

패스트푸드 食堂利用者의 食事行動에 관한 實態調查研究

A Survey of Fast Food Dining out Behaviors

서울대학교 家政大學 食品營養學科
大學院生 錢美廷 · 金福姬 · 李敬信
教授 牟壽美

Dept. of Food and Nutrition, College of Home Economics, Seoul National University

Graduate School Student : Mi Jeong Jeon,

Bok Hee Kim,

Kyung Sin Lee

Professor : Su mi Mo

目 次

- | | |
|--------------|------------|
| 1. 序 論 | 4. 要約 및 結論 |
| 2. 調査內容 및 方法 | 參考文獻 |
| 3. 結果 및 考察 | |

<Abstract>

A survey was conducted of 1,454 customers to investigate dining out behaviors at fast food restaurants of Youido department compound, Myung-dong and Gang-nam district in Seoul, in April, 1988.

The results are summarized as follows;

The majority, 85% of customers, were aged 14 to 30, consisting of junior and senior high school children, college students and company employees.

The reasons given by customers for patronizing fast food restaurants were the following, from most to least frequent; "convenient to dining," "the adequate place for the companionship", "the surroundings and dining equipment are pleasant and hygienic", "to be able to stay as long as I want".

The fast foods purchased by the customers were mostly for a between meal snack or ice cream or drink rather than a full meal. The majority of the customers ate the purchased foods at the fast food restaurants. However, a limited number of female customers preferred to take the packed fast foods to their homes.

Tast Preference was a major factor in food selection from available food items. Ice cream, juice, French fried potatoes, salad, fried chicken, rolled rice with laver, and coke were high on the list of liked foods; in contrast, lower preference was for porridge, fish burger, doughnut, chicken burger and rice cake. Preference by food nationality was highest for

Korean food, then Western food, Chinese food, Italian food and Japanese food, in that order.

Customers offered suggestions for better fast food service, such as lowering the price, greater variety in the menu, increasing the proportion of vegetables and fruits on the fast food menu and developing fast foods from traditional Korean foods.

The customers, in particular, emphasized a need for the development of Korean traditional beverage of malted drink and persimmon punch, as well as mungbean pan cakes and sweet-spicy rice noodles(docbokki), as fast foods.

I. 序 論

外食産業은 흔히 調理의 집중화, 집객서비스의 균일화, 경영조직의 連鎖化로 대규모의 경영수법을 도입한 近代化된 食品서비스産業을 말한다. 外食産業의 여러가지 業態 중 패스트푸드(fast food)는 음식업의 尖端化에 앞장서는 역할을 하였고 다른 外食産業의 業態에 비해 신장율이 높다. 패스트푸드는 값싸면서도 가치높고 획일적이며 한정된 飲食을 빠른 서비스시간에 迅速하게 提供하여 생산과 서비스비용을 최저로 삭감하는 등의 많은 便益과 특징을 일반 大衆에게 제공하므로써 크게 각광을 받게 되었다.⁴⁾

우리나라에서는 '79년에 일본 롯데리아와 합작투자로 설립된 롯데리아의 개점 이래로 '86아시안 게임과 '88서울 올림픽을 계기로 패스트푸드 食堂들이 외국유명 메이커의 상표와 기술도입계약을 맺고 대도시 특히 서울의 변화가를 중심으로 많은 곳에서 개점하게 되면서 盛況을 이루게 되었다.⁴⁾ 그러나 우리나라 外食文化의 역사는 매우 짧은 편이고, 이에 대한 研究도 부진한 상태이다. 이에 본 研究에서는 서울 시내 강남, 명동, 여의도 地域의 패스트푸드 食堂을 利用하는 고객을 對象으로 우리나라민들의 外食行動의 실태를 파악함으로써 패스트푸드에 대한 바람직한 外食行動을 지도하는데에 유익한 資料를 제공하고자 調査를 實施하였다.

本 調査 研究 結果가 국민 보건 영양을 向上시키고 食文化的으로도 自主性있는 우리의 패스트푸드를 開發, 發展시키고 아울러 패스트푸드 外食에 관한 營養教育의 참고자료로 活用되기를 기대한다.

II. 調査內容 및 方法

1. 調査對象 및 期間

본 調査는 서울시내 강남, 명동, 여의도 地域에서 營業을 하고 있는 패스트푸드 食堂을 利用하는 顧客 1,454名을 對象으로 하여 1988年 4月中의 매주말에 하루종일 실시되었다. 강남 地域에서는 맥도날드, 버거킹, 웬디스, 켄터기후라이드치킨, 피자인, 명동 地域에서는 롯데리아, 버거킹, 웬디스, 피자인, 여의도 地域에서는 롯데리아, 아메리카나, 웬디스, 켄터기후라이드치킨, 피자인에서 調査를 실시하였다.

그리고, 1988年 7月中에 고객의 직업에 따라 패스트푸드에 대한 意見이 어떻게 나타나는지 알아보기 위해 760名을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

2. 調査員 編成

調査員은 研究책임자와 서울大學校의 大學院 食品營養學科 應用營養學專攻 大學院生 및 食品營養學科學部 4學年生 등 12名으로 編成되었다.

