

세대별 치유음식의 인식도 및 콘텐츠 요구도에 관한 연구 : Z, 밀레니얼, X 및 베이비부머 세대간의 비교를 중심으로

A Study on Generational Awareness and Contents Needs of Healing Food : Focusing on the Comparison between Generation Z and X, millennials and Baby Boomers

추한나¹⁾ • 권용석²⁾ • 이재신³⁾.*

국립농업과학원 식생활영양과 박사후전문연구원¹⁾ • 국립농업과학원 식생활영양과 농업연구사²⁾ •
국립농업과학원 식생활영양과 농업연구관³⁾.*

Chu, Han-Na¹⁾ • Kwon, Yongseok²⁾ • Lee, Jae-Sin³⁾.*

Department of Agro-Food Resources, National Institute of Agricultural Sciences^{1),2),3)}

Abstract

The purpose of this study is to understand consumer awareness and preferences for healing foods in order to develop a healing foods program. This study compares and analyzes the perception types, characteristics (concepts), types, and needs of rural healing food programs across different generations. The perception type of healing food was measured using 35 items across 9 categories, while the concept (characteristics) of healing food was assessed with 34 items. Additionally, the types of healing food were evaluated with 47 items, and the demand for rural healing food content was analyzed with 39 items across 4 categories. Participants were classified into Generation Z (born 1996–2010, n=128), Millennials (born 1980–1995, n=256), Generation X (born 1965–1979, n=260), and Baby Boomers (born 1946–1964, n=356). According to the correspondence analysis, Gen Z and Millennials show greater interest in preferences such as meat, fried foods, and desserts, while Generation X and Baby Boomers are more focused on traditional and health-related products, including seafood, fresh vegetables, and kimchi. The needs assessment for developing a rural healing food program indicated that the need for ‘eating’ is greater than that for ‘making’ across all generations, with Gen Z demonstrating more interest in experiential content than other generations. Therefore, it is suggested that healing food manufacturers should develop and promote differentiated and diverse menus tailored to each generation.

Keywords: Healing food, Perception by generation, Correspondence analysis, Multiple factor analysis

I. 서론

현대 사회는 빠른 변화와 수많은 경쟁으로 인해 정신적, 정서적, 신체적 스트레스가 증가함으로써 인간의 삶에 깊은 영향을 미치므로 이를 극복하기 위해 다양한 치유 프로그램들이 개발되고 있다(문수희 외, 2022). 치유 분야에서

도 대표적인 치유농업은 2020년 3월에 ‘치유농업 연구개발 및 육성에 관한 법률’을 제정하였으며, ‘치유농장’, ‘동물치유’, ‘원예치유’, ‘곤충치유’, ‘산림치유’, ‘식물치유’, ‘텃밭치유’ 등으로 활용되고 있다(문수희 외, 2022; 박연진, 2017). 치유에 대한 관심이 높아지는 반면 치유농장에서 활용하는 식재료와 치유음식에 대한 뚜렷한 인식 유형

본 논문은 농촌진흥청 국립농업과학원 농업과학기술연구(과제번호 PJ01740902) 지원을 받아 작성된 것임

* Corresponding author: Lee, Jaesin

Tel: +82-63-238-3582, Fax: +82-63-238-3842

E-mail: olivejs7@korea.kr

© 2024, Korean Association of Human Ecology. All rights reserved.

과 콘텐츠 연구가 매우 부족한 실정이다. 특히 지역 특색을 알릴 수 있는 ‘음식’은 관광객이나 일반 소비자들이 요구하고 있는 대표적인 소재이며, 문화 형성에 매우 중요한 자원이다(박연진, 2017).

치유음식의 정의는 아직 구체적으로 정의되지 않았지만, 치유와 음식의 합성어로 스트레스 해소와 심신의 일상 회복, 건강증진에 도움을 주는 음식으로써 신체뿐만 아니라 정서적 욕구를 충족시키는 것이라고 여겨진다. Song et al. (2024)에 따르면 웰빙음식이나 건강식과 유사할 수 있겠지만 문화적과 사회경제력 요인에 따라 다소 차이가 있다고 하였다. 치유음식에 대한 인식도를 성인 대상으로 조사하였는데, 3가지 유형(신체적 건강, 정서 안정 및 재료와 조리과정)을 중시하는 것으로 분류하였고, 이는 소비자들이 요구하는 치유음식의 형태와 서비스 등에 맞춰 제공해야 한다고 보고되었다(Song et al., 2024). 치유음식 관련 선행연구는 산림치유관광의 지역특산식품을 활용한 치유음식 연구(박연진, 2017), 도시지역 성인 대상 농촌치유관광 음식 특성 선호도 조사(박영희 외, 2016), 임산물 기반형 치유음식 연구(육진수, 김정임, 2022) 등이 수행되었다. 이전의 연구 결과를 종합해보면 음식의 제한된 자원과 대상을 기반으로 연구가 진행되었으나, 세대별 또는 인구 사회학적 요인을 바탕으로 진행한 연구는 아직 수행되지 않은 것으로 나타났다.

한편 국어사전에서는 ‘세대’를 ‘동시대에 사는 공통되는 의식을 가진 비슷한 연령대의 사람들’이라고 설명하고 있다(구분현, 이윤석, 2021). 최근 빠른 시대변화의 흐름에서 가장 대표적으로 언급되는 MZ세대(1980~2010년생)는 2022년 통계청 기준 인구 비율은 32~34%를 큰 부분을 차지하고, 이들의 특징은 차별화되고 독특한 사고와 욕구를 가지고 있다고 보고하였다(이수진, 조성순, 2022; 김지영, 2021). COVID-19로 인한 통제와 불안에 따라 음식 맛과 새로움에 소비 가치를 두며, 유행에 민감하고 개성을 표출하므로 이 세대들의 치유음식에 대한 인식과 요구도 또한 다른 세대와는 차이가 클 것으로 보인다(이수진, 조성순, 2022). 따라서 기성 세대는 축적된 전통적 치유 방식을 선호하는 반면, 젊은 세대는 새로운 트렌드와 과학적 근거를 기반한 건강식품을 더 선호하는 등 치유음식에 대한 인식과 선호도는 세대에 따라 큰 차이를 보일 것으로 예상되기 때문에 심도 있는 조사가 필요할 것으로 생각된다.

선행연구들의 결과들을 바탕으로 본 연구에서는 세대간 인식과 선호도를 조사해 치유음식의 의미와 접근 방식에 대한 다양성을 포함하고자 하였다. 이를 위해 세대별로 Z

세대, 밀레니얼, X세대 및 베이비부머로 구분하여 치유음식에 대한 인식유형, 특성(개념), 종류 및 농촌 치유음식 프로그램 요구도 등을 비교 분석하여 세대별 인식 차이를 도출하고 맞춤 영양 교육에 필요한 기초자료를 수집하고자 하였다.

II. 연구 방법

1. 연구대상

본 연구는 치유음식 프로그램 개발을 위해 세대별로 치유음식 인식유형 및 콘텐츠 요구도를 파악하기 위하여 온라인 설문조사를 시행하였다. 본 연구에 참여한 대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다. 2024년 6월 5일부터 12일 까지 7일동안 전국 만 20세부터 79세 성인 남녀 1,000명을 대상으로 분석을 실시하였다. 대상자 선정은 행정안전부 주민등록인구 통계를 활용하고, 성, 연령, 지역별로 인구비례할당에 맞게 구성하여 설문에 응할 대상자를 선발하였다. 서울을 비롯해 5개 광역시 및 시도 지방에서 거주하는 도시와 농촌 지역의 대상자를 선발하였고, 성별 비율은 남성(49.6%)과 여성(50.4%)이었고, 20세~59세(60%)와 60세~79세(40%)의 연령비율로 구성하였다. 결과 분석을 위해 응답자의 세대별 구분은 Z세대(1996~2010년, n=128), 밀레니얼세대(1980~1995년생, n=256), X세대(1965~1979년생, n=260), 베이비부머세대(1946~1964년생, n=356)로 분류하였다.

2. 설문 도구

본 연구에서는 온라인 설문조사를 위해 설문문항을 작성하였고, 선행연구(Song et al., 2024)와 전문가 자문 등을 바탕으로 세대별 치유음식에 대한 인식이 치유음식 프로그램 개발시 필요한 요인들은 무엇인지 파악하고자 치유음식 인식 유형 9가지 유형의 35개 문항, 치유음식 개념(특성) 34개 문항, 치유음식 종류 47개 문항으로 구성하였다. 소비자가 선호하는 농촌 치유음식 콘텐츠를 개발하고자 선행연구(박영희 외, 2016)를 바탕으로 4가지 유형의 39가지 콘텐츠로 구성하여 조사를 수행하였다. 각 문항에 대한 항목이 인식도에서는 ‘전혀 그렇지 않다’는 1점, ‘보통이다’는 3점, ‘매우 그렇다’는 5점으로 질문하였고, 요구도에서는 ‘전혀 선호하지 않는다’는 1점, ‘보통이다’는 3점, ‘매우

선호한다’는 5점으로써 점수가 높을수록 인식도와 요구도가 높은 것으로 분류하였다. 또한 조사 대상자의 일반 사항을 조사하기 위하여 연령, 성별, 결혼여부, 교육수준, 소득수준 및 거주지 등으로 구성하였다.

3. 분석 방법

수집된 자료의 분석을 위하여 SPSS(Statistical Package for the Social Science, Ver. 18.0, SPSS Inc., Chicago, IL, USA)와 XLSTAT(2024.10.24 Premium version, Addinsoft, Paris, France)를 사용하였다. 연구 대상의 일반적 특성을 확인하기 위해 기술통계분석(Descriptive Analysis)을 활용하여 명목형 데이터는 빈도 및 백분율을 구하였고, 연속형 데이터는 평균 및 표준편차를 구하였다. 세대간 유의성 검정은 범주형 데이터는 교차분석을, 연속형 데이터는 일원배치분산분석을 실시하였고, 일원배치분산분석 결과 집단간 유의적인 차이가 있으면($p < 0.05$), 사후검정 중에 하나인 Duncan의 다중비교 검정을 수행하였다. 측정도구(설문문항)의 신뢰도 확인을 위하여 Cronbach's α 계수를 이용하여 수행하였다. 또한, 치유음식의 특성(개념)과 종류에 대해 각각 대응일치분석(Correspondence Analysis, CA)를 실시하여 세대별로 연관성이 높은 값들을 2차원 도표에 표시하여 차이점 등을 시각적인 결과로 도출하였다. 치유음식의 특성(개념)과 종류와 같은 2개 이상의 변수(요인) 데이터들의 균형을 조절하고 표준화를 거쳐 다양한 분석 결과를 동시에 보기 쉽게 표현하고자 다중요인분석(Multiple Factor Analysis, MFA)를 실시하였다(Bécue-Bertaut & Pagès, 2008).

