



저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 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](#) 

碩士學位論文

로하스의식과 관광행동에 관한
연구

-제주 방문 내국인 관광객을 대상으로-

濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科

朴 永 濬

2013年 2月

로하스의식과 관광행동에 관한 연구

-제주 방문 내국인 관광객을 대상으로-

指導教授 吳 相 勛

朴 永 濬

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2013年 2月

朴永濬의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長_____

委 員_____

委 員_____

濟州大學校 經營大學院

2013年 2月

A Study on the relationships between LOHAS
consciousness and tourist behavior

-Focused on domestic tourist in Jeju-

Young-Jun Park
(Supervised by professor Sang-Hoon Oh)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree
of Master of Tourism Science

2013. 2 .

This thesis has been examined and approved.

.....
.....
.....
FEBRUARY 2013

Department of Tourism Management
GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

I. 서론	1
1. 문제의 제기	1
2. 연구의 목적	3
3. 연구의 방법과 범위	3
II. 이론적 고찰	6
1. 로하스(LOHAS)이론	6
1) 로하스의 개념	6
2) 로하스 구성요소	10
3) 로하스 소비자의 특성	17
2. 관광행동	20
1) 관광목적지 개념과 특성	20
2) 관광 행동의 개념 및 특성	23
3) 환경지향행동의 개념과 특성	31
4) 건강지향행동의 개념과 특성	37
3. 선행연구의 검토	42
III. 연구설계	47
1. 연구모형 및 연구가설의 설정	47
1) 연구모형	47
2) 연구가설	47
2. 연구조사 설계	48
1) 자료수집	48
2) 자료분석방법	49

IV. 분석결과	50
1. 표본의 일반적 특성	50
2. 측정변수의 신뢰성 및 타당성 검증	51
3. 가설 검증	56
4. 분석결과 요약 및 시사점	62
V. 결론	66
참고문헌	70
ABSTRACT	82
설문지	84

〈표 차례〉

<표 2-1> 웰빙과 로하스의 차이점	8
<표 2-2> 로하스 정의	9
<표 2-3> 로하스 관련 상품	12
<표 2-4> 지속가능성의 정의	15
<표 2-5> 로하스 소비 성향에 관한 12개의 질문	18
<표 2-6> 로하스족의 인구통계학적 특성	19
<표 2-7> 미국 로하스소비자 분류와 측정점수	19
<표 2-8> 관광목적지에 대한 정의	21
<표 2-9> 관광목적지 유형	21
<표 2-10> 관광행동의 개념	26
<표 2-11> 친환경 제품번호구매공식	31
<표 2-12> 환경친화적 소비행동에 대한 개념	32
<표 2-13> 사회·교육·심리적 특성에 따른 환경소비자 집단	34
<표 2-14> 친환경성에 근거한 소비자 집단	35
<표 2-15> Health Tourism의 개념	39
<표 3-1> 설문지의 구성	48
<표 4-1> 조사대상자의 일반적 특성	50
<표 4-2> 로하스의식에 대한 신뢰도 및 타당도 검증	53
<표 4-3> 환경지향행동에 대한 신뢰도 및 타당도 검증	55
<표 4-4> 건강지향행동에 대한 신뢰도 및 타당도 검증	56
<표 4-5> 로하스의식 군집분석 및 판별분석	57
<표 4-6> 로하스 의식수준에 따른 환경지향행동차이	57
<표 4-7> 로하스 의식수준에 따른 건강지향행동차이	58
<표 4-8> 관광지 선택유형에 따른 환경지향행동 및 건강지향행동 차이분석 ..	60
<표 4-9> 음식선택유형에 따른 환경지향 행동 및 건강지향 행동 차이분석 ..	61
<표 4-10> 가설 검증 결과 요약	63

<그림차례>

<그림 1-1> 연구의 흐름	5
<그림 2-1> 건강의 세 가지 차원	13
<그림 2-2> 상품구매 시 친환경성을 고려하는 소비자의 비율	16
<그림 2-3> 우리나라의 로하스 소비자 분류	17
<그림 2-4> Fishbein & Ajzen(1975)의 연구모형	24
<그림 2-5> 소비행동과 관광행동	27
<그림 2-6> 관광행동 의사결정과정	28
<그림 2-7> 관광의사결정유형	28
<그림 2-8> Van Raaij & Francken 관광행동모형	29
<그림 2-9> 친환경 소비자로의 3단계변화	33
<그림 3-1> 연구모형	47

I. 서론

1. 문제의 제기

오늘날 개인의 소득수준 향상 및 여가시간 확대로 과거에 비해 보다 건강하고 여유로운 삶에 대한 욕구가 높아지고 있다. 최근 우리나라에서도 주 5일 근무제가 정착하게 되면서, 개인의 다양한 욕구를 충족시키기 위한 새로운 라이프스타일이 나타나기 시작했다. 이로 인해 신체적, 정신적 건강의 조화를 추구하고 여유로운 삶의 가치를 중시하는 웰빙(well being) 문화가 형성되었다.

웰빙은 건강과 가족, 나 자신을 중시하는 현대인의 기본적인 욕구로서 기존의 소비 트렌드에 비해 폭넓게 대중화 되었다. 그러나 이러한 웰빙이 사회전체가 아닌 개인의 건강과 삶의 질만을 추구하는 경향에 대한 비판과 함께 새로운 문화로써 로하스(LOHAS: Lifestyles of Health and Sustainability)라는 라이프스타일이 부상하고 있다.¹⁾

로하스의 개념은 well-being 및 wellness와 비교되는 개념이다. 즉 웰빙은 자신과 가족의 건전하고 건강한 삶을 추구하는 생활방식이고²⁾, wellness는 well-being보다 넓은 개념으로써 인간이 속해 있는 환경과 신체, 마음, 정신의 모든 국면이 가장 조화롭고 만족스러운 상태를 뜻하는 용어이다.³⁾ 로하스는 wellness의 개념에 지속 가능성(sustainability)을 추가하여 환경을 고려하면서 사회전체의 건강과 행복을 추구하는 이타적인 개념이다.⁴⁾

즉 로하스는 건강과 지속가능성을 염두에 두고 살아가는 사람들의 라이프스타일

-
- 1) 김민주(2006). 『로하스 경제학』, 서울: 미래의 창, pp.1-304; 서동구(2008). 인구통계적 특성에 따른 호텔레스토랑 로하스 소비자에 대한 차이분석. 『한국외식산업학회지』, 4(1). p.1, 재인용
 - 2) 김상일(2004). 『대한민국 소비 트렌드』, 서울: 원앤원북스; 최숙희(2010). 소비자의 로하스 지수와 로하스 상품 구매행동. 건국대학교 교육대학원 석사학위논문. p.8 재인용
 - 3) 최수연(2010). 『건강과 지속가능성의 개념에 근거한 로하스 척도 개발을 위한 기초연구』 이화여자대학교 석사학위논문 p.9
 - 4) Steve. F. & Gwynne. R.(2005). LOHAS Market Research Review: Marketplace Opportunities Abound." The Natural Marketing Institute(NMI). pp.25-45; 신동식(2011). 패밀리 레스토랑의 로하스 이미지가 고객가치, 고객만족 및 관계지속의도에 미치는 영향. 『서비스경영학회지』, 12(1), pp.189-216. 재인용

일을 의미하는 선진국형 웰빙 소비활동이라 할 수 있다. 이제는 개인의 건강만 생각하는 것이 아니라 가족, 후손, 사회, 지구 환경 등 모든 분야의 건강과 지속가능성을 고려하는 생활방식을 추구하게 된 것이다.⁵⁾

최근 국내에서도 로하스에 대한 관심이 증가하고 있다. 2007년 국내의 로하스 소비자는 37%, 준 로하스 소비자는 39.5%인 것으로 나타났다. 이것은 로하스 소비자가 일반 소비자의 약 77%인 것을 의미하는 것으로 국내 소비자의 상당수가 로하스 소비자임을 반증하는 것이다.⁶⁾

로하스(LOHAS)에 대한 국내 연구를 살펴보면 로하스이미지와 고객만족 및 충성도와의 영향관계,⁷⁾ LOHAS이미지와 품질, 만족도 및 행동의도,⁸⁾ 로하스 소비자의 태도,⁹⁾ 로하스 성향과 구매행동과의 관계,¹⁰⁾ LOHAS의 인식차이가 메뉴선택 행동에 미치는 영향,¹¹⁾ 로하스이미지와 메뉴선택 속성이 만족과 충성도에 미치는 영향¹²⁾ 등 로하스 의식이나 외식소비행동을 중심으로 연구가 이루어지고 있으나, 관광목적지에서 로하스 의식과 관광행동에 관한 연구사례를 찾아보기 어렵다.

로하스의식과 관련한 행동성향은 아름다운 자연과 전통적인 문화를 배경으로 하는 제주도과 같은 섬 관광 목적지(island destination)에서 더욱 높게 나타날 수 있다. 제주를 방문하는 관광객이 주로 휴양 및 관람 58.8%, 레저 및 스포츠 18%, 회의 및 업무가 12.3%, 교육여행이 7% 등과 같은 목적별 분포에서 볼 수 있듯이¹³⁾, 제주도는 건강과 환경 욕구를 충족시키기에 매우 적절한 관광지임을 보여주고 있다.

최근에 부상하는 일상생활에서의 로하스 라이프스타일이 외식분야에서 쉽게

5) 최숙희(2010). 전개논문, pp.17-18

6) 한국내추럴비즈니스연구소(2007). 『웰빙 소비패턴 조사결과 보도자료』. 한국로하스포럼.

7) 주현식(2008). 『호텔레스토랑의 LOHAS이미지, 지각된 서비스 품질 및 가치, 고객만족, 충성도와의 영향관계』, 경희대학교대학원 박사학위논문.

8) 이애자(2010). 『한식의 로하스이미지, 지각된 품질, 태도, 만족도 및 행동의도 간 관계』, 순천향대학교, 박사학위 논문.

9) 김태봉(2009). 『LOHAS 소비자의 태도에 미치는 요인에 관한 연구: well-bing meet전문점 이용고객을 중심으로』, 연세대학교 석사학위 논문.

10) 박임구(2008). 성인여성의 로하스 라이프스타일에 따른 자연주의 화장품 구매행동과 태도. 『한국패션비즈니스학회지』, 12(1), pp.63-75.

11) 조우제(2009). 웰빙트렌드 로하스(LOHAS)에 관한 외식소비자의 인식 차이가 메뉴 선택 행동에 미치는 영향. 『한국조리학회지』, 15(3), pp.307-323.

12) 김윤희(2012). 『로하스 이미지와 메뉴선택 속성이 고객만족 및 고객충성도에 미치는 영향 : 한식 레스토랑을 중심으로』, 단국대학교 석사학위 논문

13) 제주관광공사(2012). 제주관광시장동향분석

발견 할 수 있듯이, 로하스의 기본개념을 형성하고 있는 건강과 지속가능성을 추구하는 행동양식이 일상을 벗어나, 관광목적지에서도 새로운 경향으로 나타나고 있음을 검증할 필요성이 있다. 또한 이러한 연구는 천혜의 자연자원에 기반한 제주지역의 지속가능한 관광 발전 방향을 모색하는데도 기여할 수 있을 것이다.

2. 연구의 목적

이 연구는 최근에 부상하고 있는 일상생활에서의 로하스 의식이 관광목적지 행동에 관련이 있는지를 실증적으로 검증하는데 목적이 있다. 즉 일상생활에서의 로하스 의식이 관광목적지에서도 자신의 건강을 생각함과 동시에 관광목적지의 환경에 해롭지 않은 행동을 하고 있는지, 또한 로하스의식수준에 따라 관광목적지에서 환경지향행동과 건강지향행동에 차이가 있는지를 검증하는 것이다.

이 연구의 목적을 구체적으로 세분하면 다음과 같다.

첫째, 로하스(LOHAS)의 기본개념과 특징, 관광목적지와 관광행동에 관한 이론들을 검토하여 상호연관성을 정리한다.

둘째, 실증적 연구를 통하여 일상의 로하스 의식이 높고 낮음에 따라 관광목적지 활동에 차이가 있는지를 검증한다.

셋째, 분석결과를 중심으로 새로운 트렌드로 나타난 로하스 관광객을 수용하기 위하여 필요한 시사점을 도출한다.

3. 연구의 방법과 범위

연구방법이란 그 학문분야의 관심사 및 주제를 중심으로 이론을 전개하는 논리적 절차로써 이와 관련한 이론이나 가설들을 만들고 그것들을 실제적·경험적인 자료들에 입각하여 검증·확인하는 절차, 또는 그런 자료들을 규정하고 실제로 찾아내며 수집하는 기법, 입수한 자료들을 분석·처리하는 기법, 분석된 자료를 해석하는 논리, 결과를 제시하는 방법과 형식 같은 것을 말한다. 그러나 사회과학의 모든 연구가 일정한 절차를 거쳐야 하는 것은 아니며, 연구의 목적과 목표, 자료의 성격에 따라 달라질 수 있다. 사회과학의 한 분야로서 관광학의 특정

주제를 연구함에 있어서도 연구목적에 따라 기술(description), 실험(experiment), 예측(prediction or forecasting), 모형 및 시뮬레이션(model or simulation) 등과 같은 다양한 연구기법과 절차를 적용 할 수 있을 것이다.¹⁴⁾ 지금까지 관광학 연구는 사회과학의 일반적 연구방법들 중에서 적합한 것을 선택하여 사용하는 것이 보편적임을 보여주고 있다.

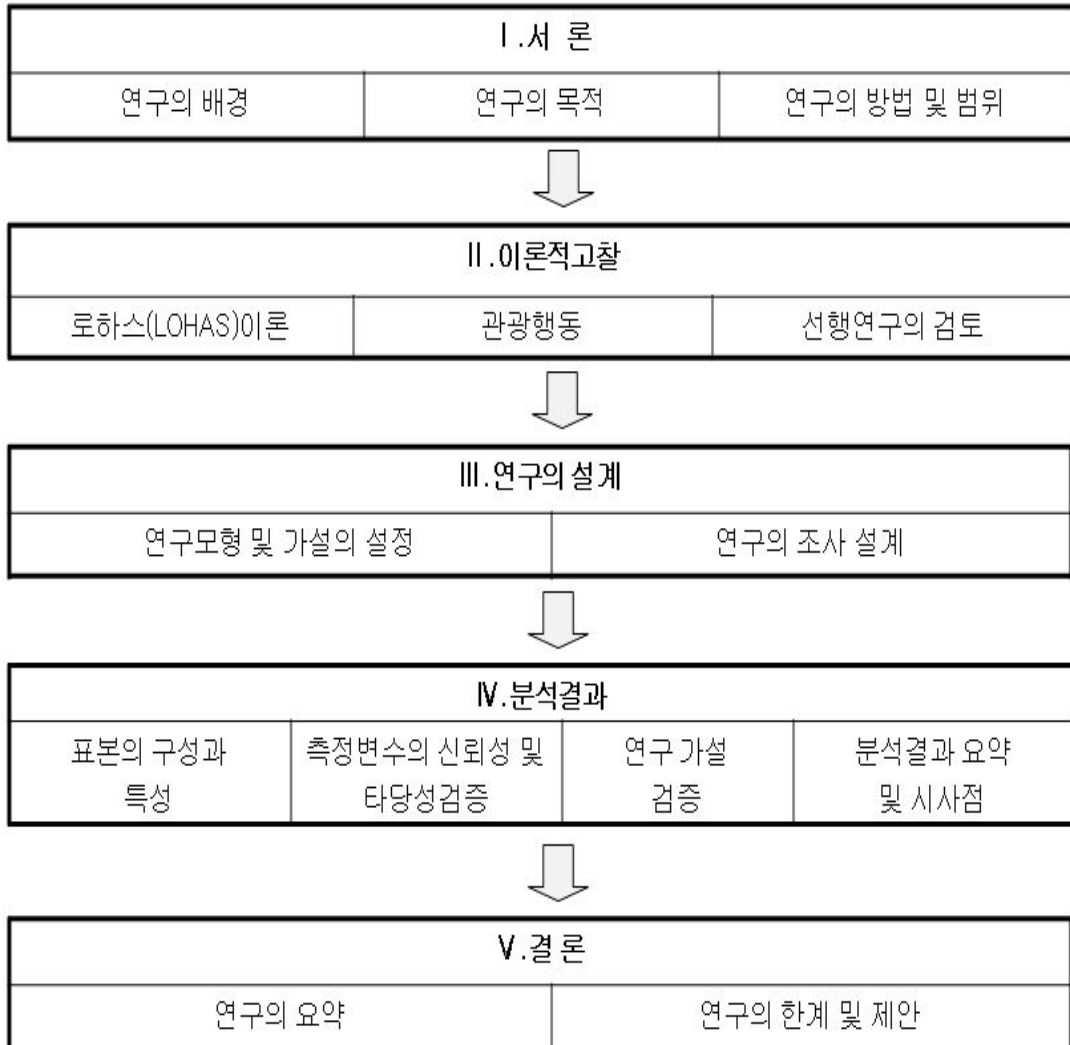
이러한 맥락에서 본 논문의 연구목적을 달성하기 위한 연구방법으로는 문헌적 연구(documentary study)와 실증적 연구(empirical study)가 병행되었다. 문헌 연구에서는 관련 서적, 국내·외 논문, 기타 각종 간행물 및 통계자료를 활용하여 로하스의 개념과 관광행동에 대한 개념 정리와 이들 변수들 간의 관계에 대한 최근의 연구동향을 살펴보았다.

실증적으로는 제주방문 내국인을 대상으로 설문조사를 하여 로하스의식과 목적지에서의 행동성향에 대한 차이관계를 검증 하였다. 본 연구의 내용적 범위는 로하스의식과 소비행동, 관광목적지와 관광행동에 국한하여 검토하였다. 공간적으로는 대표적인 섬 관광목적지인 제주도를 사례지역으로 선정하였으며, 시간적으로는 2012년 10월 27일부터 11월 3일까지 한정하여 조사하였다. 자료의 분석은 SPSS 19.0 프로그램을 이용하여 빈도분석, 신뢰도 및 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 로하스의식에 따른 환경 및 건강지향 행동과의 관계를 파악하기 위해 군집분석과 판별분석 및 t-test를 실시하였다.

위와 같은 연구방법에 의한 본 연구의 전체적인 흐름은 <그림 1-1>과 같다.

14) C.A. Gunn(1987). A Perspective on the Purpose and Nature of Tourism Research Methods. J.R.B. Ritchie and C.R. Goeldner(eds). Travel, Tourism, and Hospitality Research, New York:John Wiley & Sons, pp.5-10.;양필수(2009). 『觀光目的地의 엔터테인먼트 經驗과 固有性 知覺 滿足度 關係 研究』, 제주대학교 박사학위논문, pp.6-7 재인용.

<그림 1-1> 연구의 흐름



II. 이론적 고찰

1. 로하스(LOHAS)이론

1) 로하스의 개념

‘잘 먹고 잘 사는 것’이란 웰빙(Well being)의 개념을 넘어서, 웰빙을 통한 정신적 풍요나 사회적 또는 집단적 삶의 질 향상에 주목하면서 웰빙을 승화·발전시킨 개념으로 로하스(LOHAS: Lifestyle Of Health And Sustainability)란 말이 생겨나기 시작했다. 2000년대에 접어들면서 친환경 공동체를 지향하는 합리적 소비관을 대변하고 있는 로하스(LOHAS)의 개념은, 미국에서 비만 인구와 노년층의 증가로 인해 먹거리와 건강에 대한 관심 증가하고 오리엔탈리즘과 환경주의라는 메가트렌드가 합쳐지면서, 후세에 물려줄 수 있는 환경에 대한 진지한 고민이 맞물리면서 생겨난 현상이다.¹⁵⁾

건강과 환경, 그리고 사회적 지속가능성을 추구한다는 로하스(LOHAS)는 개인과 지구환경의 건강 및 지속가능성의 문제를 사회적 비즈니스 속에서 해결하고자 나타나게 되었다. 1970년대 접어들면서 전 세계적으로 환경문제, 자원부족, 폭발적 인구증가, 경제문제, 환경오염 등이 사회의 문제로 대두되었다. 이에 로하스란 개념이 등장하였으며, 로하스는 자신뿐만 아니라 동시대를 살고 있는 이웃, 사회, 그리고 더 나아가 후손까지 고려한다는 면에서 남과 더불어 잘 먹고 잘 살자는 ‘로하스 웰빙’이 사회·문화 전반으로 확산되고 있다.¹⁶⁾

로하스가 등장하게 된 배경을 알기 위해서는 구미 웰빙 의식의 발전 과정을 살펴볼 필요가 있다. 기계화된 현대문명과 심각해진 환경오염에 대한 반성으로 개인의 건강과 친환경성을 강조하는 운동이 활발히 전개 되었는데 19세기에 들어와서 채식주의와 생태주의를 비롯하여 20세기 후반에 슬로우 푸드(slow food)

15) 진병호(2004). 한·미간 웰빙 의미 분석 통한 유통산업 방향, 『월간 유통저널 9월호』, 3(117), pp.75-79; 최숙희(2010). 『소비자의 로하스 지수와 로하스 상품 구매행동』, 건국대학교 교육대학원 석사학위논문. p.17 재인용.

16) 김태봉(2009). 전개논문, pp.6-8

운동이 나타났다.¹⁷⁾ 이러한 추세에 맞추어 미국에서는 1990년대 말 웰빙트렌드에서 발전된 로하스 소비자들이 사회에 자리 잡기 시작하면서, 유럽과 일본 등 전 세계적으로 확산되었다.¹⁸⁾

로하스(LOHAS: Lifestyles of Health and Sustainability)란 용어는 2000년에 미국의 비즈니스 컨설팅사인 Natural Marketing Institutes에서 처음 사용되었으며, 건강과 지속가능한 사회에 대하여 배려하는 의미로써¹⁹⁾, ‘건강과 환경이 결합된 소비자들의 생활패턴’을 일컫는다.²⁰⁾ 로하스는 환경보호, 사회적 책임 등에 대한 의무감이나 소비억제, 자연회귀주의를 한 단계 뛰어넘어 자신과 주변의 건강에 대한 관심의 연장선상에서 지구환경과 사회를 배려하고자 나타난 개념이다.²¹⁾

또한 정신적·육체적 건강뿐만 아니라 사회, 경제 환경적 토대를 위태롭게 하지 않는 생활 방식으로서, 다음 세대의 건강하고 풍요로운 삶을 누릴 수 있도록 배려하는 지속가능한 소비기반을 생각하는 친환경적이고 합리적인 소비 패턴이다.²²⁾

LOHAS는 삶의 질을 높이는 가치소비 측면에서 지속가능한 소비에 기반을 두고 환경을 고려한 사회 전체의 건강과 행복을 의미한다.²³⁾

웰빙과 로하스의 차이에 대해 박수민(2006)²⁴⁾은 웰빙은 단순히 ‘삶의 질을 향상시키고 개인의 잠재력을 극대화 시키려는 태도와 행위를 지니는 것’ 이라면, 로하스는 ‘지구를 보존하기 위해 자원을 절약하면서 심신을 모두 풍부하게 하고 의식 있는 삶의 방법을 목표로 하는 것’으로 행동뿐 아니라 확고한 내면적 가치에 기반 하여 보다 적극적으로 동기화된 생활양식으로 보고 있다.

17) 최수연(2010). 전계논문, p.6

18) 조우제(2009). 전계논문, 15(3), p.309

19) 박임구(2008). 전계논문, p.64

20) 한국내추럴비즈니스연구소(2006). 『국내 로하스 소비자 조사결과 보고 및 시장전망』. Issue Report; 이애자·김홍빈·차석빈(2011). 한식의 로하스이미지가 지각된 품질, 만족도와 행동의도에 미치는 영향: 방한 중국관광객을 대상으로. 『한국관광학회』, 35(3), pp.135-136. 재인용

21) <http://lohaskorea.or.kr>

22) KOTRA(2005). 해외 조사팀 발간책자, pp.1-5; 서동구(2008). 인구통계적 특성에 따른 호텔레스토랑 로하스 소비자에 대한 차이분석. 『한국의식산업학회지』, 4(1). p.91 재인용

23) Steve, F., & Gwynne, R.(2005). op. cit.; 권용주·송홍규·김지은(2007). 외식소비자의 LOHAS성향이 건강외식지향과 건강메뉴 주문행동에 미치는영향. 『한국관광학회』, 31(5), p.249 재인용

24) 박수민(2006). 2000년대 그린디자인에 나타난 패션디자인 특성 분석. 경희대학교 석사학위청구논문; 고정원·이성립·김민정(2010). 소비자의 로하스 소비의식과 로하스 상품 소비. 『한국소비자학회』, 21(4), pp.89-109 재인용; 고정원(2007). 『로하스(LOHAS)의식과 로하스 상품 소비실태에 관한연구』. 성균관대학교 석사학위논문, p.6 재인용

<표 2-1> 웰빙과 로하스의 차이점

	웰빙 소비	로하스 소비
1	나와 내가족의 건강에 이로운 상품을 선택한다.	친환경적인 상품을 선택한다.
2	주거 환경, 실내공기의 질 개선에 적극적이다.	환경보호에 적극적이다.(환경단체가입 활동 등)
3	삶의 여유를 가지고 생활하는 편이다.(운동, 요가, 자선활동 등)	전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위한다(기부, 봉사, NGO활동 등)
4	건강에 도움이 되는 제품이라면 20%의 추가비용을 지불할 용의가 있다.	지속가능성을 고려해 만든 제품에 20%의 추가비용을 지불할 용의가 있다.
5	주변에 건강식품의 기대효과를 적극 홍보한다.	주변에 친환경 상품의 기대효과를 적극 홍보한다.
6	육체적, 정신적 건강을 고려해 구매를 결정한다.	지구 생태계에 대한 영향을 고려해 구매를 결정한다.
7	일시적 유행이 아닌, 검증된 상품을 선호한다.	타성적 소비를 지양하고, 정보에 근거 한다.
8	건강 기능성 상품을 선호한다.	생활 속에서 재활용을 실천한다.
9	유기농법으로 생산된 상품을 선호한다.	지속가능한 기법으로 생산된 상품을 선호한다.(재활용, 재생원료, 유기농법등)
10	웰빙 소비자의 가치를 공유하는 기업의 상품을 선호한다.	로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 상품을 선호하고 그러한 기업에 투자한다.

출처: 한국자연경영연구소(KNBI) (2007). 웰빙 소비패턴 조사결과 보도자료.

국내에서는 2000년대를 전후하여 로하스(LOHAS)가 새롭게 부상되었다.²⁵⁾ 즉 기존 웰빙 문화에서 로하스 문화로 점차 변경되고 있는 모습을 보이고 있다.²⁶⁾

로하스 의식을 가진 집단은 건강지향적인 라이프스타일을 추구하며 진정성을 가지고, 지구의 환경·복지·이타적·정신적 가치에 중점을 둔 새로운 문화 집단을 말한다.²⁷⁾ 이들은 연령이나 직업, 인종별로 큰 편차 없이 존재하며, 사회적 책임과 공동체 등을 중요하게 여긴다.²⁸⁾

25) 이수연(2011). 『대형마트 이용고객의 소비자 가치가 로하스 의식과 상품구매에 미치는 영향에 관한 연구』, 한성대학교 석사학위논문, p.34

26) 서동구·주현식(2008). 호텔레스토랑의 로하스 이미지와 관여도, 고객만족, 고객 충성도와의 영향관계. 『관광연구』, 23(1), p.401

27) 최수연(2010). 전개논문, p.5

28) Ray, P. H. and Anderson, S. R.(1998). The Cultural Creatives, Three Rivers Press. Deci, R., & Deci, E. L.(2001). On Happiness & Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-being. Annual Review of Psychology, 52: 141-166.; 주현식·정삼권(2008). 소비자 가치가 로하스 지향행동에 미치는 영향요인 관한 연구-호텔 레스토랑을 중심으로-. 『한국호텔외식경영』

이상의 선행연구 검토에 따라 로하스에 대한 정의는 다음 <표 2-2>와 같다.

