

碩士學位論文

일식 레스토랑 메뉴품질에
대한 고객 만족도가 재 방문 의도에
미치는 영향

慶州大學校 大學院

호텔外食經營學科

鄭 愚 錫

指導教授 李 蓮 正

2005年 8月

목 차

I. 서 론	1
제 1 절 연구의 배경	1
제 2 절 연구의 목적	2
제 3 절 연구의 범위와 방법	3
II. 이론적 배경	6
제 1 절 일식 레스토랑	6
1. 일본 음식의 역사적 배경과 특징	6
2. 일식 레스토랑과 일본음식의 분류	11
3. 일식 레스토랑의 현황	16
제 2 절 메뉴	19
1. 메뉴의 정의	19
2. 메뉴의 역할과 중요성	21
제 3 절 메뉴의 품질	23
1. 일식 레스토랑의 메뉴 품질의 개념	23
2. 메뉴 품질의 중요도, 만족도	24
제 4 절 재 방문 의도	28
제 5 절 선행연구의 고찰	30
1. 국내 연구	30
2. 해외 연구	33
III. 연구의 설계	36
제 1 절 연구과제의 설정	36
제 2 절 설문지의 설계	37

제 3 절 조사 설계	40
IV. 조사의 분석 및 해석	43
제 1 절 표본의 일반적 특성	43
제 2 절 전망과 개선점	47
제 3 절 연구과제의 분석	53
V. 결 론	77
제 1 절 연구의 요약	77
제 2 절 연구의 시사점	78
제 3 절 연구의 한계와 향후 연구과제	80
참고문헌	81
부록(설문지)	85
Abstract	91

〈표 목차〉

<표 1- 1> 연구의 흐름도	5
<표 2- 1> 일본 음식의 역사적 배경	8
<표 2- 2> 회식요리의 구성	15
<표 2- 3> 일식 레스토랑의 수(2002)	16
<표 2- 4> 일식 레스토랑의 수(2005)	17
<표 2- 5> 일식 레스토랑 메뉴	18
<표 2- 6> 메뉴의 정의	20
<표 2- 7> 서비스 품질평가 방법	25
<표 2- 8> 국내 선행연구	33
<표 2- 9> 국외 선행연구	35
<표 3- 1> 메뉴품질 속성의 측정항목의 추출	38
<표 3- 2> 설문지 구성	40
<표 3- 3> 표본의 개요	41
<표 4- 1> 인구통계학적 특성	44
<표 4- 2> 일식 레스토랑 이용특성	46
<표 4- 3> 성별에 따른 일본요리의 전망과 개선점	48
<표 4- 4> 연령별에 따른 일본음식의 전망과 개선점	49
<표 4- 5> 학력별에 따른 일본음식의 전망과 개선점	50
<표 4- 6> 월 소득별에 따른 일본음식의 전망과 개선점	51
<표 4- 7> 직업별에 일본음식의 전망과 개선점	52
<표 4- 8> 표본의 전반적인 기호도	54
<표 4- 9> 성별에 따른 일식 메뉴의 기호도	55
<표 4-10> 연령별에 따른 일식 메뉴의 기호도	56
<표 4-11> 학력별에 따른 일식 메뉴의 기호도	57
<표 4-12> 월평균소득별에 따른 일식 메뉴의 기호도	58
<표 4-13> 직업별에 따른 일식 메뉴의 기호도	59

<표 4-14> 표본의 전반적인 섭취빈도	60
<표 4-15> 성별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도	61
<표 4-16> 연령별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도	62
<표 4-17> 학력별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도	63
<표 4-18> 월평균소득별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도	64
<표 4-19> 직업별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도	65
<표 4-20> 메뉴별 품질의 대응표본 t-test 결과	66
<표 4-21> 메뉴품질속성의 대응표본 t-test 결과	70
<표 4-22> 일식 레스토랑 메뉴 품질의 신뢰도와 만족 요인 분석	75
<표 4-23> 만족 요인이 재 방문 의도에 미치는 영향	76

[그림 목차]

[그림 2-1] 음식점 중앙회에 등록된 레스토랑 수 변화	17
[그림 2-2] IPA 매트릭스	27
[그림 2-3] 구매 후 행동 과정	30
[그림 4-1] IPA의 개념	42
[그림 4-1] 메뉴별 중요도-실행도 분석 결과	67
[그림 4-2] 기존의 좋은 성과 계속 유지(1사분면)	68
[그림 4-3] 집중 관리면(2사분면)	68
[그림 4-4] 낮은 중요도(3사분면)	69
[그림 4-5] 메뉴품질 속성에 대한 중요도-실행도 분석 결과	71
[그림 4-6] 기존의 좋은 성과 계속 유지(1사분면)	72
[그림 4-7] 집중관리면(2사분면)	72
[그림 4-8] 낮은 중요도(3사분면)	73
[그림 4-9] 과도함(4사분면)	74

I. 서론

제 1 절 연구의 배경

최근 들어 최고의 트렌드를 꼽는다면 단연 ‘Well-being’일 것이다. 육체적, 정신적 건강의 조화를 통해 행복하고 아름다운 삶을 추구하는 삶의 유형이나 문화라는 뜻을 갖는 웰빙 문화는 사회에 큰 이슈가 되었다. ‘참살’이라는 순수 한국말도 만들어졌다. 각종 운동과 반신욕 등이 웰빙 바람을 타고 사람들에게 알려졌으며, 그에 관련한 용품과 음악도 좋은 반응을 얻었다. 그러나 웰빙 바람의 가장 큰 관심사는 인체에 직접적으로 작용하는 식품일 것이다.

이런 면에서 보면 맛과 동시에 건강을 생각하는 음식과 소식(小食)으로 음식문화가 점차 바뀌어가고 있음을 의미하며, 세계 장수국가 중 하나인 일본의 음식은 이러한 최근의 움직임에 가장 적합한 음식 중 하나일 것이다.

우리나라는 경제 발전과 국제 교류의 확대에 따라 세계 여러 나라의 식생활에 영향을 미치기도 하고 외국의 식생활 문화를 받아들이면서 우리 고유의 문화와 접촉을 통하여 많은 외국음식들을 우리의 식생활 속에서 쉽게 찾아볼 수 있게 되었다. 그 중에서도 일본음식은 우리나라와 지리상으로도 가깝고, 우리의 언어와 가장 유사한 언어를 사용하며, 우리나라와 기후 면에서도 유사점이 많고¹⁾ 생산되는 식품에도 동질성이 많아 쉽게 동화할 수 있는 나라²⁾의 음식이라 할 수 있다.

특히 최근에는 세계적으로도 건강식으로써 각광을 받고 있으며 국내에서도 외식을 선택할 때 가장 선호하는 음식 중 하나로 자리매김 되고 있다.

그러나 일식 레스토랑의 메뉴에 관한 연구는 아주 미미한 실정이다.

메뉴는 레스토랑 운영의 기본요소로서 메뉴에 의해 가격, 입지계획, 장비, 서비스, 실내 장식들이 달라지기 때문에 운영계획의 가장 중요한 요

1) 구천서(1997)., 세계의 식생활문화, 향문사, p.335.

2) 김달수(1998)., 조선·민족·역사·문화, 암파신서, p.147.

인으로 작용한다. 즉, 레스토랑은 메뉴(식·음료)를 중심으로 관리되어야 합리적이고 과학적인 계획과 디자인을 할 수 있게 되는 것이다. 이러한 노력의 결과에 의해 평가받을 수 있는 메뉴계획은 소비자, 고객의 만족에서부터 의의를 찾아야 한다.³⁾

따라서, 지속적인 평가와 분석을 통하여 일식 레스토랑 고객의 다양한 메뉴품질에 대한 인식에 관한 연구가 필요하게 되었다.

제 2 절 연구의 목적

본 연구는 일식 레스토랑 이용 고객의 메뉴 품질에 대한 중요도와 실행도(만족도) 요인을 도출하여 세분화된 마케팅 방향을 설정하는데 유용한 정보를 제공하며, 향후 일식 레스토랑의 메뉴개선 방안 모색과 동시에 효과적인 발전방안을 제시하는데 있다. 이러한 연구목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 세부적인 연구 목표를 설정하였다.

첫째, 기호도와 섭취빈도에 대해서 알아보고자 한다

둘째, 메뉴별 품질에 대한 중요도와 실행도의 관계를 IPA를 이용하여 분석한다.

셋째, 메뉴품질 속성에 대한 중요도와 실행도의 관계를 IPA를 이용하여 분석한다.

넷째, 메뉴품질과 관련된 구성개념들의 이론적 체계화를 통해 일식 레스토랑 메뉴품질의 평가 요인을 규명한다.

다섯째, 메뉴품질 속성의 실행도(만족도)가 재 방문에 미치는 영향관계에 대해 알아보고자 한다.

본 연구의 목적을 달성하기 위해 일식 레스토랑의 메뉴에 대한 이론을 적립하고, 고객의 메뉴품질에 대한 중요도와 실행도를 분석하여 실행도(만족도)에 따른 고객의 재 방문의도를 조사해 봄으로써 효과적인 메뉴관리의 기초 자료가 되고자 한다.

3) 김기영(2002). 호텔 주방 관리론, 백산 출판사, p.3.

제 3 절 연구의 범위와 방법

1. 연구의 범위

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 연구의 범위는 시간적으로는 설문 조사를 실시한 2005년 4월 13에서 5월 13일을 기준년도로 설정하였으며, 공간적으로는 서울 지역으로 한정하였다. 대상적 범위는 일식 레스토랑을 이용한 고객들로 한정하였다.

본 연구의 내용적 범위는 일식 레스토랑 고객의 메뉴와 메뉴품질 속성에 관련된 것으로 한정 하였으며, 전체 내용은 제 1 장 서론을 포함하여 전체 5개의 장으로 구성하였다.

제 1 장은 서론으로 문제의 제기, 연구의 목적, 연구의 범위와 방법을 논의하였다.

제 2 장은 본 연구의 이론적 배경으로 일식 레스토랑, 메뉴품질, 중요도와 만족도, 재 방문 의도 대해 고찰 하였고, 마지막으로 선행연구에 대해 논의 하였다.

제 3 장은 본 연구의 조사 설계 부분으로 이론적 고찰로 얻어진 메뉴품질 요인을 체계적으로 도출하였으며, 각 구성개념의 변수로 사용될 측정문항과 척도를 개발하였다. 그리고 실증분석을 위한 조사목적, 표본추출방법, 조사 시기 등을 포함한 조사방법의 체계를 기술하고, 마지막으로 자료 분석에 대한 구체적인 방법을 기술하였다.

제 4 장은 실증분석으로 일식 레스토랑을 방문한 고객들을 대상으로 전망과 개선점, 메뉴에 대한 기호도와 섭취빈도를 조사하고 메뉴와 메뉴품질 속성에 대한 중요도와 실행도(만족도)의 차이검증을 위한 IPA 분석, 만족도가 재 방문 의도에 미치는 영향 등의 조사한 설문결과를 분석하여 연구 과제를 분석하였다.

제 5 장은 결론으로 연구의 결과를 요약하고 일식 레스토랑 메뉴관리 방안과 마케팅에 관한 제안을 했으며, 연구의 한계와 시사점, 향후 연구 방향을 제시하였다.

2. 연구의 방법

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌연구(literature study)와 실증연구(empirical study)를 병행하였다. 문헌연구를 위해서 관련 서적, 논문, 기타 각종 간행물 및 통계자료를 활용하여 일식 레스토랑과 메뉴에 관한 이론을 파악하여 이론적 체계화를 기하였다. 이러한 이론적 연구와 체계화를 바탕으로 실증분석에 사용될 측정문항을 도출하고 측정척도를 개발하였다.

실증조사 분석을 위한 조사대상은 서울에 소재한 일식 레스토랑이며, 이는 음식점 중양회에 등록된 일식 레스토랑의 30% 가량 밀집 되어 있어서 다양한 응답자로부터 메뉴 이용 시 품질에 대한 중요도, 만족도를 파악하기에 용이하다. 조사대상자는 서울지역에 소재하는 일식 레스토랑을 이용하는 고객으로 한정하였고, 자료수집 방법은 자기기입식 설문조사 방법(self-administered questionnaire survey method)으로 조사하였다.

모집단을 위한 표본추출방법은 단순무작위추출법(simple random sampling)을 활용한 편의적 표본추출법(convenient sampling)을 이용하였다. 자료 분석방법은 수집된 자료의 통계처리는 SPSS 12.0 통계패키지 프로그램을 활용하여 분석하였고, 사용된 통계기법으로는 빈도분석, 차이분석(T-test, ANOVA)를 통한 IPA 그래프작성, 요인분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

3) 연구의 흐름도

I. 서 론			
- 문제의 배경 - 연구의 목적 - 연구의 방법 및 범위			
II. 이론적 배경			
-일식 레스토랑	- 메뉴 품질	-재방문 의도	-선행연구의 고찰
III. 연구의 설계			
- 연구과제의 설정	- 설문지 설계	- 조사 설계	
IV. 실 증 분 석			
- 인구 통계학적 분석	- 일반적 사항 분석 및 해석	-연구과제 분석 및 해석	
V. 요약 및 결론			
- 연구의 요약 및 시사점 - 연구의 한계 및 향후 연구방향			

<표 1-1> 연구의 흐름도

II. 이론적 배경

제 1 절 일식 레스토랑

1. 일본음식의 역사적 배경과 특징

1) 역사적 배경

일본은 석기시대에 남방과 북방의 문화가 혼재해 있었다. 이 시기를 조몬식 시대라고 하는데, 대개 기원전 6,000년부터 200년까지이다. 자연에서 나는 음식물을 채집하는 시기로 주식과 부식의 구별은 없었다.

당시의 조리법은 불에 그을리고, 굽고, 찌는 등의 방법으로 화식이 행해지기 시작했고, 어떤 조미료를 사용하고 있었는지는 확실치 않으나, 패총에서 권패(卷貝)의 일종으로 매운 맛이 나는 조개류가 출토되고, 다른 유적에서 산초가 들어 있는 토기가 있는 것으로 보아 매운맛이 사용됨을 알 수 있다.⁴⁾

기원전 3~4세기가 되면 쌀을 주로 하는 곡물이 주식이 되면서 동물성 식품은 종적 지위로 바뀌었다. 이와 더불어 염분의 섭취도 동물의 내장을 통한 유기염 대신에 해조를 구워 만든 식염으로 바뀌었다.⁵⁾

쌀 음식의 풍습은 당시부터 현재에 이르기까지 일본인의 생활을 크게 규정하였고, 국책의 중심에는 항상 쌀의 생산과 보유가 중요한 위치를 차지하였으며 가열조리가 행해지기 시작했다.

부식은 채소·어패류·조수 등이었고, 대개는 열 가공을 해서 먹었다. 조개류나 채소는 향신료나 소금 맛으로 생식을 하고, 곡물·어 수육(魚獸肉)·야초(野草) 등의 발효염 장식품이 등장하고, 각종 조미료와 향신료도 사용되었다. 쌀로 술도 만들어 먹었는데, 초기엔 단단하게 반죽된 것이어서 젓가락으로 먹다가 점차 양조법의 발달로 액체가 되었다.

나라시대(800년대 전후)로 오면서 귀족계급의 생활양식이 당나라 풍으로

4) 와타나베 미노루저, 윤서석외 역(1998). “일본식생활사”, 신광출판사, p.48

5) 김태정(1996). “일본의 음식 문화와 풍토”, 한국외대 일본연구 Vol.11, p.176

바뀌면서 음식문화에도 영향을 미쳤다.

우유나 유제품의 제조법이 전해진 것은 고토쿠(孝德)천황 무렵이고, 중국에서 귀화한 세이나(善那)라는 사람이 우유를 짜서 천황에게 드렸기 때문에 화약사주의 성을 하사 받았다는 것이 기록되어 있다. 이러한 우유나 유제품은 왕궁에서 사용되었고, 또한 위생과 의료의 측면에서 오히려 더 취급되었다.

옛 부터 내려온 식습관에 더하여 헤이안시대(1000년대 전후)에는 일본요리의 기본이 형성되었다. 살생금단 사상의 통속화는 동물성 식품의 금기로 나타났고, 사원생활의 영향을 받아서 귀족계급에 생긴 의식적 식사예법은 후세 무사나 서민의 식생활의 규범이 되고 각종 조미료(조주·소금·식초)가 등장하게 되었다.

교토의 헤이케(平家)정권을 뒤엎고 가마쿠라에 막부를 연 14세기 초에 이르는 가마쿠라 시대는 무가중심의 사회였고, 당나라를 모방한 음식문화를 동화시키면서 옛날의 일본 전통음식문화와 혼합하여 일본음식의 기본을 만들기도 하였다. 여기에 선종의 영향으로 신도우(禪堂)식사가 가미되어 회석풍의 요리법과 식사법이 생겨났다. 밥도 이 때부터 쌀을 찌서 먹지 않고, 죽의 형태를 거쳐 지금과 같은 모습으로 변화하게 된다.

무로마치시대(1338~1573년대)에는 차가 유행하게 되었는데, 원래 차는 나라시대부터 귀족이나 승려의 일부가 마시고 있었다. 헤이안 시대에는 궁전의 뒷 뜰에 차밭이 있었으며 귀족의 일부에서는 차가 약으로 애호 되었다.

또, 공가(公家)나 승려는 점심을 먹는 습관이 있었는데, 이것이 일반 서민에게까지 퍼지게 되고, 이 시기의 후반부인 아즈찌(安土), 모모야마(桃山)시대부터 전국시대 말기부터는 대외 무역이 활발해졌다. 이때 들어온 포르투갈의 서구의 식품, 설탕을 넣어 만든 과자는 일본 음식문화에 커다란 영향을 미치게 되었다.

임진왜란 이 후에도 조선이나 명과의 교역은 끊임없이 이루어지고 있었고, 외국과의 교역은 새로운 작물을 일본 땅에 새로 전해지게 되었다. 이 때 수입된 대표적인 작물로 수박 · 호박 · 옥수수 · 고추 · 고구마 등이 있다.

아즈찌 · 모모야마시대(1550~1600년대)에 튀김 요리가 전래 되었고, 무로마치시대에 시작된 다도를 완성한 차의 생활화에 따른 가이세끼 요리가 확립되

고 남만요리(파와 쇠고기, 닭고기, 생선들을 섞어서 조린 요리)의 도래 등이 일본요리를 발전시켰다.

에도시대(1630~1867)에 오면서 식생활은 귀족적인 궁정풍의 요리, 사원풍의 회석요리, 남만요리, 중국요리 등이 취사선택되면서 이전시기보다 더욱 집대성되었다. 이 시기에는 종래의 조미료였던 소금(塩), 된장(味噌), 초(酢) 외에 새로이 간장(醬油), 설탕(沙糖), 다시마(昆布), 가다랭이포(かつおぶし)가 추가되었다.

메이지·다이쇼시대(1868~1926년대)에는 일식과 양식의 혼합시기이다.

메이지(明治)유신에 의해 봉건체제가 무너지고 서구문물을 적극적으로 수용하려는 풍조 속에서 스끼야끼가 유행하고, 양주나 서양요리가 보급된 것이다. 메이지 초년은 신정책의 강행으로 여러 가지 문물이 섞이는데, 식품에 관계되는 것을 보면, 소고기, 돼지고기요리, 서양요리, 양국선(洋國船)요리, 도시락집, 단팥죽 집, 떡국 등이 있다. 각종 요리법이 수입되어 일반가정에까지 영향을 미치는데, 일본음식을 서양식으로나 서양식품을 일본식으로 조리하게 되었으며, 따라서 일본인의 식생활은 동양풍과 서양풍이 섞인 복잡한 형태가 되었다.

<표 2-1> 일본 음식의 역사적 배경

시대 구분(연대)	내 용
선(先)토기(土器)시대	육류와 채소섭취(잡식성 생활)
조몬시대(BC 5세기)	생식과 구이 등의 가열조리 시작
야요이 시대 (BC 2-3세기)	금속식기 사용, 고품질 식기 등장 주식·부식 분리, 가열조리, 건조에 의한 보존법 발효식품 등장
나라시대 (800년대 전후)	당나라 음식 모방 (귀족사회) 유제품 등장
헤이안 시대 (1000년대 전후)	대륙문화영입, 연중 행사 정립 궁중향연 접대형식 각종 조미료 등장(조주·소금·식초)
가마쿠라시대 (1200년대 전후)	무가시대 등장, 전식음식 발달, 불교선종 전래 쇼진요리 발달

무로마치 시대 (1400년대 전후)	무가예법 확립, 기술적 요리로 발달 본선요리 확립과 칼 사용법 확립 간장 · 설탕 · 다시마 · 가다랑어 등 사용
아즈찌 · 모모야마시대 (1550-1600년대)	튀김요리 전래 센리큐에 의해 차도 확립, 차회석 요리 확립
에도시대 (1700-1800년대)	중국식 쇼진 요리 전래 나가사키에 중국요리 싯쵸꾸요리 탄생 서민들 사이에 회석요리(會席料理)등장
메이지시대 이후 (1900년대 이후)	문명개화, 식품의 급기 해제 화(和), 양(洋)식의 혼합의 시대

자료 : 와타나베 미노루저, 윤서석외 역(1998), 일본식생활사, 신광출판사, 내용을 토대로 연구자 재구성

2) 일본음식의 특징

전통적인 일본음식을 지탱해 온 일본인의 음식사상에는 다른 문명제국의 음식사상과는 현저히 다른 면이 있다. 거기에는 식품에 손대야 할 기술은 최소한으로 하고 되도록 자연에 가까운 상태로 먹어야 한다는 것을 강조하고 있다. 즉 “조리를 하지 않아야 한다는 것이 조리의 이상이다”라고 한다.

일본음식은 ‘눈으로 먹는 요리’⁶⁾라고 할 만큼 자연으로부터 얻은 식품 고유의 맛과 멋을 최대한 살리는 조리법을 택하였다.

어패류를 이용한 요리가 많기 때문에 신선도와 위생을 제일 중요시하고, 요리의 양이 비교적 적으며 섬세하고, 계절감이 뚜렷하며 담백한 맛이 특징이다. 그리고 일본음식은 소재(素材)에 대한 정확한 지식을 요한다.

같은 소재라도 찢물(はしり), 제철(しゅん), 끝물(なごり) 등으로 구분하며, 재료에 따라 알맞은 조리법을 사용하는 것이 또 하나의 특색이다.

생선을 사용할 때는 선도를 매우 중요시하며, 선도에 따라 “날것으로 먹고, 구워먹고, 그래도 나쁘면 줄여서 먹는다”고 할 정도로 다양하게 구분되며, 또

6) 호텔 롯데(1990). “조리직무교재”. 명지 출판사. p.433

하나의 특징은 감칠맛을 우려 낸 다시의 사용이다. 일본의 다시 재료는 가다랭이포 · 다시마 · 멸치 등을 주로 사용한다.

조미료는 된장 · 간장 · 설탕 · 식초 · 소금 · 청주 · 미림 등을 주로 사용하며, 음식을 담을 때에도 도자기 · 칠기그릇 · 대나무제품 · 유리제품과 같은 것을 다양하게 사용하여 요리와의 조화를 중요시하고 계절감을 살린다. 종래의 일본음식에는 육류요리가 적은 것이 특징이었으나 1571년에 나가사키항(長崎港)이 개항된 이래로 포르투갈 · 네덜란드 등의 유럽의 영향을 받고, 제 2차 세계대전 이후 일본에 주둔한 미국 식문화의 영향을 받게 되었다. 1964년 동경올림픽 등을 계기로 외국인과의 접촉이 빈번해지면서 스끼야끼 · 샤부샤부 · 돈까스 · 스테이크 · 철판구이 등의 육류요리가 발전하여 전통적인 식습관과 식문화에 많은 변화를 가져 왔다.

이상에서 살펴 본 일본음식의 특징을 구체적으로 나열해 보면 다음과 같다.

첫째, 생선회 · 생선초밥 등 가열하지 않고 신선한 식품을 생식하는 조리법이 발달하였다.

둘째, 계절감을 매우 중요시한다. 서양요리에 비해 냉동식품이나 통조림 등의 장기 저장된 식재료 보다 계절에 나는 신선한 식재료를 이용하여 계절감을 살린다.

셋째, 섬나라이므로 어패류요리가 발달하였다.

넷째, 요리를 담는데에도 동양철학을 담고 있다. 여백과 농담(濃淡)의 조화를 중요시하는 동양화처럼 공간과 색상의 조화를 중히 여긴다.

다섯째, 자연소재의 기물을 다양하고 예술적으로 활용한다(나뭇잎 · 대나무 · 죽공예품 · 대바구니 · 칠기그릇 · 종이 · 나무열매 · 나무껍질 · 토기 · 자기 · 금속 · 유리 등)

여섯째, 자연으로부터 얻은 재료의 고유한 맛과 멋을 최대한 살리며 대체로 담백한 맛을 추구한다.

일곱째, 비교적 양이 적으며, 미적 감각을 중요시한다.

여덟째, 근래에는 외국의 요리를 받아들여 일본의 풍토에 맞게 개량하여 정착된 요리가 발달하였다(돈까스 · 비후까스 · 스끼야끼 · 샤부샤부 · 철판구이 등).

아홉째, 식품산업이나 외식업에 있어서 컨셉이 될 자연 지향적 · 친환경적 요리이다. 조리법에 있어서도 가열을 하지 않는 생식법이 발달하였고, 조리를 하더라도 재료 자체의 맛과 특성을 잘 살리며, 음식을 담을 때에도 자연소재의 기물을 이용하여 자연과의 조화를 추구한다.

2. 일식 레스토랑과 일본음식의 분류⁷⁾

1)일식 레스토랑의 분류

우리나라에서는 아직 분류가 제대로 되어 있지 않으나 일본에서는 일식 레스토랑을 업태별로 구분하여 료떼(요정), 캅뽀(고급전문일식점), 이자까야(요리주점), 야타이(포장마차형 음식점) 등의 명칭으로 구분하고 있다.

위의 구분들을 정리해 보면 다음과 같다.

(1) 료떼(요정)

일본의 정통 코스요리인 혼젠요리(혼젠요리)나 카이세키요리(會席料理)를 주로 취급하는 곳으로 일본의 교토 지방에 유명한 곳이 많다. 최고의 음식점으로 꼽히고 있으며 아직도 악기와 춤으로 여흥을 돋구는 접객원이 있을 정도로 전통을 중요시하며 풀코스⁸⁾에 의한 철저한 테이블 서비스를 구사한다.

(2) 캅뽀(고급 전문 일식점)

캅뽀란 뜻은 자르고 삶는다는 뜻으로 다양한 조리방법을 총칭하는 말로 요정과 같은 요리점을 뜻한다. 대체적으로 캅뽀는 요정보다 전문 레스토랑의 성격이 짙으며 생선회와 초밥, 덴뿌라, 게요리, 새우요리 등과 같이 요리바업이나 고급 식자재를 사용하는 레스토랑으로 코스요리와 테이블 서비스를 기본으로 하고 있으며 우리나라의 고급 일식 레스토랑이

7) 소재구(2000). “일식 레스토랑 창업 성공요인에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 석사학위논문, pp.12-13

여기에 속한다고 볼 수 있다.

