

남성의 외모관심과 여가활동관심에 따른 의식주생활 Comparison of clothing, food, and living styles according to interests in appearance and leisure activities on male consumers

오 승 태¹, 이 규 혜², 이 지 연^{3*}

(주) 크리스F&C FANTOM 기획실 계장¹, 한양대학교 의류학과 교수², 한양대학교 의류학과 부교수^{3*}

Seung-Taek Oh¹, Kyu-Hye Lee², Ji-Yeon Lee^{3*}

Merchandising Department, Fantom, CreasF&C Co., Ltd¹

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University, Seoul, Korea²

Associate Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University, Seoul, Korea^{3*}

Abstract

Recently, interest in appearance and leisure activities has increased due to changes in values and lifestyles of adult men. In addition, changes in the social environment have increased the time to invest in leisure activities. This study examined the clothing, food, and living life of adult men according to their interest in appearance and leisure activities. The survey was conducted with an adult male living in Seoul, and analysis were executed through correlation and t-test method.

As a result of the study, it was found that adult males are generally interested in leisure activities and their appearance. Men with high interest in appearance showed high importance on clothing and living, and their interest in leisure activities was found to be related to clothing, food, and living life.

Men who have high interest in appearance tended to pursue individuality and fashion trend among clothing life, and showed a high sense of interior design or investment propensity in living life. In case of men with a lot of interest in leisure activities pursued individuality and fashion trend in clothing, taste and health in diet, and sensuous interior in living.

Therefore, companies related with apparel, food, and housing need to continuously investigate changes in male consumer characteristics in accordance with the flow of time, and develop product and marketing strategies according to the changes in male characteristics.

Key words : adult male, appearance interest, leisure activity, clothing, food, and living styles

주제어 : 성인남성, 외모관심, 여가활동, 의식주 생활

1. 서론

사회가 변화하면서 외모를 가꾸고 관리하는 남성들이 점차 증가하고 있다. 외모를 가꾸는 것은 각자의 개성과 지위, 역할을 표현하는 것이며 외모에 따라 개인의 능력 평가에도 영향을 미친다. 과거와 달리 남성들도 피부, 체중, 헤어 관리 등 다양한 부분으로 외모를 관리하여 있으며, 성인 남성의 외모에 대한 관심은 여성과 크게 다른 차이가 없어지고 있다(Jung & Lee, 2001). 외모관심도는 의복 선택에 있어서 옷의 디자인, 색상, 사이즈 등을 고려하는 중요한 요인이다

(Jung, 2015). 한편, 정책적으로 회사의 근무 단축제도가 시행되었고, 직장인들은 일과 삶의 균형(Work-life balance)에 대한 관심이 증가하였다. 그로 인해 직장인들은 여가활동에 대한 관심이 높아졌으며, 퇴근 이후 적극적으로 여가시간을 활용하게 되었다. 과거에는 주말에 집중되어 있던 여가활동들이 주중에도 가능해지면서 스포츠 활동, 문화 활동뿐만 아니라 자기계발 및 노후대비 등의 본인을 위한 시간 투자 및 소비가 증가하였다(Lee, 2019). 현대인들의 여가활동을 여가참여조건 유형 검사 도구를 사용하여 조사한 결과 현대인들은 소극적 여가활동보다는 적극적 여가활동을 추구하는 것으로 나타났다(Kim & Lee, 2011). 이렇듯 사회

* Corresponding Author ; Ji-Yeon Lee

Tel : 82-2-2220-1182, E-mail : jyeonlee@hanyang.ac.kr

적인 변화로 성인 남성들도 외모에 대한 관심이 증가하였고, 여가활동시간도 증가하였으므로 의식주 생활에 있어서도 변화가 있을 것으로 보인다.

