

## 일본 음식에 대한 인식 및 기호 속성에 관한 연구

최재홍<sup>1</sup>·강근옥<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>경기대학교 외식조리관리학과, <sup>2</sup>국립한경대학교 영양조리과학과

### A Study on Customers' Recognition and Preference Attributes for Japanese Food

Jae-Hong Choi<sup>1</sup> and Kun Og Kang<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Department of Foodservice & Culinary Management, Kyonggi University  
<sup>2</sup>Department of Nutrition and Culinary Science, Hankyong National University

#### Abstract

This study surveyed customers regarding their recognition and preference attributes for Japanese food. The results showed that the percentage preferring Japanese food was approximately 41.2%. The primary reason for this preference was 'taste' with 72.7% and 'sanitation' with 6.5%. The favorite Japanese food was sushi(41.3%) costing in the range of ₩10,000~20,000. Correlations analysis on the satisfaction between general characteristics and Japanese food showed there were significant differences among ages( $p<0.1$ ), and men rather than women those residing in Seoul rather than other areas, and university graduates rather than those with other educational degrees showed higher satisfaction with Japanese food. Regarding occupation, office workers with monthly incomes from ₩2,000,000~3,000,000 showed higher satisfaction. The trend for using Japanese take-out food was low(59.4%) and the drawbacks for using take-out food were 'poor quality'(39.3%) and 'expensive price'(24.7%).

**Key words :** Japanese food, survey, recognition, preference attributes.

#### 서론

외식산업의 발달과 식생활의 다양화로 많은 외국 음식들이 우리의 음식 문화 속에 깊이 파고 들게 되었다. 이러한 변화 속에 외국 음식에 대한 관심과 더불어 우리의 입맛도 점차 변화하여 여러 소비 계층에서 적극적으로 다른 나라의 음식을 섭취하는 기회를 가지고자 하고 있다. 이에 맞추어 전문 레스토랑에서는 소비자의 음식에 대한 다양화, 개성화, 고급화의 욕구에 맞춘 메뉴를 내놓고 그 규모도 점차 확대하고 있는 추세이다(Choi *et al* 2002, Yoo TY 2000, Lee & Yoo 1995). 특히 우리의 각종 생활 문화 속에 깊이 자리한 웰빙(well-being)에 대한 의식은 음식에도 반영되어 일본 음식에 대한 관심과 인식이 점차 높아지고 있는 실정인데, 이는 음식에 사용하는 재료 및 단순한 조미, 자연을 살리는 음식의 연출 등이 웰빙에 잘 맞기 때문인 것으로 사료된다.

일본 음식은 일본 풍토에서 발달된 그리고 일본인들이 일상적으로 먹는 일본의 전통 음식을 일컫는다. 일본 음식은 '눈으로 먹는 음식'이라고 할 만큼 자연의 맛과 멋을 최

대로 살린 조화로운 조리법이 장점이며(홍철희 2002), 또한 지리적 특성상 해산물을 이용도가 높는데 생선회, 초밥, 초회와 무침 등 해산물의 선도를 중시한 음식이 많다. 또한 요리법의 종류로는 밥(고향), 초밥(스시), 생선회(사시미), 맑은 국(스이모노), 구이요리(야끼모노), 조림요리(니모노), 튀김 요리(아게모노, 덴뿌라), 찜요리(무시모노), 무침요리(아에모노), 초회(스노모노), 냄비요리(나베모노), 면류(우동, 소면, 소바 등), 덮밥류(돈부리), 절임류(쓰께모노, 다꾸앙, 우메보시, 락교 등) 등으로 다양하다(Han *et al* 2004).

일본 음식에 대한 소비자들의 요구가 다양해지고, 고급 요리를 선호하는 경향이 증가할 것이 예상되므로 이에 따른 일본 음식의 특성, 인식 및 인지도, 기호도 및 이용 성향 등에 대한 연구가 필요할 것으로 생각된다.

