

방한 일본관광객의 한국음식에 대한 인식, 만족도 및 재방문의도에 관한 연구

이 연 정
경주대학교 외식조리과

A Study on the Recognition, Satisfaction, and Revisit Intentions of Japanese Tourists based on Traditional Korean Foods

Yeon Jung Lee
Department of Food service management and Culinary, Gyeongju University, Korea

Abstract

This study investigated the impacts from the recognition and satisfaction of Korean foods on the revisit intentions of Japanese tourists to Korea. The subjects of this study consisted of 365 Japanese tourists visiting Korea. The findings are summarized as follows: (1) the recognition of Korean food included 'the quality of food material is fresh and good'(3.99 points), 'Korean food is nutritious and healthful food'(3.89 points), and 'Korean food consisted of grains and vegetables, and the cooking methods were developed specially'(3.88 points) in the order. (2) They were highly satisfied with the 'nutrition of the food,' 'taste of the food,' and 'quantity of the food,' in terms of the Korean food quality however, they were not satisfied with 'Japanese marks on ingredients,' 'sanitary,' 'smell,' and 'freshness.' (3) The most influential recognition variables to affect revisit intentions to Korea was 'health knowledge' followed by 'unique,' 'preference,' 'experience,' and 'interest.' (4) The most influential satisfaction variable to affect revisit intentions to Korea was 'food and menu' followed by 'translation and understanding,' and 'flavor and appearance.'

Key words : Korean food, recognition, satisfaction, revisit intention, Japanese tourists

1. 서 론

최근 인터넷의 발달로 온 세계가 하나의 지구촌으로 묶여가고 있지만 글로벌화가 강조될수록 각국의 문화적 정체성은 더욱 뚜렷이 나타낼 수밖에 없으므로 자국의 전통문화, 전통음식에 대한 관심이 젊은층을 중심으로 꾸준히 증가하고 있는 실정이다(Lee YJ 2005).

세계화, 국제화가 진행되고 여가 시간이 증가하게

됨에 따라 관광산업이 발달하게 되므로 전통음식을 관광상품화 하는 것은 당연한 일이다. 전통음식을 관광상품으로 만드는 것은 한국음식문화의 개발·홍보 및 국가경제의 활성화 등 경제·문화적 측면에 있어서 큰 효과를 발생시킬 것이다(Son YJ 2005, Yang IS 등 2004, Chang HJ 등 2004, Lee YJ와 Choi SK 2004, Park BR 2000).

더욱이 음식문화를 관광상품으로 만드는 것은 역사와 전통과 맥을 같이하여 현시대를 반영하는 것으로 일회적인 성질의 것이 아니며 현재 속에서 재발견 또는 창조되어 가는 지속성을 가지고 있는 것으로 문화적 욕구를 가진 관광객을 대상으로 하고 있으므로 타 관광형태보다는 역사적·교육적·체험적 효과가 강하다고 사료된다. 또한 전통적인 경승관광에 비하여 체

Corresponding author: Yeon-Jung Lee, Department of Food service management and Culinary, Gyeongju University, San, 42-1 Hyohyun-dong, Gyeongju 780-712, Korea
Tel : 82-54-770-5372
Fax : 82-54-748-8568
E-mail : yeonjung@kju.ac.kr

제기간이 길고 그 내용이 다양할 뿐만 아니라 이동성, 가변성이 있고, 특별한 축제나 제천의식을 제외하면 계절적 제한 없이 관광객이 원하면 구매가 가능하기에 그 경제적 파급효과 또한 크다고 여겨진다(Ko HS 와 Lee JY 2003, Chen JS 2001, Kim DH 1998).

이제 우리도 문화교류의 첫발자국이 음식문화관광으로부터 시작된다는 점을 간과하지 말고 영양학적으로 그 우수성이 인정되어 있고, 웰빙푸드로도 세계적으로 인정받고 있는 우리의 한국음식을 해외에 전파하여 한국의 음식 문화를 외국인들에게 경험하게 하고 우리 문화의 고객이 되도록 하여야 할 것이다(Kim SA 등 2004, Bae YH와 Jinlin Z 2003, Sim YJ 등 2000).

음식문화는 그 지역의 지리적 여건이나 풍토와 같은 자연환경과 문화, 종교 등의 인문 사회적 요인이 융합되어 삶의 과정에서 형성되는 고유의 문화유산으로, 음식문화를 서로 공유한다는 것은 민족과 민족 간의 상호 이해와 문화교류의 폭을 더욱 넓힐 수 있는 계기가 될 수 있다(Han E 1994). 특히, 한 나라의 전통음식은 21세기 지식 정보기반사회에서 환경 친화적인 삶을 영위하도록 하며, 그 지역의 전통문화를 잘 나타내주는 것으로 전승의 가치가 있으며 확대 발전 시켜야 할 필요성이 있다.

