

1인 가구 형태의 식생활유형이 외식선택속성과 행동의도에 미치는 영향

장 용 현¹⁾ · 이 보 순²⁾ · 이 종 호^{1)¶}

경성대학교 호텔관광외식경영학부^{1)¶} · 우석대학교 외식산업조리학과²⁾

This Type of Diet affected of One-Person Households is also on the Selection of Catering Properties and Behavior Intention

Yong-Hyun Jang¹⁾ · Bo Soon Lee²⁾ · Jong-Ho Lee^{1)¶}

Dept. of Foodservice Management, Kyungsoong University^{1)¶}
Department of Food Sciences and Culinary Arts, Woosuk University²⁾

Abstract

This study examined the factors that affect the relationship between single-person households, food related life style, restaurant selection attributes, and behavioral intention. In order to perform statistical analyses required in the study, SPSS 18.0 Statistical Program was employed for frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, correlations, and regression analysis. The results of exploratory factor analysis showed that four factors regarding food related life style were extracted from all measurements with a KMO of 0.716 and a total cumulative variance of 64.437%, With regard to restaurant selection attributes, one factor was extracted with a total cumulative variance of 75.372% and a KMO score of 0.739. One factor for behavioral intention was extracted that accounted for a total cumulative variance of 61.312% and a KMO score of 0.666. All factors were significant to .000 and the correlation between variables was significant. Thus, based on the results, the main research hypotheses regarding the relationships among food related life style restaurant selection attributes, and behavioral intention were adopted.

Key words: single-person households, food related life style, restaurant selection attributes, behavioral intention

I. 서 론

최근 국내 1인 가구의 증가로 인해 혼자 밥을 먹는 사람들의 등장으로 이들을 공략하는 상품 및 서비스도 급증하고 있으며, 식품과 외식업계에서 1인 가구 공략을 본격화하고 있다. 통계청 조사에 따르면 2000년 226만 가구 전체가구 대비 15.6%에 그쳤던 국내 1인 가구의 비율이 2010년 들어 23.9%로 급증했다. 2013년에는 25%를 넘어

서면서 전통적인 4인 가구의 비율을 앞질렀다. 2015년 506만가구(26.5%), 2035년에는 763만 가구로 대한민국의 1인 가구 비중이 30%가 넘어설 것이라고 하였다(<http://kosis.kr>). HMR(home meal replacement)인 가정간편식 시장을 공략했던 식품업은 물론 외식업계에서도 1인 가구를 공략하기 위한 메뉴들을 계속 선보이고 있는 것이다. 이처럼 1인 가구가 주요 소비층으로 부상하면서 다양한 1인용 식제품과 테이크아웃 서비스가 확대되

¶: 이종호, johlee@ks.ac.kr, 부산 남구 수영로 309, 경성대학교 호텔관광외식경영학부

고, 쉽게 요리할 수 있도록 식재료를 손질한 반가공 및 반조리 식품과 소량으로 포장된 식품도 인기를 끌고 있다. 또한, 고급 레스토랑에서 먹을 수 있는 식재료를 마트에서 소분 판매해 소비자들에게 큰 호응을 얻고 있다. 이처럼 1인 가구가 급증함에 따라 홀로 식사를 즐기는 다양한 라이프스타일 트렌드가 등장한 것이다. 또한, 외식업계에서도 1인 가구 공략에 나섰다. 1인 가구가 보편화되면서 혼자서도 맛있는 음식을 즐기는 트렌드와 결합된 트렌드가 보편화 되고 있다. 이는 식품업계뿐만 아니라, 다른 유통업계에서도 일반화 되고 있는 상황이라고 하였다(현대경제신문 2016). 1인 가구의 소비성향을 살펴보면 2015년 기준 80.5%로 전체 가구(73.6%)보다 6.9% 포인트 높다. 이에 소비재 시장은 1인 가구를 겨냥해 1인용 가전, 가구, 간편식 등을 내놓고 뜨거운 경쟁을 펼치고 있다. 편의점이 연평균 20~30%의 성장률을 보이며, 오프라인 유통업체 중 나홀로 질주를 하는 배경에는 1인 가구가 있다. 편의점의 연령대별 매출 비중을 보면 20~30대가 50%가 넘으며, 이들 대부분이 1인 가구로 나타났다. 가장 큰 수혜를 본 품목은 도시락이다. 도시락 매출이 전년 동기 대비 190% 증가하면서 매출 1위 제품에 도시락이 이름을 올렸다. 2014년과 2015년만 하더라도 맥주와 소주가 1위였지만, 도시락이 이들을 제친 것이다. 식품업계도 1인 가구의 급증에 따라 가정간편식인 HMR 시장이 급속도로 성장할 것으로 보고 있다. 솔로이코노미와 싱글슈머(Single+Consumer) 등으로 불리는 1인 가구가 새로운 소비주체로 부상되면서 소비재뿐만 아니라, 문화서비스와 콘텐츠도 차별화가 필요하다고 강조했다. 1인 가구의 증가가 소비재 시장뿐 아니라, 사회 전반에 걸쳐 어떤 영향을 미칠 지 관심이 집중되고 있다(스포츠조선 2016). 최근에 1인 가구가 급증하게 된 가구형태이기 때문에 그 특성이나 식생활유형이 명확히 파악되지 않고 있다. Kim HS(2008)은 식생활유형을 라이프스타일의 한 부분으로 개인의 생존을 위한 이유를 넘어 인간의 문화적 측면과 관

