



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

배 현 숙 교수 지도  
석사학위 청구논문

방한 외국인들의 한국 뷰티시장에  
관한 인식 및 만족도 연구  
- 중국, 일본, 서구권 외국인 대상 -

2016

성신여자대학교 뷰티융합대학원  
뷰티융합학과 피부미용학전공  
연 근 정

방한 외국인들의 한국 뷰티시장에  
관한 인식 및 만족도 연구  
- 중국, 일본, 서구권 외국인 대상 -

배 현 숙 교수 지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2016년 5월

성신여자대학교 뷰티융합대학원  
뷰티융합학과 피부미용학전공  
연 근 정

# 인 준 서

연근정의 석사학위 논문으로 인준함

2016년 5월

심사위원장 \_\_\_\_\_(인)

심 사 위 원 \_\_\_\_\_(인)

심 사 위 원 \_\_\_\_\_(인)

성신여자대학교 뷰티융합대학원

## 논문개요

최근 K-뷰티에 관심이 높아지며 뷰티 관광 산업의 발전으로 외국인들은 새로운 체험 뷰티관광에 관심이 그 어느 때보다 높다. 이에 본 연구의 목적은 현재까지는 아시아권 위주의 연구에 반해 서구권 방한 외국인들의 뷰티관광에 관한 관심도 연구가 부족함을 보완하고자 중국, 일본, 서구권으로 세 그룹으로 나누어 일반적 특성 및 뷰티관광 체험 선택 유형 등 서비스 중요도, 만족도를 방한 외국인 611명을 대상으로 설문을 실시하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 연구대상자 총 611명 중 중국 251명 41.1%, 일본 203명 33.2%, 서구권 157명 25.7%를 차지하였다. 연구대상자의 일반적 특성으로 성별에서는 여자는 78.6%, 남자는 21.4%를 나타내었다.

연령별로는 20~29세가 45.7%로 가장 높게 나타났으며, 결혼 여부에서는 미혼이 64.6%로 높게 나타났다. 중국, 일본, 서구권 모두 대졸이 48.3%로 가장 높게 나타났으며, 직업에서는 학생이 145명으로 23.7%, 관리/사무직이 15.1% 순으로 나타났다. 월평균 소득은 중국은 200만원 이하가 93명 15.2%로 가장 높았으며, 일본은 85명 13.9%, 서구권은 67명 11.0%가 200만원~400만원으로 나타나 중국에 비해 일본, 서구권 월평균 소득이 높음을 알 수 있었다.

둘째, 한국 방문 정보 및 뷰티관광 관심도 비교에서는 전체 연구대상자중 291명 47.6%가 관광을 목적으로 방문하였으며, 한국 방문 횟수는 3회 이상이 299명 48.9%로 높게 나타났다.

방문 동행자로는 중국, 일본은 가족 및 친지와 함께가 중국 95명 15.5%, 일본 75명 12.3%로 가장 높은 반면 서구권은 단독의 비율이 67명 11%로 가장 높게 나타나 차이를 보였다. 한국의 뷰티 관광 정보에 대해 “알고 있냐”는 질문에는 “알고 있다”가 51.2%, “모른다”가 48.8%로 나타났다.

뷰티관광 정보 습득원으로는 435명 71.3%가 신문 / 잡지 / 방송 / 인터넷 등 Mass Media을 가장 선호하였으며, 뷰티관광 선호분야에서 미용성형은 146명 23.9%, 피부과 레이저치료는 174명 28.5%, 피부 에스테틱 및 스파는 291명 47.6%로 피부 에스테틱 및 스파가 가장 높은 선호도를 보였다.

셋째, 미용성형 인식 및 선호도 비교에서 성형동기로는 자기만족이 67명 45.9%, 외모개선이 62명 42.5%로 거의 대부분이 자기만족과 외모개선을 선택하였으며, 선호하는 성형 부위로는 중국은 26명 29.9%, 일본은 6명 33.3%가 눈을 선호하였으나, 서구권은 코를 선택한 대상자가 24명 58.5%로 가장 높게 나타나 서구권은 코에 자신감이 있을 것이라는 기존 인식과 큰 차이를 나타냈다. 성형 지출비용에 있어서는 100~200만원 미만의 비용의 소비규모가 적정하다는 응답이 74명 50.7%로 높게 나타났다.

넷째, 피부과 레이저치료 인식 및 선호도 비교에서 피부고민으로 중국은 여드름이 30명 41.1%로 가장 높았으며, 일본은 24명 34.8%, 서구권은 11명 34.4%가 주름을 선택해 국가별 차이를 보였다. 이에 국가별로 주름과 여드름 위주의 제품의 개발이 필요하다

피부미용 관리 장소로는 세 국가 모두 홈케어를 선호하여 현지 뷰티 체험 프로그램도 중요하지만 쉽게 구입하고 편하게 사용할 수 있는 홈케어 제품 개발이 필요하다. 시술 지출비용에 있어서는 50~100만원 미만의 비용의 소비규모가 적정하다는 응답이 69명 39.7%로 높게 나타났다.

다섯째, 피부관리(에스테틱, 스파) 인식 및 선호도 비교에서는 관리 선호분위로는 중국은 45명 49.5%, 서구권은 43명 51.2%가 전신관리를 선택하였으며, 일본은 69명 59.5%가 얼굴관리를 선택하였다. 관리 지출비용에 있어서는 50만원 미만의 비용의 소비규모가 적정하다는 응답이 186명 63.9%로 높게 나타났다.

여섯째, 한국에서의 미용 체험 이유로는 29.4%가 자국보다 한국 미용수준이

더 높다고 생각한다가 가장 높게 나타났으며, 미용뿐만 아니라 여행과 쇼핑도 함께 할 수 있는 것이 21.5%로 높게 나타났다.

일곱째, 국가별 미용체험 선택 정보 습득원으로는 41.1%가 친구와 동료의 추천으로 체험 프로그램을 진행하였으며, 한국 피부미용시장의 이미지는 매우 좋다(호의적이다)가 59.8%로 높게 나타났다.

여덟째, 뷰티관광에 관한 서비스 중요도 및 인식도에서는 서비스가 4.43으로 가장 중요하다고 생각 하였으며, 그중에서 진료관리 후 사후 서비스가 4.47로 높게 나타났다. 뷰티관광에 관한 서비스 만족도에서는 편의성이 4.10으로 가장 만족하였으며, 두 번째로는 서비스, 효과 및 우수성이 4.05로 나타났다.

따라서 의료진, 에스테티션의 친절한 서비스 및 사후 서비스 등을 더욱 세심히 고려하여 품질 면에서 더욱 신경 쓴다면 더 많은 방한 외국인들의 뷰티 체험관광 상품의 관심도가 높아질 것이며, 앞으로 국가별 뷰티관광의 선택속성을 고려한 맞춤형 홍보 진행과 입소문 마케팅(Buzz Marketing)기법을 적극적으로 활용 할 것을 추천한다.

또한 체험형 관광의 서비스 질을 높이고 쇼핑과 연계한 뷰티관광 프로그램 개발 및 홈케어 제품 개발에 힘쓴다면 한국 뷰티시장의 발전 기대와 방한 외국인들의 뷰티 체험관광 상품성이 향상 될 것으로 기대한다.

# 목 차

## 논문개요

I. 서 론 .....	1
II. 이론적 배경 .....	3
1. 의료관광의 정의 .....	3
2. 뷰티와 뷰티관광의 정의 .....	4
3. 뷰티산업의 정의 .....	5
4. 국내 뷰티산업 현황 .....	6
III. 연구 설계 및 연구방법 .....	6
1. 연구 대상자 .....	7
2. 연구 도구 .....	7
3. 자료 처리 및 분석 방법 .....	8
IV. 연구 결과 및 고찰 .....	9
V. 결론 및 제언 .....	37
1. 요약 및 결론 .....	37

## 참고 문헌

## ABSTRACT

## 부 록

## 표 목 차

Table 1. 국가별 연구대상자의 일반적 특성 .....	10
Table 2. 국가별 한국 방문 정보 .....	12
Table 3. 중국 연령별 선호분야 실태 .....	14
Table 4. 일본 연령별 선호분야 실태 .....	15
Table 5. 서구권 연령별 선호분야 실태 .....	15
Table 6. 중국의 직업별 선호분야 실태 .....	18
Table 7. 일본의 직업별 선호분야 실태 .....	19
Table 8. 서구권의 직업별 선호분야 실태 .....	20
Table 9. 국가별 미용성형 실태 .....	22
Table 10. 국가별 피부과 레이저치료 실태 .....	24
Table 11. 중국 연령별 피부 고민 실태 .....	26
Table 12. 일본 연령별 피부 고민 실태 .....	26
Table 13. 서구권 연령별 피부 고민 실태 .....	27
Table 14. 국가별 피부관리(에스테틱, 스파) 실태 .....	29
Table 15. 미용체험 선택 이유 .....	30
Table 16. 국가별 미용체험 선택 정보 습득원 .....	31
Table 17. 국가별 한국 피부미용시장의 이미지 .....	32
Table 18. 전체대상자 서비스 중요도 및 인식도 .....	34
Table 19. 국가별 서비스 중요도 및 인식도 .....	34
Table 20. 전체대상자 서비스 만족도 .....	36
Table 21. 국가별 서비스 만족도 .....	36

## 그림 목차

Fig 1. 뷰티산업 시장규모 추계 .....	6
Fig 2. 관광 상품화 추진 시 경쟁력을 갖춘 분야 .....	6

## I. 서 론

오늘날 평균수명 연장에 따른 삶의 질을 높이고자 하는 인식이 높아지면서 다양하고 개성적인 뷰티에 대한 욕구, 관심이 급증하고 한류의 확산도 폭발적이다. 뷰티관광은 인간의 오감을 충족시킬 수 있는 가장 매력적인 목적관광(SIT: Special Interest Tourism)로 각광받고 있다(오강수, 2011). 한국보건산업진흥원(2012)에 의하면 뷰티산업은 “인체를 아름답고 건강하게 관리하기 위해 서비스를 제공하는 산업”으로 정의하였으며, 한국보건산업진흥원(2010)은 뷰티서비스산업은 웰빙 지향, 감성 소비 등 새로운 소비트렌드와 결합해 급속히 성장 중인 신성장 산업이라고 정의한 바 있다. 특히, 우리나라의 미용 서비스 산업은 우수한 전문 테크닉과 다양한 디자인, 세심한 서비스가 복합적으로 조화를 이루면서 발전해왔고, 현재는 한류열풍에 힘입어 한국 유명 연예인의 이미지를 추구하는 ‘K-뷰티’ 추종자들이 증가하고 있다(조아라, 2013).

최근 K-POP, K-드라마 등이 인기를 끌면서 한류의 영향에 의해 국가 브랜드 상승과 함께 외국 관광객이 많이 증가하면서 우리나라의 뷰티산업에 관심이 증가하는 추세이다. 이에 의료관광 및 화장품시장이 큰 성장세를 보이고 있다. K-뷰티에 관심이 높아지며 뷰티관광산업의 발전으로 단순히 볼거리를 즐기는 기존의 일반관광에서 체험형으로 변화되면서 외국인들은 새로운 체험 뷰티관광에 관심을 갖기 시작했다. 하지만 밀려오는 외국인들에 비해 아직까지 준비가 미흡하여 우려의 목소리도 크다. 예를 들어, 내국인과 외국인들의 시술 가격이 상이하거나, 시술 후 부작용에 대한 정책적 보호 등이 이루어지지 못하는 실정이기 때문이다.

한국 뷰티의 중심인 강남지역의 성형외과 피부과들도 기존의 국내환자 유치 뿐 아니라 외국 관광객의 유치에 힘쓰며 한국 뷰티관광을 알리는데 주력하며 오는 2020년 의료관광객 100만명 유치 목표를 수립하였고, 대표적인 곳이 서

을 강남구로 구 전체를 성형, 라식, 라섹, 탈모 치료 등 미용에 특화된 의료단지  
지로 키워가고 있다(설인용, 2014). 이에 정부는 2015년2월13일 정식으로 불법  
브로커 단속 등의 활동을 펼치고 있지만 아직까지 한국선진의료기술 이미지  
실추하는 행위를 하는 일부 사람들로 인해 한국의 좋은 이미지가 나쁘게 비춰  
지고 있는 부분도 있다.

한국의 뷰티관광 성장에 따라 방한 외국인들의 관심도 한국의 미에 쏠리고  
있는 현재 아직까지 외국인을 대상으로 실시한 자료 분석이 부족한 실정이다.

따라서 실제 뷰티관광 활성화를 위한 핵심적인 요인을 규명하기에는 한계가  
있다. 이에 본 연구의 목적은 현재까지는 아시아권 위주의 연구가 많은 반면  
에 그 외 서구권 방한 외국인들의 뷰티관광에 관한 관심도등의 연구가 부족함  
을 보완하고자 중국, 일본, 서구권으로 세 그룹으로 나누어 일반적 특성 및 뷰  
티관광 체험선택 유형등 서비스 중요도, 만족도를 분석하여 국가별 뷰티관광  
선택 정보를 파악하고자 한다. 이를 바탕으로 기존과 차별화된 뷰티관광 활성  
화 방안을 연구하고 경쟁력 있는 최적의 마케팅 전략에 기초 자료로 제공하고  
자 한다.

## Ⅱ. 이론적 배경

### 1. 의료관광의 정의

의료관광은 자신이 거주하는 곳을 벗어나 다른 지방 또는 외국 등으로 이동하여 의료기관의 서비스를 제공받고 질병의 치료 및 건강의 유지, 회복 증진 등의 활동을 하는 것과 더불어 본인의 건강상태에 따라 현지에서의 요양, 관광, 쇼핑, 문화체험 등의 활동을 겸하는 것을 의미한다.

이은미(2009)는 의료서비스와 휴양·레저·문화 활동을 포함하는 관광 서비스가 결합되면서 나타난 새로운 관광 형태를 의미한다고 정의 하였으며, Hall(1992)은 ‘특별한 흥미가 있는 관광(Special Interest Tourism)중 하나로써 주요동기가 건강과 관련 있는 관광’ 이라고 정의 하였다. 의료관광은 관광객의 체류기간이 길며, 특히 미용이나 성형, 건강검진, 간단한 수술 등으로 찾는 환자의 경우 관광을 연계하여 체류하기 때문에 비용은 더욱 커지는 특성을 가지고 있어 21세기의 새로운 고부가가치 관광 산업이라 할 수 있다(이정화, 2009).

