

## 광주·전남 호텔 일식 레스토랑 세트 메뉴 선택에 관한 연구

박계영<sup>¶</sup>, 차경옥\*

성화대학 호텔조리제빵과 교수

\*우석대학교 외식산업조리학과 교수

### A Study on Choice of Japanese Restaurant Set Menu in Hotel of Gwan-ju and Jeon-nam

Gye-Young Park<sup>¶</sup>, Kyung-Ok Cha\*

*Dept. of Hotel Culinary & Bakery, Sunghwa College*

*\*Dept. of Food Industry and Cook, Woosuk University*

#### Abstract

This study is a practical analysis about customers who use menu in Japanese restaurants. The aim of this thesis is to research what the choice factors of the menu are and how they affect customers' satisfaction and reordering. This research also provides basic information and suggestions on the strategies of customers' satisfaction and differentiation. Research was conducted concerning customers who use travelers' hotels in Gwang-ju and Jeon-nam and they were asked to answer the questionnaire from August 20th to 30th. The 250 questionnaire forms were distributed and 238 pieces were returned. The result of analysis was that 17 variables were out of total 31 variables and they were also divided into 5 factors: food itself, extrinsic factor of food, events, atmosphere and locality of food. It was found that customers were greatly affected by the atmosphere of a restaurant, the mood of the day, social position, and the appropriateness of serving guests choosing a restaurant. And the main factors of reordering were the names of dishes, the explanations for the dishes, and their visual aspects, all of which were extrinsic factors.

**Key words :** Japanese restaurant, set menu, customers' satisfaction, repurchase.

#### I. 서론

국내의 경제구조가 버블 경제 형태를 지속하고 있는 가운데, 특히 호텔기업은 내·외적 환경변화의 영향에 매우 민감하게 반응을 보일 수밖에 없다.

이러한 상황에서도 호텔기업의 성장배경은 시 설분위기의 새로운 연출, 다양한 정보와 서비스

제공, 대량 생산성의 개념보다는 고객 우선주의의 질적 향상을 위해 지속적인 변화와 도전에서 기인한다고 말할 수 있다. 우리는 흔히 호텔을 경영한다기 보다는 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.

호텔 관리 분야에서도 식음료 부분만큼은 각 부대영업장이 고급화, 대형화, 다양화 되어가면서 자리매김을 하고 있다는 것이 매우 다행스러운 일이다. 이는 호텔관리의 중심적인 수익 발생 부서로 그 기능과 역할을 다하고 있는 증거이기도 하다(김기영 2002).

호텔 레스토랑의 운영은 고객측면과 경영관리 측면이라는 양면성을 바탕으로 한 고객관리, 원가관리, 종업원관리, 그리고 시설관리가 잘 이루어질 때만 가능한 것이다. 레스토랑 경영에 있어서 가장 중요한 역할을 하는 것은 메뉴이다. 메뉴는 레스토랑 운영의 기본요소로서 메뉴에 의해 가격, 입지 계획, 장비, 서비스, 실내 장식들이 달라지기 때문에 운영계획의 가장 중요한 요인으로 작용한다. 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 한다(김기영 2002).

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

메뉴는 호텔 레스토랑에 대한 이미지와 메시지를 고객에게 전달하고 고객의 요구와 욕구를 호텔조직에 전달하는 의사소통의 도구이며, 기업에도달할 수 있는 범위를 설정하는 마케팅 수단인 것이다.

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 왔으나(정연철 2003), 레스토랑 세트 메뉴에 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 메뉴 이용 고객을 대상으로 한 실증분석으로 일식 레스토랑의 세트 메뉴에 대한 선택요인과 인구통계학적 특성에 따른 유의적인 차이를 보고자 하였으며, 세트 메뉴 선택요인이 고객만족과 재 구매력에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 조사함으로써 일식 레스토랑업체의 차별화 전략과 고객만족 전략에 기초 정보나 개선안을 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 일식 레스토랑 세트 메뉴의 의의

일본 요리는 일본의 풍토에서 독특하게 발달하고 일본인들이 일상 먹는 요리의 총칭이다(유철성 1994). 따라서 일식(Japanese Restaurant) 레스토랑이라 함은 일본 요리를 판매하는 식당으로 국내에 소개된 일식 레스토랑은 초기에는 대부분이 생선회와 생선초밥을 위주로 하는 초밥점이 대부분이었으나 1990년대 이후에는 덴뿌라, 우동, 일본식 돈까스, 이자카야(居酒屋, 일본식 주점)라는 요리주점의 등장도 활발하다. 일식요리의 세트 메뉴 즉 정식메뉴는 “Table of host”를 뜻하는 것으로 오늘날의 숙박기능을 하는 여인숙이나 여관에서 유래된 것이라고 하며, 처음부터 끝까지 한 세트로 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(나정기 1998).

- 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 메뉴 작업이 쉽다.
- ⑭ 조리과정이 일정하여 노력이 적게 든다.

## 2. 메뉴에 관한 선행연구

메뉴에 관한 선행연구는 주로 미국을 중심으로 단체급식을 취급하는 병원, 학교, 그리고 군대 등에서 메뉴 품목의 선정과 영양적 측면 분야에 많은 발전이 있었다.

즉, 일정한 범위내의 아이템을 가지고 비용과 다양성, 그리고 영양가를 고려하여 가장 이상적인 조합을 이루는 메뉴계획에 관한 연구가 주종을 이루었다. 단체급식의 영역은 비교적 동질적인 요소가 많다. 그 결과 연구의 결과도 실용성이 높아 꾸준한 후속 연구가 이루어져 하나의 이론으로 체계화되고 실용화된다는 것이다. 반면 영리를 목적으로 하는 레스토랑의 경우는 우선 규모가 비교적 소규모이며, 레스토랑마다 특성이 강하여 질과 양적으로 빈약하다고 할 수 있다(나정기 1998).

