



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

스파 類型分類에 따른 스파 프로그램 開發에
關한 研究



漢城大學校 藝術大學院

뷰티藝術學科

뷰티에스테틱專攻

林 性 旻

碩士學位論文
指導教授 申仁淑

스파 類型分類에 따른 스파 프로그램 開發에
關한 研究

A Study on the Development of Spa Program
through the Spa Type Analysis

2009年 12月 日

漢城大學校 藝術大學院

뷰티藝術學科

뷰티에스테틱專攻

林 性 旻

碩士學位論文
指導教授 申仁淑

스파 類型分類에 따른 스파 프로그램 開發에
關한 研究

A Study on the Development of Spa Program
through the Spa Type Analysis

위 論文을 藝術學 碩士學位 論文으로 提出함

2009年 12月 日

漢城大學校 藝術大學院

뷰티藝術學科

뷰티에스테틱專攻

林 性 旻

林性旻의 藝術學 碩士學位論文을 認准함

2009年 12月 日



HANSUNG
UNIVERSITY

審査委員長 _____ 印

審査委員 _____ 印

審査委員 _____ 印

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구의 목적	1
제 2 절 연구의 범위와 방법	2
제 2 장 스파의 유형 분류	3
제 1 절 스파의 정의 및 개념	3
제 2 절 스파의 유형 분류	3
1. 치료 중심형 스파	4
1) 의학적 스파	4
(1) 메디컬 스파	4
2) 대체의학적 스파	6
(1) 테스트네이션 스파	7
(2) 수면 스파	7
2. 휴양 중심형 스파	8
1) 생활 접근형 스파	8
(1) 데이 스파	8
2) 레저 중심형 스파	9
(1) 크루즈 스파	9
(2) 리조트·호텔 스파	11
3. 기타	12
1) 덴탈 스파	12
2) 키즈 스파	13

제 3 장 스파 유형에 따른 스파 프로그램 15

제 1 절 스파의 유형에 따른 스파 프로그램 15

1. 치료 중심형 스파	15
1) 의학적 스파	15
(1) 메디컬 스파	15
2) 대체의학적 스파	16
(1) 데스티네이션 스파	16
(2) 수면 스파	21
2. 휴양 중심형 스파	23
1) 생활 접근형 스파	23
(1) 데이 스파	23
2) 레저 중심형 스파	27
(1) 크루즈 스파	27
(2) 리조트·호텔 스파	28
3. 기타	33
1) 덴탈 스파	33
2) 키즈 스파	35

제 4 장 스파 유형 분석에 따른 서비스 프로그램 참여 연구 개발 사례 37

제 1 절 스파 서비스 프로그램 개발절차 37

제 2 절 스파 서비스 프로그램 사례 45

1. 국내 사례	45
1) 아루나 스파	45
2. 해외 사례	57
1) 아루나 데이 스파	57

제 5 장 결 론	66
【참고문헌】	71
ABSTRACT	75



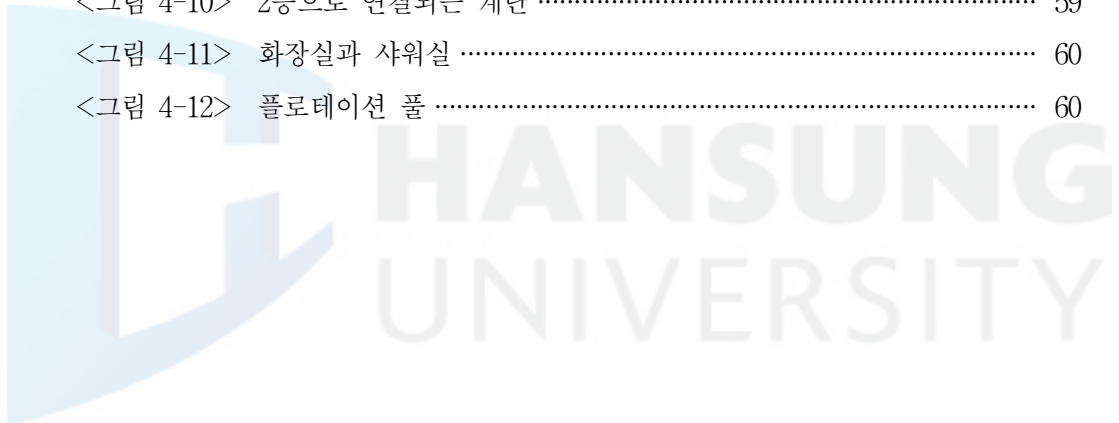
【 표 목 차 】

[표 4-1] 소매 상권에 영향을 미치는 요인	38
[표 4-2] 프로그램 기본 개발 절차 단계	39
[표 4-3] 국가별로 본 선호하는 테라피 프로그램 연간분석표	42
[표 4-4] 스파 프로그램 분류	43
[표 4-5] 월평균 예상 매출	44
[표 4-6] 월지출 내역 항목	44
[표 4-7] 법정 동별 세대 및 인구	46
[표 4-8] 부천 아루나 스파의 컨셉	47
[표 4-9] 인근지역 동종 업계 조사	51
[표 4-10] 목표 고객 비율	51
[표 4-11] 경쟁환경, 상권 분석, 입지분석을 통한 목표고객	52
[표 4-12] 부천 아루나 스파 SWOT 분석	53
[표 4-13] 부천 아루나 스파 공간 구성	54
[표 4-14] 미국 스파 시장	61
[표 4-15] 경쟁환경, 상권 분석, 입지분석을 통한 목표고객	62
[표 4-16] 목표 고객 비율	63
[표 4-17] 아루나 데이 스파 공간 구성	63
[표 4-18] 아루나 데이 스파 SWOT 분석	64

【 그림 목 차 】

<그림 2-1> 아쿠아 블루 메디컬 스파 시술 모습	5
<그림 2-2> 아쿠아 블루 메디컬 스파 시술 모습	6
<그림 2-3> 카니발 크루즈 클라우드9 스파	10
<그림 2-4> 오션 빌리지2 카르마 스파	10
<그림 2-5> 미라몬트 리조트 & 스파	11
<그림 2-6> 샹그릴라 호텔, 방콕	12
<그림 2-7> 파인허트의 키즈 스파	13
<그림 2-8> 심플리쎬시 키즈 스파	13
<그림 3-1> 프라자 스파클럽	16
<그림 3-2> 미아모 스파 명상실	18
<그림 3-3> 미아모 스파 실외 수영장	19
<그림 3-4> 두개천골을 받고 있는 아기	20
<그림 3-5> 레이키 시행 모습	21
<그림 3-6> 옐로 스파	22
<그림 3-7> 하이드로테라피 텡	23
<그림 3-8> 로마의 스트리길	24
<그림 3-9> 바디브러싱 모습	25
<그림 3-10> 포시즈 호텔스파의 풋 스파	27
<그림 3-11> 스톤워머	28
<그림 3-12> 비쉬샤워	29
<그림 3-13> 비쉬샤워 작동 모습	30
<그림 3-14> 비쉬샤워 관리 모습	30
<그림 3-15> 스카치 호스 분사 모습	31
<그림 3-16> 스위스 샤워	32
<그림 3-17> 포시즌 덴탈 스파 이치료	33
<그림 3-18> 포시즌 덴탈 스파 얼굴관리	34
<그림 3-19> 포시즌 덴탈 스파 아쿠아 마사지	34

<그림 3-20> 스왓 룸	35
<그림 4-1> 부천시 행정구역및 구별 면적	45
<그림 4-2> 부천 아루나 재패니스 스톤 웨이셜 케어 모습	48
<그림 4-3> 페보니아 글로벌 네트워크	49
<그림 4-4> 부천 아루나 스파 명상	50
<그림 4-5> 보레	55
<그림 4-6> 리포사지 적용모습	55
<그림 4-7> 리포사지 전후 사진	56
<그림 4-8> 아루나 데이 스파 외관	57
<그림 4-9> 리셉션 구역	58
<그림 4-10> 2층으로 연결되는 계단	59
<그림 4-11> 화장실과 샤워실	60
<그림 4-12> 플로테이션 풀	60



제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 목적

빠르게 발전하고 변화하는 사회에 살고 있는 현대인들은 치열한 경쟁사회로 내몰리고 있으며 이로 인해 경중의 차이일 뿐이지 대부분의 사람들은 정신적·육체적 스트레스를 겪고 있다. 따라서 현대인들은 스트레스를 해소하고 최상의 컨디션과 건강을 유지하기 위하여 다양한 방법을 찾게 된다. 그 중 하나가 스파 방문을 들 수 있다. 기존 국내에서 대중들에게 스파 방문이란 크게 두 가지 이미지를 가지고 있었다. 하나는 가족단위의 대규모 온천시설 혹은 여성들이 단순히 자신을 미적으로 가꾸고 치장하는 하나의 미용 장소로, 또 하나는 대부분 소비성이 강하고 혜택 받은 계층 또는 상위 계층문화에서 향유하는 고급 여가의 한 형태로 여겨졌다. 오늘날에는 내면과 외면의 조화로운 삶을 추구하고 삶의 질을 중요시하는 수요층이 증가하고 생활수준의 향상과 여가시간의 활용이 다양해지고 있다. 또한 스파의 다양한 효능과 형태가 점차 알려지면서 스파는 웰빙 차원에서 복합적으로 내면과 외면을 모두 가꿔주는 공간으로 인식되어 지고 있고 있으며 일반 대중들에게도 접촉의 기회가 늘어나 점차 대중화되고 있는 단계이다. 이러한 관심은 스파 산업 시장의 규모가 차츰 증가함에 따라 그것을 뒷받침하고 있다.

스파 산업을 넓게 보았을 때 피부관리실도 포함될 수 있다. 그것은 데이 스파 또는 스파라는 용어의 쓰임새가 폭넓어져 전세계적으로 우리나라의 피부관리실과 같은 일반적인 스킨 케어 살롱에서도 스파라는 이름을 쓰고 있기 때문이다. 스파시장의 핵심인 업소의 행태는 피부미용업이다. 피부미용업소 수를 산정할 때 미등록 및 미파악된 피부미용실 업소가 60~70% 정도라고 감안한다면 전체 피부미용 업소 수는 2005년 16,748 업소로 추정 할 수 있으며, 피부미용업소수의 평균 증가율이 약 3.61%인 점을 감안하여 2006년도 17,353, 2007년 17,979 업소로 잠정 집계할 수 있다.¹⁾ 이렇듯 피부미용 산업은 발전하고 있으며 고부가가치의 산업으로 발돋움하고 있다.

1) 황순옥(2008), 「피부미용산업 실태조사 및 제도 개선방안」, 한국보건산업진흥원, p51

오늘날 많은 업소에서 스파라는 용어를 상호로 사용하며 고객을 유도한다. 그러나 수준 높은 서비스와 체계적인 고객관리, 피부관리사의 전문적 지식이 충족되지 않으면 소비자의 요구를 만족시키지 못하고 머지않아 고객이 찾지 않는 이윤을 창출하기 힘든 스파 또는 피부 관리실로 전락할 것이다. 또한 해외의 경우 스파의 역사가 길고 수많은 국제 협회와 단체가 활동하고 이에 다양한 연구와 이론적 기반이 닦아왔지만 국내에서는 2006년도에 대한 스파 협회가 창설되었을 정도이다. 짧은 국내 스파 문화와 이에 대한 인식부족은 낮은 이해를 유도하고 피부미용 종사자, 소비자 모두에게 혼란을 야기한다. 따라서 본 연구를 통하여 피부관리사들에게는 향후 본인이 스파나 피부 관리실을 운영하거나 관리자가 되었을 때 전문가로써 활용할 수 있는 전문적이며 실용적인 지식을 제공하고 기업이나 업체에게는 현장에서 적용할 수 있는 기본적인 프로그램을 제안해 보고자 한다.

제 2 절 연구의 범위와 방법

본 논문에서는 스파의 개념을 이해하고 몇 개의 카테고리로 나눠 분류하여 그에 속하는 스파를 규정하였으며 각각의 스파 유형에 맞는 제공 프로그램을 어떠한 단계를 거쳐 만들어지며 어느 부분에 중점을 맞춰 계획이 이뤄져야 성공적인 프로그램으로 고객에게 제공되고 이윤을 창출 할 수 있는가에 대한 연구이다. 연구의 방법은 다음과 같이 진행하고자 한다.

제 1장에서는 연구의 목적 및 범위와 방법을 고찰해 보고자 한다. 제 2장에서는 스파에 대한 이론적 개념에 대해 알아보고 스파의 유형을 분류하여 각각 스파들이 갖는 특징을 고찰해 보고자 한다. 제 3장에서는 제 2장에서 분류한 스파 유형을 토대로 다양한 스파의 각 형태에 따라 제공 되어지는 일반적인 프로그램들을 소개하고자 한다. 제 4장에서는 이러한 스파 유형에 따른 서비스 프로그램 개발에 대한 진행 단계를 고찰하고 근거자료로 국내외 사례 및 분석을 통하여 성공적인 스파 프로그램 개발의 근거 자료로 활용하고자 한다. 제 5장에서는 앞서 제시한 내용을 근거로 하여 연구의 내용을 종합하고 정리함으로써 결론을 도출해 보고자 한다.

제 2 장 스파의 유형 분류

제 1 절 스파의 정의 및 개념

‘스파 (spa)’라는 용어는 ‘스파우 (Spau)’라는 벨기에의 리게 근처의 한 작은 마을의 지명으로부터 나왔다. 그 작은 마을은 광천수 지역이었으며 사람들은 그 곳을 방문하여 다양한 질병과 신체적인 문제들을 치료하기 위해 온천수를 자주 이용하였다. 이 지역은 로마시대부터 관광온천을 이용한 리조트 지역이었으며 이 때문에 스파라고 하면 대개 온천을 떠올리게 됐지만 지금은 ‘물을 이용한 시설’이란 넓은 의미로 사용되고 있다.²⁾

국제스파협회 (ISPA: International Spa Association)의 정의는 스파란 몸, 마음, 정신 모두에 균형된 건강을 되찾기 위한 다양하고 전문적인 솔루션을 의미한다. 대한스파협회 (KISPA: Korea International Spa Association)에서는 스파란 물의 열, 부력 및 마사지를 이용해 인체의 혈을 자극, 몸의 평온과 스트레스를 해소시키고 질병 예방 및 신체 컨디션을 재조정하는 선진 수 치료시설이며 몸, 마음, 정신과 웰빙을 목적으로 다양하고 전문적인 서비스와 체계적인 관리가 제공되는 곳이라 정의한다. 따라서 스파란 인간을 위한 고유의 목적을 충족할 수 있는 행위에 대한 총칭이며 앞으로도 꾸준히 진행 되어야 할 탐구대상임과 동시에 끊임없이 변화하고 발전하는 산업이라 할 수 있겠다.³⁾

제 2 절 스파의 유형 분류

스파는 자리잡고 있는 위치, 시설관리 방침, 제공되는 서비스의 유형, 일반적인 시설의 성질에 따라 여러 형태의 스파로 분류할 수 있다. 그러나 그 분류는 제공되는 서비스가 이루어지는 장소에 따라 같은 프로그램을 적용하는 다른 형태의 스파로

2) 이광례(2006), 「스파 리조트의 실내 공간계획에 관한 연구」, 건국대학교 디자인대학원 석사학위 논문, p.24

3) 임진호(2008), 「직장인을 위한 수면전문 스파시설 계획에 관한 연구」, 홍익대학교 건축도시대학원 석사학위 논문, p.17

구분되어 질 수도 있는데 이는 스파 고유의 목적을 위한 프로그램과 접목과 활용이 그 성격과 상황에 따라 달리 적용 되어 지기 때문이다. 따라서 하나의 스파가 여러 스파의 성격을 동시에 가질 수도 있다. 하지만 이들의 공통점은 wellness (예방차원의 건강관리)로 특화되어 있다는 점이며 이는 신체적, 정신적 필요에 초점을 다양하게 맞추고 있다는 의미이다.⁴⁾ 본 논문에서는 스파를 방문 할 때 고객이 치료에 중점을 두는 가 혹은 휴양에 목적을 두는 가에 따라 치료 중심형 스파와 휴양 중심형 스파로 크게 분류하였으며 치료 중심형 스파에서는 의학 기술을 사용하는 메디컬 스파와 서양의학 외의 비전통의학이라 할 수 대체의학적 스파로 나누었다. 또한 휴양 중심형 스파의 경우 일상생활에서 쉽게 접근 가능한 생활 접근형 스파와 레저를 즐기기 위한 레저 중심형 스파로 분류하였다.

1. 치료 중심형 스파

치료 중심형 스파는 고객이 스파를 방문하는 목적이나 동기가 단순히 미의 추구·스트레스 해소 측면보다는 궁극적인 목적을 가지고 효과적인 치료를 받기 위하여 방문하는 스파이다. 이러한 치료 중심형 스파는 기존의 피부관리실이나 데이 스파에서 받기 힘든 전문적인 관리를 피부과 의사, 한의사 또는 가정 내과 의사에게 진단을 받고 그에 맞는 치료와 약을 처방 받으며 동시에 얼굴과 바디의 피부관리를 받을 수 있다는 장점이 있다. 이러한 치료 중심형 스파의 대표적인 예가 바로 메디컬 스파이다. 국내에서는 그 성장률이 높아지고 있는데 그것은 피부관리실이나 스파에서의 기계 사용이 엄격하게 규제됨에 따라 더욱 성장할 수 있게 만든 요인이다. 치료 중심은 크게 두 가지로 나누어 앞서 언급한 메디컬 스파를 포함하는 의학적 스파와 치유, 개선 시키고자 하는 목적 중심이 강한 대체의학적 스파로 분류하였다. 대체의학적 스파는 데스티네이션 스파와 수면 스파가 있다.

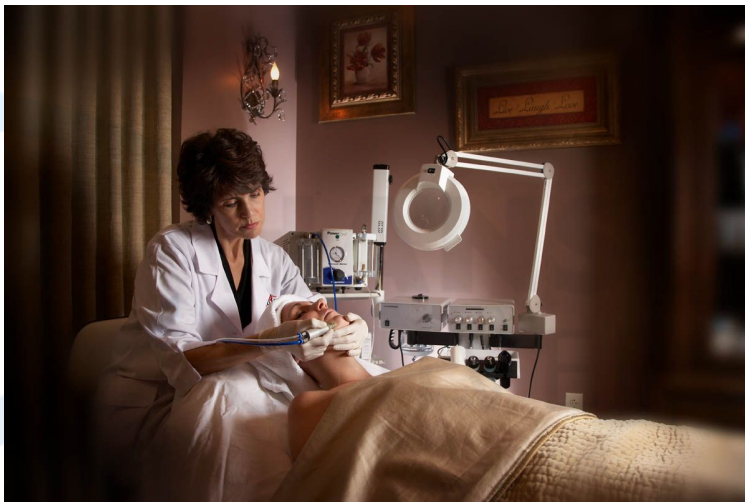
1) 의학적 스파

(1) 메디컬 스파 (Medical Spa)

메디컬 스파는 병원의 치료적 개념과 데이스파의 치유적 개념이 합쳐진 것으로 기존 병원에서 할 수 있는 전문적인 치료와 바디 트리트먼트(Body treatment), 바디 마사지(Body massage), 웨이셜 트리트먼트(Facial treatment) 등을 같이 병행함으로

4) 임진호, 전계논문, p.21

써 뛰어난 시너지 효과를 발휘한다. 최근 들어 크게 각광 받고 있는 메디컬 스파 시장은 매우 이상적인 스파로 인식되어 집에 따라 성장 잠재력이 가장 크다. 이러한 미용과 의료와의 만남은 기존에 피부 관리실에서 채워지기 힘들었던 얼굴 붉음증 관리, 기미, 주근깨, 모세혈관 확장증, 주름 등과 같은 부분을 만족시켜 줄 수 있는 장점을 가지고 있는 스파이다. 우리나라의 경우 성형외과, 피부과, 한의원에서 데이 스파가 결합한 형태로 주로 나타난다. 또한 이러한 메디컬 스파에서는 리테일(retail) 판매로 화장품과 의약품이 합쳐진 용어인 코스메디컬 브랜드(cosmedical brand)의 제품을 판매하기도 하며 이것은 화장품 시장에 새로운 코스메디컬 화장품의 진입과 성장을 유도하였다.



