

일본인 관광객의 의료관광상품 선호도 영향요인 분석

윤성용*, 이재국**, 류시원***†

인제대학교 상계백병원*, 선문대학교 건강보건대학 응급구조학과**,
인제대학원대학교 보건경영학과***

<Abstract>

Influencing Factors to Preference of Medical Tourism Products of Japanese Tourists

Seong-Yong Yoon*, Jae-Gook Lee**, See-Won Ryu***†

Inje University Sanggye Paik Hospital,
Department of Emergency Medical Technology, Sun Moon University**,
Department of Health Policy and Healthcare Management, Inje Institute of
Advanced Studies****

Objectives : This study was supposed to investigate factors which influence to preference of medical tourism products of Japanese tourists in Seoul, Korea.

Methods : Data were collected from 228 Japanese tourists who visited ‘Seoul Center for Culture & Tourism’ in Myeong-dong, Seoul, Korea. We measured factors which influence to preference for medical tourism. The data were analyzed by T-test, ANOVA, and multiple regression analysis.

Results : The major findings were as follows ;

Japanese tourists preferred medical products in the order of skin care, oriental medicine treatment, health screening, and scaling & teeth whitening. They considered technical level of medical staff most importantly, followed by safety of medical products, communication during diagnosis and treatment,

* 투고일자 : 2010년 11월 4일, 수정일자 : 2010년 11월 28일, 게재확정일자 : 2010년 12월 10일

† 교신저자 : 류시원, 인제대학원대학교 보건경영학과, 전화 : 02-2270-0984, E-mail : seewon@inje.ac.kr

follow-up service, modernization of medical facilities and equipment, and the reasonable medical expenses.

Japanese tourists' preferred medical institutions in the order of a university hospital, a specialty clinic, a special hospital, They said they intend to pay 50,000 to 150,000 yen for medical tourism.

The preference to medical tourism products are that single women group in their twenties and thirties for skin care, married people group aged over thirties preferred oriental medicine treatment, and married men aged over forties and high income earners favored health screening.

Conclusions : It should be considered carefully that the preference exists on some factors especially for Japanese tourist. Further research about preference on medical tourism products for tourists from the other countries is required appropriately to fulfill the needs.

Key Words : *Medical tourism, Preference attributes, Medical tourism products*

I. 서 론

경제성장에 따른 소득증대로 삶의 질이 향상되고 평균수명이 늘어남에 따라 고령화가 빠르게 진전되고 있으며 건강과 참살이(well-being)에 대한 관심이 증대되고 있다(이재면, 2007; 김미주, 2009). 이러한 인구 및 사회경제적 환경의 변화에 따라 소비자들은 건강 및 질병관리에 대한 관심뿐만 아니라 국가간 또는 지역간 의료의 질과 가격 차이에 대해서도 깊은 관심을 가지게 되었으며, 의료서비스 공급자들도 수가(가격) 등에 의한 관리통제의 부담에서 벗어나 새로운 수익성 제고 방안을 추구하여 왔다.

이러한 사회경제적 환경의 변화 속에서 건강증진 및 치료를 목적으로 하는 환자들에게 관광활동과 결합하여 우수한 의료서비스를 제공하는 의료관광(medical tourism)이 고부가가치의 성장잠재력을 지닌 미래 유망산업으로서 주목을 받고 있다(김이향 외 2008; 이웅규, 정병웅, 2007; 노정철, 2009; 조구현, 2006). 의료관광의 성장배경은 자국에서의 비싼 치료비용과 오랜 대기시간에 대한 불만, 저렴한 국제항공운임과 환율 변동의 혜택, 전반적인 의료기술의 발달과 서비스 수준의 향상, 그리고 풍요로운 베이

비빔 세대의 등장 등을 꼽을 수 있다(Connell, 2006). 특히 선진국에서 고령화 인구들의 소득이 증가하고, 연금제도가 보편화 되면서 적극적인 질병의 치료, 건강의 유지와 증진에 관심이 높아지고 있으며, 과거에는 후진국의 부유한 환자들이 선진국의 의료센터를 찾아 여행하였으나, 이제는 선진국의 부유한 환자들이 저렴하면서 신뢰성 있는 외국의 병원을 찾아 의료관광을 나서고 있다(강재정, 오상훈, 2008). 즉 북미지역 선진국에 비해 저렴한 의료비용, 아시아 문화에 배여 있는 친절성 및 신속한 의료서비스, 선진국 수준의 의료서비스와 휴양시설 등의 장점을 갖춘 싱가포르, 태국, 인도 등이 아시아의 의료관광 목적지로 주목받고 있다(김도영, 김맹선, 2008).

전 세계 의료관광시장의 규모는 2004년과 2007년에 각각 400억 달러 및 600억 달러였으며, 2012년에는 1,000억 달러로 증가할 것으로 예측하고 있다. 세계 의료관광객 수는 2005년과 2007년에 각각 1,900만명과 2,580만명이었으며, 2012년에는 4,000만명으로 증가할 것으로 예측하였다(McKinsey & Company(2008) 및 RNCOS(2008)의 자료: 임형택, 2010에서 재인용). 이에 전 세계적으로도 의료산업과 이와 연계한 관광개발에 관심이 증대되고 있으며(Yunus, 2004), 의료서비스를 관광상품과 연계한 의료관광 마케팅이 추진되고 있다(Perotin, 2004; Pritchard, 2003).

현재 우리나라의 의료관광산업은 아시아의 의료관광 선진국에 비해 초기단계에 머무르고 있는 실정이지만, 국내 의료전문가를 대상으로 한 설문조사에서 우리나라의 의료서비스 수준은 미국 대비 76%, 일본 대비 85%, 유럽의 87% 수준으로 인식되고 있다(한국보건산업진흥원, 2002). 한편 한국 의료기술 수준은 선진국에 근접하거나 대등하면서도 한국의 전반적인 의료비는 미국 대비 1/10, 일본대비 1/5, 싱가포르 1/2수준으로, 대표적인 처치 및 수술비는 미국의 1/10, 일본의 1/5 수준이며 검사료는 미국의 1/4~1/20, 일본의 1/2~1/5 수준에 불과한 것으로 나타났다(한국병원경영연구원, 2004).

이처럼 우리나라의 경우 전반적인 의료서비스 수준이 선진국에 근접하면서도 의료서비스 가격은 미국, 일본 등 선진국에 비하여 매우 저렴하여 품질 대비 가격경쟁력을 갖추고 있다. 또한 우리나라는 자연환경, 휴양 여건과 함께 의료관광지로서 좋은 입지조건을 갖추고 있어 의료관광의 시장성이 인식되고 있다(한국관광공사, 2008).

이에 정부에서도 우리나라 의료의 대외경쟁력을 강화하고 의료관광산업을 신성장 동력산업으로 육성하기 위해 외국인 환자 유인알선 행위를 허용토록 의료법을 개정하였고(법률 제9386호, 2009.1.30. 공포, 5.1. 시행), 한류열풍의 영향과 한국의 우수한 의료 기술수준이 아시아 의료관광객들에게 널리 알려지면서 의료관광 에이전시는 국내의 유명한 병·의원과 협력하여 한방체험형태의 한방 의료관광, 한류열풍 관련 의료관광 및

미용성형관광 패키지, 건강검진상품 등 의료관광상품을 개발하여 전문 통역사를 따로 두어 상담하거나 병·의원을 홍보하는 등 외국인 환자 유치를 위한 마케팅 활동을 적극적으로 추진하고 있다.

최근 서울의 명동 및 강남 지역, 부산 서면지역을 중심으로 성형·미용, 한방, 건강검진 등을 위해 한국을 찾는 일본인 의료관광객이 꾸준히 증가하고 있으나, 국내 의료관광의 주요 표적시장인 일본 관광객을 대상으로 한 맞춤형 의료관광상품 개발을 위한 보다 체계적이고 세분화된 마케팅 전략 수립의 필요성이 증대되고 있다. 일본인 관광객은 문화관광, 쇼핑관광, 의료관광 등의 다양한 유형들이 있을 수 있으며, 정부의 의료관광 대상은 주로 의료관광객이 직접 또는 국내외 에이전시(여행사)의 중개를 통한 의료관광에 초점을 맞추고 있다(임형택, 2010; 변정우, 김양균, 2010). 그러나 의료관광을 목적으로 하는 관광객뿐만 아니라 문화관광 또는 쇼핑관광 등을 1차 목적으로 하는 관광객을 대상으로도 의료상품을 제공하여 수익을 창출하는 방안도 의미가 있다고 사료된다.

