찜질방 · 대중목욕탕 요금 서비스 지역별 가격비교조사 및 서비스 이용실태조사

(사)한국부인회총본부

Ⅰ. 조사 목적 및 개요

1. 조사 목적

경기 침체에도 불구하고 목욕레저산업은 그 시장 규모가 갈수록 커지고 있다. 주 5일 근무제와 건강을 고려하는 고객층의 관심 증가에 따라 목욕레저산업이 대형화·고급화로 변화하고 있다. 녹차탕·황토탕·허브탕 등의 다양한 이벤트 탕과 참숯·소금원석·보석 등의 다양한 소재를 이용한 불가마시설이 가동되고 있다.

대형화·고급화된 목욕레저시설은 사우나 관련 부대시설 때문에 '때를 미는 공간'이 아니라 가족·연인·친구 누구나 편하게 즐기는 찜질방 레저공간으로 변해가고 있다. 부대시설로는 불가마·불한증막·원적외선체험장·아이스방·산림욕장등의 다양한 공간과 헬스장·수면실·마사지실·샤워실·수영장·목욕탕 등을 갖춘 대규모 시설로 되어있으며, 같은 공간에서도 식당·매점 등의 편의시설도 있고, 싼값에 숙박시설로 이용하기에도 좋아서 그 이용자 수가 해마다 증가하고 있다.

찜질방의 원형인 한증막은 조선시대부터 있었는데 이는 숯이나 도자기를 굽고 남은 가마 속에 남는 열로 찜질하는 것으로 이라 할 수 있다. 찜질방은 대형 목욕탕에 옆에 있으며 목욕 요금에 1,000원에서 3,000원을 더 내면 입욕 할 수 있고, 밤에 입장하면 요금이 추가된다. '순수 대중목욕탕'은 많이 사라졌고, '목욕탕 + 숙박시설'인 찜질방으로 이제는 찜질을 하는 곳 보다 '1박'하기에 가격이 부담 없는 숙박시설로 인식된다.

기존의 대중목욕탕이 목욕하고 피로 좀 풀다 나오는 곳이고, 찜질방은 목욕하고 몇 시간씩 쉬면서 잠도 자는 곳이다. 찜질방은 24시간 운영되고 있어서 부대시설 및 편의시설 이용하는데 있어서 바깥의 물가 보다 가격이 비싸다. 행정안전부 물가통계조회에 따르면 2015년 1월부터 2017년 12월까지 3개년 통계기준으로 5,522원에서 5,999원으로 목욕료가 매년 올라서 477원 증감했으며, 현재 목욕탕만으로 운영하는 곳은 사라져가고 비용이 찜질방(주간사우나·야간사우나)라는 명칭으로 목욕만 하여도 8,000원(야간 10,000원)으로 요금이 책정이 되어있으며, 목욕료만으로는 서울 6,692원, 부산 5,786원, 대구 5,050원 등 지역별로도 가격 차이가 크게 나고 있다. 또한 대중목욕탕이나 찜질방 이용하다가 실내에서 사고를 당하거나 과도한 찜질욕에 '고온의 영향'으로 사우나 시설 및 한증막 불가마 등의 발한실에서 화상이나 화재등의 안전사고 위험에 노출되고 있다. 목욕료 및 찜질방 서비스 이용이 증가되는 추세에 가계 부담이 가중되고 이용자들의 가격과 이용서비스에 대한 불만 및 피해가 증가하여 지역별 서비스 이용요금과 소비자 이용실태조사를 통하여 찜질방 및 대중목욕탕 가격 및 목욕 관련 서비스 가격 변화를 분석하여 문제점으로 도출하고, 개선방안을 마련하여 합리적인 소비문화를 유도하려고 한다.

2. 조사 시기 : 2018년 4월 ~ 9월

3. 조사 단체 : (사)한국부인회총본부

4. 세부사업내용

찜질방·대중목욕탕 요금 서비스 지역별 가격비교조사 및 서비스 이용실태조사에 대한 지역별 시장 조사 및 현황 파악을 위한 사전조사 및 자료 수집 및 설문 작성

1) 기획회의

○ 일시 : 2018.4.16.(월) 11시

○ 장소 : 한국부인회총본부 2층 교육실

○ 내용

- 사업 배경 및 목적, 사업 지역, 예산 등 사업 전반에 필요한 사항에 대한 논의
- 전국 찜질방·대중목욕탕 조사 시에 설문자 연령 분포를 고르게 할 것에 대한 당부

- 설문대상 20대, 30대, 40대, 50대, 60대이고, 60대 이후는 같은 60대 설문대상자임
- 사업에 대한 세부 사업 실행 내용에 대한 토론
- 조사 분석 방법 및 설문지 검토, 모니터 역할과 주의사항 토론
- 사업 기간에 대한 엄수 협조 부탁

2) 모니터 교육
○ 일시 : 2018. 4. 26. (목) 11시
○ 장소 : 중구 명동 주민 센터 교육장
○ 지역 : 17개 시·도 지역
○ 대상 : 지역별 모니터 70명 (참석이 어려운 지방은 지회장이 참석)
○ 내용
- 찜질방·대중목욕탕 요금 서비스를 지역별 시장 조사, 설문 작성, 사업 배경, 사업 지역 등 사업 전반에 대한 필요에 대한 협조 사항 전달.
- 찜질방·대중목욕탕 서비스에 대한 소비자의 이용실태를 통한 선택요인과 찜질방·대중목욕탕에 대한 소비자 만족도 설문 조사 방법 설명.
- 조사방법과 설문지 작성에 대한 모니터 교육
- 조사 분석 방법 및 설문지 검토, 모니터 역할과 주의사항 교육
- 모니터 활동 시 애로사항 및 예상되는 문제점 질의응답
- 지역별로 찜질방·목욕탕 분포도가 다르기 때문에 지역 특성에 맡게 조절
- 서울 350부, 경기 100부, 인천 100부, 부산 100부, 대구 100부, 광주 50부, 울산 50부, 강원 50부, 충북 50부, 충남 50부, 경북 100부, 경남 100부, 전북 100부, 전남 100부, 제주 50부 (총1,500부)
- 찜질방·목욕탕 이용과 선택요인의 만족도 조사 : 17개 시.도 지역 약 1,500명
- 모든 조사는 9월 중순까지 마무리

3) 지역별 찜질방·대중목욕탕 소비자 만족도 조사
○ 찜질방·대중목욕탕에 대한 소비자의 이용실태를 통한 찜질방·대중목욕탕 선택요인과 소비자 만족도 조사
○ 지역별 찜질방·대중목욕탕에 대한 시장 조사 및 소비자 만족도 조사 실시
○ 조사 사업 내용 분석

4) 평가회의
사업 추진 전반에 대한 평가 및 논의
○ 일 시 : 2018. 8. 23. 오전 11시
○ 내 용
- 찜질방·대중목욕탕 서비스 실태 중 찜질방·대중목욕탕에 대한 지역별 시장 조사 및 현황 파악을 하였고, 자료 수집 및 설문 작성, 지역 등 사업 전반에 대한 조사의 어려운 점 찜질방·대중목욕탕의 실태 논의 및 결과 사항 전달
- 찜질방·대중목욕탕에 대한 소비자의 이용실태를 통한 선택요인과 소비자 만족도 조사 내용 확인
- 지급조서 최종 확인 및 미비 서류 확인
- 기획재정부 등의 연계 협력을 통한 정책의 방향성이 더욱 필요

5) 찜질방·대중목욕탕 이용 실태 및 만족도 개선방안 토론회
○ 일 시 : 2018. 8. 24. 오후 2시
○ 장 소 : 서초반포구립도서관 강당
○ 대 상 : 소비자단체, 소비자안전 박사, 소비자교육센터장, 한국목욕업중앙회 사무총장, 한국목욕업중앙회 국장 등 100여명
○ 내 용
○ 소비자안전 문은숙 박사, 소비자교육센터 이종혜 센터장, 한국목욕업중앙회 사무총장, 한국목욕업중앙회 강철수 국장, 소비자 참여
- 해외사례 조사 및 비교 분석 조사 발표
- 가정간편식 주 이용자, 소비자단체, 가정간편식 출시 기업 담당자(한국야쿠르트), 정부부처 등 다양한 분야의 패널과 함께 가정간편식에 대한 가격·품질 분석 및 이용실태조사를 통한 소비자 만족도 제고 방안 마련
○ 정책적 제언
- 찜질방·대중목욕탕 안전사고 대비하기 위해 소화기 위치 및 경고 문구 개발의 문제점 제기
- 찜질방·대중목욕탕 수질 위생 모니터링 할 수 있도록 문제점 제기

Ⅱ. 조사 내용

1. 조사 시기 : 2018년 4월~ 9월

2. 조사 대상
- 전국 20대 이상 남녀 1,500명 조사

- 설문대상 20대, 30대, 40대, 50대, 60대 이상 찜질방·대중목욕탕 소비자 만족도 조사

3. 조사지역 및 규모
- 서울 350명, 경기 100명, 인천 100명, 부산 100명, 대구 100명, 광주 50명, 울산 50명, 강원 50명, 충북 50명, 충남 50명, 경북 100명, 경남 100명, 전북 100명, 전남 100명, 제주 50명 (총1,500명)

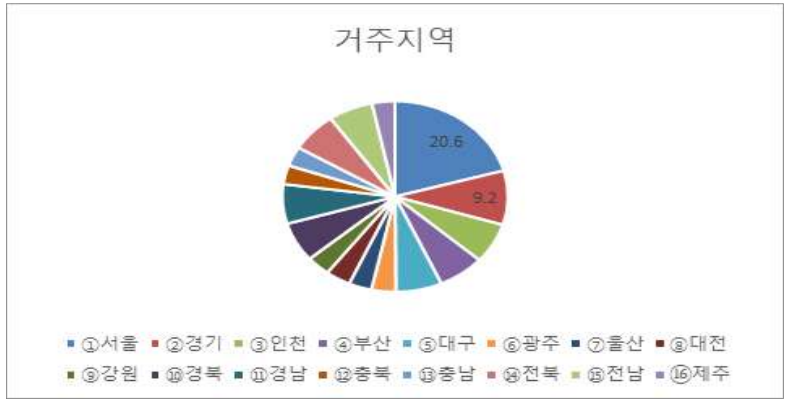
4. 조사방법
- 응답자 정보와 가격 정보를 엑셀에 코딩하여 데이터 클리닝 작업을 거친 후 SPSS 18.0 통계 프로그램 이용하여 분석, 무성의한 응답으로 인해 조사의 신뢰성을 떨어뜨리는 설문지와 조사지는 제외하고 나머지 조사 샘플에 대한 분석을 시행

5. 분석결과
1) 찜질방·목욕탕에 대한 소비자만족도조사 및 이용실태조사 분석보고서

A. 응답자의 특성

○ 조사대상자 거주 지역
1. 거주지역
거주지역은 서울이 20.6%로 가장 많았고, 그 다음이 경기 9.2%였음. 16개 시도 지역에서 고루 표집하였다.