우리나라는 사계절의 변화가 뚜렷하고 삼면이 바다로 둘러싸인 반도라는 지형적 특성으로 농·축산업과 어업이 발달하여 식자재 또한 농·축·수산물을 다양하게 이용한 고유한 음식문화를 발전시켰다. 그리고 각 지방에서는 그 지역의 다산의 식재료를 이용한 그 지역의 특미 음식, 즉 향토의 별미가 형성되고 계절의 변화에 따른 시절음식도 발달하게 되었다(Lee YJ 와 Choi SK 2004, Choi SK 등 2004, Min SH와 Park OJ 2004, Kwon SJ와 Lee JH 2004, Lee SH와 Park YB 2002). 이렇게 비교적 장구한 세월을 지나면서 한 지역에서 생산되는 식재료들을 다양하게 조리함으로써 그 지역인의 기호와 체질에 적합하게 만들어져 전통음식이 된다.

음식문화 부문에서도 한국의 전통음식들이 외국인들에게 소개되어 하나 둘씩 그 맛과 영양면에서 우수성을 인정받고, 무엇보다도 건강식으로 인식되어 가고 있다(Kweon SY 와 Yoon SJ 2006, Seo GH 등 2003, Lim JW 2001, Joo NM 등 2001). 우리 식문화의 해외 진출과 해외 각국 식문화의 국내 유입은 이를 몸소 체

험하고 싶어하는 욕구로 인해 이처럼 지극히 자연스럽게 진척되고 있다(Jeong SH 2003). 국민 평균소득이 높아지면 이 같은 흐름이 더욱 가속될 것이라 사료된다.

다양한 나라 음식의 국내 유입과 이러한 음식들을 즐기려는 내국인들의 증가는 한국인의 식생활 분야에서의 국제화 경향을 이루게 하는 율활유 역할을 한 것도 사실이나 자국 내에서의 외래 음식의 국내 토착화에 비하여 우리의 음식인 한식의 국제 사회에서의 위상과 인지도는 미미하다고 할 수 있다. 이는 내국인들이 외래 식문화를 적극적으로 유입하여 활용하고 있는 것에 비하여 한국의 음식을 해외로 전파하고 외국인들에게 알리려는 노력이 매우 미흡하였음을 나타내고 있다.

한국의 전통음식도 이제 관광객의 다양한 욕구에 부합할 수 있도록 한국전통음식의 질적 수준의 제고와 욕구 세분화의 전략 및 관광상품화 전략이 절실히 요청되고 있는 실정이고(Lee YJ 등 2005), 특히 일본은 한국의 입장에서 볼 때 최대의 관광시장이 틀림없으며 경기의 호황, 문화개방, 엔화의 강세, 정부의 해외여행 촉진정책 등의 관광여건의 변화에 힘입어 일본인의 해외여행은 날로 증가하고 있다(KNTO 2005). 그러므로 지리적인 근접성, 정치적, 경제적, 역사적, 문화적 상관성 등으로 미루어 볼 때 경쟁력을 충분히 활용하여 일본관광객의 방한여행 유치증대를 도모하기 위한 보다 효율적인 관광마케팅 전략의 수립이 절실히 요구된다(Jang YL과 Park JU 2004, Jeong SH 2003, Jo HY 2003).

더욱이 일본인을 대상으로 하여 우리 전통음식에 대한 만족도에 대해 객관적으로 평가받는 것은 우리의 식생활 문화를 직접적으로 전달하고 한국 및 한국문화에 대한 이해와 친숙함을 밖으로 확대할 수 있는 계기가 되리라고 본다.

지금까지 한국 전통음식에 대한 선행연구를 살펴보면, 국내인을 대상으로 한 전통음식에 대한 인식이나 기호도 연구(Jang DJ 등 2005, Kim KA 등 2005, Lee YJ와 Choi SK 2004, Choi MS 등 2002, Kim SM 2001, Cho HJ 2000)가 대부분이고, 국외인을 대상으로 실시한 연구로는 한국음식에 대한 인식과 기호도 연구(Kweon SY와 Yoon SJ 2006, Chang MJ와 Cho MS 2000, Seo GH 등 2003)가 일부 이루어졌을 뿐이고, 한국음식의 품질 만족과 재방문의도, 섭취빈도 등을 관련지어 살펴본 연구는 거의 없는 실정이다.

그러므로 본 연구는 방한 일본관광객을 대상으로 한국음식에 대한 인식과 만족이 한국 재방문의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 문제에 주목하여, 한국음식의 효과적인 발전방안을 제시하고 한국음식의 상품화 및 세계화 전략에 기초 자료로 활용하고자 한다.

