

서울지역 거주자의 외식행동에 관한 연구

남궁 석

서울보건전문대학 생활과학과

A Study on the Eating Out Behavior of Residents in the Seoul Area

Sok, NamKung

*Dept. of Living Science, Seoul Health
Junior College, Sunghnam, Korea*

Abstract

This study was undertaken to provide useful information to restaurant managers by analyzing eating out behavior and the diverse needs and wants of the people residing in the Seoul area. Four hundred twenty-seven(427) people were sampled for this study and classified into three groups : housewives, salarymen and college students. The results of this study are as follows :

(1) Among the groups, there were significant differences in general eating out behaviors such as 'frequency', 'preferred food style', and 'who pays the check' among others.

(2) The study showed housewives listing 'special occasion' as the primary reason for eating out, salarymen as 'savoring the taste' and college students as 'taking care of a meal'.

(3) All groups considered 'cleanliness' and 'taste' as an important criteria for selecting a restaurant and college students considered 'price' as especially important.

(4) When selecting a menu item, taste was considered most important by all groups. Housewives showed nutritional value to be important while salarymen chose the same item as companions and college students showed 'portions' and 'price' to be important.

(5) Degree of satisfaction of restaurants were found to be low with items such as 'price', 'range of menu choices' and 'courteousness of employees' being relatively low.

Key words : Eating Out Behavior.

서론

최근의 급속한 경제발전에 따른 소득증대와 생활수준의 향상, 여성의 사회참여 증가 등, 사회

경제적 여건 변화는 국민 식생활에도 많은 변화를 가져왔다. 즉, 식생활의 간편성과 다양성에 대한 욕구가 증대되었고, 이에 따라 외식빈도와 외식인구 또한 커다란 증가추세를 보이고 있다¹⁾.

여기서 외식이란 기관에 따라 자의적으로 정의되기는 하나 “가정 밖에서 행하는 가족단위의 식사는 물론이고 학교급식, 직장인이나 학생 그리고 주부 등이 집밖에서 식사 및 음주하거나 또는 분식집이나 포장마차 등에서 음식을 사먹는 행위”를 말하는 개념으로, 이러한 외식서비스를 제공하는 업종을 외식산업으로 총칭한다²⁾.

이러한 외식산업을 모³⁾는 식사제공을 중심으로 하는 급식주체와 음료제공을 중심으로한 음료주체의 두가지로 분류하였다. 그러나 이러한 분류에는 외식산업에서 큰 비중을 차지하고 있는 캐스트 푸드가 포함되어 있지 않고 또한 음식의 가정배달이나 출장조리 등의 산업이 성장하고 있어, 일본의 三家英治⁴⁾는 이러한 점을 포괄하여 외식산업을 점포음식, 무점포음식, 급식, 연회 등의 네가지로 분류하고 있다.

과거 소득수준이 낮았던 시대에는 외식의 역할이 단지 부족한 영양을 보충하는데 지나지 않았으나 70년대 이후 급속한 국민소득증대로 소비의식이 크게 변화하여 각기 다른 외식동기와 목적을 갖기에 이르렀고⁵⁾, 이와함께 외식산업의 전체규모도 17조원이라는 엄청난 규모에 이르게 되어 식생활에서 차지하는 비중은 매우 크게 되었다. 이는 93년도 도시근로자 가구당 월평균 가계수지중 외식비 비율의 증가추세(15.6%)와 식료품비중 외식비 비율의 증가율(26.7%)이 월평균 수입(9.0%) 및 지출액 증가율(9.7%)을 능가하는 것을 통해 파악할 수 있다^{6,7)}.

이처럼 외식산업이 발전하는 배경에는 소득증대와 생활수준의 상승, 소비의식행동변화, 여성의 사회참여증가, 사회의 레저지향화, 식생활 관련산업의 기술혁신 결과, 도시화, 국제화세계화 등 외식일반화의 확대를 유발하는 여러가지 요인들이 있어⁸⁾ 외식산업의 급속한 성장을 가능케하고 있다.

그러나 소비자의 욕구변화가 업계의 대응속도를 능가하여 날로 첨예화하고 있어서, 종래의 외식산업이 안고 있는 많은 문제점들^{9,10)}을 해결하지 않고는 더 이상 소비자들의 욕구를 충족시킬 수 없게 되었다.

그러므로 업계에서도 이러한 변화에 신속히 대응하기 위해서는 소비자들의 외식행동을 분석하고 이들이 원하는 것이 무엇인지를 파악함으로써 합리적인 마케팅전략을 수립하여야 한다. 그러나 아직까지 몇몇 연구들^{12,15)}을 제외하고는 소비자들의 외식행동에 관한 정밀한 연구가 충분치 못하고 정보 또한 부족하여 업계의 마케팅전략수립에 많은 문제점을 내포하고 있다.

따라서 본 연구는 이와같은 문제점들을 해결하고자 조사대상자들을 전업주부, 직장남성, 대학생의 3개 집단으로 나누어, 각 집단의 외식행동을 분석하고 또한 그들의 욕구를 실증적으로 파악하여 소비자에게는 보다 효율적인 소비계획을 수립할 수 있도록 하고 외식업 종사자들에게는 합리적인 마케팅전략 수립에 필요한 정보를 제공하는데 그 목적이 있다.

연구 방법

1. 조사대상 및 기간

본 조사의 대상으로는 서울특별시에 거주하는 사람들로 한정하고 이들을 편의표본추출법을 이용하여 전업주부, 직장남성, 대학생 등의 3개 집단으로 나누어 각 집단별로 170명씩 총 510명을 조사대상으로 선정하였다.

조사는 1994년 12월 5일에서 12월 17일까지 이루어졌다.

2. 조사내용 및 방법

본 조사에서는 서울특별시 거주자들의 외식행동을 파악하고자, 조사대상자들을 전업주부, 직장남성, 대학생 등의 3개 집단으로 구분하여 1) 외식행동과 관련된 일반적 사항, 2) 외식동기, 3) 외식장소 및 메뉴 선택기준, 4) 이용 외식업체에 대한 만족도 등을 조사함으로써, 집단별 외식행동 특성을 파악하였다.