지역명	빈도	%
①서울	309	20.6
②경기	138	9.2
③인천	102	6.8
④부산	100	6.7
⑤대구	99	6.6
⑥광주	53	3.5
⑦울산	50	3.3
⑧대전	54	3.6
⑨강원	51	3.4
⑩경북	101	6.7
⑪경남	100	6.7
⑫충북	48	3.2
⑬충남	49	3.3
⑭전북	100	6.7
⑮전남	96	6.4
⑯제주	50	3.3
계	1,500	100.0



2. 성별

응답자의 성별은 여성이 79.7%(1,195명), 남성이 20.3%(305명)이다. 이 결과로 남성보다 여성이 찜질방·목욕탕을 많이 접한다는 것을 알 수 있다.

성별	빈도	%
①여성	1195	79.7
②남성	305	20.3
계	1,500	100.0

3. 연령대

응답자의 연령대는 40대가 43.3%(648명)로 가장 많았고, 50대가 27.8%(416명), 60대 이상이 25.6%(384명)로 나타났다. 찜질방·목욕탕은 대부분 40대 이상이 많이 다닌다는 것을 알 수 있다.

연령대	빈도	%
①20대	160	10.7
②30대	215	14.4
③40대	648	43.3
④50대	416	27.8
⑤60대이상	384	25.6
계	1,498	100.0

B. 찜질방·대중목욕탕 지역별 가격비교조사 및 서비스 이용실태조사

1. 찜질방·대중목욕탕 이용 빈도

찜질방·대중목욕탕 이용 빈도는 '시간되는 대로'가 34.1%(511명)로 가장 많았고, '주1회 이상'이 30.7%(459명), '월 1회 이상'이 20.4%(305명)로 나타났다. 조사 결과로 주1회, 월1회 이상 찜질방을 이용하는 응답자가 51.1%(764명)였고, 시간되는 대로 간다는 응답자는 34.1%(511명)로 이번 조사에서는 찜질방·목욕탕을 즐겨 다니는 응답자라는 것을 알 수 있다.

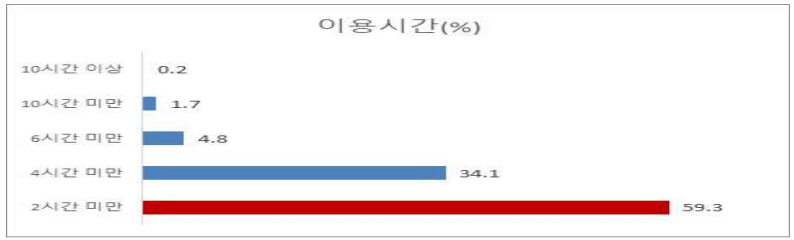
이용빈도	빈도	%
①주1회 이상	459	30.7
②월1회 이상	305	20.4
③연1회 이상	177	11.8
④시간되는 대로	511	34.1
⑤기타	45	3.0
계	1,497	100.0



2. 찜질방·대중목욕탕을 이용하는 시간

목욕서비스를 이용하는 시간은 '2시간 미만'이 59.3%(887명), '4시간 미만'이 34.1%(510명), '10시간 미만' 1.7%(25명), '10시간 이상' 0.2%(3명)로 나타났다. 조사 결과에서 '2시간 미만' 및 '4시간 미만' 이 93.4%(1,397명) 많았고 10시간 정도 장시간 목욕서비스를 이용하는 조사 수가 1.9%(28명)였다.

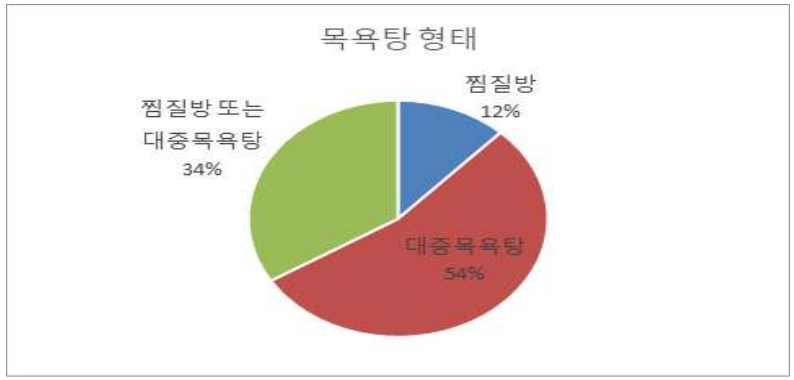
이용 시간	빈도	%
①2시간 미만	887	59.3
②4시간 미만	510	34.1
③6시간 미만	72	4.8
④10시간 미만	25	1.7
⑤10시간 이상	3	0.2
계	1,497	100.0



3. 주로 다니는 목욕탕 형태

주로 이용하는 목욕탕은 '대중목욕탕'이 54.2%(811명), '찜질방 또는 대중목욕탕'이 33.8%(506명)로 나타났다. 찜질방을 찾아다니며 다니는 12.0%(179명)의 목욕 형태보다 아직까지는 대중목욕탕에서 목욕서비스를 이용하는 수가 54.2%(811명)로 더 많았으며, 가까운 지역의 찜질방 또는 대중목욕탕에서 33.8%(506명)가 목욕서비스를 이용하는 것으로 보아 88%(1,317명)가 목욕서비스로 찜질방 또는 대중목욕탕을 가는 것으로 유추된다. 나머지 12%(179명)는 숙박 및 찜질 서비스를 이용하는 것으로 유추할 수 있다.

목욕탕 형태	빈도	%
①찜질방	179	12.0
②대중목욕탕	811	54.2
③찜질방 또는 대중목욕탕	506	33.8
계	1,496	100.0



4. 주로 이용하는 요일

주로 이용하는 요일은 '아무때나'가 34.2%(512명), '평일'이 22.6%(338명), 토요일·일요일 22.4%(484명), 공휴일 10.9%(163명)로 나타났다.
이 조사 결과로 평일과 토요일·일요일이 22%(338명)로 비슷했고, 특정 공휴일은 10.9%(163명)로 다니는 것으로 보아, 아무 때나가 34.2%(512명)인 것을 보아 시간나는대로 찜찔방·목욕탕을 자주 이용하는 것으로 유추된다.

이용 요일	빈도	%
①평일	338	22.6
②토요일	272	18.2
③일요일	212	14.2
④공휴일	163	10.9
⑤아무때나	512	34.2
계	1497	100.0

5. 주로 이용하는 시간대

주로 이용하는 시간대는 '오전 6시~정오 12시'가 39.4%(590명)로 가장 많았고, 그 다음이 '정오 12시~ 오후 4시' 사이가 26.6%(399명)로 나타났다. 이 조사결과로 보아 이용하는 시간대가 정오12시 이전까지 주로 다니거나, 정오시간이 지난 12시부터 오후 4시까지 다닌 것으로 보아 저녁시간대보다는 오전과 낮 시간대에 주로 이용한다는 것을 유추 할 수 있다.

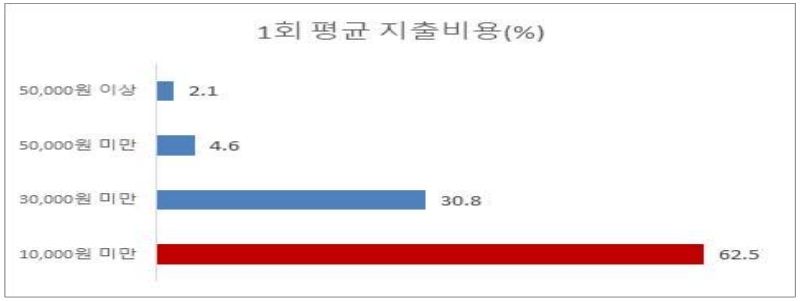
이용 시간대	빈도	%
①오전6시~정오12시	590	39.4
②정오12시~오후4시	399	26.6
③오후4시~오후7시	242	16.2
④오후7시~자정12시	242	16.2
⑤자정12시~오전6시	25	1.7
계	1,498	100.0



6. 찜질방 1회 지출비용(목욕표 포함)

1회 지출 비용은 1만원 미만이 62.5%(937명), 3만원 미만이 30.8%(461명)로 나타났다. 이 결과로 찜질방 및 목욕료에서 1만원 미만으로 지출 비용이 62.5%(937명)인 것으로 보아 절반 이상이 목욕료 이외 부가비용을 사용하지 않고, 1만원 이상 사용하는 빈도는 37.5%(562명) 정도가 매점 또는 기타 부대시설을 이용하고 있다는 것을 알 수 있다.

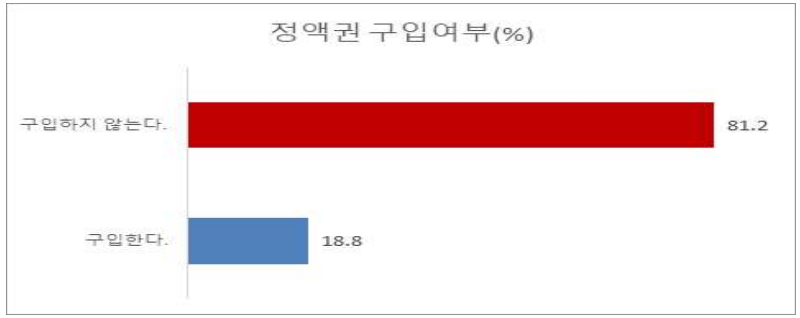
1회 평균 지출비용	빈도	%
①10,000원 미만	937	62.5
②30,000원 미만	461	30.8
③50,000원 미만	69	4.6
④50,000원 이상	32	2.1
계	1,499	100.0



7. 찜질방·대중목욕탕 월 정액권을 구입여부

월 정액권을 구입하는 이용하는 경우 18.8%(282명)보다 구입하지 않는 경우가 81.2%(1,216명)로 높게 나타났다. 이 결과로 정액권을 구입하는 경우는 많지 않고, 시간 나는 대로 오는 경우가 많은 것으로 확인할 수 있다.

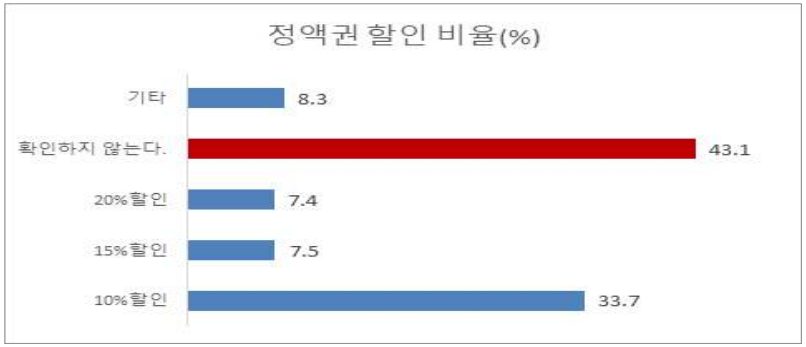
정액권구입여부	빈도	%
①구입한다.	282	18.8
②구입하지 않는다.	1216	81.2
계	1498	100.0



8. 찜질방·대중목욕탕 월 정액권의 할인율

정액권의 할인율을 확인하지 않는 경우가 43.1%(497명)로 나타남. 확인한 경우는 10% 할인이 33.7%(388명)로 가장 높게 응답하였다. 찜질방·대중목욕탕의 정액권을 비교하며 금액 할인을 찾아다니는 것이 아니라 정액권 할인율을 확인하지 않고 구입하는 경우라고 할 수 있다.

