The Korean Journal of Culinary Research
Vol. 18, No. 5, pp. 95～112 (2012)

퓨전비빔밥의 선호도 및 구매의도에 관한 탐색적 연구 : 서울지역을 중심으로

이보순 · 박기홍¶ · 임정
우석대학교 외식산업조리학과

The Exploratory Study on the Preference and the Purchase Intention of Fusion *Bibimbap*: Focused on Seoul Area

Bo-Son Lee · Ki-Hong Park¶ · Jeong Lim
Department of Food Science and Culinary Arts, Woosuk University

Abstract

The purpose of this study is to carry out the exploratory study on the preference and purchase intention of fusion *bibimbap* as opposed to tradition-*bibimbap*. In order to achieve the purpose of this study, the survey was conducted to the consumer who use the subway in Seoul from Apr. 3. ～ Apr. 10. 2012, and total 288 valid copies of questionnaire were used for final analysis. The result showed that 190 persons were positive in preference for *bibimbap*, and the reasons were 'easy to eat' and 'a taste'. Consumer put 'spicy seafood *bibimbap*', 'pork cutlet *bibimbap*', 'sashimi *bibimbap*', 'chicken teriyaki *bibimbap*', '*bibimbap* spinach lasagna' at question about preference of fusion *bibimbap*. Consumer put 'spicy seafood *bibimbap*', 'pork cutlet *bibimbap*', 'sashimi *bibimbap*', 'crab *bibimbap*', 'chicken *bibimbap*' at question purchase intention of fusion *bibimbap*. In addition, There was significant difference in the preference and the purchase intention of fusion *bibimbap* according to gender, marital status, age, and education.

Key words: Preference, Purchase intention, Fusion, *Bibimbap*, Korean food globalization

Ⅰ. 서 론

국내 외식산업은 국민 생활수준 향상, 도시화에 의한 식생활의 사회화, 조리·가공 기술진보의 영향 등으로 인해 엄청난 성장을 이루었으며 (Choi W 등 2011), 이에 따라 사회·문화적으로 높은 삶의 질을 추구하는 성향을 보이고 있다(Kim SH·Park JW 2010). 또한 고객의 건강에 대한 인식이 변화하면서 육체적·정신적 건강을 통해 행복하고 아름다운 삶을 추구하는 웰빙푸드 (well-being food)가 각광을 받고 있다(Choi SW·Kim TS 2011). 한류 열풍과 웰빙에 대한 관심이 증가함에 따라 한식에 대한 관심도 높아지면서 세계적으로 한식에 관한 외식 산업 진출이 활발하게 이루어지고 있고 한식세계화의 수요 또한 빠르게 증가하고 있는 실정이다(Shin BG·Kwon YJ 2010 ; Lee YJ·Lee SB 2008 ; Kim JS 2005).

문화체육관광부는 2007년에 '한스타일 육성 종합계획'을 발표하고 외국인 선호도 조사를 통해 비빔밥, 김치, 불고기 등 한국 대표음식 10종을

이 논문은 우석대학교 산학협력선도대학(LINC) 사업단의 지원을 받은 논문임.
¶ : 박기홍, 010-8716-4347, kihongp@naver.com, 전라북도 완주군 삼례읍 삼례로 443번지 우석대학교 외식산업조리학과

선정하여 상품화하고, 외국인이 이해하기 힘든 조리법을 국제 SI 단위로 계량하고, 외국인 기호에 맞는 현지화, 퓨전화, 간편화한 아이템과 향토음식·약선음식·사찰음식 등의 전통음식 아이템 등을 개발하고 있다(Lee YJ·Yoon SJ 2011).

비빔밥은 외국 현지의 재료를 사용하여 수많은 메뉴를 만들 수 있다는 점과 나물 등의 건강하고 신선한 식재료를 사용한다는 장점을 가지고 있기 때문에(Cho MS·Lee KR 2011), 육식 위주의 서양식 식생활로 인하여 성인병 등의 만성질환으로 고통 받는 사람들이 증가하고 있는 현 시점에서 전 세계적으로 매력적인 음식으로 인식되고 있으나(한현숙 2002), 세계적으로 한식이 주목을 받는 국내외의 기회적인 외식환경에도 불구하고 세계적인 경제위기와 외국 외식 업체의 진출 등으로 인해 치열한 경쟁에 직면하고 있는 상태이다. 또한 세계의 식생활문화는 양적인 음식 공급이라는 차원을 넘어 고객욕구충족과 사회·문화적 가치를 제공하는 차원으로 변화하고 있다(Kim GJ 등 2011).

비빔밥은 전주중앙회관, 고궁 등으로 대표되는 고급 비빔밥 전문점에서부터 일반 음식점은 물론 분식점에서까지 취급하고 있는 대중적인 단일품목으로 인식돼 왔다. 그러나 최근 건강식에 대한 열풍으로 한식이 각광받으며 비빔밥이 웰빙 건강식으로 급부상하고 있다(Ahn HY·Cho KI 2006 ; Kwon YJ 등 2006). 더욱이 비빔밥은 조리매뉴얼만 확보하면 표준화된 맛 제공이 수월해 다점포, 프랜차이즈에 적합한 아이템으로 각광받고 있다. 이에 비빔밥을 특화시킨 브랜드가 외식시장에 속속 진출, 비빔밥 시장의 점유율이 커질 전망이다(식품외식경제 2006a). 대표적인 곳이 기업형 프랜차이즈 전문점인 비비고, 본비빔밥, 한스비빔밥, 야미고프 등이다.

기존의 비빔밥에 관한 연구는 Park KH 등(2011)의 전주비빔밥 향토음식점의 선택속성에 따른 고객만족과 행동의도에 관한 연구, Cho MS와 Lee KR(2011)의 비빔밥 조리과정 변화에 관한 연구, Park ML 등(2009)의 한국음식(비빔밥)에 대한 중국 심양지역 대학생의 인식 및 기호도에 대한 연구, Kim IH와 Seo KM(2007)의 비빔밥 색채를 통한 색채 범위 분석에 관한 연구 등과 같이 '전통비빔밥' 및 '조리과정'에 관한 연구가 대부분이다. 그러나 비빔밥을 이용하는 소비자들의 다양한 욕구와 이를 충족시키고자 하는 산업현장의 애로사항을 해소할 만한 다양한 형태의 비빔밥 연구가 매우 부족한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 기존의 비빔밥 연구에서 다루어지지 않았던 전통비빔밥이 아닌 새로운 형태의 퓨전비빔밥에 대한 선호도 및 구매의도에 관한 탐색적 연구를 수행하고자 한다. 이에 따른 본 연구의 목적을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 소비자들의 인구통계학적 특성을 분석하여 고객들의 비빔밥 이용횟수 및 소비자들이 선호하는 비빔밥의 속성을 파악하며, 둘째, 소비자들의 퓨전비빔밥에 대한 선호도 및 구매의도를 파악하고, 셋째, 인구통계학적 특성에 따른 퓨전비빔밥의 선호도 및 구매의도를 파악해보고자 한다.

Ⅱ. 이론적 고찰

1. 비빔밥에 대한 이론적 고찰

비빔밥은 일품요리로써 불고기, 김치와 함께 한국을 대표하는 음식이다(Park KH 등 2011). 한식재단에서 제공하는 한식세계화 자료에 의하면 비빔밥은 "밥에 갖은 나물과 쇠고기·고명을 올려 약고추장을 넣고 비벼 먹는 음식이다." 비빔밥은 '섞어 비빈 밥'이라 하여 붙여진 이름으로(한식재단 2012), 유래는 음복설, 궁중 음식설, 묵은 음식 처리설, 동학 혁명설, 임금 몽진 음식설, 농번기 음식설 등 여러 많은 설이 있으나 정확히 단정 짓기 어렵다(과학원고전연구실 1999). 비빔밥이란 이름은 1800년대 말에 쓰인 「시의전서」에서 '부빔밥'이라는 이름으로 처음 등장하였고, 「조선요리제법(1917)」, 「조선무쌍신식요리제법(1930)」, 「간편조선요리제법(1934)」에도 등장하였고(Jo MS·Lee KR 2011), 「미암일기(1577)」에서 '골동반'이

라는 이름이 처음 언급되었으며, 「동국세시기(1849)」에서도 비빔밥과 비슷한 형태를 가진 '반유밥'이 등장한다(Bok HJ 2007). Park KH 등(2011)은 어떠한 요리가 문헌에 나타날 때에는 이미 널리 알려지고 즐겨 쓰이고 있다고 볼 수 있다고 하였으며 비빔밥의 경우 조리법이 비교적 상세하게 쓰여 있는 최초의 문헌은 1800년대 말의 「시의전서」이므로 비빔밥의 역사는 문헌상보다 훨씬 오래 전이라고 추정할 수 있다고 하였다.

