

## 우리나라 활어회의 소비결정 요인에 관한 연구

백은영\* · 김애정\*\*

### A study on determinants of Sasimi Consumption in Korea

Eun-Young Baek\* and Ae-Jung Kim\*\*

#### < 목 차 >

- |            |          |
|------------|----------|
| I. 서 론     | 2. 실증분석  |
| II. 이론적 배경 | 3. 결과 토의 |
| 1. 소비함수 이론 | IV. 결 론  |
| 2. 분석모형    | 참고문헌     |
| III. 분석 결과 | Abstract |
| 1. 표본의 특징  |          |

#### I. 서 론

최근 안전한 먹거리와 건강에 대한 관심이 높아지면서 ‘수산물=웰빙식품’이라는 인식전환이 수산물 소비 증가<sup>1)</sup>에 기여하는 바가 크다. 그러나 이제까지 활어회의 소비량에 대해 정확히 조사된 바는 없으나, 생산 및 수입활어 90% 이상이 횡감용으로 이용되고 있으며 이를 환산하면 1일 활어 소비량이 대략 500톤 내외로 추정된다(김배의 외, 2005). 1인당 연간 육류 및 어패류 공급량이 2000년대 들어 비슷한 수준까지 증가했는

접수 : 2010년 11월 1일    최종심사 : 210년 12월 13일    게재확정 : 2010년 12월 15일

상기 백은영, 김애정 2인은 제1저자로서 배열순과는 무관함.

\*한국해양수산물개발원 부연구위원(Corresponding author: 02-2105-4930, eybaek@kmi.re.kr)

\*\*한국해양수산물개발원 연구원(02-2105-4936, ajkim@kmi.re.kr)

1) 국내 수산물 총 공급량(2008년 기준)은 약 6,200톤으로 매년 증가세를 보이고 있으며, 국내 소비량은 2005년 이후 평균 4,400톤 이상을 차지했다. 특히 활어의 경우 장기보관이 어렵기 때문에 연간 공급량과 소비량이 거의 일치하다. 따라서 활어시장의 규모는 양식어류와 자연산 활어, 수입 활어 등의 공급량을 바탕으로 추정 가능하다.

데, 2008년에는 어패류 공급량이 육류보다 5.1kg 많은 43.5kg로 늘어나고 있다.

이러한 소비구조 변화는 사회 전반적인 소비문화에 유의한 식문화 변화를 초래하는 요인으로 지적되며, 국내 수산물 생산자의 의사결정과 수산물 소비확대의 국가 정책 수립·추진에 영향을 줄 수 있어 정기적이고 구체적인 소비패턴을 파악하는 것이 무엇보다 중요하다. 특히 소비는 사회적 지위부여와 커뮤니케이션의 수단이며, 계층별로 다양한 소비양식이 형성되어 있다. 가계 소비패턴 변화는 식료품비의 증감과도 직접적인 관련이 있기 때문에 활어회의 소비도 가계 식료품비의 영향을 받는다고 볼 수 있다.

기존 소비지출과 관련한 연구들은 크게 3가지로 구분되는데 첫째 집단별 소비지출 비교분석, 둘째 소비지출에 영향을 미치는 요인분석, 셋째 소비지출 구조변화 및 의식 등에 관한 연구이다(배미경, 1998). 그러나 수산물 및 활어회의 소비특성에 관한 기존 선행 연구들은 제한적이며 위와 같이 구분하기에는 한계가 있다. 따라서 본 연구의 목적은 우선 기존 연구들을 토대로 밝혀진 활어회의 외식소비 성향에 대해 분석하고, 둘째는 지역별 소비특성에 대해 파악해 보고자 한다. 마지막으로 활어회의 소비결정에 영향을 주는 요인을 도출해 보고자 한다. 이를 위해 비교검증, 교차분석, k-평균 군집 분석 등을 적용했으며, 통계분석은 SPSS 12.0과 표, 그래프 정리를 위해 Excel을 추가적으로 활용했다.

분석 자료는 한국해양수산개발원 수산업관측센터에서 2009년 7월에 실시한 활어회의 소비행태에 관한 조사결과를 이용했다. 이 점에 착안해 종단적인 자료에 대한 시계열적인 분석은 제외되었고, 횡단면적인 자료를 이용한 활어회의 소비결정에 인구사회학적인 변수들의 영향력을 알아보고자 성별 및 직업, 소득, 연령, 지역 등의 변수를 포함해 분석을 실시했다.

본 논문의 구성으로 먼저 서론에 이어서 2장에서는 이론적 배경의 설명을 위해 소비함수 이론과 분석모형에 대해 살펴보고, 제 3장에서는 조사된 표본 구성의 기술적 통계를 제시한 후, 실증분석 결과를 바탕으로 구체적인 결과 토의를 제시했다. 끝으로 결론 부분에서는 연구 결과에 대해 정리하고 연구의 한계점 등에 대해 언급했다.

## II. 이론적 배경

### 1. 소비함수 이론

본 장에서는 활어회의 소비결정에 미치는 요인을 설명하고자 소비함수이론과 선호도 및 필요성에 따른 소비지출요인에 관한 기존 이론을 소개하고자 한다. 소비함수 이론은 가계의 소비행동을 미시적 관점에서 연구하는데 이용되어지고 있다. 특히 소비함수는 소득에 의한 소비함수이며, 소비에 대한 소득할당을 소비성향이라고 하고 keynes

이래 지속적으로 논의되어져 왔다(Keynes, 1933).

소비이론의 핵심은 항상 소득, 즉 전 생애에 걸쳐 개인이 획득할 수 있는 소득흐름의 현재가치를 어떻게 추정하는가에 달려 있다. 시계열 자료를 활용할 경우, 항상 소득 혹은 그 대리변수는 과거나 미래의 소득흐름을 필터링함으로써 구해지는 반면, 횡단면 분석에서는 가구원수, 가구원의 연령, 교육수준, 종사 직업 등 개별 가구를 대표하는 특성 변수들과 소득 간에 특정한 형태의 관계가 성립함을 상정하고 이를 추정하는 방식을 취하게 된다.

한편 일반적으로 소비에 영향을 미치는 요인으로는 인적자원과 비인적자원, 비용, 기호와 선호 등을 들 수 있는데, 소비자의 기호 및 선호의 대리변수로서 인구사회학적인 특징이 포함된다. 비인적자원은 가계의 소비생활에 영향을 미치는 것으로 소득, 자산, 소비자신용, 시간 등이 포함되며, 인적자원은 생산요소를 통하여 소득을 획득하는데 이용하거나 가계가 소유한 노동력이 소비양식과 밀접하게 관련되어 있다. 일반적으로 모든 다른 조건이 동일한 상태에서 재화와 용역의 소비에 필요한 비용이 상승할 경우, 가계비용의 소비수준은 감소한다.