련된 생활양식이라 하였다. Park JM(2014)의 연구에서는 지속적으로 성장하고 있는 1인 가구와 그들의 생활과 질이 향상되면서 세분화되는 식생활유형을 연구하여 1인 가구를 타겟으로 국내 외식산업의 성장을 도모하고, 다각적인 방법으로 성장하고 있는 편의식품산업의 마케팅 방안을 제시하였다. 따라서 본 연구는 1인 가구 형태의 식생활유형의 전제가 되는 주요 변수들을 규명하고, 이러한 변수들이 외식선택속성요인과 행동의도가 어떠한 영향관계를 보이는지 실증조사를 통해 알아보고자 한다. 그리고 연구내용을 바탕으로 외식업계 및 식품회사에서 1인 가구의 라이프스타일에 따른 마케팅적 시사점을 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 1인 가구

Kim HY(2007)의 연구에서 미국의 경우, 한사람이나 그 이상의 사람들이 동일한 가구를 형성하여 함께 사는 것을 가구(household)라 규정하고 있다. 1인 가구를 One Person Household로 지칭하며, 의미는 한사람만으로 구성된 가구를 지칭한다고 하였다. Jou JH(2012)은 법적 배우자가 존재한다고 할지라도 동거하지 않거나 경제생활을 공유하지 않는 것을 1인 가구라 정의하였다. Lee HR(2013)은 1인 가구를 독립적으로 생계유지를 위해 취사나 취침 등의 활동을 하는 것을 1가구 1인 형태라 규정하였으며, 결혼이나 동거 여부 등의 기준으로 1인 가구의 범위를 한정하지 않았다. Her YK(2013)의 연구에서는 1인 가구의 식생활은 불규칙하고 가공식품이나 외식의 의존도가 높아 식품시장과 외식산업에 새로운 소비층으로 부상되고 있으나, 1인 가구들을 위한 가공식품이나 건강한 식생활에 관한 연구를 하였다. Park JM(2014)은 1인 가구 식생활유형에 따른 편의식품 선택속성의 영향관계를 분석하여 편의식품 판매업체들의 경쟁력을 높이기 위한 메뉴의 다양성,

맛, 신선함과 식생활의 변화 등을 금전적 가치의 경쟁력에 대해 조사하였다. Park HH·Nah K (2015)는 1인 가구의 소비패턴을 반영한 외식업 방향연구에서 2030 세대의 식생활 라이프스타일을 분석하여 서비스선호도를 조사한 결과, 배달포장을 선호한다고 하였다. Lim HH(2015)는 2030 세대들의 1인 가구의 라이프스타일 유형과 소비가치의 분석을 통하여 1인 가구의 라이프스타일에 따른 베이커리 소비가치에 문제를 제기하여 차후 베이커리 제품개발과 마케팅 활동에 필요한 기초자료 및 시사점을 제시하였다.

2. 식생활유형

식생활 유형은 사회나 집단 구성원들에 의해 습득, 공유, 전달되어온 식생활의 패턴 또는 양식이며 식품을 대상으로 가공, 조리된 모든 방식과 식사 장소인 공간적인 면까지 포함된다. Seong HS(2005)의 연구에서 식생활은 음식물 섭취와 관련된 인간의 모든 행위로서 개인이나 집단의 취향과 기호가 반영되므로 인간의 기본적인 욕구와 문화적 측면이 하나의 생활양식으로 나타나는 문화현상이며, 시대에 맞게 변화하면서 발전해온 생활문화유형이라 정의하였다. Park JM (2014)은 라이프스타일에 의해 영향을 받으며, 소비행동 및 구매는 생활양식이나 가치관 등이 밀접한 관련이 있으므로 라이프스타일을 분석하면 구매행동 유형을 세분화 할 수 있다고 하였다.

