

광주·전남지역 호텔 일식 레스토랑의 세트 메뉴 분석

김기영·박계영*·양태석**

경기대학교 관광학부 외식조리관리전공 교수

*성화대학 호텔조리제빵과 교수

**제주산업정보대학 관광호텔조리과 교수

Analysis of Set Menu of Japanese Restaurant in Hotel of Gwangju and Southern Jeonla Province

Young-Ki Kim, Gye-Young Park and Tae-Suk Yang

Professor, Major of Management of Foodservice and Culinary, University of Kyonggi

**Professor, Department of Hotel Culinary, College of Sunghwai*

***Professor, Department of Torism and Hotel Culinary Art, Jeju College of Technology*

ABSTRACT

The research on set menus served at Japanese restaurants at special-rate hotels around Gwangju and Jeonla Province suggests problems and rooms for improvement through examination of the current status of set menus at Japanese Restaurant in hotels of Gwangju and southern Jeonla province, prime cost, and sales volume.

Advantageous points of course menus served at Japanese restaurants at hotels are as followings: a variety of courses are available; ingredients can reflect seasonal change; clients are satisfied with food at reasonable cost; and it results in sales increase.

Based on such measures, more efforts should be made in order to advance preference and satisfaction with menus, cut back on prime cost, and maximize sales volume.

Key words : set menu, Japanese restaurant, Prime cost, Sales volum, Menu engineering.

I. 서 론

우리는 흔히 호텔을 경영한다고 하는 것보다 호텔을 관리한다고 하는 것이 훨씬 쉽게 그 의미가 전달될 것이다. 그러나 합리적이고 효율적인 관리 방법과 기준 및 구체적인 절차를 찾아서 이용하려고 할 때 접근하기가 그리 쉽지 않다.

호텔관리분야에서도 식·음료 부분만큼은 각 부대영업장이 고급화, 대형화, 다양화 되어가면서 자리매김을 하고 있다는 것이 매우 다행스러운 일이다. 이는 호텔관리의 중심적인 수익발생 부서로 그 기능과 역할을 다하고 있는 증거이기도 하다¹⁾.

전통적으로 호텔경영에 있어서의 레스토랑의 운영하는 것은 투숙객의 편의를 제공하기 위한 부문으로 운영되었을 뿐, 수익을 창출하는 의미로 인식되지 않았다. 그

러나 현대의 호텔경영에 있어 레스토랑은 적정 이윤을 확보하여 주고 이용객들의 호텔평가에 중요한 요인이 되고 있어 호텔 영업이익에 중요한 역할을 수행하고 있다. 즉, 호텔간의 경쟁이 심화됨에 따라 경영자들은 한계가 있는 객실 수입에만 의존하지 않고 판매에 있어 무한한 잠재력을 지닌 식·음료 부문에 적극적인 노력을 기울이고 있는 추세이다²⁾.

즉, 레스토랑은 메뉴(식·음료)를 중심으로 관리되어야 합리적이고 과학적인 계획과 디자인을 통하여 관리되어야 한다. 이러한 노력의 결과에 의해 평가받을 수 있는 메뉴계획은 진정 소비자, 고객의 만족에서부터 계획의 의의를 찾아야 한다¹⁾.

그리고 지속적인 평가와 분석을 통하여 이용객들의 다양한 메뉴선택요인에 대한 능동적이고 유연성 있는 전략수립이 필요하다.

그럼에도 불구하고 레스토랑을 관리하는 대부분의 관리자뿐만 아니라 종사원들도 메뉴의 중요성을 강조하고 있지만 메뉴를 레스토랑에서 제공하는 식·음료의 단순한 리스트로 인식하고, 고객 위주의 메뉴 구성된 것이 아니라 경영자 측면에서만 메뉴가 다루어져 왔다. 호텔 이용객의 레스토랑에 대한 선택 속성이나 메뉴의 계획과 디자인에 관한 선행연구는 많이 이루어져 왔으나²⁾ 레스토랑 세트메뉴에 관한 연구는 미흡하다고 본다.

더욱이 메뉴에 관한 연구도 서울 경인 지역을 중심으로 한 연구가 대부분을 차지하고 있어 지방 자치 시대의 지방에 대한 연구가 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구는 일식 레스토랑에 대한 메뉴에 관한 이론적 접근과 메뉴에 대한 및 판매가를 이용하여 일식 레스토랑 세트 메뉴에 대한 수익성 분석을 하여 메뉴 자체에 대한 문제점 및 개선방향을 제시하고자 한다.

