

## 헬스투어 관광지 매력도 증진방안 - 일본 쿠사츠와 이토온천 지역을 중심으로 -

A Study on promoting destination attraction for health tourism visitors  
- Case of Kusats & Itoh area in Japan -

최승국\*, 김승주\*\*

세명대학교교수, 일본동양대학교 박사과정

Choi Seun-kuk\*, Kim Seung-Ju\*\*

Semyung Univ., Toyo Univ.\*\*

### 요약

21세기에 들어 복잡해진 생활환경과 고령화의 진전은 현대인으로 하여금 자신의 건강관리에 대한 관심과 욕구를 관광과 여가를 통하여 표출하는 방식의 추세를 보이고 있다. 이러한 추세에 따라 지역의 경제 활성화를 이루려는 노력도 "건강"을 테마로 하는 건강지향 관광지 개발의 방향으로 바뀌고 있으며 지역의 관광자원과 시설, 서비스의 개선을 포함한 지역의 관광 매력도를 높일 수 있는 여러 방법이 다각도로 모색되고 있다. 당 논문에서는 상기와 같은 "건강"지향 관광객들이 가장 많이 찾는 온천지를 대상으로 방문요인을 찾아내어 관광지의 매력도를 증진할 수 있는 방안을 모색하였다. 특히 온천지로 일본에서 가장 유명한 쿠사츠지역과 이도우지역의 방문자들을 대상으로 조사하여 양 지역 간의 차이를 찾아내고 차별화된 건강지향 관광객들의 매력도를 증진시킬 수 있는 방안을 제시하였다.

### Abstract

Due to the high level of economic development, the standard of living has improved vastly. As a result, the moderns now want to be healthy more than ever. For that reason, tourism relating health care increased in number and at those tourist sites, people have tried to allure more visitors by services, resources and facilities all accommodating to better health. On a claim that promoting tourist attractions using health care assists regional development in this study, I seek for ways to utilize regional resources and facilities to promote tourism.

## I. 서론

### 1. 연구배경과 목적

고도의 경제성장은 생활수준의 향상과 고령화의 진전, 가치관의 다양화, 자유시간의 증가 등 사회적 변화를, 복잡해진 생활환경과 과도한 일에 의해 현대인은 스트레스를 받고 있다. 더욱이 국민의 건강 만들기 욕구는 일상생활 뿐 만 아니라 비일상 생활에 속하는 관광에도 큰 영향을 주어, 관광은 건강에 관한 욕구를 표출하는 수단으로 이용되어지고 있어 정부도 국민의 건강한 생활을

위해 건강정책을 실시하는 등, 건강에 관한 욕구를 추구하려는 사회적 분위기가 형성되고 있는 추세이다.

이렇듯 여가활동의 일부인 관광은 여가 시간에 있어 중요하게 여기는 부분으로 「취미와 스포츠」, 「자연을 즐김」, 「건강유지와 증진」, 「자기의 능력향상과 학습」, 「지역 활동과 봉사」와 같은 요인이 차지하는 비중이 커지는 경향이며 「자연」, 「건강」, 「능력향상」, 「지역 활동」이 향후 여가활동의 키워드가 될 것으로 보여 지고 있다. 이러한 여가활동의 변화는 지역별로 소프트화 · 서비스화 등의 산업구조의 변화에 의해, 종래의 제조업에 의한 지역경제의 진흥수단으로 인식하고 있는 지방자치단체가 전국적으로 다수 눈에

되고 있는데, 이러한 배경에 의해 최근에는 건강지향을 이용한 관광객의 욕구를 만족시켜 관광객을 유치하려는 곳도 증가하고 있다. 실제로, 영국 관광협회(2002년 2월 발표)에 의하면, 영국의 헬스농장이나 스파 시설 전체의 시장규모는 현재의 14억 파운드(약2.8조원)에서 2012년에 28억 파운드(약5.6조원)까지 증가한다고 예상하고 있다. 특히 체재형 건강서비스 시설과 그것에 관련된 헬스 투어리즘은 영국 경제를 활성화 하는 중요한 산업의 하나로 여겨지고 있는데 ISPA(국제 스파협회)의 보고서(2004년11월)에 의하면, 한국의 온천스파시설의 시장규모는 2002년4조원에서 2012년 8조원으로 10년간 두 배의 성장을 예상하고 있는 것을 알 수 있다. 이는 사람들의 건강에 관한 욕구가 높아지고 있는 것에 주목하여 다양한 관광지에서 지역자원을 활용하며 ‘건강’을 테마로 하는 건강시설이나 서비스를 적극적으로 활용한 관광객을 불러들여 지역 경제활성화를 이루려는 주민들의 노력에서 원인을 찾을 수 있다.

그러므로, 이러한 배경을 근거로 본 연구에서는 사람들의 건강지향 관심이 지역의 경제적 활성화에 대한 기대가 가능하다는 것을 전제로 지역자원과 건강관련 시설, 서비스를 이용한 관광진흥의 방법을 찾는 것을 목적으로 한다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 관광동기와 건강

관광동기는 관광욕구와 같이 관광행동을 일으키는 심리적 원동력을 의미한 개념으로, 관광욕구와 관광동기를 명확히 구분하지 않고 호환적으로 사용되는 경우가 많지만, 일반적으로 심리적 원동력을 「관광욕구」, 구체적인 활동으로 몰아내는 심리적인 에너지를 「관광행동」으로 칭하는 경우도 있어, 관광동기를 정확히 설명하기란 힘들다.

관광동기가 되는 요인도 다양하고, 그 범위는 자극이나 흥분을 요구하는 것에서 부터 자기개발, 개인이 성장에 이루기까지 매우 넓다. 그리고 관광자를 포함한 한 사회 환경, 경제상황과 인구통계적인 조건이 변화하는 것에 의해, 관광동기도 변화하는 경향이 있다. 그러나 리처드(Richard 1973)는 “인간은 변화를 구하여 즉 다른 기후에서 스포츠를 즐긴다던지 살고 있는 곳의 어메

니티를 즐기는 등 휴가는 보내지만, 얼마나 좋은 어메니티가 주어진 것과는 관계없이 관광객이 제일 중요시하는 것은 자신들의 건강과 휴가분함이다 ” 라고 말하였다. 관광 동기는 관광객의 심리적 요인과 사회적 요인에 깊이 관련하고 있어, 관광의 원인이나 결정요인을 설명하는 것을 목적으로 욕구·동기를 구분하는 것을 시도한 것은 이미 1930년대의 일이며, 관광동기의 분류를 최초로 시도한 관광연구자는 그릭스만 (Glücksmann, R, 1935)은 ‘인간은 왜 관광을 하는가’의 시점에서 관광의 원인을 분류하고, 여행자측면의 원인을 자발적인 여행을 하려는 “관념적인 것” 과, 어느 토지에 여행을 할 수 밖에 없는 “물질적인 것”으로 구분하였다.

