

국내 학술지에 게재된 밀키트(Meal-Kit) 연구에 대한 문헌고찰

김문숙
원광보건대학교 식품영양과

A Literature Review on Meal-Kit Studies Published in Academic Journals in Korea

Moon Sook Kim

Department of Food and Nutrition, Wonkwang Health Science University

요약 본 연구목적은 단기간 내에 많은 연구가 진행되고 있는 밀키트(Meal-Kit) 관련 분야에서 국내의 밀키트(Meal-Kit) 제품의 실용화 및 다양화를 활성화하기 위해서 우선적으로 국내 밀키트(Meal-Kit) 연구 현황을 파악하고자 국내 학술지에 게재된 밀키트(Meal-Kit)에 관련한 연구 문헌을 고찰하여 연구 시 고려해야 할 사항 또는 연구 방향성 등을 모색하여 향후 국내 연구의 기초자료를 마련하고자 한다. 연구 범위는 2019년 1월부터 2022년 11월까지 국내 학술지에 등재된 밀키트(Meal-Kit) 연구 논문을 검색한 후 선정된 72편의 밀키트(Meal-Kit) 논문에 대하여 연도별 및 연구 범주별로 세분화하였다. 연구결과로 국내 학술지 등재 논문 편수는 2019년에는 4편(5.6%), 2020년에는 논문 6편(8.3%), 2021년에는 논문 38편(52.8%) 그리고 2022년에는 논문 24편(33.3%)이 게재되었다. 밀키트(Meal-Kit) 연구 범주로는 소비자 만족에 관한 연구가 전체의 58.3%(42편)를 차지하였다. 그 다음으로 빅데이터 분석 연구가 12.5%(9편), 디자인 연구는 8.3%(6편), 소비자인식에 관한 연구는 6.9%(5편)였다. 그 외로 소비 트렌드, 질적연구, 위생·안전성 연구 및 제품·개발전략에 관한 연구는 각각 2.8%(2편)이었고 밀키트(Meal-Kit) 제품의 영양분야와 제조가공에 관한 연구는 각각 1.4%(1편)로 국내의 검토되었다. 이에 따라 국내의 밀키트(Meal-Kit) 연구에서 밀키트(Meal-Kit) 제품 개발을 위한 실험적 연구 분야가 더욱더 활발히 수행되어야 함을 확인하였다. 본 연구를 기반으로 향후 국외의 밀키트(Meal-Kit) 연구 현황을 고찰하여 국내·외 밀키트(Meal-Kit) 연구의 비교 분석으로 국내 밀키트(Meal-Kit) 시장의 판로 확대를 도모하고자 한다.

Abstract This study examines research literature related to Meal-Kits published in domestic academic journals to understand the current status of domestic Meal-Kit research and seek considerations or research directions for future studies. Meal Kit research papers published in domestic journals from January 2019 to November 2022 were obtained, and 72 papers were selected and analyzed by year and research category. The number of theses published in domestic journals was 4 (5.6%) in 2019, 6 (8.3%) in 2020, 38 (52.8%) in 2021, and 24 (33.3%) in 2022. In the Meal-Kit research category, consumer satisfaction accounted for 58.3% (42 studies) of the total studies, sequentially followed by big data analysis studies (12.5%, 9 studies), design studies (8.3%, 6 studies), and consumer awareness studies (6.9%, 5 studies). In addition, studies on consumption trends, qualitative studies, hygiene/safety studies, and product/development strategies accounted for 2.8% (2 studies) each, whereas studies on nutrition and manufacturing/processing of Meal-Kit products accounted for 1.4% (1 study) each. Our results confirmed that research for the development of Meal-Kit products should be more actively conducted for domestic Meal-Kits. Based on this study, the status of overseas Meal-Kit research will be reviewed in the future. Furthermore, expansion of the domestic Meal-Kit market will be endeavored through a comparative analysis of domestic and foreign Meal-Kit research.

Keywords : Research, Domestic, Consumer, Product, Current Status

본 논문은 2022년도 원광보건대학교 교내연구비 지원에 의해서 수행되었음.

Corresponding Author : Moon Sook Kim(Wonkwang Health Science University)

email: kmsook95@wu.ac.kr

Received January 17, 2023

Accepted March 3, 2023

Revised February 17, 2023

Published March 31, 2023

1. 서론

1.1 연구의 필요성

코로나19는 현대의 사회적 문화적 및 경제적 양상 변화에 큰 영향을 끼쳐 실업률 증가, 물가 상승 등에 따른 경제적 소비활동이 위축되는 어려운 시기를 접하게 되었고 건강과 관련된 위생적 안전관리의 중요성은 더욱더 강조되고 있다[1]. 이러한 코로나 19에 의한 위기 상황에 1인 가구의 증가, 여성의 경제활동 참여 및 고령화 등의 사회적 환경 변화와 더불어 급속도로 발전하는 과학·산업 기술이 복합적으로 상호작용하면서 새로운 소비 트렌드가 계속적으로 형성되고 있다[2].

그 중에서도 식품·외식분야의 최근 소비 트렌드는 다양한 라이프 스타일 영향에 따른 식문화 변화의 일례로 가정에서도 편리하고 간편하게 조리할 수 있는 가정간편식을 선호하고 있다[3]. 식품공전에 명시된 가정간편식의 식품 유형은 즉석섭취·편의식품류에 속하는 것으로 소비자의 별도의 조리과정 없이 그대로 또는 단순조리과정을 거쳐 섭취할 수 있도록 제조·가공·포장한 즉석섭취식품, 신선편의식품, 즉석조리식품 그리고 간편조리세트를 말한다[4]. 가정간편식 중에서 간편조리세트의 식품유형에 해당하는 밀키트(Meal-Kit)는 가정에서 간단하게 손쉽게 조리할 수 있는 장점을 가지고 있으므로 밀키트(Meal-Kit)는 코로나 19의 사회적 거리두기로 외식 소비가 제한되고 비대면 식사 행태의 식문화 변화에서 더욱 발전하고 있다[5].

밀키트(Meal-Kit)는 밀(Meal)과 세트(Kit)의 합성어로 식사세트를 의미하는 것으로 2007년에 스웨덴에서 밀키트(Meal-Kit) 사업이 본격화되어 2010년대에는 여러 북유럽과 미국으로 확산되었다. 2012년에 미국 스타트업기업의 배달서비스 시작으로 밀키트(Meal-Kit) 사업이 형성되어 발전하고 있어 2025년의 미국 밀키트(Meal-Kit) 시장은 142억달러(한화 약 19조 6124억원)에 달할 것으로 예측하고 있다[6]. 국내에서도 밀키트(Meal-Kit) 소비 시장이 급격히 성장되어 2017년 100억원, 2020년에는 2,000억원이고 2023년에는 5,300억원 향후 2026년에는 1조 1,700억원으로 예상하고 있다[7]. 이와 같이 국내의 밀키트(Meal-Kit) 시장은 2010년대 이후부터 짧은 기간 동안에 폭발적으로 발전하고 있어 성장 가능성이 높은 식품분야 중에 하나로 전망된다[8].

이에 따라 밀키트(Meal-Kit) 제품의 국내시장 활성화를 고려하여 우선적으로 국내 학술지에 게재된 국내의 밀키트(Meal-Kit)에 관한 연구를 보면 2019년에 밀키트(Meal-Kit)를 중심으로 한 RTP(Ready to Prepare)가

정편의식(HMR) 제품의 재구매 의도에 관한 연구[9]가 수행되었고 그 이후 밀키트(Meal-Kit) 관련한 많은 연구가 계속적으로 진행되고 있다. 더구나 최근의 빅데이터 분석기법의 발달로 밀키트(Meal-Kit) 관련 대량의 데이터를 빠르게 수집하고 수집된 방대한 자료를 빅데이터 분석기법으로 밀키트(Meal-Kit) 관련한 소비자 인식[1,10,11], 밀키트(Meal-Kit)의 제품 특성[12,13], 그리고 가정편의식(HMR) 연구 동향[14] 등의 많은 양적연구(Quantitative research)가 수행되고 있다.

