

# 서울·뉴욕 소재 한식레스토랑 이용고객 공간만족도 비교분석\*\*

-현대식 고급 한식레스토랑을 중심으로-

## A Study about Customer Satisfaction of Korean Restaurants

- Focusing on Seoul and New York Modernized Upscale Korean Restaurants -

**Author** 김윤아 Kim, Youn-A / 정희원, 경희대학교 조리외식경영학과 박사과정  
신경주 Shin, Kyung-Joo / 편집이사, 한양대학교 실내건축디자인학과 교수, 학술박사\*

**Abstract** In this study, in order to analyze customers' space satisfaction, ten modern high-class Korean restaurants, five in New York and another five in Seoul, that were opened or remodeled after 2008 were selected and satisfaction characteristics survey of 197 customers who use these Korean restaurants was conducted by using Likert 5-point scale. The study results(a high reliability was obtained showing the Cronbach's alpha coefficient of average 0.895 for all questions) were analyzed for the frequency, percentage, mean, etc. and the mean between groups were comparatively analyzed by conducting the t-test, Duncan's test by using the SPSS 18.0 statistical program. The results are as follows.

First, the results of customers general characteristic comparative analysis, all the Seoul and New York customers have comparatively high academic ability, high income and eating-out expenses. The main customers in Seoul were the women in their thirties and forties while those in New York were mainly in their forties and fifties both men and women at similar rate.

Second, as to the satisfaction with the interior, the satisfaction with finishing materials was little higher in New York as Seoul (3.30 points) and New York (3.86 points). The satisfaction with color was relatively higher in Seoul (3.66 points) and relatively lower in New York (3.18 points). As the satisfaction with furniture and decorating accessories was relatively lower in both Seoul (3.10 points) and New York (3.48 points). The satisfaction with space size in Seoul (the total space size: 3.99 points, private space size: 3.90 points) was relatively higher than that in New York (the total space size: 3.46 points, private space size: 3.28 points). The satisfaction with interior and exterior in both Seoul (exterior: 3.63 points, interior: 3.40 points) and New York (exterior: 3.28 points, interior: 3.39 points) were average. For the satisfaction of environment, Seoul (3.42 points) was slightly lower than that of New York (3.56 points).

Third, the result of customers' satisfaction in Seoul and New York showed no commonality. Therefore in order to be renewed as the Korean restaurants with high customer satisfaction, it is expected that the Korean restaurants located in Seoul and New York need to plan the space by considering their customers' characteristics and satisfactions.

**Keywords** 현대식 고급 한식레스토랑, 이용고객들, 공간만족도, 서울, 뉴욕  
Modernized Upscale Korean Restaurant, Customers', Space Satisfaction, Seoul, New York

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경과 목적

한식세계화 사업에 따라 전 세계인을 겨냥하며 2008년부터 등장한 현대식 고급 한식레스토랑은 한국의 수도권 서울과 세계의 문화를 선도하는 미국의 뉴욕을 중심으로

급 발전하고 있다. 오늘날의 레스토랑은 단순한 식사장소를 넘어 이 공간을 매개로 다양하게 체험하고 즐기는 장소로 발전함에 따라 레스토랑 공간구성과 공간배치(김윤아·신경주, 2013)와 함께, 이용자의 공간에 대한 만족도의 중요성이 부각되고 있다. 이러한 배경 하에, 본 연구에서는 서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑을 이용하는 고객들을 대상으로 공간에 대한 만족도 조사를 하였다.

그간 외국소재 일반 한식레스토랑을 대상으로 한 공간

\* 교신저자(Corresponding Author): kjshin@hanyang.ac.kr  
\*\* 이 논문은 한양대학교 교내연구지원 사업으로 연구되었음. (HY-2013)

연구가 꾸준히 이루어졌는데, 고객 중심의 마케팅이 중요시되면서 고객 만족도관련 연구도 수행되나 그간의 연구들은 경영관점에서 수행된 것으로 공간디자인 관련 만족도를 조사. 분석한 연구는 전무하였다.

이에 본 연구에서는 서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑<sup>1)</sup>의 이용고객들을 대상으로 심층면접 및 공간디자인에 관한 만족도 설문조사를 실시하였다. 이 결과를 통하여 먼저, 서울과 뉴욕 한식레스토랑 이용고객들의 일반적인 특성과 만족도 특성을 분석하고, 이를 서울과 뉴욕의 비교를 통하여 양국 공간디자인 요소의 차이측면에서 검토하고자 한다. 이 결과는 서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑 이용고객들의 특성과 이들의 공간디자인 만족에 대한 공통점과 차이점을 밝혀낼 수 있겠다. 이 만족도가 공간구성요소 및 공간배치 특성과 어떤 관계인지를 살펴봄으로서 각 도시 고객들의 요구에 부합하는 현대식 고급한식 레스토랑의 디자인 방향 제언과 함께 양국 장점의 상호도입 가능성의 고려도 가능하다고 판단된다.

## 1.2. 연구 방법 및 범위

### (1) 연구대상

한식세계화의 시발점인 서울과 해외에서 한식세계화 사업이 집중되고 있는 뉴욕의 현대식 고급 한식레스토랑으로 대상을 한정하였다. 이에 서울은 서울 레스토랑 관련 책<sup>2)3)</sup>, 잡지<sup>4)</sup>에서 두 번 이상 중복되고, 본 연구의 범위에 적합하다고 판단 된<sup>5)</sup> '다담', '비스트로 서울', '비체나', '오늘', '폼서울' 5곳, 뉴욕은 한식재단에서 발간한 가이드북<sup>6)</sup> 중 본 연구의 범위에 적합하다고 판단 된<sup>7)</sup> '가온누리', '단지', '반', '정식당', '코리아스푼' 5곳의 도합 10곳의 현대식 고급 한식레스토랑을 본 연구의 조사대상지로, 이곳을 이용하는 고객들을 조사대상으로 최종 선정하였다.

- 1) 현대식 고급 한식레스토랑이란 고급화를 기반으로 전통적인 요소에 현대적인 서양의 조리법이나 서비스를 가미하여 한식세계화의 방안으로 등장한 레스토랑이라 정의 하였다(김윤아·신경주, 2013)
- 2) 블루리본 서베이, 서울의 블루리본 서베이 2011, 2012 미알미디어, 2011, 2012, p.287, p.307
- 3) 이근희·민은실·전정우·오영제·장진영, DINNING IN SEOUL, 쌤앤파커스, 2011, p.227
- 4) 미디어컴퍼니쿠엔, COOKAND, 미디어컴퍼니, 2012.11, pp.38
- 5) 2008년 이후에 오픈하거나 리모델링한 현대식 고급 한식레스토랑을 대상으로 전문가(한식전문가, 한식CEO, 교수 3명)면담 후 선정
- 6) Korean Restaurant Guide New York: 현지 언론과 식당추천 웹사이트, 관련전문가가 추천한 한식 레스토랑을 대상으로 1차 서류평가를 거쳐 뉴욕 현지 셰프, 음식 평론가와 블로거로 구성된 총 5명의 음식전문가들이 현장 방문하여 뉴욕의 총 130여개의 한식레스토랑 중 40개의 가이드 레스토랑을 선정. 그 결과 뉴욕을 맨하튼, 퀸즈, 브루클린의 3개의 구로 나누어서 각 구에서 28곳, 8곳, 4곳 총 40곳을 선정.
- 7) 가이드 북 중 레스토랑이 가장 많이 분포해있고, 뉴욕의 중심부인 맨하튼으로 한정, 현대식 고급 한식레스토랑이 등장하기 시작한 2008년 이후에 오픈하거나 리모델링한 현대식 고급 한식레스토랑을 대상으로 전문가(한식전문가, 한식CEO, 교수 3명)면담 후 선정