II. 연구방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구의 조사대상은 2005년 11월 1일부터 12월 30일에 걸쳐 인천, 김해공항 및 부산, 경주지역의 특급호텔을 방문한 일본 관광객을 대상으로 총 400부의 설문지를 배포하였고, 이때, 예비조사결과 방문횟수가 낮고 한국음식의 섭취경험이 낮은 10대는 제외하였다. 회수된 설문지는 381부로 회수율은 95.3%였으며, 이중 불성실하거나 누락된 항목이 많은 설문지를 제외하고 분석에 사용된 설문지는 365부(91.3%)였다.

2. 조사내용 및 방법

조사내용은 문헌조사 분석을 통해 관련 논문 및 문헌, 간행물 등을 참고(Jang DJ 등 2005, Lee YJ와 Choi SK 2004, Choi MS 등 2002, Kim SM 2001, Cho HJ 2000)하여 본 연구에 적용할 수 있는 부분을 발췌하여 크게 4개의 부분으로 구성하였다. 첫째, 조사대상자의 일반적 사항으로는 성별, 연령, 학력, 직업, 결혼여부 등 5항목을 조사하였다. 둘째, 한국음식에 대한 인식을 파악하기 위하여 한국을 방문한 일본 관광객 개인의 한국전통음식에 대한 지각 혹은 인지하여 주관적으로 생각하는 정도로 조작적 정의를 하였다. 이때 사용된 문항은 1) 한국음식은 약식동원사상이 깃들여 있다, 2) 김치, 불고기, 비빔밥 등 한국요리를 많이 알고 있다, 3) 한국음식은 양념이 독특하다, 4) 한국음식은 발효식품이 발달되어 있다, 5) 한국음식은 곡류 및 야채 위주로 특히 곡물조리법이 발달되었다, 6) 한국의 식사예절은 엄격하고 24절기에 따른 의례행사식에 신선 제철식품이 많이 쓰인다, 7) 한국음식은 건강에 유익하다, 8) 한국음식은 영양이 풍부하고 건강한 식품이 많다, 9) 한국음식의 재료 품질은 신선하고 좋다, 10) 한국음식은 계절식품이 많아 신선하다, 11) 한국음식은 냄새가 좋다, 12) 값이 싸다, 13) 친숙하다, 14) 맛이 부드럽다, 15) 한국음식은 색이 곱다, 16) 한국음식은

기호식품이다, 17) 한국음식에 대해 관심이 많다, 18) 한국음식에 대해 평소 좋은 느낌이 든다, 19) 한국음식을 자주 먹는 편이다, 20) 한국음식을 만들어 본 적이 있다, 21) 한국음식의 조리법을 배워본 적이 있다 등의 21문항에 대해 전혀 그렇지 않다고 생각한다 1점에서 매우 그렇다고 생각한다 5점의 점수를 부가하여 5점 리커트 척도를 사용하였다. 셋째, 한국음식에 대한 만족도를 측정하기 위하여 메뉴의 다양성, 음식의 온도, 메뉴의 독창성, 음식의 맛, 음식의 양, 음식의 영양, 음식의 모양, 위생, 신선도, 음식의 크기, 색, 향, 음식에 대한 일본어표기, 음식의 건강성, 재료나 메뉴의 일본어표기 등의 15문항에 대해 5점 리커트 척도를 사용하였다(전혀 만족하지 않는다 = 1, 매우 만족한다 = 5). 넷째, 한국 재방문의도에 대해 매우 그렇다 5점, 그렇다 4점, 보통이다 3점, 그렇지 않다 2점, 전혀 그렇지 않다 1점의 점수를 부가하여 5점 리커트 척도를 사용하였다.

3. 자료의 분석

수집된 자료의 통계처리는 SPSS/PC⁺12.0 package program을 이용하여 빈도, 백분율, 평균, 신뢰도분석, 요인분석을 실시하였고, t-test, One-way ANOVA를 통해 유의성을 살펴보았으며 집단간의 차이검증은 Duncan's multiple range test를 실시하였고 한국음식에 대한 인식과 만족도가 재방문의도에 미치는 영향을 알아보기 위해서는 회귀분석을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 살펴보면 Table 1에서 제시한 바와 같이 성별로는 남자가 44.9%, 여자가 55.1%이었으며, 연령층으로는 20대가 27.2%로 가장 많았고, 직업유형별로는 학생이 24.1%로 가장 많았으며, 학력별로는 대졸(재학)이 58.1%로 가장 많았고, 결혼여부는 기혼이 59.2%로 미혼 40.8%보다 약간 많은 것으로 조사되었다.

