

일식레스토랑 메뉴품질에 대한 중요도와 만족도에 관한 연구

이연정 · 정우석* · 김현룡 · 최수근**

경주대학교 관광학부, 선린대학 호텔관광계열*, 영남대학교 식품외식학부**

(2005년 8월 31일 접수)

A Study on the Importance and Satisfaction for the Menu Quality of Japanese Restaurant

Yeon-Jung Lee, Woo-Seok Jeong*, Hyen-Ryong Kim, and Su-Keun Choi**

School of Tourism studies, Gyeongju University, Department of Hotel Tourism, Sunlin College*

Dept. Food Technology & Food Service Industry, College of Natural Resources, Yeungnam University**

(Received August 31, 2005)

Abstract

This study aimed to analyze the impact of importance and fulfillment(satisfaction) factors of menu quality on customers' intent of revisit of Japanese restaurants, so that it could provide information helpful to build up detailed marketing strategy and present considerations for management's higher sales amount and more efficient business results as well. Importance on menu quality scored higher level than fulfillment on the whole in Japanese restaurants. Notably, in regard to attributes of menu quality, it was found that respondents put higher stress on flavor, nutrition, cleanliness and freshness than anything else. In terms of IPA analysis on Japanese cuisine menu quality, it was noteworthy that the items with high importance but low fulfillment included menu price as an attribute for menu quality, although it was not shown in menu-specific items. In the survey on the associations between fulfillment(customer satisfaction) and intent of revisit, it was found that factors of customer satisfaction included 'trimness of dishes', 'information', 'appropriateness' and 'economic affordable'. Out of these factors, it was noted that both 'trimness' and 'economic affordable' had significant effects on customer satisfaction at the significance level ranging from $p < 0.05$ to $p < 0.001$.

Key Words : Japanese restaurants, menu quality, importance, satisfaction

1. 서론

최근 들어 육체적, 정신적 건강의 조화를 통해 행복하고 아름다운 삶을 추구하는 삶의 유형이나 문화라는 뜻을 갖는 웰빙 문화는 사회에 큰 이슈가 되었다. 이런 면에서 보면 맛과 동시에 건강을 생각하는 음식과 소식(小食)으로 음식문화가 점차 바뀌어가고 있음을 의미하며, 세계 장수국가 중 하나인 일본의 음식은 이러한 최근의 움직임에 가장 적합한 음식 중 하나일 것이다.

우리나라는 경제 발전과 국제 교류의 확대에 따라 세계 여러 나라의 식생활에 영향을 미치기도 하고 외국의 식생활 문화를 받아들이면서 우리 고유의 문화와 접목을 통하여 많은 외국음식들을 우리의 식생활 속에서 쉽게 찾아볼 수 있게 되었다¹⁻³⁾. 그 중에서도 일본음식은 우리나라와 지리상으로도 가깝고, 우리의 언어와 가장 유사한 언어를 사용하며, 우리나라와 기후 면

에서도 유사점이 많고 생산되는 식품에도 동질성이 많아 쉽게 동화할 수 있는 나라의 음식이라 할 수 있다⁴⁻⁶⁾.

일본음식은 어패류를 이용한 요리가 많기 때문에 신선도와 위생을 제일 중요시하고, 요리의 양이 비교적 적으며 섬세하고, 계절감이 뚜렷하며 담백한 맛이 특징이다⁷⁾. 또한 같은 소재라도 찻물(はしり), 제철(しゅん), 끝물(なごり) 등으로 구분하며, 재료에 따라 알맞은 조리법을 사용하는 것이 또 하나의 특색이다. 또 하나의 특징은 감칠맛을 우려 낸 다시의 사용이다. 일본의 다시 재료는 가다랭이포·다시마·멸치 등을 주로 사용하고⁸⁾ 조미료는 된장·간장·설탕·식초·소금·청주·미림 등을 주로 사용하며, 음식을 담을 때에도 도자기·칠기그릇·대나무제품·유리제품과 같은 것을 다양하게 사용하여 요리와의 조화를 중요시하고 계절감을 살린다. 종래의 일본음식에는 육류요리가 적은 것이 특징이었으나 1571년에 나가사끼항(長崎港)이 개항

된 이래로 포르투갈·네덜란드 등의 유럽의 영향을 받고, 제 2차 세계대전 이후 일본에 주둔한 미국 식문화의 영향을 받게 되었다. 1964년 동경올림픽 등을 계기로 외국인과의 접촉이 빈번해지면서 스키야끼·샤브샤브·돈까스·스테이크·철판구이 등의 육류요리가 발전하여 전통적인 식습관과 식문화에 많은 변화를 가져 왔다⁹⁾. 특히 최근에는 일본음식이 세계적으로도 건강식으로써 각광을 받고 있으며 국내에서도 외식을 선택할 때 가장 선호하는 음식 중 하나로 자리매김 되면서 일식레스토랑을 방문하는 고객이 늘고 있다.

