

레스토랑 식공간 연출에서의 식기와 고명의 색채 조화

유 경 아¹⁾ · 김 영 국[¶]

동국대학교 호텔관광경영학부 푸드 비즈니스 전공¹⁾

동국대학교 호텔관광경영학부[¶]

Tableware Coordination and Garnish Decoration for Restaurant Space Design

Kyung-A Yoo¹⁾, Young-Gook Kim[¶]

Dept. of Hotel Tourism Management, Graduate School, Dongguk University¹⁾

Dept. of Hotel Tourism Management, Dongguk University[¶]

Abstract

This study analyzed the differences of tableware and garnish decoration in color and material by conducting a content analysis of 1,357 pictures from food-styling magazines and a survey of 84 restaurants in Seoul. The data used for the study were collected from Cookand and Best Home Magazine and the survey results of the restaurants. Results of the study were as follows: First, both food coordinators and upscale restaurants preferred porcelain while low-priced restaurants tended to use plastic as materials. Second, the preferred color of tableware was white as it is believed to represent the image of neatness and purity. Therefore, food coordinators prepared food in magazines for food-styling and upscale restaurants using white porcelain tableware, and low-priced restaurants also did using white plastic tableware. Finally, the preferred color of garnish decoration was green. Most professional food coordinators tended to use red and green colors to emphasize the combination of complement colors, and some expensive restaurants used five garnish decoration colors.

Key words : tableware, food space design, coordination, food color, food styling, garnish.

I. 서 론

전통적으로 서비스산업에서는 인적 서비스 부분을 중요하게 다루어 왔으나, 최근 들어 기업의 인적 서비스 수준이 높아지고 업체 간 경쟁이 치열해지면서 서비스산업에서 물리적 환경의 중요성에 대한 연구가 다양하게 수행되고 있다(Walter 2008; 전병길 2005; 이형룡 등 2002; Brady & Cronin 2001; 이용기 등 2000; Rust & Oliver 1994). 이들

연구의 공통적인 결과를 살펴보면 기업이 쾌적하고 청결하고 아름다운 서비스 환경을 구비함으로써 고객의 쾌락적 가치를 높여주게 되고, 이는 고객의 긍정적 감정을 유발하여 전반적 소비 경험에 대한 만족도를 높여 직·간접적으로 고객 만족과 재방문 의도를 증가시킨다는 것이다(Walter 2008; 임봉영 · 김형준 2004; 이유재 · 라선아 2003; 이유재 · 김우철 1998; Bitner 1990).

레스토랑 분야에서도 물리적 환경에 대한 연

¶ : 김영국, 011-737-5957, ygkim@dongguk.ac.kr, 경북 경주시 석장동 707 동국대학교 호텔관광경영학부

구들은 수행되고 있지만 많은 경우 서비스 품질을 구성하는 한 부분으로 측정되거나 물리적 환경에 대한 개념이 너무 모호하게 표현되고 있어서 사실상 식공간 전문가나 마케터들에게 실무적, 관리적 시사점을 제공하기가 어렵다는 지적이 있다(황규선·김영국 2008). 실제로 식공간 전문가들에게는 레스토랑의 총체적인 서비스 품질보다는 물리적 환경의 세부 차원인 음식을 먹기 위해 필요한 모든 기물들인 테이블 클로스, 식기류, 글라스류 등과 식탁 위의 장식적인 요소인 꽃이나 초 등을 제대로 구성하여 시각적으로 미학적 요소를 가미함으로써 편안한 분위기를 연출하여 전반적 서비스 품질을 향상시키는 것이 주요 역할이다.

식공간 연출에 있어 음식과 식기(tableware)와의 조화가 고객에게 미치는 영향이 상당히 중요함에도 불구하고 아직까지 이 분야의 연구는 상당히 부족하다. 식기의 특성은 색상, 형태, 크기 등으로 분류할 수 있는데, 이 중 특히 식기의 색상은 고객으로 하여금 음식에 대한 직접적이고 기본적인 이미지를 형성하게 되고, 이렇게 생겨난 이미지는 지속적으로 이어져 레스토랑이나 음식의 이미지를 형성하게 된다(김선희 2006; 문은배 2001). 따라서 레스토랑에서 음식과 식기의 색배치를 통해 긍정적 효과를 얻으려면 색의 기본적인 특성을 이해하고, 색 심리를 파악한 전문적 식기 구성이 필요한 것이다. 아직도 대부분의 레스토랑 경영자들은 디자인이라고 하면 대규모 투자비용이 소모되는 내·외장 인테리어만을 생각하지만 이러한 대규모 투자 후에도 컨셉이나 트렌드에 맞지 않는 식기나 식도구의 사용은 고객의 기대에 부응하지 못하게 된다. 따라서 투자 대비 경제성면에서도 음식의 시각적 모양이나 제공되는 식기도 소비자에게 판매하는 상품의 일부임을 인지한다면 대규모 투자가 아니라도 음식의 상차림(table setting)이나 담음새(food styling)만을 전략적으로 구성함으로써 레스토랑의 새로운 이미지를 창출하고 경쟁력을 갖출 수 있다(김선희 2006).

따라서 본 연구에서는 식공간 전문가들이 제안한 음식의 상차림에서 식기와 고명의 색채를 분석해 보고, 이것이 실제 레스토랑에서 사용하는 음식의 상차림에 얼마나 적용되고 있는지 알아보고자 한다. 이를 위해 다음과 같은 연구 목적을 수행할 것이다. 첫째, 푸드 스타일링 잡지에서 전문가들이 제안한 상차림 연출 사진을 수집하여 음식과 식기, 고명의 색상 배치를 분석한다. 둘째, 레스토랑 실증조사를 통해 실제 상업공간에서의 식기와 고명의 색채를 분석한다. 마지막으로 이들 분석 결과를 비교하여 외식사업자들에게 바람직한 음식의 상차림을 제안함으로써 푸드 코디네이팅의 기초 자료를 제공하고자 한다.

