



토빗분석을 적용한 X세대, MZ세대의 외식지출 영향요인

민지은 · 한경수*
경기대학교 외식조리학과

The Factors Affecting Dining-out Expenses by Generation X and Generation MZ Based on Tobit Model

Ji Eun Min, Kyung Soo Han*

Department of Foodservice and Culinary Management, Kyonggi University

Abstract

The food service industry has grown larger with changes in the economic and socio-cultural environment. In this saturated food service industry, generation X and MZ are the main consumer forces that demand attention. That is because a generation is the main psychographic factor that reflects personal values and lifestyle based on one's life cycle. From such a perspective, a generation in marketing has been used as a variable to predict a market by supplementing demographic factors. Accordingly, this study classified generations into generation X and generation MZ with the use of the 2019 consumer behavior survey for food by Korea Rural Economic Institute (KREI) and then investigated the factors influencing group and personal dining-out expenses. The analysis was carried out applying the Tobit model using SPSS and R. The positively influential variables on generation X's personal dining-out expenditure were male, single person, high income and simple lifestyle, whereas housewives, personal ethical consciousness, behavioral ethical consciousness, and safe dietary life were negatively influential variables. The positively influential variables on generation MZ's personal dining-out expenditures were male, dual-income, high education level, corporate and governmental ethical consciousness, while the number of family members and safe dietary life were negatively influential variables.

Key Words : Generation x, generation mz, dining-out expense, krei

1. 서 론

인구구조의 변화, 노동환경의 변화, 디지털환경의 도래, 경제성장예 따라 외식산업의 규모가 커지고 있는 가운데 외식 수요 및 산업규모에 관한 정량적 연구가 필요한 시점이다. 이러한 연구의 필요성에 따라 인구통계학적, 경제학적 특성에 따른 영향관계에 관한 연구(Woo et al. 2003; Park & Chung 2004; Jho 2011; Kim & Chong 2015)가 수행되어 왔다. 하지만 식품산업의 특성상 인구통계학적, 경제학적 요인만으로 시장을 설명하기에 한계가 있기에 사회, 문화, 기술적 측면의 주변 환경요인을 많이 언급하지만 이에 관한 선행연구는 부족한 실정이다.

이렇게 소비자의 사회문화적 환경을 알아보고 세분화하기 위해 소비자학과 경영학에서는 세대(generation)를 주목한다. 세대는 단순히 연령대에 따른 소비자 범주가 아니라 생애주기라는 인구통계적 특성을 기반으로 다른 경험을 한 소비자

의 가치 및 라이프스타일의 차이가 반영된 복합적으로 반영한 변수이기 때문이다(Kwon & Kim 2019). Lee & Kim (2021)의 연구에서도 세대별 생활방식과 소비문화의 차이가 있기에 다른 소비패턴은 가진 소비계층을 세대별로 이해해야 한다고 나타났다. Kim & Huh(2007)는 세대를 역사학적 관점에서 해석하면 감수성이 민감한 청년기에 어떠한 큰 사건을 겪으며 그들만의 공통점을 가지는 것이라고 표현하였다. 또한 마케팅학에서 세대는 STP전략에서 중요변수로 다루어져왔는데 이는 세대가 인구통계학적인 요소를 보완할 수 있는 사이코그래픽스(Psychographics)의 주요 요소인 가치와 라이프스타일을 포함하는데 있다고 할 수 있기에 소비자를 설명하고 예측하는 중요변수로 사용해왔다. 소비자행동학에서 세대를 인구통계적 변수의 한계를 극복하게 해주는 요소로서 개별소비자, 소비자 집단을 설명하는데 자주 쓰인다(Kim & Huh 2007). 특히 외식비 지출의 경우 외식소비자가 처한 사회현상, 의식수준, 경제수준, 라이프스타일에 따라 차

*Corresponding author: Kyung Soo Han, Department of Foodservice and Culinary Management, Kyonggi University, 03-746, 24, Kyonggidae-ro 9-gil, Seodaemun-gu, Seoul 03746, Korea Tel: +82-2-249-5126 Fax: +82-31-249-9173 E-mail: kshan@kyonggi.ac.kr

이가 날 수 있기 때문에 세대별 외식지출성향을 알아볼 필요가 있다.

MZ세대는 1980년대부터 2000년대 사이에 태어난 밀레니얼세대(millennial)와 Z세대(generation Z)를 총칭하는 말로 이들은 디지털 네이티브(Digital native)세대로 SNS, 스마트폰 및 모든 IT기기에 능숙한 세대이다(Lee 2020). 이 중 밀레니얼세대는 2020년 노동인구의 35%로 평가되며 그 비중이 점점 커지고 있는 세대이다(Lee 2018). 또한 이들은 미래에 대해 비관적이며 타인에 대해 신뢰가 낮은 성향을 통해 유기농식품, 로컬브랜드를 선호하는 소비패턴을 보이는 것으로 나타났다(Lee 2018). 또한 아깁 때는 아끼지만 쓸 때는 과감히 플렉스(Flex) 라이프를 즐기며 미래를 위한 저축보다는 현재를 위한 소비, 미래를 위한 희생을 하지 않는 세대로 이러한 소비성향이 식생활에도 변화를 일으키고 있다(Lee & Kim 2021). 실제로 MZ세대는 살롱문화, 인스타그램머블(instagramable), 밈문화(meme), 착한소비, 윤리적소비, 가치소비, 굿즈마케팅의 중심인 세대이다(Lee 2020). 이와 함께 개인의 사회적, 정치적 신념을 적극적으로 표현하고 실질적으로 이를 소비의 형태로까지 이끌어내는 윤리적 소비현상이 밀레니얼세대를 중심으로 나타나고 있기에 이들에 관한 연구의 필요성이 대두되고 있다(Kim et al. 2020).