(3) 이자까야(요리 주점)

다양한 요리와 술, 그리고 분위기라는 3박자를 고루 갖춘 곳으로 메뉴 수가 수 십 가지에서 수 백 가지에 이를 정도로 다양한 메뉴를 취급하고 있으며 술 종류 또한 많다. 일본의 이자까야는 메뉴의 무국적화, 점포의 대형화가 특징적인데 비해 값이 싸고 분위기가 가볍다는 장점을 살려 대중들의 지지를 받고 있다.

최근에는 이자까야라는 용어 외에 먹거리를 강조한 이쇼꾸야도 등장하고 있다.

우리나라의 경우 1990년대 후반 이후 요리주점의 형태로 들어왔다가 2000년도부터는 이자까야라는 용어를 그대로 쓰는 일본식 요리주점이 활발하게 전개되고 있다.

(4) 야따이(포장마차형 음식점)

노점에서 정식으로 호가를 받아서 포장마차 형태로 음식을 파는 곳으로 Take-Out을 겸해서 운영하는 곳이다. 주요 메뉴로는 생 라면과 우동, 오뎅, 꼬치구이 등이며 가볍게 들러 요기를 채우는 곳이다. 도심의 변화가 일부지역과 역(驛)앞의 소규모 점포가 여기에 속한다.

일본식 레스토랑을 분류하면 이상과 같으며 이외에도 우동, 소바, 돈까스, 덮밥 등의 대중전문 음식점이 있다. 우리나라의 일식 레스토랑은 생선회를 주메뉴로 한 횃집, 고급생선회와 생선초밥을 주메뉴로 하는 고급 일식점(호텔 일식당 포함), 대중일식점(돈까스, 일본식 생라면, 우동 등)과 체인형 일식점(돈까스, 우동, 초밥, 참치회등)이 있고 저녁 영업만을 하는 이자까야(요리주점)등이 일식레스토랑으로 분류되고 있다.

2) 일본음식의 지역적 분류

(1) 관동요리

관동요리는 무가(武家) 및 사회적 지위가 높은 사람들에게 제공하기 위한 의례요리(儀禮料理)가 발달 하였으며, 맛이 진하고 달고 짭 것이 특

장이었다.

당시에는 설탕을 '우마이'라고 할 만큼 귀했었는데 이것을 많이 사용했다는 것은 관동의 요리가 그 만큼 고급요리였다는 것을 보여준다. 또한 관동지방은 외해에 접해 있어서 깊은 바다에서 나는 단단하고 살이 많은 양질의 생선이 풍부⁸⁾했으나 반면에 내해에서 잡히는 생선은 극히 부족하였다.

따라서 관동 지방에서는 외해에서 잡히는 생선요리가 발달하였으며 토양과 수질이 관서지방에 비해 거칠었기 때문에 관서요리가 부드러운 맛을 창출한 것에 비해 관동요리는 농후한 맛을 이룩하게 되었다.⁹⁾

(2) 관서요리

관서요리라는 말은 최근에 사용하기 시작한 말로서 그 이전에는 가미가다(上方:교오토 부근지방)요리라고 하였다. 관서요리는 관동요리에 비하여 맛이 옅고 부드러우며 설탕을 비교적 쓰지 않고 재료 자체의 맛을 살려 조리하는 것이 특징이다.

교오토(京都)요리와 오오사카(大阪)요리가 관서요리의 대표적인 것으로 교오토(京都)요리는 공가(公家:조정관리 집안)의 요리로서 양질의 두부, 야채, 밀기울, 말린청어, 대구포 등을 사용한 요리가 많으며 오오사카(大阪)요리는 상가(商街)의 요리로서 조개류와 생선을 이용한 요리가 많다. 최근의 관서요리는 거의가 약식(略式)이며 회석요리(會席料理)가 중심이 되고 있다.

3) 일본 음식의 형식적인 분류

(1) 본선요리 (本膳料理:혼젠요리)

식단의 기본은 일즙삼채(一汁三菜), 이즙오채(二汁五菜), 삼즙칠채(三汁七菜)등이 있으나 일즙오채(一汁五菜), 이즙칠채(二汁七菜), 삼즙구채(三汁九菜) 등으로 수정된 것도 있다.

8) 전경철(2001). “관광호텔 일식 레스토랑 메뉴의 표준양 목표에 관한 연구”, 경기대학교 관광전문대학원, 석사학위논문. p.13

9) 박병학(2003). “기본 일본요리”, 형설출판사, p.5

에도시대(江戸時代:1603~1866)에 이르러 형식이 갖추어진 요리로 메이지시대(明治時代:1868~1910)에 들어오면서 민간인에게 보급되기 시작하여 지금까지 관혼상제등의 의식요리(儀式料理)에 이용¹⁰⁾되고 있으며 또한 손님 접대 요리로 전해 내려온 정식 일본요리이다.

요리는 첫째 상(이찌노젠:一の膳)부터 다섯째 상(고노젠:五の膳)까지의 형식에 의해 준비된다. 상(젠:膳)의 수는 메뉴(獻立:콘다테)의 즈(시루:汁)과 반찬(사이:菜)의 수에 의해서 결정되며 즈가 없는 상은 와끼젠(脇膳), 야키모노젠(焼き物膳)이라고 부른다.

(2) 차회석요리 (茶會席料理:차가이세끼요리)

다식(차식)에 제공하는 요리로서 차를 마시면 보약이되고 장수한다 하여 아주 귀하게 여겼으며 약석(藥石)이라고 하였다. 무로마찌시대(室町時代:1338~1549)의 중기에 이르러 차를 마시는 것을 즐기는 풍조가 유행하기 시작했으며 현재의 다도 형태가 이루어졌다. 옛날 선종의 승려들은 수업 중에는 점심이외에는 먹는 것이 금지 되었으나 단지 식사를 하는 것은 아니고 공복감을 씻으며 자기의 몸을 유지하고 병에 걸리지 않게 하기위해 적은 양의 가벼운 죽 만의 먹는 것을 허락했다. 이것을 약석(藥石)이라고 한다. 차회석요리(茶會席料理)는 차를 마시기 전에 차의 맛을 충분히 볼 수 있도록 공복감을 겨우 면할 정도로 배를 다스린다는 의미를 가지고 있으며 차와 같이 대접하는 식사라 할 수 있다.

(3) 회석요리(會席料理:かいせきりょうり)

연회용 요리로서 본선요리(本膳料理)를 개선해서 에도시대(1603~1866)부터 이용하였다고 한다.

술과 식사를 중심으로 하며 현대의 주연요리(酒宴料理)의 주류를 이루고 있다.

간단한 것은 三菜부터 시작하여 五菜가 되면 즈물(汁物)은 二汁이 되며 七菜, 九菜, 十一菜 등의 기수(奇數)로 증가한다. 밥은 채의 가지 수에 포함되지 않으며 형식보다는 '食味本位' 즉 보아서 아름답고, 냄새를 맡아서 향기롭고, 먹어서 맛있는 것을 전제로 한다.¹¹⁾

10) 유철성(1999). "호텔 식음료 경영과 실무", 형설 출판사, p.192.

11) 김원일(1999). 전통일본요리, 형설출판사, p.37.

<표 2-2> 회석요리의 구성

先付(센쓰께)	お浸ぎ(おしのぎ: 가벼운 식사) 한 입 크기의 찢 밥이나 스시
前菜(ぜんさい)	전채
碗盛り(わんもり) = 吸物(すいもん)	맑은국
お造り(おつくり) = 刺身(さしみ)	생선회
焼物(やきもの)	구이
煮物(にもの) = 炊合せ(たきあわせ)	조림
強회(しいざかな) = 進회(すすめざかな) = 再進(さいしん)	一汁三菜 후, 술을 권할 때 내는 요리 止회(とめざかな: 그치는 안주) 라는 이름으로도 會席料理에 사용된다.
酢の物(すのもの)	초회
止碗(とめわん)	그치는 국물요리를 말하며 된장국이 많이 제공
果物(くだもの)	과일

자료 : 안효주<이것이 일본요리다>, 박병학<기본 일본요리>, 김
원일<정통 일본요리>를 토대로 연구자 구성

(4) 정진요리(精進料理:しょうじんりょうり)

불교승의 독특한 요리인 정진요리는 유정(有情:動物)을 피하고 무정(無情:植物)인 채소류, 곡류, 두류(豆類), 해초류(海草類) 만으로 조리한 것¹²⁾으로, 미식(美食)을 피하는 조식(粗食)을 의미한다.

(5) 보채요리(普菜料理:ふちゃりょうり)

일본요리는 개개인의 상을 준비하나 후차요리는 4인일탁(四人一卓)으로서 한 그릇에 담아 가운데 놓고서 요리를 덜어 먹는다. 에도시대 중기 중국식 쇼진 요리라 하여 산성(山城)우치(宇治)의 황벽산 만복사로부터 퍼지기 시작하였으며 일본에 귀화한 스님인 잉갡젠시(隱元禪師)로부터 전해져 대대로 귀화한 스님에 의하여 이어졌으며 지기 조국의 풍습으로 이어졌기 때문에 그 풍미가 그대로 남아있다.

12) 김숙희(1998). “식생활의 문화적 이해”, 신광출판사, p.315.

(6) 탁복요리(しっぽくりょうり)

이 요리의 형식은 포르투갈, 네덜란드요리의 수법 등이 많이 들어 있으나 중국요리와 일본요리를 혼합하여 일본사람이 좋아하는 요리로 만든 것이다. 당나라를 시작으로 포르투갈, 네덜란드 등 외국과의 교류가 성하게 되어 독특한 문화가 나가사키에 꽃피게 되었다. 이렇듯 이국과의 교류도 자유스러운 분위기를 체험한 나가사키 사람들이 당시의 복잡한 일본요리 형식을 탈피하여 개방적인 요리로의 변혁을 시도하여 현재의 싯쵸꾸 요리를 확립시켰다.

3. 일식 레스토랑 현황

1) 일식 레스토랑 수

일식 레스토랑의 경우 우리나라에서는 법규(식품위생법)상 영업신고증이나 사업자 등록증을 신청할 때 단순히 일식으로만 표기되어 있어 패스트푸드점인지 패밀리 레스토랑인지 구분하기 어렵지만 음식점 중앙회에 신고된 일식 레스토랑의 수¹³⁾는 <표 2-4>에서 보는 바와 같이 총 음식점수(일반 음식점) 425,353개중 13,154개이다.

<표 2-3>일식 레스토랑의 수(2002년 전국, 서울)

구분	한식	일식	양식	중화식	분식	등록업소	기타	합계
전국	220,507	12,902	20,534	25,534	37,221	530	113,010	429,789
서울	39,833	3,631	5,253	4,385	7,257	232	28,052	88,643

자료 : 한국음식업 중앙회, 회원 현황 2002, 7, 31

13) 음식점 중앙회. <http://www.ekra.or.kr/>, 자료실.

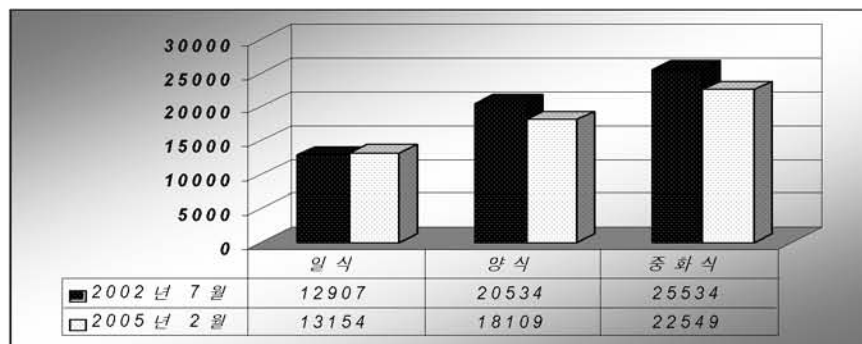
<표 2-4> 일식 레스토랑의 수(2005년 전국, 서울)

구분	한식	일식	양식	중화식	분식	등록업소	기타	합계
전국	229,586	13,154	18,109	22,549	36,926	2,964	102,065	425,353
서울	39,282	3,282	3,718	3,774	7,629	2,367	23,445	83,470

자료 : 한국음식업 중앙회, 회원 현황 2005, 2, 28

위의 표를 토대로 음식업의 변화 동향을 살펴보면 한식과 일식 관련 레스토랑은 소폭 늘어난 반면, 양식과 중식 레스토랑은 줄어든 것으로 확인된다. 이는 이용 고객들의 기호도나 섭취빈도 변화와도 무관하지 않다.

표를 토대로 한식을 제외한 일식, 양식, 중화식의 변화 동향은 [그림 2-1]과 같다.



[그림 2-1] 음식업 중앙회에 등록된 레스토랑 수 변화

2) 일식 레스토랑 메뉴

현재 특급 호텔 일식 레스토랑이나 고급 일식당에서 제공하고 있는 메뉴들을 수집하고 일식 레스토랑을 중심으로 작성된 일부 논문들을 토대로 하여 정리한 메뉴를 조리 방법에 따라 메뉴별로 구분하면 표<2-5>와 같다.

〈표 2-5〉 일식 레스토랑 메뉴

구 분	내 용
진미류(先付:쓰께다시)	해삼창자젓, 다랑어 내장젓갈, 연어알, 성게알, 유바두부, 영양두부, 두부국수, 은행두부, 삼색 어묵 등이 있다.
전채류(前菜:젠사이)	조개살초무침, 즉순 성게알 무침, 팽두름 된장 무침, 야채참깨무침, 완두콩 어묵, 학동치 새우말이, 청어알 미역말이, 꽃모양 산마, 가리비조개·가다랑어 창란젓 무침, 도미 배설무침, 콩치·생강조림, 오이 연어 말이, 아스파라거스 보리된장, 문어 겨자초 된장, 연어 갑오징어 말이, 식용 백합뿌리, 가리비 조개 초무침, 무 화과 참깨 된장 무침 등이 있다.
맑은국류(吸物:すいもん)	대합맑은국(蛤吸物:はまぐりすいもん), 도미머리맑은국(たいあたますいもん), 가리비 조개·생선살찜과 완두콩 국물, 전분떡과 송이 맑은국, 계란두부 맑은국, 찬산마국, 새우 맑은국 등이 있다.
생선회류(刺身:さしみ)	활어회(活造り:いけつくり), 흰살생선회(白身刺身:しろみさしみ), 붉은살 생선회(赤身刺身:あかみさしみ), 조개회(貝刺身:かいさしみ)등이 있다.
구이류(焼物:やきもの)	그냥구이(素焼:すやき), 소금구이(鹽焼:しおやき), 양념구이(照り焼:てりやき)-병어 된장구이, 연어 소금구이, 갈치 두부 야채구이, 오징어 계란 노른자 구이, 삼치 발구이, 광어 성게알 구이, 옥도미 산마 구이 등이 있다.
조림류(煮物:にもの)	도미조림(煮:たいあらに), 야채조림(野菜煮:やさいに), 닭고기 야채조림(甘煮:あらに), 도미알 조림, 유바 조림, 바다장어·두부조림, 토란 가지줄임 등이 있다.
튀김류(揚げ物:あげもの)	덴뿌라(衣揚げ:ころもあげ), 양념튀김(から揚げ), 변형튀김(かわりあげ)-새우 유바말이 튀김, 두부튀김 등이 있다.
찜류(蒸し物:むしもの)	생선술찜(魚酒蒸し:さかなさかむし), 계란찜(茶碗蒸し:ちやわんむし), 절그릇찜(土瓶蒸し:とびんむし), 소라술찜, 전복 내장찜, 옥도미 참쌀가루 찜 등이 있다.
무침류(和え物:あえもの)	야채두부무침(野菜白和え:やさいしらあえ), 붓꽃색무침(櫻和え:さくらあえ), 깨무침(胡麻和え:こまあえ), 젓갈무침(鹽辛和え:しおからあえ)등이 있다.
초회류(酢の物:すのもの)	조개초회(貝酢の物:かいすのもの), 문어초회(酢の物:たこすのもの), 모든초회(酢の物盛り合せ:すのものもりあわせ)등이 있다.
냄비류(鍋物:なべもの)	북어냄비(鐵ちり:てっちり), 냄비우동(鍋うどん:なべうどん), 전골냄비(鍋焼:すきやき), 샤부샤부(しゃぶしゃぶ)등이 있다.
면류(麺類:めんるい)	모밀국수(蕎麥:そば), 우동(うどん), 소면(素麺:そうめん)-카키아게소면 등이 있다.
도밥류(とんぶりもの)	쇠고기도밥(きゅうにくとんぶり), 튀김도밥(てんどん), 닭고기도밥(親子:おやかどん), 장어도밥(鰻重:うなじゅう)등이 있다.
밥류(御飯:ごはん)	자연송이밥(松茸御飯:まつたけごはん), 즉순밥(竹子御飯:たけのこごはん), 무밥(大根御飯:たいこんごはん), 밤밥(栗御飯:くりごはん), 연어 주먹밥 등이 있다.
차밥류(御茶漬:おちゃづけ)	연어차밥(さけちゃづけ), 매실차밥(梅茶漬:うめちゃづけ), 김차밥(海苔茶漬:のりちゃづけ), 도미차밥(たいちゃづけ)등이 있다.
초밥류(壽司:すし)	김초밥(海苔巻壽司:のりまきすし), 생선초밥(にぎりすし), 유부초밥(いなりすし), 홀쭉초밥(ちらしすし), 선택초밥(お好み壽司:おこのみすし)등이 있다.
절임류(漬物:つけもの)	가지절임(紫葉漬:しばつけ), 참외오이절임(奈良漬:ならつけ), 즉석소금절임(一夜漬:いちやつけ), 매실절임(梅干し:우메보시), 쌀겨절임(糠漬:ぬかつけ), 단무지(澤庵漬:たくあんつけ), 연어 면실유 절임 등이 있다.

자료 : 연구자 작성

제 2 절 메뉴

1. 메뉴의 정의

메뉴의 정의는 우리말로 ‘차림표’ 또는 ‘식단’이라고 부르며 불어의 ‘carte’, 영어의 ‘bill of fare’, 스페인어의 ‘minute’, 일본어로는 ‘メニュー,’ 등으로 불리워지나, menu란 말은 세계 공통어로 통용되고 있다.

웹스터 사전에 의하면 ‘A detailed list of the foods served at a meal (메뉴는 연회나 식사로서 제공되는 음식들에 관해 상세히 기록한 표), 옥스퍼드 사전에서는 ‘A detail list of the dishes to be served at banquet of meal(메뉴는 연회나 식사로서 제공되는 음식들에 관해 상세히 기록한 표)’로 설명되어 지고 있다.

메뉴에 대한 국내의 문헌에서 메뉴의 정의를 찾으면 다음과 같다.

나정기 저, “메뉴관리론”¹⁴⁾에서는 메뉴는 내부적인 통제도구일 뿐만 아니라 판매, 광고, 판매촉진을 포함하는 마케팅도구(marketing tool)로 정의 하고 있다.

오정환 저, “호텔케이터링 개론”¹⁵⁾에는 메뉴는 식단 또는 차림표라 정의 하고 메뉴와 레스토랑 이미지(image), 그리고 판매수단으로서의 메뉴를 정의했다.

원윙희 저, “현대 호텔 식당 경영론”¹⁶⁾에서는 메뉴는 식사를 서비스하는 식당에서 상품 자체의 설명과 가치증진을 위하여 필요한 것이며, 식당기업의 이윤과 직결되며 고객의 육체적 · 정신적 만족을 증대시켜 주기 위하여 제공되는 품목과 형태를 체계적으로 짜놓은 차림표라 정의 했다.

임경인 저, “호텔 식당 실무”¹⁷⁾에서는 식당경영의 상징적인 사명(식당의 얼굴), 그리고 가장 중요한 판매수단으로서 메뉴를 정의 했다.

이길근 · 정인태 공저, “현대호텔 식음료 경영론”¹⁸⁾에는 판매촉진의 모체로서 판매원의 역할과 계약서의 역할을 강조했다.

14) 나정기(1995). “메뉴관리론”, 백산출판사, p.18.

15) 오정환(1981). “호텔케이터링개론”, 남양사, pp.105-106.

16) 원윙희(1989). “현대호텔식당경영론”, 대왕사, pp.130-131.

17) 임경인(1983). “호텔 식당 실무”, 학문사, pp.109-110.

18) 이길근 · 정인태(1990). “현대호텔 식음료 경영론”, 형설출판사, p.120

이길근 · 오승일 공저, “식음료 관리론”¹⁹⁾에서는 식음료를 상품으로 하고 있는 장소에서 고객에게 제시하기 위하여 상품의 가격과 품목을 작성하여 고객이 상품을 구입하는 데 필요한 조건과 정보를 기록한 목록표, 판매매개체, 구매의욕을 발생시키게 하는 도구라고 했다.

최주락 외 6인 공저, “메뉴계획 관리론”²⁰⁾에서는 메뉴를 식음료 부분을 주된 사업의 대상으로 삼고 있는 영업장에서 고객에게 제시하기 위하여 준비한 각종 상품의 이름과 가격, 그리고 고객이 상품을 구입하는데 필요한 각종의 안내와 조건을 적은 목록표라고 정의 했다.

<표 2-6> 메뉴의 정의

學 者	定 義
Judy L. Miller(1992) Jack E.Miller(1992) Edward A.Khan(1991) Jack D.Ninemeier(1986) JOHN W.Stokes(1982) Landal H.Kotshevar(1975)	메뉴는 식음 운영에 있어서 가장 중추적인 역할을 담당하는 관리도구이며 통제도구이다.
Bernard davis Sally Stone(1991) Donard E. Lundberg(1989) Judy Radicee(1987) William L. Kahrl(1978) Douglas C.Keister(1977)	메뉴는 판매도구이다.
Robert A. Bryiner(1987) Anthony M. Rey & Ferdinand Wieland(1985)	메뉴는 가장 중요한 마케팅 도구이다.
Hrayr Berberoglu(1987)	메뉴는 정보의 제공자이다.
Lothar A. Kreck(1984) Leonard F. Fellman(1981)	메뉴는 레스토랑과 고객을 연결하는 대화의 고리이다. 메뉴는 커뮤니케이션 도구이다.
Albin G. Seaberg(1991) David V. Pavesic(1989) Nancy Loman Scanlol(1990)	메뉴는 레스토랑의 대화, 판매, 그리고 PR도구이며 가장 중요한 내부의 마케팅 도구이다.

자료원 : 나정기, 메뉴 계획과 디자인의 평가에 관한 연구, 박사학위논문, 경기대학교 대학원 1994, p.5.

19) 이길근 · 오승일(1982). “식음료 관리론”, 명보출판사, pp.271-272

20) 최주락외 6인 공저(2001). “메뉴계획 관리론”, 백산출판사, p.11.

2. 메뉴의 역할과 중요성

1) 메뉴의 역할

메뉴는 식당이 판매하려고 의도하는 식음료 품목들을 고객이 잘 이해할 수 있고 구매하도록 촉진하는 능력을 갖추어야 한다. 메뉴의 내용은 그것이 무엇이던 이러한 기능을 위해서 설계된다. 여기서 가장 필요한 메뉴의 가치개념 혹은 기능은 식당경영자가 고객에게 전달하려고 하는 정보 메시지가 효과적으로 소통(communicate)될 수 있어야 한다는 것이다.

Drucker는 제품을 위해서 돈을 지불하는 사람은 아무도 없고 만족을 얻기 위해서 돈을 지불한다고 했다. 식음료사업에 있어서 창조하려고 하는 가치는 '고객의 만족'이다. 메뉴의 내용과 형식은 그 자체의 내용이 완벽해야 된다는 개념이기보다는 표적으로 하는 세분시장의 고객 욕구를 충족시키려는 구체적인 수단이 되어야 한다. 메뉴는 식음부문 운영의 전 과정에 영향을 미친다. 그래서 메뉴는 성공적인 식음부문의 운영을 위해서 요구되는 식음부문 운영시스템의 모든 다른 요소들이 검토된 후에 검토되는 문제라기보다는, 식음부문의 통합 운영시스템을 구성하는 여러 개의 하부시스템 중에서 시발점이 되어야 한다. 메뉴는 성공적인 식음부문의 운영에 요구되는 각 부분(하부시스템)이 서로 유기적인 관계를 유지하여 효율적으로 그 기능을 발휘하여 비용을 최소화 하고, 품질과 서비스를 최대화하여, 고객의 만족을 최대화함과 동시에, 이윤을 극대화 할 수 있도록 고안된 하나의 통합 프로그램이라고 말할 수 있다.

이러한 관점에서 메뉴의 역할을 정리해 보면 메뉴는 관리(control)와 마케팅의 관점, 즉 관리자와 고객의 입장에서 관리와 통제자의 역할을 하고, 이 두 역할이 통합되는 하나의 시스템을 관리하고 통제하는 역할을 한다. 즉, 구매, 수납, 저장, 판매, 분석, 분석의 결과, 분석된 결과의 feedback으로 이어지는 일련의 과정을 시스템화하여 관리하는 것을 말한다.

메뉴의 역할기대를 살펴보면 다음과 같다

첫째, 메뉴는 입맛, 취향, 고객층의 선호도와 기대를 반영하여야 하며

기업이 설정해 놓은 메시지 속으로 고객을 이끌고 그들의 외식문화를 선도할 수 있어야 한다.

둘째, 메뉴는 그 사업체만이 가진 독특한 성향(perrsonality)을 통합하도록 작성 되어야 한다.

셋째, 메뉴는 고객을 유인할 수 있는 활력과 생명력 있는 메뉴가 되어야 한다.

넷째, 메뉴의 설계로 말미암아 그 안에 수록된 메뉴품목이 더 매력적이 되어야 한다.

다섯째, 메뉴는 소비자가 원하는 품목이 어떤 것인지를 알고 이를 상품으로 취급할 수 있도록 하기 위해서 작성된다. 식당의 분위기와 장식에 조화되는 식음료 품목이면서 소비자에게 어필되는 수익성 있는 메뉴가 작성되어야 한다.

여섯째, 메뉴는 종업원과 시설에 맞는 적절한 식료의 준비와 서비스 목적에 기여될 수 있어야 한다. 그런 메뉴가 되기 위해서는 재무관리적인 면과 서비스 관리 면에서 충분한 검토를 거쳐 확정된 것이어야 한다.

2) 메뉴의 중요성

메뉴는 판매도구이면서 고객이 무엇을 어떻게 원하는가를 찾아서 구매욕구를 충족시켜 주는 레스토랑의 강력한 판매촉진도구라고 할 수 있다. 따라서 메뉴는 어떤 고객에게 어떤 재료를 가지고 어떻게 조리하여 어떤 가격으로 어떻게 판매할 것인가를 종합적으로 검토하여 작성된다. 따라서 고객의 필요와 욕구, 원가와 수익성, 이용 가능한 식품, 조리설비의 한계, 메뉴의 다양성, 그리고 영양적 요소를 고려하여 계획되어야 한다.

메뉴는 사실상 업체의 소유주를 대상으로 하는 것이 아니고, 고객을 대상으로 하는 것이다.²¹⁾ 메뉴는 음식 서비스업체에 유도하고 싶은 사람들을 나타내는 것으로, 이들에게 제공하고자 하는 상품이 된다. 고객에게 매일 말하는 것은 그들의 좋고 싫은 것을 알아내기 위해서와 그들의 질문에 답하기 위해서 중요하다.