3. 외식선택속성

선택속성은 소비자들의 행동을 규명하고, 소비자들의 선택을 유발시키는 근원이 되며, 선택행동이 선택요인과 불가분의 관계이다. 선택속성은 의사결정의 욕구와 기대를 충족시킬 수 있다는 점에서 소비자행동을 분석하는 근본적인 접근방법이라 하였다(Fodness 1994). Jeon IH(2009)는 제품이나 상표, 점포가 가지는 속성들 중 소비자들의 행동, 선호하는 제품, 실질적 구매, 점포의 방문 등에 결정적 영향을 미치는 속성을 결정적 속성

이라 하고, 선택속성과 관련된 선행연구들에서는 결정적 속성을 선택속성과 동일한 의미로 사용하였다. Choi HH(2011)는 제품이 가진 유·무형의 특징이며, 소비자 중심에서는 혜택의 묶음이라 하였다. 소비자들은 제품 구매후 만족도를 지각하게 되는데, 소비자들이 제품의 선택 여부를 결정하는데 중요한 요소로 작용하는 것이 속성이라 하였다. Kim YH(2013)는 다양하고 복잡하게 세분화되고 급변하는 현대사회에서 외식소비자의 욕구 또한, 다양화되어가는 추세로 외식소비행동을 함에 있어 선택기준에도 영향을 주는 것으로 나타났다.

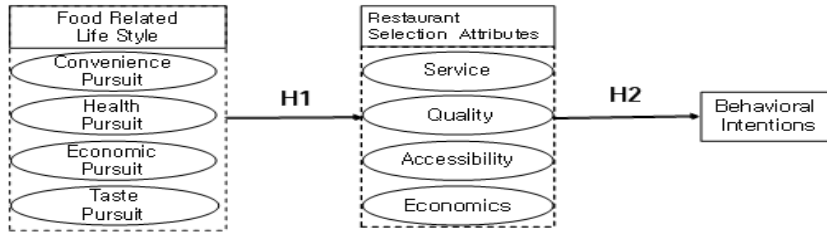
4. 행동의도

행동의도는 대상에 대한 태도를 형성한 후, 특정한 미래행동으로 개인의 의지와 신념으로 정의되며, 연구대상 및 목적에 따라 다양하게 정의할 수 있다(Boulding et al 1993). Lee GW(2009)는 행동의도를 경제적, 사회적 두 가지 측면으로 구분하여 재구매행동, 지불의사, 전환행동은 재무측면에 영향을 미치는 경제적 행동의도로 보았으며 사회적 행동의도는 불만표현행동, 구전 등이 잠재고객에게 영향을 줄 수 있다고 하였다. Lee HS (2014)는 행동의도를 개인이 어떤 대상에 대한 태도를 형성한 후 소비자의 의지와 신념으로 정의하고, 재구매, 추천의도를 포함하는 단일요인으로 구성하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구모형

본 연구에서는 1인 가구형태의 식생활유형요인, 외식선택속성, 행동의도 간의 인과관계에 이론적 근간을 두고, 식생활유형요인과 외식선택속성간의 영향관계, 외식선택속성과 행동의도와의 영향관계를 규명하고, 연구의 목적 달성하기 위해 선행 연구(Seol HG et al 2007, Park JM 2014) 참고하여 여러 가지 변수들을 근거로 <Fig. 1>과 같



<Fig. 1> Research model.

은 연구모형을 설정하였다.

2. 가설설정

1) 식생활유형요인과 외식선택속성

Yim YM·Yoon HH(2006)는 식생활유형에 관한 연구에서 음식과 관련한 사회행동양식을 분석하여 선택속성요인으로는 맛, 향, 가격, 정보요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Seol HG et al(2007)의 연구에서는 식생활유형을 웰빙추구, 양식선호, 외식선호, 미식가, 간편추구형으로 분류하여 영향을 미치는 연구결과로 조사되었다. Park JM(2014)은 편의, 건강, 경제, 미식추구형으로 식생활유형을 분류하고, 식품선택속성은 편의성, 음식의 질, 가격 등에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 선행연구를 토대로 가설을 설정하였다.

- H1: 1인 가구형태의 식생활유형요인은 외식 선택속성에 영향을 미칠 것이다.
- H1-1: 식생활유형요인의 편의추구는 외식 선택속성에 영향을 미칠 것이다.
- H1-2: 식생활유형요인의 건강추구는 외식 선택속성에 영향을 미칠 것이다.
- H1-3: 식생활유형요인의 경제추구는 외식 선택속성에 영향을 미칠 것이다.
- H1-4: 식생활유형요인의 맛 추구는 외식 선택 속성에 영향을 미칠 것이다.