일본의 관광학자 타나카는 유럽의 관광연구를 참고하여 『관광사업론』을 1950년에 발표하였으며, 그 안에 그릭스만(Glücksmann, R)의 구상에 준거한 관광욕구·동기의 분류를 시도하였다. 타나카는 심리적 동기(심적 원인)을 사향심·교유심·신앙심으로, 정신적 동기(정신적 원인)을 지적욕구·견문욕구·환락욕구로 세분화하여 신체적 동기(육체적 원인)에 관한해서는 치료욕구·보양욕구·운동욕구로, 경제적 동기(경제적 원인)는 소평목적·상용목적으로 각각 구분하고 있다. 특히, 신체적 동기는 현대 건강의 대응한 내용이라고 할 수 있다. 오스트리아의 관광연구 베르네카 (P. Bernecker, 1962)는 관광의 주요 목적에 의해 관광의 형태를 유형화하였다. 이 유형은 관광욕구에 의한 분류와는 의미가 다르지만, 그는 보양적 관광을 첫 번째로 들고, 보양적 관광을 신체적·정신적 재생을 구하는 동기뿐만이 아니라, 질병 예방, 신체적 교痛的 완화와 치료를 목적으로 하는 전지(轉地)까지의 동기를 포함한 넓은 의미로 이용하고 있지만 구체적인 설명을 이루어지지 않고 있다. 그리고 지금까지의 관광욕구와 동기에 관한 설명보다 독창성은 떨어지지만 욕구와 동기의 관계를 명확히 하고 타당성이 높게 인정된 밀(R. C. MILL 1980)은 관광동기를 7개로 분류하여 각 동기 별로 요인을 다른 학자가 제시한 동기와 재구성을 하여 욕구·동기·동기요인의 관계를 구체적으로 정리하여 그 중, 안전욕구의 동기를 안전에 두고 동기요인을 건강, 위락, 활동성, 건강유지로 들고 있다. 또한 맥킨토시와 골드너(McIntosh and Goeldner, 1990)는 관광동기를 네 가지로 분류하여 건강에 관한 동기를 신체적 동기로 들고 그 안에 신체적 휴식, 레크레이션, 스포츠 참가, 해수욕 등 인간의 신체적 건강과 관련 된 모든 것을 포함시키고 있다.

## 2. 헬스투어리즘의 개념

건강을 위한 여행은 옛날부터 존재해 온 주요한 여행 형태의 한 가지였다(Hodder&Stoughton, 1995). 예를 들어 배로 여행을 하거나 기후의 변화에 의해 사람들이 건강을 증진 시키기 위해 여행을 하는 것은 여행의 목적의 한가지였다.(Mathiseon and Wall,1982 ; Wright,1988) 헬스투어리즘이라는 용어가 국제적으로 처음 사용된 것은 WTO(세계관광 기관)의 전신인 IUOTO(관설관광기관국제동맹)이 1973년에 발표한 보고서에 의하면, 헬스투어리즘이란 「국내의 자연자원(특히 기후나 물)을 이용한 건강시설을 제공하는 관광」이라고 설명하고 있다. 또한, 헬스투어리즘이 국제적으로 논

의 된 International Association of Scientific Experts in tourism(AIEST,1990)에서는, “전통적인 온천관광(Spa Tourism)부터 현대적인 형태의 헬스투어리즘까지”라는 테마로 헝가리에서 열린 39회 AIEST(1989)에서는 헬스투어리즘에 의한 경제적인 이익이 창출 가능한 의안과 전통적인 치료관광에 대한 인식을 새롭게 하는 의안에 관해 제시되었다. 한편, 1980년 대 말부터 몇 명의 연구자가 각각 헬스투어리즘에 관한 설명을 시도하였지만 아직까지 그 개념은 국제간·학자간의 동의를 성립되지 않고 있는 것이 현실이다. 현재까지 헬스투어리즘에 관한 대표적인 설명을 정리하면 다음의 표 1과 같다.

표 1. 헬스투어리즘의 관한 정의

연구자 또는 기관	정 의
IUOTO (1973)	국내의 자연자원(특히 기후와 물)을 이용한 건강시설을 제공하는 관광
Goodrich & Goodrich (1987)	건강에 관한 서비스와 시설은 의도적으로 촉진(홍보)하는 것에 의해 관광객을 불러들이는 관광시설이나 목적지
Niv (1989)	인간이 안정적인 기후와 매력적인 풍경이 풍부한 온천지에서 치료가 건강회복에 유효성을 가지는 것
Hall (1992)	특별한 흥미가 있는 관광 (Special Interest Tourism) 의 하나로 주요 동기가 건강에 있는 관광
Eric Laws (1996)	개인의 건강상태를 증진 하는 것을 목적으로 일상 생활권을 벗어난 곳에서 이루어지는 레저
北條勇作 (1997)	심신의 휴양에 의해 건강의 회복·유지·증진이나 활력의 향상을 목적으로 이주지, 근무지등 일상 생활권으로 부터 벗어난 장소에서 이루어지는 여가활동
池田光穂 (1997)	병의 회복이나 건강을 목적으로 하는 이동이 사람들에게 받아들여져 일정의 양식화가 된 것을 건강관광이라고 부름
Tabacchi.M (2003)	자신 또는 가족의 건강증진을 위해 이루어지는 모든 형태의 여행

자료 : 선행연구에 의한 연구자 작성

상기조사에 의하면 헬스투어리즘에 관한 설명은 크게 두 가지로 나누어질 수 있다.

먼저 관광사업의 시점에서 본 것으로, 관광업자가 관광객을 유치하기 위해 행하는 다양한 시도로 설명 할 수 있으며, (IUOTO, 1973 ; Goodrich, 1987 ;French Conseil Superieur du Tourism, 1989 (2001)) 또 하나는 관광객의 행동에 관한 시점에서 본 것으로 건강을 목적으로 이주지를 벗어난 관광객의 레저활동으로 이라고 할 수 있다. (Van,1989;Laws,1996 ; Helga Loverseed, 1998 ; 北條勇作 1997년(2001) 한편, 최근 헬스투어리즘에 대한 국가적·지역적의 관심은 지역의

관광을 촉진하는 하나의 마케팅 수단으로 이용되고 있는 현실적인 현상과 가장 가까운 것으로도 Goodrich(1987)에 의한 제시되어지기도 하였다.

이러한 연구논문들의 제 정의를 종합하여 볼 때 헬스투어리즘은 사람들이 건강의 회복·유지·증진의 목적으로 일상 생활권을 벗어난 지역에서 건강시설이나 서비스를 이용하는 것이라고 정의 할 수 있다. 그러므로 헬스투어리즘을 ‘건강의 증진·유지를 주요한 목적으로 하는 관광객이 자연자원이나 건강에 관한 관광시설, 서비스 등을 이용하기 위해 왕래가 지속되어 지는 것’ 이라고 보고, 관광업자(관광지)측과 관광객(관광객)측의 양면에서 헬스투어리즘을 연구해야 한다.

