



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](#)

석사학위논문

웰니스 산업의 IT융합 이용성과에
관한 연구

- 非 의료영역의 중소 웰니스 기업을 중심으로 -

2014년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

융합기술학과

IT융복합전공

최행수



석사학위논문
지도교수 나도성

웰니스 산업의 IT융합 이용성과에 관한 연구

- 非 의료영역의 중소 웰니스 기업을 중심으로 -

Studies on the outcome of the fusion of IT industry of wellness
Mainly small and medium-sized enterprises wellness non-medical area

2014년 6월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

융합기술학과

IT 융복합전공

최행수



석사학위논문
지도교수 나도성

웰니스 산업의 IT융합 이용성과에 관한 연구

- 非 의료영역의 중소 웰니스 기업을 중심으로 -

Studies on the outcome of the fusion of IT industry of wellness
Mainly small and medium-sized enterprises wellness non-medical area

위 논문을 융합기술학 석사학위 논문으로 제출함

2014년 6월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

융 합 기 술 학 과

IT 융 복 합 전 공

최 행 수



최 행수의 융합기술학 석사학위논문을 인준함

2014년 06월 일

심사위원장 황 기 태 인

심사위원 조 병 선 인

심사위원 나 도 성 인



국 문 초 록

웰니스 산업의 IT융합 이용성과에 관한 연구 - 非 의료영역의 중소 웰니스 기업을 중심으로 -

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
융합기술학과
IT융복합전공
최 행 수

본 연구는 최근사회에서 중요하게 인식되고 시장잠재력 등이 부각되고 있는 웰니스산업 분야중 셀프케어 부문, 리빙케어 부문, 웰니스 엔터테인먼트 부문의 기업 종사원을 대상으로 변수간의관계를 규명하기 위하여 진행되었다.

본 연구를 통하여 IT융합 기반의 웰니스 산업분야 및 관련 비즈니스 모델 실태조사 자료를 살펴보고 산업적 관점에서 그 정의 및 일의 범위에 대한 실질적인 시사점을 제공함으로써 비 의료영역의 웰니스 중소 전문기업의 경쟁력 제고와 IT융합 이용성과를 높이는데 기여하고자 한다. 이러한 연구목적을 가지고 진행된 본 연구의 실증분석을 위한 자료수집은 서울, 경기,인천지역의 비 의료영역을 중심으로 현재 근무하고 있는 중소웰니스기업 종사원을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 다음과 같은 연구결과를 도출하였다. 웰니스 산업분야 특성과 IT융합 영향요인, IT융합과 이용성과 간의 관계를 검증한 결과 웰니스 셀프케어와 IT융합 특성 중 생활건강관리는 IT융합에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나, 피트니스와 웰에이징은 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 웰니스 리빙케어와 IT융합 특성 중 웰빙웨어는 IT융합에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나, 웰빙인테리어와 생활환경관리는 유의한 정

(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 웰니스 엔터테인먼트와 IT융합 특성 중 휴양·레저, 스포테인먼트, 감성엔터테인먼트는 IT융합에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, IT융합과 이용성과의 특성 중 IT융합은 경제적 성과와 사회적 성과에 유의한 정(+)영향을 미치는 것으로 나타났다.

융합시대를 맞아 기업들은 강한 경쟁력을 확보하고 지속적으로 발전하기 위하여 끊임없이 노력하고 있다. 이러한 가운데 향후 거대한 시장을 형성할 것으로 예상되는 웰니스 산업에서 국내외 경쟁력을 강화하기 위해서는 IT기술 융합 기반의 Wellness 산업 비즈니스 모델을 수립해 나아가는 것이 중소웰니스 전문기업에게는 어느 때보다 더 IT 융합 활용과 도입 활동이 필요한 시점이라 하겠다.

IT융합 도입이 성공적인 이용성으로 이어질 수 있도록 하기 위해서 본 연구는 IT융합과 이용성과 요인 간의 관계를 실증 분석하였다. 이상의 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 설문업체가 소기업이 대부분인 것은 융합시대를 맞아 새롭게 도약하기 위한 동력을 IT융합 활동에서 찾고 싶은 웰니스 전문 소기업의 관심도를 나타낸 것을 의미하고 있다. 중소기업 중심의 IT융합 도입을 추진할 때에는 이러한 도입기업의 상황을 고려하여 웰니스 사업의 도입목적을 감안한 맞춤형 프로그램을 운영해야 기업의 참여와 IT융합의 이용효과를 높일 수 있을 것이다.

둘째, 웰니스 중소기업의 IT융합 도입은 아직까지 IT정보 활용형을 크게 벗어나지 못하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 점차적으로 기술융합 및 산업융합에 대한 관심이 증대되면서 기술 및 제품에 대하여 IT융합을 접목시킴으로써 괄목할 만한 성과를 올리고 있는 기업들이 부상하고 있으며, 이에 따라 신제품개발 및 신시장개척을 위한 IT융합 활용에도 적극적인 관심을 가지고 있는 것으로 조사되었다. 최근 정부의 국정목표인 창조경제를 위한 중소기업 융합 활성화 지원정책이 활발하게 진행되고 있는 바 이에 관심을 가지고 전략적으로 접근할 경우 IT융합 도입과 활용에 경쟁기업보다 더 앞서 갈 수 있는 기회를 잡을 수 있을 것이다.

셋째, 웰니스 중소기업에서 IT융합을 적극적으로 추진하고자 하는 주체는 대부분이 임원을 포함한 대표자로 나타났으며 이는 아직까지 IT융합 도입 추진 활동이 왕성하게 이루어지지 않고 있음을 보여주고 있는 것이라 할 수 있겠다. 성공적인 IT융합 활용과 도입을 위해서는 참여자의 다양화와 전문성을 높일 필요가 있을 것이다. 연구개발 분야 생산기술의 전문가, 마케팅 분야 등의 참여 인력이 직책에 관계없이 제품 및 서비스 분야에 IT융합 도입을 위한 아이디어나 의견을 자유롭게 피력할 경우 웰니스 전문 중소기업의 경영성과 제고와 경쟁력 강화는 빠른 시간에 도달할 수 있을 것이다.

넷째, 웰니스 산업분야에서의 IT융합과 이용성과 요인을 실증 분석한 결과 생활건강관리와 웰빙웨어는 IT융합 유형과는 무관하지만 피트니스, 웰에이징은 IT융합에 유의한 것으로 나타났으며, 리빙케어중 웰빙인테리어와 생활환경관리 분야는 IT융합에 유의한 것으로 나타났다. 또한 웰니스 엔터테인먼트 분야는 전 유형에서 IT융합에 유의한 것으로 나타났으며, IT융합과 기업성과 요인중 IT융합과 경제적, 사회적 이용성과는 유의한 것으로 나타났다. 이는 웰니스 산업을 사업영역으로 추진하고 있는 중소기업들은 제품 및 서비스의 목적에 맞는 IT융합 활용과 도입을 신속하게 추진하고 적극적으로 투자할 필요성을 보여주고 있다.

결과적으로 IT융합 특성과 웰니스 산업분야 영향요인 간의 상관관계는 부분적으로 유의하지만 기업의 제품 및 서비스의 상용화 단계와 IT융합 도입 목적에 따라 일부 달라질 수 있으며, IT융합은 웰니스 전문 중소기업에게는 이용성과가 높게 나타나고 있음에 따라 무엇보다도 우선순위에 두어야 할 과제라 판단된다.

【주요어】 웰니스, 셀프케어, 리빙케어, 엔터테인먼트, IT융합, 이용성과

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 배경	1
제 2 절 연구의 목적	3
제 3 절 연구의 방법과 범위	4
제 2 장 이론적 배경	5
제 1 절 웰니스(Wellness)	5
1. 웰니스의 개념	5
2. 웰니스의 필요성	6
3. 웰니스의 효과	7
4. 웰니스에 대한 선행 연구	7
제 2 절 웰니스 산업	10
1. 웰니스 산업의 개념	10
2. 웰니스 산업의 구성	11
3. 웰니스 산업의 현황	13
제 3 절 웰니스 IT융합	19
1. IT융합의 개념 및 정의	19
2. IT융합의 유형	20
3. 웰니스 IT융합산업의 정의	21
4. 웰니스 IT융합 산업 현황	22
5. 웰니스 IT융합 산업에 대한 선행 연구	33

제 3 장 연구설계	36
제 1 절 연구모형	36
제 2 절 연구가설의 설정	39
1. 웰니스 산업과 IT융합에 관한 가설	39
2. IT융합과 이용성과에 관한 가설	40
제 3 절 변수의 조작적 정의 및 측정항목	40
1. 웰니스	41
2. IT융합	41
3. 이용성과	41
제 4절 분석대상과 설문지 구성방법	42
1. 분석대상과 설문지 구성	42
2. 분석방법	43
제 4 장 연구결과	45
제 1 절 표본의 일반적인 특성	45
제 2 절 측정도구의 신뢰도와 타당도 분석	47
1. 타당도 분석	47
2. 신뢰도 분석	48
3. 상관관계분석	49
제 3 절 가설의 검증	50
1. 웰니스 셀프케어와 IT융합	50
2. 웰니스 리빙케어와 IT융합	51

3. 웰니스 엔터테인먼트와 IT융합	52
4. IT융합과 이용성과	53
5. 가설검증 결과의 요약	54
 제 5 장 결 론	 56
1. 연구결과의 요약 및 시사점	56
2. 연구의 한계점 및 향후 연구과제	58
 【참고문헌】	 59
1. 국내문헌	59
2. 국외문헌	61
 【부 록】	 63
설문지	63
ABSTRACT	70

【 표 목 차 】

<표 2-1> 웰니스 산업 규모	18
<표 2-2> u-Health시장의 규모와 증가율	23
<표 2-3> u-Health 이용자 수 및 인구대비 비율	24
<표 2-4> u-Health 시장의 규모 및 향후 추이	24
<표 2-5> u-Medical, u-Wellness, u-Silver산업의 파급효과	25
<표 2-6> IT융합 확산 전략 정책방향	31
<표 2-7> 국내외 웰니스 IT융합 선행사례	34
<표 2-8> IT융합화의 기대효과	38
<표 3-1> 조사의 설계	42
<표 3-2> 설문지의 구성	43
<표 4-1> 응답자 특성	45
<표 4-2> 응답기업 특성	46
<표 4-3> IT융합 이용성과 요인의 회전된 요인행렬표	47
<표 4-4> IT융합 이용 요인의 영향요인 측청항목의 신뢰도	48
<표 4-5> 변수간 상관관계 분석	49
<표 4-6> 웰니스 셀프케어와 IT융합간의 회귀분석 결과	51
<표 4-7> 웰니스 리빙케어와 IT융합간의 회귀분석 결과	51
<표 4-8> 웰니스 엔터테인먼트와 IT융합간의 회귀분석 결과	53
<표 4-9> IT융합과 이용성과간의 회귀분석 결과	54
<표 4-10> 가설검증 결과 요약	55

【 그림 목 차 】

[그림. 1] 웰니스 구성요소 도식화사례(Wellness wheel)	5
[그림. 2] 건강관리서비스 대상자의 변화	10
[그림. 3] 웰니스 산업의 분류	13
[그림. 4] 셀프케어 부문에 대한 세부분야별 한국표준산업분류 재조합범위	14
[그림. 5] 리빙케어부문에 대한 세부분야별 한국표준산업분류 재조합범위	15
[그림. 6] 웰니스 엔터테인먼트 부문에 대한 세부분야별 한국표준산업분류 재조합범위	16
[그림. 7] 웰니스 산업 분야 기업 생태계 현황	17
[그림. 8] 웰니스 산업 관련 시장규모	18
[그림. 9] 웰니스 IT융합 산업의 프로세스	22
[그림. 10] u-Health시장의 정의와 범위	23
[그림. 11] 웰니스 전문기업의 스마트 헬스케어시스템 및 웰니스솔루션	27
[그림. 12] 한국전자통신연구원의 IT융합형 고령자 건강생활지원기기 및 시스템 개발 개념도	28
[그림. 13] 웰니스 산업의 IT융합 발전 순서	36
[그림. 14] 웰니스 산업의 비즈니스 융합모형	37
[그림. 15] 연구모형	39

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경

고령화의 급진전·소득 향상 등으로 삶의 질 개선 욕구 증가, 치료에서 예방중심으로 소비자의 건강관리 패러다임이 변화되면서 전 세계는 노령인구의 비율 증가 및 만성질환자의 증가로 국민 건강과 관련한 사회적 비용이 높아지고 있어 질병의 치유 및 예방을 목적으로 한 웰니스(Wellness)에 대한 관심이 높아지고 있다.

만성질환자의 문제는 고령자에 그치지 않고 전 연령층에 걸쳐 지속적으로 확대되는 추세이며 또한, WHO가 비만¹⁾을 세계적인 전염병(World epidemic)으로 언급한 이래 세계적으로 비만의 사회·경제적 비용 증대에 주목하고 있다.

행복추구 및 삶의 질을 목적으로 하는 소비자 집단이 증가하면서 비의료 영역의 IT융합기술을 적용하는 건강서비스가 선보이고 있으며, 이에 따른 웰니스 산업에 대한 관심이 대두되고 있는데 특히, 미국 등 선진국에서는 급증하는 만성질환 관련 의료비 지출에 대한 대안으로 사회 구성원 개개인이 스스로 건강한 생활을 유지, 관리할 수 있도록 지원하는 정책을 도입하고 있으며, 이에 대응하는 제품 및 서비스 비즈니스 영역이 크게 확산되고 있는 추세이다²⁾.

국내의 경우 건강관리 바우처 제도, 지자체 건강 환경 조성 등 일부 웰니스 관련 사업이 추진되고 있으나 주로 사회적 취약계층에 대한 의료·건강관리 지원 또는 지자체의 주민복지 사업 등에 중점을 두고 있으며, 최근에는 복지 신산업화를 통한 성장, 생산적·자기주도적 복지정책을 통한 복지정책 효율성 등의 중요성에 대한 인식 전환과 더불어 산업적 관점에서 웰니스의 시장 잠재력 등이 부각되면서 민간 기업 등을 중심으로 웰니스 산업 분야에 대한 진출이 다양하게 모색되고

1) 과체중과 비만으로 인한 심장질환이 전세계사망률 1위 질환(연 17백만 명)으로 대두되고 있으며 미국 전체 의료비에서 비만으로 인한 비용이 5~7% 차지(미국비만실태보고서 '12. 1월)

2) 정보통신산업진흥원(2012), 『웰니스산업의 비즈니스모델 분석을 통한 산업발전방안 연구』, p. 2.

있으며, 포럼 등 네트워킹 활동을 통한 다양한 산업정책 논의가 태동하고 있는 상황이다. 웰니스IT 산업은 IT·BT·서비스 등이 복합된 대표적인 융합 新산업이자 일자리 창출의 대표적인 미래 성장동력으로 최근, 국내에서도 통신사와 대학병원 간 조인트 벤처 설립을 통해 웰니스 시장에 진출하는 사례가 증가 추세에 있으나, 건강관리회사가 건강관리서비스를 제공할 경우, 의료법에 의한 의료행위에 해당하여 무면허 의료행위로 간주될 소지 등 제도적 한계와 추진 주체의 역할 불명확으로 웰니스 IT신시장 창출이 더뎠고 또한, 웰니스 IT산업 활성화와 고부가가치 산업으로의 발전 방안에 대한 구체적 전략이 미흡한 상황이다.³⁾ 특히 맞춤형 서비스 제공을 통한 소비자의 다양한 니즈(Needs)를 충족시키고 고부가가치의 다품목 웰니스 산업 활성화를 위하여 상용화 IT융합 웰니스 비즈니스 모델이 부재한 상황이라 성장하는 글로벌 웰니스 시장을 선점하기 위한 국내 IT중소기업의 협업 및 국내시장의 지속가능한 산업 생태계의 확립을 위한 주체별·단계별 전략 및 산업 확산을 위한 가이드라인이 필요하며, 웰니스 IT 산업의 기초가 되는 R&D 산출물의 연계 및 활용, 지속가능한 산업 생태계 구축 및 글로벌 경쟁력 강화를 위한 IT 중소전문기업의 발굴 등 미래융합 신산업 으로서의 IT융합 웰니스 발전 방안이 필요하다. 또한, 클라우드·빅데이터 등 신기술과 결합한 효과적이고 효율적인 웰니스 서비스를 공급하고, 중소전문기업의 IT 융합 웰니스 산업 진출의 근간이 될, 산업적 측면에서의 웰니스 DB구축에 대한 활용방안 마련이 시급하다고 할 수 있다.

이에, 본 연구에서는 IT기술 기반의 웰니스 기업 및 관련 비즈니스 모델 현황과 약을 통해 산업적 관점에서 그 정의 및 일의 범위를 정하고, 비 의료영역의 중소 웰니스 전문기업에 있어 IT 융합 이용성과를 중심으로 살펴보고자 한다.

3) 정보통신산업진흥원(2012), 『웰니스산업의 비즈니스모델 분석을 통한 산업발전방안 연구』, p. 3.

제 2 절 연구의 목적

행복추구 및 삶의 질을 목적으로 하는 소비자 집단이 증가하면서 非 의료 영역에서도 IT융합 기술을 적용하는 건강 서비스가 활발하게 선보이고 있으며, 이에 따른 웰니스(Wellness) 산업에 대한 관심이 대두되고 있다. 웰니스 산업은 IT·BT·서비스 등이 복합된 대표적인 융합 新산업이자 일자리 창출의 대표적인 미래성장 동력이다.

IT융합 기반의 웰니스 산업은 고부가가치의 미래융합신산업으로 다양한 소비자의 니즈(Needs)를 효율적이고 효과적으로 충족시키기 위한 다품목 저생산의 특성에 부합하며, 향후 대·중소 상생 및 지속가능한 산업발전을 위한 생태계 구축을 위해, 중소기업 중심의 IT융합을 기반으로 하는 비즈니스 모델 개발을 우선으로 한다. 웰니스 산업하에서 IT융합을 이용한 공급주체는 각각의 소비자가 추구하는 다양한 편익(benefits)을 충족시킬 수 있는 맞춤형 및 주도형 상품·서비스를 공급하고, 이에 합당한 시간적, 금전적 비용을 지불할 수 있는 다양한 커뮤니케이션 채널을 구축할 뿐만 아니라, 이에 요구되는 기 기술 및 서비스, 인덱스 기반의 분석정보, 도출되는 관련 DB를 중요 웰니스산업에서의 IT융합 자원(Resource)으로서 증진시키는 방안도 함께 고려하여 비즈니스 성과를 높일 수 있도록 하여야 할 것이다.

본 연구에서의 IT융합 웰니스 산업에 대한 정의는 국내·외에서 실제 행해지고 있으며 활성화되고 있는 IT융합 기반의 웰니스 기업 및 관련 비즈니스 모델 분석을 통해 산업적 관점에서 그 정의 및 일의 범위를 정하고, 실태조사를 통하여 IT융합이 웰니스 산업 활성화와 국내 웰니스 전문기업의 경쟁력 강화에 미치는 영향을 비의료 영역의 중소 웰니스기업을 중심으로 제시하고자 한다.

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

첫째, 웰니스의 요인중 웰니스 산업의 대상을 규명하고,

둘째, 웰니스 산업의 요인중 대상 웰니스 산업과 IT융합과의 관계를 규명한다.

셋째, 웰니스 IT융합 산업 범위에서 웰니스 중소기업의 IT융합 이용성과 관계를 규명하고 넷째, 연구검증 결과에 따른 전략적 시사점을 웰니스 중소기업에 제시한다.

제 3 절 연구의 방법과 범위

본 연구는 연구목적을 달성하기 위하여 웰니스 산업을 중심으로 의료영역과 비의료 영역의 웰니스, 그리고 IT융합 관계를 파악했으며, 다음과 같은 연구방법을 사용하고자 한다. 비의료 영역의 웰니스 중소기업을 중심으로 IT융합 이용이 기업성장에 미치는 영향을 파악했다.

본 연구에서 자료의 분석을 위한 실증분석은 통계패키지 PASW(SPSS) 19.0을 이용하였다. 표본의 특성과 측정 척도의 정제를 위하여 PASW(SPSS) 19.0을 이용하여 이에 이용된 자료는 빈도분석, 탐색적 요인분석, 신뢰도 분석을 통한 연구모형의 검증과 가설을 검증하였다. 본 연구는 전체 5장으로 구성되어 있으며, 내용적 구성은 다음과 같다.

제 1 장에서는 연구배경, 연구의 목적, 연구의 목적, 연구의 방법과 범위에 대해서 기술하였다.

제 2 장에서는 본 연구를 위한 이론적 고찰로 웰니스 산업, 웰니스 IT융합, 웰니스 중소기업의 IT융합 이용성과의 포괄적인 이해를 위해 기존에 연구되어진 웰니스 산업에서 IT융합과 관련된 선행연구의 검토 및 연구방법의 고찰을 통하여 각각의 요인을 도출하고 살펴보았다.

제 3 장에서는 실증조사를 위한 연구방법으로 연구모형과 연구가설의 설정, 변수의 조작적 정의 및 자료수집과 분석방법을 정리하였다.

제 4 장에서는 자료수집과 분석의 결과인 표본의 특성, 신뢰도와 타당도의 분석, 그리고 연구가설 검증에 따른 요약과 논의를 제시하였다.

마지막 제 5 장에서는 결론 및 제언으로 연구고찰을 통해 얻은 연구결과의 요약과 시사점 및 본 연구의 한계와 향후 연구 과제를 제시하였다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 웰니스

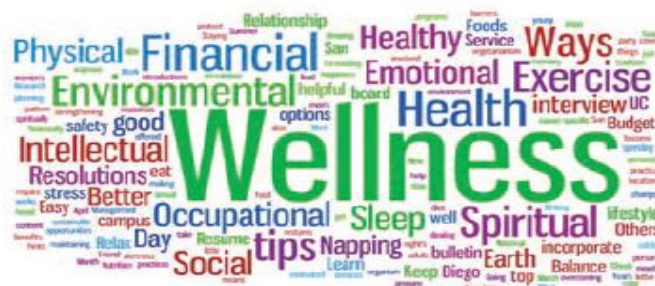
1. 웰니스의 개념

과거 건강에 대한 개념은 질병이 없는 단순한 상태로 이해되어 왔지만 최근의 건강에 대한 새로운 새로운 개념은 건강에 관련된 모든 요소를 총체적인 의미로 말한다. 또한, 건강은 삶의 질을 높이는데 중요한 요소로 받아들여지고 있다. 따라서 건강이란 인간의 삶에 있어서 가장 중요한 부분인 동시에 삶의 전체를 의미한다.