II. 식공간에서 식기와 색채의 영향

1. 식공간 연출의 개념

식공간은 원래 주거공간에서 인간의 '식행동', '식습관'의 형태를 수용하는 용기로서 '무엇을 먹는 공간'을 의미하였으나, 오늘날 식문화가 발전하면서 '쾌적한 공간 환경 및 식사를 위해 식탁을 연출하는 공간'으로 그 의미가 변화하였다(Yamaguchi 1989). 이에 따라 식공간 연출도 음식을 비롯하여 식사하는 물리적 환경을 전반적으로 연출함으로써 궁극적으로 보다 편안하고 아름다운 식사 공간의 분위기를 만들어 내는 활동이라 할 수 있다(황규선·김영국 2008; 남경현 2005; 황지희 2003). 식공간의 구성요소는 여러 가지가 있으나, 그 중 식도구적 요소가 음식과 직접적인 관계를 가지고 있으며, 그 종류로는 음식을 담는 그릇인 식기와 음식물을 입으로 넣어주는 보조도구인 커트러리(cutlery), 음료잔(glass ware) 등이 있다(조경숙·방진식 2001a). 이들 식도구 중에서도 식공간 연출에 있어 영향이 가장 큰 시각적 요소로는 식기를 꼽을 수 있다(전병길 2005). 식기는 사회 변화 현상과 식습관 등을 반영한 문화의 소산물로 다양한 형태로 개발되어 라이프스타일에 따른 사용자 욕구를 충족시킬 수 있는 가장 효과적인 식공간 연

출 도구이다(홍종숙 2003). 선행 연구의 실증조사 결과를 보면 실제로 좌석에 앉아 식사를 기다리거나 식사를 하는 도중에 관찰되는 식탁 위의 모습이나 음식이 담긴 그릇에 고객이 민감한 반응을 보이는 것을 알 수 있다(조경숙·방진식 2001a).

2. 식공간에서 식기의 영향

우리나라에서는 농경사회가 정착되면서 식기의 형태가 다양해지고 발전하였으나, 일제 통치와 6.25 전쟁을 겪으면서 부족한 물자와 자기, 옹기 등의 도자기 제품 특성상 무겁고 잘 깨지는 특성 때문에 수요가 급감하였다가 가볍고 사용하기 편리한 양은이나 스테인리스 스틸이 수입되면서 식기에 큰 변화를 가져왔다(윤서석 1978). 최근에는 현대 사회의 다양성만큼이나 식기의 소재도 다양해졌지만 그 중 도자기와 금속 소재의 유기 등이 가장 많이 사용되고 있다. 하지만 식공간 전문가들에 의해 조개나 전복의 껍데기를 해산물 접시로 사용하거나 속을 판 과일 껍질 안에 후식을 담아내는 등 창의적인 식기 제안이 많아지고 있고, 이러한 식기를 통해 시각적 효과를 끌어내는 물론 식공간에서 사교적 활동을 활발하게 해주기도 한다(최혜림 2003).

식기는 음식을 담거나 보관하는 기능을 가지므로 외관뿐 아니라 기능적 특성이 중요하다. 선행 연구에서 보았듯이 식기는 재질적 특성과 직면한 사회적 상황이 맞물려 발달해왔다. 따라서 재질별 식기의 기능적 특성을 파악하여야만 실제 상업공간에서 사용할 식기 또한 적합하게 결정할 수 있다. <Table 1>은 선행 연구(홍종숙 2003; 이재희 2001; 김명란 2000; 월간도예 1997; 권영식 1995; 김성연 1989; 월간세라믹스 1988)를 통해 식기의 종류와 기능적 특성을 재구성한 것이다. 따라서 본 연구에서는 <Table 1>에 제시된 재질별로 식기의 재질을 분석하고자 한다.

3. 식공간에서 색채(Color)의 영향

“색채화 시대”라 일컫는 현대사회는 주위 환경

에서부터 각종 제품들의 포장, 진열에 이르기까지 색의 심리적 효과를 피하려는 경향이 점점 높아지고 있다. 왜냐하면 색채는 사람들을 각성시키는 특징을 가지기 때문이다(Schaie & Heiss 1964). 미국의 건축학자 문과 스펜서는 색채 조화론을 종합하여 “사람의 마음을 움직이는 색은 반드시 여러 색이 함께 어울려져 서로에게 영향을 주고, 이들 색채간의 배색 효과는 궁극적으로 색채의 조화를 목적으로 한다”고 정의하였다. 하지만 단색이 가지는 이미지나 표현감을 기본적으로 이해하지 못하고는 색의 조화를 통해 질서와 완전성을 추구하고 배색된 색들이 그 대상을 돋보이게 할 수 없으므로(유수연 2008), <Table 2>를 통해 기본 6색이 가지는 특성을 알아보려고 한다.

색채는 시각의 판별성을 높여주는 수단으로 사용되므로 색채의 속성을 소비자 구매 심리와 연결하여 감성을 자극하고 긍정적인 연상 작용을 일으키고자 오늘날엔 마케팅에서도 색채를 중심적 요소로 활용하고 있다(문은배 2001). 미국의 색채 심리학자 Louis Cheskin에 의하면 인간의 행위는 90% 정도가 감정에 의해 유발되는데, 특히 색채에 대해서 감정적으로 반응하므로 색채가 구매 결정 요인으로 중요한 역할을 할 수 있다고 한다(김훈철·장영렬 1991). 푸드 코디네이팅에 있어서도 그릇에 담겨진 음식을 볼 때 가장 직접적이고 기본적 이미지를 형성시키는 요소는 색채이다. 음식의 색채는 식욕과 상관관계가 있는데, 사람들은 먼저 시각을 통해 음식을 접하게 되므로 시각적 이미지가 미각 이미지를 형성시킨다는 것이다. 따라서 음식의 색감은 이미지 형성에 가장 중요한 요소이다(김선희 2006).

요리를 구성하는 색채 조화에는 요리를 담을 수 있는 식기의 색채, 요리를 구성하는 각 재료의 색채, 그리고 고명에 의한 색채로 나눌 수 있다. 그 중 기본적인 요리의 색상 조화는 접시와 주재료와의 배색을 통해 이루어지므로(고범석·김장익 2002) 초기 이미지를 형성하는 과정에서 음식과 함께 배치되어 있는 그릇의 색채는 가장 큰 영