III. 연구 결과 및 논의

1. 표본의 인구 통계 특성

<표 1>에서 대상자의 평균연령은 Z세대는 25.79세, 밀레니얼은 평균 38.08세, X세대는 평균 54.19세, 베이비부머는 평균 66.76세였다. 전체 평균연령은 50.90세로 나타났다. 통계적으로 유의미한 차이가 있었다. 성별은 전체에서 남성 49.60%와 여성 50.40%의 비율이 비슷하게 나타났다. 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. 결혼여부에 대한 응답은 미혼 비율이 가장 높은 세대는 Z세대(95.30%)였으며, 기혼 비율이 가장 높은 세대는 베이비부

머(82.90%)였다. 전체적으로 결혼 여부에 따른 세대 차이는 통계적으로 유의미하였다. 교육수준에서 대졸 이상 비율이 가장 높은 세대는 밀레니얼(71.10%)였으며, 고등학교 이하 졸업 비율이 높은 세대는 베이비부머(38.20%)였고, 세대간 유의미한 차이를 보였다.

소득수준이 100만원 이하 소득에서는 베이비부머가 7.6%로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며, Z세대가 가장 낮은 비율을 보였다. 100~300만원 사이 소득은 Z세대에서 100~300만 원 구간의 비율이 39.80%로 상당히 높게 나타나며, 이는 다른 세대에 비해 높은 편이었다. 반면, X세대는 이 구간에서 13.10%로 가장 낮은 비율을 보였다. 300~500만원 소득은 전반적으로 모든 세대에서 높은 비율을 차지하고 있으며, Z세대와 밀레니얼이 각각 33.20%로 가장 높은 비율을 보였다. 500~700만원 소득은 X세대가 23.10%로 가장 높은 비율을 보였으며, Z세대는 10.20%로 다른 세대에 비해 낮은 소득 비율을 보였다. 700~1000만원 소득에 대해 X세대가 가장 높은 비율(19.20%)을 차지하고 있으며, Z세대는 12.50%로 이 구간에서 가장 낮은 비율을 나타냈다. 1000만원 이상 소득은 X세대가 9.20%로 가장 높은 비율을 보였으며, 베이비부머가 3.90%로 가장 낮은 비율을 보였다. 낮은 소득 구간(100만 원 이하)에서는 베이비부머의 비율이 가장 높았다. 높은 소득 구간(500만원 이상)에서는 X세대가 상대적으로 높은 비율을 보이며, 특히 1,000만 원 이상 소득 비율이 높았다. 이를 통해 Z세대와 밀레니얼은 중간 소득 구간(100~500만 원)에 주로 분포하며, X세대는 비교적 높은 소득 구간에 비율이 집중된 것을 알 수 있었다.

2. 치유음식 인식 유형

<표 2>는 치유음식에 대한 다양한 인식 항목을 건강, 정서 안정감, 정서 치료회복, 정서 만족감, 섭취환경, 배경 지식, 식재료, 감각특성, 음식 형태 등으로 구분하고 있다. 분석 결과 Z세대는 다른 세대에 비해 전반적으로 인식 수준이 낮은 편이지만, 치유음식의 새로운 경험과 편안함을 제공하는 요소에 대해서는 긍정적인 인식을 가지고 있었다. 밀레니얼은 정서적 편안함과 회복을 시켜주는 치유음식에 대한 인식이 높고, 감각적 요소와 유행에 대한 민감도가 다른 세대보다 높았다. X세대는 치유음식의 활력과 안정감을 중시하며, 섭취 환경과 감각적 품질에서 긍정적인 인식을 하고 있었다. 베이비부머는 대부분의 인식 유형에서 가장 높은 평가를 보였으며, 특히 치유음식이 정서적 안정감,

〈표 1〉 조사대상자의 일반적 사항

	세대 구분								전체		p-value ¹⁾
	Z (1996~2010) n=128		밀레니얼 (1980~1995) n=256		X (1965~1979) n=260		베이비부머 (1946~1964) n=356				
	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	
연령(평균, 표준편차)	25.8 ^d	2.6	38.1 ^c	4.6	54.2 ^b	4.4	66.8 ^a	4.9	50.9	15.3	<0.001 ²⁾
성별											0.790
남성	66	51.6	132	51.6	124	47.7	174	48.9	496	49.6	
여성	62	48.4	124	48.4	136	52.3	182	51.1	504	50.4	
결혼여부											<0.001
미혼	122	95.3	113	44.1	37	14.2	13	3.7	285	28.5	
기혼	4	3.1	138	53.9	200	76.9	295	82.9	637	63.7	
기타(사별, 이혼 등)	2	1.6	5	2.0	23	8.8	48	13.5	78	7.8	
교육수준											<0.001
고등학교 졸업 이하	18	14.1	24	9.4	59	22.7	136	38.2	237	23.7	
전문대 재학/졸업	15	11.7	44	17.2	40	15.4	20	5.6	119	11.9	
대학교 재학/졸업	91	71.1	160	62.5	127	48.8	147	41.3	525	52.5	
대학원 재학 이상	4	3.1	28	10.9	34	13.1	53	14.9	119	11.9	
소득수준(단위: 만원)											<0.001
≤100	7	5.5	15	5.9	16	6.2	27	7.6	65	6.5	
100~300	51	39.8	52	20.3	34	13.1	92	25.8	229	22.9	
300~500	37	28.9	85	33.2	76	29.2	105	29.5	303	30.3	
500~700	13	10.2	49	19.1	60	23.1	67	18.8	189	18.9	
700~1,000	16	12.5	42	16.4	50	19.2	51	14.3	159	15.9	
≥1,000	4	3.1	13	5.1	24	9.2	14	3.9	55	5.5	
거주 지역											0.467
수도권	70	54.7	141	55.1	124	47.7	170	47.8	505	50.5	
대도시	18	14.1	36	14.1	38	14.6	51	14.3	143	14.3	
기타	40	31.3	79	30.9	98	37.7	135	37.9	352	35.2	

¹⁾ 교차분석에 의한 유의확률, ²⁾ 일원배치분산분석에 의한 유의확률

^{a-d} 서로 다른 문자는 Duncan의 사후검정 결과 α=0.05 수준에서 집단간 유의적인 차이가 있음(a>b>c>d)

〈표 2〉 세대별 치유음식 인식 유형

차원	내용	Z		밀레니얼		X		베이비부머		Total		p-value ¹⁾
		Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	
건강 (α = 0.807)	치유 음식은 기력을 회복하고 기운을 차리게 해주는 음식이다.	4.08	0.78	3.99	0.75	4.08	0.70	4.10	0.67	4.07	0.72	0.292
	치유 음식의 성분과 효능 보다는 “이 음식을 먹어서 앞으로 건강해질 것이다” 라는 생각이 나를 치유하는 것 같다.	3.65 ^b	0.96	3.70 ^b	0.90	3.75 ^{ab}	0.83	3.89 ^a	0.78	3.78	0.86	0.010
	치유 음식은 면역력을 향상시키는 음식이다.	3.80	0.85	3.82	0.78	3.97	0.68	3.93	0.68	3.90	0.73	0.059
	치유 음식은 아플 때 치료와 회복을 돕는 음식이다.	3.77	0.85	3.79	0.74	3.82	0.79	3.87	0.75	3.82	0.77	0.496
	치유 음식은 건강을 유지, 증진시켜주는 음식이다.	3.92	0.84	3.90	0.74	3.99	0.69	4.04	0.68	3.98	0.72	0.090
	치유 음식은 영양적으로 훌륭하게 균형 잡힌 음식이다.	3.77	0.91	3.77	0.82	3.77	0.77	3.84	0.76	3.79	0.80	0.560
	소계	3.83 ^b	0.66	3.83 ^b	0.54	3.90 ^{ab}	0.54	3.95 ^a	0.51	3.89	0.55	0.041