O' Donnel(1994)는 최근의 건강이란 새로운 개념은 질병을 치료한다거나 예방을 하는 차원을 넘어서 최상의 건강수준(optimal well-being)을 증진시킨다는 의미를 가지고 있다. 따라서 최상의 건강이란 신체적, 정신적, 정서적, 사회적, 지적 등이 총체적으로 밀접한 관련이 있으며, 이러한 밀접한 관계들의 최적의 상태를 의미한다(김상국, 2000).

이러한 개념을 구체화시켜 놓은 단어가 바로 웰니스(wellness)이다. 웰니스란 웰빙(well-being)과 피트니스(fitness)의 두 개념을 포함하는 것으로 웰빙은 육체적, 정신적으로 기분이 좋고 상쾌한 느낌과 관련된 개인이 그렇게 느끼는 느낌이며, 피트니스는 육체적, 정신적으로 생활의 어떤 기능과 적합성의 여부를 뜻하는 개념이다(최 명애, 1995; 이 정순 · 전원배, 2005; 이란희, 2006; 한광걸 2007).

San Diego에 위치한 UCSD(University of California, SanDiego) 소속 Wellness Center에서는 웰니스와 관련한 키워드들을 중심으로 아래 그림과 같이 웰니스를 표현하고 있다.



[그림. 1] 웰니스 구성요소 도식화 사례(Wellness wheel)

세계보건기구(WHO)가 1964년 ‘최적의 건강’이라는 개념으로서 건강이란 단순히 질병이 없음을 넘어서 신체적, 정신적, 사회적 웰빙이 완벽한 상태라고 정의한 후, 건강의 개념은 개인의 가능성을 극대화시키는 과정 즉, 능동적인 과정으로 건강에 관련된 요소들을 포함시켜 총체적인 의미로 확장되고 있다. 이러한 정의로부터 지금은 건강의 문제가 생물학적, 의학적인 주제를 넘어서 모든 학문의 주제로 부상하고 있다(Croese, Nicholas, Gobble & Frank, 1992).

웰니스는 사람이 어떻게 행복하고 건강하게 살 것인가의 문제뿐 아니라 일반적인 생활속에서 직면한 과제들을 효과적으로 어떻게 해결하고, 대처해 나갈 것인가 하는 능력까지도 포함하는 개념이다.

2. 웰니스의 필요성

인간은 자신의 건강에 책임을 지기 위해서 노력해야한다. 사망에는 여러 가지 원인이 있지만, 주요 원인 중 많은 사항이 생활양식과 직접관련이 있는 질병들이다. 현대인들은 고지방, 고염분, 고당분과 저섬유 소식이 습관으로 인하여 희생되어 왔다. 이러한 상황은 스트레스, 운동부족, 흡연과 알코올, 약물 복용으로 인하여 더욱 악순환 되어 왔다는 사실이 불행한 요소이다(김상국, 1996). 사망원인 순위별 사망자수를 보면 3대 사망의 원인은 악성신생물(암), 뇌혈관질환, 심장질환으로 총 116,000명이 사망, 총 사망자의 47.6%에 이르고 있다. 암 사망률은 20대 이하는 백혈병, 20대는 위암, 40~50대는 간암, 60대 이상은 폐암이 가장 높으며 순환기계 질환 사망률은 20대 미만은 심장질환, 40대 이상은 뇌혈관 질환이 가장 높은 것으로 나타났다(통계청, 2007). 미국의 경우 남성과 여성의 가장 많은 사망원인이 심장질환이다. 69,000,000명 여성의 미국인들이 어떠한 형태의 심혈관 질환을 앓고 있으며 이들 중 1,500,000명은 심장 발작까지 경험한다고 발표했고, 절반은 치명적이라는 결과로 나타났다(미국심장협회, 1992). 다음의 사망원인은 암이다. 암은 연령별로 제한이 없고 3세~14세 어린이에게도 다른 질병보다 높은 사망의 원인이 된다. 1992년에 91,130,000명 이상의 사람들이 암으로 진단을 받았고 그 중 약 520,000명의 사람들이 사망하였다. 미국 내에서 암으로 인하여 매일 약 1,400명이 사망하며, 5건의 사망 중에서 1건은 암으로 사망한 것이다(미국심장협회,

1992). 1990년대 초반에 GNP의 15%로 추산되는 금액이 의료비로 사용되었다(김상국, 1996). 이러한 의료비용 생산량이 손실되고 사업비용이 소비자에게로 넘어가는 양이 증가하고 있음을 보여주는 것이다. 이러한 과도한 의료비용을 억제하기 위해서 여러 회사들은 흡연자나 과체중인 사람들을 고용하지 않기도 했고, 몇몇 회사와 기업은 영양교육 체중관리, 스트레스 감소와 운동을 위한 프로그램을 제공하기도 했다. 문명의 발달로 현대사회는 풍요로운 식생활과 환경오염 등으로 여러 가지 질병이 점점 증가하고 있으며, 그로 인해 의료비용 또한 증가하고 있다. 이와 같은 문제를 해결하기 위해 의료비용을 억제하기 위한 여러 가지 방안들이 제시되고 있는데, 대표적으로 생활방식의 변화 환경개선과 운동 등과 같은 웰니스를 실천하면서 질병을 예방하고 건강을 증진시켜 삶의 질을 향상시키는 것이다.

3. 웰니스의 효과

웰니스는 인간이 가능한 최적의 상태가 되기 위하여 항상 노력하는 수행능력이 필요하고, 정기적인 운동, 적절한 영양 섭취와 최상의 신체 구성도를 유지하고, 신체 구성도를 유지하기 위한 개인적인 필요에 대한 자각과 긍정적인 방법으로 필요한 양을 충족하려는 노력과 총체적으로 건강한 행동을 수반하는 것을 의미한다. 웰니스 생활양식이 어렵게 보일 수도 있으나 비 웰니스적인 생활양식이 더 어렵다. 그것은 비 웰니스적인 생활양식은 질병, 사기저하, 생활의 질의 저하, 성취감의 감소와 생활만족도가 감소하는 결과를 초래하기 때문이다. 사람들은 또한 웰니스를 달성시키는 과정 중에 그들이 보고, 느끼는 방법을 개선시킨다(김상국, 1996). 웰니스의 가장 큰 효과는 각 사람들이 인생의 가능성을 보고 개인적으로 성취해야 할 가장 중요한 한 가지를 위하여 열중하도록 하는 것이다(이광욱, 2004; 전승범, 2006).

4. 웰니스의 선행연구

웰니스란 인간이 최적의 건강상태를 향하여 그들의 생활양식을 변화할 수 있도록 돕는 학문의 새로운 영역이다. 따라서 웰니스란 독립적으로 자기 책임감을 가지고 자신의 가능성을 극대화 시킬 수 있는 능동적 활동이며 인생을 건강하고 아름답게 지켜나가

는 총체적인 과정을 포함한다고 할 수 있다. 많은 학자마다 웰니스 이론의 하위요소를 다소 다르게 표현하고 있으나(Roscoe, 2003), 대부분의 학자들은 다음과 같은 5가지 영역으로 이론적인 토대를 이루고 있다. 첫째, 사회적 웰니스(social wellness)는 가족, 친구동료, 이웃과 같은 사람들과 주위환경이 성공적으로 상호 작용 할 수 있는 능력을 의미한다. 사회적인 웰니스는 다른 사람과 친밀함을 유지하고 발전시키는 능력을 의미하며, 다른 견해와 믿음을 가진 사람을 존중하고 관용을 가질 수 있는 능력을 말하며, 사회공동체 의식 및 공중도덕이나 사회규범을 포함한다(Hettler, 1984; Anspaugh, Hamrick, & Rosata, 1994). 사회적 규범은 생활양식에 막대한 영향을 주며, 사회적인 지지는 질병의 회복과 재활을 용이하게 하고, 신체적·정서적 건강에 영향을 주는 스트레스를 감소시키며 질병과 사망률을 감소시키는 데 있어 매우 중요한 요소이다(O'Donnel & Harris, 1994). 둘째, 신체적 웰니스(physical wellness)는 일과 업무를 수행할 수 있는 몸의 기능적 능력을 의미한다. 신체적 웰니스는 인체의 생리적 상태를 말하며, 심혈관을 적절히 조절하고 적당한 영양 상태와 체지방량의 상태를 유지하며, 약물과 알코올, 담배 등의 사용을 자제하는 수준 정도를 말한다(김상국, 2000; Anspaugh *et al.*, 1994; O'Donnel & Harris, 1994). 셋째, 정신적 웰니스(spiritual wellness)는 인간을 결속시키는 어떠한 힘에 대한 믿음을 의미한다. 이러한 힘은 자연, 과학, 종교나 더욱 고귀한 것들을 포함한다. 모든 사람들은 개인적인 영적 인지능력을 가지고 있고, 정신적 요소는 삶의 방향과 의미를 제공해 주며, 성장하고 배우고, 새로운 도전을 할 수 있도록 해준다. 최적의 정신은 삶의 기본적인 목적을 발견하고 분명하게 해주어서 행동을 할 수 있도록 하는 능력을 의미한다. 웰니스의 관점에서 볼 때 정신적 웰니스는 더욱 우수한 삶의 질의 추구하고 관련이 높다(Anspaugh *et al.*, 1994). 정신적 웰니스란 삶의 목적의식, 사랑을 주고받는 능력, 그리고 타인들에 대한 자비와 호의를 지니는 감정 등의 정신적 상태를 의미한다(O'Donnel & Harris, 1994; 김상국, 2000). 넷째, 정서적 웰니스(emotional wellness)는 인간이 삶을 영위하는 감정 상태를 의미하며, 스트레스를 조절하고, 감정을 적절하고 편안하게 표현할 수 있는 능력을 말한다 즉, 정서적 웰니스는 외부의 환경, 조건을 인지하고 받아들이는 능력이며, 실패와 좌절에 무너지지 않는 능력을 의미한다. 정서적 웰니스는 또한 개인의 삶에 대하여 열정적이고, 긍정적

느낌의 정도를 포함한다(Hettler, 1984; Ansbaugh *et al.*, 1994). 정서적 웰니스가 질병에 대한 감수성, 건강하지 못한 생활 습관과 관련이 있다는 증거들이 늘어가고 있다(김상국, 2000; O' Donnel & Harris, 1994). 다섯째, 지적 웰니스(intellectual wellness)는 개인 가족과 직업적 발전을 위하여 정보를 효과적으로 배우고 사용할 수 있는 능력을 의미한다. 지적 웰니스란 습득된 지식을 다른 사람과 나누는 것을 포함하는 개념이며, 창조적이고 자극적인 정신적 활동을 의미한다. 지적 웰니스는 개인이 지속적으로 발전을 추구하며, 효과적으로 새로운 도전을 하는 것을 익혀가는 과정을 뜻한다(Hettler, 1984; Ansbaugh *et al.*, 1994). 지적 웰니스는 직장, 학교, 지역사회, 봉사, 취미 또는 교양 탐구 등을 통해 얻어지는 삶의 성취와 관련이 있고, 교육과 건강한 생활습관, 실직과 질병, 사회경제적 상태와 의료이용, 자존심, 자신감과 건강실천 사이의 관계를 통하여 총체적으로 건강에 영향을 미친다(O' Donnel & Harris, 1994; 김상국, 2000). 웰니스의 5가지 영역들이 최적의 건강을 위해서 균형을 이루는 것이 가장 중요하다. 각 영역들의 조화가 중요한 이유는 아무리 신체적 웰니스가 양호하다고 하더라도 다른 네 가지 측면에서 결함이 있으면, 그 사람은 온전한 건강을 가진 사람이 아닐 것이다. 따라서 웰니스란 사람들이 살아가는데 가장 필요한 생활방식을 돕는 5가지 영역에서 그 이론의 개념적인 근거를 찾아볼 수 있다(김상국, 2000). 웰니스의 주된 개념은 개인은 높은 건강에 대한 잠재능력의 극대화와 삶의 질을 높이는 행위, 태도와 관계된다(Ansbaugh *et al.*, 1994). 삶의 질(quality of life)을 높이기 위해서는 신체와 정신적 안녕(well-being)이 직접 관련이 되는 주된 개념이다. 즉, 웰니스란 삶의 질을 높이기 위한 일련의 총체적 행위이며 몸과 마음이 균형을 이루는 상태를 의미한다(김상국, 2000).

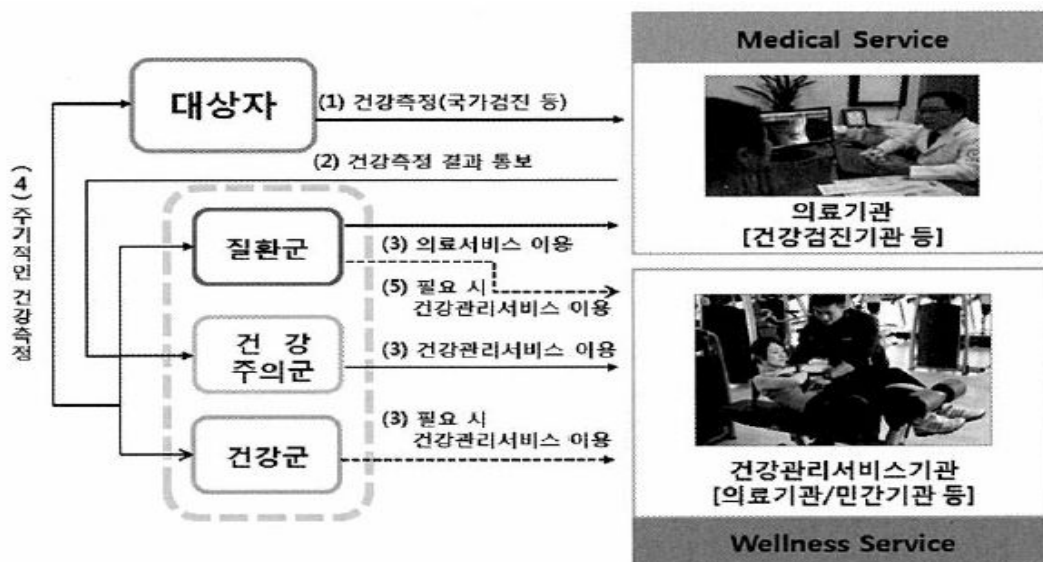
국내에서는 한국보건산업진흥원과 한국생산기술연구원의 웰니스 연구가 대표적이다. 한국보건산업진흥원(2010)은 웰니스를 일반인(건강군, 위험군) 대상의 건강증진 및 건강환경 지원 서비스를 제공하는 영역과 예방차원의 건강관리서비스 영역으로 정의하였다. 한국생산기술연구원은 웰니스를 높은 수준의 삶의 질을 추구하고 예방과 증진, 관리 활동을 통한 건강한 생활을 추구하는 새로운 보건의료 영역과 패러다임에 부응하는 제품 및 서비스를 통해 부가가치를 창출하는 산업으로 정의하면서 다시 한번 삶의 질 향상과 적극적인 건강증진 등을 위한 제품, 시스템 및 서비스 등을 생산, 유통하여 부가가치를 창출하는 산업이라고 밝히고 있다.

제 2 절 웰니스 산업

1. 웰니스산업의 개념

최근 의학기술의 발전과 소득 수준의 증가로 인해 사람들은 단순히 전염병을 예방하거나 질병을 치료하는 수준이 아니라 ‘건강하게 오래 사는 것’을 원하고 있다(그림 2). 이는 의료산업의 패러다임이 헬스케어1.0(전염병 예방)과 헬스케어 2.0(질병 치료로 기대수명 연장)을 거쳐 헬스케어 3.0 시대(예방과 관리를 통한 건강수명 연장)로 변모하고 있음을 나타내며, 웰니스는 이러한 시대적 흐름을 대변한다(박승훈, 장대근, 2013).

최근에는 신체적, 정신적 건강을 통해 행복한 삶을 추구하는 웰니스의 가치가 건강식품·가정용 의료기기, 스포츠 산업 등으로 빠르게 확산되고 있다(박용주, 공경은, 웰니스와빅데이터를 중심으로 살펴 본 해외 의료산업 현황, KT종합기술원, pp.1-4, 2013).



[그림. 2] 건강관리서비스 대상자의 변화(질환관리 목적의 의료서비스 중심→건강관리 목적의 웰니스 서비스 중심)

웰니스 산업은 적극적인 건강증진과 예방 활동을 통해 최적의 건강상태와 높은 수준의 삶의 질을 추구하는데 필요한 제품, 시스템, 서비스 등을 생산, 유통하여 부가가치를 창출 하는 산업을 말한다.

웰니스 산업의 발전은 IT 기술과의 융합을 통하여 극대화되고 있다. 웰니스 산업은 보다 정밀하고 과학적인 접근이 필요한 산업이므로 IT 기술과의 융합이 더욱 가속화되고 있는 분야 중 하나이다. 특히, IT 기술의 발달을 기반으로 건강관리의 시간/공간적 제약을 완화시킨 u-웰니스 산업이 새로운 의료 패러다임이자 미래 성장동력으로 대두되고 있다. 최근에는 u-웰니스와 법 개정 및 특별법 제정에 따라 관련 산업의 정부 규제가 완화되고 있어 u-웰니스 산업이 본격적으로 활성화될 것으로 기대되고 있다(정보통신산업진흥원, pp. 28-39, 2010).

좁은 의미에서 웰니스산업은 건강과 관련한 제품 및 서비스 분야를 의미하나 시장이 지향하는 가치가 다양화됨에 따라 제품·서비스를 통한 다양한 체험과 소비, 효용을 모두 포함하는 영역으로 이해되고, 웰니스산업의 경계는 지속적으로 확대되고 있으며, 제품·서비스에 웰니스가 반영되는 사례가 다양화되고 있는 추세이다.

웰니스는 Medical(의료) 영역을 제외한 질병의 예방과 관련된 일련의 것으로 간주되어 왔으나, 선진국의 경우 질환자의 합병증 예방 및 빠른 치유를 위해 치료를 보조하는 산업의 영역으로서 웰니스 산업을 증진하려는 정책과 사례가 증가하고 있지만, 본 연구에서는 무질환자를 대상으로 국내·외에서 실제 행해지고 있으며 활성화되고 있는 IT기술 기반의 웰니스 기업 및 관련 비즈니스 모델만을 대상으로 하고자 한다.

2. 웰니스 산업의 구성

웰니스산업은 소비자가 재화를 통해 얻고자 하는 가치의 특성에 따라 분류할 수 있다. 전통적인 산업분류의 기준에는 산출물(생산된 재화 또는 서비스)의 특성에 따른 분류 등의 방법이 있으나, 주로 공급자 중심으로 재화의 생성, 유통단계를 분류할 수 있으며, 제조업의 서비스화, 산업간 융합 등으로 나타내어지는 신산업을 분석하기 위해서는 새로운 관점에서의 산업분류 방법 도입이 필요하며, 소비자 가치 중심으로 정의된 웰니스산업의 분류는 소비자 요구가치의 특성에 따라 분류하는 것이 효율적이다(지식경제R&D전략기획단, 한국생산기술연구원 웰니스융합연구그룹, 미래형 웰니스산업 동향분석 및 발전방안, 2012).

이러한 웰니스산업 지향 가치 분류를 조금 더 자세히 분석해 보면 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째, 건강하고 만족하는 개인별 라이프스타일 실현 측면에서 건강한 생활습관 및 식습관 관리, 질병 예방 및 건강관리, 웰에이징 등으로 분류한다. 둘째, 편리하고 안심할 수 있는 일상 생활공간 구현으로 편리하고 쾌적하며 안심할 수 있는 가정, 학교, 직장 등으로 분류한다. 셋째, 소통하고 즐기는 선택적 참여욕구 충족이다. 누구나 언제 어디서나 함께 즐길 수 있는 참여환경 등으로 분류한다.

위의 웰니스 산업의 지향가치에 대응하는 산업군으로 다음과 같이 웰니스 산업을 분류할 수 있다.

첫째로 셀프케어 부문이다. 이는 생활건강관리, 체력증진, 자기관리(생활습관) 등 웰니스 구현을 위하여 소비자의 신체와 정신, 외모에 직접적으로 영향을 미치는 활동을 직·간접적으로 지원하기 위한 제품 및 서비스 영역으로 ①생활 건강관리 분야, ②피트니스·체력관리 분야, ③웰에이징 분야 등으로 상세분류된다.

둘째, 리빙케어 부문이다. 편리하고 쾌적하며 안심할 수 있는 삶 영위를 위하여 요구되는 생활용품을 공급하거나 생활공간을 조성하고 관리하기 위한 제품 및 서비스 영역으로 ①웰빙웨어분야, ②웰빙인테리어 분야, ③웰니스 생활 환경관리 분야 등으로 상세분류할 수 있다.

셋째, 웰니스 엔터테인먼트 부문이다. 소통하고 즐기는 참여욕구 충족을 위해 관광, 스포츠, 여가 등의 분야에서 직·간접적으로 참여와 체험을 추구하기 위한 활동과 관련한 제품 및 서비스 영역으로 ①휴양레저 분야, ②스포테인먼트 분야, ③감성엔터테인먼트 분야 등으로 상세 분류된다.⁴⁾

4) 지식경제R&D전략기획단, 한국생산기술연구원 웰니스융합연구그룹, 미래형 웰니스산업 동향분석 및 발전방안, 2012.



