

식생활 라이프스타일 유형에 따른 다이어트 관련 태도와 인구  
통계학적 특성의 차이분석: 20, 30대 성인을 중심으로박광희  
계명대학교 패션마케팅 전공Differences in Diet-Related Attitudes and Demographics by Type of Food-Lifestyle:  
Focused on Adults in Their 20s and 30sKwang Hee Park  
Department of Fashion Marketing, Keimyung University, Daegu, Korea

## Abstract

This study classified respondents by food-lifestyle and investigated differences in diet-related attitudes and demographic variables among food-lifestyle groups. Diet-related attitudes consisted of variables such as interest in diet, trial number of diet, diet period, weight loss, diet motivation, verification of products approved by the Ministry of Food and Drug Safety, verification of manufacturer's reliability, examination of damage cases and side effects, and awareness of consumer protection law. This study administered a questionnaire survey to adults between the ages of 20 and 39 who lived in Daegu and Uijeongbu from November 17th to December 14th 2014. Data collected from 293 respondents were analyzed using descriptive statistics, factor analyses, cluster analysis, analysis of variance (ANOVA) and chi-square tests. Four clusters (passive eating habit group, active eating habit group, convenience oriented group, and taste and health oriented group) were developed according to four factors of food-lifestyle (health-conscious, popularity-seeking, taste-seeking, convenience-seeking). The results of the ANOVA and chi-square tests indicated significant differences in interest in diet, awareness of consumer protection law, verification of products approved by the Ministry of Food and Drug Safety, verification of manufacturer's reliability, examination of damage cases and side effects, gender, education levels and household monthly income levels among food-lifestyle groups.

## Keywords

food-lifestyle, diet-related attitude, interest in diet, diet motivation

Received: June 23, 2015  
Revised: September 18, 2015  
Accepted: September 29, 2015

## Corresponding Author:

Kwang Hee Park  
Department of Fashion Marketing,  
Keimyung University, 104 Myeongdeok-  
ro, Nam-gu, Daegu 42403, Korea  
Tel: +82-53-620-2223  
Fax: +82-53-620-2225  
E-mail: kwanghee@kmu.ac.kr

## 서론

경제발전에 따른 국민소득의 증가, 여성의 취업 증가, 독신자의 증가, 핵가족화, 주 5일제 근무, 식생활의 서구화, 해외음식업체 국내 진출 등의 환경변화는 현대인들의 라이프스타일을 변화시키고 있으며 이러한 변화는 식생활 전반에 영향을 미쳐 소비자의 음식소비 형태와 양상의 변화를 초래하고 있다[10]. 음식 소비 형태와 양상의 변화는 식생활 라이프스타일의 변화이며 이러한 변화는 음식과 관련된 소비뿐만 아니라 사람들의 일반적인 소비패턴과 행동을 변화시키고 있다.

최근 들어 라이프스타일의 개념이 더 중요하게 인식되고 있는데 그 이유는 현대인들이 소비자가 아닌 복합적인 생활의 주체자로 이해되어야 하기 때문이다[31]. 라이프스타일은 사람들이 개인마다 독특하게 살아가는 삶의 양식으로 개인의 가치, 동기, 감정, 개성, 인구통계학적 특성, 가족, 준거집

단, 사회계층, 문화 등 개인의 심리적인 특성과 처해 있는 환경적인 측면을 반영한다[20]. 라이프스타일에 의한 시장세분화는 세분 시장의 특성을 인구통계학적인 특성과 제품구매 측면에서 서술함으로써 표적시장에 대한 정의를 가능하게 할뿐만 아니라 이러한 표적시장에 대한 효율적인 제품 포지셔닝 전략을 세우는데 많은 도움을 주고 있다. 이와 같이 라이프스타일은 시장을 세분화하는 기준으로 사용되어 세분시장을 정의하고 세분시장의 소비자 집단의 행동적 차이를 파악함으로써 소비자행동을 예측하는데 도움이 된다[26]. 특히, 음식과 관련된 식생활은 개인적인 특성에 따라서 상이한 라이프스타일을 나타낼 수 있기에 라이프스타일에 의해 세분집단의 특성을 파악할 필요가 있으며 이러한 세분집단의 특성이 그들의 행동의 차이를 설명해 줄 수 있는 근거가 될 수 있기에 라이프스타일에 의한 분석이 중요하다고 볼 수 있다.

라이프스타일 변화에서 중요한 일부를 차지하는 것이 소비자의 식사태도, 식행동, 외식행동 등 식스타일과 관련된 라이프스타일인 식생활 라이프스타일의 변화라고 할 수 있다. 최근 들어 건강 강한 식생활을 통한 삶의 질 향상에 대한 관심이 증가하면서 식생활 라이프스타일에 대한 연구가 증가하고 있다[11]. 이제까지 국내에서 진행된 식생활 라이프스타일 관련 연구는 식생활 라이프스타일 유형에 의해 집단을 분류하여 집단별 다양한 식품에 대한 소비태도와 행동의 차이를 분석하거나 레스토랑 또는 커피숍 이용자의 선택속성을 비교 분석하는 연구가 대부분이었다[12, 18, 29, 34].

삶의 질 향상은 건강에 대한 관심을 증가시켰고 건강한 삶을 영위하기 위해서는 체중조절을 통한 적정체중의 유지가 요구되고, 미에 대한 기준의 변화로 마른 체형을 선호하여 날씬한 몸매를 원하게 됨에 따라 체중감소에 대한 관심은 더 증가하면서 다이어트에 대한 관심이 증폭되고 있다. 또한, 연예인이나 모델과 같은 날씬한 몸매가 유능함, 성공, 성적 매력을 상징하게 되어 사람들은 날씬하고 아름다워야 한다는 생각을 내재화시킴으로써 다이어트에 대한 관심이 더욱 확산되고 있다.

여대생을 대상으로 한 연구에서 여대생의 69.3%가 다이어트 식품을 구매할 경험이 있으며 일주일에 2-3회 다이어트 식품을 구매한다고 응답한 경우가 64.3%로 나타나 다이어트행동이 얼마나 많이 시행되고 있는 가를 알 수 있다[8]. 20세 이상의 여성을 대상으로 한 연구에서 군살의 원인은 식습관이라고 응답한 비율이 31.7%로 나타나 식습관과 다이어트와는 밀접한 관계가 있기에[22] 식생활 습관을 반영하는 식생활 라이프스타일과 다이어트 행동과는 관련성이 있을 것으로 예상된다. 따라서 본 연구의 목적은 식생활 라이프스타일 문항에 의해 요인을 추출하고 추출

된 요인에 의해 집단을 분류하며 분류된 집단의 다이어트 관련 태도의 차이와 인구통계학적 특성의 차이를 알아봄으로써 식생활 라이프스타일에 따른 집단의 특성을 파악하고자 하였다.