외모는 사람을 평가하는 데 있어 중요한 기준으로 작용하고 있다. 페이스북, 인스타그램, 유튜브와 같은 뉴미디어의 발달과 정보 확산의 속도가 빨라진 지금 시대에 SNS로 인해 여성의 외모 관리 행동뿐만 아니라 남성의 외모관리 행동 및 관심도 또한 크게 증가하고 있다. Hong(2013)은 남성의 외모 관리가 보편화, 다양화가 되고 있으며, 남성의 외모 관리도 여성만큼 변화할 것이라고 하였다. 남성의 외모관심은 외모를 가꾸기 위한 뷰티 제품의 구매를 증가시켰고(Lee & Jung, 2018), 성인 남성의 외모 관심이 높을수록 과시 소비도 높게 나타났다(Hong, 2012). 이와 같이 남성들의 외모 관심은 외모관리행동, 구매에 영향을 미칠 뿐만 아니라 남성들의 전반적인 의생활, 식생활, 주생활에도 변화를 가져올 것으로 보인다.

여가활동은 일에서 벗어나 자유 시간에 의무적인 활동 이외에 자신의 의지대로 사용되어지는 시간으로 매우 중요하다. 여가시간을 활용하여 다양한 활동을 하는 것은 남성들의 삶의 질 향상에에도 영향을 미치며, 여가활동이 많을수록 삶의 만족도 높게 나타나고 있어 직장인들에게 있어 일과 삶의 균형인 워라벨의 중요성은 더욱 증가하고 있다(Pheng & Chua, 2018). 또한 여가활동에 대한 빈도와 시간을 많이 투자하는 사람일수록 여가활동에 대한 만족도는 높다(Kim & Lee, 2011).

의식주 생활은 인간의 삶에 있어 가장 기초적인 3가지 요소이며 필수적인 요소이기도 하다. Son (2019)의 연구에서는 라이프스타일에 따라 차이가 있지만 시간이 흐를수록 사람들의 소득은 점차 증가하며, 의생활·식생활·주생활에 대한 지출금액도 점차 증가한다. 의생활은 개인의 관심사와 다양한 요인에 의해 다르게 나타나며 의생활 트렌드도 시대에 따라 변화하고 있다. 의생활 관련 연구는 여성을 대상으

로 한 연구가 남성을 대상으로 한 연구보다 많은 실정이다. 이는 이전에는 남성의 의복 관심이 여성에 비해 적기 때문에 남성을 대상으로 한 연구가 적었지만 요즘은 남성도 외적인 것에 관심이 많아져(Lee & Kim, 2012), 외모나 패션에 대한 관심이 증가하고 있다.

건강식에 대한 관심은 점차 증가하였으며 음식을 통한 삶의 질 향상에 대한 관심도 증가함에 따라 식생활 관련 연구도 활발하게 이루어지고 있다(Hur, Lee & Lee, 2006). 식생활에 대한 관심이 많으면 의생활에 있어서도 관심이 많은 것으로 나타났는데(Choi, 2017), 이는 의생활과 식생활이 서로 관련이 있다는 것을 의미한다. Park(2015)의 연구에서는 식생활에 따라 성인들의 행동이 다르게 나타났는데, 이는 남성들의 변화에 따라 식생활에 따른 행동에도 변화가 있을 것으로 예상된다.

주생활 분야에 있어서도 생활의 여유와 삶의 질 향상을 추구하는 경향으로 인해 주생활의 미적인 측면인 인테리어에 대한 관심이 증가하고 있다. 개인의 라이프 스타일, 주거에 대한 관심도와 취향에 따라 선호하는 인테리어 스타일도 다르다(Park & Yoon, 2001).

많은 선행연구들은 개인의 생활방식이나 가치관에 따라서 의생활, 식생활, 주생활을 분리하여 사람들의 태도나 행동에 대한 연구를 진행하였다. 그러나 시대의 변화와 더불어 개인의 생활양식은 의식주 생활에 있어 서로 관련이 있을 것으로 보인다. 따라서 본 연구는 남성들의 변화에 있어 중요한 부분인 외모관심도와 여가활동관심도에 따라 의식주 생활에 어떠한 차이가 있는지를 구체적으로 알아보고자 한다.

II. 연구방법

1. 연구문제

본 연구의 목적은 외모관심도와 여가활동관심도가 의식주 생활에 어떠한 관계가 있는지를 알아보고, 외모관심도와 여가활동관심도에 따른 성인 남성의 의식주 생활의 차이를 알아보고자 한다.

첫째, 외모관심도, 여가활동관심도, 의식주 생활간의 관계를 알아본다.

둘째, 외모관심도와 여가활동관심도에 따른 의식주 생활의 차이를 알아본다.들의 쇼핑성향을 다시금 유형화할 필요가 있을 것이다.

