

## MZ세대의 식품 가치소비 유형에 따른 지속가능한 식품 소비행동 비교 연구

양혜선 · 박영일\* · †주나미\*\*

숙명여자대학교 교육대학원 영양교육 전공 석사과정, \*숭의여자대학교 식품영양과 조교수,  
\*\*숙명여자대학교 식품영양학과 교수

### A Comparative Study on Sustainable Food Consumption Behavior Depending on Food Value Consumption Type of MZ Generation

Hyeseon Yang, Young il Park\* and †Nami Joo\*\*

Master's Course, Nutrition Education Graduate School, Sookmyung Women's University, Seoul 04310, Korea

\*Assistant Professor, Dept. of Food & Nutrition, Soongeui Women's College, Seoul 04628, Korea

\*\*Professor, Dept. of Food and Nutrition, Sookmyung Women's University, Seoul 04310, Korea

#### Abstract

The influence of the food value consumption type of MZ generation on food choice attribute and sustainable food consumption behavior was studied using structural equation modeling. A survey was conducted on April 11~17, 2022, among panels aged 20 to 39. A total of 350 valid replicates (100%) were analyzed using statistical program SPSS. The validity of the measurement instrument was verified through exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis. The data reliability was confirmed using Cronbach's alpha coefficient. The hypothesis was verified by performing path analysis through structural equation modeling using AMOS. Regarding the influence of food choice characteristics on sustainable food consumption behavior, health has a significant positive (+) effect on the selection consumption behavior of certified food and local food. Among food value consumption categories social value consumption has a significant negative (-) influence on the consumption behavior of certified food and the choice of local food. Ethical value consumption has a significant positive (+) influence on the selection consumption behavior of certified food and local food. This study is significant because it has identified sustainable food consumption behaviors that domestic consumers can adopt daily. It can use as baseline data for preparing political and institutional measures.

Key words: food value consumption type, food selection attribute, sustainable food consumption behavior, generation MZ, AMOS

#### 서론

‘요즘 젊은 사람들’로 지칭되는 MZ세대는 식품 및 외식 시장에서 주목받고 있으며, 식품 기업들은 MZ세대를 위한 마케팅 활동을 적극적으로 펼치고 있다(Kim JY 2021; Lee S 2022). MZ세대는 출생년도가 1980년대 초반~1990년대 중반인 M세대와 1990년대 중반~2010년대 초반인 Z세대를 총칭하여 부르는 말로(Kim & Ohk 2021), 이전 세대와 구분되는

독특한 소비 특성으로 인해 붙여진 이름이다. MZ세대는 자신의 가치관 및 신념과 일치하는 소비인 가치소비를 지향하며(Kim 등 2022), 자신을 위한 소비만 하는 것이 아니라 사회적·환경적 문제에 대한 높은 관심을 친환경 소비나 윤리적 소비로 실천한다(Kang & Kim 2022; Lee & Chung 2022). 더 나아가, 이를 SNS에 인증 및 공유해 가치를 확산시킨다(Kim & Ohk 2021).

소비를 통해 개인의 가치를 창출하고자 하는 소비문화가

† Corresponding author: Nami Joo, Professor, Dept. of Food and Nutrition, Sookmyung Women's University, Seoul 04310, Korea.  
Tel: +82-2-710-9471, Fax: +82-2-710-9479, E-mail: namij@sookmyung.ac.kr

형성되면서, 개인의 주관적인 가치 만족도를 중요시하는 가치소비가 전 세계적인 메가트렌드가 되었다(Lee YJ 2012; Park 등 2022). 가치소비에 대한 연구로 Yoon YK(2014)는 가치소비요인에 따라 소비자 집단유형을 구분하여 집단 간 동물복지형 축산 및 인증제에 대한 인식과 동물복지인증달걀의 이용실태의 차이를 분석하였고, Oh IS(2018)의 연구에서는 레스토랑 이용경험이 있는 서울지역 소비자를 대상으로 조사한 결과 가치소비가 레스토랑 선택속성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

선택속성이란 소비자를 최종 선택으로 이끄는 제품의 속성을 말한다(Yun & Kim 2021; Zhang 등 2022). 식품선택속성과 관련된 선행연구를 살펴보면, Jang WY(2020)의 연구는 성인의 국내산 쌀 가공식품 선택속성을 건강, 품질, 가격으로 분류하였고 이는 소비가치에 유의한 영향을 나타냈으며, Go & Go(2021)의 연구에서 서울 및 경기지역 소비자의 편의식품 선택속성 중 다양성, 브랜드, 맛, 가격은 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미쳤다.

현대의 푸드시스템(식품의 생산, 가공, 포장, 운송, 소비, 폐기에 이르는 하나의 시스템)은 자원의 고갈과 온실가스 배출 등 환경적인 지속가능성의 문제에 직면해 있으며, 전 세계 온실가스 배출량의 19~29%를 차지하고 있다(Ericksen PJ 2008; Vermeulen 등 2012). ‘환경적으로 의식 있는’ 식품 선택 쪽으로의 소비행동 변화는 현대의 푸드시스템을 개선하는 중요한 열쇠이다(Weller 등 2014; Kamenidou 등 2019). 식품의 지속가능성은 식품이 생산·분배·소비되는 과정에서 경제적·사회적·환경적 지속가능성의 실현이라는 복잡한 메커니즘을 갖고 있다(Hong JH 2018). 지속가능한 식품 소비에 대한 연구는 주로 국외에서 진행돼 국내 연구는 부족한 실정이다. Kamenidou 등(2019)은 그리스의 Z세대를 대상으로 지속가능한 식품 소비행동 및 그에 대한 태도를 조사한 결과 ‘고려중인 학생들’은 여성의 비율이 높고 가정 내 소득은 낮았으며, ‘부정적인 입장의 학생들’은 남성의 비율이 높고 가정 내 소득이 높았다. Verain 등(2015)은 네덜란드의 성인 소비자 대상으로 ‘식품선택’과 ‘절제’로 구분하여 지속가능한 식품 소비행동을 측정하였으며 식품선택 행동에서는 가격요인이 중요하게 작용했고 절제 행동의 경우 식품 카테고리별 차이가 존재하였다. 국내 연구로 Chang HJ(2018)은 중년 여성의 메뉴계획부터 음식물 쓰레기 처리 활동 등 포괄적 범위의 식생활에서 지속가능성을 연구하였으며, Hong JH(2018)은 유기농·무농약·무항생제·지리적표시제가 표시된 식품을 지속가능성 식품으로 규정하였으며, 수도권 소비자의 일부 가치가 지속가능성 식품 구매의도에 유의한 영향을 미쳤다.