전주비빔밥연구센터에서 연구한 비빔밥의 영양성 및 기능성 분석에 따르면 약 600~700 kcal 넘지 않기 때문에 한 끼 섭취 에너지양을 넘지 않고 비타민A, 비타민C와 섬유소 등은 각각 한 끼에 섭취해야 하는 양의 379, 175, 200%를 공급해 주고, 에너지대사에 중요한 비타민 B_1, B_2, 나이아신 등도 충분히 공급해 주기 때문에 건강증진효과 및 피로회복에 효과적이라고 하였다(전주비빔밥연구센터 2012). Kim SY 등(2006)의 초등학교 급식에서의 비빔밥식 식단유형분석에 대한 연구에서 비빔밥은 흰밥과 여러 색의 나물들이 조화를 이루기 때문에 시각적으로 매우 아름답고, 나물뿐만 아니라 쇠고기, 달걀 등 동물성 식품도 함께 섭취하기 때문에 다이어트식이나 건강식으로 아주 좋다고 하였다. 또한 최근 방사선 조사기술을 사용하여 우주식 비빔밥을 개발하였고, 높은 에너지를 갖는 방사선 조사를 사용하여 환자식, 비상식 등 특수목적용 식품 개발 연구가 진행되고 있다(Park JN 등 2011). 최근 운영 중인 비빔밥 전문점의 특징은 전통음식의 퓨전화로 꼽을 수 있다. 밥 위에 각종 나물과 장을 넣어 비벼먹는 비빔밥 고유의 특징을 유지하면서 버섯불고기, 날치알, 낙지, 불닭 등을 추가로 얹어 퓨전화된 비빔밥을 선보이고 있다(식품외식경제 2006a).

2. 퓨전음식에 대한 이론적 고찰

퓨전(fusion)은 라틴어로 '섞다'인 'fuse'의 명사형이 어원으로 '융합, 합병'이란 뜻을 지니며, 요리뿐만 아니라 많은 분야에서 다양하고 독창성 있는 스타일을 형성하고 있으며, 장르간의 경계를 허문다는 의미인 'Cross-over'의 의미로 사용되며(Jung SM·Lee YS 2006), 다문화 현상에 기인하여 새롭게 발전 되었고, 음식과 더불어 이러한 퓨전 문화 현상은 유행이 아닌 지속성을 지닌 트렌드 현상이다(Holland MA & Mccool AC 1994).

퓨전요리는 동·서양의 요리를 혼합한 새로운 요리를 뜻한다(박찬일 2000). 또한, 식품외식경제(2006b)에서는 퓨전요리란 "그 나라의 고유방식을 따르되 조리방법은 달리하여 그 메뉴만의 독특한 맛과 모양을 만들어 내는 것이 퓨전요리"라고 하였다. 1980년 미국 캘리포니아 CHINOIS에 Wolfgang puck이 기름진 프랑스 요리와 상대적으로 덜 기름지고 채소를 많이 사용하는 아시아 요리를 혼합한 것이 시초이며(Chung HY 2000), 국내에서는 1990년대 여러 패스트푸드점에서 라이스버거, 불고기 피자 등을 개발 및 출시하였고, 서울 시내의 특급 호텔에서 인삼 닭 스프 등을 개발 및 출시하면서 시작되었다(Shin AS·Ahn HK 2001).

Lee SM(2000)은 퓨전음식의 현황과 앞으로의 전망에서 한식의 퓨전화가 외국인에게 거부감 없이 다가갈 수 있으며 한식 퓨전화를 통하여 한식 세계화가 효과적으로 이루어 질것이라고 하였고, 이주현(2007)은 퓨전의 도입은 한식 보존 및 관리 방법의 한계를 극복하는 현실적 대안이라 하였고, 퓨전-프랜차이즈는 다양한 소비자의 욕구를 충족시키기 어려운 프랜차이즈의 한계를 극복할 수 있다고 하였다. 퓨전음식에 대한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다. 김덕녀(2008)의 전통음식과 퓨전음식의 외식행동에 관한 연구에서는 대학생의 외식행동에 따라서 퓨전음식과 전통음식의 선호도에 차이가 있는지 살펴보았으며 대학생들은 퓨전음식을 선호하는 것으로 나타났다. 또한 여성이 남성보다 퓨전음식에 대한 선호도가 더 높은 것으로 나타났다. Kang HJ 와 Lee YJ(2008)의 퓨전 메뉴의 중요도, 만족도, 인지도 및 섭취 빈도에 관한 연구에서는 성별, 연령에 따른 퓨전 메뉴 품질 속성의 중요도, 인지도, 섭취 빈도를 살펴보

았으며 여성과 젊은 층을 대상으로 한 퓨전 메뉴 개발 및 마케팅 전략 수립이 이루어져야 한다고 하였다.

3. 선호도

선호도(preference)란 사람들이 어떤 유사한 대상들의 가치를 판단할 때 대상들에게 주어지는 상대적인 평가를 의미한다(Aaker J 1997). 조남기(1990)는 사람들이 특정대상을 선호하는 이유를 충성도를 포함한 선호도로써 설명하였는데, 충성도는 특정대상에 대한 사람들의 태도의 정도를 의미하며, 선호도는 충성도의 정도의 차이로써 설명하였고, Enis BM & Paul GW(1970), Walters CG(1974)는 선호는 특정대상에게 보이는 소비자의 선호가 감정을 나타내는 것이 아니라 행동을 나타낸다는 것으로 선호의 개념을 설명하였다. Kim BK와 Kim TW(2003)는 선호도란 상품에 대한 인지도나 연상 이미지에서 생기는 결과물이 상품 자산의 한 부분을 형성하여 소비자들의 태도와 반응에 영향을 준다고 설명하였다. Spiggle S & Sewall MA(1987)은 일반적으로 특정 상품이나 점포에 대해 나타나는 행동으로 보는 견해와는 다르게 선호를 강한 선호를 나타내는 충성도로부터 비롯되기도 하지만 습관적인 행동으로부터 선호가 나타날 수 있다고 하였다.

Kim JH 등(2010)의 한식레스토랑의 메뉴유형별 유사성 및 선호도 평가에 관한 연구에서는 중국인·일본인을 대상으로 MDPREF 선호도 분석을 이용하여 메뉴타입(한정식, 고기요리, 저가식사, 기타단품요리)의 선호도를 분석하여 중국인·일본인들이 가장 선호하는 메뉴타입을 도출하였다. Park GY 등(2006)의 떡 카페 메뉴에 선호도와 만족도에 관한 연구에서는 메뉴 선호도에 관한 19개의 변수를 4개의 요인(본질적요인, 외향적요인, 외형적요인, 구성적요인)으로 추출하여, 선호도 분석을 한 결과 인구통계학적 요인에 따라 떡 카페 메뉴 선호도에 대한 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났고, 선호도와 만족도간에 미치는 영향에 대해서는 4개의 요인 모두가 영향력이 있으며 특히, 본질적요인(맛, 영양가, 신선함, 냄새, 온도, 질, 간, 씹히는 정도)이 가장 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

4. 구매의도

구매의도란 소비자의 구매행동 결정에 직접적인 영향을 미치는 요인으로, 구매 하고자 하는 행동의도로 정의되며 어떤 대상에 관하여 개인이 보이는 구매행동에 비례한 기대 수준을 의미한다(최미현 2008). Davidson AR & Jaccard JJ(1979)는 구매의도가 특정 대상의 행동을 예측하는데 있어서 태도보다 더 정확한 예측을 할 수 있다고 하였고, Fishbein M & Ajzen I(1975)는 구매의도란 소비자의 태도와 행동의 중간변수로써, 소비자의 미래행동에 대한 의지를 표현한다고 하였다. 구매의도를 측정하는 방법으로 리커트 척도를 이용하여 구매의도의 강약을 측정하는 방법이 있으며, 설문조사에서 구매의도를 측정할 수 있는 항목으로는 구매 의사나 구매가능성 등이 있다(이학식 등 1998).

