

패밀리 레스토랑 고객 특성에 따른 영양과 건강메뉴에 대한 태도 연구⁺

김 태 희

경희대학교 외식산업경영연구소
(2002년 10월 29일 접수)

Family Restaurant Patrons' Attitudes toward Nutrition & Healthy Menus⁺

Tae-Hee Kim

Institute of Food Service Management, Kyung Hee University
(Received October 29, 2002)

Abstract

This study sought to determine family restaurant patrons' attitudes toward nutrition and healthy menus. A written questionnaire was handed out to 300 dine-in customers at the three different sites of T brand family restaurant. A total of 265 questionnaires were usable for data analysis, resulting in 88% response rate. Two attitude statements eliciting the strongest agreement were that 'Diet and chronic diseases risk are closely connected each other(4.44)' and 'Koreans are more nutrition & health conscious than they were in the past(4.41)'. The attitude statement-that nutrition is important when I eat out- received the lowest scores(2.92), which indicated that nutrition was not yet considered the most important factor when dining out. 23% of the respondents were interested in healthful foods, while 30% said they were unconcerned. Nutrition conscious group showed significantly ($p < .000$) higher attitude scores for most of statements than unconcerned group. Significant differences were found in age groups($p < .05$, $p < .01$, $p < .001$), income levels($p < .05$), educational levels($p < .05$), health status groups($p < .05$), and weight control interest groups($p < .05$). Older respondents, respondents with higher income and educational levels were more interested in nutrition and healthy menus. Respondents who reported good health status and showed higher interest in weight control were more interested in nutrition and healthy menus. These findings indicate that restaurant firms should respond to consumers' increased interest in nutrition and healthy menus by offering healthful menus and increasing nutrition marketing activities. This may positively result in increasing customer counts and revenue as well as customer satisfaction level and brand image of restaurant firms. Moreover, restaurant firms are strongly encouraged to play an active role in promoting public's nutritional and health status because increasing consumption of meals away from home will seriously affect good health of our consumers.

Key Words : family restaurant, nutrition, healthy menu, nutrition marketing

⁺ This research was financially supported by 2001 Kyung Hee University Research Fund.

교신저자: Tae-Hee Kim, Department of Food Service Management, Kyung Hee University, 1 Heoki-dong, Dongdaemoon-ku, Seoul, Korea
Tel : 82-2-961-9388 Fax : 82-2-964-2537 E-mail: thkim33@khu.ac.kr

I. 서론

보건복지부 국민건강영양조사 결과¹⁾에 따르면 1998년 기준으로 20세이상 50세미만 성인들의 약 26.8%가 1일1회 또는 2회 이상 외식을 하는 것으로 나타나, 경제성장에 따른 국민소득의 증가, 라이프스타일 변화 등으로 우리나라 국민들의 집 이외의 장소에서 식사(外食)하는 횟수가 점차 증가하고 있는 추세라 볼 수 있다. 이와 같은 외식의 보편화로 국내 외식시장규모는 매년 급성장하고 있으며 2000년 외식시장규모는 약 35조원으로서²⁾, 특히 젊은층의 선호도가 높은 해외브랜드 패밀리 레스토랑들은 최근 몇 년 동안 높은 성장률을 보이며 국내 외식시장 점유율을 지속적으로 높여가고 있는 추세이다³⁾. 또한 주5일 근무제의 확산은 도시 가구당 지출하는 전체 식품소비에서 차지하는 외식비율의 증대를 더욱 촉진시킬 것으로 전망됨에 따라 이들 해외브랜드 레스토랑을 이용하는 고객수와 이용빈도수는 계속 증가할 것으로 보인다.

외식화율의 증대는 건강한 생활에 필요한 열량과 영양소들을 집이외의 장소에서 섭취하는 음식들에 의존하는 경향이 높아진다는 것을 의미한다. 그러나 최근 통계청에서 발표한 자료에 의하면 국내 10대 사망원인⁴⁾ 중 5가지(암, 뇌혈관질환, 심장질환, 당뇨병, 고혈압성 질환)가 모두 식사와 관련된 질병들로 나타났으며, 이러한 성인병 및 만성퇴행성질환을 사전에 예방하기 위해 외식 시 영양적으로 균형된 식사를 권장하는 것은 국민들의 건강의식 고취 및 건강한 식생활 습관 형성에 매우 중요해져 가고 있다.

외식업체들은 시장에서 경쟁우위를 차지하기 위해 변화하는 고객의 니즈와 욕구를 정확히 파악하고 이를 충족시켜줄 수 있는 새로운 메뉴와 서비스를 끊임없이 개발해야 한다. 선진국의 많은 레스토랑 체인점들은 이미 오래 전부터 건강과 영양에 관심을 갖는 고객들의 욕구를 충족시키기 위해 저지방, 저콜레스테롤 메뉴 등 다양한 건강식 메뉴를 개발하여 제공하고 있으며⁵⁾⁻⁷⁾, 이러한 고객의 건강에 대한 관심은 고객들의 레스토랑 결정에 영향을 미치는 중요한 요인으로 작용하고 있고⁸⁾, 영양마케팅 및 건강과 영양을 테마로 한 다양한 판매촉진 활동 등을 통해 레스토랑의 매출 및 고객수, 그리고 이익증가^{9),10)}를 가져왔다고 보고하고 있다. Sweet¹¹⁾와 Olds & Mikel¹²⁾은 앞으로 이러한 고객 특성의 변화가 외식업체들의 메뉴개발, 마케팅, 및 수익성 확보에 지속적으로 많은 영향을 미칠 것이라고 언급했다. 우리나라도 인구의 고령화와 생활양식의 변화로 국민들의 건강욕구가 증대되고 있어¹³⁾ 고객욕구 변화에 대해 체계적으로 분석하고 적극적으로 대응하

는 것은 국민 건강증진 뿐만 아니라 기업의 경쟁우위 확보에도 중요한 것이다.