국내 의료관광 관련 선행연구는 의료상품의 선호도, 의료관광상품 선택동기, 의료관광목적지로서의 한국 인지도 등에 대한 실태조사(한국관광공사, 2008, 2007; 보건복지부, 2006) 및 실증연구 또한 의료관광객의 인구통계학적 특성 및 상품선택속성에 대한 관련성 분석(유지윤, 강재정, 2008) 등 기술적인 보고서가 있다. 그러나 여러 국가들로부터 다양한 목적으로 입국하는 관광객들에 대하여 의료관광에 대한 수요가 존재하고 있음에도 불구하고, 이에 대한 근거 기반의 대응방안 마련은 미흡한 것으로 사료된다. 그러므로 본 연구에서는 다양한 관광목적의 일본인 관광객들을 대상으로 의료관광 마케팅 전략을 수립하여야 한다는 전제를 하고, 그들이 선호하는 의료상품 및 의료상품과 연계한 관광활동을 우선 도출한 후, 구매동기에 해당하는 의료관광상품 선택속성의 중요도 및 의료관광객의 소비 행태적 특성을 파악하고, 선호도가 높은 의료상품군에 대하여 선호도에 영향을 미치는 요인들을 분석하고자 하였다.

II. 연구방법

1. 연구대상 및 자료수집

한국을 방문하는 일본인 관광객을 모집단으로 하고, 서울 명동 소재 ‘서울 문화교류·관광정보 센터’를 방문하는 일본인 관광객 중 설문지 작성 요청에 협조적인 20세 이상 성인남녀 248명을 연구 대상으로 하였다.

구조화된 자기기입식 설문지를 일본어로 번역한 후, 능숙한 일본어 구사능력을 갖춘 조사원 2명을 채용하여 연말과 신년 휴가를 이용한 가족단위 일본 관광객의 방문이 많은 2010년 1월 중(2010년 1월 2일부터 2010년 1월 28일까지 27일간)에 자료를 수집하였다.

설문조사의 진행은 조사원 2명이 피조사자에게 설문작성 요령을 구두로 설명하고, 필요 시 질의응답을 받은 후 피조사자가 설문지 작성을 하도록 하였으며, 설문에 응답한 피조사자에게 소정의 기념품을 증정하였다. 수집된 설문지 중 미비하거나 불성실하다고 판단되는 자료 20부를 제외하고 최종 228부를 최종분석에 사용하였다.

2. 측정도구 개발 및 측정항목 선정

1) 의료관광상품 선택속성 중요도

의료관광 선택속성 중요도에 대한 측정도구를 개발하기 위하여 선행연구에서 의료관광 선택속성으로 공통적으로 사용하였던 측정항목들을 의료상품 선택속성 부문과 의료관광목적지 선택속성 부문으로 구분하였다. 그리고 측정하고자 하는 구성개념별로 각 측정항목들을 묶은 후, 측정항목 중 선행연구에서 공통적으로 또는 빈번하게 사용되었던 설문 문항들을 선별하여, 본 연구의 측정도구로 사용하였다.

본 연구에서 사용할 의료관광 선택속성의 중요도 중 의료부문에 해당하는 의료상품 선택속성 중요도 부문은 16개의 문항, 관광부문에 해당하는 의료관광목적지 선택속성 중요도는 10개 문항으로 구성하여 6점 Likert 척도로 의료관광상품 선택속성의 중요도를 평가하도록 설문지를 구성하였다<표 1>.

26개의 문항으로 구성된 의료관광상품 선택속성 중요도 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검정을 위해 2009년 8월 중 예비연구를 실시하였다. 요인분석에서 요인적재량(factor loading) 검토 후 각 요인에 높게 적재된 변수를 중심으로 의료상품 선택속성에서 3개의 요인(의료의 질, 의료의 접근성/편의성, 의료의 다양성/차별성), 의료관광목적지 선택속성에서 3개의 요인(관광목적지의 접근성/편의성, 관광목적지의 매력, 관광목적지의 문화/환경)을 분류하였다. 그리고 의사 및 간호사의 친절성, 의료지원인력의 전문성, 의료시설 및 장비의 안전성, 의료기관의 평판 및 명성 등 4개 문항은 요인분석 결과에서 각 요인 문항에 높은 교차부하량을 보이므로 본 연구에 사용할 측정문항에서 제외시켰다.

<표 1> 의료관광상품 선택속성 중요도 측정도구

구분	변수	측정도구(설문지 문항)	측정문항(선행연구)	참고 문헌																
				A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K						
의 료 상 품	품질	의료진의 기술수준(전문성)	의료의 질적 수준	○	○	○	○													
			의료기술 수준					○												
			의료진의 전문성							○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
		의료시설 및 장비의 현대화	의료시설의 현대화	○	○	○	○													
			의료시설 및 장비					○		○	○								○	
		진료 후 사후관리	시술 후 고객관리의 충실성	○																
			사전·사후 관리서비스		○		○													
		의료 상품의 안전성	의료사고에 대한우려(안전성)												○	○				
			의료비의 적정성(저렴한의료비)	의료비용의 적정성		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		진료상의 의사소통	진료상의 의사소통		○		○					○	○							
	의사 및 간호사의 친절성		의사 및 간호사의 친절성											○						
	의료지원인력의 전문성	환자지원인력의 전문성											○							
		의료시설 및 장비의 안전성	의료시설 및 장비의 안전성	○																
	의료기관의 평판 및 명성	의료시설의 청결성	○																	
		의료기관의 평판 및 명성	의료기관의 평판 및 명성	○									○							
	의료기관의 인지도	의료기관의 인지도											○							
		의료서비스의 차별성	의료서비스의 차별성	○		○		○	○								○			
	다양성·차별성	의료 상품의 다양성	다양한 의료관광 상품																	
의료상품의 가격 다양성		패키지 진료상품 의료보험의 적용범위 상품가격의 할인율 적용											○	○				○		
접근성·편의성	진료 예약 및 수속절차의 편의성	편리한 예약 및 수속 절차											○	○	○					
		짧은 진료 대기시간	짧은 진료 대기시간											○						
	의료서비스 정보시스템 및 진료 안내체계	의료시스템 차이 의료서비스정보시스템 및 안내체계													○		○			
의 료 관 광 목 적 지	접근성·편의성	교통 편리성	교통 편리성			○		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	v		
		짧은 비행거리	짧은 비행거리	○	○		○													
	비자발급 및 입국절차의 편의성	비자발급 및 입국절차			○		○													
		출입국수속 서비스의 편의성	관광숙박시설의 질과 종류 및 수용능력													○			○	
	숙박시설의 질과 종류 및 수용능력	관광숙박시설의 다양성																		
관광지 매력	관광 프로그램의 다양성	관광 프로그램의 다양성						○	○	○					○	○				
	관광 프로그램의 차별성	관광 프로그램의 매력			○	○	○													
	관광지의 안전성	관광지역의 차별성																○		
환경 문화	기후	관광지의 안전성	관광지의 안전성			○	○	○	○	○								○		
		기후	기후	○	○	○	○	○										○		
아름다운 자연경관	아름다운 자연경관	아름다운 자연경관	아름다운 자연경관	○	○		○													
		음식	음식			○	○												○	

A : 김이향 외(2008), B : 강제정, 오상훈(2008), C : 박봉규(2008),
 D : 유지윤, 강제정(2008), E : 황여임(2005), F : 홍현아(2007),
 G : 한국관광공사(2008), H : 최윤정(2007), J : 박정현(2008), K : 이창미(2008)

한편 예비연구를 거쳐 연구 대상을 ‘서울을 방문한 일본인 관광객’으로 최종 확정하고, 일본인 관광객을 대상으로 한 의료관광 선택속성에 관한 선행연구(강재정, 오상훈, 2008 ; 김미경 외, 2008 ; 김이향 외, 2008 ; 박봉규, 2008 ; 유지윤, 강재정, 2008 ; 문보영, 2007)를 재검토한 후, 본 조사의 의료관광상품 선택속성 중 관광 부문의 선택속성 중요도 측정도구를 ‘의료관광목적지 선택속성 중요도’에서 ‘의료상품과 연계한 관광활동 선택속성 중요도’로 개념변수를 수정하였다. 그리고 본 조사의 목적에 맞게 의료관광상품 소비 특성 중 의료상품과 연계한 관광활동 선호도 변수와 이변량 분석 가능하도록 설문지 구성을 보완하여, 의료관광상품 선택속성 중요도 측정도구는 총 22개 문항(의료상품 선택속성 중요도 12개 문항, 의료상품과 연계한 관광활동 선택속성 중요도 10개 문항)으로 하였다.