2. 자료 수집 및 분석

본 연구는 외모관심과 여가활동관심에 대해 관심이 많은 집단과 낮은 집단으로 분류하여 의식주 생활의 차이를 알아보고자 하였다.

연구 대상은 서울지역에 거주하는 19세 부터 59세까지의 성인 남성이며, 설문지를 통해 자료를 수집하였다. 설문 문항은 외모 관심, 여가활동관심, 의생활, 식생활, 주생활과 인구 통계적 특성에 대한 내용으로 구성되었다. 외모 관심은 외모와 쇼핑과 관련된 내용으로, 여가활동관심은 여가/레저 활동에 관한 내용으로 측정하였다. 성인 남성의 의식주 생활을 측정하기 위해 Chaiky(1992)의 설문 문항 중 일부 문항을 선정하여 설문지에 사용하였다. 의생활 문항 중 유행성 추구는 ‘새로운 패션에 대한 습득’으로, 개성추구는 ‘옷이나 액세서리 등을 선택하는데 나만의 스타일이 있다’는 내용으로 측정하였다. 식생활 문항 중 미식 추구는 ‘맛이 있다고 소문난 음식점을 찾아다니는 편이다’로, 건강관리 추구는 ‘나는 채식위주의 식생활을 한다’는 문항을 사용하였다. 주생활 중 인테리어 감각 추구는 ‘집안이나 내 방을 꾸미는 감각이 있다’로, 인테리어 비용 투자 추구는 ‘집안이나 내 방을 꾸미는데 돈을 더 들일 의사가 있다’는 내용으로 구성하였다. 자료 분석에 사용된 설문지는 총 680부이며, 자료

분석은 SPSS 24.0을 이용하여 상관관계분석과 t-test를 실시하였고, 외모관심도와 여가활동관심도는 평균 2.5점을 중심으로 여가활동 고관심 집단과 저관심 집단으로 구분하였다.

III. 연구결과

1. 외모관심, 여가활동관심과 의식주 생활

1) 외모관심과 의식주 생활

<Table 1> Correlation analysis between interest of appearance and clothing, food, and living style

	Interest of appearance	Pursuit of individuality	Pursuit of trend	Pursuit of taste	Pursuit of health	Pursuit of sense	Pursuit of investment
Interest of appearance	1						
Pursuit of individuality	.21**	1					
Pursuit of trend	.09*	.43**	1				
Pursuit of taste	.06	.15**	.11**	1			
Pursuit of health	.01	.14**	.03	.03	1		
Pursuit of sense	.20**	.35**	.30**	.10*	.15**	1	
Pursuit of investment	.14**	.23**	.25**	.17**	.04	.46**	1

*p< .05 **p< .01

외모관심도와 의식주 생활 간의 상관관계를 분석한 결과는 <Table 1>로 외모관심과 의생활의 개성 추구하고 유행추구는 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 외모관심과 주생활의 인테리어 감각 추구하고 인테리어 투자 추구도 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 외모에 대한 관심은 의식주 생활 중 의생활과 주생활에서만 유의한 관계가 나타났으며, 식생활

과는 상관관계가 없는 것으로 나타났다. 즉, 성인 남성들이 외모에 대한 관심이 많을수록 의생활에서 개성과 유행을 추구하는 성향이 높았으며, 주생활에서는 인테리어를 감각적으로 하거나 인테리어를 위한 투자를 적극적으로 하는 것을 알 수 있다.

2) 여가활동관심과 의식주 생활

<Table 2> Correlation analysis between interest of leisure activities and clothing, food, and living style

	Intere st of leisure activit ies	Pursu it of indivi dualit y	Pursu it of trend	Pursu it of taste	Pursu it of health	Pursu it of sense	Pursu it of investme nt
Interest of leisure activities	1						
Pursuit of individu ality	.21**	1					
Pursuit of trend	.16**	.43**	1				
Pursuit of taste	.24**	.15**	.11**	1			
Pursuit of health	.09*	.14**	.03	.03	1		
Pursuit of sense	.19**	.35**	.30**	.10*	.15**	1	
Pursuit of investme nt	.20**	.23**	.25**	.17**	.04	.47**	1