2) 외식선택속성과 행동의도

You HK et al(2007)의 연구에서는 노년 소비자

들의 선택속성을 대상으로 요인분석을 한 결과, 환경과 서비스, 음식의 품질, 접근용이성, 음식의 경제성의 4가지 요인의 외식선택속성이 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kim EH (2014)의 연구에서 외식소비선택에는 여러 가지 다양한 요인들에 영향을 받지만, 소비자의 취향과 선호패턴은 순간 또는 지속적인 선택행동의 결과를 형성하며, 소비자들의 선택속성이 소비자 구매에 직접적인 영향을 미치는 것으로 조사되었다. Lee HS(2014)는 뉴 실버세대의 외식선택속성 4가지 요인인 서비스, 품질, 편의, 경제성 모두 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구에서 외식선택속성과 행동의도의 영향관계를 분석하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H2: 외식선택속성은 행동의도에 영향을 미칠 것이다.
- H2-1: 외식선택속성의 서비스는 행동의도에 영향을 미칠 것이다.
- H2-2: 외식선택속성의 품질은 행동의도에 영향을 미칠 것이다.
- H2-3: 외식선택속성의 접근성은 행동의도에 영향을 미칠 것이다.
- H2-4: 외식선택속성의 경제성은 행동의도에 영향을 미칠 것이다.

3. 변수의 조작적 정의

Kim BR(2013)은 싱글족의 식생활유형에 따른 만족도와 삶의 질에 관한 구조적관계에서 선행연구를 근거로 하여 식생활유형을 편의추구, 건강추구, 경제추구, 맛추구 등 4개 요인에 관련된 내용

의 14문항을 외식선택속성은 Gu BG(2010)의 연구를 바탕으로 하여 환경과 서비스, 음식의 품질, 접근 및 편의성, 경제성으로 구분하여 12문항을 행동의도는 Lee HS(2014)의 연구에서 뉴 실버세대의 소비가치에 따른 외식선택속성이 행동의도에 미치는 영향관계 연구에서 측정 변수로 사용한 4개 문항 중 본 논문의 목적에 맞게 재구성하여 3문항을 사용하였다. 이러한 선행연구를 바탕으로 전혀 그렇지 않다(1점)에서 매우 그렇다(5점)까지 리커트 5점 척도로 측정하였다.

4. 연구방법

본 연구의 설문조사는 2016년 4월 2일부터 4월 10일까지 부산지역에 거주자들을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 조사대상은 20세 이상 50세 이하의 결혼 여부와 관계없이 함께 살고 있는 상대가 없는 1인 가구 소비자를 대상으로 연구 목적과 취지를 설명한 후 자료 수집을 수행하였다. 총 170부의 설문지를 배포하였으며, 회수한 설문지 중에서 불성실하게 응답한 20부의 설문지는 제외하였으며, 150부의 유효한 설문지를 최종적인 분석 자료로 이용하였다. 모든 설문 문항은 5점 리커트 척도로 측정되었다. 연구 자료의 분석은 SPSS 18.0을 이용하여 빈도분석, 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석, 상관분석과 단순, 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 실증분석

1. 조사대상자의 일반적인 특성

조사대상자들의 인구통계학적 특성은 <Table 1>과 같다. 표본의 성별은 남성(53.3%)이 상대적으로 많았으며, 연령대는 20~30대(42.0%), 학력은 전문대졸(34.7%)이, 직업은 학생(39.3%)으로 조사되어 가장 높게 나타났다.

2. 탐색적 요인분석

1) 식생활유형요인 및 신뢰도분석

선택결정요인에 대한 측정항목의 요인분석 및 신뢰성 분석결과는 <Table 2>와 같다. 주성분 분석과 베리맥스(Varimax) 회전을 사용하고, 고유치의 값이 1 이상이라는 조건으로 공통요인을 선택하였다. 요인 적재치(factor loading)는 0.4 이상의 것을 사용하였다. 요인 명은 편의추구, 경제추구, 건강추구, 맛추구로 요인 명을 정하였다. 각 요인의 신뢰도는 0.7 이상의 신뢰도를 나타냈고, KMO 값은 0.716으로 나타났으며, 총 분산설명력은 64.437로 나타났다.

2) 외식선택속성 요인 및 신뢰도분석

외식선택속성에 대한 요인 및 신뢰도분석은 <Table 3>에 제시되어 있다. 요인 명은 서비스, 품

<Table 1> Demographic characteristics of the subject (N=150)

Division	Variable	Frequency	Ratio	Division	Variable	Frequency	Ratio
Gender	Male	80	53.3	Occupation	Student	59	39.3
	Female	70	46.7		Corporate employee	51	34.0
Age	20~30	63	42.0		Specialized occupation	17	11.3
	31~40	34	22.7		Service	17	11.3
	41~50	53	35.4	Public official	6	4.0	
Education level	High School	22	14.7	Monthly income	Less than 1 million	79	52.7
	College	52	34.7		1 million~less than 2 million	65	43.3
	University	48	32.0		2 million~less than 3 million	4	2.7
	Graduate school	28	18.7		Over 3 million	2	1.3
Total		150	100	Total		150	100