의료관광(Medical Tourism)은 의료와 관광을 결합한 새로운 서비스 산업이라는 시각에서 연구자에 따라 다양하게 정의 되어 왔다. 김부환(2012)은 의료관광은 의료서비스와 관광이 상호 복합된 퓨전분야로서 환자가 진료 휴양 관광 활동을 병행하는 것 뿐 아니라 의료기술이 뛰어나고 상대적으로 비용이 저렴한 국가에서 진료받기 위해 여행가는 일련의 과정을 포함해다 한다고 주장 하였다. 따라서 의료관광에 대해 폭넓은 개념을 적용하였는바 의료관광을 국제적으로는 국외에서 방문하고 국내적으로는 다른 지역에서 방문한 사람들이 건강검진을 비롯하여 중증 의료기술과 고난도 기술을 포함하여 진료와 치료 및 수술 등의 주된 목적을 해결함과 동시에 해당 목적지에서 관광행위를 수반하는 것으로 당사자는 물론 이들을 보호할 목적으로 함께 방문한 동반자를 함하는 것 이라고 하였다.

## 2. 뷰티와 뷰티관광의 정의

뷰티(beauty)는 근본적으로 사람의 감성을 자극하는 인자로서 사전적으로는 “감각, 특히 시청(視聽)을 매개로 얻어지는 기쁨, 쾌락의 근원적 체험을 주는 아름다움”이라는 뜻을 지니고 있다(진우창, 2009).

국어 사전에서의 “미(美)”는 “눈으로 보았을 때의 아름다움” 또는 “감성적 대상에 대하여 느껴지는 것으로서, 개인적 이해 관계가 없는 곳에 이루어져, 심적 쾌감을 일으키는 요소” 라고 정의되어 있으며 “미용(美容)”은 “얼굴이나 머리를 아름답게 매만짐”, “얼굴을 아름답게 함”으로 정의 되어 있다.

한류 열풍으로 미(美)를 위한 성형에 대한 전통적 부정 관념을 타파하고 외모 중시 풍조를 저왔으며, 중국 여성에게는 만족스러운 성형 결과를 얻기 위하여 한국을 방문해야 한다는 생각이 보편화되고 있다(김명주, 2011).

오은주(2004)는 미용관광을 미용 및 건강과 관련된 서비스나 시설을 의도적으로 촉진하는 관광이라고 정의하였으며, 하경희(2014)는 뷰티관광이란 외적인 건강과 아름다움은 물론 내적인 건강과 아름다움을 유지하고 관리하기 위한 모든 활동 즉, 피부관리, 메이크업, 스파, 마사지, 한방테라피, 아로마테라피 등의 활동을 동반하며 숙박, 쇼핑, 식사 등 다양한 관광 관련 서비스를 제공하는 상품으로 정의하였다. 한국에서 뷰티관광의 개념은 미용관광 및 에스테틱 관광과 혼용되어 쓰이고 있는 실정이며, 한국정부는 뷰티관광을 성장산업으로 보고 외국관광객을 대상으로 통계를 내거나 관련 법규를 재정비하고 있다(양삼, 2014).

### 3. 뷰티산업의 정의

“뷰티산업”은 화장품산업을 의미하나 광의로는 미적, 디자인, 감동, 체험, 세련됨 등이 가미된 다양한 체험과 소비를 모두 뜻하는 산업을 뜻 한다(황순욱, 2007). 이 같은 인간의 미에 대한 심리 충족과 미적 표현을 통한 타인과의 커뮤니케이션에 대한 욕구를 충족시켜주기 위하여 제공되는 유, 무형의 상품을 생산하고 고객에게 판매하는 산업이라고 할 수 있다. 뷰티 산업에 대한 수요는 소득수준 향상에 따른 물질적인 풍요로움과 새로운 소비 트렌드에 부합하여 다양한 생활 방식을 추구하는 소비계층이 형성되면서 크게 늘어나고 있다(김래수, 2011).

뷰티산업의 범위로는 국가경쟁력강화위원회(2009)가 뷰티산업을 ‘인체를 건강하고 아름답게 관리하기 위하여 서비스 등을 제공하는 산업’으로 정의 하고 ‘헤어미용, 피부미용, 메이크업, 네일케어 등 서비스업과 그와 관련된 미용기기용품 등 제조업을 포괄하는 것’으로 영역을 규정하고 있다. 다만 국가 경쟁력 강화위원회는 ‘화장품, 성형, 패션, 의류, 스파 등 광의의 뷰티산업 중 제도를 개선 중이거나 발전 방안을 모색 중인 분야는 제외 한다.’고 명시하여 놓고 있어 뷰티서비스업을 협의의 뷰티 산업으로 규정 하였다.

생활 수준의 향상과 함께 미에 대한 사회적 관심이 높아지며 뷰티산업의 비중 또한 높게 평가되고 있다. 뷰티 서비스 산업은 고객이 구입하기 전에는 눈으로 보거나 만질 수 없는 무형성, 생산과 소비가 함께 이루어지는 동시성, 서비스 하는 사람의 숙련도와 전문성, 시간 및 장소, 환경 등에 따라 내용이나 질이 달라질 수 있는 이질성, 제공된 서비스는 사라지게 된다는 소멸성의 특성을 갖기 때문에 대량 생산이 불가능한 노동 집약적 산업이다(한국보건산업진흥원).

#### 4. 국내 뷰티산업의 현황

한국보건산업진흥원의 발표 자료를 보면 뷰티산업은 정치/ 경제적 요인, 사회/ 문화적 요인, 산업/기술적 요인, 국제 사회적 요인 등이 상호 작용을 하며 성장 및 발전을 이뤄나간다. 현재 우리 뷰티산업은 산업육성과 일자리 창출이라는 정치/경제적 요인과, 신기술 개발이라는 산업/기술적 요인을 중심으로 성장하고 있는데, 각각의 요인은 실제 보여지는 것 외에 상호간 유기적 관계를 통해 상승작용을 이끌어낸다. 뷰티산업의 높은 부가가치 창출 효과를 감안할 때, 전문화 이미지 강화와 함께 향후 산업에서 차지하는 비중과 역할은 더욱 증대될 것으로 예상 된다. 미용분야는 보건자원의 관광 상품화 측면에서 가장 경쟁력을 갖춘 분야로 나타났으며, 보건자원의 관광 상품화에 대해 ‘사업성이 있다’고 응답한 응답자들은 미용분야 35.7%, 한방분야 28.6%, 식품분야 28.6%로 나타났다’

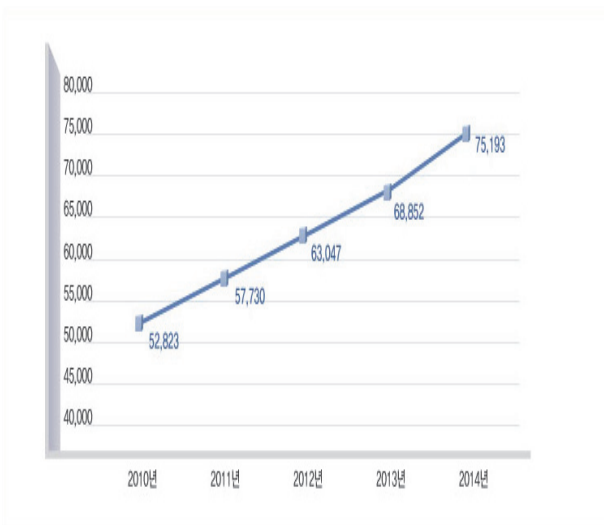


Fig. 1 뷰티산업 시장규모 추계

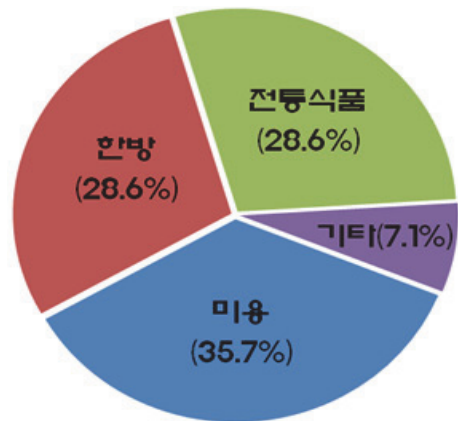


Fig. 2 관광상품화 추진시 경쟁력을 갖춘분야

( 한국보건산업진흥원 )

### Ⅲ. 연구 설계 및 연구방법

#### 1. 연구대상자

본 연구는 방한 중국, 일본, 서구권 외국인 대상의 설문으로 진행 하였다. 연구대상자는 총 650명으로 인천공항, 김포공항, 이태원등의 장소에서 중국 260명, 일본 220명, 서구권 170명으로 2016년 1월1일부터~1월31일까지 설문조사 방식을 통해 조사하였다. 본 조사에 앞서 설문지 작성을 위한 선행연구(양삼, 2014, 김명주, 2011, 송교교, 2014)의 문헌 고찰을 진행하였으며, 예비설문을 통해 수정, 보완을 거쳐 설문 문항을 작성 하였으며, 설문응답 전 사전 연구내용이 적힌 동의서를 연구대상자에게 설명하고 동의를 구한 후 설문지를 배포하는 형식으로 진행하였다. 설문지는 현장 회수 후 불성실한 답변을 제외하고 중국 251명, 일본 203명, 서구권 157명 총 611명을 최종 분석하여 사용하였다.

#### 2. 연구도구

설문문항은 중국어, 일본어, 영어로 번역한 후 응답자 기입(self-administered) 방식으로 조사하였으며, 설문지는 유사한 주제의 선행연구에서 사용된 설문지를 참고로 수정 보완하여 크게 4가지 조사 항목으로 세분화하였으며, 인구통계학적 특성 파악을 위한 기초적 문항, 한국방문정보 문항, 체험선택 분야 문항, 중요도 및 만족도 문항으로 조사하였다.

### 3. 통계처리 및 자료분석

연구에서 수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 클리닝(data cleaning)과정을 거쳐, SPSS(Statistical Package for Social Science) ver. 20.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다. 첫째, 연구 대상자의 일반적인 특성과 체험선택 선호분야를 알아보기 위해 교차분석을 하였다. 둘째, 서비스 중요도 및 인식도, 만족도의 차이를 알아보기 위해 일원배치분산분석(One Way Anova)을 하였으며 사후검정은 Scheffe Test 를 하였으며 유의확률은 \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$  으로 표시하였다.

## IV. 연구 결과 및 고찰

### 1. 연구대상자의 일반적 특성 비교

Table 1 에서 연구대상자의 일반적인 특성 비교를 제시하였다. 611명 중 중국 251명(41.1%), 일본 203명(33.2%), 서구권 157명(25.7%)이었고 결혼여부에서는 미혼이 395명(64.6%)의 비율이 높게 나타났으며, 학력은 모든 국가에서 대졸 295명 (48.3%)가 가장 높았다. 직업은 전체적으로 학생 145명(23.7%), 관리/사무직 92명(15.1%), 전문직 73명(11.9%), 판매/서비스직 68명(11.1%), 기타 62명(10.1%)순으로 나타났다. 월평균 소득은 중국은 200만원 이하 93명 (15.2%)가 가장 많은 비율을 차지하였고, 일본은 200~400만원 미만인 85명 (13.9%), 서구권은 200~400만원 미만인 67명 (11.0%)로 중국보다 일본과 서구권의 월 평균 소득이 높음을 알 수 있었다.

Table 1. 국가별 연구대상자의 일반적 특성

		중국	일본	서구권	전체(%)
연 령	20세 미만	37(6.1) <sup>1)</sup>	2(0.3)	16(2.6)	55(9.0)
	20~29세	130(21.3)	65(10.6)	84(13.7)	279(45.7)
	30~39세	56(9.2)	61(10.0)	38(6.2)	155(25.4)
	40~49세	19(3.1)	35(5.7)	12(2.0)	66(10.8)
	50세 이상	9(1.5)	40(6.5)	7(1.1)	56(9.2)
성 별	여자	197(32.2)	160(26.2)	123(20.1)	480(78.6)
	남자	54(8.8)	43(7.0)	34(5.6)	131(21.4)
결혼 여부	기혼	92(15.1)	86(14.1)	38(6.2)	216(35.4)
	미혼	159(26.0)	117(19.1)	119(19.5)	395(64.6)
학 력	고졸이하	55(9.0)	45(7.4)	12(2.0)	112(18.3)
	전문대졸	43(7.0)	61(10.0)	37(6.1)	141(23.1)
	대학교졸	125(20.5)	89(14.6)	81(13.3)	295(48.3)
	대학원이상	28(4.6)	8(1.3)	27(4.4)	63(10.3)
직 업	개인사업	40(6.5)	10(1.6)	13(2.1)	63(10.3)
	전문직	14(2.3)	27(4.4)	32(5.2)	73(11.9)
	관리/사무직	34(5.6)	49(8.0)	9(1.5)	92(15.1)
	판매/서비스직	20(3.3)	38(6.2)	10(1.6)	68(11.1)
	기술/생산직	5(0.8)	13(2.1)	11(1.8)	29(4.7)
	학생	77(12.6)	21(3.4)	47(7.7)	145(23.7)
	교사, 공무원	17(2.8)	6(1.0)	20(3.3)	43(7.0)
	주부	9(1.5)	26(4.3)	1(0.2)	36(5.9)
기타	35(5.7)	13(2.1)	14(2.3)	62(10.1)	
월평균 소득	200만원 이하	93(15.2)	48(7.9)	26(4.3)	167(27.3)
	200~400만원 미만	76(12.4)	85(13.9)	67(11.0)	228(37.3)
	400~600만원 미만	49(8.0)	38(6.2)	34(5.6)	121(19.8)
	600~800만원 미만	11(1.8)	13(2.1)	15(2.5)	39(6.4)
	800~1000만원 미만	14(2.3)	6(1.0)	3(0.5)	23(3.8)
1,000만원 이상	8(1.3)	13(2.1)	12(2.0)	33(5.4)	
전체	251(41.1)	203(33.2)	157(25.7)	611(100)	

<sup>1)</sup> N(%)

## 2. 한국 방문 정보 및 뷰티관광 관심도 비교

한국 방문 정보를 분석한 결과는 Table 2에서 제시하였다. 방문 목적은 관광 291명(47.6%)이 가장 많았으며, 한국 방문 횟수는 3회 이상 299명 (48.9%)로 전체의 50% 가까운 비중이 한국을 3회 이상 찾아 한류를 한번 더 실감 할 수 있었다. 관광 정보 습득은 신문, 잡지, 방송, 인터넷이 71.3%로 가장 높았으며, 방문 동행자에서는 중국과 일본은 가족 및 친지와 함께 방문의 비중이 높은 반면에 서구권에서는 단독 비율이 높았다. 한국뷰티관광정보를 알고 있느냐의 질문에서는 서구권은 '없다' 103명(16.9%)로 중국과 일본보다 서구권에서 한국 뷰티관광이 좀 더 생소함을 알 수 있었다. 한국 뷰티관광 선호분야에서는 피부관리(에스테틱 및 스파)가 291명(47.6%), 피부과 레이저 치료가 174명 (28.5%), 미용성형이 146명(23.9%)순으로 나타났으며 일본에서는 미용성형부분 서비스가 중국과, 서구권에 비해 낮게 나타났다.