2. 한국음식에 대한 인지도의 신뢰성 및 타당성 분석

한국음식에 대한 인지도의 신뢰성 및 타당성 검증은 위해 21개 항목 중에서 서로 상관성이 결여된 변수,

즉 값이 싸다, 친숙하다, 맛이 부드럽다 등의 항목을 제외한 18가지의 높은 상관관계를 가져 비슷한 특성을 나타내는 변수들을 묶어서 변수를 축소하는 신뢰도와 요인분석을 실시한 결과는 Table 2와 같다. 그 결과, 고유값 1이상의 5개 요인이 추출되었으며, 요인 1은 김치, 불고기, 비빔밥 등 한국요리를 많이 알고 있다,

한국음식은 약식동원사상이 깃들여 있다, 한국음식은 건강에 유익하다, 한국음식은 영양이 풍부하고 건강한 식품이 많다, 한국의 식사예절은 엄격하고 24절기에 따른 의례행사식에 신선 제철식품이 많이 쓰인다, 한국음식의 재료 품질은 신선하고 좋다, 한국음식은 계절식품이 많아 신선하다 등의 항목을 묶어 「건강 지식요인」이라 하였으며, 요인 2는 한국음식은 냄새가 좋다, 한국음식은 색이 곱다, 한국음식은 기호식품이다 등의 항목을 묶어 「기호요인」라 하였으며, 요인 3은 한국음식은 양념이 독특하다, 한국음식은 발효식품이 발달되어 있다, 한국음식은 곡류 및 야채 위주로 이들 조리법이 발달되었다 등의 항목을 묶어 「독특요인」이라 하였고, 요인 4는 한국음식에 대해 관심이 많다, 한국음식에 대해 평소 좋은 느낌이 든다, 한국음식을 자주 먹는 편이다 등을 묶어 「관심요인」이라고 명명하였고, 요인 5는 한국음식을 만들어 본 적이 있다, 한국음식의 조리법을 배워본 적이 있다 등을 묶어 「경험요인」이라고 명명하였다.

추출한 5개의 요인에 의한 충분산 설명력은 65.33%로 나타났고 신뢰계수는 0.693 이상으로 높은 신뢰도를 보여주었다. 또한 일본 관광객의 한국음식에 대한 인식도는 한국음식의 재료 품질은 신선하고 좋다(3.99점)에 대해 가장 높은 인지도를 나타내었고, 그 다음

Table 1. General characteristics of the subjects

Variable	Group	N(%)
Gender	Male	164(44.9)
	Female	201(55.1)
Age(yr)	20-29	133(36.4)
	30-39	81(22.2)
	40-49	61(16.7)
	≥50	90(24.7)
	Student	88(24.1)
Occupation	Housewife	69(18.9)
	Public service & Professional worker	56(15.3)
	Company employee	68(18.6)
	Others	84(23.0)
	≤High school	53(14.5)
Education	College	51(14.0)
	University	212(58.1)
	≥Graduate school	49(13.4)
Marriage	Non-married	149(40.8)
	Married	216(59.2)
Total		365(100.0)

Table 2. Recognition score and factor analysis for the recognition of Korean food

Factor	Variable	Mean	Cronbach's α	Factor Loading	Eigen Value	Pct of Var(%)	Cum Pct(%)
Factor 1 Health knowledge	I know Korean foods such as Kimchi, Bulgogi, Bibimbap.	3.85	0.804	0.766	6.021	33.450	33.450
	That food is restorative soon to Korean food though includes.	3.86		0.760			
	Korean food is profitable in health.	3.86		0.611			
	Korean food is nutrient and healthful food.	3.89		0.584			
	Korean table manner is strict, and fresh food is used in ceremony event at 24 solar terms.	3.37		0.537			
	The quality of food material is fresh and good.	3.99		0.534			
Factor 2 Preference	Korean food is fresh because there are much foods season.	3.84	0.752	0.488	2.013	11.184	44.635
	Smell of Korean food is good.	3.82		0.846			
	Korean food is beautiful color.	3.85		0.845			
Factor 3 Unique	Korean food is a favorite food.	3.63	0.753	0.465	1.327	7.370	52.005
	Korean food is unique spices.	3.79		0.832			
	Fermentation food developed in Korean food.	3.83		0.825			
Factor 4 Interest	Korean food was consisted of grains and vegetables, and these cooking method developed specially.	3.88	0.693	0.612	1.240	6.887	58.892
	Be interested in Korean food	3.73		0.755			
	About Korean food, at ordinary times, have good impression.	3.21		0.686			
Factor 5 Experience	Eat often Korean food	3.15	0.736	0.464	1.159	6.439	65.331
	Have ever made Korean food.	2.99		0.847			
	Have ever learned culinary art of Korean food.	3.22		0.831			

은 한국음식은 영양이 풍부하고 건강한 식품이 많다(3.89점), 한국음식은 곡류 및 야채 위주로 이들 조리법이 발달되었다(3.88점), 한국음식은 약식동원사상이 깃들여 있다(3.86점) 등의 순으로 높은 인지도를 나타내었다. 반면에 한국음식을 자주 먹는 편이다. 한국음식을 만들어 본 적이 있다, 한국음식의 조리법을 배워본 적이 있다, 한국음식에 대해 평소 좋은 느낌을 갖고 있다 등에 대한 인지도는 낮은 것으로 나타났다.

