

외국인 관광 게스트하우스의 입지 특성: 서울시 마포구를 사례로*

조세영**

Locational Characteristics of Guest Houses for Foreign Tourists: Case of Mapo-Gu, Seoul*

Seyoung Cho**

요약 : 본 연구는 서울시 마포구에 밀집한 외국인 관광 게스트하우스의 형성 배경과 입지요인 및 입지특성을 살펴보고, 게스트하우스가 가지고 있는 문제점을 고찰하였다. 마포구 게스트하우스의 입지 요인으로는 편리한 교통, 상대적으로 저렴한 지가, 다양한 문화 관광 인프라, 정부의 지원 등이 있다. 게스트하우스는 주로 대로변이 아닌 이면도로에 입지하며, 대부분 주거 지역과 혼재되어 있는 특성이 있다. 이로 인해 게스트하우스의 위치 확인이 어려우며, 소음 발생으로 인해 지역 인근 주민과 마찰이 예상되기도 한다. 또한 단기간의 공급 과잉으로 인한 경쟁 과열과 내국인 여행객 수용 불가 등의 문제도 나타났다. 따라서 이러한 문제를 해결하기 위해 도시민박업 승인 및 운영 제도를 개선하고 주민과 관광객이 상생할 수 있는 게스트하우스로의 방향을 모색할 필요가 있다.

주요어 : 게스트하우스, 외국인관광 도시민박, 마포구, 개별 외국인 관광객

Abstract : This study reports investigates guesthouse for foreign tourists located in Mapo-Gu, Seoul. It also reports location factors and characteristics of the area and issues raised by these guest houses. The main factors that they chose this location include the convenient public transportation system, relatively inexpensive land values, the rich and diverse infrastructure for cultural tourism, and government support. They are also mostly located at the backside roads mixed with residential areas rather than the main roads. As a result, many people have difficulties to find these guest houses, and it may trigger a conflict with local residents. These guest houses also produce other problems, such as excessive competition due to oversupply in a short period of time and unavailability for local tourists. For this reason, this study suggests to improve government policy and to seek a new way of peaceful coexistence of tourists and local residents.

Key Words : Guesthouse, Korea stay, Mapo-Gu, Foreign Independent Travelers(FIT)

I. 서론

1. 연구 목적

여행의 트렌드가 변화하고 있다. 개인의 영역과 개성

이 중시되는 가치관이 확산됨에 따라 기존의 관광·답사 중심의 패키지 단체 관광에서 개인의 체험과 특별 관심분야에 집중하는 개별 관광으로 변하고 있다. 개별 관광객들의 숫자는 늘고 연령은 젊으며 저렴한 숙박시설을 이용하는 배낭여행객들이 다수를 차지한다(문화체육

*이 연구는 저자의 고려대학교 교육대학원 석사학위논문을 일부 수정·보완한 것임.

**서울중평중학교 지리교사(Geography Teacher, Jungpyong Middle School, espoir518@korea.ac.kr)

관광부, 2014).

관광지로서 대한민국의 매력력이 증가하면서 2004년부터 꾸준히 증가한 외국인 관광객은 2009년에 이르러 연평균 10%이상의 급증세를 보이고 있으며 한국을 찾은 외국인 관광객 중 개인 여행자 비중은 2006년 60%에서 2011년 73%로 급격히 증가했다. 2013년 한 해 동안 우리나라를 찾은 외국인 관광객은 12,175,550명이다. 이러한 추세로는 2017년 외국인 관광객은 1,600만 명으로 예상되며 240억 달러의 관련수입과 100만개의 관광분야 일자리를 창출할 것으로 예상된다(문화체육관광부, 2014).

이러한 관광 산업의 확대와 발전에도 불구하고 세계 경제포럼의 숙박인프라 순위에서 보면 2012년 기준으로 서울의 숙박시설 보유수는 약 2만 6천 실로 도쿄(13만 6천실)나 베이징(13만5천실)에 비해 현격히 적은 상태이다. 수도권에 객실 수요는 약 40,270실이지만 공급은 33,954실로 약 6,316실이 부족할 것으로 예상된다. 이는 향후 3년간 약 3만1천 실의 공급이 추가적으로 필요하다는 것을 의미한다(KB금융지주경영연구소, 2012)

문화관광부에서는 2011년 12월 30일 '외국인관광 도시민박업'을 관광편의시설업으로 추가한 관광진흥법 시행령 및 시행규칙을 공포·시행하였으며 2013년 9월, 서울시는 연내 350개소 신규 창업을 목표로 빈방을 관광객에게 내주는 '도시민박업' 활성화에 나섰다(한국경제신문, 2013). 그 결과 2012년부터 외국인관광 도시민박업(게스트하우스)의 수가 증가하고 있다.

도시민박업의 증가는 숙박업소의 양적 확대와 여행 만족도의 질적 확대에 영향을 미칠 수 있으며 직·간접적으로 한국관광 이미지 개선과 관광 산업의 활성화에 큰 영향을 미칠 수 있다. 마포구를 방문하여 숙박한 외국인 관광객은 1회 방문 시 쇼핑 등으로 약 7만 6천원의 여행비를 쓰는 것으로 나타났으며 2017년의 예상 경제 유발효과는 약 1조원에 이른다(뉴시스, 2013) 하지만 이러한 변화에 대한 연구가 없어 기존의 관광숙박 업소와는 구별되는 도시민박업소의 입지 특성과 공간적 분포를 연구해야 할 필요성이 있다.

이 연구는 다음의 두 가지를 목적으로 한다. 첫째, 새롭게 게스트하우스가 급증한 지역인 마포구를 사례로 전통 관광 지역인 4대문 안의 서울 구도심이 아닌 마포구에 30%의 게스트하우스, 56.6%의 외국인관광 도시민박업이 입지하는 원인을 분석하며 그 지리적 입지와 특성에 대한 고찰을 해보고자 한다.

둘째, 이 연구를 통하여 새로운 트렌드인 '공유 경제'¹⁾가 반영된 개별 여행자들의 숙박시설인 게스트하우스를 살펴봄으로써 현지 생활문화의 체험 및 현지인과의 상호작용의 기회를 제공하는 문화 체험형 대체 숙박시설인 게스트하우스에 대해서 제안해보고자 한다. 또한 게스트하우스의 효율적인 관리를 통하여 도시 여행의 새로운 숙박 공간으로서의 게스트하우스의 발전 방향을 제시해 보고자 한다.

연구 목적을 달성하기 위하여 사례 지역(마포구)을 설정하고, 게스트하우스가 발생하게 된 '관광 트렌드의 변화'를 개관하며, 마포구에 밀집한 게스트하우스의 개념과 특성, 입지 요인, 입지 특성을 개관한다. 끝으로 게스트하우스의 운영과 관련한 문제점을 제시한다.

2. 연구 방법

본 연구는 외국인관광 도시민박업(게스트하우스)에 대한 개념적 정의와 함께 마포구 외국인관광 도시민박업 고찰을 중심으로 게스트하우스의 발전 방향을 알아보고자 한다. 게스트하우스라는 용어가 학문적으로 정립되어 있지 않음으로, 외국인관광 도시민박업이라는 개념을 시작으로 게스트하우스를 도시 여행을 위한 숙박 시설에 국한시켜 지리적 관점에서 규명하고자 하였다.²⁾

마포구에 형성된 게스트하우스 경관과 입지특성을 관찰 연구하기 위하여 현장 답사, 인터뷰를 실시하였으며, 현장 답사는 마포구의 게스트하우스 밀집 지역인 서교동, 동교동, 연남동을 중심으로 하였다. 답사는 주로 2014년 4월~6월의 주말 10일 동안 실시하였다. 답사를 통하여 게스트하우스의 위치를 파악하고, 입지의 지리적 특성과 공간 분포, 경관 형태를 연구하였다.

게스트하우스의 특징을 알아보기 위한 인터뷰는 A업체의 대표와 마포구에서 게스트하우스를 운영하고 있는 한 중국인 대표를 대상으로 하였다. 인터뷰를 통하여 게스트하우스를 운영하는 운영자의 태도와 게스트들의 성향, 특성 등을 분석하였으며, 게스트하우스를 운영하면서 나타나는 문제점을 심층적으로 분석해보고자 하였다.

3. 연구 지역 및 대상: 서울시 마포구

게스트하우스로 통칭되는 '외국인 관광 도시민박업'은 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제6조 제1호에 따른

도시지역³⁾(「농어촌정비법」에 따른 농어촌지역 및 준농어촌지역은 제외)의 주민이 거주하고 있는 주택을 이용하여 외국인 관광객에게 한국의 가정문화를 체험할 수 있도록 숙박 등을 제공하는 업으로, 2012년 1월 1일 이후 등록된 230㎡미만의 관광편의시설업을 말한다.