II. 연구의 이론적 배경

1. 일식 레스토랑의 개념

일본요리란 일본의 풍토에서 독특하게 발달하고 일본인들이 일상 먹는 요리의 총칭이다³⁾. 따라서 일식(Japanese Restaurant) 레스토랑이라 함은 일본요리를 판매하는 식당으로 국내에 소개된 일식 레스토랑은 초기에는 대부분이 생선회와 생선초밥을 위주로 하는 초밥집이 대부분이었으나 1990년대 이후에는 덴뿌라, 우동, 일본식 돈가스, 이자까야(居酒屋, 일본식 주점)라는 요리주점의 등장도 활발하다.

일식 레스토랑의 특성 또한 식자재를 구입해서 가공하여 판매한다는 것에는 일반 레스토랑과 별 차이는 없으나, 그 특성은 일반 레스토랑 특성에서 찾을 수 있다. 일본 릅교대학(立教大學)의 原勉 교수는 레스토랑의 산업상 특성을 다음과 같이 정리하고 있다⁴⁾.

① 노동집약성인 동시에 기능집약성 산업이다.

- ② 생산, 판매, 소비 3가지의 동시 완결성을 가지고 있다.
- ③ 노동, 기능 집약성에 따른 경영합리화 및 서비스 수준 향상의 곤란성
- ④ 다품종 소량생산과 이에 따른 생산구매의 비합리성을 가지고 있다.
- ⑤ 제품 차별화가 용이한 반면 모방 또한 용이하다.
- ⑥ 식습관의 성격에 따른 긴 제품수명주기를 가지고 있다.
- ⑦ 경영자의 기업이념과 개성 및 인격 등을 포함한 개인적 요소가 경영 전반에 미치는 영향이 크다.
- ⑧ 현금판매이고 자금 회전율이 높다고 하였다.

2. 일식 레스토랑의 분류⁵⁾

우리나라에서는 아직 분류가 안되어 있으나 일본에서는 일식 레스토랑을 업태별로 구분하여 료테(요정, 料亭), 캅뽀(고급전문일식점, 割烹), 이자까야(요리주점, 居酒屋), 야따이(포장마차형 음식점, 居酒屋) 등의 명칭으로 구분하고 있다.

1) 료테(요정, 料亭)

일본의 정통 코스요리인 혼센요리(本膳料理)나 카이세기요리(會席料理)를 주로 취급하는 곳으로 일본(日本)의 교토(京都)지방에 유명한 곳이 많다. 게이샤(악기와 춤으로 여흥을 돋우는 접객원 藝者)가 아직도 직접 접객을 하는 곳이 있을 정도로 전통을 중요시하여 최고의 고급음식점으로 꼽히고 있다. 풀코스(Full Course)에 의한 철저한 테이블 서비스를 구사한다.

2) 캅뽀(고급전문일식점, 割烹)

캅뽀(割烹)란 뜻은 자르고 삶는다는 뜻인데 다양한 조리방법을 총칭하는 말로 요정과 같은 요리점을 뜻한다. 대체적으로 캅뽀(割烹)는 요정보다는 전문 레스토랑(Special Restaurant)의 성격이 짙으며 생선회와 초밥, 덴뿌라(튀김), 게요리, 새우요리 등과 같이 요리방법이나 고급 식자재를 사용하는 레스토랑으로 코스요리와 테이블 서비스를 기본으로 하고 있다. 우리나라의 고급 일식점이 여기에 속한다고 볼 수 있다.

3) 이자까야(요리주점, 居酒屋)

다양한 요리와 술, 그리고 분위기라는 3박자를 고루 갖춘 곳으로 메뉴 수가 구입 가지에서 수백 가지에 이를 정도로 다양한 메뉴를 취급하고 있으며 술 종류 또한 많다. 일본의 이자까야는 메뉴의 무국적화, 점포의 대형화가 특징적인데 값이 싸고 분위기가 가볍다는 장점을 살려 대중들의 지지를 받고 있다. 최근에는 이자까야(居酒屋)라는 용어 외에 먹거리를 강조한 이쇼꾸야(居食屋)도 등장하고 있다.

우리나라의 경우, 1990년도 후반 이후 요리주점의 형태로 들어 왔다가 2000년도부터는 이자까야라는 용어를 그대로 쓰는 일본식 요리주점이 활발하게 전개되고 있다.