2) 의료상품, 관광활동, 의료시설 선호도

(1) 의료상품 선호도

의료관광상품 소비 특성 중 의료상품 선호도 측정문항을 구성할 의료상품 항목의 선정은 국내 의료관광에 대한 실태조사(한국관광공사, 2008 ; 보건복지부, 2006 ; 한국보건산업진흥원, 2006)와 의료관광상품 개발에 관한 연구(유지윤, 2009 ; 신윤숙, 2008), 의료상품 선호도에 관한 연구(김민철 외, 2008 ; 류인평, 국중을, 2008 ; 박봉규, 2008 ; 문보영, 2007 ; 이창미, 2008 ; 최윤정, 2007 ; 황여임, 2005 ; 홍현아, 2007)를 참고로 하였다.

선행연구로부터 한국 의료관광상품에 대한 인지도 또는 선호도가 높게 나타난 의료상품, 의료관광 선진국들에 비해 상대적으로 의료수가가 낮으면서 의료기술 수준이 높은 의료상품, 실태조사와 선행연구에서 공통적으로 사용하고 있는 의료상품들을 도출하여 본 연구에서 의료상품 선호도 측정문항으로 사용할 의료상품들을 선정하였다.

본 연구의 의료상품 선호도 측정문항에서 의료상품은 스킨케어, 한방치료, 건강검진, 스케일링 및 치아미백, 미용성형, 치아교정, 임플란트, 라식수술 등 8개 항목으로 구성하였고 6점 Likert 척도로 각 의료상품 선호도를 평가하도록 설문지를 구성하였다.

(2) 의료상품과 연계한 관광활동 선호도

의료관광상품 소비 특성 중 의료상품과 연계한 관광활동 선호도 측정문항을 구성할 관광활동 항목의 선정은 국내 의료관광에 대한 실태조사(한국관광공사, 2008), 의료관광상품 개발에 관한 연구(김미경 외, 2008 ; 문보영, 2007 ; 박봉규, 2008 ; 이재면, 2007 ; 최윤정, 2007 ; 황여임, 2005)를 참고로 하였다.

선행연구로부터 의료관광객의 선호도가 높게 나타난 관광활동, 실태조사와 실증연구에서 공통적으로 사용하고 있는 관광활동 항목들을 도출하여, 본 연구에서 의료상품과 연계한 관광활동 선호도 측정문항으로 사용할 관광활동 항목을 선정하였다.

본 연구의 의료서비스와 연계한 관광활동 선호도 측정문항에서 관광활동은 쇼핑, 관광명소 방문, 식도락 여행, 휴양 및 휴식, 문화체험(절, 태권도, 한국요리 등), 행사참여(공연, 민속행사, 축제참가 등) 6개 항목으로 구성하였고 6점 Likert 척도로 각 관광활동 선호도를 평가하도록 설문지를 구성하였다.

(3) 한국에서 이용하고 싶은 의료시설

의료관광상품 소비 특성 중 의료관광 목적지로 한국을 선택하여 의료서비스를 받는다면 이용하고 싶은 의료시설을 묻는 설문 문항에서, 의료시설의 종류는 유지윤, 강제정(2008)의 한·중·일 관광객의 의료관광 선호속성에 관한 실증연구를 참고로 하여 대학병원(상급종합병원), 중형의 전문병원, 개인 전문클리닉, 휴양단지형 의료시설, 보건(진료)소, 기타 등 6개 항목으로 구분하여 설문지를 구성하였다.

3. 의료상품 선택속성 중요도 변수들의 타당도 및 신뢰도 검증

본 연구에서는 의료상품 선택속성 중요도를 3개 구성개념(의료의 질, 의료의 접근성, 의료의 다양성 및 차별성)으로 하여 다문항으로 측정하였으며, 이들에 대한 타당도 및 신뢰도를 검정하여 도구변수로 활용하였다.

변수의 타당도는 요인분석으로 하였다. 요인추출은 주성분분석(principle component analysis)을 이용하였고, 요인행렬 회전은 각 요인의 독립성을 유지하면서 요인 적재량(factor loadings)을 단순화하기 위하여 varimax rotation 방법에 의한 직교회전을 실시하였다. 요인의 분류는 요인 적재량을 검토한 후 각 요인에서 가장 높게 적재된 측정 변수들을 중심으로 하였다.

의료상품 선택속성 중요도의 타당도 및 신뢰도 검정결과, 요인별 기술통계는 <표 2>과 같다. 의료상품의 선택속성의 중요도 측정도구는 3개의 요인을 분류하였다. 3개의 각 요인의 고유값(eigen value)은 모두 1이상 이었으며, 이들 3개 요인의 설명력은 64.17%로 나타났다.

제1요인은 의료상품의 안전성, 진료상의 의사소통, 의료진의 기술수준(전문성), 진료 후 사후관리, 의료시설 및 장비의 현대화 등이 주로 적재되어 의료의 질로 정의하였다. 제2요인은 짧은 진료 대기시간, 의료정보시스템 및 진료안내 체계, 진료예약 및 수속

절차의 편의성, 의료비의 적정성(저렴한 의료비) 등이 주로 적재되어 의료의 접근성으로, 제3요인은 의료상품의 다양성, 의료상품의 가격 다양성, 의료상품의 차별성 등이 주로 적재되어 의료의 다양성 및 차별성으로 정의하였다.

분류된 각 요인들의 신뢰성을 검증하기 위해 내적 일관성을 측정된 결과, 각 요인들에 대한 Cronbach's Alpha 계수는 모두 0.6 이상으로 높게 나타났다(Hair 등, 1998).

<표 2> 의료상품 선택속성 중요도의 타당도 및 신뢰도

항 목	요 인		
	의료의 질	접근성	다양성/차별성
의료상품의 안전성	.830	.110	.020
진료상의 의사소통	.674	.304	.214
의료진의 기술수준(전문성)	.661	.129	.004
진료 후 사후관리	.658	.154	.339
의료시설 및 장비의 현대화	.616	.243	.234
짧은 진료 대기시간	.145	.870	.199
의료정보시스템 및 진료안내 체계	.210	.823	.201
진료예약 및 수속 절차의 편의성	.240	.796	.151
의료비의 적정성(저렴한 의료비)	.238	.447	.278
의료상품의 다양성	.163	.263	.856
의료상품의 가격 다양성	.083	.149	.847
의료상품의 차별성	.201	.227	.771
고유값	2.646	2.614	2.441
누적분산	22.046	43.830	64.168
신뢰도(Cronbach- α)	.778	.814	.867
평균±표준편차	5.62±0.351	4.49±0.571	3.45±0.741

4. 자료분석방법

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS Window 18.0을 사용하여 분석하였다.

응답자의 일반적 특성 및 의료관광상품 소비 특성, 의료상품 선호도 및 선택속성 중요도, 의료상품과 연계한 관광활동 선호도 및 선택속성 중요도에 대한 기술통계량을 구하고, 응답자의 일반적 특성에 따른 의료상품 선호도 차이, 의료관광상품 소비 특성에 따른 의료상품 선호도 차이는 T-test와 ANOVA, 의료상품 선호도와 선택속성 중요도

간의 관계, 의료상품 선호도와 의료상품과 연계한 관광활동 선호도 간의 관계는 Pearson's 상관분석을 하였다. 의료상품 선택속성 중요도 요인은 다항목으로 측정하여 베리맥스 회전방법의 요인분석하여 집중타당성 및 판별타당성을 확인하였으며(기준값: 요인적재값 0.4), Cronbach's Alpha 계수(기준값: 0.6)로 신뢰도를 검증하였다(Hair 등, 1998). 또한 의료상품별 선호도에 대한 영향 요인을 분석하기 위해 다중선형회귀 분석을 실시하였다.

