

건강 라이프스타일이 와인 선택속성에 미치는 영향

The Influence of Healthy Lifestyle toward Wine Selection Attributes

최성임, 임은순, 김창용
세종대학교 호텔관광경영학과

Seong-Im Choi(79512@hanmail.net), Eun-Soon Yim(esyim@sejong.ac.kr),
Chang-Yong Kim(winepia@hanmail.net)

요약

본 연구의 목적은 건강 라이프스타일과 와인 선택속성의 영향관계와 건강라이프스타일과 와인선택속성이 만족도에 미치는 영향을 파악하기 위한 것이다. 본 연구를 위한 자료는 2013년 8월 29일 - 9월 29일까지(30일) 수집되어 285부가 분석에 이용되었다. 건강 라이프스타일과 와인 선택속성의 영향관계를 알아보기 위하여 정준상관분석과 회귀분석을 하였다. 요인분석결과, 건강 라이프스타일은 '건강자신감', '건강민감형', '건강에 대한 의지'라는 3개의 요인으로 이루어졌으며 와인 선택속성 또한 와인라벨 특성, 경험적 특성 그리고 추천요인인 3개의 요인으로 구성되었다. 분석결과 건강에 대한 의지와 경험적 특성은 유의한 영향관계가 있는 것으로 나타났으며 건강 라이프스타일 중 건강에 대한 의지형이 구매 후 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 와인선택속성은 와인라벨특성과 경험적 특성이 구매 후 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

■ 중심어 : | 건강 라이프스타일 | 와인선택속성 | 정준상관분석 |

Abstract

The purpose of this research is to find out how the characteristics of healthy lifestyle and wine selection influence each other, and how healthy life and wine selection themselves influence the overall satisfaction of wine. The data collected for this study was taken from a sample of 285 persons during the period of August 29, 2013 to September 29, 2013. Extrapolating from the data, three different characteristics of a healthy lifestyle were identified: health confidence, health sensibility and a desire for good health. Three different characteristics of wine selection were also identified: wine label, wine experience and wine recommendation. The relations of influence between healthy lifestyle and wine selecting attributes were analysed through canonical correlation and regression analysis. This report concludes that healthy lifestyle and wine selection strongly influence each other and their combination has a significant influence on the satisfaction of wine. Among the different healthy lifestyle characteristics identified, the desire for good health was the primary factor that significantly influenced wine satisfaction. With regard to wine selection, the label of wine and experience of wine were the primary factors that significantly influenced wine satisfaction.

■ keyword : | Healthy lifestyle | Wine Selection | Canonical Correlation |

I. 서론

1991년대 초 미국 CBS TV 60Minutes 프로그램에서 세르쥬 르노박사(Mr. Serge Renaud)는 프랑스 사람들이 높은 지방 식품에도 불구하고 심장질환이 낮은 수준으로 유지하는 건 그들이 마시는 레드와인 때문이라고 밝혔으며 이것을 “프렌치 파라독스”라 칭하였다. “프렌치 파라독스”라고 표현한 것을 계기로 와인이 건강을 이야기 할 때는 의례 사용되는 말이 되었다. 와인은 과학적으로 의사에 의해 입증되어 온 것으로 인식되어 세계의 연구자들은 와인을 건강에 좋은 음료로 생각하며 많은 미국인들은 마음속에 알콜에 대한 죄책감 없이 즐기는 음료가 되어왔다[1].

현재 우리나라의 술 소비패턴은 변화하고 있다. 독주에서 저 알코올 술로 바뀌면서 와인 소비량이 크게 증가하고 있다. 관세청[2]에 따르면 1987년 와인 수입 자유화 이후 와인 시장이 빠르게 성장해 2001년 이후 10년 동안 주류 수입물량이 위스키는 3.0% 준한 반면 와인은 160.8%의 성장률을 기록하고 있다. 뿐만 아니라 2013년 10월 15일에 의하면 ‘와인·위스키 수입 동향’에 의하면 2013년 올해 1-8월 와인 수입량은 총 2만 2387kl로 지난해 같은 기간(1만 8122kl)보다 23.5kl 증가했다. 당 평균 수입 가격은 3.6% 떨어진 4,256원이었다.

국내 와인 시장이 폭발적으로 성장하는 원인은 우리나라의 생활수준 자체가 전반적으로 향상되었고 식생활 또한 서구화되면서 이에 따라 와인의 소비가 증가하고 있는 것이 첫 번째 이유이며, 또 다른 이유 중 하나는 최근에 들어 빠르게 확산되고 있는 건강에 대한 관심 때문이다[3].

한국인들의 건강에 대한 인식은 점점 바뀌고 있다. 따라서 건강라이프스타일과 와인선택속성에 대해서는 유의한 영향이 있을 것이라 판단되며 건강 라이프스타일은 또한 와인 구매 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이라고 판단된다. 뿐만 아니라 많은 연구들이 와인선택속성 중 어떠한 요인이 와인 구매 만족도를 확인하고 있다. 본 연구 또한 선행연구들과 같은 결과를 도출하는지에 대해 확인하고자 한다.

본 연구는 건강을 지향하는 한국 소비자들의 라이프

스타일, 즉 건강 라이프스타일과 와인의 선택속성 사이에는 유의한 영향을 미친다는 것과 각각의 변수, 즉 건강 라이프스타일과 와인 선택속성은 와인 구매 후 느끼는 만족도에 미치는 영향정도를 분석함으로써 와인 마케팅 전략에 도움이 될 것이라 판단한다.

