

## 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴의 이용 실태 및 선택 속성의 중요도 연구 -성별을 중심으로-

김 미 자 · 박 금 순<sup>†</sup>

대구가톨릭대학교 외식식품산업학부

### Study on Actual State and Importance of Selection of Healthy Korean Food Menu Items Made from Environmentally-Friendly Organic Foods - Focused on Gender-

Mi Ja Kim and Geum Soon Park<sup>†</sup>

Major in Food Service and Technology, The Graduate School, Catholic University of Daegu, Gyeongsan 712-702, Korea

#### ABSTRACT

Research on the actual state of healthy Korean food menu items made from environmentally-friendly organic foods showed that 65.6% of subjects had experience of purchasing environmentally-friendly organic foods, and both genders chose 'expensive but reliable' as their prime reason for purchasing. Having no experience of purchasing environmentally-friendly foods constituted 34.5% of respondents, and the reasons were 'high price' and 'finding no difference from ordinary food'. Research on awareness of healthy Korean food menu items made from environmentally-friendly organic ingredients showed that both men and women thought the given menu items were 'fresh' but had little awareness of other factors such as 'good value for price', 'good visual style' and 'various recipes'. Regarding development prospective of environmentally-friendly organic foods, the number of subjects who answered positively was 405 (93%), which indicates that most research subjects showed positive attitudes. Top-selling menu items in the grain section were *Sundubu-jjigae*, *Dubu-kimchi* and *Jeonju-bibimbap*, and *pajeon* took first place in the vegetable selection. Moreover, *Imjasu-tang* showed high scores in the meat section. Furthermore, research on menu selection showed that menu selection was usually dependent on 'the price of menu (3.86)', 'fresh ingredients (4.03)', 'harmony of color (3.65)' and 'mood of the day (3.25)'. Research on menu selection revealed that 'quality of food' factors had the greatest influence upon preference and purchase intention for environmentally-friendly organic foods. Visual and psychological factors and values had significant an effect. Therefore, the food service industry should use this study as a source to develop menu items, by considering quality and visual factors. In addition, there should be various research performed on marketing strategies about menus from using environmentally-friendly organic foods and high value products.

Key word : Environmentally-friendly organic food, healthy Korean food menu, actual state, menu selection, importance

#### 서 론

21세기는 고객의 시대로서 외식산업의 빠른 시장 환경의 변화와 소비자 기대 수준의 향상으로 상품의 다양화, 욕구 세분화 전략이 필요하게 되었다(Jeon YH 2006). 고객의 음식에 대한 새로운 욕구를 충족시키기 위하여 가공 식품보다는 자연 식품을, 농약이나 공해의 영향을 받은 식품보다는 무공해 식품을 선호하는 경향으로 나타났다(Lee SK 2010). 이러한 식품에 대한 선호는 고객들의 식품 안전성에 대한 관심으로

이어졌으며, 식품 수요에 있어서도 양보다 질을 선호하게 되었고, 이제는 생산만 하면 팔리는 것이 아니라, 품질이나 가격에서도 소비자의 욕구를 충족시키는 상품이어야 판로가 확보되는 환경으로 바뀌어 가고 있다(Lee HJ 2003). 이러한 고객의 소비 생활의 추구는 유기농 제품에 대한 관심을 증대시켰다(Bae KG 2006). 또한, 유기농에 대한 관심은 고품질의 안전한 농산물로서 유기농 채소를 즐겨 사는 것을 기본으로 친환경 유기농 식품의 소비를 촉진시켰다(Lee HS 2005). 친환경 농산물이란 합성농약, 화학비료, 항생 항균제 등 화학 자재를 사용하지 않거나, 이의 사용을 최소화하고 농축임업 부산물의 재활용 등을 통하여 농업 생태계와 환경을 유지 보전하면서 생산된 농축임산물을 의미한다. 즉, 저농약 농산물, 무

<sup>†</sup>Corresponding author : Geum-Soon Park, Tel: +82-53-850-3512 Fax: +82-53-850-3512 E-mail: gspark@cu.ac.kr

농약 농산물 및 유기농산물 중 한 가지를 인증 받은 농산물을 말한다(Kang DH 2011). 유기농 식품이란 농약이나 화학비료를 전혀 사용하지 않고 유기질만을 사용하여 재배한 본연의 농산물 즉, 유기물과 자연 광석, 미생물 등 자연적인 자재만을 사용하여 재배한 주곡(쌀 등), 과일, 채소, 축산물(소고기, 돼지고기, 닭고기) 등을 의미하며, 유전적으로 변형되지 않은 식품을 말한다(Park & You 2007, Yin HY 2007, Li XX 2012). 친환경 유기농 식품에 대한 선행 연구를 살펴보면, 유기농 식품 구매행동에 관한 연구(Shin IS 2011, Kim *et al* 2011, Chung YS 2012, Yu BY 2008, Kim LW 2010), 친환경 농산물 구매 및 소비에 관한 연구(Cho WH 2003), 유기농산물에 대한 인식과 소비자 만족도에 관한 연구(Sohn HJ 2008, Yoon & Han 2005, Hong YK 2002, Park YS 2006) 등 유기농 식품의 구매와 소비 인식 및 소비자 만족도에 관한 다양한 연구들이 보고되었다.

우리 민족의 정체성과 문화적 가치를 지닌 한식은 식재료와 양념 사용, 조리방법에서 세계적으로 우수성을 평가 받고 있으며, 고유의 맛, 향, 색깔에서 전통성을 유지하고 있다. 식사 구성 측면에서도 다양성, 균형성, 절제성을 고루 갖추고 있으며, 김치, 장, 젓갈 등의 발효식품이 발달하여 기호성, 영양성, 저장성이 우수한 것이 특징이다(Shin BK 2011). Chung *et al*(2011)은 한식 건강 메뉴의 선정 및 『식료찬요』를 통한 효능성 연구에서 한식의 철학과 효능성의 과학적 근거에 바탕을 둔 한식 건강 메뉴 52가지를 선정하여 한식이 구체적으로 어떤 맥락에서 건강음식으로 부각되고, 상품화 될 수 있는지 연구하였다. 한식에 대한 관심이 한류의 열풍과 더불어 높아지는 가운데 건강음식으로서 한식에 대한 다양한 상품개발의 연구들이 촉구된다. 지금까지 보고된 한식 및 한식 메뉴에 대한 이용 실태 및 메뉴 선택 속성에 대한 연구를 살펴보면, 한식 메뉴에 대한 이용 실태 조사(Shin BK 2011, Lee *et al* 2010, Lee OJ 2006, Kim & Kim 2000), 한식의 메뉴 선택 속성에 대한 조사(Kang *et al* 2011, Kang JA 2009, Hong *et al* 2013, Lee MS 2012, Kim *et al* 2012) 등 보고된 연구들이 있으나, 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴의 이용 실태 및 선택 속성에 대한 연구는 없었다.

따라서 본 연구는 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴의 이용 실태를 조사하여 외식업체의 마케팅 전략을 세우는데 기초 자료로 제공할 것이며, 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 선택 속성의 중요도를 제시하여, 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴의 대중화 방안을 모색하고자 하였다.

## 연구 방법

### 1. 조사 대상 및 조사 기간

본 연구는 2013년 5~6월까지 대구지역에 거주하는 20~50대 이상 성인 남녀를 대상으로 조사하였다. 조사 시 친환경 유기농 식품의 정의와 한식 건강 메뉴 52가지에 대한 설명을 들은 후 설문지에 응답하도록 하였다. 설문지는 총 442부를 배부하여 437부를 회수하였으며, 내용 기재가 미흡한 2부를 제외한 435부를 본 연구의 분석 자료로 사용하였다. 본 연구의 설문지 구성은 Chung *et al*(2011), Shin BK(2011), Shin IS(2011), Kang JA(2009), Hong *et al*(2013)의 연구를 참고하여 개발하였다.