밀레니얼 세대 다음으로 높은 인구비중을 차지하고 있는 X세대는 현재 40-50대로 소득이 높고 자산규모가 크며 사회경제적으로 중추적인 위치에 있는 세대로 라이프사이클 상에서 소득이 극대화된 세대이다(Joo et al. 2020). 또한 이들은 물질적 풍요를 경험한 세대로 소비 및 개성을 중요시하고 탈권위주의적, 개인주의적 특성이 나타난다(Kim 2011). 기존 베이비붐세대와는 달리 레저, 여행, 외식 등 삶을 즐기는 지출이 높은 세대로 풍요로운 유년기를 보낸 세대라도 평가 받고 있다(Huh & Kim 2003). X세대 생애주기상 외식소비지출에 큰 비용을 지출할 것으로 예상되는 세대로 소비트렌드를 이끌 MZ세대와 함께 이들에 관한 연구의 필요성이 제기되고 있다.

이에 따라 본 연구는 농촌경제연구원의 식품소비행태 조사 자료를 이용하여 개인 외식지출에 미치는 사회문화적, 인구통계학적 요인을 알아보려고 하였다. MZ세대는 외식이 일상화되고 전체 노동인구에서 차지하는 비율이 높으며 X세대는 생애주기 상 가장 높은 소득을 벌고 있기에 개인 외식 지출에 영향을 미치는 요인을 알아보려고 하였다.

II. 연구 내용 및 방법

1. 조사대상 및 시기

본 연구는 한국농촌경제연구원(KREI: Korea Rural Economic Institute)의 『2019년도 식품소비행태 조사』 원시자료를 이용하여 외식지출에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 식품소비행태 조사는 식품소비행태 분석을 통해 식품산업의 경

쟁력 제고와 함께 효율적인 식품정책 추진을 목적으로 농촌경제연구원(KRED)에서 2013년부터 매년 설문조사를 시행하고 있다. 또한 기존 국가단위의 식품통계는 영양조사를 목적으로 진행되어 식품소비행태 및 정책관련 인식조사의 필요성이 제기되어 식품관련 소비자의 구매 행태 및 선호도에 관한 기초자료를 제공하는데 목적이 있다. 본 연구에 활용된 2019 식품소비행태 조사는 만 19세 이상-75세 이하의 주구입자, 가구구성원, 청소년을 대상으로 설문을 진행하여 총 6,176명의 원시자료를 제공하였다. 조사기간은 2019년 6월 5일-8월 11일로 (주) 마크로밀 엠브레인에서 수행하였다.

본 연구에서는 연구목적에 적합한 가족구성원 자료 중 X세대 2,289명, MZ세대 1,575명의 자료를 이용하였다. 본 연구의 X세대와 MZ세대 기준은 Huh & Kim(2003), Kim & Huh(2007), Kim(2011), Joo et al.(2020)의 연구를 토대로 X세대 1965-1979년생, MZ세대 1980-2010년생으로 구분하였고 세대구분에 있어서 연구별 출생연도가 2-3년 차이가 난다고 하더라도 집단별 공통된 정치, 경제, 사회문화적배경은 동일하다고 볼 수 있다(Kim & Huh 2007).

2. 조사내용 및 분석방법

농촌경제연구원의 2019 식품소비행태 조사 자료를 이용하여 X세대와 MZ세대의 개인외식지출비용에 미치는 영향요인을 알아보려고 정량적 분석을 실시하였다. 인구통계학적특성으로는 성별, 월 소득 수준, 교육 수준, 맞벌이 여부, 결혼 여부, 직업변수, 가족 구성원 수를 이용하였으며 식행동 변수로 식사 거른 횟수, 집밥 섭취 횟수, 배달이용 횟수, 외식 횟수를 분석에 이용하였으며 라이프스타일 변수, 식생활 변수, 윤리의식 변수를 연구에 활용하였다. 조사대상의 일반적 특성을 알아보기 위해 SPSS 18.0을 이용하여 빈도분석, 차이검정을 실시하였으며 측정항목의 신뢰도 및 타당성 검사를 위해 탐색적 요인분석, 신뢰도 분석, 타당성 분석을 실시하였으며 외식 지출비용에 미치는 영향을 Tobit모형을 통해 알아보기 위해 R 28.1을 이용하여 분석하였다(Hlavac & Marek 2018). 이때 외식지출비용에 영향을 미치는 요인 중 유의미하지 않은 요인은 회귀식에서 제거하였다. 일반적으로 변수간의 관계를 추정하기 위해 일반선형회귀(OLS)모형을 주로 이용하지만 종속변수가 지출요인과 같이 0보다 작은 값을 가질 수 없어 단절되거나(Censored), 특정값으로 절단(Truncated)된 변수일 경우 일반선형회귀분석을 이용할 경우 편향된(bias) 추정결과를 얻을 수 있다. 본 연구에서는 이에 따른 문제점을 해결하고자 토빗모형(tobit model)을 이용하였다(Park 2018; Baik et al. 2020). Tobit모형은 종속변수가 취하는 값의 범위가 부분적으로 절단 또는 삭제되어 어떤 특정 값 이상 또는 이하에서 관찰되지 않을 경우에 추정할 수 있는 회귀모형으로 이에 따른 회귀식은 (1)과 같다. 이때 y^* 는 일반 선형모형의 가정, 정규분포, 등분산을 만족한다. 본 연구에 사용된 외식지출비용의 경우 식(2)와 같이 하한이 0,