### Ⅲ. 건강에 관련된 지역자원과 시설

#### 1. 건강에 관련된 지역자원

고령화의 진전과 자유시간의 증가, 가치관의 다양화에 의해 여가활동으로 관광,에 기대가 커진 부분이 있다. 그것은 「릴렉스·리프레쉬가 가능한 휴식의 장소」, 「가족이나 친구와의 커뮤니케이션의 장소」, 「자연과 친해지고 지역문화를 배우는 평생교육의 장소」 등에 관한 기대이다. 따라서 사람들의 관심이 높은 관광과 건강을 합쳐, 건강자원을 활용하여 관광객을 불러

모으는 관광지가 증가 하고 있다. 예를 들면, 자연요법은 자연자원(온천수, 해수, 기후, 광물, 식물 등)을 활용한 건강 만들기 활동을 실천하는 방법이다. 이러한 사례들을 분류하면 다음 그림.1과 같이 요약될 수 있다.

또한 건강지향의 대응은, 상기와 같이 특별한 시설이나 서비스를 새로 시작하는 것이 중심이 아니라 종래의 자원이나 서비스를 재점검하여 건강이나 미용의 이미지로 부가가치를 더하는 방법으로 발전하고 있다. 따라서 건강과 의료·복지 분야의 연계, 음식을 통한 농업이나 수산업 등 지역산업과의 연계가 한층 더 중요하여지는 추세이다.

지역특성	산촌·농촌 지역			온천지	바다주변지역
자원	산·산림	농림	약초·허브·꽃	온천	바다·해수
기후 좋은 환경과 공기	일광욕 / 오존욕(태양을 쬐고, 신선하고 깨끗한 공기를 마심)				해수욕
	산림욕	농촌 환경과의 접촉	꽃/식물과의 접촉	수증기 등의 분사 흡입	
바다			약초탕 / 허브탕	온천 / 쿠아 하우스 / 진흙팩	해수욕 / 온욕 / 해수제트샤워 / 약초팩
운동	하이킹 / 워킹 / 조깅 (이벤트 등의 마라톤) 그 외의 각종 스포츠 및 레크레이션				
	등산	농촌체험	농촌체험 / 수영	온천풀 / 수영	해수욕
식음(물)	그 지역의 상품을 소비하는 방법으로 지역에서 생산된 신선하고 안전한 자연식				
	산채약선 / 명수	우기농산물	약선 약초차 등	미네랄수	해초약선 해양 심층수
대응보양 방법	산림요법	원예농법 식물농법(플라워 테라피) 방향요법(아로마 세라피)		온천요법	해양요법 (타쿠소 테라피)

참고 : 月刊觀光, 02/08, p.40

\* 위의 자료 일부는 일본에서 실행되고 있는 프로그램으로 한국의 프로그램과 다소 용어적 차이가 있을 수 있다.

▶▶ 그림 1. 건강·미용지향에 대응하기위한 지역 자원활용 방법의 예

## 2. 건강과 관련된 시설

경제성장에 의해 현대인의 생활에 여유가 생겼지만, 생활의 복잡화와 일의 스트레스 등으로 건강에 관한 관심이 증가되고 있다. 그러므로 일상생활에서도 건강을 위해 맛사지 시설, 헬스클럽 등 건강관련시설을 이용하는 것이 당연히 여겨지고 있다.

그러나 관광지에서 건강관련시설은 건강증진을 위한 것도 중요하지만, 휴양·운동·영양(헬스메뉴,

슬로우 푸드, 영양사에 의한 식사 지도 등)등의 보다 다양한 활동이 가능한 건강만들기가 요구된다. 주식회사 스포츠에 의한 「체재형 건강서비스시설」의 비즈니스 전개 힌트라는 레포트에서는, 「체재형 건강 서비스 시설」은 미용이나 다이어트, 릴렉스와 리프레쉬가 가능하거나, 전문가에 의한 건강 체크를 받을 수 있거나, 건강한 메뉴도 즐길 수 있는 숙박가능한 시설이라고 정의하고 있다. 그 내용은 다음과 같다.(〈표 2〉 참조)

표 2. 체재형 건강서비스 시설의 분류와 이익, 기능

분 류	이 익	주요 기능
미용	미용	▪ 에스테룸, 해초탕, 온천 바디케어 룸, 썬텐 살롱 등
	릴렉스 <sup>1)</sup>	▪ 맛사지 룸, 릴렉스제이션룸 ▪ 온천, 초음파탕, 기포욕, 증기욕, 좌욕 등
	리프레쉬 <sup>2)</sup>	▪ 풀, 테니스 코트, 골프 코스(연습장), 다목적 운동장, 승마, 낚시, 하이킹·워킹, 사이클링 등
건강진흥	정신적 건강	▪ 도장 ▪ 세미나 룸
학습 건강개선	다이어트(생활 습관병) 에대한 해결 노하우의 습득과 감량	▪ 위의 리프레쉬·릴렉스에 사용한 하드워킹 ▪ 세미나 룸, 학습실, 자료실(도서관)
건강 체크	특정과제에 대한 트리스먼트 (예 : 요통에 대한 당치 등)	▪ 초음파탕, 압력욕, 거품욕, 증기욕(스팀사우나), 좌욕, 드라이 사우나, 냉탕 등
	현재의 몸 상태를 객관적으로 파악 (적절한 진료를 받을 수 있음)	▪ 클리닉 등의 의료기관등
	건강한 건강식메뉴 <sup>3)</sup> (건강메뉴)를 제공 받을 수 있음	▪ 레스토랑 시설 ▪ 식음

자료 : 「체재형 건강서비스시설의 비즈니스 전개 힌트」를 바탕으로 연구자 작성

1) 「릴렉스」란 수동적 행위(예 : 맛사지, 온천 등의 이용)에 의해 심신의 해방감을 얻는 것

2) 「리프레쉬」란 적극적인 행위(예 : 헬스 클럽, 워킹코스 등의 이용)에 의해 기분전환을 하는 것.

3) 「건강한 메뉴」란 칼로리 제한이 있는 메뉴를 중심으로 유기 재배된 식재료를 사용한 안전함을 중요시한 메뉴 등, 단순히 맛있는 것뿐만 아니라 「식」과 「건강」을 엮은 메뉴를 일컫음.

## IV. 헬스투어리즘 온천이용자의 이익분석

### 1. 연구방법과 목적

본 연구를 위한 대상지를 선정하기 위하여 조사실시 전 각종 문헌이나 인터넷에서 보양관장지를 조사한 결과, 쿠사츠가 에도시대부터 온천으로 유명하여 온천보양을 목적으로 한 장기체제의 방문객이나 일주일정도의 체제기간을 갖는 고령층의 보양객을 찾는 체제형 온천지의 역할을 옛날부터 해 왔다고 알려져 있어 휴양·보양 관광지의 기능을 강하게 갖고 있다고 판단하여 선정하였다. 그리고 새로운 관광지 만들기 도전이라는 책에서 관광객의 증가를 위해 마라톤대회나 건강을 테마로 하는 이벤트「건강피아 이토우 페스타」를 개최하는 등 「건강회복 도시」를 키워드로 지역자원을 활용한 보양관광지 만들기 사업을 진행하고 있는 점과 쿠사츠가 산간지역인 것에 반해 이토우와 해안지역이기 때문에 두 지역을 비교하는 것이 가능하고 생각되어 조사지역을 쿠사츠와 이토우로 선정하였다. 조사방법은 각 관광지에 방문한 관광객을 대상으로 각250부를 배부하여 기입토록 하였으며 조사일은 쿠사츠가 2006년 4월28일~29일, 이토우가 2006년5월12일~13일에 실시하였다.

