

약선 음식점 고객 특성에 따른 선택속성의 차이 분석

정경애 · 이난희* · 김미림** · †오왕규**

대구한의대학교 한방식품학과, *대구한의대학교 산학협력단, **대구한의대학교 한방식품조리영양학부

Analysis of Differences in Selection Attributes according to the Characteristics of Customers of Medicinal Restaurants

Kyung-Ae Jeong, Nan-Hee Lee*, Mi-Lim Kim** and †Wang-Kyu Oh**

Dept. of Oriental Medicine, Daegu Haany University, Gyeongbuk 38578, Korea

**Industry-Academia Collaboration Foundation, Daegu Haany University, Gyeongbuk 38578, Korea*

***Faculty of Herbal Food Cuisine and Nutrition, Daegu Haany University, Gyeongbuk 38578, Korea*

Abstract

The purpose of this study is to provide basic data for the development direction and strategy for medicines through analysis of differences in choice attributes according to customers awareness of medicines and experience. In order to achieve the purpose of this study, a questionnaire survey was conducted on dietary education among national network trainees and lecturers by the Ministry of Food, Agriculture, Forestry and Livestock in Daegu, Gyeongsan, and Ulsan, Seoul from December 5, 2016, respectively. First, factor analysis results showed that six factors were extracted with respect to the choice of the restaurant. Second, the difference in each factor according to the recognition and experience of medicinal herbs was the health related factor as sex, females, age 50~59 years, companion others, and publicity and advertising' factors were more important for publicity and advertisement when the gender was female, the customer's age was 40~49 years, the companion was other, and the time of use was during the weekend. Among the factors related to 'getting dressed', the more important gender was female, age 40~49 years, and the other partner, The factors related to 'time' were as follows: sex, age, age 20~29 years, no accompanying companions, no time of use, and time importance. The 'menu' factors were more important for men, gender, women, age 40~49 years, companion for guitar, and usage time for weekend dinner. The 'service' factors were more important in 'service' as sex, male age, age 20~29, companion family, usage time, and weekend dinner.

Key words: meditation, optional property, adventure, menu, service

서 론

최근 생활수준의 향상과 소득증가로 건강식품에 대한 관심이 증가하고 있다(Kim 등 2013). 건강에 대한 관심이 전 세계적으로 높아지면서 사회 전반에 걸친 건강지향형 문화는 의식산업 분야에도 영향을 미치고 있다. 이러한 건강 지향적 문화는 육체적, 정신적 건강의 조화를 통해 행복하고 아름다운 삶을 추구하는 삶의 유형인 웰빙(well-bing)의 개념에서 대두되었다. 웰빙은 바로 건강한 삶이라고 생각하는 이들이 가

족의 건강을 위해 도심의 공해와 바쁜 일상에서 벗어나 신체적, 정신적 안정을 추구하는 것이다. 이러한 웰빙의 개념은 식생활에 대한 관심으로 이어져 유기농 농산물 소비가 증가하고, 전통적 재배법과 조리법을 이용한 슬로우 푸드 운동을 전개하고 있으며, 올바른 식생활을 지키려는 움직임이 활발해지고 있다(Joe SK 2010). 이에 따라 음식은 먹는 즐거움뿐만 아니라, 건강을 추구하는 사람들에게는 더욱 안전하고 믿을 수 있는 음식으로 질병예방 및 질병개선을 위하여 약이 되는 건강한 음식을 선호하는 경향이 높아지게 되었다. 이렇

† Corresponding author: Wang-Kyu Oh, Faculty of Herbal Food Cuisine and Nutrition, Daegu Haany University, Gyeongbuk 38578, Korea. Tel: +82-53-819-1592, Fax: +82-53-819-1494, E-mail: ok@dhu.ac.kr

듯 건강한 음식에 대한 선호도가 높아지면서, 음식에 대한 중요성도 함께 강조되고 있다. 그 결과, 식품에 새로운 의미와 기능을 추구하게 되면서 몸에 좋은 식품과 몸을 보양해 주는 약선이 주목을 받고 있다(Lee GH 2014).

약선에 대한 관심이 증가하면서 이와 관련한 연구도 증가하고 있으며, 외식산업의 건강이라는 시대적 트렌드를 감안할 때 약선에 대한 관심과 요구에 부합할 수 있는 약선의 대중적인 메뉴개발과 활성화 방안을 모색하기 위한 기초자료가 필요함을 강조하였다(Kim KH 2011). 따라서 약선에 대한 경험, 인식 및 선택속성에 대한 연구를 통해 약선의 대중화 전략에 기초자료를 제공하고자 한다. 이러한 맥락에서 외식 소비자가 추구하는 다양한 가치가 새로운 메뉴로 부각되고 있는 약선에 대한 태도가 어떻게 형성되며, 어떠한 요인을 선호하는지를 체계적으로 파악하는데 목적이 있다. 이에 외식 문화 트렌드에 따른 약선의 특성을 토대로 약선의 선택속성을 살펴보고, 그들 간의 관련성을 알아봄으로써 향후 지속될 환경변화 시대에 맞춰 약선 활성화 및 발전 등 후속 연구에 의미를 부여하고자 한다.

연구 방법

1. 조사 대상

본 연구는 문헌적 연구와 실증적 연구를 병행하였다. 문헌 연구로는 기존의 국·내외 서적, 단행본, 연구논문과 통계자료를 활용하여 본 연구의 목적을 달성하는 데 요구되는 이론적 틀을 재조명하였다. 문헌분석에서는 약선의 개념 및 분류, 선택속성 등에 대한 선행연구 자료를 조사하고, 문헌분석을 통해 도출된 약선의 선택속성에 대한 측정항목들을 활용하여 실증분석을 실시하였다. 또한 사례분석, 심층면접, 관찰 등을 통해 결과를 도출하는 질적 방법보다는 설문지, 과거자료 등을 이용하여 조작적으로 정의된 변수간의 관계를 통계적으로 분석하는 양적 방법을 사용하였다.

