

식생활 라이프스타일에 따른 수산물 선호도 분석

정연희* 김규호** 임정빈***

Keywords

수산물 선호(seafood preferences), 라이프스타일(lifestyle factors), 군집분석(cluster analysis), 순위프로빗 모형(ordered probit model)

Abstract

The objective of this study is to analyze consumer preferences for seafood products. To achieve the purposes, the 2013 Consumers Survey on Food Consumption Behavior conducted by the Korea Rural Economic Institute was used. This study classified the types of consumers by generating a potential factor called food consumption lifestyle, which was not attempted in previous studies that analyzed the consumptions of seafood products. In addition, this study is different in that it considered all the overall marine products in analysis rather than focusing on certain items in the previous studies. Also, this study could reflect the relationship between seafood and meat consumption. The analytical results show the needs of consumers by highlighting that lifestyle factors play important roles in preference for marine products over meat along with gender, age, income, and existence of child in household. The proposed results on consumer's seafood preference can be applied to build an effective marketing strategy such as sale strategy and management measures depending upon a classified target consumer group.

차례

- | | |
|------------|------------|
| 1. 서론 | 4. 분석 결과 |
| 2. 선행연구 검토 | 5. 요약 및 결론 |
| 3. 연구 방법 | |

* 한국해양수산개발원 연구원.

** 서울대학교 농경제사회학부 박사과정.

*** 서울대학교 교수(농경제사회학부, 농업생명과학연구원), 교신저자. e-mail: jeongbin@snu.ac.kr

1. 서론

경제성장에 따른 소득 증가와 인구 고령화, 1인 가구 증가 등의 사회구조적인 변화 속에서 우리나라의 식문화 역시 점차 변화하고 있다. 가공식품과 외식 시장이 빠르게 성장하고 있을 뿐 아니라, 일반 가정에서의 식품소비 역시 단순한 영양공급의 차원을 넘어 다양한 맛과 풍미, 즐거움 등을 함께 추구하는 경향을 보인다. 이러한 변화로 인해 주식인 쌀을 포함한 탄수화물 식품에 대한 소비는 둔화되고 있는 반면, 육류와 수산물에 비롯한 동물성 단백질 식품에 대한 수요 증가 현상은 과거 어느 때보다도 뚜렷한 것으로 관찰된다. 일례로 한국농촌경제연구원의 식품수급표(2013)에 따르면, 단백질 중에서도 동물성 단백질 비율은 1982년 약 33%에서 2013년 44.5%로 11%p 이상 증가한 반면, 같은 기간 동안 곡류에너지 비율의 경우 78%에서 65%로 13%p 정도 감소한 것으로 조사되었다. 이는 우리나라의 식품구조가 탄수화물 위주의 식단에서 점차 동물성 단백질 위주의 식단으로 바뀌어왔음을 시사한다.

2012년도 국민건강 영양조사 결과보고서에 의하면 우리나라 국민들의 단백질 섭취의 주요 공급원으로 돼지고기, 닭고기, 쇠고기, 오리고기 등 대표적 육류 4개 품목과 함께 오징어, 멸치, 명태, 동태, 고등어 등 주요 어류가 포함돼 있어 수산물이 육류와 더불어 우리나라 국민들의 대표적인 동물성 단백질 공급원임을 알 수 있다(박정아 외 2014). 이처럼 어패류나 해조류 등의 수산물은 삼면이 바다인 우리나라에서 식량자원으로 중요한 의미를 가지며, 국민 1인당 수산물 연간 소비량 역시 2012년 기준 54.9kg으로 일본이나 중국과 더불어 세계적으로 높은 수준이다. 특히 2000년도 후반 이후부터 건강한 삶과 환경 보존을 추구하려는 로하스(Lifestyles of Health and Sustainability: LOHAS) 열풍으로 건강에 대한 사회 전반의 관심 및 중요성이 강조됨에 따라 다양한 연구 및 대중매체를 통해 건강식품으로 알려진 수산물의 소비가 지속적으로 증가하고 있다. 예를 들어 국민 1인당 연평균 수산물 소비량은 2005년 49.5kg에서 2012년 54.9kg으로 불과 7~8년 사이에 10% 이상 증가한 것으로 나타난다.

이처럼 우리의 식생활에서 수산물은 이미 중요한 단백질 공급원이며 앞으로도 식품 소비에서 높은 비중을 차지할 것으로 판단된다. 그럼에도 수산물과 관련된 전반적인 소비행동 및 소비패턴 등에 대한 분석은 그리 많지 않으며, 국내 연구들은 주로 특정 품목에 집중하여 수산물 소비 실태를 분석한 사례가 대부분이다. 또한 최근 전통적인 인구·사회적인 특성, 혹은 경제적인 변수에 더하여 사회구조와 미디어의 영향이나 문화적·심리적인 요인 등에 힘입어 형성되는 소비자의 라이프스타일을 함께 고려한 소비

행동 분석 연구들이 다수 발표되고 있지만, 수산물 식품소비실태를 분석한 기존 국내 연구들의 경우 아직까지 이러한 라이프스타일 변수까지 고려하면서 분석을 시도한 연구가 거의 없다.

식품소비 라이프스타일에 대한 연구는 효과적인 시장세분화 기준이 되며, 소비자의 생활상 변화를 알려줌으로써 소비행동이나 구매행동 변화 동향의 예측, 제품이나 서비스 개발 등에 이용될 수 있다(채서일 1992; 박성연 1996; 김훈, 권순일 1999; 서정원 외 2010; 박미성·안병일 2014). 또한 라이프스타일에 입각하여 소비자의 특성을 파악하는 것은 소비자의 욕구를 구체적으로 파악할 수 있고, 마케팅 전략 수립에 활용할 수 있는 기회를 제공할 수 있다(서정원 외 2010; 박미성·안병일 2014).

이러한 관점에서 본 연구의 목적은 특정 수산물이 아닌 전체적인 수산물 소비에 초점을 두고 식품소비 라이프스타일에 따른 소비자 유형별 수산물 소비 행태에 대한 분석정보를 제공하는 데 있다. 수산식품 소비자들이 식생활과 관련된 라이프스타일에 따라서 어떻게 유형화될 수 있으며, 가정 내에서의 수산물 섭취가 소비자의 어떤 특성변수들에 의하여 영향을 받는지를 규명하는 것은 수산물 소비뿐 아니라 식품 관련 다른 업종의 소비분야 연구에도 매우 중요한 주제이다. 가령 복잡해진 현대 사회 속에서 개인의 인구·사회적 특성이나 소득 등의 경제적 여건은 식품 소비의 직접적 결정요인이 되기도 하나 한편으로는 특정한 라이프스타일에 대한 선호를 형성하여 그러한 라이프스타일에 부합하는 소비패턴을 불러오기도 하는 것이다. 따라서 이러한 다각도에서의 종합적인 소비분석을 통해 변화된 식품소비 환경 속에서 수산식품에 대한 소비 패턴 및 소비자 인식도 변화 등을 파악할 수 있다면 그 자체로서도 의미 있는 연구 성과임은 물론, 향후 소비자들의 니즈에 부합한 수산물 제품 개발과 소비촉진 등을 도모할 수 있는 기초자료로도 유용할 것으로 기대된다.

2. 선행연구 검토

2.1. 수산식품 소비에 관한 연구

이계임(2007)은 인구구조 변화가 식품 수요에 큰 영향을 미칠 것으로 보고, 식품소비지출 트렌드를 연령과 세대 효과로 구분·분석하여 젊은 세대일수록 어패류의 소비가 감소한다는 점을 보였다. 박성쾌·김민주(2009) 또한 인구구조의 변화가 수산식품 소비

패턴에 미치는 영향을 분석하였고, 한국해양수산개발원(2012)은 수산식품 소비의 결정 요인을 인구·사회구조 변화에 초점을 두어 분석한 후 수산식품에 대한 정책 방안을 제시하였다. 다만 이들 연구들은 주로 성별, 거주지, 소득, 세대, 가족 수 등과 같은 사회인구학적인 요인만으로 수산식품 소비 패턴을 분석한 아쉬움이 있다.

개별 수산품목의 소비에 관한 연구로 김봉태 외(2008)는 전복이라는 식품에 한하여 인구·사회적인 요인이 선호도, 구매횟수, 소비의향에 어떠한 영향을 미치는지 순서 로짓 모형을 이용하여 분석하였다. 장영수·임경희(2000)는 국내 수산물 소비 특성을 분석하는 것을 목적으로 수산물 중에서도 주 품목인 어패류에 한정하여, 도시가구의 가정 내 어패류 소비의 특성에 관해 연구하였다. 백은영·김애정(2010)은 활어회 구입 시 중요하게 고려하는 여덟 가지 요인을 통하여 활어회의 선호도가 비슷한 소비자를 군집으로 묶어서 분석을 실시하였으며, 집단 특성에 따라 활어회의 소비결정 요인에 차이가 있는지 분석하였다. 이외에도 수산물 가공식품(김종성·하규수 2010), 안동간고등어(신재원 2013) 등의 연구가 있으나, 이들 연구는 특정 품목의 소비 실태를 주로 분석하다 보니 수산물 소비 전반에 대한 시사점을 얻기 어렵다는 한계가 있다.

2.2. 라이프 스타일 및 식품 소비 라이프 스타일에 관한 연구

라이프스타일은 ‘사회 전체 또는 사회의 한 부분의 구성원들이 공통적으로 갖고 있는 태도와 구별되는 특징적인 생활양식’을 가리키는 개념으로 Lazer(1963)에 의해 미국 마케팅학회에 제안되면서 소비자 행동연구에 응용되기 시작하였다. 이때까지 시장의 특성을 연구할 때 인구통계학적 특성이 가장 보편적으로 강조되었으나, 이러한 정보만으로는 시장, 혹은 소비자를 분석하기에 부족하다는 인식이 대두되어 라이프스타일 연구를 통해 심층구조와 행동양식을 분석하기에 이르렀던 것이다(김종의 외 2013). 구체적으로 라이프스타일은 태도, 가치, 견해, 활동과 관심 등을 포괄하며 VALS(Values And Lifestyle Survey), AIO(Activity, Interest, Opinion), LOV(List Of Value) 등의 측정도구들이 개발되어 있다(Hawkins 2012).