최종적으로 어떠한 소비를 결정할 상황에서 소비자들은 다양한 요인들에 의해 영향을 받게 된다. 특히 소득 및 가격과 같은 경제적 요인의 의해 영향을 받게 되며, 소비자의 선호도라는 비경제적인 요인의 영향을 받기도 한다. 다시 말해 식품 소비패턴은 복합적인 요인들이 영향을 받아 발생하며, 식품수요 분석에 있어서 사회, 인구 변수도 중요한 소비 결정요인으로 인식된다(Raunika & Hang, 1987). 특히 인구, 사회학적 변수는 소비자 행동에 중요한 영향을 미치는데, 이러한 영향력을 분석한 연구들이 국내·외에 다양하게 있다(Sexauer, 1979 ; Barnes & Gillingham, 1984 ; Kokoski, 1986). 특히 인구를 연령별 그룹으로 나누어 식품소비선호도 변화를 분석(Cortez & Senauer, 1996)하거나 도시가계 자료를 이용해 식품소비 패턴변화를 분석(최지현, 1996)한 국내 연구들이 있다.

이처럼 소비결정에 있어 영향을 미치는 여러 가지 변수들이 존재하지만, 수산물 특히 활어회의 소비는 기호나 선호의 특성들이 소비결정에 더 큰 영향을 미친다. 소비 특성상 육류에 비해 손질이나 조리가 번잡할 뿐 아니라 전문성이 필요한 만큼 가정 내에서 소비를 기피하는 경향이 있다. 한편 활어회는 쌀과 같은 필수식품이라기 보다는 기호식품의 성격이 강하고 가격에 따른 소비 대체성이 높다(정명생, 2003). 가정 내에서 생선회를 먹는다는 식습관은 아직 보편화되지 못했다(유충렬, 1986). 따라서 활어회의 소비는 내식보다 절대적으로 외식비율 높으며 활어회의 소비는 소비자가 속한 집단특성에 따라 독특한 욕구나 기호가 동기화되어 형성된다.

한편 생선회는 다른 수산물이나 식품과 달리 대부분이 외식에 의해 이루어짐으로써 생선회 및 생선초밥에 대한 소비자의 욕구 및 기호변화는 외식업계에 직접적인 영향을

주게 된다(황기형, 2008). 과거와 마찬가지로 현재에도 활어회의 소비는 외식을 통해 이루어지는 것은 변함이 없다. 또한 이러한 사실은 향후 외식업체의 마케팅 활용정보와 활어회의 소비 트렌드 형성에 중요한 영향을 미칠 수 있다.

소비자의 기호와 선호, 라이프스타일을 만드는 관념은 지역적인 특색에 따라 변화될 수 있으며, 이러한 것은 활어회의 소비행동을 자극하게 된다. 유충렬(1986)의 '회문화론'에 의하면 옛 조상들이 해안을 따라 이동했을 때 가장 쉽게 얻을 수 있었던 식량 자원이 해산물이었던 반면, 내륙지역에서는 채집과 수렵이 중요한 식량자원으로 활어회의 소비는 과거부터 지리적인 환경 영향을 많이 받아 왔다. 지역이 수산물 소비에 영향을 미친다는 결과는 부산시민을 대상으로 한 선호도 조사결과에서도 나타났다. 타 지역보다 부산지역에 거주하는 전 연령대의 생선회 선호도가 높았고, 특히 20~30대에서 선호도가 가장 높게 나타났다(조영제, 2005). 이를 통해 수산물의 선호도는 지역과 밀접하게 관련이 되어있다는 것을 유추해 볼 수 있다.

외식산업 성장으로 씨푸드레스토랑이 급속히 확대되고 있는데, 입점 점유율은 수도권(65%)>영남권(17%)>충청권(12%) 순으로 내륙지방<sup>2)</sup>일수록 씨푸드레스토랑 입점 분포도가 높았다. 반면 해안지역에 위치한 부산, 인천, 울산 등의 입점률은 평균에도 못 미치는 것으로 나타났다(어류 관측월보, 2009.9). 따라서 본 설문의 지역별 변수를 통해 내륙과 해안지역의 차이점, 구체적으로는 수도권, 영남권, 호남권, 충남권에 따른 지역별 활어회의 소비 특징을 도출할 수 있다.

앞서 살펴본 것처럼 집단을 분류하는 가계의 인구사회학적 특성(연령, 교육, 직업, 취업자수, 가계의 크기, 인종, 가계의 구성형태, 주거보유상태, 거주지 등)은 기호와 선호도를 반영하는 대리변수로 사용되며, 소비결정에도 중요한 영향을 미친다(Douglas, 1980 : Linda & Thomas, 1996). 수산물 소비에도 인구사회학적인 특성이 영향을 미치며, 본 설문에 사용된 활어회의 소비결정에 영향을 미치는 8가지 요인(가격, 어종, 중량, 원산지, 판매자 권유, 맛, 신선도, 영양가)은 인구통계학적인 특성에 따라 차이가 있을 것이다. 본 연구는 그 동안의 연구에서는 실시된 적이 없는 군집분석을 통해 많은 관찰치들을 유사한 특성을 가진 군집으로 묶어 각 군집의 특성을 통해 소비결정에 영향을 미치는 8가지 요인들의 차이점에 대해 살펴보고자 한다.

2) 수산업관측센터 어류 월보(2009년 5월호)에 따르면 인구 10만 명당 도시별 점포수를 분석한 결과, 청주(0.9), 천안(0.7), 구미(0.5), 서울(0.5), 대전(0.4), 대구(0.4), 창원(0.4) 등 내륙지에 위치한 도시의 점포수는 전국 평균 0.3보다 많았다.

## 2. 분석모형

### 1) 군집분석의 개념

군집분석의 주요 목적은 주어진 많은 수의 관측 개체를 몇 개 그룹으로 세분화함으로써 대상 집단을 이해하고 군집을 효율적으로 활용하고자 하는 것이다. 군집이란 관련 다변량의 특성이 그룹 내적으로는 균일하고 외적으로는 이질적인 관측개체들의 모임을 말한다(허명희, 2002). 군집분석을 수행하기 위해서는 개체들 사이의 상시성 또는 비상시성의 정도를 재는 기준 척도가 필요하며 “거리”를 측정하여 활용하게 된다. 이러한 거리에는

- 민코브스키(Minkowski)거리 :  $d_{ij} = d(X_i, X_j) = \left[ \sum_{k=1}^p |X_{ik} - X_{jk}|^m \right]^{1/m}$

- 마할라노비스(Mahalanobis)거리 :  $d_{ij} = [(X_i - X_j)' S_X^{-1} (X_i - X_j)]^{1/2}$

등이 있다. 군집 알고리즘들은 다음과 같은  $N$ 개의 관찰 값으로 구성된 자료에 대하여 어느 두 관찰 개체 사이의 거리를 종합하여 얻은 크기  $N \times N$ 의 거리행렬  $D$ 를 기초로 거리가 가까운 개체들끼리 같은 군집을 이루어 군집간의 변동에 비해 군집 내의 변동을 작게 하도록 개체를 나눈다(김기영 외, 2002).

$$D = \begin{pmatrix} d_{11} & d_{12} & \dots & d_{1N} \\ d_{21} & d_{22} & \dots & d_{2N} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ d_{N1} & d_{N2} & \dots & d_{NN} \end{pmatrix}, d_{ij} = i, \text{ 개체와 } j \text{ 개체 사이의 거리}$$

여기서 거리함수  $d_{ij}$ 는 다음과 같은 “거리” 조건을 만족시키는 것을 원칙으로 한다.