* $p < .05$ ** $p < .01$

여가활동관심과 의식주 생활의 상관관계를 분석 결과는 <Table 2>로 여가활동관심과 의생활 항목에서는 개성 추 구, 유행 추구하고 상관관계가 있는 것으로 나타났고, 식생활 에서는 건강관리 추구하고 미식추구, 주생활은 인테리어 감각 추구하고 인테리어 투자 추구하고 상관관계가 있는 것으로 나타 났다. 자세하게 살펴보면 여가활동에 관심이 많은 남성들은 의생활에 있어서 개성과 유행을 추구하는 성향이 높았으며, 식생활에서는 미식을 추구하고 건강을 추구하는 성향이 있 었으며, 주생활에 있어서는 인테리어의 감각을 중요하게 생

각하고 이를 위해 인테리어를 위해 비용에 투자하였다. 즉 여가활동에 대한 관심이 높은 남성들은 의생활·식생활·주 생활 모두 중요하게 생각함으로 의식주 생활과 관련이 높은 것을 알 수 있다.

2. 외모관심도·여가활동관심도에 따른 의식주 생활 차이

1) 외모관심도에 따른 의식주 생활 차이

<Table 3> The differences in clothing, food, and living style according to appearance interest

(N=680)

Clothing, food, and living style		Interest of appearanc e group	M	SD	<i>t</i>
Clothing	Pursuit of individ uality	Higher group (n=344)	3.13	.81	5.74***
		Lower group (n=335)	2.76	.89	
	Pursuit of trend	Higher group (n=344)	2.21	.79	8.06***
		Lower group (n=335)	1.78	.71	
Food	Pursuit of taste	Higher group (n=344)	3.47	1.02	1.85
		Lower group (n=335)	3.31	1.21	
	Pursuit of health	Higher group (n=344)	2.88	1.21	2.60
		Lower group (n=335)	2.63	1.27	
Living	Pursuit of sense	Higher group (n=344)	2.38	1.17	5.37***
		Lower group (n=335)	1.92	1.05	
	Pursuit of invest ment	Higher group (n=344)	2.80	1.20	3.73***
		Lower group (n=335)	2.44	1.29	

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

외모관심도에 따른 의식주 생활에 대해 분석한 결과는 <Table 3>과 같다. 성인 남성들의 외모 관심도에 따라 의 생활과 주생활 영역에서는 차이가 나타났으나 식생활 영역

에서는 차이가 나타나지 않았다. 외모에 대한 관심이 높은 남성들이 의생활 중 개성을 많이 추구하는 것으로 나타났고, 유행성 부분에서는 평균값이 3이하로 대체로 의생활에 있어 유행성을 적극적으로 추구하지는 않았지만 외모 관심이 높은 남성들이 낮은 남성들에 비해 상대적으로 유행성을 추구하는 것으로 나타났다. 식생활 영역에서는 외모 관심 집단에 따른 유의미한 차이는 나타나지 않았지만 외모에 관심이 많은 남성이 식생활에서도 상대적으로 미각과 건강관리를 상대적으로 중요하게 생각하였다. 주생활 영역에서는 평균이 3점 이하로 전체적으로 남성들의 관심이 적은 것으로 보이나 외모에 관한 관심이 많은 성인 남성들이 주생활에서도 감각적인 인테리어를 추구하고 투자하는 경향이 있는 것으로 나타났다.

이상의 결과는 외모관심도에 따른 의생활의 개성 추구는 외모관심이 많은 집단이 외모에 관심이 적은 집단보다 개성을 더 추구하는 것으로 나타난 Son and Lee(2018)의 결과와 일치하며 외모에 관심이 많으면 의생활에 있어 본인을 적극적으로 표현할 수 있는 개성을 추구하는 것을 알 수 있다.

