

식생활 라이프스타일 유형이 다이어트 도시락 선택속성의 중요도에 미치는 영향

김 빛 나 · *심 기 현

숙명여자대학교 전통문화예술대학원 전통식생활문화전공

Effects of Food-related Lifestyle on the Importance of Selected Attributes of Diet Lunch Box

Binna Kim and *Ki Hyeon Sim

Dept. of Traditional Dietary Life, Graduate School of Traditional Culture and Arts, Sookmyung Women's University, Seoul 04310, Korea

Abstract

The study subjects were 302 adult males and females aged more than 20 years living in the metropolitan area of South Korea. This study was conducted to obtain baseline data to establish proper development and marketing strategies by examining the effects of food-related lifestyles on the importance of diet, purchasing behavior towards diet lunch boxes, and their selected attributes such as menu, packaging, and services. With respect to food-related lifestyle, a cluster analysis was performed by using five factors such as convenience factor, health factor, safety factor, taste factor, and economy factor obtained from factor analysis to derive the economy type, the taste and economy type, the convenience type, the safety type, and the health type. As a result, the respondents regarded 'food hygiene (4.59)', 'freshness (4.47)', 'taste (4.28)', and 'nutrient balance (4.19)' as the selected attributes of diet lunch box menus. Moreover, the importance of diet lunch box menus ($\beta=0.179$) was increased with increasing safety orientation. 'Shelf life label (4.42)' was the most important selected attribute of diet lunch boxes, followed by 'ingredient label (4.19)', 'nutrition facts label (4.16)', and 'indication of origin (4.15)'. In particular, the importance of packaging for diet lunch boxes ($\beta=0.203$) was increased with increasing safety orientation. With respect to the selected attributes of services in purchasing diet lunch boxes, 'provision of personalized menus (4.07)' was the most important, and the importance of services for diet lunch box ($\beta=0.160$) was increased with increasing taste and economy orientation. Based on the above results, the respondents gave importance to the selected attributes related to food safety and health such as hygiene and, freshness. In addition, they also placed emphasis on hygiene and safe factors such as shelf life, ingredients, and nutrition facts labels. Therefore, it is considered necessary to develop diet lunch boxes by taking these factors into account. Furthermore, in services for diet lunch boxes, it is considered necessary to establish a service system capable of providing consumers with specialized menu or nutrition counseling according to the food-related lifestyle for their proper health management. Particularly, because consumers place emphasis on both food hygiene and safety, and health, it is considered necessary to thoroughly manage hygiene, safety, and nutrition in menu or packaging so that it is possible to enhance customer satisfaction by considering these selected attributes in greater detail.

Key words: food-related lifestyle, diet lunch box, factor analysis, selected attribute, importance, regression analysis

서 론

우리나라는 1970년대 경제성장으로 인한 소득수준 향상과

여성의 사회참여에 따른 맞벌이 부부 증가로 식생활이 서구화 되면서 패스트푸드와 인스턴트식품의 섭취가 증가하고 있다(Im & Lee 1996; Kim & Chong 2015). 이러한 식생활의

* Corresponding author: Ki Hyeon Sim, Dept. of Traditional Dietary Life, Graduate School of Traditional Culture and Arts, Sookmyung Women's University, Seoul 04310, Korea. Tel: +82-2-2077-7475, Fax: +82-2-2077-7475, E-mail: santaro@sm.ac.kr

서구화로 비만인구가 증가하면서 당뇨병, 고혈압, 뇌졸중을 비롯한 각종 성인병의 유병률도 증가하고 있다. 세계보건기구(World Health Organization 2016)에 의하면, 전 세계의 18세 이상 성인 중에 39%인 19억 명은 과체중이고, 13%인 6억 명은 비만으로, 1980년에서 2014년 사이에 비만 비율은 2배 이상 증가하였다. 특히 2015년 국민건강영양조사에서 19세 이상 성인의 비만 유병률은 33.2%(Ministry of Health and Welfare 2016)로서, 비만으로 인한 사회경제적 비용은 2005년의 1조 8천억 원에서 2012년에는 3조 4,000억 원을 증가한 것으로 보고되어, 비만 인구에 의한 사회경제적 비용도 기하급수적으로 증가될 것으로 예상된다(Kang 등 2011; SERI 2012). 2015년 국민건강영양조사(Ministry of Health and Welfare 2016)에서 체질량지수 25 kg/m² 이상인 사람 중에 62.3%가 체중감량 경험이 있는 것으로 나타났다. 이와 같이 체중감량을 하는 사람이 많이 늘어나면서 다이어트 방법에 대한 관심도 증가하고 있으며, 다이어트 상품 시장도 꾸준히 증가할 것으로 예상된다.

비만으로 인한 체중감량은 영양적으로 균형 있는 식사를 하면서 과도한 열량 섭취를 제한하고, 규칙적인 운동을 병행하는 등의 과학적인 방법으로 이루어져야 한다(Kim 등 1998; Kim & Lee 2006). Kim & Park(2003)과 Kim & Lee(2006)의 선행연구에서 여성들은 식사량을 줄이는 식이요법을 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 일정기간 단식이나 절식을 통한 극단적인 다이어트 방법은 공복감을 수반하고, 건강을 해치기 때문에, 간편하게 섭취하여 공복감 없이 건강하게 체중을 감량할 수 있는 다이어트 식품에 대한 관심도 높아지고 있다(Won 등 2012). 그러나 다이어트 식품은 체중감량을 중단한 이후의 요요현상이나 부작용, 장기간 섭취에 대한 경제적 부담 등이 발생할 수 있어서 개인의 건강상태나 경제적 상황에 맞는 적절한 다이어트 방법이 필요하다(Kim WK 1996). 특히 잘못된 다이어트 방법은 우리 몸의 필요한 영양을 제대로 섭취하지 못해 건강 상태를 악화시킬 수 있으므로, 평소 균형 있는 식사와 규칙적인 운동이 필요하다. 이러한 이유로 인해 최근 들어 바쁜 현대인들을 위해 간편하면서도 건강하게 식사관리를 할 수 있는 다이어트 도시락이 관심 받고 있다.

농촌진흥청에 따르면 국내 도시락 시장 규모는 2015년 2조 5천억 원에서 2016년 약 3조억 원에 이를 것으로 전망하고 있다(Lee & Cho 2016). 특히 세계적인 경기침체와 1인 가구 증가, 자기개발 등의 이유로 편의점 도시락은 매출 상위 10위 안에 들 정도로 판매가 급증하고 있다(Lee & Cho 2016). 그 중 다이어트 도시락은 정확한 시장규모를 알 수 없으나, 네이버 트렌드 조사(Naver trend 2017)에서 ‘다이어트 도시락’의 모바일 검색량은 최대 검색량 100을 기준으로 조회기간 내 상대적 지표변화를 분석한 결과, 2011년 1월에는 3, 2016

년 4월에는 54로 5년 사이에 18배 증가하는 것으로 나타나, 다이어트 도시락에 대한 관심이 높아지는 것을 확인하였다. 다이어트 도시락 업체는 주로 온라인을 통한 배송 서비스를 하며, 다이어트를 목적으로 하는 성인 남녀와 외식으로 끼니를 해결하기 힘든 1인 가구를 비롯해서 당뇨병, 고지혈증, 고혈압 등과 같이 특정 질병을 가지고 있는 환자들이 주 고객을 이루고 있어, 현대인의 바쁜 라이프스타일을 고려한 식사관리 형태로 발전하고 있다(MBN. 2014; SBS CNBC 2015).

이와 같이 다이어트 도시락에 대한 관심이 증가함에 불구하고, 다이어트 도시락에 대한 연구는 부족한 상황이다. 다이어트 식품에 대한 연구로는 다이어트 식품구매 형태(Ha 등 2009)와 다이어트 프로그램 효과(Park 등 2013)와 같이 다이어트 프로그램이나 식품구매에 관한 연구들이 보고되고 있으나, 다이어트 도시락에 대한 연구는 전무하다. 시판 도시락에 관한 연구로는 2000년대 이전에는 도시락 업체의 기기류(Pack 등 1987)나 도시락 업체의 생산실태(Kye 등 1988), 편의점 판매용 도시락의 위생관리(Kwak & Kim 1996)와 같이 도시락 업체의 생산시설이나 품질수준, 위생관리에 관한 연구들이 많이 보고되었다. 그러나 2000년대 이후에는 도시락 케이터링의 제품특성과 서비스품질이 고객만족도에 미치는 영향(Ryu GM 2009)이나 외식업체 도시락 이용 시 중요도와 만족도(Cha 등 2014), 프랜차이즈 도시락 전문점의 선택속성 중요도가 행동의도에 미치는 영향(Park DS 2014), 도시락 브랜드 이미지가 품질수준 및 구매의도에 미치는 영향(Hwang YJ 2016), 웰빙추구성향에 따른 프랜차이즈 도시락 전문점 메뉴 선호도(Jung YJ 2016)와 같이 도시락 구매에 영향을 주는 여러 가지 요인들에 대한 연구들이 많이 보고되고 있다. 그러나 현재 도시락 시장의 외형적인 규모 확대에 비추어 볼 때에 다이어트 도시락과 같이 세분화된 도시락 시장에 관한 연구는 부족한 실정이다. 따라서 향후 다이어트 도시락 시장이 확대되기 위해서는 소비자의 요구에 맞는 도시락 개발과 마케팅 전략이 필요하다.