<Table 1> Characteristics and materials of China ware

Classification	Characteristics and materials
China ware	① 자기: 흡수성이 거의 없고 도기 중 가장 단단하며 양질의 값 비싼 제품으로 아주 높은 온도인 1,300℃에서 구워 매우 얇게 유리화되어 밝은 빛을 비추면 약간 투명하게 느껴진다. 두드리면 맑은 소리를 내며 아름다운 백색이나 유백색 계열로 특유의 광택을 가지고 얇은 두께에 비해 파손에 대한 저항력이 강하다.
	② 청자: 청록색에서 연한 회갈색까지 다양한 색깔을 나타내며, 장식은 대부분 상감기법을 사용하고 장식 없이 민무늬청자도 있다. 유약을 바르는 과정에서 유약이 묻지 않은 곳이나 얇게 발라진 곳은 짙은 적갈색으로 타게 되어 유약의 색깔과 대조를 이루는 효과를 나타내기도 하다. 청자는 선이 부드럽게 흐르며 색이 은은하고 표면에 섬세한 상감 장식을 더해 고요한 화려함과 고상한 멋을 전하는 것이 특징으로 당시 이를 사용하던 귀족의 기품이 그대로 전해지는 듯하다.
	③ 분청: 그릇 표면의 일부 또는 전부를 백토로 분장시킨 후 회유나 장식유를 발라 구워낸 회청사기로 도자기 중 가장 순박하고 서민적인 성격이 좋다. 기법에 따라 표면을 선이나 면으로 판 후 백토나 자토를 감입해서 무늬를 나타내는 상감기법, 무늬를 도장으로 찍고 백토분장을 한 후 닦아내서 찍힌 무늬가 희게 나타나는 인화기법, 분장 후 선으로 무늬를 새기는 조화기법 등이 있다.
	④ 용기: 저장이나 발효를 위해 주로 사용하던 질그릇의 일종, 비교적 낮은 온도에서 구워지며 가장 대중적으로 사용되는 투박하고 못생긴 듯한 소박한 그릇이다. 생생하게 살아 숨쉬는 그릇으로 저장 시 나쁜 성분을 밖으로 뽑아내 한층 좋은 맛을 내게 해준다.
Stone ware	돌솥: 고령토, 석영, 장석을 섞은 2차 점토로 만들어지고, 다소 거친 느낌의 불투명한 표면은 촉감이나 무게가 돌과 유사하며 강도 또한 높다. 주로 짙은 붉은 갈색이나 푸르스름한 회색을 띠고 유약을 처리한 것과 그렇지 않은 것이 있다.
Wood ware	① 나무
	② 칠기: 옷칠을 한 나무그릇으로 요즘에는 다양한 색으로 디자인되어 식기로 사용되기도 한다.
Metal ware	① 유리: 구리와 아연을 주요 합금 원소로 사용. 미생물 정화능력이 탁월하고 인체에 해가 없으며, 독성의 살균 기능과 유해물질 선별 기능을 가진다. 차세대 친환경 재료로 부각되고 있다.
	② 스테인레스: 주변에서 가장 쉽게 접할 수 있는 크롬성분을 함유한 특수강. 습기/냄새/미생물로 인한 오염 발생률이 적고, 도장/도색 등 표면처리가 불필요하여 유해물질 사용을 억제할 수 있으며, 외관이 미려하여 제품의 품질을 향상시킬 수 있다.
	③ 양은: 구리나 아연 등을 합금하여 만든 금속으로, 빛이 희고 잘 녹슬지 않으며 상온에서 가공하기 쉬운 식기로 많이 이용된다.
Glass ware	① 일반유리
	② 직화유리: 불 위에 직접 올려 가열 및 조리를 할 수 있는 유리식기.
	③ 내열유리: 열팽창률이 낮고 급격한 온도 변화에도 잘 깨어지지 않는 유리
Plastic ware	멜라민: 열 경화성 수지. 무색투명하여 착색이 쉽고, 열에 잘 견디며 경도가 높다. 식기, 기계나 전기의 부품, 접착제 따위의 원료로 쓰인다.
Etc	조개껍질, 종이, 쿠킹호일, 유산지 등

출처: 홍종숙 2003; 이재희 2001; 김명란 2000; 월간도예 1997; 권영식 1995; 김성연 1989; 월간세라믹스 1988의 연구를 바탕으로 논자가 재구성함.

<Table 2> The effects and characteristics of the 6 basic colors

Color	Effect	Characteristic
Red	Stimulation, excitement, warmth	Impulsive, self satisfaction
Orange	Delight, happiness	Cheerfulness
Yellow	Warmth, pleasure	Sentiment, extrovert
Green	Safety	Self satisfaction, self control
Blue	Cold, depression	Conscience
Purple	Oppression	Self satisfaction

향을 미치게 된다. 선행 연구에 따르면 대중이 선호하는 평균적 색감을 사용하여 색채를 선택했는지에 따라 음식에 대한 부정적이거나 긍정적인 이미지를 초래한다고 한다(김수영 2004; 문은배 2001). 예를 들면 흰 식기는 모든 색을 무난하게 소화해 산뜻하고 정돈되고 청결한 효과와 세련된 분위기를 연출할 수 있고, 질그릇이나 칠기 등 어두운 그릇은 전체적으로 탁해 보일 수 있으나, 소스나 장식을 밝은 색으로 해주면 가벼운 분위기가 느껴지기도 한다(홍종숙 2003). 또한, 음식의 색을 강조하고 싶을 때에는 그릇 색이 어두울수록 효과적이며, 같은 계열의 그릇을 섞어서 사용하면 색의 조화를 이루기 쉬우면서 다양하고 풍부한 느낌의 상차림을 연출할 수 있고 공간감과 연속성이 생겨 조용하고 평화로운 느낌을 주기도 한다(최혜림 2003).

우리나라는 전통적으로 우주의 기초를 이루는 다섯 가지 물질 즉, 목(木; 나무), 화(火; 불), 토(土; 흙), 금(金; 쇠), 수(水; 물)의 생성과 조화로 천지 만물이 생겨난다는 음양오행사상이 식공간에도 많은 영향을 끼쳤다(유근향 2003). 특히, <Table 3> 과 같이 오색과 오미를 갖춘 음식에 특별한 의미를 부여하였으며, 음식의 맛과 색상에 음양오행의 원리를 적용해왔다. 한국의 대표적인 음식인 비빔밥이나 잔치국수를 보면 그 위에 알지단이나 은행 볶음 등의 황색 계열, 버섯이나 고기 볶음 등의 검은 계열, 당근이나 실고추 등의 적색 계열, 청포묵 등의 흰 계열, 호박 등의 청색 계열 등 다섯 가지 색깔의 재료를 올리는데 시각적인 효과로 미각을 돋우기 위해 사용된 것이 바로 오색고명이다. 음양오행과 관련된 식생활은 식기, 상차림 등에 이르기까지 우리의 음식 문화 전반에 걸

<Table 3> The basic colors and taste described by the principle of Yin-Yang and five elements

Principle of Yin-Yang and five elements	Color	Taste
Wood(木, 나무)	Blue	Sour
Fire(火, 불)	Red	Bitter
Earth(土, 흙)	Yellow	Sweet
Metal(金, 쇠)	White	Hot
Water(水, 물)	Black	Salty

출처: 조경숙·방진식(2001b) “음양오행론의 색채관념과 식사상” *관광경영학연구* 13권 p.344의 표를 저자가 재구성함.

쳐 나타나고 있다(전소현·김두라 2005). 따라서 본 연구를 위한 색채는 오방색인 흰색, 붉은색, 녹색, 황색, 흑색과 그 혼합색으로 분류하여 음식과 식기, 고명의 색채 배색을 분석하고자 한다.