<표 2-2> 로하스 정의

학자 및 기관(년도)	로하스 정의
김민주(2006) 한국네추럴비즈니스연 구소(2007)	자신과 가족의 신체적이고 정신적인 건강은 물론 환경, 사회정의 및 지속가능한 소비에 높은 가치를 두고 생활하는 사람들의 라이프스타일 건강과 지속가능성을 중시하는 라이프스타일이자 개인의 건강과 후손을 위한 지구 자원 활용을 동시에 고려하는 생활패턴
박효진(2008)	자신과 가족의 정신적, 육체적 건강 뿐 아니라 환경까지 생각하는 친환경적인 소비 형태를 보이며 자신의 건강뿐 아니라 후대에 물려줄 미래의 지속가능성까지 고려하는 생활방식
주현식(2008)	자신의 정신적, 신체적, 지적, 사회적, 영적 건강의 유지와 환경을 중시하는 삶의 형태, 사회정의의 실현, 자기발전과 지속가능한 삶에 대한 가치를 통해 후손에게 물려줄 건전한 소비가치를 형성하여 사회를 지속시킬수 있는 원동력으로 정의
최숙희(2010)	자신의 건강만 생각하는 것이 아니라 가족, 후손, 사회, 지구 환경 등 모든 측면의 건강과 지속가능성을 고려하는 생활방식.
김인애(2011)	미래 후손의 건강한 삶을 위해 지속가능한 지구 환경 보존을 고려하는 것으로 사회적 이타성을 포함하고, 친환경적인 개념에 건강의 가치를 추가한 개념
장윤정(2012)	자신과 타인의 육체적, 정신적 건강을 고려하고 현세대뿐만 아니라 미래세대의 환경적, 경제적, 사회·문화적 지속가능성을 실천하기 위한 생활방식을 가진 사람들 혹은 소비집단
Natural Marketing Institutes(2006)	건강과 환경이 결합된 소비자들의 생활패턴
Ray & Anderson(2000)	연령, 직업, 인종별로 큰 편차 없이 존재하며 자신의 건강뿐만 아니라 사회적 책임에 대한 관심이 높고 자기 계발, 공동체 의식을 갖는 소비층
Steve & Gwynn(2005)	지속가능성과 건강을 염두에 두고 살아가는 사람들의 라이프스타일을 의미, 주관적인 개념보다는 이타적인 개념
Dierendonck(2005)	자기 개인의 건강과 행복을 우선으로 받아드리는 삶을 추구하는 라이프스타일이라고 정의

출처: 최수연(2010). 『건강과 지속가능성의 개념에 근거한 로하스 척도 개발을 위한 기초연구』 과
를 노기배(2011). 『로하스 消費意識이 로하스 消費目的과 消費에 미치는 影響』의 연구를 바탕
으로 연구자 재정리

학회』. p. 241 재인용; 최순희·조용범(2010). 전통한과 소비자의 로하스 추구성향과 고객참여가 고객
만족, 고객 애호도에 미치는 영향. 『외식경영학회』, 13(2), p.172. 재인용

2) 로하스 구성요소

로하스에 대한 선행연구를 살펴보면 크게 건강성, 환경친화성, 지속가능성으로 구성되어 있다. 건강성은 건강을 단순히 질병이 없기만 한 것이 아니라 육체적, 정신적, 사회적으로 양호한 상태로 정의 하였고,²⁹⁾ 지속가능성(Sustainability)이란 말은 환경적, 경제적, 사회적 고려에 따라 자연환경과 사회 시스템을 장기적으로 유지·관리하는 것을 의미한다.³⁰⁾ 환경 친화성은 환경보존을 위해 무조건적인 규제나 제한에서 해결방안을 모색하는 것이 아니라 소비와 사용을 통해 환경을 보존하려는 실질적인 해법 방법으로서의 접근을 시도하는 것이라고 정의 하였다.³¹⁾

(1) 라이프스타일

라이프스타일(lifestyle)은 자신의 시간을 어떻게 활용하고 있는가 하는 활동과 주위환경에서 중요하게 고려하거나 관심을 가지는 것, 자신과 주위세계에 대한 의견의 총체로서 개인마다의 독특한 삶의 방식(a unique pattern of living)을 말한다.³²⁾

라이프스타일이라는 개념은 일관성을 가진 사회구성원들이 타인과 구별되는 독특한 생활양식이라고 할 수 있으며, 개인의 개성과 가치를 반영하기 때문에 동기와 구매행위 및 소비태도에 영향을 미치는 중요한 변수로서 시장 세분화를 위한 기준으로 마케팅 분야에서 많이 사용되고 있다.³³⁾

라이프스타일에 대한 학자들의 정의를 살펴보면 먼저 국내연구에서 라이프스타일은 사회 구성원들이 가지고 있는 독특한 생활양식으로써 집합적인 소비자의

29) 김훈철(2004). 『웰빙마케팅』, 서울: 컴온북스; 고정원·이성림·김민정(2010). 전계논문, p.94. 재인용

30) Crane, A. & Matten, D.(2004). Business Ethics: A European Perspective: Oxford University Press; 이일한·한주희·황금주(2011). 대학생들의 자기해석과 로하스 간의 관계에 관한 연구. 『환경교육』, 24(11), pp.49-50 재인용.

31) 장윤정(2012). 『생태관광객의 로하스(LOHAS)의식, 태도, 동기에 관한 연구』. 한양대학교 석사학위논문, p.27

32) 김민주(2006). 전계서. 이학식·안광호·하영원(1997). 『소비자행동; 마케팅 전략적 접근』, 서울: 법문사 p.321

33) 장윤정(2012). 전계논문. p.31

문화, 개성, 소비행태등과 관련한 행동 특성이라고 정의를 내리고 있으며,³⁴⁾ 또한 외부의 사회문화적 환경요인이 개인의 태도나 신념, 관심 및 활동 등에 영향을 미쳐 형성되는 지속적이고 일관성 있는 생활양식이고 정의를 내리고 있다.³⁵⁾

해외연구에서 라이프스타일은 개인의 활동(Action), 관심(Interest), 의견(Opinion) 등에 의해 표현되는 개인이 세상을 살아가는 패턴으로 정의 하면서 환경과 상호작용하는 동시에 실제적 행동과의 통합시스템이라고 정의하고 있다.³⁶⁾ 또한 라이프스타일을 개인의 동기, 사회계층, 개인특성 등 여러 가지 변인을 내포한 것으로 인간이 살아가는 삶의 방식이라 정의하면서 소비자가 사회적 상호작용을 통해 형성한 개개인 고유의 내재적 함수라고 하였다.³⁷⁾

라이프스타일 관련 최근 연구는 의(衣)생활, 식(食)생활, 주(住)생활, 노년층, 문화, 패션, 관광, 여가, 스포츠 등 인간 활동의 다양한 분야에서 이루어지고 있으며, 이러한 라이프스타일에 대한 측정방법으로 첫째, 사람들은 그들의 시간을 어떻게 소비하는가? 둘째, 사람들은 주위환경에 있어 어떤 것을 더 중요시 하는가? 셋째, 사람들이 자기 자신과 세상에 대한 어떠한 의견을 갖고 있는가? 넷째, 생활주기, 소득, 교육, 거주지와 같은 인구통계 및 지리학적 기본특성을 바탕으로 연구가 이루어지고 있다.³⁸⁾

라이프스타일을 이용한 시장세분화는 고객 행동의 다양한 배경을 효과적으로 설명할 수 있고 소비자의 생활 방식의 변화를 알게 됨으로써 소비행동이나 구매의식 변화에 대한 예측이 가능하기 때문에, 라이프스타일 측정 시에는 반드시 구성요소나 태도변수에서 사회적 변화 및 문화적 영향력이 고려되어야 한다.³⁹⁾

이러한 라이프스타일 개념은 오늘날 사회·문화적으로 많은 영향력을 행사하

34) 안주아·신명희(2005) 우리나라 대학생 집단의 라이프스타일 유형 및 라이프스타일과 구매행동의 관계. 『한국광고홍보학보』, 7(1), pp.177-209

35) 광종형(2008). 『실버세대의 라이프스타일이 건강기능식품 구매만족도 및 재구매 의도에 미치는 영향』, 호서대학교 박사학위논문

36) Kotler P.(1997). Marketing management : Analysis. planing control. Prentice-hall, 424.;최혜련(2012). 『중장년층의 라이프스타일과 여가활동참여가 노후준비도 및 생활만족도에 미치는 영향』, 고려대학교 박사학위논문 재인용

37) Rokeach(2007). 『The nature of Human Values』, New York:Free Press.;김민정(2012). 『라이프스타일에 따른 미혼 직장남성 소비자의 외모가치와 외모관리 소비행동』, 이화여자대학교 석사학위논문, p.5 재인용

38) 최정화·조태영·황성혜(2011). 소비자의 라이프스타일이 이슬람 문화권 음식점 선택방해요인에 미치는 영향연구. 『Tourism Research』. 33. pp.19-41.

39) 이수인·박혜정·정혜영(2004). TV홈쇼핑 이용자의 패션라이프스타일이 패션제품구매에 미치는 영향. 『한국의류학회지』, 28(1), pp.54-65

고 있으며, 환경문제와 인간의 생명문제에 대한 시각에 새로운 전환점이 요구되고 있어서, 현대인의 건강은 물론 후대에게 물려줄 건강한 생활환경을 위한 라이프스타일의 필요성이 제기됨에 따라 로하스에 입각한 새로운 생활양식이 나타나게 되었다.⁴⁰⁾

라이프스타일이란 사회, 경제, 환경적 토대를 위태롭게 하지 않는 범위에서 소비함으로써 다음 세대가 건강하고 풍요로운 삶을 누릴 수 있도록 배려하는 현명한 소비자들을 의미한다.⁴¹⁾

이러한 라이프스타일을 갖고 있는 소비자들은 가치관이 같은 기업의 상품을 구매하고, 기업의 브랜드 이미지에 기초한 상품을 선택하며, 사회문제, 여성문제, 내면성과 자신의 잠재성에 대한 문제인식이 강하다.

이러한 소비자들은 상품구매 시 다음 <표 2-3>과 같은 선택속성을 나타내는 특징을 갖고 있다.⁴²⁾

<표 2-3> 로하스 관련 상품

로하스 라이프스타일	상품
환경친화추구	오가닉코튼, 오가닉푸드, 오가닉코스메틱, 천연염색, 자연소재, 환경운동
지속가능성추구	대체에너지, 다기능 생활기기, 유비쿼터스 제품, 재활용캠페인
건강성추구	기능성소재의류, 저지방저칼로리식품, 천연화장품, 자연소재 인테리어, 동서양퓨전인테리어, 아로마테라피, 요가명상, 스파요법, 대체의학, 느리게 살기운동

자료: 고정원·이성립·김민정(2010). 소비자의 로하스 소비의식과 로하스 상품 소비. 『한국소비자학회』, 21(4), p. 94

(2) 건강성

건강의 사전적 의미는 단순히 질병이 없기만 한 것이 아니라 육체적, 정신적, 사회적으로 양호한 상태를 말한다.⁴³⁾ 세계보건기구(WHO)는 “건강이란 단지 질병이 없거나 허약하지 않은 것만 말하는 것이 아니라 신체적, 정신적, 사회적으로

40) 박은경(2008). 로하스트렌드를 반영한 브랜드의 마케팅전략, 『한국패션디자인학회지』, 8(3), pp.23-39; 최숙희(2010). 전개논문, p.15. 재인용

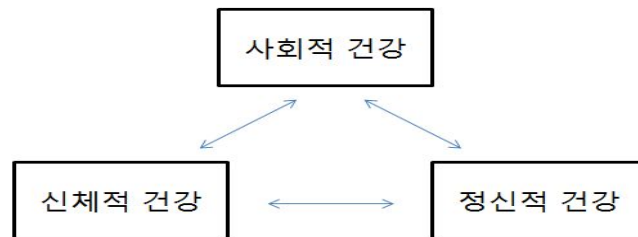
41) KOTRA 해외 조사팀(2005). 『선진국 로하스 이런 상품에 손 내민다』, 발간책자, pp.1-5

42) 고정원·이성립·김민정(2010). 전개논문, pp.92-94

43) 김훈철(2004). 전개서, pp.1-240; 고정원·이성립·김민정(2010). 전개논문, p.94 재인용

완전히 안녕한 상태(a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity)”라고 정의하면서,⁴⁴⁾ 세 가지 건강차원인 신체적, 정신적, 사회적 건강의 차원에서의 건강은 단순히 질병의 유무를 지칭하는 것이 아니며 육체적인 건강과 정신적, 사회적 건강의 상호관계에 의한 총체적인 관점으로 보고 있다.

<그림 2-1> 건강의 세 가지 차원



자료: 이주현(2006). 건강지향형 유비쿼터스 주택의 센서 구성에 관한 연구. 연세대학교 석사학위논문. p.7

즉, 현대인이 원하는 건강이란 질병에 걸렸다가 낫는 것이 아닌 처음부터 질병이 없는 상태이다. 따라서 질병치료보다는 예방을 더 중요하게 생각하므로 이를 위해 무엇보다 올바른 식생활이 중요하다고 강조하고 있다.⁴⁵⁾ 건강 트렌드는 항상 ‘먹는 것’에서 시작 되었으며, 건강관리라고 하면 ‘먹거리’부터 바르게 고쳐가는 것도 그러한 이유이다.⁴⁶⁾

과거에는 신체적 건강이 건강상태의 중요한 요소로서 작용하였다면 오늘날은 개인이 사회생활에서 받는 영향이 커짐에 따라서 사회적 건강이 강조되고 있다. 따라서 건강은 단순히 질병이 없고 허약하지 않은 상태를 넘어서 육체적, 정신적, 사회적으로 고통과 불편이 없이 편안하고 정신적으로 불안이나 긴장, 걱정이 없으며 각 개인의 사회생활에 있어서 그 사람 나름의 생활에 잘 적응하고 있는 상태로 볼 수 있다.⁴⁷⁾

44) World Health Organization(1948). Constitution of the World Health. WHO; 이주현(2006). 『건강지향형 유비쿼터스 주택의 센서 구성에 관한 연구』, 연세대학교 석사학위논문, pp.7-9 재인용

45) 김미강(2001). 『대학생의식행동이 식이 섭취실태 및 건강상태에 미치는 영향에 관한 연구』, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

46) 이세나(2007). 저무는 웰빙, 뜨는 로하스, 『월간 마케팅 4월호』, 41(4), pp.58-62.

47) 반자연(2002). 『건강한 주거환경의 제반 특성에 관한 소비자 인지 및 요구도 분석』, 연세대학교 석사학위 논문.

즉, 긍정적인 건강은 스트레스 상황에서의 대처능력, 강력한 사회지지 체계의 유지, 지역 사회의 결합, 생활에 대한 만족과 심리적 안녕, 그리고 신체적인 건강⁴⁸⁾등으로 설명되듯이 건강은 신체적으로 건강하고, 사회적·정신적으로 안녕한 상태로 볼 수 있다.

21세기 들어오면서 현대인들의 삶의 질이 향상되고 인간의 의식수준이 높아지면서, 개인의 육체적인 질병을 넘어 통합적인 건강과 삶의 질을 높이는데 관심을 가지게 되었다. 결국 건강의 의미가 최근 현대인들에게는 총체적 의미인 사회적 건강 측면까지 다루는 웰니스로 나타나기도 한다.⁴⁹⁾ 웰빙(well-being)이 ‘doing well’과 관련한 잘 먹고 잘 살자는 이기적인 소비 형태라면, 로하스(LOHAS)는 ‘doing good’, 즉 제대로 먹고 제대로 살자는 이기적이면서도 이타적인 소비이다.⁵⁰⁾ 외식업계에서도 소비자들의 로하스 성향에 부합하는 로하스 이미지 등을 고려한 마케팅 전략을 제시하고 있다.⁵¹⁾ 그 결과 친환경 식자재 기업으로서의 높은 이미지와 건강과 영양마케팅 개발로 인해 성공을 거둔 외식기업체들은 좋은 명성을 갖게 되었다.⁵²⁾ 따라서 로하스의식을 가진 개인의 건강추구는 자신을 구성하는 모든 측면에서 최선의 상태에 도달하기 위해 적극적으로 노력하는 능동적인 과정으로 이해할 수 있다.⁵³⁾

(3) 지속 가능성

지속가능성(Sustainability)이란 사회의 지속성으로 미래세대에도 현 세대와 같은 수준의 자연환경 이용과 혜택 및 욕구를 누릴 수 있는 패러다임으로, 현존하는 자연환경과 문화유산을 잘 유지·보존하여 후손들에게 훼손 없이 물려줄 수 있는 형태를 말한다.⁵⁴⁾

48) 신호철(1998). 건강관련 ‘삶의 질’의 정의. 『가정의학회지』, 19(11): 이주현(2006). 전개논문, pp.7-9 재인용

49) 기숙미(1996). 『청소년의 욕구와 정신건강이 학업성취에 미치는 영향』, 성신여대석사학위논문. ; 진명일(2006). 『개인 통합 프로그램이 대학생의 전인건강과 삶의 질에 미치는 효과』 전북대학교 석사학위논문 재인용

50) 김민주(2006). 전개서. p.41; 고정원(2007). 전개논문, p.2. 재인용

51) 신동식(2011). 전개논문, pp.189-216.

52) 김영자·김동진·변광인(2009). 패밀리 레스토랑 이미지와 LOHAS이미지가 고객만족에 미치는 영향. 『한국호텔관광학회』, 11(1), pp.94-95

53) 최수연(2010). 전개논문, p.9

지속 가능한 삶을 핵심가치로 여기는 로하스는 개인적 차원에서의 건강 가치를 추구할 뿐만 아니라 나를 넘어서 이웃과 사회 및 전 세계를 생각하고 나아가 미래세대의 삶까지 배려하는 생활양식이라는 의미에서, 선진적이며 진보된 생활양식으로 평가 받는 것이 당연하다.⁵⁵⁾

<표 2-4> 지속가능성의 정의

학자 및 기관	정의
Roberts(1991)	제품의 구매, 사용, 처분 과정에서 초래할 수 있는 공적인 결과를 염두에 두고 자신의 구매력을 조절하며, 제품 선택시 자원의 희소성과 환경문제를 의식하는 행동
Pearce(1998)	생태계, 경제, 문화, 산업, 인종 등을 영구적으로 지속시키는 것이라 하였다
UN소비자보호지침(1999)	경제적, 사회적, 환경적으로 지속가능한 방식으로 현재 및 미래 세대가 재화와 서비스에 대한 욕구를 충족시키는 것
박운아(1996)	자신의 소비의 결과가 사회와 환경에 미치는 영향을 고려하여 행하는 소비
이종호·노정구(1998)	자신의 소비생활이 환경에 미치는 영향을 고려하여 제품사용이나 구매의사 결정을 하는 것
심미영(2004)	개인적인 욕구를 만족시키기 위한 것뿐만 아니라 사회복지에 대한 관심
최경구(2006)	자연생태계나 지구 환경을 훼손시키지 않으면서 미래세대의 생존능력이 지속될수 있도록 현재의 발전을 관리하는 능력으로 정의
김정훈(2009)	지속 가능성의 개념은 세가지로 요약할 수 있는데 자연과 문화 환경의 가치를 중시하는 환경가치 지향, 인간의 자연에 대한 장단기적 영향을 고려한 예방적 필요성을 강조하는 미래지향성, 현재 개인과 그룹상호간 그리고 세대간의 자원접근과 사회적 만족에 대한 형평성이라고 하였다.

출처: 최수연(2010). 『건강과 지속가능성의 개념에 근거한 로하스 척도 개발을 위한 기초연구』 을 바탕으로 연구자 재정리.

이러한 패러다임에 따른 로하스 시장은 유기농 재배 농산물과 에너지 효율이 높은 가전제품, 대체 의약품, 환경 친화적 여행 상품들에 이르기까지 광범위 하며 장기적으로 건강한 삶을 위해 꼭 필요하다고 생각되는 환경 친화적 상품이 포함된다.⁵⁶⁾로하스 상품은 지속가능한 경제(Sustainable Economy), 건강한 생활

54) 강규선(2006). 『관광객의 사회·심리적 웰빙 수준이 여행소비행동에 미치는 영향』, 경원대학교대학원 박사학위 논문; 서동구(2008). 전계논문, pp.89-116.

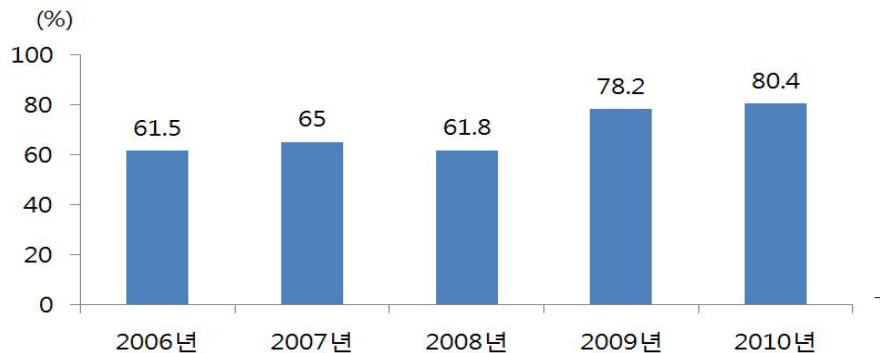
55) 최수연(2010). 전계논문, p.16

56) 이화선(2005). 『웰빙 트렌드의 소비자 라이프스타일 변화에 따른 유기농 식품 패키지의 발전방향에 관한 연구』, 이화여자대학교 석사학위논문.; 김태봉(2009). 전계논문, pp.1-16 재인용

양식(Healthy Lifestyle), 대체건강요법(Alternative Healthcare), 개인발전(Personal Development), 생태적 생활양식(Ecological Lifestyle)의 5가지로 구분 이 되는데 그 중 생태적 생활양식(Ecological Lifestyle)의 규모가 가장 크며 최근 많은 관심을 받고 있는 시장이다. 이는 상품의 편의성, 기능성, 디자인을 중시하 던 소비자들이 이제 친환경상품들을 예전보다 더 선호하고 있다는 증거이다⁵⁷⁾

또한 친환경소비자들은 최근 3년간 상품구매시 가격, 품질, 사회적 책임감, 브랜드, 디자인 등 구매결정 요소이외에도 친환경성을 고려하는 비중이 계속해서 증가하는 것으로 나타났다.⁵⁸⁾

<그림 2-2> 상품구매 시 친환경성을 고려하는 소비자의 비율



출처: 한국능률협회인증원(2010). <http://green-star.co.kr/>

결국 환경 친화성이란 환경보존을 위해 무조건적인 규제나 제한에서 해결방 안을 모색하는 것이 아니라 소비와 사용을 통해 환경을 보존하려는 실질적인 해 결 방법으로의 접근을 시도하는 것이다.⁵⁹⁾

선행연구에 따르면 환경보호 의식이 높을수록 환경친화적 제품의 구매경험이 높은 것으로 나타났고,⁶⁰⁾ 친환경소비자의 가치관은 환경 친화적 태도와 행동의도 에 영향을 미치는 것으로 조사되었다.⁶¹⁾ 로하스 지수에 영향을 미치는 변수들을

57) 고정원(2008). 전개논문.

58) 한국능률협회인증원(2010). <http://green-star.co.kr/>

59) 장윤정(2012). 전개논문, pp.27

60) 박효진(2008). 『소비자특성이 그린마케팅 인지도와 그린상품 구매경험에 미치는 영향: 가치관, 정보원 활용, 쇼핑성향을 중심으로』, 동덕여자대학교 석사학위논문, pp.78-83

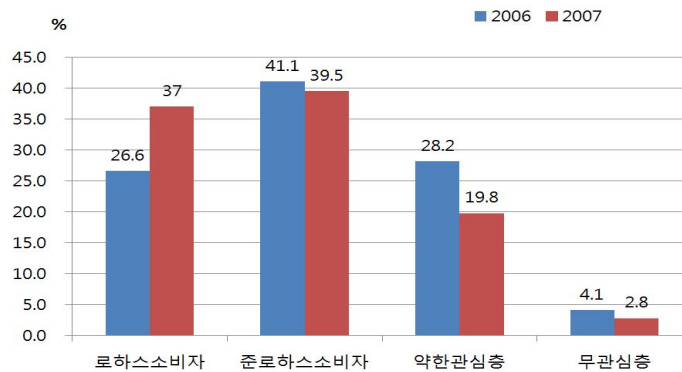
61) 최정구(2010). 『그린소비자의 가치관이 환경친화적 태도와 행동의도에 미치는 영향』, 경기대학교 박사학위논문, pp.112-114

알아본 결과, 웰빙성향과 친환경성향이 높을수록 로하스 지수가 높은 것으로 나타났다.⁶²⁾ 이와 같이 로하스의 환경친화성은 의식 있는 환경운동가의 활동에서부터 일상생활의 소비자를 위한 제품에 이르기까지 로하스 생활양식의 대표적 특성으로 나타나고 있다.⁶³⁾

3) 로하스 소비자의 특성

미국 내추럴마케팅연구소의 보고서를 보면 미국 소비자를 로하스, 노마딕스, 중도파, 무관심층으로 구분하였다.⁶⁴⁾ 한국 내추럴비즈니스연구소 또한 로하스 소비자 집단을 로하스, 준로하스, 약한 관심층, 무관심층의 4그룹으로 분류하였다.

<그림 2-3> 우리나라의 로하스 소비자 분류



출처: 한국 내추럴비즈니스연구소 웰니스 사무국(2007), 『2007 한국소비자웰빙지수(KWCI)웰빙 소비 패턴』 조사결과 보도자료.

국내 소비자는 <그림 2-3>에서와 같이 로하스 소비자는 37.0%, 준로하스 소비자는 39.5%, 약한 관심층은 19.8%, 무관심층은 2.8%로 조사되었다. 또한 2006년과 2007년의 차이를 살펴보면 2006년에 약한 관심층이었던 소비자층 중 일부가 2007년에 “로하스 소비자”로 이동된 것을 알 수 있으며, 우리나라 국민의 70%이

62) 최숙희(2010). 전개논문, pp.96-97

63) 박수민·유영선(2008). 『2000년대 그린디자인에 나타난 로하스의 패션특성 분석』, 한국의류학회지, 32(2), pp.307-318

64) Natural Marketing Institute homepage, <http://www.nmisolutions.com>; Natural Marketing Institute: NMI(2005), 『About LOHAS, Natural Business Communication』 배장규(2010). 『로하스 소비자의 라이프 스타일변화에 따른 로하스 상품 소비실태 연구』, 세종대학교 석사학위논문, p.28 재인용

상이 로하스 소비자 또는 준로하스 소비자라는 것은 로하스라는 개념이 우리사회의 커다란 주류로 정착되어 가고 있음을 나타내는 것이다. 또한 이러한 흐름에 대하여 능동적이고 효율적으로 대처하는 기업 및 지역사회만이 향후 지속 가능한 발전을 이룰 수 있을 것이다.⁶⁵⁾

이러한 로하스 소비자를 측정하기 위해서 사용되는 12개 주요 변수들은 <표 2-5>와 같다.⁶⁶⁾

<표 2-5> 로하스 소비 성향에 관한 12개의 질문

-
1. 친환경제품을 선택한다.
 2. 환경 보호에 적극적이다.
 3. 재생원료를 사용한 제품을 구매한다.
 4. 주변에 친환경제품의 기대효과를 적극적으로 홍보한다.
 5. 지구환경에 미칠 영향을 고려해 구매를 결정한다.
 6. 재생가능한 원료를 이용한다.
 7. 전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 선호한다.
 8. 지속가능한 기법으로 생산된 제품을 선호한다.
 9. 지속가능한 농법으로 생산된 제품을 선호한다.
 10. 로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품을 선호한다.
 11. 지속가능한 제품에 20퍼센트의 추가 비용을 지불할 용의가 있다.
 12. 타성적인 소비를 지양하고 지속가능한 제품을 적극 사용한다.
-

출처: 김민주(2006). 『로하스 경제학』

또한 로하스소비자들의 특징은 다음 <표 2-6>과 같이 여성의 비중이 높고 고학력자와 고소득자를 중심으로 나타나고 있다.

