

碩士學位論文

카지노 利用客의 利用屬性에 關한 比較 研究

- 韓國人과 日本人을 對象으로 -



濟州大學校 經營大學院
觀光經營學科 觀光經營學專攻

鄭 祿 容

2003年 12月

碩士學位論文

카지노 利用客의 利用屬性에 關한 比較 研究

- 韓國人과 日本人을 對象으로 -

指導教授 許 香 珍



濟州大學校 經營大學院
觀光經營學科 觀光經營學專攻

鄭 祿 容

2003

카지노 利用客의 利用屬性에 關한 比較 研究

- 韓國人과 日本人을 對象으로 -

指導教授 許 香 珍

鄭 祿 容

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함.

2003년 12월

鄭祿容의 觀光學 碩士學位論문을 認准함.

 제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

委員長 _____

委員 _____

委員 _____

濟州大學校 經營大學院

2003年 12月

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 문제의 제기	1
제 2 절 연구의 목적	2
제 3 절 연구의 방법 및 연구의 범위	3
제 2 장 이론적 고찰	6
제 1 절 카지노산업의 개요	6
1. 카지노의 역사	6
2. 카지노산업의 의의 및 특성	9
3. 카지노산업의 발전과정	13
제 2 절 카지노산업 현황	15
1. 세계 카지노산업 현황	15
2. 국내 카지노산업의 현황	19
3. 제주지역 카지노 산업 현황	26
4. 카지노산업의 당면과제	30
5. 카지노 시장의 구조	32
제 3 절 비교문화의 의의	35
1. 비교의 개념	35
2. 문화의 정의와 성격	37
3. 비교문화의 특성	39
4. 비교문화와 소비자행동	43
제 4 절 선행연구의 검토	50

제 3 장 연구 설계	56
제 1 절 연구모형과 가설 설정	56
1. 연구모형의 설계	56
2. 가설설정	57
제 2 절 연구 조사 설계	58
1. 연구대상 및 자료수집 방법	58
2. 설문지의 내용 및 구성	59
3. 변수의 조작적 정의	61
4. 분석방법	63
제 4 장 실증분석	64
제 1 절 표본의 구성과 인구통계적 특성	64
1. 표본의 구성	64
2. 인구통계적 특성	65
제 2 절 측정척도의 평가	67
1. 변수측정의 신뢰성 및 타당성 검증	68
2. 가설검증	71
제 3 절 분석결과의 토론 및 시사점	88
제 5 장 결 론	91
참 고 문 헌	94
ABSTRACT	97
설문조사서	99

표 차 례

<표 2-1> 우리나라 카지노산업의 발전과정	14
<표 2-2> 국내 카지노업체 현황 및 기구보유대수	20
<표 2-3> 국내 외국인전용 카지노이용객 및 매출액 추이	21
<표 2-4> 지역별 카지노 이용객추이	21
<표 2-5> 지역별 카지노 매출액추이	22
<표 2-6> 지역별 카지노 가동율 현황	22
<표 2-7> 외래관광객 카지노 이용현황	23
<표 2-8> 강원랜드 이용객 수 및 매출액 추이	24
<표 2-9> 강원랜드 인원현황	25
<표 2-10> 제주도 카지노업체 현황	26
<표 2-11> 제주도 카지노업체 매출현황	27
<표 2-12> 제주도 카지노업체 이용객 현황	28
<표 2-13> 제주도내 카지노 업체별 가동률현황	28
<표 2-14> 제주도내 관광수입 및 카지노 매출현황	29
<표 2-15> 제주도 방문 관광객 1인당 소비액과 카지노 이용객 소비액 비교 ·	30
<표 2-16> 문화의 비교기준	43
<표 4-1> 설문지의 배부 및 회수 현황	64
<표 4-2> 표본의 일반적 특성	66
<표 4-3> 신뢰성 분석	69
<표 4-4> 국적별 t 검정	71
<표 4-5> 이용빈도별 분산분석	73
<표 4-6> 성별 t 검증	77
<표 4-7> 연령별 분산분석	79
<표 4-8> 학력별 분산분석	82
<표 4-9> 소득별 분산분석	85

그림 차례

[그림 1-1] 연구의 기본틀(framework)	5
[그림 2-1] 카지노 지역 관광산업의 구성	10
[그림 2-2] 비교문화적 소비자행동 연구모형	47
[그림 3-1] 연구모형	57



제 1 장 서 론

제 1 절 문제의 제기

카지노산업은 외화획득 뿐만 아니라 외래 관광객 유치면에서 기여하는 바가 크다는 점에서 1994년 관광진흥법에 의해 관광사업의 한 부문으로 새로이 규정되었으며, 이를 계기로 하여 상당한 발전을 이루어왔다¹⁾.

사실 1980년대에 들어서면서 카지노는 그 부정적인 측면에도 불구하고 외래 관광객 유치 및 외화획득에 크게 기여한다는 점에서 그 중요성이 인식되면서 세계적으로 확산되는 추세를 보이고 있다. 동양의 라스베가스라 불리는 마카오에서는 이미 마카오 제일의 산업으로 등장한 상태이며, 미국, 영국, 프랑스 등 선진국가에서도 이미 카지노산업이 활성화되고 있으며, 동구권 여러 나라에서도 활성화되고 있는 추세이다²⁾.

그 범위를 전 세계로 넓혀서 살펴본다면, 세계적으로 카지노는 2000년 현재 114개국에 2,020개소³⁾에서 운영되고 있으며, 관광수입이 세계 10위 권에 속하는 미국, 프랑스, 스페인, 영국, 독일, 스위스 등은 카지노산업에 있어서도 세계 10대 카지노 보유국⁴⁾으로 나타나, 관광대국에서 카지노산업이 활성화되고 있음을 시사해주고 있다.

이렇듯 세계 각국의 관광대국들은 카지노산업을 활성화하여 외래 관광객을 유치하기 위한 노력을 펼치고 있는 시점에서, 우리나라 역시 서울, 인천, 부산

-
- 1) 구경원, “한국카지노업의 경영개선을 위한 규제완화방안에 관한 연구”, 「여행학연구」 제8호, 1998, p.7.
 - 2) 권봉헌·이준혁, “제주지역 카지노의 내국인 출입허용에 대한 주민의식 조사”, 「관광연구」 제15권 제2호, 대한관광경영학회, 2000, p.288.
 - 3) 원갑연·한진수·김우곤·정두연, 「카지노 산업론」, 기문사, 2001, p.31.
 - 4) Travel Industry World Yearbook, “The Big Picture”, (New York: Child & Water), 1994.

경주 각 1개소, 강원도 2개소(내국인 카지노 1개소와 외국인 전용카지노 1개소), 제주도 8개소 등 총 14개소의 카지노업체가 운영하고 있으며, 강원랜드 카지노를 제외한 나머지 카지노들은 외국인 전용카지노로서 외화획득에 일조를 하고 있는 것으로 나타났다.

또한 외화유치를 위해 카지노업 등 도박산업 개방방침 발표와 외국인이 투자할 경우 카지노 허가를 위한 관광진흥법 개정안 입법예고, 일정 규모 이상을 투자하는 외국인에 대한 카지노 허가권 부여 등 카지노 유치 경쟁이 그 어느 때보다 치열한 양상을 보이고 있다.

이러한 카지노산업의 발전과 맞물려, 최근 세계시장의 글로벌화 경향에 따라 기업의 국제화가 급속도로 진전되면서 국제마케팅 활동이 매우 중요하게 되면서, 효과적인 국제마케팅활동이 기업의 성장과 생존에 필수요건으로 받아들여지고 있다. 따라서 외국인 관광객들이 카지노 이용시 어떠한 속성을 가지고 있으며, 이러한 이용 속성을 한국인과 일본인에 따라 어떠한 양상을 보이고 있는지를 파악하여, 향후 더 많은 외국인을 유치하기 위한 국가별 차별화된 국제 마케팅전략 개발에 이용할 수 있는 방안을 모색해야 할 시기가 다가오고 있다.

제 2 절 연구의 목적

위의 연구의 배경을 바탕으로 한 본 연구의 연구 목적은, 카지노산업이 전 세계적으로 대중화되고, 또한 대규모화되어 가는 경향을 보이는 가운데, 이용객 이용속성 파악을 통한 마케팅전략 개발에 도움을 주기 위하여 본 연구는 선행연구를 통하여 카지노의 개념과 카지노 산업 전반에 대한 사항들을 파악하고, 또한 비교문화적 특징을 파악하여, 이를 카지노에 대한 이용속성과 연결시켜 한국인과 일본인의 인구통계적 특성에 따른 카지노 이용속성을 파악하

는 것이 본 연구의 목적이라고 할 수 있다.

연구의 목적을 구체적으로 언급하면 아래와 같다.

첫째, 카지노 이용객의 이용속성을 파악한다.

둘째, 카지노 이용객의 이용속성을 국적별로 파악한다.

셋째, 카지노 이용객의 이용속성을 국적별로 파악하여 한국과 일본의 비교 문화적 특성을 파악하여 세부시장별 마케팅전략을 세우는데 기여를 한다.

제 3 절 연구의 방법 및 연구의 범위

본 연구는 위에서 제시한 문제의 제기와 연구의 목적을 달성하기 위해 문헌적 고찰과 실증분석을 병행하고자 한다. 우선 문헌연구에서는 국내·외 관련 논문과 서적 및 보도자료, 정기간행물, 통계자료 등을 활용하여 카지노와 카지노산업, 카지노산업 현황, 비교문화, 그리고 카지노 이용속성에 대한 사항들을 이론적으로 고찰하였다. 그리고 외국인 카지노와 내국인 카지노를 출입하는 고객들의 이용속성에 대한 요인을 추출하여 이를 토대로 각각 요인들에 대한 하위변수를 선정하였다.

이렇게 구성된 각 요인들은 내국인 카지노를 이용한 사람과 외국인 카지노를 이용한 일본인들을 대상으로 하여 이들의 개인적 카지노 이용속성에 대하여 조사하였다.

이렇게 하여 조사된 자료들은 SPSS Version 10.0 통계패키지 프로그램을 통하여 내적 일관성 파악을 위한 신뢰도 검증과 타당성 분석을 위한 요인분석을 실시하였다. 또한 응답자들의 인구통계적 특성을 통한 이용성향에 대한 차이를 분석하기 위하여 t-test와 F검증을 실시하였고, 표본의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

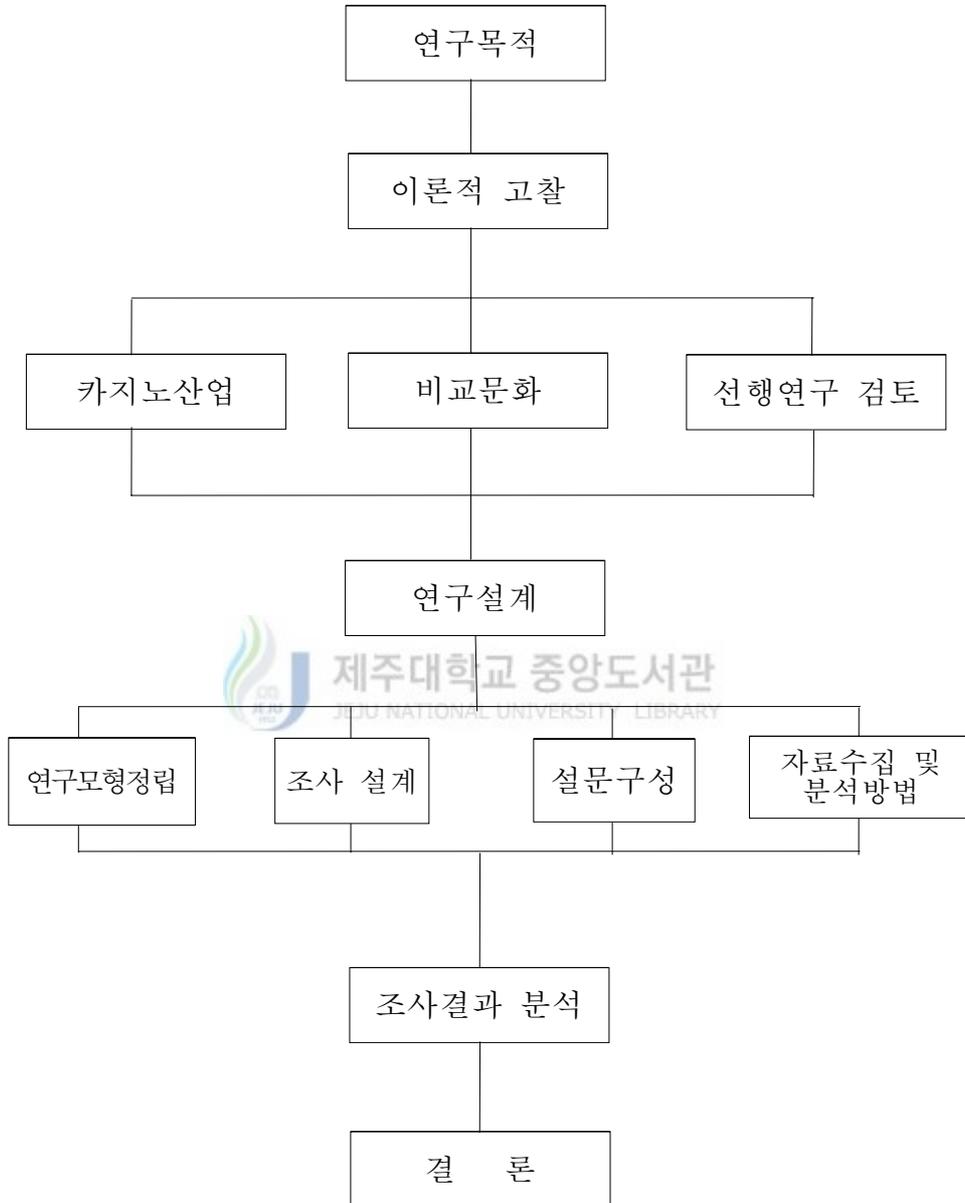
본 연구의 공간적 범위는 내국인 전용 카지노인 강원도 정선의 강원랜드 카

지노와 제주도내 카지노에 출입하는 외국인들을 대상으로 하였기 때문에, 강원도와 제주도로 한정하였다.

내용적 범위로는 카지노와 카지노산업, 비교문화, 그리고 이용속성으로 한정시켰다. 마지막으로 본 연구의 시간적 범위는 2003년 7월 10일부터 8월 30일 까지이다.

본 연구를 수행하기 위한 연구의 흐름을 살펴보면, 우선 1장에서는 연구의 필요성 및 목적, 그리고 범위 등을 기술하였고, 2장에서는 이론적 고찰을 통해서 카지노산업과 비교문화에 대한 개념들을 정리하였다. 아울러 기존의 서적 및 논문들을 통하여 관련 선행연구에는 어떠한 것이 있으며, 어떠한 형태로 연구가 진행되었는지를 파악하였다. 제 3장에서는 연구설계를 통하여 연구모형을 정립하고 조사설계를 하였으며, 또한 설문의 구성에 대한 언급을 하였고, 마지막으로 자료수집 및 분석방법에 대한 이해를 돕기 위해서 이에 대한 설명을 하였다. 제4장에서는 본 연구의 조사결과 나타난 사항들을 기술하였으며, 마지막 장인 결론에서는 본 연구가 주는 시사점과 연구의 한계의 향후 비슷한 유의 연구를 하고자 하는 사람들을 위한 제언 등을 피력하였다.

[그림 1-1] 연구의 기본틀(framework)



제 2 장 이론적 고찰

제 1 절 카지노산업의 개요

1. 카지노의 역사

도박에 대한 정의는 참으로 다양하다. 복권을 구입하여 상금을 노리는 사람의 행위는 도박이며 복권을 얻은 사람의 경우는 도박이 아니다. 왜냐하면 그 사람이 내 건 것이 아무 것도 없기 때문이다. 자신과 가족을 위해 주택을 구입한 사람의 경우는 비록 부동산 가격이 하락하여 금전적 손실을 입었다 하더라도 리스크를 생각하지 않고 살 집을 구입한 경우이기 때문에 도박이 아니다.

또한 다소 주관적인 기준에 의하기도 한다. 하루 벌어 사는 사람이 펀돈을 내기에 거는 경우 자신의 "가치 있는 것"을 베팅(betting)하는 것이기 때문에 도박이라고 하지만 같은 액수라도 부자의 경우는 그렇지 않다. 보통 도박은 경멸의 대상으로 이해된다. 카지노 사업자와 보험업자는 둘 다 수학적 확률에 기초하여 사업을 하며 이윤을 내고 있다.

그러나 전자는 인습적으로 존경을 받지 못하며 가끔은 법적인 제재를 받기도 한다. 반면 후자는 어느 사회에서나 법적인 보호를 받으며 또한 존경을 받는다. 1990년대에 들어서 미국, 캐나다, 유럽, 호주 및 뉴질랜드 등에서는 법적, 사회적 측면에서 상업 도박을 실질적으로 수용하기 시작했다. 이러한 현실적 반영은 카지노를 포함한 게임산업이 다양화하면서 사회적 수용의 폭이 확대되어 갔기 때문이다.

소비자 시각에서 보는 도박 그 자체는 지금까지 온당치 못한 행위 즉, '벌'을 감수하는 행위로 간주되어 왔으나 지금은 사회적 조류에 따른 참가 행위로

받아들여지고 있다. 더욱이 게임에 대한 사회적 인식 전환이 진전됨에 따라 자선단체와 교회 그리고 개인기업과 정부 기관에 이르는 각종 이익 단체들은 게임 산업이 가져다주는 경제적 이윤을 얻기 위해 상업 게임의 정당화를 추구하였으며 궁극적으로 이러한 경제 효용가치는 단순히 자기본위의 이익 추구 개념과는 구별되었다. 그러나, 이러한 현실적 인정에도 불구하고 게임 산업은 사교 활동과 사행성 행위라는 극단적인 양면성 때문에 논쟁의 여지를 갖고 있는 것도 사실이다.

게임 산업을 확대 발전시킬 것인지 아니면 현재의 제도를 개선할 것인지는 게임 산업에 대한 상충된 의견을 보여주는 것으로서 아직까지는 게임 산업이 합법성 논란의 대상임을 알 수 있다. 흔히 구시대적 관점에서의 게임 산업은 범죄, 정치적 부패, 혹은 도덕적 타락과 연계되어 혹독한 비난을 받아 왔었다. 이와 같은 부정적 시각은 일부 역사적인 사실에 근거를 두고 있다고는 하나 대부분의 내용들은 과장되었거나 혹은 법적, 제도적 개선을 통해 이제는 옛날 이야기가 되고 있다.

지금까지 상업 도박에 대한 잦은 법규 개정이 이루어지고 있는데 이는 사회적 측면의 폐단, 손실 및 역효과 등의 문제들이 여타 측면보다 더욱 더 부각되고 있기 때문이다. 하지만, 중요한 것은 게임의 세계적인 산업화 추세에 따라 상업 게임에 대한 일반 대중의 시각이 단순한 도박 행위에서 삶의 기회적 요소를 개발하는 행위로 바뀌어 가고 있다는 것이다.

이러한 일반 대중의 시각적 변화를 이루게 한 주요 요인으로는 지난 수 십년 동안 진행된 새로운 법률안 제정과 현 상업 게임의 활동 규제 완화를 강력히 추진한 결과이며, 이러한 경향은 1990년대 중반을 거쳐 지속적으로 진행되어 21세기를 지나서 더욱 가속화될 전망이다.

이처럼 일각에서 도박이라는 부정적인 시각으로 바라보는 카지노의 어원은 도박, 음악, 쇼, 댄스 등 여러 가지 오락시설을 갖춘 집회장(작은집)이라는 의미의 이탈리아어 카자(casa)가 어원이고 르네상스시대의 귀족이 소유하고 있었던 사교, 오락용의 별관을 뜻했으나 지금은 해변, 온천, 휴양지 등에 있는

일반 도박장을 뜻한다⁵⁾.

카지노의 의미는 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있다. 하나는 장소개념으로서, 유럽에 있어 카지노란 게임이나 무도회 등을 즐길 수 있는 여가선용의 사교장소에서 출발하여 오늘날에는 주로 도박이 이루어지는 장소를 의미하는 측면이다. 다른 하나는 행위적 측면의 접근을 들 수 있다. 즉, 돈을 벌기 위한 목적으로 게임을 하는 경마나 경륜, 투계, 복권 등과 같은 도박활동(gambling)의 일종으로 보는 것이다⁶⁾.

그러나 오늘날에 카지노는 이상과 같은 행위적, 장소적 개념을 초월한 형태로 대두되고 있음을 볼 수 있다. 즉, gambling의 일종이 아닌 gaming으로, 또한 단순한 도박장소가 아닌 종합적인 오락장소로 전환되고 있기 때문이다. 이에 따라 게임산업이 “카지노와 게임기구 및 게임장비와 같은 다양한 게임시설과 장소를 제공하고, 레스토랑, 라운지, 공연장을 포함한 유흥시설을 제공하는 업”으로 정의되고 있다⁷⁾.

또한 카지노의 어원은 작은 집이라는 의미의 이탈리아어의 'Casa'로서 여러 가지 오락 시설을 갖추어 놓은 집회장으로서 도박(gambling)을 하는 장소를 말한다. 여기서 도박(gambling)은 고대 영어인 앵글로 색슨어의 "Gamenian"에서 유래된 것으로 그 의미는 스포츠나 놀이(play)를 뜻하였다⁸⁾.

이처럼 카지노는 여러 가지 오락 시설을 갖추어 놓고 여가 선용을 위해 놀이를 하는 사교의 장이라는 뜻을 가졌다. 카지노의 사전적 해석으로는 "댄스 음악 등의 설비가 있는 오락장 또는 도박장으로서 처음에는 음악과 댄스를 위

5) Alan Wykes, *The Compete Illustrated Guide to Gambling*, A Books Limited, London, 1984, p.27.

6) 카지노가 경마나 경륜, 복권 등 여타 도박과 다른 점은 도박의 경우 정부 또는 그 산하단체나 지방자치단체 등 공공기관이 직접 운영하며, 그 용도도 각종 공익자금의 재원으로 한정되어 있는 경우가 많은 반면 카지노는 일반적으로 정부 또는 지방자치단체의 인·허가를 거쳐 순수 민간기업이 소유·운영하고 오직 자산의 사적 이윤 극대화를 위해 노력할 뿐, 정부·지방자치단체와는 조세수입 및 각종 수수료 등의 납부를 통하여 간접적으로만 관련을 맺고 있다는 점임.

7) Clark, *The Dictionary of Gambling & Gaming*, NY : Lexik House, 1987.

8) Alan Wykes, *op. cit.*, p.27.

한 대중적인 사고장으로 19세기 초반부터 설립되기 시작했으나 19세기 중반 이후부터는 도박 시설이 밀집되어 있는 전문적인 도박장을 지칭하는 말로 통용되었다”고 되어 있다.

2. 카지노산업의 의의 및 특성

1) 카지노의 개념

카지노를 정의하는데 있어서 크게 3가지의 기준으로 설명할 수 있다. 첫째는 사전적인 의미이다. 웹스터에 의하면 카지노란 모임, 춤 그리고 전문적인 gambling을 위해 사용되는 건물이나 광범위한 장소라고 정의하고 있다⁹⁾. 이 정의에 의하면 카지노는 gambling을 하기 위한 장소라는 장소적 개념으로 해석하고 있다. 둘째는 관광적인 의미 이전의 카지노에 대한 개념이다. 우리나라는 1994년 관광진흥법에 개정되기 이전에는 카지노에 대하여 그 법적 근거를 사행행위 등 규제법에 명시하였었다. 즉, 카지노업은 특정기구를 이용하여 우연한 결과에 따라 특정인에게 재산상의 이익을 주고 다른 참가자에게 손실을 주는 영업행위라고 정의하였다. 이 정의에 의하면 카지노는 사행행위에 속하는 것이며 카지노업은 사행 행위업으로서 국민적 정서와 상반된다는 이유로 내국인에 대한 영업은 엄격히 통제하고 외국인에게만 허용하게 되었다.

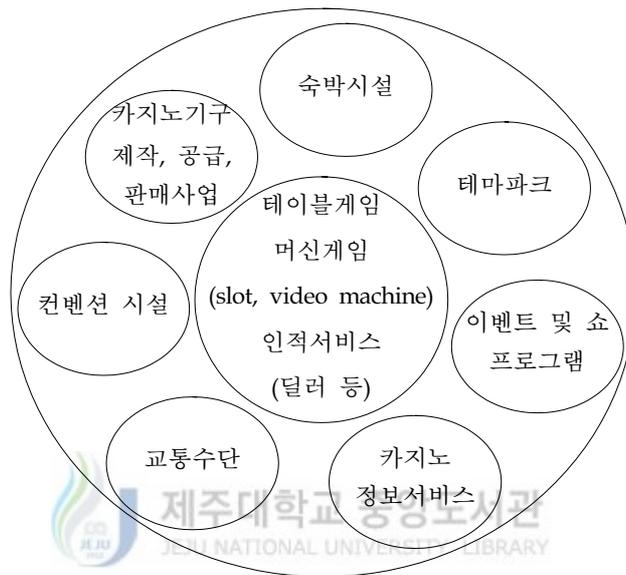
세 번째는 관광산업으로서 정의하는 경우이다. 우리나라 관광진흥법에는 카지노는 전용영업장을 갖추고 주사위, 트럼프 등 특정기구를 이용하여 우연의 결과에 따라 특정인에게 재산상의 이익을 주고 다른 참가자에게 손실을 주는 행위 등을 하는 업으로 규정하고 있다¹⁰⁾. 이 정의에 의하면 여전히 카지노는 사행성을 가진 영업장을 의미하고 있으며 외국인을 대상으로 영업을 하는 것

9) 황창규, “카지노산업의 효과적인 촉진방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 동국대학교 정보산업대학원, 1997, p.4.

10) 관광산업연구회, 「관광사업경영론」, 학문사, 1998, p.147.

이라 할 것이다. 외국인을 대상으로 한다는 사실은 관광산업과 연관을 갖는다는 것을 의미한다고 할 것이다.

[그림 2-1] 카지노 지역 관광산업의 구성



자료 : 이충기 외, 「카지노산업의 이해」, 일신사, 1999. p.24.

특히 외국인의 국내 방문시 거주하는 관광호텔에는 카지노가 부대시설로 설치되어 외래관광객들에게 게임, 오락, 유흥 등을 제공하고 있다. 이것은 외국인의 국내관광을 유도하고 이를 통하여 외화획득은 물론 지역경제의 활성화, 국제수지개선, 고용창출 등 관광산업의 경제, 사회적 효과에서 얻을 수 있는 효과를 얻게 된다는 의미에서 관광산업의 일환으로 정의되어 지는 것이다.