III. 연구 방법

1. 조사대상

음식 사진 분석을 위해 ‘쿠켄’¹⁾과 ‘행복이 가득한 집’²⁾을 선정하여 조사대상으로 하였다. 조사대상 자료 중 ‘쿠켄’은 국내 최대 음식 사진 컷 수를 게재하는 월간지이고, ‘행복이 가득한 집’은 닐슨 미디어리서치의 조사 결과 국내에서 여성들의 정기구독률이 가장 높은 월간지이므로 선정하게 되었다. 2007년 1월부터 12월까지 월간지 “쿠켄”과 “행복이 가득한 집”에 제시된 음식 사진 총 1,995컷 중 중복되는 지면광고 사진을 제외하고 크기가 지면의 1/10 이상을 차지하는 음식 사진 총 1,357컷을 조사대상으로 선정하였다. 레스토랑 실증 분석을 위한 조사대상은 잡지나 인터넷 사이트에 추천된 레스토랑 중 서울 청담동, 압구정동, 명동지역에

1) 베스트홈은 요리, 레스토랑, 와인 등 세 가지 아이템의 정보를 제공하는 콘텐츠 제공회사로 요리, 레스토랑, 와인 정보를 제공하는 월간지 ‘쿠켄(Cookand)’을 발간하고 있고, 이런 정보를 온라인으로 제공하는 쿠켄네트란 자회사를 운영하고 있다. 베스트홈은 요리, 레스토랑, 와인 분야에서 독특한 콘텐츠를 만들어내면서 이 분야에서는 독보적인 위치를 차지하고 있다.

2) 창간 20주년을 맞은 라이프스타일 매거진 ‘행복이 가득한 집’은 디자인하우스에서 1987년 9월 창간하였으며, 1992년 공보처 선정 제1회 우수잡지로 선정되었고, 2003년 리서치 전문기관인 닐슨미디어리서치의 조사결과, 대한민국 여성들이 가장 많이 정기구독을 하고 있는 잡지로 선정되었다.

위치한 84곳을 무작위로 선정하였다.

2. 설문지 내용

내용 분석을 통한 잡지의 음식 사진 분석에 있어서 식기, 고명의 색(color)과 식기의 재질(material)을 유목 기준을 선정하였으며, 유목이란 코딩을 위해 연구자가 미리 정하는 분석의 기준을 말하는데, 본 연구에서는 조경숙과 방진식(2001b)이 제시한 오방색을 기준으로 하였다. 식기의 경우, 청색 계열의 식기가 큰 분포를 차지하고 있어 유목으로 추가하였다. 내용 분석 방법으로 정해진 틀은 없지만 본 연구에서는 Harris(2001)가 제시한 8단계 과정을 연구목적에 맞게 다음과 같이 적용하였다. 식기 재질은 <Table 1>의 선행 연구를 바탕으로 자기, 분청, 청자, 옹기, 유리, 스틸, 유기, 플라스틱, 기타로 결정하였으며, 색채의 경우 황혜성 등(1990)의 오방색을 바탕으로 식기는 흰색, 붉은 색, 녹색, 황색, 검정색, 청색으로 유목 결정하였고, 고명은 흰색, 붉은 색, 녹색, 황색, 검정색으로 유목을 결정하였다.

레스토랑의 실증분석을 위한 체크리스트의 문항구성은 먼저 실시한 잡지 사진에 대한 내용 분석 결과와 비교분석을 위해 같은 분석유목을 문항화하여 조사하였다. 또한, 고가 레스토랑과 중저가 레스토랑으로 나누어 푸드 스타일링 트렌드를 세부적으로 분석하는 것이 실무적 시사점을 위해 필요하다고 생각되어 각 레스토랑 주메뉴의 객단가를 기입하였다. 결과 레스토랑의 일반적 특성, 레스토랑의 주메뉴(레스토랑의 가장 대표 메뉴, 한 종류)에 이용하고 있는 식기의 재질과 색채, 고명의 색채로 문항이 구성되었다.

3. 조사방법

음식 사진 분석을 위한 조사방법으로 내용 분석을 이용하였다. 내용 분석은 지나간 자료를 수집하거나 현상을 분석하는 방법의 하나로 설문지와 인터뷰를 통하지 않고 조사자가 수집된 내용을 객관적, 체계적, 수량적으로 관찰 측정하여 기

술하는 방법이다(Krippendorff 1980; 부정남 1984). 이 기법은 일정한 주제에 대한 변천 경향을 분석하는데 유용한 사회과학적 방법으로 서적, 신문, 광고, 방송 등의 내용을 미리 정한 분석 범주에 따라 체계적으로 분류하고 기술하는 것으로 양적(quantitative) 연구와 질적(qualitative) 연구가 모두 가능하다(Maxfield & Babbie 2001).

코딩 시 연구자간의 주관적 판단을 줄이고 객관적 결과를 얻기 위해 코더(coder)들 간의 분석내용 일치도를 알아보는 코더간 신뢰도(inter-coder reliability)를 조사하였다(김영석 2005).

레스토랑 실증분석을 위해 잡지나 인터넷 사이트에 추천된 레스토랑 중 무작위로 선정하였으며, 조사 시기는 2008년 12월 1일부터 15일 동안 이루어졌다. 조사는 연구 목적을 인지한 조사원 4명이 연구자가 배포한 체크리스트를 가지고 대상 레스토랑에 직접 방문하여 실시하였다.

4. 통계처리

음식 잡지의 내용 분석에서 코더들 간의 분석내용 일치도를 알아보는 코더간의 신뢰도를 조사하였다. <쿠켄>에 대한 신뢰도는 유목에 따라 최저 82.7%에서 최고 99%까지 나타났고, 코더 간에는 코더 1과 2 사이는 89.6%, 코더 1과 3 사이는 96.7%, 코더 2와 3 사이는 86.3%로 나타나 전체 신뢰도는 90.9%로 계산되었다. <행복이 가득한 집>의 전체 신뢰도는 91.5%로 나타나 Kassarjian(1977)이 제시한 85%, Holsti(1968)가 제시한 90%를 상회하는 통계치를 얻어 신뢰성을 확보한 것으로 확인되었다. 레스토랑 실증분석을 위해 수집한 84부의 체크리스트는 엑셀을 이용하여 빈도분석을 실시하였다.

