

웰빙 트렌드가 메뉴 선택에 미치는 영향에 관한 연구

박근한, 박헌진*, 정진우*¶

울산현대호텔 주방, *영산대학교 서양조리학과

A Study on the Effects of Well-being Trend on Menu Selection Behavior

Geun-Han Park, Heon-Jin Park*, Jin-Woo Jung*¶

Dept. of Hotel Hyundai Ulsan & Kitchen

*Dept of Western Cuisine & Culinary Arts, Youngsan University

Abstract

The purpose of this study is to initiate a systematic approach to maximize profits through continuous development of menu and build a strong image of Western restaurants located inside hotels by identifying their guests' knowledge and concern and menu selection behavior in well being trend. Findings from the analysis are as follows. First, among the Western menu selection behavior, organic grain and seafood, seasonal event menu, less spicy and more natural cooking methods are favored as the most important consideration. Second, customers' knowledge and concern in well being trend and menu selection behavior were found to be statistically significant. Third, customers' awareness in health and obesity were found to be statistically significant to the concern in well being trend. Fourth, demographical characteristics of customers such as gender, marital status, age, income level and education were tested for their relationships with knowledge and concern in well being trend.

Key words : well-being, trend, menu selection, behavior, health.

I. 서 론

웰빙이 우리나라에 본격적으로 소개된 것은 2002년 말 경으로 웰빙 상품에 대한 관심도와 수요가 점차 늘어나고 있다. 웰빙이 우리 삶에서 중요해진 이유는 물질적 성장을 중시하는 사회에서 정신적 풍요로움과 삶의 질 향상 등을 중요시하는 성숙 사회로의 소비 성향에 변화가 일어났기 때문이라고 설명되며(배주영 2005), 단순한 소비 형태가 아닌 긍정적인 삶을 위한 필요 욕구로 보는 것이 바람직하다. 서남미(2004)는 웰빙의 중요

한 분야는 식품·외식산업이라 하였다. 국민 소득이 증가하면서 식품에 대한 요구가 급격히 증가되며, 유기농 야채와 곡식으로 만들어진 신선한 건강식을 선호하게 되었다(박정숙 2004). 또한 정해옥 등(2006)은 허브의 첨가한 요리가 건강에 좋은 요리라 하였다.

국내 외식산업에서 이를 잘 반영하고 실천하는 곳이 호텔 레스토랑이라고 할 수 있다. 국내 호텔 레스토랑은 아직 미숙한 점이 많으며, 이런 점을 보완하기 위하여 메뉴를 과학적이고 합리적으로 관리 개발되어야 한다. 그리고 지속적인 평

가와 분석을 통하여 이용객들의 필요 욕구를 만족시켜야 하고 메뉴의 양과 질적인 점도 고려하고 건강도 추구할 수 있는 전략적인 메뉴가 필요하다. 요리에서는 맛과 영양을 바탕으로 하여 건강과 즐거움이 부가된 웰빙 메뉴가 추가되어야 한다. 이것이 고객 만족을 위한 성장이라고 할 수 있다.

세계화 시대에서 퓨전 요리가 생겨나고 웰빙이라는 개념이 중요하게 인식되는 시점에서 국내 특급 호텔 양식 레스토랑의 웰빙 인식도를 알아보고 고객의 건강에 대한 이해 정도를 파악하여 웰빙이라는 시대적 트렌드에 부합하는 새로운 메뉴의 개발과 지속적인 관리의 중요성에 대한 인식을 높여야 할 필요가 있다. 경쟁이 치열한 사회에서 생존하기 위해서 호텔 기업은 성공적으로 메뉴를 경영하여야 한다. 그리고 호텔 기업의 이윤을 창출하고 고객의 욕구를 충족시킬 수 있어야 한다. 따라서 호텔 양식당을 이용하는 소비자들의 웰빙 욕구가 무엇인지를 분석하여 능동적으로 대처하고, ‘웰빙’ 트렌드가 반영되어야 할 것이다.

부산은 항구의 도시이고 비즈니스로 외국인 왕래가 많은 편이며, 울산은 자동차 산업과 조선 산업으로 외국인이 많이 생활한다. 그러나 부산과 울산 지역의 특급 호텔 양식 레스토랑 메뉴는 이 수준에 못 미치는 실정이다. 그래서 본 연구에서는 부산 및 울산 지역 특급 호텔 레스토랑을 이용하는 고객들의 웰빙 트렌드 메뉴를 고찰하여, 웰빙 트렌드가 건강 메뉴, 음식의 품질, 메뉴의 권유, 메뉴의 인지도, 선택에 어떠한 영향이 미치는지를 알아보고, 웰빙 트렌드 메뉴를 도입하여 특급 호텔의 양식당 메뉴 마케팅 전략과 활성화 방안을 모색해 보고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 웰빙의 개념적 정의와 속성

박정숙(2004)은 ‘웰빙’을 ‘행복, 안녕, 복리, 복

지’의 의미로 정의한 동시에 육체적 건강, 정신적 건강, 환경친화적, 웰빙 지향성, 생활 습관을 주장하였고, 엄정숙(2004)은 웰빙 트렌드 개념을 건강 증진, 건전한 사회 생활, 정신적 건강을 제시하였을 뿐만 아니라 환경 변화에 대한 적응적 건강, 안녕감 등 개인적 의미까지 포함하였으며, 배주영(2005)은 육체적인 건강에는 체중 유지 노력 강조와 정신적 건강에서는 낙천적인 자세와 삶의 여유까지 포함하였다. 또한, 김신규(2004)는 육체적인 건강에서는 웰빙 제품 구입과 건강 식품, 건강 식품에 대한 관심에 위의 표현의 중요성으로 하였으며, 건강 식품으로는 현미, 콩, 조 등 잡곡 등을 역설하였다. 공도연(2005)은 웰빙의 친환경에 있어서 건강식 애용, 유기농 식품, 저농약 식품, 자연친화적 성향을 주장하였다. 이미숙(2004)은 웰빙 지향성에서 웰빙 관심과 노화 및 질병 예방 영양적인 측면을 설명하였고, 김윤민(2004)은 생활 습관에 웰빙 관심, 웰빙 생활을 언급하였으며, 안정화(2005)는 건강이 질병이나 신체적 상태를 중심으로 평가되어온 오랜 전통을 고려하여, 좀 더 뚜렷이 통합적인 건강 상태를 의미로 표현하였다.

