

부산 방문 일본인 관광객의 관광지 선택속성과 만족도에 관한 연구*

이미순**
misoon@ks.ac.kr

<目次>

- | | |
|------------|------------------|
| 1. 들어가며 | 4. 실증분석 |
| 2. 서론 | 4.1 인구통계학적 특성 |
| 2.1 연구배경 | 4.2 요인분석 및 가설 검증 |
| 2.2 이론적 배경 | 5. 결론 |
| 3. 연구방법 | |

主題語: 부산방문관광객(Visitors in Busan), 일본관광객(Japanese Tourists), 관광지선택속성(Destination Selection Attributes), 만족도(Satisfaction Level), 관광형태(Tourism Types)

1. 들어가며

80년대부터 일본 아웃바운드 시장의 증가율이 지속적으로 확대되어 왔지만 2000년대에 들어와서는 경제적인 불황과 자연재해로 인한 사회적 불안감으로 인하여 이러한 증가율이 주춤한 단계라고 할 수 있다. 특히, 2011년 일본 대지진 이후 방한 일본관광객 증가율이 둔화되고 있는 추세에서 부산을 찾는 일본인 관광객의 관광지 선택 속성과 만족도에 대한 연구는 필요하다. 비슷한 주제로 연구한 학자들이 많지만 최근에 일본인 관광객의 수가 감소하면서 시장의 변화와 일본인들의 한국, 특히 부산에 대한 인식이 어떤지를 파악하는 것은 매우 의미 있다고 할 수 있다. 문화체육관광부(2010)의 일본인 대상 설문조사 결과에 따르면, 여성이 '식음료'와 '관광지접근성' 요소를 중요하게 생각하고 있다는 것을 알 수 있으며, 특히 먹을거리에 대한 관심의 범위가 커지면서 웰빙(Wellbeing)과 힐링(Healing)관광에 대한 수요가 증가하고 있다. 연령대의 특성을 분석해 본 결과, 20대 이하 집단은 관광지 선택속성에서 식음료,

* 이 연구는 2013년 경성대학교 학술연구비지원에 의하여 연구되었음.

** 경성대학교 호텔관광경영학과 부교수

여행서비스, 관광지 접근성 등에 대해 높은 평균값을 보였다. 따라서 젊은 연령층의 일본관광객들은 쇼핑, 저렴한 여행비용, 음식, 지리적 위치, 그리고 기후 등을 고려하여 관광지를 선택하는 것으로 나타났다(문화체육관광부, 2010). 본 연구에서는 관계특성 요인만을 활용하였으나 그 외의 다른 특성 요인들을 추가하는 연구가 필요할 것으로 보이고, 설문대상을 부산을 방문했던 일본인으로 하였으나 향후 다양한 지역을 선택하여 관광객의 동기적 특성 및 관광지 선택속성의 구성요소와 만족도에 대한 연구도 가능하리라 여겨진다.

2. 서론

2.1 연구배경

우리나라를 찾는 외래 관광객 수는 1994년 350만 명을 돌파한 후 2010년 870만 명, 2011년에는 1천만 관광객이 한국을 방문하고 있는 실정이다(한국문화관광연구원, 2012). 특히 한국 여행 중 방문도시는 서울(80.3%), 인천/경기(37.6%), 경상지역(20.9%)의 순이며, 경상지역 방문자 중 75.1%가 부산지역을 방문하는 것으로 나타났다. 통계자료에 의하면 2011년 한 해 동안 부산지역을 방문한 외국인 관광객 수는 250만 명이 넘었고, 이 중 일본 관광객이 25.7%, 중국관광객이 17.4%, 미국 관광객이 7.8%의 순으로 나타났다(세계일보, 2012년 6월 11일자 보도자료).

일본 관광객의 경우 최근 일본 대지진 여파로 인해 2010년 같은 기간에 비해 12.4% 감소하였지만(뉴시스, 2011년 6월 29일자 보도자료) 2011년 5월부터 회복세를 보여 6월에는 전월 보다 6% 증가하는 회복세를 보였으며 일본의 여행업이 안정을 찾고 있어 2013년 상반기에는 많은 일본 관광객이 방문할 것으로 예상하고 있다. 특히 부산시가 외국인 관광객 1천만 시대에 대비해 ‘2013년 부울경 방문의 해’와 연계한 7개 사업 계획을 마련하고 여기에 시비 등 40억 원을 투입할 계획이며, 또한 일본의 골든위크, 중국의 국경절 등 특수기를 활용한 현지 모객(목표 4만 명) 마케팅에도 나설 계획이기 때문이다(매일경제, 2012년 12월 7일자 보도자료). 그러나 한류와 K-Pop에 대한 관심이 증가하고 있음에도 불구하고 한국과 일본 두 나라의 관계를 부정적으로 영향을 미치는 것이 바로 정치적인 환경 변화라고 할 수 있다. 독도를 중심으로 제기되고 있는 복잡한 정치적 문제와 적대적 분위기에 따라 관광객의 수가 감소할 수도 있기 때문에 한국관광방문객을 유치하기 위해서는 적극적이고 효과적인 홍보와 유치 전략이 필요

하다. 일본인 관광객의 한국 방문기간 중 주요 활동은 쇼핑 60.9%, 관광지 방문 52.9%, 식도락 관광 38.5% 등의 순으로 나타났다(최경은, 2012). 한국을 관광목적지로 선택 시 고려요인 중 음식/미식탐방이 8.3%로 쇼핑, 자연풍경 감상, 가까운 거리에 이어 4위를 차지할 정도로 음식이중요한 것으로 나타났다. 하지만 여행에 대한 항목별 만족도에서는 음식에 대한 불만족과 매우불만족 부분이 4%로 다른 요인들(대중교통, 숙박, 쇼핑 등)보다 더 높게 나타나 외국인 관광객들의 입맛에 맞는 메뉴가 필요하다고 판단할 수 있다(한국문화관광연구원, 2012).