본 연구에서는 메뉴에 관한 연구와 메뉴 상품에 대한 고객선호도에 관한 국외의 선행연구를 고찰함으로써 연구동향 및 선호도 변수를 파악하고자 한다.

국내의 메뉴에 관한 대표적인 연구자로는 나정기로 나정기(1998)는 메뉴분석과 메뉴개발에 관한 연구에서는 아이템의 수익성과 선호도에 관한 기존연구를 정리하고 서울지역 특급호텔 10개에

대해서 메뉴엔지니어링 실태를 조사하였으며, 메뉴계획과 가격에 관한 연구에서는 메뉴계획과 디자인에 반영해야할 요소들을 실제 메뉴 작성에 어느 정도 적용했는지를 각 업장의 지배인과 전문가 집단이 이점으로 평가하도록 하여 그 결과를 비교 분석하였으며, 메뉴의 판매가격 결정에 대한 기본적인 이론을 재정리하였으며, ‘메뉴계획과 디자인의 평가에 관한 연구’ 박사학위논문에서는 53개 특등급 호텔의 양·한·일식당 메뉴에 대해서 각 업장 지배인이 1차로 평가를 하고 5명의 전문가 집단이 2차 평가를 하도록 하여 메뉴계획과 디자인에 반영해야 할 요소들을 실제 메뉴작성에 어느 정도 반영했는지에 대해서 조사하였다.

조문수(1995)는 호텔 레스토랑 이용객이 메뉴를 선택할 때 영향을 받는 요인을 규명함으로써 메뉴선택 행동요인을 규명하고자 하였다. 그의 논문에서는 고객이 외식을 계획할 때 어떠한 형태로든 식사 대상의 결정을 하게 되는데 이때 장소를 호텔로 결정했다면 고객이 선택할 수 있는 대상은 호텔, 레스토랑, 음식이라고 하였으며, 고객이 메뉴를 선택할 때 고려하는 요인이 무엇인지를 파악하므로 메뉴 선택 행동에 영향을 주는 요인의 성격을 파악하여 아이템의 위치와 가격이 메뉴선택 행동에 영향을 미친다고 했다.

윤용현의 연구(2000)는 선호를 ‘특정식당에 대한 호의적인 감정에 의해 그 식당에서 반복적으로 식사하는 행동’으로 정의하고 동일한 유형간의 점포(intra type-store)에 대한 선호를 살펴보고 하였으며, 선호의 측정변수로 구내식당과 비교한 이용 빈도, 조사식당의 이용 빈도, 조사식당의 이용의사, 타 식당비교 이용 빈도, 단골 가능성 등을 설정하였다.

국외의 연구로는 Swinyard & Struman(1986)는 식당 고객에 대한 실태조사를 통해서 음식의 양과 내용, 서비스 분야에서는 친절, 신속한 서비스를 다루었다. 메뉴에서 이들은 여러 가지 다양한 유형의 음식을 선택할 수 있는 정도를 규정하였다. 장소 및 분위기는 건물의 외양, 건물 내부 인

테리어, 온도 및 습도, 음악으로 규정되었다. 또한 가격 면에서는 저렴한 가격을 레스토랑의 속성으로 나타냈다.

Diane Kochilas(1991), Doris Z. Hochman(1985), Eleanor F. Eckstein(1983), Khan은 메뉴 계획시 고려되어야 할 사항으로 고객이 음식에 대한 습관과 선호를 들고 있는데, 특정음식에 대한 습관과 선호에 영향을 미치는 요인은 무수히 많다. 그러나 이러한 요인들은 독립적으로 영향을 미치지 않고 여러 가지의 요인들이 복합되어 특정 음식에 대한 선호, 습관, 그리고 수용에 영향을 미친다는 것이다.

Neunenier(1984)는 고객, 제공될 아이템의 질, 생산 원가, 생산 가능성, 주방의 배치와 기자재 확보 등은 메뉴 기획과정에서 메뉴 기획자가 고려해야 하는 주요 사항으로 고려하고 있다. 그리고 고객과 아이템의 길을 중심으로 고객의 관점에서

선택 모델을 제시하였다.

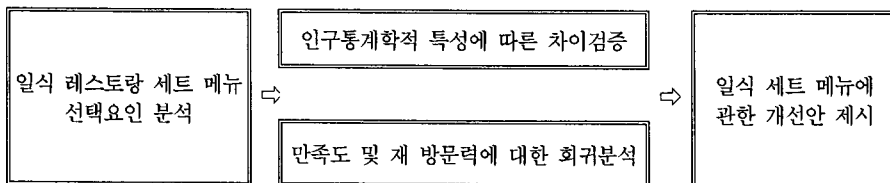
이상에서처럼 메뉴에 대한 연구는 다양하게 이루어졌으며, 소비자의 선택 또는 선호를 설명하기 위하여 많은 모형들이 개발되었다.

### III. 조사 설계 및 분석 방법

#### 1. 연구모형의 설계

본 연구의 목적은 광주·전남지역 관광호텔 일식 레스토랑의 고객들이 세트 메뉴를 선택함에 있어 고려사항을 요인 분석을 통하여 각 요인이 전체적인 만족도와 재 주문력에 어느 정도의 영향을 미치는지에 대한 회귀분석을 실시하고자 하였다. 이와 같은 목적을 달성하기 위해서 <그림 1>과 같은 모형을 설정하였다.