라이프스타일은 개인의 일상적인 생활을 표현하는 유형으로 다양한 분야의 마케팅 전략 수립에 활용되고 있다(Nam SG 2006). 특히 식생활 라이프스타일은 음식 섭취와 관련된 개인의 개성이나 가치를 반영하고 있어, 외식산업에서도 활발히 연구되고 있는 분야 중의 하나이다. 이에 본 연구에서는 식생활 라이프스타일에 따라 다이어트 도시락 구매 고객을 유형화시켜 이들의 식생활 라이프스타일에 맞는 다이어트 도시락을 개발하고, 소비자 지향적인 마케팅 전략을 수립하는데 활용할 수 있는 기초자료를 제공하고자 수행되었다.

연구대상 및 방법

1. 연구대상 및 기간

본 연구는 선행연구(Cha 등 2014; Jung YJ 2016)에서 시판 도시락을 구매한 경험이 많은 것으로 알려진 서울, 경기, 인천 등의 수도권 지역에 거주하는 20대 이상 성인 남녀 중에 시판 도시락 구매 경험이 있는 사람들을 대상으로 식생활 라이프스타일에 따른 다이어트 도시락 이용실태 및 다이어트 도시락 구매 시 선택속성의 중요도에 미치는 영향에 대해 알아보고자 다음과 같이 설문조사를 실시하였다. 조사기간은 2015년 3월 18일부터 4월 12일까지였고, 설문방법은 응답자가 직접 기입하는 자기기입방식(self-administered questionnaire survey)으로 우편조사를 통해 설문지를 배포한 후에 회수하였다. 개발된 설문지는 예비조사를 통해 문항의 타당도를 검증하여 수정한 후에 최종 설문조사에 이용되었다. 총 360부의 설문지를 배부하여 회수된 설문지 333부 중에서 불완전한 설문지를 제외한 302부(회수율 83.9%)가 분석에 이용되었다. 본 연구의 표본크기는 독립표본 *t*-검정(independent sample *t*-test)과 일원분산분석(One-way ANOVA)을 위해 G Power 3.1 프로그램을 사용하여 중간효과크기(*F*) 0.25과 유의수준(α) 0.05에서 검정력(1- β) 0.80일 때 표본수 180명을 근거로 하였다.

2. 연구내용

본 설문지는 식생활 라이프스타일에 관한 선행연구인 Ryu GM(2009)와 Lee JH(2012), Choi 등(2013), Lee & Na(2014), Park DS(2014)의 선행연구에서 사용된 식생활 라이프스타일의 측정도구 중 본 연구와 적합한 문항을 도출하여 설문지를 작성하였다. 또한 Lee NY(2010)와 Cha 등(2014) 선행연구를 참고하여 다이어트 도시락 요구도에 대한 설문문항을 다음과 같이 구성하였다.

첫째, 식생활 라이프스타일을 도출하기 위한 16개 문항으로 구성하였다.

둘째, 조사 대상자의 다이어트 도시락 이용실태에 대해 알아보기 위해 다이어트 도시락의 구매경험, 구매이유, 구매처, 구입가, 구매하지 않은 이유, 향후 이용계획 등에 대해 6개 문항으로 구성하였다.

셋째, 식생활 라이프스타일이 다이어트 도시락 선택속성인 메뉴, 포장, 서비스의 중요도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 메뉴의 선택속성 중요도를 알아보는 9개 문항, 포장의 선택속성 중요도를 알아보는 8개 문항, 서비스의 선택속성의 중요도를 알아보는 3개 문항으로 각각 구성하였다.

넷째, 조사 대상자의 일반사항에 대한 문항은 성별, 연령, 결혼, 직업, 월평균 소득, 월평균 외식비, BMI 산출을 위한 체중과 신장 등의 8개 문항으로 구성하였다.

3. 연구도구

조사 대상자의 비만도를 측정하기 위하여 성별, 연령, 신장, 체중을 묻고, 체중(kg)/신장²(m²)으로 체질량지수(BMI; Body Mass Index)를 산출하였다. 세계보건기구의 서태평양지구 체질량지수의 비만도 평가기준(World Health Organization 2016)에 따라 BMI 18.5 미만은 저체중, 18.5 이상~23 미만은 정상, 23 이상~25 미만은 과체중, 25 이상은 비만으로 분류하였다.

4. 통계분석

본 연구를 위해 수집된 설문자료는 SPSS 통계 프로그램(21.0 version, SPSS Inc., Chicago, IL, USA)을 사용하여 분석하였다.

첫째, 조사대상자의 일반적인 특성을 알아보기 위해 빈도 분석(frequency analysis)을 실시하였다. 둘째, 식생활 라이프스타일의 측정문항들의 타당성을 검증하기 위해 요인분석(factor analysis)과 신뢰도 분석을 실시하였다. 측정문항들의 내적 일치도를 나타내는 Cronbach's α 값을 산출하였고, 이를 바탕으로 군집분석을 통해 식생활 라이프스타일의 군집을 도출하였다. 셋째, 조사대상자의 일반적인 특성과 식생활 라이프스타일에 따른 집단 간의 차이를 검증하기 위해 독립표본 *t*-검정과 일원분산분석을 실시하였으며, 일원분산분석 후에 유의성이 있는 경우, 집단 간의 차이를 규명하기 위해서 Duncan's multiple range test를 실시하였다. 넷째, 식생활 라이프스타일이 다이어트 도시락 구매 시 선택속성인 메뉴, 포장, 서비스의 중요도에 미치는 영향을 알아보기 위해서 다중회귀분석(multi regression analysis)을 실시하였다. 독립변수들의 다중공선성을 검사하기 위해서 회귀분석을 통한 공차한계 및 VIF 계수를 산출하였고, 다중회귀 분석에서 잔차에 대한 상관관계를 알아보기 위해 Durbin-Watson 분석을 실시하였다. 이상의 통계적 차이에 대한 검증의 유의수준은 $\alpha=0.05$, $\alpha=0.01$, $\alpha=0.001$ 에서 실시하였다.

결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 Table 1과 같이 성별은 남성이 41.1%, 여성이 58.9%로 여성의 빈도수가 높았다. 연령은 20대가 46.7%로 가장 많았고, 30대 37.4%, 40대 9.9%, 50대 이상이 6.0%로 나타났다. 결혼 여부는 미혼이 71.9%, 기혼이 28.1%로 나타나서 미혼이 대부분이었다. 직업은 사무/관리직이 36.0%로 가장 많았고, 학생 21.9%, 전문직 19.2%, 판매/서비스직 6.6%, 기타 6.3%, 자영업 5.0%, 주부 3.0%, 생산직 2.0%로 나타났다. 월평균 소득은 200만원 미만 44.0%로 가장 많았고, 200만원 이상~300만원 미만 26.2%, 300만원 이상~400만원 미만 16.6%, 500만원 이상 8.9%, 400만원 이상~500

Table 1. General characteristics of the respondents

	Variables	N(%)
Gender	Male	124(41.1)
	Female	178(58.9)
Age (years)	20's	141(46.7)
	30's	113(37.4)
	40's	30(9.9)
	50's≤	18(6.0)
Marital status	Single	217(71.9)
	Married	85(28.1)
Occupation	Office worker	109(36.0)
	Specialized job	58(19.2)
	Student	66(21.9)
	Sales and service	20(6.6)
	Self-employed	15(5.0)
	Manufacturing workers	6(2.0)
	Housewife	9(3.0)
	Others	19(6.3)
Average monthly household income (unit: 10,000 won)	<200	133(44.0)
	200~300	79(26.2)
	300~400	50(16.6)
	400~500	13(4.3)
	500≤	27(8.9)
Average monthly eating-out cost (unit: 10,000 won)	<10	39(12.9)
	10~<30	138(45.7)
	30~<50	75(24.9)
	50~<100	30(9.9)
	100≤	20(6.6)
BMI (kg/m ²)	<18.5	40(13.3)
	18.5~<23	162(53.6)
	23~<25	54(17.9)
	25≤	46(15.2)
	Total	302(100.0)

만원 미만인 4.3% 순으로 나타났다. 월평균 외식 지출비용은 10만원 이상~30만원 미만인 45.7%로 가장 많았고, 다음으로 30만원 이상~50만원 미만인 24.9%, 10만원 미만인 12.9%, 50만원 이상~100만원 미만인 9.9%, 100만원 이상이 6.6% 순으로 나타났다. BMI는 18.5 이상~23 미만(정상)이 53.6%로 가장 많았고, 23 이상~25 미만(과체중) 17.9%, 25 이상(비만) 15.2%, 18.5 미만(저체중) 13.3% 순으로 나타났다.