부산지역의 외식업체는 국내 고객을 대상으로 한 메뉴개발만 활성화되었을 뿐 25%가 넘는 일본 관광객을 위한 정확한 메뉴개발에 미흡한 것이 현실이다. 물론 관광객들의 주관적인 입맛을 모두 맞춘다는 것은 실제 불가능하다. 이러한 현실로 인하여 선행연구들은(윤진영, 2010; 정선태·박정하, 2006; 오영준, 2005; 조명환, 1994) 주로 관광객들에 대한 인구통계학적 접근과 사회경제적요인 등을 분석하여 접근하려고 하였으나 이러한 접근 방법은 관광객의 내적 심리상태나 선택 동기를 정확히 파악할 수가 없어 직접적인 정책 수립에 도움이 되지 못하고 있다는 점에서 한계점을 지니고 있다(이윤섭, 2005). 또한 관광객들의 생활양식 및 욕구변화, 소비패턴 등이 매우 복잡하고 빠르게 변화하여 이에 대한 이해가 어려워 많은 학자들이 관광객의 태도, 동기, 개성, 가치, 라이프스타일, 사회계층 등의 변수를 활용하고 있고(김권수·유양호, 2011), 관광객의 가치체계나 특성의 전반적인 문제를 이해하기 위해서는 개인가치 및 라이프스타일이 중요한 영향을 미칠 수 있어 이에 대한 분석을 통해 실제 소비행동과의 상호작용을 이해할 필요성이 있다(박성연, 1996). 이러한 연구들이 관광객들이 특정 관광목적지를 선택할 때 기본적으로 고려하는 유인요인과 추진요인들이 무엇인지를 선행적으로 정확하게 파악하지 못한다면 소비자 행동과 패턴을 분석해서 결론을 도출하기에는 어려움이 있다(추승우 외, 2010). 따라서 본 연구는 부산을 방문하는 일본관광객의 관광목적지 선택속성이 무엇인지 그리고 이러한 선택요인(유인요인과 추진요인)들이 만족에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고자 한다.

2.2 이론적 배경

관광객들을 유인하고 밀어내는 Push와 Pull 요인들에 대한 연구가 그동안 활발히 진행되어져 왔다. 추진유인 요인들은 일반적으로 관광객들의 소비자 행동이나 관광의사결정과 관련이 있는 것으로 알려졌다. 이 중에서도 관광객들이 관광 상품 구매 이전에 가장 고민하는 것은 두 가지라고 할 수 있는데, 하나는 여행을 가야하는지에 대한 여부이고 또 다른 결정은 어디로 가야하는지에 초점이 맞추어 진다(Klenosky, 2002). 일단 관광을 하기로 결정되면 언제 갈

것이며, 어디로 가고 무엇을 해야 할지에 대한 문제가 제기된다(Kim et al., 2003). 따라서 선행연구에 따르면 일반적으로 관광객들이 관광을 할 수 밖에 없게끔 만드는 추진요인이 관광목적지에서 관광객을 끌어들이는 유인요인에 선행한다고 볼 수 있다(Dann, 1981). 또 다른 관점에서 보면 추진유인요인들이 서로 완전히 독립적인 관계라기보다는 이론적으로 상호 관련성이 있는 것으로 보인다(Klenosky, 2002).

Uysal & Jurowski(1994)에 따르면, 일상탈출욕구(escape from everyday life), 휴식과 즐거움 추구(relaxation and enjoyment), 그리고 새로운 것에 대한 호기심 (novelty seeking) 등을 포함한 내적 추진 요인들은 사람들을 여행하도록 하게 하는 반면, 날씨(good weather condition), 비용 (low cost of travel), 접근성(easy accessibility), 경치(good clean ocean view) 그리고 편의시설 (various and comfortable accommodation) 등을 포함한 외적 유인요인들은 특정 관광지를 선택하도록 한다고 하였다. 따라서 어디로 가야 할지를 결정해야 하는 잠재 관광객들은 그들의 관광지 방문동기에 적절히 대응되는 다양한 유인 요인들을 고려해야한다고 설명하였다(Kim et al., 2003). Pearce, Morrison & Rutledge(1998)는 사람들은 추진요인에 의해 관광을 결정하며 곧이어 유인요인에 의해 관광지를 선택하는 순차적인 단계를 거치는 것으로 설명하고 있다. 따라서 관광객의 관광동기는 사회심리화적인 추진요인과 관광지 선택속성인 유인요인을 구분해서 밝혀내고 두 요인 간의 상관관계를 설명하는 것이 바람직하다고(현용호·김재학, 2009) 하고 있지만 순차적인 단계를 거치는 것이 아니라 추진요인과 유인요인이 동시에 작용하여 결과적으로 관광지를 선택하게 되는 것이라고 주장하는 연구도 있다(Fornell, 1983).

