

## DU-도전학기 결과보고서

성 명		학 번	
단과대학		학과(전공)	
도전학기 과제명	(국문) 일본 빈집재생프로젝트 (영문) Japanese empty house recycling project		
지도교수 의견	기업다 관영된 여러부상을 도포문살 정리하였으며, 숙소사건도 다양한 측면에 촬영하고 이에 대해 의견을 서술했고, 설문지 자료도 그래프를 이용하여 일목요연하게 정리가였음. 전반적으로 열심히 노력한 흔적이 나타났다고 판단됨		

### 1. 도전 과제의 목표

현재 한국과 일본에 빈집 문제가 지속적으로 증가하고 있는데 공간재생 프로젝트를 이용한 숙박 공유 플랫폼으로 빈 집 문제를 해결하고 침체된 동네를 활성화시키며 더 나아가 고령화와 빈 집 쇼크로 큰 골치를 겪고 있는 일본에 대입해 일본의 빈집 문제를 해결함과 더불어 해외 진출 가능성과 성장성 그리고 활용방안을 모색하기 위함

### 2. 도전 과제 내용

1	다자요 기업분석
2	다자요 산업구조 분석
3	다자요 레이더스크린 작성
4	다자요 매트릭스 작성
5	다자요 환경적요인 작성
6	다자요 4P 작성
7	숙박공유 플랫폼 경쟁사 에어비앤비 분석 및 다자요와 SWOT 비교
8	해외 탐방(일본 도쿄) 12. 21. ~ 27. (6박 7일)
9	일본 빈집 파악 및 사진 촬영
10	일본 현지인 대상 숙박 관련 설문조사(구글 설문지)
11	구글 설문지 통계자료 그래프화 및 정리
12	숙박 관련 스티커 투표 진행
13	숙소를 운영하고 있는 호스트와의 인터뷰
14	다양한 숙박 체험 후 장단점 정리
15	국내 탐방(제주도) 12. 28. ~ 30. (2박 3일)
16	다자요 본사 방문 및 인터뷰
17	다양한 숙박 체험 후 장단점 정리
18	숙박업 자료 결과물 사이트에 등록

### 3. 도전 과제의 성과

- 1) 다자요 기업분석(산업구조 분석, 레이더스크린, 매트릭스, 환경적요인, 4P)
- 2) 에어비앤비 기업분석 및 다자요와 SWOT 분석 비교
- 3) 도쿄 외곽만이 아닌 관광지외 도보 10분 거리의 가까운 곳에서도 빈집 발견
- 4) 일본 현지인 대상으로 설문조사를 진행해 숙박과 관련된 다양한 정보를 얻음
- 5) 스티커 투표를 통해 일본인들의 숙박업에서 중요하게 생각하는 요소 파악
- 6) 숙소를 운영하고 있는 호스트와의 인터뷰를 통해 정보를 얻음
- 7) 다양한 숙소를 체험하며 각 숙소의 장단점을 파악하고 비교함
- 8) 다자요 본사를 방문해 인터뷰 진행
- 9) 70년 된 제주 전통 돌집을 리모델링한 호스트와의 인터뷰
- 10) 레포트월드 올레포트 등 사이트에 다자요와 에어비앤비 숙박업 자료 등록

### 4. 자기평가

인터뷰 영상 부분에서 촬영을 원하지 않는 호스트 분들이 있어 기존의 계획과 다소 차질이 있었지만 사진과 녹음본을 이용해 대체하였고 이해를 돕기 위해 모든 영상에 자막을 넣어 완성하였다. 구글 보고서 결과를 그래프로 보기 쉽게 정리하였고 면담 일지, 정산서, 탐방계획서, 보고서 등을 기한에 맞춰 늦지 않게 제출하면서 훌륭하게 보고서를 완성하였다.

### 5. 최종 결과물

#### I. 기업분석 (다자요)

##### 1. 기업소개

제주의 오래된 빈집을 리모델링해 관광객에게 제주만의 특색있는 숙소를 제공하는 공간재생 프로젝트를 진행하고 있는 기업

##### 1) 경쟁력



(다자요 대표 숙소인 도순돌담집 사진)

- 이촌향도 현상으로 인한 제주도 빈집의 증가
- 관광이 목적이 아닌 휴양, 힐링의 목적으로 제주도를 찾는 추세
- 제주만의 특색있는 숙소를 제공
- 제주의 침체돼 있던 동네를 활성화
- 중개수수료를 받지 않는 차별화
- 주민들만 알고 있던 맛집이나 장소를 소개하는 여행 레시피(스케줄) 추천 제공

2) 성장 가능성



(이상현 에어비엔비 정책총괄[원] 남성준 다자요 대표[오])

-에어비엔비에 다자요의 숙소를 등록해 인지도를 올리고 전 세계 적인 다양한 관광객을 받음

3) 투자 유치 이력

- 뉴딜로 희망드림 클라우드 펀딩 대회 파트너 선정
- 2017년 9월 와디즈에서 클라우드펀딩(채권형)으로 약 2억 원 가량의 금액 조달
- 2017년 와디즈 베스트 메이커로 선정
- 제주창조경제혁신 센터 1기 기업
- 제주창조경제혁신센터 시드머니투자기업에 선정
- 신용보증기금 스타트업 보증 기업으로 선정

4) 국내시장 성공배경

국내시장에서 '다자요'가 성공할 수 있었던 세 가지 배경요인		
첫 번째	두 번째	세 번째
10년 무상임대로 사업권을 획득해 초기 저투자비와 수익창출 가능한 비즈니스 모델	힐링을 목적으로 특색 있는 숙박 수요층 증가	무분별한 개발을 막고 침체돼 있던 동네를 활성화

첫 번째. 10년 무상임대로 사업권을 획득해 초기 저투자비와 수익창출 가능한 비즈니스 모델

- 시드 투자 유치로 수익창출
- 초기 자본 이후에는 투자비가 크지 않다

두 번째. 힐링을 목적으로 특색있는 숙박 수요층 증가

- 휴식, 안락함 등의 휴양을 목적으로 여행을 떠나는 관광객 증가 추세
- 자연과 조화로운 특색있는 숙박을 제공
- 내부에는 최신 유행 전자 브랜드 구비로 최신 시설을 자랑

세 번째. 무분별한 개발을 막고 침체돼 있던 동네를 활성화

- 빈집문제 증가로 침체된 마을에 새 활력을 불어넣음
- 기존의 환경을 파괴하지 않으면서 지역개발을 도움
- 지역가치 상승

## 2. 산업구조분석

현재 시장 내의 경쟁	숙박업 과다로 치열한 시장 상황 숙박업 특성 상 특별한 차별화 어려운 현실 고정비용 높음	-차별화 전략 여행 컨시어지 서비스로 최적화된 여행을 추천 및 여행경험 공유 -원가절감 매매가 아닌 장기간 권리 양도로 리모델링
잠재적 진입자의 위협	많은 초기자본 필요 숙박업 특성 상 특별한 차별화 어려움	-규모의 경제 -차별화, 우위확보를 통해 진입장벽 구축 주변 풍경 정서를 살려 다른 가치 제공
대체제의 위협	캠핑족의 확산으로 글램핑장, 캠핑카, 카라반의 증가	-CRM활용 -고객 로열티 강화 할인혜택, 쿠폰, 포인트 적립, 취소 수수료 최소화
구매자의 교섭력	SNS의 발달과 앱의 가격비교 서비스로 고객의 선택의 폭이 넓어졌으며 요구사항이 다양해지고 민감해졌다	-다양한 형태로 협상력 강화 SNS 해시태그 활용 긍정적 구전
공급자의 교섭력	숙박업의 공급량이 많아 소비자의 선택의 폭이 넓어졌고 요구사항이 다양해졌다	-공급 다양화 특색 있는 숙박 제공으로 충성고객 확보 -대체품 파악