65) 최숙희(2010). 전계논문, pp.18-23

66) 한국내추럴비즈니스연구소(2007). 『웰빙 소비패턴 조사결과 보도자료』. 한국로하스포럼;김태봉(2009). 전계논문, pp.1-16. 재인용

<표 2-6> 로하스족의 인구통계학적 특성

1. 약간 나이가 들었다.
2. 로하스 가구의 75퍼센트가 독신 혹은 2인이다.
3. 소득은 평균수준이다.
4. 학력은 높은 편이며 16퍼센트가 석사 학위 이상을 보유하고 있다.
5. 결혼은 하지 않은 사람이 많다.
6. 여성의 비중은 61퍼센트로 높다.

출처: 김민주(2006) 『로하스 경제학』

또한 미국 내추럴마케팅연구소에서는 LOHAS 성향을 <표 2-7>과 같이 측정 점수를 지수화 하여 구분하였다.⁶⁷⁾

<표 2-7> 미국 로하스소비자 분류와 측정점수

구분	측정 점수	Size/명	Defining Characteristics
로하스 소비자 (LOHAS)	31~36	5,000만	가족의 건강, 지구의 환경, 자기계발 및 사회의 미래에 대한 걱정이 구매결정에 중요한 영향을 미치는 소비자
상당한 관심 (NOMADICS)	24~30	8,100만	지속가능성과 개인의 연관성에 따라 의지, 이상, 환경적 기초 등이 일관되지 않는 소비자
약간의 관심 (CENTRISTS)	18~23	5,800만	건강과 지속 가능성이 가장 마지막 구매 결정요인이 되는 소비자
무관심 (INDIFFERENTS)	12~17	2,600만	그날그날의 이벤트에 따르며 미래에 대한 별로 고려하지 않고 무관심한 소비자

출처: LCDT(2005), NMI's LOHAS Consumer Trends Database TM(LCDT) Can Provides a Wealth of Insight for Companies in Health and Wellness Marketplace; 권용주 · 송홍규 · 김지은 (2007). 재인용

이상의 선행연구를 바탕으로 로하스 소비자가 가지고 있는 가장 큰 특징은 가격이 조금 더 비싸더라도 자신의 가치에 부합되는 제품에 대해서는 지불할 준비가 되어 있으며, 친환경방식으로 재배된 상품을 선택하고, 로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업이 생산 한 제품을 선택하는 등의 지속가능성 여부에 중점을 두고 있다. 또한 이들은 자신이 추구하는 가치에 대치되는 제품에 대한 구매를

67) 권용주 · 송홍규 · 김지은(2007). 전개논문, pp.248-266

꺼릴 뿐 아니라 다른 사람이 구매하지 못하도록 구전효과를 나타내는 적극성을 겸비하는 특성을 지니고 있다.⁶⁸⁾

2. 관광행동

1) 관광목적지 개념과 특성

관광객들이 관광목적지를 선택하는 이유는 매우 다양하기 때문에 관광목적지는 관광객의 다양한 욕구를 충족시키기 위해 다각적인 전략 마련과 매력 창출을 통한 새로운 활용 가치를 발휘하고자 노력한다.

관광목적지는 관광자의 관광동기를 충족시킬 수 있는 관광공간으로서, 관광자가 일상생활공간을 떠나서 자신의 관광욕구를 충족시키기 위하여 일정시간동안 체재하는 지역이다. 그러므로 관광자의 관광동기를 충족시킬 수 있는 자연·인문·산업 등의 관광자원을 보유하여야 하고, 관광자의 관광활동을 가능하게 할 각종 숙박시설, 식음료시설, 기반시설, 즉 교통·통신·상하수도·전력·정보서비스시설 등의 제반시설이 갖추어진 지역공간이다.⁶⁹⁾

관광현상을 주·객 관계로 볼 때, 관광목적지는 이러한 주객관계가 일어나는 곳이며 지역주민과 관광객과의 만남의 장소이다. 관광목적지는 출발지 또는 거주지를 벗어난 관광자의 관광동기를 충족시킬 수 있는 관광경관적 조건을 구비한 관광공간으로서 관광자원의 가치와 매력성, 관광자 편의시설 구비, 관광지로 연결되는 교통수단과 교통로의 접근성 등이 상호작용하면서 형성된 관광활동공간을 의미하며, 관광자원성격에 따라 관광지특성을 규명할 수 있다. 그러므로 관광공간, 곧 관광목적지는 장소(place), 지구 또는 영역(area), 지역(region)을 모두 포함하는 공간적 개념이며, 이 공간 내에 자리하는 관광입지(tourist location)의 기본요건을 갖추어야 한다.⁷⁰⁾

68) 박수민·유영선(2008). 전계논문, pp.307-318; 고정원·이성립·김민정(2010). 전계논문, pp.90-92 재인용

69) 박석희(2000). 『신관광자원론』, 서울:일신사, pp. 72-82.; 이장춘(1997). 『최신관광자원학』, 서울:대왕사, pp.99-100; 정석중·이미혜(2002). 『관광개발론』, 서울:대왕사, pp.85-91 재인용.

70) 정석중·이미혜(2002), 상계서, pp.85-91

<표 2-8> 관광목적지에 대한 정의

연구자	관광목적지의 정의
Haydee et al.(2004)	상품 그 자체로서 관광객을 끌어당기는 지역 혹은 장소
Manning & Dougherty(2007)	지리적 및 문화적 여건이 조화되어 형성된 지역
Kelly & Nankervis (2001)	관광객들이 요구하는 서비스 시설과 더불어 수많은 매력물들을 포함하는 지역
Sheldon, Knox & Lowry(2005)	역사와 잘 정비된 하부구조, 문화, 그리고 다양성이 겸비된 지역
Kozak(2004)	관광객들이 방문하도록 동기와 자극을 유도하는 다양한 관광상품이 소재하고, 생산되고 동시에 제공되는 지역
박석희(2000)	관광자가 그의 일상 생활공간을 떠나서 자신의 관광욕구를 충족시키면서 일정시간 동안 체재하는 지역으로서, 자연 관광자원, 인문관광자원, 그리고 관광시설자원 가운데 어느 한 가지 이상 가치 있는 관광자원이 있기 때문에 이들 관광자원의 이용가치를 제고시키기 위한 숙박시설, 식음시설, 편의시설 등이 갖추어 있고, 이러한 관광자원에 접근할 수 있는 교통시설이 설치되어 있으며 정보제공서비스가 이루어지는 일정한 지역

출처: 이준석(2009). 『관광 목적지 충성도 연구』, 경기대학교 석사학위논문, p. 7

관광목적지 유형은 일반적으로 매력물의 성격, 관광자의 관광목적, 관광 목적지규모, 수명주기(Tourism Destination Life Cycle: TDLC), 관광시장거리, 체재기간, 이용 상태, 입지, 관광일정, 매력물등을 중심으로 구분하고 있다.⁷¹⁾

관광목적지 유형을 크게 자연중심형, 문화중심형, 인공중심형 세가지로 분류하여 정리하면 다음 <표 2-9>와 같다.

<표 2-9> 관광목적지 유형

유형구분	세부분류	특징
자연중심형	산악형	눈과 스키가 대표적임
	내륙특수형	전원형으로 대변되는 녹색관광임
	해안형	해변 중심형의 해양관광임
	기타	동굴·온천 등에서 이루어짐
문화중심형	문화유적형	문화유적 중심의 문화관광임
	종교문화형	신지 및 종교유산형 중심의 종교관광
	생활현장형	도시관광, 농촌관광, 산업시설 등
인공중심형	관람형	박물관, 전시관, 유적관, 테마파크, 공원 등
	이용형	쇼핑센터, 음식점, 숙박업소, 유흥업소 등

자료: 박석희(2000). 신관광자원론, p. 74

71) 박석희(1997), 전계서, pp.72-82; 이장춘(1997), 전계서, pp. 99-100

자연중심형은 자연자원을 중심으로 조성된 지역으로서, 자연적 조건과 지형적 요인들에 따라 복잡하게 결합되어 목적지별 독특한 자연적 관광자원의 가치를 형성하고 있다.⁷²⁾

문화중심형은 관광대상이 되는 문화유산 그 자체를 말한다. 문화유적과 종교 사찰, 정원 등의 특이한 문화경관이 포함되는데, 최근에는 거주 지역 중심의 생활 현장형 관광대상이 관광자원화 되어 매력 있는 문화형 관광목적지를 구성하고 있다. 인공중심형은 관광의 목적이 되는 인공적 관람시설 및 이용시설을 의미하며 관광욕구를 일으키게 하는 자원성을 가진 대상을 말한다.⁷³⁾ 다양한 관람형 관광대상과 더불어 이용형 관광대상이 관광객들에게 근접되어 있어서 쉽게 이용가능한 일반적 입지를 특징으로 한다.⁷⁴⁾

관광객은 관광목적지를 방문하기 이전에 방문지의 모든 것을 고려하게 된다.⁷⁵⁾ 관광객은 관광목적지 방문 성과에 대한 나름대로의 예상이나 평가기준을 형성하고 대안관광목적지 중 보다 중요도가 높은 곳을 선택하게 되는데, 이는 향후 관광객의 방문의사 뿐만 아니라 관광목적지의 경쟁력으로 작용하게 된다.⁷⁶⁾

모든 관광목적지는 나름대로 독특한 특성을 지니고 있다. 관광목적지를 하나의 상품으로 놓고 볼 때, 다른 곳과의 경쟁에서 우위를 점하기 위해서는 핵심경쟁능력을 연구하고 강화하여야 하며, 차별화를 시도하기 위해서 각 장소마다의 매력을 연구하는 것은 중요한 일이다.⁷⁷⁾

관광목적지 특성은 관광자, 볼거리, 정보간의 경험적 관계로 규정된다.⁷⁸⁾ 또한 활동공간에서 사회적 소비의 표지(marker)로서의 중요성이 훨씬 더 크다는 점을 강조하면서, 특성에 따른 체계적 접근방식의 중요성을 강조하고 있다.⁷⁹⁾

72) 김정욱(1997). 『관광자원관리론』, 대왕사, p. 80.

73) 안중운·김형태 역(1999). 『신관광활용』, 백산출판사 p.93; 이준석(2009). 『관광 목적지 충성도 연구』, 경기대학교 석사학위논문, p.11

74) 박석희(2000). 전개서, pp. 80-82.; 이준석(2009). 상계논문, pp.12 재인용

75) Kozak, M. & Rimmington, M.(1998). Benchmarking: Destination attractiveness and small hospitality business performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 10(5).pp184-188.; Neil Leiper(1990). Tourist attraction system. *Annals of Tourism Research*. 17 pp.367-384; 장애욱(2008). 『라이프스타일에 따른 관광목적지 매력성 평가에 관한 연구』. 경기대학교 대학원 석사학위논문 재인용

76) Enright, M. J. & Newton, J.(2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism Management*. 25. pp.777-788.; 장애욱(2008). 상계논문. 재인용

77) 류태창·이주영·조혜정(2005). 관광성장기만요소 평가분석을 통한 지역관광자원 선정에 관한 연구. 『한국지역개발학회지』. 17(3) pp.157-174

78) 오상훈(1994). 관광객. 서울: 일신사. pp.45-66.

관광목적지의 특성을 나타내는 구성요인으로 매력물, 시설과 서비스, 하부구조, 환대, 그리고 비용이 있다. 또한 손쉬운 접근성, 적당한 비용, 역사 및 문화의 유사성, 기후, 경치, 흥미 있는 활동, 가족성, 쾌락성, 홍보성 등을 제시하였다.

최근 이러한 특성과 관련하여 라이프스타일 분석과 사이코 그래픽 연구들이 관광객 행동을 예측할 수 있는 주요 분야로 인식되어 왔다.⁸⁰⁾ 관광객의 심리학적 요인들은 왜 관광객이 특정 관광목적지를 선택하여 여행을 하고, 어떻게 거기까지 가며, 그들이 여행지에서 무엇을 하는지를 결정하게 해준다.⁸¹⁾ 즉, 이러한 심리학적 요인들은 관광객의 관광목적지 선택을 예측하고 서비스를 지원해주고 제품을 포지셔닝하고, 광고 및 촉진활동을 하는데 매우 유용한 역할을 한다.

2) 관광 행동의 개념 및 특성

(1) 관광행동의 개념

행동이란 소비자의 심리나 소속집단, 의사결정 요인 등을 조사하는 것으로, 마케팅 활동 요소인 4P 즉, 제품(product), 가격(price), 유통(place), 촉진(promotion) 등을 효과적으로 집행하는데 기본적인 단서가 된다. 소비자행동이란 경제적 재화와 서비스를 습득하고 사용하는 데에 수반되는 행동들과 이러한 행동을 유발시키고 결정짓는 의사결정과정을 포함하는 것으로,⁸²⁾ 소비자행동에 관한 연구는 소비자들의 행동과 동기를 이해, 판단하고 이를 체계적으로 분석하여 마케팅 활동에 반영되므로 중요하다.⁸³⁾

79) Richards, G.(2002). Tourism Attraction System: Exploring Cultural Behavior. *Annals of Tourism Research* 29(4). pp.1048-1064.;김혜란(2010). 『문화자본이 문화유산의 관광경험과 관광지 애착도에 미치는 영향』, 세종대학교 석사학위논문. 재인용

80) Kahle, S.E. Beatty & Homer, P.(1986). Alternative measurement approaches to consumer values: The list of values(LOV), values and life style(VALS). *Journal of consumer research*, 13(December): pp.405-409.; 이윤섭(2005). 관광자 가치, 라이프스타일, 동기가 관광지선택과 행위의도에 미치는 영향. 경기대학교 박사학위논문. p.59 재인용

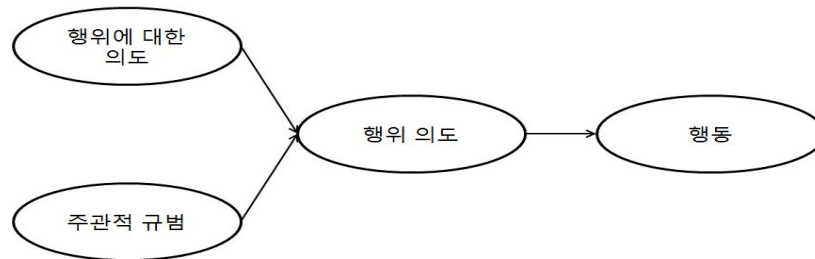
81) Mayo, E. J. & Jarvis, L. P.(1981). *The Psychology of Leisure Travel*, Boston : CBI Publishing co.; 김경호·고승익(2005). 관광학원론. 서울: 형설출판사 p. 123 재인용

82) Engel, J. F., Blackwell, R.D., & Miniard, P. W. (1986). *Consumer Behavior*, Hinsdale,III: The Dryden Press.;이희수(2009). 와인 소비자의 개인가치가 와인선택속성과 선택행동에 미치는 영향. 계명대학교 대학원 박사학위논문 재인용

83) 김태봉(2009). 전개논문, pp.25-26

이러한 소비자 행동(action)은 행동의도에 의해 직접적인 영향을 받고, 행동의도는 행동에 대한 태도, 주관적 규범에 의해 영향을 받는 것으로 가정하고 있다. 합리적 행동이론에서는 행동의도를 행동을 예측하기 위한 유일한 선행요인으로 가정하고 있으며, 또한 행동의도가 행동을 정확히 예측하기 위해서는 다음과 같은 세 가지 경제조건이 충족되어야 함을 가정한다. 첫째, 행동의도와 행동의 측정치가 행동(action), 대상(target), 상황(context), 그리고 시간(time) 등의 관점에서 서로 일치하여야 하며, 둘째 행동의도와 행동을 측정할 기간 동안에 행동의도가 변하지 않아야 하고, 셋째, 연구 대상이 되는 행동은 개인의 의지에 의해 완전히 통제될 수 있는 것이어야 한다. 이에 대해 Fishbein과 Ajzen(1980)은 행동은 완전한 의지적 통제 하에 있으며, 위의 세 가지 조건이 모두 충족된 경우에만 합리적 행동이론은 유용한 모형이라 주장하였다. 합리적 행동이론의 결정요소들을 바탕으로 한 구조적 모델은 <그림 2-4>와 같다.⁸⁴⁾

<그림 2-4> Fishbein & Ajzen(1975)의 연구모형



출처: 오길창(2010). 여가활동 중요도 인식이 Wellbeing 태도, Wellbeing 지향행동과 Wellness 지향행동에 미치는 구조관계 연구, 경희대학교 박사학위논문, p. 64에서 재인용

관광객 역시 관광상품을 구매하는 소비자이기에 이상에서 논의한 소비자 선택 행동이론을 관광자의 행동에도 적용할 수 있다. 관광객은 유형의 제품만을 구매 대상으로 하는 것이 아니라 무형의 서비스도 구매대상으로 하고 있으므로 관광

84) Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975), Belief, Attitudes, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading, MA: Addison-Wesley; Fishbein, M. & Ajzen, J.(1980), "Predicting and Understanding Consumer Behavior: Attitude -Behavior Correspondence", in Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior, eds. I Ajzen and M Fishbein, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall; 오길창(2010). 『여가활동 중요도 인식이 Wellbeing 태도, Wellbeing 지향행동과 Wellness 지향행동에 미치는 구조관계 연구』, 경희대학교 박사학위논문, pp.63- 64재인용

객도 일종의 소비자이다. 이때 유형의 제품과 무형의 서비스는 관광객의 욕구를 충족시키며, 일정한 대가를 지불하고 구입하며, 구매결정과정도 일반소비자와 큰 차이가 없다.⁸⁵⁾ 즉, 인간의 관광행동은 관광이라는 하나의 무형적이고 가시적인 속성을 지닌 상품을 관광자가 구매, 평가, 획득, 사용, 처분하는데 따르는 의사결정 과정에서 나타나는 정신적·육체적인 행동이다.⁸⁶⁾ 따라서 관광행동이란 일반적으로 관광사업의 대상으로 삼는 관광객의 이동, 체재, 레크레이션 등의 행동을 총칭하며, 개인행동과 집단행동, 일반 행동과 특수행동으로 분류된다.⁸⁷⁾

또한 관광행동이란 소비자 행동의 일종이며 관광행동의 가장 큰 특징은 일상생활권을 일시적으로 벗어나는 것이라고 하였다.⁸⁸⁾ Ogilvie(1985)는 관광행동의 개념을 법률적, 경제적 관점에서 “거주하지 않을 목적으로 1년 이내 체재하는 행위로서 단, 그 기간의 비용은 거주지에서 취득한 것”으로 정의하였다.⁸⁹⁾ Bargeman et al.(2002)는 관광행동이란 시간의 흐름에 따른 관광객의 특정 행동이라고 정의하면서 어떤 주어진 기간 안의 관광시기와 기간을 의미하거나 또는 관광 목적지에 관한 정보(국내 혹은 국외), 숙박유형, 교통수단 등을 포함한다고 정의하였다.⁹⁰⁾ 요매야마는 ‘관광객이 구입한 행위로서 신체적 위안, 견문에 의한 정보, 기분전환 등을 포함한 총체’로 관광행동을 규정하고 있다.⁹¹⁾

관광행동에 대해 김경미(2006)⁹²⁾는 첫째, 관광행동은 인간 행동의 한 형태로서 관광사업이 대상으로 하는 관광객의 이동, 체재, 레크리에이션 등의 행동을 총칭하고 있다. 둘째, 관광행동은 계획단계에서의 기대, 목적지행동, 귀가, 회상 등의 단계에 걸쳐 일어나는 일련의 행동을 포함하는 것으로 보았다. 셋째, 관광객행동

85) 김경호·고승익(2005). 전계서, p.121

86) 이장춘(1998). 『최신관광자원학』. 서울:대왕사;이소연(2009). 『음식관광 관여도와 음식에 대한 관심이 관광지 추구성향에 미치는 영향 분석』, 연세대학교 석사학위논문 p.38 재인용

87) 신현호(1999). 관광라이프스타일과 관광지 선택행동에 관한 연구. 『마케팅과학연구』, 4, pp.1-24

88) 안영면(2000). 『현대관광소비자행동론』, 동아대학교 출판부

89) Ogilvie, S.(1985). 'Coming of Age in a Corporate Society: Capitalism, Pietism and Family Authority in Rural Württemberg, 1590-1740', *Continuity and Change* 1, 279-331.;김효주(2008). 『관광객의 관광지 장소성 인식도가 관광행동에 미치는 영향: 인사동 전통문화의 거리를 중심으로』, 한양대학교 석사학위논문. 재인용

90) Bargeman, B., Joh, C. H. and Timmermans, H.(2002). Vacation behavior using a sequence alignment method, *Annals of Tourism Research* 29(2), pp.320-337;김현정(2009). 『노년층소비자의 인지연령에 따른 관광지 선호속성과 관광행동』, 숙명여자대학교 석사학위논문, p. 72 재인용

91) 김효주(2008). 전계논문; 김현정(2009). 상계논문, p. 72 재인용

92) 김경미(2006). 『연소노인층의 라이프스타일에 따른 관광행동 특성에 관한 연구』, 경희대학교 석사학위논문

은 행동주체의 심리적 사회적 요인에 의해 영향을 받는다. 개인의 내적 심리적 요인으로는 지각, 학습, 성격, 동기, 태도 등이 행동에 영향을 미치게 되며 외부 환경적 요인으로는 준거집단, 문화, 거리, 사회계층, 관광목적지 유인요인 등으로 관광객행동을 설명하는데 중요한 변수라 할 수 있다.

따라서 관광행동이란 인간행동의 내적, 외적 영향 속에서 형성되며 목적지 활동의 전후 전 과정에 걸쳐 관광객이 행하는 모든 행동을 포함하는 개념으로 볼 수 있다.

관광행동의 개념을 정리하면 다음 <표 2-10>과 같이 나타낼 수 있다.

<표 2-10> 관광행동의 개념

연구자	개념
이장춘(1998)	관광이라는 하나의 무형적이고 가시적인 속성을 지닌 상품을 관광자가 구매, 평가, 획득, 사용, 처분하는데 따르는 의사결정 과정에서 나타나는 정신적·육체적인 행동
이귀옥(2000)	관광행동이란 여가행동의 일부로서 실내외레크리에이션이나 관람활동보다 광범위하고 시간적 제약이 적으며 경제적 대상이 되는 시장의 범위를 총칭
안영면(2000)	관광사업이 대상이 되는 관광객의 이동, 체재, 레크리에이션 등의 행동을 총칭
송영철(2001)	이동, 체재, 레크리에이션 등으로 규정할 수 있는 관광행동과 계획에서부터 회상에 이르는 5단계의 관광자 행동
정용악(2002)	관광자가 내부적 요인인 관광욕구가 생겼을 때 외부적 요인으로서 관광자의 가처분소득, 여가시간, 관광 정보등이 조화를 이루면서 나타나는 행동
곽재용(2005)	소비자행동의 한 분야로서 관광자가 여행이라는 하나의 무형적이고 비가시적인 속성을 지닌 상품을 구매, 평가, 획득, 사용, 처분하는데 따른 의사결정에서 나타나는 정신적, 육체적 행동과정
김경미(2006)	인간이 여행을 하려고 의도하고 계획을 세우는 단계에서 그 여행 중에 행하는 여러 가지 활동을 포함하는 개념
김현정(2009)	관광객이 여행을 하기 위해 계획을 세우는 단계부터 시간의 흐름에 따라 여행 중에 행하는 여러 가지 활동까지 포함하는 개념으로 여행목적지, 여행기간, 여행횟수, 교통수단, 숙박형태, 동반자, 이용정보원천 등으로 정의
조희범(2010)	관광지에서 주된 목적을 해소하기 위하여 취하는 행동
Ogilvie(1985)	관광행동의 개념을 법률적, 경제적 관점에서 “거주하지 않을 목적으로 1년 이내 체재하는 행위로서 단, 그 기간의 비용은 거주지에서 취득한 것”
Bargeman et al.(2002)	관광행동이란 시간의 흐름에 따른 관광객의 특정 행동이라고 정의하면서 어떤 주어진 기간 안의 관광시기와 기간을 의미하거나 또는 관광 목적지에 관한 정보(국내 혹은 국외), 숙박유형, 이용교통 수단 등을 포함하는 것

자료: 김현정(2009). 노년층소비자의 인지연령에 따른 관광지 선호속성과 관광행동. 숙명여자대학원 석사학위논문을 바탕으로 연구자 재작성

이상에서 논의한 정의를 토대로 소비행동과 관광행동과의 관계를 정리하면 다음 <그림 2-5>와 같다.

<그림 2-5> 소비행동과 관광행동



자료: 안영면(2000). 『현대관광소비자행동론』. 동아대출판부, p.63

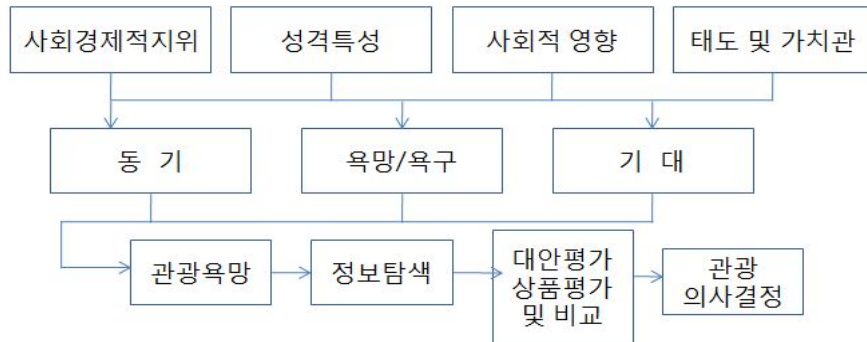
(2) 관광행동의 영향요인

지금까지 관광행동에 관한 연구가 다양하게 이루어져 왔으나, 관련변인으로 인구통계적 특성만을 주로 사용했기 때문에 종합적이고 총체적인 관점에서의 분석 결과를 얻지 못하고 있다. 그러나 최근 소비자들의 소득수준과 교육수준이 급격히 향상되고, 다양한 가치관이 공존하는 시기에, 복잡해진 소비생활을 단순히 인구통계적 요인만을 가지고서 분석하기에는 한계가 있기 때문에 라이프스타일에 의한 시장세분화를 통한 관광지 선택행동에 대한 연구는 관광자들의 욕구증대와 관광사업의 성장에 부응하려는 관광사업체들에게 관광자지향적 마케팅전략을 구사할 수 있는 유용한 정보를 제공할 수 있을 것이다.⁹³⁾

이에 따라 소비자 구매과정에 따라 관광행동의사결정 과정을 유형화하면 다음 <그림 2-6>과 같이 나타난다.