<그림 2-1> 아쿠아 블루 메디컬 스파(acqua blu medical spa) 시술 모습⁵⁾

해외의 경우 이러한 메디컬 스파가 국내 인근지역의 고객을 대상으로 하며 폭넓게 해외 관광객까지 대상의 범주에 넣는다. 최근들어 국내에서도 성형외과 정도에서만 진행되던 의료관광이 메디컬 스파 시장까지 진입하고 있다. 이러한 메디컬 스파시장은 의료관광과 연계하여 동반 성장을 전개할 수 있다.

의료관광의 유형에는 크게 두 분야가 있다. 먼저, 의료중심 의료관광으로 질환 치료를 목적으로 입국하는 외국인 환자를 대상으로 이루어지는 분야로서, 의료관광 선도국 중 싱가포르가 이에 해당된다. 또 하나는 관광중심 의료관광으로 관광 패키지 상품에 검진이나 피부미용 등 의료 부분이 추가되는 분야로서, 훌륭한 관광 인프라

5) www.acquablumedicalspa.com

를 바탕으로 스파 등 다양한 형태의 메디컬 서비스와 연계된 투어 중심으로 태국이에 해당된다.⁶⁾ 한국은 2010년 해외 방문객 유치 목표를 7만명으로 예상 하고 있으며 외국인 환자의 유인·알선이 가능해 의료법 개정과 관광 진흥법 개정은 메디컬 스파의 영역을 넓히고 발전시킬 수 있다.



<그림 2-2> 아쿠아 블루 메디컬 스파 시술 모습⁷⁾

<그림 2-2>와 같이 대부분의 메디컬 스파에서 보톡스(Botox) 프로그램이 제공하는 데 이것은 눈가나 미간, 이마, 입, 목 등 주름살이 있는 부위에 적용하여 주름을 개선시키고 저작근에 주입하여 근육을 위축시켜 두께를 줄여줌으로써 부드러운 턱선을 만들어 준다. 이로 인해 기존의 에스테틱이나 피부관리실에서 접근하기 힘들었던 부분을 의학적인 기술로 고객들을 유도한다.

2) 대체의학적 스파

대체의학적 스파는 치료 중심형 스파의 특징인 의사의 전문적인이고 병원에서 찾아 볼 수 있는 의학의 표준화된 치료와는 다른 특징을 갖는다. 미국의 국립위생연구소(NIH)가 분류한 대체의학은 식이·영양, 정신·신체기법, 생전자기장(Bioelectromagnetics), 전통요법 및 민간요법, 약물 및 생리적 치료, 수지용법(manual healing methods), 약초요법, 현대대체의 대체의학은 침술(Acupuncture)을

6) 문화체육관광부, <http://korea.kr/>, 정책기고

7) www.acquablumedicalspa.com

비롯하여 향요법(Aromatherapy), 카이로프랙틱(Chiropractic), 수치료(Hydrotherapy), 식이요법, 동조용법(Homeopathy), 약초요법, 인도의 전통 의술인 아유르베다까지 약 50여가지의 수술이나 약을 사용하지 않는 모든 치료방법을 말한다. 8) 물론 마사지, 요가, 단전 호흡, 레이키(Reiki), 무용치료등도 포함된다. 이러한 것들을 스파에서 즐길 수 있게 만든것이 바로 대체의학적 스파로 그 안에는 데스티네이션 스파와 수면 스파를 들 수 있다.

(1) 데스티네이션 스파(Destination Spa)

일정 기간 숙박을 하면서 건강한 라이프 스타일을 즐기도록 해주며 다양한 형태의 전문 프로그램을 갖추고 주로 사막, 바닷가, 산과 같이 일상생활에서 벗어난 곳에 위치하여 지역적 형태에 따라 골프, 등산, 트래킹, 하이킹, 요가, 수영, 태극권, 명상, 자아성찰을 할 수 있는 워크샵 등과 같은 여러 활동을 제공하고 엄선된 식이요법도 병행되어지는 스파이다. 목적형 스파는 그 어떤 종류의 스파보다 고객에게 지친 일상 생활에서 벗어나 몸에 쌓인 피로와 스트레스를 내보내고 정화시키고 몸과 마음을 아름답게 가꾸는 것을 지향한다. 또한 방문객들의 방문 목적이 가장 뚜렷한 스파라 할 수 있다. 이것은 방문객들의 방문 목적에서 찾아 볼 수 있다. 그들은 주로 항노화, 노폐물 배출, 건강한 체중조절, 몸과 마음의 균형을 되찾고자 방문한다. 이러한 스파는 의사가 상주하며 전문적인 상담과 관리로 숙박기간 동안 건강 상태를 체크하고 건강을 향상 시켜줄 수 있도록 한다. 계획적으로 잘 짜여진 식이요법 프로그램, 몸매 관리 프로그램, 건강개선 프로그램을 받으러 많은 해외 유명 스타들이 방문하기 때문에 고급 스파의 이미지가 강한 편이다. 최근에는 리조트 스파도 이러한 목적형 스파의 성격으로 변화하고 있다.

(2) 수면 스파

우리나라의 경우 성인의 96%가 권장 수면시간(하루 7~9시간)에 턱없이 모자라는 수면을 취하는 등 많은 이들이 만성수면부족에 시달리고 있다. 성인들의 수면부족은 우리나라에만 해당되는 일이 아니다. 미국국립수면재단이 2005년 실시한 여론조사에 의하면 응답자의 절반 이상이 2004년 일주일에 며칠 이상 불면을 경험했고, 75%의 미국인이 “5년 전에 비해 수면시간이 줄었다”고 답했다. 9) 이렇듯 수면의 시간이 줄

8) 정경숙, 「대체의학에서 요가의 가치에 대한 사례 연구」, 호서대벤처 전문대학원 석사학위논문, 2008, p.21

어둡고 깊은 잠을 잘 수 없게 될 경우 낮 동안의 사용한 에너지를 재충전할 수 없게 된다. 이러한 가장 기본적인 휴식시간인 수면시간이 감소하게 되면 신체적 정신적으로 문제를 일으킬 수 있게 되는 것이다. 따라서 불면증과 같은 수면장애에 대한 다양한 치료방법이 소개되고 수면 클리닉이 양의학과 한의학 동시에 취급하며 인기를 끌고 있다. 또한 원기회복을 위하여 낮잠의 중요성도 많이 부각되어지고 있다.

일본 노동성 산업의학종합연구소의 조사에 따르면 낮잠을 15분만 잔 사람들이 45분 동안 잔 사람들보다 머리 회전율이 더 좋다고 한다. 사람이 잠을 시도하면 첫 5분간은 수면상태로 들어가는 예비 단계이고, 그 다음 10분 정도가 얕은 수면상태다. 바로 이 15분간이 낮잠의 효과를 최대한으로 발휘하는 것이다. 짧은 낮잠의 효과는 “부족한 잠의 보충이 아니라 깨어 있는 동안의 두뇌 피로를 씻어내는 것”이라는 게 전문가들의 설명이다.¹⁰⁾ 바쁜 도시 일상에서 짧은 낮잠을 유도하는 곳이 수면스파로 불면증에 시달리고 있는 현대인들에게 깊고 편안한 수면을 제공하며 테라피와 공간을 제공하므로써 일상생활에 활력과 안정을 갖다 주는 스파이다.

2. 휴양 중심형 스파

스파를 찾는 목적이 치료의 목적보다는 휴식과 휴양에 중심을 두고 있는 스파 유형이다. 이것은 크게 생활 접근형과 레저 중심형으로 나눌 수 있다.

1) 생활 접근형 스파

스파 즐기기 위하여 장시간 여행을 갈 수도 있지만 우리의 생활에서 멀리 떨어져 있지 않고 도심 안에서 쉽게 받을 수 있는 스파를 의미한다. 생활 접근형 스파는 바쁜 업무와 생활에서 벗어나 스트레스를 완화시키고 신체의 기능을 활성화 시키고 미적효과도 동시에 가져 올 수 있는 것이 바로 도심에서 쉽게 찾아 볼 수 있는 데이 스파이다.

(1) 데이 스파 (Day Spa)

데이 스파는 데스티네이션 스파와 비슷한 면이 있으나 이것은 일정기간 체류하며 스파 서비스를 제공 받는 것이 아니라 하루 단위로 효율적으로 받을 수 있는 프로그램이 제공 되어지는 차이점이 있으며 도심 안에서 현대인들이 겪는 스트레스와

9) www.mediatoday.co.kr

10) 전세일, 낮잠은 15분만 자라, 한겨레21,[생활/문화], .2008.8.13

유해 환경으로부터 잠시 피해 몸과 마음의 안정을 찾고 미도 추구할 수 있다는 특징을 가진다. 도심 안에 있는 대부분의 스파들이 이러한 형태에 속한다.

2) 레저 중심형 스파

레저 중심형 스파는 스파의 방문 동기가 직접적으로 스파를 찾아 왔다가 보다는 여유와 휴식을 취하러 왔다가 그 장소에 속해 있는 스파를 즐기게 되는 것을 말한다. 가령 크루즈(cruise) 스파를 즐기기 위해 크루즈 여행을 계획한다기 보다는 크루즈 여행을 즐기러 와서 크루즈 여러 서비스 중에 하나인 스파를 경험하게 되는 것이다. 리조트·호텔 스파의 경우도 레저 중심형이라 할 수 있다. 특히 리조트 방문객들은 골프·스키·보트와 같은 활동을 즐기러 방문을 하고 리조트 시설 안에 있는 스파를 즐길 기회를 갖게 된다. 비즈니스 출장으로 방문하게 되는 호텔일 경우 혹은 회원제로 호텔을 방문하는 경우와는 다르게 여행 목적으로 호텔을 방문하게 되는 경우를 여기서는 말한다.

(1) 크루즈 스파 (Cruise Spa)

한국관광공사의 정의를 보면 크루즈 여행이란 순수 관광 목적의 선박여행으로 숙박, 음식, 위락 등 관광객을 위한 시설을 갖추고 수준 높은 관광상품을 제공하면서 수려한 관광지를 안전하게 순항하는 여행(운송의 개념+호텔의 개념)이다.¹¹⁾ 대부분의 선박에는 다양한 부대시설과 엔터테인먼트 요소를 추가하여 편안한 휴식과 즐거움을 제공하고 있다. 따라서 많은 크루즈들이 스파 시설을 갖추고 있다. 이러한 크루즈 안에 부대시설로 들어가 있는 크루즈 스파는 크루즈 여행객을 대상으로 바디마사지, 웨이셜 트리트먼트, 스크럽(Scrub), 바디랩(Body wrap) 등 다양한 프로그램을 제공한다. 또한 규모가 큰 스파의 경우 헤어 살롱의 프로그램도 들어가 있다. 이것은 여행 중 해상에서 지친 심신을 달래기도 하며 미용적 효과를 주기도 하는 이중의 역할을 한다. 아직 우리나라의 경우 크루즈 여행이 활성화 되어있지 않지만 점차 해상 여행을 즐기는 사람들 사이에서 알려지고 있다.

유명한 크루즈 스파로는 카니발 크루즈의 새로운 선박인 카니발 드림(Carnival Dream)의 클라우드 나인 스파(Cloud 9 Spa), 씨번(Seabourn)의 새로운 선박 씨번 오디세이(seabourn odyssey)에서 갖추고 있는 스파 빌라 형식의 스파, 크리스탈 크

11) www.cruise.co.kr

루즈의 크리스탈 스파(Crystal Spa), 피엔오 크루즈(P&O Cruises)의 오아시스 스파(Oasis Spas), 오션 빌라 2(Ocean Village2)의 카르마 스파(Karma Spa), 셀러브리티 이퀴노스 크루즈(Celebrity Equinox cruise)의 아쿠아(Aqua Spa) 등이 영국의 데일리 메일(Daily mail, 2009)에서 뽑은 세계 최고의 크루즈 스파로 보도되었다.



<그림 2-3> 카니발 크루즈 클라우드 9 스파 12)

<그림 2-3>와 같이 크루즈 스파도 일반적인 데이 스파와 같은 공간으로 구성되어지며 룸의 규모에 따라 하이드로테라피 텀이나 샤워시설을 포함하기도 한다.



<그림 2-4> 오션 빌리지2 카르마 스파의 자궁방(Womb Room) 13)

크루즈 선박 중 하나인 오션 빌리지2의 카르마 스파에서는 <사진 2-4>처럼 자궁방이라 하여 쉬면서 명상을 즐길 수 있는 공간을 제공하여 스파가 단순히 신체만을

12) www.cruises.about.com

13) www.dailymail.co.uk

아름답게 가꾸는 공간이 아닌 내면과 외면의 균형을 이루고자 한다.

(2) 리조트 스파 (Resort Spa), 호텔 스파(Hotel Spa)

리조트·호텔 안에 위치한 스파 시설을 의미하며 데이 스파에 비하여 비교적 릴렉싱 위주의 프로그램을 제공하는 편이다. 또한 리조트·호텔 안의 다양한 시설을 즐길 수 있다는 장점이 있다. 특히 리조트 스파뿐만 아니라 호텔 스파는 오늘날 데이 스파의 역할을 갖기도 한다. 이것은 고객들이 호텔을 투숙객으로써 방문하는 것이 아니라 호텔 안에 위치해 있는 스파를 데이스파의 개념으로 방문하기도 하는 것이다. 많은 리조트·호텔 스파측에서도 투숙 고객, 휘트니스 회원, 리조트·호텔 회원뿐만 아니라 지역 고객(local client)에게도 개방되어진다.

데스티네이션 스파가 건강 생활과 신체·정신의 변화에 집중하고 있다면 리조트 스파는 리조트 안에서 휴식과 긴장 완화에 더 집중한다.



<그림 2-5> 미라몬테 리조트& 스파(Miramonte Resort & Spa)¹⁴⁾

<그림 2-5>와 같이 골프, 수영, 승마 등 다양한 활동을 제공하는 큰 규모의 리조트부터 작은 규모의 리조트까지 여러 형태의 리조트가 있으며 데스티네이션 스파 역시 여러 종류의 활동이 가능하지만 리조트 스파에서 신체 활동을 더 치중 할 수 있다. 그러나 오늘날에는 리조트 스파에서도 정신적인 면을 가꾸는 프로그램이 많은 데스티네이션 스파의 프로그램을 취하기도 하는데 단순히 스파가 외적인 면을 가꾸는 것이 아니라 정신적 부분도 채워 줄 수 있다는 것을 의미하며 현대인들이 스파를 미를 가꾸는 목적으로만 방문하는 것이 아니라는 것을 보여준다.

14) www.miramonteresort.com

호텔 스파의 경우 그 호텔이 입지해 있는 지역에 따라 프로그램이 달라진다. <그림 2-6>과 같이 동남아시아의 호텔들은 관광객 유치 및 특화를 위해 그 나라만의 전통 마사지 기법과 전통 재료, 음악, 향, 전통이미지의 실내장식, 전통 차를 통해 방문객의 오감을 자극한다.



<그림 2-6> 상그릴라 호텔, 방콕(Shangri-La Hotel, Bangkok) ¹⁵⁾

3. 기타 스파

1) 덴탈 스파(Dental Spa)

치과 치료를 받는 동시에 스파에서 받을 수 있는 다양한 트리트먼트를 제공받는 메디칼 스파 개념의 스파이다. 덴탈 스파는 기존의 치과가 가지고 있는 경직되고 차가운 느낌을 부드럽게 해주는 분위기와 치료와 함께 제공 되어지는 가벼운 마사지는 긴장 완화, 경직된 근육을 이완시키며 통증을 경감시켜 준다. 덴탈 스파는 치과 치료에 핸드 마사지나 발마사지 등을 추가 비용 없이 제공하거나 또는 비용을 별도로 받기도 하지만 주된 업무는 치과 치료에 있다. 국내에서는 예치과¹⁶⁾가 가장 먼저

15) www.at-bangkok.com

16) 2005년 송파 예치과가 국내 첫 덴탈 스파를 도입하였으며 별도의 비용 없이 치료과정에 손, 발 마사지를 받을 수 있다.

도입하였다.

2) 키즈 스파 (Kids Spa)

스트레스를 받는 것에 대한 특정 연령은 없다. 아이들 역시 마찬가지이다. 키즈 스파가 각광 받는 이유는 아이들을 외적으로 아름답게 가꿔주는 이유도 있지만 무엇보다도 성장 발육, 집중력 향상, 두려움이나 화를 누그러뜨리고 행동 개선에 큰 도움을 줄 수 있는 프로그램을 제공하기 때문이다.



<그림 2-7> 파인허트의 키즈스파¹⁷⁾

<그림 2-7>과 같이 네일케어를 해주고 마사지를 하나의 부속으로 여겨졌던 키즈 스파가 아동 전용의 피부 관리를 받을 수 있는 키즈 스파로 발전하기 시작하였고 청소년까지 대상층을 넓히고 있다.



<그림 2-8> 심플리썬시 키즈스파¹⁸⁾

17) www.pinehurst.com

18) www.simplysassykidsspa.com

<그림 2-8>과 같이 키즈 스파는 주로 해외에서 네일·패디 케어와 함께 간단한 팩과 핸드 마사지가 이루어지는 네일샵에서 어린이를 위한 프로그램, 다양한 유형의 스파에서 어린이들을 겨냥한 프로그램, 어린이 생일 파티를 열어·고객의 집으로 직접 방문하거나 샵 방문을 통한 파티 프로그램 등 여러 형태에서 각각 발전하였다. 외국의 경우 우리나라 보다 어린이에 대한 꾸밈이나 치장에 대한 관심이 더 높기 때문에 자녀의 생일에 이러한 키즈 스파에서 프로그램을 제공 받게 하는 것이 하나의 파티처럼 여겨지는 것이다. 아직 국내에서 전문 키즈 스파가 있지는 않으나 일반 스파나 피부 관리실에서도 아동을 대상으로 한 프로그램이 제공되기도 한다. 이것은 아동이나 청소년 역시 소비층이 될 수 있다는 것으로 청소년 여드름, 아동 성장 마사지 등이 주로 제공되어 진다.



제 3 장 스파 유형에 따른 스파 프로그램

제 1 절 스파 유형에 따른 스파 프로그램

1. 치료 중심형 스파

1) 의학적 스파

(1) 메디컬 스파

국제스파 협회(ISPA: International Spa Association)에서 발표한 2009 스파 산업에 대한 리서치에 의하면 스파 형태로 나누었을 때 메디컬 스파 수의 비율은 빠르게 성장하고 있다. 2007년 7월 이래로 메디컬 스파의 수는 85% 증가하였으며 스파 산업의 중요한 부분이라는 것을 더 나아가 증명하고 있다. 데이 스파는 전체 스파의 79%를 차지하여 아직도 지배적으로 우위를 차지하고 있다.