<Table 2> Food related life style factors and reliability analysis

Factors	Classification	Factor loading	Eigen value	Variance (%)	Cronbach's α
Convenience pursuit	Often choose processed foods.	.820	3.005	17.420	.783
	Often eat bread, milk, and snacks.	.808			
	Often purchased precooked foods.	.784			
	Often order delivered food.	.690			
Economic pursuit	I always confirm prices.	.812	2.341	16.752	.756
	I purchase discount items.	.802			
	Create pre-shopping items.	.801			
	I buy cheaply priced products.	.606			
Health pursuit	I do not eat instant food for health reasons.	.833	2.249	15.698	.800
	Eat single portions for weight control.	.829			
	I think to eat nutritious food.	.807			
Taste pursuit	If you see unfamiliar buy food delicious.	.839	1.426	14.567	.751
	I am not afraid to try new food.	.823			
	I am willing to go some distance for well-known delicious food.	.739			
KMO Kaiser-Meyer-Olkin		0.716			
Bartlett Chi-square		1,403.327			
Significant		0.000			
Total cumulative variance(%)		64.437			

질, 접근성, 경제성으로 요인명을 정하였다. 신뢰도는 0.7 이상의 신뢰도를 나타냈고, KMO값은 0.739로 나타났으며, 총분산설명력은 75.372로 나타났다. Bartlett의 구형성 검정치가 1086.130 ($p=0.000$)으로써 상관행렬이 요인분석 하기에 적합하다고 해석할 수 있다.

3) 행동의도 요인 및 신뢰도분석

행동의도에 대한 요인 및 신뢰도분석은 <Table 4>에 제시되어 있다. 요인의 신뢰도는 0.678, KMO 값은 0.666으로 나타났으며, 총 분산설명력은 61.312로 나타났다. 변수 간의 상관이 0인지를 검정하는 Bartlett의 구형성 검정치가 156.890($p=0.000$)으로서 상관행렬이 요인분석하기에 적합하다고 해석할 수 있다.

3. 상관관계분석

변수 간의 전반적인 관계성을 파악하기 위하여 상관관계 분석을 한 결과는 <Table 5>와 같다. 편의추구와 품질($r=0.468$, $p<0.01$), 건강추구와 경제성($r=0.278$, $p<0.01$), 경제추구와 행동의도($r=0.365$, $p<0.01$), 경제성과 행동의도($r=0.744$, $p<0.01$) 간에 강한 상관성이 나타났으며, 그 외 모든 요인 간에 유의한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

4. 가설검정

1) 1인 가구형태의 식생활유형요인이 외식 선택속성에 미치는 영향

<Table 3> Restaurant selection attributes factors and reliability analysis

Factors	Classification	Factor loading	Eigen value	Variance (%)	Cronbach's α
Service	Beause of the interior atmosphere.	.838	3.516	21.582	.796
	B of friendly service staff.	.817			
	Because comfortable tables and chairs.	.797			
Quality	Because of the freshness of food ingredients.	.854	1.571	20.725	.775
	Because the taste and nutritional value of food.	.785			
	Because recipes are considered healthy.	.779			
Accessibility	There is easy access from home or work	.892	1.288	16.601	.793
	Because of convenient parking	.868			
Economics	The amount of food is appropriate.	.889	1.162	16.465	.742
	The price of food is reasonable.	.856			
KMO Kaiser-Meyer-Olkin		0.739			
Bartlett chi-square		1086.130			
Significant		0.000			
Total Cumulative Variance(%)		75.372			

<Table 4> Behavioral intention factors and reliability analysis

Factors	Classification	Factor loading	Eigen value	Variance (%)	Cronbach's α
Behavioral intention	I introduce to others.	.793	1.839	61.312	.678
	We will continue to revisit.	.789			
	It will preferentially selected.	.766			
KMO Kaiser-Meyer-Olkin		0.666			
Bartlett Chi-square		156.890			
Significant		0.000			
Total cumulative variance(%)		61.312			

<Table 5> Correlation analysis

Factors	Convenience	Health	Economic	Taste	Service	Quality	Accessibility	Economics	Behavioral
Convenience	1								
Health	.341**	1							
Economic	.408**	.278**	1						
Taste	.286**	.210**	.329**	1					
Service	.395**	.270**	.250**	.350**	1				
Quality	.468**	.170**	.301**	.294**	.326**	1			
Accessibility	.311**	.260**	.310**	.225**	.375**	.286**	1		
Economics	.308**	.171**	.250**	.350**	.200**	.184**	.172**	1	
Behavioral	.298**	.210**	.365**	.275**	.145**	.289**	.189**	.744**	1

** p<0.01.

<Table 6> Influence of food related life style effect on restaurant selection attributes

Dependent variable	Independent variable	β	Standardized coefficient	t-value	Sig
Service	Convenience	.084	.015	5.743***	.000
	Health	.932	.014	64.685***	.000
	Economic	.009	.014	.632	.311
	Taste	.023	.014	1.676	.308
$R^2=.459$, Adjusted $R^2=.448$, $F=139.679$, $p=0.000$					

*** $p<0.001$.

(1) 1인 가구형태의 식생활유형요인이 서비스에 미치는 영향

식생활유형요인이 서비스에 미치는 영향에 관한 가설검정을 하기 위한 다중회귀분석 결과는 <Table 6>에 제시되어 있다. 전체회귀식의 설명력은 $R^2=.459$ (adjusted $R^2=.448$)이고, F 값은 139.679이며, 회귀식은 $p=0.000$ 으로 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다. 독립변수 중 편의추구, 건강추구, 2개 요인만 유의하게 나타나, 식생활유형요인이 서비스에 영향을 미친다는 가설은 부분채택되었다.

