

IPA를 활용한 웰빙 퓨전 메뉴의 중요도-성취도 연구

강혜정[¶] · 이연정[¶]
경주대학교 외식조리학과[¶]

A Study on Importance-Performance of Wellbeing Fusion Menu using IPA

Hye-jung Kang[¶], Yeon-jung Lee

Dept. of Food Service Management and Culinary, University of Gyeongju[¶]

Abstract

This study aims to analyze importance and performance factors on the quality of wellbeing fusion menu of fusion restaurants to provide helpful information for building up a detailed marketing strategy and present considerations for sales increase and more efficient business results. Importance on menu quality scored a higher level than performance on the whole in fusion restaurants. Notably, in regard to attributes of menu quality, it was found that respondents put higher stress on 'taste of food', 'sanitary of food', 'cleanliness of vessels', 'quality of menu' and 'freshness of food' than anything else. Wellbeing fusion menu which has an high intake frequency rate includes 'green vegetable noodles with black bean sauce', 'sweet pumpkin salad', 'salmon salad', and 'shrimp vegetable gratin' in that order. On the other hand, the intake frequencies of 'ovened green perilla gratin', 'pomegranate dressing tofu', 'bacon roll with glutinous rice powder', and 'pomegranate dressing bacon' were rated very low. In terms of the IPA analysis on wellbeing fusion menu quality, it was important to continuously maintain 'taste of food', 'sanitary of food', 'cleanliness of vessels', 'freshness of food', 'quality of menu', 'diet menu(low fat, low calories)', 'vegetable menu', 'nutrition of food', 'variety of menu' etc. Such items as 'price', 'distinction with existing food', and 'environment-friendly organic agriculture food material' are in need of intensive care and operation.

Key words: IPA, wellbeing fusion menu, importance, performance.

I. 서론

현재 국내 외식 시장은 전 세계적으로 불어 닥친 경제적 위기와 국외 전문 외식업체의 대형화, 체인화로 인해 상대적으로 격심한 경쟁 환경에 처하게 되었고, 이에 따른 살아남기, 경쟁 우위를 확보하기 위한 차별화된 전략적 대안으로 건강을 내세운 신개념의 웰빙 퓨전 메뉴(Wellbeing fu-

sion menu)가 국내 외식업계의 블루오션 시장을 개척하고 있다(Ahn HY · Cho KI 2006; Kwon YJ et al 2006).

최근 조류독감, 집단 식중독, 트랜스지방 등의 대형 이슈가 불어 닥치면서 식품 안전 논란과 함께 육류 중심이던 외식시장은 웰빙과 친환경을 주제로 한 저 칼로리 웰빙 식이 소비자의 눈길을 끌고 있다. 음식점에서는 탄산음료 대신 친환경

[¶] : 강혜정, 010-6313-4737, hanna2500@hanmail.net, 경북 경주시 효현동 산42-1 경주대학교 외식조리학과

음료가 인기를 얻고, 커피 대신 차로 육류보다 해산물과 채식을 내세운 메뉴가 소비자의 관심을 모으고 있다(Anderson & Morris 2000; Maeil Business Newspaper 2007). 또한 최근 사회 문화 현상의 한 흐름으로 웰빙(well-being)과 로하스(LOHAS: Lifestyles Of Health And Sustainability)가 건강과 몸을 중요시하는 21세기 소비 사회에서 새로운 핵심 트렌드로 자리 잡아가고 있다(Lee JY 2005; Song HG 2007). 이러한 웰빙 사회 현상이 외식 업계에도 영향을 미쳐 잘 먹고 안전하게 먹는 것이 건강에 투자하는 것이라는 새로운 가치관이 소비자들 사이에 부각되면서 최근에 유기농 식재료를 이용한 건강 지향적 메뉴가 새롭게 외식 업계에 등장하였다. 즉, 유기농 식품, 친환경, 천연 재료를 사용한 웰빙 메뉴가 소비자들 사이에 인기를 모으고 있다(Yoo HJ 2006). 이러한 건강 추구의 웰빙 현상은 20세기 후반 동·서양을 막론하고 대중주의를 강조하는 포스트모더니즘(Postmodernism)에서 발생한 퓨전(Fusion)이라는 새로운 문화 양식과 맞물려 외식 업계에도 영향을 미쳐 웰빙 퓨전 요리의 등장을 가속화 시켰다.

퓨전은 결합, 연합의 의미로 다문화 교류에 의해 발생되는 새롭게 발전된 형태로 둘 이상의 문화가 섞여 이전과 전혀 다른 제3의 문화를 일컫는 이중 교배의 의미를 담은 혼성화, 혼합주의(Syncretism) 표현(Kim HR 2002)으로 대중성, 자율성, 다양성, 개성을 중시한 절대적인 이념을 거부한 포스트모더니즘(Postmodernism)에서 발생한 퓨전 문화 현상은 두 개의 다른 민족·인종과 문화가 융합하여 나타나는 새로운 문화로써 우리 시대 정신을 이룬 새로운 창조 정신의 패러다임으로 시공간의 윤리적 제약을 받지 않는 사이버 문명 시대 정신을 특징짓는다(Jang JS 2000). 퓨전 문화 현상은 현 시대의 문화적 흐름으로 세계화, 정보화와 밀접한 관계가 있다. 이러한 퓨전 문화 현상과 식문화가 융합되어 국제적 외식 트렌드로 자리 매김한 퓨전 퀴진(Fusion Cuisine)은 미국에서 혼성의 사전적 의미가 담긴 하이브리드(Hybrid),

혼합의 뜻으로 장르 간의 벽을 넘나든다는 의미의 크로스 오버 푸드(Cross-over food), 문화의 혼합에서 파생된 음식 의미의 멀티 컬처 푸드(Multi-culture food) 등의 다양한 표현으로 불린다. 퓨전 퀴진(Fusion Cuisine)은 동서양의 조리 기법 중 장점만을 뽑아 새로운 맛으로 창조된 요리(Kim EJ 1999)로써 자국의 입맛에 알맞게 변형시킨 현지화한 요리로 새로운 문화에 거부감을 느끼지 않는 신세대 중심으로 급속히 대중화 단계에 접어들고 있다. 이러한 퓨전 퀴진이 최근의 시대적 트렌드를 이끌고 있는 웰빙과 혼합되어 웰빙의 퓨전화 또는 퓨전의 웰빙화 현상으로 새로운 개념의 웰빙 퓨전 메뉴(Wellbeing fusion menu)로 재창조되어 소비자의 눈길을 사로잡고 있다.

이런 웰빙과 퓨전 트렌드는 퓨전 외식 업체들에게 전략적인 건강 컨셉의 메뉴 개발에 사활을 걸도록 하고 있으며, 많은 웰빙 메뉴 출시와 로하스 추구형 식단들이 속속 개발되고 있다(Kwon YJ et al 2006).

그러나 신개념의 퓨전 문화와 웰빙 트렌드 흐름이 식문화와 융합되어 우리 식문화의 진화, 발전 단계를 보여주는 현 시대 식문화의 트렌드를 잘 나타내주고 있는 퓨전 메뉴와 웰빙 메뉴가 혼합된 웰빙 퓨전 메뉴에 관한 실증 연구는 지금까지 연구된 적이 없다. 이것은 최근의 외식산업에서 떠오르기 시작한 신 메뉴로 퓨전 메뉴가 한 단계 발전된 메뉴 형태이다. 즉, 21세기 신문화 퓨전과 웰빙의 사회적 현상이 외식 산업과 접목된 새로운 개념의 메뉴이다. 따라서 웰빙 퓨전 메뉴를 새로운 식문화 트렌드 영역의 학문적 개척을 위하여 심도 있게 연구하여 이를 체계화 할 필요성이 요구된다.

이에 본 연구는 퓨전 외식 업체들이 개발한 웰빙 퓨전 메뉴의 속성들에 대하여 첫째, 퓨전 레스토랑의 웰빙 퓨전 메뉴의 속성별 중요도, 성취도(만족도)에 대하여 고객들의 평가를 측정하고자 한다. 둘째, 웰빙 퓨전 메뉴에 대하여 고객(성별, 연령별)들이 중요(중요도)하게 고려하는 속성들

이 무엇인지 파악하고자 한다. 셋째, 웰빙 퓨전 메뉴 이용 고객(성별, 연령별)의 웰빙 퓨전 메뉴 섭취 실태를 파악하고자 한다. 넷째, IPA를 활용하여 웰빙 퓨전 메뉴에 대한 중요도, 성취도(만족도) 등을 분석하여 퓨전 레스토랑의 웰빙 퓨전 메뉴의 메뉴 개선 방안 모색과 동시에 효과적 발전 방안을 위한 세분화된 마케팅 전략을 제시하는 것이 본 연구의 목적이다.

II. 이론적 배경

1. 웰빙과 웰빙 메뉴

1) 웰빙

웰빙(Well-being)의 사전적 의미를 보면 well의 “만족스럽게, 잘, 건강한”과 being의 “~되고 있는 중이다, 존재, 실존, 실재, 생존, 생명, 인생” 두 단어가 합쳐져 명사화된 것으로 “행복, 안녕, 복리, 복지”의 의미로 쓰여 지고 있다(Park JS 2004). 이러한 웰빙의 원조 격으로 미국에서는 웰빙이 웰니스(Wellness)와 로하스(LOHAS)라는 말로도 사용되는데, well-being과 같은 뜻을 지닌 wellness는 well-being과 fitness의 두 개념을 포함하는 것으로 well-being은 육체적, 정신적으로 기분이 좋고 상쾌한 느낌과 관련된 어떤 느낌이며, fitness는 육체적, 정신적으로 어떤 생활 기능과의 적합성 여부와 관련된 개념을 뜻한다(Lee GC et al 2006). 따라서, 건강(Health)과 웰빙(Well-being)은 엄밀한 의미에서 동일한 개념이라 할 수 있겠고, 웰빙은 삶의 질을 강조하는 용어로 어떤 영역에서 접근하더라도 건강을 최우선으로 하여 삶의 질을 추구한다는 의미가 핵심이 된다(Ahn HY · Cho KI 2006; Sim HS · Song KJ 2004; Lee MS 2004).

