

한국인의 외식소비성향과 외식선후유형의 결정요인⁺

박영선 · 정영숙*

대구대학교 공과대학 식품영양학과, 대구대학교 사회과학대학 가정복지학과*
(2004년 1월 5일 접수)

Determinants of Food Away From Home and Consumption Patterns⁺

Park, Young-Sun and Chung, Young-Sook*

Dept. of Food and Nutrition, Daegu University, Dept. of Family Welfare, Daegu University*
(Received January 5, 2004)

Abstract

The purpose of this study was to identify the preferred types and consumption patterns of food away from home by socio-demographic factors including cohort groups, sex, and consumption patterns consisting of 6 types. Data were collected from 412 respondents by questionnaire method in April through May 2002. Regression results indicate that sex, age, family income, family type and size as well as the consumption patterns were significant in explaining the determinants of food away from home expenditures. Four logit function (each for Korean, American, Japanese, and bunsik) results showed that each type of food away from home was likely to vary depending on socio-demographic factors (i.e., cohort groups and sex) and the consumption patterns (i.e., convenience and simple, distinction and variety, tradition oriented, foreign design, health and quality oriented, sensible taste and mood). Similarities and differences in food away from home types are discussed, and future implications for food and nutrition specialists as well as food industrial marketers are provided.

Key Words : food away from home, food culture, cohort effect, consumption pattern

I. 서 론

소비자는 미시적 차원에서 하나의 경제 단위로 써 그들의 효용을 극대화하고자 하며 외식문화는 제한된 자원의 범위 내에서 나타난 생활양식의 표현이라 할 수 있다. 우리 사회는 핵가족화, 고령화, 소득 수준의 향상, 국제화 등의 변화를 경험하고 있으며, 그러한 변화 속에서 살아가는 사람들의 외식에 대한 관념이나 행위양식도 변하고 있다. 사회변화의 속도가 빨라지면서 세대간에도 차이가 생기고 있다.

세대차이란 어느 시대 어느 사회를 막론하고 존재하는 현상이나, 문제는 세대간 차이가 갈수록 심화되고 있다는 점이다. 세대간에 표출된 가치관과 행위양식의 차이는 상황의 변화가 낳은 새로운 문화적 형태라고 볼 수 있다. 문화적 현상이란 아무리 사소한 것이라도 우연히 발생하지 않으며, 하나의 현상이 생겨나고 그 현상이 급속도로 확산되는 것은 무언가 그 사회의 구조적 측면과 일치하는 면이 있기 때문이다.

최근 우리 사회에서는 세대간 이해의 상충과 갈

+ This research was supported by Daegu University, Research Grant in 2003.

교신저자 : Young-Sook Chung, Dept. of Family Welfare, Daegu University, Kyungbuk Kyungsan City 712-714, Korea
Tel. 82-53-850-6815 Fax 82-53-850-6819 E-mail : annach@daegu.ac.kr

등을 염두에 두고 그 차이에 대해 적지 않은 논란이 제기되고 있다¹⁾. 감각적·현실적·자기중심적 특성을 지니고, 퓨전(fusion) 세대로 알려진 신세대는 식생활에서도 편리함을 추구하고 소비지향적이며 사회변화에 빠르게 적응하나, 가치관이나 행위양식이 이미 확립되어 있는 기성세대는 변화에 즉각적인 적응을 하지 못하는 경향이 있다. 외식문화 측면에서 논의가 가치관과 행위양식에 초점이 맞추어지면 남녀간 차이에 대한 부분도 간과할 수 없다. 왜냐하면 동일한 세대 내에서도 남녀간의 소비성향이나 행위양식에 차이가 있을 수 있기 때문이다.

세대간 및 성별간의 소비성향이나 행위양식의 차이는 구조적으로 외식문화에 대한 인식과 유형에도 차이를 보일 것이며, 이러한 차이는 기성세대에서보다 신세대에게서 더 뚜렷이 나타나고 있다. 기성세대와 달리 신세대의 남녀가 추구하는 외식산업의 식품 소비유형은 식생활의 편리성과 다양성, 식생활에 영향을 미치는 시간 가치에 대한 인식 차이로 인해 선호하는 문화적 양상이 다르고 또한 같은 식품을 두고 그것을 평가하는 기준 역시 다르다.

이러한 현상은 사회 환경의 변화에 따른 소비자의 선호 전환(taste shift)을 반영하며 변화된 환경에 적응하는 과정에서 세대간·성별간에 표출된 외식에 대한 인식 차이는 필연적이라 할 수 있다. 미래를 위해 가급적 절약하고자 했던 기성세대와는 달리 현재의 식생활과 자신의 느낌이나 감각을 중시하는 신세대는 소비처향성과 더불어 감각적 특성을 지니고 있다. 기업은 시장을 세대별·성별로 세분화하여 외식산업 영역을 확대해 가고 있다. 최근 이러한 세대간에 표출된 외식문화의 차이에 대한 논란은 있으나 실증적 연구는 별로 이루어지지 않고 있다.

본 연구에서는 세대와 성별을 포함한 인구통계학적 요인과 외식소비성향을 중심으로 외식비와 외식 선호유형의 결정요인을 파악하고자 한다. 이러한 연구는 미래의 외식소비 문화에 대한 시사점을 제공할 수 있고 그에 따른 외식산업의 방향과 정책을 수립하는데 있어 올바른 지향점을 제시할 수 있을 것이다.