현재까지 일본 음식과 일식당에 관하여 선행 연구된 논문들을 살펴보면 일식당의 선택 행동을 주로 한 논문으로 Yun *et al*(2004)이 서울과 경기 지역의 일식체인 레스토랑에 대한 선택 속성을 조사하여 체인 레스토랑의 문제점과 강화 요인을 제시하였고, Choi AH(2002)는 관광호텔 일식당 고객의 선택 행동에 영향을 미치는 요인에 관하여 연구하였다. 서비스에 관련한 연구는 Yoon KY(2000)이 관광 호텔 일식당의 서비스에 대한 고객의 평가 요인과 전체 서비

\* Corresponding author : Kun-Og Kang, Tel : +82-31-670-5181, Fax : +82-31-673-2704, E-mail : cocco-9522@hanmail.net

스 평가에 미치는 영향에 관하여 보고한 바 있으며, 일본 음식의 메뉴에 관련해서는 Kim *et al*(2004) 등이 광주, 전남 지역 호텔 일식 레스토랑의 세트 메뉴를 분석하였고, 송철락(1995)은 일식 메뉴 구성에 대하여 연구하였다. 그리고 일본 음식의 기호에 관한 연구로는 Han *et al*(2000)이 대구, 경북 지역 대학생들의 식사 행동 및 일본 음식에 대한 인식 및 기호도를 조사하여 보고하였으며, Kim BS(2003)은 한국인의 일본 음식에 관한 인지도, 선호도 및 이용 현황 등을 연구하였으나 소비자 계층을 좀 더 세분화하여 실시한 연구는 이루어진 바 없는 실정이다.

본 연구에서는 서울, 경기, 충청도 지역을 중심으로 하여 소비자들의 일본 음식에 관한 전반적인 인식 및 기호 속성을 조사함으로써 다양한 계층의 소비자 욕구를 만족시키고, 또한 이를 기초로 일본 음식과 관련한 외식 사업의 성공적인 투자가 가능하도록 바람직한 전략을 유도하는 기초 자료로 제시하고자 하였다.

## 연구 방법

### 1. 조사 도구와 조사 대상

본 연구는 설문지법을 이용하였으며, 사용된 설문지의 내용은 선행 연구된 논문 내용을 참고로 하여 본 논문의 연구 목적에 부합되는 설문 문항을 도출하였다. 문항은 조사 대상자의 일반적 특성, 일본 음식에 대한 인식 및 기호 속성, 일본 음식에 대한 섭취 성향 및 만족도 그리고 일본 음식에 대한 테이크 아웃 성향 등으로 구성되었다.

조사 대상은 교통 수단의 발달로 지역 생활 환경을 서로 공유하고 있다고 볼 수 있는 서울, 경기도 및 충청도에 거주하는 일반인들을 무작위로 선정하여 2006년 4월에서 5월 까지 총 500부의 설문지를 배부하고, 회수된 것 중 부실 기재된 것을 제외한 338부를 최종 분석 자료로 사용하였다.

### 2. 조사 자료의 분석 방법

수집된 자료는 코딩한 후 SPSS(version 12.0) 통계 프로그램을 이용하여 다음과 같이 분석하였다. 조사 대상자의 성별, 연령, 주거 지역, 학력, 직업, 월 소득 등을 묻는 일반적 특성 및 기호 속성, 만족도와 관련된 문항 등은 빈도 분석과 교차 분석을 하였다.

## 결과 및 고찰

### 1. 조사 대상자의 일반적 특성

설문에 답한 조사 대상자들의 일반적 특성은 Table 1에서와 같이 성별은 남자가 17.5%였고, 여자는 82.5%를 차지하

**Table 1. General characteristics of subjects**

Characteristics		Frequency	Percentage
Gender	Male	59	17.5
	Female	279	82.5
Total		338	100.0
Age	20 under	6	1.8
	20~29	58	17.2
	30~39	136	40.2
	40~49	99	29.3
	50~59	36	10.7
	60 over	3	0.9
Total		338	100.0
Residence	Seoul	22	6.5
	Kyunggido	221	65.3
	Choongchungdo	95	28.2
Total		338	100.0
Education	High school graduate	90	27.3
	College graduate	108	32.7
	University graduate	120	36.4
	Graduate school	12	3.6
Total		330	100.0
Occupation	Student	36	10.7
	Business	57	16.9
	Owner	20	5.9
	Profession	26	7.7
	Service	12	3.6
	Housewife	154	45.6
	Official worker	8	2.4
	Other	25	7.4
Total		338	100.0
Monthly income (unit : 10,000won)	None	106	32.4
	< 100	41	12.5
	100~200	79	24.2
	200~300	48	14.7
	300~400	31	9.5
> 400	22	6.7	
Total		327	100.0

였다. 연령에서는 30대가 40.2%로 가장 많았으며, 40대는 29.3%, 20대는 17.2%의 순으로 나타났다.