도시민박업의 특징은 다음과 같다.

• 저렴한 숙박비용

외국인관광 도시민박업(게스트하우스)은 중심 상업지역이 아닌 주거지에 입지함으로 상대적으로 싼 지가가 숙박요금에 반영되며, 다인실 등 공용공간의 사용으로 인해 1일 투숙 비용이 저렴하다(다인실의 평균 숙박 비용 20,212원, 개인실의 최저 숙박 비용 9,900원 평균 숙박비용 30,000원~50,000원).

• 여행객 간, 여행객과 호스트 간 문화적 상호작용 가능
거실·야외테라스·세탁실·주방 등 다른 숙박시설과 차별화되는 공용 공간을 가짐으로써 여행객간, 여행객과 호스트간의 많은 상호작용이 일어날 수 있다.

• 관광 정보 취득의 용이성

게스트하우스의 사무실은 투어를 연결해주는 여행사의 기능도 하고 있으며, 다인실의 여행객간 정보교류가 용이하다.

외국인관광 도시민박업을 포함하는 게스트하우스의 분포를 살펴보면, 2012년 전국 777개, 2013년 전국 852개로 조사되었다. 2013년 전국 852개의 게스트하우스 중 41%인 349개는 서울에 위치하고 있으며, 종로구 104개, 마포구 107개, 중구 50개로 3개 구가 서울 전체의 75%를 차지하고 있다.

게스트하우스의 분포에서 특징적인 것은 2013년 마포구에 게스트하우스가 107개 위치한다는 것이다. 이는 서울시내 게스트하우스 총 349개중 30.66%에 해당하는 숫자다. 또한 게스트하우스의 범위를 좁혀 외국인관광 도시민박업만 살펴보면, 서울시의 106개 외국인관광 도시민박업소 중 56.6%인 60개가 마포구에 위치(2013년)한다. 이는 서울에서 가장 많은 수이며, 두 번째로 많은 중구(12개)의 5배에 해당한다. 또한 마포구의 영업 중인 도시민박업소는 2014년 2월 4일 88개⁴⁾에서 2014년 3월 31일 112개로 증가하였다.

따라서 외국인관광 도시민박업소는 마포구에 집중적으로 집적되어 있다고 할 수 있다. 외국인관광도시민박업소의 입지 특성을 살펴보기 위하여 도시민박업소의

표 1. 마포구 외국인관광 도시민박업 통계(2014.02)

구분	2012	2013	2014.2	합계	비율(%)
노고산동	2	2		4	4.55
대흥동		1		1	1.14
망원동	1			1	1.14
상수동	1	1		2	2.27
등교동	5	4		9	10.23
서교동	14	17	1	32	36.36
성산동		2		2	2.27
아현동		1		1	1.14
연남동	17	13	1	31	35.23
중동	2			2	2.27
창전동		3		3	3.41
합 계	42	44	2	88	100%

출처: 마포구청.

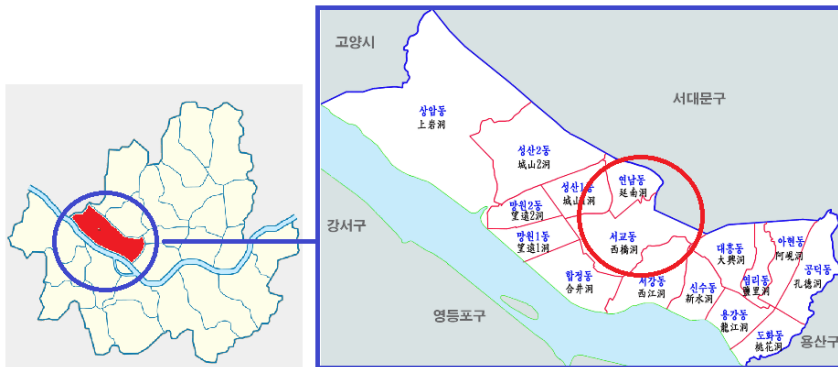


그림 1. 마포구 행정구역도

수를 마포구의 행정구역별(그림 1)로 세분화하여 보면 표 1과 같다.

마포구는 88개 등록된 외국인관광 도시민박업을 비롯해 200여개의 게스트하우스가 영업 중인 것으로 파악된다. 따라서 이 연구에서는 게스트하우스가 집중되어있는 마포구를 사례 지역으로 설정하여 연구하고자 한다.

II. 본론

1. 한국 관광 트렌드의 변화

1) 한국 방문 관광 산업 패러다임 변화

2013년 방한한 외국인 관광객은 총 1,217만 명 중 중국인 관광객이 433만 명으로 35.5%를 차지하여 2012년 284만 명인 일본을 제치고 국내 입국자 수 2위에서 1위로 뛰어올랐다. 전통적으로 우리나라를 가장 많이 찾았던 일본인 관광객은 엔화의 약세로 인해 줄어들어 2009년 조사 이래로 처음으로 300만 명을 넘기지 못하고 275만 명으로 하락하였다. 이는 동남아 8개국(홍콩, 대만, 필리핀, 싱가포르, 인도네시아, 베트남, 태국, 말레이시아) 관광객을 합한 241만 명과 비교된다(한국문화관광연구원, 2012).

외국인 관광객의 최근 5년간 입국 추이를 살펴보면 중국의 경우 2009년 134만 명이었던 것이 두 자리 수의 증가율을 보이며 급속히 증가하여 2012년에 284만 명이었던 것이 2013년 52.5%증가하여 433만 명을 기록하였다. 동남아 관광객도 꾸준히 늘어 2012년까지는 10%대의 성장률을 보이다가 2013년 9% 증가한 241만 명을 기록하였다.

이에 따라 중국인 관광객을 대상으로 하는 여행업의 증가가 예측된다. 특히 베이징 1,961만 명, 상하이 2,302만 명, 충칭 2,884만 명 등 서울에서 비행거리 5시간 이내에 인구 500만 명이상의 도시가 90개 존재한다. 동북아시아 경제권의 급성장으로 2020년 중국의 해외여행객 규모는 2억 명으로 예상됨에 따라 세계 최대 해외 여행 시장이 될 전망을 보이고 있다(문화체육관광부, 2013).

2) 관람에서 체험으로 관광 목적의 변화

사회적으로 개인의 영역 및 개성을 중시하는 가치관이 확산됨에 따라 과거 자연 자원, 랜드마크 등 문화 유

적지 중심의 관광과 답사 여행에서 한류 열풍에 따른 대중문화, 생태 산업 등에 대한 체험형, 레저 관광을 선호하게 되었다.

실제로 국내에서도 2000년대 후반 제주도에 올레길이 생기며, 제주 관광의 중심으로 여겨졌던 중문 관광단지를 벗어나, 다양한 올레길 코스를 중심으로 음식점과 게스트하우스, 관광 기념품 가게 등이 증가하고 있다.

표 2는 최근 3년간 한국을 방문한 외국인의 방문 횟수이다. 한국 방문이 첫 여행에 그치지 않고 꾸준히 여러 번으로 이어지고 있음을 볼 수 있다. 일반적으로 첫 번째 여행에서 그 지역의 고유 특징을 알 수 있는 자연 자원이나 랜드마크 등을 탐방하는 문화 유적지 중심의 관람식 여행을 하게 된다면, 여러 번의 방문은 쇼핑이나 식도락 위주의 체험식 여행을 하게 된다고 하겠다.

문화체육관광부(2013)에 따르면, 외국인 관광객이 여행지로 한국을 선택할 때 고려하는 요인으로 가장 큰 것은 쇼핑 61%이며, 그 뒤를 이어 음식·미식 탐방 41.3%이 뒤를 잇고 있다. 이 두 가지 요인은 다른 요인들에 비하여 꾸준히 1, 2위를 차지하고 있는 요인으로 여행객들이 가장 중요하게 생각하는 요인이라고 하겠다.

주목할 만한 변화는 역사·문화유적 탐방 요인이라고 할 수 있겠다. 2009년 20.8%였던 비중이 비슷한 비율을 유지하고 있었던 역사·문화유적 탐방은 2013년 17.7%로 약 3%가량 하락하였다. 이는 탐방중심의 관광행태가 체험 중심으로 변모하고 있다고 생각해 볼 수 있을 것이며, 여행객이 경관을 감상하는 객체가 아니라 문화 안에 뛰어들어 실제로 느끼고 체험하는 주체로 여행의 행태가 변하고 있다고 말할 수 있겠다.