II. 연구방법

1. 연구배경

1) 세대 구분

세대는 연령을 기준으로 구분하는 방법과 사회적 상황 및 공통경험에 기초하여 동년배(cohort)를 기준으로 구분하는 방법이 있다^{2,3)}. 이 두 가지 중에서 대부분의 선행연구는 연령에 기준을 두고 동년배 효과와 외식소비와의 관계에 대한 분석은 전혀 이루어지지 않고 있다. 각 세대가 독특한 특성을 지니는 것은 연령의 작용이기보다 세대마다 고유한 사회적 환경 속에서 성장하고 경험했기 때문이라는 점을 고려할 때 세대 구분의 기준과 세대간 표출되는 식생활 양식의 차이를 사회경제적 상황 변화를 통해 구분할 필요가 있다⁴⁻⁷⁾. 사회경제적 배경을 역사적 상황과 여건별로 살펴볼 때 오늘날 우리 사회에는 3 세대가 동시대를 살고 있다.

월드컵(World Cup)세대 또는 N(network)세대로 불리는 신세대는 주로 1961~81년 사이에 태어났으며 한일 월드컵을 치른 주역들이다. 이 세대는 국가의 부(nation's wealth)가 획기적으로 증가하고 전반적인 경제 발전과 산업화 과정이 세계 경제사상 전례가 드물 정도로 빨랐으며 국민들의 식생활도 전보다 윤택해진 시기를 경험하고 있다. 소득 수준의 향상과 더불어 국민들의 식생활에 대한 의식도 변하여 과거의 기본적 욕구 충족의 단계를 벗어나 식생활의 질적 향상에 대한 요구가 증대되고 패적하고 편리한 식생활에 대한 수요 역시 급속히 늘어났다. 이 시기에 태어난 세대는 그 이전 세대와는 상이한 환경에서 물질적 풍요를 누리며 성장하여 식생활에서도 개성화 및 다양화를 추구하고 있다. 이 세대는 먹는 즐거움 그 자체를 추구하며 퓨전 음식을 선호하는 경향이 있다. 가족과 사회에서 명령이나 권위 대신 합리적 설득이 앞서야 한다고 생각하며, 식생활에서도 윗사람의 취향이나 선호에 무조건 따르지 않는다. 또 식생활 문화의 연속성이나 기존 양식을 고집하지 않고 부모 세대와는 많이 차별된 모습을 보이고 있다.

베이비붐 세대는 한국에서 대체로 1943~60년 사이에 출생한 사람들이 여기에 포함된다. 그들의 성장기에는 정부 주도하의 경제 개발 계획이 이루어

지기 시작하면서 사회 전반이 전통적 농업 국가에서 신생 공업국으로 전환되는 기틀을 잡아가게 되었다. 이에 따라 공장은 잠재적 노동력을 흡수하게 되면서 점차 도시화의 추세를 심화시켜 나가기 시작했다. 이러한 도시화 추세는 전통적으로 전해오던 음식 문화의 본질을 점진적으로 변화시켰고 대중 음식문화가 보편화되었다. 이 세대는 수용적 세대보다는 경제적 여건이 비교적 양호한 환경에서 성장하였으나 월드컵 세대처럼 물질적 풍요를 누리지는 못하였다. 그와 더불어 식생활 양식은 여전히 대가족 속에서 부모와 연장자의 취향과 선호가 우선하는 환경에서 자란 세대이다.

수용적 세대는 1925~42년 사이에 태어난 사람들이 주로 여기에 포함된다. 이 시기에는 빈곤이 지배하던 시기였으며 국민 경제의 자립적 기반을 마련할 최소한의 물질적 조건도 갖추지 못했다. 따라서 이 기간에 태어난 세대는 식생활에서도 근검과 절약의 의식을 가지고 농업 의존적 경제 기반 하에 대가족 속에서 형제들과 더불어 살았으며 그 속에서 공동체적 식생활 문화를 키워왔다. 국권 박탈로 인한 총체적 민족 위기와 수난의 시대를 살았으며, 해방과 전쟁, 혁명과 군사쿠데타 등을 거치면서 합리와 비합리를 냉철하게 가리는 일보다 먹고사는 일 즉 생존 그 자체에 골몰하였다. 현실적 생존이 주된 관심사인 이들에게 자신의 느낌이나 개성을 나타내는 음식이나 식품은 관심 밖의 대상이었고, 생존이란 문제는 불안과 혼란을 초래한 일련의 사회적 격동 속에서 절대적 가치를 지닌 것이었다. 이 시기의 사회적 보수성과 폐쇄성의 결합은 수용적 세대의 식생활에도 상당한 영향을 미쳤을 것이다.

2) 외식소비성향

우리나라 외식문화의 구조적 특성은 소비성향 및 사회경제적 변동과 더불어 변화되어 왔다. 경기변동이 식생활 패턴을 바꾸는 현상이나 식생활비 중 외식비가 소득상승과 더불어 증가하여 식생활의 외부화 및 레저화 현상이 외식소비 패턴에 반영되는 이러한 현상은 외식소비 성향과 사회경제적 변동과의 상호작용을 나타내는 것이라 볼 수 있다. 외식문화의 변화와 더불어 외식소비성향에 영향을 미칠 유형들의 추세⁸⁹⁾를 살펴보는 것은 미래에 어떤 외식

문화유형이 실현될 것인지를 예측할 수 있다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있다.

편의 및 간편성 : 시간이 주요한 인적 자본인 현대인은 과거와 달리 복잡하고 많은 시간이 소요되는 식품보다 편리하면서도 간편하고 안전성이 보장된 식품을 선호하는 경향이 있다. 특히 신세대는 새로운 상표의 음료나 식품에 관심이 많은데 이러한 성향은 음식에 있어서도 즉시 먹을 수 있는 인스턴트 식품, 패스트 푸드점, 편의점을 즐겨 찾는 ‘인스턴트 세대’의 특성으로 나타난다.