주거 지역을 보면 65.3%가 경기도에 거주하는 사람들이므로 조사되어 다소 편중된 경향을 나타내었으며, 학력에서는 대상자의 69.1%가 전문대 및 대학교 졸업자인 것으로 조사되었다. 직업에서는 45.6%가 주부였고, 다음은 회사원(16.9%), 학생(10.7%)의 순으로 많았다.

그리고 월 소득은 '없다'가 32.4%로 가장 많았는데, 이는 조사 대상자 중 주부의 빈도수(45.6%)가 비교적 많기 때문인 것으로 생각되며, 다음은 100~200만원이 24.2%, 200~300만원이 14.7%로 나타나 다소 월 소득이 적은 대상자들로 구성되어진 것으로 나타났다.

## 2. 일본 음식에 대한 인식 및 기호 속성

일본 음식에 대한 인식 및 기호 속성의 결과는 다음과 같다. 일본 음식에 대한 기호 속성은 Table 2와 같이 '보통이다'가 55.0%를 차지하였고 다음은 '좋아 한다'가 32.8%이었으며, '매우 좋아 한다'는 8.3%이었다. 반면에 '싫어 한다' 3.6%, '매우 싫어 한다'는 0.3%로 나타나 대체적으로 일본 음식에 대한 기호성은 96.1% 범위에서 보통이거나 좋아한다는 것을 알 수 있었다.

Kim BS(2003)의 연구에서는 일본 음식을 '좋아 한다'고 응답한 비율이 82.0%이었고 '좋아 하지 않는다'는 응답은 17.5%로 나타나 본 연구 결과보다 '좋아 한다'는 비율이 더 높았다.

일본 음식을 좋아 하는 사람들을 대상으로 하여 가장 좋아 하는 이유를 1순위로 하여 3순위까지 조사한 결과(Table 3) 1순위 범주에서는 '맛이 좋다'고 대답한 사람들이 72.7%로 가장 많았으며, 다음은 '위생적이다(6.5%)'인 것으로 나타났다. 2순위 범주에서는 '영양가가 많다(19.1%)'와 '모양이 독특하다(19.1%)'이었고, 3순위 범주에서는 '메뉴가 다양하다(28.4%)'와 '위생적이다(17.9%)'인 것으로 조사되어 일본 음식을 좋아 하는 이유는 대체로 일본 음식이 맛이 좋고 위생적이기 때문인 것으로 나타났다. Kim BS(2003)의 연

Table 2. Preference of Japanese food

Variable	Frequency	Percentage
Very dislikable	1	0.3
Dislikable	12	3.6
Normal	186	55.0
Likable	111	32.8
Very likable	28	8.3
Total	338	100.0

구에서도 일본 음식을 좋아 하는 이유로 '입맛에 맞다'가 57.3%로 가장 높았으며, 다음으로는 '건강에 좋다'가 13.5%, '모양과 색상이 좋다' 13.5%, '영양이 풍부하다' 7.3% 등의 순으로 나타났다.

또한, 일본 음식을 싫어 하는 사람들을 대상으로 하여 가장 싫어하는 이유를 1순위로 하여 3순위까지 조사한 결과(Table 4), 1순위 범주에서는 '맛이 없다(46.2%)', '가격이 비싸다(38.5%)'로 나타났으며, 2순위 범주에서는 '맛이 없다(25.0%)'와 '색상이 좋지 않다(25.0%)'가 높았다. 그리고 3순위 범주에서는 '메뉴가 다양하지 않다(45.5%)'와 '가격이 비싸다(18.2%)'로 조사되어 대체로 일본 음식을 싫어하는 이유는 일본 음식 맛이 없거나 가격이 비싸기 때문인 것으로 나타났는데, Han *et al*(2004)의 연구에서도 일본 음식

Table 3. Reason for liking Japanese food

Variable	Ranking		
	1st	2nd	3rd
Good taste	101( 72.7)	14( 10.3)	8( 6.0)
High nutrient	4( 2.9)	26( 19.1)	10( 7.5)
Unique shape	6( 4.3)	26( 19.1)	19( 14.2)
Good sanitation	9( 6.5)	16( 11.8)	24( 17.9)
Cheap price	3( 2.2)	3( 2.2)	0( 0.0)
Good portion	3( 2.2)	20( 14.7)	14( 10.4)
Good color	5( 3.6)	14( 10.3)	21( 15.7)
Many variety	8( 5.8)	17( 12.5)	38( 28.4)
Total	139(100.0)	136(100.0)	134(100.0)