일반적으로 고객의 식생활습관, 건강과 영양에 대한 태도 등은 성별, 연령, 소득수준, 교육수준 등 인구통계학적 특성과 밀접한 관계가 있다. 선진국에서는 교육과 소득수준이 높을수록, 남자보다 여자가, 건강과 영양에 대한 관심과 영양지식, 그리고 영양정보 활용도가 높은 것으로 조사됐다¹⁴⁾⁻¹⁷⁾. 국내연구^{18),19)}에서는 남성보다는 여성이, 교육수준이 높은 사람이 낮은 사람보다 식습관이나 식생활 변화에 대해 더욱 개방적이고 수용적인 자세를 가지고 있다고 보고했고, 연령이 높아질수록 식생활과 건강문제에 관심이 많아지고, 여성이 남성보다, 소득수준이 중류층보다 상류층에서 생활과 특정질병과 관계가 있다고 동의한 사람이 많은 것으로 나타났다. 또한 국민건강 및 보건의식행태조사 결과²⁰⁾ 남성보다는 여성이, 교육수준 및 소득수준이 높을수록 체중조절에 관심을 많이 나타났다고 보고했고, 대학생들을 대상으로 한 연구²¹⁾에서는 남학생이 여학생보다 자신의 건강상태에 자신감을 보인 반면, 여학생은 체중증가에 대한 우려정도를 남학생보다 더 높게 나타냈다.

지금까지의 외식관련 연구들은 대학생²²⁾⁻²⁵⁾, 주부²⁶⁾, 직장인²⁷⁾, 교사²⁸⁾, 일반인²⁹⁾ 등 조사대상자들을 달리한 외식실태조사²⁷⁾, 외식행동조사^{22),24)-26),29)}, 식생활 습관과 기호도 조사^{22)-24),27),28)} 등에 국한되어 있다. 현재 국내 외식시장에서 팽창기에 있는 패밀리 레스토랑 이용고객의 영양 및 건강메뉴에 대한 연구는 아직 미비한 실정이다. 따라서 본 연구의 목적은 패밀리 레스토랑 이용고객 특성에 따른 영양과 건강메뉴 등에 대한 태도를 조사하여 외식업 관련 담당자들에게 메뉴개발 및 마케팅 전략수립을 위한 기초 자료를 제공하고자 하며, 궁극적으로 고객의 영양적으로 건강한 식생활 습관을 형성하는데 도움을 주는데 있다.

II. 연구 내용 및 방법

1. 조사대상 및 방법

본 연구는 국내외식시장에 가장 먼저 진출한 해외 브랜드 패밀리 레스토랑 T업체를 이용하는 고객들을 조사대상자로 설정했다. 조사 대상점포는 점포의 위치에 따라 고객특성이 다소 상이한 점을 감안하여 젊은 세대들이 많이 모이는 강남에 위치한 1개 점포, 주거단지가 밀집된 서울근교 위성도시에 위치한 1개 점포, 그리고 남부지방에 위치한 1개 점포를 선정했다. 설문

지는 점포별 각각 100부씩 배포되었고, 조사방법은 주말 오후시간 대기고객들을 대상으로 연구보조원이 설문지를 배부하고 설명한 후 조사대상자가 직접 기입하게 하는 방식으로 작성하였으며, 조사시간은 4월 19일부터 21일까지 3일 동안 각 점포에서 동시에 실시되었다. 인구통계학적 데이터가 없거나 불성실하게 답변한 설문지 등을 제외하고 최종 자료 분석에는 총265부의 설문지가 사용되었다.

2. 조사내용

조사대상자의 건강 및 영양, 건강메뉴 등에 대한 태도를 조사하기 위해 선행연구^{8),19)}에서 활용했던 설문도구를 참조하여 본 연구에 맞게 설문지를 재구성하였다. 설문 내용은 인구통계학적인 변수 6문항(나이, 성별, 학력, 소득, 자기진단 건강상태, 체중관리 관심도), 외식행동 관련 변수 3문항 (해당 레스토랑 이용 빈도수, 메뉴선택 시 영양가 고려정도, 레스토랑 주 방문목적)을 선정하였고, 영양 및 건강메뉴에 대한 조사대상자의 태도를 묻는 9개 문항에 대해서는 5점 척도 Likert-Scale을 활용하여 응답자의 동의여부를 측정하였다.

3. 자료 분석

모든 자료의 통계분석은 SPSS/PC⁺ Version 10.0 프로그램을 이용하여 평균, 표준편차, 빈도, 백분율 등의 기술적 통계 값을 산출하였고, 독립된 두 집단의 비교는 t-test, 2개 이상의 그룹 간 영양정보에 대한 태도의 차이는 일원분산분석(One-Way ANOVA)를 사용해 검정했다. 일원분산분석 후에는 Duncan test를 사용하여 다중검정을 실시하였다. 또한 성별, 소득수준, 학력수준과 체중관리 관심도사이에 상호 관련성이 있는지를 분석하기 위해 카이사승(Chi-Square Analysis)검정을 실행하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

본 연구 조사대상자의 일반사항을 <Table 1>에 제시하였다. 전체 조사대상자의 66%(n=174)가 여성고객이었고, 연령 분포를 살펴보면 25세미만이 38%, 25세에서 35세미만이 46%, 35세 이상이 16%를 나타내, 연구대상 레스토랑의 주 고객층은 35세미만의 젊은 여성들임을 알 수 있다. 월평균 소득은 100만원 미만이 44%로 가

장 많았고, 대상자의 2/3이상(73%)이 4년제 대학졸업 이상의 고학력을 소지하고 있었다. 이는 해외브랜드 패밀리 레스토랑이 국내 외식시장에서는 객단가가 높고 세련된 브랜드 이미지로 자리매김 하고 있기 때문에 고학력을 가진 직장인, 젊은 여성 고객층이 주 고객임을 알 수 있다. 100만원 미만인 고객이 가장 많게 나타난 이유는 조사대상자의 19%가 재학생인 학생들이기 때문인 것으로 보인다.

