

## 메뉴북의 바탕색과 활자의 가독성이 메뉴 선택에 미치는 영향에 관한 연구

이 종 신<sup>1</sup>  
동서울대학 겸임교수

### Research on the Effects of Colors and Legibility of Menu on the Choice of Menu Items

Jong-Sin Lee<sup>1</sup>

Plural Professor, Dongseoul College

#### Abstract

The food service industry is maturing day by day. Nowadays, people recognize the importance of menu. Menu is not just for the communication of information about menu items. It is also an important marketing tool. Past research was about the choice of menu items. However, the colors and legibility of menu are also important. The basic color and legibility of menu may affect the choice of menu items. Also, customers have different preferences when it comes to menu design. In the past, however, food service industry experts did not work closely with menu designers. The next section reviews the research on the chromatology of menu and lettering preferred by customers. In addition, a method to plan the design of menu is suggested.

Key words : menu, choice, color, design, customer, legibility.

#### I. 서 론

외식산업의 성장과 더불어 소비자들이 인지하는 메뉴북의 관점도 다변화되는 양상으로, 단순한 커뮤니케이션의 역할만이 아닌 마케팅의 도구로서 중요한 역할을 하고 있다. 메뉴북 중요성의 강조는 인지되어 있는 바와 같이 단순한 색상의 배열과 메뉴의 나열이 아닌 고객의 관점에서 선택과 활용에 최적화 되도록 디자인되어야 할 것이다.

본 연구는 선행 연구의 결과(Kotscherar 1975)를 토대로 메뉴북의 바탕색과 활자의 가독성이 메뉴 선택에 어떠한 영향을 미치는지 설문을 통

하여 실증 분석하였고, 특히 메뉴북의 바탕색과 글자색의 관계에 따라 메뉴 선택의 폭을 검증하고자 하였다. 아울러 고객 관점에서 메뉴북 디자인의 구성 요소에 대한 만족과 선호에 대한 분석으로 디자인의 계획과 활용에 유익한 정보를 제공하고자 하였다. 본 연구의 목적을 구체적으로 서술하면 다음과 같다.

첫째, 메뉴북의 디자인적인 요인을 도출하여 고객들의 레스토랑 메뉴 선택의 주요 변수와 실험집단별 차이점을 파악한다.

둘째, 메뉴북 디자인에 대한 만족도를 분석하여, 각 레스토랑 유형별 만족도와 주요 고객에게

¶ : 교신저자, 010-3011-3307, leejs3307@hanmail.net, 경기도 성남시 수정구 복정동

부합되는 디자인 구성 관계를 파악한다.

셋째, 메뉴북 디자인에서 사용되는 글자와 바탕색을 기준으로 각각의 선호도와 만족도를 파악하여 가장 적합하고 효과적인 내용을 제시하고자 한다.

## II. 메뉴북 디자인과 색상에 관한 이론적 고찰

### 1. 메뉴북 디자인의 개념

메뉴 계획에서 선정된 품목을 메뉴북에 옮기는 과정을 메뉴북 디자인이라고 한다. 즉, 메뉴 계획자가 메뉴에 기록할 이상적인 품목을 고객과 판매의 양면을 고려하여 선정하는 것을 메뉴 계획이라고 한다면, 메뉴북 디자인은 메뉴 계획서에서 선별된 것을 메뉴북을 통하여 어떻게 고객에게 제시하는 것이 가장 이상적인 것일까를 구상하여 실행에 옮기는 것이라고 할 수 있다(나정기 1994).

메뉴북의 근본적인 역할은 알리는 것이다. 제공되는 메뉴 품목을 가장 경제적이고 효과적으로 고객에게 알리기 위해서는 메뉴가 레스토랑에서 제공하는 식료와 음료를 기록하는 단순한 리스트의 역할이 아닌 마케팅 수단 등으로 또는 광고의 수단으로 하여 디자인되어야 한다(김형준 1998). 메뉴가 이러한 역할을 수행하기 위해서 메뉴북 디자인에 앞서 유연성과 내구성이 고려되어야 한다. 유연성이란 내적인 요인과 외적인 요인에 의해서 메뉴의 교체가 요구되면 가장 경제적으로 쉽고 신속하게 메뉴를 교체할 수 있는 가능성의 정도를 말하고, 내구성이란 현재의 메뉴북을 수정, 보완하여 오래 사용할 수 있는 경제성 정도를 말한다(Ninemeier 1996). 또한, 메뉴북 디자인은 점, 선, 면, 공간으로 이루어지는 시각적인 디자인의 영역으로서 각 요소들이 어떻게 배치되고 활용되는가에 따라 그 가치가 평가된다고 할 수 있다(김미지 1997).

### 2. 메뉴북의 색채학적 연구

색채에 대한 정서적 반응, 이른바 색채심리학은 인간의 심리적 요인에 많은 작용을 하는 것으로 알려져 있다. 이와 함께 각 환경에 따른 색채의 유형에 의해서도 색채는 실제적인 목적 달성을 주로 이용되고 있기도 하다. 길버트 브릭하우스(Gilbert Brighouse)는 그의 이론에서 인간의 감정은 매우 다양하고 개인적인 성향마다 차이점을 보이고 있지만 색채에 대한 반응에 대해서는 대부분의 사람들이 공통된 일반적인 반응을 나타내고 있다고 밝혔다(김미경 1996).

좋은 디자인은 좋은 색상 배합을 통하여 더 큰 효과를 나타내며, 소비자의 관심을 끌게 된다. 우리는 누구나 개인적인 또는 집합적 선호 칼라를 가지고 있다. 연령이나 성별, 문위기 혹은 개인적인 경험에 의해 결정되는 선호색은 그 사람이 자주 입는 옷의 색깔 등을 측정할 수 있다. 형태의 크기, 무늬, 질감 등도 칼라를 선택할 때 중요하다. 여기에 디자인의 영감, 그리고 과거, 현재 다가올 미래의 유행을 파악하는 과정도 필요하다. 일반적으로 색의 광고의 역할은 제품의 궁정적인 특성을 부각시키는 것으로 인식되지만 같은 색상이라도 궁정적인 이미지와 부정적인 이미지를 동시에 갖고 있는 경우가 많는데 유의해야 한다(김미섭 2000).