다양성 및 차별화 : 다양성 및 차별화의 논리는 외식문화의 중요한 한 축을 이루는 성향이다. 개성을 추구하면서도 타인을 끊임없이 의식하는 이러한 소비성향은 비싼 외식이나 상표가 규범적 표준으로 작용하여 그러한 외식문화를 누리지 못하면 소외당하는 느낌을 받는 경향이 있는데 이는 식생활 문화가 사회적 관계를 규정하는 수단으로 사용된다는 것을 말해준다. 외식문화를 통한 차별화의 추구는 신세대들이 그들을 위한 소비 공간을 형성하는 것으로 표출되면서 다양하고 독특한 그려면서도 이색적인 음식과 분위기를 요구하는 경향으로 연결된다.

전통지향성 : 최근 들어, 먹고 마시는 것에서부터 실내장식 등에서도 자연적 미와 분위기를 추구한다. 이러한 전통주의 또는 복고주의 행동양식이 음식의 종류와 맛과 결합하여 하나의 새로운 외식문화 유형으로 표출되고 있다. 음식의 맛을 비롯하여 분위기에 이르기까지 전통을 추구하는 외식소비성향은 신세대보다 기성세대에게서 그리고 남성에게서 보다 여성에게서 더 강하게 나타나는 경향이 있다.

이국적 취향 : 외국으로부터 많은 상품과 정보가 국내로 이입되면서 이러한 상품과 서비스에 관심이 많다. 특히 신세대는 이국적 취향의 퓨전 음식이 소개되면 남보다 먼저 시도하는 성향을 보인다. 한 조사에 의하면¹⁰⁾, 신세대의 42%는 새로운 상표의 음료나 식품이 나오면 거의 다 먹어 본다고 응답하였다. 실제로 퓨전의 의미가 대중적으로 사용된 것은 음식에서부터이다. 국적 없는 음식이라 할 수 있는 퓨전 스타일은 문화와 문화가 만나 융합하여 생기며, 이러한 퓨전 음식은 소비자가 이국적 취향의 문화와 맛에 흥미를 갖게 되면서 보편화되고 있다. 이국적 취향의 음식이 발달하면서 이에 따른 조

리법들이 다양하게 개발되는 것은 어떻게 보면 당연한 현상이라 볼 수 있다. 소비자의 취향에 부합된 형태로 발달한 퓨전 음식은 형식에 따라 대중적인 것에서부터 고급 레스토랑에 이르기까지 다양한 형태로 발전되고 있다.

건강 및 질의 추구 : 경제발전과 더불어 음식에 대한 소비자의 욕구도 변하여 과거처럼 열량만을 중시하던 식습관에서 건강을 위해 맛이나 영양을 포함하여 위생을 매우 중요시한다. 따라서 외식을 할 때도 식품 선택에서 비롯하여 성분, 조리방법, 보관상태와 기간, 유해물질의 잔류 등에 대해 많은 관심을 가지고 있다. 외식문화에서 건강이나 음식의 질을 추구하는 소비경향은 소득수준의 향상과 함께 식품 관련 지식이 널리 보급되면서 더욱 더 일반화되고 있다.

감각적 맛과 분위기 : 기성세대보다 신세대가 그리고 남성보다 여성들이 음식을 선택할 때 맛과 분위기를 중시하는 경향이 있는 것으로 알려져 있다. 다시 말하면 음식을 평가하는 기준이 질이 아니라 좋아하거나 싫어하는 주관적 감각이다. 따라서 외식을 할 때에도 감각적 맛이나 분위기가 마음에 들면 고가라도 상관하지 않는 경향이 있다. 이러한 소비성향도 소득증대 효과의 한 일면으로 나타나고 있다.

2. 조사대상 및 조사도구

조사는 대구·경북에 거주하는 성인 남녀를 대상으로 세대별 분포를 고려한 충화 표집 방법을 적용하여 450명을 선정하였고 설문지를 배부한 다음 회수하는 방식으로 이루어졌다. 자료 수집은 2002년 4월~5월에 했으며 불성실하게 응답된 자료를 제외하고 최종적으로 412명에 대한 자료를 분석하였다. 세대별 충화 표집의 기준은 다음과 같다. 수용적 세대는 1925~1942 사이에 태어났으며 현재 60세 이상인 사람들이 포함된다. 베이비붐 세대는 출생연도가 1943~1960년 사이이며 42세부터 59세까지를 포함한다. 월드컵 세대는 1961~1981년도 사이에 태어났으며 지금 21세부터 41세 범위에 속하는 집단이다.

조사도구는 외식문화의 특성을 비롯하여 사회인 구학적 문항들로 구성되었다. 외식문화에 대한 부

분은 외식 유형 및 장소, 외식소비성향, 외식비 지출, 외식선호유형 등을 포함하고 있다. 이들 문항들은 5점 리커트형 척도로 측정되었으며, 1점이 '전혀 그렇지 않다' 또는 '전혀 중요하지 않다'를 나타내고 3점이 '보통이다'를 5점이 '매우 그렇다' 또는 '매우 중요하다'를 나타낸다. 외식소비성향을 반영하는 문항들은 선행연구를 토대로 편의 및 간편성, 다양성 및 차별화, 전통지향성, 이국적 취향, 건강 및 질의 추구, 감각적 맛 및 분위기 등으로 구성하였다.