패밀리 레스토랑 고객들 중 자신 스스로 느끼는 건강상태에 대해 '양호 및 매우 양호한 편'이라고 응답한 고객이 전체의 48.3%를 차지할 만큼 대부분 건강상

<Table 1> General characteristics of the respondents

Profiles		N(n=265)	Percent(%)
Gender	Male	91	34.3
	Female	174	65.7
Age	under 25	101	38.1
	26-35	122	46.0
	over 35	42	15.8
Monthly income	< 1 million Won	117	44.2
	< 2 million Won	69	26.0
	over 2 million Won	79	29.9
Educational level	High School	23	8.9
	College/University	204	78.8
	Graduate School	32	12.4
Self-reported health status	Very Bad	2	8
	Poor	27	10.2
	Neutral	108	40.8
	Good	102	38.5
Interest in weight control	Very Good	26	9.8
	Very Low	10	3.8
	Somewhat Low	27	10.2
	Neutral	58	21.9
Frequency of restaurant visit	Somewhat High	99	37.4
	Very High	71	26.8
	once/week	10	3.8
	once/2 week	35	13.2
Primary purpose of dining out	once/month	85	32.1
	3-4 times/year	75	28.3
	less than 2 times/year	28	10.6
	First visit	32	12.1
Primary purpose of dining out	Special occasion	43	16.4
	Meeting friends	58	22.1
	Having a meal	112	42.7
	Dining out with family	36	13.7
	Others	13	5.0

태에 강한 자신감을 보이고 있었다. 이는 송²⁴⁾의 연구(26.8%)와 1998년 국민건강영양조사¹⁾ 결과(42.6%)보다 높은 수준이지만, 교사들을 대상으로 한 윤²⁸⁾의 연구 결과(62.8%)보다는 낮은 수준을 나타내고 있다. 체중 관리에 대한 관심도는 '대체로 관심이 많다'고 응답한 고객이 37%로 가장 많았고, '매우 관심이 많다'가 27%, '보통이다'가 22%를 차지했으며, 카이제곱검정 결과 성별에 따른 체중관리 관심 정도 사이에는 관련성이 있는 것으로 나타났다($\chi^2=13.208, P=.010$). 이는 연구대상 레스토랑의 주 고객층이 젊은 여성들이기 때문이며, 남성들에 비해 여성들이 체중관리에 관심이 높았던 기존 연구결과^{20),21)}와 동일하다. 반면 본 연구에서는 교육수준, 소득수준과 체중관리 관심도 사이에는 상호관련성이 없는 것으로 나타났다.

외식행동과 관련해서는 조사대상자의 50%가 월 1회 이상 연구대상의 레스토랑을 방문하는 것으로 나타났고 이중 한달에 2회 이상 방문하는 충성고객은 17%를 나타냈으며, 처음 방문한 고객은 12%정도 차지했다. 방문고객이 메뉴를 선택할 때 메뉴 영양가를 어느 정도 고려하느냐는 질문에 부정적으로 응답한 고객이 전체의 44%를 차지하고 있어 아직까지 메뉴 영양가가 고객의 메뉴 선택 시 결정적인 요인으로 작용하는 비율은 낮은 것으로 나타났다. 패밀리 레스토랑 방문의 주된 목적을 묻는 질문에 응답자의 56% 이상이 식사를 하기 위해서라고 대답해 몇 년 전까지만 해도 특별한 날 방문하는 곳으로 인식되던 해외브랜드 패밀리 레스토랑이 높은 객단가에도 불구하고 점차적으로 끼니를 해결하는 곳, 가족들이 함께 하는 외식장소로 보편화 되어 가고 있음을 알 수 있다.

2. 영양과 건강메뉴에 대한 전반적인 태도

<Table 2>는 영양과 건강메뉴에 관한 9개 문항에 대해 전체 조사대상자의 평균 태도 점수를 나타낸 것이다. 전체 조사대상자들은 9개 문항 중 '식사습관과 성인병, 질병 등은 서로 관련되어 있다'와 '우리나라 국민들은 과거보다 건강과 영양에 대한 관심이 높아졌다'의 문항에 각각 4.44, 4.41의 가장 높은 동의 수준을 보임으로써 매우 긍정적인 반응을 나타냈다. 다음으로 '건강 관리를 위해서는 영양가 있는 메뉴 선택이 중요하다(3.80)', '건강에 좋은 메뉴는 약간 비싸더라도 기꺼이 구매할 의향이 있다(3.66)' 순으로 나타났다. 이는 소득수준 향상에 따른 경제적 풍요로움이 우리나라 국민들의 건강과 영양에 대한 관심을 예전보다 확실히 높여지게 했음을 알 수 있고, 또한 대부분의 고객들이 영양과 건강의 중요성을 인식하고 있음을 시사한다고 볼 수 있다. 이러한 인식은 국내레스토랑 기업 입장에서는 상당히 긍정적인 부분으로서 건강메뉴 도입은 경쟁사와 상품 차별화뿐 만 아니라 프리미엄 가격 정책을 통해 매출 증대의 효과를 가져 올 수 있음을 시사하며, 이는 이미 선진국의 선행연구에서 입증된 바 있다^{9),10)}.