### 2. 조사 내용 및 방법

조사 내용은 조사 대상자의 일반적 사항, 친환경 유기농 식품의 구매 실태 및 발전 전망, 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴에 대한 인식도, 선호도, 구매도, 메뉴 선택 속성에 대한 문항으로 구성하였다. 친환경 유기농 식품의 구매 실태 및 발전 전망에 대한 조사는 Shin IS(2011)의 연구 논문을 참고하였으며, 구매 경험 여부, 구매 이유 등 5가지 문항으로 조사하였다. 인식 조사는 Shin BK(2011)의 연구 논문을 참고하였으며, 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴는 성인병을 예방한다, 재료가 신선하다, 발효를 이용한 건강식이다, 정성스럽고 고급음식이다, 채소 위주의 섬유소가 많다, 조리법이 다양하다 등 17가지 문항으로 구성하였다. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴에 대한 선호도, 구매도 조사는 Chung *et al*(2011)의 연구 논문을 참고하였으며, 친환경 유기농 식품을 활용한 주재료에 따라서 곡류를 활용한 한식 건강 메뉴(콩국수, 순두부찌개, 두부김치, 두부전골 등) 22가지, 채소류를 활용한 한식 건강 메뉴(전주비빔밥, 무밥, 죽순채, 구절판, 파전, 백김치 등) 15가지, 생선, 종실류를 활용한 한식 건강 메뉴(흑임자죽, 고등어구이, 대합찜, 어선 등) 12가지, 해조류를 활용한 한식 건강 메뉴(메생이국) 1가지, 육류를 활용한 한식 건강 메뉴(화양적, 임자수탕) 2가지로 총 52가지를 선정하여 조사하였다. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 선택 속성은 외식에서 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 선택 시 무엇을 중요하게 생각하는지에 대한 문항으로 Kang JA(2009), Hong *et al*(2013)의 연구 논문을 참고하였다. 문항은 메뉴의 다양성, 메뉴의 가격, 메뉴의 맛과 질, 메뉴의 신선도, 메뉴의 색채 조화, 메뉴의 디자인 등 17문항으로 조사하였다. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴에 대한 인식도, 선호도, 구매도, 메뉴 선택 속성의 응답에 각각 1, 2, 3, 4, 5점을 부가하여 조사하였다.

### 3. 자료 수집 및 분석 방법

자료 분석은 SPSS WIN 12.0 프로그램을 사용하여 분석하

였다. 조사 대상자의 일반적 사항은 빈도 및 백분율을 산출하였고, 친환경 유기농 식품의 구매 실태 및 발전 전망에 대한 조사에는 빈도 및 백분율을 산출하였으며, 독립된 두 집단 간의 차이에 대한 유의성은 *t*-test를 이용하였고, 조사 항목별 빈도 및 백분율 분석 비교에 대한 유의성은  $\chi^2$  검정을 사용하였다. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴의 인식도, 기호도, 구매도, 메뉴 선택 속성의 중요도 조사는 5점 리커트 척도를 사용하여 평균과 표준편차를 구하였다. 메뉴 선택 속성에 대한 신뢰도 검정을 위하여 Cronbach  $\alpha$  값을 구하였다. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 선택 속성 요인이 친환경 유기농 식품을 활용한 메뉴의 선호도 및 구매도에 미치는 영향은 다중 회귀 분석하였으며, 메뉴별 선호도와 구매도에 대한 상관관계 분석을 하였다.

## 결과 및 고찰

### 1. 조사 대상자의 일반적 사항

본 연구의 최종 연구 조사 대상자인 435명의 인구통계학적 특성 즉, 성별, 연령, 결혼 여부, 직업, 학력, 월평균 소득, 가족 형태를 조사한 결과는 Table 1과 같다. 성별의 분포는 여성 232명(53.3%), 남성 203명(46.7%)으로 여성이 더 많았다. 연령은 40~49세가 113명으로 전체의 25.9%로 가장 많이 차지하였고, 다음으로 20~29세 109명(25.1%), 50대 이상 107명(24.6%), 30~39세 106명(24.4%)의 순으로 나타났다. 또한, 기혼자(67.1%)가 미혼자(32.9%)보다 더 많은 것으로 나타났다. 직업은 전업주부(22%)가 가장 많았고, 회사원(18.4%), 대학생 및 대학원생(16.6%), 외식업 관련 종사자(14.0%), 전문직(12.9%), 공무원(5.3%), 상업(5.1%), 사업가(4.8%) 등의 순으로 나타났다. 교육수준은 4년제 대졸 282명(48.5%)으로 가장 많았고, 전문대학 졸(23.2%), 대학원 이상(16.3%), 고졸 이하(12.0%)순으로 나타났다. 조사 대상자의 가족의 월평균 소득은 500만 원 이상 114명(26.2%)으로 가장 많았고, 다음으로 300~400만 원 88명(20.2%), 200~300만 원 86명(19.8%), 100~200만 원 64명(14.7%), 400~500만 원 63명(14.5%), 100만 원 20명(4.6%)순으로 조사되었다. 가족 형태는 핵가족이 336명(84.1%)으로 가장 많았으며, 다음으로 대가족 39명(9.0%), 1인 거주 30명(6.9%)순으로 나타났다.

### 2. 친환경 유기농 식품의 구매 실태

Table 2는 친환경 유기농 식품의 구매 실태를 분석하기 위해 구매 경험에 대한 조사 결과, 친환경 유기농 식품을 구매한 경험에서 남, 여 모두 65.5% 구매경험이 있다고 응답하였으며, 구매 이유로는 ‘가격이 비싸지만 믿을 수 있다.’를 남녀 모두 높게 인식하였으며, 여성은 ‘건강에 좋다’(31.6%), 남성은 ‘안전하다’(33.9%)가 높아 성별 간 유의한 차이를 보였

Table 1. General characteristics of subjects

Variable	Content	N(%)	
Gender	Male	203( 46.7)	
	Female	232( 53.3)	
Age(years)	20~29	109( 25.1)	
	30~39	106( 24.4)	
	40~49	113( 25.9)	
	≥50	107( 24.6)	
Marriage	Married	292( 67.1)	
	Unmarried	143( 32.9)	
Occupation	Office worker	80( 18.4)	
	Businessman	21( 4.8)	
	Public servant	23( 5.3)	
	Salesman & service worker	22( 5.1)	
	Professional job	56( 12.9)	
	Housewife	96( 22.0)	
	University student / graduate student	72( 16.6)	
	Foodservice workers	61( 14.0)	
	Education	<High school	52( 12.0)
		In or graduate college	101( 23.2)
In or graduate university		211( 48.5)	
≥Graduate school		71( 16.3)	
Monthly income (10,000 won)	<100	20( 4.6)	
	100~200	64( 14.7)	
	200~300	86( 19.8)	
	300~400	88( 20.2)	
	400~500	63( 14.5)	
Family type	≥500	114( 26.2)	
	Extended family	39( 9.0)	
	Nuclear family	366( 84.1)	
	One person-family	30( 6.9)	
	Total	435(100.0)	

다 ( $p<0.001$ ). 구매 경험이 없는 사람은 150명(34.5%)으로 가장 높게 나타났으며, 이유로는 ‘가격이 비싸다’, ‘일반 식품과 별 차이가 없음’ 순이었다. 친환경 유기농 식품의 구매 빈도를 살펴본 결과, 285명 중 123명(47.6%)이 한 달에 한 번 구

Table 2. Purchase intention of environmentally-friendly organic food

N(%)

Variable		Male	Female	Total	$\chi^2$
Purchase experiences	Yes	127(62.6)	158(68.1)	285(65.5)	1.472 (df=1)
	No	76(37.4)	74(31.9)	150(34.5)	
Reason for not purchasing	No faith in country of origin	10(13.2)	16(21.6)	26(17.3)	3.913 (df=6)
	Unreliable	6( 7.9)	6( 8.1)	12( 8.0)	
	High price	24(31.6)	17(23.1)	41(27.3)	
	Few special stores	15(19.7)	12(16.2)	27(18.0)	
	No difference with common food	20(26.3)	21(28.3)	41(27.3)	
	Etc	1( 1.3)	2( 2.7)	3( 2.0)	
Reason for purchasing	Reliable	43(33.9)	22(13.9)	65(22.8)	33.141*** (df=6)
	Faith in country of origin	6( 4.7)	19(12.0)	25( 8.8)	
	Expensive but reliable	42(33.1)	49(31.1)	91(31.9)	
	For children	1( 0.8)	16(10.1)	17( 6.6)	
	Good for health	29(22.8)	50(31.6)	79(27.7)	
	Etc	6( 4.7)	2( 1.3)	8( 3.1)	
Purchasing frequencies	Everyday	2( 1.6)	7( 4.4)	9( 3.1)	10.546 (df=5)
	Once in two to three days	8( 6.3)	16(12.6)	24( 8.4)	
	Once a week	29(22.8)	28(17.7)	57(20.0)	
	Once in a 2 weeks	25(19.7)	47(29.7)	72(27.9)	
	Once a month	63(49.6)	60(46.8)	123(47.6)	

\*\*\*  $p < 0.001$ .

입한다고 하여 친환경 유기농 식품의 구매가 많지 않음을 알 수 있었다.

Kim LW(2010) 연구에서 친환경 농산물의 구매에 있어서 ‘어쩌다 한번씩’이 남녀 모두 가장 많은 응답을 보여줘, 구매가 많지 않다고 조사되었으며, 구매 이유에서는 남녀 모두 ‘건강에 좋다고 생각된다’가 가장 높게 나타났다. 구매 저해 요인으로 남녀 모두 ‘가격이 비쌌다’가 가장 높게 나타나 본 연구와 유사한 결과를 보였다. Shin IS(2011)의 유기농 식품 구매의 추구 편익이 외식산업 메뉴 선택 속성과 만족도에 미치는 영향 연구에서는 유기농 식품이 판매되는 것에 대한 불신감을 가지고 있는 이유로 ‘일반 식품과 별 차이를 못 느낀다’가 가장 높게 조사되어, 본 연구에서 구매하지 않은 이유와 같은 결과가 나타났다.

