

외식소비자의 연령별 외식행동과 한식에 대한 선호도 조사연구

- 서울, 경기, 천안 지역을 중심으로 -

윤혜려

호서대학교 자연과학대학 식품영양학과

(2005년 8월 31일 접수)

The Study of Dinning-out Behavior and Preference on Korean Foods by Age Groups

Yoon, Hei-Ryeo

Department of Food & Nutrition, College of Natural Science, Hoseo University, Asan, Korea

(Received August 31, 2005)

Abstract

The object of this research is to analyze and classify the dining-out behavior and preference on Korean food by age groups and to make counter proposals for better marketing and planning strategies. Major dining out motives were lack of time, the easiness of preparation, and schedule. For lunch, the schedule was the major dining-out motive. For dinner, the respondents in their 30s and below answered social gathering was their major dining-out motive (40.7% and 31.3% respectively). On the other hand, for the respondents in their 40s and 50s, the family gathering was the major dining motive (50.4% and 55.3% respectively) ($\chi^2=68.081$, $p<0.001$). For dining out frequency, 1-2 dining out per a week had the highest percentage, among which the respondents in their 30s was 42.9% (the highest) and the respondents in their 50s was 18% (the lowest). For the dining-out cost, the respondents in their 30s and below spent more on dinner rather than breakfast or lunch. For the menu preference of Korean foods, Doenjangjigae had the highest percentage. In case of Kimchi, the respondents in their 40s showed higher preference than the respondents in their 30s. Interestingly, the preference for Kimchi was higher in the respondents younger than 30 rather than in the respondents in their 30s. and the respondents older than 40 ($p<0.05$). Preference for Jangachi was considerably low in the respondents younger than 40, which implies that younger people don't incline to traditional Korean Mitbanchan. The dining-out motive was different in each age group. Now, the dining out motive is not restricted to home meal replacement. Social gatherings are increasing and the consumers of dining-out industry are being diversified. These suggest the increased need for classifying and analyzing the consumers by age groups to get more information on consumer behavior and tastes.

Key Words : dinning-out behavior, preference on Korean foods, age groups

1. 서론

급속한 경제발전과 식생활의 서구화, 가치관의 변화, 레저문화의 유입과 국민소득 증가에 따른 가처분 소득의 증가로 인한 소비생활 양식의 변화는 식생활 전반에 큰 영향을 미치면서 식품이나 음식의 소비 형태나 양상을 크게 변화시키고 있다. 그 변화들 중 첫 번째로 지적할 수 있는 것이 점차 외식의 비중이 증가하고 있다는 사실이다. 식생활의 빠른 외식화와 더불어 외식에의 의존도가 높아지면서 생리적 욕구 뿐 아니라 정신적, 사회적으로 외식은 중요한 기능을 갖게 되었다¹⁾. 현재 국내 외식

시장의 규모는 2003년 38조원에 이르고 있으며 1990년부터 2000년 까지 최근 10여년간의 소비지출 구조 중 우리나라 국민의 가구 당 식료품비는 1990년 219,500원에서 2000년에 421,500원으로 192%가 증가한 반면, 가구 당 외식비는 1990년에 44,800원에서 2000년에 177,200원으로 약 396%나 증가하여 식료품비에 대한 외식비의 비율의 1990년 20.4% 수준에서 2000년 42.0%로 증가되어 가정 내 식품섭취의 거의 절반을 외식에 의존하는 수준이 되어가고 있다²⁾. 또한 가구당 가처분 소득 중 식료품비 비율의 지속적인 감소 추세에도 불구하고 외식비는 그 비중이 1991년 7.3%에서 2003년 11.6%로 증가 하였

고, 국민 1인당 외식 횟수 및 1회 지출 금액의 지속적인 증가와 더불어 향후 외식산업은 선진국과 같은 4-6%의 안정 성장을 유지할 것으로 예측되고 있다³⁾. 이와 같은 외식산업 발전의 뒷받침은 곧 경제발전이 따른 소득수준의 향상에 기인한다고 할 수 있으며, 외식업의 규모와 유형에 관계없이 모든 외식기업은 우리 국민의 식생활을 풍요롭게 하고 있다⁴⁾. 이제 외식은 단순히 고객들에게 식음료를 제공하는 역할 뿐만 아니라 사교의 장소를 제공하고, 나아가서는 문화를 교류하는 문화의 장소로서의 역할을 수행하고 있으며, 아울러 세계 각국의 전통을 담은 음식문화 또한 분방한 교류와 개발로 인하여 우리 곁에 가까이 다가와 있다.

현재 국내 외식시장은 국내·외의 기업들의 치열한 경쟁 양상 속에서 판매자 중심에서 구매자 중심으로 전환되었으며, 이와 같은 급격한 시장의 변화는 외식 경영자들에게 음식에 대한 소비자의 요구변화를 주의 깊게 관찰하여야 하며, 소비자의 요구 변화에 대한 신속한 대응을 통해 마케팅 경쟁력을 제고하도록 요구하고 있다⁵⁾. 외식소비자들은 교육수준과 소득수준의 향상에 힘입어 구매수준의 고급화와 개성화를 추구하고 있으며 이들의 기호 또한 매우 다양하고 빨리 바뀌고 있기 때문에 이에 부응하는 시장세분화의 전략은 필수적이라고 하겠다. 사회변화의 빠른 속도와 더불어 세대별 문화의 차이는 간과할 수 없으며, 이와 같은 차이는 소비성향이나 행위양식 등에 그 초점을 맞출 수 있다⁶⁾. 외식소비자들이 음식점을 선택하고 메뉴를 결정하는 요인들 중 인구통계학적 기준에서 음식 선택행동과 인지도는 성별, 연령별에 따라 차이를 나타내는 것으로 조사되었으며⁷⁾, 연령별 식생활 양식의 차이는 사회경제적인 상황변화를 통하여 구분되고^{8,9)}, 식사형태는 경제수준의 영향을 받는 것으로 나타나고 있다^{10,11)}.