국내에 웰빙 개념이 언급되기 시작한 것은 대략 1997년 말부터로 파악된다(Noh SH 2006). 한국에서의 웰빙 열풍이 형성되는 과정을 단계별로 구분하여 특성을 살펴보면 크게 세 단계로 나눌 수

있다(Dong-A Ilbo 2003). 첫째, 도입 단계로 대중 매체들의 적극적인 소개로 철학적 사고 혹은 사회 대안 운동으로서 존재하던 웰빙이라는 용어가 확산되는 과정으로 2001년 이후 웰빙족, 웰빙 라이프 스타일에 대한 대중 매체의 집중적인 소개로 생활의 전 영역에 폭 넓게 사용되었다. 둘째, 확산 단계로 웰빙을 적극적으로 활용하기 위한 기업의 마케팅 전략에 따라 건강식품 등의 매출이 급증하고 각 기업의 상품에서도 웰빙이라는 단어가 경쟁적으로 등장하기 시작하는 단계를 말한다(Financial News 2003). 셋째, 활용 단계로 웰빙에 적합한 새로운 기능을 부가한 다양한 웰빙형 신상품이 등장하고 점차 일반인들에게도 웰빙 열풍이 형성된 과정을 말한다. 최근 웰빙이 급속도로 소비자에게 어필한 이유는 소비 환경 변화에 있다. 현대 소비자들의 기본적인 속성은 자신의 건강에 이로운 것, 해로운 것에 대한 관심이 다. 이러한 속성은 2003년 후반기에 발생한 각종 성인병의 만연, 광우병, 조류독감 등의 소비 이슈들을 거치며 건강하고 건전한 삶에 대한 소비자들의 관심이 무분별하고 성취 지향적인 삶을 재고하게 만들었다(Noh SH 2006).

2) 웰빙 메뉴

웰빙은 새로운 소비의 한 흐름으로 대중적 특성을 지닌다. 웰빙은 생존 문제가 해결되고, 보나온 삶을 살기를 원하는 소비자의 본질적인 욕구를 반영하는 시대의 흐름이다(Yoo HJ 2006). 웰빙 문화는 일반적인 생활양식으로 정착될 것으로 환경오염의 심화, 질병의 발생, 고령화 사회의 진입에 따라 개인의 건강을 지향하는 생활 패턴은 점차 보편화 될 것이다(Jeon Yo · Yun JE 2005).

트렌드(Trand)는 흔히 시대 풍조 또는 어떤 유행의 양식을 가리킬 때 사용된다. 이때 그 말 속에는 사태, 여론 등이 특정 방향으로 행하는 경향, 조류, 추세라는 뜻이 담겨져 있다.

또한 트렌드란 일시적 유행이나 해프닝으로 끝나지 않고 새로운 사회, 문화적 상식 및 생활양식

으로 확대, 정착되어 가는 일련의 경향 또는 사조라고 정의할 수 있다(Jeon SH 2002). 웰빙 트렌드 중 가장 부각되는 산업은 식료품 산업이라 하겠다. 식탁 위의 혁명이라고 불리는 유기농 식품은 웰빙 트렌드를 가장 잘 나타내 준다. 유기농은 웰빙 트렌드 소비자의 첫째 관심인 건강에 가장 부합되는 상품이며, 농약과 화학비료를 사용하지 않음으로써 자연을 살리는 지속가능한 기법이라 할 수 있다(Lee HS 2005).

광우병, 조류독감 등으로 건강에 대한 위협이 가시화되자 외식, 식품 업계에서 웰빙 메뉴 개발에 박차를 가하고 있다. 2004년 2월 외식업계는 육류 대신 해산물과 야채 중심으로 한 웰빙(건강) 메뉴를 출시하였다. 야채, 과일, 새우를 넣은 샐러드(베니건스), 단 호박, 고구마 샐러드(파파이스), 호밀 빵 웰빙 버거(롯데리아) 등이다(Jeon YO·Yun JE 2005).

이러한 웰빙 메뉴에 관련한 국내 선행 연구로는 Ahn HY와 Cho KI(2006)는 패스트푸드점의 웰빙 메뉴에 대하여 이용 고객들의 만족도를 파악하고자 중요도-성취도 분석을 IPA를 이용한 패스트푸드의 웰빙 메뉴를 평가 분석에 관한 연구, Noh SH(2006)는 효율적인 특급 호텔 불란서 식당의 종사자 대상으로 현재 개발되어 판매되고 있는 웰빙 메뉴를 중심으로 합리적인 웰빙 메뉴 개발에 관한 연구(Lee JR·Um YH 2004)는 외식 소비자의 건강 메뉴에 대한 태도 분석에 관한 연구(Cho KI et al 2006)는 일반 소비자를 대상으로 로하스와 라이프 스타일이 웰빙 메뉴 선택 시 미치는 영향에 관한 연구에서 명품과 유행을 지향하는 소비자들을 대상으로 하는 레스토랑에서는 메뉴의 매력성을 친환경을 추구하는 라이프 스타일의 소비자들을 대상으로 레스토랑에서는 조리 기능성을 각각 고려한 웰빙 메뉴 개발할 것을 제안하였다.

한편, 웰빙 메뉴와 관련한 외국 선행 연구를 살펴보면 다음과 같다.

Thompson & Troester(2002)는 소비자들의 다

양한 자연 치유 건강 지향 행동들을 소비자의 가치 시스템과 관련시킨 미세 소비문화 연구에서 커피, 담배, 알콜, 가공식품 섭취 금지와 허브 차, 건강기능성 식품 섭취, 유기농 식품 섭취, 환경에 대한 책임 의식 등 소비자의 웰빙 메뉴에 대한 가치 변화를 분석하였다. Shepherd(2001)는 먹는 음식과 건강 연구에서 음식의 소비가 건강과 웰빙에서 가장 주요한 역할을 하며, 노동력의 구조 변화로 인하여 건강 메뉴에 대한 음식 소비가 확대되고 있다고 주장하였다. Ray(2000)는 로하스(LOHAS) 소비자들의 다양한 로하스 지향 행동에 관한 연구에서 유기농과 천연 식품 구매, 건강케어 상품 이용, 생태 관광, 대체의학과 천연 식품, 마음과 신체 단일화 등의 소비 행동을 보이는 소비자를 로하스(LOHAS) 소비자로 분석하였다. Thompson & Hirschman(1995)는 자신의 몸 관리를 웰빙 지향적인 소비 행동에 관한 연구에서 다이어트, 저지방 식품, 신선한 야채와 과일, 정기적 건강 체크, 저지방 육류 섭취, 건강식품과 장수 식품 섭취 등의 웰빙 메뉴를 권장하였다. Anderson & Morris(2000)는 건강 메뉴와 관련하여 가구 수입의 증감이 메뉴 선택에 차이가 있는지에 관한 연구에서 수입이 감소하면 즉석 식품의 소비가 증가하고, 육류 제품과 완전유(Whole-milk), 빵류의 소비가 증가하는 등의 건강 메뉴의 소비가 있어 가구 수입의 증감이 중요한 요인으로 분석하였다. Thogerson & Olander(2002)는 지속 가능한 소비 패턴에 대한 연구에서 유기농 식품 구매 행동과 지속 가능성을 지향하는 구체적이고 세부적인 친환경 패턴으로 유기농 식품 구매, 대중 교통 수단이나 자전거 이용, 에너지 절약, 환경 친화적 샴푸나 세제 구매, 장바구니 이용, 재활용 등을 제시하였다. 이러한 측면에서 웰빙 메뉴에 대한 개념을 기존의 선행 연구를 토대로 정리하면 <Table 1>과 같다.

이와 같은 점을 고려하여 본 연구에서 웰빙 메뉴의 개념을 유기농, 친환경, 천연 조미료, 천연 소스를 사용한 메뉴로써 저칼로리, 저지방, 고단

〈Table 1〉 Definition of wellbeing menu

Author and Year	Definition of wellbeing menu
Hyun Young Ahn · Kwang Ick Cho(2006)	Wellbeing menu leads to the harmony of physical and mental health and beautiful life to people who select it.
Seong Ho Noh(2006)	Wellbeing menu maintains taste and health altogether with a low calorie and high protein diet.
Jae Ryun Lee · Young Ho Um(2004)	Wellbeing menu includes food made from environmental agricultural products, namely, the ones that are made from farm products with less pesticide, pesticide-free products, or transitional organic products.

자료: 연구자 작성.

백 건강기능성 메뉴로 맛, 안전성, 건강한 먹거리를 지향하는 건강 추구 메뉴 개념으로 정의하고자 한다.

2. 퓨전과 퓨전 메뉴

1) 퓨전

퓨전(Fusion)은 오늘의 시대정신을 특징짓는 문화적 키워드로서 20세기 후반부터 동·서양을 막론하고 퓨전이라는 이름으로 문화는 이루어지고 있다(Jang JS 2000).

퓨전의 사전적 의미는 화학에서의 융해, 용해, 융합 또는 정치학상의 정당이나 당파의 합동, 연합, 제휴, 심리학상의 융합을 뜻하고(Min Joong Sea Gwan 2001), 라틴어로는 ‘fusio’가 어원으로 영어 ‘fuse’의 명사형이며 또한, 다른 의미로서 ‘future’와 ‘vision’의 합성어이다(Kim NY 2000). 따라서, 퓨전은 둘 이상의 문화가 섞여 이전과 전혀 다른 제3의 문화를 일컫는 이중교배의 의미를 담은 혼성화, 혼합주의(Syncretism)로 표현된다(Kim HR 2002). 퓨전 의미는 다문화 교류에서 기인된 것으로써 새롭게 발전된 형태이며 음식을 포함한 이러한 퓨전 문화적 현상은 일시적 유행이 아니라 오래 지속되는 트렌드(Trend)이다(McCool & Holland 1994). 음식과 문화 관계는 다문화 사회에서 식품 소비 패턴에 미치는 영향과 중요한 관련이 있다. 종종 문화 배경은 사회에서 음식 활동을 결정하는 것을 담당하기 때문이다(Kaufman-Kurzrock 1989; Kim EJ 1999).

2) 퓨전 메뉴

퓨전(Fusion)은 동양과 서양 요소가 서로 만나 연출하는 또 다른 문화를 의미한다(Jang JS 2000). 이러한 퓨전 문화 현상이 음식과 융합되어 발생한 퓨전 푸드는 1980년 퓨전 요리가 본격적으로 상품으로 내건 것은 미국 캘리포니아 CHINOIS에서 Wolfgang puck에 의해 기름진 음식이 대부분인 프랑스 요리와 야채를 많이 사용하고, 상대적으로 고기와 기름을 적게 사용하는 아시아 요리가 융합하면서 부터이다(Chung HY 2000). 국내에서 퓨전 요리의 대중화는 1990년 일부 패스트푸드점에서 불고기 버거, 라이스 버거, 김치 햄버거, 불고기 피자 등을 개발하여 출시하고, 서울시의 특급 호텔에서 인삼 닭 스프, 김치에 말아썬 로스구이 등을 개발 시판하면서 부터이다(Shin AS · Ahn HK 2001). 음식 문화의 국제적 트렌드로서 자리매김한 퓨전 요리는 동·서양 조리 기법 중 좋아하는 맛 또는 장점만을 뽑은 저칼로리, 다이어트식 요리로 창조된 새로운 맛으로 각국의 식문화에 맞게 변형된 음식을 말한다. 퓨전 요리는 대중적인 스타일에서 부터 최고급 레스토랑 스타일에 이르기까지 고객의 변화하는 입맛에 맞추어 외식업체의 지속적인 신 메뉴 개발로 다양한 형태로 발전하고 있다.

