



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

경 영 학 석 사 학 위 논 문

라이프스타일에 따른  
수산물 외식 소비행태에 관한 연구



2018년 2월

부 경 대 학 교 대 학 원

해양수산경영학과

강 호 슬

경 영 학 석 사 학 위 논 문

라이프스타일에 따른  
수산물 외식 소비행태에 관한 연구

지도교수 장 영 수

이 논문을 경영학석사 학위논문으로 제출함.



2018년 2월

부 경 대 학 교 대 학 원

해양수산경영학과

강 효 슬

강효슬의 경영학석사 학위논문을 인준함.

2018년 2월 23일



위 원 장    경영학박사    김 도 훈    (인)

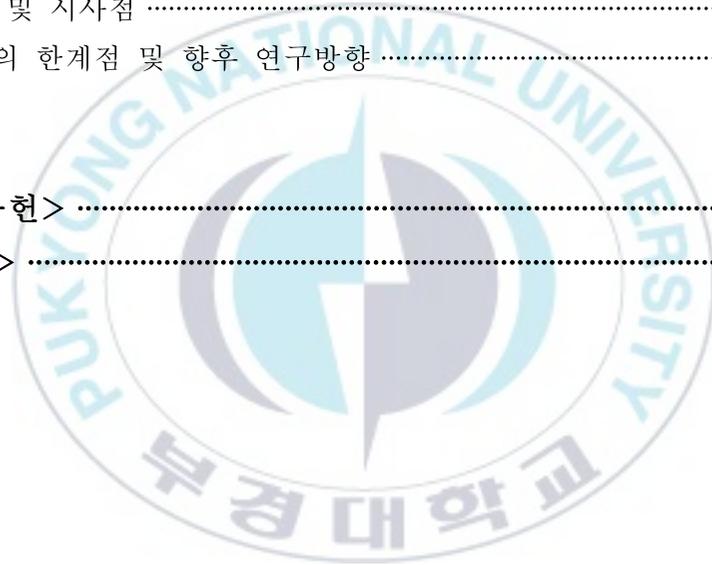
위    원    수산학박사    장 홍 석    (인)

위    원    경영학박사    장 영 수    (인)

# 목 차

<b>I. 서 론</b> .....	<b>1</b>
1. 연구배경 및 목적 .....	1
2. 연구의 범위 및 방법 .....	3
<b>II. 수산물 외식시장 현황 및 선행연구</b> .....	<b>4</b>
1. 수산물 외식시장 현황 .....	4
2. 라이프스타일에 대한 이론적 배경 .....	11
3. 선행연구 .....	15
가. 수산물 외식에 관한 선행연구 .....	15
나. 식생활라이프스타일에 관한 선행연구 .....	16
다. 선행연구와의 차별성 .....	22
<b>III. 연구설계</b> .....	<b>23</b>
1. 연구설계 .....	23
2. 조사설계 .....	24
가. 표본설계 .....	24
나. 설문지 구성 .....	25
3. 변수의 조작적 정의 .....	27
<b>IV. 실증분석 결과</b> .....	<b>32</b>
1. 응답자의 인구 통계적 특성 .....	32
2. 수산물 외식 소비행태 .....	34
가. 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 빈도분석 .....	34

나. 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 상관분석 .....	36
다. 연령별 수산물 외식 소비행태분석 .....	37
3. 수산물 외식 라이프스타일 분석 .....	41
가. 요인분석 및 신뢰도분석 .....	41
나. 추구집단별 수산물 외식 라이프스타일 분석 .....	45
다. 라이프스타일에 따른 수산물 외식시장 분석 .....	72
<b>V. 결    론</b> .....	<b>78</b>
1. 요약 및 시사점 .....	78
2. 연구의 한계점 및 향후 연구방향 .....	82
<참고 문헌> .....	85
<설문지> .....	91



## 〈표 차례〉

〈표 1〉 우리나라 외식업의 사업체 수 .....	6
〈표 2〉 우리나라 외식업의 종사자 수 추이 .....	7
〈표 3〉 우리나라 외식업의 매출액 추이 .....	8
〈표 4〉 수산물 음식점 현황 .....	10
〈표 5〉 라이프스타일 정의 .....	12
〈표 6〉 식생활 라이프스타일에 관한 국내 선행연구 .....	20
〈표 7〉 식생활 라이프스타일에 관한 국외 선행연구 .....	21
〈표 8〉 표본설계 .....	24
〈표 9〉 설문지 구성 .....	26
〈표 10〉 세부 변수의 조작적 정의 .....	30
〈표 11〉 응답자의 인구 통계적 특징 .....	33
〈표 12〉 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 빈도분석 .....	35
〈표 13〉 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 상관분석 .....	36
〈표 14〉 연령별 수산물 외식 소비행태 교차분석 .....	37
〈표 15〉 연령에 따른 수산물 외식별 선호도 일원분산분석 .....	38
〈표 16〉 연령에 따른 수산물 외식별 방문빈도 일원분산분석 .....	40
〈표 17〉 수산물 외식 라이프스타일 요인분석 및 신뢰도분석 .....	42
〈표 18〉 건강추구형의 인구 통계적 특성 .....	46
〈표 19〉 건강추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석 .....	47
〈표 20〉 건강추구형의 수산물 외식별 선호도, 방문빈도 분석 .....	48
〈표 21〉 미각추구형의 인구 통계적 특성 .....	50
〈표 22〉 미각추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석 .....	51
〈표 23〉 미각추구형의 수산물 외식별 선호도, 방문빈도 분석 .....	52

<표 24> 합리추구형의 인구 통계적 특성 .....	53
<표 25> 합리추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석 .....	54
<표 26> 합리추구형의 수산물 외식별 선호도, 방문빈도 분석 .....	55
<표 27> 트렌드추구형의 인구 통계적 특성 .....	56
<표 28> 트렌드추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석 .....	57
<표 29> 트렌드추구형의 수산물 외식별 선호도, 방문빈도 분석 .....	58
<표 30> 분위기추구형의 인구 통계적 특성 .....	59
<표 31> 분위기추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석 .....	60
<표 32> 분위기추구형의 수산물 외식별 선호도, 방문빈도 분석 .....	61
<표 33> 신선함추구형의 인구 통계적 특성 .....	62
<표 34> 신선함추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석 .....	63
<표 35> 신선함추구형의 수산물 외식별 선호도, 방문빈도 분석 .....	64
<표 36> 친숙도추구형의 인구 통계적 특성 .....	65
<표 37> 친숙도추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석 .....	66
<표 38> 친숙도추구형의 수산물 외식별 선호도, 방문빈도 분석 .....	67
<표 39> 회소성추구형의 인구 통계적 특성 .....	68
<표 40> 회소성추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석 .....	69
<표 41> 회소성추구형의 수산물 외식별 선호도, 방문빈도 분석 .....	70
<표 42> 각 추구 집단별 라이프스타일 순위 .....	71
<표 43> 수산물 외식시장 분류기준 .....	75

## <그림 차례>

<그림 1> 소비자 가구 당 식료품 소비 지출 추이 .....	4
<그림 2> 외식산업 사업체수, 종사자수, 매출액 변화추이 .....	5
<그림 3> 연구모형 .....	23
<그림 4> 라이프스타일에 따른 수산물 외식시장 .....	77



# **A Study of Consumers Behavior on Seafood Dining Market by the Lifestyles**

Hyo-Seul, Kang

*Department of Marine & Fisheries Business and Economics,  
The Graduate School, Pukyong National University*

## **Abstract**

Consumption of seafood is decreasing, and dining market is getting more important as a seafood consumption market due to an increase in food consumption through eating out rather than eating in. Seafood dining market is changing fast. Recently, there are new seafood restaurant like Salmon, Lobster, King Crab, and so on. Such changes in the seafood dining market are closely related to consumers' lifestyles, and it is expected that consumers would choose seafood restaurants based on their lifestyle.

The purpose of this paper is to analyze the lifestyle factors and consumer's behavior on seafood dining market in terms of the lifestyle. A survey was conducted by self-administered questionnaires and 251 usable responses were collected from consumers in Busan area from Sep. 10th to Oct. 9th, 2017. As a result, There are differences between 20's, 50's and 60's of seafood preference. 20's prefer salmon, sushi, 50's and 60's prefer boiled fish and oyster. Seafood lifestyle is divided into 8 factors, namely "rationality, freshness, taste, health, ambiance, scarcity, familiarity pursuit". The

results indicate that there are differences in people who pursue certain lifestyle and those who are not. Rationality-oriented type has the largest proportion of 8 lifestyles. And health, taste, freshness and rationality oriented lifestyle are traditional lifestyle. These lifestyles have been important in supporting seafood dining market. Trend, ambiance, scarcity oriented type are new lifestyles. These lifestyles are satisfied by the changing seafood dining market.

These findings have two meanings. This study investigates 8 factors of lifestyle and analyze consumer's behavior in seafood dining market. And the data resulted from this study can be used as a base data for studies about seafood dining market and would be useful for marketing strategies to increase seafood consumption.

Keywords : Seafood Dining Market, Lifestyle

# I. 서 론

## 1. 연구배경 및 목적

오늘날 여성의 사회·경제적 활동이 증가하고, 가족 구성형태가 다양해졌으며 외식에 대한 인식 또한 변화했다. 과거에는 특별한 날을 기념하기 위한 것이었다면 오늘 날에는 일상적으로 일어나는 소비로 바뀌면서 외식 소비가 증가하였다.

통계청 도소매업조사에 따르면 음식료품 소비 지출액 중 외식의 비중이 1990년 23%에서 2016년에는 49.4%로 증가하였다. 외식 사업체 수는 2006년 420,817개에서 2014년 467,229개, 매출액은 2006년 약 50조원에서 2014년 약 70조원을 달성하며 외식산업의 시장규모가 커지고 있는 상황이다.

현재 수산물 소비는 2015년 보건복지부에 따르면 1일 평균 어패류 섭취량이 1990년 78.6g에서 2015년 52.3g으로 매년 감소하고 있는 상황이다. 수산물 소비의 대부분은 내식을 통해 이루어지고 있는데 식료품 소비액 중 내식의 비중은 감소하고, 외식의 비중은 증가하면서 외식시장은 수산물 소비를 늘리기 위해 중요한 시장이라고 할 수 있다.

수산물 외식시장은 1960년대 형성되어 1990년 초밥 음식점 등장, 1997년 수입 수산물 외식시장 확대, 2000년 전복, 장어 대중화 등 다양한 변화를 겪어왔다. 최근에는 국내에서 생산되지 않던 연어, 랍스터와 같은 새로운 품종을 사용한 음식점들이 등장하면서 수산물 외식시장의 변화를 주도하고 있다.

이러한 변화는 개개인의 살아가는 방식, 추구하는 가치가 과거와 달라졌기 때문이며 라이프스타일의 변화와 밀접한 관련이 있다. 라이프스타일은 소비자의 내재된 욕구나 가치체계에 대해 심층적으로 이해할 수 있는 접근방법으로, 소비자행동을 설명하는 이론으로써 많이 사용되어왔다. 최근에는 식생활과 라이프스타일을 부합시킨 식생활 라이프스타일에 대한 연구가 많이 이루어지고 있으며, 특정품목에 대한 라이프스타일 연구들도 진행되고 있다.

그러나 수산물 소비 실태 연구에서는 아직 식생활 라이프스타일을 적용하여 분석한 연구는 많이 이루어지지 않았고, 내식이 아닌 수산물 외식에 적용한 국내연구는 진행되어 오지 않았다.

이러한 관점에서 본 연구는 라이프스타일에 따른 수산물 외식소비행태를 분석하는 것에 주된 목적을 두고 있다. 이와 같은 연구목적을 위해서 본 논문은 두 파트로 진행하였다. 첫째, 수산물 외식 소비행태에 대해 조사하고, 빈도분석, 상관분석, 일원분산분석을 통해 연령별 외식 소비행태를 분석하였다. 둘째, 요인분석을 실시하여 수산물 외식 라이프스타일 유형을 도출하고, 각 라이프스타일에 따른 수산물 외식소비행태를 분석하였다.

## 2. 연구의 범위 및 방법

본 연구에서는 수산물 소비와 식생활 라이프스타일에 대한 이론적 고찰을 도모하고자 국내·외의 논문과 기타자료를 활용하였다. 조사된 선행 연구와 문헌들을 바탕으로 연구모형을 설정하고, 수산물 외식 라이프스타일과 소비행태에 관련된 문항으로 설문문항을 작성하였다.

실증적 연구에서는 연구의 표본을 20대에서 60대로 설정하여, 2017년 9월 10일부터 10월 9일까지 약 한 달에 걸쳐 자기기입법으로 설문조사를 실시하였다.

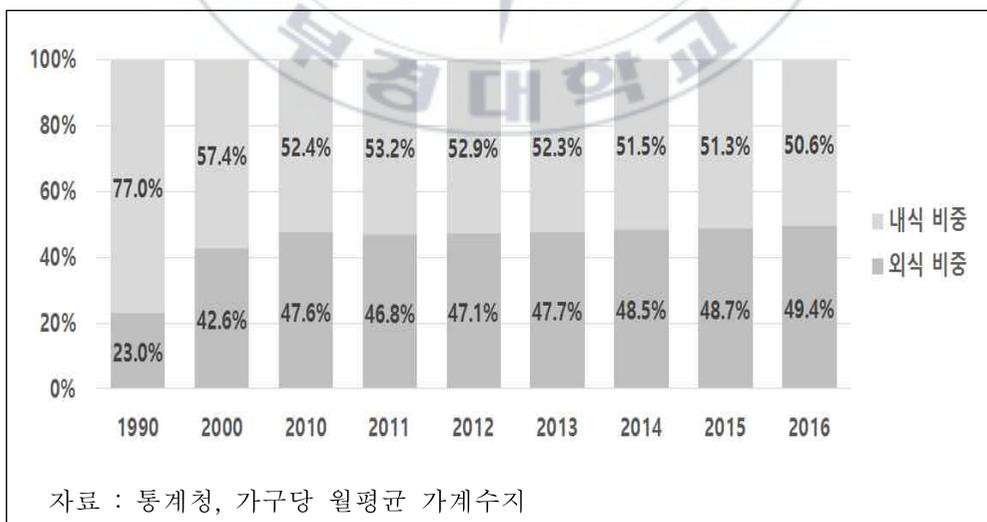
수집된 설문지는 데이터 코딩과 정제과정을 거쳐 SPSS 18.0을 이용하여 분석하였다. 표본에 대한 일반적인 문항과 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석과 상관분석을 실시하였다. 그리고 연령별 수산물 외식소비행태 차이를 비교하기 위해 교차분석과 일원분산분석을 실시하였다. 측정변수들의 타당성과 내적일관성을 알아보기 위해 요인분석을 실시하였고, 이를 통해 신뢰성을 검증하였다. 마지막으로 추구집단과 비추구집단의 라이프스타일별 소비행태의 차이를 평균검정을 통해 분석하였다.

## Ⅱ. 수산물 외식시장 현황 및 선행연구

### 1. 수산물 외식시장 현황

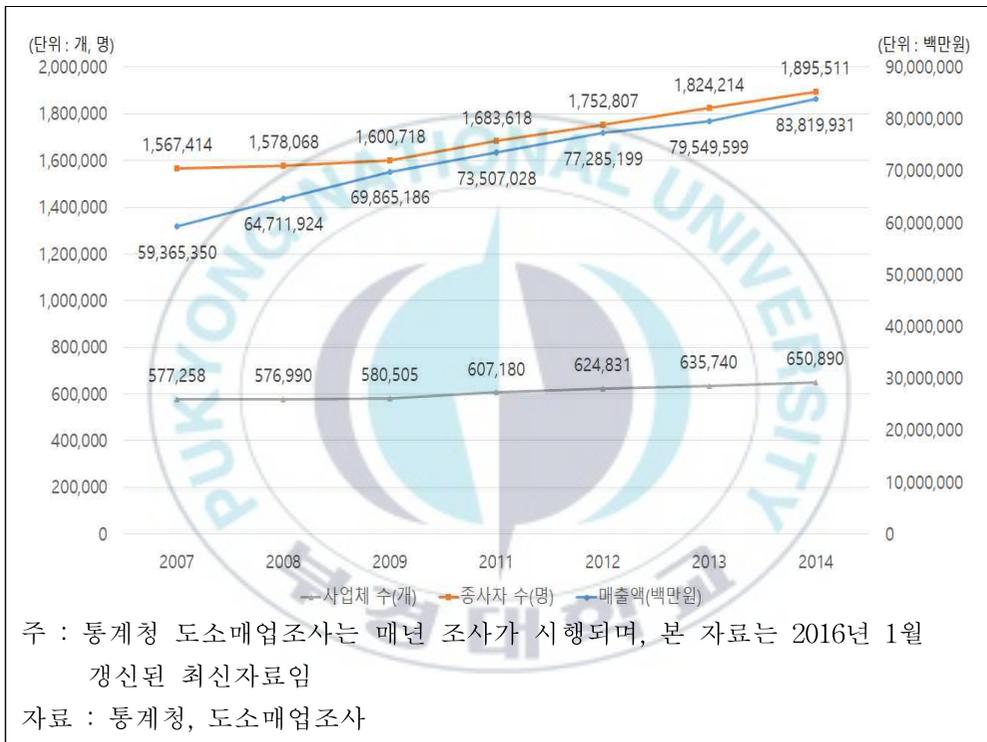
#### 가. 외식시장 현황

소비자 가구 당 식료품 소비 지출추이를 보면 내식의 비중은 1990년 77%, 2000년 57.4%, 2016년 50.6%로 지속적으로 감소하고 있다. 그에 반해 외식의 비중은 1990년 23.0%, 2000년 42.6%, 2016년 49.4%로 증가하고 있다. 외식을 통한 소비가 증가하고 있는 상황에서 식료품 소비시장으로서 외식시장은 점점 중요해질 것이라고 예상된다.



<그림 1> 소비자 가구 당 식료품 소비 지출 추이

외식업체는 2007년 약 57만개, 2014년 약 65만개로 매년 증가하고 있다. 종사자 수는 2007년 약 156만 명, 2014년 약 189만 명, 매출액은 2007년 약 59조원, 2014년 약 83조원으로 꾸준히 증가하며 외식산업의 시장규모가 커지고 있다. 외식시장이 성장하고 있는 상황에서, 수산물 소비 확대 시장으로 외식시장은 중요한 시장이라고 할 수 있다.



<그림 2> 외식산업 사업체수, 종사자수, 매출액 변화추이

## 나. 수산물 외식시장 현황

수산물은 일반음식점 뿐 아니라 기타 음식점, 주점 및 비알콜음료점업에서도 활용되고 있다. 수산물 음식점 현황을 파악하기 위해서는 수산물 외식업으로 유형화된 통계자료가 필요하다. 그러나 현재로서 관련 통계가 부족한 상황이다. 따라서 보편적으로 수산물을 주재료로 이용, 판매하는 일식점을 중심으로 살펴보았다.

우리나라 음식점업은 2014년 약 46만개로 연평균 증가율 1.4%, 주점 및 비알콜음료점업은 약 18만개로 연평균 2.6% 증가하고 있다. 일식점은 2007년 6,524개, 2014년 7,740개로 연평균 2.5% 증가하고 있다<표 1>.

<표 1> 우리나라 외식업의 사업체 수 추이

(단위 : 개소, %)

구분	2007	2011	2014	연평균 증감률 (‘07~‘14)
음식점 및 주점업	577,258	607,180	650,890	1.7
- 음식점업	423,628	439,794	<b>467,229</b>	<b>1.4</b>
- 일반 음식점업	315,944	327,093	343,415	1.2
- 한식 음식점업	276,273	289,218	301,939	1.3
- 중식 음식점업	22,433	21,458	21,550	-0.6
- <b>일식 음식점업</b>	<b>6,524</b>	<b>6,707</b>	<b>7,740</b>	<b>2.5</b>
- 서양식 음식점업	10,177	8,533	10,397	0.3
- 기타 외국식 음식점업	537	1,177	1,789	18.8
- 기관구내식당업	4,076	5,578	9,709	13.2
- 출장 및 이동 음식점업	470	459	560	2.5
- 기타 음식점업	103,138	106,664	113,545	1.4
- <b>주점 및 비알콜음료점업</b>	153,630	167,386	<b>183,661</b>	<b>2.6</b>

자료 : 통계청, 도소매업조사

우리나라 음식점업 전체 종사자 수는 2014년 1,454,495명으로 연 평균 2.6%증가하고 있고, 주점 및 비알콜음료점업은 441,016명으로 연 평균 3.2%증가하고 있다. 일식점 종사자 수는 2007년 31,066명, 2014년 34,688명으로 연평균 1.6%로 증가하고 있으나, 전체 외식업 증가율보다는 낮게 나타났다<표 2>.

<표 2> 우리나라 외식업의 종사자 수 추이

(단위 : 명, %)

구분	2007	2011	2014	연평균 증감률 (‘07~‘14)
음식점 및 주점업	1,567,414	1,683,618	1,895,511	2.8
- 음식점업	1,214,358	1,301,278	<b>1,454,495</b>	<b>2.6</b>
- 일반 음식점업	916,194	963,633	1,049,177	2.0
- 한식 음식점업	753,861	794,205	858,898	1.9
- 중식 음식점업	72,102	74,167	77,201	1.0
- 일식 음식점업	<b>31,066</b>	<b>30,828</b>	<b>34,688</b>	<b>1.6</b>
- 서양식 음식점업	56,379	58,490	69,462	3.0
- 기타 외국식 음식점업	2,786	5,943	8,928	18.1
- 기관구내식당업	32,850	37,961	61,297	9.3
- 출장 및 이동 음식점업	3,395	2,083	2,758	-2.9
- 기타 음식점업	261,919	297,601	341,263	3.9
- 주점 및 비알콜음료점업	353,056	382,340	<b>441,016</b>	<b>3.2</b>

자료 : 통계청, 도소매업조사

우리나라 음식점업 전체 매출액은 2014년 약 68조원으로, 연 평균 5.2% 증가하고 있고, 주점 및 비알콜음료점업은 약 15조원으로 연평균 4.3% 증가하고 있다. 일식점 매출액은 2007년 1조 4,558억 원, 2014년 2조 3,618억 원으로 연평균 7.2%로 증가하였으며, 전체 외식업 매출액 증가율보다 약간 높게 나타났다<표 3>.