#### 2. 설문지 구성



<그림 1> 연구의 모형

<표 1> 설문지의 구성

	설문항목	비고
메뉴 선택 시 고려사항	1. 식습관, 2. 음식의 맛, 3. 과거의 경험, 4. 음식의 양, 5. 음식의 영양가, 6. 음식의 가격, 7. 요리에 대한 설명, 8. 요리에 대한 이름, 9. 음식의 위생, 10. 음식에 대한 광고, 11. 음식의 신속성, 12. 음식의 건강식/보양식, 13. 음식의 시각적 요소, 14. 각 메뉴별 구성, 15. 이벤트, 16. 메뉴의 계절성, 17. 메뉴의 신 메뉴, 18. 음식에 대한 지명도, 19. 종사원의 권유, 20. 주위 및 동반자의 권유, 21. 소문, 22. 동행한 사람, 23. 사회적인 체면, 24. 식당 분위기, 25. 그날의 기분, 26. 음식의 유행, 27. 음식의 향, 28. 음식의 전통성, 29. 손님 접대에 적절성, 30. 지역적 정서, 31. 지역적인 메뉴 구성	31문항
전체적인 만족도	1. 전체적인 만족도 2. 메뉴의 재 주문력	2문항
인구통계학적 일반적 사항	1. 성별, 2. 연령, 3. 교육수준, 4. 직업, 5. 결혼여부, 6. 평균소득, 7. 이용 장소	7문항

본 연구는 광주·전남지역의 일식 세트 메뉴에 대하여 분석하기 위하여, <표 1>과 같이 크게 3개 항목으로 설문지를 구성하였다.

첫째 항목으로는 일식세트 메뉴시 고려하는 사항을 파악하고자 31개의 문항으로 구성하였으며, 변수의 추출은 조문수의 '호텔 이용객의 메뉴선택행동과 메뉴계획, 황성혜의 '관광호텔 고객의 메뉴 선택행동에 관한 연구-대구지역 호텔을 중심으로' 김형준의 '호텔·레스토랑 메뉴 마케팅에 관한 연구', 임효원의 '레스토랑 이용고객의 메뉴 선택행동에 관한 연구', 정태선의 '호텔·레스토랑 선택행동요인에 관한 실증적 연구'를 바탕으로 변수를 각각 추출하였으며, 이 추출된 변수는 의식관련 전공 교수들에 질문하여 사전적 검증을 통하여 변수를 추출하였다. 두번째 항목은 일식 세트 메뉴에 대한 전체적인 만족도와 재 주문력에 관한 지문으로 전체적인 만족도와 재 주문력의 2개 항목을 구성하였으며, 세번째 항목으로는 조사 대상자의 일반적 사항으로 성별, 연령, 교육수준, 직업, 결혼 여부, 평균 소득, 이용 장소에 관한 질문으로 총 7개 문항으로 구성하였다.

### 3. 조사대상과 조사 시기

본 연구는 광주·전남지역 관광호텔 일식 레스토랑의 고객들이 세트 메뉴를 선택함에 있어 고려사항을 요인 분석을 통하여 각 요인이 전체적인 만족도와 재 주문력에 어느 정도의 영향을 미치는지에 대한 회귀분석을 실시하고자 조사대상과 공간적 범위로는 광주·전남지역의 관광호텔을 이용하는 고객으로 하였으며, 시간적 범위는 2003년 8월 20일부터 8월 30일까지로 제한을 두었다.

본 연구의 조사의 방법은 광주·전남지역 관광호텔 일식세트를 이용하는 이용객을 대상으로 설문지를 배포하여 작성자로 하여금 직접 작성하는 자기기입법을 실시하였다. 설문지는 250부를 배포하여 최종분석에 사용된 설문지는 총 238부 회수하였다.

### 4. 분석방법

본 연구에서 사용된 분석 방법은 SPSS win10.0 (Statistic Analysis System)이용한 통계분석 중 조사자의 특성을 분석하기 위한 빈도분석(Frequency analysis), 조사 자료의 신뢰성을 위한 신뢰도 검증(Reliability analysis), 요인분석(Factor analysis), T-test, 분산분석(one-way ANOVA)을 적용하였으며, 설문지를 구성하는 각 항목들의 신뢰성을 검증하기 위해 내적 일관성을 나타내는 크롬바흐 알파(Cronbach's Alpha)를 사용하고, 설문에 응답한 응답자들의 일반적인 특성을 위해서 빈도 분석을 사용하였다.

인구통계학적 특성에 표본 평균을 통한 집단간의 차이를 검증하기 위해서 요인분석으로 묶여진 요인에 대해서 T-test와 분산분석(ANOVA)을 적용하였으며, 광주·전남지역 관광호텔 일식 레스토랑의 고객 세트 메뉴에 대한 선호도 및 만족도를 통해서 메뉴 자체에 대한 문제점 및 개선방향을 제시하고, 고객들이 세트 메뉴를 선택함에 있어 고려사항을 요인 분석을 통하여 각 요인이 전체적인 만족도와 재 주문력에 어느 정도의 영향을 미치는 지에 대한 회귀분석을 실시하고자 한다.

## IV. 실증분석

### 1. 조사대상자의 일반적인 특성

조사자의 일반적인 특성을 파악하기 위해서 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시한 결과는 <표 2>와 같다.