II. 이론적 배경

1. 건강 라이프스타일

건강 라이프스타일은 사람들의 선택에 따라 건강과 관련된 행동의 총체로서 정의된다[4]. 뿐만 아니라 개인의 일상적인 삶의 양상의 일부이면서 건강상태와 수명에 영향을 미치는 선택적인 행동이며 인간이 통제할 수 있는 행위로서 건강상태에 영향을 주는 것이다[5].

긍정적인 건강 라이프스타일은 위험한 행동의 반대되는 것이며 좋은 영양 즉, 나쁜 영양의 반대되는 것을 의미한다. 하지만 일반적으로 건강 라이프스타일은 긍정적인 삶을 망라하는 것이다[6].

라이프스타일은 고정된 것이 아니라 개인의 가치, 태도, 신념 및 외부의 사회 문화적 환경의 영향에 의해 변화될 수 있을 뿐 아니라 현대인들의 라이프스타일은 점점 더 세분화되고 있다. 따라서 표적 소비자들의 라이프스타일을 수시로 분석하고 평가해야 한다[7].

고재윤·정미란[8]은 라이프스타일을 매니아적 소비스타일, 지식 추구적 소비스타일, 사회 지향적 소비스타일, 충동 구매적 소비스타일 그리고 문외한 소비스타일 고 구분하였으며 와인 선택속성을 와인의 특성, 와인의 맛과 향, 추천 및 정보, 브랜드 및 품질등급, 가격 및 종류로 구분하였으며 와인에 관한 지식이 부족하고 관심이 적은 소비자일수록 와인이 품질보다는 가격과 종류를 고려하며 와인 관련 지식과 정보에 관심이 많은 소비자일수록 와인 구매 시 전문인의 추천과 매체정보를 고려한다고 하였다. 임영미[9]는 식생활라이프스타일에 따른 와인 선택속성에 관한 연구에서 식생활 라이프스타일을 건강 추구형, 미각 추구형, 편의성 추구형, 안전성 추구형, 식료품 충동 구매형, 식료품 알뜰 구매형, 그리고 유행·분위기 추구형으로 구분하였으며 와인선택

속성을 생산 환경적 특징요인, 음용용도요인, 맛·향·가격요인, 추천·정보요인 그리고 기초지식·외관적 정보요인으로 구분하였다. 건강 추구형 라이프스타일은 생산·환경적 특징요인과 음용용도요인 그리고 기초지식·외관적 정보요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 와인의 시장성은 식생활에 있어 큰 축을 이루어 건강지향, 편의지향, 안정지향 그리고 경험지향의 트렌드와 함께 발전할 가능성이 크다고 하였다. 식생활 라이프스타일은 와인 선택속성 중 생산 환경적 특징요인과 음용 용도요인 그리고 기초지식·외관적 정보요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 손일락·김연선[10]은 식생활 라이프스타일을 유행추구형, 건강 추구형, 안전 추구형, 장식 추구형, 미각 추구형, 웰빙 추구형등 6개로 구분하였으며 군집분석을 통하여 6개집단의 외식행동에 관해 군집별 특성을 파악하였다. 김지윤[11]은 와인 선택속성을 내재적 속성과 외재적 속성으로 구분하여 웰빙 라이프스타일이 각각 와인 선택속성에 미치는 영향을 파악한 바 합리성 추구형, 사회성 추구형, 향유 추구형의 웰빙 라이프스타일을 가지 집단이 내재적 속성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 패션유형 추구형, 합리성 추구형, 사회성 추구형의 웰빙 라이프스타일을 가진 집단이 외부적 속성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만 건강 추구형 집단은 내재적속성과 외부적속성 모두에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이영숙·정명숙[8]은 건강 라이프 스타일을 건강관심, 식습관, 건강유지, 식품 기호도로 구분하여 의료서비스 만족과 구전의도, 재이용의도에 미치는 영향에 대해서 조사하였다. 김소연·김선이[12]는 건강 라이프스타일을 건강 민감성, 건강 자신감, 건강에 대한 의지, 건강 식습관의 유형으로 구분하여 유형별 온라인 정보탐색에 대해 프로파일링 하였다. 소비자의 건강에 대한 관심이 높아지면서 질병 등 직접적인 관련된 형태로 세분화가 필요하다.

2. 와인선택속성의 선행연구

소비자의 선택은 효용을 극대화하기 위한 합리적인 의사결정을 하고자 하는 것이며 고로 행동의 목표는 효용의 극대화를 추구하게 되는 것이다. 소비자는 상품이

나 서비스를 구입해서 소비하기까지 사용하는 활동의 주체로서 구매성향은 소득, 객관적 환경요인, 그리고 개인의 기호에 따라 주관적 요인에 영향을 받는 경우가 대부분이며 제품선택, 실제적인 구매활동, 점포의 방문 등과 같은 소비자 행동에 결정적인 영향을 미치는 선택속성들이 소비자 구매의사결정에 직접적인 영향을 미치게 된다[13][14].

와인선택속성을 이용한 연구들의 결과는 [표 1]과 같다.