메디컬 스파에서는 기존의 피부 관리실이나 데이 스파에서 접근하기 어려웠던 의학적인 전문 치료가 병행된다. 메디컬 스파는 굳이 바디 마사지나 데이 스파 방문의 목적으로 방문을 하지 않았더라도 이러한 에스테틱 분야의 프로그램을 의사의 권유나 후 처방 관리로 자연스럽게 넘어 갈수 있다. 따라서 메디컬 적인 부분으로 방문하는 고객과 데이 스파와 같이 몇 시간의 짧은 휴양 목적 및 미 추구로 찾아오는 고객 모두를 동시에 만족 시켜줄 수 있는 장점을 가진다. 메디컬 스파 프로그램은 크게 얼굴과 바디로 나뉘지고 목적은 노화방지, 비만 관리, 스트레스 완화로 나뉘질 수 있다. 대개 의학적 치료와 관련되어 주로 레이저 제모(Laser hair removal), 레이저 거미양정맥 치료(Laser spider vein treatment), 레이저 여드름 치료(Laser acne), 보디 윤곽(Body sculpting), 셀룰라이트 관리(Cellulite reduction), 보톡스(Botox), 주비덤(Juvederm), 레스틸렌(Restylane), 케미컬 필(Chemical peels), 레디어스(Radiesse),아이피엘(IPL: Intense Pulsed Light)등이 적용되어진다.

2008년도 10월에 오픈한 서울 프라자 호텔의 프라자 스파 클럽은 VIP 스위트룸, 비쉬룸, 트리트먼트룸, 메디컬룸 등 총 7개의 스파룸으로 이루어졌다. 스파 프로그램으로는 전문의의 처방이 포함된 '프라자스파 시그너처', 전문의와 1:1상담을 통해 처방 되는 전문 메디컬 프로그램인 '프라자스파 클리닉', 바디와 페이스 프로그램들

한 번에 체험할 수 있는 '프라자스파 저니', 24K 골드 마스크 등 피부관리를 위한 '프라자 페이스 터치' 등이 있으며 의사의 처방을 통한 건강 관리와 의료 전문기기를 사용하여 프로그램이 이루어져 보다 효과적으로 노화방지와 스트레스 해소, 바디 셰이핑의 결과를 만든다.



<그림 3-1> 프라자 스파 클럽¹⁹⁾

프라자 호텔 내 휘트니스 센터의 고객이 주고객인 남성들, 잦은 음주를 하는 직장인과 주변 직장인들을 위한 '알코올 디톡스' 프로그램은 간 기능 증진 및 독소 배출에 효과적인 스파 서비스와 영양 주사 요법을 통해 숙취해소와 지친 바디 컨디션 회복을 빠르게 한다.

2) 대체의학적 스파

(1) 테스트네이션 스파

테스티네이션 스파는 일정기간 체류하면서 전문적으로 건강한 습관과 라이프 스타일을 개선 시키고자 방문하는 목적을 가진 스파이다. 역사적으로 이러한 테스트네이션 스파는 천연 온천 지역 또는 미네랄 워터 근원지에서 발전되어졌다. ²⁰⁾ 국제적으로 유명한 스파는 미국의 캐년 랜치 (Canyon Ranch, 아리조나와 마스 2곳 위치), 미아모 스파(Mii amo, 아리조나), 골든 도어(Golden Door Spa, 캘리포니아), 칼라비

19) <http://media.daum.net/economic/industry>

20) 위키피아

스파(Cal-a-Vie Spa, 캘리포니아), 멕시코의 란초 라 푸에트라 (Rancho La Puerta), 그린밸리 스파(Green Valley Spa, 유타) 등이 유명하다.

데스티네이션의 프로그램은 일반적으로 7일 정도 스파 서비스, 물리적 피트니스 활동, 웰니스 교육, 건강 요리, 고객이 특정 관심 있어 하는 프로그램을 자유롭게 선택할 수 있는 클래스 등을 제공한다. 릴렉싱과 뷰티를 연결한 바디 테라피와 얼굴 관리(주로 릴렉싱 위주의 부드러운 마사지가 제공되어진다. 스웨디시, 스톤테라피, 림프드레나지, 리플렉솔로지, 두개천골, 레이키, 바디 윤곽, 핸드 관리, 로미로미, 바디 랩, 바디 스크럽, 웨이셜은 리프팅, 미백, 수분공급 정도이다.), 정신적인 면과 신체적인 면을 다스리고자 한 걷기 명상, 명상 클래스, 요가, 기공, 태극권, 새 구경, 보다 활동적인 신체 활동을 추구하는 등산, 수영, 자전거 타기, 보트 타기, 암벽 등반, 사회 인간관계 스킬을 배울 수 있는 코칭 기술, 불안과 두려움을 없애는 마인트 컨트롤, 건강을 지키는 식이요법, 건강 요리 클래스 등이 제공 되어지며 전문 컨설턴트와 의사가 상주하기도하며 이에따라 프로그램을 개인 맞춤식으로 만들어 고객이 추구하는 몸무게 감량, 노폐물 배출, 식이 개선 등을 통하여 프로그램이 끝나고 본인의 생활로 돌아갈 때는 방문 전과는 다른 변화된 모습으로 돌아간다.

세계적인 여행전문지인 트래블앤레저(Travel & Leisure)에서 선정한 2009년 세계 최고의 데스티네이션 스파 1위로 뽑힌 미아모 스파는 당일, 3, 4, 7일의 패키지 프로그램으로 제공되며 14, 21, 30일 그 이상의 체류도 한다. 미아모 스파는 헬스 라이프 스타일(Healthy Lifestyle), 원기회복: 최적 에이징 접근(Rejuvenation: An Optimum Aging Approach), 디스트레스 마인드& 바디(De-stress Mind & Body), 정신적인 탐험(Spiritual Exploration), 아유르베딕 밸런스(Ayurvedic Balance)의 이 5가지의 여행으로 구분하여 개인 맞춤 프로그램을 구성한다. 다양한 종류의 입욕, 전신 스크럽, 마사지를 즐길 수 있는 아쿠아 워크(Aqua work)가 제공되어지며 마사지 프로그램은 스웨디쉬(Swedish), 딥티슈(Deep tissue), 림프드레나지(Lymph Drainage), 리플렉솔로지(Reflexology), 시아추(Shiatsu), 스톤마사지(Stone massage), 전통타이(Thai massage), 테이블 타이(Table thai), 아로마테라피 마사지(Aroma therapy), 2명의 테라피스트가 동시에 하는 다수핸드(manys hand)마사지, 두개천골 요법 등 다양하다. 그 밖에 여러 얼굴관리, 아유르베딕 익스피어런스 컨설턴트, 아유르베딕 얼굴관리, 시로다라, 아비앙가 바디 등이 있으며 바디 트리트먼트로는 아메리카 원

주민의 전통 요법을 이용한 블루 콘 바디 폴리시, 허브 독소정화 랩, 세도나 클레이 랩, 로즈마리 바디랩, 조조바 버터 랩등이 있다. 두 명의 고객을 위한 커플 손금보기, 오라소마, 소울 시커(soul seeker)가 있다.

정신인 면과 연결되어 제공되어 지는 프로그램은 손금, 레이키, 두개천골, 미아모 스피릿, 별자리, 오라 촬영, 타로 카드 등을 제공한다. 그 밖에 임신부 관리, 명상, 저널 강좌, 꿈 해몽, 진신도, 최면 등이 있으며 휘트니스로는 요가, 필라테스, 걷기, 아쿠아 피트니스, 일반 휘트니스 등이 가능하며 식이 컨설턴트로는 여성 전문, 체중 조절 전문, 영양, 숙면 등이 있다. 이외에도 다양한 패키지 상품이 있으며 다채로운 활동으로는 기공, 하이킹, 요가. 산 등반. 예술, 사진 등이 그 달의 스케줄에 따라 진행된다.

<그림 3-2> 미아모 스파 명상실 21)



미아모 스파에서는 <그림 3-2> 미아모 스파 명상실과 같이 정신적인 부분을 중요하게 여기며 다른 테스트네이션 스파보다 정신적인 면을 다양하게 다룬다. 그러나 이러한 것도 트렌드와 맞물려 이렇게 정신적인 안정과 평화를 다루는 테스트네이션 스파가 점점 늘어나고 있다.

텍사스 어스틴 호수에 있는 스파 리조트 (Lake Austin Spa Resort)에서는 티벳 볼 (bowl)을 이용하여 차크라의 균형을 맞춰주는 에너지 밸런스, 와이오밍 주에 위치한

21) www.vacationidea.com

스프링 크릭 랜치 (Wilderness Adventure Spa at Spring Creek Ranch)에서는 투시를 통한 영혼 리딩(Soul Reading), 뉴 멕시코에 위치한 로레토 더 스파 (the Inn and Spa at Loretto)에서는 별자리, 차크라 균형, 라이프 코칭(life coaching) 등 오제로 많은 고객들이 이러한 프로그램을 찾고 그것에 매우 만족하기 때문이다. 이것이 테스트네이션 스파가 갖는 특징이다.



<그림 3-3> 미아모 스파의 실외 수영장 22)

<그림 3-3> 과 같이 대부분의 테스트네이션 스파는 넓은 입지에 자리하고 있어 그 지역의 자연을 이용한 등산, 하이킹과 같은 활동을 제공하며 도시와는 다른 천연의 경관이 정신과 신체의 상태의 개선 및 치유에 도움을 준다.

로레토 더 스파와 미아모 스파에서 제공하는 두개천골 테라피는 기존에 어디서나 쉽게 접할 수 있는 일반 마사지와는 달리 손으로 몸을 촉진하여 몸과 마음을 다스려주는 독특한 프로그램이라 할 수 있다.

다른 유형의 스파보다 테스트네이션 스파에서 많이 제공되어지는 프로그램으로 두개천골 테라피와 레이키를 들 수 있다.

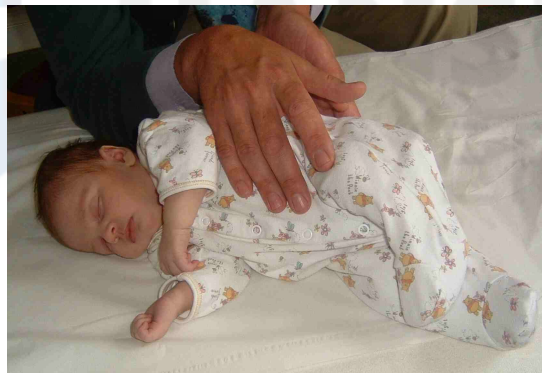
두개천골 테라피는 과거에 이론적인 부분이 제대로 설명되지 못하였을 때는 무속적인이고 종교적인 신념치료로 오해 받을 소지가 다분하였지만 철저한 과학적 검증과 이론적 부분이 더욱 체계화됨에 따라 최근에 들어 점점 활성화 되고 있는 테라피이다. 미국에서 19세기 후반 스틸(A.Still) 박사에 의해 시작한 정골의학의 연구로부터 비롯되어 서덜랜드(W.Sutherland) 박사가 두개천골의 움직임과 리듬을 발견하면서 다양한 치료 성과를 이뤄냈으며 그 이후 베커(Becker) 박사가 생명의 호흡과

22) www.baltimorestyle.com

내면의 건강시스템에 대한 이해를 넓혔으며 어플레저(Upledger)박사에 의하여 다양한 분야의 전문가들과 생체역학팀을 구성하여 과학적 접근으로 두개천골계를 증명하였으며 끊임없는 연구와 교육으로 많은 대중화에 큰 기여를 하였다.

두개골은 22개의 뼈로 이루어져 움직이고 있으며 이것은 천골의 움직임과 영향을 주고 받고 그 모습은 마치 하나의 도르래를 연상시킨다. 이 사이를 뇌척수액이 규칙적으로 일정량 흐르고 있는데 이러한 흐름에 제한이나 변화를 갖게되면 질병이나 장애를 일으킬 수 있다. 두개골의 끊임없는 움직임은 이러한 뇌척수액의 압력의 변화를 조정하고 있는 하나의 작업이라 할 수 있다.

두개천골요법은 두개골과 천골 간의 율동적인 리듬을 조절하고 뇌척수(C.S.F) 흐름을 원활하게 하여 신경계, 내분비계, 면역계를 통합 조절하는 치료법이다. 두개골의 긴장, 뇌기능 장애, 행동장애, 학습장애, 집중력 부족, 뇌의 손상, 자율신경 실조증, 우울증, 정신지체아, 자폐증, ADHA²³⁾, TIC²⁴⁾, PTSD²⁵⁾, 얼렌증후군²⁶⁾, 두개골성형, 안면비대칭 등에 도움을 줄 수 있다. ²⁷⁾



<그림 3-4>두개천골을 받고 있는 아기²⁸⁾

<그림 3-4>와 같이 유아와 아이들에게도 안전한 테라피이지만 어린 아동들의 경우

23) 주의가 산만하고 과다활동과 충동성과 학습장애를 보이는 소아청소년기의 정신과적 장애이다. 주의력결핍 과잉행동장애(注意力缺乏 過剩行動障礙)나, 줄여서 ADHD라고도 한다., 위키백과

24) 틱 장애(Tic disorder)는 신경 질환의 하나이다. 유아기에 발병하기 쉽다. 유인은 스트레스에 의하는 것이 많다.주된 증상은 몸(특히 손)의 흔들림이다. 유전 가능성도 있다., 위키백과

25) 외상후 스트레스 장애(Post-Traumatic Stress Disorder)는 신체적인 손상과 생명의 위협을 받은 사고에서 정신적으로 충격을 받은 뒤에 나타나는 질환이다. PTSD, 충격 후 스트레스 장애, 외상성 스트레스 장애라고도 한다, 위키백과

26) 얼렌증후군이란 정상보다 시신경 세포가 작거나 성숙하지 않아 망막으로 전해진 정보를 뇌에 제대로 알리지 못하는 것을 말한다., 하이닥 헬스피디아 의학백과, <http://www.hidoc.co.kr>

27) 김선애(2009), 『두개천골요법』, 서울: 갑을패, p.298

28) www.therapy-training.com

자신의 변화를 설명할 수 없으므로 신중하고 주의깊게 관찰을 해야한다.

오늘날 데스티네이션 스파 프로그램은 리조트 스파에서도 비슷하게 제공되어 진다. 기존의 리조트 스파가 갖는 단순하고 크게 구분되어지거나 특화되지 못한 부분을 데스티네이션 스파의 다양하고 활동적인 프로그램을 받아들이고 있는 추세이다.

레이키는 아직 국내에서 제공하는 스파는 거의 없지만 해외의 여러 유형의 스파에서 시아 트리트먼트로 소개되는 프로그램이다. 레이키란(Reiki) 손바닥을 이용한 고대의 강력한 치료기술이다. 레이키 전문가들은 그것이 신체와 마음과 정신에 균형과 조화를 가져온다고 주장한다. 레이키란 “우주의 살아있는 에너지”를 의미한다. 레이키는 우주 전체에 가득 차 있는 거대한 우주의 에너지 정신을 의미하며, 키는 모든 존재와 사물들에 대해 활동성을 부여하는 생명 에너지를 말한다. 레이키는 우주 에너지를 개인들의 에너지로 정렬시키고 균형 맞춘다.



<그림 3-5> 레이키 시행 모습²⁹⁾

레이키는 <그림 3-5>에서처럼 고객에게 여러 명이 혹은 한명이 동시에 레이키를 한다. 두개천골 역시 고객에게 여러 명이 혹은 한명이 할 수 있다.

(2) 수면스파

가장 대표적인 수면 스파는 미국 뉴욕에 위치한 옐로 스파(Yelo Spa)는 개인적인 공간을 제공하는 트리트먼트 룸에서 관리가 이루어지는데 이곳에서는 철저히 고객 성향에 맞춰 방의 조명색과 음악을 선택할 수 있는 커스터마이징된 서비스를 제공

29) www.infobuddhism.com

한다. 잠에서 일어날 때는 가장 자연스럽게 일어날 수 있는 LED 조명을 이용하여 인공적인 태양의 일출 조도로 스스로 일어날 수 있도록 해준다. 이 수면 스파는 장 시간 수면이 아니라 30~1시간 정도 수면을 하고 간단한 리플렉솔로지나 얼굴관리, 스웨디시 마사지 등을 받을 수 있다. 또다른 형태의 수면 스파는 메디컬 스파에서 설립되어진 수면 메디컬 스파도 찾아 볼 수 있다. 옐로 스파에서 제공하는 숙면테라피는 20분에서 40분으로 제한하며 그 시간은 고객이 결정하며 이와 병행하여 간단한 얼굴관리나 30, 45, 60, 90분 정도의 시간이 소요되는 손 또는 귀 마사지를 포함한 리플렉솔로지, 스포츠 마사지, 스웨디시 마사지 프로그램을 추가 받을 수 있다. 리플렉솔로지는 인체를 통하는 모든 에너지 통로는 발에 모여 발의 특정 반사점이 인체의 각 기관에 대응한다는 이론에 근거한다. 반사학의 발과 발목의 특정 지점에 압력을 가하거나 이들 지점을 문지르거나 잡아당기거나 마사지함으로써 해당 기관내의 에너지 흐름을 완화시킨다. 이 기법은 1900년대 미국의 윌리엄 피츠 제럴드(William Fitzgerald)에 의해 개발되었으나 중국에서는 수 천년동안 치료요법으로 알려져 왔다. 발의 특정 부위에 압력을 가함으로 반사반응을 야기하는 충격이 전달되어 뇌하수체선, 폐, 방광, 신장, 위, 비장 등과 같은 인체의 기관들이 자극되어 그 기능이 활발해진다.³⁰⁾ 따라서 짧은 시간 안에 빠르게 활력을 불어 넣고 피로를 풀 수 있는 리플렉솔로지는 수면 스파뿐만 아니라 도심 주변의 사무실이 많이 밀집해 있는 지역의 데이 스파에서도 제공하는 인기 프로그램이다.



<그림 3-6>옐로스파³¹⁾

30) 정혁진, 「호텔 스파 프로그램 비교 연구: 한국, 오스트리아, 태국의 호텔 스파를 중심으로」, 경희대 체육대학원 석사학위논문, 2004, p.13

31) www.piercemattiepublicrelations.com

엘로 스파에서는 엘로 캡이라고 불리는 룸에서 <그림 3-6>와 같이 특허 받은 의자인 엘로 체어에서 수면을 취하거나 리플렉솔로지와 같은 프로그램을 제공받는다.

2. 휴양 중심형 스파

1) 생활 접근형 스파

(1) 데이 스파

데이 스파에서는 고객을 편안하게 스트레스를 풀어주고 긴장완화를 시켜주는 큰 기능을 하는 동시에 미적 효과도 충족시켜 줄 수 있어야 한다. 따라서 프로그램은 긴장완화를 위한 바디 마사지나 시간의 구애 없이 짧게 즐길 수 있는 부분 관리(등, 다리, 복부), 외적으로 아름다운 바디 라인으로 가꿔주는 슬리밍, 다양한 기능의 웰리셜 관리를 들 수 있다. 리조트/ 호텔 스파에서 제공하는 프로그램과 비슷하게 다양한 수요법을 실시하고 대표적인 것은 하이드로테라피 튜브(Hydrothrapy tub)이다. 하이드로테라피 튜브는 다양한 기능을 가진 욕조라 할 수 있다. 욕조 안에 있는 제트를 통하여 물과 공기를 활발하게 움직여 신체에 수압을 준다. 씨워드 추출물, 아로마 오일을 튜브에 풀어 사용하기도 한다. 기종에 따라 다르지만 국부적인 수압으로 지방분해 효과, 혈액순환 촉진, 림프구 순환, 근육이완, 피부 영양상태 증진, 독소 배출을 촉진시킨다. ³²⁾



<그림 3-7> 하이드로테라피 튜브

32) www.pevoniakorea.com

오늘날 하이드로테라피 탭은 다양한 기능을 가지고 있으며 <그림 3-7> 하이드로테라피 탭³³⁾인 코스모덤 LT사양은 제트를 탈착할 수 있어 고객 사용 후 간편하게 세척할 수 있어 위생적이다.