4) 아따이(포장마차형 음식점, 台)

노점에서 정식으로 허가를 받아서(특정지역 안) 포장마차 스타일로 음식을 파는 곳으로 take-out을 겸해서 운영하는 곳이다. 주요 메뉴로는 생라면과 우동, 꼬치구이, 타코야끼 등이며 가볍게 들러 요기를 채우는 곳이다. 도심의 변화가 일부 지역과(驛)앞의 소규모 점포가 여기에 속한다.

이외에도 대중음식점이 있는데 우동, 소바(메밀국수), 생라면, 덮밥, 돈까스 전문점 등이 있다. 우리나라의 일식 레스토랑은 생선회를 주 메뉴로 한 횃집, 고급생선회와 생선초밥을 주 메뉴로 하는 고급일식점(호텔일식당 포함), 대중일식점(돈까스, 일본식 생라면, 우동 등)과 체인형 일식점(돈까스, 우동, 초밥, 참치회 등)이 있고 저녁 영업만을 하는 이자까야(요리주점)등이 일식 레스토랑으로 분류되고 있다.

3. 일식 메뉴의 특성

일분요리란 일본의 풍토에서 독특하게 발달하고 일본인들이 일상 먹는 요리의 총칭으로³⁾ 일본요리는 ‘눈으로 먹는 요리⁶⁾’라고 할 만큼 자연으로부터 얻은 식품 고유의 맛과 멋을 최대한 살리는 조리법을 택하며, 어패류를 이용한 요리가 많기 때문에 신선도와 위생을 제일 중요시하고, 요리의 양이 비교적 적으며 섬세하고, 계절감이 뚜렷하다⁷⁾. 이처럼 계절적인 요리를 매우 중요시하며, 생선, 어패류의 생식, 사시미, 초회 등 어떠한 소재의 풍미, 색, 형태 등을 살린 즐림, 구이, 튀김 등이 있다.

이상에서 살펴본 일본요리상 특성을 보면 다음과 같다⁸⁾.

- ① 사면의 바다로 된 섬나라이기 때문에 어패류를 재료로 하는 요리가 발달하였다.
- ② 생선회, 생선초밥 등 가열하지 않고 신선한 식품을 생식하는 조리법이 발달하였으며, 조리법에서 재료가 갖고 있는 맛을 최대한 살릴 수 있다.
- ③ 계절에 나는 신선한 재료를 이용하여 계절감이 뚜렷하다.
- ④ 요리를 담는 기물이 다양하고 예술적이다.
- ⑤ 요리를 담을 때에 공간과 색상의 조화를 매우 중요시한다.
- ⑥ 비교적 요리의 양이 적으며 섬세하다.
- ⑦ 일본요리의 메뉴는 그 조리법에 따라 분류된다.
- ⑧ 전채가 계절별로 다양하다.
- ⑨ 양식과 중식에 비해서 강한 향신료의 사용은 비교적 적은 편이다.
- ⑩ 요리를 담는 데에 동양철학을 담고 있다. 여백과 농담의 조화를 중요시하는 동양화처럼 공간과 색상의 조화를 중히 여긴다.

- ⑪ 자연으로부터 얻은 재료의 고유한 맛과 멋을 최대한 살리며 대체로 담백한 맛을 추구한다.
- ⑫ 외국의 요리를 받아들여 일본의 풍토에 맞게 개량하여 정착화된 요리가 발달하였다.
- ⑬ 식품산업이나 요식업에 있어서 미래의 컨셉트가 될 자연지향적·친 환경적인 요리이다.

4. 일식 레스토랑 세트 메뉴의 의의

세트 메뉴 즉 정식 메뉴는 "Table of host"를 뜻하는 것으로 오늘날의 숙박기능을 하는 여인숙이나 여관에서 유래된 것이라고 하며 처음부터 끝까지 한 세트에 제공되는 정식요리(Full Course)를 말한다. 보통 7~10가지 코스가 제공되며, 근래에는 한가지의 특징적인 맛을 즐기기 위하여 4가지 코스를 즐기는 경우도 있으며, 그 특징은 다음과 같다^{9,10)}.