순색들 가운데서는 빨간색이 가장 식욕을 돋워 주는 색이다. 또, 음식물의 색이 빨간색에서 주황색 쪽으로 접근해 가면서 색을 더욱 자극시킨다. 그러나 노란색에서부터는 식욕을 자극하는 정도가 현저하게 감소되기 시작하며, 연두색에서는 상당히 낮아진다. 또 보라색이나 자주색도 식욕을 거의 자극하지 못한다. 짙은 녹색을 떤 음식들은 순색들처럼 거부감을 일으키지도 않고 몹시 맛있게 보이지 않는다(김기영·엄영호 2000).

특별히 정해 놓은 레스토랑의 이미지 칼라의 사용이 아닌 경우에는 전체적인 이미지와 잘 부합되는 색깔을 선택하여 통일감을 주는 것이 상당히 효과적이다(하현국·고상동 1998).

<표 1>은 바탕색(종이색깔)에 따른 가독성 실

〈표 1〉 바탕색에 따른 가독성 정도

아주 높음	보통임	낮음
연한 크림색 바탕에 검정	밝은 황금색 바탕에 검정	검은 바탕에 흰색
연한 세피아 크림색 바탕에 검정	밝은 청녹색 바탕에 검정	노란 바탕에 빨강
아주 밝은 담황색 바탕에 검정	황적색 바탕에 검정	빨강 바탕에 녹색
꽤 진한 황색 바탕에 검정	붉은 오렌지 바탕에 검정	그린 바탕에 빨강

자료: Lendal H. Kotschevar, *Management by Menu*, National Institute for the Foodservice Industry, 1975, p. 191.

힘을 한 결과이다.

또한 인쇄된 활자의 컬러에 따른 가독성을 살펴보면 〈표 2〉와 같다.

실제로 메뉴북의 어떤 다른 디자인 요소보다도 색채는 고객에게 많은 영향을 미친다. 분위기를 만들어내는 색채는 레스토랑의 이미지를 만들어내거나 반영하고, 고객의 욕구를 자극시켜 주거나 잘 팔리는 항목의 판매를 촉진시켜 준다.

인간은 시각적 신호로 방향을 정확하게 알아내고 시각적인 통지를 통해 생존을 위한 일체를 요점적으로 배우는 생물이다. 수천 년을 지나오면서 인간은 자연 환경에서 각인을 되풀이 하고, 새로이 해석하고, 문화적인 연결을 통해 변화하는 색상의 의미 관계를 경험했다. 인간은 이를 통해 일상생활에서 빠른 상황 도구로서 제 구실을 다하는 색상의 어휘를 생활 조건에 일치시키고 의미를 부여하면서 그때그때 생각해낸다. 증가하는 교육과 문명 속에서 황무지로부터의 변화와 함께 인위적으로 세상이 다채로워졌는가 하면, 다른 한편으로는 이 변화로 인해 제한적이기는 하지만 점점 더 강하게 구조화와 의미론을 요구한다. 따라서 커뮤니케이션의 과정에서 색상 중심 구조,

집합적인 디자인과 같은 명확한 규정, 또는 모습에서 색채심리학은 더욱 큰 의미를 가진다. 꾀로와 지나친 과장으로 인해 오히려 둔감해지는 것과 색상의 신기한 힘에 갈수록 무디어져 가는 것이다(나정기 1995).

여러 분야에서 새로운 커뮤니케이션 과정이 예전보다 빠르게 진행되고 전수된 옛것의 가치성은 줄어든다. 또, 사회 내에서 보편타당한 타협대신에 집단적인 상황 파악으로 모든 것을 결정하는 사고력과 사건 중심의 행동이 통할 뿐이다. 이러한 현상은 사회 전반에 불안전을 초래하고 인간 개개인에게서는 분명 고유한 민감성이 제거되었다. 이와 같은 판단은 오늘날 색상을 이용한 커뮤니케이션에 관한 연구에서 얻어낸 결론이다. 다소간에 수동적인 소비자의 대다수는 이제 능동적인 ‘제작자’들 가운데 몇몇만을 상대하는 입장이 되었다(김복희 2002).

색상 다자이너는 중요한 중재자의 역할자로서 색상의 특성을 정확하게 파악하여 상호 조정을 피해야 한다. 커뮤니케이션을 형성하는 사람이 바로 색상의 숨겨진 힘을 정확하게, 즉 목적을 설정하고 제대로 이용할 수 있는 ‘느낌’을 얻기 위

〈표 2〉 바탕색에 따라 돋보이는 정도

아주 높음	보통임	낮음
노랑 바탕에 검정	흰색 바탕에 파랑	검은 바탕에 흰색
흰색 바탕에 녹색	파란색 바탕에 노랑	노랑 바탕에 빨강
흰색 바탕에 빨강	빨강색 바탕에 흰색	빨강 바탕에 그린
흰색 바탕에 검정	그린색 바탕에 흰색	그린 바탕에 빨강
파란색 바탕에 흰색		

자료: Lendal H. Kotschevar, *Management by Menu*, National Institute for the Foodservice Industry, 1975, p. 191.

해서는 스스로 민감해져야 한다(이유주 2005).

