



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

제주지역 성인들의 영양지식과
식생활 라이프스타일이
온라인 식품구매에 미치는 영향

濟州大學校 教育大學院

營養教育專攻

金 裕 林

2021年 8月

제주지역 성인들의 영양지식과 식생활 라이프스타일이 온라인 식품구매에 미치는 영향




指導教授 李 允 京

金 裕 林

이 論文을 教育學 碩士學位 論文으로 提出함

2021 年 6 月

金裕林的 教育學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 채 인숙 
委 員 이 율경 
委 員 김 인혜 

濟州大學校 教育大學院

2021 年 6 月

A study on the impact of nutritional knowledge and
food-related lifestyle on online grocery shopping

You-Rim Kim

(Supervised by professor Yunkyoung Lee)

A thesis submitted in partial fulfillment of the
requirement for the degree of Master of Education

2021. 8.

DEPARTMENT OF NUTRITION EDUCATION

GRADUATE SCHOOL OF EDUCATION

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

표 목차.....	iv
그림 목차.....	vi
국문요약.....	vii
I. 서론.....	1
II. 이론적 배경.....	5
1. 식생활 라이프스타일.....	5
2. 온라인 식품 구매.....	8
1) 온라인 쇼핑의 개념.....	8
2) 온라인 식품 구매 성장배경.....	9
(1) 정보통신 기술의 발달.....	9
(2) 인구·사회학적 변화.....	10
3) 온라인 식품 구매 동향.....	11
3. 영양지식.....	14
4. 식품표시제도.....	15
III. 연구 내용 및 방법.....	16
1. 조사대상 및 기간.....	16

2. 조사내용 및 방법	16
3. 조사 분석 및 통계 처리.....	18
IV. 연구 결과 및 고찰.....	20
1. 조사대상자의 일반사항	20
2. 식생활 라이프스타일	22
1) 식생활 라이프스타일의 요인분석.....	22
2) 식생활 라이프스타일의 군집분석.....	25
3) 조사대상자의 식생활 라이프스타일에 따른 일반사항.....	26
3. 영양지식	29
1) 조사대상자의 영양지식	29
2) 조사대상자의 영양지식 수준에 따른 일반사항.....	31
3) 조사대상자의 식생활 라이프스타일에 따른 영양지식	34
4. 식습관.....	37
1) 조사대상자의 식습관	37
2) 식생활 라이프스타일에 따른 식습관	42
3) 영양지식 수준에 따른 식습관	49
5. 온라인 식품 구매	55
1) 조사대상자의 온라인 식품 구매 횟수 및 변화	55
2) 조사대상자의 성별, 연령, 거주형태에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화.....	58
3) 조사대상자의 온라인 식품 구매 또는 비구매 이유	61
4) 조사대상자의 온라인 식품 구매 종류.....	63
5) 조사대상자의 성별, 연령, 거주형태에 따른 온라인 식품 구매 종류.....	64

6) 온라인 식품 구매 시 고려사항	66
(1) 조사대상자의 온라인 식품 구매 시 고려사항에 대한 요인분석 ...	66
(2) 조사대상자의 온라인 식품 구매 시 고려사항에 대한 군집분석 ...	70
7) 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매	72
(1) 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화.....	72
(2) 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 이유.....	74
(3) 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 종류.....	76
(4) 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항	77
8) 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매.....	79
(1) 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화	79
(2) 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 이유	81
(3) 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 종류	82
(4) 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항.....	83
9) 식습관에 따른 온라인 식품 구매	84
(1) 온라인 식품 구매자와 비구매자의 식습관	84
(2) 식습관에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항	89
V. 결론 및 제언	95
VI. 참고문헌	102
부 록.....	107
Abstract	116

표 목 차

Table 1. 온라인쇼핑 거래액 동향	12
Table 2. 연간 상품군별 온라인쇼핑 거래액	13
Table 3. 식품표시제도 종류	15
Table 4. 조사대상자의 일반사항	21
Table 5. 식생활 라이프스타일에 대한 요인분석.....	24
Table 6. 식생활 라이프스타일에 대한 군집분석.....	25
Table 7. 조사대상자의 식생활 라이프스타일에 따른 일반사항	28
Table 8. 조사대상자의 영양지식	30
Table 9. 영양지식 수준에 따른 일반사항	33
Table 10. 식생활 라이프스타일에 따른 영양지식.....	35
Table 11. 조사대상자의 식습관.....	39
Table 12. 식생활 라이프스타일에 따른 식습관	46
Table 13. 영양지식 수준에 따른 식습관.....	52
Table 14. 조사대상자의 성별, 연령, 거주형태에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화	60
Table 15. 조사대상자의 성별, 연령, 거주형태에 따른 온라인 식품 구매 종류	65
Table 16. 온라인 식품 구매 시 고려사항 요인분석	68
Table 17. 온라인 식품 구매 시 고려사항 군집분석	71
Table 18. 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화	73
Table 19. 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 이유	75

Table 20. 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 종류	76
Table 21. 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항	78
Table 22. 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화	80
Table 23. 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 이유	81
Table 24. 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 종류	82
Table 25. 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항	83
Table 26. 온라인 식품 구매자와 비구매자의 식습관	87
Table 27. 식습관에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항	92

그 립 목 차

Fig 1. 온라인을 통한 식품 구매 횟수.....	56
Fig 2. 온라인을 통한 식품 구매 변화.....	57
Fig 3. 온라인을 통한 식품 구매 이유.....	61
Fig 4. 온라인을 통한 식품 비구매 이유.....	62
Fig 5. 온라인을 통한 식품 구매 종류.....	63

제주지역 성인들의 영양지식과 식생활 라이프스타일이 온라인 식품구매에 미치는 영향

본 연구는 제주지역 성인들의 식생활 라이프스타일, 영양지식, 식습관, 온라인 식품 구매 현황 (횟수, 변화, 이유, 종류), 온라인 식품 구매 시 고려사항을 분석하고, 영양지식과 식생활 라이프스타일이 온라인 식품 구매에 미치는 영향을 파악하여 소비자들이 온라인 식품 구매 시 올바른 식품 구매 행동을 위한 영양교육의 기초자료를 제공하고자 하였다. 온라인 설문 시작 전 연구 참여 동의 여부에 미동의를 한 설문지와 부실 기재된 설문지 4부를 제외하여 제주지역 만 18세~69세 성인 300명을 대상으로 하였으며, 조사된 자료는 SPSS Win Program (ver 21.0)을 사용하여 분석하였다. 조사 내용별 분석방법은 주성분 요인분석, 군집분석, 빈도분석, χ^2 -test, t -test, ANOVA분석을 실시하였고, ANOVA분석 후 유의성이 나타난 경우 Duncan's multiple range test를 이용하여 사후 검증하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조사대상자의 일반사항은 전체 300명의 조사대상자 중 성별은 여성, 연령은 20대, 교육수준은 대졸, 거주 형태는 4인 이상, 직업은 직장인의 비율이 높게 나타났다.

2. 조사대상자의 식생활 라이프스타일에 대한 요인분석으로 건강추구, 편의추

구, 미각추구의 3개의 요인이 도출되었으며, 군집 분석 결과 편의지향 집단, 건강지향 집단, 식생활 고관심 집단의 3개 군집이 확정되었다.

3. 조사대상자의 영양지식 평균 점수는 14.76점 (20점 만점)으로 나타났으며, 영양지식 점수에 따라 점수가 높은 집단 (영양지식 점수 15점 이상)과 낮은 집단 (영양지식 점수 14점 이하)으로 분류하여 분석을 진행하였다.

4. 조사대상자의 온라인 식품 구매 횟수는 ‘구매하지 않음’, ‘1달에 1회’, ‘주 1회’, ‘2주에 1회’, ‘주 2~3회’의 순으로 나타났고, 조사대상자의 온라인 식품 구매 변화 (코로나 발생 이후)는 ‘약간 증가’, ‘매우 증가’, ‘변화 없다’, ‘약간 감소’, ‘매우 감소’의 순으로 나타났다. 온라인을 통해 식품을 구매하지 않은 조사대상자는 전체 조사대상자 중 32.00%를 차지하여 조사대상자 중 대다수 (68.00%)가 온라인을 이용하여 식품을 구매하는 것으로 나타났다.

5. 조사대상자의 온라인 식품 구매 이유는 ‘배달이 되므로’, ‘가격이 저렴해서’, ‘오프라인에서 구매하기 힘든 상품을 구매할 수 있어서’, ‘상품이 다양해서’, ‘장보는 시간이 절약할 수 있어서’, ‘소량으로 좋은 품질의 상품을 구매할 수 있어서’의 순으로 나타났다. 반면, 조사대상자의 온라인 식품 비구매 이유는 ‘품질을 신뢰할 수 없어서’, ‘상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서’, ‘배송 과정에서 상품 파손 및 품질저하가 우려되서’, ‘교환 및 반품이 어려워서’, ‘가격이 비싸서’의 순으로 나타났다.

6. 조사대상자의 온라인 식품 구매 종류는 ‘HMR/밀키트’, ‘건강기능식품’, ‘가공

식품’, ‘곡류/과일/채소’, ‘물’, ‘육류/수산물’ 순으로 나타났다.

7. 조사대상자의 온라인 식품 구매 시 고려사항에 대한 요인분석으로 인증 표시사항, 의무 표시사항, 세부 표시사항, 온라인 정보 확인의 4개의 요인이 도출되었으며, 군집 분석 결과 신중한 확인형, 간헐적 확인형, 무관심형의 3개 군집이 확정되었다.

8. 식생활 라이프스타일 중 ‘편의지향 집단’은 건강추구 수치가 가장 낮고 편의추구 수치가 가장 높은 군집으로, 다른 식생활 라이프스타일 집단과 비교하여 영양지식 수준이 낮고, 식습관은 비교적 건강하지 않았고, 온라인을 통한 식품 구매 시 구매 횟수가 비교적 많은 편이고, 편의식품 및 가공식품의 구매비율이 높고, 식품표시제도 확인 유형은 잘 확인하지 않는 무관심형의 비율이 높게 나타났다.

9. 식생활 라이프스타일 중 ‘건강지향 집단’은 편의추구 수치가 가장 낮고 건강추구 수치가 가장 높은 군집으로, 다른 식생활 라이프스타일 집단과 비교하여 영양지식 수준은 중간 수준으로 나타났고, 식습관은 비교적 건강했고, 온라인을 통한 식품 구매 시 구매 횟수가 비교적 적은 편이고, 건강기능식품의 구매비율이 높고, 식품표시제도 확인 유형은 보다 부주의하게 간헐적으로 확인하는 간헐적 확인형의 비율이 높게 나타났다.

10. 식생활 라이프스타일 중 ‘식생활 고관심 집단’은 모든 요인에 대한 고려정도가 높은 군집으로, 다른 식생활 라이프스타일 집단과 비교하여 영양지식 수

준이 높고, 온라인을 통한 식품 구매 시 구매 횟수가 비교적 많은 편이고, 편의 식품 및 건강기능식품의 구매비율이 높고, 식품표시제도 확인 유형은 주의 깊게 확인하는 신중한 확인형의 비율이 높게 나타났다.

11. ‘영양지식 수준이 높은 집단’은 영양지식 수준이 낮은 집단과 비교하여 온라인 식품 구매 시 식품표시제도 확인 유형은 주의 깊게 확인하는 신중한 확인형의 비율이 높게 나타났다.

12. ‘영양지식 수준이 낮은 집단’은 영양지식 수준이 높은 집단과 비교하여 온라인 식품 구매 시 식품표시 제도 확인 유형은 보다 부주의하게 간헐적으로 확인하는 간헐적 확인형의 비율이 높게 나타났다.

이상의 연구결과를 토대로 살펴볼 때, 제주지역 소비자들의 특정한 식생활 라이프스타일과 영양지식 수준은 온라인 식품 구매 시 그들의 식품 선택과 식습관에 유의적인 영향을 미침을 확인하였다. 하지만 본 연구는 (1) 제한적인 조사대상자의 성별, 지역 등으로 인해 일반화의 한계를 가지며, (2) 기존 문헌 연구를 바탕으로 식생활 라이프스타일 변수를 선정하여 조사대상자들의 온라인 식품 구매 시 미치는 영향을 살펴보았다는 한계점을 가진다. 그러므로 향후 이러한 한계점을 보완하기 위해 충분한 대상자를 바탕으로 다양한 차원에서 식생활 라이프스타일을 파악하여 보다 세부적으로 식생활 라이프스타일을 지닌 대상자들을 위한 맞춤형 교육자료 개발에 대한 체계적인 연구가 필요할 것이다. 본 연구는 제주지역 성인들의 식생활 라이프스타일, 영양지식, 식습관에 따라 온라인 식품 구매 현황 (횟수, 변화, 이유, 종류), 온라인 식품 구매 시 고려사항을 비교·분

석함으로써, 소비자 집단의 식생활 라이프스타일에 따른 맞춤형 영양교육자료 마련의 기초자료와 온라인 식품 판매 사이트의 특징 (예, 유기농/웰빙, 대중/보편 등)에 따라 주요 소비자층에게 제공되는 정보의 종류와 방향 구축의 기초자료로 활용할 수 있을 것이다.

I. 서론

기술, 경제, 정치, 사회, 문화적 환경의 변화에 따른 새로운 가치관이 확산되면서 식품에 대한 인식 및 소비 패턴이 변화해왔다^[1, 2]. 이에 따라 소비 패턴에 가장 큰 영향을 미치는 라이프스타일은 많은 변화를 겪어왔으며, 물질적 안정과 양적인 소비 생활을 목표로 하던 과거와는 달리 사회 발달로 인한 소득증가로 삶의 질을 추구하고 개성적인 라이프스타일에 따른 정신적·문화적 만족 등에 초점을 맞춘 소비 패턴이 등장하고 있다^[1].

삶의 질과 개성적인 라이프스타일을 추구하는 현대사회의 소비자들은 바쁜 일상생활 속에서 맛과 편리성은 물론, 건강 및 안전 지향, 고급화를 추구한다^[3]. 또한 소비자들은 물리적 가치보다는 정보와 시간 가치를 더욱 중요시하게 되어 쇼핑에도 편리성을 추구하는 경향을 보이며, 식품 구매 시 영양과 품질, 가격에서 간편성과 편리성은 새로운 식품 선택 기준이 되었다^[3, 4]. 특히 맛별이 증가, 1인 가족 및 싱글족들의 증가로 식사를 위한 간편한 식품 구매에 대한 수요는 늘어나게 되었다^[3, 5].

이와 같은 현대 사회에서의 식품 구매에 대한 소비자들의 새로운 수요를 충족시키기 위해 온라인을 통한 식품 구매가 새로운 식품 구매 형태로 등장하게 된 것이다^[5]. 라이프스타일의 변화에 따른 소비자의 식품 구매 패턴은 온라인 쇼핑의 특성과 결합되면서 건강과 안전함, 간편함, 편리성으로 온라인 시장의 폭발적인 팽창을 이끌고 있으며, 앞으로도 지속적인 성장이 예상된다^[4, 5].

특히 2020년부터 지속되고 있는 코로나19 팬데믹은 학생들의 온라인 수업 실시 및 직장인들의 재택근무 형태로의 전환을 가져왔다. 이는 가정 내 식사 및 조

리 증가와 함께 온라인 서비스의 수요를 치솟게 하였으며, 이에 따라 식품·외식 산업과 연계된 온라인 플랫폼업계의 고품질화, 다양화, 규모화라는 이래 적인 변화를 일으켰다^[6].

코로나 19 이후 소비자들은 외식 및 오프라인 쇼핑에 제한을 받게 되면서 온·오프라인 구매 중 온라인을 통한 구매 비중이 60%를 차지하며, 온라인 생태계는 하나의 문화로 자리 잡아 선택이 아닌 필수 소비행태를 만들고 있다^[4, 6, 7]. 이홍승 (2021)의 연구에 의하면 포스트 코로나시대에도 코로나로 인해 변화된 소비자의 소비 습관은 지속될 것이며, 이는 소비 업계에 큰 영향을 미칠 것으로 전망하였다^[7].

실제로 한국농촌경제연구원에서 실시한 코로나19 확산에 따른 농식품 소비분야 영향분석 (2020)에서도 코로나19의 영향으로 불특정 다수를 접하게 되는 대중 이용시설,接客업소 등의 방문이 줄어들어 따라 오프라인 식료품 매장에서의 방문 구매 횟수는 감소한 반면에, 외부 활동과 대면 활동을 꺼린 소비자들이 식품류 구매 방식에 변화를 주면서 온라인을 통한 식료품 구매 횟수는 증가하였고 밝혔다^[8]. 이처럼 식품 소비에 있어서 온라인 쇼핑은 증가추세에 있으며, 이런 온라인 환경은 전통적인 오프라인 마켓에 비하여 온라인 시스템 내에서의 탐색을 통해 제품을 선택해야 하기 때문에 소비자들은 방대한 양의 정보를 처리해야 하는 도전적인 상황에 직면하게 되었다^[9].

방대하고 출처가 불분명한 정보를 처리하게 된 소비자들은 이전보다 더욱 식품 구매와 선택에 주의를 기울이고 식품 정보에 높은 관심을 갖게 되었다. 이렇게 소비자들이 식품에 대한 보다 정확하고 많은 정보를 수집하려 함으로써 식품에 대한 소비자의 지식이 향상되었고, 그에 따라 식품에 대한 다양한 요구도 증가하게 되었으며, 까다로운 기준으로 수많은 식품을 비교하여 보다 좋은 식품을

구매하기 위해 노력을 기울이는 소비자가 많아졌다^[5].

이제는 소비자들이 식품의 질에 더 많은 관심을 갖게 되었고, 세계화로 인하여 세계 각국의 다양한 식품을 빈번하게 대하게 되는 요즘 현실을 감안할 때 올바른 식품 선택과 식생활 태도를 위해 식품표시제도와 같은 영양 지식에 대한 깊은 이해가 절실하게 필요한 실정이다^[10].

정보의 홍수 속에서 소비자가 안전한 식품 구매를 할 수 있도록 맞춤형 영양 교육 및 영양 지식 향상의 필요성이 증가하고 있다. 또한, 이러한 영양 지식의 제공을 위해서는 소비자의 식생활 라이프스타일 (식품과 영양의 인지도 및 지식, 행동 수준의 파악)에 대한 이해가 요구된다. 하지만 그동안 온라인 구매와 관련된 연구들은 온라인 쇼핑 시장에서 판매 비율이 높은 의류나 화장품 등을 중심으로 온라인 쇼핑을 이용하는 현황에 관한 연구, 온라인 쇼핑몰에서의 구매 의도 및 재구매 요인에 관한 연구, 온라인 쇼핑몰에 대한 소비자 만족도에 관한 연구 등이 대부분이며, 온라인을 통한 식품 구매에 관한 연구는 소수에 불과하다.

영양 지식과 관련한 선행연구 또한 영양 지식과 식습관 비교 연구, 영양교육에 따른 식행동 및 영양섭취상태에 관한 연구, 영양 지식이 식품 구매에 미치는 영향에 대한 연구 등이 대다수로 영양 지식이 온라인 식품 구매에 미치는 영향에 관한 연구는 미흡한 실정이다.

식생활 라이프스타일과 관련한 온라인 식품 구매에 관한 선행연구는 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 행태에 관한 연구, 온라인 신선편의식품 활성화 방안 연구 또는 식생활라이프스타일 유형을 파악하고 각 유형별 집단의 온라인 식품 구매 행동과 구매만족요인을 분석하여 온라인 식품 구매를 위한 식품 개발과 마케팅 전략을 수립하는데 필요한 정보를 제공하기 위한 연구 등이 이루어졌지만 관련 연구가 상대적으로 부족하다.

이에 본 연구는 제주지역 성인들을 대상으로 온라인 식품 구매 현황 조사 및 식생활 라이프스타일과 식습관, 영양지식 수준을 파악하고, 온라인 식품 구매에 미치는 영향을 분석하여 소비자들이 온라인 식품 구매 시 올바른 지식과 태도를 갖추기 위한 영양교육의 기초자료를 제공하고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 식생활 라이프스타일

식생활은 인간이 음식을 섭취하고 생활하는 과정에서 일어나는 모든 활동으로 개인 또는 집단의 다양한 취향과 기호가 반영되기 때문에 단순히 인간의 생존으로만 연관된 것이 아니라 사회경제인 형상 및 인간의 문화적 측면과 연관되어 만들어진 생활양식으로 나타나는 문화 현상이라고 할 수 있다^[1, 4].

라이프스타일 (Lifestyle)의 사전적 의미는 개인이나 가족의 가치관 때문에 나타나는 다양한 생활양식 · 행동양식 · 사고양식 등 생활의 모든 측면의 문화적 · 심리적 차이를 전체적인 형태로 나타낸 말이다. 소비자가 돈과 시간을 어떻게 소비하는가의 행동 (Activities), 자신의 환경 내에서 무엇을 중시하는가의 관심 (Interests), 자신과 주변 환경에 대하여 어떠한 생각을 가지고 있는가의 의견 (Opinions) 등 AIO의 측면에서 정의되는 독특한 생활양식을 말한다^[1, 11, 12].

라이프스타일은 사람의 단순한 행동을 의미하는 것이 아니라 사람이 생활하는데 하나의 통합된 원리로 이해하고 해석해야 한다고 하였으며 (Duncan,1969), 개인적 가치와 개성을 반영한 것으로 사람들이 살아가면서 나타내는 행동의 본질을 묘사한 지표가 된다^[4, 12]. 라이프스타일은 고정된 것이 아니라 개인들의 가치, 태도, 신념 및 외부의 사회 문화적 환경의 변화로 인해 바뀔 수 있는 유동적인 것이다^[13]. 간단하게 사람이 살아가는 방식이라고 정의할 수 있으며, 일반적으로 사람들이 살아가고 돈과 시간을 소비하는 전반적인 생활양식을 의미한다^[1].

식생활 라이프스타일은 일상의 삶과 생활을 표현하는 라이프스타일의 한 영역으로 보았고, 일상의 식생활에 대한 기본적인 욕구를 반영한 생활양식으로써 단

순한 식품 섭취에 국한된 것이 아니라 제품 구매, 음식의 소비, 다양한 식사 방법 등에 관한 가치 및 문화를 나타내는 것이다^[4, 12].

김현정 외 (2017)의 서울시와 수도권에 거주중인 주부들을 대상으로 식생활 라이프스타일에 따른 인터넷 식품 구매 행태에 관한 연구에서는 조사대상자들의 식생활 라이프스타일을 ‘건강추구형’, ‘계획추구형’, ‘미각추구형’, ‘편의추구형’으로 분류하였다. 조사대상자들의 식생활 라이프스타일은 인터넷 사용시간, 제품의 구매에 대한 만족도에 유의적인 차이를 보였으나, 인터넷 식품 구매 시 구입비용, 목적, 이유, 선택기준 등에서는 유의적인 차이를 보이지 않았다. 인터넷 구매 만족도를 보면 미각추구형 집단에서는 만족하는 조사대상자들의 비율이 다른 집단에 비해 비교적 높게 나타난 반면, 계획추구 집단에서는 만족하는 조사대상자들의 비율이 낮고 불만족하는 비율이 상대적으로 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.01$)^[3].

김효정 외 (2019)의 연구에서 성인 소비자의 온라인을 통한 식품 구매 행동 및 구매 결정 영향 요인을 편의추구형, 건강추구형, 미각추구형의 3가지로 분류하여 분석하였다. 온라인을 통해 식품을 구매하는 조사대상자와 구매하지 않는 조사대상자의 식생활 라이프스타일을 살펴본 결과, 편의추구형, 건강추구형, 미각추구형 3가지 군집에서 모두 유의한 차이가 있어, 온라인 식품을 구매하는 조사대상자는 구매하지 않는 조사대상자에 비해 간편하고 편리한 것을 추구하고, 건강을 중시하며, 맛과 다양한 음식을 추구하는 경향을 자주 보이는 것으로 나타났다 ($p < 0.001$)^[14].

이영애 (2019)의 소비자의 식품표시 인지, 만족 및 신뢰에 대한 영향 요인 분석 연구에서는 식생활 라이프스타일을 건강 중시형, 편의성 중시형, 맛 중시형으로 명명하였으며, 건강중시형의 식생활 라이프스타일을 보유할수록 식품표시확인

유형을 주의 깊게 식품표시 내용을 확인하는 신중한 확인형으로, 편의성 및 맛 중시의 식생활 라이프스타일을 보유할수록 부주의하게 간헐적으로 확인하는 간헐적 확인형 또는 식품표시 내용에 대해 전혀 확인을 하지 않는 무관심형이 될 확률이 높은 것으로 나타났다. 이에 대해 식품표시를 신중하게 확인하는 소비자들은 주로 건강을 중시하는 식생활 라이프스타일을 지향하고 있기 때문에 식품표시를 확인하는 행동은 건강한 식생활과 직결될 수 있음을 강조하였다^[15].

2. 온라인 식품 구매

1) 온라인 쇼핑의 개념

온라인 쇼핑의 사전적 의미는 PC와 모바일 네트워크를 이용해 온라인 쇼핑몰에서 재화와 용역을 거래하는 소비자의 구매 행위를 말한다. 유사한 용어로 사이버 쇼핑과 인터넷 쇼핑 등이 있지만 최근 모바일 쇼핑의 이용률이 크게 늘어나면서 인터넷과 모바일을 포괄하는 개념으로 온라인 쇼핑이 주로 사용되고 있다 [16-18].

온라인 쇼핑몰은 인터넷의 성장 및 인터넷 보급률 증가에 따라 기업과 개인 간 (business-to-consumer)의 인터넷 거래 모형 형태로서 빠른 성장세를 타고 있다^[19]. 더불어 온라인 쇼핑몰은 오프라인 쇼핑몰에 비해 가격, 정보 제공, 다양한 프로모션 활동 (할인쿠폰, 마일리지 적립 등) 그리고 편의성에 강점을 나타내고 있어 성장 속도가 가속화되고 있다. 온라인 쇼핑몰에 있어서 편의성은 언제 어디서나 소비자가 원하는 대로 제품 정보를 수집하고 쇼핑 채널에 접근하여 다양한 제품을 선택할 수 있는 편리함의 의미로 사용된다^[20, 21].

온라인 쇼핑은 1996년 데이콤의 인터파크를 시작으로, 대형 종합쇼핑몰과 전문 물, 소규모 쇼핑몰 등의 형태로 성장해왔다. 2000년 대에 들어서서는 G마켓, 옥션 등의 양면성 비즈니스 플랫폼 시장인 오픈마켓이 등장하고, 2010년대부터 스마트폰, 태블릿 등의 모바일 기기 보편화로 소비자들의 온라인 쇼핑 접근성이 더욱 높아지면서 온라인 쇼핑 시장은 경기 불황에도 불구하고 지속적인 상승세를 유지하게 되었다^[22].