이런 퓨전 메뉴에 관한 국내 연구로는 특급 호텔 조리부 및 식음료 부 직원을 대상으로 한 퓨전 메뉴에 관한 관심도에 관한 실증 연구(Kim DS 2001), 주요 매체에 게재된 퓨전 메뉴의 레시피 분석에 관한 연구(Shin AS · Ahn HK 2001), 퓨전

메뉴에 관한 문화적 이해에 관한 연구(Lee GD 2000), 퓨전 메뉴의 현재 현황과 향후 앞으로의 전망에 관한 연구(Lee SM 2000), 새로운 푸드 패션-퓨전 푸드에 관한 연구(Chung HY 2000), 시대의 트렌드를 선보이기 위해 대안 관광 상품으로써의 퓨전 퀴진의 필요와 개발에 관한 연구(Kim EJ 1999)가 수행되었다.

또한, 퓨전 메뉴에 관한 국외 연구로는 음식에 흥미를 주어 식욕을 촉진시키는 식물성 물질의 이국풍의 인도의 향신료 맛과 서양요리가 혼합된 새로운 퓨전 메뉴에 관한 연구(US News and World Report 1999), 중국의 다양한 요리법과 말레이시아의 향신료 맛이 융합되어 독특한 퓨전 메뉴에 관한 연구(Far Eastern Economic Review 1998), 동양과 서양의 요리가 융합되어 싱가포르 고유의 맛이 아닌 세계 여러 나라 음식의 장점과 특징만을 살려 접목시킨 퓨전 메뉴에 관한 연구(Singapore Business Review 1998)가 보고되었다. 이러한 측면에서 퓨전 메뉴에 대한 개념을 기존의 선행 연구를 토대로 정리해 보면 <Table 2>와 같다.

이와 같은 점을 고려하여 본 연구에서 퓨전 메뉴의 개념을 다 국적의 식문화의 교류로 동양, 서양의 두 음식문화가 혼합되어 새롭게 창조된 메뉴로써 기존의 메뉴와 차별화, 다이어트식(식재료, 조리법), 독창성을 띤 색다른 맛으로 탄생된 메뉴의 개념으로 정의하고자 한다.

3. 웰빙 퓨전 메뉴와 웰빙 퓨전 메뉴의 외식 업체 출시 현황

1) 웰빙 퓨전 메뉴

소비자들의 유기농 식품이나 자연 식품의 선호 추세와 음식의 다양성 추구 외식 행동의 변화로 인해 웰빙 메뉴가 맛과 건강을 동시에 챙기는 식생활의 패턴으로 중요한 화두로 떠오르고 있다. 또한 전 세계적인 퓨전 문화 현상이 식문화와 융·복합되어 대중적인 외식 트렌드로 자리매김한 독창적인 맛의 퓨전 메뉴가 다양하게 변화하는 고객의 입맛에 맞추어 외식 업체들의 지속적인 신 메뉴 개발로 다양한 형태로 발전하고 있다.

<Table 2> Definition of fusion menu

Author and year	Definition of fusion menu
Ji Sun Jang(2000)	Fusion menu takes out the strong points in logical technique and the material of the Orient and the West with interchange of food culture of the Orient and the West which cooking creates.
Eun Joo Kim(1999)	Fusion menu takes out only the strong points in logical technique of the Orient and the West and is cooked to create the taste.
Sang Min Lee(2000)	Fusion menu exceeds other types of cooking in recipes, ingredients, and display, etc. Cooking of the Orient and the West and the creative cooking style create new taste and make up for weakness while maintaining strong points to make a new style of food which is better than traditional one.
Hye Jeong Chung(2000)	Fusion menu is produced by blending Oriental cuisine which uses vegetables much and fatty Western food to draw their merits and make new taste.
Dong Sub Kim(2001)	Fusion menu is the food of unknown nationality that material and cookery of various nations are mixed.
Ae Sook Shin · Hung Ki Ahn(2001)	Fusion menu takes out only strong points of Oriental and Western cuisine.
Kyo Dong Lee(2000)	Fusion menu is the food in which material is combined with traditional cookery.

자료: Kang HJ · Lee YJ(2008). 퓨전 메뉴의 중요도, 만족도, 인지도 및 섭취 빈도에 관한 연구, 한국조리학회지 14(4):134-149.

(Kang HJ · Lee YJ 2008).

이러한 외식 업체의 신 메뉴 개발 촉진으로 웰빙 메뉴와 퓨전 메뉴가 융합을 통해 새로운 형태로 진화된 웰빙 퓨전 메뉴가 새롭게 탄생되었다. 웰빙 퓨전 메뉴는 건강을 고려한 웰빙 메뉴의 속성들 즉, 채소 또는 과일 이용한 천연조미료, 천연 소스를 사용하여 음식의 맛을 냈으며, 친환경적 유기농 식재료 이용과 채식주의를 위한 메뉴 구성 등의 웰빙 메뉴의 속성들을 지니고 있으며, 퓨전 메뉴의 속성들 즉, 기존 메뉴와의 독특한 맛 차별성, 메뉴의 창의성, 다이어트식 메뉴(저지방, 저칼로리), 식재료의 적절한 배합 등의 퓨전 메뉴의 속성들을 지닌 천연 식재료를 사용, 건강에 좋은 천연 조미료, 천연 소스를 사용한 맛뿐만 아니라 건강까지 챙기는 신 메뉴이다.

따라서 본 논문에서 웰빙 퓨전 메뉴의 개념을 전 세계적 문화 트렌드 퓨전 문화 현상과 외식 트렌드 웰빙이 융합되어 탄생된 웰빙 퓨전 메뉴(Wellbeing fusion menu)는 다국적 식문화의 교류로 동서양의 두 식문화가 혼합된 메뉴로 친환경, 유기농 식자재와 새로운 조리법, 천연 재료(양념, 향신료), 저칼로리, 저지방의 건강 기능성을 지닌 식품 영양학적으로 균형 잡힌 건강 지향적 메뉴이다.

2) 웰빙 퓨전 메뉴의 외식 업체 출시 현황

국적 불명의 퓨전 메뉴와 웰빙 메뉴의 난립화 상황 속에서 차별화 되고 독창적인 건강 컨셉을 내세운 웰빙 퓨전 메뉴가 외식 시장에서 출시되고 있으며, 웰빙 퓨전 메뉴는 새로운 외식 시장의 성공 코드로 건강과 맛을 동시에 챙길 수 있어 외식 시장의 블루오션으로 떠오르고 있다(Korea Economic Daily 2005; Maeil Business Newspaper 2007; Chosun Ilbo 2008). 우리나라에서도 소득이 높은 사람은 저 칼로리의 웰빙 식품을 먹고, 그렇지 못한 사람은 고 칼로리의 정크 푸드(Junk food)에 의존하는 웰빙 디바이드(Wellbeing divide) 즉, 식탁양극화 현상이 일어나고 있다고 보고된다

(Chosun Ilbo 2008).

웰빙 퓨전 메뉴를 출시하고 있는 외식 업체의 사례를 보면, 닭갈 보보스는 굴, 닭, 웰빙 국수, 산소 방, 식용 꽃, 유기농 농산물 등을 주 메뉴 재료로 이용하여 전통적인 맛을 업그레이드한 웰빙 퓨전 메뉴를 출시하고 있으며, 퓨전 주점인 수리야는 한국의 전통 궁중요리를 일식, 양식, 중식과 융합하고, 건강식재료를 주로 사용한 웰빙 퓨전 메뉴를 선보이고 있다. 오므토 토마토는 기존의 오므라이스 메뉴 형식을 탈피한 저 농약, 무 농약, 유기농의 신선한 식자재를 사용하고, 색다른 조리법으로 한국인의 입맛에 맞는 맛, 영양, 모양을 가미한 웰빙 퓨전 메뉴를 선보이고 있고, 조치 조치는 씨푸드 메뉴, 천연 조미료 사용, 데치는 조리법 등 건강, 영양, 미용, 다이어트식을 강조한 웰빙 퓨전 메뉴를, 호아센은 100% 정수된 물로 끓인 육수와 유기농 숙주, 팥, 정향, 산초 등 10여 가지의 약재를 넣어 특유의 향을 첨가한 웰빙 퓨전 메뉴를 판매하고 있다(Korea Economic Daily 2005; Maeil Business Newspaper 2007; Chosun Ilbo 2008).

III. 연구 설계

1. 연구 대상 및 기간

수집 자료는 2007년 7월 5일부터 2007년 7월 22일까지 부산, 경남 지역에서 무작위로 퓨전 레스토랑 3곳을 선정하여 퓨전 레스토랑 이용 고객(10대 이상 남녀)을 대상으로 설문지를 배포하여 조사하였다. 설문조사는 현재 퓨전 레스토랑 종사원을 조사원으로 활용하였으며, 또한 조사자가 직접 설문지를 고객에게 상세히 설명 후 고객들이 직접 기입하는 자기기입법(Self-administered questionnaire survey method)을 시행하였다. 총 250부 배포하여 226부의 설문지를 회수하여 본 연구의 분석에 이용하였다.