### 2. 신뢰성 검증

본 연구에서는 문항 간에 어느 정도의 일관성을 갖는지를 측정하는 방법으로 Cronbach's alpha를 이용하여, 내적 일관성(internal consistency reliability)에 관한 해당 문항을 가지고 모든 신뢰도를 구하고, 이에 평균치를 산출하여, 계수값을 구하였다. 보통 사회과학에서는  $\alpha$  계수가 0.7 이상이 되면 신뢰도가 높다고 볼 수 있는데, 각 항목에

〈표 2〉 조사 대상자의 일반적 특성

구분	내용	빈도(명)	비율
성별	여자 114(47.9), 남자 124(52.1)		
연령	25세 이하 42(17.6), 26~30세 55(23.1), 31~35세 54(22.7), 36~40세 43(18.1), 41~45세 28(11.8), 46~50세 15(6.3), 50세 이상 1(0.4)		
결혼 여부	미혼 94(39.5), 기혼 144(60.5)		
교육 수준	2년제 대학 이하 52(21.8), 2년제 대학 졸업 88(37.0), 4년제 대학 졸업 83(34.9), 대학원 졸업 이상 15(6.3)		
직업	공무원 13(5.5), 전문직 49(20.6), 일반사무 34(14.3), 자영업 31(13.0), 회사원 28(11.8), 판매/서비스 34(14.3), 기타 49(20.6)		
월평균 소득	200만원 미만 170(71.4), 200~250만원 19(8.0), 250~300만원 22(9.2), 300~350만원 8(3.1), 350~400만원 15(6.3), 400~450만원 3(1.3), 450~500만원 1(0.4)		
이용 호텔	S호텔 57(23.9), GP호텔 59(24.8), MP호텔 61(25.6), P호텔 61(25.6)		
총계		238	100(%)

〈표 3〉 각 항목에 관한 신뢰도 검증

변수명	평균값	신뢰도 계수 (Cronbach $\alpha$ )	전체 신뢰도
1 식습관에 의한 세트 메뉴 선택	3.67	.8067	.8034
2 음식의 맛으로 세트 메뉴 선택	3.89	.8124	
3 과거의 경험을 통한 세트 메뉴 선택	3.73	.8421	
4 음식의 양으로 세트 메뉴 선택	3.05	.8741	
5 음식의 영향가에 따라 세트 메뉴 선택	4.10	.8079	
6 음식의 가격에 따라 세트 메뉴 선택	3.85	.7821	
7 요리에 대한 설명으로 세트 메뉴 선택	3.93	.8142	
8 요리에 대한 이름으로 세트 메뉴 선택	3.66	.7423	
9 음식의 위생에 따라 세트 메뉴 선택	3.91	.8321	
10 음식에 대한 광고에 따라 세트 메뉴 선택	3.35	.7998	
11 음식의 신속성에 따라 세트 메뉴 선택	3.60	.7984	
12 음식의 건강식/보양식에 따라 세트 메뉴 선택	4.13	.7942	
13 음식의 시각적 요소에 따라 세트 메뉴 선택	3.43	.8124	
14 각 메뉴별 구성에 따라 세트 메뉴 선택	3.60	.8143	
15 이벤트 성 메뉴에 따라 세트 메뉴 선택	3.49	.7894	
16 메뉴의 계절성에 따라 세트 메뉴 선택	3.72	.7857	
17 메뉴의 신 메뉴에 따라 세트 메뉴 선택	3.45	.8012	
18 음식에 대한 지명도에 따라 세트 메뉴 선택	3.31	.8133	
19 종사원의 권유에 의해 세트 메뉴 선택	4.08	.8024	
20 주위 및 동반자의 권유에 의해 세트 메뉴 선택	3.40	.8123	
21 소문에 의해서 세트 메뉴 선택	3.19	.8021	
22 동행한 사람의 선택에 의해서 세트 메뉴 선택	3.30	.7819	

〈표 3〉 계속

변수명	평균값	신뢰도 계수 (Cronbach $\alpha$ )	전체 신뢰도
23 사회적인 체면에 의해서 세트 메뉴 선택	2.92	.7942	
24 식당 분위기에 의해서 세트 메뉴 선택	3.90	.7863	
25 그날의 기분에 따라 세트 메뉴 선택	2.90	.8140	
26 음식의 유행에 따라 세트 메뉴 선택	2.94	.7949	
27 음식의 향 때문에 세트 메뉴 선택	3.11	.8403	
28 음식의 전통성을 고려하여 세트 메뉴 선택	3.60	.8124	
29 손님 접대에 적절성에 의해 세트 메뉴 선택	3.63	.7298	
30 지역적 정서에 의해 세트 메뉴 선택	3.68	.7981	
31 지역적인 메뉴 구성에 의해 세트 메뉴 선택	3.70	.8140	

대한 신뢰도 계수는 0.7 이상이며, 전체 신뢰도는 0.8034 이상으로 신뢰도는 매우 높다고 할 수 있다.

#### 4. 타당성 검증

본 연구에서는 요인분석 방법으로 주성분 분석과 베리맥스 회전(Rotation=varimax with Kaiser

Normalization)을 사용하였으며, 기준 고유값(Eigenvalue) 1 이상, 요인적채치(factor loading) 0.5 이상의 것을 사용하고, 요인 적채치를 높이기 위해 베리맥스 회전(Rotation=varimax)을 실시하였다.

그 결과, 일식 세트 메뉴 시 고려사항으로는 총 31개의 변수 중에서 17개의 변수가 5개의 요인으

〈표 4〉 Varimax 회전후 요인 행렬표

	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5
음식의 맛	.673	-.373	-.267	-.201	2.199E-02
음식의 양	.616	-.510	-1.0E-01	4.476E-02	-5.5E-02
음식의 영양가	.735	-.501	-2.7E-02	-.334	-6.7E-03
음식의 향	.711	.139	-.202	.113	-.354
요리에 대한 이름	-.151	.670	.211	-.296	.102
요리에 대한 설명	-.279	.698	.167	.101	1.947E-03
음식의 시각적 요소	4.3E-03	.721	5.814E-02	.132	.234
음식의 유행	-.240	-6.4E-02	.729414	.494	-.199
이벤트성 메뉴	-1.1E-02	.360	.722398	.173	-.142
새로운 메뉴	-.421	-.204	.742220	.174	-.213
식당 분위기	.142	-.311	-2.1E-02	.698	-2.4E-02
그날의 기분	-.240	8.941E-02	-.183	.705	1.409E-02
사회적인 체면	-1.1E-02	.266	-.263	.719	.103
손님 접대의 적절성	.266	.195	-.311	.752	.231
음식의 전통성	.311	.205	4.906E-02	-.245	.714
지역적 정서	-.324	2.481E-02	8.340E-02	-.215	.703
지역적 메뉴 구성	.175	.142	7.539E-02	.183	.721
고유치(Eigenvalues)	11.2942	3.2441	3.0218	2.5214	1.2187

로 추출되었으며, 각각의 요인들을 요인 1을 음식의 본질적 요인, 요인 2를 음식의 외적 요인, 요인 3을 이벤트적 요인, 요인 4를 분위기적 요인, 요인 5를 음식의 지역적 요인이라 명명하였다.