(2) 1인 가구형태의 식생활유형요인이 품질에 미치는 영향

전체회귀식의 설명력은 $R^2=.201$ (adjusted $R^2=.110$)이고, F 값은 37.051이며, 회귀식은 $p=0.000$ 으로 유의한 것으로 분석되었다. 독립변수 중 편

의추구, 건강추구, 경제추구 3개 요인이 유의하게 나타나, 식생활유형요인이 품질에 영향을 미친다는 가설은 부분채택되었다.

(3) 1인 가구형태의 식생활유형요인이 접근성에 미치는 영향

전체 회귀식의 설명력은 $R^2=.140$ (adjusted $R^2=.210$)이고, F 값은 327.436이며, 회귀식은 $p=0.000$ 으로 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다. 독립변수 중 편의추구, 건강추구, 맛추구 3개 요인이 유의하게 나타나, 식생활유형요인이 접근성에 영향을 미친다는 가설은 부분채택되었다.

(4) 1인 가구형태의 식생활유형요인이 경제성에 미치는 영향

전체 회귀식의 설명력은 $R^2=.121$ (adjusted $R^2=.150$)이고, F 값은 120.324이며, 회귀식은 $p=0.000$

<Table 7> Influence of food related life style effect on restaurant selection attributes

Dependent variable	Independent variable	β	Standardized coefficient	t-value	Sig
Quality	Convenience	.021	.062	4.576***	.000
	Health	.032	.061	60.486***	.000
	Economic	.032	.061	3.676*	.035
	Taste	.021	.058	1.378	.095
$R^2=.201$, Adjusted $R^2=.110$, $F=37.051$, $p=0.000$					

* $p<0.05$, *** $p<0.001$.

<Table 8> Influence of food related life style effect on restaurant selection attributes

Dependent variable	Independent variable	β	Standardized coefficient	t-value	Sig
Accessibility	Convenience	.048	.043	11.170*	.023
	Health	.081	.073	1.892*	.045
	Economic	.060	.055	1.488	.138
	Taste	.720	.684	19.743***	.000
$R^2=.140$, Adjusted $R^2=.210$, $F=327.436$, $p=0.000$					

* $p<0.05$, *** $p<0.001$.

으로 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다. 독립 변수 중 편의추구, 건강추구 2개 요인이 유의하게 나타나, 식생활유형요인이 경제성에 영향을 미친다는 가설은 부분 채택되었다.

2) 외식선택속성이 행동의도에 미치는 영향

외식선택속성이 행동의도에 미치는 영향에 대

한 다중회귀분석을 실시한 결과는 <Table 10>에 제시되어 있다. 전체 회귀식의 설명력은 $R^2=.356$ (adjusted $R^2=.230$)이고, F 값은 104.497이며, 회귀식은 $p=0.000$ 으로 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다. 서비스, 품질, 접근성, 경제성 모두 유의하게 나타나, 외식선택속성이 행동의도에 영향을 미친다는 가설은 채택되었다.

<Table 9> Influence of food related life style effect on restaurant

Dependent variable	Independent variable	β	Standardized coefficient	t-value	Sig
Economics	Convenience	.058	.084	5.743***	.000
	Health	.296	.932	64.685***	.000
	Economic	.071	.009	.632	.528
	Taste	.058	.023	1.676	.095
$R^2=.121$, Adjusted $R^2=.150$, $F=120.324$, $p=0.000$					

*** $p<0.001$.

<Table 10> Influence of restaurant selection attributes effect on behavioral intention

Dependent variable	Independent variable	β	Standardized coefficient	t-value	Sig
Behavioral Intention	Service	.048	.041	17.249***	.000
	Quality	.081	.041	18.617***	.000
	Accessibility	.060	.040	14.446**	.004
	Economics	.720	.039	1.992*	.047
$R^2=.356$, Adjusted $R^2=.230$, $F=104.497$, $p=0.000$					

