

## 체중조절용 조제식품과 다이어트 건강기능식품 섭취자의 제품구매 및 취식 행태에 관한 연구\*

원혜숙<sup>1</sup> · 이효진<sup>2</sup> · 광진숙<sup>3</sup> · 김주희<sup>3</sup> · 김미경<sup>3</sup> · 권오란<sup>3,4§</sup>

동남보건대학교 식품영양과,<sup>1</sup> 이화여자대학교 임상보건과학대학원,<sup>2</sup>  
(주)바이오푸드CRO,<sup>3</sup> 이화여자대학교 식품영양학과<sup>4</sup>

### Study on purchase and intake patterns of individuals consuming dietary formula for weight control or health/functional foods\*

Won, Hye Suk<sup>1</sup> · Lee, Hyo Jin<sup>2</sup> · Kwak, Jin Sook<sup>3</sup> · Kim, Joohee<sup>3</sup> · Kim, Mi Kyung<sup>3</sup> · Kwon, Oran<sup>3,4§</sup>

<sup>1</sup>Department of Food & Nutrition, Dongnam Health College, Suwon 440-714, Korea

<sup>2</sup>Ewha Graduate School of Clinical Health Sciences, Seoul 120-750, Korea

<sup>3</sup>BiofoodCRO, Seoul 120-160, Korea

<sup>4</sup>Department of Nutritional Science and Food Management, Ewha Womans University, Seoul 120-750, Korea

#### ABSTRACT

In our previous work, we reported consumers' perceptions of body shape and weight control. In an ongoing effort, we analyzed the purchasing behavior, intake patterns, future purchasing decisions, and degree of satisfaction in individuals consuming dietary formula for weight control (DF) or health/functional foods (HFFs) by using the same survey questions. Portfolio analysis for marketing strategy was also investigated. Subjects were divided into two groups according to consumption of DF or HFF during the previous year : DF group (n = 89) and HFF group (n = 110). Average intake frequency was  $1.7 \pm 0.7$  per day for HFFs and  $1.5 \pm 0.9$  per day for the DF, and the most prevalent form was pill (58.2%) for HFFs and bar (42.7%) for DF. Duration of intake was  $3.1 \pm 2.3$  months for HFFs versus  $3.9 \pm 3.5$  months for DF. The average degree of satisfaction was  $3.6 \pm 0.6$  on a 5-point scale, meaning 'relatively satisfied'. For the weight control method to be used in the future, 44.5% of the HFF group selected 'HFFs' while 47.2% of the DF group selected 'DF', showing a tendency to use the current product type in the future. The average planned period for the intake was  $3.8 \pm 3.7$  months for HFFs and  $3.0 \pm 2.4$  months for DF ( $p < 0.05$ ). The HFF group emphasized efficacy, functional ingredients of the products, reliable products, and higher satisfaction, whereas the DF group emphasized the added materials in addition to weight control effects. (Korean J Nutr 2012; 45(6): 541 ~ 551)

**KEY WORDS:** dietary formula for weight control, health/functional food, purchasing behavior, intake patterns, satisfaction, portfolio analysis.

#### 서 론

최근에는 건강의 증진 뿐 아니라 외형 가꾸기에 치우치는 사회적인 분위기로 인해 체중감량이 많이 시도되고 있다.<sup>1,2)</sup> 이와 더불어 상업용 다이어트식품이 체중조절의 하나의 방법으로 관심을 받으면서 다이어트 식품시장이 점차 커지고 있다.<sup>3-6)</sup> 즉 약물 사용보다 접근성이 용이하고, 부작용이 적은 것으로 알려진 식품을 이용한 체중감량에 관심이 점차 높아지고 있다.<sup>7,8)</sup>

체중조절의 기능성을 표시하며 판매할 수 있는 식품의 유형으로는 건강기능식품과 특수용도식품이 있다. 건강기능식품은 2004년에 제정된 '건강기능식품에 관한 법률'에 근거한 식품의 유형으로, 체지방감소 기능성에 대한 근거자료가 확보된 경우 체지방조절 건강기능식품 (다이어트 건강기능식품)으로 표시 및 광고하며 판매할 수 있다.<sup>9)</sup> 한편 특수용도식품은 식품위생법에 근거한 식품의 유형으로 식품공전에서 '체중조절용 조제 식품'으로 기준과 규격을 정하고 있다.<sup>10)</sup> 건강기능식품은 체내 대사를 변화시켜 체지방을 감소시키는 기능을 가진 기능성원

접수일: 2012년 10월 15일 / 수정일: 2012년 10월 31일 / 채택일: 2012년 12월 5일

\*This research was supported by a grant Ministry of Knowledge Economy for the Regional Innovation System program in 2010 (No. B0012328).

§To whom correspondence should be addressed.

E-mail: orank@ewha.ac.kr

© 2012 The Korean Nutrition Society

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

료가 포함된 것으로 보통 일상의 식사를 보충하기 위한 목적으로 사용된다. 반면 체중조절용 조제식품이란 열량을 낮추었으나 필요한 비타민과 무기질 등의 보충으로 영양성분의 균형을 고려하여 조제한 것으로 한끼의 식사를 대용하는 목적으로 사용된다는 면에서 차별점이 있다.

실제로 다이어트 식품이란 용어는 법률에서 정의하고 있는 식품의 유형은 아니지만 이와 같은 체지방조절 기능의 체중조절용 조제식품을 통칭하는 용어로 사용되고 있다.<sup>11)</sup> 그러나 우리나라 사람들을 대상으로 다이어트 실태와 관련 지식,<sup>12)</sup> 식행동, 및 다이어트식품 구매행태<sup>13)</sup>를 조사한 선행연구는 대부분 다이어트 식품을 구분하지 않고 범위를 포괄적으로 정하여 조사하였으며, 대상자는 주로 여성과 비만인에 한정하였다.<sup>14-16)</sup> 이와는 반대로 다이어트 식품의 섭취실태 조사를 목적으로 하였으나 대상 식품을 건강기능식품으로 제한하기도 하였다.<sup>17,18)</sup> 그 외 최근 연구된 Seoul<sup>19)</sup>의 30~40대 직장여성의 항비만 기능성 식품에 대한 인식도와 이용실태에 관한 연구는 건강기능식품 뿐만 아니라 법률에서 정하는 기능성이 확인되지 않은 소위 건강식품을 포함하고 있다.

향후 다이어트 식품산업은 식품관련법으로 관리되고 있는 건강기능식품과 특수용도식품을 중심으로 활성화 될 것으로 예측되는 바, 이에 대한 소비자 욕구 및 구매를 포함한 세부시장 조사 연구가 필요한 실정이다. 특히 최신의 식품 가공기술 및 영양평가 기술을 적극 반영하는 건강기능식품과 특수용도식품의 개발은 식품산업이 직면하고 있는 가장 주요 이슈이며 소비자의 기대 또한 매우 높다. 따라서 이들 시장에 대한 소비자 수용 요인을 조사하는 연구는 소비자 주도적 제품개발 및 연구에 필수적이며, 성공적인 시장 점유를 위한 성공요인이 될 수 있을 것이다.<sup>20)</sup> 따라서 본 연구진은 앞선 연구<sup>21)</sup>에서 체중조절을 목적으로 하는 건강기능식품과 특수용도식품의 두 가지 식품 유형을 실제로 섭취하거나 구입한 대상자들을 구분하여 체형 및 체중조절 인식을 분석하여 보고한 바 있으며, 본 연구에서는 동일한 대상자를 대상으로 다이어트 식품의 구매 및 취식 행태, 향후 다이어트 식품의 구매 태도, 그리고 다이어트 식품에 대한 만족도와 가장 중요하게 생각하는 속성을 조사한 결과를 분석하였다.

## 연구방법

### 조사대상

본 연구의 조사대상자는 선행 연구<sup>21)</sup>에 참여한 대상자들과 동일하며, 서울 및 수도권에 거주하는 만25~45세 사이의 성인 남녀 중 체중조절을 위하여 최근 1년 동안 다이어트 건강기능식품 (체지방조절 기능성) 또는 체중조절용 조제식품을 구

입·취식한 경험이 있는 199명을 대상으로 하였다.

### 조사내용 및 방법

본 연구의 조사대상자를 체지방 조절 건강기능식품 섭취군과 체중조절용 조제식품 섭취군으로 분류한 후 구매행동, 취식행동, 향후 구매 태도, 만족도 및 중요도를 조사분석하였다.