현재 국내에서 한국인의 외식생활을 선도하는 음식은 한식이며 신세대들의 서구화된 식생활 패턴과 서구식 패스트푸드점들의 인기에도 불구하고 한식은 전 연령층에서 외식시 가장 선호되는 음식으로 나타나고 있으며^{12,13)}, 연령대가 높을수록 한식을 선호하는 비율은 높게 조사되고 있다⁸⁾. 실제적으로 한식은 60만 외식업소중 85% 이상을 차지하는 대다수의 외식업태이다. 최근 들어 고조된 건강에 대한 관심과 한식의 높은 영양학적인 가치와 건강식으로서의 가치를 차제하더라도 한식은 한국인들이 가장 선호하는 음식임에는 분명하다. 그러나 이러한 한식에 대한 소비행동패턴과 선호도 연구 등은 메뉴 선택기준과 같은 외식성향조사^{14,15)}나 패스트푸드점^{16,17)}을 대상으로 한 연구 등에 치우쳐 많지 않은 연구 등이 행하여진 것이 사실이다. 그러므로 본 연구의 목적은 한식을 중심으로 연령별 외식행동과 한식에 대한 선호도를 분석하여 연령에 따른 외식소비행동의 차이를 규명하고, 향후 한식이 지향해야 할 방향을 제시할 수 있는 중요한 외식 소비문화에 대한 시사점을 제공하고, 그에 따른 외식 산업의 마케팅 및 기획 전략을 수립하는데 있어 올바른 지향점을 제시하고자 한다.

II. 연구방법

1. 조사방법 및 실시기간

본 연구는 서울·경기 및 천안지역에 거주하는 성인 남녀 350명을 임의 표집하여 직접 면담조사에 의한 설문지법을 이용하여 실시되었다. 설문조사는 2002년 11월 1일부터 12월 31일까지 실시되었으며, 회수된 총 350부중 조사 내용이 불충분하여 통계처리에 부적절한 24부를 제외한 326부가 통계분석 대상으로 사용되었다.

2. 설문지 구성

설문조사 내용은 응답자들의 일반적인 사항과 한식에 대한 인지도와 선호도 등을 알아보는 것으로 구성하였다. 일반적인 사항은 성별, 결혼여부, 연령, 가족사항, 직업, 거주형태 및 수입 등을 조사하였다. 외식행동에 대한 조사문항 등은 외식 시각 끼니별 외식 동기, 외식 빈도, 선호하는 메뉴, 지출비용, 한식 메뉴별 선호도로 구성하였고, 한식의 맛, 가격, 양에 대한 만족도는 Likert scale에 의한 5점 척도법을 이용하여 각 단계를 점수화하여 평가하였다.

3. 자료처리 및 분석방법

조사 자료에 대한 통계처리는 SPSS Win(ver11.0) package program을 이용하였으며 일반적인 사항과 한식에 대한 인지도는 각 조사항목에 대해 응답 빈도와 백분율을 산출하였고 항목간 빈도의 차이 검증은 χ^2 -test를, 독립된 집단의 평균, 표준편차 등의 유의적 차이 비교는 one-way ANOVA를 실시한 후 Tukey test로 검증 되었다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사자의 일반 사항

응답자들의 일반사항은 <Table 1>과 같다. 응답자들의 구성은 남자가 31.6% 여자가 68.4%이었으며, 기혼자가 여자 70.4% 남자 68.9%로 미혼자에 비해 많았다. 연령대는 여자와 남자 모두 40세-49세가 각각 46.2%, 30.4%로 가장 많은 비율을 나타내었고, 그 다음으로 여자는 30세이하가 29.1%, 30-39세 10.3%, 50세이상 14.4% 순이었으며, 남자의 경우는 30세이하 25.5%, 30세-39세가 26.5%, 50세이상 17.6%로 나타났다. 가족구성원은 부부와 자녀가 함께 사는 핵가족 형태가 여자 50.7%, 남자 41.7%로 가장 많았으며, 그 다음으로 부모와 부부, 자녀가 함께 사는 대가족의 경우 여자 12.1%, 남자 13.6%를 나타내었다. 조사대상자의 직업은 남자의 경우 일반 사무직이 35.9%로 가장 많았으며, 전문직이 17.5%, 서비스직이 12.9%, 기타 11.6%, 학생 7.9% 순으로 나타난 반면 여자의 경우 전업주부가 38.1%로 가장 많았으며, 다음이 일반 사무직 17.0%, 전문직 17.0%로 남녀간에 직업의 순위에 있어 유의적인 차이를 나타

<Table 1> General characteristics of respondents N(%)

		Male N=102	Female N=217	
Marital Status	Married	71(68.9)	157(70.4)	
	Single	32(31.4)	66(29.5)	
	Age	<30	26(25.5)	65(29.1)
		30~39	27(26.5)	23(10.3)
		40~49	31(30.4)	103(46.2)
		>50	18(17.6)	32(14.4)
No. of Family	Couple	6(5.8)	7(3.1)	
	Couple+1 Kid	43(41.7)	113(50.7)	
	Couple+Parents	10(9.7)	6(2.7)	
	Couple+Parents+Kids	14(13.6)	27(12.1)	
	Other	30(29.1)	62(27.8)	
	Occupation	Students	8(7.9)	12(5.4)
Office worker		37(35.9)	38(17.0)	
Professional		18(17.5)	38(17.0)	
Housewife		-	85(38.1)	
Commerce		6(5.9)	14(6.3)	
Service		13(12.6)	14(6.3)	
Blue color worker		4(3.9)	11(4.9)	
Other		12(11.6)	11(4.9)	
Income	<₩1,000,000	4(3.9)	29(13.2)	
	₩1,000,000-2,000,000	39(38.2)	99(45.0)	
	₩2,000,000-3,000,000	33(32.3)	38(17.5)	
	₩3,000,000-4,000,000	16(15.6)	25(11.5)	
	₩4,000,000-5,000,000	7(6.8)	14(6.4)	
	₩5,000,000-6,000,000	1(0.1)	5(2.3)	
	<₩6,000,000	2(0.2)	7(3.2)	
	Other	3(2.9)	3(1.3)	