이러한 결과를 대변하듯 관광객들은 자신들이 원하는 뚜렷한 목표를 가지고 있으며, 그것을 누릴 수 있는 지역을 관광지로 찾게 된다. 쇼핑과 미식탐방을 할 수 있는 곳으로 외국인이 가장 많이 방문하는 권역은 '서울(80.9%)

표 2. 최근 3년간 외국인 방한 횟수 비율

구 분	1회	2회	3회	4회이상	계
2013년	60.4%	13.9%	8.0%	17.7%	100%
2012년	58.2%	15.6%	8.5%	17.7%	100%
2011년	60.9%	16.5%	7.7%	14.9%	100%
2010년	58.1%	14.9%	8.4%	18.6%	100%
2009년	56.3%	15.0%	8.2%	20.5%	100%

출처: 문화체육관광부, 2013.

로 조사되었다. 2013년 방한 외국인 관광객 12,175,550명 중 985만 명이 서울을 방문한 것으로 추론된다.

전국 중 가장 인상 깊었던 관광지를 조사한 결과 ‘명동’(61.5%→58.9%), ‘인사동’(26.2%→23.8%)이라는 응답이 전년대비 감소한 반면, ‘신촌/홍대주변’이라는 응답은 16.5%에서 19.6%로 증가하였다. 특히 2010년 서울 여행 중 12.7%만이 선호했던 신촌/홍대 주변지역이 4년이 지난 2013년에는 24.2%로 증가하여 2배에 가까운 선호도 증가를 보였다. 전통적인 강세를 보였던 랜드마크, 유적지 중심의 관광 행태가 변화하여 다양한 문화와 젊은 문화를 느낄 수 있는 장소 등으로 다극화되고 있다는 해석을 도출할 수 있으며, 쇼핑이 목적이라고 하더라도 쇼핑 지역 선정의 변화가 일어나고 있다고 생각된다.

작은 변화지만 공연/민속행사/축제참가 및 관람이 가장 좋았다는 응답도 3.5%로 나타나 식도락이 아닌 문화 체험을 원하는 관광객이 존재하며, 한류가 지속되면 그 숫자가 늘어날 것으로 예상된다. 실제로 지난 2013년 12월 SM타운 콘서트의 10만 관객 중 1만여 명의 외국인 팬이 방문해 인바운드 관광객 유치 성과를 냈으며, 에스엠엔터는 2014년 외국인 관광객 코스를 연계한 코엑스 아티움을 설계 중이다. 홀로그램(4D) 공연장을 비롯해 관광사업과 연계된 다양한 사업이 진행될 예정이며 이는 SM C&C의 여행사업과 연계되어 한류 관광 코스로 발전시켜나갈 예정이라고 한다(매일경제신문, 2014).

3) 개별 외국인 관광객(Foreign Independent Travelers : FIT)의 증가

문화관광부에 따르면 외국인 관광객의 양상은 ‘패키지 단체 관광’에서 20~40대 젊은 층 중심의 ‘개별 관광(FIT)’과 의료관광과 같이 특수 목적을 가진 ‘특수 관광(Special Interest Tourism: SIT)’이 증가하고 있다고 한다.

Poon(2003)은 대량적이고 표준화되고 패키지가화된 관광을 구관광(Old Tourism)으로 보고, 개별화되고 개성화된, ‘고유성을 추구하는’ 소규모 비제도화 관광을 신관광(New Tourism)으로 보았다. 실제로 2013년 외국인 실태조사에 따라 최근 5년간 외국인 개별관광객의 시장 비중을 살펴보면 5년 전의 62.4%에 비하여 3.8% 증가한 66.2%로 개별관광객의 시장이 조금씩 확대되고 있는 것으로 나타났다. 반면 지난 4년간의 단체여행객은 1.4%가 감소하다가 2013년에만 소폭 증가하였다.

2013년 통계를 보면 한국을 찾는 여행객의 2/3인 (66.2%)

가 개별여행을 하고 있으며, 숙박과 항공권만 여행사를 통해 구입하는 반(半)개별여행의 형태인 Air-tel이 6.1%를 차지하고 있다. 이 두 숫자를 합친 실질적 개별여행객의 규모는 72.3%에 달하며 조사가 시작된 2009년부터 2013년까지 꾸준히 70%가 넘는 비율을 차지하고 있다.

이러한 개별 관광객들은 단체 관광객보다 자신이 원하는 뚜렷한 여행 목적을 가지고 있으며, 자신이 시간 배분을 하여 여행 시기를 선택할 수 있기 때문에 체재 기간이 길고 여행 전 예산보다 즉흥적으로 더 많은 지출을 하기도 한다. 정해져 있는 여행 루트를 답습하는 것이 아니라 자신의 관심과 선호가 여행의 중심이 되므로 공간적 이동 범위가 넓고, 유명하지 않은 관광지도 찾아서 가는 경향을 보인다. 이로 인해 경험적, 비공식적 활동을 선호하며 현지식의 음식과 교통편을 이용하게 되므로 현지인, 또는 개별 관광객간의 대인 접촉이 빈번하고 그 강도가 강하다. 뚜렷한 목적을 갖고 여행하는 개별관광객의 경우 여행을 즐기는 사람의 수가 많아 여행 후 고국으로 돌아가서도 여행지에 대한 정보를 제공하고 전달하게 된다.

중복 응답된 외국인관광객 이용숙박시설 현황을 살펴보면 2009년 77.3%이던 호텔이 꾸준히 감소하여 2013년 73.5%의 비중을 차지하는 반면, 유스호스텔/게스트하우스/여관은 2009년 6.4%이던 것이 2013년 11.8%에 이를 정도로 급격히 증가하였다. 콘도/펜션/레지던스인과 같은 호텔 대체 숙박시설의 비중도 2.5배 늘어 2009년 2.1%이던 것이 2013년 5.9%로 조사되었다. 이는 개별여행객의 증가와 숙박형태의 변화에 관해 시사하는 바가 크겠다.

4) 정보 통신 기술의 활용

2009년부터 2013년까지의 통계를 보면 한국 여행 정보 입수 경로로서 인터넷이 60%대를 유지하며 부동의 1위를 차지하고 있다. 전통적인 여행 정보 입수 경로인 관광안내서적은 2009년 33.2%였던 것이 급감하여 2013년 18.6%로 절반정도 줄어들었으며, 한국 기관을 통한 정보 입수도 2009년 8.6%였던 것이 2013년 4.9%로 줄어들었다. 이는 출판업의 쇠퇴와 정보통신의 발달과 연관지어 생각해 볼 수 있으며, 정부 위주의 여행정보 제공이 민간 위주의 여행정보 제공으로 변화되고 있는 트렌드를 반영한다고 할 수 있다.

특히 중국을 살펴보면, 2013년 6월까지 인터넷을 통

해 온라인 항공권, 호텔, 기차표 등을 예약한 관광객은 1억 3,300만 명으로 조사되었다(중국 인터넷 정보센터, 2013). 중국 온라인 여행 예약산업은 장기 발전의 가능성을 보이며 빠른 성장세를 보이고 있으며 2012년에 온라인 예약을 통해 항공, 호텔, 기차표를 예약한 중국인은 1억 1,200만 명으로 전체 중국 네티즌의 약 19.8%를 차지하는 규모다. 2013년 상반기에는 반년 만에 2.6% 성장하여, 전체 중국 네티즌의 22.4%를 차지하고 있다.

여행 산업 발전을 촉진하는 정책과 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 활성화가 시너지 효과를 발휘하여, 중국 네티즌들은 여행에 앞서 중국 소셜 네트워킹 및 마이크로 블로그 서비스인 웨이보(www.weibo.com)나 검색 포털 사이트인 바이두(www.baidu.com)를 통하여 여행지에 대해 검색하거나 비교를 해보고 여행 후에는 SNS를 통해 여행에 대한 정보를 공유한다. SNS를 통하여 여행 경험자와 여행 계획자 사이에 상호 의사소통이 활발해짐에 따라 여행지에 대한 객관적 정보 뿐 아니라 오감을 만족시킬 수 있는 주관적 정보까지 얻을 수 있게 되었다.

스마트 폰의 보급 등으로 인해 온라인 여행 예약산업이 더욱 활발해지고 있다. 휴대폰을 이용해 숙박, 항공권, 기차표를 예약해 본 중국인은 20.3%에 달하며, 여행 전용 앱을 설치하여 예약부터 여행에 대한 정보와 GPS 위치서비스 등을 이용한다고 한다(인민망, 2013). 관광객은 스마트 폰을 통해 실시간으로 정보를 습득할 수 있게 되었고 스마트폰의 통역 기능을 이용하여 언어 장벽까지 허물수 있어 스마트폰이 기존의 여행 가이드의 역할을 대항하게 되었다.

