

옴니보어의 동네: 서울특별시 소재 레스토랑의 특징과 공간적 분포에 관한 연구

조아현*

The Omnivore's Neighborhood: A Study on Restaurant Patterns and Spatial Distribution in Seoul

Ah-Hyun Cho*

요약 : 이 연구는 서울특별시에 소재한 레스토랑의 특징과 공간적 분포를 탐색하고, 레스토랑의 다양성이 거주민의 문화 자본에 영향을 받는지 검증한다. 현대 사회에서 옴니보어적 또는 코스모폴리탄적 취향은 두드러지는 형태의 문화 자본이다. 에스닉 레스토랑은 다양한 이국적 음식에 관용적인 도시 엘리트의 취향에 부합한다. 이 연구는 첫째로, 방문객의 평가 점수와 요리법에 다양한 서울특별시 소재 레스토랑의 공간적 분포를 커널 밀도 분석과 핫스팟 분석을 통해 탐색했다. 둘째로, 레스토랑의 다양한 요리별로 단계적 도형표현도를 제시해 서울특별시 내 자치구별 음식 경관을 비교했다. 마지막으로, 거주민의 문화 자본이 각 자치구의 레스토랑 다양성 지수에 미치는 영향을 검증했다. 평균 교육수준으로 측정된 거주민의 문화 자본은 레스토랑의 다양성 지수를 유의미하게 증가시켰다. 특정 장소에 매우 군집화되어 있는 서울특별시 소재 레스토랑은 공간적으로 불균등하게 분포되어 있는 문화적 자원이다. 에스닉 레스토랑은 요리법과 지리적 위치에 따라 지역구별로 다른 음식 경관을 만들어내고 있다. 레스토랑의 다양성은 지역 내 거주민의 사회경제적 지위와 상응한다.

주제어 : 레스토랑, 옴니보어, GIS, 커널 밀도 분석, 핫스팟 분석

ABSTRACT : This study explores restaurant patterns and spatial distribution in Seoul and examines whether the diversity of restaurants is influenced by cultural capital of residents in the district. Omnivorous or cosmopolitan tastes have been a distinguished form of cultural capital in contemporary society. Ethnic restaurants, among diverse urban amenities, coincides tastes of urban elites who are particularly tolerant to various exotic foods. Firstly, this study explored the spatial distribution of restaurants in Seoul, which are varied in terms of their visitors' evaluation score and cuisines. Next, this study compared foodscapes of each district in Seoul, presenting graduated symbol maps by different cuisines. Lastly, the author examined whether cultural capital of the population affects the diversity index of restaurants in the district. The result shows that cultural capital among residents, which is measured by average educational attainment in the district significantly increases the diversity of restaurants. As highly clustered in particular places, restaurants in Seoul are unequally distributed cultural resources. Ethnic restaurants are generating different foodscapes in districts with their cuisine and geographical location. The diversity of restaurants is corresponding to socioeconomic status of residents.

KeyWords : restaurants, omnivore, GIS, Kernel Density Analysis, Hot Spot Analysis

* 이화여자대학교 사회학과 박사수료(PhD candidate, Dept. of Sociology, Ewha Womans University), 교신저자(E-Mail: choahere@gmail.com)

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

현대 서구 사회에서 세계의 다양한 음식에 대한 개방적 취향은 단순히 미각적 차원의 경험을 향한 욕구를 넘어, 다른 나라의 문화와 전통, 민족적 정체성에 대한 민주주의적 관용으로 여겨진다. 세계화의 추세 속에서 서로 다른 인종적·문화적 배경을 지닌 음식을 접할 수 있는 기회와 이에 대한 수요는 꾸준히 증가해왔다. 오늘날 사람들이 레스토랑이나 카페, 호텔 등에서 구매할 수 있는 조리된 음식의 선택지는 매우 다양하며, 비교적 가까운 식당에서 낯선 외국 음식을 손쉽게 접할 수 있다. 특히, 에스닉 레스토랑에서의 외식은 그 나라로의 여행을 대신할 수 있는 사회적이고도 문화적인 실천이다 (Peckham, 1998: 172; Möhring, 2008: 131).

일반적으로 오늘날 음식 소비의 형태는 집에서 요리와 식사에서부터, 마트에서의 장보기와 같은 식재료의 구매, 그리고 집 또는 다른 사적인 장소에서의 식사, 음식 주문과 테이크아웃, 배달 등으로 분류할 수 있다. 그중에서도 외식 소비는 현대 사회에서 가장 광범위한 인기를 얻고 있다. 통계적 자료에 의하면, 서구 유럽에서 집 밖에서의 식사 빈도는 지속적으로 눈에 띄게 증가해온 반면, 집 안에서의 식사 시간은 감소했다(Warde et al., 2007; Healy, 2014).

현대 사회에서 레스토랑은 문화적·사회적·경제적으로 풍부한 함의를 지니고 있다. 조안 핑켈스타인(박형신(역), 2019[2014]: 13~16)은 레스토랑이 사적인 것과 공적인 것 사이의 공간이며, 역사적으로 인간의 욕구와 감정, 정체성, 행동방식을 형태

지어 왔다고 기술한다. 일찍이 음식과 먹기의 사회학적 의미를 조명한 앨런 비어즈워스와 테레사 케일(박형신·정현주(역), 2010[1997]: 89~95)에 따르면, 인간에게 먹기는 단순한 영양분의 섭취가 아닌 고도로 복잡한 사회적 활동이며 특정한 문화의 관습과 범주를 전제로 할 뿐만 아니라, 그것에 부착된 상징적 의미와 기호에 따라 사회적 계층화의 표현에 활용된다. 레스토랑은 도시 이미지에 영향을 주는 환경적 요인으로서, 지역의 경제발전에 중요한 인재를 유인하는 매력적인 거주 환경을 구성한다(이길태(역), 2002: 273~277; 361~381).

한국 외식시장에서 에스닉 푸드에 대한 관심은 매우 높다. 국내에서 외식 소비와 외국 음식 소비가 활성화된 배경으로는 우선 1989년 1월 1일 해외여행 자유화가 이루어진 이후 국내인의 외국 음식에 대한 경험의 폭이 꾸준히 확장된 점을 들 수 있다(김수철, 2018: 60~61). 국내 외식 산업이 1980년대 형성되어 1990년대 고도로 성장하고 2000년대 패밀리 레스토랑, 에스닉 푸드 브랜드가 출범되는 등 거대화·다양화된 점 또한(김수철, 2015: 96~97) 국내 소비자들의 외식 취향의 저변을 확대시킨 주요 배경이다. 한편, 외국인과 관광객의 국내 유입 본격화는 다양한 문화권에 대한 접촉을 증가시켰다. 단일 민족성이 줄곧 지배적이었던 서울에서 1990년대에 들어 급격히 나타난 이태원 특유의 다문화적 공간성(송도영, 2007: 101~107)은 이민자의 유입을 통해 낯선 외국의 음식문화가 국내 소비자에게 유통되고 정착되는 과정을 반영하는 대표적 사례다.

외식 소비는 레스토랑이라는 공간과 분리될 수 없다는 점에서 독특한 성격을 가지는 문화적 실천이다. 그러나 레스토랑은 그 자체로 사회과학적 연구 대상으로 별다른 관심을 받지 못해왔다. 레스토랑

랑이 현대인의 정체성을 형성하는 사회적 장소라는 사실이 본격적으로 주장된 것 또한 비교적 최근의 일이며, 실증자료를 토대로 한 분석은 더더욱 미흡한 실정이다. 그러나 에스닉 푸드에 대한 취향과 소비는 그 자체로 사회경제적 지위에 연계되는 하나의 문화 자본이라는 국내외 연구자들의 관찰을 토대로 볼 때, 레스토랑은 불균등하게 분배되어 있는 문화적 자원으로서 충분히 재조명될 가치가 있다.

2. 연구의 범위 및 방법

이 연구는 서울특별시 소재 레스토랑(이하 ‘서울특별시 레스토랑’이라 칭한다)을 연구대상으로 한다. 이 연구에서 에스닉 레스토랑은 한식을 제외한 외국 음식 중에서도 중남미, 동남아시아, 서아시아, 북유럽, 중동과 아프리카 등 지역의 전통음식 즉 에스닉 푸드를 취급하는 레스토랑을 의미한다. 연구의 공간적 범위는 서울특별시 내 25개 자치구이며, 시간적 범위는 2019년 5월부터 6월이다.

레스토랑의 지리적 분포 특성은 외식 소비 기회에 대한 접근성의 질적 수준과 다양성을 대변한다. 이 연구의 중심이 되는 연구 질문은 크게 세 가지다. 첫째, 서울특별시 레스토랑의 공간적 분포는 평가점수가 좋은 레스토랑과 그렇지 않은 레스토랑에 따라 차이가 있는가? 평가점수가 좋고 사람들에게 인기가 있는 레스토랑이 그렇지 않은 레스토랑보다 특정 지역에 군집화되는 경향이 강하다면, 서울시 거주민의 레스토랑에 대한 접근성이 불균등하다고 해석할 수 있다. 둘째, 지역별 레스토랑의 상대적 분포는 음식종류별로 어떻게 나타나는가? 예를 들어 특정 자치구에 많이 집중된 레스토랑은 그 지역의 음식 경관을 구성하는 데 중요한

영향을 미칠 것이다. 또는 특정 자치구에 다양한 레스토랑이 집중되어 있을 때, 그 지역의 음식 경관은 다른 지역보다 다채로울 것이다.

다만 이 연구의 공간적 범위가 서울특별시로 국한된다는 점에서, 레스토랑의 공간적 분포를 직접적인 접근성의 격차로 해석하는 데에는 일정한 한계가 따른다. 서울특별시 전역에서 각 개인들이 실제 거주하고 있는 자치구 외 다른 자치구 내 레스토랑을 방문하는 일이 어렵지 않기 때문이다. 첫 번째와 두 번째 연구 질문에 관련된 서울특별시 레스토랑의 공간적 분포만으로는 서울시 거주민들 사이의 외식 소비 기회의 불균형을 충분히 설명할 수 없다. 따라서 셋째로, 레스토랑의 자치구별 개소수와 음식종류의 수를 토대로 하는 다양성 지수가 해당 지역 거주민의 문화 자본에 의해 영향을 받는지 살펴본다. 지역별 레스토랑의 다양성 정도는 그 지역의 인구 특성, 즉 집단 차원의 문화 자본의 밀집에 의해 달라지는가? 만일 옴니보어적 음식 경관이 거주민 집단의 문화 자본으로 인해 실질적으로 강화된다면, 외식 소비의 장소로서 레스토랑은 지리적으로 불평등하게 분배된 자원이며, 그 패턴 또한 지역 거주민들 간의 사회적 불평등과 연계되는 것으로 볼 수 있다.