### III. 연구 범위 및 방법

#### 1. 조사 대상 및 조사기간

본 연구의 조사 목적을 달성하기 위하여 조사 대상을 다음과 같이 선정하였다. 서울시내 레스토랑 업체의 고객 및 방문자들을 대상으로 선정하였다. 각각의 레스토랑 및 고객들을 대상으로 하여 설문조사를 실시하였으며, 설문의 객관성을 유지하기 위하여 레스토랑 방문 고객을 성별 또는 연령 등 계층별로 나누어 선정하지 않고 조사 기간 중 무작위적인 선택을 하여 설문조사를 실시하였다.

#### 2 설문지의 구성 및 조사내용

설문지의 구성은 Lendal H. Kotscherar의 바탕 색에 따라 돋보이는 가독성의 연구 중 돋보이는 정도가 아주 높은 5개의 항목을 근거로 하였다 (Kotscherar 1975). 조사방법은 설문지법(questionnaire)으로 2006년 10월 1일~10월 20일까지 20 일간에 걸쳐 각 레스토랑에서 식사를 마친 고객들을 무작위 추출법을 사용하여 선정된 220명에게 설문지를 배포하여 작성하였다. 설문지의 구성은 <표 3>과 같이 메뉴북 디자인과 선택 항목이 23문항, 메뉴북 디자인의 만족도 11문항, 메뉴북 색상과 글자가 15문항, 메뉴북에서 선호하는 글자체와 크기가 2문항, 조사 대상자의 일반적인 사항 10문항으로 구성하였다. 설문 조사에서는 리커트(likert) 5점 척도법을 사용하였으며, 설문지

는 연구자 본인이 조사의 목적과 설문지 개요를 설명한 뒤 조사자들에 의해 배포·회수되었으며, 조사대상은 조사의 목적과 방법을 들은 후에 설문지에 나타난 지시어를 바탕으로 자기기입법(self-administerd questionnaire survey method)으로 실시되었다.

작성된 설문지는 조사자들에 의해 총 220부중에서 219부가 회수되었으며, 회수율은 99%이었다. 회수된 설문지를 바탕으로 응답이 부실한 것과 일관적인 답변으로 신뢰도가 떨어진다고 판단되는 설문지는 제외하여 총 216부의 설문을 분석에 활용하였다.

#### 3 통계분석

수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(data coding) 과정을 거쳐, SPSS(Statistical Package for Society System) 12.0 패키지를 활용하여 빈도분석(frequency analysis), 비모수 상관관계분석, t-test, 분산분석(ANOVA), 요인분석(factor analysis) 방법을 적용하였다.

이용 통계기법은 먼저 설문지를 구성하는 각 항목들의 신뢰성을 검증하기 위해 내적 일관성을 나타내는 Cronbach's Alpha를 사용하고, 메뉴 선택에 관한 항목들의 타당성을 검증하기 위해 요인분석(factor analysis)을 사용하였다. 인구통계적 특성에 따른 표본평균을 통한 집단간의 차이를 검증하기 위하여 요인분석(factor analysis)을 실시하였으며, 묵여진 요인 값을 이용하여 빈도분석(frequency analysis), 분산분석(ANOVA) 등의 분석 방법을 적용하였다.

<표 3> 설문지 구성과 측정척도

설문내용	문항수	측정도구	
I 메뉴북 디자인과 선택	메뉴북 디자인 및 선택 속성 등	23	등간척도
II 메뉴북 디자인의 만족도	메뉴북 디자인, 메뉴북 색상 등	11	등간척도
III 메뉴북 색상과 글자에 관한 내용	메뉴북 색상, 메뉴의 가독성 등	15	등간척도
IV 메뉴북에서 선호하는 글자체 및 크기		2	등간척도
V 조사대상자의 일반사항		10	명목척도

#### IV. 결과분석

##### 1. 일반적 사항

조사 대상자의 일반적인 사항은 <표 4>와 같다. 조사 응답자의 성별은 응답자 216명 중 남성은 112명으로 51.9%였으며, 여성은 104명으로 48.1%를 차지하였다. 결혼 여부에 있어서는 기혼은 전체 응답자 중 129명으로 59.7%, 미혼은 87명으로 40.7%를 차지하였다.

연령별로는 21~30세가 96명으로 44.4%로 가장 높게 나타났으며, 학력별로는 대학교 졸업이 103명으로 47.7%로 높게 나타났다.

직업별로는 회사원이 109명으로 50.5%, 월 소득별로는 151~200만원이 65명으로 30.1%로 높게 조사되었다.

외식 경비로는 11~20만원이 78명으로 36.1%, 월 평균 외식횟수는 4회 이상이 96명으로 44.4%, 동반자 유형에서는 연인과 함께가 80명으로 37.0%, 주로 이용하는 레스토랑에서는 전문레스토랑이 74명으로 34.3%로 높게 나타났다.

##### 2. 메뉴북 디자인과 색상에 관한 분석 결과

###### 1) 메뉴북 디자인 항목의 신뢰성 검증

연구 측정 항목의 신뢰성 검증에서 측정 항목 간의 동질성 정도를 평가함으로써 내부 일치 정도를 알아보았는데, <표 5>에서 보는 바와 같이 중요도의 요인들 중에서 신뢰성은 모두 0.6 이상으로 높게 나타났으며, 그중 메뉴북 크기의 적당은 신뢰도가 0.7104로 가장 높게 나타났으며, 전체 신뢰도는 0.6753으로 각 문항에 대한 신뢰도의 알파값은 상당히 높게 나타나 측정 항목들의 동질성이 높고 척도들의 내적 일치성도 유효하다고 볼 수 있다.