2. 식생활 라이프스타일의 유형 도출

조사대상자들의 식생활 라이프스타일의 유형을 알아보기

위하여 측정항목에 대한 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인회전방식은 직교회전인 Varimax 방식을 사용하였고, 요인적재량(factor loading)과 공통성이 0.4 이상인 항목을 의미하는 항목으로 판단하였다(Lee CK 2014).

식생활 라이프스타일 유형을 측정하기 위한 16개 항목의 탐색적 요인분석 결과는 Table 2와 같다. 요인분석 결과, 요인적재량과 공통성이 낮거나 여러 개의 요인에 동시에 높은 적재량을 보이는 4개 항목을 제거하고, 고유치가 1 이상인 5개의 요인을 추출하였다. 이 때 전체 요인에 대한 분산설명력은 65.484%로 나타났다.

요인 1은 '패스트푸드를 자주 먹는다', '인스턴트 식품을 자주 이용한다', '배달 음식을 자주 시킨다' 등의 항목으로 구성되어 편의추구형으로 명명하였고, 분산설명력은 26.722%로 나타났다. 요인 2는 '평소에 식사할 때에 저칼로리 식단을 선호한다', '식품 구매 시 영양성분을 확인한다', '저염식을 선호한다', '식품첨가물이 포함된 식품은 구매하지 않는다' 등의 항목으로 구성되어 건강추구형으로 명명하였고, 분산설명력은 14.319%로 나타났다. 요인 3은 '식품은 청결하고 신뢰가 가는 곳에서 구매한다', '식품의 영양을 최우선으로 생각한다', '유기농 식품을 선호한다' 등의 항목으로 구성되어 안전추구형으로 명명하였고, 분산설명력은 10.199%로 나타났다. 요인 4는 '맛집 위주로 외식하는 것을 좋아한다', '외식할 때에 맛을 최우선으로 생각한다', '외식할 때에 맛집 관련 블로그나 방송을 참고한다' 등의 항목으로 구성되어 미각추구형으로 명명하였고, 분산설명력은 7.902%로 나타났다. 요인 5는 '할인상품 위주로 식품을 구매한다', '식품 구매 시 가격이 저렴한 대형마트를 이용한다', '식품 구매 시 가격이 저렴한 대형마트를 이용한다', '장 볼 때에 가격을 비교한 후 식품을 구매한다' 등의 항목으로 구성되어 경제추구형으로 명명하였고, 분산설명력은 6.342%로 나타났다.

각각의 도출된 요인들을 구성하는 항목들의 내적 일치도를 측정하기 위하여 Cronbach's α 계수를 산출하였으며, 일반적으로 사회과학에서는 Cronbach's α 계수가 0.6 이상이면 측정도구의 신뢰성이 확보되는 것으로 판단한다(Lee CK 2014). 각 요인들의 Cronbach's α 계수는 편의추구형은 0.841, 건강추구형은 0.745, 안전추구형은 0.742, 미각추구형은 0.693, 경제추구형은 0.593으로 나타나서 요인들을 구성하는 항목들의 내적 일치도는 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 나타났다.

탐색적 요인분석을 통해 도출된 요인을 바탕으로 식생활 라이프스타일을 유형화하여 집단으로 분류하기 위해서 군집분석을 실시하였다. 비계층적 군집분석 중 하나인 K-평균 군집분석을 통하여 군집분석을 실시한 결과, 5개의 군집이 식생활 라이프스타일을 분류하는데 가장 적절한 것으로 나타났다. 식생활 라이프스타일 요인들의 5개 최종군집과 일원분

Table 2. Examination of reliability according to the factor analysis of food-related lifestyle

Factor	Items	Factor loading	Communality	Eigen value	Variance explained(%)	Accumulated variance(%)	Cronbach's α
Convenience factor	I tend to eat fast foods often.	0.830	0.744	4.276	26.722	26.722	0.841
	I eat instant foods often.	0.877	0.837				
	I frequently eat delivery food.	0.803	0.671				
Health factor	I prefer low-calory foods.	0.789	0.662	2.291	14.319	41.041	0.745
	I check nutrition facts when purchasing foods at the supermarket.	0.744	0.610				
	I prefer low-sodium foods.	0.567	0.526				
	I do not purchase foods with food additives inside.	0.549	0.552				
Safety factor	I am buying foods from reliable and sanitary places.	0.850	0.741	1.632	10.199	51.239	0.742
	I attach more importance to nutrition.	0.726	0.660				
	I prefer organic foods when purchasing food products.	0.607	0.599				
Taste factor	I love to go out to eat at famous restaurants.	0.873	0.776	1.264	7.902	59.142	0.693
	I consider the taste the most important factor, when eating out.	0.741	0.603				
	I refer to restaurant review blog and food-related TV program when eating out.	0.705	0.638				
Economy factor	I tend to purchase groceries on sale.	0.802	0.700	1.015	6.342	65.484	0.593
	I compare the price of the food before purchasing.	0.711	0.615				
	I use cheapest major supermarkets when I buys foods.	0.683	0.544				

Kaiser-Meyer-Olkin scale=0.779, Bartlett's test of sphericity: $\chi^2=1,545.618$ ($p<0.000$).

Table 3. Analysis of factor differences according to food-related lifestyle

Factor	Cluster	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	F-value (p)
		Economy type (N=41)	Taste & economy type (N=65)	Convenience type (N=61)	Safety type (N=68)	Health type (N=67)	
Factor 1	Convenience factor	-0.23±0.88 ^{a1)2)}	-0.39±0.99 ^a	1.02±0.75 ^b	-0.18±0.88 ^a	-0.23±0.78 ^a	27.493 ^{***} (0.000)
Factor 2	Health factor	-0.62±0.76 ^a	-0.49±0.71 ^{ab}	0.06±0.64 ^c	-0.32±0.96 ^{bc}	1.22±0.56 ^d	63.190 ^{***} (0.000)
Factor 3	Safety factor	0.19±0.79 ^b	-0.56±0.84 ^a	-0.76±0.86 ^a	0.93±0.69 ^c	0.17±0.74 ^b	47.816 ^{***} (0.000)
Factor 4	Taste factor	-1.48±0.75 ^a	0.77±0.60 ^d	-0.15±0.80 ^b	0.27±0.83 ^c	0.03±0.74 ^{bc}	60.077 ^{***} (0.000)
Factor 5	Economy factor	0.59±0.69 ^c	0.65±0.74 ^c	-0.58±0.98 ^a	-0.75±0.05 ^a	0.30±0.72 ^b	40.776 ^{***} (0.000)

*** $p<0.001$.

1) Responses using a 5-point scale (1=strongly disagree to 5=strongly agree).

2) ^{a-d} Different superscript letters are statistically different at $p<0.05$ by Duncan's multiple range test.

산분석을 실시한 결과는 Table 3과 같다.

5개의 군집으로 분류되었으며, 군집 1은 경제추구형(N=41)으로, 군집 2는 미각 & 경제추구형(N=65)으로, 군집 3은 편의추구형(N=61)으로, 군집 4는 안전추구형(N=68), 군집 5는 건강추구형(N=67)으로 명명하였으며, 식생활 라이프스타일 요인에 대한 군집별 일원분산분석 결과, 모든 요인에서 유의적인 차이를 보였다. 이러한 식생활 라이프스타일의 유형은 여러 선행연구(Seung HS 2005; Jung & Yoon 2007; Choi 등 2013)에서도 본 연구의 식생활 라이프스타일 유형과 비슷하게 분류되었다.