본 조사는 임의표본추출방법으로 하였고, 2016년 12월 5일부터 24일까지 조사를 실시하였다. 설문은 대구, 포항, 울산, 서울의 농림축산식품부 주관 식생활교육국민네트워크 교육생 및 강사단을 중심으로 자기기입식 설문을 통해 실시하였다. 총 733부를 회수하였으며, 회수된 설문문항 중 응답이 불성실한 응답자 64부를 제외한 669부를 최종분석에 사용하였다.

2. 조사 내용 및 방법

본 연구의 측정변수는 선행연구에서 입증된 측정항목을 측정변수로 사용하였으며, 약선 인식, 경험 및 인구통계학적 특성을 제외한 설문의 항목은 Likert 7점 척도를 사용하였다.

선택속성은 약선 음식점 선택 시 중요도를 나타내는 변수로써 본 연구에서는 Joe MS(1995), Filtrault & Ritchie(1998), Dube(2000), Lee HJ(2003), Joe MS(2005), Lee & Joe(2008), Cho SW(2010), Lee SI(2011), Cho GE(2012), Ko 등(2013)에서 사용한 메뉴요인, 질병요인, 건강요인, 환경요인, 서비스요인, 소비경로 등 6가지 구성요인으로 살펴보았다.

약선 음식점 선택 시 중요도 중 건강은 음식의 조리방법, 고혈압예방, 기타 질병예방, 비만예방, 면역력 강화, 체력(건강)증진을 의미하고, 소비결론은 인터넷, 외부홍보 및 광고물, 점포내 광고물, 주문 시 판매자의 추천, 메뉴판, 소비자의 후기(블로그, SNS 등)를 의미한다. 지각 및 환경은 음식의 맛과 향, 청결 및 위생, 주차의 편리성, 접근성, 실내 분위기, 음식의 시각화(보기 좋은 음식)를 의미하고, 시간은 배달가능, 빠른 시간 내에 제공, 테이크아웃 가능성을 의미하며, 서비스는 한상차림, 코스제공, 단품제공을 의미하고, 메뉴는 음식의 양, 가격, 메뉴의 다양성, 음식의 약선적 의미를 말한다.

본 연구 설문에서 사용된 문항의 타당성을 검정하고, 각 문항별 공통요인을 찾아내기 위하여 요인분석을 활용하였다. 요인분석은 동일한 개념 및 비슷한 개념을 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶여지는 지(측정 도구의 타당성)를 확인하기 위한 분석방법이다. 분석에서 사용된 측정도구는 약선의 선택속성이다. 요인분석 후, 해당 설문이 몇 가지 소수의 요인으로 묶임에 따라 각 문항들이 동일한 개념을 측정하는 지에 대한 유무를 확인하여 타당성의 유무를 판단할 수 있다.

본 분석에서 KMO와 Bartlett의 구형성 검정을 통하여 타당성을 검정하였다. 요인 분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성 검정에서 유의확률(p) 값이 유의수준 0.05내에 속하면 요인분석을 해도 된다는 타당성이 가정된다고 해석하였다. 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내주는 KMO를 활용하여 0.7 보다 클 경우, 적절하다고 해석하였다.

또한, 주성분방법 중 베리맥스를 이용한 요인 추출을 실시하였다. 변수의 요인 간 상관관계의 정도를 나타내는 요인 적재량은 0.5 이상의 적재 값들끼리 묶어 설명하였다. 또한, 공통성의 값이 0.5 미만이면 각 요인에 대한 설명력이 낮은 것으로 판단하여 해당변수를 제거했다.

요인분석 후, 각 요인별로 다른 대상을 상대로 같은 설문을 측정했을 때 동일한 결과가 나오는 정도를 분석하기 위하여 내적일관성 분석방법(Cronbach's α)을 이용하였다. 이 방법은 각 요인 중 신뢰도를 저해하는 항목을 추출해 측정도구에서 제외시켜 측정도구의 신뢰도를 높이는 분석방법이다. 크론바흐 알파 계수 값이 0.6이상이면 신뢰도가 좋다고 판단하였다. 약선 음식점 선택 시 중요도(선택속성)에 대한 설문 문항 33개의 문항 중 '식재료의 품질', '음식의 5대 영양소', '음

식의 시각화’, ‘음식의 약선적 의미’, ‘음식의 조리방법’, ‘접근성’, ‘주차의 편리성’이 0.50 미만의 요인적재량이었으므로 제거되었다.

3. 통계처리

자료 분석은 SPSS18.0을 사용하여 분석을 실시하였다. 사용된 분석방법으로 빈도분석, t-test, ANOVA 분석, 요인분석, 상관분석을 실시하였다. 조사대상자의 일반적 특성은 빈도분석과 백분율을 제시하였다. 조사대상자의 일반적 특징 및 약선 인식에 따른 선택속성의 차이를 검증하기 위해서 t-test와 분산분석(ANOVA)을 하였고, 사후검증은 ‘LSD’방법으로 실시하였다. 측정변수에 대하여 탐색적 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석에서는 고유값(Eigen Value)이 1 이상 되는 요인을 파악하였고, 요인 적재치가 0.40 이하인 문항과 중복 적재되는 문항들은 제거하였다. 탐색적 요인 분석을 토대로 실시한 신뢰도분석은 Cronbach's α계수를 사용하였다.

결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반적인 특성

표본의 인구통계학적 특성을 살펴보고자 성별 및 연령에 대한 빈도분석을 실시한 결과는 Table 1과 같다. 성별의 경우, 여성이 72.65%, 남성이 27.35%로 여성이 남성에 비해 높았

다. 또한, 연령의 경우, 50~59세가 42.15%로 가장 높았고, 그 다음 40~49세(20.18%), 20~29세(17.04%), 30~39세(13.90%), 60세 이상(6.73%) 순으로 나타났다.