### (2) 연구방법 및 내용

본 연구는 사진촬영과 설문지법을 이용하였다. 설문조사는 선정된 조사대상지를 연구자가 2012년 12월-2013년 3월에<sup>8)</sup> 방문하여, 이곳을 이용하는 고객들을 대상으로 미리 개발 준비해 간 설문지를 배포하여 기입케 한 후 회수하였다. 레스토랑에서 협조가 가능한 경우, 식사를 마친 고객들을 대상으로 설문을 실시하였으며, 불가능한 경우 식사 후 레스토랑을 나오는 고객을 대상으로 조사하였다. 최종 설문지 구성은 총 37문항으로<sup>9)</sup>, 그 내용을 <표 1>에 제시하였다.

### (3) 분석방법

수집된 데이터는 서울 96부, 뉴욕 101부(총 197부)로 모두 분석에 사용하였으며, 이는 SPSS 18.0 통계프로그램을 이용하여 국가별로 빈도, 백분율, 평균 등을 구하여 이를 기반으로 비교분석을 실시하였다.

응답자의 신뢰도 확인을 위하여 총 197부 설문지의 고객 만족도 항목(전반, 실내, 환경)에 대하여 Cronbach's Alpha계수로 내적일관성을 분석한 결과, 전반 0.792, 실내 0.856, 환경 0.886로 전체 문항에 대한 Cronbach's Alpha계수 평균이 0.844로 매우 높은 신뢰도를 보여 모든 항목을 분석에 사용하였다.

<표 1> 만족도 조사용 설문지의 내용 구성

항목	문항수	내용	척도
고객 특성	7	인종, 성별, 연령, 직업, 학력, 소득, 외식비용	명목 척도
만족도 특성	전반	공간크기(전체, 개인), 인테리어(외, 내부), 분위기, 서비스	Likert 5점 척도
	실내	마감재, 색채, 가구 및 소품, 조명	
	환경	편안함(가구, 조명), 온도, 습도, 화장실, 접근성, 동선	
총계	23		

## 2. 고객만족 관련 선행연구

### 2.1. 고객만족 정의

만족이란 라틴어의 'satis(충분)+facere(만들다 또는 하다)'에서 유래된 것으로, 고객만족이란 고객의 기대를 충족시키는 것을 의미한다. 선행연구에서의 고객만족이란 관점에 따라 인지적 반응과 감정적 반응 2가지로 분류되었다. 인지적 반응 관점에서는 고객이 구매상황에서 대가와 희생이 적절히 보상되고 있는지에 대한 소비자의

- 8) 서울의 조사대상지 방문일자는 2013년 1월부터 3월에 연구자 시간이 가능할 때 수시로 방문하였고, 뉴욕은 조사대상이 해외인 특수성을 감안하여 2012년 12월 23일부터 31일에 방문하여 조사하였다. 설문은 주로 여유롭게 식사를 즐기는 저녁식사시간에 이루어졌으며, 연구자가 현장 방문 시, 이곳을 이용 중이던 고객들을 대상으로 설문을 실시하였다. 협조가 가능한 경우는 연구자가 방문한 날로부터 이틀간 설문지를 레스토랑 입구에 비치하였다.
- 9) 2.2.공간디자인요소 선행연구를 통하여 만족도 요소의 하위항목들을 도출하였다.

인지적 상태를 의미하며<sup>10)</sup> 감정적 반응 관점에서는 고객이 제품이나 서비스를 구매, 사용, 평가하는 과정에서 느끼게 되는 호의적 또는 비호의적 감정 및 태도의 감정적 상태를 의미한다. 이러한 고객만족은 고객 개개인의 경험과 주관적 판단으로 구성될 뿐만 아니라 복합적인 요소들에 의해 평가되므로 개념 또한 다양한 측면에서 정의되고 있으므로, 고객과 함께 하는 다양한 산업분야에서 주목받고 있다.

## 2.2. 공간디자인요소 선행연구

공간디자인요소는 기능적이며 심미적인 요소들로 고객들이 레스토랑 내에서 시간을 보내는 동안, 의식적 혹은 무의식적으로 이 요소에 대해서 관찰하고, 평가하는 시간을 갖게 되는데, 이러한 평가는 고객만족과 태도에 매우 중요한 영향을 미친다. 본 연구에서는 공간디자인 요소에 대한 고객 만족의 정도를 평가하기 위하여 선행 연구를 고찰하였으나 한식레스토랑을 대상으로 고객만족도를 분석한 연구가 부족하여 레스토랑 또는 카페로 확장하여 고찰하였다. 그 결과, 공간디자인요소에 대한 고객만족 항목은 크게 전반, 실내, 환경의 3가지로 분류되었으며, 이를 살펴보면 이재호·정진수(2012)는 커피전문점을 대상으로 전반(디자인, 크기), 실내(마감재, 색채, 조명) 환경(접근성, 쾌적성, 동선, 규모)으로, 신경주·문자영(2012)은 키즈카페를 대상으로 전반(디자인, 크기), 실내(마감재, 색채, 소품) 환경(쾌적성, 편의성, 주차여부)으로, 허예(2009)는 중식 레스토랑을 대상으로 전반(디자인), 실내(마감재, 가구, 조명)로 분석하였다. 이러한 선행 연구를 기반으로 본 연구에서는 크게 전반, 실내, 환경 3가지로 분류한 뒤, 하위항목으로 선행연구에서 1번 이상 언급된 항목과 이외에 만족도에 영향을 미칠 것으로 판단된 세부적인 항목을 추가하여 구성하였다. 최종적으로 전반은 공간크기(전체, 개인), 인테리어(외부, 내부), 분위기, 서비스의 6개 항목, 실내는 마감재, 색채, 가구 및 소품, 조명의 4개 항목, 환경은 가구의 편안함, 조명의 편안함, 온도·습도, 동선, 화장실, 접근성의 6개 항목을 선택하여 도합 16문항으로 구성하였다.