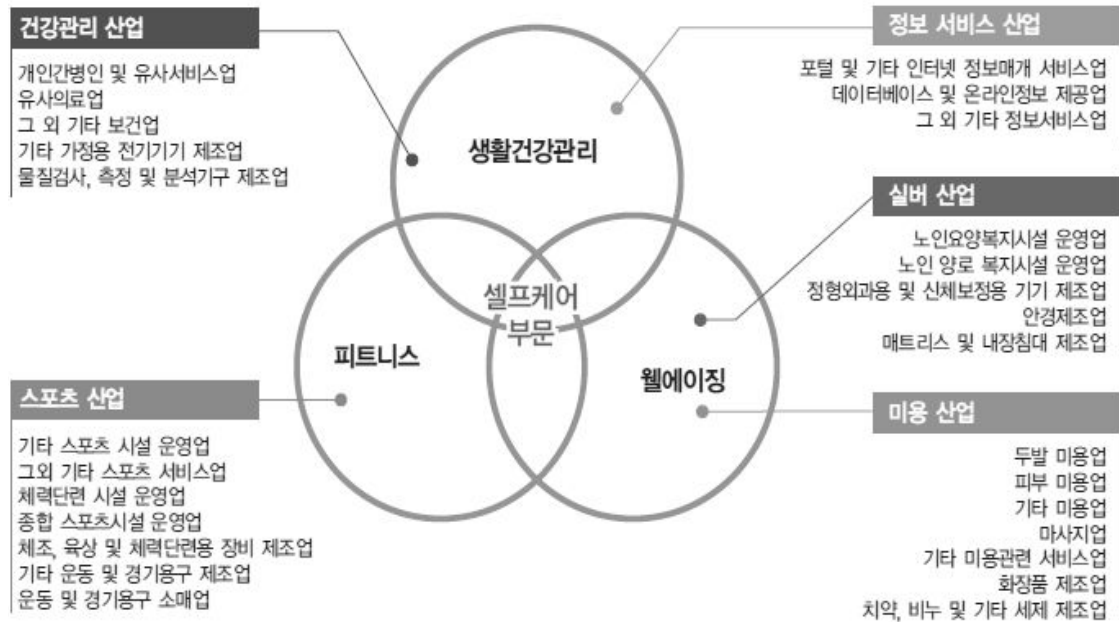
[그림. 3] 웰니스 산업의 분류

3. 웰니스 산업의 현황

1) 산업의 세부 구성

가) 셀프케어 부문

셀프케어 부문에 대한 개념은 자기주도적 선택에 의해 발생하는 생활건강 유지·관리 및 생활습관 개선, 체력증진, 노화예방 및 관리 등을 위해 요구되는 활동을 비롯하여 이를 직·간접적으로 지원하기 위한 목적의 각종 제조 및 서비스를 말한다. 셀프케어 부문의 구성은 고객의 요구가치 유형과 서비스 요구 특성에 따라 생활건강관리분야, 피트니스 및 체력관리 분야, 웰에이징 분야로 세분화할 수 있는데, 현재까지 웰니스산업에 대한 산업군 또는 범위는 정해진 바가 없으며, 지식경제R&D전략기획단과 한국생산기술연구원 웰니스융합연구 그룹의 미래형 웰니스산업 동향분석 및 발전방안에서는 [그림. 4]와 같이 구체적으로 제시하고 있다(지식경제R&D전략기획단, 한국생산기술연구원 웰니스융합연구그룹, 미래형 웰니스산업 동향분석 및 발전방안, 2012).

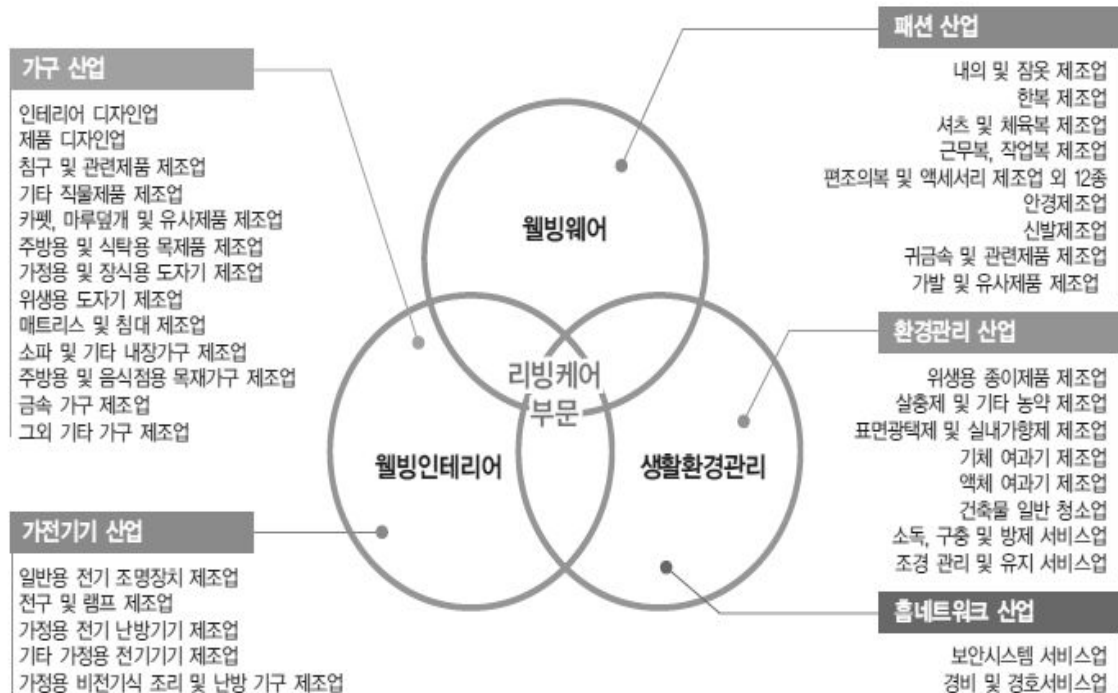


[그림. 4] 셀프케어 부문에 세부분야별 한국표준산업분류 재조합 범위

나) 리빙케어 부문

리빙케어 부문에 대한 개념은 편리하고 쾌적하며 안심할 수 있는 삶 영위를 위하여 요구되는 생활용품을 공급하거나 생활공간을 조성하고 관리하기 위한 제품 및 서비스분야를 말하며, 패션의류부터 가전제품, 가구, 각종 생활용품, 주거시설에 이르는 일상생활과 관련된 거의 모든 산업영역을 포함하지만 이들 중 건강, 안전, 친환경을 핵심가치로 담은 부문으로 한정하여 제시하고 있다.

리빙케어 부문의 구성은 직장, 가정 등 생활공간 내에서 건강을 위한 첨단 기술의 웰빙웨어, 인체공학적 설계요소가 추가된 웰빙인테리어 및 실내외 생활환경에 대한 전문적 관리 서비스를 중심으로 하는 생활환경관리 분야로 세분화할 수 있으며, 지식경제R&D전략기획단과 한국생산기술연구원 웰니스융합연구그룹의 미래형 웰니스산업 동향분석 및 발전방안에서는 [그림. 5]와 같이 제시하고 있다.

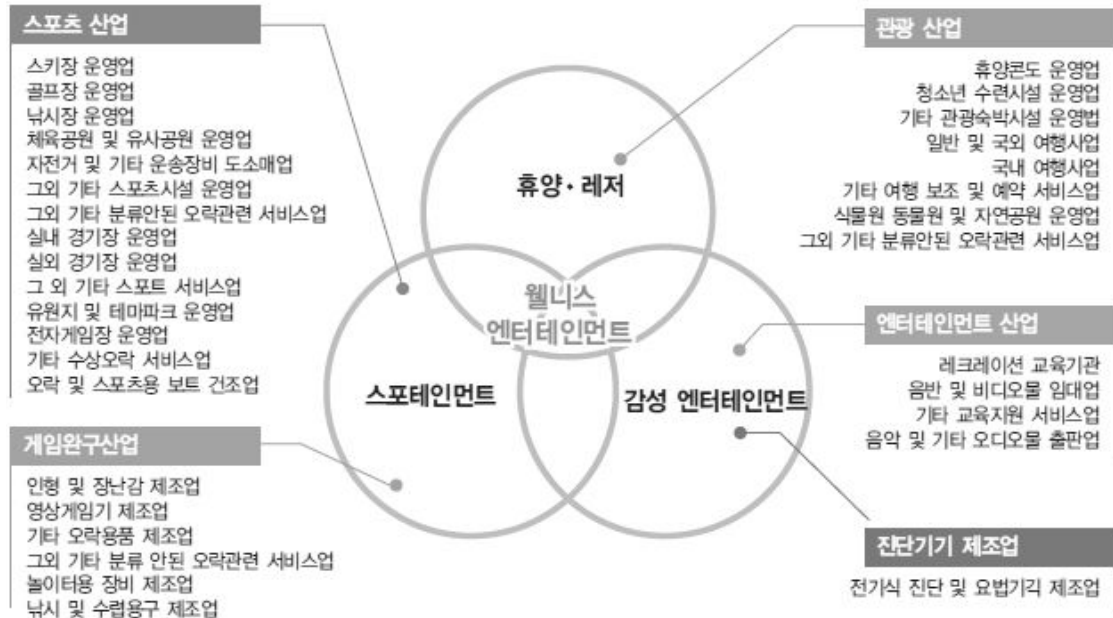


[그림. 5] 리빙케어 부문에 세부분야별 한국표준산업분류 재조합 범위

다) 웰니스 엔터테인먼트 부문

웰니스 엔터테인먼트 부문에 대한 개념은 소통하고 즐기는 참여욕구 충족을 위해 관광, 스포츠, 여가 등의 분야에서 직·간접적으로 참여와 체험을 추구하기 위한 활동과 관련한 제품 및 서비스 영역을 말한다.

웰니스 엔터테인먼트 산업의 구성은 특정 공간에서 정신적·신체적 만족 추구를 위한 활동을 포함하는 휴양·레저 분야와 아웃도어 또는 실내 가상환경에서의 스틸과 극기체험, 스포츠를 통한 즐거움 추구 등의 목적의 활동을 포함하는 스포테인먼트 분야, 감성적 안정과 만족을 추구하는 감성 엔터테인먼트 분야로 분류할 수 있으며 지식경제R&D전략기획단과 한국생산기술연구원 웰니스융합연구그룹의 미래형 웰니스산업 동향분석 및 발전방안에서는 [그림. 6]과 같이 제시하고 있다.

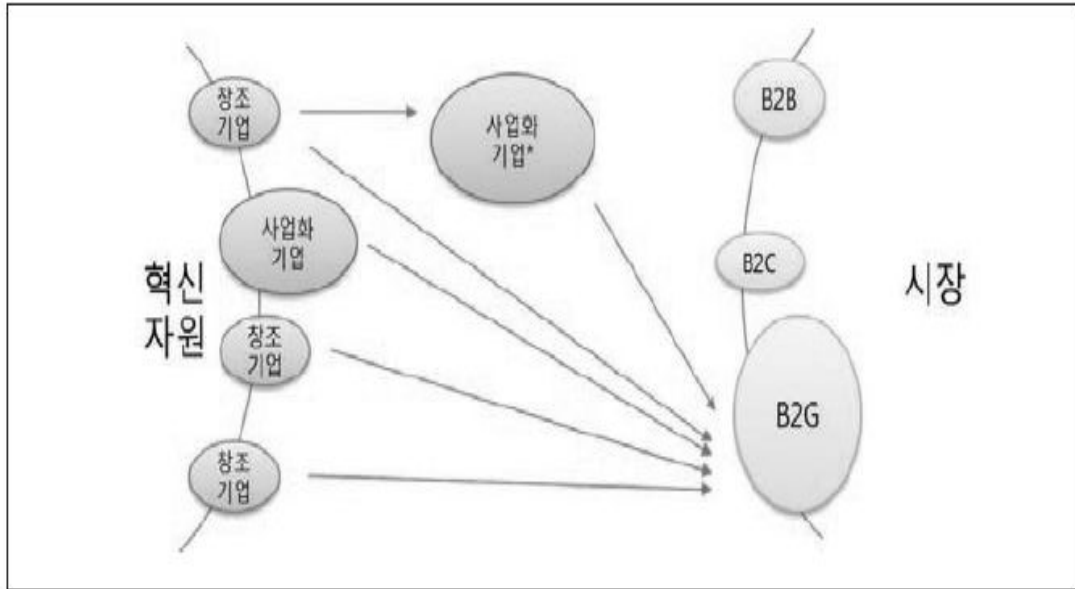


[그림. 6] 웰니스 엔터테인먼트 부문에 세부분야별 한국표준산업분류 재조합 범위

2) 웰니스산업 분야 기업의 생태계 현황

국내 웰니스산업의 서비스 비즈니스는 주로 공공 발주사업을 대상으로 각 기업이 독자적 또는 발주에 따라 요구되는 협력을 만족하기 위한 단순 컨소시엄 구성 등을 통해 이루어지고 있으며, 개별 창조기업단위에서는 B2B, B2C 등 대규모 시장을 주도적으로 발굴하지 못한 채 공공사업에 집중하고 있다. 또한, 창조기업과 사업화 기업의 역량을 활용하여 시장을 창출하는 시장기업의 협업 모델 사례는 드문 실정이며, 기업간 협업을 통해 비즈니스를 추진하는 일부 사업화 기업이 존재하나, 이들 역시 H/W 등 납품, 하청 구조에 그치고 있는 실정이다. 단적인 예로 건강관리서비스 분야의 거의 모든 기업이 공공바우처 사업에 개별적으로 직접 참여하며, 공공사업 매출이 90% 이상을 차지하고 있으며, 건강정보단말기 분야는 민간시장을 개척하지 못한 채, 학교 건강체력관리(PAPS)프로그램이 거의 유일한 시장이라 할 수 있다.⁵⁾

5) 지식경제R&D전략기획단, 한국생산기술연구원 웰니스융합연구그룹, 미래형 웰니스산업 동향분석 및 발전방안, 2012.



[그림. 7] 웰니스산업 분야 기업 생태계 현황

3) 웰니스산업의 규모

한국표준산업분류의 세세분류 항목을 활용하여 웰니스 산업을 추정한 결과, 총시장 규모는 약 75조9802억원으로 2009년 GDP 대비 약7% 규모로 연평균 9.4%의 높은 성장을 보이고 있으며, 특히 감성엔터테인먼트분야(15.1%), 생활건강관리분야(14.6%), 웰빙웨어분야(14.5%), 웰에이징분야(10.9%)등에서 10% 이상의 높은 성장을 기록하고 있다. 웰니스산업 활동을 참여하고 있는 사업체수는 2009년 기준, 총200,613개이며, 해당 사업체에서 근로하고 있는 종사자수는 997,818명으로 2009년 총 경제활동인구의 약 3.4%를 차지하고 있는 것으로 조사되었다. 또한, 업체 당 종사자 수는 평균 4.99명으로, 주로 소규모 자영업 또는 소규모 제조업의 형태로 운영되고 있는 것으로 나타났으며, '08년 조사(3.6명) 대비 업체당 약 1.4명 증가한 것으로 업체 당 고용규모가 커져가는 것으로 조사·보고되고 있다⁶⁾.

6) 지식경제R&D전략기획단, 한국생산기술연구원 웰니스융합연구그룹, 미래형 웰니스산업 동향분석 및 발전방안, 2012.

웰니스산업 관련 시장규모

- 매출규모 : 75조 9,802억원
- 사업체 수 : 194,172개
- 종사자수 : 869,990명
- * 자동차분야 제조업 시장규모 약 113조(2009)

셀프케어 (37.5%) 28조 4,834억	생활건강관리 시장규모 : 9조 6379억 사업체수 : 5,146개 종사자수 : 72,481명	피트니스 시장규모 : 3조 9,501억 사업체수 : 11,006개 종사자수 : 43,592명	웰에이징 시장규모 : 14조 8,954억 사업체수 : 124,516개 종사자수 : 226,360명
	웰빙웨어 시장규모 : 10조 2,535억 사업체수 : 2,384개 종사자수 : 59,530명	웰빙 인테리어 시장규모 : 10조 0339억 사업체수 : 2,949개 종사자수 : 50,386명	생활관리 시장규모 : 12조 2,879억 사업체수 : 5,251개 종사자수 : 166,845명
	휴양/레저 시장규모 : 5조 7,004억 사업체수 : 23,114개 종사자수 : 96,571명	스포테인먼트 시장규모 : 7조 2,219억 사업체수 : 27,298개 종사자수 : 100,806명	감성엔터테인먼트 시장규모 : 1조 9,931억 사업체수 : 6,801개 종사자수 : 20,242명

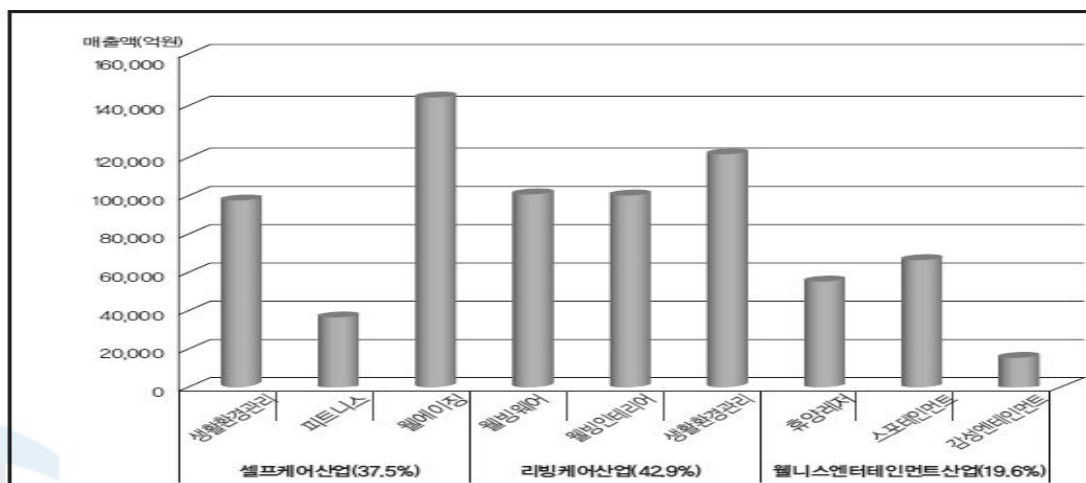
※ 출처 : 미래형 웰니스산업 동향분석 및 발전방안(지식경제R&D전략기획단, 2012)

[그림. 8] 웰니스산업 관련 시장규모

<표 2-1> 웰니스산업 규모

산 업	분 야	매출액(억원)	증감율(%)	사업체수(개)	증감율(%)	종사자수(명)	증감율(%)
셀프케어 부문 (37.5%)	생활건강관리분야	96,379	14.6	5,146	16.4	72,481	21.7
	피트니스/체력 관리 분야	39,501	9.8	11,006	-0.9	43,592	4.3
	웰에이징	148,954	10.9	110,193	3.3	257,537	6.8
	합 계	284,834	12.0	126,345	3.3	373,610	8.9
리빙케어 부문 (42.9%)	웰빙웨어	102,535	14.5	2,384	-3.8	59,530	-0.2
	웰빙인테리어	100,399	3.3	2,949	2.7	50,386	-0.5
	생활환경관리	122,879	7.1	5,251	5.3	166,845	9.2
	합 계	325,813	8.0	10,584	2.3	276,761	5.0
웰니스 엔터테인먼트 부문 (19.6%)	휴양레저	57,004	9.1	23,144	4.2	96,571	3.8
	스포테인먼트	72,219	5.5	27,298	-1.3	100,806	4.0
	감성엔터테인먼트	19,931	15.1	6,801	-10.9	20,242	-5.8
	합 계	149,155	8.0	57,243	-0.6	217,619	2.9
총 계		759,802	9.4	194,172	2.1	869,990	6.0

*자료 : 통계청 세세분류별 시장규모 및 매출현황(2007~2009)



수출입통계는 주로 제조업 생산품 중심으로 구성되어, 서비스와 시설을 핵심 영역으로 포함하는 웰니스산업의 경우 정확한 무역수지 도출에 한계가 있고, 또한 각 분류체계가 기존 제조업을 중심으로 구성되어, 산업간 융합을 통한 가치가 구현되는 새로운 유형의 제품에 대한 별도의 수출입 통계 추출에 어려움이 큰 실정임에 따라 웰니스산업의 각 분야별 수입 및 수출의 비중 등에 대한 이해를 위한 보조자료의 개념으로 발표되어진 '09년 기준 웰니스산업의 총수출 규모는 18.8억불, 총 수입규모는 37.4억불을 기록하여 약 18.6억불의 적자를 기록하고 있는 것으로 나타났다.

제 3 절 IT 융합

1. IT융합의 개념 및 정의

융합의 사전적 의미는 '다른 종류의 것이 녹아서 서로 구별이 없게 하나로 합하여지는 일'이다. 융합은 컨버전스(convergence), 퓨전(fusion), 복합(compound) 등과 같이 다양하게 표현되고 있다(김동관 외, 2010). 정보통신연구진흥원(2008)은 IT융합 개념을 융합과 관련된 자료들을 바탕으로 기술융합과 산업융합으로 통칭하는 광의 개념을 적용하여 정의하였을 때 '동종 또는 이종의 기술이나 산업이 결합하여 혁신적인 기술이나 산업을 창조하여 기존 가치를 유지, 확대하거나 새로운 가치를 창출하는 현상'이라고 정의하고 있으며, 김문구 외(2010)는 IT융합이란 IT의 Sensing, Networking, Computing, Actuating기술이 부품 또는 모듈로서 내재화(embedded)되어 타산업의 제품, 서비스 및 고정을 혁신하거나 새로운 부가가치를 창출하는 현상이라 정의하였다. 지식경제부(2011)는 "IT융합을 IT기술이 부품 또는 모듈 형태로 내재화돼 타 산업의 제품 및 서비스를 혁신하거나 새로운 부가가치를 창출하는 것"으로 정의하고 있다. IT 기술진화의 가장 큰 핵심은 기술융합과 신규산업의 창출이다. 이종기술과의 융합과 복합이 가속화되고 다양한 신규산업이 창출될 것이다. 이를 통해 IT는 단지 산업적 기술영역을 넘어 융합을 주로하며 블루오션 창출을 견인할 것으로 보인다. 또한, 스마트워크 2.0시대의 스마트워크 지원기술에도 이미 IT융합 기술이 상당부분 포함되어 있다(노규성 외, 2011).