5. T-test 및 분산분석

1) 성 별

성별에 따른 메뉴선택 고려사항은 요인들에 평균치와 T-검증결과 유의수준 0.05에서 이벤트적 요인이 유의적 차이가 있는 것으로 나타났으며, 이는 음식의 유행, 이벤트성 메뉴, 새로운 메뉴에 대해서는 여성이 남성보다 더 많이 세트 메뉴 선정시 고려하는 것으로 사료된다.

2) 연 령

연령에 따른 메뉴 선택 고려사항은 요인들에 평균치와 분산분석 결과 유의수준 0.05에서 분위기적 요인과 지역적인 요인에서 각각 유의적인 차

이가 있는 것으로 나타났으며, 분위기적 요인에서는 51세 이상에서 가장 높은 평균치를 나타냈고, 사후검증에서는 25세 미만에서 30세까지 비슷한 성향을 나타내었다. 지역적 요인에서는 31~35세에서 가장 높은 평균값을 나타냈으며, 사후검증에서는 25세 미만에서 30세까지, 그리고 41세에서 50세까지 비슷한 성향이 있는 것으로 나타났다.

3) 결혼 여부에 따른 T-검증

결혼 여부에 따른 메뉴 선택 고려사항은 요인들에 평균치와 T-검증 결과 유의수준 0.05에서 분위기적 요인에서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 식당 분위기, 그날의 기분, 사회적인 체면, 손님 접대의 적절성에서 미혼보다는 기혼이 세트 메뉴의 선택을 고려하는 것을 사료된다.

4) 교육수준

교육수준에 따른 메뉴 선택 고려사항은 요인들

<표 5> 성별에 따른 의 T-test 결과

	집단별 평균		T	P
	남자	여자		
본질적 요인	3.89	3.90	-1.347	.183
외적 요인	3.91	3.94	1.272	.210
이벤트적 요인	3.43	3.55	2.241	.013*
분위기적 요인	3.26	3.26	.781	.485
지역적 요인	3.74	3.74	.218	.987

\* p<0.05, \*\* p<0.01.

<표 7> 결혼에 따른 의 T-test 결과

	집단별 평균		T	P
	미혼	기혼		
본질적요인	3.93	3.87	.784	.431
외적요인	3.95	3.92	-0.95	.916
이벤트적요인	3.52	3.47	.534	.567
분위기적요인	3.12	3.24	2.312	0.28*
지역적요인	3.74	3.67	1.516	.117

\* p<0.05, \*\* p<0.01.

<표 6> 연령에 따른 분산분석 결과

	연 령							F	P
	~25세	26~30세	31~35세	36~40세	41~45세	46~50세	51세~		
본질적 요인	4.00	3.85	3.83	3.88	3.86	4.00	4.00	1.210	.361
외적 요인	4.14	3.84	3.93	3.86	3.56	4.00	4.00	1.034	.385
이벤트적 요인	3.48	3.55	3.43	3.47	3.57	3.53	3.00	1.892	.089
분위기적 요인	3.24bc	3.27bc	3.17c	3.05cd	3.32b	2.93d	4.00a	6.271	.000**
지역적 요인	3.79ab	3.71ab	3.80a	3.53cd	3.68c	3.67c	3.00d	2.415	.018*

\* p<0.05, \*\* p<0.01.



에 평균치와 분산분석 결과 유의수준 0.05에서 외적 요인과 전통적 요인에서 각각 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났고, 외적인 요인에서는 대학원 이상이 가장 높은 평균값을 나타냈으며, 사후검증에서는 교육수준에 의해서 외적 요인은 각각 서로 다른 성향을 보이는 것으로 나타났다. 분위기적 요인에서는 2년제 이하에서 가장 높은 평균값을 나타냈으며, 사후검증 결과 분위기적 요인은 교육수준에 따라 각각 다른 성향을 나타냈다.

5) 직 업

직업에 따른 메뉴 선택 고려사항은 요인들에 평균치와 분산분석 결과 유의수준 0.05에서 본질적요인, 외적 요인, 이벤트적 요인, 분위기적 요인, 지역적 요인에서 모두 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 본질적 요인에서는 전문직과, 판매/서비스에서 가장 높은 평균값을 나타냈으며, 사후검증인 던칸 검증에서는 공무원과 일반사무,

전문직과 판매/서비스, 회사원과 기타에서 각각 비슷한 성향을 가지는 것으로 나타났다. 외적 요인에서는 회사원이 가장 높은 평균값을 나타냈으며, 전문직과 자영업, 일반사무와 기타에서 각각 비슷한 성향을 가지는 것으로 나타났다. 이벤트적 요인에서는 전문직 및 자영업에서 가장 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났으며, 사후검증인 던칸 검증에서는 전문직과 자영업 회사원이, 공무원과 일반사무가 비슷한 성향을 가지는 것으로 나타났다. 분위기적 요인으로는 판매/서비스가 가장 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났으며, 사후검증에서는 회사원, 판매/서비스와, 전문직과 자영업, 일반사무와 기타가 비슷한 성향을 가지는 것으로 나타났다. 지역적 요인으로는 전문직이 가장 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났으며, 사후검증인 던칸 검증에서는 판매/서비스와 기타가 비슷한 성향을 가지는 것으로 나타났다.