2) 온라인 식품 구매 성장배경

(1) 정보통신 기술의 발달

우리나라는 인터넷 보급률이 세계 1위인 95%에 달하는 IT 강국이다^[23]. 이러한 정보통신기술의 발달과 인터넷 사용의 보편화 속에서 우리나라는 2000년 이후 인터넷 기반의 통신 판매, 즉 온라인 쇼핑이 성장하기 시작했다. 점진적으로 성장 하던 온라인 쇼핑은 최근 빠르게 성장하고 있는데, 2010년 스마트폰 보급이 시작되면서 모바일 환경이 정착되고, 2014년 이후 익일 배송, 새벽 배송과 같은 빠른 배송 서비스가 확대된 것에도 기인한다^[24, 25].

이러한 변화는 인터넷 사용과 스마트폰의 대중화로 인한 광범위한 연결성과 쉬워진 정보공유 때문이며, 통신기술의 발달은 기업의 경쟁 범위와 형태에 많은 변화를 주었고, 소비자에게는 쇼핑의 새로운 전환점이 되었다. 인터넷과 스마트폰을 기반으로 한 온라인 쇼핑은 쇼핑의 중요한 유통경로로 활용 되고 있다^[20].

이와 같이 IT산업의 성장과 공간의 제약을 초월할 수 있는 온라인의 성격 때문에 이 채널이 유통에 있어서 차지하는 비중은 급속도로 높아지고 있으며, 향후 속도는 더욱 빨라질 것으로 예상되고 있다^[26].

그동안 정보통신기술이 우리 생활에 끼치는 영향은 주생활이나 의생활에 비하여 식생활에서 미약하게 나타났다. 그러나 이제 정보통신기술이 식생활과도 밀접하게 연관되어 식생활 패턴이 변화할 수 있는 상황이 되었다. 최근 정보통신기술의 발달에 따른 식생활 패턴의 변화로 식품 구매자들은 편리하고 시간과 공간의 제약이 없는 온라인상의 식품 구매를 선호하고 있는 추세이다^[27].

(2) 인구·사회학적 변화

또 다른 온라인 식품 구매 증가의 원인으로서는 인구 구조의 변화와 현대인의 생활 변화를 들 수 있다. 경제 발전과 소득수준의 향상, 교통수단의 발달, 생활의식의 변화 등으로 물질적 안정과 양적인 소비 생활을 목표로 하던 과거와는 달리 생활의 질이 높아지고 있으며 고객의 식생활이 변화하면서 식음료 상품에 대한 욕구가 다양하게 나타나고 있다^[1].

최근 들어 여성의 사회 진출이 증가하면서 맞벌이 부부가 증가하고, 독신과 혼인 연령이 늦춰지면서 직장인 단독 가구가 점차 늘고 있다. 이러한 가정에서는 가정보다 외부에서의 생활 시간이 길어지고, 전적으로 집안일을 맡아서 하는 사람이 없기 때문에 식품 구매 시간이 부족하여 쇼핑 시간 감소, 쇼핑 방법의 변화 등 전체적인 라이프스타일이 바뀌어 가고 있다^[28]. 가정 내에서 음식을 만드는 가사 노동에 대한 기회비용이 증가하게 되었고, 식품 구매에 할애할 시간이 부족한 바쁜 싱글족들이 많아지면서 식사를 위한 간편한 식품 쇼핑에 대한 수요가 늘어나게 되었다^[5].

따라서 간편하게 소량으로 포장된 식품을 구매하려는 특성이 있어 시간적·공간적 제약이 없고 소규모 포장 상품을 취급하면서도 저렴한 가격을 제공하는 온라인 쇼핑몰을 통한 식품 구매가 점차 증가하고 있다^[29].

3) 온라인 식품 구매 동향

온라인 식품 시장의 성장세는 어느덧 대형마트, 중대형 및 체인 슈퍼와 같은 오프라인 업체의 영향력을 감소시킬 정도의 과급력을 가지게 되었다. 온라인 공급자들이 식품과 관련된 새벽 배송과 같은 유통서비스와 마케팅 방식을 다변화, 다각화 하면서 온라인을 통한 식품 구매가 보다 편리해지고 공급되는 식료품의 종류가 다양해지고 있기 때문이다^[30]. 특히 2020년 코로나19 팬데믹의 장기화로 인해 비대면서비스의 수요가 증가하면서 온라인 식품 시장의 성장은 더욱 가속화되었다^[6].

실제로 통계청에서 매월 실시하는 ‘온라인 쇼핑 동향 조사’ 자료에 따르면 2018년 온라인 쇼핑 거래액은 113조 7,297억원이며, 2019년은 전년대비 18.3% 증가한 134조 5,830억원, 2020년은 전년대비 19.1% 증가한 161조 1,234억원으로 매년 꾸준히 증가하여 최대치를 기록하고 있다 [Table 1]. 온라인쇼핑 거래액 중 모바일 쇼핑 거래액은 2018년 69조 950억원이며, 2019년은 전년대비 25.5% 증가한 86조 7,005억원, 2020년은 전년대비 24.5% 증가한 108조 6,883억원으로 온라인 쇼핑 중에서도 앱 (App)을 기반한 모바일 쇼핑을 통한 온라인 구매의 비중이 매년 늘어가고 있다^[16-18].

2018년부터 2021년까지 3월의 온라인 쇼핑 거래액을 살펴보면 2018년은 9조 4,361억원이며, 2019년은 전년동월대비 18.6% 증가한 11조 1,953억원, 2020년은 전년동월대비 11.8% 증가한 12조 5,825억원, 마지막으로 2021년은 전년동월대비 26.4% 증가한 15조 8,908억원으로 앞으로도 온라인을 통한 구매는 계속 증가할 것으로 사료된다^[16-18].

Table 1. 온라인쇼핑 거래액 동향

	2018년		2019년		2020년		2021년
	3월	연간	3월	연간	3월	연간	3월
총							
거래액	94,361 ¹⁾	1,137,297	111,953	1,345,830	125,753	1,611,234	158,908
(A)							
모바일							
거래액	55,095	690,950	70,486	867,005	84,846	1,086,883	109,816
(B)							
비중							
(B/A)	58.4 ²⁾	60.8	63.0	64.4	67.5	67.5	69.1

¹⁾억원²⁾%

출처: 통계청 자료를 이용하여 연구자 재작성

통계청의 연간 상품군별 온라인 쇼핑 거래액을 보면 2019년 상품군별 온라인 쇼핑 거래액은 서비스 (25.9%), 식품 (24.7%), 가전 (20.0%)의 순으로 증가하였고, 2020년 상품군별 온라인 쇼핑 거래액은 식품 (53.1%), 생활 (44.3%), 가전 (30.9%)의 순으로 증가하였다 [Table 2]. 여기서 식품은 음·식료품 (공산품류 (커피, 차, 음료, 생수, 설탕, 식용유 등), 김치, 장류 및 장아찌류 등)과 농축수산물 (곡물, 육류, 어류, 채소, 과일, 신선 식품류 등)을 포함하고 있으며 다른 상품군과 비교하여 매년 빠른 속도로 증가하고 있다. 식품군의 거래액을 보면 2019년은 16조 8,088억원으로 2018년 (13조 4,813억원) 대비 24.7% 증가하였으며, 2020년은 25조 9,743억원으로 전년대비 48.3% 증가한 것을 볼 수 있다

[16-18]

Table 2. 연간 상품군별 온라인쇼핑 거래액

	2018년 ¹⁾	2019년	2020년	전년비	
				2018- 2019 ²⁾	2019- 2020
합 계	1,137,297	1,345,830	1,611,234	18.3	19.1
가 전	169,807	203,756	265,944	20.0	30.9
도 서	26,521	27,954	35,790	5.4	27.8
패 셴	376,485	426,879	454,976	13.4	7.5
식 품	134,813	168,088	259,743	24.7	53.1
생 활	137,990	156,271	227,744	13.2	44.3
서 비 스	263,666	331,827	320,561	25.9	-5.4
기 타	28,017	31,055	46,476	10.8	46.9

¹⁾억원

²⁾%

출처: 통계청 자료를 이용하여 연구자 재작성

3. 영양지식

영양지식은 식생활 태도에 영향을 주고 식생활 태도는 건강 상태에 가장 큰 영향을 미치는 매개변수이다. 영양지식은 식습관 및 식행동의 변화를 일으킬 수 있는 기초가 되므로 중요성이 강조되고 있다^[31].

영양교육의 사전적 의미는 개인 또는 집단을 대상으로 각종 교육매체를 통하여 영양과 관련된 정보 또는 지식을 전달함으로써 영양에 대한 인식과 태도를 변화시켜 궁극적으로 건강한 식행동을 형성하여 영양상태의 향상을 도모하는 것이다. 이와 같은 식행동 형성은 장기간에 걸친 가정, 학교 및 사회교육을 통한 올바른 영양지식의 보급과 정확한 영양지식의 습득을 통하여 가능하다^[32].

4. 식품표시제도

식품표시제도는 생산자가 식품에 관한 각종 정보를 제품의 포장이나 용기에 표시하여 소비자가 건전한 식생활을 할 수 있도록 정확한 구매 정보를 제공하고, 소비자는 자신의 요구에 맞는 식품을 선택하도록 하는 소비자를 보호하는 제도이다. 즉, 동법 제 10 조 (표시기준)에 따라 원재료명, 내용량, 제조일자 및 유통기한, 영양성분, 주의사항 표시 등의 정보가 표시된다^[33, 34].

식품표시제도는 안전한 식품선택 환경의 조성 지향 및 소비자의 건강하고 안전한 식생활을 보장하며, 시장을 통해 식품관련 정보를 정확하게 제공하여 건강관리와 합리적인 식품 선택에 도움을 주는 제도적 장치로서 활용되어 왔다^[15, 35].

정부에서 운영하는 식품표시제도는 농·축산물, 수산물, 가공식품, 수·출입물품 등 식품 분류 및 형태별로 구분하여 운영되고 있다. 식품표시제도는 목적에 따라 의무표시, 인증표시의 2종류로 분류할 수 있다 [Table 3]. 의무표시는 이용자 보호를 위해 표기 의무가 법으로 규정되어 있으며 영양표시, 원산지표시 등이 이에 속한다. 인증표시는 생산 장려를 목적으로 인증제를 통해 운영되며 안전관리인증 표시 (HACCP), 농산물우수관리인증 표시 (GAP)등이 이에 속한다^[15, 33].

Table 3. 식품표시제도 종류

식품표시 제도	세부 유형
의무표시	영양표시, 원산지 표시, 소비자 주의·경고 표시, 이력추적관리 표시, 나트륨 함량 비교 표시, GMO 및 Non-GMO 표시, 방사선 조사 식품 표시, 신선식품 및 기타 주요 표시
인증표시	안전관리인증 표시(HACCP), 농산물우수관리인증 표시(GAP), 친환경인증 표시, 건강기능식품인증 표시, 어린이 기호식품품질인증 표시, 저탄소농축산물 인증 표시, 동물복지 인증 표시, 지리적 표시, 전통식품품질인증 표시, 술 품질인증 표시, 식품명인 지정 표시, 가공식품 한국산업표준(이하 KS)인증 표시

출처: 이영애 (2019)^[15], 박종옥 (2017)^[33]의 연구를 참고하여 연구자 작성

Ⅲ. 연구 내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구는 제주지역 만 18세-69세 성인 304명을 대상으로 2021년 3월 24일부터 4월 8일까지 온라인상으로 직접기입법에 의한 설문조사를 실시하였다. 온라인 설문 시작 전 연구 참여 동의 여부에 미동의한 설문지와 부실 기재된 설문지 4부를 제외한 총 300부를 최종 분석 자료로 사용하였다. 본 연구는 제주대학교 생명윤리심의위원회의 승인을 받아 수행하였다 (JJNU-IRB-2021-014).

2. 조사내용 및 방법

본 연구에 사용된 설문지는 선행연구^[2, 3, 9, 14, 25, 26, 32, 36-41]와 한국농촌경제원의 2019 식품 소비 행태 조사지를 기초로 하여 본 연구의 목적에 적합하도록 문항을 수정·보완하여 재구성하였다. 설문지는 조사대상자가 온라인상에서 직접 기입하는 방식에 의해 설문지를 작성하도록 하였으며 조사내용은 다음과 같다.

1) 일반사항

조사대상자의 일반사항은 성별, 연령대, 교육수준, 거주 형태, 직업의 총 5문항으로 구성하였다.

2) 식생활 라이프스타일

조사대상자의 식생활 라이프스타일을 파악하기 위하여 Plummer (1974)가 제

시한 미시적 접근 방법인 AIO를 중심으로 김효정 (2019)^[14], 김현정 (2017)^[3], 김경자 (2020)^[42], 현다희 (2020)^[41]의 연구를 참고하여 식생활과 관련된 항목들로 개발하였으며, 건강추구 (6문항), 편의추구 (5문항), 미각추구 (5문항)의 총 16문항으로 구성하였고, 각 항목을 전혀 그렇지 않다 (1점), 별로 그렇지 않다 (2점), 보통이다 (3점), 그런 편이다 (4점), 매우 그렇다 (5점)의 Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

3) 영양지식

영양지식 문항은 안미령 (2018)^[38], 김미자 (2013)^[39], 박순희 (2020)^[40]의 선행연구에서 사용된 설문지를 참고하여 총 20문항으로 구성하였으며, 각 항목들에 대해 예, 아니오, 모름의 세 가지 중 체크하게 한 후 정답일 경우 1점, 오답이거나 '모름'을 체크했을 경우 0점을 주어 총 20점 만점으로 조사하였다.

4) 온라인 식품 구매 현황

온라인 식품 구매 현황에 관한 문항은 박유진 (2019)^[25], 박재홍 (2017)^[9], 진현정 (2019)^[26]의 선행연구에서 사용된 설문지를 참고하여 온라인 식품 구매 횟수, 변화 (코로나19 발생 이후), 구매 이유, 비구매 이유, 구매 종류의 총 5문항으로 구성하였다.

5) 온라인 식품 구매 시 고려사항 (식품 표시 제도)

온라인 식품 구매 시 고려사항에 관한 문항은 전현영 (2018)^[2], 김현아 (2018)^[36], 이영애 (2019)^[15]의 선행연구에서 사용된 설문지를 참고하여 식품 표시 제도와 관련된 항목으로 개발하였으며, 인증 표시사항 (5문항), 의무 표시

사항 (4문항), 세부 표시사항 (4문항), 온라인 식품 정보 확인 (7문항)의 총 20 문항으로 구성하였고, 각 항목을 전혀 그렇지 않다 (1점), 별로 그렇지 않다 (2 점), 보통이다 (3점), 그런 편이다 (4점), 매우 그렇다 (5점)의 Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

6) 식습관

식습관에 관한 문항은 이순희 (2015)^[32], 이은숙 (2020)^[37]의 선행연구에서 사용된 설문지를 참고하여 하루 식사 횟수, 식사 시간의 규칙성, 끼니를 거르는 식사, 거르는 횟수, 식사량, 식사 속도, 조리 여부, 식사 시 고려사항, 식사 구성원, 과식 횟수, 과식하는 끼니, 야식 횟수, 외식 횟수, 간식 섭취 횟수, 섭취하는 간식 종류, 건강한 식사 여부, 건강상태의 총 17문항으로 구성하였다.

3. 조사 분석 및 통계 처리

본 연구의 자료는 SPSS Win Program (ver 21.0)을 이용하여 분석하였고, 조사 대상자의 일반사항, 영양지식, 온라인 식품 구매 현황, 식습관 부분은 빈도분석 및 기술통계량분석을 실시하였다. 조사대상자의 일반사항, 식생활 라이프스타일 유형, 영양지식 수준, 식습관에 따른 사항은 χ^2 -test를 실시하여 분석하였다.

식생활 라이프스타일 및 온라인 식품 구매 시 고려사항은 판별 타당성을 확인하기 위하여 주성분 요인분석 (principal component analysis)을 실시하였으며, 고유치 1이상을 기준으로 요인 회전 방법은 베리맥스 (Varimax) 회전 방식을 사용하였다. 요인분석 후 식생활 라이프스타일 및 온라인 식품 구매 시 고려사항에 따라 유사한 특성을 가진 집단을 묶어주기 위해 k-평균 군집분석 (K-means

cluster analysis)을 실시하였다.

집단 간 차이의 유의성 검증을 위해 독립 표본 t -test와 ANOVA 분석을 실시하였고, 사후검증으로 Duncan's multiple range test를 실시하였다.

IV. 연구 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

조사대상자의 일반 사항은 [Table 4]과 같으며, 전체 300명의 조사대상자 중 남성이 18.00%, 여성이 82.00%로 나타났고, 연령대는 20대 43.33%, 30대 26.67%, 40대 13.33%, 50대 이상 16.67%로 나타났다. 조사대상자의 교육수준은 고졸 29.33%, 전문대졸 19.33%, 대졸 48.00%, 대학원졸 이상 3.33%으로 나타났다. 거주 형태는 1인 13.67%, 2인 9.00%, 3인 18.00%, 4인 이상 59.33%로 나타났다. 마지막으로 조사대상자의 직업은 학생 24.00%, 직장인 55.33%, 가사노동자 7.00%, 직장인+가사노동자 13.67%로 나타났다.

Table 4. 조사대상자의 일반사항

(N=300)

	구분	N(%)
성별	남성	54(18.00)
	여성	246(82.00)
연령	20대	130(43.33)
	30대	80(26.67)
	40대	40(13.33)
	50대 이상	50(16.67)
교육수준	고졸	88(29.33)
	전문대졸	58(19.33)
	대졸	144(48.00)
	대학원졸 이상	10(3.33)
거주 형태	1인	41(13.67)
	2인	27(9.00)
	3인	54(18.00)
	4인 이상	178(59.33)
직업	학생	72(24.00)
	직장인	166(55.33)
	가사노동자	21(7.00)
	직장인+가사노동자	41(13.67)

2. 식생활 라이프스타일

1) 식생활 라이프스타일의 요인 분석

조사대상자의 식생활 라이프스타일을 유형화하기 위하여 요인분석을 실시한 결과는 [Table 5]과 같다.

본 연구에서는 Varimax 회전방식을 이용하여 식생활 라이프스타일을 요인분석하였다. 분석에서는 고유값 (아이겐값) 1.0 이상 되는 요인의 개수를 파악하고, 요인적재량 0.50 이상을 기준으로 분석하였으며, 식생활 라이프스타일을 나타내는 16개 문항이 모두 분석에 사용되었다.

요인분석을 통하여 추출된 3개의 요인은 각 요인이 설명하는 분산의 값이 클수록 전체 요인에서 차지하는 비중이 크다는 것을 의미하며 3개의 요인에 대한 누적설명력은 56.277%로 나타났다. 각 요인별 특성을 나타내는 중심적인 개념에 따라서 요인 1은 건강추구 (6항목), 요인 2는 편의추구 (5항목), 요인 3은 미각추구 (5항목)로 명명하였다.

첫번째 요인 1의 6가지 항목에는 ‘음식을 먹을 때 영양을 고려한다’, ‘비만예방을 고려한 식생활을 한다’, ‘건강을 위해 음식을 가려 먹는다’, ‘건강식품, 자연식품, 유기농 식품을 자주 먹는다’, ‘조미료가 들어간 음식을 싫어한다’, ‘인스턴트 식품을 먹지 않으려고 노력한다’가 포함되어 ‘건강추구’라고 명명하였으며, 29.316%의 설명력을 가진다.

두번째 요인 2의 5가지 항목에는 ‘백화점, 슈퍼 등에서 조리가 다 된 음식을 구매한다’, ‘조리가 쉽고 편리한 제품을 선택한다’, ‘바쁠 때는 빵, 우유 등으로 끼니를 해결한다’, ‘바빠서 외식을 자주하는 편이다’, ‘인스턴트 식품을 자주 먹는다’가 포함되어 ‘편의추구’라고 명명하였으며, 17.176%의 설명력을 가진다.

마지막으로 요인 3의 5가지 항목에는 ‘나는 맛있는 곳을 찾아 돌아다니며 먹는 것을 좋아한다’, ‘나는 음식에 돈을 아끼지 않는 편이다’, ‘나는 맛의 차이를 느끼는 경향이 있다’, ‘나는 다양한 맛을 원하고 항상 식단을 바꾼다’, ‘신상품이지만 맛있어 보이면 구매한다’가 포함되어 ‘미각추구’라고 명명하였으며, 9.785%의 설명력을 가진다.

이 3가지 요인들에 대해 크론바흐 알파 (Cronbach's alpha) 측정방법을 사용하여 신뢰성 검증을 하였으며 식생활 라이프스타일에 대한 신뢰도는 건강추구 0.841, 편의추구 0.812, 미각추구 0.681로 나타나 적합한 신뢰도 (0.6 이상)를 보이는 것으로 조사되었다.

Table 5. 식생활 라이프스타일에 대한 요인분석

(N=300)

구분	요인적재량	아이겐값	%분산	%누적	Cronbach α
음식을 먹을 때 영양을 고려한다.	.826				
비만예방을 고려한 식생활을 한다.	.748				
건강을 위해 음식을 가려먹는다.	.824				
건강식품, 자연식품, 유기농 식품을 자주 먹는다.	.774	4.691	29.316	29.316	0.841
조미료가 들어간 음식을 싫어한다.	.532				
인스턴트 식품을 먹지 않으려고 노력한다.	.635				
백화점, 슈퍼 등에서 조리가 다 된 음식을 구매한다.	.711				
조리가 쉽고 편리한 제품을 선택한다.	.779				
바쁠 때는 빵, 우유 등으로 끼니를 해결한다.	.683	2.748	17.176	46.491	0.812
바빠서 외식을 자주하는 편이다.	.688				
인스턴트 식품을 자주 먹는다.	.706				
나는 맛있는 곳을 찾아 돌아다니며 먹는 것을 좋아한다.	.630				
나는 음식에 돈을 아끼지 않는 편이다.	.607				
나는 맛의 차이를 느끼는 경향이 있다.	.726	1.566	9.785	56.277	0.681
나는 다양한 맛을 원하고 항상 식단을 바꾼다.	.717				
신상품이지만 맛있어 보이면 구매한다.	.566				

2) 식생활 라이프스타일의 군집 분석

식생활 라이프스타일 요인분석을 통하여 추출된 각 요인 점수를 바탕으로 군집 수를 측정하고, 군집의 특성을 타당하게 규명하기 위하여 K-평균 군집방식 (K-means cluster analysis)을 이용해 군집을 추출하였으며 그 결과는 [Table 6] 와 같다.

본 연구결과 제주지역 성인들은 식생활 라이프스타일에 따라 편의지향 집단 (86명), 건강지향 집단 (128명), 식생활 고관심 집단 (86명)의 3개 군집으로 분류되었다.

군집 1의 경우 3가지 요인 중 건강추구 수치가 낮게 나타나고, 편의추구가 가장 높은 수치를 보여 편의지향 집단이라고 명명하였다. 군집 2의 경우 3가지 요인 중 편의추구 수치가 낮게 나타나고 건강추구가 가장 높은 수치를 보여 건강 지향 집단이라고 명명하였다. 군집 3의 경우 모든 요인에 대한 고려 정도가 높은 군집으로 비교적 다른 군집에 비해 3가지 요인의 평균값이 높은 수치를 나타내고 있어 식생활 고관심 집단이라고 명명하였다. 식생활 라이프스타일 요인별 군집의 분석결과 모두 유의한 차이를 보였다 ($p < 0.001$).

Table 6. 식생활 라이프스타일에 대한 군집분석

군집 요인	군집			p-value
	군집1 (n=86)	군집2 (n=128)	군집3 (n=86)	
건강추구	2.26±0.582 ^a	3.32±0.644 ^b	3.26±0.866 ^b	0.000
편의추구	3.89±0.625 ^c	2.53±0.546 ^a	3.63±0.750 ^b	0.000
미각추구	3.17±0.539 ^a	3.17±0.578 ^a	4.38±0.425 ^b	0.000
군집명	편의지향 집단	건강지향 집단	식생활 고관심집단	

3) 조사대상자의 식생활 라이프스타일에 따른 일반사항

조사대상자의 식생활 라이프스타일에 따른 일반 사항에 대한 분석한 결과는 [Table 7]과 같다. 조사대상자의 성별, 교육수준, 거주 형태, 직업은 3가지 식생활 라이프스타일에서 문항별로 차지하는 비율이 유사하여 집단별 유의적인 차이를 보이지 않았다. 반면에 조사대상자의 연령대는 식생활 라이프스타일의 집단별 유의적인 차이를 보였다.

조사대상자의 성별은 편의지향 집단 (81.40%), 건강지향 집단 (81.25%), 식생활 고관심 집단 (83.72%)에서 모두 '여성'의 비율이 높게 나타났고, 집단별로 '남성'과 '여성'이 차지하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

조사대상자의 연령대는 편의지향 집단 (47.67%), 건강지향 집단 (32.03%), 식생활 고관심 집단 (55.81%)에서 모두 '20대'의 비율이 높게 나타났으나 편의지향 집단과 식생활 고관심 집단은 '2, 30대'에서 높은 비율을 차지한 반면, 건강지향 집단은 '20대'가 가장 높은 비율을 차지한 것은 맞으나 다른 집단에 비해 비율이 낮고 '40대 이상'에서 다른 집단보다 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.001$). 조사대상자의 연령대에 따른 식생활 라이프스타일에 유의적인 차이를 보였으며, 본 연구에 참여한 조사대상자의 연령대의 비가 20대가 월등히 높았다는 점이 고려되어야 한다.

조사대상자의 교육수준은 편의지향 집단 (54.65%), 건강지향 집단 (40.63%), 식생활 고관심 집단 (52.33%)에서 모두 '대졸'의 비율이 높게 나타났고, 집단별로 교육수준의 다른 문항이 차지하는 비율도 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

이경란 외 (2018)의 특급호텔 근로자의 식생활라이프스타일에 따른 식행동과

식습관 비교분석 연구에서 식생활 라이프스타일의 유형이 본 연구와 달라 직접적인 비교는 어려우나 식품에 대한 고관심도 집단인 합리적 심미 추구집단과 편의를 추구하는 합리적 편의추구집단 모두 대졸의 비율이 높게 나타나 본 연구와 유사했다^[43].

