 및 목적 .....          | 3   |
| 2. 연구 내용 .....               | 10  |
| II. 숙박시장을 둘러싼 환경의 변화 .....   | 13  |
| 1. 플랫폼경제의 확산 .....           | 15  |
| 2. 소비자 수요 다변화 .....          | 19  |
| 가. 장기 체류형 관광의 증가 .....       | 19  |
| 나. 경험 소비로의 변화 .....          | 23  |
| 다. 웰니스에 대한 관심 증대 .....       | 27  |
| 라. 1인 가구 증가와 개별관광 활성화 .....  | 30  |
| 3. 국민 관광여력 증대 .....          | 33  |
| III. 새로운 숙박형태 .....          | 37  |
| 1. 숙박패턴과 형태의 변화 .....        | 39  |
| 2. 공유숙박 현황 및 특성 .....        | 43  |
| 3. 생활형숙박시설 현황 및 특성 .....     | 53  |
| 4. 고부가가치화 숙박상품 현황 및 특성 ..... | 63  |
| IV. 새로운 숙박형태의 주요 규제 현황 ..... | 73  |
| 1. 공유숙박 규제 현황 .....          | 75  |
| 2. 생활형숙박시설 규제 현황 .....       | 91  |
| V. 숙박업 규제 방향 .....           | 99  |
| 1. 공유숙박 규제 방향 .....          | 101 |
| 2. 생활형숙박시설 규제 방향 .....       | 106 |

## [ 표 목차 ]

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| [표 I-1] 본 연구의 주요 연구 내용.....                              | 11 |
| [표 II-1] 우리나라 원격근무 근로자 및 재택근무 희망 근로자 수 추이(단위 : 만 명)..... | 20 |
| [표 II-2] 가구원 수 별 소비지출 규모 추이 및 전망(실질, 단위 : 조 원).....      | 31 |
| [표 III-1] 국내 일반 및 생활 숙박시설운영업의 사업체 수 추이(단위 : 개, %).....   | 42 |
| [표 III-2] 공중위생관리법 상 숙박업의 주요 의무사항.....                    | 57 |
| [표 III-3] 생활형숙박시설 법적 기준.....                             | 58 |
| [표 III-4] 관광호텔 운영 현황.....                                | 66 |
| [표 IV-1] 공중위생관리법상 숙박업 제외 시설.....                         | 75 |
| [표 IV-2] 외국인관광도시민박업 주택분류별 기준.....                        | 78 |
| [표 IV-3] 건축법에 따른 한옥 건축 기준.....                           | 79 |
| [표 IV-4] 국내 공유숙박의 업종별 규제 비교.....                         | 81 |
| [표 IV-5] 해외 공유숙박 규제 사례 표.....                            | 89 |
| [표 IV-6] 플랫폼 사업자가 세무당국에 의무적으로 보고하는 정보 목록 표.....          | 90 |
| [표 IV-7] 주택, 오피스텔, 생활형 숙박시설 규제 비교.....                   | 92 |
| [표 IV-8] 호텔과 생활용 숙박시설의 특성 비교.....                        | 94 |
| [표 IV-9] 숙박업 미신고 소유 규모별 현황(단위 : 천 실).....                | 95 |
| [표 IV-10] 생활형숙박시설의 오피스텔로의 용도변경 조건 완화 특례 내용.....          | 96 |

## [ 그림 목차 ]

|           |                                                    |    |
|-----------|----------------------------------------------------|----|
| 그림 I-1    | 2023년 1분기 전세계 지역별 해외관광객 성장률                        | 3  |
| 그림 I-2    | 우리나라 15세 이상 국민 1인 당 평균 국내여행 횟수 추이                  | 4  |
| 그림 I-3    | 관광 목적의 입국자 수 추이(단위 : 만 명)                          | 4  |
| 그림 I-4    | 서비스업 및 숙박업의 생산지수 전년동기비 증가율(단위 : %)                 | 5  |
| 그림 I-5    | 숙박 형태 별 국내 객실 수(단위 : 천 개)                          | 6  |
| 그림 I-6    | Airbnb 연도별 총거래액                                    | 7  |
| 그림 II-1   | 네트워크 효과를 통해 성장하는 플랫폼 경제                            | 15 |
| 그림 II-2   | 디지털 기술의 발전과 플랫폼경제 가속화                              | 16 |
| 그림 II-3   | 공급자의 시장기회 확대                                       | 17 |
| 그림 II-4   | 플랫폼 시장 하에서 공유숙박의 장점                                | 18 |
| 그림 II-5   | 2021년 글로벌 관광객들이 선호하는 여행기간                          | 19 |
| 그림 II-6   | 매출 상위 66개 기업 중 재택근무 시행 현황                          | 20 |
| 그림 II-7   | 포털사이트 '장기숙박' 관련 월별 검색량 추이                          | 21 |
| 그림 II-8   | 포털사이트 '위케이션' 월별 검색량 추이                             | 22 |
| 그림 II-9   | 체류형 숙박 상품 사이트 예시(호텔에 삶)                            | 22 |
| 그림 II-10  | 소비자의 구매행위를 결정하는 5가지 요인                             | 23 |
| 그림 II-11  | 소비자 수요특성 변화에 따른 소비자 가치 변화                          | 24 |
| 그림 II-12  | 글로벌 및 국내 구독경제 시장규모 추이(단위 : 십억 달러, 천억 원)            | 25 |
| 그림 II-13  | 러쉬(LUSH)의 고객 경험 소비 예시                              | 26 |
| 그림 II-14  | 인터파크의 경험소비 상품(홀릭)                                  | 26 |
| 그림 II-15  | 국민의 흡연율, 음주율 및 건강생활실천율 추이(단위 : %)                  | 27 |
| 그림 II-16  | 글로벌 건강기능식품 시장규모 전망(단위 : 억 달러)                      | 27 |
| 그림 II-17  | 글로벌 웰니스 관광시장 규모                                    | 28 |
| 그림 II-18  | 인터컨티넨탈 그룹 산하 EVEN 호텔의 서비스 화면                       | 29 |
| 그림 II-19  | 문화체육관광부의 웰니스관광 페스타 사례                              | 29 |
| 그림 II-20  | 주요 연령집단별 1인가구의 비율                                  | 30 |
| 그림 II-21  | 전체 가구 대비 1인 가구 소득 및 지출 비중(단위 : 만 원(좌), 천 원(우))     | 31 |
| 그림 II-22  | 1인 여행수요 변화 추이(단위 : %)                              | 32 |
| 그림 II-23  | 우리나라의 전년 대비 국민총가처분소득 증가율(Current price 기준, 단위 : %) | 34 |
| 그림 II-24  | 88년 해외여행 완전 자유화에 대한 신문기사 지면(매일경제, 88년 3월 12일자)     | 35 |
| 그림 II-25  | 우리나라 국민총가처분소득과 국민총여행횟수 추이(단위 : 십억 달러, 백만 회)        | 36 |
| 그림 III-1  | 숙소 패러다임의 변화                                        | 39 |
| 그림 III-2  | 우리나라 국민 월 별 평균 1인 당 당일여행 일수 추이(단위 : 회)             | 40 |
| 그림 III-3  | 이동통신 데이터 기반 성별 3박 이상 이상 방문자 수 추이(단위 : 만 명)         | 40 |
| 그림 III-4  | 숙박시장의 변화 방향                                        | 41 |
| 그림 III-5  | 네이버 일 별 상대 검색량 추이(단위 : 지수)                         | 43 |
| 그림 III-6  | 글로벌 숙박 시장의 숙박 형태 별 매출액 추이(단위 : 십 억 달러)             | 44 |
| 그림 III-7  | 공유 숙박의 글로벌 숙박시장 점유율 추이(단위 : %)                     | 45 |
| 그림 III-8  | '22년 기준 글로벌 OTA 어플리케이션의 전 세계 사용자 다운로드 수(단위 : 백만 회) | 45 |
| 그림 III-9  | 국내 Airbnb 월평균 리스팅 수 추이(단위 : 개, %)                  | 46 |
| 그림 III-10 | 국내 Airbnb 연간 거래액 추이(단위 : 억 원 천 건)                  | 46 |
| 그림 III-11 | 호텔업 및 공유숙박의 객실점유율(OCC) 추이(단위 : %)                  | 48 |
| 그림 III-12 | 호텔업 및 공유숙박의 객단가(ADR) 추이(단위 : 천 원)                  | 49 |
| 그림 III-13 | 호텔업 및 공유숙박의 객실당매출(RevPAR) 추이(단위 : 천 원)             | 49 |
| 그림 III-14 | 연도별 생활형 숙박시설 호실 추이                                 | 54 |
| 그림 III-15 | 글로벌 블렌디드 여행시장 수요 추이(단위 : 십 억 달러)                   | 55 |
| 그림 III-16 | 전 세계 근무유형 별 지식근로자 비중 추이(단위 : %)                    | 55 |
| 그림 III-17 | 하얏트그룹의 익스텐디드 스테이 타입 신규 브랜드인 HYATT house            | 56 |
| 그림 III-18 | 반얀트리 그룹의 프리미엄 생활형숙박시설인 여의도 앙사나 레지던스                | 56 |
| 그림 III-19 | 국내의 대표적 생활형숙박시설 위탁운영사인 핸드즈(handys)의 예시             | 59 |
| 그림 III-20 | 고부가가치 관광시장의 성장률 전망(단위 : %)                         | 64 |

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| [그림 III-21] 럭셔리 및 고부가가치 관광의 시장규모 전망(단위 : 억 달러, %) .....              | 65  |
| [그림 III-22] 고부가가치 경험 관광 예시(포시즌스 란다기라바루) .....                        | 67  |
| [그림 III-23] 고부가가치 경험 관광 예시(Blink camp) .....                         | 68  |
| [그림 III-24] 고부가가치 경험 관광 예시(교토 호시노야, 유원재) .....                       | 69  |
| [그림 III-25] 고부가가치 경험 관광 예시(Giraffe manor, dubai Atlantis parm) ..... | 70  |
| [그림 III-26] 고부가가치 경험 관광 예시(SHA wellness clinic) .....                | 71  |
| [그림 III-27] 고부가가치 경험 관광 예시(lover deep) .....                         | 72  |
| [그림 IV-1] 2024년 1월 기준 공유숙박 인허가 리스트 & 에어비앤비 등록업체 수 비교(단위 : 천 개) ..... | 76  |
| [그림 IV-2] 기존 외도민업 호스트 공유숙박 특례신청 절차 .....                             | 77  |
| [그림 IV-3] 국내 주요 도시 별 Airbnb 리스팅 업체 수와 인허가 업체 수 현황(단위 : 개) .....      | 82  |
| [그림 IV-4] 주말 한옥마을 골목의 모습(좌), 북촌한옥마을 주민집회의 슬로건(우) .....               | 83  |
| [그림 IV-5] 스페인 바르셀로나 관광객 전경 .....                                     | 85  |
| [그림 IV-6] 샌프란시스코 단기임대 보고서 양식 .....                                   | 86  |
| [그림 IV-7] 런던 시내의 에어비앤비에 등록된 활성 부동산 수(단위 : 개) .....                   | 88  |
| [그림 IV-8] 생활형 숙박시설 이행강제금 부과 절차 .....                                 | 93  |
| [그림 IV-9] 오피스텔로의 용도변경 조건 .....                                       | 97  |
| [그림 IV-10] 말레이시아의 미판매 서비스레지던스 수 비교(단위 : 개) .....                     | 98  |
| [그림 V-1] 주요국가 건축물 대비 아파트 비율(단위 : %) .....                            | 104 |
| [그림 V-2] 전세계 주요 도시의 인구 밀도(단위: 명 / km <sup>2</sup> ) .....            | 105 |
| [그림 V-3] 객실 수 기준 숙박업체 별 비율(단위 : %) .....                             | 106 |
| [그림 V-4] 생활형 협동조합을 통한 생활형숙박시설의 편법적 운영 형태 예시 .....                    | 107 |
| [그림 V-5] 2020년 수원 생활형 숙박시설 홍보책자 및 전단지 .....                          | 109 |
| [그림 V-6] 서울시 생활숙박시설 홍보문구 명시 요청 .....                                 | 110 |

# 연구 요약

## I. 서 론

- 코로나 팬데믹기간 줄어든 여행 수요는 빠르게 회복 중이며, 빠르게 증가하는 관광 수요에 대한 대응을 위해서는 양적, 질적 측면의 숙박 수용태세 강화가 필요한 상황임
- 팬데믹 이후 전세계 해외관광객수 성장률은 아시아태평양지역을 중심으로 빠르게 회복 중이며, 국내 관광 역시 이러한 추세에 편승하여 수요 증가
  - '22년 1분기 대비 '23년 1분기 아시아태평양지역 관광객 474% 증가(Skift research)
  - 우리나라 인바운드 관광객(방한 외래관광객) '21년 96.7만명 → '23년 1,103만명 (문체부, 통계청)
- 인바운드 관광객 및 국내 관광객수 증가에 비해 상대적으로 양질의 숙박업체수 증가세는 2023년 이후 다소 주춤
  - 국내 숙박객실수 약 86만개('23. 12), 1객실 당 9.33명의 인바운드 관광객 수용 가능(한국관광공사)
- 새로운 숙박형태인 공유숙박과 생활형숙박시설(이하, 생숙)은 다변화된 숙박수요에 대응해 효율적 관광수용태세 강화에 일조할 수 있으나, 법령 체계 미흡 등으로 숙박 관련 이해당사자 간의 첨예한 규제적 문제점이 존재함
- 공유숙박의 활성화는 개인화되는 관광 수요에 대응해 신규 숙박서비스 제공이 가능하며, 생활형숙박시설은 장기체류형 숙박 수요에 효율적인 대응이 가능함
  - 공유숙박은 전통적 숙박시설에 비해 정형화된 틀에서 벗어나 다수의 독립적인 호스트(공급자)가 제공하는 개인화 서비스가 가능
  - 생활형숙박시설은 취사시설을 구비하고 있고, 장기 투숙에 대한 가격 이점 등이 있어 장기 체류형 숙박수요에 최적화 가능
- 그럼에도 불구하고 공유숙박과 생활형숙박시설은 불법영업 등과 같은 다양한 문제 야기
  - 공유숙박은 외국인도시민박업 등 일부 합법적 형태를 제외하고는 모두 불법 영업이며, 생활형숙박시설업은 숙박업이 아닌 주거용 임대업으로 불법 운영하는 경우 다수
- 따라서 숙박 중심의 수용태세 강화와 건전한 생태계 마련을 통한 숙박업의 양적, 질적

성장을 위해서는 이들 숙박업에 대한 합법성 확보가 시급한 실정임

## II. 숙박시장을 둘러싼 환경의 변화

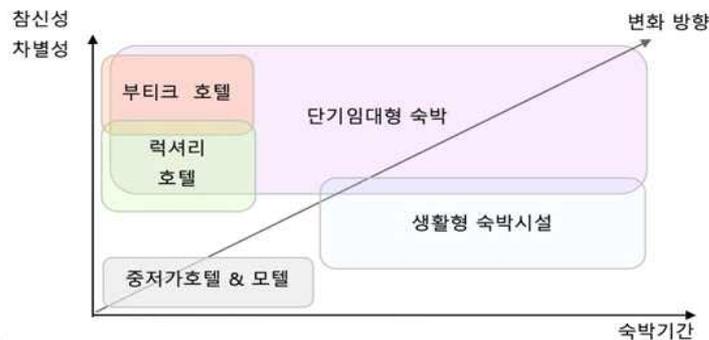
- 숙박시장 관련 다양한 환경변화 중에서도 특히 플랫폼 경제의 확산, 소비자 수요다변화, 국민 관광 여력의 증대는 새로운 숙박형태의 등장과 이를 활성화하는 계기가 되었음
  - 특히 플랫폼 경제의 활성화는 다수의 공급자와 소비자가 연결되어야 하는 에어비앤비와 같은 공유숙박플랫폼의 활성화에 기여하였음
    - 개인의 유휴공간을 대여하는 공유숙박은 소수의 객실 수를 보유한 다수의 공급자가 숙박시장에 참여하는 것을 손쉽게 유도함으로써 소비자의 다양한 숙박 니즈를 충족
  - 최근 소비자의 소비가치는 더욱 경험을 중시하는 방향으로 전환, 이로 인해 전통적 여행 형태가 축소되며 개별 관광이 활성화되고 장기 체류형 관광이 증가하는 등의 현상이 나타남
    - '22년 기준 글로벌 관광객 선호 여행기간은 7박 이상이 44%를 차지(eHotelier insights)
    - 1인 여행 수요 비율 '18년 2.5% → '20년 4.8%로 2배 가까이 성장(문체부, 통계청)
  - 국민 관광 여력의 증대에 따른 관광 수요의 지속적 증가는 이러한 새로운 숙박형태의 활성화가 단기적 현상이 아닌 장기적 추세가 될 수 있음을 시사
    - '10~'22년 간 우리나라 국민총가처분소득 연평균성장률은 4.05%(OECD Stats), 국민총여행횟수 연평균성장률은 5.37%(문체부, 통계청)

[요약 표 1] 숙박 시장을 둘러싼 환경의 변화 요약

| 구분                | 주요내용                                                                                      | 숙박 시장 영향                                                           |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 플랫폼 경제 활성화 및 기술발전 | 플랫폼 경제는 양면시장을 창출하는 특성이 있으며 IT 기술 발전 등에 힘입어 유통효율화를 꾀할 수 있는 플랫폼 경제가 지속 활성화되고 있음             | 플랫폼 경제 활성화와 더불어 공유숙박 시장 급성장과 OTA지배력 강화                             |
| 소비자 니즈, 수요 다변화    | 소비자의 경험소비 중시 경향으로 니즈와 수요가 다변화되고 있으며 이에 따라 웰니스 관심 증대, 장기 체류형 관광 증가, 개별 여행 증가 추세 등이 나타나고 있음 | 개인화된 수요 충족이 가능한 공유숙박의 성장과 장기체류형 숙박에 최적화된 생활형숙박시설의 성장               |
| 국민관광 여력 증대        | 과거 '70년대 국민가처분소득의 급증, '80년대 해외여행 자유화 이후 지속적 국내 경제 성장에 따라 국민 관광 여력은 증가 추세임                 | 지속적인 국민 관광 여력 증대에 따라 여행객 니즈에 맞는 다양한 숙박형태의 등장과 소멸은 장기적 현상이 될 가능성 높음 |

### Ⅲ 숙박형태의 변화

- 최근의 숙박 형태는 일상과 여행의 경계가 흐려지며 다양하게 발전하고 있으며 향후 장기 숙박 수요 증가, 개인수요 다양화 등은 공유숙박 및 생활형숙박시설 장기 성장에 기여할 것으로 보임
- 또한 이러한 변화에 따라 전통적 숙박사업자 역시 시대적 상황에 걸맞는 다양한 서비스를 개발하고 발전시킬 것으로 보임



[요약 그림 2] 숙박시장의 변화 방향

- 새로운 숙박형태 중 공유숙박은 에어비앤비를 중심으로 빠르게 성장 중이나 불법영업

## 등으로 인한 문제가 상존

- 국내 공유숙박은 공급자와 소비자 측면의 모두에서 다양한 이점으로 에어비앤비를 중심으로 빠르게 성장하는 추세에 있음
  - '16~'22년 RevPAR 연평균성장률(CAGR)은 호텔업 1.57%, 공유숙박 7.02%(호텔업협회, 아놀리서치)
  - 국내 Airbnb 연 간 거래액 '17년 2,518억 원 → '22년 11,289억 원으로 급성장(AirDNA데이터)
- 숙박자원을 공유하고, 개인화된 서비스를 제공한다는 장점에도 불구하고 에어비앤비를 중심으로 한 공유숙박은 여전히 국내에서는 합법적 범위를 벗어난 불법영업으로 인해 여러 문제점이 발생시키고 있음
  - 미성년자 투숙, 거주민 피해, 주변 부동산가격 폭등 등 다양한 사회문제 발생
- 생활형숙박시설은 장기 체류형 숙박 수요 증가에 따라 향후 발전 가능성 높지만 여전히 주거용으로 불법 운영되고 있으며, 향후 합법적 숙박사업으로의 이행과정에서도 난항이 발생할 것으로 예상됨
- 워케이션, 블레저 등으로 대표되는 일과 여행을 병행하려는 소비자 욕구는 장기 체류형 숙박 수요를 증가시켰으며 원격근무 환경 활성화 및 노동시간 단축 등으로 이러한 수요는 꾸준히 증가할 것으로 예상됨
  - 출장 + 여행 결합 시장 규모 '21년 1,500억\$ → '27년 3,600억\$ 성장 예상(Euromonitor)
- 생활형숙박시설은 장기체류 숙박에 최적화되어있음에도 불구하고, 대부분 숙박업으로 운영되지 않고 주거용으로 사용되는 경우가 발생
  - 생활형숙박시설은 공중위생관리법 및 건축법 상 '숙박업' 으로서의 운영이 명시되어 있음에도 불구하고, 주거용으로 임대사업을 영위하는 사업자들로 인한 문제점 존재
  - 향후 생활형숙박시설의 법적 문제를 해결하는 것이 주요한 이슈

#### IV. 숙박업 규제 현황

□ (공유숙박 관련업) 공유숙박 관련업을 영위할 수 있는 합법적 범위는 제한되어 있으나 현재 에어비앤비에 등록된 호스트는 불법사업자가 다수

○ 에어비앤비 리스팅 수 72.4천개, 합법적 등록업체 38.0천개로 34.4천개는 불법영업으로 추정됨(행정안전부 인허가 등록데이터 및 AirDNA데이터 비교)

[요약 표 2] 합법적 범위의 공유숙박 관련업

| 업종         | 법적근거                                      | 합법 범위의 내용                                             |
|------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| 외국인 도시민박업  | 관광진흥법 시행령 제2조(관광사업의 종류)                   | 외국인만을 대상으로 도시 지역에서 민박업 가능, 실거주 의무 존재                  |
| 농어촌민박업     | 농어촌정비법 제2조정의 및 제 86조~제86조의4 (농어촌민박업 관련사항) | 내, 외국인 모두를 대상으로 민박사업 가능, 농어촌지역 한정되며 실거주 의무 존재         |
| 한옥체험업      | 관광진흥법 시행령 제2조(관광사업의 종류)                   | 내,외국인 모두 민박 사업 가능하나 한국체험 관련 여행상품 필수                   |
| 실증특례 공유민박업 | ICT 규제샌드박스 실증특례(지정번호 2019-21-a-1)         | 현재 국내업체 중 위험이 유일하게 가능, 외국인도시민박업의 서울, 부산지역 내국인 숙박판매 가능 |

○ 숙박업으로서의 인허가 기준 미충족 시 안전사고가 발생 가능성이 높으며 이미 미성년자의 불법 투숙 및 지역 내 거주민 피해 등으로 인해 많은 문제점이 발생하고 있는 상황임

- 뉴욕, 스페인 등 이미 에어비앤비를 통한 공급 과잉화와 부동산 가격 급등 등의 문제를 겪은 국가들에서는 영업일수 제한 등을 통해 규제를 시행 중

○ 현재 공유숙박에 대한 규제는 대부분 불법적으로 영업을 하고 있음에도 불구하고, 명백한 법 위반사항이 발생하였을 때 조차도 적절한 단속이 이루어지지 않고 있는 실정임

□ (생활형숙박시설) 생활형숙박시설은 흔히 레지던스라 불리는 숙박시설로서 공중위생관리법 제4조에 따르면 손님이 잠을 자고 머물 수 있도록 (취사시설이 포함된) 시설 및 설비 등의 서비스를 제공하는 숙박형태임

○ 전통적 생숙은 주로 일시적 수요로 장기출장자, 주재원, 직주근접 수요가 대부분이었으나, 최근 생숙 수요는 아파트 대체 주거시설 수요로 호텔 대체 숙소, 하이브리드 및 워케이션용 숙소 등으로 이용됨

- 특히 지난 몇 년 동안 강화된 주택과 오피스텔 규제, 시중에 증가한 유동자금, 팬데믹기간 동안 급등한 집값 등은 생숙을 틈새투자상품 혹은 대체 주거시설로 주목받게 하는 계기가 됨

- 생활형숙박시설은 본질적으로 ‘숙박업’임에도 불구하고, 일부 투기형 매입자 등이 직접 주거용으로 활용하거나 ‘주거용 임대시설’로 불법 영업 중에 있음
  - 생활형숙박시설은 법 제정부터 ‘숙박업’으로서 사업을 영위할 것을 명시하였으나 개별 등기가 가능한 점 때문에 일부 분양사의 허위광고로 주거용으로 분양되는 경우 다수 발생
    - 실제 2018년에는 주요 일간지 기사에서 조차 생활형숙박시설을 임대 수익 창출이 가능한 수익형 부동산으로 명시, 주거가 가능하다는 점을 이용하여 분양
  - 이러한 가운데 정부에서는 불법전용 방지 등을 위해 ‘21년 숙박업으로의 등록을 명시하였고 이에 따라 기존 주거용도 등으로 매입한 매입자와의 갈등 관계가 발생
  - 정부는 2023년 10월 14일 주거용으로 사용하는 생활형숙박시설을 용도변경하지 않고 사용할 경우 이행강제금을 매년 부여하기로 하였으나 숙박업 신고가 어려운 소유자를 2024년말까지 충분한 신고기간을 새롭게 부여
    - 건물 내 모든 소유주의 동의, 주차면수 확보 등의 어려움으로 ‘23년 8월 기준 생활형 숙박시설 중 주거용 오피스텔로 전환된 비율은 1.1%에 불과하여 2024년말까지 유예기간을 주더라도 주거용으로의 전환은 향후에도 미흡할 것으로 판단됨

## V. 숙박업 규제 방향

- (공유숙박 관련업) 공유숙박 관련업은 미허가 및 불법운영 공유숙박의 합법화가 우선적으로 필요하며 이를 위해서는 다양한 측면의 규제 방향을 고려할 필요가 있음
  - 공유숙박 관련업에 대한 규제는 인바운드관광이 활성화되는 시점 전에 서둘러 법적 규제를 정비할 필요가 있음.
    - 인바운드 관광객수가 코로나기간인 2022년에는 319만명에서 2023년 1,103만명으로 빠르게 회복되고 있지만, 2019년 1,750만명이었던 점을 감안하면 아직까지는 국내 숙박공급상황이 인바운드 관광 수요에 대응할 수 있는 수준으로 판단됨.
    - 2024년에는 2019년 인바운드 관광객수 1,750만명에 미치지 못할 것으로 판단되는 바, 이 기간동안 공유숙박 관련업에 대한 대대적으로 제도적 정비가 필요
  - 도시 지역은 외국인도시민박업으로의 전환을 유도하되, 내국인의 수요에 대해서는 영업일수 제한 등을 고려하여 현재의 규제샌드박스 조건을 다소 완화할 필요가 있음
    - 특히 해외에서는 기존 숙박업과의 형평성 문제와 거주민과의 갈등, 특정 지역 공급 과잉 문제 등으로 해외 선진국의 사례에 비추어 영업일수를 제한하는 규제가 합당
    - 현재 실증특례제도 역시 영업일수 제한을 시행하고 있으며 향후에는 이러한 실증특례 제도의 사례를 기반으로 내국인 숙박제한에 대한 규제 마련이 필요함
  - 농어촌민박업은 내국인 및 외국인 모두가 주거 가능한 민박 형태이기 때문에 미허가 업체 중에 농어촌 지역에 위치한 업체는 최대한 농어촌민박업으로의 합법적 전환 유도
  - 이러한 규제 시행 시에는 지역의 수요 및 공급 편차를 고려하여 지자체의 주도적 관리가 필요하며 또한 우리나라의 주거환경과 특성을 고려한 규제 방향을 설정해야 함
    - 특히 아파트 형태의 주거가 많은 우리나라의 특성 상 (건축물 중 아파트 비율 미국 28%, 우리나라 76%, OECD, Financial Times) 소음공해 등을 고려해 철저한 시설기준 마련 및 주민피해 방지책 마련 등 필요
  - 끝으로 공유숙박 관련된 불법의 양성화 유도는 숙박의 질을 높이고 장기적으로 사회 문제를 축소하는 데 기여할 것으로 판단됨
- (생활형숙박시설) 생활형숙박시설은 현재 규제의 기초를 유지하되, 일부 실거주자 등에 대한 구체적 마련을 통해 제도 정착률이 필요할 것임

- 생활형숙박시설은 ‘숙박업’ 으로의 운영이 본질적이며 향후 건전한 생태계 확립을 통해 효율적인 장기체류형 숙박 수요에 대응하기 위해서는 규제 기초를 유지하는 것이 필요함
  - ‘숙박업’ 으로의 운영을 위해 시설기준 등을 충족하지 못하는 사업자들에 대해서는 지속적인 계도 및 징벌적 단속제도 등을 병행하여 합법 사업자로 유도할 필요가 있음
  - 특정 생활형숙박시설의 법적 규제완화 또는 예외 적용은 또 다른 제도적 이슈를 발생시킬 수 있음
  
- 현재 갈등 발생의 주체인 ‘투기형 주거 임대’ 매입에 대해서도 역시 ‘숙박업’ 으로의 전환을 유도하기 위한 정책 방향 필요하며 특히 편법적 이용에 대한 대응이 중요할 것임
  - 최근에는 생활형협동조합을 설립하여 조합원인 거주자가 협동조합으로부터 ‘주거용 임대’ 가 아닌 ‘장기숙박’ 형태로 내부거래하여 거주하는 사례가 발생함
  
- 그럼에도 불구하고 실거주 목적으로 매입한 가구에 대해서는 명확한 파악을 통해 합목적적인 취지에서 이들을 규제하는 규제책 마련이 필요할 것임
  - 현재 미등록시설 중 실거주자의 비율은 19.8%정도로 예상(국토교통부 보도자료로 추정)되며 이들에 대한 규제책 마련 필요할 것임
  - 단순히 주거용 숙박으로의 전환을 위한 시간을 연장하기 보다는 유예기간 동안 계도를 활성화하고 또한 숙박시설로의 전환시 다양한 제도적 혜택을 부여할 필요가 있음

---

# I. 서론

---

## 1. 연구 배경 및 목적

### 코로나 팬데믹 기간 줄어든 관광 산업의 수요는 엔데믹 이후 빠르게 회복 중

- 코로나 팬데믹 기간에는 해외 여행의 제한 및 대면 활동의 제한 등으로 인해 관광의 수요가 전세계적으로 급감하였음
  - 특히 전염병 확산의 위험에 따라 국가 간 이동이 제한되었고, 대면 활동을 국가 차원에서 규제함에 따라 관광 산업 역시 크게 위축되었음
    - 경기연구원의 보고서<sup>1)</sup>에 따르면 ‘20년 1/4분기 국제 관광객 수는 약 6,700만명 감소했으며 ‘20년의 항공 여객 수송량은 ‘19년 대비 48% 감소한 것으로 예상
- 코로나 팬데믹 기간 급감한 수요는 팬데믹 이전 수준으로 회복 중이며, 특히 아시아태평양 지역을 중심으로 관광 수요 회복세가 빠르게 나타남
  - skift research<sup>2)</sup>의 전세계 지역 별 해외 관광객 성장률을 살펴보면 ‘23년 1분기의 관광객 성장률은 ‘19년 대비 여전히 낮지만 ‘22년 대비로는 빠른 성장을 보이고 있음
    - 동 자료에 의하면 중동지역만이 코로나 이전 수준으로의 관광객 회복을 보였으며 아시아태평양 지역의 경우는 ‘22년 대비 ‘23년에 가장 가파른 성장세를 보였음



[그림 I -11] 2023년 1분기 전세계 지역별 해외관광객 성장률

출처: Skift Research, 「State of the Travel 2023」, (2023)

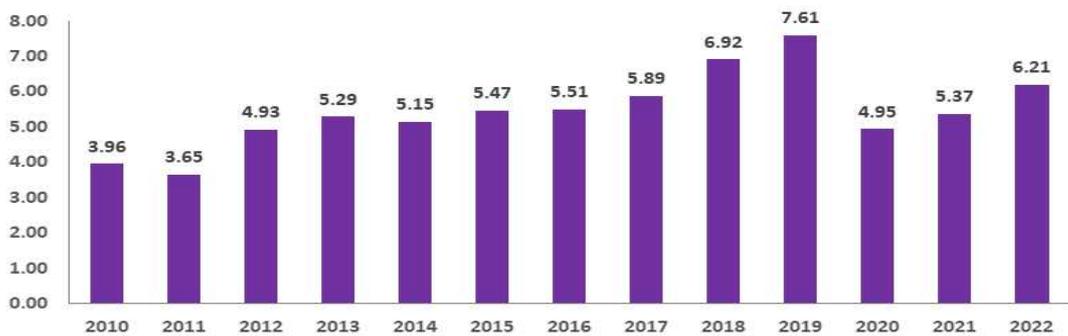
1) 경기연구원, 「이슈 & 진단 419호, 코로나19 여행의 미래를 바꾸다」, (2020.5.26)

2) 미국에 본사를 둔 여행산업 전문 리서치 기관으로 매년 ‘State of the Travel’ 보고서 등을 통해 전세계 여행동향 발표 중

#### 4 숙박형태의 변화와 규제 개선방안

□ 우리나라 관광의 수요는 인바운드 관광객과 내국인의 국내 관광 모두에서 회복세에 있으며 향후 지속 증가가 예상됨

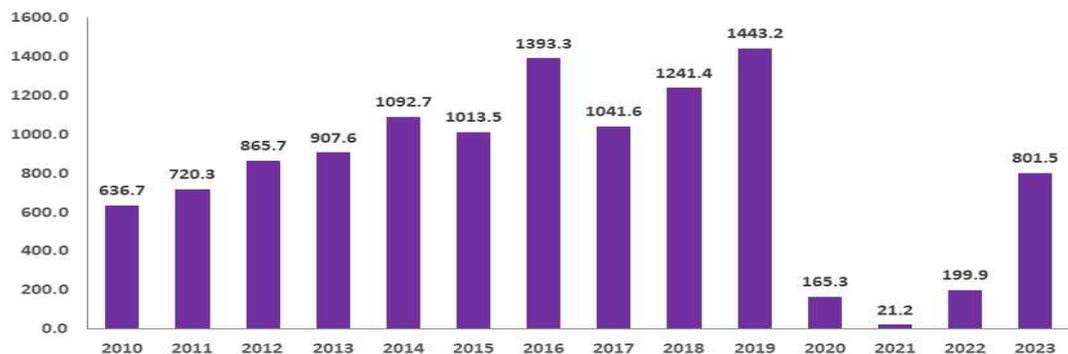
- 우리나라 15세 이상 국민 1인 당 평균 국내여행 횟수의 추이를 살펴보면 코로나 이전까지 상승 추세이던 국내 여행 횟수는 코로나 기간 주춤하였으나 다시 빠르게 회복세를 보임
  - '10년 기준 평균 3.96회의 국내 여행 횟수를 기록하였고 '19년까지 지속적으로 횟수가 증가하여 평균 7.61회를 기록, 팬데믹 기간에 급감한 횟수는 '22년에는 팬데믹 이전 수준으로 회복함



[그림 I-2] 우리나라 15세 이상 국민 1인 당 평균 국내여행 횟수 추이

출처: 문화체육관광부, 통계청, 「국민여행조사」, 각년도

- 관광을 목적으로 우리나라에 입국하는 인바운드 관광객 수 역시 코로나 이전까지 상승 추세에 있었으나 코로나 기간 급감하였으며 현재 점진적 회복을 보이고 있음
  - '10년 기준 국내 관광목적 입국자수는 636만 명을 기록하였으며 이후 점진적 성장을 기록하며 '19년 기준으로는 1,443만 명을 달성함
  - 이후 코로나 팬데믹으로 인한 국가 간 여행 제한 등으로 인바운드 관광객 수 급감, 엔데믹이 가까운 시점인 '22년부터는 급격한 회복을 보여 '23년 관광목적 입국자수는 801만 명을 기록함



[그림 I-3] 관광 목적의 입국자 수 추이(단위 : 만 명)

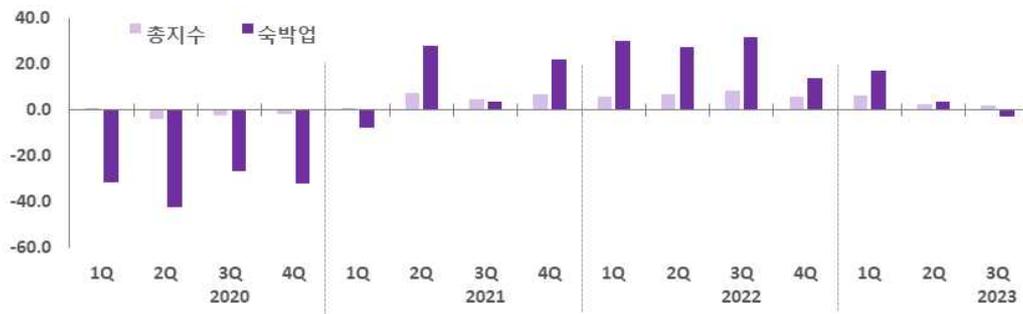
출처: 문화체육관광부, 「관광지식정보시스템 입국관광통계」, 각년도

## 증가하는 관광 수요에 대응하여 숙박 중심의 수용태세 강화 필요

□ 팬데믹 이후의 관광 수요의 빠른 회복에도 불구하고 서비스업 생산지수를 고려하여 볼 때, 여전히 숙박 산업의 성장은 더딘 편임

○ 서비스생산지수 중 숙박업(호텔업)의 전년동기비 증가율을 살펴보면 특히 코로나 팬데믹이 본격화된 '20년에는 전년 동기비 -40%까지 생산이 감소하는 모습을 보였음

- '21~'22년에는 전년동기비 생산 증가폭이 확대되었으나 이는 전년도의 낮은 실적에 대한 기저효과로 판단되며 여전히 '23년 3분기 기준 생산이 둔화되는 모습을 보임



[그림 I-4] 서비스업 및 숙박업(호텔업)의 생산지수 전년동기비 증가율(단위 : %)

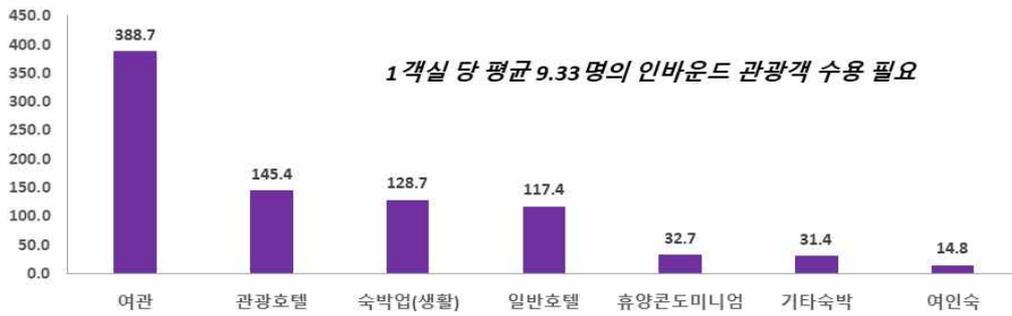
출처: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 분기

□ 향후 늘어나는 관광수요에 적절하기 대응하기 위한 숙박 객실수 확보가 필요한데, 특히 인바운드 관광객을 대상으로 숙박 유형의 부족 현상이 발생할 가능성이 큼으로 이에 대한 근본적인 대책 마련이 필요함

○ '23년 12월 기준 국내 숙박 객실 수는 총 85만 9,097개로 '23년 기준 국내 인바운드 관광객 수를 고려하면 1객실 당 평균 9.33명을 수용해야 함

- 만약 인바운드 관광객 뿐만 아니라 국내 여행객까지 고려한다면 숙박에 대한 수요는 더욱 늘어날 것으로 보이며 1인 여행객의 증가 등을 고려한다면 숙박 시설의 부족 현상은 머지 않은 미래에 나타날 것으로 판단됨

## 6 숙박형태의 변화와 규제 개선방안



[그림 I-5] 숙박 형태 별 국내 객실 수(단위 : 천 개)

출처: 한국관광공사, 「한국관광 데이터랩 숙박업체 현황」, (2023)

### 숙박 중심의 수용태세 강화는 질적 측면과 양적 측면 모두 고려

□ 늘어나는 관광 수요에 대응하기 위해서는 양적 측면에서 현재의 숙박 시설을 늘릴 필요가 있으며, 또한 숙박시설은 단시간에 건축하는 것이 불가능하므로 미리 미래의 수요에 준비할 필요가 있음.

