

일본 여성관광객의 한국 에스테틱 이용실태 및 서비스 품질 만족도

정주희 · 김주덕

숙명여자대학교 원격대학원 향장미용전공

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

최근 첨단 과학기술의 발전은 질 높은 의료서비스로 질병의 예방을 가능케 하여 인류의 수명을 계속 연장시키고 있다. 또한 고도의 경제성장을 통해 생활이 여유로워지면서 스트레스를 적극적으로 해소하고 젊음과 아름다움을 유지하면서 건강하게 사는 생활에 대한 사회적 욕구와 관심이 나날이 커지고 있다. 이러한 현대인의 웰빙(well-being)욕구를 충족시키는 서비스와 관련한 산업을 ‘뷰티산업’이라 부른다. 여기에는 인체를 보다 건강하고 아름답게 관리하기 위해 서비스를 제공하는 산업이 포함되는데 화장품을 기초로 한 피부미용, 메이크업, 헤어, 네일아트, 그리고 미용을 목적으로 하는 의료 서비스까지를 포괄적으로 의미한다고 할 수 있다.

현재 “ 우리나라의 뷰티산업의 규모는 2009년 4조6천억 원으로 지난 3년간 18%씩 증가해온 것으로 나타나고 있다. 2013년에는 6조원, 2020년에는 20조원 규모로 발전 할 것으로 전망하고 있다.¹⁾ 특히 아시아를 중심으로 확산되고 있는 한류의 열풍으로 아름다운 피부와 나이에 비해서 젊어 보이는 연예인들의 외모를 동경하는 외국인들이 한국 화장품, 에스테틱이나 미용성형 등에 큰 관심을 보이면서 이들 분야의 성장 활로가 넓어져 발전규모는 더욱 커질 것으로 기대를 모으고 있다.

하지만 업계의 기대에 비해 아직까지는 미용관광을 목적으로 한국을 방문하는 외국인은 많지 않다. 하지만 2008년-2010년 한국을 가장 많이 방문한 것으로 조사된 일본 여성 관광객은 다른 아시아 국가나 호주 관광객과 비교해 볼 때, 미용관광을 목적으로 방문하는 비율이 상대적으로 높다.²⁾

이들 일본 여성관광객을 대상으로 현재 일본 여성관광객들의 한국 에스테틱 이용실태를 분석하고 우리가 제공하고 있는 서비스에 대한 만족도와 재방문의도를 분석하여 앞으로 한국 에스테틱이 나아가야 할 방향에 대한 업계와 학계의 고찰이 필요한 때이다.

지금까지의 유사 선행연구로는 여성들의 피부관리실 이용 실태 및 만족도에 관한 연구(손현진 2008)³⁾, 피부관리실의 이용실태 및 개선에 관한 연구(박현정 2010)⁴⁾ 등이 있다.

하지만 안타깝게도 이들 대부분의 연구는 내국인을 대상으로 한 것으로 방한 일본 여성관광객의 경우를 비교하기에는 다소 한계가 있었다.

그 외에 방한 일본 여성관광객의 미용관광 선택행동에 관한 연구(오은주, 2004)⁵⁾, 피부미용이 관광객의 만족도와 재방문에 미치는 영향-일본인 여성관광객을 중심으로(구태규, 2009)⁶⁾에서는 방한 일본 여성관광객을 대상으로 하고 있는 유사 논문을 찾아 볼 수 있었다. 이들 논문에서는 미용관광을 관광선택 속성의 하나로 보고 이 요인의 만족도가 한국방문의 만족도와 재방문 의향과 상관관계가 있는지를 밝히는데 그쳐, 실제 한국 에스테틱의 이용실태에 대한 조사가 부족하다. 또한 한국의 기술수준과 서비스 수준에 대해 각각 어떤 부분에서 얼마큼 만족하고 있는지와 한국 에스테틱 재방문율에 관한 연계성에 대한 세부적 조사가 이루어지지 않아 새로운 서비스 개발이나 현재의 문제점과 개선점을 밝히는데 그 한계가 있다.

이에 본 연구에서는 일본 여성관광객의 한국 에스테틱 이용실태와 물리적 서비스, 직원관련 서비스, 정책관련과 미용기술 관련 서비스 각 4부분으로 나눈 객관적인 서비스 만족도 평가항목을 제시하고 그에 따라 조사된 만족도를 파악하여 그것이 재방문과 구전의도에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 조사하고자 한다.

그리고 현재 일본 여성관광객이 꼽는 한국 에스테틱의 개선점을 통해 나아갈 방향에 대한 의견을 제시하고 이를 바탕으로 일본 여성고객을 대상으로 하는 각 업체와 진출하려는 업체가 고객의 성향을 보다 잘 이해함으로써 소비자 기호에 맞는 서비스 개발과 마케팅에 참고할 수 있는 기초자료로 활용토록 하고자 한다.