Table 4. Reason for disliking Japanese food

Variable	Ranking		
	1st	2nd	3rd
Poor taste	6( 46.2)	3( 25.0)	0( 0.0)
Poor nutrient	0( 0.0)	2( 16.7)	0( 0.0)
Poor shape	1( 7.7)	1( 8.3)	2( 18.2)
Poor sanitation	0( 0.0)	0( 0.0)	1( 9.1)
Expansive price	5( 38.5)	2( 16.7)	2( 18.2)
Poor quantity	0( 0.0)	0( 0.0)	1( 9.1)
Poor color	1( 7.7)	3( 25.0)	0( 0.0)
Poor variety	0( 0.0)	1( 8.3)	5( 45.5)
Total	13(100.0)	12(100.0)	11(100.0)

에 대한 이미지 중 가장 강한 것은 ‘가격이 비싸다’였으며, 5점 척도 중 4.15점으로 나타났다. Kim BS(2003)의 연구에서도 일본 음식 선택 시 가장 큰 불만은 ‘가격이 비싸다’가 84.3%로 음식의 양이나 맛에 관한 불만보다 가격에 대한 불만이 더 크다는 것을 알 수 있었다.

일본 음식의 선호도에 대한 조사에서는 Table 5와 같이 가장 좋아 하는 음식은 초밥(41.3%)인 것으로 나타났으며, 다음은 생선회가 35.6%, 우동, 메밀 등 면류가 11.1%, 튀김류가 3.3%의 순으로 조사되어 일본 음식으로 가장 먼저 떠올리게 되는 대표적인 음식들에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다. Han *et al*(2004)의 대학생들의 일본 음식에 대한 선호도 조사에서는 우동의 선호도가 가장 높았고, 다음은 초밥, 튀김, 소바, 스끼야끼 등의 순으로 나타났으며, Kim BS(2003)의 연구에서도 생선초밥의 선호도가 가장 높았고, 다음은 튀김, 회, 우동의 순으로 높았다고 보고하여 본 연구 결과와 유사하였다.

3. 일본 음식에 대한 섭취 성향 및 만족도

한편, 일본 음식에 대한 섭취 성향을 조사한 결과(Table 6), 일본 음식을 주로 섭취하는 시간대로는 저녁식사 시간대가 60.0%로 가장 많았으며, 다음은 점심시간대(24.8%)로 나타났다. 일본 음식의 섭취 빈도는 한 달에 1~2회가 50.2%로 가장 높았고, 다음은 2달에 1~2회가 42.3%인 것으로 나타나 일본 음식을 가끔 즐기는 것으로 나타났다.

섭취하는 일본 음식의 한 가지 메뉴 가격 수준을 보면 본 연구에서는 1~2만원대의 음식을 섭취하는 경향이 29.3 %로 가장 높았으며, 다음은 2만원~3만원대 가격의 음식(16.4 %), 3~5만원대 가격의 음식(16.1%)을 섭취하는 것으로 나타났다. Kim BS(2003)의 연구에서는 2~3만원이 38.9%로 가장

많았고 1~2만원 32.4%, 5천원~1만원 19.0%의 순서로 나타났다으며, 또한 Yoon TH(2003)의 연구에서는 1만 5천원~2만원대가 37.5%로 가장 많았고, 다음은 1만원 이하 33.0%, 2만원~2만 5천원 10.9%의 순으로 나타나 본 연구에서 섭취하는 음식의 가격대가 다소 높음을 보여 주었다.