상한이 u 로 양쪽 한계가 주어지기에 관찰치 y 는 $y^* \leq 0$ 이면 0이고, $0 \leq y^* \leq u$ 이면 $y = y^*$ 로 나타내며, $y^* \geq u$ 이면 $y = u$ 로 나타나게 된다.

$$y^* = \beta_0 + x\beta_1 + u, u \sim N(0, \sigma^2) \tag{1}$$

$$y = \begin{cases} 0 & \text{if } y^* \leq 0 \\ y^* & \text{if } 0 \leq y^* \leq u \\ u & \text{if } y^* \geq u \end{cases} \tag{2}$$

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

X세대와 MZ세대의 성별, 결혼 여부, 교육수준, 월수입, 직업, 가족 구성원 수와 같은 인구통계적 특성을 비교한 결과 <Table 1>과 같다. X세대의 남성 43.8%, MZ세대의 남성은

45.9%로 두 집단 간 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났으며 결혼 여부에서는 X세대는 87.6%가 기혼자로 나타났으며 MZ세대는 40%만 기혼자로 나타나 집단 간 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 교육수준의 경우 대학이상의 비율이 MZ세대는 64.9%, X세대는 51.9%로 MZ세대 응답자의 교육수준이 더 높은 것으로 나타났다. 월 수입 100만원 이하의 그룹은 MZ세대는 23.2%로 높게 나타났으며 X세대의 경우 7.4%로 나타났다. 또한 맞벌이 여부의 경우 X세대는 59.1%가 맞벌이 가구로 나타났으며 MZ세대는 52.8%가 맞벌이하는 것으로 나타났다. 직업의 경우 식품소비행태 조사의 12개의 직업군을 관리자, 전문가, 사무종사자는 관리직으로 서비스직, 판매종사자는 서비스직으로, 농림어업 종사자, 기능원, 장치·기계 조작자, 단순 노무자는 노무직으로, 무직 및 군인, 학생은 기타, 주부로 재코딩하였다. X세대의 경우 관리직, 서비스직이 높게 나타났으며 MZ세대는 기타직

<Table 1> Comparison of general characteristics of subjects

N(%)

	X generation (N=2,289)	MZ generation (N=1,575)	p
Gender			
Male	1,002(43.8)	723(45.9)	.191
Female	1,287(56.2)	852(54.1)	
Marital status			
Single	283(12.4)	945(60.0)	.000
Married	2,006(87.6)	630(40.0)	
Education level			
Middle school	12(.5)	96(6.1)	.000
High school	1,087(47.5)	456(29.0)	
College/University	1,173(51.2)	1,013(64.3)	
Graduate school	17(.7)	10(.6)	
Monthly income			
Less than 1,000,000 won	169(7.4)	366(23.2)	.000
1,000,000-1,999,999 won	464(20.3)	279(17.7)	
2,000,000-2,999,999 won	686(30.0)	463(29.4)	
3,000,000-3,999,999 won	541(23.6)	247(15.7)	
4,000,000-4,999,999 won	272(11.9)	139(8.8)	
5,000,000 won over	157(6.9)	81(5.1)	
Occupation			
Manager	883(38.6)	691(43.9)	.000
Service	785(34.3)	306(19.4)	
Labor	389(17.0)	87(5.5)	
House wife	224(9.8)	84(5.3)	
Others	8(.3)	406(25.8)	
Dual income status			
Single income	936(40.9)	743(47.2)	.000
Dual income	1,353(59.1)	832(52.8)	
Number of family			
1	233(10.2)	231(14.7)	.000
2	1,307(57.1)	642(40.8)	
3	495(21.6)	366(23.2)	
4 over	254(11.1)	336(21.4)	

(25.8%)이 높게 나타났다. 가족구성원의 경우 1인가족 14.6%, 4인 이상 가족의 비율은 MZ세대가 21.4%로 X세대보다 높게 나타났으며 2인가족의 비율은 X세대가 57.1%로 나타났다.

2. 라이프스타일, 식생활, 윤리의식의 신뢰도 및 타당도 검증
 라이프스타일 변수의 타당성과 신뢰도 검사를 한 결과 총 15개의 문항 중 공통성이 0.4 이하인 ‘다양한 맛을 위해 식단을 자주 바꾸는 편이다’, ‘새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다’, ‘HACCP, GAP제품을 구입하는 편이다’의 3개의 문항을 삭제하고 12개의 문항을 최종분석에 이용하였다 <Table 2>. 요인분석 결과 식품구입 시 가격비교를 하며 사전 구매목록을 작성하는 등의 6개의 문항을 이용하여 ‘합리적 라이프스타일(23.559%)’요인을 추출하였으며, 아침을 간단하게 먹고 소포장제품을 구입하며 배달이나 HMR식을 자주 먹는다는 3개의 문항을 이용하여 ‘간편 라이프스타일(16.639%)’이 추출되었다. 마지막으로 상한 것이 의심되면 음식을 섭취하지않거나 아침식사 및 규칙적인식사를 한다는 문항을 이용하여 ‘건강 라이프스타일(13.047%)’로 요인을 명명하였다. KMO값은 .840, Bartlett 구형성 검정값은 16.182.501, 유의수준은 .000 이하로 나타나 요인분석에 적합한 것으로 나타났으며 신뢰도계수는 0.7 이상으로 나타나 측정변수들은 타당성과 신뢰성이 확보되었다. ‘건강한 라이프스타일’의 경우 신뢰도 계수가 .463으로 다소 낮게 나타났으나 측정문항이 3개인 점을 고려한다면 신뢰할만한 계수이다. 이는 2016년과 2017년 식품소비행태 조사 자료를 활용한 선행연구(Jac et al. 2017; Han & Min 2020)와 같은 결과이다.