Table 2. 국가별 한국 방문 정보

		중국	일본	서구권	전체(%)
방문 목적	친구/친지 방문	32(5.2) <sup>1)</sup>	27(4.4)	22(3.6)	81(13.3)
	관광	123(20.1)	126(20.6)	42(6.9)	291(47.6)
	건강 및 치료	3(0.5)	4(0.7)	5(0.8)	12(2.0)
	비즈니스	12(2.0)	12(2.0)	29(4.7)	53(8.7)
	기타	81(13.3)	34(5.6)	59(9.7)	174(28.5)
한국 방문 횟수	처음	117(19.1)	23(3.8)	78(12.8)	218(35.7)
	2회	41(6.7)	31(5.1)	22(3.6)	94(15.4)
	3회 이상	93(15.2)	149(24.4)	57(9.3)	299(48.9)
방문 동행자	단독	58(9.5)	51(8.3)	67(11.0)	176(28.8)
	가족 및 친지	95(15.5)	75(12.3)	50(8.2)	220(36.0)
	친구	72(11.8)	69(11.3)	22(3.6)	163(26.7)
	회사동료	11(1.8)	8(1.3)	10(1.6)	29(4.7)
	단체	15(2.5)	0(0.0)	8(1.3)	23(3.8)
뷰티관광 정보	유	146(23.9)	113(18.5)	54(8.8)	313(51.2)
	무	105(17.2)	90(14.7)	103(16.9)	298(48.8)
뷰티관광 관심도	관심이 많다	84(13.7)	127(20.8)	23(3.8)	234(38.3)
	보통이다	139(22.7)	57(9.3)	52(8.6)	248(40.6)
	관심이 없다	58(9.6)	36(5.8)	19(3.2)	113(18.5)
	전혀 관심이 없다	4(0.6)	2(0.3)	10(1.6)	16(2.6)
뷰티관광 정보 습득원	신문/잡지/방송/인터넷	181(29.7)	176(28.8)	78(12.8)	435(71.3)
	이웃/친지/친구/동료	60(9.9)	23(3.8)	21(3.5)	105(17.2)
	여행사	16(2.6)	4(0.6)	0(0.0)	20(3.2)
	홍보물	6(1.0)	14(2.2)	0(0.0)	20(3.2)
	기타	21(3.5)	4(.6)	6(1.0)	31(5.1)
뷰티관광 선호분야	미용성형	87(14.2)	18(2.9)	41(6.7)	146(23.9)
	피부과 레이저 치료	73(11.9)	69(11.3)	32(5.2)	174(28.5)
	피부 에스테틱 및 스파	91(14.9)	116(19.0)	84(13.7)	291(47.6)
전체		251(41.1)	203(33.2)	157(25.7)	611(100)

<sup>1)</sup> N(%)

### 3. 연령별 뷰티관광 선호 분야 비교

연령별 선호 분야를 분석한 결과는 Table 3은 중국의 연령별 뷰티관광 선호 분야, Table 4는 일본의 연령별 뷰티관광 선호분야, Table 5는 서구권의 연령별 뷰티관광 선호분야를 제시하였다.

중국의 경우 전체적으로 피부 에스테틱 및 스파가 91명(36.3%)로 비중이 가장 높았으며, 그다음으로 미용성형 87명(34.7%), 피부과 레이저 치료 73명(29.1%)로 나타났다. 연령별로 보면 20대미만은 미용성형 16명(43.2%), 20~29세는 피부 에스테틱 및 스파 48명(36.9%), 30~39세는 피부 에스테틱 및 스파 25명(44.6%), 40~49세 피부 에스테틱 및 스파 7명(36.8%), 50세이상 미용성형 5명(55.6%)으로 나타났다. 중국 관광객들은 연령이 낮아질수록 성형을 선호하고 높아질수록 에스테틱,스파를 선호하는 것으로 나타났다.

일본의 경우 전체적으로 피부에스테틱 및 스파가 116명(57.1%)으로 가장 높은 비율을 나타냈으며 피부과 레이저치료가 69명(34.0%), 미용성형이 18명(8.9%)으로 나타났다. 연령별로 보면 20세미만은 미용성형과 피부과 레이저치료가 각각 1명씩(50.0%), 20~29세는 피부에스테틱 및 스파가 39명(60.0%)으로 가장 높았으며 피부과 레이저치료가 23명(35.4%)으로 나타났다. 30~39세의 경우 피부 에스테틱 및 스파가 34명(55.7%)으로 높은 비율을 차지 하였으며 피부과 레이저치료가 17명(27.9%), 미용성형이 10명(16.4%)으로 나타났다. 40~49세의 경우 피부 에스테틱 및 스파가 20명(57.1%)으로 절반이 넘는 비율을 나타냈으며 피부과 레이저 치료가 14명(40.0%)으로 나타났다. 50세 이상 또한 피부 에스테틱 및 스파가 23명(57.5%), 피부과 레이저 치료가 14명(35.2%) 순으로 나타났다. 일본은 미용성형이 이미 활성화되어 있는 선진국인 만큼 타국에서의 미용성형 보다는 피부과 치료와 에스테틱 등 서비스를 경험하고 싶어 하는 것으로 사료되며 연령별로 크게 차이가 나지 않는 것으로 나타났다.

서구권의 경우 전체적으로 피부 에스테틱 및 스파가 84명(53.5%)으로 가장 높은 비율을 나타냈으며 미용성형이 41명(26.1%), 피부과 레이저치료가 32명(20.4%)으로 나타났다. 연령별로 20세미만은 피부 에스테틱 및 스파가 8명(50.0%), 미용성형이 6명(37.5%)이었으며 20~29세에서 피부 에스테틱 및 스파가 47명(56.0%), 미용성형이 21명(25.0%), 피부과 레이저 치료가 16명(19.0%) 순으로 나타났다. 30~39세의 경우도 피부 에스테틱 및 스파가 21명(55.3%)으로 가장 높았으며 미용성형이 9명(23.7%), 피부과 레이저치료가 8명(21.1%)으로 나타났다. 40~49세의 경우에 상기 미용서비스 모두 각각 4명씩(33.3%)으로 나타났다. 50세 이상에서도 또한 피부 에스테틱 및 스파가 4명(57.1%)으로 가장 높은 비율을 나타냈으며 피부과 레이저 치료는 2명(28.6%)순으로 나타났다. 서구권 연령별 경험하거나 하고 싶은 미용서비스는 크게 차이가 없었으며 서구권에서는 피부 에스테틱 및 스파를 가장 선호 하는 것을 알 수 있다.

Table 3. 중국의 연령별 뷰티관광 선호 분야

	미용성형	피부과 레이저 치료	피부 에스테틱 및 스파	전체(%)	$\chi^2$
20세 미만	16(43.2) <sup>1)</sup>	12(32.4)	9(24.3)	37(100)	6.099 (0.636)
20~29세	43(33.1)	39(30.0)	48(36.9)	130(100)	
30~39세	17(30.4)	14(25.0)	25(44.6)	56(100)	
40~49세	6(31.6)	6(31.6)	7(36.8)	19(100)	
50세 이상	5(55.6)	2(22.2)	2(22.2)	9(100)	
전체	87(34.7)	73(29.10)	91(36.30)	251(100)	

<sup>1)</sup> N(%)

Table 4. 일본의 연령별 뷰티관광 선호 분야

	미용성형	피부과 레이저 치료	피부 에스테틱 및 스파	전체(%)	$\chi^2$
20세 미만	1(50.0) <sup>1)</sup>	1(50.0)	0(0.0)	2(100)	13.050 (0.110)
20~29세	3(4.6)	23(35.4)	39(60.0)	65(100)	
30~39세	10(16.4)	17(27.9)	34(55.7)	61(100)	
40~49세	1(2.9)	14(40.0)	20(57.1)	35(100)	
50세 이상	3(7.5)	14(35.0)	23(57.5)	40(100)	
전체	18(8.9)	69(34.0)	116(57.1)	203(100)	

<sup>1)</sup> N(%)

Table 5. 서구권의 연령별 뷰티관광 선호 분야

	미용성형	피부과 레이저 치료	피부 에스테틱 및 스파	전체(%)	$\chi^2$
20세 미만	6(37.5)	2(12.5)	8(50.0)	16(100)	4.405 (0.819)
20~29세	21(25.0)	16(19.0)	47(56.0)	84(100)	
30~39세	9(23.7)	8(21.1)	21(55.3)	38(100)	
40~49세	4(33.3)	4(33.3)	4(33.3)	12(100)	
50세 이상	1(14.3)	2(28.6)	4(57.1)	7(100)	
전체	41(26.1)	32(20.4)	84(53.5)	157(100)	

<sup>1)</sup> N(%)

#### 4. 직업별 뷰티관광 선호 분야 비교

직업별 선호 분야를 분석한 결과는 Table 6은 중국의 직업별 뷰티관광 선호 분야, Table 7은 일본의 직업별 뷰티관광 선호분야, Table 8은 서구권의 직업별 뷰티관광 선호분야를 제시하였다. 중국의 경우 개인사업은 피부 에스테틱 및 스파가 23명(57.5%)으로 가장 높았으며 미용성형이 9명(22.5%)으로 나타났다. 전문직 종사자는 미용성형과 피부과 레이저 치료가 각각 5명(35.7%)으로 나타났으며 관리/사무직 종사자는 피부 에스테틱 및 스파가 15명(44.1%), 피부과 레이저 치료가 12명(38.2%)순으로 나타났다. 판매/서비스직 종사자는 피부과 레이저 치료가 9명(45.0%), 미용성형이 7명(35.0%)으로 나타났으며 기술/생산직 종사자는 미용성형이 4명(80.0%), 피부과 레이저 치료가 1명(20.0%) 순으로 나타났다. 학생은 피부 에스테틱 및 스파가 28명(36.4%), 미용성형이 26명(33.8%), 피부과 레이저 치료가 23명(29.9%)으로 나타났으며 교사, 공무원은 미용성형과 피부 에스테틱 및 스파가 각각 7명(41.2%) 순으로 나타났다. 주부는 미용성형이 5명(55.6%)으로 가장 높았으며 피부과 레이저 치료가 3명(33.3%)으로 나타났다. 중국관광객은 경험하거나 하고 싶은 미용 서비스는 직업별로 각각 상이하게 나타났다.( $p < 0.05$ ).

일본의 경우 개인사업 종사자는 피부 에스테틱 및 스파가 6명(60.0%), 미용성형과 피부과 레이저 치료가 각각 2명(20.0%)으로 나타났으며 전문직 종사자는 피부 에스테틱 및 스파가 16명(59.3%), 피부 레이저 치료가 9명(33.3%)순으로 나타났다. 관리/사무직 종사자 역시 피부 에스테틱 및 스파가 28명(57.1%)으로 가장 높은 비율을 나타냈으며 피부과 레이저 치료가 20명(40.8%)으로 나타났다. 기술/생산직 종사자 피부 에스테틱 및 스파가 6명(46.2%), 피부과 레이저 치료가 4명(30.8%)으로 나타났으며 학생은 피부과 레이저 치료와

피부 에스테틱 및 스파가 각각 9명(42.9%) 으로 나타났다. 교사, 공무원 은 피부 에스테틱 및 스파가 4명(66.7%), 피부과 레이저 치료가 2명(33.3%), 주부는 피부 에스테틱 및 스파가 15명(57.7%), 피부과 레이저 치료가 10명(38.5%)순으로 나타났다. 일본은 경험하고 싶은 미용서비스는 직업별로 차이가 없는 것으로 나타났다.

서구권의 경우 개인사업 종사자는 피부과 레이저 치료가 5명(38.5%), 미용성형과 피부 에스테틱 및 스파가 각각 4명(30.8%) 으로 나타났다. 전문직 종사자는 피부 에스테틱 및 스파가 16명(50.0%)으로 절반의 비율을 차지하였으며 미용성형과 피부과 레이저 치료가 각각 8명(25.0%)으로 나타났다. 관리/사무직은 세가지 서비스가 각각 3명(33.3%)으로 동일한 분포를 나타내었고 판매/서비스직 종사자는 미용성형이 6명(60.0%)으로 높은 비율을 나타냈으며 피부과 레이저 치료와 피부 에스테틱 및 스파가 각각 2명(20.0%)순으로 나타났다. 기술/생산직 종사자는 피부 에스테틱 및 스파가 9명(81.8%)으로 높은 비율을 나타냈으며 학생은 피부 에스테틱 및 스파가 29명(61.7%), 미용성형이 11명(23.4%)으로 나타났다. 교사, 공무원 종사자는 피부 에스테틱 및 스파가 14명(70.0%)으로 높은 비율을 차지하였고 피부과 레이저 치료가 4명(20.0%) 순으로 나타났다. 서구권에서 경험하거나 하고 싶은 미용서비스는 직업별로 각각 상이한 선호도를 나타내는 것으로 보여 진다.( $p<0.05$ ).