## 이론적 배경

### 1. 식생활 라이프스타일의 개념

Lee [28]는 라이프스타일이란 “각 개인의 주위 환경 즉 가족 및 소속 사회의 영향을 받아서 개인의 가치체계나 개성의 일부분으로 나타나는 것으로 그 사람의 행동에 반영되어 나타난다”고 하였다. Engel 등[6]은 라이프스타일을 “사람이 생활 또는 시간과 돈을 소비하는 유형으로서 소비행동에 영향을 주는 중요한 인적 특성이며 개인문화, 사회집단, 가족 등의 영향을 받아 습득한 것이지만 구체적으로 개인의 가치체계나 개성의 파생물”이라고 정의하였다. Kim 등[21]에 의하면 라이프스타일은 “사회 전체 또는 한부분의 구성원들이 공통적으로 갖고 있는 타인과 구별되는 특징적인 생활양식으로 일관성을 지니고 있으며 개인의 소비행동을 설명해 줄 수 있다”고 하였다. 이를 종합해보면 라이프스타일은 주위 환경에 의해 영향을 받아 습득한 것으로 타인과는 구별되나 일관성을 가지고 있으며 개인의 소비행동을 설명해 줄 수 있는 생활양식이라고 볼 수 있다.

라이프스타일 유형 중에 개인의 식생활과 관련된 생활방식인 식생활 라이프스타일은 “식생활과 관련된 기본적인 욕구, 음식 구매 및 소비, 식사방법, 외식 등 식생활 전반에 걸친 가치와 문화를 의미하며 이는 소비자의 식습관 및 식품 소비 등 식생활 전반에 주요한 영향을 미친다”[16, 24]. Choi와 Kim [4]은 식생활 라이프스타일을 식품에 대한 구매형태라고 하였으며 식생활 행동은 “식사계획, 식품구매, 식단관리, 식사대접 방법 등 식사와 관련된 모든 의식과 의사결정에 관한 행동”을 의미한다고 하였다.

### 2. 식생활 라이프스타일 관련 연구

식생활 라이프스타일에 관한 선행연구는 식품 구매행동의 차이에 관한 연구가 주를 이루었고 외식산업의 발달에 따라 식생활 라이프스타일에 따른 외식행동의 차이에 관한 연구 등이 진행되었으며 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. Hong 등[10]은 1990-2009년에 발표된 식생활 라이프스타일에 관한 논문을 분석한 결과, 외식 업체를 대상으로 한 연구가 가장 많았고 그 다음이 음료와 차에 관한 연구, 식 공간 관련 연구, 음식에 관한 연구, 건강에 관한 연구, 생활양식에 관한 연구 순이었다고 하였다.

국내 거주 미국인을 대상으로 조사한 Kim 등[17]은 식생활 라이프스타일 집단별(건강·맛 추구 집단, 식생활고관심 집단, 식생활저관심 집단, 편의성추구 집단) 초밥 선택 속성과 행동에 차이가 있다고 하였으며, 대구·경북 지역 거주자를 대상으로 조사한 Choi [3]는 라이프스타일 집단(편의절약형, 미식가치형, 건강웰빙형)에 따라 가정식사 대용식의 이용 현황에 차이가 있다고 하였다. 20대 이상 남녀를 대상으로 조사한 Choi와 Kim [4]은 식생활 라이프스타일 요인(음식탐험형, 건강추구형, 안전추구성, 미각추구형)이 약선 음식 기호도와 인식에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 10세 이상의 남녀를 대상으로 조사한 Lee [27]는 식생활 라이프스타일의 요인(식사관리형, 미각추구형, 식품탐험형, 웰빙추구형, 편의추구형)이 쌀가공식품의 구매행동과 관련이 있다고 하였다.

대학생을 대상으로 조사한 Kim과 Kim [20]은 식생활 라이프스타일 요인(건강추구형, 미각추구형, 유행추구형, 안전추구형, 분위기추구형)은 레스토랑 선택속성요인과 관련이 있다고 하였으며, 대학생을 대상으로 조사한 Kim 등[12]은 라이프스타일 군집별(저관심형, 건강한 미식가형, 맛추구형) 에스닉 레스토랑의 외식행동과 이용만족도에서 유의한 차이가 있다고 하였다. 대학생을 대상으로 한 Sohn과 Kim [36]은 식생활 라이프스타일(안전추구형, 소극적식생활형, 식생활고집단형) 외식목적, 외식비용, 외식횟수에 차이가 있는 반면 선호메뉴는 유의한 차이가 없다고 하였다. Kim 등[14]은 서울근무 직장인을 대상으로 식생활 라이프스타일 요인(건강추구형, 유행추구형, 미각추구형, 편의추구형)에 의해 집단을 분류하여 분석한 결과, 집단별(적극적식생활유형, 미각유행지향형, 미각편의지향형, 식생활고관심형, 소극적식생활유형, 미각 무관심형) 커피전문점 선택속성 모든 요인에서 유의한 차이가 있다고 하였다. 서울지역 커피전문점 이용자를 대상으로 조사한 Kim 등[23]은 식생활라이프스타일 집단(건강, 브랜드, 친환경추구집단, 유행 및 미식추구집단, 사교활동추구집단)에 따라 커피전문점 선택속성과 커피이용 목적의 중요도 등에서 유의한 차이가 나타났다고 하였다.

이를 종합해 보면, 연구대상자는 다양한 연령대였으며 내국인 뿐만 아니라 외국인으로 확대되고 있으나 대학생을 대상으로 한 연구가 가장 많았으며 식생활 라이프스타일 요인은 미각추구, 유행추구, 안전추구, 분위기추구, 편의추구, 건강추구 등으로 명명되었으며 군집은 소극적 식생활형, 적극적 식생활형, 건강관리형, 맛추구형, 편의지향형, 안전추구형 등으로 분류되었고 조사된 관련 변인은 식품 구매행동(초밥, 약선음식, 가정식사 대용, 쌀가공식품 등)과 외식행동(레스토랑, 커피숍 등)이 주를 이루었다.

### 3. 다이어트 관련 태도

경제적 여유와 주 5일제 근무 등으로 인해 삶의 질이 향상되면서 건강에 대한 관심 즉 적정 체중 유지를 위한 체중조절에 대한 관심이 증가되고 있으며 매스미디어를 통한 외모 기준의 변화로 날씬한 몸매에 대한 욕구가 증가되어 다이어트에 대한 시도가 늘고 있다[14]. 다이어트는 식이요법을 의미하지만 “자신의 통제 하에 체중을 감소시키는 모든 행동”으로 정의가 확대되었다. French 등[7]은 체중감소를 위하여 자신의 식습관을 변화시키는 것이라고 정의하였다. 이와 같이 다이어트는 체중감소를 위해 자신의 식습관을 변화시키는 것을 의미하기에 다이어트 행동과 식생활 라이프스타일과는 관련이 있을 것으로 예상된다.