다이어트 식품의 구매행동: 구매행동을 알아보기 위해 최근 1년 내 구입·취식제품 외의 체중조절행동, 이용 제품명과 선택이유, 제품 제형의 형태, 구매 시 고려요인, 구매장소, 금액, 구입개월, 가격평가 등의 문항으로 구성하였고, 특히, 가격평가의 주관적인 평가정도는 1점의 '매우 싸다'로부터 5점의 '매우 비싸다'까지로 5점 척도의 Likert type scale을 주어 답하게 하였다.

다이어트 식품의 취식행동: 취식행동을 알아보기 위해서는 1일 평균 취식빈도, 체중감량 목표기간, 체중조절횟수, 제품만족도, 전반적 제품효과평가, 제품에 대한 기대효과 등의 문항으로 구성하였고, 그 중 주관적인 평가정도는 제품효과평가에서 1점의 '전혀 효과 없음'로부터 5점의 '매우 효과 있었음'까지, 제품만족도에서는 1점의 '전혀 만족하지 않음'부터 5점의 '매우 만족함'까지로 5점 척도의 Likert type scale로 답하게 하였다.

다이어트 식품의 향후 구매 태도: 향후 다이어트식품에 대한 태도는 향후 희망하는 체중감량방법을 선택하게 하고, 선택이유 또는 선택하지 않는 이유, 개선점, 선호하는 제품의 형태, 가격, 그리고 섭취기간 등을 조사하였다.

다이어트 식품의 중요도·만족도: 중요도·만족도 분석 (IPA, Importance-Performance Analysis)이란 중요도 (Importance)와 만족도 (Performance)를 각각 X축과 Y축으로 하여 2차 평면상에 좌표로 각 요소를 표현하는 분석 방법으로 재무나 마케팅 분야에서 제한된 자원의 효율적인 투자를 위한 포트폴리오 분석 기법으로 사용하고 있다.<sup>22)</sup>

전반적인 만족도 및 효능/효과, 원료/원산지, 브랜드/제조사, 제형, 포장디자인, 가격, 광고/판촉, 기타의 각 카테고리별로 분류된 개별속성 항목에 대해 '전혀 그렇지 않다'부터 '매우 그렇다'까지 5점 척도의 Likert type scale로 점수화 하였다. '만족도'는 개별 속성 항목에 대하여 소비자에게 얼마나 만족하는지를 척도로 질문한 결과 값이고, '상대적 중요도'는 제품의 전반적 만족도와 개별 속성의 만족도간의 회귀분석 결과 값이다 (제품의 전반적인 만족도, 즉 '전반적으로 마음에 든다'를 반응변수로 두고, 제품의 개별 속성 항목에 대한 소비자의 만족도를 설명변수로 하여 단순회귀식을 구하고, 추정치를 도출한 후 평균을 구한 값). 이 값들은 크게 '효능/효과', '원료/원산지', '브랜드/제조사/제형/포장디자인/가격/광고/판촉/기타'로 3분류하여 전반적 만족도에 개별 속성이 얼마나 영향력이 있는지

를 그래프로 나타내었다. 이 핵심 요소 분석은 4영역으로 나누어서 다음과 같이 해석 할 수 있다. '중점관리영역' (그래프의 오른쪽 위 부분)은 만족도 및 상대적 중요도가 모두 높은 속성으로, 해당 기능을 운영하는 과정에서 가장 중요하게 관리 및 대처해야 하는 핵심 속성이 포함된 영역이다. '핵심개선영역' (그래프의 오른쪽 아래 부분)은 만족도 대비 상대적 중요도가 높은 속성으로, 소비자가 중요하게 생각하는 정도에 비해서 만족도가 떨어지는 속성으로, 향후 차별화 요소로 개발될 수 있는 잠재력을 가진 속성이 위치한 영역이다. '유지관리영역' (그래프의 왼쪽 위 부분)은 상대적 중요도 대비 만족도가 높은 속성으로, 현재 수준에서의 속성 관리로 충분하나, 경우에 따라 만족도 저하로 인한 고객 이탈 가능성이 있으므로 관리가 필요한 속성이 위치한 영역이다. '부차적영역' (그래프의 왼쪽 아래 부분)은 부차적인 속성으로서 현재 상대적 중요도와 만족도가 모두 낮으나, 경우에 따라 미래의 차별화 요소 가능성을 잠재적으로 보유할 수 있는 속성이 위치해 있는 영역이다.

## 자료처리 및 분석

자료분석은 SPSS (Statistical Package for Social Science) 12.0KO for Windows Release 12.0.1을 이용하여 통계분석처리를 하였다. 조사대상자를 제품유형에 따라 건강기능식품 섭취군, 체중조절용 조제식품 섭취군으로 나누어 분석하였다. 제품유형별 구매·취식 행동에 대한 빈도와 백분율을 산출하였으며, Chi-square test를 이용하여 유의성을 검정하였다. 단, 문항에 따라서 범주의 기대빈도가 5 미만인 셀 (cell)이 20% 이상 일 때에는 Fisher's exact test를 이용하였다. 평균과 표준편차를 구한 문항에서는 제품유형 따라 Student's t-test (Independent-samples t-test)를 이용하여 유의성 검정을 하였다. 제품유형별 중요도·만족도 평가는 상대적 중요도를 전반적 만족도와 개별 항목 만족도간의 Simple-regression analysis하여 나온 값을 이용하였으며, 전반적 만족도에 각 문항이 얼마나 영향력이 있는지를 분석하였다. 그리고 결과 값을 R version 2.11.1 (2010-05-31)(Copyright©) 2010 The R Foundation for Statistical Computing)을 사용하여 그래프로 나타내었다. 설문항중 복수응답 자료는 다중응답법 (multiple response)을 이용하였으며, 통계적 유의수준은  $p < 0.05$ 으로 검정하였다

## 결 과

### 다이어트 식품의 구매 행동

최근 1년 내 다이어트 건강기능식품 및 체중조절용 조제식품을 구입·취식과 함께 병행한 체중조절 방법에 대한 분석 결과를 제품유형별로 구분하여 Table 1에 제시하였다. 조사대상자

들은 건강기능식품이나 체중조절용 조제식품 중 한 가지 유형의 제품만을 구입하거나 취식하는 것으로 나타났으며, 기타 체중조절 행동으로 평균 0.6가지 방법을 병행 하였는데, 건강기능식품 섭취군과 체중조절용 조제식품 섭취군 모두 운동요법 (각각 42.2%, 50.0%)과 식이조절 (각각 40.6%, 44.8%)이 가장 많이 병행하는 방법이었다.

최근 1년 내 다이어트 건강기능식품 및 체중조절용 조제식품 구입 시 구매행동을 Table 2에 제시하였다. 건강기능식품의 제형은 알약형태가 58.2%로 가장 많고, 액상형과 분말형의 순이었다. 반면 체중조절용 조제식품은 바형태가 42.7%로 가장 많고, 분말형과 시리얼 형태 순으로 나타났다 ( $p < 0.001$ ). 이는 현재 시장에서 판매되고 있는 제품형태의 차이인 것으로 사료된다. 전체적으로 제품 구입 시 중요하게 고려하는 요인으로 '제품의 기대효과/효능' 61.8%, '제조 회사' 12.6%, '제품의 원료/성분' 10.6%, '주위 평판' 7.5%순으로 나타났고, 두 군 간에 유의적인 차이는 없었다. 구입 장소는 전체적으로 '인터넷 쇼핑몰'이 36.2%, 'TV홈쇼핑'이 17.6%, '전문 판매점'이 17.1%, '대형 할인점'이 12.6%로 구입하고 있었다. 건강기능식품은 체중조절용 조제식품 섭취군에 비해 TV홈쇼핑 (20.9%), 약국 (5.5%)에서 구입하는 비율이 보다 높게 나타났으며, 반면 체중조절용 조제식품 섭취군은 대형할인점 (15.7%), 드럭스토어 (올리브영, 왓슨 등)(6.7%), 편의점 (6.7%)에서 구입하는 비율이 높았고, 방문 판매 구입은 건강기능식품 5.5%, 조제식 3.4%로 나타났다 ( $p < 0.01$ ).