○ 숙박업은 공중위생관리법, 관광진흥법, 농어촌정비법 등 다양한 법령에 따라 합법적 사업을 영위 가능함

- 공중위생관리법에서는 숙박업을 영위하기 위한 기본적인 숙박업의 신고 의무 및 관리의무를 정의하고 있음

- 관광진흥법은 외국인도시민박업, 관광숙박업, 한옥체험업 등 일반적 숙박업 외에 관광 목적의 특수한 숙박시설에 대한 관리 기준 등을 제시하고 있음

- 농어촌정비법에서는 농촌 경제 활성화 등을 위해 농어촌민박업을 영위할 수 있는 법적 기준과 관리기준 등을 정의함

○ 이러한 숙박 시설의 법률적 관리는 무분별한 숙박업의 난립을 방지하고 숙박 시설이 갖추어야 할 안전기준 등을 확립하기 위한 것임

○ 따라서 단순한 시설의 신축 등으로 관광 수요 증가에 대응하는 것은 무분별한 양적 증가만을 초래하기 때문에 한계점이 존재함

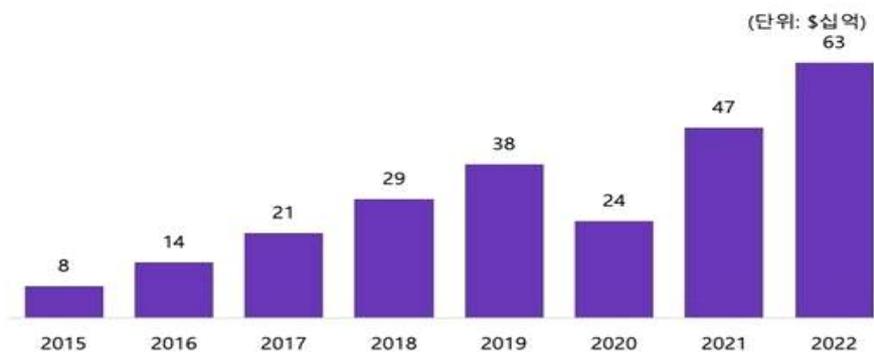
- 특히 도시지역의 무분별한 숙박업체 난립은 오버투어리즘 등 관광의 질을 저하시키는 문제를 야기할 수 있음

□ 더불어 다변화되는 소비자 수요에 대응하는 질적 측면에서의 수용태세 강화도 필요한데, 이는 숙박 시설의 양적 증가만으로는 달성하기 어려움

- 소비자는 경험적 소비가치 등을 중시함에 따라 개별관광에 대한 수요가 증가하는 등 예전과는 다른 형태의 수요 다변화를 보이고 있음
  - 소비자 니즈 변화에 따라 장기 체류형 숙박이 증가하고 있으며 경험 가치를 중시함에 따라 특화된 숙박 상품에 대한 수요가 증가하는 등 수요가 다변화되고 있음
  - 예를 들어, 일본의 료칸, 핀란드 사우나 등 다양한 체험형 숙박 개발
- 이러한 수요 다변화에 대응하여 기존의 숙박업체들도 단순히 숙박 기능만을 제공하는 것이 아니라 다양한 체험형 상품 등을 연계한 서비스를 제공 중임
  - 예를 들어, 호캉스 상품, 요트체험과 연계된 숙박상품 등
- 따라서 향후 다변화된 수요에 적극 대응하기 위해서는 단순한 시설의 양적 증가 뿐 아니라 다양한 숙박 상품을 창출할 수 있는 환경 마련 역시 중요할 것임

### 공유숙박 등 새로운 숙박형태의 적극 활용으로 효율적 수용태세 강화 가능

- 플랫폼 경제의 확산 및 소비자 수요 다변화 등으로 인해 최근 새로 등장한 숙박형태인 공유숙박은 꾸준히 성장 중임
  - 플랫폼 경제의 확산에 따라 다수의 공급자와 수요자를 기반으로 서비스를 연결할 때 그 효과가 극대화되는 공유숙박은 지속적으로 성장 중임
    - 공유숙박은 숙박을 제공하는 호스트가 기존 숙박업에 비해 다수로 구성되는데 이들이 수요자를 탐색하기 위해서는 플랫폼을 통한 거래가 가장 효과적임
  - 특히 대표적 공유숙박 플랫폼인 에어비앤비의 성장이 두드러지는데 '15년 기준 약 80억 달러에 불과하던 거래액은 '22년 기준 약 630억원 규모로 성장하였음



[그림 I-6] Airbnb 연도별 총거래액

출처: Airbnb, Statista 재인용

## 8 숙박형태의 변화와 규제 개선방안

- 팬데믹 이후 장기체류형 숙박이 증가함에 따라 장기투숙 상품 판매가 증가하고, 이에 대응하는 다양한 장기투숙상품과 전문 중개플랫폼이 등장
  - 팬데믹으로 인한 원격근무 등의 증가와 해외 여행 불가로 제한된 환경 안에서 일과 여가를 동시에 즐기려는 장기 체류형 숙박수요가 증가하였음
  - 이러한 수요의 증가에 대응하여 숙박 산업은 다양한 장기 투숙 상품을 제공 중에 있으며, 최근에는 장기투숙 전문 플랫폼이 등장하며 서비스의 확장이 일어나고 있음
    - 국내 호텔산업 전문지인 ‘호텔 앤 레스토랑’<sup>3)</sup>에 따르면 2020년 하반기부터 호텔 업계의 일부는 ‘한달 살기 패키지’ 등을 적극적으로 출시하며 장기 체류형 숙박 수요에 대응 중임
- 특히 공유숙박과 생활형숙박시설은 숙박과 관련된 관광 수용태세 강화에 있어 양질의 숙박업체를 효율적으로 공급할 수 있는 대안으로 판단됨
  - 공유숙박은 특히 호스트가 합법적 범위 내에 있다면 정형화된 숙박업의 서비스를 벗어나 더욱 다변화된 서비스를 제공 가능할 것임
  - 더불어 생활형숙박시설은 취사도구 등을 갖추고 숙박 형태에 가까운 시설 기준을 보유하고 있기 때문에 이들의 합법적 활용은 장기체류형 숙박 수요에 효율적으로 대응 가능할 것임

### 그러나 이러한 새로운 숙박형태(공유숙박, 생활형숙박시설)는 불법 영업 등 다양한 사회적 문제점이 존재

- 이러한 새로운 숙박 형태의 급성장에 비해 국내의 제도적 기틀은 아직 정립되지 않은 상태로 특히 규제 측면에 있어 불법 영업 등의 문제점이 상존하고 있음
  - 공유숙박의 경우에는 합법적 등록을 하지 않은 개인이 에어비앤비에 호스트 등록을 하고 영업을 영위하여 여러 문제점이 발생하고 있음
  - 생활형숙박시설은 숙박업으로 운영되어야 하기 때문에 공중위생관리법 상의 등록의무가 필요하나 이를 숙박업이 아닌 임대사업 등에 불법적으로 활용하여 문제점이 발생함
- 공유숙박과 생활형숙박시설의 활용은 숙박 중심의 관광 수용태세를 강화를 효율적으로 달성 가능하나 이러한 규제적 문제점들로 인해 적극 활용에 어려움 존재함
  - 특히 합법적 범위내에서 운영되지 않는 사업자들에 대한 단속과 계도 등에 한계가 있어

3) 호텔앤레스토랑, 「호텔뉴스, 수면위로 떠오르는 내국인 장기투숙 니즈」, (2021.1)

근본적인 규제 범위의 재설정과 단속 기준의 강화 등이 필요한 상황임

### 이러한 규제 측면의 문제점 분석 및 향후 규제 방향 제시가 본 연구의 목적

- 숙박 중심의 관광 수용태세의 강화는 결국 관광산업의 활성화로 이어지며 이는 국가 경제 발전에 기여할 뿐만 아니라 우리나라의 이미지 제고 등에도 기여 할 수 있음
- 따라서 본 보고서는 이러한 관광 산업 활성화의 관점에서 새로운 숙박 형태를 적극 활용하기 위해 현재 규제 측면에서는 어떤 문제가 있는지를 분석함
- 더불어 향후 관광 산업 활성화와 건전한 생태계 구축의 관점에서 규제 측면에서 문제점을 어떠한 방향으로 해결하는 것이 적절할 것인지에 대해서 제시할 것임

## 2. 연구 내용

### 숙박 산업의 환경 변화로 촉발된 새로운 숙박 형태에 대한 면밀한 분석

- 숙박 산업을 둘러싼 환경 변화는 여러 가지가 있으며 특히 플랫폼 경제의 확산 등 새로운 숙박형태가 나타나게 된 주요한 변화들이 존재함
  - 이는 단순히 수요의 변화 뿐 아니라 사회, 경제적 관점에서 다양하게 일어나는 숙박 산업 주변의 변화들을 다면적으로 파악할 것임
- 본 보고서는 이러한 변화를 다양한 측면에서 살펴보고 숙박 산업의 환경 변화가 어떠한 새로운 형태의 숙박을 활성화시켰는지 등을 살펴볼 것임
  - 예를 들어 공유 숙박은 기존의 시장 환경에서는 다수의 공급자와 수요자를 효율적으로 연결시키지 못했으나 플랫폼 경제의 확산은 이를 촉진시켰음
  - 이 외에도 환경적 변화가 새로운 숙박 형태를 촉진시키는 다양한 요인들이 있을 것이며 이를 자세히 살펴보고 새로운 숙박 형태 등장의 원인을 분석함
- 환경 변화로 촉발된 새로운 숙박형태는 주로 공유숙박 등이 있을 것으로 보이며 이러한 숙박 형태들이 가진 특성을 면밀히 분석함
  - 특히 이러한 특성은 단순히 이들의 장점 뿐 아니라 여러 규제적 관점에서 발생하는 문제점도 같이 살펴보고 향후 건전한 숙박 생태계 구축을 위한 규제 방향 제시의 기초자료로 활용할 것임

### 새로운 숙박형태가 가진 규제적 문제점 분석 및 향후 규제의 방향 제시

- 새로운 숙박형태들은 급성장 또는 규제적 장치 마련 부족으로 인해 여러 문제점들이 발생하고 있음
- 특히 공유숙박과 생활형숙박시설이 현재 주요한 규제적 쟁점에 놓여 있으며 이들은 어떠한 규제적 특성을 가지는지 분석함
- 이러한 규제적 특성을 바탕으로 어떠한 부분에서 향후 건전한 생태계 구축을 위한 규제 방향이 필요할 것인지 제시함

□ 따라서 본 연구의 내용은 다음과 같은 부분으로 구성될 것이며 보고서의 본래 목적에 걸맞은 다양한 자료조사 및 분석 내용을 작성하고자 함

[표 I-1] 본 연구의 주요 연구 내용

| 분 류                | 주요 내용                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 서 론                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 연구배경 및 목적<br/>코로나 팬데믹 이후의 관광 수요 증가에 대응하여 숙박 중심의 수용태세 강화 필요하며 이를 위해 새로운 숙박형태의 활성화 환경을 마련하려면 규제의 적정 방향성 제시가 필요함</li> </ul>                                                                                                                                                             |
| 숙박 시장을 둘러싼 환경의 변화  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 플랫폼 경제의 확산<br/>플랫폼 경제는 많은 관광 산업의 환경 변화를 촉발, 특히 공유 숙박이 활성화 될 수 있는 단초 마련</li> <li>- 소비자 수요 다변화<br/>소비자의 수요 특성이 변화하면서 장기 체류형 관광의 증가, 경험 소비로의 변화, 웰니스 관심 증대, 1인 가구 증가와 개별관광 활성화 현상 등이 나타남</li> <li>- 국민 관광여력 증대<br/>관광산업은 과거 국가 주도로 인프라가 구축되었으며 국민가처분소득 증가 등은 국민의 관광 여력을 증대시킴</li> </ul> |
| 새로운 숙박형태           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 환경 변화 속에서 새롭게 각광받는 공유숙박과 생활형숙박시설에 대한 특성을 살펴보고, 고부가가치 숙박 상품의 특징 및 예시를 분석</li> </ul>                                                                                                                                                                                                   |
| 새로운 숙박형태의 주요 규제 현황 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 새로운 숙박형태 중 규제적 관점에서 첨예한 문제가 있는 공유 숙박과 생활형숙박시설을 중심으로 규제 현황에 대한 분석</li> </ul>                                                                                                                                                                                                          |
| 숙박업 규제 방향          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 특히 새로운 숙박형태가 건전한 생태계를 구축하며 관광산업 발전에 기여하기 위해서는 어떠한 방향의 규제가 필요한지 제시</li> </ul>                                                                                                                                                                                                         |

---

## II. 숙박시장을 둘러싼 환경의 변화

---

# 1. 플랫폼경제의 확산

## 플랫폼경제는 직·간접 네트워크 효과를 통해 양면시장을 창출

- 플랫폼경제는 단면시장과 구분되어 ‘직·간접 네트워크 효과’의 확장이 중요한 양면시장의 특성을 가지고 있음
  - ‘양면시장’이란 두 개 또는 그 이상의 차별화된 고객군을 상호 연계하여 거래 상대 탐색을 가능하게 하고 고객군 간 가치 교환이 가능한 상품을 거래하는 시장임
  - 플랫폼은 다수의 수요자와 공급자(차별화된 고객군)가 플랫폼 내에서 서비스 또는 상품을 거래한다는 점에서 거래의 효율화를 달성
- 양면시장의 창출과 성장에 있어 핵심은 ‘네트워크 효과’이며 이는 사용자가 많아질수록 상호가 느끼는 가치가 상승하는 특성을 지님
  - ‘양면시장’의 형성은 단면시장에 비해 그 거래효율이 증가할 때 형성되는데, 이러한 효율을 증가시키기 위해서는 ‘직·간접 네트워크 효과’가 창출되어야 함
  - 네트워크 효과는 ‘직접 네트워크 효과’와 ‘간접 네트워크 효과’로 구분해 볼 수 있으며 이러한 네트워크 효과는 사용자가 많아질수록 상호 거래의 효율이 기하급수적으로 증가함<sup>4)</sup>



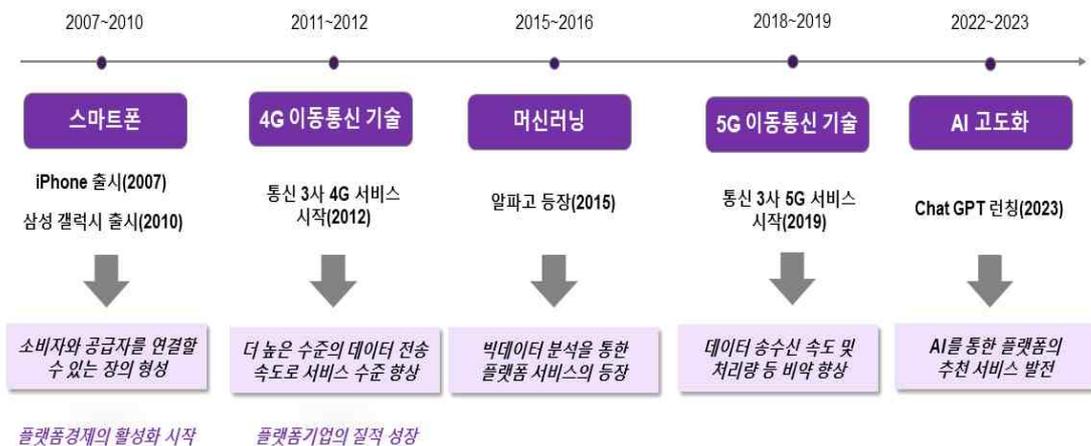
[그림 II-1] 네트워크 효과를 통해 성장하는 플랫폼 경제

출처 : 자체 작성

4) 동아비즈니스리뷰, 「디지털 헬스케어 플랫폼 구상도 공급자 아닌 사용자 관점에서」, (2016.12)

## 디지털 기술의 지속적 발전은 이러한 플랫폼 경제의 확산 가속화

- 스마트폰의 등장은 기존 웹기반 플랫폼기업의 하드웨어적 제약을 해소하며, 플랫폼경제가 확산되는 직접적인 수단으로 작용함
  - 과거 구글, 네이버 등 웹기반 플랫폼기업의 하드웨어적 제약은 스마트폰의 등장으로 인해 해소되며 플랫폼경제가 확산되는 직접적 계기가 됨
    - 구글, 네이버 등은 PC 기반의 서비스로서 데스크탑 또는 랩탑 등의 하드웨어적 환경이 갖추어졌을 때만 이용이 가능했으나 스마트폰의 등장으로 이러한 하드웨어적 제약이 해소됨
- 이후 통신 속도 관련 기술의 발전은 가용 데이터의 확장을 가져왔으며 AI 기술 등의 발전은 플랫폼 기반의 서비스 고도화를 달성 가능하게 함
  - 5G 이후의 통신 속도는 가용 데이터의 속도와 양을 제고시켰으며 현재는 거의 데이터의 제약 없이 서비스가 가능한 환경으로 변화하였음
    - 가용 데이터의 속도와 양이 늘어남에 따라 현재는 클라우드 컴퓨팅 서비스가 활성화되는 등 기존 데이터 제약으로 인한 서비스 구현 제약은 거의 해소되었음
  - AI 기술, 머신러닝 등 대용량 데이터를 획기적으로 처리 가능하게 하는 빅데이터 관련 기술들은 기존 플랫폼들의 서비스 고도화를 촉진함
    - 최근에 등장한 CHAT-GPT 등의 기술은 이러한 기술의 정점으로 평가되는데 향후에는 유사 기술의 발전으로 더욱 고도화된 서비스 제공이 가능해질 것임

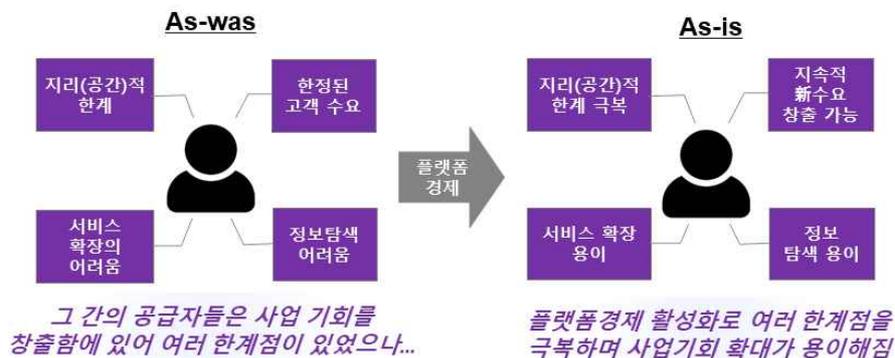


[그림 II-2] 디지털 기술의 발전과 플랫폼경제 가속화

출처 : 이코노미조선, 「스마트폰-AI 등장으로 '플랫폼 전쟁' 본격화」, (2021.03.09.)

## 숙박 공급자 역시 플랫폼의 활용으로 신규시장 창출 가능

- 숙박 공급자의 플랫폼 경제 활용은 기존 오프라인이 지닌 공간적 한계를 극복하여 다양한 사업기회를 창출 가능함
  - 특히 플랫폼 경제의 활용은 소비자에게 기존 오프라인 시장보다 손쉽게 공급자의 상품 및 서비스에 대한 정보제공이 가능해짐에 따라 홍보 및 고객 정보 전달 등이 용이해짐
- 최근에는 소비자의 디지털 접근성이 높아지며 플랫폼의 이용자가 특정 계층에 한정되어 있지 않기 때문에 숙박 공급자는 지속적 新 수요 창출 가능
  - 우리나라 정보취약계층의 디지털정보화 수준은 2020년 72.7%에서 지속적으로 증가하여 2022년에는 76.2%를 기록하는 등 소비자 디지털 접근성은 점진적 증가 중임<sup>5)</sup>
- 숙박 공급자의 플랫폼 활용은 기존 시장보다 손쉬운 서비스 확장을 가능하게 하므로 새로운 사업기회를 창출할 수 있음
  - 기존 시장에서는 추가적 자원의 투입 등을 통해 서비스 확장이 가능했다면 현재는 플랫폼을 이용한 손쉬운 서비스 확장(배달앱 이용 등)이 가능해짐
- 또한 플랫폼의 활용을 통해 공급자는 이전보다 사업에 필요한 정보에 접근하기가 수월해졌으며 소비자 피드백 등을 관리하기 용이해짐
  - 소비자 의견 및 트렌드 등 사업에 필요한 정보에 접근하기 어려웠던 과거에 비해 플랫폼의 활용은 이러한 정보 접근성을 제고함



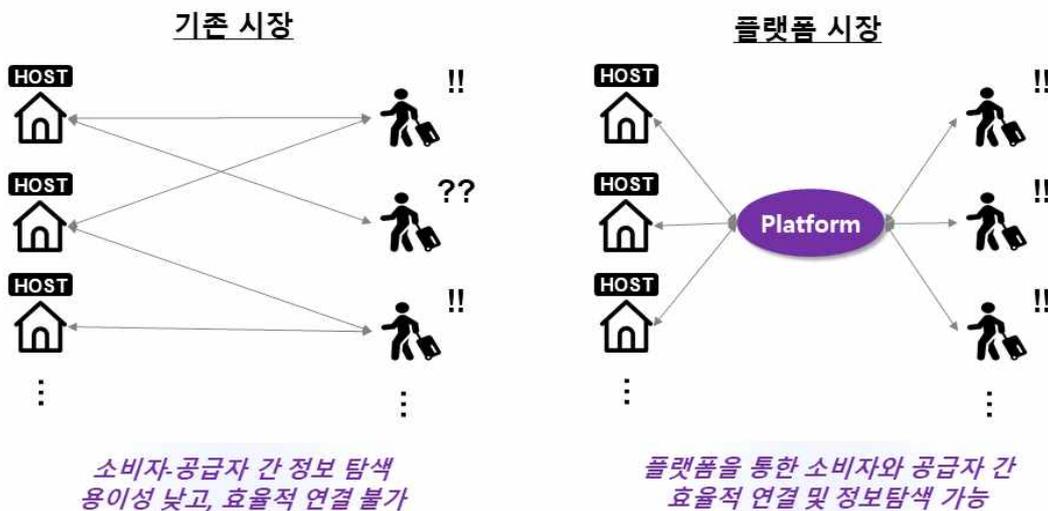
[그림 II-3] 공급자의 시장기회 확대

출처 : 자체 작성

5) 과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원, 「2022 디지털정보격차 실태조사」, (2022)

특히 기존 시장에서 확장성이 낮았던 공유숙박은 플랫폼을 통해 성장 가속화

- 공유숙박의 기본 개념은 개인이 보유한 부동산 등의 유휴 공간을 소비자에게 숙박 형태로 제공하는 것으로 공급자인 호스트는 상대적으로 기존 숙박업에 비해 다수임
  - 개인의 유휴 공간을 공유 형태로 대여하기 때문에 기존 숙박업과 같이 대형 객실 수를 보유한 소수의 공급자가 아닌 소수의 객실 수를 보유한 다수의 공급자 특성을 보임
    - 최근에는 이러한 기본 개념에서 벗어난 대형 객실 수를 보유한 공급자 역시 공유 숙박 시장에 참여하고 있는 상황임
- 따라서 공급자와 소비자가 다수인 공유숙박 시장은 기존 시장에서와 같은 거래 형태로는 정보탐색 및 상호 간 연결 등에 있어 효율적이지 못함
  - 기존 시장에서 거래할 시에 상대적으로 다수가 존재하는 공급자 및 수요자에 대해 상호 간 정보 탐색이 용이하지 않으며 이로 인해 상호 간의 효율적 연결이 불가능함
  - 플랫폼을 통한 거래 시에는 플랫폼에 진입한 다수의 소비자와 공급자 간에 네트워크 효과로 인해 정보 탐색이 용이해지며 효율적으로 상호 간 연결이 가능함
- 즉, 공유 숙박은 플랫폼 경제의 활용으로 더 많은 시장 효용을 창출할 수 있기 때문에 플랫폼의 성장과 함께 공유 숙박 시장이 성장했다고 볼 수 있음



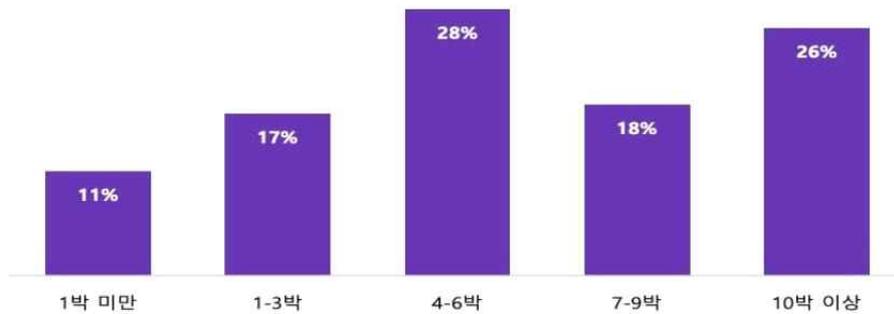
[그림 II-4] 플랫폼 시장 하에서 공유숙박의 장점

## 2. 소비자 수요 다변화

### 가. 장기 체류형 관광의 증가

#### 코로나 팬데믹으로 인한 대면 활동 제한 등은 소비자 관광 수요의 변화

- 코로나 팬데믹 기간에는 전 세계적으로 감염병 확산을 방지하기 위해 국가 간 이동이 제한되었으며 자국 내에서도 대면 활동에 대한 제한을 강화하였음
- 이러한 제한된 환경 하에서도 여전히 ‘관광’에 대한 수요는 존재하였기 때문에 특히 자국 내에서의 장기 투숙에 대한 수요가 증가한 것으로 판단됨
- 신라스테이는 ‘20년 3-9월의 자체 고객 정보를 분석한 결과 고객 투숙 기간이 약 20% 증가한 것으로 밝혔으며 이는 해외여행 불가로 국내 장기투숙 수요가 증가한 것으로 판단하였음<sup>6)</sup>
- 실제 글로벌 관광객들이 ‘21년 기준 가장 선호하는 여행 기간은 4-6박(28%)인 것으로 나타났으나 10박 이상의 장기 여행 역시 26%를 차지하며 높은 비율을 보였음



[그림 II-5] 2021년 글로벌 관광객들이 선호하는 여행기간

출처: GlobalData. eHotelier, 'Longer trips look set to boom post-COVID19' 재인용 (2021)

- 공급자 측면에서는 장기 투숙에 대한 가격 할인 등을 제공함으로써 코로나 팬데믹으로 인한 공실 리스크를 줄일 수 있었기 때문에 다양한 상품을 출시하였음
- 그러나 특히 호텔 등의 장기 투숙 상품 증가는 수익성을 고려한 것이 아닌 생존 전략에 가깝기 때문에 장기적으로는 계속 장기 투숙 상품을 유지하기 힘들 것으로 보임<sup>7)</sup>

6) 연합뉴스, 「코로나19에 국내 호텔 장기투숙 늘어...“해외여행 막힌 탓“」, (2020.10.7.)

7) 호텔엔레스토랑, 「수면 위로 떠오르는 내국인 장기투숙 니즈」의 호텔 관계자 인터뷰 참조, (2021.1.11)

## 원격근무의 활성화는 장기 체류형 관광의 성장을 견인

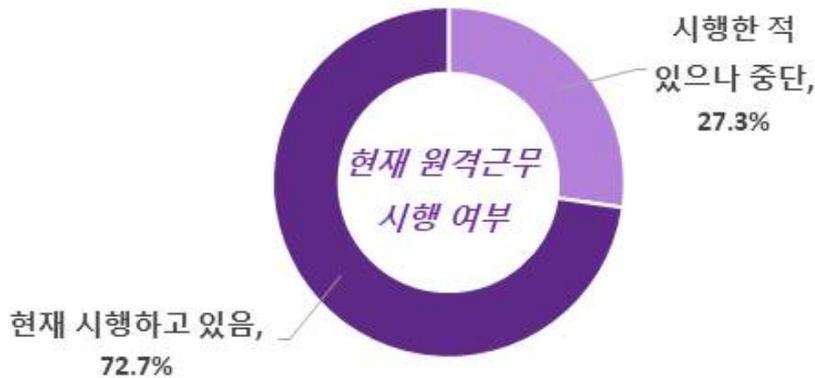
- 코로나 팬데믹 기간 정부는 시민의 건강을 유지하고 보건시스템의 붕괴를 막기 위해 확진자의 격리조치를 시행<sup>8)</sup>하였으며 이로 인해 원격근무가 활성화되었음
- 고용노동부에서 집계한 원격근무 근로자 수를 살펴보면 2018년 7.9만명에 불과했던 근로자 수는 ‘20년 팬데믹 발발 이후 50.3만명으로 급증하였고 ‘21년 기준 114만명을 기록함

[표 II-1] 우리나라 원격근무 근로자 및 재택근무 희망 근로자 수 추이(단위 : 만 명)

| 구분            | 2018년 | 2019년 | 2020년 | 2021년 |
|---------------|-------|-------|-------|-------|
| 원격근무 근로자 수    | 7.9   | 9.5   | 50.3  | 114.0 |
| 원격근무 희망 근로자 수 | 52.0  | 55.1  | 89.6  | 118.8 |

출처: 고용노동부, '재택근무 우수기업 사례집' (2021)

- 원격 근무는 코로나 팬데믹 기간 정부 정책에 의해 강제되었으나 원격 근무의 장점 등을 인정한 기업에서는 여전히 원격근무를 시행하고 있는 편임
- 한국경영자총협회에서 2022년 조사한 바에 따르면 팬데믹 영향력이 감소되는 2022년 시점에서도 매출 상위 66개 기업 중 72.7%는 원격 근무를 유지하고 있는 것으로 나타남



[그림 II-6] 매출 상위 66개 기업 중 재택근무 시행 현황

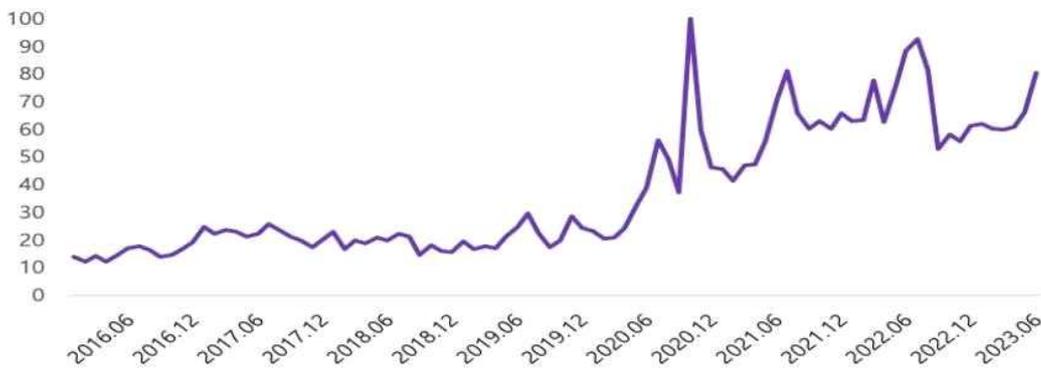
출처: 한국경영자총협회, '사회적 거리두기 해제에 따른 재택근무 현황 조사' (2022)

- 이러한 원격근무의 활성화는 특히 일과 여가를 동시에 영위하고자 하는 수요를 촉진시켰으며 장기 체류형 숙박의 성장세를 가속화 한 것으로 보임
- 특히 장기 체류형 숙박이 단순한 숙박에 머물러 있지 않고 휴가지에서 동시에 일을 하는 ‘위케이션’, ‘블레저’ 등으로 진화하는데 원격근무 활성화가 이를 촉진한 것으로 판단됨

8) 한국은행, 보도자료 「코로나19 사태로 인한 재택근무 확산: 쟁점과 평가」, (2020.12.14.)

## 장기 체류형 관광 수요는 엔데믹 이후로도 지속 성장

- 코로나로 촉발된 장기 체류형 숙박은 원격근무 등을 통해 더욱 활성화되었으며 해당 시기의 소비자의 수요 급증은 당분 간 관성을 지니고 성장할 것으로 보임
- 이미 소비자의 관심이 급증함에 따라 국내 주요 포털사이트에서는 ‘한달 살기’, ‘워케이션’ 등의 장기 체류 숙박 관련 검색어가 지속 증가 추세임
- 네이버데이터랩에서 조회한 장기숙박 관련 검색량 추이를 살펴보면 코로나 팬데믹이 본격화되는 2020년 시점에 관련 검색량이 급증하는 것을 볼 수 있음
- 더불어 코로나 팬데믹의 영향력이 약화되는 ‘22년 시점에서도 여전히 증가한 검색량은 줄어들지 않고 있어 소비자의 장기숙박 수요는 당분간 지속될 전망이다

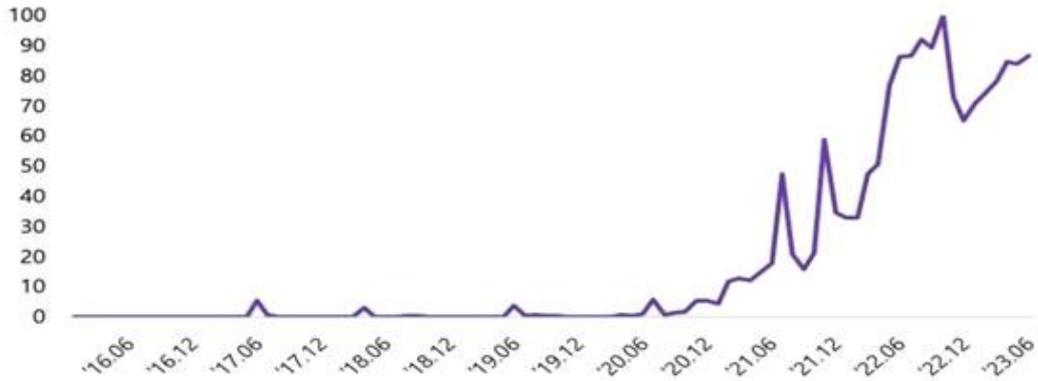


[그림 II-7] 포털사이트 '장기숙박' 관련 월별 검색량 추이

주: 위 그래프는 조회기간 중 최대 검색량을 100으로 설정하여 상대적인 변화를 나타냄

출처: 네이버데이터랩(2023년 7월), '한달살기', '일주일살기', '보름살기', '장기숙박', '장기여행' 검색량

- 네이버데이터랩에서 조회한 ‘워케이션’ 검색량 추이를 살펴보면 ‘장기숙박’ 키워드 검색의 추이와 비슷하게 나타나고 있으나 상대적으로 우상향 경향이 지속되고 있음
  - 특히 엔데믹에 가까운 ‘22년 말 시점까지 급등하던 검색량이 ‘23년 초 다시 감소하였으나 점진적으로 다시 회복세에 접어들었으며 팬데믹 이전 시점보다 늘어난 검색량을 유지 중임
- 이는 단순히 ‘여가’ 관점의 ‘장기 숙박’ 보다는 일과 여가생활을 병행 가능한 환경이 조성됨에 따라 일상 생활의 연장선으로서 휴가 수요가 증가함을 보여주고 있음
  - 실제 WTTC의 2023 Consumer Trends Report에 따르면 여가와 일을 병행하는 ‘워케이션’ 관련 시장은 ‘21년 1.5천억달러에서 ‘27년 3.6천억달러로 성장할 것으로 전망함



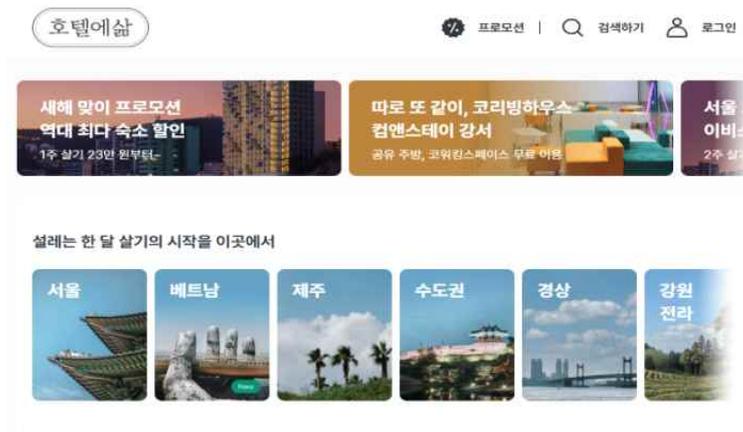
[그림 II-8] 포털사이트 '위케이션' 월별 검색량 추이

주: 위 그래프는 조회기간 중 최대 검색량을 100으로 설정하여 상대적인 변화를 나타냄

출처: 네이버데이터랩(2023년 7월), 위케이션 검색량

### 숙박산업은 다양한 방식으로 장기 체류형 관광 수요에 대응 필요

- 현재 숙박 산업은 이러한 장기 체류형 관광 수요에 대응하여 공급의 다변화를 꾀하고 있으며 최근에는 장기숙박 전용 플랫폼이 등장하여 시장에 변화를 가져옴
- ‘호텔에 삶’은 장기 숙박 상품을 전용으로 다루는 플랫폼으로 출시되어 호텔 위주의 다양한 장기 숙박 상품을 제공 중이며 숙박 사전 투어 서비스 등을 제공하고 있음



[그림 II-9] 체류형 숙박 상품 사이트 예시(호텔에 삶)

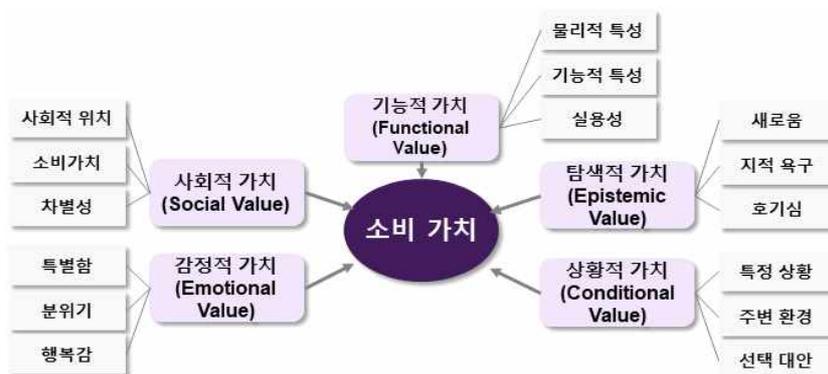
출처: 호텔에 삶(<https://www.livinginhotel.com/ko/>)

- 현재 호텔 위주로 제공되는 이러한 장기 체류 숙박은 향후 수요 확대가 예상됨에 따라 다양한 숙박 형태에서 제공될 필요가 있음
- 특히 호텔이 아닌 다양한 숙박 형태에서 장기 체류 숙박 상품이 제공된다면 가격 및 서비스의 다양화를 통해 소비자 선택의 폭을 제고하고 시장 전체 활성화에 기여 가능할 것임

## 나. 경험 소비로의 변화

### 소비자의 소비가치는 크게 기능적, 사회적 가치 등의 5가지로 구성

- 소비자의 구매행위를 결정하는 요인으로 널리 쓰이는 이론은 Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991)<sup>9)</sup>에 의해 주창된 5가지 소비가치 이론이 있음
- 이 이론에 따르면 소비자의 구매 행위를 결정하는 요인에는 기능적, 사회적, 감정적, 탐색적, 상황적 가치의 5개 가치가 있으며 이들이 복합적으로 작용하고 있음
- 기능적 가치(Functional Value)는 소비자가 구매행위를 함에 있어 여러 소비 대안 중에서 기능적, 물리적, 실용적 효용이 큰 대안을 선택하게 하는 가치임
- 사회적 가치(Social Value)는 소비자가 여러 소비 대안 중 특정 대안을 선택 시 그 선택이 특정 사회적 관계의 효용을 증가시킬 때 발생하는 가치임
- 감정적 가치(Emotional Value)는 소비자가 대안을 선택했을 때 특정 감정이나 느낌을 불러일으키게 하는 가치임
- 탐색적 가치(Epistemic Value)는 소비자의 대안 선택 시 이러한 행위가 호기심, 새로움, 지적 욕구 등을 충족시킬 때 발생하는 가치임
- 상황적 가치(Conditional Value)는 소비자가 대안을 선택할 때 그 효용이 특정한 상황에 의해서 발생하는 가치로 생일 선물 등이 이에 해당함



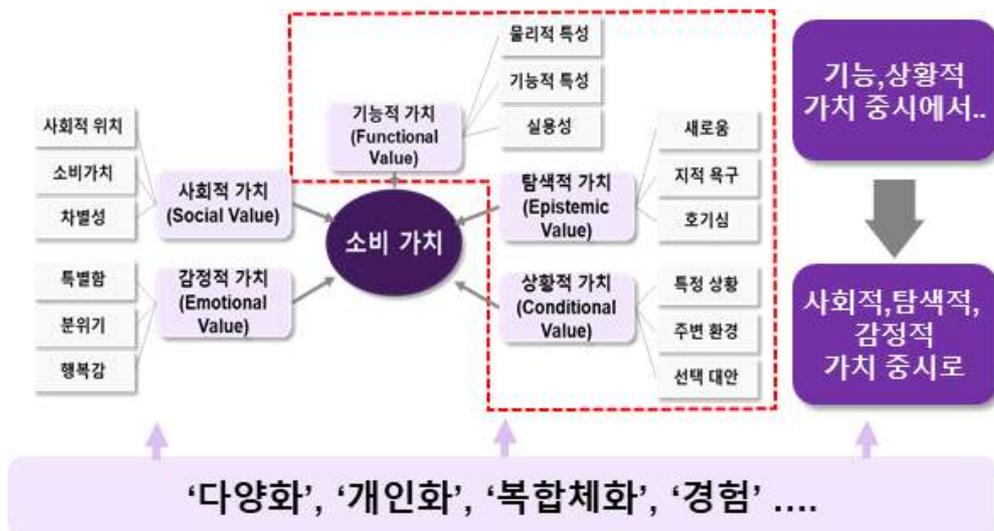
[그림 II-10] 소비자의 구매행위를 결정하는 5가지 요인

출처 : Sheth et al(1991). Why we buy what we buy: A Theory of consumption values. 참고 자체 작성

9) Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. Journal of business research, 22(2), 159-170.