그리고 음식을 섭취할 때 주로 동반하는 사람으로는 가족이 46.1%로 가장 많았으며, 다음은 직장 동료와의 회식 등 모임이 24.1%, 친구 17.6%의 순이었는데, Yoon KY(2000)

Table 6. Intake trend of Japanese food

	Variable	Frequency	Percentage
Time	Breakfast	0	0.0
	Lunch	83	24.8
	Dinner	201	60.0
	Drinking	51	15.2
Total		335	100.0
Frequency	1~2 times in two months	141	42.3
	1~2 times a month	167	50.2
	3~4 times a week	4	1.2
	1~2 times a week	21	6.3
Total		333	100.0
Price (unit : 10,000 won)	< 0.5	8	2.4
	0.6~1	40	11.9
	1.1~2	98	29.3
	2.1~3	55	16.4
	3.1~5	54	16.1
	5.1~7	39	11.6
	7.1~10	31	9.3
	>10	10	3.0
Total		335	100.0
Companion	Family	155	46.1
	Friend	59	17.6
	Company	15	4.5
	Meeting	81	24.1
	Lover	16	4.8
	Alone	6	1.8
Other		4	1.2
Total		336	100.0

Table 5. Favorite for Japanese food

Variable	Frequency	Percentage
Soup (Tang, Jiri)	14	4.2
Sashimi	119	35.6
Sushi	138	41.3
Soba (Udong)	37	11.1
Tenpura	11	3.3
Grilled food	8	2.4
Skewered food	6	1.8
Jook	0	0.0
Other	1	0.3
Total	334	100.0

의 연구에서도 동반자로서 가족이 34.6%로 가장 많았으며, 이어서 친구 29.2%, 직장 동료 18.9%의 순으로 나타났다고 보고하여 본 연구 결과와 유사하였다.

조사 대상자의 특성과 일본 음식에 대한 전반적인 만족

도 간의 연관성에 관하여 상관 관계를 분석한 결과(Table 7), 성별에 따른 전반적인 만족도 차이는 그다지 크지 않았지만 남성의 경우 '만족스럽다'는 응답이 47.5%로 여성의 30.5%보다 높았으며, '불만족스럽다'의 경우 2.9%의 여성만이

**Table 7. Overall satisfaction difference between subject characteristics**

n(%)

Variable		VUS <sup>1)</sup>	SUS <sup>2)</sup>	N <sup>3)</sup>	SS <sup>4)</sup>	VS <sup>5)</sup>	$\chi^2$
Gender	Male	0(0.0)	0(0.0)	31(52.5)	28(47.5)	0(0.0)	7.697
	Female	2(0.7)	6(2.2)	184(65.9)	85(30.5)	2(0.7)	
Age	20 under	0(0.0)	0(0.0)	5(83.3)	1(16.7)	0(0.0)	29.292*
	20~29	0(0.0)	2(3.4)	37(63.8)	19(32.8)	0(0.0)	
	30~39	0(0.0)	3(2.2)	81(59.6)	51(37.5)	1(0.7)	
	40~49	1(1.0)	0(0.0)	65(65.7)	32(32.3)	1(1.0)	
	50~59	1(2.8)	0(0.0)	25(69.4)	10(27.8)	0(0.0)	
	60over	0(0.0)	1(33.3)	2(66.7)	0(0.0)	0(0.0)	
Residence	Seoul	0(0.0)	1(4.5)	12(54.5)	9(40.9)	0(0.0)	4.717
	Kyunggido	2(0.9)	4(1.8)	143(65.0)	69(31.4)	2(0.9)	
	Choongchungdo	0(0.0)	1(1.1)	59(62.1)	35(36.8)	0(0.0)	
Education	High school	2(2.2)	2(2.2)	58(64.4)	27(30.0)	1(1.1)	16.673
	College	0(0.0)	4(3.7)	75(69.4)	28(25.9)	1(0.9)	
	University	0(0.0)	0(0.0)	71(59.2)	49(40.8)	0(0.0)	
	Graduation	0(0.0)	0(0.0)	7(58.3)	5(41.7)	0(0.0)	
Occupation	Student	1(2.8)	1(2.8)	23(63.9)	11(30.6)	0(0.0)	20.268
	Business	0(0.0)	0(0.0)	36(63.2)	20(35.1)	1(0.8)	
	Owner	0(0.0)	0(0.0)	15(75.0)	5(25.0)	0(0.0)	
	Profession	0(0.0)	1(3.8)	14(53.8)	11(42.3)	0(0.0)	
	Service	0(0.0)	1(8.3)	7(58.3)	4(33.3)	0(0.0)	
	Housewife	1(0.6)	3(1.9)	100(64.9)	49(31.8)	1(0.6)	
	Official	0(0.0)	0(0.0)	2(25.0)	6(75.0)	0(0.0)	
	Other	0(0.0)	0(0.0)	18(72.0)	7(28.0)	0(0.0)	
Monthly income (unit : 10,000won)	None	1(9.9)	3(2.8)	73(68.9)	29(27.4)	0(0.0)	18.917
	< 100	0(9.0)	1(2.4)	24(58.5)	15(36.6)	1(2.4)	
	101~200	0(9.0)	2(2.5)	54(68.4)	23(29.1)	0(0.0)	
	201~300	1(2.1)	0(0.0)	25(52.1)	22(45.8)	0(0.0)	
	301~400	0(0.0)	0(0.0)	19(61.3)	11(35.5)	1(3.2)	
	> 401	0(0.0)	0(0.0)	14(63.6)	8(36.4)	0(0.0)	