21) 진양호, 강종현(1998). “메뉴관리론”, 지구문화사, pp.12-13

제 3 절 메뉴의 품질

1. 일식 레스토랑 메뉴 품질의 개념

일식 레스토랑 메뉴 품질에 관한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 다만 레스토랑 메뉴의 선택속성이나 메뉴 만족도에 관한 연구가 일부 진행되었다. 메뉴품질과 관련된 연구는 주로 호텔레스토랑 또는 패밀리 레스토랑의 서비스품질에 관한 연구에서 부분적으로 다루어지고 있을 뿐이다.

따라서 일식 레스토랑 메뉴품질을 측정하기 위하여 서비스 산업분야에서 널리 사용되고 있는 서비스품질의 개념을 도입하였다. 서비스품질에 관한 연구는 Parasuraman, Zeithaml과 Berry(1985)²²⁾가 SERVQUAL을 발표한 후 급속히 서비스산업의 전반으로 확산되었다. SERVQUAL은 조직의 서비스품질에 대한 고객만족을 포함한 가치적인 정보를 제공하는데 상대적으로 간단하고 비용이 적게 드는 도구로서 많은 연구자들에 의해 성공적으로 적용되어 왔다. 그러나 SERVQUAL의 측정시간(measuring time)과 서비스품질 차원, 인식론적 문제 등에 대해 제기되는 여러 한계점들에 대해 Parasuraman은 특정 산업의 서비스를 연구하는 경우에는 특정산업에 적합하게 서비스 항목을 수정 및 추가하는 것은 바람직하다고 지적한 바 있다

이러한 맥락에서 Stevens, Knutson와 Patton(1995)은 레스토랑의 품질에 대한 고객의 지각을 측정하고자 DINESERV라고 하는 측정척도를 만들었다. DINESERV는 SERVQUAL과 LODGSERV를 정제하여 만들어진 29개의 항목으로 구성되어 있으며, 고급 레스토랑에서부터 캐주얼 레스토랑, 퀵 서비스 레스토랑의 598명의 고객을 대상으로 레스토랑의 서비스품질을 측정한 결과에 의하면 DINESERV는 레스토랑의 서비스품질 뿐만 아니라 고객의 레스토랑에 대한 주기적인 변화를 측정하는데 유용한 도구임을 밝혀내었다.

그러나 DINESERV는 SERVQUAL의 측정척도를 이용하여 연구대상

22) A. Parasuraman V. A, Zeithaml & L. L, Berry(1985). "A conceptual model of service quality and its implication for future research", *Journal of Marketing*, 49(Fall), pp.41-50.

을 레스토랑으로 옮긴 것에 지나지 않는다. 레스토랑에서 가장 중요한 메뉴에 대한 품질의 측정은 거의 이루어지지 않았다. 따라서 DINESERV를 이용하여 일식 레스토랑의 품질을 측정하기에는 어려움이 많다.

외식산업 특히 일식 레스토랑에 있어서 서비스품질은 인적인 서비스와 물리적인 서비스보다는 메뉴 자체의 품질에 있는 것으로 판단된다. 따라서 본 연구에서는 호텔 레스토랑이나 패밀리 레스토랑 등의 식당들을 대상으로 한 서비스품질에 관한 연구에서 인적 서비스나 물적 서비스를 제외한 메뉴의 품질만을 대상으로 하고자 한다. 일식 레스토랑 메뉴 품질을 측정할 수 있는 측정척도는 선행연구를 토대로 새로이 구성하고자 한다.

2. 메뉴품질의 중요도와 만족도

1) IPA 선행이론

Martilla와 James(1977)는 중요도 - 만족도 분석은 상품이나 서비스가 지니고 있는 주요 속성들에 대하여 중요도(importance) 및 만족도(performance)를 소비자가 어떻게 인식하고 있는지 동시에 분석하기 위해 마케팅에서 개발된 기법으로 기존 연구에서 밝혀진 만족 관련 이론을 단순화시키고 분석결과를 그래프로 표현함으로써 실무자들도 연구결과를 쉽게 파악할 수 있는 장점이 있다.

Martilla와 James(1977)는 소비자 만족이 제품에 대해 느끼는 소비자의 기대감과 제품속성의 활용도에 대한 판단에 따라 결정된다고 보아, 소비자 의견조사에 의한 경영진단기법을 제안한 것이 최초의 연구였다. 이어서 이 측정방법은 건강진단, 교육, 스포츠, 심리학 등 다양한 연구 분야에 적용되었다. 관광분야에서는 서비스품질, 공원시설 평가, 이미지 분석, 패키지 여행평가, 마케팅, 관광정보시스템, 관광발전을 위한 가치평가, 호텔정보시스템, 컨벤션 개최지 서비스 등에서 채택되어 사용되었다.

Frank Guadagnolo(1985)는 특정 제품의 속성이나 특징이 소비자에게 얼마나 중요한 지를 관별함으로서 소비자의 만족도를 평가하고, 각각의

특징에 대한 상대적인 중요도와 각각의 특징에 대한 공급자 측의 활용도 설정이 중요도-만족도 분석의 목적이라 하였으며, 중요도-만족도도 분석은 이용자 만족 또는 경영주체의 경영평가를 위하여 이용자가 무엇을 중요하게 여기고 있는지를 파악하여 스스로 이 항목의 중요도를 평가하도록 하고, 경영주체의 성취정도를 측정하여 중요도와 만족도를 비교, 검토하는 기법을 의미한다. 이와 같이 경영진단에 있어서 소비자의 의견을 체계적으로 분석하는데 여러 종류의 정교한 통계기법이 응용되고 있지만 그중에서 Martilla와 James(1977)가 제안한 중요도-만족도 분석기법은 수행과정과 결과 해석이 용이하여 실무적으로 가장 활용도가 높다고 하였다.

따라서 본 연구에서는 일식 레스토랑의 메뉴품질에 대한 이론적인 측면보다는 경영자나 종사원들이 현장에서 활용가능하고 마케팅적 활용도가 높은 결과를 얻기 위하여 IPA를 활용한다.

<표 2-7> 서비스 품질평가 방법

분석방법	연구자	평가방법
SERVQUAL	Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985)	서비스를 받기 전 서비스에 대한 고객의 기대(expectations)와 서비스를 받은 후 고객의 인지도(perceptions)간의 차이를 분석
SERVPERF	Cronin & Taylor (1992)	성과 기반(performance-based)의 서비스 품질을 평가 및 분석
I-P Analysis	Martilla & James (1977)	중요도(importance)와 성과(performance) 분석틀을 통해 관리기법 개발, 주어진 속성에 대한 개인적 중요도와 조직의 성과를 반영

자료 : 송성인·전효재(2000), “서비스품질평가에 관한 연구”-방문객의 중요도-만족도-를 참고로 연구자 재구성

2) IPA 특성

IPA의 기본 가정은 만족도 속성에 대한 고객의 수준은 상품이나 서비스성취도의 기대와 판단에 의해 주로 파생되고 있다는 것이다. 즉 IPA는 이용자의 만족도를 측정하기 위하여 이용 전에는 각 속성의 중요도, 이용 후에는 실행도를 이용자 스스로가 평가하게 함으로써 각 속성의 상대

적인 중요도와 실행도를 동시에 비교 · 분석하는 평가기법이다.²³⁾

IPA는 다속성 모델의 개념적 구조를 가지고 있다. 이러한 IPA모형의 특성은 중요도와 만족도의 속성별 비교 평가 값에 의하여 4가지의 다면적 의사결정을 내린다는 데 있다. IPA는 [그림 2-2]과 같이 평가요소의 중요도(importance)와 만족도(performance)를 측정하여 2차원 도면상에 표시하고, 그 위치에 따라 의미를 부여한다.²⁴⁾

IPA는 중심점을 기준으로 나누어진 4분면에 대해 각각 ‘집중’ · ‘유지’ · ‘과잉’ · ‘저순위’를 표시하는데, ‘집중(concentrate here)’면에 표시된 평가속성은 중요도는 높지만 실행이 잘 되지 않는 것으로 향후 개선의 집중대상이 된다.

‘유지(keep up the good work)’면에 표시된 평가속성은 중요도가 높고 실행도도 비교적 잘 이루어지고 있는 것으로 계속 유지해 나가는 것이 바람직하다는 것을 의미한다. ‘과잉(possible overskill)’면에 표시된 평가속성은 별로 중요하지도 않은 곳에 과잉 실행된 상태이므로 실행을 줄이거나 상황에 따라 중단해도 좋다는 것을 의미한다. ‘저순위(low priority)’는 중요도와 만족도가 모두 낮은 상태이며 의사결정에서 낮은 우선순위이다. 이러한 4분면을 통해서 관리자는 우선적으로 개선되어야 할 속성을 쉽게 발견할 수 있게 된다. 즉 IPA 매트릭스는 정해진 인력과 예산으로 우선적으로 해결해야 할 사항을 결정하는데 유용한 정보를 제공하며, ‘집중’면에 속한 항목들이 개선의 우선대상이 된다.

23) E. A. Hammitt(1996). "Going beyond importance performance analysis to analyze the observance-influence of park impact and recreation Administration", 14(1), pp.45-62.

24) J. J. Martilla(1997). "Importance Analysis", *Journal of Marketing*, 41(1), pp.13-17.



[그림 2-2] IPA 매트릭스

자료 : Martilla and James(1977), importance Analysis, Journal of Marketing, 41(1) : 13-17

IPA에서 중심점은 평가요소가 어떤 영역에 속하게 될지를 구분하는 결정적 요소이므로 매우 중요한데 선행 연구자들이 제안하는 방법은 크게 4가지로 요약 된다. 즉 척도의 중앙값, 표준편차에 의한 계산, 전체 평균값, 임의적인 방법이 그것이다. 그런데 ‘척도의 중앙값’을 중심점으로 하는 방법은 평가요소가 전체적으로 잘 분포되어 있을 때만이 유효하다는 전제를 가지고 있다. 만약 속성들은 집중적으로 개선해야 하는지를 알 수 없다.

‘표준편차에 의한 계산방법’은 5점 척도에서 표준편차가 2보다 큰지, 작은지에 따라 중앙값 또는 평균값을 중심으로 결정하는데, 분포의 형태를 수치로 판단하고 중심점을 결정하게 된다. ‘전체평균값’을 중심으로 하는 경우는 각 평가에 대해서 전체평균값을 구하고, 그 값을 중앙값으로 결정하는 방법이다.

‘임의적인 방법’은 연구자가 임의적으로 설정하는 방법이다.

IPA는 SWOT분석의 매트릭스 구조와 유사한 형태를 띠고 있으며, 각 4분면에 해당하는 의리도 유사한 측면이 있다, Duke와 Persia(1996)는 IPA와 SWOT을 대비하여 설명하는데, ‘집중’은 ‘위협’, ‘유지’는 ‘기회’, ‘과잉’은 ‘강점’, ‘저 순위’는 약점으로 간주한다.

그러나 IPA와 SWOT분석을 동일시하는 것은 무리가 따른다. 왜냐하면, IPA는 하나의 대상에 대한 절대평가이고 주로 사용자가 평가하는 것이지만, SWOT는 경쟁 환경에서의 비교평가이고 주로 관리자가 주관적으로 평가하기 때문에 두 분석기법의 의미가 종종 다르게 나타나기 때문

이다. 예를 들어 IPA의 '저 순위'는 중요도가 실행도가 낮은 평가 속성이어서 개선의 우선순위가 낮은 뿐, SWOT의 '약점'이라고 말할 수 없다. 또한 IPA의 '과잉'도 중요도는 낮은데, 과도하게 실행된 상태이므로 이부분에 대한 실행을 줄이거나 중단하여야 하는데 이를 SWOT의 '강점'으로 간주하는 것은 모순이다.

IPA는 서비스품질 개념에서 Parasuraman, Zeithaml 및 Berry(1985)의 SERVQUAL은 품질이 기대와 성과의 차이라는 면에서 IPA와 상통하는 일면이 있다. SERVQUAL은 서비스품질에 대해 기대와 성과의 차이를 비교해서 평가요소에 대해 기대보다 성과가 낮으면 품질이 낮은 것이고, 성과가 높으면 품질이 높은 것으로 판단한다. 품질이 낮을수록, 즉 성과에 대해 기대의 음(-)의 차이가 높을수록 개선의 우선순위가 높은 것으로 이해할 수 있는데 IPA에서 중요도와 만족도의 차이를 비교하여 그 정도를 분석하는 것은 유용할 것이다.

그런데 IPA가 갖는 위와 같은 장점도 있지만, 이 모델이 갖는 단점 또한 있다. 요컨대 기대(중요도)와 실행도(만족도)간의 갭(gap)의 특징을 통한 IPA셀 분석은 단일 항목(문항)의 중요도-실행도의 조합만을 나타내고 있어서 개별항목에 대한 전략논리개발에 한계가 있다. 따라서 본 연구에서 일차적으로 유사한 항목을 요인으로 묶는 작업과 아울러 품질의 크기를 중요도-만족도 개념으로 전환하고 이를 제공근화 하여 척도를 통일 시킨 후 이의 중요도와 만족도가 메뉴품질에 기여하는 상대적 강도 특징이 가능하다는 관점에 착안점을 두었다.

제 4 절 제 방문 의도

고객들은 거래를 시작하게 된 후 단지 그 거래가 1회로 끝나게 되는 고객들도 있지만 일부의 고객이나 다수의 고객들은 기업의 마케팅 노력에 의해 재 구매 혹은 오랫동안 거래를 함으로써 기업 수익 창출에 커다란 기여를 하게 된다. 때문에 고객 각각의 그 기업에 대한 기여도를 측정해서 사용하는 기업이 과거에는 드물었으나, 현재는 과학적인 경영관리기법의 도입과 또한 정보 시스템 분야의 발달로 인해서 각 기업들은 그 기업에 기여도가 높은 고객 즉, 우량고객들은 우대하기 시작하였고,

각각의 고객들이 기여도에 대한 분석에 관심을 갖기 시작하였다. 각각의 고객들에 대해 똑같은 관리가 아닌 차별적인 관리를 해야 한다는 것은 그 기업의 전략적인 대안이 아니라 모든 기업들이 경쟁에서 밀리지 않기 위해서 필수적으로 채택해야 하는 기업의 필수 생존방안이 되어 버린 것이다.

1990년대에 들어오면서 기존의 기업에서 고객으로의 한 방향이었던 기업들의 마케팅 기능이 기업과 고객간의 양방향으로 변화하고 있으며 이는 보다 가치 있는 상품의 출시를 가능하게 하고 있다. 이는 각 소비자들이 개성과, 기호의 다양화 및 고급화와 이에 따른 소비자들의 행동양식이 변화하고 있음을 의미한다.

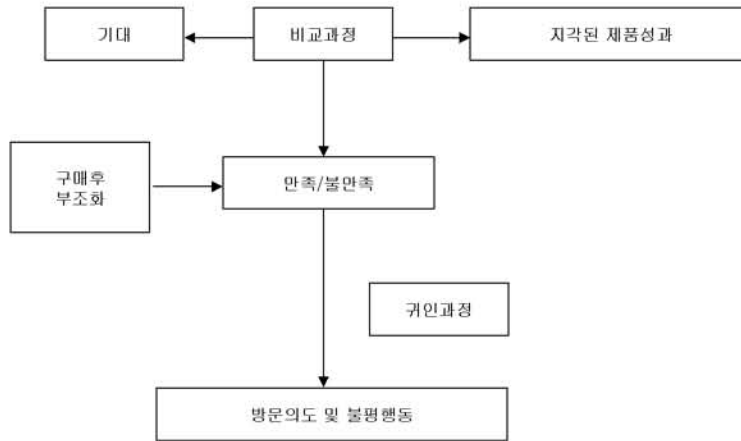
소비자들의 만족과 불만족은 결정적으로 고객들의 재 구매 의도에 큰 영향을 미치게 된다. 그 기업의 입장에서서는 아무런 투자 없이 지속적인 산출로 기대할 수 있으므로 커다란 이익을 확보한 것이나 마찬가지가 된다. 특히, 고객들의 재 구매 의도는 각각의 고객들을 1회 단발성 구매고객이 아닌 고정 고객 화 할 수 있는 가능성이 있기 때문에 기업의 장기적인 전망으로 볼 때 재 구매 의도는 장기적인 수요를 창출할 수 있으므로 기업운영에 큰 도움이 될 수 있다.

하지만 불만족한 고객이 나쁜 구전 커뮤니케이션을 일으키게 된다면 그 해당기업은 이미지뿐만 아니라 이익에도 커다란 손실을 입게 된다. 이럴 바에는 차라리 재 구매 의도를 일으키게 하지 못하더라도 나쁜 구전을 막기만 하여도 기업으로는 커다란 도움을 얻을 수가 있는 것이다.

Newman과 Webel의 연구(1973)에서는 불만족한 고객이 만족한 고객보다 재 구매 할 가능성이 작다는 것이 검증되었고 Oliver(1980)의 연구에서도 고객 만족이 고객의 태도에 영향을 미치고 계속하여 재 구매 의도에 영향을 미친다는 가설이 지지 되었다. 이밖에도 고객 만족이 구매 후 태도뿐만이 아니라 구매의도에 영향을 미친다는 사실이 발견되었다.

대다수의 산업에서 마케팅은 고객의 마음을 유인하는 것에서 고객의 개인적인 요구에 부응하는 활동으로 변화하고 있으므로 고객과 시장들의 관계를 소중히 여기는 기업은 소비자의 다양한 기호와 시장의 특수성 그리고 표적시장 선택에 관하여 심도 있게 연구하고 보다 세분화된 시장의 요구에 부응할 수 있도록 변신하는 노력을 경주해야 할 것이다.²⁵⁾

25) 모재성(2000). “인터넷 쇼핑물에서의 재구매 결정요인에 관한 연구”, 서울



[그림 2-3] 구매 후 행동 과정

자료 : 이학식 · 안광호(1999), 소비자 행동, 법문사, p.100.

제 5 절 선행연구의 고찰

1. 국내 연구

1980년대에 들어와서 메뉴관리부문에 관한 학문적 관심이 고조됨에 따라 다수의 연구논문들이 발표되었다. 전개방향은 첫째, 메뉴의 수익성분석에 초점을 맞춘 연구, 둘째, 메뉴선택행동에 관한 연구, 셋째, 이용고객의 메뉴 만족도에 관한 연구, 넷째, 메뉴엔지니어링의 기법을 이용한 연구, 다섯째, 메뉴계획과 디자인 평가에 관한 연구 등으로 연구 방향이 진행되었다.

선행연구를 살펴보면, Miller²⁶⁾, Kasavana²⁷⁾, Pavesic²⁸⁾의 분석기법을

시립대학교 석사학위 논문, p.35

26) J. E, Miller(1980). "Menu : Pricing and Strategy", *CBI Books*.p.29

27) M. L, Kasavana(1984). *Computer Systems for Foodservice Operations, VNR*. p.21

28) D. V. Pavesic(1985). "Prime Numbers ; Finding Your Menu's strengths", *Cornell H.R.A. Quarterly*, Nov, p. 39.

근간으로 한 메뉴관리에 관한 수익성분석을 한 연구에서, 정희²⁹⁾는 “호텔 식음료부분의 효율적인 메뉴관리에 관한 연구”에서 서울지역 3개 특급호텔 일식당의 메뉴들 중 공통적인 메뉴 20개 품목을 선정하여 한 달간 판매한 실적을 Miller, Kasavana, Pavesic의 분석기법을 이용하여 수익성분석을 하였으며, 황춘기³⁰⁾도 “호텔업 커피샐의 메뉴관리에 관한 연구”에서 매출자료와 표준 양 목표를 기초자료로 하여 Kasavana와 Smith의 메뉴분석기법을 근간으로 매출분석을 통한 메뉴관리의 방향을 제시하고자 하였다.

엄란숙³¹⁾ 역시 “호텔 기업의 효율적인 메뉴관리에 관한 연구”에서 Miller와 Kasavana와 Smith의 메뉴분석기법을 이용하여 일정기간 판매된 메뉴상에 있는 모든 품목의 매출액, 판매수량, 식료원가, 공헌이익을 살펴봄으로써 레스토랑 경영에 있어 합리적인 메뉴관리를 연구하였다.

메뉴 선택행동에 관한 연구에서 하경희³²⁾는 “관광호텔 양식메뉴 관리에 관한 연구”에서 고객이 메뉴상의 아이টে를 선택하는데 영향을 미치는 요인과 선택한 아이টে에 대한 만족의 정도 즉, 고객 만족도를 통한 메뉴관리상의 개선방안에 대하여 실시한 실증분석을 하였다. 조문수³³⁾도 “호텔고객의 메뉴선택행동과 메뉴기획”을 통하여 고객이 메뉴를 선택할 때 고려하는 요인과 메뉴선택행동에 영향을 주는 세 요인의 파악에 의하여 영향요인을 정립하여 고객의 메뉴에 대한 정보처리방식을 파악하고, 아이테의 위치와 가격의 상관관계 등에 대한 연구를 하였다.

메뉴엔지니어링의 기법을 이용한 연구에서 김경란³⁴⁾은 “S호텔 기업의 효율적인 메뉴관리에 관한 연구”에서 S호텔의 한식당, 양식당, 일식당에

29) 정 희(1989). “호텔 식음료부분의 효율적인 메뉴관리에 관한 연구”, 경희대학교 대학원 석사학위논문.

30) 황춘기(1996). “호텔업 커피샐의 메뉴관리에 관한 연구”, 세종대학교 경영대학원 석사학위논문.

31) 엄란숙(1997). “호텔 기업의 효율적인 메뉴관리에 관한 연구”, 세종대학교 대학원 석사학위논문.

32) 하경희(1992). “관광호텔 양식메뉴 관리에 관한 연구”, 세종대학교 대학원 석사학위논문.

33) 조문수(1995). “호텔고객의 메뉴선택행동과 메뉴기획”, 한양대학교 대학원 박사학위논문.

34) 김경란(1992). “S호텔 기업의 효율적인 메뉴관리에 관한 연구”, 세종대학교 대학원 석사학위논문.

대한 메뉴 엔지니어링 기법을 이용한 수익성과 선호도에 대한 사례분석을 하였다. 진양호³⁵⁾의 “호텔 레스토랑의 메뉴엔지니어링에 관한 연구”에서도 메뉴의 관리분야가 확대되어 국내적으로도 더 포괄적인 연구가 필요한 시점에서 호텔 레스토랑의 메뉴현황을 분석하여 문제점을 도출하여 실증분석을 실시하고, 이론을 토대로 향후 호텔 레스토랑의 메뉴엔지니어링의 방향을 구체화한 연구를 하였다.

나정기³⁶⁾는 “메뉴계획과 디자인 평가에 관한 연구”에서 메뉴계획과 디자인 과정에서 반영해야 할 변수들이 어떠한 요인을 구성하는가, 또 이 과정에서 메뉴관리자들이 실제 메뉴 작성 시에 어느 정도 메뉴에 대한 이론적인 배경을 가지고 제작하며, 변수들을 반영해 왔는지에 관한 제 이론의 재조명을 실시하였다.

메뉴에 대한 고객의 만족도에 관한 연구에서 김선정³⁷⁾은 “호텔 한식 레스토랑 메뉴의 고객평가 요인에 관한 연구”에서 고객평가에 의한 만족도에 초점을 맞추고 3개 특급호텔 한식당 메뉴를 고객측면에서 메뉴마케팅에 대하여 연구하였고, 김보성³⁸⁾은 “한국인의 일본음식 선호도에 관한 탐색적 연구”에서 일본 음식을 메뉴품목별로 나누어 일본음식의 기호도와 선호도에 대해 연구 하였다.

이를 정리하여 표로 나타내면 다음 <표 2-8>과 같다.

35) 진양호(1997). “호텔 · 레스토랑의 메뉴엔지니어링에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 박사학위논문.

36) 나정기(1994). “메뉴계획과 디자인 평가에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 박사학위논문.

37) 김선정(1999). “호텔 한식 레스토랑 메뉴의 고객평가 요인에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 석사학위논문.

38) 김보성(2003). “한국인의 일본음식 선호도에 대한 탐색적 연구”, 경희 대학교 대학원, 석사학위 논문

<표 2-8> 국내 선행연구

연구자	연구내용
정희 (1989)	서울지역 3대 특급호텔 일식당의 메뉴 중 공통적인 메뉴 20개 품목을 선정하여 한 달간의 판매실적을 카사바나, 파베직, 밀러 등의 분석방법으로 분석한 연구
하경희 (1992)	고객만족도 분석을 통한 메뉴관리상의 개선방안에 관한 연구
김경란 (1992)	S호텔의 한,양, 일식당에 대한 메뉴 엔지니어링 기법을 이용한 수익성과 선호도에 대한 사례연구
나정기 (1994)	메뉴계획과 디자인에 반영해야할 요소들을 실제 메뉴작성 시 어느 정도 반영해왔는지에 대하여 조사 연구.
조문수 (1995)	고객이 메뉴를 선택할 때 고려하는 요인과 메뉴선택행동에 영향을 주는 제요인의 파악에 의한 메뉴계획에 대한 연구
황춘기 (1996)	매출자료와 표준양 목표를 기초 자료로 카사바나와 스미tm의 메뉴분석기법을 근간으로 매출분석을 통한 메뉴관리의 방향의 제시
엄관숙 (1997)	밀러와 카사바나의 메뉴분석기법을 이용하여 일정기간 판매된 메뉴 상에 있는 모든 품목의 매출액, 판매수량, 식료원가, 공헌이익을 살펴 봄으로서 레스토랑 경영에 있어 합리적인 메뉴관리에 연구
진양호 (1997)	호텔레스토랑의 메뉴현황을 분석하여 문제점을 도출하여 실증분석을 실시하고 이론을 토대로 향후 호텔 레스토랑의 메뉴엔지니어링의 방향의 구체화
김선정 (1999)	고객평가에 의한 만족도에 초점을 맞추고 3개 특급호텔 한 식당 메뉴를 고객측면에서 메뉴마케팅에 대하여 연구
김보성 (2003)	일본 음식을 메뉴품목별로 나누어서 한국인의 일본음식에 대해 기호도 · 선호도에 대한 연구

자료: 선행연구를 참고하여 연구자 작성

2. 국외 연구

연구의 흐름에서 메뉴의 선호도와 수익성분석을 근거로 한 연구와 메뉴 계획 시 고려할 요인과 고객만족에 관한 연구로 대별하여 살펴보면 다음과 같다.

Miller는 메뉴분석에 있어서의 포트폴리오방식으로 일정기간에 판매된 메뉴상에 있는 모든 품목의 원가와 판매량을 전체 품목에서 차지하는 비율로 선정하는 것은 Winner, Marginals I, Marginals II, Losers를 메뉴 분석의 매트릭스로 하고 있다. 이는 메뉴계획자가 전달하고자하는 정보를 메뉴를 통하여 전달하고, 고객은 메뉴를 통해서 전달받은 정보를 해석하여 원하는 상품을 선택하는 과정을 모형화 했다.