### 최근의 소비자 가치는 감정적, 사회적 가치 등을 중시하는 경향

- 소비자 소비가치는 여러 소비자의 대안 선택에 따라 복합적으로 영향을 미치고 있으나 전통적 소비가치는 주로 기능적 가치와 상황적 가치가 중시되어 왔음
  - 기능적 가치는 상품 및 서비스의 본질적 가치로서 소비자가 원하는 기능적 역량을 발휘하지 못할 경우 대안에서 탈락되기 때문에 기본적으로 충족되어야 하는 가치로 판단됨
  - 상황적 가치는 특정 상황에서 효용이 발생하는데 특히 생일 등 일상 생활에서 발생하는 상황적 가치가 많기 때문에 이러한 가치 역시 소비자의 전통적 구매 결정 요인으로서 작용한 것으로 보임
- 그러나 최근에는 단순한 기능적, 상황적 가치 뿐 아니라 소비자의 수요가 다양화, 개인화 등으로 변화함에 따라 사회적, 탐색적, 감정적 가치가 더 중시되고 있음
  - 특히 관광 시장에서 소비자의 수요 역시 경험 중심으로 변화하였는데 전통적으로 지명도가 높은 여행지에 대한 선호도는 최근 개인의 관심과 취향을 반영한 여행으로 변화하였음<sup>10)</sup>
    - 국내 관광 여행 방문지의 선택요인 중 여행지의 지명도는 '18년 18%에서 '21년 기준 16%로 감소하였으며 로컬 방문 의향은 '21년 기준 58.8%로 높게 나타남
    - 또한 개인의 감정적 가치 등이 중시됨에 따라 개인의 취미와 연관된 여행의 수요가 증가하였으며 이를 통해 여행의 즐거움을 극대화하고자 하는 경향이 나타나고 있음



[그림 II-11] 소비자 수요특성 변화에 따른 소비자 가치 변화

출처 : 자체 작성

10) 한국관광공사, 「2023 관광트렌드 전망 및 분석 보고서」, (2023)

이러한 경향은 단순 소비 보다 경험을 소비하는 것이 더욱 중요해짐을 의미

- 소비자의 감정적, 사회적 가치가 중요해짐에 따라 한정된 자원 안에서 이러한 가치들의 효용을 더 높일 수 있는 ‘경험’ 소비가 늘어나고 있음
  - 김담울, 김종흠(2022)<sup>11)</sup>의 연구에 따르면 소비 행위를 물질 소비와 경험 소비로 나누어 보았을 때 소비자는 한정된 자원 안에서 물질소비 보다 경험소비에 대한 행복도가 더 높았음
    - 특히 소비자들은 자신의 행복 또는 주관적 안녕감을 중요시하여 구매 행위를 하게 되는데 일련의 선행연구들에서는 물질소비 보다는 경험소비의 행복감이 더 크게 나타남
    - 이러한 이유로는 물질소비 보다 경험소비가 사회적 관계 형성에 용이하며 개인의 정체성을 더 잘 드러낼 수 있고 사회적으로 타인과 비교될 만한 요소가 적기 때문이라고 밝힘
- 특히 ‘소유’ 하는 개념보다 ‘경험’ 하는 개념으로 소비자 인식이 변화함에 따라 일정 기간 비용을 지불하고 경험을 지속할 수 있는 구독경제 시장이 성장함
  - 구독경제는 제품이나 서비스를 구매·소유하는 것 보다 적은 금액을 지불하고 일정 기간 동안 사용할 수 있는 방식을 의미함
  - 구독경제는 공급자 입장에서는 반복적 수익 창출이 가능하고 소비자 입장에서는 상대적으로 저렴한 가격으로 경험 소비를 지속할 수 있는 장점이 있음
  - 구독경제 시장은 전세계적으로 지속 성장할 것으로 보이며, KT경제경영연구소에서는 국내 구독 경제 시장이 2025년에는 100조원 규모가 될 것으로 예상하였음



[그림 II-12] 글로벌 및 국내 구독경제 시장규모 추이(단위 : 십억 달러, 천억 원)

출처 : Juniper Research, 「Subscription Economy Market Value to Reach \$275 Billion Globally in 2022」, (2022); KT경제경영연구소 자체분석 결과

11) 김담울, 김종흠. (2022). 물질소비와 경험소비의 선택에 영향을 주는 요인에 관한 연구. 한국소비자학회 춘계학술대회논문집, 2022(5), 11-14.

## 숙박산업은 소비자 경험이 중시됨에 따라 다양한 체험상품 개발 필요

□ 이미 다양한 산업 분야에서는 경험 소비를 활용하여 다양한 상품과 서비스를 출시하고 있음

○ 영국에 본사를 두고 있는 화장품 소매업 브랜드인 러쉬(LUSH)는 대표적인 경험 소비 활용 기업으로 고객이 자사의 제품을 매장에서 적극 사용할 수 있는 환경을 조성함

- 러쉬의 주력상품은 목욕용품으로 일반적인 매장에서 고객이 이를 경험하기 쉽지 않으나 러쉬는 매장 내 세면대 설치 등을 통해 고객이 자사 제품을 적극 경험할 수 있도록 함



[그림 II-13] 러쉬(LUSH)의 고객 경험 소비 예시

출처 : 충남일보, 「롯데백화점 대전점 러쉬매장, “손 씻고 가세요”」, 박해용 기자(2020. 4. 14)

□ 숙박산업 역시 일부 경험형 소비에 대한 상품을 출시하고 있으나 향후 구독 경제 시장 성장세 등을 고려하면 더욱 다양한 상품의 창출이 필요할 것임

○ 인터파크에서는 기존 여행 상품들을 결합하여 축구, 교육, 문화, 레저 분야 등 소비자가 특정 경험을 집중적으로 할 수 있는 상품을 출시하였음

| 축구 홀릭  | 전문/셀럽 홀릭 | 월드런 홀릭 | 에듀/캠프 홀릭 | 축구 홀릭  | 전문/셀럽 홀릭 | 월드런 홀릭 | 에듀/캠프 홀릭 |
|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|
| 티니핑 홀릭 | 스포츠 홀릭   | 컬처 홀릭  | 레저 홀릭    | 티니핑 홀릭 | 스포츠 홀릭   | 컬처 홀릭  | 레저 홀릭    |

|                                                                                                                                                                                |                                                                                   |                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <p>37위! 초특가 단1 외</p> <p>#3/7 단1회 출발! 선착순 마감<br/>[라리가홀릭] 마드리드 6일, 레알마드리드vs셀타비고...</p> <p>·유럽 최대 축구 클럽 레알마드리드...<br/>·433구역 VIP티켓 제공</p> <p>3,600,000<br/><b>3,490,000원~</b></p> | <p>고아웃 2박 PKG</p> <p>#고아웃 쟁보리 10주년 대축제<br/>2024 고아웃 쟁보리 10th Anniversary 2박3일</p> | <p>고아웃 3박 PKG</p> <p>#고아웃 쟁보리 10주년 대축제<br/>2024 고아웃 쟁보리 10th Anniversary 3박4일</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|

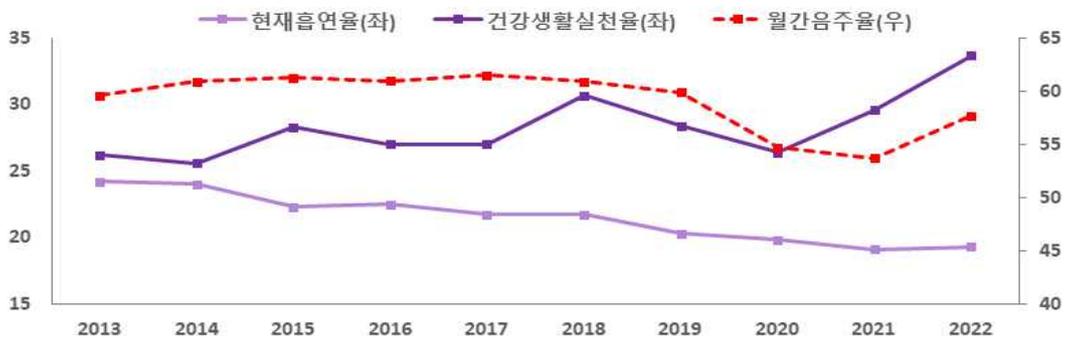
[그림 II-14] 인터파크의 경험소비 상품(홀릭)

출처 : 인터파크(<https://events.interpark.com/exhibition?exhibitionCode=230327007>)

## 다. 웰니스에 대한 관심 증대

### 코로나 팬데믹 이후 소비자들의 건강에 대한 관심도 증대

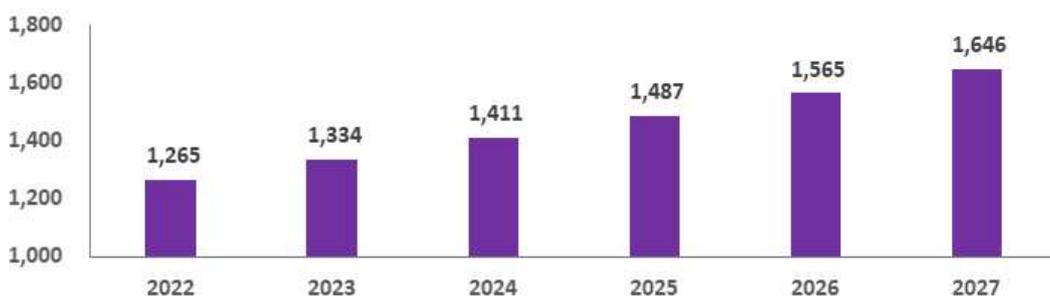
- 코로나 팬데믹은 유례 없는 전염병 확산으로 소비자들의 건강을 위협하였으며 소비자들은 이 시기 이후로 건강 전반에 대한 관심이 증가하였음
- 세계관광협회의 보고서<sup>12)</sup>에 따르면 미국인의 89%는 코로나 이전보다 코로나 팬데믹을 거치며 평균과 관련된 관심 및 걱정이 증대하였음
- 국내에서도 역시 소비자의 건강에 대한 관심이 증가하였는데 국민의 흡연율, 음주율은 코로나를 기점으로 감소하였으나 건강생활실천율은 증가하는 모습을 보임



[그림 II-15] 국민의 흡연율, 음주율 및 건강생활실천율 추이(단위 : %)

출처 : 질병관리청, 「지역사회건강조사」, (2022)

- 건강에 대한 관심 증가는 소비자들이 좀 더 건강한 삶을 영위하기 위한 소비 욕구를 불러일으켰으며 이는 건강기능식품 소비 증가 등의 현상으로 나타남



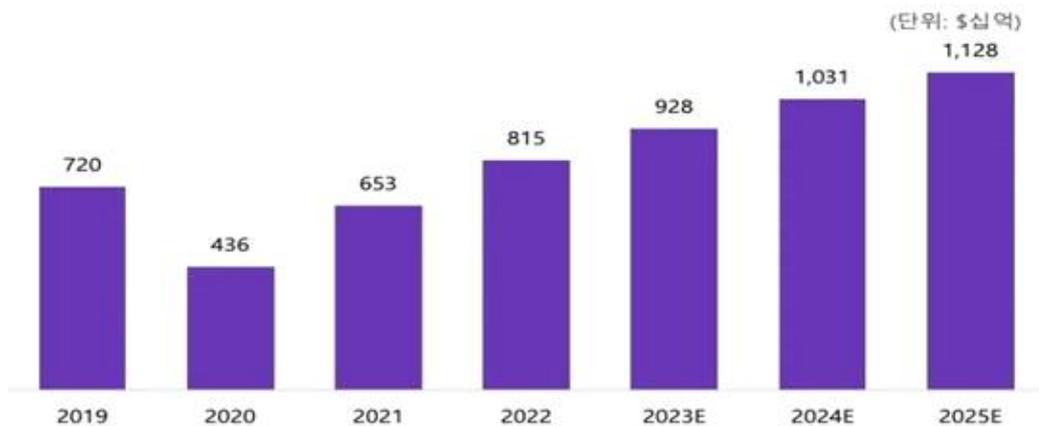
[그림 II-16] 글로벌 건강기능식품 시장규모 전망(단위 : 억 달러)

출처 : 연합뉴스, 「코로나에 건강관심↑... "글로벌 건기식, 향후 5년간 매년 5%성장"」, (2023.9.28.)

12) WTTC, 「To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19」, (2020)

## 건강에 대한 관심을 기반으로 웰니스 관광' 수요 확대

- 웰니스(Wellness)에 대한 개념은 Halbert L. Dunn(1959)에 의해 처음 주창된 개념으로 현대적 의미는 전체적 건강 상태로 이끄는 모든 포괄적 활동을 지칭함
  - Halbert L. Dunn<sup>13)</sup>이 주창한 웰니스에 대한 개념은 단지 아프지 않은 상태가 아닌 건강을 유지하기 위한 개인의 적극적 생활체육 활동 등을 의미하였음
  - 현대에 와서는 이러한 개념이 발전하여 글로벌 웰니스 연구소의 정의에 의하면 웰니스는 개인을 전체적 건강 상태로 이끄는 라이프스타일 등의 모든 활동으로 정의됨<sup>14)</sup>
- 글로벌 웰니스 시장은 특히 코로나 팬데믹으로 촉발된 소비자의 건강 관심 증대 현상에 힘입어 지속적 성장을 거듭하고 있음
  - 글로벌 웰니스 연구소(Global Wellness Institute)의 2021년 보고서<sup>15)</sup>에 따르면 웰니스 시장의 지속적인 성장을 전망함
    - 전체 웰니스 시장의 규모는 2019년 4909.9 bil\$에서 2026년 6992.0 bil\$로 2020년부터 2025년까지 연간 약 9.9% 성장할 것으로 보고 있음
  - 더불어 관광 산업에서도 '웰니스 관광'에 대한 관심이 급증하였으며 글로벌 웰니스 연구소의 전망에 의하면 2025년 1,128십억 달러까지 성장할 것으로 전망되었음



[그림 II-17] 글로벌 웰니스 관광시장 규모

출처: Global Wellness Institute. Skift 'Hotel Wellness Strategies With the Biggest Payoff' (2023) 재인용

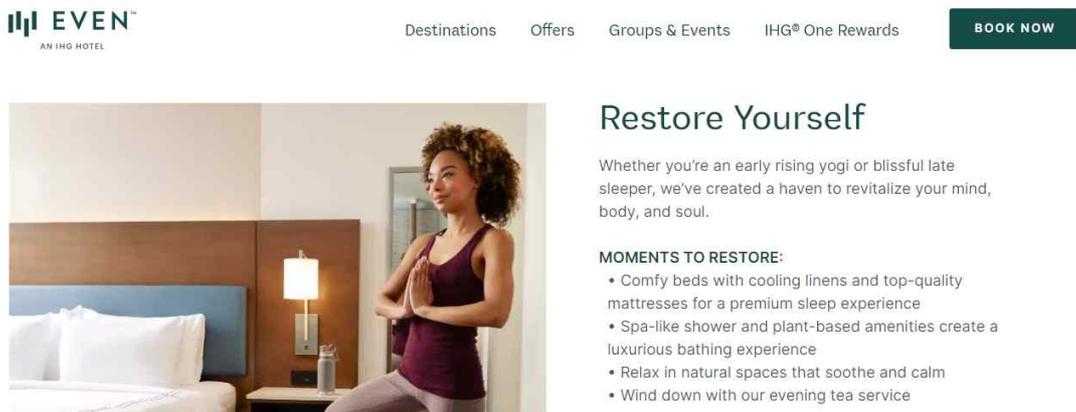
13) Dunn, H. L. (1959). What high-level wellness means. Canadian Journal of Public Health/Revue Canadienne de Sante'e Publique, 50(11), 447-457.

14) Global Wellness Institute, Home Page (<https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/>)

15) Global Wellness Institute, 「The Global Wellness Economy: Looking Beyond Covid」, (2021)

## 웰니스 관심 증대는 숙박 산업의 기존 형태를 다양하게 바꿀 것으로 예상

- 웰니스에 대한 관심의 증대로 숙박 산업에서는 특히 호텔을 중심으로 소비자의 전반적 건강 생활과 관련된 상품을 출시하고 있음
- Inter-Continental Hotel Group은 산하 EVEN 호텔을 “웰니스 라이프스타일 호텔”로 리브랜딩하며 웰니스 서비스로의 전환에 대한 움직임을 보임



[그림 II-18] 인터컨티넨탈 그룹 산하 EVEN 호텔의 서비스 화면

출처 : 인터컨티넨탈 EVEN(<https://www.ihg.com/evenhotels/hotels/us/en/reservation>)

- 이러한 웰니스에 대한 관심은 국내 관광 산업에도 영향을 미칠 것으로 보이며 정부 차원에서도 웰니스 수요에 대응하는 다양한 정책들을 기획하였음
- 정부는 2025년까지 웰니스 관광객 70만명을 목표로 웰니스 관광 페스타를 개최하는 등 웰니스 관광과 관련한 다양한 지원책들을 구상 및 시행하고 있음



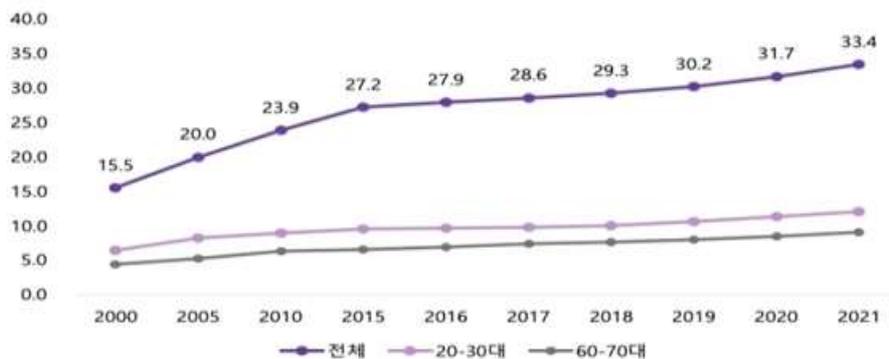
[그림 II-19] 문화체육관광부의 웰니스관광 페스타 사례

출처 : 2023 한국 웰니스관광 페스타([https://vr.visitkorea.or.kr/vk\\_publish/wellnessfesta/index.html](https://vr.visitkorea.or.kr/vk_publish/wellnessfesta/index.html))

## 라. 1인 가구 증가와 개별관광 활성화

### 개인 가치의 중시, 생애과정의 유연화 등으로 1인 가구는 지속 증가 중

- 한국여성정책연구원의 보고서<sup>16)</sup>에 따르면 1인 가구의 증가 요인은 주로 개인화와 생애과정의 유연화 등에 의해 발생한 것으로 보고 있음
- 기존 논의에서 1인 가구는 ‘가족이 아닌 삶’ 으로 표현되었으나 현대에서는 개인의 가치가 더 중시되며 이러한 전통적 관계의 해체가 더 쉬워져 1인 가구가 증가할 수 있다고 밝힘
  - 동 보고서에서는 Beck, U.(2002)<sup>17)</sup>에 의하면 개인의 선택이 증가하고 현대 인간관계가 쉽게 해체되는 사회에서 1인 가구의 증가 확률은 더 크다고 하였음
- 또한 생애주기 전반에 걸친 유연화로 개인의 선택에 기반한 다양한 삶의 방식이 일어날 수 있으며 1인 가구의 삶도 얼마든지 성인의 삶에서 일어날 수 있음
- 이러한 1인 가구의 증가 추세는 뚜렷하게 나타나고 있으며 특히 청년층 및 노년층에서 증가 추세가 나타나고 있음
- 1인 가구 전체가 총 인구에서 차지하는 비중은 지속적으로 증가하고 있는데 ‘00년 기준 15.5%에 불과하던 비율은 ‘21년 기준 33.4%로 2배 이상 증가하였음
- 그 중에서도 청년층인 2~30대와 노년층이 6~70대는 미혼 및 사별 등의 이유로 지속적으로 1인 가구가 증가하는 추세에 있음



[그림 II-20] 주요 연령집단별 1인가구의 비율

출처: 통계청, 「인구총조사」, 각 년도

16) 한국여성정책연구원, 「1인 가구 증가에 따른 가족정책 대응방안 연구」, (2017)

17) Beck, U. (2002). Individualization: Institutionalized individualism and its social and political consequences (Vol. 13). Sage.

## 1인 가구의 구매력 증대로 이들은 산업의 주요 소비자층으로 성장

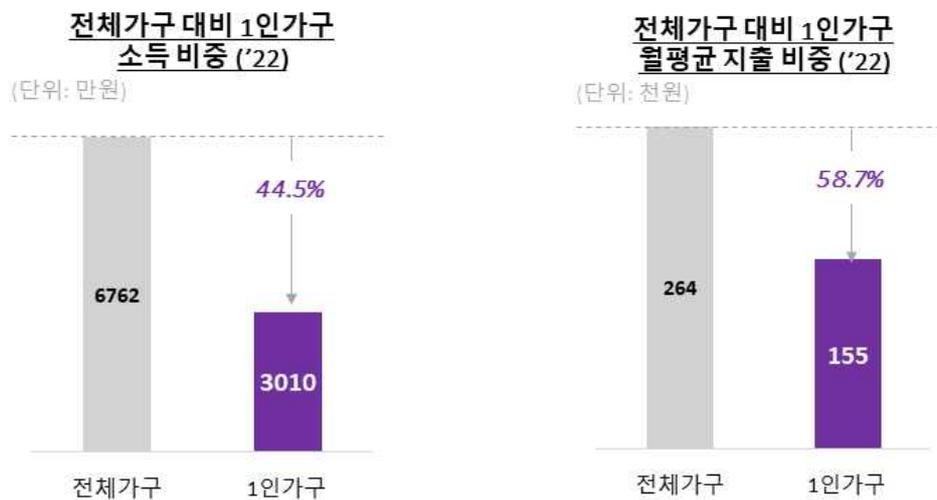
- 과거에 비해 경제력을 갖춘 1인 가구가 증가하며 1인 가구의 구매력 역시 증가하고 있는 추세임
- 2013년 산업연구원에서 발표한 자료에 따르면 1인 가구의 소비규모는 2010년 약 60조 원에서 2020년 120조, 2030년 194조 원으로 증가할 것으로 예상함

[표 II-2] 가구원 수 별 소비지출 규모 추이 및 전망(실질, 단위 : 조 원)

| 가구원 수 | 2006 | 2010 | 2015 | 2020 | 2025 | 2030 |
|-------|------|------|------|------|------|------|
| 1인 가구 | 16   | 60   | 86   | 120  | 156  | 194  |
| 2인    | 45   | 106  | 144  | 192  | 244  | 296  |
| 3인    | 90   | 135  | 167  | 204  | 238  | 268  |
| 4인    | 165  | 174  | 175  | 181  | 181  | 178  |
| 5인 이상 | 171  | 67   | 62   | 60   | 56   | 53   |

출처 : 산업연구원 보도자료, 「나홀로 가구, 소비지출의 새로운 주체로 급부상」, (2013.6.12.)

- 통계청에서 발표한 ‘2023년 통계로 보는 1인 가구’ 를 살펴보면 최근의 1인가구 구매력 증가로 전체 가구의 소득 대비 1인 가구의 소득 비중은 44.5%에 달하였음
  - 더불어 전체가구의 평균 지출 대비 1인 가구의 지출 비중 역시 58.7%로 전체 평균 가구 인원 수를 고려하면 1인 가구의 소비력이 증가한 것으로 판단됨

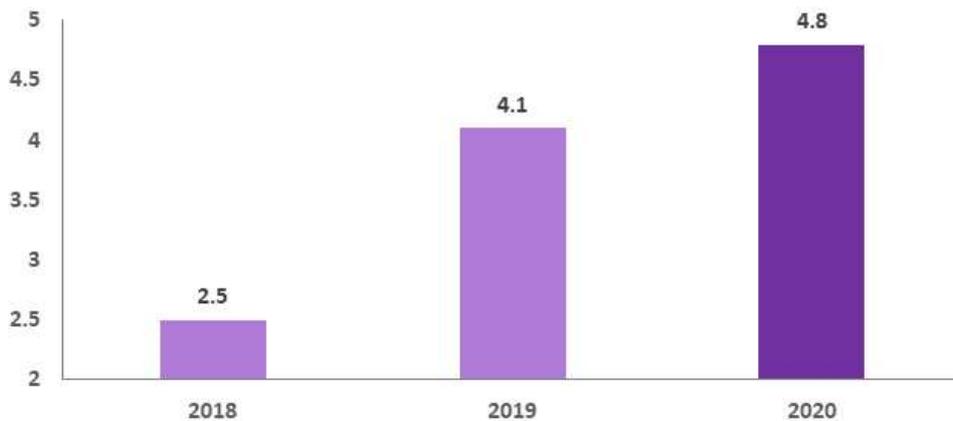


[그림 II-21] 전체 가구 대비 1인 가구 소득 및 지출 비중(단위 : 만 원(좌), 천 원(우))

출처: 통계청, 「2023 통계로 보는 1인 가구」, (2023)

특히 개별관광의 활성화는 숙박산업에 새로운 수요 대응이 필요함을 시사

- 1인 가구의 증가 추세로 특히 ‘혼행족’으로 일컬어지는 개별 여행객이 증가하며 관광 산업의 새로운 소비자층으로 부상함
- 혼자서 여행하는 개별여행객을 의미하는 ‘혼행족’은 글로벌 시장 및 국내 관광 시장에서 지속적으로 증가하고 있음
  - 글로벌 여행 메타서치 Kayak 데이터에 따르면 1인 항공권 검색량은 2022년 대비 2023년 36% 증가했음
  - 글로벌 OTA인 Skyscanner 역시 혼행족의 증가를 2023년 주목해야할 트렌드로 꼽으며 네 명중 한 명(29%)이 1인 여행을 고려 중이라는 설문 결과를 발표함
  - 통계청과 문화체육관광부 국민여행조사에 따르면 혼행의 수요는 18년 2.5%에서 19년 4.1%, 20년 4.8%로 지속적으로 증가하고 있음



[그림 II-22] 1인 여행수요 변화 추이(단위 : %)

출처: 통계청, 문화체육관광부, 「국민여행조사」, (2021)

- ‘혼행족’들의 관광 소비 지출은 증가 추세이며 개인의 여가 생활 및 웰니스 등의 관심 증대에 따라 이들의 관광 소비 지출은 지속적으로 성장할 것으로 보임
- 한국관광공사에서 발표한 자료<sup>18)</sup>에 따르면 전체 소비액 중 1인 가구의 관광 소비액 비율은 ‘19년 9.31% → ‘20년 9.1% → ‘21년 14.58%를 기록하며 지속 성장하였음
- 1인 가구 전체의 규모가 늘어나는 가운데, 개인의 여가 생활 중시 및 웰니스 추구 경향 등에 의해 관광에 소비하는 지출 규모 역시 지속적으로 상승할 것으로 예상됨

18) 문화체육관광부, 통계청, 「국민여행조사 결과 발췌(BC카드 사용액 기준)」, (2022)

### 3. 국민 관광여력 증대

#### ‘70년대 초반까지 국내 관광은 국가 주도 관광인프라제도 구축 위주

- 6.25 전쟁 이후 산업의 복구가 시작되는 시점부터 정부는 관광 부처를 설립하고 이후 지속적인 법적, 행정적 기틀을 마련하였음<sup>19)</sup>
  - 1954년 2월에는 정부 교통부에 관광과를 신설하였고, 1958년에는 교통부 장관의 자문 기관으로 중앙관광위원회와 각 지방관광위원회가 설치 및 운영되었음
  - 1960년대에 들어서는 관광사업법, 문화재보호법 등을 제정하며 국내 관광 진흥 정책 등을 시행하기 위한 법적 기틀을 마련하였음
    - 1961년 8월에는 관광사업법을 제정하며 관광 산업의 법적 범위를 명확히 하고 동년 4월에는 국제관광공사법이 제정되며 관광 관련 정부 산하기관 설립의 법적 기틀을 마련함
- 60년대 중반부터는 본격적으로 국제 관광객 유치를 위한 체제를 정비하였으며 국내 관광자원 보호를 위한 국립공원 지정 등을 실시함
  - 1965년 3월에는 태평양지역 관광협회(Pacific Area Travel Association, PATA)의 제 14차 총회를 우리나라에서 개최하며 국내 관광을 국제사회에 본격적으로 알렸음<sup>20)</sup>
    - 태평양지역관광협회는 태평양 지역의 관광 사업 증진을 위해 설립된 조직으로 1951년 미국 하와이에서 최초로 설립되었고 한국지부는 1968년에 설립됨<sup>21)</sup>
  - 1960년대 후반부터 정부는 지리산을 기점으로 다양한 구역을 국립공원으로 지정하면서 관광 자원으로서는 자연 환경 보전을 위한 최초의 행정적 기틀을 마련하였음<sup>22)</sup>
    - 1967년 3월에는 법률 제 1909호인 공원법을 제정하여 우리나라의 국립공원 제도가 최초 도입되었고 같은 해 12월에 지리산 일대가 1호 국립공원으로 지정됨
    - 이후 1968년 12월에는 한려해상 지역, 경주, 계룡산 일대가 추가로 국립공원으로 지정되면서 본격적인 국립공원 관리가 시작됨
- 전후 복구 과정에서부터 정부 주도의 관광 인프라 구축이 시작되었으나 여전히 국민의 관광에 대한 여력은 부족한 상황이었음

19) 한국학중앙연구원, 「한국민족문화대백과사전」 중 한국 관광의 변천사 부분 발췌, (2023)

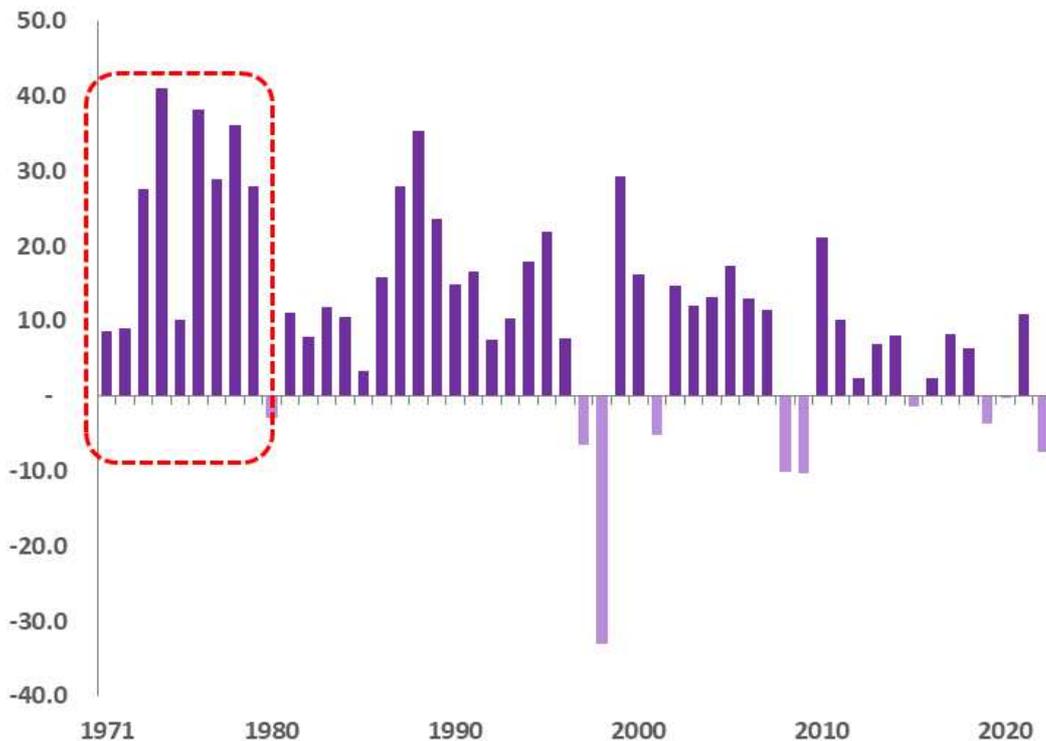
20) 국가기록원, 「연표와 기록」 중 1965년 연표에서 발췌, (2023)

21) 대한민국시도지사협회 「아시아태평양관광협회 기구 개요」, (2020)

22) 국립공원공단 홈페이지(<https://m.knps.or.kr/pintro/history.do>)

### ‘70년대 이후 국민가처분소득 급증, 해외여행 자율화로 국민 관광여력 증대

- 우리나라의 국민 가처분소득은 70년대를 기점으로 급증하였으며 이 시기의 경제 성장은 국민들의 여가 여력에 대한 관심을 증대시켰을 것으로 보임
- 우리나라의 국민가처분소득 전년 대비 증가율을 살펴보면 70년대에 급증하는 모습을 보이고 있으며 이는 지난 약 50년 간 가장 크게 증가한 수치임
  - 국민가처분소득의 전년 대비 증가율은 80년대 초반 하락세를 보였으나 90년대 역시 성장세에 있었음
  - 이후 ‘97년의 IMF, ‘08년의 미국발 금융위기 전후로 국민가처분소득 증가율이 대폭 감소하는 모습을 보이고 있음
- 국민가처분소득의 급증은 그 간 전후 복구 등으로 여력이 없었던 국민의 여가에 대한 관심을 제고 하였을 것이며 70년대 경주보문단지 개발 등은 이러한 수요가 반영된 것으로 보임
  - 특히 경주보문단지개발 등은 국가 차원의 개발 사업이었으며 이 당시 수요가 충분히 있을 것으로 판단 후 사업을 진행했을 것으로 보임



[그림 II-23] 우리나라의 전년 대비 국민총가처분소득 증가율(Current price 기준, 단위 : %)

출처: OECD, 「OECD Stats, National Disposable Income, (2023)」

- 이후 88년 서울 올림픽을 기점으로 외래관광객이 늘어나며 국민의 관광에 대한 관심 역시 증가하였고 89년 해외여행 완전 자유화를 통해 국민 관광여력 급증
- 정부는 83년 최초로 제한적 조건으로 유효한 관광 여권을 발급하였으며 이후 점진적으로 제한을 완화하다가 88년 서울 올림픽 직후인 89년부터 해외여행을 전면 자유화하였음