Ⅲ. 연구 결과

1. 응답자의 일반적인 특성 및 의료관광상품 소비 특성

1) 응답자의 일반적 특성

응답자 228명의 일반적 특성을 살펴보면 <표 3>과 같다. 여자가 68.4%, 기혼이 50.9%, 연령분포는 20대(33.8%)와 50대(30.7%), 교육정도는 대졸(58.3%), 전문대졸(26.3%)이 대다수를 차지하였다. 직종은 주부(25.9%)가 가장 많았고, 사무직(21.1%), 학생(19.7%), 상업 또는 서비스업(9.2%) 등의 순이었다. 월평균 수입은 15만엔~25만엔 미만(32.0%), 25만엔~35만엔 미만(25.4%)이 대다수를 차지하였다.

2) 응답자의 의료관광상품 소비 특성

의료관광상품의 소비 특성은 <표 4>와 같다. 이용하고 싶은 의료 기관은 대학병원(58.8%)이 가장 많았고, 개인 전문클리닉(28.5%), 중형의 전문병원(11.8%), 휴양단지형 의료시설(0.9%) 순이었다. 의료관광을 위해 지불할 의향이 있는 비용은 5만엔~10만엔 미만(44.7%), 10만엔~15만엔 미만(31.6%)이 대다수를 차지하였다.

3) 의료상품 및 의료상품과 연계한 관광활동 선호도

의료상품 및 의료상품과 연계한 관광활동 선호도에 대한 기술통계량 결과는 <표 5>와 같다. 의료상품 중 스킨케어에 대한 선호도 평균은 5.33으로 가장 높았으며, 한방치료 4.85, 건강검진 4.18, 스케일링 및 치아미백 4.01, 미용성형 3.02, 치아교정 2.38, 임플란트 2.15, 라식수술 1.85 순이었다. 의료상품과 연계한 관광활동 중 식도락 여행에 대한 선호도 평균은 5.52로 가장 높았으며, 쇼핑 5.48, 관광명소 방문 4.90, 휴양 및 휴식 4.28, 행사참여(공연, 민속행사, 축제 등) 3.58, 문화체험(절, 태권도, 한국요리 등) 3.28 순이었다.

<표 3> 응답자의 일반적 특성

특 성	항 목	응답 수	백분율(%)
성별	남	72	31.6
	여	156	68.4
결혼상태	미혼	112	49.1
	기혼	116	50.9
연령	20대	77	33.8
	30대	42	18.4
	40대	39	17.1
	50대 이상	70	30.7
교육정도	고졸	22	9.6
	전문대졸	60	26.3
	대졸	133	58.3
	대학원 재학 및 졸업	13	5.7
직종	사무직	48	21.1
	상업 또는 서비스업	21	9.2
	자영업자	18	7.9
	전문직 또는 관리자†	15	6.6
	공무원 또는 교사	14	6.1
	학생	45	19.7
	주부	59	25.9
	무직	8	3.5
월평균수입	15만엔 미만	48	21.1
	15만엔 ~ 25만엔 미만	73	32.0
	25만엔 ~ 35만엔 미만	58	25.4
	35만엔 ~ 45만엔 미만	26	11.4
	45만엔 이상	23	10.1
전체		228	100.0

† : 교수, 의사, 변호사, 기업 임원 및 관리자

<표 4> 의료관광상품 소비 특성

특 성	항 목	응답 수	백분율(%)
이용하고 싶은 의료기관	대학병원	134	58.8
	중형의 전문병원	27	11.8
	개인 전문클리닉	65	28.5
	휴양단지형 의료시설	2	0.9
지불할 의향이 있는 비용	5만엔 미만	19	8.3
	5만엔 ~ 10만엔 미만	102	44.7
	10만엔 ~ 15만엔 미만	72	31.6
	15만엔 ~ 20만엔 미만	27	11.8
	20만엔 이상	8	3.5
	전 체	228	100.0

<표 5> 의료상품 및 의료상품과 연계한 관광활동 선호도

구 분	항 목	M ±SD
의료상품 선호도	스킨케어	5.33 ±0.920
	한방치료	4.85 ±0.938
	건강검진	4.18 ±1.110
	스케일링 및 치아미백	4.01 ±1.185
	미용성형	3.02 ±1.402
	치아교정	2.38 ±1.212
	임플란트	2.15 ±1.118
	라식수술	1.85 ±1.126
의료상품과 연계한 관광활동 선호도	식도락 여행	5.52 ±0.640
	쇼핑	5.48 ±0.804
	관광명소 방문	4.90 ±0.943
	휴양 및 휴식	4.28 ±1.161
	행사참여(공연, 민속행사, 축제 등)	3.54 ±1.108
	문화체험(질, 태권도, 한국요리 등)	3.28 ±1.102

2. 일반적 특성에 따른 의료상품 선호도

응답자의 일반적 특성에 따른 의료상품(스킨케어, 한방치료, 건강검진, 스케일링 및 치아미백) 선호도 차이를 검증하기 위한 T-test와 ANOVA 결과는 <표 6>과 같다.

1) 응답자의 일반적 특성에 따른 스킨케어 선호도

스킨케어 선호도는 여자(5.70), 미혼(5.54)이 높았고($p < 0.01$), 20대(5.61)와 30대(5.55)가 40대(4.95)와 50대 이상(5.10)보다 높았으며($p < 0.001$), 고졸(5.64), 전문대졸(5.35), 대졸(5.35)이 대학원 재학 및 졸업(4.54)보다 높게 나타났다($p < 0.01$). 또한 상업 또는 서비스업(5.81), 주부(5.64), 학생(5.51)에서 선호도가 높게, 전문직 및 관리자(4.27)에서 선호도는 낮게 나타났으며($p < 0.001$), 월평균 수입이 15만엔 미만(5.50), 15만엔~25만엔 미만(5.68), 25만엔~35만엔 미만(5.31) 경우 다른 집단보다 선호도가 높게 나타났다($p < 0.001$).

2) 일반적 특성에 따른 한방치료 선호도

한방치료 선호도는 기혼(5.12)이 높았고($p < 0.001$), 30대(5.00), 40대(5.21), 50대 이상(4.99)에서 선호도가 높게, 20대(4.45)는 선호도가 낮게 나타났다($p < 0.001$). 또

한 사무직(5.02), 자영업자(5.06), 전문직 및 관리자(5.07), 주부(5.02), 공무원, 교사 무직에 해당하는 기타(5.09)의 선호도가 상업 또는 서비스업(4.29), 학생(4.42)보다 높았으며(p<0.001), 월평균 수입 45만엔 이상(5.30)인 경우 선호도가 가장 높았고, 15만엔 미만(4.35)에서 선호도가 낮게 나타났다.(p<0.001).