정액권 할인비율	빈도	%
①10%	388	33.7
②15%	86	7.5
③20%	85	7.4
④확인하지 않는다.	497	43.1
⑤기타	96	8.3
계	1,152	100.0



9-10.주로 다니는 찜질방·대중목욕탕의 주간 또는 야간 요금

대중목욕탕의 경우 평균요금은 주간이 6,284원, 야간이 6,788원으로 나타났다. 대중목욕탕 이용료의 최소값은 주간 3,000원, 야간 3,000원이었고 최대값은 주간 11,000원, 야간 13,000원이었다.

목욕탕과 찜질방이 함께 있는 경우는 주간이 8,745원, 야간이 8,817원으로 나타났다. 최소값은 주간 야간 모두 3,900원이었고, 최대값은 주간 30,000원, 야간 80,000원으로 나타났다.

조사 결과로 대중목욕탕 주간 가격이 평균 6,284원 미만인 지역은 서울, 경기, 인천, 강원, 충북, 충남, 전북, 전남, 경북, 광주, 부산, 울산 제주로 나타났으며, 그 중 전남은 대부분 목욕탕 요금이 5,000원이였고, 광주는 4,000원~6,000원이였다. 그 중 제주는 3,000원으로 나타났다. 제주도는 지역적인 특성상 모든 음료나 사용하는 물이 지하수로 되어 있어서 물 값이 싸서 목욕탕 가격이 저렴한 것으로 나타났다.

목욕탕은 대체로 주간과 야간이 가격이 비슷한 것으로 나타났고. 경로 우대로 인하여 가격이 할인이 된 것으로 조사 되었다.

목욕탕 찜질방 조사 결과로는 주간 평균 8,753원 미만인 지역은 서울, 경기, 인천, 강원, 충북, 경북, 경남, 전북, 전남, 대전, 대구, 광주, 부산, 제주로 나타났고, 대부분 7,000원~8,000원 금액을 받는 것으로 조사 되었다. 강원 5,000원~6,500원 경북 4,000원으로 조사된 것으로 보아 경로 우대로 인한 가격 할인으로 조사 되었다. 대전과 부산은 관광지어서 테마 찜질방이라 20,000원의 가격으로 일부 조사 되었다.

찜질방 야간 요금은 평균 8,817원으로 9,000원 미만인 곳은 서울, 경기, 인천, 강원, 충북, 충남, 전북, 경남이으로 조사 되었다. 평균보다 높은 10,000원 이상인 곳은 서울 경기, 인천, 충북, 대전, 경북, 경남, 울산, 광주, 대전으로 조사되었고, 그중 강원은 75,000원, 전북 80,000원의 찜질방 금액으로 조사된 것으로 보아 테마 찜질방으로 조사된 것으로 알 수 있다.

지역별 요금 조사 결과로 유추해보면, 경로 우대 할인과, 제주의 물 값이 저렴하여 이용요금이 저렴하다는 점과 인터넷 온라인으로 테마 찜질방 예약하면 금액을 할인 받아 싸게 이용 할 수 있다는 것을 알 수 있다.

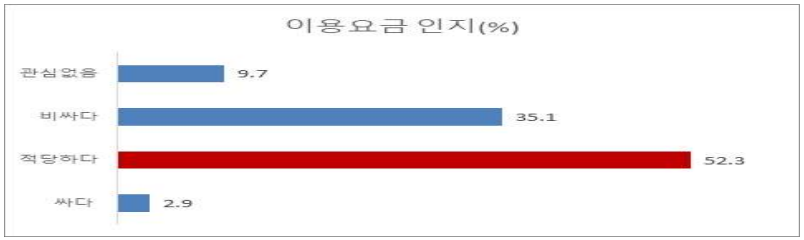
		주간요금		야간요금	
9.	대중목욕탕	평균	6,284 원	평균	6,788 원
		최대값	11,000 원	최대값	13,000 원
		최소값	3,000 원	최소값	3,000 원
10.	목욕탕+찜질방	평균	8,753 원	평균	8,817 원
		최대값	30,000 원	최대값	80,000 원
		최소값	3,900 원	최소값	3,900 원

11. 주로 이용하는 찜질방·대중목욕탕 이용요금에 대한 인지

서비스 이용요금은 '적당하다'는 응답이 52.3%(782명), 비싸다는 응답은 35.1%(525명)로 나타났다.

1,500명의 설문조사 응답자중 찜질방·대중목욕탕 싸다고 생각하거나 관심 없음으로 생각하는 빈도는 13.6%(183명)이고, 비싸다고 생각하는 빈도수는 35.1%(525명)이고, 적당하다고 생각하는 빈도수는 52.3%(782명)으로 적당하다고 생각하는 응답이 절반 이상을 넘은 것으로 알 수 있다.

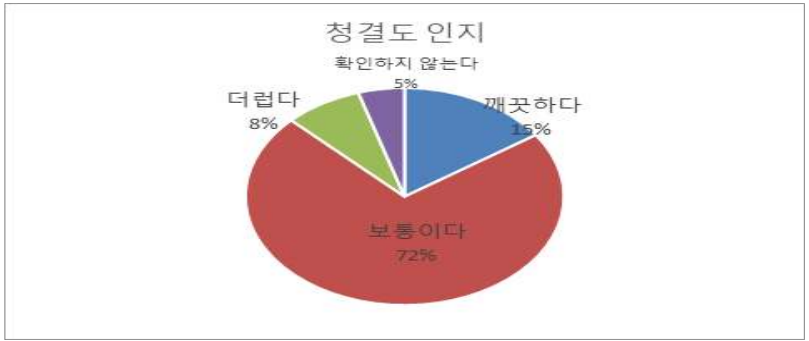
이용요금 인지	빈도	%
①싸다	43	2.9
②비싸다	525	35.1
③적당하다	782	52.3
④관심없음	145	9.7
계	1,495	100.0



12. 주로 이용하는 찜질방·대중목욕탕 청결도 인지

청결도에 대해서는 '보통이다'가 72.0%(1,079명), '깨끗하다'가 15.4%(230명)로 나타났다. 1,500명의 응답 중에서 찜질방·대중목욕탕의 청결도가 "깨끗하다"와 "보통이다", "확인하지 않는다." 가 92.1%(1,379명)으로 "더럽다."4.7%(70명)보다 대체로 만족도가 높은 것으로 조사되었다.

청결도 인지	빈도	%
①깨끗하다	230	15.4
②보통이다	1079	72.0
③더럽다	119	7.9
④확인하지 않는다.	70	4.7
계	1,498	100.0



13. 찜질방·대중목욕탕 이용 시 청소 및 물갈이 여부 확인

청소 및 물갈이를 "확인하지 않는다."는 응답이 72.5%, "확인한다." 27.5%로 나타났다.

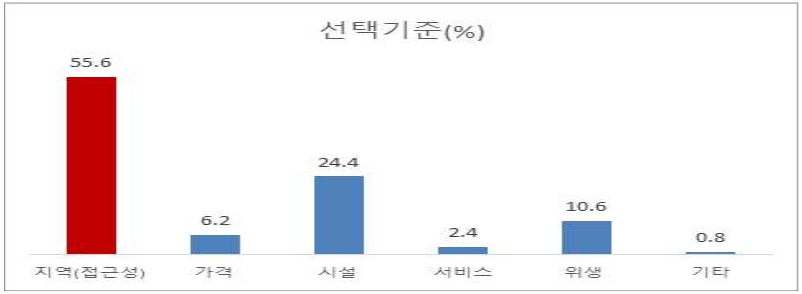
청소 및 물갈이 확인	빈도	%
①확인한다.	410	27.5
②확인하지 않는다.	1082	72.5
계	1,492	100

14. 찜질방·대중목욕탕 선택기준

선택기준은 지역(접근성)이 55.6%로 가장 높게 나타났고, 시설(24.4%), 위생(10.6%)의 순이었다.

조사결과 절반이상 응답자들이 찜질방·대중목욕탕은 가까운 곳을 선호하는 것으로 알 수 있다.

선택기준	빈도	%
①지역(접근성)	830	55.6
②가격	92	6.2
③시설	365	24.4
④서비스	36	2.4
⑤위생	158	10.6
⑥기타	12	0.8
계	1,493	100.0



15. 찜질방·대중목욕탕 이용 이유(1순위)

서비스 이용 이유는 '목욕 및 세신(47.9%)'과 '혈액순환 및 피로회복(46.1%)'이 비슷하게 나타났다.

조사결과 찜질방·대중목욕탕을 이용하는 1순위 이유가 목욕하면서 세신(때밀기)와 혈액순환과 피로회복을 위해 94%(1,400명)으로 나타났다.

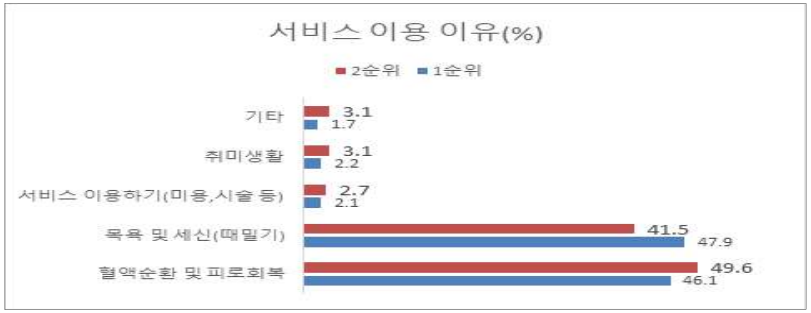
서비스 이용 이유(1순위)	빈도	%
①혈액순환 및 피로회복	690	46.1
②목욕 및 세신(때밀기)	716	47.9
③서비스 이용하기(미용,시술 등)	32	2.1
④취미생활	33	2.2
⑤기타	25	1.7
계	1496	100

16. 찜질방·대중목욕탕 이용 이유(2순위)

서비스 이용 이유 2순위 '혈액순환 및 피로회복', '목욕 및 세신'으로 1순위와 유사하게 나타났다.

조사결과 찜질방·대중목욕탕을 이용하는 2순위 이유가 목욕하면서 세신(때밀기)와 혈액순환과 피로회복을 위해 91.1%(1,364명)으로 1·2순위가 비슷하게 나타났다.

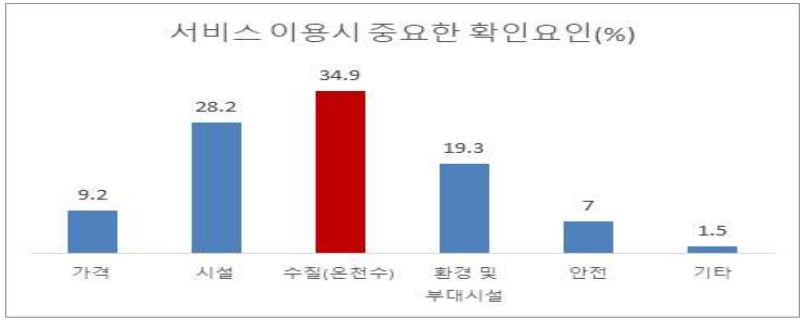
서비스 이용 이유(2순위)	빈도	%
①혈액순환 및 피로회복	743	49.6
②목욕 및 세신(때밀기)	621	41.5
③서비스 이용하기(미용,시술 등)	40	2.7
④취미생활	47	3.1
⑤기타	47	3.1
계	1,498	100



17. 찜질방·대중목욕탕 이용 시 가장 중요한 확인 요인

서비스 이용 시 가장 중요하게 확인하는 것은 '수질(온천수)'이 34.9%(521명)로 가장 높게 나타났고, 그 다음이 '시설' 28.2%(420명), '환경 및 부대시설' 19.3%(288명)의 순으로 나타났다. 목욕탕에서 온천수 이름에 따라 피부가 좋아지는 것으로 유추 할 수 있다.