93) 신현호(1999). 전계논문, 4, pp.1-24

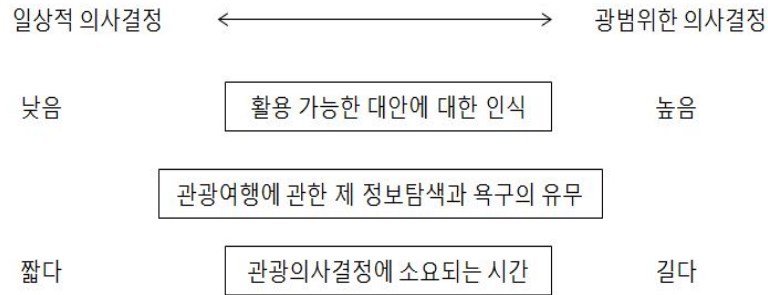
<그림 2-6> 관광행동 의사결정과정



자료: 박시사(2008). 관광소비자행동론. 서울:대왕사. p.191

관광객은 자기의 개성과 라이프스타일, 이미 취득한 정보, 그리고 구매당시 자신이 처한 상황에 따라 의사결정유형이 다르게 나타날 수 있다. 이들은 대체로 관광상품을 구매함에 있어 일상적 의사결정, 자극적 의사결정 그리고 광범위한 의사결정 등 세 가지 유형 중에서 하나 또는 여러 가지가 중첩된 접근방법을 통하여 관광행동을 위한 의사결정을 내리는데 이는 다음 <그림 2-7>과 같다.

<그림 2-7> 관광의사결정유형



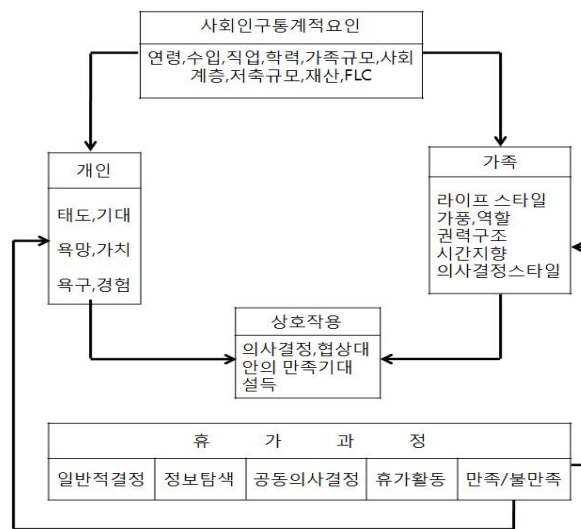
자료: E. J. Mayo and L. P. Jarvis, The Psychology of Leisure Travel(Boston: CBI Publishing, 1971). p. 17. in 김경호·고승익(2005). 관광학원론. 서울: 형설출판사 p. 123 재인용

마케팅 분야에서 제안되어 온 소비자행동이론들을 검토해 보면 그들은 대체로 첫째, 소비자에게 어떠한 요인이 에너지를 환기시켜 제품을 구입하도록 하는가 둘째, 어떠한 과정을 거쳐 제품을 선택하게 되는가에 초점을 두고 있는데, 소비자행동이론과 유사한 관광지 선택행동을 Van Raaij & Francken⁹⁴⁾은 다음과 같

은 과정으로 설명하고 있다.

- 1)일반적(여행가부) 의사결정(generic decision or generic expenditure)
- 2)정보의 탐색(information acquisition, information sources and media)
- 3)의사결정(joint decision-making)
- 4)관광활동(vacation activities)
- 5)소비자 만족/불만족(satisfaction and complaint)

<그림 2-8> Van Raaij & Francken 관광행동모형



자료 : W. F. van Raaij and D. A. Francken , “Vacation Decisions , Activities and Satisfaction” Annals of Tourism Research Vol. 11 1984, p. 102-112;조락(2010). 관광객의 행동특성에 따른 만족도의 차이에 관한 연구. 배재대학교 석사학위논문. p.11. 재인용

이러한 관광지선택행동 과정에 개인적, 사회적 요소가 영향을 줄 수 있으며, 개인적 요소, 사회, 인구 통계적 요소 및 가계적 요소가 행동과정에 어떻게 영향을 주는가를 알 수 있다.

각 과정을 살펴보면 첫 번째로 여행을 갈 것인가, 안 갈 것인가를 결정하는 문제의 인식(generic decision)단계가 있다. 이 과정에서 중요한 요소는 한 가구당 수입 혹은 임의적 가처분 소득, 가정생활주기, 여행으로부터 얻을 수 있는 가

94) Van Raaij, W. F, & Francken Dick A. 1984, "Vacation Decisions, Activities. and Satisfactions" Annals of Tourism Research. pp.101-112.; 배현오(2005). 『환경친화적 관광정책개발에 관한 연구』, 호남대학교 석사학위논문, p.39 재인용.

치는 사회계층과의 비교(social comparison), 여행을 함으로써 지위와 명성을 유지할 수 있다는 느낌, 여행준비 및 추억을 주위 여러 사람에게 이야기함으로써 얻는 만족감으로 판명되었다.

욕구를 인지한 후에 목표 지향적인 행동으로서 여행을 떠나겠다고 결정하면, 소비자는 행동 대안에 필요한 정보를 수집하기 위한 정보탐색과정에 들어간다.

관광지 선택행동에 있어서 정보는 여러 가지 기능을 수행하는데, 첫째, 정보는 여행에 대한 기대감 및 환상에 따라 여행상품을 구매하는 것에 대한 긍정적인 평가를 하도록 한다. 둘째, 정보는 여행을 원하지 않는 가정 구성원을 설득시킬 수 있게 근거를 제공한다. 셋째, 지리적, 역사적, 문화적 정보는 관광목적지를 선택하고 감상하는데 도움을 준다. 넷째, 정보는 여행 결정을 합리화 내지 정당화 시킨다.

관광지 선택행동에서 관광활동은 여행행동으로부터 얻을 수 있는 경험으로서, 대부분의 관광객은 의사결정과정과 결과에 집착하지만, 실제의 관광활동은 관광지 마케터가 관광제품을 개선하고 마케팅 전략을 설계하는데 있어서 중요한 정보를 제공해 줄 수 있다. 즉, 관광객의 방문회수, 체제기간 등을 포함한 관광활동에 따라 관광객은 다음과 같이 분류될 수 있다.⁹⁵⁾

1)모험형(adventure, 28%) : 탐구적이며, 혁신적 성격의 소유자로 편안함에 신경 쓰지 않는 부류

2)경험형(experience, 15%) : 로맨틱한 분위기, 새로운 경험을 좋아하나 모험은 즐기지 않는 부류

3)순응형(conformity, 13%) : 가정에서의 생활스타일과 별 차이가 없는 여행 패턴을 갖고 있는 부류

4)교육형(education, 12%) : 문화, 건축양식, 역사, 지역의 언어 등에 관심을 갖고 있는 부류

5)건강형(health, 12%) : 휴식 및 휴양으로 바쁜 일상생활로부터 벗어나고 싶은 부류

6)사회형(social contact, 10%) : 사회계층과의 접촉을 갖고 싶은 부류

95) Meyer, W.(1977). Aktivitat im Urlaub, In Fortschritte der Marktpsychologie, K. D. Hartmannand K. F. Koeppier, eds, pp.259-291.;배현오(2005). 상계논문, p.42 재인용.

7)지위향상형(status, 10%) : 명성 및 지위를 향상시키고 싶은 욕망을 갖고 싶은 부류

3) 환경지향행동의 개념과 특성

(1) 환경지향행동의 개념

환경친화적 소비행동은 “환경에 이로운 혹은 환경에 조화되는 행동”을 의미하는 것이다. 즉 환경지향적 행동이란 제품의 구매, 사용, 처분하는 전체 소비과정에서 발생하는 개인의 행동이 환경에 미치는 영향에 대해 일관성 있는 관심을 가지고 개인과 공공의 이익을 위해 사회의 복지향상을 고려하는 소비자 의식이다.⁹⁶⁾미국 환경부 친환경 구매 가이드원리(EPA’s Guiding Principle for EPP)에 따르면, 친환경 제품 선호 구매(Environmentally Preferable Purchasing: EPP)에 대한 등식을 제시하고 있는데, 그 등식은 다음 <표 2-11>과 같다.

<표 2-11> 친환경 제품선호구매공식

Guiding Principle 1:
Environmentally Preferable Purchasing= Environment + Price + Performance

친환경 제품 선호 구매= 환경(environment) + 가격(price) + 성능(performance)

출처: 공혜원(2010). 『가치관, 소비가치 및 환경의식적 행동이 친환경 제품에 대한 태도와 구매행동에 미치는 영향』, 중앙대학교 석사학위논문, p.29

오늘날 중요성이 더해가고 있는 환경문제는 소비자의 의식 수준에 따라 행동의 방향이 다르게 나타나고 있으며, 이에 대해 Henion(1972)은 환경에 대한 의식을 기준으로 소비자를 ‘생태의식적 소비자(Ecologically Concerned Consumer, ECC)’와 ‘비생태의식적 소비자(non-ECC)’, ‘반생태의식적 소비자(anti-ECC)’로 구분하였다. 첫째, 생태의식적 소비자란 특정제품 및 서비스의 구매, 소유, 사용, 처리와 관련된 환경적 결과에 대해 사회적 가치, 태도, 의식, 행동 면에서 상대적

96) Peattie, K.(2001). Golden Goose Or Wild Goose? The Hunt for the Green Consumer, Business Strategy and the Environment. 10(4). pp.187-199.; 공혜원(2010). 『가치관, 소비가치 및 환경의식적 행동이 친환경 제품에 대한 태도와 구매행동에 미치는 영향』, 중앙대학교 석사학위논문, p.22. 재인용.

으로 지속적이고도 의식 있는 관심을 표시하고 반영하는 특성이 있으며, 둘째, 비 생태의식적 소비자란 제품 및 서비스가 환경에 미치는 결과에 대해 대부분 무관심하지만 환경지향적 프로그램과 그 목적에는 적대시하지 않는 특성을 지니고 있다. 마지막으로 반생태의식적 소비자란 그들의 태도와 행동 면에서 환경의 질을 개선하는데 목적을 둔 프로그램과 목적에 반대하는 반응을 지속적이고도 의식적으로 나타내는 특성을 지녔다고 정의하였다.⁹⁷⁾

환경친화적 소비행동에 관한 개념은 다음 <표 2-12>와 같다.

<표 2-12> 환경친화적 소비행동에 대한 개념

학자	내용
박운아(1995)	자신의 사적인 소비가 타인, 사회, 환경에 미치는 영향을 염두해 두고 제품과 서비스를 구매, 사용, 처분하는 것. 즉 구매단계에서는 환경관련 정보를 탐색하며, 환경에 대한 영향을 품질평가의 기준으로 사용하고, 에너지 및 자원절약 상품, 환경오염을 줄이는 상품, 폐기물을 줄이는 상품 등 환경상품을 구매하는 행동을 의미함. 사용단계에서는 자신의 편의보다는 타인이나 환경에의 영향을 고려하여 자원이나 에너지를 절약하고, 처분단계에서는 보존 지향적이며 분리수거나 자원의 재활용에 적극 참여하는 행동을 가리켜 환경친화적 소비행동이라 정의
노영화·강성진(1992)	첫째, 환경에 도움이 되는 상품, 자원 및 에너지 절약형제품, 재이용 및 재활용이 가능한 제품 등의 환경보전형 제품을 구매하는 것이고 둘째, 제품의 장기적 사용, 자원 및 에너지 절약, 환경오염 감소를 위한 절약적 사용 등이 환경보전 지향적 사용이며 셋째, 폐기물 발생량의 저하와 폐기물 재활용이 용이하도록 폐기물을 분리 배출하는 것
Pieters(1991)	환경에 대해 덜 부정적이거나 더 긍정적인 영향을 미치는 소비행동을 말하며 이는 소비자들이 그들의 재화와 획득, 사용, 처리 유형을 변화시킴으로써 훨씬 더 환경 친화적으로 행동하는 것
Corral & Verdugo(1996)	환경문제와 관련해서 쓰레기를 최소화 할 수 있는 소비자 행동을 의식적 소비(conscious consuming), 재사용(reuse), 재활용(recycling)이라는 행동을 포함하는 것
Tilikidou(2007)	가능한 환경에 유해하지 않는 제품의 선택뿐만 아니라 전반적 소비의 감소까지 포함
Karp(1996)	자신의 이익을 위한 행동이 아니라 사회 전체복지에 기여하는 특성이 크고 환경보호와 보존을 위한 소비행동이나 환경을 의식하는 행동

자료: 김경미(2005). 『대학생의 환경친화적 소비의식과 소비행동에 관한 연구』, 숙명여자대학교 석사학위논문, p.15 & 김영수(2010). 『친환경제품 구매의도와 구매행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 소비자의 그린태도를 매개효과로 하여』, 금오공과대학교 박사학위논문을 바탕으로 연구자 재구성.

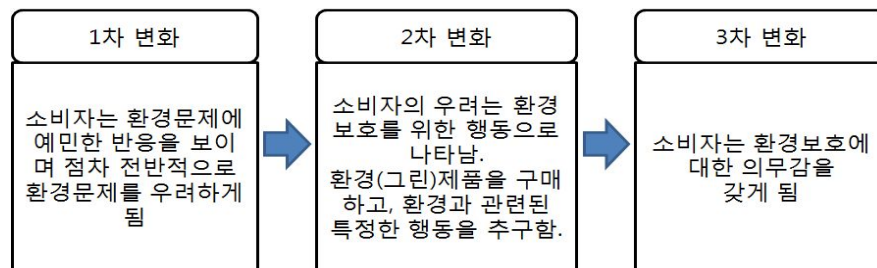
97) 공혜원(2010). 상계논문, p.2-50.

(2) 환경친화적 소비자 특성

환경친화적 소비자란 상품구매와 소비 등을 할 때 환경보호를 소비행동의 선택기준으로 삼는 소비자들을 말한다.⁹⁸⁾

환경친화적 소비자는 자신의 사적인 욕구나 시장 효율성 뿐 아니라 자신의 구매 결과가 타인, 사회 및 환경에 미치는 영향을 고려하여 제품과 서비스를 구매, 사용 및 처분하는 사람으로 정의 내려지고 있으며⁹⁹⁾, 구매 단계에서부터 폐기에 이르기 까지 모든 구매행동이 환경에 대해서 중요한 영향을 미칠 수 있다 하였다. 친환경 소비자는 환경문제의 심각성을 인식하여 일상생활에서 의식적으로 환경에 유해한 활동을 자제하고 친환경제품을 선호하는 소비자로 볼 수 있다. 그린 소비자는 그 심화 정도에 따라 다음 <그림 2-9>와 같이 3단계로 나눌 수 있다.¹⁰⁰⁾

<그림 2-9> 친환경 소비자로의 3단계변화



자료: 최경하(2009). 『그린소비자의 환경의식 및 소비행동 분석과 라이프스타일 특성에 관한 연구』, 이화여자대학교 석사학위논문, p. 14

환경친화적 소비자들이 공통적으로 갖는 행동 성향은 다음과 같다.¹⁰¹⁾

첫째, 환경정보를 필요로 한다.

둘째, 환경적 통제의 필요성을 느끼고 있다.

98) 최정구(2010). 전개논문, pp.7-8

99) 민현선·이기춘(1999). 환경친화적 소비태도와 소비행동간의 관계. 『대한가정학회지』, 37(1), pp.29-44

100) J.G.Wells(1987). Multinationals Needs New Environment Strategy. Columbia Journal of world Business.; 최경하(2009). 『그린소비자의 환경의식 및 소비행동 분석과 라이프스타일 특성에 관한 연구』, 이화여자대학교 석사학위논문, p. 13 재인용

101) 정현배(1997). 그린시대의 환경마케팅. 규장각; 최경하(2009). 상계논문, p. 14 재인용

셋째, 일반 소비자들과의 차별성을 추구한다.

넷째, 기존의 생활양식이 유지될 수 있기를 원한다.

또한 환경 친화적 소비자는 환경 관여 정도에 따라 크게 혁신 소비자, 의견 선도 소비자, 일반 소비자의 3집단으로 나눌 수 있다. 환경친화적 소비자의 유형은 환경에 대한 태도의 차이에 따른 유형과 심리적 유형으로 분류할 수 있으며, 다음 <표 2-13>과 같이 구분하였다.¹⁰²⁾

<표 2-13> 사회·교육·심리적 특성에 따른 환경소비자 집단

적극적 집단 Activists Group(16%)	<ul style="list-style-type: none"> · 환경관련 제활동에 많은 관심을 기울이며 그린상품을 구입한다. · 자신들의 자녀에 더 많은 관심을 기울인다. · 미래 기술발전에 대해 낙관적임과 동시에 환경보호의 중요성을 강조한다.
현실적 집단 Realist Group(34%)	<ul style="list-style-type: none"> · 대부분 젊은 사람들로 미래 환경상황에 대해 우려관을 가지고 있다. · 환경보호에 투자되는 비용을 아쉬워한다. · 환경보호운동에 회의적인 반응을 보인다.
자기만족집단 Complacent Group(28%)	<ul style="list-style-type: none"> · 인간, 기업, 정부에 대해 낙관적인 성향을 보인다. · 환경보호에 대해 잘 모른다. · 정치적으로 우파 성향을 보인다.
배타적 집단 Alienated Group(22%)	<ul style="list-style-type: none"> · 교육수준이 낮고 환경보호에 대해 관심이 없다. · 환경보호 문제를 일시적인 현상으로 파악하며 문제해결은 낙관적이다. · 정치적으로 좌파 성향을 보인다.

자료: 최경하(2009). 『그린소비자의 환경의식 및 소비행동 분석과 라이프스타일 특성에 관한 연구』, 이화여자대학교 석사학위논문.

최근 Chitra(2007)¹⁰³⁾의 연구에서는 인도의 소비자 집단을 친환경성에 근거하여 Aspirants(열망자), Addicts(중독자), Adjusters(조정자), Avoiders(회피자) 등의 4가지 유형으로 분류하였다. 각 집단의 특성은 다음의 <표 2-14>과 같다.

102) 최경하(2009). 상계논문, p.16

103) Chitra, K.(2007). In Search of the Green Consumers : A Perceptual Study. Journal of Services Research, 7(1), pp.173-191; 최경하(2009). 상계논문, p.19. 재인용

<표 2-14> 친환경성에 근거한 소비자 집단

열망자: Aspirants(59%)	<ul style="list-style-type: none"> · 생태적불균형과 그것의 효과를 인식하고 있음 · 지속적인 친환경제품 구매의향을 가짐 · 친환경제품이 지불된 가격만큼의 가치를 가지고 있다고 느낌
중독자: Addicts(15%)	<ul style="list-style-type: none"> · 친환경제품에 매우 강한 우호적 태도를 지님 · 친환경제품만 구매함 · 친환경제품이 건강에 좋다고 느낌 · 항상 친환경제품을 추천함 · 친환경제품이 없는 경우 타제품을 사는 대신 제품이 올 때까지 기다림
조정자: Adjusters(7%)	<ul style="list-style-type: none"> · 친환경제품과 타제품 간 차이를 느끼지 못함 · 욕구를 충족시키는 제품에 만족을 느낌 · 친환경속성에 크게 구애받지 않고 이용가능성, 가격, 품질 등을 고려함
회피자: Avoiders(20%)	<ul style="list-style-type: none"> · 생태적 불균형은 피할 수 없는 상황이므로 친환경제품구매로 해결할 수 있는 것이 아님 · 친환경제품이라는 것도 결국 마케팅트릭에 불과하기 때문에 실제로 친환경적인지는 의문임 · 친환경제품은 비싸기만 하고 질은 떨어짐

출처: 최경하(2009). 『그린소비자의 환경의식 및 소비행동 분석과 라이프스타일 특성에 관한 연구』, 이화여자대학교 석사학위논문, p.19

환경에 대한 중요성과 관심의 증대로 관광산업에 있어서 관광객의 여행형태가 변화하고 있다. 관광객들은 기존의 단순한 여행 경험에서 모험과 참여활동 그리고 자연 지향적인 관점을 선호하고 생태계와 멸종위기의 동·식물 그리고 자연 보호에 대한 관심이 더욱 증대되고 있다. 그리고 관광객들은 교육적이면서 동시에 즐거운 경험을 추구하고 관광지역에서 보다 수준 높은 환경적 품질 (environmental quality)을 기대하고 요구하고 있다.¹⁰⁴⁾

Kusler(1991)는 관광객들의 선호도가 변화함에 따라 관광행동에도 변화가 있다고 설명하면서 첫째, 관광객들은 환경에 대한 관심이 증가되었고, 둘째, 전통적인 관광지에서 경험한 과잉혼잡현상에 많은 불만을 가지게 되었으며, 셋째, 새로운 학습경험을 체험하려는 욕망을 더욱 많이 가지게 되었고 마지막으로 전 세계에 존재하는 희귀한 자연적 환경들이 급속히 사라지고 있기 때문에 현지 자연환경 관광지를 방문하려고 한다고 설명하였다.¹⁰⁵⁾

104) National Tour Association(1991). Study of Mature Adult Lifestyles and Attitude.;김대근(2009).

『DMZ 생태관광에 미치는 영향요인 분석 연구』, 한양대학교 석사학위논문, p.16 재인용

105) Kusler(1991). 『Ecotourism and Resource and Conservation: Introduction to Issues』, p.2;Oleg,

환경지향행동을 가진 관광객의 특성에 관한 연구를 살펴보면 여호근·강승구(2002)는 관광객의 환경의식이 지속가능한 관광태도에 어떠한 영향을 미치는가를 분석한 결과 환경중심형 환경의식을 지니고 있는 관광객들은 문화학습 및 환경교육프로그램에 보다 적극적이라는 결과가 나타났다.¹⁰⁶⁾ 조진희·김수봉·김용범(2004)은 환경의식이 생태관광태도에 미치는 영향에 대해 환경문제에 대한 관심이 높을수록 그리고 환경보전을 위한 노력에 적극적일수록 친환경적인 관광태도를 보였다.¹⁰⁷⁾ 정유경 외(2009)는 환경에 대한 관심이 높은 집단일수록 패스트푸드 기업의 환경마케팅에 대한 인식의 평균이 다른 군집에 비해 상대적으로 높았으며, 친환경기업에 대한 구매의도 역시 높은 것으로 나타났다.¹⁰⁸⁾ 김영란(2011)은 농촌관광객의 환경가치관과 로하스 인식에 대한 연구결과 환경가치관과 로하스 인식은 농촌관광을 통한 농산물 품질 확인 의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 슬로푸드를 추구하는 특성을 가진 농촌관광객일수록 지역 농산물 구입의향이 높다는 결과를 설명하고 있다.¹⁰⁹⁾

전문자(2006)는 농촌 환경 보전의식 정도에 따라 지속가능한 농촌관광에 유의미한 차이가 있는지를 분석한 결과, 농촌 환경보전의식이 높을수록 지속가능한 농촌관광에 대해 높게 인식하는 것으로 나타났다. 즉, 농촌생활 만족도, 환경의식, 환경 보전행동을 의미하는 농촌 환경보전의식이 높을수록 지속가능한 농촌관광의 변화와 효과를 높게 인식하고 있는 것으로 설명할 수 있다.¹¹⁰⁾

Tyan(1999). 『生態觀光客의 行爲特性에 關한 研究』, 경기대학교 석사학위논문, p.7 재인용
 106) 여호근·강승구(2002). 지속 가능한 관광에 대한 환경인식에 따른 관광태도 차이. 『관광·레저연구』, 14(1); pp. 87-95.
 107) 조진희·김수봉·김용범(2004). 관광객의 환경의식이 생태관광태도에 미치는 영향. 『한국환경과학회』, 13(1), pp.1-9
 108) 정유경·김창열·한정숙(2009). 소비자의 환경의식과 패스트푸드 기업의 환경마케팅에 대한 인식이 구매의도에 미치는 영향. 『한국생활과학회지』, 18(1), pp.237-245
 109) 김영란(2011). 환경가치관과 로하스 인식이 농촌관광을 통한 농산물 품질확인 의사에 미치는 영향. 세종대학교 석사학위논문.
 110) 전문자(2006). 『環境保全의식과 행동이 지속가능한 農村觀光에 미치는 영향에 관한 연구』, 성신여자대학교, 박사학위논문.

4) 건강지향행동의 개념과 특성

(1) 건강지향행동의 개념

인간의 삶에서 건강은 매우 중요한 요소로써, 최근 사회가 더 복잡해지면서 스트레스가 증가하고 환경오염에 노출되면서 건강한 삶에 대한 욕구는 더욱 커져가고 있다. 따라서 ‘얼마나 건강하게 잘 살 것인가’에 대한 관심이 증가하면서,¹¹¹⁾ 이제는 단순히 오래 사는 문제가 아니라 늘어난 기대수명만큼 어떻게 인간의 존엄성을 지키며 건강하게 살아가느냐가 주된 관심대상이다.¹¹²⁾

건강과 관련한 선행연구에서 여러 학자들은 건강관련 모델에 대한 개념을 설명하고 있다.

첫째, 건강 신념 모델(HBM: Health Belief Model)은 건강 관련된 예방 및 건강유지 행동을 개념화한 모델로서, 일반적으로 건강행위란 건강하지 않은 상태에서 회복하기 위한 활동 뿐 아니라 건강유지 및 증진을 위한 예방적 차원의 활동까지 포괄하고 있다. HBM의 핵심은 개인이 건강행동을 둘러싼 여러 가지 환경에 대하여 어떻게 인지하고 개인의 건강행동에 어떠한 영향력이 있는지를 중요하게 다루고 있다. 특히 개인은 여러 가지 대안 선택 시 비용과 편익을 고려하며 가장 유리한 행동을 하게 된다.¹¹³⁾

HBM은 네 가지 하위요소를 구성되어 있으며 개인의 건강상태가 잠재적으로 심각한 상태로 이끌리게 될 것이라고 믿는 지각된 심각성(perceived severity), 특정 질병에 대해 취약하다고 믿는 지각된 취약성(perceived susceptibility), 특정 병의 심각성이나 취약성을 줄이는데 있어서 예방적 행동을 취하는 것이 이익이 될 것이라고 믿는 지각된 이익(perceived benefit), 그리고 마지막으로 그들이 예방행동을 취함에 있어 발생하는 장애가 이익보다 중대하지 않다고 지각하는 지각된 장애(perceived barriers)와 같다.

111) 백은영·정운영(2006). 건강지향적 소비행동 실태 및 영향요인에 관한 연구. 『소비문화연구』, 9(2), pp.25-26

112) 박정숙·박경인(2002). 산업장 건강증진 프로그램이 중년기 근 콜레스테롤수치 및 삶의 질에 미치는 영향. 『성인간호학회지』, 14(2), p.116

113) 손영곤·이병관(2010). 유아의 구강건강 실천행동 의도의 사회인지적 예측변인에 대한 탐구-건강신념모델과 계획된 행동이론의 비교를 중심으로-, 『한국광고홍보학보』, 12(1), pp. 84-120; 김유경·명훈·김용범(2012). 한국의 치과 의료서비스에 대한 중국인의 지각이 구매의도에 미치는 영향: 상해거주자를 중심으로 건강신념모델(HBM)적용, 『호텔경영학연구』, 21(4), pp.215-231 재인용

건강신념모델은 행동의 변화를 유도하기 위하여 특정행동의 실천으로 질병을 예방 혹은 완화시킬 수 있다는 기대에 따른 가치의 지각으로 실천이 일어난다고 가정할 수 있기 때문에 일종의 기대가치(expectation-value)모형이다.¹¹⁴⁾ 따라서 건강관련행동의 예측을 위하여 네 가지 신념(지각된 심각성, 지각된 취약성, 지각된 이익, 지각된 장애)을 결합할 필요가 있다.