2) 여가활동관심도에 따른 의식주생활 차이

<Table 4> The differences in clothing, food, and living style according to leisure activities interest

(N=680)

Clothing, food, and living style		Interest leisure activities group	M	SD	t
Clothing	Pursuit of individuality	High (n=509)	3.09	.81	7.39***
		Low (n=171)	2.54	.90	
	Pursuit of trend	High (n=509)	2.12	.78	6.18***
		Low (n=171)	1.70	.71	
Food	Pursuit of taste	High (n=509)	3.48	1.08	3.83***
		Low (n=171)	3.11	1.21	

	Pursuit of healthy	High (n=509)	2.86	1.22	3.86***
		Low (n=171)	2.44	1.26	
Living	Pursuit of sense	High (n=509)	2.28	.98	5.11***
		Low (n=171)	1.78	1.16	
	Pursuit of investment	High (n=509)	2.20	1.21	-5.21***
		Low (n=171)	2.77	1.29	

***p<.01

여가활동관심도에 따른 의식주 생활에 대해 분석한 결과는 <Table 4>와 같다. 성인 남성의 여가 활동 관심도에 따라 의생활, 주생활, 식생활에서 모두 유의미한 차이가 나타났다. 의생활 영역에 있어서는 여가 활동에 대한 관심이 높은 남성들이 의생활 영역 중 개성을 더 많이 추구하는 것으로 나타났다. 의생활 영역 중 유행성을 추구하는 부분에서는 남성들 모두 평균 3점 이하의 반응을 보였으나 여가 활동에 관심을 많은 남성들은 관심이 적은 집단에 비해 상대적으로 유행성을 추구하는 것으로 나타났다. 여가활동에 관심이 많은 남성들은 식생활에서는 미식을 추구하는 것으로 나타났으나 건강관리는 크게 중요하게 생각하지는 않았지만 여가활동에 대한 관심이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 상대적으로 건강관리를 추구하는 것으로 나타났다. 주생활 영역에 있어서는 인테리어 감각 추구하고 인테리어 비용 투자에 대한 평균이 낮은 것으로 보아 성인 남성은 주생활에 대한 전체적인 관심이 낮은 것으로 보인다. 하지만 특이한 점은 여가활동에 관심이 낮은 남성들이 인테리어를 위한 투자를 상대적으로 조금 더 중요하게 생각하는 것이다. 이는 여가 활동에 관심이 적은 성인 남성이 집에서 지내는 시간이 상대적으로 많기 때문에 주거 환경에 관심이 많고 인테리어에 신경을 쓰는 것이라 할 수 있다.

IV. 결과 및 논의

현대의 성인 남성들의 가치관과 라이프스타일 변화 등으

로 인해 외모나 여가활동에 대한 관심이 높아졌다. 또한 사회 환경의 변화로 여가활동에 참여하는 시간이나 투자하는 비용이 증대되었다. 본 연구는 성인 남성들의 외모 관심과 여가활동 관심에 따른 의식주 생활을 살펴보았다.

성인 남성은 여가활동과 외모 관심과 의식주 생활은 상관성이 있는 것으로 나타났다. 외모에 대한 관심이 많을수록 남성들은 의생활과 주생활에 대한 중요도가 높았으며, 그 중 의생활에서는 개성을 추구하는 경향이 높았으며, 주생활에서는 인테리어 감각이 높다고 인식하였다. 여가활동에 대한 관심은 의생활, 식생활, 주생활 모두 관련이 있는 것으로 나타났다. 그 중 여가활동에 관심이 많을수록 의생활에서는 개성과 유행을 추구하고, 식생활에서는 미각을 중요하게 생각하였으며, 주생활에서는 인테리어의 감각이나 투자를 중요하게 생각하는 경향이 높았다.

좀 더 구체적으로 외모와 여가활동에 대한 관심도에 따른 집단간의 의식주 생활의 차이를 살펴보면 외모에 대한 관심이 높은 남성들은 의생활에서 개성과 유행을 추구하는 경향이 높았고, 주생활에서는 인테리어에 대한 감각과 투자를 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 여가활동에 대한 관심이 많은 남성들은 의생활에서는 개성과 유행을 추구하였으며, 식생활에서는 미식 부분과 건강에 대해 중요하게 생각하였다. 주생활에서는 여가활동에 대한 관심이 높은 남성들은 감각적인 인테리어에 대한 중요도가 높았다.