표 1. 선행연구들의 와인의 선택속성요인

연구자	와인의 선택속성 요인
M. Corduas, L. Cinquanta, C. Ievoli [15]	브랜드(Brand), 명성(Prestige), 이미지, 낮은등급, 지역라벨, 산지, 맛의 질, 가격, 구매빈도, 포도품종
J. T. Gil, M. Sanchez[16]	포도의 종류, 원산지, 지형의 상태, 생산자, 와인의 다양성과 맛, 향, 알콜의 도수, 색, 음용자, 와인의 질과 가격의 비율
고재윤·만명봉·이수백[17]	와인개성, 와인브랜드특성, 와인병디자인, 개인취향, 외적정보
송경숙[18]	지역성, 가격, 레이블, 와인특성
이지윤·김성윤·문혜선[19]	와인라벨특성, 추천요인, 경험적특성, 주변조화

와인 선택을 위한 고객의 선호도를 확인하기 위해 스페인의 두 도시 Aragon과 Navarra를 대상으로 와인구매 결정시 와인 선택속성에 대해 연구하였으며[15][16]. 고재윤·만명봉·이수백[17]은 중국인들을 대상으로 소비가치와 와인선택속성의 상관관계를 파악하였으며 외적정보를 5가지요인으로 구분하여 관계를 파악하였고 소비가치 중 기능적 가치와 상황적 가치보다는 상대적으로 감성적 가치요인을 중요시 할수록 와인브랜드특성 요인과의 연계성이 높아짐을 알 수 있었다. 이 연구결과를 통하여 와인의 맛과 향을 중요시 고려하는 한국인들과 감성적 가치를 중요시 고려하는 중국인들과의 차이점을 알 수 있었다. 송경숙[18]은 와인선택속성이 와인 관여도에 따라 만족도 및 재 구매의도에 미치는 영향을 확인하였다. 가격과 레이블 그리고 와인특성은 만족도에 영향을 미쳤으며 지역성, 가격 그리고 와인특성 요인은 재 구매 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 와인관여도가 높아질수록 재 구매의도 또한 높아지는 것으로 분석되었으며 관여도는 와인선택속성

의 레이블요인과 재 구매 의도간의 관계를 조절하는 것으로 나타났다. 이자윤·김성윤·문혜선[19]은 와인에 관한 관여도에 따라 와인선택속성의 차이를 파악하였으며 와인의 관여도가 높은 집단은 와인라벨특성, 추천요인, 경험적 특성이 와인의 구매횟수에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 관여도가 낮은 집단은 추천요인과 주변조화가 와인의 구매횟수에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 와인에 선택속성 중 관여도의 따라 명확한 차이를 보이는 것은 와인선택속성 중 경험적 특성이라 볼 수 있다.

III. 연구방법론

1. 연구조사 및 표본설계

본 연구는 건강라이프스타일과 와인선택속성의 유의한 영향관계와 와인을 구매 후 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 설문조사를 실시하였다. 이론적 배경과 선행연구를 바탕으로 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 아래와 같이 연구가설을 설정하였다.

고재운·정미란[8]은 라이프스타일에 따라 와인 선택속성이 다름을 연구하였으며 김지윤[11]은 웰빙 라이프스타일이 와인선택속성에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 따라서 본 연구는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H1 : 건강라이프스타일은 와인선택속성과 유의한 영향 관계가 있을 것이다.

서진우·허경숙[24]은 와인구매고객의 라이프스타일이 고객만족도에 미치는 영향을 파악하였으며 손재근·이정은[25]은 웰빙라이프스타일에 따른 와인을 이용한 고객들의 만족의 관계를 파악하였다. 따라서 본 연구 또한 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2 : 건강 라이프 스타일은 와인 구매 후 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

송경숙[18]은 와인의 선택속성이 만족도 및 재구매 의도에 미치는 영향 연구를 통해 만족도에 영향을 미치는 와인의 선택속성을 파악하였으며 전진화·방진식·최

태호[26] 또한 와인 소비자의 선택속성이 만족도에 미치는 영향을 파악하였다. 정용혜[27]는 와인구매동기 세분화에 따라 와인선택속성 및 구매 후 만족도에 차이에 대해 연구하였다. 앞선 선행연구들과 함께 본 가설은 다음과 같이 설정하였다.

H3 : 와인선택속성은 와인 구매 후 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

본 연구의 설문지의 응답자들은 와인교육을 받은 경험이 있으며 또한 설문 일을 기점으로 1년 안에 와인을 구매한 경험이 있는 소비자들을 중심으로 편의표본추출을 하였다. 조사기간은 2013년 8월 29일부터 2013년 9월 29일까지이며, 320부를 배부하여 300부를 회수하였다. 이중에서 불성실하게 응답했거나 연구목적에 적합하지 않다고 판단되는 설문지를 제외하고 총 285부를 실증분석에 사용하였다.

건강 라이프스타일과 와인 선택속성의 영향관계를 알아보기 위해 먼저 요인분석을 실시하였으며 타당성 검증을 위하여 Cronbach'α 값을 확인한 후 정준상관분석을 실시하였으며 각각 건강 라이프스타일과 와인선택속성이 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 이 분석에 이용된 분석도구로는 SPSS 13.0 과 SPSS Version 20.0 통계 패키지를 이용하였다.

2. 연구모형 및 변수의 조작적 정의

2.1 연구모형

앞서 언급한 가설을 바탕으로 연구모형을 제시하면 [그림 1]과 같다.