Gisslen(1983)은 식음료 서비스업에서의 메뉴는 고객들에게 식사를 위하여 선택할 수 있는 음식들의 목록표(a list of dishes)이고 조리사에게 조리되어야 할 음식들의 목표라고 정의하였다. 기업인은 메뉴를 통하여 팔고자 하는 의미를 고객에게 전달하고 고객은 메뉴를 통하여 욕구를 만족하게 된다. 또한, 레스토랑에서 메뉴는 식당의 중심점이자 판매 촉진 도구로 사용된다.

경제 성장과 더불어 웰빙 메뉴에 대한 관심도가 높아지면서 이에 대한 다양한 연구가 이루어지고 있다. 박상희(2004)는 음식의 품질에서 건강 재료, 영양적 가치, 음식의 조리법 등의 필요성을 주장하였고, 조문수(1996)는 웰빙 인지도에서 음식의 신선도, 음식의 맛, 위생 상태의 중요성도 강조하였으며, 조광익 등(2005)은 샐러드, 요거트, 호밀빵, 저칼로리 등을 제시하였다.

웰빙 메뉴의 선택에는 디자인의 중요성과 타인의 권유도 많은 영향을 받을 수 있다. 정태선(1997)은 메뉴 디자인에서 메뉴의 사진과 위치, 프로모션 메뉴, 시각 효과 메뉴에 대한 호기심에 따라서 메뉴의 선택이 달라질 수 있다고 하였다. 그리고 남궁석(1995)은 종사원의 권유, 일행의 권유에 따라서 선택이 달라질 수 있다고 하였다. 또한, 백영숙(2004)은 현대의 패션에 나타난 Well-Being 트렌드를 분석하여 디자인을 연구한 결과, 다양한 연령이나 계층을 막론하고 어필될 수 있었으며, 생활 수준의 향상과 함께 자기 계발에 대한 욕구가 상승하고 건강이나 ‘생활의 질’의 심에 대한 웰빙 트렌드를 반영한 디자인을 제시하였다.

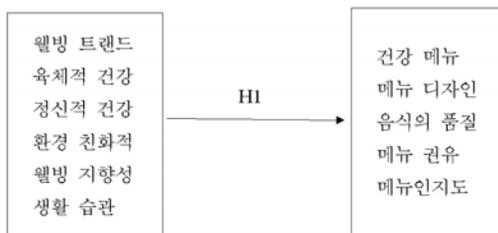
Ⅲ. 연구방법

1. 연구의 설계

본 연구의 목적은 호텔 식음료 부문의 경영에 있어 웰빙 트렌드가 메뉴 선택에 미치는 영향을 알아보기 위하여 실시되었다. 공도연(2005)의 고객들의 웰빙 트렌드와 메뉴의 선택에 영향을 미치는 연구를 참고로 본 연구의 모형을 설정하였다. 독립변수는 엄정숙(2004), 박정숙(2004)의 연구를 참고로 하였다.

2. 연구가설 설정 배경과 가설

작성한 연구모형에 근거하여 웰빙 트렌드가 메뉴 선택에 미치는 영향에 대해 알아보기 위해 다음과 같이 가설을 설정하였다.



<그림 1> 연구 모형.

H1-1: 웰빙 트렌드는 건강 메뉴 요인에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

H1-2: 웰빙 트렌드는 메뉴 디자인 요인에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

H1-3: 웰빙 트렌드는 음식 품질 요인에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

H1-4: 웰빙 트렌드는 메뉴 권유 요인에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

H1-5 웰빙 트렌드는 메뉴 인지도에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

3. 조사 설계

1) 조사 대상 및 방법

본 연구는 웰빙 트렌드와 메뉴 선택에 관한 선행 연구를 바탕으로 설문지를 구성하여 예비조사를 2006년 4월 12일에서 5월 11일까지 부산 지역 이용 고객을 대상으로 50부를 실시하였고, 이를 바탕으로 용어 정리와 설문 문항에 대한 이해력을 높였으며 혼란을 초래할 수 있는 문항을 제거하였다. 본 연구의 설문조사 기간은 2006년 9월 21일부터 10월 10일까지 20일 동안 부산 및 울산 지역의 특급 호텔 양식당 이용 고객을 대상으로 실시하였으며, 총 230매의 설문을 배포하여 불성실한 14매를 제외한 216매를 이용하여 통계 분석을 실시하였다. 통계는 프로그램 SPSS/PC⁺ for Window 12.0을 이용하여 빈도분석, 요인분석 및 신뢰성분석, 회귀분석을 실시하여 실증 분석을 실시하였다.

2) 설문지 구성 및 내용

설문지는 구성을 크게 세 부분으로 구성되어 있다. 첫째, 웰빙 트렌드는 박정숙(2004) 등 선행 연구를 토대로 22개의 문항으로 구성하였으며, 리커트 5점 척도를 사용하였다. 둘째, 메뉴 선택은 임효원(1997) 등 선행 연구를 토대로 21개의 문항으로 구성하였으며, 모든 항목에서 리커트 5점 척도를 사용하였다. 셋째, 인구 통계적 특성은 6

개 문항으로 구성하였다.

IV. 실증분석 및 결과의 해석

1. 자료 분석

조사 대상자의 인구통계적인 특성을 조사한 결과는 <표 1>과 같다.

