

국내 거주 외국인의 음식 선택 동기에 관한 연구

김선주 · 조미희 · 이경희*
경희대학교 외식경영학과

A Study on Motives Behind Food Choices of Foreigners Living in Korea

Sun-Joo Kim, Mee-hee Cho, Kyung-Hee Lee*

Department of Food Service Management, Kyunghee University

Abstract

A number of factors are thought to influence people's food choices, and there has recently been an increasing emphasis on understanding the consumer's motives behind choice of food types. For one thing, an individual's personal food-related tastes are thought to certainly influence personal food choice. This study aimed to discover the new motives for food, and what motives determine the food choice of foreigners living in Korea. Subjects (N=210) completed a Food Choice Questionnaire (65 questions) measuring specific motives and sociodemographic conditions (9 questions). Factor analysis and ANOVA were used to ascertain the food choice motives. Fourteen factors emerged, which were labeled health, mood, convenience, sensory appeal, natural content, price, weight control, familiarity, political value, ecological protection, and religion. We also found that motives for new food choices include national image and information, ethnic food, and sanitation. Items were analysed to determine differences according to nationality, religion, occupation, and length of residence in Korea. All subjects thought sanitation is the most important motive in choice of food, and health, natural content, and ethnic food were also important.

Key Words: food choice motives, foreigners living in Korea, new motives for food

1. 서 론

소비자가 음식을 선택할 때에는 많은 요소가 선택 동기에 영향을 미치며 매우 복잡한 과정으로 나타난다(Eertmans 등, 2005). 이러한 소비자의 음식 선택에 대한 복합적인 과정은 Steptoe 등(1995), Furst 등(1996), Lindeman & Vaananen(2000), Magnusson 등(2003) 다수의 연구 결과를 통하여 나타났다. 음식선택동기(food choice motives)란 맛, 가격, 이용경험 등으로 이루어진 음식을 선택하는 개인적 동기 요인들을 일컫는 변수를 말하며, 이는 음식 선택에 영향을 미친다(Chen 2007).

음식을 선택하고 결정하는데 영향을 주는 요인은 크게 식품 내재적인 자극 또는 식품의 감각적인 요소와 같은 식품 요인과 식품의 외재적인 자극 또는 인지적 정보, 물리적 환경, 개인적 특성 등의 비식품 요인 두 가지로 나누어진다(Eertmans 등 2005). 비식품적인 요인은 음식의 선택 과정에 영향을 미치며, 음식에 대한 개인적인 선호, 성격, 인구 통계적 특성, 음식에 대한 심리적·생리적인 욕구 등이 포함된다. 특히 1990년대부터는 건강과 식습관과 관련된 태

도, 신념에 대한 연구가 꾸준히 증가하였으며(Steptoe 등 1995), 비식품적 요인들에 대한 관심의 증가는 소비자의 음식 선택이 단지 감각적인 요인에 의하여 이루어지는 단순한 과정이 아니며, 다양한 요인들이 작용하는 복합적인 과정을 시사한다고 하였다(Park & You 2007).

소비자의 개성(personality), 자아개념(self-concept), 라이프스타일(lifestyle) 등과 같은 개인 특성 변수들은 제품의 선택에 영향을 미치는 변수이다(Lee & Hong 2001). 음식 선택에 있어서도 소비자들은 자신들의 심리적, 생리적 특성에서 비롯된 욕구와 선호에 기반하여 음식을 선택한다(Furst 등 1996). 구체적으로, 소비자의 개인적인 관심이나 특성은 가치의 변화를 통하여 개인의 음식 선택 기준에 영향을 미친다고 하였다(Chen 2007).

Tatjana 등(1986)은 독일인 식이행동 질문지(Dutch Eating Behavior Questionnaire: DEBQ)를 개발하였는데 섭식억제(restrained eating), 감정적 식이(emotional eating), 외부적 섭식(external eating) 이들 세 가지 항목에 대한 설문 내용을 33가지로 구성하여 섭식절제와 섭식 유형을 측정하였다. Steptoe 등(1995)은 개인이 평소 에 먹

*Corresponding author: Kyung-Hee Lee, Dept. of Food Service Management, Kyung Hee University, Seoul 130-701, Korea
Tel: 82-2-961-0847 Fax: 82-2-964-2537 E-mail: lkhee@khu.ac.kr

는 음식을 선택할 때 중요하게 여기는 여러 요인들을 연구하여 DEBQ를 바탕으로 분위기(mood)와 식품의 관능적 특성 요소를 도출하였으며, 건강, 편의성, 자연성분 함유, 가격, 체중조절, 친숙성, 윤리적 고려 등 9가지 요인이 포함된 36 문항의 음식선택질문지(FCQ: Food Choice Questionnaire)를 개발하였고, 이는 현재에도 많은 연구에 활용되고 있다. Lindeman & Vaananen(2000)은 윤리적인 식품 선택 동기에 관한 연구에서 Steptoe 등(1995)의 FCQ의 윤리적 고려(ethical concern) 항목을 생태환경보호, 정치적 가치, 종교로 세분화시켜 개발하였으며, 생태환경보호는 다시 동물 보호와 환경 보호로 나눴다. Chen(2007)의 유기농 식품과 관련된 소비자의 태도와 구매 의도에 관한 연구에서는 식품 선택 동기로 건강, 분위기, 편의성, 관능적 특성, 자연성분 함유, 가격, 체중 조절, 친숙성, 정치적 가치, 종교, 환경 보호, 동물 보호 등 12가지의 식품 선택 동기 요인이 연구에 사용되었다.