Kim YG와 Hong JS(2009)의 외식 메뉴의 위험지각, 품질 지각, 가치 지각 및 구매의도간의 영향에 관한 연구에서는 외식 메뉴에 대한 품질 지각이 가치 지각과 매개하여 구매의도에 영향을 미친다고 하였고, An HK와 Jin YH(2009)의 식품첨가물에 대한 소비자 인지가 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구에서는 식품첨가물에 대한 소비자의 위험 지각이 구매의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 Byun KI 등(2008)의 미국산 쇠고기에 대한 위험지각이 소비자 태도 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구에서는 미국산 쇠고기에 대한 위험 지각에 의해 소비자태도 및 구매의도가 결정된다고 하였고, 긍정적인 소비자 태도는 구매의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Ⅲ. 연구 설계

1. 연구문제

본 연구에서는 비빔밥에 대한 선행연구(Park KH 등 2011)와 선호도(Kim BK와 Kim TW 2003) 및 구매의도(최미현 2008)에 대한 선행연구들을 토대로 퓨전비빔밥에 대한 선호도 및 구매의도를 탐색적으로 살펴보고자 하였다. 탐색적 연구 설계를 위한 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 비빔밥에 대한 일반적인 특성들을 살펴보았다. 둘째, 퓨전비빔밥의 선호도 및 구매의도 순위를 살펴보았다. 셋째, 인구통계학적 특성에 따라 비빔밥의 선호도 및 구매의도를 살펴보았다.

2. 측정도구의 구성

본 연구의 설문지 구성은 이승민(2005), 서윤정(2005)의 연구를 기초로 하여 본 연구에 적합하게 수정하여 사용하였다. 비빔밥에 대한 일반적인 특성으로 비빔밥의 선호여부, 선호이유, 생채비빔밥 선호여부, 숙채비빔밥 선호여부, 비빔밥과 함께 제공 되었을 때 선호하는 국, 선호하는 비빔밥 양념, 선호하는 밥의 형태, 선호하는 비빔밥 용기, 한식당 월평균 이용 빈도와 비빔밥 월평균 이용 빈도 등을 구성하였다. 또한, 선호가 상품에 대한 인지도나 연상 이미지에서 상품의 한 부분을 형성하여 소비자들의 태도와 행동에 영향을 준다고 한 Kim BK와 Kim TW(2003)의 관점에서 각 퓨전 비빔밥의 선호도를 측정하기 위해 비빔밥의 이미지를 추가하여 선호도 및 구매의도를 측정하였다. 비빔밥의 메뉴 및 이미지 등은 식품외식경제(2006a)와 식품외식경제(2006b)에 따라 퓨전비빔밥을 "밥 위에 나물 등의 고명을 올린 전통비빔밥의 형식에 새로운 토핑을 올린 비빔밥"으로 정의하고, 2010년 전주시 주관 101가지 비빔밥 프로젝트의 결과물 중, 퓨전비빔밥 22가지를 설문에 사용하였다. 또한, 인구통계학적 특성으로 성별, 결혼여부, 학력, 연령, 직업, 소득 등의 항목을 구성하였다.

3. 표본추출 및 통계분석

본 연구는 퓨전비빔밥에 대한 선호도, 구매의도에 대한 탐색적 연구를 수행하기 위하여 서울지역에서 표본추출을 시도하였다. 확률적인 표본추출을 수행하기 위한 노력으로 서울 지하철 1, 7, 9호선을 이용하는 소비자들 중 설문참여 의사를 밝힌 20대 이상의 소비자를 대상으로 연구목적 및 설문방법을 충분히 설명한 뒤 조사를 수행하였다. 조사는 2012년 4월 3일부터 10일까지 약 1주일간, 오전 10시부터 저녁 8시 까지 수행되었다. 설문지는 총 300부가 배포되었고, 부실 기재된 12부를 제외한 288부가 최종분석에 사용되었다. 분석은 SPSS 19.0을 이용하여 빈도분석, 기술통계, t-test와 One-way ANOVA를 실시하였다.

Ⅳ. 분석 결과

1. 인구통계학적 특성

조사 대상자의 인구통계학적특성은 <Table 1>과 같다. 조사 응답자의 성별은 응답자 288명 중 '남자'는 138명(47.9%), '여자'는 150명(52.1%)을 차지하였다. 연령별로는 '29세미만' 136명(47.2%), '30~39세' 66명(22.9%), '40~49세' 45명(15.6%), '50~59세' 29명(10.1%), '60세 이상' 12명(4.2%)으로 조사되었다. 결혼 유무에 관한 응답으로 '기혼' 122명(42.4%), '미혼'은 166명(57.6%)을 차지하였다. 학력별로는 '고등학교이하'가 75명(26.0%), '대학/전문대학 재학' 107명(37.2%), '대학/전문대학 졸업' 94명(32.6%), '대학원이상'이 12명(4.2%)을 각각 차지하였다. 직업별로는 '회사원' 70명(24.3%), '공무원' 11명(3.8%), '자영업/개인사업' 22명(7.6%), '판매/서비스업' 44명(15.3%), '전문직' 15명(5.2%), '학생' 87명(30.2%), '주부'가 35명(12.2%)을 차지하였다. 소득별로는 '99만원미만' 109명(37.8%), '100~199만원' 85명(29.5%), '200~299만원' 42명(14.6%), '300~399만원' 25명(8.7%), '400~499만원' 11명(3.8%), '500~599만원' 9명(3.1%), '600만원 이상'이 7명

(2.4%)을 각각 차지하였다.

2. 비빔밥에 대한 일반적 특성

비빔밥에 대한 일반적 특성은 <Table 2>와 같다. 조사 대상자들은 비빔밥을 선호하는지에 관한 질문에서는 '싫다' 17명(5.9%), '보통이다' 80명(27.9%), '좋다' 130명(45.3%), '매우 좋다' 60명(20.9%)으로 나타났다. 선호이유로는 '간편히 먹기 위해서' 125명(43.4%), '맛있어서' 103(35.8%), '채식을 위해서' 34명(11.8%), '건강을 위해서' 20명(6.9%)을 차지하였다. 조사 대상자의 65% 이상이 비빔밥을 선호하며, 선호하는 이유로 '간편히 먹기 위해서', '맛있어서'가 높게 나타났다.

생채(겉절이, 무생채 등)가 들어간 비빔밥에 관한 질문에서는 '싫다' 17명(5.9%), '보통이다' 81명(28.1%), '좋다' 157명(54.5%), '매우 좋다' 33명(11.5%)을 차지하였으며, 숙채(숙주나물, 고사리나물, 도라지나물 등)가 들어간 비빔밥에 관한 질문에서는 '매우 싫다' 2명(0.7%), '싫다' 26명(9.0%), '보통이다' 76명(26.4%), '좋다' 133명(46.2%), '매우 좋다'가 51명(17.7%)으로 나타났다. 각각 '좋다'와 '매우 좋다'가 190명, 184명으로 나타나 대부분의 응답자들이 선호하는 것으로 나타났다. 밥의 형태에 관한 질문에서는 '흰쌀밥' 96명(33.3%), '잡곡밥' 89명(30.9%), '보리밥' 79명(27.4%), '흑미밥'은 23명(8.0%)으로 나타났다. 비빔밥에 들어가는 양념에 관한 질문에서는 '고추장'이 240명(83.3%)를 차지하며 가장 높았으며, '된장' 23명(8.0%), '초장' 13명(4.5%), '간장' 8명(2.8%), '기타' 4명(1.4%)으로 나타났다. 비빔밥을 먹을 때 선호하는 국물로는 '된장국' 119명(41.3%), '콩나물국' 72명(25.0%), '계란국' 49명(17.0%), '동치미' 19명(6.6%), '북어국' 9명(3.1%) 등으로 나타났다. 비빔밥을 담는 용기에 관한 질문에서는 '돌솥' 114명(39.6%), '양푼이' 95명(33.0%), '놋그릇' 56명(19.4%), '도자기' 21명(7.3%), '기타'가 2명을 차지하였다.

한식당 및 비빔밥의 월평균 이용 빈도에 관한 응답으로는 한식당 이용 빈도는 월평균 5.98회를 이용하는 것으로 나타났고, 비빔밥 이용 빈도는 월평균 3.05회 이용하는 것으로 나타났다.