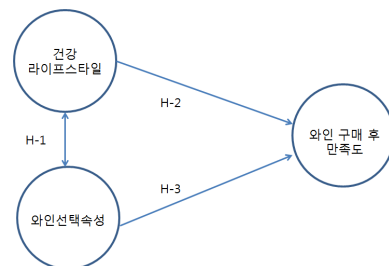


그림 1. 연구모형

2.2 변수의 조작적 정의

2.2.1 건강 라이프스타일

건강 라이프 스타일은 라이프 스타일 형식인 AIO 조사도구를 기본으로 건강과 관련된 행태를 포함하고 선행연구에서 적용하였던 형식의 건강 라이프스타일을 측정도구로 이용하였다. 건강 라이프 스타일은 관해 김지윤[22]과 강명근[23]과 김소연·김선이[12]의 선행 연구를 토대로 17개의 변수를 이용하였다. 건강 라이프 스타일 변수로는 ‘건강에 대한 기사나 TV프로그램을 되도록 본다’, ‘정기적으로 비타민이나 영양제를 먹곤 한다’, ‘특별히 아픈 데가 없어도 보신용으로 한약(보약)을 먹는다’, ‘몸에 좋다는 음식만을 골라먹는 편이다’, ‘몸에 이상이 생기면 바로 병원이나 약국을 찾는다’, ‘나는 나의 건강에 대해 자신감을 가지고 있다’, ‘나는 전반적으로 건강한 편이다’, ‘나는 건강유지를 위해 규칙적으로 운동을 한다’, ‘적당한 몸매 유지를 위해 신경을 많이 쓴다’, ‘내가 병에 걸렸을 때 얼마나 빨리 회복될 수 있는가는 나 자신의 행동에 달려있다’, ‘내 인생에 있어서 건강은 가장 중요한 재산이다’, ‘나는 평소 단 음식을 좋아한다’, ‘나는 음식보다 채식을 즐긴다’, ‘나는 카페인이 든 음료를 가끔씩 삼간다’, ‘나는 평소 짜거나 매운 자극적인 음식을 좋아한다’, ‘나는 평소에 충분한 수면이 이루어지는 편이다’, ‘나는 평소에 술을 많이 먹는 편이다’ 등 변수를 이용하였으며 리커트 5점 척도로 측정하였다.

2.2.2 와인선택속성

본 연구의 와인선택속성은 선행연구를 바탕으로 21개의 항목에 대해 리커트 5점 척도 구성하였다. 본 연구의 척도는 이자윤·김성윤·문혜선[19]의 연구를 토대로 와인의 선택속성을 이용하였다. 본 연구에서 선택속성은 ‘와인의 맛’, ‘와인의 품질’, ‘와인의 향(aroma)’, ‘와인의 가격(price)’, ‘와인의 종류’, ‘와인의 브랜드’, ‘와인의 색(color)’, ‘와인의 나이(age)’, ‘포도의 수확연도(vintage)’, ‘와인의 레이블(Label) 디자인’, ‘와인 품질 등급표시’, ‘와인 생산국가 및 생산지역’, ‘와인의 사용목적’, ‘알코올 도수’, ‘주변 사람들의 추천’, ‘와인전문가의 추천’, ‘구매경험’, ‘매스컴의 추천 및 정보’, ‘음식과의 조화’, ‘동반자의 취향’등이다.

2.2.3 만족도

만족이란 소비자가 자신의 욕구가 얼마나 채워졌는지에 대해 판단하는 반응이다. 와인의 선택속성을 파악하는 것은 소비자가 와인을 구매하는데 궁극적인 목적 즉, 소비자의 만족을 창출하기 위한 것이다. 본 연구에서는 ‘와인에 대해 전반적으로 만족한다’, ‘와인선택을 잘했다고 생각한다’, ‘기대에 비해 만족한다’, ‘가격 대비 만족한다’등의 4가지 변수를 이용하여 리커트 5점 척도로 측정하였다.

IV. 실증분석

1. 인구통계적 특성

본 연구의 표본에 대한 인구통계적 특성을 살펴보면 성별에서는 남성 156명(54.7%), 여성 129명(45.3%)으로 나타났으며, 결혼여부에서는 기혼 111명(38.9%), 미혼 173명(60.7%)으로 나타났다. 교육수준에서는 고등학교 졸업 10명(3.05%), 전문대학졸업(재학)은 102명(35.8%)로 나타났고, 4년제 대학교 졸업(재학)은 104명(36.5%), 대학원졸업(재학)이 68명(23.9%)로 나타났다. 월평균소득에서는 100만원이하는 11명(3.9%), 100만원이상-200만원이하는 44명(15.4%), 300만원 이상-400만원이하는 65명(22.8%)이었으며, 400만원 이상-500만원미만은 37명(13.0%), 500만원이상-600만원이하는 30명(10.5%)으로 나타났다. 600만원이상-700만원미만은 15명(5.3%), 700만원이상-800만원 미만은 12명(4.2%), 800만원이상이 19명(6.7%)로 나타났다. 직업에 있어서는 전문직이 29명(10.2%)로 나타났으며 학생은 45명(15.8%), 사무직은 19명(6.7%)로 나타났으며 서비스직은 192명(67.4%)로 가장 높게 나타났다.

2. 측정척도의 타당도 및 신뢰도 분석

2.1 건강 라이프스타일 타당도 및 신뢰도분석

건강 라이프스타일은 3개의 요인으로 추출되었으며 이는 변수들의 상관관계를 이용하여 본래의 변수들이 갖는 의미를 최대한 보존하면서 보다 적은 수의 합성변수로 요약하는 R-type 요인분석과 주성분분석을 통한

직각회전인 varimax방법을 사용하였다. 신뢰도를 검증하기 위해서는 Cronbach' α 값을 사용하였다. KMO(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Adequacy)는 0.763으로 나타나 분석을 위한 변수의 선정이 적절하였음을 나타내고 있으며 또한 요인분석의 적합성을 확인할 수 있는 Bartlett 구형성 검정치는 920.242(p<0.000)으로 나타났다. 총분산 설명력은 65.38%로 나타났다.