또한 IT융합은 IT의 인지, 정보전달, 지능의 특성을 다양한 산업에 내재화하여 주력산업을 고도화시키고 신산업을 창출하는 것으로 정의하며 기존의 생산 프로세스에 IT기술을 접목시켜 생산성을 향상시키고 제품에 새로운 기능을 부가하여 주력산업을 고부가가치화 함으로써 과거에는 존재하지 않았던 신산업에 대한 글로벌 시장 리더십을 확보하는 것을 목표로 한다(함호상 외, 2011 ; 박경혜, 2011).

IT융합은 IT 내부에서 IT의 기술진화와 다양하고 복합적인 시장니즈의 영향을 받아 네트워크 융합, 단말기 융합, 방송과 통신의 융합으로 전개되고 있으며 이를 통해 IT산업 자체의 발전을 추구하는 동시에 이용자의 편의성과 활용성을 강화시킨다(삼성경제연구소, 2009). 현재 IT 내부의 융합은 우리나라를 비롯하여 IT 강국에서 크게 활성화되고 있으며 모바일 브로드밴드, 스마트폰, IP셋톱박스, IPTV, NoIP를 통해 상용화되고 있어 향후 국가 또는 기업사이의 치열한 경쟁이 예상되고 있다. IP융합은 1차, 2차, 3차 산업으로 구분되는 기존 산업과의 융합을 통해 +0.5차 산업과 같이 기존 산업을 고도화시킨다. IT와의 융합을 통해 기존 산업은 프로세스 개선, 신 공정 개발, 지식산업화로 이어지고 이는 효율성과 생산성을 제고시키며 융합부문의 새로운 산업을 창출할 수 있게 된다. IT와 기존 산업 간의 융합은 한국에서는 10대 주력산업의 IT융합화를 통해 전개되고 있으며 특히 조선, 자동차, 섬유, 건설, 국방, 의료분야와 IT의 융합이 국내외에서 경쟁적으로 확산되고 있으며 농업의 지식화, 서비스업의 지식정보화를 통해 1,3차 산업의 융합을 통한 발전적 혁신이 모색되고 있다(김문구 외, 2010;지식경제부, 2008a;지식경제부, 2008b).

2. IT융합의 유형

IT융합은 크게 분류하여 기술융합과 산업융합으로 분류할 수 있으며 산업융합은 산업간 융합과 산업내 융합으로 구분한다. 산업 내 융합은 보통 디지털 컨버전스(Digital convergence)로 불리며 디지털 기술을 매개로 컴퓨터, 가전, 통신 등의 여러 기기들이 서로 유사한 기능을 가지면서 통합되는 현상을 의미하며 컴퓨터, 통신, 방송 관련기기 및 기능이 복합하는 단계에서 기기, 기능

서비스 등이 융합하는 추세를 일컬으며 예로는 DVD콤보(DVD+VCR), 복합기(팩스+프린터+복사기), 복합형 캠코더(캠코더+디지털카메라+MP3), MP3폰, 캠코더폰 등이 있다. 두 번째 유형인 산업간 컨버전스는 IT의 활용 범위가 보다 확대되고 타 산업 분야 기술과의 접목이 활발해지면서 산업간 경계가 무너지고 산업지도 재편 및 이종 산업간 경쟁이 격화되는 현상을 말한다. IT와 금융의 융합에 따른 U-금융(인터넷 및 모바일 금융), 방송과의 융합에 따른 오디오/비디오 서비스, 자동차와의 융합에 따른 e-Car, 건설과의 융합을 통한 u-Building 등이 그 대표적인 사례라 할 수 있다.

향후에도 이 같은 추세는 더욱 강화될 것으로 예상되며, IT산업내 컨버전스가 인간의 편의성 향상과 오락성 추구를 지원하기 위해 데이터 통신, 정보, 오락 등으로 IT의 활용 범위가 확대되면서 타 IT산업을 중심으로 통신, 방송, 금융, 의료 등 관련 산업간 융합 동일 산업내 기기/서비스 영역의 기능융합 IT, BT, NT, ET, 등 이종 기술간 융합산업 분야와의 융합을 통한 새로운 시장이 창출된 등 IT산업과 타 산업 간의 컨버전스가 더욱 활발히 전개될 전망이다 (하태정,2006; 김동관 외, 2010).

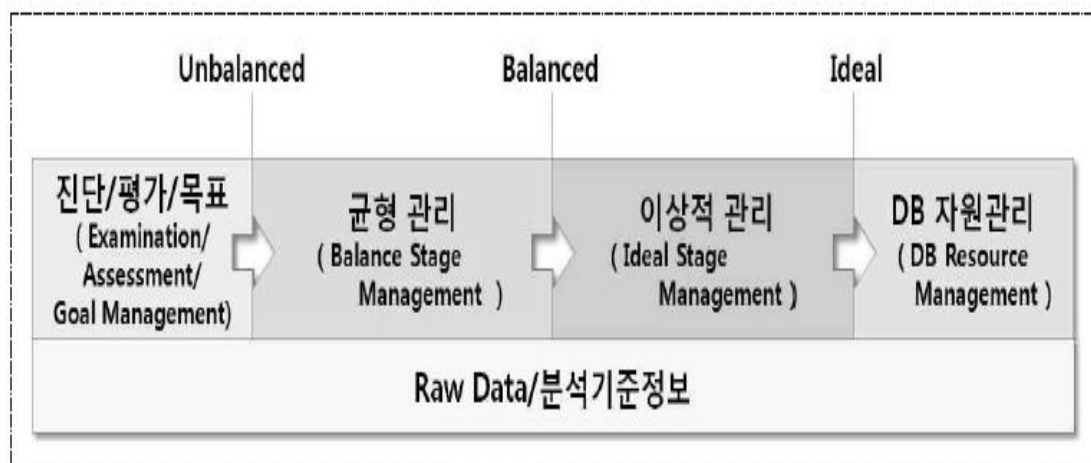
3. 웰니스 IT융합 산업의 정의

웰니스 IT융합 산업은 행복추구를 목적으로 한 소비자의 욕구, 편익을 최적화시키고, 관련된 환경, 문화, 인적자원, 기술 및 기 인프라 자원의 효율적 활용을 통해 이루어지는 일련의 고부가가치 신산업인 웰니스 산업 제품과 서비스에 센싱(Sensing), 네트워킹(Networking), 컴퓨팅(Computing), 작동(Actuating) 등의 IT융합기술을 내재화(embedded)하여 ① 국민의 행복추구 및 건강증진을 위한 양방향 서비스를 제공하고, ② 새로운 부가가치 창출과 일자리 창출에 기여하는 산업이라 정의할 수 있다.⁷⁾

본 연구에서는 “IT융합 기반의 웰니스 산업”과 “웰니스IT 산업”을 통칭하여 웰니스 IT 융합 산업 개념으로 사용하기로 한다.

7) 박수용, 웰니스 산업의 비즈니스모델 분석을 통한 산업발전방안 연구; 정보통신산업진흥원, 2012.

웰니스IT 산업은 고부가가치의 미래융합신산업으로 다양한 소비자의 니즈(Needs)를 효율적이고 효과적으로 충족시키기 위한 다품목 저생산의 특성에 부합하며, 향후 대중소 상생 및 지속가능한 산업발전을 위한 생태계 구축을 위해, 중소전문기업 중심의 웰니스IT 비즈니스 모델 개발을 우선으로 한다. 웰니스는 정신, 신체, 사회, 환경으로 구분할 수 있으며 세부적으로는 Spiritual, Emotional, Mental, Intellectual, Physical, Medical, Occupational, Social, Financial, Environmental로 구분할 수 있다(www.definitonnofwellness.com). 또한, 웰니스IT 산업은 해당 제품 및 서비스의 특성에 따라 ‘진단·평가·목표관리’, ‘이상적 관리’, ‘DB자원 관리’의 프로세스로 구분할 수 있다(박수용, 2012 : 83).

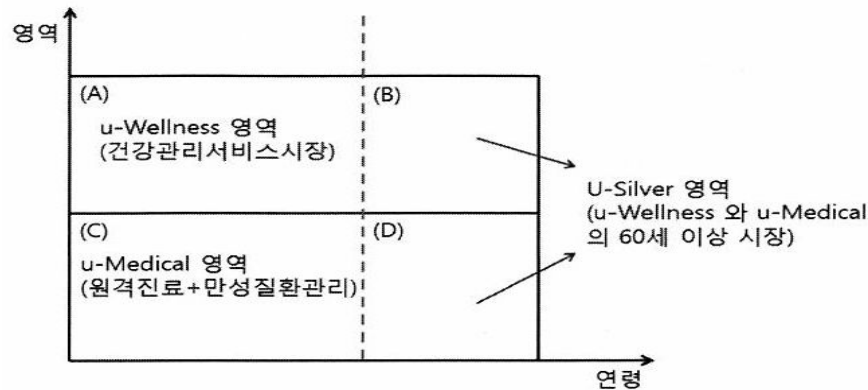


[그림. 9] 웰니스 IT융합 산업의 프로세스

4. 웰니스 IT융합 산업현황

1) IT융합 웰니스산업의 시장동향

IT기술과 웰니스 분야의 융합은 u-Wellness산업으로 표현될 수 있다. u-웰니스 산업은 u-Medical 산업, u-Silver 산업과 더불어 u-Health 산업의 주요3 영역으로 구분할 수 있으며, 각 영역은 [그림. 10]과 같이 정의할 수 있다.



[그림. 10] u-Health 시장의 정의와 범위⁸⁾

[그림. 10]에서 u-Health 시장은 (A)+(B)+(C)+(D)로 정의되며, 이중(A)영역이 u-Wellness 시장, (C)영역이 u-Medical 시장으로 정의된다. u-Silver 시장은 u-Wellness 시장과 u-Medical시장에서 65세 이상에 해당하는 영역 {(B)+(D)}으로 정의된다.

한국보건산업진흥원의 2010년 보고에 따르면 2007년부터 2013년까지 u-Health 시장의 규모와 증가율은 <표 2-2>와 같다.

<표 2-2>에 따르면 u-Health 시장 중 u-Wellness 시장의 규모와 연평균 성장률이 가장 높은 것으로 나타났다. 이러한 변화는 u-Health의 이용자수와 인구대비 비율에서도 나타난다(표 2-3). <표 2-3>에 따르면 u-Health 전체 시장 중 u-Wellness 시장에 가장 많은 이용자들이 분포되어 있다.

<표 2-2>u-Health 시장의 규모와 증가율

(단위: 억불, %)

구 분	2007	2008	2009	2010	2011	CAGR
u-Medical 시장	304.8	418.1	532.9	613.1	705.0	15.0
u-Silver 시장	199.1	247.0	288.7	315.4	347.0	9.7
u-Wellness 시장	553.1	765.4	1,071.8	1,261.8	1,487.7	17.9
합 계	1,057.8	1,431.4	1,893.4	2,191.2	2,539.7	15.7

8) 이윤태 외 15인, u-Health 신산업 창출을 위한 사업화 전략연구, 한국보건산업진흥원, pp57-356, 2010.

<표 2-3> u-Health의 이용자 수 및 인구대비 비율

(단위: 명, %)

년 도	u-Medical		u-Wellness		u-Silver	
	이용자수	인구대비 비율	이용자수	인구대비 비율	이용자수	인구대비 비율
2010	1,123,837	2.3%	4,134,838	8.5%	1,248,147	2.6%
2011	1,292,275	2.6%	4,874,974	10.0%	1,369,217	2.8%
2012	1,486,275	3.0%	5,747,595	11.7%	1,502,031	3.1%
2013	1,709,216	3.5%	6,776,414	13.8%	1,647,728	3.4%
2014	1,965,599	4.0%	7,989,392	16.2%	1,807,558	3.7%

또한, 이용자수의 연평균 증가율을 살펴보면 u-Medical 시장의 경우 11.83%, u-Wellness 시장의 경우 14.08%, u-Silver 시장의 경우 7.69%로 u-Wellness 시장의 연평균 증가율이 가장 높은 것으로 나타났다. 이를 바탕으로 요약하면, u-Wellness 시장에 대한 수요가 점점 증가하고 있으며, u-Wellness 산업의 발전이 가장 뚜렷할 것으로 전망된다.

<표 2-2>와 <표 2-3>의 결과를 바탕으로 향후 u-Health 시장의 규모와 추이를 살펴보면 <표 2-4>와 같다.

<표 2-4> u-Health 시장의 규모 및 향후 추이 9)

(단위: 백만원)

년 도	u-Medical	u-Wellness	u-Silver	합 계
2010	323,792	1,025,968	335,144	1,684,904
2011	372,361	1,209,616	367,653	1,949,630
2012	428,215	1,426,137	403,316	2,257,668
2013	492,447	1,681,416	442,437	2,616,300
2014	566,314	1,982,389	485,354	3,034,057

9) 이윤태 외 15인, u-Health 신산업 창출을 위한 사업화 전략연구, 한국보건산업진흥원, pp57-356, 2010.

2013년 현재 u-Health 시장의 총 규모는 약 2조 6천억원 규모로 추산되고 있으며, 이중 u-Medical 시장이 약 4,900억원, u-Wellness 시장이 약 1조 6천억원, u-Silver 시장이 약 4,400억원 규모로 추산되고 있다. <표 2-4>와 같이 u-Health 시장의 규모가 성장할 경우 2014년에는 전체 u-Health 시장의 규모가 약 3조원 규모에 육박할 것으로 추산되며, 이중에서 u-Wellness 시장의 규모가 약 2조원으로서 u-Health 산업 중 가장 큰 시장을 형성할 것으로 예상되고 있다.

u-Health 시장의 추정된 시장규모를 바탕으로 관련 산업의 파급효과를 추정해 보면 <표 2-5>와 같다. 추정에 사용한 u-Health 산업의 생산유발계수와 부가가치유발계수, 고용유발계수는 각각 1.682, 0.851, 1.284를 사용하였다(이윤태 외 15인, 2010. 이윤태외 20인, u-Healthcare활성화 중장기 종합계획수립, 한국보건산업진흥원, p.526, 2008.).

<표 2-5>의 파급효과 추정 결과를 살펴보면, 2013년 u-Health 산업의 생산유발효과는 4조 4천억원, 부가가치유발효과는 2조 2천억원, 고용유발효과는 3만 3천명 정도될 것으로 예측된다(이윤태 외 20인, 2008).

국내외 주요 IT업체들의 u-Health 시장에 대한 관심은 IT융합 웰니스 산업에 대한 지속적인 시설투자와 연구개발을 바탕으로 관련 산업의 부흥에 크게 이바지할 것으로 기대된다.

<표 2-5> u-Medical, u-Wellness, u-Silver산업의 파급효과

(단위: 억원, 명)

년 도	생산유발효과(억원)			부가가치유발효과(억원)			고용유발효과(명)		
	*M	**W	***S	*M	**W	***S	*M	**W	***S
2010	5,446	17,257	5,637	2,755	8,731	2,852	4,157	13,173	4,303
2011	6.63	20,346	6,184	3,169	10,294	3,129	4,781	15,531	4,721
2012	7.203	23,988	6,784	3,644	12,136	3,432	5,498	18,312	5,179
2013	8.283	28,281	7,442	4,191	14,309	3,765	6,323	21,589	5,681
2014	9.525	33,344	8,164	4,819	16,870	4,130	7,271	25,454	6,232

※ *M: u-Medical, **W: u-Wellness, ***S: u-Silver

2) IT융합 웰니스 산업의 기술동향

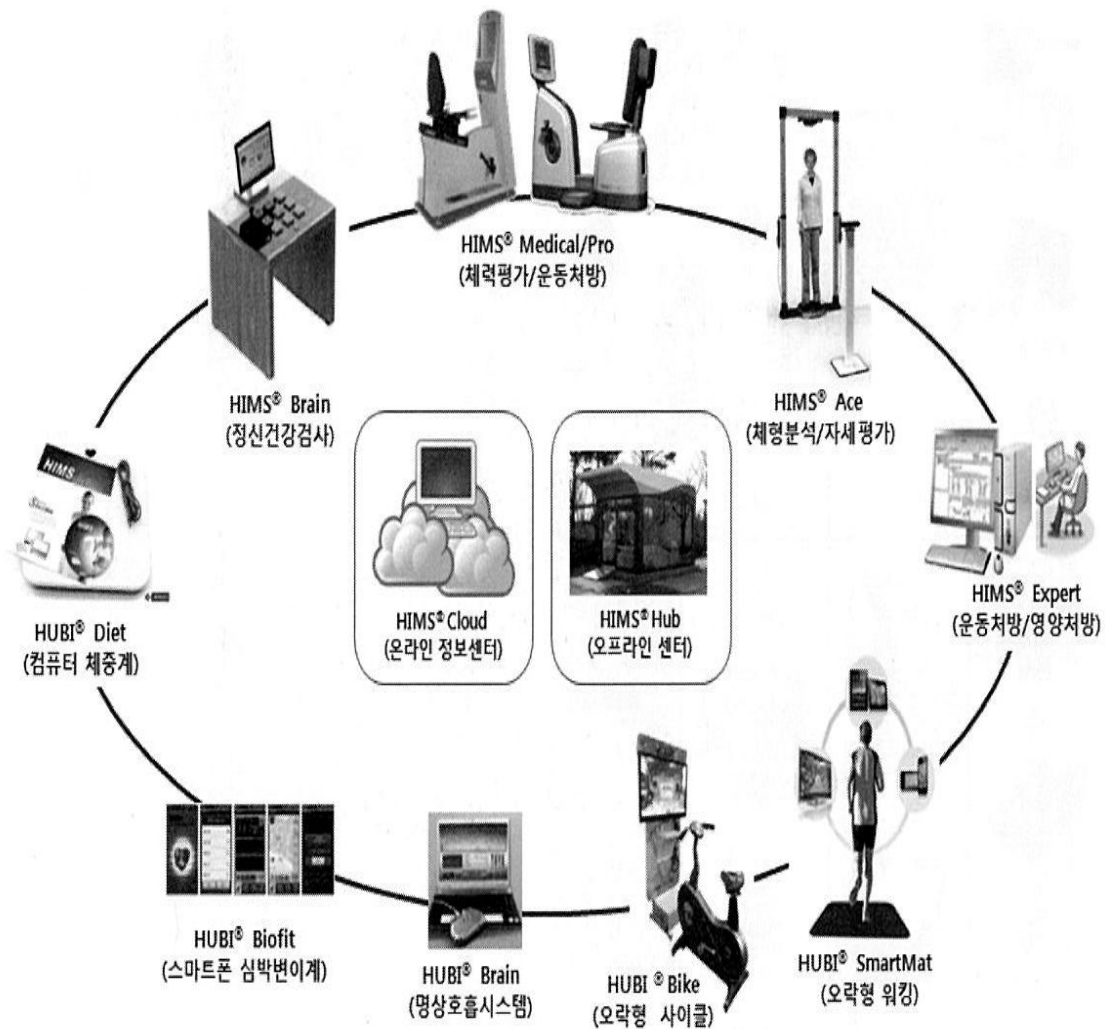
현대사회는 기존의 정보시대, 나노시대에서 발전하여 융합시대로 변화하고 있다. 융합기술은 IT, BT, NT 등 최근 급속히 발전하는 신기술 분야의 상승적인 결합(synergistic combination)으로 이종기술 간 융합을 통하여 신제품과 새로운 서비스를 창출하거나 기존 제품의 성능을 향상시키는 기술이다¹⁰⁾. 웰니스 산업 또한 IT기술의 정확성, 신속성, 편의성, 접근성과 접목되어 과학기술적 한계를 극복함으로써 관련 산업과 사회에 혁신적인 변화를 가져오고 있다. 본 절에서는 IT 기술과 웰니스의 융합을 셀프케어분야, 리빙케어 분야, 웰니스엔터테인먼트 분야로 구분하여 살펴본다.

가) 셀프케어 분야

웰니스 산업의 셀프케어 분야는 생활건강관리, 체력증진, 자기관리(생활습관) 등 웰니스 구현을 위하여 소비자의 신체와 정신, 외모에 직접적으로 영향을 미치는 활동을 직·간접적으로 지원하기 위한 제품과 서비스를 의미한다. 셀프케어 분야의 세부 영역으로는 생활건강관리 분야, 피트니스·체력관리 분야, 웰에이징 분야 등이 있다.

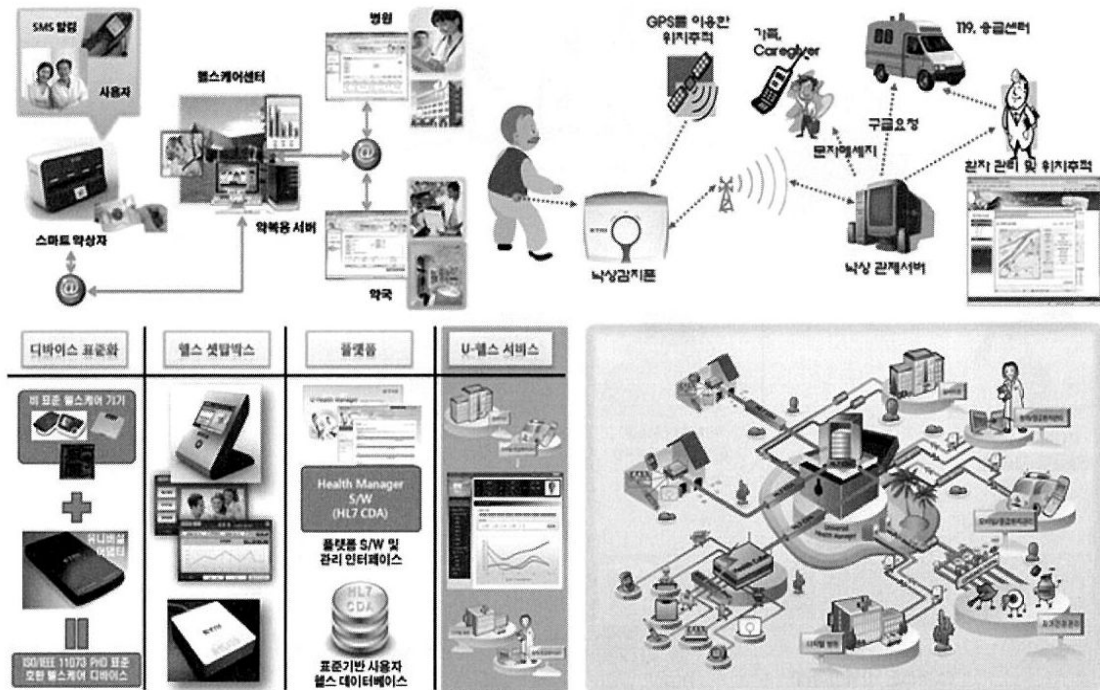
IT기술을 융합한 생활건강관리 기술의 대표적인 예로 생활건강 모니터링디바이스, u-생활건강관리서비스, 개인건강생활정보기록 응용서비스 등이 있다. 더힘스는 IT기술과 건강관리 기술을 융합하여 건강평가, 체형분석, 운동처방, 영양처방을 위한 각종 검사장비와 스마트 운동기기, 웰니스 솔루션을 개발하였다. 다양한 웰니스 시스템들로부터 측정된 측정결과는 원격에 위치한 전문가들에 의해 모니터링되고 개인별 효과적인 건강멘토링 서비스를 제공하는 스마트 헬스케어 솔루션에 활용된다.