따라서 본 연구는 차세대 소비 주역이자 환경적인 지속가능성에 관심이 높다고 보고된 MZ세대를 대상으로, 식품 가

치소비 유형 및 식품선택속성, 지속가능한 식품 소비행동을 조사하여 지속가능한 식품 소비행동 활성화를 위한 제도적 마련에 기여하며, 지속가능한 식품 소비에 대한 국내 연구 활성화를 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

## 연구 대상 및 방법

### 1. 조사대상자 및 기간

본 연구는 MZ세대의 식품 가치소비 유형이 식품선택속성과 지속가능한 식품 소비행동에 미치는 영향을 알아보기 위해 소비결정에 주도적으로 참여하는 20세 이상 39세 이하의 2030 남녀를 모집단으로 선정하였다. 리서치 전문기관 (주)리서치앤유에 직접 방문해 설문 목적과 취지를 설명하여 설문을 의뢰하였고, 리서치 전문기관 (주)리서치앤유로부터 이메일 및 휴대폰으로 온라인 설문지를 전달받은 20세 이상 39세 이하의 패널 중 자발적 참여의사를 가진 자만이 설문문에 응답하여 제출하는 방식으로 설문이 진행되었다. 설문조사는 2022년 4월 11일부터 17일까지 7일간 실시되었으며, 총 350부의 설문지를 배포하여 수집된 총 350부(100%)가 모두 유효해 통계처리에 사용되었다(SMWU-2203-HR-009).

### 2. 조사방법 및 내용

조사대상자의 특성은 선행논문(Kim JY 2021; Kim & Ohk 2021)을 참고하여 수정 및 보완하였다. 식품 가치소비 유형(Oh HY 2015; Jung & Han 2017; Oh IS 2018; Hong & Bok 2019; Kim 등 2019)은 실용적 가치소비, 감정적 가치소비, 자기표현지향 가치소비, 이타적 가치소비에 관한 총 15문항으로 구성하였다. 식품선택속성(Kim & Sim 2017; Choi & Yi 2019; Jang WY 2020; Yeo 등 2020; Yun & Kim 2021)은 편의성, 건강, 경제성, 맛에 관한 총 16문항으로 구성하였고, 지속가능한 식품 소비행동은 선행논문(Weller 등 2014; Verain 등 2015; Kamenidou 등 2019; Quoquab 등 2019; Żakowska-Biemans 등 2019; Sánchez 등 2021)을 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 보완하여 총 16문항으로 구성하였다. 조사대상자의 특성을 제외하고는 모두 리커트 5점 척도를 이용해 측정하였다.

### 3. 연구모형 및 연구기설

MZ세대의 식품 가치소비 유형이 식품선택속성과 지속가능한 식품 소비행동에 미치는 영향을 알아보고자 식품 가치소비 유형을 독립변수, 식품선택속성을 매개변수, 지속가능한 식품 소비행동을 종속변수로 설정한 구조방정식모형을 이용하였으며, 연구기설은 다음과 같이 설정하였다.

가설 1. 식품 가치소비 유형은 식품선택속성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 식품선택속성은 지속가능한 식품 소비행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 식품 가치소비 유형은 지속가능한 식품 소비행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.

#### 4. 통계분석

수집된 자료는 통계프로그램인 SPSS for Win. 27.0을 사용해 분석하였다. 연구대상자의 일반적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였고, 측정도구의 타당성 검증을 위해 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석에서 요인 추출방법은 주성분 분석을 사용하였고, 요인 회전 방법은 직각회전 방식인 베리맥스 회전방법을 이용하였다. 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's  $\alpha$  계수를 산출하였으며, 가설 검증을 위해 AMOS를 활용해 구조방정식모형을 통한 경로분석을 실시하였다.

## 결과 및 고찰

### 1. 연구대상자의 특성

연구대상자의 일반적 특성은 Table 1과 같다. 연구대상자는 총 350명으로, 연령대는 20대 174명(49.7%), 30대 176명(50.3%)으로 유사했으며, 성별은 남성과 여성 모두 175명(50.0%)으로 동일하였다. 월평균 소득(용돈 포함)은 200~300만원 미만인 114명(32.6%)으로 가장 많았으며, 다음으로 300만원 이상 84명(24.0%), 50만원 미만 56명(16.0%), 100~200만원 미만 55명(15.7%), 50~100만원 미만 41명(11.7%) 순으로 나타났다. 혼인 여부는 미혼이 288명(82.3%)으로 대부분이었고, 기혼은 62명(17.7%)으로 나타났다. 업종별로는 회사원이 164명(46.9%)으로 가장 많았고, 학생 68명(19.4%), 전문직/프리랜서 39명(11.1%), 기타(무직 포함) 37명(10.6%), 공무원/교육자 21명(6.0%), 자영업 12명(3.4%), 전업주부 9명(2.6%)의 순이었다.