서비스 이용시 중요한 확인 요인	빈도	%
①가격	137	9.2
②시설	420	28.2
③수질(온천수)	521	34.9
④환경 및 부대시설	288	19.3
⑤안전	104	7.0
⑥기타	22	1.5
계	1492	100



18. 찜질방·대중목욕탕 매점·식당 이용 시 상품 가격 인지

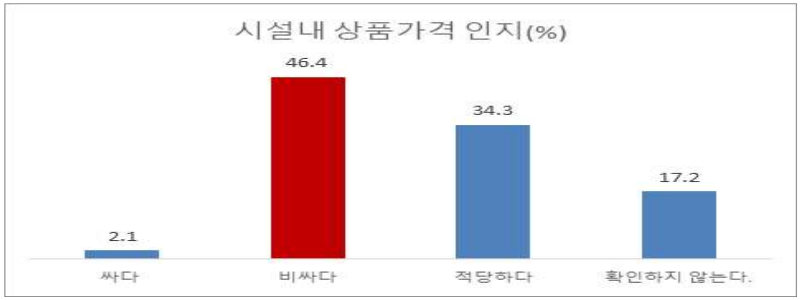
시설 내 매점이나 식당의 이용 가격에 대해서는 비싸다는 응답이 43.4%(651명), 적당하다는 응답이 32.1%(481명)로 나타났다.

찜질방 매점,식당 상품가격 인지	빈도	%
①싸다	29	1.9
②비싸다	651	43.4
③적당하다	481	32.1
④확인하지 않는다.	241	16.1
⑤찜질방을 이용하지 않음	97	6.5
계	1499	100.0

*** 이용자만 분석**

찜질방을 이용하는 소비자만을 대상으로 분석한 결과 '비싸다.'는 응답이 46.4%(651명), '적당하다.'는 응답이 34.3%(481명)로 나타났다. '확인하지 않는다.'는 응답은 17.2%(241명)로 나타났다.

찜질방 매점,식당 상품가격 인지	빈도	%
①싸다	29	2.1
②비싸다	651	46.4
③적당하다	481	34.3
④확인하지 않는다.	241	17.2
계	1,402	100.0



19. 찜질방 안에 식당 이용 시 음식의 신선도 인지

음식의 신선도는 '보통'이라는 응답이 61.9%로 나타났다.

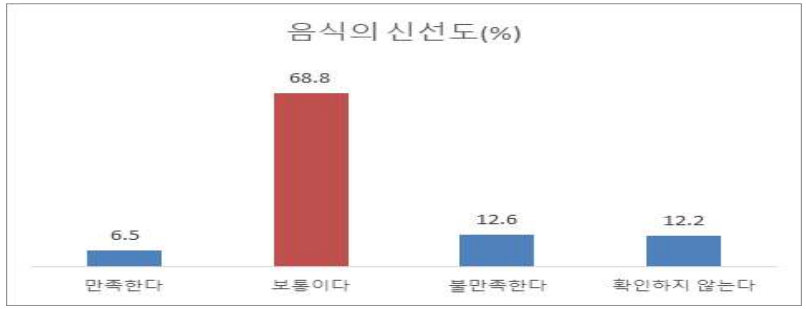
조사 결과 '만족한다.', '보통이다.' 이상으로 신선도 인지하는 빈도가 67.7%(1,013명)이다. '불만족한다.' 응답은 11.3%(169명)이 답하였다.

찜질방 식당 음식의 신선도 인지	빈도	%
①만족한다	87	5.8
②보통이다	926	61.9
③불만족한다	169	11.3
④확인하지 않는다	164	11.0
⑤찜질방을 이용하지 않음	151	10.1
계	1,497	100.0

*** 이용자만 분석**

찜질방을 실제로 이용하는 소비자만 대상으로 분석한 결과 음식의 신선도에 대해 '보통이다.'는 응답은 68.8%(926명), '만족한다.' 응답은 6.5%(87명)이고, '불만족한다.' 12.6%(169명), '확인하지 않는다.'(12.2%) 나타났다.

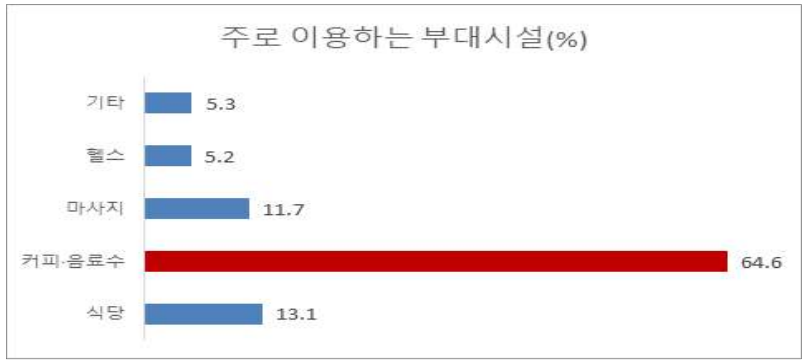
찜질방 식당 음식의 신선도 인지	빈도	%
①만족한다	87	6.5
②보통이다	926	68.8
③불만족한다	169	12.6
④확인하지 않는다	164	12.2
계	1,346	100.0



20. 찜질방·대중목욕탕 이용하는 부대시설

주로 이용하는 부대시설은 '커피, 음료수'가 64.6%(958명), '식당' 13.1%(194명), '마사지' 11.7%(174명)의 순으로 나타났다. 조사 결과 응답자들이 찜질방·대중목욕탕에서 목이 말라서 '커피·음료'를 즐겨 마시는 것으로 알 수 있다.

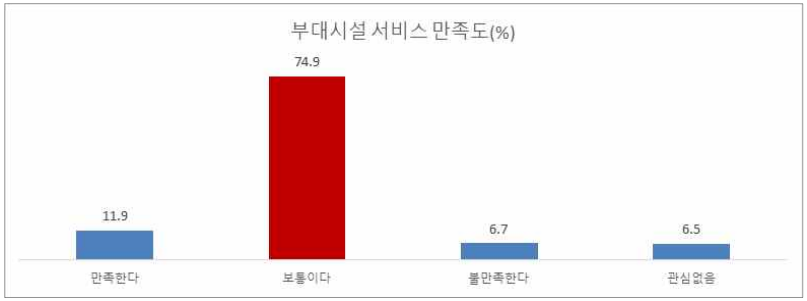
이용하는 부대시설	빈도	%
①식당	194	13.1
②커피·음료수	958	64.6
③마사지	174	11.7
④헬스	77	5.2
⑤기타	79	5.3
계	1,482	100.0



21. 찜질방·대중목욕탕 부대시설 서비스 만족도

부대시설 서비스의 수준은 '보통'이라는 응답이 74.9%(1,123명), '만족한다.' 11.9%(178명), '불만족한다.' 6.7%(100명)으로 나타났다. 조사 결과 부대시설에 대해 '만족한다', '보통이다', '관심없음'에 해당하는 만족도 비율이 92.3%(1,399명)으로 대체로 만족한다는 것으로 알 수 있다.

부대시설 서비스 만족도	빈도	%
①만족한다	178	11.9
②보통이다	1,123	74.9
③불만족한다	100	6.7
④관심없음	98	6.5
계	1,499	100.0



22. 찜질방·대중목욕탕 안에 운동기구 및 안마의자 이용 시 시설의 품질

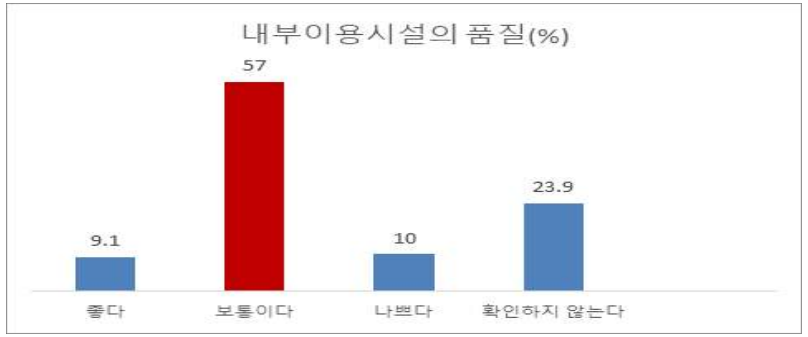
시설 내 운동기구 및 안마의자의 품질에 대한 응답은 '보통'이라는 응답이 51.8%, '확인하지 않는다.' 21.7%(324명), '나쁘다.' 9%(135명), '좋다.' 8.3%(124명)로 나타났다.

내부 이용시설의 품질	빈도	%
①좋다	124	8.3
②보통이다	773	51.8
③나쁘다	135	9.0
④확인하지 않는다	324	21.7
⑤찜질방을 이용하지 않음	136	9.1
계	1,492	100.0

* 이용자만 분석

찜질방 이용자만을 대상으로 운동기구 및 안마의자 이용시 시설의 품질 이용 분석한 결과 '보통'이라는 응답이 57.0%(773명), '확인하지 않는다.' 23.9%(324명), '좋다' 9.1%(124명)으로 대체로 90%(1,221명)이 만족한 것으로 알 수 있다. '나쁘다.' 10%(135명)으로 나타났다.

내부 이용시설의 품질	빈도	%
①좋다	124	9.1
②보통이다	773	57.0
③나쁘다	135	10.0
④확인하지 않는다	324	23.9
계	1,356	100.0



23. 찜질방·대중목욕탕 이용시 부작용 및 안전사고를 경험 여부

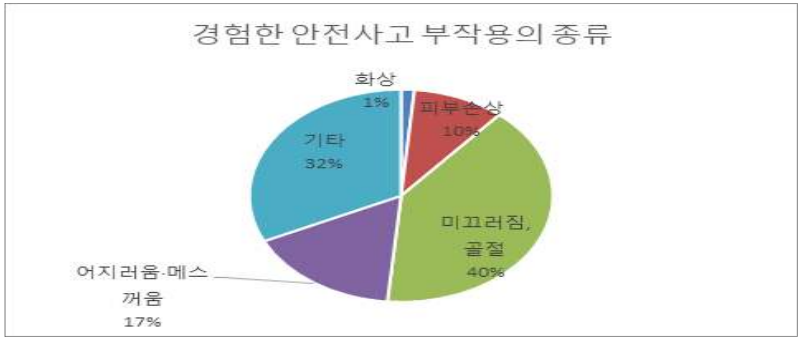
시설 이용 시 부작용이나 안전사고를 경험한 경우는 19%(284명), '경험하지 않았다.는 81%(1,214명)으로 나타났다.