이러한 라이프스타일을 식품소비의 중요한 변수로 보고 연구한 논문들이 국내에 다수 존재한다. 예를 들어 최수일·곽종형(2007)은 실버 소비자의 라이프스타일이 건강기능식품 구매 만족도에 미치는 영향과 구매 만족도가 재구매 의도에 미치는 영향을 분석하였으며, 박정윤·양승룡(2011)은 소비자패널을 이용하여 도시가구 소비자들의 라이프스타일을 유형화한 후 이에 따른 농식품 구매행태를 분석하였다. 이외에도 친환경

농산물이나 농식품 쇼핑물 이용형태(노채영·안병렬 2005; 서정원 외 2010) 등 다양한 품목이나 구매 행태와 관련하여 식생활 라이프스타일이 소비자 행동에 미치는 영향이 분석된 바 있다. 그러나 이러한 연구들 역시 전반적인 식품 소비 양상을 다루고 있다 보니, 이를 그대로 수산물 소비의 특징으로 보기는 어려운 측면이 있다.

3. 연구 방법

3.1. 군집분석

군집분석(Cluster Analysis)은 다변량 통계분석법의 하나로 다양한 특성을 지닌 자료들을 측정기준과 속성에 따라 몇 개의 집단으로 그룹화한 다음, 각 집단의 성격을 파악함으로써 데이터 전체의 구조에 대해 이해하고자 하는 탐색적인 분석방법이다(이훈영 2012). 본 연구에서는 소비자를 식품소비 관련 라이프스타일에 따라 그룹화하기 위하여 가장 널리 쓰이는 비계층적 군집방법인 k-평균 군집분석(K-means cluster analysis)을 이용하였다. 즉, 소비자들을 식품소비 관련 라이프스타일에 따라 그룹화한 후 각 그룹의 특징을 살펴보는 것은 물론 수산물 소비에 미치는 영향에 대해서도 분석을 수행하였다. 이 때 ‘식품소비 관련 라이프스타일’은 원자료의 관련 설문에 대한 답변 내용을 근거로 분석되었으며, 요인분석을 통하여 공통성이 낮은 문항을 배제하고 몇 개의 연관성 높은 잠재변수(Latent variables)를 도출하여 군집분석에 활용하였다. 군집분석에서는 분석대상 간의 유사성을 유클리디안 거리(Euclidean distance)로 측정하여 군집 중심이 바뀌지 않을 때까지 분석대상 간 가장 가까운 군집으로 할당을 거듭하는 방식을 취한다. 또한 군집의 수는 k-평균 군집분석의 특성상 우선 연구자가 미리 정한 K개의 군집 수에 따라 군집의 중심이 임의로 선택되고, 이후 분석결과에 대한 정성적 판단, 군집별 개체의 수, F-값, 이론적 배경의 존재나 직관적 이해의 용이성 등을 종합적으로 고려하여 최종결정하는 것이 일반적이다.

¹ 공통성(Communality)은 추출된 요인들에 의해서 설명되는 비율로 공통성이 낮은 변수는 요인분석에서 제외하는 것이 바람직하다.

3.2. 순위 프로빗 모형 분석

라이프스타일 변수를 비롯하여 수산물 소비에 영향을 미치는 요인들을 알아보기 위하여 순위 프로빗 모형을 설계하여 분석하였다. 이는 본 분석에 사용한 종속변수가 3단계로 구분되는 육류 대비 수산물 소비 빈도²이기 때문이다. 이처럼 설문조사를 통해 수집된 리커트형(Likert-Type Scale), 혹은 유사 리커트형 응답은 다항선택성과 이산성이라는 문제를 발생시키게 되므로 일반적인 선형회귀식이 가진 기본가정을 충족시키지 못하게 된다. 그러므로 전통적인 최소자승법에 의한 추정을 따르지 않고 범주형 모형 중 순서, 혹은 순위형 자료에 적합한 순위프로빗모형(Ordered Probit Model)을 사용하는 것이 적절하다고 볼 수 있다. 순위프로빗모형은 잠재변수(latent variable)로부터 도출될 수 있으며 다음의 수식에 의해서 결정된다고 가정한다.

$$(1) \quad U_{si} = V_{si} + \epsilon_{si}$$

위의 식(1)은 소비자 i의 수산물 소비로 얻는 효용(U_{si})을 함수형태로 나타낸 식이다. 그러나 U_{si} 는 실제로 관측 가능한 변수가 아니기 때문에 수산물 소비로 얻는 효용에 영향을 주는 요인을 분석하기 위해서, 실제 관측 가능한 변수 V_{si} 가 사용된다. ϵ_{si} 는 소비자의 효용에 영향을 주는 요인 가운데 연구자가 관찰할 수 없는 값들을 나타낸다.

$$(2) \quad Z_i = (V_{Si} + \epsilon_{Si}) - (V_{Mi} + \epsilon_{Mi})$$

소비자의 수산물 구매 의사결정 문제를 대체재인 육류와의 관계를 염두에 두고 분석하기 위해서는 위의 식 (2)와 같이 나타낼 수 있다. V_{Si} 는 소비자 i가 수산물을 소비했을 때의 효용을, V_{Mi} 는 소비자 i가 육류를 소비했을 경우의 효용을 의미한다. 따라서 소비자 i는 $Z_i \leq 0$ 이라면 수산물을 전혀 소비하지 않을 것이고($Y_i=0$), $0 < Z_i \leq \mu_1$ 이라면 수산물을 가끔 소비하고($Y_i=1$), $\mu_2 \leq Z_i \leq \mu_3$ 이라면 이전보다 더 자주 소비할 것

2 원 설문은 ‘평소 먹어서 식사하실 때 수산물과 육류를 드시는 빈도는 어느 쪽이 많은가요?’란 질문하에 ‘수산물을 더 많이 먹는다.’, ‘수산물을 조금 더 많이 먹는 편이다.’, ‘비슷하다.’, ‘육류를 조금 더 많이 먹는 편이다.’, ‘육류를 더 많이 먹는다.’라는 5단계 응답지로 이루어져 있다. 본고는 이를 수산물 소비의 정도가 아닌 수산물 소비의 많고 적음 자체에 초점을 맞추는 연구의 목적에 부합되게 육류에 대비하여 ‘수산물을 많이 먹는다.’, ‘비슷한 수준으로 먹는다.’, ‘적게 먹는다.’의 3단계 순서형 응답으로 재가공하여 종속변수로 사용하였다.

이며, $Z_i > \mu_3$ 이라면 소비빈도를 더욱 늘릴 것임을 알 수 있다. 즉, Z_i 는 육류와 비교한 수산물 소비빈도 증가로 얻는 효용증가분을 뜻하며, 이 값이 클수록 소비자 i 의 수산물 소비빈도는 증가하고 육류 대비 수산물을 선호한다고 판단할 수 있다.

- (3) $P(Y_i = 0) = P[Z_i \leq 0]$: 수산물에 비하여 육류를 더 많이 먹는 편이다.
- $P(Y_i = 1) = P[0 < Z_i \leq \mu_i]$: 수산물과 육류를 먹는 빈도가 비슷하다.
- $P(Y_i = 2) = P[Z_i > \mu_i]$: 육류에 비하여 수산물을 더 많이 먹는 편이다.

위의 식 (3)은 식 (2)를 확률형태로 표현한 것으로, 변수 Y_i 는 육류 대비 수산물 구매빈도를 나타내며 육류와의 관계를 중심으로 소비자의 수산물 선호도가 3단계 순서로 반영되었다. μ_i 는 임계치(threshold value)를 나타내는 값으로 수산물의 구매빈도 증가로부터 얻어지는 효용의 증가분이 그로 인한 비용 증가분을 보상할 만큼 충분히 큰 값을 의미하며, 이에 따라 수산물 구매빈도 Y_i 는 0에서 2까지의 정수 값을 갖게 된다. 이때 식 (3)에 나타난 확률형태는 오차가 표준정규분포를 따른다고 가정할 경우, 순위화된 프로빗모형(ordered probit model)이 된다.³

(4) $Z_i = X_i\beta + \nu_i, i = 1, 2, \dots, n.$

위의 식 (4)는 수산물 구매빈도 증가로 얻는 효용증가분에 영향을 주는 인구·사회적인 특성 및 식품 소비 라이프스타일을 나타내는 설명변수 벡터 X_i 와 잔차항 ν 의 함수로 표현한 식이다. 이로부터 소비자 i 의 수산물 구매 빈도가 j 범주에 들어갈 확률은 다음 식 (5)와 같이 나타낼 수 있다.

(5) $P(Y_i = j) = \Phi(\mu_j - X\beta) - \Phi(\mu_{j-1} - X\beta), j = 0, 1, 2, \dots, J$

여기서 Φ 는 표준정규분포의 누적확률밀도함수를 나타내며, 순위화된 프로빗 모형은 최우추정법에 의해 추정되는데, 식 (5)에 대응하는 우도함수와 로그우도함수는 다음 식(6)과 같이 표현될 수 있다.