조사를 위한 자료의 수집은 1차 자료수집방법중에서 의사소통법을 이용하였는데 이중에서도 특히 설문지를 이용한 대인면접법을 이용하여

10명의 잘 훈련된 대학생 연구보조원들이 총 510명의 조사대상자들에게 직접 설문지를 배포하고 바로 회수하는 방법으로 이루어 졌다. 이때, 외식에 대한 조작적 정의는 '학교급식, 직장급식 등의 단체급식과 음주는 제외하고, 가족단위의 외식은 물론 학생, 직장인, 주부 등이 집밖에서 식사하거나 또는 분식점이나 포장마차 등에서 음식물을 사먹는 행위'로 하였다.

배포된 설문지중 445부가 회수되었고(회수율 : 87.25%) 사전검토 및 편집과정을 거쳐 분석에 사용불가능한 18부를 제외한 427부가 최종분석에 이용되었다.

3. 자료분석

조사에 이용된 자료의 분석은 SPSS PC¹ 프로그램¹⁵⁾을 이용하여, 조사대상자의 일반적 특성은 Frequency, 외식행동과 관련된 일반적 사항은 χ^2 -test를 하였고 외식동기, 외식장소 및 메뉴의 선택기준, 그리고 만족도 등은 ANOVA를 실시하였다. 특히 외식장소의 선택기준은 이것을

유형화하기 위해 Factor Analysis를 행하였다.

결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

연구에 이용된 조사대상자의 일반적 특성은 Table 1과 같다.

전체적으로 보면, 대학생(34.7%), 직장남성(33.7%), 그리고 주부(31.6%)가 서로 비슷한 비율로 조사되었다.

주부의 경우, 연령은 40대와 30대가 대부분이었고 학력은 고졸자가 대다수를 차지했다. 가정의 월평균소득은 100~150만원대, 150~200만원대의 순이었고 250만원 이상인 사람도 17%나 되었다.

직장남성은 30대가 43.1%로 가장 많았고, 다음으로 40대, 20대의 순이었다. 학력은 고졸자가 39.6%로 가장 많았고 대학졸업자와 대학원 졸업자가 동일하게 24.3%씩을 차지하였다. 가정의 월평균 소득을 보면 150~200만원대인 사람이

Table 1. The Demographic Characteristics of Samples

Item		Housewife	Salaryman	College Student	Total	(): %
Sex	Male	—	144(100)	81(54.7)	225(52.7)	
	Female	135(100)	—	67(45.3)	202(47.3)	
Age	20's	27(20.0)	26(18.1)	148(100)	201(47.1)	
	30's	44(32.6)	62(43.1)	—	106(24.8)	
	40's	47(34.8)	34(23.6)	—	81(19.0)	
	Over 50	17(12.6)	22(15.3)	—	39(9.1)	
Education	Below Middle School	13(9.6)	1(0.7)	—	14(3.3)	
	High School Grad	83(61.5)	57(39.6)	—	140(32.8)	
	Jr. College Grad	6(4.4)	16(11.1)	—	22(5.2)	
	College Student	—	—	148(100)	148(34.7)	
	College Grad	29(21.5)	35(24.3)	—	64(15.0)	
	Graduate School	4(3.0)	35(24.3)	—	39(9.1)	
Household Income (₩10,000)	Below 60	2(1.5)	9(6.3)	12(8.1)	23(5.4)	
	60-100	16(11.9)	27(18.8)	27(18.2)	70(16.4)	
	100-150	44(32.6)	27(18.8)	39(26.4)	110(25.8)	
	150-200	28(20.7)	34(23.6)	33(22.3)	95(22.2)	
	200-250	22(16.3)	24(16.7)	23(15.5)	69(16.2)	
	Above 250	23(17.0)	23(16.0)	14(9.5)	60(14.1)	
Total		135(31.6)	144(33.7)	148(34.7)	427(100)	

가장 많았고, 60~100만원대인 사람들을 제외하고는 모두 비슷한 수준을 보였다.

대학생의 경우에는 남자가 다소 많았고 연령은 전원이 20대였다. 또한 가정의 월평균 소득수준은 100~150만원대, 150~200만원대, 그리고 60~100만원대의 순이었다.

2. 외식행동 관련 일반적 사항

1) 월평균 외식비

월평균 외식비를 전체적으로 보면 Table 2에서와 같이, 3~6만원대(26.2%), 6~10만원대(24.4%), 10~15만원대(20.6%)의 순으로 나타났다.

이를 집단별로 분류해 보면, 주부의 경우 3만원 미만(31.1%), 3~6만원대(29.6%), 그리고 6~10만원대(22.2%)의 순이었고 이들의 합이 전체의 82.9%나 되어 주부들의 월평균 외식비는 비교적 적은 것으로 나타났다. 직장남성은 10~15만원대가 32.9%로 단연 많았고 다음으로 6~10만원대(24.3%)와 15만원 이상(16.7%)의 순이었다. 또한 대학생은 월 외식비가 3~6만원대인 사람이 35.8%로 가장 많았고 6~10만원대가 26.4%의 순이었다.

이상의 결과, 전반적으로 직장남성의 월평균 외식비가 가장 많았고 대학생과 주부는 직장남성에 비해 상대적으로 매우 낮은 수준인 것으로 나타났다($P<0.05$).

2) 외식빈도

조사대상자 전체적으로는 1주일에 5~6회(26.9%)와 1주일에 1~2회(26.0%)가 가장 많았고 하루 2회 이상인 사람도 17.1%나 되었다.

