



실버층 라이프스타일에 따른 건강기능식품 선택속성에 관한 연구

이명숙 · 김숙영*

숙명여자대학교 원격대학원 실버비즈니스전공
(2015년 11월 10일 접수 · 2015년 12월 4일 수정 · 2015년 12월 6일 승인)

Study on Relationship between Elderly Group Lifestyle and Selection Attributes in the Health Functional Foods

Myung Sook Lee and Sook Eung Kim*

Department of Silver Business, Graduate School of Distance Learning, Sookmyung Women's University, Seoul 04310, South Korea
(Received November 10, 2015 · Revised December 4, 2015 · Accepted December 6, 2015)

ABSTRACT

Objective: This experiment is to study how elderly group and their various lifestyles interact with health functional foods, according to their selection behavior. Different lifestyles will be observed closely, as well as how different health conditions and consumer involvements will affect critical decision making in selecting health functional foods. **Method:** Theories and discoveries from original advanced research were compared parallel to the new study. **Results:** First, cluster analysis and exploratory analysis were performed amongst different elder lifestyles. Lifestyle exploratory analysis was used for healthy, unique, leisure, and economical-style elders. Cluster analysis was used for material trend oriented, health oriented, complacent oriented-style elders. Health Functional Foods' selection trait Exploratory Factor Analysis showed that product's originality (function, uniqueness, specialty, compatibility, distributor, expiration date), quality (amount, daily dose, visual representation, accessibility, portability, natural ingredients), and popularity (product container, brand image, taste and smell, advertised product, domestic or import, well-known function) were the three main causes. Secondly, the amount of benefits for the elderly group health lifestyle were affected by 'Interest in health', 'Notability of the health functional food', and 'Functionality approved mark'. Specifically, the importance of, 'Interest in health', 'Notability of health functional food', and 'Functionality approved mark' were noticeably high within health oriented elders. Lastly, after examining the data from elder lifestyle's relationship with health functional food selection trait, all three different results showed equal importance. If you closely examine material trend oriented elderly group, selection trait showed distinctively high regards in 'Fundamental Attribute', 'Typical Attribute', and 'Cognitive Attribute'. Health oriented elders showed their distinctively high regards in 'Natural Attribute', and less consideration in 'Typical Attribute' and 'Cognitive Attribute'. Complacent oriented-style elderly group showed less focus on 'Fundamental Attribute', and even less in 'Typical Attribute', and 'Cognitive Attribute'. Health oriented elderly group concluded with above data from the fact that they showed most importance and involvement in health beneficial products that are scientifically proven. Material trend oriented elderly group showed balanced traits in their concluded data, showing that they prefer function, safety, as well as the brand image and their reputation. Also, they consider the products' outer elements, such as design and product name, in order to sense inner functions. **Conclusion:** So, Silver Business corporations must develop products to fulfill the market demands, and strategize marketing plans to better target the correct audience.

KEY WORDS: elderly lifestyle, health functional food, selection attributes, silver business

현대사회의 사람들은 경제 발전과 생명공학의 발달로 평균 수명이 현저하게 증가하여 장수시대를 살고 있다. 한국은 2026년 65세 이상의 노인 인구가 전체 인구의 약 20%에 달하

는 초 고령사회에 진입이 예상되면서 많은 이들은 불로장수를 원하고 건강하고 아름다운 삶을 사는 것이 주된 관심사이다. 또한 다양한 인생을 살아온 새로운 노년층이 급증하고 있는데

*Correspondence to: Sook Eung Kim, Dept. of Silver Business, Graduate School of Distance Learning, Sookmyung Women's University, 100 Cheongpa-ro 47-gil, Seoul 04310, South Korea
Tel: +82-2-2077-7303, Fax: +82-2-710-9872
E-mail: sekim8@sm.ac.kr

이들은 과거와 다른 가치관과 삶에 대해 능동적인 열정을 가지고 있다. 그리고 인생의 우선순위를 건강한 삶에 두고 건강한 신체로 내외적 아름다움을 유지하며 9988(구십구 세까지 팔팔하다) 하게 잘 살아보자는 무병장수의 염원을 가진 라이프스타일도 뚜렷이 보이고 있다. 이러한 현상은 질병이 발생하여 병원에 가서 치료하는 것보다 질병에 걸리지 않도록 미리 건강을 지키자는 예방 차원으로의 인식 변화라고 할 수 있다. 따라서 음식과 함께 각종 몸에 좋다는 기능성 식품섭취에 대한 욕구가 점차 증가되고 있는데 이것은 건강이나 수명 증가와 관련하여 더 밀접해지고 있다. 즉 건강하기 위해서는 음식과 더불어 건강기능식품의 선택도 중요하다고 할 수 있다. 통계에 따르면 실버층이 경험하는 가장 큰 어려움은 건강 문제인데 그 이유는 잘못된 식습관과 생활습관에서 오는 영양 불균형과 스트레스 때문이다. 또한 65세 이상 고령자 1인당 연간 진료비는 322만원으로 건강보험 가입자 전체 평균의 3배에 달한다고 한다.¹⁾ 이에 실버층의 건강기능식품에 대한 수요가 증가하고 있는 반면, 오·남용으로 인한 각종 부작용도 발생하고 있다. 따라서 정부는 국민 건강과 행복을 위해 건강기능식품의 필요성을 인식하고 건강기능식품에 관한 법률을 2002년 8월 26일에 제정하였으며, 2015년 1월 29일 일부 개정, 제품의 안전성 및 품질 향상과 건전한 유통 관리를 체계적으로 관리하고 있다.²⁾ 실버층 소비자들에게도 적합하고 올바른 제품의 선택은 건강을 증진시키고, 각종 질환을 방어하기 위해 필수적이다. 또한 실버시장의 핵심 역할을 하는 실버층은 712만 명의 베이비붐 세대들이다. 이들은 의·식·주를 포함하여 건강 분야에도 관심이 많으며, 웰빙(well-being)을 추구하고 물질도 중요시하고 현실만족 삶을 지향한다. 베이비붐 세대들이 노인 세대로 편입되면 이들의 변화된 소비패턴으로 인해 건강기능식품 시장은 더욱 경쟁이 치열한 것으로 예상된다. 따라서 실버층의 건강기능식품에 대한 욕구를 충족시킬 수 있는 기업은 시장경쟁에서 우위에 있게 될 것이다.