연구목적으로는 쿠사츠와 이토우지역이 실시하고 있는 건강보양지 만들기 의 기본적 방침에 대하여 두 지역을 방문한 관광객의 연령이나 성별 등의 인구통계학적 특징과 여행의 특징에 의해 관광지에 요구하고 있는 니즈가 다르다는 것을 명확히 하여, 건강지향을 접목한 관광지진흥을 관광지(쿠사츠·이토우)의 방침과 이용자(관광객)의 관광 니즈의 차이점에서 새로운 관광 진흥책을 제안하는 것을 목적으로 하고 있다.

## 2. 조사 분석

### 2.1. 요인분석

헬스투어리즘 이용자의 방문요인을 명확히 하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 각 31개의 항목은 위에서 말한 논문에서 활용하였다. 요인분석은 직각회전(varimax rotation)을 실시하여 요인의 수를 7개로 설정하였다.

#### 1) 쿠사츠의 요인분석

표 3. 쿠사츠를 방문한 관광객의 요인분석

요인명	요인 적재량	고유치	기여율
Factor1 : 서비스품질 추구	.916	8,219	14,805%
시설의 청결감	.890		
숙박시설의 서비스, 질의우수성	.891		
직원의 친절	.894		
안전성	.905		
비용에 대응하는 가치	.908		
요리의 맛과질의 우수성	.912		
Factor2 : 건강및 미용추구	.892	4,063	11,899%
병의 치료	.849		
병의 예방·건강관리	.815		
다이어트효과	.838		
미용효과	.845		
스포츠 운동의 기회	.874		
Factor3 : 자아추구	.822	2,299	10,360%
지식의 획득과 배움의 기회	.766		
다양한 문화의 체험	.780		
새로운 경험의 기회	.802		
산책의 장소와 기회	.798		
다양한 서비스 경험	.789		
혼자만의 시간	.825		
Factor4 : 안정추구	.764	2,082	8,944%
스트레스및 긴장해소	.624		
정신적인 휴양과 안정	.642		
다양하고 좋은 휴양시설의 이용	.741		
자기를 재발견하는 기회	.819		
Factor5 : 즐거움및 추억추구	.752	1,774	8,324%
오락과 유희가	.595		
기념품 구입및 쇼핑	.663		
추억만들기	.755		
밤시간을 즐김	.736		
Factor6 : 자연추구	.678	1,457	7,707%
자연을 가깝게 접함	.543		
경관을 즐김	.528		
동료와 친목을 도모함	.739		
단순한 일상에서부터 벗어남	.646		
Factor7 : 여유허추구	.978	1,264	6,212%
여유허를 즐김			
조용함을 요함			
축적기여율			68,251%

\* 전혀 중요하지 않다(1점)~매우 중요하다(5점)

표 3은 쿠사츠를 방문한 관광객(회답자)이 쿠사츠를 방문한 요인이 무엇인가를 분석한 것이다. 표4-1을 보면 서비스품질 요구가 14.805%로 제일 높다. 품질추구는 시설의 청결감과 숙박시설의 서비스의 질의 우수성, 직원의 친절함 등의 항목으로 이용한 시설 특히 숙박시설에 관한 요인으로 쿠사츠를 방문한 관광객은 시설에서 받는 서비스와 질을 제일 중요한 요인으로 뽑고 있다. 다음으로 건강 및 미용추구요인으로 병의 예방, 건강관리, 다이어트 효과 등 관광객의 건강에 관한 요인을 나

타내고 있다. 이렇듯 표 3을 보면 쿠사츠를 찾은 관광객은 이용한 숙박시설 등의 서비스의 질, 병의 예방이나 치료 등 건강에 관한 요인이 큰 비중을 차지하고 있는 것을 알 수 있다. 그러나 스트레스나 긴장의 해소, 정신적인 휴양과 안정 등 정신적인 여유에 관한 요인은 그다지 큰 비중을 두고 있지 않다.

## 2) 이토우의 요인분석

표 4. 이토우를 방문한 관광객의 요인분석

요인명 · 측정항목	요인 적재량	고유치	기여율
Factor1 : 건강 및 미용 추구 다이어트 효과 병의 예방·건강관리 병의 치료 스포츠 활동의 기회 미용효과 다양한 문화적 체험 다양한 서비스 체험	.848 .817 .814 .815 .828 .848 .834 .836	6.283	12.200%
Factor2 : 서비스 품질추구 숙박시설서비스와 질의 우수성 시설의 청결함 안전성 직원의 친절 비용에 대응하는 가치 요리의 맛과 질의 우수성	.852 .799 .803 .818 .821 .842 .873	4.932	11.843%
Factor3 : 자기 및 추억의 추구 지식의 획득 및 배움의 기회 새로운 경험의 기회 동료와의 친목 자기를 재발견하는 기회 혼자만의 시간 추억 만들기 밤 시간을 즐김	.814 .777 .778 .788 .783 .804 .798 .799	2.466	11.557%
Factor4 : 안정추구 정신적인 휴양과 안정 스트레스와 긴장의 해소 다양하고 좋은 휴양시설 이용 단순한 일상생활에서 벗어남	.851 .763 .805 .807 .865	2.347	11.056%
Factor5 : 자연추구 경관을 즐김 자연을 가까이서 즐김 산책의 장소와 기회	.919 .430 .464 .930	2.099	8.527%
Factor6 : 즐거움 추구 오락과 유흥가 기념품구입 및 쇼핑	.919	1.501	6.630%
Factor7 : 여유타구 여유로움을 즐김 조용함을 요함	.958	1.394	6.000%
<b>총적기여율</b>			<b>67.813%</b>

\* 전혀 중요하지 않다(1점)~매우 중요하다(5점)

표 4는 이토우 지역을 방문한 관광객(회답자)가 이토우를 방문한 요인은 무엇일까를 분석한 것이다. 표 4를 보면 다이어트효과와 건강예방·건강관리, 병의 치료 등 건강에 관한 요인이 12.200%로 제일 높다. 즉 이토우를 찾은 관광객은 건강에 관한 요인에 제일 큰 비중을 두고 있다는 것을 보여주고 있다. 두 번째로 높은 요인은 서비스 품질추구가 11.843%로 숙박시설의 서비스의

질, 시설의 청결함 등 이용한 시설의 질이나 서비스에 관한 요인이다. 하지만 이토우 지역을 찾은 관광객은 방문요인을 건강에 관한 요인에 제일 많은 비중을 두고 있지만, Factor 1부터 Factor 4까지의 기여율의 차이는 그다지 크지 않다. 다시 말해, 이토우 지역을 방문하는 요인으로 건강과 함께 다른 요인에도 비중을 두고 있다고 볼 수 있다.