3. 퓨전 비빔밥의 선호도에 대한 기술통계

퓨전비빔밥에 선호도에 대한 순위는 <Table 4>

<Table 1> Demographic characteristics of the respondents

Characteristics		n	%	Characteristics		n	%
Gender	Male	138	47.9	Marital status	Married	122	42.4
	Female	150	52.1		Single	166	57.6
	Total	288	100.0		Total	288	100.0
Education	Highschool or below	75	26.0	Age	Under 29	136	47.2
	College & University student	107	37.2		30~39	66	22.9
	College & University graduate	94	32.6		40~49	45	15.6
	Graduate school student & graduate	12	4.2		50~59	29	10.1
	Total	288	100.0		Over 60	12	4.2
					Total	288	100.0
Job	Company worker	70	24.3	Average monthly income (ten thousand won)	Under 99	109	37.8
	Public official	11	3.8		100-199	85	29.5
	Self-employed/Self-business	22	7.6		200~299	42	14.6
	Retail business/Service industry	44	15.3		300~399	25	8.7
	Professional	15	5.2		400~499	11	3.8
	Student	87	30.2		500~599	9	3.1
	Housewife	35	12.2		Over 600	7	2.4
	Etc.	4	1.4		Total	288	100.0
	Total	288	100.0				

<Table 2> **General characteristics of *bibimbap***

Factor	Variables	n	%	Factor	Variables	n	%
Reason of preference	Healthy	20	6.9	Preference of *bibimbap*	Dislike	17	5.9
	Vegetable diet	34	11.8		Normal	80	27.9
	Easy to eat	125	43.4		Like	130	45.3
	Delicious	103	35.8		Very like	60	20.9
	Etc.	6	2.1		Total	287	100.0
	Total	288	100.0	Fresh Vegetable style	Dislike	17	5.9
Condiment	Gochujang	240	83.3		Normal	81	28.1
	Ganjang	8	2.8		Like	157	54.5
	Doenjang	23	8.0		Very like	33	11.5
	Red chili-pepper paste with vinegar	13	4.5		Total	288	100.0
	Etc.	4	1.4	Blanched vegetable style	Very dislike	2	0.7
	Total	288	100.0		Dislike	26	9.0
Rice type	Boiled rice	96	33.3		Normal	76	26.4
	Boiled rice with mixed grains	89	30.9		Like	133	46.2
	Black rice	23	8.0		Very like	51	17.7
	Boiled barley	79	27.4		Total	288	100.0
	Etc.	1	0.3	Soup type	Bean sprouts soup	72	25.0
	Total	288	100.0		Egg soup	49	17.0
Bowl type	Brassware	56	19.4		Udon soup	3	1.0
	Dolsot	114	39.6		Doenjang soup	119	41.3
	Ceramics	21	7.3		Beef leg bone soup	5	1.7
	A large brass bowl	95	33.0		Seonji soup	4	1.4
	Etc.	2	0.7		Yukgaejang	2	0.7
	Total	288	100.0		Dried pollack soup	9	3.1
					Jjamppong	3	1.0
					Dongchimi	19	6.6
					Etc.	3	1.0
					Total	288	100.0

와 같다. 분석결과, ‘매운낙지비빔밥’이 가장 높은 평균을 차지하였고, ‘돈가스비빔밥’, ‘회비빔밥’, ‘치킨데리야끼비빔밥’, ‘비빔밥시금치라자냐’, ‘게살비빔밥’, ‘레몬스테이크비빔밥’, ‘매운해물비빔밥’이 다음을 차지하였다.

퓨전비빔밥의 구매의도의 순위는 <Table 5>와 같다. 분석결과, ‘매운낙지비빔밥’이 가장 높은 평균을 차지하였고, ‘돈가스비빔밥’, ‘회비빔밥’, ‘게살비빔밥’, ‘치킨데리야끼비빔밥’, ‘레몬스테이크비빔밥’, ‘비빔밥시금치라자냐’, ‘매운해물비빔밥’이 다음을 차지하였다.

4. 인구통계학적 특성에 따른 비빔밥의 선호도

인구통계학적 특성에 따른 비빔밥의 선호도를 살펴보기 위해 t-test와 One-way ANOVA를 실시하였다. One-way ANOVA분석결과 유의한 차이가 있는 경우에는 사후검정을 실시하였다. 본문에서는 유의한 차이가 발생된 결과만을 제시하였다. 유의한 차이가 발생되지 않은 비빔밥의 선호수준은 <Table 4>에 제시된 평균과 표준편차의

<Table 3> **Monthly average frequency of using Korean restaurant and *bibimbap***

Measurement items	Mean	Std. Deviation
Frequency of visiting for Korean restaurant	5.98	5.571
Frequency of eating *bibimbap*	3.05	2.801

<Table 4> **Rankings of preference of *bibimbap***

Variables	Mean	Std. Deviation	Variables	Mean	Std. Deviation
Spicy small octopus *bibimbap*	3.55	1.048	*Bibimbap* gratin	3.13	1.159
Pork cutlet *bibimbap*	3.49	1.138	*Bibimbap*-gui	3.07	1.206
Sashimi *bibimbap*	3.42	1.036	Steamed cabbage *bibimbap*	3.03	1.044
Chicken teriyaki *bibimbap*	3.32	1.069	Shabu-shabu perilla *bibimbap*	3.02	1.225
Bibimbap spinach lasagna	3.29	1.173	*Bibimbap* usun	2.97	1.025
Crab *bibimbap*	3.28	1.045	Sweat pepper cheese *bibimbap*	2.94	1.109
Lemon steak *bibimbap*	3.26	1.116	Stir-fried Kimchi *bibimbap*	2.90	1.067
Spicy seafood *bibimbap*	3.23	1.081	Pineapple pork belly *bibimbap*	2.86	1.148
Mitra squid *bibimbap*	3.19	1.054	Whelk vegetable *bibimbap*	2.80	1.019
Bulgogi cheese *bibimbap*	3.17	1.063	Onion jangaiji seafood *bibimbap*	2.70	1.044
Shrimp *bibimbap*	3.16	1.058	Tomato *bibimbap*	2.60	1.118

<Table 5> **Rankings of the purchase intention of *bibimbap***

Variables	Mean	Std. deviation	Variables	Mean	Std. deviation
Spicy small octopus *bibimbap*	3.53	1.144	*Bibimbap* gratin	2.99	1.233
Pork cutlet *bibimbap*	3.37	1.228	*Bibimbap*-gui	2.98	1.292
Sashimi *bibimbap*	3.29	1.138	Steamed cabbage *bibimbap*	2.94	1.128
Crab *bibimbap*	3.24	1.181	Shabu-shabu perilla *bibimbap*	2.87	1.278
Chicken teriyaki *bibimbap*	3.20	1.125	Sweat pepper cheese *bibimbap*	2.84	1.184
Lemon steak *bibimbap*	3.17	1.239	*Bibimbap* usun	2.74	1.095
Bibimbap spinach lasagna	3.16	1.201	Pineapple pork belly *bibimbap*	2.73	1.170
Spicy seafood *bibimbap*	3.15	1.133	stir-fried Kimchi *bibimbap*	2.72	1.139
Shrimp *bibimbap*	3.11	1.147	Whelk vegetable *bibimbap*	2.66	1.078
Mitra squid *bibimbap*	3.05	1.125	Onion jangaiji seafood *bibimbap*	2.55	1.094
Bulgogi cheese *bibimbap*	3.05	1.169	Tomato *bibimbap*	2.54	1.159

값과 같다.

응답자의 성별에 따른 비빔밥의 선호도를 살펴본 결과는 <Table 6>과 같다. 분석결과, '불고기치즈비빔밥'과 '매운해물비빔밥'에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 여성 응답자들은 남성 응답자들보다 '불고기치즈비빔밥', '매운해물비빔밥'을 더 선호하는 것으로 나타났다.

응답자의 결혼여부에 따른 비빔밥의 선호도의 차이는 <Table 7>과 같다. 분석결과, '비빔그라탕', '돈가스비빔밥', '레몬스테이크비빔밥', '파인애플삼겹살비빔밥', '치킨데리야끼비빔밥', '불고기치즈비빔밥'에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 미혼 응답자들은 기혼 응답자보다 '비빔밥그라탕', '돈가스비빔밥', '레몬스테이크비빔밥', '파인애플삼겹살비빔밥', '치킨

<Table 6> **Preference of *bibimbap* according to gender**

Variables		n	Mean	Std. deviation	t	p-value
Bulgogi cheese *bibimbap*	male	138	3.04	1.028	-2.009	.045*
	female	150	3.29	1.083		
Spicy seafood *bibimbap*	male	138	3.10	1.089	-1.985	.048*
	female	150	3.35	1.063		

* $p<.05$

<Table 7> Preference of *bibimbap* according to marital status

Variables		n	Mean	Std. deviation	t	p-value
Bibimbap gratin	married	122	2.91	1.157	-2.731	.007**
	single	166	3.28	1.138		
Pork cutlet *bibimbap*	married	122	3.26	1.198	-2.943	.004**
	single	166	3.66	1.066		
Lemon steak *bibimbap*	married	122	3.11	1.156	-2.016	.045*
	single	166	3.37	1.075		
Pineapple pork belly *bibimbap*	married	122	2.65	1.149	-2.736	.007**
	single	166	3.02	1.125		
Chicken teriyaki *bibimbap*	married	121	3.13	1.132	-2.622	.009**
	single	166	3.46	1.001		
Bulgogi cheese *bibimbap*	married	122	2.85	1.111	-4.440	.000***
	single	166	3.40	.965		

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

데리야끼비빔밥', '불고기치즈비빔밥'을 더 선호하는 것으로 나타났다.