내었다(p<0.05). 한달 수입의 정도는 100만원~200만원대가 여자 45%, 남자 38.2%로 가장 많았으며, 다음이 200만원~300만원대로 여자 18%, 남자 33%가 이에 해당되었으며, 여자의

13.2%, 남자의 10.0%가 한달수입이 400만원이상인 것으로 조사되었으며, 100만원이하도 여자 13.2%, 남자 4.0%나 되었다.

2. 연령대별 외식 행동 조사

<Table 2>에는 연령대별 외식행동의 동기를 나타내었는데 아침식사의 경우 외식행동의 동기로는 '시간이 없다'가 전 연령층에서 가장 높게 나타났으며(30세 이하 70%, 30대 62.5%, 40대 40.3%, 50세 이상 43.8%), 다음으로 '식사준비가 번거롭다', '식사때이어서', '가족들과의 즐거운 시간'의 순으로 유의적인 차이를 보였다($\chi^2=31.71$, $p<0.01$). 특히 40대이상의 연령대에서는 40대 16.7%, 50세 이상 12.5%가 '가족과의 즐거운 시간'을 위하여 외식을 한다고 응답하였으나 30대와 30세 이하의 연령층에서는 이와 같은 응답이 거의 나타나지 않았다. 점심의 외식행동의 동기는 '식사때이어서'라는 경우가 전 연령대에서 가장 높았으며(30세 이하 76.9%, 30대 85.4%, 40대 50.4%, 50세 이상 47.8%), '사교적인 목적'은 40대와 50세 이상에서 각각 20.9%, 30.4%를 나타내면서 높게 나타났고 연령대별 유의적인 차이를 보였다($\chi^2=56.57$, $p<0.001$). 저녁의 외식행동의 동기는 30세 이하(40.7%)와 30대(31.3%)에서는 '사교적인 목적'이 가장 높았으며, 40대(50.4%), 50세 이상(55.3%)이 '가족과의 즐거운 시간'이라고 응답하여 연령대별 유의적인 차이를 나타내었다 ($\chi^2=68.08$, $p<0.001$). 그러므로 외식을 하게 되는 동기는 아침 '시간이 없다', 점심 '식사때이어서', 저녁 '사교적인 모임' 등이 연령대별 차이 없이 가장 큰 동기로 나타나고 있으며 이와 같은 결과는 선행연구결과^{13,18)}에서 나타난 30대이상 연령 대에서는 점심과 저녁의 외식동기의 대부분이 모임 또는 약속에 의한 것과, 30세 이하 연령층을 연구한 보고

<Table 2> Motivation of dinning-out by age groups

		<30	30~39	40~49	>50	χ^2
Breakfast	Meal time	6(8.6)	3(12.5)	9(12.5)	4(12.5)	31.715**
	Troublesome cooking	12(17.1)	4(16.7)	15(20.8)	4(12.5)	
	Lack of time	49(70.0)	15(62.5)	29(40.3)	14(43.8)	
	Meeting with friends	3(4.3)	1(4.2)	3(4.2)	5(15.6)	
	Business meeting	0(0)	0(0)	4(5.6)	1(3.1)	
	Having a nice time with family	0(0)	1(4.2)	12(16.7)	4(12.5)	
Lunch	Meal time	70(76.9)	41(85.4)	58(50.4)	22(47.8)	56.571***
	Troublesome cooking	12(13.2)	3(6.3)	9(7.8)	2(4.4)	
	Lack of time	1(1.1)	0(0)	2(1.7)	1(2.2)	
	Meeting with friends	8(8.8)	4(8.3)	24(20.9)	14(30.4)	
	Business meeting	0(0)	0(0)	6(5.2)	4(8.7)	
	Having a nice time with family	0(0)	0(0)	16(13.9)	3(6.5)	
Dinner	Meal time	16(17.6)	7(14.6)	16(12.8)	4(8.5)	68.081***
	Troublesome cooking	25(27.5)	7(14.6)	10(8.0)	4(8.5)	
	Lack of time	3(3.3)	4(8.3)	11(8.8)	5(10.6)	
	Meeting with friends	37(40.7)	15(31.3)	20(16.0)	7(14.9)	
	Business meeting	1(1.1)	2(4.2)	5(4.0)	1(2.1)	
	Having a nice time with family	9(9.9)	13(27.1)	63(50.4)	26(55.3)	

* p<0.05 by χ^2 test
 ** p<0.01 by χ^2 test
 *** p<0.001 by χ^2 test

서^{19,20})에서 모임이나 약속보다 간편함과 편리함이 외식을 하는 주된 동기로써 나타나고 있는 것과는 상치되는 결과로써 보여진다. 또한 30세 이상의 연령층에서 저녁외식의 가장 큰 동기가 '가족과의 즐거운 시간'으로 나타나 가족과의 유대를 강화하는 세대의 트렌드를 반영하고 있다²¹).