식생활 변수에 관한 요인분석과 신뢰도분석을 한 결과 <Table 3>와 같다. 식생활변수와 관련된 총 18개의 문항 중 요인적재치가 0.4 이하인 ‘상한 것이 의심되는 등 위해가능성이 있는 식품은 아까워도 섭취하지 않는다’와 ‘김치와 장류를 직접 담그거나, 앞으로 만드는 법을 배워서 담가 먹을 예정이다’의 2개 문항은 삭제하였다. 총 16개의 문항을 요인분석에 이용하여 아침식사, 채소 과일 등의 섭취와 관련된 문항을 10개의 문항을 이용하여 ‘건강한 식생활(33.564%)’ 요인을 추출하였으며, 식품의 안전을 우선시하는 3개의 문항을 이용하여 ‘안전한 식생활(7.179%)’ 요인으로 명명하였다. 마지막으로 밥 중심의 한국형 식단을 선호하는 것과 관련된 문항이 묶여 ‘전통 식생활(8.366%)’로 명명하였다. KMO값 = .911, Bartlett구형성 검정결과 카이제곱 값=26,520.869, 유의수준 .000 이하로 나타나 요인분석에 적합한 것으로 나타났으며 요인별 Cronbach's α값은 0.6 이상으로 나타나 측정변수들은 타당성과 신뢰성이 확보되었다.

윤리의식 변수에 관한 타당성 및 신뢰도 분석을 한 결과 <Table 4>와 같다. 총 16개의 문항중 공통성이 0.4 이하인 ‘가정이나 식당에서 음식을 남기지 않는다’의 문항을 삭제하고 총 15개의 문항을 요인분석에 이용하였다. 총 3개의 요인이 추출되었으며 정부 또는 기업이 추진하는 캠페인활동에 대한 참여의사와 관심과 관련된 문항이 묶여 ‘기업 및 정부 윤리의식(19.90%)’으로 명명하였으며, 가족과 개인의 식생활 윤리의식과 관련된 문항을 묶어 ‘개인 윤리의식(18.62%)’으로 명명하였으며, 친환경 제품에 대한 구매의사와 관련된 문항을 사용하여 ‘행동 윤리의식(11.92%)’으로 명명하였으며

<Table 2> Factor analysis and reliability analysis of Life style values

Item	Mean ±Std	Factor loading	Eigen values	% of variance	Cronbach's α
Rational					
When purchasing food, I tend to make a list of purchases in advance.	3.23±.848	.727	2.827	23.559	.773
When purchasing food, I tend to check the level of quality relative to price.	3.34±.825	.717			
I tend to consider calories and nutrients when I eat.	3.39±.823	.649			
I tend to buy the same product by comparing the prices of different companies.	3.36±.820	.642			
Safety before price or taste is considered in food selection	3.42±.750	.574			
I'm picky about food for my health.	3.44±.788	.563			
Simple					
Home Meals (HMR) or dining out/delivery food are often used.	3.06±1.021	.825	1.997	16.639	.723
I tend to have a simple breakfast with bread or fruit rather than rice.	2.94±1.026	.791			
When purchasing food, I tend to buy small packaged products and pretreated agricultural products (cutting, washing, etc.).	3.15±.962	.687			
Healthy					
Food that is potentially harmful, such as suspected of being spoiled, is not consumed at all.	3.71±.826	.800	1.566	13.047	.463
When choosing a food, I value taste.	3.63±.749	.643			
I tend to eat breakfast regularly.	3.55±.870	.449			
Cumulative % variance=53.245, KMO=.840, Bartlett's test=16182.501 Sig.=0.000					

<Table 3> Factor analysis and reliability analysis of Dietary life values

Item	Mean ±Std	Factor loading	Eigen values	% of variance	Cronbach's α
Healthy					
I have to control my diet because I have to maintain proper weight for my health.	3.63±.750	.659			
Eat a variety of foods evenly for proper nutrition.	3.58±.728	.629			
Eat as much as I need without overeating.	3.65±.715	.612			
I try to eat five basic food groups every meal for nutritional balance.	3.53±.761	.592			
I usually eat a lot of vegetables, fruits and whole grains.	3.55±.660	.590			
Breakfast keeps me healthy and avoids overeating.	3.75±.663	.580	5.370	33.564	.825
I tend to eat breakfast and eat regularly.	3.71±.831	.548			
I know healthy agri-foods such as vegetables, fruits and whole grains.	3.60±.679	.533			
I eat with my family more than once a day.	3.60±.816	.472			
Eating with my family is important in my diet.	3.74±.750	.458			
Traditional					
I try to eat our food centered on rice.	3.70±.681	.796			
Rice-based Korean diet is good for my health.	3.73±.706	.765	1.339	8.366	.736
It is necessary to inherit and develop a traditional diet.	3.67±.647	.716			
Safety					
I am aware of the hazards at the production, distribution and consumption levels of agricultural products	3.48±.699	.806			
I know safe storage methods and recipes for each type of agri-food.	3.47±.780	.757	1.149	7.179	.660
Safety is a priority over price and taste when choosing food.	3.60±.792	.570			
Cumulative % variance=49.109, KMO=.911, Bartlett's test=26520.869 Sig.=0.000					