###### 2) 성별에 따른 메뉴북 디자인 요인분석

본 연구에서는 요인분석을 실시하고 요인 전재치를 높이기 위해서 배리맥스 회전(Varimax ro-

<표 4> 조사대상자의 일반적 사항

구분	내용	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	112	51.9
	여성	104	48.1
결혼 여부	기혼	129	59.7
	미혼	87	40.7
연령	10~20세	5	2.3
	21~30세	96	44.4
	31~40세	86	39.8
	41~50세	23	10.6
	51세 이상	6	2.8
학력	고졸	21	9.7
	전문대	86	39.8
	대학교	103	47.7
직업	대학원 이상	6	2.8
	학생	37	17.1
	회사원	109	50.5
	자영업	18	8.3
월소득	공무원	37	17.1
	주부	15	6.9
	100만원 이하	58	26.9
	101~150만원	81	37.5
	151~200만원	65	30.1
외식 경비	201만원 이상	12	5.6
	5만원 이하	20	9.3
	6~10만원	71	32.9
	11~20만원	78	36.1
월 평균 외식 횟수	21만원 이상	47	21.8
	1회	8	3.7
	2회	42	19.4
	3회	70	32.4
주로 이용 레스토랑	4회 이상	96	44.4
	가족	78	36.1
	동반자	80	37.0
	유형	56	25.9
	혼자서	2	0.9
계	패밀리 레스토랑	58	26.9
	패스트푸드점	44	20.4
	호텔 레스토랑	40	18.5
	전문 레스토랑	74	34.3
	계	216	100.0

〈표 5〉 신뢰도 검증

항 목	평 균	신뢰도
메뉴북의 디자인	2.8565	.6981
메뉴북 크기의 적당	2.9398	.7104
메뉴북 배경의 테두리	2.9769	.6903
메뉴북의 메뉴 선택	3.5324	.6821
메뉴북과 음식의 조화	2.8704	.6821
디자인의 전문성	2.5185	.6523
메뉴북 표지 색상	2.8889	.6745
메뉴북의 바탕색	2.9259	.6743
메뉴북 여백 색상	2.9815	.6987
메뉴북의 글자색	2.9769	.6541
메뉴북의 글자체	3.0463	.6354
글자체와 음식의 조화	2.7130	.6381
글자의 메뉴 선택 도움	3.0231	.6987
그림의 메뉴 선택 도움	3.1667	.6653
디자인과 메뉴북의 어울림	3.0370	.6821
글자와 레스토랑 분위기	3.0926	.6627
디자인과 레스토랑 분위기	2.5139	.6432
디자인과 음식의 돋보임	2.5556	.6798
색상과 음식의 분위기	2.5231	.6289
전체신뢰도(Alpha)		.6753

tate)을 실시하였다. 각 요인 분석방법에 의해 구해진 요인은 차이검증에 활용하였다.

본 연구에서는 4개의 요인이 추출되었다. 전체 표본의 메뉴북 디자인과 메뉴 선택에 대한 요인 분석 결과, 19개의 항목 중 15개의 요소들이 4개의 요인으로 묶여졌으며, 그 요인은 첫째, 메뉴북 디자인에 관한 요인, 둘째, 메뉴북의 색상에 관한 요인, 셋째, 메뉴북의 글자체에 관한 요인, 넷째, 메뉴북과 레스토랑의 분위기에 관한 요인으로 명명하였다. 4개의 요인 모두 아이겐 값이 1이상으로 모두 유의한 것으로 판단되었으며, 나머지 요인들은 분석대상에서 제외하였다.

각 요인의 아이겐 값은 요인 1이 3.147, 요인 2는 2.157, 요인 3은 2.652, 요인 4는 2.847이었으며, 각 요인의 적재 값은 0.6 이상으로 비교적 높은 수준의 값으로 나타났다.

성별에 따른 차이검증결과는 다음의 〈표 7〉과 같다. 메뉴의 색상적 요인에서 유의수준 0.05이내에서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 여성보다 남성이 색상적 요인을 중요시 하는 것으로 나타났다.

〈표 6〉 Varimax 회전 후 요인 행렬표

변수명	요인	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4
요인 1.	메뉴북 디자인	.700	.1260	.340	.178
메뉴북	메뉴북의 크기	.841	.204	.248	2.75E-02
디자인	메뉴북의 배경	.780	.374	.125	.328
요인 2.	메뉴북 표지 색상	.314	.675	.253	6.13E-02
메뉴북	메뉴북의 바탕색	.187	.799	.216	.206
색상	메뉴북의 여백 색상	.325	.615	8.50E-02	.403
	메뉴북의 글자색	.269	.646	.140	.453
요인 3.	메뉴북의 글자체	.132	.206	.720	.240
메뉴북	글자체와 음식의 조화	.244	.347	.734	6.16E-02
글자체	글자의 메뉴 선택 도움	.125	.139	.751	.212
요인 4.	디자인과 메뉴북의 어울림	.325	3.086E-02	.259	.728
메뉴북	글자와 레스토랑 분위기	.173	.199	.201	.833
분위기	디자인과 레스토랑 분위기	.138	.273	.252	.774
	디자인과 음식 돋보임	.172	.289	.187	.789
	색상과 음식의 분위기	.135	.255	.186	.827
	고유치(eigenvalues)	3.147	2.157	2.652	2.847

〈표 7〉 성별에 따른 메뉴디자인 요인의 *t*-test

요인	성별		<i>t</i>	<i>p</i>
	남성	여성		
메뉴북 디자인적 요인	2.9464	2.9006	.511	.610
메뉴북 색상적 요인	3.0402	2.8389 <sup>a</sup>	2.332	.022*
메뉴북 글자체적 요인	3.1429	3.0417	1.147	.253
메뉴북과 레스토랑의 분위기적 요인	2.5125	2.6077	.794	.428

\*<.05, a<b<c는 Duncan의 Grouping시 집단간의 차이를 나타냄.

3) 결혼 여부에 따른 메뉴북 디자인 요인분석  
결혼 유무에 따른 차이검증 결과는 〈표 8〉과 같다. 메뉴의 글자체적인 요인의 평균이 가장 높게 나타났으나 유의수준 0.05 이내에서 통계적인 차이를 보이지는 않았다.