Table 6. 중국의 직업별 뷰티관광 선호분야

	미용성형	피부과 레이저 치료	피부 에스테틱 및 스파	전체(%)	$\chi^2$
개인사업	9(22.5) <sup>1)</sup>	8(20.0)	23(57.5)	40(100)	29.042 (0.024*)
전문직	5(35.7)	5(35.7)	4(28.6)	14(100)	
관리/사무직	6(17.6)	13(38.2)	15(44.1)	34(100)	
판매/서비스직	7(35.0)	9(45.0)	4(20.0)	20(100)	
기술/생산직	4(80.0)	1(20.0)	0(0.0)	5(100)	
학생	26(33.8)	23(29.9)	28(36.4)	77(100)	
교사, 공무원	7(41.2)	3(17.6)	7(41.2)	17(100)	
주부	5(55.6)	3(33.3)	1(11.1)	9(100)	
기타	18(51.4)	8(22.9)	9(25.7)	35(100)	
전체	87(34.7)	73(29.1)	91(36.3)	251(100)	

\*p<0.05

<sup>1)</sup> N(%)

Table 7. 일본의 직업별 뷰티관광 선호분야

	미용성형	피부과 레이저 치료	피부 에스테틱 및 스파	전체(%)	$\chi^2$
개인사업	2(20.0) <sup>1)</sup>	2(20.0)	6(60.0)	10(100)	15.861 (0.463)
전문직	2(7.4)	9(33.3)	16(59.3)	27(100)	
관리/사무직	1(2.0)	20(40.8)	28(57.1)	49(100)	
판매/서비스직	4(10.5)	8(21.1)	26(68.4)	38(100)	
기술/생산직	3(23.1)	4(30.8)	6(46.2)	13(100)	
학생	3(14.3)	9(42.9)	9(42.9)	21(100)	
교사, 공무원	0(0.0)	2(33.3)	4(66.7)	6(100)	
주부	1(3.8)	10(38.5)	15(57.7)	26(100)	
기타	2(15.4)	5(38.5)	6(46.2)	13(100)	
전체	18(8.9)	69(34.0)	116(57.1)	203(100)	

<sup>1)</sup> N(%)

Table 8. 서구권의 직업별 뷰티관광 선호분야

	미용성형	피부과 레이저 치료	피부 에스테틱 및 스파	전체(%)	$\chi^2$
개인사업	4(30.8) <sup>1)</sup>	5(38.5)	4(30.8)	13(100)	26.599 (0.046*)
전문직	8(25.0)	8(25.0)	16(50.0)	32(100)	
관리/사무직	3(33.3)	3(33.3)	3(33.3)	9(100)	
판매/서비스직	6(60.0)	2(20.0)	2(20.0)	10(100)	
기술/생산직	1(9.1)	1(9.1)	9(81.8)	11(100)	
학생	11(23.4)	7(14.9)	29(61.7)	47(100)	
교사, 공무원	2(10.0)	4(20.0)	14(70.0)	20(100)	
주부	0(0.0)	1(100.0)	0(0.0)	1(100)	
기타	6(42.9)	1(7.1)	7(50.0)	14(100)	
전체	41(26.1)	32(20.4)	84(53.5)	157(100)	

\*p<0.05

<sup>1)</sup> N(%)

## 5. 미용성형 인식 및 선호도 비교

연구대상자 611명 중 뷰티관광 관심분야에서 미용성형을 선택한 대상자는 총146명으로 전체 대상자의 23.9%을 차지하였다. 중국 14.2%, 일본2.9%, 서구권 6.7%로 중국에서 미용성형을 선호하는 것이 다른 나라에 비해 높게 나타났다. 미용성형 이유로는 자기만족 45.9%와 외모개선 42.5%를 선택하였으며, 성형선호 부위에서는 중국, 일본이 눈인 반면에 서구권에서 코를 선택하여 보편적으로 서양인은 코에 자신감이 있을 것 이라는 기존 인식과 다소 다른 결과를 보였다. 김명주(2011)의 연구에서 82.8%, 송교교(2014)의 연구에서도 76.0%가 자기만족과 외모개선을 선택하였으며, 가장 관심이 많은 부위도 25.7%로 눈을 선택하여 선행연구 결과와 비슷한 결과가 나타났다.

미용성형에 대한 지출비용에 있어서는 74명 50.7%가 100~200만원미만의 비용의 소비규모가 적정하다고 응답하였다.

따라서 미용성형도 짧은 여행기간에 가능하다는 인식을 주고자 최근 성형트렌드를 반영하여 ‘자연스러움’을 강조한 수술로 눈성형에서 절개가 아닌 매몰법(매듭을 이용한 비절개수술로 흉터가 없고 실밥을 풀지 않아도 되는 수술 형태)와 코성형은 절개가 아닌 필러주사 등을 사용하여 간단하게 본인이 원하는 형태로 디자인이 가능하며 바로 일상생활에 복귀할 수 있어 여행기간에 크게 제약을 받지 않는 형태의 200만원 이하의 맞춤형 미용성형 패키지를 만들어 홍보를 한다면 더 많은 외국인 관광객들의 유치가 가능할 것으로 사료된다.

Table 9. 국가별 미용성형 인식 및 선호도 비교

		중국	일본	서구권	전체(%)	$\chi^2$
기존 미용 성형 경험	유	6(6.9) <sup>1)</sup>	1(5.6)	6(14.6)	13(8.9)	2.341 (0.310)
	무	81(93.1)	17(94.4)	35(85.4)	133(91.1)	
성형 동기	자기만족	30(34.5)	14(77.8)	23(56.1)	67(45.9)	17.841 (0.058)
	외모개선	42(48.3)	4(22.2)	16(39.1)	62(42.5)	
	취직	2(2.3)	0(0.0)	0(0.0)	2(1.4)	
	결혼	2(2.3)	0(0.0)	0(0.0)	2(1.4)	
	한류열풍	1(1.1)	0(0.0)	1(2.4)	2(1.4)	
	기타	10(11.5)	0(0.0)	1(2.4)	11(7.4)	
미용 성형 수술 선호 부위	눈	26(29.9)	6(33.3)	1(2.4)	33(22.6)	34.977 (0.000***)
	코	24(27.6)	2(11.1)	24(58.5)	50(34.2)	
	윤곽	15(17.2)	4(22.2)	3(7.3)	22(15.1)	
	가슴	3(3.4)	1(5.6)	5(12.2)	9(6.2)	
	지방흡입	5(5.7)	4(22.2)	5(12.2)	14(9.6)	
	모발	2(2.3)	0(0.0)	1(2.4)	3(2.1)	
	기타	12(13.8)	1(5.6)	2(4.9)	15(10.3)	
미용 성형 수술 비용	100만원 미만	13(14.9)	9(50.0)	8(19.5)	30(20.5)	24.298 (0.002**)
	100~200만원 미만	44(50.6)	7(38.9)	23(56.1)	74(50.7)	
	200~300만원 미만	17(19.5)	0(0.0)	3(7.3)	20(13.7)	
	300~500만원 미만	11(12.6)	0(0.0)	7(17.1)	18(12.3)	
	500~1,000만원 이상	2(2.3)	2(11.1)	0(0.0)	4(2.7)	
전체	87(100)	18(100)	41(100)	146(100)		

<sup>1)</sup> N(%)

## 6. 피부과 레이저치료 인식 및 선호도 비교

연구대상자 611명 중 뷰티관광 관심분야에서 피부과 레이저치료를 선택한 대상자는 총174명으로 중국 11.9%, 일본 11.3%, 서구권 5.2%로 전체 대상자의 28.5%을 차지하였다. 피부고민으로는 일본, 서구권은 주름인데 반해 중국은 여드름이 고민이라는 선택이 41.1%로 많았다. 피부미용관리 장소로는 중국, 일본, 서구권 모두 홈케어를 선호하는 것으로 나타나 현지 뷰티체험프로그램도 중요하지만 쉽게 구입하고 편하게 사용할 수 있는 홈케어 제품을 개발한다면 화장품시장에 기여할 것으로 사료된다.

피부과 레이저치료에 대한 지출비용에 있어서는 69명 39.7%가 50~100만원미만의 비용의 소비규모가 적정하다고 응답하였다.

최근 피부과의 트렌드한 프로그램 중 시술 후 바로 일상생활이 가능한 레이저치료로 미백치료는 각종 레이저토닝, 엔디야그, 프락셔널레이저 시술과 주름치료로는 보톡스, 필러주사법 및 리프팅레이저를 이용해 타이트닝 효과를 낼 수 있으며, 여드름 치료로는 압출 및 약물치료를 병행한 PDT치료를 적극 활용하여 가격 맞춤형 Medical Skin Care 프로그램을 적극 홍보한다면 방한 외국인들의 관심도를 높일 수 있으며, 치료 후 홈관리로 피부재생 제품을 홈케어용으로 판매 한다면 화장품 시장에도 기여할 것으로 사료된다.

Table 10. 국가별 피부과 레이저치료 인식 및 선호도 비교

		중국	일본	서구권	전체(%)	$\chi^2$
피부고민	미백	17(23.3) <sup>1)</sup>	7(10.1)	6(18.8)	30(17.2)	29.618 (0.000 ***)
	주름	6(8.2)	24(34.8)	11(34.4)	41(23.6)	
	탄력	8(11.0)	9(13.0)	5(15.6)	22(12.6)	
	여드름	30(41.1)	11(15.9)	8(25.0)	49(28.2)	
	그 외	12(16.4)	18(26.1)	2(6.3)	32(18.4)	
피부미용 관리장소	병원	11(15.1)	11(15.9)	10(31.3)	32(18.4)	5.464 (0.243)
	에스테틱	18(24.7)	22(31.9)	7(21.9)	47(27.0)	
	홈케어	44(60.3)	36(52.2)	15(46.9)	95(54.6)	
미용 기술 비용	50만원 미만	16(21.9)	39(56.5)	7(22.0)	62(35.6)	43.846 (0.000 ***)
	50~100만원 미만	25(34.2)	27(39.1)	17(53.1)	69(39.7)	
	100~300만원 미만	25(34.2)	2(2.9)	4(12.5)	31(17.8)	
	300~500만원 미만	5(6.8)	1(1.4)	2(6.2)	8(4.6)	
	500~1,000만원 이상	2(2.7)	0(0.0)	2(6.2)	4(2.3)	
전체		73(100)	69(100)	32(100)	174(100)	

\*\*\*p<0.001

<sup>1)</sup> N(%)

## 7. 연령별 피부 고민 실태

연령별 피부 고민 결과는 Table 11에 중국 연령별 피부고민 실태, Table 12에 일본의 피부고민 실태, Table 13에 서구권의 피부고민 실태를 각각 제시하였다. 중국은 전체적으로 여드름이 30명(41.1%)으로 가장 높았으며 미백이 17명(23.3%), 탄력이 8명(11.0%) 순으로 나타났다. 연령별로 20세 미만은 여드름이 6명(50.0%)으로 절반의 비율을 나타냈으며 미백이 5명(41.7%)순으로 나타났다. 20~29세 에서는 여드름이 19명(48.7%), 미백이 8명(20.5%)으로 나타났으며 30~39세 에서는 미백과 여드름이 각각 4명(28.6%)씩 나타났다. 40~49세는 탄력 고민이 3명(50.0%), 50세 이상은 주름이 1명(50.0%) 순으로 나타났다. 20세 미만에서부터 29세 까지의 연령에서는 여드름이 가장 관심사가 높았으며 연령이 올라갈수록 탄력에 관심사가 높은 것으로 나타났다. ( $p < 0.05$ ).

일본은 전체적으로 주름이 24명(34.8%), 여드름이 11명(15.9%), 탄력이 9명(13.0%) 순으로 나타났다. 연령별로 20세 미만은 여드름이 1명(100.0%), 20~29세 여드름이 8명(34.8%), 미백과 주름이 각각 3명씩(13.0%)으로 나타났다. 30~39세는 주름이 6명(35.3%), 탄력과 여드름이 각각 2명(11.8%) 순이었으며 40~49세는 주름이 4명(28.6%), 미백과 탄력이 각각 3명(21.4%)으로 나타났다. 50세 이상은 주름이 11명(78.6%)으로 가장 높은 비율을 나타냈으며 탄력이 3명(21.4%) 순으로 나타났다. 일본의 연령별 피부 고민은 29세 이하에서는 여드름과 미백, 주름이 관심사인 반면 30세 이상에서는 주름과 미백, 탄력이 주된 관심사 인 것으로 나타났다. ( $p < 0.01$ ).

서구권은 전체적으로 주름이 11명(34.4%) 으로 가장 높았으며 여드름이 8명(25.0%), 미백이 6명(18.8%), 탄력이 5명(15.6%) 순으로 나타났다. 연령별로 20세 미만은 여드름과 미백이 각각 1명(50.0%)으로 나타났으며 20~29세는 여드름이 5명(31.3%), 미백과 주름이 각각 4명(25.0%)으로 나타났다. 30~39세 에서는

는 주름이 3명(37.5%), 탄력과 여드름이 각각 2명(25.0%)으로 나타났으며 40~49세에서는 주름이 2명(50.0%), 50세 이상 역시 주름이 2명(100.0%)으로 나타났다. 서구권에서는 연령별로 피부고민에 있어서 관심사가 크게 차이가 나지 않은 것으로 나타났다.