<표 3> 우리나라 외식업의 매출액 추이

(단위 : 백만 원, %)

구분	2007	2011	2014	연평균 증감률 (‘07~‘14)
음식점 및 주점업	59,365,350	73,507,028	83,819,931	5.1
- 음식점업	47,917,210	59,637,095	<b>68,401,860</b>	<b>5.2</b>
- 일반 음식점업	36,324,301	42,372,721	46,298,911	3.5
- 한식 음식점업	29,971,726	33,891,526	36,554,531	2.9
- 중식 음식점업	2,394,945	3,008,760	3,148,505	4.0
- 일식 음식점업	<b>1,455,847</b>	<b>1,972,666</b>	<b>2,361,812</b>	<b>7.2</b>
- 서양식 음식점업	2,402,136	3,209,241	3,779,329	6.7
- 기타 외국식 음식점업	99,647	290,527	454,735	24.2
- 기관구내식당업	2,395,035	3,697,048	5,582,825	12.9
- 출장 및 이동 음식점업	167,669	109,961	140,046	-2.5
- 기타 음식점업	9,030,205	13,457,366	16,380,079	8.9
- 주점 및 비알콜음료점업	11,448,140	13,869,933	<b>15,418,071</b>	<b>4.3</b>

자료 : 통계청, 도소매업조사

본 연구대상인 수산물 외식시장 파악을 위해 수산물 음식점을 일식점 (2014년 7,740업체)으로만 한정하여 현황을 파악하는데 한계가 있다. 현실적으로 수산물 외식업체는 횡집, 생선구이집, 조개구이집, 장어구이집, 일반음식점에서의 사용 등 우리 주변에 아주 일반적으로 분포하고 있다.

그리하여 본 연구에서는 지방자치단체에 신고 된 업체를 기준으로 작성하는 지방자치단체 인허가 자료를 사용하여 현황을 파악하여 보았다. 지방자치단체 인허가 자료의 외식산업은 일반음식점 21개, 집단급식소 11개, 유흥주점영업 11개, 휴게음식점 18개로 분류하여 통계를 작성하고 있다. 본 논문에서는 집단급식소와 휴게음식점을 제외하고 일반음식점과 유흥주점영업의 자료만 활용하였다.

수산물 음식점이 따로 분류되어 있지 않아 일반음식점과 유흥주점영업 내에서 횡집, 생선구이, 연어 등과 같은 키워드를 검색한 후, 상호명을 직접 확인하여 음식점을 분류하였다. 키워드는 임경희(2013)의 수산물 외식 분류를 기준으로 사용하였으며, 최근 많이 증가하고 있는 새우, 연어, 랍스터 음식점을 추가하여 검색하였다. 아래의 현황 자료는 연구자가 직접 분류한 결과로서 정확한 시장의 음식점 수를 작성하였다고 할 수 없으며, 키워드에 따라 각 음식점들이 중복, 누락되었을 수 있다는 한계점이 있다. 하지만 본 자료는 통상적으로 방문빈도가 높은 외식으로 구성되어 있으므로 수산물을 주재료로 사용하는 대부분의 음식점들이 포함되어 있다고 볼 수 있다.

지방자치단체에 신고 된 업체만을 기준으로 2017년 11월 현재 수산물 음식점 현황은 <표 4>와 같다. 수산물 음식점은 총 27,589개이며, 횡집이 6,510개(23.6%)로 가장 많고, 장어구이 4,678개(17.0%), 낙지·주꾸미 3,978개(14.4%), 생선초밥 3,626개(13.1%)를 차지하고 있다. 횡집, 장어구이, 낙지·주꾸미 음식점이 전체의 55%를 차지하며, 수산물 외식시장에서 가장

큰 규모를 차지하고 있다고 볼 수 있다. 그리고 아직 시장 규모는 크지 않지만, 연어 음식점 311개, 랍스터 음식점 62개로 새로운 수산물 음식점들이 생겨나고 있는 상황이다.

<표 4> 수산물 음식점 현황

	수산물 음식점	음식점 수(개)	비중(%)
1	횃집	6,510	23.6
2	장어구이	4,678	17.0
3	낙지, 주꾸미	3,978	14.4
4	생선초밥	3,626	13.1
5	참치	2,526	9.2
6	아귀, 아구찜	2,157	7.8
7	조개	982	3.6
8	대게	774	2.8
9	생선구이	652	2.4
10	해물찜	440	1.6
11	전복	316	1.1
12	새우	314	1.1
13	연어	311	1.1
14	굴구이, 굴국밥	245	0.9
15	랍스터(타)	62	0.2
16	생선조림	18	0.1
합계		27,589	100.0

주 : 지방자치단체에 신고 된 업체기준의 통계임

자료 : 지방자치단체 인허가 자료(<http://www.localdata.kr>)

## 2. 라이프스타일에 대한 이론적 배경

### 가. 라이프스타일 정의

라이프스타일의 개념은 사회학자들이 사회계층을 규정짓는 과정에서 처음 사용되었고, 소비자행동연구에서는 Lazer를 통해 1963년 처음 도입되었다. Lazer(1963)는 라이프스타일을 사회전체 또는 몇몇 사회구성원들이 다른 구성원들이나 집단과 차별적으로 나타내는 특징적인 생활양식으로 정의하였다. 그리고 이를 통해 특정한 문화나 집단의 생활패턴을 설명할 수 있다고 하였다(엄은경, 2016).

라이프스타일의 의미는 Max Weber(1968)에 의해 확장되었다. Weber는 사회계층을 부르주아와 프롤레타리아간의 경제적 관계로만 인식하는 것은 한계가 있다고 지적하였다. 그래서 가치관, 재화의 소비패턴, 교육패턴, 생활태도 등 지위집단의 개념을 추가하여 경제적 측면 뿐 아니라 생활적인 측면에서 이해하는 것을 강조하였다(김근영, 2007).

라이프스타일에 대한 정의는 아래 <표 5>와 같이 학자에 따라 다양하게 나타나고 있다. Berkman과 Gilson(1978)은 라이프스타일을 태도, 가치, 의견, 관심들과 같은 관찰 불가능한 심리적인 측면과 관찰할 수 있는 행동적인 측면이 결합된 개념이라고 정의하였다. Assael(1983)은 개인의 생활, 흥미, 의견 등으로 구체화되는 생활양식으로 정의하였다.

라이프스타일에 대한 다양한 정의가 있지만, 본 연구에서는 Berkman과 Gilson의 정의를 전체적으로 준용하여 라이프스타일을 타인과 구별되는 개인의 패턴화 된 생활양식으로 개인의 가치, 태도, 의견 등이 반영되어 나타나는 행동이라고 정의하였다.

**<표 5> 라이프스타일 정의**

학자	라이프스타일에 대한 정의
Lazer(1963)	사회전체 또는 사회 일부계층에서 비롯되는 차별적이고 특징 있는 생활양식이며, 어떤 문화나 집단의 생활양식을 설명할 수 있고, 생활양식이 다른 것과 구별될 수 있는 구성인자나 특징과 관련되어 있음
Levy(1963)	개인의 라이프스타일은 많은 생활자원의 결합 또는 개인의 활동이 암시하는 하위 상징의 복합체이며, 다시 말해 거대한 복합 상징으로 개인의 가치관에 따라 사물과 사건 처리에 체계적으로 작용하는 것
Moore(1963)	패턴화 된 생활양식으로 가족구성이 상품, 사건, 자원을 생활양식에 맞게 결합시켜 가는 것
Bernay (1971)	시간과 돈을 소비하는 것을 반영하는 독특한 개인의 생활양식이며 심리적·경제적·문화적·물리적으로 영향을 주는 모든 요소의 표현
Rokeach (1973)	개인의 동기, 사전학습 사회계층, 인구 통계적 특성 등 여러 가지 함수이며 개성과 가치가 반영된 것으로 살아가는 방식
Tiget & Plummer (1974)	생활양식 유형과 소비자 행동관계를 강조
Reynold & Darden (1974)	특정적으로 자기 스스로 발전되어가는 개인의 구조 체계
Duglas & Urban (1977)	사람들의 일상생활패턴, 일하는 습관, 여가활동과 흥미, 자아인지, 포부와 좌절, 가족이나 다른 사람들에 대한 태도, 주변 환경에 관한 신념이나 의견
Berkman과 Gilson(1978)	관찰 불가능한 태도, 가치, 의견, 관심들과 같이 심리적인 측면과 분명히 관찰할 수 있는 행동적인 측면이 결합된 개념
Engeletal. (1982)	사람이 생활 혹은 시간과 돈을 소비하는 유형으로써 소비행동에 영향을 주는 중요한 인적 특성임. 개인이 문화, 사회집단, 가족 등의 영향을 받아서 습득한 것이지만 구체적으로 개인의 가치체계나 개성의 파생물
Assael (1983)	타인과 구별되는 개인의 성향에 초점을 맞추어 개인의 생활, 흥미, 의견 등으로 구체화 되는 생활양식

## 나. 식생활 라이프스타일 (FRL : Food-related lifestyle)

라이프스타일은 매우 광범위하고, 포괄적이며 이론과 실제 조사결과와 부합되지 않는 면이 있었다. 그리고 다양한 문화권에 적용하기에는 무리가 있다는 한계점이 지적되면서 이를 보완한 식생활 라이프스타일의 개념이 사용되기 시작했다.

식생활 라이프스타일은 라이프스타일을 식생활과 부합시켜 인간의 가치와 행동, 식생활과의 관계를 정교하게 세분화한 것으로 소비자가 가지고 있는 가치와 인지, 귀납적 접근법에서 시작되었다.

식생활 라이프스타일은 소비자 행동으로 나타나는 기초 근거가 되며, 소비자들이 어디에 삶의 가치를 두어 먹거리를 선택, 구매, 소비하는가를 설명하는 과정이다. 그리하여 소비자들이 추구하는 삶의 가치와 소비행태가 어떤 식으로 연결되는지를 나타냈다.

식생활 라이프스타일에 대한 구체적인 연구는 1990년대 중반 덴마크의 식료품을 마케팅하기 위한 리서치센터 MAPP(Market-Based Product and Process Development in Danish)에서 처음으로 이루어졌다.<sup>1)</sup> Brunsø와 Grunert는 식품 산업에서 최종 소비자의 가치를 인식하는 것이 중요하며, 라이프스타일은 시장 조사를 하기 위해 중요한 도구라고 하였다. 하지만 라이프스타일은 이론적 기반, 교류 문화 타당성이 부족하고, 소비자들의 행동을 예측하는데 제한적이라는 점을 지적하며, 이를 보완한 식생활 라이프스타일(FRL:Food Related Lifestyle) 척도를 개발하였다.

Brunsø와 Grunert는 식생활 라이프스타일을 식품의 쇼핑방법, 식품의 품질적인 측면, 조리방법, 식품의 소비상황(행동), 식품의 구매 동기 5가지 차원을 중심으로 분석하였다. 그리고 덴마크, 프랑스, 영국에서 수행된 조

---

1) Brunsø, K & Grunert, K. G.(1995), Development and testing of a cross-culturally valid instrument, Food-related lifestyle, Advances in Consumer research, 22, pp.475-480.

사를 통해 여러 국가의 문화가 반영된 23개의 식생활 라이프스타일 요인을 도출하였다. 23개의 요인은 제품 정보의 중요성, 광고에 대한 태도, 쇼핑의 즐거움, 전문 샵 이용, 가격기준, 쇼핑리스트, 요리에 대한 흥미, 새로운 방법 찾기, 편의성, 가족참여, 계획, 여성의 과업, 건강, 가격과 품질 관계, 새로움, 유기제품, 맛, 신선도, 요리에 대한 자존감, 안도감, 사회적 관계, 스낵 대 식사, 사회적 이벤트로 나타났다.

Brunso와 Grunert는 5개의 차원, 23개의 요인, 69개의 문항으로 설계하여 조사를 하였으며, 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석 결과, 개발된 식생활라이프스타일 척도는 비교문화연구의 측정척도로 적용, 연구 가능하다고 분석되었다.

그리하여 Grunert의 연구 이후, 여러 분야의 학자들은 식생활 라이프스타일 척도를 사용하여 국가별로 어떠한 차이를 보이는지 비교하는 연구들을 활발하게 진행하였으며, 국내에서는 채서일(1992)의 연구를 통해 처음으로 식생활 라이프스타일 연구가 진행되었다.

채서일의 연구에서는 라이프스타일을 한국적 상황에 맞추어 소비자들에게 의생활, 식생활, 주생활, 문화생활, 매체이용, 쇼핑형태, 성격유형, 사회적 가치관 8개의 차원으로 나누어 조사되었다. 8개의 차원 중 식생활 부분의 요인은 13개의 항목들로 구성되었으며, 요인분석 결과 건강 고려성, 서구적 편의 추구성, 풍성함 주장성, 미각 우선 고려성 4개의 요인으로 분류되었다. 채서일의 연구에서는 8개의 차원을 통해 분석된 결과로 군집분석을 하였으며, 그 결과 소비자들은 4개의 군집으로 분류되었다.

국내에서 식생활라이프스타일 연구는 채서일의 연구를 토대로하여 와인, 아침식사 등 특정한 분야에 대해 좀 더 세부적인 개념으로 시장을 세분화하여 분석하는 연구가 활발하게 진행되었고, 본 연구에서는 수산물 외식에 반영하여 연구를 진행하였다.

### 3. 선행연구

#### 가. 수산물 외식에 관한 선행연구

수산물 외식에 관한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

주문배(2010)의 수산식품산업의 발전을 위한 실천방안 연구에서는 외식 업계에서 사용하는 식재료 가운데 오징어, 굴 등을 제외한 대부분의 식재료는 수입산에 의존하고 있다고 분석되었다. 그 이유는 국내 생산량으로는 수요를 충족할 수 없으며, 수입산 수산물의 저렴한 원가 때문이라고 분석되었다.

김봉태(2012)의 인구, 사회구조 변화에 따른 수산식품 소비 트렌드와 과제 연구에서는 외식 빈도가 높을수록 수산식품 소비가 많다고 나타났다. 그리고 내식과 외식을 통한 수산식품 소비를 분석한 결과, 가정 내 수산식품 소비는 감소하고, 외식을 통한 수산식품 소비가 증가하는 것으로 파악되었다. 연령별 수산물 섭취빈도는 20대 미만의 저연령대는 고등어·조기·오징어, 20·30대는 오징어와 조개류, 40·50대는 명태·조기가 높게 나타나며 연령별 수산물 품목별 소비빈도의 차이가 있다고 분석되었다. 그리고 소비에 영향을 미치는 요인을 2가지로 나누었을 때, 수산식품에 대한 가치판단(건강, 안전, 영양 등)은 소비에 큰 영향을 미쳤으나, 정서적 태도(냄새, 모양, 맛 등)가 실제 소비에 미치는 영향은 확인되지 않는다고 분석되었다.

임경희(2013)의 수산물 외식산업의 실태와 발전방향에 대한 연구는 수산물 외식업체와 소비자 실태조사로 진행되었다. 수산물 외식으로는 회·초밥, 국·탕·찌개·전골, 구이·전·튀김, 찜·조림의 순으로 선호도가 높게 나타났다. 회·초밥을 선호하는 이유는 수산물만의 메뉴이기 때문이라고 분

석되었다. 그리고 소비자들은 대중적인 수산물보다는 가정에서 조리하기 힘든 수산물에 대한 외식 선호도가 높으며, 연령대에 따라 선호하는 수산물에 차이가 있다고 나타났다. 그리고 수산물 외식 시 가장 많이 고려하는 요소는 원산지 표시 유무와 평판이라고 분석되었다.

#### 나. 식생활 라이프스타일에 관한 선행연구

식생활 라이프스타일에 관한 연구는 소비자들의 행동을 이해하고, 시장을 세분화하여 마케팅전략을 수립하기 위해 다양한 분야에서 연구되고 있다. 본 연구에서는 식생활 라이프스타일에 대한 국내외 주요 연구내용 <표 6>, <표 7>와 같이 정리하였다.

식생활 라이프스타일에 대한 연구는 Grunert(1993)에 의해 처음으로 시도되었다. Grunert는 5개의 요소, 69개의 측정항목으로 구성된 측정척도를 개발하였다. 5개의 요소(쇼핑방법, 요리방법, 먹거리 질, 구매동기, 소비성향)는 연결성을 지니고 있는데 한 면으로는 제품과 또 다른 한편으로는 가치와 연결되어 있다고 분석하였다.

국내에서는 채서일(1992)의 체계적 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구는 처음으로 학문적으로 연구되었다. 이 연구에서는 한국적 상황에 맞추어 라이프스타일을 8개의 부문으로 구분하고, 세부적으로 분류하여 4개의 군집으로 분류하였다. 8개의 부문 중, 식생활 요인 13개의 문항을 통해 건강고려성, 서구적 간편함 추구성, 풍성함 추구성, 미각우선 고려성 4개의 요인으로 도출되었다.

Kesic & Prri-Rajh(2003)의 식생활 라이프스타일에 따른 크로아티아인의 시장세분화에 대한 연구에서는 휴식형, 전통형, 현대형, 고려형, 쾌락형 5개의 유형으로 도출하였다. 5개의 집단 중 현대형 집단의 비중이 가장

높게 나타났다. 이 집단은 제품 구매 시 가성비를 중요시 여기고, 미각보다 영양성분을 중요시 여기며, 본인이 잘 알고 있는 제품만 구매하는 집단으로 이 시장을 키우기 위해 노력해야한다고 분석하였다. 그리고 미래에는 소비자들이 무엇을 먹고, 어떻게 음식을 준비한 것인지에 대해 고려하는 고려형 집단이 점점 커지고, 전통형 집단이 작아질 것이라고 분석하였다.

설훈구(2007)의 식생활라이프스타일 유형에 대한 연구에서는 식생활 라이프스타일 유형으로 웰빙 추구형, 양식 선호형, 외식 선호형, 미식가형, 간편 추구형 5개의 요인을 도출하였다. 그리고 군집분석을 통해 양식/외식선호형, 외식/간편선호형, 웰빙추구형, 미식가형 4개의 군집으로 세분화하고, 양식/외식선호형과 외식/간편선호형 유형을 주목해야한다고 분석하였다. 두 집단은 다른 집단에 비해 기혼 남성의 비중이 높고, 월평균소득이 높으며, 외식 빈도와 지출비용이 가장 높게 나타났다. 두 집단 모두 편의를 제외한 다양한 편익을 얻고자 하는 집단으로 분석되었다.

정효선, 윤혜현(2007)의 대학생의 식생활 라이프스타일에 따른 외식소비성향에 관한 연구에서는 건강 추구형, 미각 추구형, 유행 추구형, 안전성 추구형, 분위기 추구형으로 5개의 요인을 도출하였다. 그리고 군집분석을 통해 건강지향형, 식생활무관심형, 미각지향형, 안전지향형, 식생활고관심형 5개의 군집으로 세분화하였다. 연구결과, 안전지향형 집단의 분포가 타 군집에 비해 높은 분포를 보여 많은 소비자들이 안전을 많이 추구하고 있다고 판단하였다.

Wycherley, A(2008)의 연구에서는 2002년 Buckely et al의 척도를 사용하여 식생활 라이프스타일을 연구하였으며, 소비자들의 태도와 행동을 평가변수로 설정하여 분석하였다. 그 결과 합리적 음식 소비자, 모험적 음식 소비자, 주의 깊은 음식 소비자, 간단한 식사추구 소비자, 보수적 음식 소

비자, 무관심형 음식 소비자 6개의 유형으로 분류되었다. 6개의 소비자 중 모험적인 음식 소비자와 합리적인 소비자의 비중이 가장 크고, 소비가 많아 중요한 시장으로 나타났다.

김경희(2010)의 식생활 라이프스타일이 한식소비와 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향에 대한 연구에서는 건강추구요인, 편의성추구요인, 안전성추구요인, 경제성추구요인, 맛추구요인 5가지 차원으로 도출하였다. 연구결과 20대는 편의성과 맛 추구성향이 높으며, 40대 이상은 경제성과 맛을 동시에 추구하고, 전체적으로는 안전성추구성향이 가장 높게 나타났다.

엄은경(2016)의 식생활라이프스타일 유형에 따른 시장세분화에 관한 연구에서는 식생활라이프스타일 측정척도를 기반으로 12개의 요인을 도출하였다. 12개의 요인은 요리의 즐거움, 경제적 구매, 요리의 흥미, 편의식품 소비, 식품정보 중요성, 가족 참여, 유기농 선호, 요리의 사회적 역할, 식품 안도, 광고의 신뢰, 식사패턴, 맛의 중요성으로 나타났다. 그리고 합리적인 소비자, 스마트한 소비자, 보수적인 소비자 3개의 군집으로 세분화하였다. 합리적인 소비자집단은 식품구매를 즐기고, 제품 구매 시 라벨정보를 비교하여 구매하는 등 합리적인 식품구매를 하며 맛을 가장 중요시 선택하였다. 스마트한 소비자집단은 제품 구매 시 영양정보를 꼼꼼히 확인하고, 할인 쿠폰을 사용하며 자주 구매하는 식재료의 가격을 파악하는 집단이다. 보수적인 소비자집단은 평소에 익숙하고, 늘 먹어왔던 것을 선호하며 잘 아는 식품을 주로 구매하는 성향이 강하게 나타났다. 국내 외 선행연구들과 비교해보았을 때 한국 소비자들의 식생활라이프스타일은 보다 체계적이며, 현명한 소비를 하고 있다고 나타났다. 그리고 미디어를 통해 많은 정보를 흡수하게 되면서 젊은 연령층 중심으로 가성비를 중시하는 소비 트렌드가 나타나고 있다고 분석하였다.