이런 변화에 발맞추어 한국 관광 공사는 2008년부터 통합관광정보 시스템(www.visitkorea.or.kr)을 구축하여 2013년 12월에는 연간 접속자수 113,118,770건에 이르는 등 한국 관광 대표 홈페이지로서의 역할을 수행하고 있다. 또한 스마트폰의 보급에 대비하여 2011년에는 대한민국 구석구석 앱 서비스를 개발하였으며 현재 약 260만여명의 스마트폰 사용자가 이용하고 있다. 2011년에는 관광정보 개방 서비스(Tour API)를 구축하여 관광정보 5만 여건을 민간에 개방함으로써 2013년 74개의 관광앱 개발 및 서비스 이용 신청자가 541명에 이르는 등 관광 정보화에 크게 이바지 하고 있다.

2. 마포구 게스트하우스의 입지요인

마포구는 외국인 방문객이 크게 늘어난 원인에 대해 2010년 개통된 인천공항철도가 가장 큰 영향을 끼쳤다고 분석했다. 인천공항철도가 서울역까지 개통되면서 1시간 이내에 도착할 수 있는 홍대입구역 인근을 찾는 관광객이 크게 늘어났다고 보았기 때문이다. 또한 도심인 종로나 명동 일대보다 식사 및 숙박 가격이 싸기 때문에 관광객이 몇 년 사이에 급속도로 증가하고 있다고 생각된다.

이런 외국인 관광객의 증가에 따른 외국인관광도시민박업의 집적 배경은 다음과 같다.

1) 편리한 교통

공항철도는 여객용 공항과 도시를 연결하는 철도를 말하며, 서울역에서 인천공항까지 운행하는 것으로 홍대입구역은 2010년 후반에 개통되었고 공덕역은 2011년 개통으로 인해 전면 개통 운행 중이다.

공항철도공사(2013)의 통계에 따르면 인천공항과 서울 도시를 잇는 공항 철도 이용객 10명중 2명은 외국인으로 나타났다. 2013년 상반기동안 10개 공항철도 역에서 발매한 1회용 승차권 270여만장을 분석한 결과 전체 이용객 중 내국인 비율은 79.4%, 외국인 비율은 20.6%로 집계되었으며, 외국인(20.6%)의 언어별 분포는 영어권이 8.9%로 가장 많았고, 일어권(7.8%), 중화권(3.9%)로 나타났다.

공항철도의 개통으로 마포구는 인천공항이나 김포공항을 통해 입국한 외국인들이 쉽게 찾을 수 있는 숙박 지역으로 자리 매김 하고 있다. 또한 공항철도는 두 개의 국제공항과 도시를 잇는 공항연계철도, 노선주변 관광명소를 연계한 관광철도, 빠른 속도와 6개 환승역을 통한 도시철도 등 차별화된 3개의 기능을 효율적으로 활용함으로써 수요를 증대시키고 있다고 분석된다.

지하철의 경우 서울 메트로의 일평균 수송인원³⁾ 순위 통계에 따르면 홍대입구역은 2012년 일 평균 8만9241명에서 2013년에는 9만7728명으로 일 8487명이 늘어 10% 가까운 성장률을 보여 2012년 7위였던 순위가 4계단 상승하여 3위로 등극하면서 2호선에서 가장 큰 수송인구 증가율(9.51%)을 보였다. 마포구에 해당하는 합정역의 경우도 2012년 일 평균 3만7773명에서 2013년에는 일 4만3331명으로 일 5,558명이 증가해 14%가 넘는 증가

움을 나타냈다.

이는 홍대로 대변되는 대학가 상권과 오피스 상권의 결합에 다양한 문화 열풍과 게스트하우스 확장과 같은 분위기가 반영되어 상권의 변화를 가져오고 있는 것으로 보인다. 또한 합정역에 수상복합 멀티 쇼핑몰인 메세나폴리스가 오픈하면서 인구가 유입되고 있는 것으로 해석된다.

2) 상대적으로 저렴한 지가

과거의 전통적인 상권은 신촌에서 연결되는 서교동과 동교동이였다. 연남동은 밤을 샌 택시기사를 위한 기사 식당이 줄지어 있고, 작은 차이나타운 처럼 화교 거주 비율이 높은 지역으로 대만식, 중국식 가정식을 맛볼 수 있는 동네였다. 주변 젊은 대학생들에게 연남동은 '밤에 조금 무서운 것만 빼면 방값이 싸서 괜찮은 지역'으로 통했다.

최근 홍대 상권 인근이지만 길 건너편에 있어 주목 받지 못했던 이곳이 '제2의 홍대 상권'으로 급부상하고 있다. 이와 관련하여 연남동의 한 공인중개사는 "홍대 중심의 임대료가 워낙 비싸 연남동으로 넘어오는 사업자들이 늘어나는 추세"라고 설명했다. 아직까지 주거지역이 많고 저평가된 탓에 임대료가 저렴하기 때문이다.

연남동 공인중개사는 "평균 1억 원을 호가하는 홍대에서는 가장 월세가 높은 곳은 권리금이 부담스러워 대체 상권을 찾다가 연남동에 관심을 갖는 사업자들이 대다수"라며 "홍대에서 사업을 하면서 2호점을 연남동에 내려는 사람들도 있다"고 설명했다(서울경제신문, 2013).

이러한 현상은 홍대 앞의 예술가들의 밀집과 자유로운 분위기로 인해 디자인과 공예, 패션 등을 중심으로 하는 개성있는 상점들이 모여들게 되고 입소문을 타면서 손님이 모이며, 홍대에 상주하는 예술인구와 맛과 멋을 찾는 유동 인구들을 위한 문화 공간으로서의 카페, 작은 음식점들이 다시 몰려들게 되면서 홍대상권이 성장했던 것과 연관지어 설명할 수 있다. 골목 상권을 시작했으나 이러한 성장으로 더욱 더 큰 상권으로 부상한 홍대 앞은 대형 자본을 가진 프랜차이즈들에게 관심있는 시장이 되었으며, 올라가는 지가에 적절히 대응할 수 없는 초기의 영세상인들은 상승한 임대료를 감당하지 못하고 주변지역으로 밀려나게 되었다. 동네 빵집의 대명사였던 홍대 앞의 리치몬드 제과점도 프랜차이즈화된 대기업의 문어발식 확장으로 문을 닫게 되었다.

이러한 이유로 홍대 상권의 중심이 연남동으로 차츰 확장·이동하고 있으며, 실제로 홍대 앞에서 꾸준한 단골을 만들었던 케이크가게, 카페, 음식점등이 연남동으로 자리를 옮겨 문을 열고 있다. 2010년까지만 해도 일반 주거지의 느낌이 강했으나, 최근 카페와 작은 가게들이 곳곳에 들어서며 개성 넘치는 과거의 홍대의 모습을 재현하고 있으며, 유동인구의 증가로 상권이 발달하고 있는 것으로 보인다.

연남동은 새로운 상권으로 부각되며 지가도 점차 상승하고 있다. 공인중개사 A씨는 "연남동 일대 단독주택 매입가는 2010년까지만 해도 3.3㎡당 평균 2,000만원 선이었으나 현재는 3.3㎡당 2,300만원을 호가 한다"며, "홍대 상권이 연남동 쪽까지 확장되면서 게스트하우스와 빌라 신축 수요 등이 크게 늘어나 지금은 매물을 찾기가 어렵다"고 말했다. 덩달아 중소 빌딩의 임대료도 상승하여 2014년 올해 1분기 상가 임대료는 전분기 대비 10.5% 상승했다. 특히 게스트하우스나 카페, 사무실 등으로 개조할 수 있는 단독주택에 대한 수요가 몰리며 마포구 단독주택 공시가격이 상승률 5.13%를 기록하며 상승률 4%대의 영등포구, 중구, 송파구, 강남구를 제치고 1위에 올랐다.

3) 다양한 문화 관광 인프라

홍대와 신촌은 동교동 삼거리와 창천동 삼거리를 사이로 접해 있는데, 신촌지역을 넓게 보게 되면 도보로 20~30분 내에 왕래가 가능한 홍대, 이대까지 포함할 수 있다.