- ① 신속한 서비스로 좌석 회전률을 높일 수 있다.
- ② 가격이 저렴하다.
- ③ 식재료 관리가 용이하다.
- ④ 원가가 절감된다.
- ⑤ 메뉴관리가 용이하다.
- ⑥ 고객의 입장에서 선택의 폭이 좁다.
- ⑦ 가격의 변화에 시의성 있게 대처할 수 있는 유연성이 결여되어 있다.
- ⑧ 메뉴에 대한 지식이 없어도 주문하기가 쉽다.
- ⑨ 제공되는 요리품목의 메뉴구성이 한정되어 있다.
- ⑩ 가격이 코스별로 고정되어 있어서 가격조정과 통제가 용이하다.
- ⑪ 가격이 각 품목별로 선택할 경우보다 저렴한 편이다.
- ⑫ 고객이 코스를 선택한 후 요리의 품목을 변경할 수 없다.
- ⑬ 메뉴작업이 쉽다.
- ⑭ 조리과정이 일정하여 노력이 적게 든다.

Ⅲ. 광주·전남 호텔 일식 레스토랑의 현황

1. 일식 레스토랑 현황

일식 레스토랑의 경우 우리나라에서는 법규(식품위생법)상 영업신고증이나 사업자 등록증을 신청할 때 단순히 일식으로만 표기되어 있어 패스트푸드점인지 패밀리 레스토랑인지 구분하기 어렵다. 서비스형식에 따라 구분하자면 셀프 서비스와 카운터 서비스 식당의 중간형태의 경우에는 간이 우동점이나 돈까스 전문점이, 카운터

서비스 식당의 경우에는 최근에 등장하고 있는 중·대형 일본음식점(일본면, 후라이류 취급)과 일본식 선술집인 '이자가야(居酒屋)'가 테이블 서비스 식당은 생선회와 초밥을 전문으로 취급하는 ○○ 庵町 등과 같은 和食집으로 구분할 수 있다⁹⁾.

현재 우리나라 일식 레스토랑의 수는 <표 1>에서 보는 바와 같이 총 음식점 수(일반음식점) 435,086개중 12,896개로 2.96%를 차지하고 있다.

<표 2>를 보면 일식 레스토랑이 차지하는 비율을 전국을 보았을 때는 2.96%이고, 서울지역만을 살펴본다면 4.06%로 서울지역의 일식 레스토랑의 1.2% 정도 높은 편이다.

광주지역의 일식 레스토랑의 수와 비율·전국비율은 <표 3>과 같다.

<표 1> 일식 레스토랑의 수(전국)

구분	한식	양식	일식	중식	분식	등록업소	기타	합계
수	221,193	20,606	12,896	25,037	37,452	527	113,531	431,242
비율	50.84%	4.74%	2.96%	5.75%	8.61%	0.12%	26.09%	99.12%
총계	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086

자료 : 한국음식업중앙회, 회원현황 2002. 9. 30 현재.

<표 2> 일식 레스토랑의 수(서울지역)

구분	한식	양식	일식	중식	분식	등록업소	기타	합계
서울수	39,399	4,887	3,539	4,358	7,215	231	28,037	87,666
서울계	87,776	87,776	87,776	87,776	87,776	87,776	87,776	87,776
전국계	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086
서울비율	44.89%	5.57%	4.06%	4.96%	8.22%	0.26%	31.94%	99.87%
전국비율	9.06%	1.12%	0.81%	1.00%	1.66%	0.05%	6.44%	20.15%

자료 : 한국음식업중앙회, 회원현황 2002. 9. 30 현재.

<표 3> 일식 레스토랑의 수(광주지역)

구분	한식	양식	일식	중식	분식	등록업소	기타	합계
광주수	6,048	350	600	765	965	14	5,845	14,587
광주계	14,587	14,587	14,587	14,587	14,587	14,587	14,587	14,587
전국계	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086
광주비율	41.46%	2.40%	4.11%	5.24%	6.62%	0.10%	40.07%	100.00%
전국비율	1.39%	0.08%	0.14%	0.18%	0.22%	0.00%	1.34%	3.35%

자료 : 한국음식업중앙회, 회원현황 2002. 9. 30 현재

전남지역의 일식레스토랑의 수와 전국비율은 <표 4>와 같다.

<표 4>를 보면 광주지역은 서울지역의 일식 레스토랑보다 비율이 더 높은 편이지만, 전남지역과 같은 경우에는 일식 레스토랑이 제일 낮은 편으로 나타났다.