집단별로 보면, 주부는 1개월에 1~2회(40.7%)와 1주일에 1~2회(31.1%)가 대부분이었고 특별한 날에만 외식하는 주부도 16.3%나 되었다. 직장남성은 1주일에 5~6회(34.7%)와 1주일에 1~2회(28.5%)의 순이었고 특히, 대학생은 1주일에 5~6회(41.2%)와 하루 2회 이상(30.4%)이 많아서 가장 빈번한 외식빈도를 보였다.

결국, 대학생, 직장남성, 주부의 순으로 외식을 자주하는 것으로 나타났다($P<0.05$).

3) 외식시기

조사대상자들은 점심과 저녁에 (54.8%), 저녁에(24.8%), 그리고 점심에(19%)의 순으로 외식을 많이 하는 것으로 나타났다.

집단별로는 주부는 점심과 저녁에(40.7%)와 저녁(38.5%)에, 직장남성은 점심과 저녁에(62.5%)와 저녁(24.3%)에 주로 외식을 하는 것으로 나타났고, 대학생은 김¹³⁾의 연구에서와 같이 점심과 저녁에(60.1%)와 점심에(24.3%)의 순으로 나타났다($P<0.05$).

4) 선호하는 외식업체

조사대상자들은 집단구분없이 단연 한식집(69.3%)을 선호하였고 그중에서도 직장남성의 강도가 가장 강하여(72.9%), 신¹⁷⁾의 연구와 같은 결과를 보였다. 그러나 대학생집단은 이¹⁸⁾ 등의 연구결과처럼 주로 한식을 선호하고 있으나 캐스트 푸드점에 대한 선호도는 타집단에 비해 상대적으로 높게(18.9%) 나타났다($P<0.05$). 그러므로 한식점을 제외한 업체들은 고객들의 욕구를 정확히 파악하여 효율적으로 대응함으로써 고객선호도를 향상시키고 고객유입력을 확대해 나가야 할 것이다.

5) 외식시 동행자

외식시 동행하는 사람은 친구(50.4%)와 가족 및 친지(35.4%)의 순이었다. 집단별로, 주부는 주로 가족 및 친지와 함께(74.8%) 동행하며 직장남성은 직장동료(33.3%)와 가족 및 친지(33.3%), 친구(28.5%)가 동행인의 대다수를 차지하였다. 또한 대학생집단은 친구가 94.6%로 절대적인 수치를 나타냈다.

결국, 주부는 가족 및 친지와 직장남성은 직장동료, 가족 및 친지와, 그리고 대학생은 친구와 주로 외식시 동행하는 것으로 나타났다($P<0.05$).

6) 1회외식비

1회외식시 지출비용은 전체적으로는 2만원 이상을 쓰는 사람이 26%로 가장 많았고 다음으로 2~4천원대(22.5%)와 1~2만원대(22%)의 순이었다.

집단별로 살펴보면, 주부는 2만원 이상(43.7%)

Table 2. General Eating Out Behavior by Group

() : %

	Item	Housewife	Salaryman	College Student	Total	
Cost of Eating Out Per Month (₩ 10,000)	Below 3	42(31.1)	10(6.9)	25(16.9)	77(18.0)	$\chi^2=80.95$ D.F.=8 P=.00000
	3- below 6	40(29.6)	19(13.2)	53(35.8)	112(26.2)	
	6- below 10	30(22.2)	35(24.3)	39(26.4)	104(24.4)	
	10- below 15	13(9.6)	56(38.9)	19(12.8)	88(20.6)	
	More than 15	10(7.4)	24(16.7)	12(8.1)	46(10.8)	
Frequency	More than 2/day	2(1.5)	26(18.1)	45(30.4)	73(17.1)	$\chi^2=174.43$ D.F.=10 P=.00000
	5-6/week	4(3.0)	50(34.7)	61(41.2)	115(26.9)	
	1-2/week	42(31.1)	41(28.5)	28(18.9)	111(26.0)	
	1-2/month	55(40.7)	21(14.6)	3(2.0)	79(18.5)	
	Special Occasion	22(16.3)	—	6(4.1)	28(6.6)	
	Rarely	10(7.4)	6(4.2)	5(3.4)	21(4.9)	
Time of Day	Lunch	26(19.3)	19(13.2)	36(24.3)	81(19.0)	$\chi^2=34.55$ D.F.=6 P=.00001
	Dinner	52(38.5)	35(24.3)	19(12.8)	106(24.8)	
	Breakfast + Lunch	2(1.5)	—	4(2.7)	6(1.4)	
	Lunch + Dinner	55(40.7)	90(62.5)	89(60.1)	234(54.8)	
Preferred Food Style	Fast Food	7(5.2)	6(4.2)	28(18.9)	41(9.6)	$\chi^2=50.53$ D.F.=12 P=.00000
	Korean	87(64.4)	105(72.9)	104(70.3)	296(69.3)	
	Western	11(8.1)	13(9.0)	4(2.7)	28(6.6)	
	Japanese	10(7.4)	7(4.9)	—	17(4.0)	
	Chinese	9(6.7)	—	3(2.0)	12(2.8)	
	Hotel (Buffet)	1(0.7)	—	1(0.7)	2(0.5)	
	Others	10(7.4)	13(9.0)	8(5.4)	31(7.3)	
Companion	Alone	—	7(4.9)	5(3.4)	12(2.8)	$\chi^2=292.83$ D.F.=6 P=.00000
	Friends	34(25.2)	41(28.5)	140(94.6)	215(50.4)	
	Co-Workers	—	48(33.3)	1(0.7)	49(11.5)	
	Family	101(74.8)	48(33.3)	2(1.4)	151(35.4)	
Cost of Eating Out (one time)	Below 2,000	2(1.5)	—	14(9.5)	16(3.7)	$\chi^2=183.39$ D.F.=10 P=.00000
	2,000- 4,000	5(3.7)	14(9.7)	77(52.0)	96(22.5)	
	4,000- 6,000	13(9.9)	15(10.4)	23(15.5)	51(11.9)	
	6,000-10,000	15(11.1)	28(19.4)	16(10.8)	59(13.8)	
	10,000-20,000	41(30.4)	39(27.1)	14(9.5)	94(22.0)	
	More than 20,000	59(43.7)	48(33.3)	4(2.7)	111(26.0)	
Who Pays the Check	One Person	63(46.7)	108(75.0)	50(33.8)	221(51.8)	$\chi^2=95.91$ D.F.=6 P=.00000
	Pay Dutch	8(5.9)	5(3.5)	48(32.4)	61(14.3)	
	Split Equally	47(34.8)	19(13.2)	28(18.9)	94(22.0)	
	Depends on Situation	17(12.6)	12(8.3)	22(14.9)	51(11.9)	
Time Spent	under 30 minutes	2(1.5)	8(5.6)	16(10.8)	26(6.1)	$\chi^2=89.69$ D.F.=8 P=.00000
	30 min-1 hour	31(23.0)	57(39.6)	99(66.9)	187(43.8)	
	1-2 hours	79(58.5)	70(48.6)	26(17.6)	175(41.0)	
	2-3 hours	21(15.5)	7(4.9)	6(4.1)	34(7.9)	
	more than 3 hours	2(1.5)	2(1.4)	1(0.7)	5(1.2)	
	Total	135(31.6)	144(33.7)	148(34.7)	427(100)	