4) 레스토랑 유형에 따른 메뉴북 디자인 요인분석

레스토랑 유형에 따른 메뉴 디자인 요인의 분

산분석 결과, 메뉴의 글자체적 요인과 디자인의 분위기적 요인에서 유의수준 이내에 통계적으로 유의한 차이를 나타내고 있었다. 우선 메뉴의 글자체 요인에서는 전문레스토랑을 방문하는 집단의 평균수치가 가장 높게 나타났으나, Duncan의 다중회귀분석 결과의 차이는 호텔레스토랑과 패밀리레스토랑과의 차이는 없었으며, 패스트푸드점의 메뉴 글자체 요인이 가장 낮은 수치를 나타내었다. 메뉴 디자인의 분위기적 요인에서는 패스

〈표 8〉 결혼 여부에 따른 메뉴 디자인 요인의 *t*-test

요인	결혼 여부		<i>t</i>	<i>p</i>
	미혼	기혼		
메뉴북 디자인적 요인	2.8915	2.9732	.888	.375
메뉴북 색상적 요인	2.8915	3.0201	1.442	.151
메뉴북 글자체적 요인	3.0310	3.1877	1.727	.086
메뉴북과 레스토랑의 분위기적 요인	2.5039	2.6391	1.143	.254

\*<.05.

〈표 9〉 레스토랑 유형에 따른 메뉴 디자인 요인의 분산분석

요인	식당유형				평균	<i>F</i>	<i>p</i>
	패밀리 레스토랑	패스트푸드점	호텔 레스토랑	전문 레스토랑			
메뉴북 디자인적 요인	2.9770	2.7273	3.0333	2.9414	2.9244	1.816	.145
메뉴북 색상적 요인	2.8405	2.7898	3.0938	3.0338	2.9433	2.591	.054
메뉴북 글자체적 요인	3.1667 <sup>b</sup>	2.8106 <sup>a</sup>	3.1083 <sup>b</sup>	3.1982 <sup>b</sup>	3.0941	3.726	.012*
디자인의 분위기적 요인	2.4621 <sup>ab</sup>	2.2182 <sup>a</sup>	2.7650 <sup>b</sup>	2.7243 <sup>b</sup>	2.5583	4.150	.007*

\*<.05, a<b<c는 Duncan의 Grouping시 집단간의 차이를 나타냄.

트푸드점의 수치가 가장 낮게 나타났으며, 다음으로는 패밀리 레스토랑과 호텔 레스토랑 그리고 전문 레스토랑의 순서로 나타나 호텔 레스토랑과 전문 레스토랑에서 고객들이 메뉴의 디자인의 분위기적 요인을 중요시하는 것으로 나타났다.

### 3) 메뉴북 디자인의 만족도 분석

메뉴북 디자인의 만족도 분석결과는 <표 10>과 같다. 전체적인 메뉴북 디자인 만족도는 메뉴북 사진 및 이미지의 만족도가 3.2639로 가장 높

게 나타났으며, 다음이 메뉴북의 크기로 2.9954로 나타났다. 글자의 디자인에 대한 만족도는 2.9352로 메뉴북의 크기 다음으로 높은 수치를 나타내었으며, 가장 낮은 수치를 나타낸 것은 메뉴북과 레스토랑의 분위기로 2.6667로 나타났다. 이는 대부분의 일반 레스토랑이 기성 제품으로 만들어진 메뉴북을 도용하여 사용하는 곳이 많기 때문에 소비자들이 메뉴북과 레스토랑의 분위기가 어울리지 않는다고 판단한 것으로 사료된다.

또한 메뉴북의 디자인 만족도에 대한 차이를 검증한 결과는 <표 11>과 같다. 메뉴 디자인의 경우, 유의수준 이내에서 각 레스토랑별로 통계적인 차이가 있었으며, 호텔레스토랑과 전문레스토랑의 경우가 메뉴북 디자인에 대한 만족도가 패밀리 레스토랑보다 높았다. 다음으로는 전문레스토랑의 순으로 나타났으며, 패밀리 레스토랑의 경우 식당 유형별 메뉴북 디자인이 가장 낮게 조사되었고, 다음으로 패스트푸드점으로 나타났다.

### 4) 메뉴 색상과 글자색에 관한 선호도 분석

메뉴의 색상과 글자색의 조화와 가독성에 대

<표 10> 메뉴디자인의 만족도 분석

문항	구분	mean	S.D.
메뉴북 디자인		2.8194	.7834
메뉴북 색상		2.8935	.7106
메뉴북 크기		2.9954	.8325
메뉴북 사진 및 이미지		3.2639	.8571
글자의 디자인		2.9352	.9127
메뉴북의 사진 색상		3.0972	.8324
메뉴북과 레스토랑 분위기		2.6667	1.0783
메뉴북의 글자색		2.8380	.8500
메뉴북의 글자체		2.8657	.8763
메뉴북의 바탕색		2.8333	.8184
메뉴북의 여백색상		2.8148	.8643