<표 4> 일식 레스토랑의 수(전남지역)

구분	한식	양식	일식	중식	분식	등록업소	기타	합계
전남수	12,006	481	170	1,092	1,322	0	4,180	19,251
전남계	19,272	19,272	19,272	19,272	19,272	19,272	19,272	19,272
전국계	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086	435,086
전남비율	62.30%	2.50%	0.88%	5.67%	6.86%	0.00%	21.69%	99.89%
전국비율	2.76%	0.11%	0.04%	0.25%	0.30%	0.00%	0.96%	4.42%

자료 : 한국음식업중앙회, 회원현황 2002. 9. 30 현재

2. 광주·전남 호텔 일식 레스토랑의 인사구조 현황

<표 5>를 보면 광주지역 센트럴 호텔이 종사자가 14명의 가장 많이 근무하고 있고, 다음으로 광주 프린스호텔과 무등파크호텔이 9명, 파레스호텔이 8명 종사하는 것으로 나타났다.

<표 5> 광주·전남 호텔 일식레스토랑 종사자 현황

구분	내용	S 호텔	GP 호텔	MP 호텔	P 호텔
성 별	남	5	3	4	3
	여	9	6	5	5
	계	14	9	9	8
학력별	고졸	10	4	9	5
	전문대졸	2	5	0	3
	대졸	2	0	0	0
	대졸 이상	0	0	0	0
	계	14	9	9	8
연령별	20~25세	0	4	2	2
	26~30세	3	2	0	3
	31~35세	6	1	2	1
	36~40세	2	1	5	1
	41세 이상	3	1	0	1
	계	14	9	9	8

〈표 5〉 계속

구분	내용	S 호텔	GP 호텔	MP 호텔	P 호텔
직급별	사원급	9	7	2	4
	주임급	0	1	2	2
	대리급	1	0	1	0
	과장급	2	1	3	1
	차장급	2	0	1	1
	계	14	9	9	8
조리사관련자격증 (복수응답)	일식조리기능사	5	2	2	3
	복어조리기능사	0	0	0	0
	(한, 양, 중, 산업기사)	6	7	5	4
	조리기능장	0	0	0	0
	계	11	9	7	7

자료: 해당 호텔 주요 관리자와 인터뷰 자료를 토대로 논자 작성(2003년 8월 현재).

3. 광주·전남 호텔별 일식 레스토랑 업무형태와 인원

〈표 6〉을 보면 호텔별 일식 레스토랑 업무 분담의 형태와 인원에서는 뒷 주방에서의 업무와 인원수 앞 주방보다 세분화가 낮게 나타났다.

〈표 6〉 호텔별 일식레스토랑 업무분담형태와 인원

호텔	S호텔				GP호텔				MP호텔				P호텔			
	인원	인원	인원	인원	인원	인원	인원	인원	인원	인원	인원	인원	인원	인원		
야채담당	1	1	1	1	초밥담당	1	1	1	-							
구이담당	1	-	-	-	사시미담당	1	1	1	1							
더운요리담당	1	1	1	1	찬모	2	2	2	2							
튀김요리담당	-	-	-	-	기 타(홀)	7	3	3	3							
철판구이	-	-	-	-	계	14	9	9	8							

자료: 해당 호텔 주요 관리자와 인터뷰 자료를 토대로 논자 작성(2003년 8월 현재).

4. 광주·전남지역 호텔 일식 레스토랑의 세트 메뉴 현황(표 7 참조)

IV. 일식 세트 메뉴에 대한 메뉴 선호도 분석

1. 분석 방법

메뉴공학이란 식음료 경영자가 현재 또는 미래의 메뉴를 평가하는데 활용될 수 있도록 단계적으로 체계화시킨 평가의 절차로서 메뉴가격, 디자인, 메뉴구성내용 결정

〈표 7〉 호텔 일식레스토랑의 메뉴품목과 판매가 구분

세트메뉴명	호텔	S호텔	GP호텔	MP호텔	P호텔
		사용메뉴	사용메뉴	사용메뉴	사용메뉴
회석요리		0	0	0	0
샤브샤프					
생선 사시미		0	0	0	0
자연송이버섯					
스끼야끼					
도미지리		0	0	0	0
모듬냄비					
전복사시미		0	0	0	0
참치사시미		0	0	0	0
조리장특별요리		0	0	0	0
도시락 정식			0	0	0
튀김 정식			0	0	0
소금구이 정식		0	0	0	0
조림 정식		0	0	0	0
민물장어구이정식		0	0	0	0
초 밥		0	0	0	0
김 초 밥		0	0	0	0
덮 밥		0	0	0	0
죽		0	0	0	0
초 회		0			0
우 동				0	0

자료: 해당 호텔 주요 관리자와 인터뷰 자료를 토대로 논자 작성(2003년 8월 현재).

등의 문제를 해결하고자 하는 일련의 과정이다.