³ 순위 프로빗은 표준 정규분포의 오차에 의존하고, 순위 로짓모형은 무작위 오차가 로지스틱 분포를 따른다는 가정에 의존한다는 점에서 차이가 있으나, 결과적으로 이 두 모형 분석결과들 사이에서는 거의 차이가 없기 때문에 본 연구에서는 순위형 프로빗 모형을 이용하였다.

$$(6) \quad L = \prod_{i=1}^I \prod_{j=1}^J [\Phi(\mu_j - X_i\beta) - \Phi(\mu_{j-1} - X_i\beta)]^{Y_{ij}}$$

$$\log L = \sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^J Y_{ij} \log [\Phi(\mu_j - X_i\beta) - \Phi(\mu_{j-1} - X_i\beta)]$$

3.3. 분석자료

본 연구를 위해 한국농촌경제연구원이 2013년 5월 13일부터 7월 26일까지 설문조사한 ‘식품소비행태조사’의 원자료가 사용되었다.⁴ 이 자료는 통계청의 2010년 인구주택조사 조사구(Enumeration District: ED) 및 가구명부에서 추출된 표본으로 총 3,018개 일반가구의 식품 주 구입자(주부)와 만 13세 이상 가구원을 대상으로 하였으며, 식품 주 구입자는 대면 면접조사, 가구 구성원은 자기기입식 조사방식으로 진행되었다. 설문은 가구구성원 내 식자재 주 구입자용, 성인용, 청소년용으로 총 세 부분으로 구성되어 있으며, 식품군별 구매행태·식품 관련 제도·정책의 인지도 및 가구 및 개인의 인구·사회적 특성에 관한 정보 등을 포함하고 있다. 본 연구에서는 식품소비 라이프스타일에 관련된 문항과 함께 수산물·육류 소비행태에 관한 정보를 포함하고 있는 가구 내 식품/식자재 주 구입자를 대상으로 한 설문조사 결과를 분석 자료로 사용하였다.

본 연구의 분석에 포함되는 주요 설명변수로는, 우선적으로 소비자의 라이프스타일에 따라 육류 대비 수산물 소비빈도가 다를 것이라는 전제하에 군집화된 라이프스타일 변수를 분석에 삽입하였다. 상술하였듯 라이프스타일은 소비자 행동에 영향을 주는 변수로서, 종래의 인구통계학적 변수들에 의해 설명될 수 없었던 소비자 행동의 이유를 설명해 줄 수 있기 때문이다(정효선·윤혜현 2007; 김종의 외 2013). 또한 가계의 인구·사회적 특성(연령, 성별, 거주지역, 자녀 유무, 가구특성, 소득수준, 학력 등)도 기호와

⁴ 참고로 「2013 식품소비행태조사」 원자료는 본 연구를 최초 수행한 2015년 4월 전후에 입수할 수 있는 가장 최신 자료였으나, 곧 이어 「2014 식품소비행태조사」 결과의 원자료도 공표되었다. 이에 본 연구진은 2014년 원자료 역시 입수하여 검토하였지만, 2014년 조사의 경우 조사 연령대가 13~74세로 제한된 차이가 있음을 발견하였다. 이에 본 연구진은 본고의 분석대상이 되는 ‘수산물’의 경우 치아 문제 등으로 고령층 소비자가 많은 것을 감안할 때, 80대 이상의 소비자가 전체 소비자의 11% 이상 포함된 2013년 자료를 활용하는 편이 보다 합리적이라 판단하였다. 또한 2014년 자료와 1년의 시차밖에 나지 않는다는 점과 향후 2014년 자료로 유사한 분석이 행해지더라도 2013년 자료에 근거한 분석결과가 있을 때 더 의미 있는 시사점을 찾을 수 있으리라는 점도 함께 고려하여 최종적인 분석자료로 「2013 식품소비행태조사」의 원자료를 채택하기에 이르렀음을 밝혀둔다.

선호도를 반영하는 대리변수로 사용되며 소비결정에도 중요한 영향을 미치기 때문에 (백은영·김애정 2010) 변수로 포함하였으며, 특별히 경험적으로 볼 때 질병 보유 여부도 수산물 소비에 영향을 미칠 수 있다는 판단 하에 설명변수로 포함하였다. 순위 프로빗 모형의 종속변수는 앞서 밝혔듯 육류 대비 수산물 소비빈도로, 가정에서 육류보다 수산물을 더 자주 먹는 경우는 전체 설문대상자의 29.9%, 비슷하게 먹는 경우는 전체의 33.5%인 것으로 나타났다<표 1>.

표 1. 수산물 선호도 분석에 사용된 주요 변수

변수		설명변수 및 생성법	비중 (%)
육류 대비 수산물 소비		적음 = 0	36.6
		비슷함 = 1	33.5
		많음 = 2	29.9
라이프스타일 유형		I 군집	25.7
		II 군집	26.6
		III 군집	31.9
		IV 군집	15.8
인구·사회 특성	성별	여성=1, 남성=0	86.8(여성)
	연령	20대	30.5
		30대	13.2
		40대	18.2
		50대	18.6
		60대	16.9
		70대	18.8
		80대	10.3
	90대	0.9	
	학력	대졸 이상=1 고졸 이하=0	26.0(대졸 이상)
질병 유무	질병 있음=1 질병 없음=0	26.0(질병 있음)	
가구특성 및 유형	거주지	1=서울 ~ 16=제주도	-
	자녀 유무	자녀 있음=1, 자녀 없음=0	29.0(자녀 있음)
	가구소득 수준 (월평균)	1 99만 원 이하	28.0
		2 100만~199만 원	18.1
		3 200만~299만 원	17.9
		4 300만~399만 원	14.9
		5 400만~499만 원	9.3
		6 500만~599만 원	7.1
		7 600만 원 이상	4.8
1인 가구	1인 가구=1, 그 외=0	27.6(1인 가구)	

주: 연령과 소득수준, 자녀 유무, 1인 가구 등의 변수는 모두 본 연구의 분석모형에 맞게 재가공하였음.
 후술할 순위 프로빗 모형 분석 시 경우에 따라 이처럼 재가공한 변수와 원자료 형태를 그대로 유지한 변수를 각기 다른 세부 모델에 포함시켜 분석을 실시함. 자세한 내용은 분석결과 참조.

4. 분석 결과

4.1. 군집 분석

우선 식생활 라이프스타일에 따른 식품구매성향에 대한 총 17개의 설문문항 중에서 공통성이 낮게 도출된 (7)번 문항과 (11)번 문항을 제외⁵ 총 15개의 문항을 바탕으로 수행된 요인분석결과⁶는 다음 <표 2>와 같다.

표 2. 식품소비 라이프스타일에 따른 식품구매성향 요인 분석결과

변수		요인 적재량(factor loading)			
		요인 1	요인 2	요인 3	요인 4
적극적 태도 요인	(16) 처음 보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매한다	0.752	0.222	0.289	0.046
	(5) 맛있다고 소문난 음식점을 찾아다니는 편이다	0.736	0.176	-0.041	0.294
	(15) 새로운 음식을 먹어보는 것을 좋아한다	0.732	0.020	0.323	0.012
	(17) 다양한 맛을 위해 식단을 매번 바꾸는 편이다	0.680	0.094	0.284	-0.009
	(6) 가격이 비싸도 이름난 회사의 식품을 구매한다	0.679	0.274	-0.083	0.227
	(4) 먹는 데는 돈을 아끼지 않는다	0.664	0.185	-0.087	0.296
건강 고려 요인	(8) 건강을 위해 음식을 가려먹는다	0.224	0.807	0.083	0.015
	(9) 음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이다	0.295	0.778	0.081	0.026
	(10) 인스턴트식품을 가능한 먹지 않는다	-0.074	0.646	0.247	-0.231
가격 중시 요인	(14) 나는 비교적 저렴한 가격의 제품을 사는 편이다	-0.044	0.041	0.801	0.021
	(13) 식품을 구입할 때 가격정보를 늘 체크하는 편이다	0.319	0.210	0.693	0.130
	(12) 동일제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	0.326	0.276	0.610	0.156
간편성 수용 요인	(1) 아침식사는 밥보다는 미숫가루나 빵 등으로 간단하게 먹는 편이다	0.089	0.054	0.024	0.781
	(2) 식사 대응으로 패스트푸드점을 종종 이용한다	0.250	-0.100	-0.018	0.747
	(3) 김치와 장류를 사서 먹는 것을 개의치 않는다	0.072	-0.103	0.235	0.625

5 일반적으로 공통성이 0.4 미만이면 낮다고 판정하며, 본 논문에서는 공통성이 가장 낮게 도출된 두 문항(⑦ 음식을 선택할 때 맛을 중시한다. ⑩ 유기농식품, 친환경인증제품을 자주 이용한다)이 나머지 문항과 상관관계가 적다고 판단하여 배제하였다.

6 본 연구에서는 요인을 추출하기 위해서 주성분 분석(principal component analysis)을 사용하였으며, 각 변수와 요인 간의 상관관계의 정도를 나타내는 요인 적재치의 단순화를 위하여 직교회전방식(varimax)을 채택하였다.

전체 요인은 식품소비자의 성향을 고려하여 적극적 태도 요인, 건강 고려 요인, 가격 중시 요인 및 간편성 수용 요인 총 네 개로 추출되었다.⁷ 이후 이렇게 추출된 요인을 중심으로 소비자를 식생활 라이프스타일 유형별로 파악하기 위해 군집분석⁸을 실시하였다. 군집의 수는 반복된 분석에 기초하여 분석결과가 가장 합리적으로 해석될 수 있는 4개로 결정되었으며, 최종 군집의 결과는 다음 <표 3>에 나타나 있다.

표 3. 최종 군집분석 결과

구 분		I 군집	II 군집	III 군집	IV 군집
		식품 고관여형	간편성 선호형	건강식 추구형	식품 저관여형
		n=774 (25.64%)	n=804 (26.64%)	n=964 (31.94%)	n=476 (15.77%)
요인별 평균값	적극적 태도 요인	3.28	2.91	2.41	1.78
	건강 고려 요인	3.81	2.97	3.66	2.37
	가격 중시 요인	3.62	3.00	2.97	1.99
	간편성 수용 요인	2.22	2.85	1.52	1.64

I군집은 다른 군집에 비하여 건강 및 가격적인 측면을 비롯하여 식단의 다양성을 가장 많이 추구하는 적극적인 소비자 유형으로, ‘식품 고관여⁹형’군집으로 명명할 수 있다. 즉, I군집은 식품소비 시 식품과 관련된 다양한 요소를 고루고루 체크하는 가장 적극적인 자세를 가진 소비자 유형임을 알 수 있다.