연구방법으로는 포인트 데이터의 공간적 분포를 비교하기 위해 커널 밀도 분석과 핫스팟 분석을 사용했다. 음식종류별로 서울특별시 내 25개 자치구에 소재한 레스토랑의 수를 시각화하기 위해 단계적 도형표현도를, 자치구별로 산출된 레스토랑 다양성 지수를 시각화하기 위해 등치지역도를 생성했다. 거주민 집단의 문화 자본이 레스토랑의 다양성 지수에 유의한 영향을 미치는지 여부를 검증하기 위해 다중회귀분석을 사용했다.

각 연구질문을 위해 연구방법은 구체적으로 다음과 같이 활용된다. 먼저, 블루리본 서베이 웹사이트에 등록된 전체 레스토랑의 주소지 정보를 바탕으로 커널 밀도 분석과 최적화된 핫스팟 분석을 수행한다. 이를 통해 서울특별시 내에서 인기 있고 추천 점수가 높은 레스토랑과 그렇지 않은 레스토랑이 공간적 분포에 있어 차이를 보이는지 비교한다. 다음으로, 일반 시민들이 직접 레스토랑을 이용해본 결과와 가까운 사람들과 함께 오고 싶다고 응답한 소위 인기 있는 레스토랑을 소재 지역구와 요리법을 기준으로 구분하여, 요리법에 따라 레스토랑의 분포가 어떻게 달라지는지를 단계적 도형표현도로 시각화한다. 총 8가지 요리법별로 작성한 지도를 통해, 서울특별시 내에서도 자치구를 기준으로 음식 경관이 어떻게 달라지는지 탐색한다. 마지막으로 레스토랑의 수와 요리법을 토대로 다양성 지수를 산출하고, 이 레스토랑 다양성 지수가 집단 문화 자본에 의해 영향을 받는지 여부를 다중 회귀분석을 통해 검증한다.

II. 이론적 고찰 및 선행연구 검토

1. 이론적 고찰

1) 문화 자본과 음식 소비

부르디외(Bourdieu, 2005[1979])는 문화적 취향과 실천, 생활양식이 어떻게 사회 계급 및 계급 분파별로 분화되어 나타나는지를 상세히 묘사했다. 그는 음악, 미술, 문학, 실내 인테리어, 패션, 음식 등에서 프랑스 시민들의 취향을 매우 광범위하게

분석했다. 취향은 사회적 공간 속에서 개인들이 지닌 서로 다른 자본의 양과 구성에 의해 배열된다. 그에 의하면 프랑스 상층 계급은 다른 계급의 취향을 저속한 것으로 폄하하고 자신들의 취향을 고상한 것으로 가치를 부여하며 정당화함으로써, 상징적 지배를 행사한다. 그러나 부르디외의 분석틀을 미국 사회에 적용하면서, 피터슨과 그의 동료들(Peterson and Kern, 1996; Peterson, 2005)은 미국 사회의 엘리트들의 취향과 태도가 속물적 배제가 아닌 관용과 개방성에 가깝다고 보고하면서, 이들을 ‘옴니보어(omnivore)’라고 칭했다. 이 연구는 이러한 맥락에서 옴니보어와 옴니보어적 취향을 글자 그대로의 잡식 동물, 잡식성 입맛이라는 의미가 아니라, 현대 사회에서 나타나는 문화 자본의 한 형태로서, 다양한 배경을 지닌 문화적 생산물에 대한 폭넓은 기호를 지닌 개인들과 그러한 성향을 일컫는 의미로 사용한다.

옴니보어적 취향은 무조건적인 관용이 아니라 사회적 불평등에 연계된 구별짓기의 한 방식이다. 다양하고 이질적인 문화적 취향을 수용할 수 있는 능력은 모든 사회 구성원에게 고루 분포되어 있지 않다(Bryson, 1996). 해외의 경험연구는 많은 사회에서 중상 계층 구성원들이 그들이 소비하는 음식에서 평범한 수준 이상의 다양성을 선호하며, 이국적이고 코스모폴리탄적 취향을 즐긴다는 점을 관찰했다(예를 들어 Rössel and Schroedter, 2015; Domański, 2017; Lindblom and Mustonen, 2019). 와드 외(Paddock et al., 2017; Warde et al., 2018)에 따르면, 영국에서 외식 소비는 점점 더 주기적이고 일상적인 것이 되고 있으며, 다양한 레스토랑에서의 외식 경험 및 외식 빈도는 상층 계급 구성원으로서의 자격과 위세를 구성하는 데 중요하다.

문화 자본의 형태가 고정된 것이라기보다는 다양한 사회적·역사적 조건에 따라 변화하는 것인 만큼, 모든 국가에서 반드시 음식 소비에 대한 옴니보어적 관용이 지배 계급의 취향으로 나타나는 것은 아니다. 한 예로, 플레멘과 그의 동료들(Flemmen et al., 2018)은 노르웨이의 중상 계급 구성원들이 이국적인 음식보다는 오히려 전통적이고 익숙한 음식을 더 즐긴다는 점을 발견하기도 했다. 그러나 최유정·최선헌(2012)의 연구는 국내의 중상계급이 이국적인 음식을 포함해 다양한 외국 음식에 대해 예외적으로 폭넓은 취향을 지니고 있음을 확인한 바 있다. 송도영(2007)은 서울이라는 도시공간의 다문화적 재편성 과정에 주목하면서, 일찍이 보편화되지 않은 낯설고 생소한 음식에 대한 소비 경험과 취향이 특별한 문화 자본으로 인식될 수 있음을 일찍이 시사했다. 이를 통해 미루어볼 때, 음식 소비에서의 옴니보어적 취향은 국내에서도 일종의 문화 자본으로 통용되고 있다고 판단된다. 에스닉 푸드에 대한 취향은 한국에서 문화적 관용의 여부를 가르는 척도이자 지위 표식이 될 수 있다.

2) 문화적 실천과 공간

특별히 여러 음식 종류와 레스토랑에 대한 경험, 지식, 친숙함이 문화 자본으로 작동할 수 있는 것은 낯설고 다양한 에스닉 푸드를 경험할 수 있는 기회가 모든 사회 구성원에게 보편적으로 주어지지 않기 때문이다. 다양한 레스토랑 요리법에 상대적으로 쉽게 접근할 수 있는 환경은 문화 자본으로서의 옴니보어적 또는 코스모폴리탄적인 취향을 구성하고 유지하는 데 중요하다.

부르디외에 의하면 상이한 계급 분파 간의 문화적 취향과 생활양식의 차이는 그들 자신이 지닌 자본의 양과 구성에 의해서 뿐만 아니라, 지리적으로

불평등하게 배치된 문화적 자원을 통해서도 설명될 수 있다(최종철(역), 2005[1979]: 233). 문화적 자원 또는 그의 용어로 ‘객체화된 형태의 문화자본’의 향유는 필연적으로 ‘체화된 형태의 문화자본’ 또는 아비투스를 전제로 하므로(Bourdieu, 1986) 개인이 소유하는 자본이 클수록 문화적 환경에서 얻을 수 있는 이익은 커진다. 뿐만 아니라, 그러한 지역에서 문화적으로 혜택을 받는 이웃들과의 상호작용과 집단적 소속감 또한 그러한 문화적 환경을 통해 얻을 수 있는 이익에 포함된다. 대도시와 지방 사람 간의 격차는 교육수준이 높을수록 지리적 조건에 의해 증폭된다(최종철(역), 2005 [1979]: 659). 사회경제적 지위가 높은 집단은 문화적 자원이 풍부한 곳에 거주하는 것을 선호하며, 도심과 같은 특정 지역에 집중되는 경향이 있다. 커츠와 위둡(Cutts and Widdop, 2017)에 의하면, 영국에서 가장 열성적인 옴니보어 소비자들은 런던 도시에 두드러지게 집중되어 있다. 레기나와 마일스(Leguina and Miles, 2017) 역시 영국에서의 문화 참여가 계급, 연령, 교육수준 뿐 아니라 거주지역에 의해 복합적으로 구조화되고 있으며, 런던 내부의 부유한 집단은 상대적으로 다양한 문화 활동을 통해 문화 자본을 유지하고 강화할 수 있는 반면, 그렇지 않은 집단은 문화적으로 더욱 소외될 수 있다고 강조했다.

리처드 플로리다(Florida, 2002a; 2002b)는 그의 유명한 논의에서 지역경제 발전에 필요한 조건으로 기술, 인재, 관용이라는 3T(Technology, Talent, Tolerance)를 제시했다. 그는 창조계층이 다양성에 관대하고 개방적인 분위기를 지닌 지역을 선호하며 이들의 집결이 경제 성장으로 이어진다고 주장했다. 그러나 보다 최근의 논의에서 그는 젠트리피케이션으로 인한 구조적 기회의 양극화와 불평등

의 심화를 지적한다(안종희(역), 2018[2017]: 104~112). 그에 의하면 미국의 창조계층은 각종 문화적 혜택을 누릴 수 있는 지역에 강력하게 결집하여 거주하면서 사회적으로 소외된 서비스 및 노동계층과는 지리적으로 분리되고 있다.

레스토랑은 매력적인 주거 환경을 만드는 도시 어메니티로서 해당 지역 인구의 특성과 상호작용하며, 젠트리피케이션 그리고/또는 경제발전의 잠정적인 원인을 제공할 수 있다. 주킨과 그의 동료들(Zukin et al., 2017)은 뉴욕시 브루클린 내에서 인종적 특징으로 인해 그 이미지가 서로 대조적인 동네(neighborhood)들을 대상으로 레스토랑에 대한 소셜 미디어 Yelp의 온라인 평가를 분석했다. 레스토랑에 대한 주관적이고 자발적인 온라인 평가는 레스토랑이 입지한 지역의 이미지를 형성함으로써 인종적 편견을 강화하기도 하고, 지역에 대한 경제적 투자와 젠트리피케이션을 촉진하기도 한다(Zukin et al., 2017: 474~475). 파크(Park, 2017)는 미국 뉴욕, 로스앤젤레스, 샌프란시스코, 시카고, 휴스턴의 레스토랑에 대한 정보를 수집해, 창조계층 또는 문화적 옴니보어들이 실제로 다양한 에스닉 푸드를 즐길 수 있는 환경에 거주하는지를 검증했다. 그녀의 연구에 의하면, 지식기반 산업 종사자 수(예를 들면 정보산업, 금융 및 보험업, 부동산 중개업, 전문직, 과학자, 예술가 등)가 많을수록, 지역 평균 교육수준이 높을수록 레스토랑의 다양성이 높게 나타났다.

이러한 연구들은 레스토랑이 외식 소비라는 문화적 실천의 주요한 전제조건으로서 거주민 집단의 문화 자본에 의해 지리적으로 배치될 수 있음을 시사한다. 나아가 여러 가지 음식종류의 레스토랑에 의해 구성되는 음식 경관은 그 지역 구성원의 사회경제적 지위, 교육수준, 직업, '창조계층', 인종

또는 민족적 정체성 등과 같은 특성과도 밀접하게 연관되어 있다.