1) 웰빙 트렌드의 요인분석 및 신뢰성 검증

본 연구에서는 측정된 변수들의 신뢰성을 검

<표 1> 조사 대상자의 인구통계적인 특성

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남	103	47.7
	여	113	52.3
연령	20세 이하	4	1.9
	21~30세	58	26.9
	31~40세	98	45.4
	41~50세	50	23.1
	51세 이상	6	2.8
학력	고졸 이하	22	10.2
	전문대(2년제) 졸업	73	33.8
	대학교(4년제) 졸업	95	44.0
	대학원 재학 이상	26	12.0
직업	학생	10	4.6
	공무원	32	14.8
	회사원	48	22.2
	전문직	34	15.7
	자영업	29	13.4
	전업주부	22	10.2
	서비스/판매직	31	14.3
	기타	10	4.6
결혼 여부	기혼	143	66.2
	미혼	73	33.8
월평균 소득	100만원 이하	18	8.3
	101~200만원	59	27.3
	201~300만원	64	29.6
	301~400만원	36	16.7
	401~500만원	30	13.9
	501만원 이상	9	4.2

증하기 위하여 여러 측정 항목들로 구성된 척도의 경우 내적 일관성(Internal Consistency Reliability)을 측정하는 방법인 크론바하의 알파계수(Cronbach's α)를 측정하여 신뢰성을 검증하였다.

요인 추출 모델로는 주성분 분석(Principle Component Analysis)을 이용하였으며, 요인적재치의 단순화를 위하여 직각회전(Orthogonal Rotation) 중 배리맥스(Varimax) 회전방식을 선택하였고, 요인의 수는 아이겐값(Eigen value)이 1 이상인 범주를 근거로 결정하였다.

웰빙 트렌드 측정 항목에 대한 신뢰성과 타당성을 확인하기 위하여 신뢰도분석과 요인분석을 실시한 결과 <표 2>와 같이 고유값(Eigen value)이 1 이상인 6개가 추출되었으며, 이 요인들이 설명하는 총 분산 설명력은 59.952%로 나타났다. 따라서 이들 요인의 중심 개념을 바탕으로 웰빙 기능성, 육체적 건강, 정신적 건강, 환경친화적, 웰빙 지향성, 생활 습관 등으로 명명하였다. 각 요인들의 상대적인 중요도는 고유값으로 볼 때 웰빙 기능성은 고유 값(Eigen value)이 2.454이며, 전체에 대한 요인의 설명력은 11.152%로 나타났고, 육체적 건강은 고유값(Eigen value)이 2.355이며, 전체에 대한 요인의 설명력은 21.855%로 나타났다. 육체적 건강을 구성하고 있는 변수들의 공통치를 살펴보면 웰빙 제품 구입 0.682, 건강보조 식품 즐김 0.640, 건강 식품에 대한 관심 0.570, 체중 유지 노력 0.410으로 나타났다.

정신적 건강은 고유값(Eigen value)이 2.287이고, 전체에 대한 요인의 설명력은 10.395%로 나타났으며, 정신적 건강을 구성하고 있는 변수들의 공통치를 살펴보면 낙천적인 자세 0.659, 스트레스 피함 0.645, 삶의 여유 가짐 0.609로 나타났다.

환경친화적은 고유값(Eigen value)이 2.266이며, 전체에 대한 요인의 설명력은 10.301%로 나타났으며, 환경친화적으로 구성하고 있는 변수들의 공통치는 건강식 애용 0.642는 유기농 식품 즐김, 0.590는 돈을 아끼지 않는다, 0.520는 자연친

〈표 2〉 웰빙 트렌드에 대한 요인분석 및 신뢰성분석 결과

변수명	웰빙 기능성	육체적 건강	정신적 건강	환경 친화적	웰빙 지향성	생활 습관	공통치	항목- 전체의 상관성	Cronbach's α
건강 증진 및 유지 기능	0.771						0.642	0.574	0.733
건전한 사회에 기여	0.753						0.655	0.576	
신체 및 정신 건강 영향	0.738						0.661	0.597	
진정한 웰빙	0.585						0.566	0.365	
웰빙 제품 구입		0.791					0.682	0.506	0.689
건강보조식품 즐김		0.600					0.640	0.426	
건강 식품에 대한 관심		0.561					0.570	0.529	
체중 유지 노력		0.402					0.410	0.410	
낙천적인 자세			0.804				0.659	0.517	0.700
스트레스 피함			0.725				0.645	0.546	
삶의 여유 가짐			0.685				0.609	0.478	
건강식 애용				0.747			0.642	0.384	0.645
유기농 식품 즐김				0.667			0.590	0.527	
돈을 아끼지 않음				0.543			0.520	0.418	
자연친화적 성향				0.478			0.497	0.500	
웰빙 관심 증가					0.772		0.734	0.559	0.728
패스트푸드 삼가					0.654		0.592	0.420	
노화 및 질병 예방					0.529		0.541	0.504	
영양성분 고려					0.433		0.488	0.481	
웰빙 생활로 자기 만족					0.402		0.419	0.462	
적당한 수면 취함						0.809	0.697	0.479	0.648
규칙적인 생활 습관						0.791	0.733	0.479	
Eigen value	2.454	2.355	2.287	2.266	2.205	1.623			
분산(%)	11.152	10.703	10.395	10.301	10.024	7.377		KMO 0.829	
누적분산(%)	11.152	21.855	32.250	42.551	52.575	59.952			

화적 성향 0.497로 나타났다.

요인분석에 의하여 추출된 6개 요인 내의 측정 항목에 대한 신뢰도를 분석한 결과, 웰빙 트렌드는 Cronbach's α 값이 0.733, 육체적 건강은 0.689, 정신적 건강은 0.700, 환경친화적은 0.675, 웰빙 지향성은 0.728, 생활 습관은 0.648로 22개 변수 모두 요인구성에는 문제가 되지 않는 것으로 평가할 수 있다. 따라서 웰빙 트렌드 측정 항목 구성은 연구에 대한 신뢰성과 타당성을 지니는 것으로 나타났다.