### 3. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴의 인식도 조사

Table 3은 친환경 유기농 식품 활용 한식 건강 메뉴에 대

한 17개 항목에 대한 인식을 조사한 결과로 남녀 모두 ‘재료가 신선하다’라는 인식도가 가장 높게 나타났다. 다음으로 남성은 ‘믿을 수 있다’(3.78), ‘채소 위주 섬유소 많음’(3.83)을 높게 인식하였으며, 여성은 ‘식이요법에 좋음’(3.78), ‘채소 위주 섬유소 많음’(3.78)을 높게 인식하였다. ‘오색오미가 좋음’ 인식에서 여성이 남성보다 높게 인식하고 있었으며, 성별 간 유의한 차이가 나타났다( $p < 0.05$ ). ‘가격 대비 가치가 있음’(3.37), ‘시각적 스타일이 좋음’(3.37), ‘조리법이 다양함’(3.30), ‘다양한 종류 요리를 접함’(3.38)은 남녀 모두 인식도가 낮게 나타났다. 따라서 낮은 인식도를 보인 가격 대비 가치가 있음, 시각적으로 스타일이 좋음, 다양한 요리의 종류를 접함, 다양한 조리법을 보완한 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 개발의 연구가 필요할 것으로 사료된다.

Shin BK(2011)의 연구에서 한식에 대한 인식을 한식은 곡류·채소 위주로 된 건강식품, 영양이 풍부하고 건강에 좋은 식품, 재료가 신선하고 품질이 좋음, 반찬 가짓수가 많고 조리법이 다양해 건강에 유익함, 발효기술이 발달되어 건강에

**Table 3. Awareness of healthy Korean food menu using environmentally-friendly organic ingredients** (M±S.D.)

Variable	Male	Female	Total	t
Balanced nutrition intake	3.62±0.83	3.47±0.73	3.54±0.78	1.888
Food as a medicine	3.39±0.92	3.30±0.85	3.34±0.86	1.089
Prevention of geriatric disease	3.78±0.69	3.67±0.84	3.72±0.78	1.440
Good for dietary cure	3.71±0.83	3.78±0.82	3.75±0.82	-0.895
Good for prevention of disease	3.73±0.93	3.74±0.87	3.74±0.90	-0.142
Fresh ingredients	3.89±0.84	3.81±0.94	3.85±0.89	0.904
Healthy diet using fermented foods	3.59±0.98	3.54±0.99	3.56±0.99	0.549
Sincerely prepared and luxury food	3.65±0.99	3.56±0.92	3.60±0.95	0.974
Lots of fibers mainly from vegetables	3.83±0.93	3.78±0.84	3.80±0.88	0.612
Excellence of quality	3.77±0.91	3.68±0.82	3.72±0.86	1.115
Reliable	3.84±0.88	3.71±0.88	3.77±0.88	1.602
Good value for price	3.31±0.98	3.43±0.86	3.37±0.95	-1.334
Good color and taste	3.41±0.96	3.59±0.81	3.51±0.88	-2.148*
Good visual style	3.32±0.98	3.43±0.86	3.37±0.92	-1.260
Various recipes	3.29±1.03	3.31±0.99	3.30±1.00	-0.218
Having a access to variety of dishes	3.38±0.99	3.38±0.92	3.38±0.95	0.001
Effective for losing weight	3.56±0.84	3.46±0.92	3.50±0.88	1.179
Total	3.59±0.55	3.57±0.53	3.58±0.54	

\*  $p < 0.05$ .

유익, 약식 동원 사상이 있다고 생각함, 오색오미가 좋다고 생각함, 담백함 맛이 좋다고 생각함, 전통문화를 잘 표현, 가격대비 가치가 있다고 생각함, 한국 음식에 대해 평소에 좋은 느낌 등 11개 항목을 이용하여 조사하였다. 조사 항목 중에서 한식은 '영양이 풍부하고 건강에 좋은 식품이다'가 가장 높게 인식되어 본 연구와는 다른 결과를 보였다.

#### 4. 친환경 유기농 식품의 발전 전망

친환경 유기농 식품의 발전 전망에 대한 결과는 Table 4와

같다. '매우 발전 전망이 있다' 88명(20.2%), '발전 전망이 있다' 195명(44.8%), '보통이다'에서 122명(28.0%), '전망이 없는 편이다' 19명(4.5%), '거의 전망이 없는 편이다'는 11명(2.5%)으로 나타났다. '보통이다' 이상의 응답자가 405명(93%)로 나타나, 조사 대상자의 대부분이 친환경 유기농 식품의 발전 전망에 대해 긍정적으로 인식하는 것으로 나타났다. 따라서 친환경 유기농 식품에 대한 구매는 활성화 되지 않았으나, 발전 전망에 대해서는 긍정적인 응답을 하였다. Hwang CJ (2009)는 친환경 농산물의 구매 결정 요인과 활성화 방안에 관한

**Table 4. Development prospect of environmentally-friendly food**

N(%)

Variable	Male	Female	Total	$\chi^2$	
Development prospect	Highly prospective	39(19.2)	49(21.1)	88(20.2)	6.537 (df=4)
	Fairly prospective	84(41.4)	111(47.8)	195(44.8)	
	Fair to middling	66(32.5)	56(24.1)	122(28.0)	
	Little prospect	11( 5.4)	8( 3.4)	19( 4.4)	
	Without prospects	3( 1.5)	8( 3.4)	11( 2.5)	

연구에서 친환경 농산물의 전망에서 일반 관행 농산물 생산 가격보다 고가인 친환경 농산물의 생산량 증가 요인으로 식품 안전성에 대한 관심 증가와 웰빙 트렌드에 편승한 소비 고급화 그리고 정부의 친환경 농업 육성정책 등을 들었다. 따라서 친환경 농업에 대한 관심으로서 친환경 농법으로 생산된 친환경 농산물이 일반 관행 농산물에 비해 더 높은 가격으로 책정되며, 판매되고 있음으로 증명된다고 하여 친환경 농산물에 대한 전망을 본 연구 결과와 같이 긍정적으로 보았다.

##### 5. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 중 곡류에 대한 선호도와 구매도

Table 5는 친환경 유기농 식품을 활용하여 만든 한식 건강 메뉴 중 곡류에 대한 선호도와 구매도의 결과로 ‘순두부찌개’(3.74), ‘두부김치’(3.72), ‘궁중떡볶이’(3.63)순으로 선호도가 높게 나타났으며, 비지전, 콩버무리, 원소병, 된장떡은 3.0 이하로 낮은 선호도를 보였다. 남성은 ‘두부김치’(3.82)를 가장 선호하였으며, 다음으로 순두부찌개(3.79), 콩나물 무침(3.58), 궁중떡볶이(3.55)순으로 선호하였다. 여성은 ‘궁중떡볶이’(3.70)를 가장 선호하였으며, 다음으로 두부김치(3.69), 순두부찌개(3.69), 콩나물 무침(3.61)순이었다. 여성에게 가장 선호도가 높은 궁중떡볶이는 주재료가 곡물인 것을 감안할 때 조리법의 개선을 통한 영양소의 균형과 다이어트 메뉴로서

**Table 5. Preference and purchase intention to grain on the healthy Korean food menu using environmentally-friendly organic ingredients (M±S.D.)**

