

국내 직장인을 위한 여가활동 방안 연구 -요리 분야를 중심으로-

이재은¹, 김승인^{2*}

¹홍익대학교 국제디자인전문대학원 디자인경영 전공, ²홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수

A Study on Leisure Activities for Workers -Focusing on a Cooking Category-

Jaeun Lee¹, Seung-in Kim^{2*}

¹Dept. of Design Management, Hongik University, International Design School for Advanced Studies

²Prof. of Digital Media Design, Hongik University, International Design School for Advanced Studies

요 약 이 연구는 국내 직장인의 개인적인 삶과 직장생활의 개선을 위한 여가활동 방안을 제안하는 데 그 목적이 있다. 이를 위해 적은 비용과 시간적·공간적 제약을 최소화하는 여가활동 방안의 형태로 DIY를 선택하여 연구를 진행하였다. 연구방법으로는 1차 사례연구를 통해 기존 운영되고 있는 여가활동 서비스 사례의 특징을 조사하였다. 그리고 2차로 요리를 취미로 하는 직장인 8명을 대상으로 한 심층 인터뷰를 통해 요리 분야 여가활동에 대한 니즈를 알아보았다. 그 결과, 두 가지 필수 요소를 도출해낼 수 있었다. 첫째로 브랜드만의 명확한 범위 설정과 콘텐츠의 확보, 둘째로 여가활동 공유 플랫폼이 조성되어야 한다는 것이다. 이 연구는 직장인을 위한 여가활동에 대한 개선 방안을 제시했다는 점에 의의가 있다. 후속 연구를 통해 여가활동 방안에 대한 설계까지 이어져 우리나라 직장인의 여가활동 확산에 도움이 되기를 기대한다.

주제어 : 직장인, 여가활동, 요리, DIY, 취미생활

Abstract The purpose of this study is to suggest a leisure activity for improvement of personal life and career of Korean workers. To do this, DIY was selected as a method of leisure activity that minimizes cost, time and space constraints. As a method of research, I did case study for investigating the characteristics of existing leisure activities. In addition, I examined the needs about cooking activity through an in-depth interview with 8 workers whose hobby is cooking. As a result, two essential elements were derived. First, it is necessary to establish a clear scope and content of the brand. Secondly, a platform for sharing activity is needed. This study is significant in that it suggests the way to improve leisure activity of workers. After this study, it is expected that it will help to spread leisure activities of workers through the design of leisure activities plan.

Key Words : Worker, Leisure activities, Cooking, DIY, Hobby

1. 서론

1.1 연구 배경 및 목적

이 연구는 우리나라 직장인에 적합한 여가활동 방안을 제안하는 것을 목적으로 한다. 최근 우리나라 직장인

들의 최대 관심사 중 하나는 바로 ‘저녁이 있는 삶’이다. YBM 한국 TOEIC 위원회에서 대학생과 취업준비생 3,294명을 대상으로 한 설문조사에 따르면, 입사하고 싶은 회사 조건 1위가 ‘저녁이 있는 삶과 일·생활의 균형’이었다[1].

*This study is supported by 2017 BK21 Plus project at IDAS, Hongik University.

*Corresponding Author : Seung-in Kim(r2d2kim@naver.com)

Received November 26, 2017

Revised December 29, 2017

Accepted January 20, 2018

Published January 28, 2018

기업에서도 이러한 움직임을 감지하여 ‘워라벨(워크 앤 라이프 밸런스, 일과 삶의 균형) 개선’을 위한 제도를 도입하고 있다. 롯데백화점과 신세계백화점은 퇴근 시간에 자동으로 컴퓨터가 꺼지는 ‘피씨 오프(PC off)제도’를 도입[2]했다. 또한, 현대카드는 출·퇴근 시간과 점심시간이 조절 가능한 유연근무제[3]를, 이베이코리아는 안식휴가 및 패밀리 데이 등[4]을 통해 직원들의 삶의 질을 보장하는 데 노력을 기울이고 있다.