Kasavana와 Smith(1984)에 의해 체계화된 메뉴분석프로그램으로서 가격결정, 고객의 수요, 메뉴믹스의 분석, 아이템의 공헌이익에 중요도에 따라 메뉴의 모든 품목을 선호도와 원가를 기준으로 Plowhorses, Star, Dogs, Puzzles의 4그룹으로 나누어 메뉴를 분석했으며, Pavesic의 연구는 Kasavana와 Smith(1984)의 방식의 단점을 제시한 연구로서 식료원가 비율, 선호도, 공헌이익을 혼합한 분석방법으로 Prime, Standards, Sleepers, Problems로 분류하였으며, 이상적인 메뉴가격을 결정하기 위해서는 양적인 요인뿐만 아니라 질적인 요인도 고려해야 한다고 주장하였다.

Ninemier³⁹⁾는 메뉴관리의 전 단계인 메뉴 계획자가 메뉴계획시 고려해야 할 사항들을 고객, 상품의 질, 상품을 생산하는데 고려되는 요인을 대별하고 이것들을 다시 세분화하여 제시하였다.

Mahmood⁴⁰⁾의 연구 또한 메뉴계획시 고려해야 할 요소를 고객의 관점과 관리자의 관점을 대별하고 이에 대하여 고객의 관점에서 3개와 관리자의 관점에서 6개의 세부요인을 구분하여 메뉴계획의 모형을 제시하였다.

식음료의 서비스품질에 관한 연구로는 Hart와 Casserly는 레스토랑 산업에서 경쟁적 우위를 확보하는 방법은 오직 서비스품질에 있음을 전제하고 레스토랑의 경영자나 마케터가 이를 실천하기 위한 전략적 계획의 도구들을 명확하게 하는 것이 중요하다고 지적하면서 음식의 질, 음식의 양과 영양, 서비스품질, 메뉴의 다양성, 건물의 외양 및 상태, 건물의 외적분위기, 가격, 청결 및 위생 정도 등을 제시하였다. Swinyard와 Struman⁴¹⁾의 연구에서는 레스토랑의 속성으로 다양한 음식유형에 대한 구분, 새로운 사람들을 만나기 위한 좋은 장소, 음식의 질의 일관성, 친절한 서비스, 음식의 양, 신속한 서비스, 가족전체가 어울릴 수 있는 장소, 훌륭한 가치, 훌륭한 분위기, 편리한 위치, 종사원들의 친절한 태도 등을 들고 있으며, Khan은 고품질 서비스, 금연·흡연구역의 구분, 계절

39) J. D, Ninemeier(1986). F&B Contrls, 2nd, AH & MA. p.32

40) M. A, Khan(1991). "Mahmood A, Concepts of Food Service Operation and Management", *Van Nostrand Reinhold, New York*, pp.78-81.

41) W. R, Swinyard, R, William and D, S, Kenneth(1986). "Market segmentation Finding the Heart of Your Restaurant Market," *Connell H.R.A Quarterly*, 27(1), pp.89-96.

에 따른 음식 메뉴, 후식, 오락시설, 독특한 메뉴, 주차시설, 서비스의 다양성, 쉬운 메뉴, 전식품(요리) 등으로 구분하고 있다. Cadotte와 Turgeon⁴²⁾은 호텔과 레스토랑에 대하여 칭찬과 불만을 받게 되는 요인들에 대한 조사에서 만족요인과 불만족요인을 구성하고 있는 25개의 속성을 제시하고 있다. 또한 Lee 등은 레스토랑을 이용하는 고객들이 그 레스토랑의 질을 평가하고 어떻게 품질을 개선시킬 수 있는지 기준에 대하여 품질을 비교·측정하는데 있어 Parasuraman 등이 제시한 SERVQUAL의 적용과 유용성을 평가하면서 시설적 요인 2개, 서비스 요인 7개, 종사원 요인 12개 등 21개 요인을 사용하였다. <표 2-9>는 이를 정리하여 표로 나타낸 것이다.

<표 2-9> 국외 선행연구

연구자	연구내용
Miller (1980)	메뉴분석에 있어서의 포트폴리오 방식으로 일정기간에 판매된 메뉴 상에 있는 모든 품목의 원가와 판매량을 전체 품목에서 차지하는 비율로 산정하는 것으로 Winner, Marginals I, Marginals II, Losers를 메뉴분석의 매트릭스로 분석.
Kasavana & Smith (1984)	메뉴분석프로그램으로서 가격결정, 고객의 수요, 메뉴믹스의 분석, 그리고 아이템의 공헌이익에 중요도에 따라 메뉴의 모든 품목을 선호도와 원가를 기준을 나누었는데 다음의 Plowhorses, Star, Dogs, Puzzles의 4그룹으로 분류
Pavesic (1985)	카사바나와 스미스의 단점을 제시한 연구로서 식료원가비율, 선호도, 공헌이익을 혼합한 분석방법으로 Prime, Standards, Sleepers, Provblems으로 분류
Ninemier (1986)	메뉴관리의 전 단계인 메뉴 계획자가 메뉴계획 시 고려해야 할 사항들을 고객, 상품의 질, 상품의 생산하는데 고려되는 요인을 대별하고 이것들을 다시 세분화하여 제시
Mahmood (1991)	메뉴 계획시 고려해야 할 요소를 고객의 관점에서 대별하고 이에 대하여 각각3개와 6개의 세부요인으로 구분하여 메뉴계획의 모형을 제시

자료 : 선행연구를 참고하여 연구자 작성

42) E. R. Cadott and N. Turgeon(1988). "Key Factor in Satisfaction," *Connell H.R.A Quarterly*, 28(4), pp.45-56.

Ⅲ. 연구의 설계

제 1 절 연구과제의 설정

본 연구에서는 연구모형을 토대로 한 가설의 검증보다는 일식 레스토랑의 전망과 개선점, 기호도와 섭취빈도, 일식 레스토랑의 메뉴품질의 중요도와 실행도를 조사·분석하여 조사대상 일식 레스토랑의 메뉴 품질에 대한 고객들의 지각을 분석하고 실행도(만족도)가 재 방문에 미치는 영향을 알아봄으로써 메뉴 관리 방안과 마케팅 전략을 제시하고자 한다.

1. 일식 메뉴에 대한 고객의 기호도와 섭취빈도 분석

조사된 표본을 통해 기호도와 섭취빈도에 대해 알아봄으로써 메뉴를 통한 마케팅의 기초 자료로 활용 할 수 있다.

연구과제 1 : 조사된 표본을 토대로 일식 레스토랑 고객의 기호도와 섭취빈도를 분석하고자 한다.

2. 일식 레스토랑 메뉴별 중요도와 실행도의 차이분석

수요자인 고객의 입장에서 일식 레스토랑의 메뉴에 대한 중요도가 실행도에 못 미치는 것으로 판단된다. 그러므로 이용 고객인 수요자의 중요도와 실행도의 차이를 통계적으로 분석해 보고자 한다.

연구과제 2 : 일식 레스토랑의 메뉴에 대한 중요도와 실행도의 차이 분석을 통해 IPA 그래프를 작성하고자 한다.

3. 일식 레스토랑 메뉴품질속성에 대한 중요도와 실행도 차이 분석

메뉴품질을 구성하는 변수들의 중요도 실행도가 수요자인 고객의 입장에서 나타나는 정도의 차이를 통계적으로 분석하여 일식 레스토랑의 품질을 향상 시킬 수 있는 방안을 찾아보고자 한다.

연구과제 3 : 일식 레스토랑 메뉴품질 속성에 대한 중요도와 실행도의 차이 분석을 통해 IPA 그래프를 작성하고자 한다..

4. 일식 레스토랑 메뉴품질 속성의 실행도(만족도)가 재방문에 미치는 영향

일식 레스토랑 메뉴품질에 대한 만족요인을 추출하고 각각의 요인들이 재 방문 의도에 미치는 영향을 알아봄으로써 마케팅 전략을 수립하고자 한다.

연구과제 4 : 일식 레스토랑의 메뉴 품질 속성의 실행도(만족도)가 재 방문에 미치는 영향을 분석하고자 한다.

제 2 절 설문지의 설계

1. 설문문항의 추출

선행연구들을 통하여 레스토랑 메뉴품질과 관련된 문제점들을 발견할 수 있는데, 첫째, 일식 레스토랑에 관한 연구가 거의 없으며, 메뉴 품질에 대한 연구도 주로 호텔 레스토랑이나 패밀리 레스토랑의 서비스품질 즉, 인적서비스나 물리적 서비스만을 측정대상으로 하고 있다는 것이다. 일식 레스토랑은 다른 서비스업종이나 레스토랑에 비해 인적서비스의 중

요도가 낮으며, 핵심적인 상품은 메뉴 그 자체라고 할 수 있기 때문에 메뉴품질에 대한 연구가 필요하다. 둘째, 메뉴품질과 관련된 속성의 도출 시 일식 레스토랑의 다양한 측면을 모두 포괄하지 못하여 결과적으로 개괄적인 속성만을 조사 평가하게 된다는 문제가 있으며 셋째, 속성의 도출을 어떤 기준이나 이론적 근거의 제시 없이 각각의 연구 상황에 따라 메뉴의 선택속성이나 만족을 측정하기 위하여 단순히 속성들을 열거하여 평가하고 있다.

따라서 이와 같은 문제점을 보완할 수 있는 체계적인 속성의 개발이 시급함에 따라 본 연구에서는 앞서 지적한 바와 같이 서비스품질 이론을 도입하여 일식 레스토랑 메뉴의 품질속성의 도출에 사용하였다. 선행연구에서 나타난 메뉴품질의 속성들은 다음 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 메뉴품질 속성의 측정항목의 추출

설문문항	강영욱	최지원	임효원	주종찬	정중근	안선정	양기승	이현주	최안효	고광택	유창연	조문수	본연구
① 메뉴의 계절성	○				○		○				○	○	○
② 메뉴의 가격		○		○					○	○	○		○
③ 메뉴의 온도	○	○		○	○	○		○				○	○
④ 메뉴의 정통성									○				○
⑤ 메뉴의 독창성						○	○			○			○
⑥ 음식의 맛	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○
⑦ 음식의 양	○	○	○	○	○	○		○	○	○	○	○	○
⑧ 메뉴의 영양	○	○	○			○	○		○	○	○	○	○
⑨ 음식의 모양	○	○	○		○		○	○	○			○	○
⑩ 음식의 청결성			○	○		○		○	○	○		○	○
⑪ 음식의 신선도		○					○	○					○
⑫ 음식의 크기													○
⑬ 요리의 색상		○		○					○	○			○
⑭ 요리의 향기		○		○						○			○
⑮ 요리의 질감								○					○
⑯ 요리에 대한 설명			○						○			○	○
⑰ 건강식 요리		○											○
⑱ 재료나 조리법	○		○		○			○	○			○	○

선행연구에서 검토된 대부분의 연구들이 매우 공통성이 크며, 대개

“메뉴의 계절성, 메뉴의 가격, 메뉴의 온도, 메뉴의 정통성, 메뉴의 독창성, 음식의 맛, 음식의 양, 음식의 영양, 음식의 모양, 음식의 청결성, 음식의 신선도, 음식의 크기, 요리의 색상, 요리의 향기, 요리의 질감, 요리에 대한 설명, 건강식 요리, 재료나 조리법 등”으로 집약되므로 본 연구에서도 영향에 대한 속성은 이것을 그대로 사용하였다.

또한 이와는 별도로 메뉴의 중요도와 만족도를 알아보기 위하여 일식 레스토랑 메뉴군별로 나누어 설문 문항으로 포함하였다.

2. 설문지의 구성

본 연구에서 사용하는 설문지는 크게 6개의 부분으로 구성하였다.

첫째, 메뉴별 기호도와 섭취빈도를 알아보기 위해 메뉴를 14항목으로 묶어서 구성하였다.

둘째, 메뉴의 중요도 만족도를 알아보기 위해 일식 레스토랑 메뉴를 14부분으로 나누어 그에 따른 고객의 중요도와 만족도에 관한 설문 문항을 구성하였다.

셋째, 메뉴품질 속성을 측정하기 위하여 선행연구의 검토를 통해 추출된 <표 3-1>에서 제시된 18문항을 사용하였다.

넷째, 메뉴의 인지, 만족, 재 방문에 관한 문항을 3문항을 포함하였다. 또한, 첫째에서 넷째까지의 항목은 리커트 5점 척도를 사용하였다.

다섯째, 연구 표본의 이용행태에 관한 특성을 파악하기 위해 방문에 따른 일반적 특성을 6문항으로 구성하였고, 마지막으로 표본의 인구 통계적 특성을 파악하기 위하여 성별, 연령, 학력, 월평균소득, 직업 등 총 5문항으로 구성하였다. 이때, 측정 방법은 명목척도를 사용하였다.

이상의 내용을 정리하면 <표 3-2>와 같다.

<표 3-2> 설문지 구성

측정변수	문항수	선행연구	척도
메뉴별 기호도와 섭취빈도	14	김보성(2003) · 박계영(2003)	Likert 5점
메뉴별 중요도와 만족도	14	강영욱 · 최민우(2000)	Likert 5점
메뉴품질 속성	18	조문수(1995), 임효원(1997), 강영욱(1999), 정중근(2000), 이현주(2001), 유창연(2001), 최안호(2002), 양기승(2002), 최지원(2003), 안선정(2003), 고팡덕(2003), 이진형(2004)	Likert 5점
인지·만족·재방문	3	김규동(1996), 김수연(1999), 정중근(2000), 유영혜(2002), 이옥(2003), 이애주 · 박대환 · 박진우(2003), 서윤정(2005),	Likert 5점
이용 행태적 특성	6	-	명목척도
인구통계적 특성	5	-	명목척도

제 4 절 조사 설계

1. 표본의 추출

표본추출을 위해 본 연구의 모집단은 서울지역의 일식 레스토랑 이용 고객으로 하였다. 표본추출은 추출된 표본에서 나온 통계치가 모집단에 존재하고 있는 모수치에 근접하는 대표성을 확보하기 위해 단순무작위추출법에 의한 확률표집으로 이루어진다. 또한 설문조사방법을 통한 직접 기입법을 이용하여 조사하였다.

2. 자료수집

연구수행을 위한 1차 자료(primary data)의 수집은 예비조사와 본 조

사로 나누어 실시하였다. 먼저 예비조사는 연구 수행 중 필요에 따라 시행하며, 비표준화된 면접(unstandardized interview)을 이용한 일식 레스토랑 이용객의 관찰 및 인터뷰와 일식 메뉴 관리자와의 인터뷰를 통해 수행하였다. 수집된 자료는 설문지 작성의 참고 자료로 활용하였다.

예비조사를 통해 도출된 요인과 결과를 바탕으로 설문지를 재조정 하였다.

표본추출방법은 비확률 표본추출방법(non-sampling error method)의 하나인 편의적 표본추출방법(convenience sampling method)을 실시하였으며 조사대상을 선정 후 2005년 4월 13일부터 5월 13일까지 30일간 총 450부의 설문지를 배포하여 411부를 회수 불성실하게 답한 것을 제외한 386부를 분석 자료로 활용 하였다.

<표 3-3> 표본의 개요

조사대상	일식 레스토랑의 메뉴 이용 고객
조사범위	서울시 소재 일식 레스토랑
조사기간	2005년 4월 13일 - 2005년 5월 13일
자료수집	설문지 배포 수 : 450매 회수된 표본 수 : 411매 분석사용 : 386매

3. 분석방법

본 연구는 변수의 신뢰성과 타당성 검증을 수행함에 앞서 바람직한 연구결과를 도출하기 위해 변수의 수, 분석의 성격, 척도의 종류 등 표본의 전반적인 성격을 고려하여 이에 부합되는 통계분석을 사용하였다.

첫째, 표본의 인구통계학적 특성과 이용 행태적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

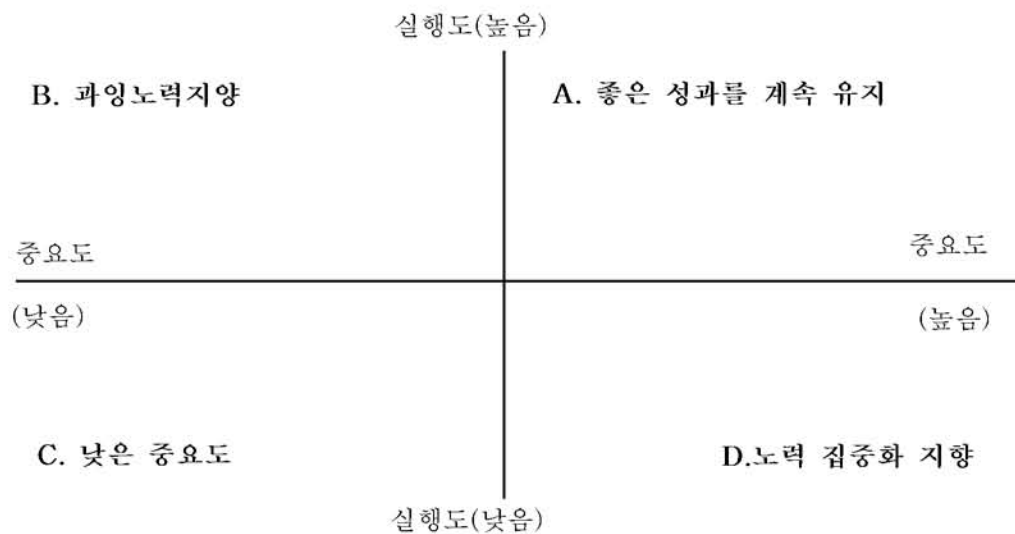
둘째, 선행연구를 검토하여 일식 레스토랑의 기호도 섭취빈도에 대한 차이분석(t-test, ANOVA)을 실시하였다.

셋째, 메뉴의 품질에 관한 중요도와 실행도의 차이와 메뉴품질 속성에 대한 중요도와 실행도 차이를 분석하기 위하여 대응표본 t-test를 실시

하였다. 메뉴의 품질에 대한 IPA 그래프를 작성하기 위하여 IPA를 실시하였다.

IPA(Importance-Performance Analysis)는 여러 속성들을 포함되어 있는 일식 레스토랑 메뉴에서 여러 속성들의 상대적인 중요도와 실행도를 보여주는 과정이다. 이 분석은 2차원 격자에 메뉴관리자가 어디에 자원과 프로그램을 집중해야 되는지를 밝혀 준다. IPA격자는 <그림 4-1>과 같이 4사분면으로 각 변수의 중요도와 실행도를 이용하여 점을 찍고 격자로서 4개면으로 나타내어 보여주는 방법이다. 그러므로 각 면은 다음과 같은 의미를 갖는다.

- A. 기존의 좋은 성과를 계속 유지 : 메뉴에 대한 고객의 만족
- B. 과잉노력지향 : 고객에게 아주 중요한 속성이지만 성과는 낮음
- C. 낮은 중요성 : 기업도 낮은 중요도를 두고, 고객도 중요하게 여기지 않음
- D. 과도함 : 기업은 높은 중요도를 두지만, 고객은 중요하게 여기지 않음



[그림 4-1] IPA의 개념

넷째, 메뉴품질 속성에 대한 실행도(만족도)가 재 방문 의도에 미치는 영향에 대한 분석은 요인분석과 회귀분석을 실시하였다.

IV. 조사의 분석 및 해석

제 1 절 표본의 일반적 특성

1. 인구통계학적 특성

각 항목별 관계를 분석하기에 앞서 추출된 표본인 인구통계학적 특성에 따른 구성비는 성별, 연령별, 학력별, 소득별, 직업별 5개 항목으로 구성하였으며 분석 자료에 이용된 386부에 대한 응답자의 인구통계학적 특성은 <표 4-1>에 나타난 바와 같다.

성별로는 남자가 201명(52.1%), 여자가 185명(47.9%)으로 남자가 여자보다 많았고, 연령층으로는 20대가 가장 많은 182명(47.2%)이었고, 그 다음으로 30대가 94명(24.4%), 40대가 69명(17.9%), 20세 이하가 28명(7.3%), 50세 이상이 13명(3.4%)으로 나타났다.

학력별로는 대졸(재학)이 164명(42.5%)으로 가장 높은 빈도를 보였으며, 전문대졸(재학) 124명(32.1%), 고졸이하가 60명(15.5%), 대학원졸(재학) 38명(9.8%)으로 나타났다.

월평균 소득별로는 100만원미만이 107명(27.7%)으로 가장 많았으며, 100-149만원이 86명(22.3%), 150-199만원이 72명(18.7%), 200-249만원이 44명(11.4%), 250-299만원이 44명(11.4%), 300만원 이상이 33명(8.5%)으로 나타났다.

직업유형별로는 회사원이 141명(36.5%), 서비스업 74명(19.2%), 공무원 71명(18.4%), 학생이 48명(12.4%), 전문직 종사자가 24명(6.2%), 자영업 18명(4.7%), 주부 10명(2.6%)으로 나타났다.

<표 4-1> 인구통계학적 특성

변수명	항 목	비율(%)
성별	남성	201(52.1)
	여성	185(47.9)
	합계	386(100.0)
연령	20세 이하	28(7.3)
	20-29세	182(47.2)
	30-39세	94(24.4)
	40-49세	69(17.9)
	50세 이상	13(3.4)
	합계	386(100.0)
학력	고졸이하	60(15.5)
	전문대졸(재학포함)	124(32.1)
	대졸(재학포함)	164(42.5)
	대학원졸(재학포함)	38(9.8)
	합계	386(100.0)
월소득	100만원 미만	37(13.2)
	100만원~149만원	44(15.7)
	150만원~199만원	167(59.6)
	200만원~249만원	44(11.4)
	250만원~299만원	44(11.4)
	300만원 이상	33(8.5)
	합계	386(100.0)
직업	학생	48(12.4)
	회사원	141(36.5)
	자영업	18(4.7)
	주부	10(2.6)
	서비스업	74(19.2)
	공무원	71(18.4)
	전문직	24(6.2)
	합계	386(100.0)

2. 표본의 방문행동 특성

일식 레스토랑의 방문행동 특성을 살펴보면 다음과 같다.

이용 빈도의 조사결과는 <표 4-2>에서 보는 것과 같이 ‘년 1-4회’가 147명(38.1%)으로 가장 많았으며, 다음으로 ‘월 1-2회’가 122명(31.6%), ‘년 5-8회’가 83명(21.5%), ‘주 1-2회’가 34명(8.8%)순으로 나타났다.

일식 레스토랑을 선택하는 기준은 ‘음식의 맛’이라고 응답한 수가 153명(39.6%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘위생상태’가 82명(21.2%), ‘가격’이 68명(17.6%), ‘명성 또는 전통’이 42명(10.9%), ‘서비스’가 25명(6.5%), ‘위치’가 14명(3.6%), ‘기타’ 2명(0.5%)순으로 조사되었다.

동행자를 묻는 질문에 ‘친구, 동료’라고 응답한 수가 162명(42.0%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘연인’이 89명(23.1%), ‘가족, 친지’가 75명(19.4%), ‘사업파트너’가 34명(8.8%), ‘계모임 회원’이 26명(6.7%)순으로 나타났다.

이용목적은 묻는 질문에는 ‘친목도모’가 150명(38.9%)으로 가장 높게 응답했으며, 다음으로 ‘가족, 친지모임’이 76명(19.7%), ‘식사목적’이 57명(14.8%), ‘행사(생일, 기념일)’이 52명(13.5%), ‘사업목적’이 51명(13.2%)순으로 조사되었다.

<표 4-2> 일식 레스토랑 이용특성

변수명	항 목	비율(%)
이용빈도	주 1-2회	34(8.8)
	월 1-2회	122(31.6)
	년 5-8회	83(21.5)
	년 1-4회	147(38.1)
	합계	386(100.0)
일식 레스토랑 선택기준	위치	14(3.6)
	음식의 맛	153(39.6)
	명성 또는 전통	42(10.9)
	위생상태	82(21.2)
	가격	68(17.6)
	서비스	25(6.5)
	기타	2(0.5)
	합계	386(100.0)
동행자	사업파트너	34(8.8)
	친구, 동료	162(42.0)
	연인	89(23.1)
	가족, 친지	75(19.4)
	계모임 회원	26(6.7)
	합계	386(100.0)
이용목적	사업목적	51(13.1)
	친목도모	150(38.9)
	가족, 친지 모임	76(19.7)
	행사(생일, 기념일)	52(13.5)
	식사목적	57(14.8)
	합계	386(100.0)

제 2 절 전 망 과 개 선 점

일식 레스토랑 이용객을 대상으로 앞으로 일식에 대한 전망과 개선점을 분석한 결과는 <표 4-3>과 같이 나타났다. 전망에 있어서는 전체 응답자 중 ‘현재보다 더 많이’가 185명(47.9%)으로 가장 높은 응답을 보였으며, 다음으로는 ‘현재 그대로’ 157명(40.7%), ‘현재보다 더 적게’ 44명(11.4%)순으로 나타난 것으로 보아 일식 레스토랑을 이용하는 고객의 일본음식 보급에 따른 전망은 높다는 것을 알 수 있었고, 이를 바탕으로 일식에 대한 적극적인 마케팅 전략이 요구된다. 개선점에 있어서는 ‘가격’이 141명(36.5%)으로 가장 높은 응답을 보였으며, 그 다음으로 ‘음식의 맛’이 99명(25.6%), ‘위생적인 면’이 65명(16.8%), ‘모양과 색’이 37명(9.6%), ‘영양’이 22명(5.7%), ‘저장성’이 18명(4.7%), ‘포장상태’가 4명(1.0%)순으로 나타났다.

성별에 따른 전망에 대한 분석결과에서 χ^2 값은 45.76이고 자유도가 2일 때 점근 유의확률이 ‘ $p<0.001$ ’에서 유의한 차이가 나타났으며, 성별로는 남자 95명(47.3%)이 ‘현재보다 더 많이’에 응답해서 가장 높았고, ‘현재 그대로’에 63명(31.3%), ‘현재보다 더 적게’에 43명(21.4%)으로 가장 낮았다. 여자는 94명(50.8%)이 ‘현재 그대로’에 응답해서 가장 높았으며, ‘현재보다 더 많이’에 90명(48.6%), ‘현재보다 더 적게’에 1명(0.5%)으로 나타났다. 따라서 두 변수인 성별과 일본음식의 보급 전망은 상호 관련성이 있다고 할 수 있다.

성별에 따른 개선점에 있어서는 χ^2 값은 10.44이고 자유도가 6일 때 유의하지 않은 것으로 나타났다.

<표 4-3> 성별에 따른 일본요리의 전망과 개선점

변수명	항 목	성 별		합 계	자유도	N(%) χ^2
		남성	여성			
전 망	현재보다 더 적게	43(21.4)	1(0.5)	44(11.4)	2	$\chi^2 = 45.76$ $p = 0.000***$
	현재 그대로	63(31.3)	94(50.8)	157(40.7)		
	현재보다 더 많이	95(47.3)	90(48.6)	185(47.9)		
	합계	201(100.0)	185(100.0)	386(100.0)		
개 선 점	영양	14(7.0)	8(4.3)	22(5.7)	6	$\chi^2 = 10.44$ $p = 0.107$
	맛	42(20.9)	57(30.8)	99(25.6)		
	모양과 색	17(8.5)	20(10.8)	37(9.6)		
	저장성	7(3.5)	11(5.9)	18(4.7)		
	위생적인 면	41(20.4)	24(13.0)	65(16.8)		
	포장상태	2(1.0)	2(1.1)	4(1.0)		
	가격	78(38.8)	63(34.1)	141(36.5)		
	합계	201(100.0)	185(100.0)	386(100.0)		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

연령별에 따른 전망과 개선점에 있어서는 두 문항 모두 <표 4-4>에서 보는 바와 같이 ' $p < 0.001$ '에서 유의한 차이를 보였다.