2. 탐색적 요인분석과 신뢰도 검증

Table 2와 같이 ‘요인 1’은 ‘당뇨예방’, ‘고혈압예방’, ‘기타 질병예방’, ‘비만예방’, ‘면역력강화’, ‘체력증진’, ‘노화방지’, ‘체질을 고려한 음식’ 등의 8개 문항을 묶어 건강으로 명명하였다. ‘요인 2’는 ‘인터넷 외부 홍보 및 광고물’, ‘점포 내 광고물’, ‘소비자의 후기’, ‘주문 시 판매자의 추천’, ‘메뉴판’ 등의 5개 문항을 묶어 홍보 및 광고로 명명하였다. ‘요인 3’은 ‘환상차림’, ‘코스제공’, ‘단품제공’, ‘실내분위기’ 등의 4개 문항을 묶어 상차림으로 명명하였다. ‘요인 4’는 ‘배달가능’, ‘테이크아웃가능’, ‘빠른 시간 내에 제공’ 등의 3개 문항을 묶어 시간

Table 1. Gender and age of the subjects (N=669)

	Division	The number	(%)
Gender	Male	183	27.35
	Female	486	72.65
Age	20 to 29 years	114	17.04
	30 to 39 years	93	13.90
	40 to 49 years	135	20.18
	50 to 59 years	282	42.15
	60 years old or older	45	6.73

Table 2. Factor analysis of the choice properties of medicinal restaurants

Factor name	Item	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6
Health	Prevention of diabetes	0.876					
	Prevention of hypertension	0.875					
	Other disease prevention	0.866					
	Obesity prevention	0.854					
	Immune strengthening	0.781					
	Strength enhancement	0.700					
	Anti-aging	0.693					
	Food considering constitution	0.662					
PR and advertising	Internet, external publicity and advertising		0.781				
	In-store advertising		0.778				
	Seller's recommendation when ordering		0.731				
	Consumer's review		0.719				
	Mnu		0.707				
Menu service form	Set menu			0.817			
	Course offer			0.733			
	Supplied separately			0.526			
	Indoor atmosphere			0.507			

Table 2. Continued

Factor name	Item	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6
Time	Deliverable				0.828		
	Takeout available				0.734		
	Provided in a short period of time				0.733		
Menu	Price					0.703	
	Amount of food					0.688	
	Variety of menus					0.586	
Service	Taste and flavor of food						0.746
	Recommendation from neighbor						0.590
	Cleanliness and hygiene						0.563
Eigenvalue		5.79	3.74	2.34	2.32	2.07	2.01
Cumulative dispersion explanatory power (%)		22.25	36.65	45.65	54.58	62.52	70.26
Cronbach's α		0.941	0.876	0.784	0.788	0.640	0.677

KMO: 0.902, Bartlett's sphere formation verification value: 12,267.146

으로 명명하였다. '요인 5'는 '가격', '음식의 양', '메뉴의 다양성' 등의 3개 문항을 묶어 메뉴로 명명하였다. '요인 6'은 '음식의 맛과 향', '주변인의 추천', '청결 및 위생' 등의 3개 문항을 묶어 서비스로 명명하였다.

그 결과, 약선 음식점 선택 시 중요도(선택속성)를 설명하는 중요한 요인은 '건강(5.79)', '홍보 및 광고(3.74)', '상차림(2.34)', '시간(2.32)', '메뉴(2.07)', '서비스(2.01)' 순으로 나타났다.

3. 상관분석

Table 3. Analysis of correlation analysis of factors

Variable	1	2	3	4	5	6
1	1.00					
2	0.51 (0.00)	1.00				
3	0.55 (0.00)	0.55 (0.00)	1.00			
4	0.30 (0.00)	0.48 (0.00)	0.43 (0.00)	1.00		
5	0.38 (0.00)	0.37 (0.00)	0.49 (0.00)	0.32 (0.00)	1.00	
6	0.54 (0.00)	0.53 (0.00)	0.57 (0.00)	0.35 (0.00)	0.40 (0.00)	1.00
Average	79.15	64.65	67.65	55.24	68.67	79.39
Standard deviation	0.99	0.97	0.82	1.23	0.88	1.01

1=Health, 2=PR and advertising, 3=Menu service form, 4=Time, 5=Menu, 6=Service

Table 3와 같이 변수들의 판별타당도를 알아보기 위해 피어슨 상관분석을 실시하였다. 각 요인별 평균을 100점 환산 기준으로 계산한 결과, '서비스'에 대해서는 79.39점으로 가장 높은 점수를 나타냈으나, '시간'은 55.24점으로 가장 낮게 나타났다. 이러한 값을 지닌 각 요인별 관련성 정도를 알아보기 위하여 상관분석을 실시한 결과, 모든 상관계수가 양의 영향을 보였다. 통계적 유의성은 0.05, 0.01, 0.001 수준에서 보였다.

4. 약선 음식점 고객 특성에 따른 건강 중요도 차이

약선 음식점 고객 특성에 따른 약선음식점 선택 시 건강 중요도 차이는 Table 4와 같다. 통계적으로 유의한 차이를 보이는 특성은 성별($p<0.001$), 연령($p<0.001$), 이용시점($p<0.001$)이었다. 성별로 본 결과, 여성(80.44점), 남성(75.73점) 순으로 건강 중요도가 높았고, 성별 약선에 대한 건강 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. 연령별로 본 결과, 50~59세(82.06점), 40~49세(81.87점), 60세 이상(75.57점), 20~29세(74.41점), 30~39세(73.94점) 순으로 건강 중요도가 높았고, 연령별 약선에 대한 건강 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. 사후 분석결과, 20~29세와 40~49세, 20~29세와 50~59세, 30~39세와 40~49세, 30~39세와 50~59세, 40~49세와 60세 이상, 50~59세와 60세 이상간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:c, a:d, b:c, b:d, c:e, d:e). 동반자별로 본 결과, 기타(100.00점), 경험 없음(79.91점), 지인(79.43점), 가족(78.67점), 사업관계자(77.79점), 직장동료(77.10점) 순으로 건강 중요도가 높았다. 이용시점별로 본 결과, 주말 저녁식사(83.68점), 특별한 날(기념일, 생일 등)(83.47점), 경험 없음(79.91점), 평일 점심식사(77.99점), 주말 점심식사(77.31점), 평일 저녁식