시대의 변화에 따라 남성들도 외모에 대한 관심도 높아지고 여가 활동에 대한 관심도 높아짐에 따라 의생활, 식생활, 주생활에도 많은 변화가 나타났다. 본 연구를 통해 남성들의 외모 관심은 의생활과 주생활과 밀접하게 관련이 되어 있고, 여가활동에 대한 관심은 의생활, 식생활, 주생활과 관련이 높다는 것을 알 수 있다. 따라서 의류, 식품, 주거 관련 회사들은 시대 흐름에 따른 남성 소비자 특성에 대해 면밀하게 조사해야 하며, 그에 따른 제품 전략이나 마케팅 전략을 효과적으로 수립해야 한다. 예를 들어 외모나 여가

활동에 관심이 많은 남성들은 의복행동에서 유행보다는 자신의 개성을 추구하므로 각 소비자에게 적합한 스타일링 서비스 등을 제공하는 것이 필요하다. 또한 여가활동은 식생활과 밀접한 관련이 있으며, 여가활동에 적극적인 남성들은 맛집이나 유명 브랜드를 찾는 경향이 많으므로 식사의 품질과 맛을 관리할 뿐만 아니라 식당의 정채성과 이미지 관리 등도 중요할 것으로 보인다.

본 연구의 서울지역에 거주하는 성인 남성을 대상으로 조사한 결과이므로 지역에 따른 의식주 생활의 모든 특성을 반영하지 못하므로 연구결과를 일반화 하는 데에는 한계가 있다. 향후 후속연구를 통해 다양한 지역을 고려한 연구대상의 선정이 중요하며, 외모관심과 여가활동 이외에 의식주 생활에 영향을 미치는 다양한 연구들이 진행되어야 할 것으로 보인다.

참고문헌

- Chaib, S. I. (1992). Systematic analysis of Korean life style. *Journal of Consumer Studies*, 3(1), 46-63.
- Choi, S. K. (2017). A study on the relationship between clothing-related lifestyle and food-related lifestyle. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 23(4), 793-803.
- Hong, S. (2013). Effect of unmarried men's lifestyle category on beauty behavior consci. *Journal of Basic Design & Art*, 14, 441-447.
- 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.
- Jung, K. W. (2015). A study on clothing purchasing behavior of the middle-aged men according to lifestyle and appearance management behavior. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.

- Jung, H. J., & Lee, Y. R. (2011). The expected values of appearance management of 20s-30s and 40s-50s male consumers on their men's suit buying behaviors. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 35(2), 125-135.
- Kim, K. S., & Lee, R. J. (2011). Leisure activities, leisure satisfaction and happiness among the Korean: Utilizing data of national statistics. *The Journal of the Korea Contents Association*, 11(11), 424-433.
- Kim, Y. S., & Lee, H. (2011). A study of developing the leisure participation condition type for integrating leisure constraints and facilitators. *The Korea Academic Society of Tourism and Leisure*, 23(2), 261-277.
- Lee, E. S., & Kim, S. B. (2012). A study on the fashion image coordination of modern men. *Journal of the Korea Fashion and Costume Design Association*, 14(3), 93-109.
- Lee, H. J. (2019). Top 10 trends in Korea in 2019. *Monthly Economic Review*, 826(0), 1-26.
- Lee, T. Y., & Jung, H. W. (2018). Analysis on the consumer preference factors among the container components of male cosmetic -focusing on road shop-. *The Treatise on The Plastic Media*, 21(1), 155-163.
- Park, K. H. (2015). Differences in diet-related attitudes and demographics by type of food-lifestyle: Focused on adults in their 20s and 30s. *Family and Environment Research*, 53(6), 655-665.
- Park, H. S., & Yoon, J. S. (2001). The type of preference of interior design according to the life style, *Korean Institute of Interior Design Journal*, 10(27), 64-75.
- Pheng, L. S., & Chua, B. K. (2018). *Work-life balance in construction: Millennials in Singapore and South Korea*. Springer.
- Sun, L. D., & Lee, M. S. (2018). A study on cosmetics purchasing behaviors of Chinese male consumers according to social instrumentality of appearance and appearance orientation. *Journal of the Korea Fashion and Costume Design Association*, 20(3), 33-48.
- Son, M. Y. (2019). A study on fashion consumption of single-person households: Focusing on food, clothing and shelter expenditure in household trend survey of the statistics Korea from 2006 to 2016. *The Journal of Intergrated Humanities*, 11(1), 55-81.