각 연령대별 끼니의 유형에 따른 외식의 빈도는 연령별로 유의적으로 다른 분포 양상을 보였다(Table 3). 30세 이하의 경우 37.5%가 아침 외식을 하지 않는데 반하여 30대의 경우 76.6%, 40대 68.9%가, 50세 이상은 61.7%가 아침에 외식을 하지 않는 것으로 연령대별 유의적 차이를 나타내었다($\chi^2=71.44$, $p<0.001$). 그러나 이와 같은 현상은 1989년 문²⁰)과 2001년 박¹⁸) 등의 연구 등에서 아침 가정식의 비율이 각각 90.5%, 75.7%이었던 결과와 비교하면 아침 외식의 비율은 점점 증가하는 양상을 나타내고 있다. 점심의 경우에도 연령에 따른 외식의 빈도는 유의적으로 다른 분포 양상을 보였는데, 매일 점심에 외식을 하는 경우는 30세 이하 37.0%, 30대 44.9%를 나타내어 40대 15.9%와 50세 이상 10.0%보다 높게 나타났다($\chi^2=61.78$, $p<0.001$). 또한 80%이상의 30대와 30세 이하 연령대에서 주 1회 이상 외식을 하고 있는 것으로 나타났으며 이는 20대와 30대의 점심 외식 빈도 비율이 타 연령층에 비하여 높게 나타난 선행의 연구^{22,23})들과도 일치되는 결과를 나타낸다. 저녁의 경우에도 연령에 따른 외식행동의 빈도는 역시 유의적인 차이를 보였는데($\chi^2=76.56$, $p<0.001$), 거의 매일 저녁에 외식을 하는 분포가 30세 이하에서 13.0%로 가장 높게 나타났으며 주 1회 이상 저녁의 외식 빈도는 83.7%로 점심과 거의 유사한 결과를 나타낸다. 전 연령층에서 1주 1-2회의 외식행동이 가장 많은 것으로 나타나고 있으나, 30대(42.9%)에서 그 비율이 가장 높았으며 50세 이상(18.0%)에서 가장 낮게 나타났다. 특히 20, 30대 젊은이들의 외식행동 빈도율은 과거의 연구들에 비하

여 점점 증가하는 경향을 나타내고 있다^{18,24,25}).

연령대별 외식비용을 (Table 4)에서 살펴보면 끼니별 연령에 따른 식사비용의 분포가 유의적으로 다른 차이를 보였다. 아침식사의 경우 30세 이하의 47.1%와 30대 37.5%가 2,000-3,000원사이의 비용을 소비하는 것으로 나타났으며, 40대는 14.1%, 50세 이상의 19.4%가 2,000-3,000원의 비용을 소비하는 것으로 나타나 유의적인 차이를 나타내었다($\chi^2=33.94$, $p<0.05$). 40대(63.4%)와 50대(54.8%)가 아침식사에 지출하는 가장 보편적인 비용은 3,000-5,000원으로 조사되었다. 점심식사의 경우 30세 이하(58.2%)와 30대(81.3%)에서는 5,000-8,000원이 가장 보편적으로 지출하는 비용으로 나타났으며 특히 30세 이하의 35.2%, 30대의 14.6%가 3,000-5,000원 사이의 비용을 점심비용으로 지출하는 것으로 조사되고 있다. 반면에 40대의 29.3%와 50세 이상의 29.8%에서 5,000-8,000원을 점심비용으로 지출하고 있었으며, 40대의 38.8%, 50세 이상의 34%가 8,000원 이상을 점심비용으로 지출하는 것으로 조사되어 연령별 유의적 차이 나타내었다($\chi^2=75.32$, $p<0.001$). 그러나 저녁식사의 경우 30세 이하(18.8%)와 30대(10.1%)의 경우 10,000원 이상의 저녁식사비용을 지출하는 비율이 40대 (1.6%)와 50세 이상(8.3%)에 비하여 높게 나타나는 양상을 보여주고 있다. 이는 매우 흥미로운 결과로서 30세 이하와 30대 연령층에서는 저녁식사에 더 높은 비용을 지출하는 성향을 보여주고 있는 한편, 아침과 점심 식사는 타 연령층에 비하여 지출하는 식사비용이 낮은 것으로 조사되었다. 끼니별 식사비용의 차이는 김²⁶)등의 연구 결과와도 일치되는 것으로 이는 저녁

<Table 3> Frequency of dinning-out by meal time N(%)

		<30	30~39	40~49	>50	χ^2
Breakfast	Everyday	6(6.8)	1(2.1)	1(0.8)	1(2.1)	71.448***
	3-5/week	8(9.1)	0(0)	0(0)	0(0)	
	1-2/week	18(20.5)	5(10.6)	1(0.8)	3(6.4)	
	<1/week	12(13.6)	2(4.3)	16(13.1)	2(4.3)	
	1-3/month	11(12.5)	3(6.4)	20(16.4)	12(25.5)	
	None	33(37.5)	36(76.6)	84(68.9)	29(61.7)	
	Lunch	Everyday	34(37.0)	22(44.9)	20(15.9)	
3-5/week		22(23.9)	8(16.3)	17(13.5)	4(8.0)	
1-2/week		19(20.7)	11(22.5)	23(18.3)	16(32.0)	
<1/week		10(10.9)	3(6.1)	15(11.9)	6(12.0)	
1-3/month		4(4.4)	2(4.1)	27(21.4)	11(22.0)	
None		3(3.3)	3(6.1)	24(19.1)	8(16.0)	
Dinner		Everyday	12(13.0)	3(6.1)	10(7.6)	2(4.0)
	3-5/week	32(34.8)	9(18.4)	8(6.1)	5(10.0)	
	1-2/week	33(35.9)	21(42.9)	30(22.9)	9(18.0)	
	<1/week	6(6.5)	4(8.2)	17(13.0)	9(18.0)	
	1-3/month	6(6.5)	10(20.4)	46(35.0)	17(34.0)	
	None	3(3.3)	2(4.1)	20(15.3)	8(16.0)	