둘째, Lalonde는 건강에 대한 사회·환경적 관점에 대해 건강 장 개념(The health field concept)을 도입 하였으며 건강 장 개념은 개인의 신체·생물학적 조건과 생활양식, 개인이 처한 환경과 의료조직이 있으며, 건강에 관련된 요인으로서 건강 장 개념에 대해 건강의 맥락이 되는 네 가지의 장으로 정의하였다. 이는 신체·생물학적 조건과 함께 사회적, 환경적 조건을 모두 고려함으로써 건강 개념의 확대 변화를 보여주는 개념이다. 특히 환경과 생활양식(lifestyle)은 건강을 생활과 사회의 맥락 속에서 고려하는 개념적 기반을 제공해 준다.¹¹⁵⁾ 이 중에서도 생활양식은 사회경제 발전에 따라 삶의 질에 대한 관심과 기대가 높아지면서 오늘날 가장 많은 관심을 끄는 요소이며 오늘날 개인은 스스로 자신이 필요한 정보를 얻고 관리하고 책임져야하는 가치관의 확산과 더불어 생활양식이 건강증진을 위해 가장 중요한 요소로 고려되고 있다.¹¹⁶⁾

이러한 건강관련 행동양식의 변화에 따라 관광분야에서도 건강개념이 도입되고 있다. Health Tourism은 건강과 관광 동기를 합하여 서비스를 제공하는 산업을 칭하는 용어로 처음 사용되었다.¹¹⁷⁾ 이러한 개념은 “SIT(Special Interest Tourism: 특별관심관광)중 하나로서 주요 동기가 건강과 관련 있는 관광”이라고 정의한 Hall(1992)에 의한 것이다.¹¹⁸⁾ 이를 좀 더 구체화하면 “건강 상태를 개선

114) Becker, M. H., Maiman, L. A., Kirscht, J. P., Haefner, D. P., & Drachman, R. H.(1977). The Health Belief Model and prediction of dietary compliance: A field experiment. *Journal of Health and Social Behavior*, 18(4), pp.348-366.; 김준홍·윤영민(2010). 부정적 행위단서로 커뮤니케이션 경험이 일반인의 약물사용태도에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 54(5), pp.5-32 재인용

115) Lee MS.(2004). Looking at 'Well-being' in terms of lifestyle: healthy or trendy?. *Journal of Life Science*. 13(3):477-484; 조정화(2007). 청소년들의 웰빙 인식과 건강 지향적인 학교급식 운영 방안에 대한 요구 조사. 경희대학교 석사학위논문 p.5에서 재인용

116) 조정화(2007). 상계논문. p.9

117) Eric Laws, "Health Tourism: A Business Opportunity Approach", In Stephen Cliff & Stephen J. Page, (Ed), *Health and the International Tourist*, New York: Routledge, 1996.; 손대현·김정은(2001). Health Tourism 이용자의 추구 편익 분석, 『관광레저학회』, 12(2), pp.69-82 재인용.

118) Hall, C. M.(1992). Adventure, Sport and Health Tourism, In B. Weiler and C. M. Hall(Ed.), *Special-Interest Tourism*, London: Bellhaven Press.; 손대현·김정은(2001). 상계논문, pp.69-82 재인용.

시킬 목적을 가진 사람이 집을 떠나 행하는 레저 형태”라고 할 수 있다.¹¹⁹⁾

Health Tourism은 건강리조트나 온천 등 기존의 목적지 위주의 접근에서 시작했다면 최근에는 건강에 대한 관심이 있는 관광자를 대상으로 하는 모든 프로그램 및 서비스 등 다양한 형태의 상품을 포함한 개념으로 발전하고 있다. 따라서 Health Tourism은 건강증진 및 치료를 목적으로 하는 모든 관광프로그램, 서비스, 관광목적지를 포함하는 것이며, 요약하면 “건강과 관련한 서비스나 시설을 의도적으로 촉진하는 관광”이라고 정의할 수 있다.¹²⁰⁾

건강관광(Health Tourism)의 개념을 정리하면 다음 <표 2-15>와 같다.

<표 2-15> Health Tourism의 개념

연구자	내용
Goodrich(1987)	건강과 관련된 서비스나 시설을 의도적으로 촉진함으로써 관광지를 끌어들이는 관광시설이나 목적지
Hall(1992)	특별한 흥미가 있는 관광 중 하나로서 주요 동기가 건강과 관련 있는 관광
Eric(1996)	건강상태를 개선시킬 목적을 가진 사람이 집을 떠나 행하는 레저 형태라고 보건관광을 정의
한국보건산업진흥원 (2006)	보건관광(Health Tourism)은 보건 분야에서 관광자원으로 활용 가능한 부문을 발굴, 개발하고 관광을 상품화하여 서비스 또는 제품을 제공하는 사업으로서 우수한 보건 서비스와 관광이 결합된 보건관광프로그램(상품)을 개발하여 외국인(재외 한국인 포함)에게 제공함으로써 관련 산업분야의 발전을 꾀하고 아울러 외국인 유치를 통한 외화획득 등 국가경제에 이바지하고자 하는 사업
이용균(2005)	건강증진 및 치료를 목적으로 하는 관광프로그램, 서비스
조구현(2006)	건강증진 및 치료를 목적으로 하는 환자들에게 관광활동과 결합하여 우수한 의료서비스를 제공하는 관광의 유형

자료: 손대현·김정은(2001). Health Tourism 이용자의 추구 편익 분석, 『관광레저학회』, 12(2), pp.69-82. 연구자 재구성

최승국·김화경(2005)에 따르면 “21세기 관광산업에서 가장 두드러진 현상의 하나는 건강과 관광을 결합한 건강관광의 대두이다. 특히, 의료기술의 발전으로

119) Eric Laws(1996) "Health Tourism: A Business Opportunity Approach", In Stephen Cliff & Stephen J. Page, (Ed), Health and the International Tourist, New York: Routledge.;손대현·김정은(2001). 상계논문, pp.69-82 재인용.

120) 손대현(2000). 강서구 문화벨트 조성사업 기본계획, 서울특별시 강서구,

인간의 평균 수명은 계속 늘어가고 교통수단의 발달과 IT, 인터넷 등 통신 발달로 질병의 치료와 함께 행복한 삶의 질을 높이려 하는 인간의 욕망은 관광 활동으로 이어져 이러한 조건을 충족시키는 건강관광에 대한 인구는 계속 상승할 것이라고 하였다. 따라서 체류기간도 일반 관광객에 비해 두 배 가까이 되는 건강추구형 의료 관광객은 21세기 새로운 고부가 가치 산업으로서 웰빙 및 건강 추구형 라이프스타일의 변화에 따라 지속적으로 확대 될 것으로 예상된다.¹²¹⁾

(2) 건강지향적 소비자의 특성

건강에 대한 소비자의 관심 증가는 소비행동에도 변화를 가져오게 되었고, 건강과 관련된 소비재 및 서비스에 대한 수요를 증가 시키고 있다.¹²²⁾

최근 소비행동의 하나로 건강지향적 소비행동이나 건강관리 행동들에 대해 많은 연구가 진행되어 왔으며 이론고찰을 통해 건강지향행동을 많이 실천하는 사람일수록 그만큼 자신의 건강에 관심을 많이 가지고 이를 행동으로 옮기는 경향이 있으므로 이러한 건강지향 인식이 건강을 위한 여러 재화 및 서비스 소비행동에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.¹²³⁾ 이러한 연구들은 건강과 관련된 건강지향 소비행위나 건강증진행위의 유형으로서 다양한 웰빙 지향 행동들을 나타내고 있다. 이러한 행동에는 건강지향적 생활습관(금주, 금연, 운동, 수면, 체중측정), 자신을 긍정적으로 인식함, 즐거운 마음으로 생활함, 긍정적 사고방식, 좋은 인간관계, 감정을 솔직히 표현, 정기적인 건강검진, 정기적 운동, 명상이나 단전호흡 등의 정신훈련, 헬스클럽에서의 건강관리, 규칙적인 식사와 수면 등 건강지향 소비행동 이외의 다양한 건강을 지향하는 생활습관들을 포괄적으로 다루고 있다.¹²⁴⁾

이러한 행동변화에 따라 웰빙 소비자에 이은 로하스 소비자의 등장은 기존의

121) 최승국·김화경(2005). 한방관광 촉진 방안에 관한 연구, 『한국관광정책학회』, 11(1), pp. 231-252;
주정근(2010). 『의료관광의 활성화방안에 관한 연구』, 한양대학교 석사학위논문, p.2. 재인용

122) 백은영·정운영(2006). 건강지향적 소비행동 실태 및 영향요인에 관한 연구, 『소비문화연구』, 9(2), pp.25-46

123) 김정숙(2012). 실버세대의 건강지향인식이 외식동기 및 외식메뉴선택에 미치는 영향 연구. 경기대학교 석사학위논문. p.13

124) 김병숙(2006). 『웰빙지향행동의 영향요인과 웰빙소비자 유형』. 계명대학교 박사학위논문, pp.8-9

환경에서 볼 수 없었던 건강소비성향으로 나타나고 있으며, 제품의 구매활동에서도 성숙된 모습으로 나타나고 있다. 우리나라의 경우 고도의 경제성장 이후 소비증대와 생활수준향상, 여성의 사회참여 등으로 외식이 차지하는 비율이 증가하고 있는데, 특히 건강외식에 대한 중요성이 부각되고 고객의 건강을 지키려는 사회적인 책임감이 고조되고 있다. 이에 따라 외식시장의 변화도 급속도로 일어나면서 저칼로리, 저지방 제품이 건강식으로 선보이고 있다. 외식업체들은 건강과 관련된 메뉴개발, 마케팅 및 수익성 확보 등에 있어서 고객이 건강에 관심을 갖는 정도가 레스토랑을 외식장소로 결정하는 주요 요인으로 작용하는 것으로 파악하여 건강과 영양에 관한 소비자의 관심을 중요하게 다루고 있다.¹²⁵⁾ 또한 음식중심의 건강관광으로 전통음식과 관련한 체험상품이 개발되고 있다. 즉, 김치, 불고기 등의 전통음식을 만드는 관광체험 상품이 개발되어 운영되고 있으며, 이러한 체험프로그램에 대한 수요가 증가함에 따라 광주김치축제, 금산인삼축제 등 전통음식을 소재로 한 지역축제가 오늘날 활성화되고 있다.¹²⁶⁾

건강과 관련된 소비행동은 주로 건강식품, 환경 친화적 제품사용, 친환경농산물 소비에 관한 연구들을 들 수 있는데,¹²⁷⁾ 이종성 외(2002)의 연구에서 친환경농산물의 구매 이유는 건강이나 질병치료를 위해서가 가장 많이 나타나 건강행동의 하나로 친환경농산물을 소비하는 것으로 볼 수 있다.¹²⁸⁾ 구체적으로 건강상태를 결정하는 요인들은 의료 행위의 비용, 소득, 교육수준, 연령, 성별, 흡연, 음주, 실업, 운동을 포함한 여가활동 등의 영향을 받고 있음을 알 수 있다.¹²⁹⁾ 또한

125) Hurley, J., & Leibman, B.(1995). Nutrition Action Restaurant Study: Healthier Restaurant Food. Nutr Action Health Lett 22(10): 11-13.;송홍규(2007). 『외식소비자의 건강메뉴성향이 건강지향소비에 미치는 연구: LOHAS와 건강외식중요도 및 건강식생활을 중심으로』, 경희대학교 박사학위논문, p.49-52 재인용.

126) 유용재 · 최화열 · 이문규(2010). 의료관광객의 위험지각이 여행에 미치는 영향 -사전지식과 지각된 통제력의 조절효과를 중심으로-, 『한국사지리지학회』, 20(1), pp. 111-119

127) 백은영 · 정운영(2006). 상계논문, pp.25-46

128) 남궁석 · 김규동(2001). 서울지역거주자의 건강식품 구매행동에 관한연구, 『동아시아식생활학회지』, 11(16), pp. 455-465. 이종성 · 오주성 · 손홍대 · 양원진 · 정원복 · 정순재 · 김도훈(2002). 우리나라 친환경농산물에 대한 소비자 의향분석, 『생명과학회지』, 12(4), pp. 433-441.

129) Gerdtham, U., Johannesson, M., Lundberg, L. & Isacson, D.(1999), The demand for health:results from new measures of health capital, European Journal of PoliticalEconomy, 15, pp. 501-521.;Macleod, J., Smith, G.D., Metcalfe, C. & Hart,C.(2005), Is subjective social status amore important determinant of healththan objective social status? Evidence from a prospective observational study of Scottish men, Social Science & Medicine, 61, pp. 1916-1929.;유소이 (2006). 주관적으로 인지하는 사회계층별 건강상태 및 건강관리 행동 분석, 『소비문화연구』, 9(2), pp. 167-171. 재인용

개인과 지역사회의 건강수준에는 많은 요인들이 복합적으로 영향을 미치고 있으며, 건강상태는 처한 상황이나 환경에 의하여 결정된다.¹³⁰⁾

최근 관광객의 욕구가 다변화됨에 따라 관광형태가 다양해지고, 새로운 관광에 관심을 갖기 시작했다. 삶의 질이 향상되고 고령화 사회가 됨에 따라 건강에 대한 관심은 더욱 높아지고 있으며, 이에 따라 보건관리관광(Healthcare Tourism)이 선진국을 중심으로 급격히 확산되고 있다. 즉 농촌관광, 생태관광, 대안관광, 녹색관광 등 새로운 형태의 관광이 발달하고 있다.¹³¹⁾ 이러한 패러다임의 전환에 따라 관광객들은 자신의 건강을 위하여 관광지 선택에 있어서도 건강을 고려한다. 이들은 파괴되지 않는 환경 즉 휴식할 수 있는 경관을 추구하고 자연환경보호를 위한 기반시설이 갖춰진 관광지를 선택하며 치료센터나 요양 및 치료를 위한 도구가 갖춰진 시설을 선택하며 이를 위한 적절한 숙박시설을 선택하는 형태를 보이고 있다. 이와 관련해서 Boris Snoj and Danijan Mumel(2002)은 온천을 찾는 관광객의 주된 관심사는 건강 및 의학치료, 예방의학 및 보양, 휴식 및 휴가활동이라고 밝혔으며 이와 같이 건강관광에 대한 관심은 다른 관광목적지 수요보다 빠르게 성장하고 있다.¹³²⁾

3. 선행연구의 검토

1) 로하스의식과 건강 및 환경지향 행동과의 관계

로하스(LOHAS)는 말 그대로 지속가능성, 그리고 건강을 염두에 두고 살아가는 사람들을 의미하며, 건강, 환경, 사회정의, 자기발전과 지속가능한 삶에 가치를 둔 소비 집단을 지칭하는 것으로 통상 자신의 정신 및 신체적 건강뿐만 아니라 후대에 물려줄 소비기반의 지속가능성을 중시하는 사람들이라고 정의하였다.

130) 한동운(2004), 영국Health Action Zones의함의 건강불평등 『보건경제와 정책연구』, 10(2), pp. 1-22.

131) 서정교(2011). 외국인 환자 유치활성화 투자정책의 경제적 파급효과분석: 의료관광을 중심으로, 『산업경제연구』, 24(1), pp.237-253. 박은숙·이재섭(2011). 방한일본인 관광객의 의료관광 서비스품질이 만족과 행동의도에 미치는 영향, 『관광연구』, 26(4), pp.487-502.

132) Boris Snoj and Danijan Mumel, The measurement of perceived difference in service quality - The case of health spas in Slovenia, Journal of Vacation Marketing September, 2002, pp.364-365; 조구현(2003). 웰스관광의 마케팅에 관한 탐색적 연구. 호텔관광연구. 5(2). pp.217-222. 재인용.

로하스에 관한 선행연구는 대부분 로하스 이미지와 소비의식 및 라이프스타일과 관련하여 서비스 품질, 가치, 만족도, 충성도 등을 중심으로 이루어졌다.¹³³⁾ 또한 생태관광객의 로하스 의식에 관한 연구에서 로하스 의식은 환경친화성, 건강성, 지속가능성의 3요인으로 나타났다.¹³⁴⁾

먼저 패밀리 레스토랑의 로하스이미지가 고객 가치 및 만족도에 미치는 영향 관계를 분석한 결과 로하스하위요인인 친환경성, 지속가능성, 지속재려는 고객 가치와 고객만족에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났다.¹³⁵⁾ 한식의 로하스 이미지가 지각된 품질 및 만족도에 미치는 영향에 관한 연구결과 로하스 하위요인인 친환경성과 건강성으로 나타났으며 분석결과 친환경성 요인이 지각된 가치와 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.¹³⁶⁾ 또한 호텔레스토랑의 로하스 이미지가 관여도, 만족, 충성도와 의 영향관계에 관한 연구에서 로하스는 친환경성과 로하스시스템으로 나타났고, 이 로하스 요인 모두가 관여도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.¹³⁷⁾

로하스 소비의식과 로하스 상품소비에 관한 연구에서 로하스의식수준에 따라 건강식품 및 자연식품, 에코투어와 관련한 상품에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.¹³⁸⁾

일반소비자의 로하스지수와 라이프스타일이 웰빙메뉴선택에 미치는 연구에서 로하스 소비자를 로하스 지수에 따라 4그룹으로 구분하였고 이들의 라이프스타일중 건강지향형, 친환경지향형, 여가지향형 소비자들은 로하스지수에 영향을 미치는 것으로 분석결과 나타났다.¹³⁹⁾

외식소비자의 로하스 성향이 건강외식지향과 건강메뉴 주문행동에 미치는 영향에 관한 연구에서 로하스 의식은 지속성과 재활용성의 2개 요인으로 추출되었고 분석결과 로하스의식은 건강외식중요도와 건강식생활에 모두 영향을 미치는

133) 이애자·김홍빈·차석빈(2009). 전계논문. pp.144-147; 고정원·이성림·김민정(2010). 전계논문. pp.100-105

134) 장윤정(2012). 『생태관광객의 로하스(LOHAS)의식, 태도, 동기에 관한 연구』. 한양대학교 대학원.

135) 신동식(2011). 전계논문. pp.203-209

136) 김영자·김동진·변광인(2009). 전계논문.

137) 서동구·주현식(2008). 전계논문. pp.410-414

138) 고정원·이성림·김민정(2010). 전계논문

139) 권용주·송홍규·변광인(2006). 일반소비자의 로하스지수와 라이프스타일이 웰빙 메뉴선택에 미치는 연구. 호텔관광연구.8(3). pp.36-43

것으로 나타났다. 이는 응답자의 건강의식중요도가 증가하면 할수록 건강메뉴의 주문확률은 높아지며, 건강식생활이 증가할수록 건강메뉴의 주문확률은 높아지는 것을 알 수 있다.¹⁴⁰⁾

환경친화적 소비자행동에 대한 국내 연구에서는 행동의 범주를 크게 구매, 사용, 처분의 세 단계로 구분하는 것이 가장 보편적이다.¹⁴¹⁾

환경지향행동에 관한 선행연구결과 김영란(2011)은 농촌관광객의 환경가치관과 로하스 인식에 대한 연구 하였고, 분석결과 환경가치관과 로하스 인식은 농촌관광을 통한 농산물 품질 확인 의사에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 특히 슬로푸드를 추구하는 특성을 가진 농촌관광객일수록 지역 농산물 구입의향이 높다는 결과를 설명하고 있다.¹⁴²⁾

전문자(2006)는 농촌 환경 보전의식 정도에 따라 지속가능한 농촌관광에 유의미한 차이가 있는지를 분석한 결과, 농촌 환경보전의식이 높을수록 지속가능한 농촌관광에 대해 높게 인식하는 것으로 나타났으며, 이는 농촌생활 만족도, 환경의식, 환경 보전행동을 의미하는 농촌 환경보전의식이 높을수록 지속가능한 농촌관광의 변화와 효과를 높게 인식하고 있는 것으로 설명할 수 있다.¹⁴³⁾

김경래(2009)는 농촌의 생태자원이 관광지 선택이 만족도에 어떠한 영향을 미치는지의 여부를 실증분석 한 결과 생태자원의 속성 가운데 자연경관 요인과 문화자원 속성은 관광지 선택에 정(+)의 영향을 주고 있으며, 자연경관과 문화자원에 대하여 만족할수록 관광지 선택에 높게 영향을 미치는 것으로 나타났다.

조진희(2006)는 지속가능한 생태관광을 위한 관광객의 관광태도, 관광동기 및 환경의식에 관한 연구에서 생태관광객은 환경보호를 위한 실천의지가 강하며, 환경보전을 위한 경제적인 부담에 적극적이며, 환경오염 문제에 대해서는 더 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 또한 생태관광객은 개발보다 보호를 더 선호하며 자연보호를 위한 생활의 불편함을 더 참을 수 있으며, 자연환경보호를 위한 실천의지가 강하며, 자연보호 정책에 대한 관심이 많은 것으로 나타났다.

140) 권용주·송홍규·김지은(2007). 전계논문. pp.257-265

141) 김영희(1995). 『환경보존을 위한 소비자행동에 관한 연구』, 성신여자대학교 석사학위논문; 박운아·이기춘(1995). 환경의식적 소비자 행동에 관한 연구. 『대한가정학회지』, 33(4), pp.199-212.

142) 김영란(2011). 전계논문

143) 전문자(2006). 전계논문.

또한 소비행동의 하나로 건강지향적 소비행동이나 건강관리 행동들에 대해 많은 선행연구가 이루어져왔으며, 여러 이론고찰을 통해 건강지향행동을 많이 실천하는 사람 즉, 건강지향 인식이 강할수록 건강을 위한 여러 재화 및 서비스 소비행동에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.¹⁴⁴⁾

김민정·김병숙(2005)의 연구에서 웰빙에 대한 척도 개발과 웰빙지향 소비행동 관련변인을 규명한 결과 웰빙 정보관심도, 정신적 건강요인, 마케팅, 소득이 높을수록 웰빙지향 소비행동을 많이 하는 것으로 나타났다.¹⁴⁵⁾ 정상진 등(2006)은 건강식생활의 중요성 못지않게 건강외식의 필요성을 강조했다며 외식업계에서도 ‘건강지향이 곧 고객지향’이라는 전략의 개념으로 받아들일 필요성이 있다고 주장하면서 건강외식의 중요성을 강조하였다.¹⁴⁶⁾

남수현(2005)은 건강 추구형이란 건강식품이나 무공해 식품을 즐겨먹으며 자신의 건강관리를 적극적으로 하는 라이프스타일 유형이라고 하였다. 주로 실버세대, 여성 및 고학력자들에게서 높게 나타나는 것으로 조사되었다.¹⁴⁷⁾

김태희(2002)는 영양과 건강메뉴에 대한 태도연구에서 연령과 소득 및 교육수준이 높은 그룹이 영양과 건강메뉴에 대한 관심이 높은 경향이 있는 것으로 조사되었으며 이는 외식할 때 메뉴의 영양가를 중요하게 생각하는 것으로 조사되어 대다수의 고객들이 영양과 건강의 중요성을 인식하고 있음을 시사하였다.¹⁴⁸⁾

김태희·장혜자(2003)는 칼로리, 지방, 콜레스테롤, 염분, 식이섬유소와 같은 레스토랑 메뉴에 주로 제공되고 있는 영양정보가 고객의 건강메뉴 선택에 가장 많은 도움을 준다고 하였으며, 메뉴에 대한 영양정보 제공이 외식소비자가 건강예방책의 중요한 요소로 자신에게 알맞은 식사를 스스로 판단하고, 선택해 먹을 수 있게 하며 몸에 좋은 건강메뉴의 선택기회를 증대시킬 수 있는 올바른 식생활 문화 정착에 기여할 수 있다고 강조했다.¹⁴⁹⁾ 조미숙(2005)은 외식과 관련된 건강

144) 김정숙(2012). 전계논문 p.13

145) 김민정·김병숙(2005). 웰빙에 대한 척도개발과 웰빙 지향 소비행동관련 변인에 관한 연구. 소비문화연구. 8(2). pp.149-164

146) 정상진 외 5인(2006). 식사가 불량한 영유아의 기질과 식행동, 부모의 식행동과 식사지도 방법의 특성, 『대한지역사회영양학회지』, 11(4). p.453

147) 남수현(2005). 『실버세대의 라이프스타일이 외식소비에 미치는 영향에 관한 연구』, 중앙대학교 석사논문.p.89

148) 김태희(2002). 패밀리레스토랑 고객의 영양과 건강메뉴에 대한 태도, 『한국식생활문화학회지』, 17(5), pp.629-637.

149) 김태희·장혜자(2003). 패밀리레스토랑 고객의 메뉴영양정보에 관한 인식연구, 『한국식생활문화학회

및 영양문제 연구에서 건강지향 고객의 증가로 인해 보다 건강한 외식의 필요성을 주장하였다.¹⁵⁰⁾

또한 서남미(2004)는 웰빙 트렌드가 건강 지향적 소비행동에 미치는 영향에 관한 연구에서 라이프스타일 유형 중 건강추구형 집단이 웰빙에 대한 관심도가 유의한 것으로 나타났고 건강 관련 라이프스타일을 추구하는 사람이 보다 더 적극적인 웰빙을 추구한다고 하였다. 최근 경제 사회적으로 어려움을 겪으면서 건강에 대한 관심이 커지고 있으므로 일반 상품뿐만이 아니라 관광지 선택에 있어서도 신체적 건강 및 정신적 여유를 중시하는 관광형태로 변화하고 있다.¹⁵¹⁾

이상의 선행연구를 종합해보면 대부분의 연구에서 로하스의식은 건강성, 환경성, 지속가능성의 세 요인으로 분류되고 있었다. 로하스의식 및 로하스 태도를 형성하고 있는 사람들은 환경가치관 및 환경보전의식이 높고, 환경보호를 위한 실천의지가 강한 것으로 나타났다. 따라서 일상생활에서 로하스의식이 높은 사람일수록 관광목적지에서도 로하스의식에 따른 행동을 하는 것으로 나타났다. 또한 이들은 여성 및 고학력자, 실버세대를 중심으로 그 수가 점차 증가하고 있으며, 환경의식 뿐만 아니라 건강을 위해 운동 및 안전한 먹거리에 높은 관심을 두고 생활하는 것으로 나타났다. 이러한 소비자의 증가로 인해 외식산업을 중심으로 이들의 욕구를 충족시키기 위한 다양한 메뉴가 개발되고 있으며 그 중요성이 날로 증가하고 있는데, 본 연구에서는 이러한 행동특성을 갖고 있는 사람들이 실질적으로 관광을 함에 있어서도 환경과 건강을 중요시하는 행동을 하고 있는지 알아보고자 한다.

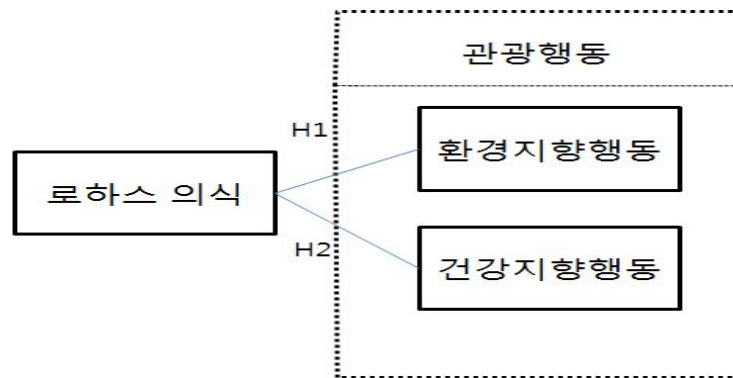
지』, 18(3), pp. 270-278.; 송홍규(2007). 전계논문, p.49-52 재인용.
150) 조미숙(2005). 외식과 관련된 건강 및 영양문제 연구. 『한국식생활문화학회지』, 20(6), pp.767-776,
151) 서남미(2004). 『웰빙 트렌드가 건강 지향적 소비행동에 미치는 영향에 관한 연구 : 라이프스타일 유형을 중심으로』. 동국대학교 석사학위논문, pp.60-61

Ⅲ. 연구설계

1. 연구모형 및 연구가설의 설정

1) 연구모형

<그림 3-1> 연구모형



2) 연구가설

선행연구를 토대로 설정한 연구 모형을 검증하기 위하여 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

가설1. 일상생활에서의 로하스의식수준에 따라 관광목적지에서의 환경지향행동에 차이가 있을 것이다.