2) 메뉴 선택에 대한 신뢰성 및 타당성분석
메뉴 선택 측정 항목에 대한 신뢰성과 타당성

을 확인하기 위하여 신뢰도분석과 요인분석을 실시한 결과, 〈표 3〉과 같이 고유값(Eigen value)이 1 이상인 5개가 추출되었으며, 이 요인들이 설명하는 총 분산 설명력은 59.489%로 나타났다. 이들 요인의 공통 개념을 바탕으로 건강 메뉴, 메뉴 디자인, 음식 품질, 메뉴 권유, 메뉴 인지도 등으로 명명하였다.

메뉴 디자인은 고유값(Eigen value)이 2.402, 설명력은 11.436%로 나타났으며, 메뉴 권유는 고유값이 0.297, 설명력은 6.174%로 나타났으며, 메뉴 인지도의 경우 고유값이 1.163, 요인의 설명력은 58.539%로 나타났다.

요인분석에 의하여 추출된 5개 요인 내의 측정

〈표 3〉 메뉴 선택 행동에 대한 신뢰성 및 타당성분석

변수명	건강 메뉴	메뉴 디자인	음식 품질	메뉴 권유	메뉴 인지도	공통치	항목-전체의 상관성	Cronbach's α
저칼로리 다이어트식	0.798					0.686	0.715	0.865
유기농 식품 선호	0.787					0.640	0.687	
영양 균형	0.765					0.623	0.660	
기름 최소화한 조리법	0.691					0.562	0.645	
건강 재료	0.664					0.531	0.549	
영양적 가치 설명	0.644					0.460	0.586	
건강 유지	0.594					0.552	0.553	
음식의 조리법	0.584					0.443	0.527	
자극피한 자연적 조리	0.492					0.575	0.443	
메뉴의 사진과 위치		0.759				0.624	0.589	
프로모션 메뉴		0.742				0.600	0.511	
시각적 효과		0.655				0.521	0.485	
메뉴에 대한 호기심		0.649				0.487	0.500	
요리에 대한 홍보		0.554				0.422	0.471	
음식의 신선도			0.866			0.775	0.530	0.692
음식의 맛			0.827			0.719	0.644	
위생 상태			0.558			0.489	0.368	
종사원 권유				0.783		0.741	0.573	0.728
일행 권유				0.781		0.678	0.573	
메뉴 다양성					0.760	0.673	0.520	0.680
메뉴 지명도					0.748	0.690	0.520	
Eigen value	5.824	2.402	1.811	1.297	1.163			
분산(%)	27.718	11.436	8.623	6.174	5.539			KMO 0.837
누적분산(%)	27.718	39.154	47.777	53.951	59.489			

항목에 대한 신뢰도를 분석한 결과, 건강 메뉴는 Cronbach's α 값이 0.865, 메뉴 디자인은 0.747, 음식 품질은 0.692, 메뉴 권유는 0.728, 메뉴 인지도는 0.680으로 메뉴 선택 측정 항목의 구성은 연구에 대한 신뢰성과 타당성을 지니는 것으로 나타났다.

2. 연구기설의 검증, 결과 해석 및 채택 여부

1) 기설의 검증

기설을 검증하기 위하여 요인분석을 실시하여 웰빙 트렌드에 대한 요인은 6개, 메뉴 선택에 대한 요인은 5개를 추출하였으며, 각각 추출된 요인 간의 영향관계를 파악하고자 다중회귀분석을 실

시하였다.

H1-1: 웰빙 트렌드가 건강 메뉴 요인에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

다중회귀분석 결과에 나타난 것처럼 웰빙 트렌드의 육체적 건강, 환경친화적, 웰빙 지향성의 3개 요인이 메뉴 선택의 건강 메뉴 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석 결과에 나타난 전체의 회귀모형은 F 값이 $p=0.000$ 에서 15.275를 보여 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

메뉴 선택의 건강 메뉴 요인의 회귀식에 대한 R^2 는 0.285로 나타나 28.5%의 설명력을 보이고

〈표 4〉 웰빙 트렌드가 메뉴 디자인 요인에 미치는 영향

종속변수	독립변수	회귀계수	표준오차	β	t 값	유의도
메뉴 선택	웰빙 트렌드	3.993E-02	0.058	0.040	0.692	0.489
	육체적 건강	0.330	0.058	0.330	5.722	0.000**
	정신적 건강	8.719E-02	0.058	0.087	1.512	0.132
	환경친화적	0.271	0.058	0.271	4.707	0.000**
	웰빙 지향성	0.336	0.058	0.336	5.822	0.000**
	생활 습관	1.832E-02	0.058	0.018	0.318	0.751
		$R^2=0.305$	수정 $R^2=0.285$	$F=15.275$	$p=0.000**$	

있으며, 웰빙 트렌드의 3개 요인(육체적 건강, 환경친화적, 웰빙 지향성)이 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 박정숙(2004)이 주장하는 육체적 건강, 정신적 건강, 환경친화적, 웰빙은 본 연구결과와 부분 일치한다고 볼 수 있다.

특히 웰빙 트렌드의 웰빙 지향성 요인은 회귀계수 0.336, β 0.336, t 값 5.822로 메뉴 선택의 건강 메뉴 요인에 가장 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음은 육체적 건강 요인이 회귀계수 0.330, β 0.330, t 값 5.722로, 환경친화적 요인이 회귀계수 0.271, β 0.271, t 값 4.707의 순으로 메뉴 선택 속성의 건강 메뉴 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

한편, 웰빙 트렌드 요인은 유의도 0.489, 정신적 건강 요인은 유의도 0.132, 생활 습관 요인은 유의도 0.741로 유의수준 0.05를 확보하지 못하여 통계적으로 유의하지 못한 것으로 나타났다. 이 연구 결과는 김선규(2004)의 연구결과와 부분 일치하는 것으로 나타났다.