응답자들의 연령에 따른 비빔밥 선호도의 차이는 <Table 8>과 같다. 분석결과, '비빔밥그라탕', '돈가스비빔밥', '파프리카치즈비빔밥', '파인애플삼겹살비빔밥', '치킨데리야끼비빔밥', '불고기치즈비빔밥', '양배추비빔밥찜', '토마토비빔밥', '골뱅이비빔밥', '게살비빔밥'에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. '돈가스비빔밥', '파프리카치즈비빔밥', '파인애플삼겹살비빔밥', '치킨데리야끼비빔밥'은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나 두 집단으로 분류되지는 않았다. 29세미만 응답자들은 40대 응답자들보다 '비빔밥그라탕'을 더 선호하는 것으로 나타났다. 29세미만 응답자들은 40대, 50대 응답자들보다 '불고기치즈비빔밥'을 더 선호하는 것으로 나타났다. 50대 응답자들은 30대 응답자들보다 '양배추비빔밥찜'을 더 선호하는 것으로 나타났다. 60세 이상 응답자들은 30대, 40대 응답자들보다 '토마토비빔밥'을 더 선호하는 것으로 나타났고, 50대 응답자들은 40대 응답자들보다 '토마토비빔밥'을 더 선호하는 것으로 나타났다. 29세미만, 50대, 60세 이상 응답자들은 40대 응답자들보다 '골뱅이비빔밥'을 더 선호하는 것으로 나타났다. 29세미만 응답자들은 60세 이상 응답자들보다 '게살비빔밥'을 더 선호하는 것으로 나타났다.

응답자들의 학력에 따른 비빔밥의 선호도의 차이는 <Table 9>와 같다. 분석결과, '파프리카비빔밥', '파인애플비빔밥', '샤브샤브들깨비빔밥', '김치볶음비빔밥', '매운해물비빔밥'에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. '샤브샤브들깨비빔밥', '김치볶음비빔밥'은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나, 두 집단으로 분류되지는 않았다. '고등학교이하', '대학/전문대학재학' 응답자들은 '대학원이상' 응답자들보다 '파프리카비빔밥'을 더 선호하는 것으로 나타났다. '고등학교이하', '대학/전문대학재학' 응답자들은 '대학원이상' 응답자들보다 '파인애플비빔밥'을 더 선호하는 것으로 나타났다. '대학원이상' 응답자들은 '대학/전문대학졸업' 응답자들보다 '매운해물비빔밥'을 더 선호하는 것으로 나타났다.

5. 인구통계학적 특성에 따른 비빔밥의 구매의도

인구통계학적 특성에 따른 비빔밥의 구매의도를 살펴보기 위해 t-test와 One-way ANOVA를 실시하였다. One-way ANOVA분석결과 유의한 차이가 있는 경우에는 사후검정을 실시하였다. 본문에서는 유의한 차이가 발생된 결과만을 제시하였다. 유의한 차이가 발생되지 않은 비빔밥의 구매의도 수준은 <Table 5>에 제시된 평균과 표준편차의 값과 같다.

<Table 8> **Preference of *bibimbap* according to age**

Variables		n	Mean	Std. deviation	F	p-value
Bibimbap gratin	Under 29	136	3.32[b]	1.140	2.876	.023*
	30~39	66	3.11[ab]	1.165		
	40~49	45	2.67[a]	1.108		
	50~59	29	3.07[ab]	1.193		
	Over 60	12	2.92[ab]	1.084		
Pork cutlet *bibimbap*	Under 29	136	3.70[a]	1.056	2.703	.031*
	30~39	66	3.44[a]	1.139		
	40~49	45	3.18[a]	1.193		
	50~59	29	3.17[a]	1.284		
	Over 60	12	3.33[a]	1.155		
Sweat pepper cheese *bibimbap*	Under 29	136	3.08[a]	1.089	2.505	.042*
	30~39	66	2.70[a]	1.109		
	40~49	45	2.67[a]	1.087		
	50~59	29	3.21[a]	1.177		
	Over 60	12	3.00[a]	.953		
Pineapple pork belly *bibimbap*	Under 29	136	3.10[a]	1.070	3.492	.008**
	30~39	66	2.62[a]	1.187		
	40~49	45	2.51[a]	.968		
	50~59	29	2.76[a]	1.354		
	Over 60	12	3.00[a]	1.414		
Chicken teriyaki *bibimbap*	Under 29	136	3.51[a]	.966	2.631	.035*
	30~39	65	3.22[a]	1.139		
	40~49	45	2.96[a]	1.021		
	50~59	29	3.34[a]	1.203		
	Over 60	12	3.17[a]	1.337		
Bulgogi cheese *bibimbap*	Under 29	136	3.47[b]	.886	6.815	.000***
	30~39	66	3.02[ab]	1.088		
	40~49	45	2.64[a]	1.111		
	50~59	29	2.90[a]	1.263		
	Over 60	12	3.17[ab]	1.115		
Steamed cabbage *bibimbap*	Under 29	136	3.12[ab]	1.040	2.925	.021*
	30~39	66	2.67[a]	1.028		
	40~49	45	3.09[ab]	.973		
	50~59	29	3.31[b]	1.072		
	Over 60	12	3.17[ab]	1.030		
Tomato *bibimbap*	Under 29	136	2.68[abc]	1.127	2.818	.026*
	30~39	66	2.42[ab]	1.096		
	40~49	45	2.29[a]	1.100		
	50~59	29	2.90[bc]	1.113		
	Over 60	12	3.17[c]	.835		
Whelk vegetable *bibimbap*	Under 29	136	2.94[b]	.964	3.285	.012*
	30~39	65	2.66[ab]	1.004		
	40~49	45	2.40[a]	.915		
	50~59	29	3.03[b]	1.239		
	Over 60	12	3.00[b]	1.128		
Crab *bibimbap*	Under 29	136	3.48[b]	.935	2.709	.031*
	30~39	65	3.11[ab]	1.147		
	40~49	45	3.22[ab]	1.085		
	50~59	29	3.03[ab]	1.193		
	Over 60	12	2.83[a]	1.193		

a, b, c: Different letters indicate significant differences according to Duncan's test(P<0.05).
* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

<Table 9> Preference of *bibimbap* according to education

Variables		n	Mean	Std. deviation	F	p-value
Sweat pepper cheese *bibimbap*	Highschool or below	75	3.01[b]	1.180	2.718	.045*
	College & University student	107	3.09[b]	1.005		
	College & University graduate	94	2.78[ab]	1.156		
	graduate school student & graduate	12	2.33[a]	.888		
Pineapple pork belly *bibimbap*	Highschool or below	75	2.91[b]	1.210	3.042	.029*
	College & University student	107	3.07[b]	1.012		
	College & University graduate	94	2.66[ab]	1.205		
	graduate school student & graduate	12	2.33[a]	1.155		
Shabu-shabu perilla *bibimbap*	Highschool or below	75	3.07[a]	1.329	4.076	.007**
	College & University student	106	3.28[a]	1.161		
	College & University graduate	94	2.69[a]	1.155		
	graduate school student & graduate	12	2.92[a]	1.165		
stir-fried Kimchi *bibimbap*	Highschool or below	75	2.84[a]	1.079	3.153	.025*
	College & University student	107	3.13[a]	.952		
	College & University graduate	94	2.68[a]	1.128		
	graduate school student & graduate	12	2.83[a]	1.193		
Spicy seafood *bibimbap*	Highschool or below	75	3.52[ab]	1.095	4.172	.007**
	College & University student	107	3.20[ab]	.956		
	College & University graduate	94	2.99[a]	1.187		
	graduate school student & graduate	12	3.67[b]	.651		

a, b, c: Different letters indicate significant differences according to Duncan's test(P<0.05).
* p<.05, ** p<.01

응답자들의 성별에 따른 비빔밥의 구매의도의 차이는 <Table 10>과 같다. 분석결과, '비빔밥그라탕', '매운해물비빔밥'에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 여성 응답자들이 남성 응답자들보다 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다.