<표 11> 레스토랑 유형별 메뉴북 만족도에 대한 차이분석

요인	식당유형				F	p
	패밀리 레스토랑	패스트푸드점	호텔 레스토랑	전문 레스토랑		
메뉴북 디자인	2.6207 <sup>a</sup>	2.7045 <sup>ab</sup>	2.9750 <sup>b</sup>	2.9595 <sup>b</sup>	2.952	.034*
메뉴북의 색상	2.9310 <sup>b</sup>	2.6364 <sup>a</sup>	3.1000 <sup>b</sup>	2.9054 <sup>ab</sup>	3.203	.024*
메뉴북 크기	2.8621 <sup>a</sup>	2.7273 <sup>a</sup>	3.3750 <sup>b</sup>	3.0541 <sup>a</sup>	5.200	.002**
메뉴북 사진 및 이미지	3.3793	2.9545	3.3500	3.3108	2.522	.059
글자의 디자인	3.2931 <sup>b</sup>	2.6364 <sup>a</sup>	2.9250 <sup>a</sup>	2.8378 <sup>a</sup>	5.104	.002**
메뉴북의 사진 색상	3.3448 <sup>b</sup>	2.8864 <sup>a</sup>	2.9500 <sup>a</sup>	3.1081 <sup>ab</sup>	3.116	.025*
메뉴북과 레스토랑 분위기	2.5000 <sup>a</sup>	2.3409 <sup>a</sup>	2.7250 <sup>ab</sup>	2.9595 <sup>b</sup>	3.801	.001**
메뉴북의 글자색	2.7931	2.5909	2.9500	2.9595	3.187	.076
메뉴북의 글자체	2.7931 <sup>ab</sup>	2.5909 <sup>a</sup>	2.9500 <sup>b</sup>	3.0405 <sup>b</sup>	2.745	.044*
메뉴북의 바탕 색상	2.6207 <sup>a</sup>	2.5455 <sup>a</sup>	3.1000 <sup>b</sup>	3.0270 <sup>b</sup>	6.360	.000***
메뉴북의 여백 색상	2.6379 <sup>a</sup>	2.6818 <sup>a</sup>	3.0750 <sup>b</sup>	2.8919 <sup>ab</sup>	5.628	.019*

\*<.05, \*\*<.01, \*\*\*<.001, a<b<c는 Duncan의 Grouping 시] 집단간의 차이를 나타냄.

한 내용을 살펴본 결과 〈표 12〉와 같은 결과가 나타났다. 흰색 바탕의 녹색 글자의 경우, 전체적인 선호도가 가장 높은 것은 글자와 바탕색이 잘 어울린다는 항목으로 전체 평균이 3.1759로 나타난다.

〈표 12〉 메뉴색상과 글자색에 관한 만족도

	① 흰색 바탕 녹색 글자 ② 흰색 바탕 붉은색 글자 ③ 남색 바탕 흰색 글자 ④ 노란색 바탕 검은색 글자 ⑤ 흰색 바탕 검은색 글자	Mean value	Std
V1 글자색이 좋다.	① 3.1389 ② 3.4028 ③ 2.9861 ④ 3.1528 ⑤ 2.9630	.7403 .8352 .6060 .6396 .631	
V2 글자와 바탕의 색이 잘 어울린다.	① 3.1759 ② 3.7407 ③ 3.6019 ④ 3.7963 ⑤ 2.9213	.8278 .9486 .8620 .9074 .6163	
V3 바탕색이 좋다.	① 2.7778 ② 2.8565 ③ 3.5509 ④ 3.8102 ⑤ 2.9769	.7260 .7363 .8612 .9130 .6357	
V4 글자의 색상이 음식과 잘 어울린다.	① 2.9769 ② 3.4259 ③ 3.2269 ④ 3.3981 ⑤ 2.7176	.9951 .9996 .8677 .8120 1.0383	
V5 바탕의 색상이 음식과 잘 어울린다.	① 2.8565 ② 3.0556 ③ 3.4630 ④ 3.7407 ⑤ 2.6806	.8478 .8390 .9142 .9535 1.0183	
V6 글자색이 식욕을 자극 한다.	① 2.9306 ② 3.7315 ③ 3.2037 ④ 3.2500 ⑤ 2.4722	1.0206 .9262 .7866 .7791 1.0606	
V7 바탕색이 식욕을 자극 한다.	① 2.6528 ② 2.7870 ③ 3.3657 ④ 3.6991 ⑤ 2.4583	.8490 .7959 .8411 .9631 1.0379	

〈표 12〉 메뉴색상과 글자색에 관한 만족도

	① 흰색 바탕 녹색 글자 ② 흰색 바탕 붉은색 글자 ③ 남색 바탕 흰색 글자 ④ 노란색 바탕 검은색 글자 ⑤ 흰색 바탕 검은색 글자	Mean value	Std
V8 글자색이 쉽게 눈에 들어온다.	① 3.1204 ② 3.6991 ③ 3.3935 ④ 3.4259 ⑤ 2.6389	.8596 .9631 .7940 .8649 .9043	
V9 바탕색이 쉽게 눈에 들어온다.	① 2.8565 ② 2.8657 ③ 3.5509 ④ 3.8287 ⑤ 2.5694	.7792 .8383 .9237 .9217 .9072	
V10 글자색이 좋아하는 색상이다.	① 2.8426 ② 2.8611 ③ 2.8426 ④ 2.9398 ⑤ 2.6898	.8590 .7276 .7109 .6478 .8414	
V11 바탕색이 좋아하는 색상이다.	① 2.8148 ② 2.8565 ③ 2.9491 ④ 3.1343 ⑤ 2.6713	.7041 .8085 .7036 .6858 .8343	
V12 글자색이 평소에 많이 사용하는 색상이다.	① 2.8935 ② 2.8380 ③ 2.8565 ④ 2.9028 ⑤ 2.7083	.8312 .7696 .7363 .6432 .8030	
V13 바탕색이 평소에 많이 사용하는 색상이다.	① 2.8009 ② 2.7731 ③ 2.7870 ④ 2.9352 ⑤ 2.6852	.8475 .7467 .6689 .6991 .7794	
V14 글자색 때문에 음식을 주문 한다.	① 2.8333 ② 2.7917 ③ 2.8843 ④ 2.9306 ⑤ 2.8056	.8069 .7459 .7091 .7593 .8122	
V15 바탕색 때문에 음식을 주문 한다.	① 2.6944 ② 2.7685 ③ 2.8056 ④ 3.0324 ⑤ 2.7500	.7711 .7484 .6746 .7433 .7909	

났으며, 다음으로 글자색이 좋다는 항목으로 평균치가 3.1389, 글자색이 눈에 쉽게 들어온다는 항목이 3.1204로 나타났다. 선호도가 가장 낮게 나타난 것은 바탕색이 식욕을 자극한다는 것이 평균값이 2.6528로 가장 낮게 나타났으며, 그 다음으로 바탕색때문에 음식을 주문한다는 항목으로 평균이 2.6944로 나타나, 전체 항목 중에 선호도가 비교적 낮은 것으로 조사되었다.