일반적으로 관광 동기는 내적으로 존재하는 사람들의 불만족스런 심리적 상태를 여행수단을 통해 만족스런 상태로 이끄는 원동력으로 정의하며, 이는 관광객의 관광행위를 이해하고 설명하는데 중요한 역할을 하고 있다(Fodness, 1994). 특히, 출발지에서 나타나는 관광객의 심리적요인과 방문지를 고려할 때 나타나는 목적지 선택 속성을 이해하는 연구주제로 이용되고 있다(Jang & Cai, 2002). 관광 동기는 개인적, 심리적, 내적요인 뿐만 아니라, 문화적 시대적 외적 환경에 따라 다르게 나타나고 있으며, 자연환경과 축제·이벤트와 같은 유·무형의 형태로 관광객을 끌어들이 수 있는 유인력이 되고 있다(김민철·장희정, 2008). 특히 해외관광객의 지역 방문증가는 지역주민과 외국인 관광객의 관계를 증진시키고, 지역문화 공유를 통한 정체성의 강화 및 사회적 상호작용을 통한 지역경제 활성화 등의 중요성으로 인해 최근 관광지 선택 동기 및 속성에 관한 연구가 학자들에 의해 관심을 끌고 있다(이수범 외, 2000).

이러한 관광지 선택속성과 관련하여 가장 많이 연구되는 관계요인이 바로 관광지 만족도와 재방문 의사 결정이라고 할 수 있다. 일반적으로 만족이란 소비자가 구매하여 사용하는 과정에서 느끼는 긍정적 반응과 부정적 반응을 정서적 반응과 감정적 반응으로 분류할 수 있다

(Wilkie, 1986). 이와 달리 관광객 만족은 관광활동의 궁극적인 목적이 되는 개념으로 관광객이 관광활동을 위해 지불한 경제적, 심리적 및 사회적 비용에 비해 관광활동 경험으로부터 얻은 주관적 효용 또는 편익이라고 할 수 있다(박미경, 2004). 특히, 관광객은 유·무형 자원을 비교적 짧은 시기에 간접적으로 구매함으로써 최대만족을 기대하기 때문에 관광객 만족을 경험에 대한 전반적인 느낌으로 정의할 수 있다(Buchanan, 1983).

관광객 만족에 관한 연구는 Pizam 등(1978)의 연구가 시초라고 할 수 있다. Pizam 등(1978)은 관광객 만족을 관광목적지에 대한 사전기대와 여행객의 실제 경험 간의 상호작용에 대한 결과를 보고 관광객만족의 구성개념을 여행경험에 있어서 특정영역에 대한 관광객 태도의 조합으로 정의하였다. 특정영역을 숙박, 음식시설, 접근성, 매력성, 가격, 분위기와 시설, 환대 정신 등의 7개 요소로 분류하였다.

권오주(2001)는 한국을 방문한 중국 관광객의 관광행동에 관한 연구에서 관광지 선택속성으로 숙박시설, 유흥·오락시설, 육상스포츠, 쇼핑시설, 자연경관, 수상스포츠, 역사적 유물·유적, 지역 민속행사 및 축제, 기후, 비용, 국민의 친절성, 교통시설, 한국의 지리적 위치, 휴식·휴양, 음식 등 15개의 속성을 적용하였다. 조장현·권중현(2005)은 유럽관광지의 매력 속성은 위락 및 체험, 가치, 교육 및 다양성, 환경 및 환대, 자원, 안전 및 휴식시설 등과 관련된 24개의 속성을 도출하여 이 중 자연경관의 아름다움, 문화적 색채, 볼거리가 중요도가 높은 속성으로 나타났으며, 즐길거리, 볼거리, 문화적 체험, 문화적 가치, 역사적 가치, 신기, 쇼핑의 다양성, 충분한 편의시설, 안내시설의 적소배치, 주차시설의 편리성, 안전 등의 11개 변수가 기대수준과 만족수준에 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다. 한편, 특정 관광목적지를 방문 한 후의 만족도는 일반적으로 새로운 관광지보다는 과거 방문했던 지역이 더 높은 것으로 나타났다(권오주, 2001, 최병길·김경호, 2007).

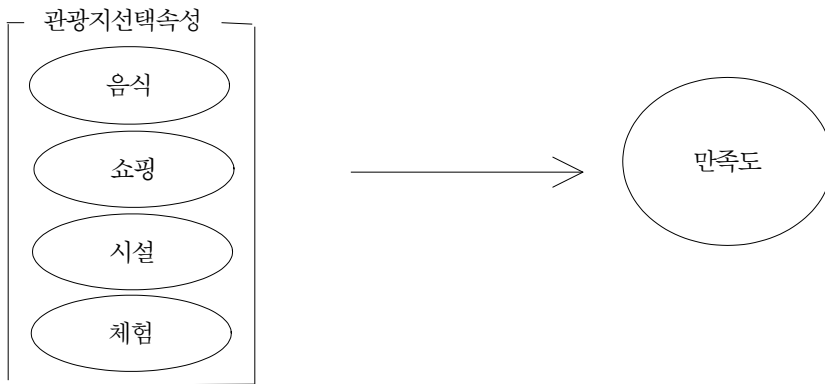
부산을 방문하는 일본인 관광객의 방문 목적을 보면 패키지여행객은 여가/위락/휴가 목적이 가장 많고, 개별여행객 역시 여가/위락/휴가 목적이 가장 많고 다음으로 친구/친지 방문이나 사업/비즈니스 활동을 목적으로 하는 등 패키지여행객보다는 다양한 목적으로 방문하는 추세이다(추승우 외, 2010). 또한, 개별여행객은 재방문 비율이 높은 반면 패키지여행객은 부산을 처음 방문하는 비율이 상대적으로 높게 나타나고 있다. 부산을 방문하는 일본인 관광객은 자갈치 시장과 해운대/동백섬을 가장 많이 방문하는 것으로 보인다(추승우 외, 2010). 2008년 부산광역시에서 실시한 부산관광실태조사에 따르면, 20대의 부산방문 일본관광객들은 다른 연령층에 비해 패키지여행을 이용하는 비율이 높고 30대의 경우에는 개별여행을 선택하는 경향이 높음을 알 수 있다. 이 조사결과에 의하면, 일본인 관광객들은 여행정보 수집방법이 구전, 인터넷, 잡지 등 다양한데, 특히 구전에 의한 정보 의존도가 높은 것으로 나타났다.