3. 調査內容 및 方法

調査方法은 미리 作成된 設問紙에 調査對象자가 直接 記錄하도록 하였으며, 의문사항이 있는 경우에는 調査員들이 說明하여 調査內容을 記錄하도록 하였다. 設問紙의 作成方法은 86年 調査했던³⁾ 內容을 보완하여 利用하였고, 설문지의 내용은 패스트푸드 食堂을 찾는 動機, 패스트푸드 食堂의 利用實態調査, 패스트푸드에 대한 일반적인 생각, 外食에 대한 嗜

好調査, 傳統飲食의 패스트푸드화에 대한 생각, 衛生狀態에 대한 意見, 패스트푸드 食堂 利用 後 食生活變化, 패스트푸드의 改善에 대한 要望事項 등을 中心으로 構成되었다.

4. 調査內容의 處理方法

收集된 資料의 結果는 年齡層別, 性別로 나누어 SPSS(Statistical Package for the Social Science)를 使用하여 統計的 分析을 실시하였다. 各 問項에 대한 集團間의 差異를 알아보기 위하여 X²-test로 分析하였고, 飲食의 嗜好調査에서는 T-test도 병행하였다. 嗜好調査에서는 調査方法의 評價基準으로 '좋아한다'를 3點, '보통이다'를 2點, '싫어한다'를 1點으로 하여 基準을 삼았다. 이 結果 處理에는 Computer Vax 11 / 780이 使用되었다.

Ⅲ. 結果 및 考察

1. 調査對象者의 構成

調査對象者인 패스트푸드 食堂 利用者의 構成을 年齡層別, 性別, 地域別로 살펴본 結果는 表1과 같다.

年齡層別로 보면 13歲以下인 少年層이 2.8%, 14~19歲인 靑少年層이 30.4%, 20~30歲인 靑年層이 54.6%, 31歲以上인 壯年層이 12.2%였으며, 靑少年層과 靑年層이 85.0%로 大部分을 차지하였다.

性別로 보면 男子가 31.4%, 女子가 68.6%였고, 地

域別로 보면 강남이 33.4%, 명동이 32.0%, 여의도가 34.6%를 차지하였다.

調査對象者의 직업은 學生 55.2%, 會社員 25.9%, 家庭主婦 5.8%, 教育者 2.8%, 個人事業 2.0%, 公務員 1.8% 軍人 0.6%, 商業 0.2%로서 주로 學生과 會社員이 패스트푸드 食堂을 利用하고 있었다.

2. 패스트푸드 食堂을 찾는 動機

패스트푸드 食堂을 찾는 動機는 表2에 나타난 바와 같이 '飲食먹기가 簡便하므로' 43.3%, '친구들과 어울릴 수 있는 場所가 되므로' 41.4%, '場所가 快適하고 容器가 衛生的이므로' 36.2, '時間에 구애받지 않으므로' 23.6%, '飲食의 맛이 좋으므로' 21.3, '飲食이 신속하게 준비되므로' 18.3%, '배가 고파서' 13.4 등의 順이었다. 全體의 으로 볼 때 外食의 레저화와 패스트푸드의 長點이 簡便化, 迅速化, 쾌적하고 위생적이며 친구들과 어울릴 수 있는 장소제공면이 가장 큰 理由로 나타났고 價格과 營養價値는 패스트푸드 食堂을 찾는 動機로서 낮은 反應을 보였다. 年齡層別로 보면, 少年層에서는 '飲食이 맛이 좋으므로'에 대한 比率가 가장 높았고, 靑少年層에서는 '친구들과 어울릴 수 있는 場所가 되므로'에 대한 比率가 가장 높았던 반면, 靑·壯年層에서는 음식먹기가 간편하므로 패스트푸드 食堂을 利用한다는 比率가 높게 나타났다. 이는 少年층의 입맛이 패스트푸드에 부응하고, 靑少年층은 패스트푸드 食堂을 社交의 場所로 利用하며, 靑·壯年층은 패스트푸드의 簡便性和 便宜性때문에 패스트푸드 食堂을 利用한다는 것을 알

Table 1. Number and percentage of subjects by age, sex and location

Unit: N(%)

Location	Year		Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Sub-total		Sub-total location
	Sex		male	female	male	female	male	female	male	female	male	female	
Gang-nam			10	14	43	184	47	131	27	29	127	358	485
											(27.9)	(35.9)	(33.4)
Myung-dong			2	2	16	70	76	248	23	29	117	349	466
											(25.7)	(35.0)	(32.0)
Youido			6	7	37	92	123	169	46	23	212	291	503
											(46.4)	(29.1)	(34.6)
Total			18	23	96	346	246	548	96	81	456	998	1,454
			(3.9)	(2.3)	(21.1)	(34.7)	(53.9)	(54.9)	(21.1)	(8.1)	(31.4)	(68.6)	(100)