## 3. 서울·뉴욕 소재 현대식 고급 한식레스토랑 비교분석

### 3.1. 조사대상지의 일반적 특성

서울과 뉴욕에 소재한 조사대상지의 일반적 특성에서 먼저 위치를 살펴보면 서울은 5곳 중 강남구에 2곳

(40%), 용산구에 3곳(60%)이 위치하여 비교적 경제수준이 높은 상권이지만, 한적하고 자연경관이 좋으나 대중교통이 용이하지 않은 곳에 있는 것으로 조사되었다. 반면에 뉴욕은 5곳 중 한인 타운에 2곳(40%), 미드타운에 2곳(40%), 트라이베카에 1곳(20%)이 위치하여 한식레스토랑이 많은 한인 타운에 밀집하지 않고, 관광객 및 젊은 층의 유동인구가 많고, 교통이 편리한 지역에 점재하고 있었다. 규모를 살펴보면, 서울은 평균 140여평(최대 240여평, 최소 80여평)의 규모를 가지고 있었고, 뉴욕은 평균 120여평(최대 240여평, 최소 80여평)으로 조사되어 최대와 최소 규모는 동일하였으나 평균면적은 서울이 다소 큰 규모(1.17배)인 것으로 나타났다. 오픈년도는 서울은 5곳 중 3곳(60%)이 2012년도 이후에 오픈한 반면에 뉴욕은 5곳 중 4곳(80%)이 2011년도 이후에 오픈하여 본 연구의 조사대상지는 뉴욕이 서울보다 조금 이르게 형성된 것으로 사료된다. 건물층수는 서울은 지하 1층부터 지상 4층까지 다양한 층에 입지하고 있었던 반면에, 뉴욕은 스카이라운지 39층에 위치한 1곳을 제외한 4곳(80%)이 1층에 위치하여, 본 연구의 조사대상지는 뉴욕이 서울에 비해 출입이 편한 층(상권이 좋은 층)에 입지하고 있는 것으로 나타났다.<표 2>

<표 2> 서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑의 일반개요

구분	서울					뉴욕				
	다담	비스트로 서울	비체나	오늘	품서울	가운누리	단지	반	정식당	코리아스푼
위치	강남구 청담동	강남구 삼성동	용산구 한남동	용산구 용인동	용산구 후암동	KOREA TOWN	MID TOWN	MID TOWN	TRAI ECA	KOREA TOWN
규모	240 여평	120 여평	110 여평	189 여평	80 여평	240 여평	120 여평	110 여평	80 여평	80 여평
오픈년도	2012	2010	2012	2012	2008	2012	2011	2005 (2008 리모델링)	2011	2011
층수	B1층	1층	2층	2,3층	4층	39층	1층	1층	1층	1층
현장 사진										
지도상의 위치										

출처: <http://cafe.naver.com/runwayphouse/101675>(좌:서울 지도) <http://blog.naver.com/iliveinny/100149292881>(우:맨해튼 지도)

10) Howard, J. A . Sheth, J. N, The Theory of Buyer Behavior, New York:Jhon Wiley and sons, 1969, pp.45-71

### 3.2. 공간구성요소와 공간 배치 특성

서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑의 공간구성 요소를 비교분석한 결과 차이가 나타났다.

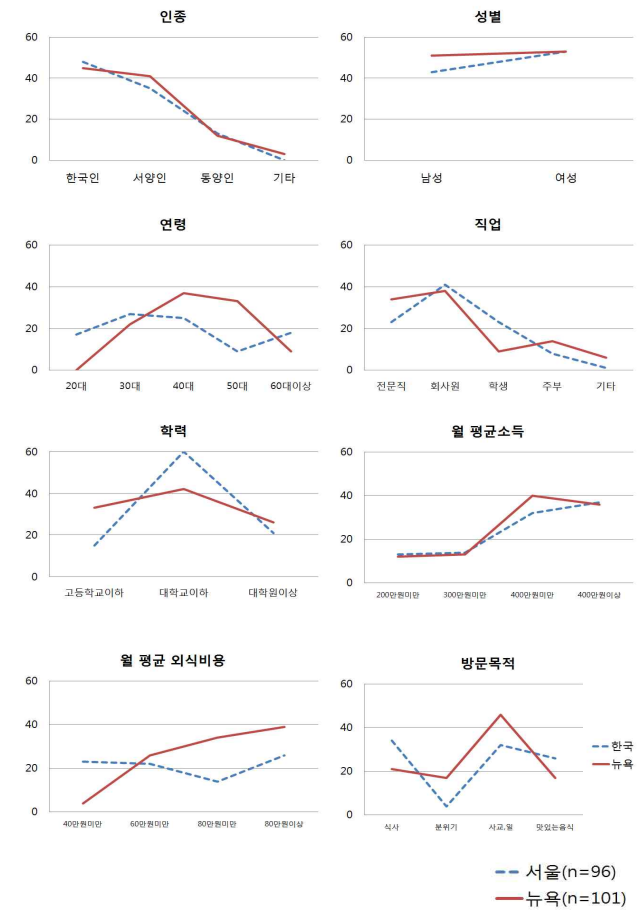
서울은 리셉션, 정원, 홀, 룸 공간으로 구성되어 있는 반면에 뉴욕은 리셉션, 바, 홀, 룸 공간으로 구성되어 있었다. 양국의 공간 구성요소에서 차이가 있었던 공간은 서울에서는 입구 쪽에 정원 공간을 두고 있었는데 뉴욕에서는 바 공간을 두고 있는 점이 달랐다. 이를 보아 서울은 자연 친화적인 한국의 정서를 기반으로 자연공간을 레스토랑 내부로 들여와 리셉션 뒤 대기공간에 정원을 구성한 반면에 뉴욕은 대기시간동안 간단히 음료를 한잔씩 마시는 레스토랑 문화적 차이로 인하여 바 공간이 구성된 것으로 사료된다. 또한 뉴욕의 식당에는 룸을 두지 않는 곳이 2/5인 점이 모든 식당에서 룸 공간을 둔 서울과 차이가 있었으며, 서울의 룸은 마감재와 소품에 전통 요소를 도입하고 있는데 비해서 뉴욕은 입구의 리셉션 공간에 전통요소를 장식하여 한국적인 분위기를 살리고 있었다. 홀 공간은 서울은 특별한 배려를 하고 있지 않았는데 비해서 뉴욕은 천정이 비교적 높고 이곳에 전통 요소를 모티브로 한 마감재를 사용한 특징이 보였다.

공간 배치 특성에서는 서울은 룸과 홀을 비슷한 면적으로 확보한 형태로 가능하면 룸과 홀의 동선이 겹치지 않게 배치하고 자 한 것으로 관찰 되었다. 반면 뉴욕은 대체적으로 홀 중심으로 룸을 갖추지 않는 곳도 있었고, 갖춘 경우도 평소에는 개방하여 홀과 함께 사용하거나 창고 용도로 사용되고 있었다. 이런 공간구성요소와 공간 배치가 이용고객 만족도에 어떤 영향을 미치는지 살펴 볼 필요가 있다고 판단되었다.