3. 다이어트 도시락 이용실태

조사대상자의 다이어트 도시락 이용실태는 Table 4와 같다. 조사대상자의 12.9%가 다이어트 도시락을 구매해본 경험이 있는 것으로 나타나서 다이어트 목적으로 다이어트 도시락을 구매하는 사람들의 비율이 낮은 것을 확인하였다. 다이어트 도시락을 구매한 경험이 있는 조사대상자의 구매 이유

로는 ‘체중 감량을 위해 구매했다’는 응답이 53.8%로 가장 많았고, 다이어트 도시락 구매처로는 온라인 다이어트 도시락 업체가 76.9%로 가장 많았다. 구매한 다이어트 도시락 가격은 ‘6,000원 이상~9,000원 이하’ 33.3%, ‘9,000원 이상~12,000원 이하’ 30.8%, ‘3,000원 이상~6,000원 이하’ 25.6%, ‘3,000원 미만’ 5.1%, ‘12,000원 이상~15,000원 미만’ 5.1% 등의 순으로 나타나서 다이어트 도시락 구매할 때에 6,000원 이하보다는 6,000원 이상~12,000원 이하의 가격대를 선호하는 것으로 판단된다. Cha 등(2014)의 연구에서 외식업체 도시락 이용 가격은 평균 5천원으로 나타나서 다이어트 도시락이 일반 외식업체 도시락에 비해 가격이 높은 것을 확인할 수 있었다. 다이어트 도시락 비구매자의 다이어트 도시락을 구매하지 않은 이유로는 다이어트 도시락에 대한 필요성을 느끼지 못해서 44.1%, 다이어트 도시락이 있는지 몰라서 28.9%, 가격이 부담스러워서 12.2%, 식사시간이 불규칙해서 7.6%, 판매업체를 신뢰할 수 없어서 7.2% 순으로 나타났다. 따라서 다이어트 도시락 판매 시 구매 경험자에 대한 체중감량 효과를 적극적으로

Table 4. The actual conditions in use of diet lunch boxes

Variables	N(%)	
Experience of purchasing diet lunch box (N=302)	Yes	39(12.9)
	No	263(87.1)
Reason for purchasing diet lunch box	To lose weight	21(53.8)
	Not having time to cook	5(12.8)
	Health care	4(10.3)
	Convenient meal	9(23.1)
Purchasing place of diet lunch box	Convenience store	2(5.1)
	Specialty store	3(7.7)
	Off-line diet lunch box company	2(5.1)
	Online diet lunch box company	30(76.9)
	Others	2(5.1)
One-time purchase price of diet lunch box (unit: won)	<3,000	2(5.1)
	3,000~<6,000	10(25.6)
	6,000~<9,000	13(33.3)
	9,000~<12,000	12(30.8)
	12,000~<15,000	2(5.1)
Reason for not purchasing diet lunch box (N=263)	Know nothing of diet lunch box	76(28.9)
	Irregular meal	20(7.6)
	Unneeded item	116(44.1)
	A pretty high price	32(12.2)
	Untrusted lunch specialty store	19(7.2)
Planning to purchase diet lunch boxes in the future (N=302)	Yes	92(30.5)
	No	210(69.5)
Total	39(100.0)	

으로 홍보하여 구매욕구를 높일 필요가 있을 것으로 사료된다. 조사대상자의 향후 다이어트 도시락 이용계획에 대해서는 30.5%가 앞으로 다이어트 도시락을 구매할 의향이 있는 것으로 나타났다.

4. 식생활 라이프스타일이 다이어트 도시락 선택속성의 중요도에 미치는 영향

1) 식생활 라이프스타일이 다이어트 도시락 메뉴에 대한 선택속성의 중요도에 미치는 영향

다이어트 도시락 메뉴의 선택속성에 대한 중요도 결과는 Table 5와 같이 ‘음식의 위생(4.59점)’을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났고, 다음으로 ‘신선도(4.47점)’, ‘맛(4.28점)’, ‘영양의 균형(4.19점)’, ‘저렴한 가격(4.12점)’, ‘다양한 메뉴(3.91점)’, ‘저칼로리 메뉴(3.89점)’, ‘저염 메뉴(3.82점)’, ‘유기농 식재료 사용(3.39점)’ 등의 순으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 다이어트 도시락 메뉴의 선택속성에 대한 중요도 항목 중에 ‘유기농 식재료를 사용’을 제외하고는 5점 만점에

3.80점 이상으로 모두 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

일반적 특성에 따라 살펴보면, 식생활 라이프스타일에 따라서는 ‘저염 메뉴’와 ‘저칼로리 메뉴’, ‘유기농 식재료 사용’ 등을 건강추구형이 다른 유형에 비해 중요하게 생각하는 것으로 나타났고($p<0.01$), ‘음식의 위생’은 편의 추구형을 제외하고는 모든 유형에서 중요하게 생각하는 것으로 나타났다($p<0.05$). 성별에 따라서는 ‘저염 메뉴($p<0.001$)’와 ‘저칼로리 메뉴($p<0.001$)’, ‘영양의 균형($p<0.001$)’, ‘음식의 위생($p<0.01$)’, ‘다양한 메뉴($p<0.01$)’, ‘신선도($p<0.05$)’, ‘유기농 식재료 사용($p<0.05$)’ 등은 여성이 남성보다 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. BMI에 따라서는 BMI 18.5 미만(저체중)이 다른 BMI 유형보다 ‘음식의 위생’을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다($p<0.05$). 다이어트 도시락 선택속성 중에 메뉴의 중요도에 대한 선행연구를 비교하면, 외식업체 도시락의 중요도-만족도에 대해서 조사한 Cha 등(2014)은 메뉴의 품질특성 중에 ‘맛’을 가장 중요하게 여기고, 그 다음으로 ‘신선도’, ‘질’, ‘온도’, ‘조화’, ‘양’, ‘영양’ 순으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났으나, 상대적으로 ‘담음새’, ‘건강식’, ‘다양성’, ‘계절상

Table 5. Importance of menus as selected attribute in purchasing diet lunch boxes

Mean±S.D.

Variables	Taste	Freshness	Diverse menu	Low-sodium menu	Low-calorie menu	Organic qualities	Nutrient balance	Food hygiene	Low price	
Food-related lifestyle	Economy type	4.22±0.82	4.56±0.71	3.88±0.84	3.78±1.04 ^{ab}	3.90±0.10 ^a	3.41±0.95 ^{bc}	4.24±0.66	4.68±0.65 ^b	3.98±0.96
	Taste & economy type	4.34±0.78	4.45±0.64	3.77±0.98	3.63±0.99 ^a	3.61±1.05 ^a	3.05±1.15 ^a	4.05±0.89	4.63±0.52 ^b	4.25±0.87
	Convenience type	4.44±0.62	4.39±0.64	3.93±1.01	3.56±1.04 ^a	3.70±1.12 ^a	3.23±0.96 ^{ab}	4.03±0.95	4.34±0.77 ^a	4.28±0.84
	Safety type	4.26±0.79	4.54±0.56	4.07±0.85	3.93±1.04 ^{ab}	3.91±1.04 ^a	3.51±0.84 ^{bc}	4.21±0.86	4.69±0.58 ^b	4.01±0.89
	Health type	4.15±0.80	4.42±0.70	3.88±0.84	4.15±0.72 ^b	4.29±0.70 ^b	3.72±0.87 ^c	4.40±0.72	4.63±0.57 ^b	4.04±0.75
	<i>F(p)</i>	1.352 (0.251)	0.7710 (0.545)	0.9730 (0.422)	3.903** (0.004)	4.517** (0.001)	4.767** (0.001)	2.175 (0.072)	3.212* (0.013)	1.5590 (0.185)
Gender	Male	4.19±0.90	4.35±0.70	3.73±0.95	3.54±1.05	3.48±1.10	3.24±0.97	3.94±0.95	4.44±0.74	4.13±0.87
	Female	4.35±0.65	4.54±0.59	4.04±0.87	4.01±0.90	4.17±0.83	3.49±0.98	4.36±0.70	4.70±0.52	4.11±0.86
	<i>t(p)</i>	3.449 (0.059)	3.741* (0.011)	5.630** (0.003)	9.493*** (0.000)	15.260*** (0.000)	0.627* (0.031)	5.587*** (0.000)	33.355** (0.001)	0.058 (0.868)
BMI	<18.5	4.40±0.59	4.53±0.64	3.95±0.78	3.90±0.96	4.10±0.93	3.63±1.06	4.25±0.87	4.73±0.51 ^b	3.88±0.97
	18.5~<23	4.29±0.73	4.48±0.63	3.98±0.91	3.93±0.91	3.93±0.96	3.35±0.92	4.22±0.76	4.65±0.58 ^{ab}	4.11±0.84
	23~<25	4.24±0.78	4.44±0.63	3.71±1.04	3.65±1.07	3.80±1.04	3.31±1.03	4.09±0.90	4.46±0.72 ^a	4.19±0.78
	25≤	4.22±0.99	4.39±0.71	3.89±0.88	3.57±1.13	3.66±1.20	3.41±1.07	4.13±1.00	4.43±0.72 ^a	4.28±0.89
	<i>F(p)</i>	0.483 (0.694)	0.366 (0.778)	1.232 (0.298)	2.308 (0.077)	1.571 (0.196)	0.989 (0.398)	0.435 (0.728)	2.795* (0.041)	1.760 (0.155)
Total	4.28±0.76	4.47±0.65	3.91±0.91	3.82±0.99	3.89±1.01	3.39±0.98	4.19±0.84	4.59±0.63	4.12±0.86	

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

¹⁾ Responses using a 5-point scale (1=strongly disagree to 5=strongly agree).