조사대상자의 거주 형태는 편의지향 집단 (51.16%), 건강지향 집단 (64.84%), 식생활 고관심 집단 (59.30%)에서 모두 '4인 이상'의 비율이 높게 나타났고, 집단별로 거주 형태의 다른 문항이 차지하는 비율도 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

조사대상자의 직업은 편의지향 집단 (53.49%), 건강지향 집단 (56.25%), 식생활 고관심 집단 (55.81%)에서 모두 '직장인'의 비율이 높게 나타났고, 집단별로 직업의 다른 문항이 차지하는 비율도 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

Table 7. 조사대상자의 식생활 라이프스타일에 따른 일반사항

구분	식생활 라이프스타일 ¹⁾			P-value	
	편의지향 (N =86)	건강지향 (N =128)	식생활 고관심 (N =86)		
성별	남성	16(18.60)	24(18.75)	14(16.28)	0.886
	여성	70(81.40)	104(81.25)	72(83.72)	
연령	20대	41(47.67)	41(32.03)	48(55.81)	0.000
	30대	30(34.88)	27(21.09)	23(26.74)	
	40대	11(12.79)	23(17.97)	6(6.98)	
	50대 이상	4(4.65)	37(28.91)	9(10.47)	
교육수준	고졸	23(26.74)	41(32.03)	24(27.91)	0.309
	전문대졸	15(17.44)	28(21.88)	15(17.44)	
	대졸	47(54.65)	52(40.63)	45(52.33)	
	대학원졸 이상	1(1.16)	7(5.47)	2(2.33)	
거주형태	1인	15(17.44)	11(8.59)	15(17.44)	0.303
	2인	10(11.63)	11(8.59)	6(6.98)	
	3인	17(19.77)	23(17.97)	14(16.28)	
	4인 이상	44(51.16)	83(64.84)	51(59.30)	
직업	학생	26(30.23)	22(17.19)	24(27.91)	0.117
	직장인	46(53.49)	72(56.25)	48(55.81)	
	가사노동자	4(4.65)	14(10.94)	3(3.49)	
	직장인+가사노동자	10(11.63)	20(15.63)	11(12.79)	

¹⁾ N(%)

3. 영양지식

1) 조사대상자의 영양지식

조사대상자의 영양지식 문항 정답률은 [Table 8]과 같으며, 영양지식은 총 20점 만점으로 조사대상자의 영양지식 평균 점수는 14.76점으로 나타났다. 이 평균 점수를 기준으로 15점 이상은 영양지식 수준이 높은 집단 (158명)으로 분류하였고, 14점 이하는 영양지식 수준이 낮은 집단 (142명)으로 분류하여 조사대상자의 영양지식 수준에 따른 일반사항, 식생활 라이프스타일, 식습관, 온라인 식품 구매 횟수 및 변화, 온라인 식품 구매 이유, 온라인 식품 구매 종류, 온라인 식품 구매 시 고려사항의 차이를 분석하였다.

원향례 외 (2011)의 원주지역 대학생의 영양지식에 따른 가공식품 관련 식행동과 식품표시 인식 연구에서 영양지식 각 문항에 1점씩 총 10점 만점으로 계산했을 때 평균 점수는 6.8점이었고, 이 평균 점수를 기준으로 7점 이상은 영양지식이 높은 집단, 6점 이하는 영양지식이 낮은 집단으로 분류하여 통계 처리를 하여 본 연구와 유사했다^[10].

조사대상자의 영양지식 수준을 평가하기 위한 20개의 문항 중 가장 높은 정답률을 보인 문항은 ‘비타민과 무기질은 영양학적으로 중요하지 않아 섭취하지 않아도 된다’ 98.67%, ‘짜게 먹으면 고혈압에 해롭다’ 98.33%와 ‘우리 몸에 필요한 3대 영양소는 탄수화물, 단백질, 지방이다’ 96.00%이었고, 가장 낮은 정답률을 보인 문항은 ‘섭유소는 몸에서 소화되지 않는다’ 38.00%, ‘당뇨병 환자는 단순당류보다 복합당류를 섭취해야 한다’ 46.33%로 나타났다.

안미령 외 (2018)의 초고령사회에 대비한 중·장년층의 영양지식 및 영양지식

수준에 따른 식생활 교육 요구 분석 연구에서 영양지식 문항 중 90% 이상의 높은 정답률을 보인 문항으로는 ‘우리 몸에 필요한 3대 영양소는 탄수화물, 단백질, 지방이다’, ‘비타민과 무기질은 영양학적으로 중요하지 않아 섭취하지 않아도 된다’, ‘짜게 먹으면 고혈압에 해롭다’로 본 연구와 유사했다^[38].

Table 8. 조사대상자의 영양지식

문항	정답률(%)
Q1 우리 몸에 필요한 3대 영양소는 탄수화물, 단백질, 지방이다.	96.00
Q2 탄수화물과 단백질은 g당 같은 열량(칼로리)을 낸다.	54.33
Q3 비타민과 무기질은 영양학적으로 중요하지 않아 섭취하지 않아도 된다.	98.67
Q4 단백질은 몸의 조직을 형성하는 영양소이다.	93.00
Q5 비타민C는 항산화 기능을 한다.	85.67
Q6 야맹증, 구루병은 비타민 부족과 상관이 없다.	91.67
Q7 등푸른 생선(고등어, 꽁치 등)에는 포화지방산이 풍부하게 들어있다.	53.00
Q8 섬유소는 몸에서 소화되지 않는다.	38.00
Q9 고단백질 식품은 신장에 부담을 준다.	56.33
Q10 골다공증은 단백질을 충분히 섭취하면 예방할 수 있다.	54.33
Q11 골다공증을 예방하기 위해서는 칼슘뿐만 아니라 비타민D도 필요하다.	93.00
Q12 짜게 먹으면 고혈압에 해롭다.	98.33
Q13 당뇨병 환자는 단순당류보다 복합당류를 섭취해야 한다.	46.33
Q14 비만인 사람은 동물성 지방보다 식물성 지방을 섭취하는 것이 좋다.	80.67
Q15 트랜스 지방은 혈액 내 나쁜 콜레스테롤 수치를 높일 뿐 아니라 좋은 콜레스테롤 수치를 낮춘다.	64.00
Q16 사람은 성별, 연령에 상관없이 모두 같은 양의 영양소를 필요로 한다.	94.00
Q17 성인(20~29세)의 에너지 필요량은 남자 2600kcal, 여자 2100kcal 이다.	69.67
Q18 성인 남자가 성인 여자보다 철분을 많이 필요로 한다.	81.67
Q19 가장 이상적인 체중감량 속도는 일주일에 3kg을 줄이는 것이다.	74.33
Q20 소아비만으로 인해 증가한 비만 세포 수는 살을 뺀 후에는 감소한다.	52.67
영양지식 평균 점수 ¹⁾	14.76±2.95 ²⁾

1) 영양지식 문항의 점수기준: 20점 만점 (정답 1점/문항, 오답 0점/문항)

2) Mean±SD

2) 조사대상자의 영양지식 수준에 따른 일반사항

조사대상자의 영양지식 수준에 따른 일반사항은 [Table 9]과 같다.

조사대상자의 연령대, 거주형태, 직업은 영양지식 수준에서 문항별로 차지하는 비율이 유사하여 영양지식 수준별 유의적인 차이를 보이지 않았다. 반면에, 조사대상자의 성별, 교육수준은 영양지식 수준별 유의적인 차이를 보였다.

조사대상자의 성별은 영양지식 수준이 높은 집단 (87.34%), 영양지식 수준이 낮은 집단 (76.06%)에서 모두 '여성'의 비율이 높게 나타났으나 영양지식 수준이 높은 집단이 영양지식 수준이 낮은 집단보다 여성의 비율이 높게 나타난 반면, 남성의 비율이 낮게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.05$).

이승림 외 (2015)의 원주지역 대학생의 건강관련요인, 영양지식 및 식습관 조사 연구에서 영양지식 점수는 여성이 남성보다 유의적으로 높게 나타나 본 연구와 유사했다 ($p < 0.05$). 이는 여성이 맛에 대하여 더 예민하고, 직접 조리를 하거나 가사를 돕는 기회가 더 많고, 또 체중에 대하여 관심이 더 많기 때문에 식품과 영양에 대한 지식이 더 많았을 것으로 여겨진다고 하였다^[32].

조사대상자의 연령대는 영양지식 수준이 높은 집단 (43.67%), 영양지식 수준이 낮은 집단 (42.96%)에서 모두 '20대'의 비율이 높게 나타났고, 집단별로 연령대의 다른 문항이 차지하는 비율도 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

송은영 외 (2018)의 보호자의 영양지식 및 식생활태도와 영유아의 영양상태와의 관계 연구에서 영양지식 수준은 연령대별 통계적으로 유의한 차이가 없다고 나타나 본 연구와 유사했다^[44].

조사대상자의 교육수준은 영양지식 수준이 높은 집단 (55.06%), 영양지식 수준이 낮은 집단 (40.14%)에서 모두 '대졸'의 비율이 높게 나타났으나 영양지식

수준이 높은 집단이 영양지식 수준이 낮은 집단보다 ‘대졸’과 ‘대학원졸 이상’에서 높은 비율을 차지한 반면, 영양지식 수준이 낮은 집단은 영양지식 수준이 높은 집단보다 ‘고졸’과 ‘전문대졸’에서 높은 비율을 차지해 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.05$).

송은영 외 (2018)의 보호자의 영양지식 및 식생활태도와 영유아의 영양상태와의 관계 연구에서 영양플러스 사업에 참여중인 만 6세 미만 영유아의 보호자들을 대상으로 영양지식을 조사한 결과 교육수준은 대졸 이상이 전문대졸과 고졸 이하보다 유의적으로 영양지식 수준이 높게 나타나 본 연구와 유사했다^[44].

조사대상자의 거주 형태는 영양지식 수준이 높은 집단 (56.96%), 영양지식 수준이 낮은 집단 (61.97%)에서 모두 ‘4인 이상’의 비율이 높게 나타났고, 집단별로 거주 형태의 다른 문항이 차지하는 비율도 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

조사대상자의 직업은 영양지식 수준이 높은 집단 (60.13%), 영양지식 수준이 낮은 집단 (50.00%)에서 모두 ‘직장인’의 비율이 높게 나타났고, 집단별로 직업의 다른 문항이 차지하는 비율도 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

Table 9. 영양지식 수준에 따른 일반사항

	구분	영양지식 (20점 만점)		P-value
		높음 (15점 이상)	낮음 (14점 이하)	
성별	남성	20(12.66) ¹⁾	34(23.94)	0.011
	여성	138(87.34)	108(76.06)	
연령	20대	69(43.67)	61(42.96)	0.527
	30대	40(25.32)	40(28.17)	
	40대	25(15.82)	15(10.56)	
	50대 이상	24(15.19)	26(18.31)	
교육수준	고졸	34(21.52)	54(38.03)	0.001
	전문대졸	28(17.72)	30(21.13)	
	대졸	87(55.06)	57(40.14)	
	대학원졸 이상	9(5.70)	1(0.70)	
거주형태	1인	27(17.09)	14(9.86)	0.058
	2인	18(11.39)	9(6.34)	
	3인	23(14.56)	31(21.83)	
	4인 이상	90(56.96)	88(61.97)	
직업	학생	35(22.15)	37(26.06)	0.344
	직장인	95(60.13)	71(50.00)	
	가사노동자	9(5.70)	12(8.45)	
	직장인+가사노동자	19(12.03)	22(15.49)	

¹⁾ N(%)

3) 조사대상자의 식생활 라이프스타일에 따른 영양지식

조사대상자의 식생활 라이프스타일에 따른 영양지식 결과는 [Table 10]에 나타냈으며, 문항 중 ‘고단백질 식품은 신장에 부담을 준다’ 0.71점, ‘골다공증은 단백질 충분히 섭취하면 예방할 수 있다’ 0.66점, ‘성인 (20~29세)의 에너지 필요량은 남자 2,600 kcal, 여자 2,100 kcal 이다’ 0.78점, ‘성인 남자가 성인 여자보다 철분을 많이 필요로 한다’ 0.91점, ‘소아비만으로 인해 증가한 비만 세포 수는 살을 뺀 후에는 감소한다’ 0.65점으로 다른 집단보다 식생활 고관심 집단에서 가장 높은 정답률을 보이며 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.01$).

조사대상자의 영양지식 수준에 대한 평균 점수는 식생활 고관심 집단이 15.62점, 건강지향 집단은 14.44점, 편의지향 집단은 14.37점으로 나타나, 비교적 건강추구 수치가 낮고 편의추구 수치가 높은 편의지향 집단에 비해 모든 요인에 대한 수치가 비교적 높은 식생활 고관심 집단의 영양지식 수준에 대한 평균 점수가 유의적으로 높았다 ($p<0.01$).

이인옥 외 (2016)의 식생활라이프스타일 추구 성향에 따른 영양지식수준 및 식품기호도 분석 연구에서 건강을 추구하는 ‘건강지향화 집단’이 다른 집단에 비하여 영양지식 수준이 높은 것으로 나타난 반면, 편의를 추구하는 ‘간편화 집단’은 다른 집단에 비하여 영양지식 수준이 낮은 것으로 나타나 유의적인 차이를 보여 본 연구와 유사했다^[45]. 이는 편의를 추구하는 집단이 건강을 추구하는 집단에 비해 건강과 영양성분에 대한 고려보다는 시간을 줄이려는 성향이 강하기 때문에 사료된다.

Table 10. 식생활 라이프스타일에 따른 영양지식

문항	식생활라이프스타일			P-value
	편의지향 (N =86)	건강지향 (N =128)	식생활 고관심 (N =86)	
Q1 우리 몸에 필요한 3대 영양소는 탄수화물, 단백질, 지방이다.	0.94±0.24	0.98±0.15	0.95±0.21	0.420
Q2 탄수화물과 단백질은 g당 같은 열량(칼로리)을 낸다.	0.56±0.50	0.52±0.50	0.57±0.50	0.702
Q3 비타민과 무기질은 영양학적으로 중요하지 않아 섭취하지 않아도 된다.	0.98±0.15	0.98±0.12	1.00±0.00	0.398
Q4 단백질은 몸의 조직을 형성하는 영양소이다.	0.92±0.28	0.93±0.26	0.94±0.24	0.838
Q5 비타민C는 항산화 기능을 한다.	0.81±0.39	0.84±0.36	0.92±0.28	0.127
Q6 야맹증, 구루병은 비타민 부족과 상관이 없다.	0.91±0.29	0.90±0.30	0.95±0.21	0.337
Q7 등푸른 생선(고등어, 꽁치 등)에는 포화지방산이 풍부하게 들어있다.	0.45±0.50	0.55±0.50	0.58±0.50	0.216
Q8 섬유소는 몸에서 소화되지 않는다.	0.35±0.48	0.34±0.48	0.47±0.50	0.157
Q9 고단백질 식품은 신장에 부담을 준다.	0.55±0.50	0.48±0.50	0.71±0.46	0.003
Q10 골다공증은 단백질을 충분히 섭취하면 예방할 수 있다.	0.44±0.50	0.53±0.50	0.66±0.48	0.013
Q11 골다공증을 예방하기 위해서는 칼슘뿐만 아니라 비타민D도 필요하다.	0.92±0.28	0.93±0.26	0.94±0.24	0.838
Q12 짜게 먹으면 고혈압에 해롭다.	0.99±0.11	0.98±0.15	0.99±0.11	0.734
Q13 당뇨병 환자는 단순당류보다 복합당류를 섭취해야 한다.	0.52±0.50	0.41±0.49	0.49±0.50	0.210
Q14 비만인 사람은 동물성 지방보다 식물성 지방을 섭취하는 것이 좋다.	0.83±0.38	0.81±0.39	0.78±0.42	0.726
Q15 트랜스 지방은 혈액 내 나쁜 콜레스테롤 수치를 높일 뿐 아니라 좋은 콜레스테롤 수치를 낮춘다.	0.65±0.48	0.62±0.49	0.66±0.48	0.769
Q16 사람은 성별, 연령에 상관없이 모두 같은 양의 영양소를 필요로 한다.	0.97±0.18	0.92±0.27	0.94±0.24	0.427

Q17	성인(20~29세)의 에너지 필요량은 남자 2600kcal, 여자 2100kcal 이다.	0.76±0.43	0.60±0.49	0.78±0.42	0.008
Q18	성인 남자가 성인 여자보다 철분을 많이 필요로 한다.	0.72±0.45	0.82±0.39	0.91±0.29	0.007
Q19	가장 이상적인 체중감량 속도는 일주일에 3kg을 줄이는 것이다.	0.70±0.46	0.79±0.41	0.72±0.45	0.279
Q20	소아비만으로 인해 증가한 비만 세포 수는 살을 뺀 후에는 감소한다.	0.42±0.50	0.52±0.50	0.65±0.48	0.009
총 점수 ¹⁾		14.37±3.05 ^a	14.44±3.00 ^a	15.62±2.62 ^b	0.006

1) 영양지식 문항의 점수기준: 20점 만점 (정답 1점/문항, 오답 0점/문항)

^{a, b}: Duncan's multiple range test

4. 식습관

1) 조사대상자의 식습관

조사대상자의 식습관은 [Table 11]와 같으며, ‘하루에 식사를 몇 번 하십니까?’는 2번 (69.00%), 3번 이상 (28.33%), 1번 (2.67%) 순으로 나타났다.

‘식사시간은 규칙적인 편입니까?’는 규칙적인 편이다 (55.00%), 불규칙적이다 (36.00%), 매우 규칙적이다 (9.00%)의 순으로 나타났고, ‘끼니를 거르는 식사는 주로 어느 때입니까?’는 아침 (81.67%), 거르지 않는다 (10.33), 저녁 (5.00%), 점심 (3.00%)의 순으로 나타났다.

‘거르는 횟수는 몇 번입니까?’는 5회 이상/주 (40.67%), 3~4회/주 (28.67%), 1~2회/주 (21.00%)의 순으로 나타났고, ‘평소 식사량은 얼마입니까?’는 적당히 먹는다 (52.67%), 배부르게 먹는다 (45.67), 부족하게 먹는다 (1.67%)의 순으로 나타났으며, ‘식사를 하는 시간은 얼마나 걸립니까?’는 빨리 먹는 편이다 (41.33%), 적당히 먹는 편이다 (40.00%), 천천히 먹는 편이다 (18.67%)의 순으로 나타났다.

‘주로 조리를 해서 먹습니까?’는 조리해서 먹는다 (59.00%), 간편식을 사서 먹는다 (25.33%), 외식을 한다 (15.67%)의 순으로 나타났고, ‘식사할 때 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?’는 기호성 (39.67%), 편리성 (27.00%), 영양면 (24.00%), 경제면 (9.33%)의 순으로 나타났으며, ‘식사는 주로 누구와 함께합니까?’는 가족 (54.67%), 혼자 (30.33%), 친구 (15.00%)의 순으로 나타났다.

‘과식을 한다고 생각한 적이 몇 번 있습니까?’는 1~2회/주 (60.33%), 3~4회/주 (23.67%), 전혀 하지 않는다 (12.00%), 매 식사 과식을 하는 편이다 (4.00%)의 순으로 나타났고, ‘과식을 한다면 주로 어느 끼니에 하십니까?’는 저녁 (77.33%), 점심 (10.67%), 아침 (0.33%)의 순으로 나타났으며, ‘일주일에 야식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?’는 1~2회/주 (63.67%), 전혀 먹지 않는다 (23.33%), 3~4회/주 (11.00%), 5회 이

상/주 (2.00%)의 순으로 나타났다.

‘일주일에 외식을 하는 횟수는 몇 번입니까?’는 1~2회/주 (63.00%), 3~4회/주 (20.00%), 전혀 하지 않는다 (9.33%), 5회 이상/주 (7.67%)의 순으로 나타났고, ‘주에 간식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?’는 1~2회/주 (39.00%), 3~4회/주 (32.33%), 5회 이상/주 (23.33%), 전혀 먹지 않는다 (5.33%)의 순으로 나타났으며, ‘간식을 먹는다면 주로 어떤 종류를 먹습니까?’는 고열량 (47.00%), 음료 (44.33%), 건강식품 (3.33%), 칼로리바 (2.33%), 샐러드 (1.33%)의 순으로 나타났다.

‘건강하게 식사한다고 생각하십니까?’는 보통이다 (44.67%), 그렇지 않다 (31.33%), 그렇다 (15.00%), 매우 그렇지 않다 (4.67%), 매우 그렇다 (4.33%)의 순으로 나타났고, ‘현재 귀하의 건강상태는 어떠합니까?’는 건강한 편이다 (67.33%), 허약한 편이다 (17.00%), 건강하다 (10.67%), 허약하다 (3.67%), 병을 앓고 있다 (1.33%)의 순으로 나타났다.

Table 11. 조사대상자의 식습관

(N=300)

	구분	N(%)
하루에 식사를 몇 번 하십니까?	1번	8(2.67)
	2번	207(69.00)
	3번 이상	85(28.33)
식사시간은 규칙적인 편입니까?	매우 규칙적이다.	27(9.00)
	규칙적인 편이다.	165(55.00)
	불규칙적이다.	108(36.00)
끼니를 거르는 식사는 주로 어느 때입니까?	아침	245(81.67)
	점심	9(3.00)
	저녁	15(5.00)
	거르지 않는다.	31(10.33)
거르는 횟수는 몇 번입니까?	1~2회/주	63(21.00)
	3~4회/주	86(28.67)
	5회 이상/주	122(40.67)
평소 식사량은 얼마입니까?	배부르게 먹는다.	137(45.67)
	적당히 먹는다.	158(52.67)
	부족하게 먹는다.	5(1.67)
식사를 하는 시간은 얼마나 걸립니까?	빨리 먹는 편이다.	124(41.33)
	적당히 먹는 편이다.	120(40.00)
	천천히 먹는 편이다.	56(18.67)

주로 조리를 해서 먹습니까?	조리해서 먹는다.	177(59.00)
	간편식을 사서 먹는다.	76(25.33)
	외식을 한다.	47(15.67)
식사할 때 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?	영양면	72(24.00)
	경제면	28(9.33)
	편리성	81(27.00)
	기호성	119(39.67)
식사는 주로 누구와 함께합니까?	혼자	91(30.33)
	가족	164(54.67)
	친구	45(15.00)
과식을 한다고 생각한 적이 몇 번 있습니까?	전혀 하지 않는다.	36(12.00)
	1~2회/주	181(60.33)
	3~4회/주	71(23.67)
	매 식사 과식을 하는 편이다.	12(4.00)
과식을 한다면 주로 어느 끼니에 하십니까?	아침	1(0.33)
	점심	32(10.67)
	저녁	232(77.33)
일주일에 야식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?	전혀 먹지 않는다.	70(23.33)
	1~2회/주	191(63.67)
	3~4회/주	33(11.00)
	5회 이상/주	6(2.00)
일주일에 외식을 하는 횟수는 몇 번입니까?	전혀 하지 않는다.	28(9.33)
	1~2회/주	189(63.00)

	3~4회/주	60(20.00)
	5회 이상/주	23(7.67)
주에 간식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?	전혀 먹지 않는다.	16(5.33)
	1~2회/주	117(39.00)
	3~4회/주	97(32.33)
	5회 이상/주	70(23.33)
	고열량(초콜릿, 아이스크림, 과자 등)	141(47.00)
간식을 먹는다면 주로 어떤 종류를 먹습니까?	음료(커피, 이온음료 등)	133(44.33)
	칼로리바	7(2.33)
	샐러드	4(1.33)
	건강식품	10(3.33)
	매우 그렇다.	13(4.33)
건강하게 식사한다고 생각하십니까?	그렇다.	45(15.00)
	보통이다.	134(44.67)
	그렇지 않다.	94(31.33)
	매우 그렇지 않다.	14(4.67)
	건강하다.	32(10.67)
현재 귀하의 건강상태는 어떠합니까?	건강한 편이다.	202(67.33)
	허약한 편이다.	51(17.00)
	허약하다.	11(3.67)
	병을 앓고 있다.	4(1.33)

2) 식생활 라이프스타일에 따른 식습관

조사대상자의 식생활 라이프스타일에 따른 식습관은 [Table 12]에 제시하였다.

조사대상자의 식습관 중 하루 식사 횟수, 식사 시간의 규칙성, 끼니를 거르는 식사 및 횟수, 식사량, 식사 조리 여부, 식사 시 고려사항, 식사 구성원, 야식 횟수, 외식 횟수, 간식 섭취 횟수, 건강한 식사 여부는 식생활 라이프스타일의 집단별 유의적인 차이를 보였다.

‘하루에 식사를 몇 번 하십니까?’는 편의지향 집단 (74.42%), 건강지향 집단 (63.28%), 식생활 고관심집단 (72.09%) 모두 ‘2번’의 비율이 가장 높게 나타났으나 건강지향 집단은 다른 집단에 비해 ‘3번 이상’이 높은 비율을 차지하고 ‘1번’이 낮은 비율을 차지하는 반면, 편의지향 집단은 ‘3번 이상’이 낮은 비율을 차지하고 ‘1번’이 높은 비율을 차지해 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.05$).

‘식사시간은 규칙적인 편입니까?’는 편의지향 집단은 ‘불규칙적이다 (50.00%)’의 비율이 높게 나타났고, 건강지향 집단 (63.28%)과 식생활 고관심 집단 (48.84%)은 ‘규칙적인 편이다’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.001$).

‘끼니를 거르는 식사는 주로 어느 때입니까?’는 편의지향 집단 (88.37%), 건강지향 집단 (74.22%), 식생활 고관심 집단 (86.05%) 모두 ‘아침’의 비율이 가장 높게 나타났으나 건강지향 집단이 ‘아침’에서 가장 높은 비율을 차지한 것은 맞지만 다른 집단에 비해 그 비율이 낮은 반면, ‘거르지 않는다’에서 다른 집단보다 높은 비율을 보여 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.05$).

‘거르는 횟수는 몇 번입니까?’는 편의지향 집단 (59.76%), 건강지향 집단 (34.86%), 식생활 고관심집단 (43.75%) 모두 ‘5회 이상/주’의 비율이 가장 높게 나타났으나, 편의지향 집단이 다른 집단에 비해 ‘5회 이상/주’에서 높은 비율을 차지한 반면, ‘1~2회/주’에서 낮은 비율을 차지해 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.01$).

‘평소 식사량은 얼마입니까?’는 편의지향 집단 (54.65%)과 식생활 고관심집단 (53.49%)은 ‘배부르게 먹는다’의 비율이 높게 나타났고, 건강지향 집단은 ‘적당히 먹는다 (64.84%)’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.01$).

‘식사를 하는 시간은 얼마나 걸립니까?’는 편의지향 집단 (41.86%)과 식생활 고관심 집단 (41.86%)은 ‘빨리 먹는 편이다’의 비율이 높게 나타났고, 건강지향 집단은 ‘적당히 먹는 편이다 (43.75%)’의 비율이 높게 나타났으나 집단별 차지하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘주로 조리를 해서 먹습니까?’는 편의지향 집단은 ‘간편식을 사서 먹는다 (47.67%)’의 비율이 높게 나타났고, 건강지향 집단 (80.47%)과 식생활 고관심 집단 (51.16%)은 ‘조리해서 먹는다’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.001$).

‘식사할 때 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?’는 편의지향 집단은 ‘편리성 (48.84%)’, 건강지향 집단은 ‘영양면 (39.06%)’, 식생활 고관심 집단은 ‘기호성 (50.00%)’에서 다른 집단보다 높은 비율을 나타내 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.001$).

‘식사는 주로 누구와 함께합니까?’는 편의지향 집단 (50.00%)과 건강지향 집단 (69.53%)은 ‘가족’의 비율이 높게 나타났고, 식생활 고관심 집단은 ‘혼자 (39.53%)’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.001$).