제품 구입 시 건강기능식품 섭취군은 평균  $2.3 \pm 1.3$ 개월분, 체중조절용 조제식품 섭취군은  $1.7 \pm 0.8$ 개월분을 구입하였고, 유의적 차이를 나타내었다 ( $p < 0.001$ ). 또한 건강기능식품 섭취군에서는 최소 1개월분에서 최대 8개월분을 구입하는 반면 체중조절용 조제식품 섭취군에서는 최소 1개월분에서 최대 4개월분을 구입하는 것으로 나타났다. 건강기능식품 섭

**Table 1.** Weight control methods in addition to the consumption of Health/Functional food (HFF) or dietary formula (DF) for weight control during the last year<sup>2)</sup>

	Product type	
	HFF	DF
Exercise	27 ( 42.2) <sup>1)</sup>	29 ( 50.0)
Dietary control	26 ( 40.6)	26 ( 44.8)
Body management (meridian massage, etc.)	6 ( 9.4)	2 ( 3.4)
Oriental medicine intake	3 ( 4.7)	1 ( 1.7)
Weight control foods	1 ( 1.6)	— ( 0.0)
Medicine Intake	1 ( 1.6)	0 ( 0.0)
Health functional foods	—	0 ( 0.0)
Total	64 (100.0)	58 (100.0)

1) n (%) 2) Multiple response

**Table 2.** Purchasing behaviors of individuals consumed Health/Functional food (HFF) or dietary formula (DF) in the last year

		Product type			$\chi^2/t$
		Total (n = 199)	HFF (n = 110)	DF (n = 89)	
Product shape	Pill <sup>2)</sup>	64 (32.2) <sup>1)</sup>	64 (58.2)	0 ( 0.0)	158.923***
	Liquid <sup>3)</sup>	35 (17.6)	34 (30.9)	1 ( 1.1)	
	Powder <sup>4)</sup>	47 (23.6)	12 (10.9)	35 (39.3)	
	Bar	38 (19.1)	0 ( 0.0)	38 (42.7)	
	Cereal	15 ( 7.5)	0 ( 0.0)	15 (16.9)	
Considering factors	Expected effectiveness	123 (61.8) <sup>1)</sup>	69 (62.7)	54 (60.7)	3.873 <sup>5)</sup>
	Manufacturer	25 (12.6)	14 (12.7)	11 (12.4)	
	Ingredient	21 (10.6)	13 (11.8)	8 ( 9.0)	
	Reputation	15 ( 7.5)	5 ( 4.5)	10 (11.2)	
	Price	9 ( 4.5)	6 ( 5.5)	3 ( 3.4)	
	Convenient intake	6 ( 3.0)	3 ( 2.7)	3 ( 3.4)	
Purchase place	Internet shopping mall	72 (36.2) <sup>1)</sup>	41 (37.3)	31 (34.8)	21.702*** <sup>5)</sup>
	TV home shopping	35 (17.6)	23 (20.9)	12 (13.5)	
	Specialty store	34 (17.1)	20 (18.2)	14 (15.7)	
	Big-box retailer	26 (13.1)	11 (10.0)	15 (16.8)	
	Door-to-door sales	9 ( 4.5)	6 ( 5.5)	3 ( 3.4)	
	Drug store (ex, Oliveyoung, watsons)	7 ( 3.5)	1 ( 0.9)	6 ( 6.7)	
	Pharmacy	6 ( 3.0)	6 ( 5.5)	0 ( 0.0)	
	Convenience store	6 ( 3.0)	0 ( 0.0)	6 ( 6.7)	
	Department store	4 ( 2.0)	2 ( 1.8)	2 ( 2.2)	
Purchasing price, period, and Price reputation	Purchasing price (won) <sup>7)</sup>	47,773 ± 48,672 <sup>6)</sup>	47,337 ± 38,948	48,311 ± 58,741	-0.140
	Purchase period	2.0 ± 1.8	2.3 ± 1.3	1.7 ± 0.8	3.899***
	Price evaluation	3.4 ± 0.7	3.4 ± 0.7	3.5 ± 0.7	-0.864

1) n (%) 2) Types of pill (soft capsule, hard capsule) 3) Liquid types (bottled beverage, liquid concentrate, ampoule)

4) Powder (powdered, mix with water to drink) 5) Fisher's Exact test 6) Mean ± SD 7) Months of duration in purchase

\*: p < 0.05, \*\*: p < 0.01, \*\*\*: p < 0.001 by  $\chi^2$ -test or Student's t-test

취군과 체중조절용 조제식품 섭취군의 한 달 분의 구입가격은 각각 47,337 ± 38,948원, 48,311 ± 58,741원으로 평균값의 차이는 유의한 차이를 보이지 않았는데, 체중조절용 조제식품 섭취군은 최소 구입가격 4,500~최대 400,000원으로 건강기능식품 섭취군 (최소 구입가격 6,000~최대 250,000원)에 비해 제품들 간의 가격 편차가 크기 때문인 것으로 사료된다. 구입 가격에 대한 평가는 3.4, 3.5로 약간 비싸다고 인식하고 있었다.

### 다이어트 식품의 취식행동

최근 1년 내 다이어트 건강기능식품 및 체중조절용 조제식품의 취식행동을 Table 3에 제시하였다. 건강기능식품 섭취군과 체중조절용 조제식품 섭취군의 1일 평균 취식빈도는 각각 1.7 ± 0.7회, 1.5 ± 0.9회로 나타났다 (p < 0.05). 평균 취식 기간은 건강기능식품 섭취군이 3.1 ± 2.3개월, 체중조절용 조제식품 섭취군이 3.9 ± 3.5개월로 약간 길었으나 통계적으로 유의적인 차이는 없었다. 전체적으로 제품을 이용한 체중감량 목표 기간은 평균 1.9 ± 1.2개월 인데, 건강기능식품 섭취군 (2.1 ±

1.1개월)이 체중조절용 조제식품 섭취군 (1.7 ± 1.2개월)보다 체중감량 목표기간을 더 길게 계획하는 것으로 나타났다 (p < 0.05). 두 군 모두 과거 건강기능식품과 체중조절용 조제식품을 이용하여 체중 조절한 평균 횟수는 각 1.4 ± 1.1회, 1.5 ± 1.3회였으며, 유의적인 차이는 없었다. 전반적인 제품만족도는 Likert형 5점 척도에서 평균 3.6 ± 0.6점으로 해당 제품의 효능·효과에 대체로 만족하는 편이었으며, 건강기능식품 섭취군 (3.5 ± 0.6점)에 비해 체중조절용 조제식품 섭취군 (3.7 ± 0.5점)의 상대적 만족도가 더 크게 나타났다 (p < 0.05). 전반적 제품효과평가는 Likert형 5점 척도에서 평균 3.6 ± 0.6점으로 '어느 정도 효과 있었음'에 가까웠고, 두 군의 제품효과평가 점수는 유의적 차이가 없었다. 제품에 대한 기대 효과는 전체적으로 '체중감량' (62.8%)에 대한 기대가 가장 크며, 건강기능식품 섭취군은 '체지방 감소'를 가장 기대하고 체중조절용 조제식품 섭취군은 '체중 조절'과 '몸매개선'에 대한 기대가 높아 건강기능식품 섭취군과 다른 양상을 보였다.



**Table 3.** Consumption behaviors of individuals consumed Health/Functional food (HFF) or dietary formula (DF) in the last year

		Total (n = 199)	Product type		
			HFF (n = 110)	DF (n = 89)	$\chi^2/t$
Frequency and period of intake	Frequency of intake (per day)	1.6 ± 0.8 <sup>1)</sup>	1.7 ± 0.7	1.5 ± 0.9	2.108*
While consuming products	Period of intake (month)	3.4 ± 2.9	3.1 ± 2.3	3.9 ± 3.5	−1.935
	Target time (month)	1.9 ± 1.2 <sup>1)</sup>	2.1 ± 1.1	1.7 ± 1.2	2.273*
	Number of previous weight control tries using health functional food	1.4 ± 1.1	1.5 ± 1.1	1.3 ± 1.1	1.685
	Number of previous weight control tries using weight control food	1.5 ± 1.3	1.4 ± 1.2	1.6 ± 1.5	−0.782
Evaluation, satisfaction of product	Evaluation	3.6 ± 0.6 <sup>1)</sup>	3.6 ± 0.6	3.6 ± 0.6	0.126
	Satisfaction	3.6 ± 0.6	3.5 ± 0.6	3.7 ± 0.5	−1.994*
Expected effectiveness	Weight loss	125 (62.8) <sup>2)</sup>	68 (61.8)	57 (64.0)	9.949 <sup>3)</sup>
	Body fat loss	30 (15.1)	22 (20.0)	8 ( 9.0)	
	Control weight gain	25 (12.6)	14 (12.7)	11 (12.4)	
	Recovery of health	8 ( 4.0)	2 ( 1.8)	6 ( 6.7)	
	Figure improvement	8 ( 4.0)	2 ( 1.8)	6 ( 6.7)	
	Control body fat gain	3 ( 1.5)	2 ( 1.8)	1 ( 1.1)	