3. 분석방법

분석방법은 선호하는 외식유형과 외식소비성향 등이 세대별·성별로 차이가 있는지를 비교하기 위해 카이자승 검증법(χ^2 analysis)과 분산분석(analysis of variance) 및 사후검증법(Duncan's multiple range test)을 적용하였다. 외식비에 영향을 주는 외식선호 유형의 결정요인을 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였다. 그러나 종속변인인 외식선호유형은 범주형 변수(categorical variable)로 구성되어 있으므로 결정 요인을 파악하기 위해 로짓 분석(logit analysis)을 적용하였다. 이상의 통계처리는 SPSS 프로그램을 적용하여 분석하였다.

III. 결과 및 고찰

조사대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다. 성별은 여성(59.3%)이 남성(40.7%)보다 다소 더 높은 분포를 나타내었다. 세대별 분포는 월드컵 세대가 57.1%, 베이비붐 세대는 30.9%, 수용적 세대는 12.0%로 월드컵 세대의 분포가 상대적으로 높은 비율을 나타내었다. 학력은 무학, 초등졸, 중졸은 10% 미만의 분포를 이루고 있고, 고졸과 대졸의 비율은 상대적으로 높았다. 가족형태는 핵가족(87.7%)이 지배적이며, 월평균 외식 빈도는 1~2회가 45.6%로 가장 많았고, 그 다음이 3~4회로 25.4%의 분포를 이루고 있다. 한 달에 5~6회 또는 7회 이상 외식을 한다는 응답률도 각각 9.6%와 10.1%인 것으로 나타났다. 월평균 소득은 255만원이며, 월평균 외식비 지출은 13만 5천원인 것으로 파악되었다.

<Table 1> Characteristics of the Sample

Variables	Category	% (빈도 ^a)
Sex	Male	40.7(167)
	Female	59.3(243)
Generation	World cup	57.1(233)
	Baby boom	30.9(126)
	Silent	12.0(49)
Education	No education	1.8(7)
	Elementary	5.5(22)
	Junior high	7.3(29)
	High	30.9(123)
	2 yrs. college	19.3(77)
	4 yrs. & more	35.2(140)
Family type	Nuclear family	87.7(356)
	Extended family	12.3(50)
Frequencies of food away from home	0	9.3(37)
	1~2회	45.6(181)
	3~4회	25.4(101)
	5~6회	9.6(38)
	7회 이상	10.1(40)

^aEach total is less than 412 due to missing data.

1. 세대별·성별 외식선호유형

세대 및 성별 외식선호 유형에 차이가 있는지를 분석해 본 결과, 집단별로 유의한 차이가 있는 것으로 파악되었다. <표 2>에 제시되어 있듯이 세대와 성별을 개별적으로 분석한 결과에서는 모든 유형과

유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 세대별로 선호하는 외식유형은 세 집단 모두 한식을 가장 선호하나 선호비율은 수용적 세대가 86.7%로 가장 높았고 그 다음이 베이비붐 세대(81.5%)와 월드컵 세대(69.2%)의 순으로 파악되었다. 양식선호 비율은 월드컵 세대가 20.9%로 가장 높았고 수용적 세대가 2.2%로 가장 낮았다. 일식은 수용적 세대가 베이비붐 세대나 월드컵 세대보다 선호비율이 상대적으로 더 높은 경향을 나타내었다.

그러나 이러한 결과도 세대와 성별을 동시에 고려한 결과, 월드컵 세대와 베이비붐 세대는 남녀간에 선호유형에 차이가 없는데 비해 수용적 세대는 차이가 있는 것으로 파악되었다. 이는 세대와 성별이 외식선호에 독립적인 영향력을 가지는 것이 아니라 두 변인이 상호작용 효과를 가지고, 그러한 상호작용이 외식선호유형에 상당한 영향을 미친다는 것을 시사한다. 분석결과를 구체적으로 비교해 보면 수용적 세대는 전반적으로 한식을 선호하나 비율은 남성(66.7%)에 비해 여성(91.7%)이 월등히 더 높았고, 일식은 여성(5.6%)에 비해 남성(33.3%)의 선호 경향이 더 높은 분포를 이루고 있다. 그리고 이를 수용적 세대는 월드컵 및 베이비붐 세대와는 달리 남녀 모두 양식이나 분식 및 스낵은 선호하지 않는 것으로 나타났다.

전반적으로 한국음식은 베이비붐 세대와 수용적

<Table 2> Preferred Types of Food Away From Home

Generation	Type of FAFH	Male % (빈도)	Female % (빈도)	Total % (빈도)
World Cup($\chi^2 = 3.41$)	Korean	64.9(61)	72.6(85)	69.2(146)
	American	22.3(21)	19.7(23)	69.2(146)
	Japanese	4.3(4)	2.6(3)	3.3(7)
	Bunsk	8.5(8)	5.2(6)	6.7(14)
Baby Boom($\chi^2 = 4.85$)	Korean	76.0(38)	85.7(60)	81.5 (97)
	American	16.0(8)	8.6(6)	11.8(14)
	Japanese	-	1.4(1)	0.8(1)
	Bunsk.	8.0 (4)	4.3(3)	5.8(7)
Silent Gen($\chi^2 = 5.77^*$)	Korean	66.7(6)	91.7(33)	86.7(39)
	American	-	2.8(1)	2.2(1)
	Japanese	33.3(3)	5.6(2)	11.1 (5)
	Bunsk	-	-	-

χ^2 (Types of FAFH * Generation) = 25.76**

χ^2 (Types of FAFH * Sex) = 10.24**

*p<0.05 **p<0.01

세대 뿐 아니라 월드컵 세대의 선호율도 높게 나타났으며 여타 외국음식 전문점보다 더 높은 분포를 보이고 있다. 이러한 경향은 한국음식 전문점에 대한 선호가 성별이나 세대와 관계없이 폭넓은 범위를 가진다는 것을 반영하므로 한국음식문화를 계승하고 발전시킨다는 취지에서 한국음식전문가에게 시사하는 바가 크다고 볼 수 있다.