Bruwer, J(2017)의 와인라이프스타일에 관한 연구에서는 식생활 라이프스타일 측정척도를 사용하여 일반적인 와인 소비자, 실험적이고 지식이 매우 풍부한 소비자, 즐거움을 지향하고, 사회성이 강한 와인 소비자, 보수적이고 지식이 풍부한 와인 소비자로 분류하였다. 일반적인 와인 소비자는 맛에 일관성이 있는 익숙하고 안전한 브랜드를 선호하며, 소매판매점에서 홍보하는 상품을 찾아 구입하는 성향을 나타냈다. 실험적이고 지식이 매우 풍부한 소비자는 새로운 상품과 브랜드를 시도해보는 걸 즐기며, 와인에 대해 잘 알고, 정보를 찾아보는 걸 좋아하는 성향을 나타냈다. 즐거움을 지향하고, 사회성이 강한 와인소비자는 주말이나 특별한 날에만 소비하며, 가격대비 품질이 좋은 와인소비를 추구하였다. 보수적이고 지식이 풍부한 와인 소비자는 규칙적으로 구매하며, 안전한 브랜드를 구매한다고 분석되었다.

황인영(2017)의 식생활 라이프스타일에 따른 아침식사 외식 소비행태 연구에서는 트렌드 도전성, 웰빙 식재료 구성, 외식 선호형, 미각 지향성, 간편성 추구형이 5개의 요인을 도출하였다. 그리고 저관심소극형, 적극적 행동형, 도전적외식형, 실속추구형으로 군집을 세분화하여 분석하였다. 저관심소극형은 신속성을 중요시 여기고, 적극적 행동형은 신속성 뿐 아니라 기분과 날씨, 소화와 영양, 물리적 환경 순으로 중요시 여겼다. 도전적 외식형은 두 번째로 많은 비중을 차지하는 집단이며, 적극적행동형 집단의 특성에서 외식트렌디형의 항목이 추가되어 유명한 레스토랑과 음식을 도전하려는 부분이 높게 나타났다. 마지막으로 실속 추구형은 가장 많은 비중을 차지하며, 간편추구성을 중요시하는 집단으로 나타났다.

<표 6> 식생활 라이프스타일에 관한 국내 선행연구

연구자	연구내용	식생활 라이프스타일 유형
채서일 (1992)	체계적 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구	건강고려성, 서구적 간편함 추구성, 풍성함 추구성, 미각 우선 고려성
임영미 (2006)	식생활라이프스타일에 따른 와인선택속성에 관한 연구	건강추구형, 미각추구형, 편의추구형, 안전성추구형, 식료품 충동 구매형, 식료품 알뜰 구매형, 유행 분위기 추구형
설훈구 (2007)	식생활 라이프스타일 유형에 대한 연구	웰빙 추구형, 양식 선호형, 외식 선호형, 미식가형, 간편 추구형
정효선, 윤혜현 (2007)	식생활 라이프스타일에 따른 외식소비성향에 관한 연구	건강 추구형, 미각 추구형, 유행 추구형, 안전성 추구형, 분위기 추구형
김경희 (2010)	식생활 라이프스타일이 한식소비와 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향	건강 추구형, 미각 추구형, 간편성 추구형, 안전성 추구형, 경제성 추구형
김소영 (2016)	1인가구의 식생활 라이프스타일에 따른 가정식사대용식 소비행태 및 선택속성에 관한 연구	미식 지향형, 건강 지향형, 정보지향형, 경제지향형, 자기 지향형, 편의 지향형
엄은경 (2016)	식생활 라이프스타일 유형에 따른 시장세분화에 관한 연구	요리의 즐거움, 경제적 구매, 요리의 흥미, 편의식품 소비, 식품정보 중요성, 가족 참여, 유기농 선호, 요리의 사회적 역할, 식품안도, 광고의 신뢰, 식사패턴, 맛의 중요성
황인영 (2017)	식생활 라이프스타일에 따른 아침식사 외식 소비행태 연구	트렌드 도전성, 웰빙 식재료 구성, 외식 선호성, 미각 지향성, 간편성 추구형

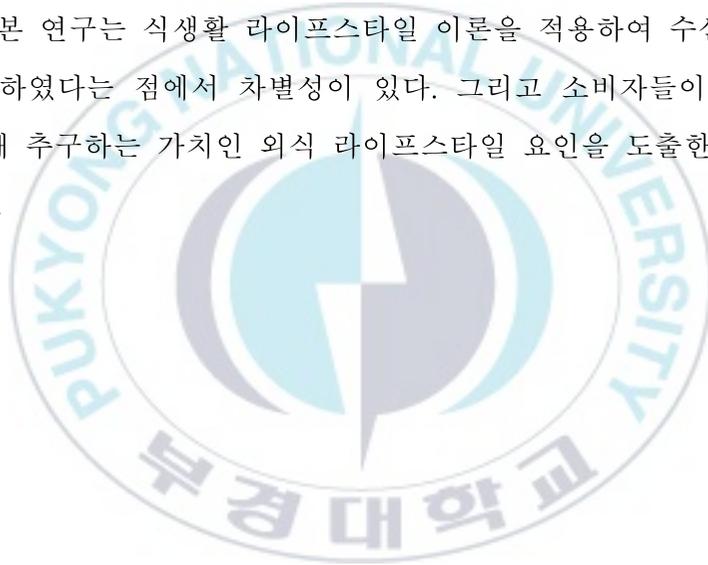
<표 7> 식생활 라이프스타일에 관한 국외 선행연구

연구자	연구내용	식생활 라이프스타일 유형
Grunert(1993)	Food-related life style : Development of a cross-culturally valid instrument for market surveillance	식생활 라이프스타일을 설명하는 모델을 5개의 요소, 69개의 측정항목으로 구성된 측정척도를 사용하여 다양한 국가에 적용할 수 있는 척도 개발
Kestic&Prri-Rajh (2003)	Market segmentation on the basis of food-related lifestyle of Croatian families	휴식형, 전통형, 현대형, 고려형, 쾌락형
Wycherley, A., McCarthy, M &Cowan, C(2008)	Speciality food orientation of food-related lifestyle (FRL) segments in Great Britain, Food quality and preference	합리적 음식 소비자, 모험적 음식 소비자, 주의 깊은 음식 소비자, 간단한 식사추구 소비자, 보수적 음식 소비자, 무관심형 음식 소비자
Bruwer, J, Roediger B, Herbst F(2017)	Domain-specific market segmentation : a wine-related lifestyle(WRL) approach	일반적인 와인 소비자, 실험적이고 지식이 매우 풍부한 소비자, 즐거움을 지향하고, 사회성이 강한 와인 소비자, 보수적이고 지식이 풍부한 와인 소비자

## 다. 선행연구와의 차별성

본 연구에서는 수산물 외식 라이프스타일 요인을 도출하여, 라이프스타일에 따른 수산물 외식 시장을 분석하고자 한다. 수산물 소비에 관한 연구에서는 대부분 가정 내 소비를 대상으로 분석하였으며, 수산물 외식에 관한 연구는 많이 이루어지지 않았다. 그리고 수산분야에서는 라이프스타일을 적용한 연구가 많지 않았으며, 특히 수산물 외식과 관련된 라이프스타일 연구는 아직 많이 진행되지 않았다.

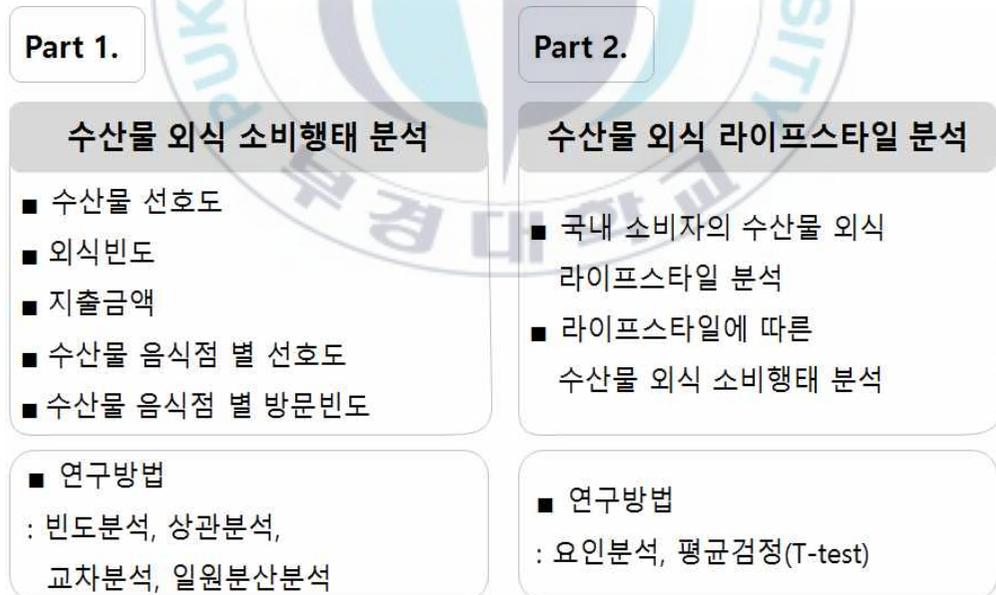
따라서 본 연구는 식생활 라이프스타일 이론을 적용하여 수산물 외식시장을 연구하였다는 점에서 차별성이 있다. 그리고 소비자들이 수산물 외식을 할 때 추구하는 가치인 외식 라이프스타일 요인을 도출한 점에서 의의가 있다.



### Ⅲ. 연구설계

#### 1. 연구설계

본 연구는 <그림 3>와 같이 두 파트로 진행된다. 첫째, 수산물 선호도, 외식 빈도, 지출금액 등 수산물 외식 소비행태를 빈도분석, 상관분석, 교차분석, 일원분산분석을 통해 분석하였다. 둘째, 국내 소비자의 수산물 외식 라이프스타일을 요인분석으로 도출하였고, 라이프스타일에 따른 수산물 외식 소비행태를 평균검정을 통해 분석하였다.



<그림 3> 연구설계

## 2. 조사설계

### 가. 표본설계

본 연구는 부산에 거주하는 20대~60대를 모집단으로 설정하고, 2017년 9월 10일부터 10월 9일까지 한 달 간 조사하였다. 조사 기간 내 총 263부 설문지를 배포하여 불성실하게 기재된 12부를 제외한 후, 유효한 설문지 251부가 연구 분석에 사용되었다. 실증 조사를 위한 표본 설계는 아래 <표 8>와 같다.

<표 8> 표본 설계

구 분	내 용
조사기간	2017년 9월 10일~10월 9일
표본	부산 거주 20대 이상 성인
유효표본	251부 (누락된 12부 제외)
설문 조사방법	자기기입식 설문지법
표본 추출방법	무작위 표본추출법(Simple Random sampling)

## 나. 설문지 구성

조사에 사용된 설문지의 내용은 수산물 외식 소비행태, 수산물 외식 라이프스타일, 인구통계학적특성으로 크게 총 세부분으로 구성하였다.

첫째, 수산물 외식 소비행태는 수산물 선호도, 수산물 외식 빈도, 수산물 외식 지출금액, 수산물 외식별 선호도와 방문빈도로 총 4문항으로 구성하였다.

둘째, 수산물 외식 라이프스타일 변수는 수산물 소비와 식생활라이프스타일에 대한 선행연구를 참고하였다. 그리고 8월 23일부터 9월 1일까지 예비 설문조사 및 수산물 외식업체 심층 인터뷰를 통해 변수를 재검토하여 설정하였다.

정연희(2015)의 연구에서 수산물 소비 시 중요속성으로 품질을 가장 중요시 생각하며, 그 다음으로 맛, 가격, 안전성 순으로 분석되어 미각, 신선함추구형을 변수로 설정하였다. 연구결과, 육류와 비교하였을 때 수산물을 선호하는 이유로 건강이 중요하게 나왔다. 많은 연구와 보고서를 통해 소비자들이 수산물을 섭취하는 이유 중 하나로 건강추구가 선택되어 변수로 설정하였다. 친숙도추구형은 김지웅(2016)의 연구에서 어렸을 적 수산물에 대한 친숙도가 소비에 영향을 미친다고 분석되어 변수로 설정하였다. 합리추구형은 한국외식정보에서 외식시장의 가장 큰 핵심 키워드가 합리성으로 나타나 변수로 설정하였다. 그리고 최근 외식분야의 라이프스타일 연구에서 분위기, 트렌드추구 라이프스타일 요인이 많이 도출되고 있다고 판단하여 변수로 설정하였다. 마지막으로 회소성추구는 예비 설문조사와 수산물 외식업체 심층면접을 통해 설정하였다. 소비자들은 수산물 음식점을 일상적으로 방문하기보다는 특별한 날을 기념하기 위해 방문하는 경향이 많다는 응답을 통해 변수로 설정하였다.

식생활 라이프스타일은 총 24개의 문항으로 구성하였으며 5점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다, 2점:그렇지 않다, 3점:보통이다, 4점:그렇다, 5점:매우 그렇다)로 응답하도록 하였다.

셋째, 인구통계학적 특성은 성별, 연령, 직업, 가구소득으로 구성되어 있다. 이 중에서 ‘월 평균 가구소득’ 문항의 보기는 통계청의 ‘2016년 소득 5분위별 가구당 가계수지’에서 제시한 소득 5분위를 기준으로 제시하였다.

세부적인 항목, 해당 문항 번호와 수, 평가척도는 <표 9>와 같다.

<표 9> 설문지 구성

조사항목	변수	해당문항	평가척도
수산물 외식 소비행태	1) 수산물 선호도 2) 수산물 외식 빈도 3) 수산물 외식 지출금액 4) 수산물 외식별 선호도와 방문빈도	I.1~4	자유 서술식 Likert 5점 척도
수산물 외식 라이프스타일	1) 건강추구형 2) 미각추구형 3) 합리추구형 4) 트렌드추구형 5) 분위기추구형 6) 신선함추구형 7) 친숙도추구형 8) 희소성추구형	II.1	Likert 5점 척도
인구통계학적 특성	1) 성별 2) 연령 3) 직업 4) 월 평균 가구소득	III.1~4	Likert 5점 척도

### 3. 변수의 조작적 정의

본 연구는 기존 수산물 소비와 식생활 라이프스타일 선행연구를 고려하여 수산물 외식 라이프스타일 변수를 선정하였으며 <표 10>과 같다.

첫 번째, 건강추구형은 건강식과 관련된 항목으로 구성하였으며, 건강식이란 영양가가 풍부한 음식 및 건강에 도움이 되는 음식으로 정의하였다. 많은 선행연구들을 통해서 육류에 비해 수산물을 섭취하는 주된 이유는 건강 때문이라는 결과가 나와서 변수로 설정하였다. 따라서 세부 변수로는 영양이 풍부한, 건강에 도움이 되는 수산물, 건강하다고 알려진 수산물로 측정하였다.

두 번째, 미각추구형은 수산물 본연의 맛을 추구하는 항목으로 정의하였다. 심층면접조사를 통해 수산물 외식 또는 수산물을 선호하는 이유는 수산물 특유의 맛과 식감이라고 응답되어 세부 변수로는 부드러운 식감, 탄력적인 식감, 담백한 맛으로 구성하였다.

세 번째, 합리추구형은 가격대비 품질, 만족도가 좋은 것을 추구하는 항목으로 정의하였다. 한국외식정보에 따르면 경기불황이 지속되면서 작년과 올해의 외식시장 주된 소비키워드는 합리성으로 소비자들이 외식을 할 때, 가격거품을 뺀 가성비가 좋은 음식에 가치를 두고 추구하고 있다는 결과가 있었으므로 본 연구에서도 변수로 설정하였다. 따라서 세부 변수로는 가격대비 품질이 좋은 곳, 가격대비 만족도가 높은 곳, 수산물을 저렴하게 먹을 수 있는 곳으로 구성하였다.

네 번째, 트렌드추구형은 SNS, 음식프로그램에 많이 방영된 요리를 추구하는 항목으로 정의하였다. 과거에 비해 맛집 소개 혹은 유명 셰프들이 출연하여 요리하는 프로그램이 많아지고, 소비자들 방송에서 봤던 수산물 요리를 찾는 경우가 많아지므로 변수로 선정하였다. 세부 변수로는 유

행하는 수산물 요리, 방송에 많이 나온 수산물 요리, SNS에서 평가가 좋은 수산물 요리로 구성하였다.

다섯 번째, 분위기추구형은 수산물 외식을 할 때 음식점의 인테리어, 분위기를 얼마나 추구하는지로 정의하였다. 많은 선행연구의 결과에서 외식을 할 때, 소비자들이 가격과 맛 뿐만 아니라 가게의 인테리어나 분위기가 영향을 미친다고 분석되었다. 그리고 수산물은 1인으로 혼자 먹는 경우 보다 다수가 함께 먹는 경우가 많으므로 누구와 함께 가느냐에 따라 음식점의 분위기를 고려할 것이라고 예상되어 변수로 설정하였다. 세부 변수로는 모임자리에 적합한 곳, 고급스러운 분위기, 대접받는/대접하는 자리에 적합한 곳으로 구성하였다.

여섯 번째, 신선함추구형은 수산물 외식을 할 때 신선함을 얼마나 추구하는 지로 정의하였다. 심층면접조사를 진행하면서 수산물 외식 시, 수산물의 신선한 상태를 직접 확인하고 싶어 하는 경우가 있었으므로 신선함 추구에 대한 변수를 선정하였다. 세부 변수로는 눈으로 보이는 재료의 싱싱함, 식감에서 느껴지는 재료의 싱싱함, 수산물 상태를 눈으로 확인할 수 있는 곳으로 구성하였다.

일곱 번째, 친숙도추구형은 소비자들이 가정이나 외식을 통해 섭취하여 익숙한 수산물 외식을 얼마나 추구하는지로 정의하였다. 수산물 외식을 선택할 때, 직접 혹은 간접적으로 수산물에 대해 알고 있어야 선택이 가능하므로 변수로 선정하였다. 따라서 세부 변수로는 가정에서 많이 먹어 친숙한 수산물 요리, 외식으로 자주 먹어 친숙한 수산물 요리, 익숙한 맛의 수산물로 구성하였다.

여덟 번째, 희소성추구형은 가격이 비싸서 흔히 먹을 수 없거나 특별한 날을 기념하기 위해 방문하는 것에 얼마나 가치를 추구하는 지로 정의하였다. 심층면접조사결과, 소비자들이 수산물 외식은 다른 외식에 비해 가

격대가 높아서 특별한 날 방문한다는 응답이 있어 변수로 선정하였다. 세부 변수로는 가격이 비싸서 평소에 먹기 어려운 수산물 식재료, 가정에서 조리하기 어려운 수산물 요리, 특별한 날 먹을 수 있는 고급수산물로 구성하였다.



<표 10> 세부 변수의 조작적 정의

구분	측정변수	조작적 정의	관련 선행연구
건강 추구형	영양이 풍부한	영양분이 풍부한 수산물	황인영(2017), 이혜원(2010)
	건강에 도움이 되는 수산물	수산물이 건강에 도움이 된다	홍석규(2011), 문병찬(2017), 유현주(2017)
	건강하다고 알려진 수산물	보양식으로 알려진 수산물	심층면접조사 (수산물 외식업체)
미각 추구형	부드러운 식감	먹었을 때, 부드러운 맛이 난다	임소희(2016)
	탄력적인 식감	먹었을 때, 쫄깃함이 느껴진다	김배의(2005)
	담백한 맛	먹었을 때, 담백한 맛이 난다	심층면접조사 (수산물 외식업체)
합리 추구형	가격대비 품질이 좋은 곳	가성비가 좋은 곳	김소영(2016)
	가격대비 만족도가 높은 곳	가격에 비해 만족도가 높은 곳	이혜원(2010), 임소희(2016)
	수산물을 저렴하게 먹을 수 있는 곳	저렴하게 수산물을 판매하는 곳	김소영(2016)
트렌드 추구형	유행하는 수산물 요리	많은 사람들이 먹고, 입에 오르내리는 수산물 요리	손일락(2008), Kestic&Prri-Rajh (2003)
	방송에 많이 나온 수산물 요리	음식 프로그램에 많이 방영된 수산물 요리	Wycherley, A.(2008)
	SNS(블로그)에서 평가가 좋은 수산물 요리	SNS,블로그에 맛있다고 소문난 수산물 요리	김소영(2016)

분위기 추구형	모임자리에 적합한 곳	대화하기 적합한 장소	심층면접조사 (수산물 외식업체)
	고급스러운 분위기	고급의 서비스 및 인테리어	이혜원(2010), 정광현(2002)
	대접받는/대접하는 자리에 적합한 곳	대접하거나 대접받기에 적당한 분위기	임소희(2016)
신선함 추구형	눈으로 보이는 재료의 싱싱함	음식 섭취 전, 눈으로 볼 수 있는 재료의 상태	심층면접조사 (수산물 외식업체)
	식감에서 느껴지는 재료의 싱싱함	맛으로 느낄 수 있는 재료의 상태	심층면접조사 (수산물 외식업체)
	수산물 상태를 눈으로 확인할 수 있는 곳	활어수조를 구비하여 수산물을 직접 볼 수 있는 곳	심층면접조사 (수산물 외식업체)
친숙도 추구형	가정에서 많이 먹어 친숙한 수산물 요리	가정에서 먹어 본 익숙한 수산물 요리	김지웅(2016)
	외식으로 자주 먹어 친숙한 수산물 요리	외식을 할 때, 자주 먹었던 수산물 요리	김지웅(2016)
	익숙한 맛의 수산물	많이 먹어본 수산물	장춘봉(2011), Kesic &Prri-Rajh(2003)
희소성 추구형	가격이 비싸서 평소에 먹기 어려운 수산물 식재료	가격이 비싸서 흔히 먹을 수 없는 수산물 식재료	심층면접조사 (수산물 외식업체)
	가정에서 조리하기 어려운 수산물 요리	가정에서 조리하기가 어려워져서 외식으로 섭취하는 수산물 요리	임경희(2013)
	특별한 날 먹을 수 있는 고급 수산물	특별한 날을 기념하기 위해 먹을 수 있는 고급 수산물	임소희(2016)

## IV. 실증분석 결과

### 1. 응답자의 인구 통계적 특성

응답자의 인구통계학적 특성은 <표 11>에 제시한 바와 같다. 전체 응답자 251명 중 남자 124명(49.4%), 여자 127명(50.6%)으로 나타났다. 연령대는 20대 74명(29.5%), 30대 52명(20.7%), 40대 48명(19.1%), 50대 64명(25.5%), 60대 이상 13명(5.2%)이다. 60대 이상 비율이 낮으나 나머지 연령대는 비슷한 비율로 나타났다. 응답자의 직업은 일반사무직/관리직이 61명(24.3%)으로 가장 많았다. 그리고 학생은 47명(18.7%), 전문직 42명(16.7%), 자영업 25명(10.0%), 전업주부 25명(10.0%), 생산직/기술직 21명(8.4%), 판매직/서비스직 20명(8.0%), 기타 10명(4.0%)으로 나타났다. 월 평균 가구소득은 144만원 미만인 26명(10.4%), 144~291만원은 64명(25.5%), 291~400만원은 66명(26.3%), 400~527만원 미만은 44명(17.5%), 527만원 이상은 51명(20.3%)으로 나타났다.