우리나라의 음식은 세계적으로 건강에 좋은 음식으로 인식되고 있으며, 에스닉 푸드(ethnic food) 시장의 급속한 확산과 한국 드라마의 성공으로 시작된 한류현상에 의하여 한국 음식 시장은 급성장하고 있다. 이에 발맞추어 정부는 한식 세계화라는 슬로건을 내걸고 각계각층의 다양한 협조 하에 세계화를 추진하고 있으며 성공적인 한식 세계화를 위해서는 한식을 선택하여 먹는 외국인의 음식 선택속성을 잘 이해하고 있어야 한다고 생각된다. 음식에 대한 가치관이나 맛의 평가는 오랜 기간 동안 한 지역에서 자연 환경에 적응하면서 다르게 형성되어온 문화적 배경이 바탕이 되므로 외국인의 음식 선택 속성과 입맛은 내국인과 매우 다르게 나타날 가능성이 높다. 또한, 우리나라는 2009년 5월 1일부로 「국민건강보호법」 제 39조에 의하여 외국인 환자를 유치할 수 있도록 법이 개정됨에 따라 본격적으로 외국인을 대상으로 한 의료관광을 유치할 수 있게 되었다. 의료관광은 관광의 한 부분으로 관광을 즐기면서 의료 또는 요양기관의 시설에서 숙박과 식사를 하게 되는데(Yoo & Kuk 2008) 의료기관에서 제공하는 음식이 종교, 정치, 문화적 배경 및 식습관 등의 차이로 외국인 환자의 입맛에 맞지 않으면 의료관광의 만족도를 떨어뜨려 의료관광객의 유치가 성공적으로 이루어질 수 없으리라 생각된다. 따라서 이와 같은 사업들이 성공적으로 이루어지기 위해서는 음식 선택 속성이 다른 외국인에 대하여 음식의 선택 동기를 연구할 필요가 있다. 그러나 지금까지의 많은 연구들은 음식을 선택할 때에 영향을 미치는 동기보다는 레스토랑 선택 속성을 밝혀내는데 치중하여 이에 대한 연구가 부족한 실정이다.

이에, 본 연구에서는 국내 거주 외국인을 대상으로 음식의 선택 동기를 연구하고자 Steptoe 등(1995)과 Lindeman & Vaananen(2000)의 연구에서 개발된 항목을 토대로 음식 선택에 영향을 미칠 수 있는 요인들에 대하여 알아보하고자 한다.

II. 연구내용 및 방법

1. 조사대상 및 시기

한국에 거주하고 있는 외국인 210명을 대상으로 설문조사 배경을 설명한 후 설문지를 배포하였으며, 2010년 2월 2일부터 2월 16일까지 실시하였다. 설문지는 한국어와 영어로 작성하여, 한국어나 영어 중 읽고 이해하기 쉬운 설문지를 선택하여 질문에 답하도록 하였다. 외국인이 설문을 어느 정도 이해하는지 확인하기 위하여 본 설문에 앞서 체류 기간이 다른 소수의 외국인을 대상으로 한글 및 영문 설문지를 이해하는데 어려움이 없는지 알아보는 절차를 거쳤다.

2. 조사내용

설문지는 음식 선택 동기에 대한 65문항과 인구통계학적 특성에 대한 9문항으로 구성되었다. 음식 선택 동기에 대한 항목 중 건강, 분위기, 편의성, 관능적 특성, 자연성분 함유, 가격, 체중 조절, 친숙성은 Steptoe 등(1995)의 연구를 참고로 하였고, 정치적 가치, 생태환경보호, 종교에 관한 항목은 Lindeman & Vaananen(2000)의 연구를 참고로 하여 작성하였으며, 지금까지 확인된 음식 선택 동기 외에 외국인의 음식 선택 동기와 관련성이 깊을 것으로 예상되는 요인으로써 국가이미지, 정보, 에스닉 푸드, 위생에 대한 항목을 추가하였으며 <Table 1>과 같다.

건강에 관한 문항은 음식 선택 시 건강에 좋은 음식을 비롯하여 5가지 문항에 대하여 얼마나 중요하게 생각하는지 물었으며, 분위기에 관한 문항은 삶의 기쁨이 되는 음식인지를 포함한 6문항, 편의성에 관한 문항은 조리하기 쉬운 음식인지 등 5문항, 관능적 특성은 맛, 외관, 냄새, 텍스처를 중요하게 생각하는지에 대한 4문항이었고, 자연성분 함유에 관한 문항은 첨가물이 들어있지 않은 음식인지를 비롯하여 3문항에 대하여 음식 선택 시 중요하게 생각하는지에 대한 질문이었다. 가격에 대한 문항은 가격이 싼지 비싼지, 가격 대비 가치가 높은 음식을 중요하게 생각하는지에 대한 3문항이었고, 체중 조절에 대한 문항은 칼로리가 낮은지에 대한 4문항이었고, 친숙성은 평소에 먹는 음식, 익숙한 음식이 음식 선택에 중요하게 생각되는지 등에 대한 4가지 질문을 하였다. 정치적 가치는 정치적으로 인정하는 나라의 음식인지 등 4문항, 생태환경보호 문항은 환경 친화적인 방법으로 포장된 음식인지에 대한 문항을 비롯하여 5문항, 종교에 관련된 문항은 종교에서 금지하는 음식 등 3문항이 음식 선택에 얼마나 중요한지를 질문하였다. 국가이미지에 대한 항목은 내가 잘 아는 나라에서 온 음식인지를 비롯한 4문항, 정보에 대한 문항은 대중 매체에 많이 나오는 음식인지 등 5문항에 대하여, 에스닉 푸드 항목은 다른 민족의 음식인지 등 5문항에 대하여 음식 선택에 얼마나 중요한지를 물었으며, 위생 문항은 위생적으로 조리한 음식인지 등 5문항이었다.