II군집의 경우는 모든 측면을 고루 조금씩 고려하는 편이나 I군집에 비해서는 전체적으로 적극성이 떨어지는 소비자 유형으로 나타났다. 전 군집 중에서 간편성을 가장 많이 고려하는 특징이 있어 ‘간편성 선호형’으로 군집의 이름을 붙였다.

7 네 가지 요인의 이름은 그룹화된 문항들의 내용을 감안하여 연구진이 임의로 붙였다.

8 군집분석과 요인분석은 주의를 기울이지 않으면 자칫 비슷한 방법론으로 비칠 소지가 있다. 본고에서 요인분석은 식품소비 라이프스타일 관련 문항 중 응답패턴이 유사한 문항들을 묶기 위하여 수행되었다. 문항별 상관관계를 이용하며 여기서 묶이는 것은 문항들 자체다. 그리고 군집분석은, 이러한 요인분석을 거친 후 생성된 4개 요인변수 각각의 수준별 조합에 해당하는 군집, 즉 피설문자들을 묶어내는 방법론이며, 방법 역시 각 대상들의 값을 거리로 환산하는 수리적 방식을 취하는 차이가 있다.

9 이는 소비자 행동연구 전통 속에서 소비자가 제품이나 구매 자체에 부여하는 가치 또는 관심의 정도를 일컫는 ‘관여(involveement)’ 개념을 적용한 이름이다(김중의 외 2013). 즉, ‘고관여(high involveement)’는 특정 제품의 구매가 개인적으로 상당히 중요하다고 생각되어 소비자가 그 제품의 구매 결정에 심리적으로 깊이 몰입하는 현상을 뜻한다. 이어질 IV군집 ‘식품 저관여형’은 이에 반대되는 소비자를 떠올리면 된다.

‘건강식 추구형’으로 명명한 III군집의 경우, 식품 소비 시 건강과 관련된 측면을 중요하게 여기나 나머지 요인에는 대체로 관심이 떨어지는 소비자 유형으로 나타났으며, 특히 전 군집 중에서 간편성에 대한 관심이 가장 없는 소비자 집단으로 분류되었다. 마지막으로 IV군집의 경우는 모든 요인에 대한 관심도가 다른 소비자 유형과 비교하여 현저히 떨어지는 것으로 나타나 식품 소비에 대한 관심이 현격히 낮은 ‘식품 저관여형’ 소비자들로 분석되었다.

한편, 군집화 결과로 도출된 소비자 유형을 인구·사회적인 특성과 결합시켜 보면 보다 확실한 특징을 발견할 수 있다. 다음 <표 4>는 각 소비자 유형별 가구의 인구 통계적 특성을 제시하고 있다. ‘식품고관여형’ 집단인 I군집과 식생활의 ‘간편성 선호형’ 집단인 II군집은 비교적 젊은 세대가 많은 것으로 나타나는 반면, ‘건강식 추구형’과 ‘식품저관여형’ 집단은 상대적으로 노년층이 많은 것으로 분석된다. 가구유형의 경우 ‘식품저관여형’ 집단의 대다수가 1인가 구인 것으로 나타나는데, 고령화된 인적 구성과 결부시켜 볼 때 독거하는 노년층의 빈곤, 혹은 삶의 저활력 문제와 관련이 있을 것으로 판단된다. 이는 가구소득을 살펴보았을 때, ‘식품저관여형’ 집단의 약 58%에 해당하는 가구가 월평균 99만 원 이하의 저소득층인 것으로 나타난 반면, ‘식품고관여형’ 집단의 경우 월 300만 원 이상의 중산층, 혹은 고소득층의 비율이 높은 것으로 나타난 결과를 통해서도 뒷받침된다.

성별의 경우 ‘건강식 추구형’ 집단인 경우 여성의 비율이 특히 높은 것으로 확인되는 반면, ‘간편성 선호형’ 집단에서는 남성의 비율이 높아지는 것으로 나타난다.

이처럼 교차분석을 통해 군집별 인구 통계적 특성을 살펴본 결과, 군집별로 유의하게 차이가 있는 것으로 분석되었다. 따라서 인구·사회적인 요인이 식생활 라이프스타일 형성에 일정한 영향을 미치고 있을 것으로 판단된다.

표 4. 군집별 인구·사회적 특성: 교차분석 결과

단위: n, %

구분		식품 고관여형 군집	간편성 선호형 군집	건강식 추구형 군집	식품 저관여형 군집	전체	유의확률 $\chi^2(p)$
성별	남자	67(2.2)	144(4.8)	102(3.4)	83(2.8)	396(13.1)	42.947 (0.000)
	여자	707(23.4)	660(21.9)	862(28.6)	393(13.0)	2622(86.9)	
연령	20대	45(1.5)	100(3.3)	14(0.5)	11(0.4)	170(5.6)	787.775 (0.000)
	30대	195(6.5)	186(6.2)	67(2.2)	21(0.7)	469(15.6)	
	40대	198(6.6)	207(6.9)	127(4.2)	31(1.0)	563(18.7)	
	50대	170(5.6)	133(4.4)	176(5.8)	80(2.7)	559(18.5)	
	60대	107(3.5)	78(2.6)	237(7.9)	84(2.8)	506(16.8)	
	70대	44(1.5)	68(2.3)	264(8.8)	162(5.4)	538(17.8)	
	80대	15(0.5)	29(1.0)	76(2.5)	82(2.7)	202(6.7)	
학력	고졸 이하	455(15.1)	526(17.4)	820(27.2)	437(14.5)	2238(74.2)	264.612 (0.000)
	대졸 이상	319(10.6)	278(9.2)	144(4.8)	39(1.3)	780(25.8)	
가구 유형	1인 가구	114(3.8)	233(7.7)	252(8.3)	234(7.8)	833(27.6)	351.132 (0.000)
	2인 가구	199(6.6)	181(6.0)	390(12.9)	153(5.1)	923(30.6)	
	3인 가구	162(5.4)	186(6.2)	154(5.1)	41(1.4)	543(18.0)	
	4인 가구	225(7.5)	156(5.2)	130(4.3)	31(1.0)	542(18.0)	
	이상	74(2.5)	48(1.6)	38(1.3)	17(0.6)	177(5.9)	
소득	1 99만원 이하	76(2.5)	143(4.8)	345(11.5)	279(9.3)	843(28.0)	526.074 (0.000)
	2 100만~199만 원	112(3.7)	147(4.9)	207(6.9)	77(2.6)	543(18.1)	
	3 200만~299만 원	153(5.1)	181(6.0)	152(5.1)	51(1.7)	537(17.9)	
	4 300만~399만 원	158(5.3)	145(4.8)	109(3.6)	35(1.2)	447(14.9)	
	5 400만~499만 원	117(3.9)	81(2.7)	65(2.2)	16(0.5)	279(9.3)	
	6 500만~599만 원	92(3.1)	66(2.2)	44(1.5)	12(0.4)	214(7.1)	
	7 600만 원 이상	64(2.1)	36(1.2)	38(1.3)	6(0.2)	144(4.8)	

좀 더 세부적으로 각 소비자 유형별 수산물 소비 특성을 비교·분석한 결과는 <표 5>와 같다. ‘간편성 선호형’ 집단의 경우 역시 군집 특성에 맞게 손질된 형태로 수산물을 구매하는 소비자와 조리의 편리성을 중요하게 여기는 소비자가 가장 많은 집단인 것으로 나타났다. 또한 ‘식품고관여형’ 집단의 경우 수산물 구매 시 안전성, 영양, 신선도, 편리성 등 많은 측면을 고르게 고려하는 집단인 것으로 분석되었다. 한편, ‘건강식 추

구형' 집단의 경우 원물 그대로의 수산물을 구매하는 소비자의 비중이 가장 많았으며, 신선도, 원산지, 외관(크기, 형태) 및 품종 등을 확인하고 수산물을 구매하는 비중 역시 타 군집에 비하여 높은 것으로 나타났다. 다만 '신선도'나 '원산지'의 경우 어느 한 군집 소비자들에게 국한되기보다는 대부분 군집의 소비자들이 수산물 구매 시 가장 중요하게 여기는 식품정보인 것으로 분석되었다.