본 연구 결과, 일본관광객들이 한국음식의 건강 기능성에 대한 인지도는 높으나 실제 섭취정도나 요리경험은 낮은 것으로 나타나 관광코스 중 한국전통음식전문점 이용이나 요리체험교실운영 등 좀더 다각적인 한국음식의 체험 기회를 부여하도록 하는데 노력을 기울여야 할 것으로 사료된다.

3. 한국음식에 대한 만족도의 신뢰성 및 타당성 분석

한국음식에 대한 만족도의 신뢰성 및 타당성 검증을 위해 15가지의 높은 상관관계를 가져 비슷한 특성을 나타내는 변수들을 묶어서 변수를 축소하는 신뢰도와 요인분석을 실시한 결과는 Table 3과 같다. 그 결과, 고유값 1이상의 3개 요인이 추출되었으며, 요인 1은 음식의 맛, 음식의 영양, 음식의 건강성, 음식의 온도, 음식의 크기, 음식의 양, 메뉴의 독창성, 메뉴의 다양성 등의 항목을 묶어 「음식과 메뉴 요인」이라 하였으

며, 요인 2는 식재료의 일본어 표기, 메뉴의 일본어 표기, 위생, 신선도 등의 항목을 묶어 「표기 및 위생 요인」이라 하였으며, 요인 3은 향, 색, 모양 등의 항목을 묶어 「향과 외관 요인」이라고 명명하였다. 추출한 3개의 요인에 의한 총분산 설명력은 60.89%로 나타났고 신뢰계수는 0.712 이상으로 높은 신뢰도를 보여주었다. 또한 일본관광객의 한국음식에 대한 만족도는 음식의 영양(3.83점)에 대해 가장 높은 만족도를 나타내었고, 그 다음은 음식의 맛(3.82점), 음식의 양(3.68점), 메뉴의 다양성(3.62점), 메뉴의 독창성(3.59점), 음식의 건강성(3.55점), 음식의 온도(3.41점) 등의 순으로 높은 만족도를 나타냈다. 반면에 식재료 일본어 표기(2.47점)에 대해 가장 불만족하였고, 그 다음은 메뉴의 일본어 표기(2.62점)에 대해 불만족한 것으로 나타났다. 또한 위생(3.06점), 향(3.10점), 신선도(3.16점), 모양(3.30점) 등에 대해 상대적으로 낮은 만족도를 나타냈다. 본 연구 결과, 일본관광객들이 한국음식의 영양, 맛, 양 등에 대한 만족도는 높으나 식재료의 일본어 표기, 위생, 향, 신선도 등에 대한 만족도는 낮은 것으로 나타나 한국음식의 전반적인 위생 개선과 더불어 한국음식전문점의 메뉴나 식재료 등의 일본어 표기가 시급히 이루어져야 할 것으로 사료된다.

4. 조사대상자의 환경변인별 한국 재방문의도

조사대상자의 환경변인별 한국 재방문의도를 분석한

Table 3. Satisfaction score and factor analysis for satisfaction on quality of Korean food

Factor	Variable	Mean	Cronbach's a	Factor Loading	Eigen Value	Pct of Var(%)	Cum Pct(%)
Factor 1 Food & Menu	taste of food	3.82	0.872	0.766	5.885	39.234	39.234
	nutrition of food	3.83		0.747			
	health of food	3.55		0.742			
	originality of menu	3.59		0.714			
	temperature of food	3.41		0.669			
	size of food	3.41		0.656			
	variety of menu	3.62		0.645			
	quantity of food	3.68		0.611			
Factor 2 A transcription & Sanitary	Japanese mark on ingredient	2.47	0.800	0.796	2.115	14.098	53.331
	Japanese mark on menu	2.62		0.750			
	sanitary	3.06		0.679			
	freshness	3.16		0.623			
Factor 3 Flavor & External appearances	flavor	3.10	0.712	0.757	1.134	7.561	60.893
	colors	3.42		0.724			
	figure	3.30		0.452			

결과는 Table 4에서 보는 바와 같다. 한국 재방문의도는 5점 만점에 평균 3.24점의 ‘보통이다’는 견해가 많았고 연령에 따라서는 40대(3.46점), 50대 이상(3.44점)의 높은 연령층이 20대(3.02점)의 젊은 연령층보다 한국 재방문의도가 높게 나타났으며($p < 0.01$), 직업에 따라서는 주부(2.87점)가 다른 직업군에 비해 상대적으로 낮은 한국 재방문의도를 보였다($p < 0.05$). 학력에 따라서는 대학원졸 이상(3.78점)의 고학력자보다 다른 학력자들보다 상대적으로 매우 높은 한국 재방문의도를 나타내었다($p < 0.001$).