메뉴공학의 분석은 고객수요, 메뉴믹스, 품목별 공헌 이익도의 세가지 요소이며, 고객수요란 일정기간 동안 한 업장을 이용한 고객의 총 수를, 메뉴믹스란 품목에 대한 고객의 선호도를 분석하는 것으로 판매믹스 분석이라고 한다. 품목별 공헌 이익도란 판매가와 식재료비의 차액으로서 품목별 총이익을 분석하기 위해 사용되는 것이다¹¹⁾.

경영주들이 메뉴공학에 의한 분석을 하는 이유는 기업이 수익성을 높이는 측면과 고객의 선호도를 찾아서 고객의 욕구를 충족을 시켜주는 측면으로, 메뉴공학의 기능은 메뉴가 가지는 근본 기능인 마케팅도구, 판매도구, 구매도구로서의 기능을 원활하게 수행하기 위하여 지금 현재 기업과 고객이 가지고 있는 환경을 면밀히 분석하는데 있다¹²⁾.

1980년대 잭 밀러에 의한 메뉴분석의 시작으로 학자들에 의하여 지금까지 많은 발전을 이루어 오고 있다. 잭 밀러는 메뉴를 관리하기 위하여 일정기간 판매된 모든 품목의 판매 수량과 원가를 중심으로 분석을 하였다¹³⁾.

		고	
판 매 수 량	I Winners	II Marginals	
	III Marginals	IV Losers	
	저/저	Food원가	고

판매 수량과 원가에 의하여 Winners, Marginals I, Marginals II, Losers의 4개로 분류하였다. 즉 판매수량이 많고 원가율이 적은 것이 가장 좋은 메뉴 품목으로 Winner(고판매/저원가율)에 판매수량이 많음과 동시에 원가율도 높은 품목은 Marginals I(고판매/고원가율)은 판매 수량이 적고 원가율도 적은 품목은 Marginals II(저판매/저원가율), 판매량 수량도 적고 원가율도 높은 품목은 Losers(저판매/저원가율)의 형태로 구분하였다. 여기서 고와 저의 구분은 판매수량은 평균의 70%를 기준으로 하여 그 이상은 “고”, 그 미만은 “저”로 하였다¹²⁾.

2. 분석대상

일식 세트 메뉴 선호도에 대해서 분석하기 위해서 광주·전남지역 관광호텔에서의 일식당 메뉴 세트를 분석 대상으로 삼았으며, 2003년 8월 1일부터 8월 30일까지 한달동안 판매된 세트 메뉴 품목별 매출표를 가지고 각 호텔의 평균판매량으로 분석하였다. 자료수집은 호텔 담당자를 직접 만나 원가 및 판매수량의 자료를 구하였으며, 메뉴품목은 각 업장별로 판매되는 모든 메뉴를 가지고 메뉴품목을 정하였다.

3. 분석 결과(표 8)

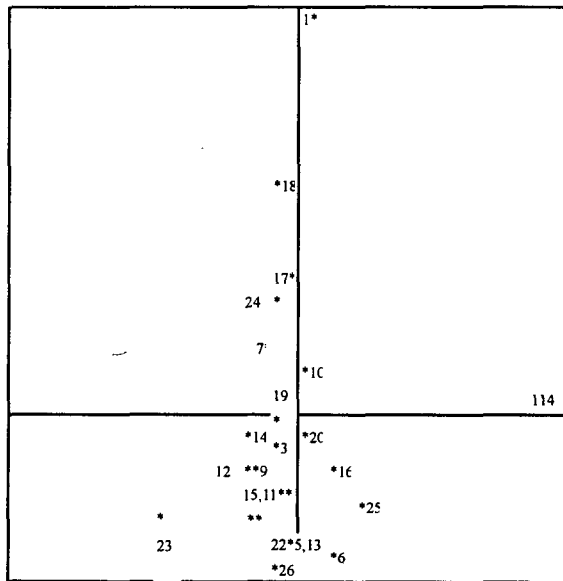
1. 회석요리(가이세끼요리)코스, 2. 샤브샤브코스, 3. 복 사시미(회)코스, 4. 스키야끼 코스, 5. 도미지리 코스, 6. 모듬냄비 코스, 7. 생선 사시미(회)코스 8. 송이버섯 코스,