과 1~2만원대(30.4%)의 순이었고 직장남성도 순위는 같았으나 비율은 조금씩 낮았다(<33.3%> <27.1%>). 대학생의 경우는 2~4천원대가 52%로 절반을 넘고 있어서 1회의식비로 상대적으로 가장 적은 비용을 지출하고 있는 것으로 나타났다(P<0.05). 이처럼 주부와 직장남성의 1회의식비 지출액은 상당히 많고 대학생의 경우는 적게 나타나는 것은 주부들은 가족과 함께, 직장남성들은 가족이나 직장동료들과 함께 주로 외식을 하면서 대개의 경우 혼자 비용을 모두 부담하며, 또한 대학생들은 주로 친구와 동행하지만 각자가 비용을 부담하는 경우가 많기 때문인 것으로 해석된다.

7) 외식시 비용부담

외식비용의 부담방식에 있어서는 많은 사람들이(51.8%)이 '어느 한 사람이 모두 부담한다'고 답하였다. 이러한 경향은 특히 직장남성집단(75%)에서 크게 나타났으며, '자신의 비용만 부담한다'고 응답한 사람은 대학생집단에서(32.4%) 가장 높게 나타났다(P<0.05).

8) 1회의식시 소비시간

전체적으로 대개 30분~1시간(43.8%)과 1~2시간 이내(41%)를 소비하는 것으로 나타났는데, 집단별로는 주부와 직장남성은 각각 58.5%와 48.6%가 1~2시간 이내를 소비하는 것으로 나타

났고 대학생집단은 30분~1시간 이내(66.9%)가 가장 많아서 가장 짧은 시간을 소비하는 것으로 분수 있다(P<0.05).

3. 외식의 동기

조사대상자들의 외식동기를 조사하기 위해, 8개항의 주요 동기항목을 제시하고 이를 리커트 5점척도로 측정하였으며 그 결과는 Table 3과 같다.

조사대상자들의 외식동기는 '특별한 날을 기념하기 위해'(평균 3.44)와 '사교적인 목적을 위해'(3.42), 그리고 '한끼 식사섭취를 위해'(3.39)의 순으로 높게 나타났다. 반면에 '영양보충,' '가정에서의 식사준비가 번거로워,' '시간절약' 등은 약 2.4이하로 상당히 낮았다.

집단별로 보면, 주부는 '특별한 날을 기념하기 위해'(3.65)가 가장 높았고 '기분전환'(3.56), '맛을 즐기기 위해'(3.48) 등의 항목이 높게 나타났다. 직장남성은 '맛을 즐기기 위해'(3.66)가 가장 높게 나타났고 '사교적인 목적'(3.55)과 '특별한 날을 기념하기 위해'(3.49)가 그 다음을 차지했다. 대학생들은 '한끼 식사섭취를 위해'(3.91)항목에 가장 높은 값을 부여하였고 다음으로 '사교적인 목적을 위해'(3.50)항목에 높은 점수를 부여하고 있다.

Table 3. Motives for Eating Out by Group

Item	Housewife	Salaryman	College Student	F-value	Mean
	Mean±S.D.	Mean±S.D.	Mean±S.D.		Mean±S.D.
To Take Care of a Meal	2.94±1.04	3.28±1.12	3.91±0.96	31.31**	3.39±1.04
To Savor the Taste	3.48±0.86	3.66±0.75	2.91±0.95	30.56**	3.34±0.86
Social Reasons	3.19±1.12	3.55±1.03	3.50±0.88	5.02**	3.42±1.01
To Save Time	2.29±0.98	2.48±0.88	2.43±0.98	1.50	2.40±0.95
Special Occasions	3.65±0.99	3.49±0.99	3.19±1.20	6.82**	3.44±1.07
Troublesomeness of a Home-Cooked Meal	2.55±1.08	2.31±1.06	2.33±1.17	2.00	2.39±1.11
To Fulfill Required Nutrients	2.39±1.02	2.53±0.97	2.15±1.06	5.36**	2.36±1.02
Accommodate Diversion	3.56±0.81	3.34±1.07	2.86±1.20	17.25**	3.25±1.04

* P<0.05 ** P<0.01

즉, 주요 외식동기는 주부가 '특별한 날을 기념하기 위해', 직장남성이 '맛을 즐기기 위해', 그리고 대학생이 '한끼 식사섭취를 위해'인 것으로 나타났다($P<0.05$).

결국 '시간절약'과 '식사준비의 번거로움 때문'의 항목을 제외하고는 모든 항목에서 집단간에 통계적으로 유의한 차이를 보여 집단별 주요동기에 부합할 수 있는 업계의 마케팅전략 수립이 필요하다.