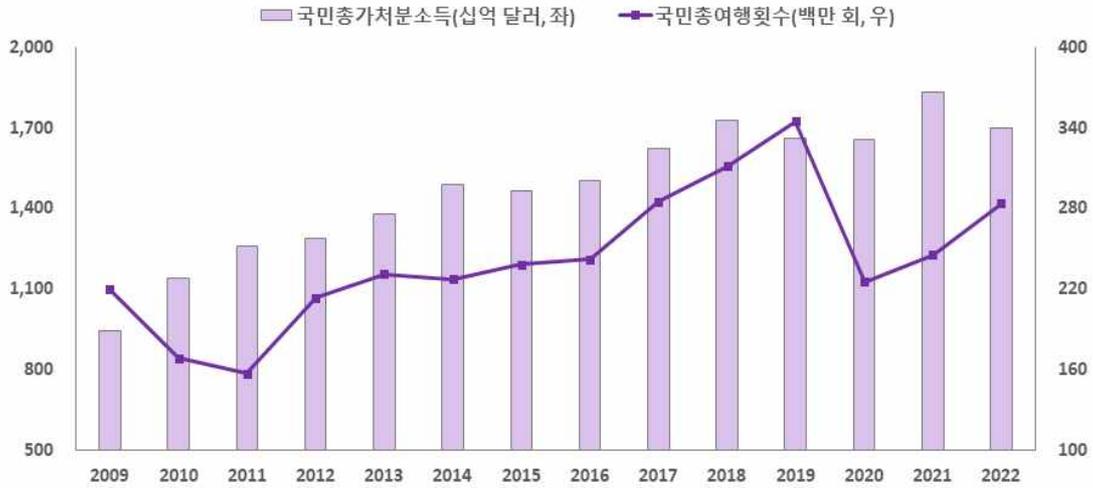


[그림 II-24] 88년 해외여행 완전 자유화에 대한 신문기사 지면(매일경제, 88년 3월 12일자)

출처: 네이버, 「뉴스라이브러리」의 매일경제 신문기사 참고

### 이후 지속적 국내 경제 성장에 따라 국민 관광 여력 지속 증가

- 우리나라의 지속적 국내 경제 성장에 따라 국민총가처분소득이 지속적으로 증가하며 국민의 관광에 대한 관심 등은 더욱 증가하였을 것으로 판단됨
- 우리나라 국민총가처분소득을 살펴보면 글로벌 금융위기 이후인 '09년부터는 점진적으로 증가 추세를 보이고 있음
  - 이후 2019년까지 지속적인 증가세를 보이다가 팬데믹 기간에 가처분소득이 급감한 모습을 보였으나 이후 점진적으로 회복 중에 있음
  - 3년 간의 상승 추세로 볼 때 향후 국민가처분소득은 코로나 이전 수준으로 빠르게 회복할 것으로 예상됨
- 코로나 팬데믹으로 인해 국민가처분소득의 증가세에도 불구하고 국민의 여행은 잠시 주춤하였으나 코로나 영향력이 약화된 시점 이후로 빠르게 회복 중임
- 팬데믹 이전까지 국민총여행횟수는 국민총가처분소득과 같이 우상향 경향을 보였으며 팬데믹 기간 여행횟수가 급감하였으나 '22년에는 팬데믹 이전 수준으로 빠르게 회복함



[그림 Ⅱ-25] 우리나라 국민총가처분소득과 국민총여행횟수 추이(단위 : 십억 달러, 백만 회)

출처: OECD, 「OECD Stats, National Disposable Income」; 문화체육관광부, 「국민여행조사」, (2023)

### 향후 국민관광 수요 지속 증가 예상, 숙박 중심의 수용태세 강화 필요

- 팬데믹 영향력이 약화되는 2022년 시점부터의 국민총여행횟수의 증가세와 지속적인 국제 관광 수요의 회복세를 본다면 향후 국민관광 수요 역시 지속 증가 예상됨
- 이러한 관광 여력 증대에 따른 국민의 국내여행총량 증가와 인바운드 관광객의 증가 추세를 고려한다면 더욱 숙박 중심의 관광 수용태세 강화는 필수적일 것임

---

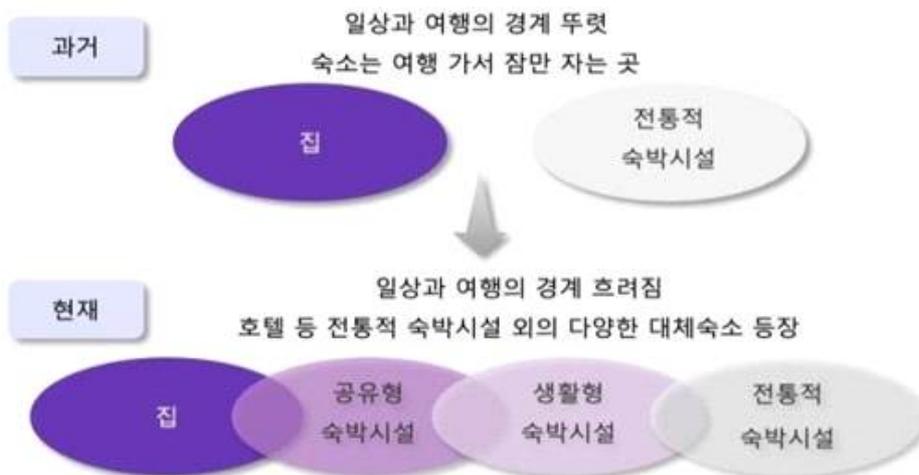
### III. 새로운 숙박형태

---

## 1. 숙박패턴과 형태의 변화

최근의 숙박 형태는 일상과 여행의 경계가 흐려지며 다양한 형태로 발전

- 과거의 숙박시설은 일상과 구분되는 여가의 장소로서 의미를 가지고 있었으며 숙소는 잠자리를 제공하는 기능만을 담당하고 있었음
  - 이는 숙박시설의 가장 기본적 기능에 집중되어 있었음을 나타내며 과거의 숙박시설은 소비자 소비가치 중에서 기능적 가치에만 집중함
  - 한국민족문화대백과사전<sup>23)</sup>에 따르면 숙박업은 호텔, 여관, 여인숙 등이 대표적으로 본래의 기능은 장거리여행자에게 숙식을 제공하는 것이며 이후 다양한 형태로 발전하였음
    - 동 자료에 따르면 특히 우리나라의 숙박업은 1960년대 이후 경제발전에 힘입어 양적 발전을 하였으나 질적 향상을 이룬 것은 86아시안게임, 88올림픽 등 국제행사 이후였음
- 최근에는 소비자 수요 다변화와 라이프스타일의 변화에 대응하여 일상과 여행의 경계가 흐려지며 다양한 형태의 대체숙소가 등장하고 있음
  - 대표적인 새로운 형태의 숙박 시설은 공유형 숙박시설과 생활형 숙박시설 등이 있으며 이들은 소비자 수요에 대응하여 지속 성장 중임



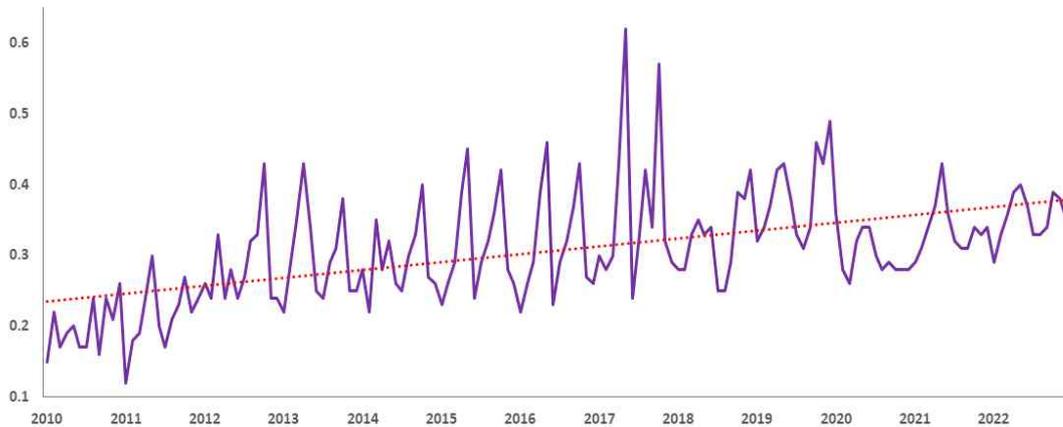
[그림 Ⅲ-1] 숙소 패러다임의 변화

출처: 자체 작성

23) 한국학중앙연구원, 「한국민족문화대백과사전」 중 숙박업의 내용 발췌, (2023)

## 숙박의 형태가 다변화됨과 더불어 숙박 기간도 다양화되고 있음

- 교통 수단의 발달과 정보 접근성 등이 높아짐에 따라 당일여행에 대한 수요도 증가하고 있음
- 우리나라 국민의 월 평균 1인 당 국내 당일여행 일수 추이를 살펴보면 ‘10년 1월 0.1회에 불과하던 여행 일수는 지속적 증가 추세를 기록, 팬데믹 이전에는 0.5회까지 5배 증가하였음



[그림 III-2] 우리나라 국민 월 별 평균 1인 당 당일여행 일수 추이(단위 : 회)

문화체육관광부, 「국민여행조사」, 각 년도

- 당일 여행 수요 증가 현상과 더불어 일과 여가의 병행 욕구 등으로 인해 장기 체류형 숙박에 대한 수요 역시 증가하고 있음
- 한국관광공사의 관광트렌드 전망 보고서에 따르면 3박 이상 방문자 수 추이는 성별에 관계없이 팬데믹 이후로 지속 증가 추세를 보이고 있음

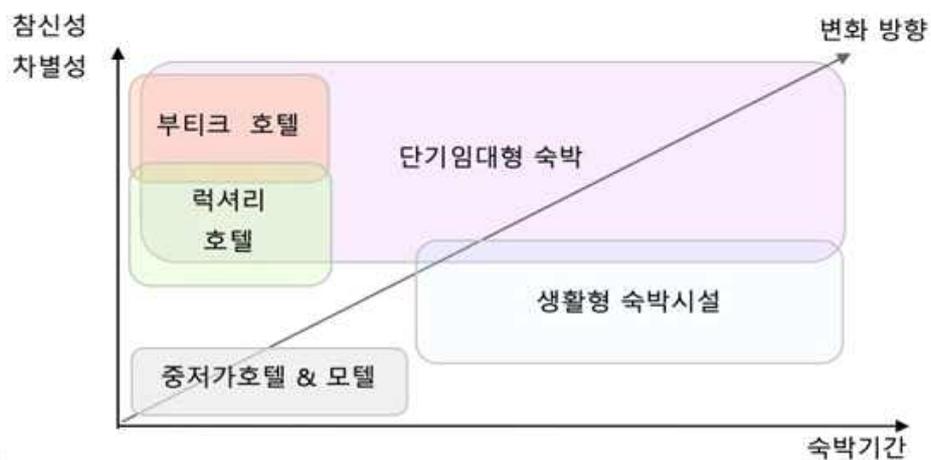


[그림 III-3] 이동통신 데이터 기반 성별 3박 이상 방문자 수 추이(단위 : 만 명)

문화체육관광부, 「2023 관광트렌드 전망 설문조사 및 데이터 종합분석」, (2023)

### 수요 다변화에 대응하여 공유숙박 및 생활형숙박시설 등은 성장세 예상

- 소비자의 숙박 형태의 다변화, 숙박 기간의 다양화가 이루어짐에 따라 기존 시장에 존재하던 정형화된 숙박 형태 역시 다변화 될 것으로 예상됨
  - 기존 시장에서는 호텔 또는 모텔, 여인숙, 여관 등과 같이 숙박 기능을 중심으로 일부 부가적 서비스를 제공하는 숙박시설이 대부분이었음
  - 그러나 소비자들이 점점 경험소비를 중시하고 개인화된 니즈가 확대됨에 따라 단순히 부가서비스 수준이 아닌 숙박 형태 자체의 다변화가 일어나고 있음
    - 특히 부티크 호텔, 웰니스 호텔 등과 같은 형태가 발전하고 있으며 이는 숙박 시설의 레이아웃부터 제공서비스 까지 모두 특정 수요에 대응하는 방식임
- 최근의 이러한 다변화되는 숙박 형태 중에서도 공유숙박으로 대표되는 단기임대형 숙박과 생활형 숙박시설 등은 소비자 수요를 충족시키며 지속 발전할 것으로 보임
  - 특히 공유숙박은 기존의 정형화된 숙박 시설이 아닌 개인이 호스트가 되어 숙박을 준비하는 형식으로써 개인화된 다양한 니즈에 대응이 가능할 것임
  - 또한 생활형숙박시설은 현재 호텔 위주로 구성되어 있는 일부 장기 체류형 숙박에 대한 공급의 가격 장벽 등에 대응하여 소비자 수요를 충족시킬 수 있을 것으로 판단됨
  - 부티크호텔, 럭셔리 호텔과 같은 고부가가치형 숙박 시설은 특히 소비자의 경험소비 등에 대응하여 새로운 형태의 숙박으로 부상할 것으로 예상됨



[그림 Ⅲ-4] 숙박시장의 변화 방향

출처: 자체 작성

## 전통적 숙박 형태가 아닌 기타 숙박 시설은 사업체 수 증가 추세

- 우리나라의 일반적인 숙박시설은 표준산업분류 기준으로 기타 일반 및 생활 숙박시설 운영업에 포함되며 지속 성장 중임
  - 표준산업분류를 살펴보면 기숙사, 하숙집, 고시원 등을 제외한 보통의 숙박시설들은 모두 일반 및 생활 숙박시설 운영업에 포함되고 있음
  - 일반 및 생활 숙박시설 운영업은 다시 호텔업, 여관업, 휴양 콘도 운영업, 민박업, 기타 일반 및 생활 숙박시설 운영업으로 구분됨
- 생활형숙박시설이 포함되는 기타 일반 및 생활 숙박시설 운영업과 민박업은 업종 중 가장 높은 성장률을 보여 기존 숙박업이 다변화되고 있음을 보여줌
  - 국내의 일반 및 생활 숙박시설 운영업의 사업체 수 추이를 살펴보면 여관업이 여전히 다수를 차지하고 있으나 '16~'21년 간 성장률은 오히려 감소하여 -0.80%를 기록함
    - 다수의 객실을 보유한 소수의 공급자들인 호텔업과 휴양 콘도 운영업 역시 소폭 성장을 보였으나 그 성장률은 각각 0.16%, 2.97%에 불과함
  - 반면에 대체 숙박으로 각광받는 민박업과 기타 일반 및 생활 숙박시설 운영업은 각각 '16~'21년 간 7.65%, 6.74% 성장하여 숙박업 중 가장 높은 성장률을 기록함

[표 Ⅲ-1] 국내 일반 및 생활 숙박시설운영업의 사업체 수 추이(단위 : 개, %)

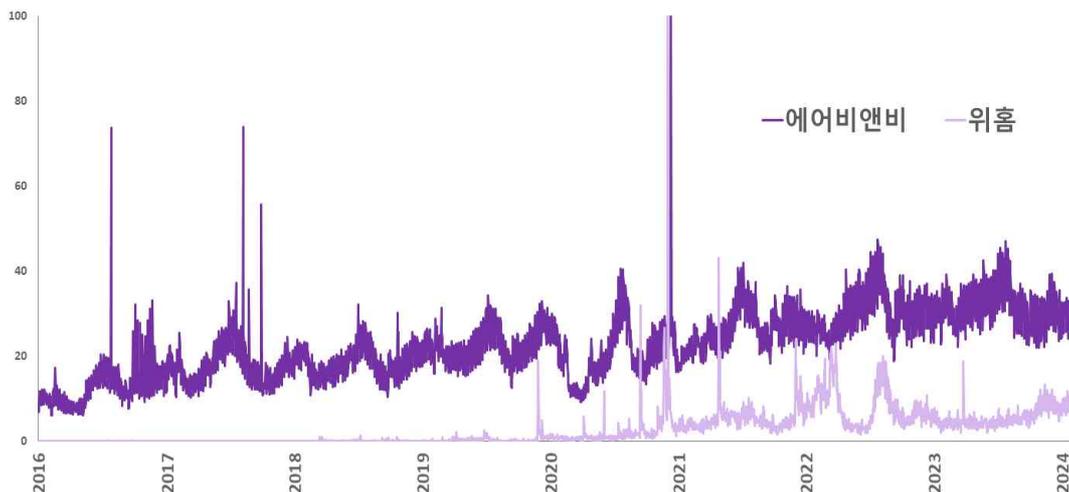
| 산업별                        | 2016          | 2017          | 2018          | 2019          | 2020          | 2021          | CAGR<br>(16~21) |
|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| <b>일반 및 생활 숙박시설 운영업</b>    | <b>47.765</b> | <b>49.398</b> | <b>51.193</b> | <b>52.411</b> | <b>54.970</b> | <b>56.273</b> | <b>3.33%</b>    |
| 호텔업                        | 760           | 800           | 779           | 746           | 814           | 766           | 0.16%           |
| 여관업                        | 23.850        | 23.655        | 23.565        | 23.074        | 23.913        | 22.907        | -0.80%          |
| 휴양 콘도 운영업                  | 273           | 300           | 310           | 300           | 315           | 316           | 2.97%           |
| 민박업                        | 9.666         | 10.809        | 11.296        | 11.899        | 13.147        | 13.973        | 7.65%           |
| <b>기타 일반 및 생활 숙박시설 운영업</b> | <b>13.216</b> | <b>13.834</b> | <b>15.243</b> | <b>16.392</b> | <b>16.781</b> | <b>18.311</b> | <b>6.74%</b>    |

출처: 자체 작성

## 2. 공유 숙박 현황 및 특성

### 에어비앤비로 대변되는 공유숙박, 소비자 관심도 지속 증가 중

- 한국개발연구원의 보고서<sup>24)</sup>에 따르면 공유숙박은 공유 경제의 대표적인 성공 사례로 온라인 플랫폼을 통해 매칭되어 거래가 일어나고 있음
- 다만 동 보고서에서는 공유숙박은 그 특성 상 개인 수준의 불특정 다수 공급자들이 존재하기 때문에 주요 사업자가 존재하던 전통적 시장보다 정부 규제의 어려움이 있다고 밝힘
- 국내 공유 숙박 플랫폼은 에어비앤비를 포함한 일부 업체가 존재하고 있었으나 현재는 위홈과 에어비앤비의 2개사만이 존재하고 있음
- 에어비앤비는 2013년 1월 공식적으로 한국에 서비스를 런칭하여 숙박 공유의 대부분을 중개하고 있으며 실증특례 적용을 받은 위홈만이 유일한 국내 사업자로 활동 중임
- 특히 에어비앤비는 국내에서도 지배적 사업자로 활동하고 있으며 이들에 대한 소비자 관심도는 지속적으로 급증하였음
- 네이버 데이터랩의 상대 검색량 추이를 살펴보면 에어비앤비의 검색량은 지속적으로 위홈에 비해 높게 나타나고 있으며 우상향 추세를 보이고 있음



[그림 Ⅲ-5] 네이버 일 별 상대 검색량 추이(단위 : 지수)

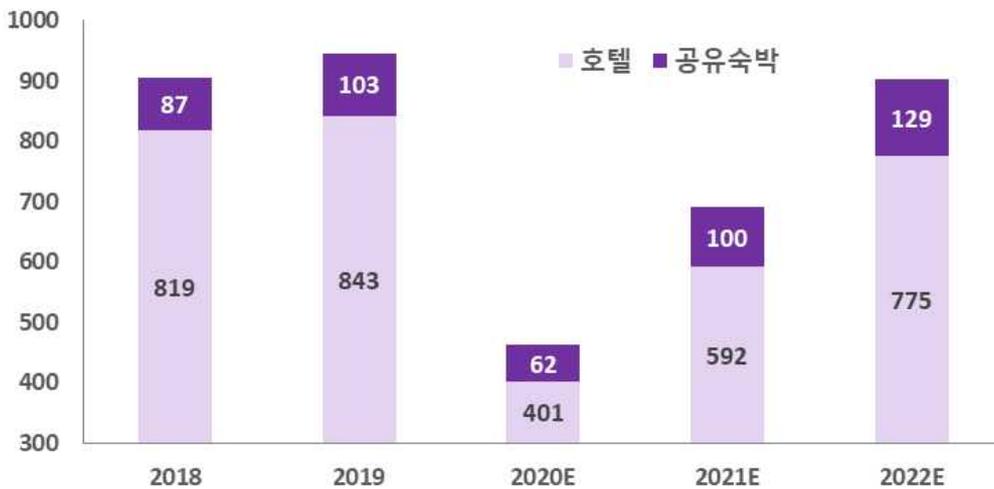
주) 상대 검색량 지수는 동일 기간 내 해당 검색어가 가장 많이 검색된 기간을 100으로 보았을 때 나머지 기간의 상대적인 검색량을 나타냄

출처: 네이버데이터랩(<https://datalab.naver.com/keyword/trendSearch.naver>) 각 키워드 조회결과 재계산, (2024,1,26)

24) 한국개발연구원, 「공유경제에 대한 경제학적 분석: 기대효과와 우려요인 및 정책적 함의」, (2016)

## 글로벌 숙박 시장에서 공유 숙박이 차지하는 비중 증가

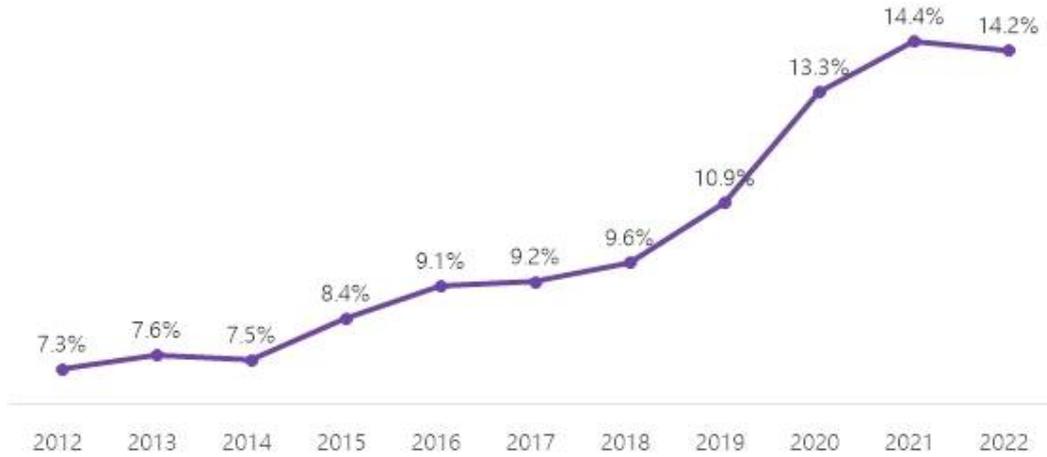
- 글로벌 공유 숙박 시장은 2018년 870억불 대비 2022년 1,290억불로 48% 증가할 것으로 예상됨
  - 글로벌 관광 전문 리서치기관인 Skift의 분석 자료에 따르면 코로나 팬데믹으로 줄어든 숙박 수요는 지속적 회복세를 보일 것으로 판단됨
  - 특히 호텔업의 매출액 지속 증가세와 더불어 공유 숙박 시장 역시 규모가 더 커질 것으로 예상되는데 호텔업(39%)보다 높은 폭의 연평균성장률이 예상됨
    - 2020년부터 2022년까지의 호텔업과 공유 숙박 시장의 연평균성장률은 호텔업 39%, 공유숙박 시장은 44%로 공유 숙박 시장의 성장률이 더 높음



[그림 III-6] 글로벌 숙박 시장의 숙박 형태 별 매출액 추이(단위 : 십 억 달러)

출처: Skift, 「Global Accommodation Sector Market Estimates」, (2022)

- 공유 숙박 시장의 양적 성장세에 따라 향후에는 지속적으로 시장 점유율이 높아지며 글로벌 숙박시장의 주요 플레이어가 될 것으로 예상함
  - 공유 숙박의 글로벌 숙박시장 점유율 추이를 살펴보면 2016년까지 10%대 미만을 기록하던 점유율이 코로나 팬데믹을 기점으로 급증하였음
  - 특히 2019년부터 2020년까지의 점유율이 2.4%p 증가하였는데 코로나 팬데믹 시기의 소비자 수요 변화가 반영된 것으로 보이며 이후 지속적으로 14%대 점유율 유지 중임
    - 점유율 추이를 살펴보면 2018년까지는 년 간 1%p 이상의 성장을 보이지 못하고 있었으나 코로나 팬데믹 시점인 2019~2020년 사이 2.4%p의 성장을 보였음



[그림 Ⅲ-7] 공유 숙박의 글로벌 숙박시장 점유율 추이(단위 : %)

출처: Skift, 「Global Accommodation Sector Market Estimates」, (2022)

- 이러한 성장세에 힘입어 현재 글로벌 OTA 시장에서는 공유숙박 플랫폼인 Airbnb가 부킹닷컴에 이어 두 번째로 많이 사용되는 플랫폼으로 나타남
- 글로벌 데이터분석 플랫폼인 STATISTA의 통계에 따르면 2022년 기준 글로벌 OTA 어플리케이션 중 에어비앤비의 다운로드 횟수는 약 5천 2백만회로 두 번째로 높게 나타남
  - 부킹닷컴이 약 8천만 회로 제일 높았으며 2위인 에어비앤비와 3위인 익스피디아의 다운로드 횟수는 약 2배 가까이 차이가 나고 있었음



[그림 Ⅲ-8] '22년 기준 글로벌 OTA 어플리케이션의 전 세계 사용자 다운로드 수(단위 : 백만 회)

출처: STATISTA, 「Online Travel Market Worldwide」, (2023)

### 공유숙박 대표플랫폼인 에어비앤비, 단기간에 국내에서 급격 성장

- 에어비앤비의 리스팅 수는 국내 정식 서비스 런칭 2년 만에 월 평균 4천 개를 달성, 지속 성장하여 22년 기준에는 리스팅 수가 월 평균 62,861개에 달함
- '15년에는 월 평균 4,474건의 리스팅이 발생하였으며, '16년부터 18년까지 평균 2배씩 성장하였고 이후 '22년까지 성장을 거듭하여 월 평균 62,861개의 리스팅이 발생함



[그림 Ⅲ-9] 국내 Airbnb 월평균 리스팅 수 추이(단위 : 개, %)

출처: AirDNA의 대한민국 에어비앤비 월별 성과 데이터

- 호스트 등록 수의 증가와 더불어 에어비앤비의 연 간 거래액 역시 지속적으로 성장하였으며 '22년에는 연 간 거래액이 1조 원을 돌파하였음
- 리스팅 수는 꾸준히 증가한 데 반해 코로나 팬데믹을 겪으며 줄어드는 숙박 수요로 '20년에는 연 간 거래액이 감소하였으나 이후 빠른 회복세를 보이며 '22년 기준 11,289천억원을 달성함

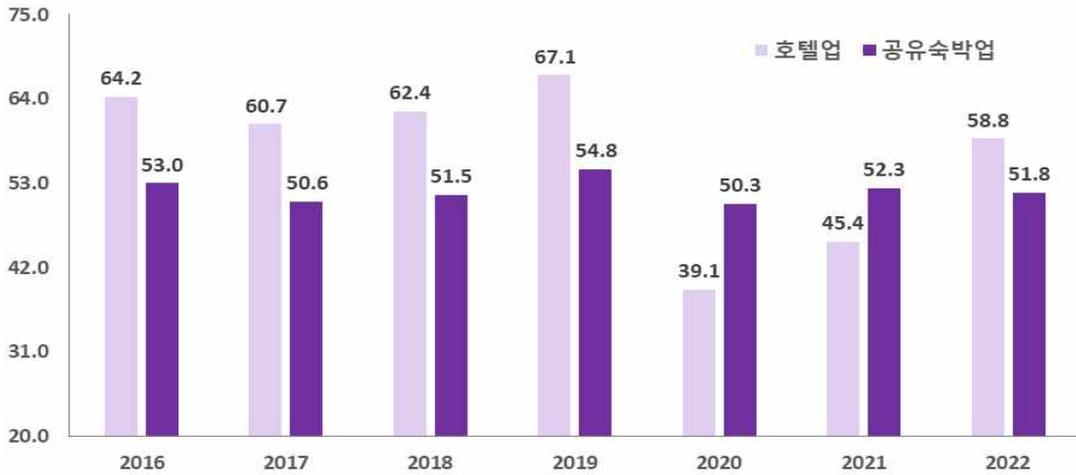


[그림 Ⅲ-10] 국내 Airbnb 연간 거래액 추이(단위 : 억 원, 천 건)

출처: AirDNA의 대한민국 에어비앤비 월별 성과 데이터

## 공유숙박 사업자는 호텔업에 비해 꾸준한 성과를 창출

- 공유숙박이 활성화되기 위해서는 소비자의 효용(만족감)이 증가해야 하나 공급자인 호스트의 효용(사업적 성과) 역시 중요하며 이는 객실 관련 사업성과와 직접적으로 관련이 있음
  - 현재까지 리스팅 수의 증가 추세로 볼 때 호스트의 효용은 분명히 존재해 보임
- 따라서 현재 가용자료 중 가장 공신력 있는 통계들에서 나타난 객실 관련 성과를 비교 분석해 본다면 공유숙박 사업자의 효용을 객관적으로 측정 가능할 것임
  - 공유숙박 사업자의 성과 자료는 국내 유일 관광 전문 리서치 기관인 야놀자리서치의 에어비앤비 데이터 분석 결과를 인용하여 공신력을 확보함
  - 전통적 숙박업에서 가용한 자료 중 가장 공신력 있다고 판단되는 자료인 호텔업운영 현황통계의 숙박 관련 성과 자료를 인용, 호텔업과 공유숙박의 성과 비교를 실시함
- 먼저 객실 관련 성과 지표 중 하나인 객실점유율(Occupancy, OCC)을 살펴보면 호텔업보다 공유숙박의 성과가 꾸준했던 것으로 보임
  - 호텔업과 공유숙박의 객실점유율 추이를 살펴보면 공유숙박 진출 초기에는 호텔업의 객실점유율이 더 높았으나 이후 코로나 팬데믹 기간에는 점유율이 역전됨
    - '16년 기준 호텔업의 객실점유율은 64.2%, 공유숙박은 53.0%로 호텔업이 11.2%p 높았으나 코로나 팬데믹이 시작된 '20년 호텔업이 39.1%까지 감소하였음
    - 반면에 공유숙박은 팬데믹 이전보다 소폭 감소하긴 하였으나 여전히 50.3%를 유지하며 호텔업보다 감소폭이 적었던 것으로 나타남
  - 코로나 팬데믹 영향력이 약화되는 '22년 시점에 호텔업은 빠르게 점유율을 회복하였으나 공유숙박은 꾸준한 점유율을 보여 '16년 시점보다 점유율 차이는 줄어들었음
    - 호텔업은 '20년 팬데믹 기간에 줄어든 점유율을 여러 자구책을 통해 빠르게 회복시킨 것으로 판단되며 '22년 기준 점유율은 58.8%를 차지함
    - 반면에 공유숙박은 팬데믹 기간을 거치면서도 꾸준히 50%대 점유율을 유지했으며 '22년에는 전년 대비 소폭 감소세를 보였음
    - 그러나 '22년 기준 여전히 점유율은 51.8%를 기록하며 팬데믹 기간과 상관없이 공유숙박은 지속적으로 50%대의 점유율을 유지하고 있었음



[그림 Ⅲ-11] 호텔업 및 공유숙박의 객실점유율(OCC) 추이(단위 : %)

주) 호텔업 수치는 한국호텔업협회의 호텔업운영현황 통계에서 발췌(호텔업 전체 기준), 공유숙박은 야놀자리서치의 Airbnb 데이터 분석 결과 인용

출처: 한국호텔업협회, 「호텔업운영현황통계」; 야놀자리서치, 「YANOLJA RESEARCH MONTHLY BRIEF 4월호」, 각 년도

□ 호텔 및 공유숙박의 객단가(Average Daily Rate, ADR)를 비교해 보면 호텔업의 성장세에 비해 공유숙박의 성장세가 더 높은 것으로 나타남

○ 호텔업은 '16년~'19년까지 11만 원 대의 비슷한 객단가 수준을 유지했으며 코로나 팬데믹 기간 소폭 줄어든 이후 점진적으로 상승 중임

- 호텔업의 '16년 객단가는 11만 5,800원을 기록, 이후 꾸준히 11만원 대를 유지하였으며 '20년 이후에는 점진적으로 상승하여 '22년 기준 13만 8,900원을 기록함

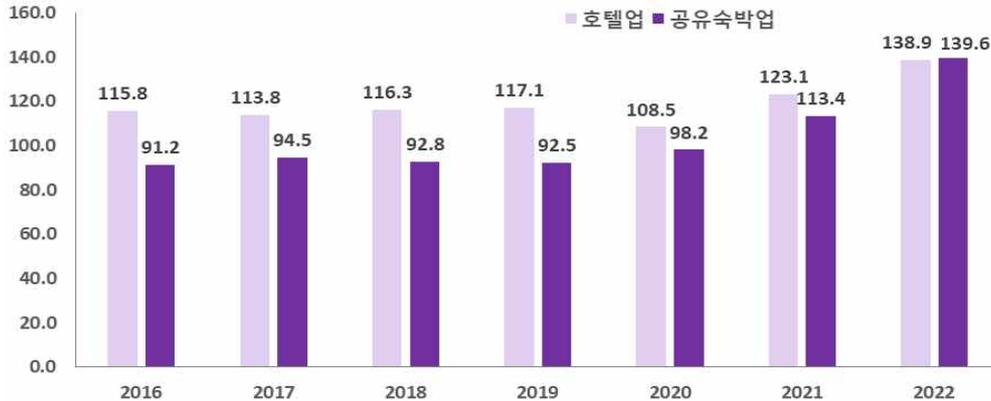
○ 반면에 공유숙박은 서비스 초기의 가격에 비해 지속적인 객단가 상승을 기록하고 있었으며 팬데믹 기간에도 여전히 상승세를 보였음

- 공유숙박의 '16년 객단가는 9만1,200원으로 호텔업에 비해 낮은 수준이었으며 '20년까지 꾸준히 9만원대를 유지하였음

- 그러나 팬데믹 기간인 '20년 기준으로 호텔업의 객단가는 하락한 반면 공유숙박의 객단가는 9만8,200원을 기록하며 과거보다 객단가 격차가 줄어드는 모습임

○ 팬데믹 이후 호텔업의 객단가 상승세 보다 공유숙박의 상승세가 더 가파르게 올라갔고, '22년 기준으로는 공유숙박의 평균 객단가가 호텔업을 상회하였음

- '21년의 공유숙박 객단가는 10만원대를 돌파하였으며 '22년 기준으로는 공유숙박 객단가가 13만 9,600원을 기록하여 호텔업보다 더 높은 객단가를 보이고 있음



[그림 Ⅲ-12] 호텔업 및 공유숙박의 객단가(ADR) 추이(단위 : 천 원)

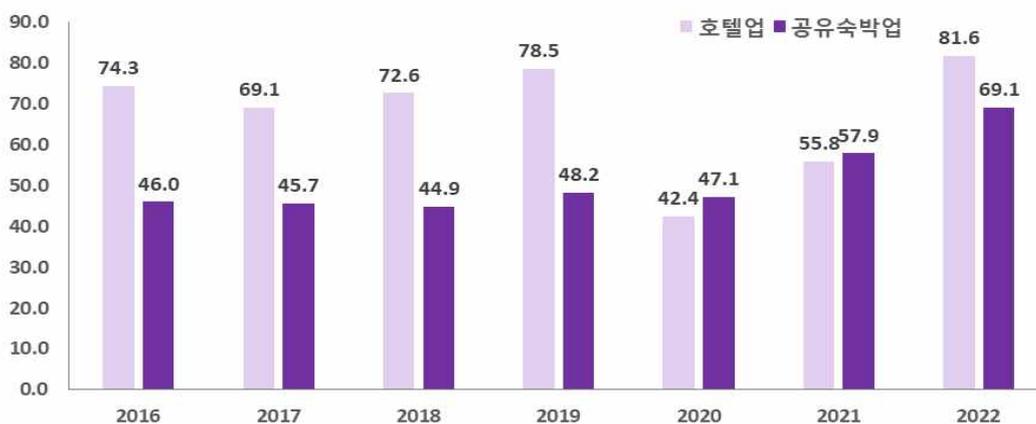
주) 호텔업 수치는 한국호텔업협회의 호텔업운영현황 통계에서 발췌(호텔업 전체 기준), 공유숙박은 야놀자리서치의 Airbnb 데이터 분석 결과 인용  
출처: 한국호텔업협회, 「호텔업운영현황통계」; 야놀자리서치, 「YANOLJA RESEARCH MONTHLY BRIEF 4월호」, 각 년도

□ 객실 당 매출(Revenue Per Available Room, RevPAR)은 팬데믹 기간 공유 숙박이 더 높았으며 '22년에는 호텔업이 역전했으나 그 격차는 줄어들

○ RevPAR는 객실점유율(OCC)과 객단가(ADR)의 결합(OCC x ADR)으로 나타낼 수 있으며 공유숙박은 꾸준한 점유율과 객단가 상승으로 객실 당 매출이 우상향하고 있었음

- 반면에 호텔의 객실 당 매출은 '22년 기준으로는 팬데믹 이전 수준을 초과 회복 했지만 팬데믹 기간의 타격으로 꾸준한 성과를 보이지 못하였음

○ 꾸준한 성과 창출은 호스트(공급자)의 효용에 주요하게 고려되어야 하는 부분 중 하나이기 때문에 향후에는 호스트의 추가 유입 등을 통한 공유 숙박의 지속적 성장이 예상됨



[그림 Ⅲ-13] 호텔업 및 공유숙박의 객실당매출(RevPAR) 추이(단위 : 천 원)

주) 호텔업 수치는 한국호텔업협회의 호텔업운영현황 통계에서 발췌(호텔업 전체 기준), 공유숙박은 야놀자리서치의 Airbnb 데이터 분석 결과 인용  
출처: 한국호텔업협회, 「호텔업운영현황통계」; 야놀자리서치, 「YANOLJA RESEARCH MONTHLY BRIEF 4월호」, 각 년도

## 합법적인 공유숙박은 소비자에게 다양한 효용을 제공

- 북미 최대의 휴양지 대여 관리회사인 vacasa에서는 공유숙박을 통한 소비자의 다양한 이점을 제시하고 있는데 이를 참고하여 소비자 이점을 정리하면 아래와 같음<sup>25)</sup>
  - **(사생활 보장)** 기존 전통적 숙박 시설에서와 같이 다른 소비자의 방해에 의한 원치 않는 불편함을 겪지 않아도 됨
    - 이는 기존 호텔에서의 다른 고객들에 의해 발생하는 불편요소가 최소화됨을 의미하며 소비자 개개인을 위해 마련된 독채에서 편안함을 극대화 시킬 수 있음
  - **(공간적 이점)** 비교적 넓은 독채를 제공하여 특히 가족 여행 등에서 기존보다 적은 비용으로 더 넓은 공간을 사용할 수 있음
  - **(취사 가능)** 대체로 취사 시설이 제대로 갖추어진 가정집 위주로 공급되기 때문에 취사를 통해 식비 절감을 원하는 소비자에게는 상대적으로 높은 효용을 제공할 수 있음
  - **(부대시설의 다양화)** 특히 휴양지 등에 위치한 호스트 등이 손님을 위해 기존의 전통적 숙박 시설 보다 훨씬 다양한 부대시설이 공급 가능함
  - **(원격 근무에 최적화)** 기존의 비즈니스 호텔 등에서 원격근무를 시행하는 것 보다 가정집에 가까운 공유숙박의 숙소는 더욱 편안한 원격 근무 환경을 제공 가능함
  - **(반려동물 친화적)** 기존 호텔 등에서는 대체로 반려동물의 출입이 금지되는 경우가 많으나 공유 숙박은 반려동물에 대한 제약이 상대적으로 덜 함
  - **(장기 숙박 최적화)** 또한 공유 숙박은 기존의 호텔의 가격 정책과는 다르게 호스트가 자율적으로 정책 설정 가능하여 장기숙박 공급에 있어 더 최적화되어 있음
- 상기의 장점 외에도 다양한 장점이 존재하며 특히 비대면서비스를 통한 숙소 제공이 가능하기 때문에 코로나 기간 많은 수요가 창출되었을 것으로 판단됨
  - 특히 코로나 팬데믹 기간에는 비대면 수요가 증가하였는데 공유 숙박의 경우, 직접 대면하지 않아도 도어락 비밀번호 공유 등을 통해 숙소 제공이 가능함
  - 서비스 초기에 이러한 제공 방식이 도난 및 기타 여러 우려가 있을 것으로 보았으나 플랫폼 사업자의 호스트 정책 개선 등을 통해 현재는 이러한 방식이 보편화됨