그러나 이러한 최근 국내의 밀키트(Meal-Kit) 관련 선행 연구로 밀키트(Meal-Kit) 연구 분야의 범주, 연구 분야별 연구 비중정도 그리고 연구 분야 비중에 따른 연구 논문의 등재된 국내 학술지 게재 현황 등을 일목요연하고 구체적으로 파악하기는 쉽지 않다. 더구나 현재의 밀키트(Meal-Kit) 시장에서는 소비자의 욕구에 충족하는 밀키트(Meal-Kit) 제품화를 추구하고 있으므로 이에 대응하여 식품과 연계되는 여러 산업 분야와의 기술 융합을 위한 특정 맥락의 콘텐츠 연구가 중요하다고 판단된다. 그리고 다양한 빅데이터 분석기법을 활용하여 선행 연구의 방대한 문헌 자료를 단시간에 단순·목록화가 가능하지만, 연구 분야 내용을 통계학적으로 수치화하는 객관적 양적 분석 결과를 보완할 수 있는 주관적인 사고 분석이 가미된 문헌 고찰 연구가 뒷받침되어야 한다고 사료된다.

따라서 본 연구에서는 국내 밀키트(Meal-Kit) 산업의 활성화에 의한 밀키트(Meal-Kit) 제품 판로 확대 방안으로 밀키트(Meal-Kit) 관련 국내 선행 연구를 우선적으로 연구 대상으로 설정하였다. 이는 국내 학술지에 등재된 밀키트(Meal-Kit) 관련 국내 연구 논문을 검색하여 밀키트(Meal-Kit) 연구 분야와 현황을 파악하고 고찰하여 추후 더욱 연구개발이 필요한 분야, 연구 시 고려해야 할 사항 또는 연구 방향성 등을 모색함으로써 더 나아가 밀키트(Meal-Kit) 관련 국외연구 자료 확보 및 국내외 연구 현황 비교 분석 등의 활용을 위한 기초자료를 마련하고자 한다.

1.2 연구의 목적

본 연구는 문헌 자료의 빅데이터 분석에 의한 연구결과를 보완하는 목적으로 연구 문헌을 고찰하여 연구결과에 대한 콘텐츠, 연구 시도 의도 및 연구결과 맥락 의미 등을 파악함으로써 객관적 근거에 주관적인 사고가 융합된 연구결과를 도출하고자 한다. 국내의 밀키트(Meal-Kit) 관련 검색된 연구 자료는 2019년 1월부터 2022년 11월 까지 국내 학술지에 등재된 국내 밀키트(Meal-Kit) 연구

에 대한 논문을 대상으로 다음과 같은 연구 목적을 위해 국내의 밀키트(Meal-Kit) 연구에 대한 통합적인 문헌고찰을 수행하고자 한다.

첫 번째로 연도별 국내의 밀키트(Meal-Kit) 연구 현황을 파악하고자 국내 학술지에 등재된 논문 편수를 검색하여 연도별로 밀키트(Meal-Kit)에 대한 연구 건수, 등재된 국내 학술지명 그리고 등재된 국내 학술지 비중 및 연구 양상을 분석한다.

두 번째로 국내 학술지에 등재된 밀키트(Meal-Kit) 관련 연구 논문을 연구범주별로 분류함으로써 연구 수행 분야를 파악하고 주요 연구콘텐츠를 검토하여 향후 추진 연구 분야를 타진한다.

마지막으로 본 연구에서 고찰할 밀키트(Meal-Kit) 관련 연구의 국내 학술지에 등재된 논문을 기반으로 추후 밀키트(Meal-Kit) 연구 수행 시에 고려할 사항 또는 연구 방향 등을 모색하여 밀키트(Meal-Kit) 관련 국외연구 자료 확보 및 국내외 연구 현황 비교 분석 활용 등의 기초자료를 마련한다.

2. 연구 방법

2.1 문헌 검색 분류

본 연구에서 밀키트(Meal-Kit) 관련 연구에 대한 논문을 수집·검색하여 문헌 고찰을 하고자 “인문사회21”[15]와 “한국산학기술학회논문지”[16,17]에서 제시한 문헌고찰 연구방법을 참고하여 본 연구의 문헌 검색 및 선정방법에 활용하였다. 문헌 고찰 절차는 Fig. 1과 같다. 문헌검색은 학술연구정보서비스(RISS), 한국학술정보(KISS), 한국학술정보포털(DBpia), 한국학술지인용색인(KCI) 및 과학기술 지식인프라(ScienceON)를 이용하였다. 검색한 연구 주제는 “밀키트”, “Meal Kit”, “밀키트 제품”, “밀키트 HMR”의 용어로 검색하여 문헌을 수집하였다.

밀키트(Meal-Kit) 연구에 대한 수집된 논문 편수로 학술연구정보서비스(RISS)는 106편, 한국학술정보(KISS)는 12편, 한국학술정보포털(DBpia)는 99편, 한국학술지인용색인(KCI)는 76편 그리고 과학기술지식인프라(ScienceON)는 129편으로 확인되었다. 본 연구 목적에 적합한 논문을 선별하기 위해서 각 문헌 검색 사이트별로 밀키트(Meal-Kit) 연구에 대한 논문을 수집하여 엑셀 프로그램에서 각 논문을 일련번호로 목록 정리하였다. 일련번호로 지정된 각 논문을 대조·비교하여 중복 논문은 삭제하고 오류 발생을 제어하기 위해 엑셀프로그램으

로 동일 논문을 제어 관리하면서 밀키트(Meal-Kit) 주제어 및 색인이 포함된 논문을 분류하였다.

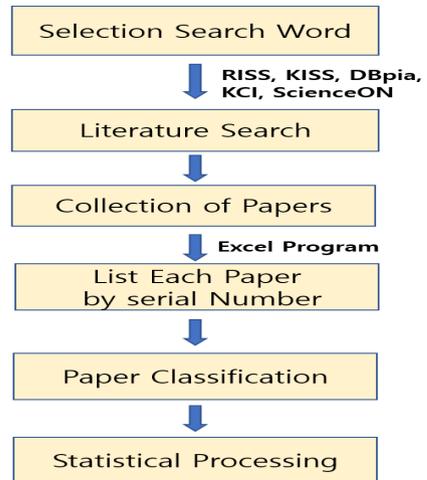


Fig. 1. Literature review process

2.2 고찰 논문 선정

일차적으로 분류된 밀키트(Meal-Kit) 연구에 대한 논문은 2019년을 시작으로 국내학술지에 게재되었음을 확인하였다. 이에 따라 본 연구는 2019년 1월부터 2022년 11월까지 국내학술지에 발표된 밀키트(Meal-Kit) 연구에 대한 논문으로 최종적으로 총 72편을 고찰대상의 논문으로 선정하였다. 선정한 72편의 논문을 등재학술지별로 분류하여 밀키트(Meal-Kit)연구 논문의 등재 학술지 분포 파악 및 연구 분야를 확인하였다.

또한 선정된 밀키트(Meal-Kit) 논문을 연구 분야 범주별로 세분화한 후 각 분야별 연구 수행 빈도를 확인하고 이에 따른 연구 동향을 고찰하였다.

2.3 통계분석

분류하여 선정한 고찰대상 논문을 IBM SPSS Statistics 21을 이용하여 분석내용별 실수와 백분율로 처리하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1 국내 학술지의 연도별 등재 논문 편수

밀키트(Meal-Kit) 연구에 대한 문헌 고찰 대상 전체 논문 수는 총72편(100%)으로 연도별로 학술지 등재된 논문 편수는 Table 1과 같다.