### 3.3. 고객 특성

서울에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑을 이용하는 고객특성 중 인종은 한국인이 50.0%, 서양인이 36.4%, 동양인이 13.5% 순으로 낮게 나타나 한국인이 주 고객층으로 조사되었다. 이는 조사대상지가 한국인 점을 감안할 때, 지리적 요인에 따른 결과로 사료되었다. 성별은 여성이 55.2%, 남성이 44.7%로 여성이 남성보다 높은 비율로 이곳을 이용하고 있었고, 연령은 30대가 28.1%, 40대가 26.0%로 비교적 3-40대가 주 고객층으로 조사되었다. 직업은 회사원이 42.7%로 가장 많이 이용하였고 그 다음은 전문직과 학생이 각각 23.9% 이용하고 있었는데 그 이유는 회사원들이 사업차 식사의 장소로 이곳을 많이 이용하고 있기 때문인 것으로 사료된다. 학력은 대학교 이상 학력자가 62.5%, 대학원 이상 학력자가 21.9%로 비교적 학력이 높은 고객층의 방문 비율이 높았다. 월 평균 소득은 300만원 이상의 소득자가 71.9%(400만원 이상 38.5%, 300~400만원 미만 33.3%)로 주 고객층으로

나타났다. 월 평균 외식비용은 60만원 이상 소비자가 53.1%(80만원 이상 27.1%, 60~80만원 미만의 26.0%), 40~60만원 미만 소비자가 22.9%, 40만원 미만 소비자가 24.0% 순으로 낮게 나타나 서울에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑을 이용하는 고객들은 고소득, 고외식 비용 소비자의 방문비율이 높은 것으로 조사되었다. 방문 목적을 살펴보면 식사를 목적으로 방문하는 고객이 35.4%, 사교 또는 일을 목적으로 방문하는 고객이 33.3%로 이 비율이 과반수 이상이었으며, 다음으로 맛있는 음식 27.0%, 분위기 4.17%순으로 낮게 나타났다. 이에 이용자의 대부분이 식사 또는 사교나 일을 위해 방문하며, 분위기나 맛을 위한 방문은 비교적 낮게 나타났다.<그림 1>



<그림 1> 서울·뉴욕 소재 현대식 고급 한식레스토랑의 고객특성 비교

뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑을 이용하는 고객들의 특성 중 인종은 한국인이 44.5%, 서양인이 40.5%, 동양인이 11.8% 순으로 낮아져서 한국인과 서양인이 주 고객층으로 조사되었다. 이는 조사대상지가 뉴욕인 점을 감안하였을 때 서양인과 자국음식을 찾는 한국인의 비율이 높았던 것으로 사료되었다. 성별은 남성이 50.5%, 여성이 49.5% 순으로 낮게 나타나 남녀가 비슷하게 이곳을 이용하고 있었으며, 연령은 40대가 36.6%,

50대가 32.6%, 30대가 21.7% 순으로 낮아져서 4-50대가 주 고객층으로 조사되었다. 직업은 회사원이 37.6%, 전문직이 33.6%, 주부가 13.8%, 학생이 8.9% 순으로 낮아졌는데, 그 이유는 비교적 경제적 여유가 있는 회사원 또는 전문직 종사자들이 비교적 객단가가 높았던 뉴욕의 현대식 고급 한식레스토랑을 방문할 수 있었던 것으로 사료되었다. 학력은 대학교 이상 학력자가 41.5%, 고등학교 이하의 학력자가 32.6% 순으로 비교적 고학력자의 방문 비율이 높았으며, 월 평균 소득은 300만원 이상 소득자가 75.2%(300~400만원 미만 39.6%, 400만원 이상 35.6%)로 주 고객층으로 나타났다. 월평균 외식비용은 60만원 이상 소비자가 72.6%(80만원 이상 38.6%, 60~80만원 미만 33.8%), 40~60만원 미만 외식비용 소비자가 23.7%로 뉴욕에 소개한 현대식 고급 한식레스토랑을 이용하는 고객들은 고소득에 고외식비용 소비자의 방문 비율이 높은 것으로 조사되었다. 방문 목적을 살펴보면 일을 목적으로 방문하는 고객이 45.5%로 가장 높게 나타났고, 식사를 목적으로 방문하는 고객이 20.7%, 맛있는 음식과 분위기를 목적으로 방문하는 고객이 각각 16.8%씩으로 나타나 뉴욕의 고객들은 대부분 사교나 일을 위해 방문하며, 맛있는 음식 또는 분위기를 목적으로 방문하는 비율이 낮게 나타났다. [그림 1].

이를 기반으로 서울과 뉴욕에 소개한 현대식 고급 한식레스토랑을 이용하는 고객들의 일반적 특성을 비교분석한 결과, 주 고객층은 학력, 월 평균소득, 월 평균 외식비용에서 공통점을 가지고 있었으나 인종, 성별, 연령, 직업, 방문목적에서는 차이가 나타났다. 공통점은 서울과 뉴욕 고객들 모두가 대학교 이상 학력을 가진 고학력자로, 월 평균소득 300만원 이상에 월 평균 외식비용 60만원 이상을 소비하는 고소득자, 외식비용 고소비자로 나타났다. 반면에 차이가 나타난 인종은 지역 차로 인하여 차이가 나타났으며, 성별은 서울이 주로 여성고객인 반면에 뉴욕은 여성과 남성이 비슷한 비율로 방문하는 것으로 나타났으며, 연령은 서울이 3-40대가 주 고객층인 반면에 뉴욕은 4-50대가 주 고객층으로, 뉴욕이 서울에 비해 높은 연령대의 고객층을 가지고 있었다.

<표 3> 서울과 뉴욕의 주 고객층 비교

구분	서울(n=96)	뉴욕(n=101)
인종	한국인	한국인, 서양인
성별	여성	남성, 여성
연령	30,40대	40,50대
직업	회사원, 전문직, 학생	회사원, 전문직
학력	대학교 이상	
월 평균소득	300만원 이상	
월 평균외식비용	60만원 이상	

직업은 서울과 뉴욕 모두 회사원과 전문직이 주 고객층이나, 서울에서는 학생 고객의 비율도 높게 나타났는데, 이는 30대 고학력자 학생들의 방문이 높았기 때문으

로 조사되었다. 또한 방문 목적을 살펴보면 서울과 뉴욕의 고객 모두 사교나 일을 위해 현대식 고급 한식레스토랑에 방문하지만 분위기를 목적으로 할 때는 낮은 비율로 방문하고 있었으며, 특히 뉴욕 고객들은 맛있는 음식을 먹기 위해 한식레스토랑에 방문하는 비율이 낮게 나타났다. 이와 같은 결과는 한식이 낯선 외국인들에게는 맛보다는 호기심에 의해 방문하기 때문으로 사료되었다.<표 3>

### 3.4. 만족도 특성

서울에 소개한 현대식 고급 한식레스토랑을 이용하는 고객들의 공간디자인 만족도를 측정 한 결과, 전체 평균 3.5점으로 보통을 상회하나 만족(4점)에 못 미치는 수준으로 만족하는 것으로 조사되었다. 만족도의 순서는 전반 3.7점, 환경 3.6점, 실내 3.4점 순으로 낮아졌으며, 이를 항목별로 살펴보면 전반에 대한 만족도는 전체 공간 크기가 4.0점, 개인 공간 크기가 3.9점으로 만족에 가까운 점수를 얻었고, 다음으로 서비스 3.7점, 외부 인테리어 3.6점, 분위기 3.5점, 내부 인테리어 3.4점 순으로 낮아져서 내부 인테리어에 대한 만족도가 가장 낮았다. 환경 만족도는 화장실이 4.1점으로 다소 만족하는 수준으로 나타났고, 다음은 조명의 편안함이 3.9점, 온도·습도 3.9점, 가구의 편안함 3.4점, 동선 3.3점 순으로 가구와 동선에 대한 만족도가 낮았다. 가장 만족도가 낮게 나타난 항목은 2.9점의 접근성으로 보통(3점) 이하의 불만족으로 입지 선정 시에 이점이 감안 될 필요가 있다고 판단되었다. 이는 도심이지만 자연경관을 위해 비교적 한적한 곳에 위치시켜서 대중교통이 불편했던 서울의 조사대상지가 접근이 용이하지 못했던 것에서 원인을 유추 할 수 있었다. 실내 만족도는 색채가 3.7점, 조명이 3.4점, 마감재 3.3점, 가구 및 소품 3.1점 순으로 낮아져서 전반적으로는 3.5점 정도의 수준에 머물러 만족(4점)에 못 미치고 보통을 상회하는 정도인 것으로 나타났다. 뉴욕과 서울의 조사대상지 모두 자연색인 흰색, 갈색, 회색 등을 기본으로 하는 색채 디자인을 사용하고 있었다. 그러나 색채디자인에 대한 고객 만족도에서는 차이가 나타났다. 그러므로 양 지역에 소개한 현대식 고급 한식레스토랑은 각국의 문화와 풍습 등의 특성이 고려된 각기 다른 색채디자인을 적용하여 고객 만족도를 극대화 하도록 한다.