1) Mean ± SD. 2) n (%). 3) Fisher's Exact test

\*: p < 0.05, \*\*: p < 0.01, \*\*\*: p < 0.001 by  $\chi^2$ -test or Student's t-test

### 다이어트 식품의 향후 구매 태도

향후 건강기능식품 또는 체중조절식에 대한 수용태도 조사 결과는 Table 4에 제시하였다. 현재 제품유형을 향후에도 사용하겠다는 비율을 보면, 건강기능식품 섭취군은 44.5%, 체중조절용 조제식품 섭취군은 47.2%로 나타나 1순위를 차지하였으며, 두 군 모두 2순위로는 '운동요법'을 선택하였다. 또 건강기능식품 섭취군 중 '향후에는 체중조절용 조제식품을 섭취하겠다'는 사람이 17.3%로 3위로 나타났으며, 체중조절용 조제식품 섭취군에서도 '향후에는 건강기능식품을 복용하겠다'는 사람이 14.6%로 3위로 나타났다 (p < 0.001). 두 군 모두 향후에 이들 다이어트 제품을 계속 구입할 가능성 (1위와 3위 비율의 합)은 모두 동일하여 과거 구매자의 약 62% 정도는 체중 조절 관련 제품 구매를 지속할 것으로 사료된다. 향후 다이어트 건강기능식품의 선호 제형은 전체적으로 알약형 (53.3%), 액상형 (27.1%)이었으며, 체중조절용 조제식품 섭취군은 건강기능식품 섭취군에 비해 상대적으로 '분말형', '바', '시리얼' 등을 선호하였다 (p < 0.001). 현재 체중조절용 조제식품 섭취군은 향후 건강기능식품의 제형 자체도 체중조절용 조제식품의 형태를 원하고 있는 것으로 사료된다. 향후 건강기능식품 구입 시 한 달 분 기준 최대 지불의향 평균 금액은 72,070 ± 66,117원이었으며, 두 섭취군 간의 유의한 차이는 없었다. 건강기능식품 섭취 시 평균 취식예정기간은 건강기능식품 섭취군 (3.8 ± 3.7개월)이 체중조절용 조제식품 섭취군 (3.0 ± 2.4개월)에 비해 유의적으로 길게 계획하는 것으로 나타났다 (p < 0.05).

향후 1순위 체중감량방법 선택 이유는 Table 5에 제시하였

다. 향후 건강기능식품을 이용하겠다는 사람들은 '체지방 감소에 도움이 되어' (15명), '몸의 기능에 무리가 없어' (12명), '부작용이 없어' (10명)가 주요 선택 이유였다. 향후 체중조절용 조제식품을 선택하겠다는 사람들은 '체중감량에 도움이 되어' (19명), '빠른 효과를 볼 수 있어' (11명), '체지방 감소에 도움이 되어' (10명)의 순으로 나타났다.

향후 체중조절위해 건강기능식품 또는 체중조절용 조제식품을 섭취하지 않는 이유와 개선점은 Table 6과 같다. 건강기능식품 또는 체중조절용 조제식품을 선택하지 않는 이유의 1위는 '가격이 비싸서' (33.3%, 29.7%), 2위는 '체중감량에 도움이 안 되어' (26.5%, 23.1%)였으며, 건강기능식품 비선택 이유는 이외에 효과가 더디어, 부작용에 대한 우려, 원하는 효과를 얻지 못해 등의 이유를 들었고, 체중조절용 조제식품 비선택 이유는 요요현상에 대한 우려, 부작용에 대한 우려, 장기간 섭취에 대한 부담 등을 들고 있었다. 향후 건강기능식품과 체중조절용 조제식품의 개선점은 다중응답법 (multiple response)문항으로 3명 이상의 응답만을 제시하였다. 개선점으로는 모두 '가격이 저렴한 것'이 각각 9.2%, 12.4%로 가장 높은 비율을 차지했다. 그 외에 건강기능식품에 대해서는 '부작용이 없을 것, 빠른 효과, 요요현상이 없을 것, 식품 대용이 가능할 것, 명확한 효과, 휴대가 간편할 것' 등을 제안하였고, 체중조절용 조제식품에 대해서는 '요요현상이 없을 것, 빠른 효과, 휴대가 간편할 것, 식품 대용이 가능할 것, 만족감이 있을 것' 등을 개선점으로 응답하였다.

### 다이어트 식품의 중요도·만족도

건강기능식품과 체중조절용 조제식품의 효능/효과 관련 핵심 요소 분석은 Fig. 1에 제시하였다. 「중점관리속성」으로는 건강기능식품은 ‘체중감량에 도움을 줌’, ‘체지방 축적 억제에 도움을 줌’, ‘몸매개선에 도움을 줌’ 등의 속성이 속하였다. 반면 체중조절용 조제식품에서는 ‘체중감량에 도움을 줌’으로 나타났다.

다. 「핵심개선속성」으로 건강기능식품은 ‘식욕조절에 도움을 줌’이, 체중조절용 조제식품은 ‘몸매 개선에 도움을 줌’, ‘체중증가 억제에 도움을 줌’으로 평가 되었다.

원산지/원료 관련 핵심 요소 분석은 Fig. 2에 제시하였다. 「중점관리속성」은 건강기능식품에서 ‘몸에 좋은 효과가 입증된 성분/소재를 사용함’, ‘내가 알고 있는 원료임’이, 체중조절용 조제

**Table 4.** Future's 1st choice of weight control method and stance on Health/Functional foods

		Total (n = 199)	Product type		
			HFF (n = 110)	DF (n = 89)	$\chi^2/t$
Future's 1st choice on weight loss method	Intake health functional foods	62 (31.2) <sup>1)</sup>	49 (44.5)	13 (14.6)	31.559*** <sup>7)</sup>
	Intake weight control foods	61 (30.7)	19 (17.3)	42 (47.2)	
	Exercise	46 (23.1)	24 (21.8)	22 (24.7)	
	Dietary control	24 (12.1)	13 (11.8)	11 (12.4)	
	Intake oriental medicine	4 ( 2.0)	3 ( 2.7)	1 ( 1.1)	
	Intake medicine	1 ( 0.5)	1 ( 0.9)	0 ( 0.0)	
	Body management (meridian massage, etc.)	1 ( 0.5)	1 ( 0.9)	0 ( 0.0)	
Preference on type of health functional foods	Pill <sup>2)</sup>	106 (53.3) <sup>1)</sup>	70 (63.6)	36 (40.4)	26.292***
	Liquid <sup>3)</sup>	54 (27.1)	32 (29.1)	22 (24.7)	
	Powder <sup>4)</sup>	19 ( 9.5)	6 ( 5.5)	13 (14.6)	
	Bar	13 ( 6.5)	1 ( 0.9)	12 (13.5)	
	Cereal	7 ( 3.5)	1 ( 0.9)	6 ( 6.7)	
Maximum price willing to pay for health functional foods	Reasonable price of urchasing (won) <sup>5)</sup>	72,070 ± 66,177 <sup>5)</sup>	72,973 ± 68,256	70,955 ± 63,880	0.213
Planned months of period to consume health functional foods	Planing period of intake	3.4 ± 3.2	3.8 ± 3.7	3.0 ± 2.4	2.008*

1) n (%) 2) Types of pill [soft capsule, hard capsule, (soft) gel capsule] 3) Liquid types (bottled beverage, liquid concentrate, ampoule, pouch packaged) 4) Powder (powdered, mix with water to drink, granular) 5) Mean ± SD 6) Months of duration in purchase (KRW) 7) Fisher's Exact test

\*: p < 0.05, \*\*: p < 0.01, \*\*\*: p < 0.001 by  $\chi^2$ -test or Student's t-test