워라벨에서 주목할 점은 이것이 ‘직장과 개인 생활의 양립’의 의미로 쓰이고 있다는 점이다[5]. 퇴근 후 여가시간을 개인적인 취미 등을 위해 할애하는 것이다. 이러한 직장인의 여가활동은 직무 스트레스를 해소하고 정서적 안정을 취하게 하는데 기여한다. 또한, 이를 통한 직무몰입은 직장에서의 생산성 향상으로 이어질 수 있다[6].

직장에서 슬럼프 극복을 위한 가장 효과적인 방법은 ‘퇴근 후 취미 생활을 하는 것’으로[7] 직장인의 여가활동은 개인적인 삶과 직장생활 모두에 유익한 활동임을 확인할 수 있다. 그러나 ㈜잡코리아가 2016년 직장인 1,152명을 대상으로 한 설문조사 결과, 현재 취미 생활을 하고 있지 않은 사람은 약 43%였고 그 이유로는 금전적 여유 부족과 체력 부족이 대표적이었다[8]. 자신의 행복감과 삶의 질을 향상시켜 현대의 직장인들에게 도움을 주는[9] 여가활동의 긍정적인 효과는 자명하나 아직 우리나라 직장인들에게 여가활동은 보편적이지 않다는 것에서 이 연구의 문제의식은 시작된다.

1.2 연구 범위 및 방법

1.2.1 연구 범위

위 설문조사 결과에 따르면, 우리나라 직장인의 여가활동을 보다 확산시키기 위해 상대적으로 적은 비용과 시간적·공간적 제약을 최소화하는 여가활동 방안을 제안하는 것이 중요하다. 따라서 이 연구에서 ‘DIY(Do It Yourself)’를 이에 적합한 여가활동 형태로 제안하고자 한다. ‘DIY’는 누구나 간단하고 쉽게 구현할 수 있도록 일부 제작 과정이 생략되어 단순화된 제품 혹은 서비스의 형태이다[10]. 정확한 재료와 제작법을 제공한다는 점에서 우리나라 직장인에게 가장 적합한 형태의 여가활동이라 할 수 있다.

1.2.2 연구 방법

이 연구는 1차 사례연구를 통해 기존 운영되고 있는 여가활동 서비스 사례의 특징을 조사하였다. 그리고 2차

실증연구로 요리를 취미로 하는 직장인 8명을 대상으로 심층 면접 인터뷰를 시행하여 그들이 요리 분야 여가활동에 대해 원하는 바에 대해 알아보았다.

2. 여가활동 서비스 사례

최근의 서비스들은 DIY 형태의 제품 및 서비스로 자신의 상황에 맞춰 자유롭게 여가활동을 진행할 수 있도록 도와주고 있다.

2.1 전분야 여가활동 서비스 사례

2.1.1 하비박스

하비박스는 매달 ‘취미 상자’를 보내주는 서비스이다. 취미분석서비스를 제공하여 고객의 특성을 파악하고, 이를 기반으로 그들에 맞는 여가활동을 제안한다. 이들이 보내주는 취미 상자에는 [Fig. 1]과 같이 여가활동에 대한 도구와 재료 등이 들어있다[11]. 취미 상자를 받은 고객들은 다른 사람의 직접적인 도움 없이 여가활동을 수행하고, 다양한 분야를 접하며 지속해서 이어나갈 여가활동을 탐색하는 것이 가능하다.



[Fig. 1] HOBYBOX

2.1.2 울앤더갱(Wool and the gang)

울앤더갱은 영국에서 탄생한 브랜드로, 뜨개질에 관련된 제품과 서비스를 제공한다. 직접 개발한 실, 도구 등의 개별 판매도 이루어지지만 가장 대표적인 서비스는 바로 DIY 세트다. [Fig. 2]에서 볼 수 있듯, 뜨개실, 도안과 설명서, 뜨개바늘로 이루어진 이 세트는 초보자들도 어렵지 않게 뜨개질을 할 수 있도록 한다[12]. 또한, 울앤더갱의 제품을 구입한 소비자들은 ‘#SHAREYOURKNITS’라는 소셜네트워크서비스의 해시태그 기능을 통해 각자의 작품을 공유할 수 있다.