25) vacasa Homepage (<https://www.vacasa.com/discover/benefits-of-airbnb-or-vacation-rental-vs-hotel>)

## 제도권내에서의 공유숙박의 활성화는 관광 수용태세 효율화에 기여

- 합법적 범위 내에서의 공유숙박의 활성화는 효율적으로 관광 수용태세를 강화할 수 있을 것으로 기대됨
- 우리나라의 인바운드 관광객 증가 추세 및 국민의 관광 여력 증대에 따른 국민관광 활성화를 고려한다면 여전히 우리나라의 관광객 숙박 수용력은 부족하다고 볼 수 있음
  - 서론의 연구 결과에서도 볼 수 있듯이 단순히 인바운드 관광객만을 고려해도 우리나라 숙박업체는 1객실 당 9.3명을 수용해야 하는 상황임
  - 2019년 외래관광객실태조사<sup>26)</sup>에 따르면 외국인관광객의 평균 동반 인원 수는 3.5명으로 나타났으며 이를 고려한다면 현재 객실 수 보다 약 2.7배 이상이 필요함
  - 이는 단순히 인바운드 관광객 만을 고려했을 때이며 실제 국민의 국내 관광까지 고려한다면 더 많은 객실 수가 필요한 상황임
- 2.7배 이상의 규모로 숙박업소를 늘려야 관광 수용력이 증가하는 상황에서 단순히 숙박업의 허가를 늘리거나 건물의 신축 등을 통해 해결하기에는 비효율적임
  - 더불어 현재도 무분별하게 관리되고 있는 기존 숙박업의 상황을 고려한다면 단순한 숙박시설의 양적 증가 만으로는 양질의 수용태세 강화는 어려울 것임
- 따라서 현재 일정 시장을 형성하여 서비스 품질 수준 등을 관리하고 있는 공유숙박이 활성화된다면 수용력 강화를 위한 숙박 업소 증가에 도움이 될 것으로 보임
- 또한 공유숙박은 지역 간 관광 인프라 비대칭을 효율적으로 해결하며 균형적인 관광 수용 태세 강화를 가능하게 할 것임
- 특히 농어촌 지역 등 관광 수요가 적고 유휴 공간이 창출될 확률이 높은 지역에서는 공유숙박을 통한 숙박 공급 및 지역경제 활성화가 가능할 것으로 보임
  - 특히 도심 외 지역에서 기존의 노후화된 숙박시설 보다는 공유 숙박을 목적으로 관리된 숙소가 활성화 된다면 도심 외 지역의 관광 수요에 효율적으로 대응 가능할 것임
  - 또한 에어비앤비 이용자는 일반 관광객에 비해 더 길게 체류하며 숙소 주변지역에서 더 많은 돈을 지출하기 때문에<sup>27)</sup> 이러한 수요에 적극 대응한다면 지역 경제 활성화가 가능함

26) 통계청, 문화체육관광부, 「외래관광객실태조사」의 공표통계 중 동반 인원 수 참고, (2019년 기준)

27) 서울연구원, 「서울시 공유경제 활성화 방안:숙박공유 중심」, 55p, (2015)에 따르면 에어비앤비 이용자들은 일반 관광객에 비해 여행지에 2.1배 오래 머무르고, 2배로 지출하며 이 중 42%는 숙소 주변 지역에서 소비활동을 하고 있었음

## 공유 숙박은 여러 장점에도 불구하고 불법영업 등 문제점 내포

- 현재 우리나라 공유 숙박의 가장 큰 문제점 중 하나는 합법적 범위의 공유 숙박이 아닌 불법의 범위에 있는 호스트가 다수라는 점임
  - 우리나라에서 현재 합법적으로 공유 숙박 사업을 영위할 수 있는 업종은 외국인 도시민박업, 농어촌민박업, 한옥체험업임
    - 기존 숙박업과 공유숙박의 가장 큰 구분 기준이 ‘주택’ 과 같은 시설의 유희 공간 공유라고 본다면 합법의 범위로 볼 수 있는 것은 상기의 3개 업종임
    - 외국인도시민박업은 주택, 단독주택, 아파트 등에서 공유 영업이 가능하며 주인의 실거주 의무가 있으나 도시지역에서 외국인 관광객만을 대상으로 해야 함
    - 농어촌민박업은 마찬가지로 농어촌 지역의 주택 등에 대해 숙박 영업이 가능한 형태이며 이 역시 주인의 실거주 의무는 포함하고 있음
    - 한옥체험업은 실거주 의무 등은 없으나 공중위생관리법 상의 적용을 받지 않아 신고 의무 없이 등록만으로 숙박 영업이 가능하지만 적절한 한국문화 체험 상품을 갖추어야 함
  - 그러나 현재 에어비앤비의 리스팅 수와 합법적 범위의 공유 숙박 사업체 등록 수를 비교해 보면 현저히 차이가 나고 있음
    - ‘23년 2월 기준 에어비앤비의 리스팅 수는 73,288개인데 인허가를 받은 외국인 도시민박업, 농어촌민박업, 한옥체험업의 합계는 32,062개에 불과함<sup>28)</sup>
- 불법의 범위에 있는 사업자가 다수임에도 불구하고 단속 인원의 한계, 징벌적 조항의 부재 등으로 인해 단속이 쉽지 않은 상황임
  - 특히 합법의 범위보다 불법의 범위에 있는 사업자가 매우 많은데 그 숫자에 비해 이들을 단속 관리할 수 있는 인원은 매우 부족함
  - 불법 영업을 하는 호스트들을 단속할 수 있는 징벌적 조항은 존재하나 특히 이들을 관리해야 할 의무가 있는 플랫폼사업자에 대해서는 아직 뚜렷한 조항은 부재함
- 그럼에도 불구하고 불법 영업은 다양한 문제점을 발생시킬 수 있기 때문에 규제적 관점에서 효율적으로 공유숙박을 활성화 시킬 수 있는 방안을 강구해야 함

28) 에어비앤비의 리스팅 수는 야놀자리서치, 「YANOLJA RESEARCH MONTHLY BRIEF 4월호」의 데이터를 참고하였으며 외국인도시민박업, 농어촌민박업, 한옥체험업의 인허가 수는 한국관광공사 세이프스테이 민박업소 조회자료(2023년 2월 인허가 기준)를 재계산함

### 3. 생활형숙박시설 현황 및 특성

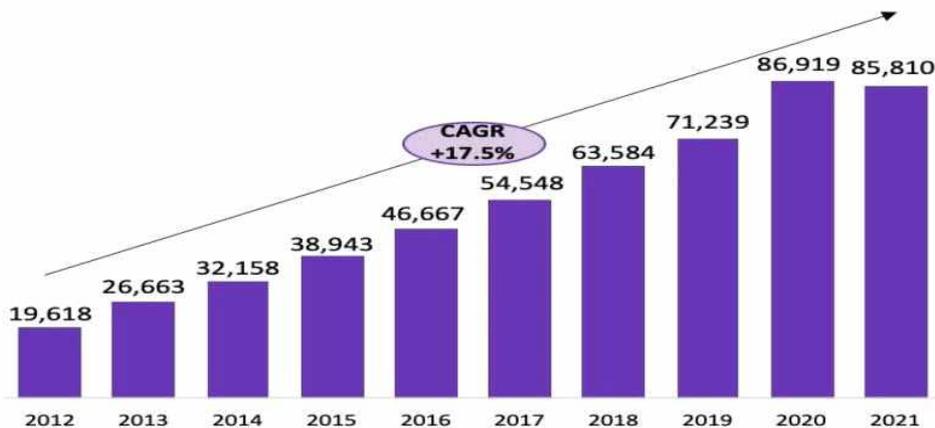
#### 생활형숙박시설은 취사 및 가격 등에서 장기체류 숙박에 최적화

- 생활형 숙박시설은 주로 Serviced residence로 통용되는 숙박시설로, 객실 내 취사시설이 구비되어 있다는 점이 기존 숙박과 다른 점임
  - 생활형숙박시설은 공중위생관리법 제4조에 따르면 ‘손님이 자고 머무를 수 있도록 (취사시설이 포함된) 시설 및 설비 등의 서비스를 제공하는 영업’ 임
  - 해외에서는 주로 Serviced residence라는 용어로 쓰이며 이들의 가장 큰 특징은 취사시설을 구비하고 있다는 점임
    - 법령에 의해 취사시설이 포함되는 시설로서 영업을 가능하며 취사시설을 구비해야 함에 따라 환기시설 및 창문 설치 필수 등의 추가적 시설 요건이 존재함<sup>29)</sup>
- 취사시설의 구비, 그리고 기존의 호텔 등에 비해 저렴한 가격으로 장기 체류형 숙박에 최적화된 특성을 지님
  - 취사시설의 구비는 특히 장기 체류형 숙박 고객의 예산이 한정되어 있다면 좀 더 저렴한 가격으로 숙식을 해결할 수 있다는 점에서 장점임
    - 장기 체류형 숙박 고객이 기존 비즈니스 고객 위주에서 일반 고객들로 수요가 확장되는 점을 고려한다면 장기 숙박 시의 식비를 절감할 수 있는 요소는 장점으로 작용 가능함
  - 또한 고객이 직접 식재료를 선택하고 조리 행위가 가능하기 때문에 이러한 수요가 존재하는 일반 장기숙박고객에게는 매력적인 요소로 작용할 수 있음
    - 특히 개인 맞춤형 수요에 대해 기존 호텔 등에서 제공하는 식사 서비스는 다양한 서비스를 제공하기에 한계가 있기 때문에 생활형숙박시설이 더 나은 대안이 될 수 있음
  - 더불어 생활형숙박시설의 서비스가 고도화됨에 따라 기존 호텔보다 좀 더 저렴한 가격으로 컨시어지, 어매니티 등 호텔 수준의 기본적 서비스가 제공 가능해짐
    - 따라서 고객이 장기 체류 숙박을 고려할 시 이러한 기본적 서비스가 충족된다면 가격 이점이 더 있는 생활형숙박시설을 선택할 확률이 높음

29) 공중위생관리법시행규칙 별표1. ‘공중위생영업의 종류 별 시설 및 설비 기준’에 따르면 취사 시설은 고정형 취사 시설을 객실 별로 설치하거나 공동 취사공간에 설치해야 하며 이 때 환기를 위한 시설이나 창문을 설치해야 함

### 생활형숙박시설의 장기체류 최적화 특성에 따라 수요 증가 중

- 과거 생활형 숙박은 장기체류고객 위주로 수요가 발생하였으나, 최근엔 실거주자 및 관광객 등으로 확대되었음
  - ‘90년대 후반 레지던스 호텔 도입 초기에는 주로 장기체류 출장자, 주재원, 직주 근접희망자, 한국 주택계약 방식에 어려움을 겪는 외국인 등이 주요 고객층이었음
    - 또한 의료 목적의 관광객, 재개발이나 리모델링으로 거주지가 필요한 내국인 등 장기체류를 필요로 하는 사람들 역시 생활형 숙박시설을 주로 이용함
  - 최근 원격 근무 기술의 발달, 위케이션 및 숙박기간의 장기화 등 환경이 변화함에 따라 실거주자와 관광객 등으로 수요층이 확대됨
    - 특히 하이브리드 근무와 위케이션 등의 수요와 한달살기 프로그램의 열풍으로 인해 생숙에 대한 수요가 확대됨
- 수요층이 확대됨에 따라, 생활형 숙박시설의 공급이 증가하고 있으며 최근 하이엔드 위주의 생활형 숙박시설 개발이 확대되는 등 시장은 지속 성장 중임
  - 문화체육관광부의 관광숙박업 등록 현황을 살펴보면 국내의 생활형숙박시설 객실 수는 9년간 연평균성장률 17.5%의 성장을 보이고 있음
    - ‘21년 기준으로는 팬데믹 영향 등으로 전년 대비 소폭 감소하였으나, 전반적으로 생활형 숙박시설의 객실 수는 지속 상향하는 것으로 보임



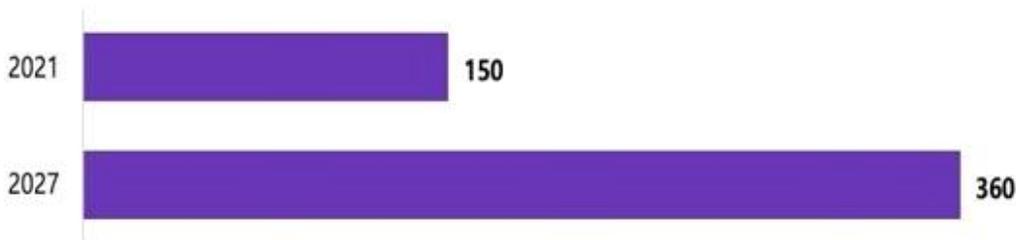
[그림 Ⅲ-14] 연도별 생활형 숙박시설 호실 추이

주) 울산지역은 데이터 오류로 인해 제외되었음

출처: 문화체육관광부, 「관광숙박업 등록현황」, (2021)

### 소비자들의 장기 체류형 수요 증가 추세로 지속 성장 예상

- 취사가 가능한 장기체류 숙소에 대한 수요는 증가하고 있어 숙소로의 수요는 부산 등 일부지역을 중심으로 꾸준히 증가할 것으로 전망됨
- 엔데믹으로 접어들며 하이브리드 근무 및 출장과 여행을 결합한 블렌디드 여행의 수요가 증가함에 따라 장기체류의 수요 또한 계속될 것으로 보임
  - Euromonitor는 글로벌 블렌디드 여행시장 규모가 2021년 1,500억 달러에서 2027년 3,600억 달러로 두 배 이상 성장할 것이라고 예측함



[그림 Ⅲ-15] 글로벌 블렌디드 여행시장 수요 추이(단위 : 십 억 달러)

출처: Euromonitor International. WTC 「A World in Motion Shifting Consumer Travel Trends in 2022 and Beyond」, (2023)

- 글로벌리서치컴퍼니 가트너에 따르면 장기 체류형 숙박의 주요 수요자인 하이브리드 근무 형태의 지식근로자는 '23년 말 까지 39%로 성장할 것으로 밝혔음



[그림 Ⅲ-16] 전 세계 근무유형 별 지식근로자 비중 추이(단위 : %)

출처: Gartner

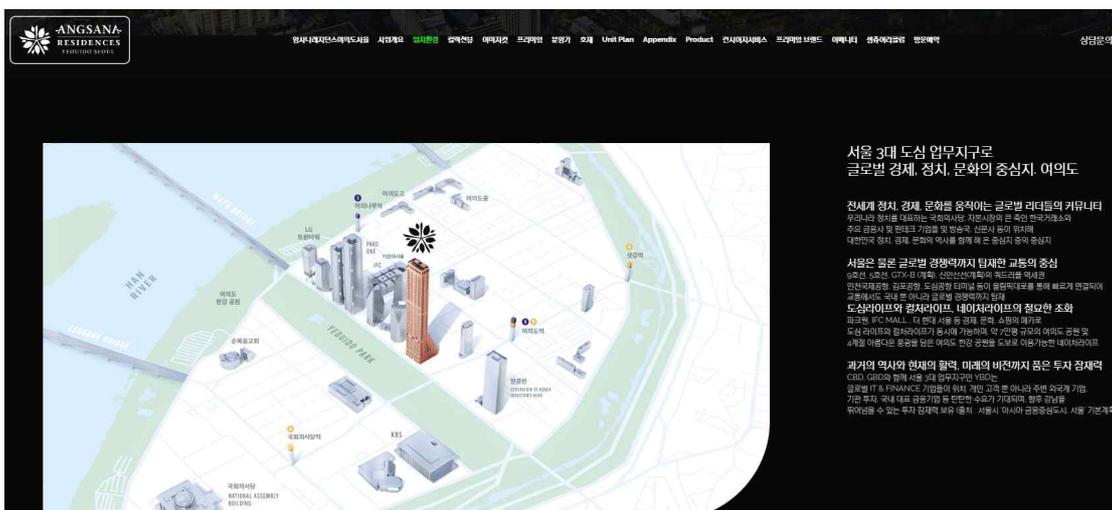
- 증가하는 수요에 대응하기 위해 글로벌 호텔 체인들은 생활형 숙박시설의 위탁운영업체로 참여하여, 새로운 브랜드를 런칭 중임
- 대표적 글로벌 호텔 체인인 하얏트와 윈덤은 올해 상반기에 장기 체류가 가능한 익스텐디드 스테이 타입의 신규 브랜드를 런칭하였음



[그림 Ⅲ-17] 하얏트그룹의 익스텐디드 스테이 타입 신규 브랜드인 HYATT house

출처: HYATT house(<https://www.hyatt.com/ko-KR/brands/hyatt-house>)

- 국내의 경우 대구 메리어트 호텔&레지던스, 반얀트리 그룹의 여의도 앙사나 레지던스 등 프리미엄 생활형숙박시설이 등장하고 있음



[그림 Ⅲ-18] 반얀트리 그룹의 프리미엄 생활형숙박시설인 여의도 앙사나 레지던스

출처: 여의도 앙사나 레지던스(<http://angsanaresidencyeyouidoseoul.com/>)

### 생활형숙박시설의 본질은 숙박업으로 공중위생관리법 적용

- 공중위생관리법상의 제2조 제2항에서는 숙박업을 정의하고 있으며 이의 적용을 받는 숙박업은 신고 및 위생관리의 의무가 있음
- 공중위생관리법 따르면 숙박업은 ‘손님이 잠을 자고 머물 수 있도록 시설 및 설비 등의 서비스를 제공’ 하는 영업을 의미함
- 동 법령에 따라 숙박업은 보건복지부령이 정하는 시설 및 기준을 갖추고 지방자치단체의 장에게 영업신고를 해야 할 의무와 위생관리의 의무 등이 있음

[표 Ⅲ-2] 공중위생관리법 상 숙박업의 주요 의무사항

| 법령          | 조항                         | 의무사항                                                                        |
|-------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 공중위생<br>관리법 | 제3조(공중위생영업의 신고 및 폐업신고) 제1항 | - 공중위생영업을 하고자 하는 자는 공중위생영업의 종류 별로 보건복지부령이 정하는 시설 및 설비를 갖추고 지자체의 장에게 신고하여야 함 |
|             | 제4조(공중위생영업자의 위생관리의무 등) 제1항 | - 공중위생영업자는 그 이용자에게 건강상 위해요인이 발생하지 아니하도록 영업관련 시설 및 설비를 위생적이고 안전하게 관리하여야 함    |

출처 : 국가법령정보센터

- 생활형숙박시설은 이러한 공중위생관리법의 적용을 받으며 일반 숙박업과의 법적 구분은 취사시설을 포함하는지의 여부로 구분함
- 숙박업을 나누는 세부 기준은 공중위생관리법 시행령 제4조에 명시되어 있으며 이에 따라 일반 숙박업과 생활형숙박시설로 구분됨
- 해당 조항을 살펴보면 일반 숙박업과 생활형숙박시설은 세부 내용이 모두 같으나 일반 숙박업의 경우는 취사 시설이 제외되고 생활형숙박시설은 취사시설을 포함해야 함
  - 이러한 법 조항의 내용으로 미루어 볼 때 생활형숙박시설의 본래 목적은 취사가 가능한 숙박업 형태를 합법적 범위로 관리하기 위해 신설되었다고 볼 수 있음
- 취사시설을 포함했을 때 세부적인 시설 기준 등은 공중위생관리법 시행규칙을 통해 관리되며 이러한 기준은 보건복지부령으로 제정됨
  - 현재 생활형숙박시설의 취사 관련 세부 기준은 환기시설 설치, 창문 설치, 고정형 취사시설의 객실 별 설치 또는 공동 취사공간에 설치 등의 기준이 있음

- 특히 생활형숙박시설의 시설 기준 중에서 객실 수 또는 영업장의 면적 기준 등을 고려한다면 대체로 개인이 아닌 위탁사가 운영하는 것이 효율적임
- 공중위생관리법 시행규칙의 숙박업 시설기준을 살펴보면 건물의 일부를 대상으로 하는 숙박업은 독립된 층이거나 일정 객실 수 또는 면적기준 이상을 충족해야 함
  - 즉, 건물 전체가 숙박시설의 용도가 아니라면 위해 숙박 시설과 주거 시설의 구분을 명확히 해야 한다는 의미임
  - 이는 숙박시설 자체가 불특정 다수가 이용하는 다중시설이기 때문에 위생관리 또는 안전의 측면에서 주거시설과는 분리되는 것이 타당하기 때문임
  - 또한 일정 규모(면적 또는 객실 수) 이상의 영업장을 운영하게 함으로써 본래의 법적 취지인 공중위생관리를 강화하고 개인이 무분별하게 운영하는 것을 방지하고자 한 것으로 보임
- 이러한 특성으로 인해 특히 생활형숙박시설이 일부 건물 내에 입주하고 있는 형태로 있다면 개인이 아닌 위탁운영사를 통해 운영하는 것이 더욱 효율적임

[표 Ⅲ-3] 생활형 숙박시설 법적 기준

| 법령                  | 조항                                    | 숙박업 구분     | 내용                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------|---------------------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 공중위생<br>관리법<br>시행령  | 제4조<br>(숙박업의 세분)                      | 1. 숙박업(일반) | - 손님이 잠을 자고 머물 수 있도록 시설(취사시설은 제외한다) 및 설비 등의 서비스를 제공하는 영업                                                                                                                                                                                                  |
|                     |                                       | 2. 숙박업(생활) | - 손님이 잠을 자고 머물 수 있도록 시설(취사시설을 포함한다) 및 설비 등의 서비스를 제공하는 영업                                                                                                                                                                                                  |
| 공중위생<br>관리법<br>시행규칙 | 별표1.<br>공중위생영업의<br>종류 별 시설<br>및 설비 기준 | 2. 숙박업(생활) | - 취사시설과 환기를 위한 시설이나 창문 설치, 이 경우 실내에 취사시설은 고정형 취사 시설을 객실별로 설치하거나 공동 취사공간에 설치해야 함<br>- 숙박업(생활)은 객실별로 욕실 또는 샤워실을 설치하여야 함(호스텔업은 제외)<br>- 건물의 일부를 대상으로 하는 숙박업은 <b>객실이 독립된 층으로 이루어지거나 객실 수가 30개 이상 또는 영업장의 면적이 해당 건물 연면적의 3분의 1 이상이어야 함</b> (다만 지자체 수준에서 조정 가능) |

- 생활형숙박시설이 각광 받고 있지만 개인이 운영하기 어려운 법적 조건으로 인해 숙박업 위탁 운영 시장 역시 동시에 성장 중인 것으로 보임
- 국내의 경우, 생활형 숙박업 위탁운영업체로는 ‘핸디즈’와 ‘유에이치씨’가 대표적이며 프리미엄 브랜드부터 중소형 브랜드까지 다양한 호텔을 운영
- ‘핸디즈’는 생숙 위탁운영업체로 중소형 숙박 브랜드 ‘어반스테이’와 프리미엄 브랜드 ‘르컬렉티브’, 레지던스 브랜드 ‘어반라이프’를 운영 중
  - 2022년 8월 기준 전국 2천여 개의 객실을 운영 중이며 24년 말 기준 2만여 개의 객실 위탁운영 예정임
  - ‘어반스테이’와 ‘르컬렉티브’는 Marriott International에서 운영하는 프리미엄 단기임대 숙박리스팅 서비스 Homes & Villas와 예약 공급 업무 협약을 체결함
  - 2022년 연매출액 339억원으로 2021년도 대비 3.3배 성장했으며 최근에는 생숙 시설에서 호텔까지 위탁 운영 시설의 범위를 넓혀가고 있음
- ‘유에이치씨’는 책임운영제를 내세운 프리미엄 생활형 숙박시설 브랜드 UH Suite의 운영사로, 단기적인 성장을 보이고 있음
  - 유에이치씨는 기존에 통용되던 방식과 달리, 분양 가격에 비례하는 확정 수익금을 소유주들에게 지급하는 책임운영제로 위탁 운영 중임
  - ‘22년 12월 인천 송도 1호점을 시작으로 1년 여 만에 부산 기장, 대구, 서울 서초 등 다양한 도시로 프로퍼티 운영을 확장하고 있음

handys 운영 브랜드    위탁운영안내    숙박시장 세소식    수익팀

운영중인 지점 수 **17개 지점**

객실 평균 가동율 **60.7%** | 최근 3개월 기준

연환산 지급수익율 **4.84%** | 최근 3개월, 원본양가 기준

생활숙박시설 운영 **국내 1위** | 운영 객실수 기준

운영 브랜드 | Smart brand for handys' property

핸디즈는 자체 브랜드 개발을 통해, 브랜드 코얼리티를 최소화하면서도 브랜드 효과를 유지하는 것을 지향합니다. 브랜드 전담팀을 통해 지속적으로 브랜드 가치를 향상시켜, 높은 수익율을 추구할 수 있도록 만들어가고 있습니다.

**urbanstay** **LE COLLECTIVE**

MZ세대를 타겟으로한 브랜드입니다. 주력이 TR 타입의 PJT에 적용하는 브랜드입니다. Family 타겟의 브랜드입니다. 프리미엄 타입의 PJT에 적용하는 브랜드입니다.

[그림 Ⅲ-19] 국내의 대표적 생활형숙박시설 위탁운영사인 핸디즈(handys)의 예시

출처 : 핸디즈(<https://handys.co.kr/>)

## 생활형숙박시설은 장점에도 불구하고, 규제 관련 침해한 대립 존재

- '12~'13년의 공중위생관리법 및 건축법 개정안에 의해 법령 상 처음 명시되었을 때부터 생활형숙박시설은 숙박업으로서 등록 의무 등이 존재하였음<sup>30)</sup>
  - 공중위생관리법 상 생활형숙박시설의 기준은 2012년 처음 마련되었으며 시행령 제 4조의 숙박업의 세분 기준에 이를 명시하였음
  - 다음 해인 '13년에는 생활형숙박시설의 건축물 용도를 명확화하기 위해 건축법 시행령의 별표1. '용도 별 건축물의 종류' 내 숙박업에 생활형숙박시설을 추가함
- 생활형숙박시설 자체가 숙박업으로서 기준에 맞게 운영되어야 함에도 불구하고 일부 분양사의 허위광고 등으로 주택으로서 운영되는 경우 다수 발생함
  - 정부에서는 분양사업자의 분양계약 해제 귀책 사유에 '허위, 과장 광고' 를 추가하는 등 대책을 마련하였으나 여전히 일부 분양사의 불법 분양이 이루어지고 있음
    - KBS 뉴스가 2022년 4월 12일 지역 건본주택 현장을 취재한 결과 분양사에서는 생활형 숙박시설을 분양함에도 불구하고 이를 마치 거주가능한 주택인 것처럼 홍보하고 있었음

< 정부 규제 비웃는 '생활형 숙박시설' 분양 >

KBS 뉴스7(창원) 2022년 4월 12일 방송자료 중 발췌, (오정현 기자 취재)

- 흔히 레지던스로 불리는 생활형 숙박시설을 사서 집처럼 불법 전용하는 문제가 심해지자, 정부가 지난해 법령을 고쳐, 주거용으로 쓸 수 없고 분양할 때도 주택처럼 홍보하면 불법이라고 공표함. 하지만 이런 정부 규제를 비웃듯 여전히 실거주할 수 있는 것처럼 분양 계약이 이뤄지고 있음

- 한 지역 건본주택에서 생활형 숙박시설 분양 현장을 취재한 결과 현장에선 호텔인지, 아파트인지 애매한 설명과 함께 주거할 수 있는 아파트와 다를 것이 없다고 홍보하고 있었음

[생활형 숙박시설 건본주택 직원/음성변조 : "살면 되는 거예요. 아무 문제 없는 거예요. 살아도 되는 거예요. 아파트랑 똑같이"]

- 생활형 숙박시설은 사업자등록을 한 뒤에 숙박시설로 영업을 하는 곳으로 전입신고도 원칙 상 불가능하나 얼마든지 가능하다고 말하였음

[생활형 숙박시설 건본주택 직원/음성변조 : "저희는 (분양 계약) 90% 이상이 실거주예요. 잘 모르시는 분은 안 된다. 전입신고 하면 안 된다. 몰라서 하는 말이고"]

- 한 60대 여성은 이러한 설명에 속아 피해를 봤음에도 계약 해지 시 이미 지불한 2천만 원의 계약금을 돌려받지 못함

[생활형 숙박시설 분양 계약자/음성변조 : "기절하는 줄 알았죠. 계약하고 와서 그날 밤에 취소하려고 했는데 취소가 안 된대요. 계약됐기 때문에 이미..."]...(후략)

30) 국토교통부, 「정부, '기존 생활형숙박시설 숙박업 신고 제도기간 부여·연착륙 유도」 보도자료 발췌, (2023.9.25.)

- 이러한 숙박업으로서의 생활형숙박시설이 주택용으로 불법 사용됨에 따라 2020년 국정감사에서는 국토교통부 감사에서 이러한 점을 지적하였음
- 2020년 국토교통위 국정감사에서는 국토교통부의 감사 시 생활형숙박시설이 주택 등으로 사용되는 문제에 대해 지적함
  - 생활형숙박시설은 ‘숙박시설’로 주택법의 적용을 받지 않아 각종 부동산 규제 및 의무(부대시설 등)에서 제외되어 실제 주택으로 불법 전용하여 사용 중이라는 지적이 있었음
- 이후 국토교통부에서는 행정예고 등을 통해 대대적으로 주택용 생활형숙박 시설에 대한 안내 및 계도, 오피스텔 전환 기간 유예 등을 시행하였음
- 그러나 이러한 행정 절차 등은 기존 수분양자들의 피해를 최소화하기 위한 목적이며 기본적으로 생활형숙박시설은 숙박업으로서의 운영이 필수적임
- 그럼에도 불구하고 특히 엘시티 등으로 대표되는 생활형숙박시설 불법 분양의 문제는 이미 주택용으로 분양된 수요 등으로 인해 현재 첨예한 문제가 발생함
- 부산 해운대 인근 초고층 건물인 엘시티는 아파트 동을 제외한 랜드마크타워동에 5성급 호텔 19동을 제외하면 모두 레지던스로 불리는 생활형숙박시설 561실이 존재함
- 그러나 이러한 생활형숙박시설에 대해 부동산 업체의 부족한 이해와 설명 등이 맞물려 입주한 사례가 늘어나고 있으며 이들은 실거주를 하는 경우도 있어 문제점 발생함

< 숙박과 주거 '불쾌한 동거'... 엘시티서 옛본 '생활형 숙박시설' 대란 >

주간조선 기사 발췌(2023.10.15., 김희권 기자)

- ...(전략)...아파트 두 개 동과 달리 101층 랜드마크타워동은 19층까지는 5성급 호텔이고 그 위로는 생활형 숙박시설(생숙)인 레지던스 561실이 들어서 있다. 이곳은 전국 9만여 가구인 생숙의 대장격이다. 박모(59)씨는 2020년 이곳 레지던스를 20억원대에 구입했다. 박씨는 당시 공인중개사가 주거 편의성만 놓고 보면 한국에서 이만한 곳이 없다고 강조했다고 기억했다.

[ 박모씨(59) : "골프연습장도 잘돼 있고 사우나에는 온천수가 나온다고 했다. 피트니스 시설도 훌륭하고 컨시어지 서비스도 좋다고 했다. 레지던스동이 바다 조망권도 더 좋아서 대부분 주인이 실거주한다고 했다. 집 여러 채 가진 사람도 다 세 주고 여기서 산다더라. 주택 수에도 포함 안 되니 세금 문제도 없는 게 장점이라고 여러 번 강조했다." ]

- 박씨는 자신이 살던 아파트를 세 주고 이곳으로 이사했다. 그런데 변수가 생겼다. 이곳은 말 그대로 생활형 숙박시설이다. 주거와 숙박이 공존할 수 있을 거라 생각했지만 지난 2021년 정부에서 갑자기 이를 불법으로 규정했다. 단속을 2년간 유예해줬지만 그 사이 숙박업 신고를 해서 본연의 용도대로 쓰거나 주거용 오피스텔로 용도 변경할 것을 요구했다. 숙박 시설이니 누군가가 아파트에 묵듯 주거용으로 쓰는 건 불법 용도변경에 해당한다...(후략)

## 규제 문제에도 불구하고 생활형숙박시설은 숙박업으로서의 활성화가 필요

- 분양사의 허위광고 등으로 일부 존재하는 피해사례에도 불구하고 생활형숙박시설은 숙박업으로서 운영되는 것이 건전한 숙박 생태계를 위해 필수적인 것임
  - 현재 정부 당국에서는 정확한 피해사례의 규모를 추산하지 못하고 있으나 업계에 따르면 ‘20~21년 2년 간 전국적으로 분양된 생숙은 약 2만실에 달하는 것으로 추정함<sup>31)</sup>
  - 그러나 이러한 분양의 목적은 주로 부동산 투자의 수요에 가까우며 생활형숙박시설이 가진 본래의 목적인 숙박업 영위의 목적이 아님
    - 실제 분양 시에도 이러한 숙박업으로의 운영 시 등록 의무와 주거용으로의 사용 불가능 등에 대해 분양사에서 제대로 설명하지 않은 경우가 많음
  - 따라서 생활형숙박시설은 본래의 법적, 제도적 취지에 따라 숙박업으로서 운영되는 것이 적절하며 이러한 관점에 따라 규제하는 것이 기존 업계와의 반발 등을 최소화 할 수 있음
- 특히 장기 체류형 숙박이 증가하고 있는 상황에서 기존 전통적 숙박업체들에 비해 이에 최적화된 생활형숙박시설은 다변화된 수요에 효율적으로 대응 가능함
  - 장기 체류형 숙박의 수요는 지속적으로 증가할 것으로 보이며 이에 최적화된 형태인 생활형숙박시설은 합법적 범위 내에서 활성화되는 것이 건전한 생태계에 필수적임
- 따라서 정보 부족 등으로 피해가 발생한 수분양자가 있음에도 불구하고 시설의 본질적 목적인 숙박업으로서의 운영을 유도하는 것이 관광산업 발전의 관점에서 적절함
  - 정부 부족 등으로 인해 허위 분양을 받아 피해가 발생한 수분양자에 대해서는 정부의 적절한 구제책이 필요하겠지만 본질적으로 숙박업인 생활형숙박시설의 취지는 유지해야 함
  - 만약 생활형숙박시설의 수요 대부분이 투자 수요라면 투자 대비 이익이 발생하는 부분은 주거지로서의 임대 수익이 아닌 숙박업 운영을 통한 운영 수익이 발생하는 것이 적절함
    - 더불어 실제 이러한 투자 수요 뿐 아니라 1가구 2주택의 과세 기준 등을 회피하기 위한 수요도 존재하기 때문에 선별적 규제 완화 정책 등은 역효과가 발생할 확률 높음
  - 이러한 제도의 본질적 취지는 무분별한 숙박업 난립의 방지를 통해 관광 산업의 건전한 발전을 유도하는 데 있는 만큼 관광산업의 관점에서도 숙박업으로서의 운영 유도가 필요할 것임

31) 매일경제, 「“집인데, 집이 아니라네요” …생숙 ‘별금 폭탄’ 앞두고 아우성」 내용 발췌, (2023.9.17.)