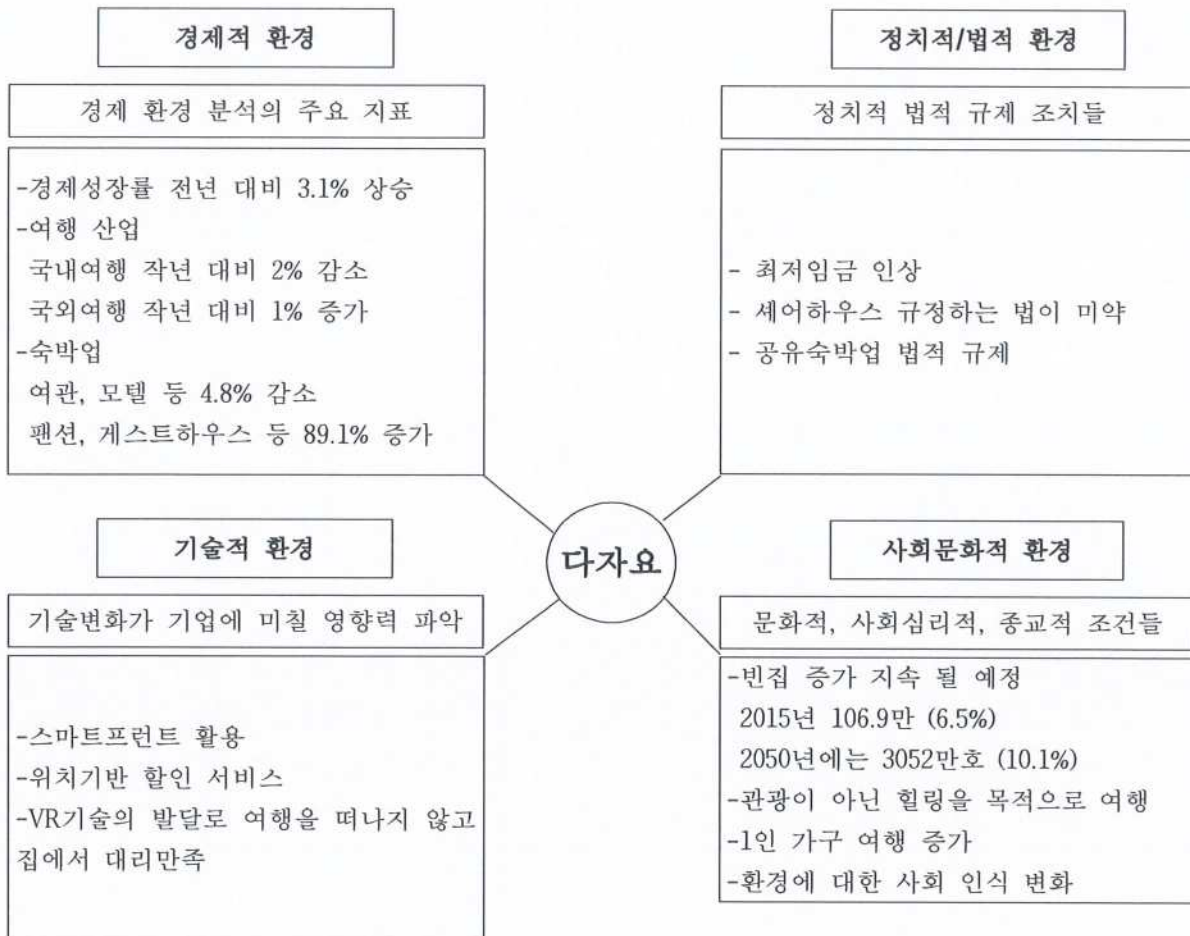
## 3. 레이더스크린



4. 매트릭스

		상품	
		기존상품	신상품
시장	기존시장	-에어비앤비 -호텔스컴바인 -여기어때 -야놀자 -다자요 (상품형태 수준의 경쟁)	-게스트하우스 -팬션 -모텔 (상품범주 수준의 경쟁)
	신시장	-캠핑카 -글램핑 -카라반 -찜질방 (본원적 편의 수준의 경쟁)	-VR 기술의 발전으로 여행을 떠나지 않고 집에서 지내며 가상여행을 떠남

5. 환경적요인



## 6. 4P

Product	Price	Place	Promotion
1) 사회적 문제인 빈집 문제 해결 2) 침체된 지역 경제 활성화 3) 자연 훼손 방지 4) 주변과 조화로운 분위기	1) 내부에는 최신의 전자 브랜드 구비 2) 고가의 숙박료 3) 고품질 청소 서비스 제공	1) 유네스코에 선정된 아름다운 제주도 2) 제주도에 본사를 두고 직접 관리(청소)	1) 빈집으로 수익 창출 2) 힐링을 목적

### 제품전략(Product)

- 1) 사회적 문제인 빈집 문제 해결
  - 범죄의 장소로도 사용되는 사회적 문제인 빈집문제 해결
- 2) 침체된 지역 경제 활성화
  - 침체된 동네에 여행객이 유입되면서 지역경제 활성화
- 3) 자연 훼손 방지
  - 자연을 훼손하는 무분별한 건축 보다는 기존의 집을 재활용
- 4) 주변과 조화로운 분위기
  - 주변의 정취와 어우러지는 분위기 창출

### 가격전략(Price)

- 1) 내부에는 최신의 전자 브랜드 구비
  - 외부와 달리 내부에는 최신 전자 브랜드 (청소기, TV등) 구비
- 2) 고가의 숙박료
  - 성수기에는 고가의 숙박들도 자리가 없을 정도로 인기가 좋음
- 3) 고품질 청소 서비스 제공
  - 청소 업체가 아닌 직원들과 직접 청결한 고품질 청소 서비스 제공

### 유통전략(Place)

- 1) 유네스코에 선정된 아름다운 제주도
  - 세계 7대 자연경관으로 선정
- 2) 제주도에 본사를 두고 직접 관리(청소)
  - 본사를 제주도에 두고 직접 직원들과 청소

### 판촉전략(Promotion)

- 1) 빈집으로 수익 창출
  - 빈집을 활용하기에 초기자본 이후로는 자본이 많이 들지 않는다.
- 2) 힐링을 목적
  - 관광이 아닌 휴양을 목적으로 방문하는 고객 증가

## II. 기업분석 (에어비앤비/Airbnb)

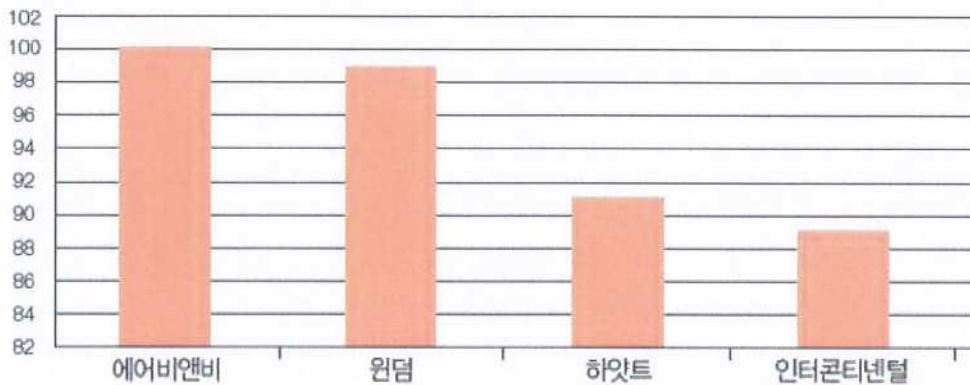
### 1. 기업소개

2008년 8월에 시작된 세계 최대의 숙박 공유 서비스로 뜻은 Air Bed(바람을 넣어 쓰는 침대)와 Bed and Breakfast(하룻밤 묵을 침대와 아침식사)를 의미한다.



(에어비앤비 공동 창업자 - 좌측부터 조 게비아, 브라이언 체스키, 네이션 블레차르치크)

### 에어비앤비의 기업가치 평가액(단위: 억 달러)



자료: 기업정보 및 <월스트리트저널>

월스트리트저널에서 분석한 에어비앤비의 기업가치는 (단위: 억 달러) 에어비앤비 100억, 원덤 99억, 하얏트 91억, 인터콘티넨털 89억으로 가장 높은 기업 가치를 가지고 있다.

#### 1) 성공요인

- 에어비앤비는 창업 3년 만에 객실 수에서 세계 최대 호텔 체인인 힐튼(Hilton)을 앞서고 2016년 기준 현재 191개국 34,000개 도시에서 200만개의 숙박 공간을 활용하여 서비스를 제공하고 있으며, 누적이용객 수는 8,000만 명을 넘어섰는데 이러한 성공비결은 값싼 숙박을 원하는 여행자와 유휴공간을 대여해 소득을 올리고 싶어 하는 집주인의 요구를 동시에 해결해준 것이라고 에어비앤비 최고 경영자인 브라이언 체스키는 말한다.

#### 2) 문제점

- 에어비앤비는 숙박업에 종사하지 않는 개인들이 주거로 이용하던 유휴 공간을 에어비앤비라는 온라인 플랫폼에서 거래하면서, 숙박 서비스 소비자에게 새로운 대안으로 떠오르면서 허가를 받고 전통적인 영업 방식으로 운영해오던 숙박업체와 경쟁관계를 가짐

- 노동과 서비스를 온라인 플랫폼에서 교환하는 것과 달리 부동산 같은 자산을 교환할 경우 더 많은 수익을 내면서 결국 보유한 소득이 클수록 소득이 커지는 불평등 심화
- 주거지역에서 숙박업을 하는 에어비앤비 숙소에는 도시계획상 공간이용행태를 구역으로 지정하여 관리해오던 법제도가 적용되지 않기 때문에 토지 및 부동산 이용에 대한 이질성
- 에어비앤비를 통해 거래되는 숙박공간과 서비스에 대한 세금 수취에 대한 법제도가 미비한 상태이고 또한 에어비앤비로 영업되는 모든 주거시설에 대해 현실적으로 영업 현황을 파악하고 단속하는데 한계가 있어 세금 부과에 문제가 있다.
- 2018년 초부터 에어비앤비로 인해 많은 지역에서 임대료가 늘어난 것으로 조사되었는데 토지 소유자들은 부동산을 에어비앤비로 전환하기 위해 세입자들을 불법으로 추방한 혐의를 받은 사건도 있었을 정도로 주택 가격에 대한 영향을 끼친다.
- 2017년 6월 일본 후쿠오카의 한 에어비앤비 숙소에서 몰래카메라가 발견되었는데 관광객들이 일본 에어비앤비 숙소를 이용하면서 몰래카메라 피해를 입은 것은 이번이 처음이 아니다.