2. 선행연구 검토

1) 도시 어메니티로서의 레스토랑

레스토랑과 같은 도시 어메니티는 거주민의 일상생활 속 문화 소비를 통한 삶의 질에 직접적으로 영향을 주며, 나아가 지역의 경관과 이미지를 구성하기 때문에 중요하다. 어메니티는 단순한 소비재 이상으로 장소적 맥락과 의미를 규정해준다는 점에서 도시 썬(Scene)을 결정하는 중요 요인이다(변미리 외, 2010: 12~19). 레스토랑, 커피숍, 바(bar), 나이트클럽, 쇼핑몰, 도서관, 서점, 부티크, 건축물, 미술관, 박물관, 컨벤션 센터 등의 다양한 어메니티는 사람들의 문화적 수요에 부합하는 각종 재화와 서비스를 공급한다(Clark, 2003; Garretsen and Marlet, 2017). 도시의 경제발전은 소비를 얼마나 잘 촉진하느냐에 달려있다(Glaeser et al., 2001; Florida, 2002a).

국내의 연구로 강병수(2014)는 레스토랑을 포함해 문화 소비에 관련된 도시 어메니티가 중장기적 주거이전에 있어서 중요한 요인이라고 주장했다. 최유진(2017)은 비록 측정항목으로서 레스토랑을 고려하지는 않았으나, 문화기반시설과 문화재 등의 문화 어메니티가 지역경제 활성화에 일정 부분 기여한다는 사실을 확인했다. 한편 서울특별시 에 거주하는 창조계층의 입지 특성을 분석한곽수정(2013)에 따르면 창조계층은 도심과 특히 서초구 및 강남구에 집적되어 있으며, 보헤미안은 홍대 일대에 독자적으로 입지해 다른 창조계층과 구분된다. 이는 거주민의 사회경제적 지위, 교육수준, 직업

특성 등이 각종 어메니티의 입지 특성과 그로 인해 구성되는 지역의 특정한 이미지와 밀접하게 상응할 수 있음을 시사한다.

레스토랑의 지리적 분포는 사회과학적 연구에서 상대적으로 큰 주목을 받지 못해왔으나, 예외적으로 젤린스키(Zelinsky, 1985)의 선구자적 연구는 미국과 캐나다의 레스토랑을 수, 위치, 그리고 음식종류(장르)의 차원에서 분석 및 시각화하여, 레스토랑의 입지 패턴에 대한 가장 직접적인 연구 방법을 제시했다. 보다 최근 닐(Neal, 2006)의 연구는 미국 도시의 다양한 레스토랑들이 요리법과 평가점수 등의 차원에서 특정한 군집으로 유형화될 수 있으며, 그 유형은 도시 거주민의 직업, 교육 수준, 외국인 비율, 소득수준, 인구규모와 같은 지역 특성의 차원에서도 독특한 성격을 가진다는 것을 보여주었다. 서울시 49개 소매업종의 공간분포 패턴을 행정동 단위에서 분석한 신우진·신우화(2009)는 일식집, 횃집, 한식집, 찻집, 레스토랑 포함한 음식점 및 여가용 업종이 도심과 부도심에 군집해 있음을 밝힌 바 있다.

레스토랑을 독자적인 연구대상으로 삼고 있지는 않다는 점, 레스토랑의 지리적 분포 양상을 포인트 데이터로 접근하고 있지 않다는 점, 그리고 레스토랑 방문객의 외식 소비 경험을 결정짓는 레스토랑의 질적 수준과 음식종류의 다양성을 반영하는 자료를 다른 지역적 수준의 변수와 함께 분석하고 있지 않다는 점은 국내 선행연구의 주요 한계이다. 이 연구는 레스토랑 방문객의 주관적 의견에 의한 추천 점수와 음식종류, 소재 지역을 포함하는 실증 자료를 수집 및 분석하여 외식 소비라는 문화적 실천의 내용을 좌우하는 지역별 음식 경관을 기술하고, 그것이 실제로 인근에 거주하는 개인들의 특성과도 무관하지 않음을 규명하고자 한다.

2) 한국에서 외식 소비와 에스닉 레스토랑

에스닉 푸드와 에스닉 레스토랑에 대한 정의는 연구자가 속한 사회적·역사적 맥락에 따라 달라질 수 있다. 소수 이민자 민족의 문화적 정체성이 담긴 음식이라는 의미의 에스닉 푸드에 대한 정의와 가치 평가의 기준에는 필연적으로 국가 간 위계질서가 반영되어 있기 때문이다. 미국 사회에서 에스닉 푸드로 취급되는 모든 음식이 한국 사회에서도 그런 것은 아니다. 예를 들어 한국에서는 비교적 대중화되어 있는 중식이나 일식은 대부분의 서구 사회에서 대표적인 에스닉 푸드다. 한국에서 에스닉 푸드란, 한식을 제외한 외국 음식 중에서도 주로 중남미, 동남아시아, 서아시아, 북유럽, 중동과 아프리카 등 지역의 전통음식을 의미한다(지경희 외, 2018).

국내 외식산업의 측면에서 베트남식, 태국식, 중동, 러시아 등의 에스닉 푸드가 한국에서 인기를 얻고 있는 것은 2000년대 이후다. 이 시기 동남아시아로의 여행과 교류의 활성화, 이민 노동자 유입과 국제결혼 증가는 태국, 인도식과 같은 에스닉 레스토랑의 인기와 고급화에 기여했다(최수지 외, 2011: 117~118). 여행과 같은 직접적 경험 외에 미디어를 통한 간접 경험 역시 다양한 에스닉 푸드에 대한 수요를 증가시켰다(김민정, 2019: 459~460). 비교적 젊은 청년 세대가 새로운 음식에 대한 경험을 추구한다는 점도 최근 한국 사회에서 에스닉 푸드의 인기를 설명하는 요인이다(문기철·한경수, 2012).

외식 소비와 에스닉 레스토랑에 관한 기존의 국내 선행연구들의 공통적 한계는 20세기 후반 문화사회학적 논의의 중요한 발견, 즉 현대 사회에서 가장 두드러지는 문화 자본의 형식이 옴니보어적 또는 코스모폴리탄적 취향이 되고 있다는 사실에 충분히 주목하지 않고 있다는 점이다. 레스토랑은 개인의 문화 자본에 의해 가치가 다르게 매겨지는

문화적 자원이다. 레스토랑의 불균형한 지리적 분포는 외식 소비라는 문화적 실천을 촉진시키거나 저해할 수 있다. 뿐만 아니라 특정 지역에 한해 밀집되는 다양하고 매력적인 레스토랑과 그로 인한 접근성의 격차는 거주민 집단의 문화 자본과 연계되어 사회적 불평등과 양극화를 가속화시킬 수 있다.

Ⅲ. 자료와 방법론

1. 연구 자료

이 연구에서 사용한 자료는 <2019 블루리본 서베이> 웹사이트¹⁾에 공개되어 있는 정보를 2019년 5월부터 6월까지 약 한 달 동안 연구자가 직접 수집한 것이다. 먼저 서울특별시내 소재하고 있는 4,555개 레스토랑의 주소지와 레스토랑 평가점수를 수집했다. 그다음으로 응답자가 직접 방문한 뒤 평가한 즉 추천 점수가 리본개수 1개 이상인 902개 레스토랑에 대해 별도로 이들이 취급하는 요리법을 수집했다. 블루리본 서베이는 해외의 대표적인 레스토랑 평가기준인 '자갓 서베이'(Zagat Survey), '미슐랭 가이드'(Michelin le guide rouge)처럼 국내 레스토랑 평가에 활용되고 있는 레스토랑 가이드북으로, 이미 전문 학술연구에서 활용된 어느 정도 공신력 있는 자료다(예를 들어 양지원·이진민,

2010; 오희균, 2015).

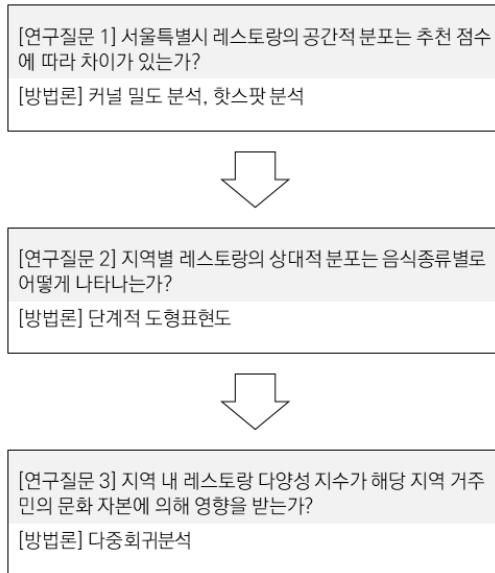
블루리본 서베이 웹사이트에서 제공하는 음식별 검색 기능에 의하면, 모든 레스토랑은 한식(① 일반한식, ② 가금류, ③ 면류, ④ 어패류, ⑤ 육류, ⑥ 민물어패류, ⑦ 탕/국/찌개), ⑧ 중식, ⑨ 일식, ⑩ 프랑스식, ⑪ 이탈리아식, ⑫ 아시아식, ⑬ 컨템포러리, ⑭ 유럽식, ⑮ 중남미식, ⑯ 아프리카식, ⑰ 미국식, ⑱ 기타, ⑲ 바/펍, ⑳ 디저트/차/베이커리 총 20개로 범주화된다. 그다음으로는 각 음식종류별로 음식재료, 지역별 요리 등에 따라 더욱 상세한 음식 분류가 제공된다.

연구 자료에서는 웹사이트의 검색 기능에서 사용할 수 있는 요리법과 관련 태그를 기준으로 총 17개 범주로 레스토랑의 요리법을 구분하였다.²⁾ 웹사이트 상에서는 하나의 레스토랑에 하나가 아닌 여러 가지 관련된 요리법이 함께 적용되고 있지만, 데이터를 수집하는 과정에서 한 레스토랑에 대하여 가장 대표적이라고 판단되는 요리법 한 개를 선택했다. 한식의 경우에는 다른 요리법에 비해 복잡하게 범주화되고 있어 분석의 용이함을 위해 일반한식과 모던한식 또는 뉴코리아, 2개로 범주를 단순화하였다. 자료에서 구분한 미국식, 스테이크, 컨템포러리 레스토랑은 미국식 레스토랑으로, 아시아식, 유럽식, 아프리카식, 중남미식, 기타 레스토랑은 에스닉 레스토랑으로 합산해 단계적 도형 표현도를 작성했다.

1) <https://www.bluer.co.kr>

2) 최종적으로 수집된 17개의 음식종류는 (1) 한식, (2) 모던한식, (3) 중식, (4) 일식, (5) 아시아식, (6) 프랑스식, (7) 이탈리아식, (8) 미국식, (9) 스테이크, (10) 유럽식, (11) 디저트/차/베이커리, (12) 브런치/카페, (13) 아프리카식, (14) 중남미식, (15) 컨템포러리, (16) 바/펍, (17) 기타이다.