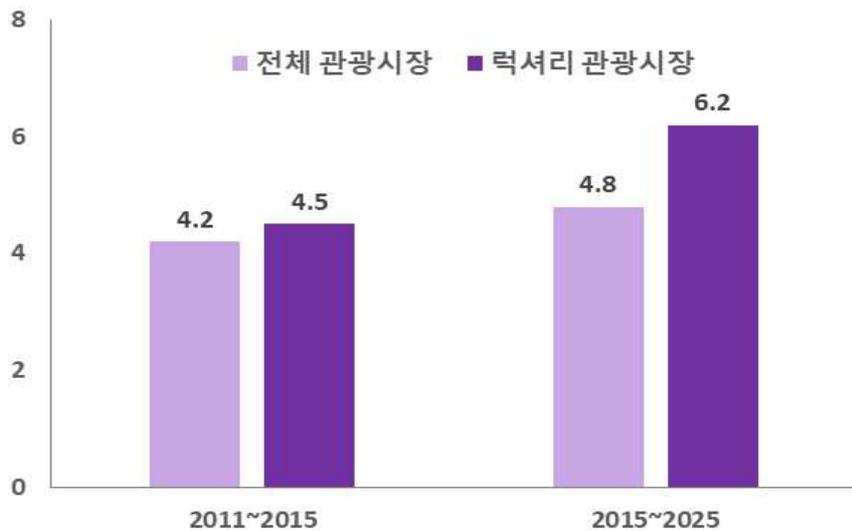
## 4. 고부가가치화 숙박상품 현황 및 특성

### 고부가가치 관광 상품은 가격 이외에도 서비스의 차별성을 지님

- 한국관광공사에서 발표한 글로벌 관광 트렌드 다이제스트 2022의 분석에 따르면 고부가가치 관광상품은 기존 관광상품과 구분되는 특성이 존재함
  - 고부가가치 관광상품은 기존 관광 상품에 비해서 단순하게 가격이 높은 상품이 아닌 명확하게 구분되는 서비스 특성을 가지고 있음
- 구체적인 속성들로는 Private(전용, 전유), Personalized(개인화, 맞춤), Experiential(경험), Health & Safety(건강), Responsible(사회적 책임)이 있음
  - Private(전용, 전유) 속성은 소비자가 구매한 관광 상품이 다수의 인원이 이용하는 것이 아닌 소수의 혹은 자신만 이용하는 특성
    - 코로나 기간 소비자들이 많은 사람과의 접촉을 기피 하면서 관광상품의 전용, 점유 속성에 대한 수요가 증가함
  - Personalized(개인화, 맞춤) 속성은 관광 상품의 일정 및 장소 등의 요소에서 소비자에게 맞춰 진행되는 것임
  - Experiential(경험) 속성은 모두가 경험할 수 있는 관광이 아닌 특별한 경험을 할 수 있는 관광 상품을 찾는 것을 의미함
  - 관광을 단순한 유희에 더해 다른 의미를 부여하면서 Health & Safety(건강) 속성이 고부가가치 관광상품에서 발견됨
    - 팬데믹 등 다양한 요인으로 인해서 소비자들은 자신의 건강에 대한 관심이 높아졌고, 이런 관심이 관광 상품에도 반영됨
  - Responsible(사회적 책임) 또한 Health & Safety(건강)와 마찬가지로 관광을 단순한 여가 활동 이상으로 보면서 관광 상품에 생긴 특성임
    - 자연을 보호하기 위해서 관광에서 발생하는 환경 파괴를 최소화하는 관광인 에코 투어리즘 관광 상품이 있음
    - 아우슈비츠 수용소 방문과 서대문 형무소 등의 장소를 방문하여 아픈 역사를 기억하기 위한 관광 형태인 다크 투어리즘 관광 상품 또한 존재함

## 고부가가치 관광에 대한 수요는 지속적으로 증가

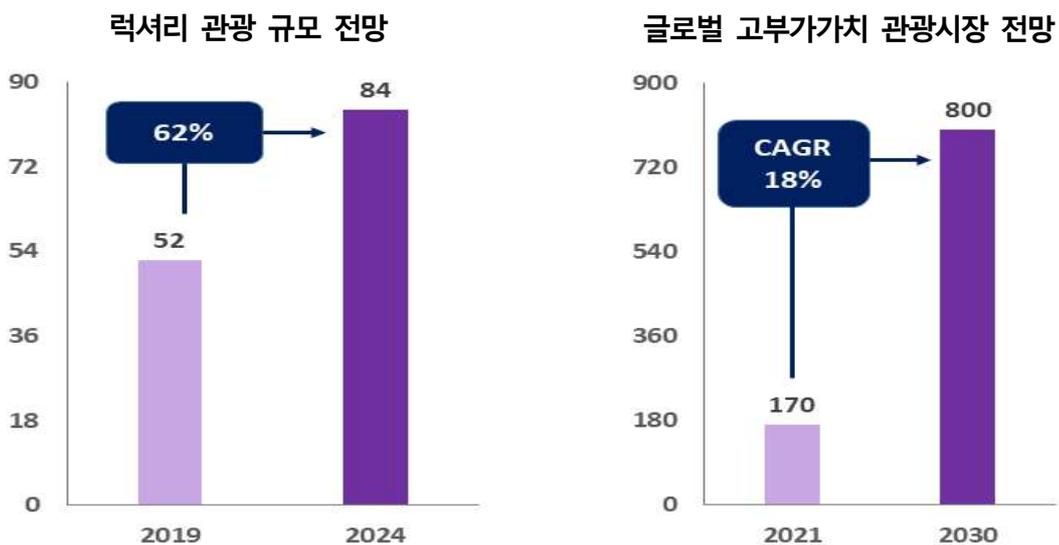
- 고부가가치 관광에 대한 수요는 경험 소비에 대한 수요 증가와 가처분소득의 증가로 인해 높아지고 있음
  - 팬데믹 이후 보복소비의 증가, 소비 성향 변화 등 다양한 요인으로 인해 고부가가치 관광시장은 성장해왔음
  - 2000년대에 이후 불황이 존재했지만 고부가가치 관광 시장은 꾸준히 성장하는 모습을 보여주고 있고 지속적으로 성장함
    - Tourism Economics 통계에 따르면 2011년에서 2015년까지 고부가가치 여행 성장률은 4.5%를 기록, 이는 세계 관광시장의 연평균 성장률 4.2%를 초과
    - Jet broker Fly Victor의 최근 보고서에 따르면 비즈니스 클래스 항공편 예약이 감소했음에도 불구하고 서유럽의 프라이빗 제트는 전년 대비 2.8% 성장
    - 에어비앤비에 따르면 2018년 1박당 1,000달러 이상의 고급형 숙소에 대한 예약률이 전년대비 60% 이상 증가함



[그림 Ⅲ-20] 고부가가치 관광시장의 성장률 전망(단위 : %)

출처: AMADEUS(2016), Shaping the future of luxury travel.

- 고부가가치 관광상품을 구매할 수 있는 소비자들이 증가하면서 향후 관광 시장에서도 고부가가치 관광 트렌드가 유지될 것
- Transparency Market Research에 따르면 중산층의 가계가 성숙함에 따라 고부가가치 장거리 여행에 대한 요구도가 증가할 것으로 예상
  - 과거 소수만 향유할 수 있었던 고부가가치 상품에서 벗어나 더욱 많은 사람들이 즐길 수 있게 되면서 고부가가치 관광 시장이 더욱 성장
  - 소비자들의 새로운 요구에 맞춰 다양한 고부가가치 관광 상품이 등장한다면 관련 시장은 더욱 성장해 나갈 것으로 예상하고 있음
- 많은 전문가 및 기업들 또한 고부가가치 관광 상품 시장을 지속적으로 성장할 것으로 전망하고 있음
  - Tourism Economics에 따르면 2015년~2025년까지 고부가가치 관광의 성장률은 6.2%로 세계 관광시장의 성장률(4.8%) 보다 높은 성장세를 기록할 것이 예상됨
  - ‘글로벌 럭셔리 트래블 마켓 성장과 전망(2019-2024)’ 보고서에서 2019년 럭셔리 관광 규모는 52억 달러에서 2024년에는 84억6,000만 달러로 62% 성장할 것으로 예상
  - Global Market Insight에 따르면 2021년 170억 달러 규모의 글로벌 고부가가치 관광 시장은 2030년 800억 달러로 성장할 것으로 전망됨



[그림 Ⅲ-21] 럭셔리 및 고부가가치 관광의 시장규모 전망(단위 : 억 달러, %)

출처: 글로벌 고부가가치 트래블 마켓 성장과 전망(2019-2024), Global Market Insight(2022) luxury tourism market

## 고부가가치 숙박상품에 대한 수요는 일부 특급호텔을 중심으로 증가

- 현재 숙박업계도 다른 관광 산업과 마찬가지로 고부가가치 상품에 대한 수요가 커지고 있고 이는 당분간 지속적으로 성장할 것으로 전망
- 펜션, 게스트하우스 등 상대적으로 저렴한 숙박 시설에 비해서 호텔과 같은 가격대가 높은 숙박시설 수요가 증가함
  - 롯데호텔 ‘시그니엘’ 서울의 2019년 6월 객실 점유율은 전년 동월 대비 20% 높아지고 서울 신라호텔의 경우 7월 투숙률이 전년 동월 대비 약 20% 증가함
  - 파라다이스시티의 2019년 6~7월 객실점유율 또한 전년 2018년 6~7월 대비 33% 증가하는 모습을 보임
  - 트립닷컴에 따르면 2019년 연휴기간(13~15일)의 국내 호텔 예약률은 작년 추석 기간(2018년 9월 24~26일) 대비 예약량이 230% 증가함
- 호텔에서도 등급이 높은 호텔에 대한 수요가 증가하는 모습을 보이고 있어, 숙박 시설에 지불하는 가격이 상승한 것을 알 수 있음
  - 문화체육관광부에서 발표한 통계에 따르면 숙박업 중 호텔 이용률 중에서 5성급 호텔의 객실 이용률이 가장 많이 증가함
  - 19년도 기준 5성급 관광호텔의 객실 이용률은 84.8%로 가장 높았고, 증감 또한 17년과 18년도에 각 9.1%, 5.8%로 가장 높은 증가율을 보임

[표 III-4] 관광호텔 운영 현황

| 구분         | 5성급  | 4성급  | 3성급  | 2성급  | 1성급  | 평균   |
|------------|------|------|------|------|------|------|
| 19년 이용률(%) | 84.8 | 83.0 | 78.9 | 73.1 | 64.8 | 79.9 |
| 18년 증감(%)  | 5.8  | 3.6  | 1.3  | 2.6  | 1.0  | 3.4  |
| 17년 증감(%)  | 9.1  | 8.7  | 9.8  | 3.1  | 4.8  | 8.0  |

출처: AMADEUS(2016), Shaping the future of luxury travel.

### 고부가가치 숙박상품은 국내외에서 다양한 형태로 판매 및 확장 중

- 고부가가치 관광 상품의 특성 중 하나인 개인이 숙소 혹은 숙소 외의 추가적인 공간을 Private(전용, 전유)할 수 있는 고부가가치 숙박 상품이 등장하고 있음
- 레이크 192는 한국의 아이돌 그룹 방탄소년단이 예능 촬영 차 방문하여 유명해진 춘천에 있는 독채 펜션임
  - 시내와 떨어진 공간에 펜션 한 채와 넓은 부지를 전부 빌려, 근처에 다른 사람이 없어 프라이빗한 공간을 즐길 수 있음
  - 가격이 다른 펜션에 비해서 비싸지만 프라이빗함을 원하는 소비자들의 방문이 지속적으로 발생하고 있음
- 글로벌 호텔 체인인 포시즌스는 몰디브에 란다기라바루라는 한 번에 소수의 인원만이 이용 가능한 리조트를 만들음
  - 다른 섬에 있어 비행기 혹은 배와 같은 별도의 이동 수단 없이는 방문이 불가능한 위치에 리조트를 만들어 리조트 이용객 이외의 사람들을 볼 수 없음
  - 그 밖에 리조트 방문객만 이용 가능한 해수욕장 등을 통해서 고부가가치 리조트의 프라이빗함을 더욱 높임



[그림 Ⅲ-22] 고부가가치 경험 관광 예시(포시즌스 란다기라바루)

출처: 포시즌스 홈페이지

## 68 숙박형태의 변화와 규제 개선방안

- 숙박업계는 개인화 트렌드에 맞춘 개별 맞춤 관광과 관련된 고부가가치 숙박상품 또한 기획하여 출시함
  - 패키지 관광 상품의 경우 최근 다양한 옵션을 줄이고 자유 시간을 추가하여 개인이 원하는 방식의 패키지 상품을 구성
  - 영국과 미국의 유명한 고부가가치 여행사 blink tomato에서 진행하는 blink camp 서비스가 대표적인 고부가가치 개인화 숙박상품임
    - Blink camp는 캠핑과 호텔을 결합하여 고객이 원한다면 어디든지 최대한 고객의 요구를 반영하여 숙소(캠프)를 만듦
    - 비단 숙소뿐 만 아니라 호텔 수준의 음식과 주변 여행 프로그램 그리고 씻을 수 있는 시설 등 편의시설까지 설치가 가능함
    - 해당 서비스는 소비자가 숙소(텐트)설치부터 철거까지 캠핑의 모든 서비스 접점에서 불편을 느끼지 않도록 함
    - 가격은 설치 요청 장소와 시간에 따라 상이하나 아르헨티나 파타고니아 서비스의 경우 2022년 8월 기준 6박 7일에 1인당 GBP 13,000(약 2천만원) 수준임



### ACCOMMODATION

We'll source some of the world's most comfortable and luxurious 'tents' for your stay. Really, these are closer to collapsible hotel suites. Bedding, electricity, lamps, and facilities. Just ask, and we'll include it.



### DRINKING AND DINING

Private chefs, Argentine barbecues, foraging expeditions and cocktail classes. We'll arrange every meal, and you can get as involved as much or as little as you'd like. From silver service to old-fashioned cookouts.



### EXPERIENCES

We can plan an entire itinerary of activities and events from the moment you arrive to the moment you depart. Horse-riding, kayaking, climbing, skiing. This depends entirely on your tastes and the landscapes of the surrounding area.



### FACILITIES

Beyond the obvious, our Blink facilities can include everything from a mobile spa to an on-site masseuse. As ever, you only have to ask.

[그림 Ⅲ-23] 고부가가치 경험 관광 예시(Blink camp)

출처: Blink Tomato 홈페이지

- 기억할만한 경험에 대한 소비자 수요가 증가하여 특별한 Experiential(경험)의 속성을 지닌 숙박상품이 등장
  - 대표적으로 료칸은 일본 전통 문화를 경험할 수 있는 고부가가치 숙박 시설로 관광객들이 방문하고 있음
    - 료칸에 방문하는 것만으로도 유카타와 온천, 가이세키 요리를 비롯하여 일본 전통 문화를 경험할 수 있음
    - 각 료칸 별로 다도체험, 사케, 일본의 춤 등 다양한 전통문화를 경험할 수 있는 프로그램을 통해서 소비자를 유인
  - 한국 또한 조선시대 왕들의 휴양지였던 수원보에 한국의 문화를 경험 가능한 유원재라는 이름의 호텔이 있음
    - 일본의 료칸과는 다르게 한국 전통 방식을 현대적으로 재해석하여 적절하게 호텔과 내부를 꾸몄음
    - 식사 또한 한국의 전통 요리를 발전시킨 요리로 준비하여 한국의 전통과 현대가 결합한 식문화를 경험할 수 있음



[그림 Ⅲ-24] 고부가가치 경험 관광 예시(교토 호시노야, 유원재)

출처: 교토 호시노야 홈페이지, 유원재 홈페이지

## 70 숙박형태의 변화와 규제 개선방안

- Giraffe Manor은 케냐의 수도 나이로비에 위치한 호텔로 기린을 만날 수 있는 것으로 유명함
  - 하지만 호텔이 기린 보호 센터 안에 위치해 있어 호텔 투숙 중 가까이서 기린을 볼 수 있는 특별한 경험을 할 수 있음
  - 가격은 1박에 가장 작은 방부터 스위트 룸까지 약 USD 800~4000 수준으로 나이로비에 있는 다른 호텔 가격을 생각하면 굉장히 비싼 편
  - 하지만 다른 곳에서 경험할 수 없는 특별한 경험이기 때문에 전 세계의 많은 관광객들이 이 호텔에 머무르기 위해서 나이로비를 방문하고 있음
  
- 두바이 아틀란티스 팜의 언더워터 스위트 룸은 물 속에 있는 객실로 많은 수중생물을 감상할 수 있음
  - 이 스위트 룸은 호텔이 보유한 아쿠아리움 수조와 닿아 있어 창 밖을 보면 많은 수중생물을 볼 수 있음
  - 가격은 1박에 약 740만원으로 아쿠아리움, 다이빙, 수중 생물과 교류 등의 프로그램에 참여 가능함



[그림 Ⅲ-25] 고부가가치 경험 관광 예시(Giraffe manor, dubai Atlantis parm)

출처: Giraffe manor 홈페이지, dubai Atlantis parm 홈페이지

- 건강에 대한 수요는 팬데믹 이후 급속도로 증가하여, 이에 맞춰 건강과 관련된 고부가가치 숙박 상품 또한 등장
  - 고급 호텔 브랜드의 경우 이미 자체적으로 웰니스 프로그램을 기획하여 호텔 투숙객들에게 제공함
    - 제주신라호텔의 경우 아쿠아 모닝 요가, 플로팅 요가 등 다양한 웰니스 프로그램을 기획하여 소비자들에게 판매함
  - 그 밖에 다양한 호텔에서 웰니스 클래스를 자연스럽게 운영하면서 소비자의 건강과 관련한 니즈를 충족하기 위해 노력
    - SHA wellness clinic처럼 전문적인 웰니스 브랜드가 등장하여 더욱 정교하고 전문적인 웰니스 프로그램을 소비자에게 제공
  - 참여하고 싶은 웰니스 프로그램을 정한 이후 숙소를 고를 방식으로 7일 정도 원하는 웰니스 프로그램에 참여하며 숙박
    - 가격은 7일 기준 프로그램 가격에 EUD 2300~7500 수준에 숙박 가격 1박에 EUD 400~7500를 합산한 것으로 계산함



[그림 Ⅲ-26] 고부가가치 경험 관광 예시(SHA wellness clinic)

출처: SHA wellness clinic 홈페이지

- 한 가지 상품에 하나의 고부가가치 관광상품의 특성을 지니고 있는 것은 아니고 복합적으로 다양한 특성을 보유하고 있음
- 영국의 고부가가치 여행사 Oliver's Travels에서 기획한 Lover's deep은 잠수함을 이용한 고부가가치 숙박 상품임
  - 실제로 운행하는 잠수함에서 숙박을 하며 고부가가치 호텔과 동일한 수준의 서비스를 경험할 수 있음
  - 가격은 1박에 USD 292,000으로 2023년 11월 기준 한화 3억 8천만원이고, 최소 4박 정도의 예약이 필요하여 약 14억 4천만원 정도임
- Lover's deep는 고부가가치 관광상품의 한 가지의 특성이 아닌 다양한 특성을 복합적으로 보이고 있음
  - 일회 관광 시 한 팀 이외의 다른 고객을 받을 수 없어 고부가가치 관광상품의 전용, 점유의 특성을 보임
  - 잠수함의 출발지와 도착지를 직접 결정할 수 있어 개인 맞춤 고부가가치 관광상품의 특성을 확인 가능함
  - 이동하는 잠수함에서 잘 수 있다는 특별한 경험은 일반 사람들은 쉽게 할 수 없는 경험을 할 수 있음



[그림 Ⅲ-27] 고부가가치 경험 관광 예시(lover deep)

출처: Oliver's Travels 홈페이지

---

## IV. 새로운 숙박형태의 주요 규제 현황

---

## 1. 공유숙박 규제 현황

공유숙박은 숙박 관련 여러 법령의 적용을 받아 다양한 방식으로 운영

- 합법적 공유숙박의 운영을 위해선 외국인관광도시민박업, 한옥체험업, 농어촌 민박업 중 하나로의 등록이 필요함
- 공중위생관리법 제2조 1항 제2호 단서에 따라 대통령령으로 지정되어 숙박업에 제외되는 시설이 존재함
  - 이 중 관광진흥법 제2조 3항 바 목에 의거 하여 외국인관광 도시민박업과 농어촌 민박업은 자신이 거주하고 있는 주택을 적합한 시설을 갖추고 숙식을 제공할 수 있음
  - 한옥체험업은 실거주가 의무가 아니지만 공중위생관리법상 숙박업에서 제외되며 관광진흥법에 의거하여 숙박 체험을 제공할 수 있음

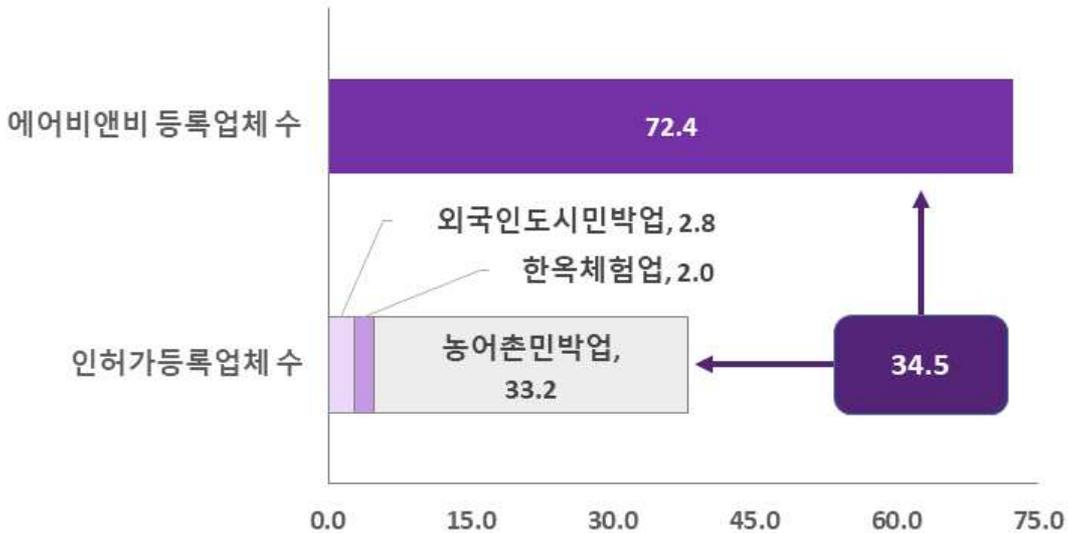
[표 IV-1] 공중위생관리법상 숙박업 제외 시설

| 관련 법령             | 관련 법령에 따른 숙박업 제외 시설         |
|-------------------|-----------------------------|
| 농어촌정비법            | 농어촌민박사업용 시설                 |
| 산림문화, 휴양에 관한 법률   | 자연휴양림 안에 설치된 시설             |
| 청소년활동 진흥법 제10조 1호 | 청소년수련시설                     |
| 관광진흥법 제4조         | 외국인관광 도시민박업용 시설 및 한옥체험업용 시설 |

출처: 법제처, 「공중위생관리법」 제2조 1항 2호, (2023)

- 이에 따라 외국인관광도시민박업, 농어촌민박업, 한옥체험업을 합법적 공유숙박의 범위로 볼 수 있음
- 이러한 합법적 공유숙박 수에 비해 대표적인 공유 숙박 플랫폼인 에어비앤비에 등록된 숙소 리스트 수 차이가 있음
  - LOCAL DATA 숙박업 인허가 데이터에 따르면 2024년 1월 기준 한옥체험업 1,725개, 외도민업 2,776개, 농어촌민박업 33,172개가 등록됨

- AIR DNA에 따르면 같은 시점에 에어비앤비에 등록된 숙소 리스팅 수는 72,400개로 34,457개 차이가 발생하며 이는 미허가 공유숙박 업소로 추정됨



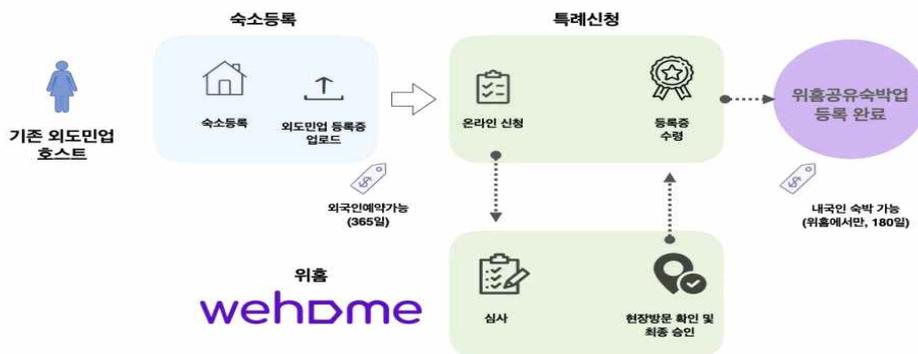
[그림 IV-1] 2024년 1월 기준 공유숙박 인허가 리스트 & 에어비앤비 등록업체 수 비교(단위 : 천 개)

출처: 행정안전부, 「LOCAL DATA-지방인허가행정데이터」 AirDNA

- 합법적 공유숙박의 범위 내에서 한옥체험업, 농어촌민박업은 내외국인 구분 없이 운영 가능하지만 외국인관광도시민박업은 외국인만을 대상으로 운영 가능함
- 도시 내에서 합법적으로 운영 가능한 공유숙박은 외국인도시민박업과 한옥체험업이나 인허가 업체 수가 적은 편임
  - 2024년 1월 기준 서울 시내 인허가 등록된 외도민업은 1,980개, 한옥체험업은 255개인데 반해 AIR DNA에 등록된 업체 수는 19,128개로 미허가 업체가 17,148개로 추정됨
  - 전국적으로 미허가 운영 업소 추정 비율이 47.6%인데 반해 서울에는 89.6%인 것으로 보아 미허가 공유숙박 운영 업체 수가 도심지역에 많은 것으로 추정됨
- ICT규제 샌드박스 실증특례 제도의 특례를 받은 ‘위홈’ 만을 통해 도시 내에서는 내국인을 대상으로 영업이 가능하나 시장확장에는 한계가 존재함
- ‘위홈’ 은 2019년 11월 28일 ICT 규제 샌드박스 실증특례를 통해 제한적으로 내국인 도시민박이 허용됨
  - ICT 규제 샌드박스 실증 특례는 정보통신융합법에 따라 정보통신기술 산업 관련 신제품, 서비스에 대해 임시 허가 등을 통해 규제를 면제 또는 유예하는 제도를 의미함

- ‘위홈’은 국내 공유숙박 플랫폼으로 외국인도시민박업에 실증 특례 신청을 통해 180일 동안 내국인에 대한 도시민박업이 허용됨
- 그러나 타 플랫폼을 통해 거래되는 내국인 공유숙박에 대한 미비한 단속으로 인해 실증 특례의 효과가 거의 없다는 시선도 존재함
  - 법적 범위에서 ‘공유 숙박업’ 자체에 대한 정의가 없는 관계로 여전히 지자체와 정부 부처 간 단속 주체가 불명확하여 현재 적극적 단속은 이루어지지 않고 있음
- 실증특례를 받는 과정에서 ‘위홈’은 내국인을 대상으로 한 공유숙박을 운영함에 있어 추가적인 규제를 받아 사업적으로 성장하는데 어려움이 존재함
  - ‘위홈’의 실증특례 조건의 경우, 지하철과 거리가 1km 이내에만 허용이 가능하며 전체 호스트는 4,000명으로 제한됨
  - 과거 서울시에서만 운영 가능했던 조건이 최근 부산시까지 확장되었음에도 지역적 확장에 대한 제한은 여전히 존재함
- 또한 플랫폼경제의 특성상, 한번 Lock-in된 공급자 수요를 다른 플랫폼 생태계로 되찾아오기는 어려움
  - 에어비앤비는 공유숙박 중개업체의 First-mover로, 위홈이 등장하기 이전부터 많은 공유숙박시설 공급자와 수요자를 유인하였음
  - 한번 구축된 플랫폼 생태계는 참여자들을 Lock-in하는 효과를 가지며, 이에 따라 후발주자 플랫폼은 성장하기 어려운 특성을 지니고 있음

기존 외도민업 호스트 공유숙박 특례 신청 절차



[그림 IV-2] 기존 외도민업 호스트 공유숙박 특례신청 절차

출처: 위홈(<https://stay.wehome.me>)

### 도시 내의 합법적 공유숙박업종은 각각 다른 법령에 의해 규제

- 외국인관광도시민박업의 경우 외국인만을 대상으로 공유숙박 운영이 가능하며, 등록을 위한 다양한 규제들이 존재하여 확장이 어려움
  - 외국인관광도시민박업은 ‘도시지역’으로 한정된 ‘외국인’만을 대상으로 한 민박업으로 제한이 많음
    - 도시지역이란 인구와 산업이 밀집되어 있거나 밀집이 예상되어 그 지역에 대하여 체계적인 개발, 정비, 관리, 보전 등이 필요한 지역을 의미함
  - 이외에도 주택에 관한 기준과 안전 및 보전에 관한 기준들이 존재하며 이러한 조건을 충족해야 외국인관광도시민박업으로의 등록이 가능함
    - 주택의 연면적이 230제곱미터 미만이며, 외국어 안내 서비스를 가능한 체계를 갖춰야할 필요가 있음
    - 소화기 1개 이상, 객실마다 단독경보형감지기, 일산화탄소경보기(난방설비를 개별 난방 방식으로 설치한 경우만 해당)를 설치해야 함

[표 IV-2] 외국인관광도시민박업 주택분류별 기준

| 분류    | 종류     | 내용                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 단독 주택 | 단독 주택  | 해당 없음                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|       | 다가구 주택 | 다음의 요건을 모두 갖춘 주택으로서 공동주택에 해당하지 아니하는 것을 말한다.<br>1) 주택으로 쓰는 층수(지하층은 제외한다)가 3개 층 이하일 것 다만, 1층의 전부 또는 일부를 필로티 구조로 하여 주차장으로 사용하고 나머지 부분을 주택 외의 용도로 쓰는 경우에는 해당 층을 주택의 층수에서 제외한다.<br>2) 1개 동의 주택으로 쓰이는 바닥면적(부설 주차장 면적은 제외한다. 이하 같다)의 합계가 660제곱미터 이하일 것<br>3) 19세대대지 내 동별 세대수를 합한 세대를 말한다) 이하가 거주할 수 있을 것 |
| 공동 주택 | 아파트    | 주택으로 쓰는 층수가 5개 층 이상인 주택                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|       | 연립주택   | 주택으로 쓰는 1개 동의 바닥면적(2개 이상의 동을 지하주차장으로 연결하는 경우에는 각각의 동으로 본다) 합계가 660제곱미터를 초과하고, 층수가 4개 층 이하인 주택                                                                                                                                                                                                     |
|       | 다세대주택  | 주택으로 쓰는 1개 동의 바닥면적 합계가 660제곱미터 이하이고, 층수가 4개 층 이하인 주택(2개 이상의 동을 지하주차장으로 연결하는 경우에는 각각의 동으로 본다)                                                                                                                                                                                                      |

출처: 국토교통부, 「『외국인관광 도시민박업』 업무처리(등록,관리) 지침」, (2021)

- 외국인만을 대상으로 운영이 가능하나 단속이 어렵고 내국인과 함께 쓰거나 하는 방식으로 편법도 존재함
  - 국회입법조사처는 2019년 12월 발간한 보고서에서 “현행 외국인관광 도시민박업에서 내국인 이용 등의 경우 단속과 제재에는 한계가 있다” 라고 언급함
  - 에어비앤비 대변인은 “내국인과 외국인에 차별을 둔 민박 관련 법안이 존재하는 나라는 한국이 유일하다” 라며 내국인 이용이 불가한 도시민박업에 대한 비판을 제기함<sup>32)</sup>
- 한옥체험업의 경우 내국인과 외국인 관계없이 숙박객을 받을 수 있으나, 등록 기준이 한옥이라는 점에서 진입장벽이 존재함
  - 한옥체험업은 ‘한옥’ 으로 구조를 한정 짓는데, 국토교통부의 한옥건축기준 차용하여 관광산업진흥법 상에서의 한옥기준으로 설정하고 있음
    - 한옥이란 주요 구조부가 목조구조로, 한식 기와 등을 사용한 건축물 중 고유의 전통미를 간직하고 있는 건축물과 그 부속 시설을 의미함
  - 한 종류 이상의 전통문화 체험에 적합한 시설을 갖추고 이용자의 불편이 없도록 욕실이나 샤워시설 등 편의시설을 갖추야 한옥체험업으로 등록 가능함
  - 일반민박업에 비해 승인절차가 까다롭고 국토교통부의 한옥건축기준을 한옥의 기준으로 설정하여 오래된 몇몇 한옥들은 기준에 부적격함

[표 IV-3] 건축법에 따른 한옥 건축 기준

| 건축법           | 주요 내용                                                              |
|---------------|--------------------------------------------------------------------|
| 제 2조 제 1항 제9호 | 기둥, 보, 내력벽, 주계단 등의 구조나 외부 형태 변경을 위해서는 대통령령에 정하는 바에 따라 변경 가능함       |
| 제 58조         | 한옥 건축을 위해서는 지자체 조례 및 대통령령이 정하는 바에 따라 대지 내에 일정 범위 이상의 공간을 두고 건축해야 함 |
| 제 61조 1항      | 한옥 건축 시에는 일조 등의 확보를 위한 건축물의 높이가 제한됨                                |
| 제 84조         | 한옥 건축 시에는 대통령령이 정하는 바에 따라 건축 면적 및 바닥면적을 산정하여 건축해야 함                |

출처: 법제처, 「한옥 등 건축자산의 진흥에 관한 법률」, (2023)

- 위의 건축법 등에 따라 기준에 부합한 건축물만 한옥으로 인정되어 몇몇 한옥으로 지어졌으나 기준에서 벗어난 건축물들은 한옥체험업으로의 활용이 불가함

32) 한국일보, 「에어비앤비 “한국만 민박관련 법안에 내,외국인 차별” 」, (2019.11.25.)

- 실증특례제도는 외국인관광도시민박업에 내국인도 이용 가능한 특례를 제공 받았지만 추가 규제로 인해 성장이 제한됨
  - 규제 샌드박스 특례는 ‘정보통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법 38조의2’ 에 의거하여 허가를 통해 시행됨
  - 이러한 실증특례의 적용으로 ‘위홈’은 등록과 지역적 조건을 제한 받아 내국인을 대상으로 관광 도시민박업이 가능한 유일한 플랫폼이 되었음
    - 정보 통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법에 따라 검토와 심의, 의결을 거쳐 실증을 위한 규제 특례를 지정할 수 있으며, 이 때 실증을 위한 규제 특례에 조건을 붙일 수 있음
    - 이러한 법령에 따라 서울시 1~9호선과 부산시 지하철역 1km 내에 있는 공유숙박 업소만 등록이 가능하고 위홈 플랫폼에 등록 가능한 숙소는 4,000개로 제한됨
  - 이처럼 실증을 위한 규제 특례에는 조건을 붙일 수 있고 위처럼 ‘위홈’에도 여러 가지 조건이 붙어있으며 이를 어길 시 특례 지정이 취소됨
    - 정보통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법 제 38조 4항에 따르면 특례 지정 시 정해 놓은 조건을 충족하지 못하는 경우 특례 지정을 취소할 수 있음

## 농어촌민박업은 개인 운영 숙박업과 마을 단위 운영

- 농어촌민박업은 농어촌지역에서 민박 사업을 하는 업종을 의미하며, 공유숙박으로의 합법적 운영이 가능함
  - 농어촌민박업은 농어촌지역 또는 준농어촌지역에서 민박 사업을 하는 당해 주택에 주민등록이 되어 있고 실거주하며 숙박을 제공하는 사업을 말함
    - ‘농어촌지역’이란 농업, 농촌 및 식품산업 기본법에 따라 읍, 면의 지역이거나 이외의 지역 중 그 지역의 농업 관련 인구 및 생활 여건 등을 고려하여 장관이 고시하는 지역을 말함
    - ‘준농어촌지역’이란 광역시 관할 구역의 지방자치단체인 구(광역시 자치구)의 구역 중 농어촌 외의 지역으로서 개발제한구역을 말함
  - 이러한 지역적 조건 외에도 서비스, 위생, 소방안전 등 수준 제고를 위하여 실시하는 교육을 받아야 하는 등 세부적인 조건들이 다수 존재함
    - 각 객실마다 단독형 감지기와 보일러실에 일산화탄소감지기, 주방에 자동확산 소화기와 가스누설경보기, 비상구 표지 등이 설치되어야 함

- 개인으로 신청하는 농어촌민박업 외에도 마을협의회 또는 어촌계가 운영하는 농어촌체험, 휴양마을이 존재함
- 도시와 농어촌 간의 교류 촉진에 관한 법률에 따라 특별자치도지사, 시장, 군수, 구청장에게 농어촌체험, 휴양마을 사업자의 지정을 신청해야함
- 대통령령으로 정하는 규모 이하의 마을공동시설을 숙박 시설로 운영하는 경우 도시와 농어촌 간의 교류촉진에 관한 법률 제1장 8조에 따라 공중위생관리법의 적용을 받지 않음

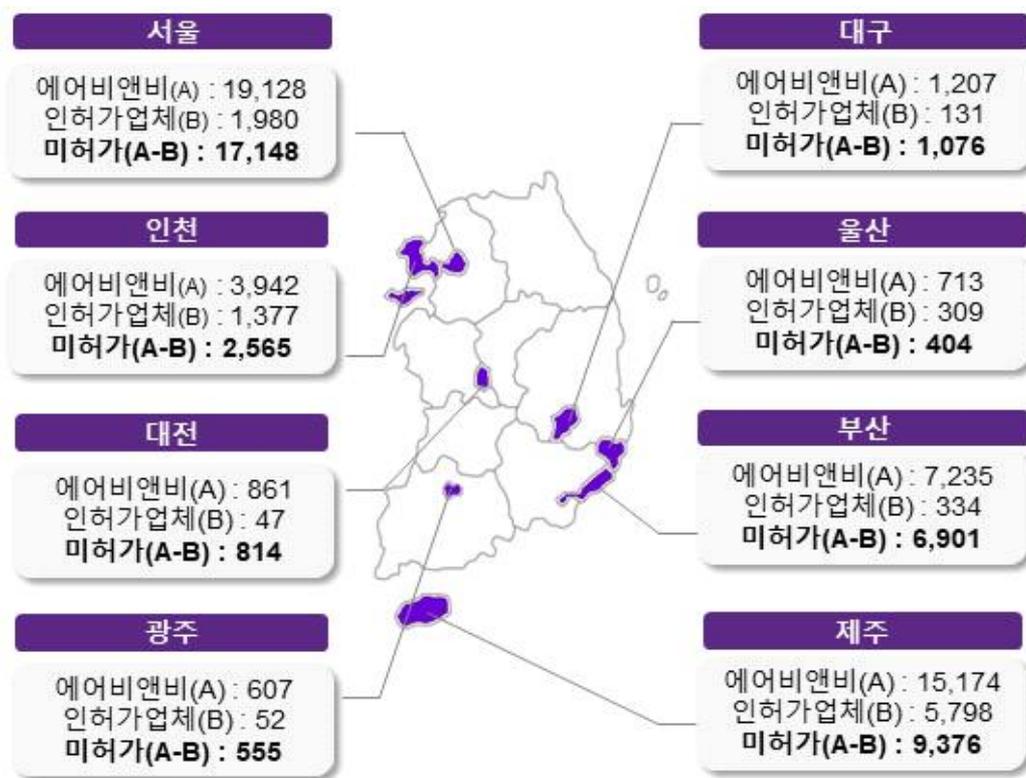
[표 IV-4] 국내 공유숙박의 업종별 규제 비교

| 구분            | 외국인관광<br>도시민박업                            | 농어촌<br>민박업    | 한옥체험업      | 실증특례<br>공유민박업           |
|---------------|-------------------------------------------|---------------|------------|-------------------------|
| 허용지역          | 도시지역                                      | 농어촌지역         | 지자체별로 상이   | 서울과 부산<br>지하철 1km<br>이내 |
| 관련 법          | 관광진흥법                                     | 농어촌정비법        | 관광진흥법      | 정보통신진흥법<br>관광진흥법        |
| 대상 주택         | 단독주택,<br>연립주택,<br>다가구주택,<br>아파트,<br>다세대주택 | 단독주택<br>다가구주택 | 한옥         | 외국인관광도시<br>민박업과 동일      |
| 내국인숙박         | 불가능                                       | 가능            | 가능         | 가능                      |
| 연간 영업가능<br>일수 | 상시                                        | 상시            | 상시         | 180일                    |
| 호스트<br>거주요건   | 필수거주                                      | 필수 거주         | 실거주<br>불필요 | 필수 거주                   |
| 기타            | -                                         | -             | -          | 전체 호스트<br>4,000명 제한     |

출처: 각 법령에 근거하여 자체 정리 및 작성

## 공유숙박은 합법적 운영 범위가 존재함에도 불구하고, 불법 영업 팽배

- 정식으로 인허가를 받아 운영하는 업소보다 플랫폼을 이용한 불법 영업을 영위하는 업소의 수가 월등히 높음
- 현재 운영되고 있는 대부분의 공유숙박은 불법으로 운영되어 관리가 어렵고 이러한 미허가 리스트 수는 도시지역에 많음 편임
- 전국적으로 차이가 있지만 서울 부산과 같은 도시지역에서의 차이가 심한 것으로 나타난 것으로 보아 외도민업으로의 등록을 기피하는 것으로 추정됨



[그림 IV-3] 국내 주요 도시 별 Airbnb 리스팅 업체 수와 인허가 업체 수 현황(단위 : 개)

출처: 행정안전부, 「지방행정인허가데이터」, (2024.1월 기준); AirDNA, 「도시 별 리스팅 자료」발취 (2024.1월 기준)

- 관련 법률 법제화와 불법 공유 숙박의 모니터링 미비로 미등록 사업자들의 불법적 운영이 만연한 상황으로 범죄에 무방비로 노출되는 등 각종 문제가 야기됨
- 인허가 기준 미충족으로 안전사고가 발생 가능성이 높으며 미허가 업체는 청소년 혼숙 등 불법행위 확인 및 단속이 어려움

- 최근에는 마약 투약, 미성년자 투숙, 불법 성매매 등 사회 전체를 위협하는 문제들이 불법 공유숙박시설에서 발생중임
- 더불어 시장 내 지배적 플랫폼 사업자인 에어비앤비는 해외에 본사가 있어 매출에 대한 신고 의무가 없으며 조세 회피가 발생할 가능성 역시 상존함
  - 2023년 10월 국회 기획재정위원회 국정감사에서 해외 플랫폼 기업인 에어비앤비에 대해 매출에 대한 추정이 어려워 국내법상 과세에 한계가 있다고 언급됨<sup>33)</sup>
- 공유숙박의 본래 취지인 유희자원의 공유를 통한 가치 창출 의미가 퇴색되고 무허가 단기임대사업 영위를 통한 이익 창출의 수단으로 사용되고 있음
- 더불어 무분별한 공유숙박 사업자의 증가로 인해 주요 관광지와 도시는 오버투어리즘으로 인한 교통체증, 환경오염 등을 앓고 있음
  - 공유숙박의 확산으로 인해 임대료보다 많은 이익을 얻을 수 있게 되면서 임대업의 공급 물량이 축소되고, 이에 따라 주거비 상승으로 이어짐<sup>34)</sup>
  - 숙박업소로 지어진 것이 아닌 민간 주택가에 있는 주거 공간을 숙소로 활용하기 때문에 소음이나 쓰레기 문제가 자주 발생함<sup>35)</sup>
- 높아진 임대료를 견디지 못한 지역 주민들이 도심 외곽으로 밀려나면서 커뮤니티의 고유한 개성이 사라져가는 공동화현상 발생할 수 있음



[그림 IV-4] 주말 한옥마을 골목의 모습(좌), 북촌한옥마을 주민집회의 슬로건(우)

출처: 한겨레<sup>21)</sup>, 「“북촌, 관광지냐 주거지냐”에서 사진 발취 (2018.7.9)

33) 아주경제, 「[2023국감]에어비앤비 1조원 매출에도 세금은 2억원... 추경호 “국내법상 과세 한계” 」,(2023.10.20.)