## 2.2 군집분석

### 1) 쿠사츠의 요인분석에 대한 군집분석

헬스투어리즘 방문객의 방문요인에 관한 31개의 항목을 요인분석한 결과를 기본으로 K means법을 이용해 군집분석을 하였다. 그 결과는 표 5와 같다.

군집의 수는 7개로 지정하였으며 분석 결과 7개의 군집에 대한 응답자의 수는 제1군집의 수가 21명, 제2군집이 22명, 제3의 군집의 수가 64명, 제4의 군집의 수가 5명, 제5군집의 수가 26명, 제6의 군집의 수가 22명, 제7의 군집의 수가 11명이었다. 첫번째 군집은 건강추구와 자기추구에서 높은 수치였으므로 '건강과 자기 추구형' 이라고 명하였다. 두번째 군집은 품질추구뿐만 아니라 다른 추구요인에서도 높은 수치를 보여 '다목적 품질형' 이라고 명하였다. 세번째 군집은 즐거움·추억과 건강추구가 높은 수치였으므로 '건강과 즐거움·추억 추구형' 이라고 하였다. 네번째는 여유타구가 가장 높은 수치이고 그 다음이 즐거움·추억추구의 수치가 높아 '여유타와 즐거움·추억 추구형' 이라고 하였다. 다섯번째는 여유타구와 안정추구요인이 높은 수치이기 때문에 '안정과 여유타 추구형' 이라고 하였다. 여섯번째는 품질추구와 자연추구의 수치가 높아 '품질과 자연 추구형' 이라고 명하였다. 마지막 일곱번째는 건강추구와 여유타구에서 높은 수치를 보여 '건강과 여유타 추구형' 이라고 명하였다. (<표 5> 참조)

### 2) 이토우의 요인분석에 대한 군집분석

쿠사츠와 같은 항목으로 행한 요인분석의 결과를 기본으로 K means법을 이용하여 군집분석을 하였으며 그 결과는 표 6과 같다.

군집은 6개로 지정하였고, 각 군집에 대응하는 응답자가 제1군집이 11명, 제2군집의 수가 21명, 제3군집의 수가 46명, 제 4군집의 수가 23명, 제5군집의 수가 3명,

표 5. 쿠사츠의 요인분석에 대한 군집분석

추구요인	군 집						
	건강과 자기추구형 (n=21)	다목적 품질추구형 (n=22)	건강과 즐거움·추억·추구형 (n=64)	여유와 즐거움추억 추구형형 (n=5)	안정과 여유허추구형 (n=26)	품질과 자연추구형 (n=22)	건강과 여유허추구형 (n=11)
품질	.703	.442	.308	.456	.542	.725	1.454
건강	.007	.350	.541	1.390	1.007	.826	.828
자신	.045	.549	.094	.232	.377	1.258	.044
안정	.468	.274	.210	2.912	.757	.096	1.153
즐거움과 추억	.416	1.554	.580	.964	.097	.157	.170
자연	.460	.173	.086	.184	.544	.896	.446
여유	1.622	.385	.005	1.305	.541	.141	.769
F치	18.123	24.358	10.163	25.038	26.779	6.661	25.279
유의도	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

제6군집의 수가 56명이였다. 첫번째 군집은 즐거움추구와 품질추구에 있어 높은 수치를 나타내고 있어 '즐거움과 품질 추구형' 이라고 하였다. 두번째 군집은 자기·추억추구와 자연추구의 수치가 높아 '자기·추억 및 자연 추구형' 이라고 명하였다. 세번째로는 건강추구의 수치가 다른 군집보다 눈에 띄게 높고, 그 다음으로 즐거움추구가 높아서 '건강과 즐거움추구' 로 명하였다. 네번째는 안정추구와 여유허추구요인 이외에서는

마이너스의 수치를 나타내고 있어 '안정과 여유허 추구형' 이라고 하였다. 다섯번째는 여유허추구가 제일 높은 것 뿐 만 아니라 다른 요인에 있어서도 수치가 높아 '다목적 여유허 추구형' 이라고 명하였다. 여섯번째 군집은 응답자가 56명으로 제일 많고, 품질추구와 자연추구가 높은 수치였으므로 '품질과 자연 추구형' 이라고 명하였다.

표 6. 이토우의 주성분분석에 대한 군집분석

추구요인	군 집					
	즐거움과 품질추구형 (n=11)	자기·추억 및 자연추구형 (n=21)	건강과 즐거움추구형 (n=46)	여유와 안정추구형 (n=23)	다목적 여유허추구형 (n=3)	품질과 자연추구형 (n=56)
건강추구	.864	.233	.802	.386	.732	.347
품질추구	.198	.139	.120	.640	1.099	.212
자기 및 추억추구	.467	1.186	.463	.119	1.390	.759
안전추구	1.439	.384	.375	.275	2.716	.150
자연추구	1.592	.173	.066	1.026	1.470	.644
즐거움추구	.633	.422	.612	.903	.617	.130
여유허추구	.085	1.242	.342	.325	1.982	.072
F치	13.086	3.712	31.376	17.464	33.389	12.658
유의도	.000	.000	.000	.000	.000	.000

### 2.3 쿠사츠 지역의 분석결과

먼저, 「건강과 자기 추구형」은 50대의 기혼남성,

부부가 개인여행형태의 방문이 많았다. 그리고 친구·친척을 통해 목적지의 정보를 얻고, 방문빈도는 2회 이상의 재방문율이 높았다. 관광과 보양이 주요한 목적이



며, 체제기간은 1박2일, 소비금액은 1~2만 엔, 방문까지 걸린 시간은 3~4시간이 많았다. 「다목적 품질 추구형」은 30대의 기혼여성이 가족·친척 또는 친구·애인과 동행하고, 처음과 2~5회방문하는 경우가 많았다. 또 보양을 목적으로 하며, 체제기간은 1박2일이 많았다. 「건강과 즐거움 및 추억 추구형」은 고졸과 20대, 미혼 여성이 많았고, 관광을 목적으로 1박2일을 체제기간으로 하는 경우가 많았으며, 방문까지 4시간이상을 들이는 것이 특징이다. 「여유와 즐거움·추억 추구형」은 20대의 미혼여성, 학생이 많았고, 관광을 목적으로 처음 친구 또는 연인과 체제기간을 1박2일이나 당일로 방문하는 경우가 많았다. 소비금액은 1~2만 엔과 1만엔 이하로 비교적 금액이 낮았으나 체제기간이 짧은 것과 관계가 있다고 생각할 수 있다. 친구나 친척 또는 인터넷을 정보 원천으로 하고 있으며 방문까지 걸리는 시간은 1~2시간이다. 「안정과 여유 추구형」은 회사인과 20대 미혼여성, 친구·친척을 정보원천하며 관광을 목적으로 1~2시간을 들여 처음 방문하는 경우가 많았고, 1박2일을 체제하며, 1만엔~2만 엔 정도를 소비하고 있었다. 「품질과 자연 추구형」은 20대와 미혼남성과 학생이 많았고 관광을 목적으로 하며, 친구·연인과 동반한 개인여행과 단체여행의 형태가 많았으며 처음 방문한 경우가 많았다. 「건강과 여유 추구형」은 20,30대와 미혼남성, 학생과 사회인이 주였으며, 동반인은 친구·여인이 많았다 처음 방문한 사람이 많았으며, 이 군집은 10회 이상방문한 사람의 비율이 높아 정기적으로 방문하고 있는 사람이 많다고도 볼 수 있다. 더욱이, 체제기간에 있어서도 당일이 제일 많은 비율이지만, 2박 이상을 체제하는 수가 반이상이었다.