그러므로 건강기능식품이 부작용 없는 올바른 이용을 위해서는 제품에 대한 정보습득과 건강상식이 필요하며 이를 위해 기업의 홍보와 광고전략은 필수적이다. 그리고 기업이 목표를 달성하기 위해서는 건강기능식품 구매에 있어 실버소비자의 결정적인 선택속성은 매우 중요할 것이다. 그러나 노년층이 증가하면서 건강기능식품 시장이 낱알이 성장함에도 불구하고 건강기능식품의 핵심이라고 여기는 기능적 속성이나 구매 선택에 중요한 요인이 되는 선택속성에 대한 연구는 부족한 실정이다. 따라서 이 연구는 실버층 표본집단의 인구통계적 특성과 라이프스타일 유형을 파악하고, 실버층 라이프스타일 유형에 따른 건강 관여도와 건강기능식품 구매 시 가장 중요한 선택속성이 어떻게 차이가 있는지 분석하고자 한다. 그리고 실버층이 건강을 위해서 어떤 기능의 건강기능식품들을 주로 선택하는지 파악한다. 그러므로 이 연구는 실버층 건강기

능식품을 생산·판매하고 있는 제약기업들이나 관련업체에게 효율적인 마케팅전략을 수립하는데 기초자료를 제공하고자 한다.

이론적 고찰

실버층 라이프스타일에 관한 선행연구

실버층 라이프스타일은 인생 후반기를 맞이하면서 다양하게 오는 노화에 의해 정신적, 신체적, 사회 문화적, 경제적 변화에 따른 행동양식이라고 볼 수 있다. 따라서 실버소비자의 라이프스타일에 관한 선행연구를 통하여 노년층들의 가치체제 및 생활양식을 고찰해 보기로 한다.

Bartos (1980)³⁾는 50세 이상의 소비자를 생애 주기에 따라 변화하는 돈, 시간, 건강의 관계를 기준으로 활동적 은퇴형, 가정생활형, 풍족한 활동형, 생계 곤란형, 건강 악화형, 기타의 여섯 개 집단으로 구분하였다. Moschis (1996)⁴⁾는 노화에 따른 생리적, 심리적 및 사회적 변화를 고려한 라이프스타일 세분화 연구로 “gerontographics”을 개발하여 건강한 호사가, 건강한 은둔자, 병약한 은둔자, 병든 외출자 외 4가지 유형으로 분류하였다. 김숙웅(2007)⁵⁾은 실버소비자 라이프스타일 따른 구매 영향요인 연구에서 라이프스타일 유형을 물질주의적 생활형, 자기중심적 생활형, 전통적 생활형, 소극적 침체형, 현실 생활 만족형으로 유형화 하였고 라이프스타일 유형별로 제품 관여도에 따라 구매행동에 영향을 받는 것으로 나타났다. 곽중형(2007)⁶⁾등은 실버세대 라이프스타일이 건강기능식품 구매 만족도 및 재 구매의도에 미치는 영향에서 라이프스타일을 건강 및 여가 추구, 보수적 가족 추구, 외향적 도전 추구, 안전 및 물질 추구형으로 분류하였다. 실버세대 모두 오래 살기 위해 직접 구매를 한다 하였고, 체질과 관련성을 매우 중요하게 고려하였다. 그리고 이것은 건강기능식품 재 구매의도에 영향을 미친다고 하였다. 김석순(2007)⁷⁾등은 노인소비자들의 라이프스타일과 건강기능식품 이용행태에 관한 연구에서 건강기능식품 관심도에 유의한 영향을 미치는 라이프스타일 요인은 남녀평등 추구형, 매체 지향형, 노력형, 예능적 성향 등 4가지 요인이었다. 또한 노인 소비자들은 남녀평등을 추구하는 경향이 적을수록, 매체에 대한 선호도가 높을수록, 노력하는 유형일수록, 예능적 성향이 낮을수록, 건강기능식품에 대한 관심도가 높았다. 그리고 제품에 대한 접근성은 방송매체가 중요한 요인으로 작용한 것으로 나타났다. 최나홍(2013)⁸⁾등은 건강 신념 모델에 기초한 성인의 라이프스타일에 따른 건강 신념 수준과 건강행동실천에서 라이프스타일의 유형을 건강지향형, 사회 지향형, 경제 지향형, 유행 지향형으로 분류하였으며 40대~50대에서는 건강 유지를 위한 건강기능식품 섭취에 적극성을 보였다. 김숙웅(2012)⁹⁾은 라이프스타일에 따른 소매점포 선택 요인 연구에서는 자기신뢰형, 적극적 활동

형, 내향형으로 분류하였으며 품질과 가격은 적극적 활동형, 내향형의 순으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 손기복(2014)¹⁰⁾은 베이비부머 세대의 라이프스타일, 건강상태 및 여가 활동이 노후준비에 미치는 영향에서 라이프스타일을 보수적 성향, 개방적 성향, 전통적 성향, 개인적 성향으로 분류하였으며 라이프스타일, 건강 상태와 여가활동이 노후준비에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

이와 같이 선행연구를 살펴본 결과 실버층 라이프스타일 유형은 다양한 형태로 분류되었으며 준거집단, 신념, 건강 상태, 가치체계 등의 영향을 받아 개성 있는 라이프스타일 유형을 보였다. 따라서 라이프스타일은 나이가 들어감에 따라 변화하는 다면적인 욕구에 대한 노년의 삶을 측정하는 중요한 요인이므로 실버소비자의 다양한 구매행동이 나타날 것으로 파악된다.

건강기능식품의 선택속성에 관한 선행연구

나이가 들어가면서 신체의 기능은 점진적으로 감소하게 된다. 따라서 우리 몸의 부족한 영양소를 채워주는 건강기능식품은 국가가 인정한 원료에 의해 제조되어 인체 기능에 도움을 줄 수 있는 기능성 식품이라고 할 수 있다.¹¹⁾ 노인이 되면 신체적 노화가 다발적으로 나타나는데 그 증상의 종류를 보면, 시력감퇴, 청력민감성 감소, 관절이상, 미뢰와 침의 감소, 후각과 촉각의 감소, 소화불량, 심장질환, 스트레스 요실금, 신진대사 질환, 골다공증, 주름살, 피부변화, 얇아진 머리카락, 피로 등 면역기능이 떨어지고 각종 질병에 노출이 된다.¹²⁾ 또한 노인이 되면 음식물 섭취가 감소되어 몸에 충분히 필요한 영양분의 축적이 안 되므로 기능성식품의 섭취가 불가피하다. 약과 음식은 근원이 같다는 의미로 약식동원(藥食同源)이라 하는데 전통의학에서는 평소 자신의 체질을 알고 이에 맞는 음식을 골고루 섭취해서 자연스럽게 건강관리 할 것을 강조한다.¹³⁾ 불규칙한 식생활 또는 영양과다나 영양부족, 운동부족, 생활습관, 병(암, 고혈압, 당뇨, 심혈관계 질환, 등)이 발생의 원인이 되기도 한다. 이에 따라 노인 인구의 증가는 노인성 질환을 앓는 환자 수와 비례한다고 할 수 있다.¹⁴⁾