표 5. 군집별 수산물 소비 특성 비교

단위: n, %

구분		식품 고관여형 군집	간편성 선호형 군집	건강식 추구형 군집	식품 저관여형 군집	전체	유의확률 $\chi^2(p)$
구매 형태	원물	193(6.6)	138(4.7)	350(11.9)	134(4.6)	815(27.7)	99.658 (0.000)
	손질된 형태	558(19.0)	596(20.3)	589(20.0)	310(10.5)	2053(69.8)	
	반조리	7(0.2)	5(0.2)	2(0.1)	6(0.2)	20(0.7)	
	조리	4(0.1)	11(0.4)	4(0.1)	52(0.2)	24(0.8)	
	기타	6(0.2)	9(0.3)	9(0.3)	7(0.2)	31(1.1)	
중요 속성	가격	101(3.4)	119(4.0)	152(5.2)	105(3.6)	477(16.2)	80.851 (0.000)
	맛	153(5.2)	187(6.3)	220(7.5)	125(4.2)	685(23.2)	
	안전성	128(4.3)	98(3.3)	112(3.8)	59(2.0)	397(13.5)	
	품질	322(10.9)	297(10.1)	419(14.2)	138(4.7)	1176(39.9)	
	영양	34(1.2)	20(0.7)	25(0.8)	20(0.7)	99(3.4)	
	구입 편리성	12(0.4)	9(0.3)	12(0.4)	9(0.3)	42(1.4)	
	조리 편리성	17(0.6)	33(1.1)	12(0.4)	4(0.1)	66(2.2)	
기타	1(0.0)	2(0.1)	2(0.1)	2(0.1)	7(0.2)		
수산물 구매시 정보 확인 여부	생산 지역명	45(1.5)	48(1.6)	33(1.1)	17(0.6)	143(4.8)	69.522 (0.000)
	원산지	140(4.7)	124(4.2)	141(4.8)	51(1.7)	456(15.5)	
	신선도	389(13.2)	368(12.5)	503(17.1)	217(7.4)	1477(50.1)	
	브랜드	3(0.1)	3(0.1)	1(0.0)	5(0.2)	12(0.4)	
	외관 (크기, 형태)	37(1.3)	38(1.3)	58(2.0)	28(0.9)	161(5.5)	
	품종	15(0.5)	11(0.4)	17(0.6)	3(0.1)	46(1.6)	
	포장상태	6(0.2)	6(0.2)	3(0.1)	1(0.0)	16(0.5)	
	기타 인증품	1(0.1)	1(0.1)	1(0.1)	0(0.0)	3(0.1)	
	기타	2(0.1)	8(0.2)	10(0.3)	6(0.2)	26(0.9)	
	가격	130(4.4)	158(5.4)	187(6.3)	134(4.5)	609(20.7)	
	관측상품 여부	0(0.0)	4(0.1)	5(0.2)	2(0.1)	11(0.4)	
	기능성 첨가 여부	0(0.0)	0(0.0)	1(0.0)	0(0.0)	1(0.0)	

소비자 유형별 수산물 품목별 구매빈도를 비교한 결과는 다음 <표 6>과 같다. 먼저 ‘식품고관여형’ 집단의 경우 생선류를 제외한 모든 수산물 품목에 대해 자주 구매한다고 응답한 가구의 비율이 타 군집에 비해 상대적으로 높은 것으로 분석되어 이 군집 소비자들이 다양한 수산물 품목을 구매, 섭취하고 있는 것으로 판단된다. ‘간편성 선호형’ 집단의 경우 수산물 소비 자체가 타 군집에 비하여 적을 뿐 아니라, 생선류, 해조류, 조개류, 건어물류 등 수산물 세부 품목군을 전반적으로 ‘전혀 먹지 않는다’고 응답한 가구의 비율도 타 군집과 비교하여 가장 높은 것으로 조사되었는데, 이는 역시 손질이 까다로운 수산물의 특성에서 연유하는 것으로 풀이된다. 그러나 ‘건강식 추구형’ 집단의 경우 타 군집보다 생선류를 ‘자주 먹는다’고 응답한 소비자의 비율이 높게 나타나며, 다만 조개류와 갑각류의 경우 다른 군집과 마찬가지로 ‘전혀 먹지 않는다’고 응답한 가정의 수가 많은 것으로 조사되었다. 즉, 소비자 유형에 상관없이 수산물 중 갑각류와 조개류 구매빈도는 상대적으로 낮은 것으로 판단되며, 이는 손질과 요리의 번거로움이나 까다로움, 상하기 쉬운 특성, 알레르기 유발 가능성 등의 이유에서 기인하는 현상인 것으로 추측된다.

표 6. 군집별 수산물 세부 품목군 구매빈도 비교

단위: n, %

구분		식품 고관여형 군집	간편성 선호형 군집	건강식 추구형 군집	식품 저관여형 군집	전체	유의확률 $\chi^2(p)$
생선류 구매빈도 ¹⁰	자주	333(11.0)	275(9.1)	336(11.1)	129(4.3)	1073(35.6)	103.839 (0.000)
	가끔	355(11.8)	373(12.4)	449(14.9)	228(7.6)	1405(46.6)	
	드물게	66(8.5)	85(10.6)	152(15.8)	94(19.7)	397(13.2)	
	먹지 않음	20(0.7)	71(2.4)	27(0.9)	25(0.8)	143(4.7)	
해조류 구매빈도	자주	223(7.4)	181(6.0)	198(6.6)	70(2.3)	672(22.3)	150.503 (0.000)
	가끔	379(12.6)	372(12.3)	412(13.7)	172(5.7)	1335(44.2)	
	드물게	162(5.4)	203(6.7)	339(11.2)	215(7.1)	919(30.5)	
	먹지 않음	10(0.3)	48(1.6)	15(0.5)	19(0.6)	92(3.0)	
조개류 구매빈도	자주	89(2.9)	62(2.1)	64(2.1)	37(1.2)	252(8.3)	94.380 (0.000)
	가끔	345(11.4)	298(9.9)	312(10.3)	124(4.1)	1079(35.8)	
	드물게	287(9.5)	333(11.0)	477(15.8)	235(7.8)	1332(44.1)	
	먹지 않음	53(1.8)	111(3.7)	111(3.7)	80(2.7)	355(11.8)	
연체류 구매빈도	자주	73(2.4)	61(2.0)	54(1.8)	18(0.6)	206(6.8)	119.732 0.000
	가끔	399(13.2)	366(12.1)	366(12.1)	146(4.8)	1277(42.3)	
	드물게	263(8.7)	291(9.6)	446(14.8)	236(7.8)	1236(41.0)	
	먹지 않음	39(1.3)	86(2.8)	98(3.2)	76(2.5)	299(9.9)	

(계속)

구분		식품 고관여형 군집	간편성 선호형 군집	건강식 추구형 군집	식품 저관여형 군집	전체	유의확률 $\chi^2(p)$
갑각류 구매빈도	자주	38(1.3)	28(0.9)	27(0.9)	11(0.4)	104(3.4)	90.185 (0.000)
	가끔	229(7.6)	232(7.7)	188(6.2)	98(3.2)	747(24.8)	
	드물게	448(14.8)	419(13.9)	614(20.3)	263(8.7)	1744(57.8)	
	먹지 않음	59(2.0)	125(4.1)	135(4.5)	104(3.4)	423(14.0)	
건어물류 구매빈도	자주	192(6.4)	140(4.6)	164(5.4)	68(2.3)	564(18.7)	152.929 (0.000)
	가끔	299(9.9)	321(10.6)	277(9.2)	121(4.0)	1018(33.7)	
	드물게	269(8.9)	282(9.3)	499(16.5)	253(8.4)	1303(43.2)	
	먹지 않음	14(0.5)	61(2.0)	24(0.8)	34(1.1)	133(4.4)	

<표 7>은 이상의 각 군집별 특징을 요약한 것으로, 앞서 살펴보았듯이 연령이나 소득, 가구구성원의 수 등에 따라 식품소비 관련 라이프스타일 유형이 다르게 나타날 뿐 아니라, 이러한 라이프스타일의 차이가 다시 수산물 소비양상이나 패턴에도 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

표 7. 각 군집별 특성 요약

구분	특징
군집 I 식품 고관여형	<ul style="list-style-type: none"> ○ 상대적으로 젊거나 중년층인 경우가 다수이며, 4인 가구 유형이 가장 많이 분포 ○ 중산층, 고소득층 소비자 및 수도권지역에 거주하는 소비자가 가장 많음 ○ 수산물 구매 시, 안전성·영양·신선도, 편리성 등 많은 속성을 고르게 고려 ○ 생산 뿐 아니라 다양한 수산물 품목군을 소비하는 집단
군집 II 간편성 선호형	<ul style="list-style-type: none"> ○ 식품고관여형 집단과 연령대 분포가 유사하나 남성이 많고 1인 가구원 다수 포함 ○ 수도권지역에 거주하는 소비자가 가장 많은 집단 ○ 타 군집들에 비해 외식 빈도 및 배달음식 이용 빈도가 가장 많음 ○ 수산물 소비가 활발하지는 않으나 손질된 형태, 조리된 상태의 수산물을 선호
군집 III 건강식 추구형	<ul style="list-style-type: none"> ○ 노년층 위주, 2인 가구 유형이 가장 많이 분포 ○ 여성비율이 높고 밋 맛벌이를 하지 않는 소비자의 비율이 가장 높음 ○ 타 군집에 비해 외식 빈도 및 배달음식 이용 빈도가 가장 낮음 ○ 원물 상태의 수산물 소비 빈도가 많으며, 수산물 중 생선류 주로 섭취
군집 IV 식품 저관여형	<ul style="list-style-type: none"> ○ 노년층이 많으며 1인 가구원이 가장 많이 분포하는 집단 ○ 저소득층 비율이 가장 높음 ○ 수산물을 포함한 식품소비 활력이 많이 떨어지나 수산물 중에서는 상대적으로 생선류와 해조류를 자주 섭취하는 편(싼 가격과 치아 건강 등의 이유 추측)

¹⁰ 수산물 품목 구매빈도는 ① 자주 먹는다 (매일, 주 2-3회) ② 가끔 먹는다 (1주일에 1회, 2주일에 1회) ③ 드물게 먹는다 (1달에 1회, 그보다 드물게) ④ 먹지 않음으로 재설정하여 분석하였다.