〈그림 1〉 연구 흐름도



2. 변수 정의

1) 추천 점수가 높은/낮은 레스토랑

블루리본 서베이는 음식의 맛, 가격대비 만족도, 레스토랑 분위기, 서비스 네 개의 항목을 기준으로 리본평점을 레스토랑에 부여하며, 이 점수는 최소 리본 0개에서 최고 리본 3개의 범위를 가진다. 2005년 처음 시작될 당시에는 일반인과 전문가 집단에 의한 총 3차의 평가 단계가 있었으나, 최근 2019년 판부터는 전문가 집단의 평가 없이 일반 독자의 평가만으로 점수가 산출되고 있다(블루리본서베이, 2018).

블루리본 서베이에 의하면 각 레스토랑의 점수에 있어서 리본 0개는 ‘가까운 곳에 있으면 한 번 방문해볼 만한 곳’, 리본 1개는 ‘다시 방문하고 싶은 곳’, 리본 2개는 ‘주위 사람에게 추천하고 싶은 곳’, 리본 3개는 ‘자신의 분야에서 가장 뛰어난

숨씨를 보이는 곳’이다. 총 4,555개 레스토랑 중에서 80% 가량의 레스토랑(3,653개)은 리본 0개로 분류된다. 평가점수가 리본 2개 이상인 레스토랑은 응답자가 본인과 가까운 친구, 연인, 가족과 함께 가고 싶은 곳이라는 의미를 가지며, 리본 3개를 받은 레스토랑은 전체 레스토랑 중 1%가 채 되지 않는 고급 레스토랑에 해당한다.

이 연구에서는 이 평가점수를 기준으로 리본 1개 이하의 레스토랑을 추천 점수가 낮은 레스토랑, 리본 2개 이상의 레스토랑을 추천 점수가 높은 레스토랑으로 분류하였다. 모든 레스토랑의 주소 정보는 Geocoding Tool(v.19.05.15)을 통해 지오코딩되어 X, Y 좌표값으로 변환되었다. 평가점수에 따른 레스토랑의 구분과 빈도표는 〈표 1〉과 같다.

〈표 1〉 레스토랑 추천 점수에 대한 설명과 변수별 빈도표

구분	평가 점수	변수 설명	빈도	퍼센트
추천 점수 낮음	0	리본이 없는 곳; 가까운 곳에 있으면 한 번 방문할 만한 곳	3,653	80.2
	1	다시 방문하고 싶은 곳	633	13.9
추천 점수 높음	2	주위 사람에게 추천하고 싶은 곳	238	5.2
	3	자신의 분야에서 가장 뛰어난 숨씨를 보이는 곳	31	0.7
계			4,555	100.0

2) 레스토랑 다양성 지수

만약 단순히 한 지역구 내에 있는 레스토랑의 음식종류 수로 그 지역 내 레스토랑의 다양성을 측정한다면, 각 레스토랑의 전체 레스토랑 대비 비율을 반영할 수 없다는 문제가 생긴다. 예를 들어 A 지역에 한식, 중식, 일식, 이태리식 레스토랑이 각각 5개씩 네 종류의 레스토랑이 있고, B 지역에는 한식, 프랑스식, 이태리식 레스토랑이 5개씩, 중식

레스토랑이 1개 있다고 하자. A 지역에서는 거주민이 네 가지 메뉴에 대해 같은 수준의 접근성을 가지지만, B 지역의 거주민은 다른 세 가지 메뉴에 비해 중식 메뉴에 대해 접근성이 상대적으로 낮기 때문에, 두 지역의 전체 레스토랑의 다양성에는 차이가 있다. 그러나 음식종류의 수를 카운팅하여 측정한다면 A와 B의 레스토랑 다양성은 똑같이 4가 될 것이다.

따라서 이 연구는 한 지역 내에 입지한 레스토랑이 제공하는 음식메뉴의 수를 측정하는 대신, 장르별 레스토랑의 상대적 비율을 고려하는 다양성 지수를 산출했다. 이는 파크(Park, 2017)가 사용한 방법을 참고한 것으로 정치학적 개념인 지역별 유효 정당의 수를 측정하는 방법이며 다른 말로 심슨 다양성 지수(Simpson's index of diversity)라고도 한다. 이 지수를 구하는 공식은 아래와 같다.

$$N = \frac{1}{\sum_{t=1}^n p_t^2}$$

위 식에서 n은 요리법의 수, p는 자치구 내 모든 레스토랑의 수 대비 해당 요리법의 레스토랑 수이다. 예를 들어 이 연구의 자료에서 광진구에 위치한 레스토랑은 총 8개이며, 취급하는 요리법은 한식, 중식, 일식, 이탈리아식, 유럽식 총 5개이다. 이 중 한식 레스토랑은 3개, 중식 1개, 일식 2개, 이탈리아식과 유럽식은 각 1개이다. 위 공식에 따르면 광진구의 다양성 지수(N)는 4가 된다. 이렇게 구별로 산출한 다양성 지수를 종속변수로, 이에 영향을 미치는 요인을 규명하기 위해 다중회귀분석을 수행했다. 통계 분석에는 SPSS ver.20을 사용했다.

3) 에스닉/고급 레스토랑 수, 지역내 추천 점수가 높은 레스토랑 비율, 집단 문화 자본

에스닉 레스토랑의 수는 앞서 검토한 선행연구를 참고하여 아시아식(태국식, 베트남식 등), 북유럽식, 아프리카식, 중남미식, 기타 레스토랑의 합계로 산출했다. 국내에서 비교적 대중화되어 있는 서양식과 중식, 일식 레스토랑은 에스닉 레스토랑에서 제외했다.

고급 레스토랑은 요리법과 별개로, 일반적으로 사람들에게 양질의 서비스와 음식을 제공하는 장소로 전망되는 곳으로서, 블루리본 평가점수에서 최고점인 리본 3개를 받은 레스토랑의 개수로 측정했다. 이 연구 자료에서 고급 레스토랑으로 정의된 레스토랑은 총 31개이며, 이들이 취급하는 요리법은 프랑스식이 가장 많았고(11개), 한식 및 모던한식(각각 2, 4개), 일식(6개), 중식(4개), 이탈리아식, 컨템포러리(각 2개) 순이었다.

지역 내 추천 점수가 높은 레스토랑 비율은 한 지역구 내에 소재한 모든 레스토랑을 평가점수를 기준으로 분류했을 때, 추천 점수가 낮은 레스토랑 즉 평가점수가 블루리본 1개 이하인 레스토랑 수 대비 2개 이상으로 높은 레스토랑의 수의 백분율로 구하였다.

집단 문화 자본에 대한 대용변수로는 자치구별 평균 교육수준을 선택했다. 교육수준은 부르디외의 문화 자본 개념, 특히 제도화된 형태의 문화 자본(Bourdieu, 1986)에 정확히 부합할 뿐만 아니라, 인재 또는 창조계층의 특성을 설명하는 데에도 적합한 대용변수이다(Florida, 2002a). 이 연구에서 교육수준은 전체 인구수 대비 4년제 대학 졸업 이상 학력인구 비율로 측정했다. 모형 내에서 인과관계를 보다 분명히 하기 위해 종속변수 자료보다

시간적으로 앞선 2015년의 인구총조사 자료를 사용했다. 자료의 기술통계표는 <표 2>와 같다.

<표 2> 기술통계표

변수명	N	최소값	최대값	평균	표준편차
교육수준(%)	25	25.60	67.20	41.452	9.991
에스닉 레스토랑 수	25	0	14	2.320	4.337
고급 레스토랑 수	25	0	17	1.240	3.745
추천 점수 높은 레스토랑 비율 (%)	25	0.00	.13	0.035	0.034

3. 분석 방법

커널 밀도(Kernel Density) 분석은 점 사상으로 부터 설정된 범위까지의 거리에 따라 커널 함수를 통해 구해진 밀도값이 나누어진 격자에 집계되는 방법으로, 각각의 격자(cell)의 밀도값이 지도에 색으로 표현되어 점사상의 밀집 정도를 알 수 있다(박기용 외, 2017). 이때 근접하여 있는 점사상들은 밀도값에 대해 서로 영향을 받게 된다. 브론더슨과 콤버에 의하면 커널 밀도 추정은 포인트 데이터가 커서 그 상대적인 밀도를 구분하기 어려울 때 효과적으로 사용될 수 있으며, 서로 다른 두 그룹의 공간분포를 비교하는 데 유용하다(김종배·강영모(역), 2017[2015]: 231). 커널 밀도 함수는 통계적인 방법이라기보다 일정한 대역폭(bandwidth) 내에 점 개체가 얼마나 집중되어 있는가에 따라서 점 데이터의 분포 패턴을 시각적으로 표현해주어 이를 직관적으로 이해할 수 있게 해주는 방법이다. 대역폭을 어떻게 정하는가에 따라 시각화되는 결과는 다르게 나타날 수 있다(손세란·강영옥, 2017).

커널 밀도 분석에서 대역폭이 계산되는 공식은 다음과 같다.

$$SearchRadius = 0.9 * \min \left(SD, \sqrt{\frac{1}{\ln(2)}} * D_m \right) * n^{-0.2}$$

이 때 SD는 표준 거리, D_m 은 평균거리, n은 모집단 필드가 사용되지 않은 점들의 개수, 아니면 모집단 필드가 제공되었을 때의 모집단 필드 값의 합계이다.

핫 스팟 분석(Hot Spot Analysis) 역시 커널 밀도 분석과 마찬가지로 공간상에 나타난 점의 밀도를 기준으로 밀집지역을 나타내주는 방법이다. 핫 스팟 분석은 Getis-Ord G_i^* 통계를 계산하여 얻은 표준화점수와 유의확률을 통해 공간적인 군집도 값이 높은 핫 스팟과 낮은 콜드 스팟에 대해 통계적으로 유의미한 패턴을 시각화한다. 핫 스팟은 해당 피쳐뿐만 아니라 그 주변에 있는 피쳐들에서도 값이 높을 때 통계적으로 유의미하게 된다. 최적화된 핫 스팟 분석(Optimized Hot Spot Analysis)에서는 데이터 값들의 공간적 군집도를 구별할 수 있는 Getis-Ord G_i^* 계산식을 활용한다. 이를 구하는 공식은 다음과 같다.

$$G_i^* = \frac{\sum_{j=1}^n w_{i,j} x_j - \bar{X} \sum_{j=1}^n w_{i,j}}{S \sqrt{\frac{n \sum_{j=1}^n w_{i,j}^2 - (\sum_{j=1}^n w_{i,j})^2}{n-1}}}$$

$$\bar{X} = \frac{\sum_{j=1}^n x_j}{n}, S = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^n x_j^2 - (\bar{X})^2}{n}}$$

위 식에서 x_j 는 피쳐 j에 대한 속성 값이며, $w_{i,j}$ 는 피쳐 i, j 사이의 공간적 가중치이다. n은

피쳐의 총 개수에 해당한다. \bar{X} 는 n 개의 속성값 x_j 의 평균이며, S 는 분산이다. G_i^* 값은 각 피쳐에 대하여 표준화값으로 계산되며, 군집화 정도가 강하여 그 값이 표준화점수보다 높을 때 즉 통계적으로 유의미한 정(+)의 표준화점수에 대하여는 핫스팟, 반대로 통계적으로 유의미한 부(-)의 표준화점수에 대하여 콜드 스팟을 재현한다. 커널 밀도 분석과 최적화된 핫스팟 분석을 위해 ESRI사의 ArcGIS Pro를 사용했다.³⁾

IV. 서울특별시 레스토랑의 공간적 분포 패턴과 영향요인

1. 추천 점수별 레스토랑의 공간적 분포 패턴 비교

주소 정보를 수집한 서울시 내 블루리본 평가대상 레스토랑 4,555개 중에서 블루리본이 없거나 1개인 레스토랑 4,286개를 추천 점수가 낮은 레스토랑, 그 밖에 블루리본 2개 이상의 평점을 받은 269개 레스토랑을 추천 점수가 높은 레스토랑 집단으로 분류하여 각각에 대해 커널 밀도 분석과 최적화된 핫스팟 분석을 수행했다. 그 결과는 차례로 <그림 2>, <그림 3>과 같다.