4. 외식장소 및 메뉴 선택기준

1) 외식장소 선택기준

먼저 조사대상자들에 대한 외식장소 선택기준은 10개의 중요 선택기준으로 조사하였고 그 결과는 Table 4에 나타난 바와 같이 각 항목들에 대한 집단간 평균치는 '메뉴의 다양성', '점포내외의 분위기', '편리한 입지조건' 등을 제외하고는 모든 항에서 유의한 차이를 보이고 있었다($P<0.05$).

구체적으로 살펴보면, 조사대상자들은 10개 선택기준을 모두 중요하게 고려하고 있었으나, 특히 '위생 및 청결성'이 평균 4.17로 가장 중요시 되었고 '음식의 맛'(4.11), '점포내외의 분위기'(3.84), '종업원들의 친절'(3.82) 등도 매우 중요한 선택기준으로 고려되고 있었다. 반

면에 '점포의 명성'(3.09)과 '음식의 양'(3.17)은 상대적으로 덜 중요시하는 것으로 나타나서 결국 조사대상자들은 외식장소 선택시 음식의 양이나 점포의 명성보다는 점포의 위생 및 청결성과 음식자체의 맛을 크게 고려한다고 하겠다.

집단별로 가장 중요시하는 기준을 분석해 보면, 주부와 직장남성들은 모두 '위생 및 청결성'(4.33)(4.21)과 '음식의 맛'(4.24)(4.10)을 특히 중요시하였고 '종업원들의 친절'(3.95)(3.88)과 '점포내외의 분위기'(3.93)(3.83) 등이 그 다음을 차지하고 있었다. 반면에 대학생집단은 '가격수준'(4.01)과 '음식의 맛'(4.01)을 상당히 중요하게 생각하고 있어 타집단과는 다른 특성을 보여 주었다.

상대적으로 덜 중요시하는 기준은 주부는 '음식의 양'(3.15)과 '점포의 명성'(3.17) 등이었고 직장남성은 '음식제공의 신속성'(3.06)과 '음식의 양'(3.06), 그리고 대학생집단은 '점포의 명성'(2.74)이었다.

이상의 결과를 바탕으로 외식업체에서는 모든 사항에 신경을 써야하겠지만 특히 '음식의 맛'뿐만 아니라 '위생 및 청결도', '종업원들의 친절', 그리고 '점포내외의 분위기' 등 청결과 서비스에 관련된 항목들에 대한 개선노력과 함께 대학생집단을 위한 적절한 '가격수준'의 제시가 필요한 것이다.

Table 4. Criteria for Selecting Restaurant

Item	Housewife	Salaryman	College Student	F-value	Mean
	Mean± S.D.	Mean± S.D.	Mean± S.D.		Mean± S.D.
Range of Menu Choices	3.39± 0.73	3.17± 1.03	3.22± 0.85	2.23	3.26± 0.88
Taste	4.24± 0.55	4.10± 0.73	4.01± 0.68	4.10*	4.11± 0.66
Atmosphere	3.93± 0.67	3.83± 0.62	3.76± 0.77	2.33	3.84± 0.69
Cleanliness	4.33± 0.71	4.21± 0.72	3.98± 0.79	8.07**	4.17± 0.74
Promptness of Service	3.36± 0.81	3.06± 0.82	3.51± 0.79	11.88**	3.31± 0.80
Price	3.64± 0.66	3.46± 0.62	4.01± 0.75	24.38**	3.71± 0.68
Courteousness of Employees	3.95± 0.79	3.88± 0.65	3.64± 0.78	7.09**	3.82± 0.74
Portions	3.15± 0.84	3.06± 0.82	3.31± 0.97	3.13*	3.17± 0.88
Convenient Location	3.56± 0.88	3.63± 0.80	3.66± 0.77	0.53	3.62± 0.82
Reputation	3.17± 0.94	3.38± 0.91	2.74± 0.94	17.54**	3.09± 0.93

* P<0.05 ** P<0.01

Table 5. Factor Analysis of Criteria for Selecting Restaurant by Total

Factor	Item	Factor Loading	Eigen value
I. Environment	Cleanliness	.79561	2.41870
	Atmosphere	.74623	
	Taste	.74152	
II. Economic & Services	Price	.76968	1.98019
	Promptness of Service	.74290	
	Portions	.57226	
	Courteousness of Employees	.54967	
III. Convenience	Reputation	.79926	1.15052
	Convenient Location	.64084	
	Range of Menu Choices	.52791	

이러한 외식장소의 선택기준들을 유형화하고자 요인분석을 한 결과, Table 5에서 보는 바와 같이 1. 환경적 요인, 2. 경제적 및 서어비스 요인, 3. 이용편의적 요인 등의 3개 요인이 추출되었다. 즉, 조사대상자들은 각각 1. 점포가 갖는 환경적 요인을 중요시하는 집단, 2. 경제적 및 서어비스 요인을 중요시하는 집단, 그리고 3. 점포이용의 편의적 요인을 중요한 장소선택기준으로 생각하는 집단 등으로 구분되고 있다.

조사대상자들은 자신들이 중요시하는 요인들에 의해 외식장소를 선택하므로 외식업체에서는 추구하는 편의의 유형에 따라 각 유형에 속해있는 집단별로 각기 다른 대응전략을 수립하고 접근해야 할 것이다. 즉 점포가 갖는 환경적 요인을 중요시하는 집단에 소구하기 위해 쾌적한 점포분위기 창출, 위생 및 청결 유지, 그리고 독특한 음식맛의 개발 등에 지속적인 노력을 기울여야 할 것이며, 또한 경제적 및 서어비스 요인을 중요시하는 집단을 위해서는 적절한 가격수준과 넉넉한 음식의 양, 그리고 종업원들의 친절한 접객서어비스를 제공하는 것이 효과적일 것이다. 그리고 이용편의적

요인을 중요시하는 집단에 대해서는 꾸준한 촉진활동으로 점포의 명성을 부각시키고 이용이 편리한 입지조건으로 접근하려는 전략이 필요할 것이다.