Table 1. Papers published in domestic academic journals by year

Published year	Journal Name[Reference]	Journal N(%)	Total N(%)
2019	<i>The Journal of the Korea Contents Association</i> [9]	1(1.4%)	4 (5.6%)
	<i>Food Service Industry Journal</i> [10]	1(1.4%)	
	<i>Culinary Science & Hospitality Research</i> [18]	1(1.4%)	
	<i>J. East Asian Soc. Diet Life</i> [19]	1(1.4%)	
2020	<i>Culinary Science & Hospitality Research</i> [20,21]	2(2.8%)	6 (8.3%)
	<i>J of Food Hygiene and Safety</i> [22]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Hospitality & Tourism Studies</i> [23]	1(1.4%)	
	<i>The Journal of the Korea Contents Association</i> [24,25]	2(2.8%)	
2021	<i>Culinary Science & Hospitality Research</i> [26-33]	8(11.1%)	38 (52.8%)
	<i>Journal of Foodservice Management Society of Korea</i> [2,34-37]	5(6.9%)	
	<i>FoodService Industry Journal</i> [38-41]	4(5.6%)	
	<i>The Journal of the Korea Contents Association</i> [42-44]	3(4.2%)	
	<i>International Journal of Tourism Management and Sciences</i> [45]	1(1.4%)	
	<i>International Journal of Tourism and Hospitality Research</i> [1]	1(1.4%)	
	<i>J East Asian Soc Diet Life</i> [46]	1(1.4%)	
	<i>J Nutr Health</i> [47]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Cultural Product & Design</i> [48]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Digital Contents Society</i> [49]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Digital Convergence</i> [50]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Human Ecology</i> [51]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Home Economics Education Research</i> [52]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Korea Design Forum</i> [53]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Marine Tourism Research</i> [54]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Practical Research in Advertising and Public Relations</i> [55]	1(1.4%)	
	<i>Journal of the Korean Society of Design Culture</i> [56]	1(1.4%)	
	<i>The Journal of Humanities and Social Sciences 21</i> [3]	1(1.4%)	
	<i>The Journal of Korean Island</i> [57]	1(1.4%)	
	<i>The Journal of Social Science</i> [58]	1(1.4%)	
<i>The Korean Society of Science & Art</i> [59]	1(1.4%)		
<i>Tourism & Leisure Research</i> [60]	1(1.4%)		
2022	<i>The Journal of the Korea Contents Association</i> [13,61,62]	3(4.2%)	24 (33.3%)
	<i>Tourism & Leisure Research</i> [63,64]	2(2.8%)	
	<i>A Journal of Brand Design Association of Korea</i> [65]	1(1.4%)	
	<i>China Knowledge Network</i> [66]	1(1.4%)	
	<i>Innovation Enterprise Research</i> [11]	1(1.4%)	
	<i>International Journal of Tourism and Hospitality</i> [67]	1(1.4%)	
	<i>J East Asian Soc Diet Life</i> [68]	1(1.4%)	
	<i>J. Korean Soc. Food Cult.</i> [63]	1(1.4%)	
	<i>J Korean Soc Food Sci Nutr</i> [70]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Convergence for Information Technology</i> [71]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Digital Convergence</i> [72]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Foodservice Management Society of Korea</i> [6]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Hospitality and Tourism</i> [4]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Hospitality & Tourism Studies</i> [8]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Hotel & Resort</i> [7]	1(1.4%)	
	<i>Journal of Product Research</i> [73]	1(1.4%)	
	<i>Journal of tourism enhancement</i> [74]	1(1.4%)	
	<i>Korea J. Food Sci. Technol</i> [75]	1(1.4%)	
<i>Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology</i> [76]	1(1.4%)		
<i>Korean Journal of Food Marketing Economics</i> [12]	1(1.4%)		
<i>Korea Logistics Review</i> [14]	1(1.4%)		
Total (2019~2022)			72(100%)

Table 1에서 연도별 등재된 논문은 2019년에는 논문 4편(5.6%), 2020년에는 논문 6편(8.3%), 2021년에는 논문 38편(52.8%) 그리고 2022년에는 논문 24편(33.3%)이 발표되어 2021년에 가장 많은 논문이 발표된 것으로 나타났다. 2019년에 등재된 국내학술지로는 한국콘텐츠학회논문지[9], 한국외식산업학회지[10], 한국조리학회지[18], 그리고 동아시아식생활학회지[19]에서 각각 1편씩 등재되어 자기 다른 학회에서 밀키트(Meal-Kit) 관련 연구의 활성화를 시도하였다.

2020년에 등재된 학술지의 발간 편수로는 한국조리학회지에 2편[20,21], 한국식품위생안전성학회지에 1편[22], 호텔관광연구에 1편[23] 그리고 한국콘텐츠학회논문지에 2편[24,25]이 수록되어져 한국조리학회와 한국콘텐츠학회에서 밀키트(Meal-Kit) 연구에 대한 관심도가 높아지고 있음을 알 수 있었다. 2021년에는 다양한 학술지에 밀키트(Meal-Kit) 연구에 대한 논문이 가장 많이 등재되었다. 그 중에서 가장 많이 밀키트(Meal-Kit) 관련 연구 논문을 등재한 학술지는 한국조리학회지에 8편(11.1%)[26-33]이고 그 다음으로 외식경영연구에 5편(6.9%)[2,34-37], 한국외식산업학회지에 4편(5.6%)[38-41], 한국콘텐츠학회논문지에 3편(4.2%)[42-44]의 논문이 수록되어 있었다. 그 외 18개의 학회지에 각 1편씩 18편[1,3,45-60]의 논문이 등재되었다. 이로써 한국조리학회 학술지는 2021년도에도 밀키트(Meal-Kit) 관련 연구 논문을 꾸준히 많이 수록하고 있음을 확인하였다.

최근 2022년 11월까지의 학술지 등재 현황으로는 한국콘텐츠학회논문지에 3편(4.2%)[13,61,62], 관광레저연구에 2편(2.8%)[63,64]이 등재되었고 19개의 다양한 국내 학술지[4,6-8,11,12,14,65-76]에 각 1편씩 밀키트(Meal-Kit) 연구에 대한 논문이 등재되었음을 확인하였다. 이상의 결과에 따르면 다양한 분야의 국내 학술지에서 밀키트(Meal-Kit)에 대한 연구를 폭넓게 수행하고 있음을 확인하였다. 이는 밀키트(Meal-Kit)에 대한 연구 주제가 무궁무진하게 많음을 인지하였고 밀키트(Meal-Kit) 연구의 광범위성과 다양성은 사회경제적 또는 문화적 영향에 따른 요구조건에 적절하게 대응할 수 있는 연구 수행 또는 연구 콘텐츠 도출이 필요하다고 판단된다.

3.2 국내 학술지 등재 논문의 연구 현황

국내 학술지에 등재된 밀키트(Meal-Kit) 논문의 연구 현황은 Table 2와 같다. Table 2를 보면 2019년 1월부터 2022년 11월까지의 연구되어진 72편의 밀키트(Meal-Kit) 논문에 대한 연구 범주는 크게 10개의 영역

으로 분류되었다. 그 중에서 소비자 만족에 관한 연구가 가장 큰 비중으로 58.3%(42편)를 차지하였다. 그 다음의 연구비중 순으로는 빅데이터 분석 연구가 12.5%(9편), 디자인 연구는 8.3%(6편), 소비자인식에 관한 연구는 6.9%(5편)였다. 각각 2.8%(2편)의 연구가 수행된 분야는 소비 트렌드, 제품·개발전략, 질적 연구 그리고 위생·안전성 연구에 해당되었다. 가장 낮은 빈도를 보이는 밀키트(Meal-Kit) 연구 분야는 영양분야와 제품제조가공으로 각각 1.4%(1편)의 연구 비중을 차지하였다.