<Table 1> Contents of questionnaire about food choice motives

Variables	Contents	Variables	Contents
National image	NI 1. Food from country that I know very well	Sensory appeal	SA 1. Smells nice
	NI 2. Food from countries whose national image is great		SA 2. Looks nice
	NI 3. Food of the country in which my favorite sports have originated		SA 3. Has a pleasant texture
	NI 4. Food from countries that I like		SA 4. Tastes good
	Information	I 1. Often seen through mass media	Weight control
Mood	M 1. Helps me cope with stress	Political value	PV 1. Comes from a country I approve of politically
	M 2. Helps me to cope with life		PV 2. Has the country of origin clearly marked
	M 3. Helps me relax		PV 3. Comes from a country where human rights are not violated
	M 4. Keeps me awake/alert		PV 4. Prepared does not conflict with my political values
	M 5. Cheers me up	Ethnic food	EF 1. Is the ethnic food
	M 6. Makes me feel good		EF 2. Curiosity about food what I have never eaten before
Convenience	C 1. Is easy to prepare	Price	P 1. Is not expensive
	C 2. Can be cooked very simply		P 2. Is cheap
	C 3. Takes no time to prepare		P 3. Is good value for money
	C 4. Can be bought in shops close to where I live or work	Health	H 1. Good for health
	C 5. Is easily available in shops and supermarkets		H 2. Is nutritious
Sanitation	S 1. Is the food prepared in hygienic conditions	Familiarity	F 1. Is what I usually eat
	S 2. Is the food made from fresh ingredients		F 2. Is familiar
	S 3. Eating in a hygienic way		F 3. Is like the food I ate when I was a child
	S 4. The cleanliness of tablewares		F 4. People around me like it
	S 5. Check the shelf life		Natural content
EP 1. Is packaged in an environmentally friendly way	NC 2. Contains natural ingredients		
EP 2. Produced in a way that animals have not experienced pain	NC 3. Contains no artificial ingredients		
Ecological protection	EP 3. Is the food made from edible animal	Religion	
	EP 4. Prepared in an environmentally friendly way		
	EP 5. Produced in a way which has not shaken the balance of nature		
Religion	R 1. Is not forbidden by my religion		
	R 2. Is closely connected with religious ceremony		
	R 3. Is in harmony with my religious views (ex- Koshher, Halal)		

새롭게 추가된 선택 속성 중 하나인 국가이미지란 어떤 국가에 대하여 사람들이 가지고 있는 다양한 정보를 바탕으로 형성된 다차원적인 속성의 종합적이고 주관적인 심상이라고 할 수 있다(Clark & Terry 1990). 국가이미지는 제품에 대한 전반적인 이미지 평가에 영향을 주어 소비자의 구매의사 결정에 중요한 변수로 작용하며, 국가이미지를 구성하는 요인에 요리, 음식이 포함되므로(Moon 2007) 음식 선택에 있어서도 국가이미지는 영향을 미칠 수 있으리라 생각된다.

정보는 음식에 대한 체험, 홍보와 관련이 있는 문항으로 선행연구를 통하여 홍보, 체험 등을 경험하면 선호도에 영향을 미치며, 제품 구매와 같은 소비자 행동에 상당한 영향을 미친다는 것을 토대로 하였다. Oh 등(2003)은 특정 국가를 여행했던 사람들은 그렇지 않은 사람과 비교하였을 때 그 국가에 대하여 다른 견해를 보인다고 하였다.

에스닉 푸드는 민족음식이라고도 하며 각 나라의 고유한 음식을 일컫는 말로써 일반적으로 경험하지 못한 새로운 음식으로 여겨진다(Choi 2009). 이제는 전 세계적으로 음식에 대한 국경이 사라지고 있으며 새로운 음식에 대한 욕구를 에스닉 푸드가 충족시켜주고 있다. 이렇게 새로운 음식은 어디에서든 볼 수 있지만 새로운 음식을 소비하고 받아들이는 경향은 사람마다 차이가 크다(Ritchey 등 2003). 따라서 새로운 음식을 받아들이기 싫어하는 경향이 있는 사람은 음식을 선택할 때에 그 음식이 이국적이거나, 다른 민족의 음식이거나, 먹어본 경험이 없다면 망설이게 될 것이며, 이러한 요인을 중요하게 생각할 수 있으므로 에스닉 푸드 항목을 추가하였다.

음식을 먹는 방법에 있어 식사 위생은 음식에 있어 무엇보다 중요한 요소이다. Lee(2002)의 연구에 의하면 외국인들은 메뉴 선택에 있어 위생적인 요인을 상당히 중요시하고 있다는 것을 알 수 있었으며, 음식 문화의 차이로 위생에 대한 관점이 내국인과 매우 다를 것으로 생각되므로 위생이 음식 선택 동기에 중요한 항목이 된다고 사료되어 본 연구에서는 위생에 해당하는 항목을 추가하였다.