²⁾ ^{a-c}: Different superscript letters are statistically different at $p<0.05$ by Duncan's multiple range test.

품 활용', '독창성' 등은 중요하게 생각하지 않는 것으로 보고 하였다. 프랜차이즈 도시락 전문점의 메뉴 선호도에 대해 조사한 Jung YJ(2016)은 도시락 메뉴 선택 시 '제외되는 1인분의 양'을 가장 중요하게 생각하고, 다음으로 '건강 지향적인 메뉴', '균형 잡힌 영양', '재료의 신선도', '천연조미료 사용', '다양한 음식 재료의 사용' 등의 순으로 중요하게 여기는 것으로 나타났으며, '재료의 원산지'와 '열량표시' 등은 중요하게 생각하지 않는 것으로 나타났다. 또한 프랜차이즈 도시락 전문점 선택속성의 중요도에 연구한 Park DS(2014)도 '위생과 청결', '음식의 품질', '음식의 맛', '메뉴의 적절한 가격', '신선한 재료 사용' 등의 순서로 다른 항목들에 비해 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 도시락 메뉴 선택 시 중요도는 각각의 선행연구에 따라서 약간의 차이는 있겠지만, 대체로 위생이나 신선도, 영양과 같은 식품의 안전과 건강, 양이나 가격과 같은 경제성, 미각과 관련 있는 선택속성 등을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

다음으로 식생활 라이프스타일이 다이어트 도시락 메뉴의 선택속성 중요도에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀 분석을 실시한 결과는 Table 6과 같이 회귀모형의 분산설명력은 7.8%로 나타났고, 전체적인 F 값은 4.997로 회귀모형은 유의적인 것으로 나타났다($p < 0.001$). 독립변수들 사이의 다중공선성 문제를 확인해본 결과, VIF가 모두 1~10 사이의 값으로 나타났고, Durbin-Watson은 2에 가까운 값으로 나타나서 문제는 없는 것으로 나타났다. 식생활 라이프스타일이 다이어트 도시락 메뉴의 선택속성 중요도에 미치는 영향을 살펴보면, 안전추구형은 다이어트 도시락 메뉴의 선택속성 중요도($\beta = 0.179, p < 0.05$)에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 식생활 라이프스타일의 안전추구형이 높을수록 다이어트 도시락 메뉴의 선택속성 중요도가 증가하므로 다이어트 도

시락 메뉴의 선택속성에 영향을 미치는 중요한 요인임을 알 수 있었다. 이상의 연구결과를 토대로 다이어트 도시락 개발 시 메뉴의 선택속성 중에 중요도가 높게 나온 '신선도', '영양의 균형', '저칼로리 및 저염 메뉴', '유기농 식재료 사용' 등의 식품의 안전 및 건강적인 측면과 '맛'과 '다양한 메뉴'의 미각적인 측면, '저렴한 가격'의 경제적인 측면을 모두 고려하여 다이어트 도시락 메뉴를 구성할 필요가 있을 것으로 판단된다. 또한 '음식의 위생'을 중요하게 생각하는 안전추구형은 다이어트 도시락 메뉴의 선택속성을 매우 중요하게 생각하는 것으로 나타났으므로, 식품의 안전을 중요하게 생각하는 이들을 위해서는 식품의 위생과 안전을 최대한 고려해서 다이어트 도시락을 개발해야 할 것으로 사료된다. 이러한 결과는 최근 웰빙에 대한 소비자들의 관심이 모든 소비영역으로 확대되면서 먹거리에서도 건강과 안전을 고려한 식품의 구매가 증가하는 경향이 반영된 것으로 생각해 볼 수 있다 (Jung YJ 2016). 다이어트 도시락을 구매하는 소비자들의 구매 목적이 체중감량을 통한 건강한 삶의 영위라는 측면을 최대한 고려하여 식품의 안전과 건강을 모두 고려한 다이어트 도시락 메뉴 개발이 필요할 것으로 사료된다.

2) 식생활 라이프 스타일이 다이어트 도시락 포장에 대한 선택속성의 중요도에 미치는 영향

다이어트 도시락 포장의 선택속성에 대한 중요도 결과는 Table 7과 같이 '유통기한 표시(4.42점)'를 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났고, 다음으로 '원재료 표시(4.19점)', '영양성분 표시(4.16점)', '원산지 표시(4.15점)', '운반의 편리성(4.02점)', '전자레인지 사용(3.87점)', '메뉴설명 표시(3.87점)', '개봉의 용이성(3.69점)' 등의 순으로 나타났다. 다이어트 도시락 포장의 선택속성에 대한 중요도 항목 모두 5점 만점에

Table 6. Effects of food-related lifestyle on menus as selected attribute in purchasing diet lunch boxes

Dependent variable	Independent variables	Non-standardized coefficient		Standardized coefficient	t	p	VIF	Durbin-Watson
		B	S.E	β				
Importance of menus	(Constant)	3.062	0.258		11.882***	0.000		1.850
	Economy type	-0.021	0.044	-0.027	-0.480	0.632	1.053	
	Taste & economy type	0.068	0.039	0.100	1.716	0.087	1.095	
	Convenience type	0.025	0.037	0.043	0.670	0.503	1.316	
	Safety type	0.120	0.046	0.179	2.606*	0.010	1.519	
	Health type	0.080	0.047	0.123	0.094	0.094	1.720	

$$R^2=0.078, F=4.997***$$

1) Statistical analysis by multiple regression, * $p < 0.05$, *** $p < 0.001$.

Table 7. Importance of packaging as selected attribute in purchasing diet lunch boxes

Mean±S.D.

Variable	Easy open packaging	Conveniently portable packaging	Microwave-proof packaging	Shelf life label	Ingredient label	Indication of origin	Nutrition facts labeling	Menu description	
Food-related lifestyle	Economy type	3.66±0.99	4.15±0.73	4.02±0.82	4.51±0.64	4.22±0.73 ^{ab}	4.30±0.76 ^b	4.21±0.90 ^{ab}	3.93±0.96
	Taste & economy type	3.52±1.06	3.98±1.01	3.85±1.02	4.40±0.81	4.05±0.93 ^a	4.05±0.87 ^{ab}	4.08±0.85 ^a	3.88±0.93
	Convenience type	3.61±1.05	3.80±1.00	3.85±1.02	4.23±0.82	3.90±1.06 ^a	3.79±1.10 ^a	3.93±1.01 ^a	3.67±1.11
	Safety type	3.93±0.85	4.07±0.90	3.85±0.95	4.54±0.58	4.38±0.69 ^b	4.28±0.81 ^b	4.21±0.78 ^{ab}	3.85±0.95
	Health type	3.69±0.86	4.10±0.82	3.82±0.95	4.45±0.70	4.39±0.74 ^b	4.35±0.67 ^b	4.43±0.70 ^b	4.04±0.94
	<i>F(p)</i>	1.640 (0.164)	1.296 (0.272)	0.327 (0.860)	1.775 (0.134)	4.075 ^{**} (0.003)	4.565 ^{**} (0.001)	3.028 [*] (0.018)	1.196 (0.313)
Gender	Male	3.59±1.00	3.87±1.00	3.67±1.03	4.26±0.79	3.99±0.93	3.90±0.99	3.96±4.30	3.58±1.05
	Female	3.75±0.94	4.12±0.83	4.01±0.89	4.54±0.66	4.33±0.78	4.32±0.74	4.30±0.77	4.08±0.87
	<i>t(p)</i>	2.321 (0.147)	5.396 [*] (0.020)	11.991 ^{**} (0.003)	5.771 ^{**} (0.001)	0.223 [*] (0.001)	6.229 ^{***} (0.000)	0.597 ^{**} (0.001)	9.514 ^{***} (0.000)
BMI	<18.5	3.50±1.06	4.13±0.79	3.95±0.88	4.55±0.64	4.23±0.80	4.18±0.87	4.23±0.86	3.90±0.93
	18.5~<23	3.78±0.93	4.07±0.86	3.96±0.94	4.42±0.73	4.22±0.84	4.20±0.83	4.25±0.80	3.97±0.97
	23~<25	3.48±0.95	3.83±1.02	3.74±0.99	4.39±0.79	4.11±0.88	4.06±0.90	3.98±0.88	3.72±0.88
	25≤	3.76±1.02	3.93±1.02	3.63±1.04	4.37±0.71	4.17±0.97	4.04±1.03	4.00±1.01	3.70±1.15
	<i>F(p)</i>	1.896 (0.130)	1.264 (0.287)	1.822 (0.143)	0.532 (0.660)	0.226 (0.878)	0.610 (0.609)	2.031 (0.110)	1.464 (0.224)
Total	3.69±0.97	4.02±0.91	3.87±0.96	4.42±0.72	4.19±0.86	4.15±0.88	4.16±0.86	3.87±0.98	

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

1) Responses using a 5-point scale (1=strongly disagree to 5=strongly agree).