이는 메뉴 선택의 건강 메뉴 요인은 비만으로 인하여 각종 성인병이 발생하므로 건강을 유지하기 위하여 영양 균형의 밸런스를 유지하며, 건강 식품과 유기농 식품의 영양 가치에 대한 설명과 조리 시에는 기름을 최소화하고 자극적인 양념을 피한 조리법으로 저칼로리의 다이어트 효과를 중요시하는 요인으로 요약할 수 있다. 이러한 건강 메뉴 요인에 가장 영향을 미치는 웰빙 트렌드 요인은 웰빙 지향성 요인으로 웰빙에 대한 관심이

증가하고 인체의 노화 및 질병 예방에 대한 관심으로 패스트푸드를 삼가하며, 음식 소비시에는 영양성분을 고려하는 웰빙을 지향하는 생활로 자기 만족을 누리는 요인으로 나타났다. 다음으로는 웰빙 트렌드의 육체적 건강 요인으로 체중 유지와 육체의 건강을 위하여 건강 식품에 대한 관심 증가로 건강보조식품을 즐기며 웰빙 제품을 구입하는 것으로 나타났다. 또한, 환경친화적 요인은 자연친화적인 성향으로 유기농 식품을 즐기며, 건강식을 애용하고 이러한 웰빙을 추구하는 것에는 돈을 아끼지 않고 투자하는 것으로 나타났다.

결론적으로 회귀식에 투입된 요인들의 회귀계수에 대한 t 검증 결과, 투입된 웰빙 트렌드의 6개 요인 즉 웰빙 트렌드, 육체적 건강, 정신적 건강, 환경친화적, 웰빙 지향성, 생활 습관 중 웰빙 지향성, 육체적 건강, 환경친화적 요인의 순으로 메뉴 선택 요인 중 건강 메뉴 요인에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으므로 가설 1은 채택되었다.

H1-2: 웰빙 트렌드가 메뉴 디자인 요인에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

다중회귀분석 결과, 〈표 5〉에 나타난 것처럼 웰빙 트렌드의 웰빙 지향성 요인만이 메뉴 선택의 메뉴 디자인 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 분석 결과는 전체의 회귀모형은 F 값이 $p=0.046$ 에서 2.179를 보여 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 메뉴 선택의 메뉴 디자인 요인의 회귀식에 대한 R^2 는 0.032로

〈표 5〉 웰빙 트렌드가 건강 메뉴 요인에 미치는 영향

종속변수	독립변수	회귀계수	표준오차	β	t 값	유의도	
메뉴 선택	메뉴 디자인	웰빙 트렌드	5.904E-02	0.067	0.59	0.880	0.380
		육체적 건강	0.117	0.067	0.117	1.742	0.083
		정신적 건강	-7.5E-04	0.067	-0.001	-0.011	0.991
		환경친화적	0.130	0.067	0.130	1.944	0.053
		웰빙 지향성	0.155	0.067	0.155	2.305	0.022*
		생활 습관	-2.8E-02	0.067	-0.028	-0.420	0.675
		$R^2=0.059$	수정 $R^2=0.032$	$F=2.179$	$p=0.046^* <0.001$		

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

3.2%의 설명력을 보이고 있으며, 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 설명력 3.2%는 웰빙 트렌드의 요인 중 웰빙 지향성 요인만이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 설명력이 비교적 낮은 수준으로 나타났다으며, 이것은 메뉴 선택의 메뉴 디자인 요인에도 무엇보다 건강을 지향하는 소비자들의 성향을 알 수 있으나 비중이 크지 않다고 할 수 있다.

웰빙 트렌드의 웰빙 지향성 요인은 회귀계수 -0.155, β -0.155, t 값 -2.305로 메뉴 선택의 메뉴 디자인 요인에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편, 웰빙 트렌드는 유의도 0.380, 육체적 건강은 유의도 0.083, 정신적 건강은 유의도 0.991, 환경친화적은 유의도 0.053, 생활 습관은 유의도 0.675로 유의수준 0.05를 확보하지 못하여 통계적으로 유의하지 못한 것으로 나타났다. 연구결과 엄정숙(2004), 배주영(2005)이 주장한 육체적인 건강이 같이 나타났다. 이는 메뉴 선택의 메뉴 디자인 요인은 메뉴 아이템 사진과 위치의 시각적 효과로 요리에 대한 홍보와 메뉴에 대한 호기심을 유발하여 프로모션 메뉴를 선택하게 하는 요인으로 요약할 수 있다. 이러한 요인에 영향을 미치는 웰빙 트렌드 요인은 웰빙 지향성 요인으로 웰빙에 대한 관심이 증가하고 인체의 노화 및 질병 예방에 대한 관심으로 패스트푸드를 삼가하며 음식 소비에는 영양성분을 고려하는 웰빙을 지향하는 생활로 자기 만족을 누리는 요인으로 요약할 수 있다. 이러한 웰빙 지향성 요인은

메뉴 선택 속성의 메뉴 디자인 요인에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 웰빙 트렌드는 진정한 건강을 위한 트렌드로 메뉴의 시각적 요소인 디자인 측면을 중요시 하지 않는 것을 알 수 있다.

즉, 메뉴의 시각적 효과로 요리에 대한 홍보와 메뉴에 대한 호기심을 유발하여 프로모션 메뉴를 선택하게 할 수는 있겠지만, 웰빙을 고려하는 소비자에게는 보여지는 시각적 요소가 아니라 건강의 기능을 추구하는 품질을 더욱 중요시 하는 것으로 요약할 수 있다.

회귀식에 투입된 요인들의 회귀계수에 대한 t 검증 결과, 투입된 웰빙 트렌드의 6개 요인 웰빙 기능성, 육체적 건강, 정신적 건강, 환경친화적, 웰빙 지향성, 생활 습관 중 회귀계수 및 표준오차, β 값 등을 고려해 볼 때 웰빙 지향성 요인만이 메뉴 선택의 메뉴 디자인 요인에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으므로 가설 2는 채택 되었다.