<표 6> 응답자의 일반적 특성에 따른 의료상품 선호도

특성	구분	N	스킨케어	한방치료	건강검진	스케일링 및 치아미백
			M ±SD (T/F)	M ±SD (T/F)	M ±SD (T/F)	M ±SD (T/F)
성별	남	72	4.53 ±1.021	5.10 ±0.790	4.74 ±0.904	3.92 ±0.989
	여	156	5.70 ±0.573 (-9.097**)	4.73 ±0.979 (-2.783)	3.92 ±1.104 (5.873**)	4.06 ±1.236 (-0.913)
결혼	미혼	112	5.54 ±0.722	4.56 ±0.984	3.77 ±1.031	4.15 ±1.076
	기혼	116	5.13 ±1.043 (3.431**)	5.12 ±0.804 (-4.697**)	4.58 ±1.040 (-5.904**)	3.88 ±1.273 (-1.743)
연령	20대	77	5.61 ±0.610b	4.45 ±0.925a	3.47 ±0.867a	4.12 ±1.076
	30대	42	5.55 ±0.670b	5.00 ±0.911b	4.19 ±1.215b	4.24 ±1.165
	40대	39	4.95 ±1.075a	5.21 ±0.864b	4.79 ±0.923c	4.00 ±1.100
	50대 이상	70	5.10 ±1.105a (7.434**)	4.99 ±0.876b (7.942**)	4.61 ±0.952c (23.545**)	3.77 ±1.332 (-1.688)
교육 정도	고졸	22	5.64 ±0.790b	4.77 ±0.813	4.09 ±1.019	3.91 ±1.342
	전문대졸	60	5.35 ±0.988b	4.82 ±0.873	4.22 ±1.106	3.85 ±1.205
	대졸	133	5.35 ±0.871b	4.86 ±0.986	4.14 ±1.136	4.11 ±1.119
	대학원 재학 및 졸업	13	4.54 ±0.967a (4.211**)	5.00 ±1.000 (-0.185)	4.54 ±1.050 (-0.567)	3.92 ±1.498 (-0.771)
직종	사무직	48	5.31 ±0.803cd	5.02 ±0.934b	4.19 ±1.065b	4.02 ±0.911
	상업 또는 서비스업	21	5.81 ±0.402d	4.29 ±0.845a	3.43 ±0.926a	3.81 ±1.209
	자영업자	18	4.78 ±1.263b	5.06 ±0.802b	4.89 ±1.079cd	3.94 ±1.434
	전문직 및 관리자 [†]	15	4.27 ±1.163a	5.07 ±0.799b	5.07 ±0.799d	4.20 ±1.373
	학생	45	5.51 ±0.695d	4.42 ±1.033a	3.44 ±0.943a	4.18 ±1.072
	주부	59	5.64 ±0.609d	5.02 ±0.820b	4.34 ±0.976bc	3.90 ±1.423
	기타 [‡]	22	4.86 ±1.207bc (9.481**)	5.09 ±0.921b (4.262**)	4.77 ±0.093cd (11.440**)	4.09 ±0.921 (-0.422)
월평균 수입	15만엔 미만	48	5.50 ±0.684b	4.35 ±1.000a	3.40 ±0.939a	4.06 ±1.080
	15만엔 - 25만엔 미만	73	5.68 ±0.643b	4.77 ±0.874b	4.07 ±0.962b	4.08 ±1.176
	25만엔 - 35만엔 미만	58	5.31 ±0.842b	5.16 ±0.721bc	4.40 ±1.169b	3.86 ±1.206
	35만엔 - 45만엔 미만	26	4.81 ±1.167a	4.88 ±1.143bc	4.50 ±0.990b	4.00 ±1.235
	45만엔 이상	23	4.48 ±1.201a (12.137**)	5.30 ±0.765c (7.075**)	5.26 ±0.541c (16.106**)	4.09 ±1.345 (-0.337)

† : 교수, 의사, 변호사, 기업 임원 및 관리자, ‡ : 공무원, 교사, 무직

** : p<0.01, *** : p<0.001, a < b < c < d (Duncan)

3) 일반적 특성에 따른 건강검진 선호도

건강검진 선호도는 남자(4.74), 기혼(4.58)이 높았고, 40대(4.79), 50대 이상(4.61)에서 높게, 20대(3.47)에서 낮게 나타났다($p < 0.001$). 또한 전문직 및 관리자(5.07)에서 선호도가 가장 높았고, 상업 또는 서비스업(3.43), 학생(3.44)의 선호도가 다른 집단에 비해 낮았으며($p < 0.001$), 월평균 수입 45만엔 이상(5.26)인 경우 선호도가 가장 높았고, 15만엔 미만(3.40)에서 선호도가 가장 낮게 나타났다($p < 0.001$).

4) 일반적 특성에 따른 스케일링 및 치아미백 선호도

스케일링 및 치아미백 선호도는 여자(4.06), 미혼(4.15)이 높았으며, 연령은 30대(4.24), 교육정도는 대졸(4.11), 직종은 전문직 및 관리자(4.20), 월평균 수입은 45만엔 이상(4.09)에서 각각 가장 높았다. 그러나 각 특성에 따른 스케일링 및 치아미백 선호도 차이는 성별, 결혼, 연령, 교육정도, 직종, 월평균 수입 등 모든 변수에서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

3. 의료관광상품 소비 특성에 따른 의료상품 선호도

의료관광상품 소비 특성에 따른 의료상품(스킨케어, 한방치료, 건강검진, 스케일링 및 치아미백) 선호도 차이를 검증하기 위한 ANOVA 결과는 <표 7>과 같다.

이용하고 싶은 의료기관에 대한 스킨케어 선호도는 중형의 전문병원(5.56), 개인 전문클리닉(5.69)이 대학병원(5.10)보다 높았고($p < 0.01$), 지불할 의향이 있는 비용에 대한 선호도는 5만엔 미만(5.74), 5만엔~10만엔 미만(5.53), 10만엔~15만엔 미만(5.36)이 15만엔 이상(4.46)보다 높게 나타났다($p < 0.001$).

지불할 의향이 있는 비용에 대한 한방치료 선호도는 15만엔 이상(5.26)이 다른 집단보다 높았고, 5만엔 미만(4.37)이 가장 낮게 나타났다($p < 0.001$).

이용하고 싶은 의료기관에 대한 건강검진 선호도는 대학병원(4.40)이 중형의 전문병원(3.93), 개인 전문클리닉(3.89)보다 높게 나타났다($p < 0.01$), 지불할 의향이 있는 비용에 대한 선호도는 15만엔 이상(4.94)이 다른 집단보다 높게, 5만엔 미만(3.42)이 가장 낮게 나타났다($p < 0.001$).

이용하고 싶은 의료기관에 대한 스케일링 및 치아미백 선호도는 개인 전문클리닉(4.37)이 다른 집단보다 높게 나타났다($p < 0.05$).

<표 7> 의료관광상품 소비 특성에 따른 의료상품 선호도

특성	구분	N	스킨케어	한방치료	건강검진	스케일링 및 치아미백
			M ±SD	M ±SD	M ±SD	M ±SD
			(F)	(F)	(F)	(F)
이용하고 싶은 의료기관 (n=226)	대학병원	134	5.10 ±1.028a	4.93 ±0.911	4.40 ±1.048b	3.87 ±1.198a
	중형의 전문병원	27	5.56 ±0.506b	4.74 ±0.859	3.93 ±1.238a	3.89 ±1.219a
	개인 전문클리닉	65	5.69 ±0.660b	4.72 ±1.023	3.89 ±1.077a	4.37 ±1.098b
			(10.650 ^{**})	-1.298	(5.700 [*])	(4.102 [*])
지불의향 비용	5만원 미만	19	5.74 ±0.733b	4.37 ±0.634a	3.42 ±0.769a [†]	3.89 ±1.049
	5만원~10만원 미만	102	5.53 ±0.699b	4.68 ±1.016ab	3.91 ±1.091ab [†]	4.09 ±1.153
	10만원~15만원 미만	72	5.36 ±0.827b	5.01 ±0.831bc	4.39 ±1.029bc [†]	4.15 ±1.109
	15만원 이상	35	4.46 ±1.221a	5.26 ±0.817c	4.94 ±0.968c [†]	3.57 ±1.420
			(11.975 ^{***})	(6.159 ^{***})	(13.121 ^{***})	(-2.186)

* : p<0.05, ** : p<0.01, *** : p<0.001, a < b < c (Duncan) , † : a < b < c (Scheffe)

4. 의료상품 선호도에 대한 영향요인

의료상품별 선호도에 대한 영향요인을 검증하기 위하여 의료상품 선호도를 종속변수로, 이변량 분석에서 유의한 관련성이 나타난 변수들을 독립변수 군으로 하여 단계적 선택방법(stepwise) 방식으로 다중회귀분석을 하였다. 각 추정모형에 대한 회귀진단 결과, 다중공선성 및 자기상관성의 문제는 없는 것으로 나타났다.

1) 스킨케어 선호도에 대한 영향요인

스킨케어 선호도에 대한 영향요인을 회귀분석한 결과는 <표 8>과 같다.

이변량 분석에서 요인분석에 의해 구성개념으로 정의한 의료상품 선택속성 중요도 요인변수와 스킨케어 선호도 간 상관관계는 통계적으로 유의하지 않았으나, 의료상품 선택속성 중요도의 각 구성개념을 다문항으로 측정된 변수들과 스킨케어 선호도 간 상관관계에서는 진료 후 사후관리, 의료비의 적정성(저렴한 의료비)이 스킨케어 선호도와 유의한 상관관계가 나타나, 이들 변수를 다중회귀분석의 독립변수로 사용하였다.