Table 2. Reasons the customers patronizing the fast food restaurants

Unit: respondent %

Year Sex Item	Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	male (N=18)	female (N=23)	male (N=96)	female (N=346)	male (N=244)	female (N=548)	male (N=96)	female (N=81)	male (N=454)	female (N=998)
Convenient	4(22.2)	8(34.8)	31(32.3)	118(34.1)	110(45.1)	278(50.7)	46(47.9)	34(42.0)	191(42.1)	438(43.9)
Place for peer groups	3(16.7)	11(47.8)	56(58.3)	239(69.1)	69(28.3)	209(38.1)	4(4.2)	10(12.3)	132(9.1)	469(47.0)
Pleasant	8(44.4)	6(26.1)	24(25.0)	144(41.6)	67(27.5)	217(39.6)	35(36.5)	24(29.6)	134(29.5)	391(39.2)
To be able to stay longer	0(0.0)	3(13.0)	13(13.5)	81(23.4)	57(23.4)	153(27.9)	21(21.9)	15(18.5)	91(20.0)	252(25.3)
Tasty	13(72.2)	14(60.9)	14(14.6)	91(26.3)	31(12.7)	105(19.2)	21(21.9)	21(25.9)	79(17.4)	231(23.1)
Quick service	1(5.6)	6(26.1)	11(11.5)	51(14.7)	44(18.0)	113(20.6)	28(29.2)	12(14.8)	84(18.5)	182(18.2)
Hungry	3(16.7)	3(13.0)	21(21.9)	70(20.2)	36(14.8)	48(8.8)	10(10.4)	3(3.7)	70(15.4)	124(12.4)
Reasonable price	0(0.0)	1(4.3)	11(11.5)	31(9.0)	19(7.8)	45(8.2)	6(6.3)	6(7.4)	36(7.9)	83(8.3)
Good service	2(11.1)	2(8.7)	7(7.3)	21(6.1)	14(5.7)	47(8.6)	8(8.3)	7(8.6)	31(6.8)	77(7.7)
Kind	5(27.8)	5(21.7)	5(5.2)	15(4.3)	11(4.5)	17(3.1)	6(6.3)	7(8.6)	27(5.9)	44(4.4)
Nutritious	4(22.2)	1(4.3)	1(1.0)	16(4.6)	9(3.7)	23(4.2)	7(7.3)	9(11.1)	21(4.6)	49(4.9)
Between meals	1(5.6)	0(0.0)	3(3.1)	5(1.4)	6(2.5)	7(1.3)	1(1.0)	2(2.5)	11(2.4)	14(1.4)
The others	4(22.2)	0(0.0)	22(22.9)	42(12.1)	34(13.9)	28(5.1)	11(11.5)	12(14.8)	71(15.6)	82(8.2)

Table 3. Time of the day the customers patronizing the fast food restaurants

Unit: respondent %

Year Sex Time	Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	male (N=18)	female (N=21)	male (N=88)	female (N=323)	male (N=212)	female (N=479)	male (N=85)	female (N=74)	male (N=403)	female (N=897)
Anytime	0(0.0)	3(14.3)	24(27.3)	57(17.6)	38(17.9)	82(17.1)	14(16.5)	11(14.9)	76(18.9)	153(17.1)
8 a.m. - 10 a.m.	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	3(0.9)	3(1.4)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	3(0.7)	3(0.3)
10 a.m. - 12	1(5.6)	3(14.3)	6(6.8)	31(9.6)	22(10.4)	53(11.1)	15(17.6)	7(9.5)	44(10.9)	94(10.5)
12 - 2 p.m.	11(61.1)	5(23.8)	17(19.3)	72(22.3)	70(33.0)	127(26.5)	21(24.7)	29(39.2)	119(29.5)	233(26.0)
2 p.m. - 4 p.m.	6(33.3)	3(14.3)	21(23.9)	79(24.5)	40(18.9)	100(20.9)	13(15.3)	13(17.6)	80(19.9)	195(21.7)
4 p.m. - 6 p.m.	0(0.0)	6(28.6)	17(19.3)	71(22.0)	29(13.7)	71(14.8)	12(14.1)	8(10.8)	58(14.4)	156(17.4)
6 p.m. - 8 p.m.	0(0.0)	0(0.0)	3(3.4)	6(1.9)	10(4.7)	38(7.9)	9(10.6)	4(5.4)	22(5.5)	48(5.4)
After 8 p.m.	0(0.0)	1(4.7)	0(0.0)	4(1.2)	0(0.0)	8(1.7)	1(1.2)	2(2.6)	1(0.2)	15(1.6)

수 있었다.

飲料를 즐기기 위해서 利用하는 것을 의미한다.

3. 패스트푸드 食堂의 利用實態調査

1) 패스트푸드 食堂을 찾는 時間

패스트푸드 食堂을 찾는 時間을 살펴보면 表3과 같이 각 時間대별로 比較的 高인 分布를 나타내고 있다. 점심시간이라고 할 수 있는 12~1時 사이에 利用者는 15.2%로 나타났는데, 이는 우리나라에서는 패스트푸드가 食事로서보다는 間食으로 利用되거나

2) 패스트푸드 食堂에서 보내는 時間

패스트푸드 食堂에서 보내는 時間은 30分以下가 39.4%, 30~60分이 37.9%, 60~90分이 8.4%, 90~120分이 9.5%, 120分以上이 4.8%의 順이었다. 調査 結果, 男子보다 女子가 패스트푸드 食堂에 比較的 多 오래 머무르는 것을 알 수 있었다.