2. 조사 내용 및 방법

조사 내용은 문헌조사 분석(Ahn HY · Cho KI 2006; Kim KY · Kim SJ 2000; Kim HJ 2002; Na JK 1995; Min KH 2006)을 통해 관련 논문 및 문헌, 일간신문(Maeil Business Newspaper, Korea Economic Daily, Chosun Ilbo, Dong-A Ilbo), 인터넷(www.daum.net, www.naver.com)과 퓨전 레스토랑(부산, 창원)의 종사원(6명) 면접을 통하여 수집된 정보와 현재 웰빙 퓨전 메뉴로 퓨전 레스토랑에서 판매되고 있는 메뉴를 참고하여 본 연구의 방향에 맞추어 연구자가 재구성하였다. 조사 대상자의 일반적 사항 5항목, 웰빙 퓨전 메뉴의 품질 속성에 대한 중요도와 성취도(만족도) 각각 30문항, 웰빙 퓨전 메뉴에 대한 섭취 빈도 21문항 등을 답변할 수 있게 하였으며, 그 세부적인 내용은 다음과 같다. 첫째, 인구통계학적 특성으로 성별, 연령, 학력, 월 수입, 결혼 여부 등 5항목을 답변할 수 있게 하였다. 둘째, 웰빙 퓨전 메뉴의 품질 속성 즉 신 메뉴, 메뉴 추세, 메뉴 구성, 음식의 모양, 천연 소스, 친환경 유기농 식재료, 메뉴의 다양성, 스페셜 메뉴, 메뉴 설명, 음식의 양, 기존 음식과의 차별성, 음식의 맛, 채식 메뉴, 음식의 영양, 음식 용기의 적절성, 장식 및 디자인, 가격, 조리법, 친환경 메뉴, 메뉴의 계절성, 식재료의 청결성, 음식의 향, 음식의 신선도, 음식의 온도, 메뉴의 질, 기물의 청결성, 어린이 메뉴, 다이어트 메뉴(저지방, 저칼로리), 식재료 배합, 음식의 크기 등의 30개 항목에 대한 중요도와 실행도(만족도)에 관한 설문항목으로 전혀 아니다 일 때 1점, 아니다 2점, 보통이다 3점, 그렇다 4점, 매우 그렇다 5점을 적용한 5점 리커트 척도를 사용하였다. 셋째, 웰빙 퓨전 메뉴의 섭취 정도는 궁중 불고기 무 짬, 석류 드레이싱 베이컨, 파인애플 구이 삼겹살, 훈제 삼겹살 냉채, 날치 알 웰빙 짬, 가쓰오 두부, 연어 샐러드, 해산물 두부 샐러드, 새싹 샐러드 오므라이스, 새우 야채 그라탕, 해물 카레 국수, 허브 없는 연어 구이, 단 호박 치즈 설기, 메밀 햄버거 스테이크, 땅콩 소스 두부 스테이크, 참쌀가루 베이컨 롤, 오븐 들깨 그라탕, 석

류 드레싱 두부, 단 호박 샐러드, 된장 리조또, 자장면(푸른면) 등 21문항에 대한 섭취 경험이 먹어본 적이 없다 일 때 1점, 1~2회 2점, 3~4회 3점, 5~6회 4점, 7회 이상 5점을 적용한 5점 리커트 척도를 사용하였다.

3. 자료의 분석

수집된 자료의 통계처리는 SPSS 14.0을 이용하여 빈도분석(Frequency), 기술 분석(Descriptive statistics), 독립표본 *T*-검정(*T*-test), 대응표본 *T*-test (Paired samples), 일원배치분산 분석(One-way ANOVA), 던컨 사후 검정법(Post hoc test: Duncan's multiple range test), 신뢰도 분석(Reliability analysis: Cronbach's alpha) 등을 실시하였고, 중요도와 성취도의 IPA 그래프를 작성하기 위하여 IPA(Importance-Performance Analysis)와 SPSS 15.0 프로그램을 이용하였다. 이때 IPA는 여러 속성들을 포함되어 있는 퓨전 메뉴에서 여러 속성들의 상대적인 중요도와 만족도를 보여주는 과정으로 이 분석은 2차원 격자에 메뉴 관리자가 어디에 자원과 프로그램을 집중해야 되는지를 밝혀준다. IPA 격자는 4사분면으로 각 변수의 중요도와 만족도를 이용하여 점을 찍고 격자로서 4개면으로 나타내어 보여주는 방법으로 메뉴 품질에 대한 이론적인 측면보다는 경영자나 종사원들이 현장에서 활용 가능하고 마케팅적 활용도가 높은 결과를 얻을 수 있는 방법이다.

IV. 실증분석

1. 표본의 인구통계학적 특성

본 조사 대상자의 일반적 환경을 분석하기 위하여 빈도분석(frequency)을 실시한 결과는 <Table 3>에서 보는 바와 같다. 성별로는 응답자 총 226명 중 여성이 137명(60.6%)이고, 남성이 89명(39.4%)이었으며, 연령별로는 20대가 88명(38.9%), 10대가 70명(31.0%), 30대는 35명(15.5%), 40대 이상은 33명(14.6%)을 차지하였다. 학력 수준별로는

〈Table 3〉 General characteristics of the subjects

Variables	Group	N(%)
Gender	Male	89(39.4)
	Female	137(60.6)
Age(yr)	10~19	70(31.0)
	20~29	88(38.9)
	30~39	35(15.5)
	>40	33(14.6)
Education	<High school	115(50.9)
	College	30(13.3)
	University	71(31.4)
	>Graduate school	10(4.4)
Monthly income (1,000 won)	<1,000	129(57.0)
	1,000~1,999	41(18.1)
	2,000~2,999	33(14.6)
	3,000~3,999	18(8.0)
	>4,000	5(2.2)
Marriage	Single	142(62.8)
	Married	72(31.9)
	Others	12(5.2)
Total		226(100.0)

고졸(재학)이 115명(50.9%), 전문대졸(재학) 30명(13.3%), 대졸(재학) 71명(31.4%), 대학원졸(재학) 이상 10명(4.4%)으로 나타났다. 월 평균소득은 100만 원 미만은 129명(57.0%), 100~199만 원은 41명(18.1%), 200~299만 원은 33명(14.6%), 300~399만 원은 18명(8.0%), 400만 원 이상은 5명(2.2%)으로 나타났고, 결혼 여부로는 미혼이 142명(62.8%), 기혼이 72명(31.9%), 기타는 12명(5.2%)로 나타났다.

1) 웰빙 퓨전 메뉴의 품질 속성에 대한 중요도와 성취도(만족도)의 차이 분석

퓨전 레스토랑의 웰빙 퓨전 메뉴의 품질 속성에 대한 중요도와 성취도(만족도)의 차이를 분석하기 위하여 대응표본(paired samples) t-test를 실시한 결과는 〈Table 4〉와 같다. 모든 항목에서 고

객이 기대한 중요도(전체평균 3.99점)에 비해 퓨전 레스토랑의 성취도(만족도)(전체평균 3.62점)가 낮은 것으로 나타나 퓨전 레스토랑 업체의 전반적인 품질 개선이 요구된다고 할 수 있겠다. 또한 본 연구의 문항에 대한 신뢰도 분석 결과, 중요도 문항의 Cronbach alpha 값은 0.902이며, 성취도(만족도) 문항의 Cronbach alpha 값이 0.921로서 모두 높은 신뢰도 문항을 나타냈다.

퓨전 레스토랑의 웰빙 퓨전 메뉴 품질 속성에 대한 중요도 순위를 살펴보면, 가장 중요하게 여기는 웰빙 퓨전 메뉴 품질 속성은 “음식의 맛”(4.42점)으로 나타났고, 그 다음은 “식재료의 청결성”(4.33점), “음식의 신선도”(4.31점), “기물의 청결성”(4.31점), “메뉴의 질”(4.27점), “가격”(4.20점), “다이어트 메뉴(저지방, 저칼로리)”(4.12점), “음식의 영양”(4.12점), “채식 메뉴”(4.12점), “메뉴의 다양성”(4.08점), “친환경 유기농 식재료”(4.03점), “음식의 온도”(4.03점) 등의 순으로 높은 중요도를 나타냈다. 상대적으로 “음식의 크기”(3.64점), “어린이 메뉴”(3.70점), “메뉴의 추세”(3.74점), “음식의 모양”(3.76점) 등은 비교적 낮은 중요도를 나타냈다. 따라서, 웰빙 퓨전 메뉴에 대해 퓨전 레스토랑 이용 고객은 음식의 맛을 가장 중요(중요도)하게 인식하고 있음을 알 수 있다.

한편, 웰빙 퓨전 메뉴의 품질 속성에 대한 성취도(만족도)를 살펴보면, 가장 만족도가 높은 항목은 “음식의 맛”(3.93점)으로 나타났고, 그 다음은 “다이어트 메뉴(저지방, 저칼로리)”(3.86점), “식재료의 청결성”(3.84점), “기물의 청결성”(3.84점), “음식의 신선도”(3.81점), “메뉴의 질”(3.77점), “채식 메뉴”(3.77점), “메뉴 다양성”(3.71점) 등의 순으로 높게 나타났으며, 상대적으로 “음식의 모양”(3.36점), “음식의 크기”(3.41점), “어린이 메뉴”(3.43점), “스페셜 메뉴”(3.47점), “메뉴 추세”(3.48점)에 대한 만족도는 낮게 나타났다. 따라서, 웰빙 퓨전 메뉴에 대해 퓨전 레스토랑 이용 고객은 음식 맛에 가장 높은 성취도(만족도)를 가지고 있음을 알 수 있다.

〈Table 4〉 Analysis of difference between importance and performance of the quality of wellbeing fusion menu

Variables	Importance		Performance		t-value
	Mean	Ranking	Mean	Ranking	
1. New menu	3.89±0.76	21	3.54±0.69	17	6.094***
2. Trend of menu	3.74±0.75	28	3.48±0.66	26	4.521***
3. Composition of menu	3.89±0.78	19	3.52±0.75	19	6.790***
4. Figure of menu	3.76±1.05	27	3.36±1.03	30	5.197***
5. Natural sauce	3.90±0.86	18	3.66±0.86	12	3.738***
6. Environment-friendly organic agriculture food material	4.03±0.85	11	3.60±0.89	15	6.685***
7. Variety of menu	4.08±0.79	10	3.71±0.82	8	6.382***
8. Special menu	3.81±0.82	25	3.47±2.10	27	2.479***
9. Explanation of menu	3.90±0.77	20	3.52±0.90	20	5.865***
10. Portions of food	3.90±0.77	17	3.52±0.84	21	5.797***
11. Distinction with existing food	3.99±0.72	13	3.51±0.84	23	7.226***
12. Taste of food	4.42±0.79	1	3.93±0.91	1	7.090***
13. Vegetable menu	4.12±0.79	9	3.77±0.87	7	5.785***
14. Nutrition of food	4.12±0.87	8	3.67±0.87	10	6.689***
15. Suitable vessels	3.92±0.77	16	3.65±0.75	13	4.533***
16. Decoration and design	3.82±0.78	24	3.59±0.78	16	3.467***
17. Price	4.20±0.78	6	3.53±0.95	18	8.550***
18. Cooking method	3.78±0.83	26	3.48±0.75	24	5.053***
19. Environment-friendly menu	3.93±0.84	14	3.52±0.81	22	5.981***
20. Menu seasonality	3.82±0.93	23	3.48±0.80	25	4.871***
21. Sanitary of food	4.33±0.82	2	3.84±0.87	3	6.533***
22. Flavor of food	3.86±0.85	22	3.66±0.75	11	3.224***
23. Freshness of food	4.31±0.76	3	3.81±0.80	5	7.872***
24. Temperature of food	4.03±0.76	12	3.68±0.82	9	5.371***
25. Quality of menu	4.27±0.79	5	3.77±0.84	6	8.210***
26. Cleanliness of vessels	4.31±0.82	4	3.84±0.85	4	6.881***
27. Kids' menu	3.70±0.91	29	3.43±0.90	28	3.941***
28. Diet menu(low fat, low calories)	4.12±0.78	7	3.86±0.83	2	4.171***
29. Harmony of food material	3.93±0.73	15	3.64±0.80	14	4.474***
30. Size of food	3.64±0.93	30	3.41±0.85	29	3.867***
Total mean	3.99±0.40		3.62±0.86		
Cronbach's alpha	0.902		0.921		