Table 4. Analysis of health importance difference according to customer characteristics of medicinal restaurants

Characteristic	Division	N	M	S.D.	<i>t</i> or <i>F</i>	Sig	Post-hoc
Gender	Male	183	75.73	0.93	-3.46	0.00***	
	Female	486	80.44	0.98			
Age	20 to 29 years a)	114	74.41	0.75	9.03	0.00***	a:c
	30 to 39 years b)	93	73.94	0.78			a:d
	40 to 49 years c)	135	81.87	1.07			b:c
	50 to 59 years d)	282	82.06	0.86			b:d
	60 years old or older e)	45	75.57	1.63			c:e
Companion	Family	291	78.67	0.97	1.22	0.30	
	Colleague	24	77.10	0.68			
	Friend	204	79.43	1.04			
	Business associate	18	77.79	0.72			
	Etc	3	100.00	0.00			
	No experience	129	79.91	0.93			
When to use	Weekend lunch a)	90	77.31	0.89	9.82	0.00***	a:b
	Weekend dinner b)	132	83.68	0.78			a:d
	Weekday lunch c)	126	77.99	0.88			a:e
	Weekday dinner d)	66	70.37	1.16			a:f
	Special day (anniversary, birthday, etc.) e)	108	83.47	0.80			b:c
	Others f)	18	64.25	2.00			b:d
	No experience g)	129	79.91	0.93			b:f
					c:d		
					c:e		
					c:f		
					d:e		
					d:g		
					e:f		
					f:g		

*** $p < 0.001$, M: mean, S.D.: standard deviation, Post-hoc: Post-hoc comparison (a:b=Compare a and b)

사(70.37점), 기타(64.25점) 순으로 건강 중요도가 높았고, 이용시점별 약선에 대한 건강 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. 사후 분석결과, 주말 점심식사와 주말 저녁식사, 주말 점심식사와 평일 저녁식사, 주말 점심식사와 특별한 날(기념일, 생일 등), 주말 점심식사와 기타, 주말 저녁식사와 평일 점심식사, 주말 저녁식사와 평일 저녁식사, 주말 저녁식사와 기타, 평일 점심식사와 평일 저녁식사, 평일 점심식사와 특별한 날(기념일, 생일 등), 평일 점심식사와 기타, 평일 저녁식사와 특별한 날(기념일, 생일 등), 특별한 날(기념일, 생일 등)과 기타, 기타와 경험 없음 간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a,b, a:d, a:e, a:f, b:c, b:d, b:f, c:d, c:e, c:f, d:e, d:g, e:f, f:g).

5. 약선 음식점 고객 특성에 따른 홍보 및 광고 중요도 차이

약선 음식점 고객 특성에 따른 홍보 및 광고 중요도 차이는 Table 5와 같다. 통계적으로 유의한 차이를 보인 특성은 성별($p < 0.001$), 연령($p < 0.01$), 이용시점($p < 0.001$)이었다. 성별로 본 결과, 여성(65.03점), 남성(63.62점) 순으로 중요도가 높았다. 연령별로 본 결과, 40~49세(67.72점), 20~29세(65.45점), 50~59세(64.55점), 30~39세(62.38점), 60세 이상(58.68점) 순으로 중요도가 높았고, 연령별 약선에 대한 홍보 및 광고 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. 사후검정 결과, 20~29세와 60세 이상, 30~39세와 40~49세, 40~49세와 60세 이상, 50~59세와 60세 이상간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:e, b:c, c:e, d:e). 동반자별로 본 결과, 기타(80.02점), 경험 없음(66.52점), 사업관계자(66.12점), 지인(64.72점), 가족(63.96점), 직장동료(59.18점) 순으로 중요도가 높았다. 이용시점별로 본 결과, 주말 저녁식사(68.20점), 경험 없음(66.52점), 특별한 날(기념일, 생일 등)(65.29점), 평일 점심식

Table 5. Analysis of PR and importance of advertising according to customer characteristics of medicinal restaurants

Characteristic	Division	N	M	S.D.	<i>t</i> or <i>F</i>	Sig	Post-hoc
Gender	Male	183	63.62	0.99	-3.46	0.00***	
	Female	486	65.03	0.97			
Age	20 to 29 years a)	114	65.45	0.85	3.31	0.01*	a:e
	30 to 39 years b)	93	62.38	0.88			b:c
	40 to 49 years c)	135	67.72	1.08			c:e
	50 to 59 years d)	282	64.55	0.89			d:e
	60 years old or older e)	45	58.68	1.40			
Companion	Family	291	63.96	0.96	1.57	0.17	
	Colleague	24	59.18	0.51			
	Friend	204	64.72	1.02			
	Business associate	18	66.12	1.05			
	Etc	3	80.02	0.00			
When to use	No experience	129	66.52	0.97	3.78	0.00***	
	Weekend lunch a)	90	61.46	0.87			a:b
	Weekend dinner b)	132	68.20	0.85			a:g
	Weekday lunch c)	126	64.54	0.96			b:d
	Weekday dinner d)	66	58.95	0.94			b:f
	Special day (anniversary, birthday, etc.) e)	108	65.29	0.96			c:d
	Others f)	18	58.90	1.82			d:e
No experience g)	129	66.52	0.97	d:g			

* $p < 0.05$, *** $p < 0.001$, M: mean, S.D.: standard deviation, Post-hoc: Post-hoc comparison (a:b=Compare a and b)

사(64.54점), 주말 점심식사(61.46점), 평일 저녁식사(58.95점), 기타(58.90점) 순으로 중요도가 높았고, 이용시점별 약선에 대한 홍보 및 광고 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. 사후검정 결과, 주말 점심식사와 주말 저녁식사, 주말 점심식사와 경험 없음, 주말 저녁식사와 평일 저녁식사, 주말 저녁식사와 기타, 평일 점심식사와 평일 저녁식사, 평일 저녁식사와 특별한 날(기념일, 생일 등), 평일 저녁식사와 경험 없음 간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:b, a:g, b:d, b:f, c:d, d:e, d:g).