(1)  $d_{ij} > 0, i=j$ 이면  $d_{ij} = 0$

(2)  $d_{ij} = d_{ji}$

(3)  $d_{ij} + d_{jk} \geq d_{ik}$

군집분석의 방법은 크게 계보적 군집방법과 최적분리 군집분석으로 나뉜다. 계보적 군집방법은 가까운 거리의 개체들을 하나씩 묶어가면서 군집을 형성해 최종적으로  $n$  개의 개체들이 모두 하나의 군집으로 만들어질 때까지 계속하게 된다. 하지만 이는 분석대상이 되는 개체들의 수가 비교적 적을 때 유리하며 개체 수가 커지면 유용성이 떨어질 뿐 아니라 거리행렬 계산에 많은 시간과 노력이 필요하므로 적용이 제한적이다. 이에 반해 최적분리 군집분석은 관찰 값들을 몇 개의 군집으로 구분시키는 형태이며, 미리 규정된 판정기준을 최적화시킬 수 있다. 보통 유클리드 거리에 기초하여 군집이 형성되며 미리 주어진 군집의 개수  $k$ 만큼 군집 초기 값이 선택되므로 이를 **k-means** 군

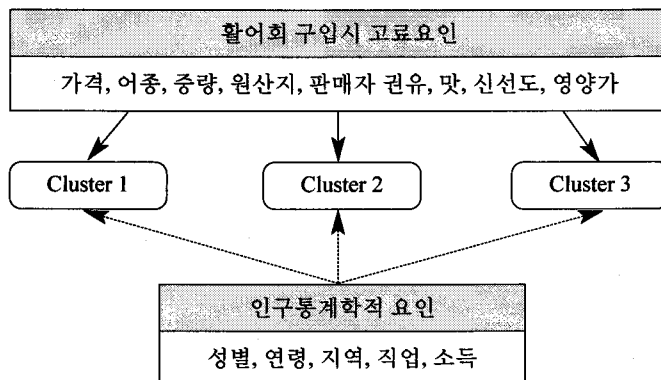
집분석이라고 한다. 즉, 주어진 군집 초기 값들과 각 개체들에 대하여 거리를 계산하고, 거리가 가장 가까운 초기 값에 개체들을 할당하는 방법이다. 그 이후에 그 군집에 속하는 개체들의 평균 벡터로 군집의 중심을 다시 계산하고 각 개체들을 가장 가까운 군집 중심으로 재할당한다. 군집 중심들의 변화가 일정 수준 이하가 될 때까지 반복하여 최종 군집을 형성한다(강현철 외, 2005).

## 2) 연구모형 및 변수설정

군집 분석은 마케팅 분야에서 소비자들의 특성에 따라 주로 시장세분화에 많이 이용되어 온 기법이나, 수산분야에 대한 군집 분석을 적용한 연구는 찾기 어려운 실정이다. 하지만 수산분야의 특성이 다양한 어종들을 분석 대상으로 삼아야 하는 경우가 많으며, 이들 어종들의 연구주제 특성에 따라 분류하고 각 유형의 특성을 도출하는 작업은 수산분야에 접목 여지가 많은 통계기법이 될 수 있다(박철형, 2009).

따라서 본 연구에서는 <그림 1>과 같은 연구모형을 기본으로 활어회의 구입 시 중요하게 고려하는 8가지 요인을 통해 활어회의 선호도가 비슷한 사람들끼리 하나의 군집으로 묶어 각 군집 간 차이를 분석했다.

군집분석에 사용된 변수는 8개로 0부터 5사이의 연속형 변수이며, 변수 간 범위가 동일하기 때문에 변수의 표준화 작업을 거치지 않고 분석했다. 군집 수를 결정하기 위해 계보적 군집화 방법 중 Ward의 방법3)을 사용해 군집 개수를 결정했고, 추가로 연구자 목적에 맞는 타당성을 바탕으로 3개의 군집 수를 도출했다. 이후 추가적으로 군집 특성을 알아보기 위해 인구통계학적인 변수(성별, 연령, 지역, 직업, 소득)에 차이가 있는지 카이검증을 실시했다. 본 연구 결과를 통해 군집 내의 특성은 동질적이고 군집 간의 특



<그림 1> 연구 모형

3) Ward의 방법이란 군집의 평균과 개체들 사이의 편차들의 제곱합을 고려하여, 각 단계에서 두 군집의 병합으로 인한 편차제곱합의 증분(정보의 손실)이 최소가 되도록 군집들을 병합하는 방법이다.

성은 이질적으로 구분되며, 목표 집단의 특성을 잘 파악해 이에 맞는 맞춤형 마케팅 전략수립이 가능할 것이다. 관찰치를 관련변수들을 통해 3개의 군집으로 묶을 수 있으며, 각 군집의 특성에 따라 활어회의 소비에 중요하게 고려되는 요인에 차이가 있는지 알아보하고자 한다.

### Ⅲ. 분석 결과

#### 1. 표본의 특징

본 연구의 조사는 전국 주요 5대 도시 성인 남녀 500명을 대상으로 전화조사 방법으로 이루어졌다. 표본은 지역별 인구비례 무작위 추출방법을 사용하여 추출되었으며, 표본오차는 95% 신뢰수준에서  $\pm 4.38\%$ 포인트이다.

본 설문조사에 응답한 응답자 500명을 빈도 분석한 결과는 <표 1>과 같다.

<표 1> 인구통계학적 변수에 따른 표본 특징

변수	내용	빈도	백분율(%)
성별	남 성	243	48.6
	여 성	257	51.4
연령대	20대	107	21.4
	30대	116	23.2
	40대	115	23.0
	50대	79	15.8
	60대 이상	83	16.6
직업	가정주부	151	30.4
	사무,기술직	117	23.5
	자영업	82	16.5
	학생	57	11.5
	무직	46	9.3
	서비스직	26	5.2
	기타	18	3.6
소득	100만원 미만	25	5.7
	100~199만원	37	8.4
	200~299만원	99	22.4
	300~399만원	119	26.9
	400~499만원	76	17.2
	500~599만원	54	12.2
	600만원 이상	32	7.2
가족수	2인 이하	70	14.0
	3인	80	16.0
	4인	266	53.2
	5인	66	13.2
	6인 이상	18	3.6
지역별	수도권	271	54.2
	영남권	158	31.6
	호남권	35	7.0
	충남권	36	7.2

성별은 남성이 49%, 여성이 51%로 대체로 유사한 비율로 표집되었고, 연령대는 30~40대의 비율이 46%로 가장 많고, 다른 연령대는 고루 분포되었다.

직업은 응답자 중 주부의 비율이 약 30%로 가장 높았고, 다음으로는 사무·기술직 23%, 자영업 17%, 학생 12% 등의 순이었다. 연령대와 성별, 직업 간의 비교 결과 각 연령대에 성별이 유사하게 분포되었고, 직업의 경우는 학생의 90% 이상이 20대로 구성되었다. 또한 무직은 절반 이상이 60대 이상으로, 이는 퇴직 이후 정상적인 경제활동을 하고 있지 않은 것으로 해석해 볼 수 있다.