* p<0.05 by χ^2 test
 ** p<0.01 by χ^2 test
 *** p<0.001 by χ^2 test

<Table 4> Expenses for dinning-out by age groups N(%)

	(₩)	<30	30~39	40~49	>50	χ^2
Breakfast	2,000-3,000	33(47.1)	9(37.5)	10(14.1)	6(19.4)	33.943*
	3,000-5,000	29(41.4)	10(41.7)	45(63.4)	17(54.8)	
	5,000-8,000	7(10.0)	4(16.7)	13(18.3)	6(19.4)	
	8,000-10,000	0(0)	1(4.2)	1(1.4)	0(0)	
	10,000-15,000	0(0)	0(0)	1(1.4)	2(6.5)	
	15,000-20,000	1(1.4)	0(0)	0(0)	0(0)	
	>20,000	0(0)	0(0)	1(1.4)	0(0)	
Lunch	2,000-3,000	2(2.2)	0(0)	3(2.6)	2(6.5)	75.325***
	3,000-5,000	32(35.2)	7(14.6)	34(29.3)	15(31.9)	
	5,000-8,000	53(58.2)	39(81.3)	34(29.3)	14(29.8)	
	8,000-10,000	0(0)	0(0)	13(11.2)	4(8.5)	
	10,000-15,000	4(4.4)	2(4.2)	32(27.6)	11(23.4)	
	15,000-20,000	0(0)	0(0)	0(0)	1(2.1)	
	>20,000	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	
Dinner	2,000-3,000	62(68.9)	37(75.5)	106(87.6)	36(75.0)	35.979**
	3,000-5,000	1(1.1)	4(8.2)	6(5.0)	3(6.3)	
	5,000-8,000	5(5.6)	3(6.1)	7(5.8)	4(8.3)	
	8,000-10,000	5(5.6)	0(0)	0(0)	1(2.1)	
	10,000-15,000	12(13.3)	3(6.1)	1(0.8)	4(8.3)	
	15,000-20,000	2(2.2)	1(2.0)	1(0.8)	0(0)	
	>20,000	3(3.3)	1(2.0)	0(0)	0(0)	

* p<0.05 by χ^2 test
 ** p<0.01 by χ^2 test
 *** p<0.001 by χ^2 test

외식의 가장 큰 동기가 사교모임을 위한 것이라는 것에도 일치되며, 사교를 위한 모임에서 더 많은 비용을 사용하는 30세 이하와 30대 연령층의 특성을 보여주는 결과이다.

3. 한식에 대한 소비자의 외식행동

연령에 따른 끼니별 한식을 선택하는 경우는 (Table 5)와 같다. 전 연령층에서 아침식사로 한식을 선택하는 비율은 40대 79.5%, 50세 이상 71.0%로 30세 이하와 30대에 비하여 높게 나타났으며(p<0.001, 흥미롭게도 30대이상의 연령층에서 점심과 저녁식사로 한식을 선택하는 비율은 10%미만을 나타내고 있다(30세 이하 15.3%, 30대 8.3%, 40대 7.6%, 50세 이상 4.4%). 점심 식사로 가장 선호되는 음식은 중식(30세 이하 45.1%, 30대 52.1%, 40대 49.1%, 50세 이상 41.3%)이었으며, 일식에 대한 선호도가 두 번째로 나타났다(30세 이하 30.8%, 30대 33.3%, 40대 28.5%, 50세 이상 32.6%). 저녁 식사에서 가장 선호되는 메뉴는 전 연령층에서 일식(30세 이하 29.4%, 30대 24.5%, 40대 30.2%, 50세 이상 22.5%)으로 나타났으며, 분식류(30세 이하 25.0%, 30대 32.7%, 40대 26.2%, 50세 이상 18.4%)에 대한 선호도가 두 번째 인 것으로 조사되었다. 한식(30세 이하 5.4%, 30대 4.1%, 40대 1.6%, 50세 이상 2.0%)에 대한 선택 정도는 전 연령층에서 매우 낮게 나타났는데, 이와 같은 결과는 선행의 연구 등^{10,20,21)}에서 외식 시 한식이 가장 선호되는 음식이라는 보고와 상반되는 것으로 외식 시 선택되는 음식의 종류는 동반자나 외식의 성격에 따라 달라지는 결과로 나타나는데, 한식이 가족과의 외식에서는 가장 선행되는 음식이나 끼니를 위한 외식과 사교적인 모임의 비율이 높은 점심과 저녁 식사 때에는 한식이외의 음식이 많이 선호되고 있음을 나타내는 매우 흥미로운 결과이다.

(Table 6)은 연령대별 한식에 대한 선호도를 조사한 결과를

<Table 5> Preferable foods for dinning-out by meal time

		N(%)				χ^2
		<30	30~39	40~49	>50	
Breakfast	Korean foods	30(44.1)	12(48.0)	58(79.5)	22(71.0)	48.103***
	Chinese foods	3(4.4)	0(0)	2(2.7)	1(3.2)	
	Japanese foods	18(26.5)	7(28.0)	4(5.5)	6(19.4)	
	Snacks	5(7.4)	0(0)	3(4.1)	1(3.2)	
	Western foods	12(17.7)	3(12.0)	6(8.2)	1(3.2)	
	Fastfoods	0(0)	3(12.0)	0(0)	0(0)	
Lunch	Korean foods	14(15.3)	4(8.3)	7(6.0)	2(4.4)	27.785
	Chinese foods	41(45.1)	25(52.1)	57(49.1)	19(41.3)	
	Japanese foods	28(30.8)	16(33.3)	33(28.5)	15(32.6)	
	Snacks	5(5.5)	1(2.1)	11(9.5)	3(6.5)	
	Western foods	1(1.1)	2(4.2)	3(2.6)	2(4.4)	
	Fastfoods	2(2.2)	0(0)	3(2.6)	4(8.7)	
Dinner	Korean foods	5(5.4)	2(4.1)	2(1.6)	1(2.0)	19.458
	Chinese foods	10(10.9)	1(2.0)	17(13.5)	7(14.3)	
	Japanese foods	27(29.4)	12(24.5)	38(30.2)	11(22.5)	
	Snacks	23(25.0)	16(32.7)	33(26.2)	9(18.4)	
	Western foods	18(19.6)	11(22.5)	18(14.3)	13(26.5)	
	Fastfoods	7(7.6)	5(10.2)	7(5.6)	4(8.2)	