[Fig. 2] Wool and the gang kit

2.2 요리 분야 여가활동 서비스 해외 사례

2.2.1 윌리엄스 소노마

식료품 및 도구를 판매하는 미국의 브랜드인 윌리엄스 소노마는 고객들이 간편하게 요리를 할 수 있는 ‘윌리엄스 소노마 홈메이드 키트(Williams Sonoma homemade kit)’를 판매한다. [Fig. 3]의 라비올리에서부터 맥주, 사케와 같은 주류, 그리고 소스에 이르기까지 다양한 종류가 있다[13]. 실생활에 필요한 요리보다 취미 생활로 하는 요리를 목적으로 만들어진 세트로, 고객들이 음식과 관련된 다양한 경험을 할 수 있도록 도와준다.



[Fig. 3] Williams Sonoma Ravioli kit

2.2.2 레시피 헌터스 - 에어룸 메일

미국의 레시피 헌터스가 제공하는 ‘에어룸 메일(Heirloom Mail)’은 매달 하나의 메뉴를 위한 식재료와 레시피 세트를 고객에 배달한다. 유럽, 미국, 중동 등의 지역마다 전통적으로 이어져 온 레시피를 직접 발굴하여 고객들에게 전달한다. 레시피 헌터스는 요리 세트 배달 서비스인 에어룸 메일과 함께, 비정기적으로 소셜다이닝 행사 또한 진행한다. 이를 통해 같은 취미와 관심사를 가진 사람들이 모여 경험을 공유할 수 있다[14].



[Fig. 4] The Recipe Hunters ‘Heirloom Mail’

2.3 요리 분야 여가활동 서비스 국내 사례

국내 시장에서는 ‘쿠킹박스’라는 명칭으로 다양한 브랜드가 요리 여가활동 세트 판매 서비스를 제공한다. 프렘박스, 프레시지, 식스레시피, 굿잇즈 등의 브랜드가 있으며, 네이버 쇼핑의 ‘쿠킹박스’ 분류에서 판매되고 있다 [15]. 일정한 양의 식재료와 레시피를 제공하는 기본 방식은 모두 동일하며, 한식, 중식, 일식, 양식 등 다양한 종류의 요리 세트를 판매한다. 요리의 종류에 따라 냄비나 식기와 같은 도구 또한 세트에 포함된 경우도 있다.

2.4 여가활동 서비스 사례 분석

전 분야 여가활동 사례와 요리 분야 여가활동 해외 사례는 고유의 특징을 가진 서비스로 운영된다는 점을 <Table 1>에서 확인할 수 있다.

첫 번째 사례인 하비박스는 브랜드의 주요 콘셉트인 취미에 대하여 이미지를 확고히 하기 위해, 취미 분석 서비스를 고객에게 제공하고 매달 구독할 수 있다는 장점이 있다.

두 번째로, 올앤더깡은 소비자들이 여가활동에 대한 공유를 중요시한다는 점을 파악하여, 기성화된 키트를 제공하지만 사용자들 간의 공유 플랫폼을 제공한다는 점이 특징적이다.

세 번째로, 윌리엄스 소노마의 경우 주류, 소스와 같은 다른 브랜드들이 다루고 있지 않은 음식 종류를 다룸으로써 특별한 경험을 전달할 수 있다는 장점이 있다.

마지막으로 레시피 헌터스의 에어룸 메일은 하비박스와 같은 구독 시스템을 갖추고 동시에 차별화된 레시피와 로컬 푸드라는 가치를 제공하고 있다.

이에 비교해 국내 요리 분야 취미 활동 서비스는 획일화된 경향을 보인다. 세트의 종류, 판매 경로, 재료 구성 등 모든 브랜드가 유사한 방식으로 운영되어 차별점이 없는 상황이다.

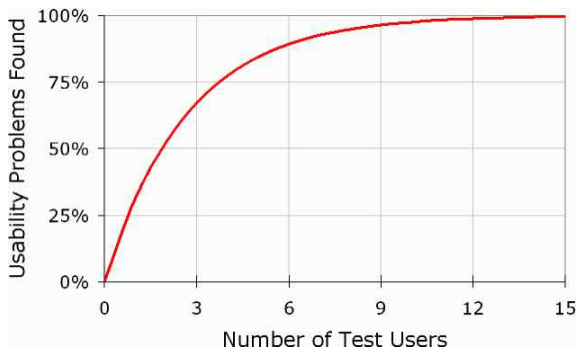
<Table 1> Differentiation of Services

Service	Differentiation
HOBYSBOX	Hobby curating service, Subscription
Wool and the gang	SNS Sharing Platform
Williams Sonoma homemade kit	Unique food categories
The Recipe Hunters 'Heirloom Mail'	Tradition recipe, Local food, Social dining events

3. 실험 방법 및 분석

3.1 실험 방법

이 연구의 실험을 진행하기 위해 요리에 취미를 가진 국내 20대~30대 직장인 8명을 대상으로 사용자 인터뷰를 시행하였다.