전망에 있어서는 20세 이하가 '현재보다 더 적게' 항목에 17명(60.7%), 20대는 '현재보다 더 많이' 항목에 102명(56.0%), 30대는 '현재 그대로' 항목에 52명(55.3%), 40대는 '현재보다 더 많이'에 35명(50.7%), 50대 이상은 '현재보다 더 많이'에 9명(69.2%)으로 가장 높게 나타났다.

개선점에 있어서는 20세 이하가 '맛' 항목에 11명(39.3%), '모양과 색' 항목에 6명(21.4%)으로 가장 높았으며, 20대가 '맛' 항목에 45명(24.7%), '가격' 항목에 88(48.4%)명으로 가장 높은 응답을 보였고, 30대는 '위생적인 면' 항목에 21명(22.3%), '가격' 항목에 35명(37.2%)으로 가장 높은 응답을 보였고, 40대는 '맛' 항목에 19명(27.5%), '위생적인 면' 항목에 15명(21.7%)으로 가장 높은 응답을 보였으며, 50세 이상은 '맛' 항목에 6명(46.2%), '가격' 항목에 4명(30.8%)으로 높은 응답을 보였다.

조사 결과 전망에 있어서는 일본음식이 현재 보다 더 많이 보급 될 것이라고 예상하고 있어, 메뉴 개발이나 마케팅 전략 수립에 대한 필요성이 대두 되었다. 특히 일식에서는 가격과 맛, 위생적인 면에서 고객들을 충족시키지 못하는 것을 알 수 있는데, 이를 개선하기 위한 연구가 필요

하다고 사료된다.

<표 4-4> 연령별에 따른 일본음식의 전망과 개선점

변수명	항 목	연 령 별					합 계	자유도	N(%)	χ^2
		20세이하	20-29세	30-39세	40-49세	50세이상				
전 망	현재보다더적게	17(60.7)	16(8.8)	9(9.6)	2(2.9)	0(0.0)	44(11.4)	8		$\chi^2=88.89$ p=0.000***
	현재 그대로	5(17.9)	64(35.2)	52(55.3)	32(46.4)	4(30.8)	157(40.7)			
	현재보다더많이	6(21.4)	102(56.0)	33(35.1)	35(50.7)	9(69.2)	185(47.9)			
	합계	28(100.0)	182(100.0)	94(100.0)	69(100.0)	13(100.0)	386(100.0)			
개 선 점	영양	2(7.1)	5(2.7)	6(6.4)	9(13.0)	0(0.0)	12(4.3)	24		$\chi^2=61.69$ p=0.000***
	맛	11(39.3)	45(24.7)	18(19.1)	19(27.5)	6(46.2)	51(18.2)			
	모양과 색	6(21.4)	9(4.9)	8(8.5)	11(15.9)	3(23.1)	42(15.0)			
	저장성	3(10.7)	7(3.8)	4(4.3)	4(5.8)	0(0.0)	17(6.1)			
	위생적인 면	3(10.7)	26(14.3)	21(22.3)	15(21.7)	0(00.0)	90(32.1)			
	포장상태	0(0.0)	2(2.1)	2(2.1)	0(0.0)	0(0.0)	39(13.9)			
	가격	3(10.7)	88(48.4)	35(37.2)	11(15.6)	4(10.6)	29(10.4)			
	합계	28(100.0)	182(100.0)	94(100.0)	69(100.0)	13(100.0)	386(100.0)			

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

학력별에 따른 일본음식의 전망에 대한 조사한 결과 <표4-5>에서 보는 바와 같이 유의하지 않은 것으로 나타났다.

개선점에 있어서는 고졸이하는 ‘가격’이 29명(48.3%), ‘위생적인 면’이 13명(21.7%), ‘맛’이 10명(16.7%)로 높게 나타났으며, 전문대졸 또한 ‘가격’이 22명(31.9%), ‘맛’이 18명(26.1%), ‘위생적인 면’이 14명(20.3%)로 높게 응답했으며, 대졸은 ‘가격’이 87명(39.7%), ‘맛’이 57명(26.0%), ‘위생적인 면’이 32명(14.6%), ‘모양과 색’이 25명(11.4%)순으로 나타났으며, 대학원졸은 ‘맛’이 14명(36.8%), ‘영양’이 8명(21.1%), ‘위생적인 면’이 6명(15.8%) 순으로 나타났다.

이를 통해 알 수 있듯이 학력별로 본 차이분석에서 고졸, 전문대졸, 대학원졸자들의 개선점에 대한 부분으로 가격, 맛, 위생적인 면을 지적했

고, 대학원졸 이상은 가격보다는 맛과 영양, 위생적인 면을 개선점으로 지적 했다.

<표 4-5> 학력별에 따른 일본음식의 전망과 개선점

변수명	항 목	학 력 별				합 계	자 유 도	N(%) χ^2
		고졸이하	전문대졸	대졸	대학원이상			
전 망	현재보다더적게	9(15.0)	6(8.7)	27(12.3)	2(5.3)	44(11.4)	6	$\chi^2=9.25$ $p=0.160$
	현재그대로	30(50.0)	31(44.9)	84(38.4)	2(5.3)	157(40.7)		
	현재보다더많이	21(35.0)	32(46.4)	108(49.3)	24(63.2)	185(47.9)		
	합계	60(100.0)	69(100.0)	219(100.0)	38(100.0)	386(100.0)		
개 선 점	영양		7(10.1)	7(3.2)	8(21.1)	22(5.7)	18	$\chi^2=50.54$ $p=0.000^{**}$
	맛	10(16.7)	18(26.1)	57(26.0)	14(36.8)	99(25.6)		
	모양과 색	2(3.3)	5(7.2)	25(11.4)	5(13.2)	37(9.6)		
	저장성	4(6.7)	3(4.3)	9(4.1)	2(5.3)	18(4.7)		
	위생적인 면	13(21.7)	14(20.3)	32(14.6)	6(15.8)	65(16.8)		
	포장상태	2(3.3)		2(0.9)		4(1.0)		
	가격	29(48.3)	22(31.9)	87(39.7)	3(7.9)	141(36.5)		
	합계	60(100.0)	69(100.0)	219(100.0)	38(100.0)	386(100.0)		

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

월 소득별로 일본음식에 대한 전망을 조사해 본 결과 $p<0.01$ 에서 유의한 결과를 보였으며, 100만원 미만의 소득자는 49명(45.8%), 200-249만원의 소득자는 28명(63.6%), 250-299만원의 소득자는 27명(61.4%)으로 ‘현재보다 더 많이’에 높게 응답했으며, 100-149만원의 소득자는 39명(45.3%), 150-199만원의 소득자는 34명(47.2%), 300만원 이상 소득자는 16명(48.5%)가 ‘현재 그대로’에 높게 응답했다.

월 소득별로 개선점에 대해 조사해 본 결과, 100만원 미만의 소득자는 ‘가격’이 56명(52.3%), ‘맛’이 18명(16.8%), 100-149만원의 소득자는 ‘맛’이 28명(32.6%), ‘위생적인 면’이 22명(25.6%), ‘가격’이 22명(25.6%), 150-199만원의 소득자는 ‘가격’이 31명(43.1%), ‘맛’이 18명(25.0%), 200-249만원의 소득자는 ‘가격’이 19명(43.2%), ‘맛’이 15명(34.1%), 300만

원 이상 소득자는 ‘맛’이 10명(30.3%), ‘모양과 색’이 9명(27.3%)으로 높게 응답을 했고, 250만원-299만원대의 소득자들은 ‘포장상태’를 제외한 나머지 항목에 비교적 고른 응답을 보였다.

전망에서는 ‘현재 그대로’이거나 ‘현재보다 더 많이’ 보급 될 것이라는 전망이 대다수였으며, 특히 200만원대 소득자들은 ‘현재보다 더 많이’ 보급 될 것이라고 생각하고 있다.

학력별에 따라 분류해 본 개선점에서도 가격과 맛, 위생상태가 개선해야 할 과제로 나타나고 있다.

<표 4-6>월 소득 별에 따른 일본음식의 전망과 개선점

변수명	항 목	월 소득별						합 계	자유도	X ²
		100만원 미만	100-149만원	150-199만원	200-249만원	250-299만원	300만원 이상			
전망	현재보다더적게	11(10.3)	13(15.1)	6(8.3)	10(22.7)	2(4.5)	2(6.1)	44(11.4)	10	X ² =25.23 p=0.005**
	현재 그대로	47(43.9)	39(45.3)	34(47.2)	6(13.6)	15(34.1)	16(48.5)	157(40.7)		
	현재보다더많이	49(45.8)	34(39.5)	32(44.4)	28(63.6)	27(61.4)	15(45.5)	185(47.9)		
	합계	107(100.0)	86(100.0)	72(100.0)	44(100.0)	44(100.0)	33(100.0)	386(100.0)		
개선점	영양	5(4.7)	4(4.7)	2(2.8)		8(18.2)	3(9.1)	22(5.7)	30	X ² =89.83 p=0.000***
	맛	18(16.8)	28(32.6)	18(25.0)	15(34.1)	10(22.7)	10(30.3)	99(25.6)		
	모양과 색	9(8.4)	2(2.3)	4(5.6)	4(9.1)	9(20.5)	9(27.3)	37(9.6)		
	저장성	7(6.5)	4(4.7)	3(4.2)		2(4.5)	2(6.1)	18(4.7)		
	위생적인 면	12(11.2)	22(25.6)	14(19.4)	6(13.6)	8(18.2)	3(9.1)	65(16.8)		
	포장상태		4(4.7)					4(1.0)		
	가격	56(52.3)	22(25.6)	31(43.1)	19(43.2)	7(15.9)	6(18.2)	141(36.5)		
	합계	107(100.0)	86(100.0)	72(100.0)	44(100.0)	44(100.0)	33(100.0)	386(100.0)		

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

직업별에 따른 일본음식의 전망과 개선점을 조사한 결과 <표4-7>에서 보는 바와 같이 p<0.001에서 모두 유의한 차이를 보였으며, ‘현재보다 더 적게’ 항목에 18명(24.3%)으로 가장 높은 응답을 보였으며, ‘현재 그대로’ 항목에는 전문직 종사원이 18명(75.0%), 주부가 7명(70.0%), ‘현재보다 더 많이’ 항목에는 공무원이 48명(67.6%), 학생이 23명(47.9%)순으

로 가장 높게 나타났다.

개선점에 있어서는 학생과 회사원, 자영업자, 주부, 공무원 모두 ‘가격’과 ‘맛’ 항목에 가장 높은 응답을 보였으며, 서비스 종사자가 ‘맛’ 항목에 18명(24.3%), ‘위생적인 면’ 항목에 18명(24.3%), ‘가격’ 항목에 19명(26.8%)으로 높은 응답을 했으며, 전문직 종사자들은 ‘가격’ 항목에 15명(62.5%), ‘저장성’ 항목에 4명(16.7%)으로 높은 응답을 하였다.

조사결과 전반적으로 ‘가격’에 대한 개선에 가장 높은 비중을 두고 있고, 그 다음으로 음식의 ‘맛’에 높은 비중을 두고 있는 것을 알 수 있다. 서비스업 종사자들은 ‘위생적인 면’에 대한 개선이 ‘가격’과 ‘맛’ 항목과 비슷한 비중을 두었으며, 전문직 종사자들은 저렴한 가격과 함께 오래 보관할 수 있는 형태의 메뉴를 바라고 있는 것을 알 수 있다.

<표 4-7> 직업별에 일본음식의 전망과 개선점

										N(%)	
변수명	항 목	직 업 별							합 계	자유도	X ²
		학생	회사원	자영업	주부	서비스업	공무원	전문직			
전망	현재보다더적게	8(16.7)	18(12.8)			18(24.3)			44(11.4)	12	X ² =55.46 p=0.000***
	현재 그대로	17(35.4)	59(41.8)	13(72.2)	7(70.0)	20(27.0)	23(32.4)	18(75.0)	157(40.7)		
	현재보다더많이	23(47.9)	64(45.4)	5(27.8)	3(30.0)	36(48.6)	48(67.6)	6(25.0)	185(47.9)		
	합계	48(100.0)	141(100.0)	18(100.0)	10(100.0)	74(100.0)	71(100.0)	24(100.0)	280(100.0)		
개선점	영양	3(6.3)	15(10.6)				4(5.6)		22(5.7)	36	X ² =79.68 p=0.000***
	맛	16(33.3)	38(27.0)	6(33.3)	3(30.3)	18(24.3)	17(23.9)	1(4.2)	99(25.6)		
	모양과 색		14(9.9)	1(5.6)		6(8.1)	14(19.7)	2(8.3)	37(9.6)		
	저장성		6(4.3)			5(6.8)	3(4.2)	4(16.7)	18(4.7)		
	위생적인 면	8(16.7)	21(14.9)	4(22.2)		18(24.3)	14(19.7)		65(16.8)		
	포장상태		2(1.4)					2(8.3)	4(1.0)		
	가격	21(43.8)	45(31.9)	7(38.9)	7(7.0)	27(36.5)	19(26.8)	15(62.5)	141(36.5)		
합계		48(100.0)	141(100.0)	18(100.0)	10(100.0)	74(100.0)	71(100.0)	24(100.0)	386(100.0)		

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

제 3 절 연구과제 분석

1. 연구과제 1의 분석결과

1) 표본의 기호도 분석

조사대상자들의 일식 레스토랑 메뉴에 대한 전반적인 기호도 평가 결과 <표 4-8>과 같은 자료를 얻었다. 연령별과 월 소득 별에 있어서는 전반적인 기호에 유의한 차이를 보이지 않았다. 반면, 성별($p<0.01$), 학력별($p<0.05$), 직업별($p<0.05$)에 따라서 유의한 차이를 보이고 있다.

차이를 보이는 항목 중에 성별로는 여성(3.77점)이 남성(3.72점)보다 조금 높았고, 학력별로는 고졸이하(3.89점)가 가장 높았으며, 대학원졸(3.80점), 대졸(3.72점), 전문대졸(3.64점)순으로 나타났으며, 직업별로는 주부(4.07점), 서비스업(3.81점), 공무원(3.80점), 전문직(3.78점), 자영업(3.72점), 회사원(3.68점), 학생(3.65점)순으로 나타났다.

전반적인 기호도 분석결과 여성이 남성보다 일식 메뉴에 대한 기호도가 높은 것을 알 수 있으며, 대졸(재학)이나 전문대졸(재학)의 평균 학력자보다 오히려 고졸이나 대학원졸 이상의 학력을 소지한 층에서 기호도가 높게 나타났다. 이것은 아직 학생인 응답자가 다소 많았던 것으로 보인다. 직업별에 따라서는 응답자 중 주부의 비율이 많지 않았기 때문에 기호도 평균을 적용하기는 어렵지만 대체적으로 일식 메뉴에 대해 좋아하고 있음을 알 수 있다.

<표 4-8> 표본의 전반적인 기호도

항 목	그 룹	Mean	SD	T-value F-value	P
성별	남성	3.72	0.44	-1.12	0.006**
	여성	3.77	0.48		
연령	20세 이하	3.66	0.53	0.46	0.763
	20-29세	3.76	0.47		
	30-39세	3.72	0.40		
	40-49세	3.76	0.49		
	50세 이상	3.80	0.46		
학력	고졸이하	3.89	0.44	3.67	0.013*
	전문대졸(재학포함)	3.64	0.45		
	대졸(재학포함)	3.72	0.48		
	대학원졸(재학포함)	3.80	0.30		
월소득	100만원 미만	3.74	0.46	0.85	0.515
	100만원~149만원	3.70	0.47		
	150만원~199만원	3.77	0.39		
	200만원~249만원	3.77	0.49		
	250만원~299만원	3.83	0.55		
	300만원 이상	3.64	0.40		
직업	학생	3.65	0.49	2.148	0.047*
	회사원	3.68	0.48		
	자영업	3.72	0.38		
	주부	4.07	0.22		
	서비스업	3.81	0.36		
	공무원	3.80	0.48		
	전문직	3.78	0.53		

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

일식 레스토랑 고객의 성별에 따른 일식 메뉴 기호도는 <표 4-9>에서 보는 바와 같다. 남 · 여 성별에 따른 기호도에 관한 차이분석(독립성 검증 T-test)을 실시한 결과 ‘생선회류’(p<0.001) ‘구이류(p<0.001)’ ‘조림류(p<0.01)’, ‘면류(p<0.05)’에서 유의한 차이가 나타났다.

차이를 보이는 항목 중에서 ‘생선회류’(남자 4.42점, 여자 4.16점), ‘구이

류’(남자 3.98점, 여자 3.81점) 항목에서 남자가 여자보다 높은 응답을 보이고 있으며, ‘조림류’(남자 3.52점, 여자 3.54점), ‘면류’(남자 3.82점, 여자 3.97점) 항목에서는 여자가 남자보다 높은 응답을 보이고 있다.

분석결과 ‘생선회류’ 항목에 포함된 광어회, 도미회, 전복회, 잡어회, 참치회나 ‘구이류’ 항목에 포함된 장어구이, 삼치구이, 된장절임 구이, 생선양념장 구이는 남자가 ‘조림류’ 항목에 포함된 도미조림, 닭고기 야채조림, 민물생선조림이나 ‘면류’ 항목에 포함된 우동, 소면, 메밀국수 등은 여자가 더 좋아하는 것을 알 수 있다.

이를 통해 고객이 회석요리나, 다른 세트 메뉴 주문 시 성별에 따른 변화를 주는 것도 좋은 마케팅 전략이 될 수 있을 것이다.

<표 4-9> 성별에 따른 일식 메뉴의 기호도

항 목	성 별				T	P
	남 성		여 성			
	Mean	SD	Mean	SD		
진미류	3.13	0.97	3.02	1.09	1.13	.342
진채류	3.38	0.94	3.16	0.95	2.29	.412
맑은국류	3.20	0.94	3.55	1.01	-3.55	.033*
생선회류	4.42	0.77	4.16	0.99	2.97	.000***
구이류	3.98	0.77	3.81	0.99	1.94	.000***
조림류	3.52	0.81	3.54	0.96	-0.14	.006**
튀김류	3.89	0.96	4.10	0.85	-2.34	.414
찜류	3.46	0.83	3.77	0.88	-3.51	.147
초회류	3.34	1.03	3.34	0.99	-0.02	.740
넙비요리류	4.00	0.86	4.09	0.76	-1.04	.103
면류	3.82	0.98	3.97	0.92	-1.56	.036*
초밥류	4.19	0.86	4.27	0.87	-0.86	.118
덮밥류	3.72	0.97	3.77	0.95	-0.47	.978
후식류	3.99	1.10	4.25	0.86	-2.60	.170

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

연령별에 따른 일식 메뉴의 기호도를 분석한 결과는 <표 4-10>과 같으며, 분석결과 ‘진미류(p<0.001)’, ‘생선회류(p<0.05)’, ‘후식류(p<0.01)’ 항목에서 유의한 차이가 나타났다.

차이를 보이는 항목 중에서 ‘진미류’에 포함된 ‘해삼창자젓’, ‘다랑어 내장젓갈’, ‘연어알’, ‘성게알’은 40대(3.52점), 50대(3.69)로 비교적 높게 나타

났으며, ‘생선회류’는 20대(4.36점), 30대(4.40점), 40대(4.16점), 50대 이상(4.38점)에서 모두 높게 나타났고, ‘후식류’는 20세 이하(4.14점), 20대(4.37점)에서 높게 나타났다.

결과로 보아 ‘진미류’는 소량이고 식사 전에 일식의 느낌을 최대한 가질 수 있는 메뉴에서는 비교적 40-50대의 고 연령층에서, ‘생선회류’는 20대 이상 모든 연령층에서, ‘후식류’에 포함된 ‘과일’, ‘양갱’, ‘일본식 과자’는 20대 이하 비교적 젊은 연령층에서 선호하는 것을 알 수 있다.

연령별에서 좋아 하는 메뉴만을 설정하여 40-50대의 연령층이 많이 방문할 경우 ‘진미류’에 다양한 변화를 줄 수 있을 것이고, 조사결과 젊은 연령대의 고객이 많다면, ‘후식류’에 변화로 메뉴관리를 제안한다.

<표 4-10> 연령별에 따른 일식 메뉴의 기호도

항 목	연 령										F	P
	20세이하		20-29세		30-39세		40-49세		50세 이상			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
진미류	2.75	0.89	2.80	0.95	3.30	1.10	3.52	1.01	3.69	0.48	7.79	.000***
전채류	3.11	0.57	3.03	0.97	3.50	0.91	3.67	0.93	3.46	0.78	2.10	.100
맑은국류	3.29	1.08	3.32	0.91	3.29	1.05	3.72	1.03	2.92	0.76	1.88	.132
생선회류	3.82	1.02	4.36	0.89	4.40	0.72	4.16	0.96	4.38	0.96	3.07	.028*
구이류	3.82	0.92	3.99	0.95	3.86	0.71	3.75	0.96	3.77	0.83	2.60	.053
조림류	3.68	0.82	3.99	0.95	3.86	0.71	3.75	0.96	3.77	0.83	2.15	.093
튀김류	3.68	0.77	4.17	0.82	3.96	1.04	3.71	0.94	3.85	0.89	2.18	.090
찜류	3.50	0.88	3.63	0.97	3.67	0.71	3.59	0.81	3.15	0.38	0.86	.460
초회류	3.25	1.46	3.38	1.03	3.15	0.83	3.45	0.85	3.77	1.30	1.97	.117
냄비류	4.29	0.81	4.03	0.83	4.03	0.754	3.97	0.82	4.08	1.04	0.68	.563
면류	3.54	0.92	4.00	1.01	3.74	0.93	4.10	0.72	4.09	0.09	2.67	.047
초밥류	4.43	0.63	4.30	0.92	4.10	0.72	4.09	1.00	4.54	0.52	1.42	.236
덮밥류	3.89	1.07	3.74	1.02	3.73	0.75	3.59	1.01	4.38	0.51	1.05	.370
후식류	4.14	0.89	4.37	0.83	3.85	1.06	3.80	1.22	4.08	0.86	4.18	.006**

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

학력별에 따른 일식 메뉴의 기호도는 ‘진미류(p<0.001)’, ‘전채류(p<0.001)’, ‘맑은국류(p<0.01)’, ‘튀김류(p<0.05)’, ‘후식류(p<0.001)’에서 유의한 차이를 보이고 있는데, ‘진미류’는 고졸이하(3.52점), 대학원이상(3.47점), ‘전채류’는 고졸이하(3.55점), ‘맑은국류’는 대학원이상(3.63점),

‘튀김류’는 고졸이하(4.20점), 대학원이상(4.16점), ‘후식류’는 고졸이하(4.50)에서 높게 나타났다.

분석결과 ‘진미류’, ‘생선회류’, ‘튀김류’는 전문대졸(재학포함)과 대졸(재학포함)자에서 재학생들이 일부 포함 되어 있어서 나온 결과임을 알 수 있고, 유의한 차이를 보인 항목 중에서 비교적 사회 활동이 많은 고졸이하와 대학원이상(재학포함)의 학력층 높게 나타났으며, 그중에서 ‘전채류’와 ‘후식류’는 저학력층에서 ‘맑은국류’에 포함된 ‘도미 맑은국’, ‘대합 맑은국’, ‘맑은 된장국’은 고학력층에서 선호하는 것을 알 수 있다.

<표 4-11> 학력별에 따른 일식 메뉴의 기호도

항 목	학 력								F	P
	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원이상			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
진미류	3.52	1.08	2.96	1.13	2.93	0.96	3.47	8.62	10.33	.000***
전채류	3.55	0.89	3.29	0.99	3.21	0.95	3.24	0.94	8.21	.000***
맑은국류	3.50	1.20	3.39	1.00	3.28	0.92	3.63	0.91	3.30	.011*
생선회류	4.35	0.88	4.04	0.87	4.32	0.93	4.55	0.60	3.06	.017*
구이류	3.70	1.08	3.74	0.85	3.99	0.85	3.97	0.72	1.10	.356
조림류	3.65	0.73	3.36	0.89	3.51	0.95	3.76	0.63	0.85	.498
튀김류	4.20	0.90	3.86	0.86	3.95	0.94	4.16	0.86	4.46	.002*
찜류	3.75	1.05	3.61	0.79	3.59	0.85	3.47	0.73	1.17	.324
초회류	3.50	1.00	3.35	0.84	3.35	1.08	3.00	0.77	1.18	.133
냄비요리류	4.07	0.86	4.00	0.73	4.02	0.85	4.21	0.70	0.77	.544
면류	4.17	0.87	3.77	0.94	3.83	1.01	4.03	0.64	2.28	.060
초밥류	4.22	0.87	4.04	0.77	4.30	0.91	4.32	0.74	2.14	.075
덮밥류	3.85	0.82	3.65	1.08	3.78	0.98	3.55	0.76	2.08	.082
후식류	4.50	0.75	3.97	1.06	4.10	1.04	3.89	0.89	6.81	.000***

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

월평균소득별에 따른 일식 메뉴의 기호도 차이는 ‘생선회류’, ‘튀김류’, ‘초회류’, ‘냄비요리류’, ‘초밥류’를 제외한 모든 항목에서 유의한 차이를 보였으며, 220-299만원대 소득자가 ‘진미류’(3.50점), ‘전채류’(3.66점), ‘맑은국류’(3.80점), ‘조림류’(3.77점), ‘냄비요리류’(4.16점), 200-249만원대 소득자가 ‘구이류’(4.23점), ‘찜류’(4.00점), ‘냄비요리류’(4.36점), ‘후식류’(4.32점), 100만원 미만 소득자는 ‘덮밥’(4.05점) 항목에 가장 높게 응답했으며,

비교적 200-300만원대의 중산층들이 여러 가지 일식 메뉴별 품목에 대해 좋아하는 정도가 높으며, ‘덮밥류’는 고급 일식 레스토랑이 아니어도 쉽게 접할수 있기 때문에 저소득층에서 많이 즐기고 있음을 알 수 있다.