H1-3: 웰빙 트렌드는 음식 품질 요인에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

다중회귀분석 결과, 〈표 6〉에 나타난 것처럼 웰빙 기능성의 웰빙 기능성, 정신적 건강의 2개 요인이 메뉴 선택의 음식 품질 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석 결과에 나타난 전체의 회귀모형은 F 값이 $p=0.009$ 에서 2.922를 보여

〈표 6〉 웰빙 트렌드가 메뉴 선택의 음식 품질 요인에 미치는 영향

종속변수	독립변수	회귀계수	표준오차	β	t 값	유의도	
메뉴 선택	음식 품질	웰빙 기능성	0.235	0.066	0.235	3.532	0.001**
		육체적 건강	3.460E-03	0.066	0.003	0.052	0.959
		정신적 건강	0.143	0.066	0.143	2.146	0.033*
		환경친화적	2.864E-03	0.066	0.003	0.043	0.966
		웰빙 지향성	4.426E-02	0.066	0.044	0.666	0.506
		생활 습관	-3.8E-03	0.066	-0.004	-0.057	0.955
		$R^2=0.077$	수정 $R^2=0.051$	$F=2.922$	$p=0.009**$		

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

유의수준 0.01에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

메뉴 선택 속성의 음식 품질 요인의 회귀식에 대한 R^2 는 0.051로 5.10%의 설명력을 보이고 있으며, 웰빙 기능성의 2개 요인(웰빙 기능성, 정신적 건강)이 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 웰빙 트렌드가 음식 품질 요인에 미치는 영향에서 웰빙 기능성과 정신적 건강 요인만이 유의한 영향을 미치고 있어 비교적 낮은 5.1%의 설명력을 보이고 있지만 유의수준을 확보하여 통계적으로 유의하며, 이는 메뉴의 음식 품질에는 웰빙의 기능과 의식 수준 향상으로 따른 소비자의 정신적 건강 요인이 고려되어야 할 것이다.

웰빙 기능성의 웰빙 기능성 요인은 회귀계수 0.235, β 0.235, t 값 3.532, 정신적 건강 요인은 회귀계수 0.143, β 0.143, t 값 2.146으로 2개의 요인이 메뉴 선택의 음식 품질 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

회귀식에 투입된 요인들의 회귀계수에 대한 t 검증 결과, 투입된 웰빙 기능성의 6개 요인(웰빙 기능성, 육체적 건강, 정신적 건강, 환경친화적, 웰빙 지향성, 생활 습관) 중 회귀계수 및 표준오차, β 값 등을 고려해 볼 때 웰빙 기능성, 정신적 건강 요인이 메뉴 선택의 음식 품질 요인에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으므로 가설 3은 채택 되었다. 박상희(2004)는 음식의 품질에서 건강재료, 영양적 가치, 음식의 조리법 등도 필요

성을 주장하였다. 따라서 조문수(1996)는 음식의 맛, 위생 상태와 조광익 등(2006)은 샐러드, 요거트, 호밀빵, 저칼로리 등이 부분적으로 일치하는 것으로 나타났다.

결과적으로 메뉴 선택의 음식 품질 요인은 음식의 맛은 물론이며, 신선도와 위생 상태를 나타내는 요인으로 요약할 수 있다.

이러한 음식 품질 요인에 가장 영향을 미치는 웰빙 기능성 요인은 웰빙 기능성 요인으로 진정한 웰빙은 신체 및 정신의 건강을 위하여 건강 증진 및 건강의 유지 기능으로 개인적 건강은 물론 나아가 건전한 사회의 건강에 기여하는 요인으로 요약할 수 있다.

다음으로는 정신적 건강 요인으로 건강에 해로운 스트레스를 피하기 위하여 낙천적인 자세로 삶의 여유를 가지는 것으로 나타났다.

H1-4: 웰빙 트렌드는 메뉴 권유 요인에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

다중회귀분석 결과, 〈표 7〉에 나타난 것처럼 웰빙 트렌드의 육체적 건강, 생활 습관의 2개 요인이 메뉴 선택의 메뉴 권유 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석 결과에 나타난 전체의 회귀모형은 F 값이 $p=0.040$ 에서 2.254를 보여 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

메뉴 선택의 메뉴 권유 요인의 회귀식에 대한

〈표 7〉 웰빙 트렌드가 메뉴 권유 요인에 미치는 영향

종속변수	독립변수	회귀계수	표준오차	β	t 값	유의도	
메뉴 선택	메뉴 권유	웰빙 기능성	2.627E-02	0.067	0.026	0.392	0.696
		육체적 건강	0.174	0.067	0.174	2.595	0.010*
		정신적 건강	-9.4E-03	0.067	-0.009	-0.141	0.888
		환경친화적	-3.1E-02	0.067	-0.031	-0.457	0.648
		웰빙 지향성	-9.6E-02	0.067	-0.096	-1.438	0.152
		생활 습관	0.140	0.067	0.140	2.084	0.038*
		$R^2=0.061$	수정 $R^2=0.034$	$F=2.254$	$p=0.040^*$		

* $p<0.05$.

R^2 는 0.034로 3.4%의 설명력을 보이고 있으며, 설명력 3.4%는 웰빙 트렌드의 요인 중 육체적 건강 요인과 생활 습관 요인만이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 설명력이 비교적 낮은 수준으로 나타났다. 이것은 건강을 중요시하는 소비자들에게 건강을 증진시키고 질병을 예방하는 신체적 건강을 도울 수 있는 웰빙의 육체적 건강과 이를 위한 건전한 생활 습관으로 실천을 통하여 웰빙을 지향하는 것으로 실제 메뉴를 권유하고 선택하는 과정에서 소비자들이 중요시하는 사항을 알 수 있지만 비교적 큰 영향은 미치지 않는 것으로 나타났다.

웰빙 트렌드의 2개 요인이 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 웰빙 트렌드의 육체적 건강 요인(회귀계수 0.174, β 0.174, t 값 2.595)과 생활 습관 요인(회귀계수 0.140, β 0.140, t 값 2.084)의 값으로 메뉴 선택이 메뉴 권유 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 선행 연구 남궁석(1995)은 종사원 권유, 일행 권유 주장과 같이 나타났다.