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

V. 결론 및 시사점

본 연구는 1인 가구의 식생활유형요인이 외식선택속성과 행동의도에 유의한 영향을 미치는지를 분석한 실증분석 연구이다. 1인 가구의 식생활유형이 외식선택속성에 어떻게 영향을 미치는지와 외식선택속성이 행동의도에 미치는 영향관계를 알아보기 위해 선행연구를 근거하여 모형화하고, 이를 검증하고자 하였다. 연구결과와 시사점을 제시하면 다음과 같다. 각 개념들의 구성요인에 대한 신뢰도와 타당도를 검증하였으며, 탐색적 요인분석을 통해 식생활유형과 외식선택속성요인은 4개 요인으로 도출되었으며, 행동의도에 대한 요인분석 결과, 각각 1개의 요인으로 도출되어 그대로 명명하여 사용하였다. 첫째, 1인 가구의 선택결정요인의 하위요인 편의추구, 건강추구, 경제추구, 맛추구 4개 요인 모두 외식선택속성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 1인 가구의 식생활요인이 외식선택속성의 개인별 선택요인이 결정적 기준이 있다는 것을 알 수 있다. 1인 가구의 식생활유형요인 중 건강추구와 편의추구($p < 0.001$)가 가장 중요한 요인으로 조사되었으며, 경제추구($p < 0.05$)와 맛추구($p < 0.001$)에 비해 상대적으로 중요한 요인으로 확인되었다. Kim BR(2013)의 연구에서는 미식추구의 식생활유형을 가진 싱글족은 편의식품 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. Park JM(2014)는 음식의 질(다양성, 맛, 식생활변화)이 식품구매 후 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 조사되었고, Park HH·Nah K(2015)는 1인 가구의 소비지출 패턴의 유형으로는 주거비지출 중심형, 음식숙박지출 중심형, 교통비지출 중심형, 다양한 활동지향형의 4개 유형을 도출하였다. 식생활유형 요인에는 미식추구형을 가진 1인 가구가 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 편의추구와 미식추구형의 1인 가구들은 식품을 선택할 때 가격에 영향을 미치며 건강추구와 경제추구형은 가격에 유의한 영향을 미치지

않는 것으로 나타났다. 이는 외식업종의 종류가 다양해지고, 선택의 폭이 넓어져 음식의 질이 높아짐에 따라 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 외식선택속성요인의 하위요인 서비스, 품질, 접근성, 경제성 4개 요인 모두 행동의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 외식선택속성요인 중 서비스와 품질($p < 0.001$)이 가장 중요한 요인으로 조사되었으며, 접근성($p < 0.01$)과 경제성($p < 0.05$)에 비해 상대적으로 중요한 요인으로 확인되었다. Her YK(2013)의 연구에서 1인 가구의 식생활유형 중 편추구와 미식추구형 1인 가구들은 식품을 선택할 때 가격을 가장 먼저 고려한다. 1인 가구의 식생활은 규칙적이지 못하고, 가공식품이나 외식의 의존도가 높은 것으로 조사되었으며, 1인 가구는 식품시장과 외식산업에 새로운 소비층으로 자리를 잡고 있다. 연구결과, 1인 가구 소비자들이 외식업을 선택할 때 서비스, 품질, 접근성, 경제성을 고려하지만, 식생활유형을 바탕으로 세분화했을 때 편의추구형과 건강추구형은 외식업을 선택할 때 서비스, 품질, 접근성, 경제성의 요인을 모두 고려한다는 것을 알 수 있다. 경제추구형은 품질을 고려하며, 외식업을 선택하는 것으로 분석되며, 맛추구형은 접근성을 고려한다는 것을 알 수 있다. 그러나 경제추구형은 서비스, 접근성, 경제성 측면에서 유의하지 않다는 결과가 나왔다. 이는 외식업을 선택할 때 식생활유형이 포함하고 있는 선택속성을 다각적으로 고려한다는 것을 알 수 있고, 맛추구형은 처음 보는 음식과 새로운 음식에 두려움 없이 도전하므로 외식업 선택 시에도 즉흥적인 결정을 하는 유형으로 나타났다. 현재의 외식업은 다양한 가구형태와 외식업의 변화는 한 끼 식사를 해결하는 음식이 아니라, 문화로 정착되고 있다(Woo IS·Park IK 2015). 따라서 본 연구에서처럼 1인 가구의 식생활유형요인에 따른 외식선택속성요인과 행동의도를 강화하기 위해 본 연구에서는 1인 가구의 식생활유형요인의 외식선택속성과 행동의도에 미치는 영향을 분석하고, 요인에 대한

분석 결과를 토대로 마케팅전략 및 1인 가구 소비자들의 이용향상을 위해 기초적인 자료를 제시하고자 한다.