>> 뒤에 계속

〈표 2〉 세대별 치유음식 인식 유형

차원	내용	Z		밀레니얼		X		베이비부머		Total		p-value ¹⁾
		Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	
정서- 안정감 ($\alpha = 0.826$)	치유 음식을 먹으면 차분함과 편안한 기분을 느끼게 된다.	3.70	0.83	3.73	0.84	3.78	0.77	3.79	0.76	3.76	0.79	0.632
	치유 음식은 지치거나 힘들 때 먹으면서 나를 휴식하게 하는 음식이다.	3.80	0.87	3.82	0.85	3.86	0.81	3.85	0.77	3.84	0.81	0.887
	치유 음식을 먹으면 보살핌 받는다는 느낌을 받는다.	3.63 ^b	0.95	3.67 ^b	0.86	3.85 ^a	0.77	3.89 ^a	0.73	3.79	0.81	<0.001
	치유 음식은 내가 키우거나 채집한 식재료를 쓰거나 식사준비 과정에 참여하여 먹을 때 성취감을 느끼는 것이 중요하다.	3.41 ^{ab}	1.03	3.30 ^b	1.02	3.56 ^b	0.90	3.78 ^a	0.79	3.55	0.93	<0.001
	치유 음식은 따뜻한 정을 느낄 수 있는 음식이다.	3.70 ^{ab}	0.87	3.59 ^b	0.86	3.79 ^a	0.79	3.82 ^a	0.74	3.74	0.81	0.003
	치유 음식은 조리과 식재료에 정성이 많이 들어가야 한다.	3.65 ^b	1.02	3.62 ^b	0.95	3.93 ^a	0.82	4.02 ^a	0.67	3.85	0.85	<0.001
	소계	3.65 ^b	0.68	3.62 ^b	0.65	3.80 ^a	0.60	3.86 ^a	0.54	3.75	0.61	<0.001
정서- 치료 및 회복 ($\alpha = 0.764$)	치유 음식은 스트레스를 받아서 정서적으로 힘들어진 사람을 회복시키는 음식이다.	3.80	0.86	3.84	0.81	3.85	0.79	3.88	0.73	3.85	0.78	0.772
	치유 음식은 우울증, 불안장애 등 정신적 문제를 겪는 사람의 치료와 회복에 도움을 주는 음식이다.	3.66 ^{ab}	0.95	3.57 ^b	0.87	3.69 ^{ab}	0.81	3.78 ^a	0.74	3.69	0.83	0.017
	소계	3.73	0.82	3.70	0.74	3.77	0.74	3.83	0.66	3.77	0.72	0.165
정서- 만족감 ($\alpha = 0.832$)	치유 음식을 먹으면 나에게 보상을 주는 느낌이 든다.	3.78	0.88	3.81	0.80	3.88	0.74	3.90	0.71	3.86	0.77	0.273
	치유 음식은 고급스러워서 먹을 때 즐겁고 만족스러운 음식이다.	3.22 ^b	1.03	3.28 ^{ab}	0.95	3.31 ^{ab}	0.93	3.42 ^a	0.86	3.33	0.93	0.120
	치유 음식은 외관과 맛이 훌륭해서 감각적인 즐거움과 만족감을 주는 음식이다.	3.44	0.97	3.36	0.94	3.31	0.90	3.38	0.82	3.37	0.89	0.591
	치유 음식은 특별한 경험을 하게 해주어 즐거움을 주는 음식이다.	3.56	0.95	3.51	0.89	3.62	0.79	3.65	0.75	3.60	0.83	0.177
	소계	3.50	0.80	3.49	0.72	3.53	0.68	3.59	0.65	3.54	0.70	0.312
섭취 환경 ($\alpha = 0.800$)	치유 음식을 자연 환경에서 먹으면 치유 효과가 더 크게 나타난다.	3.55 ^c	0.93	3.46 ^c	0.99	3.75 ^b	0.88	3.92 ^a	0.75	3.71	0.89	<0.001
	치유 음식을 내 집과 같이 편안한 곳에서 먹으면 치유 효과가 더 크게 나타난다.	3.87	0.83	3.75	0.85	3.81	0.80	3.87	0.79	3.82	0.81	0.309
	치유 음식을 여유롭고 느긋하게 먹으면 치유 효과가 더 크게 나타난다.	3.96	0.83	3.92	0.81	3.93	0.74	3.94	0.69	3.93	0.75	0.963
	치유 음식은 나를 위해 맞춤형으로 서비스가 제공되어야 한다.	3.84	0.85	3.83	0.83	3.89	0.79	3.91	0.72	3.88	0.78	0.648
	소계	3.81	0.66	3.74	0.68	3.85	0.66	3.91	0.59	3.84	0.64	0.312
배경 지식 ($\alpha = 0.690$)	치유 음식은 음식이 가지고 있는 이야기와 스토리텔링을 갖고 있어야 한다.	3.28 ^b	1.08	3.25 ^b	0.95	3.56 ^a	0.82	3.60 ^a	0.78	3.46	0.89	<0.001
	치유 음식은 친환경적이고 도덕적인 방법으로 만들어져야 한다.	3.76 ^{bc}	0.89	3.67 ^c	0.88	3.90 ^{ab}	0.87	4.05 ^a	0.76	3.88	0.85	<0.001
	치유 음식은 추억과 향수를 느낄 수 있는 음식이다.	3.59	0.98	3.40	0.93	3.48	0.85	3.49	0.83	3.48	0.88	0.228
	소계	3.54 ^{bc}	0.79	3.44 ^c	0.70	3.65 ^{ab}	0.67	3.71 ^a	0.62	3.60	0.69	0.014
식재료 ($\alpha = 0.821$)	치유 음식은 계절감에 알맞은 신선한 제철 식재료를 사용하는 것이 중요하다.	3.88 ^c	0.88	3.94 ^c	0.86	4.09 ^b	0.78	4.27 ^a	0.68	4.09	0.80	<0.001
	치유 음식은 지역 특산물을 식재료로 사용하는 것이 중요하다.	3.55 ^c	0.98	3.54 ^c	0.94	3.63 ^{ab}	0.88	3.78 ^a	0.80	3.65	0.89	0.004
	치유 음식은 천연 재료만을 사용하는 것이 중요하다.	3.20 ^b	1.04	3.32 ^b	1.02	3.67 ^a	0.93	3.84 ^a	0.86	3.58	0.97	<0.001
	치유 음식은 향신화물질 등 건강 기능성을 포함하고 있어야 한다.	3.58 ^c	0.94	3.57 ^c	0.89	3.75 ^b	0.83	3.94 ^a	0.75	3.75	0.85	<0.001
	소계	3.55 ^c	0.77	3.59 ^c	0.74	3.78 ^b	0.69	3.96 ^a	0.62	3.77	0.71	<0.001
감각 특성 ($\alpha = 0.604$)	치유 음식은 자극적이지 않고 담백한 맛으로 제공되어야 한다.	3.59 ^{bc}	0.95	3.52 ^c	0.97	3.72 ^{ab}	0.86	3.85 ^a	0.76	3.70	0.87	<0.001
	치유 음식은 현대식으로 세련되고 정갈한 형태로 제공되어야 한다.	3.43 ^{ab}	0.84	3.33 ^b	0.92	3.45 ^{ab}	0.84	3.54 ^b	0.80	3.45	0.85	0.020
	소계	3.51 ^{bc}	0.77	3.42 ^c	0.79	3.59 ^{ab}	0.73	3.70 ^a	0.65	3.57	0.73	<0.001
음식 형태 ($\alpha = 0.789$)	치유 음식은 지역 특색과 토속적인 느낌이 강한 향토 음식이다.	3.23 ^{bc}	0.95	3.16 ^c	0.95	3.34 ^{ab}	0.89	3.46 ^a	0.81	3.32	0.89	<0.001
	치유 음식은 한약재와 식재료를 조화롭게 활용한 약선 음식이다.	3.29 ^b	0.97	3.16 ^b	0.97	3.33 ^{ab}	0.90	3.49 ^a	0.85	3.34	0.92	<0.001
	치유 음식은 원재료의 맛을 살리도록 조리하는 것이 중요하다.	3.65 ^b	0.95	3.57 ^b	0.87	3.83 ^a	0.77	3.95 ^a	0.75	3.78	0.83	<0.001
	치유 음식은 채소 위주로 구성되어야 한다.	3.16	0.99	2.99	0.90	3.06	0.93	3.04	0.80	3.05	0.89	0.373
	소계	3.33 ^{bc}	0.78	3.22 ^c	0.71	3.39 ^{ab}	0.69	3.49 ^a	0.61	3.37	0.69	<0.001

1) 일원배치분산분석에 의한 유의확률

a-c 서로 다른 문자는 Duncan의 사후검정 결과 $\alpha=0.05$ 수준에서 집단간 유의적인 차이가 있음($a>b>c$)

활력, 친숙함을 제공한다고 생각하는 경향이 강하였고, 건강과 정서적 편안함 측면에서 치유음식의 가치를 높게 평가하였다.

모든 세대에서 치유음식이 정서적 안정감과 건강 증진에 긍정적인 영향을 준다고 평가하고 있었다. 특히 건강이 관련된 효과에 대해서는 높은 인식을 하고 있어, 치유음식이 정신적, 육체적 건강에 모두 이바지하는 음식으로 인식되고 있다.

세대별로 치유음식에 대한 다양한 요구와 인식 차이가 있으므로, 치유음식을 제공할 때 각 세대의 특성에 맞춰 정서적 안정감, 섭취 환경, 감각 특성 등 다양한 요소를 고려하는 것이 중요하다. 예를 들어, 베이비부머는 다양한 치유음식 유형을 선호하였는데, 식재료(제철 식재료), 정서적 안정감, 감각 특성(담백한), 배경지식(스토리텔링), 음식 형태(토속적, 원재료맛), 섭취 환경(자연환경, 여유로운) 등을 중요시하였고, X세대와 밀레니얼과 Z세대는 섭취 환경(여유로운, 편안한) 등을 중요시하므로 각 세대에 맞춘 맞춤형 접근이 필요할 것으로 생각된다. 선행연구를 살펴보면 혼밥족을 대상으로 레스토랑 선택 속성을 밀레니얼세대와 베이비부머를 비교한 결과, 밀레니얼 세대는 음식의 품질이, 베이비부머는 고객만족에 유의한 영향을 미치는 것을 보여주었고, 세대별 다른 소비성향을 알 수 있었다(김화영 외, 2021). 또 다른 연구에서는 베이비부머와 에코세대(‘베이비부머세대의 자녀’를 의미)의 식행동에서 세대간 큰 차이를 보였고, 특히 건강한 식생활에 대한 지식수준은 세대별로 유의한 차이를 보이지 않았지만 실천 수준은 베이비부머가 훨씬 높고 능동적임을 알 수 있었다(박종옥, 2018). 또한, 건강한 식품이라고 알려진 안전한 식품, 친환경, 국내산, 지역특산물 등에 대한 요구와 관심은 베이비부머세대가 더 많은 것으로 나타나 세대간 차이를 고려한 식생활 관련 합의를 도출해 나가는 것이 필요한 것으로 보고하였다(박종옥, 2018). 이러한 세대간 다양한 차이를 추후 치유 음식 콘텐츠 개발 시 적용한다면 보다 차별화되고 각 세대의 선호도 및 기호도를 반영한 콘텐츠로 발전될 수 있을 것으로 생각된다.

3. 치유음식 특성(개념)

대응일치분석(correspondence analysis, CA)을 통해 Z세대, 밀레니얼, X세대, 베이비부머를 대상으로 다양한 특성간의 관계를 시각적으로 나타내었다[그림 1]. 그래프는 두 축(F1, F2)을 사용하여 데이터의 변동성을 설명하며, 축

의 값이 높을수록 그 축에서 중요한 특성을 가지고 있다고 해석할 수 있다(Greenacre, 2010).