### 2. 연구변수에 대한 탐색적 요인분석

연구변수에 대한 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석의 결과는 Table 2와 같다. 탐색적 요인분석 결과 문항의 성격이 다르게 묶인 식품 가치소비 유형 2문항, 식품선택속성 2문항, 지속가능한 식품 소비행동 5문항이 각각 제거되었다. 식품 가치소비 유형은 4개의 요인으로 추출되었으며 요인 1은 '윤리적 가치소비', 요인 2는 '사회적(과시) 가치소비', 요인 3은 '기능적(실용·가격) 가치소비', 요인 4는 '감성적 가치소비'로 명명하였다. 식품 가치소비 유형에 대한 각 요인의 고유

Table 1. General characteristics of respondents (n=350)

Characteristic	n (%)	
Age	20's	174(49.7)
	30's	176(50.3)
Gender	Male	175(50.0)
	Female	175(50.0)
Monthly income (10,000 won)	<50	56(16.0)
	50 to <100	41(11.7)
	100 to <200	55(15.7)
	200 to <300	114(32.6)
	≥300	84(24.0)
Marital status	Single	288(82.3)
	Married	62(17.7)
Occupation	Student	68(19.4)
	Housewife	9(2.6)
	Profession/freelancer	39(11.1)
	Company employee	164(46.9)
	Public official/educator	21(6.0)
	The self-employed	12(3.4)
	Etc. (incl. the unemployed)	37(10.6)

값은 1 이상, 설명된 총 분산이 67.655%, 요인적재량은 모두 0.5 이상, KMO값은 0.845로 양호한 수준, Bartlett의 구형성 검증 결과 유의하게 나타나( $p<0.001$ ) 요인적합성 및 타당성이 확보되었고, 각 요인별 신뢰도 계수는 0.612~0.859로 나타나 신뢰성이 검증되었다. 식품선택속성은 4개의 요인으로 추출되어 요인 1은 '건강', 요인 2는 '편의성', 요인 3은 '경제성', 요인 4는 '맛'으로 명명하였다. 식품선택속성의 각 요인별 고유값은 1 이상, 설명된 총 분산이 61.955%, 요인적재량은 모두 0.5 이상, KMO값은 0.768로 수용할만한 수준, Bartlett의 구형성 검증 결과 유의하였으므로( $p<0.001$ ) 요인적합성과 타당성이 있는 것으로 나타났고, 각 요인별 신뢰도 계수는 0.626~0.818로 신뢰도가 검증되었다. 지속가능한 식품 소비행동은 4개의 요인으로 추출되었고, 요인 1은 '인증 식품 선택 소비행동', 요인 2는 '대체식품 선택 소비행동', 요인 3은 '음식 폐기물 줄이기 소비행동', 요인 4는 '로컬푸드 선택 소비행동'으로 명명하였다. 지속가능한 식품 소비행동에 대한 각 요인의 고유값(eigen value)은 1 이상, 설명된 총 분산이 69.975%, 요인적재량은 모두 0.5 이상, KMO값이 0.806으로 양호한 수준, Bartlett의 구형성 검증결과 유의하게 나타나( $p<0.001$ ) 요인적합성과 타당성이 검증되었고, 각 요인별 신뢰도 계수는 0.652~0.778로 나타나 수용할 수 있는 수준의 신뢰성을 보였다.

**Table 2. Exploratory factor analysis of food value consumption type, food selection attribute and sustainable food consumption behavior**

Variables	Question	Factor				Cronbach's alpha
		Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	
Food value consumption type	Buy food of social enterprise	0.831				0.859
	Consume being interested in and helping workers' human rights (fair trade food, etc.)	0.817				
	Buy food that gives a part of selling price back to society through a charity	0.804				
	Consider it a proper price in view of producers	0.657				
	Buy food acting as a foil for one's ability and appearance		0.812			0.855
	Buy food acting as a foil for one's distinct individuality		0.791			
	Buy food expressing one's image		0.777			
	Buy food that can be stored for a long time			0.763		0.673
	Consider convenience of food control			0.755		
	Buy food of good quality per price			0.705		
	Buy food available for various cooking			0.549		0.612
	Satisfied with purchase of wanted food				0.824	
	Consider pleasure from food				0.780	
	Eigen value		2.873	2.345	2.046	1.513
Cumulative dispersion (%)		22.101	40.140	55.880	67.655	
Food selection attribute	Avoid food including additives	0.817				0.754
	Prioritize health and nutrition over flavor	0.783				
	Avoid high-calorie food to prevent obesity	0.742				
	Select food saving cooking time		0.864			0.818
	Prefer food that take it right away after unwrap a package		0.824			
	Prefer food of simple recipe		0.814			
	Prioritize food on sale or in promotion			0.771		0.675
	Prefer cheap food			0.703		
	Calculate a list and estimated price			0.643		
	Decide food after comparing several store			0.551		0.626
	Prioritize flavor first				0.802	
	Eating delicious food gives pleasure				0.670	
	Not have unappetizing food despite being hungry				0.597	0.626
	Buy expensive ingredients for flavor				0.588	
Eigen value		2.327	2.242	2.118	1.987	
Cumulative dispersion (%)		16.620	32.636	47.762	61.955	
Sustainable food consumption behavior	Buy food with label of organic certification.	0.772				0.773
	Buy low-carbon certification of agricultural and livestock product.	0.732				
	Avoid imported agricultural products.	0.689				
	Avoid food of excessive packaging.	0.677				
	Be willing to take protein from edible insects.		0.881			0.778
Consume plant-based meat substitute.		0.787				