3. 통계분석

수집된 자료는 SPSS for window(version 16.0)로 요인 분석(factor analysis)을 수행하여 음식 선택 동기를 추출하였으며, 각 요인들의 신뢰성 분석(reliability analysis)을 실시하였다. 조사 대상자의 특성에 따른 추출된 요인의 평균 차이를 분산분석(ANOVA)하고, 사후 검증을 위하여 Duncan's multiple range test를 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반적 특성

인구통계학적 특성은 <Table 2>와 같이 성별, 연령, 결혼 여부, 국적, 종교, 직업, 한국 거주 기간, 학력, 소득에 대

<Table 2> Sociodemographic characteristics of subjects

Section	Variables	Frequency (persons)	Rate (%)
Gender	Male	107	51.0
	Female	103	49.0
Age (years)	Below 19	2	1.0
	20-29	69	32.9
	30-39	95	45.2
	40-49	36	17.1
	50-59	8	3.8
Marital status	single	118	56.2
	married	92	43.8
Nationality	Indonesia	103	49.0
	Japan	10	4.8
	China	7	3.3
	Philippines	57	27.1
	Cambodia	6	2.9
	Others	27	12.9
Religion	Christianity	51	24.3
	Buddhism	18	8.6
	Catholicism	75	35.7
	Islam	46	21.9
	Unification church	9	4.3
	Others	7	3.3
	None	4	1.9
Occupation	Student	42	20.0
	Office worker	6	2.9
	Sales · service man	8	3.8
	Technician	35	16.7
	Professional	10	4.8
	Independent businessman	1	0.5
	Public servant	19	9.0
	Housewife	49	22.3
	Unemployed	2	1.0
	Others	38	18.1
Length of residence in Korea	1-6 months	21	10
	7-12 months	16	7.6
	13 months-less than 5 years	102	48.6
	5-less than 10 years	52	24.8
	over 10 years	19	9.0
Educational background	~High school	97	46.2
	In or Graduate college	39	18.6
	In or Graduate university	33	15.7
	In or Graduate graduate school	41	19.5
Monthly income	under 1,000,000	81	38.6
	1,000,000-2,000,000	111	52.9
	2,000,000-3,000,000	15	7.1
	3,000,000-4,000,000	2	1.0
	4,000,000-5,000,000	1	0.5
Total		210	100

하여 조사하였다. 성별은 남성이 107명, 여성이 103명으로 유사하였으며, 연령은 30대가 45.2%로 가장 많은 것으로 나타났고, 미혼(56.2%)이 기혼(43.8%)보다 조금 더 많았다. 국적은 인도네시아(49.0%), 필리핀(27.1%)이 가장 많았고, 일본(4.8%), 중국(3.3%), 캄보디아(2.9%) 순으로, 그 외에

도 미국, 몽골, 러시아, 미얀마 등의 국적이 있었다. 종교는 천주교(35.7%), 기독교(24.3%), 이슬람교(21.9%), 불교(8.6%), 통일교(4.3%), 기타(3.3%), 무교(1.9%) 순이었으며, 기타로는 성공회교, 여호와의 증인 등이 있었다. 직업은 주부(22.3%)와 학생(20.0%)이 많은 수를 차지하였으며, 한국 거주 기간은 13개월~5년 미만(48.6%), 5~10년 미만(24.8%), 1~6개월(10.0%), 10년 이상(9.0%), 7~12개월(7.6%) 순으로 많았다. 학력은 고졸(46.2%), 대학원 재학 또는 졸업(19.5%), 전문대학 재학 또는 졸업(18.6%), 4년제 대학 재학 또는 졸업(15.7%) 순이었고, 월 수입은 100만원~200만원이 52.9%로 가장 높은 비율로 나타났다.

2. 설문항목 타당성 및 신뢰도 검증

음식 선택 동기에 대한 항목의 타당성을 검증하기 위하여 요인분석을 실시하였으며, 신뢰도 분석 결과는 <Table 3>과 같았다. 요인분석은 주성분분석을 이용하였으며, 회전방법은 varimax 직각회전방식을 사용하였고, 요인의 수는 아이겐 값 1.0 이상인 요인을 기준으로 추출하였다.

설문 항목을 요인분석 한 결과 에스닉 푸드(EF) 4번 문항인 '외국에서 먹어 본 경험이 있는 음식'은 단일 항목으로 추출되었기 때문에 제외시켰고, 관능적 특성(SA) 4번 문항인 '맛이 좋은 음식'은 체중조절(WC) 4번 문항인 '쉽게 배가 부르는 음식'과 같은 요인으로 추출되었으나 이 문항은 다른 요인보다 높은 상관관계를 나타내어 신뢰성이 낮았으므로 두 문항을 제거하였다. 또한 건강(H) 5번 '발효음식'과 분위기(M) 1번 문항 '스트레스 해소에 도움이 되는 음식'은 같은 요인으로 추출되었는데, 이 두 문항은 각각의 요인에서 제외된 문항이었으며, 두 문항 사이에 공통성을 찾기가 어려워 제외시켰다. 친숙성(F) 3번 문항 '어렸을 때 먹던 것과 비슷한 음식'은 정치적 가치 요인과 함께 추출되어 제거하였고, 친숙성 4번 문항인 '주변 사람들이 좋아하는 음식'은 생태환경보호 요인에 추출되었으며 다른 요인보다 비교적 높은 상관관계를 나타내어 요인의 신뢰성을 높이기 위하여 제거하였다. 에스닉 푸드 5번 문항 '이국적인 음식'은 에스닉 푸드를 나타내는 요인에 포함되었으나 다른 항목에 비하여 낮은 상관관계를 나타내었고 cronbach's α 값이 0.5 미만이었기 때문에 신뢰성을 높이기 위하여 이 항목을 제거하였다.