커널 밀도 분석의 경우, 연구자가 대역폭

(search radius)을 직접 지정하거나 프로그램을 통해 디폴트값을 계산하는 방식을 취할 수 있다. 각 레스토랑 그룹에 속한 개체들은 그 수와 지리적 밀집도에 있어서 서로 상이하기 때문에 대역폭을 통일하지 않고, 한 레스토랑 그룹 내에서 개체들의 공간적 밀도의 차이를 가장 효과적으로 보여줄 수 있도록 하였다. 추천 점수가 낮은 레스토랑 그룹에서 대역폭 크기는 약 0.0109, 추천 점수가 높은 레스토랑 그룹에서는 0.0159이다.

<그림 2>의 상단 그림은 추천 점수가 낮은 레스토랑 개체가 상대적으로 마포구에 집중되어 있는 경향을 뚜렷이 보여준다. 반면 하단 그림은 추천 점수가 높은 레스토랑에 속하는 개체들이 대체로 강남구에서 집중적으로 밀집되어 있음을 보여준다.

<그림 2>에 의하면 추천 점수가 높은/낮은 레스토랑 그룹이 서로 확연히 다른 중심지역을 가지고 있다. 그러나 동시에 그 밀집 정도가 높건 낮건, 공통적으로 도심 즉 마포구, 종로구-중구, 용산구, 강남구의 특정 거점을 중심으로 군집화되고 있어 레스토랑이 그 평가점수와는 관계없이 공간적으로 불균등하게 입지하고 있음을 알 수 있다.

그러나 커널 밀도 분석은 통계적인 분석 방법이라기보다는 공간적 패턴을 탐색하기 위한 시각화 도구라고 볼 수 있기 때문에, 더 정확한 분석을 위해서는 추천 점수가 낮은 레스토랑 그룹(위)과 추천 점수가 높은 레스토랑 그룹(아래) 개체들이 통계적으로 유의미하게 밀집되어 있는지, 아니면 서로 멀리 떨어져 산발적으로 분포하는지 보여주는 최적화

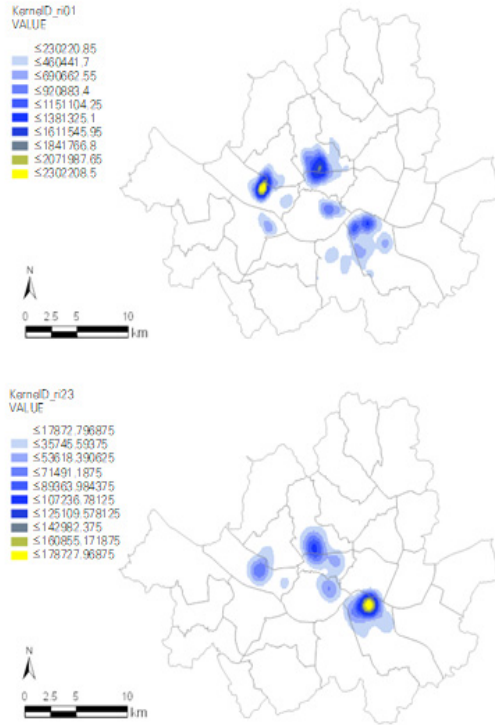
3) 커널 밀도 분석과 최적화된 핫스팟 분석에서 사용된 공식에 관해서는 다음을 참조

<https://pro.arcgis.com/en/pro-app/latest/tool-reference/spatial-analyst/how-kernel-density-works.htm>

<https://pro.arcgis.com/en/pro-app/2.6/tool-reference/spatial-statistics/h-how-hot-spot-analysis-getis-ord-gi-spatial-statistics.htm>

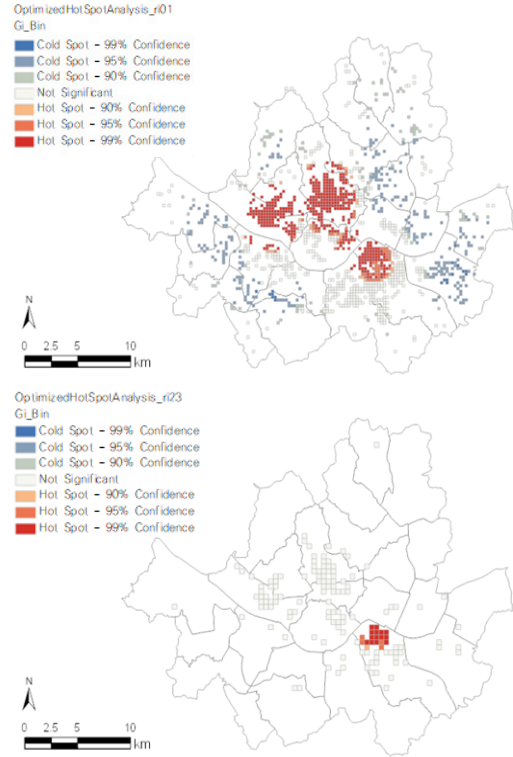
〈그림 2〉 커널 밀도 분석 결과

(위: 추천 점수 낮은 레스토랑, 아래: 추천 점수 높은 레스토랑)



〈그림 3〉 최적화된 핫스팟 분석 결과

(위: 추천 점수 낮은 레스토랑, 아래: 추천 점수 높은 레스토랑)



된 핫스팟 분석 결과를 함께 살펴볼 필요가 있다.

〈그림 3〉에 따르면 추천 점수가 낮은 레스토랑은 커널 밀도 분석에서 나타난 지점들에서 통계적으로 유의미한 핫스팟이 집중적으로 나타남을 보여준다. 또한 자치구별 경계에 상관없이 도심을 기준으로 외곽 지역으로 갈수록 추천 점수가 낮은 레스토랑이 서로 멀리 떨어져 분포함을 의미하는 콜드스팟이 눈에 띈다. 추천 점수가 높은 레스토랑의 경우에는 강남구의 가로수길 일대를 포함하는 지역에서만 통계적으로 유의수준 0.01 하에서 유의한 핫스팟이 모여 있다. 〈그림 2〉와 〈그림 3〉을 통해, 서울특별시 내에서 좋은 레스토랑에 대한 지리적 접근성이 그렇지 않은 레스토랑에 비해 차별화되어 있음을 알 수 있다.

2. 레스토랑의 음식종류별 공간적 분포 비교를 위한 시각화

다음으로 〈그림 4〉와 〈그림 5〉의 도형표현도를 통해, 음식종류에 대한 정보가 수집된 902개 레스토랑이 지역별로 고르게 분포되어 있는지, 아니면 특정 지역에 어떤 음식종류를 취급하는 레스토랑이 집중되어 있는지 탐색했다. 주의할 것은 크기가 같은 원이라도 그것이 의미하는 레스토랑 규모는 서로 다르다는 것이다. 이는 각 지도에서 원의 크기가 정확한 레스토랑의 개수에 비례하는 게 아니라 자연적 분류(natural break)에 따라 구분된 5개의

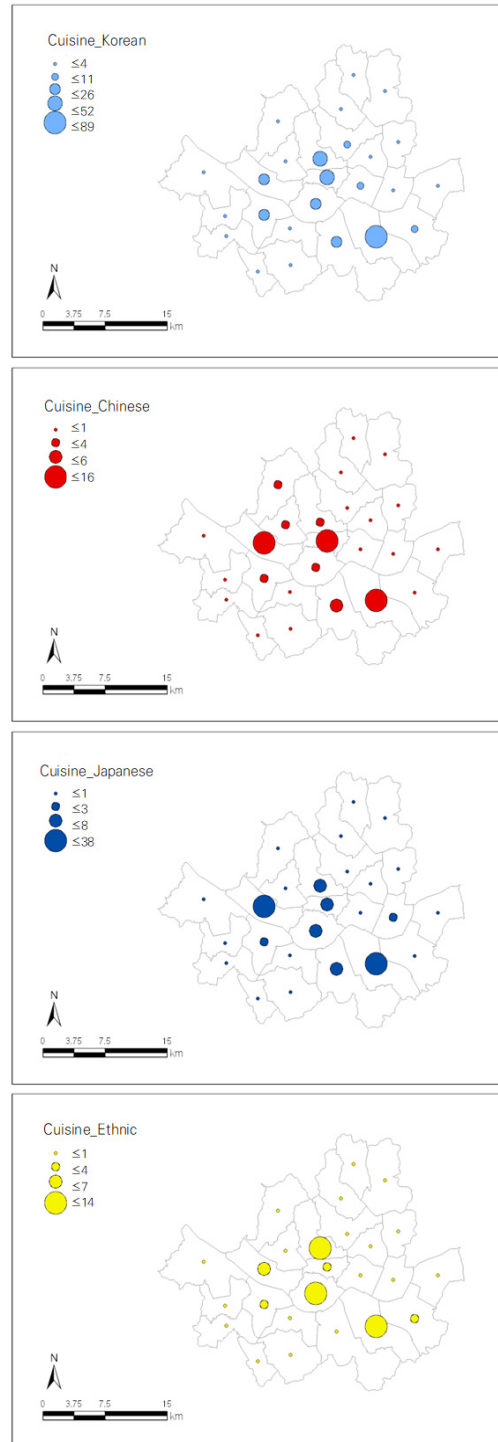
클래스에 따라 결정되기 때문이다(Slocum et al., 2009). 이는 이 연구에서 시각화한 단계적 도형표현도(graded symbol map)와 비례적 도형표현도(proportional symbol map)의 차이점이다.