스킨케어 선호도에 대한 영향요인 대하여 회귀모형의 수정된 설명력(adjusted R²)은 40.3%였다. 스킨케어 선호도에 유의한 영향요인은 성별에서 여자가 남자보다, 그리고 이용하고 싶은 의료기관에서는 대학병원 보다 전문 클리닉을 선호하는 경우 스킨케어 선호도가 높아지는 반면, 지불할 의향이 있는 비용이 적을수록 스킨케어 선호도가 높아지는 것으로 유의하게 나타났다(p<0.001).

<표 8> 스킨케어 선호도에 대한 영향요인

종속변수	독립변수(기준값)		표준화 회귀계수
스킨케어 선호도	성별(남자)	여자	0.504***
	연령		-
	결혼상태(기혼)	미혼	-
	직종(기타 [†])	사무직	-
		상업 및 서비스업	-
		자영업	-
		전문직 및 관리자 [‡]	-
		학생	-
		주부	-
	교육정도		-
	월평균 수입		-
	선택속성 중요도	진료 후 사후관리	-
		의료비의 적정성	-
	이용하고 싶은 의료기관 (대학병원)	중형의 전문병원	-
		전문 클리닉	0.122*
	지불할 의향이 있는 비용		-0.219***
	Adjusted R ²	0.403	
	F	51.643***	
	Durbin-Watson	1.831	
	VIF	<10	

† : 공무원, 교사, 무직, ‡ : 교수, 의사, 변호사, 기업 임원 및 관리자

* : p<0.05, *** : p<0.001, () : 참조값

2) 한방치료 선호도에 대한 영향요인

한방치료 선호도에 대한 영향요인을 회귀분석한 결과는 <표 9>와 같다.

한방치료 선호도에 대한 영향요인에 대하여 회귀모형의 수정된 설명력은 12.1%였다.

한방치료 선호도에 유의한 영향요인은 결혼 상태에서 기혼이 미혼보다, 그리고 월평균 수입이 높아질수록 한방치료 선호도가 높아지는 반면, 직종에서 기타 직종에 비하여 상업 및 서비스업에 종사하는 경우 한방치료 선호도가 낮아지는 것으로 유의하게 나타났다($p<0.001$).

<표 9> 한방치료 선호도에 대한 영향요인

종속변수	독립변수(기준값)		표준화 회귀계수
한방치료 선호도	연령		-
	결혼상태(기혼)	미혼	-0.178*
	직종(기타†)	사무직	-
		상업 및 서비스업	-0.130*
		자영업	-
		전문직 및 관리자‡	-
		학생	-
		주부	-
	월평균 수입		0.191**
	지불할 의향이 있는 비용		-
	Adjusted R ²	0.121	
	F	11.453***	
	Durbin-Watson	1.681	
	VIF	<10	

† : 공무원, 교사, 무직, ‡ : 교수, 의사, 변호사, 기업 임원 및 관리자

* : $p<0.05$, ** : $p<0.01$, *** : $p<0.001$, () : 참조값

3) 건강검진 선호도에 대한 영향요인

건강검진 선호도에 대한 영향요인을 회귀분석한 결과는 <표 10>과 같다.

건강검진 선호도에 대한 영향요인에 대하여 회귀모형의 수정된 설명력은 30.8%였다. 건강검진 선호도에 유의한 영향요인은 성별에서 남자가 여자보다, 연령이 높아질수록 그리고 월평균 수입이 높아질수록 건강검진 선호도가 높아졌으며, 이용하고 싶은 의료 기관에 있어 개인 전문클리닉 보다 대학병원을 선호하는 경우 건강검진 선호도가 높아

지는 것으로 유의하게 나타났다(p<0.001).

<표 10> 건강검진 선호도에 대한 영향요인

종속변수	독립변수(기준값)	표준화 회귀계수	
건강검진 선호도	성별(남자)	여자 -0.178*	
	연령	0.276***	
	결혼상태(기혼)	미혼 -	
	직종(기타 [†])	사무직	-
		상업 및 서비스업	-
		자영업	-
		전문직 및 관리자 [‡]	-
		학생	-
		주부	-
	월평균 수입	0.243**	
	이용하고 싶은 의료기관 (개인 전문클리닉)	대학병원	0.122*
		중형의 전문병원	-
	지불할 의향이 있는 비용	-	
	Adjusted R ²		0.308
F		25.981***	
Durbin-Watson		2.034	
VIF		<10	

†: 공무원, 교사, 무직, ‡: 교수, 의사, 변호사, 기업 임원 및 관리자

* : p<0.05, ** : p<0.01, *** : p<0.001, () : 참조값

4) 스케일링 및 치아미백에 대한 영향요인

스케일링 및 치아미백 선호도에 대한 영향요인을 회귀분석한 결과는 <표 11>과 같다.

이변량 분석에서 요인분석에 의해 구성개념으로 정의한 의료상품 선택속성 중요도 요인변수와 스케일링 및 치아미백 선호도 간 상관관계는 통계적으로 유의하지 않았으나, 의료상품 선택속성의 각 구성개념을 다문항으로 측정한 변수들과 스케일링 및 치아미백 선호도 간 상관관계에서 의료비의 적정성(저렴한 의료비), 의료상품의 차별성이 스케일링 및 치아미백 선호도와 유의한 상관관계가 나타나, 이들 변수를 다중회귀분석

의 독립변수로 사용하였다.

스케일링 및 치아미백 선호도에 대한 영향요인에 대하여 회귀모형의 수정된 설명력은 6.8%였다. 스케일링 및 치아미백 선호도에 유의한 영향요인은 의료상품 선택속성 중요도 중 의료비의 적정성(저렴한 의료비) 중요도가 높아질수록 스케일링 및 치아미백 선호도가 높아지는 반면, 의료상품의 차별성 중요도가 높아질수록 스케일링 및 치아미백 선호도가 낮아지는 것으로 나타났으며, 이용하고 싶은 의료기관에서 대학병원 보다 개인 전문 클리닉을 선호하는 경우 스케일링 및 치아미백 선호도가 높아지는 것으로 유의하게 나타났다($p < 0.001$).

<표 11> 스케일링 및 치아미백 선호도에 대한 영향요인

종속변수	독립변수(기준값)		표준화 회귀계수
스케일링 및 치아미백 선호도	선택속성 중요도	의료비의 적정성	0.182**
		의료상품의 차별성	-0.176**
	이용하고 싶은 의료기관 (대학병원)	중형의 전문병원	-
		전문 클리닉	0.173**
	Adjusted R ²		0.068
	F		6.498***
	Durbin-Watson		1.639
	VIF		<10

** : $p < 0.01$, *** : $p < 0.001$, () : 참조값

IV. 고 찰

본 연구는 일본인 관광객을 대상으로 그들이 선호하는 의료관광상품 및 의료상품별 선호도에 영향을 미치는 요인들을 분석하였다.

일본인 관광객의 의료관광상품 선호도는 의료상품 부문에서 스킨케어, 한방치료, 건강검진, 스케일링 및 치아미백, 미용성형, 치아교정, 임플란트, 라식수술 등의 순으로 나타났다. 일본인이 경험하고 싶은 의료관광 선호분야가 한방치료, 종합적인 건강진단프로그램, 피부미용 및 한방다이어트 등에서 높게 평가된 유지윤과 강재정(2008) 연구, 그리고 향후 한국에서 체험하고자 의료서비스로 한방치료 및 체험, 성형미용, 요양, 건

강검진 등으로 조사된 문보영(2007)의 연구결과와 종합해 볼 때, 일본인 의료관광객이 선호하는 의료상품은 한방치료 및 체험, 건강검진, 피부미용, 미용성형이라 할 수 있다.

일본인 의료관광객은 의료상품 선택 시 의료진의 기술수준을 가장 중요하게 생각하며, 의료상품의 안전성, 진료상의 의사소통, 진료 후 사후관리, 의료시설 및 장비의 현대화 등 의료의 질적인 측면을 의료의 접근성, 의료의 다양성 및 차별성보다 중요하게 고려하는 것으로 나타났다.

황여임(2005)은 실증연구를 통해 의료관광객이 의료관광 국가를 선택할 때 의료서비스의 질, 의료시설의 현대화, 안전한 장소 등 서비스의 질적 수준을 비용 또는 부대서비스보다 우선적으로 중요하게 여긴다는 것을 밝히면서, 의료관광객은 '안전하고 현대화된 시설에서 고급 의료서비스'를 가장 중시한다고 주장하였다. 같은 맥락으로 이은미 외(2009) 연구에서도 무엇보다도 의료기술이나 의료기기의 우수성 또는 의료진에 대한 신뢰가 의료관광에 있어 가장 중요한 선택속성이며, 치료 전·후의 관광프로그램이나 비용 등은 부차적인 요소로 고려된다고 역설하였다.