<표 4-12> 월평균소득별에 따른 일식 메뉴의 기호도

항 목	월평균소득												F	P
	100만원미만		100-149만원		150-190만원		200-245만원		250-299만원		300만원이상			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
진미류	2.85	0.89	2.85	1.30	3.33	0.81	3.09	8.30	3.50	1.17	3.27	0.88	4.72	.000***
전채류	3.07	1.01	3.23	0.98	3.38	0.93	3.18	0.66	3.66	1.03	3.48	0.80	3.15	.008**
맑은국류	3.29	1.03	3.19	1.01	3.50	0.90	3.48	0.90	3.80	1.00	3.09	0.88	3.35	.006**
생선회류	4.15	0.96	4.42	0.83	4.35	0.825	4.32	0.83	4.30	1.05	4.30	0.77	0.96	.442
구이류	3.87	0.87	3.67	1.06	3.97	0.65	4.23	0.99	3.95	0.68	3.88	0.89	2.53	.029*
조림류	3.70	0.87	3.40	0.92	3.56	0.77	3.23	0.94	3.77	0.83	3.33	0.89	3.34	.006**
튀김류	4.04	1.03	3.97	0.87	4.06	0.79	4.09	0.71	4.05	1.06	3.55	0.87	1.86	.100
찜류	3.55	0.94	3.64	1.01	3.61	0.78	4.00	0.75	3.52	0.66	3.30	0.59	2.90	.014*
초회류	3.43	0.99	3.24	1.02	3.25	0.98	3.39	1.06	3.25	1.10	3.55	0.91	0.80	.548
냄비류	3.81	0.80	4.08	0.83	4.15	0.71	4.36	0.75	4.16	0.89	3.85	0.83	4.08	.001**
면류	4.06	1.01	3.88	0.87	3.76	0.88	3.64	1.24	4.09	0.80	3.70	0.77	2.22	.052
초밥류	4.30	0.88	4.22	0.69	4.32	1.01	3.98	0.82	4.11	1.04	4.33	0.69	1.29	.267
덮밥류	4.05	0.84	3.67	0.89	3.47	1.02	3.48	1.15	4.00	0.86	3.55	0.87	5.28	.000***
후식류	4.26	0.99	4.33	0.87	4.08	0.88	4.32	0.98	3.43	1.21	3.82	0.88	6.75	.000***

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

직업별에 따른 일식 메뉴의 기호도 차이의 분석결과 ‘구이류’와 ‘초회류’를 제외한 모든 항목에서 유의한 차이를 보였는데, 그 중에서 ‘맑은국류’, ‘생선회류’, ‘조림류’, ‘초밥류’, ‘후식류’ 항목에서 주부(4.00점, 5.00점, 4.00점, 4.80점, 4.80점)가 가장 높게 응답을 보였으며, ‘튀김류’(4.46점), ‘면류’(4.35점)는 학생, ‘진미류’(3.67점), ‘전채류’(4.17점)는 자영업, ‘냄비요리류’(4.23점)는 공무원, ‘찜류’(4.00점), ‘덮밥류’(4.21)는 전문직 종사자들이 가장 높은 응답을 하였다.

주부들이 전반적으로 일식 메뉴에 대한 기호도가 높게 나타났으며, 학생들은 쉽게 접할 수 있는 ‘튀김류’나 ‘면류’, 자영업자들은 메뉴의 처음에 나오는 ‘진미류’나 ‘전채류’를 좋아하며, 공무원과 전문직 종사자들은

‘멤비요리류’나 ‘찜류’, ‘덮밥류’와 같은 함께 먹을 수 있는 음식을 즐기는 것을 알 수 있다.

<표 4-13> 직업별에 따른 일식 메뉴의 기호도

항 목	직 업 별														F	P
	학생		회사원		자영업		주부		서비스업		공무원		전문직			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
진미류	2.44	0.82	3.22	1.11	3.67	0.91	3.20	0.92	3.08	0.93	3.24	0.93	2.54	0.93	6.43	.000***
전채류	2.60	1.13	3.33	0.87	4.17	1.10	3.80	0.42	3.38	0.81	3.32	0.79	2.96	1.12	8.76	.000***
맑은국류	2.96	1.01	3.38	0.98	2.89	0.90	4.00	1.33	3.50	0.82	3.52	1.07	3.33	0.82	3.40	.003**
생선회류	4.04	1.07	2.28	0.82	4.22	0.73	5.00	.000	4.49	0.83	4.31	0.84	4.00	1.22	2.82	.011*
구이류	3.69	1.11	3.79	0.87	3.72	0.83	4.30	0.48	4.08	0.89	4.00	0.72	4.00	0.98	2.00	.064
조림류	3.46	1.05	3.40	0.85	3.28	0.96	4.00	0.00	3.58	0.76	3.62	0.92	3.967	0.91	2.40	.027*
튀김류	4.46	0.65	3.99	0.89	3.44	0.98	4.00	0.82	3.69	0.88	4.06	1.00	4.21	0.98	5.10	.000***
찜류	3.27	1.03	3.55	0.85	3.94	0.80	3.30	0.48	3.65	0.85	3.75	0.77	4.00	0.83	3.27	.004**
초회류	3.15	1.05	3.33	0.92	3.83	0.62	3.80	0.92	3.28	1.18	3.46	0.98	3.00	1.02	2.08	.055
멤비류	3.90	0.75	4.00	0.85	3.83	0.86	4.20	0.42	4.19	0.79	4.23	0.74	3.67	0.96	2.49	.023*
면류	4.35	0.96	3.78	0.95	3.56	0.86	3.80	1.32	3.90	0.96	3.79	0.84	4.17	0.92	3.16	.005**
초밥류	4.23	0.81	4.09	0.91	3.89	0.96	4.80	0.42	4.46	0.69	4.21	0.97	4.42	0.78	2.91	.009**
덮밥류	4.19	0.79	3.50	0.94	3.78	0.88	4.00	0.82	3.59	1.10	3.87	0.87	4.21	0.72	5.10	.000***
후식류	4.33	0.83	3.90	1.04	3.83	0.92	4.80	0.42	4.51	0.80	3.83	1.16	4.50	0.59	6.49	.000***

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

2) 표본의 섭취빈도 분석

표본의 일식 메뉴의 전반적인 섭취빈도 평가 결과로 <표 4-14>와 같은 자료를 얻었다. 월 소득별, 직업별에 있어서는 전반적인 섭취빈도에 차이가 없는 것으로 나타났다. 반면 성별, 연령별, 학력별에 따라서는 ‘p<0.01’의 유의수준에서 유의한 차이를 보이고 있다.

차이를 보이는 항목 중에서 성별로는 남성(3.28점)이 여성(3.25점)보다 조금 높았으며, 연령별로는 20-29세(3.36점)가 가장 높은 섭취빈도를 보였으며, 20세 이하(3.31점), 30-39세(3.21점), 50세 이상(3.15점), 40-49세(3.10점)순으로 나타났으며, 비교적 젊은 연령층이 고 연령층보다 섭취빈

도가 높음을 알 수 있다.

학력별로는 고졸이하(3.33점)가 가장 높은 섭취빈도를 보였고, 대졸(3.30점), 전문대졸(3.26점), 대학원졸(2.98점)순으로 나타났다. 이를 통해 비교적 저 학력층에서 섭취빈도가 높음을 알 수 있다.

<표 4-14> 표본의 전반적인 섭취빈도

항 목	그 룹	Mean	SD	T-value F-value	P
성별	남성	3.28	0.56	0.71	0.010*
	여성	3.25	0.44		
연령	20세 이하	3.31	0.43	3.92	0.004**
	20-29세	3.36	0.54		
	30-39세	3.21	0.43		
	40-49세	3.10	0.50		
	50세 이상	3.15	0.45		
학력	고졸이하	3.33	0.61	4.82	0.003**
	전문대졸(재학포함)	3.26	0.51		
	대졸(재학포함)	3.30	0.49		
	대학원졸(재학포함)	2.98	0.31		
월소득	100만원 미만	3.36	0.52	2.14	0.060
	100만원~149만원	3.21	0.50		
	150만원~199만원	3.30	0.44		
	200만원~249만원	3.31	0.56		
	250만원~299만원	3.09	0.45		
	300만원 이상	3.22	0.55		
직업	학생	3.26	0.50	1.54	0.165
	회사원	3.23	0.51		
	자영업	3.19	0.50		
	주부	3.29	0.45		
	서비스업	3.42	0.58		
	공무원	3.20	0.44		
	전문직	3.22	0.37		

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

일식 메뉴에 대한 남·녀 성별에 따른 섭취빈도에 관한 차이분석(독립성 검정 T-테스트)을 실시한 결과 ‘맑은국류(p<0.001)’, ‘찜류(p<0.01)’, ‘후식류(p<0.05)’에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

‘맑은국류’(남자 2.41점, 여자 2.78점), ‘찜류’(남자 2.70점, 여자 2.98점), ‘후식류’(남자 3.61점, 여자 3.83점) 모두에서 여자가 남자보다 더 많은

섭취를 하고 있는 것으로 나타났다.

이를 통해 알 수 있듯이 여자가 남자보다 섭취빈도가 다소 높음을 알 수 있다.

<표 4-15> 성별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도

항 목	성 별				T	P
	남 성		여 성			
	Mean	SD	Mean	SD		
진미류	1.87	0.96	1.96	0.89	-0.97	.331
전채류	2.19	0.93	2.15	0.83	0.47	.635
맑은국류	2.41	0.96	2.78	0.96	-3.69	.000***
생선회류	2.85	0.91	2.89	0.66	-0.50	.617
구이류	2.77	0.91	2.72	0.88	0.57	.568
조림류	2.68	1.07	2.60	0.79	0.79	.430
튀김류	2.86	0.93	2.92	0.62	-0.65	.515
찜류	2.70	1.02	2.98	0.78	-3.04	.003**
초회류	2.35	0.89	2.30	0.81	0.65	.516
냄비요리류	2.53	0.91	2.55	0.79	-0.22	.827
면류	3.32	0.85	3.19	0.77	1.61	.108
초밥류	3.11	0.73	3.07	0.75	0.52	.603
덮밥류	2.78	0.96	2.62	0.75	1.75	.081
후식류	3.61	1.10	3.83	0.98	-2.06	.040*

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

연령별에 따른 섭취빈도의 분석결과 ‘전채류(p<0.001)’, ‘맑은국류(p<0.001)’, ‘생선회류(p<0.01)’, ‘전채류(p<0.05)’, ‘맑은국류(p<0.05)’, ‘구이류(p<0.05)’, ‘냄비류’(p<0.001), ‘후식류(p<0.001)’가 차이를 보이는 것으로 나타났다.

‘전채류’(2.88점), ‘맑은국류’(2.99점), ‘생선회류’(3.06점), ‘조림류’(2.92점)는 40대, ‘진미류’(2.53점)는 50세 이상, ‘구이류’, ‘후식류’는 30대, ‘냄비류’는 20세 이하에서 가장 높게 응답했다.

차이를 보인 항목 중에 ‘생선회류’와 ‘진미류’는 각각 40대(3.96점, 2.50점), 50대(3.00점, 2.53점), 30대(2.96점, 2.03점), 20대(2.79점, 1.64점), 20대 이하(2.50점, 1.54점)순으로 비교적 고 연령층에서 섭취빈도가 높고 저 연

령층으로 갈수록 섭취빈도가 낮다.

분석결과로 알 수 있듯이 연령층에 따라 섭취하는 빈도의 차이를 보이는 메뉴들이 있다. 이러한 메뉴들을 고객의 연령대가 많이 찾는 시간대에 홍보나 권유를 하고 식재료를 다량 구입함으로써 메뉴관리방안을 마련 할 수 있을 것이다.

<표 4-16> 연령별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도

항 목	연 령										F	P
	20세이하		20-29세		30-39세		40-49세		50세 이상			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
진미류	1.54	0.79	1.64	0.82	2.03	0.85	2.50	1.02	2.53	0.52	16.34	.000***
전채류	2.07	0.98	1.91	0.85	2.12	0.72	2.88	0.72	2.70	0.75	19.93	.000***
맑은국류	2.57	1.14	2.57	1.02	2.40	0.87	2.99	0.87	2.23	0.73	4.31	.002**
생선회류	2.50	0.84	2.79	0.83	2.96	0.79	3.06	0.68	3.00	0.58	3.35	.010*
구이류	2.86	1.08	2.60	0.92	2.99	0.71	2.74	0.95	2.85	0.69	3.18	.014*
조림류	2.79	0.79	2.50	1.02	2.67	0.97	2.92	0.75	2.69	0.48	2.84	.024*
튀김류	2.60	0.95	2.88	0.85	3.02	0.71	2.85	0.69	2.84	0.68	1.55	.186
찜류	3.17	0.77	2.72	0.96	2.83	0.92	2.97	0.89	2.84	0.38	2.02	.091
초회류	2.42	0.84	2.27	0.92	2.27	0.81	2.46	0.75	2.38	0.51	0.85	.495
냄비류	3.03	0.64	2.31	0.85	2.45	0.85	2.97	0.71	3.00	0.58	12.38	.000***
면류	3.14	1.07	3.30	0.90	3.38	0.62	3.07	0.71	3.15	0.69	1.71	.147
초밥류	2.86	0.59	3.08	0.78	3.27	0.66	3.00	0.77	3.00	0.57	2.38	.051
덮밥류	2.64	0.49	2.66	0.98	2.68	0.79	2.77	0.79	3.15	0.69	1.11	.352
후식류	3.43	0.79	3.76	1.03	4.00	1.05	3.36	1.12	3.46	0.78	4.63	.001**

* p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

학력별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도의 분석결과 ‘진미류(p<0.001)’, ‘전채류(p<0.001)’, ‘맑은국류(p<0.05)’, ‘생선회류(p<0.01)’, ‘조림류(p<0.05)’, ‘냄비요리류(p<0.001)’, ‘덮밥류(p<0.01)’에서 차이를 보이는 것으로 나타났다.

모두 대학원 이상의 학력에서 ‘진미류(2.42점)’, ‘전채류(2.79점)’, ‘맑은국류(3.05점)’, ‘생선회류(3.26점)’, ‘조림류(3.02점)’, ‘냄비요리류(3.21점)’, ‘덮밥류(2.95점)’에서 가장 높은 섭취빈도를 보였고, 나머지 학력 층에서는 비교적 비슷한 섭취 분포를 보였다.

분석결과 대학원 이상의 학력에서 섭취빈도가 높았는데, 비교적 높은

학력 층에서 섭취빈도가 높음을 알 수 있다. 그러나 섭취빈도에 대한 5점 리커트 척도 점수가 비교적 높지 않은 관계로 일식메뉴이지만 한국인의 식습관에 맞는 메뉴의 개발이 요구된다.

<표 4-17> 학력별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도

항 목	학 력								F	P
	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원이상			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
진미류	2.03	1.15	2.03	0.95	1.75	0.84	2.42	0.72	6.90	.000***
전채류	2.35	0.94	2.21	0.76	2.00	0.87	2.79	0.74	10.43	.000***
맑은국류	2.52	1.10	2.53	0.93	2.55	0.95	3.05	0.87	3.23	.022*
생선회류	2.68	0.97	2.80	0.72	2.87	0.79	3.26	0.45	4.48	.004**
구이류	2.70	1.18	2.61	0.81	2.76	0.86	2.97	0.72	1.44	.231
조림류	2.70	0.98	2.49	0.83	2.61	0.99	3.02	0.67	2.85	.037*
튀김류	2.83	0.81	2.96	0.83	2.86	0.82	3.02	0.59	0.71	.549
찜류	2.83	1.25	3.00	0.79	2.77	0.88	2.89	0.76	1.19	.313
초회류	2.15	0.86	2.31	0.88	2.42	0.84	2.44	0.79	1.16	.325
냄비요리류	2.32	1.00	2.59	0.75	2.47	0.83	3.21	0.53	10.51	.000***
면류류	3.08	0.90	3.31	0.74	3.30	0.85	3.18	0.61	1.35	.258
초밥류	2.92	0.81	3.06	0.74	3.13	0.71	3.21	0.78	1.68	.170
덮밥류	2.35	0.78	2.77	0.84	2.73	0.93	2.95	0.52	4.66	.003**
후식류	3.92	0.89	3.71	1.19	3.64	1.07	3.82	0.87	1.23	.297

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 4-18>에서 나타난 바와 같이 월평균소득별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도에 관한 분석에서 ‘진미류(p<0.001)’, ‘전채류(p<0.001)’, ‘조림류(p<0.05)’, ‘튀김류(p<0.01)’, ‘초회류(p<0.001)’, ‘냄비요리류(p<0.001)’, ‘초밥류(p<0.01)’, ‘덮밥류’(p<0.05), ‘후식류(p<0.001)’가 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

유의 항목 중에서 ‘냄비요리’ 항목에 포함된 ‘대게 샤브샤브’, ‘쇠고기 전골’, ‘해삼물 모듬냄비’는 250-299만원(2.97점), 300만원 이상(2.96점)의 소득자에게서 가장 높게 응답이 되었으며, ‘조림류’(2.61점), ‘초밥류’(3.19점), ‘후식류’(4.01점)는 각각 100-149만원대의 소득자가 가장 많이 섭취하고 있었으며, 300만원 이상은 ‘진미류’(2.43점), 200-249만원대는 ‘초회

류'(2.38점), 150-199만원대는 '전채류'(2.70점), '튀김류'(2.86점)가 가장 높은 섭취빈도를 보였다. 그 이외에는 비교적 고른 섭취빈도를 보였다.

월 소득별에 따라서는 한 부분으로 집중되지 않고 비교적 고른 섭취빈도를 보였다.

<표 4-18> 월평균소득별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도

항 목	월평균소득												F	P
	100만원미만		100-149만원		150-199만원		200-249만원		250-299만원		300만원이상			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
진미류	1.65	0.81	1.86	1.07	1.80	0.74	1.97	0.82	2.38	0.99	2.43	0.83	6.78	.000***
전채류	2.02	0.88	2.05	0.97	2.70	0.74	2.11	0.72	2.65	0.94	2.60	0.70	5.70	.000***
맑은국류	2.54	1.08	2.44	0.98	2.69	0.97	2.56	0.94	2.84	0.71	2.60	0.86	1.21	.304
생선회류	2.76	0.98	3.00	0.79	2.84	0.64	2.84	0.71	2.88	0.54	2.88	0.82	0.84	.521
구이류	2.70	0.97	2.73	1.06	2.80	0.70	2.70	0.97	2.84	0.64	2.75	0.71	0.26	.933
조림류	2.76	1.06	2.61	0.99	2.48	0.90	2.38	0.86	2.97	0.69	2.57	0.75	2.61	.025*
튀김류	2.82	0.87	2.95	0.87	2.86	0.69	2.72	0.75	3.31	0.63	2.66	0.59	3.80	.002**
찜류	2.87	0.97	2.89	1.08	2.62	0.81	2.97	1.02	2.79	0.66	2.81	0.52	1.10	.359
초회류	2.16	0.79	2.65	0.83	2.00	0.78	2.38	1.03	2.47	0.79	2.36	0.65	6.08	.000***
냄비류	2.30	0.79	2.62	0.88	2.59	0.91	2.09	0.70	2.97	0.73	2.96	0.63	9.13	.000***
면류	3.25	0.97	3.31	0.77	3.40	0.72	3.06	0.87	3.11	0.61	3.27	0.72	1.29	.270
초밥류	2.89	0.75	3.19	0.77	3.17	0.63	3.11	0.78	2.97	0.76	3.15	0.56	3.10	.009**
덮밥류	2.69	0.89	2.73	0.83	2.43	0.86	2.75	1.01	3.02	0.66	2.75	0.79	2.74	.019*
후식류	3.56	1.14	4.01	0.72	3.93	0.96	3.93	1.16	3.43	1.08	3.03	0.98	6.72	.000***

*p<0.05, **P<0.01, ***p<0.001

<표 4-19>에서 나타난 바와 같이 직업별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도에 관한 분석에서 '진미류(p<0.001)', '전채류(p<0.05)', '맑은국(p<0.01)', '조림류(p<0.01)', '튀김류(p<0.001)', '찜류(p<0.01)', '냄비류(p<0.001)', '후식류(p<0.05)'가 유의한 차이를 보였다.

유의한 차이를 보인 항목 중에서 학생은 '튀김류'(3.35점), 회사원은 '냄비류'(2.66점), 자영업자는 '진미류'(2.44), '전채류'(2.77점), '찜류'(3.33점), 주부는 '후식'(4.20점), 공무원은 '맑은국류'(2.88점), 전문직 종사원은 '조림류'(3.16점)가 가장 높은 섭취빈도를 보였다.

분석결과를 통해 보면 학생과 주부, 전문직 종사원의 경우 일식 레스토랑에 방문하지 않아도 접할 수 있는 메뉴로 우리 식탁에서도 쉽게 만날 수 있는 음식들이다. 일식 메뉴에서도 한식메뉴와 비슷한 거부감이 없는 메뉴가 고객들의 섭취빈도에도 영향을 준다는 것을 알고 한국인의 입맛에 맞는 메뉴개발이 섭취빈도를 높일 수 있을 것이다.

<표 4-19> 직업별에 따른 일식 메뉴의 섭취빈도

항 목	직 업 별														F	P
	학생		회사원		자영업		주부		서비스업		공무원		전문직			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
진미류	1.62	0.78	2.00	0.97	2.44	1.04	2.00	0.00	1.67	0.82	2.22	0.94	1.33	0.48	6.25	.000***
전채류	1.91	0.91	2.17	0.81	2.77	1.00	2.60	0.51	2.13	1.01	2.23	0.83	2.00	0.72	2.80	.011*
맑은국류	2.27	0.98	2.65	0.99	2.27	0.82	2.50	1.35	2.37	1.04	2.88	0.70	2.87	0.94	3.50	.002**
생선회류	2.77	0.90	2.96	0.68	3.00	0.76	3.10	0.73	2.68	0.94	2.87	0.73	2.79	0.88	1.34	.234
구이류	2.72	0.86	2.68	0.83	2.94	0.99	2.90	0.87	2.54	1.13	2.94	0.65	2.95	0.90	1.76	.105
조림류	2.95	1.16	2.58	0.89	2.61	0.84	2.60	0.51	2.31	0.99	2.74	0.82	3.16	0.76	4.07	.001**
튀김류	3.35	0.72	3.00	0.67	2.27	0.46	2.50	0.52	2.52	0.90	2.91	0.80	3.00	0.83	8.84	.000***
찜류	2.60	1.12	2.84	0.80	3.33	0.84	2.30	0.48	2.63	1.11	2.96	0.76	3.29	0.69	3.89	.001**
초회류	2.50	1.05	2.36	0.83	2.44	0.70	2.30	0.48	2.22	0.92	2.32	0.77	1.91	0.50	1.53	.166
냄비류	2.18	0.70	2.66	0.85	2.22	0.73	2.50	0.52	2.31	1.00	2.87	0.69	2.50	0.78	5.36	.000***
면류	3.45	1.03	3.26	0.73	3.27	0.82	3.00	0.66	3.27	0.88	3.07	0.76	3.41	0.77	1.43	.200
초밥류	3.29	0.65	3.03	0.76	3.00	0.76	3.00	0.66	3.12	0.72	3.14	0.78	2.87	0.61	1.22	.297
덮밥류	2.83	0.90	2.74	0.84	2.94	0.93	2.50	0.52	2.47	1.11	2.63	0.59	3.00	0.72	1.99	.066
후식류	3.89	1.07	3.68	1.05	3.83	1.09	4.20	1.03	3.83	0.86	3.36	1.09	3.83	1.16	2.21	.042*

*p<0.05, **P<0.01, ***p<0.001

2. 연구과제 2의 분석결과

본 연구에서 제안된 연구과제 2의 분석을 실행하기 위하여 메뉴별 중요도와 실행도의 평균값에 대하여 대응표본 t-test를 실시하였다.

중요도와 실행도 항목에 있어서 대응표본 t-test를 실시한 결과는 <표 4-20>과 같이 나타났다.

중요도에 관한 평균 순위 결과 ‘생선회류’(4.38), ‘초밥류’(4.31), ‘구이

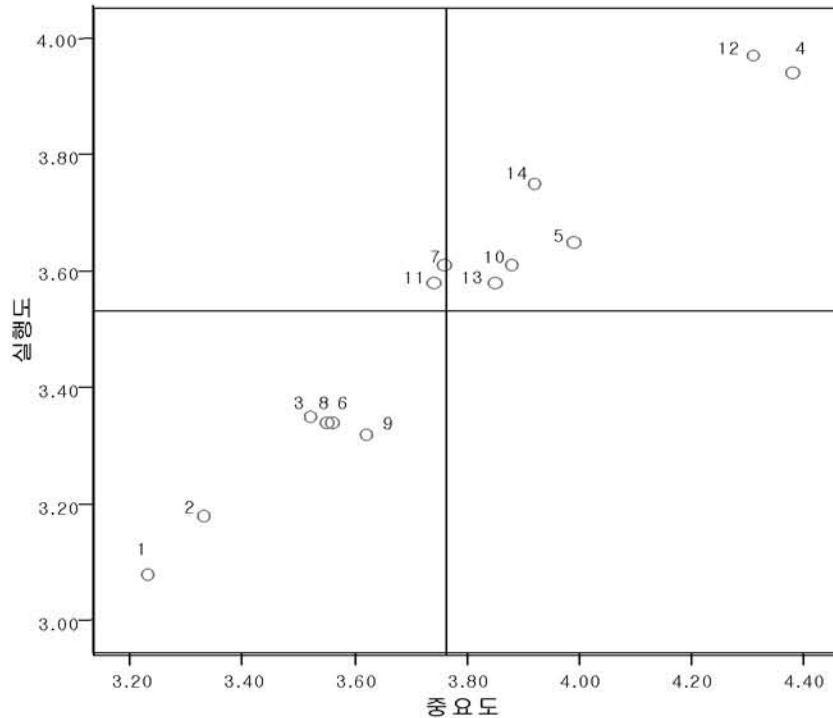
류'(3.99), '후식류'(3.92), '냄비요리'(3.88)에 대해 특히 중요시 여기고 있었고, '진미류'(3.23)나 '전채류'(3.33)는 상대적으로 중요성 인식에 있어 낮은 순위를 나타냈다.

또한 일식 메뉴의 실행도(만족도)평균을 살펴보면 '초밥류'(3.97), '생선회류'(3.94), '후식류'(3.75), '구이류'(3.65), '튀김류'(3.61)에 대해 만족하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 중요도 평균에서와 같이 실행도에서도 '진미류'(3.08)와 '전채류'(3.18)에 대해서는 5점 리커트 척도의 평균점 3점은 넘었지만 상대적으로 만족하는 순위가 가장 낮음을 알 수 있다.