Table 4. Revisit intention score by general characteristics

Variables	M±SD	F-value (T-value)	p-value	
Gender	Male	3.34±0.98	(1.478)	.140
	Female	3.17±1.14		
	Total	3.24±1.07		
Age(yr)	20-29	3.02±1.25 ^{bi)}	3.868	.010
	30-39	3.22±0.87 ^{ab}		
	40-49	3.46±0.77 ^a		
	≥50	3.44±1.08 ^a		
	Total	3.24±1.07		
Occupation	Student	3.33±1.21 ^a	2.933	.021
	Housewife	2.87±1.11 ^b		
	Public service & Professional	3.39±1.02 ^a		
	Company employee	3.22±0.86 ^a		
	Others	3.38±1.02 ^a		
	Total	3.24±1.07		
Education	≤High school	2.92±1.07 ^b	6.007	.001
	College	3.27±0.96 ^b		
	University	3.19±1.13 ^b		
	≥Graduate school	3.78±0.69 ^a		
	Total	3.24±1.07		
Marriage	Non-married	3.13±1.18	(-1.729)	.085
	Married	3.32±0.99		
	Total	3.24±1.07		

¹⁾Means in the column with different superscripts are significantly different at $p < 0.05$ level by Duncan's multiple range test

Table 5. Influence on the revisit intend of recognition factors on Korean foods

Dependent Variable	Factor	R ² (adjusted R ²)	F	p	β	t	p
Revisit intend	Constant					81.848	0.000
	Health knowledge				0.284	6.014	0.000
	Preference	.246	22.162	0.000	0.201	4.265	0.000
	Unique	(.235)			0.262	5.549	0.000
	Interest				0.125	2.643	0.009
	Experience				0.196	4.154	0.000

5. 한국음식에 대한 인지도가 재방문의도에 미치는 영향

한국음식에 대한 인지도가 재방문의도에 미치는 영향을 분석한 결과는 Table 5에서 보는 바와 같다. 한국음식에 대한 인지요인과 재방문의도에 대한 회귀분석의 전체 설명력(adjusted R²)은 23.5%로 나타났다. 또한 회귀식에 대한 통계적 유의성을 검증하는 F 통계량 값은 22.162이고 이에 대한 유의도가 0.000이다. 따라서 이 회귀식은 통계적으로 유의성이 있는 것으로 볼 수 있다. 또한 각 독립변수의 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 재방문의도에 영향을 미치는 변수는 건강지식요인($p < 0.001$), 기호요인($p < 0.001$), 독특요인($p < 0.001$), 관심요인($p < 0.01$), 경험요인($p < 0.001$) 등 5가지 요인 모두에서 나타났고 이중 β계수 값이 0.284로 가장 크게 나타난 건강지식요인이 가장 영향력이 큰 항목이고 그 다음이 독특요인(β계수 .262), 기호요인(β계수 .201), 경험요인(β계수 .196), 관심요인(β계수 .125) 등의 순임을 알 수 있다. 본 연구 결과, 일본 관광객들이 한국음식에 대한 건강관련 인지도가 높을 때 한국 재방문의도가 가장 높은 것으로 나타나 일본관광객 유치를 위한 마케팅 수립 때, 한국음식의 건강 기능적 우수성에 대한 홍보 강화에 더욱 더 중점을 두는 것이 좋을 것으로 사료된다.

6. 한국음식에 대한 만족도가 한국 재방문의도에 미치는 영향

한국음식에 대한 만족도가 한국 재방문의도에 미치는 영향을 파악하기 위해 회귀분석(multiple regression analysis)을 실시한 결과는 Table 6과 같다. 한국음식에 대한 만족도와 한국 재방문의도에 미치는 영향관계에서 종속변수인 한국 재방문의도에 대한 전체 설명력(adjusted R²)은 21.6%로 나타났고, 회귀식에 대한 통계적 유의성을 검증하는 F 통계량 값은 34.352이고 이에

Table 6. Influence of revisit intend of satisfaction factors

Dependent Variable	Factor	R ² (adjusted R ²)	F	p	β	t	p
Revisit intend	Constant					65.353	0.000
	Food & Menu	.222	34.352	0.000	0.300	6.471	0.000
	A transcription & Sanity	(.216)			0.294	6.337	0.000
	Flavor & External appearances				0.213	4.586	0.000