한글 초록

본 연구에서는 1인 가구의 식생활유형요인이 외식선택속성과 행동의도에 미치는 영향요인들과 그 요인을 이용한 앞으로의 활용방안을 제시하고자 한다. 조사 연구의 목적을 달성하기 위하여 통계프로그램 SPSS 18.0을 활용하여 빈도분석, 요인분석 및 신뢰도분석, 상관관계분석, 회귀분석을 실시하였다. 분석결과를 보면 식생활유형요인에 대한 측정항목의 탐색적 요인분석 결과, 4개 요인으로 KMO 값은 0.716, 충분산비율 64.437%, 외식선택속성에 대한 요인분석은 충분산비율 75.372%, KMO 값은 0.739로 나타났다. 행동의도에 대한 요인분석은 충분산설명력 61.312%, KMO 값은 0.666으로 나타났다. 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도가 좋게 분석되었고, 유의확률이 0.000으로 나타나 전반적으로 변수들 간의 상관관계는 유의적이다. 따라서 식생활유형에 따른 외식선택속성은 행동의도에 미치는 영향에 관한 가설은 부분 채택되었다.

주제어: 1인 가구 형태, 식생활유형, 외식선택속성, 행동의도

참고문헌

- Boulding W, Kalra A, Staelin R, Zeithaml VA (1993). A dynamic process model of service quality: From expectation to behavioral intention. *Journal of Marketing Research* 30:7-27.
- Choi HH (2011). The Relationship between Satisfaction and Recommendation of the Properties of the Selected Restaurants. Master's Thesis, Sejong University.
- Department of Foodservice & Culinary Management Graduate School Kyonggi University.
- Fodness D (1994). Measuring Tourist Motivation. *Annals of Tourism Research: A*.
- Gu BG (2010). Dining restaurant select properties and behavior of consumers eating out silver. *Research Dining Area Studies* 5(2):1-14.
- Her YK (2013). It is Nine Cities 1 diet survey. Sookmyung Women's University Graduate School of Traditional Arts Master's thesis.
- Im YM, Yoon HH (2006). Study on the properties of the selected wine dietary lifestyle. *Tourism Research Journal* 20(3):289-300.
- Jeon IH (2009). The Impact wine Buying Motives and Select Properties on Customer Satisfaction and Repurchase Intention Also. Doctoral Dissertation, Sejong University.
- Jou JH (2012). One Person Households Is the Phrase Study on the Consumption Patterns of Eating Out Singles. Culinary-MBA Graduate Thesis, Mailing University .
- Kim BR (2013). Friendliness of the Diet Type of food Singgeuljok Structural Relationship Satisfaction and Quality of Life. A Master's Degree Thesis, Sookmyung Women's University.
- Kim EH (2014). Study on Ethnic Restaurant Select Properties. Master's Thesis, Sangmyung University.
- Kim HS (2008). Bakery Product according to the Study on the Effect of Diet Type on Purchase. Graduate School of Information Industry Master's Thesis, Chungwoon University.
- Kim HY (2007). One Person Households Is one Conscious Sphere Bihon Family and Living Conditions Survey. Graduate Thesis, Korea Women's Development Institute. Womans University.

- Kim YH (2013). Hotel Restaurant Impact on the value Perception of Food Styling, Customer Satisfaction and Revisit Your Doctor. Master's Thesis, DongEui University.
- Lee GW (2009). Influence Emotional Responses in accordance with the Consumption Patterns of Customers using Korean Restaurant is also on the Action. Master's Thesis, Kyonggi University.
- Lee HR (2013). The Study on the Spatial Distribution Characteristics of Metropolitan Women Applying one Nine Settlements. Master's Thesis, Seoul City University Graduate School of Engineering.
- Lee HS (2014). Influence of Foodservice Select Properties, Depending on the Consumption Value of the New Generation Silver is also on the Action. Graduate Thesis, Dankook University.
- Lim HH (2015). A Studyon Bakery Consumption Value as Life Style of Single House Holds.
- Park HH · Nah K (2015). Study on restaurant franchise service reflected on a single household consumer patterns. *Journal of Digital Design*, 15(3):697-704.
- Park JM (2014). The effect applied to two types of diet on convenience foods choose Properties and satisfaction. Thesis University game.
- Seol HG, Lee SH, Jeon JG (2007). Study on dietary Lifestyle. *Catering Management Association* 10(2):267-284.
- Seung HS (2005). Bakery Products Usage Patterns of the Dietary Lifestyle. Ewha University.
- Woo IS, Park YK (2015). The impact of tourism help of local specialties menu, quality, value perception, and behavior of the relationship - Focused KyungJu specialty breads. *Korea Culinary Research* 21(3):29-39.
- You HK, Hong WS, Lee GY (2007). Dining restaurant seongtaek consumer behavior and properties of older consumers. *Catering Management Research* 10(3):115-136.
- <http://kosis.kr>(국가통계포털)
- <http://www.finomy.com> 현대경제신문(2016. 03. 21).
- <http://sports.chosun.com>

2016년 05월 01일 접수
 2016년 05월 17일 1차 논문수정
 2016년 07월 10일 논문게재확정