부작용, 안전사고 경험 여부	빈도	%
①경험했다	284	19.0
②경험하지 않았다	1,214	81.0
계	1,498	100.0

24. 경험한 부작용·안전사고의 종류

응답자가 경험한 부작용이나 안전사고는 '미끄러짐이나 골절'이 40.2%(306명) 가장 많았고, 그 다음이 기타 32%(244명), '어지러움·메스꺼움'이 16.5%(126명), '화상 및 피부손상' 11.2%(86명)으로 나타났다.

경험한 부작용· 안전사고의 종류	빈도	%
①화상	11	1.4
②피부손상	75	9.8
③미끄러짐, 골절	306	40.2
④어지러움·메스꺼움	126	16.5
⑤기타	244	32.0
계	762	100.0



25. 찜질방·대중목욕탕 이용 시 동행자

서비스 이용 시 '혼자 가는 경우'가 39.2%(584명), '가족과 함께 가는 경우'는 31.2%(465명), '지인과 함께 가는 경우' 29.6%(442명)으로 나타났다. 가족 또는 지인과 동행 시 시간 맞추기가 어려워서, '혼자 가는 경우'가 높은 것으로 유추해 볼 수 있다.

서비스 이용시 동행자	빈도	%
①가족	465	31.2
②지인	442	29.6
③혼자	584	39.2
계	1,491	100.0

26. 찜질방·대중목욕탕 이용 시 물 온도와 찜질방 내부 온도 인지

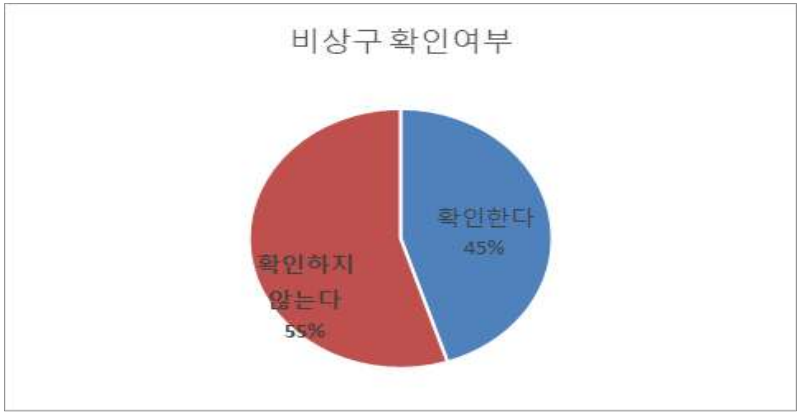
물 온도와 내부 온도는 '적당하다'는 응답이 70.1%(1,048명), '뜨겁다' 27.0%(404명), '너무 뜨겁다.' 2.9%(44명)으로 나타났다. 조사 결과로 보아 찜질방·대중목욕탕의 뜨거움을 대부분 만족해서 '적당하다.'고 느낀 것으로 유추할 수 있다.

물온도, 내부온도 인지	빈도	%
①너무 뜨겁다	44	2.9
②뜨겁다	404	27.0
③적당하다	1048	70.1
계	1,496	100.0

27. 화재에 대한 안전을 위해 "피난 대피길" 및 "비상구 안내" 확인 여부

재난 발생에 대비하여 피난대피길이나 비상구 안내를 미리 '확인한다.'는 45.0%(674명), '확인하지 않는다.'는 55%(823명)으로 나타났다. 이번 설문 조사 기회를 통해 응답자들이 '비상구 확인 여부'를 염두 했으리라 유추해본다.

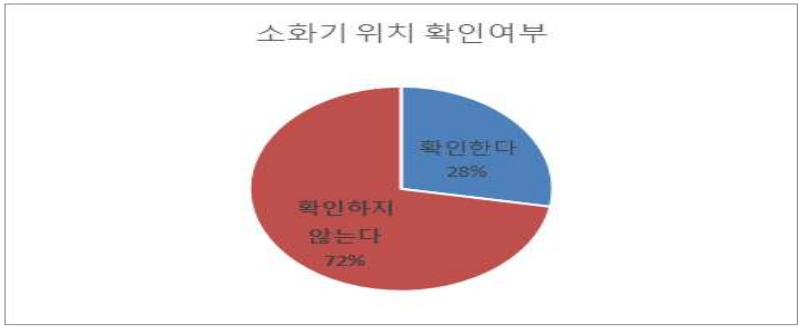
비상구 확인 여부	빈도	%
①확인한다	674	45.0
②확인하지 않는다	823	55.0
계	1,497	100.0



28. 찜질방·대중목욕탕 이용 시 소화기 위치 확인 여부

소화기의 위치를 '확인한다.' 27.8%(417명), '확인하지 않는다.' 72.2%(1,081명)으로 확인하지 않는 빈도가 매우 높은 것으로 나타났다. 이 조사 결과로 많은 응답자가 안전 불감증으로 유추된다. 이번 설문 조사로 소화기 위치를 다들 염두 했으리라 유추해본다.

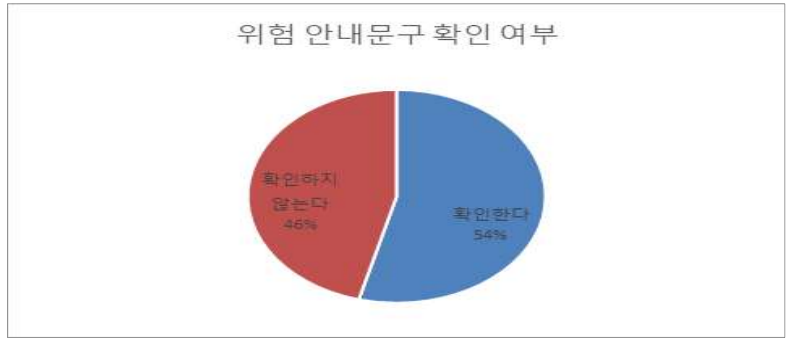
소화기 위치 확인 여부	빈도	%
①확인한다	417	27.8
②확인하지 않는다	1081	72.2
계	1,498	100.0



29. 찜질방·대중목욕탕 이용 시 위험 경고 및 미끄럼 방지 위험 안내 문구 확인 여부

위험 경고 및 미끄럼 방지 위험 안내 문구를 '확인한다.' 54.1%(810명), '확인하지 않는다.' 45.9%(688명)로 나타났다. 물에 미끄러지 않기 위게 절반이상이 "미끄럼 방지 위험 안내" 문구는 확인하는 것으로 조사되었다.

위험 안내문구 확인 여부	빈도	%
①확인한다	810	54.1
②확인하지 않는다	688	45.9
계	1,498	100.0

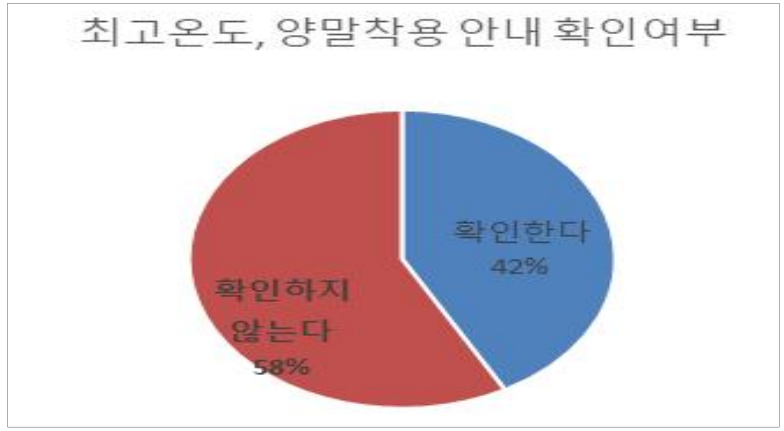


30. 찜질방 숯가마 최고 온도, 발한실 이용 시 양말 착용 안내 문구 확인 여부

온도 확인, 양말 착용 안내 문구를 '확인한다.' 35.0%(524명), '확인하지 않는다.' 48.4%(724명)로 나타났다.

찜질방 숯가마 최고 온도 및 발한실 이용할 때는 "너무 뜨거워서 화상 위험이 있어서" 양말 착용해야 하는데, 이번 조사 설문을 통해서 응답자들이 양말을 착용해야한다고 인지했으리라 유추해본다.

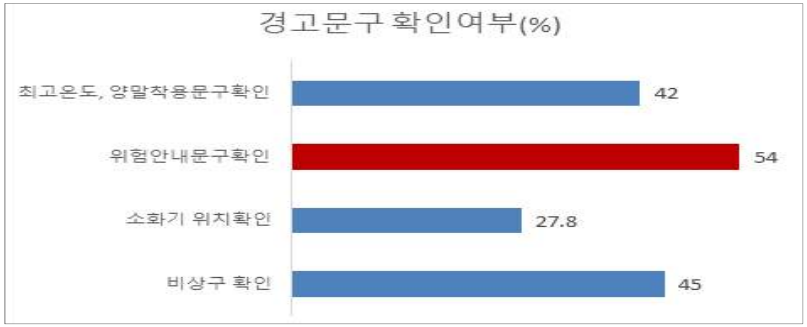
최고온도, 양말착용안내확인 여부	빈도	%
①확인한다	524	35.0
②확인하지 않는다	724	48.4
③찜질방 이용하지 않음	248	16.6
계	1,496	100.0



*** 이용자만 분석**

찜질방 이용자만을 대상으로 분석한 결과 '확인하지 않는다.' 58.0%(724명), '확인한다.' 42%(524명)로 나타났다. 이용자들만 분석했을 때도 '확인하지 않는다.' 빈도가 높은 것으로 나타났다. 이번 조사 설문을 통해서 응답자들이 "최고온도 · 방한실"에 들어갈 때는 양말을 착용하여야 된다는 것을 인지했으리라 유추해본다.

최고온도, 양말착용안내확인 여부	빈도	%
①확인한다	524	42.0
②확인하지 않는다	724	58.0
계	1,248	100.0

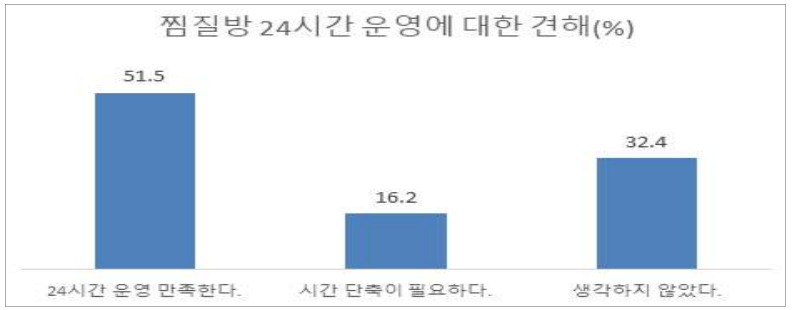


위에서 분석한 "각종 위험 안내"와 관련한 "경고문"구에 대한 "확인"은 '위험안내 문구 확인'이 가장 높았고, '소화기 위치확인'이 가장 낮은 것으로 나타났다. 물을 이용하는 찜질방·목욕탕에서도 화재의 위험이 있을 수 있으니, '소화기 위치 확인'을 이번 기회에 생각 했으리라 유추 해 볼 수 있다.