IV. 연구 결과

1. 일반적 특성

1) 잡지 사진의 일반적 특성

〈Table 4〉 Total sum of the food photos and analysis photos

	Food photos	Analysis photos
Cookand	1,051	859
Home magazine	944	498
Total sum	1,995	1,357

조사 기간 동안 수집된 푸드 스타일링 사진은 총 1,995컷으로 이 중 본 연구의 목적에 적합하면서 크기가 지면의 1/10 이상을 차지하는 1,357컷이 분석에 이용되었다. 이 중 ‘쿠크앤’에서 선정된 사진은 1,051컷이고, 분석에 이용된 사진은 859컷으로 전체의 81%를 분석에 사용하였다. 이에 반해 ‘행복이 가득한 집’에서 수집한 944컷의 사진 중에는 498컷인 전체의 52%만이 본 연구에 적합한 것으로 판정되었다(Table 4 참조).

2) 레스토랑의 일반적 특성

조사 대상 레스토랑의 업종별 분포는 한식 레스토랑이 36곳으로 전체의 42.9%를 차지하여 가장 높은 분포를 차지하였고, 다음으로 이태리 레스토랑이 13곳(15.5%), 양식, 중식 레스토랑이 각 12곳(14.3%)이었다(Table 5 참조). 기입한 주메뉴의 객단가를 나누어 1만원 이하를 저가, 1~3만원을 중가, 3만원 이상을 고가 레스토랑으로 분류한 후 분포를 조사해 보니 43곳인 전체의 57.1%가 중가 레스토랑으로, 20곳(23.8%)이 저가 레스

〈Table 5〉 General characteristics of restaurants

	Classification	Frequency	Ratio(%)
Type of business	Korean food restaurant	36	2.9
	Italian restaurant	13	15.5
	Western style restaurant	12	14.3
	Chinese restaurant	12	14.3
	Japanese restaurant	6	7.14
	Etc	5	6.0
Main menu price	10,000~30,000 won(middle)	48	57.1
	Below 10,000 won(low)	20	23.8
	Above 30,000 won(high)	16	19.0

토랑으로, 16곳(19%)이 고가 레스토랑으로 나타났다. 향후 레스토랑에 대한 분석결과는 이렇게 분류된 객단가에 따라 제시하기로 한다.

2. 식기의 재질 및 색상 분포

1) 식기의 재질 분포

내용 분석 결과 가장 많이 쓰인 재질은 도자기로 그 중 백자가 59%로 가장 높았고, 다음으로 분청(10.5%), 청자(6.9%), 유리(7.4%) 순으로 나타났다. 객단가 별 레스토랑에서 사용되는 식기를 살펴보면 저가 레스토랑에서는 플라스틱 식기가 63.6%로 가장 흔하게 사용되고 있었으며, 다음으로 분청 27.3%, 스틸 9.1% 순이었다. 중가 레스토랑에서는 분청(40.9%)과 백자(29.5%)가 주로 사용되고 있었고, 다음으로 유리(9.1%), 옹기(9.1%) 등이 사용되고 있었다. 객단가 3만원 이상인 고가 레스토랑에서는 중가 레스토랑과 마찬가지로 도자기 중 백자(36.8%)와 분청(31.6%)이 주로 사용되고 있었지만 유리(21.1%)와 청자(10.5%)의 사용 비율은 훨씬 높게 나타났다(Table 6, Fig. 1 참조).

잡지의 사진과 비교하면 고가 레스토랑에서 사용되는 식기가 전문가가 제시한 푸드 스타일링 사진의 트렌드와 어느 정도 일치하는(백자의 빈도가 가장 높음) 반면 저가 레스토랑에서는 주로 플라스틱이나 분청 식기를 많이 이용하는 것으로 나타났다. 이는 분청이 자연스럽게 투박하고 소박한 특성을 가지고 있고, 이러한 분청의 투박감이 현재 라이프스타일이라고 할 수 있는 웰빙 트렌드를 좀 더 민감하게 반영된 결과임을 알 수 있다. 고가 레스토랑의 경우 푸드 스타일링에 관심을 가지고 고품격화를 지향하는 것을 알 수 있다.

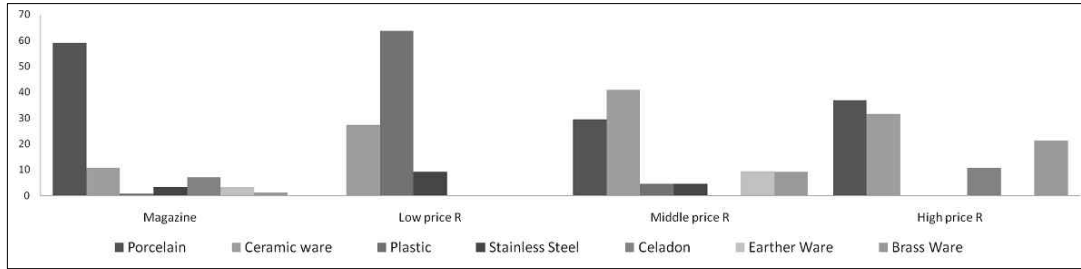
2) 식기의 색채 분포

〈Table 7〉, 〈Fig. 2〉에서 나타난 바와 같이 잡지 사진에서는 음식의 모든 색채에 무난하게 어울리고 음식을 산뜻하게 돋보이게 하는 흰색 식

〈Table 6〉 Comparisons of tableware materials by magazines and main menu prices(%)

Material	Porcelain	Ceramic ware	Plastic	Stainless steel	Celadon	Earthen ware	Brass ware
Magazine	59	10.5	0.6	3.2	6.9	3.2	1.0
Low-priced R	-	27.3	63.6	9.1	-	-	-
Moderately priced R	29.5	40.9	4.5	4.5	-	9.1	9.1
High-priced R	36.8	31.6	-	-	10.5	-	21.1

High-priced R: High-priced restaurants, -: not detected.

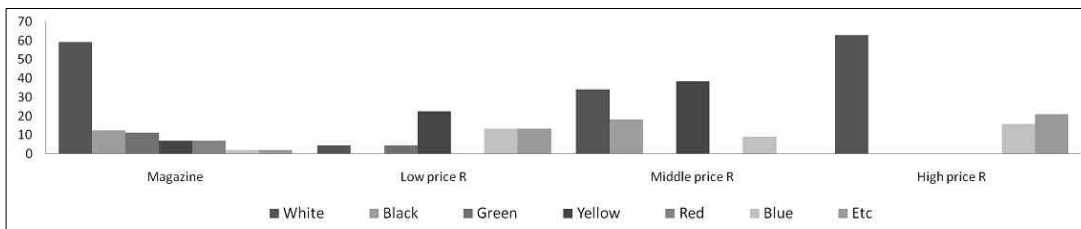


〈Fig. 1〉 Comparisons of tableware materials by magazines and main menu prices(%).