데이 스파가 리조트/ 호텔 스파에서 대부분 제공하는 비쉬 샤워를 가지고 있다면 다양한 각질 관리를 보다 실용적으로 할 수 있다. 각질제거의 행위는 수 천년 오랜 역사를 가지고 있으며 다양한 여러 문화에서 찾아 볼 수 있는 하나의 미용 형태이다. 과거의 로마 배쓰(Roman bathe), 또는 열매(Thermae, 로마시대의 공중 목욕탕)에서 시민들은 그들의 노예인 개인 마사지 테라피스트가 커브 형태의 금속소재의 피부를 긁어내는 <그림 3-8>의 스트리길(strigils)라고 알려진 도구를 가지고 온욕이 끝나고 난 후, 그들의 피부를 벗겼다.



<그림 3-8> 로마의 스트리길.³⁴⁾

운동 경기 참가자들은 그들의 피부를 보호하기 위하여 오일을 전신에 바르고 (strigils) 이용하여 벗겨냈다. 엑스폴리에이션(exfoliation) 어원의 기원은 라틴 ex는 '벗겨내다' 라는 뜻이며 'folium' 은 잎을 뜻한다. ³⁵⁾ 그 시대에 현미경을 사용하지 않았는데도 불구하고 마치 표피 각질층 구조와 각질이 떨어져 나가는 것을 본 것처럼 상세히 표현하는 어원이다. 이러한 각질 제거는 피부의 불순물과 죽은 각질을 정리하여 표면을 매끄럽게 하고 적당한 자극으로 혈액순환과 맑은 피부톤을 부여하고 제품의 침투를 용이하게 함으로써 본격적인 스파 프로그램에 들어가기 앞서 추천되어지는 관리라 할 수 있다. 이러한 각질제거는 오랜 역사를 가지고 있으며 다양한 형태로 스파에서 제공되어지며 바디 스크럽, 씨솔트 그로우, 바디 폴리시, 바디

33) www.pevoniakorea.com

34) <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Strigiles.jpg>

35) Mark F. Beck, 『Theory & Practice of Therapeutic Massage』 :Delmar Pub, 2006, p.616

고마지, 드라이 브러시 마사지 등이 각질 제거의 한 방법으로 이용된다.

바디 스크럽이란 용어는 솔트 스크럽을 포함한 넓은 범위의 각질제거의 다양한 서비스를 포함하여 사용되어 진다.³⁶⁾

바디 브러시는 주로 노폐물· 독소 관리 프로그램에서 시작에 앞서 주로 사용되어진다. 이것은 죽은 각질을 제거하고 새로운 세포의 성장을 돕고 원활한 림프 순환, 노폐물의 배출을 촉진 시킨다. 또한 셀룰라이트 관리에서도 이용된다. 약간의 붉음은 혈액 순환이 잘되는 거라 할 수 있다. 바디 브러시 방향은 발에서 시작하여 심장 방향으로 쓸어내려 가며 진행한다. 여성의 경우 가슴 부분은 피한다.



<그림 3-9> 바디 브러싱 모습³⁷⁾

<그림 3-9>와 같은 천연모 바디브러시의 소독은 티트리 오일을 뿌리고 브러시를 뒤집어 놓는다.

다른 각질제거 방법인 솔트 글로우(salt glow, salt scrub, sea salt scrub)는 주로 바다 소금을 이용한 각질제거 관리로 바다소금의 입자가 거칠어 관리에 앞서 고객에게 충분히 인지 시켜주고 강하게 문지르지 않으며 예민한 피부의 경우에는 삼간다.

이렇듯 데이 스파는 매우 광범위하면서 가장 기본적인 개념의 스파라 할 수 있다. 미국의 데이스파 연합(The Day Spa Association)에서는 다음과 같이 다른 시설과 비교될 수 있는 데이스파의 서비스와 시설을 명시하고 있다.³⁸⁾

1. 깨끗하고 안전하며 조용한 환경을 가진다.
2. 각각의 독립룸으로 고객들이 개인적으로 받는다

36) Mark F. Beck, op.cit., p.617

37) www.bodycare.com

38) www.dayspaassociation.com

3. 여성,남성을 위한 탈의시설을 갖추고 있어야 한다.
4. 다양한 사이즈의 스파가운, 신발 제공
5. 비즈니스 라이선스, 전문 라이선스를 소지한 직원
6. 전문 스파제품을 제공하고 그 제품들을 교육받은 직원
7. 스웨디시, 림프, 리플렉솔로지(웁션-시아추, 폴라리티, 스포츠, 딥티슈, 딥머슬)
8. 바디트리트먼트 :하나 또는 그 이상의 메뉴- 바디 팩, 랩, 각질 제거, 셀룰라이트, 바디 톤링/ 윤곽, 왁싱. 홈케어 프로그램(웁션: 기기 , 열요법, आयु르 베다. 레이저 제모, 손, 발관리)
9. 얼굴: 클린징. 홈케어프로그램(웁션:메디컬 웨이셜, 기기. 레이저제모 , 화장품, 헤어제모, 메이크업 컨선테이션)
10. 아로마 테라피 : 개인의 바디와 얼굴에 맞는 아로마 테라피
11. 다음 중에 하나
하이드로테라피
12. 다음 중에 하나
 - 1) 식이 카운슬링, 체중 매니지먼트
 - 2) 개인 트레이너, 요가, 명상
 - 3) 스파 음식
13. 옵션
 - 1) 헤어 - 풀서비스 살롱, 두피 트리트먼트, 헤어 팩
 - 2) 스파 매니큐어, 패디큐어

아직 국내에서는 스파 안에 매니큐어와 패디큐어를 같이 받을 수 있는 곳은 거의 드물다. 스파에서 받는 네일 케어는 일반 네일샵과 같은 프로그램을 받을 수 있으며 <그림3 -10>의 미국 아틀란타에 위치한 포시즌 호텔의 스파와 같이 풋 스파 혹은 패디큐어케어라 불리는 의자에 앉아 각질관리, 마스크, 가벼운 마사지를 받는다.



<그림 3-10> 포시즌 호텔 스파의 풋 스파³⁹⁾

앞으로의 스파 시설은 고객을 위해 더 높은 가치를 창조하여야 하며 이를 위해서는 일반적인 프로그램이 아닌 부분적이면서도 보다 전문화 된 공간이 생겨나고 있다. 그 예로 풋 스파 공간과 같은 예를 들 수 있는데 풋 스파는 스파에서 성업 중인지 오래된 것으로 발 스파를 통해 발의 피로를 없애고 소독과 발톱 관리를 해주는 것으로 발 관리의 풀 코스이며, 다른 프로그램과 함께 이루어 질 수 있는 프로그램 중 하나로 다른 마사지를 받으면서 휴식하고 있는 중간에 이루어 질 수 있다. 특히 스파 서비스를 받고 난 다음 휴식을 취하는 매개 공간에서 이루어 질수 있는 부분 스파 프로그램들이 구성되어 질 수 있다.⁴⁰⁾

2) 레저 중심형 스파

(1) 크루즈 스파

해외 크루즈에서 스파 시설을 대부분 갖추고 있고 얼마나 규모가 커지고 양질의 프로그램을 제공하는가에 중점을 두고 있다. 대부분 크루즈 스파는 휘트니스와 같은 데크(deck)에 위치하거나 위아래로 위치하여 시너지 효과를 더해주고 있다. 릴렉싱 위주의 프로그램을 제공하는 경향이 다른 스파보다 강하지만 오늘날에는 슬리밍 프

39) www.discoverspas.com

40) 장진희, 「스파공간의 유형별 특성에 관한 연구: 프로그램에 따른 공간의 연계성을 중심으로」, 건국대학교 건축전문대학원, 석사학위논문, 2004, p.83

로그램도 강화되고 있는 추세이다.

오션 빌리지 2의 카르마 스파에서는 원기회복, 에너지이징, 노화관리, 눈가관리, 입가와 관련된 얼굴관리, 남성 얼굴관리, 타이요가 마사지, 스톤 마사지, 커플 마사지, 시그니처 마사지, 스크럽, 네일·페디 케어, 헤어, 제모, 등도 이뤄지며 휘트니스 시설과 연계한 프로그램도 제공한다.

이렇듯 크루즈 스파에서 제공하는 마사지의 하나인 스톤 마사지는 다양한 돌 (주로 현무암과 대리석과 옥)을 사용하여 따뜻하게 혹은 차갑게 각각의 용도에 맞게 온도를 달리하여 인체에 적용하는 테라피로, 오일을 이용하여 전신을 부드럽게 혹은 강한 압으로 관리한다. 스톤마사지는 면역력 강화, 순환 촉진, 원활한 림프순환, 독소 제거, 연부조직의 신진대사 개선, 관절통, 요통, 쑀신 근육을 부드럽게 완화시켜 준다. 그러나 임신 중이거나 심각한 심장 문제, 종양, 화학 요법 중인 환자가 같은 경우에는 반드시 의사의 충분한 상담 후 가능하다.



<그림 3-11> 스톤워머⁴¹⁾

스톤워머 혹은 스톤히터라고 불리는 <그림 3-11>과 같은 기계는 스톤마사지에 사용될 스톤을 데우기 위해서 필요한 도구이다.

(2) 리조트·호텔 스파

리조트·호텔 스파에서는 더욱 바디 트리트먼트에 있어서 일반 데이 스파보다 다양한 웨트트리트먼트(Wet treatment)를 많이 제공하고 있다. 기본적으로 웻 룸(Wet room)이 있으며 이 웻룸에서는 비취샤워, 스카치호스, 스위스 샤워, 하이드로테라피 탭 등이 설치되어 있고 스팀룸도 찾아 볼 수 있어 수요법을 즐길 수 있다. 일반적으

41) www.massageking.com

로 스팀룸은 사우나처럼 높은 고온으로 가동되는 것이 아닌 110~130화씨로 유지되며 사우나 보다 습기를 더 가지고 있다. 대표적인 비쉬 샤워(Vichy shower)는 누워서 물줄기를 맞을 수 있도록 제작되어진 기계로 고객이 방수가 되어지는 베드에 누워 있으면 베드나 벽에 부착되어진 폴대에 달려있는 5개 또는 그 이상의 샤워 헤드에서 나오는 물줄기를 맞도록 고안되었다. 이러한 샤워 헤드는 다양한 방향으로 움직임이 가능하고 물의 압력, 온도 조절이 가능하기도 하여 신체 내의 노폐물 배출, 혈액순환 및 신진대사 촉진, 신체 활력 부여와 고요한 물줄기는 깊은 안정감을 준다. 이 비쉬샤워는 바디 랩, 바디 스크럽, 바디 마스크 이후에 굳이 샤워실로 가서 씻어내는 번거로움을 해소하고 한 장소에서 효과적으로 씻어낼 수 있어 같이 병행되어진다.



<그림 3-12> 비쉬샤워⁴²⁾

비쉬 샤워의 형태는 <그림 3-12>와 같이 벽에 폴대를 장착시키는 비쉬 샤워와 베드에 폴대가 장착되어지는 형태가 있다. 비쉬샤워의 제트(jet)의 개수는 사양마다 다양하며 아래의 <그림 3-13> 과 같이 360도 움직임이 가능하여 여러 방향으로 분사시킬 수 있다.

42) <http://blog.calsun.canoe.ca/sixinthecity/2008/03/>



<그림 3-13>비쉬 샤워 작동 모습 43)



<그림 3-14> 비쉬 샤워 관리 모습44)

비쉬 샤워는 <그림 3-14>과 같이 스크럽이나 마스크 후 한 장소에서 닦아낼 수 있어 비쉬샤워 기계 하나로 다양한 역할을 수행하며 국내에도 많은 리조트·호텔, 데 이 스파에서 선보이고 있다.

스카치 호스(Scotch hose)는 주로 특수 제작되어진 긴 방에서 고객으로부터 6~8 피트 정도로 떨어져 테라피스트가 호스를 쥐고 따뜻한 물과 찬물을 번갈아 고객에

43) www.divineimagesdayspa.com

44) www.te:egraph.co.uk

게 강하게 분사한다. 수온 변화와 압력에 따른 순환 촉진, 노폐물 배출, 근육통 완화에 도움을 준다. 이때 서 있는 고객은 벽에 부착되어 있는 바를 잡아 미끄러지지 않도록 한다. 분사되는 물은 일반 물이거나 소금물을 이용한다.



<그림 3-15> 스키치 호스 분사 모습⁴⁵⁾

<그림 3-15>와 같이 스키치 호스는 고객과 거리를 두고 분사하며 림프 순환 방향으로 물줄기를 이동시켜 준다.

스위스 샤워(Swiss shower)는 몸에 활력을 주는데 매우 효과적인 스위스 샤워는 3개의 벽면에 부착되어 다양한 방향에서 나오는 따뜻하거나 차가운 물줄기를 맞는다. 이것은 차갑고 따뜻한 물을 이용하여 신진대사와 혈액순환을 촉진시키고 림프흐름을 원활히 하며 긴장되고 통증이 있는 근육을 이완시키고 류마티스나 관절염 등의 통증을 완화시켜준다. 스위스 샤워는 스파뿐만 아니라 비슷한 형태로 대중목욕탕에서도 찾아 볼 수 있다.

45) www.archiexpo.com



<그림 3-16> 스위스 샤워 46)

<그림 3-16>과 같이 45° F 에서 105° F의 빠르게 물 온도의 변화는 몸에 적당한 자극의 주어 순환을 촉진시켜 준다. 여러 방향에서 내려오는 강한 물줄기 마찰을 통한 스위스 샤워는 수요법에 들어가는 효과적인 기계이다.

고마지(gomage)는 프랑스어의 'to erase'의 뜻을 가지고 있다. 화학적 필링이 발전하기 전 인기를 끌었던 고마지는 오늘날 얼굴에만 사용되어지는 것이 아니라 바디에도 적용을 한다. 고마지는 전신에 도포하고 건조시킨 후 부드럽게 문질러 벗겨내어 각질제거 효과를 준다. 손이 많이 가지만 관리가 끝났을 때 샤워를 필요로 하지 않기 때문에 샤워시설이나 웻룸을 따로 갖추고 있지 않은 스파에서 활용할 수 있는 방법이다.

리조트· 호텔 스파에서 다양한 마사지를 제공하지만 여기서 가장 공통되게 제공되는 프로그램이 스웨디시 마사지이다.

스웨디시 마사지는 1800년대 초 스웨덴 사람인 페르 하인리크 링에 의해 원리가 발견되고 발전되었기 때문에 이렇게 불리게 되었다. 링의 시스템은 다양한 치료법의 절충적인 종합이라 할 수 있다. 그는 당시 급진전했던 생리학과 혈액 순환에 대한 지식에 의지했다. 그는 여기에 동양의 신체 조작기법과 자신만의 운동치료 복귀법을 보완했다. 스웨덴 마사지는 신체적, 정신적, 감정적인 측면에서 많은 치료적인 효과

46) www.hydrobook.com

가 있다. 스웨덴 마사지는 긴장을 풀고, 순환과 관절 움직임을 개선하여 행복감을 높이고 신체 기능을 최적상태로 만들어준다. 47)

3. 기타

1) 덴탈 스파

미국 라스베가스의 포시즌 덴탈 스파에서는 아래의 <그림 3-17> 과 같이 치과 치료를 받고 있는 동안 전문적인 주얼리 세척을 해주며 고객은 진료 의자에 누워 섀글라스 착용하고 모니터를 통해 영화나 TV 프로그램을 시청하고 동시에 파라핀 손관리를 받는다. 또한 메디컬 데이 스파 구역이 따로 있어 얼굴관리, 매니큐어와 페디큐어 프로그램이 있다.



<그림3-17> 포시즌 덴탈 스파 이 치료⁴⁸⁾

따라서 덴탈 스파는 치과를 방문하여 치료도 받고 치료와 통증으로 인한 스트레스와 긴장감을 마사지와 간단한 테라피를 통해 해소 시킨다. 이러한 측면 이외에도 바쁜 현대인들을 위해 방문 하나로 건강 개선과 미 추구의 두가지 이점을 가져다 준다. 이것은 덴탈 스파의 규모나 프로그램에 따라 치과 치료에 중점을 두는 가 혹은 스파에 더 중점을 두는가에 따라 덴탈스파의 특징이 확실해 진다. 아직 국내의 경우 고객의 서비스 차원에서 간단한 테라피를 제공하지만 해외의 경우 메디컬 스

47) Thomas Claire, Body Work, Basic Health, pp.10~11

48) www.fourseasonsdentalspa.com

파와 접목하거나 데이 스파와 접목하여 보다 다양한 프로그램을 선보인다.

아래의 <그림 3-18>은 포시즌 덴탈 스파에서 관리를 받은 제니스 마리에 윌슨 (Janice Marie Wilson)고객의 사진으로 그녀는 유럽에서 기술을 전수받은 나노 노화 관리, 치아미백, 레이저 잇몸 치료 및 아이라인, 눈썹, 입술의 문신관리를 받은 전과 후 사진이다.



<그림 3-18> 포시즌 덴탈 스파 얼굴관리⁴⁹⁾

또한 포시즌 덴탈 스파에서는 아쿠아 마사지(Aquamassage™)라는 기계를 이용하여 <그림 3-19>와 같이 긴장된 몸을 이완시켜준다.



<그림 3-19> 포시즌 덴탈 스파 아쿠아 마사지⁵⁰⁾

49) www.fourseasonsdentalspa.com

50) www.fourseasonsdentalspa.com

2) 키즈 스파

키즈 스파는 어린 고객을 겨냥한 스파로 Y 세대라고 일컬어지는 현재 5세에서 20세까지 어린이와 청소년을 말한다. 주로 헤어, 네일, 간단한 얼굴관리 정도를 동시에 받을 수 있는 시설을 일컫기도 하며 스파 파티라 하여 어린이 생일날이나 친구들과끼리 모임이 있는 날 업체가 직접 방문하여 즉석에서 네일 케어와 간단한 얼굴관리를 해준다. 하지만 Y세대의 관심이 더욱 높아지면서 일반 스파에서도 어린 고객을 상대로한 얼굴, 바디 관리를 제공하고 있는 추세이다. 미국 뉴욕 브룩클린에 위치한 딴플키즈 스파(Dimples Kids Spa)에서는 어린이만을 위한 간단한 헤어 컷트, 매니큐어, 네일 아트, 페디큐어, 웨이스 페인팅, 얼굴 메이크업, 타투, 얼굴 관리 등을 제공한다. 메뉴가 비교적 간단하고 얼굴관리도 초콜렛 웨이셜(chocolate faia), 스트로베리 웨이셜(straberry facial), 체리허니 웨이셜(cherry honey facial) 3종류로 나뉘며 매장에서 스파 파티가 가능하며 8명 이상의 인원일 경우 직접 방문하여 파티를 열어준다.