*** p<0.001 by χ^2 test

제시하였다. 전 연령층의 평균선호도를 보면 5점 만점 중 선호도 점수가 가장 높게 나타난 음식은 된장찌개였다. 40대~50세 이상의 선호도가 40대 이하 연령층에서의 선호도보다 높았고(p<0.05, 김치는 30세 이하와 40대와 50세 이상의 선호도가 30대의 선호도보다 높게 나타났다(p<0.05). 30세 이하와 30대 연령층에서는 갈비와 불고기 등 육류음식에 대한 선호도가 높았으며, 된장찌개, 국, 비빔밥, 생선구이 등으로 선호도를 나타내었다. 김치에 대한 선호도는 대학생들을 대상으로 한 연구^{27,28)} 등에서도 남녀의 구별 없이 높게 나타나고 있으며, 된장찌개와 불고기, 갈비등의 육류등에 대한 기호도와 선호도도 높게 나타나고 있다.

그러나 떡에 대한 선호도는 30대에서 가장 낮았으며(p<0.05, 30세 이하 연령층에서는 40대 이상의 연령층과 비슷한 선호도를 나타내었다. 이와 같은 결과는 서양식의 후식개념을 도입한 새로운 형태의 떡들이 개발되고, 젊은이들의 다과문화²⁹⁾와 다이어트 웰빙 식품으로 떡이 인지되고 있는 현상을 반영하고 있는 것으로 풀이된다. 한편 40대와 50세 이상의 경우에는 된장찌개, 김치, 갈비구이, 불고기, 탕과 국 순으로 선호도 점수가 높게 조사되었으며, 떡과 생선구이 등에 대한 선호도도 40대 이하와 50세 이상이 유의적인 차이를 나타내었다(p<0.05). 장아찌류의 선호도는 전 연령층에서 낮았으며, 특히 30대 이하에서 매우 낮게 나타나 이는 전통적인 밑반찬류를 선호하지 않는 젊은층의 기호도가 검증된 결과라고 보여진다. 40대와 50세 이상의 경우 30대와는 달리 선호도 점수가 가장 낮은 음식은 죽이었으며, 떡에 대한 선호도도 낮은 것으로 조사되었다. 이와 같은 결과는 기존의 연구결과^{13,16,18)}등에서 나타난 한식 음식류에 대한 선호도 순위는 지역과 응답자의 성격에 따

<Table 6> Preferable Korean foods by age groups

	<30	30~39	40~49	>50
Jook(Gruel)	3.3±1.1	3.3±0.9	3.0±1.0	2.8±0.9
Tang	3.7±0.9	3.6±0.8	3.9±0.7	3.7±0.9
Kuck(Vegetable soup)	3.3±1.1 ^a	3.3±0.9 ^a	3.9±0.8 ^b	3.8±0.9 ^c
Bulgogi	3.9±0.9	3.7±0.8	3.7±0.7	3.6±0.8
Galbigui	4.0±0.9	4.1±0.7	3.9±0.8	4.0±0.9
Bibimbop	3.6±0.9	3.3±0.9	3.6±0.9	3.4±0.9
Dduk(Rice cake)	3.1±1.1	2.7±0.9 ^a	3.3±1.1 ^b	3.1±1.0
Sangsun gui (Grilled fish)	3.4±1.1 ^a	3.6±1.0	3.7±0.9 ^b	3.9±0.8
Kimchi	3.9±0.9	3.6±0.7 ^a	4.2±0.7 ^{bc}	4.2±0.8 ^c
Cucumber Kimchi	3.7±1.1	3.6±0.8	3.9±0.9	3.9±0.8
Doenjangjigae (Soy bean paste stew)	4.0±0.9 ^a	3.9±0.7 ^a	4.4±0.6 ^b	4.3±0.7
Samgyetang	3.2±1.0	3.2±0.9	3.4±1.0	3.4±0.9
Jangachi(Picked vegetables with soy sauce)	2.8±1.0 ^a	2.8±1.0 ^a	3.3±0.9 ^b	3.0±0.9

Mean ± SD
Mean score with the same column followed by different letters are significantly different at p<0.05 level by Tukey's studentized range test

<Table 7> Correlation analysis of taste, quantity and price on Korean foods by age groups

	Age	Taste of Korean foods	Quantity of Korean foods	Price of Korean foods
Age	1.000			
Taste of Korean foods	-.143*	1.000		
Quantity of Korean foods	-.005	.430*	1.000	
Price of Korean foods	-.034	.374*	.448*	1.000

* p<0.05 by Pearson correlation

라 각기 다르지만 선호하는 음식의 종류는 크게 다르지 않은 결과와도 일치되는 것으로써 연령층에 따른 한식에 대한 선호도가 시대의 트렌드에 따라 변화됨을 알 수 있다.