6. 약선 음식점 고객 특성에 따른 상차림 중요도 차이

약선 음식점 고객 특성에 따른 상차림 중요도 차이는 Table 6과 같다. 통계적으로 유의한 차이를 보인 특성은 연령($p < 0.001$), 이용시점($p < 0.001$)이었다. 성별로 본 결과, 여성(68.25점), 남성(66.07점) 순으로 중요도가 높았다. 연령별로 본 결과, 40~49세(70.29점), 50~59세(69.83점), 30~39세(66.01점), 20~29세(65.69점), 60세 이상(54.46점) 순으로 중요도가 높았고, 연령별 약선에 대한 상차림 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. 사후검정 결과, 20~29세와 40~49세, 20~29세와 50~59세, 20~29세와 60세 이상, 30~39세와 40~49세, 30~39세와 50~59세, 30~39세와 60세 이상, 40~49세와 60세 이상,

50~59세와 60세 이상간 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:c, a:d, a:e, b:c, b:d, b:e, c:e, d:e). 동반자별로 본 결과, 기타(70.85점), 가족(68.14점), 경험 없음(67.65점), 지인(67.60점), 직장 동료(64.60점), 사업관계자(63.90점) 순으로 중요도가 높았다. 이용시점별로 본 결과, 주말 저녁식사(71.23점), 특별한 날(기념일, 생일 등)(69.81점), 평일 점심식사(68.17점), 경험 없음(67.65점), 주말 점심식사(65.99점), 평일 저녁식사(62.70점), 기타(51.40점) 순으로 중요도가 높았고, 이용시점별 약선에 대한 상차림 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. 사후검정 결과, 주말 점심식사와 주말 저녁식사, 주말 점심식사와 기타, 주말 저녁식사와 평일 저녁식사, 평일 점심식사와 평일 저녁식사, 평일 점심식사와 기타, 평일 저녁식사와 특별한 날(기념일, 생일 등), 평일 저녁식사와 기타, 평일 저녁식사와 경험 없음, 특별한 날(기념일, 생일 등)과 기타간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:b, a:f, b:d, b:f, c:d, c:f, d:e, d:f, d:g, e:f).

7. 약선 음식점 고객 특성에 따른 시간 중요도 차이

약선 음식점 고객 특성에 따른 약선음식점 선택 시 시간 중요도 차이는 Table 7과 같다. 통계적으로 유의한 차이를 보인 특성은 연령($p < 0.001$), 동반자(0.001), 이용시점($p < 0.001$)이

Table 6. Analysis of difference in importance of menu service form to customer characteristics

Characteristic	Division	N	M	S.D.	<i>t</i> or <i>F</i>	Sig	Post-hoc
Gender	Male	183	66.07	0.85	-1.64	0.10	
	Female	486	68.25	0.95			
Age	20 to 29 years a)	114	65.69	0.65	12.24	0.00***	a:c
	30 to 39 years b)	93	66.01	0.60			a:d
	40 to 49 years c)	135	70.29	1.00			b:c
	50 to 59 years d)	282	69.83	0.94			b:d
	60 years old or older e)	45	54.46	1.21			b:e c:e d:e
Companion	Family	291	68.14	0.84	0.49	0.78	
	Colleague	24	64.60	0.81			
	Friend	204	67.60	1.05			
	Business associate	18	63.90	0.46			
	Etc	3	70.85	0.00			
	No experience	129	67.65	0.95			
When to use	Weekend lunch a)	90	65.99	0.80	6.57	0.00***	a:b
	Weekend dinner b)	132	71.23	0.87			a:f
	Weekday lunch c)	126	68.17	0.91			b:d
	Weekday dinner d)	66	62.70	0.82			b:f
	Special day (anniversary, birthday, etc.) e)	108	69.81	0.83			c:d
	Others f)	18	51.40	1.59			c:f
	No experience g)	129	67.65	0.95			d:e d:f d:g e:f

*** $p < 0.001$, M: mean, S.D.: standard deviation Post-hoc: Post-hoc comparison (a:b=Compare a and b)

었다. 성별로 본 결과, 남성(55.29점), 여성(55.22점) 순으로 중요도가 높았다. 연령별로 본 결과, 20대(65.95점), 50대(54.74점), 40대(52.97점), 30대(51.44점), 60세 이상(45.94점) 순으로 중요도가 높았고, 연령별 약선음식점 선택 시 시간 중요도는 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 사후 검정결과, 20대와 30대, 20대와 40대, 20대와 50대, 20대와 60세 이상, 40대와 60세 이상, 60대와 60세 이상간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:b, a:c, a:d, a:e, c:e). 동반자별로 본 결과, 경험 없음(62.03점), 직장동료(59.73점), 가족(54.94점), 지인(52.30점), 기타(50.01점), 사업관계자(39.82점) 순으로 중요도가 높았고, 동반자별 약선음식점 선택 시 시간 중요도는 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 가족과 사업관계자, 가족과 경험 없음, 직장동료와 사업관계자, 지인과 사업관계자, 지인과 경험 없음, 사업관계자와 경험 없음 간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:d, a:f, b:d, c:d, c:f, d:f). 이용시점별로 본 결과, 경험 없음(62.03점), 주말 저녁식사(60.11점), 평일 점심식사(55.57점), 특별한 날(기념일, 생일 등)(52.33점), 평일 저녁식사(50.01점), 주말 점심식사(47.60점), 기타(43.53

점) 순으로 중요도가 높았고, 이용시점별 약선음식점 선택 시 시간 중요도는 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 사후 검정결과, 주말 점심식사와 주말 저녁식사, 주말 점심식사와 평일 점심식사, 주말 점심식사와 경험 없음, 주말 저녁식사와 평일 저녁식사, 주말 저녁식사와 특별한 날(기념일, 생일 등), 주말 저녁식사와 기타, 평일 점심식사와 기타, 평일 점심식사와 경험 없음, 평일 저녁식사와 경험 없음, 특별한 날(기념일, 생일 등)과 경험 없음간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:b, a:c, a:g, b:d, b:e, b:f, c:f, c:g, d:g, e:g).