[Fig. 5] Jakob Nielsen's Curve

제이콥 닐슨의 연구[16]에 따르면 사용자 경험 연구의 실험에 있어 5명의 실험자를 확보했을 때, 그 실험은 유효한 결과를 가질 수 있다. 이에 근거하여, 이 연구에서는 8명의 실험자를 대상으로 실험을 진행하였다.

<Table 2> Profile of Interviewees

Interviewee	Age	Job	frequency of cooking per week
A	28	Journalist	1
B	27	Researcher	2~3
C	33	Office worker	3~4
D	31	Editor	3
E	28	Designer	2
F	29	Marketer	1~2
G	30	Researcher	1
H	30	Architect	1

3.2 실험 결과 및 분석

3.2.1 요리 취미 활동의 기본 정보

요리의 종류에서는 인터뷰 대상자 8명 모두 한식과 양식 구분 없이 단품 요리를 선호하는 경향을 보였다. 파스타, 샌드위치, 샐러드 등의 간단한 양식 요리나 찌개, 볶음밥, 반찬 등의 한식 요리를 공통으로 선호했다.

이들은 모두 단품 요리를 선호하기 때문에 어려운 점에 대한 답변이 유사하였다. 어려운 점으로는 잔여 재료, 음식량 조절, 도구와 공간의 제약, 준비·정리 과정에서의 시간 소요, 너무 다양한 레시피가 있었다. 다음은 요리 종류와 어려운 점에 대하여 <Table 3>에 정리한 것이다.

<Table 3> Basic Information about Cooking

Interviewee	Cooking Type	Difficulties
A	Simple dishes (Korean/European)	Surplus ingredients, Lack of tools
B	Korean dishes, pasta, sandwich	Limited usability of the kitchen
C	Simple dishes	Limited usability of the kitchen, Lack of tools
D	Korean/European food	Quantity control, Surplus ingredients
E	Simple dishes	Too much time to shop ingredients
F	Simple dishes (Korean/European)	Difficult to clean all dishes and tools
G	Korean/European soup	Too many recipes for one food
H	European dishes	Too many recipes for one food

3.2.2 쿠킹박스 이용 경험

인터뷰 대상자 8명 중 5명이 쿠킹박스 형태의 서비스를 이용한 경험이 있었다. 해당 서비스의 장점에 대해 사용자들이 공통적으로 답한 것은 시간 절약, 정확한 양의 재료, 이를 통한 예산 절감이었다. 쿠킹박스 서비스의 사용자들은 편리성과 비용 절감에 대하여 큰 매력을 느끼고 있었음을 알 수 있다. 또한, 단점에서는 상대적으로 비싼 가격, 유사한 조리법, 제품에 대한 상세 비교가 어렵다는 점이 제시되었다. 브랜드별로 서비스가 유사하고, 조리법에서도 차별화가 가능한 부분이 없으므로 나타나는 단점이 많다는 것을 파악할 수 있었다. 다음은 쿠킹박스의 장점과 단점에 대해 <Table 4>에 정리한 것이다.