응답자들의 결혼유무에 따른 비빔밥의 구매의도의 차이는 <Table 11>과 같다. 분석결과, '비빔밥그라탕', '돈가스비빔밥', '파프리카치즈비빔밥', '레몬스테이크비빔밥', '파인애플삼겹살비빔밥', '치킨데리야끼비빔밥', '비빔밥구이', '불고기치즈비빔밥'에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, '미혼' 응답자들은 '기혼' 응답자들보다 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다.

응답자들의 연령에 따른 비빔밥의 구매의도의 차이는 <Table 12>와 같다. '비빔밥그라탕', '돈가스비빔밥', '파인애플삼겹살비빔밥', '치킨데리야끼비빔밥', '불고기치즈비빔밥', '양배추비빔밥찜', '토마토비빔밥', '양파장아찌해물비빔밥', '골뱅이채소비빔밥', '김치볶음비빔밥'에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. '치킨데리야끼비빔밥'은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나 두 집단으로 분류되지는 않았다. '29세미만' 응답자들이 '60세 이상' 응답자들

<Table 10> Purchase intention of *bibimbap* according to gender

Variables		n	Mean	Std. deviation	t	p-value
Bibimbap gratin	Male	138	2.80	1.158	-2.515	.012*
	Female	150	3.17	1.277		
Spicy seafood *bibimbap*	Male	138	3.01	1.137	-2.052	.041*
	Female	150	3.28	1.118		

* p<.05

<Table 11> **Purchase intention of *bibimbap* according to marital status**

Variables		n	Mean	Std. deviation	t	p-value
Bibimbap gratin	Married	122	2.70	1.190	-3.466	.001**
	single	166	3.20	1.224		
Pork cutlet *bibimbap*	Married	122	3.07	1.218	-3.659	.000***
	single	166	3.59	1.191		
Sweat pepper cheese *bibimbap*	Married	122	2.61	1.124	-2.803	.005**
	single	166	3.01	1.204		
Lemon steak *bibimbap*	Married	122	2.99	1.289	-2.106	.036*
	single	166	3.30	1.188		
Pineapple pork belly *bibimbap*	Married	122	2.52	1.208	-2.517	.012*
	single	165	2.88	1.157		
Chicken teriyaki *bibimbap*	Married	121	2.99	1.187	-2.690	.008**
	single	166	3.35	1.055		
Bibimbap-gui	Married	122	2.80	1.303	-2.031	.043*
	single	166	3.11	1.272		
Bulgogi cheese *bibimbap*	Married	122	2.70	1.252	-4.441	.000***
	single	166	3.31	1.032		

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

보다 '비빔밥그라탕'의 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. '29세미만' 응답자들이 '40대', '50대' 응답자들보다 '돈가스비빔밥'의 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. 60세 이상 응답자들이 30대, 40대, 50대 응답자들보다 '파인애플삼겹살비빔밥'의 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. 29세 응답자들이 40대, 50대, 60세 이상 응답자들보다 '불고기치즈비빔밥'의 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. 60세 이상 응답자들이 30대 응답자들보다 '양배추비빔밥찜'의 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. 60세 이상 응답자들은 29세미만, 30대, 40대, 50대 응답자들보다 '토마토비빔밥'의 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. 50대 응답자들이 30대, 40대 응답자들보다 '양파장아찌해물비빔밥'의 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. 50대, 60세 이상 응답자들이 40대 응답자보다 '골뱅이채소비빔밥'의 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. 60세 이상 응답자들은 29세미만, 30대, 40대, 50대 응답자들보다 '김치볶음비빔밥'의 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다.

응답자들의 학력에 따른 비빔밥의 구매의도의 차이는 <Table 13>과 같다. 분석결과, '돈가스비빔밥', '파프리카치즈비빔밥', '파인애플삼겹살비빔밥', '샤브샤브들깨비빔밥', '양배추비빔밥찜', '골뱅이비빔밥', '김치볶음비빔밥', '매운해물비빔밥'에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. '돈가스비빔밥', '파인애플비빔밥', '비빔밥샤브샤브', '양배추비빔밥찜', '김치볶음비빔밥', '매운해물비빔밥'은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나, 두 집단으로 분류되지는 않았다. 대학/전문대학재학 응답자들은 대학원이상 응답자들보다 '파프리카치즈비빔밥'의 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. 대학/전문대학재학 응답자들은 대학원이상 응답자들보다 '골뱅이비빔밥'의 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다.

Ⅴ. 결론 및 시사점

본 연구는 소비자들의 비빔밥에 대한 일반적 특성을 파악하여 고객들이 선호하는 비빔밥의 속성을 파악하고자 하였다. 또한 소비자들의 퓨전비빔밥에 대한 선호도 및 구매의도를 파악하여 전략적 시사점을 찾고자 하였으며, 인구통계학적 특성에 따른 소비자들의 퓨전비빔밥에 대한 선호도 및 구매의도를 살펴보고자 하였다. 분석 결과에 따른 결론 및 시사점은 다음과 같다.

<Table 12> Purchase intention of *bibimbap* according to age

Variables		n	Mean	Std. deviation	F	p-value
Bibimbap gratin	Under 29	136	3.26[b]	1.200	3.625	.007**
	30~39	66	2.85[ab]	1.243		
	40~49	45	2.58[a]	1.158		
	50~59	29	2.83[ab]	1.284		
	Over 60	12	2.67[ab]	1.155		
Pork cutlet *bibimbap*	Under 29	136	3.63[b]	1.173	4.124	.003**
	30~39	66	3.30[ab]	1.150		
	40~49	45	2.93[a]	1.214		
	50~59	29	2.93[a]	1.412		
	Over 60	12	3.42[ab]	1.240		
Pineapple pork belly *bibimbap*	Under 29	135	2.98[ab]	1.103	4.499	.002**
	30~39	66	2.38[a]	1.225		
	40~49	45	2.42[a]	1.118		
	50~59	29	2.62[a]	1.293		
	Over 60	12	3.25[b]	1.288		
Chicken teriyaki *bibimbap*	Under 29	136	3.40[a]	.992	2.914	.022*
	30~39	65	2.97[a]	1.199		
	40~49	45	2.87[a]	1.100		
	50~59	29	3.21[a]	1.320		
	Over 60	12	3.33[a]	1.371		
Bulgogi cheese *bibimbap*	Under 29	136	3.40[b]	.977	6.655	.000***
	30~39	66	2.85[ab]	1.153		
	40~49	45	2.60[a]	1.214		
	50~59	29	2.69[a]	1.466		
	Over 60	12	2.75[a]	1.288		
Steamed cabbage *bibimbap*	Under 29	136	3.05[ab]	1.111	2.515	.042*
	30~39	66	2.59[a]	1.095		
	40~49	45	2.98[ab]	1.118		
	50~59	29	2.93[ab]	1.252		
	Over 60	12	3.42[b]	.900		
Tomato *bibimbap*	Under 29	136	2.65[a]	1.118	3.866	.004**
	30~39	66	2.27[a]	1.117		
	40~49	45	2.22[a]	1.126		
	50~59	29	2.76[a]	1.354		
	Over 60	12	3.33[b]	.888		
Onion jangaiji seafood *bibimbap*	Under 29	136	2.65[ab]	1.064	2.881	.023*
	30~39	66	2.27[a]	.985		
	40~49	45	2.36[a]	.957		
	50~59	29	2.97[b]	1.322		
	Over 60	12	2.67[ab]	1.497		
Whelk vegetable *bibimbap*	Under 29	136	2.79[ab]	.999	3.389	.010**
	30~39	65	2.51[ab]	1.120		
	40~49	45	2.24[a]	.908		
	50~59	29	2.90[b]	1.291		
	Over 60	12	3.08[b]	1.311		
Stir-fried Kimchi *bibimbap*	Under 29	136	2.94[a]	1.134	5.814	.000***
	30~39	66	2.36[a]	1.062		
	40~49	45	2.53[a]	.944		
	50~59	29	2.41[a]	1.150		
	Over 60	12	3.58[b]	1.379		

a, b, c: Different letters indicate significant differences according to Duncan's test(P<0.05).
* p<.05, ** p<.01 *** p<.001