한편 메뉴는 레스토랑 운영의 기본요소로서 메뉴에 의해 가격, 입지계획, 장비, 서비스, 실내 장식들이 달라지기 때문에 운영계획의 가장 중요한 요인으로 작용한다. 즉, 레스토랑은 메뉴(식·음료)를 중심으로 관리되어야 합리적이고 과학적인 계획과 디자인을 할 수 있게 되는 것이다. 이러한 노력의 결과에 의해 평가받을 수 있는 메뉴계획은 소비자, 고객의 만족에서부터 의의를 찾아야 하겠고¹⁰⁾ 이에 지속적인 평가와 분석을 통하여 일식 레스토랑 고객의 다양한 메뉴품질에 대한 인식에 관한 연구가 필요하게 되었다. 1980년대에 들어와서 메뉴관리부문에 관한 학문적 관심이 고조됨에 따라 다수의 연구논문들이 발표되었다. 이 중 메뉴선택행동과 이용고객의 메뉴 만족과 관련한 선행연구를 살펴보면, 고객이 메뉴를 선택할 때 고려하는 요인과 메뉴선택행동에 영향을 주는 제 요인의 파악에 의하여 영향요인을 정립하여 고객의 메뉴에 대한 정보처리방식을 파악하고, 아이템의 위치와 가격의 상관관계 등에 대한 연구메뉴 선택행동에 관한 연구¹¹⁾가 이루어졌고 고객평가에 의한 만족도에 초점을 맞추고 3개 특급호텔 한식당 메뉴를 고객측면에서 메뉴 마케팅에 대한 연구¹²⁾, 일본 음식을 메뉴품목별로 나누어 일본 음식의 기호도와 선호도에 대한 연구¹³⁾ 등이 이루어졌다. 또한 레스토랑의 속성으로 다양한 음식유형에 대한 구분, 새로운 사람들을 만나기 위한 좋은 장소, 음식의 질의 일관성, 친절한 서비스, 음식의 양, 신속한 서비스, 가족전체가 어울릴 수 있는 장소, 훌륭한 가치, 훌륭한 분위기, 편리한 위치, 종사원들의 친절 한 태도, 고품질 서비스, 금연·흡연구역의 구분, 계절에 따른 음식 메뉴, 후식, 오락시설, 독특한 메뉴, 주차시설, 서비스의 다양성, 쉬운 메뉴, 전식품(요리) 등이 포함된다는 연구¹⁴⁾도 있다. Cadotte & Turgeon¹⁵⁾은 호텔과 레스토랑에 대하여 칭찬과 불만을 받게 되는 요인들에 대한 조사에서 만족요인과 불만족요인을 구성하고 있는 25개의 속성을 제시하고 있다. 한편 중요도 - 만족도 분석은 상품이나 서비스가 지니고 있는 주요 속성들에 대하여 중요도(importance) 및 만족도(performance)를 소비자가 어떻게 인식하고 있는지 동시에 분석하기 위해 마케팅에서 개발된 기법으로 기존 연구에서 밝혀진 만족 관련 이론을 단순화시키고 분석결과를 그래프로 표현함으로써 실무자들도 연구결과를 쉽게 파악할 수 있는 장점이 있다. 특정 제품의 속성이나 특징이 소비자에게 얼마나 중요한 지를 판별함으로써 소비자의 만족도를 평가하고, 각각의 특징에 대한 상대적인 중요도와 각각의 특징에 대한 공급자 측의 활용도 설정이 중