<sup>1)</sup> very unsatisfied, <sup>2)</sup> somewhat unsatisfied, <sup>3)</sup> neutral, <sup>4)</sup> somewhat satisfied, <sup>5)</sup> very satisfied.  
\*  $p < 0.1$

응답하였다.

연령의 차이에 따른 전반적인 만족도를 보면 모든 연령대에서 ‘보통이다’라고 대답한 비율이 가장 많았으며, ‘만족스럽다’는 의견은 20대 미만에서 16.7%로 다른 연령대에 비해 낮게 나타났다. 60대의 경우에는 ‘불만족스럽다’라는 응답이 33.3%로 높게 나타났으나, 이는 60대 응답자 수가 적기 때문에 나타난 결과로 예측되어 추후 더 많은 자료를 통한 확인이 필요하며, 연령에 따른 전체 만족도에는 유의한( $p<0.1$ )한 차이가 있는 것으로 보인다.

주거 지역의 차이에 따른 전반적인 만족도는 ‘보통이다’라는 의견이 가장 많았으며, 서울의 경우 ‘불만족스럽다’라는 응답이 4.5%, ‘만족스럽다’는 의견이 40.9%로 경기도와 충청도 지역에 비해 높게 나타났다. 이 결과로부터 서울 지역에서 일식을 먹는 응답자들의 만족도가 다른 지역에 비해 차별화 되어 있음을 알 수 있었다.

학력의 차이에 따른 전반적인 만족도는 ‘보통이다’라는 의견이 50% 이상으로 가장 많이 나타났으나, 대학 재/졸과 대학원 재/졸인 경우 ‘만족스럽다’는 의견이 각각 40.8%와 41.7%로 고졸 이하와 전문대 재/졸의 30%, 25.9%보다 높은 경향을 나타내었다.

직업에 따른 전반적인 만족도 또한 ‘보통이다’라는 의견이 가장 많았는데 ‘만족스럽다’는 경우는 공무원이 75%로 가장 높게 나타났으며, 전문적인 경우가 42.3%, 회사원이 35.1%의 순서로 나타났다.

월 소득의 차이에 따른 전반적인 만족도도 ‘보통이다’라는 의견이 가장 많았으며 200~300만원 사이인 경우에서 ‘만족스럽다’는 의견이 45.8%로 높게 나타났다. 그러나 월 소득의 차이에 따른 만족도는 소득 차이가 있음에도 불구하고 차이가 있는 것으로는 보이지 않았다.

#### 4. 일본 음식에 대한 테이크 아웃 성향

한편 조사대상자들의 일본 음식에 대한 테이크 아웃의 성향을 조사한 결과, 우선 테이크 아웃 이용 횟수를 보면 Table 8과 같이 한 달에 1회 정도가 37.4%이었고 ‘거의 이용하지 않는다(39.8%)’와 ‘이용한 경험이 없다(19.6%)’의 비율이 59.4%로 나타나 테이크 아웃의 방법으로는 일본 음식을 이용하는 경향이 낮은 것으로 나타났다.

테이크 아웃을 할 때 가장 선호하는 일본 음식으로는(Table 9) 초밥(57.0%)인 것으로 나타났는데, 이는 이용 및 포장의 간편하기 때문인 것으로 사료된다.