〈Table 7〉 Comparisons of tableware colors by magazines and main menu prices(%)

Tableware color	White	Black	Green	Yellow	Red	Blue	Etc
Magazine	59.3	12.6	11.3	7	7	2	2
Low-priced R	4.5	-	4.5	22.7	-	13.6	13.6
Moderately priced R	34.1	18.2	-	38.6	-	9.1	-
High-priced R	63.1	-	-	-	-	15.8	21.1

High-priced R: High-priced restaurants, -: not detected



〈Fig. 2〉 Comparisons of tableware colors by magazines and main menu prices(%).

기가 압도적으로(59.3%) 사용되고 있었다. 다음으로 무난한 색채보다는 오히려 검정색(12.6%)이나 녹색(11.3%) 식기가 많이 사용되고 있었다.

저가 레스토랑에서도 흰색 식기가 45.5%로 가장 많이 사용되고 있었고, 다음으로 황색(22.7%),

파란색(13.6%), 녹색(4.5%) 순으로 나타났다. 중가 레스토랑의 경우 흰색(34.1%)보다 오히려 황색이 38.6%로 더 많이 사용되었고, 그 외에 검정(18.2%)이나 파란색(9.1%)도 사용되고 있었다. 반면 고가 레스토랑에서는 주로 흰색 식기(63.1%)

를 사용하였다. 이들 결과를 보면 저가와 고가 레스토랑에서 흰색 식기가 가장 많이 사용되고 있지만 식기의 재질과 연관시켜 볼 때 저가 레스토랑에서는 주로 흰색 플라스틱 식기가 주를 이루는 것인 반면, 고가 레스토랑에서는 흰색 백자가 주를 이루고 있음을 알 수 있다. 또한 오히려 중가 레스토랑에서 식기의 색채를 다양하게 사용하려는 경향을 보이고 있음을 알 수 있다.

3. 고명의 색상 분포

〈Table 8〉, 〈Fig. 3〉에 나타난 바와 같이 내용 분석 결과, 녹색 계열의 고명이 40.5%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 붉은색(24.5%)과 흰색(15.4%), 황색(10.8%), 검정색(8.6%) 순이었다.

레스토랑에서도 객단가에 관계없이 대부분 녹색 고명을 가장 많이 사용하고 있었고, 다음으로 붉은 계열, 검정 계열이 이용되고 있었다. 하지만 고명을 사용하지 않는 레스토랑이 전체의 약 1/3을 차지할 정도로 많아 고명 없이 푸드 스타일링 사진을 제안하지 않는 전문가들과 큰 차이를 보였다.

한편, 고명의 경우 한 가지 음식에 여러 색의

고명을 넣는 경우가 많아 중복 체크를 허용하여 다시 한 번 혼합색 고명을 사용한 경우를 분석하였다(Table 9, Fig. 4 참조). 그 결과, 잡지 사진에서는 적색과 녹색의 보색 대비 고명이 75.2%로 가장 많았고, 녹색과 흑색의 대비가 그 뒤를 따랐다. 실제로 여러 색의 고명이 포인트로 스타일링된 사진은 한 가지 색채의 고명을 이용한 사진보다 다채로운 이미지를 나타내고 있었다. 레스토랑에서는 오히려 저가에서 붉은색과 녹색(59.6%) 고명을 주로 이용하고 있었고, 중가의 경우 녹색과 검정 계열 고명(50%)을 이용하고 있었다. 반면 고가 레스토랑에서는 녹색과 함께 붉은색(33.4%)이나 황색 계열의 고명(33.3%)은 물론 오방색 고명(33.2%)을 비슷하게 이용하고 있어 고급 레스토랑에서는 고명 색상의 영향력을 인식하고 다양한 시도를 하고 있는 것으로 나타났다.

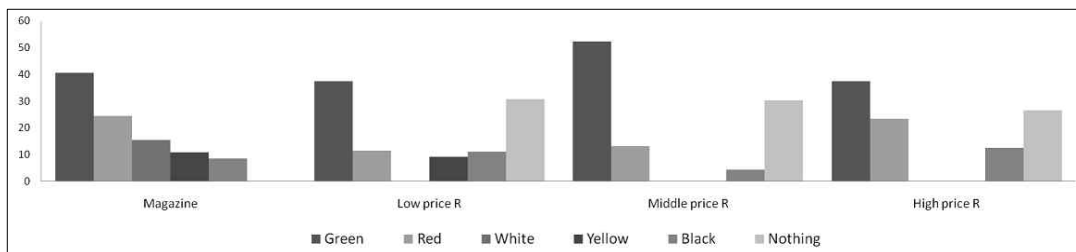
V. 요약 및 결론

본 연구는 푸드 스타일링 전문 잡지에 제시된 식공간 연출 사진과 실제 레스토랑에서 사용하고 있는 식공간 구성 요소를 비교 분석함으로써 문

〈Table 8〉 Comparisons of the colors of garnishes by magazines and main menu prices(%)

Garnish	Green	Red	White	Yellow	Black	Nothing
Magazine	40.5	24.5	15.4	10.8	8.6	-
Low-priced R	37.5	11.5	-	9.2	11	30.8
Moderately priced R	52.2	13.2	-	-	4.3	30.3
High-priced R	37.5	23.5	-	-	12.5	26.5

High-priced R: High-priced restaurants, -: not detected.

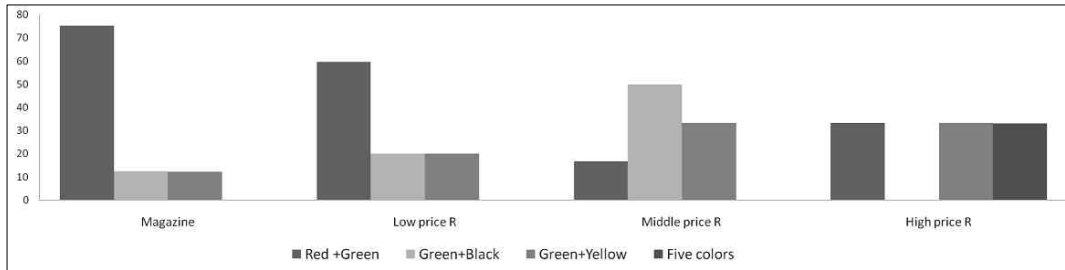


〈Fig. 3〉 Comparisons of the colors of garnishes(%).

<Table 9> Comparison of the colors of multiple garnishes by magazines and main menu prices(%)

Multiple garnish	Red+Green	Green+Black	Green+Yellow	Five colors
Magazine	75.2	12.6	12.4	-
Low-priced R	59.6	20.2	20.2	-
Moderately priced R	16.7	50	33.3	-
High-priced R	33.4	-	33.3	33.2

-: not detected, High-priced R: High-priced restaurants.