카지노업을 법률적으로 파악한다면, 사행행위 등 규제 및 처벌특례법에서 사행행위영업으로 규정되어 오다가 1994년 8월 3일 관광진흥법의 개정으로 새로이 관광사업으로 규정되어 발전의 토대를 마련하였다.

관광진흥법 제3조 1항의 제4호의 2목에 관광사업의 종류로서 카지노를 “전

용영업장을 갖추고 주사위, 트럼프 등 특정한 기구 등을 이용하여 우연의 결과에 따라 특정인에게 재산상의 이익을 주고 다른 참가자들에게 손실을 주는 행위 등을 하는 업”으로 규정하고 있다.

이에 맞추어 카지노산업의 개념을 살펴보면, 산업이란 인간의 생활에 필요한 여러 종류의 재화를 생산·판매하는 경제 분야를 총칭하는 것으로 이들 산업은 영리를 목적으로 한다. 카지노가 단순한 게임제공 차원에서 벗어나 볼거리와 즐길 거리 등 다양한 여가활동을 제공함에 따라 산업의 체제를 갖추기 시작했다. 카지노 산업은 “관광객의 게임욕구와 다양한 여가욕구를 충족시켜 줄 유·무형의 서비스를 제공하는 사업과 이를 간접적으로 지원해주는 카지노 관련 산업”으로 정의될 수 있다.

오늘날 주요 관광선진국에서 카지노산업을 보는 관점은 크게 경제적 측면과 관광시설 다양화의 측면의 있다. 전자는 외화획득, 지역경제 활성화, 세수확보, 자국민의 외화유출방지 등을 위해 카지노 산업을 고부가가치 관광산업으로 육성하고 있는 경우이다. 후자는 카지노산업을 국내외 관광객에게 다양한 여가활동을 제공하는 레저산업의 일환으로 보고 도박이 아닌 게임산업으로 인식하는 경우이다.

우리나라에서 카지노산업은 관광산업의 발전과 크게 연관되어 있다. 특히 카지노는 관광호텔 내에 위치하여 외래관광객에게 게임·오락·유흥 등 야간 관광활동을 제공함으로써 체류기간을 연장시키고, 관광객의 소비를 증가시키는 주요한 관광산업 중의 하나로 발전되어 왔다.

지금까지 우리나라 카지노 산업은 외래관광객으로부터 외화를 벌어들여 국제수지를 개선하는데 기여해 왔으며, 국가재정수입의 확대와 소득 및 고용창출 등 긍정적인 경제적 효과를 가져온 주요 부문이라고 할 수 있다¹¹⁾.

11) 이충기 외, 「카지노산업의 이해」, 일신사, 2000, pp.23-25.

2) 카지노산업의 특성

(1) 인적 서비스에 대한 높은 의존성

카지노 산업은 노동집약적 성격의 기업으로서 인적 자원에 대한 의존도가 타기업에 비해 아주 높다고 할 수 있다. 카지노에 대한 고객의 태도를 결정하는 주요 사항은 서비스에 의해 결정된다. 따라서 카지노 사업은 인적·물적 서비스가 고객의 만족도에 직결되므로 카지노 사업의 경영에 커다란 영향을 준다.

(2) 연중 무휴 및 높은 고용효과

카지노업은 일정의 시설만 갖추고 연중 무휴로 영업하는 순수 인적 서비스업이다. 카지노는 하루 24시간 동안 상품을 판매하고 카지노와 고객간의 대인관계는 휴일이 없으며, 종사원은 항상 근무를 하여 고객에게 서비스를 제공한다. 특히 카지노사업은 타업종에 비해 시설이나 규모는 작지만 게임 테이블 수에 비례하여 종사원을 채용하기 때문에 규모가 큰 호텔 종사원 수와 호텔의 일부분을 임대한 카지노 종사원의 수가 비슷하며 경영 규모면에서는 카지노가 오히려 크다. 또한 카지노업은 실내 유키장에서 이루어지는 영업으로 악천후시에 야기되는 옥외관광상품의 대체상품으로써 상품의 한계가 거의 없고 야간 관광상품으로도 이용될 수 있다.

(3) 관광객의 체재기간 연장 및 관광객 경비지출 증가

관광객 중에 카지노 게임을 즐기다 보면 예정일보다 늦어지는 경우가 있으며, 또 체재기간이 연장되면 경비도 늘어나게 된다. 카지노 이용객의 1인당 소비액은 외래 관광객 1인당 소비액의 약 38%를 차지할 정도로 단일 지출항목으로는 높은 비중을 차지하고 있으며, 그 소비액은 매년 증가세를 보이고 있어 외래관광객 소비지출을 증가시키는 주요한 관광상품이다.

(4) 호텔영업에 높은 기여도 및 의존도

카지노 고객은 게임을 목적으로 찾아오기 때문에 호텔내의 좋은 객실, 값비싼 식음료, 부대시설을 이용하므로 일반관광객보다 매출액이 매우 높고, 또 카지노 고객은 타호텔에서 투숙하면서 타 카지노에서 게임을 하지 않으므로 카지노내의 호텔에 투숙하기를 원한다. 카지노를 직영하는 호텔의 경우 카지노 수입이 전체 매출의 59%를 차지하고, 객실 수입 12%, 식음료 수입 22%, 기타 수입 7%를 보여주고 있어 호텔의 영업신장에 크게 기여하며, 호텔의 객실, 식음료, 유흥시설, 기타 부대시설을 이용하기 때문에 호텔에 추가적인 매출액을 증가시킨다¹²⁾.

3. 카지노산업의 발전과정

우리나라는 1961년 ‘복표발행현상 및 기타 사행행위 단속법’의 제정으로 국내 카지노산업의 도입근거를 마련하여 1967년 국내 최초로 인천의 올림포스 호텔에 카지노를 개설하게 되었다. 그 다음해인 1968년에 우리나라 최대의 카지노인 워커히 카지노가 서울의 워커히호텔에 개장함으로써 외화획득에 커다란 전기를 마련하게 되었다.

하지만 내국인들의 카지노 출입이 문제가 되면서 1969년에 내국인 출입금지에 관한 규정을 제정하여 내국인의 카지노 출입을 법적으로 금지시키기에 이르렀다.

1970년대는 외래 관광객 수용시설확충과 더불어 카지노 업체의 증가를 가져온 시기였는데, 1971년에는 속리산 관광호텔, 1975년에는 제주칼호텔, 1978년에는 부산 파라다이스 1979년에는 코오롱호텔 카지노 등 전국의 유명 관광지에 카지노를 설치하여 외국인 관광객 유치에 도움을 주었다.

12) 구경원, 전계논문, pp.11-12.

<표 2-1> 우리나라 카지노산업의 발전과정

년대	발 전 과 정
1960년대	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 1961년 ‘복표발행현상 기타 사행행위단속법’의 제정으로 국내 카지노산업의 도입근거 마련 ◦ 1967년 국내 최초로 인천올림픽포스호텔 카지노개설 ◦ 1968년 서울워커히호텔 카지노개장 ◦ 1969년 내국인출입금지에 관한 규정 제정
1970년대	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 외래관광객수용시설확충과더불어카지노업체의증가 ◦ 1971년 속리산, 1975년 제주칼, 1978년 부산파라다이스, 1979년 코오롱호텔카지노 등 총 6개 업체로 확대됨
1980년대	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 1980년 설악파크호텔 카지노개장 ◦ 1985년 제주하얏트호텔카지노개장
1990년대	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 1990년대초제주지역에한해카지노산업규제완화조치 ◦ 1990년 제주그랜드, 제주 남서울(현재는 크라운 프라자), 서귀포칼, 제주오리엔탈카지노개장 ◦ 1991년 제주신라, 1995년 라곤다호텔(현재는 퍼시픽 호텔 임) 카지노개장으로 제주지역에 총 8개의 카지노업체 ◦ 1994년관광진흥법개정으로카지노업이관광산업으로분류(주무관청이 내무부에서 문화관광부로 이관) ◦ 강원카지노·리조트사업본부설치 ◦ 1997년 12월 카지노업의 게임종류가 15종에서 18종으로 확대됨- 머신게임(슬롯, 비디오게임), 빙고게임추가 ◦ 1999년 5월 외국인카지노투자에 대한 합법화입법예고
2000년대	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 2000년 10월강원도폐광지역정선의강원랜드스몰카지노개장

자료: 이충기 외, 「카지노산업의 이해」, 일신사, 1999를 참조하여 연구자 재작성.

1980년대에는 설악파크호텔(1980년), 제주 하얏트호텔 카지노(1985)가 개장 하였으며, 1990년대에 이르러서는 무려 여섯 군데의 카지노가 우리나라의 대표적인 관광지인 제주도에 들어서게 되었다.

이를 구체적으로 살펴보면, 1990년에 제주 그랜드와 제주 남서울(현 크라운 프라자), 서귀포칼, 오리엔탈카지노가 개장을 하였으며, 1991년에는 제주신라, 1995년에는 라곤다(현 퍼시픽) 호텔이 카지노를 개장함으로써 총 8개의 카지노가 제주도에서 운영되게 되었다.

1994년 관광진흥법의 개정으로 인하여 카지노업이 관광산업으로 분류되면서 강원카지노 및 리조트 사업본부가 설치되었으며, 드디어 2000년 10월에 내국인 출입이 허용된 강원도 폐광지역 정선에 위치한 강원랜드 스몰카지노(small casino)가 개장하게 되었고, 2003년에는 그랜드 카지노가 개장을 하였다. 이는 기간 산업이 몰락한 지역에 관광산업을 활성화시킴으로써 지역경제를 활성화시키기 위한 노력이 일환으로 이루어졌으며, 기존의 외국인 관광객 유치를 목적으로 한 카지노업의 허가와는 그 설립 목적부터 다르다고 하겠다.

제 2 절 카지노산업 현황



1. 세계 카지노산업 현황

오늘날과 같은 카지노의 기원은 17-18세기 유럽에서 찾아볼 수 있는데, 중세 유럽의 귀족사회에서 사교의 한 수단으로 태동하였다. 19세기에 들어와 유럽인의 활동이 활발해지면서 카지노가 회원제 형태로 유럽각국에 소개되어 전 세계에 확산되어 나가기 시작하였으며, 유럽지역의 소규모 형태의 카지노가 아프리카, 호주, 아시아, 미주지역에서 나타나기 시작했다.

20세기 초까지는 카지노의 모태인 중유럽 지역이 카지노의 중심지였으나, 미국으로 도입된 카지노가 1930년에 들어와서 세계경제 대공황을 극복하기 위한 경제정책의 일환으로 카지노가 육성되기 시작하면서 전형적인 상업적 성격으로 발전하였으며, 미국이 새로운 카지노의 중심 지역으로 등장하였다. 미국

으로 도입된 카지노는 유럽 지역의 소규모 클럽 형태를 과감히 탈피하여 거대한 기업 집단으로 발돋움하였으며, 네바다주에서 시작된 카지노가 1988년 이후 미국 전역으로 확산, 2000년 현재 24개 주의 인디언 보호구역내에서 326개의 카지노를 운영하고 있다¹³⁾.

아시아 지역은 유럽과 미국의 영향을 받아 서양식 카지노의 형태로 개설되어 왔으며 외화 획득 및 자국민의 외화 유출을 막기 위하여 카지노가 점차 확산되어 왔다. 러시아를 비롯한 동유럽 지역의 경우 자유화 바람을 타고 사회주의 국가에서조차 카지노를 도입하여 활성화하고 있는 추세이다. 이들 국가는 새로운 정치형태와 자유시장 경제체제로 전환하면서 부족한 외화를 획득하기 위한 수단으로 카지노설립을 허용하고 있다.

1990년대 중반 이후 정보산업의 발달과 개인용 컴퓨터의 대량보급으로 인터넷을 이용한 온라인 카지노(on-line casino)가 등장하여 빠른 속도로 확산되고 있다.

오늘날 대부분의 국가에서 카지노 사업을 합법화하여 첨단 관광 사업으로 장려함으로써 외화 유출 방지와 세수 확보, 경제 활성화를 주목적으로 하고 있다. 카지노가 차지하는 비중이 커짐에 따라 이전의 도박(gambling)이라는 의미는 점점 희석되어 가고 카지노 산업(casino industry) 혹은 게이밍 산업(gaming industry)이라고 하여 부가가치가 높은 서비스산업으로 간주해 가는 추세이다.

세계의 카지노산업의 현황을 살펴보면, 전 세계 약 114개국에 약 2,020개소가 있으며, 이러한 수치는 해마다 늘어가고 있는 실정이다. 카지노의 확산은 카지노가 국가 경제에 미치는 영향이 높아갈수록 지속적으로 늘어날 전망이다.

북미는 2개국에 855개 카지노 업체를 소유하고 있어 전체의 약 42%, 유럽은 34개국에 692개소가 있어 전체의 34%, 중남미는 12개국에 158개소가 있어 전체의 8%, 아프리카는 33개국에 129개소가 있어 전체의 6%, 카리브해는 16

13) 원갑연 외, 전계서, p.33.

개국에 95개소가 있어 전체의 5%,아시아는 10개국에 60개소가 있어 전체의 3%, 오세아니아는 7개국에 28개소가 있어 전체의 1%, 중동지역은 2개국에 3개소가 있으며, 아프리카와 아시아 그리고 중남미 지역이 빠르게 성장을 하고 있다.

카지노는 대체로 세계적으로 유명한 관광휴양지에 입지하고 있어¹⁴⁾, 카지노 연구자들은 카지노와 관광산업이 상호 밀접한 관련이 있는 것으로 파악하고 있다. 세계적으로 유명한 관광휴양지인 미국의 라스베가스 와 모나코는 카지노와 관광산업이 동시에 발달한 곳으로 꼽히고 있는데, 카지노와 관광산업이 이들 지역산업의 근간을 이루고 있다. 온천휴양지로 유명한 독일의 바덴바덴, 바트홈부르크, 오스트리아의 비엔나, 바덴, 프랑스의 휴양지 니스, 스위스 루체른, 네덜란드의 암스테르담, 체코의 프라하, 호주의 골드코스트, 멜버른, 말레이시아의 겐팅하이랜드, 마카오, 필리핀 등은 관광휴양지로서 뿐만 아니라 카지노 장소로도 각광받고 있다¹⁵⁾.



1) 북미

카지노의 합법적인 역사는 1931년 네바다주에서 경제 공황을 극복하기 위해 경제개발의 목적으로 카지노를 육성하면서부터 발전되었다. 그리고 1976년 뉴저지주의 애틀란타시에서 합법화 되는데 이어 2년 후 두 개의 카지노 업소가 영업을 시작하였다. 1989년부터 1998년까지 9개의 주-콜로라도, 일리노이, 인디애나, 아이오와, 루이지애나, 미시간, 미시시피, 미주리, 사우스 타코다-에서도 카지노가 합법화되었다. 현재 미국의 카지노 산업은 부의 상징으로 대다수의 주에서 카지노를 합법화하기 위하여 끊임없이 노력하고 있다. 현재 미국 11개 주에서 470개의 상업적인 카지노장과 24개 주에 326개의 인디언 카지노장이 개설되어 있으며 미국경제를 발전시키는 큰 원동력으로 자리 잡고 있다¹⁶⁾.

14) 그러한 이유로 인하여 우리나라의 경우에도 제주도와 설악산, 경주 등 리조트 단지에 카지노가 많이 들어서 있는 실정이다.

15) 한국관광연구원, 「카지노 전산시설 운영검증 및 효율화 방안」, 1997, p.20.

16) 원갑연 외, 전게서, pp.33-36.

캐나다의 경우에도 1990년 이전에는 비영리단체가 운영하는 소액 판돈의 (small-stakes) 이른바 자선(慈善)카지노만이 British Columbia, Alberta, Saskatchewan, Manitoba 등 서부 지방에 개설되었다. 그러나 1995년부터 Winnipeg, Montreal, Halifax, Winsor 등 주요 대도시에 완전한 형태의 카지노를 운영하기 시작하였다. 또 퀘벡과 Nova Scotia에는 카지노 리조트 호텔이 개장되었다¹⁷⁾.

2) 아시아

아시아 지역의 게임산업은 종교와 정치적 이념으로 인하여 다른 대륙과는 달리 그다지 활성화되지 못하였다. 주로 천연 관광자원이 빈약하여 관광 대체 산업이 부족한 나라들 위주로 성장했으며, 현재는 태국, 베트남, 중국 등이 카지노 허가 움직임을 보이고 있다.

아시아 지역은 마카오, 필리핀, 말레이시아, 네팔, 한국 등 5개국 39개 카지노가 영업을 하고 있는데, 현재는 태국, 베트남, 중국 등이 카지노를 허가할 움직임을 보이고 있다. 그 중에서도 마카오는 카지노가 관광산업 수입원의 핵심 역할을 하고 있다

마카오에서는 중남미의 다른 포르투갈 식민지와 마찬가지로 비교적 일찍이 마약, 매춘의 대체 산업으로 1934년에 카지노가 도입되었다. 현재 모두 9개소에 달하는 카지노가 마카오 稅收의 절반 가량을 담당하고 있다. 1999년 12월 20일 중국에의 반환을 앞두고 있는 마카오가 여전히 동양의 카지노대국으로 남을 것인지 귀추가 주목되고 있다.

필리핀에서는 1977년 정부에 의해 설립된 공익 법인인 필리핀 오락게임공사 (PAGCOR: Philippine Amusement & Gaming Corporation)에서 12개의 카지노가 운영 되고 있다. 이 중에서 10개소는 PAGCOR가 직영하고 나머지 2개소는 외국인 투자와 외래관광객을 유치할 목적으로 외국인에게 운영권을 주고

17) William R. Eadington, "The Legalization of Casinos", *JTR*, 34(3), 1996, pp.3-8.

있다. 카지노 이용객의 80%는 내국인이며 나머지 20%가 외래 관광객이다.

말레이시아에서는 1965년에 개발된 겐팅 하이랜드 리조트의 카지노가 유일하다. 겐팅 하이랜드 리조트는 해발 1,800m에 위치한 14만평의 면적에 5개의 호텔로 총 3000여 개의 객실을 비롯하여, 카지노, 테마파크, 컨벤션 센터 등으로 구성되어 있다. 말레이시아 초대 수상인 툰쿠 압둘 라만(Tunku Abdul Rahman)이 당시 거대한 프로젝트의 개발을 촉진하기 위해 1972년 처음으로 겐팅 하이랜드 리조트에 카지노 사업을 허가한 이후 지금까지 독점 영업을 해오고 있다. 겐팅 하이랜드(Genting High Land)의 연간 방문객은 1,500만 명을 넘고 있다.

네पाल은 1969년부터 카트만두에 4개의 카지노가 개설되어 있으며, 외화 획득 목적으로 외국인 전용이다. 중국은 그간 정치적 이념으로 인해 게임산업을 금지하였으나 최근 경제 활성화를 위하여 천진(天津), 청도(靑島) 등 외국인 관광객과 기업인의 출입이 잦은 지역에 미국의 대형 카지노 호텔 및 슬롯 머신 제조업체와 공동으로 대규모 카지노 시설 설립을 추진하고 있다¹⁸⁾.



2. 국내 카지노산업의 현황

현재 우리 나라에 있는 카지노 중 호텔 직영으로 운영하는 업체는 부산의 파라다이스 호텔 카지노와 제주도의 오리엔탈호텔 카지노 등 두 군데이고, 강원랜드 카지노는 민과 관의 합작으로 설립되었으며, 나머지 카지노 업체들은 모두 호텔내에 업장을 임대하여 운영하고 있는 실정이다.

그리고 게임 테이블 수가 가장 많은 카지노업체는 서울의 워커히 카지노이며, 그 수는 78개에 달한다. 반면 게임 기계의 수는 강원랜드 카지노가 960개로 서울의 워커히 카지노의 155개 보다 월등히 많은 것으로 나타났으며, 계

18) 양일용, “외래관광객의 태도가 카지노관광행동에 미치는 영향에 관한 연구”, 박사학위논문, 대전대학교 대학원, 2000, pp.22-24.

임대수 총계에서도 강원랜드가 가장 많은 1,060개로 나타났다.

<표 2-2> 국내 카지노업체 현황 및 기구보유대수

(2003년 6월 현재)

지역	카지노명	운영형태	게임대수		
			테이블	머신	합계
서울특별시	위커힐	임대	78	155	233
부산광역시	파라다이스	직영	29	40	69
인천광역시	오림포스	임대	25	32	57
경상북도	힐튼	임대	24	38	62
강원도	설악파크	임대	14	25	39
	강원랜드	민·관출자	100	960	1,060
제주도	그랜드	임대	34	50	84
	제주칼	임대	21	20	41
	신라	임대	26	15	41
	오리엔탈	직영	20	15	35
	크라운프라자	임대	20	50	70
	하얏트	임대	19	30	49
	퍼시픽	임대	24	30	54
	롯데	임대	32	50	82
합계		-	466	1,510	1,976

자료: 한국카지노관광협회, 2003년 자료를 참조하여 연구자 재작성

우리나라의 외국인 전용 카지노의 이용객 및 매출액 추이를 살펴보면, 2002년 현재 이용객 수는 64만 여명이며, 매출액은 4,000억 원이 넘는 것으로 나타나 외화 획득에 상당한 기여를 하고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 1인당 평균 소비액이 632,171원 정도로 타 목적의 관광객들보다 상당히 많은 돈을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 2-3> 국내 외국인전용 카지노이용객 및 매출액 추이

년도	이용객수 (명)	증가율 (%)	매출액 (백만원)	증가율 (%)	평균소비액 (원/1인)
1996	517,672	-	215,038	-	415,394
1997	518,178	0.1	231,132	7.0	446,048
1998	689,254	24.8	285,200	19.0	413,781
1999	694,899	0.8	299,496	4.8	430,992
2000	636,005	-9.3	340,487	12.0	535,352
2001	626,851	-1.5	382,646	11.0	610,426
2002	647,722	3.3	409,471	7.0	632,171

자료: 한국카지노업관광협회, 2003년 자료를 참조하여 연구자 재작성

지역별 카지노 이용객 추이를 살펴보면, 2002년 기준으로 서울이 가장 많은 378,781명으로 가장 많고, 그 다음이 부산 112,240명, 제주 106,088명, 경북 22,038, 인천 21,821, 강원(강원랜드 제외) 6,664명으로 나타났다. 이는 제주도가 가장 많은 여덟 군데의 업체를 가지고 있음에도 불구하고 이용객 면에서는 서울 위커킬호텔 카지노와 부산 파라다이스 카지노에 비해 상대적으로 저조한 것으로 나타나고 있다. 이는 외국인 관광객들이 제주보다는 서울이나 부산 등 대도시를 선호하는 경향에서 비롯되었다고 볼 수 있다.

<표 2-4> 지역별 카지노 이용객추이

(단위: 명)

년도	서울	부산	인천	경북(경주)	강원(설악)	제주
1996	327,620	56,791	20,440	8,518	984	103,319
1997	326,997	69,679	20,530	11,219	1,084	88,689
1998	510,199	80,892	13,060	13,417	2,277	69,409
1999	484,909	95,130	15,518	17,178	5,776	78,388
2000	406,114	105,548	16,909	18,290	4,830	84,314
2001	410,614	105,262	22,837	15,044	5,883	67,211
2002	378,871	112,240	21,821	22,038	6,664	106,088

자료: 한국카지노업관광협회, 2003.

<표 2-5> 지역별 카지노 매출액추이

(단위: 백만원)

년도	서울	부산	인천	경북(경주)	강원(설악)	제주
1996	116,906	35,236	8,514	582	943	56,483
1997	132,401	35,105	4,232	1,618	545	63,825
1998	163,900	44,301	7,475	4,379	1,230	72,779
1999	168,637	48,020	7,463	3,405	1,592	80,010
2000	192,289	49,930	10,153	6,502	1,449	95,089
2001	211,980	53,889	18,549	7,829	638	89,762
2002	229,153	56,921	17,793	6,270	899	98,435

자료: 한국카지노업관광협회, 2003년 자료를 참조하여 연구자 재작성

지역별 카지노 매출액 추이를 살펴보면, 서울이 약 2,300억원 정도로 가장 많고, 그 다음이 제주 980여 억 원, 부산 약 570억 원, 인천 178억 원의 순으로 나타났다. 카지노 이용객 수에서는 부산이 제주를 앞질렀으나 매출액에서는 제주가 부산 지역보다 더 많은 것으로 나타났다.

<표 2-6> 지역별 카지노 가동율 현황

(단위: %)

구분	서울	부산	인천	경북(경주)	강원(설악)	제주
1997	17.80	9.35	3.46	3.34	0.37	1.90
1998	22.80	9.40	2.20	2.90	3.60	1.26
1999	21.70	11.00	2.30	3.70	1.60	1.44
2000	17.40	10.70	2.50	2.80	1.20	1.61
평균	19.93	10.11	2.62	3.19	1.69	1.55

자료: 한국카지노업관광협회, 2003년도 자료를 참조하여 연구자 재작성.

국내 카지노 업체의 가동률을 조사한 결과 1997년부터 2000까지의 평균 가동율이 서울지역이 가장 높은 19.93%로 나타났고, 그 다음이 부산 10.11%, 경주 3.19%, 인천 2.62%이고, 강원도 설악¹⁹⁾1.69, 제주가 가장 낮은 1.55%인 것으로 나타났다.

제주도에 입지한 카지노업체들의 가동율이 저조한 이유는 다양하겠지만, 우선 제주도를 찾는 외국인이 많지 않다는 점과 제주도에는 8개 업체가 있기 때문에 공급 과잉이 이러한 저조한 가동율을 가져오는 주요 원인이라고 할 수 있다.

<표 2-7> 외래관광객 카지노 이용현황

(단위: 천명)

구분	외국인관광객(A)	카지노이용객(B)	B/A(%)
1992	243	116	47.74
1993	277	118	42.60
1994	222	106	47.75
1995	242	129	53.31
1996	209	103	49.28
1997	184	89	48.37
1998	224	69	30.80
1999	247	78	31.58
2000	288	84	29.17
2001	290	67	23.10
2002	290	106	36.55

자료: 한국카지노업관광협회, 2003.

19) 2000년까지 강원랜드 카지노는 개장을 하지 않았기 때문에 강원도 설악에 있는 카지노만을 대상으로 함.

외래 관광객의 카지노 이용현황을 살펴보면, 2002년 기준으로 외국인 관광객 중 36.55%가 카지노를 이용하는 것으로 나타나, 외국인 관광객 3명 중 1명이상이 우리나라를 방문했을 경우에 카지노를 이용하는 것으로 나타났다.

그리고 2000년에 개장한 우리나라 최초의 내국인 전용카지노인 강원랜드의 경우에는 카지노를 이용한 이용객 수는 2002년 현재 918,698명으로 100만 명 돌파가 멀지 않았다. 그리고 매출액도 4,680억 원이 넘어 우리나라 전체 카지노 매출액의 약 75%를 넘는 것으로 나타났다.