홍대 관광은 서교동 거리를 중심으로 하는 거리 공연과 인디밴드의 공연을 즐길 수 있는 라이브 클럽, 음악과 춤이 어우러진 클럽 문화가 대표적이다. 홍대 앞 클럽은 젊은이들의 에너지를 느낄 수 있는 공간으로 매일 축제분위기를 이어가고 있는 대표 놀이문화이다. 인터뷰에 따르면, 이런 인디밴드의 공연과 클럽 문화를 즐기기 위해 외국인 관광객 뿐 아니라 지방에 거주하는 외국인 영어 강사들도 게스트하우스를 이용하고 있다. 부산, 전주, 포항, 광주 등 지방의 대도시에서 거주하는 이들은 금요일밤부터 서울로 상경하여 홍대 게스트하우스에 짐을 풀고 클럽 문화를 즐긴다고 한다.

피카소 거리 인근에서는 홍대 특유의 개성 있는 옷 등을 쇼핑할 수 있으며, 상수역 주변부터 당인리 화력발전소에 이르는 곳에는 여러 카페와 바가 들어서면서 개성



그림 2. 복합 문화 공간으로 활용될 수 있는 A 상점의 모습

출처: 연구자 촬영(2014년 5월 10일) 및 블로그 젊은날의 초상(<http://maysix71.blog.me/60210110102/>).



그림 3. 연남동 골목길 풍경

출처: 마포구청 홈페이지.

있는 식도락 문화를 접할 수 있다. 홍익대학교 정문 앞의 놀이터로 지칭되는 홍대공원에서는 매주 토요일 프리마켓이 열리며, 일요일에는 희망시장이 열리고 있다.

연남동은 앞서 살펴본 대로 높아진 임대료를 감당하지 못하고 인근 상수동, 합정동에서 배출된 홍대 앞 예술가들이 저렴한 임대료를 찾아 모여들면서, 아직 1980~1990년대의 흔적이 남아 있는 연남동 골목의 작은 건물들을 예술적 공간으로 탈바꿈시켜 작은 카페와 소규모의 레스토랑, 가정식 밥집, 책방과 공방 등이 생겨났다. 실제로 답사를 하는 내내 연남동 길공원길 일대의 아날로그 감성이 충만한 이국적인 음식점과 카페, 수공예품 가게에는 젊은이들로 북적였으며, 여행용 캐리어를 끌고 이동하는 외국인들을 종종 찾아볼 수 있었다.

특히 이곳은 가정집을 개조한 개성 가득한 상점들이 많이 있다. 대표적 예로 주거지 사이에 있는 A 상점의 경우, 1층은 한의원으로서 이용되고 2층은 전통찻집과 책

을 읽을 수 있는 공간, 족욕을 할 수 있는 공간으로 사용되고 있다. 빠름과 반대되어 천천히 한적함과 고즈넉함을 느끼며 힐링을 하려는 요즘 분위기에 많은 사람들이 찾고 있다(그림 2).

새로운 분위기를 만들기 위한 주민들의 참여도 문화를 창조하는 한 축이 되고 있다. 연남동 주민센터 인근 계단의 벽화를 비롯하여 연남동 주민들은 스스로 벽화를 배워 동네 곳곳에 고양이, 꽃 그림을 그려 넣었다(그림 3). 골목에 숨은 벽화가 가정집과 소규모 상점들과 어울리는 경관도 홍대 앞의 서교동에서는 볼 수 없는 풍경이다.

거리는 조금 떨어져 있지만 6호선과 공항철도, 경의선으로 모두 연결되는 공덕역 근처의 도화동 갈매기 골목과 공덕동 죽발 골목에서는 보쌈과 족발, 주물럭 등 한국식 구이문화와 토속음식을 맛볼 수 있으며, 마포역 인근의 용강동 음식거리에서는 마포갈비를 먹을 수 있다.

최근 변하고 있는 여행 트렌드로는 생태관광을 꼽을

수 있겠는데, 과거 쓰레기 매립장을 생태학습의 장으로 만든 월드컵 공원 내의 하늘 공원, 노을공원, 난지천 공원 등은 도심 속에서 아름다운 노을과 한강 경치를 감상할 수 있는 장소이다. 이렇듯 마포구는 개성있는 다양한 문화 관광의 인프라를 갖고있어 외국인 관광객들에게 큰 매력으로 다가갈 수 있다.

4) 정부의 지원

서울시는 부족한 관광숙박시설을 확충하고 유주택 은퇴자들의 일자리 창출에 도움을 주기위해 '외국인관광도시민박업활성화'에 적극 나서고 있다. 서울시는 동대문디자인플라자와 신촌·홍대 입구, 종로·삼청동, 창경궁 등 주요 관광 명소 주변을 '도시민박업 밀집(유도) 지역'으로 선정하고, 2013년 연말까지 350개소 신규 창업을 포함해 등록 업체 수 550개소 이상을 목표로 잡았다. 2013년 8월 말 329개 업소가 서울시의 '외국인관광도시민박업'으로 등록되어 있으며, 도시민박 통합 예약·홍보사이트(stay.visit.seoul.net)를 2013년 7월 26일 구축하고 서울 관광 사이트(visitseoul.net)와 연계하여 운영하고 있다.

연남동은 2013년 9월 주거환경관리사업이 마무리되면서 관광지로서의 매력도가 상승하여 정부의 정책과 시너지 효과를 일으켜 관광객이 유입되고 있다고 분석된다. 연남동은 뉴타운 사업의 대안인 '휴먼타운'으로 지정되었으나, 휴먼타운이 2012년 초 '주거환경관리사업'이라는 명칭으로 정식 법제화되면서 '주거환경관리사업'으로 전환 추진되어 첫 준공 사업지로 2013년 9월 공사를 마쳤다.

사업의 핵심은 저층 주거지역의 보전과 재생, 마을 공동체 활성화다. 전면 철거 방식으로 이뤄져 기존 커뮤니티를 파괴하는 예전의 재개발·재건축사업과 방향이 정반대다. 편의성과 안전성 등 아파트 단지의 장점과 골목길, 커뮤니티가 살아 있는 저층 주택의 장점을 한데 모아 8만2900㎡ 면적에 주민 중심의 정비 사업이 추진되었다. 이곳은 연남동 전체 면적의 15% 크기에 해당하며 1,325가구 약 5,000명이 사는 곳이다. 정비사업의 방향은 공공이 기반시설을 정비하고 개인이 자기 집을 개량하는 방식이다. 사업비 약 54억 원을 들여 허공에 노출된 전선과 전봇대를 지하에 매립하고 도로를 새로 깔았다. 1개 뿐이었던 폐쇄회로(CCTV)는 12개로 늘리고, 가로등을 추가 설치하는 대신 담장을 허물었다(이테일리

뉴스, 2013).

기존의 재개발·재건축과는 다른 서울시의 재생사업으로 경의선 숲길 조성, 길 공원길 정비 등 공간은 활력을 찾았으며 지역의 이미지가 개선되어 공간의 가치가 상승하고 있다.

'길 공원길'이라 이름 붙여진 동교로41길은 자동차 두대가 지나는 폭 13m, 길이 300m정도의 도로 중심에 벗어나 나무가 심어진 화단이 잘 정비되었다. 길 양편에 늘어선 4~5층짜리 신축 건물 1층에는 홍대 상권에서나 볼 법한 찻집, 수공예품 가게, 생맥주집들이 모여 있고, 보행자들은 도로 한 켠의 보행자 통로를 따라 이동한다. 홍대와 가깝지만 그만큼 붐비거나 비싸지 않고, '우리 동네'와 같은 정겨운 분위기로 동네에는 여유로움과 활기가 생겼다.

3. 마포구 게스트하우스의 입지특성

2013년 마포 관광통계 조사연구(경희대 산학협력단)에 따르면 2012년 한국을 방문한 외국인 관광객 1,100만명 중 52.3%인 579만 명이 마포구 일대를 찾은 것으로 추정되며, 2013년에는 587만 명이 마포구를 찾은 것으로 보인다고 발표했다. 다시 말해서 외국인 관광객 2명 중 1명은 홍대를 중심으로 한 마포구를 방문한다.

마포구의 도시민박업소는 2014년 2월까지 총 88개로 조사되었으며, 그 중 서교동이 32개(36.36%), 연남동이 31개(35.23%), 동교동이 9개(10.23%)를 차지한다. 이 세 동의 총 개수는 72개로 마포구 전체 중 81.81%의 비중을 차지한다.

외국인관광 도시민박업소의 위치를 살펴보면 상권이 형성된 대로변이 아닌 이면도로에 밀집해 있음을 볼 수 있는데, 그 경관은 서교동과 연남동이 다르게 나타난다.