다이어트 행동과 관련된 연구들을 살펴보면 조사대상자가 여대생이 가장 많고 그 다음이 고등학생이며 이외에도 초등학교와 중학생을 대상으로 하는 연구가 비교적 많으며 이는 외모에 대한 관심이 가장 높은 연령대를 중심으로 연구가 이루어졌기 때문인 것으로 보인다. 다이어트 행동과 관련되어 조사된 변인들 가운데 가장 많은 연구는 체중과 관련된 변인이었으며 상향비교, 자아존중감, 외모지향성 등이 조사되었으며 다이어트 실행자와 비실행자의 비교 그리고 여성과 남성의 다이어트 행동 비교 등의 연구가 진행되었다. 이를 구체적으로 살펴보면 다이어트 행동과 관련이 가장 높은 변인은 비만도, 몸매, 체질량 지수, 신체 불만족 등으로 과체중일수록, 신체질량 지수 또는 신체에 대한 불만족이 높을수록 다이어트 관심도, 다이어트 실행여부, 다이어트 행동이 더 높았다[2, 5, 13, 35, 38]. 상향비교 경향(중요하다고 여기는 어떤 측면에 대해 우위적으로 평가하여 다른 사람과 자신을 비교하는 경향)이 높을수록 다이어트 행동에 더 적극적이었다[9]. 자아존중감은 다이어트 실행여부[13, 35]에 영향을 미치는 것으로 나타난 연구도 있지만 다른 연구에서는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다[5, 33]. 외모에 대한 인식과 내면화가 높을수록 다이어트 요구도가 높았으며[38] 다이어트 실행자가 비실행자에 비해 외모지향성과 외모만족도, 외모 차별적 경험이 더 높았으며[30] 여성이 남성보다 더 비만하다고 인식하는 경향이 높았고 다이어트 행동도 더 많이 하는 것으로 나타났다[5].

라이프스타일과 다이어트의 관계를 조사한 연구는 매우 제한적이며 그 내용을 살펴보면 다음과 같다. 대학생들을 대상으로 라이프스타일에 따라 집단을 유형화한 후 다이어트 인식도와 실천 행동을 분석한 결과, 신체질량지수가 정상인데 살찐 편이라고 응답한 비율이 몸매관리추구집단이 가장 높았고 편의추구집단, 건강추구집단, 유행추구집단 순으로 나타났다[13]. 몸매관리추구집단의 다이어트에 대한 관심 정도가 다른 집단에 비해 높은 반면,

건강추구집단과 유행추구집단의 경우 다이어트 지식이 많았고, 다이어트 실천 정도인 절식요법은 몸매관리추구집단이 가장 많이 하였고 운동요법은 건강추구집단이 약물/기구요법은 편의추구집단이 가장 많이 하는 것으로 나타났다.

Lee [28]는 부산 대학생을 대상으로 식생활 라이프스타일(건강, 안정, 분위기, 미식, 서양음식 추구)과 체중과의 관계를 조사한 연구에 따르면 저체중과 정상체중은 건강추구성향이 높은 반면, 과체중과 비만체중은 미식과 서양음식추구 성향이 높았고 과체중은 안전성 추구성향이 그리고 비만체중은 분위기 추구 성향이 높은 것으로 나타나 체중에 따라 추구하는 식생활 라이프스타일이 차이가 있었다. Han과 Ha [9]는 인천 거주 20대 이상 여성을 대상으로 식생활 라이프스타일을 조사한 결과 건강, 편의성, 맛, 경제성 등의 요인이 추출되었으며 이를 바탕으로 군집분석한 결과 적극적 식생활추구형, 안정적 경제지향형, 미식가형, 소극적 무관심형으로 분류하였다. 안정적 경제지향형의 경우 체중 조절에 대한 주의 사람들의 압력 정도가 상대적으로 큰 것으로 나타났으며 체중조절에 대한 어려움을 많이 느끼나 체중조절에 대한 수행의도도 높은 것으로 나타나 식생활 라이프스타일에 따라 체중 조절에 대한 행위가 차이가 있음을 보여주었다.

## 연구방법 및 절차

본 연구의 조사대상자는 대구와 의정부에 거주하는 남녀 20-39세를 대상으로 2014년 11월 17일부터 12월 14일에 걸쳐 편의표집에 의해 350부의 설문지가 배부되었으며 수거된 설문지 가운데 무성의하게 응답한 설문지를 제외하고 293부가 분석에 사용되었다. 설문 문항은 대부분 선행연구에서 사용된 문항을 수정·보완하여 사용하였으며, 식생활 라이프스타일은 Kim 등[14]이 사용한 19문항을 6점 Likert 척도(전혀 그렇지 않다-매우 그렇다)로 측정하였다.

다이어트 관련 태도는 다이어트와 관련된 인지적, 감정적, 행동적 3요소를 모두 포함하는 광범위한 태도를 의미하며[32] 다이어트에 관한 문항과 다이어트 식품 구매와 관련된 문항으로 크게 분류할 수 있다. 구체적으로 다이어트에 관한 문항은 다이어트에 관한 관심, 동기, 시행횟수, 시행기간, 감량 몸무게이며 다이어트 식품 구매와 관련된 문항은 식품구매 여부, 구매 시 식약처 인정 제품 확인여부, 판매자에 대한 신뢰 확인여부, 허위·과대광고로 인한 피해사례 및 부작용 확인여부, 다이어트 제품 광고에 대한 신뢰 정도, 다이어트 식품에 적용되는 법률에 대한 인지 정도

등으로 구성되었다. 다이어트에 대한 관심은 Shin과 Lee [35]가 사용한 8문항을 6점 Likert 척도로 측정하였다. 다이어트의 동기는 Kim과 Lee [22]가 사용한 1문항으로 측정하였다. 그리고 다이어트 식품 구매여부, 구매시 식약처 인정 제품 확인여부, 판매자에 대한 신뢰 확인여부, 허위 과대광고로 인한 피해사례 및 부작용 확인여부, 다이어트 제품 광고에 대한 신뢰도에 관한 문항 등은 한국소비자원 보고서[15, 18, 25]에 나타난 내용을 참조하여 작성하였고 각각 1문항으로 해당되는 곳에 체크하는 형태로 측정하였다. 다이어트 식품에 적용되는 법률에 대한 인지 정도는 한국소비자원[1, 15, 25]의 다이어트 식품 광고 관련 보고서에서 언급한 내용을 바탕으로 표시 광고의 공정화에 관한 법률, 식품위생법, 건강기능식품에 관한 법률, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률, 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 내용 가운데 10개를 무작위로 선정하여 각 문항에 관한 법률 내용을 인지하고 있는지를 측정하였다. 이외에도 연령, 성별, 교육수준 및 가계의 월평균소득에 관해 측정하였다.

수집된 자료는 SPSS ver. 20.0 (IBM Co., Armonk, NY, USA)을 이용하여 조사대상자의 인구통계학적 특성과 주요 변인의 분포를 파악하기 위하여 빈도와 평균을 산출하였으며, 식생활 라이프스타일의 차이를 파악하기 위하여 요인분석을 하였고 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach  $\alpha$ 값을 산출하였다. 식생활 라이프스타일 문항에 의해 군집분석하여 집단을 분류하였으며 이러한 다이어트 관련 태도의 차이를 알아보기 위해 chi-square 검정, 분산분석 및 Tukey 검정을 실시하였다.