조사대상자들을 각 집단별로 유형화하면 Table 6과 같다.

먼저 주부들은 1. 서어비스 및 경제적 요인을 중요한 기준으로 삼는 집단, 2. 환경적 요인을 중요시하는 집단, 그리고 3. 점포의 명성을 중요시하는 집단 등으로 구분되고 직장남성들은 1. 점포가 갖는 환경적 요인을 중요하게 생각하는 집단, 2. 이용편의적 요인을 중요시하는 집단, 3. 경제적 요인을 중요시하는 집단, 그리고 4. 기타 등의 4집단으로 나누어지고 있다. 끝으로 대학생들은 1. 환경 및 서어비스 요인을 중요한 장소선택기준으로 생각하는 집단, 2. 경제적 요인을 중요하게 생각하는 집단, 그리고 3. 이용편의적 요인을 중요시하는 집단 등으로 구분되고 있다. 따라서 조사대상자 집단별로도 추구편익이 서로 다른 소집단들이 존재하므로 각 소집단에 부합할 수 있는 전략 개발 및 수행이 절실히 요구된다.

Table 6. Factor Analysis of Criteria for Selecting Restaurant by Group

Group	Factor	Item	Factor Loading	Eigen value
Housewife	I. Services & Economic	Promptness of Service	.76553	3.32554
		Price	.67834	
		Courteousness of Employees	.65058	
		Convenient Location	.59708	
		Portions	.53357	
	II. Environment	Taste	.78792	1.50927
		Atmosphere	.67307	
		Cleanliness	.66446	
		Range of Menu Choices	.61581	
	III. Reputation	Reputation	.87197	1.15847
Salaryman	I. Environment	Taste	.83128	2.73608
		Cleanliness	.82584	
		Atmosphere	.74566	
	II. Convenience	Courteousness of Employees	.74995	1.57119
		Convenient Location	.72837	
	III. Economic	Portions	.77588	1.31426
		Price	.70388	
	IV. Others	Range of Menu Choices	.77472	1.07014
		Promptness of Service	.62835	
		Reputation	.62162	
College Student	I. Environment & Services	Atmosphere	.70704	2.66473
		Taste	.69793	
		Range of Menu Choices	.65610	
		Cleanliness	.60866	
		Courteousness of Employees	.58327	
	II. Economic	Reputation	.52214	1.70001
		Portions	.75118	
		Price	.67919	
	III. Convenience	Promptness of Service	.85494	1.22419
		Convenient Location	.67471	

2) 메뉴 선택기준

다음으로 메뉴선택시 중요한 고려사항을 살펴보면, Table 7에서 보는 바와 같이 각 항목들에 대한 집단간 평균치는 모든 항목들에서 서로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다($P < 0.05$).

전체적으로 보면, '음식의 맛'을 가장 중요한 메뉴선택기준으로 고려하였고(4.19), '동행자와 같은 것'(2.85)과 '신속히 제공되는 것'(3.04), 그리고 '음식의 양' 등이 상대적으로 덜 중요한 기준으로 나타나서 남과 같은 것이나 양이 많은 것보다는 '음식의 맛'을 더 중요하게 생각하는 것으로 나타나 최근의 생활수준향상에 따른 식

생활의 변화를 반영하고 있다.

집단별로도 모두 '음식의 맛'을 가장 중요하게 고려하고 있었고, 다음으로 주부는 '음식의 영양가', 직장남성은 '동행자와 같은 것', 그리고 대학생은 '음식의 양'과 '가격수준', 그리고 '신속히 제공되는 것' 등의 항목을 타집단에 비해 상대적으로 중요시하는 것으로 나타났다.

그러므로 외식업체에서는 각 항목에 심혈을 기울여야 하지만 특히 '점포별 특색한 맛'을 개발하도록 노력해야 할 것이며, 소수집단에 따른 '양'과 '가격'전략의 수립이 요구된다 하겠다.

Table 7. Criteria for Selecting a Menu Item

Item	Housewife	Salaryman	College Student	F-value	Mean
	Mean± S.D.	Mean± S.D.	Mean± S.D.		Mean± S.D.
Taste	4.29± 0.55	4.24± 0.61	4.07± 0.69	4.99**	4.19± 0.62
Portions	3.09± 0.77	3.05± 0.74	3.36± 0.88	6.44**	3.17± 0.80
Nutritional Value	3.68± 0.79	3.42± 0.82	3.11± 0.86	16.79**	3.40± 0.82
Price	3.65± 0.63	3.49± 0.78	3.94± 0.71	15.14**	3.70± 0.71
Promptness of Service	2.94± 0.90	2.93± 0.93	3.24± 0.87	5.68**	3.04± 0.90
Same as Companion	2.82± 0.89	3.03± 0.95	2.69± 1.04	4.78**	2.85± 0.96

* P<0.05 ** P<0.01

Table 8. Degree of Satisfaction of Restaurant

Item	Housewife	Salaryman	College Student	F-value	Mean
	Mean± S.D.	Mean± S.D.	Mean± S.D.		Mean± S.D.
Range of Menu Choices	3.13± 0.49	3.12± 0.56	2.93± 0.65	5.92**	3.06± 0.57
Taste	3.57± 0.55	3.36± 0.75	3.33± 0.69	5.18**	3.42± 0.67
Atmosphere	3.39± 0.59	3.27± 0.59	3.10± 0.74	7.23**	3.25± 0.65
Cleanliness	3.32± 0.68	3.03± 0.77	3.03± 0.75	6.91**	3.12± 0.73
Promptness of Service	3.33± 0.56	3.10± 0.67	3.21± 0.72	4.27*	3.21± 0.66
Price	3.07± 0.58	2.97± 0.65	3.14± 0.77	2.17	3.06± 0.67
Courteousness of Employees	3.18± 0.63	2.99± 0.82	3.05± 0.71	2.37	3.07± 0.73
Portions	3.18± 0.62	3.22± 0.57	3.28± 0.77	0.80	3.23± 0.66
Convenient Location	3.25± 0.61	3.33± 0.72	3.55± 0.80	6.93**	3.38± 0.72
Reputation	3.24± 0.54	3.21± 0.65	3.09± 0.61	2.68	3.18± 0.60