2. 세대별·성별 외식소비성향

여섯 개의 패턴으로 구분된 외식소비성향이 세대별 및 성별에 따라 다른 양상을 보이는지를 5점 척도를 통해서 분석한 결과가 <표 3>에 제시되어 있다. 먼저 세대별 결과부터 살펴보면 모든 소비성향이 유의한 관계를 가지는 것으로 나타났다. 편의 및

간편성은 세 집단 모두 차이가 있는데 그 중에서 월드컵 세대($M=2.10$)의 성향이 가장 높으며 그 다음이 베이비붐 세대이고 수용적 세대가 가장 낮은 성향을 나타내었다. 다양성 및 차별화에 대한 추구는 월드컵 세대와 베이비붐 세대간에는 차이가 없고 두 세대와 수용적 세대간에 유의한 차이를 보였으며, 다른 세대에 비해 수용적 세대($M=3.33$)의 성향이 가장 높았다.

외식소비에서 전통지향성은 세 집단 중에 수용적 세대($M=4.07$)가 가장 높았고, 그 다음이 베이비붐 세대이며, 월드컵 세대가 상대적으로 낮은 성향을 나타내었다. 그러나 전체적으로 다른 소비성향에 비해 높은 분포를 이루고 있다. 이국적 취향 역시 세 집단 모두 유의한 차이가 있으며, 그 중 월드컵 세대($M=2.95$)의 성향이 가장 높았고, 수용적 세대

<Table 3> Food Away From Home Consumption Pattern

Pattern & Generation		Total	Male	Female	t-value
Convenience & Simplicity	W Gen.	2.10a	2.01a	2.18a	2.76**
	Baby Boom	1.59b	1.49b	1.75b	1.98*
	Silent Gen.	1.11c	1.11c	1.12c	0.14
	F-value	87.66*	21.58**	78.51**	
Distinction & Variety	W Gen.	2.63b	2.49a	2.75b	2.97**
	Baby Boom	2.83b	2.85b	2.81b	0.35
	Silent Gen.	3.33a	3.06b	3.40a	2.05*
	F-value	22.19**	7.28**	14.46**	
Tradition Oriented	W Gen.	3.35b	3.34b	3.35b	0.11
	Baby Boom	3.96a	3.89a	4.01a	0.98
	Silent Gen.	4.07a	3.89a	4.21a	1.97*
	F-value	41.98**	11.48**	29.31**	
Foreign Design	W Gen.	2.95a	2.98a	3.20a	1.95*
	Baby Boom	1.51b	1.45b	1.56b	1.20
	Silent Gen.	1.13c	1.26b	1.10c	1.68
	F-value	90.671**	20.81**	78.34**	
Health & Quality	W Gen.	2.97b	2.93b	3.01b	0.79
	Baby Boom	3.37a	3.30ab	3.42a	0.91
	Silent Gen.	3.75a	3.67a	3.55a	0.45
	F-value	20.01**	7.17**	11.87**	
Sensible Taste & Mood	W Gen.	2.63a	2.62	2.86a	1.98*
	Baby Boom	2.50a	2.48	2.61a	1.95*
	Silent Gen.	1.93b	2.22	1.86b	1.78
	F-value	12.99**	0.99	13.23**	

*p<0.05 **p<0.01

Note : All variables were measured by 5 point scale. Different subscripts (a, b, or c) indicate differences ($p < .05$) in means, based on Duncan's multiple range tests.

($M=1.13$)가 가장 낮았다. 이러한 분석결과는 전반적으로 나이가 들수록 전통음식을 추구하는 경향이 있는데 비해 젊은 세대는 퓨전 음식을 비롯한 이국적 스타일을 더 선호한다는 것을 알 수 있다.

건강과 질에 대한 추구는 베이비붐 세대와 수용적 세대(3.37 vs. 3.75)간에는 차이가 없고 두 집단과 월드컵 세대($M=2.97$)간에는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 월드컵 세대에 비해 베이비붐 세대와 수용적 세대가 음식을 선택할 때 건강이나 질에 더 비중을 두고 있고 이러한 경향은 외식소비 성향에서도 그대로 반영된다는 것을 시사한다. 감각적 맛과 분위기를 추구하는 성향은 이국적 취향과 같이 월드컵 세대와 베이비붐 세대간에는 차이가 없고 두 세대와 수용적 세대간에는 차이가 있는 것으로 나타났다. 다시 말하면, 월드컵 세대와 베이비붐 세대(2.63 vs. 2.50)는 외식문화에서 감각적 맛과 분위기를 중시하는데 비해 수용적 세대($M=1.93$)는 동요인에 대한 비중이 낮은 경향을 나타내었다.

전반적으로 월드컵 세대와 수용적 세대는 세대적 특성이 분명한 집단인데 비해 베이비붐 세대의 외식소비성향은 월드컵 세대와 수용적 세대의 특성을 다소 공유하고 있는 것으로 파악되었다.

세대와 성별간의 차이를 고려한 결과를 살펴보면 남성에 비해 여성의 편의 및 간편성을 추구하는 성향이 더 높은 것으로 나타났다. 동일 세대 내에서 남녀간 차이를 보이는 경우는 월드컵 세대와 베이비붐 세대이며, 두 집단 모두 남성에 비해 여성의 성향이 더 높은 것으로 나타났다. 그러나 수용적 세대는 남녀간에 유의한 차이가 없는 것으로 파악되었다. 차별화 및 다양성 추구 성향은 남성 집단 내에서는 월드컵 세대와 수용적 세대간에 차이가 있는데 비해, 여성 집단 내에서는 월드컵 세대 및 베이비붐 세대와 수용적 세대간에 차이를 보였다. 동성향에 대해 월드컵 세대와 수용적 세대 내에서는 남성에 비해 여성의 추구 성향이 더 높은 것으로 파악되었다.