한편 유지윤과 강재정(2008)은 일본인 관광객이 의료관광목적지 선택 시, 진료상의 의사소통, 의료서비스의 품질, 의료시설의 현대화, 사전/사후 관리서비스, 여행 및 치료 비용, 근접성과 접근 용이성, 치료이외의 관광프로그램의 매력, 자연경관 및 기후 음식 등의 순으로 중요하게 고려한다는 것을 실증연구를 통해 밝히면서, 일본인 관광객을 대상으로 한 의료관광 활성화를 위해서는 진료상의 의사소통을 원활하게 할 수 있는 의료전문 통역서비스 제공, 국제적인 병원인증을 통한 품질인증, 의료관광 인증병원에 대한 정부차원의 제도적 장치 확립 등 의료서비스의 품질확보를 위한 노력이 필요하다고 하였다. 노정철(2009) 또한 외국인 환자들은 의료진과 원활한 의사소통, 의료진의 전문성에 높은 가치를 두고 있다는 것을 주장하면서 유지윤과 강재정(2008) 연구와 입장을 같이 하였다.

이와 같이 일본인 의료관광객 유치 활성화를 위해서는 시장 가능성이 있는 의료상품에 대해 의료기술 대외 경쟁력을 확보하는 것이 급선무이며, 의료사고에 대해 국제적으로 대처하기 위한 정부차원의 제도적 장치 마련, 의료관광등록 의료기관의 국제적 품질인증 획득 등 의료의 안전성을 증대시켜야 할 필요가 있다. 또한 진료상의 의사소통에 불편함이 없도록 임상지식과 능숙한 외국어 구사 능력을 갖춘 의료관광 전문 코디네이터 양성이 시급하다고 본다. 그리하여 의료관광 선택속성에 있어 중요시 되는 의료의 품질을 높여야 할 것으로 사료된다.

의료관광상품 중 의료상품과 연계한 관광활동 선호도는 식도락 여행, 쇼핑, 관광명소

방문, 휴양 및 휴식, 문화체험, 행사참여 등의 순으로 나타났다. 온천, 한국음식을 시식하는 식도락, 문화체험 및 행사참가, 휴양 등의 순으로 조사된 문보영(2007)과는 다소 차이가 있지만 공통적으로 식도락 여행의 선호도가 높음을 알 수 있었다.

의료관광을 위해 지불할 의향이 있는 비용에 대해서는 5만엔~15만엔 미만이 대부분을 차지하였는데, 선호하는 의료상품 비용은 10만엔 미만이 40.3%, 10만엔~15만엔 미만이 37.5%로 의료관광객의 대부분은 15만엔 미만의 중저가 상품을 선호하는 것으로 나타난 문보영(2007)과 일치했다.

건강검진에 대한 선호도는 40대 이상의 기혼 남성에서, 직종은 전문직 및 관리자, 자영업자, 공무원, 교사 등, 월평균수입은 45만엔 이상인 집단에서 높게 나타났다. 이는 종합건강검진 상품의 선호도가 기혼남성과 40세 이상 연령에서 높게 나타난 문보영(2007) 연구, 전문직에 종사하며 월 소득 50만엔 초과인 고소득 집단에서 특히 남성에서 높은 선호도가 나타난 김미주(2009) 연구와 같았다.

본 연구는 여러 측면에서 다음과 같은 제한점이 있으며, 이를 해결하기 위한 추가적인 연구가 있어야 할 것이다.

첫째, 한국을 방문한 일본인 관광객을 대상으로 의료관광 상품을 구매할 의향이 있지만 의료관광 비경험자를 대상으로 실시한 간접조사이므로 의료관광 경험자 또는 해당 국가에서 의료관광 중인 사람들을 대상으로 직접적인 조사를 하는 경우와 차이가 있으므로 결과 해석상의 주의가 요망된다.

둘째, 본 연구의 결과는 편의표본추출방법으로 선정된 개별 관광객을 대상으로 하였기에 표본의 대표성에 한계를 가지고 있다. 그러므로 연구결과를 의료관광상품을 이용하려는 일본인 의료관광객들에게 일반화하기에는 다소 무리가 있다.

셋째, 본 연구는 횡단면적 연구로서 단일시점(2010년 1월 중)에서 서울 명동지역을 방문한 일본인 관광객을 대상으로 하였기 때문에 조사장소의 지역적 특수성이 있으며 의료관광을 목적으로 하는 단체관광객의 특성을 충분히 반영하지 못하였을 가능성이 있다. 따라서 향후 연구에서는 조사시점을 달리하거나, 서울의 타 지역 및 지방 등으로 지역을 확대하여 상호 비교분석하는 연구가 필요하며, 또한 의료관광을 목적으로 하는 관광객을 대상으로 하는 조사연구가 필요하다고 본다.

넷째, 연구결과 도출의 타당성을 높이기 위해서는 의료관광에 대한 설문조사가 출국 시 실시되는 것이 가장 이상적이거나, 여건 제약으로 관광 중에 설문조사가 실시되었다는 점에서 한계를 가지고 있다.

다섯째, 조사 대상자의 관광목적에 따라 연구결과가 다르게 나타날 수 있을 것이다. 한편 의료관광목적지를 선택하는 요인 중에는 본 연구에서 사용된 요인 이외에도 다른 요인이 있을 수 있기 때문에 이에 대한 추가적인 연구가 필요하다.

여섯째, 향후 연구과제로 일본인 관광객뿐만 아니라 동남아시아 등 다른 국가의 관광객을 대상으로 연구 범위를 넓혀 비교연구를 통해 연구결과를 보다 일반화하고 심층화하여야 할 것으로 사료된다.

V. 결 론

본 연구는 일본인 관광객을 대상으로 의료상품별 선호도에 미치는 영향요인들을 분석하였다.

본 연구결과를 바탕으로 일본인 의료관광객을 대상으로 한 의료관광상품 선호도 및 선호요인에 따른 마케팅 전략을 다음과 같이 제언한다.

스킨케어는 20~30대 미혼 여성을 대상으로 저가의 다양한 스킨케어 상품을 개인 클리닉 또는 전문병원을 중심으로 쇼핑과 연계하여 특화하고, 한방치료는 한방 병·의원에서 30대 이상의 기혼을 대상으로 한국음식 체험, 휴양 및 휴식 등 관광활동과 연계하여 특화하며, 건강검진은 40대 이상의 기혼 남성, 고소득자를 주요 고객으로 하여 최첨단 의료시설을 갖춘 대학병원을 중심으로 다양한 고급 검진상품 프로그램을 개발하여 특급 호텔, 고급 한식당과 연계하여 특화하고, 스케일링 및 치아미백은 치과 전문 클리닉에서 다양한 가격으로 상품화하는 등 고객의 특성에 따른 시장 세분화가 필요하다고 본다.

국내 의료기술력과 최근 한류열풍의 영향으로 미용성형, 건강검진, 한방치료 등을 목적으로 한국을 찾는 일본 의료관광객이 증가하고 있으므로, 의료관광의 초기 단계에서는 시장가능성이 큰 이들 의료상품을 특화하고 육성함으로써 의료관광산업의 잠재시장을 촉진하고 의료기술의 대외 경쟁력 및 전문성을 강화시켜야 한다. 중장기적으로는 이들 상품 중 의료관광 선진국 보다 높은 의료기술 수준을 가진 상품들을 더욱 고급화하여 부가가치를 높이면서, 암 치료, 장기이식 등 고난이도 수술이 필요한 중증질환 치료 부문을 특화하면서 의료관광산업을 고도화해야 할 것으로 사료된다.