테이크 아웃의 이용 시의 불편한 점을 조사한 결과(Table 10) 가장 높은 비율을 나타낸 것은 테이크 아웃 음식의 ‘품질(맛)이 좋지 않다(39.3%)’이었으며, 다음은 ‘가격이 비싸다(24.7%)’, ‘매장이 많지 않다(18.0%)’, ‘메뉴가 다양하지

Table 8. Frequency of buying take out food

Variable	Frequency	Percentage
< 1 a week	11	3.3
< 1~2 a month	56	16.6
< 2~3 in three months	70	20.8
Occasionally	134	39.8
Not at all	66	19.6
Total	337	100.0

Table 9. Favorite of take out food

Variable	Frequency	Percentage
Sushi	151	57.0
Sashimi	53	20.0
Nuri sushi	30	11.3
Dosirak	21	7.9
Other	10	3.8
Total	265	100.0

Table 10. Inconvenience of using take out food

Variable	Frequency	Percentage
Poor variety	47	17.6
Poor quality(taste)	58	21.7
Poor packing	17	6.4
Expansive	66	24.7
Few restaurants	48	18.0
Other	31	11.6
Total	267	100.0

않다(17.6%)’의 순으로 나타났다.

#### 요 약

본 연구에서는 일본 음식에 대한 인식 및 기호 특성을 알아보고자 조사하였다. 일본 음식에 대한 기호성향은 약 96.1% 범위에서 보통이거나 좋아 하였으며, 좋아 하는 이유로는 ‘맛이 있다’가 72.7%로 가장 높았고, 다음은 ‘위생적이다(6.5%)’ 순이었다. 선호도가 가장 높은 일본 음식은 초밥(41.3%)이었으며, 1만원~2만원 대의 음식을 주로 섭취하였다. 일반적 특성과 일본 음식에 대한 만족도 간의 상관

분석에서 보면 연령에 있어서 만족도에 유의적인 차이( $p < 0.1$ )가 있었다. 또한, 남성이 여성에 비해, 서울 지역이 타 지역에 비해, 대학 졸업이 타 학력에 비해 만족도가 높게 나타났으며, 직업에서는 공무원이, 월 소득은 200~300만원에서 만족도가 가장 높게 나타났다. 일본 음식의 테이크 아웃 경향은 낮은 비율(59.4%)이었으며, 불편한 점으로는 '품질이 좋지 않다' 39.3%, '가격이 비싸다' 24.7% 순이었다.

이상의 결과로부터 우리나라 사람들은 일본 음식에 대하여 특히 맛의 기호도 및 인지도가 매우 높았고, 만족도에서도 가격을 제외하고 높았으므로 이를 고려하여 품질은 좋으면서도 가격은 현실화 할 수 있는 메뉴 및 마케팅의 개발로 차별화된 판매 전략을 세우는 것이 필요하다고 사료된다.

## 문헌

- 송청락 (1995) 일식메뉴의 구성에 관한 연구. 한국조리학회지 1: 1139-163.
- 홍철희 (2002) 일본요리. 대왕사, 서울. pp 19-20.
- Choi AH (2002) A study on client choice attitude of hotel Japanese restaurant. *MS Thesis*. Kyonggi University, Suwon. p 45-75.
- Choi WY, Lee YS, Choi WG (2002) A study on the customer evaluation of service quality at Japanese Restaurants. *Korean J Culinary Research* 8: 91-106.
- Han JS, Lee YJ, Choi SH, Choi SG (2004) 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: 1-10.
- Kim BS (2003) A study on the preference about Japanese food. *MS Thesis*. Kyunghee University, Seoul. p 25-92.
- Kim KY, Park GY, Yang TS (2004) Analysis of set menu of Japanese restaurant in hotel of Gwangju and Southern Jeonla province. *Korean J Culinary Research* 10: 121-134.
- Lee HB, Yoo YS (1995) A study on lunch meal practice of the college students in Seoul area. *Korean J Dietary Culture* 10 : 147.
- So JK (2000) A study of critical success factors for creation of Japanese restaurant business. *MS Thesis*. Kyonggi University, Suwon. p 1-74.
- Yoo TY (2000) A study on food choice factors of tourist hotel customers. *Korean J Culinary Research* 6: 97-122.
- Yoon KY (2000) A study on the customer's evaluation of Japanese restaurant service in deluxe hotel. *J Tourism Management Research* 9: 102-123.
- Yoon TH (2003) A study of customer's inclination for Japanese chain restaurant in Korea. *MS Thesis*. Kyunghee University, Seoul. p 49-102.
- Yun TH, Lee SB, Yoon HH (2004) A study on the customer's selection attributes for Japanese chain restaurants in Seoul, Kyunggi area. *Korea J Food Culture* 19: 1-11.

(2007년 3월 26일 접수, 2007년 5월 1일 채택)