3) 패스트푸드 食堂에 함께 오는 同行人

Table 4. Companions the customers patronizing the fast food restaurants

Unit: respondent %

Item	Year		Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	Sex		male	female	male	female	male	female	male	female	male	female
			(N=18)	(N=23)	(N=96)	(N=344)	(N=244)	(N=541)	(N=95)	(N=81)	(N=453)	(N=989)
Friends			6(33.3)	12(52.3)	76(79.2)	284(82.5)	175(71.8)	372(68.7)	32(33.6)	24(29.6)	289(63.8)	692(70.0)
Brothers			2(11.1)	2(8.7)	8(8.3)	23(6.7)	15(6.1)	41(7.6)	3(3.2)	9(11.1)	28(6.2)	75(7.6)
Family			1(5.6)	3(13.0)	2(2.1)	3(0.9)	3(1.2)	25(4.6)	22(23.2)	31(38.3)	28(6.2)	62(6.3)
Parents			7(38.8)	3(13.0)	3(3.1)	11(3.2)	3(1.2)	7(1.3)	0(0.0)	2(2.5)	13(2.8)	23(2.3)
Spouse			0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	3(1.2)	14(2.6)	11(11.6)	4(4.9)	14(3.1)	18(1.8)
Teacher			1(5.6)	1(4.3)	2(2.1)	1(0.3)	1(0.4)	3(0.6)	0(0.0)	2(2.5)	4(0.9)	7(0.7)
The others			1(5.6)	2(8.7)	5(5.2)	22(6.4)	44(18.1)	79(14.6)	27(28.4)	9(11.1)	77(17.0)	112(11.3)

Table 5. Major factors in fast food selections

Unit: respondent %

Item	Year		Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	Sex		male	female	male	female	male	female	male	female	male	female
			(N=18)	(N=23)	(N=96)	(N=346)	(N=242)	(N=545)	(N=96)	(N=81)	(N=452)	(N=995)
Preference			4(22.2)	8(34.8)	33(34.4)	221(63.9)	167(69.0)	424(77.8)	70(72.9)	60(74.1)	274(60.6)	713(71.7)
Price			7(38.9)	6(26.1)	37(38.5)	135(39.0)	72(29.8)	132(24.2)	17(17.7)	9(11.1)	133(29.4)	282(28.3)
Same as the peers			4(22.2)	11(47.8)	32(33.3)	117(33.8)	53(21.9)	128(23.5)	19(19.8)	16(19.8)	108(23.9)	272(27.3)
Nutritive value			8(44.4)	4(17.4)	4(4.2)	24(6.9)	26(10.7)	48(8.8)	14(14.6)	25(30.9)	52(11.5)	101(10.2)
Large amount			3(16.7)	3(13.0)	9(9.4)	39(11.3)	16(6.6)	17(3.1)	4(4.2)	4(4.9)	32(7.1)	63(6.3)
Special taste			0(0.0)	0(0.0)	2(2.1)	15(4.3)	16(6.6)	36(6.6)	9(9.4)	4(4.9)	27(6.0)	55(5.5)
Speed for food service			2(11.1)	0(0.0)	3(3.1)	14(4.0)	15(6.2)	35(6.4)	7(7.3)	4(4.9)	27(6.0)	53(5.3)
Sightliness			2(11.1)	0(0.0)	5(5.2)	12(3.5)	8(3.3)	11(2.0)	3(3.1)	2(2.5)	18(4.0)	25(2.5)

Table 6. Do you think nutritive balance in food selections?

Unit: respondent %

Item	Year		Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	Sex		male	female	male	female	male	female	male	female	male	female
			(N=17)	(N=23)	(N=96)	(N=346)	(N=242)	(N=547)	(N=95)	(N=80)	(N=450)	(N=996)
Always			3(17.6)	0(0.0)	2(2.1)	7(2.0)	9(3.7)	32(5.9)	7(7.4)	20(25.0)	21(4.7)	59(5.9)
Sometimes			11(64.8)	16(69.6)	32(33.3)	153(44.2)	107(44.2)	293(53.5)	53(55.8)	42(52.5)	203(45.1)	504(50.6)
Never			3(17.6)	7(30.4)	62(64.6)	186(53.8)	126(52.1)	222(40.6)	35(36.8)	18(22.5)	226(50.2)	433(43.5)

패스트푸드 食堂에 함께 오는 同行人は 表4와 같다. '친구(동료)'와 함께 패스트푸드 食堂을 찾는다 는 비율이 68.0%로 대부분이었고 그밖에 '형제' 7.1%, '가족(부모, 형제 모두)' 6.2%, '부모' 2.5%, '부부' 2.2% 등의 順이었다.

같이 '嗜好'가 68.2%로 가장 높았고, '價格' 28.7%, '同行人(친구, 가족)과 같은 것' 26.3%, '營養價' 10.6%, '먹어서 배부른 것' 6.6%, '종업원이 특별한 맛 이라고 권한 것' 5.7%, '飲食이 준비되는 시간' 5.5%, '보기 좋은 것' 3.0%의 順이었다. 美國에서 實施한 調査⁷⁾에 의하면, 패스트푸드 食堂을 찾는 利用者들 의 선택기준은 營養價보다 嗜好나 價格이 더 중요한 要因이었다는 結果를 보였는데, 本 調査에서도 비슷

4) 패스트푸드의 음식 種類의 選擇要因

패스트푸드를 選擇하는 基準은 表5에 나타난 바와

한 결과를 보이고 있다.