가설2. 일상생활에서의 로하스의식수준에 따라 관광목적지에서의 건강지향행동에 차이가 있을 것이다.

2. 연구조사 설계

1) 자료수집

본 연구에 이용된 설문문항은 크게 6개 부분으로 로하스의식, 환경지향행동, 건강지향행동, 관광지방문유형, 음식선택유형, 인구통계적특성으로 구분되어진다. 로하스의식, 환경지향행동, 건강지향행동문항은 ‘전혀그렇지않다’, ‘그렇지않다’, ‘보통이다’, ‘그렇다’, ‘매우그렇다’의 5점 Likert척도로 구성되어있으며 로하스 의식은 13개 문항, 환경지향행동은 13개 문항, 건강지향행동은 12개 문항으로 구성되었다.

관광지방문유형은 자연자원형, 역사/문화형, 전시/시설형, 체험/공연형, 옥외시설형의 5가지 유형으로 구성되었고, 음식선택 유형은 제주향토음식, 보양식, 한정식, 양식, 일식, 기타의 6가지 유형으로 구성되었다.

인구통계적특성과 관련해서는 성별, 연령, 결혼여부, 학력, 월평균소득, 여행형태, 방문목적, 동행인의 8가지 문항으로 명목척도, 서열척도로 구성하였다.

로하스의식에 관한 척도는 장윤정(2012), 최숙희(2010)에서 추출하여 구성하였고, 환경지향행동에 관한 척도는 김대근(2009), 고광종(1995), Oleg Tyan(1999), 송화성(2005), 조진희(2006)의 척도에서, 건강지향행동에 관한 척도는 음미라(2011), 이소연(2009)의 연구에서 추출하여 구성하였다.

다음 <표 3-1>은 선행연구를 바탕으로 한 설문문항의 구성을 나타낸 것이다.

<표 3-1> 설문문의 구성

내용	문항수	척도	선행연구
로하스의식	13	5점 Likert 척도	장윤정(2012), 최숙희(2010)
환경지향행동	13		김대근(2009), 고광종(1995), 송화성(2005), 조진희(2006)
건강지향행동	12		음미라(2011), 이소연(2009)
관광지방문유형	5	명목척도	http://www.jejutour.go.kr/
음식선택유형	6	명목척도	제주도(2000) ¹⁵² , 허팽식(2010)
인구통계적 특성	8	명목척도, 서열척도	-

본 조사는 2012년 10월 27일부터 11월 3일까지 총 8일간 제주특별자치도내에 있는 한라산입구인 어리목과 성판악 그리고 영실에서 등반을 마치고 내려오는 등산객 중 제주도민을 제외한 관광객을 대상으로 설문을 실시하였다. 본 설문조사는 사전에 교육을 받은 5명의 조사원이 설문지를 응답자에게 주고 응답자가 직접 기입하는 자기기입식 설문조사방법으로 진행되었다. 연구대상자의 표집방법은 편의추출방법으로 실시하였다. 총 380부의 설문지를 배포하여 371부가 회수되어 회수율은 97.6%이며, 그 중 신뢰성 및 타당도가 낮은 15부를 제외한 총 356부를 유효표본으로 활용하여 실증분석에 이용했다.

2) 자료분석방법

본 연구의 자료 분석은 회수한 설문지 중 응답내용이 부실하거나 신뢰성이 떨어진다고 판단되는 자료를 제외한 총 356부를 대상으로 이루어졌다.

실증분석은 유의수준 $p < 0.05$ 에서 검증하였다. 통계분석은 SPSS 19.0 for Window 프로그램을 이용하여 분석되었다.

첫째, 표본의 인구통계적 특성을 알아보기 위해 기술통계 분석인 빈도분석을 실시하였다. 또한 로하스의식과 환경지향행동 및 건강지향행동의 요인을 알아보기 위해 신뢰도 및 타당도 분석을 실시하였다. 요인분석은 주성분 분석 후 varimax 직각회전 방법을 실시하였다. 셋째, 가설 검증을 위하여 로하스의식수준을 알아보기 위한 군집분석과 판별분석, 차이검증을 위한 t-test를 실시하였다. 마지막으로 관광지선택유형과 음식선택유형에 따라 환경지향행동과 건강지향행동에 차이가 있는지 알아보고자 일원배치분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

152) 제주도(2000). '99 제주개발음식 조리방법설명서.

IV. 분석결과

1. 표본의 일반적 특성

<표 4-1> 조사대상자의 일반적 특성

구분		빈도	비율	구분		빈도	비율
성별	남	190	53.4	소득	200만원 미만	88	24.7
	여	166	46.6		200-300	185	52.0
연령	20대	62	17.4		300-400	67	18.8
	30대	140	39.3		400만원 이상	16	4.5
	40대 이상	154	43.3	동행인	가족	166	46.6
결혼 여부	미혼	158	44.4		친구	150	42.1
	기혼	198	55.6		혼자	26	7.3
최종 학력	고졸이하	33	9.26		기타	14	3.9
	전문대졸(재학중)	136	38.2	여행 목적	관광 휴양	314	88.2
	대학졸(재학중)	159	44.6		업무출장	12	3.4
	대학원졸(재학중)	28	7.86		친구/친지 방문	22	6.2
여행 형태	개인	334	93.8		기타	8	2.2
	단체	22	6.2	관광지 선택유형	자연자원형	180	50.6
음식 선택 유형	향토음식	174	48.9		역사문화형	16	4.5
	보양식	13	3.7		전시시설형	54	15.2
	한정식	71	19.9		체험공연형	70	19.7
	양식	30	8.4		옥외시설형	36	10.1
	일식	61	17.1		합계		356
	기타	7	2.0				

유효표본에 대한 인구통계적 특성을 살펴보면 성별에서는 남성이 190명으로 53.4%, 여성이 166명으로 46.6%의 비율을 나타냈고, 연령대에서는 20대가 62명으로 17.4%, 30대가 140명으로 39.3%, 40대가 154명으로 43.3%의 비율을 나타냈다.

결혼여부에서는 미혼이 158명으로 44.4%, 기혼이 198명으로 55.6%의 비율을 나타냈으며, 학력에 있어서는 대학 재학 또는 졸업이 186명으로 52.2%의 가장 높은 비율을 나타냈고, 고등학교 졸업이 14명으로 3.9%, 전문대학 재학 또는 졸업이 132명으로 37.1%, 대학원 재학 또는 졸업이 24명 6.7%의 비율을 나타냈다.

응답자들의 방문특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시한 결과 여행형태는 개인이 334명으로 93.8%, 단체가 22명으로 6.2%의 비율을 나타냈다. 소득은 200만원미만이 88명 24.7%, 200만원 이상 300만원 미만이 185명으로 52.0%, 300만원 이상 400만원 미만이 67명 18.8%, 400만원 이상이 16명 4.5%의 비율을 나타냈다.

동행인에서는 가족이 166명으로 46.6%, 친구가 150명으로 42.1%, 혼자서 26명 7.3%, 기타가 14명 3.9%의 비율로 나타났다.

여행목적에서는 관광 및 휴양이 314명 88.2%, 업무출장 12명 3.4%, 친구/친지방문이 22명 6.2%, 기타가 8명 2.2%의 비율로 나타났다.

음식 선택 유형에서는 제주 향토음식이 174명(48.9%), 보양식이 13명(3.7%), 한정식이 71명(19.9%), 양식이 30명(8.4%), 일식이 61명(17.1%), 기타가 7명(2.0%)로 나타났다. 관광지 선택 유형에서는 자원자원형 180명(50.6%), 역사문화형 16명(4.5%), 전시시설형 54명(15.2%), 체험공연형 70명(19.7%), 옥외시설형 36명(10.1%)로 나타났다.

2. 측정변수의 신뢰성 및 타당성 검증

본 연구의 가설검증을 위해 조사된 문항의 신뢰성을 알아보기 위하여 문항간의 동질성 정도에 의한 신뢰도 추정치인 문항 내적일치도를 구하는 신뢰도 추정 방법인 Cronbach's α 값을 이용하였고, 본 연구의 타당성 분석은 조사도구 문항의 적합성 여부를 알아보는 구성타당도(construct validity)의 검증을 위한 방법의 하나인 요인분석 방법으로 주성분 분석을 사용하였다. 신뢰도란 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 대상을 측정하는 경우 결과가 비슷하게 되는 것을 의미한다. 이는 측정결과에 오차가 들어있지 않은 정도로 변량에 대한 체계적 정도를 나타낸다. 이러한 신뢰도 측정은 측정의 정확성과 결과의 일관성이 중요하다. 보통 동일한 개념을 측정하기 위하여 여러 개의 항목을 이용하는 경우 신뢰도를

높이기 위해 Cronbach's α 값을 이용한 내적일관성 검증을 이용한다. 사회과학 분야에서 알파계수는 0과 1사이의 값을 가진다. 알파계수가 0.6이상이면 신뢰성에는 이상이 없는 것으로 파악하고 있으며 0.8이상이면 신뢰도가 매우 높은 것으로 판단하고 있다.¹⁵³⁾

타당성이란 측정하고자 하는 것을 실제로 측정해 내는 정도를 나타내는 것으로 그 평가방법에 따라 내용 타당성(content validity), 기준에 의한 타당성(criterion-related validity), 개념 타당성(construct validity) 등 3가지로 구분된다.¹⁵⁴⁾ 내용타당성은 측정도구의 대표성(representative)에 관한 개념으로서 측정하고자 하는 속성이나 개념을 얼마나 대표할 수 있는지 평가하는 것이다. 기준에 의한 타당성은 특정변수간의 통계적인 관계를 규명하는 것으로 속성을 측정해 줄 것으로 알려진 기준과 측정도구의 결과인 점수간의 관계를 비교함으로써 타당성을 파악하는 방법이다. 개념타당성은 한 개념이 다른 개념과 구별되는 정도를 설명하는 것으로 요인분석을 통해 설문 자체의 타당성을 양적으로 평가할 수 있다. KMO와 Bartlett의 구형성 검증은 수집된 자료가 요인분석에 적합한지 여부를 판단하기 위한 통계적인 과정이라고 할 수 있다. KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)는 0.5보다 크면 요인분석을 계속 진행할 수 있다는 것을 나타내 준다.¹⁵⁵⁾

연구가설을 검증하기 전에 측정변수들의 신뢰도와 타당성을 검증하기 위해 요인분석(factor analysis)을 하였다. 요인분석은 연구목적에 따라 이론상으로 체계화되거나 정립되지 않는 연구에서 연구의 방향을 파악하기 위한 탐색적 요인분석과 이론적인 배경 하에서 변수들 간의 미리 설정해 놓은 상태에서 요인분석을 하는 확인적 요인분석으로 나눈다. 일반적으로 사회과학분야에서 요인과 문항의 선택기준의 고유값(Eigen value)은 1.0이상, 요인적재치는 0.4이상이면 유의한 변수로 간주한다.¹⁵⁶⁾ 따라서 직교회전방식(varimax)의 회전방법을 이용하여 고유값 1.0이상, 요인적재치 0.5이상 요인만 추출해 실제 연구에 사용하였다.

153) 채서일(2005). 『사회과학방법론』, B&M Books, pp.179-183

154) 채서일(2005). 상계서, pp.179-183

155) 김계수(2004). 『AMOS 구조방정식 모형분석』. 서울:한나래, pp.145-224.

156) 송지준(2008). 『논문작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계분석방법』, 경기: 21세기사; 조성일(2010) 『공공 체육시설관리 조직문화 및 조직환경이 서비스지향성과 고객지향성에 미치는 영향』, 건국대학교 박사학위논문, p.57

1) 로하스 의식에 대한 신뢰도 및 타당성 검증

수집된 데이터를 이용하여 응답자의 로하스의식 측정 변수에 대한 신뢰도 및 타당성 검증 결과 다음 <표 4-2>와 같이 나타났다.

<표 4-2> 로하스의식에 대한 신뢰도 및 타당도 검증

요인 및 변수		성분		공통성	항목제거시 알파계수	신뢰도 계수
		1	2			
환경 지속성 의식	환경을 보호하는 기업의 제품을 선호하는 편이다.	.733	.121	.552	.839	.857
	친환경 재료를 사용하는 기업의 제품을 구입하는 편이다.	.730	.179	.565	.835	
	지속가능한 농업기법으로 생산된 제품을 선호하는 편이다.	.727	.197	.567	.835	
	건강과 환경에 대해 나보다는 전체사회를 고려하는 편이다.	.719	.073	.522	.842	
	친환경 윤리경영을 하는 기업제품을 이용하는 편이다.	.691	.313	.576	.832	
	지속가능한 기법으로 제조된 제품을 선호하는 편이다.	.658	.031	.434	.851	
	지속가능한 제품이 다소 비싸더라도 추가비용을 지불하는 편이다.	.546	.041	.493	.844	
	가격이 비싸더라도 환경을 오염시키지 않는 제품을 구입하는 편이다.	.546	.303	.551	.841	
건강성 의식	건강을 위해서 친환경적인 식재료를 구입하는 편이다.	.062	.834	.700	.	.624
	건강을 고려한 제품을 구입하는 편이다.	.135	.798	.655	.	
고유값		4.375	1.238			
분산설명력		43.753	12.384			
누적분산설명력		43.753	56.137	전체신뢰도계수= .854		
KMO=.848 Bartlett의 구형성검정 $x^2= 1241.858$ 유의확률=.000						

총 15개의 측정항목으로 로하스의식에 대한 신뢰도 및 타당성 검증결과 총 2개의 요인이 추출되었으며, 각각의 신뢰도는 0.857, 0.624로 모두 0.6이상으로 나타나 신뢰도에는 문제가 없는 것을 알 수 있다. 요인분석에 대한 적합성으로는

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)값이 0.848로 나타나 기준값인 0.5이상이므로 요인분석이 적합함을 알 수 있다. 요인분석결과 총 15개의 문항 중 ‘다소 비싸더라도 유기농 야채와 식품을 선호하는 편이다’, ‘건강을 유지하기 위해서 규칙적인 운동을 하는 편이다’, ‘건강에 관하여 전체사회보다 나 자신을 더 중시 한다’, ‘현지 노동자에게 도움이 되는 공정무역 제품에 관심이 있는 편이다’, ‘환경을 잘 보존하여 후세에 물려줘야 한다고 생각한다’라는 5개의 항목은 높은 적재량을 보이지 않아 신뢰도 및 타당도가 부족하다고 판단되어 제거한 후 최종적으로 10개의 문항에 대해 2개 요인이 추출되었고 총 분산 설명력은 56.137%로 나타났으며, 공통성 역시 모두 0.4이상으로 양호한 값을 나타내고 있다. 제1요인은 ‘환경지속성의식’, 제2요인은 ‘건강성의식’으로 각각 명명하였다.

2) 환경지향행동에 대한 신뢰도 및 타당성 검증

수집된 데이터를 이용하여 응답자의 환경지향행동 측정 변수에 대한 신뢰도 및 타당성 검증 결과 다음 <표 4-3>과 같이 나타났다. 총 13개의 측정항목으로 환경지향행동에 대한 신뢰도 및 타당성 검증결과 총 2개의 요인이 추출되었으며, 각각의 신뢰도는 0.725, 0.656으로 모두 0.6이상으로 나타나 신뢰도에는 문제가 없는 것을 알 수 있다. 요인분석에 대한 적합성으로는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)값이 0.768로 나타나 기준값인 0.5이상이므로 요인분석이 적합함을 알 수 있다. 요인분석결과 총 13개의 문항 중 ‘나는 관광지에서 아름다운 자연을 감상하였다’, ‘내가 지출한 관광비 일부가 자연보호를 위해 쓰이는 것이 좋다’, ‘나는 관광지에서 환경규칙을 지켰다’, ‘나는 환경을 훼손시키지 않는 관광상품과 시설을 이용하였다’, ‘나는 보호되고 있는 동물 및 식물을 채집하거나 수렵하지 않았다’의 5개 항목은 높은 적재량을 보이지 않아 신뢰도 및 타당도가 부족하다고 판단되어 제거한 후 최종적으로 8개의 문항에 대해 2개 요인이 추출되었고 2개 요인의 총 분산 설명력은 52.286%로 나타났으며, 공통성 역시 모두 0.4이상으로 양호한 값을 나타내고 있다. 제1요인은 ‘환경학습행동’, 제2요인은 ‘환경보호행동’으로 각각 명명하였다.

<표 4-3> 환경지향행동에 대한 신뢰도 및 타당도 검증

요인 및 변수		성분		공통성	항목제거 시 알파계수	신뢰도 계수
		1	2			
환경 학습 행동	관광지에서 생태계관련 학습자료구매	.825	.010	.681	.603	.725
	관광중 환경교육프로그램 참여	.812	-.137	.678	.614	
	현지의 자연을 배우고 이해하고자 노력	.633	.157	.425	.718	
	관광지에서 야생동식물을 관찰	.631	.160	.423	.709	
환경 보호 행동	보호 동식물을 이용한 기념품 구매 안함	-.092	.736	.550	.622	.656
	관광지에서 동식물 훼손 안함	.030	.681	.465	.612	
	환경친화제품이용에 따른 불편감수	.297	.537	.536	.610	
	다소 비싸더라도 재활용제품 애용	.223	.596	.425	.604	
고유값		2.806	1.377			
분산설명력		35.076	17.210			
누적분산설명력		35.076	52.286	전체신뢰도계수= .711		
KMO=.768 Bartlett의 구형성검정 $x^2= 550.532$ 유의확률=.000						

3) 건강지향행동에 대한 신뢰도 및 타당성 검증

수집된 데이터를 이용하여 응답자의 건강지향행동 측정 변수에 대한 신뢰도 및 타당성 검증 결과 다음 <표 4-4>와 같이 나타났다. 총 15개의 측정항목으로 건강지향행동에 대한 신뢰도 및 타당성 검증결과 총 3개의 요인이 추출되었으며, 각각의 신뢰도는 0.756, 0.676, 0.647로 모두 0.6이상으로 나타나 신뢰도에는 문제가 없는 것을 알 수 있다. 요인분석에 대한 적합성으로는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 값이 0.833으로 나타나 기준값인 0.5이상이므로 요인분석이 적합함을 알 수 있다. 요인분석결과 총 15개의 문항 중 ‘나는 관광지에서 평소 먹는 음식보다 그 지방 향토음식을 선호하였다’, ‘나는 음식재료의 원산지여부(수입산/국내산)를 확인하였다’, ‘가능한 제주산 음식을 선택하였다.’, ‘나는 여행지에서 자연관련 운동시설과 장비를 이용 또는 구매하였다’의 4개 항목은 높은 적재량을 보이지 않아 신뢰도 및 타당도가 부족하다고 판단되어 제거한 후 최종적으로 11개의 문항에 대해 3개 요인이 추출되었고 3개 요인의 총 분산 설명력은 58.364%로 나타났으며, 공통성 역시 모두 0.4이상으로 양호한 값을 나타내고 있다. 제1요인은 ‘건강음식체험’, 제2요인은 ‘생태체험’ 제3요인은 ‘힐링체험’으로 각각 명명하였다.

<표 4-4> 건강지향행동에 대한 신뢰도 및 타당도 검증

요인 및 변수		성분			공통성	항목제거시 알파계수	신뢰도 계수
		1	2	3			
건강 음식 체험	건강을 고려하여 무공해식품섭취	.732	.309	-.087	.639	.703	.756
	관광지에서 건강을 고려해 음식을 가려먹음	.707	.130	.273	.591	.689	
	관광지에서 음식 섭취시 영양가 고려	.694	.162	.196	.545	.707	
	동행인에게 건강에 유익한 음식권유	.632	.427	-.037	.583	.713	
	관광지에서 보양 및 건강보조제품구입	.552	-.070	.529	.589	.753	
생태 체험	생태관광에 참여	-.002	.720	.082	.525	.766	.676
	공기가 좋고 물이 맑은 관광지를 선호	.348	.701	-.035	.614	.698	
	건강을 위해 힐링프로그램을 보유한 숙박시설 선택	.253	.579	.308	.495	.695	
	관광지에서 산림치유 프로그램 참여	.298	.570	.270	.487	.680	
힐링 체험	피로회복을 위한 시설이용	-.018	.113	.815	.677	.	.647
	마사지 및 스파시설 이용	.187	.225	.768	.676	.	
고유값		4.044	1.368	1.008			
분산설명력		36.768	12.432	9.163			
누적분산설명력		36.768	49.200	58.364	전체신뢰도계수= .820		
KMO=.833 Bartlett의 구형성검정 $\chi^2= 1063.649$ 유의확률=.000							

3. 가설 검증

1) 가설1의 검증

가설1. 일상생활에서의 로하스의식수준에 따라 관광목적지에서의 환경지향행동에 차이가 있을 것이다.

가설1을 검증하기 위하여 일상생활에서의 로하스의식 수준에 따른 집단 구분을 실시하였으며, 다음 <표 4-5>와 같다.

로하스의식수준을 구분하기 위하여 K-평균군집분석을 실시한 결과 평균값을

기준으로 2개의 요인으로 구분되었고 각각의 요인명을 ‘로하스의식수준이 높은 집단’과 ‘로하스의식수준이 낮은 집단’으로 명명하였다

K-평균 군집분석 결과에 대한 사후검증을 위하여 판별분석을 실시한 결과 Wilks' Lambda 값은 .349, 카이제곱은 371.867이며 $p < .001$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 또한 이에 대한 적중률은 100%로, 군집분석 결과 나타난 집단 구분을 이후 분석에 이용하였다.

<표 4-5> 로하스의식 군집분석 및 판별분석

		로하스의식	환경지속성의식	건강의식
군집 분석	군집1(n=270):로하스의식이 높은 집단		3.74	2.86
	군집2(n=86):로하스의식이 낮은 집단		3.97	2.87
	F값 (Prob.)		221.964 (.000 ^{***})	392.641 (.000 ^{***})
판별 분석	예측소속군집			
	실제군집	로하스의식이 높은 집단	군집1(%) 270(100)	군집2(%) 0(0.0)
		로하스의식이 낮은 집단	0(0.0)	86(100)
		전체(%)	270(100)	86(100)

Wilks' Lambda=.349, 카이제곱=371.867, Prob=.000^{***}, 적중률(Hit Ratio) = 100%
^{***} $p < .001$

<표 4-6> 로하스 의식수준에 따른 환경지향행동차이

		구분	N	평균	표준편차	t값	유의확률
종속변수	독립변수						
환경 지향 행동	환경 학습 행동	로하스의식이 높은 집단	270	3.4176	.65980	9.180	.000 ^{***}
		로하스의식이 낮은 집단	86	2.6860	.58935		
환경 보호 행동	환경 보호 행동	로하스의식이 높은 집단	270	4.0167	.47149	6.279	.000 ^{***}
		로하스의식이 낮은 집단	86	3.6337	.55399		

^{***} $p < .001$

가설1을 검증하기 위하여 t-test를 실시하였다. 그 결과 <표 4-6>과 같이 로하

스 의식수준에 따라 ‘환경학습행동’, ‘환경보호행동’에 차이가 있는 것으로 나타났다. 전반적으로 로하스의식이 높은 집단이 환경지향행동 요인에 높은 평균값을 나타내는 것을 확인할 수 있다.

2) 가설2의 검증

가설2. 일상생활에서의 로하스의의식수준에 따라 관광목적지에서의 건강지향행동에 차이가 있을 것이다.

가설2를 검증하기 위해 군집분석을 통해 나타난 결과를 토대로 다음 <표 4-7>과 같이 t-test를 실시하였다. 그 결과 로하스의의식수준에 따라 건강음식체험, 생태체험요인에 차이가 있는 것으로 나타났으나 힐링체험 요인에는 차이가 없는 것으로 나타났다. 로하스의의식이 높은 집단이 건강지향행동에 높은 평균값을 보이는 것으로 나타났다.

<표 4-7> 로하스 의식수준에 따른 건강지향행동차이

		구분		N	평균	표준편차	t값	유의확률
종속변수	독립변수							
건강 지향 행 동	건강 음식 체험	로하스의의식이 높은 집단		270	3.5630	.59299	10.411	.000***
		로하스의의식이 낮은 집단		86	2.8047	.57310		
	생태 체험	로하스의의식이 높은 집단		270	3.7194	.58302	8.225	.000***
		로하스의의식이 낮은 집단		86	3.0930	.70716		
	힐링 체험	로하스의의식이 높은 집단		270	3.2630	.84666	1.266	.206
		로하스의의식이 낮은 집단		86	3.1279	.90809		

주) ***p<.001

3) 추가분석

천혜의 자연환경을 가지고 있는 제주도는 우리나라 유일의 세계자연유산지역으로서 매해 500만 명 이상이 휴양 및 관광을 목적으로 제주를 찾고 있으며, 이들은 성산일출봉, 천지연폭포, 민속자연사박물관, 한림공원 등 제주의 다양한 유

형의 관광지를 방문하고 있다.¹⁵⁷⁾ 이러한 관광객들은 제주도에서 아름다운 자연을 보고 건강한 음식을 먹고 정신적인 안정을 되찾고자 하는 욕구를 지니고 있다. 따라서 본 연구에서는 기본 가설 외에 관광목적지인 제주도에서 관광객들이 방문한 관광지 유형과 이들이 선택한 음식 유형에 따라 관광목적지 내에서의 환경지향 행동과 건강지향행동에 차이가 있는 지 알아보기 위해 추가분석을 실시하였다.

추가분석 1. 관광지 선택유형에 따라 환경지향행동 및 건강지향행동에는 차이가 있을 것이다.

관광지 선택 유형에 따라 관광목적지 내에서의 환경지향 행동과 건강지향 행동에 차이가 있는지를 알아보기 위해 관광지선택유형을 독립변수로 하고 환경지향 행동 및 건강지향 행동을 종속변수로 하여 일원배치분산분석(ANOVA)을 실시한 결과 다음 <표 4-8>과 같이 나타났다.

검증결과 건강지향행동의 하위요인인 ‘건강음식체험’과 ‘힐링체험’ 2개의 요인에서 각각 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나 환경지향행동에는 차이가 없는 것으로 나타났다.

157) 제주관광협회(2010). 2010년 제주 관광동향에 관한 연차보고서. p.5

<표 4-8> 관광지 선택유형에 따른 환경지향행동 및 건강지향행동 차이분석

		구분		N	평균	표준편차	F값	유의확률
		종속변수	독립변수					
환경 지향 행동	환경 학습 행동	자연자원형	180	3.2403	.74480	2.327	.056	
		역사문화형	16	3.2813	.70637			
		전시시설형	54	3.4352	.62606			
		체험공연형	70	3.2214	.67236			
		옥외시설형	36	2.9722	.71907			
	환경 보호 행동	자연자원형	180	3.9264	.47102	.723	.577	
		역사문화형	16	3.9375	.58095			
		전시시설형	54	4.0093	.47325			
		체험공연형	70	3.9000	.54739			
		옥외시설형	36	3.8264	.70412			
건강 지향 행동	건강 음식 체험	자연자원형	180	3.3844(b)	.66398	5.213	.000***	
		역사문화형	16	3.7375(c)	.78899			
		전시시설형	54	3.5481(bc)	.57519			
		체험공연형	70	3.3543(b)	.64621			
		옥외시설형	36	2.9944(a)	.68533			
	생태 체험	자연자원형	180	3.5958	.65495	1.046	.383	
		역사문화형	16	3.7500	.59861			
		전시시설형	54	3.6111	.69307			
		체험공연형	70	3.4964	.70902			
		옥외시설형	36	3.4236	.66230			
	힐링 체험	자연자원형	180	3.2250(b)	.87529	3.521	.008**	
		역사문화형	16	3.6875(c)	.70415			
		전시시설형	54	3.3426(bc)	.72570			
		체험공연형	70	3.2643(b)	.83719			
옥외시설형		36	2.8194(a)	.97213				

주) *p<0.05 **p<0.01 ***p<0.001

주) 사후검정은 Duncan's 다중검정결과로 그룹간의 차이를 나타냄(a<b<c).