〈표 8〉 교육수준에 대한 분산분석 결과

	교육수준				F	P
	2년제 이하	2년제 졸	4년제 졸	대학원 이상		
본질적 요인	3.88	3.89	3.88	4.00	.916	.491
외적 요인	3.60d	3.98c	4.02b	4.27a	5.817	0.01**
이벤트적 요인	3.46	3.65	3.33	3.60	2.412	0.81
분위기적 요인	3.42a	3.32ab	2.96b	2.87c	10.481	0.00**
지역적 요인	3.69	3.66	3.72	3.87	1.152	.325

\* p<0.05, \*\* p<0.01.

〈표 9〉 직업에 따른 분산분석 결과

	직 업							F	P
	공무원	전문직	일반 사무	자영업	회사원	판매 /서비스	기타		
본질적 요인	3.69c	4.06a	3.62c	3.90b	3.82bc	4.06a	3.88bc	3.351	.001**
외적 요인	3.77c	3.98b	3.88bc	3.94b	4.11a	3.38d	3.88bc	19.841	.000**
이벤트적 요인	3.23d	3.65a	3.26d	3.65a	3.64a	3.56b	3.33c	2.129	0.21*
분위기적 요인	3.23b	3.18bc	3.06c	3.16bc	3.39a	3.41a	3.02c	2.543	0.18*
지역적 요인	3.15e	3.90a	3.44d	3.55cd	3.75c	3.82b	3.82b	2.417	0.20*

\* p<0.05, \*\* p<0.01.

6) 월 소득에 따른 분산분석

월 소득에 따른 메뉴 선택 고려사항은 요인들에 평균치와 분산분석 결과 유의수준 0.05에서 본질적 요인, 외적 요인, 분위기적 요인, 지역적 요인에서 각각 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 본질적 요인에서는 450~500만원이 가장 높은 평균값 4.12를 나타냈으며, 사후검증에서는 200~250만원과 350~400만원이 비슷한 성향이 있는 것으로 나타났고, 외적 요인에서는 200~250만원이 평균값 3.98로 제일 높게 나타났으며, 사후검증에서는 200만원 이하와 450~500만원이, 250~300만원, 300~350만원과 400~450만원이 각각 비슷한 성향이 있는 것으로 나타났다. 분위기적 요인에서는 450~500만원에서 평균값 4.08로 높게 나타났으며, 사후검증에서는 200만원 이하와 400~450만원이 비슷한 성향이 있는 것으로 나타났다. 지역적 요인에서는 450~500만원에서 가장 높은 3.72의 평균값을 나타냈으며, 사후검증에서는 300~350만원과 400~450만원, 200~250만원과 350~

400만원에서 각각 비슷한 성향을 나타냈다.

7) 업체에 따른 분산분석

업체에 따른 메뉴선택 시 고려사항은 요인들에 평균치와 분산분석 결과 유의수준 0.05에서 본질적요인, 분위기적 요인, 지역적 요인에서 각각 유의적인 차이를 나타냈고, 본질적 요인에서는 GP 호텔이 가장 높은 평균값을 나타냈으며, 사후검증에서는 각각 서로 다른 성향을 가지고 있는 것으로 나타났다. 분위기적 요인에서는 GP 호텔이 가장 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났으며, 사후검증에 의해서는 S 호텔과 MP 호텔이 서로 비슷한 성향이 있는 것으로 나타났으며, 지역적 요인에서는 GP 호텔이 가장 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났으며, 사후 검증에서는 서로 다른 성향을 가지는 것으로 나타났다.

6. 일식 세트 메뉴 선택요인에 따른 만족도와 재 주문력에 미치는 회귀분석

<표 10> 월소득에 대한 분산분석 결과

	월소득							F	P
	200만원	200~250만원	250~300만원	300~350만원	350~400만원	400~450만원	450~500만원		
본질적 요인	3.49e	3.82b	3.54cd	3.62c	3.87b	4.02ab	4.12a	4.351	.001**
외적 요인	3.87b	3.98a	3.67c	3.62c	3.42d	3.58c	3.86b	2.321	.043*
이벤트적 요인	3.95a	3.86ab	3.74b	3.67c	3.45d	3.62c	3.82ab	.142	.857
분위기적 요인	3.75c	3.84b	3.32e	3.41de	3.52d	3.79c	4.08a	2.984	.031*
지역적 요인	3.12d	2.97e	3.47c	3.52b	2.89e	3.52b	3.72a	4.092	.001*

\*  $p<0.05$ , \*\*  $p<0.01$ .

<표 11> 업체에 대한 분산분석 결과

	직 급				F	P
	S 호텔	GP 호텔	MP 호텔	P 호텔		
본질적 요인	3.95b	4.25a	3.87c	3.51d	2.421	.032*
외적 요인	4.11	4.05	3.89	3.69	.213	.897
이벤트적 요인	3.67	3.85	3.28	3.20	.310	.745
분위기적 요인	2.91c	3.73a	2.93c	3.18b	4.678	.001**
지역적 요인	3.70c	4.05a	3.87b	3.20d	4.012	.001**

\*  $p<0.05$ , \*\*  $p<0.01$ .

〈표 12〉 만족도에 대한 회귀분석 결과

변수명	회귀계수	표준오차	표준화계수	T	Sig T
본질적 요인	0.1472	0.0743	0.0951	1.527	0.1257
외적 요인	0.2958	0.0817	0.1930	3.654	0.0003
이벤트적 요인	0.2033	0.0703	0.1537	2.924	0.0002
분위기적 요인	0.3207	0.0687	0.2014	4.521	0.0000
지역적 요인	0.1186	0.0914	0.0875	1.508	0.1174
상수	7.8421	4.1645	-	5.592	0.0000
$R^2=0.1731$ $DF= 4, 411$ $F=18.3761$ $Sig F=0.0000$					

\*는 0.05에서 유의.