'영양적으로 균형된 식사를 하기 위해서는 외식보다는 직접 만들어 먹는 것이 좋다'에 대해 3.69로 동의 정도가 높게 나타났는데, 이는 아직까지 외식메뉴가 건강에 좋지 않을 것이라는 선입견 또는 불신 등을 가지고 있는 것으로 보임에 따라 제공되는 메뉴에 대한 외식기업들의 적극적인 커뮤니케이션 노력이 필요할 것으로 사료된다. '맛이 좋은 음식이 대체로 영양가가 부실하다'는 문항에 대해서는 전반적으로 부정적인 태도를 보였으며, 대체로 음식의 맛을 잃지 않으면서도

<Table 2> Mean attitude scores of the respondents

Attitude statements	Scores ^a
Diet and chronic diseases risk are closely connected each other.	4.44±0.77 ^b
Koreans are more nutrition & health conscious than they were in the past.	4.41±0.80
Nutritional food is important for good health.	3.80±0.91
The only way to get a well-balanced meal is to make it yourself.	3.69±1.04
More restaurants serve healthy foods than 5 years ago.	3.67±0.93
I am willing to pay more for healthy menus.	3.66±0.97
Good-tasting food is not nutritious. ^c	3.45±0.91
Nutrition information helps me to select healthful menu when I eat out.	3.23±1.00
Nutrition is important when I eat out.	2.92±1.03

^a A 5-point rating scale was used: scores range from 1(strongly disagree) to 5(strongly agree).

^b Mean + Standard Deviation

^c Item was reverse scored because it was stated in the negative.

영양을 동시에 추구하는 고객의 욕구가 증가되고 있음을 시사한다고 볼 수 있다.

또한 '나는 외식할 때 음식/메뉴의 영양가를 중요하게 여긴다'라는 질문에 대해 3점미만의 2.92의 가장 낮은 평균을 나타낸 것은 조사대상자들은 건강과 영양에 대한 관심은 과거에 비해 높아졌지만 아직까지도 외식을 할 때 음식/메뉴의 영양가가 가장 중요한 선택요인으로 작용하지는 않는다고 볼 수 있다. 이는 Okeiyi⁽³⁰⁾의 연구결과에 의해 설명될 수 있는데, 이 연구에서도 고객들은 레스토랑 메뉴의 영양정보 제공을 선호하는 것으로 나타났지만 실제 레스토랑 선정 시 음식의 맛, 가격, 편리성을 영양과 건강관심 보다 더 우선시 하고 있는 것으로 나타났다. 국내 외식행동 관련 연구 결과는 레스토랑을 선택할 때 가장 우선적으로 고려하는 요인은 대부분이 '맛'^{(22) (25) (29)}이었고 다음으로 '가격', '음식의 종류', '분위기' 등을 우선시 했으며 '영양'이 중요하다고 대답한 고객은 1.2%⁽²³⁾, 4.8%⁽²⁴⁾, 7.4%⁽²⁵⁾ 등으로 매우 저조하게 나타난 것과 유사하다.

3. 영양관심 정도에 따른 고객 분류 및 태도

'나는 외식할 때 음식/메뉴의 영양가를 중요하게 여긴다'는 문항에 대해 '매우 그렇다', '그렇다'로 대답한 그룹을 '건강지향형', 보통이라고 대답한 그룹을 '중간형', '매우 그렇지 않다', '그렇지 않다'로 대답한 그룹을 '건강무관심형'으로 분류해보았다. 전체 조사대상자의 23%(n=59)가 '건강지향형', '중간형'이 47%(n=123), 그리고 '건강무관심형'이 30%(n=79)인 것으로 나타났다. 이 결과는 Frumkin⁽³¹⁾의 연구에서 나타난 미국 국민들의 약 39%가 '건강지향형'으로 나타난 것과 비교해서 우리나라는 아직까지 선진국에 비해 '건강지향형' 고객 비율이 낮은 것을 볼 수 있다. 또한 Okeiyi⁽³⁰⁾의 연구에서는 외식 시 영양가 있는 메뉴를 먹기를 원하는 고객이 35%였고, 반면 원하지 않는 고객이 약30%를 나타내 본 연구와 유사한 수준을 보

였다.

또한 영양 및 건강태도에 대해 이들 그룹 간 차이가 있는지를 분석한 결과를 <Table 3>에 제시했다. 그 결과 8개의 문항 중에 3개의 문항이 그룹 간에 매우 유의적인 차이(p<.000)가 있는 것으로 나타났는데, '건강지향형' 고객그룹은 '중간형' 및 '건강무관심형' 보다 건강메뉴에 대한 관심이 매우 높고, 외식 시 메뉴의 영양정보에 대해 관심이 매우 많으며, 건강메뉴를 좀 더 비싼 가격으로 구매할 의향이 높은 것으로 나타났다. 이 결과는 윤⁽²⁸⁾의 연구에서 건강관심도가 높을수록 식생활 습관 점수와 영양태도 점수가 높게 나왔고, Okeiyi⁽³⁰⁾ 연구에서 외식 시 건강에 좋은 음식을 원하는 정도가 높을수록 레스토랑 선정 시 레스토랑이 보유한 건강메뉴가 중요하다고 지적인 것과 유사한 결과를 나타내고 있다.

4. 연령, 소득, 학력에 따른 영양과 건강메뉴에 대한 태도

레스토랑이 위치한 지역별, 성별, 연령, 소득수준, 교육수준에 따른 고객들의 태도를 분석한 결과 점포위치별, 성별에 따른 영양과 건강메뉴에 대한 태도에는 9개 항목 대부분이 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다. 그러나 연령, 월평균 소득, 학력, 체중관리 관심도, 방문빈도수에 따라 그룹 간 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. <Table 4>은 연령, 소득, 학력 그룹 간에 영양과 건강메뉴에 대한 태도에 차이가 있는지를 분석한 결과이다. 표에서 보는 바와 같이 연령에 따라 조사대상자 그룹의 태도가 p<.001 수준에서 유의적으로 다르게 나타났는데 특히 연령이 높은 그룹이 낮은 그룹에 비해 '나는 외식할 때 음식/메뉴의 영양가를 중요하게 여긴다(F-value=9.066)'와 '건강에 좋은 메뉴라면 가격이 약간 높더라도 선택하겠다(F-value=9.621)' 문항에 높게 동의했다. 또한 '식사습관과 성인병 및 질병 등은 서로 관련되어 있다(F-

<Table 3> Mean scores by attitudinal breakdowns of consumer groups

	Consumer groups			F-value
	Nutrition conscious (n=59)	Neutral (n=123)	Unconcerned (n=79)	
Nutrition information helps me to select healthful menu when I eat out	3.83±0.97 ^a	3.28±0.81 ^b	2.71±1.05 ^c	25.417***
Nutritional food is important for good health	4.13±0.71 ^a	3.85±0.84 ^b	3.35±0.93 ^c	21.963***
I am willing to pay more for healthy menus	4.12±0.83 ^a	3.69±0.87 ^b	3.25±1.06 ^c	15.054***

*** P<.000

a,b,c Means with different superscripts in same row are significantly different at p < .000.