요도-만족도 분석의 목적이라 하였으며, 중요도-만족도도 분석은 이용자 만족 또는 경영주체의 경영평가를 위하여 이용자가 무엇을 중요하게 여기고 있는지를 파악하여 스스로 이 항목의 중요도를 평가하도록 하고, 경영주체의 성취정도를 측정하여 중요도와 만족도를 비교, 검토하는 기법을 의미한다. 이와 같이 경영진단에 있어서 소비자의 의견을 체계적으로 분석하는데 여러 종류의 정교한 통계기법이 응용되고 있지만 그중에서 Martilla¹⁶⁾가 제안한 중요도-만족도 분석기법은 수행과정과 결과 해석이 용이하여 실무적으로 가장 활용도가 높다고 하였다. 서비스품질에 관한 연구는 Parasuraman, Zeithaml & Berry¹⁷⁾가 SERVQUAL을 발표한 후 급속히 서비스산업의 전반으로 확산되었지만 레스토랑 메뉴의 선택속성이나 메뉴 만족도에 관한 연구가 일부 진행되었고 일식 레스토랑의 메뉴에 관한 연구는 아주 미미한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 일식 레스토랑의 메뉴품질에 대한 이론적인 측면보다는 경영자나 종사원들이 현장에서 활용가능하고 마케팅적 활용도가 높은 결과를 얻기 위하여 IPA를 활용할 필요성이 요구된다.

그러나 지금까지 일식 레스토랑 메뉴 품질에 관한 실증적 연구는 거의 이루어지지 않았고 다만 일식 메뉴의 선호도조사¹⁸⁻¹⁹⁾나 메뉴관리에 관한 연구²⁰⁻²²⁾가 일부 진행되었다. 메뉴품질과 관련된 연구는 주로 호텔레스토랑 또는 패밀리 레스토랑의 서비스품질에 관한 연구²³⁻²⁴⁾에서 부분적으로 다루어지고 있을 뿐이다.

이에 본 연구의 목적은 일식 레스토랑 이용 고객의 메뉴 품질에 대한 중요도와 실행도(만족도) 요인을 도출하여 세분화된 마케팅 방향을 설정하는데 유용한 정보를 제공하며, 향후 일식 레스토랑의 메뉴개선 방안 모색과 동시에 효과적인 발전방안을 제시하는데 있다. 본 연구의 목적을 달성하기 위해 고객의 메뉴 품질에 대한 중요도와 실행도를 분석하여 실행도(만족도)에 따른 고객의 재 방문의도를 조사해 봄으로써 효과적인 메뉴관리의 기초 자료가 되고자 한다.

II. 연구 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구는 서울지역의 일식 레스토랑을 이용하는 고객을 대상으로 설문조사방법을 통한 직접 기입법을 이용하여 조사하였고 조사기간은 2005년 4월 13일부터 5월 13일까지 30일간에 걸쳐 설문조사를 실시하였다. 총 450부의 설문지를 배포하여 411부를 회수하였으며 불성실하게 답한 것을 제외한 386부를 분석 자료로 활용하였다.

2. 조사내용

조사에 사용된 설문지는 선행 연구자의 연구²⁵⁻²⁷⁾를 토대로 본 연구에 적용할 수 있는 부분을 발췌하여 본 연구의 목적에 맞게 재구성하였다. 본 연구의 조사내용은 세 부분으로 구성하였다. 첫째, 조사대상자의 인구 통계적 특성을 파악하기 위하여

성별, 연령, 학력, 월평균소득, 직업 등 총 5문항으로 구성하였다. 이때, 측정 방법은 명목척도를 사용하였다. 둘째, 메뉴품질 속성을 측정하기 위하여 선행연구의 검토를 통해 추출된 메뉴의 계절성, 메뉴의 가격, 메뉴의 온도, 메뉴의 정통성, 메뉴의 독창성, 음식의 맛, 음식의 양, 음식의 영양, 음식의 시각적 요소, 음식의 청결성, 음식의 신선도, 음식의 크기, 요리의 색깔, 요리의 향기, 요리의 질감, 요리에 대한 설명, 건강식의 유무, 재료와 조리법 등 18문항에 대해 중요도와 만족도를 리커트 5점 척도를 사용하여 측정하였다. 셋째, 메뉴의 인지, 만족, 재방문에 관한 문항을 3문항을 포함하였으며 이때 리커트 5점 척도를 사용하였다.