8. 약선 음식점 고객 특성에 따른 메뉴 중요도 차이

약선 음식점 고객 특성에 따른 약선음식점 선택 시 메뉴 중요도 차이는 Table 8과 같다. 통계적으로 유의한 차이를 보인 특성은 성별($p < 0.05$), 연령($p < 0.001$), 동반자($p < 0.05$)이었다. 성별로 본 결과, 여성(69.66점), 남성(66.04점) 순으로 중요도가 높았고, 성별 약선음식점 선택 시 메뉴 중요도는 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 연령별로 본 결과, 40~49세(70.63점), 50~59세(70.58점), 30~39세(67.04점), 20~29세(66.24점),

Table 7. Analysis of time priority difference according to customer characteristics of medicinal restaurants

Characteristic	Division	N	M	S.D.	<i>t</i> or <i>F</i>	Sig	Post-hoc
Gender	Male	183	55.29	1.29	0.04	0.97	
	Female	486	55.22	1.20			
Age	20 to 29 years a)	114	65.95	0.97	12.15	0.00***	a:b
	30 to 39 years b)	93	51.44	1.23			a:c
	40 to 49 years c)	135	52.97	1.43			a:d
	50 to 59 years d)	282	54.74	1.11			a:e
	60 years old or older e)	45	45.94	1.28			c:e
Companion	Family a)	291	54.94	1.20	6.25	0.00***	a:d
	Colleague b)	24	59.73	0.61			a:f
	Friend c)	204	52.30	1.28			b:d
	Business associate d)	18	39.82	0.67			c:d
	Etc e)	3	50.01	0.00			c:f
	No experience f)	129	62.03	1.22			d:f
When to use	Weekend lunch a)	90	47.60	1.24	8.29	0.00***	a:b
	Weekend dinner b)	132	60.11	1.11			a:c
	Weekday lunch c)	126	55.57	1.28			b:d
	Weekday dinner d)	66	50.01	1.15			b:e
	Special day (anniversary, birthday, etc.) e)	108	52.33	1.04			c:f
	Others f)	18	43.53	1.55			c:g
	No experience g)	129	62.03	1.22			d:g

*** $p < 0.001$, M: mean, S.D.: standard deviation, Post-hoc: Post-hoc comparison (a:b=Compare a and b)

60세 이상(60.38점) 순으로 중요도가 높았고, 연령별 약선음식점 선택 시 메뉴 중요도는 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 사후검정 결과, 20~29세와 40~49세, 20~29세와 50~59세, 20~29세와 60세 이상, 30~39세와 60세 이상, 40~49세와 60세 이상, 50~59세와 60세 이상간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:c, a:d, a:e, b:e, c:e, d:e). 동반자별로 본 결과, 기타(77.79점), 지인(70.77점), 가족(68.28점), 경험 없음(67.58점), 직장동료(67.37점), 사업관계자(59.27점) 순으로 중요도가 높았고, 동반자별 약선음식점 선택 시 메뉴 중요도는 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 사후검정 결과, 가족과 사업관계자, 지인과 사업관계자, 사업관계자와 기타간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:d, c:d, d:f). 이용시점별로 본 결과, 주말 저녁식사(71.48점), 평일 점심식사(71.18점), 경험 없음(67.58점), 주말 점심식사(67.05점), 특별한 날(기념일, 생일 등)(66.99점), 평일 저녁식사(66.68점), 기타(63.90점) 순으로 중요도가 높았다.

9. 약선 음식점 고객 특성에 따른 서비스 중요도 차이

약선 음식점 고객 특성에 따른 약선 음식점 선택 시 서비

스 중요도 차이는 Table 9와 같다. 통계적으로 유의한 차이를 보인 특성은 연령($p < 0.001$), 동반자($p < 0.001$), 이용시점($p < 0.001$)이었다. 성별로 본 결과, 남성(79.71점), 여성(79.27점) 순으로 중요도가 높았다. 연령별로 본 결과, 20~29세(83.93점), 50~59세(79.80점), 40~49세(79.65점), 30~39세(77.61점), 60세 이상(68.16점) 순으로 중요도가 높았고, 연령별 약선음식점 선택 시 상차림 중요도는 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 사후검정 결과, 20~29세와 30~39세, 20~29세와 40~49세, 20~29세와 50~59세, 20~29세와 60세 이상, 30~39세와 60세 이상, 40~49세와 60세 이상, 50~59세와 60세 이상간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:b, a:c, a:d, a:e, b:e, c:e, d:e). 동반자별로 본 결과, 가족(81.12점), 경험 없음(79.73점), 지인(78.61점), 직장동료(72.93점), 사업관계자(68.53점), 기타(66.68점) 순으로 중요도가 높았고, 동반자별 약선음식점 선택 시 상차림 중요도는 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 사후검정 결과, 가족과 직장동료, 가족과 사업관계자, 직장동료와 경험 없음, 지인과 사업관계자, 사업관계자와 경험 없음간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:b, a:d, b:f, c:d, d:f). 이용시점별로 본 결과, 주말 저녁식사(83.48점),

Table 8. Analysis of difference in menu importance according to customer characteristics