31. 찜질방 24시간 운영에 대한 견해

'찜질방을 24시간 운영'하는 것에 대해서는 51.5%(770명)가 만족한다고 응답했다. '시간 단축이 필요하다.'는 16.2%(242명)이 응답했다.

찜질방 24시간 운영에 대한 견해	빈도	%
①24시간 운영 만족한다.	770	51.5
②시간 단축이 필요하다.	242	16.2
③생각하지 않았다.	484	32.4
계	1,496	100.0



32. 찜질방 영업시간 단축에 대한 견해

운영시간을 단축을 원하지 않는다는 응답이 52.2%(767명)였고, 단축한다면 자정12시로 해야 한다는 응답이 22.9%(336명)이였다.

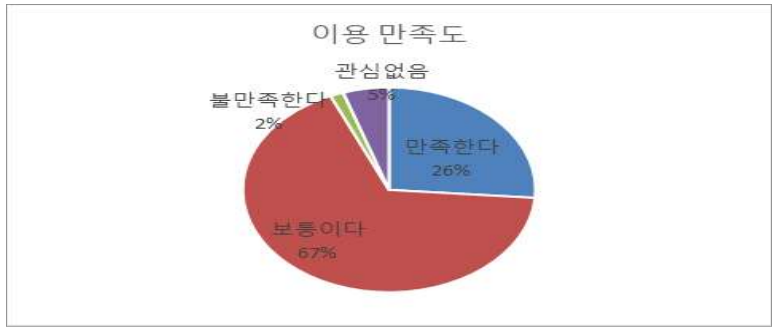
찜질방 영업시간 제한	빈도	%
①시간 단축 원하지 않음	767	52.2
②밤11시	212	14.4
③자정12시	336	22.9
④새벽 1시	155	10.5
계	1,470	100.0

33. 찜질방·대중목욕탕 이용 후 만족도

이용 만족도는 '보통'이 67.2%(1,006명), '만족'한 경우가 26.3%(393명), '불만족' 1.5%(22명)으로 나타났다.

찜질방·대중목욕탕 이용 만족도가 '보통'이상 93.5%(1,399명)이 만족하는 것으로 보아 앞으로 찜질방·대중목욕탕 산업이 앞으로 계속 성장해간다는 것을 유추할 수 있다.

이용만족도	빈도	%
①만족한다	393	26.3
②보통이다	1,006	67.2
③불만족한다	22	1.5
④관심없음	76	5.1
계	1,497	100.0



34. 찜질방·대중목욕탕 이용 후 만족한 이유

만족한 이유는 '피로회복'이 76.2%(1,138명), '휴식공간' 9.2%(137명), '친목도모' 6.8%(101명), 시설6.3%(94명)으로 나타났다. 스트레스가 많은 산업화된 사회에서 따뜻한 물에 씻으면 스트레스도 풀리고, 피로 회복이 잘되니 찜질방·대중목욕탕을 만족도가 높은 것으로 유추할 수 있다.

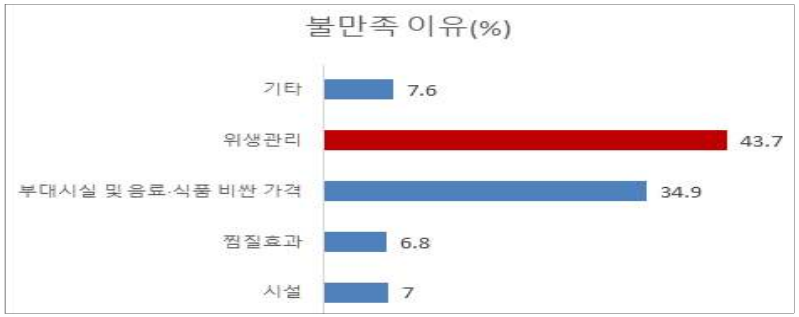
만족 이유	빈도	%
①시설	94	6.3
②피로회복	1138	76.2
③휴식공간	137	9.2
④친목도모	101	6.8
⑤기타	24	1.6
계	1,494	100.0



35. 찜질방·대중목욕탕 이용 후 불만족한 이유

불만족한 이유는 '위생관리'가 43.7%(646명), '부대시설 및 음료, 식품의 비싼 가격'이 34.9%(516명)으로 나타났다. 조사 결과 위생관리 및 내부의 물가를 저렴하게 하면 일반 소비자들이 만족도가 더 높아질 것으로 유추해볼 수 있다.

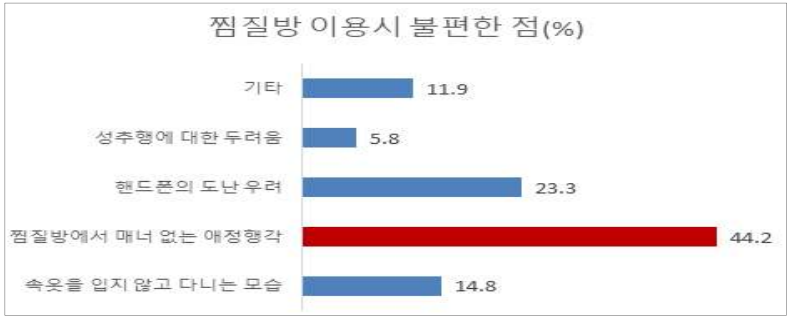
불만족 이유	빈도	%
①시설	104	7.0
②찜질효과	100	6.8
③부대시설 및 음료·식품 비싼 가격	516	34.9
④위생관리	646	43.7
⑤기타	112	7.6
계	1,478	100.0



36. 찜질방 이용 시 불편한 점

시설 이용 시 불편한 점은 '찜질방에서 매너 없는 애정행각'이 44.2%(646명), '핸드폰의 도난우려' 23.3%(339명), '속옷을 입지 않고 다니는 모습' 14.8%(216명), '기타'11.9%(173명) '크게 떠드는 소음'으로 나타났다.

찜질방 이용시 불편한 점	빈도	%
①속옷을 입지 않고 다니는 모습	216	14.8
②찜질방에서 매너 없는 애정행각	643	44.2
③핸드폰의 도난 우려	339	23.3
④성추행에 대한 두려움	85	5.8
⑤기타	173	11.9
계	1456	100.0



37. 찜질방·대중목욕탕 이용 후 건강의 도움이 된 점

찜질방·대중목욕탕 이용으로 건강에 도움이 된 점은 '몸이 가벼우면서 개운함'이 59.2%(879명), '피로가 회복되어 근육 기간이 풀림'이 25.4%(378명), '혈액순환으로 면역력이 좋아짐' 10.7%(159명)으로 나타났다. 조사 결과로 건강이 좋아지는 것에 95.3%(1.416명)이 응답하였다.

건강에 도움이 된 점	빈도	%
①몸이 가벼우면서 개운함	879	59.2
②혈액순환으로 면역력이 좋아짐	159	10.7
③피로회복이 되어 근육 긴장이 풀림	378	25.4
④피로감을 더 느낌	47	3.2
⑤기타	23	1.5
계	1,486	100.0



Ⅲ. 결론 및 제언

1. 찜질방·대중목욕탕 실태 조사 및 소비자 만족도 조사

경기 침체에도 불구하고 목욕레저산업은 그 시장 규모가 갈수록 커지고 있다. 주 5일 근무제와 건강을 고려하는 고객층의 관심 증가에 따라 목욕레저산업이 대형화·고급화로 변화하고 있다. 녹차탕·황토탕·허브탕 등의 다양한 이벤트 탕과 참숯·소금원석·보석 등의 다양한 소재를 이용한 불가마시설이 가동되고 있다.

대형화·고급화된 목욕레저시설은 사우나 관련 부대시설 때문에 '때를 미는 공간'이 아니라 가족·연인·친구 누구나 편하게 즐기는 찜질방 레저공간으로 변해가고 있다. 부대시설로는 불가마·불한증막·원적외선체험장·아이스방·산림욕장등의 다양한 공간과 헬스장·수면실·마사지실·샤워실·수영장·목욕탕 등을 갖춘 대규모 시설로 되어있으며, 같은 공간에서도 식당·매점 등의 편의시설도 있고, 싼값에 숙박시설로 이용하기에도 좋아서 그 이용자 수가 해마다 증가하고 있다.

찜질방의 원형인 한증막은 조선시대부터 있었는데 이는 숯이나 도자기를 굽고 남은 가마 속에 남는 열로 찜질하는 것으로 이라 할 수 있다. 찜질방은 대형 목욕탕에 옆에 있으며 목욕 요금에 1,000원에서 3,000원을 더 내면 입욕 할 수 있고, 밤에 입장하면 요금이 추가된다. '순수 대중목욕탕'은 많이 사라졌고, '목욕탕 + 숙박시설'인 찜질방으로 이제는 찜질을 하는 곳 보다 '1박'하기에 가격이 부담 없는 숙박시설로 인식된다.

기존의 대중목욕탕이 목욕하고 피로 좀 풀다 나오는 곳이고, 찜질방은 목욕하고 몇 시간씩 쉬면서 잠도 자는 곳이다. 찜질방은 24시간 운영되고 있어서 부대시설 및 편의시설 이용하는데 있어서 바깥의 물가 보다 가격이 비싸다. 행정안전부 물가통계조회에 따르면 2015년 1월부터 2017년 12월까지 3개년 통계기준으로 5,522원에서 5,999원으로 목욕료가 매년 올라서 477원 증감했으며, 현재 목욕탕만으로 운영하는 곳은 사라져가고 비용이 찜질방(주간사우나·야간사우나)라는 명칭으로 목욕만 하여도 8,000원(야간 10,000원)으로 요금이 책정이 되어있으며, 목욕료만으로는 서울 6,692원, 부산 5,786원, 대구 5,050원 등 지역별로도 가격 차이가 크게 나고 있다. 또한 대중목욕탕이나 찜질방 이용하다가 실내에서 사고를 당하거나 과도한 찜질욕에 '고온의 영향'으로 사우나 시설 및 한증막 불가마 등의 발한실에서 화상이나 화재등의 안전사고 위험에 노출되고 있다.

목욕료 및 찜질방 서비스 이용이 증가되는 추세에 가계 부담이 가중되고 이용자들의 가격과 이용서비스에 대한 불만 및 피해가 증가하여 지역별 서비스 이용요금과 소비자 이용실태조사를 통하여 찜질방 및 대중목욕탕 가격 및 목욕 관련 서비스 가격 변화를 분석하여 문제점으로 도출하고, 찜질방·대중목욕탕에 대한 만족도 조사를 다음과 같이 정리하였다.

<조사대상자의 기본사항>

서울 350명, 경기 100명, 인천 100명, 부산 100명, 대구 100명, 광주 50명, 울산 50명, 강원 50명, 충북 50명, 충남 50명, 경북 100명, 경남 100명, 전북 100명, 전남 100명, 제주 50명 (총1,500명)

서울, 경기1(부천·안양), 경기2(수원·성남) 인천, 부산, 대구, 광주, 울산, 강원, 충북, 충남, 경북, 경남, 전북, 전남, 제주, 17시도 지역에서 남녀 20대 이상 1,500명 대상으로 설문조사를 실시하였다.