2. 연구 문제

- 1) 일본 여성의 인구 통계적 특성에 따른 한국 에스테틱의 이용실태를 알아본다.
- 2) 인구 통계학적 특성에 따른 한국 에스테틱의 서비스 품질 만족도를 분석한다.
- 3) 인구 통계학적 특성에 따른 한국 에스테틱 재방문 의도 및 구전의도를 살펴보고, 만족도와 재방문의도 및 구전의도와의 상관관계를 분석한다.
- 4) 한국 에스테틱 이용실태와 서비스 만족도와 개선점을 파악하여 서비스 상품과 에스테틱 차별화 상품과 서비스를 개발 할 수 있는 근거를 제시한다.

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구는 한국을 방문한 일본인 관광객 중 한국의 에스테틱을 이용한 경험이 있는 20-50대 이상의 여성을 표집으로 하였다. 설문조사는 2012년 2월29일부터 3월31일까지 약35일간에 걸쳐 총450부의 설문지를 배부하고 불성실한 설문지 41부를 제외한 나머지 409부를 최종분석 자료로 활용하였다.

2. 연구도구

본 연구는 선행 논문들의 연구에서 사용된 설문지를 참조하여 연구 목적에 적합하도록 수정 보완한 설문문항과 본 연구자가 개발한 측정도구로 구성된 설문지를 사용하였다. 크게

5 가지 요인으로, 인구 통계학적 특성 6 문항, 한국 에스테틱 이용실태 9 문항, 서비스 품질 만족도 22 문항, 재방문 및 구전의도 4 문항, 개선점에 관한 1 개의 서술형 문항, 총 42 문항으로 구성하였으며 Cronbach α 로 측정도구의 신뢰도 평가를 마쳤다.

3. 자료 분석

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 15.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 분석기법으로는 연구대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도와 백분율을 산출하였으며, 일본 여성 관광객들의 한국 에스테틱 이용 실태와 한국 에스테틱 서비스 품질 만족도, 그리고 한국 에스테틱 재방문 의도와 구전의도를 알아보기 위해 χ^2 (Chi-square) 검증과 t-test(검증), One-way ANOVA(일원변량분석), 그리고 빈도 분석을 실시하였다. 또한 한국 에스테틱 서비스 품질 만족도와 재방문의도 및 구전의도와 의 관계를 파악하기 위해 Correlation(상관관계분석)을 실시하였다.

Ⅲ. 결과 및 고찰

1. 일본 여성관광객의 한국 에스테틱 이용실태를 살펴 본 결과, 한국 방문 시 에스테틱을 이용하는 이유는 저렴한 가격이 29.3%, 일본에 비해 효과가 좋기 때문에 28.4% 순이었다. 1회 이용 시 평균적으로 5천 엔-1만 엔 미만을 지출한다는 답변이 가장 많았고, 그 다음은 1만 엔-1만5천 엔 미만이었다. 그 중 30-40대, 회사원 및 자영업 종사자, 한국을 자주 방문한 여성, 월 급여가 많은 여성인 주 소비 중심계층은 일본에 비해 효과가 좋아서 한국 에스테틱을 이용하고 있으며 평균적으로 1회에 1만 엔-1만5천 엔 미만을 지출하고 있다는 답변이 가장 많았는데, 이는 일본 국내에서의 에스테틱 이용실태를 살펴본 조사결과인 평균비용 약1만 엔 보다 많은 금액임(7)을 볼 때, 실 소비층인 이들을 대상으로 에스테틱 서비스의 홍보와 프로그램 개발 시, 단순한 가격 경쟁력에 의존하기 보다는 전문적이고 객관적인 효과를 보여줄 수 있는 프로그램 위주의 개발과 마케팅 방법이 필요하다는 것을 알 수 있다.

2. 일본 여성관광객의 한국 에스테틱에 대한 전반적인 서비스 품질 만족도는 5점 만점 중 전체평균 3.93으로 높은 것으로 나타났다. 각 항목 중 각종 할인 및 쿠폰 제도의 사용이 가능하다는 4.20으로 가장 만족도가 높았고, 정확한 요금이 명시되어 있다, 홈페이지 이용이 편리하다, 미용기술의 수준이 높다 순으로 만족하고 있는 것으로 나타났다. 반면 시술 전 적절한 상담이 이루어지고 있다는 3.46으로 가장 낮은 인식을 보이고 있었으며, 샵 내부 및 기구, 도구 등의 위생상태가 청결하다, 관리시 사용되는 화장품의 품질은 좋다 순으로 낮은 만족도를 보였다. 각 서비스 품질 만족도 평가항목을 물리적, 인적, 정책, 기술, 네 부분으로 분류하여 분석한 결과, 미용기술 관련 서비스에 대해 전체 4.08로 가장 높은 만족도를 보였고, 다음으로 정책관련, 직원관련, 물리적 서비스 순으로 나타났다. 이러한 평가는 기술형 문항이었던 한국 에스테틱

의 개선점으로 지적된 결과와 일치하는 부분으로 이를 개선하기 위해 에스테틱샵 내의 주기적인 위생 점검을 시스템화 하고, 서비스 매뉴얼을 통해 체계적이고 지속적으로 직원 교육을 해나가야 한다고 사료된다.