<Table 4> Cooking Box Service Experience

Interviewee	Pros	Cons
A	Accurate quantity of ingredients, Timesaving	Expensive price
C	Timesaving, Easy to cook	Expensive price
D	Quick delivery, Various type of dishes	Tired of similar taste
G	Accurate quantity of ingredients, Saving money	None
H	Quick Delivery, Saving money	Need to compare and check products on the internet

3.2.3 소셜네트워크서비스 이용

인터뷰 대상자 8명 중 7명이 요리 취미 활동을 하면서 소셜네트워크서비스를 이용하고 있었다. 대부분 요리 레시피를 찾거나, 타인에게 자랑, 개인적인 기록을 위해 다양한 서비스를 사용하고 있었다. 요리 레시피를 찾는 용도로는 블로그, 유튜브, 트위터, 카카오톡을 사용했고, 기록 혹은 공유의 용도로는 인스타그램을 주로 사용하고 있었다. 특히, 사진 기반의 소셜네트워크서비스인 인스타그램을 주로 사용한다는 점에서, 요리 취미 활동의 공유 플랫폼에서 사진이 가장 중요하다는 것을 알 수 있었다. <Table 5>에서 인터뷰 대상자들이 주로 사용하는 소셜네트워크서비스와 사용하는 이유를 확인할 수 있다.

<Table 5> Utilization of SNS and reasons

Interviewee	SNS	Reasons
A	Blogs, Instagram	Personal records, Finding Recipes
B	Youtube Channel, Instagram	Sharing food styling, Boasting, Finding Recipes
C	Kakaotalk, Blogs	Personal records, Finding Recipes
D	Twitter, Kakaotalk	Boasting, Finding Recipes
E	Kakaotalk, Blogs	Boasting, Finding Recipes
F	Kakaotalk, Instagram	Personal records, Finding Recipes
H	Blogs, Instagram	Personal records, Finding Recipes

4. 결과

직장인에게 적합한 여가활동 방안 제안을 위해 사례 분석과 심층 인터뷰를 시행한 결과, 요리 분야 여가활동

에 대한 현황과 서비스의 장단점을 파악할 수 있었다. 먼저 사용자들은 요리 분야 여가활동을 함에 있어서 간편한 음식을 선호하였다. 때문에, 사용자의 과반수는 재료 준비, 조리 및 정리 과정이 간소화된 DIY 형태의 쿠킹박스를 이용한 경험이 있었다. 그리고 과정의 간소화로 인해 비용 절감의 효과까지 느끼고 있었다. 이를 통해 직장인이 여가활동을 할 때 DIY 형태의 서비스가 효과적이라는 사실을 확인할 수 있었다. 하지만 국내 브랜드들이 제공하고 있는 쿠킹박스 서비스에서 몇 가지 한계점을 발견하였다.

첫째, 제공하는 음식의 종류, 조리법, 재료 등의 콘텐츠가 모두 유사하여 차별점이 없다. 그래서 소비자들은 제품 비교에 어려움을 겪고 있었다. 그뿐만 아니라, 유사한 레시피로 인해 쿠킹박스를 활용한 요리에 싫증을 느끼기도 하였다.

둘째, 사용자들끼리 여가활동을 공유할 수 있는 플랫폼이 부재하다. 심층 인터뷰 결과에 따르면, 응답자의 90%가 자신의 요리 활동을 공유하기 위해 소셜네트워크 서비스를 사용하고 있었다. 하지만 여가활동만을 위한 플랫폼은 존재하지 않아 사용자들이 생산하는 콘텐츠가 분산된 것을 <Table 5>에서 볼 수 있다.

5. 결론 및 제언

이 연구는 우리나라 직장인의 여가활동을 보다 확산시킬 수 있는 요리 분야 여가활동 방안을 제안하기 위해 사례 조사와 사용자 인터뷰를 시행하였다. 그리고 이를 분석한 결과로 다음과 같은 결론을 얻게 되었다.

첫째, 브랜드만의 명확한 제품 범위와 콘텐츠가 필요하다. 다양한 경험을 제공했을 때, 사용자들은 흥미를 잃지 않고 여가활동을 꾸준히 지속할 수 있다. 사례연구에서 분석했듯이 하비박스의 큐레이팅 서비스, 에어룸 메일의 로컬 재료와 전통 레시피와 같은 명확한 차별점이 설정되어야 한다.

둘째, 사용자들 간의 여가활동 공유를 활성화할 수 있는 사진 기반 플랫폼 조성이 필요하다. 사용자들은 소셜네트워크서비스에 자신의 요리를 공유하고 있었고, 대부분 사진 기반의 인스타그램을 위주로 공유했다[17]. 사례연구의 올앤더갯의 #SHAREYOURKNITS와 같이 여가활동 사용자들이 공감대를 형성하고 자신의 활동 결과를 공유할 수 있는 환경을 조성함으로써 여가활동의 활성화

를 끌어낼 수 있을 것으로 보인다.