또한 국가이미지와 정보 요인의 항목들은 매우 신뢰도가 높은 0.884로 하나의 요인으로 묶였다. Lee & Lee(2008)의 연구에서 한식에 대한 체험 참여정도는 한국의 국가이미지에 긍정적인 영향을 미치며, 체험을 통하여 알게 된 사실로 인하여 음식을 선택하는 동기가 달라질 수 있다고 하였다. Oh 등(2003)은 특정 국가에 대한 여행이 그 국가에 대한 이미지를 형성하는데 있어서 중요한 요소로 작용할 수 있으며, 특정 국가를 여행했던 사람들은 그렇지 않은 사람과 비교하였을 때 그 국가에 대하여 다른 견해를 보인다고 하

였다. 이러한 선행 연구 결과와 유사하게 본 연구에서도 국가이미지와 그 국가에 대한 정보는 매우 밀접한 관련이 있기 때문에 한 요인으로 묶인 것으로 생각되어, 이 요인을 '국가이미지와 정보'라고 명명하였다.

따라서 설문항목 65문항이 총 17개의 요인으로 추출되었으나 신뢰할 수 있는 요인은 57문항의 14개 요인으로 정리되었으며, 8가지 문항을 제외하고 다시 요인분석을 수행한 결과 전체표본적합도(KMO) 값이 0.794, Bartlett의 구형성 검정 χ^2 값이 7122.048 ($p < 0.01$), 자유도는 1653으로 분석되었다. 요인들의 Cronbach' α 값이 모두 0.6 이상으로 측정 항목들의 신뢰도는 적당한 것으로 판단되었다.

3. 음식 선택 동기 차이 비교

민족, 종교, 직업에 따른 14가지 음식 선택 동기 요인의 차이를 비교하기 위하여 ANOVA test를 실시한 결과는 <Table 4>와 같았고, $p < 0.05$ 수준에서 모두 유의적인 차이를 나타내었다.

1) 민족에 따른 음식 선택 동기 차이

조사대상자 중 가장 높은 비율을 차지한 민족은 인도네시아인과 필리핀인이었다. 인도네시아인들은 음식 선택 동기 속성에 있어 위생과 자연성분 함유, 에스닉 푸드를 가장 중요하게 생각하였고, 필리핀 사람들은 위생, 에스닉 푸드, 건강, 자연성분 함유를 가장 중요한 요인으로 선택하였다. 국가이미지와 정보, 정치적 가치는 두 나라 모두 낮게 나타나 음식 선택에 큰 영향을 주지 않는 것으로 생각되었다.

음식을 선택할 때에 위생은 어느 나라 사람에게나 중요한 요인이라 생각된다. 인도네시아 사람들이 자연성분이 함유된 음식을 중요하게 생각하는 것은 이 나라가 풍부한 식량 자원을 가지고 있어(Park 등 2003) 산업화 된 나라에서 가공 식품을 활용하는 것에 비하여 자연성분이 많이 함유된 음식을 다양하게 이용하기 때문인 것으로 사료된다. 또한 필리핀의 경우 중국, 말레이시아, 스페인, 미국 등 동·서양의 문화가 혼합된 특유의 독특한 음식문화를 창조하고 있으므로(Moon & Son 2000) 특히 이국적인 음식인 에스닉 푸드가 음식 선택에 있어 중요한 동기로 나타났다고 생각된다.

2) 종교에 따른 음식 선택 동기 차이

조사 대상자의 종교는 천주교, 기독교, 이슬람교 순으로 많았으므로 이 세 종교의 음식 선택 동기 요인의 차이를 비교하였다. 기독교와 천주교는 위생, 자연성분 함유, 에스닉 푸드의 순으로 중요하게 생각하였으며, 이슬람교의 경우는 위생, 건강, 에스닉 푸드가 음식 선택에 가장 중요한 요인으로 생각하고 있어서 종교 간의 음식 선택 동기에 큰 차이가 없었다.

이슬람교를 비롯한 대부분의 종교는 음식을 가장 신성한 상태로 신에게 바치며, 신과의 교감을 얻기 위하여 건전한

<Table 3> Factor analysis according to food choice motives

Indicator	Factor loading														Cronbach' α
	NII ¹⁾	M	C	S	EP	R	SA	PV	D	H	P	EF	F	NC	
NI 1	.570														
NI 2	.649														
NI 3	.726														
NI 4	.714														
I 1	.772													0.884	
I 2	.768														
I 3	.705														
I 4	.673														
I 5	.571														
M 1		.770													
M 2		.721													
M 3		.783												0.862	
M 4		.685													
M 5		.661													
C 1			.809												
C 2			.794												
C 3			.673											0.858	
C 4			.622												
C 5			.688												
S 1				.743											
S 2				.518											
S 3				.754										0.826	
S 4				.720											
S 5				.832											
EP 1					.717										
EP 2					.700										
EP 3					.660									0.795	
EP 4					.633										
EP 5					.579										
R 1						.827									
R 2						.838								0.871	
R 3						.828									
SA 1							.799								
SA 2							.769							0.867	
SA 3							.761								
PV 1								.706							
PV 2								.580							
PV 3								.582						0.756	
PV 4								.705							
D 1									.754						
D 2									.839					0.797	
D 3									.769						
H 1										.659					
H 2										.618					
H 3										.386				0.704	
H 4										.584					
P 1											.779				
P 2											.825			0.792	
P 3											.628				
EF 1												.664			
EF 2												.664		0.698	
EF 3												.624			
F 1													.722		
F 2													.722	0.683	
NC 1														.505	
NC 2														.552	
NC 3														.741	
Eigen value	5.468	3.804	3.715	3.566	3.112	2.876	2.681	2.454	2.437	2.247	2.234	2.105	1.833	1.694	
²⁾ VAD (%)	9.458	6.558	6.405	6.148	5.366	4.959	4.623	4.232	4.202	3.874	3.630	3.852	3.160	2.920	