Variable	Preference				Purchase intention			
	Male	Female	Total	<i>t</i>	Male	Female	Total	<i>t</i>
<i>Kong-guksu</i>	3.36±0.98	3.37±0.77	3.37±0.83	-0.019	3.06±0.96	3.08±0.98	3.07±0.93	-0.187
<i>Kong-biji</i>	3.00±0.92	3.08±1.04	3.04±0.99	-0.873	2.76±0.87	2.82±0.97	2.79±0.93	-0.678
<i>Dubu-jeongol</i>	3.48±0.82	3.51±0.94	3.50±0.89	-0.305	3.11±0.86	2.99±0.94	3.05±0.91	1.398
<i>Sundubu-jjigae</i>	3.79±0.87	3.69±0.86	3.74±0.87	1.182	3.64±0.84	3.34±1.00	3.48±0.94	3.336**
<i>Biji-jeon</i>	3.07±0.97	2.88±1.01	2.97±0.97	1.950	2.78±0.97	2.63±0.91	2.70±0.94	1.648
<i>Dubu-kimchi</i>	3.82±0.84	3.69±0.87	3.72±0.86	2.341*	3.61±0.95	3.25±1.05	3.42±1.02	3.738***
<i>Kong-jaban</i>	3.20±0.92	3.16±0.02	3.18±0.95	0.500	2.92±0.91	2.74±0.97	2.82±0.95	1.932
<i>Dubu-gwaja</i>	3.16±0.94	3.13±0.97	3.14±0.96	0.354	2.87±0.94	2.80±0.95	2.83±0.95	0.823
<i>Kong-beomuri</i>	2.85±0.95	2.84±0.88	2.85±0.91	0.084	2.69±0.96	2.65±0.91	2.67±0.93	0.480
<i>Kong-namul-muchi</i>	3.58±0.93	3.61±0.86	3.60±0.89	-0.309	3.35±0.85	3.15±0.95	3.24±0.91	2.404*
<i>Dubu-seon</i>	3.20±0.86	3.31±0.92	3.26±0.89	-1.318	3.08±0.95	2.97±0.98	3.02±0.97	1.172
Grain <i>Hwajeon</i>	3.28±0.99	3.47±0.73	3.38±0.96	-2.151*	2.96±0.99	3.17±0.97	3.07±0.98	-2.156*
<i>Wonsobyug</i>	3.05±0.91	2.89±0.72	2.97±0.82	2.092*	2.87±0.97	2.73±0.69	2.80±0.84	1.746
<i>Jeungpyun</i>	3.26±0.90	3.34±0.73	3.30±0.82	-1.006	2.97±0.94	3.09±0.91	3.04±0.93	-1.401
<i>Gungjung-tteok-bokki</i>	3.55±1.00	3.70±0.81	3.63±0.95	-1.586	3.35±0.90	3.32±0.98	3.33±0.94	0.308
<i>Mujigae-tteok</i>	3.44±0.88	3.53±0.94	3.49±0.91	-0.944	3.25±0.90	3.25±0.97	3.25±0.94	0.061
<i>Tangpyeongchae</i>	3.34±0.83	3.33±0.84	3.33±0.83	0.154	3.06±0.96	3.10±0.92	3.09±0.94	-0.438
<i>Cheonggukjang</i>	3.28±1.10	3.42±1.19	3.35±0.54	-1.246	3.30±0.48	3.16±0.69	3.23±0.56	1.183
<i>Gang-doenjang</i>	3.36±0.95	3.40±0.11	3.38±0.35	-0.419	3.20±0.52	3.16±0.99	3.17±0.75	0.433
<i>Deonjang-tteok</i>	2.78±0.90	2.82±0.99	2.80±0.96	-0.441	2.67±0.91	2.73±0.85	2.70±0.88	-0.612
<i>Deonjang ketnip jangajji</i>	3.22±0.86	3.24±0.12	3.23±0.94	-0.274	3.06±0.91	2.95±0.22	3.00±0.56	1.193
<i>Memilchong-tteok</i>	3.11±0.88	3.21±0.99	3.16±0.95	-1.039	2.88±0.88	2.97±0.72	2.93±0.79	-0.903
Total	3.28±0.83	3.30±0.71	3.29±0.77		3.07±0.84	3.00±0.88	3.04±0.86	

\*  $p<0.05$ , \*\*  $p<0.01$ , \*\*\*  $p<0.001$ .

개발이 필요하다고 사료된다. 또한 두부김치, 원소병은 여성보다 남성이 더 높게 선호하였으며, 유의적인 차이가 있었다( $p<0.05$ ). 구매도에서는 ‘순두부찌개’, ‘두부김치’, ‘궁중떡볶이’가 3.48, 3.42, 3.33 순으로 높았다. 순두부찌개는 여성(3.34)에 비해 남성(3.64)이 유의적으로 높았으며( $p<0.01$ ), 두부김치 또한 남성(3.61)이 여성(3.25)보다 높게 나타나, 성별 간 유의적인 차이가 있었다( $p<0.001$ ). 화전은 남성(2.96)에 비해 여성(3.17)이 유의적으로 높았으며( $p<0.05$ ), 남성은 순두부찌개(3.64), 두부김치(3.61), 궁중떡볶이(3.35)와 콩나물 무침(3.35), 청국장(3.20) 순으로 높았으며, 여성은 순두부찌개(3.34), 궁중떡볶이(3.32), 두부김치(3.25)와 무지개떡(3.25) 순으로 높았다. Choi BR(2010)은 식생활 라이프 스타일에 따른 내·외국인의 한국 음식의 인식도 및 상품화 견해에서 내국인의 평균 선호도 점수 이상의 음식으로는 갈비구이, 김치찌개, 보쌈, 불고기, 순두부찌개 등으로 보고되어 본 연구 결과와 같이 순두부찌개가 한식 건강 메뉴에서 높은 선호도를 보였다. 선호도와 구매도에서 모두 높게 나타난 ‘순두부찌개’와 ‘두부김치’의 주재료인 두부는 예로부터 우리 서민들의 단백질 급원으로서, 그 원료인 콩의 성분 때문에 항암, 골다공증 및 고혈압 등의 효능을 기대할 수 있으며, 열량이 낮아 다이어트 식품으로 좋은 효과를 나타내며, 가격에서도 부담 없이 즐길 수 있는 메뉴이기 때문으로 사료된다.

#### 6. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 중 채소류의 선호도와 구매도

Table 6은 친환경 유기농 식품을 활용하여 만든 한식 건강 메뉴 중 채소류에 대한 선호도와 구매도의 결과로 선호도에서 ‘전주비빔밥’이 4.01로 가장 높게 남녀 모두 가장 높은 선호도를 보였다. Kim *et al*(2013)은 비빔밥 재료를 구성하는 도라지, 고사리, 표고버섯, 당근, 취나물 등의 여러 가지 식재료에 함유되어 있는 피토케미컬(phytochemicals)에 의해 맛과 더불어 각종 생리 기능을 조절하는데 영향을 줌으로써 건강식이라 평가된다고 보고하였다. 다음으로 ‘파전’(3.94)과 ‘산채 비빔밥’(3.83)이 높게 나타났으며, 죽순채는 2.88로 가장 낮은 선호도를 보였다. 백김치, 두릅나물, 수삼강회, 파전, 오이소박이, 개성보쌈김치, 미나리강회는 여성에 비해 남성의 선호도가 높게 나타났으며, 성별과 유의한 차이가 있었다( $p<0.01$ ). 채소류는 여성에 비해 남성의 선호도가 높게 나타났으며, 깻잎부각에서는 성별 간 유의한 차이가 나타났으며( $p<0.05$ ). 구매도에서는 ‘전주비빔밥’이 4.04로 가장 높게 나타났으나, 남성은 파전(4.06)에서 여성에 비해 가장 높게 나타났으며, 성별 간 유의한 차이가 나타났으며( $p<0.01$ ). Lee OJ(2006)은 호텔 한식당 관광객의 선호 메뉴에 관한 조사 결과에서 밥류에서는 쌀밥이 22.3%로 가장 높았고, 다음으로 영양밥, 전주비빔밥,

비빔밥 순으로 조사되었으며, 전류에서는 파전을 가장 선호하여 본 연구와 유사한 결과를 보였다. 성인 남녀가 파전을 선호하는 이유는 사람이 모이면 음식과 술을 빼놓을 수 없는데, 이때 파전은 안주의 개념으로 가볍고 쉽게 먹을 수 있는 실용적인 메뉴이기 때문으로 사료된다. 백김치와 오이소박이는 여성에 비해 남성이 유의적으로 높은 구매도를 나타냈고( $p<0.01$ ), 개성보쌈김치는 남성이 3.66, 여성이 3.18로 남성이 여성에 비해 김치에 대한 구매도가 높았으며, 성별 간 유의적인 차이가 나타났으며( $p<0.001$ ). 채소류에서 죽순채, 수삼강회, 미나리강회는 5점 만점에 3.00 이하로 낮은 구매도를 보였으며, 산채비빔밥, 죽순채, 묵은 나물을 제외하고, 모든 메뉴에서 여성에 비해 남성에서 높은 구매도를 보였다. Choi BR(2010)은 식생활 라이프스타일에 따른 내·외국인의 군집 유형별 한국음식의 인식도 및 상품화 견해 연구에서 한국음식의 RTE(Ready-to-eat)식품 중 상품성이 높은 음식으로 비빔밥이 가장 선호되었다고 보고하였다. 따라서 본 연구에서 선호도와 구매도에서 높게 나타난 전주비빔밥은 양치머리 고은 맑은 육수에 밥을 짓는 방법으로 성인병과 비만을 해결할 수 있고, 양념으로 쓰이는 고추장의 항암작용을 더하여 영양학적으로 우수성을 대표하는 메뉴로서, 비빔밥 재료의 구성함에 있어서 친환경 유기농 식품을 활용한 비빔밥은 영양학적 관점에서 향상이 있을 것으로 사료된다.