**Table 5.** Reason for future 1st choice on weight control method<sup>2)</sup>

	Future 1st choice on weight loss method		
	HFF	DF	Etc (Dietary control, exercise etc.)
Helpful body fat loss	15 <sup>1)</sup>	10	0
No influence to body modulating function	12	2	5
No side effect	10	3	9
Helpful weight loss	8	19	11
Work fast	8	11	2
Balanced nutrient and helpful diet	2	0	0
No yo-yo effect	1	2	7
Inexpensive price	1	0	7
Helpful appetite control	1	1	0
Exercise is a desirable diet method	0	0	15
Cause of special product	0	6	0
Figure improvement	0	0	5
Need for dietary control owing to steady method	0	0	4
Healthy method owing to natural way	0	0	2
Convenient purchase	0	2	0

1) n 2) Multiple response

**Table 6.** Reasons for not planning to take Health/Functional food (HFF) or dietary formula (DF) for weight loss<sup>2)</sup> and suggestions for their improvement<sup>3)</sup>

Reason for not planning to take HFF for weight loss		Reason for not planning to take DF for weight loss	
Expensive price	34 (33.3) <sup>1)</sup>	Not helpable weight loss	27 (29.7)
Not helpable weight loss	27 (26.5)	Expensive price	21 (23.1)
Takes a long time to take effect	10 ( 9.8)	Concern about Yo-yo effect	11 (12.1)
Concern about Side effect	9 ( 8.8)	Concern about Side effect	7 ( 7.7)
Fall on stony ground	5 ( 4.9)	Burden for long term intake	5 ( 5.5)
Feeling like drug	3 ( 2.9)	Consumed as general food rather than as weight control food	3 ( 3.3)
Ignorance about product	3 ( 2.9)	Takes a long time to take effect	2 ( 2.2)
Concern about Yo-yo effect	2 ( 2.0)	Fall on stony ground	2 ( 2.2)
Harmfulness in body by long term intake	2 ( 2.0)	Ignorance about product	2 ( 2.2)
Burden for long term intake	2 ( 2.0)		
Improvement for future HFF		Improvement for future DF	
No response	91 (44.0) <sup>1)</sup>	No response	102 (48.6)
Lowest price possible	19 ( 9.2)	Lowest price possible	26 (12.4)
No idea	13 ( 6.3)	No idea	18 ( 8.6)
No side effect possible	11 ( 5.3)	No yo-yo effect	7 ( 3.3)
Work fast	9 ( 4.3)	Work fast	6 ( 2.9)
No yo-yo effect	7 ( 3.4)	Easy carrying	6 ( 2.9)
Possible substitute food	6 ( 2.9)	Possible substitute food	4 ( 1.9)
Certain effect	6 ( 2.9)	Experience satiety	4 ( 1.9)
Easy carrying	5 ( 2.4)	Release pill shaped product	4 ( 1.9)
Prohibiting deceptive advertising	3 ( 1.4)	Increasing taste	3 ( 1.4)
Balanced nutrient intake	3 ( 1.4)		
Release pill shaped product	3 ( 1.4)		

1) n (%) 2) Multiple response, Responses from more than 2 people are indicated 3) Multiple response, Responses from more than 3 people are indicated

식품에서는 '기능성 원료 외에 함께 들어가 있는 원료가 좋아 보임'으로 나타나 건강기능식품은 원료자체를 중요하게 생각하고, 체중조절식 조제식품은 추가적으로 들어가는 좋은 원료를 중요하게 생각하고 만족하는 것으로 나타났다. 「핵심개선속성」은 건강기능식품에서 '기능성 원료 외에 함께 들어가 있는 원료가 좋아 보임'이, 체중조절용 조제식품에서 '합성 보존료/합성착향료/합성감미료 등을 사용하지 않음'으로 나타나, 기존 제품에서 이러한 물질 사용에 불만족스러워 하고 있는 것으로 나타났다. 특히, 상대적 중요도와 만족도가 모두 낮은 「부차적속성」은 건강기능식품에서는 「국산성분/소재를 사용함」으로 이점에 대해 크게 신경 쓰지 않는 것으로 나타났고, 체중조절용 조제식품에서는 「몸에 좋은 효과가 입증된 성분/소재를 사용함」으로 나타났다.

브랜드/제조회사/제형/포장디자인/가격/광고/판촉/기타 관련 핵심 요소 분석은 Fig. 3에 제시하였다. 「중점관리속성」으로는 건강기능식품에서 「대중적인 제품임」, 「연령대에 관계없이 누구나 섭취 가능한 제품임」, 「포장디자인이 세련되고, 고급스러운 느낌을 줌」이, 체중조절용 조제식품에서는 「믿을 수 있는 회사 제품임」, 「전문가들이 추천하는 제품임」, 「포장디자인이 세련되고,

고급스러운 느낌을 줌」, 「연령대에 관계없이 누구나 섭취 가능한 제품임」이 중요하게 관리해야 하는 속성으로 나타났다. 「유지관리속성」은 건강기능식품에서 「전문 기업에서 제조」, 체중조절용 조제식품에서 「대중적인 제품」등으로 나타났다. 「핵심개선속성」은 건강기능식품에서는 「포장디자인이 전문적/기능적임」, 「내 체질에 잘 맞는 제품임」이, 체중조절용 조제식품에서는 「포장 디자인이 신뢰감을 줌」, 「포장디자인에서 제품의 정보가 자세히/제대로 표기되어 있음」, 「가격 대비 값어치가 있음」, 「제품 불만족시 보상/교환이 신속함」으로 평가되었다. 「부차적속성」은 건강기능식품에서는 「가격이 적당함」, 「가격 대비 값어치가 있음」, 「동일 기능성을 가진 다른 제품 유형에 비해 저렴함」으로 나타났고, 체중조절용 조제식품에서는 「요요현상이 일어남」, 「피부상태가 안 좋아짐」으로 나타났다.

## 고 찰

체중조절을 위해 식이요법, 운동요법, 약물요법, 행동수정요법, 체형관리요법 등 다양한 방법이 이용되고 있다. 그 중 식이요법으로서 식사대용으로 사용하는 체중조절용 조제식품 및

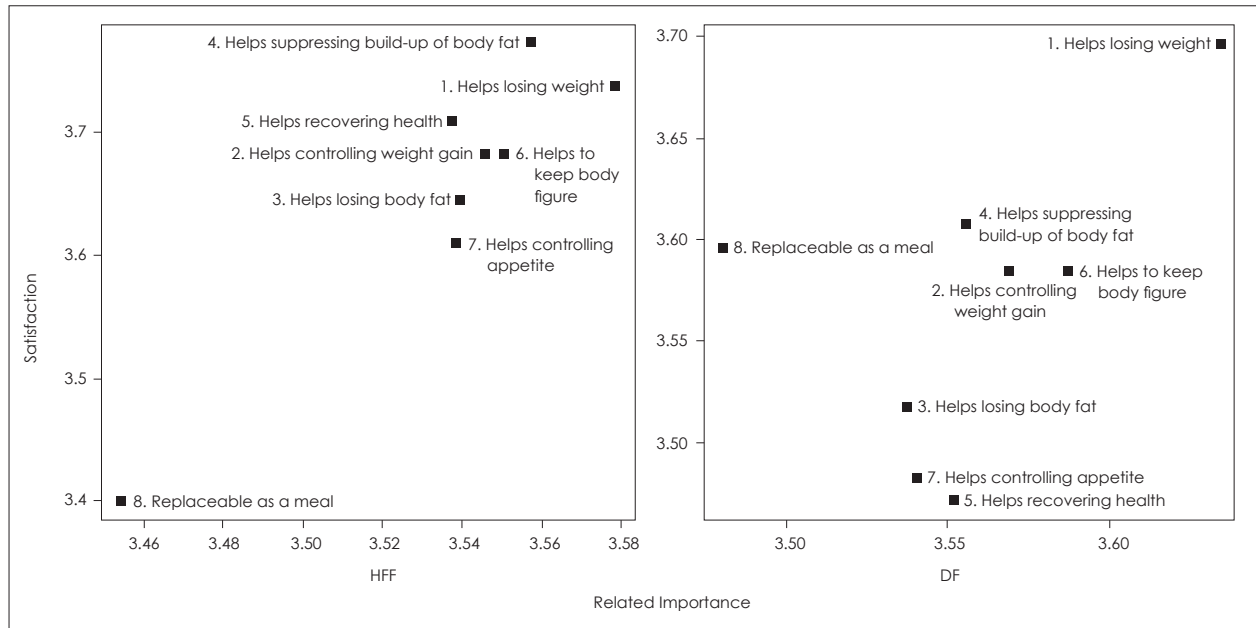


Fig. 1. Consumer satisfaction and relative importance of product efficacy by product type.