가장 많은 연구가 수행된 소비자 만족에 관한 연구의 내용으로 소비자가 밀키트(Meal-Kit) 제품을 선택 또는 재구매할 때 밀키트(Meal-Kit) 제품의 선택속성과 제품 특성을 고려하는 구매의도[3,9,19,20,24,31,34,37,63,76]에는 연도별로 유사하게 나타나서 이용 용이성[3,9], 가격의 경제성[19,34], 브랜드[20,31], 편리성[24,37,63] 그리고 여러 요소의 상호작용[76]에 의해서 구매의도가 형성된다고 보고하였다. 구매의 만족도[5,23,30,32,41-43,57,60]는 편의성, 선택의 다양성, 안전성, 건강성, 맛 및 심리적 요소[5,41-43,60], 메뉴의 독창성[23], 조리방법[30], 실용적 및 쾌락적 가치[32] 그리고 외관적 가치[57] 등으로 밀키트(Meal-Kit) 제품 만족도를 반영하였다. 성별 또는 세대별 소비자 구매의도 및 만족도 [8,26,27,33,35,47, 51,55,60,61,67,72]에서 성별에 따라 남성이 여성에 비해 밀키트 제품에 대한 태도가 높거나[27] 이와 반대로 여성이 높은[51] 결과로 성별에 따른 변수가 있었다. 20~30대 1인 가구의 소비자는 편리, 품질, 맛, 가격 순으로 긍정적인 영향요소[26,55,72]로 판단하였고, 젊은 성인의 일부 지역 조사에서는 조리의 편리성[47], 40대 이상의 중장년층은 건강지향성과 구전의도[33] 그리고 편의성[35,67]이 중요 요인이고, 고령층에서는 맛, 안전성, 영양성[61]의 중요요인이며 광범위한 연령의 1인 이상 가구의 소비자[8,60]에서는 편의성뿐만 아니라 음식 본연의 맛, 신선도 등의 기능적 가치를 중요시 하였다. 라이프스타일에 따른 밀키트(Meal-Kit)제품 만족도[7,29,39,45,46,52-54,58,64]는 편의추구, 다양추구, 건강추구, 미각추구 또는 안전추구 등의 변수에 따라 밀키트(Meal-Kit)제품의 재구매 및 만족도가 반영되었다.

밀키트(Meal-Kit) 관련 연구 자료 또는 최신 정보 등의 빅데이터를 기반으로 기술적 분석기법을 이용하여 연구논문[1,6,10-14,38,71]에서는 “밀키트(Meal-Kit)”와 연관된 키워드를 중심으로 단어간의 관계성을 활용하여 소비자의 소비행동, 재구매 또는 만족도 등을 분석하였다.

Table 2. Meal Kit research trends published in domestic academic journals (Continued on the next page)

Category	Research contents	Author[Reference]	Published year	Sub N(%)	Total N(%)
Consumer satisfaction	Purchase or repurchase intention of selection attributes on the Meal kit products.	M. H. Park, et al [9] Y.Y. Yang, et al. [19]	2019	2	42 (58.3%)
		T. H. Choi, et al [20] H. C. Chung, C. W. Kim [24]	2020	2	
		G. J Han, S. y. Choi [3] K. H. Shin, Y. J. Lee [31] J. Y. Lee, et al. [34] D. B. Kim[36], S. A.. Kim [37]	2021	5	
		H. S. Bae, H. Y. Goh [63] J. H. Kim, S. H. Choi [76]	2022	2	
	Consumers' satisfaction by the selection attributes on the Meal-Kit	J. W. Song [23]	2020	1	
		S. S. Kim, S. J. Lee [30] D. B. Kim [32] K. Y. Lee, K. T. Park [41] D. S. Lim, C. W. Kim [42] J. H. Hwang, et al. [43] K. H. Shin, B. S. Kim [57] Y. C. Lee [60]	2021	7	
		J. Y. Koh, et al. [5]	2022	1	
	Consumers' purchase intention and satisfaction by gender or generation on the Meal-Kit products	H. A. Kim, et al. [26] J. H. Jung [27], H. J. Jang [33] D. B. Kim [35] E. Y. Lee, et al. [47] S. H. Chun, H. M. Lee [51] J. Y. Ryu, et al. [55]	2021	7	
		M. Y. Lee, H. R. Lee [8] S. H. Yoon [60] Y. B. Jeong [61] E. S. Kim, et al. [67] D. K. Ahn, S. I. Kim [72]	2022	5	
	Consumers' satisfaction by lifestyle groups on the Meal-Kit products	S. Joung [29] W. K. Oh, S. J. Hwang [39] S. J. Hwang [45], Y. J. Lee [46] K. J. Lee, S. Y. Lee [52] S. J. Lee [53], Y. H. Choi [54] S. J. Park, J. H Hwang [58]	2021	8	
S. J. Lee, J. Y. Park [7] S. C. Lee, D. B. Kim [64]		2022	2		
Big data analysis		N. Y. Yi, J. H. Choi [10] G. T. Lee [1], J. H. Koh [38]	2019 2021	1 1	
	H. G. Song [6] J. I. Bang, et al. [12] H. S. Choi, K. P. Yeon [13] H. C. Yang, H, Y. Cho [14]	2022	4		
	Trend change using trademark information before and after COVID-19	M. S. Na, I. C. Park [71]	2022	1	
	Consumer sentiment analysis	S. Y. Baik, Y. D. Jung [11]	2022	1	
	Design	Design of Meal Kit products by the selection attributes	S. Y. Park, S. I. Kim [50] G. J. Han [56]	2021	2
Package design or direction on the Meal Kit products		H. Wang, C. S. Hong [59] H. J. Lee [65]	2021 2022	1 1	
Service design for the cooking or App using on the Meal-Kit		N. Y. Kim [48], E. Y. Park [49]	2021	1	
Consumer perception	Verification of consumer's response on the selection attributes of Meal Kit products	W. K. Oh, J. Y Hong [18]	2019	1	
	Consumers' perception of Meal-Kit: after the spread of Corona virus infectious disease-19	J. Y. Moon, et al. [21] G. T. Lee [1]	2020 2021	1 1	
		Subjective perception of single-person households on Meal Kit Products	C. W. Kim, K. Y. Lee [25]	2020	1
	Consumers' perception of the vegetarian Meal-Kit:	Y. N. Lee, et al. [44]	2021	1	

Table 2. Meal Kit research trends published in domestic academic journals(To be Continued)

Category	Research contents	Author[Reference]	Published year	Sub N(%)	Total N(%)
Consumption trend	Consumption trends of HMR market COVID 19	Y. J. Lee, et al [2]	2021	1	2 (2.8%)
	Trend of research in food and culture until recently	K. J. Lee, et al [69]	2022	1	
Quality study	Qualitative research food consumption pattern after COVID-19	Y. S. Lee, S. H. Ryu [62]	2022	1	2 (2.8%)
	Storytelling on the Meal-Kits using tourism products	Y. R. Jung, J. S. Lee [74]	2022	1	
Hygiene & Safety	Microbial contamination Levels in Shabu-Shabu Meal-Kit distributed in markets.	E. B. Jeon, et al [22]	2020	1	2 (2.8%)
	Microbial contamination in Meal Kit products purchased via online shopping.	S. H. Lee, et al [75]	2022	1	
Product development & strategy	Characteristics analysis of Meal-Kit products for Product development	H. R. Eom, et al. [28]	2021	1	2 (2.8%)
	Study on market segmentation for developing Meal-Kit menus	S. W. Baek, J. H. Kim [73]	2022	1	
Nutrition	Assessment of Nutrient Contents Using Food and Nutrition Labeling of Meal-Kit	S. H. Yoon, M. K. Choi [68]	2022	1	1 (1.4%)
Manufacturing processing	Manufacturing of frozen Meal-Kit shredded radish	D. R. Kim et al. [70]	2022	1	1 (1.4%)
Total domestic academic journals				72(100%)	