Table 2. Continued

Variables	Question	Factor				Cronbach's alpha
		Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	
Sustainable food consumption behavior	Take leftover in a next meal.			0.796		0.652
	Check fridge before shopping.			0.781		
	Order amount of food you can eat in restaurant.			0.623		
	Use seasonal ingredients.				0.873	
	Buy local agricultural and livestock product.				0.746	
	Eigen value	2.386	1.885	1.794	1.632	
	Cumulative dispersion (%)	21.694	38.830	55.137	69.975	

### 3. 측정모형에 대한 확인적 요인분석

측정모형에 대한 확인적 요인분석 결과, 집중타당도가 확보되지 않은 감성적 가치소비, 경제성, 대체식품 선택 소비행동, 음식 폐기물 줄이기 소비행동 변수를 제거한 후 확인적 요인분석을 재실시하였다. 수정 측정모형의 적합도 검증 결과는 Table 3과 같다. 식품 가치소비 유형과 식품선택속성의 수정 측정모형은 적합도 지수 평가에서  $\chi^2$ 을 제외한 RMR, GFI, TLI, CFI, RMSEA가 기준을 충족하였다. 지속가능한 식품 소비행동의 경우 모든 적합도 지수가 기준을 충족해 측정모형이 타당하였다. 또한, 모든 측정변인들의 표준화된 요인 적재치, C.R(critical ratio) 값, 평균분산추출지수(AVE), 개념 신뢰도가 기준을 충족해 잠재변인을 측정하는 관측변인의 일치성인 집중타당도가 확보되었다.

### 4. 구조방정식모형 분석 및 가설 검증

구조방정식모형의 적합도를 검증하는 적합도 지수 평가 지표들은 대체로 기준값을 충족해 연구모형이 타당한 것으로 판명되었다(Table 4). 구조방정식모형의 경로분석 결과는 Fig. 1과 같으며, MZ세대의 식품 가치소비 유형에 따른 식품

선택속성과 지속가능한 식품 소비행동에 대한 결과는 다음과 같다.

식품 가치소비 유형이 식품선택속성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 기능적(실용·가격) 가치소비는 편의성에 7.963 ( $p<0.001$ )의 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Yoo & Kim(2019)의 연구에서는 편의점 PB식품의 소비가치와 선택속성 간 정준상관분석을 진행한 결과 기능적 가치와 편의성 간 상관정도가 큰 것으로 나타났으며, Lee HJ(2017a)의 연구는 편의식품 구입 경험이 있는 회사원, 학생, 주부를 대상으로 조사한 결과, 제품이 갖는 효율 등을 높이 평가하는 기능적 가치 추구 소비자는 편의성이 편의식품을 선택하도록 이끄는 중요한 속성 중 하나인 것으로 나타나 본 연구결과와 일치하였다. 기능적(실용·가격) 가치소비는 건강에 2.544( $p<0.05$ )로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Jung 등(2017a)의 연구에서는 건강관심도가 높은 소비자일수록 식품의 합리적인 가격과 품질, 기능 등과 관련된 기능적 소비가치를 중요한 판단의 기준으로 삼으며, 글루텐 프리식품에 대해 호의적인 태도와 높은 구매의도를 나타냈다. 즉, 건강에 대한 관심과 이와 관련된 적극적 실천행동을

Table 3. Fit verification of modified measurement model

Model	$\chi^2$ ( $p$ ) <sup>1)</sup>	RMR <sup>2)</sup>	GFI <sup>3)</sup>	TLI <sup>4)</sup>	CFI <sup>5)</sup>	RMSEA <sup>6)</sup>
Optimum model	( $p>0.05$ )	Below 0.05	Above 0.9	Above 0.9	Above 0.9	Below 0.08
Food value consumption type	64.508 ( $p=0.000$ )	0.037	0.961	0.958	0.972	0.070
Food selection attribute	32.358 ( $p=0.000$ )	0.033	0.977	0.967	0.980	0.051
Sustainable food consumption behavior	7.936 ( $p=0.094$ )	0.020	0.991	0.986	0.994	0.053

<sup>1)</sup>  $\chi^2$ : Chi-square.

<sup>2)</sup> RMR: Root mean square residual.

<sup>3)</sup> GFI: Goodness of fit index.

<sup>4)</sup> TLI: Tucker-lewis index.

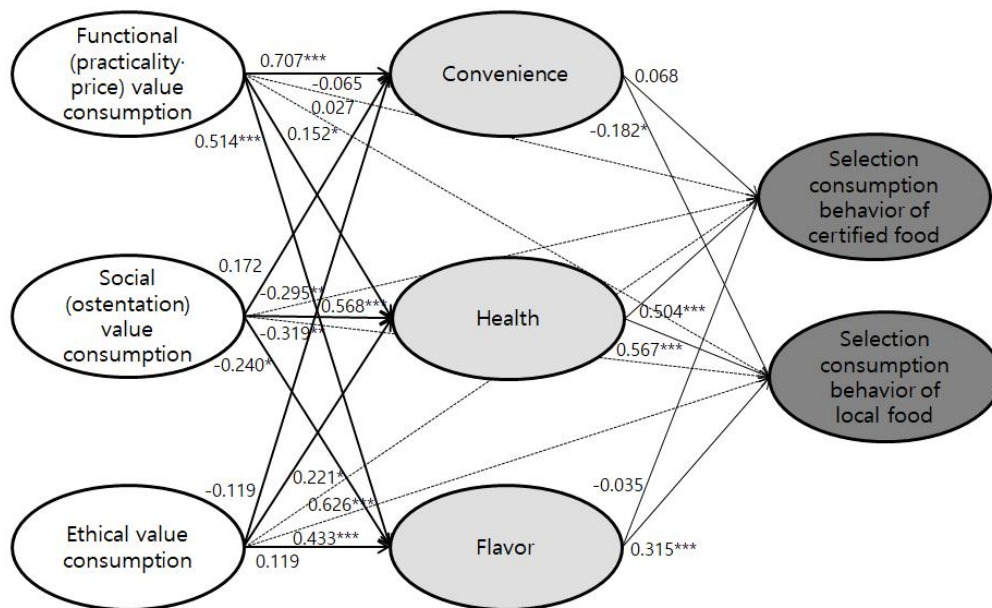
<sup>5)</sup> CFI: Comparative fit index.