흰색 바탕에 붉은색 글자의 경우, 글자와 바탕의 색이 잘 어울린다는 항목이 평균 3.7407로 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 글자색이 식욕을 자극한다는 항목이 평균 3.7315로 높게 나타났고, 글자색이 눈에 쉽게 들어온다(3.6991)는 항목과 글자의 색상이 음식과 잘 어울린다는 항목(3.4259)의 순서로 나타났으며, 이를 항목은 다른 항목보다 비교적 만족도의 평균 수치가 높게 나타났다. 흰색바탕의 붉은색 글자의 경우, 만족도가 낮게 나타난 항목은 바탕색 때문에 음식을 주문한다는 항목으로 평균 2.7685로 가장 낮게 나타났으며, 다음은 바탕색이 평소에 많이 사용하는 색상이라는 항목으로 평균 2.7731로 나타났다.

남색 바탕에 흰색 글자의 경우, 글자와 바탕의 색이 잘 어울린다는 항목이 평균 3.6019로 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 바탕색이 좋다의 항목과 바탕색이 쉽게 눈에 들어온다의 항목이 각각 평균 3.5509로 동등한 수치로 높게 나타났고, 글자색이 쉽게 들어온다는 항목(3.3935)의 순서로 나타났으며, 이를 항목은 다른 항목보다 비교적 만족도의 평균 수치가 높게 나타났다. 남색 바탕에 흰색 글자의 경우 만족도가 낮게 나타난 항목은 바탕이 평소에 많이 사용하는 색상이라는 항목으로 평균 2.2.7870으로 가장 낮게 나타났으며, 다음은 바탕색 때문에 음식을 주문한다는 항목으로 평균 2.8056으로 나타났다.

노란색 바탕에 검은색 글자의 경우, 글자와 바탕이 쉽게 눈에 들어온다의 항목이 평균 3.8287로 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 글자와 바

탕의 색이 잘 어울린다는 항목이 평균 3.7963로 높게 나타났고, 바탕색이 좋다(3.8102)는 항목과 바탕의 색상이 음식과 잘 어울린다는 항목(3.7407)의 순서로 나타났다. 이를 항목은 다른 항목보다 비교적 만족도의 평균 수치가 높게 나타났다. 노란색 바탕에 검은색 글자의 경우, 만족도가 낮게 나타난 항목은 글자색이 평소에 많이 사용하는 색상이다(2.9028)로 평균적으로 가장 낮게 나타났으며, 다음은 글자색 때문에 음식을 주문한다는 항목으로 평균 2.9306로 나타났다.

흰색 바탕에 검은색 글자의 경우, 바탕색이 좋다는 항목이 평균 2.9769로 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 글자색이 좋다는 항목이 평균 2.9630로 높게 나타났고, 글자와 바탕색이 잘 어울린다(3.8102)는 항목의 순서로 나타났으며, 이를 항목은 다른 항목보다 전반적으로 균소한 폭으로 만족도의 평균 수치가 높게 나타났다. 흰색 바탕에 검은색 글자의 경우 만족도가 낮게 나타난 항목은 바탕색이 식욕을 자극한다(2.4583)로 평균 수치가 가장 낮게 나타났으며, 다음은 글자색이 식욕을 자극한다는 항목(2.4722)와 바탕색이 쉽게 눈에 들어온다는 항목 순으로 낮게 나타났다.

### 5) 메뉴북 디자인에서 글자체에 대한 빈도

메뉴북 디자인에서 선호하는 글자체를 분석하기 위하여 기존 레스토랑에서 자주 사용하는 글자 및 디자인이 선호되는 글자 등을 예비 조사하여 실증 조사한 결과 가장 선호하는 결과는 <표 13>과 같이 나타났다.

메뉴북 디자인에서 선호하는 글자 크기에 대한 빈도분석 결과, 일반적인 글자의 크기는 15포인트 정도의 글자를 가장 선호하는 것으로 나타났다.

메뉴북 디자인에서 사용되는 글자체를 선호도 중심으로 하여 각 레스토랑의 유형별 메뉴북 디자인 시에 적용할 수 있도록 고객의 나이에 따른 선호 글자체를 분석한 결과는 <표 15>와 같다. 10~20세에서는 궁서체를 가장 많이 선호하였고,

〈표 13〉 메뉴북 디자인에서 선호되는 글자체

구분	글자체									
	굴림체	샘풀체	바탕체	궁서체	견명조	돋움체	서울 도시체	순명조	옛체	고딕체
빈도	40	18	42	68	6	7	4	9	11	11
%	18.5	8.3	19.4	31.5	2.8	3.2	4.6	4.2	5.1	5.1

〈표 14〉 메뉴북 디자인에서 선호되는 글자 크기

구분	글자크기					
	10pt	11pt	12pt	13pt	14pt	15pt
빈도	10	22	65	12	36	71
%	4.6	10.2	30.1	.6	16.7	32.9

21~30세는 굴림체와 궁서체를, 31~40세는 궁서체를, 41~50세도 궁서체를 51세 이상은 궁서체와 고딕체를 선호하는 것으로 조사되었다.

## V. 결 론

본 연구는 Lendal H. Kotscherar (1975)의 메뉴북의 바탕색에 따라 돋보이는 정도의 연구 중 가장 돋보이는 정도가 높은 항목 5개를 선택하여 분석하였다.