그러므로 부산을 방문하는 일본 관광객을 첫 방문과 재방문으로 구분하여 관광지로 부산을 선택하는 속성과 행동의도에는 어떠한 것이 있는지 조사할 필요가 있으며, 부산을 방문했을 때 어떤 관광 행동을 경험한 일본 관광객들이 높은 만족도를 나타내는지 구체적으로 분석할 필요가 있다.

본 연구에서는 일본 관광객 선택속성을 평가하기 위해서 위에서 언급한 선행연구를 바탕으로 설문문항을 총 16개 항목으로 재구성하였으며, 리커트 5점 척도로 측정하였다.

3. 연구방법

<그림 1>에서 제시된 연구모형은 관광지 선택속성이 관광지에 대한 전반적인 만족도에 영향을 미치는지에 대하여 분석하고자 제안되었다.



<그림 1> 연구모형

본 연구의 설문지 구성은 부산지역을 방문하는 일본 관광객에 대한 인구 통계적 조사를 포함한 기초 조사에 대해 8개 문항으로 설정하였으며, 관광지 선택속성항목 16개로 구성하였다. 본 연구에서는 앞에서 언급한 연구의 목표에 따라 부산 지역 내 일본 관광객의 선택속성이 관광객 만족도에 미치는 영향을 토대로 가설을 설정하였다.

H 1: 일본 관광객의 관광목적지 선택속성은 전반적인 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-1: 레저 및 음식 요인은 관광지 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 1-2: 쇼핑 및 야간관광 요인은 관광지 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-3: 관광시설 및 안내 요인은 관광지 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-4: 문화체험 요인은 관광지 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

본 연구는 부산을 방문하는 일본 관광객을 대상으로 부산시내의 호텔, 면세점, 그리고 해운대구 인근 지역의 유명 관광지를 중심으로 설문조사를 하였다. 조사자가 응답자와 개별면담 방식으로 설문을 진행하였으며 시기는 2012년 4월 15일부터 25일까지 총 10일 동안 조사하였다. 개별면담 방법과 태도 등을 훈련하고 습득한 설문 요원 3인과 저자에 의하여 진행되었다. 배포된 설문지는 총 200부였으며, 회수된 설문지는 198부였으나, 불성실한 응답지 5부를 제외한 최종 193개의 표본이 최종 분석을 위해 사용되었다. 통계분석에는 SPSS 통계 패키지 19.0과 AMOS 5.0이 사용되었다.

4. 실증분석

4.1 인구통계학적 특성

표본의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위한 빈도분석 결과는 다음 <표 1>과 같다. 성별로는 여자가 57.5%로 남자 42.5%로 여성 일본인 관광객이 많은 것으로 조사되었다. 연령별로는 20-29세, 30-39세 각각 24.4%와 39.4%, 40-49세 33.2%, 50세 이상 2.0%로 대체적으로 젊은 연령대의 일본인 관광객이 부산 방문을 선호하고 있음을 엿볼 수 있다. 학력별로는 대졸이 42%로 가장 많았으며, 다음이 대학재학이 36.8%, 고졸이하 12.9%, 대학원 이상이 8.3% 순으로 나타났다. 직업별로는 주부가 28%, 사무직이 12.9%로 가장 많은 것으로 조사되었다. 주부의 분포도가 높은 이유는 일본에서의 한류 드라마의 성공으로 인하여 한국을 관광지로 선호하는 그룹이 대부분 여성으로 나타나고 있기 때문에 다른 직종에 비해 상대적으로 여가시간이 많은 주부가 부산 방문 확률이 높다고 할 수 있다. 월 소득은 30만-40만 엔 미만이 58.6%로 가장 많은 응답자 분포를 보였으며, 뒤이어 20만-30만 엔 미만이 12.9%, 20만 엔 미만이 10.9%, 40-50만 엔 미만이 9.8%순으로 나타났다. 일반적으로 평균 소득이 일본이 한국보다 높다고 인식하고 있기 때문에 월 소득 30만 엔 이상인 주부들이 경제적으로 안정적이고 여유 시간이 많기 때문에 관광활동을 활발히 한다고 예상 할 수 있다.