<Table 13> **Purchase intention of *bibimbap* according to education**

Variables		n	Mean	Std. deviation	F	p-value
Pork cutlet *bibimbap*	Highschool or below	75	3.19[a]	1.249	3.203	.024*
	College & University student	107	3.65[a]	1.190		
	College & University graduate	94	3.22[a]	1.211		
	graduate school student & graduate	12	3.08[a]	1.240		
Sweat pepper cheese *bibimbap*	Highschool or below	75	2.87[ab]	1.245	2.896	.036*
	College & University student	107	3.06[b]	1.114		
	College & University graduate	94	2.64[ab]	1.190		
	graduate school student & graduate	12	2.33[a]	1.073		
Pineapple pork belly *bibimbap*	Highschool or below	75	2.76[a]	1.239	2.857	.037*
	College & University student	106	2.95[a]	1.036		
	College & University graduate	94	2.48[a]	1.259		
	graduate school student & graduate	12	2.50[a]	1.314		
Shabu-shabu perilla *bibimbap*	Highschool or below	75	2.99[a]	1.428	3.896	.009**
	College & University student	106	3.09[a]	1.246		
	College & University graduate	94	2.51[a]	1.134		
	graduate school student & graduate	12	2.92[a]	1.165		
Steamed cabbage *bibimbap*	Highschool or below	75	2.96[a]	1.108	3.051	.029*
	College & University student	107	3.16[a]	1.100		
	College & University graduate	94	2.69[a]	1.136		
	graduate school student & graduate	12	2.75[a]	1.138		
Whelk vegetable *bibimbap*	Highschool or below	75	2.71[ab]	1.124	3.076	.028*
	College & University student	107	2.86[b]	.995		
	College & University graduate	93	2.45[ab]	1.108		
	graduate school student & graduate	12	2.25[a]	.965		
Stir-fried *Kimchi bibimbap*	Highschool or below	75	2.67[a]	1.131	2.940	.034*
	College & University student	107	2.96[a]	1.124		
	College & University graduate	94	2.51[a]	1.134		
	graduate school student & graduate	12	2.50[a]	1.087		
Spicy seafood *bibimbap*	Highschool or below	75	3.41[a]	1.128	2.647	.049*
	College & University student	107	3.17[a]	1.023		
	College & University graduate	94	2.93[a]	1.238		
	graduate school student & graduate	12	3.08[a]	.996		

a, b, c: Different letters indicate significant differences according to Duncan's test(P<0.05).
* p<.05, ** p<.01

첫째, 소비자들의 월평균 한식당을 이용하는 횟수는 평균 5.98회로 나타났으며, 비빔밥의 이용 횟수는 월평균 3.05회로 나타났다. 비빔밥을 선호에 관한 질문에서는 '좋다'와 '매우 좋다' 응답이 총 190명으로 긍정적으로 나타났으며, 선호하는 이유로는 '간편히 먹기 위해서'와 '맛있어서'가 높게 나타났다. 이는 소비자들이 비빔밥을 맛뿐만 아니라 간편식으로써 선호하기 때문에 HMR(Home Meal Replacement) 상품 또는 프랜차이즈메뉴로써 비빔밥이 매우 경쟁력이 있을 것으로 사료된다. 또한 비빔밥 재료의 선호도에 대한 조사에서는 생채비빔밥은 '좋다'와 '매우 좋다'가 190명, '숙채비빔밥'은 184명으로 나타났다. 비빔밥의 양념으로는 '고추장'이 가장 높게 나타났고, 밥의 형태로는 '흰쌀밥'이 가장 높게 나타났으며, 비빔밥 용기로는 돌솥이 가장 높게 나타났다. 또한 비빔밥을 먹을 때 가장 선호하는 국물은 된장국이 가장 높게 나타났다. 이와 같은 본 연구 결과를 통해 소비자들이 선호하는 비빔밥 속성을 파악하여 업체들에게 전략적 시사점을 제공할 수 있을 것으로 사료된다.

둘째, 소비자들의 퓨전비빔밥에 대한 선호도는

'매운 낙지비빔밥', '돈가스비빔밥', '회비빔밥', '데리야끼 비빔밥', '비빔밥 시금치 라자냐' 순으로 나타났고, 구매 의도는 '매운 낙지비빔밥', '돈가스비빔밥', '회비빔밥', '게살비빔밥', '데리야끼 비빔밥' 순으로 나타났다. 결과를 종합해보면 소비자들의 퓨전비빔밥에 대한 선호도와 구매 의도는 비슷한 것으로 판단되었고, 사용되는 주재료가 익숙하고 호기심을 유발하는 이름의 퓨전비빔밥의 선호도 및 구매의도가 높게 나타나는 것을 알 수 있었다. 본 연구 결과를 통해 업체들이 메뉴 구성 등 마케팅 전략을 마련할 수 있을 것으로 사료된다.

셋째, 인구통계학적 특성에 따른 퓨전비빔밥의 선호도에서는 성별, 결혼유무, 연령, 학력에서 부분적으로 유의한 차이가 나타났다. 성별에서는 여성이 남성보다 퓨전비빔밥을 더 선호하는 것으로 나타났다. 결혼유무에서는 미혼 응답자가 기혼 응답자보다 퓨전비빔밥을 더 선호하는 것으로 나타났다. 연령에서는 대체적으로 29세미만 응답자가 퓨전비빔밥을 선호하는 것으로 나타났다. 학력에서는 대체적으로 대학/전문대학 재학 응답자들이 퓨전비빔밥을 선호하는 것으로 나타났다.

넷째, 인구통계학적 특성에 따른 퓨전비빔밥의 구매의도에서는 성별, 결혼유무, 연령, 학력에서 부분적으로 유의한 차이가 나타났다. 성별에서는 여성이 남성보다 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. 결혼유무에서는 미혼 응답자가 기혼 응답자보다 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. 연령에서는 대체적으로 29세미만 응답자와 60대 이상 응답자들의 구매의도가 높은 것으로 나타났다. 학력에서는 대학/전문대학 재학 응답자들이 구매의도가 높은 것으로 나타났다. 결과를 종합해보면, 성별에서는 여성, 결혼유무에서는 미혼, 연령에서는 29세미만 및 60대 이상, 학력에서는 대학/전문대학 재학 응답자들이 퓨전비빔밥의 선호도와 구매의도가 높은 것으로 사료된다. 이러한 연구 결과는 김덕녀(2008)의 연구와 Kang HJ와 Lee YJ(2008)의 연구결과와 비슷한 결과를 나타냈다. 이런 결과를 통해 볼 때, 퓨전비빔밥은 주고객층을 젊은 미혼 여성들로 선정하는 것이 좋을 것으로 사료된다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 서울 지역 지하철을 이용하는 소비자들을 대상으로 표본 추출을 시도하였기 때문에 대표성이 떨어진다는 한계성을 가진다. 따라서 다음 연구에서는 좀 더 광범위한 지역을 대상으로 연구를 진행해야 할 것이다.

둘째, 본 연구에서 연구대상으로 선정한 퓨전비빔밥은 선행연구가 부족하여 이론적 근거가 부족하다는 한계를 가진다.

셋째, 본 연구에서는 새로운 주제에 대한 탐색적 연구로 소비자들의 인구통계학적 특성만을 이용하여 연구하였지만, 향후 연구에서는 다양한 소비자들의 특성을 이용하여 연구를 진행해야 할 것이다.

한글 초록

본 연구의 목적은 전통비빔밥이 아닌 새로운 형태의 퓨전비빔밥에 대한 선호도 및 구매의도에 관한 탐색적 연구를 수행하는데 목적이 있다. 본 연구는 목적 달성을 위해 서울 지역 지하철을 이용하는 소비자들을 중심으로 표본조사를 실시하였다. 조사는 2012년 4월 3일부터 2012년 4월 10일까지 1주일동안 이루어졌고, 총 288부를 최종 분석에 사용하였다. 분석결과 비빔밥 선호에 관한 질문에서는 '좋다'와 '매우좋다' 응답이 총 190명으로 긍정적으로 나타났고, 선호하는 이유로는 '간편히 먹기 위해서'와 '맛있어서'로 나타났다. 소비자들의 퓨전비빔밥에 대한 선호도는 '매운 낙지비빔밥', '돈가스비빔밥', '회비빔밥', '치킨데리야끼비빔밥', '비빔밥 시금치 라자냐'순으로 나타났고, 구매 의도는 '매운 낙지비빔밥', '돈가스비빔밥', '회비빔밥', '게살비빔밥', '치킨데리야끼비빔밥' 순으로 나타났다. 인구통계학적 특성인 성별, 결혼유무, 연령, 학력에 따라서 퓨전

비빔밥의 선호도와 구매의도 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

참고문헌

과학원고전연구실 (1999). 역주 동국세시기. 한국문화사, 64, 서울

김덕녀 (2008). 퓨전음식과 전통음식의 외식행동에 관한 연구: 대학생을 중심으로. 경기대학교, 45-46, 수원

박찬일 (2000). 될 수 있다 <요리편>. 청년사, 139, 서울

서윤정 (2005). 한국 전통음식에 대한 만족도 조사 연구-방한 일본 관광객을 대상으로-. 경주대학교, 51-57, 경주

식품외식경제a. 2006. "비빔밥 전문점도 다점포 시대 개막", 8월 3일.