¹⁾NII: (N2)ational Image and Information, NI: National Image, I: Information, M: Mood, C: Convenience, S: Sanitation, EP: Ecological Protection, R: Religion, SA: Sensory Appeal, PV: Political Value, WC: Weight Control, H: Health, P: Price, EF: Ethnic Food, F: Familiarity, NC: Natural Content

²⁾VAD means Value of accumulated dispersion

정신을 유지시키고자 음식을 오염되지 않고 청결한 상태로 먹는 것을 중요한 규율로 가르쳐왔다(Kittler & Sucher 2000; Blech 2004; Riaz & Chaudry 2004). 따라서 위생 관념이 종교 생활과 더불어 자연스럽게 자리 잡아 왔을 것이며, 이와 같은 배경 때문에 종교에 따른 음식선택동기에 위생이 중요한 요인으로 도출된 것이라고 생각된다.

3) 직업에 따른 음식 선택 동기 차이

조사 대상자의 직업에 대한 인구통계학적 특성을 학생, 직장인, 가정주부로 구분하여 음식 선택 동기 요인의 차이를 비교하였는데, 직장인은 기타를 제외한 사무직, 판매·서비스직, 기술직, 전문직, 자영업, 공무원을 포함하였다.

학생, 직장인, 주부 모두 중요하게 생각하는 요인은 위생, 건강, 자연성분 함유로 나타났다. 모든 사람이 위생을 가장 중요한 요인으로 생각하였으나 학생의 경우 건강을 두 번째로, 직장인과 주부는 자연성분 함유를 두 번째 중요한 음식 선택 동기 요인으로 생각하고 있었다.

앞에서 분석한 14가지 음식 선택 동기 요인 중 본 연구의 목적에 부합하기 위하여 외국인의 음식 선택 동기와 밀접한 관련이 있을 것으로 생각되는 요인인 국가이미지와 정보, 에스닉 푸드, 위생 요인을 새롭게 추가하였는데, 연구 결과 위생과 에스닉 푸드는 국내 거주 외국인에게 매우 중요한 선택 요인인 것으로 밝혀졌다.

음식선택동기가 직업에 따라 어떻게 다르게 나타나는지를 보고한 연구는 아직 이루어지지 않았으나, Choi 등 (2002)의 서울시내 직장인의 식습관과 건강에 관한 연구에서 직업에 따라 식사 시 소요시간, 식욕상태, 아침 식사 빈도수, 간식 횟수, 식사량, 건강보조식품 섭취 등의 식생활 태도에 집단 간의 유의적인 차이가 있다고 한 바와 같이 직업에 따른

식생활의 차이가 결국 음식선택동기에도 영향을 미칠 것으로 사료된다.

4) 한국 거주 기간에 따른 음식 선택 동기 차이

거주 기간에 따른 음식 선택 동기는 한국에 6개월 이내 거주한 외국인은 위생, 자연성분 함유, 건강, 에스닉 푸드를 음식 선택 동기의 중요한 요인으로 생각하였으며, 7-12개월, 5-10년 미만 두 그룹의 외국인들은 위생, 에스닉 푸드, 자연 성분 함유를, 13개월-5년 미만 거주한 외국인은 위생, 건강, 자연성분 함유를 가장 중요하게 생각하였다. 한국에 10년 이상 거주한 외국인은 위생, 자연성분 함유, 편의성 순으로 중요하게 생각하고 있었으며, 국가정보와 종교는 중요하지 않았다. 외국인의 거주 기간에 따른 음식 선택 동기를 비교한 결과 모든 그룹에서 위생과 자연성분 함유를 중요하게 생각하였으며, 10년 이상 거주한 외국인을 제외하고는 거주 기간에 따라 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

Sul 등(2007)은 국내 거주 중국인과 영어권 외국인을 대상으로, 한국 거주기간 및 한류문화에 대한 인지도가 한국 음식에 대한 이해와 선호에 영향을 미치는지 분석하였는데, 그 결과 한국 거주 기간이 증가할수록 한국음식에 대한 이해가 증가하였고, 한국음식의 기본 특성에 대한 지식이 증가할수록 한국음식에 대한 선호도 역시 증가하는 것으로 밝혀져 거주 기간과 음식에 대한 태도가 달라진다는 것을 알 수 있었다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 국내 거주 외국인을 대상으로 음식의 선택 동기를 연구하고, 민족, 종교, 직업에 따른 음식 선택 동기 요