### 3) 대응

- 에어비앤비는 이용객과 집주인 사이 누구인지를 몰라 불안해했던 공유숙박 서비스의 문제점 해결을 위해 'Social Connection' 을 통하여 서로의 Facebook의 활동을 사전에 확인할 수 있도록 하여 안전성을 확보했다. 또한 SNS를 통한 이용자 리뷰(투숙객만 작성가능)를 통한 신뢰성을 제고 시켰으며, 자체 지불결제 시스템 구축을 통한 이용자 편익 제고를 통해 기존 업체와 차별화를 추구하고 있다.

## III. 다자요와 에어비앤비 비교

### 1. 차이점

- 에어비앤비는 숙박 중개 플랫폼이어서 **소유한 집이 없다**. 반면 다자요의 빈집 프로젝트는 소유주가 비어있는 건물(빈집)을 제공하고 다자요가 오래된 집을 개조해 가치를 높여 숙소를 제공하는 방식이다. 이후 소유주가 개조된 집을 민박업으로 등록하면 다자요가 플랫폼이 되어 소비자와 연결한다.

### 2. SWOT 분석 비교

#### 에어비앤비(Airbnb)

#### 다자요(DAZAYO)

에어비앤비(Airbnb)		다자요(DAZAYO)	
<b>강점(strength)</b> 경험과 지식 풍부 자산과 인력 풍부 시스템 절차 체계적	<b>약점(weakness)</b> 평범함 혁신성 부족	<b>강점(strength)</b> 혁신성과 독창성 정치 사회적 영향 (빈집 문제 해결)	<b>약점(weakness)</b> 경험과 지식 부족 자산과 인력 부족
<b>기회(opportunity)</b> 높은 인지도 지리적 경제적 영향	<b>위협(threat)</b> 정부 규제 경쟁 치열 대체 가능성	<b>기회(opportunity)</b> 공유경제 인기 고령화와 빈집 문제 증가	<b>위협(threat)</b> 정부 규제 기존 숙박업의 반발

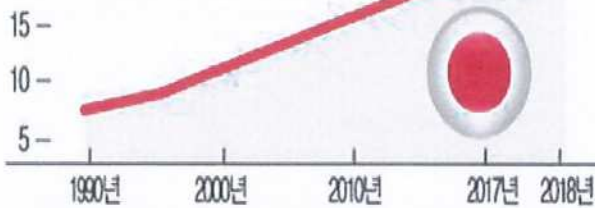


#### IV. 일본 선정 이유

##### 1. 일본의 고령화 증가

### 일본 총인구 대비 70세 이상 노인 비율 추이 (단위: %)

※ 출처: 니혼게이지신문



### 일본의 고령화 추이



### 한중일 65세 인구 비중

(단위: %)

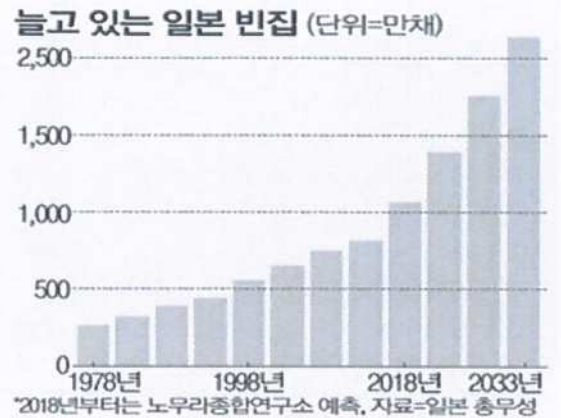


자료: 유엔

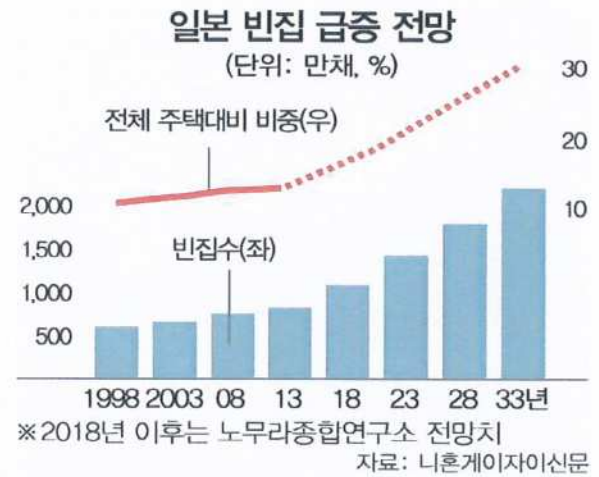
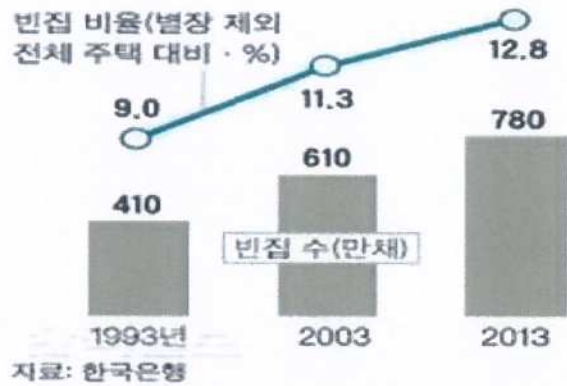
- 니혼게이지신문에 의하면 일본 총인구 대비 70세 이상 노인 비율은 계속 증가
- 일본 고령화백서(2016)에 의하면 갈수록 총인구는 줄어들면서 고령화는 증가하는 추이로 2055년에는 총인구가 1억 이하로 떨어지고 고령화율은 39만 명에 이른다는 것을 알 수 있다.
- 유엔의 자료에 의하면 한국, 중국, 일본을 비교해 보았을 때 65세 이상의 노인 비중은 1965년부터 계속 1위를 차지하고 있으며 일본의 65세 인구 비중은 앞으로도 다른 국가들에 비하여 월등히 높다는 것을 알 수 있다.
- 현재 일본은 세계에서 가장 높은 고령화율을 보이고 있으며 그 비율은 2019년 현재 약 28%에 육박하여 인구 3.5명 중 1명이 65세 이상 노인으로 추정

## 2. 일본의 빈집 증가

### 1) 일본 빈집 증가 비율



### 일본 빈집 증가



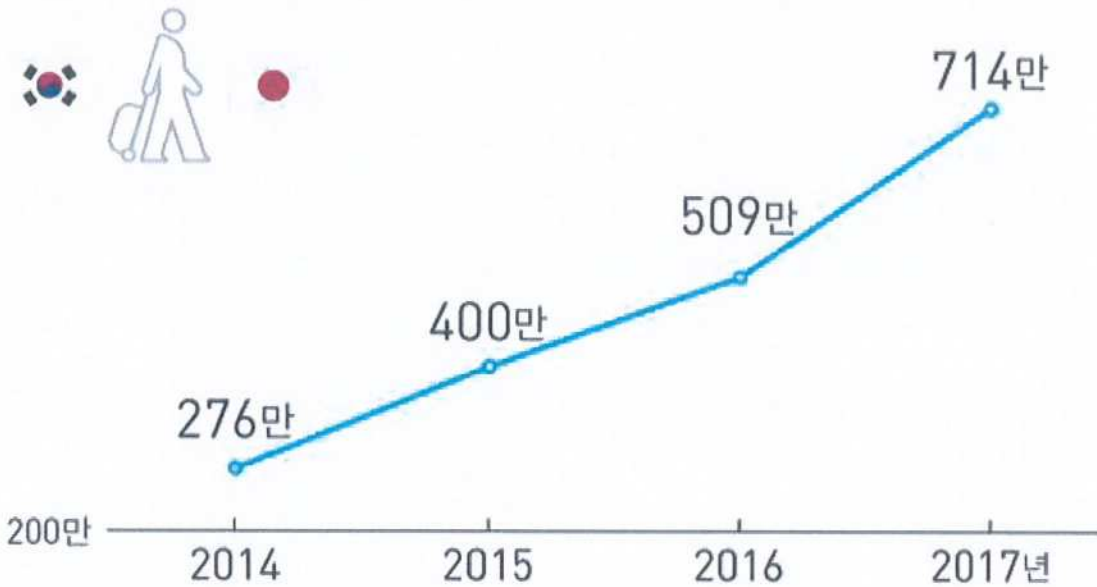
### 2) 일본 도쿄의 빈집 문제



- 일본 외곽뿐만 아니라 수도권 도쿄에도 빈집이 많음
- 유명 관광지과 멀지 않은 위치에도 빈집이 발견됨
- 사용하지 않는 빈집에서 관리비용이 계속 발생해 집주인들은 곤란에 처함
- 낮은 집값으로 처분하기보다 그대로 두는 것이 유리한 경우가 있어 팔지 않고 방치됨
- 일본의 고령화로 인해 앞으로 빈집은 계속 증가될 추세
- 일본 정부에서 빈집을 무료로 양도하거나 ‘빈집대책특별조치법’을 만들어 오랜 시간 방치돼 붕괴 등의 위험이 있는 빈집을 지자체가 강제 철거할 수 있도록 하는 등 여러 해결방안을 시도했지만 큰 효과는 없는 상황
- 빈집이 증가한 지역은 주변 부동산 가격이 장기 침체하고 상권 위축
- 빈집으로 인한 도시 경관 악화, 붕괴나 화재 위험 증가, 범죄 발생률 증가 등 사회문제 발생