<표 1> 인구통계학적 특성

| 구분 | 항목 | 빈도(명) | 비율(%) | 구분 | 항목 | 빈도(명) | 비율(%) | |
|----|---------------|-------|-------|-----|--------|-------------|-------|------|
| 성별 | 남성 | 82 | 42.5 | 연령 | 20세 미만 | 2 | 1.0 | |
| | 여성 | 111 | 57.5 | | 20-29세 | 47 | 24.4 | |
| | 소계 | 193 | 100.0 | | 30-39세 | 76 | 39.4 | |
| 학력 | 고졸이하 | 25 | 12.9 | | 40-49세 | 64 | 33.2 | |
| | 대재 | 71 | 36.8 | | 50세 이상 | 4 | 2.0 | |
| | 대졸 (전문대졸) | 81 | 42 | | 소계 | 193 | 100.0 | |
| | 대학원이상 | 16 | 8.3 | | 직업 | 공무원 | 12 | 6.2 |
| | 소계 | 193 | 100.0 | | | 사무직 | 25 | 12.9 |
| 소득 | 20만엔 미만 | 21 | 10.9 | | | 전문기술직 | 19 | 9.8 |
| | 20-30만엔 미만 | 25 | 12.9 | | | 판매, 서비스직 | 16 | 8.3 |
| | 30-40만엔 미만 | 113 | 58.6 | 자영업 | | 21 | 10.9 | |
| | 40-50만엔 미만 | 19 | 9.8 | 주부 | | 54 | 28.0 | |
| | 50-60만엔 미만 | 12 | 6.2 | 학생 | | 19 | 9.8 | |
| | 60만엔 이상 | 3 | 1.6 | 기타 | | 27 | 14.0 | |
| | 소계 | 193 | 100.0 | 소계 | | 193 | 100.0 | |

4.2 요인분석 및 가설 검증

본 연구에서는 측정척도의 타당성 검증을 위해서 먼저 탐색적 요인분석을 실시하였다. 즉, 주성분분석과 직각회전(varimax)방법을 사용하여 분석하고, 유의한 항목의 판단은 고유값(eigen value)이 1.0 이상이고, 요인적재량이 0.4 이상인 것을 기준으로 하였다. 신뢰도 검증은 문항 간 내적일관성(internal consistency)을 확인하는 Crobach's 계수를 활용하여 분석하였다. 일반적으로 측정도구의 신뢰성을 평가하는 절대적인 기준은 없으나 보통 신뢰도가 0.6 이상이면 신뢰성이 있다고 볼 수 있고, 전체항목을 하나의 척도로 간주할 수 있다(Nunnally, 1978). 관광지선택속성에 대한 타당성 검증결과 <표 2>에서 보는 바와 같이 모두 4개의 요인으로 추출되었으며, 각 변수들의 아이젠 값이 모두 1 이상이며 요인적재치도 0.4 이상으로 나타났다. 또한 KMO와 Bartlett의 구형성검정 결과, KMO 계수는 0.841, Bartlett 검정도 유의수준은

1140.637(p<.001)로 요인분석을 하기에 적합하였다. 따라서 본 연구에서 관광지선택속성 요인으로 설정된 변수인 레저 및 휴식, 쇼핑 및 관광활동, 관광시설 및 안내 서비스, 문화체험 타당성을 확보한 것으로 나타났으며, 네 가지 요인을 분석에 사용할 때의 설명력은 69.4%로 나타났다. 각 요인들의 신뢰도 지수는 모두 .60 이상으로 나타나 관광지선택속성을 측정하기 위한 척도로 사용하기에 무리가 없는 것으로 나타났다.

<표 2> 탐색적 요인분석 결과

| 요인명 | 변수내용 | 요인 적재치 | 공통성 | 아이겐 값 | 크론바하 알파값 |
|--|-------------------------|--------|-------|-------|----------|
| 레저 및 휴식 | 건강회복 및 휴식·휴양 (미용, 스파 등) | 0.874 | 0.783 | 3.147 | 0.897 |
| | 전통음식 | 0.782 | 0.708 | | |
| | 골프, 낚시 등 레저스포츠 활동 | 0.722 | 0.577 | | |
| | 음식의 다양성 | 0.700 | 0.735 | | |
| | 관광하기 좋은 기후 | 0.671 | 0.509 | | |
| | 유홍오락시설 | 0.540 | 0.503 | | |
| 쇼핑 및 관광활동 | 다양한 쇼핑장소 | 0.779 | 0.592 | 2.441 | 0.792 |
| | 야간관광활동 | 0.769 | 0.609 | | |
| | 인터넷 정보제공 용이 | 0.728 | 0.503 | | |
| | 편리한 교통수단 | 0.507 | 0.497 | | |
| 관광시설 및 안내 | 불만해결 및 고충처리의 신속성 | 0.833 | 0.731 | 2.047 | 0.691 |
| | 편리한 예약서비스 | 0.726 | 0.697 | | |
| | 부산시민과 관광종사자들의 친절 및 서비스 | 0.503 | 0.493 | | |
| 문화체험 | 문화이벤트 체험가능 | 0.756 | 0.724 | 1.877 | 0.677 |
| | 부산문화와 역사의 이해 | 0.671 | 0.501 | | |
| | 수려한 자연경관 및 볼거리 | 0.603 | 0.506 | | |
| 누적분산=69.4, KMO=0.841, Bartlett's Test=1140.637** | | | | | |

**p<.01

<표 3> 만족도의 타당성 및 신뢰도 분석결과

| 요인 | 문항 | 요인 적재량 | 고유값 (eigen value) | 설명분산 (% of variance) | Cronbach's α |
|--|-----------------|--------|-------------------|----------------------|--------------|
| 만족도 | 한국관광에 전반적으로 만족함 | .822 | 2.145 | 73.697 | .801 |
| | 한국관광 서비스에 만족함 | .835 | | | |
| | 한국관광에 호의적임 | .786 | | | |
| KMO: .721, Bartlett의 구형성검증=225.722 df=3, p=0.000** | | | | | |

** p<0.01

관광객 만족도에 대한 타당성 검증결과 <표 3>에서 보는 바와 같이 한 개의 요인으로 추출되었으며, 총 설명분산비율이 73.6%로 높은 설명력을 갖는다고 할 수 있다. 요인의 신뢰도 지수는 모두 .70 이상으로 만족도를 측정하기 위한 척도로 사용하기에 충분한 것으로 나타났다. 신뢰도 지수는 .06 이상인 .801로 나타났기 때문에 관광지의 전반적인 만족도를 측정하기 위한 척도로 사용하기에 무리가 없는 것으로 나타났다.