## 연구결과 및 해석

### 1. 조사대상자의 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아보면 남성이 58.7%로 여성보다 많았고, 교육수준은 전문대생 또는 대학생이 59.0%이었으며, 대학교 졸업이상, 전문대학 졸업, 고등학교 졸업 이하 순으로 나타났다. 가계 월평균 소득은 500만원 이상이 22.9%으로 가장 많았고 200만원 미만, 401만원-500만원 미만, 201만원-300만원 미만, 301만원-400만원 미만 순으로 나타나 남성과 고소득의 빈도가 약간 높았고 (전문)대학 재학생의 빈도가 높게 나타났다(Table 1).

다이어트 관련 태도인 다이어트에 대한 관심, 다이어트 동기, 다이어트 시행횟수, 최근 다이어트 시행기간, 감량 몸무게, 다이어트 식품 구매여부, 다이어트 식품 광고에 대한 신뢰 정도, 다이



**Table 1.** Descriptive Analyses of Respondent's Characteristics (N=293)

Variable		n (%) or M
Gender	Male	172 (58.7)
	Female	121 (41.3)
Education level	Under high school	28 (9.6)
	College student	173 (59.0)
	Junior college graduate	39 (13.3)
	Over college graduate	53 (18.1)
Household monthly income (10,000 KRW)	≤200	63 (21.9)
	201 to 300	50 (17.4)
	301 to 400	50 (17.4)
	401 to 500	59 (20.5)
	>500	66 (22.9)
Interest in diet		3.45
Diet motivation	Slim Et good looks	61 (22.0)
	Stylish dressing	76 (27.4)
	Lightweight body	51 (18.4)
	Health	44 (15.9)
	Other	45 (16.2)
Trial number for diet		2.91
Diet period		42.25
Weight loss		3.56
Purchasing experience for diet food	Yes	54 (18.5)
	No	238 (81.5)
Reliability of advertised diet food	Reliable	11 (3.8)
	Somewhat reliable	123 (43.0)
	Unreliable	152 (53.2)
Products approved by MFDS	Verify	36 (12.3)
	Not verify	257 (87.7)
Manufacturer's reliability	Verify	40 (13.7)
	Not verify	253 (86.3)
Examination of damage cases Et side effects	Yes	39 (13.3)
	No	254 (86.7)
Cause of damage	Ignorance of laws on food	29 (10.5)
	Exaggerated advertising	192 (69.3)
	Impulse buying	56 (20.2)
Awareness of consumer protection law		4.54

KRW, Korean Won; MFDS, Ministry of Food and Drug Safety.

어트 식품 구매 시 식약처 인정제품 확인여부, 판매자의 신뢰성 확인여부, 허위·과대광고에 관한 피해사례 및 부작용 확인여부, 피해의 원인 및 다이어트 식품에 적용되는 소비자 보호 법률 인지 정도 등에 대해서 알아본 결과는 다음과 같다. 다이어트에 대

한 관심 평균을 산출한 결과, 3.45로 다이어트에 대한 관심은 중간 정도이었다. 20, 30대의 경우 다이어트에 대한 관심이 높을 것을 예상되었으나 상대적으로 그다지 높지 않았다. 다이어트를 하는 동기를 살펴본 결과 옷맵시 때문(27.4%)이 가장 높았고 날씬 또는 예뻐 보이기 위하여, 몸이 둔하여, 건강을 위하여 순으로 나타나 다이어트를 하는 가장 큰 동기가 옷을 입었을 때 아름다운 외모를 연출하기 위한 것이었다. 이제까지 실행했던 다이어트 시행횟수에 대한 평균은 2.91회이었으며 최근 다이어트 시행기간은 42.25일이었고 다이어트로 감량한 몸무게는 3.56 kg으로 나타나 많은 조사대상자들이 이미 다이어트를 실행한 경험이 있으며 그 기간도 짧지 않았음을 알 수 있었는데 이는 앞에서 언급된 다이어트 관심이 그다지 높지 않게 나타난 결과를 뒷받침해 준다고 볼 수 있다.

다이어트 식품 구매의 경우 구매경험이 있는 조사대상자가 18.5%로 낮았으며 다이어트 식품 광고에 대해 얼마나 신뢰하는가를 알아본 결과 '심하게 과장되었다'고 응답한 경우가 53.2%로 나타났고 '과장되나 어느 정도 신뢰할 수 있다'(43.0%) 그리고 '대부분 사실이다'라고 응답한 수가 3.8%로 나타나 다이어트 식품 광고에 대한 신뢰도는 매우 낮았다. 이와 같이 다이어트 식품의 허위광고에 대한 피해가 가장 크다고 인지하고 있기에 다이어트 식품 구매 시 이에 대한 조사를 어느 정도 하는가를 알아본 결과, 식약처 인정 제품인지를 확인하는 경우는 12.3%이었으며 다이어트 판매자의 신뢰성을 인터넷을 통해 확인한 경우도 13.7%이었고 구매하려는 다이어트 식품에 대한 허위·과대광고로 인한 피해사례 및 부작용에 대해서 알아본 경우도 13.3%이었다. 이는 다이어트 식품을 구매하는 비율이 낮기 때문에 전반적으로 다이어트 식품에 대한 정보수집의 비율도 낮다고 볼 수 있다. 다이어트 식품 구매에 관련한 피해의 가장 큰 원인은 허위과장 광고(69.3%)로 인식하고 있었으며 그 다음으로 충동구매, 식품법률에 대한 무지 순이었다. 다이어트 식품에 적용되는 소비자 보호에 관련된 법률에 대해 알고 있는 정도는 최대값 10점에 대해 4.54로 나타나 그다지 높지 않았다.

**2. 식생활 라이프스타일에의 요인분석 결과**

식생활 라이프스타일 요인 추출을 위하여 주성분 요인분석에 의한 Varimax 회전을 실시한 결과 4 요인이 추출되었으며 신뢰도 계수가 낮거나 두 요인 모두에서 요인부하량이 높게 적재된 3 문항이 제외된 요인분석 결과는 Table 2와 같다. 추출된 요인은 건강고려, 유행추구, 맛추구, 편의성추구 등이었으며 이는 Kim 등[14]의 연구결과와 유사하였다. 각 문항의 요인부하량은 .53이

Table 2. Factor Analysis and Reliability of Food-Lifestyle

Factor/item	Factor loading	Cronbach $\alpha$ , (M), cumulative variance
Factor 1: Health-conscious		.86, (3.08), 20.70
I am particular about what I eat for health.	.85	
I consider nutrition when eating food.	.84	
I implement dietary therapy to prevent obesity.	.82	
I try not to eat instant food if possible.	.79	
I frequently eat health food, natural food, and organic food.	.69	
Factor 2: Popularity-seeking		.82, (3.93), 38.45
I tend to accept food trend fast.	.85	
I tend to know what taste or food is in vogue.	.84	
I try to eat exotic food.	.79	
I impulsively purchase food that looks delicious.	.58	
I eat for taste.	.53	
Factor 3: Taste-seeking		.62, (4.39), 51.20
I tend not to save money in regards to diet compared to other selections.	.71	
I consider taste first when selecting food.	.69	
I tend to feel differences in taste well.	.66	
I consider the surrounding atmosphere when selecting a restaurant.	.54	
Factor 4: Convenience-seeking		.92, (2.86), 62.96
I often buy ready-made food at department stores or grocery stores.	.95	
I often buy easy to cook food from department stores or grocery stores.	.95	

상이었으며 4 요인의 설명력은 62.96%이었고 내적 일치도를 나타내는 신뢰도계수는 .62이상이었다.