소비자는 욕구를 만족시키기 위해 추구하고 있는 이점을 전달하는 각기 상이한 능력을 갖는 속성의 묶음으로 각 제품을 인식한다. 즉 구매자에게 관심되는 속성은 제품마다 상이하다.¹⁵⁾ 어떤 제품속성이 가장 관련성이 있다고 생각할 뿐만 아니라 소비자들이 각 속성에 부여하는 가중치의 중요성에 대해서 생각하는 정도는 소비자마다 상이하다. 즉 소비자들은 자신이 추구하는 이점을 전달하는 속성에 주의를 기울일 것이다. 어떤 제품시장은 종종 각각의 상이한 소비자 집단이 중요시하는 특별한 속성에 따라서 세분화 될 수 있다. 하규수·김종성(2010)¹⁶⁾은 수산물 가공식품 선택속성에서 유통기간, 제조일자, 용량(양), 원산지, 영양소 함량, 조리시간, 맛, 식품첨가물 현

황, 광고, 홍보, 인지도, 가격 할인 및 덤, 주변인 추천 등 14개의 문항을 4개의 요인인 브랜드, 제품 정보, 조리방법, 가격으로 분류하였다. 서봉철·김숙웅(2005)¹⁷⁾은 한국노년소비자 구매 행동 분석에서 약품/ 건강보조식품 구매 시 선택요인으로 가격 절감, 정보습득 용이, 신체, 건강에 효과, 제품 사용방법, 쿠폰 이용 가능성, 환불 가능 등을 사용하였다. 미국 소비자들은 판매원, 주변인 추천, 가격, 디자인 등, 외부적인 측면을, 한국 소비자들은 제품의 속성인 건강 관련 요인인 내적인 측면을 중시했다. 건강기능식품 선택속성에서 안종현(2003)¹⁸⁾은 사후서비스, 휴대의 편리성, 천연 자연의 이미지, 브랜드, 광고여부 등 제품에 함유된 성분, 과학적 자료, 제품의 가격, 실제 효능 여부에 대한 속성 9개 문항을 4개의 요인 편의성, 브랜드 이미지, 과학적 근거, 합리성으로 나누었다. 신승준(2006)¹⁹⁾은 건강기능식품 선택 시 고려 요인을 브랜드 및 제조사, 가격, 효능 효과, 본인의 체질 유무, 포장이나 디자인, 특허나 인증, TV 광고나 방송, 구입 장소, 합성 성분이나 천연성분 차이, 맛, 섭취 간편성, 보관 편리성, 구매 용이성, 수입제품여부, 서비스(상담 포함) 선택 등 15가지로 분류하였다. 설상철·박우진·우승균(2014)²⁰⁾의 연구에서는 선택속성을 내재적·외재적 속성으로 구분하였는데, 내재적 속성에는 과학적 자료, 본인의 체질에 맞는지, 실제 효능 여부, 제품에 함유된 성분 등을, 외재적 속성에는 포장디자인, 광고를 하는 제품인지, 브랜드, 제품의 향기, 제조회사로 분류하였다. 선택속성은 제품이나 상품이 갖는 속성들 중에 본인이 결정한 핵심 속성의 결과에 따라 제품 이용 후 지각하는 만족도를 결정적 속성 또는 선택속성이라 할 수 있다고 했다.

따라서 건강기능식품 선택속성에 관한 선행연구를 고찰해 본 결과 실버소비자들이 건강기능식품을 구매할 때 식품의 과학적 근거에 의해 인증된 제품의 기능성을 중요시 여기고 선택하는 것으로 보인다. 또한 구매에 결정적인 요인이 되는 속성을 조사해보니 제품의 브랜드, 상품의 이미지, 판매제조회사, 광고 여부 제품, 맛, 제품 형태, 섭취와 휴대의 편리성, 천연 원료 등으로 제품의 유형적, 인지적 속성을 중요하게 인지하는 것으로 파악되었다. 이는 실버 소비자들이 제품의 본연의 속성인 기능만 보고 선택하지 않고 제품에 대한 브랜드, 상품의 이미지 등을 선택한다는 것인데 기업에 대한 진정성과 신뢰성도 중요하다고 할 수 있다. 따라서 기업은 이러한 선택속성을 좀 더 깊게 제고할 필요가 있다.

연구 방법

연구 대상

이 연구는 2014년 11월 30일부터 12월 30일까지 설문지를 이용하여 서울 및 수도권 중심으로 50세 이상 남·여 373명을 대상으로 조사하였으며 무 응답자, 불성실 응답자의 결지 77부

를 제외한 298부의 자료를 분석에 사용하였다. 이 연구는 실버층 라이프스타일에 따른 건강기능식품 선택 속성에 관한 연구로 문헌고찰과 실증적 분석을 병행하여 연구를 진행하였다. 문헌고찰은 국내·외 논문, 관련 서적 및 전공서적, 학술지, 학회지, 관련 부처 자료, 인터넷 등 각종 자료를 통하여 이루어졌다. 이 연구에서는 실버층 라이프스타일에 따른 건강기능식품 선택속성 요인 간의 차이를 파악하기 위해 조사 도구로 설문지를 사용하였다. 설문지는 선행연구를 토대로 구성하였는데 라이프스타일 35문항, 건강기능식품 선택속성 25문항, 기능성 선택속성 27문항, 기타 일반적인 건강기능식품 사항 11문항, 인구통계학적 특성 11문항 등 총 109문항으로 구성하였다.

자료분석

수집된 자료는 데이터 코딩을 거쳐 SPSS19.0 통계패키지 프로그램을 이용하여 다음과 같이 분석하였다. 첫째, 기초 분

석을 위해 연구 대상자의 인구통계적 특성 및 모든 문항에 빈도 분석을 실시하였다. 둘째, 측정도구의 타당성 검증을 실시하였고, 신뢰도 검증을 위하여 Cronbach's alpha 계수를 산출하였다. 셋째, 타당성과 신뢰도가 확보된 변수들 간의 상관계수를 알아보기 위하여 요인분석을 실시하였다. 넷째, 라이프스타일과 건강기능식품 선택속성의 차이를 알아보기 위하여 군집분석과 던칸 다중범위 검증(Duncan's Multiple Range test)을 실시하였다. 다섯째, 건강기능식품의 기능들에 있어 일반소비자들이 어떤 기능의 제품을 선택하는가에 대한 기능순위를 알아보기 위해 빈도 분석을 실시하였다.

연구 결과

연구대상자의 일반적 특성

서울 및 수도권을 중심으로 50세 이상 실버층 298명의 응답

Table 1. Demographic Differences.