* P<0.05 ** P<0.01

5. 외식업체에 대한 만족도

업체에 대한 만족도 조사는 외식장소 선택기준에 이용된 10개 항목을 그대로 이용하여 이루어 졌다. Table 8에서 보는 바와 같이, 모든 항목에 대해 전반적으로 낮은 만족도를 보였다. 다만 '음식의 맛'(3.42)과 '편리한 입지조건'(3.38) 항목에만 다소 만족을 나타냈을 뿐이며(P<0.05), '가격수준'(3.06), '메뉴의 다양성'(3.06), 그리고 '종업원들의 친절'(3.07) 등의 항목은 상대적으로 가장 낮은 수준을 보여 이에 대한 개선이 시급함을 나타냈다.

집단별로는 주부집단은 '음식의 맛'(3.57)과 '점포내외의 분위기'(3.39)에 비교적 만족하고 있는 것으로 나타나 이들이 주로 맛과 분위기를 고려하여 외식업체를 이용하기 때문에 이러한 항목이 어느정도는 충족되고 있다고 볼 수 있을 것이다.

직장남성집단은 '음식의 맛'(3.36)'과 함께 '편리한 입지조건'(3.33)에 높은 점수를 부여하고 있고, '가격수준'(2.97)과 '종업원들의 친절'

(2.99), '위생 및 청결성'(3.05)은 상대적으로 가장 낮은 만족수준을 보여 이들이 이용하기 편리한 장소를 주로 이용하지만 가격이나 친절, 청결 등에 대해서는 부정적인 시각을 가지고 있는 것으로 해석된다.

대학생집단의 경우, '편리한 입지조건'(3.55)에 가장 높은 점수를 부여하였고 '메뉴의 다양성'(2.93)과 '위생 및 청결'(3.03), '종업원들의 친절'(3.05) 등은 상대적으로 낮은 만족수준을 나타내어 대학생들을 주요 고객으로 삼고있는 업체들은 다양한 메뉴를 개발하고 적절한 가격 수준을 유지하며, 또한 청결과 서비스개선에 주력해야 할 것이다.

결과적으로 조사대상자들은 외식장소 선택시 중요하게 고려하는 사항들에 대해 전반적으로 만족하지 못하고 있으므로 각 항목에 대한 보완 및 개선 노력이 절실히 요구되며, 특히 다양한 메뉴개발과 청결유지, 그리고 종업원들의 친절한 서비스 제공 등을 위한 지속적인 노력과 교육, 그리고 고객을 최우선으로 하는接客자세의 함양 등이 이루어 져야 할 것으로 생각한다.

요약 및 결론

조사대상자들을 전업주부, 직장남성, 대학생의 3개 집단으로 나누어, 각 집단별 외식행동을 조사한 결과는 다음과 같다.

1. 외식행동 관련 일반적 사항

조사대상자들의 월평균 외식비는 직장남성이 가장 많았고 대학생과 주부의 순서이었다. 그리고 외식빈도는 전체적으로 52.9%가 1주일에 1~2회 이상 외식을 하는 것으로 나타났고, 집단별로는 대학생이 1주일에 5~6회(41.2%)와 하루 2회 이상(30.4%)이 많아서 직장남성과 주부에 앞서 외식빈도가 높다. 또한 조사대상자들은 대부분이 아침보다는 점심과 저녁에 외식을 하고 있으며 대학생은 특히 점심에, 주부는 저녁에 상대적으로 자주 외식을 하고 있다.

선호하는 업체형태는 한식점(69.3%)이었고 그중에서도 직장남성이 가장 강하였으며 대학생집단은 특히 패스트 푸드점을 더 선호하고 있다. 외식시 동행하는 사람은 친구와 가족 및 친지의 순이었고 집단별로 보면, 주부는 주로 가족 및 친지(74.8%), 직장남성은 직장동료(33.3%)와 가족 및 친지(33.3%), 그리고 대학생집단은 친구(94.6%)가 절대적인 수치를 나타냈다.

1회외식비지출은 2만원 이상이 가장 많았고 다음으로 2~4천원대와 1~2만원대 순이었으며, 집단별로는 주부가 2만원 이상(43.7%)과 1~2만원대(30.4%)의 순, 직장남성도 순위는 같으나 비율은 조금씩 낮았고 대학생은 2~4천원대가 52%로 1회외식비로 상대적으로 가장 적은 비용을 지출하고 있다. 이같은 결과는 주부들과 직장남성들은 많은 경우에 혼자서 비용을 모두 부담하고 대학생들은 각자가 비용을 부담하는 경우가 많기 때문에 나타나는 것으로 해석될 수 있다.

또한 외식비용의 부담은 많은 사람들(51.8%)이 '어느 한 사람이 모두 부담한다'고 응답하였는데 특히 직장남성집단에서 높게 응답되었고(75%), '자신의 비용만 부담한다'고 응답한 비

율은 대학생집단에서 가장 높게 나타났다(32.4%).

1회외식시 소비시간은 전체적으로 대개 30분~1시간(43.8%)과 1~2시간 이내(41%)이며, 집단별로는 주부와 직장남성은 각각 58.5%와 48.6%가 1~2시간 이내를 소비하며 대학생집단은 30분~1시간 이내로 나타났다.