<표 2-8> 강원랜드 이용객 수 및 매출액 추이

년도	이용객수(명)	매출액(백만원)	1인평균소비액(원)
2000	209,349	88,435	422,429
2001	899,590	453,179	503,762
2002	918,698	468,520	509,983

주) 2000년도 자료는 2000. 10. 28. ~ 2000. 12. 31일.

자료 : 강원랜드 내부자료, 2003. 연구자 재구성

강원랜드에 근무하는 총 인원은 2003년 7월말 현재에 2436명에 달하고 있다. 그 중 카지노본부에 총 1160여 명이 근무하고 있어 거의 50%에 달하는 직원들이 테이블 영업, 머신 영업, 관측, 안전관리, 카지노 지원 등의 업무를 담당하고 있다. 이는 이 부서가 강원랜드에서 가장 중요하며 또한 카지노 업체에서도 가장 중요한 부서라는 것을 말해주고 있다.

이외에도 강원랜드 테이블 게임수가 총 100대 이며, 이중 VIP회원 영업장에 20대, 일반 영업장에 80대가 설치되어 있다. 강원랜드에 있는 게임의 종류로는 바카라, 블랙잭, 룰렛, 빅휠, 다이사이, 릴 머신, 비디오 머신 등이 있으며, 이중 바카라(VIP 업장 16대, 일반영업장 30대)와 블랙잭(VIP 영업장 4대, 일반 영업장 30대) 테이블이 가장 많은 것으로 나타났다.

강원랜드의 총 면적은 4,212평이고 영업장 면적은 2020평, 수용인원은 2,500명이다. 그리고 영업시간은 오전 10시부터 익일 오전 6시까지이다.

<표 2-9> 강원랜드 인원현황

부 서		인원(명)	부 서		인원(명)
사장 직속 부서	기획조정실	22	호텔 본부	호텔영업실	27
	홍보부	11		객실부	143
	대외협력부	10		식음료부	299
	서울사무소	6		조리부	256
	모니터부	37		스몰 영업부	64
	소계	86		소계	789
경영 지원 본부	인력지원실	32	건설 본부	테마파크부	56
	총무부	26		건축부	14
	재무관리	33		토목부	16
	구매부	14		시설관리부	25
	정보시스템부	24		소계	111
	카지노환전	135			
소계	264				
카지노본 부	카지노 지원부	31	노동조합	2	
	테이블 영업부	813			
	머신 영업부	93			
	관측부	66			
	안전관리부	159			
	소계	1,162	합계	2,436	

자료 : 강원랜드 내부자료, 2003년 7월말 기준

3. 제주지역 카지노 산업 현황

제주도내 카지노업체 중 호텔 직영으로 운영하는 곳은 오리엔탈 카지노가 유일하며, 나머지 호텔 카지노는 호텔내에 업장을 임대하여 운영하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 제주도내에서 규모가 가장 큰 카지노업체는 그랜드호텔로서 일곱 가지의 게임 종류에 84대의 게임기가 설치되어 있으며, 서귀포칼호텔이 가장 적은 4종 15대로 운영하고 있는 것으로 나타났다.

<표 2-10> 제주도 카지노업체 현황

업체명	운영형태	게임대수	등록년월	비고
제주칼호텔	임대	6종 41대	1975.10	-
그랜드호텔	임대	7종 84대	1990.9	-
오리엔탈호텔	직영	6종 35대	1990.11	-
크라운프라자호텔	임대	6종 70대	1990.9	-
서귀포칼호텔	임대	4종 15대	1990.9	-
신라호텔	임대	6종 39대	1991.7	-
퍼시픽호텔	임대	5종 73대	1995.12	-
롯데호텔	임대	6종 82대	2001.12	하얏트카지노이전

자료 : 한국카지노업관광협회, 2002년도 자료를 참조하여 연구자 재작성

제주도 카지노업체의 매출현황을 조사한 결과, 2002년 기준으로 그랜드호텔이 가장 많은 약 300억 원 정도의 매출을 올린 것으로 나타났으며, 그 다음이 신라호텔 카지노 176억 원 정도, 롯데 호텔카지노 173억 원 정도로 나타났다.

제주도 카지노업체 이용현황을 살펴보면, 2002년 기준으로 그랜드호텔 카지노가 가장 많은 3만 3천여 명, 롯데 2만 8천여 명, 신라 약 1만 2천 명, 제주 칼호텔 약 1만 1천 600명 정도의 순으로 나타났다.

<표 2-11> 제주도 카지노업체 매출현황

(단위: 백만원)

구분	제주칼	그랜드	오리엔탈	클라운프라자	서귀포칼	신라	퍼시픽	하얏트	롯데	평균
1992	420	3,433	1,069	569	948	8,558	-	7,481	-	3,211
1993	534	13,995	2,259	565	1,041	8,672	-	7,809	-	5,063
1994	-	17,556	2,229	9,290	1,478	12,645	-	8,116	-	8,658
1995	1,204	19,058	1,681	7,528	1,807	14,412	-	10,690	-	9,130
1996	4,734	19,356	1,513	5,302	1,938	11,512	1,960	4,866	-	7,060
1997	9,886	20,930	1,976	6,593	104	9,339	2,716	5,687	-	7,978
1998	14,248	21,590	3,742	8,865	5	12,412	2,588	727	-	9,097
1999	14,303	21,694	5,171	9,631	558	11,632	1,325	6,065	-	10,001
2000	15,640	25,290	3,767	14,927	91	15,868	120	4,459	-	11,886
2001	19,464	30,651	6,911	14,363	2	18,334	21	-	17	12,821
2002	13,701	29,830	7,788	9,764	-	17,610	138	2,309	17,294	12,304

자료 : 한국관광연구원, “카지노관련법·제도의 단기적 개선방안” 2000.
한국카지노업관광협회 2003년 내부자료를 참조하여 연구자 재작성.

2000년 기준으로 제주도내 카지노업체 평균 가동률은 1.61%이며, 그 중에서 그랜드호텔이 가동률이 가장 높은 4.90%로 나타났으며, 그 다음이 제주칼 2.0%, 신라 1.8%의 순으로 나타났다.

하지만 2003년에 들어서는 SARS와 일본의 장기불황 등의 여파로 인하여 일본과 중국 등으로부터의 관광객 유입이 현저히 줄어들어 가동율이 더 떨어져 제주도 카지노업체들이 심각한 경영난에 허덕이고 있는 실정이다.

<표 2-12> 제주도 카지노업체 이용객 현황

(단위: 명)

구분	제주칼	그랜드	오리엔탈	클라운프라자	서귀포칼	신라	퍼시픽	하얏트	롯데	평균
1992	5,067	23,990	13,722	29,734	1,503	29,327	-	12,502	-	16,549
1993	1,385	49,121	10,184	20,453	1,177	25,023	-	10,842	-	16,884
1994	-	50,543	8,466	15,071	1,671	18,436	-	11,992	-	15,168
1995	3,389	56,945	15,069	16,480	2,498	14,756	-	19,809	-	18,421
1996	7,419	48,947	11,151	12,290	2,090	6,751	3,555	11,116	-	12,915
1997	10,317	41,646	6,588	12,501	852	6,813	3,867	6,085	-	11,084
1998	10,354	34,697	5,906	7,788	101	6,438	3,644	481	-	8,676
1999	10,901	41,240	6,198	7,942	534	6,349	1,913	3,311	-	9,799
2000	11,851	46,637	5,426	6,201	128	10,319	909	2,843	-	10,539
2001	12,910	32,276	8,499	4,826	16	8,112	290	-	282	9,601
2002	11,600	33,305	8,953	9,169	-	11,958	1,375	1,435	28,293	13,261

주) 롯데카지노의 경우 2001년 12월 신규 개업한 관계로 2001년도 이용객평균에는 포함시키지 않았으며 본 평균은 2001년도 영업을 한 제주도내 7개 카지노업체 평균임.

자료 : 한국관광연구원, "카지노관련법·제도의 단기적 개선방안", 2000
한국카지노업관광협회 내부자료, 2003.

<표 2-13> 제주도내 카지노 업체별 가동률현황

(단위: %)

구분	제주칼	그랜드	오리엔탈	클라운프라자	서귀포칼	신라	라곤다	하얏트	평균
1997	1.90	6.57	1.20	2.05	0.25	1.40	0.74	1.06	1.90
1998	1.70	4.40	1.00	1.00	0.03	1.20	0.70	0.08	1.26
1999	1.80	5.30	1.20	1.00	0.10	1.20	0.30	0.60	1.44
2000	2.00	4.90	2.60	0.80	0.04	1.80	0.10	0.60	1.61
평균	1.85	5.29	1.50	1.21	0.11	1.40	0.46	0.59	1.55

자료 : 한국카지노업관광협회 2003년 내부자료를 참조하여 연구자 재작성.

제주도내 관광수입과 비교한 카지노 매출현황을 살펴보면, 2002년 기준으로 카지노 매출액이 전체 관광수입의 6.45%를 차지하고 있으며, 외국인이 제주를 방문할 때 쓰는 비용의 26.32%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이는 제주도를 방문하는 관광객 중 외국인의 비율이 2~3%인 것을 감안하면 이들이 제주도를 찾는 다른 관광객들보다 약 세 배 가까이 지출을 한다는 것을 알 수 있어 제주지역 관광산업에 상당한 도움을 주고 있다고 볼 수 있다.

<표 2-14> 제주도내 관광수입 및 카지노 매출현황

(단위: 백 만원)

구분	관광수입액			카지노 매출액 (D)	점유율	
	내국인(A)	외국인(B)	합계(C)		D/C(%)	D/B(%)
1992	621,666	175,358	797,024	22,478	2.82	12.82
1993	644,226	207,348	851,574	35,440	4.16	17.09
1994	715,262	174,224	889,486	60,604	6.81	34.79
1995	784,431	196,999	981,430	63,908	6.51	32.44
1996	839,980	177,965	1,017,945	56,483	5.55	31.74
1997	914,261	161,308	1,075,569	63,825	5.93	39.57
1998	752,310	203,502	955,812	72,779	7.61	35.76
1999	803,706	225,841	1,029,547	80,010	7.77	35.43
2000	1,087,670	409,867	1,497,537	95,089	6.35	23.20
2001	1,091,700	404,000	1,495,700	89,762	6.00	22.22
2002	1,152,500	374,000	1,526,500	98,435	6.45	26.32

자료 : 제주도청 관광진흥과, 2003, 한국카지노업관광협회, 2003.

<표 2-15> 제주도 방문 관광객 1인당 소비액과 카지노 이용객 소비액 비교

(단위: 천원)

구 분	관광객 1인당 소비액	증가율(%)	카지노이용객 1인당소비액	증가율(%)
1992	233	-	194	-
1993	246	5.26	300	35.48
1994	241	-2.04	572	47.47
1995	246	1.88	495	-15.41
1996	246	0.00	548	10.71
1997	247	0.41	717	30.84
1998	290	17.41	1,055	47.14
1999	281	-3.10	1,026	-2.75
2000	364	29.54	1,132	10.33
2001	356	-2.20	1,335	17.93
2002	338	-5.06	928	-30.49

자료: 제주도청 관광진흥과, 2003, 한국카지노업관광협회, 2003.

4. 카지노산업의 당면과제

1) 국내 카지노시장의 개방문제

1998년 5월에 우리 정부는 외자 유치를 위해 카지노산업 등 도박산업의 개방방침을 발표하였고, 1999년 5월 1일부터 카지노업에 대한 개방을 고시하였다. 이와 더불어 일정규모 이상을 투자하는 외국인에게 카지노 허가권을 부여한다는 방침을 발표한 바 있다²⁰⁾.

- 20) 실제로 제주 중문관광단지에 25억 달러 규모의 투자를 희망하는 미국의 투자업체에서 카지노 시설을 전제조건으로 내세우는 등 관광분야에 대한 외자 유치시 카지노문제가 걸림돌로 작용하고 있다는 판단에 따라 정부는 3억 달러 이상 외자 유치 때 외국인 카지노 설치를 허용하는 방향으로 제도 개선을 추진 중에 있는 것으로 알려지고 있다(제주일보 2002년 12월 28일자).

이에 대하여 외국자본 유치측면에서 바람직하다는 견해가 있는 반면에 카지노까지 외국자본을 유치하는 것이 바람직한 것이며, 또 외국인에게 국내의 카지노 영업권을 허용할 경우 현재 전반적인 경영상의 어려움을 겪고 있는 기존 업계와의 과당 경쟁으로 국내 카지노산업의 기반이 더욱 악화될 것이라는 견해가 상충되고 있는 실정이다.

2) 내국인 출입허용문제

강원랜드 카지노의 영업호조에 따라 최근 경영상황이 좋지 않은 제주 등지에서는 내국인의 외국 카지노 이용에 따른 외화유출방지와 경영정상화를 위하여 국내 카지노업체에 대하여 내국인 출입을 허용해야한다는 주장이 제기되고 있는 상황이다.

실제로 2003년 봄, SARS로 인한 외국인 관광객의 감소로 인하여 외국인의 카지노 이용은 크게 줄었으며, 특히 제주도의 경우 거의 90% 이상을 차지하던 일본인 이용객들이 크게 줄면서 가동률이 상당히 떨어져 일부 업체에서는 임금이 밀리고, 무급 휴가를 가는 등 상당히 어려운 상황에 직면해 있다.

3) 인접국의 카지노 도입에 따른 문제

국내 카지노의 주요 고객인 일본, 대만 그리고 중국이 카지노 사업을 추진할 움직임을 보이고 있거나 검토하고 있는 것으로 알려지고 있다. 일본의 경우 오키나와가 미군기지 반환 이후 지역경제의 활성화를 위하여 카지노 도입을 거론하고 있고, 중국의 경우 미국의 거대 카지노업체와 합작으로 해남성 해남시에 카지노 개선을 추진하고 있으며, 하남성 정주시에 미국의 대규모 머신업체와 합작으로 대단위 슬롯머신 단지를 조성하여 개장할 예정에 있다²¹⁾.

21) 이상동, “부산지역 카지노 이용성향과 시장전략이 잠재수요에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 동아대학교 대학원, 2000, p.29.

5. 카지노 시장의 구조

1) 카지노산업과 이용객간의 관계

카지노산업의 수요인 요행심리와 사행성 등 인간의 본원적 속성에서 발생된다는 측면에서 그 잠재적 수요가 매우 크다고 볼 수 있다. 그러나 도박에 대한 기호, 소득 및 자산의 보유 수준 등에 따라 수요의 패턴이 상이하하며, 또한 특정인의 경우도 카지노에 대한 심취 및 탐닉정도에 따라 수요가 달라지는, 즉 수요가 동태적으로도 크게 변화하는 특성을 가지고 있다.

따라서 카지노에 대한 수요층은 규모별로 대규모 도박을 즐기는 거액고객(VIP)과 오락적 동기가 강한 소액(일반)고객으로 구분될 수 있다. 또한 수요자별로 즐기는 게임의 종류도 다양한데 이들은 크게 슬롯머신과 테이블 게임 등으로 구분될 수 있다.

그리고 카지노는 경마, 복권 등과 같이 기대수익이 투입금액을 초과해야함에도 불구하고 수요가 발생한다는 측면에서 일반적인 재화나 서비스와는 달리 수요가 인간의 위험 애호적 성향에서 유발된다고 할 수 있다.

카지노에 대한 수요는 일반서비스와 같이 서비스의 가격, 소득 및 자산보유 수준, 수요의 용이성, 카지노 서비스에 대한 수요자의 인지도 등에 의해 결정된다고 볼 수 있다. 외국인 소비자에 대해서는 환율이 가격에 큰 영향을 주게 된다. 즉 외국화폐에 대한 자국 화폐의 환율이 인상되거나 인하되면 외화표시 가격이 하락하거나 상승하게 되어 수요가 증가하거나 감소하게 된다²²⁾.

소득 및 자산보유수준이 카지노 수요에 미치는 영향은 두 가지 경로로 구분해볼 수 있다. 즉 일반적으로 소득 및 자산보유액이 커질수록 화폐의 한계효용이 체감함으로써 소비가 증가하게 된다. 또 화폐의 한계효용이 낮아질수록 한계소득부분에 대한 위험 애호적인 성향이 강해져 카지노에 대한 수요가 증대될 수 있다.

22) 한국산업연구원, “카지노산업의 정책과제와 대응방향”, 1999, p.23,

수요의 용이성은 여행비용을 감소시킴으로서 소비자가 인식하는 가격수준이 낮아지게 된다. 카지노 서비스에 대한 인지도가 수요에 미치는 영향을 일반재 화나 서비스의 경우와 유사하다고 볼 수 있다.

2) 카지노공급과 시장구조와의 관계

카지노 서비스에 대한 공급은 매출액으로 측정될 수 있으며, 공급능력은 고객수용능력, 즉 테이블 및 슬롯머신대수가 된다. 카지노 사업장은 대체로 호텔의 부대시설로 설치되는데, 이 경우에는 투자비가 비교적 적게 소요됨으로써 진입과 퇴출이 상대적으로 용이하다고 볼 수 있다. 또 일정규모까지는 공급량 확대에 따라 공급단위당 고정비용과 가변비용이 낮아지는 규모의 경제가 작용한다. 따라서 정부의 시장개입이 없을 경우 공급과잉현상이 발생할 가능성이 높은 산업이다.

따라서 시장구조는 카지노 공급이 정부정책에 좌우되기 때문에 시장구조는 정부의 규제형태에 의해 결정된다고 볼 수 있다. 그러므로 카지노사업장 설치에 대한 규제의 정도에 따라 시장구조는 독점, 과점, 독점적 경쟁, 완전경쟁의 형태를 띠게 된다²³⁾.

3) 카지노에 대한 인식

놀이나 게임에 대한 일반적인 인식은 한국 전통문화의 대표적인 놀이문화에서 나타난다고 볼 수 있다. 이 놀이는 일과 분리된 것이 아니라, 서로 표리를 이루며 한국 문화와 역사의 흐름 속에서 전개되어 왔다. 이러한 놀이가 조선시대 성리학의 도입으로 말미암아 부정적인 것으로 취급되어 억압받았고, 일제 시대에도 전통문화의 바탕으로서 탄압되었다. 또한 해방 이후에는 서양화 및 산업화가 진행되면서 놀이는 일과 엄격히 분리, 혹은 대립되는 개념으로 인식되었다²⁴⁾.

23) 이상동, 전계논문, pp.73-74.

24) 이광진, 「한국관광문화정책론」, 백산출판사, 1995, p.262.

게임산업을 연구하는 학자들은 성서의 이브와 아담 이야기를 게임의 기원으로 보고 있다. 그래서인지 서양에서는 게임산업에 대한 인식이 유교문화권과 이슬람 문화권에 비해 비교적 관대한 편이다. 성서에 내기를 하지 말라는 내용이 없다는 것이 이 같은 문화적 토양을 갖게 했다. 고대 이집트 신화에서는 섹스와 도박을 가장 큰 죄악으로 여겼다.

유교문화권에 속한 우리나라는 전통적으로 도박, 술, 마약, 매춘 등을 바람직하지 못한 것으로 인식하고 있다²⁵⁾. 그리고 이러한 국민의 부정적 인식으로 정부의 카지노관련 정책의 주요 변수로 작용하여 정책적 지원을 미약하게 만드는 원인을 제공하였다.

Middleton은 「The Global Casino」라는 저서에서 지구촌 환경문제를 카지노와 같이 인식하고 있으며, 지구촌 환경공해 문제를 카지노 도박으로 비유하였다. Matheison과 Wall은 카지노 게임이 조직범죄, 매춘, 폭력을 유발하기 때문에 지역 경찰과 교회는 부정적으로 인식하지만, 관광활동을 도입하여 고용과 경제적 활동 발생, 그리고 세금의 증가는 지역을 위한 긍정적인 영향으로 인식하고 있다고 하였다²⁶⁾.



25) 한범수, 「게임산업동향」, 주간 이코노미스트, 1997년 7월 22일자, p.35.

26) 이준호, “카지노에 대한 인식과 동기가 선택행동에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사 학위논문, 동아대학교 대학원, 2000, p.15에서 재인용.

제 3 절 비교문화의 의의

1. 비교의 개념

학설사상에서 제기된 문제들을 점검하는 과정에서 우리는 비교연구 또는 비교라는 것이 방법론적인 차원에서 많은 논의를 자아내었다는 점을 지적할 수 있다. 그 많은 비교의 문제에 관한 논의가 있었지만 정작 “비교란 무엇인가?”에 대한 논의는 거의 없었다.

이는 ‘비교연구란 어떻게 하는 것이다’ 또는 ‘비교방법이란 어떤 것이다’라는 논의들의 와중에서, 이런 종류의 논의들에 기초가 되는 비교의 개념에 관해서는 일상적인 차원의 사고과정에 의존하고 있는 모습을 연출하게 된 것 같다. 즉 인식론적 차원의 비교개념에 관한 논의의 필요성이 기존의 학문공동체내에서 깊이 인식되지 못하고 있는 것이 지적된다²⁷⁾.

1) 사고양식으로서의 비교

두뇌과정의 복잡성에 의존하는 인간의 사고는 문화라는 변수의 개입에 의해서 그 복잡성이 훨씬 더 증가되고 있는 점은 인류학자들과 언어학자들에 의해서 익히 지적된 바 있고, 그러한 결과의 논의는 내관적(emic) 관점과 외관적(etic) 관점에 대한 분리의 당연성에 대한 인정으로 나타나기도 했다²⁸⁾.

관점이라는 현상의 내관/외관 분리라는 것은 인간의 사고과정이라는 것이 심리학적 과정에만 맡길 수 없는 문화적인 측면이 있다는 것이다. 즉 성장과정이라는 특정한 시간과 공간 속의 인간 현상 때문에, 인간이란 존재는 성장과정에서 개입된 문화의 영향으로 인하여 세상을 바라보는 관점 자체의 문화

27) 전경수, “비교의 개념과 문화비교의 적정수준”, 『비교문화연구』, 서울대학교 비교문화연구소, 1993, pp.6-7.

28) Marvin Harris, “The Rise of Anthropological Theory”, Thomas R. Crowell, 1968, pp.568-604.

적 현상을 인식론 속에 포함시키지 않을 수 없는 것이 또한 인간의 현상이라 생각된다²⁹⁾.

동일한 하나의 현상에 대한 상이한 인간의 인지과정에 개입된 인식주체의 문제를 생각해 보지 않을 수 없다. 셰익스피어의 작품에 나타난 죽은 자의 영혼에 대한 영국인들의 행동과 사고에 대해서 ‘미련하다’고 생각하는 아프리카인들의 입장에 있어서도 우리는 동일한 문제의식을 지적할 수 있다³⁰⁾. 인식주체라는 것은 이미 물리학적이고 생리학적인 신경세포조직으로 구성된 두뇌만을 소유하고 인식대상을 바라보는 것이 아니고, 어떤 특수한 사회의 문화에 의해서 교육이 된 두뇌를 소유하고 있기 때문에, 문화화된 두뇌라는 것은 관찰되는 현상을 거르는(filtering) 과정을 포함하고 있다는 점이 중요하다. 좀 더 정확하게 표현한다면, ‘관찰’이란 과정 속에서부터 이미 이러한 걸음장치들이 작동하고 있다는 것이다³¹⁾.

2) 분석과정으로서의 비교

인식론적 차원의 비교가 이론(theory)에 관한 문제라고 한다면, 방법론적 차원에서의 비교는 실천(paraxis)에 관한 문제라 할 수 있다. 실천의 차원에 들어가기 전에 우리는 “비교연구는 단순한 검사(inspection)의 문제가 아니라 이론적 전제조건에 의해 인도되는 선택(selection)의 문제³²⁾라는 제한 조건을 반드시 명심해야 한다.

선택이라는 과정은 필연코 자료의 분류를 선행 작업으로 삼아야 하는데, 분류하는 것이 단순한 기계적인 차원의 작업이기 때문에 그 과정에 개입 가능한 방해요인에 의해서 전체의 비교방법이 취약한 상태에 놓이게 된다. 따라서 본격적인 비교방법이 진행되기 전에 취급되어야 하는 자료처리의 단계에서 잘못

29) 전경수, 전계논문, p.7.

30) Laura Bohannon, "Shakespeare in the Bush", New York, 1975.

31) 전경수, 전계논문, pp.8-9.

32) David Kaplan & Robert A. Manners, "Culture Theory, Englewoods Cliffs", Prentice-Hall, 1972, p.8.

된 분류를 피할 수 있는 최소한의 방법들을 생각하지 않으면 안 된다³³⁾.

2. 문화의 정의와 성격

1) 문화의 정의

영국의 Edward B. Taylor가 100여 년 전 문화를 “개인이 구성원으로서 획득하는 지식, 신념, 기술, 도덕, 법, 관습 및 그 밖의 능력과 습관 등에 포함된 전체”로 정의하여 문화라고 하는 과학적 개념을 소개한 이후, 많은 문화 인류학자들이 문화에 대한 정의를 내리는데 많은 시간과 노력을 들여왔다.

이와 같은 노력에도 불구하고 아직도 문화가 무엇을 의미하는지에 대한 의견일치를 보기가 어려우며 문화인류학에서 가장 오래된 용어에 대한 논쟁은 계속되고 있는 실정이다. 이와 같이 문화에 대한 정의가 다양하지만은 일반적으로 이야기되고 있는 문화에 대한 정의를 종합해보면 문화란 “한 사회의 인간의 행동을 규정짓는 사회적 규범과 양식의 총체적 체계(the whole set of social norms and responses that condition a population's behavior)”라고 정의를 내릴 수 있다. 즉 한 사회를 다른 사회와 다르게 만들고, 각 사회마다 고유 특성을 지니게 하는 것이 문화이다³⁴⁾.

2) 문화의 성격

문화에 대한 정의를 어떻게 내리든 문화를 연구하는 사람들에게 보다 중요한 것은 문화가 지닌 대표적이고 일반적인 성격을 이해하는 것이다. 이와 같은 측면에서 문화의 성격을 정리해 보면 아래와 같은 몇 가지로 요약해볼 수 있다.

첫째, 문화는 행동의 기준이 되며 규범을 제공한다. 문화는 사회 구성원들의

33) 전경수, 전제논문, p.15.

34) 이영희 외, “서비스광고의 비교문화연구”, 한국광고학회, 1999, p.67.

행동기준이 된다. 즉 문화는 사회구성원들 욕구의 방향 및 요구 충족방법의 지침을 제공한다. Kluckhohn과 Strodtbeck에 의하면 문화의 핵심은 가치지향(value orientation)인데, 이와 같은 가치지향은 인간의 욕구를 해결하기 위한 행동 및 사고의 방향을 제시하는 하나의 원칙이라는 것이다. 즉 문화에는 이상적인 행동기준이나 표준(standard)이 포함되어 있으므로 사회 구성원들은 그 사회에서 어떤 상황에서 어떤 행동이나 사고가 정상적이고 적절한 지에 대해 공감을 하게 된다. 이와 같이 사회 구성원에 의해 공유된 이상적 행동패턴이라 사고를 규범(norm)이라고 하며, 규범은 그 사회 구성원의 태도, 행동, 사고에 많은 영향을 미친다. 다시 말해서, 사회 구성원들의 행동이 사회규범으로부터 벗어나면 유형, 무형의 사회적 압력이 가해져서 구성원들의 행동을 사회적 기대에 부응하게 하는 것이다.