패스트푸드를 선택할 때, 영양균형을 생각하는지의 여부에 대해서는 표6에 나타나 있는데 '가끔 생각한다' 48.9%와 '전혀 생각않는다' 45.6%가 대부분이었고 반면 '언제나 생각한다'는 5.5% 뿐이었다. 패스트푸드 이용자의 대부분이 청소년층과 청년층이었음을 감안할 때 패스트푸드를 간식으로 먹거나 음료나 혹은 식사로 이용할 때에는 항상 영양균형을 고려할 수 있도록 청소년때부터 학교나 가정에서 영양교육이 체계적으로 이루어져야겠다.

5) 패스트푸드 선택시량과 종류

패스트푸드 식당에서 한번에 먹는 음식의 양은 '식사사이의 간식이 될 정도로만 먹는다'가 42.3%로 가장 높았고, '식사가 될 정도로 많이 먹는다' 22.2%, '음료수나 아이스크림 정도만 먹는다' 18.2%, '약간 적다고 느껴지는 정도만 먹는다' 17.3%의 순으로 나타났다. 앞으로 젊은 연령층에서 선호하는 패스트푸드를 한끼의 식사로 대신하는 고객의 비율은 증가할 것이라 생각된다. 따라서 패스트푸드를 한끼의 식사로 대신할 때 생기는 문제점들 즉 패스트푸드의 가격, 영양배 등의 문제에 대해서 계속적인 관심을 기울여야 할 것이다.

패스트푸드 식당에서 주로 선택되는 음식의 종류는 그림1과 같다.

음료수가 43.6%로 가장 높았고 햄버거 13.1%, 피자 10.9%, 후라이드포테이토 10.2%, 후라이드치킨 7.7%, 샐러드 7.4%, 비스킷 1.8%, 스파게티 1.8%, 애플파이 1.3%의 순이었다.

패스트푸드 식당에서 취급하는 음료의 종류는 매우 다양하므로, 음료의 선호도를 조사한 결과는 그림2와 같다.

콜라가 42.7%로 가장 좋아하는 음료로 나타났고, 아이스크림 13.5%, 셰이크 10.7%, 주우스 7.8%, 커피 7.3%, 우유 4.6%, 환타 3.2%, 사이다 2.1%, 코코아 1.3%의 순이었다.

6) 음식비용의 지불방법

6) 음식비용의 지불방법

음식비용의 지불방법은同行인이 누구냐에 따라 달라지겠지만, '각자'가 40.6%로 가장 높았고, '대표' 36.0%, '부모' 7.5%, '선배' 1.7% 순이었다.