소득별로는 300~400만원 미만이라고 응답한 비율이 가장 많았고, 100만원 미만은 6%로 가장 적었다. 가족 수는 4인이라고 응답한 사람이 53%로 가장 많았고, 6인 이상이라는 응답 비율은 4%로 가장 적었다. 그 외의 가족 수는 고루 분포되었다.

지역별 분포는 수도권에 거주하는 사람이 54%로 가장 많았고, 영남권 32%, 호남권과 충청권은 각각 7%로 나타났다. 지역별 직업의 분포에 대해 구체적으로 살펴보면 수도권에는 사무·기술직에 종사하는 사람이 가장 많았던 반면, 영남·호남권은 가정주부, 충청권은 자영업자 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

## 2. 실증분석

활어회는 살아 있는 것을 재료로 하는 독특한 요리로 전문적인 조리기술을 필요로 하여 과거부터 내식보다 주로 외식으로 소비되어 왔다. 먼저 내식보다 외식비중이 높다는 특성을 분석하기 위해 500명 중 무응답한 결측치 16명을 제외한 484명을 대상으로 조사한 결과, 내식은 16.7%에 불과한 반면 외식은 83.3%를 차지해 활어회의 '외식 소비' 비율이 상대적으로 높았다.

추가적으로 인구통계학적인 특성에 따라 내·외식 비중에 차이가 있는지 교차분석한 결과를 <표 2>에 정리했다. 각 500명의 응답자 중 무응답이나 불성실한 응답자를 제외하고 성별, 연령대별, 지역별 모두 451명을 대상으로 분석했다. 직업별로 차이를 알아보기 위해서 역시 무응답 자료를 제외한 448명을 대상으로 교차분석한 결과 성별, 연령대별, 직업별, 지역별 모두 활어회의 소비행태와 유의미한 연관성이 있는 것으로 나타났다.

성별의 경우 경제활동이 많은 남성의 외식비율이 여성보다 더 높았고 남성이 활어회를 더 많이 소비하고 있음을 유추해 볼 수 있다. 연령별로는 40대에서 외식을 가장 많이 했고, 60대는 상대적으로 내식을 많이 하는 것으로 나타났다. 또한 직업별로도 차이가 있었는데 자영업자와 사무·기술직의 외식비율이 높게 나타난 반면, 주로 가정에서 보내는 시간이 많은 주부의 경우에는 내식비율이 가장 높았다. 지역별로는 특히 수도권에서 활어회를 외식으로 가장 많이 먹는 것으로 나타났고, 영남권에서는 상대적으로



우리나라 활어회의 소비결정 요인에 관한 연구

〈표 2〉 인구통계학적 특성에 따른 활어회의 소비행태

구 분		활어회의 소비 행태		
변인	내용	내식	외식	전체
성별	남성	15	212	227
	여성	38	186	224
$\chi^2(1)=11.660^{***}$				
연령대	20대	9	84	93
	30대	11	93	104
	40대	8	96	104
	50대	8	64	72
	60대 이상	17	61	78
$\chi^2(4)=9.791^{***}$				
직업별	가정주부	25	108	133
	사무·기술직	5	103	108
	자영업	3	73	76
	학생	5	43	48
	무직	12	30	42
	서비스직	2	24	26
	기타	0	15	15
$\chi^2(6)=30.377^{***}$				
지역별	수도권	19	227	246
	영남권	26	111	137
	호남권	4	29	33
	충남권	4	31	35
$\chi^2(3)=10.755^{***}$				

주: p<.05\*\*, p<.001\*\*\*

내식비율이 높게 나타났다.

한편 추가적으로 관련변수와의 차이검증을 실시했다. 첫째로 외식장소와 활어회의 섭취용도와와의 관련성을 검증하기 위해 결측치를 제외한 462명을 대상으로 카이검증을 실시했다. 이는 향후 활어회의 소비확대를 위한 정책수립에 필요한 기초자료로서 신뢰성을 높이기 위해서이다. 검증결과는 〈표 3〉과 같으며,  $\chi^2(15)=35.015$ , p<.001로 외식

〈표 3〉 외식장소와 활어회 섭취용도간의 관련성

구분		활어회의 섭취용도				전체
변인	내용	가족외식용	고객접대용	친구모임	직장회식용	
외식장소	대형횃집	76	5	79	23	183
	도·소매시장	15	0	25	2	42
	집, 직장근처 횃집	59	5	44	18	126
	일식집	15	6	16	11	48
	바닷가횃집	30	1	21	2	54
	기타	2	0	5	2	9
$\chi^2(15)=35.015^{***}$						

주: p<.05\*\*, p<.001\*\*\*

장소와 활어회의 섭취용도 간에 유의미한 관련성이 있음을 알 수 있다.

활어회 섭취용도가 친구모임일 경우 대형횃집이나 도·소매시장 내 횃집을 이용하는 경우가 많았고, 가족과 함께 외식 시에는 바닷가 횃집 또는 소규모 횃집을 이용하는 것으로 나타났다.

둘째는 외식장소와 지역 간에 관련성을 알아보기 위해 결측치를 제외한 462명을 대상으로 교차분석을 했다. 검증결과는 <표 4>와 같으며,  $\chi^2(15)=72.272$ ,  $p<.001$ 으로 지역에 따라 외식장소 역시 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히 수도권과 충남권은 대형횃집과 일식집에서 활어회를 주로 소비하는 것으로 나타났고, 영남권은 집, 직장근처의 횃집에서 활어회를 먹거나 바닷가 횃집에서 소비한다는 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

<표 4> 외식장소와 지역별간의 관련성

구분		지역별				
변인	내용	수도권	영남권	호남권	충남권	전체
외식장소	대형횃집	76	5	79	23	183
	도·소매시장	15	0	25	2	42
	집, 직장근처 횃집	59	5	44	18	126
	일식집	15	6	16	11	48
	바닷가횃집	30	1	21	2	54
	기타	2	0	5	2	9

$\chi^2(15)=72.272^{***}$

주:  $p<.05^{**}$ ,  $p<.001^{***}$

셋째는 활어회의 섭취용도와 성별 간 관련성에 대해 결측치를 제외한 463명을 대상으로 검증했다. 결과는 <표 5>와 같으며,  $\chi^2(3)=93.971$ ,  $p<.001$ 로 성별에 따른 활어회의 섭취용도에 유의미한 차이가 나타났다. 남성은 친구모임이나 직장회식에서 활어회를 주로 소비했으며, 여성은 주로 가족 외식 시에 활어회를 섭취하는 것으로 나타났다.