메뉴 선택의 메뉴 권유 요인은 메뉴를 추천함에 있어 동행 일행 또는 종사원의 권유로 메뉴를 선택하는 요인이다.

이러한 요인에 가장 영향을 미치는 웰빙 트렌드 요인은 육체적 건강 요인으로 체중 유지와 육체의 건강을 위하여 건강 식품에 대한 관심이 증가하고 건강보조식품을 즐기며 웰빙 제품을 구입하는 것으로 나타났다.

회귀식에 투입된 요인들의 회귀계수에 대한 t 검증 결과, 투입된 웰빙 기능성의 6개 요인(웰빙 트렌드, 육체적 건강, 정신적 건강, 환경친화적, 웰빙 지향성, 생활 습관) 중 육체적 건강, 생활 습관 요인의 회귀계수 및 표준오차, β 값 등을 고려해 볼 때 메뉴 선택이 메뉴 권유 요인에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으므로 가설 4는 채택되었다.

H1-5: 웰빙 트렌드는 메뉴 인지도 요인에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

다중회귀분석 결과, 〈표 8〉에 나타난 것처럼 웰빙 트렌드에서 웰빙 트렌드, 육체적 건강, 정신적 건강, 환경친화적, 웰빙 지향성, 생활 습관 요인 모두가 메뉴 선택의 메뉴 인지도 요인에 유의하지 못한 것으로 분석되었다.

메뉴 선택이 메뉴 인지도 요인의 분석 결과에 나타난 전체의 회귀모형은 F 값이 $p=0.765$ 에서 0.555를 보여 유의수준 0.05를 확보하지 못하여 통계적으로 유의하지 못한 것으로 나타났다. 조광익 등(2005)의 연구와 상반된 결과를 보여주고 있다.

메뉴 선택의 메뉴 인지도 요인은 다양한 메뉴의 높은 인지도를 나타내는 요인으로 웰빙 트렌드 요인과는 유의적이지 못한 것으로 나타났다.

앞의 가설들을 검증하여 본 결과, 웰빙을 추구하는 현대인들은 건강을 위하여 식생활에 있어

〈표 8〉 웰빙 트렌드가 메뉴 인지도 요인에 미치는 영향

종속변수	독립변수	회귀수	표준오차	β	t값	유의도	
메뉴 선택	메뉴 인지도	웰빙 기능성	4.547E-02	0.069	0.045	0.663	0.508
		육체적 건강	1.435E-02	0.069	0.014	0.209	0.835
		정신적 건강	-1.9E-02	0.069	-0.019	-0.280	0.779
		환경친화적	-5.7E-02	0.069	-0.057	-0.836	0.404
		웰빙 지향성	-6.0E-02	0.069	-0.060	-0.879	0.380
		생활 습관	7.821E-02	0.069	0.078	1.140	0.256
		$R^2=0.016$	수정 $R^2=-0.013$	$F=0.555$	$p=0.765$		

영양성분을 고려하고 공해로부터 오염되지 않은 신선한 자연식을 선호하는 것을 알 수 있다. 이러한 웰빙을 지향하는 생활을 통하여 자기 만족을 하는 현대인들의 웰빙 트렌드는 진정한 웰빙을 위한 건강적 요소를 무엇보다 중요시 하므로 다양한 메뉴와 인지도에 관한 요인은 영향을 미치는 것으로 나타났다.

웰빙을 고려하는 소비자에게는 무엇보다 건강의 기능을 추구하는 품질을 더욱 중요시 하는 것으로 요약할 수 있다.

결론적으로 회귀식에 투입된 요인들의 회귀계수에 대한 t검증 결과, 투입된 웰빙 기능성의 6개 요인(웰빙 트렌드, 육체적 건강, 정신적 건강, 환경친화적, 웰빙 지향성, 생활 습관) 모두가 통계적으로 유의하지 못한 것으로 나타나 가설 5는 기각되었다.

V. 요약 및 결론

1. 연구결과의 요약 및 시사점

본 연구는 호텔 레스토랑을 이용하는 고객들의 웰빙 트렌드가 메뉴 선택에 어떠한 영향이 미치는지를 알아보고, 웰빙 트렌드를 메뉴에 도입한 특급 호텔의 메뉴 마케팅 전략과 활성화 방안을 연구한 결과, 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 웰빙 트렌드의 웰빙 지향성 요인은 웰빙에 대한 관심 증가로 영양성분을 고려하고 패스트푸드를 삼가하고, 노화 및 질병을 예방하는 등의 웰빙을 지향하는 생활로 자기 만족을 누리는

요인으로 요약할 수 있다. 이러한 웰빙 지향성 요인은 메뉴 선택의 건강 메뉴 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 박정숙(2004)과 부분적으로 일치하는 것으로 나타났다. 건강 메뉴 요인은 건강을 유지하기 위한, 영양의 균형과 저칼로리의 메뉴로 웰빙을 지향하는 현대의 트렌드가 메뉴 선택시에도 건강 유지를 위한 영양 균형을 고려한 메뉴와 저칼로리의 식품으로 다이어트 메뉴를 만들어야 할 것이다.

또한, 메뉴 디자인 요인은 메뉴 아이템의 시각적 효과로 메뉴에 대한 호기심을 증가시키는 요인으로 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 웰빙 트렌드는 진정한 건강을 위한 트렌드로 메뉴의 시각적 요소인 디자인 측면을 중요시 하지 않는 것을 알 수 있다. 따라서 메뉴의 시각적 효과로 요리에 대한 홍보와 메뉴에 대한 호기심을 유발하여 프로모션 메뉴를 선택하게 할 수는 있겠지만 웰빙을 고려하는 소비자에게는 보여지는 시각적 요소가 아니라 건강의 기능을 추구하는 메뉴를 만들어 할 것이다.

둘째, 웰빙 트렌드 기능성 요인은 신체 및 정신의 건강 증진 및 유지의 기능이 개인의 건강은 물론 나아가 건전한 사회에 기여하는 것이 웰빙이라고 할 수 있다. 이러한 기능성 식품 요인은 메뉴 선택의 음식 품질 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 음식 품질 요인은 음식의 맛은 물론이며 신선도와 위생 상태를 나타내는 요인으로 위생 안전에 관련된 메뉴를 작성하여야 할 것이다.