소년층에서는 부모가 낸다는 비율이 가장 높았고,

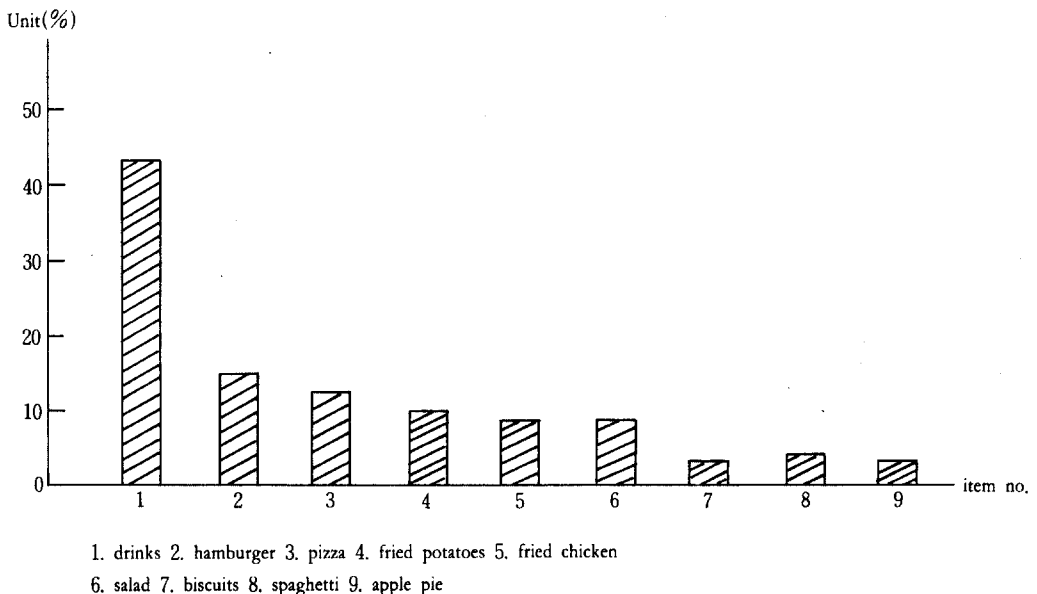


Fig.1. Preferences of foods in selections at fast food restaurants

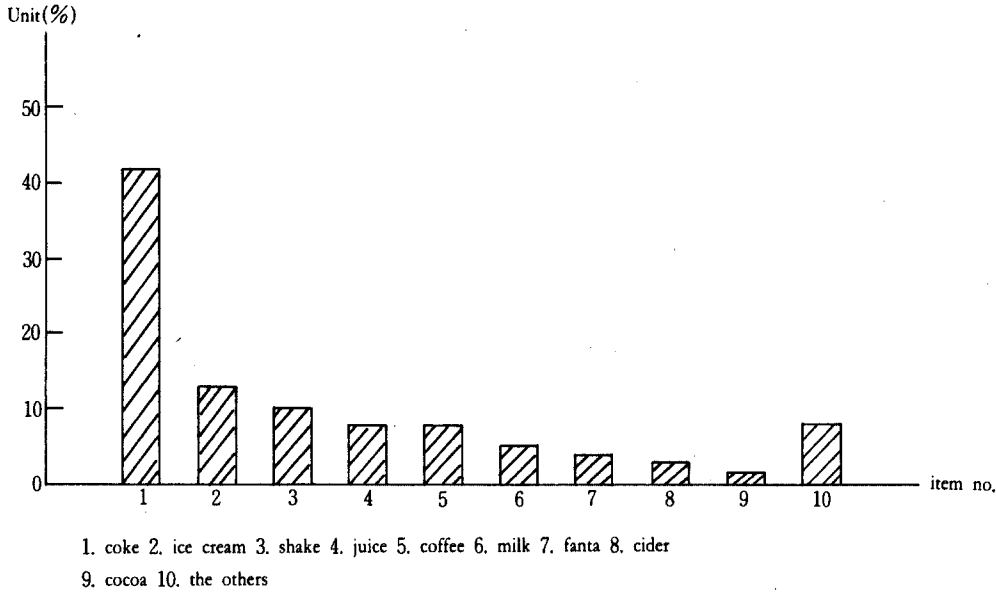


Fig. 2. Preferences of drinks in selections at fast food restaurants

Table 7. Frequency the customers patronizing the fast food restaurants per month

Unit: respondent %

Year Sex Frequency	Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	male (N=16)	female (N=20)	male (N=88)	female (N=326)	male (N=223)	female (N=500)	male (N=86)	female (N=75)	male (N=413)	female (N=921)
5 times and less	12(75.0)	14(70.0)	52(59.1)	212(65.0)	152(68.2)	345(69.0)	68(79.1)	61(81.3)	284(68.8)	632(68.6)
6 to 10 times	2(12.5)	4(20.0)	13(14.8)	61(18.8)	35(15.7)	89(17.8)	9(10.4)	10(13.4)	59(14.3)	164(17.8)
11 to 15 times	2(12.5)	0(0.0)	10(11.4)	30(9.2)	17(7.6)	33(6.6)	3(3.5)	2(2.7)	32(7.7)	65(7.1)
16 to 20 times	0(0.0)	1(5.0)	6(6.8)	16(4.9)	7(3.2)	19(3.8)	5(5.8)	0(0.0)	18(4.4)	36(3.9)
21 to 25 times	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	2(0.6)	7(3.2)	1(0.2)	1(1.2)	0(0.0)	8(1.9)	3(0.3)
26 to 30 times	0(0.0)	0(0.0)	2(2.3)	5(1.5)	1(0.4)	5(1.0)	0(0.0)	0(0.0)	3(0.7)	10(1.1)
31 times or more	0(0.0)	0(0.0)	1(1.1)	0(0.0)	3(1.3)	5(1.0)	0(0.0)	1(1.3)	4(1.0)	6(0.7)
No response	0(0.0)	1(5.0)	4(4.5)	0(0.0)	1(0.4)	3(0.6)	0(0.0)	1(1.3)	5(1.2)	5(0.5)

남자인 경우, 청소년과 청년층에서는 대표로 낸다는 비율이 가장 높았고, 여자인 경우, 청소년과 청년층에서는 각자 낸다는 비율이 높았다. 장년층에서는 대표로 낸다는 비율이 높았다.

7) 패스트푸드를 먹는 場所

패스트푸드를 먹는 場所는 '食堂에서만 먹는다' 52.6%, '食堂 또는 집에 가지고 가서 먹는다' 43.7%, '집에 가지고 가서만 먹는다' 2.1%, '다른 場所(영화관, 공원, 학교)에서 먹는다' 1.6%였다. 패스트푸드는 지

참음식(take-out food)의 一種임이 나타났다.

8) 패스트푸드 食堂 利用 횟수

한달에 패스트푸드 食堂을 利用하는 횟수는 表7에 나타난 바와 같이 5번이하가 68.8%로 가장 많았고, 6~10번 16.7%, 11~15번 7.3%, 16~20번 4.0% 등의 順이었다.

9) 어머니의 活動 영역과 패스트푸드 食堂 利用 빈도수

어머니의 職業有無와 청소년들의 패스트푸드 食堂 利用 빈도수를 調査해 본 結果, 統計的으로 有意한 차이를 보이지 않았다. 어머니가 늘 집에 있는 경우와 가끔 外出하는 경우와 늘 外出하는 경우에 있어서도 統計的으로 有意한 차이를 보이지 않았다.