‘과식을 한다고 생각한 적이 몇 번 있습니까?’는 편의지향 집단 (53.49%), 건강지향 집단 (61.72%), 식생활 고관심 집단 (65.12%) 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘과식을 한다면 주로 어느 끼니에 하십니까?’는 편의지향 집단 (90.28%), 건강지향 집단 (89.38%), 식생활 고관심 집단 (82.50%) 모두 ‘저녁’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘일주일에 야식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?’는 편의지향 집단 (63.95%), 건강지향 집단 (62.50%), 식생활 고관심 집단 (65.12%) 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 가장 높게 나

타났으나, 건강지향 집단과 식생활 고관심 집단이 ‘전혀 먹지 않는다’에서 높은 비율을 차지하고 ‘5회 이상/주’에서 낮은 비율을 차지한 반면, 편의지향 집단은 ‘전혀 먹지 않는다’에서 다른 집단에 비해 낮은 비율을 차지하고 ‘5회 이상/주’에서 높은 비율을 차지해 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.001$).

‘일주일에 외식을 하는 횟수는 몇 번입니까?’는 편의지향 집단 (62.79%), 건강지향 집단 (66.41%), 식생활 고관심 집단 (58.14%) 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 가장 높게 나타났으나, 건강지향 집단은 다른 집단에 비해 ‘전혀 하지 않는다’에서 높은 비율을 차지하고, ‘5회 이상/주’에서 낮은 비율을 차지해 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.001$).

‘주에 간식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?’는 편의지향 집단은 ‘3~4회/주 (37.21%)’의 비율이 높게 나타났고, 건강지향 집단 (44.53%)과 식생활 고관심 집단 (36.05%)은 ‘1~2회/주’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.05$).

‘간식을 먹는다면 주로 어떤 종류를 먹습니까?’는 편의지향 집단은 ‘고열량 (56.47%)’의 비율이 높게 나타났고, 건강지향 집단 (46.03%)과 식생활 고관심 집단 (48.81%)은 ‘음료’의 비율이 높게 나타났으나 집단별 차지하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘건강하게 식사한다고 생각하십니까?’는 편의지향 집단은 ‘그렇지 않다 (53.49%)’의 비율이 높게 나타났고, 건강지향 집단 (53.13%)과 식생활 고관심 집단 (43.02%)은 ‘보통이다’의 비율이 높게 나타났다. 편의지향 집단은 다른 집단에 비해 ‘그렇지 않다’와 ‘매우 그렇지 않다’에서 높은 비율을 차지한 반면, 건강지향 집단은 ‘보통이다’와 ‘그렇다’에서 높은 비율을 차지해 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.001$).

‘현재 귀하의 건강상태는 어떠합니까?’는 편의지향 집단 (60.47%), 건강지향 집단 (70.31%), 식생활 고관심 집단 (69.77%) 모두 ‘건강한 편이다’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

편의지향 집단은 ‘식사시간은 불규칙적인 편이다’, ‘식사량은 배부르게 먹는다’, ‘주로 간

편식을 사서 먹는다’, ‘식사를 할 때 편리성을 가장 고려한다’, ‘간식 섭취 횟수가 많은 편이다’ 등 다른 집단과 비교하여 건강하지 않은 식습관을 가지고 있었다.

건강지향 집단은 ‘식사시간은 규칙적인 편이다’, ‘식사량은 적당하다’, ‘주로 조리해서 먹는다’, ‘식사를 할 때 영양면을 가장 고려한다’, ‘간식 섭취 횟수가 적은 편이다’ 등 다른 집단과 비교하여 건강한 식습관을 가지고 있었다.

식생활 고관심 집단은 ‘식사시간은 규칙적인 편이다’, ‘식사량은 배부르게 먹는다’, ‘주로 조리해서 먹는다’, ‘식사를 할 때 기호성을 가장 고려한다’ 등 다른 집단과 비교하여 뚜렷한 특성이 보이지 않았다.

이경란 외 (2018)의 특급호텔 근로자의 식생활라이프스타일에 따른 식행동과 식습관 비교분석에서 식품에 대한 고관심도 집단인 합리적 심미 추구집단이 편의를 추구하는 합리적 편의추구집단보다 식행동과 식품섭취태도에서 유의적으로 높은 점수가 나타났다 ($p < 0.001$). 식생활 라이프스타일의 유형이 본 연구와 달라 직접적인 비교는 어려우나 식품에 대해 편의를 추구하는 집단이 다른 집단에 비해 상대적으로 건강하지 않은 식습관을 보여 본 연구와 유사했다^[43]. 이는 편의추구 집단은 다른 식생활 라이프스타일에 비해 건강추구요인의 비율이 낮아 건강에 대한 관심보다는 바쁜 현대생활로 인해 식행동 및 식습관에 있어서 편리성을 추구하는 반면, 건강추구 집단은 건강추구요인의 비율이 높아 건강에 대한 관심이 지대하여 건강지향적인 식행동 및 식습관을 추구하기 때문으로 사료된다.

Table 12. 식생활 라이프스타일에 따른 식습관

구분	식생활 라이프스타일			P-value	
	편의지향 (N =86)	건강지향 (N =128)	식생활 고관심 (N =86)		
하루에 식사를 몇 번 하십니까?	1번	5(5.81) ¹⁾	1(0.78)	2(2.33)	0.025
	2번	64(74.42)	81(63.28)	62(72.09)	
	3번 이상	17(19.77)	46(35.94)	22(25.58)	
식사시간은 규칙적인 편입니까?	매우 규칙적이다.	1(1.16)	15(11.72)	11(12.79)	0.000
	규칙적인 편이다.	42(48.84)	81(63.28)	42(48.84)	
	불규칙적이다.	43(50.00)	32(25.00)	33(38.37)	
끼니를 거르는 식사는 주로 어느 때 입니까?	아침	76(88.37)	95(74.22)	74(86.05)	0.031
	점심	0(0.00)	6(4.69)	3(3.49)	
	저녁	6(6.98)	7(5.47)	2(2.33)	
	거르지 않는다.	4(4.65)	20(15.63)	7(8.14)	
거르는 횟수는 몇 번입니까?	1~2회/주	9(10.98)	34(31.19)	20(25.00)	0.004
	3~4회/주	24(29.27)	37(33.94)	25(31.25)	
	5회 이상/주	49(59.76)	38(34.86)	35(43.75)	
평소 식사량은 얼마입니까?	배부르게 먹는다.	47(54.65)	44(34.38)	46(53.49)	0.005
	적당히 먹는다.	38(44.19)	83(64.84)	37(43.02)	
	부족하게 먹는다.	1(1.16)	1(0.78)	3(3.49)	
식사를 하는 시간은 얼마나 걸립니 까?	빨리 먹는 편이다.	36(41.86)	52(40.63)	36(41.86)	0.751
	적당히 먹는 편이다.	32(37.21)	56(43.75)	32(37.21)	

	천천히 먹는 편이다.	18(20.93)	20(15.63)	18(20.93)	
주로 조리를 해서 먹습니까?	조리해서 먹는다.	30(34.88)	103(80.47)	44(51.16)	0.000
	간편식을 사서 먹는다.	41(47.67)	19(14.84)	16(18.60)	
	외식을 한다.	15(17.44)	6(4.69)	26(30.23)	
식사할 때 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?	영양면	6(6.98)	50(39.06)	16(18.60)	0.000
	경제면	7(8.14)	11(8.59)	10(11.63)	
	편리성	42(48.84)	22(17.19)	17(19.77)	
	기호성	31(36.05)	45(35.16)	43(50.00)	
식사는 주로 누구와 함께합니까?	혼자	31(36.05)	26(20.31)	34(39.53)	0.000
	가족	43(50.00)	89(69.53)	32(37.21)	
	친구	12(13.95)	13(10.16)	20(23.26)	
과식을 한다고 생각한 적이 몇 번 있습니까?	전혀 하지 않는다.	15(17.44)	15(11.72)	6(6.98)	0.205
	1~2회/주	46(53.49)	79(61.72)	56(65.12)	
	3~4회/주	20(23.26)	32(25.00)	19(22.09)	
	매 식사 과식을 하는 편이다.	5(5.81)	2(1.56)	5(5.81)	
과식을 한다면 주로 어느 끼니에 하십니까?	아침	0(0.00)	1(0.88)	0(0.00)	0.346
	점심	7(9.72)	11(9.73)	14(17.50)	
	저녁	65(90.28)	101(89.38)	66(82.50)	
일주일에 야식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?	전혀 먹지 않는다.	9(10.47)	38(29.69)	23(26.74)	0.001
	1~2회/주	55(63.95)	80(62.50)	56(65.12)	
	3~4회/주	18(20.93)	9(7.03)	6(6.98)	
	5회 이상/주	4(4.65)	1(0.78)	1(1.16)	
일주일에 외식을 하는 횟수는 몇 번	전혀 하지 않는다.	5(5.81)	22(17.19)	1(1.16)	0.000

입니까?	1~2회/주	54(62.79)	85(66.41)	50(58.14)	
	3~4회/주	20(23.26)	18(14.06)	22(25.58)	
	5회 이상/주	7(8.14)	3(2.34)	13(15.12)	
주에 간식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?	전혀 먹지 않는다.	1(1.16)	11(8.59)	4(4.65)	0.030
	1~2회/주	29(33.72)	57(44.53)	31(36.05)	
	3~4회/주	32(37.21)	40(31.25)	25(29.07)	
	5회 이상/주	24(27.91)	20(15.63)	26(30.23)	
간식을 먹는다면 주로 어떤 종류를 먹습니까?	고열량(초콜릿, 아이스크림, 과자 등)	48(56.47)	54(42.86)	39(46.43)	0.343
	음료(커피, 이온음료 등)	34(40.00)	58(46.03)	41(48.81)	
	칼로리바	2(2.35)	4(3.17)	1(1.19)	
	샐러드	0(0.00)	3(2.38)	1(1.19)	
	건강식품	1(1.18)	7(5.56)	2(2.38)	
건강하게 식사한다고 생각하십니까?	매우 그렇다.	0(0.00)	10(7.81)	3(3.49)	0.000
	그렇다.	4(4.65)	28(21.88)	13(15.12)	
	보통이다.	29(33.72)	68(53.13)	37(43.02)	
	그렇지 않다.	46(53.49)	18(14.06)	30(34.88)	
	매우 그렇지 않다.	7(8.14)	4(3.13)	3(3.49)	
현재 귀하의 건강상태는 어떠합니까?	건강하다.	8(9.30)	17(13.28)	7(8.14)	0.095
	건강한 편이다.	52(60.47)	90(70.31)	60(69.77)	
	허약한 편이다.	21(24.42)	18(14.06)	12(13.95)	
	허약하다.	5(5.81)	2(1.56)	4(4.65)	
	병을 앓고 있다.	0(0.00)	1(0.78)	3(3.49)	

¹⁾N(%)

3) 영양지식 수준에 따른 식습관

영양지식 수준에 따른 조사대상자의 식습관은 [Table 13]에 제시하였다.

조사대상자의 식사 시 고려사항, 과식 횟수는 영양지식 수준별 유의적인 차이를 보였다.

‘하루에 식사를 몇 번 하십니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단 (65.82%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (72.54%) 모두 ‘2번’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘식사시간은 규칙적인 편입니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단 (55.06%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (54.93%) 모두 ‘규칙적인 편이다’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘끼니를 거르는 식사는 주로 어느 때입니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단 (81.01%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (82.39%) 모두 ‘아침’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘거르는 횟수는 몇 번입니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단 (41.13%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (49.23%) 모두 ‘5회 이상/주’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘평소 식사량은 얼마입니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단 (50.63%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (54.93%) 모두 ‘적당히 먹는다’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘식사를 하는 시간은 얼마나 걸립니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단은 ‘적당히 먹는 편이다 (43.67%)’의 비율이 높게 나타났고, 영양지식 수준이 낮은 집단은 ‘빨리 먹는 편이다 (43.66%)’의 비율이 높게 나타났으나 집단별 차지하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘주로 조리를 해서 먹습니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단 (56.33%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (61.97%) 모두 ‘조리해서 먹는다’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘식사할 때 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단은 ‘기호성 (46.20%)’에서 높은 비율을 나타냈고, 영양지식 수준이 낮은 집단은 ‘편리성 (33.80%)’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.05$).

‘식사는 주로 누구와 함께합니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단 (52.53%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (57.04%) 모두 ‘가족’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘과식을 한다고 생각한 적이 몇 번 있습니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단 (67.72%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (52.11%) 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 가장 높게 나타났으나 영양지식 수준이 높은 집단이 영양지식 수준이 낮은 집단보다 과식하는 횟수의 비율이 높게 나타난 반면, 과식을 전혀 하지 않는 비율이 낮게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.01$).

‘과식을 한다면 주로 어느 끼니에 하십니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단 (85.71%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (89.83%) 모두 ‘저녁’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘일주일에 야식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단 (63.29%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (64.08%) 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘일주일에 외식을 하는 횟수는 몇 번입니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단 (58.23%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (68.31%) 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘주에 간식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?’는 영양지식 수준이 높은 집단 (42.41%)과

영양지식 수준이 낮은 집단 (35.21%) 모두 '1~2회/주'의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

'간식을 먹는다면 주로 어떤 종류를 먹습니까?'는 영양지식 수준이 높은 집단은 '고열량 (50.32%)'의 비율이 높게 나타났고, 영양지식 수준이 낮은 집단은 '음료 (47.86%)'의 비율이 높게 나타났으나 영양지식 수준별 차지하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

'건강하게 식사한다고 생각하십니까?'는 영양지식 수준이 높은 집단 (45.57%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (43.66%) 모두 '보통이다'의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

'현재 귀하의 건강상태는 어떠합니까?'는 영양지식 수준이 높은 집단 (67.72%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (66.90%) 모두 '건강한 편이다'의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

조사대상자의 영양지식 수준에 따른 식습관 중 식사 시 고려사항, 과식 횟수 외에 유의적인 차이가 없어 영양지식 수준과 식습관 간에 관련성이 나타나지 않았다.

박경애 외 (2020)의 경기지역 일부 고등학생의 식습관, 생활스트레스 및 영양지식과의 관계 연구에서는 본 연구와 영양지식 및 식습관을 조사하는 문항이 달라 직접적인 비교는 어려우나 식습관 평균 점수와 영양지식 총점 간에 유의한 관련성을 보이지 않아 본 연구와 유사했다^[46]. 이는 조사대상자들의 영양지식 수준이 높으나 올바른 식습관의 실천으로 이어지지 않기 때문에 이론 위주의 영양교육을 탈피하여 보다 실천적인 행동의 변화를 유도하는 영양교육이 지속적으로 이루어질 필요성이 있다고 판단된다.

Table 13. 영양지식 수준에 따른 식습관

구분	영양지식 (20점 만점)		P-value	
	높음 (15점 이상)	낮음 (14점 이하)		
하루에 식사를 몇 번 하십니까?	1번	5(3.16) ¹⁾	3(2.11)	0.439
	2번	104(65.82)	103(72.54)	
	3번 이상	49(31.01)	36(25.35)	
식사시간은 규칙적인 편입니까?	매우 규칙적이다.	18(11.39)	9(6.34)	0.262
	규칙적인 편이다.	87(55.06)	78(54.93)	
	불규칙적이다.	53(33.54)	55(38.73)	
끼니를 거르는 식사는 주로 어느 때입니까?	아침	128(81.01)	117(82.39)	0.890
	점심	5(3.16)	4(2.82)	
	저녁	7(4.43)	8(5.63)	
	거르지 않는다.	18(11.39)	13(9.15)	
거르는 횟수는 몇 번입니까?	1~2회/주	41(29.08)	22(16.92)	0.060
	3~4회/주	42(29.79)	44(33.85)	
	5회 이상/주	58(41.13)	64(49.23)	
평소 식사량은 얼마입니까?	배부르게 먹는다.	74(46.84)	63(44.37)	0.394
	적당히 먹는다.	80(50.63)	78(54.93)	
	부족하게 먹는다.	4(2.53)	1(0.70)	
식사를 하는 시간은 얼마나 걸립니까?	빨리 먹는 편이다.	62(39.24)	62(43.66)	0.382
	적당히 먹는 편이다.	69(43.67)	51(35.92)	

	천천히 먹는 편이다.	27(17.09)	29(20.42)	
주로 조리를 해서 먹습니까?	조리해서 먹는다.	89(56.33)	88(61.97)	0.379
	간편식을 사서 먹는다.	40(25.32)	36(25.35)	
	외식을 한다.	29(18.35)	18(12.68)	
식사할 때 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?	영양면	37(23.42)	35(24.65)	0.041
	경제면	15(9.49)	13(9.15)	
	편리성	33(20.89)	48(33.80)	
	기호성	73(46.20)	46(32.39)	
식사는 주로 누구와 함께합니까?	혼자	51(32.28)	40(28.17)	0.704
	가족	83(52.53)	81(57.04)	
	친구	24(15.19)	21(14.79)	
과식을 한다고 생각한 적이 몇 번 있습니까?	전혀 하지 않는다.	11(6.96)	25(17.61)	0.005
	1~2회/주	107(67.72)	74(52.11)	
	3~4회/주	32(20.25)	39(27.46)	
	매 식사 과식을 하는 편이다.	8(5.06)	4(2.82)	
과식을 한다면 주로 어느 끼니에 하십니까?	아침	0(0.00)	1(0.85)	0.258
	점심	21(14.29)	11(9.32)	
	저녁	126(85.71)	106(89.83)	
일주일에 야식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?	전혀 먹지 않는다.	36(22.78)	34(23.94)	0.507
	1~2회/주	100(63.29)	91(64.08)	
	3~4회/주	17(10.76)	16(11.27)	
	5회 이상/주	5(3.16)	1(0.70)	
일주일에 외식을 하는 횟수는 몇 번입니까?	전혀 하지 않는다.	16(10.13)	12(8.45)	0.126

니까?	1~2회/주	92(58.23)	97(68.31)	
	3~4회/주	33(20.89)	27(19.01)	
	5회 이상/주	17(10.76)	6(4.23)	
주에 간식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?	전혀 먹지 않는다.	9(5.70)	7(4.93)	0.283
	1~2회/주	67(42.41)	50(35.21)	
	3~4회/주	52(32.91)	45(31.69)	
	5회 이상/주	30(19.99)	40(28.17)	
간식을 먹는다면 주로 어떤 종류를 먹 습니까?	고열량(초콜릿, 아이스크림, 과자 등)	78(50.32)	63(45.00)	0.738
	음료(커피, 이온음료 등)	66(42.58)	67(47.86)	
	칼로리바	3(1.94)	4(2.86)	
	샐러드	3(1.94)	1(0.71)	
	건강식품	5(3.23)	5(3.57)	
건강하게 식사한다고 생각하십니까?	매우 그렇다.	9(5.70)	4(2.82)	0.326
	그렇다.	21(13.29)	24(16.90)	
	보통이다.	72(45.57)	62(43.66)	
	그렇지 않다.	46(29.11)	48(33.80)	
	매우 그렇지 않다.	10(6.33)	4(2.82)	
현재 귀하의 건강상태는 어떠합니까?	건강하다.	17(10.76)	15(10.56)	0.080
	건강한 편이다.	107(67.72)	95(66.90)	
	허약한 편이다.	22(13.92)	29(20.42)	
	허약하다.	10(6.33)	1(0.70)	
	병을 앓고 있다.	2(1.27)	2(1.41)	

¹⁾N(%)

5. 온라인 식품 구매

1) 조사대상자의 온라인 식품 구매 횟수 및 변화

조사대상자들의 온라인을 통한 식품 구매 횟수는 [Fig 1]와 같으며, 온라인을 통한 식품 구매 변화 (코로나19 발생 이후)는 [Fig 2]와 같다.

온라인을 통해 식품을 구매하는 조사대상자는 300명 중 204명 (68.00%)으로, 이들의 온라인 식품 구매 횟수는 1달에 1회 (23.67%), 주 1회 (21.33%), 2주에 1회 (12.33%), 주 2~3회 (10.67%)의 순으로 나타났고, 온라인을 통해 식품을 구매하지 않은 조사대상자는 총 96명으로 전체 조사대상자 중 32.00%를 차지하였다. 조사대상자 중 대다수 (68.00%)가 온라인을 이용하여 식품을 구매하는 것으로 나타났으며, 이는 조사기간이 코로나 19가 장기화되어 계속 진행중인 시기로 코로나 19로 인한 사회적 거리두기 등의 직·간접적인 영향을 받았다고 할 수 있다.

김현정 외 (2017)의 주부들의 식생활 라이프스타일에 따른 인터넷 식품 구매 행태에 관한 연구에서 주부들을 대상으로 온라인을 통해 식품을 구매한 횟수를 조사한 결과 온라인을 통해 식품을 구매한 횟수가 1달에 1회 이하가 57.3%로 가장 높았으며, 온라인으로 식품을 구매하지 않는 경우는 14.9%의 비율로 나타나 온라인으로 식품을 구매하는 조사대상자가 구매하지 않는 조사대상자의 비율보다 많아 본 연구와 유사했다^[3]. 여기서 온라인으로 식품을 구매하는 조사대상자의 비율이 본 연구보다 더 높게 나타난 것은 온라인을 통해 식품을 구매해 본 경험이 있는 주부들을 대상으로 연구를 실시했기 때문으로 사료된다.

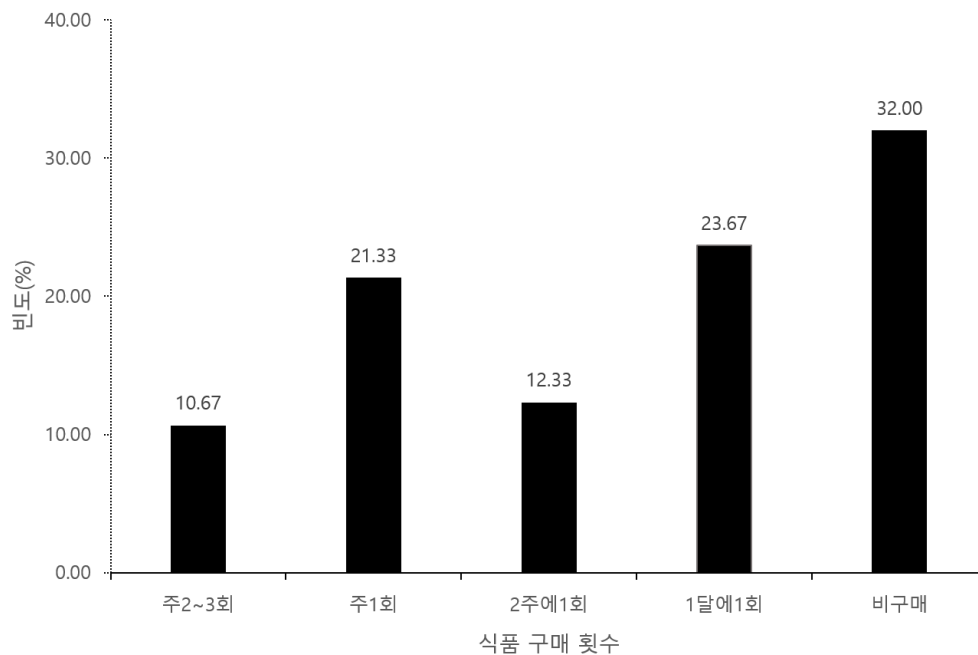


Fig 1. 온라인을 통한 식품 구매 횟수

온라인을 통한 식품 구매 변화 (코로나19 발생 이후)를 살펴보면, ‘1년 전에 비해 현재 귀하의 온라인을 이용한 식품 구매는 어떻게 변했습니까?’에 대해서 가장 높은 응답 비율을 보인 문항은 약간 증가 (49.51%)였고, 매우 증가 (18.14%)와 변화 없다 (18.14%)가 동일한 비율을 나타냈으며, 약간 감소 (9.31%), 매우 감소 (4.90%)의 순으로 나타났다. 1년 전인 코로나 발생 이전과 비교하여 온라인을 통한 식품 구매 횟수가 감소한 비율보다는 증가한 비율이 높았다.

김효정 외 (2019)의 성인 소비자의 온라인을 통한 식품 구매 행동 및 구매 결정 영향 요인 분석 연구에서 만 18세-75세의 성인들을 대상으로 온라인 식품 구매 횟수 증감 여부를 조사한 결과 변화 없다 (61.1%), 약간 증가했다 (32.2%), 약간 감소했다 (4.1%), 매우 증가했다 (1.5%), 매우 감소했다 (1.1%)의 순으로 나타났다. 1년 전과 비교하여 온라인을 통한 식품 구매 빈도가 감소한 비율보다는 증가한 비율이 높아 본 연구와 유사했다^[14].

한국농촌경제원 (2020)의 코로나19 확산에 따른 농식품 소비분야 영향분석에서 코로나19 발생 이후 온라인을 통한 식료품 구매 횟수 변화를 조사한 결과 약간 증가했다 (41.3%), 변화 없다 (38.2%), 매우 증가했다 (15.3%)의 순으로 나타나 본 연구와 유사했다^[8]. 이는 오프라인 식품 구매를 하던 소비자도 코로나19 이후 온라인 시장으로 유입되면서 빠른 속도로 식(食)생활 행태를 변화시키고 있으며, 비대면에 적응된 소비자는 온라인을 통한 식품 구매의 편리성을 인지하면서 온라인이 새로운 식품 구매 패턴으로 자리잡고 있기 때문으로 사료된다^[7].

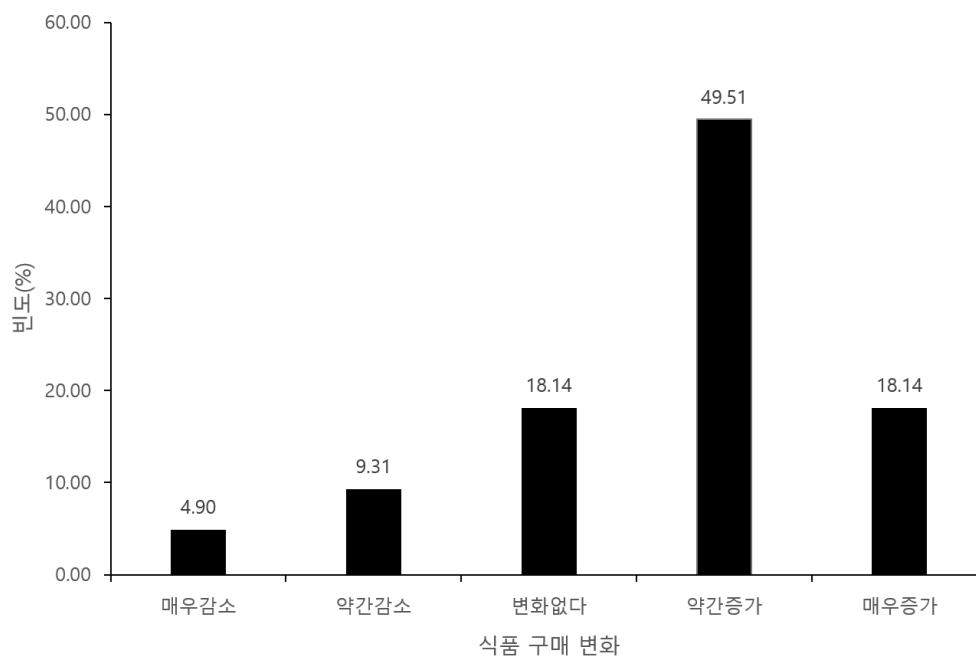


Fig 2. 온라인을 통한 식품 구매 변화

2) 조사대상자의 성별, 연령, 거주 형태에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화

조사대상자의 성별, 연령, 거주 형태에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화 (코로나 19 발생 이후)는 [Table 14]에 제시하였다.