*** $P < 0.001$.

2) 성별, 연령별 웰빙 퓨전 메뉴의 품질 속성에 대한 중요도 인식 차이

웰빙 퓨전 메뉴의 품질 속성에 대한 중요도 인식 차이를 조사 대상자들의 성별, 연령별로 중요

도 차이를 분석하기 위하여 T-test와 ANOVA, 던컨 사후 검정법을 실시한 결과는 〈Table 5〉에서 보는 바와 같다. 본 연구의 문항에 대한 신뢰도 분석 결과, 중요도 문항의 Cronbach alpha 값은

〈Table 5〉 Importance of the quality of wellbeing fusion menu by gender and age

Variables	Gender		T-value	Age				F-value
	Msle	Female		10s	20s	30s	>40s	
1. New menu	3.99±0.75	3.82±0.76	1.590	3.94±0.80	3.84±0.81	3.89±0.68	3.88±0.60	0.234
2. Trend of menu	3.77±0.72	3.73±0.77	0.416	3.79±0.76	3.75±0.79	3.74±0.66	3.64±0.74	0.296
3. Composition of menu	3.88±0.80	3.91±0.77	-0.338	3.87±0.88	3.91±0.74	4.00±0.77	3.79±0.70	0.453
4. Figure of food	3.38±1.05	4.01±0.97	-4.535***	4.03±1.04 ^a	3.57±1.09 ^b	3.74±0.95 ^{ab}	3.70±0.95 ^{ab}	2.629*
5. Natural sauce	3.70±0.89	4.03±0.82	-2.758**	3.96±0.88	3.85±0.89	3.83±0.79	4.00±0.83	0.420
6. Environment-friendly organic agriculture food material	3.85±0.86	4.14±0.82	-2.469*	4.13±0.85	3.91±0.88	4.03±0.79	4.12±0.82	1.038
7. Variety of menu	4.08±0.77	4.07±0.81	0.136	4.13±0.85	4.11±0.75	4.00±0.77	3.94±0.79	0.608
8. Special menu	3.81±0.80	3.80±0.83	0.035	3.89±0.77	3.80±0.86	3.71±0.79	3.79±0.86	0.373
9. Explanation of menu	3.85±0.83	3.91±0.74	-0.590	3.88±0.87	3.91±0.77	3.85±0.62	3.91±0.77	0.056
10. Portions of food	3.97±0.69	3.86±0.82	0.998	3.89±0.86	3.91±0.75	3.91±0.61	3.94±0.79	0.038
11. Distinction with existing food	4.10±0.73	3.92±0.71	1.867	3.87±0.76	4.06±0.72	4.02±0.62	4.03±0.73	0.958
12. Taste of food	4.31±0.77	4.50±0.80	-1.728	4.64±0.68 ^a	4.47±0.76 ^{ab}	4.06±0.91 ^c	4.24±0.79 ^{bc}	5.307***
13. Vegetable menu	3.93±0.83	4.23±0.75	-2.767**	4.33±0.72 ^a	4.05±0.82 ^{ab}	3.94±0.80 ^b	4.00±0.83 ^{ab}	2.745*
14. Nutrition of food	3.83±0.91	4.32±0.79	-4.160***	4.26±0.88	4.08±0.89	3.89±0.90	4.21±0.74	1.622
15. Suitable vessels	3.80±0.83	3.99±0.72	-1.718	4.00±0.80	3.86±0.76	3.86±0.81	3.94±0.67	0.485
16. Decoration and design	3.85±0.84	3.79±0.74	0.580	3.89±0.77	3.77±0.82	3.83±0.79	3.79±0.74	0.298
17. Price	4.10±0.77	4.29±0.78	-2.030*	4.36±0.78 ^a	4.20±0.78 ^{ab}	3.91±0.82 ^b	4.15±0.71 ^{ab}	2.587*
18. Cooking method	3.72±0.87	3.80±0.81	-0.697	3.77±0.92	3.64±0.85	3.86±0.69	4.03±0.73	1.958
19. Environment-friendly menu	3.73±0.88	4.07±0.79	-2.930**	4.01±0.86	3.89±0.85	3.77±0.88	4.06±0.70	0.999
20. Menu seasonality	3.75±0.84	3.86±0.98	-0.839	3.81±1.11	3.77±0.83	3.74±0.92	4.03±0.77	0.725
21. Sanitary of food	4.13±0.86	4.47±0.77	-3.006**	4.64±0.62 ^a	4.25±0.89 ^b	4.14±0.77 ^b	4.12±0.89 ^b	5.125**
22. Flavor of food	3.75±0.88	3.92±0.83	-1.480	3.94±0.87	3.83±0.88	3.74±0.85	3.88±0.78	0.482
23. Freshness of food	4.16±0.74	4.41±0.76	-2.438*	4.47±0.76	4.31±0.73	4.14±0.85	4.18±0.73	1.941
24. Temperature of food	3.93±0.74	4.08±0.76	-1.447	4.06±0.87	3.99±0.71	4.09±0.74	4.00±0.66	0.195
25. Quality of menu	4.15±0.80	4.34±0.77	-1.831	4.36±0.80	4.30±0.78	4.23±0.73	4.06±0.83	1.137
26. Cleanliness of vessels	4.14±0.82	4.41±0.80	-2.456*	4.48±0.79 ^a	4.34±0.79 ^{ab}	4.09±0.85 ^b	4.06±0.83 ^b	3.113*
27. Kids' menu	3.57±0.93	3.79±0.89	-1.763	3.73±0.90	3.56±0.94	3.94±0.76	3.73±0.98	1.530
28. Diet menu(low fat, low calories)	3.98±0.76	4.21±0.77	-2.249*	4.36±0.78 ^a	4.07±0.81 ^a	4.14±0.55 ^a	3.75±0.71 ^b	5.005**
29. Harmony of food material	3.82±0.70	4.00±0.73	-1.846	3.96±0.72	3.98±0.76	3.83±0.71	3.88±0.70	0.433
30. Size of food	3.53±0.95	3.72±0.92	-1.431	3.51±1.00	3.63±0.93	3.66±0.91	3.64±0.93	1.595

* $P<0.05$, ** $P<0.01$, *** $P<0.001$.

0.902으로 높은 신뢰도 문항을 나타냈다.

성별에 따라서는 여성이 남성보다 음식의 모양($p<0.001$), 천연 소스($p<0.01$), 친환경 유기농 식재료($p<0.05$), 채식 메뉴($p<0.01$), 음식의 영양($p<0.001$), 가격($p<0.05$), 친환경 메뉴($p<0.01$), 식

재료의 청결성($p<0.01$), 음식의 신선도($p<0.05$), 기물의 청결성($p<0.05$), 다이어트 메뉴(저지방, 저칼로리($p<0.05$) 등의 항목에 대해 높은 중요도를 나타내었다. 따라서 여성이 남성보다 웰빙 퓨전 메뉴 품질 속성에 대해 전반적으로 보다 높은 중

요도를 가지고 있다는 사실을 알 수 있다.

연령에 따라서는 10대가 다른 연령층에 비해 상대적으로 음식의 모양($p<0.05$), 음식의 맛($p<0.001$), 채식 메뉴($p<0.05$), 식재료의 청결성($p<0.01$), 기물의 청결성($p<0.05$) 등에 대해 높은 중요성을 가지고 있는 것으로 나타났다. 다이어트 메뉴(저지방, 저칼로리)에 대해서는 40대 이상이 10대, 20대, 30대에 비해 낮은 중요도 인식을 나타냈다. 따라서, 젊은 층의 다이어트 메뉴에 대한 요구도가 높음을 알 수 있었다.

3) 성별, 연령별 웰빙 퓨전 메뉴의 섭취 빈도 차이

퓨전 레스토랑에서 다소 많이 판매되는 웰빙 퓨전 메뉴에 대한 조사 대상자들의 섭취 경험을 성별, 연령별 섭취 빈도 차이 분석하기 위하여 *T-test*와 ANOVA, 던컨 사후 검정법을 실시한 결과는 <Table 6>에서 보는 바와 같다. 본 연구의 문항에 대한 신뢰도 분석 결과, 섭취 빈도 문항의 Cronbach's alpha 값은 0.902로 높은 신뢰도 문항