둘째, 문화는 한 개인이 학습하는 일련의 규칙 및 행동패턴이나 태어날 때부터 물려받는 것이 아니다. 모든 사회에는 이와 같은 규범 및 행동체계가 그 사회의 독특한 문화적 환경으로 발전되어 지속적인 변화과정을 통해 다음 세대에 계승, 전수된다. 이와 같은 문화의 학습과정은 미묘하여 개인은 자기도 인식하지 못하는 사이에 사회적 처벌과 보상체계를 통하여 문화적 규범을 받아들이게 된다. 즉 자기행동의 대부분이 문화적 학습과정에 의해 결정되어 그 사회의 문화가 요구하는 조건을 충족시켜주고 있으나 실제 본인들은 이와 같은 학습과정을 거의 인식하지 못하게 된다.

셋째, 문화는 사회 대다수의 구성원들에 의해 공유된다. 어떤 신념이나 가치, 또는 관습이 그 사회의 문화로 정착되기 위해서는 대다수의 사회구성원에 의해서 공유되어야 한다. 즉 어떤 특정한 집단이나 지역에서 향유되는 가치관이나 관습은 그 사회의 전체적인 문화의 특성이라고 하기 어렵다³⁵⁾.

35) 이철·장대련, 「글로벌 시대의 국제마케팅」, 학현사, 1998, pp.67-68.

3. 비교문화의 특성

1) 비교문화의 틀

문화란 한 집단의 성원들이 공유하고 있는 삶의 방식이며, 그들의 공유된 상징 체제에 의해 전달되고 획득되는 사고와 행동의 패턴을 포함하며, 따라서 행위의 산물인 동시에 행위를 구속하는 요소이기도 하다. 이러한 관점에서 볼 때, 문화는 동료 성원이 알고 있는 것, 믿고 있는 것, 의미하는 것에 대한 개인 자신의 이론이며, 개인이 취하고자 하는 행동 원리에 대한 자신의 이론이기도 하다³⁶⁾.

산업 및 조직심리학이나 조직행동 분야에서 상이한 문화권의 조직구성원들의 경험이나 행동을 체계적으로 비교 분석하는 연구를 수행할 때, 한 가지 대두되는 문제는 문화간의 차이를 해석하고 설명해 줄 수 있는 준거틀을 이어야 한다는 점이다. 그 동안 수행된 여러 비교문화 연구들은 이러한 준거틀을 갖고 있지 못한 채, 문화를 단지 국가와 동의어로 놓고 사실상 국가간의 차이만을 기술해 온 경향이 있었다³⁷⁾.

비교대상 국가의 조직이나 그 구성원들에게 표준화된 어떤 측정도구를 사용하여 그들의 반응을 단지 국가별로 비교만 하는 것이 아니라, 여기서 관찰된 차이를 설명할 수 있는 적절한 이론 체제를 개발하려 시도하고, 나아가서 그러한 차이와 차이의 원인에 대한 이론 체제의 타당성을 검증하는 연구들이 절실히 요구된다.

문화를 비교하는 다양한 틀들이 있다. 그러나 가장 많은 반응을 얻고 있는 틀은 Hofstede가 제시한 4개의 틀이다. 그는 세계 각국에 지사를 지니고 있는 다국적 기업의 종업원들에게 작업관련 가치조사를 하고서 생태학적 요인분석을 하여 네 가지 요인구조를 얻었다³⁸⁾.

36) R. Keesing, *Theories of Culture*, Annual Review of Anthropology, 3, 1974, p.73.

37) J. Child, "Culture, contingency, and capitalism in the cross national study of organizations", *Research in organizational behavior*, Vol. 3, 1981, p.305.

첫째 요인은 [권력의 편재성](Power Distance)으로써, 주어진 사회내의 권력이 계층간에 불평등하게 편재되어 있는 정도에 대한 성원들의 인식이다.

둘째 요인은 [모호성의 회피](Uncertainty Avoidance)로써, 성원들이 불확실한 상황을 허용하는 정도를 말한다. 셋째 요인은 [개인주의](Individualism)로써, 사람들이 주위사람들과의 관계에서 얼마나 스스로를 독립적이고 중요한 존재로 여기는가 하는 경향이다.

마지막 요인은 [남성가치](Masculinity)로서, 성원들이 자기주장, 돈, 물질 등의 남성적 가치를 선호하는 정도이다. 이들 중 가장 괄목할 만한 연구성과를 거두고 있는 것은 개인주의--집단주의의 구분 틀이다.

2) 문화적 환경분석모델

문화에 대한 개념은 너무나 광범위하여 문화적 차이를 분석하여 이를 이용 성향과 연결시키기 위해서는 어떤 형태로든 문화적 환경의 분류 틀이 필요하다. 본 논문에서는 한국과 일본의 문화적 차이를 카지노 이용객성향에 연관시켜 종합적으로 살펴보기 위한 틀로서 Hofstede가 개발한 문화적 환경분석모델을 소개한다.

홉스테드는 사람들이 자기의 세계를 인식하고 해석하는 방법의 기본적 차이점을 찾아 이것을 기준으로 각국의 문화를 분류하였다. 홉스테드 모델에서는 각국의 문화적 차이를 나타내는 기본적인 축으로 다음 네 가지 차원을 정하였다.

첫째, 개인주의 정도(individualism vs. collectivism)이다. 한 사회의 개인이 가족 및 집단에 대한 책임보다 개인적인 자유를 우선하는 정도를 나타내는 척도이다. 예를 들어 집단주의 문화를 가진 우리나라의 경우는 이 척도가 낮고 개인주의 문화의 미국은 매우 높게 나타난다.

둘째, 권력의 격차정도(power distance)이다. 한 사회의 계층간의 권력의 격

38) 서용원, “산업 및 조직심리학에서의 비교문화연구”, 한국심리학회 동계세미나, 1996, p.167.

차를 나타내는 척도로서 그 사회의 권력의 불평등관계 즉 중앙집권적 전체적 권력의 허용정도를 나타낸다. 예를 들어 신분에 따른 사회적 계층관계가 엄격하고 다른 계층에의 이동성이 낮을수록 이 지표는 높게 나타난다. 반면 미국처럼 기본적으로 인간은 평등하다는 가치관은 지닌 사회에서는 이 지표가 낮게 나타난다.

셋째, 불확실성 회피정도(uncertainty avoidance)이다. 이것은 한 사회가 과거의 전통, 관습, 규칙에 의거하여 미래의 불확실성을 회피하고 안전을 보장받으려고 하는 정도를 나타낸다. 과거 지향적인 사회일수록 이 지표는 높게 나타나고 미래지향적인 사회일수록 이 지표는 낮게 나타난다.

넷째, 남성적 정도(masculinity vs. femininity)이다. 이 지표는 한 사회가 남녀간의 역할을 명확히 구분하고 물질적 부, 권력, 스포츠 등 남성적 가치를 강조하는 정도를 나타낸다. 미국처럼 물질적 부가 숭상되고 격렬한 스포츠 등이 인기를 끈 사회는 이 지표가 높게 나타나며, 프랑스처럼 예술의 가치를 보다 숭상하고 부드러움이 보다 존중받는 사회일수록 이 지표는 낮게 나타난다³⁹⁾.



3) 비교문화의 기준

문화는 다양하며 인간의 인식과 가치관은 문화에 따라 다르다라는 문화상대주의적 명제는 1930년대 미국의 두 인류학자 Benedict와 Herskovits에 의하여 대표적으로 주창된 이래 다른 문화를 이해하고자 하는 인류학자들의 기본적인 인식이 되어왔다. 문화는 다양한 형태로 존재하며 개별문화는 자율성과 독자적인 가치체계를 갖는다는 것, 그리고 인간의 사고방식과 행동은 그가 속하는 문화의 가치판단에 따라 규정된다는 것, 따라서 개인의 인식과 행위는 각 문화의 맥락에서 평가되어야 한다는 상대주의적 문화 이해의 입장은 오랫동안 문화인류학자들 사이에 받아들여져 왔다⁴⁰⁾.

39) 이영희 외, 전계서, pp.69-70.

40) 최인호, “호텔서비스 구매행동의 비교문화적연구”, 석사학위논문, 한양대학교 대학원, 1998, p.26.

Riesman은 크게 문화를 내부지향적 문화, 타인 지향적 문화, 전통 지향적 문화 등 세 가지의 그룹으로 나누고 각 문화에 속한 사람들의 행동상 특징을 기술하였다⁴¹⁾. 그에 의하면 내부지향적 문화에 속한 사람들은 개인 중심적이고, 타인 지향적 그룹의 사람들은 주로 행동을 함에 타인의 영향을 많이 받는다. 그리고 전통 지향적 문화의 사람들은 과거와 전통에 강하게 얽매는 특성이 있다.

Kluckhohn & Stodtbeck은 문화를 분류하는 데 있어 다섯 가지의 가치체계를 제시하였다⁴²⁾. 즉, 인간과 자연과의 관계, 자신과의 관계, 사회적 관계, 시간관, 행동관 등이다. 인간과 자연과의 관계는 또다시 복종관계, 조화관계, 정복관계로 나눌 수 있다. 자신과의 관계에 있어서는 유교문화권에서는 겸손이, 미국에서는 자기주장의 강하게 개인의 행동을 지배하는 경향을 보인다. 사회적 관계는 크게 개인주의와 집단주의로 구분된다. 시간관에 있어서는 유교문화권의 경우 전통 및 습관을 중시하고 미국의 경우에는 미래 지향적인 가치를 갖는다. 행동관에 있어서는 유교문화권에서는 중용이 중요시되고 미국의 경우는 행동의 결과를 중시한다.

Inkeles & Levinson은 국가적 특성의 범위를 권위, 자신과의 관계, 갈등과 딜레마 등 세 가지로 나누었다⁴³⁾. 권위와의 관계는 권위에 대한 행동적 적응이나 심정적 동의를 기본으로 한 개념이다. 갈등과 딜레마에 관한 것은 바로 자아개발을 하는 데 있어 부딪히는 딜레마를 해결하는 것을 의미한다. 여기서 딜레마는 위험에 대한 생각이나 선호를 칭한다.

Hal은 사람들간의 관계에 따라 강한 관계와 약한 관계의 두 가지 문화로 나누었다⁴⁴⁾. 즉, 강한 관계란 사람들간의 관계가 매우 강하며 법률적인 서류보다

41) Riesman, David(1953). *The Lonely Crowd*, New York: Doubleday Anchor.

42) R. F. Kluckhohn and F. L. Stodbeck, *Variation in Value Orientation*, III : Row, Peterson & Co, 1961.

43) Alex Inkeles and Daniel J. Levinson, "National Character: The Study of Modal Personality and Sociocultural Systems", in *The Handbook of Social Psychology*, Vol. 4, 2nd ed., G. Lindzey and E. Arson, eds. Cambridge, MA: Addison-Wesley Publishing Company, 1969.

는 사람들간의 악수가 더 중요시되며, 전통을 중시한다. 약한 관계의 사회는 강한 관계 사회와는 정반대의 경우로 악수보다는 변호인, 서류, 프린트 미디어 등을 더 중요하게 여기며, 인지적 가치를 중시한다.

<표 2-16> 문화의 비교기준

연구자	비교기준
Riesman(1953)	내부지향적 문화 / 타인지향적 문화 / 전통지향적 문화
Kluckhohn & Stodtbeck (1961)	인간과 자연과의 관계 / 자신과의 관계 / 사회적 관계 / 시간관 / 행동관
Inkeles & Levinson (1969)	권위 / 자신과의 관계 / 갈등과 딜레마
Hall(1976)	강한 관계 / 약한 관계
Hofstede(1980)	권력거리 / 개인주의와 집합주의 / 남성성과 여성성 / 불확실성 회피
Triandis(1989)	개인주의 / 집합주의
Brislin(1993)	개인주의 / 집합주의

자료 : 최인호, 전개 논문, p.28.

4. 비교문화와 소비자행동

인류학에서 비교문화연구란 인류학 자체를 의미할 정도로 중요하다. 어떤 특정 사회를 연구할 경우에 있어서도 비교문화적 관점이 전제되어 있다는 것을 굳이 언급하지 않더라도 인류학적 연구는 그러한 관점을 내포한 것이다. 이러한 비교문화적 관점으로 인류집단을 발전시켜온 여러 제도, 사회, 문화현상에 대한 이해를 시도할 때 인간의 제도, 문화에 대한 심도 깊은 논의를 할

44) T. Hall Edward. *Beyond Culture*. New York: Anchor Press/Doubleday, 1976.

수 있다. 비교문화연구가 시도되는 이유는 무엇보다도 인간문화의 본질에 대한 탐구 내지는 한 사회에서 주어진 것으로 받아들여지고 있는 문화의 고정관념에 대한 검증할 수 있기 때문이라고 볼 수 있다⁴⁵⁾.

본 논문과 관련하여 카지노 이용객들은 카지노라는 관광상품을 구매한 소비자라고 볼 수 있기 때문에 여기에서는 비교문화와 소비자 행동의 관계를 통하여 카지노 이용객의 속성과 연관지어서 살펴보고자 한다.

1) 비교문화적 소비자행동 연구의 의의

오래 전부터 문화는 소비자 행동에 영향을 미치는 것으로 인식되어 왔으며, 한 소비자가 지니고 있는 문화적 가치는 곧 그가 선택하는 제품, 상표, 판매점의 종류에 영향을 주고, 또 그의 쇼핑패턴과 라이프 스타일, 광고매체의 선택 등을 결정하고 있는 것으로 널리 학자들에 의해 알려져 왔다⁴⁶⁾.

비교문화적 소비자행동 연구모형에서는 자극-반응의 소비자 행동모형을 기반으로 하여 문화권에 따라 마케팅 자극에 대한 소비자행동 반응의 유사점과 차이점을 찾아내고 이와 같은 유사점과 차이점에 영향을 미치는 문화적 환경변수들을 체계적으로 추출하려는 데 목적을 두고 있다. 일반적으로 사회문화적 환경변수에는 종교, 언어, 미적 감각, 문화적 가치관, 자의식 및 공간개념, 시산에 대한 개념 등이 포함되며, 주로 다루어지는 소비자행동에는 신제품의 수용태도, 상표선택, 유통기구선택, 쇼핑행동, 라이프스타일, 가족구매의사결정패턴, 광고에 대한 태도, 외국제품에 대한 태도, 인지된 위험에 대한 태도, 재구매행동, 제품평가 등이 포함된다⁴⁷⁾.

비교문화적 연구는 개방체제의 다변화하는 국제사회에서 그 연구의 필요성

45) 조옥라, “한국인류학에서의 비교연구와 HRAF(Human Relations Area Files)”, 「비교문화연구」, 서울대 비교문화연구소, 1993, pp.57-61.

46) 채정숙, “라이프스타일 비교문화적 연구”, 「소비자학 연구」, 한국소비자학회, 1999, p.80.

47) 이철, “비교문화적 소비자행동 연구의 연구모형 및 문헌분석”, 「경영학연구」 제 24권 2호, 경영학학회, 1995, pp.85-86.

이 절실히 요구됨에도 불구하고 자료수집 및 연구진행상 많은 시간과 노력, 금전적 비용이 소요되므로 현실적으로 어려움이 많다⁴⁸⁾.

2) 소비자행동 모델의 비교문화적 타당성

지금까지의 비교문화적 소비자행동의 연구를 살펴보면 그 측정이 차이점보다는 유사성을 찾는 데 있다. 왜냐하면 연구의 목적이 주로 미국에서 개발되고 입증된 소비자행동에 대한 가설을 해외시장에서 그 타당성을 검증하여 궁극적으로는 생활양식 및 기타 다른 변수에 의해 유사한 세분 시장을 찾는 데 그 목적이 있기 때문이다. 또한 지금까지의 비교문화적 소비자 행동연구는 주로 미국과 서유럽 등 선진국에서의 소비자 행동연구를 주된 대상으로 또한 연구대상도 특정 소비자 집단, 예를 들어 취업주부 또는 신제품 혁신수용자들을 대상으로 하였기 때문에 국가간의 차이점보다는 유사성이 주로 밝혀지는 결과가 나오게 되었다.

그러나 최근에는 지금까지의 비교문화적 소비자행동연구가 주로 서구, 특히 미국에서 개발된 소비자 행동 모델 및 개념을 기반으로 각국간의 유사점과 차이점을 체계적으로 밝혀내고 그 원인을 분석하는데 주로 초점을 맞추어 온데에 따른 문제점을 반성하고 기본적으로 이와 같은 모델 및 개념들이 서구와 전혀 다른 문화적 배경을 지닌 소비자들의 행동을 설명하는데 아무런 수정 없이 그대로 사용하는 것이 과연 타당한 것인지 즉, 소비자행동 모델 및 개념의 비교문화적 타당성에 대한 연구가 활발히 전개되었다⁴⁹⁾.

3) 비교문화적 소비자 연구의 연구모형

세계시장의 글로벌화에 따른 경쟁의 글로벌화로 인하여 국제마케팅 활동이 활발히 전개되면서 각 해외시장의 소비자 행동의 유사점 및 차이점과 이와 같

48) 채정숙, 전제 논문, p.81.

49) Durvasula, "Assessing the Cross-national Applicability of Consumer Behavior Model", *Journal of Consumer Research*, Vol.19(march), 1993, pp.626-636.

은 차이를 낳게 하는 문화적 환경에 대해 많은 관심이 집중되고 있다.

왜냐하면 해외시장의 다양한 문화적 환경에 따른 소비자행동의 유사점과 상이점을 체계적으로 밝혀내고 그 원인을 연구함으로써 보다 효율적인 국제마케팅 전략을 수립할 수 있기 때문이다. 즉 해외시장의 다양한 문화적 환경이 소비자들의 행동 및 의식에 어떤 영향을 미치는가를 고려함으로써 기업은 보다 효과적인 해외마케팅 활동을 수행할 수 있게 되는 것이다.

이와 같은 점을 고려하여 국제마케팅 연구자들은 국가간의 유사점과 상이점을 체계적으로 찾아내어 분류 측정하며 또한 그 원인을 찾아내려고 하는 비교마케팅 연구에 많은 노력을 기울여 왔다.

비교마케팅 연구 중 소비자 행동에 초점을 맞춰 국가간의 문화적 환경에 따른 소비자행동의 유사점과 상이점을 체계적으로 분석하려는 연구 분야가 바로 비교문화적 소비자 행동연구이다.

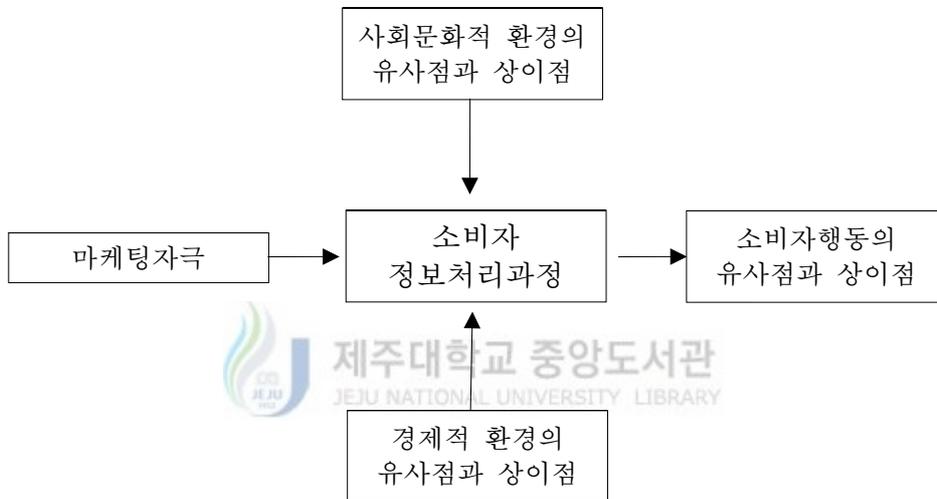
보다 구체적으로 말하면 비교문화적 소비자 행동연구는 다른 문화 또는 국가사이의 소비자 행동의 유사점과 상이점을 찾아내어 체계적으로 분류하며, 그 원인을 문화적 환경과 연관시키려는 연구 흐름이다.

이와 같은 정의에 입각하여 기존의 구매자 행동에 관한 비교문화적 모형인 Sheth-Sethi 모델을 참조하여 보다 종합적인 비교문화적 소비자행동 연구모형을 다음과 같이 제시할 수 있다. 기본적으로 이 모델은 자극-반응의 소비자행동모형을 기반으로 연구자로 하여금 문화권에 따라 마케팅자극에 대한 소비자행동 반응의 유사점과 상이점을 찾아내고 이와 같은 유사점과 상이점에 영향을 미치는 문화적 환경변수를 체계적으로 추출하려는데 목적을 두고 있다.

전통적인 소비자행동 모형에 의하면 특정 제품의 특성, 가격, 광고 및 유통경로 등 마케팅 믹스들이 소비자에게 자극으로 투입된다. 소비자들은 이러한 자극들을 일명 블랙박스라고 불리는 정보처리 시스템을 통해 처리하여 자극에 대한 반응으로 소비자행동으로 나타내게 된다. 비교문화적 소비자행동 연구는 이러한 전체적인 과정에 문화적 환경이 작용하여 문화권별로 유사하거나 상이한 소비자 행동이 초래된다는 것을 밝히려는 것이다.

즉 아래 그림에서 보는 것처럼 비교문화적 소비자행동 연구에서는 마케팅 자극뿐만 아니라 사회문화적 환경 그리고 경제적 환경의 유사점 또는 상이점이 소비자 정보처리시스템에 영향을 미친다고 간주한다. 그 결과 문화권에 따라 소비자행동이 상이한 것은 사회문화적 환경이 다름에 따라 소비자들의 정보처리과정이 다르게 때문이라고 본다.

[그림 2-2] 비교문화적 소비자행동 연구모형



자료 : 이철, “비교문화적 소비자행동연구의 연구모형 및 문헌분석”, 「경영학연구」 제24권 2호, 1995, p.89.

물론 경제적 환경, 예를 들어 각국의 경제발전 단계 및 소득수준의 차이가 소비자 정보처리과정에 영향을 미칠 수 있지만 비교문화적 소비자 행동연구는 대부분 이와 같은 경제적 환경변수를 통제하여 소비자행동의 유사점과 차이점을 사회문화적 환경변수에서 그 원인을 찾으려고 하는 것이다.

이 모형에서 말하는 사회문화적 환경변수에는 종교, 언어, 미적감각, 문화적 가치관, 자의식 및 공간개념, 시간에 대한 개념 등이 포함되며, 주로 다루어지는 소비자행동에는 신제품 수용태도, 상표선택, 유통기구선택, 쇼핑행동, 라이

프스타일, 가족구매패턴, 광고에 대한 태도, 외국제품에 대한 태도, 인지된 위험에 대한 태도, 재구매 행동, 제품평가 등이 포함된다⁵⁰⁾.

4) 비교문화적 소비자행동 연구의 발전방향 및 과제

지금까지 비교문화적 소비자행동 연구는 일반적인 소비자 행동연구에 비해 아직 양적으로나 질적으로 뒤떨어지고 있는 실정이다. 하지만 최근 시장의 글로벌화 및 기업의 국제화에 따라 연구자들의 관심이 점점 증가하고 있으며, 그 결과 최근 10년 사이에 과거 어느 때보다도 많은 비교문화적 소비자 행동에 대한 연구가 이루어졌으며, 주제 및 대상국가, 그리고 연구방법론, 특히 분석방법 및 분석의 깊이에 있어서 비약적인 발전을 하였다.

그럼에도 불구하고 비교문화적 소비자행동연구가 가지는 학문적인 중요성과 국제마케팅 연구의 실제적인 측면에서의 유용성에 비추어볼 때 아직도 많은 연구의 여지가 남아있다. 즉 학문적으로 소비자 행동이론의 비교문화적 타당성을 검증함으로써 이론의 일반화에 기여하며, 실무적인 입장에서는 해외시장의 소비자행동의 유사성과 상이점을 이해함으로써 보다 효과적인 국제마케팅 전략을 수립할 수 있다. 이와 같은 중요성을 가지는 비교문화적 소비자 행동 연구의 발전 및 활성화를 위해서는 첫째, 국제마케팅의 다른 연구분야에서도 마찬가지이지만 비교문화적 소비자행동연구에서도 이론적인 논리에 대한 지속적인 연구가 있어야 될 것이다. 둘째, 동일한 주제에 대한 과거의 연구결과들을 참조하여 연구대상의 지평을 보다 확대함으로써 보다 일반화된 비교문화적 소비자행동이론을 이끌어 내는데 연구자들이 노력해야 할 것이다. 즉 지금까지의 선진국 위주에서 벗어나 보다 다양한 문화권을 대상으로, 또한 보다 다양한 제품 및 표본집단을 대상으로 하여 소비자 행동의 유사상과 상이점을 비교 분석함으로써 비교문화적 관점에서의 소비자행동의 일반화된 연구결과를 도출해 낼 수 있도록 노력해야 할 것이다.

셋째, 이와 연관시켜서 앞으로는 기존의 소비자행동 연구자들이 보편적으로

50) 이철, 전개논문, pp.87-89.

인정했던 소비자행동모델이나 개념들의 비교문화적 타당성을 검증하여 그 타당성이 입증된 경우에는 일반화에 기여해야 할 것이다. 넷째, 비교문화적 소비자행동 분석수준이 단순히 각 문화권에 따른 소비자행동의 유사점과 상이점을 찾거나 또는 한 단계 더 나아가 이와 같은 유사점과 상이점을 단면적으로 환경적 변수, 예를 들어 사회문화적 환경과 연관시키는 연구에서 한 걸음 더 나아가 문화적 환경의 유사성 및 차이점이 어떤 과정 또는 인과관계를 통해 소비자 행동의 유사점과 상이점을 초래하는지를 밝혀내는 과정에 대한 연구가 활발히 진행되어야 할 것이다.

다섯째, 비교문화적 소비자행동 연구뿐만 아니라 전체적으로 국제마케팅 연구에 대한 지금까지의 비판 중의 하나가 바로 방법론적인 차별화 또는 정교성이 부족하다는 데 있다. 물론 일반 마케팅과는 달리 국제마케팅, 특히 비교문화적 소비자행동연구를 수행하기 위해서는 많은 방법론적인 문제가 따른다. 따라서 앞으로의 비교문화적 소비자 행동연구가 비교연구로서의 방법론적인 과제를 해결하고 보다 정교한 통계분석기법, 표본추출기법을 사용함으로써 실증적 연구로서의 정당한 평가를 받을 수 있도록 해야 할 것이다.