<Fig. 4> Comparisons of the colors of multiple garnishes(%).

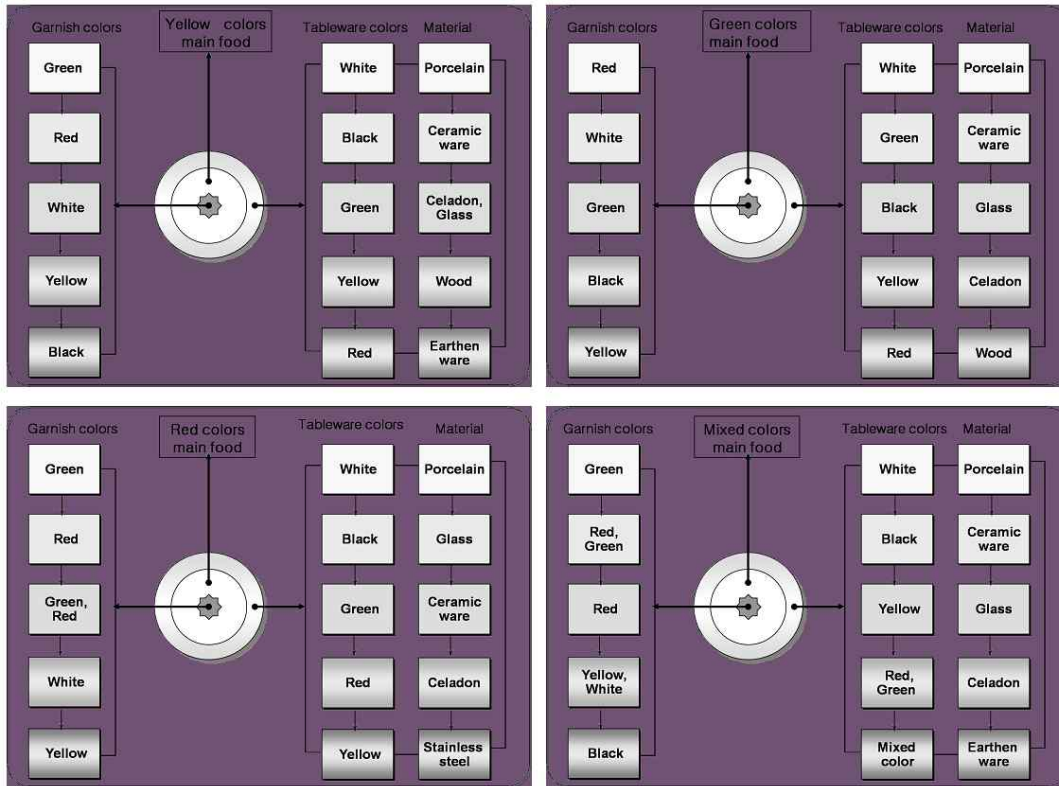
제점을 제시하고 식공간 전문가와 외식사업자들에게 조화로운 음식의 상차림을 제안함으로써 푸드 코디네이팅의 기초자료를 제공하고자 수행되었다. 이를 위해 식공간의 중요한 구성요소인 식기와 고명을 색채와 재질로 나누어 분석하였다. 식공간 연출 사진은 국내 잡지인 “쿠켄”과 “행복이 가득한 집”에서 선정하였고, 레스토랑은 서울 지역 84군데를 선정하여 직접 방문 조사하였다. 그 결과는 다음과 같았다.

첫째, 식기 재질의 분석 결과, 고가 레스토랑과 식공간 연출가의 트렌드는 일치하였지만(백자를 가장 선호), 저가 레스토랑은 플라스틱 식기 사용이 높은 것으로 나타났다. 중가 레스토랑의 분청 선호는 분청이 가지는 고유의 자연스럽고 투박하고 소박한 특징이 현재의 웰빙 라이프스타일과 조화된 결과임을 알 수 있다. 둘째, 식기의 색채로는 청결을 상징하는 흰색이 가장 선호되고 있었다. 이는 푸드 스타일링을 위하여 주 음식을 무난하게 소화하고 돋보이게 하는 고급 흰색 도자가 많이 사용되고 있음을 말해 주기도 하지만 저가 레스토랑에서 흰색 플라스틱의 사용이 일반

화되어 있음을 보여 주기도 한다.

셋째, 음식 고명으로는 녹색 계열이 가장 많이 사용되고 있었고, 식공간 연출가들은 적색과 녹색의 보색 대비 고명도 많이 제시하고 있었다. 또한, 레스토랑에서는 객단가가 고가로 올라갈수록 다양한 색채의 고명을 사용하고 있었고, 특히 고가 레스토랑에서는 오방색 고명을 이용하는 경우도 많았다. 하지만 식공간 연출가와 달리 레스토랑에서는 고명을 사용하지 않는 경우도 많아 적은 비용으로 메뉴 이미지를 향상시킬 수 있는 고명에 대한 연구도 필요한 것으로 나타났다.

식공간 전문가들이 제시한 푸드 스타일링의 경향을 종합하여 나타내면 <Fig. 5>와 같다. 메인 음식의 색채에 따라 식기의 재질과 색, 고명의 색을 제시하였는데, 이를 적용하여 실제 레스토랑 경영자들은 현재의 식공간 연출의 문제점을 발견하고 개선해 나갈 수 있겠다. 하지만 본 연구를 위한 내용 분석 자료는 2007년 한 해의 사진만을 분석하여 얻은 결과이기 때문에 유행이 빠른 식공간 연출 분야에 있어 새로운 자료에 대한 시급한 분석이 요구되는 바이다.



<Fig. 5> Coordinating suggestions for tableware and garnishes.

한글초록

본 연구는 푸드 스타일링 잡지에 제시된 식공간 연출 사진의 내용 분석과 실제 레스토랑에서 사용하고 있는 식공간 구성 요소인 식기와 고명을 색채와 재질로 나누어 비교 분석하였다. 식공간 연출 1,357사진은 국내 잡지인 “쿠킨”과 “행복이 가득한 집”에서 선정하였고, 레스토랑은 서울 지역 84군데를 선정하여 직접 방문 조사하였다. 그 결과는 다음과 같았다. 첫째, 식기 재질의 분석 결과, 고가 레스토랑과 식공간 연출가의 트렌드는 일치 즉, 백자를 가장 선호하였으며, 저가 레스토랑은 플라스틱 식기 사용이 높은 것으로 나타내었다. 둘째, 식기의 색채로는 청결을 상징하는 흰색이 가장 선호되고 있었다. 음식을 무난하게 소화하고 돋보이게 하는 고급 흰색 도자기

가 많이 사용되고 있었으며, 저가 레스토랑에서 흰색 플라스틱의 사용이 일반화되어 있음을 알 수 있었다. 셋째, 음식 고명으로는 녹색 계열이 가장 많이 사용되고 있었고, 식공간 연출가들은 적색과 녹색의 보색 대비 고명도 많이 제시하고 있었다. 고가 레스토랑에서는 오방색 고명을 이용하는 경우도 많았다.