<그림 3-20> 스파 룸⁵¹⁾

<그림 3-20>의 미국 샌안토니오에 위치한 하이얏 리젠시(Hyatt Regency Hill Country Resort and Spa)에서 2003년 현충일주에 오픈한 더 스파트 유스 스파(The SPAHHT Youth Spa)는 오픈 두 달만에 어린이 방문 고객이 700명을 육박하여 키

51) www.flickr.com

즈 스파 시장의 가능성을 보여주었다. 이곳에서는 25-50분가량의 트리트먼트를 제공하는데 3개의 룸으로 구성되어 있어 하나는 마사지와 얼굴관리를 위한 방이고 나머지 2개의 방은 매니큐어와 페디큐어를 위한 풋스파 장비들이 구비되어 있다. 이러한 방은 어린 고객들의 취향에 맞게 트렌디하고 평키한 느낌을 준다. 프로그램은 옷을 입고하는 바디 마사지, 얼굴 관리, 네일·페디케어, 헤어 컷트, 헤나 타투, 네일 아트 등을 제공한다. 키즈 스파의 룸은 고객층이 어린 고객들이므로 그 나이대에 적합한 벽지와 베드 시트의 색, 인테리어를 갖추어야 한다.



제 4 장 스파 유형 분석에 따른 서비스 프로그램 참여연구 개발 사례

제 1 절 스파 서비스 프로그램 개발 절차

본 논문에서 연구자가 (주) 유아이아이의 생활건강 사업부의 스파 컨설팅 업무를 담당하고 있으면서 참여한 여러 스파들 중 부천의 아루나 스파와 미국의 아루나 데이 스파의 프로그램의 개발 사례로 들었다. ⁵²⁾

프로그램 개발의 목적은 고객이 필요로 하는 프로그램을 제공하여 고객에게 만족감을 선사하고 결과적으로 방문율과 회전율을 높여 이윤을 창출하는데 있다. 프로그램 안에는 그 스파만이 가지고 있는 특색을 보여주어 타 업체들과의 차별화를 가지되 이질감을 주어서는 안 된다. 스파 운영자는 추구하고자하는 스파의 유형이나 컨셉이 확고해야하며 명확해야 한다. 또한 입지하게 될 지역의 특색이나 사회·문화적, 정치·법적 환경에 대한 인지가 필요하다. 입지할 곳의 상권의 형성이 원활하게 이루어진 곳을 결정하되 충분한 상권 분석 및 입지 분석의 단계 없이 영업을 시작하였더라도 후에 프로그램을 수정하여 그 지역에 맞는 스파 유형과 프로그램을 제공해야 한다.

상권은 장사를 계속해 나가는 데 없어서는 안 될 고객이 살고 있는 한정된 지역범위이며, 특정 소매업체 또는 집단에 의해 제시된 제품계열 및 서비스계열을 구매할 확률이 영(0)이 아니며, 동일 업체의 경쟁 소매업체에서 구매할 확률보다 특정 소매업체에서 구매할 확률이 더욱 높은 잠재고객들을 포함하고 있는 지리적으로 경계된 지역을 말한다.⁵³⁾ 이러한 상권분석은 잠재수요를 반영하고 세분화된 상권 파악을 가능케하여 보다 고객지향적인 서비스를 제공할 수 있게 함으로 반드시 필요하다.

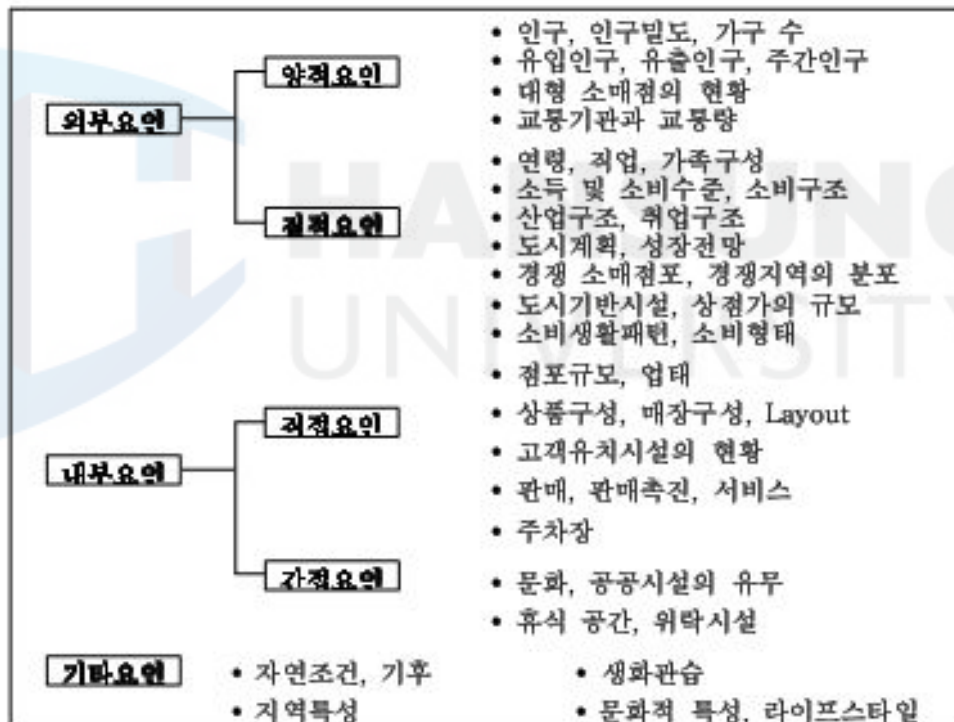
경우에 따라서는 상권과 상세권은 동일한 의미로 사용되기도 하지만 상권은 개별

52) 항공관련 전문기업인 (주)유아이아이의 한 부서인 생활건강사업부에서는 국내 유명 스파의 컨설팅과 스파 장비 판매를 하고 있으며 대표적 컨설팅 사례로 설화수 롯데 잠실점과 홍콩점, 한울 정명동점, 서울 프라자 호텔, 한화 지리산 리조트, 메리어트 파크 센터 수 스파, 그랜드 힐튼 호텔 라끄리닉 드 파리, (주)태평양 디아모레 스파 등을 들 수 있다.

53) 박정기외(2005), 『소상공인 창업과 경영실무』, 두남, p.169

상점이 고객을 끌어들이 수 있는 지역적 범위를 말하며, 상세권은 상업집단이 고객을 끌어들이 수 있는 지역의 범위를 말하기도 한다. 상권을 설정 할 때는 일반적으로 1차 상권, 2차 상권, 3차 상권으로 구분하여 설정한다.⁵⁴⁾ 1차 상권은 사업장 이용고객의 60~70%를 포함하는 범위를 말하며, 점포인 경우 약 500m 반경 이내의 지점을 말한다. 2차 상권은 사업장 이용고객의 14~25%를 포함하는 범위를 말하며, 점포인 경우 약 1km 반경 이내의 지점을 말한다. 3차 상권은 1차 상권, 2차 상권 이외의 고객을 포함하는 범위를 말하며, 점포인 경우 약 2km 반경 이외의 지구를 말한다.⁵⁵⁾

상권형성에 영향을 미치는 중요한 변수들은 다음과 같다.



[표4-1] 소매 상권에 영향을 미치는 요인⁵⁶⁾

[표4-1]과 같이 소매 상권에 영향을 미치는 요인은 크게 내부요인과 외부요인으로

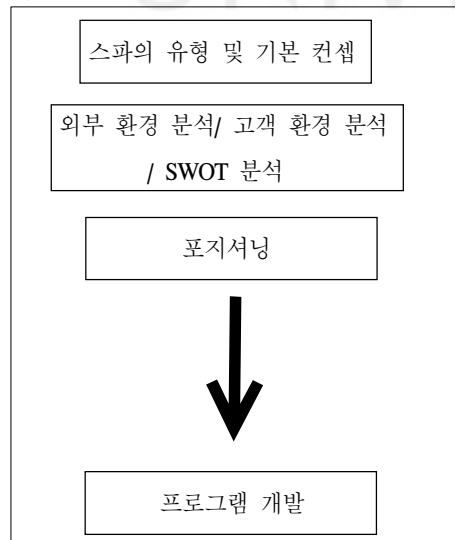
54) 김규영(2008) 「음식업 상권분석 및 입지선정 전략에 관한 연구」, 경원대 경영대학원 석사학위논문, p.11

55) 이재익(2009), 『바닥을 치고 오르는 부동산 투자의 비밀』, p.134

56) 김규영, 상계논문, p.6

나뉘지며 스푸의 역시 이러한 요인들을 철저히 분석한 후에 입지를 선택하는 것이 중요하다. 또한 상권의 기본적 이해를 바탕으로 마케팅 측면에서 본 고객환경 분석에 따라 예상방문 고객군이 달라질 수 있으며 이것은 매출과도 직결된다. 고객에 대한 이해의 중요성은 프로그램 개발에 가장 큰 부분을 차지하게 된다. 고객 분석은 고객들이 어떠한 관리를 선호하고 기존에 받아왔던 관리나 선호 가격을 파악하여 유형별로 규명하는 세분화가 고객 분석의 초점이다. 이것은 신규매장의 프로그램이나 기존 매장의 새로운 프로그램 리뉴얼의 경우 모두 포함되어 진다. 소득, 나이, 가족구성, 직업, 직책, 교육수준, 거주지역 등과 같은 인구통계학적 변수와 소비자 라이프 스타일, 구매 습관, 흥미, 사회적 이슈에 대한 의견등과 같은 심리도식적 변수의 이해를 요한다. 따라서 고객 분석은 스푸에서 다음과 같은 방향을 가진다. 1) 현재 잠재 고객 및 현재 고객 누구인가? 혹은 어떠한 고객층을 목표로 하는가? 2) 이러한 고객들은 어떤 관리를 선호해 왔는가? 3) 어디서 관리를 받는가? 4) 언제 왜 우리 혹은 타 스푸를 방문하게 되는가?

환경 분석의 마지막 측면은 자사의 강점과 약점을 분석하는 단계로 자사의 마케팅 목표, 현재 및 장래의 조직자원 및 구조적 이슈 검토와 전략과 그에 따른 성과 분석 등을 들 수 있으며 이것들을 활용한 분석의 틀이 SWOT⁵⁷⁾ 분석이다. 따라서 프로그램 개발에 앞서 선행되어야 할 것은 아래의 [표 4-2] 표와 같다.



[표 4-2] 프로그램 기본 개발 절차 단계

57) 기업내부의 강점, 약점, 고객 환경 및 외부환경의 기회, 위협의 네가지 변수의 그룹을 분석한다는 의미에서 그 이니셜들을 따서 만든 이름이다. 『마케팅전략』, 문병준

따라서 프로그램 개발 전 선행 문제는 시장을 세분화하고 자사의 역량을 집중시킬 표적시장을 선정한 후 기업은 표적시장 내에서 어떠한 포지셔닝을 확보할 것인지를 결정하게 된다. 제품의 포지션(position)이란 그 제품이 경쟁제품들과 비교되어 소비자의 마음속에 차지하게 되는 상대적 위치를 말하며, 포지셔닝(positioning)이란 소비자의 마음 속에 자사제품의 차별적 우위를 심어주려는 모든 노력을 말한다.⁵⁸⁾ 이러한 포지셔닝 맵을 통하여 고객의 마음속에 위치한 자사 또는 경쟁 업체들을 포지셔닝을 확인할 수 있고 자사가 위치하고자 하는 포지션을 정하여 차별화된 전략을 도출시킨다. 이러한 과정을 거치는 동안 업주가 추구하던 스파 유형이 사업성이 낮은 경우 그 지역이나 위치에 적합한 스파 유형으로 바꿀 경우도 있다. 이 단계를 거치면 본격적인 스파 프로그램 계획에 들어간다. 스파의 유형 선택은 그 스파의 특징을 결정짓고 주방문 고객층과 그 고객층들의 특성에 지대한 영향을 미친다. 메디컬 스파의 경우, 의사의 처방과 함께 약, 주사, 기기를 충분히 이용할 수 있다는 점과 기존의 피부관리실의 테라피와의 만남으로 여성들의 전유물이라 여기며 방문을 꺼려하던 남성들도 부담 없이 병원에 진료받으러 간다는 기분으로 스파의 방문이 가능하고 외부 환경 측면으로 메트로 섹슈얼을 추구하는 남성들이 증가함에 따라 남성 피부미용 시장도 넓어지고 있다. 따라서 남성을 위한 프로그램을 특성화 시키거나 등, 다리, 바디 등 부분적으로 나눠 전신 탈의를 부끄러워하는 남성고객을 쉽게 접근 할 수 있도록 유도하며 여드름 프로그램, 술이 잦은 비즈니스 맨을 위한 숙취 프로그램(detox)을 제공하는 것도 좋은 반응을 기대할 수 있다. 또한 프라셀과 같은 레이저 관리를 통한 흉터 개선, 레이저 리프팅을 통한 피부처짐 관리, 메디컬 스케일링을 통한 여드름 치료, 색소침착 치료 등은 일반 피부 관리실이나 스파에서 이뤄질 수 있는 의학적 치료를 통해 고객의 고민을 해결해 주어 즉각적이고 확실한 결과를 가져다 주는 효과적인 프로그램이라 할 수 있다.

스파의 면적이나 시설에 대한 기본적인 인지를 바탕으로 그 시설을 어떻게 효과적으로 이용하며 어떠한 프로그램이 제공되는 것이 적합한가를 살펴본다. 예를 들어, 따로 샤워실을 갖추고 있을 경우에는 바디랩이나 엑스폴리에이팅이 수월하게 진행되어 질 수 있으므로 메뉴 안에 이러한 프로그램을 넣을 수 있다. 그러나 샤워실이 갖추어져 있지 않아도 위의 것을 제공할 수도 있다. 국내나 외국의 소규모 스파에서

58) 안광호외(2002), 『시장지향적 마케팅 전략』 서울: 학현사, p.201

도 종종 사용하는 방법으로 온습포를 이용하여 손이 많이 가는 단점이 있지만 일일이 전신의 마스크 잔여물을 제거해 주는 방법을 들 수 있다. 이외에도 하이드로테라피 텀과 같이 입욕이 가능한 시설을 갖추고 있다면 다양한 입욕 프로그램을 제공할 수 있다. 기본적인 입욕의 효과뿐만 아니라 입욕제에 따라 테톡스·비만·근육통·스트레스 완화 등과 같은 다양한 작용을 하므로 목적에 맞춰 프로그램을 분류하여 들어 갈 수 있다. 비만관리에 들어 가기 앞서 입욕을 할 경우, 전신의 긴장된 근육을 풀어주고 노폐물 배출과 제품의 흡수를 높여 줄 수 있으며 특히 무어를 이용한 입욕은 면역력 증진, 염증, 관절염에 매우 탁월한 효과를 주어 추천되어 진다. 그러나 입욕 시설을 따로 갖추지 않을 경우에는 족욕으로 대처 한다. 이러한 입욕제(족욕제)는 업장에서 고객에게 판매할 수 있다. 따라서 프로그램을 만들 때 사용되어지는 각종 제품들을 리테일 판매로 연결시키도록 만드는 것도 중요하다. 이것은 고객이 집으로 돌아가 홈케어를 사용함으로써 결과에 시너지 효과를 주므로 프로그램에 사용되고 업장 전체에서 사용 할 제품 선정도 중요하다.

따라서 성공적인 프로그램 개발을 위해서는 입지와 상권분석, 목표 고객 세분화, 목표고객 규명, SWOT 분석, 스파 컨셉 도출에 따른 스파 포지셔닝 방향 설정 및 예상 문제 보완까지 가능해야 한다. 또한 수요 예측, 트렌드 조사, 현장 조사(현장답사), 인력 운영계획 및 시설 운영계획도 포함하고 있어야 한다. 그러므로 프로그램 개발은 단순히 메뉴를 만드는 것만이 아닌 업장 전체를 원활하게 운영되게 해주는 소프트웨어이다.

프로그램 개발에 앞서 고려해야 할 사항들이 검토된 후 전반적인 스파의 방향을 이해하고 프로그램을 개발을 착수 하여야 한다. 크게 프로그램은 웨이셜, 바디 트리트먼트, 바디 마사지를 들 수 있다. 여기서 각각 세분화되어 웨이셜은 그 목적에 따라 미백, 보습, 재생, 항노화, 여드름, 윤곽, 필링 등으로 세부화 되어 진다. 그러나 이러한 케어를 전부 다 제공하기 보다는 몇 가지를 특성화하여 전문적으로 제공하는 것이 효율적이며 주대상층의 방문 동기나 목적에 맞춰 프로그램을 선정한다. 호텔 스파/ 리조트 스파, 데스티네이션 스파와 같이 규모가 클 경우나 수요법과 같은 바디 트리트먼트를 대부분 제공하고 있는 추세이다. 또한 바디 마사지외에 왁싱, 네일, 명상, 요가, 사운드테라피를 프로그램에 포함할 수도 있다.

프로그램을 개발하는 데 있어서 또한 중요한 것은 스파가 위치할 그 지역 혹은 그

나라의 사람들이 어떤 테라피를 선호하는가에 대해 알고 있어야 한다. 이것은 나라 혹은 지역마다 기후, 문화, 풍습, 지역성 등에 의해 차이가 나타나기 때문이다.

국가별로 본 선호하는 테라피 프로그램 분석표를 보면 다음과 같다.

선호하는 테라피 국가명	1위		2위		3위	
	테라피	비율(%)	테라피	비율(%)	테라피	비율(%)
호주	얼굴	45	전신	35	사우나/스팀목욕	35
오스트리아	사우나/스팀목욕	71	전신	53	얼굴	30
캐나다	얼굴	57	네일관리	54	발관리	52
프랑스	사우나/스팀목욕	59	보디스크림/ 보디캠핑	40	스카치호스	33
독일	사우나/스팀목욕	71	전신	53	얼굴	57
이탈리아	사우나/스팀목욕	47	얼굴	57	발관리	52
일본	사우나/스팀목욕	46	시아추마사지	44	아로마테라피	21
싱가포르	얼굴	62	사우나/스팀목욕	48	보디스크림/ 보디캠핑	43
스페인	사우나/스팀목욕	70	스카치호스	63	하이드로테라피	51
태국	반사요법	65	타이마사지	40	얼굴	52
영국	얼굴	50	발관리	45	네일관리	41
미국	전신	63	네일관리	57	발관리	56

자료원 : 2007 ISPA Global consumer Report, 미국과 캐나다는 2006 ISPA-gore Study에 기반한 내용
[표 4-3] 국가별로 본 선호하는 테라피 프로그램 연간 분석표⁵⁹⁾

[표 4-3]과 같이 대륙성 기후의 유럽국가들은 대부분 사우나/ 습식 목욕과 같은 습식테라피를 선호하며 영국, 미국, 캐나다와 같은 영미권 국가는 비교적 저렴하면서 쉽게 접할 수 있는 매니큐어와 패디큐어가 인기를 보였다. 태국과 일본은 자국 마사지가 선호도에서 우위를 차지하고 있다. 영어권 국가는 주로 전신관리의 선호도가 높았는데 이것은 많은 학술적 연구와 임상 사례를 통해 마사지의 효과가 입증되었기 때문이다.

다음은 스파 프로그램 분류로 기본적으로 웨이셜, 바디트리트먼트, 바디마사지로 크게 나눈다. 여기서 목적에 따라 웨이셜은 미백, 재생, 항노화, 여드름, 윤곽, 필링으로 나눌 수 있으며 바디 트리트먼트는 주로 웻룸에서 이뤄지는 수요법, 바디관리로

59) 황순옥, 한국보건산업진흥원, 피부미용산업 실태조사 및 제도 개선방안, 2008, p.59

나눌 수 있다. 또한 바디 마사지는 전세계 다양한 바디 마사지들을 포함하였다.