뉴욕에 소개한 현대식 고급 한식레스토랑을 이용하는 고객들의 만족도를 측정 한 결과, 전체 평균 3.6점으로 보통을 상회하나 만족(4점)에 못 미치는 수준의 만족도로 조사되었다. 만족정도는 전반 3.7점, 환경 3.6점, 실내 3.5점 순으로 낮아졌으며, 이를 항목별로 살펴보면, 환경에 대해서는 접근성, 온도·습도가 4.2점으로 비교적 만족정도가 높았고, 실내에서는 동선 3.9점, 가구의 편안함 3.6점, 화장실 3.3점, 조명의 편안함 3.1점 순으로 화장실

과 조명에 대한 불만이 높은 것으로 나타났다. 이는 입지가 지하철역에서 가까운 곳에 위치하여 접근이 편리하였고, 실내에 냉난방이 갖추어져 있었으므로 환경 만족도를 높였다. 그러나 조사대상지의 조명은 할로겐, 팬던트 등을 이용한 특징 없는 디자인으로 연구자 방문 시에 조도가 낮아서 비교적 어둡다고 느꼈는데, 이러한 이유로 조명의 편안함에서 만족도가 낮게 나타났던 것으로 유추할 수 있었다. 전반 만족도는 분위기 4.0점, 내부 인테리어 3.9점으로 만족에 가깝게 비교적 높게 나타났고, 다음으로 서비스 3.8점, 전체 공간 크기 3.4점, 외부 인테리어 3.4점, 개인 공간 크기 3.3점 순으로 낮아져서 보통 수준을 조금 상회하는 수준의 만족도로 조사되었다. 뉴욕의 조사대상지는 서울에 비해 비교적 규모가 작았는데, 이것이 고객들이 개인 공간크기에 불편함을 유발하여 만족도가 낮게 평가된 것으로 사료되었다. 실내 만족도는 마감재가 3.9점으로 가장 높았고, 다음으로 조명 3.6점, 가구 및 소품 3.5점, 색채 3.2점 순으로 낮게 나타났다. 조사대상지의 색채디자인은 대부분 전통색인 갈색, 흰색과 같은 자연색을 사용하고 있는 것으로 조사되었는데, 이러한 색채디자인에 대해서 고객들이 그리 만족하고 있지 못한 것으로 사료되었다.

<표 4> 서울과 뉴욕의 현대식 고급 한식레스토랑 만족도 특성 비교

구분	서울(n=96)	만족도 (5점만점)	뉴욕(n=101)	만족도 (5점만점)
1 전반	1 전체 공간 크기	3.99	1 접근성	4.22
	2 개인 공간 크기	3.90	2 온도 . 습도	4.21
	3 서비스	3.69	3 동선	3.97
	4 외부 인테리어	3.63	4 가구의 편안함	3.58
	5 분위기	3.50	5 화장실	3.27
	6 내부 인테리어	3.40	6 조명의 편안함	3.08
	평균	3.68	평균	3.72
2 환경	1 화장실	4.08	1 분위기	3.97
	2 조명의 편안함	3.90	2 내부 인테리어	3.93
	3 온도 . 습도	3.85	3 서비스	3.81
	4 가구의 편안함	3.44	4 전체 공간크기	3.46
	5 동선	3.28	5 외부 인테리어	3.38
	6 접근성	2.91	6 개인 공간크기	3.28
	평균	3.57	평균	3.63
3 실내	1 색채	3.66	1 마감재	3.86
	2 조명	3.42	2 조명	3.55
	3 마감재	3.30	3 가구 및 소품	3.48
	4 가구 및 소품	3.10	4 색채	3.18
	평균	3.37	평균	3.51
전체 평균	3.54	전체평균	3.62	

이를 토대로 서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식 레스토랑을 이용하는 고객들의 공간디자인 만족도를 비교분석 한 결과, 전체 평균은 뉴욕이 서울에 비해 높게 나타났으나, 모두 보통을 조금 상회하는 수준으로 나타나 크게 차이가 없었다. 만족도 순위를 살펴보면 서울은 전반, 환경, 실내 순으로 낮게 나타났던 반면에 뉴욕은 환경, 전반, 실내 순으로 낮게 나타나 전반 항목에서 차이가 나타났다. 차이가 나타난 전반 만족도를 살펴보면 서

울은 공간크기(전체, 개인)에 대한 만족도가 만족(4점)에 가깝게 나타나 비교적 높은 반면에 뉴욕은 공간 크기(전체, 개인)에 대한 만족도가 보통(3점)을 조금 상회하는 수준으로 비교적 낮게 나타나, 서울이 뉴욕에 비해 고객들이 느끼는 공간크기에 대한 만족도가 높은 것으로 판단되었다. 이러한 결과는 앞서 일반적 개요를 통해 서울이 뉴욕에 비해 레스토랑의 규모가 큰 것을 알 수 있었는데, 이러한 영향으로 서울에 소재한 현대식 고급 한식 레스토랑 고객들이 레스토랑 크기에 대한 만족도가 높게 나타난 것으로, 고객 만족도를 향상시키기 위해서는 개인 공간 크기를 충분하게 확보해야 할 것이다. 환경 만족도를 살펴보면 서울은 화장실, 조명의 편안함에 대한 만족도가 만족에 가깝게 높게 나타났고, 접근성에 대한 만족도가 보통수준에도 못 미치게 낮게 나타난 반면에 뉴욕은 접근성에 대한 만족도가 만족을 상회하는 수준으로 높게 나타났고, 화장실과 조명의 편안함에 대한 만족도가 보통 수준으로 낮게 나타났다. 이는 앞서 일반적 개요를 통해 뉴욕이 서울에 비해 접근이 용이한 상권에 위치하고 있는 것으로 조사되어 이 결과는 교통의 편리성에 기인하는 것으로 설명할 수 있었다. 실내 만족도를 살펴보면 서울은 색채에 대한 만족도가 만족에 가까운 수준으로 높게, 가구 및 소품에 대한 만족도가 보통을 조금 넘는 수준으로 낮게 나타난 반면에 뉴욕은 마감재에 대한 만족도가 만족에 가까운 수준으로 높게, 색채에 대한 만족도가 보통을 조금 상회하는 수준으로 낮게 나타났다. 조사결과, 서울과 뉴욕의 조사대상지 모두 자연 색인 흰색, 갈색, 회색 등을 기본으로 하는 색채 디자인을 사용하고 있었는데, 만족도 결과를 통해 같은 색채 디자인을 사용하고 있으나 고객 만족도에서 차이가 나타났으므로, 서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑은 각국의 문화, 풍습 등의 특성을 고려한 각기 다른 색채디자인이 적용되어야 고객 만족도가 극대화 될 것으로 예상 되었다.<표 4>