건강 라이프스타일의 요인1은 '나는 건강유지를 위해 규칙적으로 운동한다', '적당한 몸매 유지를 위해 신경을 많이 쓴다', '나는 나의 건강에 대해 자신감을 가지고 있다', '나는 전반적으로 건강한 편이다'라는 변수를 가지고 있으므로 건강 자신감이라 명명하였으며 요인2는 '특별히 아픈 데가 없어도 보신용으로 한약(보약)을 먹는다', '몸에 좋다는 음식만을 골라먹는 편이다', '정기적으로 비타민이나 영양제를 먹곤 한다', '몸에 이상이 생기면 바로 병원이나 약국을 찾는다'등의 변수로 이를 대표하는 변수명으로 건강 민감형이라 명명하였다. 요인3은 '내 인생에 있어서 건강은 가장 중요한 재산이다', '내가 병에 걸렸을 때 얼마나 빨리 회복될 수 있는가나 자신의 행동에 달려있다'등으로 구성된 이 요인은 건강에 대한 의지로 명명하였다. 건강 라이프스타일에 대한 신뢰도 및 타당도는 [표 2]에서 확인할 수 있다.

표 2. 건강라이프스타일에 대한 타당도 및 신뢰도

건강 라이프스타일		요인 적재값	아이겐 값	분산비 (%)	Cronbach' α
건강 자신감	나는 건강유지를 위해 규칙적으로 운동을 한다	.794	3.585	35.8	.773
	적당한 몸매 유지를 위해 신경을 많이 쓴다	.761			
	나는 나의 건강에 대해 자신감을 가지고 있다	.727			
	나는 전반적으로 건강한 편이다	.639			
건강 민감형	특별히 아픈데가 없어도 보신용으로 한약(보약)을 먹는다	.819	1.829	18.3	.752
	몸에 좋다는 음식만을 골라먹는 편이다	.811			
	정기적으로 비타민이나 영양제를 먹곤한다	.663			
	몸에 이상이 생기면 바로 병원이나 약국을 찾는다	.641			
건강에 대한 의지	내 인생에 있어서 건강은 가장 중요한 재산이다	.850	1.125	11.3	.669
	내가 병에 걸렸을 때 얼마나 빨리 회복될 수 있는가나 자신의 행동에 달려있다	.704			

총분산 설명력 : 65.38%, Kaiser-Meyer-Olkin 척도 : 0.763, Bartlett의 구형성 검정 920.242(p<0.000)

2.2 와인선택속성의 타당도 및 신뢰도 분석

와인의 선택속성은 3개의 요인으로 추출되었다. 요인 분석은 건강 라이프스타일과 동일하게 R-type요인분석과 주성분분석을 통한 직각회전인 Varimax 방법을 사용하였다. 신뢰도를 검증하기 위해서는 Cronbach's-α 값을 사용하였다.

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Adequacy)는 0.838로 변수의 선정이 적합하였음을 알 수 있으며 Bartlett의 구형성 검정치는 1374.588(p<0.000)로 요인 분석의 적합성을 확인하였다. 요인분석의 총분산 설명력은 65.67%로 나타났다.

요인1은 '와인의 숙성정도', '와인의 품질등급', '포도의 수확연도(vintage)', '와인의 브랜드', '와인의 라벨(Lable)디자인', '와인생산국가 및 생산지역'등의 변수로 구성되어 있으며 이는 와인 라벨 특성이라 명명하였다. 요인 2는 '와인의 맛', '와인의 향', '와인의 품질'등으로 구성되어 있어 경험적 특성이라 명명하였다. 요인 3은 '주변 사람들의 추천', '와인 전문가의 추천', 그리고 '매스컴의 추천 및 정보'등으로 구성되어 있으며 이는 와인의 추천요인으로 명명하였다. 와인선택속성에 대한 타당도 및 신뢰도 분석은 [표 3]을 통하여 확인할 수 있다.

표 3. 와인선택속성에 대한 타당도 및 신뢰도 분석

와인선택속성		요인 적재값	아이겐 값	분산비 (%)	Cronbach' α
와인 라벨특성	와인의 숙성정도	.788	4.58	35.2	.858
	와인의 품질등급	.759			
	포도의 수확연도(vintage)	.746			
	와인의 브랜드	.728			
	와인의 라벨(Lable)디자인	.715			
경험적 특성	와인 생산국가 및 생산지역	.662	1.91	15.9	.795
	와인의 맛	.844			
	와인의 향	.806			
추천요인	와인의 품질	.789	1.38	11.5	.763
	주변 사람들의 추천	.836			
	와인전문가의 추천	.834			
	매스컴의 추천 및 정보	.744			

총분산 설명력 : 65.67%, Kaiser-Meyer-Olkin 척도 : 0.838, Bartlett의 구형성 검정 1374.588(p<0.000)

2.3 만족도의 타당도 및 신뢰도 분석

와인 구매 시 만족도에 대한 요인분석은 단일요인으로 총4개의 변수로 구성되었으며 '와인에 대해 전반적으로 만족한다', '와인 선택을 잘 했다고 생각한다', '기

대에 비해 만족한다’, ‘가격 대비 만족한다’등 4가지 변수들의 요인명은 와인 구매 만족도로 명명하였다.

표 4. 와인구매 만족도에 대한 타당도 및 신뢰도 분석

와인 구매 만족도		요인 적재 값	아이 겐값	분산 비 (%)	Cronbach's α
와인 구입 만족도	와인에 대해 전반적으로 만족한다	.902	2.96	74.0	.882
	와인 선택을 잘 했다고 생각한다	.902			
	기대에 비해 만족한다	.832			
	가격 대비 만족한다	.800			

총분산 설명력 : 74.0%, Kaiser-Meyer-Olkin 척도 : 0.771, Bartlett의 구형성 검정 673.301(p>0.000)

이 또한 건강 라이프 스타일과 같은 방법으로 요인분석을 하였으며 총분산 설명력은 74.0%로 나타났다. KMO(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Adequacy)는 변수의 타당성을 측정하기 위한 것으로 0.771로 변수의 적절성을 확인하였으며 Bartlett의 구형성 검정치는 673.301(p>0.000)으로 요인분석의 적합성을 나타내었다. 와인선택속성에 대한 타당도 및 신뢰도 분석은 [표 4]와 같다.