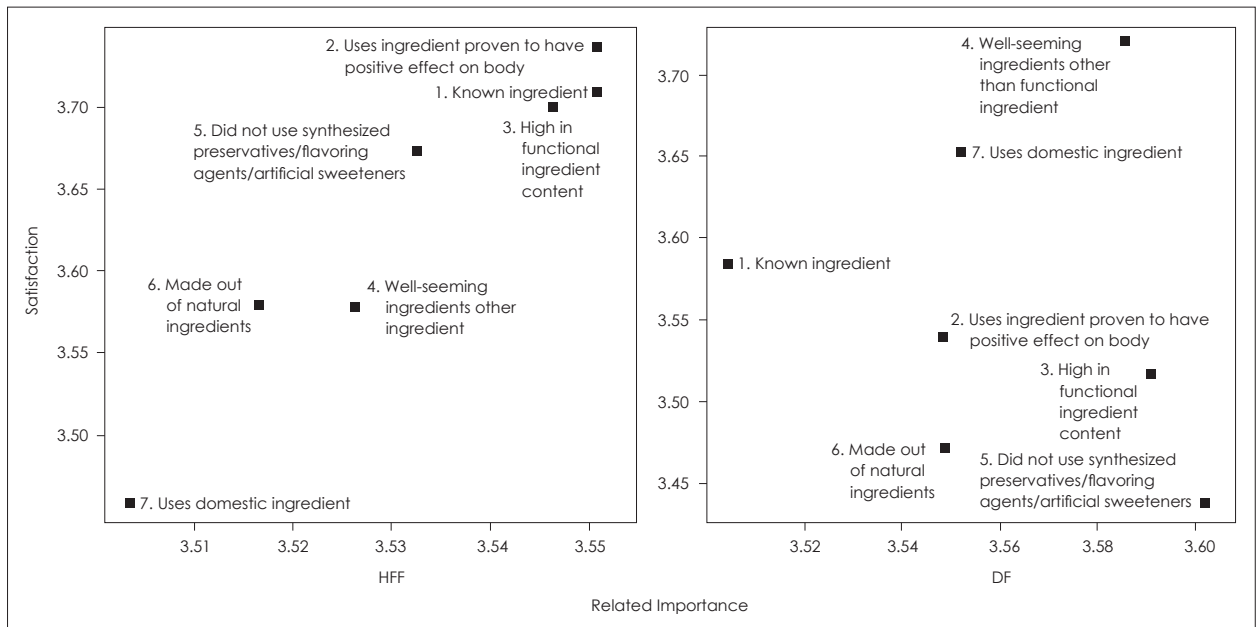


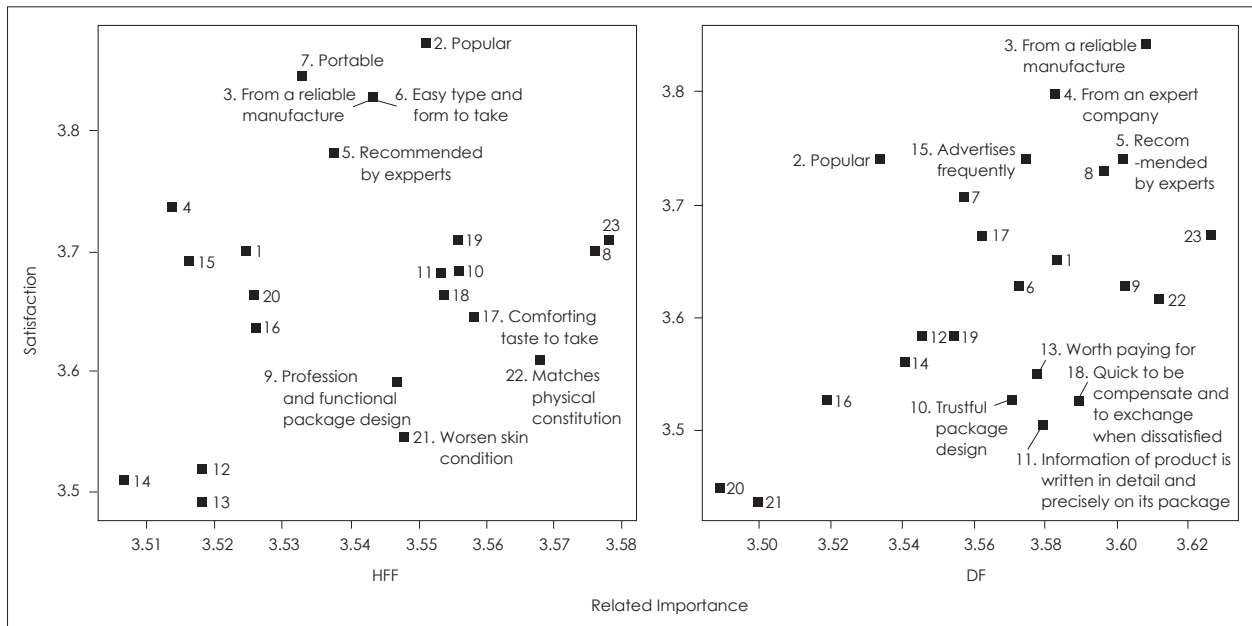
Fig. 2. Consumer satisfaction and relative importance of product ingredient and its origin by product type.

식사 보충용으로 섭취하는 기능성원료를 이용한 건강기능식품을 사용하는 소비자는 계속 증가할 것으로 사료된다. 따라서 이들 제품을 이용하고 있는 소비자의 의견 수용은 성공적인 식품 개발에 결정적인 역할을 하게 될 것이므로 이에 대한 정확한 조사는 제품 개발의 초기 단계에서 반드시 고려되어야 할 것이다.<sup>23)</sup> 본 연구는 체중조절을 위해 실제로 체지방조절 건강기능식품(다이어트 건강기능식품)과 체중조절용 조제식품을 구입 또는 취식한 사람들을 대상으로 구매 및 취식 행동을 조사하고 향후 이들 제품들의 선택 의향을 분석함으로써, 이들 세부시장에

대한 소비자 주도적 제품 개발을 위한 기초 자료를 제공하기 위해 시도되었다.

다이어트 건강기능식품 또는 체중조절용 조제식품을 섭취하는 사람들의 기타 체중조절 방법으로는 식이조절과 운동조절이 가장 많은 것으로 나타났다. Kang<sup>15)</sup>의 연구에 의하면, 30~40대 여성이 체중조절을 할 경우에 식사조절과 운동을 하겠다는 비율이 56.5%로 나타났고, Choe 등<sup>24)</sup>과 Kim<sup>25)</sup>의 연구에서도 운동요법, 식사요법이 가장 적합한 체중조절 방법이라고 응답한 바 있다. 따라서 상업용 다이어트 제품을 이용한 체중조





**Fig. 3.** Consumer satisfaction and relative importance of Brand, manufacture, type, packing design, price, advertisement, sales promotion, and so forth by product type. 1: Recommended and recognized by peers, 8: Polished and high quality package design, 12: Affordable price, 13: Worth paying for, 14: Less expensive compared to other product with the equal function, 16: Frequent promotion such as 2 for 1 deal and freebies give away, 19: No side effect, 20: No yo-yo effect, 23: Can be taken regardless of age.

절 시 운동, 식사조절 등이 병행될 수 있도록 하는 프로그램의 개발 및 제안으로 체중조절을 돕는다면 제품의 효과를 극대화시키는데 유용할 것으로 사료된다.