34) 한국일보, 「에어비앤비 숙소 늘어나니.. “빌라 임대료도 증가하네” 」,(2023.12.01.)

35) 조선일보, 「“관광객 그만 받자” 에어비앤비에 갈 빼든 피렌체, 뉴욕」,(2023.06.03.)

## 공유숙박 문제에 대해 국내에서의 관련 규제 작동 필요

- 공유숙박의 불법운영으로 인한 문제점을 해소하기 위해 몇몇 법안 발의가 이루어졌지만 공개되기까지는 시간이 필요할 것으로 판단됨
- 23년 6월 ‘에어비앤비 책임법’이 발의되어, 불법숙박업소 운영 적발 시 중개업체에 대한 처벌이 가능해져 불법 운영 업체의 수는 감소될 것으로 예상됨
  - 공유숙박 중개업체가 숙박업 신고를 하지 않은 시설을 중개할 경우 최대 1년 이하의 징역 또는 1,000만원 이하의 벌금 부과되는 내용이 포함됨
- 특히 해외에 본사가 있는 플랫폼의 경우 과세의 사각지대에 위치해 있으며 2023년 11월 부가가치세법 일부개정안 발의되어, 거래 명세자료 제출 의무화를 추진함
  - 이러한 법 개정으로 인하여 현재 과세의 사각지대에 있는 에어비앤비에 대한 세금을 부과하는 방향으로 변화가 예정됨

## 세계 각국이 다양한 방식으로 공유숙박에 대한 규제를 진행 중

- 특히 관광 수요가 급증하고 있는 유럽 지역에서는 기존의 오버투어리즘 등의 문제와 더불어 공유숙박 사업 희망자 급증으로 주택부족 등의 문제가 가중됨
- 2023년 이탈리아 관광부는 관광객 밀도가 높은 도시에서의 공유숙박 문제를 해결하기 위해 단기임대 규제를 위한 특별 법안을 발의하며 규제를 예고함<sup>36)</sup>
  - 이탈리아의 대표 관광 도시 피렌체에는 에어비앤비 등 공유 숙소가 8,000채가량 들어서며 관광객들로 인한 쓰레기 문제, 주거 공간 부족 문제 등이 발생함
- 스페인의 바르셀로나는 매년 2,300만명이 넘는 관광객이 방문하여 공유 숙박 사업 희망자가 과도하게 급증하였고 이에 시 당국은 공유숙박 면허를 제한하였음
- 전통적으로 관광지로서 인기가 높았던 유럽 지역들에서는 부동산이 임대 투자상품으로 각광 받았고, 이로 인해 도심 공동화 현상이 발생함
  - 코로나 19이후 억눌려있던 관광 수요가 폭발하면서 유럽의 관광산업이 다시 활기를 되찾았고, 그에 따라 외국인 관광객들을 대상으로 한 단기 숙박업이 증가함

36) <https://www.partitaiva.it/airbnb-stretta-affitti-brevi/>, (검색일자:2024. 1. 29)



[그림 IV-5] 스페인 바르셀로나 관광객 전경

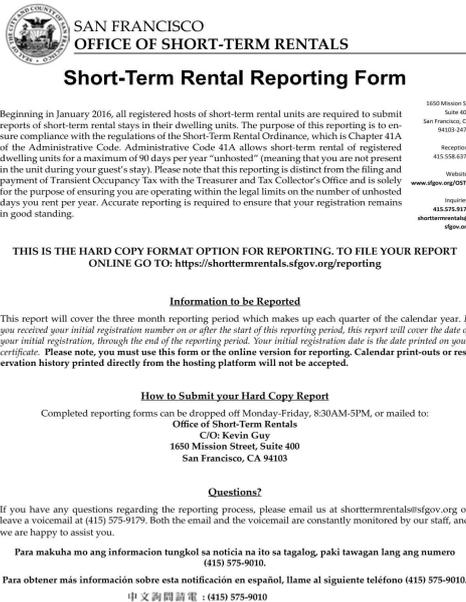
출처: CNN Travel, 「These were some of 2023's worst destinations for overtourism. Here's how to avoid the crowds next year」, (2023, 12, 29)

## 미국은 주택부족문제와 임대료 상승문제 해결 위해 숙박플랫폼 규제 강화

- 뉴욕의 경우 단기임대 허가제를 중심으로 최대한 세부적인 허가 기준을 적용하며 규제를 강화함
  - 에어비엔비와 같은 공유 숙박 플랫폼의 주요 숙소들이 시민들이 거주하는 도시에 위치하며 실거주 주택이 단기임대를 위한 주택으로 거래되며 임대료 상승 문제가 야기됨
    - 가디언지에 따르면 뉴욕시 특별집행실의 클러스너가 뉴욕시의 심각한 주택 부족 상황을 언급하며 단기 임대 사업이 주택 부족과 임대료 상승을 야기한다고 설명함<sup>37)</sup>
  - 2023년 9월 ‘단기임대등록법’ 이라 불리는 지방법 18조 시행하며 뉴욕 시민이 자신의 거주지를 30일 미만 단기 임대하는 것을 금지함
    - 단기 임대를 원할 경우 뉴욕시의 특별관리부서에 신고를 한 뒤 등록번호를 발급 받아야 공유 플랫폼(Airbnb, VRBO, Booking.com 등)에 등록이 가능함
  - 뉴욕시는 까다로운 허가기준으로 등록번호의 수를 관리하며 실거주 주택이 단기 임대 주택으로 변모하는 것을 억제할 수 있었음
    - 등록번호는 실거주하며 임대기간에 숙박객과 함께 거주해야 하고 투숙객은 최대 2명으로 제한되며 임대기간 중 발생하는 모든 기록에 대해 7년 동안 보관을 의무화해야 발급이 가능함

37) the guardian, 「New York City could lose 10,000 Airbnb listings in short-term rental crackdown」, (2023. 1)

- 캘리포니아의 샌프란시스코에서도 비슷한 이유로 단기임대사무소를 만들고 에어비엔비와 같은 공유 플랫폼의 단기임대에 대한 규제를 시행함
- 샌프란시스코시는 2014년 10월 숙박공유활동을 단기임대의 범제 내에 포함시키며 공유숙박 공급자로 하여금 당국의 단기임대업 허가번호를 구비하게 하여 규제 실시함
- 호스트의 자율적 보고에 의존하는 방식으로 규제 효과가 없다는 비판 이후 2016년 4차 개정안을 통해 플랫폼 사업자와 플랫폼 이용자에 대한 구체적인 의무를 부여함<sup>38)</sup>
  - 플랫폼 사업자는 호스트의 영구거주지, 단기임대 사업자 등록번호 등의 정보를 확인해야 하며 최소 3년간의 거래 정보를 보관하며 시 당국의 요청 시 제공해야 함
- 조례에 따라 플랫폼 사업자는 매일 호스트들이 합법적으로 영업하고 있는지 확인해야 하며 이를 증명할 선서 진술서를 제출하고 매일 1회 시당국 모니터링에 응해야 함
  - 플랫폼에서 공유 숙박 사업을 하려는 호스트들은 연간 90일의 운영 일수 제한을 준수해야 하며 한 사람에게 임대할 수 있는 최대 일수도 30일로 제한됨
- 플랫폼 사업자와 임대숙박업 사업자 모두 단기임대 사무소의 규제 대상이지만, 플랫폼 사업자가 규제 주체로서 역할을 하고 있는 양상임



**SAN FRANCISCO OFFICE OF SHORT-TERM RENTALS**  
**Short-Term Rental Reporting Form**

Beginning in January 2016, all registered hosts of short-term rental units are required to submit reports of short-term stays in their dwelling units. The purpose of this reporting is to ensure compliance with the regulations of the Short-Term Rental Ordinance, which is Chapter 41A of the Administrative Code. Administrative Code 41A allows short-term rental of registered dwelling units for a maximum of 90 days per year "unhosted" (meaning that you are not present in the unit during your guest's stay). Please note that this reporting is distinct from the filing and payment of Transient Occupancy Tax with the Treasurer and Tax Collector's Office and is solely for the purpose of ensuring you are operating within the legal limits on the number of unhosted days you rent per year. Accurate reporting is required to ensure that your registration remains in good standing.

**THIS IS THE HARD COPY FORMAT OPTION FOR REPORTING. TO FILE YOUR REPORT ONLINE GO TO: <https://shorttermrentals.sfgov.org/reporting>**

**Information to be Reported**

This report will cover the three month reporting period which makes up each quarter of the calendar year. If you received your initial registration number on or after the start of this reporting period, this report will cover the date of your initial registration, through the end of the reporting period. Your initial registration date is the date printed on your certificate. Please note, you must use this form or the online version for reporting. Calendar print-outs or reservation history printed directly from the hosting platform will not be accepted.

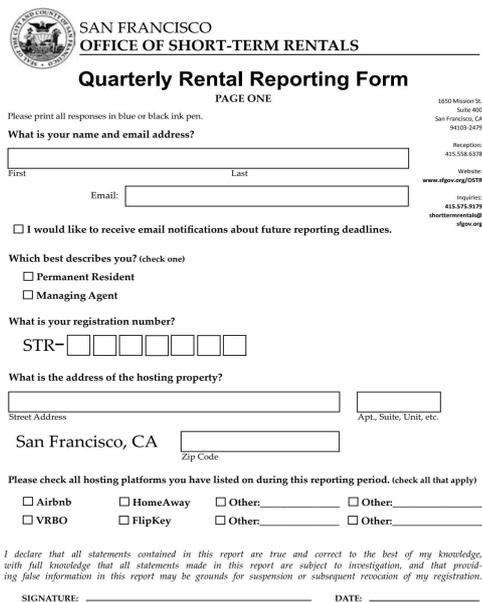
**How to Submit your Hard Copy Report**

Completed reporting forms can be dropped off Monday-Friday, 8:30AM-5PM, or mailed to:  
 Office of Short-Term Rentals  
 C/O: Kevin Guy  
 1650 Mission Street, Suite 400  
 San Francisco, CA 94103

**Questions?**

If you have any questions regarding the reporting process, please email us at [shorttermrentals@sfgov.org](mailto:shorttermrentals@sfgov.org) or leave a voicemail at (415) 575-9179. Both the email and the voicemail are constantly monitored by our staff, and we are happy to assist you.

Para makaha mo ang informacion tungkol sa notia na ito sa tagalog, paki tawagan lang ang numero (415) 575-9010.  
 Para obtener más información sobre esta notificación en español, llame al siguiente teléfono (415) 575-9010.  
 中文詢問請電：(415) 575-9010



**SAN FRANCISCO OFFICE OF SHORT-TERM RENTALS**  
**Quarterly Rental Reporting Form**  
 PAGE ONE

Please print all responses in blue or black ink pen.

**What is your name and email address?**

First: [ ] Last: [ ]  
 Email: [ ]

I would like to receive email notifications about future reporting deadlines.

**Which best describes you? (check one)**

Permanent Resident  
 Managing Agent

**What is your registration number?**

STR-[ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ]

**What is the address of the hosting property?**

Street Address: [ ] Apt., Suite, Unit, etc. [ ]  
 San Francisco, CA [ ]  
 Zip Code: [ ]

**Please check all hosting platforms you have listed on during this reporting period. (check all that apply)**

Airbnb  HomeAway  Other: [ ]  
 VRBO  FlipKey  Other: [ ]

I declare that all statements contained in this report are true and correct to the best of my knowledge, with full knowledge that all statements made in this report are subject to investigation, and that providing false information in this report may be grounds for suspension or subsequent revocation of my registration.

SIGNATURE: \_\_\_\_\_ DATE: \_\_\_\_\_

[그림 IV-6] 샌프란시스코 단기임대 보고서 양식

출처: 샌프란시스코 단기임대사무소(<https://sfplanning.org/office-short-term-rentals>)

38) 노영훈, 「공유경제시대에서의 조세정책적 과제-숙박공유를 중심으로」, 한국조세재정연구원, 48p.

- 로스앤젤레스는 2018년 ‘주택 공유 조례’ 를 제정해 숙박공유 플랫폼 호스트의 정부 등록을 의무화시키며 임대료 상승 문제를 완화하고자 함<sup>39)</sup>
- 미국 로스앤젤레스의 경우, 부동산 소유자가 장기 세입자보다 관광객에게 임대하는 것이 수익성이 높아 임대 숙박 공유 플랫폼이 주택가격 상승의 원인으로 지목됨
  - David Wachsmuth(McGill University) 교수 연구팀은 공유숙박을 위한 단기임대 주택이 LA의 주택시장에서 장기 임차임을 위한 주택 2,500채의 감소로 이어졌다 추정
- 주택 공유 조례를 통해 호스트가 단기 임대시 주 거주지만 사용하도록 유도함으로써 장기 거주 목적의 아파트가 단기임대 숙박시설로 전환되는 것을 억제함
- 시정부로부터 등록번호를 발급 받아야만 공유 플랫폼에 등록이 가능하며, 실거주자 증명, 연간 120일의 숙박제한 준수, 30일 미만 단기 숙박 임대 시 14% 숙박세 부과를 지켜야함
- 위 사항을 위반할 시 하루 약 500달러의 과태료가 청구되며 연간 120일 이상의 임대 기간을 초과할 경우에는 하루 2,000달러의 벌금이 부과됨

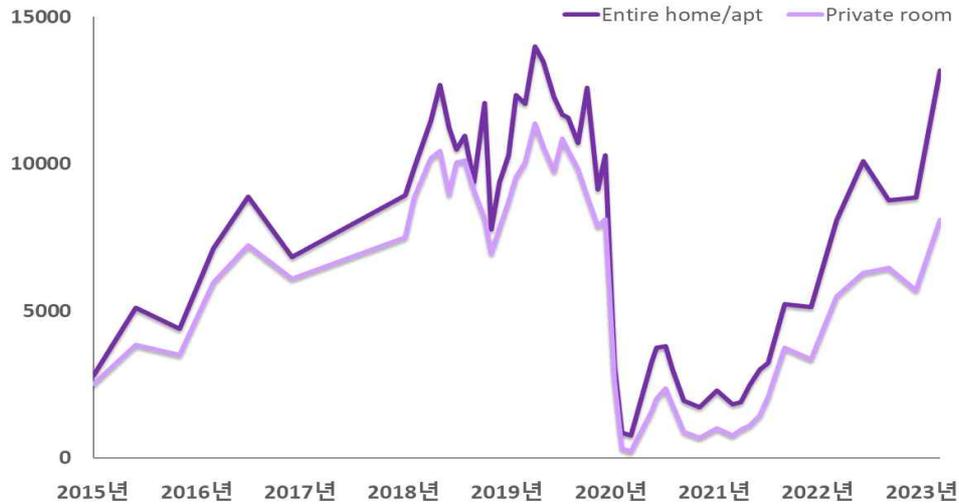
### 유럽의 유명 관광 도시들 또한 주택부족 문제 등의 해결을 위해 플랫폼 규제 시작

- 영국 런던의 경우 에어비앤비 등의 공유숙박이 임대차시장에 미치는 부정적 영향을 최소화하기 위해 2015년 임대가능 일수를 연 90일로 제한함
- 공유숙박 확산에 따른 주택의 단기임대 숙소로의 용도변화는 해당 지역의 실거주 목적의 주택 재고를 감소시킴<sup>40)</sup>
  - 런던시장 Khan은 공유숙박의 확대가 단기적인 관광 산업에서 중요한 역할을 할 수 있지만 실거주 목적의 시민들이 희생되어서는 안 된다고 주장함
  - 2023년 7월 기준 에어비앤비에 등록된 81,792개의 숙소 중 50,401채는 전체 부동산이며 이는 주택 74채 중 적어도 한 채가 단기 임대를 위한 숙소로만 활용됨을 의미함
- 2023년 10월 런던의 주택보고서에 따르면 팬데믹 이후 공유숙박 임대주택 수가 지속적으로 증가했으며 이 중 상당수는 전체 부동산임을 발표함.<sup>41)</sup>

39) 국회입법조사처, 「공유숙박 확대 논의와 향후 과제」, 4p

40) 런던시장실, <https://www.london.gov.uk/press-releases/mayoral/registration-system-for-short-term-letting-law>, (검색일자: 2024. 1.29)

41) 런던 데이터저장소, <https://data.london.gov.uk/dataset/housing-london>, (검색일자: 2024. 1. 29)



[그림 IV-7] 런던 시내의 에어비앤비에 등록된 활성 부동산 수(단위 : 개)

주) 그래프의 활성 부동산 수는 에어비앤비에 등록된 부동산 중 공유 숙박으로 리뷰가 존재하는 부동산을 의미함

출처: LONDON DATASTORE, Housing in London – The evidence base for the Mayor’s Housing Strategy(2023)

- 프랑스 파리는 실거주 주택 감소 문제를 완화하고자 「건축 및 주택법」을 제정해 단기 임대를 규제함<sup>42)</sup>
  - 공유 플랫폼의 확산으로 증가한 임대주택의 수로 인해 실거주 주택의 거래가 감소했으며, 전체 주택 시장의 가격 상승을 일으킴
    - 주택 담당 시의원 Ian Brossat는 2013년을 기준으로 5년 동안 2만 채의 주택이 관광용 숙박시설로 전환되어 파리 중산층에게 피해를 입혔다고 주장하며 규제 취지를 설명함<sup>43)</sup>
  - 법령을 통해 허가등록번호를 받아야만 공유 플랫폼을 통한 임대 사업을 할 수 있게 했으며 연 최대 120일의 영업 제한을 걸어 실거주 주택이 관광객을 위한 주택으로 개조되는 것을 막고자 함
  - 지방 당국은 허가등록번호를 확인할 수 있어 연 120일을 초과하는 임대사업자의 식별이 수월해졌으며, 에어비앤비는 초과된 주택을 리스트에서 자동으로 차단하게 함
    - 공유숙박에 등록을 원하는 호스트는 1년에 최소 8개월 이상 거주하는 주택을 연간 최대 120일까지 단기 임대가 가능하며 이를 위반 할 시 5만 5천 유로의 벌금이 부과됨
- 스페인의 바르셀로나는 급증하는 관광 수요에 따라 무분별한 공유숙박 공급자의 증가를 억제하기 위해 공유 숙박을 위한 임대 허가를 제한함<sup>44)</sup>

42) 임한규, 「공유숙박 확대 논의와 향후 과제」, 국회입법조사처, 3p.

43) PARIS MATCH, 「Paris prend de nouvelles mesures contre les locations type Airbnb illégales」, (2017.11.29.)

44) Bloomberg, 「Barcelona Wants to Ban Renting Private Rooms to Tourists」, (2021.2.5.)

- 바르셀로나 당국은 2011년까지 공유 숙박을 위한 임대 허가증을 발급 했지만 관광 목적의 부동산이 지속적으로 증가해 2014년 라이선스 발급을 중단함
    - 바르셀로나 시의회 PP당 대표 Alberto Fernández Díaz는 지역 주민의 권리가 훼손되고 지역 사회 생활이 어려움을 겪고 있다며 위 조치를 발표함
  - 라이선스 발급 중단에도 불구하고 공유 숙박 사업 희망자가 지속적으로 증가하자 이는 라이선스가 없는 불법 임대 숙박 사업자의 증가로 이어짐
  - 바르셀로나 당국에서는 이를 억제하기 위해 2018년 호스트 ID 시스템을 도입하여 식별과 관리를 용이하게 함
    - 공유 플랫폼 호스트 목록에는 호스트 ID가 표시되어야 하며 시는 이를 기록과 대조하여 임대 허가증이 있는지 확인할 수 있음
- 특히 '21년 1월에는 바르셀로나 시장이 직접적으로 단기 임대사업으로 인한 피해를 줄이고자 공유 주택을 더 이상 허용하지 않는다고 공표함<sup>45)</sup>

[표 IV-5] 해외 공유숙박 규제 사례 표

| 국가별  | 도시별    | 숙박세 부과 의무 | 연간 운영일수 | 실거주 증명 |
|------|--------|-----------|---------|--------|
| 미국   | 뉴욕시    | 14%       | 30      | ○      |
|      | 샌프란시스코 | 14%       | 90      | ○      |
|      | 로스앤젤레스 | 14%       | 120     | ○      |
| 영국   | 런던     | 소득세 부과    | 90      | ○      |
| 프랑스  | 파리     | ○         | 120     | ○      |
| 스페인  | 바르셀로나  | ○         | 30      | ○      |
| 일본   | 도쿄     | ○         | 180     | ○      |
| 네덜란드 | 암스테르담  | ○         | 30      | ○      |

출처: 야놀자 브리프 volume9「에어비앤비의 성장, 서울부동산 시장에 미치는 영향 분석」, (2023)

45) 부에노스 아이레스 일간지 CRONICA 「Barcelona cerca a Airbnb y prohíbe ahora el alquiler de habitaciones」 기사내용 발췌, (2021)

## 유럽연합은 조세 지침을 통해 플랫폼 과세 등의 법적 근거를 마련

- 각 나라의 세무당국은 DAC7 조세 지침을 근거로 공유숙박 플랫폼 사업자에게 서비스 이용자에 대한 정보를 제공 받을 수 있음<sup>46)</sup>
  - DAC7의 제안 맥락 중 하나는 디지털 플랫폼 사업자와 그 이용자에 대한 과세 추적이며 이는 에어비앤비와 같은 공유 숙박 플랫폼이 대상이 됨
  - 공유숙박 플랫폼 사업자는 서비스 이용자의 등록번호 등 정보를 수집하고 이를 납세자의 세무당국에 의무적으로 보고해야 하며, 세무당국은 이를 EU 회원국과 공유함<sup>47)</sup>
    - 플랫폼 사업자는 자사의 서비스를 이용하는 이용자에 대한 이름, 납세자 식별번호, 부가가치세 식별번호 등을 세무당국에 보고해야 함
  - 이를 통해 EU회원국들은 플랫폼 사업자와 이용자에 대한 모든 수입과 정보를 확인할 수 있으며 그간 추적이 어려웠던 탈세와 불법 영업 숙소들을 억제할 수 있게 됨
    - 법적 근거를 마련함으로써 플랫폼사업자가 주도적으로 호스트의 정보를 수집하게 했으며, Airbnb와 Booking.com은 호스트가 정보를 제공하지 않을 시 호스팅이 차단될 수 있음을 알림

[표 IV-6] 플랫폼 사업자가 세무당국에 의무적으로 보고하는 정보 목록 표

| 항목     | 제공 정보                                                                     |
|--------|---------------------------------------------------------------------------|
| 공통     | 부가가치세 식별 번호 / 에어비앤비 서비스 수수료 / 분기별 플랫폼을 통해 벌어들인 금액 및 숙소 수                  |
|        | 금융 계좌 식별자 / 거주 국가 및 호스트가 숙소를 등록한 각 국가의 납세자 식별 번호(TIN)                     |
|        | 숙소 주소 / 토지 등록 번호 / 임대 일수                                                  |
| 개인 사업자 | 이름 / 주 거주지 주소 / 생년월일 / 거주 국가                                              |
| 법인 사업자 | 사업체 · 법인명 / 사업자등록주소 / 사업자등록번호 / 세금 거주지 호스트가 거주 국가 외 지역에 숙소를 등록한 영구 사업장 주소 |

출처: Airbnb, 「유럽연합 조세 지침(DAC7)에 따른 세금 정보 공유」 내용 발췌, (2023)

46) 한국조세재정연구원, 「EU - EU 행정협력지침 개정안(DAC7) 유럽의회 승인」

47) 유럽 의회, 「COUNCIL DIRECTIVE, amending Directive 2011/16/EU on administrative cooperation in the field of taxation」 참고

## 2. 생활형 숙박시설 규제 현황

### 본래 취지에서 벗어나 주거용 등 편법적 이용

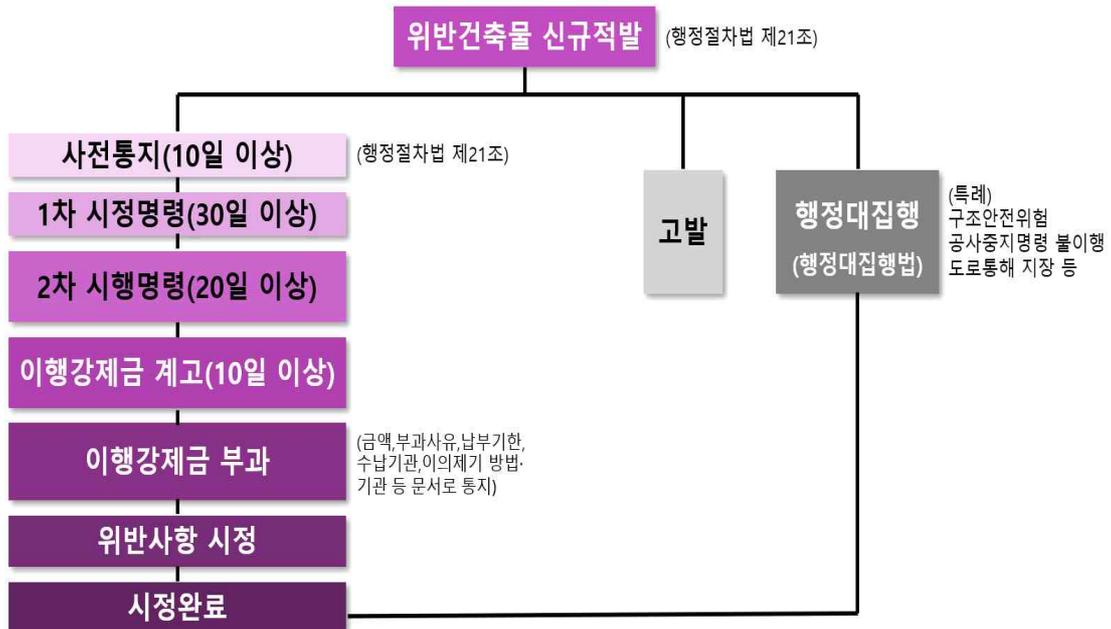
- 국내 서비스 레지던스 호텔은 ‘생활형 숙박시설’로 분류되어 법적 기반을 갖춘 후 2021년 건축법 시행령 개정안 발표에 따라 숙박업으로의 등록을 명시함
  - 2012년 1월에 숙박업을 취사시설을 제외한 일반 숙박업과 취사시설을 포함한 생활 숙박업으로 구분하는 내용의 공중위생관리법 시행령이 개정되었음
  - 2013년 5월 건축법 시행령 개정을 통해 숙박시설을 일반숙박시설과 생활형 숙박 시설로 구분되며 정식으로 명명됨
- 생숙은 여러 가지 세금과 관련한 규제에서 벗어나 세금 혜택이 존재하며 더불어 주거지역이 아닌 공간에도 지을 수 있어 기존의 타 건축물에 비해 규제가 적음
  - 주택 관련 종합부동산세나 양도세가 부과되지 않고 청약 통장이 필요 없으며 세금이 적용되지 않음
  - 전매제한이 없으며 주차 및 안전기준이 미비하고 학교용지분담금도 부과되지 않는 특성이 있음
  - 매입 시 1가구 2주택 법망을 피해 갈 수 있어 세금 부과를 피하면서 부동산 투자가 가능하여 수익형 부동산으로 각광 받음
  - 그러나 이러한 투자와 관련된 특성에도 불구하고 여전히 생활형숙박시설은 숙박업으로서 운영되어야 합법적 범위임에는 변함이 없었음
- 주거용으로 사용 시 이중 혜택에 대한 반발과 일반 아파트나 오피스텔과 달리 준주거 및 상업지역에 들어설 수 있어 난개발을 부추긴다는 논란 지속됨
  - 생활형 숙박시설은 주택으로 분류되지 않아 일반 주택이나 오피스텔과 달리 주거 지역에 입지가 불가함
  - 준주거지역이나 상업지역에 주로 지어졌으며 준공업지역, 계획관리지역, 자연녹지 지역 등에도 입지가 가능하여 난개발을 부추긴다는 논란 지속됨

[표 IV-7] 주택, 오피스텔, 생활형 숙박시설 규제 비교

| 구분        | 공동주택                             | 오피스텔(준주택)                  | 생활형 숙박시설                                                           |
|-----------|----------------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 종부세       | 과세                               |                            | 배제                                                                 |
| 양도세증과     | 증과                               |                            | 배제                                                                 |
| 전매제한      | 투기과열지구, 조정대상지역 등에서 적용            |                            | 없음                                                                 |
| 청약통장      | 필요                               | 불필요                        | 불필요                                                                |
| 주차기준      | 세대당 1대                           |                            | 시설면적 200m <sup>2</sup> 당 1대                                        |
| 복도폭       | 복도폭 1.8m 이상                      |                            | 복도폭 1.5m 이상                                                        |
| 피난거리      | 직통계단까지 40m 이하                    |                            | 미규정                                                                |
| 학교용지 분담금  | 부과                               |                            | 미부과                                                                |
| 입지가능 용도지역 | 주거지역, 상업지역 (주상복합 등 복합 용도), 준공업지역 | 일반주거지역, 준주거지역, 상업지역, 준공업지역 | 준주거지역·상업지역 (조례로 정하는 경우에만), 준공업지역, 계획관리지역, 자연녹지지역 등<br>※ 주거지역 입지 불가 |

출처: 국토교통부, 「정부, '기존 생활숙박시설 숙박업 신고 계도기간 부여, 연착륙 유도」 보도자료 인용, (2023.9.25)

- 기존의 취지와 다르게 사용되고 있는 생활형 숙박시설의 용도를 바로 잡고자 2021년 10월 건축법 시행령 개정을 통해 숙박업으로 등록을 해야 함을 명시함
- 생활형숙박시설 불법전용 방지 방안을 통해 신규로 지어지는 생숙의 불법 주거 사용을 사전에 차단 방침을 내림
- 기존에 주거용으로 사용되고 있는 생숙에 대해선 유예기간을 주고 오피스텔 등 주거 시설로 용도 변경 안내를 진행함
  - 유예기간 후 숙박업으로 등록하지 않은 생활형 숙박시설에 대해 시가표준액의 10%에 해당하는 이행강제금 부과를 예정함



[그림 IV-8] 생활형 숙박시설 이행강제금 부과 절차

출처: 국토교통부, 「정부, '기존 생활숙박시설 숙박업 신고 계도기간 부여, 연착륙 유도」 보도자료 인용, (2023.9.25)

## 생활형숙박시설은 개별 등기가 가능하여 투기가 용이

- 숙박업으로 분류되어 기존의 주거용 건축물에 부과된 규제에서 자유롭다는 이점과 더불어 일반 숙박업과 달리 방별 거래가 가능함
  - 생숙은 전매제한, LTV(담보인정비율), DTI(총부채상환비율)등의 규제를 받지 않아 매매가 용이하며 주택수에 포함되지 않아 다주택자 양도세 중과와 종부세 적용을 받지 않아도 됨
  - 또한 부대시설, 주차장, 쓰레기 수거 처리시설, 하수시설, 소방시설, 주민공동 시설 등 생활인프라에 대한 규제를 주택이나 주거용 오피스텔만큼 받지 않음
  - 호텔 등의 숙박업소는 구분등기(개별 등기)가 불가능하지만 생활형숙박시설은 개별 등기가 가능해 방 별 거래가 가능하여 주거용으로 오해를 삼
    - 취사가 가능한 서비스 레지던스의 특성과 더불어 방별 거래를 통한 개별 등기가 가능하여 주거용 혹은 임대 사업용으로 구매한 경우도 있음

[표 IV-8] 호텔과 생활용 숙박시설의 특성 비교

| 구분      | 호텔      | 생활용<br>숙박시설(서비스레지던스)   |
|---------|---------|------------------------|
| 종류구분    | 일반형숙박시설 | 생활형 숙박시설               |
| 주택여부    | x       | x<br>(단, 실거주시 주택으로 간주) |
| 청약통장    | x       | 필요없음                   |
| 지역거주제한  | x       | o<br>(거주자20% 우선분양)     |
| 취사 여부   | 불가      | 가능                     |
| 관광진흥법   | 적용      | 미적용                    |
| 공중위생관리법 | 규제      | 미규제                    |
| 개별등기    | 불가      | 가능                     |
| 분양권전매   | 불가      | 가능                     |

출처 : (사)대한숙박업중앙회 숙박뉴스, 「관리의 사각지대에 놓인 분양형 생활 숙박시설」, (2019.6.12)

- 위와 같은 특성으로 투자에 대한 수요가 대부분인데 그 중에서도 주거용으로 구입하여 세입자에 임대사업을 영위하는 경우가 있음
  - 개인의 숙박업 운영이 쉽지 않고 수수료 등의 문제로 인한 수익성 저하와 업체 선정 등의 문제로 숙박업으로의 운영보다는 임대사업으로 운영을 선호함
  - 공중위생관리법 시행규칙에 따라 숙박업으로 건물의 일부를 운영하려면 객실 수가 30호실 이상이거나 영업장이 해당 건물 연면적의 1/3 이상을 차지해야 함
  - 일부 지자체에서 개인 숙박업 난립을 막기 위해 개인의 생숙 운영 자체를 허용하지 않는 경우도 존재하였음
- 이러한 숙박업 이용시에 여러 조건들로 인해 매입자들은 숙박업으로의 사용보다는 투기나 임대사업으로의 이용을 더 선호해왔음
  - 국토교통부 보도자료에 따르면 숙박업 등록을 의무화했던 21년 말 기준으로는 기존의 생숙 9만6천 객실 중 숙박업으로 미신고된 객실이 약 4만 9천 객실이 미신고된 객실로 파악됨

- 이 중 미신고된 생숙의 61%인 3만 객실이 1인 2객실 이상 소유 하고 있으며 이 중 1인이 30객실 이상 소유한 경우도 1만 8천 객실로 미신고 숙박의 37%를 차지함
- 이러한 통계로 보았을 때 1인 2객실 이상 소유하고 숙박업으로 등록하지 않은 경우 투기용 혹은 임대를 통한 임대사업을 영위하고 있는 것으로 판단할 수 있음

[표 IV-9] 숙박업 미신고 소유 규모별 현황(단위 : 천 실)

| 구분 | 기존생숙<br>전체객실 | 숙박업<br>신고객실 | 숙박업 미신고 객실 |     |        |            |
|----|--------------|-------------|------------|-----|--------|------------|
|    |              |             | 합계         | 1객실 | 2~29객실 | 30객실<br>이상 |
| 전국 | 96           | 47          | 49         | 19  | 12     | 18         |

출처: 국토교통부, 「정부, '기존 생활숙박시설 숙박업 신고 계도기간 부여, 연락처 유도」 보도자료 인용, (2023.9.25)

### 숙박업 등록을 명시함에 따라 소유주들과 정부 간의 이견 발생

- 이러한 투기성 매매와 임대업으로의 활용을 막기 위해 2021년 10월 건축법 시행령 개정안 발표에 따라 정부가 생활형 숙박시설은 숙박업으로의 등록을 명시함
  - 2021년 10월 건축법 시행령 개정안 발표에 따라 생활형 숙박시설은 숙박업으로의 등록을 해야함을 명시하면서 기존의 취지에 맞는 숙박업으로의 운영을 유도함
  - 그럼에도 불구하고 해당 시점까지 여전히 생활형숙박시설은 등록 및 신고의 의무가 있는 숙박업으로 공중위생관리법 등에 따른 규제를 받는 대상이었음
  - 생활형숙박시설 불법전용 방지 방안을 통해 신규로 지어지는 생숙의 불법 주거 사용을 사전에 차단 방침을 내림
  - 기존에 주거용으로 사용되고 있는 생숙에 대해선 유예기간을 주고, 오피스텔 등 주거시설로 용도 변경을 안내함
    - 유예기간 후 숙박업으로 등록하지 않은 생활형 숙박시설에 대해 시가표준액의 10%에 해당하는 이행강제금 부과가 예정됨
- 그러나 오피스텔의 건축기준과 생활형 숙박시설의 기준의 차이가 심해 전환이 어려워 주거용으로 전환을 돕기 위해 특례를 통한 오피스텔 용도변경 조건을 완화함
  - 주거용 오피스텔과 생숙은 주차면수, 소방법을 포함한 안전기준, 지구단위계획 등 건축요건과 기준이 다름

- 그 중에서 건축기준에 해당하는 여러 조건에 대해 기준 완화 적용을 통해 주거용 오피스텔로 전환을 유도함
  - 정부에서 한시적으로 오피스텔 건축기준 일부를 완화한 용도변경 특례 기간을 2년간 적용함

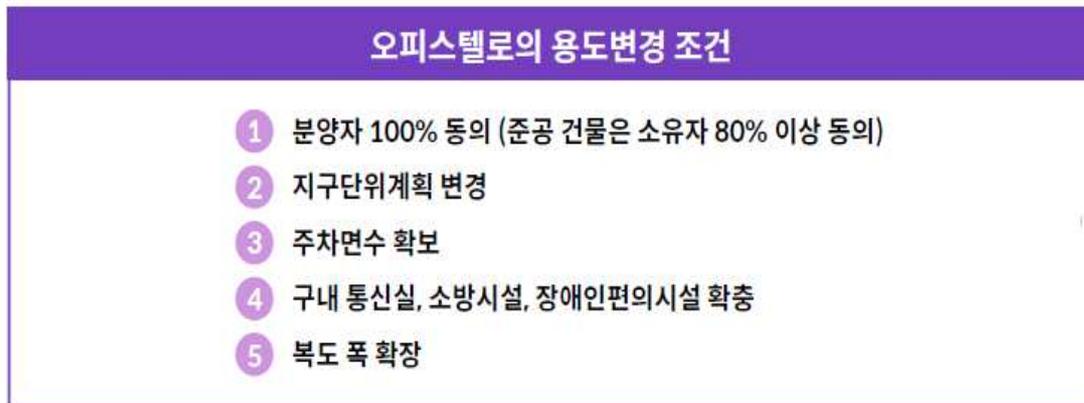
[표 IV-10] 생활형숙박시설의 오피스텔로의 용도변경 조건 완화 특례 내용

| 구분       | 건축기준         | 내용                                                                                                |
|----------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 완화 기준    | 발코니          | 설치 제한 → <b>제한 없음</b> (단, 발코니 확장 불가)                                                               |
|          | 바닥난방         | 실별 전용면적 120㎡ 이하만 바닥난방 가능<br>→ <b>제한 없음</b>                                                        |
|          | 전용출입구        | 다른 용도와 복합으로 건축하는 경우<br>전용출입구 별도 설치 필요 → <b>제한 없음</b>                                              |
|          | 전용면적 산정방식    | 안목치수로 산정 → <b>중심선 치수로 산정</b>                                                                      |
| 완화 불가 기준 | 피난·방화 등 안전기준 | 건축물이 오피스텔로 활용되기 위해서는 <b>화재 예방 및 안전기준*</b> 이 필수적이기에 <b>완화 불가</b><br>* 드렌처 설비기준, 복도폭 기준, 방화유리, 피난거리 |

출처: 국토교통부, 「정부, '기존 생활형숙박시설 숙박업 신고 계도기간 부여, 연착륙 유도」 보도자료 인용, (2023.9.25)

- 특례를 통하여 조건을 완화하였음에도 불구하고 시설기준 마련 등의 어려움으로 전환율은 낮았으며 그 가운데서도 편법으로 운영하는 곳이 존재했음
- 기준 완화 특례가 2023년 10월 종료되었음에도 지난 8월 기준 생활형 숙박시설 중 주거용 오피스텔로 변경된 단지는 1.1%로 전환율이 낮음<sup>48)</sup>
  - 건물 내 모든 소유주들의 동의를 얻어야 하는 조건이 현실적으로 어려우며, 지자체에서 지구단위 계획 변경에 난색을 표하는 곳이 많음
  - 이뿐 만 아니라 기존 생활형숙박시설이 숙박업에 적절한 시설 기준으로 지어진 경우에는 주차면수 확보 및 복도 폭 확장 등에 있어서도 제한사항이 존재함
  - 결국 시설 기준의 완화 등이 개인이 해결하기 힘든 범위에 있다면 개별 등기 등으로 개인이 분양받은 경우에는 이러한 기준을 충족시키지 못할 확률이 높음

48) 국토교통부 보도자료 「정부, '기존 생활형숙박시설 숙박업신고 계도기간 부여 연착륙 유도」, (2023.9.25.)