<sup>6)</sup> RMSEA: Root mean square error of approximation.

**Table 4. Hypothetical model fit index**

Model	$\chi^2$ ( $p$ ) <sup>1)</sup>	RMR <sup>2)</sup>	GFI <sup>3)</sup>	TLI <sup>4)</sup>	CFI <sup>5)</sup>	RMSEA <sup>6)</sup>
Optimum model	( $p>0.05$ )	Below 0.05	Above 0.9	Above 0.9	Above 0.9	Below 0.08
Hypothetical model	328.241 ( $p=0.000$ )	0.039	0.922	0.950	0.960	0.047
Result	Unfit	Fit	Fit	Fit	Fit	Fit

- 1)  $\chi^2$ : Chi-square.
- 2) RMR: Root mean square residual.
- 3) GFI: Goodness of fit index.
- 4) TLI: Tucker-lewis index.
- 5) CFI: Comparative fit index.
- 6) RMSEA: Root mean square error of approximation.



**Fig. 1. Structural equation model of food value consumption type, food selection attribute, sustainable food consumption behavior.** \* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ .

하는 사람은 식품을 통해 얻는 물리적, 실용적 혜택을 꼼꼼히 따져보는 것을 값진 소비로 생각하는 것이라 판단되며, 본 연구결과에서는 식품의 기능적 가치를 추구해 이에 부합하는 식품을 구매하는 소비자도 식품선택 시 건강을 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 기능적(실용·가격) 가치소비 는 맛에 5.337( $p<0.001$ )의 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Chin YK(2021)의 연구에서도 서울 지역의 맥도날드 매장 성인 이용객이 매장의 친절하고 신속한 서비스 등 기능적 가치를 추구할수록 메뉴 선택 시 중요한 속성은 맛인 것으로 나타나, 외식 등 식품선택과 관련해서 기능적 가치를 추구하는 소비자가 식품의 속성 중 맛을 중요시하는 것이 검증되었다.

식품 가치소비 유형 중 사회적(과시) 가치소비는 건강에

5.869( $p<0.001$ )로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kim KB(2022)의 연구는 수도권 여대생을 대상으로 다이어트 과정에서 SNS의 의미와 역할을 조사한 결과, 타인의 시선과 함께 자신의 건강과 운동 목적이 강한 내적동기 집단에서는 SNS가 다이어트를 위한 정보검색 통로로 이용되는 등 건강한 다이어트를 위한 순기능의 역할을 하고 있었다. 따라서 타인에게 보이는 나의 이미지와 개성 등을 중요시하는 소비자는 나의 건강한 신체상 형성을 위해 식품선택 시에도 건강을 염두에 둘 것이라 사료된다. 사회적(과시) 가치 소비는 맛에 -2.210( $p<0.05$ )의 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타나 자신의 개성 표현 등 소비를 통해 과시하는 것이 중요한 소비자는 자신이 내면적으로 느끼는 맛은 식품 선택 시 크게 중요하지 않은 것으로 생각된다.

윤리적 가치소비는 건강에 2.389( $p<0.05$ )로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kim KH(2010)의 연구에서는 대학생의 라이프스타일에 따른 군집 유형 중 ‘자아신뢰·건강 추구’ 집단이 윤리적 소비행동에서 가장 높은 평균 점수를 보였다. 즉, 자신의 건강에 대한 관심이 타인의 안녕에 대한 관심으로 이어지는 것으로 판단되며, 본 연구에서는 소비를 통해 타인에게 미치는 영향을 고려하는 윤리적 가치소비자는 식품 구매 시 자신의 건강도 고려한 선택을 하는 것으로 나타났다.

식품선택속성이 지속가능한 식품 소비행동에 미치는 영향을 살펴보면, 편의성은 로컬푸드 선택 소비행동에 -1.969( $p<0.05$ )의 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Park 등(2015)의 연구에서는 수도권 거주 주부를 대상으로, 소비자의 로컬푸드 소비에 영향을 미치는 내적요인과 외적요인을 분석하였다. 소비자 내적요인인 식품선택동기 중에서는 경제성 및 편의성 동기가 식료품비 중 로컬푸드 구매금액이 차지하는 비중이 유의한 음(-)의 영향을 미쳤고, 소비자 외적요인인 로컬푸드 시장 장애요인에서는 ‘판매점이 가까이 없음’에 ‘약간 그렇다’와 ‘그렇다’라고 긍정으로 응답한 비율이 61.42%로 높게 나타났다. 따라서 소비자는 로컬푸드의 접근이 용이한 판매처가 부족한 것으로 인식하고 있으며, 이는 특히 식품선택 시 편의성을 중요시하는 소비자에게 로컬푸드 구매의 방해요인으로 작용함을 알 수 있었다. 건강은 인증식품 선택 소비행동에 4.979( $p<0.001$ )로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있었다. Kim SS(2008)의 연구에서는 GMO 위험인지가 농·식품 관련 품질인증표시의 인지도 및 이해도, 신뢰도를 매개변수로 하여 품질인증표시의 이용도에 유의한 영향을 미치고 있었다. GMO와 같은 식품 위험요인에 대해 더 잘 인지하고 있을수록 농·식품 관련 품질인증표시에 대해 인지하고 이해하는 정도가 크고, 이는 품질인증표시에 대한 신뢰도를 높게 형성해 식품 구매 시 품질인증표를 이용하는 것을 의미한다. 본 연구결과에서 볼 수 있듯이 식품선택 시 건강요소를 중요하게 고려할수록 인증식품 선택 소비행동이 증가하므로, 평소 GMO와 같은 식품관련 건강상 위해요인에 대한 높은 관심은 최종적으로 품질인증표를 획득한 농·식품의 소비로 이어질 것으로 사료된다. 기후변화에 대한 우려가 고조되면서 식품이 갖는 친환경성에 대해 국가가 인증하는 저탄소 농축산물 인증제가 도입되었는데, 이는 친환경 인증(유기농, 무농약)이나 우수관리인증(GAP)을 획득하고 저탄소 농업기술을 적용한 식품에 해당마크를 부여하기 때문에(Lee & Yang 2021) 이에 대한 보다 정확한 정보전달이 소비자교육을 통해 이뤄진다면, 환경뿐만 아니라 식품의 안전 등 건강한 먹거리에 관심이 높은 소비자의 이목도 끌여 저탄소인증 식품 소비 활성화에 도움이