Characteristic	Division	N	M	S.D.	<i>t</i> or <i>F</i>	Sig	Post-hoc
Gender	Male	183	66.04	0.96	-2.63	0.01*	
	Female	486	69.66	0.95			
Age	20 to 29 years a)	114	66.24	0.76	5.62	0.00***	a:c
	30 to 39 years b)	93	67.04	0.85			a:d
	40 to 49 years c)	135	70.63	1.03			a:e
	50 to 59 years d)	282	70.58	0.95			b:e
	60 years old or older e)	45	60.38	1.17			c:e
Companion	Family a)	291	68.28	0.98	2.36	0.04*	
	Colleague b)	24	67.37	0.65			
	Friend c)	204	70.77	0.95			a:d
	Business associate d)	18	59.27	0.78			c:d
	Etc e)	3	77.79	0.00			d:f
	No experience f)	129	67.58	0.97			
When to use	Weekend lunch	90	67.05	0.86	2.12	0.05	
	Weekend dinner	132	71.48	1.02			
	Weekday lunch	126	71.18	0.88			
	Weekday dinner	66	66.68	0.72			
	Special day (anniversary, birthday, etc.)	108	66.99	0.86			
	Others	18	63.90	2.01			
	No experience	129	67.58	0.97			

* $p < 0.05$, *** $p < 0.001$, M: mean, S.D.: standard deviation, Post-hoc: Post-hoc comparison (a:b=Compare a and b)

경험 없음(79.73점), 특별한 날(기념일, 생일 등)(79.49점), 평일 점심식사(79.12점), 주말 점심식사(77.61점), 평일 저녁식사(77.29점), 기타(64.83점) 순으로 중요도가 높았고, 이용시점별 약선음식점 선택 시 상차림 중요도는 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 사후검정 결과, 주말 점심식사와 주말 저녁식사, 주말 점심식사와 기타, 주말 저녁식사와 평일 점심식사, 주말 저녁식사와 평일 저녁식사, 주말 저녁식사와 특별한 날(기념일, 생일 등), 주말 저녁식사와 기타, 주말 저녁식사와 경험 없음, 평일 점심식사와 기타, 평일 저녁식사와 기타, 특별한 날(기념일, 생일 등)과 기타, 기타와 경험 없음 간의 세부집단별로 통계적인 유의한 차이가 있었다(a:b, a:f, b:c, b:d, b:e, b:f, b:g, c:f, d:f, e:f, f:g).

요약 및 결론

음식을 단순히 배고픔을 해결하기 위한 수단으로 생각하기보다는 음식의 맛과 영양이 몸에 얼마나 이로운가를 고려하면서 섭취하는 방향으로 변화하게 되었고, 음식과 약이 되는 건강한 음식을 선호하는 경향이 높아지고 있다. 다양한 건강음식 중 선호도가 높은 음식은 약선(藥膳)이다. 약선이란

병을 치료하고, 건강을 증진시키며, 요리 자체로도 훌륭한 미각을 느낄 수 있는 건강음식을 말하는 것으로, ‘膳’은 음식이라는 뜻으로, 약선은 우리 몸에 좋은 약이 되는 음식이다. 이에 본 연구에서는 약선에 대한 고객 인지도, 경험에 따른 선택속성을 검토하여 약선의 발전방향과 전략을 제시함에 따른 고객의 확산 및 약선에 대한 후속 연구에 기초자료를 제공하고자 하였다.

본 연구의 목적을 달성하고자 대구, 경산, 울산 서울지역의 농림축산식품부 주관 식생활 교육국민네트워크 교육생 및 강사단을 대상으로 2016년 12월 5일에서 2016년 12월 24일까지 20일간 설문조사를 진행하여 총 733부를 회수하였고, 이 중 불성실한 답변 64부를 제외한 669부를 실증분석에 활용하였다. 회수한 설문을 토대로 빈도분석, 기술통계, 집단별 평균분석, 독립표본 T 검정, 분산분석, 요인분석, 상관분석을 실행하였으며, 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 약선에 대한 인식 및 경험에 대한 빈도분석 결과, 약선의 의미는 ‘건강음식’(76.68%), 약선 시식 경험은 ‘유경험자’(80.72%), 약선 선택 이유는 ‘건강증진’(42.60%), 약선 음식점 동반자는 ‘가족’(43.50%), 약선 이용 시점은 ‘주말 저녁식사’(19.73%), 약선 단품 적절 가격은 ‘15,000원’(64.13%), 약선

Table 9. Analysis of service importance difference according to customer characteristics of medicinal restaurants

Characteristic	Division	N	M	S.D.	<i>t</i> or <i>F</i>	Sig	Post-hoc
Gender	Male	183	79.71	0.81	0.35	0.73	
	Female	486	79.27	0.89			
Age	20 to 29 years a)	114	83.93	0.60	10.48	0.00***	a:b
	30 to 39 years b)	93	77.61	0.87			a:c
	40 to 49 years c)	135	79.65	0.79			a:d
	50 to 59 years d)	282	79.80	0.84			a:e
	60 years old or older e)	45	68.16	1.38			b:e
Companion	Family a)	291	81.12	0.79	4.48	0.00***	c:e
	Colleague b)	24	72.93	0.62			d:e
	Friend c)	204	78.61	1.01			a:b
	Business associate d)	18	68.53	1.17			a:d
	Etc e)	3	66.68	0.00			b:f
	No experience f)	129	79.73	0.75			c:d
When to use	Weekend lunch a)	90	77.61	0.82	5.43	0.00***	d:f
	Weekend dinner b)	132	83.48	0.75			a:b
	Weekday lunch c)	126	79.12	0.83			a:f
	Weekday dinner d)	66	77.29	0.88			b:c
	Special day (anniversary, birthday, etc.) e)	108	79.49	0.85			b:d
	Others f)	18	64.83	1.94			b:e
	No experience g)	129	79.73	0.75			b:f

*** $p < 0.001$, M: mean, S.D.: standard deviation, Post-hoc: Post-hoc comparison (a:b=Compare a and b)

코스 적절 가격은 '30,000원'(57.85%), 약선 이용 시 가장 불편했던 점은 '찾기 힘든 약선 음식점'(41.26%), 약선 개선 시 가장 중점을 두어야 할 부분은 '간편식 메뉴개발'(24.66%)이 가장 높았던 것으로 조사되었다.