3. 분석방법

자료의 통계처리는 SPSS 11.0 통계패키지 프로그램을 활용하여 빈도분석, 대응표본 t-test, 신뢰도분석, 요인분석, 회귀분석을 실시하였으며 IPA 그래프를 작성하기 위하여 IPA (Importance-Performance Analysis)와 EXCEL 프로그램을 이용하였다. 이때 IPA(Importance-Performance Analysis)는 여러 속성들을 포함되어 있는 일식 레스토랑 메뉴에서 여러 속성들의 상대적인 중요도와 실행도를 보여주는 과정으로²⁸⁾ 이 분석은 2차원 격자에 메뉴관리자가 어디에 자원과 프로그램을 집중해야 되는지를 밝혀준다¹⁶⁾. IPA격자는 4사분면으로 각 변수의 중요도와 실행도를 이용하여 점을 찍고 격자로서 4개면으로 나타내어 보여주는 방법으로 메뉴품질에 대한 이론적인 측면보다는 경영자나 종사원들이 현장에서 활용가능하고 마케팅적 활용도가 높은 결과를 얻을 수 있는 방법이다.

III. 결과 및 고찰

1. 일반적 특성

본 연구의 인구통계학적 특성을 살펴보면 <Table 1>에 나타난 바와 같이 성별로는 남자가 52.1%, 여자가 47.9%로 남자가 여자보다 많았고, 연령층으로는 20대가 가장 많은 47.2%이었고, 그 다음으로 30대가 24.4%, 40대가 17.9%, 20세 이하가 7.3%, 50세 이상이 3.4%로 나타났다. 학력별로는 대졸(재학)이 42.5%로 가장 높은 빈도를 보였으며, 전문대졸(재학) 32.1%, 고졸이하가 15.5%, 대학원졸(재학) 9.8%로 나타났다. 월평균 소득별로는 100만원미만이 27.7%로 가장 많았으며, 100-149만원이 22.3%, 150-199만원이 18.7%, 200-249만원이 11.4%, 250-299만원이 11.4%, 300만원이상이 8.5%로 나타났다. 직업유형별로는 회사원이 36.5%, 서비스업 19.2%, 공무원 18.4%, 학생이 12.4%, 전문직 종사자가 6.2%, 자영업 4.7%, 주부 2.6%로 나타났다.

2. 일식 레스토랑 메뉴 품질속성에 대한 신뢰성 및 타당성 분석

일식 레스토랑의 메뉴 품질 속성에 대한 신뢰성 및 타당성 검

<Table 1> General characteristics of the subjects

Variable	Group	N(%)
Gender	Male	201(52.1)
	Female	185(47.9)
Age(yr)	< 20	28(7.3)
	20-29	182(47.2)
	30-39	94(24.4)
	40-49	69(17.9)
	≥ 50	13(3.4)
Education	≤ High school	60(15.5)
	College	124(32.1)
	University	164(42.5)
	≥ Graduate school	38(9.8)
Monthly income (10,000 won)	< 100	37(13.2)
	100~149	44(15.7)
	150~199	167(59.6)
	200~249	44(11.4)
	250~299	44(11.4)
Occupation	≥ 300	33(8.5)
	Student	48(12.4)
	Office worker	141(36.5)
	Self-Management	18(4.7)
	Housewife	10(2.6)
	Service industry	74(19.2)
	Public servant	71(18.4)
Specialty	24(6.2)	
Total		386(100.0)

증을 위해 18개 항목 중에서 서로 상관성이 결여된 변수 메뉴의 정통성, 메뉴의 독창성, 음식의 시각적 요소, 요리의 색깔, 요리의 질감 등의 항목을 제외한 13가지의 높은 상관관계를 가져 비슷한 특성을 나타내는 변수들을 묶어서 변수를 축소하는 신뢰도와 요인분석을 실시한 결과는 <Table 2>와 같다. 그 결과, 고유값 1이상의 4개 요인이 추출되었으며, 요인 1은 음식의 청결성, 음식의 신선도, 음식의 영양, 음식의 맛 등의 항목을 묶어 「음식의 청결함」이라 하였으며, 요인 2는 요리에 대한 설명, 재료와 조리법, 건강식의 유무, 메뉴의 가격 등의 항목을 묶어 「정보」라 하였으며, 요인 3은 메뉴의 계절성, 메뉴의 온도, 요리의 향기 등의 항목을 묶어 「적합성」이라 하였고, 요인 4는 음식의 크기, 음식의 양 등을 묶어 「경제성」이라고 명명하였다. 추출한 4개의 요인에 의한 총분산 설명력은 61.93%로 나타났고 신뢰계수는 0.838 이상으로 높은 신뢰도를 보여주었다.