#### 7. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 중 생선, 종실류의 선호도와 구매도

Table 7은 친환경 유기농 식품을 활용하여 만든 한식 건강 메뉴 중 생선 및 종실류에 대한 선호도와 구매도의 결과로 선호도에서 ‘고등어구이’가 3.65로 가장 높게 나타났으며, 대합 찜(3.50), 콩치김치찌개(3.38), 전어 회 무침(3.23), 흑임자죽(3.22), 곤드레 삼치조림(3.06), 깨엿강정(3.04)순으로 나타났다. 또한 대하젓줍무침, 어리굴젓, 과메기, 가자미식해, 어선은 3점 이하로 낮은 선호도를 보였다. 콩치삼치찌개, 깨엿강정과 어선은 여성에 비해 남성의 선호도가 높게 나타나 유의한 차이를 보였으며( $p<0.05$ ), 곤드레 삼치구이, 고등어구이, 전어 회 무침에서는 성별에서 유의한 차이를 보였으며( $p<0.01$ ). 구매도에서는 ‘대합 찜’이 3.51로 가장 높은 구매도를 보였으며, 고등어구이(3.50), 콩치 김치찌개(3.31), 전어 회 무침(3.21), 흑임자죽(3.12) 순으로 높게 나타났다. 어리굴젓, 대하젓줍무침, 곤드레 삼치 조림, 과메기, 깨엿강정, 가자미식해, 어선은 3점 이하로 낮은 구매도를 보였다. 고등어구이는 남성의 구매도가 가장 높은 메뉴(3.72)로 여성의 구매도(3.31)보다 높게 나타났으며, 성별 간 유의한 차이를 보였으며( $p<0.001$ ). 전어 회 무침과 깨엿강정은 여성이 남성에 비해 구매도가 낮았으며, 여성은 3점 이하의 구매도를 보였으나, 남성은 각각 3.53,

**Table 6. Preference and purchase intention to vegetables on the healthy Korean food menu using environmentally-friendly organic ingredients (M±S.D.)**

Variable	Preference				Purchase intention			
	Male	Female	Total	<i>t</i>	Male	Female	Total	<i>t</i>
<i>Mu-bap</i>	3.16±0.95	3.03±0.99	3.09±0.97	1.319	3.24±0.61	3.14±0.92	3.19±0.77	0.481
<i>Sanchae-bibimbap</i>	3.87±0.90	3.80±0.91	3.83±0.91	0.804	3.79±0.96	3.94±0.43	3.87±0.67	-1.515
<i>Jeonju-bibimbap</i>	4.09±0.83	3.94±0.91	4.01±0.88	1.883	4.08±0.82	4.00±1.08	4.04±0.97	0.963
<i>Juksun-chaе</i>	2.97±0.94	2.81±1.00	2.88±0.98	1.665	2.87±0.85	3.03±1.12	2.95±1.05	-1.588
<i>Mukeun-namul</i>	3.09±1.00	3.09±1.13	3.09±1.07	0.024	3.01±0.65	3.16±0.62	3.09±0.63	-1.376
<i>Oi-Miyeok-naengguk</i>	3.35±0.99	3.21±0.97	3.27±1.10	1.341	3.26±0.50	3.06±0.53	3.15±0.52	1.814
<i>Baek-kimchi</i>	3.67±0.87	3.38±0.87	3.51±0.93	3.167**	3.60±0.85	3.30±0.71	3.44±0.79	3.242**
Vegetables <i>Durup-namul</i>	3.34±0.94	3.04±1.00	3.18±1.10	3.026**	3.25±0.94	3.10±0.61	3.17±0.88	1.378
<i>Susam-ganhoe</i>	3.01±0.95	2.74±0.61	2.87±0.99	2.840**	2.92±0.95	2.77±0.98	2.84±0.97	1.654
<i>Pajeon</i>	4.06±0.83	3.83±0.87	3.94±0.85	2.902**	4.06±0.87	3.79±0.98	2.84±0.97	3.096**
<i>Oi-sobagi</i>	3.62±0.84	3.35±0.97	3.48±0.92	2.981**	3.60±0.94	3.30±0.98	3.44±0.97	3.228**
<i>Ketnip-bugak</i>	3.35±0.76	3.15±0.99	3.24±0.90	2.402*	3.16±0.80	3.01±0.57	3.08±0.95	1.670
<i>Gaeseon-bossam-kimchi</i>	3.71±0.87	3.42±0.95	3.56±0.92	3.272**	3.66±0.84	3.18±0.51	3.40±0.67	5.303***
<i>Gujeolpan</i>	3.56±0.89	3.52±0.90	3.54±0.89	0.457	3.37±0.88	3.30±0.93	3.33±0.91	0.825
<i>Minari-ganghoe</i>	3.20±0.61	2.94±0.94	3.06±0.98	2.729**	3.03±0.99	2.92±0.88	2.97±0.94	1.239
Total	3.47±0.82	3.18±0.93	3.32±0.87		3.39±0.57	3.27±0.49	3.33±0.53	

\*  $p<0.05$ , \*\*  $p<0.01$ , \*\*\*  $p<0.001$ .**Table 7. Preference and purchase intention to fish, seeds and nuts on the healthy Korean food menu using environmentally-friendly organic ingredients (M±S.D.)**

Variable	Preference				Purchase intention			
	Male	Female	Total	<i>t</i>	Male	Female	Total	<i>t</i>
<i>Heugimja-juk</i>	3.25±0.99	3.19±1.00	3.22±1.04	0.570	3.17±0.21	3.08±0.54	3.12±0.38	0.954
<i>Eorigul-joet</i>	2.90±0.35	2.94±0.85	2.92±0.61	-0.381	3.01±0.34	2.81±0.91	2.90±0.62	1.892
<i>Daehan-Jatjupmuchim</i>	2.90±0.62	2.84±0.72	2.86±0.62	0.611	2.93±0.55	2.85±0.51	2.89±0.53	0.767
<i>Ggongchi-Kimchi-jjigae</i>	3.50±0.64	3.27±0.99	3.38±1.03	2.379*	3.51±0.31	3.14±0.99	3.31±0.70	3.815
<i>Gondure-Samchi-jorim</i>	3.19±0.41	2.94±0.99	3.06±0.95	2.676**	3.07±0.83	2.91±0.91	2.99±0.94	1.622
Fish/seed and nuts <i>Guamegi</i>	3.12±0.53	2.89±0.53	3.00±0.94	1.891	3.26±0.34	2.78±0.92	3.00±0.67	3.989
<i>Godeungeo-gui</i>	3.81±0.92	3.50±0.89	3.65±0.99	2.944**	3.72±0.68	3.31±0.97	3.50±0.83	4.278***
<i>Jeoneo-hoe-muchim</i>	3.42±0.64	3.06±0.73	3.23±0.92	3.328**	3.53±0.53	2.94±0.99	3.21±0.76	3.989***
<i>Ggae-yeot-gangjeong</i>	3.14±0.98	2.95±0.97	3.04±0.97	2.085*	3.03±0.95	2.94±0.99	2.94±0.97	5.693***
<i>Daehap-jjim</i>	3.60±0.97	3.42±0.95	3.50±0.98	1.895	3.68±0.43	3.36±0.96	3.51±0.69	3.281**
<i>Gajami-sikhae</i>	2.67±0.23	2.56±0.31	2.61±0.21	0.985	2.65±0.95	2.41±0.82	2.52±0.88	2.407*
<i>Eoseon</i>	2.93±0.91	2.75±0.35	2.83±0.94	2.053*	2.88±0.93	2.73±0.31	2.80±0.62	1.534
Total	3.20±0.68	3.03±0.77	3.12±0.73		3.20±0.43	2.94±0.82	3.07±0.63	

\*  $p<0.05$ , \*\*  $p<0.01$ , \*\*\*  $p<0.001$ .



3.03을 나타내 성별 간 유의한 차이를 보였다( $p<0.001$ ). 대합 썸의 경우, 남성이 여성보다 유의하게 높은 구매도를 보였으며( $p<0.01$ ), 가자미식해 또한 남성이 2.65, 여성이 2.41로 성별 간 유의한 차이를 보였다( $p<0.05$ ). 여성보다 남성에서 선호도와 구매도가 모두 높게 나타난 고등어구이의 주재료인 고등어에는 오메가 지방산을 다량 함유하고 있으며, 다른 푸른 생선에 비해 비타민과 무기질이 풍부하여 영양가를 인정 받고 있는 식품이다.