Z세대는 그래프의 오른쪽 상단에 위치해 있어, 개방적이고 다양한 경험을 중시하는 경향을 보였다. 키워드로는 ‘든든한’, ‘익숙한’, ‘정갈한’, ‘요리 전문가가 만든’, ‘이열치열의’, ‘희귀한’ ‘다양한’ 등이 가까이 위치하였다. 밀레니얼과 비슷한 소비특성을 가지고 있지만 구매력이 높지 않기 때문에 X세대인 부모의 소비와 함께 설명할 수 있고, 가성비가 높은(든든한) 혼밥, 1인 메뉴 한정, 작은 용량 선호 등의 소유보다는 사용가치를 중요하게 여기는 세대이다(남윤주, 남승규, 2022). Z세대는 감정적과 사회적 가치를 레스토랑 선택과 이용에 적용하므로써 그들만의 소비가치를 가지고 경제적인 소비패턴을 보였고, 똑같거나 비슷한 식품들을 대량으로 제공받는 것보다 예술적이면서 독특한(희귀한) 식품 종류를 선호하는 것으로 조사되었다(정성호, 한정수, 2022). Z세대들은 대다수가 SNS(Social Network Service)를 통해 후기 및 평점 등을 고려하므로 다양한 이벤트와 호감이 가는 정갈한 요리 및 정돈된 인테리어 등을 활용해 Z세대의 구매력을 높일 수 있다고 언급하였다(김정연, 2021).

밀레니얼은 오른쪽에 아래에 위치에 있으며, ‘고급스러운’, ‘이완되는’, ‘특별한’ 등이 위치하였다. 밀레니얼 세대는 새로운 소비권력층으로 워라밸을 선호하고, 개성(특별한)과 다양성을 추구하면서 명품 등의 플렉스(고급스러운) 소비 특성을 가지고 있는 것으로 보고되었다(남윤주, 남승규, 2022).

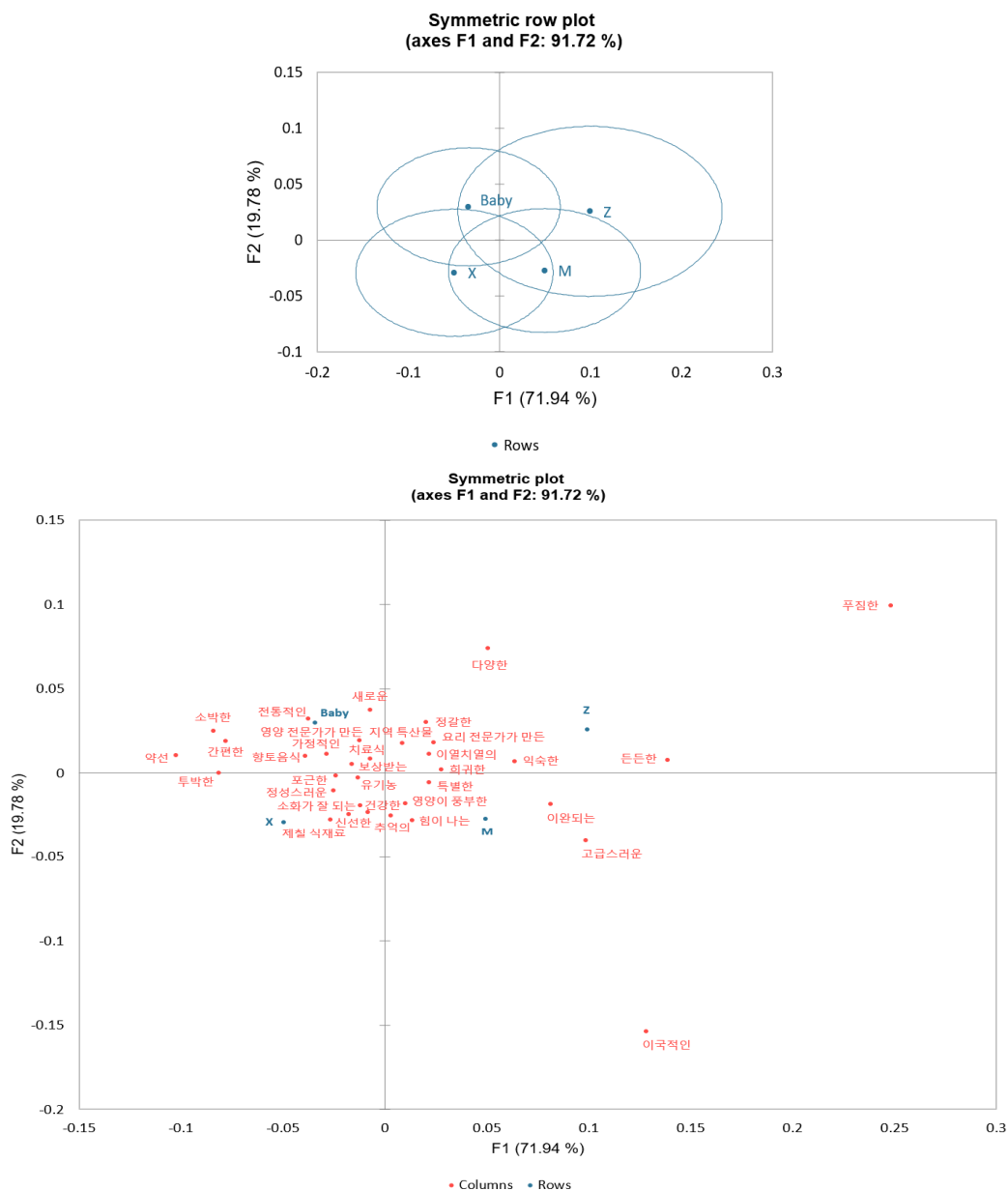
X세대는 그래프의 왼쪽 하단에 위치해 있어 실용적인 성향을 가진 것으로 나타났다. 이는 ‘제철식재료’, ‘신선한’, ‘소화가 잘되는’, ‘건강한’ 등의 키워드와 관련이 있었다. 50대 중후반의 연령대이면서 ‘젊은 액티브시니어’인 X세대 대한 액티브 시니어 관광객의 관광활동에 대하여 지역 음식 체험 및 자연경관과 건강 및 웰빙이 강조된 음식과 연계하는 것을 매우 선호하였다(박현정, 박득희, 2023). 특히, ‘치유(힐링)’이라는 단어가 전국 맛집의 선정 기준에 포함되어 관련된 로컬푸드 판매점과 지역음식점 등을 많이 방문하여 소비하고 있다(박연진, 2017). 이러한 연령층을 대상으로 하는 치유관광과 음식을 연계하는 전국 지역 특산물 투어 프로그램 개발이 필요할 것으로 생각된다.

베이비부머는 그래프의 왼쪽 상단에 위치해 있고, ‘전통적인’, ‘영양전문가가 만든’, ‘가정적인’, ‘소박한’, ‘향토음식’ 등의 특성이 가까이 위치하였다. 베이비부머의 행복여행 조건을 살펴보면 음식과 쇼핑관광지는 특산물 쇼핑, 전

통시장, 지역 맛집 등을 제시하였는데 향토적이면서 전통적(전통시장)이고 지역 특색(특산물 쇼핑)을 가지면서 소박한(전통시장과 지역 맛집) 곳을 선호하였다(김주연 외, 2022).

각 세대와 관련된 키워드들은 그 세대가 선호하는 가치와 생활 방식을 반영한다. 예를 들어, Z세대, 밀레니얼은 ‘다양함’, ‘이국적인’ 키워드를 선호하며, 새로운 경험과 개방성을 중시하였다. 반면, X세대와 베이비부머는 ‘전통적’, ‘소박한’의 키워드를 통해 전통적인 가치를 중요하게 생각하는 경향을 보였다.

또한, 오른쪽으로 갈수록 긍정적이고 개방적인 키워드들이 분포하고, 왼쪽으로 갈수록 전통적이고 안정적인 키워드들이 위치하였다. 예를 들어, ‘이완되는’과 ‘이국적인’ 키워드는 오른쪽에 위치하여 열린 사고나 새로운 경험을 추구하는 경향을 나타내었다. 반면, ‘전통적’이나 ‘가정적인’ 키워드는 왼쪽에 분포하여 더 보수적인 성향을 나타내었다. 이 분석 결과는 세대별로 추구하는 가치와 성향이 서로 다를 수 시사하며, 이를 기반으로 각 세대를 대상으로 하는 마케팅 전략이나 정책 방향을 설정하는 데 도움을 줄 수 있을 것으로 기대한다.