	Section	Statistics			Section	Statistics	
		Frequency (person)	Percentage (%)			Frequency (person)	Percentage (%)
Gender	Male	101	33.9	Occupation	Company management	6	2.0
	Female	197	66.1		Self-employed	56	18.8
Age	Fifty	244	81.9		Public official/public educational official	22	7.4
	Sixty	46	15.5		Specialized job	23	7.7
	Seventy	8	2.7		Company employee	74	24.8
Marital status	Single	13	4.4		Religious people	1	0.3
	Married	285	95.6		Housewife	85	28.5
Form of family	Single-person	14	4.7		Etc	31	10.4
	Couple	73	24.5		less than 1,000,000	26	8.7
	Couple/Children	186	62.4		less than 1,000,000~2,000,000	58	19.5
	Grandparents/Couple/Children	14	4.7		less than 2,000,000~3,000,000	51	17.1
	Etc	11	3.7		less than 3,000,000~5,000,000	70	23.5
Religion	Christianity	110	36.9	less than 5,000,000~7,000,000	43	14.4	
	Catholic	39	13.1	less than 7,000,000~10,000,000	34	11.4	
	Buddhism	52	17.4	above 10,000,000	16	5.4	
	Confucianism	5	1.7	Types of House	Apartment	209	64.7
	Islam	3	1.0		Detached house	59	18.3
	Etc	89	29.9		Town house	25	7.7
Education	Middle school graduate	12	4.0		Etc	30	9.3
	High school graduate	100	33.6		Residence area	Seoul	39
	College graduate	35	11.7	Gyeonggi		227	76.2
	University graduate	120	40.3	Etc		32	10.7
	Graduate school	27	9.1	Physical condition	Good condition	16	5.4
	Etc	4	1.3		Health	104	34.9
			Average		149	50.0	
			Not good		28	9.4	
			Bad condition	1	0.3		

KRW (Korean Won)

자를 대상으로 빈도 분석을 실시하였다. 조사대상자의 인구통계적 특성을 요약하면 Table 1에서 제시된 바와 같다. 이들은 남자 33.9%이고 여자 66.1%로 여자가 남자보다 많으며 연령대는 베이비붐세대 중심으로 50대는 81.9%, 결혼 여부는 기혼이 95.6%로, 가족 구성 형태는 부부 자녀 형태가 62.4%로 나타났다. 그리고 종교는 기독교 36.9%, 최종학력은 대졸 40.3%, 대학원 9.1%로 나타났으며, 직업은 주부 28.5%, 회사 24.8% 등으로 나타났다. 평균 소득은 200~300만원 미만 17.1%, 300~500만원 미만 23.5%, 500~700만원 미만 14.4%등으로 300~500만원 미만의 소득자가 가장 빈도가 높았다. 응답자 거주지는 아파트가 70.1%로 나타났고, 거주 지역은 경기도가 74.1%로 가장 많았다. 또한 응답자의 현재 건강 상태에 대한 질문에 건강 보통이 50.1%, 건강 좋음이 40.3%로 나타났고, 건강 나쁨 아주 나쁨이 9.7%로 나타났다.

실버층 라이프스타일에 대한 군집분석

군집분석은 설문 응답자들이 지니고 있는 다양한 특성의 유사성을 기준으로 동질적인 집단으로 묶거나 다수의 대상들을 몇 개의 동질적인 군집으로 구분한다. 이로써 동질 군집 내에 속해 있는 공통된 특성들을 조사하는 경우에 사용하는 다변량 분석방법이다. 이 연구에서는 분석 대상 298명에 대해 실버층 라이프스타일 요인분석 결과에 따라 동질적인 집단으로 분류하기 위해 군집분석을 실시하였으며, Table 2와 같이 3개의 집단이 추출되었다. 요인분석에서 추출된 각 라이프스타일에 대하여 3개의 집단이 어떠한 차이를 보이는지 다변량 분산분석을 실시하였으며, 각 집단이 어떻게 분류되는지 특성을 유형화하기 위하여 사후 검정으로 던컨의 다중범위 검정(Duncan's multiple range test)를 실시한 분석 결과는 다음과 같다. 이 연구에서는 여가형을 제외한 3개의 요인에서는 유의수준 1%에서 모두 유의미한 차이가 나타났다. 제1군집은 개성 추구 및 경제형 요인이 다른 군집에 비해서 월등히 높으나, 건강형 요인은 다른 군집에 비해 중간 정도로 물질트렌드 지향형으로 명명하였고, 군집의 비중은 전체 298명 중 80명으로 27%를 차지하였다. 제2군집은 건강형 요인이 다른 군집에 비해서 월등히 높으며, 개성추구형 및 경제형 요인은 다른 군집에 비해 중간

정도로 나타나 건강지향형으로 명명하였으며, 군집의 비중은 전체 298명 중 104명으로 35%를 차지하였다. 제3군집은 건강형, 개성추구형, 경제형 요인 모두 다른 군집에 비해 낮게 나타나 현실만족 지향형이라고 명명하였으며, 군집의 비중은 전체 298명 중 114명으로 38%를 차지하였다. 분석결과 여가형 요인에 대해서는 세 군집 모두 모두 높게 나타나서 유의미한 차이가 없었는데, 이는 현재 실버층 대부분이 여가생활을 모두 중요하게 여긴다는 결과로 볼 수 있다.

따라서 실버층 라이프스타일의 군집 분석 결과 군집1(물질트렌드 지향형), 군집2(건강지향형), 군집3(현실만족 지향형) 모두 라이프스타일에 유의한 차이가 있음을 알 수 있었다.

건강기능식품 선택속성에 관한 요인분석

건강기능식품 선택속성에 대한 이 연구에서는 선행연구를 토대로 개발한 속성 25개의 변수들에 대해 변수를 축소·개념화하기 위하여 측정 항목에 대해 요인분석(factor analysis) 및 신뢰도 분석(reliability analysis)을 실시하였다. 요인분석으로 주성분분석(principle component analysis)과 베리맥스(varimax)를 사용하였다. 서로 상관계수가 높은 변수끼리 모아 작은 집단으로 구분한 요인분석 결과, 고유 값(eigen value)이 1.5 이상인 요인을 추출, 3개의 요인이 추출되었다. 그러나 설명력은 47.1%이므로 요인분석에선 설명력 50% 이상으로 나와야 요인 모형을 뒷받침할 수가 있어 설명력이 약한 변수는 제거하였다. 요인과 변수의 상관관계 제곱 값인 공통성(communality)이 0.4미만이면 요인분석 모형에 대한 설명력이 약한 변수이므로 '제품의 가격이 적당하다', '상담사의 전문성 있는 설명', '고객 대응·보상·교환·신속서비스', '할인 등 다양한 프로모션 진행', '주변에서 추천한 제품', '주원료 외에 다양한 원료로 함유되어 있다' 등의 6개 변수가 제거되었는데, 이 변수들도 중요하지 않다고는 볼 수 없다. 예를 들면 가격은 소비자가 제품 선택할 때 금전적 여유를 고려하여 구매행위로 이어지는 결정적 선택요인이 될 수 있기 때문이다.

Table 3에서와 같이 건강기능식품 선택속성 요인분석에서 6개의 변수를 제거한 후, 요인분석을 실시한 결과, 고유 값(eigen value)이 1.3 이상인 변수들을 추출하여 3개의 요인이

Table 2. Cluster Analysis for Elderly Lifestyle.