3. 일식 레스토랑 메뉴품질 속성에 대한 중요도와 실행도의 차이 분석

일식 레스토랑의 메뉴 품질 속성에 대한 중요도와 실행도(만족도)의 차이를 분석한 결과는 <Table 3>과 같으며 모든 항목에서 중요도가 실행도보다 높은 것으로 나타나 일식 레스토랑의 메뉴 품질에 대한 고객의 기대에 비해 그 실행도가 낮은 것을 알 수 있다. 메뉴 품질에 대한 고객의 기대는 음식의 신선도(4.66), 음식의 청결성(4.60), 음식의 맛(4.50), 메뉴의 독창성(4.16), 음식의 영양(4.13) 등의 순으로 높게 나타났으며, 상대적

<Table 2> Factor analysis for the menu quality of Japanese restaurant

Factor	Variable	Cronbach's α	Factor Loading	Eigen Value	Pct of Var(%)	Cum Pct(%)
Factor 1 Neatness	Cleanness	0.841	0.801	2.241	18.01	18.01
	Freshness		0.783			
	Nutrition		0.609			
	Taste		0.606			
Factor 2 Information	Explanation	0.838	0.767	2.168	16.67	34.68
	Material & Cookery		0.712			
	Health		0.685			
	Price		0.478			
Factor 3 Suitability	Season	0.842	0.793	1.874	14.42	49.01
	Temperature		0.669			
	Price		0.568			
Factor 4 Economical Efficiency	Size	0.838	0.825	1.668	12.83	61.93
	Quantity		0.754			

<Table 3> Paired-sample t-test of importance and performance on the menu quality of Japanese restaurant

Item	Importance Mean Ranking	Performance (Satisfaction) Mean Ranking	t value		p value	
			t	df	p	sig.
1 Season	3.96	3.46	10.066	8	.000	***
2 Price	4.09	3.16	15.502	14	.000	***
3 Temperature	3.99	3.41	11.946	9	.000	***
4 Orthodoxy	3.71	3.34	6.430	11	.000	***
5 Originality	4.16	3.47	11.719	7	.000	***
6 Taste	4.50	3.85	14.070	3	.000	***
7 Quantity	3.75	3.20	9.199	12	.000	***
8 Nutrition	4.13	3.58	12.349	5	.000	***
9 Visual point	4.02	3.74	5.120	4	.000	***
10 Cleanness	4.60	3.95	13.519	1	.000	***
11 Freshness	4.66	3.86	15.858	2	.000	***
12 Size	3.56	3.17	8.566	13	.000	***
13 Color	3.77	3.48	6.819	6	.000	***
14 Fragrance	3.68	3.34	7.196	11	.000	***
15 Texture	3.78	3.34	9.112	11	.000	***
16 Explanation	3.55	2.99	10.001	15	.000	***
17 Health	3.91	3.34	10.563	11	.000	***
18 Material & Cookery	3.93	3.44	9.392	10	.000	***
Total mean	4.04	3.45				

으로 요리에 대한 설명(3.55), 음식의 크기(3.56), 요리의 향기 등은 비교적 낮은 기대를 나타내었다. 한편 일식 레스토랑의 메뉴 품질에 대한 고객의 만족도(실행도)는 음식의 청결성(3.95), 요리의 신선도(3.86), 음식의 맛(3.85), 음식의 시각적 요소(3.74) 등의 순으로 높게 나타났으며, 요리에 대한 설명(2.99), 메뉴의 가격(3.16), 음식의 크기(3.17) 등은 상대적으로 낮게 나타났다. 전반적인 분석결과 일식 메뉴의 특징이라 할 수 있는 신선함, 청결함, 음식의 맛 등에 대한 중요도와 만족도가 높게 났고, 특히 '눈으로 먹는 요리'라고 일컬어지는 시각적인 부분에 대해 만족도가 높게 나타남을 알 수 있다. 하지만 모든 항목에서 기대에 비해 만족도가 낮은 것을 고려하면 일식 레스토랑의 메뉴 품질을 향상시키기 위한 다각적인 노력이 요구된다고 여