참고문헌

1. 고범석·김장익 (2002). 색채 조화가 전체요리의 음식선택속성에 미치는 영향. *한국조리학회지* 8(2):153-171.
2. 권영식 (1995). 우리나라 식생활문화의 정립과 식생활 용기. 한양여대 도예연구소 출판, 31-32, 서울.

3. 김명란 (2000). 한국과 일본의 식문화비교에 의한 우리나라 도자식기 디자인 고찰. *수원대학교 논문집* 8:15-19.
4. 김선희 (2006). 퍼지인식도를 이용한 음식이 담긴 그릇, 음식, 테이블보가 고객 만족에 미치는 영향. *한국식생활문화학회지* 21(6):571-576.
5. 김성연 (1989). 현대식생활에 있어서 개인용 식기디자인 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위청구논문, 4-23, 서울.
6. 김영석 (2005). 사회조사방법론. 나남출판사, 207, 서울.
7. 김훈철 · 장영렬 (1991). 감성시대의 컬러마케팅. 사민서각, 35, 서울.
8. 남경현 (2005). 케이터링 음식연출과 공간연출의 중요도; 서울 푸드코디네이션을 중심으로. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문, 13-31.
9. 문은배 (2001). 안동화회마을 환경색채연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문, 10-17.
10. 부정남 (1984). 내용 분석의 발전과정. *한국언론학보* 17:125-131.
11. 유근향 (2003). 오정색과 오간색의 전통색 체계에 관한 연구. *디자인과학연구* 6(3):1-12.
12. 유수연 (2008). 색채와 공간. 기문당, 50-70, 서울.
13. 윤서석 (1978). 한국식품사 한국문화사대계 IV. 고대민족문화연구소 출판, 204-206, 서울.
14. 이용기 · 박태환 · 이종직 (2000). 호텔 중식당의 환경특성이 서비스 평가 및 구매행동에 미치는 영향. *호텔경영학연구* 9(2):211-228.
15. 이유재 · 김우철 (1998). 서비스 품질평가에서 물리적 환경의 영향. *마케팅 리서치* 13(1):61-87.
16. 이유재 · 라선아 (2003). 서비스 품질의 각 차원이 고객 만족에 미치는 상대적 영향에 관한 연구. *마케팅연구* 18(4):67-97.
17. 이재희 (2001). 식기 디자인 개발에 관한 연구. 경희대학교 대학원 석사학위논문, 15-23, 서울.
18. 이형룡 · 왕상 · 김태구 (2002). 호텔 양식당 서비스의 물리적 환경에 의한 지각된 서비스 품질이 고객 만족에 미치는 영향. *관광연구* 17(2):177-197.
19. 임봉영 · 김형준 (2004). 레스토랑의 물리적 환경과 지불가격과의 관계. *한국조리학회지* 10(2):135-148.
20. 월간도예. 1997년 4월호 통권 제25호 33-40.
21. 월간 세라믹스 1988년 8월호 통권 제31호 98-105.
22. 전소현 · 김두라 (2005). 약재를 이용한 메뉴 개발 연구(약선식을 중심으로). *관광경영학연구* 9(3):411-434.
23. 조경숙 · 방진식 (2001a). 한식당 식공간의 시각적 요소의 중요도와 성과도 평가에 관한 연구. *외식경영연구* 4(1):265-288.
24. 조경숙 · 방진식 (2001b). 음양오행론의 색채 관념과 식사상. *관광경영학연구* 13:340-355.
25. 최혜림 (2003). 광호 문화재단이 제안하는 우리상차림의 맛과 멋. *j & Media* 출판, 139-141, 서울.
26. 전병길 (2005). 식공간 연출을 위한 물리적 환경의 기능 : 이론적 고찰 및 제안. *한국식생활문화학회지* 20(6):644-651.
27. 황규선 · 김영국 (2008). 호텔연회의 식공간 연출과 테이블 테크레이션이 고객 만족과 재방문에 미치는 영향. *관광연구저널* 22(2):353-366.
28. 황지희 (2003). 푸드 스타일리스트와 교육현황, 학습자의 만족에 관한 연구-전문대 중심으로. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문, 5-8, 서울.
29. 홍종숙 (2003). 도자식기를 위한 테이블 코디네이션 연구. 서울산업대학교 대학원 석사학위청구논문, 1-12, 서울.
30. 황혜성 · 한복려 · 한복진 (1990). 한국의 전통 음식. 교문사, 68-71, 서울.
31. Bitner MJ (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surrounding & em-

- ployee responses. *Journal of Marketing* 54(2): 69-81.
32. Brady MK · Cronin JJ Jr. (2001). Some new thought on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing* 58(1):125-131.
33. Harris H (2001). Content analysis of secondary data: A study of courage in managerial decision making. *Journal of Business Ethics: JBE* 34(3/4):191-208.
34. Holsti OR (1981). "Content analysis: An introduction", in M. Janowitz & P. Hirsch, eds, *Reader in Public Opinion and Mass Communication*, 3rd ed, : Free Press, 198, NY.
35. Krippendorff K (1980). *Content Analysis*. Sage Publications, Beverly Hills, CA. 181-189.
36. Maxfield MG · Babbie E (2001). *Research Methods for Criminal Justice and Criminology*. Belmont, CA: Wadsworth. 255-268.
37. Kassirjian HH (1977). Content analysis in consumer research. *Journal of Consumer Research* 4(2):8-18.
38. Rust RT · Oliver RL (1994). *Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier in Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. Roland T. R & Richard L. O., eds. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 277.
39. Schaie KM · Heiss R (1964). *Color and Personality*. Berne, Switzerland: hans Huber. 295
40. Walter U (2008). The meeting aspect and the physical setting; are they important for the guest experience. *Journal of Foodservice* 19: 87-95.
41. Yamaguchi Masatoma (1989). *Tools*. Yumai printed, 27, Japan.

2008년 12월 9일 접 수
 2009년 3월 4일 1차 논문수정
 2009년 4월 3일 2차 논문수정
 2009년 5월 14일 3차 논문수정
 2009년 5월 27일 게재확정