<표 5> 성별과 활어회의 섭취 용도간의 관련성

구분		활어회의 섭취용도				
변인	내용	가족외식용	고객접대용	친구모임	직장회식용	전체
성별	남성	51	13	116	51	231
	여성	147	4	74	7	232

$\chi^2(3)=93.971^{***}$

주:  $p<.05^{**}$ ,  $p<.001^{***}$

넷째는 활어회 섭취용도와 연령 간에 관련성에 대해 검증했다. 결측치를 제외한 463명을 대상으로 한 분석결과는 <표 6>에 제시되었으며, 교차분석 결과,  $\chi^2(12)=37.297$ ,  $p<.001$ 으로 연령에 따라 섭취용도에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히 경제

우리나라 활어회의 소비결정 요인에 관한 연구

〈표 6〉 연령대별 활어회의 섭취 용도간의 관련성

구분		활어회의 섭취용도				
변인	내용	가족외식용	고객접대용	친구모임	직장회식용	전체
성별	20대	48	1	43	6	98
	30대	43	5	43	22	113
	40대	40	7	34	24	105
	50대	31	3	34	4	72
	60대 이상	36	1	36	2	75

$\chi^2(12)=37.297^{***}$

주: p<.05\*\*, p<.001\*\*

활동이 활발한 30~40대의 경우 직장회식용으로 활어회를 섭취한다고 응답했고, 20대와 50대 이상에서는 가족 외식용이나 친구 모임 등에서 활어회를 섭취하는 것으로 나타났다.

다음은 내륙지역과 해안지역의 위치적인 특성에 따라 활어회의 만족도에 차이가 있는지 검증하기 위해 조사지역(수도권, 영남권, 호남권, 충청권)을 독립변수로 활어회의 가격, 맛, 신선도, 영양가, 중량 5가지를 종속변수로 하여 분석했다. 각 지역별로 5가지 활어회 수준에 대한 만족도의 평균값을 이용해 분산분석을 실시했다. 만족도는 likert 5점 척도를 활용했으며, 여기서는 5점에 가까울수록 만족도가 높다는 것을 의미한다. 결

〈표 7〉 지역에 따른 활어회 5가지 수준의 만족도 차이검정

변인	지역별	N	평균	표준편차	F값	사후분석(scheffe)
가격수준	수도권	264	3.6	0.7	7.36***	호남권 < 수도권, 영남권, 충청권
	영남권	150	3.4	0.6		
	호남권	35	3.2	0.5		
	충청권	35	3.7	0.4		
맛수준	수도권	264	3.6	0.7	6.73***	충청권 > 수도권, 영남권, 호남권
	영남권	150	3.5	0.6		
	호남권	35	3.5	0.7		
	충청권	35	4.0	0.2		
신선도 수준	수도권	264	3.7	0.8	3.44**	충청권 > 수도권, 영남권, 호남권
	영남권	150	3.7	0.8		
	호남권	35	3.6	0.8		
	충청권	35	4.1	0.5		
영양가 수준	수도권	264	3.4	0.6	3.49**	충청권 < 수도권, 영남권, 호남권
	영남권	150	3.5	0.6		
	호남권	35	3.5	0.7		
	충청권	35	3.1	0.4		
중량정도	수도권	64	23.2	0.6	6.03***	충청권 > 호남권
	영남권	150	3.1	0.6		
	호남권	35	2.9	0.6		
	충청권	35	3.4	0.6		

주: p<.05\*\*, p<.001\*\*

측치를 제외한 484명을 대상으로 했으며, 이에 대한 결과 정리는 <표 7>과 같다. 분산분석 결과 해석에 앞서 분산의 동질성에 대한 Levene 검정결과  $p < .05$ 로 모두 등분산성이 성립되었고, 지역에 따라 5가지 활어회의 수준 만족도가 모두 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

활어회의 가격수준 만족도의 평균차이를 비교한 결과  $F(d.f.=3,480)=7.36, p < .00$ 로 지역에 따라 가격수준에 대한 만족도가 유의미한 것으로 나타났다. 사후 분석을 위해 scheffe를 이용해 분석한 결과 모든 지역의 만족도 평균이 3점 이상으로 보통 이상의 만족도를 보였다. 호남권의 만족도가 상대적으로 가장 낮았으나, 그 외 대부분의 지역은 가격만족도가 상대적으로 높게 나타났다.

‘맛’의 만족도에 대한 평균차이 비교 결과  $F(d.f.=3,480)=6.74, p < .00$ 이었으며, ‘신선도’ 수준에 대한 만족도는  $F(d.f.=3,480)=3.44, p < .05$ 으로 두 가지 만족도 모두 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 사후분석 결과 충남권에서는 ‘맛’과 ‘신선도’ 모두 다른 지역에 비해 상대적으로 만족도가 높았고, 다른 지역들은 모두 보통의 만족도를 나타냈다. 활어회의 ‘영양가’ 수준에 대한 만족도는  $F(d.f.=3,480)=3.49, p < .05$ 로 유의미한 차이가 있었다. 사후분석 결과 다른 지역에 비해 충남권이 상대적으로 낮은 만족도를 보였으나, 보통 수준이었다.

다음으로 활어회의 ‘중량’ 수준에 대한 만족도 차이분석 결과  $F(d.f.=3,480)=6.03, p < .00$ 로 유의미한 차이가 나타났다. 사후분석 결과를 보면 ‘충남권’과 ‘호남권’ 간에 극명한 차이를 보였다. 특히 다른 지역에 비해 충남권의 만족도는 가장 높았으나, 호남권은 보통 이하로 낮았다.

다음은 지역과 활어회의 소비횟수와 관계가 있는지에 대해 검증한 결과  $\chi^2(18)=52.695, p < .001$ 으로 유의한 것으로 나타났다. <표 8>은 분석결과를 정리한 것으로 지역에 따라 활어회의 섭취 횟수에 차이가 있었다.

<표 8> 지역에 따른 활어회 섭취횟수간의 관련성

구분		지역별				
변인	내용	수도권	영남권	호남권	충남권	전체
활어회의 소비횟수	일주일에 1회 이상	21	15	2	1	39
	한 달에 2~3회	50	48	9	2	109
	한 달에 1회	76	48	10	10	144
	두 달에 1회	54	16	1	4	75
	일 년에 3~4회	41	15	5	9	70
	일 년에 1~2회	22	8	8	9	47
	전혀 먹지 않음	7	8	0	1	16

$\chi^2(18)=52.695***$

주:  $p < .05**$ ,  $p < .001***$

지역별로 살펴보면 영남권은 '일주일에 1회 이상' 활어회를 섭취한다고 응답한 사람이 가장 많았다. 다음으로는 수도권이 '한 달에 2~3회 정도' 활어회를 섭취한다고 했으며, 호남권과 충청권의 경우는 '한 달에 1회 정도' 활어회를 섭취한다고 응답한 사람이 많았다.