#### 8. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 중 해조류, 육류의 선호도와 구매도

Table 8은 친환경 유기농 식품을 활용하여 만든 한식 건강 메뉴 중 해조류와 육류에 대한 선호도와 구매도의 결과로 선호도에서 매생이국은 여성(2.72)보다 남성(3.02)이 높게 선호하였으며, 성별 간 유의한 차이가 나타났다( $p<0.01$ ). 매생이는 조직이 부드럽고 구수한 맛을 내는 식물성 고단백 알칼리성 무공해 식품으로 향토 음식으로 이용되어 오고 있으며, 조단백질 함량이 매우 높고, 필수아미노산 함량이 다른 해조류에 비하여 높다. 철이나 셀레늄과 같은 무기질, 비타민 A, C 및 오메가 지방산도 다량 함유하고 있어 영양학적으로 우수한 식품으로 알려져 있다(Lee TG 2009). 또한 중성지방과 콜레스테롤을 저해시키며, 펠라닌 생성을 억제하는 효과가 있는 것으로 보고되어 있는 기능성 식품으로 다양한 연령층에서의 친환경 농산물이 요구된다. 육류에서는 화양적과 임자수탕 중 임자수탕을 높게 선호하였으며, 여성(3.25)에 비해 남성(3.50)에서 유의적으로 높게 나타났다( $p<0.05$ ). 구매도에서는 매생이국이 남성 3.04, 여성 2.81로 남성이 여성에 비해 유의적으로 높게 나타났으며( $p<0.05$ ), 육류에서는 화양적(3.22)보다 임자수탕(3.26)에서 높은 구매도를 보였고, 임자수탕은 남성이 3.37, 여성이 3.16로 유의한 차이를 보였다( $p<0.05$ ). 농촌진흥청에 따르면 닭고기는 대표적인 백색 육으로 근육 속에 지방이 섞이지 않아 담백하고 섬유소가 부드러우며, 칼로리는 닭 날개 204 kcal, 가슴살 101 kcal, 다리 살 104 kcal

로 삼겹살 210 kcal, 쇠고기 등심 224 kcal에 비하여 낮으며, 다양한 아미노산을 포함하고 있어 맛이 좋고 단백질 함량도 높은 건강 다이어트 식품으로 보고되어 있다(Seo *et al* 2011). 따라서 여성보다 남성에서 선호도와 구매도가 높게 나타난 임자수탕은 국물 문화의 대표적인 메뉴로서, 궁중과 반가의 보양식으로 닭에 흰깨를 육수에 푼 탕 요리로 남성에게 익숙함으로 사료된다.

#### 9. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 선택 속성 분석

Table 9는 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 선택 속성으로 22개의 항목을 요인 분석한 결과로 항목에 대한 KMO 값은 0.869로 높게 나타났으며, 요인 적재치는 0.5를 상회하는 것을 하나의 요인으로 묶어 고유 값이 1 이상의 값을 네 개의 요인으로 추출하였다. 1요인은 메뉴의 다양성, 계절성, 메뉴판을 통한 설명성, 적합한 메뉴명, 메뉴의 가격으로 메뉴의 가치 요인이라 명명하였으며, 2요인은 메뉴의 영양적 균형성, 메뉴의 기능성, 메뉴의 양, 메뉴의 맛과 질, 메뉴의 신선도, 메뉴의 온도, 메뉴의 향, 메뉴의 주재료와 부재료와의 조화로 메뉴의 품질 요인이라 명명하였다. 3요인은 메뉴의 색채 조화, 메뉴의 디자인, 메뉴의 외관, 테이블클로스 및 냅킨의 색상과 재질, 매장 인테리어로 메뉴의 시각적 요인이라 명명하였으며, 4요인은 그 날의 기분 정도, 동행인의 권유, 종사원의 추천, 메뉴의 이벤트 여부로 메뉴의 심리적 요인이라 명명하였다. 이들 각각에 대한 Cronbach  $\alpha$  값은 메뉴의 가치 요인이 0.817, 메뉴의 품질 요인이 0.872, 메뉴의 시각적 요인이 0.791, 메뉴의 심리적 요인이 0.779로 모두 0.6 이상으로 타당성을 가졌다. Kang *et al*(2011)은 한식 레스토랑 메뉴 선택 속성에 대해 메뉴 디자인, 메뉴 품질, 건강, 메뉴 선택 동기, 메뉴 제공으로 5개 요인으로 구분하고, 30개 변수로 분석하였으며, 메뉴 디자인과 메뉴 품질에서 0.9 이상으로 높은 신뢰도를 나타냈다. Kang JA(2009)은 궁중음식 메뉴의 시각적 중요도와 메뉴 선택 선호도에 관한 연구에서

**Table 8. Preference and purchase intention to seaweed and meat on the healthy Korean food menu using environmentally-friendly organic ingredients** (M $\pm$ S.D.)

Variable	Preference				Purchase intention			
	Male	Female	Total	<i>t</i>	Male	Female	Total	<i>t</i>
Seaweed								
<i>Maesaengi-guk</i>	3.02 $\pm$ 0.27	2.72 $\pm$ 0.35	2.86 $\pm$ 0.21	2.847**	3.04 $\pm$ 0.91	2.81 $\pm$ 0.75	2.92 $\pm$ 0.88	2.112*
Meat								
	<i>Hwayangjeok</i>	3.40 $\pm$ 0.72	3.25 $\pm$ 0.91	3.32 $\pm$ 0.81	1.581	3.28 $\pm$ 1.10	3.17 $\pm$ 0.73	3.22 $\pm$ 0.92
<i>Imjasu-tang</i>	3.50 $\pm$ 0.80	3.25 $\pm$ 0.42	3.37 $\pm$ 0.93	2.604*	3.37 $\pm$ 0.75	3.16 $\pm$ 0.85	3.26 $\pm$ 0.80	2.092*
Total	3.45 $\pm$ 0.76	3.25 $\pm$ 0.67	3.35 $\pm$ 0.72		3.33 $\pm$ 0.93	3.17 $\pm$ 0.79	3.25 $\pm$ 0.86	

\*  $p<0.05$ , \*\*  $p<0.01$ .

1요인은 메뉴 선택 동기 요인으로 재료의 다양성, 메뉴에 대한 호기심, 메뉴판에서의 위치, 조리법, 프로모션 메뉴, 건강 메뉴, 메뉴의 지명도로 하였고, 2요인은 음식의 품질 요인으로 재료의 신선도, 메뉴의 양, 메뉴의 맛과 질, 메뉴의 색으로 하였다. 3요인은 심리적 동기 요인으로 동반자의 권유, 종업원의 권유, 과거의 경험으로 하였다. 4요인은 경제적 가치 요인으로 지불 금액에 대한 가치, 메뉴의 가격으로 정하여 총 16개의 항목으로 조사하였다. Hong *et al* (2013)는 외식 소비자의 라이프스타일과 한식 메뉴 선택 속성의 관계 연구

에서 1요인은 음식의 맛, 음식의 질, 음식의 신선도가 중요하다고 음식 품질 요인이라 명명하였고, 2요인은 메뉴 선택 시 함께 식사하는 사람의 권유, 종사자의 추천, 과거의 경험, 그날의 기분 정도가 중요하다고 추천 요인이라 명명하였다. 3요인은 메뉴의 계절성, 영양적인 균형성, 음식의 조리법이 중요하다고 건강 추구 요인이라 명명하였고, 4요인은 음식의 외관, 음식의 향, 음식의 온도가 중요하다고 음식 서비스 상태 요인이라 명명하였다. 5요인은 메뉴의 가격, 음식의 양, 메뉴의 다양성이 중요하다고 실용성 요인이라 명명하였고, 6

**Table 9. Analysis on selection factors of healthy Korean food menu using environmentally-friendly organic food**

Contents	Value of the menu (Factor 1)	Quality of the menu (Factor 2)	Visual aspect of the menu (Factor 3)	Psychological factor of the menu (Factor 4)
Diversity of menu	0.705			
Seasonableness	0.772			
Explanation through menu	0.750			
Appropriateness of menu name	0.775			
Price of menu	0.509			
Nutritional balance of menu		0.725		
Function of the menu		0.664		
Amount of food		0.555		
Flavor and quality of menu		0.677		
Freshness of menu		0.658		
Temperature of menu		0.675		
Smell of menu		0.569		
Harmony of main and minor ingredients		0.557		
Harmony of colors			0.671	
Design of menu			0.762	
Appearance of menu			0.613	
Color and texture of table cloth and napkins			0.708	
Interior design of restaurant			0.500	
Mood of the day				0.746
Suggestion of accompany				0.751
Suggestion of restaurant employee				0.730
Option for event menu				0.767
Eigen value	7.404	2.782	1.533	1.170
Dispersion rate(%)	33.652	12.645	6.966	5.320
Cronbach's $\alpha$	0.817	0.872	0.791	0.779

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) .869,  $\chi^2=4,535.359$ ,  $df=231$ ,  $p=0.000$ .

요인은 메뉴 선택 시 사회적인 체면, 메뉴 이벤트가 있으면 주문한다, 체질과 건강상태에 따라 달라진다고 외부요인이 라 명명하여 총 19개의 항목으로 조사하였다.