<Table 6> Intake frequency of wellbeing fusion menu by gender and age

Variables	Gender		T-value	Age				F-value
	Male	Female		10s	20s	30s	>40s	
1. Bulgogi wrapped in radish	1.65±0.83	1.65±0.91	-0.56	1.53±0.93	1.66±0.79	1.80±0.90	1.73±0.94	0.879
2. Pomegranate dressing bacon	1.43±0.66	1.35±0.69	0.848	1.20±0.58 ^b	1.43±0.69 ^{ab}	1.63±0.73 ^a	1.39±0.70 ^{ab}	3.450*
3. Grilled pork loin with pineapple	1.49±0.79	1.51±0.82	-0.170	1.33±0.74 ^b	1.60±0.89 ^{ab}	1.71±0.75 ^a	1.36±0.70 ^b	2.704*
4. Cold plate with smoked pork loin	1.68±0.97	1.50±0.73	1.600	1.27±0.59 ^b	1.67±0.84 ^a	1.83±0.95 ^a	1.67±0.96 ^a	4.912**
5. Flying fish's roe wrapped in vegetables	1.61±0.79	1.66±0.97	-0.389	1.63±1.12	1.68±0.72	1.66±0.84	1.58±0.90	0.113
6. Gaseu tofu	1.49±0.74	1.46±0.87	0.261	1.26±0.77 ^b	1.59±0.90 ^{ab}	1.71±0.79 ^a	1.36±0.60 ^b	3.558*
7. Salmon salad	1.90±1.03	1.96±1.15	-0.384	1.60±1.04 ^b	2.22±1.10 ^a	2.31±1.08 ^a	1.55±1.00 ^b	7.289***
8. Seafood tofu salad	1.68±0.86	1.53±0.91	1.212	1.34±0.74 ^b	1.69±0.95 ^{ab}	2.00±0.97 ^a	1.42±0.79 ^b	5.228**
9. Omelet with a filling of fried rice and sprout salad	1.73±1.00	1.57±0.79	1.265	1.42±0.69 ^b	1.84±0.94 ^a	1.79±0.98 ^a	1.36±0.82 ^b	4.555**
10. Shrimp vegetable gratin	1.67±0.88	1.77±0.96	-0.825	1.53±0.94 ^b	1.82±0.87 ^{ab}	2.18±1.11 ^a	1.45±0.62 ^b	5.211**
11. Seafood curried noodles	1.52±0.82	1.46±0.85	0.583	1.33±0.88	1.52±0.86	1.77±0.84	1.42±0.56	2.334
12. Grilled salmon with herbs	1.56±0.81	1.46±0.85	0.882	1.20±0.55 ^c	1.62±0.85 ^{ab}	1.91±1.09 ^a	1.42±0.87 ^{bc}	6.823***
13. Rice cake with sweet pumpkin cheese	1.42±0.66	1.50±0.96	-0.648	1.19±0.64 ^c	1.61±0.96 ^{ab}	1.74±0.92 ^a	1.38±0.71 ^{bc}	4.952**
14. Hamburg steak with buckwheat	1.43±0.66	1.36±0.76	0.727	1.23±0.64	1.44±0.66	1.51±0.92	1.45±0.75	1.759
15. Tofu steak with peanuts sauce	1.45±0.80	1.47±1.14	-0.115	1.29±0.80	1.51±1.24	1.77±1.06	1.39±0.61	1.905
16. Bacon roll with glutinous rice powder	1.39±0.60	1.35±0.63	0.397	1.14±0.43 ^c	1.45±0.68 ^{ab}	1.66±0.68 ^a	1.30±0.53 ^{bc}	6.866***
17. Ovened green perilla gratin	1.39±0.65	1.32±0.60	0.823	1.17±0.48 ^b	1.39±0.65 ^b	1.66±0.80 ^a	1.24±0.44 ^b	5.527***
18. Pomegranate dressing tofu	1.44±0.79	1.32±0.72	1.178	1.13±0.56 ^b	1.41±0.74 ^b	1.74±1.01 ^a	1.31±0.59 ^b	5.894***
19. Sweet pumpkin salad	1.82±1.10	2.35±1.39	-3.205**	2.13±1.34	2.29±1.39	2.26±1.22	1.67±0.96	1.947
20. Soybean paste risotto	1.48±0.90	1.35±0.76	1.173	1.10±0.42 ^c	1.48±0.88 ^b	1.82±1.00 ^a	1.39±0.86 ^{bc}	7.019***
21. Green vegetable noodles with black bean sauce	2.66±1.55	2.23±1.38	2.108*	2.51±1.62	2.44±1.48	2.40±1.14	2.00±1.35	0.984

* $P<0.05$, ** $P<0.01$, *** $P<0.001$.

을 나타냈다.

전반적인 웰빙 퓨전 메뉴에 대한 섭취 경험을 조사한 결과, 응답자들이 가장 많은 섭취 경험을 가지고 있는 웰빙 퓨전 메뉴는 “자장면(푸른면)”(2.39점)으로 나타났고, 그 다음은 “단 호박 샐러드”(2.14점), “연어 샐러드”(1.94점), “새우 야채 그라탕”(1.73점), “궁중 불고기 무쌈”(1.65점), “날치 알 웰빙 쌈”(1.64점), “새싹 샐러드 오므라이스”(1.63점), “해산물 두부 샐러드”(1.59점) 등의 순으로 높은 섭취 경험을 가지고 있는 것으로 나타났다. 반면에 “오븐 들깨 그라탕”(1.34점), “석류 드레싱 두부”(1.36점), “참쌀가루 베이컨 롤”(1.36점), “석류 드레싱 베이컨”(1.38점), “메밀 햄버거 스테이크”(1.39점), “된장 리조또”(1.40점) 등에 대해서는 상대적으로 낮은 섭취 경험을 가지고 있는 것으로 나타났다.

성별에 따라서는 남성은 여성보다 “자장면(푸른면)”(남 2.66점 여 2.23점, $p<0.05$)을 더 자주 섭취한 경험을 가지고 있는 반면에 여자는 남자보다 “단 호박 샐러드”(남 1.82점 여 2.35점, $p<0.01$)를 더 자주 섭취한 것으로 나타났다.

연령에 따라서는 30대가 다른 연령층에 비해 석류 드레싱 베이컨($p<0.05$), 파인애플 구이 삼겹살($p<0.05$), 가쓰오 두부($p<0.05$), 해산물 두부 샐러드($p<0.01$), 새우 야채 그라탕($p<0.01$), 허브 잎은 연어 구이($p<0.001$), 단 호박 치즈 설기($p<0.01$), 참쌀가루 베이컨 롤($p<0.001$), 오븐 들깨 그라탕($p<0.001$), 석류 드레싱 두부($p<0.001$), 된장 리조또($p<0.001$)를 더 자주 섭취한 경험을 가지고 있는 것으로 나타났고, 그 다음으로 20대, 40대 이상, 10대 순이었다. 훈제 삼겹살 냉채($p<0.01$)는 10대가 다른 연령층에 비해 낮은 섭취 경험을 가지고 있는 것으로 나타났고, 연어 샐러드($p<0.001$)와 새싹 샐러드 오므라이스($p<0.01$)는 20, 30대가 40대 이상이나 10대보다 더 자주 섭취하는 것으로 나타났다.

2. 웰빙 퓨전 메뉴의 품질 속성에 대한 IPA 그래프 작성

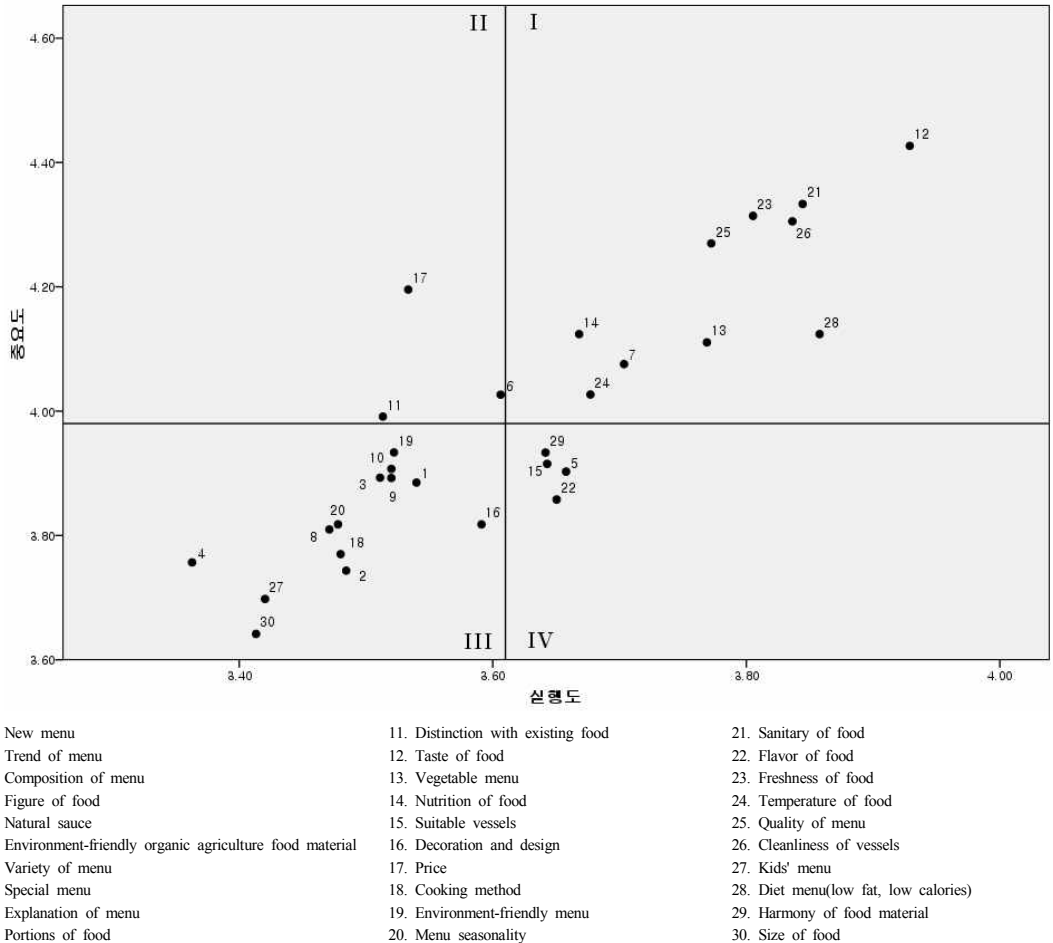
웰빙 퓨전 메뉴의 품질 속성에 대한 중요도와 성취도(만족도)에 대한 IPA(중요도-성취도(만족도) 분석을 실시하기 위하여 IPA(Importance-Performance Analysis)와 대응표본 *T*-test(Paired sample), SPSS 14.0과 SPSS 15.0 프로그램을 이용하였다. 분석 결과는 <Fig. 1>에서 보는 바와 같다.

첫째, 웰빙 퓨전 메뉴의 품질 속성에 대해 응답자들이 중요하게 생각하고 있으면서, 실제로 퓨전 레스토랑 운영자의 성취도(만족도) 또한 비교적 잘 이루어지고 있다고 판단되어 현재도 잘 지켜지고 있지만 앞으로 계속 유지해 나가는 것이 바람직한 제1사분면(좋은 성과 유지: keep up the good work)에 해당하는 항목으로는 음식의 맛, 식재료의 청결성, 기물의 청결성, 음식의 신선도, 메뉴의 질, 다이어트 메뉴(저지방, 저칼로리), 채식 메뉴, 음식의 영양, 메뉴의 다양성, 음식의 온도 등이었다.

둘째, 응답자들이 매우 중요하게 생각하고 있는 반면 이 평가 속성에 대한 성취도(만족도)는 낮게 평가된 상태로 여기에 집중하여 우선적으로 시급히 개선해야 할 2사분면(노력 집중화의 지향: concentrate here)에 해당하는 역할 항목으로는 가격, 기존 음식과의 차별성, 친환경 유기농 식재료 등이었다.

셋째, 응답자들이 이들 항목에 대한 중요도 면(낮은 중요도: low priority)에 해당하는 항목으로는 음식의 모양, 음식의 크기, 어린이 메뉴, 메뉴 추세, 메뉴 설명, 스페셜 메뉴, 장식 및 디자인, 조리법, 메뉴의 계절성, 음식의 양, 메뉴 구성, 신 메뉴 등이었다.