3. 한국 에스테틱의 재방문과 구전의도를 살펴본 결과, 일본인 여성관광객의 한국 에스테틱 재방문 의도는 5점 만점 중 전체 평균 4.00으로 높았으며, 이용경험이 있는 에스테틱의 가격상승 시에도 재방문할 의향이 3.54 정도로 가격이 상승하더라도 재방문할 의지가 높음을 알 수 있다. 또한 한국 에스테틱을 일본의 주변인에게 권유할 의향이 있는지를 살펴본 결과 5점 만점 중 전체 평균이 4.29로 일본 여성관광객들은 일본에 있는 주변 친구에게 구전의도가 높은 것으로 나타났다. 서비스 품질 만족도와 재방문의도 및 구전의도와 관계 분석한 결과 물리적 서비스, 직원관련 서비스, 정책관련 서비스 만족도, 미용기술 관련 서비스 만족도, 전체 서비스 품질 만족도가 높을수록 재방문의도가 높았으며, 구전의도 역시 유의미한 정적 상관관계를 보임을 알 수 있었다.

4. 일본인 여성 관광객은 한국 에스테틱이 가장 개선해야 할 점으로 ‘관리사의接客태도’를 지적했으며, 관리실의 위생 상태와 시술전후의 설명부족 등을 개선해야 할 부분으로 인식하고 있음을 알 수 있었으며 서비스 품질 만족도의 동일 문항에 대한 평가와 유사한 결과가 도출되어 시급한 개선책이 요구됨을 알 수 있다.

IV. 결론

본 연구를 통해 일본인 여성관광객이 한국 에스테틱 이용과 향후 재방문하는 것에 대해 매우 긍정적으로 인식하고 있으며, 주변인에게 소개하고자 하는 강한 의지를 갖고 있음을 알 수 있었다. 오늘날 이러한 구전 의지는 직접적인 경로 외에도 인터넷의 개인 블로그와 각종 예약 사이트의 리뷰게시판에서 확산되는 특징을 가지는데, 조사 대상의 전 연령대의 과반수가 인터넷을 통해 한국 에스테틱에 대한 정보를 얻고 있음을 볼 때, 인터넷을 통한 다양한 마케팅 전략 수립이 필요하다. 또한 서비스 품질 만족도는 전반적으로 높았으나, 시술 전후의 설명부족과 위생 관련 부분에 대한 만족도가 상대적으로 낮음을 볼 때, 이에 대해 업체의 체계적이고 지속적인 직원교육과 시설점검이 요구된다. 그리고 시술 전후에 이루어지는 상담과 조언은 신뢰와 직결되는 문제이고 화장품 판매와 재방문, 신규고객 유치에까지 영향을 미친다는 점을 볼 때, 이에 대한 업체의 시급한 대책마련이 필요하다고 사료된다.

에스테틱은 고부가가치 서비스 산업으로 기여하는 바가 크고 젊고 건강한 삶을 영위하고자 하는 세계적인 트렌드는 계속될 것이며, 뷰티의료 관광산업을 지원하는 정부와 산업체의 움직임은 더욱 바빠질 것으로 기대되는 만큼 그 발전 가능성은 무한하다. 최근 매년 가장 많은 입국자 수를 기록하고 있는 일본 여성관광객의 한국 에스테틱 이용실태, 서비스 품질에 대한 만족도, 그리고 재방문과 구전 의도에 대한 연구로 부터 얻은 결과와 시사점을 통해, 고객의 성향을 보다 잘 이해하고 소비자 기호에 맞는 다양하고 한국적인 서비스 개발과 마케팅전략이

수립되기를 기대한다. 또한 관련 학계와 산업이 연계하여 보다 심층적인 후속연구를 지속하고 업계의 현 상황에 맞는 정부차원의 지원이 뒷받침 되어야 할 것이다.

V. 참고 문헌

- 1) 정삼철, 충북개발연구원 산업경제부 선임연구위원, 2010.9.7 중부매일 19면
- 2) 『외래관광객 국가별 보고서_일본』, 2010, 한국문화관광연구원, p.10
- 3) 손현진. 2008. 여성들의 피부관리실 이용실태 및 만족도에 관한 연구. 국내석사학위논문. 숙명여자대학교 원격대학원.
- 4) 박현정. 2010. 피부관리실의 이용실태 및 개선에 관한 연구. 국내석사학위논문. 숙명여자대학교 원격대학원.
- 5) 오은주. 2004. 방한 일본 여성관광객의 미용관광 선택행동에 관한 연구; 서울지역을 중심으로. 국내석사학위논문. 세종대학교 대학원.
- 6) 구태규. 2009. 피부미용이 관광객의 만족도와 재방문에 미치는 영향; 일본인 여성관광객을 중심으로. 국내석사학위논문. 경희대학교 대학원.
- 7) 『エステサロン調査; ~東名阪エリア20~59歳女性のエステサロン利用実態~』 2011.5, 株式会社アンド・ディ, p.12