쿠사츠 지역은 건강을 주요 목적으로 방문하는 관광객을 크게 「건강과 자기 추구형」, 「건강과 즐거움·추억 추구형」, 「건강과 여유 추구형」으로 나뉘지며, 각각의 군집의 수가 21명, 64명, 11명으로 조사대상이 반 이상을 차지하고 있다. 그리고 건강을 목적으로 하더라도 표8-1에서의 인구통계학적 특성과 여행특성에 따라 관광지에서 요하는 욕구가 다르다는 것을 알 수 있다. 그러나 쿠사츠의 건강보양지 설립 계획을 보면 온천과 자연환경에 중심을 둔, 관광객의 다양한 욕구를 무시한 관광지 개발이라고 할 수 있다. 건강보양지에서 건강 만들기 활동은 휴양·운동·보양이라고 한다면 쿠사츠는 휴양에 많이 기울어져 관광객의 건강에 대한 다양한 욕구를 만족시킬 수 있는 시설이나 서비스, 프로그램의

내용이 눈에 띄게 부족하다고 말해도 과언이 아닐 것이다. 관광객의 다양한 욕구를 만족시키기 위해서는 구체적인 관광지개발의 계획과 관광시설의 개발이 필요할 것이다. 예를 들어, 여성을 타겟으로 한다면, 온천시설 안에 에스테살롱이나 네일살롱과 같은 건강뿐만 아니라 미용에 관한 서비스를 제공한다거나 과중한 스트레스를 받고 있는 남성에게 대해서는 남성용 에스테와 릴렉스 기능의 마사지 시설, 릴렉스레이션 룸등의 시설을 설치하는 등의 노력이 요구된다. 그리고 관광객은 젊은 세대가 많은 것이 알 수 있었으므로 지금부터는 고령층뿐만 아니라 젊은 세대를 타겟으로 하여 건강을 시키면서 다양한 즐거움이 제공되는 새로운 형태의 온천보양관광지 만들기에 힘을 쏟아야 할 것이다.

## 2.4 이토우지역의 분석결과

「즐거움과 품질 추구형」은 처음으로 방문한 사람과 기혼, 30대, 직업으로는 회사원과 주부가 많았고, TV·라디오와 인터넷을 정보원천으로 하며, 개인 여행과 패키지 투어와 관광과 업무를 목적으로 방문하는 사람이 많았다. 체제기간은 1박2일, 소비금액은 1~2만 엔이었으며 방문까지 걸리는 시간은 1~2시간으로 가까운 곳에서 오는 사람이 많았다. 「자기와 자연 추구형」은 20대, 학생이 많았고 단체와 친구·친척과 방문하는 경우가 많았다. 관광을 목적으로 3~4시간이상을 들여 방문하고, 3~4만 엔을 소비하였다. 「건강과 즐거움 추구형」은 가장 많은 수를 차지한 군집이었으며, 이 군집은 50대, 기혼, 여성이 많았고 직업으로는 회사원이나 주부가 많았다. 방문빈도는 2~5회와 10회 이상인 사람의 비율이 높아 정기적으로 방문하고 있는 사람이 많다고 생각할 수 있다. 관광과 보양을 목적으로, 2박3일과 2박이상의 체제기간이 길며, 유일하게 4만 엔 이상을 소비하는 군집이다. 「여유와 안정 추구형」은 연령대는 20,30대가 많았고 기혼자와 학생 주부가 많았다. TV·라디오로 목적지의 정보를 얻고, 관광을 목적으로 방문하는 사람이 많았다. 소비금액은 1~2만 엔으로 적은편이었으나, 방문하는 데까지 걸리는 시간은 3~4시간으로 먼 곳에서 방문하는 사람이 많다고 할 수 있다. 「다목적 여유 추구형」은 직업이 자유업과 주부, 연령은 20대와 40대, 여성의 비율이 높았으며 친구·연인과 함께 방문하고 관광을 목적으로 하며 개인여행의 형태가 많았으며 소비금액은 1~2만 엔과 1만 엔 이하로 적은편이

였다. 「품질과 자연 추구형」은 고졸과 기혼여성, 직업으로는 회사원과 주부가 많았으며 친구·친척과 함께 방문하고 관광을 목적으로 하며, 개인여행과 단체여행의 형태로 방문하는 경우가 많았다.

이토우 지역에서는 건강을 주요 목적으로 하는 관광객이 50대와 여성, 건강과 함께 오락과 쇼핑에 관심이 많은 「건강과 즐거움 추구형」 하나이며, 건강에 관한 욕구 보다는 다른 욕구를 즐기는 관광객이 많다. 이것은 표5-1의 요인분석의 결과를 보면Factor1이 건강 및 미용을 추구하는 항목이며 기여율이 12.200%로 제일 높지만 Factor 2부터Factor 4까지의 차이가 그다지 크지 않아 이토우 지역을 방문한 요인으로 건강에 관한 요인이 큰 요인이긴 하지만 다른 요인에 관한 관심도 높은 것을 알 수 있다. 그러나 이토우는 「따뜻하고 여유로운 건강보양 도시 이토우」를 슬로건으로 풍부한 온천과 자연자원을 활용해 건강보양지 만들기 사업계획을 거점·프로그램·숙박·마을·PR로 나누어 지역의 건강 관련 시설과 숙박시설의 정비와 조사를 실시하는 등 건강보양 프로그램을 제공하는 등의 건강보양지 만들기에 힘을 쏟고 있다. 하지만 그럼에도 불구하고 건강을 주요한 목적으로 하고 있는 관광객이 적은것은 이토우가 행하고 있는 건강보양지 만들기 사업이 관광객에게 전해지지 않아 이토우가 건강보양 건강지라는 의식이 약하다고 말 할 수 있다. 그러므로 이토우 지역은 자연자원과 건강관련 시설을 이용한 관광시설의 개발과 건강관련 이벤트를 개최하는 등의 계획을 실시하는 것과 함께 이토우가 건강보양 관광지라는 것을 관광객에게 강하게 어필 되도록 노력하지 않으면 안 될 것이다. 더욱이 표8-2을 보면 이토우의 모든 군집의 정보원천이 친구·친척이며 이것은 대부분의 관광객이 구전을 통해 정보를 얻고 있다는 것을 말해 준다. 보다 폭 넓게 이토우를 어필하기 위해서는 각종 미디어와 인터넷을 이용하여 많은 사람들에게 이토우가 건강보양지라는 것을 알릴 필요가 있다.