10) 장원익, 김승환, 박수준, 박선희, IT기반 융합기술(의료, IT융합중심), 전자통신동향분석, Vol. 23, No.5, pp.3-11, 2008.



[그림. 11] 웰니스 전문기업의 스마트 헬스케어 시스템 및 웰니스 솔루션

서울대학교 생체계측신기술센터와 한국전자통신연구원에서는 인체활동을 제한하지 않고 정상적인 생활을 유지하면서 실시간으로 신체기능을 진단할 수 있는 생체신호계측 기술을 연구하여 낙상폰, 약복용 도우미, 배뇨분석 바이오칩, 암진단 바이오칩, 심근경색 바이오칩 등을 개발하였다. 유비쿼터스 어플라이언스 솔루션 개발 프로젝트에서는 유비쿼터스 지원 무선 네트워크 칩 세트, 스마트 네트워크 부가 모듈, 의료/건강 솔루션 기술을 포함한 유비쿼터스 응용솔루션 기술을 개발하고 있다.



[그림. 12] 한국전자통신연구원의 IT융합형 고령자 건강생활지원기기 및 시스템 개발 개념도

이 외에도 휴대폰을 매개로 한 u-Wellness 연구가 활발히 진행되고 있다. LG에서는 헬스피아와 공동으로 혈당센서를 휴대폰에 결합시켜 혈당을 측정하고 관리하는 당뇨폰을 국내 시장에 출시하였다.

IT기술을 융합한 피트니스·체력관리 기술의 대표적인 예로 u-피트니스 장비, 피트니스 서비스 네트워크 등이 있다. 더힘스는 체력, 체형검사를 단계별로 진행할 수 있는 HIMS건강관리 통합 솔루션을 개발하여 서울숲의 u-헬스케어센터, 광주고령친화센터의 시니어헬스케어센터, 삼성래미안 아파트의 스마트헬스케어 센터 등을 구축하였다.

IT기술을 융합한 웰에이징 기술의 대표적인 예로 고령자용 UI설계지원 솔루션, 고령자 SNS서비스 등이 있다. H3System은 독거노인 관리, 질병 관리, 건강관리 등에 사용될 수 있는 PSTN/Internet/CDMA 게이트웨이를 개발하여 개인 헬스장비와 원격서버 간의 원활한 데이터 송수신 기술을 확보하여 국내외 여러 u-Health 서비스에 적용하고 있다. 한국전자통신연구원에서도 고령자의 건강한 독립생활을 지원하는 다양한 기술을 개발하고 있다.

나) 리빙케어 분야

웰니스 산업의 리빙케어 분야는 편리하고 쾌적하며 안심할 수 있는 삶을 영위하기 위해 요구되는 생활용품을 공급하거나 생활공간을 조성하고 관리하기 위한 제품 및 서비스를 의미한다. 리빙케어 분야의 세부영역으로는 웰빙웨어 분야, 웰빙인테리어 분야, 웰니스 생활환경관리 분야 등이 있다.

IT기술을 융합한 웰빙웨어 기술의 대표적인 예로 사용자 맞춤형 의류 및 신발이 있다. 한국생산기술연구원은 고속데이터 전송이 가능한 디지털실(絲)을 개발하여 생체신호 측정이 가능한 스마트 의류기술에 적용하였다. 한국전자통신연구원에서는 생체신호를 측정하는 센서와 측정된 생체신호를 분석하는 분석모듈이 의복과 결합된 첨단 착용형 생체신호 측정 및 분석시스템(바이오셔츠)을 개발하였고, 몸에 부착하여 생체신호를 측정하는 바이오패치를 개발하였다. 미국의 NASA, HP, MIT 등에서는 PDA나 착용형 컴퓨터와 통신이 가능한 원격건강진단시스템과 스마트 악세사리를 이용하여 생체신호를 측정·분석할 수 있는 LifeShirt, LifeGuard 등 착용형 또는 부착용 생체신호감지시스템을 개발하였다.

IT기술을 융합한 웰빙인테리어 기술의 대표적인 예로 인체공학적 의자를 포함하는 스마트 가구가 있다. 웰빙인테리어 기술은 건강 개선과 체력증진, 관리 차원의 서비스를 제공하기 위한 목적의 용품, 서비스 및 시설 분야를 일컫는다. 듀오백은 편안한 업무를 위해 인체공학적으로 디자인된 스마트 DK-2600을 개발하였다. 퍼시스의 경우 효율적인 작업환경 제공을 위한 시스템 가구인 FX-1을 개발하였다. 일본 동경대학의 Intelligent Cooperative Lab에서는 SELF(Self Environment for Life)프로젝트를 통하여 호흡관련 기관들의 상태를 Pressure Sensor Bed Self Communication을 통해 모니터링할 수 있는 시스템을 개발하였다.

IT기술을 융합한 생활환경관리 기술의 대표적인 예로 해충방제, 실내공기정화 서비스 등이 있다. CESCO는 해충 전문 방제 서비스인 CESCO Members 서비스를 실시하였고, 웅진케어스에서는 공기청정기를 활용한 지속적인 실내공기관리 서비스인 웅진코디 상품을 출시하였다.

다) 웰니스 엔터테인먼트 분야

웰니스 산업의 셀프케어 분야는 생활건강관리, 체력증진, 자기관리(생활습관) 등 웰니스 구현을 위하여 소비자의 신체와 정신, 외모에 직접적으로 영향을 미치는 활동을 직·간접적으로 지원하기 위한 제품 및 서비스를 의미한다. 웰니스 엔터테인먼트 분야의 세부 영역으로는 스포테인먼트 분야, 감성 엔터테인먼트 분야 등이 있다.

IT기술을 융합한 스포테인먼트 기술의 대표적인 예로 재택건강관리용 게임, 가상 건강관리 기술 등이 있다. 닌텐도는 재택환경에서 센서 기술을 이용하여 운동을 지원하는 “Wii Fit” 상품을 출시하였다. 골프존은 실내에서도 골프운동을 즐길 수 있는 스크린골프 기술을 개발하여 상품화하였다. 이 외에도 주요 관광지나 마라톤 코스 등을 3D로 모델링하여 가상현실에서 달리기, 바이크 등의 운동을 할 수 있는 가상운동 훈련 프로그램들이 개발되었다.

IT기술을 융합한 감성 엔터테인먼트 기술의 대표적인 예로 뇌파피드백 시스템, 감성/브레인 게임 콘텐츠, 인지행동 정보기반 서비스 등이 있다. 더힘스는 일반인들의 정신건강 증진과 스트레스 해소 등을 위한 휴비브레인 상품을 출시하였고, 고령자의 치매예방, 인지재활훈련, 두뇌훈련을 위한 테이블탑 기반의 HIMS Brain 상품을 개발하였다. APSUN은 인지장애를 갖는 환자들의 동작을 인식하여 해당 모션과 동기화된 이미지를 화면에 보여줌으로써 인지장애 환자의 동작에 대한 인지력을 향상시키는 Silverfit 상품을 개발하였다. 넷블루는 인지장애 아동의 훈련시스템으로 CoTras를 개발하였고, 휴원트에서는 터치스크린 방식의 인지재활 훈련프로그램을 개발하였다.

2) IT융합 웰니스산업 분야의 정책동향

국내의 경우 2002년에 건강증진에 대한 국가계획, 즉, “국민건강증진종합계획 2010(Health Plan 2010)”이 처음 수립되었다. 이후 수정된 형태의 새국민건강증진종합계획 2010이 2006년에 발표되어 건강증진에 대한 국가적 차원의 관심과 지원이 이루어지고 있다.

본 장에서는 국내 IT융합 웰니스 분야의 정책 동향을 산업육성정책, 국가 R&육성정책, 인력양성 정책, 중소기업 육성정책으로 구분하여 살펴보고자 한다.

가) 산업육성정책

정부에서는 우리나라의 강점인 IT기술과 의료서비스를 융합한 새로운 상품·서비스 수출로 의료기기 산업을 육성하고 수출을 활성화하는 다양한 정책들을 지원하고 있다. 특히, u-Wellness를 포함하는 u-Health 산업은 미래유망 산업으로 선정되어 정부 차원의 비즈니스 모델발굴, 시장형성, 제도 정비를 실시하고 있다. 산업부와 복지부에서는 지자체와 개원의를 중심으로한 ‘대규모 시범사업(사업명:스마트케어서비스)’을 통해 비즈니스 모델발굴과 시장형성을 추진하고 있다.

정부에서는 u-Health 시장창출을 위한 관련 제도를 마련하는데 다양한 정책을 펼치고 있다.

<표 2-6> IT융합 확산전략 정책방향

	IT 융합 도입기 (08년 ~ 12년)		IT 융합 확산기 (13년 ~ 17년)
IT 융합 수준(단계)	• 기술도입 단계	⇒	• 시장 상용화 단계
중점 정책범위	• 자동차, 조선, 항공 등 주력 산업	⇒	• 주력산업 + 생활밀착형 서비스로 확대
성장 전략	• 기술(R&D) 개발 전략	⇒	• 시장중심 성장 전략
R&D 정책방향	• IT 융합 원천기술개발(R&D)	⇒	• IT 융합 기술의 실증·확산(상용화)
부처 간 역할	• 부처별 산업 IT 융합 주도	⇒	• 수요 부처 중심으로 공동협력
제도개선	• 소극적 • IT 융합 제품 시장 출시 관련 규정 마련·행정 지원	⇒	• 적극적 • IT 융합 시장 활성화를 위한 제도 개선
IT 융합 인재양성	• 창의적 IT융합 인재의 양적 양성기반 조성	⇒	• 현장수요기업 중심의 IT 융합 인재역량 제고

나) IT융합 R&D 정책

국내에서 IT의료 융합기술은 노인복지 및 건강관리를 위한 실버산업, 바이오센서 및 광 IT기기 등 첨단의료기기산업, 라이프스타일 산업 등으로 구분하여 기술개발 및 산업화가 진행되고 있다¹¹⁾. 특히, BT+IT+NT 융합기술은 바이오분석 소프트웨어 및 DB·바이오센서·바이오칩·광 IT기기 등의 기술개발과 개발기술을 바탕으로 u-Health 시스템 영역으로 확대 추진되고 있는 상황이다.

정부는 보건복지가족부를 중심으로 u-Health 추진을 위한 종합계획을 수립하였으며, 총 3단계 세부 전략이 추진되고 있다.

- 1단계(2008년) : u-Health R&D와 중장기 계획 수립
- 2단계(2009~2010년) : u-Health 서비스 활성화 단계
- 3단계(2011년 이후) : 서비스 고도화 및 전국 확산

2010년에는 u-Health 신산업 창출전략으로 유헬스를 서비스 대상에 따라 u-Medical, u-Silver, u-Wellness의 3대 분야로 분류하여 각각의 특성에 맞는 R&D전략안을 제시하였다¹²⁾.

국외 R&D 정책 동향을 살펴보면, 선진국을 중심으로 세계 주요국가에서는 IT의료 융합기술 부문을 차세대 성장부문으로 선정하고 집중적인 연구개발 투자와 관련 정책을 펼치고 있으며, 이를 바탕으로 글로벌 우수 IT기업과 바이오업체는 IT 강점을 바탕으로 정보인프라, 바이오칩, 바이오칩, 바이오센서, 헬스케어 부문에 적극적으로 진출하고 있다(박종현, 백종현, 2009).

다) 인력양성 정책

정부는 기업수요에 기반하여 실질적 고용창출로 이어질 수 있도록 인력양성 사업 지원체계를 개선하고, R&D 인력부문에서 대학과 기업의 공동연구과제에 석·박사 과정 대학원생이 주도적으로 참여하도록 대학원생의 실습·연구비를 지원한다.

11) 박종현, 백종현, 국내외 IT융합기술 R&D 동향 및 추진전략, 정보통신연구진흥원, pp. 14-27, 2009.

12) 데이코산업연구소, IT산업동향과 IT융합 SW개발동향과 전략, 데이코, pp.21-74, 2012.

산업부에서는 2011년에 IT+의료 융합분야를 대상으로 민간전문가로 구성된 기획위원을 통하여 신규지원 분야를 발굴·지원하고 점진적으로 확대하기로 하였다.

5. 웰니스 IT융합 산업에 대한 선행 연구

지금까지 웰니스 산업의 IT융합에 관련된 선행연구들은 정부의 u-Health 서비스에 포함되어 2007년부터 정부 주도로 지역주민의 복지향상을 위한 다양한 시범사업의 형태로 추진되어 왔으며, 이를 바탕으로 웰니스 산업에 관련된 실 사례와 적용 모델에 대한 연구가 다양하게 진행되어 왔다.

정보통신산업진흥원(2012)은 웰니스 산업의 비즈니스 모델 분석을 통한 산업발전 방안에 대하여 연구하였다. 정보통신산업진흥원은 웰니스산업에서의 IT융합을 “IT융합 기반의 개인 맞춤형 행복관리사업”으로 정의하면서 웰니스 IT산업(=IT융합 웰니스 산업)은 IT기술이 웰니스 산업의 제품과 서비스에 내재화(Embedded)되어 국민의 행복추구 및 건강증진을 위한 양방향 서비스를 제공하고, 새로운 부가가치 창출과 일자리 창출에 기여하는 산업으로 주장하였으며, 웰니스 산업에서 IT융합으로 창출할 수 있는 다양한 비즈니스 모델제시와 동시에 웰니스 IT프로세스를 기반으로한 중소 전문기업의 글로벌 시장 공략을 위한 정부의 효과적인 산업활성화 정책 수립이 필요하다고 하였다.

서현수, 류대현, 최태완 (2012)은 u-웰니스를 위한 u-헬스케어 시스템의 설계와 구현에 대하여 연구하였다. 그들은 이 연구에서 u-헬스는 정보 통신과 보건 의료를 연결하여 언제 어디서나 예방, 진단, 치료, 사후관리의 보건 의료서비스를 제공하는 개념이다. 이 헬스(e-Health)가 시민, 환자, 보건 의료 기관, IT 기업, 솔루션 업체 사이에서 전자적으로 보건 의료 정보를 교환하는 것이라면, u-헬스는 이들을 포괄하는 물리적 공간과 네트워크로 연결된 첨단 보건의료 기술의 전자적 공간을 연결하여 보건 의료 대상자의 삶과 진료의 중심이 되도록 하는 것을 뜻한다. 보건 의료기술의 급격한 발전과 정보의 디지털화, 통신의 광대역화, 유무선 통신망을 통한 대용량의 정보를 빠르게 전송할 수 있게 되었으며, 멀티미디어 처리 및 저장 기술의 발전, RFID를 비롯한 각종 유비쿼터스 환경의 등장으로 u-헬스의 현실화가 빠르게 진행되고 있다.

u-웰니스(u-Wellness)란 웰빙(Wellbeing)과 휘트니스 (Fitness)를 결합한 용어로 원격 건강 관리 시스템을 의미하는데 u-헬스의 한 분야로 IT를 이용해 더욱 효율적이고 편리하게 건강을 관리하는 시스템이라 할 수 있다. 운동을 하면서 실시간으로 자신의 운동량과 강도 정보를 체크할 수 있으며, 이 정보를 바탕으로 인터넷을 이용해 운동 패턴, 생활 습관, 영양 상태 같은 맞춤형 건강관리와 컨설팅도 받을 수 있다. 즉, 건강관리와 IT가 융합되어 제공되는 서비스라 말할 수 있다. 이러한 u-웰니스는 스마트폰의 활성화와 더불어 모바일 기반의 웰니스 앱(Wellness App.)이 배포되면서 사용자들이 서서히 그 개념을 정립하고 있다라고 밝혔다.

박승훈, 장대근(2013)은 웰니스분야의 IT융합동향을 연구하였다. 그들은 이 연구에서 IT융합 웰니스 분야의 국가 경쟁력 제고를 위한 성공요인도 제시하였다.

국내 웰니스 IT융합 사업은 u-Health서비스에 포함되어 2007년부터 정부주도로 지역 주민의 복지향상을 위한 다양한 시범사업이 <표2-7>과 같이 추진되어 왔다.

<표 2-7> 국내 웰니스 IT융합 사례 현황

구 분	사 업 명	내 용
건강증진	주민 건강관리 서비스 (2007)	●대상 : 충남, 마산 거주민 ●내용 : 개인별 건강 체력관리를 위한 식생활 운동관리 등 생활습관 관리서비스
	라이프케어 (2010)	●대상 : 일반인 ●내용 : 스마트피트니스 센터에서 개인별 건강관리 정보의 모니터링 및 분석을 통해 종합건강관리 서비스 (체력,체형관리,생활습관관리,레저정보관리,식이관리 등)
	웰니스 u-Biz활성화 기반조성사업(2011)	●대상 : 사무직, 생산직 직장인 ●내용 : 직장인 건강관리서비스(Workplace Wellness Program) 비즈니스 타당성 검토를 위한 시범사업으로 2개 사업장 600명 대상 u-Fitness시스템 적용, 시범 운영

질환예방 및 관리	ADHD관리 서비스(2007)	●대상 : 경기지역 어린이 ●내용 : 주의력 결핍 과잉행동장애(ADHD)예방을 위한 건강관리서비스
	u-생활습관 관리 (2009)	●대상 : 아산시, 논산시의 일반인을 포함한 만성질환자 및 고위험군 ●내용 : 맞춤형 식이 및 운동관리 시스템을 구축하고 이용자의 동기부여를 위한 3D체형분석
	건강관리서비스 바우처 지원사업(2010)	●대상 : 전국가구 월평균소득 100%이하 가정의 만 20세 이상 건강위험요인 보유자 ●내용 : 정기적인 건강측정, 생활습관 개선을 위한 상담, 영양, 운동 프로그램과 서비스를 u-헬스 디바이스를 활용한 모니터링 서비스
	생생일터 가족사랑 프로젝트(2010)	●대상 : 서초구 관내 사업장 10개소 근로자 3,000명 ●내용 : 사업장별 장소에서 대사증후군 발견과 관리를 위한, 영양, 운동, 절주, 스트레스 등 통합적 서비스를 제공하고 u-헬스케어 장비를 통한 대사증후군 상시관리 체계를 도입함.
안전관리	독거노인 응급안전 돌보미 서비스 (2008~)	●대상 : 독거노인 ●내용 : 온라인의 IT기술과 오프라인의 노인돌보미, 소방서 등과 연계해 독거노인에 대한 24시간×365일 안전 확인 및 응급상황 발생시 구조·구급이 가능

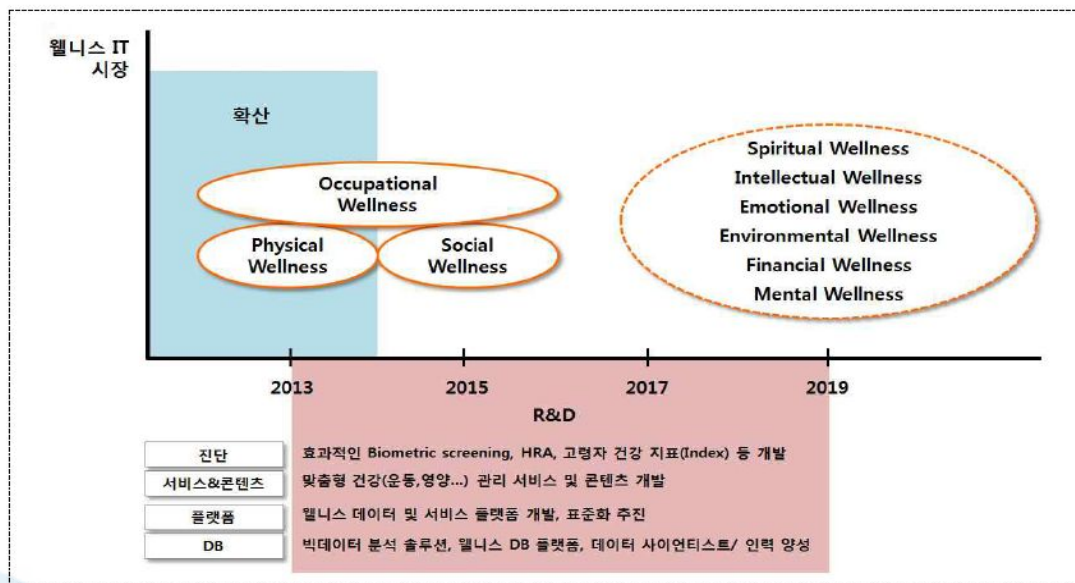
보건복지부는 2010년 서민층 및 저소득층의 건강관리서비스 접근성을 향상시켜 건강형평성을 제고하기 위해 지자체, 약 2천명을 대상으로 ‘건강관리서비스 바우처 지원사업’을 추진하였으며, 산업부에서는 웰니스 분야를 u-헬스 기술의 조기 상용화 영역으로 보고 ‘10년 직장인 웰니스 프로그램 서비스 비즈니스를 중심으로한 “웰니스 u-Biz활성화 기반조성”사업을 실시하였다. 위 사업을 통해 사무직·생산직 직군 등 현장 요구 유형에 적합한 서비스 시스템 구성방안과 이에 대응하는 정보체계(Personal Wellness Records) 모형이 제안되었으며, 서비스 효용성 평가, 비즈니스 모델 타당성 평가 등을 위한 방법론이 제안되었다.