#### 10. 성별에 따른 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 선택 속성

Table 10은 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 선택 속성에 대하여 성별 간 차이를 나타낸 결과로 메뉴의 가치 요인에서 메뉴 선택 시 ‘메뉴의 가격’을 3.86으로 가장

중요시하였으며, 다음으로 메뉴판을 통한 설명성(3.74), 메뉴의 계절성(3.71), 메뉴의 다양성(3.65), 적합한 메뉴명(3.61) 순으로 나타났다. 남녀 모두 메뉴의 가격을 가장 중요시하였으며, 성별간의 유의한 차이는 없었다. 메뉴의 품질 요인에서는 ‘메뉴의 신선도’가 4.03으로 가장 높게 나타났으며, 메뉴의 맛과 질, 주재료와 부재료의 조화, 메뉴의 영양적 균형성 및 기능성이 높게 나타났다. 메뉴의 기능성과 메뉴의 양에서는 남성보다 여성이 유의적으로 높게 나타났으며( $p<0.05$ ), 메뉴의 맛과 질은 여성보다 남성이 높게 나타났고, 남성의 경우

**Table 10. Selection factors of healthy Korean food menu using environmentally-friendly organic food by gender (M±S.D.)**

Variable		Male	Female	Total	<i>t</i>
Value of the menu	Diversity of menu	3.63±0.99	3.67±0.79	3.65±0.89	-0.541
	Seasonableness	3.74±0.88	3.67±0.80	3.71±0.84	0.887
	Explanation through menu	3.75±0.88	3.72±0.87	3.74±0.88	0.402
	Appropriateness of menu name	3.63±0.93	3.60±0.81	3.61±0.87	0.315
	Price of menu	3.93±0.89	3.80±0.82	3.86±0.86	1.621
Total		3.11±0.62	3.08±0.03	3.09±0.58	
Quality of the menu	Nutritional balance of menu	3.76±0.86	3.75±0.89	3.76±0.88	0.051
	Function of the menu	3.59±0.86	3.78±0.83	3.69±0.85	-2.281*
	Amount of food	3.36±0.97	3.56±0.85	3.47±0.91	-2.296*
	Taste and quality of menu	4.11±0.96	3.92±0.95	4.01±0.96	2.124*
	Freshness of menu	4.03±0.96	4.03±0.89	4.03±0.92	0.097
	Temperature of menu	3.63±1.03	3.66±0.86	3.65±0.94	-0.421
	Smell of menu	3.71±1.01	3.73±0.82	3.72±0.91	-0.219
	Harmony of main and minor ingredients	3.85±0.98	3.76±0.97	3.80±0.92	0.952
Total		3.33±1.00	3.36±0.57	3.35±0.06	
Visual aspect of the menu	Harmony of colors	3.64±0.99	3.66±0.82	3.65±0.91	-0.216
	Design of menu	3.49±0.86	3.63±0.86	3.56±0.87	-1.654
	Appearance of menu	3.43±0.88	3.64±0.87	3.54±0.88	-2.483*
	Color and texture of table cloth and napkins	3.07±0.94	3.39±0.88	3.24±0.93	-3.639***
	Interior design of restaurant	3.43±0.92	3.50±0.90	3.47±0.91	-0.808
Total		2.85±0.56	3.00±0.46	2.94±0.57	
Psychological factor of the menu	Mood of the day	3.17±0.94	3.31±0.95	3.25±0.95	-1.621
	Suggestion of accompany	3.23±0.88	3.23±0.84	3.23±0.86	-0.074
	Suggestion of restaurant employee	3.20±0.88	3.27±0.95	3.24±0.92	-0.789
	Option for event menu	3.06±0.87	3.10±0.99	3.08±0.94	-0.390
Total		2.76±0.10	2.79±0.57	2.78±0.56	

\*  $p<0.05$ , \*\*\*  $p<0.001$ .

가장 높은 중요도를 나타내었다( $p<0.05$ ). 따라서 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴의 대중화를 위해 메뉴의 맛과 질, 주재료와 부재료의 조화, 메뉴의 영양적 균형성 및 기능성에 대한 고려뿐 아니라, 메뉴의 신선도가 부각된 메뉴의 개발이 요구된다. 메뉴의 시각적 요인에서는 ‘메뉴의 색채 조화’ 속성을 가장 중요시하였으며, 메뉴의 외관은 유의한 차이를 나타내었다( $p<0.05$ ). 테이블클로스 및 냅킨의 색상과 재질에서는 남성(3.07)에 비해 여성(3.39)이 높게 나타나, 성별과 유의한 차이를 나타냈다( $p<0.001$ ). 메뉴의 색채 조화, 메뉴의 디자인, 메뉴의 외관, 테이블클로스 및 냅킨의 색상과 재질에서 남성에 비해 여성이 전반적으로 높은 중요도를 나타냈다. 메뉴의 시각적 요인에 대한 중요도 결과가 높은 이유는 메뉴에 있어서 소비자의 직접적인 커뮤니케이션이 이루어지는 시각적 요소가 중요시됨으로 사료된다. 따라서 접시의 형태나 색상, 메뉴의 배치, 색채 조화, 외관 등 일반 메뉴와 차별화 될 수 있는 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴의 접시의 형태와 색상, 담음새, 장식, 디자인, 상차림에 대한 마케팅 전략이 필요하다고 사료된다. 메뉴의 심리적인 요인은 그날의 기분 정도(3.25), 종사원의 추천(3.24), 동행인의 권유(3.23), 메뉴의 이벤트 여부(3.08)로 중요시하였으며, 여성이 남성에 비해 중요도가 높았으나, 모든 항목에서 성별과 유의한 차이는 없었다. Lee OJ(2006)의 한식당 방문 시 메뉴 선택 속성 연구에서는 ‘메뉴의 맛이 가장 중요시 되었으며, 다음으로는 음식의 질, 음식의 신선도, 음식의 청결성, 음식에 대한 지식, 메뉴의 설득력 순으로 나타

났다. 성별에 따라서는 ‘메뉴의 맛’에서 남성보다 여성에서 중요하게 나타났으나, 본 연구에서는 여성보다 남성에서 더 중요시 되어, 본 연구와는 반대의 결과를 나타냈다. Cho MS (2005)는 한국 음식에 대한 맛 기호도 및 인지도 분석에서 한국 음식 개발에 대한 중요도 분석을 살펴보면, ‘음식의 질’을 가장 중요하게 생각하였다. 따라서 한식 메뉴의 개발에서 음식의 맛과 질의 중요도가 높게 나타나, 본 연구와 유사한 결과를 보였다.

11. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 선택 속성 요인이 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴의 선호도 및 구매도에 미치는 영향

Table 11은 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 선택 속성 요인이 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴의 선호도 및 구매도에 미치는 영향을 회귀 분석한 결과이다. 한식 건강 메뉴의 선호도와 구매도에 대한 영향으로 회귀 모형 설명력은 15.4%, 28.4%로 나타났으며, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다( $F=19.387, p<0.001/F=9.273, p<0.001$ ). 한식 건강 메뉴 선택 속성 요인 중 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴에 대한 선호도와 구매도에서 메뉴의 품질 요인이 가장 높게 영향을 미쳤으며, 메뉴의 시각적 요인, 심리적 요인, 가치 요인 모두에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

12. 메뉴별 선호도 및 구매도 상관관계

Table 11. The effect of selection factors regarding menu using environmentally-friendly organic ingredient on preference and purchase of healthy Korean food menu using environmentally-friendly organic ingredient

Dependence	Independence	B	Beta	T-value
	Constant	159.967		161.157***
Preference of healthy Korean food menu using environmentally-friendly organic food	Value of the menu	3.461	0.156	3.594**
	Quality of the menu	5.788	0.260	5.842***
	Visual aspect of the menu	3.910	0.176	3.947***
	Psychological factor of the menu	3.917	0.176	3.954***
$R^2=0.154, \text{ adjusted } R^2=0.146, F=19.387^{***}$				
	Constant	152.687		128.646***
Purchase of healthy Korean food menu using environmentally-friendly organic food	Value of the menu	2.280	0.090	1.922*
	Quality of the menu	5.293	0.208	4.465***
	Visual aspect of the menu	2.781	0.109	2.345*
	Psychological factor of the menu	3.344	0.131	2.818**
$R^2=0.284, \text{ adjusted } R^2=0.180, F=9.273^{***}$				

\*  $p<0.05$ , \*\*  $p<0.01$ , \*\*\*  $p<0.001$ .

Table 12는 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴별 선호도 및 구매도에 대한 상관관계를 나타낸 결과이다. 모든 메뉴별 선호도와 구매도에서 양의 상관관계를 보여 선호도가 높을수록 구매도도 높게 나타났다. 곡류 선호도에서는 곡류의 구매도가 가장 유의적으로 높게 나타났으며( $p<0.001$ ), 채소류 선호도에서도 채소류 구매도가 양의 상관관계를 나타냈다. 생선 종실류의 선호도는 생선 종실류의 구매도와 채소류 구매도에서 높은 상관관계가 나타났으며, 해조류 선호도에서는 육류 구매도가 낮게 나타났다. 육류의 선호도와 육류의 구매도에서는 유의적으로 높은 양의 상관관계를 나타냈다( $p<0.001$ ).