**VII. 결론**

본 연구에서는 쿠사츠와 이토우 지역을 선정하여, 두 지역이 어떠한 건강보양지 만들기에 관한 계획을 행하고 있는지를 살펴본 후, 각 지역을 방문한 관광객에게

양케이트를 실시하여 두 지역이 보양관광지로 지역진흥을 이루려는 보양관광지 만들기 계획과 관광객이 보양관광지에 바라고 있는것을 비교해본 결과 다음과 같은 것이 알게 되었다.

먼저, 두지역이 건강보양지역인 만큼 건강증진을 위해 ‘건강’을 주요 목적으로 방문하는 관광객이 많았지만, 건강뿐만이 아니라 미용·품질·추억 만들기·여유 등 다양한 욕구를 가지고 있는 것을 알 수 있었다. 그러나 관광지에서는 건강을 테마로 한 지역진흥을 이루려고 하여, 건강에만 중점을 두어 관광객의 다양한 욕구에 대응 할만한 관광시설이나 서비스를 제공하려는 노력이 부족하였다. 그것을 그림으로 나타내자면 다음과 같다.

건강에 관한 욕구	시설의 질과 서비스에 관한 욕구
즐거움이나 쇼핑에 관한 욕구	자연이나 여유에 관한 욕구등

▶▶ 그림 2. 관광지의 지역진흥에 관한 테마

건강에 관한 욕구	시설의 질과 서비스에 관한 욕구
즐거움이나 쇼핑에 관한 욕구	자연이나 여유에 관한 욕구 등

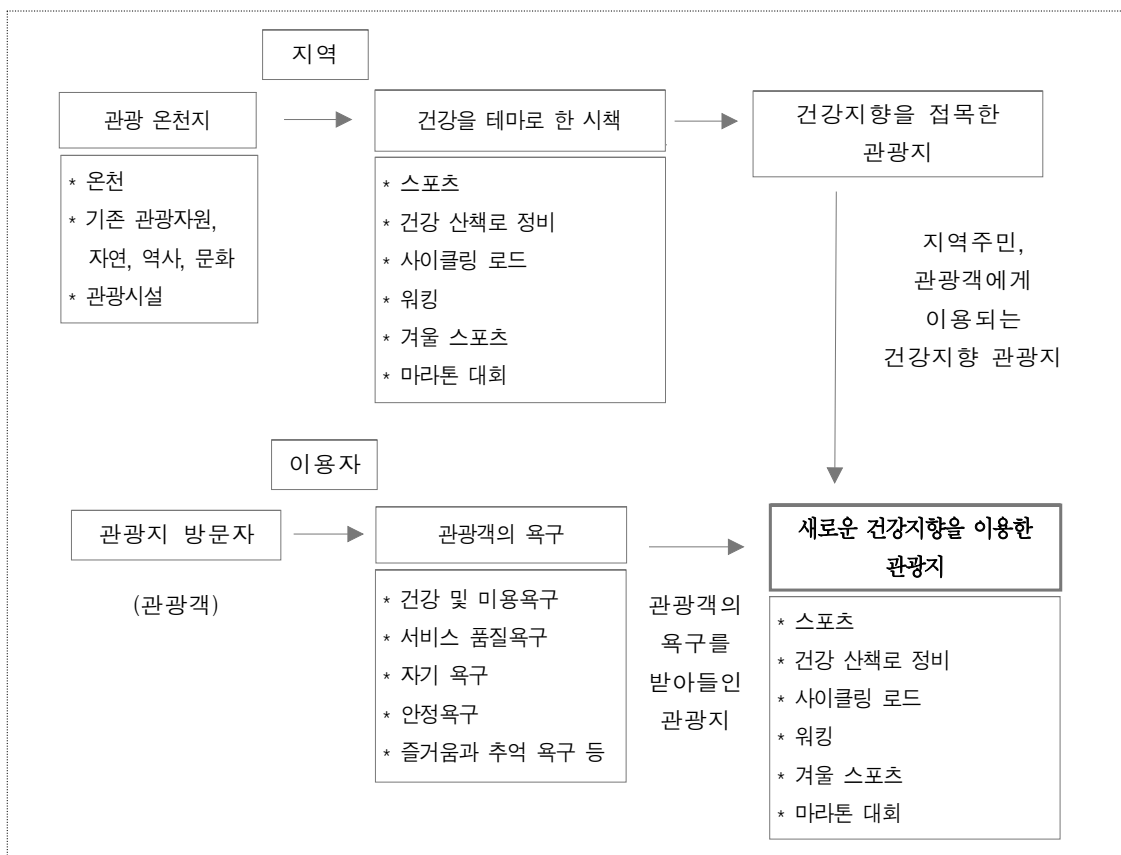
▶▶ 그림 3. 관광객이 관광지에 바라는 욕구

그러므로, 건강을 물로 리휘레쉬, 릴렉스, 미용, 쇼핑 등 다양한 욕구에 대응 가능하도록 건강유지·증진 시설 및 서비스의 세분화와 이중업과의 연계를 하는 등의 노력을 해야 할 것이다.

예를 들어, 온천시설 안에서 릴렉스가 가능한 영상이나 음악이 흘러나오는 룸을 설치하여 이용객의 마음의 안정을 돕는 네일 살롱이나 마사지 시설은 설치하는 등 이용객의 다양한 욕구에 응하는 시설의 정비가 요구된다. 또한 두 지역에 있어서 보양을 목적으로 하는 재방문도가 높고 체제기간이 긴만큼 소비금액도 높아지는 것을 알 수 있었다. 체제기간을 연장시키는 것이 지역

의 활성화에 직접적으로 연결되므로 지역의 특산품을 이용한 헬스 메뉴를 조식메뉴와 석식메뉴를 다르게 하여 제공하며 아침과 저녁에 참가 가능한 프로그램에 차별화를 두어 숙박을 유치하는 것도 생각 할 수 있을 것이다. 그리고 여성과 젊은 세대의 관광객이 많고, 특히 쿠사츠에 관해서는 보양을 목적으로 하는 젊은이가 많은 특징이 있다. 그렇기 때문에 고령뿐만이 아니라 젊은층을 타겟으로 한 남녀노소가 즐길 수 있는 관광시설과 서비스를 제공하지 않으면 안 될 것이다. 그리고 쿠사

츠와 이토우이 보양관광지 만들기 계획은 관광지측의 일방적인 개발로 관광객의 행동이나 욕구에 관한 분석이 행해지지 않아 방문한 관광객이 무엇을 원하고 있는지에 관한 파악이 이루어지지 않았다. 관광객의 다양한 욕구를 파악하는 것으로 인해 지역자원과 시설을 한층 더 효율적으로 개발 할 수 있을 뿐 아니라 관광객이 욕구에 맞는 시설과 서비스가 제공되어 관광객의 만족도를 높일 수 있을 것이다. 지금까지의 진행책의 흐름을 나타내자면 그림 4와 같다.