Factors	Class of Cluster			F-test (p-value)
	Group 1 (n = 80)	Group 2 (n = 104)	Group 3 (n = 114)	
Healthy	3.5406 M	3.8906 H	3.0910 L	69.36 (<0.001)***
Unique	3.8708 H	3.3365 M	3.2252 L	50.81 (<0.001)***
Leisure	3.0475 H	2.9750 H	2.9351 H	0.70 (0.496)
Economical	3.4469 H	3.3125 M	3.0504 L	16.76 (<0.001)***
	Material trend oriented	Health oriented	Complacent oriented	

H (high), M (middle), L (low); Duncan Test (LMH)
*(p < 0.10); **(p < 0.05); ***(p < 0.01)

Table 3. Factor Analysis on Choice Attributes in Health Functional Food.

Classification	Factor Pattern Analysis				Cronbach's alpha (Total = 0.7746)		
	Factor Loadage	Eigen Value	Cumulative Variance	Factor Order			
Symptoms and described product functions are correct	0.72				0.7198		
Diverse effects from product functions	0.70						
Printed expiration date and produced date	0.70	6.67	35.13	Natural Element			
Trust in company that produced/sold the product	0.69						
Approved product (Scientifically)	0.67						
No side-effects from the product	0.65						
Positive result from the product	0.72				2.11	46.25	Typical Element
Use of natural ingredients	0.67						
Quantity is right	0.66						
Product is in shape of: pellet, capsule, liquid, etc	0.58						
Ease of purchase	0.57						
Ease of portability	0.46						
Packaging design and shape of container	0.75	1.38	53.54	Cognitive Element	0.7472		
Taste and smell of product	0.70						
Positivity of the brand	0.69						
Advertised product	0.59						
Ease of consumption	0.42						
Domestic or imported product	0.58						
Well-known functional natural ingredient used	0.47						

Table 4. Level of Interest on Health in Elderly Lifestyle Types.

	Elderly Lifestyle Types				chi-square (p-value)
	Material trend oriented (n = 80)	Health oriented (n = 104)	Complacent oriented (n = 114)	Total (n = 298)	
Very interest	23 (7.7%)	48 (16.1%)	13 (4.4%)	84 (28.2%)	45.8528 (< 0.001)***
Interest	42 (14.1%)	48 (16.1%)	63 (21.1%)	153 (51.3%)	
Normal	14 (4.7%)	8 (2.7%)	29 (9.7%)	51 (17.1%)	
Not interest	1 (0.3%)	0 (0.0%)	8 (2.7%)	9 (3.0%)	
Absolutely not interest	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.3%)	1 (0.3%)	

*($p < 0.10$); **($p < 0.05$); ***($p < 0.01$)

추출되었고 설명력은 53.54%로 이전 요인분석 모형에 비해 동일한 요인수로, 설명력을 높일 수 있었다. 최종 선택된 요인은 본원적 속성, 유형적 속성, 인지적 속성으로 명명되었으며, 요인 범주 내에서 속성들의 결합이 내적 일관성을 갖는지를 알아보기 위하여 가장 많이 사용되고 있는 계수인 크론바흐 알파(Cronbach's alpha)를 이용하여 신뢰도를 측정된 결과, 0.4이상으로 건강기능식품 선택속성 관련 요인변수의 내적 일관성에 문제는 없었다.

실버층 라이프스타일 유형에 따라 건강에 대한 관심도

Table 4와 같이 “실버층 라이프스타일 유형에 따라 건강에 대한 관심도가 다를 것이다.”라는 연구에서 물질트렌드 지향형은 건강에 대해 매우 관심이 7.7%, 관심이 14.1%, 건강지향

형은 매우 관심이 16.1%, 관심이 16.1%로 나타났다. 또한 현실 만족 지향형은 건강에 대해 매우 관심이 4.4%, 관심이 21.1%로 건강에 ‘매우 관심’ 또는 ‘관심’이 높은 유형은 건강지향형으로 전체 응답자 32.2%의 수준으로 다른 유형보다 건강에 관심이 높은 것으로 나타났다. 이는 건강한 삶에 ‘건강’이 중요하다는 주관적 인식에서도 알 수 있다.

정순돌(2015)²¹⁾등은 베이비부머들이 건강에 대한 정보에 많이 노출되고 그로 인해 예방 및 건강행위에 대해 관심이 높아 더 건강해 질 것이라고 하였다

실버층 라이프스타일에 따라 건강에 대한 관심도에 차이가 있는지 알아본 결과, 카이제곱 검정 값은 45.85($p < 0.001$)로 신뢰수준 99%에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

Table 5. Awareness on Health Functional Food in Elderly Lifestyle Types.

		Elderly Lifestyle Types				chi-square (p-value)
		Material trend oriented (n = 80)	Health oriented (n = 104)	Complacent oriented (n = 114)	Total (n = 298)	
Recognition of Health Functional Food	Yes	77 (25.8%)	98 (32.9%)	92 (30.9%)	267 (89.6%)	15.873 (< 0.001)***
	No	3 (1.0%)	6 (2.0%)	22 (7.4%)	31 (10.4%)	

*(p < 0.10); **(p < 0.05); *** (p < 0.01)

Table 6. Awareness on Approved mark of Health Functional Food in Elderly Lifestyle Types.

		Elderly Lifestyle Types				chi-square (p-value)
		Material trend oriented (n = 80)	Health oriented (n = 104)	Complacent oriented (n = 114)	Total (n = 298)	
Do you know approved mark of Health Functional Food by the nation	Yes	44 (14.8%)	45 (15.1%)	33 (11.1%)	122 (40.9%)	13.555 (0.001)***
	No	36 (12.1%)	59 (19.8%)	81 (27.2%)	176 (59.1%)	

*(p < 0.10); **(p < 0.05); *** (p < 0.01)

실버층 라이프스타일 유형에 따른 건강기능식품에 대한 인지도

Table 5와 같이 실버층 라이프스타일 유형에 따라 건강기능식품에 대한 인지도 차이 분석에서 물질트렌드 지향형은 건강기능식품을 ‘안다’ 25.8%, ‘모른다’ 1.0%로, 건강지향형은 ‘안다’ 32.9%, ‘모른다’ 2.0%로, 현실만족 지향형은 ‘안다’ 30.9%, ‘모른다’ 7.4%로 나타났다.

최나홍(2011)²²의 연구에서는 건강기능식품에 대해 건강지향형 라이프스타일에서 건강 신념 수준이 높게 나타나 건강식품 관련 지각된 유익성도 높았다. 그리고 실버층 라이프스타일에 따라 건강기능식품에 대한 인지도는 99% 수준의 유의한 (p < 0.01) 차이를 보였다.