Table 11. 중국 연령별 피부고민 실태

	미백	주름	탄력	여드름	그 외	전체(%)	$\chi^2$
20세 미만	5(41.7) <sup>1)</sup>	0(0.0)	0(0.0)	6(50.0)	1(8.3)	12(100)	27.132 (0.040*)
20~29세	8(20.5)	3(7.7)	2(5.1)	19(48.7)	7(17.9)	39(100)	
30~39세	4(28.6)	1(7.1)	3(21.4)	4(28.6)	2(14.3)	14(100)	
40~49세	0(0.0)	1(16.7)	3(50.0)	1(16.7)	1(16.7)	6(100)	
50세 이상	0(0.0)	1(50.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(50.0)	2(100)	
전체	17(23.3)	6(8.2)	8(11.0)	30(41.1)	12(16.4)	73(100)	

\*p<0.05

<sup>1)</sup> N(%)

Table 12. 일본 연령별 피부고민 실태

	미백	주름	탄력	여드름	그 외	전체(%)	$\chi^2$
20세 미만	0(0.0) <sup>1)</sup>	0(0.0)	0(0.0)	1(100)	0(0.0)	1(100)	37.484 (0.002**)
20~29세	3(13.0)	3(13.0)	1(4.3)	8(34.8)	8(34.8)	23(100)	
30~39세	1(5.9)	6(35.3)	2(11.8)	2(11.8)	6(35.3)	17(100)	
40~49세	3(21.4)	4(28.6)	3(21.4)	0(0.0)	4(28.6)	14(100)	
50세 이상	0(0.0)	11(78.6)	3(21.4)	0(0.0)	0(0.0)	14(100)	
전체	7(10.1)	24(34.8)	9(13.0)	11(15.9)	18(26.1)	69(100)	

\*\*p<0.01

<sup>1)</sup> N(%)

Table 13. 서구권 연령별 피부고민 실태

	미백	주름	탄력	여드름	그 외	전체(%)	$\chi^2$
20세 미만	1(50.0) <sup>1)</sup>	0(0.0)	0(0.0)	1(50.0)	0(0.0)	2(100)	13.226 (0.656)
20~29세	4(25.0)	4(25.0)	2(12.5)	5(31.3)	1(6.3)	16(100)	
30~39세	1(12.5)	3(37.5)	2(25.0)	2(25.0)	0(0.0)	8(100)	
40~49세	0(0.0)	2(50.0)	1(25.0)	0(0.0)	1(25.0)	4(100)	
50세 이상	0(0.0)	2(100)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	2(100)	
전체	6(18.8)	11(34.4)	5(15.6)	8(25.0)	2(6.3)	32(100)	

<sup>1)</sup> N(%)

## 8. 피부관리(에스테틱, 스파) 인식 및 선호도 비교

연구대상자 611명 중 뷰티관광 관심분야에서 피부관리(에스테틱,스파)분야를 선택한 대상자는 총291명으로 중국 14.9%, 일본 19%, 서구권 13.7%로 전체 대상자의 47.6%을 차지하여 미용성형, 피부과 레이저치료보다 가장 높은 인지도를 나타냈다. 관리 선호부위로는 중국, 서구권은 전신관리를 선호하였으며, 일본은 얼굴관리를 선호하였다, 피부관리(에스테틱,스파)에 대한 지출비용에 있어서는 186명 63.9%가 50만원 미만의 비용의 소비규모가 적정하다고 응답하였다.

가장 선호도가 높은 에스테틱, 스파시장을 활성화 하기 위해서는 먼저 한국만이 가지고 있는 색다른 피부 관리, 스파 프로그램이 필요하다. 예를 들어, 태국은 타이마사지, 중국은 중국마사지만이 가지고 있는 전통적인 방식의 ‘마사지 테크닉’등의 개발과 전문 에스테티션의 교육도 외국인 관광객 유치에 크게 반영될 것으로 사료된다.

Table 14. 국가별 피부관리(에스테틱, 스파) 인식 및 선호도

		중국	일본	서구권	전체(%)	$\chi^2$
피부관리 전신관리 선호부위	얼굴관리	25(27.5)	69(59.5)	30(35.7)	124(42.6)	29.317 (0.000 ***)
	발관리	19(20.9)	19(16.4)	10(11.9)	48(16.5)	
	전신관리	45(49.5)	27(23.3)	43(51.2)	115(39.5)	
	기타	2(2.2)	1(0.9)	1(1.2)	4(1.4)	
피부관리 전신관리 비용	50만원 미만	38(41.8)	89(76.7)	59(70.2)	186(63.9)	31.894 (0.000 ***)
	50~100만원 미만	40(44.0)	18(15.5)	19(22.6)	77(26.5)	
	100~300만원 미만	9(9.9)	8(6.9)	5(6.0)	22(7.6)	
	300~500만원 미만	3(3.3)	1(0.9)	1(1.2)	5(1.7)	
	500~1,000만원이상	1(1.1)	0(0.0)	0(0.0)	1(0.3)	
전체		91(100)	116(100)	84(100)	291(100)	

<sup>1)</sup> N(%)

## 9. 한국에서의 미용체험 선택 이유

한국에서의 미용체험 선택 이유를 알아본 결과 ‘자국보다 한국 미용수준이 더 높다고 생각 한다’가 29.4%로 한국미용에 높은 신뢰도를 알 수 있었으며, ‘미용뿐만 아니라 여행과 쇼핑도 함께 할 수 있다’가 21.5%로 높게 나타났다.

김명주(2011)의 연구에서도 ‘한국의 미용수준이 높다고 생각 한다’가 가장 높은 비율로 나타났으며, ‘여행과 쇼핑도 함께 할 수 있다’가 28.0%로 나타나 비슷한 수준을 보였다.

Table 15. 한국에서의 미용체험 선택 이유(복수선택)

	전체 (%)
자국보다 한국 미용수준이 더 높다고 생각 한다	29.4 <sup>1)</sup>
자국과 비교했을 때 더 안정적이다	14.9
미용뿐만 아니라 여행과 쇼핑도 함께 할 수 있다	21.5
친척과 친구의 추천	8.3
한국 연예인처럼 예뻐진다고 생각 한다	5.5
자국보다 비용적인 면이 더 저렴하다	20.4
합계	100%

<sup>1)</sup> N(%)

## 10. 한국에서의 미용체험 선택 정보 습득원

일반적 관광 정보 습득은 신문, 잡지, 방송, 인터넷이 71.3%로 가장 높았으나, 체험 관광 선택 정보는 친구와 동료의 추천이 41.1%로 높게 나타났다.

박연주(2015)의 연구에서도 일본은 ‘인터넷’을 통해, 중국은 ‘친구 및 가족 소개’를 통해 스파를 방문하는 것으로 나타나 유사한 결과를 나타내었다. 단순 관광 정보 습득이 아닌 체험은 신뢰도가 높은 쪽으로 선택하는 만큼 서비스 품질 개선 및 사후 서비스로 인한 입소문 마케팅(Buzz Marketing)기법을 적극적으로 활용하는 것이 중요하다고 사료되었다.

Table 16. 국가별 미용체험 선택 정보 습득원

	중국	일본	서구	전체(%)	$\chi^2$
친구와 동료의 추천	51.7 <sup>1)</sup>	44.4	17.1	41.1	
인터넷	24.1	27.8	61.0	34.9	
대중매체	12.6	22.2	12.2	13.7	24.793 (0.006
참여업체의 안내	2.3	5.6	4.9	3.4	**)
해외 의료진, 네트워크 병원, 미용기관 소개	4.0	0.0	4.9	4.1	
기타	4.6	0.0	0.0	2.7	
				100%	

\*\*p<0.01

<sup>1)</sup> N(%)

## 11. 한국 피부 미용시장의 이미지 비교

한국의 피부 미용시장의 이미지를 조사한 결과 ‘호의적이다’가 59.8%로 높게 나타났으며, 전체 설문 대상자중 ‘부정적이다’는 0%로 나타나 한국 피부미용 시장 이미지를 부정적으로 보는 시각은 없는 것으로 나타났다. 국가별에서는 중국, 일본이 ‘좋게 생각한다’가 60%이상으로 나타났으나, 서구권은 ‘관심이 없다’가 21.9%로 나타나 아직까지 아시아권에서 더 발전하고 있는 것을 알 수 있어 아시아권은 고정시장으로 유지 할 수 있는 마케팅 전략과 서구권의 적극적인 홍보를 통하여 더 많은 한국미용시장을 알릴 필요가 있다고 여겨진다.

Table 17. 국가별 한국 피부미용시장의 이미지

	중국	일본	서구권	전체(%)	$\chi^2$
매우좋다(호의적이다)	60.3 <sup>1)</sup>	66.7	43.8	59.8	6.956 (0.138)
보통이다	30.1	26.1	34.4	29.3	
관심이 없다	9.6	7.2	21.9	10.9	
나쁘다(부정적이다)	0.0	0.0	0.0	0.0	
전체				100%	

<sup>1)</sup> N(%)

## 12. 뷰티관광 선택에 관한 서비스 중요도 및 인식도

Table 18에 전체대상자의 서비스 중요도 및 인식도, Table 19에 국가별 서비스 중요도 및 인식도를 나타낸 결과를 각각 제시하였다. 전반적으로 체험관광을 선택할 때에 ‘서비스’가 4.43으로 가장 중요하다고 생각 하였으며, 그중에서 진료관리 후 사후 서비스 4.47로 높게 나타났다. 그 다음으로 ‘효과 및 우수성’ 4.37이었으며 그중에서도 치료 및 관리효과가 4.60으로 높게 나타나 중국, 일본, 서구권 모두에게 한국의 치료 및 효과의 우수성을 높게 평가 받았다. ‘편의성’ 4.15, ‘저렴한 비용’ 4.05순이며 저렴한 비용이 가장 낮게 나타났다. 다만 평점은 4점대로 비교적 높은 점수를 보였다.

분석 결과를 보면, 국가별로 ‘편의성’, ‘서비스’에서 집단별로 차이가 있는 것으로 나타났다.( $p < 0.001$ ,  $p < 0.05$ ). 편의성에서는 중국과 일본, 중국과 서구권이 다 중국에 비해 일본, 서구권이 높게 차이가 나타났다.( $p < 0.001$ ). 서비스에 서는 중국과 서구권에서 차이가 나타났다. 서비스 에서는 서구권과 중국, 서구권과 일본에서 서구권보다 중국과 일본이 높게 차이가 나타났다.( $p < 0.05$ ).

서비스 강화를 위해서는 의료진, 에스테션의 친절한 서비스 및 진료관리 후 사후 서비스 등을 더욱 세심히 고려하여 품질 면에서 더욱 신경 쓴다면 더 많은 방한 외국인들의 뷰티 체험관광 상품의 관심도가 높아질 것으로 전망되었다.

Table 18. 서비스 중요도 및 인식도 (n=611)

요인명	변수	M±SD <sup>1)</sup>
편의성	편리한 국제적 접근성	3.93±0.86
	의료진, 에스테션과 의사소통	4.38±0.76
		<b>4.15±0.70</b>
서비스	의료진, 에스테션 친절한 서비스	4.40±0.73
	진료관리 후 사후 서비스	4.47±0.72
		<b>4.43±0.62</b>
효과 및 우수성	진료분야, 관리분야의우수기술	4.59±0.64
	최첨단 의료장비	4.46±0.69
	의료기관 관리기관 평판 및 명성	4.33±0.77
	치료 및 관리효과	4.60±0.67
	의료관광상품의 다양성	3.91±0.93
	쾌적하고 안락한 시설	4.32±0.73
		<b>4.37±0.53</b>
비용	적절한 비용	4.05±0.92
		<b>4.05±0.92</b>

1) M:mean, SD:standard deviation

\* 1(전혀 중요하지 않다) ← 3(보통이다) → 5(매우 중요하다)

Table 19. 국가별 서비스 중요도 및 인식도

	편의성	서비스	효과 및 우수성	비용
중국 <sup>a</sup> (n=251)	4.01±0.78	4.41±0.60	4.40±0.52	4.07±0.94
일본 <sup>b</sup> (n=203)	4.30±0.61	4.52±0.54	4.34±0.50	4.06±0.95
서구권 <sup>c</sup> (n=157)	4.20±0.65	4.36±0.72	4.36±0.59	4.02±0.84
F-value	10.269	3.587	0.817	0.153
p.	0.000***	0.028*	0.442	0.858
Scheffe	a<b,c	c<a,b	-	-

\*p<0.05, \*\*\*p<0.001

### 13. 뷰티관광에 관한 서비스 만족도

Table 20에 전체대상자의 서비스 만족도, Table 21에 국가별 서비스 만족도를 나타낸 결과를 각각 제시하였다. 전반적으로 ‘편의성’이 4.10으로 가장 만족하였으며, 그중에서도 편리한 국제적 접근성이 4.11로 중국, 일본, 서구권 모두 국제적 접근성을 가장 중요하다고 평가하였다. 두 번째로는 ‘서비스’, ‘효과 및 우수성’이 4.05로, 세 번째는 ‘저렴한 비용’ 3.81순으로 나타나 한국의료기술이 뛰어난 것을 알 수 있었다. 국가별로 ‘편의성’, ‘서비스’, ‘효과 및 우수성’, ‘비용’ 모두 집단별로 차이가 없는 것으로 나타났다. 비용을 제외하고 편의성, 서비스, 효과 및 우수성에서 4점 이상으로 나타나 비용적인 면이 가장 만족도가 낮음을 알 수 있었다. 이에 합리적인 가격의 관광프로그램을 개발하는 것이 최우선으로 고려해야 할 사항이며 단발성 외국인관광객 유치에 아닌 지속적으로 이어지기 위해서는 비용과 관련한 관련 법규가 수립되어야 할 것으로 사료된다.