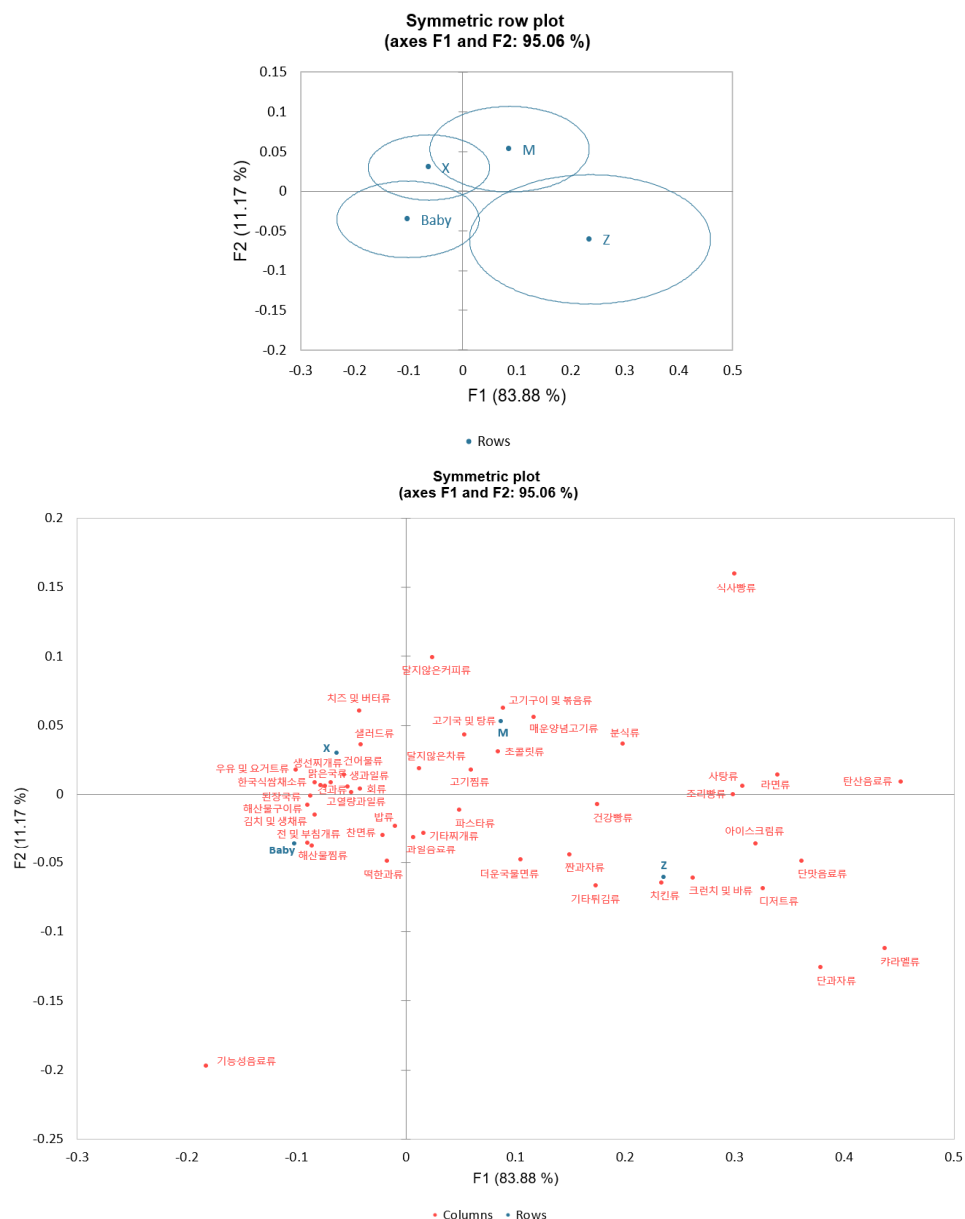
[그림 1] 치유음식 특성(개념)에 대한 대응일치분석 (Z, Z세대; M, 밀레니얼; X, X세대; Baby, 베이비부머)

3. 치유음식 종류

치유음식 종류에 대한 세대별 대응일치분석 결과[그림 2], 각 세대는 특정 식품군과 밀접한 관계를 보이며, 이를 통해 세대별 선호 제품군의 차별화를 확인할 수 있었다. Z세대는 그래프상에서 오른쪽 하단에 위치하며 ‘치킨류’, ‘크런치 및 바류’, ‘디저트류’, ‘아이스크림류’ 및 ‘단맛음료류’ 등과 가까운 관계를 나타냈다. 이는 Z세대가 이러한 식품군에 높은 관심을 보이며, 상대적으로 젊은 층이 선호할 가능성이 높은 식품군과 관련이 깊음을 시사한다. Z세

대의 이러한 소비 성향은 브랜드가 Z세대를 타겟으로 한 튀김류 및 간식류 제품에 대한 마케팅 전략을 개발하는 데 중요한 시사점을 제공한다. 전다솜, 정복미(2024)에서 조사한 Z세대의 식품군별 섭취량을 보면 당류, 육류, 우유류, 동물성 유지류, 음료의 섭취가 다른 세대에 비해 월등히 많았다고 보고하였다. 이에 저자들은 Z세대의 당류와 음료 섭취, 외식, 아침결식 줄이기, 과일과 채소류 섭취 늘리기 등을 제안하며 교육과 홍보의 필요성을 강조하였다.

밀레니얼은 오른쪽 상단에 위치하며, ‘고기류’, ‘초콜릿류’, ‘분식류’ 및 ‘달지않은 커피류 및 차류’ 등의 식품군과



[그림 2] 치유음식 종류에 대한 대응일치분석 (Z, Z세대; M, 밀레니얼; X, X세대; Baby, 베이비부머)

의 유사성을 보였다. 이는 밀레니얼이 여러 식품 카테고리
에 대한 관심을 가지고 있으며, 특히 육류 및 Z세대보다 달
지 않은 식품을 선호하는 경향이 있음을 나타낸다. 선행연
구에 따르면 세대별 영양 표시 이용은 밀레니얼에서 X와 Z
세대보다 더 높은 영향을 받는 것으로 조사되었고, 이러한
이유는 연령이 증가할수록 식생활 교육 경험률이 낮게 조
사되었기 때문에 모든 연령층을 대상으로 식생활 및 영양
교육이 필요하다(전다솜, 정복미, 2024). 밀레니얼은 다방
면의 식품에 관심이 높아, 다양한 식품군을 겨냥한 포괄적
인 마케팅 전략의 주요 타겟이 될 수 있음을 시사한다.

X세대는 그래프상에서 왼쪽 상단에 위치하여, ‘해산물
류’, ‘유제품류’, ‘생과일류’, 및 ‘샐러드류’와 밀접한 관계
를 나타냈다. 이는 X세대가 신선한 식품군에 대한 선호를
가지고 있음을 보여준다. 국민건강영양조사 자료에서 X세
대의 식품군별 섭취량은 채소류, 과일류, 해조류, 어패류의
섭취가 다른 세대들보다 많은 것으로 조사되었다(전다솜,
정복미, 2024). 이러한 결과는 X세대를 대상으로 한 해산
물 및 신선제품의 마케팅 전략에 유용하게 활용될 수 있다.

베이비부머는 그래프의 왼쪽 하단에 위치하며, ‘전 및 부
침개류’, ‘해산물찜류’, ‘김치 및 생채류’, 및 ‘해산물구이
류’ 등과 가까운 관계를 보였다. 도시 지역 성인의 농촌 치
유 관광 음식 특성 선호도 조사에서 연령이 증가할수록 ‘기
능성 식품과 한약재로 만든 음식’, ‘질병 치료 음식’, ‘약선
요리’와 식재료는 ‘친환경과 유기농산물’, ‘제철 식재료’
등의 관심과 선호가 증가함을 확인하였다(박영희 외,
2016). 이는 베이비부머가 자극적이지 않은 건강관리와 관
련된 제품군에 높은 관심을 보이는 것을 시사한다.

본 연구는 대응일치분석을 통해 세대별로 인식하는 치
유음식에 대한 종류를 시각적으로 제시함으로써, 세대 간
음식 종류의 차이를 명확히 드러냈다. 특히, Z세대와 밀레
니얼은 고기류, 튀김류, 디저트류와 같은 젊은 층의 인식이
높은 제품군에, X세대와 베이비부머는 해산물, 생채소류,
김치류 등 전통적이고 건강관리와 관련된 제품군에 높은
인식을 보이는 것으로 분석되었다. 이러한 연구 결과는 각
세대를 대상으로 한 맞춤형 마케팅 전략을 수립하는 데 중
요한 기초 자료로 활용될 수 있을 것으로 생각된다.

4. 치유음식 특성과 종류의 연관성

각 세대에 대해 다중요인분석(multiple factor analysis,
MFA)을 수행하였고, 두 개의 주요 축(F1과 F2)을 기반으
로 다양한 요인들이 각 세대와 어떻게 관련되는지를 시각

화 하였다. 각 세대는 각기 다른 위치에 분포되어 있으며,
이를 통해 세대별로 구별되는 인식을 가지고 있음을 보여
줬다[그림 3].

Z세대와 가까운 오른쪽 상단 영역에는 ‘다양한’, ‘요리
전문가가 만든’, ‘정갈한’과 같은 속성이 위치해 있으며, 관
련 식품은 ‘기타튀김류’, ‘치킨류’, ‘짬짜면류’, ‘짬짜면류’,
‘디저트류’ 등을 선호하였다. Z세대는 다양함을 추구하였
는데, 이는 전통적인 음식뿐만 아니라 최신 트렌드를 이끄
는 새롭고 다양한 메뉴들을 선호하기 때문에 디저트나 과
자와 같은 이른바 ‘신상’, ‘맛집’ 등에 주목하는 것이라 여
겨진다. 밀레니얼과 가까운 영역에는 ‘특별한’, ‘고급스러
운’, ‘이국적인’, ‘영양이 풍부한’, ‘힘이 나는’의 개념들이
관련되었고, 음식은 ‘달지 않은 커피류와 차류’, ‘고기국 및
탕류’, ‘고기구이 및 볶음류’, ‘매운양념고기류’, ‘식샤썰
면류’, ‘초콜릿류’ 등을 선호하였다. MZ세대가 음식 자체의
향과 맛, 미적 및 식사 행복감을 느끼는 세대이며, 음식
섭취 가정 속에서 얻는 즐거움과 가치 등을 중시하는 것으
로 설명하였다. 또한 어릴때부터 매체를 통하여 다양한 문
화의 정보를 접하게 되었기 때문에 이국적인 음식에 대한
거부감이 적고 개방적 자세를 취한다고 하였다(이유진, 김
태희, 2022).