### 3.5. 고객 특성에 따른 만족도 차이 검증

서울에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑의 고객 특성에 따른 만족도 차이를 살펴보기 위하여 t-test 및 One-way ANOVA와 Duncan의 사후검정을 실시한 결과, 성별에 따라서는 전반(서비스)에서, 연령에 따라서는 환경(온도 . 습도)에서, 학력에 따라서는 전반(외부 . 내부 인테리어)과 실내(마감재)에서, 월 평균소득에 따라서는 실내(색채, 가구 및 소품)와 환경(동선)에서, 월 평균 외식비용에 따라서는 실내(색채)에서 유의한 차이가 인정되었다.

유의차가 인정되었던 성별에 따른 만족도를 살펴보면 전반(서비스)에 여성이 3.9점으로 남성의 3.5점 보다 만

족도가 높게 나타났으며, 이는  $p < .01$  수준에서 통계적으로 유의한 차이가 인정되었다. 연령에 따라서는, 환경(온도 . 습도)이  $p < .05$  수준에서 유의한 차이가 인정되어 Duncan의 다중검정 테스트를 실시한 결과, 환경(온도 . 습도)은 5개 집단 모두에서 유의미한 차이가 인정되어, 60대 이상, 50대, 40대, 20대, 30대 순으로 만족도가 낮게 나타났다. 따라서 온도 . 습도에 대한 쾌적성은 고 연령층 일수록 만족도가 높게 나타났는데, 이에 앞으로 젊은 층의 만족도를 향상시키기 위한 개선방안을 강구해야 할 것이다.

<표 5> 서울 소재 현대식 고급 한식레스토랑 고객 특성에 따른 만족도

구분	평가요소	항목	N=96	Mean	Duncan	비고	
성별	전반	서비스	남성	43	3.49	-	t=-2.710**
			여성	53	3.85		
연령	환경	온도 . 습도	20대	17	3.76	a b	F=3.180*
			30대	27	3.59	a	
			40대	25	3.80	a b c	
			50대	9	4.11	b c	
			60대 이상	18	4.28	c	
학력	전반	외부 인테리어	고등학교이하	15	3.07	a	F=6.049**
			대학교 이상	60	3.65	b	
			대학원 이상	21	3.95	b	
		내부 인테리어	고등학교이하	15	3.87	a	
	대학교 이상		60	3.17	b		
	실내	마감재	고등학교이하	15	2.87	a	F=3.219*
			대학교 이상	60	3.45	b	
			대학원 이상	21	3.19	a b	
월 평균 소득	실내	색채	200만원 미만	13	3.10	a	F=2.935*
			200~300만원	14	3.64	a	
			300~400만원	32	3.47	a	
			400만원 이상	37	4.00	b	
	가구 및 소품	200만원 미만	13	3.40	a	F=2.752*	
		200~300만원	14	3.43	b		
		300~400만원	32	2.84	a		
		400만원 이상	37	3.22	b		
	환경	동선	200만원 미만	13	2.36	a	F=3.264*
			200~300만원	14	3.36	a b	
			300~400만원	32	3.53	b	
			400만원 이상	37	3.35	a b	
월 평균 외식 비용	실내	색채	40만원 미만	23	2.96	a	F=5.592***
			40~60만원	22	3.41	a	
			60~80만원	25	3.76	a b	
			80만원 이상	26	4.19	b	

\*\*<.05, \*\*\*<.01, \*\*\*\*<.001

학력에 따라서는 전반(외부 . 내부 인테리어)은  $p < .01$  수준에서, 실내(마감재)는  $p < .05$  수준에서 유의한 차이가 인정되어 Duncan의 다중검정 테스트를 실시한 결과, 전반(외부 인테리어)은 2개 집단에서 유의한 차이가 인정되어, 대학교 이상의 학력을 가지고 있는 집단이 고등학교 이하의 학력을 가진 집단에 비해 만족도가 높았고, 전반(내부 인테리어)은 2개 집단에서 유의한 차이가 인정되어, 고등학교 이하의 학력을 가지고 있는 집단이 대학교 이상의 학력을 가지고 있는 집단에 비해 만족도가 높게 나타났다. 즉, 외부의 인테리어는 고학력자 일수록 만족도가 높게 나타나는 반면에 내부 인테리어는 비교적 학력이 낮을수록 만족도가 높게 나타나는 경향을 나타내

었다. 이러한 결과는 고학력자 일수록 건물외관부터 평가하는 경향이 있는 것에서 원인을 유추할 수 있었다. 실내(마감재)는 3개 집단에서 유의미한 차이가 인정되어, 대학교 이상, 대학원 이상, 고등학교 이하의 학력을 가진 집단 순으로 만족도가 낮아져서 결과적으로 고학력자일수록 만족도가 높았다. 월 평균 소득에 따라서는 실내(색채, 가구 및 소품)와 환경(동선) 모두  $p < .05$  수준에서 유의한 차이가 인정되어, Duncan의 다중검정 테스트를 실시한 결과, 실내(색채)는 2개 집단에서 유의미한 차이가 인정되어, 400만원 이상의 소득을 가진 집단이 400만원 미만의 소득을 가진 집단에 비해 만족도가 높게 나타나서 고소득자 일수록 색채 만족도가 높아지는 경향을 가지고 있었다.

실내(가구 및 소품)는 2개 집단에서 유의한 차이가 인정되어, 200~300만원 미만의 소득자와 400만원 이상의 소득자가 200만원 이하와 300~400만원 미만의 소득을 가진 집단에 비해 만족도가 높게 나타났는데 이는 가구 및 소품의 수준이 본인보다 조금 높거나 조금 낮은 수준에서 만족하기 때문이었던 것으로 유추되었다. 환경(동선)은 3개 집단에서 유의미한 차이가 인정되어, 300~400만원 미만의 만족도가 가장 높았고, 400만원 이상과 200~300만원 미만이 다음 수준으로 만족하고, 200만원 미만의 소득을 가진 집단의 만족도가 가장 낮았다. 월 평균 외식비용에 따라서는 실내(색채)가  $p < .001$  수준에서 유의한 차이가 인정되어 Duncan의 다중검정 테스트를 실시한 결과, 3개 집단에서 유의미한 차이가 인정되었는데 80만원 이상 집단의 만족도가 가장 높았고, 60~80만원 미만이 다음 순서로, 60만원 미만의 외식비용 소비자의 만족도가 가장 낮았다. 따라서 외식비용 고소비자 일수록 실내(색채)에 높은 만족도를 가지고 있는 경향을 나타내는 것으로 조사되어 외식비용 고소비자 일수록 실내(색채)에 대해 관심을 갖고 관찰하며, 전통색인 갈색, 흰색과 같은 자연색을 선호하는 것으로 유추할 수 있었다.<표 5>

뉴욕은 성별에 따라서는 실내(색채)에서, 학력에 따라서는 환경(온도 . 습도)에서, 직업에 따라서는 전반(내부 인테리어)에서, 월 평균 외식비용에 따라서는 실내(조명)에서 유의한 차이가 인정되었다.