Table 20. 전체대상자 서비스 만족도 (n=611)

요인명	변수	M±SD <sup>1)</sup>
편의성	편리한 국제적 접근성	4.11±0.77
	의료진, 에스태션과 의사소통	4.09±0.82
		<b>4.10±0.64</b>
서비스	의료진, 에스태션 친절한 서비스	4.19±0.82
	진료관리 후 사후 서비스	3.91±0.95
		<b>4.05±0.78</b>
효과 및 우수성	진료분야, 관리분야의 우수기술	4.20±0.74
	최첨단 의료장비	4.19±0.66
	의료기관 관리기관 평판 및 명성	4.04±0.84
	치료 및 관리효과	3.96±0.87
	의료관광상품의 다양성	3.80±0.91
	쾌적하고 안락한 시설	4.14±0.75
		<b>4.05±0.62</b>
비용	적절한 비용	3.81±0.96
		<b>3.81±0.96</b>

1) M:mean, SD:standard deviation

\* 1(전혀 만족하지 않는다) ← 3(보통이다) → 5(매우 만족한다)

Table 21. 국가별 서비스 만족도

	편의성	서비스	효과 및 우수성	비용
중국 <sup>a</sup> (n=251)	4.01±0.67	3.99±0.77	4.06±0.59	3.73±0.98
일본 <sup>b</sup> (n=203)	4.16±0.63	4.14±0.74	3.99±0.61	3.97±0.87
서구권 <sup>c</sup> (n=157)	4.33±0.56	4.06±0.95	4.22±0.77	3.67±1.22
F-value	1.086	0.314	0.468	0.609
p.	0.343	0.732	0.628	0.547
Scheffe	-	-	-	-

\*p<0.05, \*\*\*p<0.001

## V. 결론 및 제언

뷰티관광에 관한 외국인들의 높은 관심이 계속적으로 증가하는 추세이다. 이에 본 연구는 국가별 뷰티관광의 인식 차이점과 서비스 중요도 및 만족도등을 향한 외국인들을 대상으로 조사하여 앞으로의 뷰티관광에 적용하여 규모를 예측해보고 발전 방안을 모색하고자 수행한 결과 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 뷰티관광 선호분야에서는 피부관리(에스테틱 및 스파), 피부과 레이저 치료, 미용성형 순으로 나타나 힐링 위주의 관광 상품으로 에스테틱 및 스파와 함께 할 수 있는 관광지 모색 필요성이 중요하게 인식되었다. 체험 선택 시 친구 동료의 추천이 가장 높게 나타나 향후 더욱 더 많은 체험관광객을 유치하기 위해서는 입소문 마케팅(Buzz Marketing)기법을 적극적으로 활용하여야 할 것이다. 둘째, 미용체험 선택 이유로는 자국보다 한국 미용수준이 더 높다고 생각하여 한국미용에 관한 신뢰도가 높음을 알 수 있었으며, 미용뿐만 아니라 여행과 쇼핑도 함께 할 수 있는 것이 높게 나타나 관광과 접목시킨 체험형 미용시장의 가능성이 높게 보여 앞으로의 뷰티관광에 대한 긍정적인 결과를 나타내었다. 셋째, 중국, 일본, 서구권 모두 홈케어를 선호하는 것으로 나타나 현지 미용체험프로그램도 중요하지만 쉽게 구입하고 편하게 사용할 수 있는 홈케어 제품으로 일본, 서구권은 주름위주의 제품과 중국은 여드름위주의 제품을 개발한다면 화장품시장 발전에도 기여할 것이다. 넷째, 서구권은 한국뷰티시장에 관심이 없다는 21.9%로 나타나 아직까지 한류의 중심은 아시아권에서 더 발전하고 있는 것을 알 수 있어 서구권의 적극적인 마케팅으로 한국뷰티시장을 알리는데 노력하여야 할 것이다.

마지막으로 체험관광 선택 시 공통적으로 추구하는 요인을 파악한 결과는 전반적으로 ‘서비스’가 가장 중요하다고 나타나 의료진, 에스테티션의 친절함

서비스 및 진료관리 후 사후 서비스 등을 더욱 세심히 고려하여 품질면에서 더욱 신경 쓴다면 더 많은 방한 외국인들의 뷰티 체험관광 상품의 관심도가 높아질 것으로 전망되었다. 따라서 체험관광을 적극 홍보하기 위해서는 국가별 선호 분야에 따라 가격 맞춤형 미용성형, 피부과 레이저치료, 피부관리 등의 프로그램을 만들어 인터넷을 통한 홍보 및 체험관광객을 통한 소개 인센티브 제도 등의 마케팅 전략이 필요하며, 최우선으로는 외국인 관광객들의 대하는 의료진 및 에스테티션의 태도 즉, 서비스 품질을 더욱 고려하여 단발성 고객이 아닌 믿고 찾을 수 있는 관광지로 기억될 수 있는 친절한 서비스가 뒷받침이 된다면 한국의 뷰티시장은 신뢰를 바탕으로 더욱 더 발전해 나갈 수 있을 것으로 기대된다.

## 참고 문헌

1. 구태규. (2010). 피부미용이 관광객의 만족도와 재방문에 미치는 영향. 일본인 여성 관광객을 중심으로. 한국미용학회지, 16(3), 763-771
2. 김은정, 박상준. (2010). 중국의 한류현상이 한국 관광의도에 미치는 영향. 한국항공경영학회지, 8(1), 171-184
3. 김도연, 최태부. (2014). 반영구화장에 대한 경험 고객의 인식도 조사 (한국, 일본, 미국 비교). 한국미용학회지, 20(6), 1083-1090
4. 김명주. (2011). 중국관광객의 한국의료관광 선택속성에 관한 연구. 경희대학교 대학원, 석사학위논문. pp. 39-47
5. 노정철 .(2009). 관광산업의 블루오션 창출을 위한 의료관광 활성화 방안에 관한 연구. 대한관광경영학회, 23(4), 219-237
6. 박은숙, 이재섭. (2011). 방한인근본인 관광객의 의료관광 서비스품질이 만족도와 행동의도에 미치는 영향. (사)대한관광경영학회지, 25(4), 487-502
7. 박연주, 이현진, 리순화. (2015). 한국 스파시설을 이용하는 한국,일본,중국인 관광객의 특성과 만족도에 대한 조사. Kor.J.Aesthet.Cosmetol., 13(6), 849-856
8. 신윤숙. (2008) .한국의료관광(Medical Tourism)의 전망과 활성화 방안, 문명연지, 21, 41-70

9. 수리엔, 박은준. (2015). 중국인의 한국화장품 인식과 재 구매 의도 및 마케팅의 영향 관계. 한국미용학회지, 21(6), 1139-1146
10. 송교교. (2014). 한국 의료관광목적지 선택속성의 중요도 및 만족도에 대한 분석. 가천대학교 대학원, 석사학위논문, pp. 29-53
11. 설인웅. (2014). 한국 의료관광 선택요인과 만족도 및 추천의도에 관한 연구. 호남대학교 대학원.석사학위논문. pp. 5-27
12. 윤혜영, 이난희. (2008). 스파이용자의 스파 선택 속성에 관한 연구. 한국미용학회지, 14(3), 1015-1026
13. 오강수. (2011). 미용관광 활성화를 위한 미용테미박물관 건립 필요성에 관한 연구. 한국미용학회지, 17(1), 174-184
14. 양삼, 최기탁. (2014). 방한 중국인의 뷰티관광에 관한 탐색적 연구. 한국항공경영학회지, 12(1), 63-79
15. 임선정. (2011). 일본인 관광객의 의료관광 선택속성에 관한 연구(IPA를 중심으로-). 한양대학교 대학원. 석사학위논문. pp. 6-47
16. 조아라, 노영희. (2013). 한국,미국,프랑스 여대생의 미의식 및 헤어미용 만족도에 관한 비교 연구. 한국미용학회지, 19(6), 1222-1232
17. 장향미, 조선영. (2013). 미용성형 의료기관 선택속성에 따른 마케팅전략에

- 관한 연구. (사)대한관광경영학회, 27(6), 117-136
18. 진정화. (2011). 한국 뷰티서비스 산업의 현황과 예측. 대한피부미용학회지, 9(4), 1-12
19. 지연, 신세영. (2015). 한국의료관광서비스와 연계한 뷰티관광 활성화 방안. (사)대한관광경영학회, 30(3), 289-303
20. 하경희. (2014). 뷰티박람회 관광객의 관광동기와 만족도간 영향관계. Tourism Research, 39(1), 41-62
21. 한국보건산업진흥원. (2012). 뷰티관광 활성화를 위한 인프라구축 연구
22. 진우창, (2009). 뷰티산업 전략적 발전모델의 실내공간 계획. 홍익대학교 대학원. 석사학위논문. p3
23. 이은미, (2008). 대구시 의료관광 선택속성의 I-P 분석. 계명대학교대학원 박사학위논문. pp. 4-16
24. 이정화, (2009). 방한 일본인 관광객의 의료관광 선택속성에 대한 중요도와 이용의도와의 영향관계 연구. 동아대학교 경영대학원. 석사학위논문. pp. 6-8
25. 김부환. (2012). 의료관광 마케팅믹스가 의료관광 만족과 애호도에 미치는 영향:부산,김해지역의 의료관광객을 대상으로. 동의대학교 경영대학원. 석사학위논문. pp. 4-8

26. Jiyun Yu, Timothy Jeonglyeol Lee, Hojeong Noh. (2011). CHARACTERISTICS OF A MEDICAL TOURISM INDUSTRY: THE CASE OF SOUTH KOREA. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol.28, 856-872
27. David Bell, Ruth Holliday, Meredith Jones, Elspeth Probyn, Jacqueline Sanchez Taylor. (2011). Bikinis and bandages: An Itinerary for Cosmetic Surgery Tourism. *Tourist Studies*, 1-17
28. Chee Heng Leng. (2007). Medical Tourism in Malaysia: International Movement of Healthcare Consumers and the Commodification of Healthcare. Asia Research Institute working paper Series, No.83, 8-20
29. Devon M.Herrick. (2007). Medical Tourism: Global Competition in Health Care. National Center for Policy Analysis, No.304.
30. Hall,C.M. (2011). Health and medical tourism:a kill or cure for global public health?. *Tourism Review*, 66(1/2), 4-15

## **Abstract**

### **A Study of Acknowledgement and Satisfaction Rates of the Korean Beauty Market of Foreign Visitors to Korea**

**- Comparison of China, Japan and Western countries-**

Keun-Jung Yeon

Skincare and Coordination Major,

Dept. of Convergence Beauty,

Graduate School of Convergence Beauty

Sungshin Women's University

As attention to K-Beauty has recently been highly paid to, foreigners show higher interest in new experience of beauty tourism than any other time with the development of tourism industry. Thus, in this study, a questionnaire survey was conducted targeting 611 foreigners toward the degree of importance of service and satisfaction in general characteristic, selection of experience, pattern, etc. of beauty tourism, dividing into three groups of China, Japan and Western European countries, with the aim of this study to complement the shortage of studies on degree of interest in beauty tourism of foreigners from Western European countries against the studies centrally on Asian country up to now. Summarized result of this study is as the following.

First, recommendation of friends and peers appeared highest at selection of beauty experience program. Second, tourism for travel with shopping as well as beauty tourism appeared high. Third, necessity is required for development of wrinkle removal-oriented products as homecare products that can be easily purchased and conveniently used, though beauty experience program in local site. Fourth, effort should be made for publicizing beauty market of Korea with positive marketing activity toward tourists from Western Europe, considering that development having been more made centrally on K-wave in Asian area. Fifth, more attention to aspect of quality with careful consideration of kind service and after-sale service by medical professionals and estheticians will bring higher degree of interest in articles of beauty experience tourism by foreigners visiting Korea.

To this cause, we recommend for positive application of buzz marketing technique along with practice of tailored publicity with consideration of attributes of selection of beauty tourism by countries in the future. In addition, we expect development of beauty market of Korea and enhancement of marketability of beauty experience tourism for foreigners visiting Korea.

## 研究同意書

您好？

衷心感謝您在百忙之中回答本問卷。

本問卷調查的目的是撰寫誠信女子大學融合藝術設計研究生院皮膚肥胖管理學專業學位論文而編

寫。本問卷調查是爲了研究“有關韓國美容市場的外國人的認識及滿意度調查”，

被調查的內容以無記名形式進行，承諾絕對不會用於除了研究目的之外的任何用途上。

本問卷內容沒有正確答案和錯誤答案，所以請依據感受到的內容隨意回答，

會爲本研究和學問成爲很大的幫助。

您誠摯的回答會爲韓國美容發展做貢獻。

希望各位家庭始終充滿健康和幸福。

調查人：誠信女子大學融合藝術設計研究生院 融合藝術學系 皮膚美容學專業 延根正

導師：裴賢淑 教授

聯系方式：ykj0925@naver.com

被調查人簽字 \_\_\_\_\_

I.如下是有關您的普通事項的提問。

請在該項標記V表。

1. 您的國籍是?( )

2. 您的年齡是？

①20歲 以內 ②20~29歲 ③30~39歲 ④40~49歲 ⑤50歲 以上

3. 您的性別是？

①女 ②男

4. 您的婚姻與否？

①已婚 ②未婚

5. 您的最終學歷是？

①高中以下 ②大專畢業③大學畢業 ④研究生院以上

5. 您的職業是？

- ①个体 ②專門職業③管理/辦公室 ④銷售/服務職位 ⑤技術/生產職位 ⑥學生  
⑦教師、公務員 ⑧主婦 ⑨其他 ( )

6. 您每个月的平均家庭收入是？

- ① 6000元 以下 ② 6000~24000元 以內 ③ 24000~30000元 以內 ④ 36000~48000元以內  
⑤ 48000~60000元 以內 ⑥ 60000元以上

II. 如下是您有關韓國觀光的一般事項。

請在該項標記V表。

1. 您訪問韓國的目的是什麼？

- ①朋友/親戚訪問 ②觀光 ③健康及治療 ④商務 ⑤其他

2. 訪問韓國是第幾次？

- ①第1次 ②2次 ③3次以上

3. 和誰訪問過？

- ①單獨 ②家族 及親戚③朋友 ④公司同事 ⑤團體

4. 您聽說過韓國美容觀光嗎？

- ①有 ②沒有

向① 号->5号項移動 向② 号->7号項移動

5. 如果聽說韓國的美容觀光會怎麼想？

- ①很有興趣 ②普通 ③沒有興趣 ④ 持否定態度

6. 如果您聽說過韓國美容觀光，是通過什麼途徑了解到？

- ①報紙/雜誌/電視/網絡②鄰居/親戚/朋友/同事 ③旅行社④ 宣傳冊子 ⑤其他

7. 您對韓國美容的關心度是？

- ①非常高 ②高 ③普通 ④ 少 ⑤沒有

8. 您在韓國已經體驗過或者想體驗的美容服務領域是什麼？

- ①美容整形（相當於眼睛、鼻子、輪廓、胸部、吸入脂肪等的整形手術）
- ② 皮膚和激光治療（相當於美白、  
臉部傷疤治療、青春痘、伸展彈力、皺紋等的美容施術）
- ③ 皮膚美容及洗浴（相當於臉部按摩、足底按摩、全身按摩等的美容管理）