전통지향성은 남녀 집단 내에서는 모두 세대별로 유의한 차이가 있고, 동일 세대 내에서는 수용적 세대만이 남녀간에 차이가 있는 것으로 나타났다. 이국취향성은 남녀 집단 내에서 삼 세대 모두 유의한 차이가 있고 동일 세대 내에서는 월드컵 세대만이 남녀간에 차이를 보였다. 건강 및 질에 대한 추구

역시 남녀 집단 내에서는 세대별로 차이를 보인데 비해 동일 세대 내에서는 남녀간에 차이가 없었다. 감각적 맛과 분위기를 추구하는 성향은 남성 집단 내에서는 세대별로 차이를 보이지 않은 데 비해 여성 집단 내에서는 베이비붐 세대를 중심으로 월드컵 세대와 수용적 세대간에 차이를 보였다. 동일 세대 내에서는 월드컵 세대와 베이비붐 세대만이 남녀간 차이를 보였다.

성별을 중심으로 볼 때 외식소비성향은 전체적으로 동일 세대 내에서는 남성에 비해 여성의 추구 성향이 다소 더 높은 것으로 나타났다.

3. 외식비 지출의 결정요인

월평균 외식비의 결정요인을 파악하기 위하여 회귀분석을 적용하였다. 분석에서 종속변인은 외식비 지출이고 결정요인인 독립변인은 성별, 연령, 소득 등을 포함한 인구통계학적 요인과 외식소비성향이다. 분석 결과는 <표 4>에 제시되어 있듯이 인구통계학적 요인으로 유의한 영향을 미치는 변인은 성별, 연령, 소득, 가족유형, 가족수 등이며 학력은 유의하지 않은 것으로 파악되었다. 외식소비성향은 전

<Table 4> Estimated Regression Coefficients for the Determinants of Food Away From Home Expenditure

Variable	Regression Coefficients	
	B	t
Constant	2.84	2.45**
Sex	-0.17	-1.95*
Age	-0.13	-1.97*
Income	0.08	2.15*
Family Type	-0.44	-1.99*
Family Size	-0.11	-1.97*
Education	-0.05	-0.73
Convenience & Simplicity	-0.02	-0.23
Distinctness & Variety	-0.02	-0.76
Tradition Oriented	-0.26	-1.96*
Foreign Design	0.32	1.99*
Health & Quality	0.20	1.57
Sensible Taste & Mood	0.26	2.95**
F	2.89**	
R ²	0.32	

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

통지향성과 이국취향성, 감각적 맛과 분위기가 외식비의 결정요인인 것으로 파악되었다. 외식비의 결정요인으로 포함된 이들 독립변수들의 설명력은 32%인 것으로 나타났다.

분석 결과를 구체적으로 살펴보면, 성별 회귀계수가 부적으로 나타났는데 이는 남성에 비해 여성의 외식비 지출을 더 많이 한다는 것을 의미한다. 소득은 정적인 관계를 그리고 연령은 부적인 관계를 갖는 것으로 나타났는데 이는 소득이 증가할수록 그리고 젊은 연령층일수록 외식비를 더 많이 지출한다는 것을 반영한다. 가족유형의 경우에는 확대 가족보다는 핵가족이 외식비 지출이 더 많으며, 가족수에서는 가족규모가 적은 가족일수록 외식비를 더 많이 지출하는 것으로 나타났다.

외식소비성향의 경우 전통지향성은 외식비 지출과 부적인 관계를 가지는 것으로 나타나 전통적인 음식을 선호하는 소비자가 그렇지 않은 소비자에 비해 외식비 지출이 적다는 것을 말해 준다. 이국취향성은 외식비 지출과 정적인 관계를 가지고 있어 퓨전 음식을 포함한 이국적 취향을 선호하는 사람은 그렇지 않은 사람에 비해 외식비를 더 많이 지출하는 경향이 있는 것으로 파악되었다. 감각적 맛

과 분위기 역시 이국적 취향의 분석 결과와 같이 외식비 지출과 정적인 관계를 가지는 것으로 나타나 식사를 하는데 있어 감성적인 면이나 분위기를 중시하는 사람일수록 외식비로 더 많이 지출한다는 것을 알 수 있다.

4. 외식선호유형의 결정요인

〈표 5〉에서 살펴볼 수 있듯이 외식유형이 4 종류 이므로 4 개의 로짓 함수가 분석에 적용되었다. 한식이 종속변인 일 때는 가변인 1이 한식의 값이고 0이 나머지 유형의 값이 된다. 같은 방법으로 양식이 종속변인일 때는 양식이 1이고 0이 나머지 유형의 값이 된다. 모형 적합도를 반영하는 χ^2 값은 네 개의 로짓 함수 모두에서 유의하게 나타났으며, 적중률(hit ratio)은 74.4%(한식)에서 96.2%(스낵 및 분식) 수준으로 분석에 포함된 결정요인들이 선호하는 외식유형을 예측하는데 높은 적중률을 가진다는 것을 시사한다.

한식 선호와 인구통계학적 변인 및 외식소비성향과의 관계를 알아보기 위한 첫 번째 로짓 함수에서는 성별과 세대 그리고 교육이 유의하게 나타났다.