제 3 장 연구 설계

제 1 절 연구의 모형

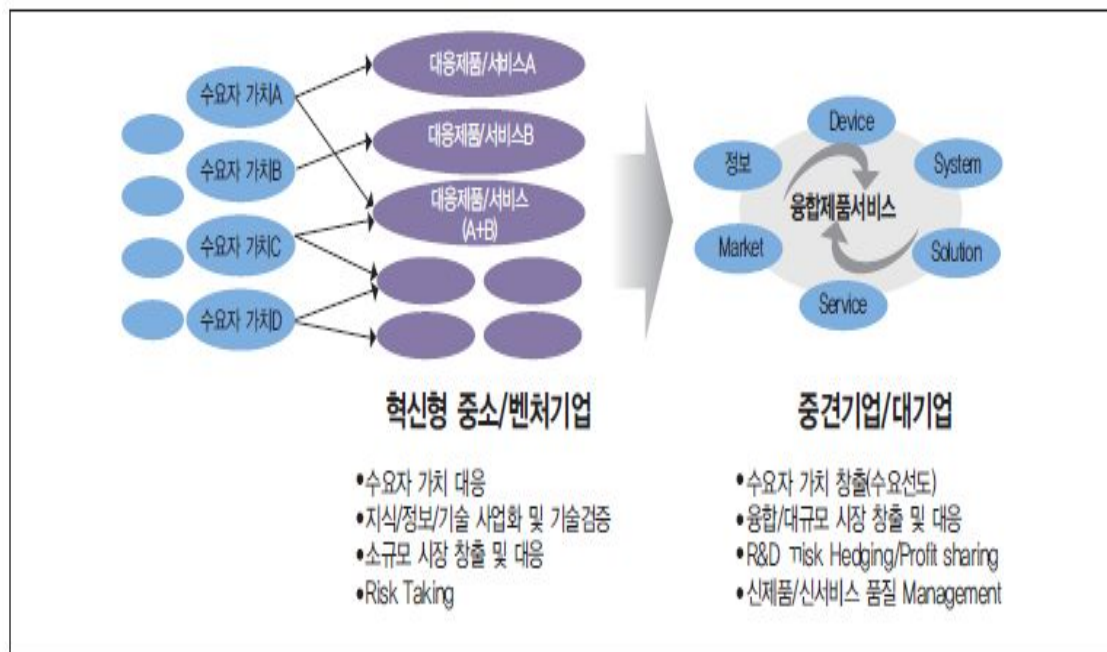
본 연구는 웰니스산업에서의 IT융합과 웰니스기업의 이용성과 관계를 중심으로 연구모형을 설계하였다.

정보통신산업진흥원(2012)은 웰니스 산업의 비즈니스모델 분석을 통한 산업발전 방안 연구에서 국내외 오프라인 웰니스 프로그램을 시작으로 IT융합 기술을 적용한 App · Web · Portable Dervice 등 IT기술 기반의 웰니스 비즈니스 모델이 증가하고 있으며, 선진국의 경우, 의료비 및 사회적 비용을 줄이기 위하여 App · Web, 디바이스 기반의 웰니스 서비스, 클라우드 컴퓨팅 및 빅데이터와 연계한 IT기술 기반의 맞춤형 웰니스 서비스 공급 등 국가적 정책 및 중소기업 협업 기반의 민간사업이 빠르게 늘어나고 있다고 하면서 이미 시장을 형성하기 시작한 Physical Wellness, Occupational Wellness에 대해서는 본격적으로 비즈니스가 확산될 수 있도록 정책을 추진하고 향후 발전이 예상되는 분야에 대해서는 사전에 R&D 정책을 효과적으로 수립해야 한다는 연구결과를 제시하고 있다.



[그림. 13] 웰니스 산업의 IT융합 발전 순서

지식경제R&D전략기획단, 한국생산기술연구원 웰니스융합연구그룹, 미래형 웰니스산업 동향분석 및 발전방안(2012)에서 대부분의 성공적인 웰니스 비즈니스는 제품과 서비스가 융합된 형태를 지니며, 이는 제조업의 서비스화의 성공적 사례로 분석된다고 하면서 웰니스 산업의 비즈니스 융합모형을 [그림. 13]과 같이 제시하였다.



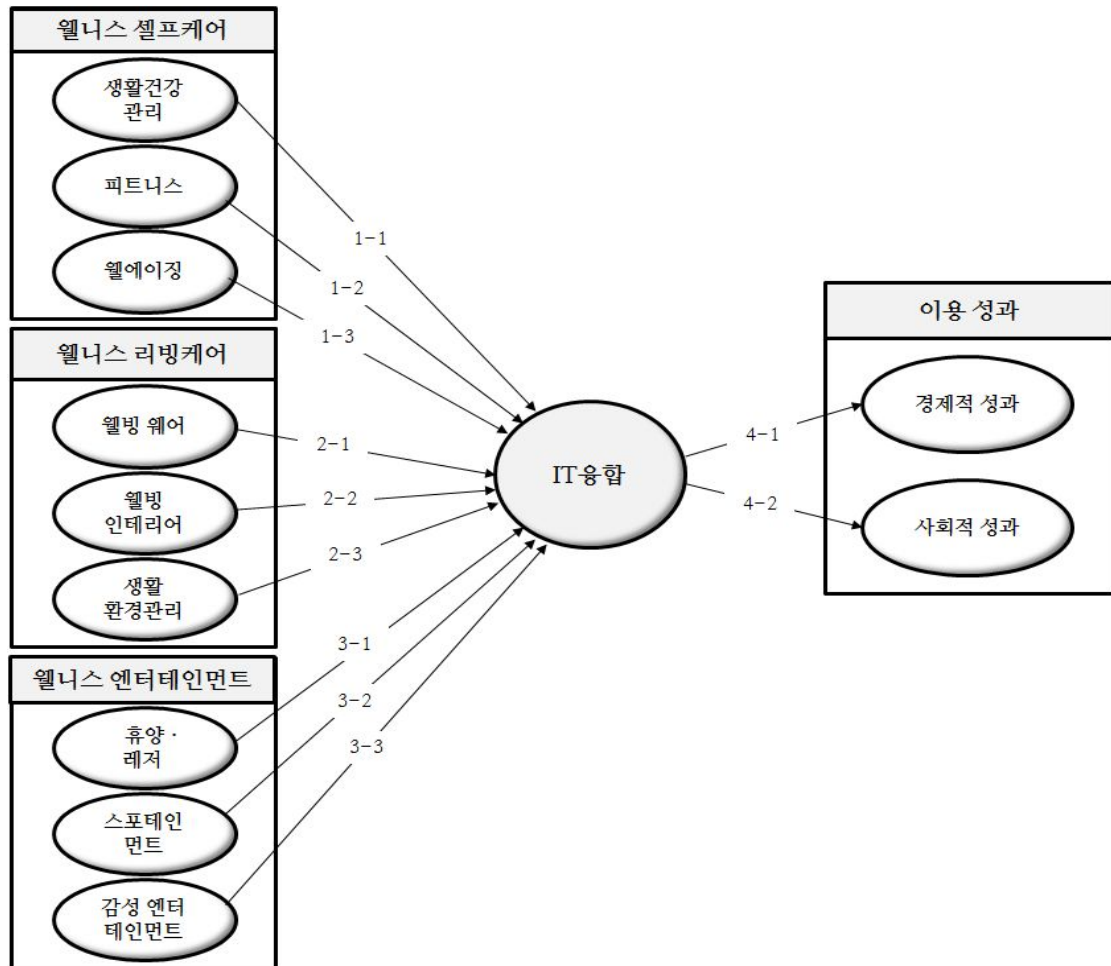
[그림. 14] 웰니스 산업의 비즈니스 융합모형

서동혁, 주대영, 이경숙, 김종기(2007)는 융합시대의 IT산업 발전비전과 전략에서 IT융합화의 영향은 기업차원과 산업차원 모두에서 긍정적 효과가 존재하며, 기업차원에서는 산업내 신기술 융합화 활용, 연구개발 확대 등을 통해 새로운 고부가가치 제품·서비스를 개발하거나 기존 제품을 지속적으로 업그레이드·차별화하여 제품가치를 크게 향상시킬 수 있다는 연구결과를 <표 2-8>과 같이 제시하고 있다.

<표 2-8> IT융합화의 기대효과

	기 대 효 과
IT산업 내 영향	- IT산업의 재도약 기반 마련 • IT산업 자체의 성장 한계 극복, 고도화 · 고부가가치화 - 전·후방 연관산업 분야에 긍정적 파급효과 • 산업성장 및 시장활성화, 생산성 증대 등
여타 산업에의 파급 영향	- 신 융합기술로 IT산업 외 다른 산업의 발전 견인 - 자체 IT 신융합산업의 생산, 고용, 고부가가치, 수출유발 • 여타 산업의 생산, 고용, 부가가치 등의 유발(간접효과)
새로운 산업 창출 및 산업 구조 변화	- 융합화로 새로운 고부가가치 제조·서비스산업 영역 창출 - 새로운 산업구조 변화 • IT융합화의 진전으로 기존 산업간 경계구분이 모호 • 산업의 +0.5차화 진전으로 2.5차 또는 3.5차 산업 등장 • 산업내/산업간 융합화 → 네트워크형 산업구조로 변화
사회적·환경적 문제 대응	- 고령화 대비 : u-Healthcare, u-Service, u-주거환경 등 - 에너지 및 환경문제에 대비 : 고효율 차세대 전지, 친환경 선박, 차세대 자동차, 에너지 절약형 신융합 제품 등

이상과 같은 실태조사와 선행연구를 검토하여 본 결과 웰니스 기업의 IT융합과 이용 성과와의 관계를 검증하기 위해 [그림. 15]와 같은 연구모형을 설정하였다.



[그림. 15] 연구모형

제 2 절 연구가설의 설정

위의 선행연구 결과를 볼 때, 웰니스 IT융합이 기업성과에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 이러한 관계를 실증적으로 검증해 보고자 선행연구 및 실태조사보고서와 이론적 고찰에서의 논의를 토대로 하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

1. 웰니스 산업과 IT융합에 관한 가설

가설 1. 웰니스 셀프케어는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1-1. 생활건강관리는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1-2. 피트니스는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.

1-3. 웰에이징은 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 웰니스 리빙케어는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2-1. 웰빙웨어는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2-2. 웰빙인테리어는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2-3. 생활환경관리는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 웰니스 엔터테인먼트는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3-1. 휴양·레저는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3-2. 스포테인먼트는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3-3. 감성엔터테인먼트는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2. IT융합과 이용성과에 관한 가설

가설 4. IT융합은 이용성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

4-1. IT융합은 이용성과의 경제적 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

4-2. IT융합은 이용성과의 사회적 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

제 3 절 변수의 조작적 정의 및 측정항목

본 연구에서는 연구가설을 정립하고 사용된 변수들을 연구목적에 부합하도록 하기 위해서 본 실증조사에서 사용된 변수의 개념을 조작적으로 정의하였다. 변수의 조작적 정의란 실제 현상들을 연구변수 요인으로 바꾸어 연구목적에 맞도록 재정립 하는 것으로써 본 연구에서는 연구가설의 검증을 위해 연구모형에서 제시된 주요변수 및 용어들을 다음과 같이 조작적으로 정의를 하였다.

1. 웰니스

웰니스(Wellness)란 미래형웰니스 산업 동향분석 및 발전방안(지식경제R&D전략기획단, 2012)을 참조하여 건강한 상태를 유지하고 웰빙(well-being)을 위한 잠재력을 극대화하기 위한 체계적인 노력(process) 개념으로 정의하였다. 웰니스 산업에 대한 산업군 또는 범위에 대하여 현재 정해진 바가 없는 관계로, 본 연구에서는 각 세부분야별로 한국표준산업분류 중 관련 분야를 재조합하여 별도의 분류체계를 제시하고 이를 바탕으로 지식경제R&D전략기획단과 한국생산기술연구원웰니스융합연구그룹(2012)에 의해 발표된 미래형 웰니스 산업 동향분석 및 발전방안연구를 바탕으로 웰니스 셀프케어 7문항, 웰니스 리빙 케어 8문항, 웰니스 엔터테인먼트 8문항 총 23문항으로 구성하였으며, 리커트(Likert) 5점 척도를 사용하였다.

2. IT융합

IT융합이란 웰니스 산업의 비즈니스모델 분석을 통한 산업발전 방안 연구(정보통신산업진흥원, 2012)를 참조하여 행복추구를 목적으로 한 소비자의 욕구, 편익을 최적화시키고, 관련된 환경, 문화, 인적자원, 기술 및 기 인프라 자원의 효율적 활용을 통해 이루어지는 일련의 고부가가치 웰니스 산업의 제품과 서비스에 “IT 기술이 부품 또는 모듈 형태로 내재화 되어 타 산업의 제품 및 서비스를 혁신하거나 새로운 부가가치를 창출하는 것”으로 정의하였다. 본 연구는 박승훈, 장대근(2013)의 연구를 기초로 웰니스 산업 분야에 IT융합을 어느정도 활용하고 도입에 투자하고 있는지를 4문항으로 구성하였으며, 명목척도를 사용하였다.

3. 이용성과

웰니스 산업의 발전은 IT기술과의 융합을 통하여 극대화되고 있는데 본 연구에서는 웰니스기업의 IT융합 이용성과로 Zahra, S.A(1996), 한상철(1997), 양희순(2002), 김효중(2006)의 벤처기업의 경영성과 연구와 Baum, Locke and Smith(2001), Shariv and Lerner(2006), 반성식 외 3인(2011), 등이 사용한 사회적 기업의 성과에 미치는 영향에 대한 연구를 기초로 경제적 성과 5문항, 사회적 성과 5문항 총 10문항으로 구성하였으며, 리커트(Likert) 5점 척도를 사용하였다.

제 4 절 분석대상과 설문지 구성 및 분석방법

1. 분석대상과 설문지 구성

본 연구에서는 웰니스 산업, 웰니스 IT융합과 이용성과에 대한 관계의 영향을 알아보기 위하여 실증분석을 하는 것으로 실증연구에 필요한 표본은 웰니스 산업분야 중 서울, 경기, 인천지역의 비 의료영역 업체를 대상으로 하였으며 웰니스 전문 중소기업 종사자 중심으로 조사를 실시하였다.

본 연구의 내용을 측정하기 위하여 사회통계학적 특성에 대한 명목척도로 구성된 5개 문항과 IT융합 특성 4개 문항, 웰니스 산업분야 중 셀프케어 7문항, 리빙케어 8문항, 엔터테인먼트 8문항, 마지막으로 IT융합 이용성과 요인에 관한 리커트(Likert) 5점 척도 10문항 등 총 42개 문항으로 구성하여 자기 기입식 설문 조사방식으로 진행하였다. 설문조사는 2014년 4월부터 5월까지 실시하였으며 불성실 응답을 제외한 121부의 설문을 본 연구의 분석대상으로 활용하였다.

<표 3-1> 조사의 설계

구 분	내 용
조사대상	웰니스 산업분야 중 서울, 경기, 인천지역의 비 의료영역 웰니스 전문 중소기업 종사자
조사방법	사회통계학적 특성에 대한 명목척도로 구성된 5개 문항과 IT융합 특성 4개 문항, 웰니스 산업분야 중 셀프케어 7문항, 리빙케어 8문항, 엔터테인먼트 8문항, 마지막으로 IT융합 이용성과 요인에 관한 리커트(Likert) 5점 척도 10문항 등 총 42개 문항으로 구성하여 자기 기입식 설문 조사방식으로 실시 (이메일 설문, 구글Web 설문, 직접 대면 설문 등)
조사표본	전체설문 대상 중 회수된 설문지에서 유효설문지 121부를 선정 분석에 활용
설문기간	2014년 4월~5월

설문지 구성은 비 의료영역의 웰니스 산업에 종사하는 참여자와 기업의 일반적 요인인 근무연수, 직무, 직책과 업종, 종업원 수, 매출규모 등과 같은 일반 문항과 연구모형에서 고려되는 변수인 IT융합 특성변수, IT융합 이용성과 요인 변수로 구성되어 있다. 일반문항은 명목척도, 연구변수를 측정하기 위한 문항 중 IT융합 특성변수는 명목척도와 리커트 척도를, IT융합 이용성과 요인 변수는 리커트(Likert) 5점 척도를 사용하여 측정하도록 구성하였으며, 전체적 구성과 주요변수의 문항 수는 <표 3-2>에 요약하였다.

<표 3-2> 설문지의 구성

연구변수(문항 수)	항 목	구 성	척 도
일반적 특성(5)	업 종	1.1	명목척도
	종업원 수	1.2	
	직 책	1.3	
	최근년도 매출규모	1.4	
	전년도 매출규모	1.5	
IT융합 일반 특성(4)	IT융합 월 이용정도	1.6	
	IT융합 제품의 계약건수	1.7	
	IT융합 제품의 매출비율	1.8	
	IT융합 이용 목적	1.9	
웰니스 산업분야의 IT융합 특성(23)	웰니스 셀프케어	2.1~2.7	리커트(Likert) 5점 척도
	웰니스 리빙케어	3.1~3.8	
	웰니스 엔터테인먼트	4.1~4.8	
IT융합 이용 성과 요인(10)	경제적 성과(5)	5.1~5.5	리커트(Likert) 5점 척도
	사회적 성과(5)	5.6~5.10	

2. 분석방법

본 연구에서는 수집된 자료의 특성을 파악하기 위해 SPSS 19.0을 이용한 표본의 일반적인 특성분석을 실시하였으며, 측정도구의 정확성, 정밀성, 타당성을 평가하기 위해서 요인분석 및 신뢰도 분석을 실시하였고, 가설검증을 위해 상관관계 분석 및 회귀분석 등을 실시하였다.

첫째, 연구표본에 대해 사회통계학적 분석을 실시하기 위해 전체 연구표본에 대한 설문 응답자의 특성인 직책 및 기업의 특성인 주요 업종, 종업원 수, 전년도와 최근년도의 매출규모 등에 대해 빈도분석을 실시하였고, 설문에 응답한 기업의 IT융합 특성인 IT융합 월 이용 정도, 연간 IT융합 판매계약 건수, IT융합제품 및 서비스의 매출액 비율, IT융합 이용목적에 대해 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 본 연구에서 사용된 변수의 신뢰성은 내적 일관성을 측정하는 Cronbach's α 계수를 통하여 확인하였으며, 타당성(Validity)확인을 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 선행연구를 통해 도출된 측정변수는 구성요인의 각 측정문항들을 모두 포함하여 요인을 추출하기 위해서 주성분 분석방법을 사용하였으며, 요인적재치의 단순화를 위하여 직각회전인 배리맥스회전방식을 채택하였다.

셋째, 본 연구에서 회귀분석을 통한 변수들의 영향관계를 살펴보기에 앞서 각 측정도구의 관련성 정도 및 방향성을 확인하기 위해 피어슨상관계수의 분석을 통해 독립변수인 웰니스 산업 분야 특성과 종속변수인 IT융합 영향 요인간의 상관여부를 확인하고자 상관분석을 실시하였다.

넷째, IT융합 특성과 이용성과 요인간의 다양한 연구분석 유형을 검증하기 위해 IT융합 특성과 IT융합 이용성과 요인 간의 다중회귀분석을 진행하여 각 요인들이 이용성과 영향요인에 미치는 인과관계와 통계적으로 의미가 있는지 검증하였다.

제 4 장 연구 결과

제 1 절 표본의 일반적 특성

본 연구를 위해 수집된 표본(n=121)의 일반적인 특성을 파악하기 위하여 사회통계학적 빈도 분석을 실시하였다.

<표 4-1>에서 응답자의 83.9가 과장이상의 간부 및 임원(대표이사) 직책을 담당하고 있다고 응답하였다. 이는 IT융합의 활용과 도입이 간부와 경영진 중심으로 이루어지고 있다고 할 수 있겠다. 또한 <표 4-2>에서 응답기업의 19.8%가 정보서비스 관련 업종이며, 건강관리장비 제조 및 서비스업과 스포츠장비 및 시설제조, 운영, 서비스, 도소매 관련 업종이 각각 9.1%, 13.2%를 차지하고 웰니스 리빙케어 관련업종인 가구, 인테리어, 주방용품, 기타 가구제조 업체가 10.7%, 웰니스 엔터테인먼트 관련업종인 엔터테인먼트업 및 게임완구업과 관공업종이 각각 5.0%, 4.1%, 1.7%를 차지하고 있다. 참여업체의 종업원 수와 매출규모는 소기업인 50인 미만업체가 86.7%, 매출규모 100억 미만인 업체가 87.6%를 차지하고 있어 이는 중소기업을 연구대상으로 하였기 때문에 나타난 현상일 것이다.