이러한 빅데이터 분석은 방대한 자료를 일목요연하게 정리하여 데이터를 분석하고 해석하는데 중요한 의미를 가지고 있다. 밀키트(Meal-Kit) 제품의 디자인에 관한 연구 [48-50,56,59,65]로 앱서비스 디자인연구[48,49]에서는 배달에 이용하는 앱 서비스의 디자인을 통한 제품 활용 방안을 제시하였고, 제품포장 디자인 연구로 밀키트(Meal-Kit) 포장 디자인에서는 제품 정보 파악 및 환경적 측면에 대한 인식[50] 그리고 브랜드 이미지[59] 반영된다고 보고하였고 밀키트(Meal-Kit) 구매증대를 위한 효율적인 포장디자인 방향성을 제시하였다. 또한 밀키트(Meal-Kit) 선택속성의 건강가치추구와 식품만족도에 연계된 지속가능한 디자인 요소에는 사회, 환경적 및 경제적 가치에 영향을 끼친다고 보고하였다[56].

밀키트(Meal-Kit) 제품에 대한 소비자 인식에 관한 연구[1,18,21,23,44]에서 밀키트(Meal-Kit) 제품에 대한 선택속성의 중요도와 만족도의 관련성 연구로 만족도가 중요도보다 낮고 소비자는 “음식의 위생”의 중요도를 가장 높게 평가하였다[18]. 코로나19이후에도 밀키트(Meal-Kit) 제품에 대한 소비자 욕구는 지속적으로 증가하고[1,21], 1인가구의 밀키트(Meal-Kit) 제품에 대한 주관적 인식은 “가성비”와 “가심비”가 중요 요소가 되고 [23] 채식밀키트에 대한 긍정적 인식[44]이 대두되고 있으므로 최근의 소비자 트렌드에 대한 연구[2,69]를 반영하여 사회·문화 및 경제적 여건에서 소비자 욕구에 충족

하는 적절한 밀키트(Meal-Kit) 제품에 대한 지속적인 연구가 필요하다는 판단된다.

식품의 소비패턴[62]과 연계하여 밀키트(Meal-Kit) 관광 상품의 스토리텔링의 질적 연구[74]에서는 밀키트(Meal-Kit) 제품에 전통시장의 고유의 정서를 연결하여 관광을 활성화하는 실질적인 활용방안을 제시하였다. 이를 뒷받침할 수 있는 연구로 대형마트나 온라인에서 판매하는 밀키트(Meal-Kit)의 원료와 제품에 대한 미생물 오염도를 조사로 식중독에 대한 사전 예방관리를 위해 섭취 전 세척 및 조리처리 과정의 중요함을 보고하였다 [22,75].

밀키트(Meal-Kit) 제품 또는 메뉴 개발과 전략에 대한 연구[28,73]로는 코로나19전후를 기준으로 밀키트(Meal-Kit) 제품의 자료수집 시기를 시장진입시기(2019년 9월), 급성장 시기(2020년 5월) 그리고 정착시기(2020년 10월)로 구분하여 시점별 밀키트(Meal-Kit) 제품 특성을 가격, 조리 편의성, 신선 비중, 제품 구성으로 분석하여 밀키트(Meal-Kit) 신제품 개발 및 상품화 전략의 가이드라인을 제시하였다[28]. 또한 밀키트(Meal-Kit) 시장 특성을 세분화하여 특정 지역의 음식 관광 활성화 방안으로 “잠재적 소비 유발 집단”에는 밀키트 제품의 실용성 중심의 이슈를 도출한 마케팅 전략, “제품 구매 추구 집단”은 제품의 질 고려한 제품판매전략, “소극적 제품 구매집단”은 구매동기 유발로 지속적으로 잠재적 고객관

리 그리고 "적극적 제품 구매집단"은 적극적이고 다양성을 기반으로 한 제품 마케팅 전략이 필요함을 보고하였다[73].

밀키트(Meal-Kit) 제품의 영양 관련 연구[68]로 밀키트(Meal-Kit)의 식품 및 영양표시 정보를 분석한 결과를 토대로 열량, 당류, 나트륨 함량이 적절한 밀키트 제품 개발과 소비자에게 제품의 영양표시 정보 제공의 중요성을 제언하였다.

밀키트(Meal-Kit) 제품의 제조공공을 위한 실험적 연구[70]로 냉동 밀키트(Meal-Kit) 무채 제조 시 강제송풍냉동(-35℃)과 유수해동의 최적조건을 제시함으로써 밀키트(Meal-Kit) 제품의 가공 공정 관련 연구 필요성이 시사되었다.

4. 결론

본 연구는 2019년 1월부터 2022년 11월까지 국내 학술지에 등재된 밀키트(Meal-Kit) 연구 논문을 검색 한 후 선정된 72편의 밀키트(Meal-Kit) 논문에 대하여 연도별 및 연구 범주별로 세분화하여 등재학술지 종류, 연구 수행 빈도, 연구 내용 또는 콘텐츠의 연구 현황을 고찰함으로써 향후 밀키트(Meal-Kit) 연구 수행 시에 고려할 사항 또는 연구 방향 등을 모색하고자 하였다.

밀키트(Meal-Kit) 연구 논문의 연도별 등재학술지 현황을 보면 2019년을 시작으로 국내 학술지에 밀키트(Meal-Kit) 관련 논문이 등재되면서 계속적으로 활발한 연구가 진행되고 있음을 확인하였다.

이의 결과로 2019년의 밀키트(Meal-Kit)에 대한 연구 논문은 4편(5.6%), 2020년에는 논문 6편(8.3%), 2021년에는 논문 38편(52.8%) 그리고 2022년에는 논문 24편(33.3%)이 게재된 것으로 검색되었다. 2019년부터 꾸준히 밀키트(Meal-Kit)에 대한 연구 논문이 등재되는 학술지는 한국조리학회지이며 2022년의 최근에는 다양한 분야의 국내 학술지에서 밀키트(Meal-Kit)에 대한 연구를 수행하고 있어 밀키트(Meal-Kit)에 대한 연구 주제는 매우 방대하고 연구 발전 가능성이 높다고 판단된다.

2019년 1월부터 2022년 11월까지 국내 학술지에 등재된 72편의 밀키트(Meal-Kit) 논문을 대상으로 연구 내용 또는 콘텐츠에 따라 연구 범주를 10개 영역으로 구분하였다. 그 중에서 가장 큰 비중을 차지한 연구 수행 분야는 소비자 만족에 관한 연구로 전체의 58.3%(42편)

를 차지하였다. 그 다음으로 빅데이터 분석 연구가 12.5%(9편), 디자인 연구는 8.3%(6편), 소비자인식에 관한 연구는 6.9%(5편)였다. 그 외로 소비 트렌드, 질적 연구, 위생·안전성 연구 및 제품·개발전략에 관한 연구는 각각 2.8%(2편)이었고 밀키트(Meal-Kit)제품의 영양분야와 제조공공에 관한 연구는 각각 1.4%(1편)로 확인되어 추후 계속적인 연구가 진행되어야 할 분야라고 사료된다.

본 연구에서 밀키트(Meal-Kit) 연구에 대한 연도별로 국내 학술지에 등재된 논문 편수를 확인하고 국내 학술지에 등재된 논문을 연구범주별로 연구 수행 내용 및 콘텐츠의 연구 현황을 고찰한 결과 밀키트(Meal-Kit) 제품의 구매 또는 재 구매 시의 소비자 만족도에 관련한 연구에 많이 치중되어 있음을 알 수 있었다. 이를 토대로 소비자의 만족도 또는 요구에 충족하는 밀키트(Meal-Kit) 제품 또는 메뉴 개발에 대한 실험적 연구 분야의 다양성이 필요하다고 판단된다.