유익차가 인정되었던 성별에 따른 만족도를 살펴보면 실내(색채)에서는 만족도 자체가 높은 수준은 아니었으나 남성(3.3점)이 여성(3.0점)보다 조금 만족도가 높은 것으로  $p < .05$  수준에서 통계적으로 유의한 차이가 인정되었는데, 이는 자연색을 사용한 색채 디자인에 대해서 여성보다 남성의 만족도가 더 높았던 것으로 유추 되었다. 학력에 따라서는 환경(온도·습도)이  $p < .001$  수준에서 유의한 차이가 인정되었으며, Duncan의 다중검정 테스트를 실시한 결과, 3개 집단에서 유의한 차이가 인정되었

는데, 대학원 이상, 대학교 이상, 고등학교 이하의 학력을 가진 집단 순으로 만족도가 낮아져서, 이는 비교적 고학력자 일수록 쾌적한 환경을 선호했기 때문으로 사료되었다. 직업에 따라서는 전반(내부 인테리어)에서  $p<.01$  수준으로 유의차가 인정되어 Duncan의 다중검정 테스트를 실시한 결과, 전문직과 기타그룹의 만족도가 가장 높았고, 다음은 회사원이 높아서 학생과 주부그룹의 만족도가 가장 낮았다. 월 평균 외식비용에 따라서는 실내(조명)가  $p<.05$  수준에서 유의한 차이가 인정되어 Duncan의 다중검정 테스트를 실시한 결과, 3개 집단에서 유의한 차이가 인정되었는데, 60만원 이상그룹의 만족도가 가장 높았고, 다음은 40~60만원 미만, 40만원 미만의 소득자 그룹 순으로 만족도가 낮게 나타나서 외식비용 고소비자 일수록 실내(조명)에 대한 만족도가 높았다.<표 6>

<표 6> 뉴욕 소재 현대식 고급 한식레스토랑 고객 특성에 따른 만족도

구분	평가요소	항목	N=96	Mean	Duncan	비고	
성별	실내	색채	남성	51	3.3	-	t=2.090*
			여성	50	3.0		
학력	환경	온도·습도	고등학교 이하	33	4.1	a	F=5.918***
			대학교 이상	42	4.1	a b	
			대학원 이상	26	4.7	b	
직업	전반	내부 인테리어	전문직	34	4.3	b	F=4.354**
			회사원	38	4.0	a b	
			학생	9	3.2	a	
			주부	14	3.4	a	
월 평균 외식비용	실내	조명	40만원 미만	4	2.8	a	F=3.741*
			40~60만원	24	3.1	a b	
			60~80만원	34	3.6	b	
			80만원 이상	39	3.9	b	

\* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$

이를 토대로 서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식 레스토랑의 고객특성에 따른 만족도 차이를 비교 분석한 결과는, 성별에 따라 서울은 전반(서비스)에서 차이나 나타난 반면에 뉴욕은 실내(색채)에서 차이가 나타났고, 연령에 따라 서울은 환경(온도·습도)에서 차이가 나타난 반면에 뉴욕은 차이가 나타나는 항목이 없었다. 학력에 따라서는 서울은 전반(외·내부 인테리어, 마감재)에서 차이가 나타난 반면 뉴욕은 환경(온도)에서만 차이가 나타났다. 월 평균 소득에 따라서는 서울은 실내(색채, 가구 및 소품, 동선)에서 차이가 나타난 반면에 뉴욕은 차이가 나타나는 항목이 없었다. 또한 월 평균 외식비용에 따라서는 서울은 실내(색채)에서 차이가 나타난 반면에 뉴욕은 실내(조명)에서 차이가 나타났다. 따라서 서울과 뉴욕 모두 공통적으로 고객특성에 따른 만족도에서 차이가 나타난 항목은 없는 것으로 확인되었다. 이에, 앞으로 레스토랑 디자인 시에는 각 나라의 고객특성을 숙지하고, 이에 따라 차이가 나타난 만족도 항목을 염두에 두고 디자인해야 고객의 만족도를 높일 수 있을 것으로 판단되었다.

#### 4. 결과 및 요약

오늘날의 레스토랑은 음식 제공의 장소를 넘어 이 공간을 매개로 다양한 공간요소들을 체험하고 즐기는 사교의 장으로 정착되기 시작하면서 레스토랑의 공간디자인 중요성이 부각되고 있다. 본 연구에서는 한식세계화 사업이 집중되고 있는 서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑을 대상으로 이곳을 이용하는 고객들의 공간디자인에 대한 만족도를 비교분석하여 그 차이 검증에 하였으며 그 결과는 다음과 같았다.

첫째, 서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑 고객 특성을 비교분석 한 결과, 주 고객층은 서울과 뉴욕 모두 대학교 이상의 학력을 가진 고학력자로 월 평균 300만원 이상의 소득자이고, 월 평균 외식비용으로 60만원 이상을 소비하는 고객층이었다. 그러나 서울은 주로 3-40대 여성들이 주 고객층인 반면에 뉴욕은 주로 4-50대의 남, 여가 비슷한 비율로 주 고객층으로 나타났다. 뉴욕 고객들의 연령층이 서울에 비해 좀 더 높았는데, 그 이유는 뉴욕의 현대식 고급 한식레스토랑 식사비용이 다른 레스토랑에 비해 다소 높아 경제적으로 여유로운 연령대층이 이용하기 때문으로 사료되었다. 따라서 뉴욕의 현대식 고급 한식레스토랑 설계 시의 타겟층은 서울에 비해 좀 더 높게 겨냥하도록 권하며, 뉴욕의 젊은 층을 겨냥한 한식 어필 방안이 강구되어야 고객의 확장이 가능하다고 판단되었다. 반대로 서울은 높은 연령층까지 어우를 수 있는 고급화된 디자인과 서비스가 수반되어야 한다고 판단되었다.

둘째, 서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑의 만족도 특성을 비교분석 한 결과는 다음과 같았다.

- 1) 서울은 전반, 환경, 실내 순으로, 뉴욕은 환경, 전반, 실내 순으로 만족도가 낮아졌다. 서울과 뉴욕 모두 실내에 대한 만족도가 비교적 낮아서 이 부분에 대한 만족도를 높이기 위한 공간디자인 방안이 필요하다고 판단되었다. 한국은 적절한 냉난방으로 환경 만족도를 높일 필요가 있다고 판단되었고, 뉴욕은 개인공간의 면적을 좀 더 확보하도록 권한다.
- 2) 실내 만족도는 마감재에 대한 만족도가 서울(3.3점)과 뉴욕(3.9점) 모두 보통으로, 뉴욕이 조금 높았다. 뉴욕은 마감재에 한국 전통요소를 도입한 점이 만족도를 높인 것으로, 서울에도 이 방안을 제안한다. 색채 만족도는 모두 보통이나 서울(3.7점)이 뉴욕(3.2점)보다 좀 높았다. 서울과 뉴욕 모두 흰색, 갈색, 회색 등의 자연색이 기본이었는데 양쪽 고객의 만족도에 차가 있었으므로 양국의 색채 디자인이 다르게 적용되어야 한다고 판단되었다. 즉, 서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑은 각국의 문화, 풍습 등의 특성을



고려한 각기 다른 색채디자인이 적용되어야 고객 만족도가 극대화 될 것이다. 가구 및 소품 만족도는 서울(3.1점)과 뉴욕(3.5점) 모두 보통을 조금 상회하는 수준으로 만족도의 향상 방안이 필요하며, 양국에서 사용하는 현대식 입식가구의 크기와 재질 등에 대한 인간 공학과 감성측면의 재검토가 필요한 것으로 판단되었다.