1) 서교동의 게스트하우스

이미 상권이 발달이 되어 있는 상태기 때문에 도시민박업소가 곳곳에 산재해 분포한다. 이 지역은 지가가 비싸기 때문에 일반 주거지로 사용되기 어려운 특징을 가지고 있어 주로 상가를 전용하였으며, 외판상 게스트하우스임을 짐작할 수 없고 4층 이상에 위치한다는 특징이 있다. 게스트하우스로 함께 사용되는 건물에서, 유동인구의 접근성이 좋은 1층은 대부분 카페나 음식점으로 이용되고 있었고, 2층 이상에는 미용실, 술집, 식당 등이

자리 잡고 있었다(그림 4).

- 게스트하우스 A: 홍대입구역과 가장 인접한 도보 5분 거리인 300m 부근의 상권에 입지하며, 역세권의 유동 인구가 가장 많은 곳에 있는 유일한 게스트하우스이다. 지나치기 쉬운 위치에 작은 간판이 게스트하우스임을 알려주고 있으며, 1층은 슈퍼, 2층은 음식점, 3층은 사주카페가 입지하고 있고, 4층을 게스트하우스로 사용하고 있다.
- 게스트하우스 B: 상수역으로 가는 공영주차장 골목에 위치하고 있다. 두 게스트하우스는 바로 옆 건물에 위치하고 있으나 간판이 아주 작게 표시되어 있었고, 건물의 외벽에 게스트하우스라는 표시가 되어 있지 않아 찾기가 힘들었다. 건물의 1층은 편의점, 2층은 식당, 3층은 바(Bar)로 이용되고 있었고, 게스트하우스는 5,6층을 사용하고 있었다. 규모가 굉장히 작은 원룸 건물인 것으로 추정된다.

2) 연남동의 게스트하우스

연남동은 상권이 밀집되어 있고 유동인구가 많은 서교동에 비해 개발이 늦게 되었으며 지가가 상대적으로 싼 편으로, 현재 상권이 확장되는 중에 있기 때문에 서교동보다는 유동인구가 적어 한적하다.

서교동의 게스트하우스와는 다르게 연남동의 게스트하우스는 외관상 게스트하우스임을 알아볼 수 있는 특징적인 경관(그림 5)을 가지고 있으며 전통적인 주거지역에 위치하여 단독주택, 연립주택, 다세대주택 등이 혼재되어 있다. 주거 규모가 작아 규모 230㎡이하인 외국

인관광 도시민박업이 자리잡기 좋은 위치이며 대부분 상가가 아닌 원룸, 다세대 주택의 한 호, 빌라의 한 호를 사용한다.

- 게스트하우스 C: 주거지에 입지함에 따라 다세대 주택의 전체를 사용 하는 경우이다. 1층은 리셉션과 거실 등으로 사용되고 2층부터 객실이 위치한다. 규모 면에서는 원룸의 형태기 때문에 단일 면적상으로는 넓지 않다고 하겠다.
- 게스트하우스 D: 상가 건물과 같은 다세대 주택건물을 사용하고 있으나, 1층부터 게스트하우스가 자리 잡고 있다. 이는 서교동의 게스트하우스가 다세대 전체를 사용하지 못하며, 지가가 높은 1층에서 밀려나 4층 이상의 높이에 위치하였던 것과 비교해 볼 수 있다.
- 이외의 대부분의 연남동의 게스트하우스는 외국인관광 도시민박업의 말 그대로 상업화된 호스텔보다는 '민박'같은 느낌의 가정집이 많다. 따라서 한국문화를 체험하고 호스트들과 가족 같은 유대감을 맺으며, 여행객들 간 정보를 공유하고 새로운 문화를 접하며 친구를 사귀고 싶어하는 외국인 개별 관광객들의 욕구를 충족시켜 줄 수 있을 것이라 생각된다.

이러한 경관은 별다른 숙박업의 신고가 필요하지 않고 규모가 작은 외국인관광 도시민박업의 특징을 반영한다고 할 수 있다.

서교동 남쪽의 상업 지구에 위치한 게스트하우스에 비하여 연남동의 게스트하우스는 비상업적 가정 주택의 모습을 하고 있으며, 연남동의 남동쪽에 밀집되어 있다



그림 4. 서교동의 게스트하우스

* 왼쪽 두 사진은 게스트하우스 A를, 오른쪽 두 사진은 게스트하우스 B를 나타냄.

** 필자 촬영(2014년 5월 10일).



그림 5. 연남동 게스트하우스

* 왼쪽위부터 독채를 사용하고 있는 다세대형 게스트하우스 C, 단독주택형 게스트하우스, 아랫줄은 이면도로 1층을 사용하는 게스트하우스 D임.

** 필자 촬영(2014년 4월 28일).

고 정리해볼 수 있다.

연남동에서도 남쪽, 즉 동교동쪽에 가까운 지역에 게스트하우스가 밀집하게 되는 원인은 교통편과 상권의 확대와 함께 설명할 수 있다.

먼저 연남동은 공항철도 홍대입구역 출구가 연결되는 부근에 있으며, 2호선보다는 공항철도의 접근성이 좋은 편이다. 상대적으로 상권이 덜 발달된 주거지역의 특징을 가지고 있으나, 서교동과 동교동 상권의 확대로 홍대입구 역세권과 공항철도 인근 지역부터 레스토랑, 카페 등으로 변모하고 있다.

4. 게스트하우스 운영과 관련한 문제점

한 게스트하우스를 운영하는 중국인과의 인터뷰를 통해 게스트하우스의 문제점을 확인하였다. 게스트하우스의 문제점은 규모가 너무 작고, 주변 거주민들과 마찰을 일으킬 수 있다는 것이다. 이는 게스트하우스가 주거지역에 입지하며, 혼재되어 있는 특성에서부터 출발한다.

1) 위치 확인의 어려움

마포구의 게스트하우스는 대부분 이면도로에 입지하고 있다. 서교동과 동교동 지역은 옛 연희동 골짜기에서 흘러내렸던 개울이 여러 갈래로 갈라져 흐르고 있었으며, 많은 작은 다리가 놓여져 있었다. 따라서 강남권의 다른 지역보다 자연발생적으로 굽이굽이 생긴 골목길과 주택의 모습이 많은 지역이라고 하겠다.

게스트하우스는 대부분 높은 지기를 감당하기 어려운 민간주택지역에 자리 잡게 되므로 이면도로에 입지하는 것을 살펴보았다. 이로인해 이 지역에 처음 발을 내딛는 관광객들로서는 길을 찾기 어려울 수 있다.

실제로 홍대 투어리스트 맵을 들고 길을 찾는 동안에도 지도에 나와 있지 않은 작은 길들과 우후죽순 생겨나고 있는 게스트하우스로 인해 현재의 위치를 찾기 힘들었다. 따라서 외국인 도시민박의 특성상 투숙객이 되는 외국인들은 당연히 길을 찾기 어려울 것이라 판단된다.

특히 연남동 지역 주택들은 스카이라인이 낮고, 랜드마크가 될 만한 큰 상점이나 쇼핑몰 등이 없어 길 찾기의 어려움을 극복하기 위한 대안이 필요하다. 실제로 게



그림 6. 위치를 확인하기 어려운 게스트하우스 사례

* 지도에는 큰 랜드마크가 될 수 있는 A독서실 건물이 나와 있지 않고, 게스트하우스를 알리는 표지판이 크기 않아 지도를 보면서 찾아가다가도 쉽게 놓칠 수 있는 위치라고 생각된다. E게스트하우스는 A독서실쪽이 아닌 반대편에 입구가 있어, 벽을 보고 다시 돌아 나와야 했다.

** 필자 촬영(2014년 4월 28일).

스트하우스에 대한 정보 탐색과 예약은 인터넷으로 이루어지므로 각 게스트하우스의 홈페이지에서는 상세한 설명과 사진을 함께 제공하고 있지만, 인터넷으로 출력한 약도를 들고 트렁크를 끌며 우왕좌왕하는 외국인들을 쉽게 볼 수 있었다(그림 6).

2) 주거지 입지로 인한 주민들과의 마찰

외국인관광 도시민박업을 관리하기 위하여, 정부는 반기에 1회 이상 정기 또는 수시로 사후 점검을 통하여 내국인 출입, 소란·소음 등 문제로 주변의 민원이 있는 경우 지도·감독할 것을 권고하고 있다. 특히 외국인 도시민박업 제도의 효율적인 정착과 관리 체계 마련을 위하여 가급적이면 독자적인 영업행위 보다는 지자체·관광공사 및 민간 교류 단체 등에 등록, 소속되어 활동할 것을 권고하고 있다(서울특별시 관광정책과, 2014).

여행지에서의 설렘과 경험, 다양한 정보를 공유하다 보면 소음이 발생할 수 있어, 일반 주거지와 혼재되어 있는 게스트하우스의 특성상 인근 주민들과 소음 문제로 인한 마찰이 일어날 수 있다.