음식종류별 레스토랑의 공간적 분포는 전반적으로 마포구, 종로구, 중구, 용산구, 강남구에 양적으로 집중되어 있음을 보여주지만, 그 분포 양상은 조금씩 다르다. 예를 들어 <그림 4>의 일식 레스토랑은 마포구, 강남구에 많이 있는 반면, 중식 레스토랑은 마포구와 강남구 외에 중구에도 예외적으로 많이 위치하고 있다. 에스닉 레스토랑은 용산구, 그리고 종로구와 강남구에 가장 많이 분포해 있다.

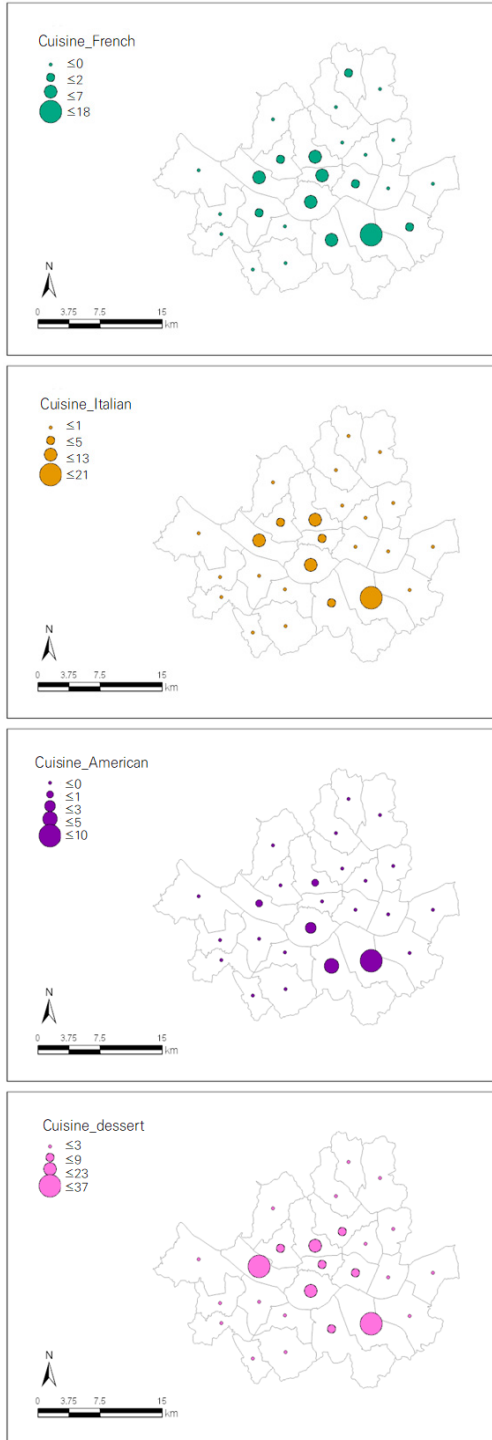
<그림 5>에서 서양식과 디저트 메뉴를 취급하는 레스토랑을 살펴보면, 이탈리아식 레스토랑과 프랑스식 레스토랑은 대체로 거의 유사한 공간적 분포를 보여준다. 미국식 레스토랑은 예외적일 정도로 강남과 그 근처에 많이 집중되어 있다는 특징이 있다. 디저트와 베이커리, 커피숍의 경우 마포구와 강남구를 중심으로 해당 레스토랑들이 많이 위치해 있음을 알 수 있다.

이처럼 <그림 4>와 <그림 5>는 각 지역이 지닌 음식경관의 특징을 입체적으로 보여준다. 마포구와 종로구, 중구, 용산구, 그리고 강남구는 중첩적으로 모든 음식종류에 대해서 가장 많은 레스토랑이 위치해 있기 때문에 음식 장르의 다양성이 높다는 공통점이 있지만, 각 지역의 음식경관과 중심 장르에 의한 특색은 미묘하게 다르다.

<그림 4> 음식종류별 레스토랑 현황 (1) 한식, 중식, 일식, 에스닉 레스토랑



〈그림 5〉 음식종류별 레스토랑 현황 (2) 이탈리아식, 프랑스식, 미국식, 디저트 및 베이커리



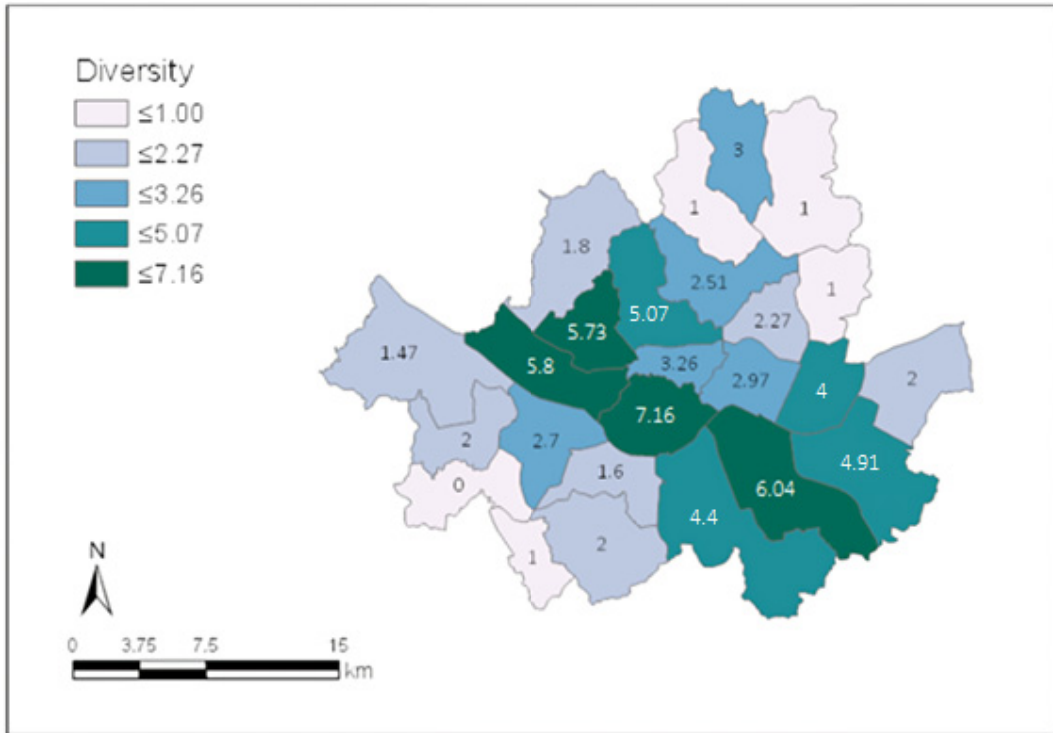
〈그림 6〉에서는 이러한 레스토랑의 종류별 개수를 자치구별로 집계하여 도출한 다양성 지수를 등치지역도의 형태로 시각화하였다. 이 지도에서는 각 지역 내 음식장르의 다양성을 일관적으로 비교할 수 있다. 용산구(7.16), 강남구(6.04), 마포구(5.8), 서대문구(5.73)의 순서대로 다양성 지수가 가장 높게 나타남을 알 수 있다. 또한 외곽 지역으로 갈수록 그 값이 크게 낮아지는 경향도 확인할 수 있다.

3. 레스토랑의 다양성 지수와 집단 문화 자본

마지막으로 거주민 집단의 문화 자본이 다양한 레스토랑을 특정지역에 집중시키는 데 영향을 주는 지 검증하기 위해, 레스토랑 다양성 지수를 종속변수로 하는 다중회귀분석을 수행했다. 그 결과는 다음의 〈표 3〉과 같다. 분석 결과 모형은 유의수준 0.001 하에서 유의했다. 모형의 설명력을 보여주는 수정된 R 제곱값은 약 0.740으로 높은 수준이다. 공차와 VIF를 통해 모형에 투입된 변수들에 있어 다중공선성의 문제가 없음을 확인했다. 모든 독립변수는 통계적으로 유의미한 영향력을 보여주고 있다.

교육수준의 비표준화계수는 0.078로 유의수준 0.01 하에서 유의하게 나타났다. 에스닉 레스토랑의 수의 비표준화계수는 0.226으로 마찬가지로 레스토랑의 다양성 지수에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 그러나 고급 레스토랑의 수는 오히려 비표준화계수가 음수로 나타나(-0.193), 다양성 지수에 부정적인 영향을 주고 있음을 알 수 있다. 마지막으로, 지역 내 레스토랑의 추천 점수가 상대적으로 높을수록 레스토랑의 음식종류 다양성 또한 증가했다. 이 중에서 가장 다양성 지수에 큰 영

〈그림 6〉 서울특별시 자치구별 레스토랑 다양성 지수



향을 주는 것은 에스닉 레스토랑의 수인 것으로 나타났다(표준화계수 0.513).

정리하면 에스닉 레스토랑의 수뿐만 아니라 지역 내 레스토랑의 추천 점수, 그리고 거주민의 평균적인 교육수준이 모두 다양성 지수에 긍정적인 영향을 주는 것으로 확인되었다. 반면, 고급 레스토랑의 수는 오히려 다양성을 감소시키는 요인으로 나타났다. 거주민 집단의 전체적인 사회경제적 지위에 상응하는 집단 문화 자본이 클수록 레스토랑 다양성 지수는 증가한다. 이는 창조계층 또는 중상 계층이 다양한 레스토랑 음식메뉴를 소비할 수 있는 환경에 가까이 거주하는 경향이 있다는 기존의 선행연구에 부합하는 결과다. 외식 소비에 대한 수요와 그를 통한 만족도는 개인의 문화 자본에

따라 달라진다. 지역 내 레스토랑의 다양성으로 구성되는 옴니보어적 음식 경관은 집단 문화 자본의 집중에 의해 강화된다.

레스토랑의 다양성은 지역 내 평균적인 레스토랑 추천 점수, 즉 레스토랑에서 제공되는 인적 서비스, 음식 등의 품질과도 무관하지 않다. 한편 고급 레스토랑 수가 오히려 레스토랑 다양성 지수에 부정적 영향을 미치는 것은 고급 레스토랑들이 강남구 일부 지역에 예외적으로 군집화되어 있어 에스닉 레스토랑과는 다른 공간적 분포 양상을 보이기 때문으로 해석된다. 고급 레스토랑은 그 수도 매우 적을 뿐만 아니라 대중적이고 일상적인 외식 소비와는 다소 거리가 있는 특별한 외식 경험을 지향하는 시설이다. 고급 레스토랑들이 취급하는 요

리법 면에서 프랑스식(31개 중 11개)이 압도적으로 많은 반면, 에스닉 푸드 장르는 하나도 없다는 점에서도 고급 레스토랑과 에스닉 레스토랑은 한국 사회의 외식 소비의 지형에서 서로 다른 위치를 확보하고 있음을 알 수 있다.