<표 4-1> 응답자 특성

구 분		빈 도	유효 %	누적 %
직 책	사원(연구원)	6	5.0	5.0
	대리(주임연구원)	16	13.2	18.2
	과장(선임연구원)	28	23.1	41.3
	차장,부장(책임연구원)	38	31.4	72.7
	임원(대표이사 포함)	33	27.3	100.0
합 계		121	100.0	

<표 4-2> 응답기업 특성

구 분		빈 도	유 효 %	누 적 %
업 종	건강관리장비 제조 및 서비스업	11	9.1	9.1
	정보서비스업	24	19.8	28.9
	스포츠장비 및 시설제조,운영,서비스,도소매	16	13.2	42.1
	실버시설 및 기기제조업	3	2.5	44.6
	미용업(두발,피부,마사지)화장품제 조업,치약,비누 및 기타 세제 제조업	10	8.3	52.9
	가구,인테리어,주방용품,금속가구, 기타가구 제조업	13	10.7	63.6
	환경관리업	10	8.3	71.9
	홈네트워크업(보안시스템서비스업 경비 및 경호서비스업 등)	8	6.6	78.5
	스포츠산업(스키장,낚시장,골프장 운영업,체육공원, 수상오락,보트 유원지 및 테마파크 운영업 등)	4	3.3	81.8
	게임완구업	5	4.1	86.0
	관광업	2	1.7	87.6
	엔터테인먼트업	6	5.0	92.6
	진단기기제조업	9	7.4	100.0
	합 계	121	100.0	
종업원 수	1~5 인	13	10.7	10.7
	6~10 인	35	28.9	39.7
	11~20 인	27	22.3	62.0
	21~50 인	30	24.8	86.8
	51~100 인	5	4.1	90.9
	100~300 인	3	2.5	93.4
	300인 이상	8	6.6	100.0
	합 계	121	100.0	
최근년도 매출규모	1억원 미만	4	3.3	3.3
	1억원 이상 ~10억원 미만	32	26.4	29.8
	10억원 이상~50억원 미만	40	33.1	62.8
	50억원 이상~100억원 미만	30	24.8	87.6
	100억원 이상~500억원 미만	5	4.1	91.7
	500억원 이상	10	8.3	100.0
	합 계	121	100.0	
전년도 매출규모	1억원 미만	4	3.3	3.3
	1억원 이상 ~10억원 미만	31	25.6	28.9
	10억원 이상~50억원 미만	43	35.5	64.5
	50억원 이상~100억원 미만	29	24.0	88.4
	100억원 이상~500억원 미만	5	4.1	92.6
	500억원 이상	9	7.4	100.0
	합 계	121	100.0	

제 2 절 측정도구의 신뢰도와 타당도 분석

1. 타당도 분석

본 연구에서 사용된 변수의 타당도(Validity)확인을 위하여 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 실시하였다. 선행연구를 통해 도출된 측정변수는 구성요인의 각 측정문항들을 모두 포함하여 요인을 추출하기 위해서 주성분 분석방법(Principle Component Analysis)을 사용하였으며, 요인 적재치(Factor Loading)의 단순화를 위하여 직각회전인 배리맥스(Varimax) 회전방식을 채택하였다. 요인 적재치는 각 변수와 요인간의 상관관계의 정도를 나타낸다. 그러므로 각 변수들은 요인적재치가 가장 높은 요인에 속하게 된다. 또한 고유값(Eigen Value)은 특정요인에 적재된 모든 변수의 적재량을 제공하여 합한 값을 말하는 것으로 특정요인에 관련된 표준화된 분산을 가리킨다. 일반적으로 사회과학분야에서는 고유값은 1.0 이상, 요인 적재치는 0.6이상을 기준으로 하고 있으므로 본 연구에서도 고유값 1.0이상, 요인 적재치 0.6이상을 나타내고 있어 채택하였다.

<표 4-3>는 IT융합 영향요인에 대한 웰니스 IT융합 이용성과분석 결과이다. 설명된 총 분산은 74.121%로 나타났다. 전체적으로 기술사업화 영향요인은 선행연구결과의 이론 구조와 동일하게 2개 요인으로 추출되었다.

<표 4-3> IT융합 이용성과 요인의 회전된 요인 행렬표

측정문항	요 인		공통성
	1	2	
7. 우리회사의 사회적 약자에 대한 기여도 정도	.887	.218	.834
6. 우리회사의 지역공동체에 대한 기여도 정도	.821	.270	.747
8. 우리회사의 일자리 창출에 대한 기여도 정도	.810	.342	.774
9. 우리회사의 지역 인지도	.802	.344	.761
10. 우리회사의 사회서비스 제공에 대한 기여도 정도	.743	.457	.760
5. 우리회사의 신제품 개발능력	.679	.501	.712
2. 우리회사의 생산성	.223	.866	.800
1. 우리회사의 시장점유율	.280	.798	.715
3. 우리회사의 수익성	.361	.756	.701
4. 우리회사의 브랜드 인지도	.475	.619	.609
Eigen Value	5.490	2.487	
분산설명(%)	63.946	10.175	

2. 신뢰도 분석

신뢰도(Reliability)는 내적 일관성을 측정하는 Cronbach's α 계수를 통하여 확인하였으며, Cronbach's α 계수는 0에서 1사이의 값을 가지며, 1에 가까울수록 신뢰도가 높다고 할 수 있다. 일반적으로 사회과학에서는 알파 계수가 0.8에서 0.9사이 값이면 신뢰도가 매우 높다고 할 수 있으며, 0.7이상이면 바람직하다고 본다. 그리고 적어도 0.6 이상을 만족할만한 수준이면 비교적 수용할 정도의 수준이라고 평가한다. 분석결과, <표 4-4>와 같이 변수들의 신뢰도를 나타내는 Cronbach's α 계수가 0.6이상으로 설정하여 측정변수 모두 이를 상회하므로 신뢰성 문제가 비교적 수용할 정도의 수준이상으로 나타났다. 본 연구의 측정변수는 척도순환과정을 거쳐 요인이 연구목적에 부합되게 추출되었다.

<표 4-4> IT융합 이용 요인의 영향요인 측정항목의 신뢰도

측 정 문 항		항목이 삭제된 경우 Cronbach's α	Cronbach's α
웰니스 셀프케어 분야	2.6 IT융합을 신속하게 도입 (활용)	.931	.870
	2.7 IT융합 활용과 도입에 적극적으로 투자	.930	
웰니스 리빙케어 분야	3.6 업계의 IT융합 신속 도입(활용)	.935	.894
	3.7 회사의 IT융합 활용과 도입에 적극적인 투자	.925	
	3.8 IT융합으로 경쟁사보다 기업경쟁력향상에 주력	.929	
웰니스 엔터테인먼트 분야	4.6 업계의 IT융합 신속 도입(활용)	.937	.888
	4.7 회사의 IT융합 활용과 도입에 적극적인 투자	.927	
	4.8 IT융합으로 경쟁사보다 기업경쟁력 향상에 주력	.926	

3. 상관관계 분석

본 연구에서 회귀분석을 통한 변수들의 영향관계를 살펴보기에 앞서 피어슨상관계수(Pearson's correlation coefficient)의 분석을 통해 종속변수인 웰니스 기업의 IT융합 이용 성과 요인과 독립변수인 IT융합 요인과의 상관여부를 확인하고자 하였다. 분석결과를 <표 4-5>에 정리하여 제시하였다.

<표 4-5> 변수 간 상관관계 분석

변수명	시장 점유율	생산성	수익성	브랜드 인지도	신제품 개발능 력	지역 공동체 기여도	사회적 약자 기여도	일자리 창출 기여도	지역 인지도	사회서비 스 제공 기여도
시장점유율	1									
생산성	.642**	1								
수익성	.600**	.682**	1							
브랜드 인지도	.583**	.532**	.541**	1						
신제품 개발능력	.555**	.604**	.503**	.655**	1					
지역공동체 기여도	.484**	.443**	.532**	.485**	.653**	1				
사회적 약자 기여도	.462**	.422**	.513**	.504**	.652**	.800**	1			
일자리 창출 기여도	.506**	.478**	.583**	.566**	.661**	.674**	.772**	1		
지역 인지도	.514**	.453**	.500**	.655**	.690**	.634**	.713**	.753**	1	
사회서비스 제공 기여도	.497**	.577**	.646**	.572**	.732**	.697**	.697**	.701**	.738**	1
** 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의합니다. * 상관계수는 0.05 수준(양쪽)에서 유의합니다.										

분석결과를 보면 시장점유율과 생산성, 수익성, 브랜드 인지도, 신제품개발 능력은 $p < 0.01$ 범위 내에서 그리고 지역공동체 기여도와 사회적약자 기여도, 일자리창출 기여도, 지역 인지도, 사회서비스 제공 기여도는 $p < 0.01$ 범위 내에서 유의한 정(+)의 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타났다.

제 3 절 가설의 검증

본 연구에서는 웰니스 산업분야 특성이 IT융합 영향요인에 어떠한 영향을 미치는지와 IT융합 이용성도가 웰니스 기업에 어떠한 영향을 주는지 확인하는 것이다. IT융합 특성의 하위변수들인 웰니스 셀프케어, 웰니스 리빙케어, 웰니스 엔터테인먼트가 웰니스 IT융합에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 알아보기 위해 웰니스 산업분야 특성요인을 독립변수로 하고 IT융합 요인의 하위변수를 종속변수로 하는 다중회귀모형의 분석에 의하여 가설을 검증하였다. 다중회귀분석에서 독립변수끼리 0.9이상의 높은 상관관계가 존재한다면 다중공선성(Multi-Collinearity)이 발생할 가능성이 높아 공차한계(Tolerance)와 분산팽창계수(VIF: Variance Inflation Factor)의 확인이 필요하다. 분석한 결과, 독립변수들 간에 존재할 수 있는 다중공선성의 문제를 확인하기 위해 각 모수 추정치에 대한 허용도(공차한계)가 0.1이하이면 심각한 다중공선성이 존재한다고 간주된다. 본 연구에서 공차한계가 0.8이상을 나타내고 있고, 분산팽창지수(VIF)도 3을 넘지 않으면 다중공선성 문제가 없다는 판단기준으로 볼 때 모든 변수가 3을 넘지 않아 다중공선성에 문제가 없다.

1. 웰니스 셀프케어와 IT융합

‘가설 1. 웰니스 셀프케어는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.’에서 ‘가설 1-1. 생활건강관리는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.’는 분석결과 <표 4-6>와 같이 $\beta=.044$, $t=.626$, $p=.533$ 으로 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

그러나 ‘가설 1-2. 피트니스는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.’는 IT융합에 유의한 영향을 미치는 것($\beta=.176$, $t=2.480$, $p<0.05$)으로 나타났다. 그리고 ‘가설 1-3 웰에이징은 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.’도 IT융합에 유의한 영향을 미치는 것(가설 1-3 ; $\beta=.322$, $t=4.262$, $p<0.01$, 가설 1-4 ; $\beta=-.720$, $t=-9.479$, $p<0.01$)으로 나타났다.

<표 4-6> 웰니스 셀프케어와 IT융합 간의 회귀분석 결과

가설	독립변수	표준오차	표준화 계수(β)	t값	유의확률 (p값)	공선성 통계량	
						공차 한계	VIF
H1	상수	.092		44.156	.000		
	생활건강관리	.037	.044	.626	.533	.966	1.035
	피트니스	.021	.176	2.480	.015*	.956	1.046
	웰에이징	.033	.322	4.262	.000**	.848	1.179
	$R=.670$, $R^2=.448$, 수정된 $R^2=.429$ $F=23.160$, $p=.000$ Durbin-Watson=1.845 종속변수 : IT융합						

*.p<0.05, **.p<0.01

가설 1에서 생활건강관리는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설 1-1의 검정 결과 t값이 .626로서 ± 1.96 보다 작고, 유의확률(p)은 .533으로서 $p > .05$ 이므로 가설은 기각되었다. 즉, 생활건강관리는 IT융합과 부(-)의 관계가 있는 것으로 나타났다. 이 말은 생활건강관리 부문에서는 IT융합 도입을 낮게 지각한다는 의미이다.

2. 웰니스 리빙케어와 IT융합

‘가설 2. 웰니스 리빙케어는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.’에서 ‘가설 2-1. 웰빙웨어는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.’는 IT융합에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, ‘가설 2-2. 웰빙인테리어는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.’는 분석결과 <표 4-7>와 같이 $\beta=.397$, $t=4.717$, $p<0.01$ 으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 ‘가설 2-3. 생활환경관리는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.’는 IT융합에 유의한 영향을 미치는 것($\beta=-.200$, $t=-2.230$, $p<0.05$)으로 나타났다.

<표 4-7> 웰니스 리빙케어와 IT융합 간의 회귀분석 결과

가설	독립변수	표준오차	표준화 계수(β)	t값	유의확률 (p값)	공선성 통계량	
						공차 한계	VIF
H2	상수	.104		28.254	.000		
	웰빙웨어	.024	-.106	-1.256	.212	.956	1.046
	웰빙인테리어	.041	.397	4.717	.000**	.966	1.035
	생활환경관리	.037	-.200	-2.230	.028*	.848	1.179
	$R=.470$, $R^2=.220$, 수정된 $R^2=.193$ $F=8.059$ $p=.000$ Durbin-Watson=2.122 종속변수 : IT융합						

*. $p < 0.05$, **. $p < 0.01$

가설 2에서 웰빙웨어는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설 2-1의 검정결과 t값이 -1.256로서 ± 1.96 보다 작고, 유의확률(p)은 .212으로서 $p > .05$ 이므로 가설은 기각되었다. 즉, 웰빙웨어는 IT융합과 부(-)의 관계가 있는 것으로 나타났다. 이 말은 웰빙웨어 부문에서는 IT융합 도입을 낮게 지각한다는 의미이다.

3. 웰니스 엔터테인먼트와 IT융합

‘가설 3. 웰니스 엔터테인먼트는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.’에서 ‘가설 3-1. 휴양·레저는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.’와 ‘가설 3-2. 스포테인먼트는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.’는 분석결과 <표 4-8>와 같이 IT융합에 영향을 미치는 것(가설 3-1 ; $\beta=.478$, $t=6.101$, $p < 0.01$, 가설 3-4 ; $\beta=-.239$, $t=-2.848$, $p < 0.01$) 으로 나타났다.

그리고 ‘가설 3-3. 감성엔터테인먼트는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.’ 또한 IT융합에 유의한 영향을 미치는 것($\beta=.188$, $t=2.385$, $p < 0.05$)으로 나타났다.

<표 4-8> 웰니스 엔터테인먼트와 IT융합 간의 회귀분석 결과

가설	독립변수	표준오차	표준화 계수(β)	t값	유의확률 (p값)	공선성 통계량	
						공차 한계	VIF
H3	상수	.116		20.449	.000		
	휴양·레저	.046	.478	6.101	.000**	.966	1.035
	스포테인먼트	.027	.188	2.385	.019*	.956	1.046
	감성엔터테인먼트	.053	-.239	-2.848	.005**	.840	1.191
	$R=.569$, $R^2=.324$, 수정된 $R^2=.300$ $F=13.643$ $p=.000$ Durbin-Watson=1.964 종속변수 : IT융합						

*.p<0.05, **.p<0.01

4. IT융합과 이용성과

‘가설 4. IT융합은 이용성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.’에서 ‘가설 4-1. IT융합은 이용성과의 경제적 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.’는 분석결과 <표 4-9>와 같이 이용성과에 영향을 미치는 것($\beta=.240$, $t=2.601$, $p<0.05$) 으로 나타났으며, ‘가설 4-2. IT융합은 이용성과의 사회적 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.’도 이용성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 4-9> IT융합과 이용성과 간의 회귀분석 결과

가설	독립변수	표준오차	표준화 계수(β)	t값	유의확률 (p값)	공선성 통계량	
						공차 한계	VIF
H4	상수	.153		15.552	.000		
	경제적 성과	.061	.240	2.601	.011*	.966	1.035
	사회적 성과	.027	.188	2.385	.019*	.956	1.046
	$R=.249$, $R^2=.062$, 수정된 $R^2=.029$ $F=1.889$ $p=.117$ Durbin-Watson=1.995 종속변수 : 이용성과						

*.p<0.05, **.p<0.01

5. 가설검증 결과의 요약

웰니스 산업분야 특성과 IT융합 영향요인, IT융합과 이용성과 간의 관계를 검증한 결과 첫째, 가설 1에서 웰니스 셀프케어와 IT융합 특성 중 생활건강관리는 IT융합에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 기각되었고 피트니스와 웰에이징은 채택되었다.

둘째, 가설 2에서 웰니스 리빙케어와 IT융합 특성 중 웰빙웨어는 IT융합에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 기각되었고 웰빙인테리어와 생활환경관리는 채택되었다.

셋째, 가설 3에서 웰니스 엔터테인먼트와 IT융합 특성 중 휴양·레저, 스포테인먼트, 감성엔터테인먼트는 IT융합에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 채택되었다.

넷째, 가설 4에서 IT융합과 이용성과의 특성 중 IT융합은 경제적 성과와 사회적 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 채택되었다.

<표 4-10> 가설검증 결과 요약

가설		표준화 계수 (β)	t값	유의 확률 (p값)	결과
1-1	생활건강관리는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.	.044	.626	.533	기각
1-2	피트니스는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.	.176	2.480	.015*	채택
1-3	웰에이징은 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.	.322	4.262	.000**	채택
2-1	웰빙웨어는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.	-.106	-1.256	.212	기각
2-2	웰빙인테리어는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.	.397	4.717	.000**	채택
2-3	생활환경관리는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.	-.200	-2.230	.028*	채택
3-1	휴양·레저는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.	.478	6.101	.000**	채택
3-2	스포테인먼트는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.	.188	2.385	.019*	채택
3-3	감성엔터테인먼트는 IT융합에 유의한 영향을 미칠 것이다.	-.239	-2.848	.005**	채택
4-1	IT융합은 이용성과의 경제적 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	.240	2.601	.011*	채택
4-2	IT융합은 이용성과의 사회적 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	.188	2.385	.019*	채택

제 5 장 결 론

1. 연구결과의 요약 및 시사점

앞 장에서는 가설검증을 확인하고자 다중회귀분석을 실시하여 통계적으로 유의한가를 살펴보았다. 마지막 장에서는 실증분석 내용 및 연구결과를 요약하고, 이를 토대로 시사점과 연구한계 및 향후 연구방향을 제시한다.

융복합시대를 맞아 기업들은 강한 경쟁력을 확보하고 지속적으로 발전하기 위하여 끊임 없이 노력하고 있다. 이러한 가운데 향후 거대한 시장을 형성할 것으로 예상되는 웰니스 산업에서 국내외 경쟁력을 강화하기 위해서는 IT기술 융합 기반의 Wellness 산업 비즈니스 모델을 수립해 나아가는 것이 중소웰니스 전문기업에게는 어느 때보다 더 IT융합 활용과 도입 활동이 필요한 시점이라 하겠다.

IT융합 도입이 성공적인 이용성으로 이어질 수 있도록 하기 위해서 본 연구는 IT융합과 이용성과 요인 간의 관계를 실증 분석하였다. 이상의 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 설문업체가 소기업이 대부분인 것은 융합시대를 맞아 새롭게 도약하기 위한 동력을 IT융합 활동에서 찾고 싶은 웰니스 전문 소기업의 관심도를 나타낸 것을 의미하고 있다. 중소기업 중심의 IT융합 도입을 추진할 때에는 이러한 도입기업의 상황을 고려하여 웰니스 사업의 도입목적을 감안한 맞춤형 프로그램을 운영해야 기업의 참여와 IT융합의 이용효과를 높일 수 있을 것이다.

둘째, 웰니스 중소기업의 IT융합 도입은 아직까지 IT정보 활용형을 크게 벗어나지 못하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 점차적으로 기술융합 및 산업융합에 대한 관심이 증대되면서 기술 및 제품에 대하여 IT융합을 접목시킴으로써 괄목할 만한 성과를 올리고 있는 기업들이 부상하고 있으며, 이에 따라 신제품개발 및 신시장개척을 위한 IT융합 활용에도 적극적인 관심을 가지고 있는 것으로 조사되었다. 최근 정부의 국정목표인 창조경제를 위한 중소기업 융합 활성화 지원정책이 활발하게 진행되고 있는 바 이에

관심을 가지고 전략적으로 접근할 경우 IT융합 도입과 활용에 경쟁기업보다 더 앞서 갈 수 있는 기회를 잡을 수 있을 것이다.

셋째, 웰니스 중소기업에서 IT융합을 적극적으로 추진하고자 하는 주체는 대부분이 임원을 포함한 대표자로 나타났으며 이는 아직까지 IT융합 도입 추진 활동이 왕성하게 이루어지지 않고 있음을 보여주고 있는 것이라 할 수 있겠다. 성공적인 IT융합 활용과 도입을 위해서는 참여자의 다양화와 전문성을 높일 필요가 있을 것이다. 연구개발 분야 생산기술의 전문가, 마케팅 분야 등의 참여 인력이 직책에 관계없이 제품 및 서비스 분야에 IT융합 도입을 위한 아이디어나 의견을 자유롭게 피력할 경우 웰니스 전문 중소기업의 경영성과 제고와 경쟁력 강화는 빠른 시간에 도달할 수 있을 것이다.

넷째, 웰니스 산업분야에서의 IT융합과 이용성과 요인을 실증 분석한 결과 생활건강관리와 웰빙웨어는 IT융합 유형과는 무관하지만 피트니스, 웰에이징은 IT융합에 유의한 것으로 나타났으며, 리빙케어 중 웰빙인테리어와 생활환경관리 분야는 IT융합에 유의한 것으로 나타났다. 또한 웰니스 엔터테인먼트 분야는 전 유형에서 IT융합에 유의한 것으로 나타났으며, IT융합과 기업성과 요인 중 IT융합과 경제적, 사회적 이용성과는 유의한 것으로 나타났다. 이는 웰니스 산업을 사업영역으로 추진하고 있는 중소기업들은 제품 및 서비스의 목적에 맞는 IT융합 활용과 도입을 신속하게 추진하고 적극적으로 투자할 필요성을 보여주고 있다.

결과적으로 IT융합 특성과 웰니스 산업분야 영향요인 간의 상관관계는 부분적으로 유의하지만 기업의 제품 및 서비스의 상용화 단계와 IT융합 도입 목적에 따라 일부 달라질 수 있으며, IT융합은 웰니스 전문 중소기업에게는 이용성과가 높게 나타나고 있음에 따라 무엇보다도 우선순위에 두어야 할 과제라 판단된다.

이에 따른 시사점을 살펴보면 첫째, IT융합을 이끌고 가는 주관/주체는 기술(제품) 및 서비스의 목적에 따라 IT융합 유형을 다르게 가져가야 할 것이다. 즉, 웰니스 셀프케어와 리빙케어 분야에서 시장을 발굴하고 확대해 가고자하는 기업대상으로는 기술사업화 단계와 협의의 웰니스 산업 분야의 시장에 맞는 기술과 서비스에 IT융합 도입과 활용을 추진하는 것이 바람직하다고 하겠다.

둘째, CEO중심의 IT융합 추진을 탈피하여 참여자의 전문성과 다양성을 높여야 기술

의 급속한 발전과 시장상황이 빠르게 변하고 있는 웰니스 산업하에서 IT융합에 효율성을 가져갈 수 있을 것으로 보이며, 제품 및 서비스의 효과성을 높일 수 있을 것이다. 관련 단체 및 기관에서는 본 연구의 결과로 본 시사점을 감안한 IT융합 도입과 활용 지원을 적극 추진하여 향후 신규시장 개척을 위한 IT융합 추진 활동이 활성화되고 웰니스 전문 중소기업의 성과로 이어지길 기대해 본다.