### 3. 해외 여행객 증가

## 일본 방문 한국인 여행객 수 추이 (단위: 명)



자료 일본관광청 인포그래픽 강원모

KBS

- 한국인의 일본 방문이 꾸준히 증가
- 2020년 도쿄올림픽, 중저가 항공사의 일본 취항 등으로 인해 일본으로의 여행객 증가와 그에 따른 일본 숙박업 호조세

V. 일본(도쿄) 빈집 사진





## VI. 설문조사

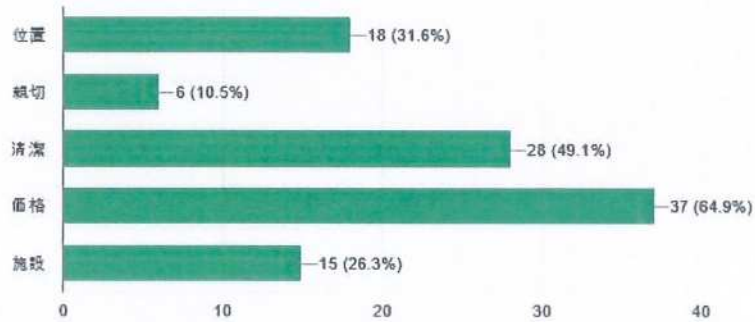
### 1. 구글 설문지



- 일본(도쿄)에서 6박 7일간 현지인 대상으로 설문조사
- 해외 탐방 전에 작성한 구글 설문지를 이용
- 시작하기에 앞서 충분한 설명과 양해를 구한 후 모바일 링크로 접속해 설문 진행
- 총 57명에게 5가지 질문 진행

1. 宿泊を選定する時重要に思う要素は何ですか。(重複選択可能)

응답 57개



1. 숙박을 선정할 때 중요하게 생각하는 요소는 무엇입니까? (중복선택가능)

위치 - 18명 (31.6%)

친절 - 6명 (10.5%)

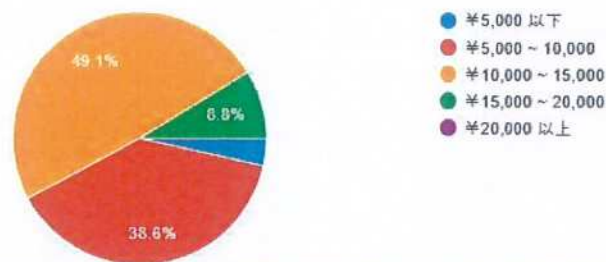
청결 - 28명 (49.1%)

가격 - 37명 (64.9%)

시설 - 15명 (26.3%)

2. 宿泊の適正料金はいくらですか。(1泊基準)

응답 57개



2. 숙박 적정요금은 얼마입니까? (1박 기준)

5만원 이하 - 2명 (3.5%) ●

5만원 ~ 10만원 - 22명 (38.6%) ●

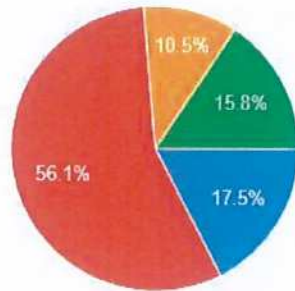
10만원 ~ 15만원 - 28명 (49.1%) ●

15만원 ~ 20만원 - 5명 (8.8%) ●

20만원 이상 - 0명 (0%) ●

### 3. 位置どこが好きですか。

응답 57개



- 観光地に近い場所
- 静かで休める場所
- 文化を楽しめる場所
- 交通の便利な場所

#### 3. 어디를 선호하십니까?

관광지와 가까운 곳 - 10명 (17.5%) ●

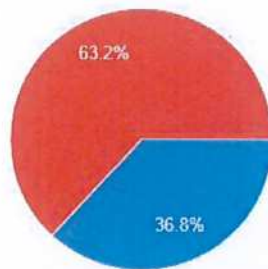
조용하고 휴식을 취하는 곳 - 32명 (56.1%) ●

문화를 즐길 수 있는 곳 - 6명 (10.5%) ●

교통이 편리한 곳 - 9명 (15.8%) ●

### 4. 日本に空き家があまりにも多いこと(空き家問題)について知っていますか?

응답 57개



- いいえ
- はい

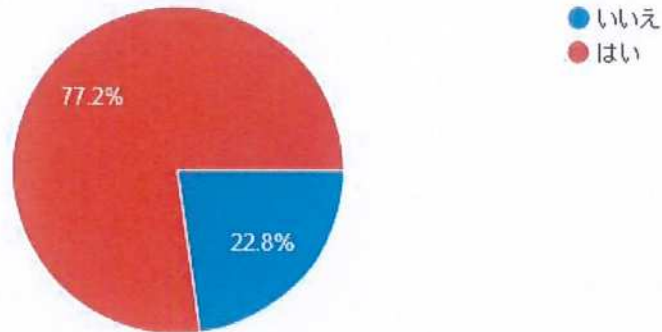
#### 4. 일본의 빈집문제에 대해 알고 있습니까?

아니요 - 21명 (36.8%) ●

네 - 36명 (63.2%) ●

## 5. 空き家をリモデリングした宿所で宿泊する意向はありますか?

응답 57개



### 5. 빈집을 리모델링한 숙소에서 숙박할 의향이 있으십니까?

아니요 - 13명 (22.8%) ●

네 - 44명 (77.2%) ●

## 2. 스티커 투표



-유동인구가 많은 도쿄의 대표 관광지인 아사쿠사 센소지와 스카이트리가 보이는 산책로에서 이틀간 투표

- 해외 탐방 전에 만들어 두었던 투표용 보드를 사용

- 스티커를 비치해 투표

- 총 50명에게 투표 진행





숙박 설문조사

[숙소를 예약할 때 어디를 선호하십니까?]

- 관광지와 가까운 곳 - 13명
- 조용하고 휴식을 취하는 곳 - 16명
- 문화를 즐길 수 있는 곳 - 6명
- 교통이 편리한 곳 - 15명



숙박 설문조사

[숙박을 선정할 때 중요하게 생각하는 요소는 무엇입니까?]

- 위치 - 6명
- 친절 - 5명
- 청결 - 12명
- 가격 - 23명
- 시설 - 4명

### 3. 조사 결과

- 구글 설문지와 스티커 투표를 통한 설문조사 결과 두 조사 전부 가장 중요한 요소로 가격 그다음 요소로 청결이 나왔다. 이를 통해 가장 적정한 요금으로 채택된 10만 원 ~ 15만 원과 5만 원 ~ 10만 원으로 중저가 전략을 세우고 청결에 집중해 고품질의 청소 상태를 유지하는 것이 좋다는 것을 확인할 수 있다. 일본 빈집 문제에 대해 대부분이 알고 있고 빈집을 리모델링한 숙소에서 숙박할 의향이 77.2%로 매우 높았고 숙소를 선정할 때 위치로 조용하고 휴식을 취할 수 있는 곳이 압도적으로 높은 선호도가 나왔다. 이를 통해 힐링을 목적으로 하는 빈집 재생 프로젝트에 성장성과 확장성을 확인할 수 있다.

## XII. 호스트와의 인터뷰

### 1. 일본(도쿄) 아사쿠사의 료칸



Q. 숙박에서 가장 중요한 요소는 무엇이라고 생각하십니까? 예를 들어 위치, 친절, 청결, 가격, 시설 등

A. 친절이 가장 중요합니다.

Q. 만약 사용하지 않는 빈집을 가지고 있다고 가정할 때 빈집을 무료로 리모델링 해주는 대신 10년간 그 집의 권리를 양도해야 한다면 하시겠습니까?

A. 음.. 정말로 어려운 질문이군요. 아마 아사쿠사는 힘들 것 같습니다. 대신 다른 곳은 괜찮습니다. 가능성이 있습니다. 도쿄 이외에 다른 지역에 좀 더 유동인구가 없는 곳은 괜찮습니다. 이곳(아사쿠사)는 땅값이 비싸니까.. 그런 이유로 힘들 것 같습니다.

Q. 숙소를 운영 하시면서 힘들었던 일은 무엇입니까?

A. 예약의 문제인데 오버부킹(예약초과)이 가장 힘듭니다.

2. 일본(도쿄) 카와고에의 게스트 하우스



**친절과 청결이 중요하다고 생각합니다**

Q. 투자비용을 회수하는데 시간이 얼마나 걸렸습니까?

A. 2년 걸렸습니다.

Q. 숙박에서 가장 중요한 요소는 무엇이라고 생각하십니까? 예를 들어 위치, 친절, 청결, 가격, 시설 등

A. 친절과 청결이 중요하다고 생각합니다.

Q. 만약 사용하지 않는 빈집을 가지고 있다고 가정할 때 빈집을 무료로 리모델링 해주는 대신 10년간 그 집의 권리를 양도해야 한다면 하시겠습니까?

A. 하지 않겠습니다.

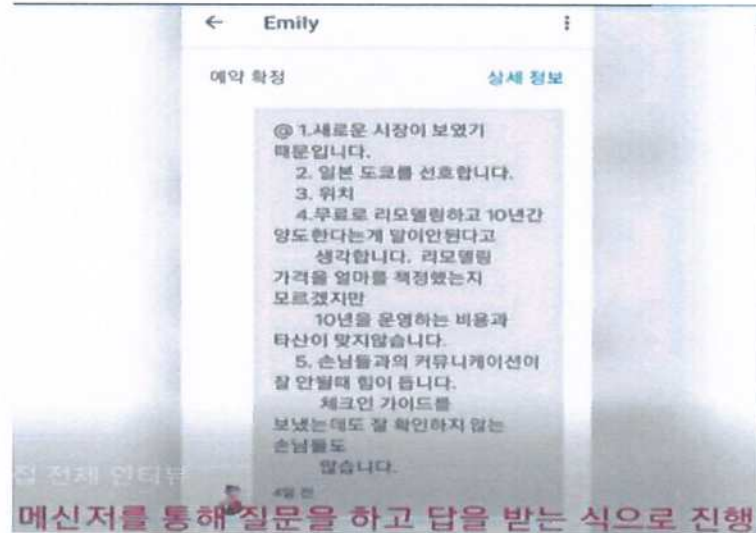
3. 일본(도쿄) 시부야의 개인실



**시설과 함께 고객서비스와 같은 모든 서비스가 중요합니다.**

- Q. 숙박에서 가장 중요한 요소는 무엇이라고 생각하십니까? 예를 들어 위치, 친절, 청결, 가격, 시설 등
- A. 이 중에서 하나를 고르라면 시설이 가장 중요합니다. 시설이기는 한데 시설에 추가적으로 고객센터 즉 시설과 함께 고객센터와 같은 모든 서비스가 중요합니다.