2) ^{a-c}: Different superscript letters are statistically different at $p<0.05$ by Duncan's multiple range test.

3.60점 이상으로 모두 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

일반적 특성에 따라 살펴보면, 식생활 라이프스타일에 따라서는 건강추구형과 안전추구형이 다른 유형에 비해 '원재료 표시'를 중요하게 생각하는 것으로 나타났다($p<0.01$). 건강추구형과 안전추구형, 경제추구형이 '원산지 표시'를 중요하게 생각하는 것으로 나타났다($p<0.01$). 특히 건강추구형은 '영양성분 표시'도 다른 유형에 비해 중요하게 생각하는 것으로 나타났다($p<0.05$). 성별에 따라서는 여성은 '개봉의 용이성'을 제외하고, 모든 항목에서 남성보다 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 특히 '원산지 표시($p<0.001$)'와 '메뉴설명 표시($p<0.001$)', '전자레인지 사용($p<0.01$)', '유통기한 표시($p<0.01$)', '영양성분 표시($p<0.01$)', '운반의 편리성($p<0.05$)', '원재료 표시($p<0.05$)' 등을 여성이 남성보다 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. BMI에 따라서는 대부분의 항목에서 BMI 18.5 미만(저체중)과 18.5 이상~23 미만(정상)이 BMI 23 이상~25 미만(과체중)과 25 이상(비만)보다 다이어트 도시락 포장의 선택속성을 중요하게 생각하는 것으로 나타났으나,

통계적으로 유의하게 높지 않았다. Cha 등(2014)은 외식업체 도시락 포장용기의 '위생'과 '유통기한 표시'와 같은 식품의 위생·안전적인 측면을 가장 중요하게 생각한다고 보고하였는데, 본 연구에서도 '유통기한 표시'와 '원재료 표시', '영양성분 표시', '원산지 표시' 등의 식품의 위생·안전적인 측면을 중요하게 생각하는 것으로 나타나서, 대체로 테이크아웃 형태의 도시락 구매 시 포장에서는 식품의 위생·안전적인 측면을 중요하게 생각하는 것을 알 수 있었다. Kwak과 Kim (1996)의 연구 결과에서 편의점 납품 도시락은 전반적으로 운반과정에서 온도 및 시간에 대한 관리가 저조하고, 시설 및 기기 구비의 위생적인 관리가 잘 이루어지지 않는 것으로 나타났다. 또한 Wang TW(2014)의 연구에서도 냉장보관 편의점 도시락 및 테이크아웃 도시락의 상당수가 유통기한 내 비가열 채소류품목에서 식약처 기준을 초과하는 미생물 평가 결과가 나타났다. 최근에는 과거와 달리 도시락 업체들의 규모가 커지면서 대기업에서 직영하는 업체를 중심으로 HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point, 위해요소중점관리기준)

인증을 받아서 원재료 입고부터 조리, 포장, 운반 등의 생산 과정 전반에 걸쳐 위생관리가 철저한 것으로 보고되고 있으나(MNB 2014), 일부 소규모 영세업체들은 시설투자나 관리 인력의 부족으로 위생관리가 철저하지 못하여 여름철에 식중독 사고가 일어나는 것으로 보고되었다(Wang TW 2014). 아직 영세한 규모의 다이어트 도시락 업체들이 많아서 위생 관리가 미흡할 경우, 식중독과 같은 위생사고가 날 수 있으므로, 일반 도시락과 함께 식품의 위생 및 안전관리를 철저히 해야 할 것으로 판단된다. 또한 Moon 등(2015)의 연구에서 가정배달 도시락을 이용하는 사람들 중에 재가열하여 음식을 먹는 경우가 많다고 보고하여, ‘전자레인지 사용’과 같은 포장용기의 편리성과 안전성을 반드시 고려해서 개발해야 할 것으로 판단된다.

다음으로 식생활 라이프스타일이 다이어트 도시락 포장의 선택속성 중요도에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀 분석을 실시한 결과는 Table 8과 같이 회귀모형의 분산설명력은 7.5%로 나타났고, 전체적인 F 값은 4.814로 회귀모형은 유의적인 것으로 나타났($p < 0.001$). 독립변수들 사이의 다중공선성 문제를 확인해본 결과, VIF가 모두 1~10 사이의 값으로 나타났고, Durbin-Watson은 2에 가까운 값으로 나타나, 문제는 없는 것으로 나타났다. 식생활 라이프스타일이 다이어트 도시락 포장 고려사항에 미치는 영향을 살펴보면, 안전추구형은 다이어트 도시락 포장의 선택속성 중요도($\beta = 0.203$, $p < 0.01$)에 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 식생활 라이프스타일의 안전추구형이 높아질수록 다이어트 도시락 포장의 선택속성 중요도가 증가하였다. 따라서 식생활 라이프스타일 중에 안전추구형은 다이어트 도시락 포장의 선택속성에 영향을 미치는 중요한 요인임을 알 수 있었다. 본 연구에서는 다이어트 도시락의 메뉴뿐만 아니라, 포장에서도 위생·안전적인 측면이 다이어트 도시락 구매 시 중요한 선택속성임을 알 수 있었다. 테이크아웃 형태의 도시락은 소비자가 야외에

서 도시락을 취식하는 경우가 많고, 도시락은 상온에 장시간 노출될 가능성이 높기 때문에 위생관리가 매우 중요한 품질 관리 요소이지만, 미흡한 경우가 많았다. ‘개봉의 용이성’이나 ‘운반의 편리성’, ‘전자레인지 사용’과 같은 포장의 편리성도 다이어트 도시락 구매 시 중요한 선택속성이지만, 식품의 안전과 위생은 생명과 직결된 것이기에 도시락의 생산 및 유통과정에서 품질관리를 철저히 해야 할 것으로 사료된다. 특히 안전추구형은 다이어트 도시락의 포장상태를 매우 중요하게 생각하므로 유통기한 표시를 철저히 하고, 식품의 위생·안전과 관련된 원산지, 원재료, 영양성분 등의 표시를 정확하게 하여, 다이어트 도시락 이용자들이 만족도를 향상시킬 수 있도록 적절한 관리가 필요할 것으로 사료된다.

3) 식생활 라이프스타일이 다이어트 도시락 서비스에 대한 선택속성의 중요도에 미치는 영향

다이어트 도시락 서비스의 선택속성에 대한 중요도 결과는 Table 9와 같이 ‘개인별 맞춤 식단 제공(4.07점)’이 가장 중요한 것으로 나타났고, 다음으로 ‘매일 배송 서비스 제공(4.02점)’, ‘1:1 영양상담 제공(3.88점)’ 순으로 나타났다. 다이어트 도시락 서비스의 선택속성에 대한 중요도 항목은 ‘1:1 영양상담 제공’을 제외하고 5점 만점에 4.00점 이상으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

일반적 특성에 따라 살펴보면, 식생활 라이프스타일에 따라서는 ‘1:1 영양상담 제공’은 경제추구형(3.90점)과 편의추구형(3.90점)이 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났고, ‘개인별 맞춤 식단 제공’은 미각 & 경제추구형(4.20점)이 가장 중요하게 생각하였으며, ‘매일 배송 서비스 제공’은 안전추구형(4.16점)이 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났으나, 통계적으로 유의적인 차이는 없었다. 성별에 따라서는 여성은 ‘개인별 맞춤 식단 제공($p < 0.01$)’, ‘매일 배송 서비스 제공($p < 0.05$)’, ‘1:1 영양상담 제공($p < 0.001$)’ 순으로 중요하게

Table 8. Effects of food-related lifestyle on packaging as selected attribute in purchasing diet lunch boxes

Dependent variable	Independent variables	Non-standardized coefficient		Standardized coefficient	t	p	VIF	Durbin-Watson
		B	S.E	β				
	(Constant)	2.761	0.262		10.534***	0.000		
	Economy type	0.071	0.045	0.035	0.605	0.545	1.053	
Importance of packaging	Taste & economy type	0.036	0.040	0.053	0.899	0.369	1.095	1.812
	Convenience type	0.045	0.037	0.077	1.208	0.228	1.316	
	Safety type	0.137	0.047	0.203	2.941**	0.004	1.519	
	Health type	0.071	0.048	0.108	1.473	0.142	1.720	
$R^2=0.075$, $F=4.814$ ***								

1) Statistical analysis by multiple regression, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

Table 9. Importance of services as selected attribute in purchasing diet lunch boxes

Mean±S.D.