조사대상자의 성별은 온라인 식품 구매 횟수 및 변화에서 문항별로 차지하는 비율이 유사하여 구매 횟수 및 변화별 유의적인 차이를 보이지 않았다. 반면에, 조사대상자의 연령, 거주 형태는 온라인 식품 구매 횟수 및 변화별 유의적인 차이를 보였다.

먼저 온라인 구매 횟수를 살펴보면, 성별은 남성 (38.89%)과 여성 (30.49%) 모두 ‘구매하지 않음’의 비율이 높게 나타났고, 온라인 식품 구매 횟수의 문항별 남성과 여성이 차지하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

김효정 외 (2019)의 성인 소비자의 온라인을 통한 식품 구매 행동 및 구매 결정 영향 요인 분석 연구에서 만 18-75세의 성인들을 대상으로 온라인 구매 횟수를 조사한 결과 여성이 남성보다 온라인을 통해 식품을 구매하는 조사대상자가 구매하지 않는 조사대상자보다 유의적으로 많다고 나타나 본 연구와는 상이했다 ($p < 0.05$)^[14]. 이는 식품 주구매자가 여성인 경우가 많기 때문으로 판단되며, 본 연구에서 온라인 식품 구매 횟수에서 성별의 차이를 보이지 않는 이유는 코로나19 발생 이후 성별에 관계없이 많은 소비자들이 온라인을 통한 식품 구매가 늘었기 때문으로 사료된다.

연령은 다른 연령대에 비해 20대 (33.85%)와 50대 이상 (40.00%)은 ‘구매하지 않음’의 비율이 높게 나타나고, 30대 (35.00%)와 40대 (30.00%)는 ‘주 1회’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.05$). 온라인 식품 구매 횟수가 많은 연령대는 3, 40대로 나타났다.

남세현 외 (2013)의 인터넷 사용자의 온라인 식품 구매 실태 조사에서 서울에 거주하는 20세 이상 60대 이하 성인을 대상으로 온라인을 통해 식품을 구매한 경험을 조사한

결과 온라인을 통해 구매한 경험이 많은 연령대는 30대가 가장 높은 비율로 나타났고, 그 다음 40대, 50대 이상, 20대 순으로 나타나 본 연구 결과와 유사했다^[29].

거주 형태는 1인은 '주 1회 (39.02%)'의 비율이 높게 나타났고, 2인은 '주 1회 (25.93%)'와 '1달에 1회 (25.93%)'가 동일한 비율로 가장 높게 나타났다. 3인 (31.48%)과 4인 이상 (38.20%)은 다른 거주 형태에 비해 '구매하지 않음'의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.05$). 거주 형태가 다인원이 될수록 온라인을 통한 식품 구매 정도가 줄어드는 것으로 나타났다.

온라인 식품 구매 변화를 살펴보면, 성별은 남성 (57.58%)와 여성 (47.95%) 모두 '약간 증가'의 비율이 높게 나타났고, 온라인 식품 구매 변화의 문항별 '남성'과 '여성'이 차지하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

연령은 20대 (47.67%), 30대 (50.85%), 40대 (65.52%), 50대 이상 (36.67%) 모두 '약간 증가'의 비율이 가장 높게 나타났으나 2,30대에서는 '약간 증가'와 '매우 증가'가 높은 비율을 차지한 반면, 50대에서는 '약간 증가'가 가장 높은 비율을 차지하는 것은 맞으나 다른 연령대에 비해 비율이 낮고 '매우 감소', '약간 감소'에서 높은 비율을 차지해 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.01$).

거주 형태는 1인 (55.56%), 2인 (38.10%), 4인 이상 (57.27%)은 '약간 증가'의 비율이 높게 나타났고, 3인 (35.14%)은 '변화 없다'의 비율이 높게 나타났다. 1인에서는 '약간 증가'와 '매우 증가'가 높은 비율을 차지한 반면, 3인에서는 '약간 증가'가 가장 높은 비율을 차지하는 것은 맞으나 다른 거주 형태에 비해 비율이 낮고 '매우 감소'와 '약간 감소'의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.01$).

Table 14. 조사대상자의 성별, 연령, 거주형태에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화

구분	온라인 식품 구매 횟수					P-value	온라인 식품 구매 변화					P-value	
	주 2~3회	주 1회	2주에 1회	1달에 1회	구매 하지 않음		매우 감소	약간 감소	변화 없다	약간 증가	매우 증가		
성별	남성	5(9.26) ¹⁾	16(29.63)	3(5.56)	9(16.67)	21(38.89)	0.134	0(0.00)	1(3.03)	6(18.18)	19(57.58)	7(21.21)	0.364
	여성	27(10.98)	48(19.51)	34(13.82)	62(25.20)	75(30.49)		10(5.85)	18(10.53)	31(18.13)	82(47.95)	32(17.54)	
연령	20대	15(11.54)	20(15.38)	19(14.62)	32(24.62)	44(33.85)	0.011	4(4.65)	8(9.30)	14(16.28)	41(47.67)	19(22.09)	0.002
	30대	5(6.25)	28(35.00)	11(13.75)	15(18.75)	21(26.25)		0(0.00)	3(5.08)	12(20.34)	30(50.85)	14(23.73)	
	40대	4(10.00)	12(30.00)	5(12.50)	8(20.00)	11(27.50)		0(0.00)	3(10.34)	6(20.69)	19(65.52)	1(3.45)	
	50대	8(16.00)	4(8.00)	2(4.00)	16(32.00)	20(40.00)		6(20.00)	5(16.67)	5(16.67)	11(36.67)	3(10.00)	
	이상	5(12.20)	16(39.02)	8(19.51)	7(17.07)	5(12.20)		1(2.78)	1(2.78)	3(8.33)	20(55.56)	11(30.56)	
거주 형태	1인	1(3.70)	7(25.93)	6(22.22)	7(25.93)	6(22.22)	0.011	0(0.00)	2(9.52)	6(28.57)	8(38.10)	5(23.81)	0.006
	2인	9(16.67)	7(12.96)	6(11.11)	15(27.78)	17(31.48)		4(10.81)	3(8.11)	13(35.14)	10(27.03)	7(18.92)	
	3인	17(9.55)	34(19.10)	17(9.55)	42(23.60)	68(38.20)		5(4.55)	13(11.82)	15(13.64)	63(57.27)	14(12.73)	
	4인												
	이상												

¹⁾N(%)

3) 조사대상자의 온라인 식품 구매 또는 비구매 이유

온라인을 통해 식품을 구매한 조사대상자 및 온라인을 통해 식품을 구매하지 않은 조사대상자들에게 각각 그 이유를 질의한 결과가 [Fig 3]과 [Fig 4]에 나타나 있다.

우선 온라인을 통해 식품을 구매한 이유를 살펴보면 ‘배달이 되므로 (41.67%)’가 가장 높고, ‘가격이 저렴해서 (14.71%)’, ‘오프라인에서 구입하기 힘든 상품을 구입할 수 있어서 (14.22%)’, ‘상품이 다양해서 (13.73%)’, ‘장보는 시간이 절약할 수 있어서 (11.27%)’, ‘소량으로 좋은 품질의 상품을 구매할 수 있어서 (4.41%)’의 순으로 나타났다.

김효정 외 (2019)의 성인 소비자의 온라인을 통한 식품 구매 행동 및 구매 결정 영향 요인 분석 연구에서 만 18세-75세의 성인들을 대상으로 온라인을 통해 식품을 구매한 이유를 조사한 결과 ‘배달해 주므로 (24.6%)’가 가장 높고, ‘가격이 저렴하니까 (22.5%)’, ‘품질이 좋아서 (17.8%)’, ‘상품이 다양하므로 (9.9%)’ 순으로 나타나 본 연구와 유사한 결과를 보였다^[14].

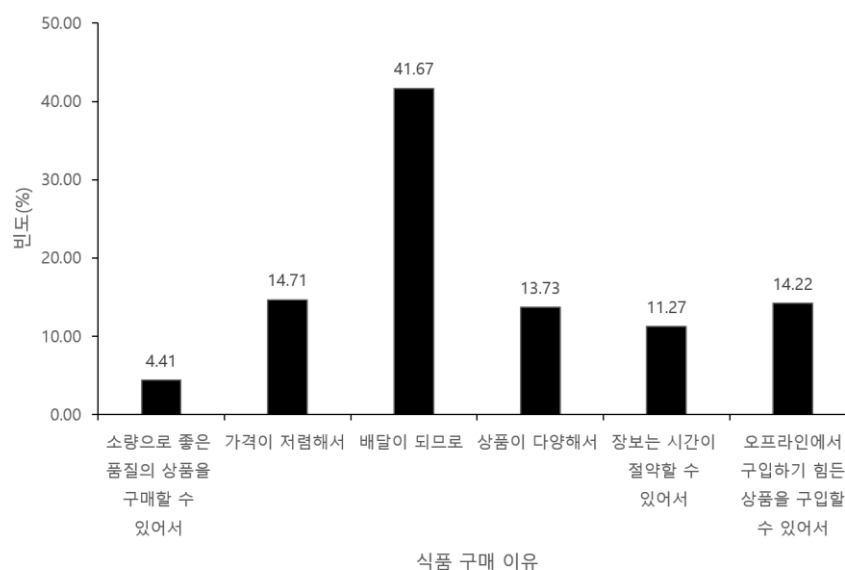


Fig 3. 온라인을 통한 식품 구매 이유

온라인을 통해 식품을 구매하지 않는 이유를 살펴보면 ‘품질을 신뢰할 수 없어서 (34.38%)’가 가장 높고, ‘상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서 (26.04%)’, ‘배송 과정에서 상품 파손 및 품질저하가 우려되서 (22.92%)’, ‘교환, 반품이 어려워서 (11.46%)’, ‘가격이 비싸서 (5.21%)’의 순으로 나타났다.

김효정 외 (2019)의 성인 소비자의 온라인을 통한 식품 구매 행동 및 구매 결정 영향 요인 분석 연구에서 만 18세-만 75세의 성인들을 대상으로 온라인을 통해 식품을 구매하지 않는 이유를 조사한 결과 ‘인터넷 사용이 어려워서 (32.0%)’가 가장 높았고, ‘품질을 신뢰할 수 없어서 (28.5%)’, ‘상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서 (11.7%)’ 순으로 나타났으며, 본 연구에서 온라인을 통해 식품을 구매하지 않는 이유의 문항에는 ‘인터넷 사용이 어려워서’가 없어 직접적인 비교는 어려우나 나머지 문항에서는 본 연구와 유사한 결과를 보였다^[14].

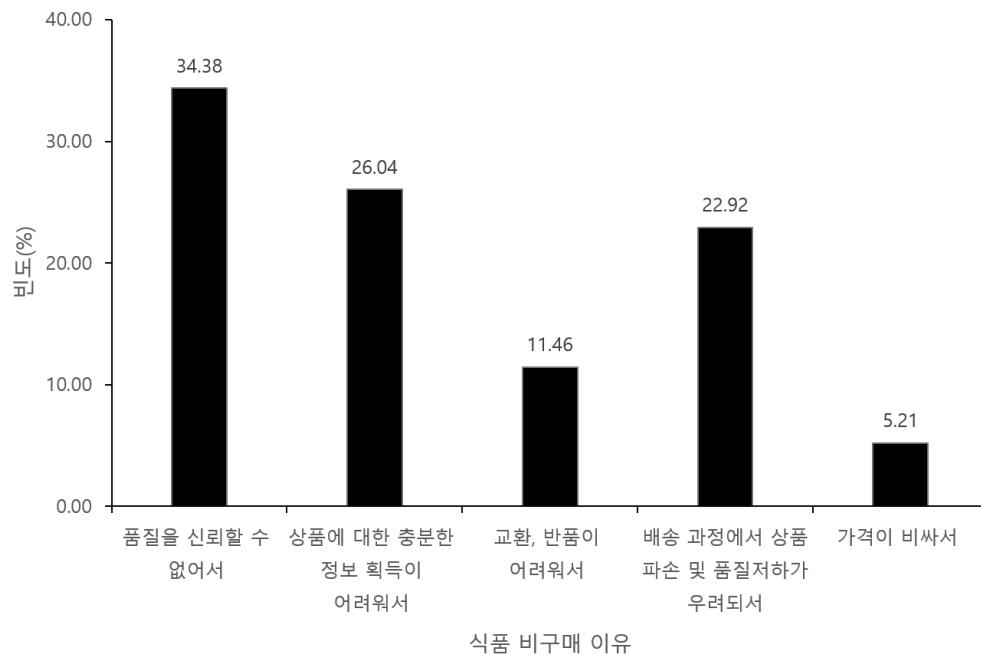


Fig 4. 온라인을 통한 식품 비구매 이유

4) 조사대상자의 온라인 식품 구매 종류

온라인을 통해 식품을 구매한 응답자들의 식품 종류는 [Fig 5]와 같으며, ‘HMR/밀키트 (meal kit) (31.86%)’가 가장 높은 비율을 나타냈고, ‘건강기능식품 (23.53%)’, ‘가공식품 (21.08%)’, ‘곡류/과일/채소 (11.27%)’, ‘물 (6.37%)’, ‘육류/수산물 (5.88%)’ 순으로 나타났다.

김현정 외 (2017)의 주부들의 식생활 라이프스타일에 따른 인터넷 식품 구매 행태에 관한 연구에서 조사대상자들이 온라인을 통해 구매하는 식품의 종류는 과일과 편의식품이 높게 나타나 본 연구와 유사했다^[3].

이처럼 HMR/밀키트와 같은 편의식품의 구매비율이 높은 것은 인구 구조와 현대인의 생활양식 변화로 단독 가구의 증가 및 편의성 추구의 라이프스타일 변화에 의한 것으로 사료된다.

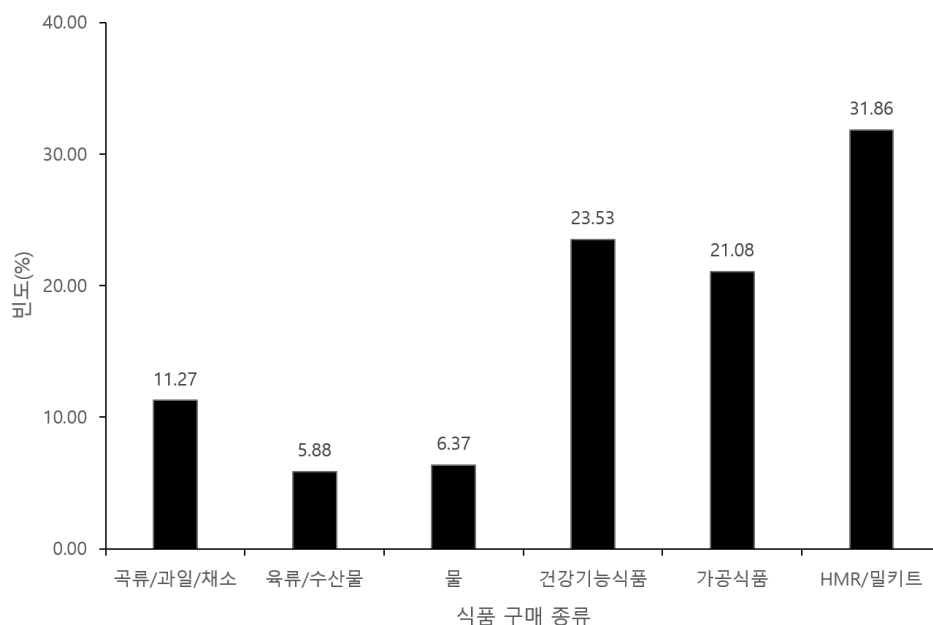


Fig 5. 온라인을 통한 식품 구매 종류

5) 조사대상자의 성별, 연령, 거주 형태에 따른 온라인 식품 구매 종류

조사대상자의 성별, 연령, 거주 형태에 따른 온라인 식품 구매 종류는 [Table 15]에 제시하였다.

성별은 남성 (36.36%)와 여성 (30.99%) 모두 ‘HMR/밀키트’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

연령대는 20대 (38.37%), 30대 (30.51%), 40대 (27.59%) 모두 ‘HMR/밀키트’의 비율이 높게 나타났고, 50대 이상 (43.33%)은 ‘건강기능식품’이 가장 높은 비율로 나타났으나 연령대별로 차지하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

거주 형태는 1인 (38.89%), 2인 (33.33%), 3인 (32.43%), 4인 (29.09%) 모두 ‘HMR/밀키트’가 가장 높은 비율로 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

온라인을 통해 식품을 구매하는 조사대상자는 성별, 연령대, 거주 형태와 상관없이 대체적으로 온라인을 통해 ‘HMR/밀키트’ 품목을 많이 구매한다는 것을 알 수 있으며, 이는 현대사회 소비자들은 바쁜 일상생활로 인해 편의성을 추구하는 비율이 증가했기 때문으로 사료된다.

Table 15. 조사대상자의 성별, 연령, 거주형태에 따른 온라인 식품 구매 종류

구분		온라인 식품 구매 종류					P-value	
		곡류/과일/ 채소	육류/ 수산물	물	건강 기능 식품	가공 식품		HMR/ 밀키트
성별	남성	3(9.90) ¹⁾	2(6.06)	1(3.03)	10(30.30)	5(15.15)	12(36.36)	0.772
	여성	20(11.70)	10(5.8)5	12(7.02)	38(22.22)	38(22.22)	53(30.99)	
연령	20대	9(10.47)	4(4.65)	7(8.14)	15(17.44)	18(20.93)	33(38.37)	0.446
	30대	5(8.47)	4(6.78)	3(5.08)	16(27.12)	13(22.03)	18(30.51)	
	40대	5(17.24)	3(10.34)	2(6.90)	4(13.79)	7(24.14)	8(27.59)	
	50대							
	이상	4(13.33)	1(3.33)	1(3.33)	13(43.33)	5(16.67)	6(20.00)	
거주 형태	1인	4(11.11)	2(5.56)	6(16.67)	6(16.67)	4(11.11)	14(38.89)	0.279
	2인	2(9.52)	2(9.52)	3(14.29)	5(23.81)	2(9.52)	7(33.33)	
	3인	4(10.81)	2(5.41)	1(2.70)	9(24.32)	9(24.32)	12(32.43)	
	4인							
	이상	13(11.82)	6(5.45)	3(2.73)	28(25.45)	28(25.45)	32(29.09)	

¹⁾N(%)

6) 온라인 식품 구매 시 고려사항

(1) 조사대상자의 온라인 식품 구매 시 고려사항에 대한 요인분석

본 연구에서 조사대상자의 온라인 식품 구매 시 고려사항 (식품표시제도)을 유형화하기 위하여 요인분석을 실시한 결과는 [Table 16]와 같다.

본 연구에서는 Varimax 회전방식을 이용하여 온라인 식품 구매 시 고려사항을 요인분석하였다. 분석에서는 고유값 (아이겐값) 1.0 이상 되는 요인의 개수를 파악하고, 요인적재량 0.50 이상을 기준으로 분석하였으며, 온라인 식품 구매 시 고려사항을 나타내는 20개 문항 중 요인적재량이 낮은 ‘온라인으로 식품 구매 시 안전한 식품 구매를 위해 추가 비용을 지불할 의사가 있다’, ‘유명한 브랜드의 제품은 관련정보를 확인하지 않고 그냥 구매한다’, ‘온라인 식품 구매 시 지인이 사면 따라서 사는 편이다’ 3개의 문항을 제거하여 나머지 17개 문항이 분석에 사용되었다.

요인분석을 통하여 추출된 4개의 요인은 각 요인이 설명하는 분산의 값이 클수록 전체 요인에서 차지하는 비중이 크다는 것을 의미하며 4개의 요인에 대한 누적설명력은 66.125%로 나타났다. 각 요인별 특성을 나타내는 중심적인 개념에 따라서 요인 1은 인증 표시사항 (5항목), 요인 2는 의무 표시사항 (4항목), 요인 3은 세부 표시사항 (4항목), 요인 4는 온라인 식품 정보 확인 (4항목)으로 분류되었다.

첫번째 요인 1의 5가지 항목에는 ‘온라인으로 식품 구매 시 식품안전 인증 마크의 종류를 알며, 확인한다. [친환경인증마크 (유기농, 무농약, 무항생제, 유기가공식품), 건강기능식품 (GMP), 품질인증표시, 농산물우수관리 (GAP)]’, ‘온라인으로 식품 구매 시 KS (가공식품산업표준인증) 표시의 의미를 알며, 확인한다’, ‘온라인으로 식품 구매 시 HACCP 표시 (식품위해요소 중점관리 표시)의 의미를 알며, 확인한다’, ‘온라인으로 식품 구매 시 GMO 식품 표시 (유전자변형 농산물 표시)의 의미를 알며, 확인한다’, ‘온라인으로

로 식품 구매 시 식품안전 정보를 활용하여 안전한 식품을 구매한다'가 포함되어 '인증 표시사항'이라고 명명하였으며, 41.843%의 설명력을 가진다.

두번째 요인 2의 4가지 항목에는 '온라인으로 식품 구매 시 유통기한/제조일자를 확인한다', '온라인으로 식품 구매 시 원산지를 확인한다', '온라인으로 식품 구매 시 국내산 제품을 선호한다', '온라인으로 식품 구매 시 영양 표시 (칼로리, 당분, 염분 등)를 확인한다'가 포함되어 '의무 표시사항'이라고 명명하였으며, 10.424%의 설명력을 가진다.

세번째 요인 3의 4가지 항목에는 '온라인으로 식품 구매 시 식품첨가물 표시를 확인한다', '온라인으로 식품 구매 시 식품의 저장방법 (예: 냉동보관 등)이 용이한 지 확인한다', '온라인으로 식품 구매 시 친환경적인 재료를 사용했는지 확인하는 편이다', '온라인으로 식품 구매 시 제조업자명 (판매업자명)을 확인한다'가 포함되어 '세부 표시사항'이라고 명명하였으며, 7.622%의 설명력을 가진다.

마지막으로 요인 4의 4가지 항목에는 '온라인으로 식품 구매 시 필요한 정보를 충분히 제공한다고 생각한다', '식품의 생산자, 생산지, 영양표시, 첨가물 등의 정보가 잘 나타나 있어 제품을 신뢰할 수 있다', '건강한 식품 소비를 위해 객관적이고 정확한 정보를 활용하여 바람직한 식품을 선택하고 있다', '온라인 식품 구매 시 후기를 꼼꼼하게 살펴보는 편이다'가 포함되어 '온라인 식품 정보 확인'이라고 명명하였으며, 6.236%의 설명력을 가진다.

이 4가지 요인들에 대해 크론바흐 알파 (Cronbach's alpha) 측정방법을 사용하여 신뢰성 검증을 하였고, 온라인 식품 구매 시 고려사항에 대한 신뢰도는 인증 표시사항 0.905, 의무 표시사항 0.785, 세부 표시사항 0.782, 온라인 식품 정보 확인 0.697으로 나타나 적합한 신뢰도 (0.6 이상)를 보이는 것으로 조사되었다.

Table 16. 온라인 식품 구매 시 고려사항 요인분석

(N=300)

	구분	요인적재량	아이겐값	%분산	%누적	Cronbach α
인증 표시 사항	온라인으로 식품 구매 시 식품안전 인증마크의 종류를 알며, 확인한다. [친환경 인증마크(유기농, 무농약, 무항생제, 유기가공식품), 건강기능식품(GMP), 품질 인증표시, 농산물우수관리(GAP)]	.765				
	온라인으로 식품 구매 시 KS(가공식품산업표준인증) 표시의 의미를 알며, 확인한다.	.838				
	온라인으로 식품 구매 시 HACCP 표시(식품위해요소 중점관리 표시)의 의미를 알며, 확인한다.	.797	7.113	41.843	41.843	.905
	온라인으로 식품 구매 시 GMO 식품 표시(유전자변형 농산물 표시)의 의미를 알며, 확인한다.	.798				
의무 표시 사항	온라인으로 식품 구매 시 식품안전 정보를 활용하여 안전한 식품을 구매한다.	.557				
	온라인으로 식품 구매 시 유통기한/제조일자를 확인한다.	.787				
	온라인으로 식품 구매 시 원산지를 확인한다.	.782	1.772	10.424	52.267	.785
	온라인으로 식품 구매 시 국내산 제품을 선호한다.	.733				
세부 표시 사항	온라인으로 식품 구매 시 영양 표시(칼로리, 당분, 염분 등)를 확인한다.	.602				
	온라인으로 식품 구매 시 식품첨가물 표시를 확인한다.	.562				
	온라인으로 식품 구매 시 식품의 저장방법(예: 냉동보관 등)이 용이한 지 확인한다.	.747	1.296	7.622	59.889	.782
	온라인으로 식품 구매 시 친환경적인 재료를 사용했는지 확인하는 편이다.	.558				
	온라인으로 식품 구매 시 제조업자명(판매업자명)을 확인한다.	.695				

	온라인으로 식품 구매 시 필요한 정보를 충분히 제공한다고 생각한다.	.637				
온라인 식품 정보	식품의 생산자, 생산지, 영양표시, 첨가물 등의 정보가 잘 나타나 있어 제품을 신뢰할 수 있다.	.603				
	건강한 식품 소비를 위해 객관적이고 정확한 정보를 활용하여 바람직한 식품을 선택하고 있다.	.573	1.060	6.236	66.125	.697
	온라인 식품 구매 시 후기를 꼼꼼하게 살펴보는 편이다.	.713				

(2) 조사대상자의 온라인 식품 구매 시 고려사항에 대한 군집분석

온라인 식품 구매 시 고려사항에 대한 요인분석을 통하여 추출된 각 요인 점수를 바탕으로 군집수를 측정하고, 군집의 특성을 타당하게 규명하기 위하여 K-평균 군집방식(K-means cluster analysis)을 이용해 군집을 추출하였으며 그 결과는 [Table 17]와 같다.

본 연구결과 제주지역 성인들은 온라인 식품 구매 시 고려사항 (식품표시제도)에 따라 신중한 확인형 (74명), 간헐적 확인형 (71명), 무관심형 (59명)의 3개 군집으로 분류되었다.

군집 1의 경우 모든 요인에 대한 고려 정도가 높은 군집으로 비교적 다른 군집에 비해 4가지 요인의 평균값이 높은 수치를 나타내고 있어 주의 깊게 식품표시 내용을 확인하는 신중한 확인형이라고 명명하였다. 군집 2의 경우 모든 요인에 대한 고려 정도가 중간 정도의 군집으로 비교적 다른 군집에 비해 4가지 요인의 평균값이 중간 정도의 수치를 나타내고 있어 식품표시 내용을 간헐적으로 확인하는 간헐적 확인형이라고 명명하였다. 군집 3의 경우 모든 요인에 대한 고려 정도가 낮은 군집으로 비교적 다른 군집에 비해 4가지 요인의 평균값이 낮은 수치를 나타내고 있어 식품표시 내용에 대해 확인을 잘 하지 않는 무관심형이라고 명명하였다. 온라인 식품 구매 시 고려사항 요인별 군집의 분석결과 모두 유의한 차이를 보였다 ($p < 0.001$).