뿐만 아니라 밀키트(Meal-Kit) 관련 연구 자료와 최신 정보 등의 방대한 데이터를 기술적인 방식으로 표집하고 빅데이터 분석하여 밀키트(Meal-Kit) 관련한 전반적인 연구 현황을 제시하였다.

이러한 빅데이터 분석으로 밀키트(Meal-Kit) 관련한 핵심 키워드를 검색하여 관련 데이터를 파악하거나 연구 목적에 따라 관련 키워드 간의 의미연결을 통한 연구결과를 도출할 수 있다. 이는 밀키트(Meal-Kit) 관련한 연구자료 또는 정보의 빅데이터를 체계적으로 분석함으로써 연구 내용을 시각화 및 단순화로 연구결과를 쉽게 확인할 수 있는 있다. 그러나 빅데이터 분석 연구결과의 객관적 근거에 따른 연구 결과 내용에 대한 문맥상 의미 파악 및 맥락을 이해하는 주관적인 사고가 융합된 문헌 고찰 연구가 뒷받침되어야 한다고 사료된다.

최근 연구에서 식품 관련 라이프 스타일을 건강 추구, 편 추구, 안전 추구, 외식 추구 그리고 맛 추구의 5개 유형으로 소비 특성이 분류하였다[77]. 이와 같이 건강에 도움이 되고 간편하면서 안전성 및 기호성의 식품을 선호하는 소비자의 욕구는 가공식품의 제품개발의 주요요인으로 작용한다[78]. 그러므로 소비자의 요구에 부합한 밀키트(Meal-Kit) 제품 개발을 위한 실험적 연구가 전적으로 필요하며 개발된 제품의 마케팅 홍보 및 판매 전략으로 제품의 스토리텔링 연구와 다양한 연구매체 또는 기법을 활용한 밀키트(Meal-Kit) 관련 연구 범위를 확대하여 폭넓고 깊은 심도 높은 양적 및 질적 연구가 지속적으로 이루어지길 기대한다.

References

- [1] G. T. Lee, "A study on the consumer perceptions of Meal-Kits using bigdata anticipating after the COVID-19 pandemic ends", *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.35, No.11, pp.227-239, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.21298/IJTHR.2021.11.35.11.227>
- [2] Y. J. Lee, Y. K. Kim, A. R. Youn, "A study on the problems and solutions in the HMR market", *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, Vol.24, No.5, pp.55-79, 2021.
- [3] G. J. Han, S. Y. Choi, "A study on the characteristics of Meal Kit purchases", *The Journal of Humanities and Social Sciences 21*, Vol.12, No.4, pp.2127-2140, 2021.
- [4] Y. K. Oh, Food Code, pp1504, Ministry of Food and Drug Safety, 2022, pp285-288.
- [5] J. Y. Koh, S. K. Choi, Y. NamKuung, "The effect of the benefits of Meal Kit on customer behavioral intentions: application of theory of planned behavior", *Korean Journal of Hospitality and Tourism*, Vol.31, No.1, pp.37-60, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.24992/KJHT.2022.1.31.01.37>
- [6] H. G. Song, "A study on the trends of meal-kits industry using big data: focusing on comparison of time before and after the outbreak of COVID-19", *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, Vol.25, No.5, pp.433-457, 2022.
- [7] S. J. Park, J. Y. Park, "The effects of selective attributes of Meal Kit according to dietary lifestyle on purchase intention and satisfaction", *Journal of Hotel & Resort*, Vol.21, No.4, pp.279-298, 2022.
- [8] M. Y. Lee, H. R. Lee, "The effect of meal kit consumption value on brand commitment and repurchase intention: single consumption propensity as a control variable", *Journal of Hospitality & Tourism Studies*, Vol.24, No.5, pp.129-146, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.31667/jhts.2022.10.94.129>
- [9] M. H. Park, M. W. Kwon, K. Nah, "Study on repurchase intention of RTP HMR products : focused on Meal kit ", *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol.19, No.2, pp.548-557, 2019.
DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2019.19.02.548>
- [10] N. Y. Yi, J. H. Choi, "A study of the consumer perception of Meal Kit using big data analysis", *Food Service Industry Journal*, Vol.15, No.4, pp.211-222, 2019.
DOI: <https://doi.org/10.22509/kfsa.2019.15.4.016>
- [11] S. Y. Baik, Y. D. Jung, "Promoting marketing strategies through data-based consumer sentiment analysis: focusing on 'Meal Kit' products for home use", *Innovation Enterprise Research*, Vol.17, No.2, pp.53-67, 2022.
- [12] J. I. Bang, J. S. Lim, T. R. Kim, J. G. Kim, "Research on the characteristics of Meal-kit using big data analysis method", *Korean Journal of Food Marketing Economics*, Vol.39, No.2, pp.1-20, 2022.
- [13] H. S. Choi, K. P. Yeon, "A case study on text analysis using Meal Kit product review data", *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol.22, No.5, pp.1-15, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2022.22.05.001>
- [14] H. C. Yang, H. Y. Cho, "Topic modeling analysis of HMR research trends using LDA", *Korea Logistics Review*, Vol.32, No.1, pp.81-92, 2022..
DOI: <http://dx.doi.org/10.17825/klr.2022.32.1.81>
- [15] C. R. Choi, S. K. Lee, "A literature review on nutrition education for middle-aged woman", *The Journal of Humanities and Social Sciences 21*, Vol.13, No.1, pp.289-300, 2022.
- [16] S. M. Lee, M. H. Lim, Y. I. Kim, "An analysis of research trends in dental hygiene in the Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society", *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, Vol.23, No.10, pp.277-283, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.5762/KAIS.2022.23.10.277>
- [17] H. N. Lim, M. H. Lee, D. R. Kim, K. H. Lee, S. Y. Yang, "An integrative literature review on nursing Intervention research for gastric cancer patients in Korea", *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, Vol.23, No.10, pp.673-682, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.5762/KAIS.2022.23.10.673>
- [18] W. K. Oh, J. Y. Hong, "IPA analysis on selection attributes of RTC (Ready To Cook) type Milk Kit HMR(Home Meal Replacement)", *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.25, No.11, pp.69-81, 2019.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2019.25.11.008>
- [19] Y. Y. Yang, Y. S. Kwon, Y. H. Park, Y. Yun, "Importance-performance analysis regarding selective attribution of Meal-Kit products", *J. East Asian Soc. Diet Life*, Vol.20, No.6 pp.519-528, 2019.
DOI: <http://dx.doi.org/10.17495/easdl.2019.12.29.6.519>
- [20] T. H. Choi, M. C. Lee, D. S. Kim. "The effect of selection attributes of Meal-Kit Home Replacement Food(HMR) on satisfaction and repurchase intention ", *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.26, No.5, pp.119-128, 2020.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2020.26.5.012>
- [21] J. Y. Mun, H. J. Ban, H. S. Kim. "A study on consumers' perception of Meal-Kit: after the spread of coronavirus infectious disease-19 (COVID-19)", *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.26, No.10, pp.198-207, 2020.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2020.26.10.018>
- [22] E. B. Jeon, J. Y. Kim, M. S. Choi, S. H. Choi, H. J. Bang, S. Y. Park, "Microbial contamination levels in the raw materials of Home Meal Replacement Shabu-Shabu Meal Kit distributed in markets", *J of*