<표 11> 응답자의 인구 통계적 특성

구 분		빈도(명)	비율(%)
합 계		251	100.0
성별	남자	124	49.4
	여자	127	50.6
연령	20대	74	29.5
	30대	52	20.7
	40대	48	19.1
	50대	64	25.5
	60대 이상	13	5.2
직업	전업주부	25	10.0
	일반사무직/관리직	61	24.3
	판매직/서비스직	20	8.0
	생산직/기술직	21	8.4
	자영업	25	10.0
	전문직	42	16.7
	학생	47	18.7
	기타	10	4.0
월 평균 가구소득	0~144만원 미만	26	10.4
	144~291만원 미만	64	25.5
	291~400만원 미만	66	26.3
	400~527만원 미만	44	17.5
	527만원 이상	51	20.3

## 2. 수산물 외식 소비행태

### 가. 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 빈도분석

수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 빈도분석 결과는 <표 12>와 같다.

수산물 외식별 선호도는 대중적으로 잘 알려진 초밥, 아귀찜이 가장 높았으며(4점), 횡집(3.8점)이 그 다음으로 높게 나타났다. 국내에서 생산, 소비되지 않던 연어, 랍스터와 같은 수입산 수산물 중심의 음식점 선호도 또한 3.5점 이상으로 높게 나타났다. 이를 통해 소비자들이 수입 수산물에 대한 선호도가 평균 이상으로 나타나는 것을 확인할 수 있었다.

수산물 외식별 방문빈도는 횡집(2.7점), 초밥(2.6점)에서 가장 높았고, 주꾸미와 낙지, 생선구이 음식점이 2.4점으로 높게 나타났다. 대게(1.6점), 랍스터요리(1.4점) 음식점의 방문빈도는 낮게 나타났다.

참치회, 굴 요리와 같이 선호도와 방문빈도 모두 낮은 경우도 있지만, 대게요리, 랍스터요리와 같이 선호도는 높지만 가격면에서 부담스러운 방문빈도가 낮게 나타나는 것도 있었다.

<표 12> 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 빈도분석

선호도 점수 <sup>1)</sup>	수산물 음식점	평균(점)	방문빈도 점수 <sup>2)</sup>	수산물 음식점	평균(점)
4점	초밥	4.0	2.3점 이상	횃집	2.7
	아귀찜	4.0		초밥	2.6
3.5점 이상	대게요리	3.8	1.8~ 2.3점 미만	주꾸미, 낙지	2.4
	횃집	3.8		생선구이	2.4
	새우요리	3.8	해물찜	2.2	
	랍스터요리	3.7	아귀찜	2.1	
	장어구이	3.7	생선조림	2.1	
	주꾸미, 낙지	3.7	장어구이	2.0	
	생선구이	3.6	연어요리	1.9	
	전복요리	3.6	새우요리	1.9	
	해물찜	3.5	조개요리	1.8	
	연어요리	3.5	전복요리	1.7	
3.5점 미만	조개요리	3.4	1.8점 이하	참치 회	1.7
	참치 회	3.4		굴요리	1.6
	생선조림	3.4		대게요리	1.6
	굴요리	3.0		랍스터요리	1.4

<sup>1)</sup>선호도 점수 : 1점=매우 싫어함/ 3점=보통임/ 5점=매우 좋아함

<sup>2)</sup>방문빈도 점수 : 1점=방문안함/ 2점=3달 1번/ 3점=1달 1번/ 4점=1달 2~3회/  
5점=1주 1번

## 나. 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 상관분석

수산물 외식별 선호도와 방문빈도 간 관계를 확인하기 위해 상관분석을 실시한 결과 <표 13>과 같다. Pearson 상관계수 값은 0.4 이상이면 상관관계에 있다고 할 수 있다. 16개의 외식 중 4개의 외식을 제외한 수산물 음식점이 0.4이상으로 나타났다. 따라서 수산물 음식점 선호도와 방문빈도 사이에는 다소 높은 정(+)의 상관관계를 나타냈다.

대게, 랍스터, 조개, 새우요리는 상관계수 값이 0.4미만으로 나타났다. 대게와 랍스터요리는 선호도는 높으나 높은 가격대로 방문빈도가 낮았으며, 조개요리와 새우요리는 선호도에 비해 방문빈도가 높지 않아 값이 낮게 나타났다. 초밥, 생선구이, 해물찜 등은 상관계수 값이 0.4이상으로 보통수준의 정(+)의 상관관계를 나타냈으며, 횃집과 굴요리 등은 선호도에 따라 방문빈도가 크게 영향을 받는 음식점으로 개인의 선호에 따른 격차가 크게 나타난다고 분석되었다.

<표 13> 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 상관분석

Pearson 상관계수	결과
0.1 이상 ~ 0.2 미만	-
0.2 이상 ~ 0.3 미만	랍스터요리**(0.199), 대게요리**(0.245)
0.3 이상 ~ 0.4 미만	조개요리**(0.364), 새우요리**(0.352)
0.4 이상 ~ 0.5 미만	초밥**(0.490), 생선구이**(0.474), 생선조림**(0.405), 해물찜**(0.446), 주꾸미·낙지**(0.498), 장어구이**(0.467), 전복요리**(0.436), 참치회**(0.401)
0.5 이상 ~ 0.6 미만	횃집**(0.554), 아귀찜**(0.545), 연어요리**(0.548), 굴요리**(0.579)

p<0.001\*\*\*, p<0.05\*\*

## 다. 연령별 수산물 외식 소비행태 분석

연령별 수산물 외식 소비행태를 분석하기 위해 교차분석을 실시한 결과 <표 14>와 같다. 모든 연령대의 수산물 선호도는 3.8점으로 보통 이상이며, 대부분의 연령대에서 수산물 외식을 선호하는 편이라고 할 수 있다. 60대 이상의 수산물 선호도가 4.3점으로 가장 높았고, 그 다음으로 40대가 4.0점으로 높게 나타났다.

수산물 외식 방문횟수는 40대와 60대에서 가장 높았으며, 한 달 기준 2.7회 방문하는 것으로 나타났다. 1인 기준 수산물 외식 지출비용은 40대가 43,000원으로 가장 높게 나타났고, 소득이 가장 적은 20대의 지출비용이 23,000원으로 다른 집단에 비해 크게 낮은 것으로 나타났다.

<표 14> 연령별 수산물 외식 소비행태 교차분석

	20대	30대	40대	50대	60대 이상
수산물선호도 <sup>1)</sup> (5점)	3.8점	3.9점	4.0점	3.9점	4.3점
방문횟수 <sup>2)</sup> (1달 기준)	2.2회	2.2회	2.7회	2.3회	2.7회
지출비용 (1인 기준)	23,000원	36,000원	43,000원	40,000원	40,000원

<sup>1)</sup>선호도 점수 : 1점=매우 싫어함, 3점=보통임, 5점=매우 좋아함

<sup>2)</sup>방문빈도 점수 : 1점=방문안함, 2점=3달 1번, 3점=1달 1번, 4점=1달 2~3회, 5점=1주 1번

연령에 따른 수산물 외식별 선호도 차이를 비교하기 위해 일원분산분석을 실시한 결과 <표 15>와 같다. 수산물 외식별 선호도는 16개의 외식 중 초밥, 생선조림, 연어, 굴 음식점에서 연령별 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 초밥 음식점 선호도의 평균값을 보면 50대에 비해 20, 30대에서 높게 나타났고, 생선조림은 20대에 비해 50, 60대에서 높게 나타났다. 연어 음식점은 50대 보다 20대의 선호도가 높았으며, 굴 음식점은 20대보다 50, 60대, 30대 보다 60대에서 선호도가 높게 나타났다. 이를 통해 연령대별 수산물 음식점 선호도에 차이가 있음을 확인할 수 있었다.

<표 15> 연령에 따른 수산물 외식별 선호도 일원분산분석

수산물 음식점	연령대별 수산물 음식점 선호도 차이(평균) <sup>1)</sup>	F값
횃집	20대(3.7), 30대(3.8), 40대(4.0), 50대(3.7), 60대 이상(3.6)	0.849
초밥	50대(3.8) < 20대(4.2), 30대(4.3) <sup>(1)</sup>	4.927*
생선구이	20대(3.4), 30대(3.6), 40대(3.5), 50대(3.5), 60대 이상(3.9)	1.685
생선조림	20대(3.1) < 50대(3.7), 60대 이상(3.8) <sup>(2)</sup>	4.174*
해물찜	20대(3.3), 30대(3.6), 40대(3.6), 50대(3.7), 60대 이상(3.6)	1.888
아귀찜	20대(3.1), 30대(3.5), 40대(3.4), 50대(3.5), 60대 이상(3.7)	2.144
주꾸미·낙지	20대(3.7), 30대(3.7), 40대(3.6), 50대(3.6), 60대 이상(3.5)	0.353
장어구이	20대(3.5), 30대(3.8), 40대(3.6), 50대(3.8), 60대 이상(3.4)	0.931
전복요리	20대(3.4), 30대(3.6), 40대(3.7), 50대(3.7), 60대 이상(3.5)	0.851
대게요리	20대(3.6), 30대(3.8), 40대(3.9), 50대(3.9), 60대 이상(3.8)	0.619
랍스터요리	20대(3.7), 30대(3.8), 40대(3.7), 50대(3.8), 60대 이상(3.6)	0.251
참치회	20대(3.5), 30대(3.4), 40대(3.5), 50대(3.3), 60대 이상(3.2)	0.320
연어	50대(3.2) < 20대(3.8) <sup>(1)</sup>	2.711**
굴	20대(2.6) < 50대(3.4), 60대 이상(3.5) <sup>(2)</sup> 30대(2.9) < 60대 이상(3.5) <sup>(2)</sup>	4.532**
새우요리	20대(4.0), 30대(3.7), 40대(3.7), 50대(3.7), 60대 이상(3.5)	1.280
조개요리	20대(3.4), 30대(3.5), 40대(3.4), 50대(3.5), 60대 이상(3.5)	0.156

1) 사후검정은 <sup>(1)</sup>Scheffe검정, <sup>(2)</sup>Dunnet T3 검정을 실시하였음

\*\*\*p<0.001, \*\*p<0.05, \*p<0.1

연령에 따른 수산물 외식별 방문빈도 차이를 일원분산분석을 실시하여 검증한 결과 <표 16>와 같다. 수산물 외식별 방문빈도는 16개의 외식 중 초밥, 생선구이, 생선조림, 해물찜, 참치회, 연어 음식점에서 연령별 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 각 외식별 평균값을 살펴보면, 초밥 음식점 방문빈도는 60대보다 20, 30, 40대가 높고, 생선구이는 20대 보다 60대, 생선조림은 20대 보다 50대가 높게 나타났다. 해물찜과 참치회는 20대 보다 30, 40대의 방문빈도가 높았으며, 연어 음식점은 50대 보다 20대의 방문빈도가 높게 나타났다. 이를 통해 연령대별 수산물 음식점 방문빈도의 차이가 있음을 확인할 수 있었다.

그리고 <표 15>, <표 16> 모두 공통적으로 초밥, 생선조림, 연어 음식점에서 연령별 차이가 나타났다. 초밥은 낮은 연령층(20, 30대)의 선호도와 방문빈도가 높았고, 연어는 20대, 생선조림은 50대의 선호도가 방문빈도가 높게 나타났다.

<표 16> 연령에 따른 수산물 외식별 방문빈도 일원분산분석

수산물 음식점	연령대별 수산물 음식점 방문빈도 차이(평균) <sup>1)</sup>	F값
횃집	20대(2.5), 30대(2.7), 40대(3.0), 50대(2.7), 60대 이상(2.9)	2.145
초밥	60대 이상(1.9) < 20대(2.7), 30대(2.9), 40대(2.7) <sup>(1)</sup>	3.860**
생선구이	20대(2.1) < 60대 이상(2.3) <sup>(1)</sup>	2.501**
생선조림	20대(1.8) < 50대(2.4) <sup>(1)</sup>	4.058**
해물찜	20대(1.8) < 30대(2.4), 40대(2.3), 50대(2.4)	4.770***
아귀찜	20대(1.8), 30대(2.3), 40대(2.1), 50대(2.2), 60대 이상(2.3)	2.816
주꾸미· 낙지	20대(2.4), 30대(2.6), 40대(2.4), 50대(2.4), 60대 이상(2.1)	1.072
장어구이	20대(1.8), 30대(2.1), 40대(2.2), 50대(2.0), 60대 이상(2.2)	2.039
전복요리	20대(1.5), 30대(1.6), 40대(1.8), 50대(1.8), 60대 이상(1.9)	2.612
대게요리	20대(1.5), 30대(1.8), 40대(1.7), 50대(1.6), 60대 이상(1.9)	1.718
랍스터요리	20대(1.3), 30대(1.5), 40대(1.4), 50대(1.3), 60대 이상(1.5)	1.072
참치회	20대(1.4) < 30대(1.8), 40대(2.0)	3.762*
연어	50대(1.6) < 20대(2.2)	4.273**
굴	20대(1.4), 30대(1.6), 40대(1.6), 50대(1.9), 60대 이상(2.1)	5.420
새우요리	20대(1.9), 30대(1.9), 40대(1.8), 50대(1.8), 60대 이상(1.8)	0.167
조개요리	20대(1.7), 30대(2.0), 40대(1.8), 50대(1.8), 60대 이상(1.9)	1.720

1) 사후검정은 <sup>(1)</sup>Scheffe검정, <sup>(2)</sup>Dunnet T3 검정을 실시하였음

\*\*\*p<0.001, \*\*p<0.05, \*p<0.1

### 3. 수산물 외식 라이프스타일 분석

#### 가. 요인분석 및 신뢰도분석

수산물 외식 라이프스타일 측정항목에 대한 신뢰도와 타당도를 검사하기 위해 Cronbach alpha 값과 요인분석을 실시하였다. Cronbach alpha 값은 <표 17>에 제시된 것처럼 모두 0.6이상을 넘는 것으로 나타나 신뢰도에는 문제가 없는 것으로 판단했다(이군희, 2014).

요인분석기법은 베리맥스(varimax) 직각회전에 의한 주성분 분석방법(principal component analysis)을 이용하였고, 요인의 수는 고유값 1.0이상으로 결정하였다. Bartlett 구형성 검정값은  $p < 0.000$  수준에서 유의한 것으로 나타났으며, KMO 값은 0.840으로 요인분석에 적합한 자료인 것으로 나타났다. 요인적재치는 통상적으로 0.6이상을 기준으로 하며, 부드러운 식감 변수를 제외한 모든 값이 0.6이상으로 나타났다. 부드러운 식감 변수는 0.479로 최중근(2011), 이혜원(2010), 김경희(2010)의 연구에서 요인적재치의 값이 0.4이상이면 유의한 것으로 간주하였기 때문에 변수로 넣어 요인분석을 하였다. 요인분석 결과 24개의 모든 변수가 8개의 요인으로 추출되었고, 전체 8개 요인이 설명하는 총 분산 설명력은 76.38%이며, 추출된 요인과 구성변수는 <표 17>과 같다.

<표 17> 요인분석 결과 회전된 성분 행렬a

구분	측정항목	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	요인6	요인7	요인8
건강 추구형	영양이 풍부한 수산물	.916							
	건강에 도움이 되는 수산물	.881							
	건강하다고 알려진 수산물	.867							
트렌드 추구형	방송에 많이 나온 수산물 요리		.866						
	SNS 평가가 좋은 수산물 요리		.838						
	유행하는 수산물 요리		.763						
분위기 추구형	대접받는/하는 자리에 적합한 곳			.775					
	모임자리에 적합한 곳			.759					
	고급스러운 분위기			.745					
합리 추구형	가격대비 품질이 좋은 곳				.886				
	가격대비 만족도가 높은 곳				.885				
	수산물을 저렴하게 먹을 수 있는 곳				.721				
친숙도 추구형	익숙한 맛의 수산물					.832			

	외식으로 자주 먹어 친숙한 수산물					.803			
	가정에서 많이 먹어 친숙한 수산물 요리					.779			
신선함 추구형	식감에서 느껴지는 재료의 싱싱함					.805			
	눈으로 보이는 싱싱함					.796			
	수산물 상태를 눈으로 확인할 수 있는 음식점					.610			
희소성 추구형	가정에서 조리하기 어려운 수산물 요리							.831	
	특별한 날 먹을 수 있는 고급 수산물							.775	
	높은 가격으로 평소에 먹기 어려운 수산물							.676	
미각 추구형	탄력적인 식감								.771
	담백한 맛								.755
	부드러운 식감								.479
Cronbach alpha		0.934	0.827	0.824	0.822	0.788	0.797	0.778	0.703

Bartlett의 구형성 검정치=3299.418 , KMO측도=0.840,  
누적분산설명력=76.4%, p=.000

제 1요인은 전체의 30.5%를 설명하며, 건강에 도움이 되고, 영양이 풍부한 수산물을 추구하는 것으로 구성되어 ‘건강추구형’으로 명명하였다.

제 2요인은 방송에 많이 나온 수산물 요리, SNS(블로그)에서 평가가 좋은 수산물 요리, 유행하는 수산물 요리를 추구하는 것으로 구성되어 ‘트랜드추구형’으로 명명하고, 10.4%를 설명하고 있다.

제 3요인은 7.9%를 설명하며, 대접받는/대접하는 자리에 적합한 곳, 모임자리에 적합한 곳, 고급스러운 분위기를 추구하는 것으로 구성되어 ‘분위기추구형’으로 명명하였다.

제 4요인은 가격대비 품질이 좋은 곳, 가격대비 만족도가 높은 곳, 수산물을 저렴하게 먹을 수 있는 곳을 추구하는 것으로 구성되어 ‘합리추구형’으로 명명하였고, 7.1%를 설명하고 있다.

제 5요인은 6.5%를 설명하며, 익숙한 맛의 수산물, 외식으로 자주 먹어 친숙한 수산물 요리, 가정에서 많이 먹어 친숙한 수산물 요리를 추구하는 것으로 구성되어 ‘친숙도추구형’으로 명명하였다.

제 6요인은 식감에서 느껴지는 재료의 싱싱함, 눈으로 보이는 재료의 싱싱함, 수산물 상태를 눈으로 확인할 수 있는 음식점을 추구하는 것으로 구성되어 ‘신선함추구형’으로 명명하였고, 5.3%를 설명하고 있다.

제 7요인은 4.5%를 설명하며, 가정에서 조리하기 어려운 수산물 요리, 특별한 날 먹을 수 있는 고급 수산물, 가격이 비싸서 평소에 먹기 어려운 수산물 식재료를 추구하는 것으로 구성되어 ‘희소성추구형’으로 명명하였다.

제 8요인은 탄력적인 식감, 담백한 맛, 부드러운 식감을 추구하는 것으로 구성되어 ‘미각추구형’으로 명명하였고, 4.2%를 설명하고 있다.

## 나. 추구집단별 수산물 외식 라이프스타일 분석

수산물 외식 라이프스타일을 각각 추구집단과 비추구집단으로 나누어 교차분석과 평균검정을 이용하여 차이를 분석하였다. 5점 척도를 기준으로 4점(그렇다), 5점(매우 그렇다)은 추구집단으로, 1점(매우 그렇지 않다), 2점(그렇지 않다), 3점(보통이다)은 비추구집단으로 정의하였다.

### (1) 건강추구형의 추구집단별 분석

건강추구형을 추구집단과 비추구집단으로 나누어 인구 통계적 특성과 교차분석한 결과, 추구집단은 84명(33.5%), 비추구집단은 167명(66.5%)을 차지하였다. 추구집단은 남성의 비중이 더 높으며, 비추구집단은 여성의 비중이 더 높게 나타났다. 추구집단의 연령대는 30, 40, 50대 중심으로 고루 분포되어 있으나, 비추구집단은 20대의 비중이 35.9%로 가장 높게 나타났다. 전문직, 자영업, 서비스직 종사자는 추구집단의 비중이 높게 나타났다. 전업주부, 학생 종사자는 비추구집단에 추구집단의 비중이 높게 나타났다. 추구집단은 월평균가구소득 527만원 이상이 31.0%로 소득이 높은 편이라고 할 수 있다.