4. 패스트푸드에 대한 一般의인 생각

1) 패스트푸드의 淸맛

패스트푸드의 淸맛에 대해서는 表8과 같이 '보통이다'가 88.8%, '짜다'가 8.7%, '싱겁다'가 2.5%였으며 大部分 패스트푸드의 淸맛에 満足하고 있음을 보여주고 있다. 짜다고 응답한 對象者중에 39.2%가 후라이드치킨 利用者였고, 25.0%가 피자 利用者였다. 美國의 研究 結果를 보면, 햄버거안에 넣은 패티, 피클, 토마토케첩, 겨자에는 이미 상당량의 나트륨이 含有된 狀態이므로 調味料로서 소금을 첨가해서는 안된다고 하였다.⁷⁾ 그러나, 우리의 입맛에 맞는 패스트푸드를 만들기 위해서 제조업자가 調味料와 香辛料를 얼마만큼 사용하는지 밝혀진 바가 없으므로 패스트푸드의 營養의인 면에 대해 계속적인 研究가 進行되어야 하겠다.

2) 패스트푸드를 먹고 난 후의 느낌

패스트푸드를 먹고 난 후의 느낌에 대해서는 '보통이다'가 58.4%, '느끼하다'가 17.5%, '개운하다'가 13.7%, '잘 모르겠다'가 10.4%였다. 여자인 경우, 청년층과 장년층에서 느끼하다고 응답한 비율이 다른 연령층에 비해 약간 높게 나타났다.

3) 家庭飲食과 패스트푸드의 選好度

家庭飲食과 패스트푸드의 選好度에 대해서는 表9와 같다. '家庭飲食이 더 좋다'가 51.6%, '食堂飲食이 더 좋다'가 17.4%, '양쪽이 같다'가 15.0%, '잘 모르겠다'가 16.0%였다. 여자보다 남자인 경우, 가정음식이 더 좋다는 비율이 연령층마다 조금씩 높게 나타났다.

5. 外食에 대한 嗜好調査

1) 飲食에 대한 嗜好調査

飲食種類에 따른 嗜好調査의 結果는 表10에 나타나 있다. '좋아한다'를 3.0點, '보통이다'를 2.0點, '싫어한다'를 1.0點으로 하여 平均値를 계산했을 때, 嗜好性이 높은 飲食으로는 후라이드치킨, 샐러드, 후렌치후라이드포테이토, 김밥, 아이스크림, 주우스, 콜라, 쇠고기햄버거, 피자, 만두, 유부초밥, 떡볶기 등이었고, 嗜好性이 낮은 飲食으로는 호박죽, 피쉬버거, 잣죽, 팔죽, 도우넛, 치킨버거, 떡 등이었다. 칠리

Table 8. Reaction to Galtiness of fast foods

Unit: respondent %

Year	Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	male (N=17)	female (N=22)	male (N=95)	female (N=340)	male (N=238)	female (N=542)	male (N=95)	female (N=81)	male (N=445)	female (N=985)
Salty	2(11.8)	1(4.5)	13(13.7)	32(9.4)	13(5.5)	55(10.1)	3(3.2)	6(7.4)	31(7.0)	94(9.5)
Adequate	15(88.2)	21(95.5)	79(83.1)	298(87.7)	213(89.5)	481(88.8)	90(94.7)	72(88.9)	397(89.2)	872(88.5)
Saltiness is not enough	0(0.0)	0(0.0)	3(3.2)	10(2.9)	12(5.0)	6(1.1)	2(2.1)	3(3.7)	17(3.8)	19(2.0)

Table 9. Comparison of preferences of homemade food to fast food

Unit: respondent %

Year	Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	male (N=17)	female (N=22)	male (N=95)	female (N=345)	male (N=241)	female (N=538)	male (N=94)	female (N=76)	male (N=447)	female (N=981)
Homemade food	8(47.1)	10(45.5)	46(48.4)	151(43.8)	147(61.0)	288(53.6)	56(59.5)	32(42.1)	257(57.4)	481(49.0)
Fast food	4(23.5)	5(22.7)	20(21.1)	65(18.8)	33(13.7)	85(15.8)	17(18.1)	19(25.0)	74(16.6)	174(17.7)
Indifference	2(11.8)	7(31.8)	14(14.7)	64(18.6)	29(12.0)	76(14.1)	12(12.8)	10(13.2)	57(12.8)	157(16.0)
No response	3(17.6)	0(0.0)	15(15.8)	65(18.8)	32(13.3)	89(16.5)	9(9.6)	15(19.7)	59(13.2)	169(17.3)