<Table 4> Food choice motives according to nationality, religion and occupation

Factor	Nationality		Religion			Occupation			Length of Residence in Korea				
	Indonesia	Philippines	Christianity	Catholicism	Islam	Students	Employee	Housewife	1-6 months	7-12 months	over 1-5 years	over 5- 10 years	over 10 years
NII ¹⁾	2.69 ^f	3.45 ^f	3.24 ^j	3.24 ^j	3.43 ^h	3.40 ^g	3.37 ⁱ	3.43 ^f	3.28 ^d	3.45 ^f	3.39 ^h	3.47 ^e	3.53 ^h
M	4.94 ^c	5.50 ^{abc}	4.99 ^{def}	4.99 ^{ef}	5.31 ^{bcde}	4.91 ^{de}	5.14 ^{cde}	5.20 ^d	4.58 ^d	5.35 ^{abcd}	5.12 ^{de}	5.29 ^{bc}	5.35 ^{cde}
C	5.13 ^c	5.41 ^{bc}	5.16 ^{de}	5.16 ^{def}	5.41 ^{abcd}	4.93 ^{de}	5.35 ^{bcd}	5.44 ^{bcd}	5.69 ^a	5.13 ^{bcd}	5.19 ^d	5.28 ^{bc}	6.14 ^{abc}
S	6.18 ^a	6.06 ^a	6.22 ^a	6.22 ^a	5.95 ^{ab}	6.20 ^a	6.20 ^a	6.16 ^a	6.39 ^a	6.23 ^a	6.21 ^a	5.94 ^a	6.58 ^a
EP	4.46 ^d	5.50 ^{abc}	4.97 ^{ef}	4.97 ^{ef}	5.27 ^{bcde}	4.90 ^{de}	4.94 ^{def}	5.01 ^d	4.27 ^{bc}	5.08 ^{bcd}	4.95 ^{de}	5.03 ^c	4.61 ^{efg}
R	4.33 ^d	4.29 ^e	4.35 ^{gh}	4.35 ^{gh}	4.33 ^b	4.27 ^f	4.58 ^{gh}	3.78 ^{ef}	4.34 ^{bc}	5.18 ^{bcd}	4.33 ^g	3.95 ^{de}	3.61 ^h
SA	4.32 ^d	5.39 ^{bc}	4.70 ^{fg}	4.70 ^{fg}	4.99 ^{def}	4.70 ^{def}	4.46 ^{gh}	5.14 ^d	4.46 ^{bc}	4.62 ^{de}	4.76 ^{ef}	4.93 ^c	5.05 ^{def}
PV	3.50 ^e	3.79 ^f	5.33 ^{cde}	5.33 ^{cde}	5.05 ^{cdef}	3.55 ^e	3.68 ^g	4.02 ^e	4.92 ^b	5.72 ^{abc}	5.33 ^{cd}	5.28 ^{bc}	5.61 ^{bcd}
WC	3.50 ^e	5.02 ^{cd}	3.69 ⁱ	3.69 ⁱ	3.62 ^h	5.16 ^{cd}	5.25 ^{cde}	5.38 ^{cd}	3.70 ^d	3.80 ^{ef}	3.70 ^h	3.81 ^e	3.82 ^{gh}
H	5.27 ^c	5.89 ^{ab}	5.62 ^{bcd}	5.62 ^{bcd}	5.84 ^a	5.90 ^{ab}	5.73 ^b	5.79 ^{abc}	5.74 ^a	4.95 ^{cd}	5.59 ^{bc}	5.29 ^{bc}	5.96 ^{abc}
P	4.26 ^d	4.64 ^{de}	4.09 ^{hi}	4.09 ^{hi}	4.47 ^{fg}	4.42 ^{ef}	4.38 ^h	4.30 ^e	4.85 ^b	3.97 ^{ef}	4.44 ^{fg}	4.41 ^d	4.19 ^{fgh}
EF	5.73 ^b	6.04 ^a	5.81 ^{abc}	5.81 ^{abc}	5.75 ^{ab}	5.62 ^{bc}	5.52 ^{bc}	5.40 ^{cd}	5.72 ^a	6.04 ^{ab}	5.77 ^b	5.46 ^{abc}	5.84 ^{abcd}
F	4.92 ^c	4.46 ^e	4.72 ^{fg}	4.72 ^{fg}	4.73 ^{efg}	4.59 ^{def}	4.88 ^{efg}	4.87 ^d	4.69 ^b	4.68 ^{de}	4.74 ^{ef}	5.09 ^c	4.97 ^{def}
NC	5.83 ^{ab}	5.70 ^{ab}	5.88 ^{ab}	5.91 ^{cd}	5.63 ^{abc}	5.74 ^{ab}	5.75 ^b	5.95 ^{ab}	6.03 ^a	5.81 ^{abc}	5.65 ^{bc}	5.91 ^a	6.38 ^{ab}

¹⁾NII: National image and information, M: Mood, C: Convenience, S: Sanitation, EP: Ecological protection, R: Religion, SA: Sensory appeal, PV: Political value, WC: Weight control, H: Health, P: Price, EF: Ethnic food, F: Familiarity, NC: Natural content
²⁾*a-j Means by different superscripts are significantly different at the p<0.05 level by Duncan's multiple range test.

인의 차이에 대하여 알아본 결과 다음과 같았다.

첫째, 조사 대상자 210명의 일반적 특성은 남성과 여성의 비율이 유사하였으며, 연령은 30대가 45.2%로 가장 많았고, 미혼이 기혼보다 조금 더 많았다. 국적은 인도네시아(49.0%), 필리핀(27.1%)이 가장 많았고, 일본, 중국을 비롯하여 다양하였다. 종교는 천주교(35.7%), 기독교(24.3%), 이슬람교(21.9%) 외에 불교, 통일교 등을 믿고 있었으며, 직업은 주부와 학생이 많은 수를 차지하였다. 학력은 고졸(46.2%)이 가장 많았고, 대학원 재학 또는 졸업(19.5%), 전문대학 재학 또는 졸업(18.6%), 4년제 대학 재학 또는 졸업(15.7%) 순이었으며, 월수입은 100~200만원이 52.9%로 가장 높은 비율을 차지하였다.

둘째, 음식 선택 동기에 대한 항목의 타당성을 검증하기 위하여 요인분석을 실시한 결과, 국가이미지와 정보, 분위기, 편의성, 위생, 생태환경보호, 종교, 관능적 특성, 정치적 가치, 체중조절, 건강, 가격, 에스닉 푸드, 자연성분 함유 등 14개의 요인으로 도출되었다.