<표 18> 건강추구형의 인구 통계적 특성

항목		추구집단		비추구집단	
		빈도(명)	비중(%)	빈도(명)	비중(%)
합계		84	100.0	167	100.0
성별	남성	46	54.8	78	46.7
	여성	38	45.2	89	53.3
연령	20대	14	16.7	60	35.9
	30대	21	25.0	31	18.6
	40대	22	26.2	26	15.6
	50대	21	25.0	43	25.7
	60대 이상	6	7.1	7	4.2
직업	전업주부	7	8.3	18	10.8
	일반사무직/관리직	20	23.8	41	24.6
	판매직/서비스직	9	10.7	11	6.6
	생산직/기술직	6	7.1	15	9.0
	자영업	9	10.7	16	9.6
	전문직	19	22.6	23	13.8
	학생	7	8.3	40	24.0
	기타	7	8.3	3	1.8
월평균가구 소득	0~144만원 미만	8	9.5	18	10.8
	144~291만원 미만	17	20.2	47	28.1
	291만원~400만원 미만	18	21.4	48	28.7
	400~527만원 미만	15	17.9	29	17.4
	527만원 이상	26	31.0	25	15.0

집단별 수산물 외식 소비행태 교차분석 결과, 추구집단은 수산물 선호도가 4.1점으로 외식을 좋아하는 편이고, 외식 빈도는 한 달 기준 2.7회, 지출비용은 1인 기준 41,000원으로 지출비용이 비추구집단보다 높은 편으로 나타났다. 비추구집단은 수산물 선호도 3.8점, 수산물 외식 빈도 2.2회, 외식 지출비용 31,000원으로 추구집단에 비해 상대적으로 모두 낮게 나타났다.

<표 19> 건강추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석

	수산물 선호도	수산물 외식 빈도 (한 달 기준)	외식 지출비용 (1인 기준)
추구집단(n=84)	4.1점	2.7회	41,000원
비추구집단(n=167)	3.8점	2.2회	31,000원

건강추구형의 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 평균검정 결과, 외식별 선호도는 16개 중 10개 음식점에서 집단별 차이가 나타났다. 추구집단은 상대적으로 초밥, 해물찜, 장어구이, 굴요리, 횡집, 전복요리 등에서 선호도가 높게 나타났다. 외식별 빈도는 16개 중 12개 음식점에서 차이가 나타났으며, 전복요리, 생선조림, 생선구이, 해물찜, 장어구이에서 추구집단의 평균값이 더 높게 나타났다.

즉, 건강추구집단은 장어, 전복과 같은 건강하다고 알려진 수산물을 추구하여 선호도와 방문빈도가 높게 나타나는 것으로 분석되었다.

<표 20> 건강추구형의 수산물 외식별 선호도<sup>1)</sup>, 방문빈도<sup>2)</sup> 분석

	선호도					방문빈도				
	추구 (n=84)		비추구 (n=167)		t값	추구 (n=84)		비추구 (n=167)		t값
	M	SD	M	SD		M	SD	M	SD	
횃집	4.0	0.9	3.6	1.0	-2.959**	3.0	1.0	2.6	1.0	-2.966**
초밥	4.3	0.8	3.9	1.0	-3.107**	2.9	0.9	2.5	1.0	-2.926**
생선구이	3.8	0.9	3.5	0.9	-2.391**	2.7	1.1	2.2	1.1	-3.627***
생선조림	3.6	0.9	3.3	1.0	-2.284**	2.4	1.1	1.9	0.9	-3.640***
해물찜	3.8	0.8	3.4	0.9	-3.022**	2.5	0.9	2.1	0.9	-3.306**
아귀찜	3.6	1.0	3.3	1.1	-2.393**	2.3	0.9	2.0	0.9	-2.853**
주꾸미· 낙지볶음	3.5	1.0	3.7	0.9	1.119	2.4	1.0	2.5	0.9	0.724
장어구이	4.0	1.0	3.5	1.1	-2.987**	2.3	0.9	1.9	0.8	-3.202**
전복요리	3.8	1.1	3.5	1.0	-2.456**	2.0	0.9	1.5	0.7	-4.074***
대게	3.8	1.1	3.8	1.1	-0.415	1.8	0.8	1.5	0.6	-2.420**
랍스터	3.7	1.1	3.7	1.1	-0.52	1.5	0.7	1.3	0.6	-1.835*
참치회	3.6	1.1	3.3	1.1	-2.290**	1.9	1.0	1.6	0.8	-2.825**
연어요리	3.4	1.1	3.5	1.2	0.493	1.8	0.9	2.0	1.1	1.413
굴요리	3.3	1.1	2.9	1.2	-2.973**	1.8	0.9	1.5	0.7	-2.697**
새우요리	3.8	1.0	3.8	1.0	0.77	1.8	0.8	1.9	0.9	0.435
조개요리	3.5	1.1	3.4	1.0	-0.611	1.9	0.8	1.8	0.8	-0.745

<sup>1)</sup> Likert 5점 척도 : 1=전혀 그렇지 않다 / 3=보통이다 / 5=매우 그렇다

<sup>2)</sup> Likert 5점 척도 : 1=방문안함 / 2=세 달 1번 / 3=한 달 1번 /  
4=한 달 2~3회 / 5=한 주 1번 이상

\*\*\*p<0.001, \*\*p<0.05, \*p<0.1

## (2) 미각추구형의 추구집단별 분석

미각추구형은 추구집단 95명(37.8%), 비추구집단 156명(62.2%)으로 구성된다. 추구집단과 비추구집단 모두 남성과 여성의 비중은 비슷하게 나타났다. 연령대별 비중을 살펴보면, 추구집단은 20대 26명(27.4%), 30대 18명(18.9%), 40대 25명(26.3%), 50대 21명(22.1%)으로 60대를 제외한 전 연령층이 고루 분포되어 있는 것으로 나타났다. 그에 반해 비추구집단은 20대 48명(30.8%), 50대 43명(27.6%)으로 20대와 50대의 비중이 많이 차지하는 것으로 나타났다. 이를 통해 비추구집단과 달리 미각 추구집단은 대부분의 소비자들이 추구하고 있는 라이프스타일이라고 분석되었다. 직업군은 추구집단이 자영업, 학생의 비중이 높았으며, 비추구집단은 일반사무직, 전문직, 전업주부 직업군의 비중이 더 높게 나타났다. 월평균가구소득은 추구집단과 비추구집단 모두 144~400만원 미만의 비중이 각각 47.4%, 54.5%로 가장 많이 차지하였다.

<표 21> 미각추구형의 인구 통계적 특성

항목		추구집단		비추구집단	
		빈도(명)	비중(%)	빈도(명)	비중(%)
합계		95	100.0	156	100.0
성별	남성	47	49.5	77	49.4
	여성	48	50.5	79	50.6
연령	20대	26	27.4	48	30.8
	30대	18	18.9	34	21.8
	40대	25	26.3	23	14.7
	50대	21	22.1	43	27.6
	60대 이상	5	5.3	8	5.1
직업	전업주부	10	10.5	15	9.6
	일반사무직/관리직	19	20.0	42	26.9
	판매직/서비스직	9	9.5	11	7.1
	생산직/기술직	8	8.4	13	8.3
	자영업	11	11.6	14	9.0
	전문직	14	14.7	28	17.9
	학생	19	20.0	28	17.9
	기타	5	5.3	5	3.2
월평균가구 소득	0~144만원 미만	15	15.8	11	7.1
	144~291만원 미만	22	23.2	42	26.9
	291만원~400만원 미만	23	24.2	43	27.6
	400~527만원 미만	17	17.9	27	17.3
	527만원 이상	18	18.9	33	21.2

집단별 수산물 외식 소비행태 교차분석 결과, 추구집단은 수산물 선호도와 외식 빈도가 높고, 1인 기준 지출비용이 42,000원으로 지출비용이 높은 편으로 나타났다. 비추구집단은 수산물 선호도 3.8점, 수산물 외식 빈도 2.2회, 외식 지출비용 30,000원으로 상대적으로 모두 추구집단에 비해 낮게 나타났다.

<표 22> 미각추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석

	수산물 선호도	수산물 외식 빈도 (한 달 기준)	외식 지출비용 (1인 기준)
추구집단(n=95)	4.1점	2.6회	42,000원
비추구집단(n=156)	3.8점	2.2회	30,000원

미각추구형의 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 평균검정 결과, 외식별 선호도는 16개 중 6개 음식점에서 집단별 차이가 나타났다. 추구집단은 횡집, 초밥, 해물찜, 장어구이, 굴요리, 참치회 음식점에서 선호도가 높게 나타났다. 방문빈도는 16개 중 8개 음식점에서 차이가 나타났으며, 추구집단이 장어구이, 전복요리, 대게 등의 음식점에서 비추구집단보다 방문빈도가 높게 나타났다.

즉, 미각추구형 소비자들은 수산물의 담백하고 탄력적인 식감을 추구하므로, 횡집, 장어구이, 굴 요리의 선호도와 방문빈도가 높게 나타나는 것으로 분석되었다.

<표 23> 미각추구형의 수산물 외식별 선호도<sup>1)</sup>, 방문빈도<sup>2)</sup> 분석

	선호도					방문빈도				
	추구 (n=95)		비추구 (n=156)		t값	추구 (n=95)		비추구 (n=156)		t값
	M	SD	M	SD		M	SD	M	SD	
횃집	4.1	0.9	3.6	1.0	-4.142***	2.9	1.0	2.6	1.0	-2.778**
초밥	4.3	0.8	3.9	1.0	-3.557***	2.7	0.9	2.6	1.0	-1.497
생선구이	3.7	1.0	3.5	0.9	-1.522	2.5	1.1	2.3	1.1	-1.799*
생선조림	3.4	1.0	3.3	0.9	-0.685	2.2	1.1	2.0	0.9	-1.458
해물찜	3.7	0.9	3.4	0.9	-2.795**	2.3	0.9	2.1	0.9	-1.562
아귀찜	3.5	1.0	3.3	1.1	-1.031	2.2	0.9	2.1	0.9	-0.921
주꾸미· 낙지볶음	3.7	1.0	3.6	0.9	-1.341	2.6	0.9	2.4	1.0	-1.786*
장어구이	3.9	1.1	3.6	1.0	-2.580**	2.3	0.9	1.9	0.8	-3.262**
전복요리	3.7	1.2	3.5	1.0	-1.037	1.9	0.9	1.6	0.7	-3.253**
대게	3.8	1.1	3.8	1.1	-0.437	1.7	0.8	1.5	0.6	-2.073**
랍스터	3.9	1.1	3.7	1.1	-1.499	1.4	0.7	1.4	0.6	-0.414
참치회	3.6	1.2	3.3	1.1	-1.995**	1.9	1.0	1.6	0.8	-2.855**
연어요리	3.5	1.2	3.4	1.1	-0.416	1.9	1.0	1.9	1.0	-0.317
굴요리	3.3	1.3	2.9	1.2	-2.301**	1.7	0.9	1.6	0.8	-1.831*
새우요리	3.8	1.2	3.7	0.9	-0.497	1.9	0.9	1.8	0.8	-0.309
조개요리	3.6	1.1	3.3	1.1	-1.615	1.9	0.8	1.7	0.8	-1.580

<sup>1)</sup> Likert 5점 척도 : 1=전혀 그렇지 않다 / 3=보통이다 / 5=매우 그렇다

<sup>2)</sup> Likert 5점 척도 : 1=방문안함 / 2=세 달 1번 / 3=한 달 1번 /  
4=한 달 2~3회 / 5=한 주 1번 이상

\*\*\*p<0.001, \*\*p<0.05, \*p<0.1

(3) 합리추구형의 추구집단별 분석

합리추구형은 추구집단 154명(61.4%), 비추구집단 97명(38.6%)으로 추구집단의 비중이 더 많았다. 그리고 추구집단은 여성의 비중이 높게 나타났다(57.8%), 비추구집단은 남성의 비중이 높게 나타났다(60.8%). 직업군은 두 집단 모두 일반사무직/관리직 직종의 비중이 가장 높았으며, 추구집단은 특히 학생이 37명(24.0%)로 가장 많이 차지하는 것으로 나타났다.

<표 24> 합리추구형의 인구 통계적 특성

항목		추구집단		비추구집단	
		빈도(명)	비중(%)	빈도(명)	비중(%)
합계		154	100.0	97	100.0
성별	남성	65	42.2	59	60.8
	여성	89	57.8	38	39.2
연령	20대	51	33.1	23	23.7
	30대	34	22.1	18	18.6
	40대	31	20.1	17	17.5
	50대	33	21.4	31	32.0
	60대 이상	5	3.2	8	8.2
직업	전업주부	17	11.0	8	8.2
	일반사무직/관리직	36	23.4	25	25.8
	판매직/서비스직	9	5.8	11	11.3
	생산직/기술직	10	6.5	11	11.3
	자영업	12	7.8	13	13.4
	전문직	27	17.5	15	15.5
	학생	37	24.0	10	10.3
	기타	6	3.9	4	4.1
월평균가구소득	0~144만원 미만	13	8.4	13	13.4
	144~291만원 미만	42	27.3	22	22.7
	291만원~400만원 미만	39	25.3	27	27.8
	400~527만원 미만	28	18.2	16	16.5
	527만원 이상	32	20.8	19	19.6

추구집단별 수산물 외식소비행태 교차분석 결과, 추구집단은 수산물 외식 선호도가 4.0점으로 높은 편이고, 수산물 외식빈도가 2.5회, 지출비용은 35,000원으로 나타났다. 비추구집단은 수산물 선호도는 3.7점, 외식빈도는 2.1회로 추구집단보다 낮게 나타났으나, 외식 지출비용은 34,000원으로 큰 차이는 나지 않는 것으로 나타났다.

**<표 25> 합리추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석**

	수산물 선호도	수산물 외식 빈도 (한 달 기준)	외식 지출비용 (1인 기준)
추구집단(n=154)	4.0점	2.5회	35,000원
비추구집단(n=97)	3.7점	2.1회	34,000원

합리추구형의 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 평균검정 결과, 외식별 선호도는 16개 중 8개 음식점에서 집단별 차이가 나타났다. 추구집단이 횃집, 초밥, 생선구이, 해물찜, 대게, 랍스터, 참치회, 연어요리 음식점의 선호도가 상대적으로 높게 나타났다. 하지만 방문빈도에서는 전 품목 모두 집단별 차이가 없는 것으로 나타났다.

즉, 합리추구집단은 횃집, 초밥, 랍스터, 대게, 연어 등의 선호도가 높으나 실제로 수산물 외식별 선호도가 방문빈도로 이어지지 않는다고 분석되었다.

<표 26> 합리추구형의 수산물 외식별 선호도<sup>1)</sup>, 방문빈도<sup>2)</sup> 분석

	선호도					방문빈도				
	추구 (n=154)		비추구 (n=97)		t값	추구 (n=154)		비추구 (n=97)		t값
	M	SD	M	SD		M	SD	M	SD	
횃집	3.9	0.9	3.5	1.1	-2.938**	2.7	1.0	2.7	1.1	-0.169
초밥	4.2	0.9	3.8	1.1	-2.909**	2.7	1.0	2.5	1.0	-1.487
생선구이	3.7	0.9	3.5	1.0	-1.936*	2.4	1.1	2.3	1.0	-0.300
생선조림	3.4	0.9	3.3	1.1	-0.738	2.0	1.0	2.2	1.0	1.484
해물찜	3.6	0.9	3.4	1.0	-2.205**	2.2	0.9	2.2	0.9	-0.079
아귀찜	3.4	1.0	3.3	1.1	-0.927	2.1	0.9	2.1	0.8	-0.453
주꾸미· 낙지볶음	3.7	1.0	3.6	0.8	-0.660	2.5	1.0	2.4	0.9	-0.940
장어구이	3.8	1.1	3.6	1.1	-1.520	2.0	0.9	2.1	0.8	0.909
전복요리	3.6	1.1	3.5	1.0	-0.667	1.6	0.8	1.7	0.8	0.995
대게	3.9	1.1	3.6	1.1	-2.749**	1.6	0.7	1.7	0.6	0.789
랍스터	3.9	1.1	3.5	1.0	-2.824**	1.3	0.7	1.4	0.6	1.068
참치회	3.5	1.1	3.2	1.2	-1.904*	1.6	0.9	1.8	0.9	1.240
연어요리	3.6	1.2	3.3	1.1	-2.350**	2.0	1.0	1.8	1.0	-1.072
굴요리	3.0	1.2	3.0	1.2	-0.287	1.6	0.8	1.7	0.8	0.678
새우요리	3.8	1.0	3.6	0.9	-1.337	1.8	0.9	1.9	0.8	0.660
조개요리	3.5	1.1	3.3	1.0	-1.068	1.8	0.8	1.8	0.8	-0.339

<sup>1)</sup> Likert 5점 척도 : 1=전혀 그렇지 않다 / 3=보통이다 / 5=매우 그렇다

<sup>2)</sup> Likert 5점 척도 : 1=방문안함 / 2=세 달 1번 / 3=한 달 1번 /  
4=한 달 2~3회 / 5=한 주 1번 이상

\*\*\*p<0.001, \*\*p<0.05, \*p<0.1

(4) 트렌드추구형의 추구집단별 분석

트렌드추구형은 추구집단 27명(10.8%), 비추구집단 224명(89.2%)으로 구성되어 비추구집단의 비중이 더 높았다. 추구집단은 여성의 비중이 59.3%로 더 많았으며, 비추구집단은 남성과 여성의 비중이 비슷하게 나타났다. 추구집단은 20대의 비중이 48.1%로 가장 많았고, 비추구집단은 50대의 비중이 28.1%로 가장 많이 차지했다. 추구집단은 일반사무직과 학생의 비중이 66.6%로 가장 많았고, 비추구집단은 추구집단에 비해 자영업 직군의 비중이 더 높게 나타났다.

<표 27> 트렌드추구형의 인구 통계적 특성

항목		추구집단		비추구집단	
		빈도(명)	비중(%)	빈도(명)	비중(%)
합계		27	100	224	100
성별	남성	11	40.7	113	50.4
	여성	16	59.3	111	49.6
연령	20대	13	48.1	61	27.2
	30대	6	22.2	46	20.5
	40대	6	22.2	42	18.8
	50대	1	3.7	63	28.1
	60대 이상	1	3.7	12	5.4
직업	전업주부	1	3.7	24	10.7
	일반사무직/관리직	9	33.3	52	23.2
	판매직/서비스직	1	3.7	19	8.5
	생산직/기술직	1	3.7	20	8.9
	자영업	0	0.0	25	11.2
	전문직	4	14.8	38	17.0
	학생	9	33.3	38	17.0
	기타	2	7.4	8	3.6
월평균가구 소득	0~144만원 미만	4	14.8	22	9.8
	144~291만원 미만	6	22.2	58	25.9

	291만원~400만원 미만	6	22.2	60	26.8
	400~527만원 미만	3	11.1	41	18.3
	527만원 이상	8	29.6	43	19.2

집단별 수산물 외식소비행태 교차분석 결과, 추구집단과 비추구집단 모두 선호도는 3.9점으로 차이가 없는 것으로 나타났다. 하지만 수산물 외식 빈도는 추구집단 2.7회, 비추구집단 2.3회, 외식지출비용은 추구집단 39,000원, 비추구집단 34,000원으로 추구집단의 외식 빈도와 지출비용이 더 높은것으로 나타났다.

<표 28> 트렌드추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석

	수산물 선호도	수산물 외식 빈도 (한달기준)	외식 지출비용 (1인기준)
추구집단(n=27)	3.9점	2.7회	39,000원
비추구집단(n=224)	3.9점	2.3회	34,000원

트렌드추구형의 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 평균검정 결과, 외식별 선호도는 16개 중 7개 음식점에서 차이가 나타났다. 추구집단은 랍스터, 새우요리, 참치회, 횃집, 연어요리 등에서 선호도가 높게 나타났다. 방문빈도는 16개 중 3개 음식점에서 차이가 나타났으며, 추구집단이 초밥, 연어, 주꾸미·낙지볶음 음식점의 방문빈도가 더 높은 것으로 나타났다.

즉, 트렌드 추구집단은 20대의 비중이 높으며, 연어 음식점에 대한 선호도가 방문빈도가 높은 것으로 분석되었다.

<표 29> 트렌드추구형의 수산물 의식별 선호도<sup>1)</sup>, 방문빈도<sup>2)</sup> 분석

	선호도					방문빈도				
	추구 (n=27)		비추구 (n=224)		t값	추구 (n=27)		비추구 (n=224)		t값
	M	SD	M	SD		M	SD	M	SD	
횃집	4.1	0.9	3.7	1.0	-2.077**	2.9	0.8	2.7	1.0	-1.294
초밥	4.3	0.9	4.0	1.0	-1.560	3.0	1.0	2.6	1.0	-2.333**
생선구이	3.4	0.9	3.6	0.9	0.929	2.2	1.0	2.4	1.1	0.904
생선조림	3.2	0.9	3.4	1.0	0.898	2.0	0.9	2.1	1.0	0.468
해물찜	3.8	0.8	3.5	0.9	-1.411	2.4	0.8	2.2	0.9	-1.543
아귀찜	3.5	0.9	3.4	1.1	-0.694	2.1	0.8	2.1	0.9	-0.047
주꾸미· 낙지볶음	3.7	1.2	3.6	0.9	-0.340	2.8	1.2	2.4	0.9	-1.779*
장어구이	3.7	1.1	3.7	1.1	0.096	2.0	1.0	2.0	0.9	0.126
전복요리	3.8	1.1	3.6	1.1	-1.025	1.9	0.8	1.7	0.8	-1.485
대게	4.1	1.3	3.8	1.1	-1.794*	1.8	0.9	1.6	0.6	-1.311
랍스터	4.3	1.3	3.7	1.0	-2.924**	1.4	0.7	1.4	0.6	-0.564
참치회	3.9	1.3	3.4	1.1	-2.126**	1.7	0.8	1.7	0.9	0.067
연어요리	3.9	1.2	3.4	1.1	-1.895*	2.2	1.2	1.9	1.0	-1.762*
굴요리	3.1	1.5	3.0	1.2	-0.462	1.6	.9	1.6	0.8	-0.027
새우요리	4.1	1.2	3.7	1.0	-2.141**	2.0	1.0	1.8	0.8	-0.720
조개요리	3.9	1.2	3.4	1.0	-2.598**	1.9	0.9	1.8	0.8	-0.845

<sup>1)</sup> Likert 5점 척도 : 1=전혀 그렇지 않다 / 3=보통이다 / 5=매우 그렇다

<sup>2)</sup> Likert 5점 척도 : 1=방문안함 / 2=세 달 1번 / 3=한 달 1번 /  
4=한 달 2~3회 / 5=한 주 1번 이상

\*\*\*p<0.001, \*\*p<0.05, \*p<0.1

(5) 분위기추구형의 추구집단별 분석

분위기추구형은 추구집단 74명(29.5%), 비추구형집단 177명(70.5%)으로 구성된다. 추구집단은 남성의 비중이 54.1%로 많은 편이고, 비추구집단은 여성의 비중이 52.5%로 많은 편이다. 연령대는 추구집단은 50대의 비중이 높고(40.5%), 비추구집단은 20대의 비중이 가장 높았다(36.7%). 직업군은 추구집단은 전문직의 비중이 20.3%로 높은 편이고, 비추구집단은 학생이 23.2%로 높게 나타났다. 월 평균 가구소득은 추구집단은 527만원 이상이 29.7%로 가장 많이 차지하였고, 비추구집단은 144~291만원 미만이 28.2%를 차지하며 추구집단은 소득이 높은 편이라고 분석되었다.