식생활 라이프스타일에 대한 요인 평균 점수를 살펴보면 맛 추구구의 평균이 4.39로 가장 높았으며 유행추구(3.93), 건강고려(3.08), 편의성추구(2.86) 순으로 나타났다. 즉, 조사대상자들은 맛 집을 찾아다니거나 음식 선택 시 맛을 우선시 하는 식생활 라이프스타일 성향이 가장 높았고 그 다음으로 유행하는 음식을 빨리 수용하거나 유행하는 맛이나 음식이 무엇인지를 잘 아는 성향이 비교적 높았으며 건강을 고려한 음식을 먹는 성향은 그 다음으로 낮았고 조리된 음식이나 간편하게 조리하여 먹는 음식을 구매

하는 성향이 가장 낮았다. 이는 스마트폰 사용의 증가로 맛 집과 새로운 음식에 대한 인터넷 검색의 용이함 그리고 핵가족과 외식 문화의 발달로 집에서 음식을 조리하는 빈도의 감소 현상을 반영한다고 볼 수 있다.

### 3. 식생활 라이프스타일에 대한 군집분석 결과

식생활 라이프스타일 4 요인에 의해 K평균 군집분석을 실시한 결과 4 집단으로 분류되었다. 분류된 4 집단별 문항의 요인점수 평균값을 비교하여 각 집단에 대한 성격을 규명한 결과는 Table 3과 같다. 군집 1은 전체의 21.57%를 차지하였으며 식생활 라이

Table 3. Differences in Food-Lifestyle Factors According to Food-Lifestyle Groups

Factor	Cluster 1 (n=36)	Cluster 2 (n=97)	Cluster 3 (n=87)	Cluster 4 (n=45)	F
Health-conscious	-.47a	.32b	-.20a	.36b	12.18***
Popularity-seeking	-.48b	.64c	.35c	-1.39a	104.88***
Taste-seeking	-1.07a	.42c	-.17b	.94c	79.90***
Convenience-seeking	-.73a	-.57a	1.13c	.07b	148.14***

Cluster 1, passive eating habit group; Cluster 2, active eating habit group; Cluster 3, convenience oriented group; Cluster 4, taste & health oriented group.

a-c, Tukey test shows that means with different letters differ at  $p < .05$ .

\*\*\* $p < .001$ .

프스타일 4 요인의 점수가 모두 낮아 '소극적 식생활집단'이라 명명하였다. 군집 2는 전체의 33.22%를 차지하였으며 유행추구 성향과 맞추구 성향이 높은 편이나 편의성추구 성향은 가장 낮아 '적극적 식생활집단'으로 명명하였다. 군집 3은 전체의 29.80%를 차지하며 편의성추구 성향 점수가 가장 높으나 건강고려 성향은 가장 낮은 편으로 나타나 '편의성지향집단'으로 명명하였고 군집 4는 전체의 15.41%를 차지하며 맞추구 성향과 건강고려 성향이 가장 높으나 나머지 성향은 비교적 낮은 편이라서 '맛·건강지향집단'으로 명명하였다.

#### 4. 식생활라이프스타일 군집별 차이 분석 결과

식생활 라이프스타일 군집별 다이어트 관련 태도의 차이를 알아보기 위해서 분산분석과 Tukey 검정을 실시한 결과는 Table 4와 같다. 군집별 유의한 차이가 나타난 변인은 다이어트에 대한 관심, 소비자 보호 관련 법률 인지도이었으며 다이어트 시행횟수, 다이어트 시행기간, 감량폼무게에 있어서는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 다이어트에 대한 관심은 적극적 식생활집단이 가장 높았고 편의성지향집단, 맛·건강지향집단, 소극적 식생활집단 순이었으며 소비자 보호 법률에 대한 인지의 경우도 적극적 식생활집단의 평균이 가장 높았고 소극적 식생활집단의 평균이 가장 낮았다. 반면 집단별 유의한 차이가 나타나지 않았지만 다이어트 시행횟수는 적극적 식생활집단이 가장 많으나 시행기간과 감량폼무게는 맛·건강지향집단의 평균점수가 높게 나타났다. 다시 말해서, 적극적 식생활집단은 모든 다이어트 관련 태도에 있어서 가장 적극적이었으며 그 다음이 편의성지향집단 그리고 맛·건강지향집단이었으나 적극적 식생활집단과는 다이어트에 관한 관심을 제외하고는 유의한 차이는 없었고 소극적 식생활집단의 경우 다이어트 관련 태도에서 가장 소극적인 성향을 보였다.

식생활 라이프스타일 집단별 다이어트 관련 태도의 차이를 알아보기 위해서 chi-square 검정을 실시한 결과, 다이어트 동기,

다이어트 식품 구매 시 식약처 인정제품 확인여부, 판매자의 신뢰성 확인여부 및 허위·과대광고에 관한 피해사례 및 부작용 확인여부 등은 유의한 차이가 있는 반면 다이어트 식품 구매여부와 다이어트 식품 광고 신뢰 정도에서는 유의한 차이가 나타나지 않았다(Table 5).

다이어트의 동기를 살펴보면 적극적 식생활집단은 '웃맵시', '날씬 또는 예뻐 보이기 위해서'인 반면 편의성지향집단은 '몸이 둔하여' 그리고 소극적 식생활집단은 '건강을 위해' 다이어트를 하는 빈도가 더 높았다. 다이어트 식품 구매 시 식약처에 등록된 제품인지 또는 판매자의 신뢰성을 확인하는 것을 살펴보면 적극적 식생활집단의 확인 빈도가 높은 반면 소극적 식생활집단과 편의성지향집단은 확인하지 않은 빈도가 더 높게 나타났다. 다이어트 식품 피해사례에 대한 확인여부의 경우 적극적 식생활집단은 확인하는 빈도가 높은 반면 소극적 식생활집단은 확인하지 않은 빈도가 더 높았다.

식생활 라이프스타일 군집별 인구통계학적 특성의 차이를 알아보기 위해서 chi-square 검정을 실시한 결과, 성별, 교육수준 및 가계 월평균소득 수준 모두에서 유의한 차이가 나타났다(Table 5). 다시 말해서, 남성의 경우 소극적 식생활집단과 편의성지향집단의 빈도가 높은 반면 여성의 경우는 적극적 식생활집단의 빈도가 더 높게 나타났으며 이는 외식/간편 선호형의 경우 남성의 빈도가 더 높다는 Sul 등[37]의 연구결과와 편의지향형집단과 소극적 식생활집단의 경우 남성의 비율이 높게 나타난 Lee 등[29]의 연구결과를 지지한다. 교육수준에 있어서는 소극적 식생활집단의 경우 전문대학 졸업자의 빈도가 높은 반면 적극적 식생활집단의 경우 대학재학 중이거나 대학교 졸업 이상자의 빈도가 더 높게 나타났는데 이는 식생활관심집단이 대학졸업자의 비율이 높았던 Kim [19]의 연구결과와 일치한다. 편의성지향집단의 경우 대학재학생인 빈도가 높았으며 맛·건강지향집단의 경우는 대학교졸업 이상자의 빈도가 약간 높게 나타났는데 이는 편

Table 4. Differences in Diet-Related Attitudes among Food-Lifestyle Groups

Variable	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	F
Interest in diet	2.82a	3.80c	3.59bc	3.24b	10.91***
Trial number of diet	2.25	3.80	2.56	2.51	2.35
Diet period	55.27	36.98	30.99	62.14	1.51
Weight loss	3.48	3.22	3.83	4.11	.29
Awareness of consumer protection law	2.90a	5.03b	4.94b	4.93b	6.81***

Cluster 1, passive eating habit group; Cluster 2, active eating habit group; Cluster 3, convenience oriented group; Cluster 4, taste & health oriented group.

ab, Tukey test shows that means with different letters differ at  $p < .05$ .