4.2. 순위 프로빗 모형 분석

본 연구에서는 세 가지 순위 프로빗 모형으로 수산물 소비에 영향을 미치는 요소를 분석하였다. 첫 번째 모형은 성별, 연령, 학력, 자녀유무, 거주지역, 소득 등 전통적인 인구통계 및 사회경제적 변수들로 설명변수를 구성하였다. 이들 변수들은 다수의 소비 결정요인 연구에서 가장 기본적으로 채택되는 변수들이며, 후술할 추정 결과에서도 알 수 있듯 수산물 소비와 관련한 여러 선행연구에서도 중요하게 다루고 있는 변수들¹¹이다. 이어 두 번째 모형은 첫 번째 모형의 설명변수들에 더하여 식생활 라이프스타일로 유형화한 군집변수와 질병 유무 변수¹²를 포함하여 분석하였다. 이는 본 연구가 특히 주목하고 있는 ‘라이프스타일’의 영향을 알아보고자 함이며, 질병 역시 특수한 상황에서는 수산물 등 식품 소비의 주요 이유가 될 수 있다고 보았기 때문이다. 끝으로 세 번째 모형의 경우, 모형 2의 설명변수를 유지하되, ‘연령’과 ‘자녀유무’, ‘소득’, ‘질병 유무’ 변수를 연구 아이디어, 혹은 선행연구 등에 근거하여 범주화하거나 세분화하여 분석하였다. 즉 ‘연령’ 변수는 원자료에서 파악 가능한 나이¹³가 아니라 10년 간격으로 범주화한 20대, 30대 등의 세대별 범주로 변수화하여 20대를 기준으로 분석하였으며, 소득 역시 원자료의 11단계 구분을 박미성·안병일(2014) 등 연구를 참조하여 7단계로 재그룹핑한 후 최고 소득인 ‘600만 원 이상’을 기준으로 분석하였다. 또한 세 번째 모형에서의 ‘자녀유무’ 변수는, 어린 자녀의 수산물 소비 기피 경향에 의해 미성년 자녀가 있는 가구의 수산물 소비가 일반 가정보다 적다는 선행연구(Honkanen et al. 2005; Olsen and Ruiz 2008)나 자녀 본인의 의사가 식단에 반영될 수 있는 가능성 등을 고려하여 자녀의 나이를 초등학교 졸업 연령대인 13세를 전후로 세분한 특징이 있다. 즉, 앞서 두 모형이 ‘자녀유무’에 따른 이항 더미변수였다면, 세 번째 모형에서는 이 변수를 ‘자녀 없음, 13세 이하 자녀 있음, 14세 이상 자녀 있음’으로 재가공하여 활용하였다.¹⁴ 마지막으로 ‘질병유무’ 역시, 단순한 질병의 유무에서 나아가, 아토피, 고혈압, 당

11 다만 이런 변수들과 함께 자주 사용되곤 하는 ‘결혼 여부’의 경우 원자료의 제약상 변수화할 수 없었다.

12 ‘질병유무’ 변수는 ① 질병 있음 (아토피, 고혈압, 당뇨, 암이 있는 경우) ② 질병 없음으로 더미 변수화하여 분석하였다.

13 「2013 식품소비행태조사」에서는 연령을 직접적으로 묻는 대신 피설문자들의 출생년도를 파악하였기에, 본고에 쓰인 순위 프로빗 모형의 첫 번째와 두 번째 모형에서는 이를 다시 계산하여 연령 변수를 만들었다.

14 이 때 13세 이하 자녀와 14세 이상 자녀가 동시에 있는 경우는 ‘13세 이하 자녀 있음’으로 코딩하여 분석하였다.

노, 암을 각기 코딩하고 질병이 없는 경우를 기준으로 하여 분석을 수행하였다.¹⁵

이상의 세 가지 순위 프로빗 모형에 대한 분석결과는 다음 <표 8>과 같다. 우선 첫 번째 모형의 경우, 성별, 연령, 지역, 자녀유무 등의 변수가 육류 대비 수산물 소비 빈도에 영향을 미치는 것으로 추정되었다. 즉 남성보다는 여성이, 연령이 높을수록, 그리고 서울에 비하여 부산이나 인천, 광주, 경남, 전남 등 해안에 면한 지역에 거주할수록 육류보다 수산물 소비 빈도가 많아지며, 반면에 자녀가 있거나 대구, 충북 등 내륙 지역에 거주하면 수산물 소비가 줄어드는 경향이 있는 것으로 확인되었다. 이러한 결과는 ‘인구 고령화가 수산물의 소비증가에 유의한 영향을 미친다’는 기존 연구(박성쾌, 김민주 2009; Myrland et al. 2000) 및 ‘여성이 남성보다 계획적인 식이 조절을 하므로 수산식품 소비 성향이 크다’(Trondsen et al. 2004)거나 ‘남성이 여성에 비해, 또한 연령이 낮을수록 육가공품을 선호하는 성향을 보인다’는 선행연구 결과(박주원·안숙자 2001)와 일치하는 맥락으로 판단된다. 또한 이는 내륙지역과 해안지역의 위치적인 특성에 따라 수산물 품목에 대한 만족도 및 기호도의 차이가 있고(백은영·김애정 2010; 황유미·최일수 2010), 연안지역에 거주할수록(김봉태 외 2012; Trondsen et al. 2004), 혹은 수산식품에 대한 접근성이 좋을수록(Birch and Fisher 1998; Burger et al. 1999) 수산물 소비가 늘어난다는 기존의 선행연구에도 부합하는 결과다. 자녀가 있는 가정의 수산물 소비빈도가 육류에 비하여 적은 점 역시 변수 선정 시 참조한 선행연구를 통해 예상 가능했던 바라고 할 수 있다.

한편, 두 번째 모형의 추정결과 역시 첫 번째 모형의 추정결과와 크게 다르지 않은 가운데, 식품소비 라이프스타일을 대표하는 군집변수가 ‘식품 저관여형’ 집단을 제외하고는 통계적으로 유의미한 영향력을 보여주는 점에 주목을 요한다. 즉, 참조집단인 ‘식품 고관여형’ 집단에 비하여 ‘간편성 선호형’ 집단일수록 수산물을 적게 먹는 반면, ‘건강식 추구형’ 집단일수록 수산물을 많이 먹는 경향이 있는 것이다. 물론 ‘질병 유무’ 변수는 유의한 영향력이 없는 것으로 나타나나 ‘건강식 추구형’ 집단의 이러한 수산물 소비 선호 성향으로 미루어볼 때, 고령층을 중심으로 같은 단백질원이라도 육류에 비

¹⁵ 이러한 설명변수들 중 일부는 상관관계가 있거나 비슷한 정보를 가졌을 가능성이 있다. 예를 들어 앞서 살펴본 바와 같이 라이프스타일 군집 변수는 군집별로 차별화되는 연령이나 소득, 성별 등의 정보를 어느 정도 포함한 상태로 재가공된 변수인 것이다. 따라서 ‘다중공선성’ 문제에 대한 확인이 요청되는 바, 본 연구진은 VIF(variance inflation factor)를 구하여 이를 체크하였으며 그 결과 모든 VIF가 10을 넘지 않는 것으로 나타나 연구진이 설정한 설명변수를 사용함에 있어서 다중공선성 문제는 없는 것으로 확인되었다.

하여 수산물이 더 건강한 식품이라는 인식을 갖고 있는 소비자가 광범위하게 존재하는 것으로 유추된다.¹⁶

세 번째 모델에서는 두 번째 모델과 달리 ‘식품 저관여형’ 군집변수와 ‘1인 가구 여부’ 변수 역시 수산물 소비에 유의한 영향을 미치는 것으로 추정된다. 즉 ‘식품 고관여형’ 집단에 비하여 ‘식품 저관여형’ 집단일수록, 그리고 1인 가구일수록, 육류 대비 수산물 소비 빈도가 더 많은 것이다. 이는 연령이나 소득변수를 축소된 단계로 재그룹화하면서 일부 이탈된 정보가 라이프스타일이나 1인 가구 정보에 반영되었기 때문인 것으로 판단된다.¹⁷ 실제 ‘식품 저관여형’ 집단은 비교적 노년층이나 저소득층 소비자인 경우가 많았고, 1인 가구 역시 총 832명의 1인 가구원 소비자 중 64.8%인 539명이 60세 이상인 것으로 나타나 이러한 판단을 뒷받침한다. 세 번째 모델에서 또 한 가지 주목할 만한 사실은 ‘질병유무’ 변수를 질병별로 좀 더 세분화하였을 때, 질병이 없는 경우를 기준으로 ‘암’을 가진 소비자들의 수산물 소비가 육류보다 많다는 점이다. 이는 일차적으로 소비자들이 대체로 수산물이 육류에 비하여 더 건강에 좋다는 인식을 갖고 있기는 하나, 상대적으로 중한 질병을 앓지 않는 한 육류와 수산물 소비 패턴을 쉽게 바꾸지는 않는다는 해석을 가능하게 한다. 그러나 20대를 기준으로 할 때 30대를 제외한 전 연령대에서 육류 대비 수산물 소비빈도가 많은 것을 함께 고려해보면, 고혈압이나 당뇨 등 사회에 널리 퍼진 성인병에 대한 경각심과 이에 따른 식단조정은 꼭 특정 질병을 앓지 않더라도 중·장년층 이상 소비자에게 이미 일반화된 경향이 있는 것으로 보는 편이 좀 더 심도 있는 해석일 것으로 판단된다. 끝으로 첫 번째 모델과 두 번째 모델에서 통계적으로 유의하던 ‘자녀유무’ 변수가 세 번째 모델에서 유의하지 않은 것으로 추정된 사실도 중요하다. 13세 이하 자녀일 경우와 14세 이상 자녀일 경우의 계수 추정치 부호가 단서라 할 수 있는데, 비록 통계적으로 유의하지는 않으나¹⁸ 이에 따르면 앞선 두 모델과 일맥상통하는 결과를 보여주는 것은 14세 이상 자녀가 있는 경우인 것으로 판단된다. 즉, 첫 번째 모델과 두 번째 모델에서 자녀가 있는 가정에서 육류보

16 「2013 식품소비행태조사」 결과보고서에서도 소비자들이 수산물을 채소, 과일, 잡곡, 우유에 이어서 5번째로 건강에 좋은 식품이라고 인식하고 있는 것으로 나타나며, 이는 축산물(쇠고기 9위, 돼지고기 10위, 닭고기 12위 등)과 비교하였을 때 높은 순위이다. 즉, 같은 동물성 단백질 공급원으로서 대체관계에 있는 육류와 수산물 중에서, 일반적으로는 수산물이 좀 더 건강에 좋은 식품으로 인식되고 있는 것으로 보인다.