3. 가설검증

3.1 건강라이프스타일과 와인선택속성의 정준상관관계

본 연구의 가설을 검증하기 위해 정준상관분석을 실시하였으며 결과는 [표 5]와 같다. 정준상관분석은 다변량 분석기법으로써 2개 이상의 종속변수들과 2개 이상의 독립 변수들간의 관계를 분석하는 기법으로 복수의 상호 독립적인 정준함수(canonical functions)을 도출시켜준다[20]. 정준변량의 해석에 흔히 사용되는 3가지 방법으로는 (1)정준가중치(canonical weights 혹은 standardized coefficients), (2)정준적재량(canonical loadings 혹은 structure correlations), (3)정준교차적재량(canonical cross-loadings)을 들 수 있다. 본 연구에서는 가장 일반적으로 많이 사용하는 정준교차 부하량을 사용하여 평가기준과 평가지표와의 관계를 살펴 보았으며 또한 교차 부하량의 절대치 값은 최소 0.3이상의 값을 가지는 표준화 정준계수의 값을 토대로 두 집단간의 관련성을 살펴보았다.

총3개의 정준상관함수가 도출되었으나 그 중 하나만이 유의한 정준상관함수로 도출되었다. 따라서 본 연구에서는 유의한 정준상관함수만 나타내었다. 정준함수1의 정준식의 상관계수는 0.386(p<0.000)으로 나타났다. 정준함수1의 결과로는 건강 라이프스타일 요인중 건강에 대한 의지(0.800)와 와인선택속성요인 중 경험적 특성(-0.784)이 유의적인 상관관계를 보이고 있어 상대적으로 설명력이 높은 것으로 나타났다. 정준함수 1의 중복성 지수는 건강라이프스타일의 33.3%의 분산이 와인선택속성에 의해 설명되고 있음을 보여주며, 상대적으로 와인선택속성의 27.3%의 분산이 추진요인에 의해 설명되고 있다.

가설 검증 결과 “건강라이프 스타일과 와인선택속성 간에 유의한 상관관계가 있다”는 부분적으로 채택되었다. 건강 라이프스타일과 와인선택속성의 정준상관관계는 [표 5]와 같다.

표 5. 건강라이프스타일과 와인선택속성의 정준상관관계

요인명		표준정준가중치 (Standardized Canonical Coefficients)	교차부하량 (Cross Loading)
건강 라이프 스타일	건강자신감	-.517	-.199
	건강민감형	-.304	-.117
	건강에 대한 의지	-.800	-.309
	Redundancy 계수	.333	
와인선택속성	와인라벨특성	-.319	-.123
	경험적특성	-.784	-.302
	추천요인	-.533	-.205
	Redundancy 계수	.273	
		정준함수1	
정준상관계수		.386	
Wilk's Lamda		.829	
Chi-SQ		52.460	
자유도(df)		9	
유의수준		0.000	

3.2 건강 라이프스타일과 만족도간의 인과관계

전체 응답자의 건강 라이프스타일 요인이 와인구매 만족도에 미치는 영향관계를 확인해 본 결과, F=4.510(p<0.004)으로 나타났으며 건강에 대한 의지가 t=3.278(0.000)으로 유의한 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 건강 민감형과 건강 자신감요인은 와인구매 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 본 연

구에서는 요인분석 후 각각의 요인은 연구에 이용한 것이므로 공선성 통계량 값은 공차한계 1.0으로 독립변수들간의 다중 공선성은 없는 것으로 나타났다. 건강 라이프스타일이 만족도에 미치는 영향은 [표 6]과 같다.

표 6. 건강 라이프스타일이 만족도에 미치는 영향

항목	비표준화	표준오차	표준화	t	공차한계
	계수		계수		
상수	.000	.058		.007	
건강민감형	.075	.059	.075	1.284	1.00
건강에대한의지	.192	.059	.192	3.278 ***	1.00
건강자신감	.061	.059	.061	1.049	1.00

$R^2 = .046$, $\bar{R}^2 = .063$, D-W=1.624, F=4.510, $p < 0.004$

3.3 와인선택속성과 만족도간의 인과관계

와인 선택속성이 만족도에 미치는 영향관계에 대한 연구에서는 $F=12.881(p < 0.000)$ 이며, 수정된 R^2 는 11%의 설명력을 나타내고 있다. 와인라벨특성 $t=3.333(p < 0.000)$ 으로 유의한 정의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 경험적 특성은 $t=5.244(p < 0.000)$ 으로 만족도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 만족도에 영향을 미치는 영향력을 살펴보면 경험적 특성이 가장 큰 영향력을 나타냈고, 와인 라벨 특성순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 와인선택속성이 만족도에 미치는 영향은 [표 7]과 같다.