\*\*\* $p < .001$ .

Table 5. Differences of Diet-Related Attitudes and Demographics According to Food-Lifestyle Groups

Variable		Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	$\chi^2$
Diet motivation	Slim & good looks	8 <sup>a)</sup> (12.8) <sup>b)</sup>	24 (20.8)	19 (18.1)	10 (9.3)	21.07*
	Stylish dressing	16 (15.8)	33 (25.5)	20 (22.3)	6 (11.4)	
	Lightweight body	10 (10.7)	9 (17.4)	21 (15.2)	11 (7.8)	
	Health	15 (9.2)	14 (15.0)	8 (13.1)	7 (6.7)	
	Other	9 (9.5)	14 (15.3)	14 (13.4)	8 (6.8)	
Products approved by MFDS	Verified	3 (7.6)	19 (11.6)	8 (10.4)	5 (5.4)	9.11*
	Not verified	60 (55.4)	78 (85.4)	79 (76.6)	40 (39.6)	
Manufacturer's reliability	Verified	3 (8.4)	20 (13.0)	8 (11.6)	8 (6.0)	10.50**
	Not verified	60 (54.6)	77 (84.0)	79 (75.4)	37 (39.0)	
Examination of damage cases & side effects	Yes	2 (8.4)	20 (13.0)	10 (11.6)	7 (6.7)	10.51*
	No	61 (54.6)	77 (84.0)	77 (75.4)	38 (39.0)	
Gender	Male	48 (36.9)	41 (56.8)	54 (50.9)	28 (26.4)	19.37***
	Female	15 (26.1)	56 (40.2)	33 (36.1)	17 (18.6)	
Education level	Under high school	9 (6.0)	6 (9.3)	7 (8.3)	6 (4.3)	17.23*
	College student	34 (37.1)	61(57.1)	55 (51.2)	22 (26.5)	
	Junior college graduate	14 (8.4)	7 (13.0)	12 (11.6)	6 (6.0)	
	Over college graduate	6 (11.4)	23 (17.6)	13 (15.8)	11 (8.2)	
Household monthly income (10,000 KRW)	≤200	16 (13.8)	19 (20.6)	12 (18.9)	16 (9.7)	28.59**
	201-300	20 (11.0)	10 (16.4)	14 (15.0)	6 (7.7)	
	301-400	10 (11.0)	18 (16.4)	17 (15.0)	5 (7.7)	
	401-500	8 (13.0)	20 (19.3)	25 (17.7)	6 (9.0)	
	>500	9 (14.3)	27 (21.3)	18 (19.5)	11 (10.0)	

Cluster 1, passive eating habit group; Cluster 2, active eating habit group; Cluster 3, convenience oriented group; Cluster 4, taste & health oriented group.

MFDS, Ministry of Food and Drug Safety; KRW, Korean Won.

<sup>a)</sup>Observed frequency. <sup>b)</sup>Expected frequency.

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

의지향형 집단의 경우 대학생의 비율이 높았으며 맛·건강지향형 집단의 경우 대졸 이상의 고학력자의 비율이 높았다는 Lee 등 [29]의 연구결과와 일치한다. 가계 월평균소득에 있어서는 소극적 식생활집단과 맛·건강추구지향집단의 경우 소득이 상대적으로 낮았으나 적극적 식생활집단과 편의성추구 집단은 상대적으로 높았으며 이는 편의지향형 집단의 경우 월소득이 비교적 높게 나타난 Lee 등[29]의 연구결과 그리고 웰빙추구형의 경우 월평균소득이 200만원대의 비중이 높게 나타난 Sul 등[37]의 연구결과와 일치한다.

## 요약 및 제언

본 연구는 식생활 라이프스타일 집단에 따른 다이어트 관련 태

도와 인구통계학적 특성의 차이를 알아보았으며 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 식생활 라이프스타일은 건강고려, 유행추구, 맛추구, 편의성추구 요인으로 분류되었으며 이 가운데 맛추구 성향이 가장 높았다. 다이어트 관련 태도에 관한 내용을 살펴보면 다이어트에 대한 관심은 높지 않으며 다이어트의 주된 동기는 옷맵시 때문이고 다이어트 시행횟수, 시행기간, 감량 몸무게를 살펴볼 때 다이어트에 대한 실행 경험이 많은 것으로 나타났다. 다이어트 식품에 관련된 문항에서는 식품 광고에 대한 신뢰도, 구매경험, 구매 시 판매자에 대한 인터넷을 통한 신뢰성 확인여부, 식약처 인정 제품 확인여부, 다이어트 식품에 대한 허위·과대광고로 인한 피해사례 및 부작용 확인여부 그리고 다이어트 식품에 적용되는 소비자 보호에 관련된 법률에 대한 인지정도 모두가 낮게 나타났다. 둘째, 식생활 라이프스타일 4 요인에 의해 군집분석을 실시한 결과 소극적 식생활집단, 적극적 식생활집단, 편의성지향집



단, 맛·건강지향집단으로 분류되었다. 셋째, 식생활 라이프스타일 집단별 다이어트 관련 태도의 차이를 알아본 결과는 다이어트 시행횟수, 시행기간, 감량 몸무게, 다이어트 식품구매 여부, 다이어트 식품 광고 신뢰 정도에 있어서는 유의한 차이가 나타나지 않은 반면 다이어트에 대한 관심과 다이어트 동기, 다이어트 식품 구매 시 식약처 인정제품 확인여부, 다이어트 식품 구매 시 판매자의 신뢰성 확인여부, 허위 과대광고에 관한 피해사례 및 부작용 확인여부 그리고 소비자 보호 관련 법률 인지도에서는 유의한 차이가 나타났다. 넷째, 식생활 라이프스타일 집단별 인구통계학적 특성의 차이를 알아본 결과 성별, 교육수준 및 가계 월평균 소득 수준에 있어서 모두 유의한 차이가 있었다.