〈표 3〉 레스토랑의 다양성 지수에 대한 다중회귀분석 결과

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t 값	유의 확률	공차	VIF
	B	표준오차					
(상수)	-1.306	(0.950)	.	1.374	0.185	.	.
교육 수준(%)	0.078**	(0.024)	0.409	3.307	0.004	0.709	1.410
에스닉 레스토랑 수	0.226**	(0.066)	0.513	3.415	0.003	0.480	2.084
추천 점수 높은 레스토랑 비율(%)	22.316*	(8.580)	0.400	2.601	0.017	0.458	2.184
고급 레스토랑 수	-0.193*	(0.075)	-0.380	-2.596	0.017	0.506	1.975

주: N=25, $R^2=0.784$; adjusted $R^2=0.740$

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

분석하였다.

주요 결과를 요약하면 다음과 같다. 먼저 레스토랑은 서울 내에서도 도심 부근의 매우 한정된 지역에서 군집을 이루고 있다. 추천 점수가 낮은 레스토랑과 추천 점수가 높은 레스토랑이 각각 집중되어 있는 거점은 서로 다르게 나타난다. 추천 점수가 낮은 레스토랑은 마포구, 추천 점수가 높은 레스토랑은 강남구에서 가장 높은 밀도를 보여준다. 구체적으로 마포구뿐만 아니라 종로구와 중구, 용산구, 강남구를 포함하는 보다 넓은 도심 지역에서 통계적으로 유의한 핫스팟이 대규모로 분포되어 있고, 외곽으로 갈수록 서로 거리가 멀리 떨어져 개체들이 산발적으로 분포함을 의미하는 콜드스팟이 나타났다. 추천 점수가 높은 레스토랑의 경우에는 통계적으로 유의한 핫스팟을 강남구에서만 발견할 수 있고 콜드스팟은 나타나지 않았다. 이 연구는 실제 서울 내 레스토랑의 주소지 정보로 도출한 포인트 데이터를 기반으로 하여 서울특별시의 모든 자치구에 소재한 레스토랑의 지리적 분포를 시각화 및 분석했다는 의의가 있다.

다음으로 자치구별로 레스토랑에서 제공하는 음식메뉴의 다양성이 어떻게 다른지 탐색하기 위해 장르별 레스토랑의 소재 현황을 시각화하였다. 이에 대한 일관적인 비교를 위해 다양성 지수 또한 산출하였다. 일식 레스토랑은 마포구와 강남구, 중식 레스토랑은 중구, 에스닉 레스토랑은 용산구, 종로구, 강남구에서 각 지역의 독특한 음식경관을 형성하는 데 기여하고 있다. 각 지역 내에 입지한 음식종류별 레스토랑의 전체 레스토랑 대비 비율을 토대로 산출한 다양성 지수는 용산구, 강남구, 마포구, 서대문구가 서울 내에서도 가장 외식 소비의 다양성이 폭넓게 제공되는 차별화된 지역임을

V. 결론

1. 결론과 함의

이 연구는 도시에서 가장 흔하면서도 내용적으로 다양한 소비 공간이자 여메니티로서 레스토랑과 외식 소비가 갖는 풍부한 문화적·사회적·경제적 함의점이 도외시되어 왔다는 인식 하에서, 서울특별시에 소재된 레스토랑의 특성과 분포 패턴을 알 수 있는 정보를 직접 수집하여 다각적으로 탐색 및

보여준다. 이 지역들은 옴니보어적 문화 소비를 즐기는 지역 내외의 방문객들에게 매력적인 음식 경관을 갖추고 있으며, 지역 내 거주민들의 문화 자본 또한 상대적으로 높게 나타난다는 특징이 있다.

서울특별시 레스토랑 다양성 지수는 집단 문화 자본, 추천 점수가 높은 레스토랑의 상대적 비율, 고급 레스토랑의 수, 에스닉 레스토랑의 수에 유의미한 영향을 받고 있다. 음식 소비에 있어 옴니보어적 또는 코스모폴리탄적 취향을 지닌 사람들은 다양한 음식 장르를 손쉽게 소비할 수 있는 지역에 가까이 거주한다. 방문객에게 좋은 평가를 받는 레스토랑이 많을수록 지역 내 레스토랑의 다양성 또한 증가한다. 에스닉 레스토랑의 수가 다양성 지수에 가장 큰 영향을 미치는 변수로 나타났다는 점은 한국 음식문화의 정경에서 이들 장르가 옴니보어적 외식 소비를 위한 전제조건임을 시사한다. 그러나 고급 레스토랑의 수는 다양성 지수에 오히려 부정적인 영향을 미쳤다. 프랑스식 메뉴가 헤게모니를 쥐고 있는 한국의 고급 레스토랑들은 강력하게 밀집해 있으며 관용적이고 이질적이라기보다는 배타적이고 동질적인 음식 경관을 지향하는 것으로 보인다.

서울특별시 레스토랑의 다양성은 거주민 집단의 문화 자본에 의해 강화된다. 현대 사회에서 일반적으로 통용되는 문화 자본의 한 형태로서 폭넓은 문화적 취향을 지닌 사람들은 다양하고 이국적인 음식 경관을 선호한다. 옴니보어의 동네는 레스토랑의 다양성, 외식 소비에 있어서의 관용적 분위기, 사회경제적 지위가 높은 이웃을 모두 갖춘 지역이라고 볼 수 있다. 다양하고 질 높은 음식을 소비할 수 있는 기회는 지리적으로 불균등하게 구조화되고 있다. 이는 개개인의 삶의 질에 영향을 미칠 뿐 아니라 거주민들 사이의 사회적 불평등과 양극화에도

연계될 수 있다. 외식 소비는 레스토랑이라는 물질적 조건으로부터 자유로울 수 없다는 점에서 문화 자본의 공간적 불평등을 가장 극명하게 나타낼 수 있을 뿐만 아니라, 지리적 정보의 시각화 방법의 새로운 활용가치를 모색할 수 있는 흥미로운 연구주제이다.

2. 연구의 한계와 향후 연구과제

이 연구는 25개 자치구를 기준으로 서울특별시 레스토랑의 요리법에 따른 음식경관과 그 다양성 정도를 제시한다. 그러나 음식경관을 시각화하고 다양성 지수를 산출하는 데 있어서 추천 점수가 0개인 대다수의 레스토랑은 포함되지 않았다. 따라서 사람들에게 더 뚜렷이 인식되고 있는 레스토랑들을 활용했다는 점에서 지역별 음식 경관의 호소력을 높이는 면은 있지만, 그만큼 사람들에게 적극적으로 평가되지 않았을 뿐 실제로 존재하는 레스토랑들의 다양성은 배제될 수 있다. 2019년 5월~6월이라는 시간적 범위를 지닌 이 연구의 자료상으로 추천 점수 1개 이상의 괜찮은 레스토랑에 대한 정보가 없는 구로구의 레스토랑 다양성은 이 연구에서 충분히 설명될 수 없었다(그림 6) 참조). 서울특별시 레스토랑의 모든 음식종류에 대한 자료를 활용하지 못한 것은 이 연구의 한계이다. 덧붙여 자치구가 아니라 행정동과 같은 더 작은 단위나 또는 서울특별시와 다른 시, 도와의 비교 등 더욱 다양한 지리적 단위가 후속 연구에서 고려될 필요가 있다.

이 연구 결과에 의하면, 거주민 집단의 평균 문화 자본이 높을수록 지역 내 레스토랑으로 구성되는 음식 경관은 다양해진다. 또한 사람들이 높게

평가하는 주요 레스토랑들은 서울특별시 내에서도 특정한 동네에 집중되어 있다. 그러나 이 연구에서 사용된 자료가 서울특별시에 소재한 모든 레스토랑에 대한 전수 자료가 아니기 때문에 이 연구결과를 일반화하는 데에는 한계가 있다. 통계청(2017)의 「서비스업조사」 자료에 따르면 서울특별시에 위치한 음식점 및 주점업은 총 123,138개로, 이중 한식 및 외국식 음식점은 각각 47,889개, 13,773개로 집계되고 있다.⁴⁾ 이 연구에서 연구자가 수집한 자료가 6만여 개에 이르는 서울특별시 레스토랑의 전체 모집단에 대한 표본으로서 충분한 대표성을 지닌다고 확신할 수 있는 근거는 없다. 후속 연구는 더 대표성이 있는 자료를 사용하여 레스토랑의 공간적 분포를 분석해 일반화할 수 있는 결과를 도출할 필요가 있다.

앞서 이미 언급한 것처럼 이 연구의 공간적 범위는 서울특별시라는 대도시 한 개에 국한되어 있다. 특정 자치구에 집중되어 있는 다양한 레스토랑에 해당 자치구에 실제 거주하는 개인들만 방문하는 것은 아니다. 따라서 이 연구에서 검증한 집단 문화 자본과 레스토랑 다양성 사이의 인과 관계는 추후 더 많은 변수들을 통제해 검증되어야 한다. 예를 들면 후속 연구에서는 개별 레스토랑의 방문객 특성을 해당 레스토랑이 소재한 자치구의 거주민 방문객과 비거주민 방문객으로 구분했을 때의 비율이나, 거주민 방문객과 비거주민 방문객 각 집단의 인구 및 사회경제적 특성이 레스토랑의 다양성에 영향을 미치는지 등을 비교할 수 있을 것이다.

끝으로 이 연구는 개인들의 외식을 포함하는 음식 소비 취향, 태도, 경험에 대한 분석을 제시하지

는 않는다. 레스토랑의 입지와 다양성에 의해 형성되는 지역 특성이 개인의 음식 소비에 어떤 영향을 미치는지는 이 연구에서 다루어지지 않았다. 현대 한국 사회에서 음식 소비에 있어서의 취향과 실천이 정말 옴니보어적인지, 그것이 사회경제적 지위에 상응하는 문화 자본인지와 같은 연구 문제들 또한 보다 최신의 자료를 통해 규명되어야 한다. 개인의 옴니보어적 음식 소비가 지역 내 다양한 레스토랑에 대한 접근성에 의해 어느 정도로 유의미한 영향을 받는지 또한 흥미로운 연구주제가 될 것이다.

이 연구는 사교적 활동이자 문화적 실천으로서의 외식 소비를 위한 공간으로서 레스토랑에 대한 접근성이 방문객의 주관적 평가와 호감에 따라 지리적으로 분화되고 있는지 탐색하고, 지역 내 레스토랑의 음식종류별 분포가 만들어내는 음식 경관을 제시하며, 지역 내 레스토랑의 다양성이 인접한 거주민 집단의 문화 자본에 의해 유의미하게 영향을 받는다는 사실을 확인했다. 레스토랑의 다양성은 그 자체로 관용이라는 문화 자본을 갖춘 옴니보어의 동네를 보여주는 지표다. 이 연구를 통해 앞으로 음식 소비와 레스토랑이 사회적 불평등과 문화적 구별짓기를 지리적 차원으로 끌어올 수 있는 독특한 연구주제로 재조명되어 후속 연구가 활성화되기를 기대한다.