17 연령을 재가공하여 세대별로 범주화하면, 예컨대 20대와 60대의 차이를 보기에는 좋으나 21세와 29세의 차이, 61세와 65세의 차이 등을 확인하기는 힘들다. 소득 역시 원자료의 11단계 범주를 7단계 범주로 축소한 만큼 일정한 정보의 이탈이 불가피하다.

18 그럼에도 14세 이상 자녀의 p값은 0.103으로 통계적으로 유의한 수준에 근접한 것으로 나타난다.

다 수산물 소비 빈도가 적어지는 경향을 보였던 것은 초등학교 이하, 혹은 미취학 아동을 둔 경우보다는 청소년 자녀를 둔 경우의 그러한 경향성에 보다 큰 영향을 받았기 때문으로 추측된다. 경험적으로 볼 때 어린 자녀의 경우 부모가 생선 가시를 발라주는 등의 방식으로 수산물을 먹게 되지만, 청소년의 경우 외식이나 패스트푸드 등을 통해 육류 선호에 대한 나름의 기호가 생기고 체격이나 체력 등을 스스로 신경 쓰기 시작하면서, 혹은 섭취 시의 상대적 번거로움 등을 이유로 상대적으로 수산물 소비가 줄어드는 경향이 반영되었다고 할 것이다.

이처럼 세 모델은 서로 비슷하면서도 각기 조금씩 다른 결과를 보여주고 있는데, 수산물 소비가 대체로 성별, 지역(수산물 접근성), 가족의 수나 자녀유무, 연령, 그리고 라이프스타일 변수 등의 영향을 받는 것은 공통된 결과인 것으로 보인다. 또한 수산물 소비의 중요한 이유 중 하나가 대체로 건강에 좋다는 인식 때문인 것으로 판단되며, 특히 성별이나 연령, 라이프스타일 등에 따라 이러한 인식 수준, 혹은 인식의 실천 수준에 적지 않은 차이가 있는 것으로 나타난다.

표 8. 순위 프로빗 모형 추정 결과

		Model I	Model II	Model III	
식품소비 라이프스타일 유형	간편성 선호형		-0.1728(0.004)**	-0.1532(0.012)**	
	건강식 추구형		0.1169(0.052)*	0.1234(0.042)**	
	식품 저관여형		0.0987(0.187)	0.1346(0.076)*	
인구· 사회 특성	성별	Gender (성별: 남성=1 여성=2)	0.2033(0.002)**	0.1877(0.005)*	0.1700(0.011)**
	연령	Age (연령)	0.0190(0.000)***	0.0163(0.000)***	
		Age_Type1 (20대)			
		Age_Type2 (30대)			0.0745(0.583)
		Age_Type3 (40대)			0.3440(0.010)**
		Age_Type4 (50대)			0.6328(0.000)***
		Age_Type5 (60대)			0.8691(0.000)***
		Age_Type6 (70대)			0.8369(0.000)***
		Age_Type7 (80대)			0.8624(0.000)***
	Age_Type8 (90대)			1.1344(0.003)***	
학력	Education (학력)	0.0264(0.650)	0.0325(0.579)	0.0420(0.507)	
가구 특성 및 유형	자녀 유무	Child (자녀 있음=1, 자녀 없음=0)	-0.1909(0.010)**	-0.1748(0.019)**	
		Child_Type1 (13세 이하 자녀 有)			0.1584(0.158)
		Child_Type2 (14세 이상 자녀 有)			-1.2532(0.103)
	가구원 수	familynumber(1인 가구=1, 이외=0)	0.0023(0.958)	0.0099(0.819)	0.0823(0.080)*

(계속)

		Model I	Model II	Model III
가구 특성 및 유형	Area1 (서울특별시)			
	Area2 (부산광역시)	0.7181(0.000)***	0.7475(0.000)***	0.7627(0.000)***
	Area3 (인천광역시)	0.5085(0.000)***	0.5253(0.000)***	0.5247(0.000)***
	Area4 (대구광역시)	-0.2637(0.023)**	-0.0269(0.021)**	-0.2971(0.011)**
	Area5 (대전광역시)	0.1843(0.113)	0.1651(0.169)	0.1376(0.245)
	Area6 (광주광역시)	0.2122(0.068)*	0.2071(0.075)*	0.1883(0.107)
	Area7 (울산광역시)	0.1757(0.140)	0.2126(0.076)*	0.1845(0.127)
	Area8 (경기도)	0.0157(0.859)	0.0090(0.919)	0.0022(0.980)
	Area9 (경상북도)	-0.1828(0.083)*	-0.2113(0.046)**	-0.1935(0.070)*
	Area10 (경상남도)	0.3715(0.000)***	0.4048(0.000)***	0.4120(0.000)***
	Area11 (전라북도)	0.1718(0.127)	0.1336(0.238)	0.1632(0.153)
	Area12 (전라남도)	0.5094(0.000)***	0.4702(0.000)***	0.4961(0.000)***
	Area13 (충청북도)	-0.2730(0.016)**	-0.0303(0.008)**	-0.2796(0.015)**
	Area14 (충청남도)	0.1021(0.361)	0.0996(0.374)	0.1265(0.265)
	Area15 (강원도)	-0.0086(0.933)	-0.0194(0.852)	0.0013(0.990)
	Area16 (제주도)	0.0768(0.584)	0.0936(0.505)	0.0759(0.593)
가구 소득	Income (소득)	-0.0014(0.673)	-0.0012(0.735)	-0.0898(0.487)
	Income_Type1 (99만 원 이하)			
	Income_Type2 (100만~199만 원)			-0.1162(0.344)
	Income_Type3 (200만~299만 원)			-0.0627(0.590)
	Income_Type4 (300만~399만 원)			-0.0836(0.468)
	Income_Type5 (400만~499만 원)			-0.0914(0.447)
	Income_Type6 (500만~599만 원)			0.04490(0.720)
Income_Type7 (600만 원 이상)				
질병유무	Sick (질병 있음=1, 질병 없음=0)		0.0212(0.697)	
	Sick_Type1 (아토피)			0.1535(0.458)
	Sick_Type2 (고혈압)			0.0294(0.631)
	Sick_Type3 (당뇨)			-0.0068(0.948)
	Sick_Type4 (암)			0.3764(0.053)*
Sick_Type5 (없음)				
μ_1		1.165(0.000)***	1.024(0.000)***	0.8264(0.000)***
μ_2		2.129(0.000)***	1.9942(0.000)***	1.7984(0.000)***
Log-likelihood		-2999.1079	-2986.6178	-2966.1588

Standard errors in parentheses

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

5. 요약 및 결론

본 연구는 수산물 소비에 전반적으로 영향을 미치는 요인을 탐색함은 물론 나아가 수산식품 소비를 증대하기 위한 방안을 모색하기 위하여 수산물에 대한 소비자 선호도를 대체관계에 있는 육류와 비교하여 분석하였다. 또한 소비자의 수산물 선호도에 영향을 미치는 인구·사회경제적인 요인과 더불어, 이로는 설명될 수 없었던 소비자의 행동을 설명하기 위해 식품소비 라이프스타일 요인 또한 분석에 적용하였다. 주요 분석 결과를 바탕으로 수산물 소비에 영향을 미치는 요인 및 수산물 소비 확대를 위한 시사점을 찾아보면 다음과 같다.

첫째, 소비자의 수산물 소비빈도는 연령과 성별, 그리고 지역이나 자녀유무 및 자녀의 나이에 큰 영향을 받는 것으로 분석되었다. 이에 수산물의 소비를 확대하기 위해서는 수산식품의 접근 수준을 높이는 한편으로 소비자의 연령수준과 성별을 고려하여 시장을 세분화시키고, 세분시장별 적절한 제품을 개발하는 것이 효과적일 것으로 판단된다. 특히 수산물에 대한 젊은 소비자의 소비 빈도가 육류에 대비할 때 적은 것으로 나타나 젊은 층을 고려한 제품개발 및 마케팅 방안 모색이 필수적인 것으로 판단된다. 예로 최근 생산시설 현대화·생선살 함량의 변화·새로운 맛 가미 등으로 어묵상품을 프리미엄화하여 젊은 층뿐 아니라 해외시장으로까지 수출을 추진하고 있는 어묵 시장의 사례 및 부식으로만 인식하던 김을 스낵화하여 중국시장에 성공적으로 진출한 “스낵김”시장 사례를 벤치마킹하여 젊은 층을 공략한 새로운 유형의 수산식품의 개발이 필수적인 것으로 보인다. 더불어, 신제품 개발 외에도 소비자 기호에 맞는 요리 개발, 브랜드화, 요리경연대회, 시식회 등을 통하여 새롭게 개발된 수산식품을 적극적으로 홍보하는 노력이 지속적으로 필요한 것으로 판단된다. 물론 건강상의 이유 등으로 인해 수산물을 상대적으로 자주 소비하는 중·장년층 이상 전통적인 소비층의 지지 역시 유지해야 할 것이다. 이를 위해서는 특히 기능성 홍보나 일본의 개호식품¹⁹과 같이 중년층 이상, 혹은 여성 등을 타깃팅한 제품군 사례의 벤치마킹 등이 필요할 것으로 판단된다.

¹⁹ ‘개호(介護)식품’은 일본 시니어 시장의 대표적인 제품군으로, 본래 병원 등의 환자식, 건강식에서 출발하여 점차 ‘씹는 밥’이나 맛, 영양성분 등에 초점을 맞추어 고령층의 건강과 편이를 동시에 고려하는 제품군으로 발전해왔다. 최근에는 고령층뿐 아니라 젊은 여성들의 다이어트 식으로도 각광을 받고 있는데, 식품 특성상 생선살, 새우나 조갯살 등 수산물을 활용한 제품이 다수 출시되고 있다.