총 분산설명력은 50.44%이다. KMO값은 .913, Bartlett 구형성 검정값은 24235.428, 유의수준은 .000 이하로 요인분석에 적합한 것으로 나타났으며 Cronbach's α값이 0.6 이상으로 나타나 타당성과 신뢰성이 확보되었다.

3. X세대와 MZ세대의 외식지출 영향요인

X세대의 개인 외식지출영향요인을 Tobit모형을 통해 분석한 결과 남성일수록, 1인가족일수록, 월 소득이 높을수록 외식지출비용이 높은 것으로 나타났으며 가정주부는 외식지출비용에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다<Table 5>. 이는 외식서비스는 경제이론과 부합된다고 나타낸 Jung & Ji(2017)와 월 소득이 높을수록 외식지출비용이 높게 나타난 Park(2010)의 연구를 지지한다. 또한 1인가구일수록 시간과 비용의 효율성 때문에 다인가구보다 외식비지출이 27% 높다고 나타낸 Ko(2014)의 연구, 1인가구는 외식산업에 정(+)의 영향력이 있다고 나타낸 Jo(2016)의 연구와 같은 결과이다. 식생활요인에서는 안전요인이 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타나 안전한식생활을 추구할수록 외식지출비용이 적은 것을 알 수 있다. 라이프스타일에서는 간편형 라이프스타일을 추구할수록 외식지출비용이 높은 것으로 나타났다. 이는 외식을 자주 이용하는 고빈도 이용자의 세분화 집단에 간편형 라이프를 추구하는 집단이 있음을 나타낸 Han & Min

(2020)의 연구와 같은 결과이다. 윤리의식요인에서는 식생활 교육, 로컬푸드, 음식물쓰레기 등과 관련된 변수를 묶은 요인인 개인윤리의식, 유기농식품구매와 관련 된 행동윤리의식 요인은 외식지출에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 올바른 식생활을 추구할수록 외식지출이 낮은 것을 알 수 있다.

MZ세대의 개인 외식 지출비용에 영향을 미치는 요인을 Tobit모형을 통해 분석한 결과 <Table 6>과 같다. 인구통계학적 특성으로는 남성, 맞벌이 가정, 고학력자, 가족구성원이 적을수록 개인 외식 지출비용이 높은 것으로 나타났다. 이는 1인 남성의 외식지출비용이 1인 여성의 외식지출보다 높게 나타난 Ko(2014)의 연구결과와도 같다. 식행동 변수에서는 식사 거른 횟수는 유의미한 변수로 나타나지 않았으나 배달 테이크아웃 이용 횟수는 유의미한 변수로 나타났다. 특히 저녁 외식횟수 높을수록 외식지출 또한 높게 나타났다. 식생활 요인에서는 안전식생활을 추구할수록 외식 지출비용이 낮은 것으로 나타났다. 즉 MZ세대에게 외식을 저해하는 요인으로 식품의 안전성이 중요한 변수임을 알 수 있다. 또한 윤리의식에서는 기업 및 정부 윤리의식이 높을수록 외식지출 비용이 높은 것으로 나타났는데 기업의 윤리적, 자산적, 법률적, 경제적 책임활동을 하는 윤리 친화적 기업의 경우 소비자 구매의향에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타난 Park

<Table 4> Factor analysis and reliability analysis of Ethical consciousness values

Item	Mean ±Std	Factor loading	Eigen values	% of variance	Cronbach's α
Corporate & Governmental					
Willing to join or sponsor a citizen or consumer organisation for the purchase/ consumption of healthy agri-food	3.47±.880	.716	2.985	19.903	.780
Public relations/campaign activities of various channels should be promoted to promote healthy eating habits.	3.54±.728	.701			
I am willing to take dietary education to improve my eating habits.	3.44±.813	.700			
I will participate in the five main tasks of promoting the consumption.	3.50±.716	.659			
agriculture products companies are willing to participate in boycotts if they act in a way that causes problems to the environment or society.	3.54±.813	.528			
I must first purchase goods from companies that produce or sell food with a sense of responsibility for society.	3.62±.767	.451			
Personal					
Reducing food waste goes a long way towards preserving the environment and reducing resource waste.	3.84±.621	.742	2.793	18.623	.751
Good table manners should be observed in the face of changes in the social environment, such as nuclear familyization and increased dining out.	3.66±.665	.681			
Our agricultural products taste good and are good for health.	3.78±.718	.646			
My family values table manners and tries to keep them.	3.67±.633	.565			
Agriculture products is directly linked to the health of the people and therefore must first strengthen agri-food consumer rights.	3.71±.600	.511			
Dietary education can improve poor eating habits.	3.65±.722	.481			
Behavioral					
I buy environmental-friendly agriculture products even if they are expensive.	3.31±.821	.786	1.788	11.923	.642
Domestic or local ingredients are purchased even if they are expensive.	3.45±.807	.685			
Green agri-food consumption is conducive to health and the environment.	3.58±.737	.668			
Cumulative % variance=50.449, KMO=.913, Bartlett's test=24235.428 Sig.=0.000					