웨이셜	미백 보습 재생 항노화 여드름 윤곽(내추럴 리프팅) 필링	
바디 트리트먼트	수요법	스위스 샤워 비쉬 샤워 스카치 호스 하이드로테라피 텅 스팀룸
	바디 관리	바디랩 바디마스크 익스폴리에이션 1) 바디 스크럽 2) 바디 브러시 3) 바디 솔트
바디 마사지	스웨디시 마사지 딥티슈 마사지 두개천골 레이키	스톤 마사지 타이마사지 림프 마사지 인디안 헤드 마사지 아유르베딕 마사지 시아추 리플렉솔로지
기타	왁싱, 네일, 명상, 요가, 사운드테라피	

[표 4-4] 스파 프로그램 분류

[표 4-4]와 같이 스파에서 제공할 수 있는 프로그램들은 매우 다양하다. 따라서 많은 프로그램들 중에 현재 시장에 적합하고 스파의 특색이나 목표 고객층을 상대로 고객들의 욕구에 맞는 프로그램 계획하고 수립해야한다. 프로그램의 가안이 나오면 각 프로그램의 예상 가격을 토대로 아래와 같이 매출을 산출 해 본다.

계정과목	산출근거	개점첫해(월)
수입	1) 서비스 예상 평균 매출액 일일 예상 방문 고객 20명 * 100,000원(평균이용요금) 2,000,000원(일 평균 매출액)* 30일=60,000,000원 2) 제품 판매 매출 중 20%를 평균 제품 판매 매출로 추정 12,000,000원	
	합계	72,000,000원

[표 4-5] 월평균 예상 매출

[표 4-5]와 같이 일일 고객을 20명으로 예상하여 평균이용 요금을 100,000원으로 예상하여 월 평균 금액을 산출해 낼 수 있다. 그러나 직원 수에 따라 월 순수이익의 차이를 가져올 수 있으며 베드 수에 따른 회전을 계산도 선행되어야 한다.

급여
고정급여
운영
재료비(화장품)
세탁 & 청소 용역
소모품
장비 수리비
유니폼
통신비
수도 및 전기사용료
카드 수수료
합계

[표 4-6] 월 지출내역 항목

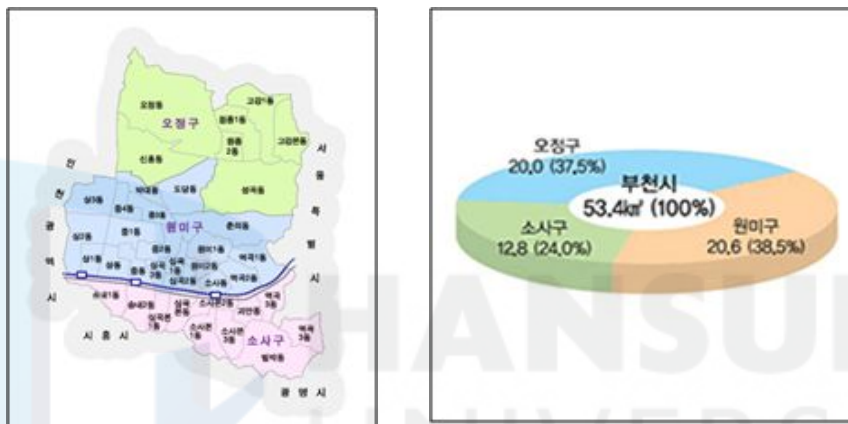
[표 4-6]과 같이 스파 운영에 있어서 급여, 운영 비용 등이 매월 고정적으로 지출되는 항목들을 미리 파악하여 예상 목표 매출을 산출해야 한다. 또한 프로그램을 제공하는 데 있어 객단가를 정하여 프로그램의 시간과 균형을 이룰 수 있어야 한다.

제 2 절 스파 서비스 프로그램 개발 절차

1. 국내 사례

1) 아루나 스파 (Aruna spa)

2004년도 9월에 오픈한 부천의 GS 스퀘어(구 LG백화점) 9층에 입점해 있는 아루나 스파(Aruna Spa)는 국내 최초로 스파 컨설팅 사업을 시작한 (주)유아이가이가 국내 실정에 맞는 스파 브랜드를 개발하였다.



<그림 4-1> 부천시 행정 구역 및 구별 면적⁶⁰⁾

<그림 4-1> 과 같이 2003년 당시 원미구는 부천시 전체 인구의 51% 이상을 차지하고 있으며 다른 지역에서 유입한 전입세대가 많은 곳으로 수요 발생 가능성이 높고 아루나 스파가 입지한 원미구는 왕성한 소비층인 30~40대 연령층이 49~52%, 아파트 단지 46%를 차지하고 있어 높은 수요 잠재력을 가지고 있었다.

부천의 생활권을 크게 구분해 보면 서쪽 인천의 계양 대생활권, 부평 대생활권과 동쪽의 서울 대생활권 사이에 위치하고 있다. 인천과 서울 사이에 위치한 부천의 생활권은 다시 부천역 중심의 부천 대생활권과 서울의 영향을 크게 받는 원종 생활권과 역곡 생활권으로 분리 할 수 있다.⁶¹⁾ 또한 아래의 [표 4-7]과 같이 법정 동별 세대 및 인구를 보면 아루나 스파가 있는 원미구 지역이 다른 구에 비교하여 보았을 때 세대수와 인구가 많아 고객층의 형성에 이점이 있었다.

60) www.bc.go.kr

61) 부천시, 1999, “2011부천도시기본계획“, p.61

단위 : 세대, 명

연 동 별	세 대	인 구 ¹⁾	남	여
	Number of households	Population	Male	Female
2000	255,598	775,815	392,516	383,299
2001	259,495	781,091	385,247	385,844
2002	275,000	816,499	412,438	404,061
원 미 구	141,376	424,021	213,463	210,558
심곡동	18,299	44,988	22,880	22,108
원미동	13,383	38,456	19,591	18,865
소사동	4,618	11,991	6,010	5,981
역곡동	11,739	34,036	17,097	16,939
춘의동	5,794	16,032	8,230	7,802
도당동	9,210	26,725	13,977	12,748
약대동	6,153	17,834	9,322	8,512
중동	43,686	139,778	69,307	70,471
상동	26,524	94,181	47,049	47,132
소사구	68,558	201,594	101,784	99,810
심곡본동	15,624	42,214	21,141	21,073
소사본동	18,978	56,868	28,829	28,139
법박동	576	1,534	816	718
계수동	826	2,189	1,125	1,064
옥길동	206	560	309	251
파인동	16,462	50,154	25,268	24,886
송내동	15,886	47,975	24,296	23,679
오정구	65,066	190,884	97,191	93,693
여월동	4,266	13,202	6,748	6,454
각동	3,966	11,399	5,824	5,575
원중동	20,919	63,586	31,973	31,613
교감동	18,981	55,194	27,802	27,392
오정동	8,193	24,050	12,326	11,724
대장동	312	752	426	326
내동	3,772	10,320	5,500	4,820
삼경동	4,657	12,341	6,590	5,751

자료 : 경기도 『주민등록인구통계』, 기획예산과

주 : 1) 외국인 제외

[표 4-7] 법정 동별 세대 및 인구⁶²⁾

사용 방수별 가구(일반가구) 조사에 의하면 원미구가 비교적 단독주택이 많으며 비
거주용 주택이 낮은 것을 알 수 있었다.

62) 부천통계 연보(2003), p.38

아루나 스파의 컨셉은 아시아 여러나라의 전통적 테라피를 기능적이고 현대적인 요소와 결합시킨 스파이다. 또한 아루나 스파의 프로그램 컨셉은 도심의 휴식처로써 고품격 스파 시설을 갖추고 최상의 서비스 프로그램을 제공하되 어느 한 소비층으로 몰리기보다는 대중화를 지향하는 데이스파를 추구한다. 아루나의 어원은 홍옥, 즉 루비라는 산스크리트어로서, 깊은 용기와 사랑을 뜻하며 인도의 성스러운 산 이름에서 유래되었다. 이것은 현대의 기계적인 부분으로 치우치기 보다는 세계 각국의 다양한 테라피를 접목하여 건강과 웰빙을 위한 관리를 재해석하여 아루나만의 차별화된 상품으로 단순히 몸의 상태를 개선시키는 것만이 아니라 정신적인 부분까지 함께 개선하는 것이며 이것이 아루나 스파의 프로그램의 특징이다.



[표 4-8] 부천 아루나 스파의 컨셉

아루나 서비스 관리는 3R로 릴렉스(Relax), 리셰이프(Reshape), 리본(Reborn)에 입각한 서비스를 표방하고자 하였다. 고객의 지쳐있는 심신을 다스리고 다시 모양을 잡아준다는 것은 비단 바디의 라인이나 윤곽 뿐만 아니라 그 고객의 생활패턴을 좀 더 바르게 이끌어주고자 하였다. 따라서 이러한 컨셉을 원하는 아루나 스파의 프로그램은 일반적인 바디관리에서 내면까지 돌볼 수 있도록 한다. 프로그램의 구분은 얼굴, 바디, 부분관리로 나누었다. 또한 테라피는 세계 각국의 훌륭한 테라피와 다양한 마인드테라피를 제공하고자 하였다.



<그림 4-2> 부천 아루나 스파 재패니스 스톤 웨이셜 케어 모습

<그림 4-2> 는 아루나 스파에서 재패니스 스톤 웨이셜 케어로 일본의 전통 얼굴관리로 국내에서 보기드문 관리로 고객에게 새로운 경험을 선사한다.

또한 이러한 세계 각국의 다양한 테라피로는 최초로 국내에 선보인 인도네시아 마사지와 인도네시아 허브 마스크의 도입을 들 수 있으며 이밖에도 아직 국내에 도입 단계인 두개천골 요법도 제공하여 고객에게 다양한 테라피에 대한 안목을 키울 수 있게 한다.

아루나는 아시아 퓨전 스파이며 고객들에게 도심 속의 오아시스로 짧은 시간에 큰 휴식 제공을 추구하며 심신과 외면의 미를 동시에 가꿔준다. 아루나 프로그램은 외부환경과 내부환경을 분석하고 그에 맞는 프로그램과 제품을 선정하였다. 제품선정

은 프로그램의 질을 높이고 리테일 매출에 영향을 주는 요인이다. 아루나 스파에서 제품은 2008년 아메리카 스파 어워드에 선정된 스파 전문 화장품이 페보니아를 모든 관리에 사용한다. 페보니아는 미국 플로리다 주에 본사를 두고 있는 스파전문 코스메틱 브랜드로서 현재 미국의 전문 스킨 케어 시장의 50%의 점유하고 있으며 <그림 4-3>처럼 미국을 비롯한 스위스, 영국, 프랑스, 호주, 일본 등 전세계 40여개국의 최고급 휴양지와 호텔, 데이 스파, 메디컬 센터에서 선택한 스킨케어 전문 화장품이며 자연이 제공하는 성분만을 함유하여 라놀린, 인공색소, 인공향, 알코올 등이 전혀 함유되어 있지 않아, 알러지와 염증 등으로 예민해지기 쉬운 피부에 적합한 제품이다. 전문가용과 소비자용을 합하여 250여가지의 다양한 라인을 가지고 제품을 판매한다. 63)



<그림 4-3> 페보니아 글로벌 네트워크

또한 환경보전과 같은 가치있는 활동에 참가하고 있는 기업으로 지구환경을 보호하고 소중한 자원을 유지하기 하기 위한 활동의 일환으로 위해 페보니아 철학에 있어 없어서는 안 될 정수이다. 동물실험을 거치지 않으며 미생물에 의해서 무해 물질로 분해 될 수 있는 자연보호에 입각한 용기에 제품을 담는다.

아루나 스파는 얼굴과 바디에 휴식과 아름다움을 가꿔주며 그것은 스파전문 제품인 페보니아 화장품을 이용하여 완성되며 홈케어로 이어지도록 한다.

63) www.pevoniakorea.com



<그림 4-4> 부천 아루나 스파 명상⁶⁴⁾

아루나의 스파 공간은 크게 고객 트리트먼트를 하는 트리트먼트 룸, 탕비실, 리셉션 공간으로 크게 나누어 볼 수 있다. 고객들에게 편안함을 제공하고 기다리는 시간을 효과적으로 사용하기 위해 <그림 4-4>와 같은 그림명상 공간을 만들어 트리트먼트 전 긴장을 이완시키도록 하고 있다. 또한 아루나 스파에서는 직원과 고객과의 교감을 주고 관리에 앞서 부드럽고 가볍게 터치함으로써 긴장 완화와 관리의 시작을 미리 알려주는 리추얼(ritual)을 모든 바디 관리 전에 실시한다.

스파의 공간 구성은 프라이버시가 지속되고 있는 동안 프로그램의 원활한 흐름을 고려해야 한다. 즉, 스파 공간은 개인의 프라이버시를 유지하면서 각 서비스의 효과를 떨어트리지 않도록 하는 기능적인 부분이 공간을 구성하고 계획할 때 중요한 비중을 차지하고 있다는 것은 스파 공간뿐만 아니라 다른 공간을 계획할 때는 한 공간에서 다양한 서비스들이 이루어 질 수 있는 유동성 있는 계획이 필요하다.⁶⁵⁾

64) www.pevoniakorea.com

65) 장진희, 전제논문, p.83

2003년 동종 업계 조사 결과 부천 아루나 스파 1차, 2차 상권내의 피부 관리실 및 스파는 30곳 정도로 대부분 15평 정도로 주고객층은 젊은 층과 주부층을 상대로 하고 있었으며 가격대는 최저 가격 3만원 얼굴관리가 있었다.

지역	부천 (원미구, 소사구)	
동종 업체	30곳	15~50평 규모
주 프로그램	얼굴관리(수분,화이트닝), 등관리, 복부 관리	다양한 부분관리
주 고객층	20~40대 후반	
평균 가격대	3~10만원대	
남녀비율	여90 남10	
영업시간	10:00~21:00	대부분 일요일 휴무

[표 4-9] 인근 지역 동종 업계 조사

아루나 스파의 프로그램 비용은 고객층과 위의 동종 업계보다 높은 가격으로 책정한 아루나 스파는 기존에 받을 수 없는 인도네시아, 일본, 미국 등의 다양한 프로그램을 제공하고 족욕 서비스와 명상 등을 통하여 차별화를 두었다.

아래의 [표 4-10] 목표 고객 비율에서 알 수 있듯이 아루나 스파의 남녀 비율이 타 업체보다 높이 책정한 이유는 남성 피부 미용시장의 확대라는 배경과 아루나 스파가 위치 해 있는 같은 층에 스포츠센터가 입점되어 있어 남성 고객이 보다 운동 전 후에 자연스럽게 방문을 유도 할 수 있기 때문이다. 또한 바디 60%의 비율에서 등 또는 발과 같은 부분 관리도 포함되어 진다.

컨셉명	고객 비율	남녀 비율	프로그램믹스	고객 니즈
아시안퓨전 스파	A군 30% B군 35% C군 20% D군 15%	남 15% 여 85% 전 연령층 가능	웨이셜 40% 바디 60%	미 추구 스트레스 완화 건강 개선 자녀 성장, 능 률 향상

[표 4-10] 목표 고객 비율

경쟁환경, 상권, 입지 분석을 통한 목표 고객군은 다음과 같다.

구분	A군	B군	C군	D군
연령	20~40대		50대 이상	30대이상
성별	여	여	여성	남성
직업 결혼 유무	미혼 /전문직 / 학생	기혼/ 전문직/ 유자녀	기혼/ 유자녀	전문직
입지	인근 지역	인근지역/근무	인근지역/근무	인근 지역/근 무
주프로그램	1) 웨이셜 관 리는 주로 - 여드름, 보습 미백, 윤곽이 주프로그램 2) 바디 관리 에서는 윤곽	1) 웨이셜 관 리는 노화/윤곽 2) 바디 관리는 윤곽, 릴렉싱, 근육통 완화 3) 기타 등 관리, 리플렉솔로지, 키즈 테라피	1) 웨이셜 관 리는 노화 2) 바디 관리 는 릴렉싱 , 근육통 완화 3) 기타 등 관리	1) 웨이셜 관 리는 여드름, 보습 2) 기타 등, 리플렉솔 로지
주이용시간	오전 10~2시 오후 7시 이 후	오전 10~5시	오전10~오후4 시	오후7시 이후

[표 4-11] 경쟁환경, 상권, 입지 분석을 통한 목표 고객

위와 같이 A,B,C,D의 4개의 군으로 나눠 고객 구분을 하였으며 크게 바디, 웨이셜, 슬리밍을 주 프로그램으로 이에맞는 프로그램을 선정하였다. A군은 20대의 젊은 층으로 큰 비용을 내지는 않지만 피부에 관심이 많은 층이다. B군은 30,40대로 소비력이 강한 군으로 단가가 비교적 비싼 관리를 받는 고객군이다. C군은 50대 이상의 상대적으로 비율은 작지만 정기적 방문과 고가의 프로그램을 선택할 수 있는 군이다. D군은 남성 고객으로 전신 관리보다 부분관리를 선호하며 한 번 방문하면 다른 매장으로 옮기는 것을 꺼려하는 성향을 가지고 있어 고객충성도가 높은 군이다.

또한 SWOT 분석은 아래와 같다.

강점 풍부한 자금력 차별화된 프로그램 편안한 시설 숙련된 지식 특허 프로그램 제공 고급스러운 이미지 백화점 내 위치로 기본 고객확보 프로그램 정기 교육	기회 피부 미용시장 성장 새로운 프로그램 고객 욕구 및 관심 증가 인근 지역에 비슷한 규모의 경쟁점포 부재 인근 지역 이동 인구 증가
약점 신규 브랜드 스파로 낮은 인지도 고객의 인식부족 낮은 접근성 비교적 높은 가격	위협 고객 욕구의 불투명성 경기침체 경쟁업체의 진입 소비자들의 가격 민감도 증대 규제 강화

[표 4-12] 부천 아루나 스파 SWOT 분석

[표 4-12] 부천 아루나 스파 SWOT 분석에서처럼 아루나 스파의 강점은 풍부한 자금력을 바탕으로 다양한 테라피를 직원들에게 정기적으로 교육을 실시하여 다양한 프로그램을 모든 직원들이 능숙하게 제공할 수 있게하며 고객을 대할 때 자신감을 부여한다. 또한 100여평 규모를 외장 벽을 샌드스톤으로 마감하고 부드럽고 이국적인 모습의 동남아 스타일로 꾸며진 실내는 고객에게 새로움을 선사한다. 그 밖의 강점은 백화점 입지라는 특성상 백화점 고객을 스파 이용객으로 확보할 수 있다는 것이다. 피부 미용시장의 성장과 고객들의 관심과 피부미용을 가꾸고 싶어하는 욕구는 미적욕구가 기회로 작용하며 아루나 스파 인근 지역의 인구이동 증가추세와 높은

인구 비율과 비슷한 규모를 갖춘 경쟁 점포의 부재 등을 들 수 있다. 그러나 신규 브랜드로써 홍보가 미약할 경우 백화점 안의 입점을 알릴 수 없으며 백화점 고객이 아닌 경우 아루나 스파를 접하기 힘들다. 또한 경쟁업체는 항상 생겨날 수 있으며 규제가 강화되고 경기침체에 따른 소비자들의 소비심리 위축이 위협 요소로 들 수 있다.