연령에 따른 한식에 따른 만족도와와의 상관관계 분석(Table 7)에서는 연령과 한식의 맛에 대한 만족도는 유의적인 음의 상관관계(p<0.05)를 나타내어서 연령이 올라갈수록 한식의 맛에 대한 만족도는 낮아지고 있음 나타내었다. 또한 한식의 맛에 대한 만족도는 양과 가격과는 유의적인 양의 상관관계(p<0.01)를 나타내어 한식의 맛에 대한 만족도가 높을수록 양과 가격에 대한 만족도도 높은 경향을 나타내었다. 이와 같은 결과는 젊은이들의 한식에 대한 만족도가 높으며 양과 가격에 대한 만족도도 높은 결과를 나타낸다. 대학생들의 외식행동 연구^{27,28,30)}에 대한 선행 보고에서도 젊은이들이 한식을 좋아하는 이유가 '맛 때문'이라고 조사되었으며, 이와 같은 한식 선호도에는 '맛'에 대한 만족도가 가장 많은 영향을 주는 것으로 조사되었고, 한식에 대한 선호도도 매우 높은 경향을 나타내었다.

IV. 요약

본 연구는 한식 소비자들의 외식행동과 한식에 대한 선호도를 연령별로 살펴봄으로써 연령에 따른 소비행동의 차이와 한식에 대한 선호도를 분석하였다. 연구결과에 대한 요약은 다음과 같다.

1) 연령대별 외식행동의 동기는 아침식사의 경우 전 연령층에서 시간이 없다, 식사준비가 번거롭다, 식사 때이어서 순으로 있었으며, 점심의 외식행동의 동기는 식사 때이어서라는 경우가 가장 높았으며, 40대와 50대에서는 사교적인 목적도 외식의 중요한 동기로 작용하고 있었다. 저녁의 외식행동의 동기는 연령별차이를 가장 많이 나타내었는데 30세 이하와 30대에서는 모임이나 데이트를 위한 사교적인 목적의 응답이 가장 높은 반면, 40대 이상에서는 가족과의 외식을 가장 중요한 동기라고 응답한 비율이 50%이상을 차지하여서 연령이 높을수록 가족을 중심으로 한 외식소비행태를 나타내었다. 이와 같은 가족간의 외식행동은 주 5일제 근무의 확산과 여가시간의 확대로 인한 가족중심의 공동 소비행태의 행동양식²⁰⁾이 반영되어진 결과라고 보여 진다.

2) 각 연령대별 끼니의 유형에 따른 외식의 빈도는 전 연령층

에서 주 1-2회가 가장 많이 나타났으나, 30대의 외식 빈도가 가장 높아 사회활동과 사교생활이 활발한 연령대의 특징을 잘 반영하였고, 50세 이상에서 가장 낮게 나타나 연령이 높을수록 외식 빈도는 줄어드는 경향을 나타내었다. 그러나 점심과 저녁 외식은 증가하고 있고 반면 아침외식의 빈도는 증가하는 경향을 나타내었고, 특히 30세 이하의 연령층에서는 50%이상이 주 1회 이상 아침외식을 하고 있는 것으로 조사되었다.

3) 외식비 지출은 30대 이하와 30대 연령층에서는 아침과 점심식사보다 저녁식사에 더 높은 비용을 지출하는 경향을 보여 주고 있는 한편, 아침과 점심 식사는 타 연령층에 비하여 지출비용의 분포가 낮은 것으로 조사되었으며 40대 이상의 연령층은 점심비용으로 더 많은 지출을 하고 있는 것으로 나타났다.

4) 끼니별 한식에 대한 선호도는 아침식사의 경우가 가장 높았으며, 이는 40대와 50대에서 높게 나타났다. 점심 식사로 가장 선호되는 음식은 중식, 일식이었으며 저녁 식사에서 가장 선호되는 메뉴는 전 연령층에서 일식, 분식류 이었으며, 한식에 대한 선택 정도는 전 연령층에서 매우 낮게 나타났다.

5) 각 연령층에서 선호하는 한식에 대한 조사에서는 된장찌개가 전 연령층에서 가장 높은 선호도를 나타내었고, 김치는 40대 이상의 선호도가 30대보다 높게 나타났으며, 홍미류계도 30세 이하의 선호도는 30대보다 높게 나타났다. 그 외에도 떡과 죽에 대한 선호도는 전 연령층에서 낮게 조사되었다. 장아찌류의 선호도는 전 연령대에서 낮았으며 특히 30세 이하에서 매우 낮게 조사되었다. 한식의 맛에 대한 만족도 조사에서는 연령이 올라갈수록 한식의 맛에 대한 만족도는 낮아지고 있었으나, 한식의 맛에 대한 만족도가 높을수록 양과 가격에 대한 만족도는 높은 경향을 나타내었다. 전반적으로 한식에 대한 선호도는 식사 때와 식사 목적에 따라 연령대 별로 다르게 나타나고 있으나, 선호도는 성별이나 세대에 관계없이 폭 넓은 선호도를 반영하고 있으며⁹⁾, 이는 대학생들을 대상으로 하는 연구²⁴⁻³⁰⁾ 등에서도 나타난바 같다.