넷째, 응답자들이 중요하게 생각하고 있지 않은 평가 속성에 대해 성취도(만족도)가 과잉되게 나타난 상태로 성취도(만족도)를 줄이거나 투입된 노력을 다른 평가 속성에 투입해야 할 제4사분면(과잉 노력 지양: possible overkill)에 해당하는 역할 항목으로는 음식의 향, 음식 용기의 적절성(그릇), 천연 소스, 식재료 배합 등으로 나타났다.



〈Fig. 1〉 Result of importance-performance analysis of the quality of wellbeing fusion menu.

V. 결 론

1. 요약 및 시사점

본 연구는 퓨전 레스토랑 이용 고객의 웰빙 퓨전 메뉴에 대한 중요도, 성취도(만족도) 품질 속성을 분석하여 세분화된 마케팅 방향을 설정하는데 유용한 정보를 제공하며, 향후 퓨전 레스토랑의 메뉴 개선 방안 모색과 동시에 효과적 발전 방안을 제시하고자 하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 퓨전 레스토랑의 웰빙 퓨전 메뉴 속성별 중요도, 성취도(만족도) 평가에 있어서 고객은 음식의 맛, 식재료의 청결성, 기물의 청결성, 메뉴

의 질, 음식의 신선도 등은 높게 평가한 반면에, 상대적으로 음식의 크기, 음식의 모양, 어린이 메뉴, 메뉴 추세 등은 낮은 중요도와 성취도(만족도)를 가진 것으로 나타났다. 또한 웰빙 퓨전 메뉴의 중요도와 만족도에 대한 대응표본 T-test를 실시한 결과, 평균적으로 중요도가 성취도(만족도)보다 높은 것으로 나타나, 퓨전 레스토랑 업체의 전반적인 품질 개선이 요구되었다. 따라서 퓨전 레스토랑 이용 고객들이 높게 평가하고 있는 음식의 맛뿐만 아니라 식재료와 기물의 청결성을 위해 직원들의 위생 교육과 관계 기관들의 위생 검열에 철저한 행정적 뒷받침이 요구된다. 또한 점차적으로 까다로워지고 있는 다양한 고객들의

육구 충족을 위해 음식의 모양과 크기 등의 시각적 눈으로 먹는 맛에 관한 푸드 스타일링에도 업계의 노력이 요구된다.

둘째, 웰빙 퓨전 메뉴의 품질 속성에 대한 성별, 연령별 중요도 인식 차이를 조사한 결과, 성별에 따라서는 여성이 남성보다 음식의 모양, 천연 소스, 친환경 유기농 식재료, 채식 메뉴, 음식의 영양, 가격, 친환경 메뉴 구성, 식재료의 청결성, 음식의 신선도, 기물의 청결성, 다이어트 메뉴(저지방, 저칼로리) 등의 항목에 대해 높은 중요도를 나타내었다. 연령에 따라서는 10대가 다른 연령층에 비해 상대적으로 음식의 모양, 음식의 맛, 채식 메뉴, 식재료의 청결성, 기물의 청결성 등에 대해 높은 중요성을 가지고 있었고 40대의 경우, 다이어트 메뉴(저지방, 저칼로리)에 대해 다른 연령층보다 낮은 중요도 인식을 나타내었다.

셋째, 퓨전 레스토랑에서 다소 많이 판매되는 웰빙 퓨전 메뉴에 대한 조사 대상자들의 섭취 경험을 조사한 결과, 가장 많은 섭취 경험을 가지고 있는 웰빙 퓨전 메뉴는 자장면(푸른면)으로 나타났다. 그 다음은 단 호박 샐러드, 연어 샐러드, 새우 야채 그라탕, 궁중 불고기 무 짬, 날치 알 웰빙 짬, 새싹 샐러드 오므라이스, 해산물 두부 샐러드 등의 순이었다. 반면에 오븐 들깨 그라탕, 석류 드레싱 두부, 참쌀가루 베이컨 롤, 석류 드레싱 베이컨, 메밀 햄버거 스테이크, 된장 리조또 등에 대해서는 상대적으로 낮은 섭취 경험을 가지고 있는 것으로 나타났다. 성별에 따라서는 남성은 여성보다 자장면(푸른면)을 더 자주 섭취한 반면에 여성은 남성보다 단 호박 샐러드를 더 자주 섭취한 것으로 나타났다. 연령에 따라서는 30대가 다른 연령층에 비해 석류 드레싱 베이컨, 파인애플 구이 삼겹살, 가쓰오 두부, 해산물 두부 샐러드, 새우 야채 그라탕, 허브 얹은 연어 구이 등을 더 자주 섭취한 것으로 나타났고, 반면에 10대 이하의 웰빙 퓨전 메뉴의 섭취 경험이 상대적으로 낮게 나타났다.

넷째, 퓨전 레스토랑의 웰빙 퓨전 메뉴 속성별 IPA 분석 결과, 기존의 좋은 품질을 계속 유지하는 것이 바람직한 중요도와 성취도(만족도) 모두 높은 1사분면에는 음식의 맛, 식재료의 청결성, 기물의 청결성, 음식의 신선도, 메뉴의 질, 다이어트 메뉴(저지방, 저칼로리), 채식 메뉴, 음식의 영양, 메뉴의 다양성, 음식의 온도 등이 포함되었고, 중요도는 높은 반면에 이 평가 속성에 대한 성취도(만족도)는 낮게 평가되어 여기에 집중하여 우선적으로 시급히 개선해야 할 2사분면에는 가격, 기존 음식과의 차별성, 친환경 유기농 식재료이었다. 또한 낮은 중요도와 낮은 성취도(만족도)로 현재 이상의 노력이 불필요한 상태의 속성들인 3사분면에는 음식의 모양, 음식의 크기, 어린이 메뉴, 메뉴 추세, 메뉴 설명, 스페셜 메뉴, 장식 및 디자인, 조리법, 메뉴의 계절성, 음식의 양, 메뉴 구성, 신 메뉴 등이었고, 중요도는 낮은 반면에 성취도(만족도)는 과잉되게 나타나 성취도(만족도)를 줄이거나 투입된 노력을 다른 평가 속성에 투입해야 할 제4사분면에는 음식의 향, 음식용기의 적절성(그릇), 천연 소스, 식재료 배합 등으로 나타났다.

본 연구 결과, 퓨전 레스토랑 운영자는 고객만족을 위한 메뉴 품질 관리를 위해서 특히 관심을 두어야 할 것은 고객들이 중요하게 생각하는 반면에 현재의 운영에서 그 성취도(만족도)가 낮게 나타난 가격의 적절성, 기존 음식과의 맛의 차별성, 친환경 유기농 식재료 사용이었다.

따라서 본 연구의 실증분석 결과를 토대로 다음과 같은 시사점을 제시한다. 첫째, 퓨전 레스토랑 운영자는 고객 만족 경영을 위해 객 단가가 높은 웰빙 퓨전 메뉴에 대한 적절한(Reasonable) 가격 제시에 대한 다각적인 정책 수립이 시급히 요구된다. 가격은 여러 가지 요소를 반영하는 고객과의 최종 커뮤니케이션(Communication)의 도구(Tool) 역할을 담당한다. 퓨전 레스토랑 이용 주 고객 연령층이 10대 이상~20대 후반의 큰 소비 시장을 표적 시장으로 선정하여 다른 부가적인

가치 서비스 제공, 할인 제휴, 부분적 프로모션, 충성 고객 할인 쿠폰 제도 등등의 차별화되고 세분화된 새로운 가격 전략 마케팅 수립에 대한 연구가 요구된다. 둘째, 외식 산업에서 경쟁 우위와 차별화는 사업 성패를 결정하는 핵심적인 요인이다. 퓨전 레스토랑 운영자는 타 경쟁업체와 색다른 가치창출과 지속 경영을 실현하기 위해 기존 음식과의 맛의 차별화 전략 즉, 고객의 마음속에 자리 잡는 포지셔닝(Positioning) 전략이 필요하다. 표적시장(10대 이상~20대 후반) 선정과 타 경쟁 업체의 상품과 차별화되고 특화된 조리법, 식재료, 소스 개발 등을 활용하여 기존 음식과의 맛의 차별화를 위해 새로운 메뉴 개발 전략과 이미지 강화로 경쟁 우위 확보하기 위한 지속 가능 경영 전략 수립이 요구된다. 또한 고객 선호도가 높은 기존 메뉴의 모방한 신 메뉴 개발을 피하며 기존 메뉴와는 차별화되는 독특한 새로운 맛이 창조된 신 메뉴를 개발 출시하여 고객 만족도를 높여 경쟁력을 확보하는 메뉴 차별화 전략이 요구된다. 즉, 고객의 입맛에 맞춘 신 메뉴 개발이 아니라 메뉴 개발자의 성향, 취향에 의해 창조된 새로운 맛에 고객이 맞추는 것이다. 셋째, 퓨전 레스토랑 운영자는 친환경 유기농 식재료 사용을 위해 다각적인 노력과 연구가 절실히 요구된다. 최근 소비자 건강 메뉴 제공에 대한 관심과 더불어 건강과 환경을 고려한 LOHAS(Lifestyles of Health And Sustainability: 건강과 지속가능성을 추구하는 라이프스타일)적 메뉴 품질 특히 친환경 유기농 식재료 사용에 대한 요구가 높아지고 있다는 연구 보고(Ko BS · Ko PS 2005; Kim SS 2007)와도 관련이 깊은 것으로 여겨진다. 따라서 이런 사회적인 추세와 변화에 대응하여 외식업체 운영자들은 친환경 유기농 식재료 사용에 대한 다양한 방법을 연구할 필요성이 있다고 여겨진다. 특히 조류독감, 광우병 등의 영향으로 친환경 유기농 식재료 사용에 대한 요구가 높아지고 있는 현 시점을 고려할 때, 친환경 유기농 식재료 사용의 표시를 명확히 하고, 이들의 가치 홍보와

더불어 생산자 및 판매자의 적절한 가격 전략 제시 요구가 필요하다고 사료된다.

2. 연구의 한계점

본 연구는 웰빙(퓨전) 메뉴의 품질 속성에 대한 선행 연구와 실증연구를 중심으로 웰빙 퓨전 메뉴의 품질에 대한 이론적 관계를 체계화하고 실증연구 중심으로 중요도, 성취도(만족도) 향상 방안을 제시하였으나, 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 첫째, 연구 범위에서 부산, 경남 지역으로 한정된 연구를 하였기 때문에 연구 결과를 전국적으로 일반화에는 한계점이 있다. 둘째, 본 연구는 표본 추출에 있어서 부산, 경남 지역 소재하는 퓨전 레스토랑 전체에서 표본을 추출하지 못하고 3개 퓨전 레스토랑에 한정되어 연구 수행하였다. 때문에 연구결과를 부산, 경남 지역 모든 퓨전 레스토랑에 적용하기에는 한계가 있다. 셋째, 웰빙 퓨전 메뉴에 영향을 미칠 수 있는 여러 변수가 있는데, 본 연구에서는 인구통계학적인 변수에 따라 성별, 연령별만 연구 대상으로 선정하였다. 따라서 향후 연구에서는 위와 같은 한계점을 보완하여 보다 깊이 있는 연구 방법 측면을 고려하여 그 결과의 적절성과 심도를 더욱 강화하여야 하며, 연구에서 다양한 분석기법을 이용하여 이에 관한 분석이 이루어져야 한다. 또한 퓨전 레스토랑 현장에서 직접 활용 가능한 조사, 분석적인 연구로 실질적인 연구가 시행되어야 한다.