마지막으로 이와 같은 연구과제들은 비단 비교문화적 소비자행동 연구자뿐만 아니라 전체적으로 국제마케팅 연구자가 앞으로 해결해야 할 과제라는 점을 알아야 할 것이다⁵¹⁾.

따라서 외래관광객을 유치하기 위한 목적 시설로서의 카지노는 결국 국제마케팅을 통한 외국인의 방문 동기를 부여하기 위하여 이러한 비교문화적 소비자 행동 연구를 바탕으로 마케팅 전략을 펼쳐나가야 할 것이다.

51) 이철, 전계논문, pp.103-106.

제 4 절 선행연구의 검토

국내에서는 최근까지 내국인의 국내카지노 출입자체가 불법이기 때문에 카지노를 이용한 관광개발, 카지노 방문자의 프로파일 및 활동특성, 카지노가 위치한 지역주민과 카지노 방문자와의 관계, 카지노 이용객의 속성 등에 대한 연구가 미흡하였다.

현재까지 카지노 산업에 대한 국내의 연구는 카지노 산업의 경제적 파급효과와 카지노 종사자의 교육 및 자격제도, 카지노 개장에 대한 지역주민의 의식에 관한 이충기의 연구와 카지노 산업의 경영투명성 확보와 운영검증을 위한 한국관광연구원의 연구, 그리고 강원도 폐광지역 카지노설치에 따른 제반 정책방향을 제시할 목적으로 수행된 조광익, 한범수의 연구 등이 있다. 그리고 국내 카지노산업의 시장분석과 활성화를 위한 현황분석에 대한 정규엽의 연구와 국내 카지노 개장에 따른 선택속성에 관한 김우곤, 임광수의 연구 등이 있다⁵²⁾.

또한 정근환은 관광진흥으로서 카지노업 활성화에 관한 연구를 하였으며, 권봉헌과 이준혁은 제주지역 카지노의 내국인 출입허용에 대한 주민의식 조사를 통하여 내국인 카지노 출입에 대한 지역주민의 의식에 대하여 연구를 하였다.

한편, 미국과 호주 등에서는 카지노와 같은 게임산업에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있는 추세이다.

Morrison 등은 카지노리조트 방문자와 해변리조트 방문자, 스키리조트 방문자, 여름 시골리조트 방문자에 대하여 사회통계적 측면, 여행기획 특성, 활동참여 유형 등 프로파일의 특성에 관한 연구를 수행하였다.

Eadington(1996)은 카지노 등 미국의 게임산업을 고찰하고, 카지노게임을 긍정적으로 평가하는 입장에서 카지노 허가를 둘러싼 찬반양론과 북미에서 카지노

52) 정광석·김우곤, “방한 중국관광객 카지노시장의 특성”, 「관광학연구」 제25권 제4호, 한국관광학회 2002, p.182.

노산업의 급속도로 성장하고 합법화된 원인, 그리고 카지노를 합법화함으로써 얻을 수 있는 편익을 검토하였다.

Carmichael 등(1996)은 미국의 코네티컷 주에 있는 세계에서 가장 큰 Foxwoods 카지노리조트를 둘러싸고 있는 세 지역의 주민들을 대상으로 카지노의 영향에 대한 지각과 카지노에 대한 지역주민의 태도변화를 고찰하고 있다. 이 연구에서 Carmichael 등은 3년 동안 조사 자료를 이용하여 카지노에 대한 지역주민의 태도가 개인적 요인과 카지노가 미치는 사회적, 경제적, 물리적, 환경적 영향에 대한 지각에 따라 지역주민 태도가 영향을 받는지를 연구하고 있다⁵³⁾.

투르코와 라일리(Turco & Riley)는 시카고 지역 선상 카지노 방문자의 카지노 선택요인과 선상 카지노게임 이외의 대안적인 선택활동 유형을 분석하고, 방문빈도에 따라 어떠한 차이가 있는지를 고찰하였다. 그 결과 상습 도박자가 33.4%, 비상습도박자가 51.9%, 일시적인 도박경험자가 14.5%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

이 연구에 따르면 상습도박자의 경우 카지노의 전반적인 서비스 질이 가장 중요한 선택요인으로 나타난 반면, 비상습도박자의 경우에는 친구 및 친지의 추천이 가장 중요한 요인으로 나타났다. 그리고 일시적 도박경험자의 경우에는 카지노의 신기성이 가장 중요한 선택요인으로 나타났다.

또한 카지노 방문 이외의 대안적인 활동으로 상습도박자는 비상습도박자와 일시적 도박 경험자와는 다르게 장외도박을 선호하는 것으로 나타났다⁵⁴⁾.

한국관광연구원의 폐광지역 카지노 설치 및 운영에 관한 연구에서 카지노를 방문하는 주된 이유를 선호성, 도박성, 일탈성, 신기성, 흥미성, 사교성, 여가선용과 같은 7개항으로 측정하고 있다⁵⁵⁾.

53) 조광익·한범수, “카지노방문 요인결정”, 「관광학연구」 제21권 제2호, 한국관광학회, 1998, pp.10-11.

54) D. M. Turco & R. W. Riley, “Choice Factors and Alternative Activities for Riverboat Gamblers”, *JTR*, Vol.34, No. 3, 2000, pp.24-29.

55) 한국관광연구원, 「폐광지역 카지노 설치 및 운영에 관한 연구」, 1997, p.184.

한편 비교문화와 관련해서는 대체로 소비자 행동과 관련된 연구가 주를 이루었는데, 그 대표적인 예가 이철의 ‘비교문화적 소비자 행동연구의 연구모형 및 문헌분석’이라는 연구이다. 이 연구는 비교문화적 소비자행동연구는 일반적인 소비자 행동연구에 비해 양적으로나 질적으로 뒤떨어지지만 시장의 글로벌화 및 기업의 국제화에 따라 연구자들의 관심이 점점 증가하고 있는 추세 있음에도 불구하고, 비교문화적 소비자행동연구가 가지는 학문적인 중요성에 비추어 볼 때 과거의 연구들이 많은 문제점을 내재하고 있으며, 우리나라에서는 이러한 연구가 활성화되어 있지 않은 관계로 인해서 비교문화적 소비자 행동연구의 바람직한 모형을 제시하고, 제시된 연구모형에 따라 지금까지 이루어진 비교문화적 소비자행동연구 중 2개국 이상의 소비자행동을 대상으로 한 실증적 연구만을 선정하여 그 내용을 주제와 분석단계별로 살펴보았다. 우선 문화적 환경의 차이에 따른 가족구매 의사결정을 비교하는 연구에를 한 Hempel의 경우 미국과 영국을 대상으로 다섯 가지 가족 의사결정 문제에 대해서 남편과 아내의 영향력 차이 그리고 공동의사결정의 정도를 비교하였다. 이 연구에서는 영국의 부부들은 구매제안자 역할에서 공동의 역할을 수행하는 반면 미국에서는 남편들이 주도적 역할을 하였다. 또한 Kandel과 Lesserd는 덴마크와 미국의 가족을 대상으로 하여 구체적인 가족 구매 의사결정에 있어서 상대적 참여도를 측정함으로써 부부의 영향력 차이를 비교하였다. 이 연구에서도 공동의사결정의 비율이 양국 모두 매우 높으며 덴마크의 경우가 약간 더 높다는 것을 발견했으며, 아내의 가정 이외의 사회활동이 의사결정에 있어서의 아내의 영향력을 증가시킨다는 사실을 보고하고 있다⁵⁶⁾.

또한 서용원은 조직현상을 다루는 산업 및 조직심리학이 문화라는 맥락에서 벗어난 것처럼 연구되어지는 것은 잘못이라는 배경 하에, 1980년 이후 비교문화 연구의 유용한 준거체제로 대두되고 있는 Hofstede의 작업가지 차원들을 기초로 하여 개인주의-집합주의와 조직행동, 권력거리와 참여적 경영, 불확실성 회피와 모험적 의사결정, 그리고 작업가치와 조직개발 추구 가치 등의 연

56) 이철, 전계논문, 1995.

구들을 살펴보았다. 따라서 이들을 바탕으로 국내의 산업 및 조직심리학 연구자들의 관심을 기울여야할 연구과제 및 비교문화 연구를 수행할 때 고려해야 할 사항들을 제시하였다⁵⁷⁾.

그리고 한국의 성현란과 일본의 유카와 료조는 한국과 일본의 아동에 있어서 개념적 체제화의 융통성에 관한 비교문화적 연구를 통하여 개념적 체제화의 융통성의 발달에 있어서 한국아동과 일본아동의 일반성과 특이성을 연구하였다. 그 결과 양 문화에서 공통적으로 어린 아동일수록 과제에 따라 요구된 세 가지 분류기초(주제, 범주, 색채)에 따른 정반응에 차이가 있었으나, 나이가 든 아동에서는 세 가지 분류기초에 따른 정반응에 차이가 없어지는 경향을 보이고 있는 것으로 나타났다. 하지만 전반적으로 주제적 분류의 낮아졌으나, 한국 아동은 일본아동에 비해 주제적 분류의 우세함을 보였고, 이는 한국아동은 보다 상황 지향적 특성이 있는 것으로 해석하였다⁵⁸⁾.

채정숙은 라이프스타일의 비교문화적 연구를 통하여 동양적 문화권에 속하는 한국의 대학생과 서구문화권에 속하는 캐나다 거주 대학생들의 라이프스타일 특성을 비교하여 문화권이 다른 두 나라 대학생들의 라이프스타일 특성을 각 영역별로 비교하여 그 이질성과 동질성을 밝히고, 이에 따른 문화적 환경이 다른 소비자집단의 심층적 이해를 가능하게 하고, 이들을 대상으로 하는 제품 및 서비스 시장의 마케팅전략 수립에 도움이 되는 기초 자료를 제공하였다. 해당 연구의 결과, 라이프스타일은 의·식·주·여가생활·구매생활·성격유형·가치관의 7개 영역으로 구성하고, 각 영역별로 요인분석을 실시하여 모두 26개의 요인이 도출되었다. 그리고 한국과 캐나다 거주 대학생 집단간의 각 요인별 평균점수의 차이를 t검증에 의해 분석한 결과, 모두 21개 요인에서 차이를 보인 것으로 나타났다. 라이프스타일 특성상의 차이를 보인 부분은 동서양의 문화적 가치관의 차이를 반영하고 있으며, 이러한 연구결과는 문화적

57) 서용원, 전개논문, 1996.

58) 성현란·유카와 료조, “한국과 일본의 아동에 있어서 개념적 체제화의 융통성에 관한 비교문화적 연구, 한국심리학회, 1996.

환경이 다른 소비자집단의 심층적 이해를 가능하게 하고 이들을 대상으로 하는 제품 및 서비스 시장의 마케팅 전략을 수립하기 위한 기초 자료를 제공할 수 있을 것이라고 언급하였다⁵⁹⁾.

조민호와 최인호는 Hofstede 이론을 적용하여 일본인과 미국인 관광객을 대상으로 호텔선택속성 평가의 비교문화 연구를 수행하였다. 그 결과 사회적 속성에 있어서는 일본인이 미국인보다 권력거리 성향이 크고, 외형적 속성에는 일본 관광객이 보다 높았으며, 내면적 속성인 경우에는 미국인 관광객이 높은 수치를 나타내었다. 그리고 개인주의 성향이 강한 미국 관광객들이 감각적 속성을 일본 관광객보다 중요시한다고 조사결과 나타났으며, 기능적 속성에 있어서는 일본 관광객이 미국 관광객보다 중요도를 높게 매김으로써 일본 관광객들이 미국 관광객들에 비하여 더 불확실성 회피성향이 강하다고 보았다⁶⁰⁾.

그리고 조사대상은 다르지만 본 연구와 직접적 관련이 있는 논문으로는, 김성섭 등이 쓴 ‘카지노 종사원이 지각하는 국적별 카지노 고객들의 행태비교’라고 할 수 있는데, 여기에서는 일본인, 재외 한국인, 중국인, 서구인, 소수 국가인 등의 다섯 부류로 나누어 카지노 종사원들이 지각하는 각 국가별 고객들의 이용행태를 조사하였다. 그 결과, 일본인 이용객인 경우에는 팁에 관대하며, ‘미주와리’라는 알코올음료를 선호하는 것으로 조사되었으며, 재외 한국인 고객의 경우에는 카지노 업장에서 다소 소란스러우며, 흥미를 제공해주는 새로운 게임을 소개할 필요가 있는 것으로 나타났다. 그리고 중국인 고객의 경우에는 그들에게 친숙한 게임만을 즐기는 경향이 높고, 서구인인 경우에는 게임 도중 담배를 많이 피우는 행동특성이 있는 것으로 조사결과 나타났다. 마지막으로 수수 국가인 고객의 경우에는 5만원 이상 칩을 구입할 때 제공되는 칩에 많은 관심을 가지고 있는 것으로 나타났다.

따라서 문화권이나 국적에 따라 관광자들의 행동이나 태도가 다르다고 지적

59) 채정숙, 전계논문, 1999.

60) 조민호·최인호, “호텔선택속성 평가의 비교문화 연구(Hofstede 이론의 적용)”, 「관광학연구」 제23권 제1호, 한국관광학회, 1999.

한 관광분야 비교문화의 선행연구 결과들과 일치하며, 효과적인 외국인 카지노 마케팅 전략을 수립하기 위하여 국가간 상호문화의 다양성에 대한 이해가 요구된다고 하였다⁶¹⁾.



61) 김성섭 · 이문주 · 김학용, “카지노 종사원이 지각하는 국적별 카지노 고객들의 행태비교”, 「관광학연구」 제25권 제3호, 한국관광학회, 2001, pp.231-247.

제 3 장 연구 설계

제 1 절 연구모형과 가설 설정

1. 연구모형의 설계

본 연구는 제2장에서 수행된 이론적 고찰 부분에서 언급된 카지노 이용객들의 다양한 이용속성을 비교문화적인 관점에서 카지노 이용고객들을 대상으로 연구설계 하였으며 본 연구의 목적은 앞서도 언급되었듯이 카지노 이용고객들 중 한국인과 일본인 중심으로 카지노 이용속성의 차이점을 분석하는데 초점을 두고 있으며 이러한 연구는 현재 외국인 전용 카지노는 일본인 중심으로 운영되고 있고 또한 내국인이 출입할 수 있는 카지노는 강원도 강원랜드가 성황리에 영업을 하고 있기 때문에 각 회사의 고객들이 국적이 다른 점을 감안하여 고객들의 속성을 연구하여 각 나라의 상호 문화적인 특징에 맞는 다양한 서비스 제공한 효과적인 마케팅 전략 계획을 수립하는데 많은 기여를 할 것으로 사료된다.

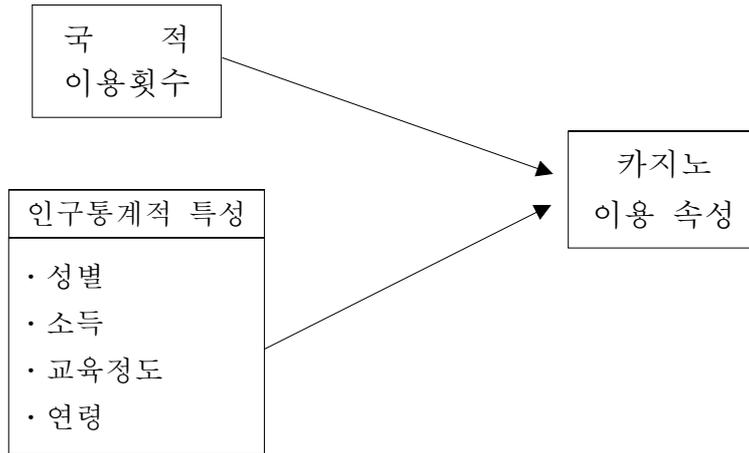
본 연구에서는 비교문화적 소비자행동 연구를 바탕으로 하여 카지노고객이 이용속성에 대한 연구를 시도한 것이므로, 비교문화적 소비자행동연구모형을 참고하여 아래와 같은 연구모형을 만들었다.

즉 아래 그림에서 보는 것처럼 비교문화적 카지노고객 이용속성 연구에서는 사회문화적 환경 그리고 경제적 환경의 유사점 또는 상이점이 카지노 이용객의 속성에 영향을 미친다고 간주한다. 그 결과 문화권에 따라 카지노고객이 상이한 것은 사회문화적 환경이 다름에 따라 카지노고객들의 이용속성이 다르기 때문이라고 본다⁶²⁾. 물론 경제적 환경, 예를 들어 각국의 경제발전 단계 및 소득수준의 차이도 영향을 미치지만 비교문화적 소비자행동연구에서와 마찬가지로

62) 이철, 전개논문, pp.88~89.

지로 카지노고객행동연구에서는 이와 같은 경제적 환경변수와 사회문화적 환경변수를 통제하였다.

[그림 3-1] 연구모형



2. 가설설정

위에 제시된 연구모형을 토대로 하여 본 연구의 가설을 설정한 결과 다음과 같다.

H 1 : 카지노 이용객의 국적과 이용횟수에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다.

H 1-1 : 카지노 이용객의 국적에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다.

H 1-2 : 카지노 이용객의 이용횟수에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다.

H 2 : 카지노 이용자의 인구통계적 특성에 따라서 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다.

H 2-1 : 카지노 이용자의 성별에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다.

H 2-2 : 카지노 이용자의 연령에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다.

H 2-3 : 카지노 이용자의 학력에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다.

H 2-4 : 카지노 이용자의 연평균 소득에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다.

제 2 절 연구 조사 설계



1. 연구대상 및 자료수집 방법

본 연구의 대상 및 자료 수집은 먼저 내국인이 출입할 수 있는 우리 나라 유일의 강원랜드 카지노에서 내국인을 대상으로 설문 조사를 실시하였으며, 우리 나라에서 행정구역상 카지노 시설이 가장 많은 제주도의 경우는 내국인 출입이 허락되지 않는 지역이므로 이 지역에서는 외국인을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 특히 본 연구에서는 일본과 한국의 문화적 차이에 따른 카지노 이용자 속성에 관한 연구이기 때문에 외국인 중에서도 일본인을 대상으로 자료를 수집하였다.

카지노를 출입하는 내국인과 일본인들에게 자료 수집을 위하여 각각 250부씩 모두 500부의 설문지를 배포하여 90%가 넘는 451부가 회수되었고, 그 중

395부(한국인 193부, 일본인 202부)가 본 연구의 분석에 이용되었고, 나머지 59부는 응답이 부실하여 본 조사의 분석에서는 제외되었다.

설문기간은 2003년 7월 10일부터 8월 30일 까지 강원랜드와 제주도의 그랜드 카지노, 롯데 카지노에서 이루어졌다. 강원랜드는 우리 나라 유일의 내국인 출입카지노이기 때문에 선택했고, 제주도의 그랜드 카지노와 롯데 카지노는 제주도 카지노 산업의 양 축인 신제주와 중문관광단지를 대표하는 카지노이기 때문에 조사대상 카지노 사업체로 선정하였다.

2. 설문지의 내용 및 구성

2개국의 문화비교적 연구에서 연구자들이 설문지를 구성할 때 취하는 방법은 [탈중심화]를 지향한다. 이는 연구자가 쓰고자 하는 척도를 연구자의 모국어(갑)로 구성하고, 이를 다른 나라(을)에 사용하기 위하여 갑과 을 양국어를 모두 아는 사람으로 하여금 번역을 하게 한 후, 다시 다른 사람을 시켜서 갑의 언어로 역번역(back-translation)을 시켜 원척도와 대등성을 비교한다. 상이한 점이 크면 원척도를 수정하고 재번역, 재역번역 및 수정하는 과정을 수차례 반복함으로써 척도의 번역상 동질성을 확보하는 절차이다. 그러나 이렇게 해서 같아졌다고 해도 문제가 없는 것은 아니다. 능숙한 번역자들이 자신들의 능력을 과잉 적용시킬 수 있으며, 여러 언어 사용자들이 단일 언어 사용자들과는 인지구조가 차이가 있다는 증거들이 제시되고 있어 번역척도의 대등성이 문제될 수 있다.

이 같은 이론적인 문제점보다 더 곤란한 것은 실용상의 문제이다. 즉 문화비교 연구는 대부분 원척도와 번역척도가 대등하게 서로 번역-역번역 과정에서 변화하는 것이 아니고 원척도는 [고정](fixed)되어 있기 마련이므로 [탈중심화]는 현실적으로 어렵고, 특히 여러 언어로 번역되는 경우는 불가능하다. 현실적으로는 번역--역번역의 과정에서 번역된 척도가 원척도에 가까워지도록

하는 방법이 많이 쓰이고 있다. 이 과정을 거침으로써 어느 정도 두 가지가 피리가 있는지를 파악할 수 있으므로 이는 최소한으로 필요한 과정이라 하겠다⁶³⁾.

본 연구에 있어 태도행동이론은 행동과학 분야의 태도행동의 상대론적 관점으로 그 범위를 한정하였다. 그 이유는 태도행동개념이 여러 학문분야에서 많은 관심의 대상이 되어 왔기 때문에 태도행동에 대한 관점 차이가 학문 분야별로 조금씩 다를 것이기에, 외래관광객의 카지노 관광 행동을 이해하기 위해서는 행동과학적 관점의 태도 행동이론에 근거를 두는 것이 측정의 문제를 해결해 줄뿐만 아니라 카지노 관광 행동 설명에 유용한 개념적 틀을 제공하여 줄 수 있기 때문이다.

한국인과 일본인의 카지노 이용객의 이용속성에 대한 비교문화 연구의 선행연구가 그리 많지 않았기 때문에 본 연구조사를 위한 설문 항목들은 기존의 관련 연구⁶⁴⁾를 통해서 개발되었다.

카지노 이용객의 이용속성에 대하여 각 나라의 문화적 배경에 대한 카지노 이용객들의 속성을 설명하는 문항에 동의하는지 동의하지 않은지 표시하도록 측정하였다. 응답자는 5점 리커트 척도 (강한 부정①-중립③-강한 긍정⑤)에 표시하도록 하였다.

본 연구에서 나타난 카지노 고객들의 국적별 특성을 살펴보면 한국인 고객들은 오직 카지노에 게임을 목적으로 개별적으로나 또는 친구와 같이 방문하고 있으며 일본인 고객들은 단체관광객이나 또는 카지노 초청 고객들이 대부분을 차지 하고 있었다.

본 연구에 사용된 설문지는 크게 세 부분으로 나누어져 있다. 첫째는 인사 말씀이고, 두 번째 부분은 카지노를 방문한 사람들을 대상으로 한 그들의 이용속성과 관련된 질문이다. 마지막으로 세 번째 부분은 응답자들의 인구통계

63) 한규석, “사회심리학에서의 문화비교연구”, 한국심리학회, 동계연구세미나, 1996, pp.4-7.

64) 이준호, 전계논문, 2000 ; 이상동, 전계논문, 2000 ; 한국관광연구원, 전계서, 1997 ; 김성섭·이문주·김학용, 전계논문, 2001.

학적 특성에 관한 것으로서, 본 연구의 인구통계적 특성에 따른 카지노 이용객들의 이용속성을 파악하기 위하여 질문되어졌다.

3. 변수의 조작적 정의

조작적 정의란 어떤 개념 또는 변수를 측정하기 위하여 수행해야 할 행동 또는 작업을 가리킨다. 그래서 본 연구에서도 카지노 이용객들의 속성을 측정하기 위한 평가요인으로 설정한 요인에 대해, 일반적인 개념의 틀에서 측정할 수 있도록 조작적 정의를 내렸다.

1) 이용속성: 이 논문에서 의미하는 이용속성의 개념은 물건을 이롭게 쓰거나 쓸모 있게 쓴다는 ‘이용’이라는 단어와 사물의 본질을 이루는 고유한 특징이나 성질을 나타내는 ‘속성’이란 단어가 합쳐진 의미로 파악될 수 있다. 따라서 본 논문에서는 이용행태나 이용성향을 포함해서 “카지노를 이용하는 사람들의 고유한 특징이나 성질”로서 이용속성에 대한 조작적 정의를 내렸다.

여기에 일반적으로 일탈성, 사교성, 전환성, 복합성, 도전성, 몰입성의 여섯 가지 요인으로 분석되었다.

(1) 일탈성

일탈성이란 함은 어떤 사상이나 조직·규범 등에서 벗어나는 의미를 내포하고 있는데, 여기에서는 기존의 일상적이고 단조로운 생활에서 탈피하여 새로운 여가활동을 향유하는 것이라고 정의를 내렸다.

(2) 사교성

사회생활을 하고자 하는 인간의 특성이라는 사전적 의미를 가지고 있으며, 본 논문에서는 혼자보다는 친구나 친지 등 주변 사람들과 게임을 같이 하는 것을 사교성이라고 조작적 정의를 내렸다.

(3) 전환성

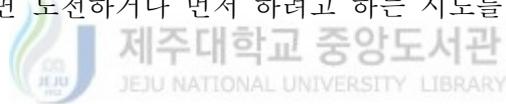
이제까지의 방침이나 경향·상태 등이 다른 것으로 바뀐, 또는 그렇게 바뀐다는 사전적 의미를 내포하고 있다. 따라서 여기에서는 기존의 것에서 새로운 기분을 느낀다던가 새로운 경험을 하는 활동이라고 조작적 정의를 내렸다.

(4) 복합성

두 가지 이상의 것이 하나로 합쳐짐, 또는 그렇게 합침이라는 의미를 내포하고 있음에 따라, 본 연구에서는 카지노 게임이 한 가지 즐거움을 바탕으로 하는 것이 아니라 여러 가지 사항이 복합적으로 작용하여 즐거움 등을 준다는 것을 의미하는 것이라고 정의를 내렸다.

(5) 도전성

승부의 세계에서 보다 나은 수준에 승부를 건다는 의미로, 본 연구에서는 새로운 것이 있으면 도전하거나 먼저 하려고 하는 시도를 하는 것으로 정의를 내렸다.



(6) 몰입성

어떤 일에 빠진다는 사전적 의미를 내포하고 있으며, 이에 따라서 본 연구에서는 카지노 게임을 한다면 주변의 것들은 다 잊어버림으로서 오로지 게임에만 빠지거나 열중한다는 의미로 정의를 내렸다.

2) 국적: 국적이라 함은 어떤 국가의 구성원으로서의 자격 및 신분을 일컫는 말로서 여기에서는 한국과 일본에 속한 한국인과 일본인을 대상으로 조사되었다.

3) 이용횟수: 이용횟수는 조사대상자가 카지노를 이용하는 빈도를 말하며, 이 논문에서는 1년 동안 카지노 이용횟수를 파악하였다.

4) 인구통계적 특성: 본 연구에서의 인구통계적 특성은 ‘강원랜드 카지노를 이용한 한국인과 제주도의 카지노를 이용한 일본인을 대상으로 한 통계적으로 특수한 성질’로서 조작적 정의를 내렸다.