<표 30> 분위기추구형의 인구 통계적 특성

항목		추구집단		비추구집단	
		빈도(명)	비중(%)	빈도(명)	비중(%)
합계		74	100.0	177	100.0
성별	남성	40	54.1	84	47.5
	여성	34	45.9	93	52.5
연령	20대	9	12.2	65	36.7
	30대	15	20.3	37	20.9
	40대	19	25.7	29	16.4
	50대	30	40.5	34	19.2
	60대 이상	1	1.4	12	6.8
직업	전업주부	6	8.1	19	10.7
	일반사무직/관리직	22	29.7	39	22.0
	판매직/서비스직	7	9.5	13	7.3
	생산직/기술직	5	6.8	16	9.0
	자영업	11	14.9	14	7.9
	전문직	15	20.3	27	15.3
	학생	6	8.1	41	23.2
	기타	2	2.7	8	4.5

월평균가구 소득	0~144만원 미만	1	1.4	25	14.1
	144~291만원 미만	14	18.9	50	28.2
	291만원~400만원 미만	21	28.4	45	25.4
	400~527만원 미만	1	21.6	28	15.8
	527만원 이상	22	29.7	29	16.4

집단별 수산물 외식 소비행태 교차분석결과, 추구집단과 비추구집단의 수산물 선호도는 큰 차이가 나타나지 않았다. 하지만 수산물 외식빈도와 금액에서 차이가 나타났다. 한 달 기준 수산물 외식 빈도가 추구집단은 2.8회, 비추구집단은 2.1회로 나타났고, 지출비용은 추구집단 37,000원, 비추구집단 34,000원으로 추구집단의 외식빈도와 금액이 더 높게 나타났다.

<표 31> 분위기추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석

	수산물 선호도	수산물 외식 빈도 (한 달 기준)	외식 지출비용 (1인 기준)
추구집단	4.0점	2.8회	37,000원
비추구집단	3.9점	2.1회	34,000원

분위기추구형의 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 평균검정 결과, 외식별 선호도는 16개 중 6개 음식점에서 차이가 나타났다. 추구집단은 장어구이, 생선조림, 참치회, 굴요리, 횃집, 초밥의 선호도가 높게 나타났다. 방문빈도는 16개 중 7개 음식점에서 차이가 나타났으며, 추구집단이 참치회, 횃집, 장어구이 등의 방문빈도가 높게 나타났다.

즉, 분위기 추구집단은 수산물 외식별 선호도가 실제로 방문빈도로 이어지는 것이 특징이라고 분석되었다.

<표 32> 분위기추구형의 수산물 의식별 선호도<sup>1)</sup>, 방문빈도<sup>2)</sup> 분석

	선호도					방문빈도				
	추구 (n=74)		비추구 (n=177)		t값	추구 (n=74)		비추구 (n=177)		t값
	M	SD	M	SD		M	SD	M	SD	
횃집	4.0	1.0	3.7	1.0	-1.921*	3.1	1.0	2.6	1.0	-3.372**
초밥	4.2	0.9	3.9	1.0	-1.912*	2.8	1.0	2.5	1.0	-1.978**
생선구이	3.7	0.9	3.6	0.9	-1.114	2.5	1.2	2.3	1.1	-0.862
생선조림	3.6	0.9	3.3	1.0	-2.483**	2.1	1.0	2.0	1.0	-0.759
해물찜	3.6	1.0	3.5	0.9	-0.887	2.3	0.9	2.1	0.9	-1.665*
아귀찜	3.4	1.0	3.4	1.1	-0.450	2.2	1.0	2.1	0.8	-1.168
주꾸미· 낙지볶음	3.6	1.1	3.7	0.9	0.378	2.4	0.9	2.5	1.0	0.396
장어구이	3.9	1.0	3.6	1.1	-2.532**	2.2	1.0	1.9	0.8	-2.490**
전복요리	3.7	1.1	3.5	1.0	-1.444	1.8	0.8	1.6	0.7	-1.729*
대게	3.9	1.1	3.7	1.1	-1.309	1.7	0.7	1.6	0.7	-0.884
랍스터	3.8	1.1	3.7	1.1	-0.354	1.4	0.6	1.4	0.6	-1.077
참치회	3.6	1.1	3.3	1.2	-2.137**	2.0	0.9	1.6	0.8	-3.566***
연어요리	3.5	1.1	3.5	1.1	0.061	2.0	1.1	1.9	1.0	-0.599
굴요리	3.3	1.1	2.9	1.2	-1.936*	1.8	0.8	1.6	0.8	-1.802*
새우요리	3.7	1.1	3.8	1.0	0.822	2.0	0.8	1.8	0.8	-1.301
조개요리	3.4	1.2	3.4	1.0	-0.021	1.9	0.8	1.8	0.8	-1.132

<sup>1)</sup> Likert 5점 척도 : 1=전혀 그렇지 않다 / 3=보통이다 / 5=매우 그렇다

<sup>2)</sup> Likert 5점 척도 : 1=방문안함 / 2=세 달 1번 / 3=한 달 1번 /  
4=한 달 2~3회 / 5=한 주 1번 이상

\*\*\*p<0.001, \*\*p<0.05, \*p<0.1

(6) 신선험추구형의 추구집단별 분석

신선험추구형은 추구집단 135명(53.8%), 비추구집단 116명(46.2%)으로 구성되어 있다. 추구집단과 비추구집단 모두 남성과 여성의 비중이 비슷하게 나타났다. 연령대는 추구집단은 60대를 제외하고 크게 편중되지 않고 고루 분포되어 있었으며, 비추구집단은 20대의 비중이 37.9%로 높은 편으로 나타났다. 직업군은 두 집단 모두 일반사무직의 비중이 높았고, 비추구집단은 학생의 비중이 25.9%로 높은 편으로 나타났다. 월 평균 가구 소득은 추구집단의 경우, 537만원 이상이 23.0%로 비추구집단에 비해 높은 편이었으며, 비추구집단은 144만원 미만의 비중이 14.7%로 상대적으로 높게 나타났다.

<표 33> 신선험추구형의 인구 통계적 특성

항목		추구집단		비추구집단	
		빈도(명)	비중(%)	빈도(명)	비중(%)
합계		135	100.0	116	100.0
성별	남성	66	48.9	58	50.0
	여성	69	51.1	58	50.0
연령	20대	30	22.2	44	37.9
	30대	30	22.2	22	19.0
	40대	35	25.9	13	11.2
	50대	36	26.7	28	24.1
	60대 이상	4	3.0	9	7.8
직업	전업주부	13	9.6	12	10.3
	일반사무직/관리직	34	25.2	27	23.3
	판매직/서비스직	14	10.4	6	5.2
	생산직/기술직	11	8.1	10	8.6
	자영업	16	11.9	9	7.8
	전문직	26	19.3	16	13.8
	학생	17	12.6	30	25.9
기타	4	3.0	6	5.2	

월평균가구 소득	0~144만원 미만	9	6.7	17	14.7
	144~291만원 미만	34	25.2	30	25.9
	291만원~400만원 미만	37	27.4	29	25.0
	400~527만원 미만	24	17.8	20	17.2
	527만원 이상	31	23.0	20	17.2

집단별 수산물 외식소비행태 교차분석 결과, 추구집단이 수산물 선호도, 외식빈도, 지출비용 모두 비추구집단보다 높게 나타났으며, 특히 외식 빈도와 지출비용에서 큰 차이를 보였다. 한 달 기준 수산물 외식빈도가 추구집단 2.7회, 비추구집단 1.9회, 1인기준 외식 지출비용이 추구집단 41,000원, 비추구집단 28,000원으로 추구집단의 외식 빈도와 지출비용이 더 높게 나타났다.

<표 34> 신선함추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석

	수산물 선호도	수산물 외식 빈도 (한 달 기준)	외식 지출비용 (1인 기준)
추구집단	4.0점	2.7회	41,000원
비추구집단	3.7점	1.9회	28,000원

신선함추구형의 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 평균검정 결과, 외식별 선호도는 16개 중 9개 음식점에서 차이가 나타났다. 추구집단은 비추구집단에 비해 횡집, 굴요리, 참치회, 초밥, 대게 등의 선호도가 높게 나타났다. 방문빈도는 16개 중 14개 음식점으로 다품목에서 차이가 나타났으며 추구집단은 참치회, 장어구이, 대게, 랍스터 등의 외식 방문빈도가 높게 나타났다.

즉, 신선함 추구집단은 지출비용이 높은 편이고, 참치 회, 장어구이, 대게 등의 방문빈도가 상대적으로 높은 것이 특징으로 분석되었다.

<표 35> 신선함추구형의 수산물 의식별 선호도<sup>1)</sup>, 방문빈도<sup>2)</sup> 분석

	선호도					방문빈도				
	추구 (n=135)		비추구 (n=116)		t값	추구 (n=135)		비추구 (n=116)		t값
	M	SD	M	SD		M	SD	M	SD	
횃집	4.0	0.9	3.5	1.1	-3.808***	3.0	1.0	2.4	1.0	-4.248***
초밥	4.2	0.9	3.9	1.0	-2.358**	2.8	1.0	2.4	0.9	-3.559***
생선구이	3.7	0.9	3.5	1.0	-1.186	2.6	1.1	2.1	1.1	-3.708***
생선조림	3.5	0.9	3.3	1.0	-1.445	2.2	1.1	1.8	0.9	-3.370**
해물찜	3.7	0.9	3.4	1.0	-2.054**	2.4	0.9	2.0	0.9	-3.606***
아귀찜	3.5	1.0	3.3	1.1	-1.557	2.2	0.9	1.9	0.9	-2.653**
주꾸미· 낙지볶음	3.7	1.0	3.6	0.9	-0.251	2.5	0.9	2.3	0.9	-1.779**
장어구이	3.8	1.1	3.6	1.0	-1.728*	2.2	0.9	1.8	0.7	-4.287***
전복요리	3.7	1.1	3.4	1.0	-2.116**	1.8	0.8	1.5	0.7	-3.710***
대게	3.9	1.1	3.6	1.1	-2.331**	1.8	0.7	1.4	0.5	-3.790***
랍스터	3.8	1.1	3.6	1.0	-1.182	1.5	0.8	1.2	0.4	-3.752***
참치회	3.6	1.1	3.2	1.1	-2.974**	1.9	0.9	1.4	0.7	-4.741***
연어요리	3.5	1.1	3.5	1.2	0.104	1.9	1.0	1.9	1.0	-0.557
굴요리	3.3	1.2	2.8	1.2	-3.201**	1.8	.9	1.5	0.7	-3.107**
새우요리	3.8	1.1	3.7	0.9	-0.851	1.9	0.9	1.8	0.8	-1.491
조개요리	3.5	1.1	3.3	1.0	-1.666*	1.9	0.8	1.7	0.7	-2.491**

<sup>1)</sup> Likert 5점 척도 : 1=전혀 그렇지 않다 / 3=보통이다 / 5=매우 그렇다

<sup>2)</sup> Likert 5점 척도 : 1=방문안함 / 2=세 달 1번 / 3=한 달 1번 /  
4=한 달 2~3회 / 5=한 주 1번 이상

\*\*\*p<0.001, \*\*p<0.05, \*p<0.1

(7) 친숙도추구형의 추구집단별 분석

친숙도추구형은 추구집단 62명(24.7%), 비추구집단 189명(75.3%)으로 구성되어 있다. 추구집단은 여성의 비중이 높았고(61.3%), 비추구집단은 남성의 비중이 많은 편으로 나타났다(52.9%). 연령대는 전반적으로 20대의 비중이 가장 높으나, 추구집단은 30대의 비중이 비추구집단에 비해 조금 더 높았고, 비추구집단은 40대의 비중이 좀 더 높게 나타났다. 직업군은 두 집단 모두 일반사무직, 전문직, 학생 종사자의 비중이 높게 나타났다. 월평균 가구소득은 추구집단은 144~291만원 미만이 35.5%, 비추구집단은 291~400만원 미만이 29.6%로 가장 많이 차지하였다.

<표 36> 친숙도추구형의 인구 통계적 특성

항목		추구집단		비추구집단	
		빈도(명)	비중(%)	빈도(명)	비중(%)
합계		62	100.0	189	100.0
성별	남성	24	38.7	100	52.9
	여성	38	61.3	89	47.1
연령	20대	20	32.3	54	28.6
	30대	16	25.8	36	19.0
	40대	8	12.9	40	21.2
	50대	15	24.2	49	25.9
	60대 이상	3	4.8	10	5.3
직업	전업주부	5	8.1	20	10.6
	일반사무직/관리직	13	21.0	48	25.4
	판매직/서비스직	4	6.5	16	8.5
	생산직/기술직	3	4.8	18	9.5
	자영업	8	12.9	17	9.0
	전문직	12	19.4	30	15.9
	학생	12	19.4	35	18.5
	기타	5	8.1	5	2.6

월평균가구 소득	0~144만원 미만	9	14.5	17	9.0
	144~291만원 미만	22	35.5	42	22.2
	291만원~400만원 미만	10	16.1	56	29.6
	400~527만원 미만	7	11.3	37	19.6
	527만원 이상	14	22.6	37	19.6

집단별 수산물 외식 소비행태의 교차분석 결과, 수산물 선호도는 추구 집단 4.1점, 비추구집단 3.8점으로 추구집단의 수산물 선호도가 조금 더 높게 나타났다. 수산물 외식빈도와 지출비용은 두 집단간 거의 차이가 없는 것으로 분석되었다.

<표 37> 친숙도추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석

	수산물 선호도	수산물 외식 빈도 (한 달 기준)	외식 지출비용 (1인 기준)
추구집단	4.1점	2.4회	35,000원
비추구집단	3.8점	2.3회	35,000원

친숙도추구형의 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 평균검정 결과, 외식별 선호도는 16개 중 해물찜, 주꾸미·낙지볶음, 초밥 3개 음식점에서 추구집단의 선호도가 높게 나타났다. 그리고 방문빈도는 16개 음식점 중 생선조림, 아귀찜 2개의 음식점에서 추구집단의 방문빈도가 높은 것으로 나타났다.

따라서 친숙도 추구집단은 20대의 비중이 높은 편이고, 소득이 낮으며 가정에서 자주 접한 생선조림과 외식에 익숙한 아귀찜의 방문빈도가 높게 나타나는 것이 특징으로 분석되었다.

<표 38> 친숙도추구형의 수산물 의식별 선호도<sup>1)</sup>, 방문빈도<sup>2)</sup> 분석

	선호도					방문빈도				
	추구 (n=62)		비추구 (n=189)		t값	추구 (n=62)		비추구 (n=189)		t값
	M	SD	M	SD		M	SD	M	SD	
횃집	3.9	1.1	3.7	1.0	-1.479	2.7	1.0	2.7	1.0	0.567
초밥	4.2	0.9	4.0	1.0	-1.912*	2.7	0.9	2.6	1.0	-1.109
생선구이	3.7	1.0	3.6	0.9	-1.372	2.5	1.1	2.3	1.1	-1.499
생선조림	3.4	1.0	3.4	0.9	-0.540	2.4	1.0	1.9	1.0	-2.755**
해물찜	3.8	1.0	3.5	0.9	-2.144**	2.3	0.9	2.2	0.9	-0.993
아귀찜	3.5	1.1	3.4	1.0	-0.845	2.3	0.9	2.0	0.9	-1.958*
주꾸미· 낙지볶음	3.9	1.0	3.6	0.9	-2.032**	2.6	1.0	2.4	0.9	-1.380
장어구이	3.7	1.2	3.7	1.0	0.183	2.0	0.8	2.0	0.9	-0.298
전복요리	3.8	1.1	3.5	1.0	-1.524	1.7	0.8	1.7	0.8	-0.524
대게	3.9	1.1	3.7	1.1	-1.184	1.7	0.7	1.6	0.7	-0.589
랍스터	3.9	1.1	3.7	1.1	-1.301	1.5	0.8	1.3	0.6	-1.461
참치회	3.6	1.3	3.3	1.1	-1.474	1.8	0.9	1.6	0.8	-1.181
연어요리	3.5	1.2	3.5	1.1	-0.143	1.8	1.0	1.9	1.0	0.699
굴요리	3.1	1.4	3.0	1.2	-0.364	1.7	0.9	1.6	0.8	-1.102
새우요리	3.8	1.1	3.7	1.0	-0.732	1.9	0.9	1.9	0.8	-0.024
조개요리	3.4	1.2	3.4	1.0	-0.041	1.7	0.8	1.8	0.8	0.909

<sup>1)</sup> Likert 5점 척도 : 1=전혀 그렇지 않다 / 3=보통이다 / 5=매우 그렇다

<sup>2)</sup> Likert 5점 척도 : 1=방문안함 / 2=세 달 1번 / 3=한 달 1번 /  
4=한 달 2~3회 / 5=한 주 1번 이상

\*\*\*p<0.001, \*\*p<0.05, \*p<0.1

(8) 희소성추구형의 추구집단별 분석

희소성추구형은 추구집단 65명(25.9%), 비추구집단 186명(74.1%)으로 구성된다. 추구집단은 여성의 비중이 55.4%로 높은 편이나, 비추구집단은 성별에 따라 큰 차이가 없었다. 연령대는 추구집단은 50대 이상이 30.8%로 높은 편이고, 비추구집단은 20대 이상이 32.3%로 높게 나타났다. 직업군은 두 집단 모두 일반사무직의 비중이 가장 높으나, 추구집단의 전문직 비중이 24.6%로 상대적으로 높게 나타났다. 월평균가구소득은 추구집단이 527만원 이상이 32.3%로 비추구집단에 비해 소득이 높은 편이라고 분석되었다.

<표 39> 희소성추구형의 인구 통계적 특성

항목		추구집단		비추구집단	
		빈도(명)	비중(%)	빈도(명)	비중(%)
합계		65	100.0	186	100.0
성별	남성	29	44.6	95	51.1
	여성	36	55.4	91	48.9
연령	20대	14	21.5	60	32.3
	30대	16	24.6	36	19.4
	40대	15	23.1	33	17.7
	50대	20	30.8	44	23.7
	60대 이상	0	-	13	7.0
직업	전업주부	6	9.2	19	10.2
	일반사무직/관리직	20	30.8	41	22.0
	판매직/서비스직	6	9.2	14	7.5
	생산직/기술직	3	4.6	18	9.7
	자영업	5	7.7	20	10.8
	전문직	16	24.6	26	14.0
	학생	3	4.6	44	23.7
기타	6	9.2	4	2.2	

월평균가구 소득	0~144만원 미만	5	7.7	21	11.3
	144~291만원 미만	17	26.2	47	25.3
	291만원~400만원 미만	13	20.0	53	28.5
	400~527만원 미만	9	13.8	35	18.8
	527만원 이상	21	32.3	30	16.1

집단별 수산물 외식 소비행태 교차분석 결과, 수산물 선호도에서는 큰 차이가 나타나지 않았으나 외식 빈도와 지출비용에서 차이가 나타났다. 수산물 외식 빈도는 추구집단 2.7회, 비추구집단 2.2회로 나타났고, 외식 지출비용은 추구집단 43,000원, 비추구집단 32,000원으로 추구집단의 외식 빈도와 지출비용이 더 높게 나타났다.

<표 40> 회소성추구형의 수산물 외식소비행태 교차분석

	수산물 선호도	수산물 외식 빈도 (한 달 기준)	외식 지출비용 (1인 기준)
추구집단	4.1점	2.7회	43,000원
비추구집단	3.8점	2.2회	32,000원

회소성추구형의 수산물 외식별 선호도와 방문빈도의 평균검정결과, 선호도는 16개 중 13개 음식점에서 집단별 차이가 나타났다. 특히 추구집단은 해물찜, 전복요리, 조개요리, 초밥, 해물찜 음식점의 선호도가 높게 나타났다. 방문빈도는 16개 중 13개 음식점에서 차이가 나타났으며, 추구집단이 대게, 초밥, 랍스터, 해물찜, 굴요리 등에서 방문빈도가 높게 나타났다.

즉, 회소성추구집단은 총 16개 중 3개를 제외한 모든 음식점에서 선호도와 방문빈도 차이가 나타났고, 특히 대게, 랍스터 등 고급 수산물 외식의 방문빈도가 높게 나타나는 것이 특징으로 분석되었다.