마지막으로 인구통계학적인 집단 특성에 따라 활어회를 구입하는 결정 요인들에 차이가 있는지 알아보려고 했다. 소비결정에 영향을 미칠 것이라고 가정한 8가지(가격, 어종, 중량, 원산지, 판매자 권유, 맛, 신선도, 영양가) 요인들 중 가장 영향력이 큰 요인과 상대적으로 적은 요인이 무엇이며, 소비자의 특성에 따라 각각의 요인들이 미치는 중요도에 어떤 차이가 있는지 검증하기 위해 군집분석과 평균차이검증을 실시했다. 우선 499명의 응답자들을 상호 관련성이 있는 서로 동질적인 집단인 군집(cluster)으로 분류했다. 분석을 위해 사전에 군집수를 3개로 지정하고 관찰치들 사이의 거리를 이용해 주어진 기준을 최적화 하도록 구현하는 최적분리 군집방법인 k-means 군집분석을 이용했다. 활어회의 구입 시 고려요인에 따라 집단을 구분할 수 있는지 군집분석한 결과는 <표 9>와 같다. 분석결과 3개의 군집으로 구분되었고, 1군집은 113명, 2군집은 224명, 3군집은 162명으로 구성되었다. 3개의 군집은 집단 간에는 서로 이질적인 특성을 가지고 집단 내의 응답자들은 서로 동질적인 특성을 가지게 되었다. 각 군집들의 특성을 알아보기 위해 인구통계학적인 변수들과의 교차분석을 실시한 결과, 성별( $\chi^2(2)=20.475, p<.001$ )과 직업( $\chi^2(12)=21.489, p<.001$ )변수만이 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 그 외에 연령별, 지역별, 소득별간에는 차이가 나타나지 않았다.

이를 바탕으로 각 군집의 특성에 대해 요약했다. 군집 1의 경우에는 상대적으로 남성의 성별 비율이 높고, 직업이 없는 무직비율이 높은 집단의 특성을 가진 것으로 나타났다. 군집 2는 군집 1과 같이 남성의 비율이 높았고, 직업은 사무·기술직에 종사하는 사

<표 9> 각 군집별 인구통계학적 특성

변인	내용	1군집	2군집	3군집	전체
성별	남성	61	126	55	242
	여성	52	98	107	257
$\chi^2(2)=20.475***$					
직업별	가정주부	28	56	67	151
	사무·기술직	25	61	30	116
	자영업	20	39	23	82
	학생	15	29	13	57
	무직	15	21	10	46
	서비스직	6	10	10	26
	기타	3	7	8	18
$\chi^2(12)=21.489***$					

주:  $p<.05**$ ,  $p<.001***$

람들이 많은 집단으로 구분되었다. 마지막으로 군집 3은 여성 비율이 높고, 직업은 가정주부가 상대적으로 많은 특성을 보였다.

위의 군집분석 결과를 바탕으로 군집을 독립변수로 소비결정 요인의 중요성 정도를 종속변수로 평균차이 비교검증을 실시했다. <표 10>에 최종적으로 각 군집에 따라 활어회의 소비결정 요인에 차이가 있는지 검증한 결과를 정리했다. 분산분석을 실시 전에 등분산성 가정이 만족되는지 levene의 등분산성을 검증한 결과  $p>.05$ 로 분산분석 결과를 해석하는 데 무리가 없는 것으로 판단되었다. 군집에 따라 가격 중요성에 차이가 있는지 분석한 결과 ( $F(d.f.=2,496)=38.71, p<.00$ )로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 사후분석 결과 군집 1이 상대적으로 가장 낮은 중요성을 나타냈고, 군집 2, 3은 활어 구입 시 상대적으로 '가격'을 중요한 요인으로 고려하는 것으로 나타났다.

활어회의 구입 시 '어종' 과 '중량' 의 중요성에 대해 차이가 있는지 분석한 결과 ( $F(d.f.=2,496)=101.36, p<.00$ ), ( $F(d.f.=2,496)=39.02, p<.00$ )로 모든 군집에서 유의미한 차이가 나타났다. scheffe 분석을 통해 사후 분석한 결과 '가격' 요인과 같은 결과가 산출되었다. 두 요인 모두 군집 1은 상대적으로 중요성 정도가 가장 적었고, '어종' 의

<표 10> 각 군집별 활어회의 소비결정 요인

구입시 고려요인	구분	N	평균	표준편차	F값	사후분석(scheffe)
가격	1군집	113	3.2	0.8	38.71***	1군집<2,3군집
	2군집	224	4.0	0.7		
	3군집	162	3.8	0.7		
어종	1군집	113	3.0	0.8	101.36***	1군집<2,3군집
	2군집	224	3.9	0.5		
	3군집	162	4.0	0.6		
중량	1군집	113	3.0	0.7	39.02***	1군집<2,3군집
	2군집	224	3.6	0.7		
	3군집	162	3.7	0.7		
원산지	1군집	113	3.3	0.9	73.85***	1군집<3군집
	2군집	224	3.7	0.8		
	3군집	162	4.4	0.6		
판매자 권유	1군집	113	3.3	0.8	253.88***	1군집<3군집
	2군집	224	2.4	0.6		
	3군집	162	3.8	0.5		
맛	1군집	113	4.0	0.7	41.49***	1군집<2,3군집
	2군집	224	4.5	0.5		
	3군집	162	4.6	0.5		
신선도	1군집	113	4.4	0.6	22.79***	1군집<2,3군집
	2군집	224	4.7	0.4		
	3군집	162	4.8	0.4		
영양가	1군집	113	3.4	0.8	61.58***	1군집<3군집
	2군집	224	3.7	0.7		
	3군집	162	4.3	0.6		

주:  $p<.05$ \*\*,  $p<.001$ \*\*\*

중요성에 대해서는 군집 2, 3에서 매우 높은 것으로 나타났다.

다음으로 ‘원산지’ ( $F(d.f.=2,496)=73.85, p<.00$ )와 ‘판매자 권유’의 중요성( $F(d.f.=2,496)=253.88, p<.00$ ) 및 ‘영양가’ 중요성( $F(d.f.=2,496)=61.58, p<.00$ )에 대한 차이 분석결과도 모두 유의미한 것으로 나타났다. 위의 세 가지 요인 모두 사후 분석결과 ‘판매자의 권유’의 중요성에 대해 군집 1은 보통 이하로 중요성이 낮았던 반면, 나머지 두 요인에 대해서는 보통 수준의 중요성을 보였다. 그러나 군집 3의 경우에는 3가지 요인 모두 활어회의 구입 시 매우 중요하게 영향을 미치는 것으로 나타났다.

나머지 ‘맛’ ( $F(d.f.=2,496)=41.49, p<.00$ )과 ‘신선도’에 대한 중요성 ( $F(d.f.=2,496)=22.79, p<.00$ )에서도 군집에 따라 유의미한 차이가 나타났고, 사후 분석결과 3개의 군집 모두 높은 수준을 보였다.

그러나 상대적으로 군집 1의 중요성 정도가 군집 2, 3에 비해 낮은 것으로 나타났다. 이처럼 8가지의 소비결정 요인에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 군집 1은 활어회를 구입할 때 상대적으로 모든 고려요인에 대한 중요도가 낮은 집단으로 나타났다. 또한 군집 2는 활어회 구입 시 ‘가격’, ‘어종’, ‘중량’, ‘맛’, ‘신선도’를 상대적으로 중요하게 고려하는 집단이며, 마지막으로 군집 3은 ‘원산지’나 ‘판매자의 권유’, ‘영양가’를 중요하게 고려하는 집단으로 나타나 군집 1의 결과와 비교적 큰 차이를 보였다. 특히 군집 3인 여성의 경우에는 활어회 구입 시 활어회의 고유 정보보다 외부정보에 의존해 구입할 의사가 남성보다 더 높다는 사실을 유추해 볼 수 있다.