4. 분석방법

조사 대상자들의 인구 통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도 분석(Frequency Analysis)을 실시하였으며 가설의 검증을 위해 유의 수준 $p < 0.05$ (신뢰도 95% 이상)에서 두 집단간의 차이 검증을 위해 T-TEST를 실시하고 세 집단 이상의 차이 검증을 위해서는 일원배치 분산 분석(one way ANOVA)을 실시하였다. 그리고 설문 내용의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위하여 크론바흐 알파계수를 이용하고 요인 분석을 통하여 내적 타당성, 구성 타당성 등을 검증하였다.



제 4 장 실증분석

제 1 절 표본의 구성과 인구통계적 특성

1. 표본의 구성

본 연구의 실증분석을 위한 설문지의 배부 및 회수 현황은 아래의 표와 같다. 강원랜드의 경우 국내 유일의 내국인 출입 카지노이기 때문에 본 연구를 위한 필수적인 장소라 선택하였고, 제주도의 그랜드 카지노와 롯데카지노를 선택한 이유는, 물론 이 지역이 외국인 전용 카지노이기 때문이지만, 제주도 카지노업의 두 축인 서귀포와 신제주 지역의 대표적 업체로 판단되어 이 두 장소만을 연구에 포함시켰다.

 제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY
<표 4-1> 설문지의 배부 및 회수 현황

구분	배부된 설문지	회수된 설문지	폐기된 설문지	사용된 설문지
강원랜드	250부	210부	17부	193
그랜드 카지노	125부	123부	12부	111
롯데 카지노	125부	118부	27부	91
합 계	500부	451부	56부	395

총 500부를 배부한 결과 451부가 회수되었고, 회수된 설문지 중 56부는 불성실한 응답 등으로 폐기 처분하였다. 따라서 나머지 395부가 최종적으로 본 연구의 분석에 이용되었다.

2. 인구통계적 특성

표본의 인구통계적 특성으로 성별, 연령, 교육정도, 카지노 이용횟수, 소득, 직업, 국적별로 살펴보았다.

아래의 표에서 보는 바와 같이, 자료의 분석을 위한 통계처리에 이용된 총 395부(일본인 202명, 한국인 193명)의 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 다음과 같다. 연령별로는 남성이 전체의 70.6%인 279명(일본인 155명, 한국인 124명)이고, 여성은 전체의 29.4%인 116명(일본인 47명, 한국인 69명)으로, 카지노 이용고객이 대부분 남성인 점을 고려한 표본추출의 결과를 반영하고 있다. 연령의 경우 40대가 전체의 31.1%인 123명(일본인 73명, 한국인 50명)으로 가장 많이 나타났으며, 그 다음으로는 30대 25.8%인 102명(일본인 54명, 한국인 48명), 50대가 18.7%인 74명(일본인 37명, 한국인 37명), 20대 전체의 17%인 67명(일본인 27명, 한국인 40명), 그리고 60대 이상이 전체의 7.3%인 29명(일본인 17명, 한국인 12명)으로 조사되었다.

교육정도에 대해서 조사한 결과 고졸 이하가 전체의 24.6%인 97명(일본인 58명, 한국인 39명), 전문대졸 이하가 전체의 36.5%인 144명(일본인 62명, 한국인 82명), 대졸이하 전체의 34.4%인 139명(일본인 77명, 한국인 59명), 그리고 대학원 재학 이상이 전체의 4.6%인 18명(일본인 5명, 한국인 13명)을 차지하였다. 연간 카지노 이용횟수로는 3회 미만의 이용자가 전체의 29.4%인 116명(일본인 80명, 한국인 36명)으로 가장 많았으며, 그 다음으로는 15회 이상의 빈번한 이용자가 전체의 28.4%인 112명(일본인 27명, 한국인 85명)을 차지하였다. 그 이외에 5회 미만 전체의 12.9%인 51명(일본인 31명, 한국인 20명), 7회 미만 전체의 8.9%인 35명(일본인 17명, 한국인 18명), 10회 미만이 전체의 11.9%인 47명(일본인 31명, 한국인 16명), 그리고 15회 미만이 전체의 8.6%인 34명(일본인 16명, 한국인 18명)으로 나타났다.

<표 4-2> 표본의 일반적 특성

구분	내용	빈도(명)			비율(%)		
		전체	한국	일본	전체	한국	일본
성별	남	279	124	155	70.6	64.2	76.7
	여	116	69	47	29.4	35.8	23.3
연령	20대	67	40	27	17	20.7	13.4
	30대	102	54	48	25.8	28.0	23.8
	40대	123	50	73	31.1	25.9	36.1
	50대	74	37	37	18.7	19.2	18.3
	60대 이상	29	12	17	7.3	6.2	8.4
학력	고졸 이하	97	39	58	24.6	20.2	28.7
	전문대졸 이하	144	82	62	36.5	42.5	30.7
	대졸 이하	136	59	77	34.4	30.6	38.1
	대학원 재학 이상	18	13	5	4.6	6.7	2.5
이용횟수	3회 미만	116	36	80	29.4	18.7	39.6
	5회 미만	51	20	31	12.9	10.4	15.3
	7회 미만	35	18	17	8.9	9.3	8.4
	10회 미만	47	16	31	11.9	8.3	15.3
	15회 미만	34	18	16	8.6	9.3	7.9
	15회 이상	112	85	27	28.4	44.0	13.4
소득	2,000만원 미만	95	69	26	24.1	35.8	12.9
	3,000만원 미만	92	47	45	23.3	24.4	22.3
	4,000만원 미만	90	31	59	22.8	16.1	29.2
	5,000만원 미만	48	21	27	12.2	10.9	13.4
	5,000만원 이상	70	25	45	17.7	13.0	22.3
직업	공무원	7	2	5	1.8	1.0	2.5
	회사원	114	39	75	28.9	20.2	37.1
	농수축산업	4	4	0	1.0	2.1	0
	자영업	128	59	69	32.4	30.6	34.2
	주부	24	13	11	6.1	6.7	5.4
	무직	18	17	1	4.6	8.8	0.5
	학생	7	7	0	1.8	3.6	0
	전문직	37	12	25	9.4	6.2	12.4
	기타	56	40	16	14.2	20.7	7.9
계		395	193	202	100	100	100

소득별로는 2,000만원 미만인 전체의 24.1%인 95명(일본인 26명, 한국인 69명)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 3,000만원 미만 23.3%인 92명(일본인 45명, 한국인 47명), 4,000만원 미만 22.8%인 90명(일본인 59명, 한국인 31명), 5,000만원 이상 17.7%인 70명(일본인 45명, 한국인 25명), 그리고 5,000만원 미만의 소득을 가진 자가 전체의 12.2%인 48명(일본인 27명, 한국인 21명)으로 나타났다.

직업별로는 자영업자의 비율이 전체의 32.4%인 128명(일본인 69명, 한국인 59명)으로 가장 많은 비율을 차지했으며, 그 다음으로는 회사원이 전체의 28.9%인 114명(일본인 75명, 한국인 39명), 기타 56명(일본인 16명, 한국인 37명), 전문직이 전체의 9.4%인 37명(일본인 25명, 한국인 12명)의 순으로 나타났다.

국적별로는 한국인이 전체의 48.9%인 193명, 일본인이 전체의 51.1%인 202명으로 나타났다.



제 2 절 측정척도의 평가

최초요인을 추출하는 첫 단계와 요인의 수를 정하는 두 번째 단계는 사실상 동시에 이루어진다. 연구를 설계할 때 꼭 필요한 변수들은 모두 포함되고 불필요한 변수들은 포함되지 않았고, 또한 각 변수들이 측정하고자 하는 속성만을 측정하였다면 최초요인을 추출하고 요인의 수를 정하는 단계는 연구자의 예상대로 순조롭게 진행된다. 그러나 대부분의 사회과학연구에서 연구자가 원하는 것처럼 변수를 요인으로 분류하는 과정은 순조롭지 않다. 때에 따라서 요인으로 분류하는데 장애가 되는 변수들을 분석에서 제외하여야 한다⁶⁵⁾.

65) 이영준, 「요인분석의 이해」, 도서출판 석정, 2002, pp.78-79.

본 조사의 분석에서도 요인으로 분류하는데 장애가 되는 변수들을 제거하였는데, 그 결과 총 25개의 변수들 중에서 8개의 변수가 요인공통분산(communality)이 0.4 미만인 값을 나타냈다. 이는 해당 변수가 어느 요인에 확실히 포함되었는지를 보여주지 못하는 것을 나타낸다. 따라서 내용적 타당도와 구성적 타당도가 없는 총 8개의 변수를 제거한 나머지 17개의 변수를 최종 요인분석에 이용하였다.

1. 변수측정의 신뢰성 및 타당성 검증

신뢰성이란 측정결과에 오차가 들어 있지 않은 정도, 즉 분산에 대한 체계적 정보를 반영하고 있는 정도를 나타내는 것이다. 신뢰성을 검토하는 하나의 방법은 어떤 속성의 측정치가 어느 정도의 오차를 포함하는가 하는 입장에서의 측정치의 점수에 오차가 포함되어 있는 정도가 적으면 적을수록 그 측정치는 신뢰할 수 있게 된다. 신뢰성의 동의어로는 의존성(dependability), 안정성(stability), 일관성(consistency), 예측가능성(predictability), 정확성(accuracy) 등이 있다.

측정치에 대한 신뢰성을 실증적으로 평가하기 위하여 여러 가지 방법이 사용되고 있다. 이러한 방법에는 평행검증법(the parallel form method), 검증-재검증법(test-retest), 내부일치법(internal consistency method), 크론바흐 알파(Chronbach's alpha) 등이 있다.

본 연구에서는 크론바흐 알파계수를 이용한 신뢰성 검증을 하였다. 이 방법을 이용하여 해당 척도를 구성하고 있는 각 항목들의 신뢰성까지 평가할 수 있다. 문항 전체 수준의 경우 크론바흐 알파 계수가 0.5 이상, 개별 문항 수준인 경우 0.9 이상 정도면 신뢰도가 높다고 할 수 있다⁶⁶⁾.

66) 노형진, 「한글 SPSS 10.0에 의한 조사방법 및 통계분석」, 형설출판사, 2002, pp.553-555.

신뢰성 분석을 실시한 결과는 아래와 같다.

<표 4-3> 신뢰성 분석

요인	설문문항	comm- unality	아이겐값 (분산 설명력)	신뢰 계수 α
요인 1 일탈성	복잡한 현실과 긴장감 탈피를 위해 게임을 한다	.741	4.088 (24.048%)	.7301
	새로운 여가활동을 위해서 게임을 한다	.714		
	단조로운 생활과 권태탈피를 위해 게임을 한다	.635		
요인 2 사회성	혼자보다 친구와 같이 게임을 하는 것이 더 좋다	.698	1.619 (9.525%)	.5931
	카지노는 실력이 아니라 운이 따라야 한다	.583		
	오락과 유흥을 즐기기 위해서 게임을 한다	.580		
요인 3 전환성	카지노 게임은 기분전환에 도움을 주는 편이다	.705	1.576 (9.268%)	.6870
	카지노를 이용하면 색다른 경험을 할 수 있다	.705		
요인 4 복합성	카지노 게임은 생활에 가장 중요한 것이다	.666	1.507 (8.867%)	.6491
	항상 새로운 만남을 가질 수 있다	.555		
	카지노 게임은 어떤 것보다 재미있다	.621		
	남에게 권장할만하다고 생각한다	.480		
	카지노 게임은 항상 새롭다	.480		
요인 5 도전성	새로운 게임이 들어오면 항상 먼저 하는 편이다	.769	1.190 (7.001)	.6820
	모르는 게임이 있으면 항상 도전하고 싶다	.786		
요인 6 몰입성	게임을 하면 모든 것을 잊을 수 있다	.669	1.053 (6.193%)	.5496
	게임을 하면서 핸드폰이 오면 받지 않는다	.634		

주1) 총 분석수는 336게임.

주2) 요인의 총분산 설명력은 64.902%임.

주3) 표준형성 적절성의 KMO⁶⁷⁾ 측도는 .753, 유의확률은 0.000임.

그리고 카지노 이용객의 이용속성에 대한 요인분석 결과 17개로 추출된 변수의 신뢰계수는 크론바흐 알파 모형에 의해서 6개 요인에 대한 신뢰성 검증한 결과, 요인 2와 요인 6의 경우는 각각 0.5931과 0.5496으로 나타나 다소 신뢰도가 낮다고 할 수 있으나, 나머지 요인들은 모두 0.6 이상의 값을 나타내

67) 잔영상관행렬을 이용하여 계산된 통계량으로 연구자의 자료가 요인분석에 적합한지를 알려준다.

어 신뢰할 수 있는 수준이라고 할 수 있겠다. 하지만 요인 2와 요인 6도 무시할 정도의 신뢰도는 아니며 다소 낮지만 받아들일 수 있는 값이라고 할 수 있다.

요인분석의 타당성을 입증하는 방법은 간단하지 않으나, 가장 간편한 방법은 요인분석의 결과로 도출되는 요인을 이용하여 예측력이나 설명력을 점검할 다른 종속변수를 확보하는 방법이다. 그 결과가 예측력이나 설명력이 있다고 볼 수 있으면 요인분석 결과도 타당성이 있다고 볼 수 있다⁶⁸⁾.

표준형성 적절성의 KMO 측도 값은 변수 쌍들간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타낸다. 따라서 이 값이 적으면 요인분석을 위한 변수들의 선정이 좋지 못함을 나타낸다. KMO측도 값이 0.9 이상이면 상당히 좋은 값이고, 0.8 이상은 좋은 값, 0.7 이상은 적당, 그리고 0.6 이상이면 평범한 것이다. 본 연구에서의 KMO측도 값은 0.753으로 나타나 적당한 값이라고 할 수 있다.



68) 이영준, 전계서, p.137.

2. 가설 검증⁶⁹⁾

1) 가설 1에 대한 검증

(1) 가설 1-1에 대한 검증

가설 1-1 ‘카지노 이용객의 국적에 따라 카지노 이용 속성에는 차이가 있을 것이다’에 대한 가설의 검증 결과는 아래의 표와 같다.

<표 4-4> 국적별 t 검증

내 용		국적	평균	F값	유의확률
요인 1 일탈성	7. 복잡한 현실과 긴장감 탈피	한국	2.6073	.434	.511
		일본	2.8650		
	6. 여가활동	한국	2.5105	14.029	.000*
		일본	3.0457		
	5. 단조로운 생활과 권태감 탈피	한국	2.6754	5.301	.022**
		일본	3.0000		
요인 2 복합성	24. 생활에 가장 중요	한국	2.4922	12.199	.001*
		일본	2.4129		
	11. 새로운 만남	한국	2.4579	1.959	.162
		일본	2.7850		
	12. 다른 것보다 재미있음	한국	3.3632	4.388	.037**
		일본	3.2121		
	21. 남에게 권장할만함	한국	2.2656	14.511	.000*
		일본	2.8159		
	17. 게임은 항상 새롭다	한국	2.7789	16.733	.000*
		일본	3.1900		
요인 3 전환성	2. 색다른 경험	한국	3.0838	35.149	.000*
		일본	3.4800		
	3. 기분전환에 도움	한국	3.1093	35.486	.000*
		일본	3.6368		

(표 계속)

69) 본 연구 분석의 신뢰수준 95%임.

내 용		국적	평균	F값	유의확률
요인 4 사교성	10. 게임은 친구와 같이	한국	2.9430	19.886	.000*
		일본	3.6915		
	16. 게임은 실력이 아닌 운	한국	3.3212	33.045	.000*
		일본	3.9497		
	8. 게임은 오락과 유희를 위함	한국	2.7526	34.178	.000*
		일본	3.5920		
요인 5 도전성	23. 모르는 게임은 도전하고 싶음	한국	2.4632	10.806	.001*
		일본	3.1371		
	1. 새로운 게임은 항상 먼저	한국	2.4974	29.273	.000*
일본	2.9353				
요인 6 몰입성	20. 카지노 게임은 모든 것을 잊게함	한국	2.8524	1.855	.174
		일본	3.1542		
	19. 게임도중 핸드폰 받지 않음	한국	2.3422	.550	.459
		일본	3.0153		

* p≤0.01일 때 유의함, **p≤0.05일 때 유의함.

한국인과 일본인의 카지노 이용속성에 대한 차이를 검증한 결과, 요인 6을 제외하고는 유의미한 차이를 보이고 있는 요인이 많은 것으로 나타났다. 특히 요인 3과 요인 4, 그리고 요인 5인 경우는 각 요인에 포함된 모든 변수가 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 하지만 요인 6의 경우에는 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있지 않은 것으로 조사결과 나타났다.

이를 구체적으로 살펴보면, 전환성, 사교성, 도전성의 요인에서는 일본인들이 한국인들보다 평균 점수가 높게 나타나서 카지노 게임에 있어서 전환성, 사교성 및 도전성이 한국인들보다 나은 것으로 나타났다. 하지만 다른 것보다 재미있다거나, 생활에 있어서 가장 중요하다는 항목에 대해서는 양쪽 모두 평균 점수 이하로 나타났지만, 한국인이 점수가 더 높은 것으로 나타났다.

(2) 가설 1-2에 대한 검증

가설 1-2 ‘카지노 이용객의 연간 카지노 이용횟수에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다’에 대한 검증 결과, 한국인 이용객의 경우 항목 7, 8, 10, 17에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였고, 일본인 이용객의 경우에는 항

목 4, 5, 6, 10, 17에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있는 것으로 나타났다.

한국인 이용객의 경우 항목 10 ‘카지노 게임은 다른 어떤 것보다 재미있다’에서 카지노 이용빈도가 많을수록 평균 점수가 높게 나타나, 카지노 이용빈도가 높을수록 카지노 게임이 다른 것보다 재미있다고 느끼고 잇는 것으로 나타났다. 그리고 항목 17 ‘카지노 게임이 내 생활에 있어서 가장 중요한 것이다’에서도 대체적으로 카지노 이용빈도가 높을수록 점수가 높게 나타나 카지노 이용빈도와 카지노 게임이 생활의 가장 중요한 부분이란 것과는 상관관계가 있다는 것을 알 수 있다. 이는 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있는 것으로 조사결과 나타났다.

<표 4-5> 이용빈도별 분산분석

내용	이용빈도	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
1. 새로운 게임이 들어오면 항상 먼저 해 보는 편이다	3회 미만	36	79	2.7778	2.9241	2.227	1.807	.053	.113
	5회 미만	20	31	1.8000	2.7097				
	7회 미만	18	17	2.6111	2.7059				
	10회 미만	16	31	2.1250	2.9032				
	15회 미만	18	16	2.8889	2.8750				
	15회 이상	85	27	2.5059	3.4444				
	합계	193	201	2.4974	2.9353				
2. 카지노를 이용하면 색다른 경험을 할 수 있다	3회 미만	35	78	3.0857	3.4615	.269	1.129	.930	.346
	5회 미만	19	31	2.8947	3.3226				
	7회 미만	18	17	3.3333	3.5294				
	10회 미만	16	31	3.0625	3.7097				
	15회 미만	18	16	3.2222	3.1875				
	15회 이상	85	27	3.0471	3.5926				
	합계	191	200	3.0838	3.4800				
3. 카지노 게임은 기분전환에 도움을 주는 편이다	3회 미만	34	80	2.7059	3.6500	1.119	1.656	.352	.147
	5회 미만	19	31	3.3158	3.4194				
	7회 미만	15	16	3.1333	4.0000				
	10회 미만	16	31	2.9375	3.7419				
	15회 미만	18	16	3.4444	3.2500				
	15회 이상	81	27	3.1852	3.7407				
	합계	183	201	3.1093	3.6368				

(표 계속)

내용	이용빈도	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
4. 단조로운 생활과 권태감을 탈피하기 위해 게임을 하는 편이다	3회 미만	36	78	2.8611	2.6795	.472	2.939	.797	.014**
	5회 미만	19	31	2.4737	3.0968				
	7회 미만	18	17	2.8889	3.0588				
	10회 미만	15	30	2.5333	3.5000				
	15회 미만	18	16	2.6111	3.3750				
	15회 이상	85	27	2.6353	3.0000				
	합계	191	199	2.6754	3.0000				
5. 새로운 여가활동을 하기 위해서 게임을 하는 편이다	3회 미만	34	76	2.4706	2.8158	.588	2.702	.709	.022**
	5회 미만	19	31	2.8421	3.0323				
	7회 미만	18	17	2.6667	3.1765				
	10회 미만	16	31	2.6250	3.3871				
	15회 미만	18	16	2.5000	3.5625				
	15회 이상	85	26	2.4000	2.9231				
	합계	190	197	2.5105	3.0457				
6. 복잡한 현실과 긴장감에서 탈피하기 위해서 게임을 하는 편이다	3회 미만	36	79	2.5000	2.4430	1.754	7.859	.124	.000*
	5회 미만	20	31	2.3500	2.8387				
	7회 미만	17	17	3.2353	2.9412				
	10회 미만	16	31	2.8750	3.3871				
	15회 미만	18	16	2.5556	3.8750				
	15회 이상	84	26	2.5476	2.8846				
	합계	191	200	2.6073	2.8650				
7. 오락과 유희을 즐기기 위해서 게임을 하는 편이다	3회 미만	36	79	2.9722	3.6329	2.427	1.472	.037**	.201
	5회 미만	19	31	3.1053	3.4194				
	7회 미만	17	17	3.1765	3.2941				
	10회 미만	16	31	2.9375	3.4839				
	15회 미만	17	16	2.8824	3.8750				
	15회 이상	85	27	2.4353	3.8148				
	합계	190	201	2.7526	3.5920				
8. 친구들이 게임을 즐기 때문에 나도 게임을 즐기는 편이다	3회 미만	36	80	3.7222	3.8625	4.226	1.415	.001*	.220
	5회 미만	20	31	3.2000	3.7097				
	7회 미만	18	17	2.6667	3.7647				
	10회 미만	16	31	3.0625	3.2903				
	15회 미만	18	16	2.7778	3.5625				
	15회 이상	85	26	2.6235	3.6538				
	합계	193	201	2.9430	3.6915				
9. 항상 새로운 만남을 가질 수 있어서 카지노 게임을 즐긴다	3회 미만	36	80	2.2222	2.7375	.449	.264	.814	.932
	5회 미만	17	31	2.5294	2.7742				
	7회 미만	18	16	2.4444	3.0000				
	10회 미만	16	31	2.5000	2.8065				
	15회 미만	18	15	2.6111	2.9333				
	15회 이상	85	27	2.5059	2.7037				
	합계	190	200	2.4579	2.7850				

(표 계속)

내용	이용빈도	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
10. 카지노 게임은 다른 어떤 것보다 재미있다	3회 미만	35	78	2.7714	2.7564	2.682	5.995	.023**	.000*
	5회 미만	20	31	3.1500	3.2258				
	7회 미만	17	17	3.2941	3.5882				
	10회 미만	15	31	3.4000	3.3871				
	15회 미만	18	16	3.5556	3.7500				
	15회 이상	85	25	3.6235	3.8000				
	합계	190	198	3.3632	3.2121				
11. 카지노 게임은 운이 따라야 한다	3회 미만	36	79	3.6667	4.1013	2.059	1.867	.072	.102
	5회 미만	20	31	3.4000	3.9355				
	7회 미만	18	16	2.7778	3.9375				
	10회 미만	16	30	3.7500	3.5333				
	15회 미만	18	16	3.4444	4.1875				
	15회 이상	85	27	3.1647	3.8519				
	합계	193	199	3.3212	3.9497				
12. 카지노 게임은 항상 새롭다	3회 미만	36	78	2.7222	3.2051	1.033	.052	.400	.998
	5회 미만	20	31	2.6500	3.1290				
	7회 미만	18	17	2.7222	3.1765				
	10회 미만	16	31	2.9375	3.1935				
	15회 미만	18	16	3.2778	3.2500				
	15회 이상	82	27	2.7073	3.1852				
	합계	190	200	2.7789	3.1900				
13. 카지노 게임을 하면서 핸드폰이 오면 받지 않는다	3회 미만	36	75	2.3056	3.0133	.645	.310	.666	.907
	5회 미만	19	31	1.9474	3.0968				
	7회 미만	17	17	2.4118	2.8235				
	10회 미만	16	31	2.3125	2.9677				
	15회 미만	17	16	2.4706	2.8750				
	15회 이상	82	26	2.4146	3.1923				
	합계	187	196	2.3422	3.0153				
14. 카지노 게임을 즐기면 모든 것을 잊을 수 있어서 좋다	3회 미만	36	79	2.7222	3.0506	1.311	.471	.261	.797
	5회 미만	20	31	2.5000	3.3548				
	7회 미만	17	17	3.0000	3.2353				
	10회 미만	16	31	2.5000	3.2258				
	15회 미만	18	16	2.8889	3.1875				
	15회 이상	85	27	3.0235	3.0741				
	합계	192	201	2.8542	3.1542				
15. 카지노 게임은 남에게 권장할만하다고 생각 한다	3회 미만	36	80	2.2500	2.7875	1.402	.325	.225	.897
	5회 미만	20	31	2.2500	2.9032				
	7회 미만	17	17	2.2941	2.6471				
	10회 미만	16	31	2.8750	2.9032				
	15회 미만	18	16	2.4444	2.6875				
	15회 이상	85	26	2.1176	2.8846				
	합계	192	201	2.2656	2.8159				

(표 계속)

내용	이용빈도	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
16. 모르는 게임이 있으면 항상 도전하고 싶은 생각이 든다	3회 미만	36	78	2.4722	3.1282	.593	.555	.705	.735
	5회 미만	20	31	2.1500	3.0968				
	7회 미만	18	17	2.5556	2.8235				
	10회 미만	16	30	2.5625	3.2000				
	15회 미만	18	15	2.2222	3.3333				
	15회 이상	82	26	2.5488	3.2308				
	합계	190	197	2.4632	3.1371				
17. 카지노 게임이 내 생 활에 있어 가장 중요 한 것이다	3회 미만	36	79	1.6389	1.8734	7.035	10.02	.000*	.000*
	5회 미만	20	31	2.3500	2.6129				
	7회 미만	18	17	2.1111	2.9412				
	10회 미만	16	31	2.6875	2.8387				
	15회 미만	18	16	2.7222	2.6875				
	15회 이상	85	27	2.8824	2.7778				
	합계	193	201	2.4922	2.4129				

* $p \leq 0.01$ 일 때 유의함, ** $p \leq 0.05$ 일 때 유의함.

2) 가설 2에 대한 검증

가설 2 '카지노 이용고객의 인구통계적 특성에 따라서 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다'에 대한 검증 결과는 다음과 같다.

(1) 가설 2-1에 대한 검증

가설 2-1 '카지노 이용객의 성별에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다'에 대한 검증 결과, 한국인 이용객의 경우 항목 1, 12, 14, 16, 17에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였고, 일본인 이용객의 경우에는 항목 2, 4, 8, 10, 16에서만 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있는 것으로 나타났다.