(2017)의 연구와 동일한 결과이다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 전체 인구의 55%를 차지하고 향후 주 소비주체로 주목받고 있는 X세대와 MZ세대의 외식지출 비용에 영향을 미치는 요인을 알아보기와 한국농촌경제연구원의 2019 식품소비행태 조사 자료를 활용하였다. 성인가구원의 개인의 식지출에 영향을 미치는 요인을 알아보기와 인구통계학적요인, 라이프스타일 변수, 식생활 변수, 윤리의식 변수를 활용하였으며 Tobit모형을 통해 알아보았다.

연구결과 첫째, 라이프스타일변수는 합리적 라이프스타일, 간편 라이프스타일, 건강라이프스타일의 3개의 요인 추출하였으며, 식생활변수는 건강한식생활, 안전한 식생활, 전통식 생활로 요인이 도출 되었다. 윤리의식변수 기업 및 정부 윤리의식, 개인윤리의식, 행동윤리의식의 3개의 요인으로 도출 되었다. 둘째, X세대의 경우 남성일수록, 1인 가족일수록, 고 소득, 개인의 윤리의식이 낮을수록, 간편한 라이프스타일을 추구할수록, 안전한 식생활을 추구하지 않을수록 외식지출

비용이 높은 것으로 나타났다. 또한 건강한 식생활 추구가 외식지출에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 건강보다는 안전성과 간편성 추구가 외식지출에 중요한 영향 변수임을 알 수 있다. 이는 외식을 자주하는 고빈도 소비자의 경우 간편한 식생활을 추구하는 소비자와 건강한 식생활을 추구하는 소비자 군집이 존재함을 나타낸 Han & Min (2020)의 결과와 유사한 결과로 건강한 식생활을 추구해도 외식생활이 가능함을 시사한다. 또한 외식과 배달을 이용하는 집단은 외식, 배달을 모두 이용하지 않은 집단보다 쾌락적 경험추구, 건강추구, 가격을 중요시하는 것으로 나타난 Jae et al.(2017)의 연구와도 같은 결과이다. 셋째 MZ세대의 경우 남성일수록, 맞벌이가정일수록, 고학력, 가족 구성원 수가 적을수록, 저녁배달 빈도가 높을수록, 기업 및 정부 윤리의식이 높을수록, 안전을 추구하지 않을수록 외식지출비용이 높은 것으로 나타났다. Park & Chung(2004)의 연구에서는 외식비 지출의 결정요인으로 나이, 성별, 소득, 학력, 가족구성원 수, 가족유형, 외식소비성향에 관해 분석한 결과 여성, 핵가족, 고소득, 저연령일수록 외식비 지출이 높은 것으로 나타났다. Shin et al.(2020)의 연구에서도 외식비는 소득에 탄

<Table 5> The factors affecting dining-out expenses by X generations

		Estimate value (p)	std.error	t-value
(Intercept)		45,477.62***	-14,431.12	3.151
Demographics	Gender (Female=0, Male=1)	29,511.85***	-3,818.84	7.728
	Marital status (Single=0, Married=1)	7,998.73	-6,419.42	1.246
	Single person household (No=0, Yes=1)	26,770.93***	-7,738.92	3.459
	Dual income(No=0, Yes=1)	-2,796.31	-4,004.79	-0.698
	Monthly income	4,618.26***	-701.77	6.581
	Education Level (0=under middle school, 3=Graduate school)	4,099.76	-3,822.70	1.072
	Manager (No=0, Yes=1)	-5,014.47	-5,445.46	-0.921
	Service (No=0, Yes=1)	-4,225.68	-5,031.55	-0.84
	Labor (No=0, Yes=1)	1,267.21	-916.635	1.382
	House wife (No=0, Yes=1)	-15,687.66**	-7,731.53	-2.029
Dietary behavior	Skip lunch (0-7)	-503.63	-3,455.73	-0.146
	Skip dinner (0-7)	3,397.87	-3,241.85	1.048
Life style	Rational	-155.90	-2,063.93	-0.076
	Simple	9,042.55***	-1,949.94	4.637
	Healthy	-509.64	-1,896.47	-0.269
Dietary Life	Healthy	1,381.68	-2,285.35	0.605
	Traditional	-2,721.41	-2,157.69	-1.261
	Safety	-3,826.73*	-2,164.78	-1.768
Ethical consciousness	Corporate & Governmental	3,429.42	-2,264.51	1.514
	Personal	-4,410.02*	-2,250.11	-1.96
	Behavioral	-3,441.96*	-1,874.50	-1.836
LogSigma		11.271***	-0.016	726.777
Log-likelihood:		-27350.29		
Df		23		
Observation		2289		