될 것으로 생각된다. 건강과 맛은 로컬푸드 선택 소비행동에 각각 4.901( $p<0.001$ )과 4.018( $p<0.001$ )로 유의한 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. Ko & Rha(2021)의 연구에서도 로컬푸드 구매 경험 소비자를 대상으로 구매 동기를 조사한 결과, 로컬푸드가 상품으로 갖는 속성인 건강상 이로운, 영양 풍부, 맛 좋음 등이 3.66점으로 가장 큰 이유인 것으로 나타났다. 따라서 식품선택 시 건강이나 맛을 최우선으로 하는 소비자는 이러한 이점을 기대하고 로컬푸드를 구매하는 것으로 판단된다.

식품 가치소비 유형이 지속가능한 식품 소비행동에 미치는 영향을 살펴본 결과, 사회적(과시) 가치소비는 인증식품 선택 소비행동과 로컬푸드 선택 소비행동에 각각 -2.787( $p<0.01$ ), -2.689( $p<0.01$ )로 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Jung 등(2016)의 연구는 개인의 이익보다 ‘우리’라는 집단의 정체성과 소속감이 강한 집단주의 성향 소비자는 타인을 위한 바람직한 행동으로 여겨지는 로컬푸드와 친환경인증식품에 호의적인 태도를 형성해 실제 구매 행동으로 이어질 가능성이 높은 것으로 나타나 본 연구결과와 상이하였다. 이는 MZ세대가 소비를 통해 집단의 정체성과 소속감 형성보다는 나의 이미지와 능력, 남과 구별되는 개성 등을 과시하면서 타인과 관계를 맺기 때문으로 사료된다. 윤리적 가치소비는 인증식품 선택 소비행동에 6.785( $p<0.001$ )의 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Lee HJ(2017b)의 연구에서는 보편주의 가치를 추구할수록 유기농식품의 환경적, 건강상, 심리적 혜택에 긍정적인 태도를 형성해 유기농식품 소비 의도가 증가하였다. 따라서 인류와 환경을 지향하는 가치가 소비영역에 반영되었을 때도 건강상, 환경적 혜택이 동기부여 돼 식품 안전 및 환경과 밀접한 관련이 있는 원산지 확인, 유기농 인증, 저탄소 인증 식품 등의 인증식품 선택 소비행동이 증가한 것이라 판단된다. 또한, 윤리적 가치소비는 로컬푸드 선택 소비행동에 4.337( $p<0.001$ )로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Jung 등(2017b)의 연구에 따르면 로컬푸드에 대한 연상단어를 조사한 결과 지역특산물로 인식하는 비율이 35.7%로, 유기농 및 친환경을 떠올리는 비율인 17.7%보다 2배 이상 높게 나타났다. Jang 등(2013)의 연구는 전북 지역의 대형마트와 로컬푸드 직매장을 방문한 소비자를 대상으로 조사한 결과 로컬푸드에 기대하는 역할로서 지역 중·소농의 새로운 판로 및 유통대안에 동의하는 비율이 78.9%로 나타났으며, 지역문제에 대한 토론 경험이 있을 때 로컬푸드 구입금액이 증가하는 것으로 나타났다. 즉, 자신의 소비를 통한 혜택이 타인에게 돌아가는지가 소비의 기준이 되는 윤리적 가치 추구 소비자는 지역경제 활성화 측면에서 로컬푸드의 역할을 기대하며 로컬푸드를 더 많이 구매하는 것으로 판단된다.

## 요약 및 결론

본 연구는 MZ세대의 식품 가치소비 유형에 따른 식품선택속성과 지속가능한 식품 소비행동을 알아보기 위해 소비결정에 주도적으로 참여하는 2030 남녀를 모집단으로 선정해 리서치 전문기관(㈜리서치앤유)의 20세 이상 39세 이하 패널을 대상으로 설문조사를 진행하였고, 유효한 총 350부를 통계처리에 사용하였다.