대한 유의도가 0.000($p < 0.001$)이므로 이 회귀식은 통계적으로 유의성이 있는 것으로 볼 수 있다. 또한 각 독립변수의 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 한국 재방문의도에 영향을 미치는 변수로는 음식과 메뉴 요인($p < 0.001$), 표기와 위생 요인($p < 0.001$), 향과 외관 요인($p < 0.001$) 등으로 나타났으며, 이중 β계수 값이 .300으로 크게 나타난 음식과 메뉴 요인이 가장 영향력이 높은 항목이고, 그 다음이 표기와 위생 요인(β계수 .294), 향과 외관 요인(β계수 .213) 순임을 알 수 있다. 따라서 일본관광객의 한국 재방문의도를 높이기 위해서는 음식의 맛, 음식의 영양, 음식의 건강성, 메뉴의 독창성, 메뉴의 온도, 음식의 크기, 메뉴의 다양성, 음식의 양 등 음식 및 메뉴를 중점적으로 관리하는 것이 효과적일 것으로 사료된다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 방한 일본관광객을 대상으로 한국음식에 대한 인식과 만족이 한국 재방문의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 문제에 주목하여, 한국음식의 효과적인 발전방안을 제시하고 한국음식의 상품화 및 세계화 전략에 기초 자료로 활용하고자 한 것으로 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 일본 관광객의 한국음식에 대한 인식도는 한국음식의 재료 품질은 신선하고 좋다(3.99점), 한국음식은 영양이 풍부하고 건강한 식품이 많다(3.89점), 한국음식은 곡류 및 야채 위주로 이들 조리법이 발달되었다(3.88점), 한국음식은 약식동원사상이 깃들여 있다(3.86점) 등의 건강 기능성에 대한 인지도는 높은 반면에 한국음식을 자주 먹는 편이다. 한국음식을 만들어 본 적이 있다, 한국음식의 조리법을 배워본 적이 있다 등의 실제 섭취정도나 요리경험은 낮은 것으로 나타나 좀 더 다각적인 한국음식의 체험 기회를 부여하도록 하는데 노력을 기울여야 할 것으로

로 사료된다.

- 일본 관광객의 한국음식에 대한 만족도를 분석한 결과, 음식의 영양, 맛, 양 등에 대한 만족도는 높으나 메뉴나 식재료의 일본어 표기, 위생, 향, 신선도 등에 대한 만족도는 낮은 것으로 나타나 한국음식의 전반적인 위생이나 신선도 등 위생적 개선과 더불어 한국음식전문점의 음식명이나 식재료 등의 일본어표기가 시급히 이루어져야 할 것으로 여겨진다.
- 조사대상자의 환경변인별 한국 재방문의도를 분석한 결과, 40대(3.46점)와 50대 이상(3.44점), 대학원졸 이상(3.78점) 등이 상대적으로 높은 재방문의도를 보였다.
- 한국음식에 대한 인지도가 재방문의도에 미치는 영향력은 건강 지식 요인(β계수 0.284)이 가장 영향력이 큰 항목이고 그 다음이 독특 요인(β계수 .262), 기호 요인(β계수 .201), 경험 요인(β계수 .196), 관심 요인(β계수 .125) 등의 순이었다.
- 한국음식에 대한 만족도가 한국 재방문의도에 미치는 영향력은 음식과 메뉴 요인(β계수 .300)이 가장 영향력이 높은 항목이고, 그 다음이 표기와 위생 요인(β계수 .294), 향과 외관 요인(β계수 .213) 순으로 나타나 일본관광객의 한국 재방문의도를 높이기 위해서는 음식의 맛, 음식의 영양, 음식의 건강성, 메뉴의 독창성, 메뉴의 온도, 음식의 크기, 메뉴의 다양성, 음식의 양 등 음식 및 메뉴를 중점적으로 관리하는 것이 효과적일 것으로 사료된다.

본 연구 결과, 일본관광객들은 한국음식의 건강기능성에 대한 인지도는 높으나 실제 섭취정도는 낮은 것으로 나타났으며, 한국음식의 이용을 확대시키고 한국 재방문의도를 높이기 위해서는 한국음식의 전반적인 위생 개선과 더불어 한국음식전문점의 메뉴나 식재료 등의 일본어표기가 시급히 이루어져야 할 것으로 나타났다. 또한 음식의 외관보다는 음식의 맛과 양, 메뉴의

다양성과 독창성 등의 만족도를 높이도록 하고 다양한 음식체험의 기회 부여와 더불어 한국음식의 건강 기능적 우수성에 대한 홍보 강화가 무엇보다도 절실히 요구되었다.