Table 17. 온라인 식품 구매 시 고려사항 군집분석

평균(mean)±표준편차(SD)

군집 요인	군집			p-value
	군집1 (N=74)	군집2 (N =71)	군집3 (N =59)	
인증 표시사항	3.64±0.848 ^C	2.68±0.867 ^b	2.28±0.912 ^a	0.000
의무 표시사항	3.99±0.706 ^b	4.08±0.528 ^b	2.52±0.640 ^a	0.000
세부 표시사항	3.53±0.864 ^b	3.33±0.911 ^b	2.67±0.708 ^a	0.000
온라인 식품 정보 확인	4.22±0.402 ^b	3.27±0.518 ^a	3.22±0.511 ^a	0.000
군집명	신중한 확인형	간헐적 확인형	무관심형	

7) 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매

(1) 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화

식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화 (코로나19 발생 이후)는 [Table 18]에 제시하였다.

식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 횟수를 살펴보면 편의지향 집단은 ‘주 1회 (27.91%)’가, 건강지향 집단은 ‘구매하지 않음 (46.09%)’의 비율이 가장 높게 나타났다. 식생활 고관심 집단은 ‘주 2~3회 (23.26%)’, ‘주 1회 (23.26%)’가 동일한 비율로 가장 높게 나타났다. 건강지향 집단이 다른 집단에 비해 ‘구매하지 않음’에서 높은 비율을 차지한 반면, 식생활 고관심 집단은 ‘주 2~3회’와 ‘주 1회’에서 높은 비율을 차지하여 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.01$).

모든 요인에 대한 수치가 비교적 높은 식생활 고관심 집단이 온라인을 통한 식품 구매가 가장 빈번한 반면, 편의추구 수치가 낮고 건강추구 수치가 가장 높은 건강지향 집단은 다른 집단에 비해 온라인을 통한 식품 구매 횟수가 드물고 구매하지 않는 비율도 가장 높았다.

김현정 외 (2017)의 주부들의 식생활 라이프스타일에 따른 인터넷 식품 구매 행태에 관한 연구에서는 본 연구와 식생활 라이프스타일의 유형이 달라 직접적인 비교는 어려우나 온라인 식품 구매 횟수는 편의추구 집단에서 가장 높게 나타났으며, 건강추구 집단은 편의추구 집단보다 낮게 나타나 본 연구와 유사했다^[3]. 이는 소비자의 온라인 식품 구매는 온라인 쇼핑의 특성 중 편리성과 결합되면서 증가하기 때문으로 판단된다.

온라인으로 식품을 구매하는 조사대상자 총 204명에 대해 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 변화를 살펴보면 편의지향 집단 (45.45%), 건강지향 집단 (49.28%), 식생활 고관심 집단 (53.62%) 모두 ‘약간 증가’에서 가장 높은 비율을 보여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

대체적으로 모든 집단에서 온라인을 통한 식품 구매가 코로나19 발생 이후에 증가한 것을 볼 수 있으며, ‘약간 증가’ 다음으로 ‘매우 증가’ 비율이 높았던 편의지향 집단 (25.76%)과 식생활 고관심 집단 (20.29%)에 비해 건강지향 집단은 ‘변화 없다 (24.64%)’의 비율이 높았다.

Table 18. 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화

구분	식생활 라이프스타일			P-value	
	편의지향	건강지향	식생활 고관심		
온라인 식품 구매 횟수 ²⁾	주 2~3회	8(9.30) ¹⁾	4(3.13)	20(23.26)	0.000
	주 1회	24(27.91)	20(15.63)	20(23.26)	
	2주에 1회	13(15.12)	12(9.38)	12(13.95)	
	1달에 1회	21(24.42)	33(25.78)	17(19.77)	
	구매하지 않음	20(23.26)	59(46.09)	17(19.77)	
온라인 식품 구매 변화 ³⁾	매우 감소	3(4.55)	4(5.80)	3(4.35)	0.217
	약간 감소	4(6.06)	8(11.59)	7(10.14)	
	변화 없다	12(18.18)	17(24.64)	8(11.59)	
	약간 증가	30(45.45)	34(49.28)	37(53.62)	
	매우 증가	17(25.76)	6(8.70)	14(20.29)	

¹⁾N(%)

²⁾편의지향 (N=86) 건강지향 (N=128) 식생활고관심집단 (N=86)

³⁾온라인을 통해 식품을 구매하지 않는 조사대상자 (96명)는 제외됨. 편의지향 (N=66) 건강지향 (N=69) 식생활고관심집단 (N=69)

(2) 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 이유

식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 이유는 [Table 19]에 제시하였다.

온라인으로 식품을 구매하는 조사대상자 총 204명의 온라인 식품 구매 이유는 편의지향 집단 (51.52%), 건강지향 집단 (40.58%), 식생활 고관심 집단 (33.33%) 모두 ‘배달이 되므로’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

모든 집단에서 ‘배달이 되므로’ 항목의 비율이 가장 높게 나타났고, ‘배달이 되므로’ 다음으로 편의지향 집단은 ‘장보는 시간을 절약할 수 있어서 (13.64%)’, 건강지향 집단은 ‘상품이 다양해서 (17.39%)’, 식생활 고관심 집단은 ‘가격이 저렴해서 (18.84%)’와 ‘오프라인에서 구입하기 힘든 상품을 구매할 수 있어서 (18.84%)’의 비율이 높게 나타났다.

조사대상자들이 온라인을 통해 식품을 구매하는 것에 있어 배달이 되는 것이 가장 큰 장점으로 생각한다는 것을 알 수 있다.

김현정 외 (2017)의 주부들의 식생활 라이프스타일에 따른 인터넷 식품 구매 행태에 관한 연구에서 식생활 라이프스타일의 유형이 달라 직접적인 비교는 어려우나 모든 집단에서 ‘장보는 시간과 노력의 절약’의 비율이 가장 높게 나타나고 ‘배달이 되므로’의 비율은 보다 낮게 나타나 본 연구와는 상이했다^[3]. 이는 본 연구는 코로나19 발생 이후의 연구로 코로나19로 인한 비대면 수요가 높아짐에 따라 배달이 온라인을 통한 식품 구매의 주요 이유가 되었기 때문으로 판단된다.

Table 19. 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 이유

구분	식생활 라이프스타일			P-value	
	편의지향 (N =66)	건강지향 (N =69)	식생활 고관심 (N =69)		
온라인 식품 구매 이유	소량으로 좋은 품질 상품 구매 가능	2(3.03) ¹⁾	3(4.35)	4(5.80)	0.551
	가격이 저렴해서	6(9.09)	11(15.94)	13(18.84)	
	배달이 되므로	34(51.52)	28(40.58)	23(33.33)	
	상품이 다양해서	7(10.61)	12(17.39)	9(13.04)	
	장보는 시간을 절약할 수 있어서	9(13.64)	7(10.14)	7(10.14)	
	오프라인에서 구매하기 힘든 상품을 구매할 수 있어서	8(12.12)	8(11.59)	13(18.84)	

¹⁾N(%)

(3) 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 종류

식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 종류는 [Table 20]에 제시하였다.

온라인으로 식품을 구매하는 조사대상자 총 204명의 온라인 식품 구매 종류는 편의지향 집단 (43.94%)과 식생활 고관심 집단 (34.78%)은 ‘HMR/밀키트’의 비율이 가장 높게 나타났고, 건강지향 집단은 ‘건강기능식품 (24.64%)’의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.05$).

식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 횟수와 종류를 분석한 결과 편의지향 집단과 식생활 고관심 집단은 온라인을 통한 식품 구매 시 구매 횟수가 비교적 많고, 편의 식품의 구매 비율이 높게 나타난 반면, 건강지향집단은 온라인을 통한 식품 구매 시 구매 횟수가 비교적 적고, 건강기능식품의 구매비율이 높게 나타났다. 이는 건강기능식품은 유통기한이 길어 대량 구매가 가능하기 때문에 건강기능식품을 주로 구매하는 건강지향 집단은 다른 식생활 라이프스타일 집단에 비해 온라인 식품 구매 횟수가 적게 나타날 수 있다고 사료된다.

Table 20. 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 종류

구분	식생활 라이프스타일			P-value	
	편의지향 (N =66)	건강지향 (N =69)	식생활 고관심 (N =69)		
온라인 식품 구매 종류	곡류/과일/채소	4(6.06) ¹⁾	15(21.74)	4(5.80)	0.011
	육류/수산물	5(7.58)	5(7.25)	2(2.90)	
	물	4(6.06)	5(7.25)	4(5.80)	
	건강기능식품	10(15.15)	17(24.64)	21(30.43)	
	가공식품	14(21.21)	15(21.74)	14(20.29)	
	HMR/밀키트	29(43.94)	12(17.39)	24(34.78)	

¹⁾N(%)

(4) 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항

식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항은 [Table 21]에 제시하였다.

편의지향 집단은 ‘무관심형 (44.07%)’의 비율이 가장 높게 나타났고, 건강지향 집단은 ‘간헐적 확인형 (38.03%)’의 비율이 높게 나타났으며, 식생활 고관심 집단은 ‘신중한 확인형 (48.65%)’의 비율이 높게 나타났다. 편의를 추구하는 편의지향 집단은 다른 집단에 비해 식품표시를 잘 확인하지 않는 ‘무관심형’에서 높은 비율을 보이고 주의 깊게 식품표시 내용을 확인하는 ‘신중한 확인형’에서 낮은 비율을 보인 반면, 모든 요인에 대한 고려 정도가 비교적 높은 식생활 고관심 집단은 ‘신중한 확인형’에서 높은 비율을 보이고 ‘무관심형’에서 낮은 비율을 보여 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.01$).

이영애 (2019)의 소비자의 식품표시 인지, 만족 및 신뢰에 대한 영향 요인 분석 연구에서 식생활 라이프스타일을 건강 중시형, 편의성 중시형, 맛 중시형으로 명명하였고, 건강중시형의 식생활 라이프스타일을 보유할수록 식품표시확인 유형을 주의 깊게 식품표시 내용을 확인하는 신중한 확인형이, 편의성 및 맛 중시의 식생활 라이프스타일을 보유할수록 부주의하게 간헐적으로 확인하는 간헐적 확인형 또는 식품표시 내용에 대해 전혀 확인을 하지 않는 무관심형이 될 확률이 높은 것으로 나타나 본 연구와 유사했다^[15]. 이는 편의를 추구하는 집단은 건강과 영양성분에 대한 고려보다는 간편성을 중요시하기 때문에 식품표시확인을 보다 덜하고, 건강을 추구하거나 식생활에 관심이 많은 집단은 건강과 영양성분에 대한 고려를 중요시하기 때문에 식품표시확인을 보다 신중히 확인하기 때문으로 판단된다.

Table 21. 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항

구분	식생활 라이프스타일			P-value
	편의지향 (N =66)	건강지향 (N =69)	식생활 고관심 (N =69)	
온라인 식품 구매 시 고려사항	신중한 확인형	16(21.62) ¹⁾	22(29.73)	0.008
	간헐적 확인형	24(33.80)	27(38.03)	
	무관심형	26(44.07)	20(33.90)	
			13(22.03)	

¹⁾N(%)

8) 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매

(1) 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화

영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화 (코로나19 발생 이후)는 [Table 22]에 제시하였다.

영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 횟수를 살펴보면 영양지식 수준이 높은 집단은 '1달에 1회 (29.11%)'의 비율이 높게 나타났고, 영양지식 수준이 낮은 집단은 '구매하지 않음 (38.03%)'의 비율이 높게 나타났으나 유의적인 차이를 보이지 않았다. 영양지식 수준이 높은 집단과 낮은 집단 모두 온라인으로 식품을 구매하지 않는 조사대상자보다 구매하는 조사대상자의 수가 많았다.

온라인으로 식품을 구매하는 조사대상자 총 204명에 대해 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 변화를 살펴보면 영양지식 수준이 높은 집단 (52.59%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (45.45%) 모두 '약간 증가'가 가장 높은 비율로 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다. 영양지식 수준이 높은 집단과 낮은 집단 모두 코로나 발생 이후 온라인을 통한 식품 구매 횟수가 감소한 비율보다는 증가한 비율이 높았다.

Table 22. 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화

구분	영양지식 (20점 만점)		P-value	
	높음 (15점 이상)	낮음 (14점 이하)		
온라인 식품 구매 횟수	주 2~3회	17(10.76) ¹⁾	15(10.56)	0.104
	주 1회	32(20.25)	32(22.54)	
	2주에 1회	21(13.29)	16(11.27)	
	1달에 1회	46(29.11)	25(17.61)	
	구매하지 않음	42(26.58)	54(38.03)	
온라인 식품 구매 변화	매우 감소	7(6.03)	3(3.41)	0.646
	약간 감소	9(7.76)	10(11.36)	
	변화 없다	19(16.38)	18(20.45)	
	약간 증가	61(52.59)	40(45.45)	
	매우 증가	20(17.24)	17(19.32)	

¹⁾N(%)

(2) 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 이유

영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 이유는 [Table 23]에 제시하였다.

온라인 식품 구매 이유는 영양지식 수준이 높은 집단(41.38%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (42.05%) 모두 ‘배달이 되므로’가 가장 높은 비율로 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘배달이 되므로’ 다음으로 영양지식 수준이 높은 집단은 ‘가격이 저렴해서 (17.24%)’, ‘상품이 다양해서 (14.66%)’의 순으로 나타났고, 영양지식 수준이 낮은 집단은 ‘오프라인에서 구입하기 힘든 상품을 구입할 수 있어서 (14.77%)’ 다음으로 ‘상품이 다양해서 (12.50%)’와 ‘장보는 시간을 절약할 수 있어서 (12.50%)’가 동일한 비율의 순으로 나타났다.

Table 23. 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 이유

구분	영양지식 (20점 만점)		P-value	
	높음 (15점 이상)	낮음 (14점 이하)		
온라인 식품 구매 이유	소량으로 좋은 품질 상품 구매 가능	3(2.59) ¹⁾	6(6.82)	0.605
	가격이 저렴해서	20(17.24)	10(11.36)	
	배달이 되므로	48(41.38)	37(42.05)	
	상품이 다양해서	17(14.66)	11(12.50)	
	장보는 시간을 절약할 수 있어서	12(10.34)	11(12.50)	
	오프라인에서 구입하기 힘든 상품을 구입할 수 있어서	16(13.79)	13(14.77)	

¹⁾N(%)

(3) 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 종류

영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 종류는 [Table 24]에 제시하였다.

온라인 식품 구매 종류는 영양지식 수준이 높은 집단 (32.76%)과 영양지식 수준이 낮은 집단 (30.38%) 모두 ‘HMR/밀키트’가 가장 높은 비율로 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘HMR/밀키트’ 다음으로 영양지식 수준이 높은 집단은 ‘건강기능식품 (25.86%)’의 비율이 높았고, 영양지식 수준이 낮은 집단은 ‘가공식품 (22.73%)’의 비율이 높았다.

Table 24. 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 종류

구분	영양지식 (20점 만점)		P-value	
	높음 (15점 이상)	낮음 (14점 이하)		
온라인 식품 구매 종류	곡류/과일/채소	10(8.62) ¹⁾	13(14.77)	0.607
	육류/수산물	6(5.17)	6(6.82)	
	물	9(7.76)	4(4.55)	
	건강기능식품	30(25.86)	18(20.45)	
	가공식품	23(19.83)	20(22.73)	
	HMR/밀키트	38(32.76)	27(30.38)	

¹⁾N(%)

(4) 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항

영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항은 [Table 25]에 제시하였다.

영양지식 수준이 높은 집단은 '신중한 확인형 (43.10%)'의 비율이 높게 나타나고 '간헐적 확인형 (29.31%)'의 비율이 낮게 나타난 반면, 영양지식 수준이 낮은 집단에서는 '간헐적 확인형 (42.05%)'의 비율이 높게 나타나고 '신중한 확인형 (27.27%)'의 비율이 낮게 나타났으며 통계적인 유의수준은 아니나 경향을 보였다 ($p=0.051$).

윙향례 (2011)의 원주지역 대학생의 영양지식에 따른 가공식품 관련 식행동과 식품표시 인식 연구에서 식품 구매 시 식품표시 확인 정도는 영양지식 수준이 낮은 집단보다 영양지식 수준이 높은 집단에서 식품표시를 확인하는 조사대상자의 비율이 유의적으로 높게 나타나 본 연구와 유사했다 ($p<0.05$)^[10]. 이는 영양지식 수준이 높을수록 식품표시제도에 대한 이해도가 높아 식품 구매 시 식품표시제도를 신중하게 확인하기 때문으로 사료된다.

Table 25. 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항

구분	영양지식 (20점 만점)		P-value
	높음 (15점 이상)	낮음 (14점 이하)	
온라인 식품 구매 시 고려사항	신중한 확인형 50(43.10) ¹⁾	간헐적 확인형 24(27.27)	0.051
	간헐적 확인형 34(29.31)	무관심형 37(42.05)	
	무관심형 32(27.59)	37(30.68)	

¹⁾N(%)

9) 식습관에 따른 온라인 식품 구매

(1) 온라인 식품 구매자와 비구매자의 식습관

온라인 식품 구매자와 비구매자의 식습관은 [Table 26]에 제시하였다.

조사대상자의 식사 조리 여부, 식사 구성원, 건강상태는 온라인 식품 구매자와 비구매자별 유의적인 차이를 보였다.

‘하루에 식사를 몇 번 하십니까?’는 온라인 식품 구매자 (70.10%)와 온라인 식품 비구매자 (66.67%) 모두 ‘2번’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘식사시간은 규칙적인 편입니까?’는 온라인 식품 구매자 (52.45%)와 온라인 식품 비구매자 (60.42%) 모두 ‘규칙적인 편이다’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘끼니를 거르는 식사는 주로 어느 때입니까?’는 온라인 식품 구매자 (81.86%)와 온라인 식품 비구매자 (81.25%) 모두 ‘아침’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘거르는 횟수는 몇 번입니까?’는 온라인 식품 구매자 (48.11%)와 온라인 식품 비구매자 (38.37%) 모두 ‘5회 이상/주’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘평소 식사량은 얼마입니까?’는 온라인 식품 구매자 (51.96%)와 온라인 식품 비구매자 (54.17%) 모두 ‘적당히 먹는다’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘식사를 하는 시간은 얼마나 걸립니까?’는 온라인 식품 구매자는 ‘빨리 먹는 편이다 (43.63%)’의 비율이 높게 나타났고, 온라인 식품 비구매자는 ‘적당히 먹는 편이다 (41.67%)’의 비율이 높게 나타났으나 온라인 식품 구매자와 비구매자 간의 문항별 차지 하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘주로 조리를 해서 먹습니까?’는 온라인 식품 구매자 (51.96%)와 온라인 식품 비구매자 (73.96%) 모두 ‘조리해서 먹는다’의 비율이 높게 나타났으나, 온라인 식품 구매자는 온라인 식품 비구매자보다 ‘조리해서 먹는다’의 비율이 낮게 나타난 반면, ‘간편식을 사서 먹는다’의 비율은 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.01$).

‘식사할 때 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?’는 온라인 식품 구매자 (40.20%)와 온라인 식품 비구매자 (38.54%) 모두 ‘기호성’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘식사는 주로 누구와 함께합니까?’는 온라인 식품 구매자 (50.98%)와 온라인 식품 비구매자 (62.50%) 모두 ‘가족’의 비율이 높게 나타났으나, 온라인 식품 구매자가 온라인 식품 비구매자보다 ‘가족’의 비율이 낮게 나타난 반면, ‘혼자’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.05$).

‘과식을 한다고 생각한 적이 몇 번 있습니까?’는 온라인 식품 구매자 (62.75%)와 온라인 식품 비구매자 (55.21%) 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘과식을 한다면 주로 어느 끼니에 하십니까?’는 온라인 식품 구매자 (90.22%)와 온라인 식품 비구매자 (81.48%) 모두 ‘저녁’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘일주일에 야식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?’는 온라인 식품 구매자 (66.18%)와 온라인 식품 비구매자 (58.33%) 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘일주일에 외식을 하는 횟수는 몇 번입니까?’는 온라인 식품 구매자 (65.20%)와 온라인 식품 비구매자 (58.33%) 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘주에 간식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?’는 온라인 식품 구매자 (37.75%)와 온라인

식품 비구매자 (41.67%) 모두 '1~2회/주'의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

'간식을 먹는다면 주로 어떤 종류를 먹습니까?'는 온라인 식품 구매자는 '고열량 (49.50%)'의 비율이 높게 나타났고, 온라인 식품 비구매자는 '음료 (48.42%)'의 비율이 높게 나타났으나 온라인 식품 구매자와 비구매자 간의 문항별 차지하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

'건강하게 식사한다고 생각하십니까?'는 온라인 식품 구매자 (42.65%)와 온라인 식품 비구매자 (48.96%) 모두 '보통이다'의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

'현재 귀하의 건강상태는 어떠합니까?'는 온라인 식품 구매자 (62.25%)와 온라인 식품 비구매자 (78.13%) 모두 '건강한 편이다'의 비율이 높게 나타났으나 온라인 식품 구매자가 온라인 식품 비구매자보다 '건강한 편이다'의 비율이 낮게 나타난 반면, '허약한 편이다'와 '허약하다'의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.05$).

온라인을 통한 식품 구매 여부에 따른 식습관 중 식사 조리 여부, 식사 구성원, 건강 상태 외에 유의적인 차이가 없어 온라인 식품 구매 여부에 따른 식습관의 차이는 나타나지 않았다.

박유진 외 (2019)의 인천 및 경기지역 성인 여성의 전자상거래에서 식품 구매 실태와 식습관과의 관련성 연구에서 온라인 식품 구매 여부에 따른 식습관의 차이를 분석한 결과 구매자는 비구매자보다 '천천히 식사하는 편', '편식하지 않고 음식을 골고루 섭취', '과식하지 않고 적당히 섭취' 및 전체 식습관 점수가 유의적으로 낮아 식습관이 바람직하지 않은 것으로 나타나 본 연구와 상이했다 ($p<0.05$)^[25]. 이는 본 연구는 코로나19 발생 이후 연구로 많은 소비자들이 온라인을 통한 식품 구매가 증가하였고, 이로 인해 다양한 식생활 라이프스타일을 추구하는 소비자 또한 증가했기 때문에 온라인 식품 구매 여부에 따른 식습관의 차이가 나타나지 않은 것으로 사료되며 이에 대한 추후 연구가 필요하다.

Table 26. 온라인 식품 구매자와 비구매자의 식습관

구분	온라인 식품 구매		P-value	
	구매자 (N=204)	비구매자 (N=96)		
하루에 식사를 몇 번 하십니까?	1번	6(2.94) ¹⁾	2(2.08)	0.699
	2번	143(70.10)	64(66.67)	
	3번 이상	55(26.96)	30(31.25)	
식사시간은 규칙적인 편입니까?	매우 규칙적이다.	21(10.29)	6(6.25)	0.330
	규칙적인 편이다.	107(52.45)	58(60.42)	
	불규칙적이다.	76(37.25)	32(33.33)	
끼니를 거르는 식사는 주로 어느 때입니까?	아침	167(81.86)	78(81.25)	0.900
	점심	7(3.43)	2(2.08)	
	저녁	10(4.90)	5(5.21)	
	거르지 않는다.	20(9.80)	11(11.46)	
거르는 횟수는 몇 번입니까?	1~2회/주	40(21.62)	23(26.74)	0.318
	3~4회/주	56(30.27)	30(34.88)	
	5회 이상/주	89(48.11)	33(38.37)	
평소 식사량은 얼마입니까?	배부르게 먹는다.	93(45.59)	44(45.83)	0.299
	적당히 먹는다.	106(51.96)	52(54.17)	
	부족하게 먹는다.	5(2.45)	0(0.00)	
식사를 하는 시간은 얼마나 걸립니까?	빨리 먹는 편이다.	89(43.63)	35(36.46)	0.430
	적당히 먹는 편이다.	80(39.22)	40(41.67)	
	천천히 먹는 편이다.	35(17.16)	21(21.88)	
주로 조리를 해서 먹습니까?	조리해서 먹는다.	106(51.96)	71(73.96)	0.001
	간편식을 사서 먹는다.	64(31.37)	12(12.50)	
	외식을 한다.	34(16.67)	13(13.54)	
식사할 때 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?	영양면	41(20.10)	31(32.29)	0.107
	경제면	21(10.29)	7(7.29)	
	편리성	60(29.41)	21(21.88)	
	기호성	82(40.20)	37(38.54)	
식사는 주로 누구와 함께합니까?	혼자	71(34.80)	20(20.83)	0.049
	가족	104(50.98)	60(62.50)	
	친구	29(14.22)	16(16.67)	
과식을 한다고 생각한 적이 몇 번 있습니까?	전혀 하지 않는다.	20(9.80)	16(16.67)	0.314

	1~2회/주	128(62.75)	53(55.21)	
	3~4회/주	47(23.04)	24(25.00)	
	매 식사 과식을 하는 편이다.	9(4.41)	3(3.13)	
과식을 한다면 주로 어느 끼니에 하십니까?	아침	1(0.54)	0(0.00)	0.085
	점심	17(9.24)	15(18.52)	
	저녁	166(90.22)	66(81.48)	
일주일에 야식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?	전혀 먹지 않는다.	39(19.12)	31(32.29)	0.064
	1~2회/주	135(66.18)	56(58.33)	
	3~4회/주	26(12.75)	7(7.29)	
	5회 이상/주	4(1.96)	2(2.08)	
일주일에 외식을 하는 횟수는 몇 번입니까?	전혀 하지 않는다.	16(7.84)	12(12.50)	0.396
	1~2회/주	133(65.20)	56(58.33)	
	3~4회/주	38(18.63)	22(22.92)	
	5회 이상/주	17(8.33)	6(6.25)	
주에 간식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?	전혀 먹지 않는다.	11(5.39)	5(5.21)	0.932
	1~2회/주	77(37.75)	40(41.67)	
	3~4회/주	67(32.84)	30(31.25)	
	5회 이상/주	49(24.02)	21(21.88)	
간식을 먹는다면 주로 어떤 종류를 먹습니까?	고열량(초콜릿, 아이스크림, 과자 등)	99(49.50)	42(44.21)	0.126
	음료(커피, 이온음료 등)	87(43.50)	46(48.42)	
	칼로리바	6(3.00)	1(1.15)	
	샐러드	4(2.00)	0(0.00)	
	건강식품	4(2.00)	6(6.32)	
건강하게 식사한다고 생각하십니까?	매우 그렇다.	8(3.92)	5(5.21)	0.131
	그렇다.	26(12.75)	19(19.79)	
	보통이다.	87(42.65)	47(48.96)	
	그렇지 않다.	73(35.78)	21(21.88)	
	매우 그렇지 않다.	10(4.90)	4(4.17)	
현재 귀하의 건강상태는 어떠합니까?	건강하다.	23(11.27)	9(9.38)	0.033
	건강한 편이다.	127(62.25)	75(78.13)	
	허약한 편이다.	40(19.61)	11(11.46)	
	허약하다.	11(5.39)	0(0.00)	
	병을 앓고 있다.	3(1.47)	1(1.04)	

¹⁾N(%)

(2) 식습관에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항

식습관에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항은 [Table 27]에 제시하였다.