- 3) 전반 만족도는 서울이 공간크기(전체 4.0점, 개인 3.9점)에서 뉴욕(전체 3.5점, 개인 3.3점)보다 높았다. 상대적으로 규모가 큰 곳의 만족도가 높는데 이 부분은 경제성에 대한 합의점이 필요하다. 실질적으로 개인 공간크기의 만족도를 향상시킬 파티션 도입 등 심리적인 공간분리 방안을 모색하도록 한다. 외, 내부 인테리어 만족도는 서울(외부 3.6점, 내부 3.4점)과 뉴욕(외부 3.4점, 내부 3.4점) 모두 보통을 좀 상회하는 수준으로 만족도 향상방안이 필요하다고 판단되었다. 파 사드와 내부 카운터 부분의 상호글자체나 로고 조명 등에 대한 제고가 필요하다고 판단되었다.
- 4) 환경 만족도는 서울(3.4점) 뉴욕(3.6점) 모두 보통(4점)에 못 미쳐서 전반적인 개선방안이 필요하였다. 특히 서울(2.9점)이 접근성이 좋았던 뉴욕(4.2점)보다 만족도가 낮았던 점을 감안하여, 자연경관과 접근이 편한 상권의 양자 균형점의 모색을 조언한다.

셋째, 서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑의 고객특성에 따라서 공통적으로 차이가 나타난 항목은 없었다. 성별에 따라서 서울은 전반(서비스)에서 차가 나타난 반면, 뉴욕은 실내(색채)에서 차이가 나타났고, 연령에 따라서 서울은 환경(온도·습도)에서 차이가 나타난 반면에 뉴욕은 차이가 나타난 항목이 없었다. 학력에 따라서 서울은 전반(외부 인테리어, 마감재)에서 차이가 나타난 반면에 뉴욕은 환경(온도)에서 차이가 나타났고, 월 평균 소득에 따라서 서울은 실내(색채, 가구 및 소품)에서 차이가 나타난 반면에 뉴욕은 차이가 나타나는 항목이 없었다. 또한 월 평균 외식비용에 따라서 서울은 실내 색채에서 차이가 나타난 반면 뉴욕은 실내조명에서 차이가 나타났다. 즉, 서울은 서비스는 여성이 더 높게 만족하고 환경은 고 연령층일수록 상대적으로 더 만족하므로 젊은 층의 만족도를 향상시키기 위해서 힘써야 할 것이며, 고소득자일수록 건물, 외관, 색채에 더 민감하게 반응하며 현재에 만족하는 것으로 나타났다. 반면에 뉴욕은 색채에 대하여 남성이 더 높게 만족하며, 고 학력자일수록 쾌적한 환경을 선호하고, 외식비용의 고소비자 일수록 실내조명에 대해 만족하는 것으로 나타났다. 이에, 앞으로 고급 한식레스토랑 디자인 시는 각 나라의 고객특성을 숙지하고, 이에 맞추어서 디자인하기를 권한다.

서울과 뉴욕에 소재한 현대식 고급 한식레스토랑의 고객 특성과 공간만족도 차이의 비교분석 결과를 기반으로

각 지역의 고객 특성과 만족도 특성에 더 부합하는 공간을 계획하여, 최종적으로는 이곳을 이용하는 고객들이 만족하는 한식 레스토랑으로 거듭 나기를 기대한다. 앞으로도 국내 및 국외에서 현대식 고급 한식레스토랑의 수가 계속 증가할 것으로 예상되므로, 서울과 뉴욕을 넘어 현대식 고급 한식레스토랑이 진출해 있는 다양한 도시에서 심화된 후속연구가 진행되기를 기대한다.

### 참고문헌

1. 김윤아·신경주, 뉴욕 소재 현대식 한식레스토랑의 현황고찰, 한국실내디자인학회 학술발표대회 논문집 제15권 1호, 2013
2. 김윤아·신경주, 한식레스토랑의 실내 공간 디자인 특성 분석, 한국실내디자인학회 제22권, 5호, 2013
3. 김미정·조명은, 타운하우스 거주자들의 거주 후 만족도에 관한 연구, 한국실내디자인학회논문집 제20권, 1호, 2011
4. 류경미, 중국현지인의 한식에 대한 인식과 한식레스토랑에 대한 만족도 -방문경험과 방문 빈도차이를 중심으로-, 이화여자 대학 석사논문, 2009
5. 미디어컴퍼니 쿨켄, Cookand, 미디어컴퍼니, 2012.11
6. 문자영·신경주, 키즈카페의 유형별 공간특성과 이용자 만족도 분석 연구, 한국실내디자인학회논문집 제21권 6호, 2012
7. 블루리본서베이, 블루리본 서베이 서울의 레스토랑 2011, 비알 미디어, 2011
8. 블루리본서베이, 블루리본 서베이 서울의 레스토랑 2012, 비알 미디어, 2012
9. 이재호·정진수, 식음공간의 브랜드 아이덴티티 계획요소에 따른 개선방향에 관한 연구 -패밀리 레스토랑과 브랜드 커피전문점의 이용자 만족도 조사를 중심으로-, 대한건축학회, 2012
10. 양관, 레스토랑의 서비스품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향에 관한 연구-중국의 한식레스토랑을 중심으로-청주대 석사논문, 2012
11. 양향자, 한식당의 공간 구성요인이 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향, 경기대 박사논문, 2012
12. 유영상·김윤아·신경주, 서울 소재 현대화된 한식레스토랑의 전통요소 고찰, 한국실내디자인학회 학술발표대회논문집 제15권 1호, 2013
13. 허예, 호텔 레스토랑 중식당 실내디자인의 선호도 분석에 관한 연구, 동서대 석사논문, 2009
14. 한식재단, Korean Restaurant Guide New York, 한식재단, 2012
15. Howard J.A. & J. N. sheth, The Theory of Buyer Behavior, New York:John Willey & Sons, 1969
16. 내일신문, '한식당 가고 싶다' 미국 뉴욕시민 43%, 2011.7.7
17. 레몬트리, 한식, 바야흐로 모던시대, 2013.1
18. 주간한국, 시크해진 '뉴 코리아(New Korean)', 2010.8.19
19. 비스트로 서울, <http://www.bistroseoul.com>
20. 정식당, <http://www.jungsik.kr>
21. 한식재단, <http://www.hansik.org>

[논문접수 : 2014. 05. 30]  
 [1차 심사 : 2014. 06. 25]  
 [게재확정 : 2014. 07. 13]