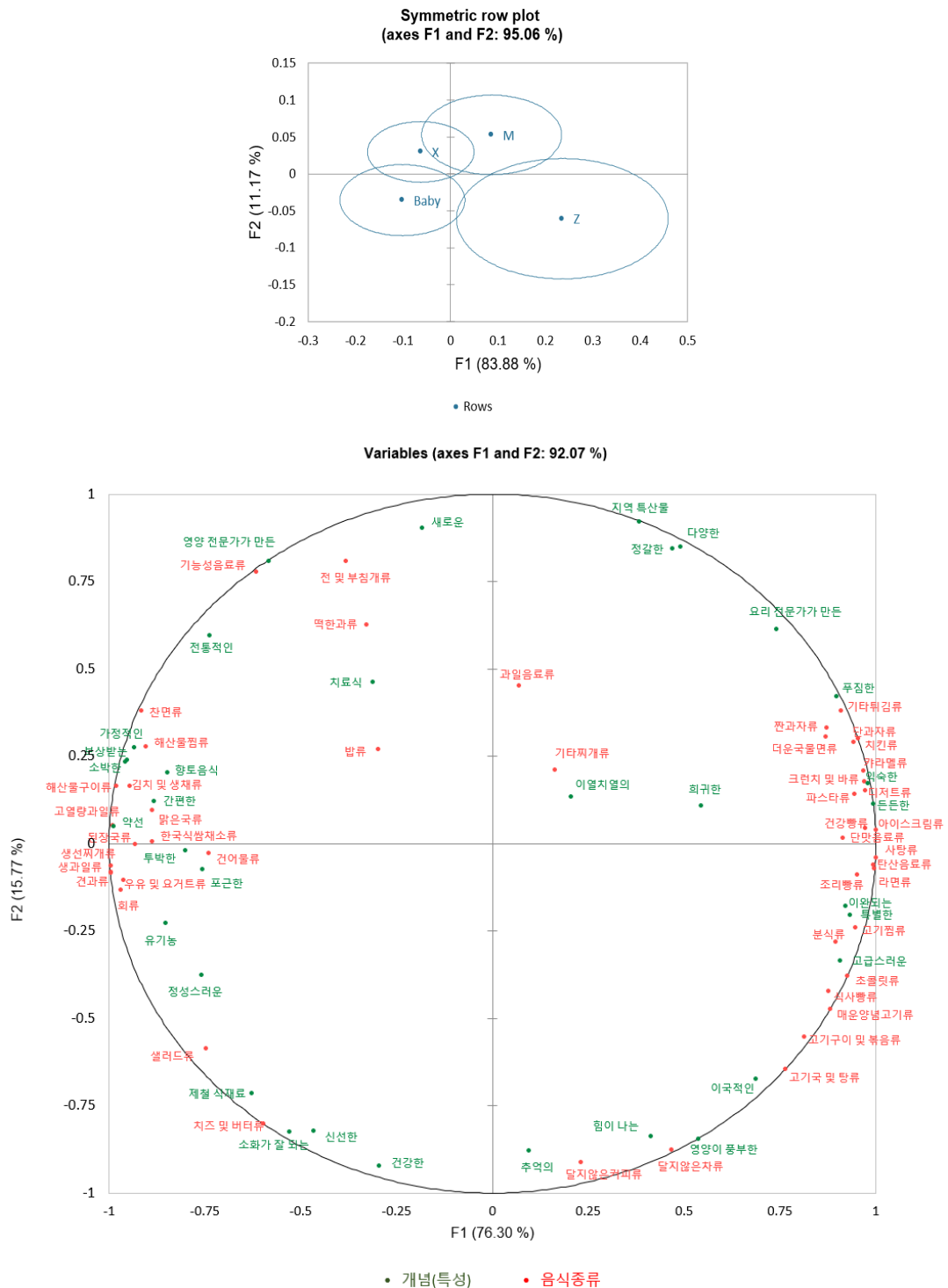
X세대와 가까운 특성은 ‘건강한’, ‘신선한’, ‘소화가 잘
되는’, ‘제철식재료’, ‘정성스러운’, ‘유기농’ 등과 가까이
위치해 있으며, 음식 종류로는 ‘치즈 및 버터류’, ‘샐러드
류’, ‘회류’, ‘우유 및 요거트류’, ‘견과류’, ‘생과일류’ 등과
관련이 많았다. 채식(사찰음식) 선택 동기에 대한 요인 중
에서 ‘건강 추구’가 40-50대에서 긍정적인 영향을 미친 것
으로 나타났다(박진표, 윤희정, 2024). 제철 음식 선택속성
이 만족도 영향에 미치는 것을 살펴보면 ‘제철음식의 조리
법’, ‘제철음식의 품질’ 등의 중요한 요인으로 조사되었기
때문에 치유음식 프로그램 수행 시 다양한 조리법을 연구
하고 식재료 품질에 집중하여 설계할 수 있을 것이다(최유
미, 2021). X세대의 행복에 미치는 요인을 조사한 결과, 남
녀 모든 응답자들이 ‘건강상태’, ‘안전감’ 등이라고 답변하
였고, 건강에 대한 식생활 형태, 식재료 선택 등의 많은 영
향을 줄 것으로 보인다(민보경, 박민진, 2023).

베이비부머는 왼쪽 상단에 위치해 있는 ‘전통적인’, ‘가
정적인’, ‘영양 전문가가 만든’, ‘소박한’, ‘향토음식’의 개
념과 연관되었고, ‘떡한과류’, ‘전 및 부침개류’, ‘해산물구
이류’, ‘김치 및 생채류’ 등의 음식이 선호하는 것으로 조사
되었다. 나이가 들어가면서 건강한 삶을 위하여 신선하고
영양이 많은 음식을 선호하고 섭취하는 것으로 세대적인

특징이 반영된 것으로 사료된다(이유진, 김태희, 2022).

이 결과는 세대별로 선호하는 개념과 식품 속성이 다르기 때문에, 각 세대를 대상으로 할 때 맞춤형 마케팅 전략을 사용하는 것이 효과적일 수 있다. 예를 들어, Z세대

에는 트렌디하고 독특한 제품을 강조하는 반면, 베이비부머세대에는 건강과 자연 친화적인 요소를 강조하는 접근이 적합할 것으로 사료된다.



[그림 3] 치류음식 특성과 종류에 대한 다중요인분석 (Z, Z세대; M, 밀레니얼; X, X세대; Baby, 베이비부머)

5. 농촌 치유음식 콘텐츠 요구도

<표 3>은 농촌에서 활용할 치유 음식 프로그램 개발을 위하여 다양한 콘텐츠에 대한 요구도를 조사하여 세대별로 분석하였다.

사회형 콘텐츠 요구도 조사 결과, ‘전통음식, 향토/지역 특산음식, 세시음식, 지역특산물, 전통간식 먹기’가 ‘만들기’보다 높은 요구도를 모든 세대에서 나타냈으며, Z세대는 다른 세대보다 ‘만들기’와 ‘먹기’에서 높은 선호도를 보였다.

Z세대는 다른 조사 항목에서 ‘다양함’ 등을 추구하였기 때문에 만들기(체험)와 먹기(서비스)를 모두 경험해 보고자 하는 요구가 있었다. 밀레니얼과 X세대는 대부분의 콘텐츠에서 Z세대보다 낮은 요구도를 나타냈다. 사회형 유형의 항목의 총 세대별 요구도 점수가 Z세대 > X세대 > 밀레니얼 > 베이비부머 순으로 확인되었고, 모든 세대에서 ‘농작물(식재료) 심기’는 ‘수확하기’보다는 낮은 점수를 보였다. 안혜정, 강순아(2022)의 치유체험프로그램 연구에 대한 시사점을 언급하였는데, 소비자의 만족도와 니즈에 따라 단순 오락적 일탈적 프로그램보다는 교육적이고 심미적인 프로그램 개발이 시급하고, 체험 비용에 대해서 기존 관광체험프로그램보다 농촌 치유프로그램에 대해 더 지불할 의사가 있는 것으로 응답하여 농촌 소득 창출에 기대감을 가질 수 있는 것으로 보고하였다. 따라서 소비자의 연령별 선호하는 체험 활동이 다르므로 요구도에 맞는 프로그램을 적용하고, 교육적이면서 심미적인 치유음식 프로그램과 더하여 충분한 비용을 받고 만족할 만한 서비스를 제공함으로써 농촌의 이익 증가와 관광객 유입을 기대해 볼 수 있다.

정신적 유형의 콘텐츠 요구도 조사 결과, 사회형의 콘텐츠 결과와 비슷하게 Z세대에서 높은 요구도를 보였고, ‘추억의 음식 체험(떡메치기, 가마솥밥 짓기 등)’와 농가형 카페체험(명대리기, 사색하기 등)에 속하는 항목에서 Z세대 > 밀레니얼 ≥ X세대 ≥ 베이비부머 순으로 확인되었다. 응답자 대부분은 음식 체험을 통해 정서적 안정을 얻고, 참여 즐거움을 느낄 수 있다고 인식하였다. 농촌의 치유자원은 도심 속 생활 때문에 발생하는 스트레스, 정서적 피로감, 우울감 등을 자연에서 시간을 보내며 주의(attention)를 회복시켜서 정서적 치유를 가능하게 하는 이론을 ‘주의회복이론(Attention Restoration Theory)’에 주목하고 있다(민재한, 김경희, 2021). 즉 누적된 피로와 스트레스는 농촌의 숲, 나무, 풀, 바람, 흙 등의 모든 자연 요소가 불수의적 주의로 인하여 주의가 복원될 수 있고, 인간의 건강은 자연과 함

께 하는 것을 가장 기본으로 해야 한다고 보고하였다(민재한, 김경희, 2021). 따라서 치유음식 프로그램을 참여하기 위해 농촌지역을 방문하고 자연에서 체험하고 먹고 보고 듣고 피부로 느끼는 시간을 통해 정신적 건강을 추구할 수 있을 것으로 생각된다.

심리적 유형의 콘텐츠 요구도 조사 결과, ‘푸드, 컬러, 향기 및 차 테라피’에 대하여 Z세대에서 높은 요구도를 확인할 수 있었지만 다른 유형들보다 낮은 요구도를 보여왔다. 기존에 치유 도구로 사용되는 ‘테라피’ 종류들은 오랜시간 동안 한정된 자원으로 수행되었기 때문에 소비자들 사이 새로운 콘텐츠에 대한 욕구가 강하게 나타났으며, 특히 연령이 증가함에 따라 낮은 점수를 나타냈다. 수많은 선행연구에서 보고한 것처럼 ‘푸드테라피’ 등은 한식이나 고전문화를 활용한 프로그램 등이 대부분이고 음식을 약이라고 인식하는 약식동원의 의미와 인체 면역력 증진 등에 한정적인 효과에 국한되어 있다(고호용, 배현수, 2021). 본 연구의 주제인 ‘치유’인 ‘힐링(healing)’은 ‘치료’인 ‘테라피(therapy)’와 약간은 비슷하지만 전문 의료진의 개입 등 일부는 다르게 구분되므로 보다 넓은 의미의 치유행동의 가능성을 높게 평가하고 있다(김민화 외, 2021). 따라서 푸드, 향기, 컬러 테라피 등의 기존 프로그램 등을 발전시켜 다양한 치유 콘텐츠 개발이 필요하다고 생각된다.