둘째, 간편성 및 실용성을 가장 중요한 속성으로 추구하는 소비자 집단에서 수산물 소비가 현저히 적게 도출된 점을 염두에 둘 때, 빠르게 조리가 가능한 가정식사 대용식(HMR)과 같은 수산제품 개발이 최근 맛별이 증가나 1~2인 가구의 급증으로 인한 사회적인 변화양상과 맞물려 수산물 소비확대에 효과적일 것으로 판단된다.

셋째, 소비자의 식생활 라이프스타일이 수산물 소비빈도에 미치는 영향을 감안한 소비 확대전략이 필요할 것으로 판단된다. 예를 들어 ‘식품 고관여형’ 집단의 경우, 다양한 식품 소비에 적극적인 양상을 보임에도 상대적으로 수산물에 대한 관심은 낮으므로, 이들 집단의 흥미를 끌 수 있고 트렌디한 수산식품의 개발이 요구된다. 또한 ‘간편성 선호형’ 집단은 수산물 손질의 부담을 덜어줄 수 있는 제품이 소비 확대에 효과적일 것이며, ‘건강식 선호형’ 집단은 수산물과 관련된 건강 이슈 관리에 만전을 기하는 한편으로 건강이나 질병 등에 대한 각 수산물의 구체적인 기능성을 규명, 홍보하는 방향으로 소비 확대를 기해야 할 것이다. ‘식품 저관여형’의 경우 식품소비에 대한 관심이 상대적으로 떨어짐에도 불구하고 생선류 중심으로 기본 식단에 수산물이 포함되는 경향을 보이므로 저렴하고 안전한 수산물 공급이 중요하다 할 것이다.

결론적으로 본고의 분석결과에 따르면, 소득이나 학력과 같은 인구·사회경제적 변수는 적어도 그 자체로는 수산물 소비에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나며, 그보다는 오히려 거주지와 같은 여건이나, 1인 가구 여부, 자녀의 유무나 자녀 나이와 같은 가족구성, 그리고 성별이나 연령별로 공유하는 정보, 문화 등을 포함한 라이프스타일 변수가 중요한 것으로 판단된다. 물론 소득이나 학력과 같은 변수의 영향력 역시 일정 정도는 소비자가 보여주는 식생활 라이프스타일에 흡수되었을 가능성이 크다. 전통적인 인구·사회경제적 변수들이 여러 사회구조나 문화적 현상과 결합하여 소비자의 라이프스타일을 형성하고, 이러한 소비자의 성향이 다시 수산물 등의 식품소비로 이어지는 다층적 관계에 대한 고찰이 필요한 시점인 것이다. 따라서 향후 이러한 식생활 라이프스타일을 결정하는 요소들과 이로 인한 수산물 소비효과의 변화에 대한 연구가 이어진다면 본 연구결과와 연계하여 수산식품 시장에 더욱 풍성한 시사점을 제공할 수 있을 것으로 예상된다.

끝으로 본 연구진은, 소비자 특성을 드러내는 주요변수나 식생활 라이프스타일 유형 등에 따른 수산물 소비빈도 차이에도, 수산물의 안전성이나 신선도 등에 대한 관심은 대부분의 소비자에게 공통된 것으로 타 식품군에 비하여 크게 두드러지는 요소라는 점을 강조하고 싶다. 특히 구제역이 발생하면 관련 식품군 안에서 소비대체가 발생하는 축산물과는 달리, 수산물의 경우는 어느 한 품목에서 안전 및 위생문제가 발생하면 해당 수산물뿐 아니라 수산물 전반에 걸쳐 소비가 감소하는 경향이 있다(박광서 2007).

결국 이러한 사회적 현상을 고려해 보았을 때, 수산물 소비확대를 위해서는 우선적으로 소비자가 수산식품을 안전한 식품으로 신뢰할 수 있도록 「식품위생법」과 「농수산물 품질관리법」 등을 비롯한 관련 법규제도를 강화해 나가야 할 것으로 판단된다. 아울러 수산물 이력제 대상 품목과 업체를 지속적으로 확대해 나가며 이에 대한 적극적인 홍보 등을 통해 수산물 소비 증대를 도모해야 할 것이다.

참고 문헌

- 김봉태, 이남수. 2008. “순서화 로짓모형을 이용한 전복의 소비자 선호, 구매횟수, 소비의향 분석.” 「해양정책연구」 제23권 제2호. pp. 165-189.
- 김봉태, 박상우, 정명생. 2012. “인구사회 구조 변화에 따른 수산식품 소비트렌드와 과제.” 「해양정책연구」 pp. 1-236.
- 김종성, 하규수. 2010. “수산물 가공식품의 선택속성 및 추구혜택에 관한 연구.” 「한국식생활문화학회」 제25권 제5호. pp. 516-524.
- 김중의 외. 2013. 「소비자행동론」. 형설출판사.
- 김훈, 권순일. 1999. “인터넷 사용자의 라이프스타일과 구매의사결정에 관한 탐색적 연구.” 「한국경영학회」 제28권 제2호. pp. 353-371.
- 노채영, 안병렬. 2005. “라이프스타일에 따른 친환경농산물의 만족도 비교.” 「농촌경제」 제28권 제3호, pp. 57-68
- 박광서. 2007. “최근 국내 수산물 소비동향 및 대응방안.” 「해양수산동향」 제1247권. pp. 1-7.
- 박정아, 장영수, 김도훈. 2014. “인구통계적 특징에 따른 수산물 소비패턴 변화 분석.” 「水産經營論集」 제45권 제3호. pp. 1-17.
- 박성쾌, 김민주. 2009. “우리나라 인구의 연령구조 변화가 수산물 소비에 미치는 영향.” 「해양정책연구」 제23권 제1호. pp. 1-26.
- 박미성, 안병일. 2014. “식품소비 라이프스타일이 가공식품 지출에 미치는 효과 분석: 군집분석과 매칭 기법을 이용하여.” 「농촌경제」 제37권 제3호 pp. 25-58.
- 박성연. 1996. “한국인의 라이프스타일 유형과 특성.” 「마케팅연구」 제11권 제1호. pp. 19-34.
- 박정운, 양승룡. 2011. “도시가구 소비자의 농식품 구매행태 분석.” 「한국식품유통학회 동계학술발표논문집」 제2011권 제0호. pp. 69-104.
- 박주원, 안숙자. 2001. “서울지역 주민의 연령, 성별에 따른 식사행동 및 식품인식도 비교.” 「한국조리학회」 제17권 제5호. pp. 441-455.
- 백은영, 김애정. 2010. “우리나라 활어회의 소비결정에 관한 연구.” 「수산경영론집」 제41권. pp. 1-20.
- 서정원, 오상현, 김덕현. 2010. “라이프스타일에 따른 농식품 쇼핑물 이용 형태 분석.” 「한국식품유통학회」 제27권 제2호. pp. 47-66.
- 신재원. 2013. “소비자 선호분석을 통한 안동간고등어 유통활성화 방안 연구.” 경북대학교 학위논문.
- 이계임, 김성용. 2003. “수산물 소비구조 분석.” 「농촌경제」 제26호 제3호. pp. 21-38.
- 이훈영. 2012. 「연구조사방법론」. 도서출판 청람.
- 장영수, 임경희. 2000. “수산물소비의 특성에 관한 연구.” 「한국식품유통학회」 제17권 제3호. pp. 113-134.
- 정효선, 윤혜현. 2007. “식생활라이프스타일에 따른 외식소비성향에 관한 연구.” 「외식경영연구」 제10권 제2호 pp. 93-117.
- 채서일. 1992. “체계적 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구.” 「소비자학연구」 제3권 제1호. pp. 46-63.

- 최수일, 곽종형. 2007 “실버 소비자의 라이프스타일이 건강기능식품 구매 만족도 및 재구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구.” 「한국식품영양학회지」 제20권 제3호. pp. 334-340.
- 황유미, 최일수. 2010 “해조류의 기호도와 구매 요인에 관한 연구.” 「대한지역사회영양학회지」 제15권 제3호. pp. 361-368.
- 황운재, 허성운. 2015. 「식품수급표 2013」. pp. 13-23.
- Birch, L. L., and J. O. Fisher. 1998. “Development of eating behaviors among children and adolescents.” *Pediatrics*. vol. 101. (3 Part 2), pp. 539-548.
- Burger, J., W.L. Jr. Stephens, C. S. Boring, M. Kuklinski, J. W. Gibbons, and M. 1999. “Factors in exposure assessment: Ethnic and socioeconomic differences in fishing and consumption of fish caught along the Savannah River.” *Risk Analysis*. vol. 19, no. 3, pp. 427-438.
- Delbert I. Hawkins. 2012. *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill Education.
- Honkanen, P., S. O. Olsen, and B. Verplanken. 2005. “Intention to consume seafood the importance of habit.” *Appetite*. vol. 45, no. 2, pp. 161-168.
- Lazer, W., Life style concepts and marketing, Stephen Greyser (ed.). 1963. *Towards Scientific Marketing, Chicago: American Marketing Association*.
- Myrland, T. Trondsen, R. S. Johnston, and E. Lund. 2000. “Determinants of seafood consumption in Norway: Lifestyle, revealed preferences, and barriers to consumption.” *Food Quality and Preference*. vol. 11, no. 3, pp. 169-188.
- Olsen, S. O., and S. Ruiz. 2008. “Adolescents influence in family meal decisions.” *Appetite*. vol. 51, no. 3, pp. 646-653.
- Trodsen, T., T. Braaten, E. Lund, and A. E. Eggen. 2004. “Health and seafood consumption patterns among women aged 45-69 years: A Norwegian seafood consumption study.” *Food Quality and Preference*. vol. 15, no. 2, pp. 1-13.
- Lee KI, Choi JH, Lee CH, An BI. 1999. *Consumer Demand for Meats in Korea*. The Korea Rural Economic Institute.

원고 접수일: 2015년 10월 11일
원고 심사일: 2015년 10월 14일
심사 완료일: 2016년 9월 9일