시설 구성100평

베드수(8개)

	개수	내역	규모
VIP 룸 (1인실)	1	얼굴, 바디 케어 전용 공간 (탈의 공간 포함)	3
여성 룸(4인실)	4	얼굴, 바디 케어 전용 공간 (탈의 공간 포함)	20
남성 룸(3인실)	3	얼굴, 바디 케어 전용 공간 (탈의 공간 포함)	25
리셉션 공간	1	고객 대기 및 리테일 판매 공간 고객 상담 및 예약 공간	20
탕비실 및 창고	1	테라피스트 준비 공간 및 제품 보관	10
화장실(남/여)	3		15
명상 공간	1	그림 명상 공간	7

[표 4-13] 부천 아루나 스파 공간 구성

아루나 스파 프로그램의 대표적인 프로그램은 발리니스 보레와 리포사지이다. 보레는 진저, 클로브, 넛맥 등의 다양한 허브들의 조합으로 이뤄진 발리니스 보레는 인도네시아 발리의 전통적인 민간요법으로 오래 서서 일해야 했던 농부들이 힘든 일과를 마치고 지친 몸을 충분히 풀어주기 위하여 민간치료요법으로 내려왔다. 아직도 인도네시아의 나이 많은 세대들은 류마티즘 통증, 뻣뻣함, 두통의 치료법으로 사용한다. 한기에 효과적으로 몸을 따뜻하게 해주고 혈액 순환 촉진, 근육통, 관절통 완화, 두통에 매우 효과가 좋은 발열 작용이 뛰어난 전신 마스크이자 바디 스크럽이다.



<사진 4-5> 보레 66)

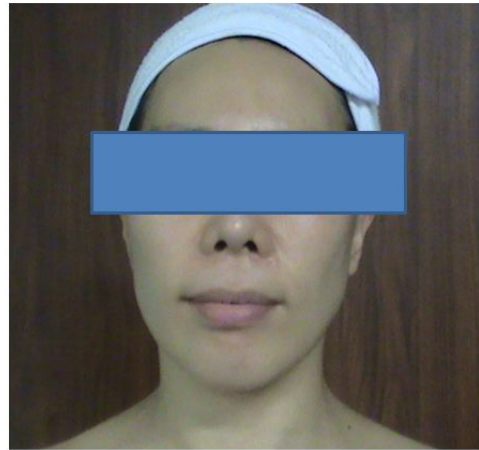
<그림 4-5>과 같이 붉은 갈색을 띠는 보레의 적용은 인도네시아의 수많은 스파뿐만 아니라 해외 스파에서 전신 온열 마스크로 사용되어진다. 국내에서는 아시안 퓨전 스파인 아루나 스파가 최초로 보레 프로그램을 도입하였으며 인도네시아 전신 마사지 후에 보레 전신 마스크를 적용한다. 이것은 운동을 즐기는 남성, 한자세로 오래 앉아 업무를 보는 직장인, 가사일로 어깨가 뭉치는 주부들을 위한 프로그램으로 추천되어지며 근육이완과 피로해소에 큰 도움을 준다. 아루나 스파에서는 고객과의 교감을 느끼고 관리에 앞서 먼저 부드럽고 가볍게 터치함으로써 긴장 완화와 관리의 시작을 미리 알려주는 리추얼(ritual)을 모든 바디 관리 전에 실시한다. 아래 <그림 4-6> 리포사지 역시 아루나 스파에서 국내 최초로 도입한 윤곽 프로그램으로 얼굴과 바디로 나뉘인다.



<그림 4-6> 리포사지 적용 모습⁶⁷⁾

66) www.99bali.com

67) www.emcltrade.nl



<그림 4-7> 리포사지의 전후 사진

위 <그림 4-7>은 본 연구자가 리포사지를 피시술자에게 제공한 것으로 첫 회 관리와 18회 관리 후 모습으로 고객이 18회 관리 후 턱선이 매끄럽게 정돈되고 8자 주름의 개선과 맑은 안색을 볼 수 있다.

리포사지는 미국의 Charles W. Wiltsie III 에 의해 만들어졌으며 기계 사용 없이 손만을 사용하여 바디와 얼굴 윤곽을 잡아주는 마사지이다. 이것은 1998년 100명의 여성 지원자를 대상으로 한 연구에서 각각의 허벅지 당 1-1/2 inches 감소와 약 7 inches의 평균 누적 감소치를 보이는 결과를 보였다. 리포사지(Lypossage)에 주목해야 하는 이유는 효과적인 바디 컨투어링(바디 윤곽), 셀룰라이트 감소, 림프의 순환 촉진 및 노폐물 배출뿐만 아니라 건강 관리에도 큰 도움을 주며 외과적 수술 없이 신체의 사이즈를 줄여 줄 수 있는 자연적인 테라피이기 때문이다. 이것은 림프드레나주, 딥티슈 등을 포함한 효과적인 종합 물리 요법들의 이론을 바탕으로 하여 만들어졌다. 현재 아루나 스파에서 그의 연구결과보다 더 나아가 8 inch 감소까지 효과를 보여주고 있다. 바디 윤곽 ·내추럴 리프팅 프로그램인 리포사지는 기기로 몸매 관리를 받는 것을 선호하지 않는 고객, 힘들게 여러 제품을 바르거나 강하게 압을 가하는 마사지를 싫어하는 고객들에게 매우 환영받는 프로그램이다. 비만관리 혹은 슬리밍 관리는 여름을 앞두고 봄에 인기를 끄는 프로그램이기 아닌 사시사철 중요성이 부각되는 프로그램이다. 바디윤곽이나 얼굴 윤곽의 중요성은 단지 외적으로 보여지는 모습뿐만 아니라 내적인 자기만족을 높여주며 고객의 자긍심을 높여준다.

이 리포사지는 그린 커피 성분으로 지방 분해 촉진, 노폐물 배출, 순환 촉진, 각질 제거 효과를 동시에 주는 페보니아 그린커피 랩으로 마무리 관리를 해주는 패키지로 이루어져 있다.

2. 국외 사례

1) 아루나 데이 스파 (Aruna day spa)

2009년도 7월에 오픈한 데이 스파로 미국의 캘리포니아 마운틴뷰에 자리잡고 있다. 이곳은 실리콘 밸리 지역이며 주거지역과 오피스 지역의 두 가지 특성을 가지고 있다. 따라서 전문직 직장인들과 주부들을 고객층으로 한다.

조인트벤처에 따르면 실리콘 밸리 내 인구는 244만명이고, 118만여명이 직장을 갖고 있다. 평균 연봉은 7만4300만달러(약 7000만원) 정도다. 20세에서 44세까지의 인구가 37%를 차지하고, 65세 이상의 노령인구는 11%에 불과할 만큼 상대적으로 적다. 거주자 중 백인이 42%이고, 아시안계가 29%, 히스패닉계가 24%, 흑인이 3%, 기타 인디언 등으로 구성돼 있다.⁶⁸⁾

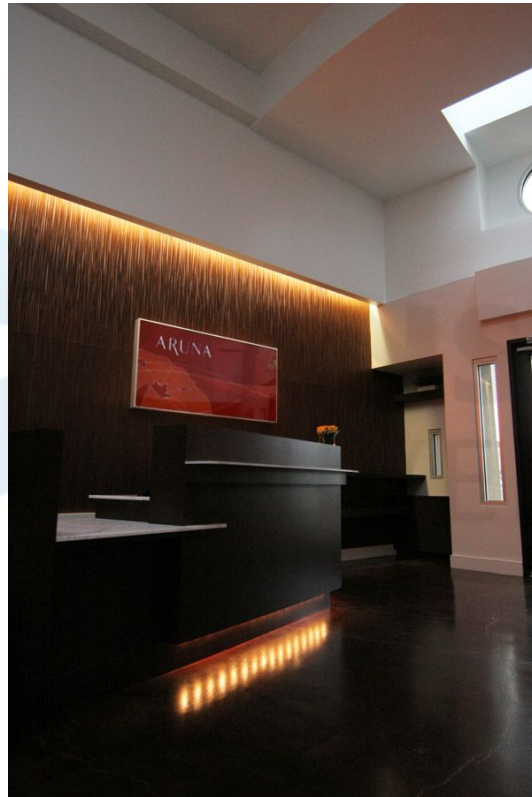


<그림 4-8> 아루나 데이 스파 외관

아루나 데이 스파가 위치한 곳은 차로 15분내외의 지역에 작은 규모의 데이스파가 3군데 입점해 있을 뿐 다른 지역보다 경쟁업체가 없는 경우이며 경쟁 업체들은 아루나 데이 스파 프로그램에 비해 프로그램이 다양하지 않고 시설이 오래되었다. 아루나 데이 스파 프로그램은 미국에서 대중적 프로그램으로 구성하였다. 한국에 있는

68) 문화일보 경제, 2007.02.20

아루나 스파와는 다른 건축양식과 인테리어 스타일을 보인다. 외관 건축을 보면 <그림 4-8>과 같이 현재 미국에서 인기를 끌고 있는 데스티네이션 스파에서 주되게 사용하는 건축 스타일로 멕시코의 회벽을 연상 시키는 베이지톤으로 마감을 하였다. 이것은 보는 사람으로 하여금 안정감을 주어 많은 스파들이 선호한다. 한국의 아루나 스파의 내부 인테리어가 아시안 퓨전 스파로 오리엔탈 느낌을 강조하였다면 미국의 아루나 데이 스파는 내벽을 흰색으로 칠하고 전체적으로 매우 깔끔하고 도시적인 느낌으로 절제미와 간결함을 추구하였다.



<그림 4-9>리셉션 구역

모든 스파의 프로그램의 시작은 <그림 4-9>의 리셉션 구역에서 시작되어 진다. 이곳에서 고객응대부터 리테일 판매와 고객마중까지 이어지는 중요한 역할을 하며 고객에게 있어서는 방문을 하게되었을 때 첫 인상을 주는 장소이다.

특히 스파는 입장할 때부터 프로그램이 시작되어지는데 이완적인 환경을 제공하여 공간을 이용하는 고객이 휴식을 위해 들어올 때의 기대를 더욱더 부각시키면서 신

로를 줄 수 있는 디자인요소로서 거의 모든 스파 시설에서 적용되어 지고 있는 부분이다.⁶⁹⁾



<그림 4-10> 2층으로 연결되는 계단

<그림 4-10>처럼 내벽과 계단은 흰색으로 깔끔하고 정돈된 분위기를 연출시키고 계단에 곡선을 주어 차가워 보일 수 있는 공간에 부드러움을 연결 시켰다.

프로그램은 크게 얼굴, 바디, 왁싱, 플로테이션 풀, 침술로 나누었다. 이미 해외에서는 여러 스파에서 침술을 해오고 있으며 특히 해외 유명 스타들이 침술로 얼굴 주름 관리를 한다고 알려지면서부터 스파에서의 침술 제공이 더욱 인기를 얻게 되었다. 따라서 아루나 스파에서는 다양한 시도로 고객에게 양질의 프로그램을 제공하고 자 침술을 선보이고 있다. 이러한 침술은 미국 내에서 많은 침술원이 운영을 하고 있으며 무수히 많은 대학 및 교육기관에서 침술사를 배출하고 있다. 특히 아루나 데이 스파가 위치한 실리콘 벨리는 미국에서 동양인 인구 비율이 가장 빠르게 성장하는 곳으로 이러한 침술이 낯설지 않은 곳이다. 그러나 수많은 인종이 모여 있는 세계 최대의 다민족 국가이므로 동양적인 면을 지나치게 강조하기 보다는 일반적으로 모든 고객들에게 받아 들여 질수 있는 프로그램을 제공한다. 일반 데이스파에서 스팀룸을 15달러 가량에 제공하는 것과는 달리 아루나 데이 스파에서는 무료로 제공하여 다른 스파와 차별화를 주고 고객들에게 아루나 스파만의 혜택을 주었다.

69) 장진희, 전계논문, p.85

또한 부천 아루나 스파와 같이 리포사지 프로그램을 제공하여 기기 사용없이 혹은 비침습적인 바디 윤곽과 얼굴 윤곽 프로그램을 제공한다.



<그림 4-11> 화장실과 샤워 공간

<그림 4-12> 과 같이 아루나 데이 스파는 화장실, 샤워 공간, 락커룸을 한 장소에서 배치시켜 고객의 동선을 줄여 이동의 번거로움을 줄였다.



<그림 4-12> 플로테이션 풀⁷⁰⁾

70) www.chumayo.com

아루나 테이스파에서 가장 특색이 있는 프로그램은 <그림 4-12>의 사해 플로테이션 풀 제공에 있다. 현재 미국 캘리포니아주에서 플로테이션을 제공 허가를 받은 스파는 유일하게 아루나 테이 스파 한 곳으로 희소성이 높은 케어를 하고 있다. 사해 플로테이션 풀은 자연스럽게 물에 부유할 수 있게 해주며 엔돌핀을 생성시키고 호흡을 느리게 하고 심장박동과 혈압을 낮추어 이완에 뛰어나다. 혈관을 확장시켜 뇌와 전신으로 산소공급을 도와주며 건강한 조직과 세포가 생성되도록 촉진시켜 외상의 빠른 치유를 돕고 운동전이나 경기전에 최상의 컨디션을 만들뿐만 아니라 운동선수들의 회복도 빠르게 도와준다. 71) 또한 플로테이션 풀 이용 후 받는 바디 마사지는 신진대사 증진과 빠르게 노폐물을 배출시키며 고객에게 깊은 이완을 준다.

[표 4-14] 의 표와 같이 ISPA가 내놓은 미국 스파 산업에 대한 리서치에 의하면 미국의 스파 시장은 2007년과 비교하였을 때 꾸준한 증가 추세를 보이고 있다.

	2007 (Year End)	2008 (Year End)	Percent Change
Revenue	\$10.9 billion	\$12.8 billion	17.8%
Spa Visits	138 million	160 million	15.8%
Locations	17,900	21,300	18.8%
	2008 (June)	2009 (March)	Percent Change
Total Employees	303,700	340,600	12.2%
Full-Time	143,300	158,200	10.5%
Part-Time	112,000	112,300	0.3%
Contract	48,500	70,100	44.5%
Square Footage	60 million square feet	81 million square feet	34.7%

[표 4-14] 미국 스파 시장⁷²⁾

미국은 테이 스파가 79%를 차지하며 우위를 차지하고 있으며 메디컬 스파가 꾸준히 증가하고 있다. 스파를 오랜 기간 접해온 미국인들에게 아루나 테이스파만의 차별화를 주기 위해서는 프로그램을 강화 및 꾸준한 정기 교육으로 프로그램의 변화를 필요로하며 서비스 교육도 필요하다. 미국의 경우 단속 조치가 강화되어 철저한 위생이 철저하게 이루어져야 한다.

경쟁환경, 상권, 입지 분석을 통한 목표고객군을 나누어 보면 아래와 같다.

71) www.chumayo.com

72) www.hospitalitynet.org

구분	A군	B군	C군	D군
연령	20대	30대	40~50대	남성30대 이상
성별	여	여	여	남
직업 결혼 유무	학생/미혼/전문직	기혼/전문직	기혼/유자녀	전문직
입지	인근 지역 근무 및 주거	인근 지역 근무 및 주거	인근 지역 근무	인근 지역 근무 및 주거
주프로그램	1) 웨이셜 관리 2) 왁싱	1) 웨이셜 관리 는 노화 2) 바디 관리는 슬리밍, 릴렉싱, 근육통 완화 3) 왁싱 4) 플로테이션	1) 웨이셜 관리 는 노화 2) 바디 관리는 슬리밍, 릴렉싱 3) 왁싱 4) 플로테이션	1) 웨이셜 관리는 노화 2) 바디 관 리는 릴렉 싱, 근육통 완화 3) 플로테이 션
주이용시간	10시~12시 3시 이후	4시 이후	3~4시 이후	4시 이후

[표 4-15] 경쟁환경, 상권, 입지 분석을 통한 목표고객

[표 4-15]처럼 A,B,C,D의 4개의 군으로 나눠 고객 구분을 하였으며 크게 바디, 웨

이설, 슬리밍을 주 프로그램으로 이에맞는 프로그램을 선정하였다. A군은 20대의 젊은 층으로 방문이 잦은 군은 아니라 기본적인 관리와 확성을 선호한다. B군은 30대로 노화 관리와 슬리밍 관리에 관심이 높고 제품 구매력도 높은 군이다. C군은 40~50대로 상대적으로 비율을 가장 높게 잡았으며 정기적 방문과 고가의 프로그램을 선택할 수 있는 군이다. D군은 남성 고객으로 전신 관리보다 부분관리를 선호하며 한 번 방문하면 고객충성도가 높은 군이다. 부천 아루나 스파와는 다르게 아루나 데이 스파는 고객의 주방문 시간이 4시 이후의 업무시간이 마친 이른 귀가 시간대로 예상하였다.

컨셉명	고객 비율	남녀 비율	프로그램믹스	고객 니즈
정신적, 신체적 조화	A군 10% B군 30% C군 50% D군 10%	남 15% 여 75% 전 연령층 가능	웨이셜 40% 바디 60%	미 추구 스트레스 완화 건강 개선 업무 능률 증진

[표 4-16] 목표 고객 비율

100평

베드수(7개)

	개수	내역	규모
1인실	7	얼굴, 바디 케어 전용 공간 (5평)	35평
플로테이션 풀룸	1	플로테이션 풀 이용 공간	15
리셉션 공간	1	고객 대기 및 리테일 판매 공간 고객 상담 및 예약 공간	15
탕비실 및 창고	1	테라피스트 준비 공간 및 제품 보관	10
화장실(남/여)	2	남녀 화장실은 각각 1개, 락카,샤워실, 스팀룸과 함께 구성	20
세탁실	1		5

[표 4-17] 아루나 데이 스파 구성

[표 4-17]과 같이 아루나 데이 스파는 트리트먼트 룸은 7개를 갖추고 있으며 1인실로 되어있으나 이동 베드를 이용하여 커플룸으로 변형이 가능하며 별도의 샤워실과 스팀룸이 갖추어져 있다.

아루나 데이 스파 SWOT 분석은 다음과 같다.

강점 뛰어난 서비스 편안한 시설 숙련된 직원 특허 프로그램 제공 편안하고 정갈한 이미지 교통요지에 입지 캘리포니아주에서 유일하게 플로테이션풀 제공 스팀룸 무료 사용	기회 새로운 프로그램 도입 양질의 서비스에 대한 고객요구 인근 지역에 경쟁점포 부재 인근 지역 이동 인구 증가추세
약점 신규 브랜드 스파로 낮은 인지도 타 업체에 비해 높은 가격 책정	위협 고객 욕구의 불투명성 경기침체 소비자들의 가격 민감도 증대

[표 4-18] 아루나 데이 스파 SWOT 분석

[표 4-18]에서 알 수 있듯이 아루나 데이 스파의 강점은 15년 경력이상의 직원들로 풍부한 경험을 바탕으로 효과적인 긴장 이완과 근육 뭉침을 풀어줄 수 있는 테크닉을 구사하며 피부에 대한 전문적 지식을 갖추고 리포사지와 같은 윤곽 프로그램을 제공한다. 인테리어가 갖춘 편안한 이미지와 도로변에 위치하여 높은 접근성과 캘리포니아 주에서 유일한 희소성으로 플로테이션 시설을 갖추고 있는 스파이다. 또한 인근 지역 이동인구가 증가하며 스파에 대한 수요가 증가하고 있는 추세이다. 그러나 신규 브랜드로써 낮은 인지도를 극복하고 타업체에 비해 높은 가격을 보완할 수

있는 차별화 전략이 수립되어야 하며 경기침체로 인한 고객욕구의 불투명성과 취업난으로 인한 소비자들의 지출이 줄어 그에 맞는 가격 정책과 서비스가 이뤄져야 한다. 소셜네트워킹 웹사이트인(social networking website) 페이스북(Facebook)을 이용하여 블로그 마케팅을 하고 있으며 지역사회 발전에 참여하는 봉사활동을 하여 친근하게 알리고 고객의 방문을 유도하고 알린다.