#### 4. 일본(도쿄) 신주쿠의 집 전체



Q. 에어비앤비를 시작하시게 된 이유가 무엇입니까?

A. 새로운 시장이 보였기 때문입니다.

Q. 숙소 위치로 어디를 선호하십니까?

A. 일본 도쿄를 선호합니다.

Q. 숙박에서 가장 중요한 요소는 무엇이라고 생각하십니까? 예를 들어 위치, 친절, 청결, 가격, 시설 등

A. 위치

Q. 만약 사용하지 않는 빈집을 가지고 있다고 가정할 때 빈집을 무료로 리모델링 해주는 대신 10년간 그 집의 권리를 양도해야 한다면 하시겠습니까?

A. 무료로 리모델링하고 10년간 양도한다는 게 말이 안 된다고 생각합니다. 리모델링 가격을 얼마를 책정했는지 모르겠지만 10년을 운영하는 비용과 타산이 맞지 않습니다.

Q. 숙소를 운영 하시면서 힘들었던 일은 무엇입니까?

A. 손님들과의 커뮤니케이션이 잘 안될 때 힘이 듭니다. 체크인 가이드를 보냈는데도 잘 확인하지 않는 손님들도 많습니다.

5. 제주도 ‘다자요’ 본사 방문 인터뷰



<p>Q. 생각하시기에 숙박업에서 가장 중요한 요소가 무엇이라고 생각하시는지? 예를 들면 시설이나 가격, 위치, 청결도 이런 요소 중에서 생각하시기에 가장 중요하다고 생각하시는 요소가 무엇입니까?</p>
<p>A. 일단은 지금 말씀하신 것 중에서는 위치가 가장 중요하겠죠. 기본적으로 가격이나 이런 걸 책정할 때 기본적으로 유동인구나 이런 거에 대한 고려가 있어야 하니까.. 팔려야지 되는 부분이 가장 큰 부분이구요 물론 숙소가 뛰어난 점이 있으면 모든 장사가 다 그렇지만 뛰어난 점이 있으면 오기는 하지만 숙소라는 점에서 봤을 때는 위치가 가장 중요하죠.</p>
<p>Q. 빈집을 하다 보면 좋은 위치에 빈집이 많이 없을 텐데</p>
<p>A. 대부분 빈집들이 좋은 위치에 있는 빈집들은 그렇게 많지는 않죠 그런데 그중에서도 좋은 위치에 지어진 집들을 찾는게 저희가 해야 할 일이죠.</p>
<p>Q. 10년 동안 권리를 양도하는 식인데 도중에 집주인분이 사고를 당하거나 해서 자식분들이 집을 돌려받고 싶다고 한다면?</p>
<p>A. 계약서상에 그런 부분이 있어요 사실상 계약이기 때문에 거기에 대한 위약금이나 이런 부분 조항들이 계약서상에 내재되어 있습니다. 저희도 비용이 들어가는 거기 때문에 거기에 대한 보상에 대한 부분이 확실히 명시되어 있어요. 그게 보통 연별로 몇 년 이후에는 몇 % 이런 식으로 계약서에 쓰여 있습니다.</p>

Q. 10년은 너무 길지 않은지? 개인적으로

A. 수익은 저희 모델상으로는 3년을 보고 있거든요 저희가 3년 동안 하고 그 나머지 부분의 수익을 내는 부분은 5년 정도가 적정한 수익이라고 판단하고 있어요. 그 부분이 없이 최소한의 기간으로 본다면 bp(balance point로 안정적인 소득을 균형 잡아 주는 것)랑 했을 때 8년이기 때문에 그 정도의 유예기간 2년을 두고 있고 사실 10년이라는 기간이 길다면 긴데 빈집으로 방치되는 기간을 봤을 때는 10년이라는 기간이 그렇게 긴 거는 아니에요 이 10년이라는 기간이 부모 세대가 몸이 아프시고 돌아가시는 시간이 지금 같은 경우에는 고령화 기간이 길기 때문에 그 기간에 맞춰서 봤을 때 20~30년 정도는 병환이나 자식들의 도움을 받으면서 돌아가시고 나서 자식들이 다시 귀향하는 기간을 봤을 때 그 정도의 기간은 저희가 봤을 때 30년 정도로 판단하고 있거든요 그렇게 봤을 때 10년은 결코 긴 기간은 아니에요. 저희가 추후에 나오는 위탁이나 이런 부분을 고려하고 있는 것도 그 이후에도 관리가 안 되는 집들이 계속 발생을 할 수 있기 때문에 그걸 고려한 거라 결코 길다고 생각하지 않습니다.

Q. 이 사업에서 가장 큰 장애물이나 위험요소는 무엇이라고 생각하시는지?

A. 저희 사업에서 가장 큰 장애물은 법적인 규제 부분이 조금 있어요 저희가 아직 그 부분을 100% 해결하지는 못했습니다. 저희가 민박으로 진행을 하거나 위탁 같은 경우에도 허가를 받고 하고 있는데 숙박의 형태가 다변화되는 것을 사실상 기존의 숙박업체에서 상당히 반발을 하고 있어요 가장 비교가 되는 부분이 카풀이랑 택시업계가 부딪히는 거랑 저희처럼 새로운 숙박 형태를 만들어 가는 사람들의 가장 큰 규제는 기존에 있는 업체들과의 이권다툼이 될 수 있습니다. 아무래도 그분들도 회사를 운영하시는 분들이니까 당연히 수익에 대한 부분이 빠진다고 봤을 때는 그런 걸 막을 수 있으면 막는 게 가장 좋겠죠. 정부에서도 규제를 해소한다는 것은 계속 발표하고 있는데 사실상 에어비앤비처럼 공유경제가 안 풀어지고 있는데 그 부분에 대한 게 저희에게는 가장 큰 장애물이 되고 있습니다.

Q. 국내에서 성공하고 나서 해외시장으로 진출할 생각이 있으신지?

A. 사실 저희가 우선순위로 봤을 때 제주도를 제외하고는 다른 지역에 사업성이 높다고 판단을 못하고 있어요 저희가 초반에 투입되는 비용이 크다 보니까 회수에 대한 고려를 많이 하는데 제주를 먼저 시작한 것도 성수기에 대한 부분이 가장 긴 지역이기 때문에 그런 것도 있었고 그런 것을 고려했을 때 사실상 국내보다는 해외 쪽이 오히려 성수기 부분에서 훨씬 더 길고 비용적인 부분도 그렇게 크게 차이가 안 나서 고려를 하고 있는 상황입니다. 바로 해외로 나가는 것은 어려울 것 같고요 국내에서 몇 군데를 먼저 진행을 하고 거기에서 운영되는 상황을 보고서 진행이 될 것 같습니다.

6. 제주도의 리모델링한 돌집



Q. 숙박업을 하시면서 생각하시기에 가장 중요한 요소는 무엇이라고 생각하시는지? 예를 들면 시설이나 가격, 위치, 청결 이런 요소 중에서

A. 가장 중요한 것은 저희는 타겟이 숙박은 두 가지가 있잖아요 비즈니스 숙박이 있을 수 있고 여행 숙박이 있을 수 있으니까.. 저희는 여행을 위주로 하는 거라서 맞는지는 모르겠지만 추상적이긴 한데 와서 그 사람이 추억에 남을 수 있는 그런 장소가 되기를 원하는 휴식을 취할 수 있는.. 서울에서 살다가 여행을 온다는 건 아주 큰 계획 어떤 분은 1년 동안 계획을 세웠다 오시는 거고 또 어떤 분은 갑자기 오실 수 있지만 기존의 자신의 생활에서 벗어나서 오시는 거잖아요 즐거운 마음으로 왔을 때 만약에 내가 능력이 좋은 추억을 남길 수 없다면 최소한 그 추억 속에서 나쁜 모습은 안 보여주고 즐거운 마음이 계속 연장될 수 있는 그런 곳으로서의 역할

Q. 청소는 직접 하시는 건가요?

A. 네 직접 합니다.

Q. 청소업체를 안 쓰시는 이유가?

A. 청소업체를 쓰면 아무래도 마진을 나눠 먹게 되겠죠 그렇게 되다 보면 저는 저에 대한 원하는 마진이 있을거고 최종소비자에게 가는 가격은 올라갈 것이고 어차피 편안히 집에 있느니 제가 하면 퀄리티도 보장이 되고 저도 가격을 외주를 드는 비용을 낮춤으로써 경쟁력도 가질 수 있고 소비자도 적은 비용으로 고퀄리티를 제공받을 수 있다.