<Table 4> Attitudes toward nutrition & healthy menus by age, income, and educational level

Attitude statements	Age			Monthly income			Educational level		
	under 25 (Mean ± SD)	26-35 (Mean ± SD)	over 35 (Mean ± SD)	<100 million Won (Mean ± SD)	<200 million Won (Mean ± SD)	over 200 million Won (Mean ± SD)	High School (Mean ± SD)	College & University (Mean ± SD)	Graduate School (Mean ± SD)
More restaurants serve healthy foods than 5 years ago.	3.68 ± 0.89 ^a	3.55 ± 0.97 ^a	4.00 ± 0.84 ^b	3.66 ± 0.90	3.70 ± 0.88	3.68 ± 1.03	3.52 ± 0.99	3.68 ± 0.92	3.66 ± 0.97
	F-Value = 3.542*			F-Value = 0.037			F-Value = 0.316		
Koreans are more nutrition & health conscious than they were in the past.	4.41 ± 0.86 ^a	4.32 ± 0.83 ^a	4.71 ± 0.46 ^b	4.38 ± 0.80	4.43 ± 0.88	4.46 ± 0.75	4.43 ± 0.73	4.42 ± 0.81	4.38 ± 0.75
	F-Value = 3.863*			F-Value = 0.258			F-Value = 0.047		
Good-tasting food is not nutritious. ^d	3.39 ± 0.91	3.43 ± 0.94	3.62 ± 0.79	3.45 ± 0.89	3.29 ± 0.90	3.57 ± 0.93	3.45 ± 0.95	3.42 ± 0.88	3.67 ± 0.87
	F-Value = 0.977			F-Value = 1.701			F-Value = 0.986		
Nutrition is important when I eat out.	2.64 ± 0.93 ^a	2.98 ± 1.07 ^b	3.40 ± 0.94 ^c	2.82 ± 1.02	2.91 ± 1.00	3.08 ± 1.06	2.70 ± 1.06	2.89 ± 0.98	3.22 ± 1.84
	F-Value = 9.066***			F-Value = 1.462			F-Value = 2.052		
Nutrition information helps me to select healthful menu when I eat out.	3.22 ± 0.99	3.18 ± 1.05	3.41 ± 0.89	3.25 ± 0.94	3.08 ± 1.11	3.35 ± 0.99	3.09 ± 1.02	3.22 ± 1.00	3.78 ± 1.04
	F-Value = 0.816			F-Value = 1.326			F-Value = 0.559		
Nutritional food is important for good health.	3.71 ± 0.88	3.82 ± 0.97	3.98 ± 0.77	3.74 ± 0.91	3.89 ± 0.92	3.81 ± 0.90	3.67 ± 1.15	3.79 ± 0.89	3.90 ± 0.84
	F-Value = 1.265			F-Value = 0.580			F-Value = 0.410		
The only way to get a well-balanced meal is to make it yourself.	3.67 ± 1.06	3.40 ± 1.03	3.69 ± 1.05	3.68 ± 1.07	3.66 ± 1.06	3.73 ± 0.98	3.41 ± 1.18	3.70 ± 1.04	3.66 ± 0.90
	F-Value = 0.022			F-Value = 0.107			F-Value = 0.764		
I am willing to pay more for healthy menus.	3.39 ± 0.95 ^a	3.70 ± 0.98 ^a	4.14 ± 0.78 ^b	3.59 ± 0.92 ^a	3.40 ± 1.06 ^a	3.96 ± 0.88 ^b	3.14 ± 1.32 ^a	3.66 ± 0.92 ^b	3.84 ± 0.88 ^b
	F-Value = 9.621***			F-Value = 6.743**			F-Value = 3.807*		
Diet and chronic diseases risk are closely connected each other.	4.28 ± 0.89 ^a	4.48 ± 0.72 ^{ab}	4.71 ± 0.51 ^b	4.37 ± 0.87	4.46 ± 0.72	4.54 ± 0.66	4.22 ± 1.09	4.44 ± 0.76	4.59 ± 0.50
	F-Value = 5.135**			F-Value = 1.248			F-Value = 1.594		

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

abc Means with different superscripts in same row of each variable(age, income, education) are significantly different.

^d Item was reverse scored because it was stated in the negative.

value=5.135)는 문항은 모두가 매우 그렇다고 높은 동의도를 보였지만 연령 그룹간의 차이를 비교해 보면 35세 이상그룹과 25세 미만그룹 간에 동의 정도가 유의적으로 차이가 있는 것으로 나타났다. 박²⁹⁾과 Okeyi³⁰⁾의 연구에서는 성별, 연령별 모두 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났는데, 일반적으로 나이가 들수록 성인병의 발병률이 높아지고 건강에 대한 문제가 많아지기 때문에 젊은 사람들보다는 외식 할 때 음식/메뉴의 영양가를 중요하게 생각하고 건강에 좋은 메뉴를 선호한다고 보여진다. '우리나라 레스토랑이 5년 전보다 건강메뉴를 제공하는 곳이 많아졌다 (F-value=3.542)'와 '우리나라 국민들은 과거보다 건강과 영양에 대한 관심이 높아졌다(F-value=3.863)'에 대해서도 모두들 긍정적인 태도를 보였지만, 연령그룹으로 볼 때 35세 이상의 조사대상자 그룹이 35세 미만의 응답자보다 유의적으로 높게 동의하는 것으로 나타났다.