- Food Hygiene and Safety*, Vol.35, No.4, pp.375-382, 2020.
DOI: <https://doi.org/10.13103/JFHS.2020.35.4.375>
- [23] J. W. Song, "A study on the selection attributes and product characteristics of meal-kit using the Kano model", *Journal of Hospitality & Tourism Studies*, Vol.22, No.2, pp.176-190, 2020.
DOI: <https://doi.org/10.31667/jhts.2020.6.83.176>
- [24] H. C. Chung, C. W. Kim, "A study on the Meal Kit product selection attributes on purchasing behavior and satisfaction", *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol.20, No.6, pp.381-391, 2020.
DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2020.20.06.381>
- [25] C. W. Kim, K. Y. Lee, "Subjectivity type analysis study of single-person households on Meal Kit products of food service industry", *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol.20, No.4, pp.406-415, 2020.
DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2020.20.04.406>
- [26] H. A. Kim, J. R. Bae, C. R. Song "A study on Meal Kit consumption behavior and IPA of women in their 30s", *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.27, No.11, pp.92-104, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2021.27.11.009>
- [27] J. H. Jung, "A study on Meal Kits purchase intention for consumers using the Theory of Planned Behavior (TPB): focused on gender", *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.27, No.12, pp.57-67, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2021.27.12.006>
- [28] H. R. Eom, J. H. Hwang, N. Y. Park, J. H. Moon, D. M. Lee, "An exploratory research of Korean Meal-Kit product for new product development and commercialization strategy: focused on characteristics of Meal-Kit products", *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.27, No.6, pp.15-32, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2021.27.6.002>
- [29] Y. S. Joung, "The effects of selection attributes on purchase intention for Meal Kit: focused on moderating effect of convenience-oriented food related lifestyle", *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.27, No.8, pp.38-48, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2021.27.8.004>
- [30] S. S. Kim, S. J. Lee, "The effect of Meal Kit product attitude on the behavior intention: focused on the moderating effect of individual characteristics", *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.27, No.7, pp.1-10, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2021.27.7.001>
- [31] K. H. Shin, Y. J. Lee, "The effects of the Meal Kits selection attributes on brand image and brand Loyalty: thee mediating effect of brand image", *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.27, No.12, pp.68-82, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2021.27.12.007>
- [32] D. B. Kim, "The effect of perceived quality of Meal Kit on consumption value and repurchase intention", *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.27, No.6, pp.149-166, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2021.27.6.013>
- [33] H. J. Jang, "The effect of food-related lifestyle of middle-aged on satisfaction and word-of-mouth for Meal Kits", *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.27, No.11, pp.72-82, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2021.27.11.007>
- [34] J. Y. Lee, S. J. Pyo, G. T. Lee, "The structural relationship of the selective attributes of Meal Kit product, consumption value, and repurchase Intention: focused on the R eady to Prepare type Meal Kit", *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, Vol.24, No.2, pp.33-52, 2021.
DOI: <http://dx.doi.org/10.47584/jfm.2021.24.2.33>
- [35] J. E. Kim, E. S. Kim, K. Y. Kim, "The relationship between meal kit selection attributes, perceived values, and behavioral intentions : For consumers over 40", *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, Vol.24, No.4, pp.317-337, 2021.
DOI: <http://dx.doi.org/10.47584/jfm.2021.24.4.317>
- [36] D. B. Kim, "The effect of selection attributes of Meal Kit on brand attitude and repurchase IntentionSensory characteristics of noodles by descriptive analysis", *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, Vol.24, No.4, pp.99-123, 2021.
DOI: <http://dx.doi.org/10.47584/jfm.2021.24.4.99>
- [37] S. A. Kim, "The effects of the perceived value of the Meal-Kit on trust and purchase intention: focus on the moderating Perceived risk of COVID19", *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, Vol.24, No.7, pp.29-49, 2021.
DOI: <http://dx.doi.org/10.47584/jfm.2021.24.7.29>
- [38] J. H. Koh, "Trend analysis of camping cuisine using big data", *FoodService Industry Journal*, Vol.17, No.3, pp.115-127, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.22509/kfsa.2021.17.3.008>
- [39] W. K. Oh, S. J. Hwang, "The effect of selective attributes of Meal Kit according to eating lifestyle on satisfaction", *FoodService Industry Journal*, Vol.17, No.1, pp.31-50, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.22509/kfsa.2021.17.1.003>
- [40] J. H. Choi, "Meal Kit selection attributes and development needs according to age", *FoodService Industry Journal*, Vol.17, No.4, pp.201-220, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.22509/kfsa.2021.17.4.015>
- [41] K. Y. Lee, K. T. Park, "Effects of selection attributes of HMR's Meal Kit products on the purchasing behavior and consumer satisfaction by the COVID-19", *FoodService Industry Journal*, Vol.17, No.3, pp.277-289, 2021.
DOI: <http://dx.doi.org/10.22509/kfsa.2021.17.3.019>
- [42] D. S. Kim, C. W. Kim, "Effect of HMR Meal Kit product selection attributes on consumers satisfaction and other recommendation intention", *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol.21, No.1, pp.258-267, 2021.

- DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2021.21.01.258>
- [43] J. H. Hwang, H. R. Eom, D. M. Lee, J. H. Moon, "Influence of Meal Kits selection attributes on willingness to buy at-home concept and eating-out concept Meal Kits", *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol.21, No.3, pp.352-363, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2021.21.03.352>
- [44] Y. N. Lee, H. J. Jang, Y. W. Choi, Y. S. Choi, J. E. Oh, "A study on the consumer perception and importance-performance analysis of the vegetarian Meal-Kit development", *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol.21, No.3, pp.324-335, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2021.21.03.324>
- [45] S. J. Hwang, W. K. Oh, "Effect of eating lifestyle on Meal-kit loyalty and purchase intention", *International Journal of Tourism Management and Sciences*, Vol.36, No.2, pp.23-44, 2021.
- [46] Y. J. Lee, K. W. Lee, S. Y. Keum, S. H. Ryu, "Purchasing behavior and selection attributes for Meal-Kit products according to food-related lifestyle types", *J East Asian Soc Diet Life*, Vol.31, No.4, pp.268-274, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.17495/easdl.2021.8.31.4.268>
- [47] E. Y. Lee, Y. M. Kim, M. K. Choi, "Meal kit purchasing behavior and relationship with the nutrition quotient of young adults in Chungnam", *J Nutr Health*, Vol.54, No.5, pp.534-546, 2021. DOI: <https://doi.org/10.4163/inh.2021.54.5.534>
- [48] N. Y. Kim, "A study on cooking experience service design using design thinking", *Journal of Cultural Product & Design*, Vol.64, No.3, pp.89-100, 2021.
- [49] E. Y. Park, "A study on APP GUI design in Home Meal Replacement for effective interaction", *Journal of Digital Contents Society*, Vol.22, No.1, pp.23-32, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2021.22.1.23>
- [50] S. Y. Park, S. I. Kim, "A study on Meal Kit user experience design", *Journal of Digital Convergence*, Vol.19, No.1, pp.373-378, 2021. DOI: <https://doi.org/10.14400/JDC.2021.19.1.373>
- [51] S. H. Chun, H. M. Lee, "University students' diet and lifestyle during winter vacation under COVID-19", *Journal of Human Ecology*, Vol.25, No.3, pp.53-65, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.36357/johe.2021.25.3.53>
- [52] K. J. Lee, S. Y. Lee, "A study on the utilization and satisfaction of Meal-Kits by food-related lifestyle", *Journal of Home Economics Education Research*, Vol.33, No.4, pp.15-30, 2021. DOI: <https://doi.org/10.19031/jkheea.2021.12.33.4.15>
- [53] S. J. Lee, "A study on the PB Meal Kit trend according to lifestyle changes: focusing on E-mart Peacock products", *Journal of Korea Design Forum*, Vol.26, No.1, pp.167-177, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.21326/ksdt.2021.26.1.015>
- [54] H. Choi, "A study of how differing lifestyle factors influence intention of purchasing seafood Meal Kits", *Journal of Marine Tourism Research*, Vol.14, No.3, pp.131-146, 2021. DOI: <https://doi.org/10.22929/jmtr.2021.14.3.008>
- [55] J. Y. Ryu, S. M. Kang, S. C. Yoo, "Effects of Meal-Kit product attributes on expectancy disconfirmation, satisfaction, purchase intention, and recommendation intention : focused on consumers in their 20's and 30's", *Journal of Practical Research in Advertising and Public Relations*, Vol.14, No.3, pp.124-154, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.21331/jprapr.2021.14.3.005>
- [56] G. J. Han, "A Study of the Selection Properties and Sustainable design on the Meal-kit Products", *Journal of the Korean Society of Design Culture*, Vol.27, No.3, pp.465-475, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.18208/ksdc.2021.27.3.465>
- [57] K. H. Shin, B. S. Kim, "A study on Meal-Kit products and selection attributes of customer satisfaction and loyalty including seafood ingredients", *The Journal of Korean Island*, Vol.33, No.4, pp.43-62, 2021.
- [58] S. J. Park, J. H. Hwang, "A study on the effect of Meal-Kit selection properties on consumers' purchasing", *The Journal of Social Science*, Vol.28, No.1, pp.157-175, 2021. DOI: <https://doi.org/10.46415/jss.2021.03.28.1.157>
- [59] H. Wang, C. S. Hong, "The convergence effects of Meal-kit packaging design on brand image and customer satisfaction", *The Korean Society of Science & Art*, Vol.39, No.4, pp.271-283, 2021. DOI: <http://doi.org/10.17548/ksaf.2021.09.30.271>
- [60] Y. C. Lee, "The effects of the Meal Kits' product selection properties on customer satisfaction and behavioral intention", *Tourism & Leisure Research*, Vol.33, No.11, pp.221-240, 2021. DOI: <https://doi.org/10.31336/JTLR.2021.11.33.11.221>
- [61] Y. B. Jeong, H. W. Hwang, H. J. Jung, J. E. Oh "A study on the purchasing behavior and choice attributes of HMR products by the middle-aged and elderly based on the types of food-related life style: focusing on Seoul and Gyeonggi Areas", *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol.22, No.2, pp.770-781, 2022. DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2022.22.02.770>
- [62] Y. S. Lee, S. H. Ryu, "Qualitative research on mothers' stress level of meal preparation and change of food consumption pattern in context of COVID-19", *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol.22, No.2, pp.695-709, 2022. DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2022.22.02.695>
- [63] H. S. Bae, H. Y. Goh, "The effect of Meal-kit product selection attributes on customer satisfaction and purchase intention", *Tourism & Leisure Research*, Vol.34, No.4, pp.335-351, 2022. DOI: <https://doi.org/10.31336/JTLR.2022.4.34.4.335>
- [64] S. C. Lee, D. B. Kim, "A study on the consumption of