### XIII. 각 숙소 정리

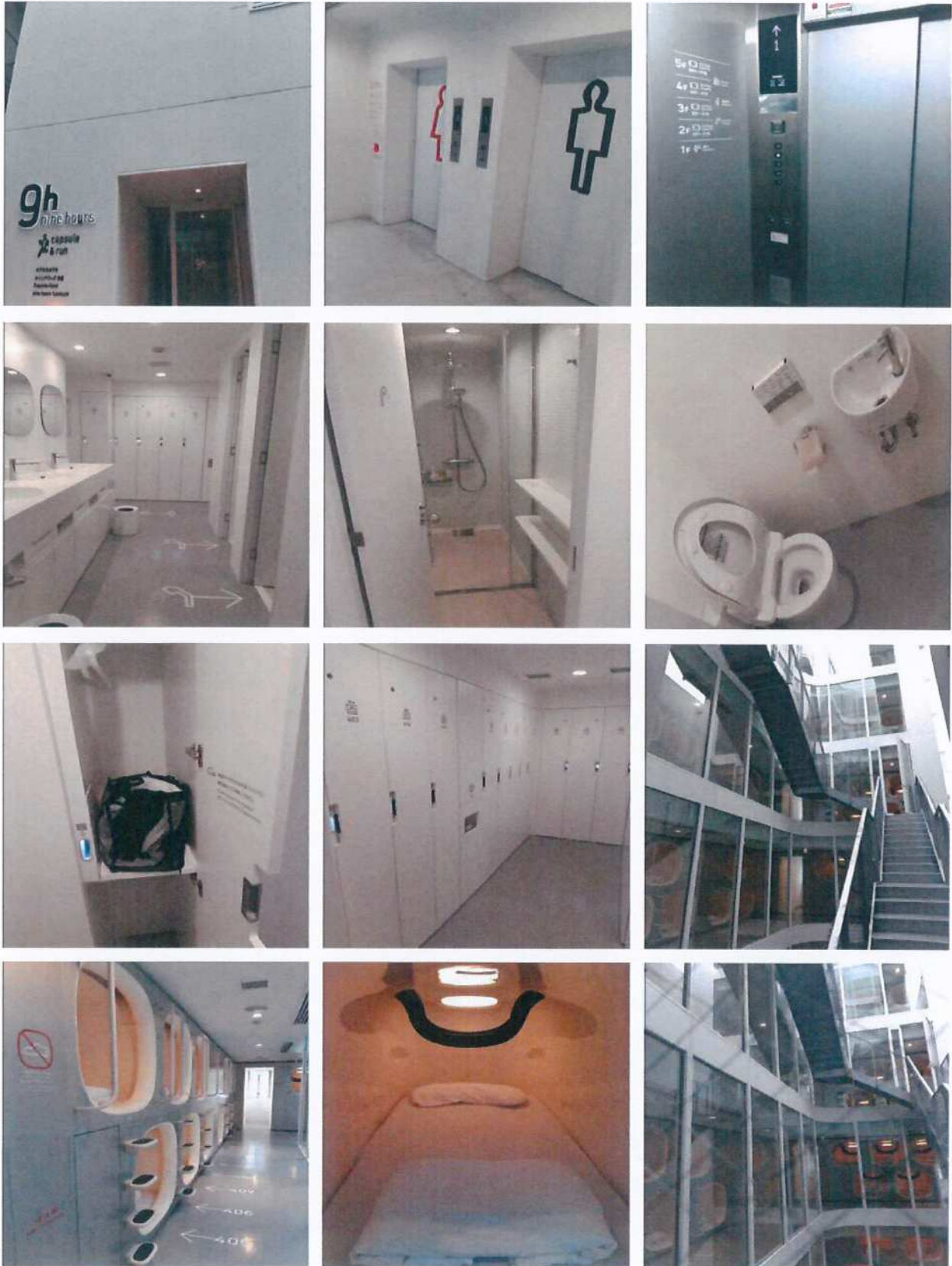
#### 1. 아사쿠사 료칸



- 프런트의 종업원분들 모두 매우 친절했고 약간의 영어를 구사할 수 있었다. 일본 도쿄의 대표 관광지인 센소지와 도보 3분 거리로 매우 가까운 위치에 있어 지리상으로 높은 경쟁력을 보유하고 제공하는 조식은 미국식과 일본식 중에 선택할 수 있다. 일본식은 가정식 밥맛으로 매우 맛있었다. 편의점과 같은 편의시설은 도보 10분 정도의 거리에 있었고 주위에 음식점은 매우 많았다. 원하는 시간대에 목욕탕을 한 시간 빌릴 수 있고 숙소 내부는 매우 깔끔했으며 실내용 슬리퍼와 소량의 다과 그리고 가운이 준비되어 있었고 변기에는 비데가 설치되어 있으며 온수는 바로 나왔다. 일본의 정취를 느낄 수 있는 다다미식 방으로 좋았지만 관광지와 가까운 이유인지 다소 비싼 가격이 흠이다.



2. 아키하바라 캡슐호텔



- 수면캡슐뿐만 아니라 엘리베이터도 성별별로 분리되어 있어 매우 안전하고 마음 편하게 다닐 수 있는 장점이 있었다. 공용 샤워장이 아닌 1인 샤워실이 마련되어 있어 개인적으로 사

위를 할 수 있었고 안에는 샴푸와 바디워시 등이 다 구비되어 있으며 나와서 바로 앞 세면대에는 드라이기가 비치되어 있어 매우 편리했다. 개인 짐을 보관할 수 있는 락커가 있는데 안에는 실내용 슬리퍼와 잠옷 그리고 수건이 들어 있어 출장을 다니거나 짐 없이 갑자기 예상치 못한 숙박을 하게 되었거나 하는 등의 상황에서 캡슐호텔은 매우 유용하다고 생각되었다. 수면캡슐 내부는 매우 아늑했고 손을 뻗어 등의 밝기 조절이나 충전을 할 수 있었다. 생각보다 좁지 않고 넓었으며 전반적으로 매우 깨끗한 시설을 자랑했다. 아키하바라에서는 도보 18~20분 정도 소요되며 시설과 청결에 비해 매우 저렴한 가격이 좋았다 다만 다른 손님이 뒤척이다가 벽을 치면 소리가 울렸고 방음이 어느 정도는 되지만 코고는 소리가 들리기 때문에 소리에 예민한 고객은 수면에 방해가 되어 불편할 수도 있다. 특히 아침 8시쯤 되면 투숙객들이 체크아웃을 하면서 이불을 개고 샤워를 하고 캐리어를 끌고 돌아다니면서 소음이 발생하고 혼잡하다.

### 3. 카와고에 게스트 하우스





- 1층에는 신발장과 샤워실이 있고 2층으로 올라가면 방과 주방, 화장실이 있는데 계단이 매우 경사져 무거운 캐리어를 들고 올라가기 힘들었고 위험했다. 주방과 화장실, 샤워실은 공용으로 사용하고 방은 개인방을 이용했는데 열쇠로 문을 잠그고 다닐 수 있어 도난의 우려가 없이 안전했지만 열쇠를 소지하고 다녀야 하는 점과 잠깐 화장실을 사용하거나 샤워를 할 때에도 문을 잠그고 다녀야 하는 번거로움이 있었다. 주방에서 처음 보는 사람들과 함께 음식을 먹으며 이야기하고 소통하는 게 게스트하우스의 가장 큰 매력이라고 느꼈다. 방안은 일반적인 일본 가정집의 느낌을 체험할 수 있었고 TV와 같은 전자기기 없이 작은 책상과 펼치는 이불만 있어 잠을 청할 수만 있었다. 공용으로 사용하는 화장실의 경우 매우 좁았고 샤워장 같은 경우에는 입구에 샤워 중 표시를 걸어두는 방법을 사용했지만 안에서 문을 잠그지 못하는 게 단점이었고 여성분 같은 경우에는 불안해할 것 같았다. 위치는 역과 도보 10분으로 가까웠고 관광지 아닌 일본의 동네를 방문한듯한 문화를 느낄 수 있는 곳이었다.

#### 4. 시부야 개인실





- 프런트의 직원분은 매우 친절했고 특히 영어에 능숙했다. 주의사항과 같은 설명은 영어와 일본어로 제공이 되었고 방안에 샤워실과 욕조가 있지만 방 밖에 공용 샤워장이 있었다. 복도에는 앉아서 쉴 수 있는 소파와 전자레인지와 같은 간단한 조리도구가 구비되어 있었다. 방안은 책상과 침대로 간단한 구조였고 가운과 슬리퍼가 준비되어 있었다. 1층 로비는 카페로 분위기가 좋고 앉아 여유롭게 휴식을 취할 수 있었고 조식을 제공했는데 평범한 맛이였다. 시부야 주요 관광지까지 도보 15분 거리였고 편의점과 같은 편의시설은 도보 5분 거리에 있었다. 다만 역과는 다소 거리가 있는 점과 방안에 개인 냉장고가 없고 물이 준비되어 있지 않아 개별적으로 구매해야 하는 점이 불편했다.