Variable		One-to-one nutrition counseling	Provision of personalized menus	Daily delivery service
Food-related lifestyle	Economy type	3.90±0.97	3.98±0.94	3.66±1.04
	Taste & economy type	3.89±0.87	4.20±0.71	4.03±0.77
	Convenience type	3.90±0.94	3.95±0.96	4.08±0.86
	Safety type	3.87±0.85	4.06±0.88	4.16±0.84
	Health type	3.87±0.89	4.12±0.88	4.04±0.86
	<i>F(p)</i>		0.024 (0.999)	0.826 (0.510)
Gender	Male	3.66±1.00	3.86±0.96	3.89±0.93
	Female	4.04±0.78	4.21±0.77	4.12±0.82
	<i>t(p)</i>	17.157*** (0.000)	3.200** (0.001)	1.871* (0.023)
BMI	<18.5	3.93±0.76	4.15±0.83	3.93±1.00
	18.5~<23	3.96±0.84	4.12±0.83	4.10±0.79
	23~<25	3.74±0.98	3.96±0.91	3.96±0.91
	25 ≤	3.74±1.04	3.93±1.00	3.91±0.98
	<i>F(p)</i>		1.327 (0.266)	0.960 (0.412)
Total		3.88±0.89	4.07±0.87	4.02±0.87

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

1) Responses using a 5-point scale (1=strongly disagree to 5=strongly agree).

생각하는 것으로 나타났다. BMI에 따라서는 BMI 18.5 미만 (저체중)과 18.5 이상~23 미만(정상)이 BMI 23 이상~25 미만 (과체중)과 25 이상(비만)보다 ‘1:1 영양상담 제공’과 ‘개인별 맞춤식단 제공’을 중요하게 생각하는 것으로 나타났으며, ‘매일 배송 서비스 제공’은 BMI 18.5 이상~23 미만(저체중)이 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났으나, 통계적으로 유의적인 차이는 없었다.

다음으로 식생활 라이프스타일이 다이어트 도시락 서비스의 선택속성 중요도에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 Table 10과 같이 회귀모형의 분산설명력은 3.9%로 나타났고, 전체적인 F 값은 2.413으로 회귀모형은 유의적인 것으로 나타났다($p<0.001$). 독립변수들 사이의 다중공선성 문제를 확인해본 결과, VIF가 모두 1~10 사이의 값으로 나타났고, Durbin-Watson은 2에 가까운 값으로 나타

Table 10. Effects of food-related lifestyle on services as selected attribute in purchasing diet lunch boxes

Dependent variable	Independent variables	Non-standardized coefficient		Standardized coefficient	<i>t</i>	<i>p</i>	VIF	Durbin-Watson
		B	S.E	β				
Importance of services	(Constant)	2.983	0.312		9.570***	0.000		1.763
	Economy type	0.022	0.053	0.024	0.414	0.680	1.053	
	Taste & economy type	0.128	0.048	0.160	2.688**	0.008	1.095	
	Convenience type	0.038	0.044	0.055	0.848	0.397	1.316	
	Safety type	0.039	0.056	0.049	0.695	0.488	1.519	
	Health type	0.041	0.057	0.053	0.709	0.479	1.720	
$R^2=0.039$, $F=2.413$ ***								

1) Statistical analysis by multiple regression, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

나, 문제는 없는 것으로 나타났다. 식생활 라이프스타일이 다이어트 도시락 서비스 고려사항에 미치는 영향을 살펴보면, 미각 & 경제추구형은 다이어트 도시락 서비스의 선택속성 중요도($\beta=0.160$, $p<0.01$)에 영향을 미치는 것으로 나타나서, 미각 & 경제추구형이 높아질 때마다 다이어트 도시락 서비스의 중요도가 증가하였다. 따라서 식생활 라이프스타일 중에 미각 & 경제추구형은 다이어트 도시락 서비스의 선택속성에 영향을 미치는 중요한 요인임을 알 수 있었다. 도시락 케이터링의 서비스 품질이 고객만족도에 미치는 영향을 연구한 Ryu GM(2009)은 도시락 케이터링의 서비스 품질이 높아지면 고객 만족도도 함께 높아지는 것으로 나타나서, 신속성, 신뢰성, 가격결정 등의 서비스 품질이 고객만족도에 긍정적인 영향을 미치는 요소임을 보고하였다. 본 연구에서는 식생활 라이프스타일 중에 미각 & 경제추구형이 다이어트 도시락 서비스의 선택속성에 영향을 미치는 중요한 요인임을 알 수 있었는데, 합리적이면서도 감성적인 소비성향을 가진 미각 & 경제추구형은 ‘개인별 맞춤 식단 제공’이나 ‘매일 배송 서비스 제공’, ‘1:1 영양상담 제공’과 같은 고객에 대한 세심한 서비스를 다이어트 도시락 구매할 때에 중요하게 생각하므로, 이러한 성향을 가진 고객들에게는 고객 만족도를 높일 수 있는 다양한 서비스 제공이 필요할 것으로 생각된다.

요약 및 결론

본 연구는 수도권에 거주하는 20대 이상 성인 남녀를 대상으로 식생활 라이프스타일에 따른 다이어트 및 다이어트 도시락 구매 실태와 다이어트 도시락 선택속성인 메뉴, 포장, 서비스 등의 중요도에 미치는 영향을 파악하여 다이어트 도시락의 올바른 개발 방향과 마케팅 전략을 수립하기 위한 기초자료를 얻고자 수행하였으며, 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 식생활 라이프스타일은 요인분석에서 얻은 ‘편의추구 요인’, ‘건강추구 요인’, ‘안전추구 요인’, ‘미각추구 요인’, ‘경제추구 요인’의 5개 요인으로 군집분석을 실시하여 5개의 군집을 도출하였으며, 군집 1은 ‘경제추구형’, 군집 2는 ‘미각 & 경제추구형’, 군집 3은 ‘편의추구형’, 군집 4는 ‘안전추구형’, 군집 5는 ‘건강추구형’으로 명명하였다.

둘째, 다이어트 도시락 이용실태로는 다이어트 도시락 구매 경험자가 12.9%로 많지 않았고, 주로 체중감량을 목적(53.8%)으로 온라인 다이어트 도시락 업체(76.9%)에서 6,000원 이상~12,000원 미만의 도시락을 구매하는 것(64.1%)으로 조사되었다. 앞으로 다이어트 도시락을 구매할 계획이 있는 응답자는 30.5%로서 현재 다이어트 도시락 구매경험이 있는 응답자(12.9%)보다 앞으로 구매할 응답자가 더 많은 것으로 나타났다.

셋째, 식생활 라이프스타일이 다이어트 도시락 선택속성에 미치는 영향에 대해서 다이어트 도시락 메뉴의 선택속성 중요도는 ‘음식의 위생(4.59점)’을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났으나, 상대적으로 ‘유기농 식재료 사용(3.39점)’은 중요하게 생각하지 않는 것으로 나타났다. 또한 안전추구형일수록 다이어트 도시락의 메뉴에 대한 중요도($\beta=0.179$)가 높아지는 것으로 나타났다. 다이어트 도시락 포장의 선택속성 중요도는 ‘유통기한 표시(4.42점)’를 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 특히 안전추구형일수록 다이어트 도시락 포장에 대한 중요도($\beta=0.203$)가 메뉴의 중요도($\beta=0.179$)와 함께 높아지는 것으로 나타났다. 다이어트 도시락 구매 시 서비스 선택속성에 대한 중요도는 ‘개인별 맞춤형 식단 제공(4.07점)’이 가장 중요한 것으로 나타났고, 미각 & 경제추구형일수록 다이어트 도시락 서비스에 대한 중요도($\beta=0.160$)가 높아지는 것으로 나타났다.