실버층 라이프스타일 유형에 따른 건강기능식품 인증마크에 대한 인지도

Table 6과 같이 “실버층 라이프스타일 유형에 따라 건강기능식품 인증마크에 대한 인지도 차이 분석에서 물질트렌드 지향형은 건강기능식품 인증마크를 ‘안다’ 14.8%, ‘모른다’ 12.1%로, 건강지향형은 ‘안다’ 15.1%, ‘모른다’ 19.8%로, 현실만족 지향형은 ‘안다’ 11.1%, ‘모른다’ 27.2%로 나타났다. 건강기능식품 인증마크에 대한 인지도가 가장 높은 유형은 건강지향형으로 전체 응답자 15.1%의 수준으로 세 라이프스타일 유형 중 가장 높게 나타났다. 이는 건강지향형이 다른 유형에 비해 건강에 대한 관심도와 건강기능식품에 인지도가 높은 결과는 건강기능 식품에 대한 과학적 인증을 중요시 여기는 것으로 사료된다.

Table 6에서 실버층의 라이프스타일 유형에 따라 건강기능식품 인증마크에 대한 인지도에 차이를 알아본 결과 카이제곱 검정값은 13.56(p < 0.001)으로 신뢰수준 99%에서 유의한 차이가 있음을 알 수 있었다. 따라서 실버층 라이프스타일 유형

에 따른 건강 관여도에 대한 차이 분석은 건강에 대한 관심도, 건강기능식품에 대한 인지여부, 건강기능식품 인증마크에 대한 인지여부 모두 99% 수준에서 유의한(p < 0.01) 차이가 나타났다. 따라서 실버층 라이프스타일에 따른 건강 관여도에 차이가 있었다.

실버층 라이프스타일 유형에 따른 건강기능식품 선택속성 차이 분석

실버층 라이프스타일 유형에 따라 건강기능식품 선택속성에 차이를 검증하기 위해 라이프스타일 군집과 건강기능식품 선택속성의 3개의 요인인 본원적 속성, 유형적 속성, 인지적 속성에 대해 Table 7, Table 8, Table 9와 같이 ANOVA 분석으로 다변량 분산분석을 실시하였다.

실버층 라이프스타일 유형과 건강기능식품 본원적 속성

본원적 속성이란 이 연구에서는 건강기능식품의 특성상 생리 활성 기능을 중심으로 한 제품의 기능성, 다양한 효능, 특허나 인증, 본인 체질에 맞는지와 제조, 판매회사, 제조일자, 유통기한이 포함되어 선택한 요인들을 말한다. 이에 Table 7과 같이 실버층 라이프스타일에 따라 건강기능식품 본원적 속성의 차이를 분석한 결과, 물질트렌드 지향형은 본원적 속성을 높게, 건강지향형도 높게, 현실만족 지향형은 중간으로 중요시 여기는 것으로 나타났다. 물질트렌드 지향형이 본원적 속성을 중요하게 여기는 것은 건강기능식품의 실질적 기능을 중요하게 고려하는 것으로 판단된다. 또한 건강지향형도 본원적 속성을 중요하게 생각하는데 이것은 건강한 삶을 지향한 결과라고 판단되며 건강기능식품에 대한 효능 및 과학적 자료 등 제조판매회사의 신뢰성도 고려하여 판단하는 것으로 사료된다. 또한 라이프스타일 유형에 따라 건강기능식품 본원적 선택속성은 유의한(p < 0.01) 차이를 보였다.

Table 7. Results of Difference in Fundamental Attribute.

Multivariate analysis				
	Group 1 (n = 80)	Group 2 (n = 104)	Group 3 (n = 114)	F-test (p-value)
Fundamental Attribute	4.3417 H	4.2740 H	3.8801 M	22.55 (< 0.00)***
	Material trend oriented	Health oriented	Complacent oriented	

H (high), M (middle), L (low):Duncan Test (LMH)
*(p < 0.10); **(p < 0.05); *** (p < 0.01)

Table 8. Results of Difference in Tangible Attribute.

Multivariate analysis				
	Group 1 (n = 80)	Group 2 (n = 104)	Group 3 (n = 114)	F-test (p-value)
Tangible Attribute	3.9729 H	3.7756 M	3.4971 L	18.87 (< 0.00)***
	Material trend oriented	Health oriented	Complacent oriented	

H (high), M (middle), L (low): Duncan Test (LMH)
*(p < 0.10); **(p < 0.05); *** (p < 0.01)

Table 9. Results of Difference in Cognitive Attribute.

Multivariate analysis				
	Group 1 (n = 80)	Group 2 (n = 104)	Group 3 (n = 114)	F-test (p-value)
Cognitive Attribute	3.6196 H	3.4121 M	3.1967 L	13.65 (< 0.001)***
	Material trend oriented	Health oriented	Complacent oriented	

H (high), M (middle), L (low): Duncan Test (LMH)
*(p < 0.10); **(p < 0.05); *** (p < 0.01)

실버층 라이프스타일 유형과 건강기능식품 유형적 속성

유형적 속성이란 이 연구에서는 ‘제품의 용량’, ‘섭취 사례’, ‘제품의 형태’(환, 캡슐, 젤리 형, 액체 등)와 ‘구매와 휴대의 편리성’, ‘천연원료나 재료’를 포함하여 선택된 요인들을 말한다. 이에 Table 8과 같이 “실버층 라이프스타일 유형에 따라 건강기능식품 유형적 속성의 차이 분석에서 물질트렌드 지향형은 유형적 속성이 높게 나타났고 건강지향형은 중간으로, 현실만족 지향형은 낮게 나타났다. 물질트렌드 지향형은 유형적 속성을 가장 높게 선택했는데 이는 제품의 형태가 위에 부담이 없고, 휴대의 간편성을 고려하여 선택된 것으로 판단하며, 웰빙을 추구하며 개성이 강하며 자신을 가꾸는 유형으로서 천연원료나 재료를 사용하는 제품을 선택되는 것으로 사료된다. 그리고 라이프스타일 유형에 따라 건강기능식품 유형적 선택속성은 유의한(p < 0.01) 차이를 보였다.