<Table 5> Estimated Logit Coefficients for the Probability of Belonging to Each Types of Food Away From Home

Variable	Type of FAFH			
	Korean	American	Japanese	Bunsik
Sex : Male	1.05**	-0.51**	-1.90*	-0.21
Generation : Baby Boom	0.31*	0.14	-7.68	-2.68*
Generation : Silent	0.67*	-0.63**	2.91*	-2.91*
Income	0.01	-0.02	0.01	0.01
Family Type	-0.15	0.35	1.35	6.50
Family Size	-0.02	-0.30	-0.36	0.33
Education	0.31*	-0.54	0.02	0.04
Convenience & Simplicity	-0.91*	0.30	2.27*	0.54*
Distinction & Variety	-0.19	0.06	0.46*	1.36
Tradition Oriented	0.69*	-0.15	-0.84	-1.56*
Foreign Design	-0.84*	0.81*	-0.45	-0.09
Health & Quality	0.38*	-0.45	0.69*	-2.10*
Sensible Taste & Mood	-0.05	0.68*	2.09*	-0.42
Goodness of Fit	87.17**	160.04**	272.51**	263.05**
Hit Ratio	74.4	84.9	95.4	96.2
Nagelkerke R ²	0.40	0.66	0.68	0.61

*p<0.05 **p<0.01

이는 다른 변인이 통제되었을 때 여성에 비해 남성이 월드컵 세대에 비해 베이비붐 및 수용적 세대가 한식을 선호할 확률이 더 높다는 것을 의미한다. 교육도 한식과 정적인 관계를 가지는 것으로 나타났는데 이는 학력이 높을수록 다른 유형보다 한식을 선호할 확률이 더 높다는 것을 나타낸다. 외식소비 성향과의 관계에서는 편의 및 간편성 추구와 이국적 취향과는 부적인 관계를 가지는 반면 전통지향성과 건강 및 질의 추구 성향과는 정적인 관계를 가지고 있다. 아는 음식을 먹는데 있어서 편의 및 간편성을 추구하거나 이국적 취향을 가진 사람일수록 한식을 선호할 확률이 낮은데 비해 전통지향성과 건강 및 질을 추구하는 사람일수록 한식을 선호할 확률이 더 높다는 것을 의미한다.

양식의 경우 인구통계학적 변인 중 성별과 세대는 유의하고 나머지 변수는 외식선호유형과 관계가 없는 것으로 나타났다. 성별의 로짓 계수가 부적인 것은 남성에 비해 여성이 양식을 선호할 확률이 더 높다는 것을 의미한다. 세대효과는 한식과는 다소 다르게 나타났는데, 월드컵 세대가 베이비붐 세대와는 차이가 없는데 비해 수용적 세대와는 선호 확률에 차이가 있으며, 월드컵 세대가 월등히 더 높은 것으로 파악되었다. 소비성향과의 관계는 이국적 취향과 감각적 맛 및 분위기가 외식선호유형에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

일식 선호유형과 인구통계학적 변인과의 관계는 양식 선호유형의 결과와 유사하였다. 단, 양식의 경우에는 수용적 세대의 로짓 계수가 부적이었으나 일식은 동 세대의 계수가 정적으로 상반된 경향을 보였다. 이는 양식은 월드컵 세대의 선호확률이 더 높은 데 비해 일식은 수용적 세대의 선호확률이 더 높다는 것을 반영한다. 소비성향은 편의 및 간편성, 다양성과 차별화, 건강 및 질의 추구, 감각적 맛과 분위기를 추구하는 사람일수록 일식을 선호할 확률이 더 높은 경향을 나타내었다.

분식 및 스낵 선호유형은 성별과는 유의한 관계가 없으나 세대와는 유의한 관계를 가지는 것으로 나타났다. 즉 베이비붐 세대나 수용적 세대에 비해 월드컵 세대가 분식이나 스낵을 선호할 확률이 더 높아 음식을 선택하는데 있어 세대간 차이를 뚜렷이 보여 주고 있다. 소비성향 중 편의 및 간편성은

정적인 관계를 그리고 전통지향성과 건강 및 질의 추구 성향과는 부적인 관계를 가지는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 외식문화에서 편의 및 간편성을 추구하는 소비자는 분식 및 스낵을 선호하는데 비해 음식을 선택할 때 전통지향성과 건강 및 질을 추구하는 소비자는 분식이나 스낵 유형을 기피한다는 것을 시사한다.

IV. 결론 및 제언

본 연구에서는 세대와 성별을 포함한 인구통계학적 요인을 중심으로 선호하는 외식유형과 외식소비 성향과의 관계를 분석하였다. 또한 외식선호도와 외식선호유형의 결정요인을 알아봄으로써 현재와 미래의 외식문화에 대한 시사점을 제시하여 그에 따른 외식산업의 성장 방향과 정책을 수립하는데 필요한 자료와 정보를 제공하고자 하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 선호하는 외식유형을 세대와 성별을 중심으로 분리하여 분석한 결과에서는 변인의 모든 범주가 집단별로 외식선호유형에 차이가 있는 것으로 나타났다. 그러나 이러한 결과도 세대와 성별을 동시에 투입하여 분석한 결과는 분리하여 분석한 결과와는 많은 차이를 보였다. 이는 세대와 성별이 외식선호유형에 독립적으로 영향을 미치는 부분도 있으나 두 변인이 상호작용 효과를 가지고 있고 그러한 상호작용이 외식선호유형에 상당한 영향을 미친다는 것을 시사하고 있다.