외국인관광 도시민박업은 숙박업으로 분류되지 않음으로 인근 지역에 유치원, 학교, 독서실 등이 있어도 인증을 받을 수 있다. 이로 인해 남녀혼숙의 도미토리 분위기나 게스트하우스 1층에 마련된 외부 테라스 공간에서의 음주 등은 자녀를 둔 인근 주민들에게 불편감을 줄 수 있다.

3) 단기간 과잉 공급으로 인한 경쟁 과열

실제로 논문을 준비하는 과정에서 하루가 다르게 우후죽순으로 생겨나고 있는 게스트하우스의 현황을 찾아볼 수 있었으며, 연남동 일대의 주택과 다세대 주택들도 게스트하우스로 변모하기 위한 준비가 한창인 것을 살펴볼 수 있었다.

게스트하우스의 붐으로 인한 단기간의 과잉 공급으로 경쟁이 과열되고, 경쟁이 과열됨에 따라 유행처럼 생겨났던 게스트하우스 중 경쟁력이 없는 업소는 폐업하는 경우도 늘어나고 있다. 2012년에 외국인 도시민박업으로 55개소가 지정되었으나 2014년 현재 42개소만 유지되고 있고, 2013년에 45개소가 지정되어 현재 44개소가 영업 중이다.

외국인 도시민박업이 2012년 1월부터 육성되었는데, 2년 만에 13개소가 문을 닫았다는 것은 폐업률 23.64%라고 할 수 있겠다. 예를 들어 백팩커스 스페이스(서울 마포구 서교동 358-116번지 3층)는 2014년 1월 발매된 흥대투어리스트 맵에서 찾을 수 있었으나, 4월 답사를 갔을 때는 문을 닫고 없었다. '트립 어드바이저' 대한민국 사이트에서는 여전히 백팩커스 스페이스의 정보와 리뷰가 검색되나 '숙박가격을 검색할 수 없음'으로 나오며 휴업상태임을 보이고 있다.

아트하우스는 2014년 1월 인쇄된 지도에는 나와 있었으나 폐업되어 찾을 수 없었다. 하지만 마포구청 홈페이지

지의 인터넷 지도에서는 삭제되어있어 최신 정보를 찾는 개별 여행객이 미리 준비한다면 큰 문제는 되지 않을 것 같았다.

연남동 상권의 확대에 의해 투자 가치가 높아지자 오래된 단독주택을 헐고 다세대 주택을 올리는 경우도 볼 수 있었으며, 난개발이 우려되기도 하였다.

4) 내국인 여행객 수용 불가

우리나라의 외국인관광 도시민박업은 관광진흥법 시행령 제2조 6항에 따라 숙박업이 아닌 관광편의시설업이기 때문에 외국인들만을 위한 시설로 신고·운영된다. 따라서 관광진흥법시행령 제2조 2항에 따른 호텔업의 호스텔업과 구분된다. 외국인들을 위한 시설이기 때문에 내국인 여행객이 투숙하여 적발될 경우 신고가 취소된다. 하지만 규모에 따라서 다세대 건물의 1, 2층은 외국인관광 도시민박업으로 인증을 받고 3, 4층은 호스텔로 전용하여 외국인과 내국인이 함께 투숙하는 경우도 종종 볼 수 있었다. 반면 외국인만을 대상으로 법을 지켜 운영되는 업소의 경우, 투숙을 원하는 내국인 여행객을 수용할 수 없기 때문에 나오는 내국인 관광객의 불만과 운영자의 불만이 표출될 수 있다. 도시 숙박 시설의 공급 부족과 저렴한 숙박시설을 찾는 내국인의 수요, 경제적 이익을 창출하려는 운영자의 공급이 균형을 맞추기 위해서는 경우에 따라 내국인 여행객을 수용하는 방안도 마련해 보아야 할 것이다.

5) 비인가 시설의 영업

중국인 대표와의 인터뷰에서 놀랐던 것은 우리서울 게스트하우스가 최초의 중국인 호스트가 운영하는 게스트하우스가 아니라는 것이었다. 실제로 그에 따르면 중국인이 운영하는 게스트하우스가 이미 홍대근처에 많이 있으며, 일부는 한국인이 운영을 하는 것처럼 인가를 받고 실제 운영은 한국인의 이름을 빌린 중국인이 한다고 한다. 이렇게 정부에 신고되지 않는 외국인관광 도시민박업소의 수는 크게 증가하고 있다.

불법 게스트하우스는 고시원이나 다가구 주택을 임의로 개조한 뒤 영업을 하고 있다. 이런 불법 게스트하우스의 경우 비상 대피로가 없거나 잠겨있는 경우가 있으며, 완강기 설치 등 비상 시설 설치 의무를 무시한 경우도 있었다. 실제로 2013년 2월 인사동에 대형 화재가 발생했을 때 변압기 1개와 LPG가스통 7개가 터져 건물 8동, 20여개 점포가 불에 탔고, 인근 게스트하우스에 있

던 일본인 1명 등 국내외 여행객 7명이 연기를 들이마서 병원으로 이송됐다. 골목이 좁아서 현장에 출동한 소방차 62대 중 7대만이 화재진압에 투입되었다. 대부분의 게스트하우스도 대로에서 한참 떨어진 골목에 입지하고 있어 소방차량이 진입하기 어려운 실정이다.

서울시 중구 충무로에는 고시원을 개조한 뒤 게스트하우스로 지정받지 않고 불법영업을 하고 있는 곳이 있는데, 5층 건물의 3개층을 사용하는 고시원의 경우 비상구가 모두 잠겨있어서 관광객들의 불안을 유발하기도 했다(조선일보, 2014).

2014년 4월 현재 서울시에 등록된 외국인관광 도시민박업소는 432개지만, 900여개의 게스트하우스가 성업하고 있는 것으로 추정된다. 서울 시내 게스트하우스의 두 곳 중 한곳은 불법으로 운영되고 있는 셈이다. 이러한 비인가 시설의 영업은 투숙객의 안전성에 문제가 있으며, 여행 한국의 이미지에도 큰 타격을 입힐 수 있다.

III. 결론

우리나라는 2013년 외래 관광객 1200만 명의 시대를 맞이하여 '다시 찾고 싶은 행복한 대한민국'을 모토로 관광 강국으로 거듭나기 위하여 많은 노력을 하고 있다. 패키지 관광과 달리 현재 외국인 관광객의 개별화가 이루어지고 있고 다양한 문화에 대한 욕구가 증가하는 트렌드에 맞게 '뜰에 짜인 여행'이 아닌 자신의 오감을 만족시킬 수 있는 여행 수요를 충족시키고, 부족한 숙박업소를 보완하기 위해 2012년부터 게스트하우스를 외국인관광 도시민박의 형태로 인증하는 제도가 생겨나게 되었다.

2013년 4월까지 전국에는 852개의 게스트하우스가 운영되고 있고 그 중 41%인 349개는 서울에 위치한다.

그중에서도 마포구에 서울시 전체 30%의 게스트하우스, 56.6%의 외국인관광 도시민박업이 입지하여, 외국인관광 도시민박업이 가장 밀집되어 있고, 그 증가율이 가장 높다. 마포구 중에서도 홍익대학교 상권인 서교동, 동교동, 연남동에 마포구의 80%를 넘는 게스트하우스가 입지한다.

마포구 게스트하우스의 집적 배경에는 ① 편리한 교통 ② 상대적으로싼 지가로 인해 새로운 상권으로 부상 ③ 다양한 문화 관광 인프라 ④ 정부의 지원 등이 있다.

마포구 게스트하우스의 지리적 입지 특성을 살펴보면

① 이면도로에 입지 ② 주거지에 입지(상가 지역이라면 상가건물의 4층 이상에 위치) ③ 경관상 주거지와 혼재 ④ 주변에는 대규모 프랜차이즈 보다는 소규모의 가게가 입지 등이 있다.

서교동과 연남동의 주변경관 관찰을 통해서 게스트하우스가 본래 집이 갖는 아늑한 주거지로의 경관을 가지고 있는 모습을 살펴 볼 수 있었으며, 외국인 관광객이 손님으로 대상화된 객체가 아닌 옆집에 놀러온 친구와 같은 대우를 받고 있는 것을 알 수 있었다.

주거지와 혼재되어 나타나는 게스트하우스의 증가로 여러 문제점 또한 대두되고 있었는데, ① 이면도로에 입지하여 길을 찾기 어려움 ② 주로 주거지에 입지하여 인근 주민들과 소음 등으로 인한 마찰 ③ 단기간 과잉 공급으로 인한 경쟁이 과열 되는 문제점을 찾을 수 있었다. 또한 제도적으로 내국인 여행객의 수용이 불가하므로 내국인을 대상으로 하는 불법화가 우려된다.