둘째, 요인분석을 통한 설문지의 타당성 검증과 공통요인 추출을 통하여 이를 변수로 활용하였다. 그 결과, 약선 음식점 선택 시 중요도(선택속성)의 33개 문항을 통하여 6개의 요인을 추출하여 '건강', '홍보 및 광고', '상차림', '시간', '메뉴', '서비스'라 명명하였다. 이들을 변수로 사용하고, 요인별 평균치를 해당변수의 수치로 활용하였다. 각 변수별 평균은 '서비스'가 79.39으로 가장 높았다. 그 다음, 건강(79.15점), 메뉴(68.67점), 상차림(67.65점), 시간(55.24점) 순이었다. 또한, 각 변수별 관련성 정도를 알아보기 위하여 상관분석을 실시한 결과, 모든 상관계수가 양의 방향을 보였다.

셋째, 약선에 대한 인식 및 경험에 따른 각 요인별 차이는 아래와 같다. 약선 음식점 선택 시 중요도에 있어 '건강'요인은 성별이 여성일수록, 연령이 50~59세일수록, 동반자가 기타

일수록, 이용시점이 주말 저녁식사일수록 건강 중요도가 높았다. 그리고 성별, 연령별, 이용시점별 약선음식점 선택 시 '건강' 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. '홍보 및 광고'요인은 성별이 여성일수록, 연령이 40~49세일수록, 동반자가 기타일수록, 이용시점이 주말 저녁식사일수록 홍보 및 광고 중요도가 높았다. 그리고 성별, 연령별, 이용시점별 약선음식점 선택 시 '홍보 및 광고' 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. '상차림'요인은 성별이 여성일수록, 연령이 40~49세일수록, 동반자가 기타일수록, 이용시점이 주말 저녁식사일수록 상차림 중요도가 높았다. 그리고 연령별, 이용시점별 약선음식점 선택 시 '상차림' 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. '시간'요인은 성별이 남성일수록, 연령이 20~29세일수록, 동반자 동행 경험이 없을수록, 이용시점이 없을수록 시간 중요도가 높았다. 그리고 연령별, 동반자별 이용시점별 약선음식점 선택 시 '시간' 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. '메뉴'요인은 성별이 여성일수록, 연령이 40~49세일수록, 동반자가 기타일수록, 이용시점이 주말

저녁식사일수록 메뉴 중요도가 높았다. 그리고 성별, 연령별, 동반자별 약선음식점 선택 시 ‘메뉴’ 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. ‘서비스’요인은 성별이 남성일수록, 연령이 20~29세일수록, 동반자가 가족일수록, 이용시점이 주말 저녁식사일수록 ‘서비스’ 중요도가 높았다. 그리고 연령별, 동반자별, 이용시점별 약선음식점 선택 시 ‘서비스’ 중요도는 통계적인 유의한 차이가 있었다. 따라서 약선의 특성을 토대로 약선의 선택속성을 정확히 파악하여 실제 레스토랑 운영에 있어 약선의 장점들이 부각되고 체감할 수 있도록 운영의 묘를 살려야 한다. 본 연구는 약선 경험 및 인식에 따른 약선 레스토랑 선택속성에 어떠한 차이가 있는가를 학문적인 접근이 이루어져 기존의 연구들을 보다 확장하였다는 점에 그 의의가 있다. 또한 본 연구결과는 향후 후속연구에 기초자료로 제공하고자 한다.

References

- Cho GE. 2012. Students' influence the relationship between knowledge, dietary self-efficacy and eating habits and menu choice behavior. Ph.D Thesis, Dongguk Univ. Seoul. Korea
- Cho SW. 2010. The effect of purchase motive and choice attribute on the purchase attitude of. Ph.D. Thesis, Kyonggi Univ. Gyeongbuk. Korea
- Dube. 2000. Multiple roles of consumption emotions in post-purchase satisfaction with extended service transaction. Faculty of Management. McGill Univ. Montréal. Canada
- Fillitrait P, Ritche BJ. 1988. The impact of situational factors on the evaluation of hospitality service. *Journal of Travel Research* Spring:18-38
- Joe MS. 1995. A study on the determinants of menu choice behavior of hotel customers. MS Thesis, Hanyang Univ. Seoul. Korea
- Joe MS. 2005. A study on health and nutrition problems related to eating out. *Korean Journal of Food Culture* 20:767-776
- Joe SK. 2010. Activation of korean medicinal food recognition and education according to lifestyle. MS Thesis, Sookmyung Women's Univ. Seoul. Korea
- Kim KY, Beak MY, Park CS, Choi SW, Kim CN, Kim BY. 2013. Development of oriental chickpea and establishment of optimum mixing ratio. *Korean Journal of Food And Nutrition* 26:22-29
- Kim KH. 2011. The effects of medicinal menu quality on perceived value, customer satisfaction and behavioral intention. MS Thesis, Gyeongju Univ. Gyeongbuk. Korea
- Ko JE, Hong SS, Yu EI. 2013. A study on the relationship between lifestyle of Korean foodservice consumers and Korean cuisine menu choice attributes. *Tourism and Leisure Studies* 25:155-175
- Lee GH. 2014. The effect of selection attributes of *yaksun* food (herbal medicinal food) on customer satisfaction and loyalty. Ph.D. Thesis, Kwandong Univ. Gangwon-do. Korea
- Lee HJ. 2003. A study on the menu choice attributes of Italian food for hotel users. *Korean Journal of Culinary Research* 9:37-54
- Lee SI, Joe CB. 2008. A study on the menu selection attributes according to food consumption behavior. *Hotel Resort Study* 7:85
- Lee SI. 2011. The effects of restaurant quality and brand image on value perception, customer satisfaction and repurchase intention. Ph.D Thesis, Kyunghee Univ. Seoul. Korea

Received 29 March, 2017

Revised 05 April, 2017

Accepted 13 April, 2017