조사대상자의 식사 시 고려사항, 과식 횟수는 온라인 식품 구매 시 고려사항의 군집별 유의적인 차이를 보였다.

‘하루에 식사를 몇 번 하십니까?’는 신중한 확인형 (67.57%), 간헐적 확인형 (70.42%), 무관심형 (72.88%) 모두 모두 ‘2번’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘식사시간은 규칙적인 편입니까?’는 신중한 확인형 (51.35%), 간헐적 확인형 (52.11%), 무관심형 (54.24%) 모두 ‘규칙적인 편이다’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘끼니를 거르는 식사는 주로 어느 때입니까?’는 신중한 확인형 (79.73%), 간헐적 확인형 (84.51%), 무관심형 (81.36%) 모두 ‘아침’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘거르는 횟수는 몇 번입니까?’는 신중한 확인형 (44.62%), 간헐적 확인형 (45.31%), 무관심형 (55.36%) 모두 ‘5회 이상/주’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘평소 식사량은 얼마입니까?’는 신중한 확인형 (51.35%), 간헐적 확인형 (50.70%), 무관심형 (54.24%) 모두 ‘적당히 먹는다’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘식사를 하는 시간은 얼마나 걸립니까?’는 신중한 확인형 (44.59%)과 무관심형 (47.46%)은 ‘빨리 먹는 편이다’의 비율이 높게 나타났고, 간헐적 확인형은 ‘적당히 먹는 편이다 (40.85%)’의 비율이 높게 나타났으나 온라인 식품 구매 시 고려사항 군집별 차이는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘주로 조리를 해서 먹습니까?’는 신중한 확인형 (51.35%), 간헐적 확인형 (54.93%), 무관심형 (49.15%) 모두 ‘조리해서 먹는다’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘식사할 때 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?’는 신중한 확인형 (43.24%)과 간헐적 확인형 (42.25%)은 ‘기호성’의 비율이 높게 나타났고, 무관심형은 ‘편리성 (44.07%)’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.05$).

‘식사는 주로 누구와 함께합니까?’는 신중한 확인형 (59.46%), 간헐적 확인형 (40.85%), 무관심형 (52.54%) 모두 ‘가족’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘과식을 한다고 생각한 적이 몇 번 있습니까?’는 신중한 확인형 (66.22%), 간헐적 확인형 (59.15%), 무관심형 (62.71%) 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 높게 나타났으나 신중한 확인형은 다른 군집에 비해 ‘전혀 하지 않는다’의 비율이 높게 나타난 반면, 간헐적 확인형과 무관심형은 과식을 하는 횟수가 신중한 확인형보다 빈번하게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.05$).

‘과식을 한다면 주로 어느 끼니에 하십니까?’는 신중한 확인형 (88.71%), 간헐적 확인형 (91.18%), 무관심형 (90.74%) 모두 ‘저녁’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘일주일에 야식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?’는 신중한 확인형 (60.81%), 간헐적 확인형 (69.01%), 무관심형 (69.49%) 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘일주일에 외식을 하는 횟수는 몇 번입니까?’는 신중한 확인형 (62.16%), 간헐적 확인형 (67.61%), 무관심형 (66.10%) 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

‘주에 간식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?’는 신중한 확인형 (44.59%)과 간헐적 확인

형 (36.62%)은 '1~2회/주'의 비율이 높게 나타났고, 무관심형 (37.29%)은 '3~4회/주'의 비율이 높게 나타났으나 온라인 식품 구매 시 고려사항 군집별 차지하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

'간식을 먹는다면 주로 어떤 종류를 먹습니까?'는 신중한 확인형 (50.68%)과 무관심형 (51.72%)은 '고열량'의 비율이 높게 나타났고, 간헐적 확인형은 '음료 (49.28%)'의 비율이 높게 나타났으나 온라인 식품 구매 군집별 차지하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

'건강하게 식사한다고 생각하십니까?'는 신중한 확인형 (41.89%)과 무관심형 (49.15%)은 '보통이다'의 비율이 가장 높게 나타났고, 간헐적 확인형은 '그렇지 않다 (39.44%)'의 비율이 높게 나타났으나 온라인 식품 구매 군집별 차지하는 비율이 유사하여 유의적인 차이를 보이지 않았다.

'현재 귀하의 건강상태는 어떠합니까?'는 신중한 확인형 (63.51%), 간헐적 확인형 (60.56%), 무관심형 (62.71%) 모두 '건강한 편이다'의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보이지 않았다.

조사대상자의 식습관에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항은 식습관 중 식사 시 고려사항, 과식 횟수 외에 유의적인 차이가 없어 식습관과 온라인 식품 구매 시 고려사항 간에 관련성이 나타나지 않았다.

Table 27. 조사대상자들의 식습관에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항

구분	온라인 식품 구매 시 고려사항			P-value	
	신중한 확인형 (N=74)	간헐적 확인형 (N =71)	무관심형 (N =59)		
하루에 식사를 몇 번 하십니까?	1번	2(2.70) ¹⁾	2(2.82)	2(3.39)	0.959
	2번	50(67.57)	50(70.42)	43(72.88)	
	3번 이상	22(29.73)	19(26.76)	14(23.73)	
식사시간은 규칙적인 편입니까?	매우 규칙적이다.	13(17.57)	5(7.04)	3(5.08)	0.119
	규칙적인 편이다.	38(51.35)	37(52.11)	32(54.24)	
	불규칙적이다.	23(31.08)	29(40.85)	24(40.68)	
끼니를 거르는 식사는 주로 어느 때입니까?	아침	59(79.73)	60(84.51)	48(81.36)	0.242
	점심	2(2.70)	3(4.23)	2(3.39)	
	저녁	3(4.05)	1(1.41)	6(10.17)	
	거르지 않는다.	10(13.51)	7(9.86)	3(5.08)	
거르는 횟수는 몇 번입니까?	1~2회/주	17(26.15)	15(23.44)	8(14.29)	0.552
	3~4회/주	19(29.23)	20(31.25)	17(30.36)	
	5회 이상/주	29(44.62)	29(45.31)	31(55.36)	
평소 식사량은 얼마입니까?	배부르게 먹는다.	32(43.24)	35(49.30)	26(44.07)	0.294
	적당히 먹는다.	38(51.35)	36(50.70)	32(54.24)	
	부족하게 먹는다.	4(5.41)	0(0.00)	1(1.69)	
식사를 하는 시간은 얼마나 걸립니까?	빨리 먹는 편이다.	33(44.59)	28(39.44)	28(47.46)	0.860
	적당히 먹는 편이다.	28(37.84)	29(40.85)	23(38.98)	

	천천히 먹는 편이다.	13(17.57)	14(19.72)	8(13.56)	
주로 조리를 해서 먹습니까?	조리해서 먹는다.	38(51.35)	39(54.93)	29(49.15)	0.791
	간편식을 사서 먹는다.	21(28.38)	22(30.99)	21(35.59)	
	외식을 한다.	15(20.27)	10(14.08)	9(15.25)	
식사할 때 가장 고려하는 사항은 무엇 입니까?	영양면	22(29.73)	12(16.90)	7(11.86)	0.024
	경제면	7(9.46)	8(11.27)	6(10.17)	
	편리성	13(17.57)	21(29.58)	26(44.07)	
	기호성	32(43.24)	30(42.25)	20(33.90)	
식사는 주로 누구와 함께합니까?	혼자	23(31.08)	32(45.07)	16(27.12)	0.070
	가족	44(59.46)	29(40.85)	31(52.54)	
	친구	7(9.46)	10(14.08)	12(20.34)	
과식을 한다고 생각한 적이 몇 번 있습 니까?	전혀 하지 않는다.	12(16.22)	3(4.23)	5(8.47)	0.037
	1~2회/주	49(66.22)	42(59.15)	37(62.71)	
	3~4회/주	10(13.51)	24(33.80)	13(22.03)	
	매 식사 과식을 하는 편이다.	3(4.05)	2(2.82)	4(6.78)	
과식을 한다면 주로 어느 끼니에 하십 니까?	아침	1(1.61)	0(0.00)	0(0.00)	0.733
	점심	6(9.68)	6(8.82)	5(9.26)	
	저녁	55(88.71)	62(91.18)	49(90.74)	
일주일에 야식을 먹는 횟수는 몇 번입 니까?	전혀 먹지 않는다.	21(28.38)	11(15.49)	7(11.86)	0.252
	1~2회/주	45(60.81)	49(69.01)	41(69.49)	
	3~4회/주	7(9.46)	10(14.08)	9(15.25)	
	5회 이상/주	1(1.35)	1(1.41)	2(3.39)	
일주일에 외식을 하는 횟수는 몇 번입 니까?	전혀 하지 않는다.	5(6.76)	8(11.27)	3(5.08)	0.756

니까?	1~2회/주	46(62.16)	48(67.61)	39(66.10)	
	3~4회/주	16(21.62)	10(14.08)	12(20.34)	
	5회 이상/주	7(9.46)	5(7.04)	5(8.47)	
주에 간식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?	전혀 먹지 않는다.	5(6.76)	3(4.23)	3(5.08)	0.671
	1~2회/주	33(44.59)	26(36.62)	18(30.51)	
	3~4회/주	22(29.73)	23(32.39)	22(37.29)	
	5회 이상/주	14(18.92)	19(26.76)	16(27.12)	
간식을 먹는다면 주로 어떤 종류를 먹 습니까?	고열량(초콜릿, 아이스크림, 과자 등)	37(50.68)	32(46.38)	30(51.72)	0.303
	음료(커피, 이온음료 등)	28(38.36)	34(49.28)	25(43.10)	
	칼로리바	3(4.11)	1(1.45)	2(3.45)	
	샐러드	1(1.37)	2(2.90)	1(1.72)	
	건강식품	4(5.48)	0(0.00)	0(0.00)	
건강하게 식사한다고 생각하십니까?	매우 그렇다.	6(8.11)	2(2.82)	0(0.00)	0.237
	그렇다.	11(14.86)	11(15.49)	4(6.78)	
	보통이다.	31(41.89)	27(38.03)	29(49.15)	
	그렇지 않다.	22(29.73)	28(39.44)	23(38.98)	
	매우 그렇지 않다.	4(5.41)	3(4.23)	3(5.08)	
현재 귀하의 건강상태는 어떠합니까?	건강하다.	10(13.51)	7(9.86)	6(10.17)	0.932
	건강한 편이다.	47(63.51)	43(60.56)	37(62.71)	
	허약한 편이다.	13(17.57)	15(21.13)	12(20.34)	
	허약하다.	3(4.05)	4(5.63)	4(6.78)	
	병을 앓고 있다.	1(1.35)	2(2.82)	0(0.00)	

¹⁾N(%)

V. 결론 및 제언

본 연구는 제주지역 성인들 (만 18-69세, 300명)의 식생활 라이프스타일과 영양지식의 수준에 따른 온라인 식품 구매 시 다양한 고려사항들의 분석을 통해 소비자들의 특정한 식생활 라이프스타일과 영양지식 수준이 그들의 온라인 식품 구매 시 식품선택과 식습관에 유의적인 영향을 미침을 확인하였다.

1. '편의지향 집단'은 건강추구 수치가 가장 낮고 편의추구 수치가 가장 높은 군집으로, 다른 식생활 라이프스타일과 비교하여 영양지식 수준이 낮고, 식습관은 비교적 건강하지 않았고, 온라인을 통한 식품 구매 시 구매 횟수가 비교적 많은 편이고, 편의식품 및 가공식품의 구매비율이 높고, 식품표시제도 확인 유형은 잘 확인하지 않는 무관심형의 비율이 높게 나타났다.

2. '건강지향 집단'은 편의추구 수치가 가장 낮고 건강추구 수치가 가장 높은 군집으로, 다른 식생활 라이프스타일과 비교하여 영양지식 수준은 중간 수준으로 나타났고, 식습관은 비교적 건강했고, 온라인을 통한 식품 구매 시 구매 횟수가 비교적 적은 편이고, 건강기능식품의 구매비율이 높고, 식품표시제도 확인 유형은 보다 부주의하게 간헐적으로 확인하는 간헐적 확인형의 비율이 높게 나타났다.

3. '식생활 고관심 집단'은 모든 요인에 대한 고려 정도가 높은 군집으로, 다른 식생활 라이프스타일과 비교하여 영양지식 수준이 높고, 온라인을 통한 식품 구매 시 구매 횟수가 비교적 많은 편이고, 편의식품 및 건강기능식품의 구매비율이 높고, 식품표시제도 확인 유형은 주의 깊게 확인하는 신중한 확인형의 비율이 높게 나타났다.

4. ‘영양지식 수준이 높은 집단’은 영양지식 수준이 낮은 집단과 비교하여 온라인 식품 구매 시 식품표시제도 확인 유형은 주의 깊게 확인하는 신중한 확인형의 비율이 높게 나타났다.

5. ‘영양지식 수준이 낮은 집단’은 영양지식 수준이 높은 집단과 비교하여 온라인 식품 구매 시 식품표시 제도 확인 유형은 보다 부주의하게 간헐적으로 확인하는 간헐적 확인형의 비율이 높게 나타났다.

세부적인 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조사대상자의 일반사항은 전체 300명의 조사대상자 중 성별은 남성 18.00%, 여성 82.00%으로, 연령은 20대 43.33%, 30대 26.67%, 40대 13.33%, 50대 이상 16.67%으로 나타났다. 조사대상자의 교육수준은 대졸, 거주 형태는 4인 이상, 직업은 직장인의 비율이 높게 나타났다.

2. 조사대상자의 식생활 라이프스타일에 대한 요인분석으로 건강추구, 편의추구, 미각추구의 3개의 요인이 도출되었으며, 군집 분석 결과 편의지향 집단 (86명), 건강지향 집단 (128명), 식생활 고관심 집단 (86명)의 3개 군집이 확정되었다.

3. 조사대상자의 영양지식의 평균 점수는 14.76점 (20점 만점)으로 나타났으며, 영양지식 점수에 따라 점수가 높은 집단 (영양지식 점수 15점 이상)과 낮은 집단(영양지식 점수 14점 이하)으로 분류하여 분석을 진행하였다.

4. 조사대상자의 식생활라이프스타일에 따른 영양지식 수준에 대한 평균 점수는 식생

활 고관심 집단 15.62점, 건강지향 집단 14.44점, 편의지향 집단 14.37점으로 나타나, 편의지향 집단에 비해 식생활 고관심 집단의 영양지식 수준에 대한 평균 점수가 유의적으로 높았다 ($p < 0.01$).

5. 조사대상자의 3가지 식생활 라이프스타일에 따른 식습관 중 하루 식사 횟수와 식사 시간의 규칙성에서 건강지향 집단이 편의지향 집단보다 규칙적으로 3끼 식사를 하는 비율이 유의적으로 높게 나타났다 ($p < 0.05$). 끼니를 거르는 식사는 세 집단 모두 ‘아침’의 비율이 가장 높았으나 건강지향 집단에서 끼니를 거르지 않는 비율이 유의적으로 높게 나타났다 ($p < 0.05$). 식사량은 편의지향 집단과 식생활 고관심 집단은 ‘배부르게’, 건강지향 집단은 ‘적당히’의 비율이 유의적으로 높게 나타났다 ($p < 0.01$). 식사 조리 여부는 편의지향은 ‘간편식을 사서 식사’, 건강지향 집단과 식생활 고관심 집단은 ‘조리해서 식사’의 비율이 유의적으로 높게 나타났다 ($p < 0.001$). 식사 시 고려사항은 편의지향 집단은 ‘편리성’, 건강지향 집단은 ‘영양면’, 식생활 고관심 집단은 ‘기호성’의 비율이 유의적으로 높게 나타났다 ($p < 0.001$). 야식 횟수는 세 집단 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 가장 높았으나 편의지향 집단의 경우 야식을 섭취한다는 비율이 유의적으로 높게 나타났다 ($p < 0.001$). 외식 횟수는 세 집단 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 가장 높았으나 건강지향 집단의 경우 외식을 전혀 하지 않는다고 응답한 비율이 유의적으로 높게 나타났다 ($p < 0.001$). 간식 섭취 횟수는 편의지향 집단과 비교하여 건강지향 집단과 식생활 고관심 집단에서 유의적으로 낮게 나타났다 ($p < 0.05$).

6. 조사대상자의 영양지식 수준에 따른 식습관 중 식사 시 고려사항은 영양지식 수준이 높은 집단은 ‘기호성’, 영양지식 수준이 낮은 집단은 ‘편리성’의 비율이 유의적으로 높게 나타났다 ($p < 0.05$). 과식 횟수는 두 집단 모두 ‘1~2회/주’의 비율이 가장 높았으나 영양지식 수준이 높은 집단이 영양지식 수준이 낮은 집단보다 과식하는 횟수가 유의적으

로 높게 나타났다 ($p < 0.01$).

7. 조사대상자의 온라인 식품 구매 횟수는 ‘구매하지 않음’, ‘1달에 1회’, ‘주 1회’, ‘2주에 1회’, ‘주 2~3회’의 순으로 나타났고, 조사대상자의 온라인 식품 구매 변화 (코로나 발생 이후)는 ‘약간 증가’, ‘매우 증가’, ‘변화 없다’, ‘약간 감소’, ‘매우 감소’의 순으로 나타났다. 온라인을 통해 식품을 구매하지 않은 조사대상자는 전체 조사대상자 중 32.00%를 차지하여 조사대상자 중 대다수 (68.00%)가 온라인을 이용하여 식품을 구매하는 것으로 나타났다. 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 횟수는 건강지향 집단은 ‘구매하지 않음’의 비율이 높게 나타났고, 나머지 두 집단은 ‘주 1회’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였으며 ($p < 0.01$), 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 변화 (코로나 발생 이후)는 3가지 식생활 라이프스타일 모두 온라인을 통한 식품 구매율이 증가하여 유의적인 차이가 없었다. 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 횟수 및 변화는 유의적인 차이를 보이지 않았지만, 영양지식 수준이 높은 집단과 낮은 집단 모두 온라인을 통한 식품 구매가 증가한 비율이 높은 것으로 나타났다.

8. 조사대상자의 온라인 식품 구매 이유는 ‘배달이 되므로’, ‘가격이 저렴해서’, ‘오프라인에서 구매하기 힘든 상품을 구매할 수 있어서’, ‘상품이 다양해서’, ‘장보는 시간이 절약할 수 있어서’, ‘소량으로 좋은 품질의 상품을 구매할 수 있어서’의 순으로 나타났다. 반면, 조사대상자의 온라인 식품 비구매 이유는 ‘품질을 신뢰할 수 없어서’, ‘상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서’, ‘배송 과정에서 상품 파손 및 품질저하가 우려되서’, ‘교환 및 반품이 어려워서’, ‘가격이 비싸서’의 순으로 나타났다.

9. 조사대상자의 온라인 식품 구매 종류는 ‘HMR/밀키트’, ‘건강기능식품’, ‘가공식품’, ‘곡류/과일/채소’, ‘물’, ‘육류/수산물’ 순으로 나타났고, 식생활 라이프스타일에 따른 온라인

식품 구매 종류는 편의지향 집단과 식생활 고관심 집단에서 'HMR/밀키트'의 비율이 가장 높게 나타났고, 건강지향 집단은 '건강기능식품'의 비율이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다 ($p<0.05$).

10. 조사대상자의 온라인 식품 구매 시 고려사항에 대한 요인분석으로 인증 표시사항, 의무 표시사항, 세부 표시사항, 온라인 정보 확인의 4개의 요인이 도출되었으며, 군집 분석 결과 신중한 확인형, 간헐적 확인형, 무관심형의 3개 군집이 확정되었다. 조사대상자의 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항은 편의지향 집단은 무관심형, 건강지향 집단은 간헐적 확인형, 식생활 고관심 집단은 신중한 확인형의 비율이 다른 식생활 라이프스타일에 비해 유의적으로 높게 나타났다 ($p<0.01$). 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항은 영양지식 수준이 높은 집단은 낮은 집단보다 신중한 확인형의 비율이, 영양지식 수준이 낮은 집단은 높은 집단보다 간헐적 확인형의 비율이 높은 경향을 보였다 ($p=0.051$). 조사대상자의 식습관에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항은 식습관 중 식사 시 고려사항은 신중한 확인형과 간헐적 확인형은 '기호성', 무관심형은 '편리성'의 비율이 유의적으로 높게 나타났다 ($p<0.05$). 과식 횟수는 세 군집 모두 '1~2회/주'의 비율이 가장 높았으나 간헐적 확인형과 무관심형은 신중한 확인형보다 과식을 하는 횟수가 유의적으로 높게 나타났다 ($p<0.05$).

11. 조사대상자의 온라인 식품 구매자와 비구매자의 식습관 중 식사 조리 여부는 온라인 식품 구매자와 온라인 식품 비구매자 모두 '조리해서 먹는다'의 비율이 가장 높았으나, 온라인 식품 구매자는 비구매자보다 조리해서 먹는 비율이 낮게 나타난 반면 간편식을 사서 먹는 비율이 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다 ($p<0.01$). 식사구성원은 온라인 식품 구매자와 온라인 식품 비구매자 모두 '가족'의 비율이 가장 높았으나, 온라인 식품 구매자는 비구매자보다 '가족'의 비율이 낮게 나타난 반면 '혼자'의 비율이 높게 나

타나 유의적인 차이가 있었다 ($p<0.05$). 건강상태는 온라인 식품 구매자와 온라인 식품 비구매자 모두 ‘건강한 편이다’의 비율이 가장 높게 나타났으나, 온라인 식품 구매자가 비구매자보다 ‘건강한 편이다’의 비율이 낮게 나타난 반면, ‘허약한 편이다’와 ‘허약하다’의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다 ($p<0.05$).

본 연구는 제주지역 성인들을 대상으로 진행되어 우리나라 성인 전체의 온라인 식품 구매에 미치는 영향을 반영했다고 보기는 어려우며, 특히 20대와 여성의 비율이 월등히 높아 전체 소비자를 대상으로 한 연구자료로 일반화하는 데는 제한점을 가진다. 또한 본 연구에서는 기존 문헌 연구를 바탕으로 식생활 라이프스타일 변수 선정에 있어 조사대상자들의 온라인 식품 구매 시 미치는 영향을 살펴보았으므로 향후 보다 많은 대상을 바탕으로 다양한 차원에서 식생활 라이프스타일을 파악하여 후속연구를 시도한다면 세부적인 식생활 라이프스타일을 지닌 대상자들을 위한 맞춤형 교육자료 개발을 위한 초석이 될 것이라 사료된다. 본 연구의 결과를 근거로 다음과 같이 제언하고자 한다.

1. 조사대상자의 영양지식 수준에 따른 온라인 식품 구매 시 고려사항을 분석한 결과, 영양지식 수준이 높으면 온라인 식품 구매 시 식품 표시를 신중하게 확인하고, 영양지식 수준이 낮으면 식품 표시를 보다 간헐적으로 확인하는 경향을 보여 소비자들의 올바른 온라인 식품 구매를 위한 영양교육의 필요성 여부에 대한 추가 연구가 뒤따라야 할 것이다.

2. 조사대상자들의 3가지 식생활라이프스타일에 따른 그들의 온라인 식품구매 패턴과 영양지식 정도의 차이를 확인하였는데, 이는 추후 소비자 집단의 특성(식생활 라이프스타일)에 따른 맞춤형 영양 교육자료 마련의 기초자료로 활용될 수 있을 것이라 사료된다.

3. 식생활 라이프스타일 군집 중 온라인을 통해 식품을 자주 구매하는 집단은 편의지향 집단과 식생활 고관심 집단으로 나타났으며, 온라인을 통해 식품을 구매할 시 편의지향 집단은 식품표시에 무관심한 비율이 높은 반면, 식생활 고관심 집단은 식품표시를 신중하게 확인하는 비율이 높게 나타났다. 따라서 온라인 식품 구매자들의 식생활 라이프스타일을 파악하여 온라인 플랫폼의 특징 (예, 유기농/웰빙, 대중/보편 등)에 따른 주요 소비자에게 제공되는 정보의 종류와 방향 구축의 기초자료로 제공될 수 있을 것이다.

4. 식생활 라이프스타일에 따른 식습관과 온라인 식품 구매 시 고려사항을 분석한 결과 편의를 추구하는 식생활 라이프스타일은 다른 식생활 라이프스타일에 비해 온라인을 통한 식품 구매 시 구매율이 높고, 간편식과 가공식품의 구매 비율이 높게 나타나고, 식품표시제도를 잘 확인하지 않는다는 결과가 나타났으며, 식습관 또한 다른 식생활 라이프스타일에 비해 건강하지 않은 식습관을 가지고 있다고 나타났다. 현대사회의 소비자들은 식품 구매에 있어서 편의성을 추구하는 비율이 점점 늘어나고 있기 때문에 소비자들을 대상으로 식습관과 식품표시제도의 중요성에 대한 인식 제고와 함께 온라인 상에서 효율적인 식품 표시 정보 제공 방안의 모색이 필요하다.