식품외식경제b. 2006. "<박진환의 음식 이야기> 퓨전요리", 9월 14일.

이승민 (2005). 비빔밥 섭취 현황 및 기호도 조사. 숙명여자대학교, 2-4, 서울

이주현 (2007). 한식의 문화관광 상품화 가능성 탐색-퓨전, 프랜차이즈 개념 도입을 중심으로 - 경기대학교 관광종합연구소, 63-76, 서울

이학식, 안광호, 하영원 (1998). 소비자 행동: 마케팅전략적 접근. 법문사, 318-327. 파주

전주비빔밥연구센터, Assessed June 22. 2012. Available from: http://www.jbbb.re.kr/

조남기(1990). 우리나라 소비자의 점포 애고 행동에 관한 실증적 연구. 고려대학교, 서울

최미현 (2008). 스포츠 스폰서십이 스포츠 의류브랜드 자산과 구매의도에 미치는 영향. 경희대학교, 54. 서울

한식재단, 비빔밥, Assessed June 19. 2012. available from: http://www.hansik.org/recipe/standard/stapleView.do?menu2Code=1&recipeId=4

한현숙 (2002). 외국인을 위한 비빔밥 개발. 숙명여자대학교, 1-17, 서울

Aaker, J. (1997). Dimensions of Brand Personality. *J Marketing Res* 34(1):347-369.

Ahn HY, Cho KI (2006). Evaluation of well-being menu of fast-food restaurant using IPA. *Korean J Tourism Res* 21(3):237-254.

An HK, Jin YH (2009). Effect of the consumer recognition about food additives on the behavioral intention: Focused on the madiating effect of perceived risk. *J Foodservice Management Soc Korea* 12(4):441-459.

Bok HJ (2007). The literary investigation on types and cooking method of bap(boiled rice) during Hosen Dynastry(1400's-1900's). *Korean J Food Culture* 22(6):721-741.

Byun KI, Kim KJ, Lee BS (2008). Effect of risk perception consumer attitude and purchase intentions on American beef. *J Foodservice Management* 11(3):275-298.

Cho MS, Lee KR (2011). A study on changes of the cooking process of bibimbab in cook books written around 100 years from late 19th century. *Korean J Food & Nutr* 24(4):535-550.

Choi SW, Kim TS (2011). The effect of purchasing motive and selective attributes of medicinal food on customer attitude. *Korean J Culinary Res* 17(4):204-218.

Choi W, Lee JS, Cho WK (2011). The effects of brand equity and customer value on customer loyalty in food-service industry. *J Foodservice Management Soc Korea* 14(2):277-298.

Chung HY (2000). New food fashion-fusion food. *Institute of Science for Human Life Res* 4(1): 111-115.

Davidson, A. R., Jaccard, J. J. (1979). Variables that Moderate The Attitude-Behavior Relation : Results of a Longitudinal Survey. *J Personality Soc Psychology* 37(8):64-76.

Enis, B. M., Paul, G. W. (1970). Store Loyalty as

A Basis for Market Segmentation. *J Retailing* 46(3):42-56.

Fishbein, M., Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading, 216-287, MA: Addison-Wesley.

Holland, M. A., Mccool, A. C. (1994). Cross-cultural cuisine: long-term trend or short-lived fad. *FIU Hospitality Rev* 12(1):17-30.

Jo MS, Lee KR (2011). A study on change of the cooking process of Bibimbab in cook books written around 100 years from late 19th century. *Korean J. Food & Nutr* 24(4):535-550.

Jung SM, Lee YS (2006). A study on trend of the hybrid design in multicultural society. *Korean Institute Interior Design J* 8(2):227-230.

Kang HJ, Lee YJ (2008). A study on the importance, satisfaction, perception and intake frequency of fusion menu. *Korean J Culinary Res* 14(4):134-149.

Kim BK, Kim TW (2003). A study in the formation process of the brand equity. *Korean Scholars Marketing Sci* 11(0):11-20.

Kim GJ, Han SI, Yang JM (2011). The study of structural relationship on determinants of relationship quality and loyalty in the type of food service industry-Focusing on Korean style restaurant, fast food restaurant, family restaurant, pizza restaurant, and coffee shop-. *Korea Academic Soc Tourism Management* 26(4):21-45.

Kim IH, Seo KM (2007). The analysis of Korean traditional color range of obangsak through Bibimbob colors. *Korean J Culinary Res* 13(3):12-19.

Kim JH, Lim CH, Lee MJ, Han JS (2010). An evaluation study about similarity and preference by the menu type of Korean restaurant: Focusing on the menu selection attributes. *J Foodservice Management Soc Korea* 13(5): 297-317.

Kim JS (2005). Universalizing Korean food. *Korean J. Food Culture* 20(5):499-507.

Kim SH, Park JW (2010). The effect of success factors for staring business in the food service industry on management performance. *Korean J Culinary Res* 16(2):215-231.

Kim SY, Lee MW, Lee HJ (2006). Analysis of menu pattens of Bibimbab meals in the school lunch program in Busan and Gyeongnam provinces. *Korean J. Food Culture* 21(5):491-499.

Kim YG, Hong JS (2009). Relationships between consumers' perceived risk, quality, and value and purchase intention: Focused on the moderating role of price levels. *Korean J Culinary Res* 15(4):299-312.

Kwon YJ, Song HG, Byun KI (2006). A study of effects on selecting well-being oriented menu in restaurants according to the LOHAS indices and the types of lifestyle of repeated customers. *Korean J Hospitality & Tourism Stud* 8(3): 31-47.

Lee SM (2000). Recent Developments and Future Prospects of Fusion Food. *Korea Soc Food & Cookery Sci* 16(3):285-292.

Lee YJ, Lee SB (2008). Influences of globalization strategy factors of Korean food on country image, attitudes toward Korea and product buying intention of Chinese and Japanese consumers. *Korean Academic Soc Hospitality Administration* 17(3):117-135.

Lee YJ, Yoon SJ (2011). A study on the perception and attitude Japanese tourists visit to experience the cuisine of motivation a Korea food. *Korea J Tourism & Hospitality Res* 25(5):401-417.

Park GY, Jeon HJ, Han MJ (2006). The effect of

customers' preference variables on the level of satisfaction with the menu at rice cake cafe. *Korean J Culinary Res* 12(3):1-16.

Park JN, Kim JK, Choi DB, Kim JH, Song BS, Lee JW, Kang IJ (2011). Woxicity evaluation of 30 kGy irradiated dried space Bibimbap for three months. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 40(7):956-961.

Park KH, Lee BS, Kim DS (2011). The effect of the selection attribute of local Jeonju-bibimbop restaurants on customer satisfaction and behavioral intention: focused on Jeonju area. *Korean J Culinary Res* 17(3):47-64.

Park ML, Kim YA, Yoon KS, Liu F, Byun GI (2009). A research on college students recognition and preference of Korean food in Shenyang region of China -focused on Bibimbap-. *Korean J Culinary Res* 15(1):169-180.

Shin AS, Ahn HK (2001). An analysis of the fusion cuisine recipe on mass media. *Korean J Culinary Res* 7(3):163-178.

Shin BG, Kwon YJ (2010). Difference analysis on the cognition, image, attitude, and globalization of Korean foods among american, chinese, and japanese groups. *J Foodservice Management Soc Korea* 13(3):311-332.

Spiggle, S., Sewall, M. A. (1987). A Choice Sets Model of Retail Selection. *J Marketing* 51(2): 97-111.

Walters, C.G. (1974). Consumer behavior: theory and practice, R. D. Irwin, 135-136, Homewood, Alabama

2012년 08월 01일 접 수
2012년 09월 19일 1차 논문수정
2012년 10월 09일 2차 논문수정
2012년 10월 25일 게 재 확 정