추가분석 2. 음식선택유형에 따라 관광목적지 내에서의 환경지향 행동 및 건강지향행동에는 차이가 있을 것이다.

음식선택 유형에 따라 관광목적지 내에서의 환경지향 행동 및 건강지향 행동에 차이가 있는지를 알아보기 위해 음식선택유형을 독립변수로 하고 환경지향 행동 및 건강지향 행동을 종속변수로 하여 일원배치분산분석(ANOVA)을 실시한 결과 다음 <표 4-9>와 같이 나타났다.

가설 검증결과 환경지향행동의 하위요인인 '환경학습'요인과 건강지향행동의 하위요인인 '건강음식체험', '생태체험'요인에서 각각 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 4-9> 음식선택유형에 따른 환경지향 행동 및 건강지향 행동 차이분석

종속변수		구분		N	평균	표준편차	F값	유의확률
		독립변수						
환경 지향 행동	환경 학습 행동	향토음식		174	3.3276(b)	.68511	2.656	.023*
		보양식		13	3.0192(ab)	.80014		
		한정식		71	3.0634(ab)	.70675		
		양식		30	3.1667(ab)	.84418		
		일식		61	3.3402(b)	.70863		
		기타		7	2.7500(b)	.20412		
	환경 보호 행동	향토음식		174	3.9713	.46546	1.935	.088
		보양식		13	3.7500	.27003		
		한정식		71	3.9155	.56370		
		양식		30	3.7750	.74669		
		일식		61	3.9549	.51135		
		기타		7	3.5357	.26726		
건강 지향 행동	건강 음식 체험	향토음식		174	3.5115(b)	.60612	4.510	.001**
		보양식		13	3.2615(ab)	.46465		
		한정식		71	3.1296(ab)	.60484		
		양식		30	3.3267(b)	.94611		
		일식		61	3.4066(b)	.71923		
		기타		7	2.8571(a)	.51270		
	생태 체험	향토음식		174	3.7270(c)	.55302	6.985	.000***
		보양식		13	3.5962(bc)	.59107		
		한정식		71	3.2500(ab)	.81832		
		양식		30	3.5750(bc)	.70756		
		일식		61	3.5492(bc)	.65800		
		기타		7	2.9286(a)	.31339		
	힐링 체험	향토음식		174	3.3333	.84889	2.151	.059
		보양식		13	3.5385	.72058		
		한정식		71	3.0000	.82808		
		양식		30	3.1167	.70324		
		일식		61	3.2295	.99822		
		기타		7	2.9286	.73193		

주) *p<0.05 **p<0.01 ***p<0.001

주) 사후검정은 Duncan's 다중검정결과로 그룹간의 차이를 나타냄(a<b<c).

4. 분석결과 요약 및 시사점

1) 분석결과 요약

오늘날 관광객들은 기존의 대중 관광객들에 비해 많은 경험, 지식, 정보 등을 갖추고 있어서 이들과의 차별화를 추구하고, 또한 환경과 문화적인 측면에서 매우 민감하게 반응하고 있다. 이러한 변화에 따라 생태관광, 문화관광 등 대안관광(alternative tourism)에 대한 관심을 불러일으키게 되었다. 따라서 제주방문관광객들은 단순히 경관감상 위주의 유람여행이 아니라 개성을 반영한 독특한 관광 형태를 보이고 있다. 즉 물질적인 삶보다는 정신적인 삶을 위해 지속가능한 라이프스타일을 추구하고 웰빙을 넘어선 로하스의식이 관광목적지 선택에 있어서도 자연스럽게 반영되고 있다. 이러한 추세에 따라 본 연구는 제주 방문관광객의 로하스 의식수준에 따라 환경지향행동과 건강지향행동에 차이가 있는지 알아보고자 하였다.

가설검증을 위해 우선 로하스 의식, 환경지향행동, 건강지향행동에 대한 신뢰도 및 타당도 분석을 실시하였다. 그 결과 로하스 의식은 ‘환경지속성의식’, ‘건강성의식’의 2개의 요인이 추출되었고, 환경지향행동은 ‘환경학습행동’, ‘환경보호행동’의 2개 요인으로 추출되었다. 건강지향행동은 ‘건강음식체험’, ‘생태체험’, ‘힐링체험’의 3개 요인으로 나타났다.

<가설 1> ‘일상생활에서의 로하스의의식수준에 따라 관광목적지에서의 환경지향행동에 차이가 있을 것이다.’의 검증 결과 로하스 의식수준에 따라 ‘환경학습행동’과 ‘환경보호행동’에 차이가 있는 것으로 나타났다. 전반적으로 로하스의의식이 높은 집단이 환경지향행동요인에 높은 평균값을 나타내는 것을 확인할 수 있었다.

<가설 2> ‘일상생활에서의 로하스의의식수준에 따라 관광목적지에서의 건강지향행동에 차이가 있을 것이다.’의 검증 결과 로하스의의식수준에 따라 ‘건강음식체험’과 ‘생태체험’요인에 차이가 있는 것으로 나타났으나 ‘힐링체험’요인에는 차이가 없는 것으로 나타났다. 로하스의의식이 높은 집단이 건강지향행동요인에 높은 평균값을 보이는 것으로 나타났다.

기본가설 외에 관광지선택유형과 음식선택유형에 따라 환경지향 행동과 건강 지향행동에는 차이가 있는지 알아보고자 추가 분석을 실시하였다.

관광지 선택유형에 따라 환경 및 건강 지향행동에 대해 차이가 있는지를 알아보기 위해 ANOVA분석을 실시한 결과 관광지선택유형에 따라 건강지향행동의 하위요인인 ‘건강음식체험’요인은 $p < 0.001$ 수준에서, ‘힐링체험’은 $p < 0.01$ 수준에서 각각 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나 환경지향행동에는 차이가 없는 것으로 나타났다. 또한 음식선택유형에 따라 환경 및 건강지향행동에 대해 차이가 있는지를 알아보기 위해 ANOVA분석을 실시한 결과 환경지향행동의 하위요인인 ‘환경학습’요인은 $p < 0.05$ 수준에서, 건강지향행동의 하위요인인 ‘건강음식체험’요인은 $p < 0.01$ 수준에서, ‘생태체험’요인은 $p < 0.001$ 수준에서 각각 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

본 연구의 가설 검증 결과를 요약하면 다음 <표 4-10>과 같다.

<표 4-10> 가설 검증 결과 요약

가설	내용	채택여부
가설1	로하스의식수준에 따라 환경지향행동에 차이가 있을 것이다.	채택
가설2	로하스의식수준에 따라 건강지향행동에 차이가 있을 것이다.	부분채택

2) 시사점

로하스는 건강, 친환경, 지속가능성 등의 구성요소로 나타나며 이러한 요인은 향후 착한소비, 생태관광 등 관광객의 관광만족도를 향상시킬 수 있는 새로운 관광 트렌드를 형성할 가능성이 높다. 선행연구를 살펴본 결과 로하스와 관련된 연구는 대부분 로하스 이미지와 로하스 태도, 가치, 의식 및 만족도에 관한 연구가 대부분이다. 그러나 본 논문은 일상생활에서의 로하스 의식이 관광목적지에서도 실질적으로 환경과 건강을 고려한 행동을 하고 있는지에 대해 알아보았다.

본 연구의 주요 시사점으로는 첫째, 관광객이 인식하고 있는 로하스 의식수준에 따라 관광목적지에서 환경지향 행동에 차이가 있음을 확인할 수 있었다. 이러

한 결과는 로하스 의식수준이 높은 관광객들은 단순히 일상탈출을 목적으로 자연경관만을 보고 오는 수동적인 관광활동을 하는 것이 아니라 관광지에서 보다 가치 있는 능동적인 활동에 참여하고 있음을 확인하였다. 즉 이들은 관광지에서 제공하는 각종 환경 교육프로그램에 적극적으로 참여하고 있음을 확인 할 수 있었고 관광지에서 역시 환경친화적 제품을 이용하면서, 환경을 보호하려는 태도를 나타냈다. 따라서 본 연구 결과를 바탕으로 로하스의식이 강한 관광객들의 관광만족도를 더욱 높이기 위하여 관광사업자들은 관광지 운영에 있어 이들의 욕구를 적극 반영하여 환경 관련 다양한 교육프로그램이나 체험프로그램을 제공할 수 있어야 할 것이다.

또한 환경친화적의식이 높은 관광객들이 공통적으로 갖는 행동성향은 대중관광시대 이후 환경 통제의 필요성을 느끼고 있으며, 이에 따라 과거 관광행동에서 경험한 관광지 혼잡현상에 많은 불만을 가지게 되었다. 따라서 지금 제주도는 한라산을 비롯한 세계자연유산지역을 중심으로 많은 관광객이 방문하고 있는데, 혼잡에 따른 불만을 해소하고 만족도를 향상시키기 위한 방안 중 하나로써, 자연관광지의 경우 현재 거문오름에서 실시하고 있는 탐방입장객 인원수 제한등과 같은 정책을 통해 관광욕구 충족과 더불어 자연유산에 대한 보호를 동시에 이루어야겠다.

둘째, 관광객이 인식하고 있는 로하스 의식수준에 따라 관광목적지에서 건강지향 행동에 차이가 있음을 확인할 수 있었다. 로하스의식이 높은 관광객들은 현지에서 음식을 선택함에 있어서 건강을 고려하여 자연 및 무공해 식품을 섭취하는 것으로 연구결과 나타났다. 따라서 제주도가 건강한 관광이미지로 거듭나기 위해서는 외식업계에서도 이러한 관광객의 욕구를 반영하여 친환경재료나 유기농재료 또는 현지에서 생산되는 건강한 식재료를 이용한 다양한 요리법 개발이 시급한 것으로 나타났다. 이는 관광객의 욕구를 만족 시켜 줄 수 있을 뿐만 아니라 관광 외식업체의 경우 지역의 농수산물을 우선적으로 구매하여 관광객에게 제공함으로써 지역주민에게 실질적인 관광수입을 올릴 수 있는 여건을 마련함으로써 제주지역 경제에도 도움이 되는 관광사업의 축으로 발전할 수 있을 것이다.

이상의 논의를 요약하면 향후 제주관광은 환경을 보호하고 건강을 추구하려는 관광객들의 기대를 충족시키기 위하여 하드웨어 측면의 관광시스템 설비확충 뿐

만 아니라 소프트웨어적인 측면에서 다양한 관광 프로그램개발이 필요할 것으로 보인다. 따라서 본 연구는 제주 관광지를 효과적으로 운영할 수 있는 관광개발의 청사진 마련 시 새로운 관광객인 로하스관광객의 욕구를 파악하고 이들을 수용할 수 있는 관광목적지로서, 제주관광 포지셔닝 전략 수립에 기초자료로 활용할 수 있을 것이다. 제주 방문객의 관광지에 대한 신뢰도는 앞으로 제주도 관광마케팅에 있어서 중요하게 고려해야 할 사항이다. 따라서 관광객과의 지속적인 신뢰관계 구축을 위해서 이들의 욕구를 충족시킬 수 있는 로하스 관광활동 프로그램 제공을 통해 방문객들은 제주도를 차별화된 관광목적지로서 더욱 높은 가치를 형성하고 이를 통해 재방문을 높일 수 있는 지속적인 관계형성을 위해 노력해야 할 것이다.

V. 결론

1. 연구의 요약

개인의 소득수준 향상 및 여가시간 확대에 의해 과거에 비해 적정한 생활수준이 확보되면서 보다 건강하고 여유로운 삶에 대한 욕구가 생겨나기 시작했다. 최근 우리나라에서도 주 5일 근무제가 정착됨에 따라 여가시간이 증가하게 되었고, 이는 바로 개인의 삶의 가치에 변화를 가져와 개인의 다양한 욕구를 충족시키기 위한 새로운 라이프스타일이 나타나기 시작했다. 이로 인해 신체적, 정신적 건강의 조화를 추구하고 여유로운 삶의 가치를 중시하는 웰빙(well being) 문화가 형성되었다. 웰빙은 건강과 가족, 나 자신을 중시하는 현대인의 기본적인 욕구로서 기존의 소비 트렌드에 비해 폭넓게 대중화 되었다. 그러나 이러한 웰빙이 사회전체가 아닌 개인의 건강과 삶의 질만을 추구한다는 문제점이 나타나기 시작하면서 이를 해결하기 위해 새로운 문화로써 로하스(LOHAS: Lifestyles of Health and Sustainability)라는 라이프스타일이 부상하고 있다.¹⁵⁸⁾

천혜의 자연환경을 가지고 있는 제주는 우리나라 유일의 세계자연유산지역으로서 국내외 많은 관광객들이 휴양을 목적으로 제일 많이 방문하고 있으며 이러한 관광객들은 아름다운 자연을 보고 건강한 음식을 먹고 정신적인 안정을 되찾고자 하는 욕구를 지니고 있다.

따라서 본 연구는 제주를 방문하는 관광객의 로하스 의식수준에 따라 환경지향행동과 건강지향행동에 차이가 나타나는지를 확인하고 검증 후에 확인된 결과를 통해 제주 관광정책 및 관광사업자들에게 실무적 시사점을 제공하는 것을 목적으로 하고 있다.

본 연구의 실증분석을 위한 설문조사는 2012년 10월 27일부터 11월 3일까지 총 8일간 제주특별자치도내에 있는 한라산입구인 어리목과 성판악 그리고 영실에서 등반을 마치고 내려오는 등산객 중 제주도민을 제외한 관광객을 대상으로

158) 김민주(2006). 전계서. pp.1-304

실시하였다. 356부의 유효 표본을 SPSS for Window 19.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 빈도분석, 신뢰도 및 타당도 분석을 통한 요인분석을 실시하였으며, 가설 검증을 위하여 군집분석과 판별분석, t-test, 일원배치분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

실증 분석결과 로하스 의식은 ‘환경지속성의식’ 과 ‘건강성의식’의 2개 요인으로 나타났다. 이는 서동구·주현식(2008)의 연구와 신동식(2011)의 기존연구에서 로하스가 친환경성, 지속가능한 환경, 지속가능재료의 이용 및 과 로하스시스템(건강고려, 지속가능한 시설, 환경시스템)으로 나타난 연구내용과 비슷한 결과를 보이는 것으로 나타났다.¹⁵⁹⁾

환경지향행동은 ‘환경학습행동’, ‘환경보호행동’의 2개 요인으로 나타났다. 이러한 결과는 조진희(2006)와 송화성(2005)의 연구결과와 비슷한 결과를 보이는 것으로 나타났다. 건강지향행동은 ‘건강음식체험’, ‘생태체험’, ‘힐링체험’의 3개 요인으로 나타났다. 이러한 결과는 김은하(2010)와 배현수(2008)의 연구내용과 비슷한 결과를 보이는 것으로 나타났다.¹⁶⁰⁾ 추출된 요인을 토대로 한 가설검증 결과는 다음과 같다.

첫째, 가설 1 ‘일상생활에서의 로하스의식수준에 따라 관광목적지에서의 환경지향행동에 차이가 있을 것이다.’의 검증 결과 로하스 의식수준에 따라 ‘환경학습행동’과 ‘환경보호행동’에 차이가 있는 것으로 나타났다. 전반적으로 로하스의식이 높은 집단이 환경지향행동 요인에 높은 평균값을 나타내는 것을 확인할 수 있었다. 이러한 결과는 김정훈(2009)의 연구에서와 마찬가지로 로하스의식이 높은 집단이 환경에 더 적극적인 태도를 나타낸다는 결과와 같은 것으로 나타났다. 또한 박임구(2008)¹⁶¹⁾의 연구에서와 마찬가지로 로하스 집단의 경우 환경보호와 건강식생활 모두에 관심이 높은 것으로 나타난 연구 결과를 지지하는 것으로 나타났다. 장윤정(2012)¹⁶²⁾의 연구결과 역시 로하스 태도에 따라 로하스군집과 노메딕군집의 경우 환경친화성에 높은 관심을 나타내며, 이러한 태도를 가진 사

159) 서동구·주현식(2008). 전계논문; 신동식(2011). 전계논문.

160) 김은하(2010). 『라이프스타일 유형에 따른 레스토랑 정보탐색에 관한 연구』, 경희대학교 석사학위논문; 배현수(2008). 『외식소비자의 라이프스타일 유형이 구매의사결정 과정에 미치는 영향』, 경기대학교 석사학위논문

161) 박임구(2008). 전계논문. p.64

162) 장윤정(2012). 전계논문.

람들이 환경보존에 더 적극적인 태도를 가지고 있다는 연구결과와도 일치하는 것으로 나타났다.

둘째, 가설 2 ‘일상생활에서의 로하스의식수준에 따라 관광목적지에서의 건강지향행동에 차이가 있을 것이다.’의 검증 결과 로하스의식수준에 따라 ‘건강음식체험’과 ‘생태체험’요인에 차이가 있는 것으로 나타났으나 ‘힐링체험’요인에는 차이가 없는 것으로 나타났다. 로하스의식이 높은 집단이 건강지향행동에 높은 평균 값을 보이는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 서동구·주현식(2008)¹⁶³의 연구에서와 마찬가지로 로하스이미지의 친환경요인은 로하스시스템요인 즉 건강을 고려한 메뉴구성에 더 많은 관심을 가지고 건강을 고려한 식단에 추가비용을 지불할 의사가 있음을 확인한 결과를 뒷받침하는 것으로 나타났다.

마지막으로 관광지 선택 유형과 음식선택 유형에 따라 환경지향 행동과 건강지향행동에는 차이가 있는지 알아보고자 추가 분석을 실시한 결과 ‘건강음식체험’요인은 $p < 0.001$ 수준에서, ‘힐링체험’요인은 $p < 0.01$ 수준에서 각각 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한 음식선택에 따른 환경 및 건강지향행동에 대한 차이분석 결과 ‘환경학습행동’요인은 $p < 0.05$ 수준에서, ‘건강음식체험’요인은 $p < 0.01$ 수준에서, ‘생태체험’요인은 $p < 0.001$ 수준에서 각각 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

실증분석을 통해 나타난 결론을 중심으로 본 연구의 주요 시사점으로는 제주를 방문하는 관광객의 로하스 의식수준에 따라 환경 지향행동과 건강지향행동에 차이가 있음을 확인하였다. 따라서 관광객들의 관광만족도를 높이기 위하여 관광사업자들은 관광지 운영에 있어서 관광객에게 환경 관련 다양한 교육프로그램이나 체험프로그램을 제공할 수 있어야 할 것이며 또한 제주도가 건강한 관광이미지로 거듭나기 위해서는 외식업계에서도 이들의 욕구를 반영하여 친환경재료나 유기농재료 또는 현지에서 생산되는 건강한 식재료를 이용한 다양한 요리법 개발이 시급한 것으로 보인다. 이러한 노력으로 제주도를 차별화된 관광목적지로서 인식시키고 이를 통해 재방문을 높일 수 있는 지속적인 관계형성을 위해 노력해야 할 것이다.

163) 서동구·주현식(2008). 전개논문.

2. 연구의 한계

본 연구에서는 다음과 같은 측면에서 한계점을 지니고 있으며, 이러한 문제점에 따른 향후 연구과제를 제시하고자 한다.

첫째, 표본 추출 방법과 자료 수집에 있어 공간적 범위를 제주 특별자치도 한라산 등반 관광객에게만 한정하였고, 또한 특정시점에 방문한 관광객을 대상으로 횡단적 연구를 실시하였다. 따라서 본 연구결과를 일반화하여 대표성을 가지는데 한계가 있다. 따라서 향후 연구에서는 이를 보완하여 다양한 집단으로부터의 표본 추출을 통한 신뢰성 있는 검증이 필요하겠다.

둘째, 본 연구에서 사용된 척도의 타당성 검증을 위한 요인분석에서 로하스 의식에 관한 요인이 기존 선행연구와는 다르게 분류되었다. 즉, 로하스의식은 주로 건강성, 환경친화성, 지속가능성의 3가지 요인으로 나타나는 것이 일반적이거나 본 연구에서는 건강성과 환경지속성의 2가지 요인으로 분류되었다. 이는 사회심리학적 측면에서 인간의 의식을 실제로 측정하기가 쉽지 않음을 나타내고 있으며, 향후 과제로 여러 검증을 통해 로하스의식에 대해 측정항목을 개발해야할 필요가 있음을 시사하고 있다.

참고문헌

1. 국내문헌

1) 서적

- 김경호·고승익(2005). 『관광학원론』, 서울: 형설출판사.
- 김계수(2004). 『AMOS 구조방정식 모형분석』, 서울: 한나래.
- 김민주(2006). 『로하스 경제학』, 서울: 미래의 창.
- 김상일(2004). 『대한민국 소비 트렌드』, 서울: 원앤원북스.
- 김정옥(1997). 『관광자원관리론』, 서울: 대왕사.
- 김훈철(2004). 『웰빙마케팅』, 서울: 김온북스.
- 박석희(2000). 『신관광자원론』, 서울: 일신사.
- 송지준 (2008). 『논문작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계분석방법』, 경기: 21세기
기사.
- 안영면(2000). 『현대관광소비자행동론』, 부산: 동아대학교 출판부.
- 안종윤·김형태(1999). 『신관광활용』, 서울: 백산.
- 오상훈(1994). 『관광객』, 서울: 일신사.
- 채서일(2005). 『사회과학방법론』, 서울: B&M Books.
- 이장춘(1997). 『최신관광자원학』, 서울: 대왕사.
- 이학식·안광호·하영원(1997). 『소비자행동; 마케팅 전략적 접근』, 서울: 법문
사.
- 정석중·이미혜(2002). 『관광개발론』, 서울: 대왕사.
- 정헌배(1997). 『그린시대의 환경마케팅』, 서울: 규장각

2) 논문

- 강규선(2006). 『관광객의 사회·심리적 웰빙 수준이 여행소비행동에 미치는 영향』, 경원대학교대학원 박사학위논문.
- 권용주·송홍규·김지은(2007). 외식소비자의 LOHAS성향이 건강외식지향과 건강메뉴 주문행동에 미치는 영향. 『한국관광학회』, 31(5), p.249.
- _____·_____·변광인(2006). 일반소비자의 로하스지수와 라이프스타일이 웰빙메뉴선택에 미치는 연구. 호텔관광연구.8(3). pp.36-43.
- 고정원(2007). 『로하스(LOHAS)의식과 로하스 상품 소비실태에 관한연구』. 성균관대학교 석사학위논문, p.6.
- _____·이성림·김민정(2010). 소비자의 로하스 소비의식과 로하스 상품 소비. 『한국소비자학회』, 21(4), pp.89-109.
- 공혜원(2010). 『가치관, 소비가치 및 환경의식적 행동이 친환경 제품에 대한 태도와 구매행동에 미치는 영향』, 중앙대학교 석사학위논문.
- 곽종형(2008). 『실버세대의 라이프스타일이 건강기능식품 구매만족도 및 재구매 의도에 미치는 영향』, 호서대학교 박사학위논문.
- 기숙미(1996). 『청소년의 욕구와 정신건강이 학업성취에 미치는 영향』, 성신여대석사학위논문.
- 김경미(2006). 『연소노인층의 라이프스타일에 따른 관광행동 특성에 관한 연구』, 경희대학교 석사학위논문.
- 김대근(2009). 『DMZ 생태관광에 미치는 영향요인 분석 연구』, 한양대학교 석사학위논문.
- 김미강(2001). 『대학생의식행동이 식이 섭취실태 및 건강상태에 미치는 영향에 관한 연구』, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김민정(2012). 『라이프스타일에 따른 미혼 직장남성 소비자의 외모가치와 외모관리 소비행동』, 이화여자대학교 석사학위논문.
- 김병숙(2006). 『웰빙지향행동의 영향요인과 웰빙소비자 유형』, 계명대학교 박사학위논문.

- 김민정·김병숙(2005). 웰빙에 대한 척도개발과 웰빙 지향 소비행동관련 변인에 관한 연구. 『소비문화연구』, 8(2). pp.149-164.
- 김영란(2011). 『환경가치관과 로하스 인식이 농촌관광을 통한 농산물 품질확인 의사에 미치는 영향』, 세종대학교 석사학위논문.
- 김영자·김동진·변광인(2009). 패밀리 레스토랑 이미지와 LOHAS이미지가 고객만족에 미치는 영향. 『한국호텔관광학회』, 11(1), pp.94-95.
- 김영희(1995). 『환경보존을 위한 소비자행동에 관한 연구』, 성신여자대학교 석사학위논문
- 김유경·명훈·김용범(2012). 한국의 치과의료서비스에 대한 중국인의 지각이 구매의도에 미치는 영향: 상해거주자를 중심으로 건강신념모델(HBM)적용, 『호텔경영학연구』, 21(4), pp.215-231.
- 김유희(2012). 『로하스 이미지와 메뉴선택 속성이 고객만족 및 고객충성도에 미치는 영향 : 한식 레스토랑을 중심으로』, 단국대학교 석사학위논문.
- 김은하(2010). 『라이프스타일 유형에 따른 레스토랑 정보탐색에 관한 연구』, 경희대학교 석사학위논문.
- 김정숙(2012). 『실버세대의 건강지향인식이 외식동기 및 외식메뉴선택에 미치는 영향 연구』, 경기대학교 석사학위논문.
- 김준홍·윤영민(2010). 부정적 행위단서로 커뮤니케이션 경험이 일반인의 약물 사용태도에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 54(5), pp.5-32.
- 김태봉(2009). 『LOHAS 소비자의 태도에 미치는 요인에 관한 연구: well-bing meet전문점 이용고객을 중심으로』, 연세대학교 석사학위 논문.
- 김효주(2008). 『관광객의 관광지 장소성 인식도가 관광행동에 미치는 영향: 인사동 전통문화의 거리를 중심으로』, 한양대학교 석사학위논문.
- 김혜란(2010). 『문화자본이 문화유산의 관광경험과 관광지 애착도에 미치는 영향』, 세종대학교 석사학위논문.
- 김현정(2009). 『노년층소비자 인지연령에 따른 관광지 선호속성과 관광행동』, 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 김태희(2002). 패밀리레스토랑 고객의 영양과 건강메뉴에 대한 태도, 『한국식

- 생활문화학회지』, 17(5), pp.629-637.
- _____ · 장혜자(2003). 패밀리레스토랑 고객의 메뉴영양정보에 관한 인식연구, 『한국식생활문화학회지』, 18(3), pp. 270-278.
- 남궁석 · 김규동(2001). 서울 지역거주자의 건강식품 구매행동에 관한 연구, 『동아시아식생활학회지』, 11(16), pp. 455-465.
- 남수현(2005). 『실버세대의 라이프스타일이 외식소비에 미치는 영향에 관한 연구』, 중앙대학교 석사논문.
- 류태창 · 이주영 · 조혜정(2005). 관광성장 기반요소 평가분석을 통한 지역관광 자원 선정에 관한 연구. 『한국지역개발학회지』, 17(3) pp.157-174.
- 민현선 · 이기춘(1999). 환경친화적 소비태도와 소비행동간의 관계. 『대한가정학회지』, 37(1). pp.29-44.
- 박수민(2006). 『2000년대 그린디자인에 나타난 패션디자인 특성 분석』, 경희대학교 석사학위논문.
- _____ · 유영선(2008). 2000년대 그린디자인에 나타난 로하스의 패션특성 분석, 『한국의류학회지』, 32(2), pp.307-318
- 박운아 · 이기춘(1995). 환경의식적 소비자 행동에 관한 연구. 『대한가정학회지』, 33(4), pp.199-212.
- 박은경(2008). 로하스트렌드를 반영한 브랜드의 마케팅전략, 『한국패션디자인학회지』, 8(3), pp.23-39.
- 박은숙 · 이재섭(2011). 방한일본인 관광객의 의료관광 서비스품질이 만족과 행동 의도에 미치는 영향, 『관광연구』, 26(4), pp.487-502.
- 박임구(2008). 성인여성의 로하스 라이프스타일에 따른 자연주의 화장품 구매 행동과 태도. 『한국패션비즈니스학회지』, 12(1), pp.63-75.
- 박정숙 · 박경인(2002). 산업장 건강증진 프로그램이 중년기 근 콜레스테롤수치 및 삶의 질에 미치는 영향. 『성인간호학회지』, 14(2). p.116.
- 박효진(2008). 『소비자특성이 그린마케팅 인지도와 그린상품 구매경험에 미치는 영향: 가치관, 정보원 활용, 쇼핑성향을 중심으로』, 동덕여자대학교 석사학위논문.