<표 4-20> 메뉴별 품질의 대응표본 t-test 결과

	항 목	중요도		실행도(만족도)		t값	p값
		평균	순위	평균	순위		
1	진미류	3.23	14	3.08	14	2.982	.003***
2	전채류	3.33	13	3.18	13	3.564	.000***
3	맑은 국류	3.55	11	3.34	11	4.774	.000***
4	생선회류	4.38	1	3.94	2	10.526	.000***
5	구이류	3.99	3	3.65	4	7.648	.000***
6	조림류	3.52	12	3.35	10	4.089	.000***
7	튀김류	3.76	7	3.61	5	3.809	.000***
8	찜류	3.56	10	3.35	9	5.019	.000***
9	초회류	3.62	9	3.32	12	6.078	.000***
10	냄비요리류	3.88	5	3.60	6	6.144	.000***
11	면류	3.74	8	3.58	7	3.665	.000***
12	초밥류	4.31	2	3.97	1	7.957	.000***
13	덮밥류	3.85	6	3.57	8	6.165	.000***
14	후식류	3.92	4	3.75	3	3.276	.000***
전체평균		3.76		3.52			

*** p < 0.001

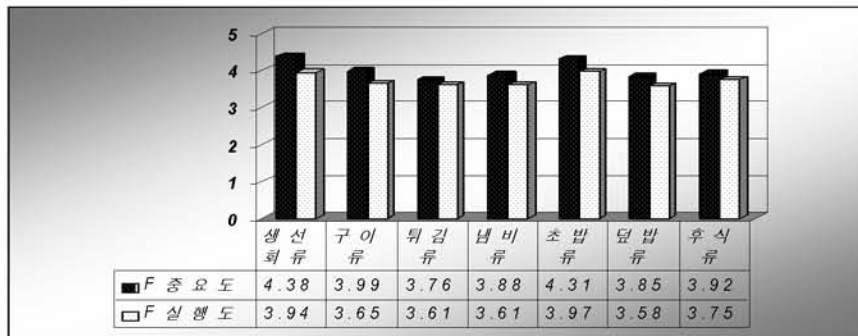


[그림 4-1] 메뉴별 중요도-실행도 분석 결과

주: 1.진미류, 2. 전채류, 3. 맑은 국류, 4. 생선회류, 5. 구이류, 6. 조림류, 7. 튀김류, 8. 찜류, 9. 초회류, 10. 냄비요리류, 11. 면류, 12. 초밥류, 13. 덮밥류, 14. 후식류

1. 제 1 사분면(좋은 성과 계속 유지)

메뉴별 품질 속성에 대한 중요도가 전체 평균보다 높고, 실행도(만족도) 또한 평균보다 높게 나타난 결과이다<그림4-2>. 그 항목으로는 ‘생선회류’, ‘구이류’, ‘튀김류’, ‘냄비요리류’, ‘초밥류’, ‘덮밥류’, ‘후식류’가 있으며, 중요도와 함께 실행도(만족도)에서도 일식 레스토랑을 이용하는 고객들에게 높게 지각하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 이 변수들은 현재도 잘 지켜지고 있지만 앞으로도 지속적으로 유지시켜 주어야 한다.

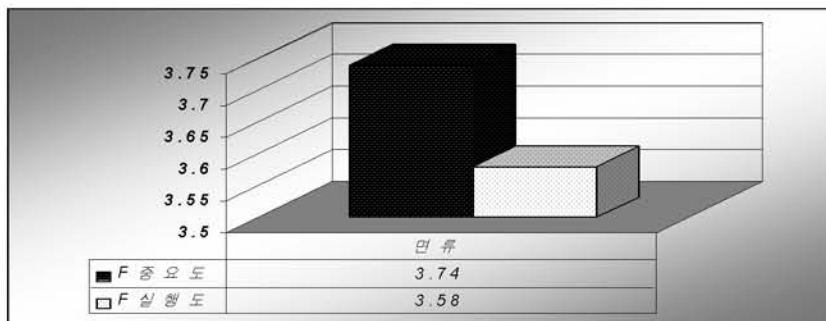


[그림 4-2] 기존의 좋은 성과 계속 유지(1사분면)

2. 제 2 사분면(과잉노력 지양)

중요한 항목으로 인식하고 있지는 않은 반면 그 실행도는 평균에 비해 높게 나타난 항목으로 ‘면류’가 분석되었다.

일식의 메뉴 구성, 특히 회석요리의 구성에서 ‘면류’의 사용에 있어, 고객에게 만족을 줄 수 있는지 신중하게 고려해야 하겠다.

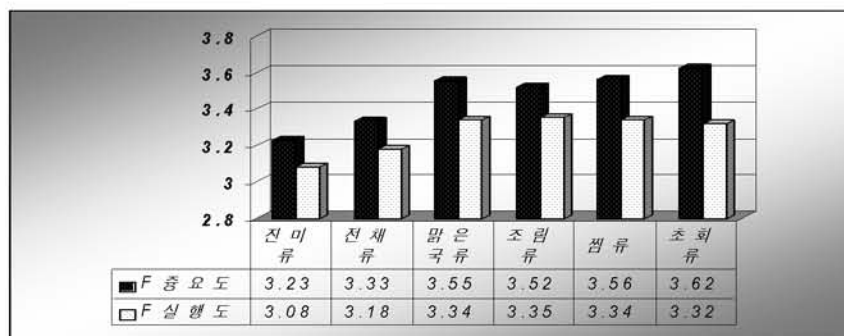


[그림 4-3] 집중 관리면(2사분면)

3. 제 3 사분면(낮은 우선순위)

중요도와 실행도가 모두 낮게 나타나는 변수들로는 ‘진미류’, ‘전채류’, ‘맑은국류’, ‘조림류’, ‘찜류’, ‘초회류’로 나타났다.

실질적으로 이 메뉴들은 일식 레스토랑에서 회석요리의 한 부분으로 차지하고 있는 것들이 대부분이다. 1사분면에 위치한 메뉴들과는 다르게 일식 레스토랑 메뉴관리자들도 중요하게 생각하지 않고, 이를 이용하는 고객들도 크게 중요하게 생각하지 않는 메뉴인 것이다. 따라서 이를 개선하기 위한 투자비용은 현재 이상의 노력은 불필요하다고 사료된다.



[그림 4-4] 낮은 중요도(3사분면)

3. 연구과제 3의 분석결과

메뉴와 동일한 방법으로 메뉴 품질별 속성에 대한 중요도와 실행도(만족도)의 차이를 분석하기 위하여 중요도와 실행도의 평균값에 대하여 대응표본(paired samples) t-test를 실시하여 <표 4-21>와 같은 결과를 얻었다. 분석결과 일식 레스토랑의 메뉴품질별 속성의 중요도와 실행도는 차이가 있는 것으로 나타났으며, 평균적으로 중요도가 실행도보다 높은 것으로 나타나 일식 레스토랑의 메뉴품질별 속성이 고객의 기대보다 낮은 것으로 나타났다.

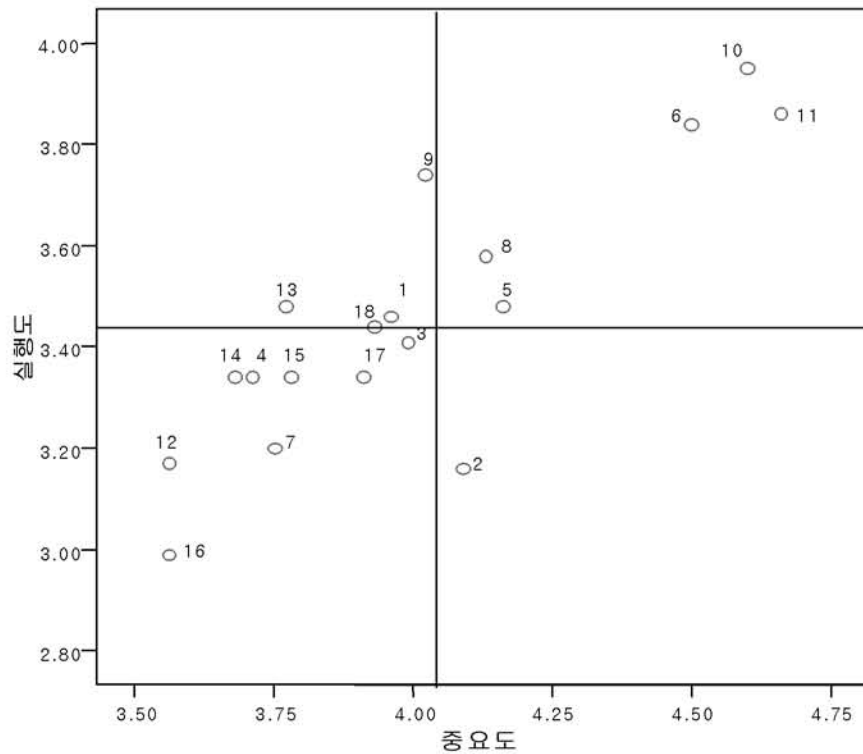
메뉴 품질별 속성의 중요도에서는 ‘음식의 신선도’(4.66), ‘음식의 청결성’(4.60), ‘음식의 맛’(4.50), ‘메뉴의 독창성’(4.16), ‘음식의 영양’(4.13)순으로 높게 나타났으며, ‘요리에 대한 설명’(3.55), ‘음식의 크기’(3.56), ‘요리의 향기’는 비교적 낮은 중요도를 보였다. 이에 따른 실행도(만족도)는 ‘음식의 청결성’(3.95), ‘요리의 신선도’(3.86), ‘음식의 맛’(3.85), ‘음식의 시

각적 요소'(3.74)순으로 높게 나타났으며, '요리에 대한 설명'(2.99), '메뉴의 가격'(3.16), '음식의 크기'(3.17)은 상대적으로 낮게 나타났다. 전반적인 분석결과 메뉴에 대한 신선도, 청결성, 맛, 독창성, 영양 등 다양한 형태의 중요도를 가지고 있지만 직접 메뉴를 접해본 결과 메뉴의 청결성, 신선도, 맛, 시각적 요소 등 일식 메뉴에 어울리는 신선하고 청결함, 음식의 맛과 '눈으로 먹는 요리'라고 일컬어지는 시각적인 부분에 의해 만족도가 높게 나타나는 것을 알 수 있다.

<표 4-21> 메뉴품질속성의 대응표본 t-test 결과

	항 목	중요도		실행도(만족도)		t값	p값
		평균	순위	평균	순위		
1	메뉴의 계절성	3.96	9	3.46	8	10.066	.000***
2	메뉴의 가격	4.09	6	3.16	14	15.502	.000***
3	메뉴의 온도	3.99	8	3.41	9	11.946	.000***
4	메뉴의 정통성	3.71	15	3.34	11	6.430	.000***
5	메뉴의 독창성	4.16	4	3.47	7	11.719	.000***
6	음식의 맛	4.50	3	3.85	3	14.070	.000***
7	음식의 양	3.75	14	3.20	12	9.199	.000***
8	음식의 영양	4.13	5	3.58	5	12.349	.000***
9	음식의 시각적 요소	4.02	7	3.74	4	5.120	.000***
10	음식의 청결성	4.60	2	3.95	1	13.519	.000***
11	음식의 신선도	4.66	1	3.86	2	15.858	.000***
12	음식의 크기	3.56	17	3.17	13	8.566	.000***
13	요리의 색깔	3.77	13	3.48	6	6.819	.000***
14	요리의 향기	3.68	16	3.34	11	7.196	.000***
15	요리의 질감	3.78	12	3.34	11	9.112	.000***
16	요리에 대한 설명	3.55	18	2.99	15	10.001	.000***
17	건강식의 유무	3.91	10	3.34	11	10.563	.000***
18	재료와 조리법	3.93	11	3.44	10	9.392	.000***
전체평균		4.04		3.45			

*** p < 0.001



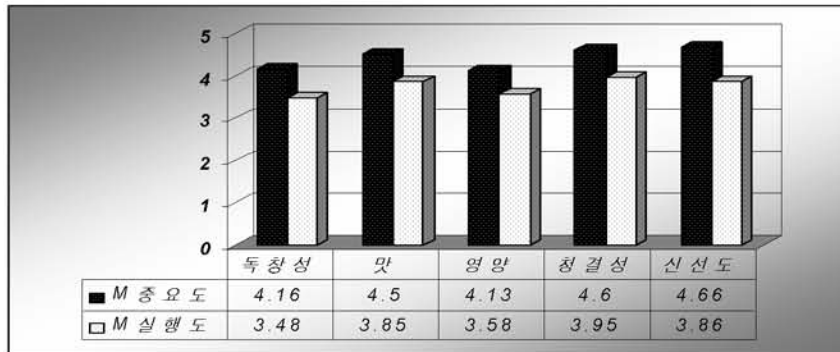
[그림 4-5] 메뉴품질 속성에 대한 중요도-실행도 분석

주; 1. 메뉴의 계절성, 2. 메뉴의 가격, 3. 메뉴의 온도, 4. 메뉴의 정통성, 5. 메뉴의 독창성, 6. 음식의 맛, 7. 음식의 양, 8. 음식의 영양, 9. 음식의 시각적 요소, 10. 음식의 청결성, 11. 음식의 신선도, 12. 음식의 크기, 13. 요리의 색깔, 14. 요리의 향기, 15. 요리의 질감, 16. 요리에 대한 설명, 17. 건강식의 유무, 18. 재료와 조리법

1. 제 1 사분면(좋은 성과 계속 유지)

높은 중요도에 따라 실행도(만족도)도 평균보다 높게 나타난 결과이다 <그림4-2>. 그 항목으로는 ‘독창성’, ‘맛’, ‘영양’, ‘청결성’, ‘신선도’가 중요하게 생각하는 것과 동시에 실행도(만족도)도 높게 나타나 이러한 메뉴들이 일식 레스토랑을 이용하는 고객들에게 높게 지각하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 이 변수들은 현재도 잘 지켜지고 있지만 앞으로도

지속적으로 유지시켜 주어야 한다.

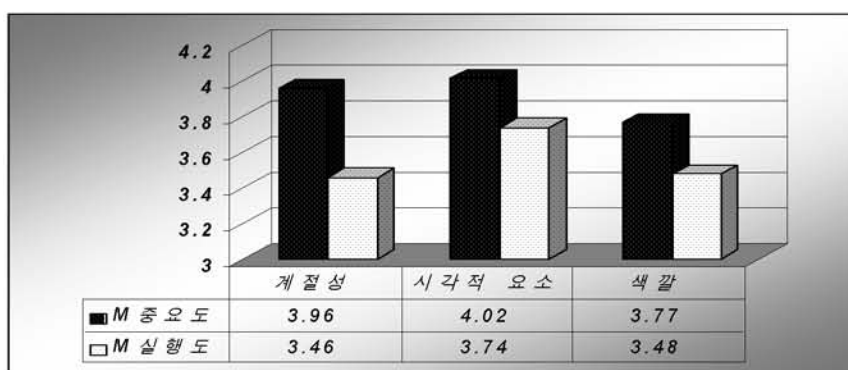


[그림 4-6] 기존의 좋은 성과 계속 유지(1사분면)

2. 제 2 사분면(과잉노력 지양)

메뉴 품질별 속성의 중요한 항목으로 인식하고 있지 않은 반면, 그 실행도는 매우 높게 나타나 이러한 속성부분에 시정이 필요하다고 여겨지는 부분으로 변수로는 ‘계절성’, ‘시각적 요소’, ‘색깔’로 나타났다.

일식 메뉴에서 고객들이 중요하게 생각하지 않았던 시각적인 부분들에서 실행도(만족도)는 높게 나타났다. 이 변수들에 대한 고객들의 인식이 ‘눈으로 먹는 요리’ 즉, 시각적인 요소가 중요하다고 느끼게 할 수 있다면 좋은 성과를 계속 유지하는 변수로 자리 할 수 있을 것이다.

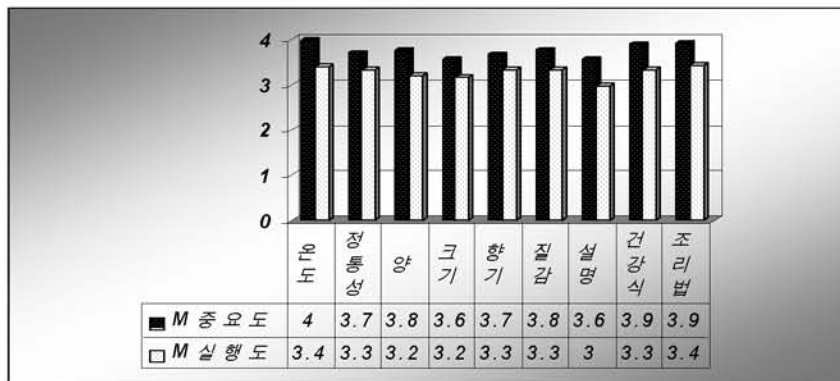


[그림 4-7] 집중관리면(2사분면)

3. 제 3 사분면(낮은 우선순위)

<그림4-8>에서 보는 바와 같이 실질적으로 중요도와 실행도가 모두 낮게 나타나는 변수들이다. 그 변수들로는 ‘메뉴의 온도’, ‘메뉴의 정통성’, ‘음식의 양’, ‘음식의 크기’, ‘요리의 향기’, ‘요리의 질감’, ‘요리에 대한 설명’, ‘건강식의 유무’, ‘재료와 조리법’이다.

‘메뉴의 정통성’이나 ‘요리에 대한 설명’, ‘조리법’ 등의 마케팅 전략으로는 일식 레스토랑의 확대를 가져 올 수 없는 시점에 이르렀다고 여겨지며, 따라서 이를 개선하기 위한 투자비용은 현재 이상의 노력은 불필요 하다고 사료된다.

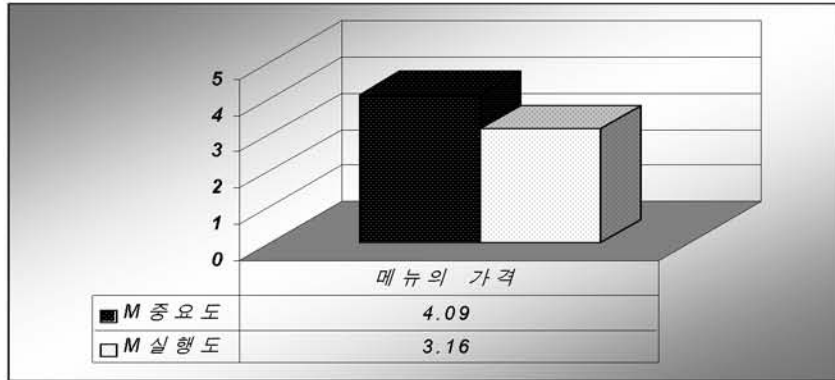


[그림 4-8] 낮은 중요도(3사분면)

4. 제 4 분면(여기에 집중)

제 4 분면에 나타난 항목에 대해서는 집중적으로 관리 및 운영을 해야 하는 항목이다. 일식 레스토랑 고객이 중요하다고 느끼는 반면에 전반적으로 실행도(만족도)는 그 기대에 미치지 못하는 결과를 낳고 있기 때문이다. 그 변수로는 ‘메뉴의 가격’으로 나타났다.

일식 레스토랑에 대한 ‘메뉴의 가격’은 시급히 개선되어야 하는 속성들이다.



[그림 4-9] 과도함(4사분면)

4. 연구과제 4의 분석결과

일식 메뉴품질별 속성 18개 항목 중에서 서로 상관성이 결여된 변수 ‘메뉴의 정통성’, ‘메뉴의 독창성’, ‘음식의 시각적 요소’, ‘요리의 색깔’, ‘요리의 질감’의 항목을 제외한 13가지의 높은 상관관계를 가져 비슷한 특성을 나타내는 변수들을 묶어서 변수를 축소하는 요인분석을 실시하였다,

예를 들어 ‘메뉴의 청결성’이라는 항목과 ‘메뉴의 신선도’라는 항목은 상관성 분석을 시행한 결과 음료의 종류에 관계없이 상관관계가 높게 나타나 하나의 항목으로 묶일 수 있다. 요인 추출법은 일반적으로 사용되는 주성분 분석방법에 의하였고, 요인 회전은 직교회전을 한 후 음료 종류별로 고유치가 큰 순서로 4개의 요인을 추출하였다.

본 연구에서의 주된 목적은 일식 레스토랑 고객의 만족의 요인을 유형화 하여 재 방문에 미치는 영향을 분석하기 위한 것이었다.

‘음식의 청결성’, ‘음식의 신선도’, ‘음식의 영양’, ‘음식의 맛’의 항목을 음식의 정갈함이라 하였으며, ‘요리에 대한 설명’, ‘재료와 조리법’, ‘건강식의 유무’, ‘메뉴의 가격’을 메뉴정보, ‘메뉴의 계절성’, ‘메뉴의 온도’, ‘요리의 향기’는 메뉴제공시기, ‘음식의 크기’, ‘음식의 양’은 경제성이라고 명명하였다.

<표 4-22>는 일식 레스토랑 메뉴품질의 신뢰도와 만족 요인을 분석

하여 도출한 결과이다.

<표 4-22>일식 레스토랑 메뉴 품질의 신뢰도와 만족 요인 분석

요인	변수	Cronbach's α	요인 적재량	고유값	분산(%)	누적 분산(%)
요인1 정갈함	음식의 청결성	0.841	0.801	2.241	18.01	18.01
	음식의 신선도		0.783			
	음식의 영양		0.609			
	음식의 맛		0.606			
요인2 정보	요리에 대한 설명	0.838	0.767	2.168	16.67	34.68
	재료와 조리법		0.712			
	건강식의 유무		0.685			
	메뉴의 가격		0.478			
요인3 적합성	메뉴의 계절성	0.842	0.793	1.874	14.42	49.01
	메뉴의 온도		0.669			
	메뉴의 가격		0.568			
요인4 경제성	음식의 크기	0.838	0.825	1.668	12.83	61.93
	음식의 양		0.754			

일식 레스토랑 메뉴의 만족도가 재방문의도와의 영향관계를 검증하기 위하여 신뢰도 분석과 요인분석을 실시하고, 다중회귀분석을 한 결과 <표 4-21>에는 보는 것과 같은 결과를 도출하였다.

메뉴품질의 만족도가 재 방문 의도 미치는 영향관계에서 ‘정갈함’($p<0.001$)과 ‘경제성’($p<0.05$)이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 일식 메뉴품질에 대한 만족요인은 재 방문 의도와의 영향 관계에서 종속변수에 대한 재 방문 의도에 대한 전체 설명력(R^2)은 4.8%로 나타났다.

회귀식에 대한 통계적 유의성을 나타내는 ‘F’통계량 값은 ‘6.180’이고 유의도는 ‘ $p<0.001$ ’이다. 또한 각 독립변수의 유의성을 판단하기 위한 ‘t’값의 유의도에 의해 재 방문 의도에 미치는 변수 중 ‘ β ’계수 값이 ‘0.189’로 크게 나타난 ‘정갈함’ 요인이 가장 영향력이 큰 항목임을 알 수 있다.

따라서 일식에서는 고객 유치를 위한 마케팅 수립 때, 테이블 세팅이나 그릇에 대한 조화와 음식 소재의 신선도 유지를 통한 맛과 영양을 보존 할 수 있는 대책 마련에 중점을 두어야 할 것이다. 뿐만 아니라 다양한 고객층 확보를 위해 저렴한 가격에 제공할 수 있는 메뉴개발이 필요함을 알 수 있다.

<표 4-23> 만족 요인이 재 방문 의도에 미치는 영향

종속변수	요인	R ²	F	P	β	t	P
재방문의도	정갈함	0.048	6.180	0.000	0.189	3.798	0.000***
	정보				0.021	0.428	0.669
	적합성				0.075	1.515	0.131
	경제성				0.129	2.587	0.010*

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

V. 결 론

제 1 절 연구의 요약

본 연구는 일식 레스토랑 이용 고객의 메뉴품질에 대한 중요도와 실행도(만족도) 요인을 도출하여 세분화된 마케팅 방향을 설정하는데 유용한 정보를 제공하며, 향후 일식 레스토랑의 메뉴개선 방안 모색과 동시에 효과적인 발전방안을 제시하고자 하였다.

이러한 목적의 실증분석 결과에 의하면 일식 레스토랑 이용객들이 중요도를 가장 높게 평가한 메뉴는 '생선회류'이고, 그 다음으로 '초밥류', '구이류'로 평가 되었다. '전채류'와 '진미류'는 중요도가 낮은 메뉴로 평가하였음을 확인 하였다.

일식 레스토랑의 메뉴 만족도를 의미하는 실행도 순위는 '초밥류'가 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 '생선회류'와 '후식류'로 평가 되었으며, 중요도와 마찬가지로 실행도에서도 '전채류'와 '진미류'가 실행도가 가장 낮은 메뉴로 평가 되었다.

일식 레스토랑의 메뉴 품질 속성의 중요도 평가에 있어서, 고객은 '음식의 신선도', '음식의 청결성', '음식의 맛'이 가장 높게 평가 되었으며, '메뉴의 독창성', '음식의 영양', '메뉴의 가격' 순으로 나타났으며, '요리에 대한 설명'과 '음식의 크기'는 낮은 중요도를 가진 것으로 나타났다.

메뉴 품질속성별 만족도 평가에 있어서 고객들은 '음식의 청결성', '음식의 신선도', '음식의 맛'을 가장 높게 평가하는 것으로 나타났으며, 그 다음으로 '음식의 시각적 요소', '음식의 영양', '요리의 색깔' 순으로 평가 하였으며, '요리에 대한 설명', '메뉴의 가격', '음식의 크기' 등은 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

연구과제로 제시한 메뉴별 그리고 메뉴속성별 품질의 중요도와 실행도의 차이를 분석하기 위하여 중요도와 실행도의 평균값에 대하여 대응표본 't-test'를 실시한 결과, 메뉴품질의 중요도와 실행도는 차이가 있는 것으로 나타났으며, 평균적으로 중요도가 실행도보다 높은 것으로 나타났다.

고객이 지각하는 일식 메뉴 실행도의 차이분석에서는 메뉴별 품질의 실행도에 있어서 14개의 문항 모두에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 또한 메뉴품질속성의 실행도에 있어서도 18개의 문항 모두 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

일식 레스토랑의 메뉴품질 중에서 메뉴별 품질에 대한 IPA 그래프에서는 기존의 좋은 품질을 계속 유지하는 기대도 높고 실행도도 높은 1사분면에는 ‘생선회류’, ‘구이류’, ‘튀김류’, ‘냄비요리류’, ‘초밥류’, ‘덮밥류’, ‘후식류’가 포함되었다. 집중관리를 해야 할 2사분면에는 면류만이 포함되었다. 낮은 중요도를 나타내는 3사분면에는 ‘진미류’, ‘전채류’, ‘맑은국류’, ‘조림류’, ‘찜류’, ‘초회류’가 포함되었다.

일식 레스토랑의 메뉴품질 속성별 IPA 그래프에서는 기존의 좋은 품질을 계속 유지하는 기대도 높고 실행도도 높은 1사분면에는 ‘메뉴의 독창성’, ‘음식의 맛’, ‘음식의 영양’, ‘음식의 청결성’, ‘음식의 신선도’라는 4개의 속성이 포함되었다. 집중관리를 해야 할 2사분면에는 ‘메뉴의 계절성’, ‘음식의 시각적 요소’, ‘요리의 색깔’이라는 3개의 속성이 포함되었다. 낮은 중요도를 나타내는 3사분면에는 ‘메뉴의 온도’, ‘메뉴의 정통성’, ‘음식의 양’, ‘음식의 크기’, ‘요리의 향기’, ‘요리의 질감’, ‘요리에 대한 설명’, ‘건강식의 유무’, ‘재료와 조리법’이라는 9개의 속성이 포함되었다. 높은 중요도를 두지만 고객들이 중요하게 여기지 않는 4사분면에는 메뉴의 가격이라는 1개의 속성이 포함되었다.

마지막으로 일식 레스토랑의 실행도(만족도)가 재방문의도에 미치는 영향관계에서 만족요인을 분석한 결과 ‘정갈함’, ‘정보’, ‘적합성’, ‘경제성’의 4개의 요인으로 나타났다. 이 중에서 ‘정갈함($p<0.001$)’과 ‘경제성’($p<0.05$)이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

제 2 절 연구의 시사점

실증분석을 통해 제시된 결과를 토대로 일식 레스토랑의 효율적인 운영과 마케팅 전략을 제시하고자 한다.