셋째, 민족, 종교, 직업에 따른 14가지 음식 선택 동기 요인의 차이를 비교한 결과, 인도네시아인들은 위생, 자연성분 함유, 에스닉 푸드를, 필리핀 사람들은 위생, 에스닉 푸드, 건강, 자연성분 함유를 가장 중요한 요인으로 선택하였다. 종교에 따라서는 기독교와 천주교의 경우 위생, 자연성분 함유, 에스닉 푸드, 이슬람교는 위생, 건강, 에스닉 푸드가 음식 선택에 가장 중요한 요인이었다. 직업에 따라서는 학생, 직장인, 주부 모두 위생, 건강, 자연성분 함유를 중요시하는 것으로 나타났다. 한국에 거주한 기간에 따라서는 큰 차이는 없었으며, 모든 그룹에서 위생과 자연성분 함유를 중요하게 생각하고 있었다.

국내 거주 외국인들의 음식 선택 동기 요인은 14가지로 나타났으며, 위생, 자연성분 함유, 에스닉 푸드, 건강 등의 요인을 가장 중요하게 생각하고 있었다.

■ 참고문헌

- Blech Zushe Yosef. 2004. *Kosher food production*. Blacwell Publishing, Iowa. USA. pp 3-6
- Cha MH, Kim YK. 2009. Consumers' purchasing intentions of organic foods in relation to the perceived health concerns, Healthy Eating Practices and Attitudes, and Food Choice Motives, *Korean J Community Nutrition*. 14(3):286-294
- Chen MF. 2007. Consumer attitudes and purchase intentions in relation to organic food in Taiwan: Moderating effects of food-related personality traits, *Food Quality and Preference*, 18(7):1008-1021
- Choi JY. 2009. Customer satisfaction and revisit intention based on food neophobia and selection attribute of ethnic restaurants, Master Degree Thesis. Ewha Womens University. pp 1-82
- Choi MK, Kim JM, Kim JG. 2002. A study on dietary habit and health of office workers in Seoul. *Korean Journal of Food Culture*, 18(1):45-55
- Clark, Terry. 1990. International marketing and national character: A review and proposal for an Integrative Theory, *Journal of Marketing* Oct:66-79
- Eertmans A., Victoir A., Greet Vansant, Omer Van den Bergh. 2005. Food related personality traits, food choice motives and food intake: mediator and moderator relationships, *Food Quality and Preference*, 16(8):714-726
- Furst, T., M. Connors, C. A. Bisogni, J. Sobal, L. W. Falk. 1996. Food choice: A conceptual model of the process, *Appetite*, 26(3):247-265
- I. M. Martins, S. Eroglu. 1993. Measuring a multi-dimensional construct: Country image, *Journal of Business Research*, 28:191-210
- Kittler Pamela Goyan, Sucher Kathryn P. 2000. *Cultural Foods-Traditions and Trends-*. Wadsworth, Belmont. USA. pp 3-6
- Lee MG, Hong ST. 2001. Understand of customer behavior, *Bobmunsa*. Seoul. p 415
- Lee WH. 2002. A Study on the menu-selection behavior in foreigner, Master Degree Thesis. Kyunghee University. pp 1-96
- Lee YJ, Lee SB. 2008. Influences of globalization strategy factors of Korean food on country image, attitude toward Korea and product buying intention of Chinese and Japanese consumers, *Korean Academic Society of Hospitality*, 17(3):117-135
- Lindeman M., Vaananen M. 2000. Measurement of ethical food choice motives, *Appetite*, 34(1):55-59
- Magnusson, Maria K., Anne Arvola, Ulla-Kaisa Koivisto Hursti, Lars Åerg, Per-Olow Sjöé. 2003. Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour, *Appetite*, 40(2):109-117
- Moon SJ, Son KH, 2000. *Food and Culture*. Shinkwang Pressing, Seoul. pp 461-465
- Moon YT. 2007. A Study on the effect of national and brand image on corporate reputation-focused on the customer's perception of Hyundai and KIA company in overseas country-, Master Degree Thesis. Sungkyunkwan University. pp 1-91
- Oh MY, Park JM, Jang JH. 2003. A study on factors affecting country image, *The Korean Journal of Advertising*, 14(1):149-177
- Park KS, Jung US, Han JS, Park UJ. 2003. *World food culture*. Hyoil Books. Seoul. p 107
- Park SJ, You SY. 2007. A study of the effect of health motivation and environmental concern on choosing organic food. *Consumption Culture Study*, 10(4):107-126
- Phillip N. Ritchey, Robert A. Frank, Ulla-Kaisa Hursti, Hely Tuorila. 2003. Validation and cross-national comparison of the food neophobia scale (FNS) using confirmatory factor analysis. *Appetite*. 40(2):163-173

- Riaz Mian L., Chaudry Muhammad M. 2004. Halal food production. CRC Press, Florida. USA. pp 5-11
- Stephoe A., Tessa MP. 1995. Development of a measure of the motives underlying the selection of food: the food choice questionnaire, *Appetite*, 25(3):267-284
- Sul WS, Lee DH, Khoe KI, Choo GH. 2007. A study on major factor influenced on the preference of foreigner for Korean food. *The International Association of Area Studies* 12:712-733
- Tatjana van Strien, Jan E.R. Frijters, Gerard P.A. Bergers, Peter B. Defares. 1986. The Dutch eating behavior questionnaire (DEBQ) for assessment of restrained emotional, and external eating behavior, *The international journal of eating disorders*, 5(2):295-315
- Yoo IP, Kuk JI. 2008. Marketing strategy for medical tourism, *Tourism Management Research Organization*, 12(3):1-20
-
- 2010년 3월 10일 신규논문접수, 4월 1일 수정논문접수, 4월 1일 채택