인지적 유형의 조사 결과, PC, 어플리케이션, 모바일 등으로 수행해야 하는 ‘영양 진단’, ‘식단 짜기’ 등에는 Z세대에서 높은 요구도를 보였고, ‘세미나와 강의 듣기’, ‘효능 알기’ 등의 정보 제공에 대한 요구도는 베이비부머와 X세대가 높게 나타나 두가지 형태로 분류되는 것으로 확인되었다. 50대 이상 연령층은 건강에 관심이 많기 때문에 맞춤형 식사(예: 콜레스테롤 저하 밀키트) 개발 등이 필요하다고 하였기 때문에(최정화, 2021) 치유음식 프로그램 대상자 방문시 사전에 맞춤형 식사의 제공 여부를 조사하여 적용하는 것도 필요할 것으로 보인다. 노년층이 건강관련 레스토랑을 선택할 때 고려하는 요인을 영양정보 제공 여부, 건강식 메뉴 제공, 적당한 음식량(소량), 신선한 재료의 사용 여부 등으로 중요하게 생각하기 때문에(우은주, 이상탁, 2020) 치유음식 프로그램 적용 시 건강과 영양 정보 제공 서비스 필요성이 있을 것으로 생각된다.

IV. 결론 및 시사점

본 연구는 현재까지 연구가 수행되지 않은 치유음식에

〈표 3〉 세대별 치유음식 콘텐츠 요구도

	세대 구분								전체		p-value ¹⁾
	Z		밀레니얼		X		베이비부머				
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	
농작물(식재료) 심기 : 상추 심기	3.70 ^a	0.98	3.47 ^b	0.99	3.51 ^{ab}	0.99	3.56 ^{ab}	1.00	3.54	0.99	0.187
농작물(식재료) 수확하기 : 상추 수확하기	4.00	0.88	3.76	0.95	3.76	0.91	3.83	0.94	3.81	0.93	0.069
전통음식 만들기 : 갈비찜, 구절판 등	4.09 ^a	0.86	3.61 ^b	0.94	3.57 ^b	1.01	3.44 ^b	0.89	3.60	0.95	<0.001
전통음식 먹기 : 갈비찜, 구절판 등	4.31 ^a	0.81	4.06 ^b	0.84	3.97 ^b	0.91	3.92 ^b	0.80	4.02	0.85	<0.001
향토음식/지역특산음식 만들기 : 메밀전병	4.05 ^a	0.80	3.68 ^b	0.89	3.65 ^b	0.94	3.66 ^b	0.84	3.71	0.88	<0.001
향토음식/지역특산음식 먹기 : 메밀전병	4.20	0.89	3.98	0.83	4.03	0.84	4.01	0.72	4.03	0.81	0.090
세시음식(계절 음식) 만들기 : 진달래화전 등	4.01 ^a	0.93	3.64 ^b	0.96	3.61 ^b	0.91	3.52 ^b	0.87	3.64	0.92	<0.001
세시음식(계절 음식) 먹기 : 진달래화전 등	4.13 ^a	0.92	3.84 ^b	0.95	3.89 ^b	0.86	3.85 ^b	0.81	3.89	0.88	0.013
약선음식(한방보양식 등) 만들기	3.47	1.16	3.51	1.02	3.65	1.04	3.69	0.94	3.61	1.02	0.055
약선음식(한방보양식 등) 먹기	3.63 ^b	1.18	3.75 ^b	0.98	4.02 ^a	0.91	4.03 ^a	0.84	3.91	0.95	<0.001
디톡스 채식 음식(비우는 음식) 만들기	3.57	1.13	3.63	1.01	3.67	1.06	3.59	0.96	3.62	1.02	0.759
디톡스 채식 음식(비우는 음식) 먹기	3.62 ^b	1.17	3.77 ^{ab}	0.98	3.87 ^a	0.97	3.90 ^a	0.88	3.82	0.98	0.025
치유차 만들기 : 허브차 등	3.96 ^a	0.94	3.82 ^{ab}	0.89	3.75 ^b	0.95	3.69 ^b	0.94	3.77	0.93	0.027
치유차 마시기 : 허브차 등	4.05	0.95	3.96	0.84	4.00	0.83	3.94	0.87	3.98	0.86	0.640
지역특산주 만들기 : 막걸리, 지역와인 등	3.84 ^a	1.13	3.67 ^{ab}	1.07	3.53 ^{bc}	1.09	3.37 ^c	1.08	3.55	1.10	<0.001
지역특산주 마시기 : 막걸리, 지역와인 등	3.91 ^a	1.21	3.79 ^{ab}	1.07	3.66 ^{bc}	1.08	3.57 ^c	1.04	3.70	1.09	0.008
전통간식 만들기 : 떡, 약과 등	3.96 ^a	0.97	3.61 ^b	0.95	3.55 ^b	0.96	3.53 ^b	0.96	3.61	0.96	<0.001
전통간식 먹기 : 떡, 약과 등	4.06 ^a	1.00	3.80 ^b	0.93	3.80 ^b	0.92	3.85 ^b	0.86	3.86	0.91	0.042
전통발효식품 만들기 : 고추장, 식초 등	3.75 ^a	0.98	3.46 ^b	0.96	3.68 ^a	1.06	3.71 ^a	1.03	3.64	1.02	0.009
전통음료 만들기 : 과실청, 차 등	3.84	0.97	3.68	0.97	3.79	0.95	3.79	0.98	3.77	0.97	0.381
간편가공제품 만들기 : 잼, 소스 등)	3.84 ^a	0.98	3.44 ^b	0.96	3.43 ^b	1.03	3.44 ^b	0.97	3.49	0.99	<0.001
디저트 만들기 : 커피, 제빵 등	3.93 ^a	1.01	3.54 ^b	0.99	3.44 ^b	1.00	3.43 ^b	1.02	3.52	1.02	<0.001
해외음식 만들기 : 베트남 음식 등	3.19 ^a	1.23	3.03 ^{ab}	1.13	2.94 ^b	1.06	2.86 ^b	1.00	2.96	1.08	0.018
해외음식 먹기 : 베트남 음식 등	3.37	1.28	3.26	1.12	3.18	1.11	3.15	1.00	3.22	1.10	0.243
(사회형) 소계	3.85 ^a	0.58	3.66 ^b	0.56	3.67 ^b	0.67	3.64 ^b	0.60	3.68	0.61	0.006
추억의 음식 체험(떡메치기, 가마솥밥 짓기 등)	3.92 ^a	0.90	3.48 ^b	0.99	3.40 ^b	0.99	3.37 ^b	0.95	3.48	0.98	<0.001
명상, 다도	3.91	0.98	3.69	1.00	3.73	0.98	3.69	1.00	3.73	0.99	0.161
농가형 카페체험(명때리기, 사색하기 등)	4.07 ^a	0.92	3.84 ^b	1.00	3.67 ^b	1.00	3.68 ^b	0.99	3.77	1.00	<0.001
(정신적) 소계	3.97 ^a	0.74	3.67 ^b	0.75	3.60 ^b	0.81	3.58 ^b	0.81	3.66	0.79	<0.001
푸드테라피(식재료로 얼굴그리기 등)	3.23 ^a	1.24	3.00 ^b	1.15	2.91 ^b	1.05	2.87 ^b	0.96	2.96	1.08	0.009
컬러테라피(무지개밥상 등)	3.59 ^a	1.08	3.31 ^b	1.05	3.27 ^b	1.05	3.15 ^b	0.96	3.28	1.03	0.001
향기(아로마)테라피	3.84 ^a	1.06	3.73 ^{ab}	0.95	3.58 ^{bc}	0.98	3.44 ^c	0.95	3.60	0.98	<0.001
차 테라피	3.94 ^a	0.94	3.77 ^{ab}	0.91	3.68 ^b	0.96	3.49 ^c	0.93	3.67	0.94	<0.001
식재료 오감 체험	3.73	1.08	3.61	0.98	3.58	0.99	3.57	0.91	3.61	0.97	0.425
(심리적) 소계	3.67 ^a	0.83	3.48 ^b	0.78	3.40 ^{bc}	0.84	3.30 ^c	0.79	3.42	0.81	<0.001
나의 식생활/영양 진단하기	4.22 ^a	0.92	3.96 ^b	0.91	3.91 ^b	0.86	4.01 ^b	0.81	4.00	0.87	0.009
나에게 맞는 건강식단 짜기(과잉/부족 영양소, 연령별)	4.27	0.83	4.04	0.94	4.03	0.87	4.05	0.81	4.07	0.86	0.055
나에게 맞는 음식/식단 만들기(과잉/부족 영양소, 연령별)	4.20	0.88	3.99	0.93	4.00	0.89	4.02	0.82	4.03	0.87	0.148
식생활/영양/건강 세미나	3.84 ^a	1.02	3.48 ^b	1.06	3.67 ^a	0.92	3.82 ^a	0.83	3.70	0.95	<0.001
치유음식 스토리텔링 듣기	3.43 ^{bc}	1.19	3.30 ^c	1.09	3.61 ^{ab}	0.97	3.69 ^a	0.86	3.54	1.01	<0.001
농특산물 효능 알아보기	3.56 ^b	1.08	3.41 ^b	1.05	3.79 ^a	0.87	3.86 ^a	0.79	3.69	0.94	<0.001
약초/약선음식 효능 알아보기	3.54 ^b	1.14	3.39 ^b	1.07	3.77 ^a	0.93	3.90 ^a	0.85	3.69	0.99	<0.001
(인지적) 소계	3.85 ^a	0.73	3.63 ^b	0.76	3.79 ^a	0.75	3.84 ^a	0.66	3.78	0.72	0.001

¹⁾ 일원배치분산분석에 의한 유의확률^{a-c} 서로 다른 문자는 Duncan의 사후검정 결과 $\alpha=0.05$ 수준에서 집단간 유의적인 차이가 있음($a>b>c$)

대한 인식도 및 요구도를 세대별로 나누어서 다양한 요인과의 관련성을 분석하였고, 이에 대한 결과는 다음과 같다.