소득수준에 따라 비교해보면 '건강에 좋은 메뉴라면 가격이 약간 높더라도 선택하겠다(F-value=6.743)'는 문항에 대해서만 그룹 간 유의적인 차이(p<0.01)가

있었으며, 소득수준이 높을수록 건강메뉴에 대한 프리미엄 가격을 지불할 용의가 높은 것으로 보인다. 그 외 8개의 문항은 그룹간의 차이가 없는 것으로 나타났다. 교육수준에 따른 분석에서도 비슷한 결과가 나타났는데 대학 및 대학원이상의 교육을 받은 사람들이 고등학교 교육만 받은 사람보다 건강메뉴에 대한 프리미엄 가격을 지불 할 용의가 유의적으로 높게 나타났다. 그의 문항들의 경우 그룹 간 유의적인 차이는 없지만 대체로 교육수준이 높을수록 영양, 건강메뉴에 대한 관심이 높음을 알 수 있다.

5. 자가진단 건강상태, 체중관리 관심도, 레스토랑 방문 빈도수에 따른 영양과 건강메뉴에 대한 태도

<Table 5>는 조사대상자의 자가진단 건강상태, 체중 관리에 대한 관심도, 연구대상 레스토랑 방문빈도수에 따른 영양과 건강메뉴에 대한 태도를 분석한 것이다. '귀하의 건강상태는 어떻습니까'라는 자가 진단형 질문에 '매우 좋지 않은 편이다' 또는 '별로 좋지 않은

<Table 5> Attitudes toward nutrition & healthy menus by self-reported health status, weight control interest, and frequency of restaurant visit

Attitude statements	Self-reported health status			Interest in weight control			Frequency of restaurant visit		
	Poor/ Very Bad (Mean±SD)	Neutral (Mean±SD)	Good/ Very Good (Mean±SD)	Somewhat Very Low (Mean±SD)	Neutral (Mean±SD)	somewhat/ Very High (Mean±SD)	> once/ month (Mean±SD)	3-4 times /year (Mean±SD)	< 2 times /year (Mean±SD)
More restaurants serve healthy foods than 5 years ago.	3.57±0.88	3.65±0.85	3.72±1.01	3.59±0.85	3.65±1.03	3.70±0.92	3.62±0.88	3.76±0.90	3.75±1.21
	F-Value =0.358			F-Value =0.257			F-Value =0.558		
Koreans are more nutrition & health conscious than they were in the past.	4.18±1.09	4.42±0.72	4.46±0.79	4.29±0.92	4.37±0.67	4.47±0.82	4.46±0.72	4.32±0.89	4.61±0.74
	F-Value =1.413			F-Value =0.913			F-Value =1.579		
Good-tasting food is not nutritious. ^d	3.46±0.96	3.32±0.90	3.55±0.89	3.42±0.83	3.44±0.80	3.45±0.96	3.48±0.92 ^a	3.25±0.79 ^a	3.82±0.94 ^b
	F-Value =2.010			F-Value =0.020			F-Value =4.362*		
Nutrition is important when I eat out.	2.54±1.00 ^a	2.87±1.11 ^{ab}	3.05±0.95 ^b	2.59±0.97	2.91±1.01	3.00±1.04	2.74±1.02 ^a	3.17±1.02 ^b	3.21±1.03 ^b
	F-Value =3.097*			F-Value =2.552			F-Value =5.115**		
Nutrition information helps me to select healthful menu when I eat out.	3.00±0.92	3.20±0.96	3.21±1.06	2.82±1.00 ^a	3.09±0.85 ^{ab}	3.38±1.02 ^b	3.16±1.04	3.28±0.98	3.46±1.04
	F-Value =1.248			F-Value =5.755*			F-Value =1.114		
Nutritional food is important for good health.	3.67±0.88	3.71±0.85	3.91±0.95	3.51±1.05 ^a	3.65±0.89 ^{ab}	3.92±0.85 ^b	3.75±0.92	3.90±0.80	4.00±0.96
	F-Value =1.627			F-Value =4.330*			F-Value =1.574		
The only way to get a well-balanced meal is to make it yourself.	3.36±1.13	3.80±1.01	3.67±1.04	3.64±0.99	3.68±1.05	3.70±1.05	3.71±1.02	3.64±1.07	4.07±1.02
	F-Value =2.033			F-Value =0.056			F-Value =1.995		
I am willing to pay more for healthy menus.	3.32±1.25	3.63±0.94	3.75±0.92	3.39±0.86 ^a	3.46±0.99 ^{ab}	3.79±0.97 ^b	3.69±0.99	3.66±0.85	3.46±1.14
	F-Value =2.381			F-Value =3.882*			F-Value =0.622		
Diet and chronic diseases risk are closely connected each other.	4.46±0.79	4.35±0.79	4.52±0.75	4.26±0.85	4.35±0.72	4.52±0.77	4.48±0.67	4.49±0.79	4.54±0.96
	F-Value =1.330			F-Value =2.353			F-Value =0.053		

* P<0.05 ** P<0.01

^{abc} Means with different superscripts in same row of each variable are significantly different.

^d Item was reverse scored because it was stated in the negative.

편이다' 라고 대답한 응답자를 하나의 그룹으로 묶고, '대체로 양호한 편이다' 와 '매우 양호한 편이다' 라고 답한 응답자를 묶어 그룹간의 유의적인 차이를 분석한 결과 '나는 외식할 때 음식/메뉴의 영양가를 중요하게 여긴다(F-value=3,097)' 는 문항만 그룹간 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났고, 나머지 문항들에 대해서는 자가진단 건강상태에 따른 차이가 없는 것으로 나타났다. 건강상태가 좋은 편인 조사대상자가 보통이거나 건강상태가 좋지 않은 조사대상자보다 외식 시 음식/메뉴의 영양가를 더 중요하게 여기는 것으로 나타났다. 기타 문항에 대해 자가진단 건강상태에 따른 유의적인 차이는 없지만 전반적으로 건강상태가 양호한 그룹이 그렇지 않은 그룹에 비해 영양, 건강메뉴 등에 더 높은 관심을 보이는 경향이 있는 것으로 나타났다. 이는 국민소득의 증가와 교육수준의 향상이 레저, 외식, 건강 등의 관심을 고조시키고 식생활 습관에 영향을 미치기 때문에 평상시 건강관리에 신경 쓰는 건강상태가 양호한 사람들이 외식 시에도 음식이나 메뉴의 영양가를 중요하게 생각할 것으로 사료된다.