이상의 연구 결과로서 다이어트 도시락에 대한 올바른 개발 방향 및 마케팅 전략은 다음과 같다. 조사대상자들은 다이어트 도시락의 메뉴에 대해서 대체로 위생이나 신선도, 영양과 같은 식품의 안전 및 건강에 대한 선택속성과 양이나 가격과 같은 경제적인 측면에 대한 선택속성, 맛과 같은 미각적인 측면의 선택속성 등을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 특히 다이어트 도시락의 포장에 있어서도 유통기한이나 원재료, 원산지, 영양성분 표시 등의 위생·안전적인 측면을 중요하게 생각하는 것으로 나타났기 때문에, 이러한 부분을 고려한 다이어트 도시락 개발이 필요할 것으로 사료된다. 또한 다이어트 도시락의 서비스에 있어서도 미각 & 경제추구형은 ‘개인별 맞춤 식단 제공’이나 ‘매일 배송 서비스 제공’, ‘1:1 영양상담 제공’ 등과 같은 다양한 서비스를 중요하게 생각하므로, 구매고객의 올바른 건강관리를 위한 식생활 라이프스타일에 따른 개인별 맞춤형 식단이나 영양상담을 제공할 수 있는 서비스 시스템 구축이 필요할 것으로 판단된다. 안전추구형의 소비자가 표적인 경우에는 식품의 위생·안전적인 측면과 건강적인 측면을 모두 중요하게 생각하므로, 이러한 선택속성을 더욱 면밀히 고려하여 고객 만족도를 높일 수 있도록 메뉴나 포장에 있어서 철저한 관리가 필요할 것으로 보인다. 한편, 많은 사람들이 다이어트 도시락에 대해 잘 알지 못하고 있어서 적절한 마케팅으로 다이어트 도시락을 알리는 것이 중요하다. 다이어트 방법에 관한 정보는 대부분 인터넷 검색과 지인을 통해 얻는 경우가 많으므로 온라인에서 검색이 용이한 블로그나 카페, 기사 등을 활용한 방법과 소비자들이 자발적으로 다이어트 도시락에 대한 긍정적인 입소문을 자발적으로 내게 하는 입소문 마케팅 전략이 필요할 것으로 생각된다.

본 연구는 비만인구의 증가로 인한 다이어트 식품 시장이

점점 증가함에 따라서 이들 상품에 대한 구매력이 있는 서울 및 경기 일대 수도권에 거주하는 20대 이상 성인 남녀를 대상으로 식생활 라이프스타일에 따른 다이어트 도시락 선택속성의 중요도에 미치는 영향을 분석하여 소비자의 요구에 맞는 다이어트 도시락 개발 방안과 마케팅 전략 수립에 대해 연구했다는 점에서 의미가 있다. 그러나 다이어트 도시락 구매 경험이 있는 대상자가 많지 않아서 실제 다이어트 도시락 구매자의 다이어트 도시락 선택속성에 대한 만족도를 조사하지 못했다는 한계점으로 가지고 있다. 따라서 본 연구를 통해 분석된 자료를 기초로 하여 후속 연구에서는 다이어트 도시락 구매 경험이 있는 집단을 대상으로 다이어트 도시락에 대한 만족도를 비롯한 다양한 연구가 진행되기를 기대한다.

References

- Cha SY, Park YI, Jung HS. 2014. A survey on customer importance-satisfaction of packaged meals (*Dosirak*) provided by the foodservice industry. *Korean J Food Sci Technol* 27:136-146
- Choi W, Choi JY, Yon HS. 2013. A study on purchasing characteristics on health functional beverage according to food-related lifestyle. *J Hotel Resort* 12:179-196
- Ha AH, Yi SH, Kang NE. 2009. The Patterns of purchasing diet/low-calorie food and obesity related eating behavior in normal and obese female college students in Seoul area. *J Korean Soc Food Nutr* 22:650-661
- Hwang YJ. 2016. Effects of brand image, quality level and perceived value on brand credibility and purchase intention. MS Thesis, Kyunghee Univ. Seoul. Korea
- Im BY, Lee JH. 1996. Food Industry Management. pp.34. Hyungsul Press
- Jung HS, Yoon HH. 2007. A study on the dining-out consumption pattern of undergraduates by food-related lifestyle. *Korean J Foodservice Management Soc* 10:93-117
- Jung YJ. 2016. A survey on the preference of the franchise packaged meals store menu based on well-being seeking tendency-focusing on workers in Seoul. MS Thesis, Sookmyung Women's Univ. Seoul. Korea
- Kang JH, Jeong BG, Cho YG, Song HR, Kim KA. 2011. Socioeconomic costs of overweight and obesity in Korean adults. *J Korean Med Sci* 26:1533-1540
- Kim KW, Lee MJ, Kim JH, Shim YH. 1998. A study on weight control attempt and related factors among college female students. *Korean J Community Nutr* 3:21-33
- Kim MJ, Chong YK. 2015. The influence of macroeconomic indicators on the foodservice industry. *Korean J Hospitality Tourism* 24:191-212
- Kim MK, Lee GC. 2006. Weight reduction dieting survey and satisfaction degree and diet related knowledge among adult women by age. *J Korean Soc Food Nutr* 35:572-582
- Kim WK. 1996. Is diet food effective really to lose weight. *Korea Assoc Health Promot* 20:22-23
- Kim YS, Park YW. 2003. A survey on the weight control behaviors among Seoulite adults. *Korean J Health Promot* 3:281-290
- Kwak TK, Kim SH. 1996. Relationships between actual sanitary management practices during production and distribution, and microbiological quality of *Dosirak* items marketed in CVS. *Korean J Dietary Culture* 11:235-242
- Kye SH, Yoon SI, Kwak TK. 1988. Assessment of the working environment, production and transportation practices for the packaged meal (*Dosirak*) manufacturing establishments in Seoul city and Kyungki-do province. *Korean J Dietary Culture* 3:117-129
- Lee CK. 2014. Tourism Research & Statistical Analysis. 2nd ed. pp.125-226. Daewangsa
- Lee DH, Cho WS. 2016. Another way of local food, Korean lunch pack. *RDA Interrobang* 169:1-20
- Lee IO, Na JK. 2014. Effects of food-related lifestyle on consumer nutrition attitude and food preference: Focused on a married woman with young children. *Food Service Management Sci Korean* 17:201-227
- Lee JH. 2012. A study on obesity index and attribute of selecting places to eat out by food-related lifestyle types: Focusing on Pusan university students. *Korean J Food Cookery Sci* 18: 47-58
- Lee NY. 2010. Preferences on take-out food for the establishment of small capital businesses. MS Thesis, Sookmyung Women's Univ. Seoul. Korea
- MBN. 2014. The lunch box meal has become the most-selling item. Available from http://mbnmoney.mbn.co.kr/news/view?news_no=MM1001640661 [cited 14 April 2017]
- Ministry of Healty and Welfare. 2016. Korea Health Statistics 2015: Korea National Health and Nutrition Examination Survey (KNHANES VI-3). pp.49
- MNB. 2014. Convenience store lunch box “Now we can eat lunch box with an easy mind. Available from <http://mnb.moneys.news/mnbview.php?no=2014110510478097112>

- [cited 26 January 2017]
- Moon JA, Yoo CH, Lee KE. 2015. Use and assessment of home-delivered meal service for children from low-income families. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 44:935-943
- Nam SG. 2006. The theoretical review of consumer life style. *Korean J Consum Advertising Psychol* 7:433-453
- Naver trend. 2017. Data lab. Available from <http://datalab.naver.com/ca/step1.naver> [cited 24 January 2016]
- Pack HW, Koh HY, Kang HS, Shin DH. 1987. Survey on the kitchen for production of convenient food (*Dosirak*) on Korea. *Korean J Dietary Culture* 2:163-167
- Park DS. 2014. The effect of the importance of franchise packaged meals store attributes on behavior intention. MS Thesis, Woosong Univ. Daejeon. Korea
- Park HJ, Cho SK, Koo JO 2013. Effect of a diet program for adult women on body weight loss and health related indices. *Korean J Community Nutr* 18:599-610
- Ryu GM. 2009. A study on the influence of service quality on customer satisfaction in a lunch box of outside catering. MS Thesis, Kyonggi Univ. Suwon. Korea
- SBS CNBC. 2015. A lifelong homework diet, let's take it easy on a diet lunch box. Available from <http://sbscnbc.sbs.co.kr/read.jsp?pmArticleId=10000723662> [cited 14 April 2017]
- SERI. 2012. Obesity: Socioeconomic Risks and Opportunities. Samsung Economic Research Institute. pp.1-11
- Seung HS. 2005. A behavior of users for bakery products on the food-related lifestyle. MS Thesis, Ewha Women's Univ. Seoul. Korea
- Wang TW. 2014. Microbiological quality and safety assessment of boxed meal according to the holding time and temperature. MS Thesis, Yonsei Univ. Seoul. Korea
- Won HS, Lee HJ, Kwak JS, Kim JH, Kim MK, Kwon OR. 2012. Study on purchase and intake patterns of individuals consuming dietary formula for weight control or health/functional foods. *Korean J Nutr* 45:541-551
- World Health Organization. 2016. Obesity and overweight. Available from <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en> [cited 24 January 2017]

Received 08 February, 2017

Revised 14 April, 2017

Accepted 28 April, 2017