한글초록

본 연구는 퓨전 레스토랑 이용 고객의 웰빙 퓨전 메뉴에 대한 중요도, 성취도(만족도) 품질 속성을 분석하여 세분화된 마케팅 방향을 설정하는데 유용한 정보를 제공하며, 향후 퓨전 레스토랑의 메뉴 개선 방안 모색과 동시에 효과적인 발전 방안을 제시하고자 한다. 퓨전 레스토랑의 웰빙 퓨전 메뉴 속성별 중요도, 성취도(만족도) 평가에

있어서 중요도가 성취도(만족도)보다 높은 것으로 나타났다. 고객은 음식의 맛, 식재료의 청결성, 기물의 청결성, 메뉴의 질, 음식의 신선도 등은 높게 평가한 것으로 나타났다. 퓨전 레스토랑에서 다소 많이 판매되는 웰빙 퓨전 메뉴에 대한 조사 대상자들의 섭취 경험을 조사한 결과, 가장 많은 섭취 경험을 가지고 있는 웰빙 퓨전 메뉴는 자장면(푸른면)으로 나타났고, 그다음은 단 호박 샐러드, 연어 샐러드, 새우 야채 그라탕 등으로 나타났다. 반면에 오븐 들깨 그라탕, 석류 드레싱 두부, 참쌀가루 베이컨 롤, 석류 트레이싱 베이컨 등에 대해서 상대적으로 낮은 섭취 경험을 가지고 있는 것으로 나타났다. 퓨전 레스토랑의 웰빙 퓨전 메뉴 속성별 IPA 분석 결과, 기존의 좋은 품질을 계속 유지하는 것이 바람직한 중요도와 성취도(만족도) 모두 높은 1사분면에는 음식의 맛, 식재료의 청결성, 기물의 청결성, 음식의 신선도, 메뉴의 질, 다이어트 메뉴(저지방, 저칼로리), 채식 메뉴, 음식의 영양, 메뉴의 다양성 등이 포함되었고, 중요도는 높은 반면에 이 평가 속성에 대한 성취도(만족도)는 낮게 평가되어 여기에 집중하여 우선적으로 시급히 개선해야 할 2사분면에는 가격, 기존 음식과의 차별성, 친환경 유기농 식재료로 나타났다.

참고문헌

1. Ahn HY · Cho KI (2006). Evaluation of well-being menu of fast-food restaurant using IPA. *Korean J Tourism Res* 21(3):237-254.
2. Min Joong Sea Gwan (2001). New Millennium English-Korean Dictionary. English literature Association of Korea. p1203.
3. Anderson AS · Morris SF (2000). Changing fortunes: Changing food choices. *Nutrition & Food Science* 30(1):12-15.
4. Cho KI · Ahn HY · Noh YG (2006). The effects of customer's satisfaction and wellbeing menu of fast-food industry. *Korea Academic Society of Tourism Management* 20(3):141-160.
5. Chung HY (2000). New food fashion-fusion food. *Institute of Science for Human Life Res* 4(1):111-115.
6. Chosun Ilbo (2008). Polarization of the table. 23 April.
7. Dong-A Ilbo (2003). The cover story of Neo wellbeing. 16 October.
8. Financial News (2003). Wellbeing life of health and relaxation. 28 October.
9. Far Eastern Economic Review (1998). Fusion cuisine in Malaysia: Cooking-classes in Bangkok. *Far Eastern Economic Review* 161(21):50-51.
10. Jang JS (2000). A study of fusion style tableware. MS thesis Ewha Womens' University. p1.
11. Jeon YO · Yun JE (2005). Introduce and future prospect of wellbeing culture. Samsung Economic Research Institute. Issue paper (Report 2005-5), 1.
12. Kang HY · Lee YJ (2008). A study on the importance, satisfaction, perception and intake frequency of fusion menu. *Korean J Culinary Res* 14(4): 134-149.
13. Kwon YJ · Song HG · Byun KI (2006). A study of effects on selecting well-being oriented menu in restaurants according to the LOHAS indices and the types of lifestyle of repeated customers. *Korean J Hospitality and Tourism Studies* 8(3):31-47.
14. Kim EJ (1999). The needs and development of fusion cuisine as an alternative new concept for tourist attraction. *Korean J Tourism Res* 23(1):246-260.
15. Kim SH (2002). A study on a changes of consumer's lifestyles and product design trend system in the age of information. MS thesis Sookmyung Womens' University. p41.

16. Kim HR (2002). A study on fusion image in fashion -Focused on retro-. MS thesis Keimyung University. p5.
17. Kim NY (2000). The art of fusion: The French culture. *The Journal of French Art Culture* 3(1):15.
18. Kim DS (2001). The study for application of a fusion food. *Journal of Tourism Systems and Quality Management* 7(1/2):12-32.
19. Kim KY · Kim SJ (2000). A study on the menu composition factors for management activation of hotel and restaurant. *Korean J Food Service Management* 6(1):25-55.
20. Kim HJ (2002). A study on importance and satisfaction with new menu development by family restaurants. MS thesis Sejong University. p10.
21. Ko BS · Ko PS (2005). The study on the characteristics of circulation of environmentally friendly agricultural products and the consumers' purchase intention. *Korean J Culinary Res* 11(4):214-227.
22. Kim SS (2007). A study on consumer's attitude for food safety and purchase of environment friendly agricultural products. *Korean J Home Management Assoc* 25(6):15-32.
23. Korea Economic Daily (2005). Symposium for LOHAS consumption trend. 1 October.
24. Kufman-Kurzrock DL (1989). Culture aspects of nutrition. *Top Clin Nutrition* 4(2):1-6.
25. Lee GC · Chon SB · Cho HC (2006). A study on the awareness of wellness in the elderly people. *Korean J Sports Res* 17(3):85-97.
26. Lee MS (2004). Looking at well-being in terms of lifestyle: Healthy or trendy? *Korean J Living Science Assoc* 13(3):477-484.
27. Lee HS (2005). Study on the direction of developing organic food package in the wake of change in lifestyle of consumers who pursue well-being trend- By focusing on well-being consumers and LOHAS consumers. MS thesis Ewha Womans' University. p14.
28. Lee JR · Um YH (2004). A study of attitude toward health menu. *Korean J Culinary Res* 10(2):16-29.
29. Lee JY (2005). A study on well-being behaviors in Korea- in relation with perception of well-being and lifestyle-. PhD dissertation Sungshin Womens' University. pp.5-18.
30. Lee GD (2000). Understanding the culture of fusion food. *The Journal of Korean Society of food Science* 16(3):277-278.
31. Lee SM (2000). Present condition and future prospect of fusion food. *The Journal of Korean Society of Food Science* 16(3):285-292.
32. McCool · Holland (1994). Cross-cultural cuisine: Long term trend or short-lived fad. *FIU Hospitality Review*. 12(1):17. the now craze is fusion cuisine, a tantailsing blend of east and west. 22(2):50-51.
33. Min KH (2006). Menu evaluation for native foods in Jeonju area. *The Journal of Korean Society of Food Science* 22(1):96-104.
34. Maeil Business Newspaper (2007). Trend of Establishment. August 3, final edition.
35. Noh SH (2006). A study on menu development of French restaurant in hotel. MS thesis Soonchunhyang University. pp.5-11.
36. Na JK (1995). A study on the evaluation of menu planning and design. *The Tourism Sciences Society of Korea* 18(2):29-49.
37. Park JS (2004). The analysis on the leisure activities by market segmentation based on the level of well-being index. MS thesis Paichai University. pp.7-9.
38. Ray PH (2000). Who is the LOHAS consumer?

- Journal of LOHAS*. 2004 15 July Surf, <http://www.seri.org/fr/fpdsV.html>.
39. Song HG (2007). An influence on consumption toward health by the tendency of healthful menu choice in dinning-out consumer: Focused on the LOHAS, importance of dinning-out oriented health, health food purchasing behavior. PhD dissertation Kyung Hee University. pp.8-11.
 40. Sim HS · Song KJ (2004). Well-being Business. Park Young Yool publisher. p19. Seoul.
 41. Shin AS · Ahn HK (2001). An analysis of the fusion cuisine recipe on mass media. *Korean J Culinary Res* 7(3):12.
 42. Shepherd R (2001). Healthier eating in the UK, the eating food and health LINK programme. *Trends in Food Science & Technology* 12(11): 425-428.
 43. Singapore Business Review (1998). Fusion passion: The now craze is fusion cuisine, a tantalizing blend of east and west. *Singapore Business Review* 22(2):50-51.
 44. Thompson CJ · Hirschman EC (1995): Understanding the socialized body: A poststructuralist analysis of consumers' self-conceptions, body images and self-care practices. *Journal of Consumer Research* 22(2):139-153.
 45. Thompson CJ · Troester M (2002). Consumer value system in the age of post modern fragmentation: The cases of the natural health microculture. *The Journal of Consumer Research* 28(4):550-571.
 46. Thogerson J · Olander F (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel. *Journal of Economic Psychology* 23(5):605-630.
 47. US News and World Report INC (1999). Fusion cuisine: Combining western dishes and indian flavors. *US News and World Report* 126(11): 72.
 48. Yoo HJ (2006). Consumer consciousness toward well-being trend and well-being behaviors. *Korean J Living Science Assoc* 15(2):5-6.
 49. 닭굴보보스. 퓨전치킨전문점. 2007.10.30. <http://www.okbobos.com>
 50. 수리아. 퓨전주점. 2007.10.30. <http://www.suriya.co.kr>
 51. 오무토토마토. 퓨전패밀리레스토랑. 2008.12.20. <http://www.omutotomato.com>
 52. 조치조치. 퓨전주점. 2007.10.30. <http://www.jochijochi.co.kr>
 53. 호아센. 퓨전패밀리레스토랑. 2007.10.30. <http://www.hoasen.co.kr>
-
- 2009년 9월 24일 접 수
2009년 11월 12일 1차 논문수정
2009년 12월 15일 2차 논문수정
2010년 1월 22일 3차 논문수정
2010년 2월 18일 게재확정