실버층 라이프스타일 유형과 건강기능식품 인지적 속성

인지적 속성이란 이 연구에서는 건강기능식품의 본원적 속

성과 유형적 속성을 제외한 ‘포장디자인 및 제품 용기 형태’, ‘브랜드 이미지’, ‘맛’, ‘향’, ‘광고하는 제품’, ‘국산 또는 수입제품’, ‘잘 알려진 기능성 원료’ ‘섭취 방법이 간편하다’ 등이 포함된 요인들을 말한다. Table 9와 같이 실버층 라이프스타일 유형에 따른 건강기능식품 인지적 속성의 차이를 분석한 결과, 물질트렌드 지향형은 인지적 속성이 높게 나타났고 건강지향형은 중간으로 나타났으며 현실만족지향형은 낮게 나타났다. 물질트렌드 지향형이 인지적 속성을 가장 중요하게 평가하였는데, 이는 건강 기능식품 속성 중에서 브랜드 이미지나 제품에 대한 광고, 포장디자인이나 맛, 향 또는 잘 알려진 기능성 원료가 중요하다고 생각하는 것으로 사료된다. 그리고 라이프스타일 유형에 따라 건강기능식품 인지적 선택속성은 유의한(p < 0.01) 차이를 보였다. 이 연구에서 실버층 라이프스타일 유형에 따라 건강기능식품 선택속성에 대한 차이 분석을 종합해 보면 선택속성의 3개 요인 모두 신뢰수준 99%에서 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 따라서 실버층 라이프스타일에 따른 건강기능식품 선택속성에 차이가 있었다. 건강기능식품 선택속성에 관한 분석에서는 물질트렌드 지향형을 살펴보면, 선택속성에 있어서 ‘본원적 속성’, ‘유형적 속성’, ‘인지적 속성’ 모두 높게 고려하는 것으로 나타났고, 건강지향형은 건강과 가장 밀접한 ‘본원적 속성’을 높게 고려하고, 유형적 속성 및 ‘인지적 속성’은 중간 정도로 고려하는 것으로 나타났다. 마지막으로 현실만족 지향형은 선택 속성의 중 본원적 속성은 중간으로 나타나고 유형적 속성, 인지적 속성은 낮게 나타났다. 이는 실버층 라이프스타일에 따라 건강기능식품을 선택할 때 결정적 요인을 가진 속성에 대해 개인마다 선호하는 제품의 선택속성이 다르다는 것을 의미한다. 세 개의 라이프스타일 유형에 있어 시장 크기를 보면, 물질트렌드지향형은 80명, 건강지향형은 104명, 현실만족 지향형 114명으로 구성되어 있다. 즉 건강기능식품 시장은 다양한 마이크로 시장의 집합체라 할 수 있다. 왜냐하면 실버층 개인들마다 신체 건강에 차이가 있고 신체기능에 따라 건강기능식품에 대한 선택속성에도 차이가 있기 때문에 모두가 동일한 속성을 가진 건강기능식품을 구입하지는 않는다. 예를 들어 실버층 50대~60대는 뼈/관절 기능보다는 폐경기나 그에 따른 호르몬 변화에 관계된 기능이나 피부 미용기능과 관련된 이너 뷰티제 등의 제품을, 70대 이상은 뼈/관절, 치아기능, 영양소 기능 등의 제품들을 구입한다. 그러므로 기업은 소비자에 의해 세밀하게 결정된 선택속성이 매우 중요함을 인식하고 면밀하게 관찰할 필요성이 있다. 건강기능식품 시장이 활성화되면서 정부의 적극적인 정책으로 기능에 대한 효능과 안전성 등 과학적 근거에 의한 제품들이 많이 생산되고 있는데 소비자들에게 효과성 있는 제품으로 각인 시키기란 용이하지 않다. 따라서 제품의 특성을 제고해 구매의 결정적 역할을 하는 선택속성에 대한 제품개발 및 촉진전략이 필요하다고 할 수 있다. 따라서 기업은 라이프스타일 유

Table 10. Ranking of Frequency Analysis on Functionality in Health Functional Foods.

(Unit: %)

Ranking	Section	Frequency		Percentage	
		Selection	Unselected	Selection	Unselected
1	Improvement of dysfunctional voiding	130	168	43.6%	56.4%
2	Risk reduction of cavity	126	172	42.3%	52.7%
3	Improvement of cavity	120	178	40.3%	59.7%
4	Climacterium male · female sex health	115	183	38.6%	61.4%
5	Improvement of tiredness	110	188	36.9%	63.1%
6	Improvement of execution of exercise	109	189	36.6%	63.4%
7	Improvement of immune function	107	191	35.9%	64.1%
8	Antioxidant	104	194	34.9%	65.1%
9	Relaxation (stress)	99	199	33.2%	66.8%
10	Furnace health	83	215	27.9%	71.1%

형에 따라 선택된 속성들에 대한 세분화를 통해 욕구를 파악하고 그에 적합한 제품개발 및 유통 및 촉진 방안 등 마케팅 전략을 수립해야 한다.

건강기능식품 기능성에 대한 빈도분석

현대사회는 과거의 먹거리에 대한 개념과는 다르게 먹는 것에 대한 불안감으로 살아가고 있다. 평균수명이 지속적으로 늘어나면서 건강에 대한 염려로 건강기능식품에 관심이 쏠리면서 식품 원료나 기능에 대한 안전성이 중요시되고 있다. Table 10과 같이 건강기능식품에서 어느 기능을 위해 섭취하고자 하는지에 대한 순위 중 1위에서 10위까지를 살펴보면 ‘배뇨기능 개선’, ‘충치 발생 위험 감소’, ‘콜레스테롤 개선’, ‘갱년기 남·여 여성 건강’, ‘충치 발생 위험 감소’, ‘피로개선’, ‘운동수행 능력 개선’, ‘면역기능 개선’, ‘항산화’, ‘긴장완화(스트레스)’, ‘요로 기능’ 등으로 나타났다. 실버층들이 고민하는 건강문제에 대한 기능들을 살펴보면 항산화 기능, 운동능력 수행 개선 기능, 면역력 개선 기능 등은 몸의 항산화성을 유지하여 신체의 퇴화를 막아주고, 산화적 스트레스로부터 신체를 보호하는 기능들이라 할 수 있다. 특히 최고 빈도인 배뇨기능의 장애는 삶의 질에 부정적 영향을 끼치고 건강 관련 삶의 질을 낮추는 것으로 파악되었다.²³⁾ 따라서 기능성에 대한 빈도 순위는 실버층의 건강기능식품 소비 방향을 예측할 수 있는 항목별 지침으로 유용할 것이다.

고찰 및 결론

고령사회에 사는 실버층들은 수명의 연장으로 인해 삶의 질 향상에 대한 욕구가 강해지면서 건강에 대한 관심이 고조되고 있다. 이러한 현상을 반영하듯 기업이나 관련업체들은 실버층을 타겟으로 건강기능식품의 생산과 판매를 위해 지속적으로 이 시장에 대한 변화에 관심을 집중하고 있다. 이에 실버소비자를 대상으로 다양한 종류의 건강기능식품들에 대한 기능을

알리기 위해 활발한 활동을 수행하고 있다. 이 연구는 실버층 라이프스타일에 따른 건강기능식품 선택속성에 관한 연구이다. 표본집단의 실버층 인구통계적 특성 파악과 라이프스타일 유형에 따른 건강관여도, 건강기능식품 선택속성 차이를 분석함으로써 건강기능식품 관련 기업들의 마케팅 전략 수립에 도움을 주고자 하였다. 이 연구 결과를 제시하면 다음과 같다.