▶▶ 그림 4. 새로운 건강지향을 이용한 관광지의 흐름 <연구자 작성>

그리고 이토우 지역의 분석결과를 보면 요인분석의 결과에 의해, 관광객은 건강을 이토우를 방문하는 큰 요인으로 두고 있는 반면 다른 요인에 있어서도 관심이 높았다. 이것은 이토우가 보양관광지라는 인지도가 낮은 것을 그 요인이라고 볼 수 있을 것이다

하지만, 두 지역에 있어 정보원천이 친구·친척이 많아 두 지역을 알게 된 것이 대부분 구전이였다. 그렇기

때문에 매스미디어와 인터넷을 이용해 적극적인 홍보활동을 행하여 보양관광지로서 어떠한 계획으로 건강에 관한 시설과 서비스를 개발하고 제공하고 있는지를 보다 많은 사람들에게 어필하여 관광객을 불러들이려는 노력을 해야 한다.

즉, 관광지가 개발에 있어서 하나의 기능에 중점을 두어 다른 관광지와의 차별화를 이루고자 하는 것도 중

요하지만, 그것만으로는 그 관광지가 가지고 있는 매력을 전부 발산하는 것은 어려울 뿐 만 아니라 관광객의 다양한 욕구에 대응 할 수도 없다. 새로운 기능의 시설이나 서비스를 시작하는 것은 매우 어려운 일이지만, 종래의 건강에 관한 자연자원이나 시설, 서비스를 지역 특성에 맞춰 관광지개발을 실시하여 주민과 관광객이 이용하는 건강보양지 만들기를 지향하고 더욱이 관광객의 건강 및 미용욕구, 서비스 품질 욕구, 자기욕구 등 다양한 욕구를 파악한 후 이러한 욕구를 적극적으로 접목한 새로운 건강지향을 이용한 관광지 창조가 기대 된다.

## ■ 참고 문헌 ■

### 1. 문헌

- [1] .岡本 伸之, 観光学入門, 포스트·마스·우·리즘의 観光学, 有斐閣アルマ, 2004.
- [2] 佐藤 俊雄監訳, 観光의 크로스·인パクト—經濟·環境·社会への影響—, 大明党, 1981.
- [3] 野間 省一, 日本の文化地理, 第6卷 群馬·埼玉(株) 講談社, 1974.
- [3] 野間 省一, 日本の文化地理, 第8卷 静岡·山梨·長野, (株)講談社, 1974.
- [4] 二宮 愛二, 日本地誌, 第11卷 長野県·山梨県·静岡県(株)二宮書, 1990.
- [5] 日本心理学会編, 健康教育概論, 健康心理学 시리즈4, 2002.
- [6] 日本交通公社調査部, 観光読本, 東洋經濟新報社, 1998.
- [7] 澤 利行, 健康文化論, 大修館書, 1998.
- [8] 前田 勇, 現代観光總論, 学分社, 2004.
- [9] 前田 勇, 観光とサービスの心理学, 観光行動学序説, 学文社, 1995.
- [10] 前田 勇, 現代観光학 키워드 事典, 学文社, 1998.
- [11] ]前田 勇, 21世紀의 観光학 展望을 課題, 学文社, 2003.
- [12] 前田 勇·佐々木, 観光의 社会心理学, ひと·こと·もの 3つの 視点から, 北大路書, 2006.
- [13] 田村 明, まちづくり의 実践, 岩波新書, 2000.
- [14] 山村 順次, 新観光地理学, 大明党, 1995.
- [15] 鈴木 忠義, 代観光論, 有斐閣双書, 1973.
- [16] 溝尾 良隆, 観光学—基本と 実践, 古今書院, 2003.
- [17] 溝尾 良隆, 観光を読む 地域振興への 提言, 古今書院, 1996.
- [18] 徳水 幹雄, 健康と運動의 科学, 大修館書店, 1995.
- [19] 安村 克己·遠藤 英樹·寺岡 伸吾, 観光社会文化論 講義, (有)くぶるん, 2006.

### 2. 저널 및 논문

- [1] 姜 淑瑛, "헬스 투어리즘(Health Tourism)의 이미지에 關する 研究", 日本觀光研究学会 第16回 全国大会論文集, p 225, 2001.
- [2] De la Barre.K., De la Barre,S.. and Taggart, M.:A Feasibility Study for a Yukon Health and Wellness Tourism Industry 2005.
- [3] Finnicum,p.and Zeiger,J.B:Tourism and wellness;A natural alliance in a natural state 2004.
- [4] Lee kyoung-han·Ju young-han, "健康·美容 테마型旅行資源分析", 旅行学研究 第18号.
- [5] Sohn de-hyun·Kim jung-eun, "헬스 투어리즘 利用者の 利益分析, 観光·레ジャー 研究", 第12卷2号, 2000.
- [6] 草津町, "草津町健康文化と快適なくらしのまち創造プラン-住みよい安定した生活の町づくりのために-",1996.
- [7] 伊東市健康保養地づくり 実施委員会:伊東市健康保養地づくり 事業計画,2005.
- [8] (社)스포츠, 21世紀型의 注目 서비스 施設 『滞在型健康 서비스 施設』의 비즈니스 展開 힌트 『こころと 体に 訴える 新事業』

2005.

- [9] (社)日本観光協会, “温泉観光地の魅力をどう高めるか”, 月刊観光3, No. 402, 2000.
- [10] (社)日本観光協会, “新「健康観」と観光”, 月刊観光8, No. 431, 2002.
- [11] (社)日本観光協会, “健康志向に 대응する”, 月刊観光8, No. 466, 2005.
- [12] (社)日本観光協会, “ヘルスツーリズムの推進に向けて”, 月刊観光4, No. 486, 2007.
- [13] (社)日本観光協会, “2003年 観光の実態と志向”, (財)健康体づくり事業財団: 健康づくりに関する意識調査, 2003.
- [14] 草津県 草津町, 1995年度健康文化都市先進事例集, インターネット: <http://www.wellness.or.jp/kenbun/zirei/020.html>(2005/8/9)
- [15] (社)日本観光協会, 科学による解明できた旅の「癒し」効果—「旅の健康学的効果」の解明結果まとまる—, インターネット, <http://www.jata-net.or.jp/osusume/manetisiki/01709jissyho.htm>, (2005/10/29)
- [16] JTBヘルスツーリズム研究所: ヘルスツーリズム研究所について, インターネット: <http://www.jtb.co.jp/healthtourism/htv/vison/asp>(2005/5/20)
- [17] 十勝毎日新聞社: イソノリゾート土幌構想特集, インターネット: <http://www.tokachi.co.jp/kachi/jour/05kahun/20050702-01/index.htm>(2006/05/18)