## 5. 신주쿠 집 전체



- 숙소는 한인타운에 위치해 주변에 한국 음식점이 많았다. 숙소에서 역과의 거리는 도보 10분 거리였고 숙소에서 신주쿠 시내까지는 도보 15분 거리였다. 숙소 바로 앞에 편의점과 같은 편의시설부터 일반 마트 그리고 식재료 마트가 있어 매우 편리했다. 방안은 원룸 느낌으로 버너부터 싱크대, 전자레인지, 냉장고, TV, 그릇, 냄비 등 구비되어 있었다. 숙박객을 위해 포켓 와이파이도 제공하고 있었고 호스트 분의 한국어는 매우 능숙했다. 호스트는 체크인 방법부터 공항에서부터 숙소로 오는 방법 등 각 지역에서 숙소로 오는 상세한 방법을 메일로 발송해 주었는데 그런 섬세함이 매우 좋았다. 샤워장 화장실이 분리되어 있어 편리했지만 히터가 잘 작동하지 않아 방안이 매우 추웠고 기본적으로 물이나 화장실 이외에는 따로 휴지가 구비되어 있지 않아 불편했다. 숙소 내부는 청결했으나 창문을 열었을 때 베란다가 매우 더러웠다.

## 6. 요코하마 호텔





- 숙소에서 요코하마 해변까지 도보 8분 차이나타운은 바로 옆에 있을 정도로 주요 관광지와 가까운 좋은 위치를 가지고 있다. 프런트의 직원은 한국어, 영어, 일본어 모두 가능했고 로비에는 소파와 의자, TV, ATM기 등이 설치되어 있어 편리했고 컴퓨터와 복사가 가능한 공간도 따로 있었다. 방으로 이동하기 위해서는 호텔 카드를 엘리베이터 터치패드에 스캔해야 하는데 카드가 없다면 엘리베이터로는 프런트가 있는 3층으로 밖에 오지 못한다. 방은 매우 깔끔했고 침대에서 전자기기 충전과 함께 조명의 밝기를 조절할 수 있는 점이 매우 좋았고 간단한 업무를 처리할 수 있는 넓은 책상과 사무용 의자가 있었다. 호텔 1층에는 편의점이 있어 편의시설도 매우 가까워 호텔 안에서 대부분의 업무처리가 가능했다. 가운과 슬리퍼가 구비되어 있었고 냉장고는 있었으나 냉동기능은 없었고 기본적으로 물이 제공되지 않는 점이 아쉬웠다.

7. 제주도 돌집



- 제주도에 왔다는 느낌을 받을 수 있는 숙소였다. 주위는 굴 밭이 많아 제주도의 정취를 느낄 수 있는 관광의 느낌이 아닌 휴식 느낌의 아늑한 집이었다. 환풍기, 냉장고, 싱크대, 포트기, 토스트 기와 각종 식기까지 모두 구비되어 있었으나 화장실 이외에는 휴지가 없었고 마실 수 있는 물이 구비되어 있지 않는 점이 불편했다. 숙소 주위에는 자그마한 구멍가게 이외에는 편의시설이 없어 차가 없으면 불편했다. 날씨가 추워 이용하지는 못했지만 날씨가 좋은 날에는 외부에서 바비큐 파티도 가능하다. 식탁에는 투숙객을 위해 제주 초콜릿과 꿀이 있었다. 청소 업체를 이용하지 않고 집주인이 직접 청소해 소비자가격을 낮추고 청결은 높은 숙소였다.

8. 제주도 호텔



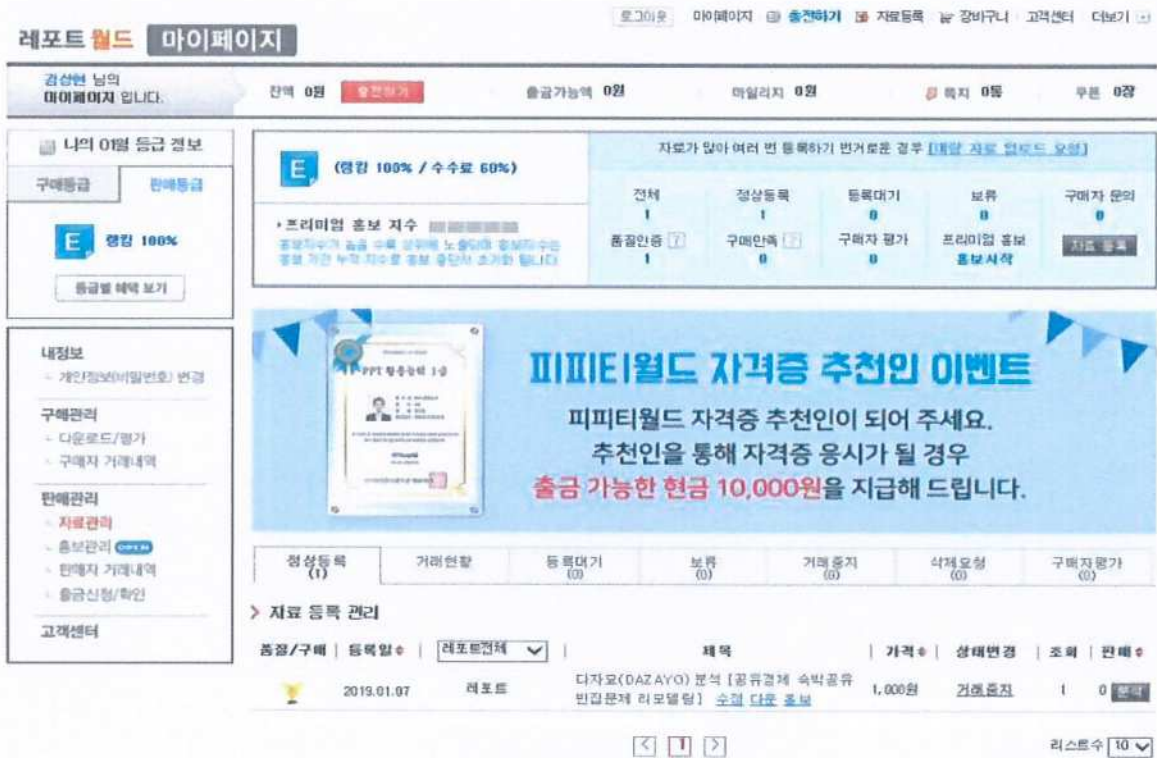
- 바다 바로 앞에 위치해 경치가 좋았고 숙소 앞에는 바이킹과 디스코 팡팡과 같은 놀이기구도 운영하고 있었다. 숙소 근처에는 맥도날드와 마트가 있고 1층에는 편의점 및 치킨집이 있어 편의시설을 이용하는데 불편함이 없었고 숙소 내부에 저렴한 가격에 제주도 기념품을 판매하는 장소도 있었다. 호텔 카드를 이용해 엘리베이터를 이용할 수 있었다. 침대와 TV 작은 책상이 비치된 전형적인 일반 호텔 느낌을 받았고 제주도에 왔다는 느낌을 받을 수 없었다. 바다가 보이는 포항이나 부산의 호텔과 비교해 차이점이나 특별한 이점을 찾을 수 없었다.



IX. 레포트 사이트 등록



- 레포트 사이트에 결과물 등록 완료.



## X. 결론 및 기대효과

### 1. 결론

- 1) 빈집 재생 프로젝트에 가장 적합한 나라 '일본'
  - 2020년 도쿄올림픽으로 인해 일본으로의 여행객 증가
  - 고령화가 계속해서 증가하고 있는 사회
  - 외곽만이 아닌 수도권 도쿄에도 빈집이 대량으로 발생하고 있는 시점
  - 빈집을 정부에서 무료로 제공하는 등 '다자요' 기업의 일본 진출은 최적
- 2) 사회적 문제인 빈집 문제 해결
  - 빈집으로 인한 도시 경관 악화, 붕괴나 화재 위험 증가, 범죄 발생률 증가
  - 범죄의 장소로도 사용되는 사회적 문제인 빈집 문제 해결
- 3) 침체된 지역 경제 활성화
  - 침체된 동네에 여행객, 관광객이 유입되면서 지역 경제 활성화
  - 도시재생 효과
- 4) 자연 훼손 방지
  - 자연을 훼손하는 무분별한 건축보다는 기존의 집을 리모델링
- 5) 공유경제 인기
  - 카풀과 같은 공유경제의 인기
  - 공유 하우스의 인기로 빈집 재생 프로젝트의 기회
- 6) 스타트업에선 큰 성과 하지만 낮은 인지도
  - 각종 투자유치 등 스타트업 기업에선 큰 성과를 이룸
  - 국내에 수많은 숙박업 규모에 비해 낮은 인지도
- 7) 현지에 맞는 마케팅 전략
  - 일본에 맞춘 브랜드 네이밍 [다자요 → 미나 네루(皆寝る) 모두 + 자다]
  - 현지 설문조사 결과를 통해 알아낸 자료를 통해 10 ~ 15만 원 가격대 설정
  - 가격 다음으로는 청결에 초점
  - 빈 집 문제에 대한 높은 인식을 이용한 긍정적인 기업 이미지 구축
  - 에어비앤비와의 연계로 인지도 향상 및 고객 유치
  - 사회적 문제를 해결하는 기업 이미지로 프로그램 출현

### 2. 기대효과

- 1) 빈집 문제 완화
  - 일본의 빈 집 문제는 심각하지만 아직까지 확실한 해결책은 없는 상황
  - 빈집 재생 프로젝트를 통해 일본의 빈집 문제를 완화
  - 빈집으로 인한 도시 경관 악화, 붕괴나 화재 위험 증가, 범죄의 장소로도 사용되는 사회적 문제인 빈 집 문제 완화
- 2) 지역 경제 활성화
  - 침체된 동네에 관광객, 여행객이 유입되면서 지역 경제 활성화
  - 관광객, 여행객 등을 위한 건물과 편의시설이 생기면서 도시재생 효과
- 3) 빈집재생프로젝트의 일본 진출 가능성과 성장성
  - 현지인 대상으로 진행한 스티커 투표와 구글 설문지 결과 빈집에 대한 인식도가 높으며 빈집을 리모델링한 숙소에서 숙박할 의향이 높게 나온 것을 보아 일본에서의 빈집 재생 프로젝트의 가능성과 성장성 확보.