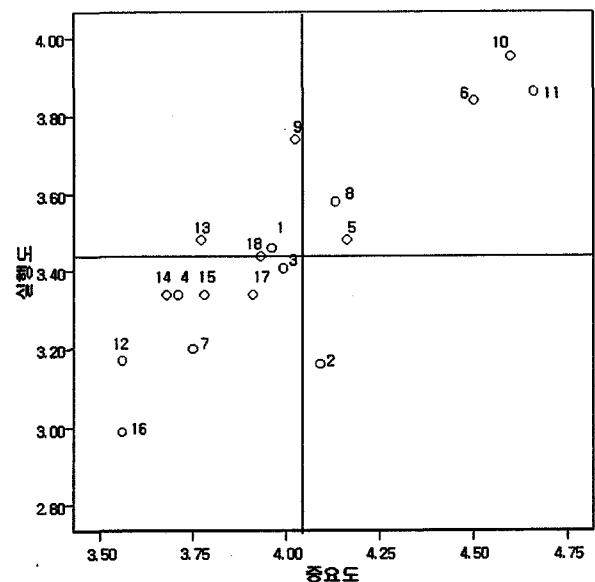
겨진다. 이에 IPA 그래프를 작성하여 세부적인 마케팅 수립을 세우고자 한다.

4. 일식 레스토랑 메뉴품질 속성별 IPA 그래프 작성

일식 레스토랑의 메뉴 품질 속성에 대한 중요도와 실행도의 차이 분석을 통해 IPA 그래프를 작성한 결과는 (Fig. 1)과 같다.

첫째, 높은 중요도에 따라 실행도(만족도)도 평균보다 높게 나타나 현재도 잘 지켜지고 있지만 앞으로도 지속적으로 유지시켜 주어야 할 1사분면의 항목으로는 독창성, 맛, 영양, 청결성, 신선도 등이었다.

둘째, 메뉴 품질별 속성의 중요한 항목으로 인식하고 있지 않



- 1. Season, 2. Price, 3. Temperature, 4. Orthodoxy, 5. Originality, 6. Taste, 7. Quantity, 8. Nutrition, 9. Visual point, 10. Cleanness, 11. Freshness, 12. Size, 13. Color, 14. Fragrance, 15. Texture, 16. Explanation, 17. Health, 18. Material & Cookery

<Fig. 1> Result of importance-performance analysis of the menu quality of Japanese restaurant

<Table 4> Influence of revisit intend of satisfaction factorsg

Dependent Variable	Factor	R ²	F	P	β	t	P
revisit intend	Neatness	0.048	6.180	0.000	0.189	3.798	0.000***
	Information				0.021	0.428	0.669
	Suitability				0.075	1.515	0.131
	Economical Efficiency				0.129	2.587	0.010**

p<0.01, *p<0.001

은 반면, 그 실행도는 매우 높게 나타나 이러한 속성부분에 더 이상의 과잉노력을 지양해야할 2사분면의 항목으로는 계절성, 시각적 요소, 색깔 등으로 나타났다.

셋째, 실질적으로 중요도와 실행도가 모두 낮게 나타나 낮은 우선순위를 나타내는 3사분면의 항목들로는 메뉴의 온도, 메뉴의 정통성, 음식의 양, 음식의 크기, 요리의 향기, 요리의 질감, 요리에 대한 설명, 건강식의 유무, 재료와 조리법 등이다. 따라서 메뉴의 정통성이나 요리에 대한 설명, 조리법 등의 마케팅 전략으로는 일식 레스토랑의 확대를 가져 올 수 없는 시점에 이르렀다고 여겨지며, 이를 개선하기 위한 투자비용은 현재 이상의 노력은 불필요 하다고 사료된다.

넷째, 일식 레스토랑 고객이 중요하다고 느끼는 반면에 전반적으로 실행도(만족도)는 그 기대에 미치지 못하는 결과를 낳고 있기 때문에 집중적으로 관리 및 운영을 해야 하는 4사분면의 항목으로는 메뉴의 가격으로 나타났다. 따라서 일식 레스토랑에 대한 메뉴의 가격은 시급히 개선되어야 하겠다.

5. 일식 레스토랑 메뉴 품질의 만족도가 재방문 의도에 미치는 영향

일식 레스토랑 메뉴 품질의 만족도가 재방문 의도에 미치는 영향을 분석한 결과는 <Table 4>에서 보는 바와 같다. 일식 메뉴품질에 대한 만족요인과 재 방문 의도에 대한 회귀분석의 전체 설명력(R²)은 4.8%로 나타났다. 또한 F통계량 값은 6.180이고 유의도는 p(0.001로 나타나 이 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 각 독립변수의 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 재 방문 의도에 미치는 변수는 정갈함(p<0.001)과 경제성(p<0.05)으로 나타났고 이중 계수 값이 0.189로 크게 나타난 정갈함 요인이 가장 영향력이 큰 항목임을 알 수 있다. 따라서 일식에서는 고객 유치를 위한 마케팅 수립 때, 테이블 세팅이나 그릇에 대한 조화와 음식 소재의 신선도 유지를 통한 맛과 영양을 보존 할 수 있는 대책 마련에 중점을 두어야 할 것이다. 뿐만 아니라 다양한 고객층 확보를 위해 저렴한 가격에 제공할 수 있는 메뉴개발이 필요함을 알 수 있다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 일식 레스토랑 이용 고객의 메뉴품질에 대한 중요도와 실행도(만족도) 요인을 도출하여 세분화된 마케팅 방향을 설정하는데 유용한 정보를 제공하며, 향후 일식 레스토랑의 메