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

력적인 비용으로 소득이 증가할수록 외식비가 증가하며 소득 1분위와 소득 10분위의 외식비용의 양극화가 지속되고 있음을 나타냈다. 이와 같이 Park & Chung(2004)은 외식지출에 있어서 소득이 큰 영향요인으로 지목했으며, 국내총생산(GDP)의 성장이 외식산업의 성장에 큰 영향을 미치며 국민경제의 활성화로 인해 소비와 여가생활의 증가가 외식산업의 성장과 관련이 있다고 지목한 Kim & Chong(2015)의 연구결과와 같다. Woo et al.(2003)의 연구에서도 소득의 증가와 여가시간의 증대가 외식산업의 질과 양적인 측면에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 주택보급률, 가계소비지출, 소비자물가지수가 외식비와 매우 높은 상관관계가 있어 생활수준의 향상이 외식수요증가와 관련이 있음을 시사하였다. 하지만 MZ세대의 경우 소득 수준 보다는 식품에 대한 안전 인식도, 성별, 간편식 추구성향이 더 큰 영향요인으로 나타났다. 이는 Kang & Kim(2017)의 연구에서는 가계동향 조사 자료를 이용하여 세대별 식품비 지출의 변화를 알아본 결과 에코세대의 경우 식품비의 57.7%를 외식으로 소비한 반면

베이비붐세대는 28.7%를 외식으로 소비하는 것으로 나타났다. 이는 고연령층인 베이비붐세대의 경우 생애주기상 의료비의 증가로 상대적으로 식비를 절감하며 건강식에 관한 인식증가로 외식을 줄인 것으로 나타났다. Jin(2018)의 연구에서는 1인가구의 경우 혼자 먹는 식재료 구매비용보다 외식비가 저렴하여 외식을 한다고 나타났다. 또한 MZ세대의 경우 사회 초년생으로 세대 내 소득의 격차가 크지 않다는 점과 외식을 통한 플렉스 문화를 즐기는 세대이기에 나타난 결과로 사료된다.

X세대와 MZ세대의 경우 식품안전에 대한 요인이 외식지출에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났기에 외식업체의 경우 매출증대 및 소비촉진을 위해 식품의 안전과 관련된 소비자에게 긍정적 인식을 주고자 노력해야한다. 이는 외식과 배달을 이용하는 소비자들이 식품안전성문제에 관심이 많으며 추가비용을 지불하고 안전식품을 구매할 의향이 높게 나타났다기에 식품안전관리가 중요함을 시사한 Jae et al. (2017)의 연구와 같은 결과이다. 또한 맛별이, 전업주부는 외부음

<Table 6> The factors affecting dining-out expenses by MZ generations

		Estimate value (p)	std.error	t-value
(Intercept)		80,387.730***	-17,185.11	4.678
Demographics	Gender (Female=0, Male=1)	15,400.200***	-4,177.60	3.686
	Marital status (Single=0, Married=1)	-2,303.27	-5,977.97	-0.385
	Single person household (No=0, Yes=1)	10,812.31	-9,799.26	1.103
	Dual income (No=0, Yes=1)	11,497.530**	-4,791.05	2.4
	Monthly income	913.95	-800.97	1.141
	Education Level (0=under middle school, 3=Graduate school)	6,387.057*	-3,685.43	1.733
	Manager (No=0, Yes=1)	-16,131.57	-10,223.50	-1.578
	Service (No=0, Yes=1)	381.514	-5,202.04	0.073
	Number of family (1-4)	-7,366.821**	-3,433.64	-2.145
Dietary behavior	Food Delivery_breakfast (0-7)	-5,925.45	-6,187.51	-0.958
	Food Delivery_lunch (0-7)	4,662.91	-5,722.02	0.815
	Food Delivery_dinner (0-7)	11,988.830***	3,635.188	3.298
Life style	Rational	-1,780.89	-2,558.60	-0.696
	Simple	313.756	-2,610.30	0.12
	Healthy	-3,406.09	-2,307.44	-1.476
Dietary Life	Healthy	-1,190.92	-2,802.32	-0.425
	Traditional	-207.096	-2,550.08	-0.081
	Safety	-4,183.935*	-2,502.83	-1.672
Ethical consciousness	Corporate & Governmental	8,760.129***	-2,610.22	3.356
	Personal	-836.014	-2,658.67	-0.314
	Behavioral	-439.236	-2,296.65	-0.191
logSigma		11.276***	-0.018	609.607
Log-likelihood:		-19111.24		
Df		23		
Observation		1575		

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

식의 안전성에 대한 우려가 집밥 횟수와 유의미한 영향요인임을 나타낸 Jin(2018)의 연구와도 시사하는 바가 같다.

본 연구의 시사점은 첫째, 기존의 외식지출과 관련된 선행 연구들이 인구통계학적 변수와, 경제적 지표만을 이용하여 분석하여 소비자의 다양한 식생활 라이프스타일을 반영하지 못했다는 한계점을 극복하고자 라이프스타일 요인, 식생활 요인, 윤리의식 변수를 연구분석에 활용하였다는 점이다. 둘째, Tobit모형을 통해 외식시장의 성장배경에 관한 정량적 연구결과를 도출했다는 점이다. 실무적 시사점으로는 세대 (Generation)라는 사이코그래픽(Psycho graphics) 중요변수를 이용하여 X세대와 MZ세대의 외식지출비용의 차이점을 알아봄으로써 세분화된 타겟에 맞는 외식전략을 위한 기초자료를 제공하였다는 점이다.