두 섭취군의 제품 구입 장소를 상대적으로 비교해 볼 때, 체중조절용 조제식품은 '대형할인점', '드럭스토어 (올리브영, 왓슨)', '편의점' 순으로 구입하는 비율이 높았고, 다이어트 건강기능식품은 'TV홈쇼핑', '약국' 순으로 구입하는 비율이 높게 나타났는데, 방문 판매 구입 비율은 4.5% 정도에 불과했다. Kang<sup>15)</sup>의 연구에서 다이어트 식품(약품)구입경로는 약국에서 24.1%, 다단계에서 20.3%, 방송 및 광고에서 17.7%로 나타나 본 연구의 구매경로와 다른 양상을 보였다. 이와 같은 이유로는 본 연구의 대상자의 평균연령이 34세로 젊은 편이며, 조사 시기 (2003년)에 비해 전자매체 및 인터넷의 발달과 더불어 전자상거래와 같은 네트워크 판매의 성장으로 구매 경로가 다양해졌기 때문인 것으로 사료된다. 다이어트 건강기능식품 섭취군과 체중조절용 조제식품 섭취군의 각각 한 달 분 구입 가격은 평균 47,337원, 평균 48,311원으로 두 제품 간에 유의적인 차이가 없었다. Chang와 Kim<sup>17)</sup>에서 건강기능식품 구매비용은 3~5만원이 29.0%로 가장 많았으며, 그 중 3만원 이상 지출이 56.8%로 체중조절을 위한 건강기능식품도 비슷한 비용을 지출한다고 보고된 바와 유사하다. 또한 현재 '제품 가격이 약간 비싸다'고 판단하고 있으나 향후 건강기능식품 구입을 위해 두 군 모두 최대 평균 72,000원/달을 지불 할 의사가 있는 것으로 나타났다. 향후 구매하지 않을 것이라는 이유에 대해 '가격이 비

싸서'라는 응답이 1위인 점을 감안할 때 제품 가격에 대한 고려가 필요할 것으로 사료된다. Ohn과 Kim<sup>26)</sup>의 조사에서도 건강기능식품을 섭취를 하지 않는 이유가 '효과에 대한 믿음이 없어서'와 '가격이 비싸서' 등으로 조사된 바 있다.

체중감량 평균 목표기간은 다이어트 건강기능식품 섭취군이 2.1개월, 체중조절용 조제식품 섭취군이 1.7개월로 나타났으며, 평균 취식개월은 다이어트 건강기능식품 섭취군과 체중조절용 조제식품 섭취군에서 평균 약 3.4개월 (최소 0.5~최대 6.3개월)로 평균 목표기간보다는 오래 섭취하는 것으로 나타났다. Chang와 Kim<sup>17)</sup>에서 건강기능식품 최대섭취기간은 1년 이상이 23.5%, 3개월 이내가 23.1%으로 나타났는데 건강기능식품의 종류에 따라 섭취기간이 다를 것으로 사료된다. 위로 미루어 향후 제품을 섭취할 때 건강기능식품 섭취자들이 체중감량기간을 더 길게 보고 더 오래 섭취하려는 경향을 보였다. 또한 두 군 모두 과거 다이어트 건강기능식품과 체중조절용 조제식품을 이용하여 체중 조절한 평균 횟수가 각 1.4회, 1.5회로 나타났다. 과거에도 제품 이용경험이 평균 1회 이상이 되는 것으로 미루어 재구매 및 이용에 대한 의미 있는 행동특성으로 여겨진다. 이러한 과거 경험은 향후에도 제품을 이용할 것인지를 묻는 질문에 대해 약 62% 정도가 이들 제품을 재이용할 것이라는 답변과 유사한 결과이다.

전반적인 제품만족도는 Likert형 5점 척도로 평균 3.6점으로 해당 제품의 효능·효과에 대해 만족하는 편이었다. Kang<sup>15)</sup> 연구에서 30~40대 여성에서 체중조절을 위해 다이어트 식품

복용한 경험자들의 만족도는 만족하는 편 (매우만족 + 만족) 은 26.6%, 보통 33.3%, 불만족 40.0%로 나타났고, Chang와 Kim<sup>17)</sup>연구에서 건강기능식품의 만족도가 3.5점으로 보통 이상은 만족하는 것으로 나타나 본 연구결과와 유사하였다. 제품 선택 시 기대하는 효과는 전반적으로 '체중감량', '체지방 감소', '체중 증가 억제' 등을 기대하였다. 다이어트 건강기능식품 섭취군은 상대적으로 체중조절용 조제식품 섭취군에 비해 '체지방 감소'의 기대 비율이 높았고, 체중조절용 조제식품 섭취군은 상대적으로 '몸매개선'으로 다이어트 건강기능식품 섭취군과 다른 양상을 보였다. 본 연구의 선행연구인 Lee 등의 연구<sup>21)</sup>에서도 이들이 다이어트를 하게 된 주요동기를 볼 때, 다이어트 건강기능식품군은 '정상체중 유지 (29.3%)', 체중조절용 조제식품군은 '원하는 디자인의 옷을 입기위해 (34.8%)'로 다른 양상을 나타내었다. 또한 BMI에 의한 다이어트 중점요인을 조사한 결과, 과체중·비만인 BMI  $\geq 23$ 인 사람들은 보다 '체중감량'과 '체지방 감소'에, 정상범주인 사람들은 보다 '건강회복'과 '몸매개선'으로 보고하였다. 따라서 건강기능식품 섭취자는 BMI  $\geq 23$ 인 사람들이 71%이나 체중조절용 조제식품 섭취자에서는 상대적으로 BMI  $< 23$ 인 사람의 비율이 높은 것을 고려할 때, 이러한 다이어트의 주요동기와 중점요인이 제품유형의 선택과 기대효과에 영향을 미쳤을 것으로 사료된다. 본 연구에서 향후에도 건강기능식품이나 체중조절용 조제식을 구매하겠다는 이유로 1위가 '체중감량에 도움이 되어', 2위는 '체지방 감소에 도움이 되어서' 3위 '부작용이 없어서'를 차지했는데, 특히 건강기능식품은 '체지방감소' '체기능 변화에 영향이 없어서' '부작용이 없어서' 등과 같은 이유를, 체중조절용 조제식품은 '체중감소' '빠른 효과' 등의 이유를 주로 들고 있었다. 따라서 체중감량이라는 동일한 목적을 가지더라도 제품유형에 따라 기대하는 효과에는 차이가 있는 것을 알 수 있다.

제품유형별 속성에 따른 중요도와 만족도 평가는 제품개발에 유용한 자료가 될 것으로 사료된다. 체중조절용 조제식품은 '체중감량 도움'을 중시하면서 만족도가 높았지만, '건강회복', '식욕조절에 도움' 등은 중요도와 만족도가 모두 낮았다. '추가적으로 함유된 원료'가 좋아야 되는 것에 만족도와 중요도가 모두 높았지만, '식품첨가물의 첨가'에 대해서는 불만족스러운 것으로 나타났다. '믿을 수 있는 회사 제품'을 중시하고 만족도도 높았지만, '포장의 제품 정보'에 대해서는 만족도가 낮았다. 다이어트 건강기능식품에서는 '체중감량', '체지방 축적억제 효능/효과'를 중요시하면서 만족도가 높게 나타났지만, '식욕조절에도 도움'을 주길 원했다. 또한 '원료'에 대한 만족도가 높았지만, '원산지'는 크게 신경을 쓰지 않았고, '기능성 원료 외의 기타원료'의 중요도는 높는데 반해 상대적으로 만족도는 낮음을 보였다. 또한 체중조절용 조제식품군에 비해 체중감량 목표기간을 비

교적 길게 계획하며 제품의 기능성과 소재 (원료) 그리고 신뢰할 수 있는 제품을 중요시하고 만족도도 높은 특성을 보였다.

이상의 연구결과를 통해서 현재까지의 체중조절용 조제식품은 단순히 열량만을 낮춘 제품이 주를 이루었는데 반해, 향후 제품들은 기능성을 더한 제품으로 개발이 될 수 있을 것으로 사료된다. 건강기능식품의 제형의 확대에 따라 건강기능식품의 기능성과 체중조절용 조제식품의 식사대용의 복합된 형태의 개발은 미래의 차별화 요소에 대한 잠재가능성이 있을 것으로 보여진다. 또한 향후 제품을 구입하지 않을 것이라는 이유로 '가격이 비싸서' 및 '체중감량에 도움이 안 되어' 등을 들고 있으므로 제품의 경쟁력으로서 제품의 가격 및 효과에 대한 고려가 가장 중요한 구매 요인이 될 것으로 사료된다. 본 연구는 상업용 다이어트제품에 대한 구매력 및 소비의지가 높은 것으로 보고<sup>27)</sup> 된 만 25~45세의 서울과 경기 일대 수도권 지역의 거주자로 제한되었으나, 최근 상업용 다이어트식품 시장 중 법적인 관리 하에 판매되고 있는 다이어트 건강기능식품 또는 체중조절용 조제식품시장의 비중이 점점 커짐에 따라 산업체들의 관련 제품의 연구개발 및 마케팅 전략에 필요한 기초자료로 중요하게 사용될 수 있을 것으로 사료된다.