주 5일 근무제의 확산과 초·중·고생들의 토요일 휴무와 더불어 여행과 엔터테인먼트산업은 더욱 더 발전을 거듭하고 있으며, 외식은 여행과 여가 활동의 필수적인 요소로써 그 역할을 일조하고 있다. 이와 같은 여가시간의 증가는 독신자들에게는 좀더 많은 여유시간을 가족을 이루고 있는 가족구성원들에게는 가족과의 유대를 강화하는 휴식과 오락의 소비 트렌드를 창출시켰다. 이와 더불어 외식은 식사를 해결하기 위한 단순한 수단에서 벗어나 동기와 동반자에 따라 달라지는 행동 패턴을 나타내고 있으며, 연령과 목적에 따라 세분화되는 분명한 선호도를 나타낸다. 지난 10여 년간 외국으로부터 수입된 다양한 음식과 레스토랑 업체 등은 우리나라의 외식문화 발전과 소비자들의 외식 선택 행동 등에 많은 영향을 끼쳤으며, 서구식의 패스트푸드점이나 패밀리 레스토랑 등이 외식의 주요 업체로서 비쳐지고 있는 것이 사실이다. 그러나 한식은 여전히 세대의 구별 없이 가장 선호되고 있는 음식이며, 소비자들의 높아진 외식문화 인식도와 더불어 형식적인 발전과 내용적인 발전을 꾀하고 있

다. 그러므로 연령과 라이프 스타일에 따라 다르게 적용되는 다양한 소비자들의 외식 소비 행동을 분석하여 이해하고, 그들의 선호도에 알맞은 메뉴구성과 마케팅 전략을 구사함은 복합문화 공간으로의 변화를 꾀하고 있는 미래 한국 외식산업의 중요한 전제 조건이 될 것으로 기대 한다.

■ 참고문헌

- 1) Rappoport L, Downey RG, Huff-CorZine L. Conceptual differences between meals. *Food Quality Preference* 12: 9-17, 2001
- 2) Yu JL. A comparison of Korean family eating-out behavior according to family life cycle. Dongguk University, Masters Thesis, 2001
- 3) <http://nso.go.kr>
- 4) Chun HK. A study on the factors which influence evaluation of restaurants service. Seoul national University, Master Thesis, 1997
- 5) Kim KY. A study on fast food industry according to change of consumer pattern. *Tourism Research* 5: 187-202, 1991
- 6) Logue AW, Smith, ME. Predictors of food preferences in humans, *Appetite* 7: 109-125, 1986
- 7) Rapport LH., Peters GP, Downey RG., MacCann T, HuffCorsine L. Gender and age differences in food cognition. *Appetite* 20: 33-52, 1993
- 8) Kim CW, Kim KH. Study on the food selection by analyzing the correlates of perceptions and consumptions frequency of foods. *Korean J. Food Culture* 19(5): 524-531, 2004
- 9) Park YS, Chung YS. Determinants of food away from home and consumption patterns. *Korean J. Food Culture* 19(1): 118-127, 2004
- 10) Siega-Riz AM, Popkin BM, Carson T. Difference in food patterns at breakfast by socio-demographic characteristics among a nationally representative sample of adults in the United States. *Prev Med* 30: 415-424, 2000
- 11) Lee JW, Kim KA, Lee MS. Nutritional intake status of the elderly taking free congregate lunch meals compared to the middle income class elderly. *Korean J Comm Nutr* 3(4): 594-608, 1998
- 12) Shin AS, Roh SB. Patterns and preference of eating out in Pusan National University area. *J East Asian Soc. Dietary Life* 10(3): 179-189, 2000
- 13) Kim SY, Kim JY. A study of the patterns and preference of eating out of workers in Jin-ju. *Korean J Dietary Culture* 17(2): 171-184, 2002
- 14) Kim YG. An analysis of evaluation for foodservice system. *J of Tourism Sciences* 20(2): 208-223, 1997
- 15) Song KO. A study on the menu decision of food service industries-focusing on family restaurant in Seoul. *J Foodservice Management Society of Korea* 6(1): 27-41, 2003
- 16) Park C, Chun Jk. Consumer attitudes and satisfaction for fast food restaurant in Busan. *Korea J. Food Service Management* 4(2): 73-91, 2001
- 17) Kim YK. An empirical study on the comparison of satisfaction and loyalty of customers at McDonald's stand alone and co branded outlets. *Korean J food Culture* 19(4): 407-418, 2004
- 18) Park JW, Ahn SJ. A comparative study on Korean's dinning-out behaviors classified by age and gender, *Korean J Dietary Culture* 16(4): 276-295, 2001
- 19) Ahn SJ. A study on dining out behaviors of college students - Seoul. *Korean J Dietary Culture* 4(4): 383-393, 1989
- 20) Moon HK, Jang HR, Cho EY, Choi HM. A study on Korean meal patterns by a comparative study on national nutrition-1989. *Korean J Dietary Culture* 7(3): 271-279, 1992
- 21) Ko JM. Consumption and production of resting time. *CHEIL communication*, p12-15, 2003
- 22) Ahn HK. A study on dietary behaviors and education about nutrition of middle school students. Chungang University, Master Thesis, 1994
- 23) Moon JW, Ahn JD. A survey on housewives' dinning out behavior in Pusan, *Korean J Dietary Culture* 11(3): 359-367, 1996
- 24) Oho EJ. A study on dietary habits and health management of college students. Hanyang University, Master Thesis, 1987
- 25) Ro HK. Factors in food selection and eating out behavior of college students. *Korean J Dietary Culture* 14(3): 241-249, 1999
- 26) Kim HS, Chung CE. A study on the eating out behavior of University students in Seoul. *Korean J Dietary Culture* 16(2): 147-157, 2001
- 27) Min SH, Park OJ. A survey on the Korean food preference, frequency and nutritional knowledge of college students in Kangwondo area. *Korean J Dietary Culture* 19(1): 43-51, 2004
- 28) Cho HS. A study on college students' dietary behavior and consciousness of Korean traditional food in Junlanamdo. *Korean J Dietary Culture* 12(3): 301-308, 1997
- 29) Rho JO, Woo KJ. A study on University students' recognition and preference of Korean Rice cake in InCheon area. *J East Asian Soci. Dietary Life* 13(1): 1-8, 2003
- 30) Ku PJ, Lee KA. A survey on dietary habit and nutritional knowledge for elementary school children's nutritional education. *Korean J Dietary Culture* 15(3): 201-213, 2000