〈표 8〉 광주·전남지역의 일식세트메뉴 선호도 분석

번호	메뉴명	평균 판매수량	개당 원가	총원가	개당 판매가	총 판매가	원가율	개당공헌이익	총공헌이익	판매량영역	원가율영역	판정
1	회석 요리	480	28,250	13,560,000	57,500	27,600,000	49.13%	29,250	14,040,000	고	고	Marginals I
2	샤브 샤브											
3	북 사시미	100	82,500	8,250,000	175,000	17,500,000	47.14%	92,500	9,250,000	저	저	Marginals II
4	스끼야끼코스											
5	도미지리코스	57	8,188	466,716	17,000	969,000	48.16%	8,812	502,284	저	저	Marginals II
6	모듬냄비코스	35	82,500	28,87,500	150,000	5,250,000	55%	67,500	2,362,500	저	고	Losers
7	생선 사시미	169	32,063	5,418,647	68,750	11,618,750	46.63%	36,687	6,200,103	고	저	Winners
8	자연송이버섯		47,500		100,000		47.5%					
9	진북 사시미	60	82,500	4,950,000	175,000	10,500,000	47.14%	92,500	5,550,000	저	저	Marginals II
10	참치 사시미	134	57,688	7,730,192	118,750	15,912,500	48.58%	61,062	8,182,308	고	고	Marginals I
11	조리장 특별코스	53	24,167	1,280,851	50,000	2,650,000	48.33%	25,833	1,369,149	저	저	Marginals II
12	도시락 정식	77	11,500	885,500	25,000	1,925,000	46%	13,500	1,039,500	저	저	Marginals II
13	튀김 정식	55	10,417	572,935	21,667	1,191,685	48.07%	11,250	618,750	저	저	Marginals II
14	소금구이 정식	83	10,750	892,250	22,500	1,867,500	47.8%	11,750	975,250	저	저	Marginals II
15	민물장어	59	8,213	484,567	17,250	1,017,750	47.61%	9,037	533,183	저	저	Marginals II
16	조림 정식	72	9,250	666,000	17,250	1,242,000	53.62%	8,000	576,000	저	고	Losers
17	초밥 정식	230	8,250	1,897,500	17,500	4,025,000	47.14%	9,250	2,127,500	고	저	Winners
18	김초밥 정식	300	4,488	1,346,400	9,750	2,925,000	46.03%	5,262	1,578,600	고	저	Winners
19	덮밥 정식	111	7,413	822,843	15,500	1,720,500	47.83%	8,087	897,657	저	저	Marginals II
20	죽정식	104	9,983	1,038,232	20,333	2,114,632	49.1%	10,350	1,076,400	저	고	Losers
21	계절 정식											
22	초회 정식	35	5,167	180,845	11,667	408,345	44.28%	6,500	227,500	저	저	Marginals II

<표 8> 계 속

번호	메뉴명	평균 판매수량	개당 원가	총원가	개당 판매가	총 판매가	원가율	개당 공헌이익	총공헌이익	판매량 영역	원가율 영역	판정
23	우동 정식	40	3,375	135,000	10,000	400,000	33.75%	6,625	265,000	저	저	Marginals II
24	소바 정식	185	5,750	1,063,750	12,500	2,312,500	46%	6,750	1,248,750	고	저	Winners
25	오차즈께 정식	34	9,250	314,500	17,500	595,000	52.86%	8,250	280,500	저	고	Losers
26	맑은국 정식	23	7,125	163,875	15,000	345,000	47.5%	7,875	181,125	저	저	Marginals II
평균		113.45					48.57%					



원가율(48.57%)

9. 전복 사시미(회) 코스, 10. 참치 사시미 (회) 코스, 11. 조리장 특별코스, 12. 도시락 정식, 13. 튀김 정식, 14. 소금구이 정식, 15. 민물장어 정식, 16. 조림 정식, 17. 초밥 정식, 18. 김초밥 정식, 19. 덮밥 정식, 20. 죽 정식, 21. 계절 정식, 22. 초회 정식, 23. 우동 정식, 24. 소바 정식, 25. 오차즈께 정식, 26. 맑은국 정식

V. 결 론

본 연구는 광주·전남지역의 4개 관광호텔 일식 레스토랑의 세트 메뉴 수익성에

대한 연구로 이론적 고찰을 통하여 일식 레스토랑 세트 메뉴에 대해서 이론적 접근을 실시하였다. 광주·전남지역 관광호텔 일식 레스토랑의 세트 메뉴 현황 파악 및 원가 그리고 판매량을 통하여 문제점 및 개선 방향을 제시하고자 한다.

