

## 외식급식산업에 있어서 국(탕)이 고객 충성도에 미치는 영향

이영남 · 노성윤<sup>1)</sup>

경희대학교, 대법원<sup>1)</sup>

국(탕)은 한국의 기본적인 반상차림에 빠질 수 없는 음식으로서, 세계에서 보기 드문 우리 민족 특유의 식사법이다. 국(탕)은 찌꺼기로서 고기나 생선 같은 재료 속의 아미노산, 이노신산 등 수용성의 감칠 맛나는 영양성분이 풍부하여 영양적 가치로써도 우수하다. 특히 외식산업 업계도 湯飯 위주의 전통음식 개발과 보급에 지속적인 노력을 기울여야 함을 강조하고 있다. 이에 상품중심(product-centric)에서 고객중심(customer-centric)으로 변화되는 외식급식산업의 패러다임에서 한국전통음식이 앞장서야 함을 강조하고, 한국 전통음식 계승·발전 연구에 기초자료가 필요하다. 따라서 본 연구는 서울시내의 20세 이상의 성인을 대상으로 일반적인 사항과 외식행동, 국(탕)에 대한 인식도, 기호도 및 건강 기능성, 국(탕)이 고객 충성도에 미치는 영향 및 상품화로서의 전망 등에 관한 내용의 총 36문항으로 된 설문지를 배포하여 조사하였다. 외식의 빈도의 경우 남성(44%)이 여성(35%)보다 많은 경향을 보였으며 가장 선호하는 음식은 한식으로 나타났다. 가족단위 외식 시 1인 1회 외식비용으로는 1만원~2만원 미만이 가장 높았으며 가장 선호하는 음식은 한식으로 나타났다. 특히 가정이나 외식 시 한식을 먹을 때 대상자의 과반수 이상이 국(탕)이 있어야 한다고 하였으며, 선호하는 국(탕)의 종류로는 주재료가 육류에서는 설농탕(33.2%), 갈비탕(30.4%), 육개장(10.8%) 순이었고, 주재료가 어패류 및 갑각류인 국(탕)은 생선매운탕(20.6%), 추어탕(15.2%), 꽃게탕(11.4%) 순이었다. 주재료가 두류에서는 된장찌개(33.2%), 순두부찌개(29.4%), 청국장(15.8%) 순으로 조사되었다. 가금류 및 조류를 주재료에서는 삼계탕(51.9%), 영계백숙(18.4%), 닭개장(12.3%) 순을 나타나 과반수 이상이 삼계탕을 선호하는 것으로 나타났다. 채소 및 해조류 주재료인 국(탕)은 미역국(25.3), 김치국(16.8%), 우거지국(13.0%), 콩나물국(10.1%) 등을 선호하는 것으로 조사되었다. 전체 대상자의 41%가 건강식으로 삼계탕을 선호하였으며, 남성은 여성보다 보신탕을, 여성은 남성보다 삼계탕을 특히 선호하는 것으로 조사되었다. 따라서 전체 응답자의 70%가 한식을 먹을 때 국(탕)이 맛있는 음식점을 찾는 것으로 나타났으며, 음식이 맛이 있으면 가격은 문제되지 않는다고 61%가 응답하여 음식

의 가격보다는 맛이 메뉴를 결정하는데 우선하는 것으로 조사되었다. 또한 음식점을 결정하는데 있어 친구나 가족의 권유인 구전광고가 가장 큰 효과가 있는 것으로 조사되어 외식시 한식을 가장 선호하는 우리의 식생활 습관은 국(탕) 맛이 고객을 다시 방문하게 하는 고객 충성도에 가장 큰 비중을 차지한다고 할 수 있다. 특히 국(탕)이 Take-out과 HMR이 가능하다면 구입할 의사가 있는가에 대한 질문에서 전체의 50%가 '고려해 보겠다'라는 의사를 보였고, 국(탕)이 Take-out과 HMR이 가능하여도 구매할 의사가 없다면 그 이유는 무엇입니까에 대한 질문에 대해서는 신뢰도 결여가 33%, 과도한 식품첨가물 우려가 33%, 품질변화가 14%, 가격 12%, 영양손실이 8%로 조사되어 과도한 식품첨가물 사용에 대한 정확한 이해와 안정성을 확보한다면 다양한 재료의 국(탕) 가공식품 개발의 발전 가능성을 볼 수 있었다.