셋째, 웰빙 트렌드 요인의 육체적 건강 요인은 육체의 건강을 위하여 건강 식품 및 웰빙 제품을 구입하는 것으로 메뉴를 추천함에 있어 동행 일행 또는 종사원의 권유로 메뉴를 선택하는 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 고객은 같은 조건이면 건강음식을 선택하는 것으로 서비스 종사원이 권유를 하면 선호하는 것으로 메뉴에도 전략을 강조하며 서비스 종사원의 웰빙에 대한 설명을 더 붙이면 판매는 증가할 것으로 생각된다.

넷째, 특급 호텔 양식당의 이용 실태를 살펴보면 메뉴 선택 시 분위기와 맛을 가장 고려하는 것으로 나타났으며, 이용 목적으로는 결혼식, 회갑연 등 가족 행사와 개인적 만남 또는 비즈니스를 위하여 양식당을 이용하는 것으로 나타났다. 웰빙 레스토랑의 선택하기 위한 주위의 추천과 과거 본인의 이용 경험으로 소문 또는 구전으로 인한 효과가 큰 것으로 나타났다.

2. 연구의 한계점 및 향후 과제

전문외식업체가 많아지면서 호텔을 이용하는 고객이 줄어들고 있다. 이에 대한 방안으로 고객 욕구를 만족하기 위하여 차별화 전략이 필요하다. 현재 고객들의 관심사는 웰빙이다. 특히 서양 레스토랑의 차별화 전략이 필요하다.

연구에 있어 다소 의미있는 결과를 도출하였다고 할 수 있으나, 양식 레스토랑을 대상으로 건강 메뉴, 메뉴 디자인, 음식의 품질, 메뉴의 권유, 메뉴 인지도를 구분하는데 매우 어려움이 있었으며, 표본 레스토랑 선정에서도 많은 어려움이 있었다. 이를 보완하기 위하여 메뉴를 기획하고 작성하는 주방장과 지배인의 협조를 받아서 설계하였으나, 메뉴의 요인 변수에 선행 연구의 본 연구의 관련 내용이 다소 한계점에 도달하여 연구 진행에 어려움이 있었다. 이를 보완하기 위하여서는 향후 연구에서 전체 요리, 스프, 메인 요리, 디저트로 구분하여 연구가 실시되어야 할 것이다.

그리고 조리 방법에 있어서 튀김, 구이, 삶기,

오븐 굽기, 스투 등에 대하여 선행 연구가 조리 종사원의 차원에서 실시된 후 본 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

참고문헌

1. 김선규 (2004) : 웰빙문화와 관련한 신개념 김치냉장고 디자인에 관한 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 6.
2. 김윤민 (2004) : 외식고객의 라이프 스타일에 따른 웰빙 소비행동에 관한 연구. 경기대학교 대학원 석사학위논문, 21.
3. 공도연 (2005) : 레스토랑의 웰빙 이미지가 고객의 가치지각과 관계지향형성에 미치는 영향에 관한 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문, 25.
4. 남궁석 (1995) : 서울지역 거주자의 외식행동에 관한 연구. *동아시아 식생활학회지* 5(1):54.
5. 배주영 (2005) : 웰빙 제품에 대한 소비자 만족이 소비자 삶의 질에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위논문, 14.
6. 박정숙 (2004) : 웰빙(Well-being) 지수를 기준으로 한 시장세분화에 따른 여가행동에 관한 연구. 배재대학교 대학원 석사학위논문, 10.
7. 백영숙 (2004) : 현대 패션에 나타난 웰빙 트렌드 분석 및 디자인 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 32.
8. 서남미 (2004) : 웰빙 트렌드(Well-being trend)가 건강 지향적 소비행동에 미치는 영향에 관한 연구-라이프스타일 유형을 중심으로. 동국대학교 대학원 석사학위논문, 21.
9. 박상희 (2004) : 웰빙 트렌드에 따른 영양·건강 메뉴 선택 속성. 계명대학교 대학원 석사학위논문, 28.
10. 안정화 (2005) : 한국사회에서 웰빙현상의 실태와 사회적 의의. 부산대학교 대학원 석사학위논문, 15.
11. 안현영·조광익 (2006) : 패스트푸드점의 웰빙

- 메뉴가 고객 만족에 미치는 영향. *관광연구* 21(3).
12. 이미숙(2004) : 생활양식으로서의 웰빙 이론과 적용의 뿌리 찾기. *한국생활과학회지* 16(2): 477-485, 237-254.
 13. 엄정숙 (2004) : 직장인의 건강기능식품 섭취 실태 및 섭취에 영향을 미치는 요인. 연세대학교 대학원 석사학위논문, 4.
 14. 정해옥·기영호·김복희·이재준·이명렬: 허브를 첨가한 묵은지 요리의 관능적 특성. *한국조리학회지* 12(2):187.
 15. 조광익·안현영·노윤구 (2006) : 패스트푸드점의 웰빙 메뉴가 고객 만족에 미치는 영향. *관광연구* 20(3):141-160.
 16. 조문수 (1996) : 호텔 고객의 메뉴 선택행동 결정요인에 관한 연구. *경주대학교 논문집* 3: 57-90.
 17. 한영호 (2004) : 현대 소비사회에서 웰빙 트렌드의 개념과 소비 성향 분석. 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 52.
 18. Gisslen W (1983) : *Professional Cooking*. John Wiley & Sons, Inc. pp.34-40.
 19. Mahmood A Khan (1987) : *Foodservice Operations*. Westport. Connecticut: AVI Pub. Co. Inc. pp.88-90.

2008년 5월 20일 접 수

2008년 6월 5일 1차 논문수정

2008년 8월 9일 2차 논문수정

2008년 9월 16일 3차 논문수정

2008년 9월 20일 게재확정