## 요약 및 결론

본 연구에서 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴의 이용 실태 및 선택 속성의 중요도를 조사 분석한 결과, 친환경 유기농 식품을 구매한 경험은 '있다'가 65.5%로 나타났으며, 이유로는 '가격이 비싸지만 믿을 수 있다'에서 남녀 모두 높게 나타났으며, 구매한 경험이 '없다'는 34.5%로 나타났으며, 이유로는 '가격이 비쌌', '일반 식품과 별 차이가 없음'으로 나타났다. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴에 대한 인식은 남녀 모두 '재료가 신선하다'에서 가장 높게 나타났으며, '가격 대비 가치 있음', '시각적 스타일이 좋음', '조리법 다양함', '다양한 종류 요리를 접함'은 남녀 모두 낮게 인식하였다. 친환경 유기농 식품의 발전 전망에서는 '보통이다' 이상의 응답자가 405명(93%)로 나타나, 조사 대상자의 대부분이 긍정적으로 인식하는 것으로 나타났다. 친환경 유기농 식품을 활용한 곡류에서는 '순두부찌개'와 '두부김치', 채소류에서는 '전주비빔밥'과 '파전', 육류에서는 '임자수탕'이 선호도와 구매도에서 높게 나타났다. 또한 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 선택 속성에 대한 결과로 각 요인에서 메뉴의 가격(3.86), 메뉴의 신선도(4.03), 메뉴의 색채 조화(3.65), 그날의 기분 정도(3.25)를 가장 중요시 하였다. 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴 선택

속성이 친환경 유기농 식품을 활용한 메뉴의 선호도 및 구매도에 미치는 영향을 분석한 결과에서 메뉴의 품질 요인이 가장 높게 영향을 미쳤으며, 시각적 요인, 심리적 요인, 가치요인 모두가 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 본 연구의 결과로 친환경 유기농 식품을 활용한 한식 건강 메뉴의 품질 요인, 시각적 요인을 감안한 외식기업이나 외식업체들의 메뉴 개발을 위한 기초자료로 활용하고, 일반 식품과 차별화 될 수 있는 고부가가치 상품으로서 친환경 유기농 식품을 활용한 메뉴에 대한 다양한 외식 마케팅 방안의 연구들이 필요할 것이다.

## REFERENCES

- Bae KG (2006) Current situation of agricultural organic products and organic processing food. *Food Science and Industry* 39: 35-51.
- Cho MS (2005) Health and nutrition implications of food away from home -current trends for marketing restaurants-. *Korean J Food Culture* 20: 767-776.
- Cho WH (2003) A study on characteristics and development strategies for production, consumption, distribution structures of environmentally friendly agricultural products department of Agri. *Ph D Dissertation* Korea University, Seoul. pp 91-107.
- Choi BR (2010) Influence of food-related lifestyle on Korean food perceptions and commercialization opinions as evaluated in Korean and non-Korea clusters. *MS Thesis* Dankook University, Seoul. pp 20-62.
- Chung HK, Kim MH, Kim HR, Chung HJ, Woo Nariyah (2011) Developing a health Korean food menu through Sikryochanyo. *Korean J Food & Nutr* 24: 37-53.
- Chung YS (2012) Consumer attitude and intention towards organic food : cross-cultural study of the United States and

Table 12. Correlation between preference and purchase by menu

	Grain purchase	Vegetable purchase	Fish/seed and nuts purchase	Seaweed purchase	Meat purchase
Grain preference	0.797***	0.567***	0.451***	0.385***	0.454***
Vegetable preference	0.611***	0.738***	0.556***	0.429***	0.344***
Fish/seed and nuts preference	0.526***	0.648***	0.719***	0.499***	0.395***
Seaweed preference	0.393***	0.465***	0.577***	0.818***	0.221***
Meat preference	0.478***	0.365***	0.304***	0.316***	0.729***

\*\*\*  $p<0.001$ .

- south Korea. Department of Nutritional Science & Food management. *MS Thesis* Ewha Womans University, Seoul. pp 58-62.
- Hong SS, Ko JY, Yoo Ey (2013) The study of relation between life style of dining-out consumers and menu selection attributes in Korean restaurants. *Korean Academic Soc Tourism Leisure* 25: 155-175.
- Hong YK (2002) A study on consumption situations and consumer satisfaction for organic agricultural products. *MS Thesis* Korea University, Seoul. pp 1-20.
- Hwang CJ (2009) A study on the purchase factors of the environment friendly agricultural products and measures to promote the purchase. *Ph D Dissertation* Hanseo University, Chungnam. pp 10-55.
- Jeon YH (2006) A study on how to promote food service businesses in growing wellbeing trend: focus on case study. *Foodservice Management Soc Korea* 2: 25-39.
- Kang DH (2011) A study of the parents' awareness and ways to expand environmentally-friendly agricultural products on elementary school for parents. *MS Thesis* Inje University, Busan. pp 1-12.
- Kang JA (2009) A study on the visual importance of the menu of Korean royal court cuisines and the selective preference. *MS Thesis* Sejong university, Seoul. pp 1-106.
- Kang YS, Park HJ, Jung JW (2011) A study on the effects of the selection attributes of Korean restaurant menu on customer satisfaction and revisit intention. *Korean J Culinary Research* 17: 1-17.
- Kim DK, Kim SJ, Lee KH(2011) The effect of organic food choice motive on attitude and intention of purchasing organic food. *Korean J Dietary Culture* 26: 506-512.
- Kim KJ, Kim SJ (2000) A study on restaurant menus evaluation factors in hotel. *Korean J Culinary Research* 6: 25-55.
- Kim LW (2010) The effect of health concern on purchase behavior of the environmental friendly agricultural products. *MS Thesis* Hanseo University, Chungnam. pp 1-86.
- Kim NS, Cho MK, Oh SH, Choi DS, Jung MY, Woo JW, Kwon J, Kim DH, Oh CH (2013) The effects of several types of *bibimbabs* on immune activities in mice. *J East Asian Soc Dietary Life* 23: 23-30.
- Lee GM, Lee SW, Cha SB (2010) Possibility and challenges of introducing 13 representative Korean food menus in USA campus dining service. *J Food Management Soc Korea* 13: 99-121.
- Lee HJ (2003) A study on the menu-selection behavior in hotel italian restaurant. *Korean J Culinary Research* 9: 37-54.
- Lee HS (2005) Study on the direction of developing organic food package in the wake of change in lifestyle of consumers who pursue well-being trend by focusing on well-being consumers and LOHAS consumers. *MS Thesis* Ewha Womans University, Seoul. pp 4-35.
- Lee OJ (2006) Exploring the attributions of menu choice and prefer menu by tourist's at the hotel Korean restaurant. *MS Thesis* Kyounggi University, Seoul. pp 7-57.
- Lee SK (2010) An analysis of the recognition difference between customers and employees health menu in a hotel restaurant. *MS Thesis* Chodang University, Jeonnam. pp 4-30.
- Lee TG (2009) Quality characteristics of the pound cake added with *mesangi(Capsosiphon fulvescens)* power. *Jeonnam Provincial University* 11: 221-227.
- Li XX (2012) Research on organic food package design-centered the XINSANHUI packaging design. *MS Thesis* Konkuk University, Seoul. pp 4-8.
- Park SJ, You SE (2007) A study of the effect of health motivation and environmental concern on choosing organic food. *Consumer Culture Research Institute* 10: 107-126.
- Park YS (2006) A study on the purchase selection and satisfaction of organic food by lifestyle of consumers. *MS Thesis* Cheju National University, Cheju. pp 1-3.
- Seo OS, Choi HC, Kang BS, Kim DW, Kang HK (2011) Grew up of the chicken industry. *RDA Interrobang* 22: 1-20.
- Shin BK (2011) A study about the impacts of recognition (perception) of Korean food on image, attitude, loyalty, and globalization seeking tendency-focused on Korean food globalization. *Ph D Dissertation* Kyunghee University, Seoul. pp 1-70.
- Shin IS (2011) The influence of benefit pursued by purchasing organic product over menu selection attribute of the dining industry and satisfaction level. *Ph D Dissertation* Kyungsoong University, Busan. pp 4-79.
- Sohn HJ (2008) A study on the perception of the organic agricultural products and the state of purchasing them among housewives. *MS thesis* Sangji University, Seoul. pp 23-36.
- Yin HY (2007) A study of influencing factors of purchase intention of consumers for food. *MS Thesis* Chonbuk National University, Chonbuk. pp 1-23.
- Yoon HY, Han YS (2005) A study on consumers' recognition

of organic agricultural products. *Korean J Food Cookery Sci* 1: 150.

Yu BY (2008) A study on the consumer's behavior for well-being foods. *MS Thesis* Sookmyung Women's University, Seoul. pp 5-11.

---

접 수: 2014년 5월 26일  
최종수정: 2014년 8월 3일  
채 택: 2014년 8월 28일