한국인 이용객과 일본인 이용객을 비교한 결과 대부분의 항목에서 일본인 이용객의 평균점수가 높은 것으로 나타났으나, 항목 17 '카지노 게임이 내 생활에 있어 가장 중요한 것이다'에서는 한국인 이용객의 평균점수가 일본인 이용객의 평균점수보다 높게 나타났다. 이는 한국인 이용객들이 카지노에 대해서 단순히 게임의 의미를 지나서 카지노 게임에 집착을 하는 것으로 파악할 수 있다.

<표 4-6> 성별 t 검증

내 용	성별	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
1. 새로운 게임이 들어오면 항상 먼저 해 보는 편이다	남성	124	154	2.5242	2.9805	4.747	.256	.031**	.613
	여성	69	47	2.4493	2.7872				
2. 카지노를 이용하면 색다른 경험을 할 수 있다	남성	124	154	3.0081	3.4740	1.799	4.405	.182	.037**
	여성	67	46	3.2239	3.5000				
3. 카지노 게임은 기분전환에 도움을 주는 편이다	남성	118	155	2.9576	3.6645	1.088	1.633	.298	.203
	여성	65	46	3.3846	3.5435				
4. 단조로운 생활과 권태감을 탈피하기 위해 게임을 하는 편이다	남성	123	152	2.5854	3.0921	.790	4.255	.375	.040**
	여성	68	47	2.8382	2.7021				
5. 새로운 여가활동을 하기 위해서 게임을 하는 편이다	남성	122	151	2.3607	3.1192	1.958	.002	.163	.965
	여성	68	46	2.7794	2.8043				
6. 복잡한 현실과 긴장감에서 탈피하기 위해서 게임을 하는 편이다	남성	122	153	2.5164	2.9804	.063	.282	.802	.596
	여성	69	47	2.7681	2.4894				
7. 오락과 유흥을 즐기기 위해서 게임을 하는 편이다	남성	121	154	2.8017	3.6234	1.155	.407	.284	.524
	여성	69	47	2.6667	3.4894				
8. 친구들이 게임을 즐기기 때문에 나도 게임을 즐기는 편이다	남성	124	154	2.9274	3.5844	.588	4.548	.444	.034**
	여성	69	47	2.9710	4.0426				
9. 항상 새로운 만남을 가질 수 있어서 카지노 게임을 즐긴다	남성	123	153	2.3821	2.8039	1.650	.372	.201	.543
	여성	67	47	2.5970	2.7234				
10. 카지노 게임은 다른 어떤 것보다 재미있다	남성	121	152	3.4132	3.2895	.860	4.753	.355	.030**
	여성	69	46	3.2754	2.9565				
11. 카지노 게임은 운이 따라야 한다	남성	124	152	3.3065	3.8816	1.023	3.288	.313	.071
	여성	69	47	3.3478	4.1702				
12. 카지노 게임은 항상 새롭다	남성	123	153	2.7317	3.1438	10.675	.004	.001*	.951
	여성	67	47	2.8657	3.3404				
13. 카지노 게임을 하면서 핸드폰이 오면 받지 않는다	남성	120	150	2.4167	2.9533	1.985	2.815	.161	.095
	여성	67	46	2.2090	3.2174				
14. 카지노 게임을 즐기면 모든 것을 잊을 수 있어서 좋다	남성	123	155	2.9512	3.1484	5.810	1.053	.017**	.306
	여성	69	46	2.6812	3.1739				
15. 카지노 게임은 남에게 권장할만하다고 생각한다	남성	123	154	2.1463	2.8506	.764	.005	.383	.946
	여성	69	47	2.4783	2.7021				
16. 모르는 게임이 있으면 항상 도전하고 싶은 생각이 든다	남성	123	151	2.5366	3.1722	5.598	7.145	.019**	.008**
	여성	67	46	2.3284	3.0217				
17. 카지노 게임이 내 생활에 있어 가장 중요한 것이다	남성	124	155	2.6532	2.4903	6.336	.426	.013**	.514
	여성	69	46	2.2029	2.1522				

* p≤0.01일 때 유의함, **p≤0.05일 때 유의함.

즉 일본인의 경우에는 게임을 즐기는 경향인 반면에 한국인의 경우에는 게임 자체에 너무 집착을 한다고 말할 수 있다. 이 결과는 한국인의 경우에는 통계적으로는 유의미한 차이를 보이고 있는 것으로 나타났지만, 일본인의 경우에는 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다.

한국인의 경우에 대부분의 유의미한 항목에서 남성이 점수가 높게 나타났으나, 12번 항목인 ‘카지노 게임은 항상 새롭다’에서는 특이하게 여성이 더 높은 점수를 준 것으로 나타났으며, 일본인의 경우에는 유의미한 항목 중 여성과 남성이 각각 3개 항목씩 더 높은 점수를 준 것으로 나타났다.

(2) 가설 2-2에 대한 검증

가설 2-2 ‘카지노 이용객의 연령에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다’에 대한 검증 결과, 한국인 이용객의 경우 항목 7, 8, 9, 15에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였고, 일본인 이용객의 경우에는 항목 5, 6, 11, 12, 15, 17에서 통계적으로 유의미한 차이를 보인 것으로 나타났다.

특히 한국인의 경우에는 대체적으로 연령이 낮을수록 오락과 유흥을 즐기기 위해서 게임을 하는 편이며, 친구들이 게임을 즐기기 때문에 본인도 게임을 즐기는 편이라고 응답하였다.

일본인의 경우에는 대체적으로 연령이 높을수록 새로운 여가활동을 하기 위해서 카지노 게임을 하며, 복잡한 현실과 긴장감에서 탈피하기 위해서 게임을 하는 편이라고 응답하였으며, 또한 대체적으로 연령이 높을수록 카지노 게임은 항상 새롭다고 응답하는 비율이 많은 것으로 조사되었다.

<표 4-7> 연령별 분산분석

내 용	연령	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
1. 새로운 게임이 들어오면 항상 먼저 해 보는 편이다	20대	40	27	2.8250	3.1481	1.522	1.059	.197	.378
	30대	54	48	2.5370	2.8542				
	40대	50	72	2.1800	2.7917				
	50대	37	37	2.5676	3.1351				
	60대 이상	12	17	2.3333	3.0000				
	합계	193	201	2.4974	2.9353				
2. 카지노를 이용하면 색다른 경험을 할 수 있다	20대	40	27	3.3500	3.6667	1.123	.832	.347	.506
	30대	53	48	3.1509	3.3542				
	40대	50	72	3.0800	3.4444				
	50대	36	37	2.8333	3.4865				
	60대 이상	12	16	2.6667	3.6875				
	합계	191	200	3.0838	3.4800				
3. 카지노 게임은 기분전환에 도움을 주는 편이다	20대	39	27	3.1282	3.5185	.737	.336	.568	.853
	30대	51	48	3.1765	3.6250				
	40대	47	72	2.9149	3.6667				
	50대	34	37	3.3529	3.5946				
	60대 이상	12	17	2.8333	3.8235				
	합계	183	201	3.1093	3.6368				
4. 단조로운 생활과 권태감을 탈피하기 위해 게임을 하는 편이다	20대	39	27	2.7179	2.7407	1.058	2.333	.379	.057
	30대	54	47	2.5556	2.7872				
	40대	49	71	2.5102	3.0141				
	50대	37	37	2.8919	3.1351				
	60대 이상	12	17	3.0833	3.6471				
	합계	191	199	2.6754	3.0000				
5. 새로운 여가활동을 하기 위해서 게임을 하는 편이다	20대	38	27	2.5263	2.5926	.431	2.616	.786	.037**
	30대	53	47	2.6038	3.2128				
	40대	50	71	2.3400	2.9718				
	50대	37	35	2.5405	3.1429				
	60대 이상	12	17	2.6667	3.4118				
	합계	190	197	2.5105	3.0457				
6. 복잡한 현실과 긴장감에서 탈피하기 위해서 게임을 하는 편이다	20대	40	27	2.5250	2.1852	.263	4.448	.901	.002**
	30대	54	47	2.6852	2.8723				
	40대	49	73	2.6735	2.8630				
	50대	37	37	2.5405	3.1351				
	60대 이상	11	16	2.4545	3.3750				
	합계	191	200	2.6073	2.8650				
7. 오락과 유희를 즐기기 위해서 게임을 하는 편이다	20대	40	27	3.1750	3.5926	4.228	1.526	.003**	.196
	30대	52	47	2.9615	3.4043				
	40대	50	73	2.6800	3.5890				
	50대	37	37	2.1892	3.6486				
	60대 이상	11	17	2.4545	4.0000				
	합계	190	201	2.7526	3.5920				

(표 계속)

내 용	연령	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
8. 친구들이 게임을 즐기 기 때문에 나도 게임을 즐기는 편이다	20대	40	27	3.7250	4.0000	6.470	1.610	.000*	.173
	30대	54	48	3.0000	3.8750				
	40대	50	72	2.4000	3.5556				
	50대	37	37	2.7838	3.6216				
	60대 이상	12	17	2.8333	3.4118				
	합계	193	201	2.9430	3.6915				
9. 항상 새로운 만남을 가 질 수 있어서 카지노 게임을 즐긴다	20대	39	27	2.4359	2.8889	2.641	1.044	.035**	.386
	30대	53	48	2.6415	2.5208				
	40대	49	71	2.0612	2.8451				
	50대	37	37	2.7297	2.8919				
	60대 이상	12	17	2.5000	2.8824				
	합계	190	200	2.4579	2.7850				
10. 카지노 게임은 다른 어떤 것보다 재미있 다	20대	39	26	3.0769	2.6923	.863	2.354	.487	.055
	30대	53	47	3.3585	3.2766				
	40대	49	72	3.4082	3.1806				
	50대	37	36	3.5946	3.3611				
	60대 이상	12	17	3.4167	3.6471				
	합계	190	198	3.3632	3.2121				
11. 카지노 게임은 운이 따라야 한다	20대	40	27	3.3500	4.1111	.633	2.855	.640	.025**
	30대	54	46	3.3704	4.1087				
	40대	50	72	3.4600	3.6806				
	50대	37	37	3.0541	3.9730				
	60대 이상	12	17	3.2500	4.3529				
	합계	193	199	3.3212	3.9497				
12. 카지노 게임은 항상 새롭다	20대	40	27	2.8750	3.0370	2.252	3.693	.065	.006**
	30대	53	48	2.9623	3.1250				
	40대	49	72	2.5510	3.0417				
	50대	36	37	2.9167	3.4054				
	60대 이상	12	16	2.1667	3.8125				
	합계	190	200	2.7789	3.1900				
13. 카지노 게임을 하면서 핸드폰이 오면 받지 않는다	20대	38	27	2.0789	3.2963	1.051	2.270	.382	.063
	30대	54	48	2.3333	2.8542				
	40대	46	70	2.5000	2.8143				
	50대	37	36	2.4865	3.1944				
	60대 이상	12	15	2.1667	3.5333				
	합계	187	196	2.3422	3.0153				
14. 카지노 게임을 즐기면 모든 것을 잊을 수 있 어서 좋다	20대	39	27	2.4615	3.1852	2.012	.615	.094	.652
	30대	54	48	3.0741	3.1250				
	40대	50	73	2.9200	3.0548				
	50대	37	36	2.7838	3.2222				
	60대 이상	12	17	3.0833	3.4706				
	합계	192	201	2.8542	3.1542				

(표 계속)

내 용	연령	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
15. 카지노 게임은 남에게 권장할만하다고 생각한다	20대	39	27	2.5385	3.0000	2.530	.517	.042**	.723
	30대	54	48	2.2407	2.8333				
	40대	50	73	1.9400	2.7397				
	50대	37	36	2.5405	2.7500				
	60대 이상	12	17	2.0000	2.9412				
	합계	192	201	2.2656	2.8159				
16. 모르는 게임이 있으면 항상 도전하고 싶은 생각이 든다	20대	40	26	2.7250	3.4231	1.445	1.503	.221	.203
	30대	53	48	2.5283	2.9792				
	40대	49	72	2.1837	3.1250				
	50대	36	37	2.5278	3.0270				
	60대 이상	12	14	2.2500	3.5000				
	합계	190	197	2.4632	3.1371				
17. 카지노 게임이 내 생활에 있어 가장 중요한 것이다	20대	40	27	2.0750	2.0000	2.288	3.833	.062	.005**
	30대	54	48	2.4630	2.2917				
	40대	50	73	2.6400	2.3836				
	50대	37	37	2.8378	2.8919				
	60대 이상	12	16	2.3333	2.5000				
	합계	193	201	2.4922	2.4129				

* $p \leq 0.01$ 일 때 유의함, ** $p \leq 0.05$ 일 때 유의함.

(3) 가설 2-3에 대한 검증

가설 2-3 ‘카지노 이용자의 학력에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다’에 대한 검증 결과, 거의 모든 항목에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있지는 않지만, 한국인 이용자의 경우 유일하게 항목 15 카지노 게임은 남에게 권장할만하다고 생각한다에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다. 아래의 표에서 보듯이 대체적으로 학력이 낮을수록 카지노 게임은 남에게 권장할만하다고 생각하는 경향이 높은 것으로 들었다. 하지만 전체적으로 평균 이하의 점수분포를 보이고 있는 것으로 조사결과 나타났다.

<표 4-8> 학력별 분산분석

구 분	학 력	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
1. 새로운 게임이 들어 오면 항상 먼저 해 보는 편이다	고졸이하	39	58	2.6923	2.8793	.523	1.300	.667	.276
	전문대졸 이하	82	62	2.3902	3.1290				
	대졸이하	59	76	2.4915	2.8026				
	대학원재학 이상	13	5	2.6154	3.2000				
	합계	193	201	2.4974	2.9353				
2. 카지노를 이용하면 색다른 경험을 할 수 있다	고졸이하	39	57	3.1795	3.4561	.186	1.809	.906	.147
	전문대졸 이하	80	62	3.0375	3.6290				
	대졸이하	59	76	3.1186	3.4211				
	대학원재학 이상	13	5	2.9231	2.8000				
	합계	191	200	3.0838	3.4800				
3. 카지노 게임은 기분 전환에 도움을 주는 편이다	고졸이하	37	58	3.2432	3.4655	2.122	1.172	.099	.322
	전문대졸 이하	77	61	2.9870	3.7049				
	대졸이하	57	77	3.3333	3.6883				
	대학원재학 이상	12	5	2.4167	4.0000				
	합계	183	201	3.1093	3.6368				
4. 단조로운 생활과 권태감을 탈피하기 위해 게임을 하는 편이다	고졸이하	38	56	2.5526	2.9107	.522	1.252	.668	.292
	전문대졸 이하	81	62	2.6296	2.8387				
	대졸이하	59	76	2.8305	3.1842				
	대학원재학 이상	13	5	2.6154	3.2000				
	합계	191	199	2.6754	3.0000				
5. 새로운 여가활동을 하기 위해서 게임을 하는 편이다	고졸이하	39	54	2.6410	2.9074	.688	.509	.561	.676
	전문대졸 이하	81	62	2.4074	3.0806				
	대졸이하	57	76	2.6140	3.1053				
	대학원재학 이상	13	5	2.3077	3.2000				
	합계	190	197	2.5105	3.0457				
6. 복잡한 현실과 긴장감에서 탈피하기 위해서 게임을 하는 편이다	고졸이하	39	56	2.4359	2.6964	1.941	1.340	.124	.263
	전문대졸 이하	81	62	2.6543	2.7903				
	대졸이하	58	77	2.7759	3.0519				
	대학원재학 이상	13	5	2.0769	2.8000				
	합계	191	200	2.6073	2.8650				
7. 오락과 유희를 즐기 기 위해서 게임을 하는 편이다	고졸이하	39	57	2.7949	3.5614	.349	1.330	.790	.266
	전문대졸 이하	81	62	2.6667	3.4516				
	대졸이하	58	77	2.7931	3.7013				
	대학원재학 이상	12	5	3.0000	4.0000				
	합계	190	201	2.7526	3.5920				

(표 계속)

구분	학 력	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
8. 친구들이 게임을 즐기기 때문에 나도 게임을 즐기는 편이다	고졸이하	39	57	2.6923	3.5965	1.385	.840	.249	.474
	전문대졸 이하	82	62	3.1585	3.8226				
	대졸이하	59	77	2.8475	3.6883				
	대학원재학 이상	13	5	2.7692	3.2000				
	합계	193	201	2.9430	3.6915				
9. 항상 새로운 만남을 가질 수 있어서 카지노 게임을 즐긴다	고졸이하	38	58	2.6842	2.7759	1.094	1.162	.353	.325
	전문대졸 이하	81	61	2.4938	2.8852				
	대졸이하	59	76	2.2881	2.7632				
	대학원재학 이상	12	5	2.3333	2.0000				
	합계	190	200	2.4579	2.7850				
10. 카지노 게임은 다른 어떤 것보다 재미있다	고졸이하	38	58	3.2895	3.1897	.213	.141	.887	.935
	전문대졸 이하	81	61	3.4444	3.2787				
	대졸이하	59	75	3.3220	3.1867				
	대학원재학 이상	12	4	3.2500	3.0000				
	합계	190	198	3.3632	3.2121				
11. 카지노 게임은 운이 따라야 한다	고졸이하	39	57	3.4359	3.9123	.911	.429	.437	.733
	전문대졸 이하	82	62	3.4146	4.0161				
	대졸이하	59	76	3.2034	3.9474				
	대학원재학 이상	13	4	2.9231	3.5000				
	합계	193	199	3.3212	3.9497				
12. 카지노 게임은 항상 새롭다	고졸이하	38	57	2.5263	3.2456	1.479	.195	.222	.900
	전문대졸 이하	81	62	2.9383	3.1935				
	대졸이하	59	76	2.7627	3.1579				
	대학원재학 이상	12	5	2.5833	3.0000				
	합계	190	200	2.7789	3.1900				
13. 카지노 게임을 하면서 핸드폰이 오면 받지 않는다	고졸이하	37	55	2.2973	3.0909	.750	.186	.524	.906
	전문대졸 이하	80	60	2.4750	2.9333				
	대졸이하	58	76	2.2069	3.0263				
	대학원재학 이상	12	5	2.2500	3.0000				
	합계	187	196	2.3422	3.0153				
14. 카지노 게임을 즐기면 모든 것을 잊을 수 있어서 좋다	고졸이하	39	57	2.9487	3.2807	.194	.807	.900	.492
	전문대졸 이하	81	62	2.8519	3.1129				
	대졸이하	59	77	2.8305	3.1299				
	대학원재학 이상	13	5	2.6923	2.6000				
	합계	192	201	2.8542	3.1542				

(표 계속)

구분	학 력	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
15. 카지노 게임은 남에게 권장할만하다고 생각한다	고졸이하	39	58	2.4359	2.9483	2.880	2.186	.037**	.091
	전문대졸 이하	81	62	2.4444	2.6935				
	대졸이하	59	76	2.0000	2.8684				
	대학원재학 이상	13	5	1.8462	2.0000				
	합계	192	201	2.2656	2.8159				
16. 모르는 게임이 있으면 항상 도전하고 싶은 생각이 든다	고졸이하	39	57	2.7179	3.1754	1.212	.588	.307	.624
	전문대졸 이하	79	61	2.4051	3.2131				
	대졸이하	59	74	2.4576	3.0270				
	대학원재학 이상	13	5	2.0769	3.4000				
	합계	190	197	2.4632	3.1371				
17. 카지노 게임이 내 생활에 있어 가장 중요한 것이다	고졸이하	39	58	2.6410	2.3621	.464	.902	.708	.441
	전문대졸 이하	82	62	2.5122	2.4032				
	대졸이하	59	76	2.3559	2.5000				
	대학원재학 이상	13	5	2.5385	1.8000				
	합계	193	201	2.4922	2.4129				

* p≤0.01일 때 유의함, **p≤0.05일 때 유의함.

(4) 가설 2-4에 대한 검증

가설 2-4 ‘카지노 이용자의 연평균 소득에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다’에 대한 검증 결과, 한국인 이용자의 경우에는 항목 5, 8에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있으며, 일본인 이용자의 경우에는 항목 6, 10에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있는 것으로 나타났다.

한국인의 경우 대체적으로 소득이 낮을수록 새로운 여가활동을 하기 위해서 카지노 게임을 하는 경향이 있는 것으로 나타났으며, 마찬가지로 소득이 낮을수록 친구들이 게임을 즐기기 때문에 본인도 카지노 게임을 즐기는 경향이 높은 것으로 나타났다.

일본인의 경우에는 소득이 높을수록 복잡한 현실과 긴장감에서 탈피하기 위해서 카지노 게임을 하는 경향이 높았으며, 특히 3,000만원대와 4,000만원 대

정도의 수입을 가진 사람들의 점수가 가장 높은 것으로 조사되었다. 그리고 대체적으로 소득이 높을수록 카지노 게임은 다른 어떤 것보다 재미있다고 응답하는 경향을 보이는 것으로 조사되었으며, 특히 4,000만원 이상의 수입을 가진 사람들의 평균 점수가 가장 높은 것으로 조사결과 나타났다.

<표 4-9> 소득별 분산분석

	소 득	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
1. 새로운 게임이 들어오면 항상 먼저 해보는 편이다	2000만원 미만	69	26	2.5507	3.1923	.323	.693	.862	.597
	3000만원 미만	47	44	2.5745	2.8182				
	4000만원 미만	31	59	2.2903	2.8644				
	5000만원 미만	21	27	2.5714	2.8889				
	5000만원 이상	25	45	2.4000	3.0222				
	합계	193	201	2.4974	2.9353				
2. 카지노를 이용하면 색다른 경험을 할 수 있다	2000만원 미만	69	25	3.1739	3.2800	1.494	.966	.206	.427
	3000만원 미만	46	44	3.0217	3.6136				
	4000만원 미만	31	59	3.3226	3.3898				
	5000만원 미만	21	27	3.1905	3.6296				
	5000만원 이상	24	45	2.5417	3.4889				
	합계	191	200	3.0838	3.4800				
3. 카지노 게임은 기분 전환에 도움을 주는 편이다	2000만원 미만	65	26	3.1077	3.4615	.068	.827	.991	.509
	3000만원 미만	46	44	3.0652	3.5455				
	4000만원 미만	29	59	3.0690	3.6102				
	5000만원 미만	21	27	3.1429	3.7407				
	5000만원 이상	22	45	3.2273	3.8000				
	합계	183	201	3.1093	3.6368				
4. 단조로운 생활과 권태감을 탈피하기 위해 게임을 하는 편이다	2000만원 미만	67	26	2.7612	2.4231	.200	2.352	.938	.056
	3000만원 미만	47	44	2.6170	3.1364				
	4000만원 미만	31	59	2.6774	3.1525				
	5000만원 미만	21	25	2.5238	3.1600				
	5000만원 이상	25	45	2.6800	2.9111				
	합계	191	199	2.6754	3.0000				
5. 새로운 여가활동을 하기 위해서 게임을 하는 편이다	2000만원 미만	68	25	2.7941	2.9200	2.636	.218	.036**	.928
	3000만원 미만	46	44	2.5652	3.0909				
	4000만원 미만	30	59	2.3000	3.0169				
	5000만원 미만	21	25	2.3333	3.1600				
	5000만원 이상	25	44	2.0400	3.0455				
	합계	190	197	2.5105	3.0457				

(표 계속)

	소득	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
6. 복잡한 현실과 긴장감에서 탈피하기 위해서 게임을 하는 편이다	2000만원 미만	69	26	2.5362	2.2308	.700	2.833	.593	.026**
	3000만원 미만	46	45	2.7391	2.9111				
	4000만원 미만	31	59	2.6452	3.0169				
	5000만원 미만	21	25	2.3333	3.0400				
	5000만원 이상	24	45	2.7500	2.8889				
	합계	191	200	2.6073	2.8650				
7. 오락과 유흥을 즐기기 위해서 게임을 하는 편이다	2000만원 미만	68	26	2.9559	3.3462	2.278	1.113	.063	.352
	3000만원 미만	47	45	2.7021	3.5778				
	4000만원 미만	31	59	2.9677	3.6441				
	5000만원 미만	20	26	2.2000	3.4615				
	5000만원 이상	24	45	2.4583	3.7556				
	합계	190	201	2.7526	3.5920				
8. 친구들이 게임을 즐기기 때문에 나도 게임을 즐기는 편이다	2000만원 미만	69	26	3.4058	3.9615	6.289	1.238	.000*	.296
	3000만원 미만	47	45	2.9149	3.5778				
	4000만원 미만	31	59	3.0323	3.5593				
	5000만원 미만	21	27	2.2857	3.5926				
	5000만원 이상	25	44	2.1600	3.8864				
	합계	193	201	2.9430	3.6915				
9. 항상 새로운 만남을 가질 수 있어서 카지노 게임을 즐긴다	2000만원 미만	67	26	2.5522	2.5769	.851	.795	.495	.530
	3000만원 미만	47	45	2.4894	2.7333				
	4000만원 미만	31	59	2.4516	2.9153				
	5000만원 미만	21	25	2.5238	2.9600				
	5000만원 이상	24	45	2.0833	2.6889				
	합계	190	200	2.4579	2.7850				
10. 카지노 게임은 다른 어떤 것보다 재미있다	2000만원 미만	68	26	3.1765	2.4615	1.125	4.173	.346	.003**
	3000만원 미만	46	43	3.4348	3.3488				
	4000만원 미만	30	59	3.5000	3.1695				
	5000만원 미만	21	27	3.7619	3.4815				
	5000만원 이상	25	43	3.2400	3.4186				
	합계	190	198	3.3632	3.2121				
11. 카지노 게임은 운이 따라야 한다	2000만원 미만	69	26	3.5217	3.8462	.991	.763	.414	.550
	3000만원 미만	47	45	3.3191	4.1111				
	4000만원 미만	31	59	3.2581	3.8475				
	5000만원 미만	21	26	3.0952	3.8462				
	5000만원 이상	25	43	3.0400	4.0465				
	합계	193	199	3.3212	3.9497				
12. 카지노 게임은 항상 새롭다	2000만원 미만	69	26	2.6957	3.1154	.300	.744	.877	.563
	3000만원 미만	47	44	2.8511	3.3409				
	4000만원 미만	31	58	2.7097	3.1552				
	5000만원 미만	21	27	2.8571	3.2963				
	5000만원 이상	22	45	2.9091	3.0667				
	합계	190	200	2.7789	3.1900				

(표 계속)

	소 득	빈도		평균		F값		유의확률	
		한국	일본	한국	일본	한국	일본	한국	일본
13. 카지노 게임을 하면서 핸드폰이 오면 받지 않는다	2000만원 미만	69	25	2.2609	2.9600	1.100	.045	.358	.996
	3000만원 미만	44	44	2.2273	3.0000				
	4000만원 미만	30	56	2.6000	3.0000				
	5000만원 미만	21	27	2.1905	3.0370				
	5000만원 이상	23	44	2.6087	3.0682				
	합계	187	196	2.3422	3.0153				
14. 카지노 게임을 즐기면 모든 것을 잊을 수 있어서 좋다	2000만원 미만	69	26	2.8696	3.0000	.594	.445	.668	.776
	3000만원 미만	47	45	2.6809	3.2667				
	4000만원 미만	30	58	2.9333	3.1897				
	5000만원 미만	21	27	2.8095	3.2222				
	5000만원 이상	25	45	3.0800	3.0444				
	합계	192	201	2.8542	3.1542				
15. 카지노 게임은 남에게 권장할만하다고 생각한다	2000만원 미만	69	26	2.4348	2.6923	2.057	1.173	.088	.324
	3000만원 미만	47	45	2.3830	2.9556				
	4000만원 미만	30	59	2.0333	2.6610				
	5000만원 미만	21	26	2.3333	3.0385				
	5000만원 이상	25	45	1.8000	2.8222				
	합계	192	201	2.2656	2.8159				
16. 모르는 게임이 있으면 항상 도전하고 싶은 생각이 든다	2000만원 미만	69	25	2.5362	3.2000	.829	1.786	.508	.133
	3000만원 미만	45	45	2.5556	3.3556				
	4000만원 미만	31	58	2.4194	3.2069				
	5000만원 미만	21	26	2.5238	3.0385				
	5000만원 이상	24	43	2.0833	2.8372				
	합계	190	197	2.4632	3.1371				
17. 카지노 게임이 내 생활에 있어 가장 중요한 것이다	2000만원 미만	69	25	2.4058	2.0000	.380	1.401	.823	.235
	3000만원 미만	47	45	2.4894	2.4222				
	4000만원 미만	31	59	2.6129	2.5085				
	5000만원 미만	21	27	2.7143	2.5556				
	5000만원 이상	25	45	2.4000	2.4222				
	합계	193	201	2.4922	2.4129				

* $p \leq 0.01$ 일 때 유의함, ** $p \leq 0.05$ 일 때 유의함.