2. 외식의 동기

조사대상자들의 외식동기는 '특별한 날을 기념하기 위해'와 '사교적인 목적을 위해', 그리고 '한끼 식사섭취를 위해'의 순으로 높게 나타난 반면에 '영양보충', '가정에서의 식사준비가 번거로워', '시간절약' 등의 항목은 상당히 낮게 나타났다. 그리고 집단별 주요 외식동기는 주부가 '특별한 날을 기념하기 위해', 직장남성이 '맛을 즐기기 위해', 그리고 대학생이 '한끼 식사섭취를 위해'인 것으로 나타났다.

3. 외식장소 및 메뉴 선택기준

조사대상자들은 외식장소선택시 10개 선택기준을 모두 중요하게 고려하고 있었는데, 특히 '위생 및 청결성'이 가장 중요시 되었고 '음식의 맛', '점포내외의 분위기', '종업원들의 친절' 등도 매우 중요한 선택기준으로 고려되고 있었다.

집단별로 가장 중요시하는 기준을 보면, 주부와 직장남성들은 모두 '위생 및 청결성'과 '음식의 맛'을 특히 중요시 하였고 대학생집단은 '가격수준'과 '음식의 맛'을 상당히 중요하게 생각하고 있다.

메뉴선택시 고려사항은 전체적으로 보면, '음식의 맛'을 가장 중요한 메뉴선택기준으로 고려하였고, 특히 주부는 '음식의 영양가', 직장남성은 '동행자와 같은 것', 그리고 대학생은 '음식의 양', '가격수준', 그리고 '신속히 제공되는 것' 등의 항목을 중요시하고 있다.

4. 외식업체에 대한 만족도

전반적으로 낮은 만족도를 보였고 다만 '음

식의 맛'과 '편리한 입지조건' 항목에만 다소 만족을 나타냈을 뿐이며, 주부집단은 '음식의 맛'과 '집포내외의 분위기'에, 직장남성집단은 '음식의 맛'과 '편리한 입지조건'에 높은 점수를 부여하고 있으며 대학생집단은 '편리한 입지조건'에 높은 점수를 나타냈다.

이상의 결과로 외식업체에서는 각 집단별 또는 인구통계적 변수별 시장세분화로 적합한 표적 시장을 선정하고 이곳에 모든 마케팅노력을 집중해야 한다.

즉 집단별 주요 외식동기인 '특별한 날을 기념'과 '사교적인 목적', '맛을 즐기기 위해', 그리고 '한끼 식사섭취' 등에 부합하는 전략이 필요하다. 장소선택시 '위생 및 청결성', '음식의 맛', '집포내외의 분위기', '종업원들의 친절' 등의 항목을 중요한 선택기준으로 고려하고 있으나 이러한 항목들에 대한 실제 만족도는 낮게 나타나고 있으므로 이를 위해 철저한 위생관리와 기구 및 시설의 청결유지가 이루어져야 하며, 업소내외의 분위기 연출 또한 중요하다. 외식업이 제품뿐 아니라 서비스를 판매하는 산업이므로 종업원들의 자질향상을 위한 지속적인 교육훈련으로 서비스의 질적향상을 도모하여야 하며, '업소마다의 독특한 맛'을 개발하고 이를 유지할 수 있는 기술을 축적해야 한다. 특히 대학생집단은 '가격'과 '양'에도 상당히 민감한 반응을 보이고 있으므로 '적정 가격수준'의 책정과 '충분한 양'의 제공이 필요할 것이다.

따라서, 외식업체들은 다변화하고 있는 소비자들의 외식행동을 면밀히 파악하고 분석하여 이에 대한 효율적인 대응전략을 수립 및 추진해나감으로써, 소비자들의 욕구를 충족시킴과 동시에 건전한 외식문화정착에 일익을 담당해야 할 것이다.

參 考 文 獻

1. 한민수. 정서와 맛을 함께 추구하는 미래의 식산업의 구조, 한국식생활문화학회지, 9(2) : 217~230, 1994.
2. 김홍섭. 도시거주자의 외식행동에 관한 실증적 연구, 세종대 대학원 관광경영학과 석사학위 논문, 6, 1991.
3. 모수미. 외식산업의 발달이 국민영양 및 생활에 미치는 영향, 한국영양학회지, 19(2) : 120~128, 1986.
4. 미야에이지(한국산업훈련연구소 편역). 외식비즈니스, 한국산업훈련연구소, 4~5, 1992.
5. 한국도시행정연구소 편, 1993 전국통계년감, 신원출판사, 1993.
6. 통계청, 도시가계연보, 1994.
7. 농수축산신문, 한국식품연감, 1993, 1994.
8. 모수미. 한국외식문화의 발달과정, 한국식생활문화학회지, 9(2) : 181~188, 1994.
9. 임정인. 식당경영원론, 대왕사, 72~76, 1994.
10. 최중옥. 한국외식산업 현황과 미래의 전망, 외식산업경영 학술연구발표회, 중앙대학교 산업교육원, 17~21, 1993.
11. 김호균. 외식에 대한 소비자행동변화에 따른 마케팅전략에 관한 연구, 연세대학교 경영대학원 석사학위논문, 87~88, 1989.
12. 기세남. 우리나라 외식산업의 경영전략에 관한 연구, 관동대 경영행정대학원 석사학위논문, 50~61, 1992.
13. 김두진. 부산지역의 외식실태조사-연령과 성별에 따른 외식성향, 한국식품영양학회지, 7(3) : 239~249, 1994.
14. 김현희. 외식산업의 현황과 전망, 한국식생활문화학회지, 9(2) : 209~215, 1994.
15. 공정수. 우리나라 외식산업의 육성방안에 관한 연구, 경남대 경영대학원 석사학위논문, 1993.
16. 김범중. SPSS PC 사용법과 통계분석기법해설, 학현사, 1994.
17. 신영자. 도시지역 직장남성의 식습관 및 외식행동에 관한 실증적 연구, 효성여대 대학원 가정관리학과 석사학위 논문, 33~35, 1990.
18. 이영순, 임나영, 박광희. 서울지역 대학생들의 식문화에 대한 의식 및 실태조사 연구, 한국식문화학회지, 9(4) : 369~372, 1994.