## 요 약

본 연구는 다이어트 건강기능식품 또는 체중조절용 조제식품을 섭취하는 성인의 제품유형별 구매 및 취식행동과 제품요소의 중요도 및 만족도를 조사함으로써, 소비자 특성을 파악하고자 시행되었다. 조사 대상자는 남자 28.6%, 여자 71.4%, 평균 연령 34.2  $\pm$  5.9세, 대졸 71.9%, 기혼 65.8%로 나타났고, 월평균소득은 300만원 이상인 가정이 총 88.1%로 높게 나타났다. 제품 구입 시 고려하는 요인으로 '제품의 기대효과/효능'을 우선하였고, 구입 장소는 '인터넷 쇼핑몰'이 가장 많았고, 제품의 제형에서는 건강기능식품은 '알약형태', 체중조절용 조제식품은 '바형태'가 가장 많이 나타났다 ( $p < 0.001$ ). 제품을 구입 시 건강기능식품군은 평균 2.3  $\pm$  1.3개월분, 체중조절용 조제식품군은 1.7  $\pm$  0.8개월분을 구입 ( $p < 0.001$ )하였고, 1일 평균 취식빈도가 각 1.7  $\pm$  0.7회, 1.5  $\pm$  0.9회였다 ( $p < 0.05$ ). 제품을 이용한 체중감량 목표기간은 건강기능식품 섭취군은 2.1  $\pm$  1.1개월, 체중조절용 조제식품 섭취군은 1.7  $\pm$  1.2개월 ( $p < 0.05$ )였다. 제품만족도는 5점 기준으로 평균 3.6  $\pm$  0.6점으로 '만족하는 편'이었다. 향후 이용 체중감량방법으로 건강기능식품 섭취군은 향후에도 '건강기능식품복용'이 44.5%, 체중조절용 조제식품 섭취군은 '체중조절용 조제식품복용'이 47.2%로 현재 제품유형을 향후에도 사용하고자 하였다. 향후 건강기능식품 구입 시 취식예정 평균 개월은 건강기능식품군이 3.8  $\pm$

3.7개월, 체중조절용 조제식품군  $3.0 \pm 2.4$ 개월로 유의적인 차이를 보였다 ( $p < 0.05$ ). 효능/효과 관련 핵심 요소 분석에서는 건강기능식품에서 '체중감량에 도움을 줌', '체지방 축적 억제에 도움을 줌', 체중조절용 조제식품에서는 '체중감량에 도움을 줌', '뱃매개선에 도움을 줌'이 상대적 중요도와 만족도가 모두 높아 가장 중요하게 관리/대처해야 하는 속성으로 나타났다. 원산지/원료 관련 핵심 요소 분석에서는 상대적 중요도와 만족도가 모두 높은 속성으로는 건강기능식품에서 '몸에 좋은 효과가 입증된 성분/소재를 사용함', 체중조절용 조제식품에서는 '기능성 원료 외에 함께 들어가 있는 원료가 좋아 보임'으로 나타났다. 이상의 연구결과를 통해서 다이어트 건강기능식품 섭취군은 체중조절용 조제식 섭취군에 비해 체중감량 목표기간을 좀 더 길게 설정을 하여 체중조절에 이용하는 것으로 나타났고, 제품의 기능성과 소재(원료) 그리고 신뢰할 수 있는 제품을 중요하게 여기며 만족도도 높은 특성을 보였다. 체중조절용 조제식품군은 비교적 단기간의 체중감량 목표기간을 설정하여 체중조절에 이용하며, 기능성원료 외에도 함께 첨가되는 원료를 중요하게 또한 만족도도 높은 것으로 나타났다. 본 연구는 최근 상업용 다이어트식품 시장 중 법적인 관리 하에 판매되고 있는 다이어트 건강기능식품 또는 체중조절용 조제식품시장의 비중이 점점 커짐에 따라 산업체들의 관련 제품의 연구개발 및 마케팅 전략에 필요한 기초자료로 중요하게 사용될 수 있을 것으로 사료된다.

#### ■ 감사의 글

본 연구는 지식경제부 2010년 the Regional Innovation System program (제 B0012328)의 연구비 지원에 의해 이루어진 연구결과의 일부로 이에 감사드립니다.

#### Literature cited

- 1) Levy AS, Heaton AW. Weight control practices of U.S. adults trying to lose weight. *Ann Intern Med* 1993; 119(7 Pt 2): 661-666
- 2) Park JW, Park HM, Ha NS. A study on the obesity and weight control methods of college students. *J Korean Acad Psychiatr Ment Health Nurs* 2004; 13(1): 5-13
- 3) Korea Health Industry Development Institute. Health industry white paper. Cheongwon; 2009. p.309
- 4) Food News. Total functional food sales in 2009. 2010 May 28 [cited 2010 Sep 13]. Available from: <http://www.foodnews.co.kr>
- 5) Korea Food & Drug Administration. The production output of food and food additives. Cheongwon; 2006-2008
- 6) Korea Food & Drug Administration. Yearbook of imported food inspection. Cheongwon; 2006-2008
- 7) Yim KS. A guide for selecting substitutional foods for obesity treatment. *Korean J Community Nutr* 2003; 8(3): 424-432
- 8) Chae MS, Kim MS, Jeong GY. Marketing communication strategy of diet health functional food brand using innovative new product development-the case of Amore Pacific's S'life slimmer DX. *Korea Bus Rev* 2012; 16(2): 63-87
- 9) Korea Food & Drug Administration. Health functional food information. Cheongwon; 2008-2012. Available from: [http://hfoodi.kfda.go.kr/material/mat2\\_list.jsp?cateldx=22](http://hfoodi.kfda.go.kr/material/mat2_list.jsp?cateldx=22)
- 10) Korea Food & Drug Administration. Standards and specifications of foods in KFDA notification 2010-58; 2010
- 11) Yuh YJ. A monthly advertising review. Seoul; 2002 May
- 12) Kim MK, Lee GC. Weight reduction dieting survey and satisfaction degree and diet related knowledge among adult women by age. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 2006; 35(5): 572-582
- 13) Ha A, Yi SH, Kang NE. The patterns of purchasing diet/low-calorie food and obesity related eating behavior in normal and obese female college students in Seoul area. *Korean J Food Nutr* 2009; 22(4): 650-661
- 14) Oh JY. A study on the practice about diet, the present condition and expectation degree of commercial diet in female college students [MA thesis]. Seoul: Dongduk Women's University; 2002
- 15) Kang JN. Survey on the diet habit and intake of diet foods by urban women in thirties and forties [MA thesis]. Seoul: Chung-Ang University; 2002
- 16) Park KS. A study on the dieting style and satisfaction of obese women [MA thesis]. Seongnam: Kyungwon University; 2008
- 17) Chang MK, Kim Y. Assessment of functional food consumption among the working women in Korea. *Korean J Nutr* 2008; 41(8): 832-838
- 18) Kim HJ. The study about the actual usage condition and purchasing habitus of health/functional foods in female residents of Seoul and Kyeonggi [MA thesis]. Seoul: Yonsei University; 2007
- 19) Seol YH. Consumer perception toward antiobesity functional foods by women employees in their thirties and forties residing in capital region of Korea [MA thesis]. Seoul: Graduate School of Food and Drug Administration, Chung-Ang University; 2011
- 20) Verbeke W. Consumer acceptance of functional foods: socio-demographic, cognitive and attitudinal determinants. *Food Qual Prefer* 2005; 16(1): 45-57
- 21) Lee HJ, Won HS, Kwak JS, Kim MK, Kwon O. Perceptions of body shape and weight control in individuals consuming weight-control or health functional foods. *Korean J Nutr* 2011; 44(3): 243-254
- 22) Martilla JA, James JC. Importance-performance analysis. *J Mark* 1977; 41(1): 77-79
- 23) van Trijp HC, van Kleef E. Newness, value and new product performance. *Trends Food Sci Technol* 2008; 19(11): 562-573
- 24) Choe E, Woo KJ, Chyun JH. Perception and knowledge on the diet among women living in Incheon. *Korean J Diet Cult* 1999; 14(3): 225-231
- 25) Kim SK. The study on nutrition status and value evaluation of food with concern for weight control in housewives. *J Soonchunhyang Univ* 1992; 15(1): 183-194
- 26) Ohn J, Kim JH. Intake pattern and needs assessment for the development of web-contents on health functional foods according to age of adults. *Korean J Community Nutr* 2012; 17(1): 26-37
- 27) Lee SJ. A study on obesity and weight control for public health planning in Pohang city. *J Korea Sport Res* 2006; 17(4): 903-918