제 3 절 분석결과의 토론 및 시사점

한국인과 일본인의 카지노 이용속성에 대한 차이를 검증한 결과, 요인 6을 제외하고는 유의미한 차이를 보이고 있는 요인이 많은 것으로 나타났다. 특히 요인 3과 요인 4, 그리고 요인 5인 경우는 각 요인에 포함된 모든 변수가 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 하지만 요인 6의 경우에는 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있지 않은 것으로 나타났다.

한국인 이용객의 경우 항목 10 ‘카지노 게임은 다른 어떤 것보다 재미있다’에서 카지노 이용빈도가 많을수록 평균 점수가 높게 나타나, 카지노 이용빈도가 높을수록 카지노 게임이 다른 것보다 재미있다고 느끼고 있는 것으로 나타났다. 그리고 항목 17 ‘카지노 게임이 내 생활에 있어서 가장 중요한 것이다’에서도 대체적으로 카지노 이용빈도가 높을수록 점수가 높게 나타나 카지노 이용빈도와 카지노 게임이 생활의 가장 중요한 부분이란 것과는 상관관계가 있다는 것을 알 수 있다.

가설 2-1 ‘카지노 이용객의 성별에 따라 카지노 이용속성에는 차이가 있을 것이다’에 대한 검증 결과, 한국인 이용객의 경우 항목 1, 12, 14, 16, 17에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였고, 일본인 이용객의 경우에는 항목 2, 4, 8, 10, 16에서만 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있는 것으로 나타났다.

한국인의 경우에 대부분의 유의미한 항목에서 남성이 점수가 높게 나타났으나, 12번 항목인 ‘카지노 게임은 항상 새롭다’에서는 특이하게 여성이 더 높은 점수를 준 것으로 나타났으며, 일본인의 경우에는 유의미한 항목 중 여성과 남성이 각각 3개 항목씩 더 높은 점수를 준 것으로 나타났다.

한국인의 경우에는 대체적으로 연령이 낮을수록 오락과 유흥을 즐기기 위해서 게임을 하는 편이며, 친구들이 게임을 즐기기 때문에 본인도 게임을 즐기는 편이라고 응답하였다.

일본인의 경우에는 대체적으로 연령이 높을수록 새로운 여가활동을 하기 위

해서 카지노 게임을 하며, 복잡한 현실과 긴장감에서 탈피하기 위해서 게임을 하는 편이라고 응답하였으며, 또한 대체적으로 연령이 높을수록 카지노 게임은 항상 새롭다고 응답하는 비율이 많은 것으로 조사되었다.

한국인의 경우에 대체적으로 학력이 낮을수록 카지노 게임은 남에게 권장할 만하다고 생각하는 경향이 높은 것으로 들었다. 하지만 전체적으로 평균 이하의 점수분포를 보이고 있는 것으로 조사결과 나타났다.

한국인의 경우 대체적으로 소득이 낮을수록 새로운 여가활동을 하기 위해서 카지노 게임을 하는 경향이 있는 것으로 나타났으며, 마찬가지로 소득이 낮을수록 친구들이 게임을 즐기기 때문에 본인도 카지노 게임을 즐기는 경향이 높은 것으로 나타났다.

일본인의 경우에는 소득이 높을수록 복잡한 현실과 긴장감에서 탈피하기 위해서 카지노 게임을 하는 경향이 높았으며, 특히 3,000만원대와 4,000만원 대 정도의 수입을 가진 사람들의 점수가 가장 높은 것으로 조사되었다. 그리고 대체적으로 소득이 높을수록 카지노 게임은 다른 어떤 것보다 재미있다고 응답하는 경향을 보이는 것으로 조사되었으며, 특히 4,000만원 이상의 수입을 가진 사람들의 평균 점수가 가장 높은 것으로 조사결과 나타났다.

결과적으로 요인분석의 결과 나타난 여섯 개의 요인 중 요인 6 ‘몰입성’에 대해서만 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있지 않을 뿐 다른 요인에서는 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있음에 따라 본 연구의 목적인 국적에 따른 카지노 이용속성간 차이에 대해서는 대체적으로 가설이 채택되었다고 볼 수 있다.

카지노산업의 발전과 맞물려, 최근 세계시장의 글로벌화 경향에 따라 기업의 국제화가 급속도로 진전과 더불어 국제마케팅 활동이 매우 중요하게 되면서, 효과적인 국제마케팅활동이 기업의 성장과 생존에 필수요건으로 받아들여지고 있다. 이는 외화획득의 기본 취지를 살리기 위한 카지노업계도 예외는 아닐 것이다.

따라서 외국인 관광객들이 카지노 이용시 어떠한 이용속성을 가지고 있으

며, 이러한 이용속성을 국적별로 어떠한 양상을 보이고 있는지를 파악하는 작업은 더 많은 외국인을 유치하여 외화를 벌어들이기 위한 전략 모색에 일조를 할 것으로 기대된다. 즉 국적별 이용객 속성을 파악하여 세분화된 마케팅 전략을 펼침으로서 보다 체계적인 국제 마케팅전략 개발에 이용할 수 있는 방안을 마련할 수 있을 것이다.



제 5 장 결 론

본 연구는 카지노 산업에서 나타나고 있는 비교문화적 특징을 파악하고, 한·일간 인구통계적 특성에 따른 카지노에 대한 이용속성을 규명하여 카지노 업체의 마케팅전략수립에 도움을 주기 위한 목적으로 수행되었다.

이를 위하여 카지노 및 카지노산업에 대한 특성 및 현황을 파악하고, 국적간 비교연구에 대한 기존의 선행연구를 살펴본 후, 이에 따라 본 연구의 분석적 틀이라고 할 수 있는 연구모형을 정립하고, 가설을 설정하였다. 이렇게 수립된 가설을 검증하기 위하여 본 연구에서는 조사 대상자들의 인구 통계학적 특성을 알아보기 위한 빈도 분석과 두 집단간의 차이 검증을 위해 T-TEST를 실시하고 세 집단 이상의 차이 검증을 위해서는 일원배치 분산 분석(one way ANOVA)을 실시하였다.

가설검증 결과, 요인분석의 결과 나타난 여섯 개의 요인 중 요인 6 '몰입성'에 대해서만 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있지 않을 뿐 다른 요인에서는 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있음에 따라 본 연구의 목적인 국적에 따른 카지노 이용속성간 차이에 대해서는 대체적으로 가설이 채택되었다고 볼 수 있다.

특히, 한국인의 경우에는 대체적으로 연령이 낮을수록 오락과 유흥을 즐기기 위해서 게임을 하는 편이고, 일본인의 경우에는 대체적으로 연령이 높을수록 새로운 여가활동을 하기 위해서 카지노 게임을 하며, 복잡한 현실과 긴장감에서 탈피하기 위해서 게임을 하는 편이라고 응답하였으며, 또한 대체적으로 연령이 높을수록 카지노 게임은 항상 새롭다고 생각하는 것으로 조사되었다.

또한 한국인의 경우 대체적으로 소득이 낮을수록 새로운 여가활동을 하기 위해서 카지노 게임을 하는 경향이 있는 것으로 나타났으며, 마찬가지로 소득

이 낮을수록 친구들이 게임을 즐기기 때문에 본인도 카지노 게임을 즐기는 경향이 높은 것으로 나타났다. 일본인의 경우에는 소득이 높을수록 복잡한 현실과 긴장감에서 탈피하기 위해서 카지노 게임을 하는 경향이 높았다.

이러한 실증분석결과에 따라서 국적별 마케팅 전략을 세우기 위해서는 소득, 연령, 학력 등의 인구통계적 특성에 따라 표적시장을 달리하여 마케팅 전략을 세우는 것이 중요하다고 볼 수 있으며, 또한 국가간의 문화적 차이 등을 감안한 마케팅 전략을 세우는 것이 필요하다는 것을 알 수 있었다.

아울러 본 연구는 연구자가 추구했던 한·일간 카지노 이용객 속성에 대한 비교적 연구를 충족시켰다고 볼 수 있으나, 시간적, 경제적, 물리적 제약 등으로 인한 연구의 한계점이 있다. 그 첫 번째가, 국적별 카지노 이용객 속성을 분석하면서 단순히 한국인과 일본인만을 대상으로 하였기 때문에 그 외의 외국인들과의 비교 관점에서의 이용객 속성에 대한 파악은 하지 못했다. 즉 외국인 카지노 이용객들 중 미국과 유럽 등지에서 온 사람들과, 최근 증가하고 있는 중국인과 동남아 이용객들이 본 조사에서 제외됨으로 인해서 발생하는 본 연구의 한계점이다.

그리고 두 번째로는 국적별 비교 연구를 하면서 우리나라의 대표적인 카지노가 있는 서울, 부산 및 인천 등지에서의 표본이 없기 때문에 과연 이 연구가 우리나라를 방문하는 카지노 이용객 속성을 대표할 수 있는지에 대한 의문점이 들 수 있을 것이다.

따라서 향후 본 연구와 관련되어서 더 심도 있게 연구를 하고자 하는 사람들이 있다면, 우선 카지노 이용객의 이용 속성에 대한 구체적 요인에 대한 깊이 있는 연구를 한 다음, 그에 맞는 변수를 추출하여 철저한 예비조사 및 전문가 조사 등을 통한 변수를 추출하여야 할 것이다.

그리고 비교적 관점에서의 카지노 이용객 속성을 파악하기 위해서는 우리나라의 카지노를 방문하는 각 국의 외국인들의 모집단을 파악하고, 그에 알맞은 표본을 수집하여 대표성을 띄어야 할 것이며, 본 연구에서처럼 제주도와 강원도만이 아닌 서울, 부산, 인천 등 타 지역의 이용객들도 연구의 대상범위

에 포함시킨다면, 보다 정확한 결과가 나와서 향후 카지노 이용객에 대한 국가별 마케팅전략에 상당한 도움을 줄 것이라고 판단된다.



참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 관광산업연구회, 「관광사업경영론」, 학문사, 1998, p.147.
- 원갑연·한진수·김우곤·정두연, 「카지노 산업론」, 기문사, 2001.
- 이광진, 「한국관광문화정책론」, 백산출판사, 1995.
- 이영준, 「요인분석의 이해」, 도서출판 석정, 2002.
- 이 철·장대련, 「글로벌 시대의 국제마케팅」, 학현사, 1998.
- 이충기 외, 「카지노산업의 이해」, 일신사, 1999.
- 구경원, “한국카지노업의 경영개선을 위한 규제완화방안에 관한 연구”, 「여행학연구」 제8호, 1998.
- 권봉현·이준혁, “제주지역 카지노의 내국인 출입허용에 대한 주민의식 조사”, 「관광연구」 제15권 제2호, 대한관광경영학회, 2000.
- 김성섭·이문주·김학용, “카지노 종사원이 지각하는 국적별 카지노 고객들의 행태비교”, 「관광학연구」 제25권 제3호, 한국관광학회, 2001.
- 서용원, “산업 및 조직심리학에서의 비교문화연구”, 한국심리학회 동계세미나, 1996.
- 성현란·유카와 료조, “한국과 일본의 아동에 있어서 개념적 체제화의 융통성에 관한 비교문화적 연구”, 한국심리학회, 1996.
- 양일용, “외래관광객의 태도가 카지노관광행동에 미치는 영향에 관한 연구”, 박사학위논문, 대전대학교 대학원, 2000.
- 이상동, “부산지역 카지노 이용성향과 시장전략이 잠재수요에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 동아대학교 대학원, 2000.
- 이영희 외, “서비스광고의 비교문화연구”, 한국광고학회, 1999.

- 이준호, “카지노에 대한 인식과 동기가 선택행동에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 동아대학교 대학원, 2000.
- 이 철, “비교문화적 소비자행동 연구의 연구모형 및 문헌분석”, 「경영학연구」 제24권 2호, 경영학학회, 1995.
- 전경수, “비교의 개념과 문화비교의 적정수준”, 「비교문화연구」, 서울대학교 비교문화연구소, 1993.
- 정광석·김우곤, “방한 중국관광객 카지노시장의 특성”, 「관광학연구」 제25권 제4호, 한국관광학회 2002.
- 조광익·한범수, “카지노방문 요인결정”, 「관광학연구」 제21권 제2호, 한국관광학회, 1998.
- 조민호·최인호, “호텔선택속성 평가의 비교문화 연구(Hofstede 이론의 적용)”, 「관광학연구」 제23권 제1호, 한국관광학회, 1999.
- 조옥라, “한국인류학에서의 비교연구와 HRAF (Human Relations Area Files)”, 「비교문화연구」, 서울대 비교문화연구소, 1993.
- 채정숙, “라이프스타일 비교문화적 연구”, 「소비자학연구」, 한국소비자학회, 1999.
- 최인호, “호텔서비스 구매행동의 비교문화적연구”, 석사학위논문, 한양대학교 대학원, 1998.
- 한규석, “사회심리학에서의 문화비교연구”, 한국심리학회, 동계연구세미나, 1996.
- 황창규, “카지노산업의 효과적인 촉진방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 동국대학교 정보산업대학원, 1997.
- 한국관광연구원, “카지노관련법·제도의 단기적 개선방안”, 2000.
- , “카지노 전산시설 운영검증 및 효율화 방안”, 1997.
- 한국산업연구원, “카지노산업의 정책과제와 대응방향”, 1999,
- 한범수, 「게임산업동향」, 주간 이코노미스트, 1997년 7월 22일자.

2. 국외문헌

- Bohannan, Laura, "Shakespeare in the Bush", New York, 1975.
- Child, J., "Culture, contingency, and capitalism in the cross national study of organizations", *Research in organizational behavior*, Vol. 3, 1981.
- Clark, *The Dictionary of Gambling & Gaming*, NY : Lexik House, 1987.
- Durvasula, "Assessing the Cross-national Applicability of Consumer Behavior Model", *Journal of Consumer Research*, Vol.19(march), 1993.
- Eadington, William R., "The Legalization of Casinos", *JTR*, 34(3), 1996.
- Edward, T. Hall, *Beyond Culture*. New York: Anchor Press/Doubleday, 1976.
- Harris, Marvin, "The Rise of Anthropological Theory", *Thomas R. Crowell*, 1968.
- Inkeles, Alex, and Levinson, Daniel J., "National Character: The Study of Modal Personality and Sociocultural Systems", in *The Handbook of Social Psychology*, Vol. 4, 2nd ed., G. Lindzey and E. Arson, eds. Cambridge, MA: Addison-Wesley Publishing Company, 1969.
- Kaplan, David, & Manners, Robert A., "Culture Theory, Englewoods Cliffs", *Prentice-Hall*, 1972.
- Keesing, R., *Theories of Culture*, Annual Review of Anthropology, 3, 1974.
- Kluckhohn, R. F., and Stodbeck, F. L., *Variation in Value Orientation*, III : Row, Peterson & Co, 1961.
- Travel Industry World Yearbook, "The Big Picture", (New York: Child & Water), 1994.
- Turco, D. M., & Riley, R. W., "Choice Factors and Alternative Activities for Riverboat Gamblers", *JTR*, Vol.34, No. 3, 2000.
- Wykes, Alan, *The Complete Illustrated Guide to Gambling*, A Books Limited, London, 1984.

ABSTRACT

A Comparative Study on the Customer's Attribution of Casino

Submitted by Chung, Rok-Yong

*Department of Tourism Management
Graduate School of Business Administration
Cheju National Univ.*

Advised by Professor Huh, Hyang-Jin

These days casino industry come into the spotlight, because of it's contribution of national and regional economy and the role of complex recreation facilities which offer lots of leisure activities within the limit of time and space.

Anyway, there was a limitation of casino customer. For example, nationalities. But, in recent year, the limitation of casino customer is go away. So, casino in Gangwon land has been permitted domestic people's entrance. It makes a lot of money and overcome regional economical difficulties. In the contrary, Jeju province's casino industry is very difficult. In order to defeat this situation, we make a special plan, especially marketing department.

So, recently, marketers have realized the importance of attitude in motivating and explaining consumer behavior, especially customer's

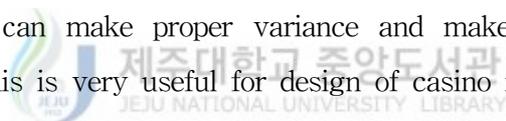
attribution in order to find out their characteristics, and then make a marketing strategy.

This study is consist of 5 parts. The first part is introduction, second is theoretical background, third is study design, fourth is analysis, and fifth is conclusion.

The purpose of this thesis is to find out the attribution of casino customer cross culturally and then apply on marketing strategy of casino industry.

As a result of this study, I found that difference of casino utilization attribution between Korean and Japanese, but demographic characteristics has not statistical significances partially.

I measured the attribution of casino customers by this study, but there are limitations like output of variances and research scope. So, if other researcher can make proper variance and make more broader the research scope, this is very useful for design of casino marketing.



설문조사서

안녕하십니까?

저는 제주대학교 경영대학원 관광경영학과 석사과정에 재학중인 정록용입니다.

본 설문지는 카지노를 이용하는 내국인과 외국인(일본인) 고객간의 카지노 이용속성을 비교하기 위해서 작성된 것입니다. 따라서 해당 설문조사에 대한 응답내용은 통계처리를 통한 학술적 목적에만 사용되오니, 바쁘시더라도 설문에 꼭 참여해 주시면 고맙겠습니다.

귀하의 가정에 행복과 건강을 기원하며 도움에 깊이 감사드립니다.

2003년 8월

지도교수: 허향진(제주대학교 관광경영학과 교수)

연구자: 정록용(제주대학교 경영대학원 관광경영학과)

I 아래내용은 본인의 카지노 이용속성에 관한 질문 사항입니다.

설문내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	반반 이다	그런 편이다	확실히 그렇다
1. 새로운 게임이 들어오면 항상 먼저 해보는 편이다	①	②	③	④	⑤
2. 카지노를 이용하면 색다른 경험을 할 수 있다	①	②	③	④	⑤
3. 카지노 게임은 기분전환에 도움을 주는 편이다	①	②	③	④	⑤
4. 카지노 게임은 단순히 즐기기 위해서 하는 편이다	①	②	③	④	⑤
5. 단조로운 생활과 권태감을 탈피하기 위해 게임을 하는 편이다	①	②	③	④	⑤
6. 새로운 여가활동을 하기 위해서 게임을 하는 편이다	①	②	③	④	⑤
7. 복잡한 현실과 긴장감에서 탈피하기 위해서 게임을 하는 편이다	①	②	③	④	⑤
8. 오락과 유흥을 즐기기 위해서 게임을 하는 편이다	①	②	③	④	⑤
9. 친구들이 게임을 즐기기 때문에 나도 게임을 하는 편이다	①	②	③	④	⑤
10. 혼자 게임을 하는 것보다 친구들과 하는 것이 더 좋다	①	②	③	④	⑤
11. 항상 새로운 만남을 가질 수 있어서 카지노 게임을 하는 편이다	①	②	③	④	⑤
12. 카지노 게임은 다른 어떤 것보다 재미있다	①	②	③	④	⑤
13. 게임을 즐기기보다는 중독성이 있는 편인 것 같다.	①	②	③	④	⑤
14. 카지노 게임은 스틸감을 맛볼 수 있는 활동이다.	①	②	③	④	⑤
15. 카지노에 오면 사람이 많아서 좋다	①	②	③	④	⑤
16. 카지노게임은 실력이 아니라 운이 따라야 하는 게임이다	①	②	③	④	⑤
17. 카지노 게임은 항상 새롭다	①	②	③	④	⑤
18. 카지노 게임은 즐거운 활동이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
19. 게임을 하면서 핸드폰이 오면 받지 않는다	①	②	③	④	⑤
20. 카지노 게임을 즐기면 모든 것을 잊을 수 있어서 좋다	①	②	③	④	⑤
21. 카지노 게임은 남에게 권장할만하다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
22. 카지노게임은 항상 흥미롭다.	①	②	③	④	⑤
23. 모르는 게임이 있으면 항상 도전하고 싶은 생각이 든다	①	②	③	④	⑤
24. 카지노 게임이 내 생활에 있어 가장 중요한 것이다	①	②	③	④	⑤
25. 나에게 있어 카지노는 여가 그 자체이다	①	②	③	④	⑤

II 다음은 인구통계적 사항을 묻는 질문입니다.

해당하는 곳에 ✓표를 하여주십시오.

1. 성별은?

- ① 남 ② 여

2. 연령은?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상

3. 교육 정도는?

- ① 고졸 이하 ② 전문대졸 이하 ③ 대졸 이하 ④ 대학원재학 이상

4. 연평균 카지노 이용횟수는?

- ① 3회 미만 ② 5회 미만 ③ 7회 미만 ④ 10회 미만
⑤ 15회 미만 ⑥ 15회 이상

5. 연평균 소득은?

- ① 2000만원 미만 ② 3000만원 미만 ③ 4000만원 미만 ④ 5000만원 미만
⑤ 5000만원 이상

6. 직업은?

- ① 공무원 ② 회사원 ③ 농수축산업 ④ 자영업 ⑤ 주부 ⑥ 무직
⑦ 학생 ⑧ 전문직(의사, 변호사, 회계사, 건축사 등) ⑨ 기타

設 問 調 査 書

初めまして。

私は濟州大學校の經營大學院 觀光經營學科 碩士過程に在學している鄭祿容と申します。

この設問調査書はカジノゲームを利用する内國人と外國人(日本人)お客とのカジノ利用屬性を比較するために作成されました。

皆様の貴重な御意見は本研究の統計的な目的だけに利用されますのでお忙しい事と 思いますが設問に御回答をお願いいたします。

貴重なお時間を割いていただきまして誠にありがとうございます。

2003年 7月

指導 教授：許香珍（濟州大學校 觀光經營學部）

研 究 者：鄭祿容（濟州大學校 經營大學院 觀光經營學部）

I. 下の内容はお客様のカジノ利用屬性に関する質問です。

該当欄に‘✓’印を付けてください

内容設問	全然そうではない。	そうではない。	普通	そうだ	本当にそうだ。
1.新しいゲームが入るとまずやってみるほうである。	①	②	③	④	⑤
2.カジノを利用すると色変わった経験ができる。	①	②	③	④	⑤
3.カジノゲームは気分轉換に役立つ。	①	②	③	④	⑤
4.カジノゲームはただの楽しみとしてやっているほうだ。	①	②	③	④	⑤
5.いつもの生活や倦怠感から脱しようとゲームをする。	①	②	③	④	⑤
6.新たな餘暇活動のためゲームをする。	①	②	③	④	⑤
7.複雑な現実や緊張から脱しようとゲームをする。	①	②	③	④	⑤
8.娯樂と遊興を楽しむためにゲームをする。	①	②	③	④	⑤
9.友達がゲームを楽しんでるから私もゲームをしているほうだ。	①	②	③	④	⑤
10.一人でゲームをするより友達と共にしたほうがもっと楽しい。	①	②	③	④	⑤
11.色々な人との付き合いができるからカジノゲームを楽しむ。	①	②	③	④	⑤
12.カジノゲームは他のどんなゲームより楽しい。	①	②	③	④	⑤
13.ゲームを楽しむよりゲームに填まっている。	①	②	③	④	⑤
14.カジノゲームはスリル感が味わえる活動である。	①	②	③	④	⑤
15.カジノ場ではたくさんの人が居ってよいのである。	①	②	③	④	⑤
16.カジノゲームは技術より運が要る。	①	②	③	④	⑤
17.カジノゲームはいつも新らしい。	①	②	③	④	⑤
18.カジノゲームは楽しい活動である。	①	②	③	④	⑤
19.ゲームの最中には携帯電話が鳴っても電話に出ない。	①	②	③	④	⑤
20.ゲームをしていると何もかも忘れられる。	①	②	③	④	⑤
21.カジノゲームは他人にも進めるべきであると思う。	①	②	③	④	⑤
22.カジノゲームはいつも興味深い。	①	②	③	④	⑤
23.知らないゲームがあると挑戦したいと思われる。	①	②	③	④	⑤
24.カジノゲームは私の生活の中で最も大事である。	①	②	③	④	⑤
25.私にとってカジノは餘暇そのものである。	①	②	③	④	⑤

Ⅱ. 次は人口統計的質問です。

該当欄に ‘✓’ 印を付けてください。

1. 性別は？

- ①男 ②女

2. 年齢は？

- ①20代 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代以上

3. 学歴は？

- ①高卒以下 ②専門大卒 ③大卒 ④大学院在学以上

4. 年間平均 カジノ利用回数？

- ①3回未満 ②5回未満 ③7回未満 ④10回未満 ⑤15回未満 ⑥15回以上

5. 年間平均所得は？

- ①300万円未満 ②300-500万円未満 ③500-700万円未満 ④700-1000万円未満
⑤1000万円以上

6. 職業は？

- ①公務員 ②会社員 ③農畜水産業 ④自営業 ⑤主婦 ⑥無職 ⑦学生
⑧専門職(医師, 辯護士 會計司 建築家など....) ⑨その他