표 7. 와인선택속성이 만족도에 미치는 영향

항목	비표준화	표준오차	표준화	t	공차한계
	계수		계수		
상수	.001	.056		.025	
와인라벨특성	.087	.056	.187	3.333 ***	1.00
경험적특성	.293	.056	.295	5.244 ***	1.00
추천요인	.006	.056	.006	.115	1.00

$R^2 = .122$, $\bar{R}^2 = .113$, D-W=1.671, F=12.881, $p < 0.000$

V. 결론 및 시사점

웰빙과 건강이 전 세계에 이슈가 되고 있고 한국 또한 절주를 권하는 공익광고까지 등장하고 있다. '와인

소비량이 많은 나라일수록 심장병에 의한 사망률이 감소한다'는 일반적인 이미지로 건강, 웰빙 트렌드에 맞춰 와인의 소비량은 증가하고 있다[21].

본 연구는 건강에 대한 관심이 커지고 있는 상황에서 건강 라이프스타일이 와인을 구매하는 소비자들의 선택속성간에 영향관계가 있다는 것을 파악하고 각각의 건강 라이프스타일과 와인선택속성이 만족도에 미치는 영향을 파악하고자 하였다. 건강라이프스타일은 3개의 요인으로 구분되었으며 요인명은 건강자신감, 건강민감형, 그리고 건강에 대한 의지로 명명되었다. 와인선택속성 또한 3개의 요인으로 구분되었으며 3개의 요인명은 와인라벨특성, 경험적 특성 그리고 추천요인으로 구분되었다.

가설검증결과, 첫 번째 “건강라이프스타일은 와인선택속성과 유의한 영향관계가 있을 것이다”라는 가설은 건강라이프스타일의 요소 중 ‘건강에 대한 의지요인’과 와인선택속성의 요소 중 ‘경험적 특성요인’이 상대적으로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타나 부분 채택되었다. 이는 현재 본인의 건강을 과신하는 ‘건강자신감요인’이나 본인의 건강에 대해 예민한 ‘건강민감성요인’보다 본인의 건강은 스스로의 의지가 중요하다고 생각하는 ‘건강에 대한 의지요인’이 와인을 직접 마셔보고 체험해본 ‘경험적 특성’이 영향관계를 가지고 있다는 것을 나타낸다.

두 번째 가설인 “건강 라이프스타일은 와인 구매 후 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설은 건강 라이프스타일 중 ‘건강에 대한 의지요인’만이 구매 후 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

세 번째 가설인 “와인선택속성은 만족도에 영향을 미칠 것이다”라는 가설은 ‘와인의 라벨특성요인’과 ‘경험적 특성요인’이 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 선행연구중 이자윤·김성윤·문혜선의 연구에서는 관여도가 높은 집단에서 와인라벨의 특성요인은 와인의 구매횟수에 부의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 와인에 대한 경험적 요인은 구매횟수에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 라벨의 특성요인과 경험적 요인 모두 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본연구의 시사점은 와인과 건강에 대한 정보들이 많지만 실제적으로 와인을 선택하는데 있어서는 현재 자신의 건강에 대해 불신이나 과신을 하는 소비자들 보다 건강에 대한 의지가 있는 소비자들을 위해서 와인과 건강의 연결성에 대해서는 지속적으로 홍보를 필요하다는 것을 나타내는 것을 알 수 있다.

와인의 소비는 계속 증가하고 있다. 본 연구결과에 따르는 와인을 선택하는데 있어서는 건강에 민감하거나 혹은 건강에 대해 자신감이 넘치는 사람보다는 본인의 건강은 본인이 어떻게 관리하는 지에 따라 달라질 수 있다고 하는 요인과 본인이 직접 와인을 구매하고 마셔본 경험적 특성 요인이 상관관계가 있다는 것을 알 수 있다. 이는 와인선택속성 중 본인이 와인을 구매하고 만족했던 경험이 건강에 대한 의지요인을 가진 소비자에게 영향을 준다는 것과 같은 의미한다.

‘프렌치 패러독스’라고 하는 레드 와인이 건강에 좋다는 기사는 소비자에게 영향을 미치고 있다는 것을 알 수 있다. 아직 건강 민감형 요인이 만족도에 영향을 미치지 않거나 또는 와인선택속성에 영향을 미치지 않지만 건강에 대한 의지요인이 만족도에 영향을 미친다는 것은 와인에 대한 좋은 기사는 와인의 소비에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. 따라서 와인과 건강의 연관성에 대한 지속적인 홍보가 중요하다는 것을 알 수 있다. 뿐만 아니라 와인을 선택할 때 한눈에 그 와인의 정보를 알려줌으로써 소비자의 궁금증을 해소해 주는 와인라벨의 역할이 중요하며 와인 판매 시 시음을 통해 맛과 향 그리고 품질이 확인된 상태에서 소비자가 구매한다면 와인의 만족도는 높아질 수 있다고 판단된다. 또한 와인의 경험적 특성은 재 구매에 영향을 미친다고도 해석할 수 있다.

본 연구의 한계는 와인교육을 받은 사람들을 대상으로 편의표본추출을 하였기 때문에 본 연구결과를 일반화하기에는 한계가 있으며 향후 연구는 본 연구에서 이용된 단순한 건강 라이프스타일이 아닌 조금 더 확장된 건강과 직접적인 관련이 있는 레드와인을 선호하는 사람들의 건강 라이프스타일에 대한 연구와 다양한 분석 방법으로 더욱 실증적인 접근이 필요하다.