이러한 문제점을 해결하기 위해 게스트하우스의 지리적 집적을 이용하여 연남동에 관광안내센터를 우선 설립하고 '주거 환경 관리 사업'에 맞춰 각 도로에 도로명을 명확히 표기해야 한다. 게스트가 휴대하기 간편한 지도를 제작하여 배포하는 것도 좋은 방법이 될 수 있다. 또한 주거 규모 230㎡이하로 제한 되어있는 규정을 완화하여 불법화된 게스트하우스의 법제화를 추진한다. 또한 정부 허가 시, 도시민박업소의 인근 주민들의 협의를 통해 사전에 마찰을 최소화하며, 과잉 공급이 되지 않도록 조절한다. 마지막으로 게스트하우스의 숙박을 원하는 내국인 수요를 위하여 숙박인원의 일정 비율을 설정하여, 내국인이 예약 조건을 갖추면 미리 예약하고 이용하게 하는 방안도 생각해 볼 필요가 있다.

이렇듯 주민과 관광객이 상생할 수 있는 분위기로 나아가간다면 게스트하우스가 가지는 특성을 유지하면서도 대안 숙박시설로의 가치를 찾을 수 있을 것으로 기대된다.

그러나 본 연구에서는 서울지역이라는 한계를 벗어나지 못했고, 불과 2년밖에 되지 않은 제도를 바탕으로 한 현황과 분포를 분석하는데 그쳤으므로 지속적인 발전 방향이나 발전 양상을 파악하는 데에는 한계가 있다.

향후 게스트하우스의 증가와 후퇴 흐름에 대한 연구나 대도시 서울외의 지역적 특징을 가진 게스트하우스의 입지특성에 대한 연구가 필요하며, 활발히 이루어져 게스트하우스의 공간적 가치를 탐색할 수 있기를 기대한다.

註

- 1) 공유경제(共有經濟, Sharing Economy): 1984년 마틴 와이츠먼(Martin Weitzman) 미 하버드대 경제학과 교수가 그의 저서를 통해 경제체제 극복 방안으로 제안했으며, 이후 2008년 하버드대 법대 로런스 레식(Lawrence Lessig) 교수가 발전시킨 용어로 한 번 생산된 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협력 소비를 기본으로 한 경제방식을 말한다. 물품은 물론, 생산 설비나 서비스 등을 개인이 소유할 필요 없이 필요한 만큼 빌려쓰고, 자신이 필요없는 경우 다른 사람에게 빌려 주는 공유 소비의 의미를 담고 있다. 최근에는 경기 침체와 환경오염에 대한 대안을 모색하는 사회운동으로 확대 돼 쓰이고 있다(시사상식 편집부, 2013). 객실중개서비스인 '에어비앤비(airbnb)'는 부동산 소유자가 자신의 방 혹은 집 전체를 임대할 수 있도록 시스템을 만들고 홈페이지를 운영하여 구글, 페이스북, 트위터에 이어 인터넷 기업의 성공신화를 창조하였으며 현재 기업 가치만 100억 달러로 평가받고 있다.
- 2) 게스트하우스로 분류되는 숙박 현황은 호텔업과 관광편의시설업 등 다양한 법체계의 분류에 따라 그 수를 정확하게 파악할 수 없어 본 연구에서는 2012년 시행된 외국인관광 도시민박업 현황을 중심으로 게스트하우스의 현황과 특성을 중심으로 지역연구를 하기로 한다.
- 3) 문화체육관광부에 등록된 외국인관광도시민박업의 수 중, 폐업·휴업한 도시민박업소를 제외하고 '2014년 2월까지 실제로 운영되고 있는 업소의 수'이다.
- 4) 인구와 산업이 밀집되어 있거나 밀집이 예상되어 그 지역에 대하여 체계적인 개발·정비·관리·보전 등이 필요한 지역.
- 5) 서울 메트로역을 이용한 승차·하차 인원의 합을 말함.

참고문헌

경희대 산학협력단, 2013, 2013년 마포 관광통계 조사연구. 내부자료.
 문화체육관광부, 2014, 「2013 외래관광객 실태조사」.

문화체육관광부, 2014, 관광동향분석 3월호.
시사상식편집부, 2013, 「최신시사 상식 163집」, 박문각.
중국 인터넷 정보센터, 2013, 「2012~2013년 중국 온라인 여행 예약 산업 발전보고서」.
KB금융지주경영연구소, 2012, 「KB daily 지식 비타민: 외국인관광 도시민박업의 이해와 활용」.
한국관광공사, 2013, 「2013 국민해외여행실태 및 2014 트렌드 조사 보고서」.
한국문화관광연구원, 2012, 「관광산업 인적자원 육성정책 체계화 방안 연구」.
한국문화정보센터, 2013, 「2013 문화정보화 백서」.
Poon, A., 2003, Competitive Strategies for a 'New Tourism', in Cooper, C. ed., *Classic Reviews in Tourism*, Sydney, 130-142.
뉴시스, 2013년 11월 5일, “2017년 마포구 외국인관광 경제 유발효과 1조원”.
매일경제신문, 2014년 2월 11일, “[엔터사 탐방] SM타운, 소녀시대·엑소 가득할 줄 알았던 이곳에”.
문화체육관광부, 2013년 7월 17일, “관광불편 해소를 위한 제도개선 및 전략 관광산업 육성방안” 보도자료.
서울경제신문, 2013년 11월 14일, “제2 흥대 상권”으로 떠오르는 연남동”
이데일리뉴스, 2013년 10월 10일, “[르포] 박원순 재생사업 1번지 마포 연남동 ‘재건축 안부럽다’”.
인민왕, 2013년 10월 22일, “중국, 온라인 여행 예약 이용 네티즌 1억 3,300만 명 도달”.
조선일보, 2014년 5월 14일, “[안전 후진국, 뿌리부터 바꾸자] 9] 인사동·명동 불법 게스트하우스.. 비상구 잠겨있고, 방 다닥다닥...외국인들 ‘불안해서 숙소 옮겨’”.
한국경제신문, 2013년 9월 7일, “빈방 있으면 민박업 어때요...서울시 ‘외국인관광 민박업’ 활성화”.
공항철도 공사 <http://arex.or.kr/>.
관광지식정보시스템 <http://www.tour.go.kr/>.
마포구 문화관광과 <http://www.mapo.go.kr/CmsWeb/dept/munhwa/>.
마포구청 <http://www.mapo.go.kr/>.
마포 문화체육관광 <http://www.mapo.go.kr/CmsWeb/viewPage>.

[req?idx=PG0000000319/](http://www.mapo.go.kr/CmsWeb/viewPage.req?req?idx=PG0000000319/).
마포통계정보 <http://stat.mapo.go.kr/CmsWeb/viewPage.req?idx=PG0000001784/>.
법제처 <http://www.moleg.go.kr/>.
블로그 젊은날의 초상 <http://maysix71.blog.me/60210110102/>.
비앤비 히어로 <http://www.bnbhero.co.kr/>.
서울특별시 문화·관광·체육·디자인 본부 <http://sculture.seoul.go.kr/archives/41631/>.
서울특별시 GIS 포털시스템 http://gis.seoul.go.kr/SeoulGis/LifeMap_gu.jsp?OfficeName=%EB%A7%88%ED%8F%AC%EA%B5%AC&Mode=1/.
슬립앤스테이닷컴 <http://www.sleepnstay.com/>.
에어비앤비 <http://www.airbnb.co.kr/>.
통합관광정보 시스템 <http://www.visitkorea.or.kr/>.
트립어드바이저 <http://www.tripadvisor.co.kr/>.
한국관광공사 코리아 스테이 <http://www.koreastay.or.kr/>.
한국문화관광연구원 관광지식정보시스템 운영 공식 블로그 <http://kcti0.blog.me/>.
호스텔월드 <http://www.hostelworld.com/>.
호스텔닷컴 <http://www.hostels.com/>.
홈스테이 코리아 <http://www.homestaykorea.com/>.

교신 : 조세영, 139-873, 서울특별시 노원구 동일로 203길 87, 중평중학교 교무실 (이메일: espoir518@korea.ac.kr)

Correspondence : Seyoung Cho, 139-873, 87, Dongil-ro 203-gil, Nowon-gu, Seoul, Korea, Jungpyong Middle School (Email: espoir518@korea.ac.kr)

투 고 일: 2013년 11월 28일
심사완료일: 2013년 12월 8일
투고확정일: 2013년 12월 15일