참고문헌

- Bae YH, Jinlin Z. 2003. Marketing strategy for korean restaurants in florida -through view of customers' preference, recognition and satisfaction. *Korean J Foodservice Management* 6(2): 85-100
- Chang HJ, Yang IS, Chung LN, Shin SY. 2004. The study on the present status of overseas and domestic tourism products focusing on traditional foods. *Korean J Food Culture* 19(4): 392-398
- Chang MJ, Cho MS. 2000. Recognition and preference to korean traditional food of foreign visitors in Korea. *Korean J Food Culture* 15(3): 215-223
- Chen JS. 2001. A case study of Korean outbound travelers' destination images by using correspondence analysis. *Tourism Management*, 22: 345-350
- Cho HJ. 2000. A study of high school students' perception and preference for Korean traditional foods in Secheon area. MS Thesis. Kunsan National University Education Graduate School.
- Choi MS, Jung EH, Hyun TS. 2002. Perception and preference of Korean traditional foods by elementary school students in Chungbuk province -traditional holiday food, rice cake, non-alcoholic beverage-. *Korean J Food Culture* 17(4): 399-410
- Choi SK, Lee YJ, Park SS. 2004. A verification study on the strengthening of recognition of native cuisine-with respect to Hadong-Gun area, Kyungsangnam-Do. *Korean J Food Culture* 19(3): 285-294
- Han E. 1994. The present status of processing technique on traditional food and its development measures. *Korean Food Development Institute* 27: 15-37
- Jang DJ, Kim SA, Kim SH, Lee KK, Lee HJ. 2005. Survey of consumer perception for derivation of superior factors in various korean traditional foods. *Korean J Soc Food Cookery Sci* 21(6): 800-812
- Jang YL, Park JU. 2004. A study on the impact of Korean wave on Korea's tourism image. *Korean J Tourism Management Res* 20: 319-336
- Jeong SH. 2003. Strategy for increase of foreign tourists using the Korean wave in Jeju. *Korean J. Tourism Management Res* 19: 313-335
- Jo HY. 2003. Study on korean wave(Han-Ryu) among the Chinese youth and prospect of Korea-China relation. *Korean J Youth Res* 10(1): 223-247
- Joo NM, Kennon LR, Sim YJ, Lee KA, Jeong HS, Park SJ, Chun HJ. 2001. The perception and preference of Americans residing in Korean for Korean traditional food. *J Korean Home Economics Assoc* 39(6): 19-23
- Kim DH. 1998. Literature review on food culture by tourism resources in Korea. *Korean J Tourism Information Res* 2: 287-304
- Kim KA, Jung LH, Jeon ER, Jeong JA. 2005. Consciousness on the Korean traditional food of school food service dietitian. *Korean J Home Economics Assoc* 43(2): 127-142
- Kim SA, Lee MA, Kim EM, Lee SJ. 2004. The gap analysis of recognition and preference for korean traditional foods and restaurants between foreign visitors and foreign residents. *Korean J Soc Food Cookery Sci* 20(6): 619-629
- Kim SM. 2001. A study on the attitudes of the university students in the Kyung-book area on the traditional foods(2)-the recognition, the seasonal customs and the life style-. *Korean J Soc. Food Cookery Sci* 17(2): 49-58
- Ko HS, Lee JY. 2003. A market segmentation of Korean outbound tourists by their motivation. *Korean J Hospitality Admin* 12:103-118
- Korean National Tourism Organization. 2005. *Korean Tourism Statistics 2005*.
- Kweon SY, Yoon SJ. 2006. Recognition and preference to Korean traditional food of chinese at Seoul residence. *Korean J Food Culture* 21(1):17-30
- Kwon SJ, Lee JH. 2004. Development of native local foods of the northern part of Gyongsang-Bukdo and their commercialization. *Tourism Res* 19: 49-60
- Lee SH, Park YB. 2002. Tour experience program development a utilizable cooking peculiar of an Andong locality. *Korean J Culinary Res* 8(3):147-168
- Lee YJ. 2005. A study on the preference of Korean food and revisiting intention of Japanese tourists. *J East Asian Soc Dietary Life* 15(3): 247-256
- Lee YJ, Choi SK. 2004. A study on the recognition and preference of university students for native foods in Gyeongju area. *Korean J Foodservice Management Soc* 7(1):157-174
- Lee YJ, Seo YJ, Joo HS, Choi SK. 2005. A study on the satisfaction for the menu quality of Korean traditional food of Japanese tourists. *Korean J Food Culture* 20(2): 283-291
- Lim JW. 2001. A study of Korean traditional food influencing satisfaction on travel, MS Thesis, Sejong University.
- Min SH, Park OJ. 2004. A survey on the Korean food preference, frequency and nutritional knowledge of college students in Kangwondo area. *Korean J Food Culture* 19(1): 43-51
- Park BR. 2000. Development of tourist foods merchandising using traditional indigenous foods of Inje-Gun. *Korean J Tourism Res Assoc* 12: 123-144
- Seo GH, Lee SB, Sin MJ. 2003. Research on korean food

- preference and the improvement of korean restaurants for Japanese and Chinese students in Korea. Korean J. Soc. Food Cookery Sci. 19(6): 715-722
- Sim YJ, Jung BM, Kim ES, Joo NM. 2000. A survey for the international spread of Korean food from the Korean residents in the U. S. Korean J Soc Food Cookery Sci 16(3): 210-215
- Son YJ. 2005. A study on the need of development for tourism merchandising of regional cuisine in Kyonggi province. Tourism Research 21:211-226
- Yang IS, Chang HJ, Shin SY, Chung LN. 2004. Inbound tourism product development of korean traditional food culture. Korean J Foodservice Management Soc 7(3):87-116

(2006년 8월 3일 접수, 2007년 2월 16일 채택)