체중관리(다이어트) 관심도 세그먼트로 구분하여 분석한 결과 체중관리에 관심이 많을수록 건강, 영양, 건강메뉴 등에 대해 긍정적인 태도를 나타냈다. 그룹간 유의적으로 차이가 있는 문항들은 '외식할 때 메뉴의 영양정보는 건강메뉴 선택에 도움이 된다(F-value=5,755)', '건강관리를 위해서는 영양가 있는 메뉴 선택이 중요하다(F-value=4,330)', 그리고 '건강에 좋은 메뉴라면 가격이 약간 높더라도 선택하겠다(F-value=3,882)' 로서 모두들 체중관리나 다이어트에 관심이 많은 그룹이 높게 동의하는 것으로 나타났다.

마지막으로 연구대상 레스토랑 방문 빈도수에 따른 그룹간의 차이를 분석한 결과 유의적으로 차이가 있었다. '맛이 좋은 음식은 대체로 영양가가 부실하다(F-value=4,362)' 는 문항에 대해 해당 레스토랑을 자주 방문하지 않은 사람들(1년에 2회 미만)이 자주 방문하는 사람들에 비해 부정적인 견해를 나타냈고, '나는 외식할 때 음식/메뉴의 영양가를 중요하게 여긴다(F-value=5,115)' 는 문항에 대해서는 연구대상 레스토랑을 1달에 한번이상 자주 방문하는 고객이 그렇지 않은

고객들에 비해 부정적인 견해를 나타냈다. 이러한 결과는 아마도 특정 레스토랑 고객을 조사대상자로 설정했기 때문으로 사료된다. 왜냐하면 특정 레스토랑을 자주 이용하는 고객들은 음식을 선호하기 때문일 수도 있지만 높은 브랜드 충성도가 메뉴의 영양가보다는 더 중요하게 작용할 수 있기 때문이다.

IV. 요약 및 결론

본 연구의 목적은 패밀리 레스토랑 이용고객 특성에 따른 영양, 건강메뉴 등에 대한 태도를 조사하는 것이었다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조사대상자의 일반적 특성은 66%가 여성이고, 35세미만의 젊은층이 84%로 나타났으며, 대상자의 73%가 4년제 대학졸업 이상의 고학력을 소지자로서 연구대상의 주 고객층은 35세 미만의 고학력 젊은 여성들로 나타났다. 응답자의 48.3%가 본인들의 건강상태가 양호하다고 대답했고, 체중관리에는 37%가 관심 있다고 대답했으며 여성들이 남성들보다 체중관리에 유의적으로 더 많은 관심을 갖는 것으로 나타났다. 또한 50% 이상이 월1회 이상 연구대상의 레스토랑을 방문했고, 전체의 44%가 메뉴를 선택할 때 메뉴 영양가를 고려하지 않는다고 대답했으며, 주 방문목적은 56% 이상이 식사를 하기 위해서라고 대답했다.

2. 영양과 건강메뉴에 대한 전반적인 태도는 매우 긍정적으로 나타났으며, 특히 식사습관과 질병이 서로 관계가 있다는 것과 우리나라 국민들이 과거보다 건강과 영양에 대한 관심이 높아졌다는 문항에 대해서는 4.40 이상의 높은 동의수준을 보였다. 건강관리를 위해 영양이 있는 메뉴 선택이 중요(3.80)하고 건강메뉴가 약간 비싸더라도 기꺼이 구매할 의향이 있음(3.66)을 나타냈다. 그러나 '외식할 때 메뉴의 영양가를 중요하게 여긴다(2.92)'는 문항의 경우 가장 낮은 태도 점수를 보였다.

3. 영양관심정도에 따라 고객을 3가지로 분류했는데 조사대상자들의 23%(n=59)가 '건강지향형'으로 나타났다. '건강무관심형' 또한 30%(n=79)를 차지하는 것으로 나타났다. 영양과 건강메뉴에 대한 그룹 간 태도의 차이는 매우 유의적인 차이(p<.000)를 보였는데 건강관심도가 높을수록 건강메뉴, 영양에 대한 태도가 긍정적인 것으로 나타났다.

4. 레스토랑이 위치한 지역별 그리고 성별에 따른 영양과 건강메뉴에 대한 태도에는 유의적인 차이가 없었고, 연령, 소득, 학력, 자가진단 건강상태, 체중관리 관심도, 방문빈도수에 따라 그룹 간 유의적인 차이가

있는 것으로 나타났다. 연령이 높은 그룹이 낮은 그룹보다, 소득수준과 교육수준이 높을수록 영양과 건강메뉴에 대한 관심이 높은 경향이 있었는데 특히 외식 시 메뉴의 영양가를 중요하게 생각했고, 가격이 비싸더라도 건강메뉴를 구매할 의향이 높음을 나타냈다. 또한 건강상태가 좋은 사람, 체중관리에 관심이 많을수록 외식 시 메뉴의 영양가를 중요하게 생각했고, 반면 방문빈도수에 따른 분석 결과 연구대상 레스토랑을 자주 방문하는 사람이 그렇지 않은 사람들에 비해 외식 시 메뉴의 영양가를 중요하게 생각하지 않는 것으로 나타났다.