일식 세트 메뉴에 대해서 분석하기 위해서 광주·전남의 특급호텔에서의 특급호텔 일식당 메뉴세트를 분석 대상으로 삼았으며, 2003년 8월 1일부터 8월 30일까지 한달동안 판매된 세트 메뉴 품목별 매출표를 가지고 각 호텔의 평균판매량으로 분석하였다. 자료수집은 호텔 담당자를 직접 만나 원가 및 판매수량의 자료를 구하였으며, 메뉴품목은 각 업장별로 판매되는 모든 메뉴를 가지고 메뉴품목을 정하여 분석한 결과 원가는 적으며, 판매량은 많은 Winners 영역에는 17. 초밥 정식, 18. 김초밥 정식, 24. 소바 정식, 7. 생선 사시미(회)코스 메뉴 품목이, 원가는 높고 판매량이 높은 영역인 Marginals I 영역에는 1. 회석요리(가이세끼요리)코스, 10. 참치 사시미(회) 코스 메뉴 품목이, 원가는 낮고 판매량이 적은 Marginals II 영역에는 2. 샤브샤브코스, 3. 북 사시미(회)코스, 4. 스키야기 코스, 6. 모듬냄비 코스, 8. 송이버섯 코스, 9. 전복 사시미(회) 코스, 11. 조리장 특별코스, 12. 도시락 정식, 13. 튀김 정식, 14. 소금구이 정식, 15. 민물장어 정식, 19. 덮밥 정식, 21. 계절 정식, 22. 초회 정식, 23. 우동 정식, 26. 맑은국 정식의 메뉴 품목이, 원가는 높고 판매량이 낮은 Losers 영역에는 20. 죽 정식, 16. 조림 정식, 5. 도미지리 코스, 25. 오차즈케 정식의 메뉴 아이템으로 나타났다.

호텔 일식 레스토랑의 세트 메뉴는 여러가지 음식을 음미할 수 있으며, 재료에 계절의 변화감을 반영할 수 있으며, 고객이 만족하며, 가격의 저렴하다는 특징을 가지고 있으며, 기업에게는 매출 증대를 가져다준다.

그러나 레스토랑의 메뉴에 대한 품목에 관한 선정에는 주방 자체가 가지고 있는 시설의 한계점과 같은 주방공간 작음, 홀과의 협조관계, 재료 구입 문제로 인하여 많은 어려움이 있다.

따라서 메뉴에 자체에서는 대한 음식간, 조화, 맛, 계절별 신선한 재료 사용, 경쟁사와 차별화, 메뉴와 실내분위기 조화, 양 조절과 마케팅에서는 직원의 메뉴 설명, TV광고(케이블방송), 전단지 작성, 직원의 설명, 종업원들이 권유, 세금봉사료전액면제를 통해서 메뉴에 대한 선호도와 만족도, 그리고 원가의 절감과 판매량의 증대에 노력해야 한다.

참고문헌

1. 김기영 (2002) : 호텔주방관리론. 백산출판사, p.3.
2. 정연철 (2003) : 호텔레스토랑 이용객의 메뉴선택요인에 관한 연구. 경주대학교 대학원 석사학위논문.

3. 유철성 (1997) : 호텔식음료 경영과 실무. 서울 백산출판사, p.191.
4. 정봉원 (2000) : 외식산업과 창업론. 형설출판사, p.34.
5. 소재구 (2000) : 일식레스토랑 창업 성공요인에 관한 연구. 경기대학교 대학원 석사학위논문.
6. 호텔롯데 (1990) : 조리직무교재. 명지출판사, p.433.
7. 김종금 (1990) : 일본요리연구. 홍익제, p.3.
8. 진양호, 강종현 공저 (2000) : 호텔 & 외식산업 메뉴관리론. 지구문화사, pp. 88-89.
9. 안광호 (1991) : 메뉴계획과 분석에 관한 이론적 고찰. 영남관광학회지 관광연구 제 1집, p.67.
10. 나정기 (1998) : 외식산업의 이해. 백산출판사, p.22.
11. 황춘기 (1996) : 호텔업 커피숍의 메뉴관리에 관한 연구. 세종대학교 대학원 석사학위논문.
12. 백재현 (2000) : 관광호텔 칵테일 메뉴 관리에 관한 연구-관광호텔을 중심으로-. 계명대학교 경영대학원, p.40.
13. Jack E. Miller (1980) : Menu Pricing and Strategy. CBI Boston Mass, pp.77-78.

(접수일: 2004년 4월 28일 / 채택일: 2004년 5월 25일)