<표 4> 구조모형 경로분석 결과

| 가설 | 경로 | Estimate | S.E | C,R(t값) | p값 | 채택여부 |
|-----|-------------------|----------|------|---------|-------|------|
| 1-1 | 레저 및 휴식->관광객 만족 | 0.629 | .254 | 2.203 | 0.029 | 채택 |
| 1-2 | 쇼핑 및 관광활동->관광객 만족 | 0.732 | .238 | 3.776 | 0.000 | 채택 |
| 1-3 | 관광시설 및 안내->관광객 만족 | -0.058 | .291 | -0.220 | 0.826 | 기각 |
| 1-4 | 문화체험->관광객 만족 | 0.805 | .225 | 3.851 | 0.000 | 채택 |

구조방정식모형은 연구하고자 하는 연구모형의 이론적 적합성과 각 변수들 간의 유의성을 확인할 수 있다는 점에서 유용한 방법이다. 본 연구에서는 측정된 구성개념들 간의 모형분석과 연구가설을 검증하기 위해 AMOS 5.0을 이용한 구조방정식모형을 통해 전반적인 연구모형의 적합도 모수들을 추정하였다. <표 4>에서 보는 바와 같이 모형의 전반적 적합도 평가 지표인 χ^2 , GFI, RMR, CFI, RMSEA를 사용하여 연구모형의 전체적인 구조모형(overall mode)을 검증한 결과 $\chi^2=883.245$, 자유도(df)=213, p값=0.000, GFI=0.759, CFI=0.795, RMR=0.037,

RMSEA=0.074 등의 적합지수를 얻었다. 구조방정식 모형의 적합도를 평가하기 위한 절대적 기준은 없지만(Bentler & Bonett, 1980; Fornell, 1983; Hayduk, 1987). 본 연구에서는 모형의 적합성 평가 지수로 GFI(Goodness-of-Fit Index: $\geq .90$ 이상 바람직함), CFI(Comparative Fit Index: $\geq .90$ 이상 바람직함), RMR(Root Mean Square Residual: .05보다 작을수록 바람직함), RMSEA(Root mean square error of approximation: .10 이하일 때 수용할만한 모형), χ^2 에 대한 p값($\geq .05$ 이면 바람직함)등을 이용하였다. 앞의 구조관계의 분석결과가 전반적으로 통계적 적합도를 가지므로 개별경로계수에 대한 유의성도 확인되었다. 이에 따라 각 요인들 간의 관계에 대한 연구가설의 검증결과는 다음과 같다.

본 연구에서는 일본관광객들의 관광지선택속성의 구성요인 중 레저 및 휴식은 관광객 만족에 영향을 미칠 것으로 기대하고 가설 1-1을 제안하였다. 분석결과 레저 및 휴식과 관광객 만족의 인과관계를 나타내는 경로계수가 .629($t=2.203, p<.05$)로 유의한 정(+)의 관계를 갖는 것으로 나타나 제안한 가설 1-1은 지지되었다. 가설 1-2에서는 일본관광객들의 관광지선택속성의 구성요인 중 쇼핑 및 관광활동은 관광객만족에 영향을 미칠 것으로 기대하고 가설 1-2를 제안하였다. 분석결과 쇼핑 및 관광활동과 관광객 만족과의 인과관계를 나타내는 경로계수가 .732($t=3.776, p<.001$)로 유의한 정(+)의 관계를 갖는 것으로 나타나 제안한 가설 1-2는 지지되었다. 가설 1-3에서는 일본관광객들의 관광지선택속성의 구성요인 중 관광시설 및 안내는 관광객 만족에 영향을 미칠 것으로 기대하고 가설 1-3을 제안하였다. 분석결과 관광시설 및 안내와 관광객 만족과의 인과관계를 나타내는 경로계수가 -.058($t=-.220, p>.05$)로 통계적으로 유의한 관계를 갖지 않는 것으로 나타나 제안한 가설 1-3은 기각되었다. 가설 1-4에서는 일본 관광객들의 관광지선택속성의 구성요인 중 문화체험은 관광객 만족에 영향을 미칠 것으로 기대하고 가설 1-4를 제안하였다. 분석결과 문화체험과 관광객 만족과의 인과관계를 나타내는 경로계수가 .805($t=3.851, p>.05$)로 통계적으로 유의한 정(+)의 관계를 갖는 것으로 나타나 제안한 가설 1-4는 채택되었다.

5. 결론

결론을 말하자면 가설 1에서 관광시설 및 안내를 제외하고 레저 및 휴식, 쇼핑과 관광활동, 그리고 문화체험은 유의한 차이를 보이고 있어 일본 관광객의 선택속성은 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 부산지역을 방문하는 일본인관광객의 욕구를 충족시킬 수

있는 세분화된 상품개발이 필요할 것으로 생각된다. 관광지선택속성 요인 중 관광시설 및 인내는 관광객의 만족도에 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 일본인 관광객들은 부산을 관광목적지로 선택할 때 관광시설이나 인내에 대한 기대가 크지 않았음을 나타내고 있다. 분석결과에서 언급된 다른 3가지 선택속성 요인들(레저 및 휴식, 쇼핑과 관광활동, 그리고 문화체험)보다는 그 중요성이 크지 않아 전체적인 만족도를 결정하는 데는 영향을 끼치지 않는 것으로 설명될 수 있다.