연구대상자의 연령분포는 20대 49.7%, 30대 50.3%로 비슷하였고, 성별은 남성과 여성이 각각 50%로 동일하였다. 월평균 소득(용돈 포함)은 200~300만원 미만이 32.6%로 가장 많았으며, 혼인여부는 82.3%가 미혼이었고 업종은 회사원이 46.9%로 가장 많았다. 식품 가치소비 유형이 식품선택속성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 기능적(실용·가격) 가치소비는 편의성에 7.963( $p<0.001$ ), 건강에 2.544( $p<0.05$ ), 맛에 5.337 ( $p<0.001$ )로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사회적(과시) 가치소비는 건강에 5.869( $p<0.001$ ), 맛에 -2.210( $p<0.05$ )로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 윤리적 가치소비는 건강에 2.389( $p<0.05$ )로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 식품선택속성이 지속가능한 식품 소비행동에 미치는 영향을 살펴본 결과, 편의성은 로컬푸드 선택 소비행동에 -1.969( $p<0.05$ )로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 건강은 인증식품 선택 소비행동에 4.979( $p<0.001$ ), 로컬푸드 선택 소비행동에 4.901( $p<0.001$ )로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 맛은 로컬푸드 선택 소비행동에 4.018( $p<0.001$ )로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 식품 가치소비 유형이 지속가능한 식품 소비행동에 미치는 영향을 살펴본 결과, 사회적(과시) 가치소비는 인증식품 선택 소비행동에 -2.787( $p<0.01$ ), 로컬푸드 선택 소비행동에 -2.689( $p<0.01$ )로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 윤리적 가치소비는 인증식품 선택 소비행동에 6.785( $p<0.001$ ), 로컬푸드 선택 소비행동에 4.337( $p<0.001$ )로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구 결과 MZ세대는 소비를 통해 집단의 정체성과 소속감 형성보다는 ‘타인과 구별되는 나’를 과시하면서 타인과 관계를 맺기 때문에 사회적(과시) 가치를 추구할수록 타인을 위한 바람직한 행동으로 여겨지는 인증식품과 로컬푸드 선택 소비행동은 적게 하는 것으로 나타났다. 하지만 나의 소비를 통한 혜택이 타인에게 돌아가는지가 중요한 윤리적 가치 소비자는 인증식품과 로컬푸드 선택 소비행동이 모두 높게 나타났다. 즉, 차세대 소비주역인 MZ세대의 지속가능한 식품 소비행동 활성화를 위한 소비자 교육 진행 시 타인을 위한 소비에 대한 이해를 통해 윤리적 가치를 중요한 식품 소비가치로 인식할 수 있도록 하는 것이 필요하다. 식품의

속성 중 특히 건강은 지속가능한 식품 소비행동에 양(+)의 영향관계를 보이므로 지속가능한 식품 소비행동을 통한 혜택을 환경적 측면뿐 아니라 건강적인 면에서도 다룰 필요가 있을 것이다. 특히, 저탄소인증마크 획득 식품의 건강상, 환경적 이점에 대한 정확한 정보 전달이 요구된다. 본 연구는 국내 소비자가 개인 단위로 일상생활에서 실천할 수 있는 지속가능한 식품 소비행동을 규명하였으며, 이를 도울 정책 및 제도적 마련의 기초자료로 활용될 수 있다는 점에서 의의를 갖는다. 하지만, 본 연구도 다음과 같은 한계점을 갖는다. 탄소중립을 위한 미래 먹거리 산업으로 주목받고 있는 대체식품 관련 변수와 온실가스 배출에 상당한 비중을 차지하는 음식 폐기물 줄이기와 관련된 변수가 분석 과정에서 탈락되어 이와 관련된 가설 검증이 진행되지 못하였다. 따라서 해당 변수의 측정항목들을 정교화하여 이에 대한 지속가능한 식품 소비행동 관련 후속연구가 진행되어야 할 것이다.

## References

- Chang HJ. 2018. Sustainable meal practices of middle aged women at home according to their lifestyles. *J Korean Soc Food Cult* 33:1-10
- Chin YK. 2021. Influence of fast food customers' consumption value on the properties of menu selection and on purchase behavior intention: Focusing on McDonald's customers. Master's Thesis, Hanyang Univ. Seoul. Korea
- Choi JH, Yi NY. 2019. IPA on the choice attribute of HMR (home meal replacement) products: Focusing on the comparison among consumers aged between 20 and 40, or over 50. *Korean J Food Nutr* 32:50-60
- Ericksen PJ. 2008. Conceptualizing food systems for global environmental change research. *Glob Environ Change* 18: 234-245
- Go SJ, Go MA. 2021. Effect of convenience food selection attributes on perceived value and behavioral intention. *Tour Res* 46:43-63
- Hong E, Bok M. 2019. Analysis of classification and ethical consumption characteristics according to the materialism and self-esteem. *Consum Policy Educ Rev* 15:73-95
- Hong JH. 2018. The effect of food consumers' values on purchasing intention of sustainable foods: Moderating effect and mediating effect of recognition of sustainability certification indication. *J Hosp Tour Stud* 20:23-38
- Jang HW, Lee MS, You SY. 2013. A study of consumer perception of local food. *Korean J Agric Manage Policy*