- 반자연(2002). 『건강한 주거환경의 제반 특성에 관한 소비자 인지 및 요구도 분석』, 연세대학교 석사학위논문.
- 배장규(2010). 『로하스 소비자의 라이프 스타일변화에 따른 로하스 상품 소비 실태 연구』, 세종대학교 석사학위논문.
- 배현수(2008). 『외식소비자의 라이프스타일 유형이 구매의사결정 과정에 미치는 영향』. 경기대학교 석사학위논문.
- 배현오(2005). 『환경친화적 관광정책개발에 관한 연구』, 호남대학교 석사학위논문.
- 백은영·정운영(2006). 건강지향적 소비행동 실태 및 영향요인에 관한 연구. 『소비문화연구』. 9(2). pp.25-26.
- 서남미(2004). 『웰빙 트렌드가 건강 지향적 소비행동에 미치는 영향에 관한 연구 : 라이프스타일 유형을 중심으로』, 동국대학교 석사학위논문.
- 서동구(2008). 인구통계적 특성에 따른 호텔레스토랑 로하스 소비자에 대한 차이분석. 『한국외식산업학회지』, 4(1). p.1.
- _____·주현식 (2008). 호텔레스토랑의 로하스 이미지와 관여도, 고객만족, 고객 충성도와의 영향관계. 『관광연구』, 23(1), p.401.
- 손대현·김정은(2001). Health Tourism 이용자의 추구 편익 분석, 『관광레저학회』, 12(2), pp.69-82.
- 서정교(2011). 외국인 환자 유치활성화 투자정책의 경제적 파급효과분석: 의료 관광을 중심으로, 『산업경제연구』, 24(1), pp.237-253.
- 손영곤·이병관(2010). 유아의 구강건강 실천행동 의도의 사회인지적 예측변인에 대한 탐구-건강신념모델과 계획된 행동이론의 비교를 중심으로-, 『한국광고홍보학보』, 12(1), pp. 84-120.
- 송홍규(2007). 『외식소비자의 건강메뉴성향이 건강지향소비에 미치는 연구: LOHAS와 건강외식중요도 및 건강식생활을 중심으로』, 경희대학교 박사학위논문.
- 신동식(2011). 패밀리 레스토랑의 로하스 이미지가 고객가치, 고객만족 및 관계 지속의도에 미치는 영향, 『서비스경영학회지』, 12(1), pp. 189-216.

- 신호철(1998). 건강관련 '삶의 질'의 정의. 『가정의학회지』, 19(11)
- 신현호(1999). 관광라이프스타일과 관광지 선택행동에 관한 연구. 『마케팅과학 연구』, 4, pp.1-24
- 안주아·신명희(2005) 우리나라 대학생 집단의 라이프스타일 유형 및 라이프스타일과 구매행동의 관계. 『한국광고홍보학보』, 7(1), pp177-209.
- 양필수(2009). 『觀光目的地的 엔터테인먼트 經驗과 固有性 知覺 滿足度 關係 研究』, 제주대학교 박사학위논문.
- 여호근·강승구(2002). 지속 가능한 관광에 대한 환경인식에 따른 관광태도 차이. 『관광·레저연구』, 14(1). pp. 87-95.
- 오길창(2010). 『여가활동 중요도 인식이 Wellbeing 태도, Wellbeing 지향행동과 Wellness 지향행동에 미치는 구조관계 연구』, 경희대학교 박사학위논문.
- Oleg, Tyan(1999). 『生態觀光客의 行爲特性에 關한 研究』, 경기대학교 석사학위논문.
- 유소이(2006). 주관적으로 인지하는 사회계층별 건강상태 및 건강관리 행동 분석, 『소비문화연구』, 9(2), pp. 167-171.
- 유용재·최화열·이문규(2010). 의료관광객의 위험지각이 여행에 미치는 영향-사전지식과 지각된 통제력의 조절효과를 중심으로-, 『한국사진지리학회』, 20(1), pp. 111-119.
- 이소연(2009). 『음식관광 관여도와 음식에 대한 관심이 관광지 추구성향에 미치는 영향 분석』, 연세대학교 석사학위논문.
- 이수연(2011). 『대형마트 이용고객의 소비자 가치가 로하스 의식과 상품구매에 미치는 영향에 관한연구』, 한성대학교 석사학위논문.
- 이수인·박혜정·정혜영(2004). TV홈쇼핑 이용자의 패션라이프스타일이 패션제품구매에 미치는 영향. 『한국의류학회지』, 28(1), pp.54-65.
- 이운섭(2005). 『관광자 가치, 라이프스타일, 동기가 관광지선택과 행위의도에 미치는 영향』, 경기대학교 박사학위논문.
- 이애자(2010). 『한식의 로하스이미지, 지각된 품질, 태도, 만족도 및 행동의도 간 관계』, 순천향대학교, 박사학위 논문.

- _____ · 김홍빈 · 차석빈(2011). 한식의 로하스이미지가 지각된 품질, 만족도와 행동의도에 미치는 영향: 방한 중국관광객을 대상으로. 『한국관광학회』, 35(3), pp.135-136. 재인용
- 이일한 · 한주희 · 황금주(2011). 대학생들의 자기해석과 로하스 간의 관계에 관한 연구. 『환경교육』, 24(11), pp.49-50.
- 이종성 · 오주성 · 손홍대 · 양원진 · 정원복 · 정순재 · 김도훈(2002). 우리나라 친환경농산물에 대한 소비자 의향분석, 『생명과학회지』, 12(4), pp. 433-441.
- 이주현(2006). 『건강지향형 유비쿼터스 주택의 센서 구성에 관한 연구』, 연세대학교 석사학위논문.
- 이준석(2009). 『관광 목적지 충성도 연구』, 경기대학교 석사학위논문.
- 이화선(2005). 『웰빙트렌드의 소비자 라이프스타일 변화에 따른 유기농 식품 패키지의 발전에 관한 연구』, 이화여자대학교 석사학위논문.
- 이희수(2009). 『와인 소비자의 개인가치가 와인선택속성과 선택행동에 미치는 영향』, 계명대학교 대학원 박사학위논문.
- 장윤정(2012). 『생태관광객의 로하스(LOHAS)의식, 태도, 동기에 관한 연구』, 한양대학교 석사학위논문.
- 장애옥(2008). 『라이프스타일에 따른 관광목적지 매력성 평가에 관한 연구』, 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 전문자(2006). 『環境保全의식과 행동이 지속가능한 農村觀光에 미치는 영향에 관한 연구』, 성신여자대학교, 박사학위논문.
- 정상진 외 5인(2006). 식사가 불량한 영유아의 기질과 식행동, 부모의 식행동과 식사지도 방법의 특성, 『대한지역사회영양학회지』, 11(4). p.453.
- 정유경 · 김창열 · 한정숙(2009). 소비자의 환경의식과 패스트푸드 기업의 환경 마케팅에 대한 인식이 구매의도에 미치는 영향, 『한국생활과학회지』, 18(1), pp.237-245.
- 조구현(2003). 헬스관광의 마케팅에 관한 탐색적 연구. 『호텔관광연구』, 5(2). pp.217-222.
- 조미숙(2005). 외식과 관련된 건강 및 영양문제 연구. 『한국식생활문화학회

- 지』, 20(6), pp.767-776,
- 조성일(2010) 『공공 체육시설관리 조직문화 및 조직환경이 서비스지향성과 고객지향성에 미치는 영향』, 건국대학교 박사학위논문.
- 조우제(2009). 웰빙트렌드 로하스(LOHAS)에 관한 외식소비자의 인식 차이가 메뉴 선택 행동에 미치는 영향. 『한국조리학회지』, 15(3), pp.307-323.
- 조정화(2007). 청소년들의 웰빙 인식과 건강 지향적인 학교급식 운영 방안에 대한 요구 조사. 경희대학교 석사학위논문.
- 조진희·김수봉·김용범(2004). 관광객의 환경의식이 생태관광태도에 미치는 영향. 『한국환경과학회』, 13(1), pp.1-9.
- 주경근(2010). 『의료관광 활성화방안에 관한 연구』, 한양대학교 석사학위논문.
- 주현식(2008). 『호텔레스토랑의 LOHAS이미지, 지각된서비스 품질 및 가치, 고객만족, 충성도와의 영향관계』, 경희대학교대학원 박사학위논문.
- _____·정삼권 (2008). 소비자 가치가 로하스 지향행동에 미치는 영향요인 관한 연구-호텔 레스토랑을 중심으로-. 『한국호텔외식경영학회』. p. 241.
- 진명일(2006). 『개인 통합 프로그램이 대학생의 전인건강과 삶의 질에 미치는 효과』, 전북대학교 석사학위논문.
- 최경하(2009). 『그린소비자의 환경의식 및 소비행동 분석과 라이프스타일 특성에 관한 연구』, 이화여자대학교 석사학위논문.
- 최수연(2010). 『건강과 지속가능성의 개념에 근거한 로하스 척도 개발을 위한 기초연구』, 이화여자대학교, 석사학위논문.
- 최숙희(2010). 『소비자의 로하스 지수와 로하스 상품 구매행동』, 건국대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 최순희·조용범(2010). 전통한과 소비자의 로하스 추구성향과 고객참여가 고객만족, 고객 애호도에 미치는 영향. 『외식경영학회』, 13(2), p.172.
- 최승국·김화경(2005). 한방관광 촉진 방안에 관한 연구, 『한국관광정책학회』, 11(1), pp. 231-252.
- 최정구(2010). 『그린소비자의 가치관이 환경친화적 태도와 행동의도에 미치는

- 영향』, 경기대학교 박사학위논문.
- 최정화·조태영·황성혜(2011). 소비자의 라이프스타일이 이슬람 문화권 음식점 선택방해요인에 미치는 영향연구. 『Tourism Research』. 33. pp.19-41.
- 최혜련(2012). 『중장년층의 라이프스타일과 여가활동참여가 노후준비도 및 생활만족도에 미치는 영향』, 고려대학교 박사학위논문.
- 한동운(2004). 영국Health Action Zones의합의 건강불평등, 『보건경제와정책 연구』, 10(2), pp. 1-22.

2. 국외문헌

1) 서적

- Crane, A. & Matten, D.(2004). Business Ethics: A European Perspective: Oxford University Press
- Eric Laws(1996) "Health Tourism: A Business Opportunity Approach", In Stephen Cliff & Stephen J. Page, (Ed), Health and the International Tourist, New York: Routledg.
- Engel, J. F., Blackwell, R.D., & Miniard, P. W. (1986). Consumer Behavior, Hinsdale,III: The Dryden Press.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975), Belief, Attitudes, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading, MA: Addison-Wesley
- _____ · _____(1980), "Predicting and Understanding Consumer Behavior: Attitude -Behavior Correspondence", in Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior, eds
- Gunn, C.A.(1987). A Perspective on the Purpose and Nature of Tourism Research Methods. J.R.B. Ritchie and C.R. Goeldner(eds).

Travel, Tourism, and Hospitality Research, New York:John Wiley & Sons

Hall, C. M.(1992). Adventure, Sport and Health Tourism, In B. Weiler and C. M. Hall(Ed.), Special-Interest Tourism, London:Belhaven Press.

Kotler P.(1997). Marketing management : Analysis. planing control. Prentice-hall.

Mayo, E. J. & Jarvis, L. P.(1981). The Psychology of Leisure Travel, Boston : CBI Publishing co.

Ray, P. H. & Anderson, S. R.(1998). The Cultural Creative, Three Rivers Press.

Rokeach(2007). 『The nature of Human Values』 , New York: Free Press.

2) 논문

Bargeman, B., Joh, C. H. & Timmermans, H.(2002). Vacation behavior using a sequence alignment method, Annals of Tourism Research, 29(2), pp.320-337

Becker, M. H., Maiman, L. A., Kirscht, J. P., Haefner, D. P., & Drachman, R. H.(1977). The Health Belief Model and prediction of dietary compliance: A field experiment. Journal of Health and Social Behavior, 18(4), pp.348-366.

Boris Snoj & Danijan Mumel(2002). The measurement of perceived difference in service quality - The case of health spas in Slovenia, Journal of Vacation Marketing September pp.364-365.

Chitra, K.(2007). In Search of the Green Consumers : A Perceptual Study. Journal of Services Research, 7(1), pp.173-191.

Deci, R., & Deci, E. L. (2001). On Happiness & Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-being.

- Annual Review of Psychology, 52: 141–166.
- Enright, M. J. & Newton, J.(2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism Management*. 25. pp.777–788.
- Gerdtham, U., Johannesson, M., Lundberg, L. & I sacson, D.(1999), The demand for health: results from new measures of health capital, *European Journal of Political Economy*, 15, pp. 501–521.
- Hurley, J., & Leibman, B.(1995). Nutrition Action Restaurant Study: Healthier Restaurant Food. *Nutr Action Health Lett* 22(10): 11–13.
- Kahle, S.E. Beatty & Homer, P.(1986). Alternative measurement approaches to consumer values: The list of values(LOV), values and life style(VALS). *Journal of consumer research*, 13(December): pp.405–409.
- Kozak, M. & Rimmington, M.(1998). Benchmarking: Destination attractiveness and small hospitality business performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 10(5).pp184–188.
- Lee MS.(2004). Looking at 'Well-being' in terms of lifestyle: healthy or trendy?. *Journal of Life Science*. 13(3):477–484
- Macleod, J., Smith, G.D., Metcalfe, C. & Hart,C.(2005), Is subjective social status amore important determinant of healththan objective social status? Evidence from a prospective observational study of Scottish men, *Social Science & Medicine*, 61, pp. 1916–1929.
- Neil Leiper(1990). Tourist attraction system. *Annals of Tourism Research*. 17 pp.367–384
- Ogilvie, S.(1985). 'Coming of Age in a Corporate Society: Capitalism, Pietism and Family Authority in Rural Württemberg, 1590–1740', *Continuity and Change* 1, 279–331.

- Peattie, K.(2001). Golden Goose Or Wild Goose? The Hunt for the Green Consumer, Business Strategy and the Environment. 10(4). pp.187-199.
- Richards, G.(2002). Tourism Attraction System: Exploring Cultural Behavior. Annals of Tourism Research. 29(4). pp.1048-1064.
- Van Raaij, W. F, & Francken Dick A. 1984, "Vacation Decisions, Activities, and Satisfaction" Annals of Tourism Research. pp.101-112.
- Wells,J.G.(1987). Multi nationals Needs New Environment Strategy. Columbia Journal of world Business.

3. 기타문헌

<http://www.nmisolutions.com>

<http://green-star.co.kr>

<http://lohaskorea.or.kr>

이세나(2007). 저무는 웰빙, 뜨는 로하스, 『월간마케팅 4월호』, 41(4), pp.58-62.

제주관광공사(2012). 제주관광시장동향분석.

제주관광협회(2010). 2010년 제주 관광동향에 관한 연차보고서. p.5

제주도(2000). '99 제주개발음식 조리방법설명서.

진병호(2004). 한·미간 웰빙 의미 분석 통한 유통산업 방향, 『월간 유통저널 9월호』, 3(117), pp.75-79

한국네추럴비즈니스연구소(2007). 『웰빙 소비패턴 조사결과 보도자료』. 한국 로하스포럼.

_____ (2006). 『국내 로하스 소비자 조사결과 보고 및 시장 전망』, Issue Report.

KOTRA(2005). 해외 조사팀 발간책자, pp. 1-5.

ABSTRACT

A Study on the relationships between LOHAS consciousness and tourist behavior -Focused on domestic tourist in Jeju-

Young-Jun Park

Department of Tourism Management
GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

Recently, according to the growth of world economy, the level of income and leisure time has greatly increased compared to the past. So, people's primary concern is to live more healthy and have a little rest and relaxation.

In accordance with the changes, in Korea, leisure time has increased since the implementation of the five-day workweek, and it caused the individual's own values changes. Accordingly, this leads a new lifestyle, 'LOHAS' to satisfy their desires.

As a way to investigate the LOHAS, the purpose of this study was to examine the differences in the tourist behavior by the group classified by the LOHAS consciousness visited Jeju.

To accomplish the objectives of this study, the theoretical review and empirical analysis were jointly carried out. For the empirical study, using the survey methods. In the statistical analysis using SPSS 19.0 for Windows, frequency analysis, factor analysis, K-means cluster analysis, discriminant

analysis and t-test analysis were used.

From October 27 to November 3, 2012, 380 questionnaires were distributed to the tourists who visited Mt. Halla in Jeju. Out of 380 questionnaire, 371 questionnaires were collected and a total of 356 questionnaires were finally used for empirical analysis.

Measurement factors of the visitors' characteristics are as follows : gender, age, marital status, education, income, form of travel, purpose of visit, accompany. Also, 15 items of LOHAS consciousness, 15 Health oriented behavior and 14 Environmental oriented behavior items were measured for the analysis.

The major findings of this study can be summarized as follows:

(1) First, two factors for the LOHAS consciousness were extracted such as 'Environmental sustainability', 'Health'. Second, three factors for the Health oriented behavior were extracted such as 'Health Food', 'Ecotourism', 'Healing'. Third, two factors for the Environmental oriented behavior were extracted such as 'Environmental learning', 'Environmental protection'.

(2) The result of verify a hypothesis, first, there were significant differences in the Health oriented behavior and Environmental oriented behavior by the groups classified with LOHAS consciousness.

Findings from this study suggest that local government and tourism businesses have a commitment to provide various educational program or eco-experience when establishing the tourism development policy. Also, food service industry has a commitment to develop local cuisine using organic or environment-friendly agricultural products which grow in Jeju to satisfy tourists' desires.

제주방문 관광객 설문조사

안녕하십니까?

먼저 바쁘신 중에도 귀중한 시간을 내어 설문에 응해 주신데 대해 깊이 감사드립니다.

저는 제주대학교 대학원에서 관광경영학을 전공하는 석사과정 학생으로 **제주방문관광객의 로하스 의식**에 관한 논문을 준비하고 있습니다.

귀하의 응답내용은 오직 연구목적으로만 사용되며, 모든 것은 익명으로 처리됩니다. 귀하의 솔직하고 성의 있는 응답은 저의 논문 작성에 소중한 자료가 될 것입니다.

협조해주셔서 감사합니다.

2012. 10월

연구자 : 박 영 준(제주대학교 경영대학원 관광경영학과 석사과정)

연락처 : 064) 754-3130 , E-mail: yj5827@hanmail.net

지도교수 : 오 상 훈(제주대학교 관광경영학과 교수)

※ 로하스란?

사회적, 경제적, 환경적 토대를 위태롭게 하지 않는 범위에서 소비함으로써 자신은 물론 다음 세대가 건강하고 풍요로운 삶을 누릴 수 있도록 배려하는 현명한 소비자들의 라이프스타일을 의미함

1. 귀하의 평소 일상생활에서 자신의 의견이나 행동에 일치하는 곳에 표시(V)해 주십시오.

설문항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	①	②	③	④	⑤
2	①	②	③	④	⑤
3	①	②	③	④	⑤
4	①	②	③	④	⑤
5	①	②	③	④	⑤
6	①	②	③	④	⑤
7	①	②	③	④	⑤
8	①	②	③	④	⑤
9	①	②	③	④	⑤
10	①	②	③	④	⑤
11	①	②	③	④	⑤
12	①	②	③	④	⑤
13	①	②	③	④	⑤
14	①	②	③	④	⑤
15	①	②	③	④	⑤

II. 귀하는 이번 제주 관광을 하는 동안 다음과 같은 행동을 어느 정도 실천하였는지 해당란에 표시(V)해 주십시오.

설 문 항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1 나는 관광지에서 야생동물 및 식물을 관찰하고 학습하였다.	①	②	③	④	⑤
2 나는 관광지에서 아름다운 자연을 감상하였다.	①	②	③	④	⑤
3 나는 관광지에서 동물 및 식물을 훼손 하지 않았다.	①	②	③	④	⑤
4 나는 관광지에서 다소 비싸더라도 재활용 제품을 애용하였다.	①	②	③	④	⑤
5 나는 관광지에서 현지 생태계관련 학습 자료를 구매하였다.	①	②	③	④	⑤
6 내가 지출한 관광비 일부가 자연보호를 위해 쓰이는 것이 좋다.	①	②	③	④	⑤
7 나는 관광지에서 자연보호를 위해 환경 규칙을 지켰다.	①	②	③	④	⑤
8 나는 환경을 훼손시키지 않는 관광 상품과 시설을 이용하였다.	①	②	③	④	⑤
9 나는 보호되고 있는 동물 및 식물을 채집하거나 수렵하지 않았다.	①	②	③	④	⑤
10 나는 환경친화적 제품과 시설이용에 따른 불편을 감수하였다.	①	②	③	④	⑤
11 나는 관광 중에 환경 교육프로그램에 참여하였다.	①	②	③	④	⑤
12 나는 관광하면서 현지의 자연을 배우고 이해하고자 노력하였다.	①	②	③	④	⑤
13 나는 관광지에서 보호 동·식물을 이용하여 만든 기념품을 사지 않았다.	①	②	③	④	⑤

III. 귀하는 이번 제주 관광을 하는 동안 다음과 같은 행동을 어느 정도 실천하였는지 해당란에 표시(V)해 주십시오.

설 문 항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1 나는 관광지에서 평소 먹는 음식보다 그 지방 향토음식을 선호하였다.	①	②	③	④	⑤
2 나는 관광지에서 음식을 섭취할 때 영양가를 고려하였다.	①	②	③	④	⑤
3 나는 관광지에서 건강을 고려하여 자연 및 무공해 식품을 섭취하였다.	①	②	③	④	⑤
4 나는 관광지에서 각종 보양 및 건강보조 제품을 구입하였다.	①	②	③	④	⑤
5 나는 음식재료의 원산지여부(수입산/국내산)를 확인하였다.	①	②	③	④	⑤
6 나는 가능한 제주산 음식을 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
7 나는 동행인에게 건강에 유익한 음식을 권하였다.	①	②	③	④	⑤
8 나는 공기가 좋고 물이 맑은 관광지를 선호하였다.	①	②	③	④	⑤
9 나는 관광지에서 피로회복(찜질방이나 사우나)을 위한 시설을 이용하였다.	①	②	③	④	⑤
10 나는 관광지에서 마사지 및 스파 시설을 이용하였다.	①	②	③	④	⑤
11 나는 관광지에서 산림치유 프로그램에 참여하였다.	①	②	③	④	⑤
12 나는 생태관광(올레길, 등산, 농·어촌 체험 등)에 참여하였다.	①	②	③	④	⑤
13 나는 건강을 위해 힐링(치료) 프로그램을 보유한 숙박시설을 선택하였다.	①	②	③	④	⑤
14 나는 관광지에서 건강을 위해 음식을 가려먹었다.	①	②	③	④	⑤
15 나는 여행지에서 자연관련 운동시설과 장비를 이용 또는 구매하였다.	①	②	③	④	⑤

IV. 귀하의 이번 제주여행 중 주로 방문한 관광지 유형 한 곳에 표시(V)해 주십시오.

유형	관광지	표시란
자연자원형	예) 한라산, 제주오름, 제주올레, 절물자연휴양림, 산굼부리, 비자림, 성산일출봉, 천제연폭포, 천지연폭포 등	①
역사/문화형	예) 민속자연사박물관, 제주해녀박물관, 제주항일박물관, 평화박물관, 삼성혈, 제주민속촌 등	②
전시/시설형	예) 제주현대미술관, 프시케월드, 테디베어뮤지엄, 건강과성박물관, 아프리카박물관, 그리스신화박물관, 제주로케디오월드, 서귀포감귤박물관, 설록차티뮤지엄, 세계자동차박물관 등	③
체험/공연형	예) 아쿠아플라넷 제주, 더마파크, 퍼시픽랜드, 제주씨월드(우도잠수암), 대국해저관광(서귀포유람선, 잠수함), 대유산업, 마린파크, 수목원테마파크(아이스뮤지엄) 등	④
옥외시설형	예) 생각하는정원, 한림공원, 제주돌문화공원, 제주러브랜드, 휴애리, 일출랜드, 에코랜드, 소인국테마파크, 제주허브동산, 여미지식물원, 석부작테마공원 등	⑤

V. 귀하의 이번 제주여행 중 선택한 음식 유형 한 곳에 표시(V)해 주십시오.

유형	음식종류	표시란
제주향토음식	예) 제주 흑돼지, 고기국수, 갈치국, 자리(한치)물회, 오분자기, 돔베고기, 옥돔구이, 성계국, 보말미역국, 전복죽, 몸국, 빙떡, 오메기떡 등	①
보양식	예) 삼계탕(토종닭), 영양탕, 오리탕, 추어탕, 곰탕, 설렁탕, 꿩고기, 말고기, 장어 등	②
한정식	예) 해장국, 감자탕, 불고기, 김치전골, 보쌈/족발, 해물만두, 쇠고기/돼지고기샤브샤브, 해물탕, 고등어구이, 비빔밥, 덮밥, 아구찜, 제육볶음, 낙지볶음 등	③
양식	예) 호텔뷔페, 스파게티/라자냐/리조또, 피자, 돈가스, 안심/등심스테이크 등	④
일식	예) 초밥, 생선회, 복어회, 지리/매운탕, 우동/소바 등	⑤
기타	예) 중식(자장면, 짬뽕, 탕수육 등), 분식(라면, 김밥, 튀김, 떡볶이 등), 패스트푸드(햄버거/샌드위치, 치킨 등)	⑥

Ⅵ. 다음은 귀하의 일반적인 사항에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은 ? ① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은 ?
① 20대 미만 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상

3. 귀하의 결혼여부는?
① 미혼 ② 기혼

4. 귀하의 최종학력은?
① 고졸이하 ② 전문대졸(재학중) ③ 대학졸(재학중) ④ 대학원졸(재학중)

5. 귀하의 월 평균소득은 얼마정도입니까?
① 200만원 미만 ② 200만원이상 - 300만원 미만 ③ 300만원이상 - 400만원 미만 ④ 400만원이상

6. 귀하의 여행 형태는?
① 개인 ② 단체

7. 귀하의 제주 방문목적은?
① 관광 및 휴양 ② 업무출장 ③ 친구, 친지방문 ④ 회의 ⑤ 기타

8. 본 관광지에는 누구와 함께 오셨습니까?
① 가족 ② 친구 ③ 혼자 ④ 기타

<협조해 주셔서 감사합니다>