4) <https://kosis.kr/>

참고문헌

- 강병수, 2014, “지역어메니티와 주거이전과의 관련성에 관한 연구”, 『도시행정학보』, 27(1): 193~214, 한국도시행정학회.
- 곽수정, 2013, “서울시 창조계층의 입지특성”, 『한국도시지리학회지』, 16(2): 49~62, 한국도시지리학회.
- 김민정, 2019, “문화경험에 의한 에스닉레스토랑의 진정성에 대한 소비자 인식”, 『관광경영연구』, 23(3): 457~477, 관광경영학회.
- 김수철, 2015, “1980년대 이후 한국 텔레비전 음식프로그램과 음식문화의 관계에 대한 고찰: <오늘의 요리>에서 <냉장고를 부탁해>까지”, 『방송문화연구』, 27(2): 85~122, 한국방송공사.
- _____, 2018, “2010년 이후 에스닉 푸드를 둘러싼 한국의 음식문화 분석: 일상적 다문화주의의 표상”, 『문화와 정치』, 5(3): 43~76, 한양대학교 평화연구소.
- 김은희·김현주·김진희, 2014, “대학생의 식생활 라이프스타일에 따른 에스닉 레스토랑의 외식행동 및 이용만족도”, 『한국식품조리과학회지』, 30(5): 631~641, 한국식품조리과학회.
- 김종배·강영모(역), 2017[2015], 『오픈 소스 소프트웨어 R을 활용한 공간 분석과 매핑』, 서울: 한티미디어 (Brunsdon, C. and Comber, L., 2015, *An Introduction to R for Spatial Analysis & Mapping*, London, England: Sage).
- 문기철·한경수, 2012, “감각추구 성향, 신기성 욕구가 에스닉 레스토랑 이용 속성에 미치는 영향에 관한 연구”, 『관광학연구』, 36(7): 259~275, 한국관광학회.
- 박기용·김재환·김보은·황재훈, 2017, “입지패턴에 따른 커피전문점의 특성 분석: 도시공간 해석을 중심으로”, 『주거환경』, 15(1): 135~146, 한국주거환경학회.
- 박형신(역), 2019[2014], 『레스토랑의 사회학: 욕구와 근대정체성의 형성』, 파주: 한울 아카데미(Finkelstein, J., 2014, *Fashioning appetite: restaurants and the making of modern identity*, New York, NY: Columbia University Press).
- 박형신·정현주(역), 2010[1997], 『메뉴의 사회학: 음식과 먹기 연구로의 초대』, 파주: 한울 (Beardsworth, A. and Keil, T., 1997, *Sociology of the Menu: An Invitation to the Study of Food and Society*, London: Routledge).
- 변미리·장원호·T. Clark·이종열, 2010, 『서울시 씬(Scenes) 지도 작성을 통한 서울 공간특성화 전략 연구』, 서울연구원, 1~193.
- 블루리본서베이, 2018, 『블루리본서베이 서울의 맛집 2019』, 서울: BR미디어.
- 손세린·강영옥, 2017, “서울시 여성운전자 교통사고의 시공간 특성 분석”, 『한국지도학회지』, 17(2): 89~98, 한국지도학회.
- 송도영, 2007, “종교와 음식을 통한 도시공간의 문화적 네트워크: 이태원 지역 이슬람 음식점들의 사례”, 『비교문화연구』, 13(1): 98~136, 비교문화연구소.
- 신우진·신우화, 2009, “서울시 소매업종 공간분포패턴에 관한 연구”, 『부동산연구』, 19(2): 279~296, 한국부동산연구원.
- 안종희(역), 2018[2017], 『도시는 왜 불평등한가: 경제발전, 젠트리피케이션, 빈부격차』, 서울: 매일경제신문사(Florida, R., 2017, *The New Urban Crisis: How Our Cities Are Increasing Inequality, Deepening Segregation, And Failing The Middle Class-And What We Can Do about It*, New York, NY: Basic Books).
- 양지원·이진민, 2010, “세노그래피와 시퀀스 개념을 적용한 식음공간의 연출에 관한 연구-블루리본에 선정된 레스토랑을 중심으로”, 『한국화예디자인학회논문집』, 22: 87~102, 한국화예디자인학회.
- 오희균, 2015, “서울시 레스토랑의 추천의도 결정요인 분석: 음의 로그-로그 연결함수의 적용”, 『관광레저연구』, 27(1): 401~418, 한국관광레저학회.
- 이길태(역), 2002, 『신창조계급』, 서울: 북콘서트(Florida, R. 2002b, *The Rise of the Creative Class*,

- New York, NY: Basic Books).
- 지경희·김상희·김선희, 2018, “에스닉 레스토랑의 물리적 환경이 소비자만족도와 추천의도에 미치는 영향”, 『이벤트컨벤션연구』, 14(4): 279~298, 한국이벤트컨벤션학회.
- 최수지·남궁영·신서영·양일선, 2011, “에스닉 레스토랑의 식공간 연출 구성요소 분석: 일반 레스토랑과의 비교를 중심으로”, 『호텔경영학연구』, 20(6): 115~131, 한국호텔외식관광경영학회.
- 최유정·최선헌, 2012, “소비의 계급적 지형과 그 함의-식생활 및 의생활 영역을 중심으로-”, 『소비문화연구』, 15(2): 119~142, 한국소비문화학회.
- 최유진, 2017, “도시어메니티의 지역경제 활성화 효과 분석 -우리나라 기초지방자치단체를 중심으로”, 『지방정부연구』, 20(4): 299~324, 한국지방정부학회.
- 최종철(역), 2005[1979], 『구별짓기: 문화와 취향의 사회학』, 서울: 새물결(Bourdieu, P. 1979. *La distinction: critique sociale du jugement*, Paris: Editions de Minuit).
- Bourdieu, P., 1986, “The Forms of Capital”, in Richardson, J. G. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, pp. 241~258, New York: Greenwood Press.
- Bryson, B., 1996, ““Anything but heavy metal”: Symbolic exclusion and musical dislikes”, *American Sociological Review*, 61(5): 884~899.
- Clark, T. N., 2003, “3. Urban amenities: lakes, opera, and juice bars: do they drive development?”, in Clark, T. N. (Ed.) *The City as an Entertainment Machine (Research in Urban Policy, Vol. 9)*, pp. 103~140, Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Cutts, D., and Widdop P., 2017, “Reimagining omnivorousness in the context of place”, *Journal of Consumer Culture*, 17(3): 480~503.
- Domański, H., 2017, “Omnivorism of eating and ‘Highbrow-Lowbrow’ distinction: Cultural stratification in Poland”, *Polish Sociological Review*, 199: 299~313.
- Flemmen, M, Hjelbrekke, J., and Jarness, V., 2018, “Class, culture, and culinary tastes: cultural distinctions and social class divisions in contemporary Norway”, *Sociology*, 52(1): 128~149.
- Florida, R. 2002a, “The Economic Geography of Talent”, *Annals of the Association of American Geographers*, 92(4): 43~75.
- _____. 2002b, *The Rise of the Creative Class*, New York, NY: Basic Books.
- Garretsen, H., and Marlet, G., 2017, “Amenities and the Attraction of Dutch cities”, *Regional Studies*, 51(5): 724~736.
- Glaeser, E. L., Kolko, J., and Saiz, A., 2001, “Consumer city”, *Journal of Economic Geography*, 1: 27~50.
- Healy, A. E., 2014, “Convergence or difference? Western European household food expenditure”, *British Food Journal*, 116(5): 792~804.
- Leguina, A., and Miles, A., 2017, “Fields of participation and lifestyle in England: revealing the regional dimension from a reanalysis of the Taking Part Survey using Multiple Factor Analysis”, *Cultural Trends*, 26(1): 4~17.
- Lindblom, T., and Mustonen, P., 2019, “‘Anything but heavy meal’-Culinary dislikes and patterned intolerance among the young urban Finns”, *Social Science Information*, 58(1): 193~218.
- Möhring, M., 2008, “Transnational food migration and the internalization of food consumption: ethnic cuisine in West Germany”, In Nützenadel, A. and Trentmann, F.(Eds.), *Food and Globalization: consumption, markets*

- and politics in the modern world*, pp. 129~152. Oxford: Berg Publishers.
- Neal, Z. P., 2006, "Culinary Deserts, Gastronomic Oases: A Classification of US Cities", *Urban Studies*, 43(1): 1~21.
- Paddock, J., Warde, A., and Whillans, J., 2017, "The changing meaning of eating out in three English cities 1995~2015", *Appetite*, 119: 5~13.
- Park, K., 2017, "Ethnic Foodscapes: Foreign Cuisines in the United States", *Food, Culture & Society*, 20(3): 356~393.
- Peckham, S., 1998, 'Consuming Nations', in Griffith, S., and Wallace, J., (eds.), *Consuming Passions: Food in the Age of Anxiety*, Manchester, England: Manchester University Press.
- Peterson, R. A., 2005, "Problems in comparative research: The example of omnivorousness", *Poetics*, 33: 257~282.
- Peterson, R. A. and R. M. Kern, 1996, "Changing highbrow taste: from snob to omnivore", *American Sociological Review*, 61: 900~907.
- Rössel, J. and Schroedter, J. H., 2015, "Cosmopolitan cultural consumption: Preferences and practices in a heterogeneous, urban population in Switzerland", *Poetics*, 50: 80~95.
- Slocum, T., McMaster, R. B., Kessler, F. C., and Howard, H. H., 2009, *Thematic Cartography and Geovisualization*, 3rd ed., Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Warde, A., Cheng, S., Wendy, O., and Southerton, D., 2007, "Changes in the practice of eating-A comparative analysis of time-use", *Acta Sociologica*, 50(4): 363~385.
- Warde, A., Willans, J., and Paddock, J., 2018, "The allure of variety: Eating out in three English cities, 2015", *Poetics*, 72: 17~31.
- Zelinsky, W., 1985, "The Roving Palate: North America's Ethnic Restaurant Cuisines", *Geoforum*, 16(1): 51~72.
- Zukin, L., Lindeman, S., and Hurson, L., 2017, "The omnivore's neighborhood? Online Restaurant reviews, race, and gentrification", *Journal of Consumer Culture*, 17(3): 459~479.
- 블루리본 웹사이트, <https://www.bluer.co.kr>.
- ESRI ArcGIS Pro, <https://pro.arcgis.com/en/pro-app/latest/tool-reference/spatial-analyst/how-kernel-density-works.htm>.
- _____, <https://pro.arcgis.com/en/pro-app/2.6/tool-reference/spatial-statistics/h-how-hot-spot-analysis-getis-ord-gi-spatial-statistics.htm>.
- KOSIS 국가통계포털, <https://kosis.kr>.

원 고 접 수 일 : 2020년 10월 13일

1 차 심 사 완 료 일 : 2021년 4월 12일

2 차 심 사 완 료 일 : 2021년 5월 5일

최 종 원 고 채 택 일 : 2021년 5월 26일