- 40:248-269
- Jang WY. 2020. The effect of choice properties of domestic rice processing food on consumption value and purchasing behavior. Master's Thesis, Kyonggi Univ. Suwon. Korea
- Jung JH, Kim H, Yoon HH. 2017a. The influence of consumption values on attitudes and purchase intentions of consumers towards gluten-free products. *Korean J Food Cookery Sci* 33:218-227
- Jung J, Kim T, Bae H. 2016. The effect of the value of food consumption towards local and organic food attitudes and purchasing intention. *Korean J Hosp Tourism* 25:97-116
- Jung J, Kim TH, Bae HJ. 2017b. A study of perception and consumption behavior of consumers with regards to local food and eco-friendly food. *Culin Sci Hosp Res* 23:104-116
- Jung JY, Han JM. 2017. Study of female consumers in 30s and 40s' ethical consumption behavior. *Asia-Pac J Multimedia Serv Convergent Art Humanit Sociol* 7:151-161
- Kamenidou IC, Mamalis SA, Pavlidis S, Bara EZG. 2019. Segmenting the generation Z cohort university students based on sustainable food consumption behavior: A preliminary study. *Sustainability* 11:837
- Kang YJ, Kim SH. 2022. A study on consumer perception of ESG management of corporation: Focusing on the MZ generation. *Korean J Advert* 33:7-39
- Kim B, Sim KH. 2017. Effects of food-related lifestyle on the importance of selected attributes of diet lunch box. *Korean J Food Nutr* 30:413-426
- Kim JY. 2021. RMR (restaurant meal replacement)-Product attributes, consumption value and purchasing intentions the moderating effects of MZ generation and X generation. *Culin Sci Hosp Res* 27:97-110
- Kim KB. 2022. A narrative approach to the diet history of female college students: Focusing on the role of SNS and social media influencers and individuals' motivation for dieting. *Korean J Journal Commun Stud* 66:139-182
- Kim KH. 2010. A study on university students' consciousness for environmental problems and ethical consumption behaviors according to lifestyles. *Korean Civ Ethics Rev* 23: 305-322
- Kim M, Ohk K. 2021. A study on the mediated effect of corporate responsibility behavior in sustainable consumption of MZ generation. *Consum Policy Educ Rev* 17:63-82
- Kim S, Yu S, Choi AL, Lee H, Kim J, Koo HG. 2019. A study on the ethical consumption behavior using IPA (importance practice analysis). *Consum Policy Educ Rev* 15:47-72
- Kim SS. 2008. A study on consumer use of quality-certification labels of agricultural products and foods. *J Consumption Cult* 11:49-70
- Kim SY, Kim JY, Jun JY, Ryu R, Koo YR. 2022. Metaverse platform service design proposal based on the value consumption experience factors of the MZ generation -Focused on the use of the Kano model-. *J Korean Soc Des Cult* 28:17-33
- Ko J, Rha JY. 2021. A study on local food consumers' purchase motivation and consumer typology. *J Consum Stud* 32:73-99
- Lee CS, Yang HM. 2021. A study on consumers' purchasing behavior and perception of the low-carbon certificated agricultural products. *Korean J Org Agric* 29:333-358
- Lee HJ. 2017a. A study on eating-alone consumer's choice attributes of convenience food: Focusing on consumption values. Master's Thesis, Chung-Ang Univ. Seoul. Korea
- Lee HJ. 2017b. The influence of self-transcendence value on attitudes toward consequences of consuming organic foods and intentions to consume organic foods. *J Consum Stud* 28:115-138
- Lee K, Chung S. 2022. A study on the spatial expression characteristics of lifestyle hotels for the MZ generation. *Journal of the Korean InstSpat Des* 17:239-252
- Lee S. 2022. A study on food brand characters using universe marketing. *Journal Korea Des Forum* 27:141-152
- Lee YJ. 2012. Research on dining out expenditures according to value expense pursuit of silver generation: Focused around individual's value. Ph.D. Thesis, Kyonggi Univ. Suwon. Korea
- Oh HY. 2015. Difference analysis between consumer segmentation using consumption values for social enterprise's product evaluation and purchase intension. *J Soc Value Enterp* 8:77-114
- Oh IS. 2018. The effects of an individual's value-based consumption on customer satisfaction according to the attributes of choosing a restaurant. Ph.D. Thesis, Kyonggi Univ. Suwon. Korea
- Park YR, Yoon DY, Chon HJ. 2022. The effect of the value consumption on customer satisfaction and behavioral intention of skin care service users. *J Convergen Inf Technol* 12:127-134
- Park Y, Lee S, Hwang H. 2015. The effects of food choice motivations and market conditions on local food consumption. *Consum Policy Educ Res* 11:121-146

- Quoquab F, Mohammad J, Sukari NN. 2019. A multiple-item scale for measuring “sustainable consumption behaviour” construct: Development and psychometric evaluation. *Asia Pac J Mark Logist* 31:791-816
- Sánchez LA, Roa-Díaz ZM, Gamba M, Grisotto G, Londoño AMM, Mantilla-Urbe BP, Méndez AYR, Ballesteros M, Kopp-Heim D, Minder B, Suggs LS, Franco OH. 2021. What influences the sustainable food consumption behaviours of university students? A systematic review. *Int J Public Health* 66:1604149
- Verain MCD, Dagevos H, Antonides G. 2015. Sustainable food consumption. Product choice or curtailment? *Appetite* 91: 375-384
- Vermeulen SJ, Campbell BM, Ingram JSI. 2012. Climate change and food systems. *Annu Rev Environ Resour* 37:195-222
- Weller KE, Greene GW, Redding CA, Paiva AL, Lofgren I, Nash JT, Kobayashi H. 2014. Development and validation of green eating behaviors, stage of change, decisional balance, and self-efficacy scales in college students. *J Nutr Educ Behav* 46:324-333
- Yeo GE, Lee KW, Lee EY, Jeon YW, Lee JO, Oh JE, Cho MS. 2020. Selection attributes of non-timber forest products and consumer attitudes among food-related lifestyle segmentation. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 49:1152-1160
- Yoo SR, Kim YA. 2019. The canonical correlation relationship between consumption value and selection attribute of convenience store private brand food. *J Hosp Tour Stud* 21:200-212
- Yoon YK. 2014. Study on purchasing behavior of egg-produced by animal welfare according to consumer value. Master's Thesis, Sookmyung Women's Univ. Seoul. Korea
- Yun MJ, Kim YM. 2021. The effect of dietary life selection attributes on the satisfaction of convenience foods for convenience store: Focused on the moderating effect of food involvement. *Culin Sci Hosp Res* 27:51-62
- Żakowska-Biemans S, Pieniak Z, Kostyra E, Gutkowska K. 2019. Searching for a measure integrating sustainable and healthy eating behaviors. *Nutrients* 11:95
- Zhang HYL, Lee MS, Lee CW. 2022. Effect of outdoor brand selection attributes on brand loyalty and customer satisfaction. *Korean J Sports Sci* 31:341-352

---

Received 05 November, 2022  
Revised 30 November, 2022  
Accepted 30 November, 2022