選擇1號時向14號

選擇2號時向15號

選擇3號時向16號

14號項是有關美容整形的提問。

14-1. 您做過美容整形手術嗎？

- ①有 ②沒有
- ①選擇時-> 向14-2號
- ②選擇時 ->向14-3號로

14-2. 您在哪儿做了美容整形手術？

- ①本國內醫院 ② 韓國醫院 ③ 其他國家醫院

14-3. 您如果想做美容整形手術，其理由是什麼？

- ①自我滿足 ②為更漂亮 ③就業 ④ 結婚 ⑤韓流熱(韓流整形熱)⑥其他( )

14-4. 您對韓國的美容整形手術了解多少？

- ①完全 不懂 ②不懂 ③普通 ④ 了解 非常了解。

14-5. 您希望做韓國美容整形手術，通過什麼途徑尋找？

- ① 朋友和同事的推薦(通過訪問患者的傳聞)
- ② 網絡(醫院的網站、韓國觀光公司)
- ③大眾媒體 (TV、雜誌、報紙等的廣告)
- ④ 參與企業的介紹 (韓國和中國的旅行社、協會等)
- ⑤ 海外醫務人員、網絡醫院、美容機關介紹
- ⑥ 宣傳促銷
- ⑦ 其他 ( )

14-6. 您如果美容整形希望首先做哪个部位？

①眼睛 ②鼻子 ③輪廓 ④ 胸部 ⑤吸入脂肪 ⑥毛發 ⑦其他

14-7. 您如果到韓國做美容整形手術， 預計手術費用大概是多少？

①6000元 以內 ②12000元 以內 ③18000元 以內④ 30000元 以內⑤30000~60000元以上

14-8.您想到韓國做美容整形， 請選擇理由。(可以重复選擇)

- ①認為韓國美容整形水平比本國高。
- ②和本國相比美容服務更穩定。
- ③不僅可以美容， 還可以和同事旅游和購物。
- ④親戚和朋友的推荐。
- ⑤認為可以像韓國明星變漂亮。
- ⑥費用比本國更低廉。

15号項是有關皮膚美容施術的提問。

15-1. 您對皮膚有苦惱嗎？ 如果有是哪个部分？

①美白 ②皺紋 ③彈力④青春痘 ⑤除外( )

15-2. 您目前在本國接受護膚管理嗎？

①有 ②沒有

15-3. 您目前如果在本國接受護膚， 是在何處呢？

①医院(皮膚科、 整形外科 ) ②美容 ③ 家庭護膚

15-4. 您認為韓國的皮膚美容施術如何？

①認為很好 ②普通 ③不感興趣 ④持否定態度

15-5. 您如果希望到韓國做美容施術， 通過什么途徑尋找？

- ① 朋友和同事的推荐(通過訪問患者的傳聞)
- ② 網絡(医院的 网站、 韓國觀光公司)
- ③大衆媒体 (TV、 雜誌、 報紙等的 广告)
- ④參與企業的介紹(韓國和中國的旅行社、 協會等)
- ⑤ 海外医務人員、 網絡医院、 美容机關介紹
- ⑥ 宣傳促銷 ⑦ 其他 ( )

15-6. 您如果希望到韓國做美容施術整形手術，預計手術費用大概是多少？

- ①3000元以內 ②3000~6000元以內 ③6000~18000元以內④18000~30000元以內⑤30000~60000元以上

15-6.您想到韓國做美容整形，請選擇理由。(可以重復選擇)

- ①認為韓國美容激光水平比本國高。  
②和本國相比美容服務美容服務更穩定。  
③不僅可以美容，還可以和同事旅游和購物。  
④親戚和朋友的推荐。  
⑤認為可以像韓國明星變漂亮。  
⑥費用比本國低廉。

16号項是有關皮膚美容、洗浴提問。

16-1. 您平時業接受護膚、全身管理嗎？

- ①持續接受。 ②普通 ③不接受。

16-2. 您對韓國美容及洗浴感興趣嗎？

- ①非常高 ②高 ③普通 ④少 ⑤沒有

16-3. 您對韓國的護膚、全身管理了解多少？

- ①完全不懂 ②不懂 ③普通 ④了解 ⑤非常了解。

16-4. 您希望到韓國護膚，通過什么途徑尋找？

- ① 朋友和同事的推荐(通過訪問顧客的傳聞)  
② 網絡(店鋪网站、韓國觀光公司)  
③大衆媒体 (TV、雜誌、報紙等的廣告)  
④參與企業的介紹(韓國和中國的旅行社、協會等) ⑥ 其他 ( )

16-5. 您想接受護膚、全身管理，希望做哪个部位？

- ①臉部管理 ②足底管理 ③全身管理 ④其他

16-6. 您希望到韓國護膚、全身管理，預計大概管理費用是多少？

- ①3000元以內 ②3000~6000元以內 ③6000~18000元以內④18000~30000元以內⑤30000~60000元以上

16-7.您希望在韓國做皮膚 管理、 全身管理， 請選擇理由（可以重復選擇）

- ①和本國相比認為韓國美容、洗浴質量更高。
- ②和本國相比美容服務美容服務更穩定。
- ③不僅可以美容， 還可以同事進行旅游合購物。
- ④親戚和朋友的推荐。
- ⑤費用比本國低廉。

Ⅲ、如下是 如下是有關美容手術、施術、管理服務重要度及認識度的事項。  
請在該項標記V表。

	項目	完全不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1	方便的國際接近性	①	②	③	④	⑤
2	和醫務人員、護膚師的流暢的語言溝通	①	②	③	④	⑤
3	和醫務人員、護膚師們的親切服務	①	②	③	④	⑤
4	診治領域、管理領域的優秀技術	①	②	③	④	⑤
5	高科技 醫療機器、管理設備	①	②	③	④	⑤
6	醫療機關、管理機構的評判及名聲	①	②	③	④	⑤
7	治療及管理的效果	①	②	③	④	⑤
8	診治、管理后事后服務	①	②	③	④	⑤
9	廉價 醫療費用、管理用(和本國相比)	①	②	③	④	⑤
10	醫療觀光商品的多樣性	①	②	③	④	⑤
11	舒適安詳的設施環境	①	②	③	④	⑤

如有在韓國接受過美容手術、施術、管理情況時，請回答下列項目。

IV. 如下是有關美容手術、施術、管理滿意度的事項。

請在該項標記V表。

	項目	完全 沒有滿 意	沒有滿 意	普通	已經滿 意	非常 滿意
1	方便的國際接近性	①	②	③	④	⑤
2	和醫務人員、護膚師的流暢的語言溝通	①	②	③	④	⑤
3	醫務人員、護膚師們的親切服務	①	②	③	④	⑤
4	診治領域、管理領域的 优秀技術	①	②	③	④	⑤
5	高科技 醫療機器、管理設備	①	②	③	④	⑤
6	醫療機關、管理机构的評判及名聲	①	②	③	④	⑤
7	治療及管理效果	①	②	③	④	⑤
8	診治、管理后的事后服務	①	②	③	④	⑤
9	廉價醫療費用、管理費用(和本國相比)	①	②	③	④	⑤
10	醫療觀光 商品的多樣性	①	②	③	④	⑤
11	舒適安詳的設施環境	①	②	③	④	⑤

## 研究同意書

ご協力お願いいたします。

お忙しい中をアンケートにお答えいただきありがとうございます。

このアンケートは誠信女子大学ビューティー融合大学院の皮膚肥満管理學専攻の學位論文を作成するためのものです。このアンケートは「韓國の美容マーケットに関する外國人たちの認識及び満足度調査」研究のためのもので、お答えいただいた内容は無記名で處理され、研究目的以外には絶対如何なる目的にも使わないことをお約束いたします。アンケートの内容は正解不正解がございませんので、お感じになったままを氣樂にお答えくださいますようお願いいたします。

貴下の誠意あるご回答は韓國の美容の發展に大きく寄与させていただきます。

皆様のご家庭に健康と幸福が満ちますことを祈願いたします。

調査者：誠信女子大学ビューティー融合大学院ビューティー融合學科皮膚美容學専攻

ヨン・グンジョン

指導教授：ペ・ヒョンスク教授

連絡先：ykj0925@naver.com

回答者のサイン\_\_\_\_\_

-----  
I.次は貴下の一般的な事項についての質問です。

該当欄にVのチェックをお願いします。

1. 貴下のお國を教えてください。( )
2. 貴下の年齢を教えてください。  
①20歳未満 ②20～29歳 ③30～39歳 ④40～49歳 ⑤50歳以上
3. 貴下の性別を教えてください。  
①女性 ②男性
4. 貴下の結婚の有無を教えてください。  
①既婚 ②未婚

5. 貴下の最終學歷を教えてください。

- ①高卒以下 ②短大卒 ③4年制大學卒 ④大學院以上

6. 貴下の職業を教えてください。

- ①個人事業 ②専門職 ③管理/事務職 ④販賣/サービス職 ⑤技術/生産職 ⑥學生  
⑦教師、公務員 ⑧主婦 ⑨その他 ( )

7. 貴下の1ヶ月の平均世帯所得を教えてください。

- ① 20万円以下 ② 20~40万円未満 ③ 40~60万円未満 ④ 60~80万円未満  
⑤ 80~100万円未満 ⑥ 100万円以上

II.次は貴下の韓国観光に関する一般的な事項です。該当欄にVのチェックをしてください。

1. 貴下が韓国を訪問した目的を教えてください。

- ①友人/知人の訪問 ②観光 ③健康及び治療 ④ビジネス ⑤その他

2. 韓国へは何度目のご訪問ですか？

- ①初めて ②2回 ③3回以上

3. どなたと一緒にご訪問されましたか？

- ①ひとり ②家族及び知人 ③友人 ④会社の同僚 ⑤団体

4. 貴下は韓国美容観光という言葉を知ったことがありますか？

- ①ある ②ない  
①番->5番の質問に移動 ②番->7番の質問に移動

5. 韓国の美容観光という言葉を知ってどのようにお考えになりましたか？

- ①関心がある ②どちらでもない ③関心はない ④否定的に思う

6. 韓国の美容観光という言葉はどこでお聞きになりましたか？

- ①新聞/雑誌/放送/インターネット ②近所の人/知人/友人/同僚 ③旅行会社 ④廣報物  
⑤その他

7. 貴下の韓国の美容に関する関心度は？

- ①とても高い ②高い ③普通だ ④低い ⑤関心がない

8. 貴下が韓国で経験した、または経験してみたい美容サービス分野は何ですか？

① 美容整形（目、鼻、フェイスライン、胸、脂肪吸引などの美容整形手術が該当）

② 皮膚科のレーザー治療

（美白、顔の傷跡の治療、ニキビ、リフティング弾力、シワなどの美容施術が該当）

③ 肌のエステ及びスパ

（フェイシャルマッサージ、足マッサージ、全身マッサージなどの美容管理が該当）

1番を選んだ方は14番へ

2番を選んだ方は15番へ

3番を選んだ方は16番へ

14. 番の質問は美容整形に関する質問です。

14-1. 貴下は美容整形手術をなさったことがありますか？

①ある ②ない

①番を選んだ方は -> 14-2番へ

②番を選んだ方は -> 14-3番へ

14-2. 貴下は美容整形手術をどこでなさいましたか？

①自国内の病院 ②韓国の病院 ③他の國家の病院

14-3. 貴下が美容整形手術をするとしたらその理由は何ですか？

①自己満足 ②もっときれいになるために ③就職 ④結婚

⑤韓流ブーム(韓流美容整形ブーム)

⑥その他( )

14-4. 貴下は韓国の美容整形手術についてどのくらいご存知でしたか？

①全く知らない ②よく知らない ③どちらでもない ④知っている ⑤よく知っている

14-5. 貴下が韓国の美容整形手術をするとしたら、どんな経路で探しますか？

① 友人や同僚に聞いて(訪問患者の口コミ)

② インターネット(病院のホームページ、韓国観光公社)

③ 大衆メディア(テレビ、雑誌、新聞などの広告)

④ 参加業者の案内(韓国や日本の旅行会社、協会など)

- ⑤ 海外医療スタッフ、ネットワーク病院、美容機関の紹介
- ⑥ 広報イベント ⑦ その他 ( )

14-6. 貴下は美容整形をするならどの部位をまず最初にしたいですか？

- ①目 ②鼻 ③フェイスライン ④胸 ⑤脂肪吸引 ⑥毛髪 ⑦その他

14-7.

貴下は韓国に来て美容成形手術をしたら、手術費用はどの程度をお考えですか？

- ①10万円未満 ②20万円未満 ③30万円未満 ④50万円未満
- ⑤50～100万円以上

14-8. 貴下が韓国で美容整形をするなら、その理由は何ですか？(重複選択可能)

- ①自国より韓国の美容整形の水準が高いと思うので。
- ②自国と比べて美容サービスが安定している。
- ③美容と一緒に旅行やショッピングも楽しめる。
- ④家族や友人の薦めで。
- ⑤韓国の芸能人のようにきれいになれると思う。
- ⑥自国より費用が安い。

15番の質問は肌の美容施術に関する質問です。

15-1. 貴下は肌の悩みがありますか？ どんな悩みですか？

- ①美白 ②シワ ③ハリ ④ニキビ ⑤その他 ( )

15-2. 貴下は現在、自国で肌の管理を受けていますか？

- ①受けている ②受けていない

15-2. 貴下が現在肌の管理を受けているならどこで受けていますか？

- ①病院(皮膚科、整形外科) ②エステ ③ホームケア

15-3. 貴下は韓国の肌の美容施術についてどのようにお考えですか？

- ①いいと思う ②どちらでもない ③関心がない ④否定的に思う

15-4. 貴下が韓国の美容施術をしたら、どんな経路で探しますか？

- ① 友人や同僚に聞いて(訪問患者の口コミ)
- ② インターネット(病院のホームページ、韓国観光公社)
- ③ 大衆メディア(テレビ、雑誌、新聞などの広告)
- ④ 参加業者の案内(韓国や日本の旅行会社、協会など)
- ⑤ 海外医療スタッフ、ネットワーク病院、美容機関の紹介
- ⑥ 広報イベント ⑦ その他 ( )

15-5.