제 5 장 결 론

본 연구는 스파에 대한 개념과 다양한 스파의 유형들을 규명하고 그에 맞는 실용적인 프로그램을 개발하고자 하는 것이 본 연구의 목적이다.

본 논문에서 스파의 유형을 방문 목적에서 바라본 치료 중심형 스파와 휴양 중심형 스파로 나누었다. 그에 따라 치료 중심형 스파는 의학이 접목된 의학적 스파와 대체의학적인 스파로 다시 나뉘 고찰하였다. 먼저 의학적 스파의 대표적인 형태가 바로 메디컬 스파이며 대체의학적인 스파는 데스티네이션 스파와 수면스파를 들었다. 또한 휴양 중심형 스파에서는 생활에서 쉽게 접근할 수 있는 생활 접근형 스파와 레저에 목적을 둔 레저 중심형 스파로 크루즈 스파와 리조트·호텔 스파로 분류하였다.

스파 유형에 따른 스파 프로그램의 특징을 살펴보면 다음과 같다. 메디컬 스파의 경우 의사의 처방과 함께 이뤄지는 에스테틱 프로그램이 강세로 기존의 피부과에서 이뤄지는 의학적인 피부 개선방법과 피부 관리실에 이뤄지는 얼굴, 바디관리를 동시에 제공하며 다양한 기기 사용으로 빠른 효과를 볼 수 있게 한다. 의학적 스파의 또 다른 형태인 데스티네이션 스파에서는 메디컬 스파의 특징을 갖추고 있으면서 보다 정신과 신체의 조화에 중점을 두고 식이요법, 운동 활동, 명상, 다양한 바디 및 얼굴 관리 등 매우 폭넓은 프로그램을 제공한다. 수면 스파의 경우 약물 치료와 같은 메디컬적 요소가 가미된 형태와 대체의학적 면에서 수면을 다루는 스파가 있으며 여기서는 후자의 스파를 소개하였다. 이러한 수면 스파는 간단하게 피로를 풀어 줄 수 있는 얼굴 관리와 발 관리, 바디 마사지를 짧은 시간으로 제공하는데 이것은 시간적 여유가 없는 고객들이 선호한다.

휴양 중심형 스파에서 생활 접근형 스파로써 데이스파는 가장 큰 비중을 차지하고 있는 스파로 하루에 몇 시간을 투자하여 받을 수 있는 프로그램을 제공하며 릴렉싱과 피부 개선의 효과를 동시에 보고자하는 고객이 방문한다. 또한 레저 중심형 스파인 크루즈 스파에서는 보다 여행의 긴장감과 피로를 풀어줄 수 있는 안정되고 편안한 프로그램을 제공한다. 리조트

·호텔 스파도 치료 중심형 스파에 비해 부드러운 관리를 추구한다. 그러나 오늘 날 리조트 스파는 데스티네이션 스파 프로그램을 제공하는 추세이며 호텔 스파의 경우 지역고객을 위한 데이스파 개념의 프로그램을 제공한다. 그밖에 덴탈 스파는 치과 치료라는 부담감을 없애주기 위한 간단한 핸드 마사지를 제공하고 치과 치료과 중심이지만 치과 치료와 데이 스파가 병행되어지기도 한다. 어린 고객을 대상으로 하는 키즈스파는 시간이 비교적 짧고 어린 고객들의 호기심과 오감을 자극할수 있는 향이 나는 제품들을 이용한 얼굴관리, 패디큐어, 매니큐어도를 제공하며 청소년 여드름 관리도 키즈스파에서 이루어 진다.

위와 같이 스파의 유형 분류에 따른 스파 프로그램 개발은 국내와 국외 사례를 예로 제시하였다. 스파에 맞지 않는 프로그램이 제공되면 효과적인 운영에 차질을 주고 방향성을 잃게 된다. 프로그램 개발은 스파가 입지한 내적환경과 외적환경에 컨셉과 유형을 조화시켜 특성 있는 스파로 개발하는 데 의의가 있다.

데이 스파의 경우, 리조트 스파의 특색과 같이 릴렉싱을 강조하기 하기 보다는 고객들의 방문 목적이 하루에 몇 시간 휴식을 얻고 미적 만족을 추구하므로 이 두 가지를 충족시켜 줄 수 있는 프로그램이 포함되어 있어야 한다. 젊은 층의 유동 인구가 많은 경우 얼굴 축소, 바디 슬리밍 등의 프로그램이 모객에 유리하며 젊은 주부들의 출입이 잦은 지역은 슬리밍뿐만 아니라 자녀들을 위한 아동 대상의 프로그램도 갖춰져 있어야 한다. 국내에는 확성이 큰 비율을 차지하지 않지만 해외에서는 확성이 없어서는 안 될 프로그램이다. 처음 방문하는 고객에게 위험 부담 없이 쉽게 접근할 수 있는 부분관리의 제공은 고객의 재방문을 유도한다.

이에 데이 스파인 아루나 스파는 입지 분석, 상권 분석, 고객 분석, 내적 외적 환경과 이에 따른 스왓분석을 통해 프로그램 개발의 방향을 선택하였다. 또한 주방문 예상 고객층인 30~40대 주부를 위한 프로그램으로 바디와 얼굴의 라인을 잡아주는 윤곽관리, 전신 마사지와 노화 관리에 중점을 두었다. 윤곽관리인 리포사지는 국내에 첫 선을 보이고 비침습적인 테라피로 고객들에게 수술이나 기기를 선호하지 않는 고객에게 좋은 반응을

이끌어 낸다.

아루나 스파는 아시아 퓨전 스파로써 여러 나라의 테라피를 해외에 나가지 않아도 국내에서 접할 수 있는 기회를 준다. 기존에 다른 스파나 피부관리실에 비해 폭넓은 프로그램과 서비스를 제공한다. 미국 아루나 데이 스파 경우도 리포사지와 같이 전문적인 윤곽 프로그램, 플로테이션 풀과 같은 그 일대에서 제공하지 않는 특화된 프로그램을 제공한다. 주로 40~50대가 주 예상 고객으로 노화 관리와 슬리밍 관리에 초점을 맞추어 진행되어 진다.

리조트 스파의 경우 체류하는 동안에 받을 수 있는 특화된 시그니처(signature) 프로그램을 제공되어야 한다. 그 지역만의 지형이나 자연 혹은 특산품을 이용한 특화된 프로그램과 아웃도어와 인도어에서 다양하게 즐길 수 있는 프로그램은 그 업체의 아이덴티티를 부여 해주며 긍정적 연상과 메시지를 전달한다. 차별화 전략인 시그니처 프로그램은 다른 곳에서 받을 수 없는 기법과 특화 시킬 수 있는 재료를 이용한 테라피로 오늘날 많은 스파에서 찾아 볼 수 있으며 그 스파가 추구하는 고유의 컨셉을 보여준다.

메디컬 스파는 여드름, 노화 관리, 비만 관리에 주로 초점을 맞추고 전문적인 의학 기술과 지식을 바탕으로 만족스러운 결과를 만들어내는 프로그램을 제공함과 동시에 에스테틱 측면의 프로그램이 두가지 모두 적절한 조화를 이뤄야 한다.

프로그램 개발 후 고객들의 반응을 살피고 소비 패턴을 분석하여 고객의 욕구를 파악해야 한다. 따라서 고객의 수요가 적은 프로그램은 제공하지 않고 끊임없는 프로그램 개발을 요한다. 이것은 직원 교육과도 연결되어 서비스의 질을 향상시킨다. 따라서 이론 및 실기 교육과 새로운 프로그램 개발이 정기적으로 이뤄져야 한다.

여러 스파 유형들이 각기 틀린 프로그램만 있는 것이 아니라 중복되어지는 비슷한 형식의 프로그램도 존재한다. 이것은 스파의 방문 목적의 차이라는 핵심 부분을 제외하고는 수많은 테라피들의 동작이나 마사지의 기능이나 이론이 결과적으로 신체와 정신의 건강에 도움을 주고자하는 데 있고 실제적으로 건강 개선에 효과가 있기 때문에 부분 부분 비슷한 면을

찾아 볼 수 있다. 따라서 스파를 차별화 시키기 위해서는 스파 브랜드 컨셉과 프로그램 선택에 있어 차별화 전략을 이용해야 한다.

스파 서비스 프로그램은 단일적 개념으로 착각할 수 있지만 스파 개발의 한 부분으로 스파가 입지하게 될 외부 내부의 환경 분석, 상권 분석, 업체의 경쟁전략 방안 수립을 거치고 난 후 타겟 소비자층의 욕구에 맞는 프로그램을 선정해야 하며 고정 비용에 있어 특히, 직원 수에 따른 급여, 제품비용 등과 같이 일정하게 들어가는 비용을 바탕으로 월 평균 예상 손익을 예상하고 감가 상각비를 고려한 손익 분기점을 빠른 시일 내 넘어설 수 있도록 해야 한다. 이 모든 것들이 서로 충족되지 않을 경우 양질의 프로그램을 제공한다 하여도 성공하는 스파가 될 수 없다. 양질의 프로그램이란 위에서 언급한 바와 같이 고객군에게 적합하며 그들에게 필요한 테라피를 말하며 이것을 제대로 적용할 수 피부미용 분야의 지식을 갖추고 투철한 서비스 정신과 건전한 직업윤리의식을 가진 직원이 프로그램을 올바르게 제공할 때 양질의 프로그램이 완성된다.

모든 계획들이 기술적·경제적으로 시행 가능한가에 대한 충분한 사업성 검토가 이뤄지고 그 시장 안에서 융합 될 수 있는 기본적인 마케팅 전략에 대한 이해도 요구되어 진다. 이것은 입지와 상권분석에서 조사된 자료들이 마케팅 전략에 연구되어지는 요소들과 중복되어져 개점과 운영이 하나로 연결됨을 말한다. 시장은 끊임없이 변화하므로 그에 맞는 마케팅, 사업 전략도 변화되어져야하며 고객 욕구를 항상 관찰하고 그에 맞는 실현 가능한 프로그램에 차별적 가치를 두어 진행되어야 한다고 본다.

본 연구에서는 스파의 개념과 유형에 따른 프로그램 분류하였으며 스파 프로그램 개발 사례를 국내와 국외의 경우를 고찰하였다. 그 결과 각각의 스파 유형에 맞는 프로그램을 개발하는데 있어 단순히 일차원적인 테크닉의 선별 작업으로만 여길 것이 아니라 전체적인 스파의 소프트웨어와 하드웨어적인 부분, 내적환경과 외적 환경을 모두 고려하여 프로그램을 개발해야한다는 결론이 도출되어졌다. 그 스파와 프로그램이 조화를 이루지 못하고 고객의 니즈를 만족시키지 못하는 것은 스파 방문을 꺼리게하며 이것은 곧 매출 부진을 이루며 스파의 생존을 위협한다. 따라서 스파 프로그램

개발은 다양한 측면에서 여러 요소들을 포함하여 연구되어지고 고려되어
질 때 성공할 수 있다.



참고문헌

1. 국내서

1) 단행본

- 김선애(2009), 『두개천골요법』, 서울 : 갑을패
문병준(2001), 『마케팅 전략』, 서울 : 경문사
이재익(2009), 『바닥을 치고 오르는 부동산 투자의 비밀』, 서울 : 북오션
임이진(2002), 『스파 라이프』, 서울 : UI스파사업부
안광호 외(2002), 『시장지향적 마케팅전략』, 서울 : 학현사
박정기외(2005), 『소상공인 창업과 경영실무』, 서울 : 두남

2) 학위논문

- 김규영(2008), 「음식업 상권분석 및 입지선정 전략에 관한 연구」, 경원대 경영대학원 석사학위 논문
김희경(2008), 「치료목적형 Destination SPA 계획」, 홍익대 건축도시대학원 석사학위 논문
권창희(2007), 「한국과 일본, 프랑스, 미국을 중심으로 화장품 브랜드 스파 프로그램 연구」, 중앙대 의약식품대학원 석사학위 논문
배지현(2007), 「소규모 미용실의 마케팅에 관한 연구 :미용실 경영에 있어서 고객지향성과 경쟁력과의 관계 연구」, 조선대 산업대학원 석사학위 논문
이광례(2006), 「스파 리조트의 실내 공간계획에 관한 연구」, 건국대학교 디자인대학원 석사학위 논문
윤사라(2008), 「프랜차이즈 영어학원의 마케팅 전략」, 숙명여대 국제관계대학원 석사학위 논문
임명숙(2004), 「대형쇼핑시설의 유형별 입지특성 및 소비자행태에 관한 연구 :서울시를 중심으로」, 단국대학교 대학원 석사학위논문
임진호(2008), 「직장인을 위한 수면전문 스파시설 계획에 관한 연구」, 홍익대 건축도시대학원 석사학위 논문

장진희(2004), 「스파(SPA)공간의 유형별 특성에 관한 연구 :프로그램에 따른 공간의 연계성을 중심으로」, 건국대 건축전문대학원 석사학위 논문

정경숙(2008), 「대체의학에서 요가의 가치에 대한 사례 연구」, 호서대벤처 전문대학원 석사학위논문

정혁진(2004), 「호텔 스파 프로그램 비교 연구 :한국, 오스트리아, 태국의 호텔 스파를 중심으로」, 경희대 체육대학원 석사학위 논문

조강엽(2007), 「입지에 따른 은행점포 관리전략에 관한 연구」, 동국대 경영대학원 석사학위논문

현행진(2008), 「제주 호텔 및 리조트의 스파 현황과 스파테라피스트의 직무만족도와 이직의도 조사」, 서경대 미용예술대학원 석사학위 논문

2. 국외서

Beck, M.S.,(2006), 『Theory and Practice of Therapeutic Massage』, Delmar Pub

Maxwell-Hudson, Clare.(2001) 『Complete Massage』, Dk Pub Inc

Crebbin-Bailey, Jane., Harcup, John. 외(2004), 『The Spa Book: The Official Guide to Spa Therapy』, Cengage Learning EMEA

Lidell, Lucinda.(2001), 『The Book of Massage: The Complete Step by step Guide to Eastern And Western Thechnique』, Fire side

Beck, Mark.(2001), 『Massage Basics: Auide to Swedish, Shiatsu, and Reflexology Techniques』,

Evans, Mark., Oxenford, Rosalind. 외(2004), 『A Guide to Massage Therapies: Natural Healing Handbook』, Lorenz Books

French, Ramona Moody.(2003), 『Milady's guide to lymph draining massage』, Cengage learning

Simonson Stephanie J., Braun, Mary Beth.(2006) 『Introcuuction to Massge Therap y』, Lippincott Williams & Wilkins

Claire, Thomas.(2006), 『Bodywork: What Type of Massage to Get - and How to Make the Most of It』, Basic Health Publications

3. 기타자료

<http://www.acquablumedicalspa.com/html/tour.html>
<http://www.acquablumedicalspa.com/html/tour.html>
<http://www.nuumedspa.com/locations.htm>
<http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=84003>
<http://www.cruise.co.kr/cscenter/cruiseinfo/cruiseinfoGuide.html>
<http://www.dailymail.co.uk/travel/article-1205336/The-best-cruise-spas-world.html>
<http://cruises.about.com/od/carnivalcruiselines/ig/Carnival-Dream/Carnival-Dream-Cloud-9-Spa.htm>
http://www.at-bangkok.com/detail_news.php?new_id=521
<http://www.fourseasonsdentalspa.com/HowAreWeDifferent.aspx>
<http://simplysassykidsspa.com/services/>
<http://www.pinehurst.com/luxury-teen-spa-treatments.php>
<http://www.cmdrc.com/CosmeticServices/>
<http://media.daum.net/economic/industry/view.html?cateid=1038&newsid=20081020170817738&p=newsis>
http://www.vacationidea.com/spas/gallery/enchantment_resort_spa_Gallery6.html
http://cclonline.org/index.php?pg=lcsw&blogfile=/2007_06_01_archive.html
<http://www.mind-bodymaintenance.co.uk/shiatsu-treatments-dorchester.htm>
<http://www.therapy-training.com/babies.htm>
<http://www.telability.org/watch/June2008.htm>
<http://www.urmc.rochester.edu/news/story/index.cfm?id=2272>
http://www.piercemattiepublicrelations.com/beautydivision/2008/03/beauty_rest_take_a_nap_at_yelo.html
http://www.pevoniakorea.com/equipment/equipment01_1.php
<http://en.wikipedia.org/wiki/File:Strigiles.jpg>
<http://www.bodecare.com>
<http://www.dayspaassociation.com>
<http://www.discoverspas.com/Georgia/artgafourseasons.shtml>
<http://www.sport-decouverte.com/seance-de-massage,d421.html>

<http://www.flickr.com/photos/44029140@N03/4051187450/in/photostream/>

<http://www.flickr.com/photos/44029140@N03/4050443859/>

<http://www.pevoniakorea.com/pevonia/company04.php>

<http://www.emcltrade.nl/lypossage.aspx>

<http://www.chumayo.com/poolT.html>

<http://www.arunadayspa.com/>

<http://www.aruna.co.kr/>

<http://www.korea.kr/newsWeb/index.jsp>

한겨레21, [생활/문화]낮잠은 15분만 자라, 전세일, 2008.08.13

부천통계 연보(2003)

문화일보 경제, 2007.02.20

부천시, 1999, “2011부천도시기본계획“

황순욱(2008), 「피부미용산업 실태조사 및 제도 개선방안」, 한국보건산업진흥원

ABSTRACT

A Study on the Development of Spa Program through the Spa Type Analysis

Rim, Sung min

Major in Beauty Esthetic

Dept. of Beauty Art & Design

Graduate School of Arts

Hansung University

In the modern society, social aging has been accelerated, the consuming behaviors have changed and the tendency for health due to increment of income level has been enhanced, and many people are making efforts to exercise which foster good health and to make mind comfortable and to eat healthy foods. Recently in addition to those trends, as the metro sexual masculinity, which refers to men have much concern for appearance and are high propensity to consume, has prevailed, the entrance of men into skin market has been expanded continuously, and the investments for appearance are increasing regardless of gender and age, based on the belief that the appearance is competitive power. They visit skin care shop or spa in order to release daily stress and to improve skin status. The spa has been popularized with the help of increment of living standards and demands for high quality of life and coordination between body and mind.

The purpose of this study was to investigate the subjects to consider in developing programs based on the cases in which the author participated. To achieve this purpose, this study reviewed the conception of spa and analyzed programs of each type based on literatures, study articles, book, cases. The spas were classified into two types of treatment and relaxation based on visiting purpose for them. The spas of treatment type were subdivided into medical and alternative medical ones, and the ones of relaxation type were subdivided into living approach ones and leisure ones. The dental and kids ones were considered additionally. The programs provided by each type of spa were also summarized.

In the development of spa program, the spa service program should be considered not a single concept but as an integral part of spa development, therefore, the realizable program should be developed according to needs of consumers, after analysis on the internal and external circumstance, commercial condition of site candidates and establishment of strategy for competition.