결론적으로 우리나라 국민들의 외식 보편화 추세와 함께 본 연구를 통해 국민들의 건강, 영양에 대한 관심이 증대되고 있음을 확인할 수 있었다. 외식이 가정식과 다른 점은 메뉴를 소비자가 스스로 선택해야 한다는 점인데 만약 소비자가 올바른 영양이나 건강정보를 가지고 있지 못한 상태에서 외식을 자주하게 될 경우 영양과 보건에 심각한 문제를 초래할 수 있으므로, 외식 기업들은 이러한 현상을 범국민적 문제로 인식하고 메뉴개발 시 영양적 품질 제고에 힘써야 할 것이며 궁극적으로 고객이 영양적으로 건강한 식생활 습관을 형성하는데 도움을 주는 것이 바람직하다고 사료된다. 또한 본 연구의 결과를 기초 자료로 활용하여 기업은 영양마케팅 전략을 수립함으로써 기업의 브랜드 이미지 및 고객만족도 제고, 그리고 영양과 건강에 관심 있는 새로운 고객층을 확보하는 기대효과가 예상된다.

■참고문헌

- 1) Ministry of Health and Welfare, Health Promotion Bureau, Survey of Public Health and Nutrition (1998), 2000
- 2) Korea National Statistical Office, Sales Volume of Restaurant Industry(2000), <http://www.nso.go.kr>
- 3) Yoon EO, Industry Report of 2001 Annual Sales and 2002 Projection: Family Restaurant Industry Segment, Monthly J Food Service Management, 203: 2002
- 4) Korea National Statistical Office, Statistics of 2001 Mortality Causes, 2002
- 5) Clay JM, Emenheiser DA, Bruce AR. Healthful menu offering in restaurants: a survey of major US chains. J Foodservice Syst, 8: 91-101, 1995.
- 6) Hurley J, Leibman B. Nutrition action restaurant study: healthier restaurant food, Nutr Action Health Lett 22(10): 11-13, 1995
- 7) Sneed J, Burkhalter. Marketing nutrition in restaurants:

- a survey of current practices in attitudes, *J Am Diet Assoc* 91(4): 459-462, 1991.
- 8) Granzin KL, Bahn KD. The role of consumers' attitudes toward nutrition in restaurant patronage. *J Nutr Education*, 20: 56-62, 1988
 - 9) Kapoor S. Young adults interest in nutritious foods. *FIU Hospitality* 6: 31-38, 1988
 - 10) Lamelle C. Low cal and healthy. *Restaurant Hospitality* 66: 15-18, 1986
 - 11) Sweet C. Rethinking eating out. *FDA Consumer*, 23: 9-13, 1989
 - 12) Olds SJ, Mikel WB. Nutritious fast foods: Is this what customers want? *SECHRIE Research Journal*, 2: 2-19, 1990
 - 13) Ministry of Health and Welfare, Public Health Promotion Report, 2001
 - 14) Ralph L, Seaman CE, Woods M. Male attitudes towards healthy eating, *British Food Journal* 98(1): 4-6, 1996
 - 15) Fullmer S, Geiger CJ, Michael CR. Consumer knowledge, understanding, and attitudes toward health claims on food labels, *J Am Diet Assoc* 91(2): 166-171, 1991
 - 16) Cotunga N, Subar AF, Heimendinger J, Kahle L. Nutrition and cancer prevention knowledge, beliefs, attitudes, and practices: the 1987 National Health Interviews Survey, *J Am Diet Assoc*, 92(8): 963-968, 1992
 - 17) Mathios AD. Socioeconomic factors, nutrition, and food choices: an analysis of the salad dressing market, *J Public Policy & Marketing* 15(1): 45-54, 1996
 - 18) Chang NS. Changes in dietary habits of adults with middle and upper income levels in Seoul, *Korean J Nutr* 29(5): 547-558, 1996
 - 19) Chang NS. Food/nutrition attitudes, views and practices of adults in Seoul area, *Korean J Nutr* 30(3): 360-367, 1997
 - 20) Nam JJ, Choi JS, Kim TJ. Study of Korean's perception and behaviour toward health in 1995. Korea Institute for Health and Social Affairs Report 95-26, 1995
 - 21) Lee KA. A comparison of eating and general health practices to the degree of health consciousness in Pusan college students, *J. Korean Soc. Food Sci. Nutr* 28(3): 732-746, 1999
 - 22) Kim H, Chung CE. A study on the eating out behavior of university students in Seoul, *Korean J. Dietary Culture* 16(2): 147-157, 2001
 - 23) Ro HK. Factors in food selection and eating out behavior of college students, *Korean J. Dietary Culture* 14(3): 241-249, 1999
 - 24) Song BC. Dietary patterns of the university students living in Seoul focusing on the eating-out and food preference, *Research in Kunkook Natural Science* 9(2): 1-12, 1998
 - 25) Ahn SJ. A study on the survey of the dining out behaviors of college students in Seoul, *Korean J. Dietary Culture* 4(4): 383-395, 1989
 - 26) Moon JW, Ahn JD. A survey on housewives' dining-out behavior in Pusan, *Korean J. Dietary Culture* 11(3): 359-367, 1996
 - 27) Kim SY, Kim JY. A study on the patterns and preference of eating out of workers in JinJu, *Korean J. Dietary Culture* 17(2): 171-184, 2002
 - 28) Yoon HS, Choi YS. Analysis of correlation among health consciousness and nutrition knowledge, dietary habits and nutrition attitudes of elementary and middle school teachers in Masan City. *Korean J Nutr* 35(3): 368-379, 2002
 - 29) Park JW, Ahn SJ. A comparative study on Korean's dining-out behaviors classified by age and gender, *Korean J. Dietary Culture* 16(4): 276-295, 2001
 - 30) Okeiyi EC, Postel RT, Finley DA. Consumers' health consciousness: impact on restaurant selection. *J Hospitality & Tourism Research* 5(1): 27-39, 1994
 - 31) Frumkin P. NRA Study: consumers leaning toward healthier eating when dining out, *Nation's Restaurant News* 24: 38-39, 1990