2. 연구의 한계점 및 향후 연구과제

본 연구에서는 다음과 같은 연구의 한계점을 가지고 있다. 첫째, 조사의 대상범위가 서울, 경기, 인천 지역의 비 의료영역의 소기업 종사원을 대상으로 웰니스산업의 IT융합이용성과를 검증하였기 때문에 조사범위가 한정되어 있어 웰니스 IT융합 특성과 이용성과 검증결과를 일반화하기에는 다소 무리가 따를 것으로 판단된다. 따라서 향후 후속연구에서는 다양한 표본을 추출하여 연구의 결과를 일반화시킬 필요가 있다.

둘째, 연구방법상 측정도구의 한계점을 들 수 있다. 본 연구에서는 설문조사만을 통하여 자료를 수집하고, 분석함으로 양적인 방법에만 의존을 하였다. 따라서 보다 타당도 있는 연구결과를 도출하기 위해서는 다양한 조사방법을 이용한 질적인 방법도 병행되어야 할 것이다.

셋째, 본 연구에서는 웰니스 산업분야 일부와 IT융합, 이용성과를 양적인 연구로 분석하였으나 향후 후속연구에서는 웰니스 전문기업에 대하여 직접관찰이나 심층면접과 같은 다양한 질적 접근을 통해서 대상자들의 심층적 이해를 위한 연구가 필요할 것이다.

넷째, 웰니스의 다른 하위요인에 대한 결과치의 부족이다. 웰니스의 산업분야는 신체적, 정서적, 사회적, 지적, 정신적 웰니스로 광범위하게 나누어진다. 본 연구에서는 웰니스 산업분야 중, 셀프케어, 리빙케어, 엔터테인먼트 분야만을 강조하여 결과를 도출하였다. 그러므로 향후 후속연구에서는 웰니스의 다른 측면, 의료영역에서도 연구되어야 할 필요가 있다.

따라서 향후 후속연구에서는 본연구의 결과를 토대로 한 다양한 분야의 연구와 다양한 변수들을 활용한 지속적인 연구가 수행되어야 할 것이며, 또한 IT융합 이용성과의 결과변수를 다양하게 활용한 연구가 보완되어야 할 것이다.

【참고문헌】

1. 국내문헌

- 김금영. (2012). 호텔종사원의 웰니스와 생활만족, 삶의 질의 구조적 관계 연구.
- 김문구, 박종현, 조영환, (2010). IT융합의 국내외 동향 및 국내산업 역량강화 방안, 한국전자통신연구원, 전자통신동향분석, Vol.25, No1, pp.1-10.
- 김미란. (2009). 정신간호사의 삶의 질과 웰니스(Wellness)에 관한 연구, 이화여자 대학교 간호학과 석사학위 논문.
- 김상국. (1996). 웰니스 개념과 적용 삶의 질과 건강증진 지침서, 21세기교육사.
- 김상국. (2000). 국민건강 증진의 당위성, 국민건강보험공단.
- 문태은. (2013). IT융합의 서비스 산업 응용연구.
- 박승훈, 장대근. (2013). 「웰니스 분야의 IT융합 동향」. 정보과학회지.
- 박용주, 공경은. (2013). “웰니스와 빅데이터를 중심으로 살펴본 해외의료산업 현황”, KT종합기술원, pp.1-4.
- 서동혁 외 3인, (2007). 「융합시대의 IT산업 발전비전과 전략 연구 보고서」 산업연구원.
- 서현수, 류대현, 최태완. (2012). u-웰니스를 위한 u-헬스케어 시스템의 설계와 구현.
- 이규환. (2012). 국내 외 u-Health 동향분석 보건산업브리프 Vol. 18.
- 이운태 외 20인. (2008). u-Healthcare활성화 중장기 종합계획수립, 한국보건산업 진흥원.
- 장원익, 김승환, 박수준, 박선희. (2008). IT기반 융합기술(의료, IT융합중심), 전자통신동향분석, Vol. 23, No. 5, pp. 3-11.

- 최진영, 고유상, 이승철, 강찬구, 최우석. (2011). “헬스케어 3.0: 건강수명 시대의 도래, 삼성경제연구소, pp. 123.
- 하준, 이성복. (2012). IT융합 산업의 발달과 정책점 시사점. 산업연구원.
- 데이코산업연구소. (2012). IT산업동향과 IT융합·SW개발동향과 전략.
- 삼성경제연구원. (2011). 헬스케어 3.0 건강수명 시대의 도래.
- 정보통신산업진흥원. (2012). 웰니스 산업의 비즈니스 모델 분석을 통한 산업발전 방안 연구
- 지식경제 R&D 전략기획단. (2012). 미래형 웰니스산업 동향 분석 및 발전방안
- 지식산업정보원. (2012). R&D정보센터 바이오·의료기기 융합산업의 기술현황과 시장동향, pp450-459
- 정보통신산업진흥원 통계분석팀. (2010). “10대 IT융합 분야 동향 및 시사점”, 정보통신산업진흥원, pp.28-39.
- 첨단신기술정보분석연구회. (2011). IT융합 u-헬스 및 의료정보시스템 시장동향과 기술개발전략, pp. 85-169, 진한 M&B.
- 한국보건사회연구원. (2011). 건강 정보 관리 현황 및 과제
- 한국보건산업진흥원. (2012). 2011 보건산업백서
- 한국보건산업진흥원. (2009). 건강서비스 시장 활성화 방안 연구
- 한국생산기술연구원. (2011). 웰니스 융합 신산업 발전 전략

2. 국외문헌

Development of Health Index for Successful Aging in Eldrely People (노호성)

Wellness Workbook 3rd ed: How to Achieve Enduring Health and Biality (John W. Travix and Regina Sara Ryan, 2004)

Goldman Sachs Healthcare Conference (Universal American, 2010)

Spas and the Global Wellness Market (SRI International, 2010)

The Wellness Imperative Creating More Effective Organizations (World Economic Forum, 2010)

10 Dimensions of Wellness (Allison Peacock, Living Radically Well™, 2011, <http://www.livingradicallywell.com/ten-dimensions-of-wellness/>)

Health (United States, 2011)

Six (of ten) Dimensions of Wellness(Kenneth Young Center Blog, 2011, <http://kennethyoungcenter.wordpress.com/2011/08/08/six-dimensions-of-wellness/>)

Health 2.0 San Francisco (2012)

What is Wellness: 10 Dimensions of Wellness (Staphanie Nesby, A dvantage Wellness Management, Inc., 2012. <http://advantagewellnessmgmt.com/what-is-wellness-10-dimensions-of-wellness/>)

A Definition of Wellness (Help Yourself Stress Relief, <http://www.help-yourself-stress-relief.com/definition-of-wellness.html>)

Definition of Wellness (<http://www.definitionofwellness.com/>)

Defining Wellness (National Wellness Institute, http://www.nationalwellness.org/index.php?id_tier=2&id_c=26)

Aghion.P, N.Bloom, R.Blundell, R.Griffith, and P.Howitt(2005)“, Competition and Innovation: An Inverted U-Relationship”, Quarterly Journal of Economics,

- 120(2): 701–728.
- Armstrong, Mark(2006),“ Competition in Two–Sided Markets”, The RAND Journal of Economics, 37(3): 668–91.
- Baldwin. C, and C. Jason Woodard(2009), “The Architecture of Platforms: A Unified View”, Markets and Innovation : 19–44.
- Caillaud, Bernard, and Bruno Jullien(2003),“ Chicken & Egg: Competition among Intermediation Service Providers”, The RAND Journal of Economics,34(2) : 309–28.
- Church, Jeffrey, and Neil Gandal(1992),“ Network Effects, Software Provision, and Standardization”, Journal of Industrial Economics, 40(1):85–103.
- Church, Jeffrey, and Neil Gandal(1993),“ Complementary Network Externalities and Technological Adoption”, International Journal of Industrial Organization, 11(2):239–60.
- Doganoglu, T, and Julian Wright(2006), “Multihoming and compatibility”, International Journal of Industrial Organization, 24: 45–67.
- Economides, N, and Joacim Tag(2012),“ Network neutrality on the Internet: A two–sided market analysis”, Information Economics and Policy, 24: 91–104.
- 4Evans. D(2009),“ The Online Advertising Industry: Economics, Evolution, and Privacy”, Journal of Economic Perspectives, 23(3), 37–60.
- Evans, David, and Richard Schmalensee(2008), “Markets with Two–Sided Platforms”, Competition Law and Policy.
- Evans, David, and Richard Schmalensee(2007), Catalyst Code (국역: 카탈리스트 코드, 김태훈 옮김, 2008, 한스미디어).
- Evans, David(2003),“ The Antitrust Economics of Multi–Sided Platform Markets”, Yale Journal on Regulation, 20(2): 325–81.

【부 록】

【설 문 지】

안녕하십니까?

귀하와 귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.

저는 한성대학교 지식서비스&컨설팅 대학원에서 “웰니스산업의 IT융합 이용성과에 관한 연구”를 주제로 석사학위 준비를 하고 있습니다.

본 설문은 국내·외적으로 활성화되고 있는 웰니스 산업의 실태조사를 통하여 중소 웰니스 전문기업에 도움이 되기 위한 방향 제시와 “웰니스 산업의 IT융합 이용성과에 관한 연구”를 위해 작성되었습니다.

본 설문을 통해 수집된 정보는 비밀을 유지하고 통계 목적으로만 활용될 것이며, 본 연구목적 이외의 다른 용도로는 절대 사용하지 않을 것임을 약속드립니다.

귀하께서 답변하신 내용들은 모두 귀중한 연구자료로 이용 될 것이므로 부디 한 문항도 빠짐없이 성의있는 답변을 부탁드립니다. 바쁘시더라도 수신 후 조속히 회신하여 주시면 감사하겠습니다.

본 연구를 위해 설문조사에 협조해 주심에 다시 한 번 깊은 감사를 드립니다.

2014. 4 . .

연구자 : 한성대학교 지식서비스&컨설팅 대학원 융합기술학과

석사과정 최 행 수

지도교수 : 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 지도교수 나 도 성

I. 다음은 기업일반 및 IT융합 현황에 관한 질문입니다.

(귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.)

1. 귀사의 주요 업종은 무엇입니까? 아래에서 하나만 선택해주시요.

- (1)건강관리장비 제조 및 서비스업 (2)정보서비스업 (3)스포츠 장비 및 시설 제조, 운영, 서비스, 도소매 (4)실버시설 및 기기 제조업
(5)미용업(두발, 피부, 마사지) 화장품 제조업, 치약, 비누 및 기타 세제 제조업
(6)가구, 인테리어, 주방용품, 금속가구, 기타 가구 제조업
(7)환경관리업 (8)홈네트워크업(보안시스템서비스업, 경비 및 경호서비스업 등) (9)스포츠 산업(스키장, 낚시장, 골프장 운영업, 체육공원, 수상오락, 보트, 유원지 및 테마파크 운영업 등) (10) 게임완구업 (11) 관광업
(12) 엔터테인먼트업 (13) 진단기기 제조업

2. 귀사의 종업원은 몇 명입니까?

- ① 1-5인 ② 6-10인 ③ 11-20인 ④ 21-50인
⑤ 51-100인 ⑥ 100-300인 ⑦ 300인 이상

3. 귀하의 직책은 어떻게 되십니까?

- ① 사원(연구원) ② 대리(주임연구원) ③ 과장(선임연구원)
④ 차장, 부장(책임연구원) ⑤ 임원(대표이사 포함) ⑥ 기타()

4. 귀사의 최근년도 매출규모는 어떻게 되십니까?

- ① 1억원 미만 ② 1억원 이상~10억원 미만
③ 10억원 이상~50억원 미만 ④ 50억원 이상~100억원 미만
⑤ 100억원 이상~500억원 미만 ⑥ 500억원 이상

5. 귀사의 전년도 매출규모는 어떻게 되십니까?

- ① 1억원 미만 ② 1억원 이상~10억원 미만
③ 10억원 이상~50억원 미만 ④ 50억원 이상~100억원 미만
⑤ 100억원 이상~500억원 미만 ⑥ 500억원 이상

6. IT융합을 이용한 제품 및 서비스의 판매 또는 이용 문의는 월평균 몇건 정도 되십니까?

- ① 없다 ② 1~5회 ③ 6~10회
④ 11~20회 ⑤ 21회 이상

7. 최근 1년간 IT융합을 이용한 제품 및 서비스의 판매 계약 건수는 얼마입니까?

- ① 없다 ② 1~5회 ③ 6~10회
④ 11~20회 ⑤ 21회 이상

8. 최근 1년간 IT융합을 이용한 제품 및 서비스의 판매 계약 건수는 전체 매출액의 몇 % 정도입니까?

- ① 10%미만 ② 11~20% ③ 21~40%
- ④ 41~60% ⑤ 61~80% ⑥ 80% 이상

9. 귀사가 IT융합을 이용하여 창출하고자 하는 성과는 무엇입니까?

- ① 매출액 증가 ② 수익률 증가
③ 신규제품 및 서비스 증가 ④ 신시장 발굴 및 신규고객 발굴
⑤ 지역공동체 및 사회서비스 제공 제고
⑥ 일자리 창출 확대 및 사회적 네트워크 활동 강화

II. 다음은 웰니스 산업분야 중 웰니스 셀프케어에 관한 질문입니다.
(귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.)

항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 우리회사는 생활건강 유지·관리 및 생활습관개선, 체력증진, 노화에 방관리 등을 위한 제품/서비스를 제공한다.	①	②	③	④	⑤
2. 우리회사의 주요 제품시장은 빠르게 변화하고 있다.	①	②	③	④	⑤
3. 생산기술 및 서비스가 잘 변하고 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 우리업계는 IT융합 추진계획을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
5. 우리업계는 IT융합과 도입(활용)을 고려하지 않고 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 우리업계는 IT융합을 신속하게 도입(활용)하고 있다.	①	②	③	④	⑤
7. 우리회사는 IT융합 활용과 도입에 적극적으로 투자하고 있다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 웰니스 산업분야 중 웰니스 리빙케어에 관한 질문입니다.
(귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.)

항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 우리회사는 편리하고 쾌적하며 안심할 수 있는 삶의 영위를 위하 여 요구되는 생활용품을 공급하거 나 생활공간을 조성하고 관리하기 위한 제품/서비스를 제공한다.	①	②	③	④	⑤
2. 우리회사의 주요 제품시장은 빠르게 변화하고 있다.	①	②	③	④	⑤
3. 생산기술 및 서비스가 잘 변하 고 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 우리업계는 IT융합 추진계획을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
5. 우리업계는 IT융합과 도입(활용) 을 고려하지 않고 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 우리업계는 IT융합을 신속하게 도입(활용)하고 있다.	①	②	③	④	⑤
7. 우리회사는 IT융합 활용과 도입 에 적극적으로 투자하고 있다.	①	②	③	④	⑤
8. 우리회사는 IT융합을 통해 경쟁 사보다 기업경쟁력을 향상시키는 데 주력하고 있다.	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 웰니스 산업분야 중 웰니스 엔터테인먼트에 관한 질문입니다. (귀하의 의견이 일치하는 곳에 √ 해 주십시오.)

항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 우리회사는 소통하고 즐기는 참여욕구 충족을 위해 관광,스포츠,여가 등의 분야에서 직·간접적으로 참여와 체험을 추구하기 위한 활동과 관련한 제품/서비스를 제공한다.	①	②	③	④	⑤
2. 우리회사의 주요 제품시장은 빠르게 변화하고 있다.	①	②	③	④	⑤
3. 생산기술 및 서비스가 잘 변하고 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 우리업계는 IT융합 추진계획을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
5. 우리업계는 IT융합과 도입(활용)을 고려하지 않고 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 우리업계는 IT융합을 신속하게 도입(활용)하고 있다.	①	②	③	④	⑤
7. 우리회사는 IT융합 활용과 도입에 적극적으로 투자하고 있다.	①	②	③	④	⑤
8. 우리회사는 IT융합을 통해 경쟁사보다 기업경쟁력을 향상시키는 데 주력하고 있다.	①	②	③	④	⑤

V. 다음은 웰니스 IT융합 이용성과에 관한 질문입니다.

(귀하의 의견이 일치하는 곳에 √해 주십시오.)

항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 우리회사의 시장점유율은 동종 업계와 비교해 볼때 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
2. 우리회사의 생산성은 주요 경쟁 사와 비교해 볼때 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
3. 우리회사의 수익성은 동종업계 와 비교해 볼때 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
4. 우리회사의 브랜드 인지도는 주 요 경쟁사와 비교해 볼때 높은 편 이다.	①	②	③	④	⑤
5. 우리회사의 신제품 개발능력은 주요 경쟁사와 비교해 볼때 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
6. 우리회사의 지역공동체에 대한 기여도 정도는 동종업계와 비교해 볼때 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
7. 우리회사의 사회적 약자에 대한 기여도 정도는 주요 경쟁사와 비 교해 볼때 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
8. 우리회사의 일자리 창출에 대한 기여도 정도는 동종업계와 비교해 볼때 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
9. 우리회사의 지역 인지도는 주요 경쟁사와 비교해 볼때 높은 편 이다.	①	②	③	④	⑤
10. 우리회사의 사회서비스 제공에 대한 기여도 정도는 주요 경쟁사 와 비교해 볼때 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤

바쁘신 일정에도 불구하고시고 본 설문조사에 성실히 응하여 주셔서 감사드립니다.

ABSTRACT

Studies on the outcome of the fusion of IT Convergence of wellness

– Non-medical wellness company focusing on small areas –

Choi, Haeng Soo

Major in IT Integration

Dept of Convergence Technology

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

In this study, out of the wellness industry sector that is recognized importance in society of recent, have been highlighted and market potential, targeting companies engaged in member self-care department, living care sector, the wellness entertainment sector, was conducted to investigate the relationships between variables. Throughout this study, by looking at the business model survey and any associated documentation wellness industries of IT fusion-based, from the viewpoint of industrial and provide suggestions substantial range of work and its definition, the non-medical area it is intended to contribute to raising the achievement of IT integration and improvement of the competitiveness of small and medium-sized wellness specialist. Around the non-medical area Seoul, Gyeonggi, Incheon area, data collection for the empirical analysis of this study, which was carried out with the aim of these studies, targeting small and medium-sized wellness company

engaged members who work currently a result of the questionnaire survey, we derived the research results as follows. Life health management of the fusion characteristics of IT and wellness self-care showed that it will not have any significant effect on IT fusion result of fusion influencing factors of IT characteristics and wellness industries, we examined the relationship between the use of IT and fusion but well aging training was found to affect a significant positive (+). Second, wellness wear of the fusion characteristics of IT and wellness living care, showed that it will not have any significant effect on IT fusion, but management of the living environment and healthy interior, the impact of a significant positive (+) it was found to give. Third, the recreation of the fusion characteristics of IT and wellness entertainment. Leisure, Sports Their Instruments, entertainment sensitivity was found to nourish the positive(+) a significant IT fusion. Fourth, integration of IT in the characteristics of the use of IT and fusion was found to affect the positive(+), which was noted social performance and economic performance.

Now in its integration and complex era, companies are constantly striving to sustainable development and to ensure a strong competitive edge. That in order to enhance the competitiveness of domestic and international wellness industry that is expected in such, to form a huge market in the future, we will establish a business model of Wellness industry based on the fusion of IT technology, small and medium-sized wellness it can be said that it is time introduction and activities take advantage of iT fusion is needed more than ever to specialized companies.

In order to be connected to use the results of the introduction of IT fusion is successful, the present study was to demonstrate analysis of the relationship

between the factors of usability and IT fusion. Is as follows: To summarize the analysis above.

First, the research firm of this study, with the majority being small business means that you have expressed an interest in wellness professional small business to look from IT fusion activity the power to celebrate the fusion era, to leap to new have . Use of IT integration and participation of the company if you do not run a program tailor-made at the time to promote the introduction of IT fusion of small business center, taking into account the status of the introduction of these companies, was based on the introduction purpose of wellness business it will be able to enhance the effect.

Second, the introduction of IT fusion of wellness small business, it has been found that you are mired large IT information inflected forms yet. However, companies that have achieved significant results by interest in the fusion of industry and technology fusion is increased gradually, fusing the fusion of IT for the product or technology has emerged, As a result, the new product I found that the fusion of the use of IT for new markets development and also have an active interest. Bar SMEs fusion activation support policies for the creative economy is a national goal of recent government have been actively, if you want to access strategically interested in this, conflicts of use with the introduction of IT fusion it is possible to get a chance to be able to go ahead companies.

Third, the entity that tries to actively promote the integration of IT wellness SMEs , appears as a representative mostly, including the officers, this is, that the IT fusion introduction promotion activities has not been active yet it can be said

that it 's shows. For the introduction and use of IT fusion successful, it is necessary to increase the expertise and diversity of participants. If, regardless of the job title number of participants experts production technology research and development, to such as marketing, and expressed freely their opinions and ideas for introducing the fusion of IT in the field of products and services, wellness professional the strengthening of competitiveness and improve management outcomes of small and medium-sized enterprises, which can be reached in the early hours.

A result of the fourth, it was demonstrated analyzing the factors of usability and integration of IT in the wellness industry sector, health and anti- life health care, nothing to do with the kind of IT fusion but, fitness, well aging, noted IT fusion it appeared in that it has, the field of environmental management and life living in wellness care interior, was found to have in mind IT fusion. In addition, the field of wellness entertainment, appeared in that it took note of the fusion of IT all types of economic and social utility of the fusion of IT factors of corporate performance and IT fusion has been found to be significant. This small and medium-sized companies that are promoted as a business area wellness industry, shows the need to promote rapid deployment and IT fusion use that suits the purpose of a product or service, to invest aggressively.

However significant partial correlation of impact factors between, and there is the possibility that several different depending on the introduction purpose of IT fusion and commercialization stage of the products and services of companies in wellness industries and IT fusion characteristics as a result Yes, in response to the results for the small and medium-sized enterprises of wellness expert appears high, fusion of IT is determined that issues to be put on the priority more than anything.

【key words】 wellness. self-care, living care, entertainment, IT convergence