첫째, 실버층 라이프 스타일 유형에 따른 건강 관여도 즉 ‘건강에 대한 관심’, ‘건강기능식품인지’, ‘기능성 인증마크’를 분석한 결과 모두 유의한 차이가 있다고 분석되었다. 실버층 라이프스타일 유형에 따라 건강에 대한 관심도를 분석한 결과, 건강에 관심 또는 매우 관심이 높은 유형은 건강지향형으로 전체 응답자 32.2%의 수준으로 ‘건강에 대한 관심’이 높은 것으로 나타났다. 이는 건강한 삶에 ‘건강’이 중요하다는 주관적 인식이 나타난 것으로 유추된다. 실버층 라이프스타일 유형에 따른 건강기능식품의 인지도를 분석한 결과 건강기능식품에 대한 인지도가 가장 높은 유형은 건강지향형으로 전체 응답자 32.9%의 수준으로 높게 나타났다. 라이프스타일 유형에 따라 건강기능식품 인증마크에 대한 인지도를 분석한 결과 건강기능식품 인증마크에 대한 인지도가 가장 높은 유형은 건강지향형으로 세 라이프스타일 유형 중 가장 높게 나타났다. 이는 건강지향형이 다른 유형에 비해 건강에 대한 관심도와 건강기능식품에 인지도가 높게 나타난 결과에 따른 것으로 사료된다.

둘째, 실버층 라이프스타일에 따른 건강기능 식품 선택속성을 분석한 결과 세 가지 유형 모두 유의한 차이가 나타났다. 물질트렌드 지향형을 살펴보면, 선택속성에 있어서 ‘본원적 속성’, ‘유형적 속성’, ‘인지적 속성’ 모두 높게 고려하는 것으로 나타났다. 경제력을 바탕으로 적극적이고 액티브한 물질트렌드 지향형 실버층은 건강기능식품을 선택할 때 제품의 효능도 중요하고, 맛이나 포장에서 나타나는 제품에 대한 이미지, 신뢰성이 주는 브랜드 가치도 중요하게 여긴다는 것을 알 수 있다. 따라서 물질트렌드 지향형은 다양한 욕구에 의한 다양한 가치를 추구하는 라이프스타일 유형으로 시사된다. 건강지향

형은 건강과 가장 밀접한 '본원적 속성'을 높게 고려하고, 유형적 속성' 및 '인지적 속성'은 중간 정도로 고려하는 것으로 나타났다. 이는 건강을 우선시 여기는 유형으로서 과학적으로 인증된 제품을 신뢰하며, 본인 체질에 맞는지도 중요하여 실질적인 기능에 대한 제품을 중요하게 여기는 것으로 시사된다. 또한, 현실만족 지향형에서는 본원적 속성은 중간으로 나타났고 유형적, 인지적 속성은 모두 낮게 나타났다. 이는 건강에 대한 관심은 있으나 건강기능식품의 관심도는 적은 것으로 유추한다. 즉 실버시장은 실버층의 서로 다른 욕구를 가진 시장으로 라이프스타일 유형에 따라 파악된 건강기능식품 선택속성의 변수는 매우 중요하다고 사료된다.

이 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 이 연구는 설문조사 범위를 수도권에 한정하였기에 연구결과를 일반화 시키는 데는 한계가 있다. 차후 연구는 연구 범위를 확대하는 것이 필요하다. 둘째, 실버층 라이프스타일의 설문 항목에서 복잡한 문항으로 인한 불성실한 질문지가 다수 있었다. 따라서 차후에는 좀 더 정확한 측정을 위하여 설문 항목에 대해 조사자의 교육도 모색할 필요가 있다. 셋째, 건강기능식품에 대한 선행 논문은 다수였으나 건강기능식품 선택속성에 관한 선행연구는 자료가 부족해 폭넓은 고찰에는 한계가 있었다. 따라서 실버층 라이프스타일 유형에 따라 건강기능식품 선택속성의 차이를 기준으로 좀 더 체계적으로 건강기능식품 시장을 세분화함으로써 이 시장에 적합한 건강기능식품 개발 및 전략 수립에 중요한 정보를 제공하여 유용하게 마케팅에 활용될 것으로 시사된다.

참고문헌

1. The Korea Economic Daily, (Available at <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2015021509431&intype=1>. Accessed on Feb 16, 2015).
2. Korea Ministry of Government Legislation, (Available at http://www.law.go.kr/01135_20150116, Accessed on Dec 4, 2015).
3. Bartos R. Over 49, The invisible consumer market, HBR 1980; 58(1):140-148.
4. Moschis GP, Gerontographics, JCM 1993;10(3):43-53.
5. Kim SE, A Study on Factors Affecting Purchase of Elderly Consumer according to Lifestyle Types, KOCOMA 2007;14(1):113-128.
6. Kwak JH, Choi SI, A Study on Effect of Silver Consumer's Lifestyle on Purchase Satisfaction and Repurchase Intention of Health Function Foods, KSFN 2007;20(3):334-340.
7. Kim SS, Choi SB, The relevant study of the aged consumer's lifestyle and concern about health food, KHWE 2009;1(1):1-13.
8. Choi NH, Ahn HS, Lee SM, Comparison of Health Belief Levels and Health Behavior Practices according to Lifestyle among Adults Residing in Seoul, KJCN 2011;16(6):683-696.
9. Kim SE, A Study on Factors of Retail Choices according to the Lifestyle of Elderly consumers, KMEBA 2012;23(3):141-159.
10. Son KB, Effects of the lifestyle, condition of health, leisure activity of baby boomers on the preparation of the old age, Ph.D. Daegu Haany Uni. 2014,2.
11. Korea Ministry of Food and Drug Safety (Available at <http://www.mfds.go.kr/index.do>. Accessed on Apr 20, 2015).
12. Kim SE, Silver Marketing, 1st ed. Seoul, Hyungseul, 2004, pp153-184.
13. Yoo TJ, Baekseisidae 100ssd newspaper, Aug. 18, 2014.
14. Korea Minister of Health and Welfare (Available at http://www.mohw.go.kr/front_new/index.jsp. Accessed on Apr 20, 2015).
15. Yoon HH, Marketing Management, 1st ed, Seoul, SukJung, 2000, pp251-254.
16. Ha KS, Kim JS, Selection Attributes and Pursuit Benefits of Processed Fishery Product, KSFC 2010;25(5):516-524.
17. Seo BC, Kim SE, Analysis of Purchasing Behaviors for Korean Elderly Consumers, KODIA 2005;10(4):23-39.
18. An JH, A Study on Positioning of nutraceutical attributes in the Korean health food market, master's thesis, Sungkyunkwan Business School, 2003, 8.
19. Shin SJ, A Study on Consumer Awareness of Health Functional Foods in Korea, Korea University Institute of Statistics 2006;19(2):61-73.
20. Seol SC, Park WJ, Woo SK, A Study on The Analysis of Differences made by Characteristics Selection Attributes and Consumption Behavior based on Types of Consumer of Health Functional Foods, KASTLE 2014;26(1):463-482.
21. Chung SD, Jean HS, Jean JH, The Influence of Lifestyle on Subjective Mental and Physical Health; Comparative Analysis Among Baby-boomers, KJGSW 2015,3;67:61-82.
22. Choi NH, Ahn HS, Lee SM, op. cit.
23. Kim MJ, Symptom experience and health-related quality of life in adults with voiding dysfunction, Master's thesis, Yonsei Uni. 2010.