- 빈집이라는 사회적 문제를 해결하는 긍정적인 기업 이미지 구축과 홍보로 다른 숙박기업과 차별화를 도모할 수 있다.

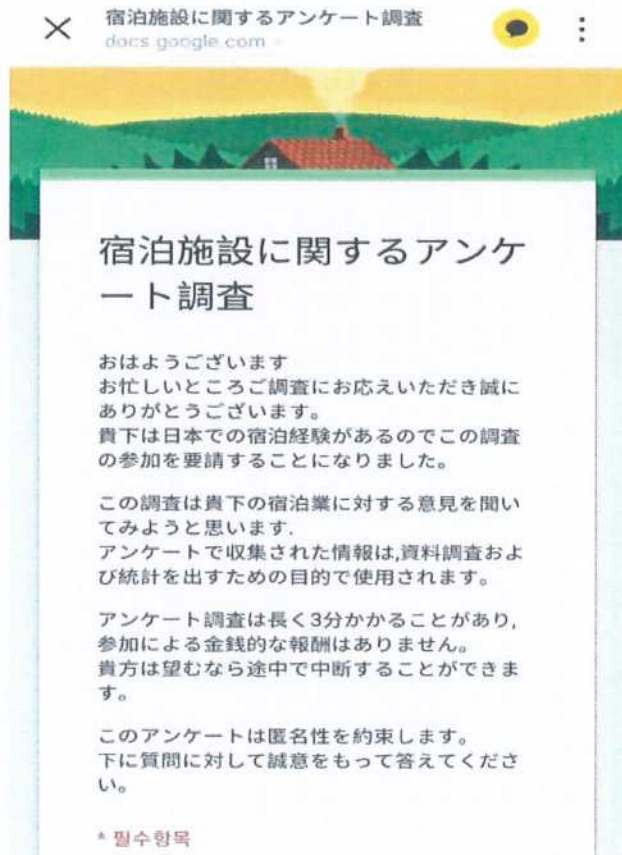
- 현지인이 가장 적절하다고 생각하는 숙박요금(1박)으로 10 ~ 15만 원 가격대 설정
- 가격 다음으로 중요하다고 생각하는 요소인 청결을 가장 큰 강점으로 가져간다면 유리
- 관광이 아닌 휴식과 힐링을 위해 온 손님을 주 타깃으로 선정
- 내부에는 최신 전자 브랜드 등 시설을 구비하여 리모델링 하우스에 대한 부정적 편견을 개선
- 일본에만 국한되지 않고 빈집이 많은 다른 나라 예를 들어 미국에도 진출 기대

- 출처 -

1. 제주 빈집 살리는 '다자요', 에어비엔비 손잡고 도약  
<http://www.news1.kr/articles/?3418403>
2. 다자요, 빈집 활용 프로젝트, 시드 투자 유치  
<http://www.newsje.com/news/articleView.html?idxno=112869>
3. 도쿄까지 비어가는 '빈집대국'  
[http://news.khan.co.kr/kh\\_news/art\\_print.html?artid=201603181642431](http://news.khan.co.kr/kh_news/art_print.html?artid=201603181642431)
4. 일본은 노동력 감소 문제와 주택 문제를 심각하게 앓고 있다.  
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2450716&cid=51727&categoryId=51728>
5. 일본의 '빈집 쇼크' ...폐가에서 희망을 살리다  
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2450716&cid=51727&categoryId=51728>
6. (빈집) 늘어나는 일본, 2033년엔 2166만채가 빈집  
<http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0924043966&code=11141700&cp=nv>
7. 일본, 헐값이나 무료로 빈집 제공해  
<http://www.nbntv.co.kr/news/articleView.html?idxno=136471>
8. 일본 수도권에만 빈집 74만채... 질어지는 고령화의 '그늘'  
<http://news.hankyung.com/article/201806126220i>
9. 에어비엔비  
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3580835&cid=59088&categoryId=59096>
10. 다자요  
<http://www.newspim.com/news/view/20161212000222>  
<http://www.nbntv.co.kr/news/articleView.html?idxno=137152>
11. 일본 후쿠오카 에어비엔비 숙소서 몰카 발견  
<http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2017062814032178501&outlink=1&ref=http%3A%2F%2Fsearch.naver.com>
12. 2033년엔 10채중 3채가 빈집... 늘어가는 日 사회의 그늘  
<https://m.news.naver.com/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=104&oid=020&aid=0003117544>
13. 日 교외엔 빈집투성이...  
<https://m.news.naver.com/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=104&oid=421&aid=0003728075>
14. 일본 빈집 활용 규제 완화  
<https://m.news.naver.com/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=104&oid=001&aid=0009938607>  
<https://m.news.naver.com/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=104&oid=055&aid=0000619777>
15. 일본 도쿄에 살지 않는 빈집 82만채 육박 공중위생 악화 범죄 온상 우려  
[http://mobile.newsis.com/view.html?ar\\_id=NISX20170630\\_0000028196](http://mobile.newsis.com/view.html?ar_id=NISX20170630_0000028196)
16. 쓰레기터미에 범죄 온상 빈집  
<http://m.mediaus.co.kr/news/articleView.html?idxno=129123>
17. 중고차값도 안되는 日 빈집...그래도 안팔린다  
<https://m.news.naver.com/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=011&aid=0003198892>
18. 日, 버려진 집 820만채... 수도권마저 '쓰레기 빈집' 골치  
[http://news.chosun.com/site/data/html\\_dir/2016/05/07/2016050700196.html](http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2016/05/07/2016050700196.html)

- 부록 -

< 구글 설문지 >



2. 宿泊の適正料金はいくらですか。(1泊基準)\*

- ¥5,000 以下
- ¥5,000 ~ 10,000
- ¥10,000 ~ 15,000
- ¥15,000 ~ 20,000
- ¥20,000 以上

3. 位置どこが好きですか。\*

- 観光地と近い場所
- 静かで休める場所
- 文化を楽しめる場所
- 交通の便利な場所
- 기타:

4. 日本に空き家があまりに多いこと(空き家問題)について知っていますか?\*

- いいえ
- はい

1. 宿泊を選定する時重要に思  
 う要素は何ですか。(重複選択  
 可能)\*

- 位置
- 親切
- 清潔
- 価格
- 施設
- 기타:

5. 空き家をリモデリングした  
 宿所で宿泊する意向はありま  
 ずか? (外部は周辺自然と調和  
 しながら内部は最新製品)\*

- いいえ
- はい

1/1 페이지

재출

Google 설문지를 통해 비밀번호를 제출하지 마세요

이 콘텐츠는 Google이 만들거나 승인하지 않았습니니다. 악용  
 사례 신고 - 서비스 약관

Google 설문지

< 구글 설문지 한글 번역 >

안녕하십니까?

바쁘신 와중에도 조사에 응해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

귀하는 일본에서의 숙박 경험이 있기에 이 조사의 참여를 요청 드리게 되었습니다.

이 조사는 귀하의 숙박업에 대한 의견을 들어보려고 합니다.

설문에서 수집된 정보는 자료조사 및 통계를 내기 위한 목적으로 사용됩니다.

설문조사는 길게 3분까지 걸릴 수 있으며 참여에 따른 금전적인 보수는 없습니다.

당신이 원한다면 도중에 중단할 수 있습니다.

이 설문지는 익명성을 약속드립니다.

아래에 질문에 대해 성심 성의껏 응답해주시면 감사하겠습니다.

1. 숙박을 선정할 때 중요하게 생각하는 요소는 무엇입니까? (중복선택가능)

위치 친절 청결 가격 시설

2. 숙박 적정요금은 얼마입니까? (1박 기준)

5만원 이하 5만원 ~ 10만원 10만원 ~ 15만원 15만원 ~ 20만원 20만원 이상

3. 어디를 선호하십니까?

관광지와 가까운 곳 조용하고 휴식을 취하는 곳 문화를 즐길 수 있는 곳 교통이 편리한 곳

4. 일본의 빈집문제에 대해 알고 있습니까?

아니요 네

5. 빈집을 리모델링한 숙소에서 숙박할 의향이 있으십니까?

(외부는 주변 자연과 조화를 이루며 내부는 최신 제품)

아니요 네

감사합니다.

< 구글 설문지 통계 >

Table with columns: No, Answer, Response, Location, Area, and Count. It lists survey results for various locations like '관악동' and '신림동' with their respective counts and percentages.