의료서비스는 고도의 전문적인 기술과 지식이 요구되므로 의료서비스 공급자와 수요

자 간에 정보의 비대칭성이 발생하여 공급자가 수요를 견인하는 특성을 가지고 있다. 또한 질병발생의 예측불가능성 및 질병의 위중에 따른 긴급성 등 상황적 요인이 소비자의 의료서비스 구매단계에 영향을 미치므로 의료서비스 소비자의 선택권이 극히 제한적이라는 것이 의료의 일반적인 특성이다. 그러나 미용성형, 치과, 한방, 건강검진 등 건강 유지 또는 증진과 관련된 의료서비스 영역에서는 소비자의 선택권이 보다 자유롭고 소비자의 기대수준 및 요구가 다양해지고 있는 반면 의료공급자 간의 경쟁은 더욱 치열해지고 있기 때문에 의료소비자 중심의 맞춤형 마케팅 전략의 필요성이 더욱 증대되고 있다. 본 연구는 일본인 관광객의 의료상품 및 의료상품과 연계한 관광활동 선호도를 우선 도출한 후, 구매동기에 해당하는 의료관광상품 선택속성의 중요도 및 의료관광객의 소비 행태적 특성을 파악하고, 선호도가 높은 의료상품 군에 대하여 선호도에 영향을 미치는 요인들을 다각적으로 분석함으로써 의료관광 소비자의 선호 요인에 의한 시장세분화를 제안하였다는 점에서 의의가 있다고 본다.

의료관광을 통한 해외환자 유치 활성화를 위한 마케팅 전략을 수립하기 위해서는 국가별 의료관광객의 의료관광상품 선호 및 선택속성에 대한 분석을 통하여 의료관광산업 시장을 우선 파악하고 그 결과를 바탕으로 시장을 세분화하여 표적시장을 정한 후 경쟁우위를 확보하는, 즉 마케팅의 STP(Segmentation, Targeting, Positioning) 전략이 보건의료 영역에도 필요하다고 본다. 이러한 맥락에서 한국에 대한 인지도가 높은 국가 또는 의료관광산업의 시장경쟁력 측면에서 우리나라가 비교우위를 점하고 있는 국가의 의료관광객을 대상으로 그들의 인구·사회학적 특성과 의료관광상품에 대한 소비 행태적 특성을 분석하는 다양하고 심도 있는 실증연구가 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 강재정, 오상훈(2008). 의료관광목적지 선택요인의 인구통계학적 차이분석에 관한 탐색적 연구. 한국관광레저학회지, 20(4): 139-158
- 강재정(2008). 헬스관광의 유형화를 위한 개념적 모형. 제32차 한국관광레저 학회 춘계학술연구발표대회. 한국관광레저학회지, 20(4): 287-294
- 김도영, 김맹선(2008). 의료관광 마케팅 전략 모형에 관한 연구. 관광연구저널, 22(2): 261-281

- 김미경, 윤세목, 윤세남(2008). 한국의 의료관광 상품개발을 위한 탐색적 연구. 한국관광학회지, 32(6): 431-447
- 김미주(2009). Mixed logit 모형을 적용한 최적의 한국형 의료관광상품 개발. 세종대학교 대학원 호텔관광경영학과 박사학위청구논문
- 김민철, 문성중, 부창산(2008). AHP를 이용한 제주지역 의료관광 분야의 우선순위분석에 관한 연구. 대한관광경영학회지, 22(4): 281-300
- 김이향, 최규환, 이종철(2008). 방한 일본 여성관광객의 의료관광 선택속성에 관한 연구. 한국관광학회 제63차 학술대회 논문집, 480-490
- 노정철(2009). 관광산업의 블루오션 창출을 위한 의료관광 활성화 방안에 관한 연구. 대한관광경영학회지, 23(4): 219-237
- 류인평, 국중을(2008). 의료관광마케팅 연구. 관광경영학회지, 12(3): 1-20
- 문보영(2007). 의료관광상품 개발방안에 관한 연구. 한국호텔관광학회지, 9(3): 30-45
- 보건복지부(2006). 해외환자 유치 전망 밝다(미국(재미교포)·중국·일본인 한국의료수용도 조사. 2006.9.15)(보도자료). 1-4
- 박봉규(2008). 의료관광 목적지 결정요인에 관한 탐색적 연구. 한국일본근대 학회지; 19: 253-269
- 박정현(2008). AHP를 활용한 의료관광 활성화를 위한 우선순위 분석. 인제대학원대학교 석사학위청구논문
- 변정우, 김양균(2010). 의료관광 홍보·마케팅 현황 및 전략. 2010년 서비스사이언스 전국포럼 연합세미나(의료관광 시장분석과 홍보·마케팅 방안) 발표자료자료집: 23-31
- 신윤숙(2008). 한국의료관광(Medical Tourism)의 전망과 활성화 방안. 문명연지; 9(1): 41-70
- 오은주(2005). 방한 일본여성관광객의 미용 관광 선택행동에 관한 연구. 한국관광학회 학술대회 논문집, 333-344
- 유지운(2009). 의료관광 참여의도에 대한 비교문화 연구: 한·중·일 제주 방문객을 대상으로. 한국관광학회지; 33(3): 187-204
- 유지운, 강제정(2008). 의료와 관광의 복용합화 촉진을 위한 한·중·일 관광객의 의료

- 관광 선호속성에 관한연구. 한국관광학회 학술대회 논문집, 335-355
- 유지윤(2006). 의료관광-블루오션을 향한 가능성과 돌파구. 한국관광정책학회지; 24: 31-38
- 이은미, 김원인, 이계희(2009). 대구시 의료관광 선택속성과 활성화 방안. 대한관광경영학회지; 24(2): 109-125
- 이응규, 정병웅(2007). 의료관광 활성화를 위한 사례연구. 한국관광연구학회지; 21(2): 389-406
- 이재면(2007). 의료관광상품 선택영향요인에 관한 연구. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위청구논문
- 이재욱(2009). 보건의료관광 활성화를 위한 정책 제언 연구. 경희대학교 관광대학원 관광경영학과 석사학위청구논문
- 이창미(2008). 일본인에게 지각된 의료관광 목적지로서의 한국에 대한연구. 동국대학교 대학원 호텔경영학과 석사학위청구논문
- 임형택(2010). 한국 의료관광 활성화 정책 방향. 2010년 서비스사이언스전국포럼 연합세미나(의료관광 시장분석과 홍보·마케팅 방안) 발표자료자료집: 3-20
- 조구현(2006). 한국 의료관광(Medical Tourism) 활성화 방안에 관한 탐색적 연구. 한국호텔경영학회지, 15(4): 189-203
- 최운정(2007). 의료관광상품 개발방안 연구. 경기대학교 대학원 관광경영학과 석사학위청구논문
- 한국관광공사(2005). 외래 관광객 실태조사: 37, 49
- 한국관광공사(2008). 의료관광마케팅조사: 35-54
- 한국관광공사(2007). 의료관광 설문조사 결과분석 보고서: 1-12
- 한국병원경영연구원(2004). 주요국가 의료보험수가에 대한 상대비교 연구: 9-12
- 한국보건산업진흥원(2002). 보건관광지원 조사 및 상품화 방안 연구: 263-265
- 한국보건산업진흥원(2002). 한방 헬스투어 방안 연구: 59
- 한국보건산업진흥원(2006). 보건의료서비스산업 육성을 위한 해외유치 활성화 방안. 113-123
- 황여임(2005). 한국 의료관광시장 확대를 위한 마케팅 전략에 관한 연구. 경희대학교 경영대학원 석사학위청구논문

- 홍현아(2007). 한국 의료관광 산업의 활성화를 위한 관광개발에 관한 연구. 경희대학교 관광대학원 관광경영학과 석사학위청구논문
- 홍현아, 임근욱, 김수성(2007). 휴양형 주거단지 개발에 따른 의료관광 현황과 인지도에 관한 탐색적 연구. 관광연구저널, 21(2): 53-70
- Connell J(2006). Medical tourism: Sea, sun sand and ...surgery. *Tourism Management*, 27: 1093-1100
- Fuentes Ed(2005). How to profit from medical tourism?. *Money Week*, 04 February
- Hair JF, Anderson RE, Tatham RL, Black WC(1998). *Multivariate data analysis with readings*. Fifth edition, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 384-385, 641
- Perotin M(2004). Medical tourism lures Americans abroad with surgery-vacation trips. *Knight Ridder Tribune Business News*. Washington 22 Aug
- Pritchard C(2003). Asian nations fight for tourist's health dollars. *Medical Post* 29(42): 54
- Yunus K(2004). Potential for health tourism to be source for foreign exchange, *Business Times*. Kuala Lumpur, 4 May