-조사대상자의 거주 지역은 서울이 29.9%, 경기 9.2%, 인천 6.8%, 부산 6.7%, 대구 6.6%, 광주 3.5%, 울산 3.3%, 강원 3.4%, 충북 3.2%, 충남 3.3%, 경북 6.7%, 경남 6.7%, 전북 6.7%, 전남 6.4%, 제주 3.3%의 순으로 차지한다.

-여성이 79.7%, 1,195명. 남성이 20.3%, 305명이다.

-연령대는 20대 10.7%, 30대 14.4%, 40대 43.3% 50대 27.8%, 60대 이상 25.6%이다.

2. 식생활 소비실태조사 및 소비만족도조사

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 빈도

이용 빈도는 '시간되는 대로'가 34.1%로 가장 많았고, '주1회 이상'이 30.7%, '월 1회 이상'이 20.4%로 나타남

○ 찜질방·대중목욕탕을 이용하는 시간

목욕서비스를 이용하는 시간은 '2시간 미만'이 59.3%, '4시간 미만'이 34.1%로 나타남

○ 주로 다니는 목욕탕 형태

주로 이용하는 목욕탕은 '대중목욕탕'이 54.2%, '찜질방 또는 대중목욕탕'이 33.8%로 나타남

○ 주로 이용하는 요일

주로 이용하는 요일은 '아무때나'가 34.2%, '평일'이 22.6%로 나타남

○ 주로 이용하는 시간대

주로 이용하는 시간대는 '오전 6시~정오 12시'가 39.4%로 가장 많았고, 그 다음이 '정오 12시~ 오후 4시' 사이가 26.6%로 나타남

○ 찜질방 1회 지출비용(목욕표 포함)

1회 지출 비용은 1만원 미만이 62.5%, 3만원 미만이 30.8%로 나타남

○ 찜질방·대중목욕탕 월 정액권을 구입여부

월 정액권을 구입하여 이용하는 경우보다 구입하지 않는 경우가 81.2%로 높게 나타남

○ 찜질방·대중목욕탕 월 정액권의 할인율

정액권의 할인율을 확인하지 않는 경우가 43.1%로 나타남. 확인한 경우는 10% 할인이 33.7%로 가장 높게 응답함

○ 주로 다니는 찜질방·대중목욕탕의 주간 또는 야간 요금

대중목욕탕의 경우 평균요금은 주간이 6,284원, 야간이 6,792원으로 나타남. 대중목욕탕 이용료의 최소값은 주간 3,000원, 야간 3,000원이었고 최대값은 주간 11,000원, 야간 25,000원이다.

목욕탕과 찜질방이 함께 있는 경우는 주간이 8,745원, 야간이 9,638원으로 나타남. 최소값은 주간 야간 모두 3,900원이었고, 최대값은 주간 30,000원, 야간 80,000원으로 나타났다.

조사 결과로 대중목욕탕 주간 가격이 평균 6,284원으로 나타났으며, 그 중 전남은 대부분 목욕탕 요금이 5,000원이였고, 광주는 4,000원~6,000원이였다. 그 중 제주는 3,000원으로 나타났다. 제주도는 지역적인 특성상 모든 음료나 사용하는 물이 지하수로 되어 있어서 물 값이 싸서 목욕탕 가격이 저렴한 것으로 나타났다.

목욕탕은 대체로 주간과 야간이 가격이 비슷한 것으로 나타났고. 경로 우대로 인하여 가격이 할인이 된 것으로 조사 되었다.

목욕탕 찜질방 조사 결과로는 주간 평균 8,753원이고, 대부분 7,000원~8,000원 금액을 받는 것으로 조사 되었다. 강원 5,000원~6,500원 경북 4,000원으로 조사된 것으로 보아 경로 우대로 인한 가격 할인으로 조사 되었다. 대전과 부산은 관광지어서 테마 찜질방이라 20,000원의 가격으로 일부 조사 되었다.

찜질방 야간 요금은 평균 8,817원으로 대부분 7,000원~8,000원 금액을 받는 것으로 조사 되었다. 그중 강원은 75,000원, 전북 80,000원의 찜질방 금액으로 조사된 것으로 보아 테마 찜질방으로 조사된 것으로 알 수 있다.

지역별 요금 조사 결과로 유추해보면, 경로 우대 할인과, 제주의 물 값이 저렴하여 이용요금이 저렴하다는 점과 인터넷 온라인으로 테마 찜질방 예약하면 금액을 할인 받아 싸게 이용 할 수 있다는 것을 알 수 있다.

○ 주로 이용하는 찜질방·대중목욕탕 이용요금에 대한 인지

서비스 이용요금은 '적당하다'는 응답이 52.3%, 비싸다는 응답은 35.1%로 나타남

○ 주로 이용하는 찜질방·대중목욕탕 청결도 인지

청결도에 대해서는 '보통이다'가 72.0%, '깨끗하다'가 15.4%로 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 시 청소 및 물갈이 여부 확인

청소 및 물갈이를 확인하지 않는다는 응답이 72.5%로 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 선택기준

선택기준은 지역(접근성)이 55.6%로 가장 높게 나타났고, 시설(24.4%), 위생(10.6%)의 순이었다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 이유(1순위)

서비스 이용 이유는 '목욕 및 세신(47.9%)'과 '혈액순환 및 피로회복(46.1%)'이 비슷하게 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 이유(2순위)

서비스 이용 이유 2순위 '혈액순환 및 피로회복', '목욕 및 세신'으로 1순위와 유사하게 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용시 가장 중요한 확인 요인

서비스 이용 시 가장 중요하게 확인하는 것은 '수질(온천수)'이 34.9%로 가장 높게 나타났고, 그 다음이 '시설' 28.2%, '환경 및 부대시설' 19.3%의 순으로 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 매점·식당 이용 시 상품 가격 인지

시설 내 매점이나 식당의 이용 가격에 대해서는 비싸다는 응답이 43.4%, 적당하다는 응답이 32.1%로 나타났다.

*** 이용자만 분석**

찜질방을 이용하는 소비자만을 대상으로 분석한 결과 비싸다는 응답이 46.4%, 적당하다는 응답이 34.3%로 나타남. 확인하지 않는다는 응답은 17.2%로 나타났다.

○ 찜질방 안에 식당 이용 시 음식의 신선도 인지

음식의 신선도는 '보통'이라는 응답이 61.9%로 나타났다.

*** 이용자만 분석**

찜질방을 실제로 이용하는 소비자만 대상으로 분석한 결과 음식의 신선도에 대해 보통이라는 응답은 68.8%로 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용하는 부대시설

주로 이용하는 부대시설은 '커피, 음료수'가 64.6%, '마사지' 11.7%의 순으로 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 부대시설 서비스 만족도

부대시설 서비스의 수준은 '보통'이라는 응답이 74.9%로 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 안에 운동기구 및 안마의자 이용 시 시설의 품질

시설 내 운동기구 및 안마의자의 품질에 대한 응답은 '보통'이라는 응답이 51.8%로 나타났다.

*** 이용자만 분석**

찜질방 이용자만을 대상으로 분석한 경과 보통이라는 응답이 57.0%로 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 시 부작용 및 안전사고를 경험 여부

시설 이용 시 부작용이나 안전사고를 경험한 경우는 19.0%로 나타났다.

○ 경험한 부작용·안전사고의 종류

19% 응답자가 경험한 부작용이나 안전사고는 '미끄러짐이나 골절'이 40.2%로 가장 많았고, 그 다음이 기타 32.0%이다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 시 동행자

서비스 이용 시 혼자 가는 경우가 39.2%였고, 가족과 함께 가는 경우는 31.2%로 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 시 물 온도와 찜질방 내부 온도 인지

물 온도와 내부 온도는 적당하다는 응답이 70.1%로 나타났다.

○ 화재에 대한 안전을 위해 "피난 대피길" 및 "비상구 안내" 확인 여부

재난 발생에 대비하여 피난대피길이나 비상구 안내를 미리 확인하는 경우는 45.0%로 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 시 소화기 위치 확인 여부

소화기의 위치를 확인한 경우는 27.8%로 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 시 위험 경고 및 미끄럼 방지 위험 안내 문구 확인 여부

위험 경고 및 미끄럼 방지 위험 안내 문구를 확인한 경우는 54.1%로 나타났다.

○ 찜질방 숯가마 최고 온도, 발한실 이용 시 양말 착용 안내 문구 확인 여부

온도 확인, 양말 착용 안내 문구를 확인한 경우는 35.0%로 나타났다.

*** 이용자만 분석**

찜질방 이용자만을 대상으로 분석한 결과 확인하지 않는 경우가 58.0%로 나타났다.

위에서 분석한 각종 위험 안내와 관련한 경고문구에 대한 확인은 '위험안내문구 확인'이 가장 높았고, '소화기 위치확인'이 가장 낮은 것으로 나타났다.

○ 찜질방 24시간 운영에 대한 견해

찜질방을 24시간 운영하는 것에 대해서는 51.5%가 만족한다고 응답하였다.

○ 찜질방 영업시간 단축에 대한 견해

운영시간을 단축을 원하지 않는다는 응답이 52.2%였고, 단축한다면 자정12시로 해야 한다는 응답이 22.9%였였다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 후 만족도

이용 만족도는 보통이 67.2%, 만족한 경우가 26.3%로 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 후 만족한 이유

만족한 이유는 '피로회복'이 76.2%로 가장 높게 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 후 불만족한 이유

불만족한 이유는 위생관리가 '43.7%, '부대시설 및 음료, 식품의 비싼 가격'이 34.9%로 나타났다.

○ 찜질방 이용 시 불편한 점

시설 이용 시 불편한 점은 '찜질방에서 매너 없는 애정행각'이 44.2%로 높게 나타남. 다음은 핸드폰의 도난우려가 23.3%로 나타났다.

○ 찜질방·대중목욕탕 이용 후 건강의 도움이 된 점

서비스 이용으로 건강에 도움이 된 점은 '몸이 가벼우면서 개운함'이 59.2%, '피로가 회복되어 근육 기간이 풀림'이 25.4%로 나타났다.

분석결과 소비자들은 찜질방과 대중목욕탕을 선택할 때 가격보다는 지역적으로 가까워서 이용하기 편리한 점과 시설 및 수질에 우선순위를 두고 이용하고 있음을 알 수 있다.

평균 이용가격은 대중목욕탕의 경우 평균요금은 주간이 6,284원, 야간이 6,792원으로 나타났다. 대중목욕탕 이용료의 최소값은 주간 3,000원, 야간 3,000원이었고 최대값은 주간 11,000원, 야간 13,000원이다.

목욕탕과 찜질방이 함께 있는 경우는 주간이 8,745원, 야간이 9,638원으로 나타남. 최소값은 주간 야간 모두 3,900원이었고, 최대값은 주간 30,000원, 야간 80,000원으로 나타났다.

소셜로 인터넷에 올라오는 티켓을 구입하면, 최대 약61% 정도로 할인된 금액 3,900원으로 찜질방 및 테마 찜질방 요금을 아주 저렴하게 구입할 수 있는 것으로 알 수 있다.