### 3. 결과 토의

이상의 결과를 바탕으로 활어회의 소비확대 방안에 대해 다음과 같은 결과 토의를 도출했다. 첫째, 활어회의 외식소비 비율이 절대적인 결과를 보인 가운데 내식소비의 활성화도 동시에 추진해 나가야 한다. 소비특성상 내식보다 외식을 선호하는 경향이 뚜렷이 나타나고 있어 쉽게 소비패턴이 바뀌지 않을 것으로 보인다. 따라서 향후에도 지속적으로 외식을 통해 활어회의 소비가 이루어질 수 있도록 다양한 요리 개발과 외식산업의 비중을 확대해 나가야 할 것으로 보인다. 현재 정부에서 추진 중인 ‘한식세계화’에도 활어회가 일정한 시장점유율을 점유해 나갈 수 있도록 정부의 적극적인 지원과 업계의 관심이 필요하다. 한편 활어회의 낮은 내식비율을 높일 수 있는 방안도 동시에 강구되어야 한다.

국내에서 생산되는 주요 양식어류는 대형마트 등에서 대량으로 추구하는 제품 조달 전략에 부합되는 점이 상당수 존재하는 만큼 대형마트 등에서 적극적으로 활어회 판매를 유치할 수 있도록 분위기 조성이 필요하다. 전국에 407개(2009년 기준) 대형마트 활어회의 코너를 효율적으로 활용할 경우 내식소비를 확대해 나가는데 효과적일 것이다.

이는 활어회의 소비자 구매율을 높이는 동시에 잠재 고객층을 발굴하고, 내식소비 확대도 함께 추진해 나갈 수 있어 일석이조의 효과를 얻을 수 있다. 그러나 국내 활어의 잦은 가격변동 등으로 공급이 원활히 이루어지지 않는 사례가 많다. 이러한 수급불균형은 국내 양식업계의 발전은 물론 활어회의 소비 확대에도 걸림돌로 작용될 수 있어 안정적인 공급체계 구축이 무엇보다 필요한 시점이다.

둘째, 지역별 소비성향에 맞춘 활어회의 마케팅 전략이 수립되어야 한다. 분석결과에서 알 수 있듯이 내륙에 위치한 충청권의 경우 활어회의 소비횟수가 상대적으로 적었으며, 활어회의 가격, 맛, 신선도, 중량에 대해서도 다른 지역에 비해 높게 나타났다. 지역축제<sup>4)</sup> 등 활성화를 통해 지역민이 소비 기회를 자주 접할 수 있도록 해야 하며, 적극적인 홍보가 필요하다. 특히 충청권은 수도권과 3시간 이내에 떨어진 곳에 위치하고 있어 비교적 타 지역에 비해 접근성이 용이하기 때문에 지역민보다 지역축제 등에 외부인의 참여율이 높은 편이다. 반면 수도권과 영남권의 경우에는 외식 시 활어회의 소비 장소가 명확한 차이를 보여 지역특색에 맞춘 다양한 요식업체 발굴과 수요 창출을 위한 지역적 마케팅 전략을 구축해 나가야 한다.

셋째, 활어회의 소비결정 요인에 맞춘 소프트웨어적인 기능을 강화할 필요성이 제기된다. 남성과 여성 그리고 경제활동의 유무에 따라 활어회의 소비결정 요인에 대해 각각 다른 결과를 얻었다. 이를 통해 여성의 경우에는 활어회를 구입할 때 활어회의 자체 특성보다 외부정보를 더 중요하게 고려하는 것으로 해석된다. '원산지'와 '영양가' 등이 가족 식단과 직결된다는 점을 고려하면 주부의 소비특성이 잘 반영되었다. 향후 활어회의 지속적인 소비확대를 위해서는 '원산지표시 강화'는 물론 '식품의 안전성'에 대한 철저한 시스템 구축을 통해 활어회의 신뢰성을 높이기 위한 노력이 요구된다.

#### IV. 결 론

회 소비는 일본과 한국에서만 볼 수 있을 정도로 독특하며, 더욱이 활어 상태로 회를 소비를 하는 곳은 세계 어디에서도 쉽게 찾아 볼 수 없을 만큼 독창적이다. 이러한 식습관을 갖춘 우리나라로서는 활어회의 소피패턴을 지속적으로 파악해 소비확대와 연계될 수 있도록 정책을 수립해 나가야 한다. 따라서 본 연구에서는 인구통계학적 변수들을 통해 소비결정 요인에 대해 분석해 보는 데 의미가 있다.

첫째는 내식(16.7%)보다 외식(83.3%)소비 비중이 상대적으로 높게 나타나 기존 문헌

4) 이승우 외(2008), 어촌관광을 통한 어촌 활성화 방안에 따르면, 어촌지역에서 매년 개최되는 지역축제는 전국에 72개가 있으며, 지역민의 참여율이 높지 않은 것으로 나타났다. 특히 어촌관광을 실시하고 있는 지역에 거주하는 마을주민의 어촌관광 사업 참여율이 25% 이하는 33%, 26~50% 이하는 37%로 나타나 전체의 60% 가량을 차지해 실제 대부분의 거주민의 절반 이하만이 참여하는 것으로 조사되었다.



연구와 동일한 결과를 도출했다. 성별로는 경제활동이 많은 남성의 외식비율이 여성에 비해 높게 나타나 외식 시 남성들이 활어회를 더 많이 소비하고 있으며, 연령별로는 40대에서, 직업별로는 자영업자, 지역별로는 수도권에서 활어회를 외식으로 소비하는 비율이 상대적으로 높게 나타났다. 한편 외식할 때의 장소와 섭취용도와의 관련성에서는 친구모임으로 활어회를 소비할 경우 대형횃집, 도·소매시장 내 횃집을 주로 이용한 반면, 가족과 함께 외식할 경우에는 바닷가 횃집 또는 소규모 횃집을 이용했다.

둘째는 활어회의 소비에 있어 지역 간 위치적인 특성에 따른 활어회 소비의 만족도에 대해 차이가 있는지 종속변수(가격, 맛, 신선도, 영양가, 중량) 5가지를 검증한 결과, '가격'에 대한 만족도는 호남권을 제외한 대부분의 지역에서 높게 나타났고, '맛', '신선도'에 대한 만족도는 충청권이 가장 높았다. 그러나 '영양가'에 대한 만족도는 가장 낮은 것으로 나타났다. '중량'에 대한 만족도는 충청권이 가장 높았고, 호남권이 가장 낮아 극명한 차이를 보였다. 지역별 활어회의 소비횟수도 영남권은 '일주일에 1회 이상' 활어회를 섭취한다는 응답이 가장 많았고, 그 이외 지역은 수도권, 호남권, 충청권 순으로 나타났다. 내륙에 위치한 충청권의 경우 활어회의 소비기회가 많지 않기 때문에 활어회의 만족도(가격, 맛, 신선도, 중량)가 타 지역에 비해 상대적으로 높게 나타난 것으로 해석된다.