VI. 참고문헌

1. 임현철, 라이프스타일에 따른 베이커리 제품이 구매 의도에 미치는 영향 연구. *Culinary Science & Hospitality Research*, 2010. 16(3): p. 14-31.
2. 정현영, 대학생들의 식품안전에 대한 인식과 식품구매 행동 조사. *한국지역사회생활과학회지*, 2018. 29(2): p. 247-257.
3. 김현정 and 이심열, 주부들의 식생활 라이프스타일에 따른 인터넷 식품 구매 행태에 관한 연구. *한국생활과학회지*, 2017. 26(6): p. 597-608.
4. 백남길, 식생활 라이프스타일에 따른 온라인 신선편의식품 활성화 방안연구. *고객만족경영연구*, 2020. 22(4): p. 41-63.
5. 김옥경, 소비자의 라이프스타일 유형에 따른 인터넷 식품 구매행동과 만족요인에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원. 석사 학위 논문, 2010.
6. 대한영양사협회. 식품 외식산업의 온라인 유통 및 비대면 서비스 현황과 전망. 2021.
7. 이홍승 and 김준환, 코로나 19 로 인한 식품 소비행태 변화분석: MZ 세대를 중심으로. *디지털융복합연구*, 2021. 19(3): p. 47-54.
8. 한국농촌경제연구원. 코로나19 확산에 따른 농식품 소비분야 영향분석. 2020.
9. 박재홍 and 유소이, 소비자의 인터넷을 통한 식품 구매행동 분석. *농업경제연구*, 2017. 58(1): p. 43-72.
10. 원향례 and 윤혜령, 원주지역 대학생의 영양지식에 따른 가공식품 관련 식행동과 식품표시 인식. *한국지역사회생활과학회지*, 2011. 22(3): p. 379-393.
11. 박미성 and 안병일, 식품소비 라이프스타일이 가공식품 지출에 미치는 효과 분석:

- 군집분석과 매칭 기법을 이용하여. 농촌경제, 2014. 37(3): p. 25-58.
12. 오왕규 and 황수정, 식생활 라이프스타일에 따른 밀키트(Meal Kit)의 선택속성이 만족에 미치는 영향. 한국외식산업학회지, 17(1), 50, 2021: p. 31-50.
 13. 이정세 and 김진섭, 라이프스타일에 따른 인터넷쇼핑몰 소비자의 만족도에 관한 연구. 한국컴퓨터정보학회논문지, 2010. 15(4): p. 119-128.
 14. 김효정 and 김미라, 성인 소비자의 온라인을 통한 식품 구매 행동 및 구매 결정 영향 요인 분석. 한국식품영양과학회지, 2019. 48(1): p. 97-108.
 15. 이영애, 소비자의 식품표시 인지, 만족 및 신뢰에 대한 영향 요인 분석. 소비자정책교육연구, 2019. 15(4): p. 97-122.
 16. 통계청. 2019년 12월 온라인쇼핑 동향.2020.
 17. 통계청. 2020년 12월 및 연간 온라인쇼핑 동향. 2021.
 18. 통계청. 2021년 3월 및 1분기 온라인쇼핑 동향. 2021.
 19. 심태용 and 윤성준, 온라인 쇼핑몰 특성이 감성적 반응과 지각된 가치, 재이용의도에 미치는 영향: 확장된 기술수용모델 (TAM2) 을 중심으로. 한국산학기술학회 논문지, 2020. 21(4): p. 374-383.
 20. 신종국, 김재훈, and 이승현, 온라인 쇼핑몰의 특성이 소비자 재방문 의도에 미치는 영향-온라인 플랫폼 형태 차이를 중심으로. 디지털융복합연구, 2021. 19(4): p. 73-88.
 21. 이정민 and 서구원, 오프라인과 온라인 유통 매장에서의 쇼핑 행태-백화점과 온라인 쇼핑몰의 비교. 한국디자인포럼, 2020. 68: p. 99-108.
 22. 이혜린, 배현진, and 이상우, 온라인 쇼핑 플랫폼 및 간편결제서비스 선택 시 판매자가 고려하는 요인에 대한 실증적 연구. 한국콘텐츠학회논문지, 2019. 19(5): p. 443-454.
 23. 김동수, 디지털 시대 식품산업 트렌드 변화. Food preservation and processing

- industry, 2013. 12(2): p. 24-30.
24. 강동우, 온라인 쇼핑 확대와 소매업 구조 변화. 노동리뷰, 2021: p. 7-18.
 25. 박유진, 김미현, and 최미경, 인천 및 경기지역 성인 여성의 전자상거래에서 식품 구매실태와 식습관과의 관련성. Journal of Nutrition and Health, 2019. 52(3): p. 310-322.
 26. 진현정, 식품 구매 시 온라인 활용과 소비자 특성. 농업경영정책연구, 2019. 45(4): p. 699-720.
 27. 조영희, 온라인상에서 식품구매 시 서비스품질과 식품품질이 구매의도에 미치는 영향. 한국지역사회생활과학회지, 2016. 27(2): p. 305-318.
 28. 정진호 and 박혜령, 인터넷 쇼핑몰에서 패션상품 구매의도에 관한 연구-사회경제적 변수 및 인터넷 쇼핑몰 사용실태에 따른 차이. 한국의류산업학회지, 2001. 3(3): p. 249-256.
 29. 남세현 and 심기현, 인터넷 사용자의 온라인 식품 구매 실태 조사. 한국식품조리과학회지 제, 2013. 29(4).
 30. 정재은 and 문희철, 한국 소비자의 온라인 식품구매 결정요인과 식품 공급사슬 다각화에 관한 연구. 전자무역연구, 2020. 18(1): p. 29-48.
 31. 전미란 and 이승교, 경기지역 사회초년 직장인의 식생활 태도, 영양지식 및 식품 기호도. 한국지역사회생활과학회지, 2015. 26(1): p. 39-49.
 32. 이순희 and 이승림, 원주지역 대학생의 건강관련요인, 영양지식 및 식습관 조사. 대한지역사회영양학회지, 2015. 20(2): p. 96-108.
 33. 박종욱, 식품 주구매자의 식품표시 이용특성과 이용역량. 소비자문제연구, 2017. 48(3): p. 1-31.
 34. 정현영 and 김현아, 일반 소비자의 연령과 성별에 따른 식품표시에 대한 인식 및 활용도. 한국식품영양과학회지, 2016. 45(3): p. 437-443.

35. 이정숙, 식품표시제도에 대한 부산지역 초등학교 교사의 인식, 만족도 및 이용실태. 대한영양사협회 학술지, 26(4), 2020: p. 254-268.
36. 김현아 and 정현영, 식품안전 인지도와 식품안전 관련 구매행동 조사. Culinary Science & Hospitality Research, 24(3), 94, 2018: p. 93-103.
37. 이은숙 and 김보영, 간호대학생의 영양지식, 식이 자기효능감 및 식습관이 식행동에 미치는 영향에 관한 융합연구. 한국융합학회논문지, 2020. 11(2): p. 341-350.
38. 안미령, 장현숙, and 황현주, 초고령사회에 대비한 중·장년층의 영양지식 및 영양지식수준에 따른 식생활교육 요구분석. 학습자중심교과교육연구, 2018. 18: p. 987-1007.
39. 김미자, 김기혁, and 김혜영, 대전지역 남녀 대학생의 영양지식, 식습관, 생활습관 비교 연구. 한국생활과학회지, 2013. 22(6): p. 701-708.
40. 박순희 and 태보라, 모델전공여대생과 일반여대생의 영양지식 및 식습관 비교. 한국생활과학회지, 29(2), 2020: p. 231-240.
41. 현다희, 제주지역 대학생의 식생활 라이프스타일 및 소비가치에 따른 커피전문점에서의 당류 섭취에 관한 연구 제주대학교 교육대학원. 석사 학위 논문, 2020.
42. 김경자, 식생활라이프스타일과 소비가치 및 소비행동의도에 미치는 영향: 소비가치의 매개효과. 관광경영연구, 2020. 24(3): p. 113-133.
43. 이경란 and 이은정, 특급호텔 근로자의 식생활라이프스타일에 따른 식행동과 식습관 비교분석 -서울·경기지역을 중심으로. 한국의식산업학회지, 2018. 14(3): p. 51-66.
44. 송은영 and 노정옥, 보호자의 영양지식 및 식생활태도와 영유아의 영양상태와의 관계연구. Journal of Nutrition and Health, 2018. 51(3): p. 242-252.
45. 이인옥, 정소연, and 홍금주, 식생활라이프스타일 추구 성향에 따른 영양지식수준 및 식품기호도 분석 - 서울, 경기도 거주 주부들을 중심으로. 한국식생활문화학

회지, 2016. 31(1): p. 33-41.

46. 박경애, 이흥미, and 송경희, 경기지역 일부 고등학생의 식습관, 생활스트레스 및 영양지식과의 관계. 대한지역사회영양학회지, 2020. 25(2): p. 126-136.

부 록

관리번호					
------	--	--	--	--	--

제주지역 성인들의 영양지식과 식생활 라이프스타일이 온라인 식품구매에 미치는 영향 조사

안녕하십니까?

본 설문지는 제주지역 성인을 대상으로 영양지식 수준과 식생활 라이프스타일을 조사하여 온라인 식품구매에 미치는 영향을 분석하고, 이를 통해 제주지역 성인들의 온라인 식품구매에 필요한 올바른 지식과 태도를 위한 영양교육의 기초자료로 활용하고자 합니다.

귀하께서 응답해주신 모든 내용은 무기명 처리되어 본 연구의 학술연구 목적 이외에는 사용되지 않을 것이며, 여러분의 솔직하고 성실한 답변은 이 연구의 중요한 자료가 될 것입니다.

설문에 응답해주셔서 감사합니다.

2021년 03월

지도교수 : 제주대학교 식품영양학과 이윤경

연구자 : 제주대학교 교육대학원 영양교육전공 김유립

< 작성 요령 >

※ 평소 본인의 모습을 솔직하게 응답하여 주시기 바랍니다.

※ 답을 체크하기 애매한 경우, 가장 가까운 쪽으로 답을
체크 하여 주시기 바랍니다.

※ 본 검사는 시간제한이 없고, 정답이 없습니다.

따라서 질문에 대해 너무 오래 생각하지 마시고, 한 문항도 빠짐없이
응답 부탁드립니다.

I. 일반사항

※ 다음 각 문항의 해당되는 곳에 체크해주시시오.

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은 어떻게 됩니까?

① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대

3. 귀하의 최종학력은 무엇입니까?

① 고졸 ② 전문대졸 ③ 대졸 ④ 대학원졸 이상

4. 귀하의 현재 거주형태는 어떠합니까?

① 1인 ② 2인(친구, 배우자 등) ③ 3인 ④ 4인 이상 가족

5. 귀하의 직업은 무엇입니까?

① 학생 ② 직장인(사무직, 서비스직, 자영업 등) ③ 가사노동자 ④ 직장인+가사노동자

II. 영양지식

※ 다음 문항들은 영양지식에 관한 것입니다. 문항을 잘 읽은 후, 해당하는 칸에 체크해주시시오.

영양 지식		예	아니오	모름
1	우리 몸에 필요한 3대 영양소는 탄수화물, 단백질, 지방이다.			
2	탄수화물과 단백질은 g당 같은 열량(칼로리)을 낸다.			
3	비타민과 무기질은 영양학적으로 중요하지 않아 섭취하지 않아도 된다.			
4	단백질은 몸의 조직을 형성하는 영양소이다.			
5	비타민C는 항산화 기능을 한다.			
6	야맹증, 구루병은 비타민 부족과 상관이 없다.			
7	등푸른 생선(고등어, 꽂치 등)에는 포화지방산이 풍부하게 들어있다.			
8	섬유소는 몸에서 소화되지 않는다.			
9	고단백질 식품은 신장에 부담을 준다.			
10	골다공증은 단백질을 충분히 섭취하면 예방할 수 있다.			
11	골다공증을 예방하기 위해서는 칼슘뿐만 아니라 비타민D도 필요하다.			
12	짜게 먹으면 고혈압에 해롭다.			
13	당뇨병 환자는 단순당류보다 복합당류를 섭취해야 한다.			
14	비만인 사람은 동물성 지방보다 식물성 지방을 섭취하는 것이 좋다.			
15	트랜스 지방은 혈액 내 나쁜 콜레스테롤 수치를 높일 뿐 아니라 좋은 콜레스테롤 수치를 낮춘다.			
16	사람은 성별, 연령에 상관없이 모두 같은 양의 영양소를 필요로 한다.			
17	성인(20~29세)의 에너지 필요량은 남자 2600kcal, 여자 2100kcal 이다.			
18	성인남자가 성인여자보다 철분을 많이 필요로 한다.			
19	가장 이상적인 체중감량 속도는 일주일에 3kg을 줄이는 것이다.			
20	소아비만으로 인해 증가한 비만 세포 수는 살을 뺀 후에는 감소한다.			

III. 식생활 라이프스타일

※ 다음 문항들은 식생활 라이프스타일에 관한 것입니다. 문항을 잘 읽은 후, 해당하는 칸에 체크해 주십시오.

식생활 라이프스타일		매우 그렇다	그런편이다	보통이다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
건강	1) 음식을 먹을 때 영양을 고려한다.	⑤	④	③	②	①
	2) 비만예방을 고려한 식생활을 한다.	⑤	④	③	②	①
	3) 건강을 위해 음식을 가려먹는다.	⑤	④	③	②	①
	4) 건강식품, 자연식품, 유기농 식품을 자주 먹는다.	⑤	④	③	②	①
	5) 조미료가 들어간 음식을 싫어한다.	⑤	④	③	②	①
	6) 인스턴트 식품을 먹지 않으려고 노력한다.	⑤	④	③	②	①
편의	7) 백화점, 슈퍼 등에서 조리가 다 된 음식을 구입한다.	⑤	④	③	②	①
	8) 조리가 쉽고 편리한 제품을 선택한다.	⑤	④	③	②	①
	9) 바쁠 때는 빵, 우유 등으로 끼니를 해결한다.	⑤	④	③	②	①
	10) 바빠서 외식을 자주하는 편이다.	⑤	④	③	②	①
	11) 인스턴트 식품을 자주 먹는다.	⑤	④	③	②	①
미각	12) 나는 맛있는 곳을 찾아 돌아다니며 먹는 것을 좋아한다.	⑤	④	③	②	①
	13) 나는 음식에 돈을 아끼지 않는 편이다.	⑤	④	③	②	①
	14) 나는 맛의 차이를 느끼는 경향이 있다.	⑤	④	③	②	①
	15) 나는 다양한 맛을 원하고 항상 식단을 바꾼다.	⑤	④	③	②	①
	16) 신상품이지만 맛있어 보이면 구입한다.	⑤	④	③	②	①

IV. 온라인 식품 구입

※ 다음 각 문항의 해당되는 곳에 체크해주시요.

1. 귀하는 평소 온라인으로 식품을 얼마나 자주 구입하시나요?

- ① 주 2~3회 ② 주 1회 ③ 2주에 1회
④ 1달에 1회 ⑤ 구입하지 않음 (→ 1-4번으로)

1-1. 1년 전에 비해 현재 귀하의 온라인을 이용한 식품 구입은 어떻게 변했나요?

- ① 매우 감소 ② 약간 감소 ③ 변화없다
④ 약간 증가 ⑤ 매우 증가

1-2. 온라인으로 식품을 구입하는 이유는 무엇인가요?

- ① 품질이 좋아서 ② 가격이 저렴해서 ③ 소량을 자주 구입할 수 있어서
④ 배달이 되므로 ⑤ 상품이 다양해서 ⑥ 장보는 시간을 절약할 수 있어서
⑦ 오프라인에서 구입하기 힘든 상품을 구입할 수 있어서

1-3. 온라인으로 식품을 구입하실 때 어떤 식품을 구입하시나요?

- ① 곡류 ② 과일 ③ 채소 ④ 육류
⑤ 수산물 ⑥ 물 ⑦ 건강기능식품
⑧ 가공식품(HMR제외) ⑨ HMR(즉석조리, 즉석섭취, 즉석가열, 반찬류) ⑩ 밀키트

· **가공식품** : 식품의 원료인 농·수·축산물 등을 가열·발효 등의 요리단계를 거쳐 맛있고, 먹기 편하며, 저장이 쉽도록 가공한 모든 식품 (예: 과자, 빵, 통조림, 각종 냉동식품, 음료, 유제품 등)

· **간편식(HMR, Home Meal Replacement)** : 일정 공정을 거쳐 조리가 된 요리로서 가열 등 간단한 조리 과정을 거치면 먹을 수 있도록 반조리 형태 또는 별도의 조리과정 없이 바로 섭취 가능한 완조리 형태의 음식. 공장에서 제조되는 가공식품 형태이며, 음식점이나 매장 식품부에서 만들어 파는 음식은 포함되지 않습니다.

· **즉석조리식품** : 가열 등 간단한 조리과정을 거쳐서 섭취하는 식품(예:즉석밥, 라면, 미역국, 죽 등)

· **즉석섭취식품** : 별도의 조리과정 없이 바로 섭취가 가능한 식품(예:김밥, 도시락, 반찬류 등)

· **신선편의식품** : 농·임산물을 세척, 박피, 절단 또는 세절 등의 가공공정을 거치거나 이에 단순히 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로서 그대로 섭취할 수 있는 등의 식품(예:샐러드, 새싹채소, 컵 과일 등)

(신선편의식품은 가열·냉동제외)

· **밀키트** : 미리 손질된 식재료와 섞인 소스를 이용해 쉽고 빠르게 조리할 수 있는 요리상자

1-4. 평소 온라인으로 식품을 구입하지 않은 이유는 무엇입니까?

- ① 품질을 신뢰할 수 없어서 ② 상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서
- ③ 교환, 반품이 어려워서 ④ 배송 과정에서 상품파손 및 품질저하가 우려되서
- ⑤ 가격이 비싸서

2. 다음 문항들은 **온라인 구입 시 나타나는 행동**에 관한 것입니다. 문항을 잘 읽은 후, 해당하는 칸에 체크해주시요.

온라인 식품 구입	매우 그렇다	그런편이다	보통이다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1) 온라인으로 식품구입 시 유통기한/제조일자를 확인한다.	⑤	④	③	②	①
2) 온라인으로 식품구입 시 원산지를 확인한다.	⑤	④	③	②	①
3) 온라인으로 식품구입 시 국내산 제품을 선호한다.	⑤	④	③	②	①
4) 온라인으로 식품구입 시 영양 표시(칼로리, 당분, 염분 등) 를 확인한다.	⑤	④	③	②	①
5) 온라인으로 식품구입 시 식품첨가물 표시를 확인한다.	⑤	④	③	②	①
6) 온라인으로 식품구입 시 식품의 저장방법(예: 냉동보관 등)이 용이한지 확인한다.	⑤	④	③	②	①
7) 온라인으로 식품구입 시 친환경적인 재료를 사용했는지 확인하는 편이다.	⑤	④	③	②	①
8) 온라인으로 식품구입 시 식품안전 인증마크의 종류를 알며, 확인한다. [친환경인증마크(유기농, 무농약, 무항생제, 유기가공식품), 건강기능식품(GMP), 품질인증표시, 농산물우수관리(GAP)]	⑤	④	③	②	①
9) 온라인으로 식품구입 시 KS(가공식품산업표준인증) 표시의 의미를 알며, 확인한다.	⑤	④	③	②	①
10) 온라인으로 식품구입 시 HACCP 표시(식품위해요소 중점관리 표시)의 의미를 알며, 확인한다.	⑤	④	③	②	①
11) 온라인으로 식품구입 시 GMO 식품 표시(유전자변형 농산물 표시)의 의미를 알며, 확인한다.	⑤	④	③	②	①
12) 온라인으로 식품구입 시 제조업자명(판매업자명)을 확인한다.	⑤	④	③	②	①

13) 온라인으로 식품구입 시 식품안전 정보를 활용하여 안전한 식품을 구입한다.	⑤	④	③	②	①
14) 온라인으로 식품구입 시 안전한 식품구입을 위해 추가 비용을 지불할 의사가 있다.	⑤	④	③	②	①
15) 유명한 브랜드의 상품은 관련정보를 확인하지 않고 그냥 구입한다.	⑤	④	③	②	①
16) 온라인으로 식품구입 시 필요한 정보를 충분히 제공한다고 생각한다.	⑤	④	③	②	①
17) 식품의 생산자, 생산지, 영양표시, 첨가물 등의 정보가 잘 나타나 있어 제품을 신뢰할 수 있다.	⑤	④	③	②	①
18) 건강한 식품 소비를 위해 객관적이고 정확한 정보를 활용하여 바람직한 식품을 선택하고 있다.	⑤	④	③	②	①
19) 온라인 식품 구입 시 후기를 꼼꼼하게 살펴보는 편이다.	⑤	④	③	②	①
20) 온라인 식품 구입 시 지인이 사면 따라서 사는 편이다.	⑤	④	③	②	①

V. 식습관

※ 다음 문항들은 식습관에 관한 것입니다. 문항을 잘 읽은 후, 해당하는 칸에 체크해주시요.

1. 하루에 식사를 몇 번 하십니까?

① 1번 ② 2번 ③ 3번 이상

2. 식사시간은 규칙적인 편입니까?

① 매우 규칙적이다. ② 규칙적인 편이다. ③ 불규칙적이다.

3. 끼니를 거르는 식사는 주로 어느 때입니까?

① 아침 ② 점심 ③ 저녁

④ 거르지 않는다.(→ 5번으로)

4. 거르는 횟수는 몇 번입니까?

① 1~2회/주 ② 3~4회/주 ③ 5회 이상/주

5. 평소 식사량은 얼마입니까?

- ① 배부르게 먹는다. ② 적당히 먹는다. ③ 부족하게 먹는다.

6. 식사를 하는 시간은 얼마나 걸립니까?

- ① 빨리 먹는 편이다. ② 적당히 먹는 편이다. ③ 천천히 먹는 편이다.

7. 주로 조리를 해서 먹습니까?

- ① 조리해서 먹는다. ② 간편식을 사서 먹는다. ③ 외식을 한다.

8. 식사할 때 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?

- ① 영양면 ② 경제면 ③ 편리성 ④ 기호성

9. 식사는 주로 누구와 함께합니까?

- ① 혼자 ② 가족 ③ 친구

10. 과식을 한다고 생각한 적이 몇 번 있습니까?

- ① 전혀 하지 않는다. (→ 12번으로) ② 1~2회/주 ③ 3~4회/주
④ 매 식사 과식을 하는 편이다.

11. 과식을 한다면 주로 어느 끼니에 하십니까?

- ① 아침 ② 점심 ③ 저녁

12. 일주일에 야식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?

- ① 전혀 먹지 않는다. ② 1~2회/주 ③ 3~4회/주 ④ 5회 이상/주

13. 일주일에 외식을 하는 횟수는 몇 번입니까?

- ① 전혀 하지 않는다. ② 1~2회/주 ③ 3~4회 /주 ④ 5회 이상/주

14. 주에 간식을 먹는 횟수는 몇 번입니까?

- ① 전혀 먹지 않는다.(→ 16번으로) ② 1~2회/주 ③ 3~4회/주 ④ 5회 이상/주

15. 간식을 먹는다면 주로 어떤 종류를 먹습니까?

- ① 고열량(초콜릿, 아이스크림, 과자 등) ② 음료(커피, 이온음료 등) ③ 칼로리바
④ 샐러드 ⑤ 건강식품

16. 건강하게 식사한다고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다. ② 그렇다. ③ 보통이다.
④ 그렇지 않다. ⑤ 매우 그렇지 않다.

17. 현재 귀하의 건강상태는 어떠합니까?

- ① 건강하다. ② 건강한 편이다. ③ 허약한 편이다.
④ 허약하다. ⑤ 병을 앓고 있다.

설문에 응답해주셔서 대단히 감사합니다.

(문의사항은 김유림 urim1370@naver.com 로 연락 바랍니다.)

Abstract

A study on the impact of nutritional knowledge and food-related lifestyle on online grocery shopping

You-Rim Kim

Department of Nutrition Education, Graduate School of Education

Jeju National University, Jeju Korea

This study analyzed the food-related lifestyle, nutritional knowledge, eating habits, status and considerations of online grocery shopping by adults in Jeju. Through this, it was intended to identify the impact of nutritional knowledge and food-related lifestyle on online grocery shopping and provided basic data on nutrition education to support consumers to have better choices when online grocery shopping. The study was conducted on 300 adults aged 18 to 69 in Jeju, excluding 4 questionnaires that disagreed with the participation of the study before the start of the online survey and were poorly written. The data were analyzed using principal component analysis, cluster analysis, descriptive analysis, χ^2 -test, t -test and ANOVA using the SPSS Win program (version 21.0).

The results of this study can be summarized as follows.

1. General characteristics of participants showed a high proportion of gender in women, age in 20s, education level in college graduates, the type of residence in four or more

people and occupations in office workers.

2. The participants were categorized into 3 types of food-related lifestyle by factors analysis: health-seeking, convenience-seeking, and taste-seeking and divided into 3 groups by cluster analysis: convenience-oriented group, health-oriented group, and dietary-oriented group.

3. The average nutritional knowledge score of the participants was 14.76 (out of 20). Based on the nutritional knowledge score, participants were classified into high-score groups (more than 15 nutritional knowledge scores) and low-score groups (less than 14 nutritional knowledge scores).

4. The number of online grocery shopping of participants was shown in the order of 'not purchased', 'once a month', 'once a week', 'once every two weeks' and '2 to 3 times a week' and changes in online grocery shopping of participants (after the COVID-19) were shown in the order of 'slight increase', 'very increase', 'no change', 'slight decrease' and 'very decrease'. The majority (68.00%) of participants purchased grocery via online shopping.

5. The reasons to prefer the online grocery shopping were high in the order of 'delivery is available', 'the price is low', 'they can purchase products that are difficult to purchase offline', 'they can save time for shopping' and 'they can purchase good quality products in small quantities'. On the other hand, the reasons not to prefer the online grocery shopping were high in the order of 'the quality is unreliable', 'difficult to obtain sufficient

information about the product', 'concerned about product damage and deterioration in the delivery process', 'difficult to exchange and return' and 'the price is expensive'.

6. Frequency of online grocery shopping items by participants were high in the order of 'HMR/meal kit', 'health functional food', 'processed food', 'grain/fruit/vegetables', 'water' and 'meat/seafood'.

7. Consideration factors by the participants in online grocery shopping were certification marks, obligation marks, detail marks and online information verification. Based on cluster analysis, participants were divided into 3 groups with four considerations factors; careful verification type, intermittent verification type and indifference type.

8. Among the food-related lifestyles, the "convenience-oriented group" had the lowest health-seeking level and the highest convenience-seeking level. Compared to other food-related lifestyle groups, nutritional knowledge levels were low, eating habits were relatively unhealthy in the convenience-oriented group. In addition, when online grocery shopping, the number of purchases was relatively high, the ratio of purchasing convenience foods and processed foods was high, and the rate of indifference type that did not check food labeling system was high in the convenience-oriented group.

9. Among the food-related lifestyles, the "health-oriented group" had the lowest convenience-seeking level and the highest health-seeking level. Compared to other food-related lifestyle groups, nutritional knowledge levels were moderate, eating habits

were relatively healthy in the health-oriented group. In addition, when online grocery shopping, the number of purchases was relatively low, the ratio of purchasing health functional food was high, and the rate of intermittent verification type that checks food labelling system more carelessly and intermittently was higher in the health-oriented group.

10. Among the food-related lifestyles, the "dietary-oriented group" was a group with a high degree of consideration for all factors. Compared to other food-related lifestyle groups, nutritional knowledge levels were high in the dietary-oriented group. In addition, when online grocery shopping, the number of purchases was relatively high, the ratio of purchasing convenience and health functional foods was high, and the ratio of careful verification types that carefully checked the food labeling system was high in the dietary-oriented group.

11. 'Groups with high nutritional knowledge' showed a high ratio of careful verification types that carefully checked the food labeling system when online grocery shopping compared to groups with low nutritional knowledge levels.

12. 'Groups with low nutritional knowledge' showed a higher ratio of intermittent verification types that checked food labeling systems more carelessly and intermittently when online grocery shopping compared to groups with high nutritional knowledge levels.

In conclusion, it was confirmed that certain food-related lifestyles and nutritional knowledge levels of consumers in Jeju had a significant impact on their food choices and

eating habits on online grocery shopping. However, this study had limitations of (1) generalization due to high proportion of certain age, gender and region of participants (2) selected food-related lifestyle variables based on existing studies to examine the impact of participants' online grocery shopping. Therefore, to compensate for these limitations, it will be necessary to identify food-related lifestyles on a variety of levels based on sufficient participants and to study the development of customized educational materials for participants with food-related lifestyles in detail. This study analyzed the status and consideration factors of online grocery shopping according to the food-related lifestyles, nutritional knowledge and eating habits of adults in Jeju. The relationship between patterns of online grocery shopping and food-related lifestyles and nutritional knowledge of consumers could provide useful information to make nutrition education program as well as the types and directions of information posted on online grocery shopping sites depending on characteristics of their main consumers.