소비자들은 찜질방과 대중목욕탕의 이용 가격에 대해서 불만족인 비율은 35.1%로 나타남. 찜질방 내 매점 식당의 이용요금에 대해서는 46.4%가 비싸다고 응답하여 만족하는 비율이 낮게 나타남. 음식의 신선도는 보통이라는 응답이 68.8%, 부대시설 서비스는 74.9%가 보통이라고 응답하였다.

찜질방·대중목욕탕 이용에 만족한 이유는 피로회복이라는 응답이 76.2%로 나타남. 불만족은 위생관리 부실 43.7%, 부대시설 및 음료, 식품의 비싼 가격이 34.9%로 나타났다. 한편 소비자가 가격확인을 제대로 하지 않고, '관심없다.'는 응답이 16.1% 나타나고 있어, 이 부분에 대한 소비자의 인식변화도 필요한 것으로 보인다. 그리고, 다중시설이므로 이용하는 소비자 사이에 책임 있는 행동이 요구된다. 다른 소비자의 행동(책임 없는 행동)으로 인해 불편한 점으로 '지나친 애정행각'이라는 응답이 44.2%로 나타났다.

지난 10여 년간 통계청이 조사한 자료를 보면, 대중목욕탕·온천탕·찜질방 등을 포함하는 욕탕업체 개수는 2000년 전체 9808개에서 2012년 6779개로 줄었다. 추이를 살피면 소규모 목욕탕의 감소는 급격한 반면 대규모 목욕탕의 수는 오히려 늘어났다. 종업원 수 1~4명인 목욕탕은 2000년 7848개에서 2012년에 4989개로 줄었다. 종업원 5~9명을 보유한 목욕탕 또한 1705개에서 1311개로 줄었다. 반면 종업원 10~19명 규모의 목욕탕은 221개에서 372개로, 20~49명의 종업원이 있는 비교적 대규모의 목욕탕은 30개에서 97개로 늘었다. 이와 같이 소비자의 트랜드에 맞게 대형 규모의 찜질과 목욕탕은 늘어나는데 중소형 목욕탕은 감소하는 추세이고, 소비자가 원하는 상품들이 많이 있는 대기업의 상권이 커지고 재래시장의 상권이 줄어드는 것과 같은 상황이라고 볼 수 있다.

3. 제언

① 찜질방·대중목욕탕 안전사고 대비하기 위해 소화기 위치 및 경고 문구 개발의 문제점 제기

찜질방 및 대중목욕탕은 다중이 이용하는 시설로 특히 안전에 유의해야 함. 화재에 대비한 피난 대피길, 비상구 안내에 대해 소비자가 확인하는 비율은 45%로 화재 경고 문구에 대해 소비자가 확인하는 경우는 낮게 나타났으며, 위험경고 및 미끄러짐 등 각종 안전사고를 대비하기 위한 경고문구에 대해 소비자가 확인 하는 비율은 54%로 나타났다. 특히 소화기의 위치를 확인한 경우는 27.8%에 불과하다. 이에 대한 사전 교육 및 안내 강화, 소비자의 주의를 환기하기 위한 경고문구 및 디자인 개발이 필요한 것으로 제언한다.

② 찜질방·대중목욕탕 수질 위생 모니터링 할 수 있도록 문제점 제기
목욕장 영업주는 공중위생관리법에 따라 매년 1회 이상 원수 및 욕조수를 채수해 수질검사기관에 검사를 받아야 하는데, 소비자가 목욕시설을 이용하면서 중요하게 생각하는 수질은 눈으로 확인이 어려우므로, 목욕장 영업주에게는 수질관리의 중요성을 주기적으로 인식시키며, 소비자에게는 시설을 안심하고 이용할 수 있도록 관리기준 준수여부를 관계기관의 지속적인 모니터링 후 이를 게시하여 소비자에게 알려주는 것이 필요하다고 제언한다.
③ 찜질방·대중목욕탕 표준화서비스로 표준메뉴얼 할 수 있도록 문제점 제기
문OO 박사(소비자정책연구소/사)소비자와함께)는 목욕장 영업주는 표준화된 서비스 품질·위생·안전 등의 표준 메뉴얼을 만들어 지키고, 소비자들이 오일·우유 마사지로 목욕탕 다른 소비자에게 문제가 되면, 마사지 하는 공간을 따로 만드는 것이 어떨지 생각의 변화가 필요하다고 제언한다.
④ 이OO 박사(소비자교육센터)는 사업자와 소비자가 같이 이해를 높여서 서비스가 한층 더 올라갈 수 있도록 조율하는 것이 필요하다고 제언하였다.
⑤ 노OO 부회장(한국목욕업중앙회)은 목욕탕 물은 매일 교체하며, 습기가 많아 청소를 안할 수 없고, 목욕탕은 첨가제를 넣지 않기 때문에 깨끗한 물이다. 수건에 '도둑물건'이라고 새겨져 있어도 가져가는 소비자 있다. 일본처럼 본인이 사용한 세수대아 및 목욕용품은 다음 사람을 위해서, 씻고 나와 주셨으면 한다고 제언하였다.
⑥ 김OO 총장(한국목욕업중앙회)은 '몰래카메라(몰카) 방지' 앱을 기관 후원으로 개발하여 목욕탕 입장 시 핸드폰에서 카메라 기능이 동작하지 않게 강제로 시행하려 했으나, 법령이 여의치 않아 실현되지 않았는데, 강제 설치하도록 정부기관에 제언한다.
여탕에 입장할 수 있는 남아 아동, 남탕에 입장할 수 있는 여아 아동 연령을 5세(만4세)로 제안하려 했으나, 정부기관에서 6세(만5세)로 제안하여, 성장이 빠른 다른 성별의 아동들이 목욕탕에 함께 입장하면, 성폭력 문제와 직결되는 몰래카메라로 이용되므로, 입장 가능 연령을 만5세가 아닌 5세(만4세)로 법령 기준을 변경하기를 목욕중앙회에서 정부기관에 제언하였다.
⑦ 소비자 일반주부 박OO 님은 수년간 고생하던 알러지가 나은 경험자로써, 찜질방의 장점을 부각시키는 홍보가 필요하고, 매일 이용하는 소비자들을 위해 목욕탕 '조조할인'으로 입장료가 저렴했으면 좋겠다고 제안하였다.

[첨부]

한국부인회총본부	보 도 자 료	
	보도일시	배포 시부터 보도 가능합니다.
	배포일시	2018.8.27.(월)
서울시 마포구 희우정로 35 ☎ 02-701-7321~2	담당부서 및 담당자	(사)한국부인회총본부 최성혜 실장(02-701-7321)

찜질방·대중목욕탕 요금 서비스 지역별 가격비교조사 및 서비스 이용실태조사 토론회 실시 결과

○ (사)한국부인회총본부(회장 남인숙)는 2018년 8월 24일 금요일 14시에 서초구립반포도서관 1층 다목적실에서, 발제자 문은숙 박사(소비자정책연구소/사)소비자와함께), 이종혜 박사(소비자교육센터), 운영자입장 토론자 최태열 회장(한국목욕업중앙회), 노건우 부회장(한국목욕업중앙회), 김수철 총장(한국목욕업중앙회), 소비자 일반주부 박미영님을 모시고 토론회를 진행하였다.

○ 경기 침체에도 목욕레저산업 시장 규모가 점점 대형화로 커지고 있고, 건강을 고려하는 고객층의 증가로 목욕레저산업이 대형화·고급화로 변화하고 있고, 목욕레저산업인 찜질방·대중목욕탕은 부대시설들로 인해 찜질방 레저 공간으로 변하고 있으며, 이용자 수가 해마다 증가하고 있다. 찜질방은 대형 목욕탕 옆에 있으며, 목욕 요금에 1,000원에서 3,000원을 더 내면 입욕을 할 수 있고, 숙박까지 할 수 있는 숙박시설로 인식되어, 한국부인회가 기획재정부 후원으로, 전국 17개 시·도지역 찜질방·대중목욕탕 요금 서비스 지역별 가격비교조사 및 서비스 이용실태조사에 대한 조사결과를 바탕으로 토론회를 개최하였다.

○ 문은숙 박사(소비자정책연구소/사)소비자와함께)는 이번 조사를 통해 소비자의 불만의 적발된 사례가 모든 사업장이 다 해당되는 것이 아니라, 매너를 잘지키는 소비자도 있고, 지키지 않는 소비자가 있는 것처럼 사업장 입장도 마찬가지이고, 서비스 만족도가 낮은 이유를 중앙회에서 고민해 볼 필요가 있고, 쪽방촌이 있는 지역 작은 목욕탕은 서비스 품질· 위생이 낮은 곳이 있는데, 표준화된 서비스 품질·위생·안전 등의 표준 메뉴얼을 만들어 지키고, 소비자들이 오일·우유 마사지로 목욕탕 다른 소비자에게 문제가 되면, 마사지 하는 공간을 따로 만드는게

어떨지 생각의 변화가 필요하다고 제언하였다.

○ 이종혜 박사(소비자교육센터)은 사업자와 소비자가 같이 이해를 높여서 서비스가 한층 더 올라갈 수 있도록 조율하는 것이 필요하다고 제언하였다.

○ 노건우 부회장(한국목욕업중앙회)은 목욕탕 물은 매일 교체하며, 습기가 많아 청소를 안할 수 없고, 목욕탕은 첨가제를 넣지 않기 때문에 깨끗한 물이다. 수건에 '도둑물건'이라고 새겨져 있어도 가져가는 소비자 있다. 일본처럼 본인이 사용한 세수대아 및 목욕용품은 다음 사람을 위해서, 씻고 나와 주셨으면 한다고 요청하였다.

○ 김수철 총장(한국목욕업중앙회)은 '몰카방지' 앱을 기관 후원으로 개발하여 목욕탕 입장시 핸드폰에서 카메라 기능이 동작하지 않게 강제로 시행하려 했으나, 법령이 여의치 않아 실현되지 않았는데, 강제 설치하도록 정부기관에 제언한다.
여탕에 입장할 수 있는 남아 아동, 남탕에 입장할 수 있는 여아 아동 연령을 5세(만4세)로 제안하려 했으나, 정부기관에서 6세(만5세)로 제안하여, 성장이 빠른 다른 성별의 아동들이 목욕탕에 함께 입장하면, 성폭력 문제와 직결되는 몰래카메라로 이용되므로, 입장 가능 연령을 만 5세가 아닌 5세(만4세)로 법령 기준을 변경하기를 목욕중앙회에서 정부기관에 제언하였다.

○ 소비자 일반주부 박미영님은 수년간 고생하던 알러지가 나은 경험자로써, 찜질방의 장점을 부각시키는 홍보가 필요하고, 매일 이용하는 소비자들을 위해 목욕탕 '조조할인'으로 입장료가 저렴했으면 좋겠다고 제안하였다.







(사)한국부인회총본부(회장 남인숙)는 2018년 8월 24일 금요일 14시에 서초구립 반포도서관 1층 다목적실에서, 발제자 문은숙 박사(소비자정책연구소 / 사)소비자와함께), 이종혜 박사(소비자교육센터), 운영자업장 토론자 최태열 회장(한국목욕업중앙회), 노건우 부회장(한국목욕업중앙회), 김수철 총장(한국목욕업중앙회), 소비자 일반주부 박미영님을 모시고 토론회를 진행하였다.