<표 41> 회소성추구형의 수산물 외식별 선호도<sup>1)</sup>, 방문빈도<sup>2)</sup> 분석

	선호도					방문빈도				
	추구 (n=65)		비추구 (n=186)		t값	추구 (n=65)		비추구 (n=186)		t값
	M	SD	M	SD		M	SD	M	SD	
횃집	4.0	1.0	3.7	1.0	-2.142**	3.0	1.0	2.6	1.0	-2.406**
초밥	4.3	0.9	3.9	1.0	-2.641**	3.0	1.0	2.5	0.9	-3.684***
생선구이	3.8	0.8	3.5	1.0	-1.695*	2.5	1.1	2.3	1.1	-1.331
생선조림	3.5	0.9	3.3	1.0	-0.812	2.3	1.0	1.9	1.0	-2.773**
해물찜	3.9	0.8	3.4	.9	-3.480**	2.5	0.8	2.1	0.9	-3.511**
아귀찜	3.7	1.0	3.3	1.1	-2.489**	2.3	0.9	2.0	0.9	-2.214**
주꾸미· 낙지볶음	3.7	0.9	3.6	0.9	-0.160	2.6	1.0	2.4	0.9	-1.100
장어구이	3.9	1.2	3.6	1.0	-1.827*	2.2	0.9	2.0	0.8	-1.962*
전복요리	4.0	1.1	3.5	1.0	-3.379**	1.9	0.8	1.6	0.7	-2.400**
대게	4.1	1.2	3.7	1.1	-2.320**	1.9	0.8	1.5	0.6	-3.699***
랍스터	4.0	1.1	3.6	1.1	-2.484**	1.7	0.8	1.3	0.5	-3.597**
참치회	3.6	1.2	3.3	1.1	-1.705*	1.8	0.9	1.6	0.8	-1.660*
연어요리	3.7	1.2	3.4	1.1	-1.762*	2.1	1.1	1.8	1.0	-2.227**
굴요리	3.2	1.3	3.0	1.2	-1.565	1.9	0.9	1.5	0.8	-2.890**
새우요리	4.0	1.0	3.7	1.0	-2.414**	2.0	0.9	1.8	0.8	-1.644
조개요리	3.8	1.1	3.3	1.0	-3.184**	2.0	0.8	1.7	0.8	-2.151**

<sup>1)</sup> Likert 5점 척도 : 1=전혀 그렇지 않다 / 3=보통이다 / 5=매우 그렇다

<sup>2)</sup> Likert 5점 척도 : 1=방문안함 / 2=세 달 1번 / 3=한 달 1번 /  
4=한 달 2~3회 / 5=한 주 1번 이상

\*\*\*p<0.001, \*\*p<0.05, \*p<0.1

(9) 각 추구집단별 라이프스타일 순위

각 추구 집단별 라이프스타일의 순위를 확인하기 위해 교차분석을 하였다. 그 결과 각 추구 집단별 라이프스타일 순위는 조금 다르지만 8개의 추구집단 모두 3순위 내에 신선함, 합리, 미각추구 라이프스타일이 위치해 있었다. 이는 대부분의 소비자들이 수산물 외식을 할 때, 기본적으로 신선함, 합리, 미각을 추구하고 있기 때문이며, 당연히 충족되어야 하는 라이프스타일로 생각하고 있기 때문이라고 할 수 있다. 즉, 신선함, 합리, 미각추구 라이프스타일은 기존에 수산물 외식시장에 존재하던 전통적인 라이프스타일로 지금까지 수산물 외식시장을 받쳐주고 있던 가장 기본적인지만 중요한 라이프스타일이라고 할 수 있다.

<표 42> 각 추구 집단별 라이프스타일 순위<sup>1)</sup>

(단위 : 점)

	건강 추구	미각 추구	합리 추구	트렌드 추구	신선함 추구	분위기 추구	친숙도 추구	희소성 추구
1	신선함 (4.1)	합리 (4.2)	신선함 (3.9)	합리 (4.4)	합리 (4.1)	신선함 (4.2)	신선함 (4.1)	신선함 (4.1)
2	합리 (4.0)	신선함 (4.1)	미각 (3.8)	미각 (4.1)	미각 (3.8)	합리 (4.1)	합리 (4.0)	합리 (4.1)
3	미각 (3.9)	건강 (3.6)	친숙도 (3.4)	신선함 (4.0)	분위기 (3.7)	미각 (3.8)	미각 (3.7)	미각 (3.9)
4	분위기 (3.7)	희소성 (3.6)	희소성 (3.4)	희소성 (3.6)	건강 (3.6)	희소성 (3.7)	희소성 (3.5)	건강 (3.8)
5	희소성 (3.6)	친숙도 (3.6)	분위기 (3.3)	건강 (3.5)	희소성 (3.6)	건강 (3.6)	건강 (3.5)	분위기 (3.7)
6	친숙도 (3.4)	분위기 (3.5)	건강 (3.3)	분위기 (3.5)	친숙도 (3.5)	친숙도 (3.5)	분위기 (3.5)	친숙도 (3.6)
7	트렌드 (2.8)	트렌드 (3.0)	트렌드 (2.9)	친숙도 (3.5)	트렌드 (2.9)	트렌드 (3.0)	트렌드 (2.8)	트렌드 (2.9)

<sup>1)</sup> Likert 5점 척도 : 1=전혀 그렇지 않다 / 3=보통이다 / 5=매우 그렇다

#### 다. 라이프스타일에 따른 수산물 외식시장 분석

본 연구에서는 라이프스타일(추구집단)과 수산물 외식소비 간의 관계를 분석하기 위하여 수산물 외식시장을 유형별로 구분하였다. 수산물 외식시장 구분은 통계자료와 수산물 외식업체 경영자를 대상으로 개별심층면접 조사를 활용하였다. 수산물 외식업체 개별심층면접조사는 2017년 8월 1일부터 10월 1일까지 총 16개 수산물 외식업체를 방문하여 외식시장의 특징, 변화, 트렌드 등의 내용을 중심으로 실시하였다.

조사결과 수산물 외식시장은 식재료로 사용되는 원료를 기준으로 유형화 할 수 있는데 크게 국내산 수산물 중심 대중 외식시장, 수입산 수산물 중심 대중 외식시장, 새로운 수산물 중심 고가격 외식시장으로 구분할 수 있는 것으로 나타났다<표 43>.

첫째, “국내산 수산물 중심 대중 외식시장”은 기존 우리나라 수산물을 기반으로 형성, 발전해 온 대중 외식시장과 함께 고급수산물로 인식되던 품종들의 대량양식 성공으로 가격이 낮아져 대중화되기 시작한 외식시장이다. 생선회의 경우 1960년대 일식집 또는 개별음식점을 통해 판매되었지만, 높은 가격으로 인해 소수의 사람들만 먹을 수 있는 고가격대의 외식이었다. 그러나 1990년대 초반 넙치와 우럭 양식이 성공하면서 생선회가 대중화되고 대표적인 수산물 외식으로 자리 잡게 되었다.

장어구이는 1990년대 1마리에 7~8만원이라는 높은 가격으로 인해 접하기 어려운 고급음식이었지만, 양식을 통해 생산량이 증가하면서 소비자들에게 대중화되었다. 전복과 굴은 2000년 이후 대량양식이 성공하면서 생산량 증가로 대중화되었다.

둘째, “수입산 수산물 중심 대중 외식시장”은 1997년 수산물 수입이 전면 개방되고, 수입산 수산물이 증가하면서 외식시장에서 국내산 식재료를

대체하는 현상이 발생하며 형성된 외식시장이다.

특히, 낙지·주꾸미, 조개, 아귀찜 모두 2016년 수입산 수산물 공급 비중이 50% 이상으로 수입산에 대한 의존도가 높은 품목이다. 외식업체 심층 면접조사결과, 생선구이, 생선조림, 해물찜 또한 과거에 비해 수입산 수산물의 사용 비중이 증가하고 있는 것으로 나타났다. 수입 수산물은 초기 국내산에 비해 저가격 수산물이 수입되거나 국내 공급부족에 따른 보완 용도로 수입되면서 외식 시장에 도입되었다. 이후 유통환경 발달, 수입국 다양화로 인해 가격대비 높은 품질의 수산물이 수입되면서 외식시장 점유율을 높여온 것으로 분석된다.

셋째, “새로운 수산물 중심 고가격 외식시장”은 소비자의 욕구가 다양해지면서 형성된 새로운 품목과 요리형태를 가진 외식시장이다. 대표적인 수산물 외식으로는 초밥, 랍스터, 참치, 새우, 연어, 대게가 이에 해당한다.

연어와 랍스터는 국내에서 생산되지 않는 새로운 소비 품목으로 유통환경 발전 및 각종 매체를 통해 소비문화가 형성되면서 수요가 증가하고 있는 시장이다. 연어는 건강식, 슈퍼푸드 등으로 알려지면서 신선냉장 연어 수입이 증가하고 있으며 생연어, 덮밥, 셀러드 형태로 소비가 이루어지고 있다. 랍스터는 고급 식자재로 인식되고 있는 활랍스터 중심으로 그릴 랍스터, 허니버터 랍스터 등 랍스터 전문 음식점이 형성되고 있으며, 랍스터 회, 랍스터 찜 등으로 횡집 등에서도 소비가 이루어지고 있다.

초밥은 일본 식문화의 영향으로 형성된 새로운 요리형태의 외식시장이다. 초밥은 1994년 회전초밥 전문점을 시작으로 2000년대 대중화가 가속화되었고, 현재는 횡집과 함께 가장 대중적인 수산물 외식시장으로 자리 잡고 있다. 현재 초밥시장은 고급시장과 대중시장(회전 초밥 등)으로 다변화하고 있으며 다양한 프랜차이즈 브랜드가 형성되어 있다.

새우는 주요리보다는 부요리의 형태로 소금구이, 새우튀김, 증식당 사

이드메뉴 형태로 일부 소비되던 품목이었다. 하지만 최근 수입산 새우를 중심으로 하는 새우 전문 음식점들이 증가하고 있다. 새우 음식점들은 소금구이, 새우튀김 뿐 아니라 간장새우, 크림새우, 쉬림프박스, 간장새우덮밥 등 다양한 소비 형태를 가진 시장으로 확대되고 있다.

참치는 1990년대 원양산 횡감 참치 공급 증가와 참치 회 수요증가로 참치 전문점이 등장하기 시작하였으며, 현재 참치회를 전문으로 한 외식 시장이 주류를 이루고 있다. 참치회는 기존 생선회 시장에서 새로운 소비 품종으로 형성된 시장으로 고가격 외식으로 자리하고 있다.

대게는 제한된 국내 공급량으로 인해 희소한 외식 품목이었으나 러시아로부터 활 대게(Snow Crab)가 대량으로 수입되기 시작하면서 본격적으로 외식시장이 확대된 품목이다. 대게 음식점은 대게뿐만 아니라 킹크랩 품목도 함께 취급하고 있으며, 대표적인 고가격 수산물 외식으로 포지셔닝하고 있다.

<표 43> 수산물 외식시장 분류기준

	품목	특징
국내산 수산물 중심 대중 외식시장	횃집	1990년대 초반 넙치와 우럭 대량양식이 성공하면서 생선회 대중화
	장어구이	2000년대 장어양식 증가로 대중화
	전복, 굴	2000년대 대량양식으로 대중화 시작
수입산 수산물 중심 대중 외식시장	낙지·주꾸미	국내 공급 대부분을 수입산이 대체하고 있음 수입산 비중(2016) : 낙지 87.9%, 주꾸미 92.7%
	조개	수입산이 높은 비중을 차지하고 있음 수입산 비중(2016) : 조개 64.1%
	아귀찜	수입산이 높은 비중을 차지하고 있음 수입산 비중(2016) : 아귀 66.6%
	생선구이, 생선조림, 해물찜	연근해 수산물 생산 감소로 인한 공급불안정으로 수입산으로 대체되고 있음 ex) 세네갈 갈치구이·조림, 노르웨이 고등어 구이·조림, 중국산 낙지, 바레인산 꽃게, 일본산 가리비 등
새로운 수산물 중심 고가적 외식시장	초밥	일본 식문화 영향으로 1990년대부터 대중화 대표적인 수산물 외식으로 자리잡음
	참치	1990년대 원양산 참치 공급으로 참치 전문점 증가. 고급횃집으로서 자리하고 있음
	새우	간장새우, 크림새우, 쉬림프바스, 간장새우덮밥 등 새우전문 음식점 증가
	대게	러시아산 대게(대게, 킹크랩 등) 수입 증가로 외식시장 확대
	랍스터	2013년부터 수입량 급증. 그릴 랍스터 등 랍스터 전문 음식점이 증가하고 있음
	연어	생 연어, 연어스테이크, 연어덮밥 등 2013년 이후 연어 전문음식점 증가

주 : 본 자료는 2016년 기준 수산정보포털의 통계자료와 외식업체 심층면접 인터뷰 내용을 정리하여 작성한 자료임.

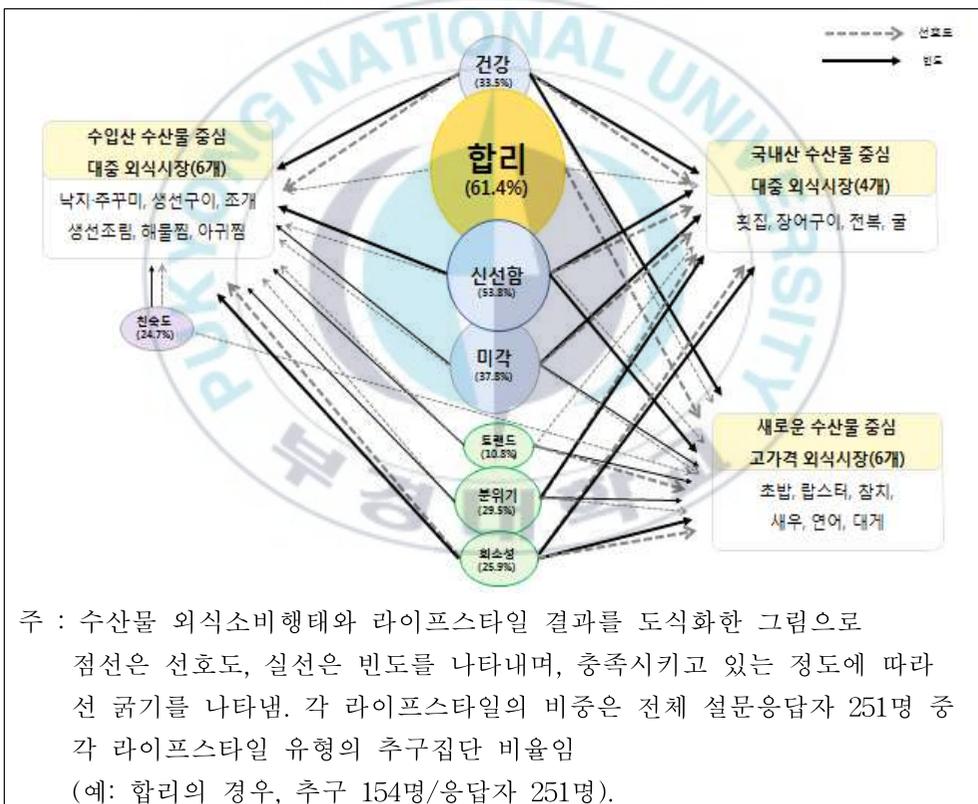
<그림 4>는 수산물 외식 소비행태와 라이프스타일 추구집단별 분석 결과를 도식화한 그림으로 점선은 선호도, 실선은 빈도를 의미한다. 선 굵기는 각 추구집단별 라이프스타일이 영향을 미치는 정도에 따라 나타냈다.

“국내산 수산물 중심 대중 외식시장”은 건강, 신선함, 희소성 외에도 미각, 분위기 추구 라이프스타일을 반영하고 있다. 이 시장은 고급스러운 분위기와 모임자리에 적합한 음식점 등의 분위기 추구 라이프스타일을 반영하고 있다. 그리고 일반적인 식사용의 성격도 지니고 있지만, 여러 사람과 함께 먹는 외식으로 고급스러운 분위기, 모임 자리에 적합한 음식점에 대한 가치가 중요하게 나타나고 있다. 이 시장은 아이러니 하게도 대중화 되었음에도 불구하고 희소성추구라는 라이프스타일을 지니고 있는 것을 확인할 수 있다. 그 이유는 수산물 음식점이 한식, 중식 등과 비교하였을 때 아직 가격대가 높게 형성되어 있기 때문이며, 한식, 중식 등과는 또 다른 특별한 외식메뉴로서의 미각과 희소성을 충족시키고 있기 때문이라고 할 수 있다.

“수입산 수산물 중심 대중 외식시장”은 수입산 수산물의 품질 향상으로 건강과 신선함추구 라이프스타일을 충족시키고 있다. 그리고 조리 시 발생하는 냄새, 연기, 재료 손질의 어려움 등으로 가정에서 먹기 어려운 수산물 요리를 선호한다는 점에서 희소성 추구 라이프스타일을 충족시키고 있다.

“새로운 수산물 중심 고가격 외식시장”은 소비자들이 매체(음식프로그램, SNS)를 통해 기존에 먹지 않던 새로운 형태의 수산물 요리를 접하면서 수요가 증가하며 형성된 외식시장이다. 일반적인 외식보다는 특별한 날을 기념하기 위해 방문하는 외식의 형태로 자리 잡고 있으며, 건강, 신선함, 희소성 추구 외에 트렌드와 합리 추구 라이프스타일을 반영하고 있

다. 이 시장은 기존 국내에 없던 새로운 수산물 품종이라는 희소성과 유통기술 발달로 인한 신선도 및 품질향상이라는 신선함을 반영하고 있다. 그리고 가격 대비 높은 품질과 만족도라는 합리추구와 유행하는 수산물을 추구하는 트렌드 추구 라이프스타일도 반영하고 있다. 이 시장은 소비자들이 평소에 접해 보지 못했던 낯선 수산물이라도 매체를 통해 방영되면, 소비자들이 호기심을 가지고, 직접 방문을 한다는 점에서 특징을 가지고 있다.



<그림 4> 라이프스타일에 따른 수산물 외식시장

# V. 결 론

## 1. 연구요약

본 연구는 수산물 외식 라이프스타일을 도출하고, 그에 따른 외식 소비 행태 분석을 목적으로 연구를 두 파트로 나누어 진행하였다.

첫째, 수산물 외식소비행태 빈도분석 결과 수산물 음식점 선호도는 초밥과 아귀찜의 선호도(4.0점)가 가장 높았고, 새롭게 생기고 있는 랍스터(3.7점), 연어(3.5점) 음식점의 선호도 또한 높게 나타났다. 수산물 음식점 방문빈도는 횃집이 가장 높고, 그 다음으로 초밥 음식점이 높게 나타났다. 연어, 새우 음식점 또한 방문빈도가 높게 나타났는데, 이를 통해 소비자의 외식행태가 변화하고 있음을 확인할 수 있었다.

연령별 수산물 외식소비행태를 분석결과, 1인 기준 수산물 외식 지출비용은 40대가 43,000원으로 가장 높고, 20대는 23,000원으로 가장 낮게 나타났다. 외식별 선호도는 20대가 다른 연령대에 비해 연어, 초밥 음식점에서 높았고, 50, 60대는 생선조림과 굴 음식점이 높게 나타났다. 음식점 방문빈도는 20대는 초밥, 50대는 생선조림, 60대는 생선구이에서 높게 나타났다. 이를 통해 연령별로 수산물 외식 소비행태가 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있었다.

수산물 외식 라이프스타일은 24개의 모두 변수 탈락 없이 8개의 요인으로 수렴되었다. 각 요인은 건강추구형, 트렌드추구형, 분위기추구형, 합리추구형, 친숙도추구형, 신선함추구형, 희소성추구형, 미각추구형으로 명

명하였다.

건강추구집단은 보양식이라고 알려졌거나 건강에 도움이 되는 수산물을 추구하는 집단으로 33.5%를 차지하였다. 이 집단은 1인 기준 외식 지출비용이 41,000원으로 높은 편이고, 30~50대를 중심으로 구성되어 있다. 장어, 전복과 같이 건강하다고 알려진 수산물을 중심으로 선호도와 방문빈도가 높게 나타났다.

미각추구집단은 수산물의 담백하고 탄력적인 식감을 추구하는 집단으로 37.8%를 차지하며, 수산물을 좋아하는 집단이다. 이 집단은 지출비용이 42,000원으로 높은 편이며 60대를 제외한 전 연령층이 고루 분포되어 있어 대부분의 소비자들이 추구하고 있는 라이프스타일이라고 할 수 있다.

합리추구집단은 가성비를 중요시 생각하고, 61.4%라는 가장 큰 비중을 차지하고 있는 집단이다. 이 집단은 다른 연령대에 비해 20대의 비중이 33.1%로 높으며, 수산물을 선호하나 이것이 실제로 방문빈도로는 이어지지 않는 것이 특징이다.

트렌드추구집단은 방송이나 SNS에 많이 소개된 유행하는 수산물 요리를 추구하고 새로 생겨난 집단이다. 20대의 비중이 높고, 연어 음식점을 선호하며 실제로 방문을 많이 하고 있는 것이 특징이다. 그리고 이 집단은 최근 떠오르고 있는 네오비트족과 연결된다고 할 수 있다. 네오비트족은 음식 외에도 패션, 운동, 여행 등 관심이 많으며, 새로운 것을 찾고, 직접 경험하는 것을 좋아하는 소비자로 최근 먹방, 쿡방의 열풍도 네오비트족의 성향이 반영된 것이라고 할 수 있다.

분위기추구집단은 고급스러운 분위기, 모임자리에 적합한 수산물 외식을 추구하고, 29.5%를 차지하고 있다. 이 집단은 50대의 비중이 40.5%로 가장 많고, 소득이 높다. 참치회, 초밥의 선호도와 빈도가 상대적으로 높

으며, 수산물 외식별 선호도가 실제로 방문빈도로 이어지는 것이 특징이다.