본 연구는 2019년 식품소비행태 조사를 활용하여 외식소비지출액을 비교했지만 소득대비 지출비중도 추가적으로 고려한다면 외식지출에 관한 세대별 차이를 더욱 심도 있게 비

교할 수 있을 것이다. 본 연구의 후속 연구로는 세대별 외식에 관한 안전의식, 윤리의식의 차이를 알아 보기위해 심층면접, 포도보이스, 24시간 회상법등의 질적연구를 수행한다면 더욱 심도 있는 결과를 도출할 수 있을 것으로 사료된다. 또한 시대별 트렌드 및 생애주기에 따른 변화를 알아보고자 2013년부터 2021년까지의 식품소비행태 조사 자료를 활용하여 세대뿐 아니라 연령, 연도에 관한 코호트 분석을 실시한다면 세대 및 시기별 소비자의 식품소비특성을 더욱 정교하게 분석할 수 있을 것으로 사료된다.

저자정보

민지은(경기대학교 외식조리학과, 박사, 0000-0003-1218-2510)

한경수(경기대학교 외식조리학과, 교수, 0000-0002-6894-8119)

감사의 글

본 논문은 민지은의 박사학위 논문을 일부 수정 및 보완 하였음.

Conflict of Interest

No potential conflict of interest relevant to this article was reported.

References

- Baik UI, Lee DJ, Sim SW. 2020. A study on its determinants of small bar visitor's expenditure. *J. Marketing Stud.*, 16(4):153-170
- Han KS, Min JE. 2020. Customer Categorization of eating-out frequency in Korea: From Heavy Users to Light Users. *J. Tour. Sci.*, 44(4):123-145
- Hlavac, Marek. 2018. *stargazer: Well-Formatted Regression and Summary Statistics Tables*
- Huh EJ, Kim WS. 2003. Consumption Expenditures and Savings of Baby Boomer Generation Households and Generation X Households. *J. Consum. Cult.*, 6(3):79-97
- Jae MK, Jeon HR, Lee YA. 2017. Difference analysis of consumers for dietary life consumption behavior based on eating out and delivering or taking out food service. *J. Consum. Cult.*, 20(3), pp 27-50
- Jho KH. 2011. Comparison study of household food consumption expenditure-about urban households dual earner or not-. *J. Scholarsh. and Christ. Wordview*, 4:77-93
- Jin HJ. 2018. For the relation between safety concern for food in restaurants or purchased outside and frequency of eating home food: focused on household type. *J. Consumer Policy Stud.*, 49(1):1-21
- Jo PK. 2016. The effects of the economic characteristics of single person households on the food service industry. *Korean J. Community Nutr.*, 21(4):321-331
- Joo SH, Yoo MS, Koh EH. 2020. Comparison of financial product ownership among millennials, Xers, and 86 generations. *Financial Plan. Review*, 13(2):1-32
- Jung UY, Ji KY. 2017. Impacts of population structure change on foodservice expenditure. *International J. Tour. Hosp. Research*, 31(9):203-213
- Kang DH, Kim SY. 2017. An analysis of changes in food expenditure using generational cohorts data. *Korean J. Agric. Manag. Policy*, 44(3):439-468
- Kim KO. 2011. Research about the Divide in the Information consumption across Generation. *Korean Public Manag. Rev.*, 25(4):81-112
- Kim MJ, Chong YK. 2015. The influence of macroeconomic indicators on the foodservice industry. *Korean J. Hosp. Tour.*, 24(3):191-212
- Kim SJ, Park HR, Choi SB. 2020. Sociological considerations on ethical consumption: Focusing on the perception and practice of ethical consumption among women in their 20s. *J. Soc. Sci.*, 31(1):279-299
- Kim WS, Huh EJ. 2007. Comparing Consumption-Related Values and Lifestyles of Baby Boomers, Generation X, and Generation Y. *J Consum. Cult.*, 10(4):31-53
- Ko GY. 2014. Increasing single-person households also change the consumption landscape. *LG business insight*, 1(8):2-16
- Kwon JY, Kim RD. 2019. The Generational Concept, Range, and Characteristics of Korean Consumer: Review of Generational Research in Consumer Studies. *J. Consumer Stud.*, 30(5):77-99
- Lee HS, Kim JH. 2021. Analysis of food consumption behavior due to COVID-19: Focusing on MZ Generation. *J. digital convergence*, 19(3):47-54
- Lee YS. 2020. MZ generation: culture and arts trends. *Korean J. arts study*, 28:341-350
- Park BW. 2017. The effects of corporate citizenship behavior and ethical corporate attitude on consumers' ethical consumption and purchase intention in the foodservice industry. *International J. Tour. Hosp. Res.*, 31(6):219-234
- Park JH. 2018. Analysis of factors influencing the deal proneness of consumers for processed foods. *Korean J. Agric. Sci.*, 45(3):537-539
- Park JS. 2010. A study on the income elasticity of eat-out demand. *J. Foodserv. Manag. Soc. Korea*, 13(1):59-77
- Park YS, Chung YS. 2004. Determinants of food away from home and consumption patters. *Korean J. Food Cult.*, 19(1):118-127
- Shin KA, Lim JH, Chang YH. 2020. Analysis of changes of eating-out and food expenditure in urban households. *Korean J. Hosp. Tour.*, 29(6):187-201
- Woo MH, Lee JH, Chung IJ. 2003. The influence of macro economic environmental change on the food service industries. *J. Tour. Leisure Res.*, 15(2):79-98
- Lee JW. 2018. The advent of millennial moment, Hana financial focus, 8(13):10-11. Available from: <http://www.hanaif.re.kr/boardDetail.do?hmpSeqNo=33580>. [accessed 2021. 05. 30]

Received June 3, 2021; revised June 28, 2021; accepted June 30, 2021