치유음식에 대한 다양한 인식 유형을 건강, 정서 안정감, 정서 치료회복, 정서 만족감, 섭취환경, 배경지식, 식재료, 감각특성, 음식형태 등으로 구분하였고, 세대별 치유음식에 대한 인식이 유의적으로 차이가 있음을 알 수 있었다. 밀레니얼과 Z세대는 감각적 품질과 유행에 민감하고, 베이비부머와 X세대는 식재료, 배경지식, 감각 특성 등을 중요시하였고 각 세대에 맞춘 맞춤형 접근이 필요할 것으로 보인다. 그러나 모든 세대에서 치유음식은 정신적 안정감과 건강 증진 및 섭취환경(편안한, 여유롭게 등)이 긍정적인 영향을 준다고 평가하고 있었다. 특히 건강과 관련된 효과에 대해서는 높은 인식을 가지고 있어, 치유음식이 정신적, 육체적 건강에 모두 기여하는 음식으로 인식되고 있는 것으로 생각된다.

치유음식 특성(개념)과 음식 종류를 대응일치분석(CA)과 다중요인분석(MFA)으로 평가했을 때, Z세대는 ‘든든한’, ‘익숙한’, ‘정갈한’, ‘요리 전문가가 만든’, ‘이열치열의’, ‘희귀한’ ‘다양한’ 등의 특성 키워드와 ‘치킨류’, ‘크런치 및 바류’, ‘디저트류’, ‘아이스크림류’ 및 ‘단맛음료류’ 등의 음식 종류와 가까운 관계를 나타냈다. 밀레니얼은 ‘고급스러운’, ‘이완되는’, ‘특별한’ 등의 특성과 ‘고기류’, ‘초콜릿류’, ‘분식류’ 및 ‘달지 않은 커피류 및 차류’ 등의 음식 종류와 관련이 있었다. X세대는 ‘제철식재료’, ‘신선한’, ‘소화가 잘되는’, ‘건강한’ 등의 키워드와 ‘해산물류’, ‘유제품류’, ‘생과일류’ 및 ‘샐러드류’ 등의 음식종류와 밀접한 관계를 나타냈다. 베이비부머는 ‘전통적인’, ‘영양전문가가 만든’, ‘가정적인’, ‘소박한’, ‘향토음식’ 등의 특성과 가까이 위치하였고, 전 및 부침개류, ‘해산물찜류’, ‘김치 및 생채류’, 및 ‘해산물구이류’ 등의 음식종류와 가까운 관계를 보였다.

농촌 치유음식 프로그램 개발을 위한 요구도 조사 결과, ‘전통음식, 향토/지역특산음식, 세시음식, 지역특산물, 전통간식 먹기’가 ‘만들기’보다 높은 요구도를 모든 세대에서 나타났으며, Z세대는 다른 세대보다 모든 체험 콘텐츠에 높은 관심을 갖는 것으로 조사되었다. ‘푸드, 킬러, 향기 및 차 테라피’에 대하여 Z세대에서 높은 요구도를 확인할 수 있었지만 연령이 증가함에 따라 낮은 요구도를 나타냈다. ‘영양 진단’, ‘식단 짜기’ 등에는 Z세대에서 높은 요구도를 보였고, ‘세미나와 강의 듣기’, ‘효능 알기’ 등의 정보 제공에 대한 요구도는 베이비부머와 X세대가 높게 나타났다.

본 연구의 결과를 바탕으로 치유음식 프로그램 개발을 위한 시사점은 다음과 같다. 모든 세대에서 치유음식을 육체적과 정신적으로 ‘건강한’의 특성(개념)과 높은 관련성이 있다고 인식하고 있었다. 따라서 치유음식 프로그램 적용단계에서 건강과 관련된 활동(예: 스트레스 지수 측정, 뇌파 측정, 건강 식단 만들기&먹기 등)을 통해 체험 후 건강관리에 관한 관심을 지속적으로 유지 할 수 있도록 지원해 주는 프로그램이 필요할 것으로 생각된다. 그러나 세대별로 인식하는 유형과 특성(개념)은 비슷하다고 하지만 실제 현장에서 요구하는 세대별 치유음식 종류와 서비스의 차이가 크기 때문에 적절한 대처와 방법 모색이 필요할 것으로 보인다. 예를 들면, 부모(X세대)와 자녀(Z세대)가 함께 치유농장에 방문하였을 때, 함께 할 수 있는 치유음식 프로그램이 현재로는 부족한 실정이다. 따라서, 치유음식 제조 시 같은 식재료(제철식재료, 지역특산물)를 사용하더라도 조리방법, 맛, 양, 음식 담는법, 부재료 등을 고려하여 일괄적인 방식이 아닌 세대별로 차별화되고 다양한 메뉴를 개발하고 홍보해야 할 것으로 생각된다.

주제어: 치유음식, 세대간 인식, 대응일치분석, 다중요인분석

REFERENCES

- 고호용, 배현수(2021). 푸드테라피가 메뉴선택 및 행동의도에 미치는 영향: 한식 파인다이닝 레스토랑을 중심으로. *관광레저연구*, 33(4), 267-287.
- 구본현, 이윤석(2021). 한국문화에 대한 세대간 인식과 특성 분석. *GRI 연구논총*, 23(2), 141-168.
- 김민화, 김주연, 최현주(2021). 여행 참가자들의 체험을 통해 알아본 힐링여행의 의미: ‘경북 문경 레저테라피’ 여행참가자들을 중심으로. *관광레저연구*, 33(1), 173-196.
- 김주연, 김민화, 최현주(2022). 베이비붐 세대의 행복여행 조건과 의미. *한국관광레저학회*, 34(1), 179-194.
- 김정연(2021). 레스토랑 간편식(RMR)의 선택속성이 소비 가치와 구매의도에 미치는 영향: MZ세대와 X세대의 조절효과 중심으로. *한국조리학회*, 27(8), 97-110.
- 김화영, 배금광, 이상목(2021). 혼밥족의 레스토랑 선택속성에 따른 지각된 가치, 만족, 추천의도간의 영향관

- 계 검증: 밀레니얼 세대와 베이비부머 세대 간의 비교를 중심으로. *한국조리학회지*, 27(10), 34-49.
- 남윤주, 남승규(2022). 세대별 소비자행복: MZ세대를 중심으로. *한국심리학회지*, 23(2), 129-152.
- 문수희, 이상덕, 이동현(2022). 빅데이터 분석을 통한 치유농업 의미연결망 변화에 관한 연구-치유농업법 제정 전후를 중심으로. *한국산학기술학회논문지*, 23(12), 780-792.
- 민보경, 박민진(2023). 미래세대의 행복에 미치는 영향 요인: 세대별, 성별 비교를 중심으로. *도시행정학보*, 36(1), 127-146.
- 민재한, 김경희(2021). 농촌 치유관광 프로그램 속성 만족이 주의회복과 행동의도에 미치는 영향: 인적서비스의 매개효과와 연령의 조절효과. *관광레저연구*, 33(8), 43-67.
- 박연진(2017). 지역 특산식품을 활용한 치유음식 메뉴 및 상차림 개발-장성군 축령산 산림치유관광을 중심으로. *한국지역사회생활과학회지*, 28(3), 415-428.
- 박영희, 김영, 손호기, 황영(2016). 도시지역 성인의 농촌 치유관광 음식 특성 선호도 조사. *한국지역사회생활과학회지*, 27(4), 755-777.
- 박종욱(2018). 베이비붐세대와 에코세대의 식행동, 식생활 관련 소비자교육 현황·역량, 식생활 라이프스타일 차이. *한국영양학회지*, 51(2), 153-167.
- 박진표, 윤희정(2024). 채식 선택 동기가 사찰음식 전문점에 대한 태도와 행동 의도에 미치는 영향: 인구통계학적 특성에 따른 차이 분석을 중심으로. *한국외식산업학회지*, 20(4), 7-24.
- 박현정, 박득희(2023). 액티브 시니어 관광객의 관광활동 참여 행동 조사: 소셜 네트워크 분석을 적용하여. *호텔관광연구*, 25(1), 95-107.
- 안혜정, 강순아(2022). 치유체험프로그램이 만족도에 미치는 영향에 관한 연구: 체험비용과 체험시간을 중심으로. *벤처창업연구*, 17(3), 183-200.
- 우은주, 이상탁(2020). 노인층의 건강 관련 시장세분화와 레스토랑 선택 요인 분석. *지역산업연구*, 43(2), 353-369.
- 육진수, 김경임(2022). 임산물 기반형 치유음식의 개발과 건강기능성에 관한 연구. *한국조리학회지*, 28(1), 31-42.
- 이수진, 조성순(2022). MZ세대 소비자의 독특성 욕구와 비빔밥 선택속서 간의 정준상관관계에 관한 연구. *호텔관광연구*, 24(6), 91-107.
- 이유진, 김태희(2022). 푸드 리터러시 역량 구성요인에 관한 연구: 세대 및 식품 교육 경험에 따른 인식 차이를 중심으로. *한국조리학회지*, 28(7), 42-64.
- 전다솜, 정복미(2024). 세대별 식생활, 건강행동 및 영양소 섭취에 대한 연구: 2016~2019년 국민건강영양조사 자료를 이용하여. *한국지역사회생활과학회지*, 35(2), 251-264.
- 정성호, 한정수(2022). Z세대의 소비가치가 레스토랑 이용에 미치는 영향관계에서 사용후기의 조절효과에 대한 연구. *한국조리학회지*, 28(6), 43-54.
- 최유미(2021). 제철음식 선택속성이 만족도 및 재구매 의도에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 35(1), 191-203.
- 최정화(2021). 연령대별 밀키트 선택속성 및 개발 요구도 비교 연구. *한국외식산업학회지*, 17(4), 201-220.
- Bécue-Bertaut, M., Pagès, J. (2008). Multiple factor analysis and clustering of a mixture of quantitative, categorical and frequency data. *Computational Statistics and Data Analysis*, 52(6), 3255-3268.
- Greenacre, M. J. (2010). Correspondence analysis. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Computational Statistics*, 2(5), 613-619.
- Song K. B., Lê S., Kim H. R., Yoo, S. M., ... & Hong J. H (2024). Consumer-driven characterization healing foods using Q methodology and Q based sorting. *Food Quality and Preference*, 117, 105181.

Received 12 November 2024;

1st Revised 27 November 2024;

Accepted 29 November 2024