둘째, 세대별로 외식소비성향을 분석한 결과, 모든 소비성향이 집단별로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 편의 및 간편성 추구와 이국적 취향은 월드컵 세대가 가장 높았고, 수용적 세대가 가장 낮았다. 차별화 및 다양성과 전통지향성에 대한 추구, 건강과 질에 대한 추구는 상대적으로 베이비붐 세대와 수용적 세대가 높은 분포를 나타내었다. 전반적으로 베이비붐 세대의 외식소비성향은 월드컵 세대와 수용적 세대의 문화적 특성을 얼마간 공유하고 있는 것으로 파악되었다. 외식소비성향 역시 세대별, 성별로 개별적 분석을 적용한 결과와 두 요인의 상호작용 효과를 고려한 결과와는 뚜렷한 차이

를 보였다.

셋째, 외식비 지출의 결정요인으로 포함된 변인들 중 성별, 연령, 소득, 가족유형, 가족수 등은 유의한 영향을 미치나 학력은 관계가 없는 것으로 파악되었다. 남성에 비해 여성의, 학대가족보다는 혁가족이 상대적으로 외식비를 더 많이 지출하는 것으로 나타났다. 이러한 높은 외식비 지출은 젊은 연령층일수록, 소득이 높은 집단에서 더 두드러지는 경향을 보였다. 외식소비성향 중에서는 전통지향성, 이국적 취향, 감각적 맛과 분위기를 중시하는 소비자일수록 외식비를 더 많이 지출하는 것으로 나타났다.

넷째, 인구통계학적 요인 및 외식소비성향에 따라 선호하는 외식유형이 다른 것으로 나타났다. 성별의 경우 한식은 남성이, 양식과 일식은 여성의 선호 확률이 더 높았다. 세대별로는 월드컵 세대는 양식이나 스낵 종류를, 베이비붐 및 수용적 세대는 한식이나 일식을 선호할 확률이 높았다. 소비성향 중에서 편의 및 간편성을 추구하는 사람은 일식과 스낵 종류를 선호할 확률이 높고, 다양성 및 차별화를 추구하는 사람은 일식을 선호할 확률이 높았다. 전통지향성을 지닌 사람은 한식을 그리고 이국적 취향을 가진 사람은 양식을 선호할 확률이 높았다. 음식에서 건강과 질을 중시하는 사람은 한식과 일식을, 감각적 맛과 분위기를 중시하는 사람은 양식과 일식을 선호할 확률이 높았다.

이러한 분석결과를 토대로 제언을 하면 다음과 같다. 세대별·성별로 선호하는 외식유형은 집단 간에 분포의 차이는 있으나 모두 한식을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 경향은 한식에 대한 선호가 성별이나 세대와 관계없이 폭넓은 범위를 가진다는 것을 반영하므로 한국음식문화를 계승·발전시킨다는 취지에서 한국음식전문가에게 시사하는 바가 크며, 계승·발전의 방향은 양식이나 일식과의 차별화 및 다양성이 이루어지는 것이어야 한다. 그리고 외식선호유형은 미래 우리 사회의 외식문화에 상당한 영향을 줄 것으로 보인다. 입맛은 형성되는 데 상당한 시간이 걸리고 한번 형성된 음식기호는 거의 변화하지 않기 때문에 청소년기에 어떤 입맛에 익숙해지느냐에 따라 성인이 되었을 때의 입맛에까지 영향을 미치게 된다는 점을 고려한다면 입맛이나 음식문화가 세대 차이를 규정짓는 지표가 된다는 것을 알 수 있다. 그리고 세대간의 이러한

서구화·차별화 경향은 외식선호유형에서 더욱 뚜렷한 차이를 보이고 있다.

미래연구를 위한 방법론적 제언을 하면 외식비 지출이나 외식선호유형 등을 분석할 때 세대라는 요인 하나 또는 성별이란 요인 하나만을 개별적으로 분석할 경우 두 요인의 상호작용 효과를 간과할 수 있고, 그로 인해 외식문화에 대해 얼마간 잘못된 결론에도 도달할 수 있다는 것을 시사한다. 따라서 외식선호유형이나 외식소비성향 등에 대해 신뢰성과 타당성 있는 정보를 얻기 위해서는 관련 요인의 영향력을 더 불어 고려해야 하고, 세대별(또는 성별)로 순수 영향력을 알아보자 할 경우에는 성별(또는 세대별)의 영향력을 통제한 가운데 분석이 이루어져야 한다.

■ 참고문헌

- 1) Association for Korean Sociology : Korean Society and Generation Problem, Nanam Press, (1990).
- 2) Lee, Jae Que and Seo, Jae Hyun (Trans.) : The Organization of the Future, Jossey-Bass Inc. Publishers, CA: San Francisco, (1998).
- 3) Jagodzinski, W. : Identification of Parameters in Cohort Models, Sociological Methods and Research, Vol.12, No.4, (1984).
- 4) Chung, Young Sook : Culture and Consumption Expenditure Patterns, Journal of International Consumer Studies, Vol.22, No.1, (1998).
- 5) Lury, S. J. : Consumer Culture, Policy Press, (1996).
- 6) Magrabi, F. M., Chung, Y. S., Cha, S. S., and Yang S. : Culture and Food Consumption Pattern, The Economics of Household Consumption, New York:Praeger Publications, (1990).
- 7) McCracken, G. : Culture and Consumption, Bloomington, IL: Indiana University Press, (1988).
- 8) <http://www.dailyf.net>, Trend of Food Away From Home.
- 9) Chung, Young Sook and Sohn, Sang Hee : Culture and Consumption Pattern, Journal of Social Science Research, Vol.8, No.2, (2000).
- 10) Advertising Information : Young or New Generation, Advertising Information Magazine, Vol. January, (2001).