[그림 IV-9] 오피스텔로의 용도변경 조건

출처 : 아놀자리서치, 아놀자 브리프 Vol6. 「생활숙박시설의 현황과 과제」, (2023.9)

- 실거주와 장기투숙 간의 명확한 기준점 존재하지 않아 구분이 모호하고 법적인 구분이 존재하지 않아 지자체에서 판례 등에 따라서 판단하여 매입자들에게 혼란을 야기함
- 숙박업으로 등록을 하기 위한 최소조건인 30개의 객실을 확보하기 위하여 매입자들 간의 숙박업협동조합을 설립함<sup>49)</sup>
  - 매입자들 간의 숙박업 협동조합 설립을 통한 장기체류계약으로 이행강제금 회피와 실거주 유지 편법으로 인해 더 큰 부작용이 우려됨

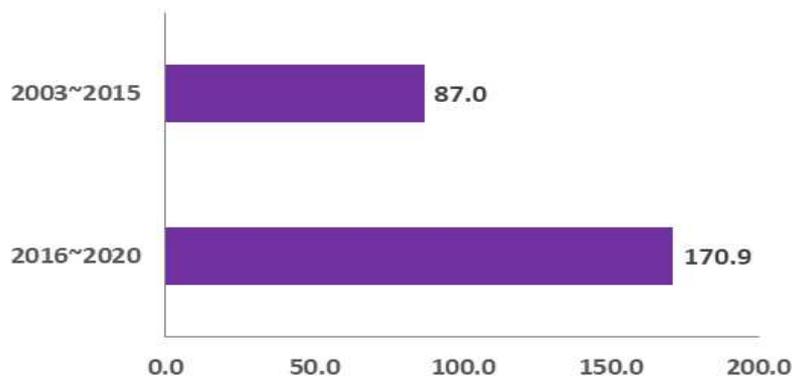
### 해외에서는 주거용이 아닌 숙박업 형태로 운영하는 경우가 대다수

- 외국에도 서비스 레지던스 호텔이 다수 존재하나 우리나라처럼 방별 거래가 가능한 주거형 주택 느낌이 아닌 호텔 숙박업과 흡사하여 문제 발생이 거의 없음
- 우리나라처럼 개별 등기를 통한 방별 거래 및 분양을 하는 형태가 아닌 호텔과 같은 일반 숙박업 형태로 사업체에서 건물을 전부 운영하여 완전 숙박업 형태에 가까움
- 주거용, 투기용으로 사용되는 경우의 수가 존재하지 않아 우리나라와 같은 문제가 발생하지 않음
- 싱가포르에서는 정부 차원에서 장기 숙박에 대한 최소 기준 마련을 통해 숙박업 역할에 따른 분류를 진행함
- 싱가포르에서는 최소 7일 이상 숙박해야하는 서비스 레지던스와 최소 3개월 이상 숙박을 해야하는 long-stay serviced-apartment에 대하여 정부에서 발표를 진행함<sup>50)</sup>

49) 동아일보, 「'생숙' 소유자들 벌금 피하기 편법... 숙박 협동조합 설립 나서」, (2023.11.30)

50) THE STRAITS TIMES 「Long-stay serviced apartments in the works to meet rental demand: Desmond Lee」, (2023.11.30.)

- 일반적인 호텔과 달리 장기 투숙하는 관광객들을 대상으로 설립된 서비스 레지던스 특성을 유지하기 위해 최소 숙박 기간을 둠
- 장기 숙박과 단기 임대 기준이 모호하여 매입자와 정부 간의 갈등이 있는 현시점에 위와 같은 식으로 숙박 기간의 제한을 통한 기준 마련도 좋은 방안이 될 수 있음
- 말레이시아에서는 우리나라와 비슷한 형식으로 서비스 레지던스가 주거용으로 사용되며 상업지역에 지어지며 난개발로 인한 부동산 과잉공급 문제를 겪고 있음
- 말레이시아의 서비스 아파트먼트는 우리나라와 비슷하게 난개발로 인한 부동산 문제를 겪고 있으며 이러한 건축물이 우리나라와 비슷하게 활용되고 있음
  - 다른 나라들과 달리 방별 거래가 가능하여 다른 나라들의 서비스 레지던스와 달리 한국의 생활형 숙박시설과 흡사한 모습을 보임
  - 일반 주거지역이 아닌 상업지구에서 지어질 수 있어 건축사들의 무분별한 건축으로 난개발을 일으켜 말레이시아 부동산시장의 과잉공급으로 인한 오버행을 유발함<sup>51)</sup>
- 우리나라의 생활형 숙박시설과 흡사하게 취사가 가능하여 거주용 목적과 투기용 목적으로 구입한 매입자가 많음
- 토지 지위가 일반 아파트와 달리 상업용으로 분류되며 추가적인 세금으로 인하여 매입자들도 주거용으로 전환을 희망함
- 상업지구와 완전히 분리되어 지어질 경우 주거용으로 신청이 가능하고 이렇게 변환된 서비스 레지던스는 HDA(주택보호법)에 의해 보호 받을 수 있음<sup>52)</sup>



[그림 IV-10] 말레이시아의 미판매 서비스레지던스 수 비교(단위 : 개)

출처: NAPIC(National Property Information Centre) 자체 조사 결과 재인용

51) Free Malaysia Today 「Serviced apartment glut leaves buyers hanging by a thread」,(2021.4.22.)

52) Free Malaysia Today 「Residential vs commercial titles: what's the difference?」,(2022.5.02.)

---

## V. 숙박업 규제 방향

---

## 1. 공유숙박 규제 방향

### 시급히 미허가 공유숙박을 합법적 공유숙박의 형태로 편입

- 공유숙박 플랫폼에 등록되어 있는 미허가 업체들을 제도권 안으로 들여 체계적인 관리 필요
  - 외국인 관광을 활성화시키고 유휴공간의 활용을 통한 다변화하는 숙박 형태에 대응하고자 했던 취지와는 다르게 외국계 플랫폼을 통한 불법적인 환경 조성됨
    - 이로 인해 청소년 혼숙, 마약 투약, 미성년자 투숙, 불법 성매매 등 불법 행위 확인 및 단속이 어렵고 문제 발생 시 이용자와 사업자 모두 법의 보호를 받기 어려움<sup>53)</sup>
  - 에어비앤비 미허가 업소로 추정되는 리스트 중에 상당수가 도시 지역에 위치해 있어 이를 외국인도시민박업으로 등록 유도를 통하여 제도권으로 편입시킬 필요가 있음
    - 앞서 계산한 바에 의하면 전국 에어비앤비 미허가 업체 추정 비율이 전국 47.6%인 것에 비해 서울 89.6% 부산 95.4%로 대부분 도시지역에서 불법 영업 중임
  - 이외에 몇몇 非도시지역에 위치한 에어비앤비 리스팅은 농어촌민박업으로의 등록을 유도하여 체계적인 관리 필요함
    - 농어촌지역에 위치한 미허가 공유숙박소는 농어촌민박으로의 등록을 유도하고 이에 해당되지 않는 업소는 모니터링을 통한 지속적인 단속이 필요함
  - 이로 인해 세금 및 불법 환경 조성 등 다양한 문제가 발생하고 있어 현재 ‘위험’ 사례처럼 법제화를 통해 제도권 안으로 들여와 관리가 필요한 시점임
- 내국인, 외국인이 모두 이용이 가능한 농어촌 지역과 달리 도시지역에서의 민박업은 외국인만 이용이 가능하며 내국인 대상 민박업에 대한 법제화 진행 중
  - 2019년 정부가 논의한 ‘공유 경제 활성화 방안’에서 관광진흥법 개정을 통해 도심지역에서 내국인 도시 민박업을 허용하기로 방침을 정함
    - 관광객 증가에 따른 부족한 관광수용력을 늘리기 위한 방안으로 공유 경제를 통한 공유숙박의 활성화를 선택함

53) KBS뉴스 「 ‘에어비앤비 예약했더니 불법 숙박?’ ... 숙박업계 집단 반발 », (2023.03.24.)

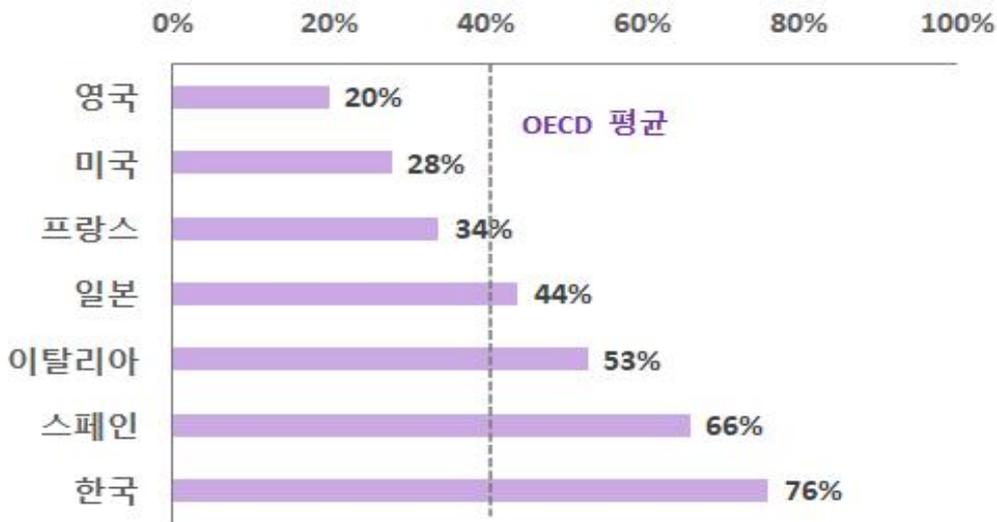
- 다만, 공유숙박이 아닌 전문 숙박의 형태로 변질되는 것을 막기 위해 실거주에 대한 의무를 부과하고 연간 영업 일수를 180일로 제한함
- 활성화를 위한 방안으로는 공유 경제로 얻는 500만원 이하 수입은 기타소득으로 분류해 별도의 종합소득 신고 없이 원천징수로 과세절차를 종결하는 간편과세 기준 또한 마련함
- 기존 숙박업 종사 근로자에게 야간 근로수당 비과세 혜택을 주는 등 지원책 마련을 통해서 절충안을 제시함
- 관광진흥법 개정안이 통과되는 과정에서 실증 특례의 형식으로 ‘위홈’에 한해서 한시적으로 내국인 도시 민박업을 허용함
- ICT 규제 샌드박스 실증 특례를 통해 국내 공유숙박 플랫폼인 ‘위홈’을 통해 등록을 한 경우에만 합법적으로 내국인 도시 민박업 이용할 수 있음
- 그러나 서울과 부산이라는 지역적 조건과 최대 호스트 4,000명이라는 제약이 존재하여 활성화가 쉽지 않음
- 이러한 내국인 도시 민박에 대한 제한으로 인해 공유 숙박의 대부분을 차지하고 있는 에어비앤비에 등록리스트 중 많은 업체들이 여전히 등록되지 않은 채로 운영 중으로 추정됨
- 이러한 실증 특례 사례를 제외한 외국인도시민박업으로 등록된 업체에서의 내국인 이용에 대한 철저한 단속 및 징벌적 행정제도를 통한 관리가 필요함
- 주거 공간이라는 공유숙박의 특성상 외국인도시민박업에서의 내국인 숙박에 대한 단속이 어려워 내국인도시민박업을 합법화하여 관리해야한다는 주장이 발생함<sup>54)</sup>
- 내,외국인에 대한 제약이 없는 외국의 공유숙박의 사례를 보았을 때, 규제를 강화하고 있는 추세이며 무분별한 확장은 젠트리피케이션을 비롯한 많은 문제를 야기 시킬수 있음
- 이에 따라 현 기조를 유지하며 외국인도시민박업에 대한 지자체 주도의 철저한 모니터링을 통하여 관리하여 엔데믹에 따른 외국인 관광객 수용력 증가에 기여할 수 있도록 해야 함
- 내국인 관광객의 공유숙박에 대한 수요에 대응하기 위해서는 관리가 가능한 범위 내에서 실증특례의 규제를 바탕으로 규제안을 장기적으로 마련하는 것이 바람직해 보임

54) 채널A 뉴스 「단속 사각지대 에어비앤비...주민들은 고통」,(2021.5.31)

## 지역적 특색을 고려하여 해외 사례를 참조한 관련 규제안 필요

- 지역별 편차에 따른 특성이 존재해 중앙부처에서 관리하는 것보다 지자체에서 관리하는 것이 효율적임
  - 해외의 사례를 보았을 때 규제 방안에 대해서 중앙정부가 전국적으로 규제를 실시하기보다 관광객들이 많이 몰리는 지역 위주로 지자체에서 조례를 통한 관리가 대부분임
  - 스페인 바르셀로나는 서비스 레지던스의 라이선스 발급 중단 이후 불법 임대 사업의 증가로 호스트 ID 시스템 재도입을 통하여 관리를 시도함
    - 이후 21년 공유주택에 대한 금지령과 함께 31일 미만의 단기 임대를 금지하는 규제를 시도함
  - 프랑스 파리는 주택법을 개정하여 허가등록번호를 발급하는 방식으로 연간 영업 일수 제한을 제도화 시킴
    - 플랫폼과 연계하여 자동으로 연간 영업 일 수를 초과하면 리스트에서 차단이 되는 등 효과적으로 관리되고 있음
  - 이러한 사례들을 통하여 우리나라의 규제 방향도 플랫폼 업체의 협조와 함께 불법 영업에 대한 모니터링을 통한 단속이 중요하게 작용할 수 있음
- 우리나라의 경우도 에어비앤비 등록 리스팅 수를 보았을 때, 서울, 부산, 제주와 같은 주요 도시에 밀집되어 있어 지자체 별로 관리하는 것이 용이해보임
  - 2024년 1월 기준 에어비앤비 전국 리스트 수가 72,400개이며 이 중 서울 19,128개, 제주 15,174개, 부산 7,235개가 등록되어 있음
    - 이를 비율로 환산할 경우 서울, 제주, 부산의 에어비앤비 리스트 수는 총 41,357개로 전국 리스팅 수의 57.4%를 차지하여 절반이 넘는 업체가 주요 도시에 몰려 있음
  - 또한 우리나라의 합법적 공유숙박의 분류상 외국인도시민박업과 농어촌민박업 등으로 지역마다 숙박업소의 등록과 규제에 차이가 있음
  - 따라서 중앙 정부 차원에서 전국에 일률적인 기준을 적용하여 관리하는 것보다 해외의 사례처럼 지자체에서 지역적 특색에 맞게 관리하는 것이 용이해보임

- 해외의 케이스를 참고 할 때 아파트가 많은 우리나라와 개인주택이 많은 나라의 환경은 매우 달라 주거 양식에 따른 차이도 고려해야 함
- 우리나라의 건축물 중 아파트가 차지하는 비율은 76%로 2020년 기준 OECD 국가 중에서 가장 높은 비율을 가지고 있고 이는 OECD 평균에 2배에 가까운 수치임
- 영국과 미국의 경우 각각 20%와 34%로 76%인 우리나라의 절반 이하의 수치를 기록하고 있어 주거환경에 있어서 차이가 난다고 볼 수 있음
- OECD 국가에 속한 국가 중 관광 도시이면서 공유숙박 관련 규제를 진행하고 있는 국가 중 스페인의 아파트 비율이 66%로 76%인 우리나라와 가장 흡사하다고 보여짐

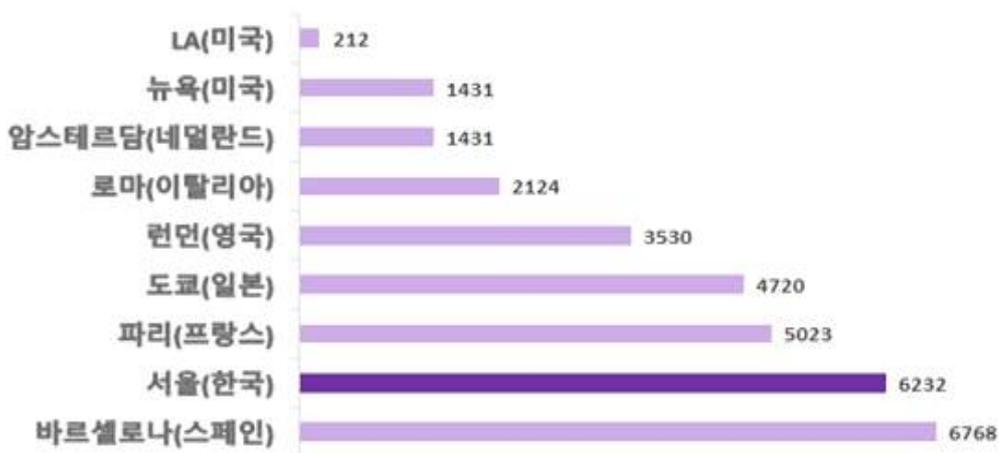


[그림 V-1] 주요국가 건축물 대비 아파트 비율(단위 : %)

출처: FINANCIAL TIMES, FirstFT: Banks scramble to reassure investors and regulators(2020) 참고 재작성

- 특히, 아파트의 경우에는 본래 주거목적으로 지어진 특성 때문에 공유숙박을 제한 없이 허용할 경우 기존의 독채형 주택보다 오버투어리즘 등 문제 발생 확률이 높음
- 아파트는 기본적으로 공유 주택의 특성을 지녀 한 단지 내에 많은 거주민이 있고, 이에 따라 특정 호실이 객실로 운영될 경우 소음공해 등이 더 심각한 문제를 발생시킴
  - 이는 아파트의 특성 상 개별 주거 공간이 서로 맞닿아 있기 때문이며 객실 운영 뿐 아니라 평소의 주거생활에서도 층간 소음 등은 많은 분쟁을 낳고 있음
- 따라서 향후 규제 시에는 아파트의 경우 가능한 운영가능 일수를 더 축소하는 등 일반적인 단독주택 보다는 엄격한 기준 적용도 고려해야 함

- 이처럼 아파트가 몰려 있는 구조일 뿐만 아니라 도심지역의 인구밀도 또한 나라별 주요 도시마다 상이하기 때문에 이를 고려한 벤치마킹이 필요함
- 주요 선진국들과 비교해 보았을 때 서울의 인구밀도는 상당히 높은 편으로 인접 국가인 일본과 비교해 보아도 우리나라는 약 1.32배 더 높음
- 건축물에서 아파트가 차지하는 비율과 도심지역의 인구밀도를 비교해 보았을 때, 스페인 바르셀로나가 서울과 가장 흡사한 형태를 나타내고 있음
  - 스페인의 건축물 중 아파트의 비중은 66%로 우리나라(76%) 다음으로 높은 수치를 기록했으며 인구밀도 역시 서울과 바르셀로나가 가장 높게 나타남
- 특히 이러한 스페인 바르셀로나 지역에서는 급증하는 공유숙박 사업 희망자에 대해 적정 규제를 통해 공급의 총량을 조정하고 있음
- 이는 바르셀로나 지역의 관광 수요가 매우 높아 발생하는 문제로서 향후 장기적 관점에서 우리나라 역시 공급 과잉 등의 문제에 대응하기 위해 이를 참고해야 함
  - 우리나라의 인바운드 관광객 수요는 빠르게 회복 중이나 현재는 인바운드 관광객 대비 부족한 숙박시설을 보유하고 있음
  - 그러나 장기적으로는 공유숙박의 무분별한 확장은 여전히 오버투어리즘 등의 문제 발생 확률이 높으므로 스페인의 사례처럼 적정 규제가 필요할 수 있음



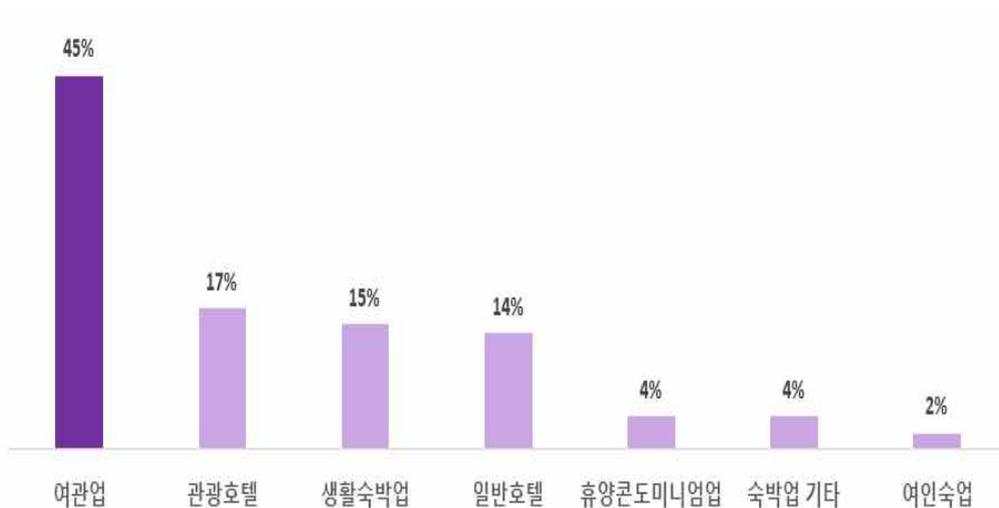
[그림 V-21] 전세계 주요 도시의 인구 밀도(단위: 명 / km²)

출처: FINANCIAL TIMES, FirstFT: Banks scramble to reassure investors and regulators(2020) 참고 재작성

## 2. 생활형숙박시설 규제 방향

### 생숙에 대한 규제 기초는 현재의 법령을 적용 받는 형태 고려

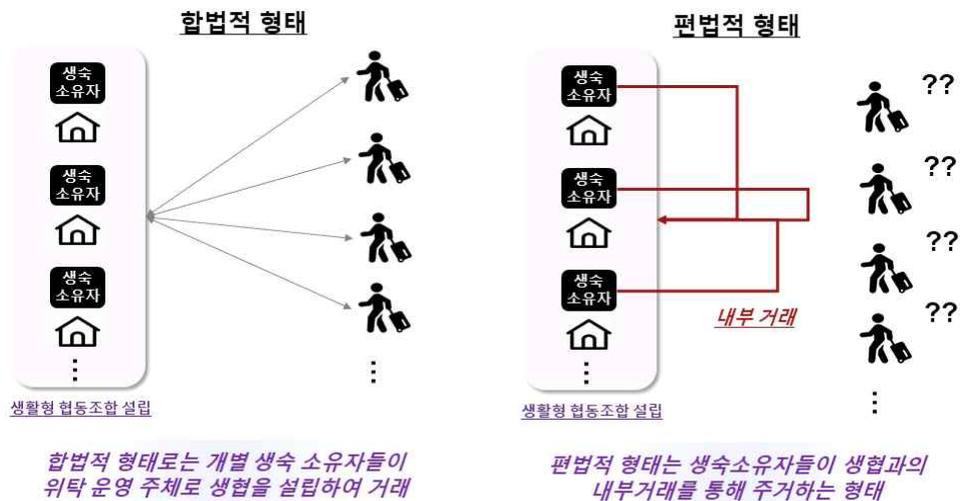
- 숙박업으로의 등록을 의무화하는 현재의 기초를 유지하여 숙박업의 규모를 늘리고 이를 통하여 관광객 수용력을 증가시킬 필요가 있음
  - 생활형숙박시설은 본래 숙박업으로서 운영되는 것을 목적으로 법제적 기준을 마련하였으며 향후 건전한 숙박 생태계를 위해서는 그 기초를 유지하는 것이 필요함
  - 현재 우리나라 숙소 객실 수 대비 인바운드 관광객 수를 고려하면 1객실 당 9.33명에 해당하는 관광객 수용이 필요하기에 생활형숙박시설의 양성화 작업 필요
    - 인바운드 관광객은 코로나 엔데믹으로 접어들면서 꾸준히 증가하고 있으며 국내 여행객까지 감안한다면 우리나라의 숙박시설은 더욱 부족해질 것으로 보임
  - 관광객들이 이용할 수 있는 숙박업소의 종류도 다양하지 않으며 다양한 숙박에 대한 니즈가 생겨남에 따라 생활형 숙박시설의 활성화로 이에 대한 대응이 필요함
    - 우리나라의 숙박업 객실에 따른 비율을 보았을 때, 모텔로 대표되는 여관업의 비율이 45%로 절반 가까운 수치를 차지하고 있어 소비자 선택의 폭이 좁은 상황임



[그림 V-3] 객실 수 기준 숙박업체 별 비율(단위 : %)

출처: 한국관광공사, 「한국관광 데이터랩」, (2023)

- 이러한 상황에서 서비스 레지던스 형식의 생활형 숙박시설의 숙박업 정착 유도로 관광객에게 양질의 숙소를 제공할 수 있음
  - 특히 취사가 가능하고 장기 숙박 시 가격 이점 등이 있어 장기 체류형 숙박 수요에 대응하는 효율적인 숙박 중심의 수용태세 강화에 중요한 숙박 형태임
  - 다변화되는 숙박 수요에 대응하는 측면에서 소비자의 선택의 폭을 넓히는데 생활형 숙박시설의 활성화가 기여할 수 있으며 다만 이는 합법적 범위 내에서 이루어지는 것이 필요함
- 현재 제도적으로 장기숙박과 임대에 대한 구분이 모호하여 이로 인한 다양한 편법이 존재하므로 이에 대한 대처가 필요한 상황임
  - 국토교통부 관계자에 따르면<sup>55)</sup> 현재 장기숙박과 임대에 대한 구분이 모호하여 지자체 자체 판단으로 구분하고 있음
  - 장기숙박과 임대에 대한 구분점이 명확하지 않아 장기숙박의 형태로 계약 후 임대사업 및 거주를 하는 등의 편법으로 범망을 피하는 계약자들이 존재함
    - 특히 이 과정에서 생활형협동조합 등이 편법으로 이용되고 있으며 이들은 조합을 설립 후 조합과 조합원들의 내부거래 방식으로 주거를 가능하게 하고 있음<sup>56)</sup>
  - 따라서 싱가포르와 같은 해외 사례를 참고하여 생활형 숙박시설 관련 법령 개정을 통하여 장기숙박에 대한 기준점을 정해주는 것이 필요함



[그림 V-4] 생활형 협동조합을 통한 생활형숙박시설의 편법적 운영 형태 예시

출처: 자체 작성

55) 이주경제, 「국토부, 생숙은 주택 아냐...주택 전환 기대 심리 불식」, (2023.9.25.)

56) 동아일보, 「생숙 소유자들 벌금 피하기 편법...숙박 협동조합 설립 나서」, (2023.11.30.)

- 이외에도 임대사업을 영위하거나 실거주하는 매입자들이 존재하여 이에 대한 규제 및 모니터링이 필요함
- 국토교통부 조사에 따르면<sup>57)</sup> ‘21년 숙박업으로 미등록된 생활형숙박시설 중 1인이 1객실을 소유한 경우는 약 1만 9천객실로 이들을 실거주자로 간주하면 약 19.8%로 예상됨
    - 동 조사에서 파악한 전체 생활형숙박시설은 약 9만6천실이며 이 중에서 숙박업 미신고 객실은 약 4만9천실로 전체의 51%임
    - 이 중에서 1인이 1객실을 소유한 경우는 숙박업으로서 생숙을 운영하기 위해서는 일정 수준 이상의 객실이 필요한 경우를 고려했을 때 실거주자일 확률이 높음
  - 실거주자로 판단되는 1만 9천 객실을 제외한다면 나머지 객실에 대해서는 일정 수준의 모니터링이 필요할 것임
  - 그러나 정부 부처에서는 인력 부족 등을 이유로 단속의 주체를 명확화하지 못하고 있으며 이에 따라 모니터링 체계 역시 구축이 되지 않아 단속 시행이 쉽지 않은 상황임
    - 조선일보<sup>58)</sup>에 따르면 국토교통부는 생활형숙박시설이 비주거용 시설이므로 주거용으로 사용되고 있는지 단속하는 것은 지자체 소관이라고 밝힌 바 있음
  - 그럼에도 불구하고 건전한 숙박 생태계를 확립하고 관광 수용태세 강화를 통한 산업 발전을 위해서는 중장기적 대응 방안을 마련하는 것이 필요함
  - 이를 위해서 전담부처 설립 또는 인력 확충 등 다양한 방안을 통해 불법 행위에 대한 모니터링이 필요할 것이며 주무부처 역시 명확화 할 필요가 있음
  - 정부의 관점에서 무분별한 숙박업의 난립을 방지하고 공중위생관리법 상의 목적에 맞는 안전과 위생 관리를 위해서는 생활형숙박시설에 대한 단속은 필요할 것임
  - 특히 생활형숙박시설의 수요 자체가 숙박업 운영이 아닌 부동산 운용을 통한 임대 수익 창출 또는 자산 가격 변동에 의한 투기수익 목적이라면 이는 더욱 단속이 필요함
    - 실제, 2018년 주요 일간지의 기사<sup>59)</sup>에서조차 생활형숙박시설은 임대 수익을 창출 가능한 수익형 부동산 상품으로 언급하였으며 주거가 가능하다는 점도 언급함
    - 그러나 이는 명백히 숙박업으로의 운영 의무에 대한 정보를 누락한 것이며, 생활형 숙박시설의 본래 목적이 아닌 용도로 사용 가능성을 알린 격임

57) 국토교통부, 「정부, ‘기존 생활숙박시설 숙박업 신고 계도기간 부여, 연착륙 유도’」 보도자료 인용, (2023.9.25)

58) 조선일보, 「2억 웃돈에 뗀다방까지...아파트 옥죄니 ‘생숙’ 광풍」 보도자료 인용, (2021.9.7.)

59) 한국경제, 「부동산 틈새시장 각광...상가, 생활형 숙박시설 등 눈길」, (2018.8.30.)

- 생활형숙박시설 분양 당시 건설사 혹은 분양사의 허위 과장 광고로 인하여 실거주하게 된 피해자의 경우 구제 프로그램 마련이 필요함
- 생활형 숙박시설 분양 과정에서 정부의 의도와는 다르게 분양사와 시공사에서 주거가 가능한 형태의 주거시설이라고 허위 과장 광고를 진행한 적이 있음
  - 몇몇 시공사 및 건설사에서 주거가 불가능한 생활형 숙박시설에 대해 주거에 대한 언급 혹은 전입 신고가 가능하다는 식의 허위 광고를 통해 매입자를 모집함



[그림 V-5] 2020년 수원 생활형 숙박시설 홍보책자 및 전단지

출처: 경기 신문, 「생활형 숙박시설, '주거공간' 둔갑...수분양자 올리는 '허위 광고' 논란」, (2023.5.3.)

- 비록 소비자의 정보 취득에 대한 노력 부족 등이 있을 수 있으나 분양 단계에서 정확한 정보전달이 이루어지지 않은 경우라면 잘못된 정보에 의한 의사결정일 확률이 높음
- 따라서 온전히 잘못된 정보 기반의 분양을 받은 것은 소비자의 귀책이라고만 보기에는 무리가 있으며 오히려 허위, 과장정보를 제공한 분양사에 책임이 있을 것임
- 서울시는 이러한 문제점을 인식하고 2021년 자치구에 생숙 분양 시 홍보문구 명시를 요청하여 매입자의 피해 최소화를 시도함

## 서울시 “생활숙박시설은 주택 용도 사용 및 개별 영업허가 불가 분양 피해 주의

- 서울시, 자치구에 생활숙박시설 분양시 홍보문구 명시 요청
  - 분양대상 생활숙박시설은 건축법 및 상 공중위생관리법상 주택용도로 사용할 수 없으며,
  - 공중위생관리법상 숙박업 영업신고는 30객실 이상으로 운영위탁시를 선정하도록 되어있음

[그림 V-6] 서울시 생활숙박시설 홍보문구 명시 요청

출처: 서울특별시 보도자료 발체(2021.2.21.)

- 향후에는 생활형 숙박시설 관련 시공사들의 허위 과장 광고에 대한 조사를 통해 생계형 피해자들의 규모 추정 등 최소한의 구제책을 위한 정보 수집이 필요할 것임
- 이러한 구제책을 위한 정보 수집을 기반으로 하여 실제 피해 사례를 면밀히 조사할 정부의 조직 강화 등도 병행되어야 함
- 구제책의 방안은 일부 실 거주자에 대한 실사를 기반으로 한 점진적 주거 용도로의 전환 등이 필요하며 숙박업으로의 전환에 대해 용이하게 전환할 수 있도록 지원책 등도 필요할 것임
- 또한 이러한 구제책이 남용되지 않도록 생활형숙박시설의 투기 또는 임대수익 목적을 가진 자에 대해서는 철저한 징벌적 규제가 병행되어야 함
  - 다만 이러한 목적에 대해 파악하기 어려울 수 있으므로 부동산 등기 상 등기자와 실 소유주 비교 등을 통한 적절한 파악 대책을 마련해야 할 것임
- 종합해 보면 생활형숙박시설의 규제 방향은 크게 숙박업의 본래 목적으로 운영할 수 있도록 규제 방향을 설정하되 실제 피해자에 대해서는 적절한 구제책 마련이 필요한 것으로 보임

---

0 제 목 : 숙박형태의 변화와 규제 개선방안

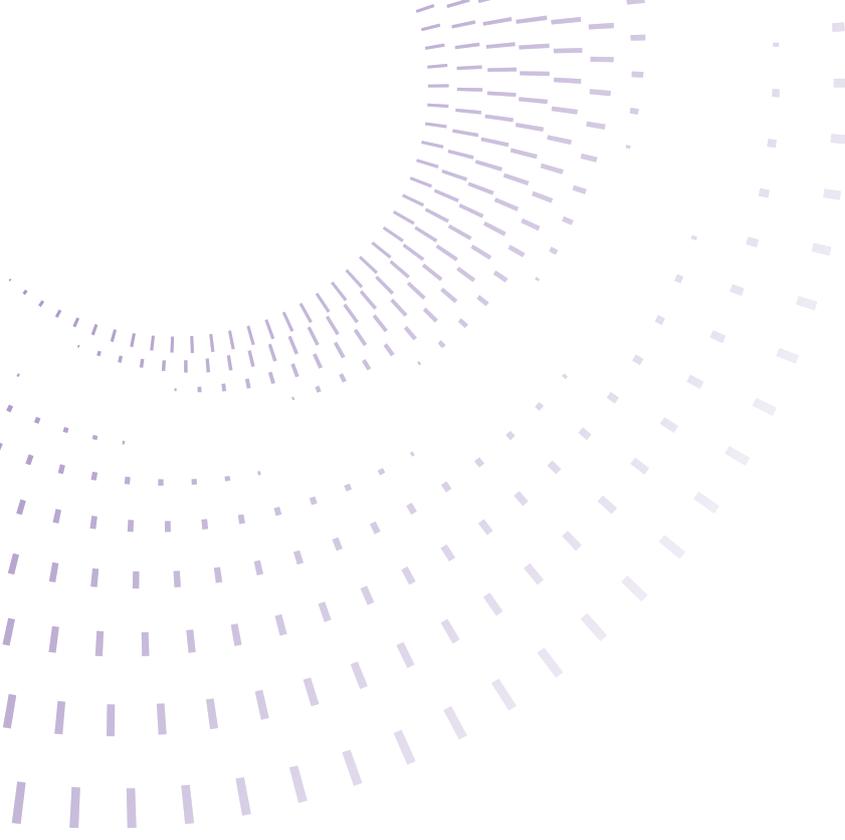
0 발 행 처 : (주)야놀자리서치

0 발 행 일 : 2024.02.

0 인용표기 : 최규완 외 (2024), 숙박형태의 변화와 규제 개선방안, Yandolja Research Report, Vol.2,  
인용 쪽수.

\* 동 자료는 무단 전제 및 복제를 금합니다.

---



yanolja research

**Disclaimer** : 본 보고서는 개별 사안에 대한 조연을 제공하거나, 야놀자의 입장이나 사업전략을 반영하지 않으며, 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었습니다. 야놀자리서치의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제하는 것은 금지되며, 동의 없이 본 보고서를 활용하는 과정에서 발생한 손해에 대해서 야놀자리서치는 어떠한 법적 책임도 지지 않습니다.