貴下が韓国に来て肌の美容施術をしたら、施術費用はどの程度をお考えですか？

- ①5万円未満 ②5～10万円未満 ③10～30万円未満 ④30～50万円未満
- ⑤50～100万円以上

15-6. 貴下が韓国で美容施術をするなら、その理由は何ですか？(重複選択可能)

- ①自国より韓国の美容レーザーの水準が高いと思うので。
- ②自国と比べて美容サービスが安定している。
- ③美容と一緒に旅行やショッピングも楽しめる。
- ④家族や友人の薦めで。
- ⑤韓国の芸能人のようにきれいになれると思う。
- ⑥自国より費用が安い。

16番の質問は肌のエステ、スパに関する質問です。

16-1. 貴下は普段、肌の管理、全身管理を受けていますか？

- ①ずっと受けている。②普通だ。③受けていない。

16-2. 貴下は韓国のエステ及びスパに関心がありますか？

- ①とても高い ②高い ③普通 ④低い ⑤関心がない

16-3. 貴下は韓国の肌の管理、全身管理についてどのくらいご存知ですか？

- ①全く知らない ②よく知らない ③どちらでもない ④知っている ⑤よく知っている

16-4. 貴下が韓国の肌の管理を受けるとしたら、どんな経路で探しますか？

- ① 友人や同僚に聞いて(訪問患者の口コミ)
- ② インターネット(エステショップのホームページ、韓国観光公社)

- ③ 大衆メディア(テレビ、雑誌、新聞などの広告)
- ④ 参加業者の案内(韓国や日本の旅行会社、協会など) ⑥ その他 ( )

16-5. 貴下が肌の管理、全身管理を受けるならどの部位をまず最初にしたいですか？

- ① フェイシャル管理 ② 足の管理 ③ 全身管理 ④ その他

16-6.

貴下が韓国に来て肌の管理、全身管理をしたら、管理費用はどの程度をお考えですか？

- ① 5万円未満 ② 5～10万円未満 ③ 10～30万円未満 ④ 30～50万円未満
- ⑤ 50～100万円以上

16-7. 貴下が韓国で肌の管理、全身管理をするなら、その理由は何ですか？(重複選択可能)

- ① 自国より韓国のエステ、スパの質が高いと思うので。
- ② 自国と比べて美容サービスが安定している。
- ③ 美容と一緒に旅行やショッピングも楽しめる。
- ④ 家族や友人の薦めで。
- ⑤ 自国より費用が安い。

Ⅲ,次は美容手術、施術、管理に関するサービスの重要度及び認識度に関する質問です。  
 該当欄にVのチェックをしてください。

	項目	全く重要ではない	重要ではない	普通	重要だ	とても重要だ
1	便利な国際的アクセス性	①	②	③	④	⑤
2	医療スタッフ、エステティシャンとの円滑な言語コミュニケーション	①	②	③	④	⑤
3	医療スタッフ、エステティシャンの親切なサービス	①	②	③	④	⑤
4	診療分野、管理分野の優秀な技術	①	②	③	④	⑤
5	最先端医療機器、管理装備	①	②	③	④	⑤
6	医療機関、管理機関の評判及び名声	①	②	③	④	⑤
7	治療及び管理の効果	①	②	③	④	⑤
8	診療、管理後の事後サービス	①	②	③	④	⑤
9	格安の医療費用、管理費用(自国対比)	①	②	③	④	⑤
10	医療観光商品の多様性	①	②	③	④	⑤
11	快適で安楽な施設環境	①	②	③	④	⑤

下記の質問は韓国で美容手術、施術、管理を受けた場合にのみお答えください。

Ⅳ,次は美容手術、施術、管理に関する満足度に関する質問です。  
 該当欄にVのチェックをしてください。

	項目	全く重要ではない	重要ではない	普通	重要だ	とても重要だ
1	便利な国際的アクセス性	①	②	③	④	⑤
2	医療スタッフ、エステティシャンとの円滑な言語コミュニケーション	①	②	③	④	⑤
3	医療スタッフ、エステティシャンの親切なサービス	①	②	③	④	⑤
4	診療分野、管理分野の優秀な技術	①	②	③	④	⑤
5	最先端医療機器、管理装備	①	②	③	④	⑤
6	医療機関、管理機関の評判及び名声	①	②	③	④	⑤
7	治療及び管理の効果	①	②	③	④	⑤
8	診療、管理後の事後サービス	①	②	③	④	⑤
9	格安の医療費用、管理費用(自国対比)	①	②	③	④	⑤
10	医療観光商品の多様性	①	②	③	④	⑤
11	快適で安楽な施設環境	①	②	③	④	⑤

## Questionnaires

I . Below are general questions about you. Please check (V) at your answer

<p>research</p> <p>Hello Sir and Madam,</p> <p>I am very much appreciated sharing your valuable time for this survey. This survey is for the thesis at Sungshin women's university beauty blending graduate school majoring skin and obesity care. This thesis is about "awareness and satisfaction of foreign visitors in Korea regarding Korean beauty market (plastic surgery, medical beauty care, skin care)", this survey doesn't ask your name and I promise that I will not use it for other purposes except study. There is no correct or incorrect answer for all the questions in this survey so please feel free to answer the questions and it will be very much helpful for this study and academic progress. Your sincere answers will very much contribute to Korea beauty industry development. I wish you and your family all the best and health.</p> <p>Researcher: Sungshin women's university beauty blending graduate school, major in skin cosmetology Keun-Jung Yeon</p> <p>Contact:</p> <p style="text-align: right;">signature : _____</p>
---

1.What is your nationality?

( )

2. What is your age?

① below 20 s ② 20~29 years ③ 30~39 years ④ 40~49 years ⑤ over 50 years

3. What is your gender?

① F ② M

4. Your marital status?

① Married ② Unmarried

5. What is your educational background?

- ① Below high school ② college ③ university ④ post graduate education

6. What is your occupation?

- ① own business ② professional job ③ office worker ④ sales/service  
⑤ technical engineering/ production worker ⑥ student ⑦ teacher, government official  
⑧ house wife ⑨ others ( )

7. What is your family average salary for one month?

- ① below USD2,000 ② USD2,000~4,000 ③ USD4,000~6,000 ④ USD6,000~8,000  
⑤ USD8,000~10,000 ⑥ over USD10,000

II. Below are general questions about your trip to Korea. Please check (V) at your answer.

1. What is your purpose to visit Korea?

- ① Visiting friend / relatives ② Sight seeing ③ Health care ④ Business  
⑤ Others ( )

2. How many times (including this visiting) do you visit Korea?

- ① First ② 2 times ③ over 3 times

3. Who is come along?

- ① alone ② family and relatives ③ friend ④ coworker ⑤ group

4. Have you ever heard about Korea esthetic (total beauty treatment) tour?

- ① YES ② NO

If you select ① ->Go to question 5

If you select ② ->Go to question 7

5. If you heard about Korea esthetic (total beauty treatment, plastic surgery) tour, what do you think about it?

- ① having high attention ② having attention ③ having no attention ④ negative

6. If you heard about Korea esthetic (total beauty treatment, plastic surgery) tour, how did you know about it?

- ① mess media /Internet
- ② neighbor hood/Relatives/friend/coworker
- ③ tour agency
- ④ promotion material
- ⑤ others ( )

7. How much do you interest in Korea beauty(plastic surgery, medical treatment, esthetic care)?

- ① very high
- ② high
- ③ mid
- ④ so so
- ⑤no

8. What kind of beauty treatment or plastic surgery did you take?

Or if you have chance to take it, what do you want to take?

- ① plastic surgery (eye, nose, face line, breast, liposuction etc.)
- ② laser or treatment with medical devices at dermatology (whitening, face scar treatment, acne, lifting, elasticity, wrinkle etc.)
- ③ skin esthetic and spa (face massage, foot massage, whole body massage etc.)

If you select ①, go to question 14.

If you select ②, go to question 15.

If you select ③, go to question 16.

Questions for 14 is about plastic surgery

14-1. Have you ever have plastic surgery?

- ① Yes
- ② No

If you select ①, go to question 14-2

If you select ②, go to 14-3

14-2. Where did you have plastic surgery?

- ①your domestic clinic
- ② overseas clinic

14-3. What is the reason to have plastic surgery?

- ① for self satisfaction
- ② to be more beautiful
- ③ getting job
- ④ marriage
- ⑤ Korea wave(Korea plastic surgery syndrome)
- ⑥others( )

14-4. How much did you know about Korea plastic surgery?

- ① don't know at all ② don't know ③ so so ④ know ⑤ know very well

14-5. If you take Korea plastic surgery, how do you find information about it?

- ① recommend from friend and coworker (viral from visited patient)  
② internet (clinic website, Korea tourism organization)  
③ mass media (advertisement from TV, magazine, news paper etc.)  
④ instruction from group (tourism company, organization etc.)  
⑤ overseas medical team, network hospital, esthetic facility instruction  
⑥ advertisement event ⑦ others ( )

14-6. If you want to have plastic surgery, which part do you want to have at first?

- ① eye ② nose ③ face line ④ breast ⑤ liposuction ⑥ hair ⑦ others

14-7. What is your budget for plastic surgery in Korea?

- ① below USD1,000 ② below USD2,000 ③ below USD3,000 ④ below USD5,000  
⑤ from USD5,000 over USD10,000

14-8. If you want to have plastic surgery in Korea, what is the reason to have it?

(Multiple answers are allowable)

- ① I think Korea plastic surgery level is higher than my nation.  
② A service quality in Korea is much better than my nation.  
③ I can do shopping sightseeing with plastic surgery.  
④ My relative and friend recommend it.  
⑤ I think I can be like Korea stars.  
⑥ Cost is more reasonable than my nation

Questions 15 is about treatment with lasers or medical devices

15-1. Do you have concern about your skin? If you have, which part is it?

- ① whitening ② wrinkle ③ elasticity ④ acne ⑤ others ( )

15-2. Do you take medical skin care in your country?

- ① yes ② no

15-2. If you take it in now, where did you take it?

- ① clinic(dermatology, Plastic surgery) ② esthetic ③ home care

15-3. What do you think about Korea medical skin care?

- ① think good. ② I think it is so so. ③ I have no interest in it. ④ negative

15-4. If you want it in Korea, how do you get the information about it?

- ① recommend from friend and coworker (viral from visited patient)  
② internet (clinic website, Korea tourism organization)  
③ mess media (advertisement from TV, magazine, news paper etc.)  
④ instruction from group(tourism company, organization etc. )  
⑤ overseas medical team, network hospital, esthetic facility instruction  
⑥ advertisement event ⑦ others ( )

15-5. if you take medical skin care in Korea, what is your budget?

- ① below USD500 ② between USD500~1,000 ③ USD1,000~3,000  
④ USD3,000~5,000  
⑤ USD5,000~over 10,000

15-6. If you want to have medical skin care in Korea, what is the reason to have it?(multiple answers are allowable)

- ① I think doctors laser care technique in Korea is better than in my nation.  
② A service quality in Korea is much better than my nation.  
③ I can do shopping and sightseeing with medical skin care  
④ My relative and friend recommend it.  
⑤ I think I can be like Korea stars.  
⑥ Cost is more reasonable than my nation

Questions in 16 is about skin esthetic care and spa

16-1. Do you have skin care and body care in now?

- ①steadily ② sometimes ③ no

16-2. Do you have interest in Korea esthetic and spa?

- ① very high ② high ③ mid ④ so so ⑤ no

16-3. How much do you know about Korea skin care and whole body care?

- ① don't know at all ② don't know ③ know a little ④ know ⑤ know very well

16-4. If you want esthetic care in Korea, how do you get the information about it?

- ① recommend from friend and coworker (viral from visited patient)  
② internet (skin care salon website, Korea tourism organization)  
③ mess media (advertisement from TV, magazine, news paper etc.)  
④ instruction from group(tourism company, organization etc. )  
⑤ overseas medical team, network hospital, esthetic facility instruction  
⑥ advertisement event ⑦ others ( )

16-5. If you want to have skin care and whole body care, which parts do you want to have?

- ① face care ② foot care ③ whole body care ④ others

16-6. If you have esthetic care in Korea, what is your budget?

- ① below USD500 ② between USD500~1,000 ③ USD1,000~3,000  
④ USD3,000~5,000  
⑤ USD5,000~over 10,000

16-7. If you want to have face care and whole body care in Korea, what is the reason to have it? (multiple answers are allowable)

- ① I think esthetic care quality in Korea is better than my nation.  
② A service quality in Korea is much better than my nation.  
③ I can do shopping and sightseeing with esthetic care  
④ My relative and friend recommend it.  
⑤ I think I can be like Korea stars.  
⑥ Cost is more reasonable than my nation

III. Below is the importance and awareness about plastic surgery, medical skin care, and esthetic care service , Please check V at your answer.

	Item	Completely no	Not important	so so	Important	Very important
1	Convenient accessibility	①	②	③	④	⑤
2	Good Communication with medical team and esthetician	①	②	③	④	⑤
3	Kind service of medical team and esthetician	①	②	③	④	⑤
4	Advanced technology in field	①	②	③	④	⑤
5	Advanced medical device or esthetic device	①	②	③	④	⑤
6	Reputation of clinic and esthetic salon	①	②	③	④	⑤
7	Effect after surgery or care	①	②	③	④	⑤
8	Service after care or surgery	①	②	③	④	⑤
9	Relative expenses (comparing your nation)	①	②	③	④	⑤
10	Variety program in medical beauty care or esthetic care	①	②	③	④	⑤
11	Comfortable and pleasant facility	①	②	③	④	⑤

Please answer for below questions in case you have experienced esthetic treatment or plastic surgery in Korea

IV. This is the questions about your satisfaction rate for your esthetic treatment or plastic surgery in Korea. Please check V at your answer.

	Item	Complet ely no	N o t importa nt	so so	Impor tant	Very important
1	Convenient accessibility	①	②	③	④	⑤
2	Good Communication with medical team and esthetician	①	②	③	④	⑤
3	Kind service of medical team and esthetician	①	②	③	④	⑤
4	Advanced technology in field	①	②	③	④	⑤
5	Advanced medical device or esthetic device	①	②	③	④	⑤
6	Reputation of clinic and esthetic salon	①	②	③	④	⑤
7	Effect after surgery or care	①	②	③	④	⑤
8	Service after care or surgery	①	②	③	④	⑤
9	Relative expenses (comparing your nation)	①	②	③	④	⑤
10	Variety program in medical beauty care or esthetic care	①	②	③	④	⑤
11	Comfortable and pleasant facility	①	②	③	④	⑤