이러한 결과를 바탕으로 식생활 라이프스타일 집단별로 특성을 요약하면 다음과 같다. 소극적 식생활집단은 식생활 라이프스타일 요인인 건강고려, 맛추구와 편의성추구 성향이 가장 낮았으며 유행성추구 성향은 맛·건강지향집단 다음으로 낮았고 다이어트에 대한 관심과 소비자보호법에 대한 인지도가 가장 낮았다. 다이어트의 동기는 '건강을 위하여'의 빈도가 상대적으로 높았고 다이어트 식품 구매 시 식약처 인정제품 확인여부, 판매자의 신뢰성 확인여부 및 허위·과대광고에 관한 피해사례 및 부작용 확인여부의 빈도가 낮았으며 남성과 전문대 졸업자 그리고 가계의 월평균소득이 3백만 원대의 빈도가 상대적으로 높았다.

적극적 식생활집단은 유행성추구 성향이 가장 높았고 건강고려와 맛추구 성향이 높은 편이나 편의성추구는 낮은 집단으로 다이어트에 대한 관심과 소비자 보호 법률에 대한 인지도가 가장 높았으며 다이어트의 동기는 '오맵시 때문이라는 항목의 빈도가 높았고 다이어트 식품 구매 시 식약처 인정제품 확인여부, 판매자의 신뢰성 확인여부 및 허위 과대광고에 관한 피해사례 및 부작용 확인여부의 빈도가 높았으며 여성, (전문)대학재학생, 가계의 월평균소득이 5백만 원대의 빈도가 상대적으로 높은 편이었다.

편의성지향집단은 편의성추구 성향이 가장 높았으며 유행성추구 성향은 상대적으로 높은 반면 건강고려와 맛추구 성향은 상대적으로 낮은 집단으로 다이어트에 대한 관심과 소비자 보호 법률에 대한 인지도가 비교적 높은 편이며 다이어트의 동기는 '몸이 둔하여'의 빈도가 높았으며 남성, (전문)대학재학생, 가계의 월평균소득이 4-5백만 원대의 빈도가 높은 것으로 나타났다.

맛·건강지향집단은 건강고려와 맛추구 성향이 가장 높으나 유행성추구는 가장 낮았고 편의성추구는 비교적 높은 집단으로 다이어트에 대한 관심이 중간 정도이었고 다이어트의 동기는 '몸이 둔하여'의 빈도가 상대적으로 높은 반면 남성과 대학교 졸업 이상자, 가계의 월평균소득이 2-3백만 원대의 빈도가 높게 나타

났다.

본 연구 결과를 바탕으로 다이어트 또는 식품 관련 업체가 사용할 수 있는 방안을 제시하면, 적극적인 식생활 라이프스타일 집단의 경우 다이어트에 대한 관심이 높기 때문에 이러한 시장을 공략할 경우 여성, 고소득자, 고학력자인 소비자를 오피니언 리더로 활용하는 것이 바람직하다고 볼 수 있다. 또한 이들은 맛, 건강, 유행성에 대한 욕구가 높기 때문에 이러한 점을 강조한 판매촉진 전략을 사용할 경우 판매를 증대시킬 수 있을 것이다. 편의성지향 집단의 경우 남성과 고소득자의 빈도가 높기에 소득이 비교적 높은 남성이 표적시장일 경우 새로이 유행하는 신제품을 간편하게 조리할 수 있는 측면을 강조하는 것이 효과적이라고 볼 수 있다. 맛·건강지향집단은 다이어트에 대한 관심이 그다지 높지 않으나 다이어트 동기는 몸이 둔하고 활동하기 불편하기 때문이며 맛과 건강을 추구하는 식생활을 선호하기에 칼로리가 적으나 맛이 좋은 건강식품이라는 점을 강조하는 것이 맛·건강지향집단을 공략하는 좋은 방안이라고 볼 수 있다.

20, 30대를 표적시장으로 하는 외식업체의 경우 맛, 건강, 편의성, 유행성 모두를 갖추기는 힘들기 때문에 편의성과 유행성에 중점을 둘 것인가 또는 맛과 건강에 중점을 둘 것인가를 결정하고 이에 맞는 전략을 세우는 것이 필요할 것이다. 신 메뉴를 지속적으로 개발하여 비교적 저렴하면서도 간편하게 식사할 수 있도록 제공하는 방안을 통해 편의성지향집단의 욕구를 충족시킬 수 있으며 또는 맛이 있으면서도 건강에 좋은 메뉴를 강조할 경우 맛 건강지향집단을 공략할 수 있을 것이다.

전반적으로 다이어트 식품 광고에 대한 신뢰도가 매우 낮기 때문에 신뢰를 회복하기 위해서 앞으로 꾸준히 소비자에게 타당성 있는 자료를 명확하게 제시하는 것이 장기적인 관점에서 소비자 만족과 매출 증대에 도움이 될 것이다. 본 연구 결과는 20, 30대 소비자의 식생활 라이프스타일에 따라 시장을 세분화하여 이러한 세분시장의 다이어트 관련 태도 특성을 파악하였기에 식생활 라이프스타일에 따른 시장세분화와 이를 이용한 표적시장 선정을 할 때 유용하게 사용될 수 있으며 또한 성별, 소득, 교육수준과 같은 인구통계학적 특성을 적용할 수 있다는 근거를 제시하였다고 볼 수 있다.

본 연구의 한계점과 그에 따른 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다. 다이어트 관련 태도에 관한 문항의 경우 신뢰도와 타당도가 충분히 검증된 측정도구가 개발되어야 할 것이며 이를 이용할 경우 보다 확고한 결과를 얻을 수 있을 것이다. 또한 조사대상자가 지역적으로 대구와 의정부, 그리고 연령에 있어서는 20, 30대로 한정되어 있기에 연구결과를 해석하는데 있어 신중을 기해야 할

것이며 후속 연구에서는 다양한 연령대와 지역에 거주하는 소비자를 대상으로 조사되어야 할 것이다. 또한 식생활 라이프스타일 집단 분류에 있어서 그 특성이 그다지 뚜렷하게 나타나지 않았기에 측정문항과 그 결과에 대한 좀 더 심도 있는 분석이 진행되어야 할 것이다. 식생활 라이프스타일과 다이어트에 대한 관심은 개인의 가치와 사회문화적 환경변화와 관련되어 있기에 향후 이에 관한 횡적, 종적 연구가 진행될 경우 각 세분시장에 대한 변화에 대한 예측과 이에 영향을 미치는 변인들에 대한 이해가 가능하며 이와 관련된 마케팅 전략을 세우는데 도움을 줄 수 있을 것이다.

## Declaration of Conflicting Interests

The author declared that she had no conflicts of interests with respect to her authorship or the publication of this article.