뉴개선 방안 모색과 동시에 효과적인 발전방안을 제시하고자 하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 일식 레스토랑의 메뉴 품질 속성의 중요도 평가에 있어서, 고객은 음식의 신선도, 음식의 청결성, 음식의 맛 등이 높게 평가 되었으며, 상대적으로 요리에 대한 설명과 음식의 크기는 낮은 중요도를 가진 것으로 나타났다. 또한 메뉴 품질속성별 만족도 평가에 있어서 고객들은 음식의 청결성, 음식의 신선도, 음식의 맛 등을 가장 높게 평가하는 것으로 나타났으며, 상대적으로 요리에 대한 설명, 메뉴의 가격, 음식의 크기 등은 만족도가 낮은 것으로 나타났다.

둘째, 메뉴 품질의 중요도와 실행도의 차이를 분석하기 위하여 대응표본 t-test를 실시한 결과, 평균적으로 중요도가 실행도보다 높은 것으로 나타났다.

셋째, 일식 레스토랑의 메뉴품질 속성별 IPA 그래프에서는 기존의 좋은 품질을 계속 유지하는 기대도 높고 실행도도 높은 1사분면에는 메뉴의 독창성, 음식의 맛, 음식의 영양, 음식의 청결성, 음식의 신선도 등 4개의 속성이 포함되었다. 과잉노력을 지양해야할 2사분면에는 메뉴의 계절성, 음식의 시각적 요소, 요리의 색깔 등3개의 속성이 포함되었다. 낮은 우선순위를 나타내는 3사분면에는 메뉴의 온도, 메뉴의 정통성, 음식의 양, 음식의 크기, 요리의 향기, 요리의 질감, 요리에 대한 설명, 건강식의 유무, 재료와 조리법 등 9개의 속성이 포함되었다. 여기에 집중하여 시급히 개선해야할 4사분면에는 메뉴의 가격이라는 1개의 속성이 포함되었다.

마지막으로 일식 레스토랑의 실행도(만족도)가 재방문의도에 미치는 영향관계에서 만족요인을 분석한 결과 정갈함, 정보, 적합성, 경제성 등의 4개의 요인으로 나타났다. 이 중에서 정갈함(p<0.001)과 경제성(p<0.05)이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구의 실증분석을 통해 제시된 결과를 토대로 일식 레스토랑의 효율적인 운영과 마케팅 전략의 시사점을 다음과 같이 제시하고자 한다.

첫째, 일식 레스토랑의 메뉴별 중요도와 실행도의 차이를 분석한 결과 중요도가 실행도 보다 대체로 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 아직까지 고객들의 일식에 대한 기대가 높다는 것을 의미하는 것이며, 다른 한편으로는 일식 레스토랑의 메뉴 품질이 고객의 기대를 충족시키지 못한다는 것을 의미하는 것이다. 따라서 전반적으로 메뉴의 품질을 향상시켜야 할 것이다.

둘째, 메뉴 품질 속성에 있어서는 맛, 음식의 영양, 음식의 청결성, 음식의 신선도 등에 높은 중요도와 실행도를 두고 있는 것으로 나타나 일식 레스토랑에서는 이들에 대한 꾸준한 유지

관리가 필요하다고 사료된다.

셋째, 고객의 중요도는 높으나 실행도가 낮아 여기에 집중하여 시급히 개선해야할 항목으로 메뉴의 가격이 나타났는데 메뉴 관리자 및 제공자들은 다양한 형태의 경제적인 일식 메뉴 개발이 요구된다고 여겨진다.

여섯째, 실행도(만족도)가 재방문 의도에 미치는 영향관계 조사에서 정갈함($p < 0.001$)과 경제성($p < 0.05$)이 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 고객들의 재 방문을 유도하기 위해서는 메뉴에 대한 정갈함과 경제적인 메뉴 개발이 필요하다고 여겨진다.