일반적으로 본 연구의 한계 및 향후 연구방향으로는 첫째, 본 연구가 부산지역을 방문하는 일본관광객만을 대상으로 조사했다는 것이다. 즉, 표본의 대표성이 약해 일본관광객의 선택속성과 서비스 가치가 관광지의 전반적인 만족도에 영향을 미치는지에 대한 검증의 폭이 그만큼 넓지 않다고 할 수 있다. 또한, 일본인관광객의 개인적인 가치나 외부적인 영향요소를 사전에 확인할 수 있는 시스템이 없기 때문에 각각의 특성에 맞는 상품을 개발한다는 것이 쉽지 않다. 따라서 선행연구의 결과를 토대로 추후 광범위한 표본을 대상으로 심도 있는 연구 및 시스템 개발이 가능한 연구가 요구된다. 둘째 본 연구는 일본관광객의 관광지 선택속성과 서비스 가치에 따른 전반적인 만족도를 연구한 것으로 각 관광관련분야나 관광객의 국적에 맞는 마케팅방안을 도출해야 할 것이다. 또한 본 연구의 기간이나 계절적 요인, 경제적 요인 등에 따라 다르게 나타날 수 있으므로 주기적인 연구를 통하여 일본관광객의 특성을 파악하는 것이 필요하다고 생각된다.

【參考文獻】

- 권오주(2001)「방한 중국인 관광객의 관광행동에 관한연구」 세종대학교 박사학위 논문
 김권수·유양호(2011)「국내관광객의 가치, 라이프스타일, 사회계층이 숙박시설 구매의도에 미치는 영향」 『관광경영연구』15(1), pp.27-42
 김명희·강인호(2007)「한류가 한국관광지 이미지 관광객 만족과 행동의도에 미치는 영향-일본인 관광객을 대상으로」 『관광연구』22(3), pp.359-380
 김민철·장희정(2008)「도시의 관광콘텐츠 유형에 따른 관광매력요인: 보길도, 선유도, 우도를 중심으로」 『관광레저연구』20(4), pp.123-137
 김현자·손수민(2012)「국제크루즈선 일본인 관광객의 부산관광에 대한 중요도-만족도 분석」 『일본 근대학 연구』제36집, pp.359-377
 김형미·문성중·송재일(2006)「중국인 관광객의 관광지 매력속성에 대한 기대, 지각된 성과, 만족, 재방문의사의 영향관계-제주도 사례를 중심으로」 『관광연구저널』20(3), pp.171-184
 문화체육관광부(2010)「2009 외래관광객 실태조사」(국가별 보고서 : 일본, 미국, 태국, 호주, 말레이시아)
 박미경(2004)「일본인 관광객의 관광동기 및 관여도 수준에 따른 만족과 재방문 의사 차이에 관한 연구」 경희대학교 관광대학원 석사학위논문

- 박성연(1996)「한국인의 라이프스타일 유형과 특성」『마케팅연구』11(1), pp.19-34
- 박정민(2006)「일본방문 단체관광객의 여행상품속성선택에 관한 연구」『관광연구』20(3), pp.329-350
- 박지현(2006)「주제공원 이벤트와 관광객 만족 연구」경기대학교 대학원 석사학위논문
- 부산광역시(2009)「2008 부산관광실태조사」
- 선진영(2008)「관광지이미지와 자아이미지 일치에 관한 연구」경기대학교 대학원 석사학위논문
- 이수범 · 이은용 · 송영은(2007)「방한 외국인 관광객의 한류관광상품 만족도에 관한 연구」『호텔경영학연구』16(5), pp.257-271
- 이윤섭(2005)「관광자 가치, 라이프스타일, 동기가 관광지 선택과 행위의도에 미치는 영향」경기대학교 대학원 박사학위논문
- 이은미 · 강인호(2007)「관광목적지 이미지와 관광동기가 관광객 만족에 미치는 영향」『Tourism Research』24, pp.47-63
- 이재곤 · 고선희(2010)「일본관광객의 한국관광지 선택속성의 중요도-성취도 분석」『한국콘텐츠학회』10(9), pp.338-347
- 임순록(2012)「한일 종교관광의 전개와 최근 동향, 불교와 종교관광을 중심으로」『일본 근대학 연구』제39집, pp.235-257
- 오영준(2005)「관광지 이미지가 관광지 선택에 미치는 영향에 관한 연구, 관광객 감정을 중심으로」경기대학교 대학원 박사학위논문
- 윤진영(2010)「해외관광의 매력속성과 위험속성이 유익성, 편의성, 태도 및 행동의도에 미치는 영향」세종대학교 일반대학원 박사학위논문
- 정선태·박정하(2006)「관광목적지 결정요인의 인구통계학적 차이분석에 관한 연구」『호텔관광연구』23(4), pp.236-251
- 조명환(1994)「관광동기 연구에 관한 재고찰」『관광·레저연구』제6호, pp.93-112
- 조장현·권종현(2005)「관광정보 내용의 중요도 및 정보원천 이용수준이 여행상품 선택속성에 미치는 영향 연구」『관광·레저연구』17(3), pp.59-76
- 추승우 · 장준호 · 황영현(2010)「부산방문 일본인 개별자유여행객(FIT)의 여행 행태」『관광학연구』34(5), pp.77-91
- 최병길 · 김경호(2007)「제주관광에서 재방문객의 특성에 관한 연구」『관광학연구』31(3), pp.269-288
- 현용호 · 김재학(2009)「관광동기와 관광목적지 선택 속성 간 영향관계에 미치는 관광비용의 조절효과 연구: 한국 골프 관광객을 대상으로」『대한경영학회지』22(6), pp.3563-3582
- 최경은(2012)「인바운드 관광 진흥을 위한 문화체험관광 활성화 방안」한국문화관광연구원
- Baloglu, S., & McCleary, K. W.(1999)「A model of destination image formation」Annals of Tourism Research, 26(4): pp.868-897
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G.(1980). 「Significance Tests and Goodness of Fit in the Analysis of Covariance Structures」. Psychological Bulletin, 88: pp.588-606
- Dann, G. M. S.(1981). 「Tourist motivation: An appraisal」. Annals of Tourism Research, 8(2): pp.187-219
- Enright, M. J. & Newton, J.(2004).「Tourism destination competitiveness: A quantitative approach」. Tourism Management, 25: pp.777-788
- Etezadi-Amoli, J., & Farhoomand, A. F.(1996). 「A Structural Model of End User Computing Satisfaction and User Performance」. Information & Management, 30: pp.65-73
- Fodness, D.(1994). 「Measuring tourist motivations」. Annals of Tourism Research, 21(3): pp.555-581
- Formica, S., & Uysal, M.(1998). 「A market segmentation of festival visitors: Umbria jazz festival in Italy」. Festival Management and Event Tourism, 3(4): pp.175-182
- Fornell, C., & Larcker, D. F.(1981). 「Evaluating structural equation models with unobservable variables and