일식 세트 메뉴 선택 시 고려사항에 대한 각각의 요인에 따른 만족도와 재 주문력에 미치는 영향을 알아보기 위해서 메뉴 선택 시 고려사항에 대한 각각의 요인인 음식의 본질적 요인, 음식의 외적 요인, 이벤트적 요인, 분위기적 요인, 음식의 지역적 요인을 독립변수로 하였으며, 전체적인 만족도와 재 주문력을 종속변수로 하여, 독립변수의 변화로부터 종속변수에 영향을 미치는 변수를 규명하고자 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였으며, 종속변수에 영향을 미치는 모든 독립 변수를 포함하는 회귀모형에서 유의하지 않은 변수를 하나씩 제거해 나가면서 가장 적합한 모형을 찾는 변수 감소법(Backward Elimination Method)(이우리·오광우, 1996)을 실시하였다.

#### 1) 만족도에 대한 회귀분석 결과

메뉴 선택 시 고려되는 요인과 일식 레스토랑의 세트 메뉴의 전체적인 만족도에 영향을 미치는

원인변수들의 영향은 5% 유의수준에서 외적 요인과 이벤트적 요인 그리고 분위기적 요인이 유의적인 영향을 미치고 있었으며, 표준화 계수(영향력의 크기)는 분위기적 요인과 외적 요인, 이벤트적 요인, 본질적 요인, 지역적 요인 순으로 나타났다. 회귀모형의 적절성을 검증해 주는 회귀식에 대한  $F$ 값이 18.3761로 나타나 유의수준 0.05 ( $p<0.05$ )에서 유의적인 것으로 나타났다. 다중회귀모형의 총 설명력( $R^2$ )은 0.1731로 5가지 요인에 대한 변수가 일식 레스토랑의 세트 메뉴의 전체적인 만족도에 총 분산의 18.3%를 설명하고 있다.

#### 2) 재 주문력에 대한 회귀분석 결과

메뉴선택 시 고려되는 요인과 일식 레스토랑의 세트 메뉴에 대한 재 주문력에 영향을 미치는 원인 변수들의 영향은 5% 유의수준에서 외적요인과 분위기적 요인이 유의적인 영향을 미치고 있었으며, 표준화 계수(영향력의 크기)는 외적 요인과 본질

〈표 13〉 재 주문력에 대한 회귀분석 결과

변수명	회귀계수	표준오차	표준화계수	T	Sig T
본질적 요인	0.238	0.0491	0.0203	0.477	0.6348
외적 요인	0.5411	0.0440	0.5302	12.351	0.0000
이벤트적 요인	0.0415	0.0519	0.0342	0.798	0.4241
분위기적 요인	0.2183	0.0551	0.2192	5.078	0.0000
지역적 요인	-0.0719	0.0843	-0.0503	-0.849	0.3961
상수	2.6821	2.7342	-	2.612	0.0039
$R^2=0.4233$ $DF=4, 411$ $F=67.1692$ $Sig F=0.0000$					

\*는 0.05에서 유의

적 요인, 분위기적 요인, 이벤트적 요인, 지역적 요인 순으로 나타났다. 회귀모형의 적절성을 검증해주는 회귀식에 대한  $F$ 값이 67.1692로 나타나 유의수준 0.05( $p < 0.05$ )에서 유의적인 것으로 나타났다. 다중회귀모형의 총 설명력( $R^2$ )은 0.4233로 5가지 요인에 대한 변수가 일식 레스토랑의 세트 메뉴의 재 주문력에 총 분산의 67.16%를 설명하고 있다.

## V. 결론 및 제언

본 연구는 광주·전남지역의 4개 관광호텔 일식 레스토랑의 세트 메뉴 선호도에 대한 연구로 이론적 고찰을 통하여 일식 레스토랑 세트 메뉴에 대해서 이론적 접근을 실시하였다. 광주·전남지역 관광호텔 일식 레스토랑의 고객들이 세트 메뉴를 선택함에 있어 고려사항을 요인 분석과 분산분석을 통하여 각 요인이 전체적인 만족도와 재 주문력에 어느 정도의 영향을 미치는 지에 대한 회귀분석을 실시하였다.

그 결과 첫째, 일식 세트 메뉴 시 고려사항으로는 총 31개의 변수 중에서 17개의 변수가 5개의 요인으로 추출되었으며, 각각의 요인들을 요인 1을 음식의 본질적 요인, 요인 2를 음식의 외적요인, 요인 3을 이벤트적 요인, 요인 4를 분위기적 요인, 요인 5를 음식의 지역적 요인이 추출되었으며, 특히 지역적인 요인은 지방적 특성을 반영한 것이라 사료된다.

둘째, 일식 세트 메뉴 선택 시 고려하는 사항 요인이 전체적인 메뉴의 만족도에 영향을 미치는 원인변수들의 영향은 유의수준에서 외적 요인과 이벤트적 요인 그리고 분위기적 요인이 유의적인 영향을 미치고 있었으며, 표준화 계수(영향력의 크기)에 의해서 메뉴의 선택 시 분위기적 요인인 식당 분위기, 그날의 기분, 사회적 체면, 손님 접대의 적절성이 메뉴 선택에 따른 만족에 제일 많이 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 외적 요인, 이벤트적 요인, 본질적 요인, 지역적 요인 순으로 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 광주·전남 지역의 호텔 일식 레스토랑의 고객만족을 위해서 호텔이라는 이미지로 인하여 호텔 레스토랑 분위기와 손님 접대에 적절성, 그 밖에 사회적 체면을 고려하는 입장에서는 호텔일식 레스토랑의 세트 메뉴를 선택하는 것으로 이에 따른 고객관리와 세트 메뉴에 대한 대안이 필요할 것으로 사료된다.