메뉴북 디자인과 메뉴 선택에 대한 요인분석 결과, 19개의 항목 중 15개의 요소들이 4개의 요인으로 묶여졌다. 그 요인은 첫째, 메뉴북 디자인에 관한 요인, 둘째, 메뉴북의 색상에 관한 요인, 셋째, 메뉴북의 글자체에 관한 요인, 넷째, 메뉴북과 레스토랑의 분위기에 관한 요인으로 명명하였으며, 각 요인의 아이겐 값은 요인 1이 3.147, 요인 2는 2.157, 요인 3은 2.652, 요인 4는 2.847이었으며, 각 요인의 적재 값은 0.6 이상으로 비교적 높은 수준의 값으로 나타났다.

성별에 따른 차이검증 결과, 메뉴의 색상적 요인에서 유의수준  $p < 0.05$  이내에서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 여성보다 남성이 색상적 요인을 중요시 하는 것으로 나타났다. 또한, 결혼 유무에 따른 차이검증 결과는 메뉴의 글자체적인 요인의 평균이 가장 높게 나타났으나, 유

〈표 15〉 메뉴북 디자인에서 나이에 따른 선호 글자체

유형	나이										전체	
	10~20세		21~30세		31~40세		41~50세		51세 이상			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
굴림체	1	.5	25	11.6	13	6.0	1	.5	0	0	40	18.5
샘풀체	1	.5	8	3.7	6	2.8	3	1.4	0	0	18	8.3
바탕체	0	0	23	10.6	18	8.3	1	.5	0	0	42	19.4
궁서체	2	.9	25	11.6	32	14.8	7	3.2	2	.9	68	31.5
견명조	0	0	4	1.9	1	.5	0	0	1	.5	6	2.8
돋움체	0	0	1	.5	5	2.3	1	.5	0	0	7	3.2
서울도시체	0	0	5	2.3	0	0	4	1.9	1	.5	10	4.6
순명조	1	.5	1	.5	6	2.8	1	.5	0	0	9	4.2
옛체	0	0	2	.9	2	.9	4	1.9	0	0	8	3.7
고딕체	0	0	2	.9	3	1.4	1	.5	2	.9	8	3.7
전체	5	2.3	96	44.4	86	39.8	23	10.6	6	2.8	216	100.0

의수준 0.05 이내에서 통계적인 차이를 보이지는 않았다. 또한, 연령, 학력, 직업, 소득, 외식횟수, 동반자에 따른 분산분석 결과, 본질적인 이미지 요인, 메뉴의 색상적 요인, 메뉴의 글자적 요인, 디자인의 분위기적 요인이 모두 유의수준 이내에서 통계적으로 유의한 차이를 나타내지 않았다.

메뉴의 색상과 글자색의 조화와 가독성에 대한 내용을 살펴본 결과, 다음과 같은 결과가 나타났다. 분석결과를 보면 첫째, 흰색 바탕에 녹색 글자의 경우, 전체적인 만족도가 가장 높은 것은 글자와 바탕색이 잘 어울린다는 항목으로 나타났으며, 가장 낮게 나타난 것은 바탕색이 식욕을 자극한다는 항목이었다.

둘째, 흰색 바탕에 붉은색 글자의 경우, 글자와 바탕의 색이 잘 어울린다는 항목이 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 글자색이 식욕을 자극한다는 항목이 높게 나타났고, 만족도가 낮게 나타난 항목은 바탕색 때문에 음식을 주문한다의 항목이었다.

셋째, 남색 바탕에 흰색 글자의 경우, 글자와 바탕의 색이 잘 어울린다는 항목이 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 바탕색이 좋다는 항목이었다.

넷째, 노란색 바탕에 검은색 글자의 경우, 글자와 바탕이 쉽게 눈에 들어온다는 항목이 가장 높게 나타났으며, 가장 낮게 나타난 것은 글자색이 평소에 많이 사용한다는 항목이었다.

다섯째, 흰색 바탕에 검은색 글자의 경우, 바탕색이 좋다는 항목이 가장 높게 나타났으며, 글자색이 좋다는 항목은 다른 항목들에 비해 전반적으로 높은 만족도를 보였다.

본 연구는 선행 연구를 바탕으로 실증조사를 실시하였기 때문에 새롭게 제시되고 있는 글자체와 바탕색에 대한 선호도와 만족도가 평가되지 못하였으며, 레스토랑 고객을 연구의 대상으로 한정하여 전문가 집단이 배제된 것이 연구의 한

계점으로 지적할 수 있다. 이로 인해 도출되지 못한 요인의 도출과 분석을 통해 향후 메뉴북에 대한 폭넓은 연구가 진행되어야 할 것이다.

## 참고문헌

1. 김기영 · 염영호 (2000) : 서양조리실무, 성안당, 88.
2. 김미경 (1996) : 면설 표색계를 기본으로 한 색채 조화론에 대한 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 28.
3. 김미섭 (2000) : 실내 환경에서의 색채 사용에 관한 연구, 홍익대학교 석사학위논문, 9-10.
4. 김미지 (1997) : 디자인의 색의 연출, 예당, 6.
5. 김복희 (2002) : 색깔의 힘, 유로서적, 164.
6. 김형준 (1998) : 외식산업의 활성화를 위한 메뉴마케팅 방안에 대한 연구. 한국조리학회지 248.
7. 김화중 (1995) : 색채심리, 동국출판사, 179-184.
8. 나정기 (1995) : 메뉴관리론, 백산출판사, 17-23, 122-126.
9. 나정기 (1994) : 메뉴계획과 디자인의 평가에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 22-29.
10. 이유주 (2005) : 푸드컬러와 디자인, 경총사, 104.
11. 하현국 · 고상동 (1998) : 호텔 경영과 실무, 한울출판사, 258.
12. Jack D. Ninemeier (1996) : F&B Controls, 2nd ed, AH & MH, 63.
13. Lendal H. Kotschevar(1975) : Management by Menu, National Institute for the Foodservice Industry, 191.

---

2007년 2월 15일 접수  
2007년 6월 13일 게재확정