- Meal-Kit by dietary lifestyle types: focused on moderating effect of gender and age”, *Tourism & Leisure Research*, Vol.34, No.1, pp.389-411, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.31336/JTLR.2022.1.34.1.389>
- [65] H. J. Lee, “A study on the direction of efficient package design to increase the purchase of Meal Kits”, *A Journal of Brand Design Association of Korea*, Vol.20, No.3, pp.241-258, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.18852/bdak.2022.20.3.241>
- [66] S. H. Yoon, “Effects of Meal Kit selection attributes on perceived value, consumer satisfaction and repurchase intention of single-person household consumers in China”, *China Knowledge Network*, Vol.20, No.20, pp.361-398, 2022.
- [67] E. S. Kim, J. E. Kim, K. Y. Kim, “The effect of selection attributes of meal kits on customer satisfaction and behavioral intention: focused on middle aged consumers”, *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.36, No.5, pp.185-197, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.21298/IJTHR.2022.5.36.5.185>
- [68] S. H. Yoon, M. K. Choi, “Assessment of nutrient contents using food and nutrition labeling of Meal Kit sold in Korea”, *J East Asian Soc Diet Life*, Vol.32, No.2, pp.103-112, 2022.
DOI: <http://dx.doi.org/10.17495/easdl.2022.4.32.2.103>
- [69] K. J. Lee, S. E. Jang, Y. S. Oh, “A study on the trend of researches in food and culture : focusing on published papers from 1986 to 2020 in the Journal of the Korean Society of Food Culture”, *J. Korean Soc. Food Cult.*, Vol.37, No.3, pp.196-212, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.7318/KJFC/2022.37.3.196>
- [70] D. R. Kim, J. H. Nam, J. Y. Hyun, C. S. Kim, J. Y. Chun, “Physical characterization and manufacturing of frozen Meal Kit shredded radish using various freezing and thawing conditions”, *J Korean Soc Food Sci Nutr.*, Vol.51, No.5, pp.463-475, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.3746/ikfn.2022.51.5.463>
- [71] M. S. Na, I. C. Park, “A study on the trend change using trademark information before and after COVID-19”, *Journal of Convergence for Information Technology*, Vol.12, No.2, pp.116-126, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.22156/CS4SMB.2022.12.02.116>
- [72] D. K. Ahn, S. I. Kim, “A study on the buying behavior of meal kits according to the lifestyle of the MZ generation”, *Journal of Digital Convergence*, Vol.20, No.2, pp.367-373, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.14400/JDC.2022.20.2.367>
- [73] S. W. Baek, J. H. Kim, “A study on market segmentation according to preference for developing Meal Kit menus to derive strategies for revitalizing food tourism in Jinju: focusing on K-mean cluster analysis”, *Journal of Product Research*, Vol.40, No.2, pp.17-26, 2022.
- [74] Y. R. Jung, J. S. Lee, “A study on the effect of meal kit tourism using storytelling product selection attributes on the competitiveness and revitalization of traditional markets”, *Journal of tourism enhancement*, Vol.10, No.1, pp.221-243, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.35498/kotes.2022.10.1.221>
- [75] S. H. Lee, S. J. Nam, D. W. Kim, G. R. Kim, S. J. Park, “Investigation of microbial contamination in meal kit products purchased via online shopping”, *Korea J. Food Sci. Technol.*, Vol.54, No.2, pp.235-240, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.9721/KJFST.2022.54.2.235>
- [76] G. Kim, S. H. Choi, “Effect of purchase intention between mental simulation types of the package and Home Meal Replacement types: moderated mediation effect of process-enjoyment”, *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, Vol.23, No.3, pp.313-336, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.21074/kilcap.2022.23.3.313>
- [77] M. E. Park, J. M. Nam, S. Y. You, “Consumer characteristics related with choice of eco-friendly functional food”, *Journal of the Korean Academia-Industrial cooperation Society*, Vol.20, No.8, pp.456-471, 2019.
DOI: <https://doi.org/10.5762/KAIS.2019.20.8.456>
- [78] M. S. Kim, “Study on the Sensory Characteristics of Ginger Jellies Products”, *Journal of the Korean Academia-Industrial cooperation Society*, Vol.23, No.10, pp.465-472, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.5762/KAIS.2022.23.10.465>

김 문 숙(Moon Sook Kim)

[정회원]



- 1991년 2월 : 전북대학교 식품가공학과 (농학사)
- 1993년 2월 : 전북대학교 식품가공학과 (농학석사)
- 1999년 2월 : 전북대학교 식품가공학과 (농학박사)

- 2004년 2월 ~ 2006년 5월 : University of Illinois. Post. Doc.
- 2006년 9월 ~ 2009년 2월 : 식품의약품안전처. Post. Doc.
- 2009년 3월 ~ 2011년 8월 : 성신여자대학교 식품영양학과 시간강사
- 2011년 8월 ~ 2014년 2월 : 숭의여자대학교 식품영양과 시간강사
- 2014년 3월 ~ 현재 : 원광보건대학교 식품영양과 교수

<관심분야>

식품가공 및 위생, 외식조리, 식품영양, 관능평가