- measurement error」. *Journal of Marketing Research*, 18(1): pp.39-50
- Fornell, C.(1983). 「Issues in the Application of Covariance Structure Analysis: A Comment」. *Journal of Consumer Research*, 9: pp.443-448
- Goodrich, J. N.(1997). 「Benefit bundle analysis, An Empirical Study of International Travels」. *Journal of Travel Research*, 16: pp.1-3
- Hayduk, L. A.(1987). 『Structural Equation Modeling with LISREL: Essentials and Advances』. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Noe, F. P.(1987). 「Measurement specification and leisure satisfaction」, *Leisure Science*, 9(3): pp.155-166
- Nunnally, J.(1978). 『Psychometric Theory』, McGraw Hill. New York.
- Oliver, R. L.(1997). 『Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer』. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A. V., Zeithmal, A., & Berry, L. L.(1996). 「The Behavioral Consequences of Service Quality」. *Journal of Marketing*, April: pp.31-46
- <http://korean.visitkorea.or.kr>
- <http://www.segye.com>
- <http://www.newsis.com>
- <http://news.mk.co.kr>
- <http://www.tour.go.kr>
- <http://www.kcti.re.k>

논문투고일 : 2013년 03월 10일
심사개시일 : 2013년 03월 20일
1차 수정일 : 2013년 04월 09일
2차 수정일 : 2013년 04월 15일
게재확정일 : 2013년 04월 20일

〈要旨〉

부산 방문 일본인 관광객의 관광지 선택속성과 만족도에 관한 연구

본 연구의 목적은 일본 관광객의 인구통계학적 특성에 따라 부산을 관광목적지로 선택하는 유인요인과 속성에 어떠한 차이가 있는지를 알아보고, 관광지 선택속성은 관광만족에 어떠한 영향을 미치는지를 연구하고자 하였다. 연구목적 달성을 위하여 2012년 4월 15일부터 25일까지 10일 동안 시내 호텔, 면세점 그리고 김해공항과 부산역에서 부산관광 후의 일본인을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 최종적으로 193부를 실증분석에 사용하였다. 자료 분석은 SPSS 19.0을 이용하였다. 연령대의 특성을 분석해 본 결과, 젊은 연령층의 일본관광객들은 쇼핑, 레저, 그리고 다양한 체험 등을 고려하여 관광지를 선택하는 것으로 나타났다. 관광지 선택속성 중 관광시설 및 안내 요인만을 제외하고 레저, 쇼핑, 그리고 체험 요인은 만족도에 정(+)의 영향을 나타내고 있었다. 따라서 이 분석결과를 통해서 볼 때, 일본인 관광객 유치를 극대화하기 위해서는 관광지에 대한 체험 서비스, 쇼핑시설, 다양하고 질 높은 음식 등 관광 인프라 구축이 매우 필요하다고 여겨진다.

A Study of Relationship between Destination Choice Attributes and Satisfaction Level for Japanese Visitors' to Busan

This study examined the relationship between destination choice attributes and satisfaction level for Japanese visitors to Busan. A total of 193 questionnaires were collected from Japanese visitors in Busan on April 2012. Results of a factor analysis identified four dimensions of destination choice attributes: 'food', 'shopping', 'facilities', and 'cultural experience'. Results revealed that 'food', 'shopping' and 'cultural experience' significantly affect 'satisfaction level'. Therefore, it is important for Busan Tourism Organization to develop tourism products that meet Japanese tourists' needs to attract more visitors despite of negative political environment between two countries in the future. The conclusion and limitations were discussed.