첫째, 일식 레스토랑의 메뉴별 중요도와 실행도의 차이를 분석한 결과 중요도가 실행도 보다 대체로 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 아

직까지 고객들의 일식에 대한 기대가 높다는 것을 의미하는 것이며, 다른 한편으로는 일식 레스토랑의 메뉴품질이 고객의 기대를 충족시키지 못한다는 것을 의미하는 것이다. 따라서 전반적으로 메뉴의 품질을 향상시켜야 할 것이다.

둘째, 일식 메뉴에서 가장 중요하다고 생각하는 메뉴는 ‘생선회류’와 ‘구이류’, ‘튀김류’, ‘냄비요리류’, ‘초밥류’, ‘덮밥류’로 나타났는데, 이는 현재 존재하는 일식 레스토랑에서도 꼭 필요한 메뉴군으로 형성 되어 있다. 메뉴품질 속성에 있어서는 ‘음식의 맛’, ‘음식의 영양’, ‘음식의 청결성’, ‘음식의 신선도’에 높은 중요도를 두고 있는 것으로 나타났다. 따라서 중요도와 실행도에서 모두 낮은 순위로 나타난 ‘진미류’와 ‘전채류’도 일본식 메뉴에 어울리는 형태의 제공에 중점을 두며, ‘음식의 맛’과 ‘영양’, ‘청결함’과 ‘신선함’에도 중점을 두어야 할 것이다.

셋째, 일식메뉴에 대한 IPA에서 실행도는 높으나 고객의 중요도 정도는 낮은 2사분면에는 ‘면류’가 포함되었으며, 메뉴품질별 속성으로는 음식의 계절성, 시각적 요소, 색깔이 포함 되었는데, 이에 대한 부분의 투입된 노력을 다른 평가 속성에 투입해야 할 것이다..

넷째, 집중관리가 필요한 메뉴는 ‘진미류’, ‘전채류’, ‘맑은국류’, ‘조림류’, ‘찜류’, ‘초회류’이고, 메뉴품질별 속성은 메뉴의 온도, 메뉴의 정통성, 음식의 양, 음식의 크기, 요리의 향기, 요리의 질감, 요리에 대한 설명, 건강식의 유무, 재료와 조리법인데, 일식의 회석요리에서 요리를 만들고 제공하기까지 다양한 형태의 메뉴와 메뉴품질별 속성에 대한 노력이 필요하다.

다섯째, 중요도는 높으나 실행도는 낮은 항목으로는 메뉴별 항목에서는 나타나지 않았지만, 메뉴 품질별 속성에서는 메뉴의 가격이 있었다.

일반적으로 일식 메뉴를 찾는 고객들은 가격에 상당한 중요도를 두고 있는데, 그에 충족하지 못하고 있는 것이 지금의 실정이다. 그래서 메뉴 제공자들은 다양한 형태의 경제적 메뉴 개발이 요구된다.

여섯째, 실행도(만족도)가 재방문 의도에 미치는 영향관계 조사에서 만족요인으로 ‘정갈함’, ‘정보’, ‘적합성’, ‘경제성’으로 나타났는데, 이중 ‘정갈함’(p<0.001)과 ‘경제성’(p<0.05)이 영향을 미치는 것으로 나타났다는데, 고객들의 재 방문을 유도하기 위해서는 메뉴에 대한 정갈함과 음식의 크기나 양에 비해 경제적인 메뉴 개발이 다섯째에서 언급한 것과 같이 다

시 한번 요구 된다.

제 3 절 연구의 한계와 향후 연구과제

본 연구의 결과는 다음과 같은 한계를 가지고 있다.

첫째, 연구결과의 적용범위와 관련하여 본 연구에서는 표본대상을 서울지역 일식 레스토랑 메뉴를 이용한 고객으로 한정하였기 때문에 다른 기간의 이용 고객과의 차이가 있을 수 있으며 연구 결과의 일반화에 주의가 요구된다.

둘째, 다양한 일식메뉴에 대해 포괄적으로 알아보기 위해 각각의 메뉴를 메뉴 군별로 묶어서 알아봄으로써 개개의 메뉴에 대한 분석으로 일반화시키기에 주의가 요구된다.

셋째, 메뉴품질을 평가하는 주체로는 경영자, 관리자, 종업원, 소비자 및 경쟁자를 들 수 있는데, 본 연구에서는 소비자(고객)만을 대상으로 메뉴품질을 측정하여 종합적인 메뉴품질의 측정이 이루어지지 못하였다.

넷째, 본 연구에서는 자료수집의 어려움과 시간적 제약으로 인하여 일식 레스토랑의 30%가량 밀집된 서울 지역을 대상으로 했지만 일반화시키기에 어려움이 많다. 따라서, 향후 연구에서는 전국의 일식 레스토랑을 대상으로 하는 연구가 요구된다.

참고문헌

1) 국내 논문 및 기타 문헌

- 김경란(1992). “S호텔 기업의 효율적인 메뉴관리에 관한 연구”, 세종대학교 대학원 석사학위논문.
- 김기영 · 이동근(2002), “메뉴교체의 관리 방안에 관한 연구” - 호텔 레스토랑을 중심으로, 한국조리학회지, 8(3), 1-20.
- 김동섭(2002). “원가관리를 통한 뷔페 메뉴개발에 관한 연구”, 관광정보연구, 10 : 23-43.
- 김보성(2003). “한국인의 일본음식 선호도에 대한 탐색적 연구”, 경희대학교, 석사학위 논문.
- 김선정(1999). “호텔 한식 레스토랑 메뉴의 고객평가 요인에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 김성혁 · 고호석(1998). “패밀리레스토랑 이용객의 서비스품질 속성에 대한 기대와 만족 차이에 관한 연구”, 관광학 연구 22(1), :78-97
- 김용범(1998). “일본 문화의 유입실태 조사 및 대응방안 연구”, 한국문화정책.
- 김태정(1996). “일본의 음식 문화와 풍토”, 한국외대 일본연구 Vol.11, 12월 : 176.
- 나정기(1994). 메뉴계획과 디자인 평가에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 박계영(2003). “호텔 일식 레스토랑 세트메뉴 선호도 연구” 경기대학교 석사학위논문.
- 송성인 · 전효재(2000). “서비스품질평가에 관한 연구” : 국립중앙박물관 방문객의 중요도-만족도 분석. 관광개발논집 13.
- 소재구(2000). “일식 레스토랑 창업 성공요인에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 송청락(1996). “관광호텔 일식메뉴 개선에 관한 연구”, 경희대학교 석사학위논문.
- 엄란숙(1997). “호텔 기업의 효율적인 메뉴관리에 관한 연구”, 세종대학교 대학원 석사학위논문.

- 엄영호 · 이윤식(2000), “관광호텔 메뉴 평가모델 개발에 관한 연구”,
Culinary Research 6(3):307-328.
- 우문호(1992). “뷔페식당관측에 관한 연구,” 관광레저연구, 4.
- 이선희(2001). “호텔레스토랑 경영활성화를 위한 메뉴분석에 관한 연구”
-특1급 호텔 이태리식당을 중심으로, 외식경영연구, 4(1),
:203-222
- 이애주 · 박대환 · 박진우(2003). “외식업체 서비스품질이 고객만족과 재방문의도, 구전의도에 미치는 영향” - 부산지역 패밀리레스토랑을 중심으로, 호텔경영학연구, 12(1):191-213.
- 이연정, 최수근, 한재숙, 최석현, 권상용, 최영희(2004). “대구, 경북지역 대학생의 식사행동 및 일본음식에 대한 인상 및 기호도 조사 연구”, 동아시아 식생활 학회.
- 이 옥(2003). “호텔 한식메뉴를 찾는 외국인의 메뉴선택선호도 조사연구”, 경주대학교 대학원, 석사학위논문.
- 이진형(2004). “호텔 뷔페의 메뉴 품질에 관한 연구”, 경주대학교 대학원, 석사학위 논문
- 이형룡 · 하인주(2003), “DINESERV를 이용한 인천국제공항 레스토랑 서비스품질에 관한 연구”, 호텔경영학연구, 12(1):1-17.
- 전경철(2001). “관광호텔 일식 레스토랑 메뉴의 표준양 목표에 관한 연구”, 경기 대학교 관광전문대학원, 석사학위논문
- 정중근(2000). “호텔양식당 이용객 메뉴 만족도에 관한 연구” - 경주지역 특1급 호텔을 중심으로, 경주대학교 대학원, 석사학위논문.
- 정 희(1989). “호텔 식음료부분의 효율적인 메뉴관리에 관한 연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 조문수(1995). “호텔 고객의 메뉴 선택행동과 메뉴기획”, 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 조윤식(2003). “외식업체 유형별 서비스품질차원의 중요도 차이에 관한 연구”, 관광경영학연구, 7(3).
- 진양호(1997). 호텔 · 레스토랑의 메뉴엔지니어링에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문.

2) 국내 서적 및 관련자료

- 김기영(2002), “호텔 주방 관리론”, 백산 출판사.
김달수(1995), “일본속에 한국문화 유적을 찾아서”, 대원출판사.
김달수(1995), “조선 · 민족 · 역사 · 문화”, 암파신서.
김태정 · 손주영 · 김대정(1997), “음식으로 본 동양문화, 세계역사문화연구회”, 대한 교과서주식회사.
고경찬(2001), “FOOD & RESTAURANT” 2001년 3월호.
구천서(1997), “세계의 식생활문화”, 향문사.
노정환(1997), “젓가락 사이로 본 일본문화”, 교보문고.
롯데호텔(1989), “호텔롯데 서어비스 메뉴얼”.
롯데호텔(1990), “조리실무교재”, 명지출판사.
박봉규 · 박중환 · 임채관(2004), “관광조사통계분석론”, 대명출판사.
박병학(2003), “기본 일본요리”, 형설출판사.
서성한 · 이영희(1999), “마케팅의 이해”. 삼우사.
안효주(2004), “이것이 일본요리다”, (주)여백미디어.
오정환(1989), “호텔케이터링원론”, 기문사.
와타나베 미노루저, 윤서석외 역(1998), “일본식생활사”, 신광출판사.
원용희(1992), “현대호텔식당경영론”, 대왕사.
원용희 · 고재윤(1998), “최신식음료 실무론”, 백산출판사.
원용희(1999), “세계의 음식과 문화”, 자작나무.
유동근(1992), “소비자 행동론”, 미래경영.
이정자(1988), “호텔 식음료 원가 관리”, 형설출판사.
임종원, 김재일, 홍성태, 이유재(1999), “소비자 행동론”, 제 2 판, 경문사.
채서일(2000), “사회과학 조사 방법론”, 학현사, 3판..
홍철희(2002), “알기쉬운 일본요리”, 대왕사.

음식업 중앙회, <http://www.ekra.or.kr/>, 자료실

3) 국외문헌

- Cadott, E. R, and Turgeon. N(1998), “Key Factor in Satisfaction,”
Comell H.R.A Quarterly, 28(4):45-56.

- Cronin J. J., & Taylor S. A(1992), "Measuring service quality : A reexamination and extension". *Journal of Marketing*, 56(July):55-68.
- Pavesic D. V(1985), "Prime Numbers ; Finding Your Menu's strengths", *Cornell H.R.A. Quarterly*, Nov.
- Hammitl(1996), Going beyond importance performance analysis to analyze the observance-influence of park impact, *Journal of Park and Recreation Administration*, 14(1):45-62.
- Neinmeier J. D(1984), "Principles of Food and Beverage Operation", AH& MA.
- Engel J. F & Rogel, D(1982), Black D. Blackwell, Consumer Behavior, Hinsdale III. : Dryeden Press.
- Kasavana M. L(1984), "Computer Systems for Foodservice Operations", VNR..
- Mahmood, K(1991), A Concepts of Food Service Operation and Management, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Miller J. E(1980), Menu : Pricing and Strategy. *CBI Books*:29
- Ninemeier J. D(1986), F&B Contrls, 2nd, AH & MA. 1986.
- Oliver, R. L(1980), "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions". *Journal of Marketing Research*, 17(September):46-49.

(부록)

▶ 설 문 지 ◀

--	--	--

안녕하십니까?

바쁘신 중에서도 본 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다.
본 설문지는 “일식 레스토랑 메뉴품질에 대한 고객 만족도가
재방문 의도에 미치는 영향”을 조사하기 위하여 작성된 것입
니다.

귀하의 솔직하고 성의 있는 답변은 본 연구를 수행하는데 매
우 귀중한 자료가 되고 큰 도움이 될 것입니다.

본 설문지는 통계법 8조에 의거, 사적 비밀이 보장되며 순수
하게 연구 목적 이외에는 사용되지 않으므로 솔직하게 한 문
항도 빠짐없이 답해 주시기 바랍니다.

귀중한 시간 할애해 주셔서 대단히 감사합니다.

2005년 월 일

지도교수 : 이 연 정
경주대학교 대학원
호텔외식경영학과
054-770-5372

연구자 : 정 우 석
경주대학교 대학원
호텔외식경영학과 석사과정
017-506-0828

* 다음은 일식 메뉴의 기호도와 섭취빈도에 관한 질문입니다. 이 설문지는 좌·우측 모두 답을 할 수 있게 되어 있습니다. 해당되는 양쪽 모두에 ✓표 하여 주시기 바랍니다.

기호도					설 문 내 용	섭취빈도				
아주 싫어 한다	싫 어 한 다	보 통 이 다	좋 아 한 다	아주 좋아 한다		매 일	주 1~2 회	월 1~2 회	년 1~2 회	먹어 본적 없다
1	2	3	4	5	1.전미(先付:쓰께다시)-해삼창자젓,다 량어 내장젓갈, 연어알, 성게알 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	2.전채(前菜:젠사이)-조개살초무침, 죽순 성게알 무침, 땅두릅 된장 무 침 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	3.맑은국(吸物:스이모노)-도미맑은국, 대합맑은국, 맑은된장국 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	4.생선회(刺身:사시미)-광어회, 도미 회, 전복회, 잡어회, 대게회, 참치회 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	5.구이요리(焼物:야키모노)-장어구이, 삼치구이, 된장절임구이, 생선양념 장 구이 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6.조림요리(煮物:니모노)-도미조림, 닭고기 야채조림, 민물생선조림 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	7.튀김(揚物:아게모노)-새우튀김, 야 채튀김 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	8.찜요리(蒸し物:무시모노)-게란찜, 대합술찜, 도미술찜 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	9.초회요리(酢物:스노모노)-문어초회, 해삼초회 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	10.냄비요리(鍋物:나베모노)-대게 사 부샤부, 쇠고기 전골, 해삼물 모듬 냄비 등	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	11.면류(麵類:멘루이)-우동, 소면, 메 밀국수 등	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	12.초밥(壽司:스시)-유부초밥,생선초 밥, 김초밥 등	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	13.덮밥(丼物:돈부리모노)-회덮밥, 장 어덮밥, 쇠고기 덮밥, 튀김덮밥 등	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	14.후식-과일(果物:くだもの),양갱, 일 본식 과자,	1	2	3	4	5

* 다음은 일식 메뉴의 중요도 만족도에 관한 항목입니다. 좌·우측 모두 응답할 수 있게 되어 있습니다. 좌측은 일식 메뉴에서 중요하다고 생각하는 항목이고 우측은 이용하신 메뉴의 만족도에 관한 질문입니다. 느끼신 바를 양쪽 모두에 √표 하여 주시기 바랍니다.

중요도					설 문 내 용	만족도				
전혀 아니 다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매 우 그렇 다		전혀 아니 다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매 우 그렇 다
1	2	3	4	5	1.진미(先付:쓰께다시)-해삼창자젓,다 랑어 내장젓갈, 연어알, 성게알 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	2.전 채(前菜:젠사이)-조개살초무침, 죽순 성게알 무침, 땅두릅 된장 무 침 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	3.맑은국(吸物:스이모노)-도미맑은국, 대합맑은국, 맑은된장국 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	4.생선회(刺身:사시미)-광어회, 도미회, 전복회, 잡어회, 대게회, 참치회 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	5.구이요리(焼物:야키모노)-장어구이, 삼치구이, 된장절임구이,생선양념장 구이 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6.조림요리(煮物:니모노)-도미조림, 닭 고기 야채조림, 민물생선조림 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	7.튀김(揚物:아게모노)-새우튀김, 야채 튀김 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	8.찜요리(蒸し物:무시모노)-계란찜, 대 합술찜, 도미술찜 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	9.초회요리(酢物:스노모노)-문어초회, 해삼초회 등.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	10.냄비요리(鍋物:나베모노)-대게 샤부 샤부, 쇠고기 전골, 해삼물 모듬냄비 등	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	11.면류(麵類:멘루이)-우동, 소면, 메밀 국수 등	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	12.초밥(壽司:스시)-유부초밥,생선초밥, 김초밥 등	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	13.덮밥(丼物:돈부리모노)-회덮밥, 장어 덮밥, 쇠고기 덮밥, 튀김덮밥 등	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	14.후식-과일(果物:くだもの), 양갱, 일 본식 과자,	1	2	3	4	5

* 다음은 일식 메뉴품질 속성에 관한 질문입니다. 좌측은 중요하다고 생각하는 항목이고, 우측은 이용하신 일식 메뉴의 만족도에 관한 질문입니다. 느끼신 바를 양쪽 모두에 ✓표하여 주시기 바랍니다.

중요도					설 문 내 용	만족도				
전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매 우 그렇다		전혀 아니다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매 우 그렇 다
1	2	3	4	5	1. 메뉴의 계절성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	2. 메뉴의 가격	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	3. 메뉴의 온도	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	4. 메뉴의 정통성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	5. 메뉴의 독창성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6. 음식의 맛	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	7. 음식의 양	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	8. 음식의 영양	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	9. 음식의 시각적 요소	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	10. 음식의 청결성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	11. 음식의 신선도	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	12. 음식의 크기	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	13. 요리의 색깔	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	14. 요리의 향기	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	15. 요리의 질감	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	16. 요리에 대한 설명	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	17. 건강식의 유무	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	18. 재료와 조리법	1	2	3	4	5

1. 귀하께서 일식 레스토랑 메뉴에 대하여 알고 있는 정도는?

전혀 모른다	---	보통이다	---	매우 잘 안다
1 -	2 -	3 -	4 -	5

2. 다음은 귀하의 일식 레스토랑의 만족을 묻는 질문입니다.

만족정도에 대해 답해주시요.

매우불만족	---	보통	---	매우 만족
1 -	2 -	3 -	4 -	5

3. 일식 레스토랑 음식을 먹기 위해 재방문 할 의사는?

아니오	---	보통	---	꼭 방문 한다
1 -	2 -	3 -	4 -	5

* 다음 문항들은 방문에 관한 일반적인 질문입니다. 적합한 곳에 ✓로 표시하여 주십시오.

1. 일식 레스토랑을 이용하는 빈도는?

- ① 매일 ② 주 1~2회 ③ 월 1-2회
④ 년 5~8회 ⑤ 년 1~4회

2. 일식 레스토랑을 선택하는 가장 중요한 기준은 무엇이라 생각하십니까?

- ① 위치 ② 음식 맛 ③ 명성 또는 전통 ④ 위생상태
⑤ 가격 ⑥ 서비스 ⑦ 기타

3. 일식 레스토랑을 주로 누구와 함께 이용하십니까?

- ① 사업파트너 ② 친구·동료 ③ 연인
④ 가족·친지 ⑤ 계모임

4. 일식 레스토랑을 이용하는 주된 목적은 무엇입니까?

- ① 사업목적 ② 친목도모 ③ 가족·친지모임
④ 행사(생일·기념일) ⑤ 식사목적

5. 일식 요리의 개선점은?

- ① 영양 ② 맛 ③ 모양과 색 ④ 저장성 ⑤ 위생적인 면
⑥ 포장상태 ⑦ 가격 ⑧ 기타()

6. 한국에서 일본요리가 앞으로 어느 정도 보급되리라 생각합니까?

- ① 현재보다 더 적게 ② 현재 그대로 ③ 현재보다 더 많이

*** 다음 문항들은 귀하에 관한 일반작인 질문입니다. 적합한 곳에 ✓로 표시하여 주십시오.**

1. 귀하의 성별?

- ① 남 ② 여

2. 귀하의 연령?

- ① 20세 이하 ② 20 ~ 29세 ③ 30 ~ 39세
④ 40 ~ 49세 ⑤ 50세 이상

3. 귀하의 학력은?

- ① 고졸이하 ② 전문대졸업(재학포함) ③ 대학졸업(재학 포함)이상
④ 대학원졸업(재학포함)

4. 귀하의 월 평균 소득?

- ① 100만원 미만 ② 100만원 ~ 149만원 ③ 150만원 ~ 199만원
④ 200만원 ~ 249만원 ⑤ 250만원 ~ 299만원 ⑥ 300만원이상

5. 귀하의 직업은?

- ① 학생 ② 회사원 ③ 자영업 ④ 주부 ⑤ 서비스업
⑥ 공무원 ⑦ 기타()

끝까지 응답해 주셔서 감사합니다.

The Effects of Customer's Satisfaction on the Quality of Menu and Revisiting Intention in Japanese Restaurant.

Jeong, woo seok

**Department of Hotel & Food Management
The Graduate School, Gyeongju University**

(Supervised by Professor Lee, Yeon Jung)

(ABSTRACT)

By focusing on the customers of Japanese restaurants in Seoul area to draw importance and fulfillment(satisfaction) factors about menu quality, this study aimed to analyze the impact of fulfillment(satisfaction) factors on customers' intent of revisit, so that it could provide information helpful to build up detailed marketing strategy and present considerations for management's higher sales amount and more efficient business results as well.

In the aspect of content, the focus of this study was confined to the taste of Japanese restaurant customers about cuisine menu, frequency of their

intake of Japanese cuisine, menu composition and quality questions. Overall, this study consisted of 5 chapters: Chapter 1(Introduction) looked into discussions about basic considerations, goals, scope and methodology of this study, respectively. Chapter 2 refers to theoretical background of this study, which analyzed Japanese restaurant, menu quality, customers' intent of revisit and relevant trends as addressed in previous studies so as to discuss menu quality factors. Chapter 3 refers to investigation and design hereof, which systematically derived menu quality attributes as obtained from theoretical considerations and devised measurement items and scales available as variables of each constituent concept. In addition, this chapter also described a methodological system including sampling ways for empirical analysis and survey period in formulated manner, and gave an account of detailed approaches to data analysis. Chapter 4 refers to empirical analysis, which analyzed the results of questionnaire survey on customers who ever visited Japanese restaurants for the analysis of assignments. It also described both demographic and behavioral nature of samples on their use of Japanese restaurants, analyzed taste, frequency of intake, prospect or what to be improved, and verified any differences between importance and fulfillment for each menu and menu quality via IPA. Finally, Chapter 5 came to the conclusion hereof, which outlined the findings hereof, gave some suggestions for menu managers on site, and showed limitations hereof along with possible directions of follow-up studies.

To meet the goals of this study, self-administered questionnaire survey method was employed for collecting empirical research data. Meanwhile, *convenient sampling* based on simple random sampling was also used as a

way of sampling from population so as to analyze 386 sheets of valid questionnaire.

Such collected data were analyzed using a statistic package(SPSS 12.0) along with frequency analysis that aimed to identify demographic nature of samples, their behavioral nature, prospect and what to be improved.

And matching sample t-test was adopted to analyze any differences between importance and fulfillment about menu-specific quality and the attributes of menu quality available in Japanese restaurants, and thereby draw IPA graph.

Based on the findings suggested through empirical analysis hereof, this study can suggest the following strategies for efficient management and marketing of Japanese restaurants:

First, the findings of analysis about any difference between importance and fulfillment for each menu available in Japanese restaurants indicated that importance scored higher level than fulfillment on the whole, which means that customers still have higher expectations for Japanese cuisines than we think, while current menu quality of Japanese restaurants fails to fully meet customer needs. Thus, it will be required to improve menu quality in general.

Second, the most essential Japanese cuisine menus respondents thought were Japanese cuisines as commonly popularized in Korea, such as sliced raw fish, roasted fish, pot cuisine, sushi and a bowl of rice topped with egg or eel. Notably, in regard to attributes of menu quality, it was found that respondents put higher stress on cuisine flavor, nutrition, cleanliness and freshness than anything else. Hence, it is recommended that 'dainty dishes'

and 'appetizer series', which all ranked lower in both importance and fulfillment, should be also available primarily in a form suitable for cuisine menu of Japanese style, while focusing on dish flavor, nutrition, cleanliness and freshness as well.

Third, in terms of IPA analysis on Japanese cuisine menu, it was noteworthy that the 2nd quadrant with high fulfillment but low importance for customers included 'noodle dishes', while attributes for menu quality included seasonality, visual elements and colors of each cuisine. But it is advisable that the efforts committed to these attributes should focus on other attributes under assessment.

Fourth, the menus that need an intensive management included 'dainty dishes', 'appetizer series', 'fresh fish soup', 'hard-boiled dishes in soy', 'steamed dishes' and 'sliced raw fish in vinegar.' And the attributes for menu quality included dish temperature, originality, quantity, dish scale, aroma, sense of quality, outlined descriptions of each dish, availability of restorative(balanced) diet menu, materials and cookery. Moreover, it will be necessary to make efforts to research into various cuisine menus and attributes for each menu quality in the course of making and supplying Japanese banquet cuisine.

Fifth, it was noteworthy that the items with high importance but low fulfillment included menu price as an attribute for menu quality, although it was not shown in menu-specific items. Typically, customers enjoying Japanese cuisine menu placed a considerable stress on price. However, it is undoubted that many Japanese restaurants in Korea fail to meet their needs. That is why cuisine menu providers have to develop a variety of economic

menus in Japanese cuisine.

Sixth, in the survey on the associations between fulfillment(customer satisfaction) and intent of revisit, it was found that factors of customer satisfaction included 'trimness of dishes', 'information', 'appropriateness' and 'economic affordability.' Out of these factors, it was noted that both 'trimness' and 'economic affordability' had significant effects on customer satisfaction at the significance level ranging from $p < 0.05$ to $p < 0.001$. In order to motivate customers to revisit restaurant, it is required to devise affordable cuisine menus even with satisfactory level of menu trimness, scale and quantity, as mentioned above.

However, this study still has the following limitations:

First, with regard to application scope of findings, the samples of this study were confined to customers who ever took Japanese cuisine menus at Japanese restaurants in Seoul, dating from Apr. 13 to May 13, 2005. So there may be any possible difference in findings from customers who visited the restaurants at any other period, and it is also required to be careful to generalize the findings hereof.

Second, the independent subjects who evaluate menu quality in practice include operator, management staff, employee, consumer and competitor. But this study failed to carry out a comprehensive measurement of menu quality, because it focused primarily on consumers(customers) to measure menu quality.

Finally, due to difficulty in collecting data along with limited time, this study focused on surveying Seoul area on which about 30% of domestic Japanese restaurants were converged. But it is inevitable to face lots of

challenges in generalizing findings hereof. Therefore, it is advisable that follow-up studies focus on nationwide Japanese restaurants in Korea.