일 중심 시대를 지나 지금은 삶의 질과 만족감을 추구하는 시대가 되었다. 건강하고 만족한 삶을 위한 여가 활동의 활성화는 국가적으로도 매우 중요한 과제로 대두되고 있다[18]. 그런 점에서, 이 연구는 직장인을 위한 여가 활동 방안에 관한 연구로 문제를 발견하고 이에 대해 개선 방안을 제시했다는 점에 의의가 있다. 하지만 구체적인 방안의 설계 단계에는 도달하지 못했다는 제한점이 있다는 것을 밝힌다. 이 연구를 시작으로, 향후 사용자의 니즈에 대한 세분된 연구를 통해 여가활동 방안의 설계에 관한 후속연구가 이루어져 우리나라 직장인의 여가활동 확산에 도움이 되기를 바란다.

REFERENCES

- [1] <http://www.toeicstory.co.kr/598>
- [2] <http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2017111710483987403>
- [3] <http://www.segye.com/newsView/20171117004110>
- [4] http://www.edaily.co.kr/news/news_detail.asp?newsId=03630966616032568&mediaCodeNo=257&OutLnkChk=Y
- [5] N. D. Kim, M. Y. Jeon, H. E. Lee, J. Y. Lee, S. Y. Kim, J. H. Choi, S. J. Lee, Y. H. Seo, "Trend Korea 2018", Mirae Book Publishing Co., 2017.
- [6] S. A. Choi, K. S. Kim, "The Relationship Type of Leisure Activities and Leisure Satisfaction among the Employee", Korea Soprt Research, Vol.15, No.5, pp.1171-1180, 2004.
- [7] <http://www.newswire.co.kr/newsRead.php?no=858610>
- [8] http://www.jobkorea.co.kr/GoodJob/News/View?News_No=10802&schCtgr=100002&schGrpCtgr=100&schTxt=%EC%B7%A8%EB%AF%B8&Page=2
- [9] M. J. Choi, D. H. Lee, H. S. Ahn, "A Study on Relationship between Wellness, Subjective Happiness and Quality of Life of Salaried Persons", Journal of Digital Convergence, Vol.12, No.11, pp.597-606, 2014.
- [10] B. H. Lee, "The development of DIY Product for spreading traditional birth-clothes product", Journal of Korean Traditional Costume, Vol.20, No.1, pp.17-30, 2017.
- [11] <https://www.wadiz.kr/web/campaign/detail/10052>
- [12] <https://www.woolandthegang.com/>
- [13] <https://www.williams-sonoma.com/shop/agrarian-garden/agrarian-garden-homemade-kits/>
- [14] <http://www.therecipehunters.com/heirloommail>
- [15] <http://swindow.naver.com/fresh/homemeal/home>

- [16] Nielsen, J., Landauer, T. K., "A mathematical model of the finding of usability problems", Proc. ACM INTERCHI'93 Conf. (Amsterdam, the Netherlands, 24-29 April), pp.206-213, 1993.
- [17] <http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2017071009283522766> Hobby on Instagram
- [18] E. S. Yi, H. J. Hwang, S. K. Shim, G. S. Sho, C. W. Ahn, "A verification of algorithm on resilience leisure programs for the productive aging of the new elderly in Korea", Journal of Digital Convergence, Vol.15, No.5, pp.89-98, 2017.

이 재 은(Lee, Jaeun)

[정회원]

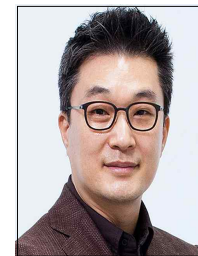


- 2014년 6월 : 연세대학교 생활디자인학사
- 2017년 2월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 디자인경영전공 재학
- 관심분야 : 디자인경영

▪ E-Mail : gojenn90@gmail.com

김 승 인(Kim, Seung In)

[중신회원]



- 2001년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수
- 2006년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 디자인혁신센터 센터장
- 관심분야 : 사용자경험디자인, 서비스디자인, 시각디자인

▪ E-Mail : r2d2kim@naver.com