셋째는 집단 특성에 따른 활어회의 소비결정 요인(가격, 어종, 중량, 원산지, 판매자 권유, 맛, 신선도, 영양가) 8가지에 차이가 있는지 검증했다. 집단 1은 남성의 비율이 높고, 무직비율이 높은 집단으로 활어회 소비 고려요인에 대한 중요도가 다른 집단에 비해 낮게 나타났다. 이는 활어회의 소비결정에 있어 경제활동의 유무가 매우 중요하게 작용하고 있음을 시사한다. 집단 2는 남성 비율이 높고, 직업은 사무·기술직에 종사하는 사람들이 많은 집단으로 '가격', '어종', '중량', '맛', '신선도' 등 활어회를 구입할 때 중요한 요소로 간주하는 것으로 나타났다. 집단 3은 여성 비율이 높고, 가정주부가 많은 집단으로 '원산지', '판매자 권유', '영양가' 등을 활어회의 구입 시 중요하게 고려했다. 성별과 경제활동 유무에 따라 활어회의 소비결정에 있어 미치는 요인이 각각 다르게 작용했다.

끝으로 본 연구의 한계점에 대해 제시하고자 한다. 우선 활어회의 소비가 소득별로 큰 차이가 있다는 것은 기존 연구에서도 밝혀지고 있다. 그러나 본 연구의 분석결과 인구통계학적인 요인들 중 소득수준은 활어회의 소비결정에 영향력을 미치지 않는 것으로 나타나 한계점으로 지적된다. 따라서 향후에는 소득을 고려한 활어회의 소비와의 관련성에 대해 정확한 분석이 이루어져야 할 것이다. 둘째는 활어회의 소비에 대한 선행 연구들이 전무한 상황 속에 연구가 이루어졌다. 특히 소비결정 요인에 있어 수산업 관측센터에서 수행한 설문결과를 바탕으로 분석이 이루어져 시계열적인 자료 분석이

불가능했다. 향후 연구에는 종단적 연구 설계에 맞는 설문지 제작이 이루어져야하고, 논문의 목적에 부합되는 설문지 제작을 통해 보다 정확하고 안정적인 결과 분석이 이루어져야 할 것이다. 또한 활어회의 소비에 관해 전문가 집단의 면밀한 의견수렴과 함께 고려요인 항목에 대해서도 정량적으로 항목간의 민감도를 분석해 설문지의 타당도를 높여야 할 것이다.

## 참고문헌

- 강현철 · 한상태 · 김기영 · 전명식, 예제로 배우는 SAS 다변량 자료분석 입문, 자유아카데미, 2005, pp.175-187
- 김경희 · 김경민, “식생활라이프스타일에 따른 중국소비자의 한식 소비행태에 관한 연구”, 식품유통연구, 제 27권 제1호, 2010, pp.41-62.
- 김기영 · 전명식, 다변량 통계자료분석, 자유아카데미, 2002, p.24, pp.235-238.
- 김성귀 외, “양식어류의 소비패턴에 관한 연구”, 수산경영론집, 제 34권 제2호, 2003, pp.53-73.
- 박철영 · 이상고, “AHP-군집분석을 이용한 주요어종의 자원감소 원인 비교분석에 관한 연구”, 수산경영론집, 제 40권 제3호, 2009, pp.127-146.
- 배미경, “저소득층과 고소득층의 소비결정 함수 분석”, 소비자학연구, 제9권 제4호, 1998, pp.83-100.
- 이승우 외, “어촌관광을 통한 어촌 활성화 방안”, 한국해양수산개발원, 2008. 12.
- 유충렬, “회문화론”, 수산경영론집, 제 17권 제2호, 1986, pp.37-63.
- 정명생, “양식활어의 수요분석에 관한 연구”, 식품유통연구, 제20권 제2호, 2003, pp.89-108.
- 정명생 · 임경희, “활어의 소비구조 분석에 관한 연구”, 한국해양수산개발원, 2003. 12.
- 조영제 외, “부산시민을 대상으로 한 생선회 선호도 실태 및 소비촉진 방안”, 수산해양교육연구, 제17권 3호, 2005, pp.413-426.
- 한국해양수산개발원, 어류 관측월보, 한국해양수산개발원 수산업관측센터, 2008, 2009, 9월호.
- 황기형 외, “양식어류의 소비변화 분석과 대응방안 연구”, 한국해양수산개발원, 2008. 12.
- 허명희, 사회과학을 위한 다변량자료분석, 자유아카데미, 2002, p.112.
- 大日本水産會, 水産物を中心とした消費に関する調査, 2002.
- 秋谷重男, 日本人は魚を食べているか, 北斗書房, 2007.
- Cheng, H. and Capps, Jr. O., “Demand analysis of fresh and frozen finfish and shellfish in the United States,” *American Journal of Agricultural Economics*, Vol.70, 1988, pp.533-542.
- Douglas, E., Proceeding of the 26th Annual Conference of the American Council on Consumer Interest, 1980, pp.41-46.
- Herrmann, R. O., Rauniyar, G. P., Hanson, G. D. and Wang, G., “Identifying frequent seafood purchasers in the Northeastern U.S.,” *Agricultural and Resource Economics Review*, Vol.23, 1994, pp.226-235.
- Keynes, J. M. “The general theory of employment, interests and money, London : Macmillian,” *Alfred Marshall, in Essays in Biography, New York : Macmillan*. 1993.
- Kumar, G., Quagraine, K. and Engle, C., “Factors that influencing frequency of purchase of catfish by U.S. households in selected cities,” *Aquaculture Economics and Management*, Vol.12, 2008, pp.252-267.
- Linda F. A., Thomas D. Donley., “The low-income consumer,” *Sage publications, London, New Delhi.*, 1996.

## **A study on determinants of Sasimi Consumption in Korea**

Eun-Young Baek and Ae-Jung Kim

### **Abstract**

The purpose of this study is to identify specific patterns of Sasimi consumption in Korea using cluster analysis. The data applied in the analysis were collected from five major cities in Korea through telephone interview with trained surveyors.

This study investigated three major topics;

1. Korean people prefer to eat Sasimi at the restaurants rather than at-home.
2. The quality of Sasimi is different according to where the eating place is located such as seaside or inland.
3. Determinants of Sasimi Consumption are different according to population characteristics, sex or occupation.

The main findings of the study can be summarized as following three points.

Firstly, Koreans preferred to eat Sasimi out 83.3% of respondents chose eat-out rather than eat-at-home. These are especially popular with men, 40' years older, self-employed, lived in capital area.

Secondly, satisfaction level of Sasimi consumption was good in Choong-Cheung province. Since Chung-Cheong Province was located in the inland, the chance to eat Sasimi is lower than seaside.

Thirdly, consuming decision factor of Sashimi was different across groups. None of decision factors take effect on Group 1 while indigenous variable of Sashimi has effect on Group 2 and external variable has effect on Group 3.

Therefore, in order to increase Sashimi consumption, it is necessary to at-home consumption of Sashimi should be improved. Moreover, it is necessary to develop marketing strategy which fits in regional characteristics and to have government assistance.

Key words : Sasimi, Determinants of Sasimi Consumption, Consumption expansion