셋째, 일식 세트 메뉴선택 시 고려되는 요인과 일식 레스토랑의 세트 메뉴에 대한 재 주문력에 영향을 미치는 원인변수들의 영향은 유의수준에서 외적 요인과 분위기적 요인이 유의적인 영향을 미치고 있었으며, 표준화 계수(영향력의 크기)는 외적 요인과 본질적 요인, 분위기적 요인, 이벤트적 요인, 지역적 요인 순으로 나타났다. 재주문력에는 외적 요인인 요리에 대한 이름, 요리에 대한 설명, 요리에 시각적 요소가 제일 많이 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지역적인 요인은 재주문력에는 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 광주 전남 지역의 호텔 일식 레스토랑의 세트 메뉴 재 주문에는 세트 메뉴 이름, 요리에 대한 설명, 시각적 요소가 크게 작용하는 것으로 나타났으며, 이를 위해 보다 친숙하고 인식하기에 편한 세트 메뉴의 이름을 붙이거나 홀 종사원에게 메뉴에 대한 설명을 할 수 있도록 교육을 시키거나 메뉴판에 메뉴에 대한 구체적인 해설을 곁들여 사진과 함께 넣어 주면 재 주문에 많은 도움이 될 것으로 사료된다. 인구통계학적인 측면에서는 주요 고객의 층과 이에 따른 차별화된 세트 메뉴 마케팅이 필요한 것으로 사료되며, 호텔 일식 레스토랑의 세트 메뉴는 여러 가지 음식을 음미할 수 있으며, 재료에 계절의 변화감, 가격이 저렴함을 적극적으로 홍보하여, 고객이 만족과 재 주문의 상승을 통하여, 기업에게는 매출 증대를 적극적으로 나서야 할 것으로 사료된다.

그러나 호텔일식 레스토랑의 메뉴에 대한 품목에 관한 선정에는 주방 자체가 가지고 있는 시설의 한계점과 같은 주방 공간 작음, 홀과의 협조

관계, 재료 구입 문제를 고려하여, 메뉴에 자체에 대한 음식의 간, 조화, 맛, 계절별 신선한 재료 사용, 경쟁사와 차별화, 메뉴와 실내 분위기 조화, 양 조절과 마케팅에서는 직원의 메뉴 설명, TV 광고(케이블방송), 전단지 작성, 직원의 설명, 종업원들이 권유, 세금 봉사료 전액 면제를 통해서 메뉴에 대한 선호도와 만족도, 그리고 원가의 절감과 판매량의 증대에 노력해야 한다.

본 연구의 한계점은 연구대상의 지역이 광주·전남지역으로 한정하여 지역적인 한계성을 가지고 있으며 일식 레스토랑 세트 메뉴에 관련된 선행연구에 관한 자료 부족으로 이에 관한 심층적인 문헌 연구가 이루어지지 못하였다는 점이다.

향후 연구에서는 이와 같은 점을 보완하여 보다 심도 있는 연구 결과를 도출하여야 할 것이며, 일식 레스토랑 세트 메뉴를 대상으로 한 고객 기호도 조사를 근거로 한 메뉴 개발 방안 및 이에 관한 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

## 참고문헌

1. 김기영 (2002) : 호텔주방관리론. 백산출판사, 3.
2. 김종금 (1990) : 일본 요리연구. 홍익제, 3.
3. 나정기 (1998) : 외식산업의 이해. 백산출판사, 22.
4. 박병학 (2001) : 기초일본 요리. 형설출판사, 3-4.
5. 이우리·오광우 (1996) : 회귀분석·입문 및 응용. 탐진, 314-315.
6. 유철성 (1997) : 호텔식음료 경영과 실무. 학문사, 191.
7. 정봉원 (2000) : 외식사업과 창업론. 형설출판사, 34.
8. 윤용현 (2000) : 고객만족과 식당선호도의 관계에 관한 연구-대학가의 소규모 식당을 중심으로. 경상대학교 경영대학원 석사학위논문.
9. 채서일 (2000) : 마케팅 조사론 3판. 학연사, 203-207.
10. 최경주·강신주 (1994) : 일본 요리. 수확사, 3.
11. 호텔롯데 (1990) : 조리직무교재. 명지출판사, 433.
12. 백재현 (2000) : 관광호텔 칵테일 메뉴관리에 관한 연구. 계명대학교 경영대학원 석사학위논문, 1-2.
13. 조남기 (1990) : 우리나라 소비자의 점호 애고 행동에 관한 실증적 연구. 고려대학교 박사학위논문.
14. 조문수 (1995) : 호텔고객의 메뉴선택행동과 메뉴기획. 한양대학교 대학원 박사학위논문.
15. 정연철 (2003) : 호텔 레스토랑 이용객의 메뉴 선택 요인에 관한 연구. 경주대학교 대학원 석사학위 논문, 1-2.
16. 하경희 (1992) : 관광호텔 양식메뉴관리에 관한 연구. 경기대학교 대학원 석사학위논문.
17. Crack M·Renolds FD (1978) : An indepth profile of the department store shopper. *Journal of Retailing*, 54(2):23-32.
18. Hirschman EC (1980) : Difference in consumer purchase behavior by credit card payment system. *Journal of Consumer Research*, (6): 792-795.
19. Enis BM·Paul GW (1970) : Store loyalty as a basis for market segmentation. *Journal of Retailing*, (46):42-56.
20. Jack D Ninemeier (1984) : Principles of food and beverage operation. AH & Ma, 115.
21. Spiggle S·Sewall A (1987) : Chotce sets model of retail selectio. *Journal of Marketing*, (51):97-111.

2007년 1월 15일 접수  
2007년 3월 10일 게재확정