신선함추구집단은 시각과 미각을 통해 전달되는 수산물 원료의 신선함을 추구하는 라이프스타일로 53.8%를 차지하고 있다. 이 집단은 지출비용이 41,000원으로 높은 편이며 참치회, 장어구이, 대게, 랍스터 등의 방문빈도가 상대적으로 높은 것이 특징이다.

친숙도추구집단은 가정 및 외식경험으로 익숙한 수산물 외식을 추구하는 집단으로 24.7%를 차지하고 있다. 이 집단은 20대의 비중이 높으며 소득이 가장 낮고, 가정에서 자주 접한 생선조림과 외식에 익숙한 아귀찜 외식 방문빈도가 높은 편이다.

희소성추구집단은 평소에 접하기 힘든 특별한 수산물을 추구하는 집단으로 25.9%를 차지하고 있다. 이 집단은 50대의 비중이 30.8%로 높으며, 소득이 높은 것이 특징이다. 그리고 대게, 랍스터 등 고급 수산물의 방문 빈도가 상대적으로 높게 나타났다.

교차분석으로 각 추구 집단별 라이프스타일 순위를 살펴본 결과, 약간의 차이는 있지만 8개 집단 모두 3순위 내에 합리, 신선함, 미각추구 라이프스타일이 자리잡고 있었다. 소비자들은 집단별로 다른 가치를 추구하고는 있으나, 공통적으로 합리, 신선함, 미각을 기본 가치로써 추구하고 있는 것으로 분석되었다. 그리고 수산분야의 많은 선행연구를 통해 소비자들이 수산물을 구매하는 주된 이유 중 하나가 건강을 고려하기 때문이었으며, 대부분의 소비자들이 기본적인 가치로 건강을 추구하고 있다고 볼 수 있었다. 즉, 수산물 외식시장에서 건강, 신선함, 미각추구 라이프스타일은 당연하게 충족되어야 하는 가치로 자리 잡고 있으며, 이 라이프스타일들은 과거부터 수산물 외식시장을 지지해주던 것으로 전통적인 라이프스타일이라고 분석하였다.

본 연구에서는 수산물 외식시장을 국내산 수산물 중심 대중 외식시장, 수입산 수산물 중심 대중 외식시장, 새로운 수산물 중심 고가격 외식시장 3가지로 분류하여 라이프스타일과 수산물 외식소비 간의 관계를 분석하였다.

국내산 수산물 중심 대중 외식시장은 수산물 외식시장의 라이프스타일에 대한 합치성이 가장 높은 시장이라고 할 수 있다. 국내산 수산물 중심 대중 외식시장은 활 수산물로 인한 신선함과 건강식이라는 인식을 충족시키고 있다. 그리고 외식메뉴로서의 미각적인 만족, 고급스러운 분위기, 특별한 메뉴로서 희소성도 충족시키고 있다.

수입산 수산물 중심 대중 외식시장은 수입 수산물이 증가하면서 국내산 원료를 대체하게 된 시장이다. 이 시장은 수산물 외식에서 기본적으로 갖추고 있는 건강, 신선함 추구 라이프스타일을 지니며, 희소성 추구 라이프스타일과 연관성이 높은 것으로 나타났다.

새로운 수산물 중심 고가격 외식시장은 기존 시장에서 없었던 새로운 수산물 품종으로서의 희소성을 충족시키고 있으며, 유통기술 발달로 인한 품질향상으로 신선함에 대한 욕구를 충족시키고 있다. 그리고 가격대비 높은 품질과 만족도를 추구하는 합리추구와 유행하는 수산물을 추구하는 트렌드추구를 충족시키고 있는 시장이라고 할 수 있다.

## 2. 연구의 시사점 및 한계점

본 연구는 처음으로 수산물 외식 라이프스타일 8개의 요인을 도출하였으며, 이를 수산물 외식시장에 반영하여 소비행태를 살펴보았다는 점에서 의미를 가지고 있다.

본 연구에서는 수산물 외식시장을 국내산 수산물 중심 대중 외식시장, 수입산 수산물 중심 대중 외식시장, 새로운 수산물 중심 고가격 외식시장으로 분류하였다. 세 시장의 정확한 크기에 대해서는 알 수 없지만, 가장 많은 라이프스타일을 충족시키고 있는 “국내산 수산물 중심 대중 외식시장”이 가장 큰 시장이라고 볼 수 있다. 그러므로 수산물 소비를 늘리기 위해서는 이 시장의 규모를 키우기 위한 노력이 필요하다. 현재 “국내산 수산물 중심 대중 외식시장”은 식사용으로도 소비가 되고 있지만, 외식용으로 인식, 소비되는 비중이 더 클 것으로 추측된다. 하지만 외식시장에서 수산물 소비를 확대하기 위해서는 국내산 수산물 중심 대중 외식시장이 외식용보다는 일반적인 식사의 성격으로 자리 잡아야 할 필요가 있다. 그러므로 이 시장은 저녁에만 방문할 수 있는 이미지가 아니라, 점심때도 식사로서 소비할 수 있도록 편리성과 식사로서의 이미지가 갖추어져야 할 필요가 있다고 생각한다.

수산물 수입 자유화가 이루어진 이후, 수산물 수입량이 꾸준히 증가하였고, 외식시장에서 수입산 수산물이 많이 사용되고 있다. “수입산 수산물 중심 대중 외식시장”과 “새로운 수산물 중심 고가격 외식시장”이 형성된 이유도 그 때문이다. 수입산 수산물은 국내산 수산물에 비해 저렴한 가격과 안정적인 공급, 기존에 먹지 않았던 새로운 품종이라는 가치를 충족시키며 외식시장에서 비중을 늘려가고 있는 상황이다. 그러므로 우리는 외식시장에서 국내산 수산물 소비를 늘리기 위해서 어떻게 대응해야 할 것

인지에 대한 고민이 필요하다. 예를 들어 농산의 경우 외식업체와 생산업체를 연결시켜 직거래를 할 수 있는 장을 마련해주고 있는데, 수산분야에서도 이와 같은 대응방안을 마련해야 할 필요가 있다고 생각된다.

마지막으로 수산물 소비 확대를 위해서는 새로운 수산물 중심 고가격 외식시장에 관심을 가져야 할 필요성이 있다. 새로운 수산물 중심 고가격 외식시장은 기존에 먹지 않았던 수산물로 구성되어 있으며, 낮은 연령층의 선호와 소비가 높게 나타나고 있다. 이 시장의 소비자들은 Exotic 소비로서 과거에 먹던 익숙하고, 전통적인 수산물이 아닌 새로운 것을 찾는 성향을 지니고 있다. 그리고 접해보지 못했던 수산물이라든, 매체를 통해 접하거나 유행한다고 인식이 되면 소비자들이 방문할 의사가 있다는 특징을 가지고 있다. 따라서 수산물에 대해 건강한 단백질원으로서 소비자들에게 홍보하는 것 뿐 아니라, 각종 요리프로그램이나 SNS를 통한 홍보가 필요하다고 생각된다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다.

첫째, 본 연구는 수산물 외식을 할 때 지니고 있는 각 라이프스타일에 대해서만 연구가 되었다. 그러므로 복합적인 라이프스타일을 반영하여 외식시장을 살펴보는 못했다. 따라서 향후의 연구에서는 복합적인 라이프스타일을 반영하여 소비자를 세분화 한 연구가 필요하다고 판단된다.

둘째, 본 연구는 각 라이프스타일 별 특징을 살펴보기 위해 추구집단과 비추구집단으로 분류하여 특성을 살펴보았다. 그러나 살펴보는 과정에서 각 집단의 비중이 중복되어, 각 라이프스타일 별 정확한 비중을 파악하는데 어려움이 있었다. 그리고 중복된 응답을 기준으로 각 라이프스타일 별 추구집단의 특징을 살펴보았기 때문에 8가지의 라이프스타일이 서로 유사한 부분이 있을 것으로 생각된다. 따라서 향후의 연구에서는 이런 부분이 더 보완되어 연구가 되어야 할 필요가 있다고 판단된다.

셋째, 본 연구의 수산물 음식점 현황자료는 지방자치단체 인허가 자료를 바탕으로 연구자가 직접 분류한 결과로서 한계점을 가지고 있다. 전국의 수산물 음식점이 총 27,589개 라고 말하기에는 한계가 있으므로 대대적인 수산물 음식점에 대한 조사가 필요하다고 생각된다. 그리고 본 연구는 부산에 거주하는 소비자만을 대상으로 연구하였으나, 향후의 연구에서는 전국적으로 조사를 한다면 더 의미 있는 분석이 될 것이라고 생각된다.



## <참고 문헌>

### <국내문헌>

- 김경희(2010), “식생활라이프스타일이 한식소비와 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향”, 한국콘텐츠 학회, 제 10권 제 8호, pp.370-380
- 김근영(2007), “실버세대 라이프스타일 유형에 따른 외식행동 및 외식메뉴 선호도 분석”, 연세대학교 대학원, 석사학위논문
- 김남숙(2001), “대학생의 라이프스타일과 의복구매행동에 관한 연구: AIO 분석기법을 중심으로”, 동국대학교 경영대학원, 석사학위논문
- 김봉태, 박상우, 정명생(2012), “인구, 사회구조 변화에 따른 소비트렌드와 과제”, 한국 해양수산물개발원 연구보고서, pp.1-236
- 김배의(2005), “수산물 소비 촉진을 위한 생선회 선호도 실태 조사”, 부경대학교 교육대학원, 석사학위논문
- 김소영(2016), “1인가구의 식생활 라이프스타일에 따른 가정식사대용식 소비행태 및 선택속성에 관한 연구” 명지대학교 대학원, 석사학위논문
- 김지웅(2016), “수산물 친숙도에 의한 시장세분화 연구”, 부경대학교 대학원, 석사학위논문
- 곽기영(2014), “통계데이터분석”, 경문사
- 남승규(2006), “소비자행동연구와 라이프스타일”, 한국심리학회 제1권, pp.516-517
- 문병찬(2017), “식생활 라이프스타일에 따른 푸드트릭 소비자의 선택속성 및 이용행태에 관한 연구”, 경희대학교 대학원,

석사학위논문

박미성, 안병일(2014), “식품소비 라이프스타일이 가공식품 지출에 미치는 효과 분석 - 군집분석과 매칭기법을 이용하여”, 농촌경제 제 37권 제 3호, pp.25-58

박세나(2007), “소비자의 라이프스타일에 따른 HMR의 비교연구 : 한·일간 20~30대를 중심으로”, 경기대학교 대학원, 석사학위논문

박용봉(2001), “소비자 행동론”, 박영사

설훈구(2007), “식생활 라이프스타일 유형에 대한 연구”, 한국외식경영학회, 제 10권 2호, pp.287-284

손일락(2008), “청주지역 대학생들의 식생활라이프스타일에 따른 외식 행동연구”, 한국콘텐츠 학회 제 8권 제 11호, pp.347-355

송지준(2015), “논문작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계분석방법”, 21세기사

양재연(2007), “라이프스타일 유형에 따른 싱글족의 관광행동 연구”, 경희대학교 대학원, 석사학위논문

엄은경(2016), “식생활라이프스타일 유형에 따른 시장세분화에 관한 연구 - FRL측정척도를 기반으로”, 경기대학교 대학원, 박사학위논문

유현주(2017), “식생활 라이프스타일에 따른 식품포장기능의 관여도 분석”, 우석대학교 일반대학원, 석사학위논문

이미향, 최웅, 신왕성(2010), “와인소비 라이프스타일이 구매동기에 미치는 영향”, 외식경영학회 제13권 제 4호, pp.273-296

이혜원(2010), “식생활 라이프스타일에 따른 쌀 가공식품 소비태도 분석”, 연세대학교 대학원, 석사학위논문

- 임경희, 김봉태, 정명생(2013), “수산물 외식산업의 실태와 발전방향”,  
한국해양수산개발원 연구보고서, pp.1-208
- 임소희(2016), “선택 속성에 따른 핏감용 시장의 포지셔닝에 관한  
연구”, 부경대학교 대학원, 석사학위논문
- 장춘봉(2011), “수산물 소비에 대한 가치체계 분석과 시장세분화에  
관한 연구”, 부경대학교 대학원, 박사학위논문
- 정광현(2002), “외식유형별 이용성향에 따른 선택속성 차이연구”,  
한국관광레저학회 제 13권 제 2호, pp.113-128
- 정연희(2015), “식품소비 라이프스타일에 따른 수산물 선호도 분석”,  
서울대학교 대학원, 석사학위논문
- 정효선, 윤혜현(2007), “식생활 라이프스타일에 따른 외식소비성향에  
관한 연구”, 한국외식경영학회, 제 10권 2호, pp.93-117
- 주문배, 장홍석, 이연경, 이현동(2009), “수산식품산업의 발전을 위한  
장단기 정책방향”, 한국해양수산개발원 연구보고서, pp.1-294
- 임영미(2006), “식생활라이프스타일에 따른 와인선택속성에 관한 연구”,  
경희대학교 대학원, 석사학위논문
- 채정숙(1999), “라이프스타일의 비교문화적 연구 - 한국과 캐나다  
거주 대학생들의 라이프스타일 특성을 중심으로 -”, 한국소비자  
학회, 제 10권 제 1호, pp.79-98
- 채서일(1992), “체계적 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구”, 한국소비  
자학회 제3권 제1호, pp.48-63
- 최정원(2003), “주 5일 근무 직장인의 라이프스타일과 의복구매행동에  
관한 연구”, 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문
- 홍석규(2011), “도시주부의 식생활 라이프스타일에 따른 가공식품 구매  
행태와 만족도에 관한 연구”, 경기대학교 대학원, 박사학위논문

황인영(2017), “식생활 라이프스타일에 따른 아침식사 외식 소비행태  
연구”, 세종대학교 대학원, 석사학위논문

황용철, 송인암(2009), “(디지털시대의) 소비자행동”, 형성출판사



<국외문헌>

- Brunso, K. & Grunert, K. G.(1995), “Development and testing of a cross-culturally valid instrument”, Food-related lifestyle, Advances in Consumer research, 22
- Bruwer, J., Roediger B., Herbst F(2017), “Domain-specific market segmentation: a wine-related lifestyle (WRL) approach”, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 29 Issue 1, pp.4-26
- Harcar, T., Kaynak E(2008), “Life-style orientation of rural US and Canadian consumers”, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 20 Issue 4, pp.433-454
- Jinkyung, C(2016), “Who cares for nutrition information at a restaurant? Food-related lifestyles and their association to nutrition information conscious behaviors”, British Food Journal, Vol. 118 Issue7, pp.1625-1640
- Kesic T, Prri-Rajh S(2003), “Market segmentation on the basis of food-related lifestyle of Croatian families”, British Food Journal, Vol. 105 Issue 3, pp.162-174
- Nijmeijer M., Worsley A., Astill B(2004), “An exploration of the relationships between food lifestyle and vegetable consumption”, British Food Journal, Vol. 106 Issue 7, pp.520-533
- Rong-Da Liang A(2014), “Enthusiastically consuming organic food”, Internet Research, Vol. 24 Issue 5, pp.587-607
- Soyeon S., Kenneth G., Sherry L(2001), “Export implications for the

Japanese fruit market : fruit-specific lifestyle segments”,  
International Journal of Retail & Distribution Management,  
Vol. 29 Issue 6 pp.298-314

Wycherley, A., McCarthy, M., Cowan, C(2008), “Speciality food  
orientation of food related lifestyle (FRL) segments in Great  
Britain”, Food Quality and Preference, Vol 19, pp.498-510



## <부록 1> 설문지

### 안녕하십니까?

바쁘신 중에도 본 조사에 기꺼이 참여해 주신데 대하여 진심으로 감사드립니다. 본 연구는 “수산물 외식 라이프스타일”에 대해 알아보고자 계획되었습니다. 부디 귀하의 솔직하고 정확한 응답을 부탁드립니다, 응답하신 자료는 무기명으로 작성되고 순수한 연구목적으로만 사용될 것을 약속드립니다.

2017년 8월

부경대학교 수산과학대학 해양수산경영전공

지도교수 : 장 영 수

연구자 : 강 효 슬

연락처 : 010-5688-0212

### 수산물 외식

: 수산물을 주요 식재료로 하는 음식점에서 식사를 하는 것  
(단, 포장음 제외)

### 수산물을 주요 식재료로 하는 음식점의 범위

: 선어상태나 조리된 상태의 수산물을 취급하는 모든 음식점  
(예) 횃집, 초밥집, 생선구이집, 조개구이, 장어구이 등

## I. 수산물 외식 소비행태

### 1. 귀하는 수산물을 좋아하는 편입니까?

①매우 싫어함 ②싫어하는 편 ③보통임 ④좋아하는 편 ⑤매우 좋아함

### 2. 귀하는 수산물 외식을 얼마나 자주 하십니까?

한 달에 ( )번

### 3. 귀하가 수산물 외식을 할 때, 1인당 지출하는 평균 비용은 얼마입니까?

( )만원

4. 다음은 수산물 음식점 선호도 및 방문빈도에 관한 문항입니다.  
아래의 예시와 같이 각 항목의 해당사항에 √ 해 주시기 바랍니다.

수산물 음식점	선 호 도					빈 도				
	매우 싫어 함	싫어 하는 편임	보통 임	좋아 하는 편임	매우 좋아 함	방문 안함	3 달 한 번	1 달 한 번	1 달 2~3회	1 주 한 번 이상
	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
예시) 횃집				√					√	
횃집										
초밥										
생선구이										
생선조림										
해물찜										
아귀찜										
주꾸미·낙지볶음										
장어구이										
전복요리										
대게요리										
랍스터요리										
참치회										
연어요리(회, 덮밥)										
굴요리 (굴국밥, 굴구이)										
새우요리(구이 등)										
조개요리(구이 등)										

## II. 수산물 외식 라이프스타일

1. 아래의 항목들은 귀하의 수산물 음식점 선택 시 라이프스타일에 관한 문항입니다. 다음의 각 항목에 √ 해 주시기 바랍니다.

수산물 외식 시 나는 주로 ( )을 추구하는 편이다.	전혀 그렇지 않다	←	보통이다	→	매우 그렇다
영양이 풍부한 수산물	①	②	③	④	⑤
건강에 도움이 되는 수산물	①	②	③	④	⑤
건강하다고 알려진 수산물	①	②	③	④	⑤
부드러운 식감	①	②	③	④	⑤
탄력적인 식감(쫄깃함)	①	②	③	④	⑤
담백한 맛	①	②	③	④	⑤
가격대비 품질이 좋은 곳	①	②	③	④	⑤
가격대비 만족도가 높은 곳	①	②	③	④	⑤
수산물을 저렴하게 먹을 수 있는 곳	①	②	③	④	⑤
유행하는 수산물 요리	①	②	③	④	⑤
방송(음식 프로그램 등)에 많이 나온 수산물 요리	①	②	③	④	⑤
SNS(블로그)에서 평가가 좋은 수산물 요리	①	②	③	④	⑤
모임자리에 적합한 곳(대화하기 좋은 곳)	①	②	③	④	⑤
대접받는/대접하는 자리에 적합한 곳	①	②	③	④	⑤
고급스러운 분위기(서비스 및 인테리어)	①	②	③	④	⑤
눈으로 보이는 재료의 싱싱함	①	②	③	④	⑤
식감에서 느껴지는 재료의 싱싱함	①	②	③	④	⑤
수산물 상태를 눈으로 확인할 수 있는 음식점 (활어수조 구비한 곳)	①	②	③	④	⑤
가정에서 많이 먹어 친숙한 수산물 요리	①	②	③	④	⑤
외식으로 자주 먹어 친숙한 수산물 요리	①	②	③	④	⑤
익숙한 맛의 수산물	①	②	③	④	⑤
가격이 비싸서 평소에 먹기 어려운 수산물 식재료	①	②	③	④	⑤
가정에서 조리하기 어려운 수산물 요리	①	②	③	④	⑤
특별한 날 먹을 수 있는 고급 수산물	①	②	③	④	⑤

### Ⅲ. 인구통계학적 변수

1. 귀하의 성별을 표기하여 주세요.

- ①남성 ②여성

2. 귀하의 연령을 표기하여 주세요.

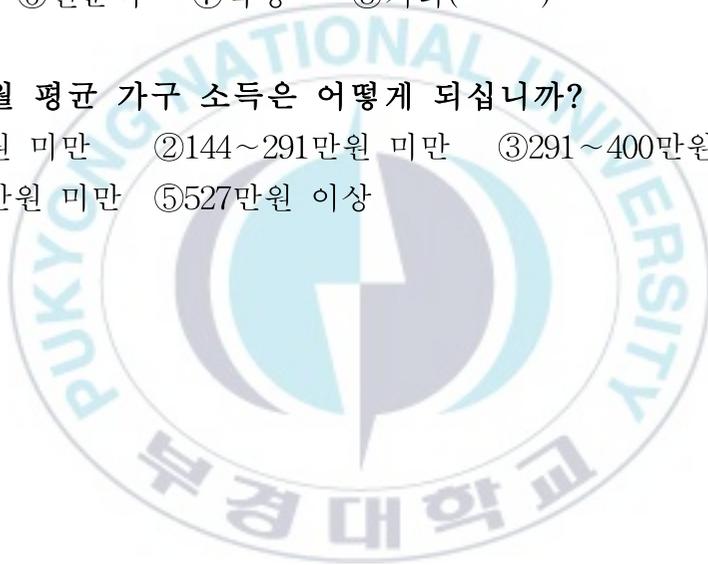
- ①20대 ②30대 ③40대 ④50대 ⑤60대 이상

3. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ①전업주부 ②일반사무직/관리직 ③판매직/서비스직 ④생산직/기술직  
⑤자영업 ⑥전문직 ⑦학생 ⑧기타( )

4. 귀하의 월 평균 가구 소득은 어떻게 되십니까?

- ①0~144만원 미만 ②144~291만원 미만 ③291~400만원 미만  
④400~527만원 미만 ⑤527만원 이상



감사합니다.