참고 문헌

- [1] S. Kolpan, B. H. Smith, and M. A. Weiss, *WINE WISE*, The Culinary Institute of America, 2008.
- [2] 관세청, 최근 와인·위스키 수입동향, 2013. 9.
- [3] www.seoul.co.kr/news/newsView.php?code=seoul&id=20121022025001&keyword=와인은 건강에 좋다
- [4] C. Willian, M. Christine, and D. Dewaal. “Health Lifestyles in Russia and the Socialist Heritage,” *Journal of Health and Social Behavior*, Vol.43, pp.42-55.
- [5] 신혜숙, “여대생의 건강생활양식에 관한 연구”, *대한간호학회지*, 제28권, 제4호, pp.992-1002, 1999.
- [6] D. Gochman, “Health Behavior Research, congrate Disciplines, Future Identity, and an Organizing Matrix: An Integration of Perspectives,” *health Behavior*, New York: Plenum. Vol.4, pp.395-425.
- [7] 이영숙, 정명숙, “의료소비자의 건강 라이프스타일과 정보탐색이 의료서비스 만족과 재이용 의도에 미치는 영향”, *보건경제연구*, 제9권, 제1호, pp.97-116, 2003.
- [8] 고재윤, 정미란, “라이프스타일에 따른 와인 선택 속성에 관한 연구”, *외식경영연구*, 제9권, 제1호, pp.51-57, *Tourism Research*, 제26호, p.19-34, 2006.
- [9] 임영미, *식생활라이프스타일에 따른 와인선택속성에 관한 연구*, 경희대학교 관광대학원 석사학위논문, 2006.
- [10] 손일락, 김연선 “청주지역 대학생들의 식생활라이프스타일에 따른 외식행동 연구”, *한국콘텐츠학회논문지*, 제8권, 제11호, pp.347-355, 2008.
- [11] 김지윤, “웰빙라이프스타일이 와인선택속성에 미치는 영향”, *Tourism Research*, 제26호, pp.19-34, 2008.
- [12] 김소연, 김선이, “의료소비자의 건강 라이프스타일 유형에 따른 온라인 정보탐색에 관한 연구”, *소비문화연구*, 제15권, 제2호, pp.75-97, 2012.

[13] 고재윤, 장미란, “와인소비자 유형별 와인레이블 정보의 중요도 인식차이에 관한 연구”, 관광학연구, 제30권, 제1호, pp.403-42, 2006.

[14] 전진화, 방진식, 최태호, “와인 소비자의 선택속성의 만족도에 관한 연구”, 한국조리학회지, 제12권, 제2호, pp.88-105, 2006.

[15] M. Corduas, L. Cinquanta, and C. Ievoli, “The importance of wine attributes for purchase decisions: A study of Italian consumers’ perception,” Food Quality and Preference, Vol.28, pp.407-418.

[16] J. T. Gil and M. Sanchez, “Consumer Preferences for wine Attribute: A Conjoint Approach,” British Food Journal, Vol.99, No.1, pp.3-11.

[17] 고재윤, 만명봉, 이수백, “소비가치와 와인선택속성의 관계 연구”, 외식경영연구, 제14권, 제4호, pp.235-252, 2011.

[18] 송경숙, “와인 선택속성이 만족도 및 재구매의도에 미치는 영향 - 와인 관여도의 조절효과를 중심으로-”, 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제5호, pp.431-446, 2012.

[19] 이자윤, 김성윤, 문혜선, “주관적 계층의식과 관여도 수준에 따른 와인수요 결정요인에 관한 연구”, 호텔경영학연구, 제22권, 제2호, pp.151-168, 2013.

[20] 차석빈, 김홍범, 오홍철, 윤지환, 김우곤, *사례를 통해 본 다변량 분석의 이해*, 백산출판사, 2008.

[21] http://food.chosun.com/site/data/html_dir/2008/12/11/2008121101057.html

[22] 김지윤, *라이프스타일에 따른 의료이용행태 분석*, 연세대학교 대학원석사논문, 1998.

[23] 강명근, *건강 라이프스타일이 의료이용에 미치는 영향*, 연세대학교 대학원 박사논문, 2001

[24] 서진우, 허경숙, “와인구매고객의 라이프스타일이 선택속성, 고객만족도에 미치는 영향”, 관광·레저연구, 제22권, 제5호, pp.225-241, 2010.

[25] 손재근, 이정은, “웰빙라이프스타일에 따른 와인의 지각된 가치와 신뢰, 고객만족간의 관계”, 관

광연구, 제24권, 제5호, pp.213-229, 2009.

[26] 전진화, 방진식, 최태호, “와인 소비자의 선택속성의 만족도에 관한 연구”, 외식경영연구, 제12권, 제2호, pp.88-105, 2006.

[27] 정용해, “와인구매동기 세분화에 따른 와인선택속성 및 구매 후 만족의 차이”, 외식경영연구, 제11권, 제2호, pp.243-264, 2008.

저자 소개

최성임(Seong-Im Choi)

정희원



- 2008년 2월 : 광주대학교 대학원 (관광학석사)
- 2011년 2월 : 세종대학교 대학원 (호텔관광경영학 박사)
- 2013년 9월 ~ 현재 : 장안대학교 호텔관광경영학부 호텔조리

과 강사

<관심분야> : Hospitality industry, 관광경영, 식음료

임은순(Eun-Soon Yim)

장신희원



- 1983년 2월 : 세종대학교 경제학과(경제학석사)
- 1987년 2월 : 세종대학교 경제학과(경제학박사)
- 1987년 2월 ~ 현재 : 세종대학교 호텔관광경영학과 교수

<관심분야> : 관광수요 및 예측, 연구방법론

김창용(Chang-Yong Kim)

정희원



- 1977년 2월 : 중앙대학교(정치학사)
- 2008년 8월 : 세종대학교 관광대학원(호텔경영학석사)
- 2011년 2월 ~ 현재 : 세종대학교 호텔관광경영학과 겸임교수

<관심분야> : 와인마케팅, 식생활문화