■ 참고문헌

- 1) Kim HS. A study on the trend of researches in food and culture from 1990 to 2003. Korean J. Dietary Culture, 19(3): 295-312, 2004
- 2) Jang MJ, Cho, MS. Recognition and preference to Korean traditional food of foreign visitors in Korean. Korean J. Dietary Culture, 15(3): 215-223, 2000
- 3) Yun SK. The food culture of marriage ceremony. Korean J. Dietary Culture, 12(2): 227-244, 1997
- 4) Kim SB. The comparison of food culture between Korea and Japan through korean communication facilities and Japanese envoys, Agasang Subaesang Kwaban of the Choson dynasty through the dinner party in Thusima Island. Korean J. Dietary Culture, 14(2): 115-129, 1999
- 5) Kim CH. Study on the dietary culture of confucism - Sauge - Zeuhn rites in Korea, China and Japan. Korean J. Dietary Culture, 12(2): 155-172, 1997
- 6) Go GH. A comparative study on the dietary culture consciousness and their consumption attitude of traditional foods between korean and Japanese women. Korean J. Dietary Culture, 18(4): 333-345, 2003
- 7) Park BH. Basic Japanese Cuisine, Hyungseul Publishing company, 2003
- 8) Hong CH. Easy Japanese Cuisine. Daewang Publishing company, 2002
- 9) Ahn HJ. This is a Japan. Yeopaek Media Publishing company, 2004
- 10) Kim GY, Hotel Kitchen Management Introduction. Baeksan Publishing Company, 2002
- 11) Cho MS. Customers' menu selection behavior and restaurateurs' menu planning at hotels. Hanyang University Doctor's Degree, 1995
- 12) Kim SJ. A study on the customer's evaluation factors of the korean restaurant menus in hotels. Kyunggi University Master's Degree, 1999
- 13) Kim BS. A study on the preference about Japanese food - based on metropolitan area-. KyungHee University Master's Degree, 2003
- 14) Swinyard, WR, William R and Kenneth DS. Market segmentation finding the heart of your restaurant market, Connell H.R.A Quarterly, 27(1): 89-96, 1986
- 15) Cadott ER & Turgeon N. Key factor in satisfaction, Connell H.R.A Quarterly, 28(4): 45-56, 1988
- 16) Martilla JJ. Importance Analysis, Journal of Marketing, 41(1): 13-17, 1997
- 17) Parasuraman, A, Zeithaml VA & Berry LL. A conceptual model of service quality and its implication for future research, Journal of Marketing, 49(Fall): 41-50, 1985
- 18) Han JS, Lee YJ, Choi SH, Choi SG, Kwon SY, Choi YH. A study on the dietary behavior and image and preference of Japanese foods of university students in Daegu and Kyungbuk area. J East Asian Soc Dietary Life, 14(1): 1-10, 2004
- 19) Park GY. Research on preference of set menu of Japanese restaurant in hotels -based on four tourist hotels around Gwangju and southern Jeonla Province-. Kyonggi University Master's Degree, 2003
- 20) Jeon KC. A study on the tourist hotels setting goals and controlling on portion standardization on Japanese restaurants-based on the five-star hotels in Seoul-. Kyunggi University Master's Degree, 2001
- 21) Song CR. A study on the improvement of menu of Japanese restaurant in tourism hotels. KyungHee University Master's Degree, 1996
- 22) So JK. A study of critical success factors for creation of Japanese restaurant business. KyongGi University Master's Degree, 2000
- 23) Kim SH, Ko HS. Differences between family restaurant visitor expectations of and satisfactions with service quality. Journal of Tourism Sciences, 22(1): 78-97, 1998
- 24) Oliver RL. A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of Marketing Research, 17(September): 46-49, 1980
- 25) Kang YW. A verification study on menu satisfaction of hotel restaurant customers Kyung Hee University Graduate School. Master's degree Thesis, 1999
- 26) Lee AJ, Park DH, Park JW. Effect of the service quality of food service industry on customer satisfaction, revising intention and oral transmitting intention. Korean J Hospitality Administration, 12(1): 191-213, 2003
- 27) Kim KY, Lee SH. A study on the menu composition factors for management activation of hotel & restaurant. Journal of Food service Management, 3(1): 5-21, 2000
- 28) Hammitt EA. Going beyond importance performance analysis to analyze the observance-influence of park impact and recreation Administration, 14(1): 45-62, 1996