## References

- Bak, B. S. (2009). *Research on diet related advertising through internet*. Eumseong: Korea Consumer Agency.
- Chang, U. J., Ha, J. Y., & Hong, W. S. (2004). The trial status and expectation degree on Internet diet program by female university students. *Journal of the Korean Dietetic Association*, 10(3), 356-363.
- Choi, J. H. (2012). *Utilization and improvements of consumers for home meal replacement (HMR) by food lifestyle type* (Unpublished master's thesis). Catholic University of Daegu, Gyeongsan, Korea.
- Choi, S. W., & Kim, K. J. (2013). The effect of Yaksun food awareness and preference on customer loyalty. *Food Service Industry Journal*, 9(2), 59-71.
- Chun, C. G., & Lee, M. O. (2007). The effect of adolescent body-related variables, self-esteem on eating disorder behavior. *Korean Journal of Human Ecology*, 16(5), 1041-1050. <http://dx.doi.org/10.5934/KJHE.2007.16.5.1041>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Minard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (International ed.). New York, NY: The Dryden Press.
- French, S. A., Story, M., Downes, B., Resnick, M. D., & Blum, R. W. (1995). Frequent dieting among adolescents: Psychosocial and health behavior correlates. *American Journal of Public Health*, 85(5), 695-701. <http://dx.doi.org/10.2105/ajph.85.5.695>
- Ha, A., Yi, S. H., & Kang, N. E. (2009). The patterns of purchasing diet/low-calorie food and obesity related eating behavior in normal and obese female college students in Seoul area. *The Korean Journal of Food and Nutrition*, 22(4), 650-661.
- Han, I. K., & Ha, A. W. (2009). A study on weight control behavior by female consumers eating life styles. *Korean Journal of Food and Nutrition*, 22(2), 177-184.
- Hong, W. S., Kwon, Y. S., Kwon, Y. M., & Yoo, H. K. (2011). Content analysis of dietary lifestyle-related research articles from 1990 to 2009. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 49(2), 13-26. <http://dx.doi.org/10.6115/khea.2011.49.2.013>
- Hur, W. M., Lee, W. S., & Lee, H. T. (2006). A study on female lifestyles-based market segmentation of the kitchen appliances. *Journal of Korean Marketing Association*, 21(2), 53-84.
- Kim, E. H., Kim, H. J., & Kim, J. H. (2014). The study on dining-out behavior ethnic restaurants by food-relateds of undergraduate students. *Korean Journal of Food and Cookery Science*, 30(5), 631-641. <http://dx.doi.org/10.9724/kfcs.2014.30.5.631>
- Kim, H., & Kim, M. (2010). Effect of self-esteem, body image and external factors of body type on dieting behavior of high school students. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 22(4), 65-75.
- Kim, H. C., Won, Y. E., & Lee, J. E. (2010). An analysis of coffee shop selection attributes by food lifestyle types among Korean office workers. *Journal of Tourism Sciences*, 34(7), 187-205.
- Kim, H. J. (2013). *Problems and improvement devices of diet product advertising*. Eumseong: Korea Consumer Agency.
- Kim, J. H., Jeon, M. S., Park, D. S., Kim, S. M., Paik, J. K., & Hong, W. S. (2013). Korean restaurant satisfaction according to the food-related lifestyle: Focused on Japanese and Chinese. *Korean Journal of Food and Cookery Science*, 29(5), 617-624. <http://dx.doi.org/10.9724/kfcs.2013.29.5.617>
- Kim, J. H., Park, J. Y., Lee, K. W., Chung, H. C., Oh, J. E., & Cho, M. S. (2013). A study on Sushi choice and consumer behavior depending on food-related lifestyle. *Journal of the East Asian Society of Dietary Life*, 23(2), 119-132.
- Kim, K. H. (2010). Effect of a food-related lifestyle on the consumption of and satisfaction with Korean foods, and intention to revisit. *The Journal of the Korea Contents Association*, 10(8), 370-380. <http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2010.10.8.370>
- Kim, K. H. (2011). Study on Japanese consumers' Korean food consumption behaviors and market segmentation based on food-related lifestyle: Focusing on inbound Japanese tourists. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 26(6), 614-620.
- Kim, K. M., & Kim, K. H. (2010). Korean food market segmentation strategies and applied food-related lifestyles. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 25(4), 466-472.
- Kim, M. J., Jung, H. S., & Yoon, H. H. (2007). A study on the

- relationships between food-related lifestyle of undergraduates and the restaurant selection attribute. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 22(2), 210-217.
22. Kim, M. K., & Lee, G. C. (2006). Weight reduction dieting survey and satisfaction degree and diet related knowledge among adult women by age. *Journal of the Korean Society of Food Science and Nutrition*, 35(5), 572-582. <http://dx.doi.org/10.3746/jkfn.2006.35.5.572>
  23. Kim, Y. W., Choi, Y. S., & Han, J. S. (2013). A study on the food-related lifestyle and their impacts on coffee product consumption behaviour of franchised coffee brands. *Korean Journal of Tourism Research*, 28(5), 285-303.
  24. Ko, S. H. (2014). Research on the consumer's delivery service quality perception and satisfaction in foodservice industry based on the types of food-related life-style. *The Journal of the Korea Contents Association*, 14(8), 406-415. <http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2014.14.08.406>
  25. Korean Consumer Protection Board. (2002). *Problems and improvement devices of diet product advertising*. Seoul: Author.
  26. Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
  27. Lee, H. W. (2010). *Consumers attitude toward rice processed foods based on food-related lifestyle* (Unpublished master's thesis). Yonsei University, Seoul, Korea.
  28. Lee, J. H. (2012). A study on obesity index and attributes of selecting places to eat out by food-related lifestyle types: Focusing on Pusan university students. *The Korean Journal of Culinary Research*, 18(4), 47-58.
  29. Lee, K. W., Chung, H. C., & Cho, M. S. (2011). Sushi consumption behavior of Koreans according to food-related lifestyle type among consumers. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 26(6), 574-582.
  30. Lim, I. S. (2004). Sociocultural context of diet: Focused on college women's look-discriminatory experience and the body images of mass media. *Korean Journal of Sociology*, 38(2), 165-187.
  31. Lim, J. W., Kim, J. I., Hong, S. T., & Lee, Y. J. (2007). *Consumer behavior* (3rd ed.). Seoul: Kyungmunsa.
  32. Lim, K. B. (1991). *A study on clothing purchasing behavior which is followed by life style: As object of college woman's time consuming* (Unpublished master's thesis). Ewha Womans University, Seoul, Korea.
  33. Na, M. S., & Jang, K. Y. (2007). Women's diet experience and its relation with self respect. *Korean Journal of Aesthetics and Cosmetology*, 5(2), 167-185.
  34. Oh, Y. G., & Kim, K. J. (2012). A study on the effects of food-related lifestyle on coffee consumption behavior. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(4), 65-75.
  35. Shin, M. Y., & Lee, J. (2012). The relationship between perceived sociocultural influence for appearance and dietary behaviors: Mediating effects of body image and cognitive distortion. *Cognitive Behavior Therapy in Korea*, 12(2), 183-198.
  36. Sohn, I. N., & Kim, Y. S. (2008). Research on the dining-out behavior of Cheong-Ju undergraduates by food-related lifestyle. *The Journal of the Korea Contents Association*, 8(11), 347-355. <http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2008.8.11.347>
  37. Sul, H. K., Lee, S. H., & Jun, J. K. (2007). An exploratory study on dietary behavior in lifestyle. *Journal of Foodservice Management*, 10(2), 267-284.
  38. Turakulova, Kim, M. J., Kim, H. S., Kim, H. J., Park, S. J., Lee, S. J., et al. (2013). Level of socio-cultural attitude toward appearance and desire to go on diet among female university students. *Ewha Journal of Nursing*, (47), 97-112.