Table 10. Preferences of foods among customers

Unit: respondent %

Food	Like (3)	Indifference (2)	Dislike (1)	Never ate (1)	Mean Score			T-value
					Male	Female	Average	
Fried chicken	63.9	27.0	6.4	2.7	2.4	2.5	2.5	-2.28*
Beefburger	56.1	36.0	4.2	3.7	2.4	2.4	2.4	-0.75
Cheeseburger	49.5	36.8	7.7	6.0	2.1	2.3	2.2	-3.02**
Hot dog	42.6	43.9	10.5	3.0	2.2	2.2	2.2	-1.96*
Chickenburger	39.6	36.2	11.7	12.5	1.9	2.0	2.0	-2.16*
Fishburger	30.2	38.3	13.3	18.2	1.6	1.8	1.7	-2.27*
Salad	68.6	24.6	3.6	3.2	2.4	2.6	2.5	-5.89***
French fried potato	65.2	29.8	3.7	1.3	2.4	2.6	2.5	-2.89**
Mashed potato	49.7	33.5	6.5	10.3	2.1	2.2	2.2	-2.59**
Doughnut	28.4	49.0	17.5	5.1	1.9	2.0	2.0	-0.81
Pizza	65.1	26.6	5.0	3.3	2.2	2.6	2.4	-7.13***
Bun	55.3	39.4	4.5	0.8	2.4	2.4	2.4	0.18
Spaghetti	42.9	39.3	10.5	7.3	2.0	2.2	2.1	-4.16***
Chajang noodles	35.8	53.5	10.0	0.7	2.2	2.2	2.2	1.79
Noodles	31.9	55.0	11.9	1.2	2.1	2.1	2.1	0.10
Rolledrice with laver	67.0	27.9	2.7	2.4	2.3	2.6	2.5	-5.05***
+	54.1	37.1	6.1	2.7	2.3	2.4	2.4	-2.48*
Fried fish cake soup	38.3	51.3	9.3	1.1	2.2	2.2	2.2	1.42
Food	Like (3)	Indifference (2)	Dislike (1)	Never ate (0)	Mean Score			
					Male	Female	Average	
Docbokki	53.4	38.5	6.6	1.5	2.2	2.5	2.4	-4.60***
Mungbean pan cakes	44.4	46.4	7.7	1.5	2.4	2.2	2.3	2.55*
Rice cakes	29.6	52.3	16.1	2.0	2.0	2.0	2.0	-1.34
Rice and pinenut porridge	26.9	42.6	22.3	8.2	1.9	1.8	1.9	1.67
rice and small red bean porridge	27.1	45.8	24.5	2.6	2.0	1.9	2.0	1.85
Rice and squash porridge	19.2	37.4	30.0	13.4	1.6	1.6	1.6	0.78
Ice cream	65.4	29.5	4.4	0.7	2.5	2.5	2.5	-2.20*
Juice	64.2	32.4	2.8	0.6	2.5	2.5	2.5	-1.93
Coke	58.5	32.0	9.0	0.5	2.5	2.4	2.5	1.63
Small red bean sherbet	52.0	36.9	9.5	1.6	2.3	2.3	2.3	-1.40
Coffee	55.4	32.0	10.4	2.2	2.3	2.3	2.3	-1.03
Fanta	39.2	48.5	11.1	1.2	2.2	2.2	2.2	2.31*
Cider	36.4	51.7	10.9	0.9	2.3	2.1	2.2	3.32***
Cheese	51.8	37.6	9.0	1.6	2.2	2.4	2.3	-2.69*
Ham	48.9	41.7	7.8	1.6	2.3	2.3	2.3	-1.90
Tomato Ketchup	41.9	48.0	8.9	1.2	2.1	2.3	2.2	-2.14*
Chilly beans	2.09	31.9	14.6	32.6	1.3	1.4	1.4	-1.69
Chilly rice	16.6	29.0	15.9	38.5	1.1	1.2	1.2	-1.40

+: boiled rice wrapped up with fried beancurd

***: $p < 0.001$ **: $p < 0.01$ *: $p < 0.05$

콩, 칠리라이스는 먹어보지 않았다는 사람이 각각 32.6%, 38.5%로 나타났다. 식품선호도에 대해 남녀간의 차이를 알아보기 위하여 T-test를 實施한 結果 면류, 죽류, 청량음료를 제외한 거의 모든 飲食에서 女子들의 食品에 대한 選好도가 男子보다 더 높았다. 女子들이 더 選好하는 飲食 중 피자파이, 샐러드, 김밥, 떡볶기, 스파게티(P<0.001), 치즈버거, 후렌치후라이드포테이토, 치즈, 매쉬드포테이토(P<0.01), 유부초밥, 후라이드치킨, 피쉬버거, 아이스크림, 치킨버거, 토마토케찹, 핫도그(P<0.05)에서 그 차이가 有意했다. 男子들이 더 選好하는 飲食중에서는 사이다(P<0.001), 빈대떡, 환타(P<0.05)에서 그 차이가 有意했다.

2) 各國 飲食에 대한 嗜好調査

우리 飲食, 西洋 飲食, 中國 飲食, 이태리 飲食, 日本 飲食에 대한 嗜好調査를 實施한 結果, 우리 飲食 2.9點, 西洋 飲食 2.4點, 中國 飲食 2.3點, 이태리 飲食 2.2點,

日本 飲食 2.1點의 順이었다. 이태리 飲食이 日本 飲食에 비해 우위를 차지한 것은 피자의 영향이 크다고 하겠다. 우리 飲食은 全 연령층에서 性別에 관계없이 모두 좋아하는 傾向을 보인 반면에 西洋 飲食은 少年층과 청소년층에서 選好하는 것으로 나타났고, 中國 飲食은 男子들이 이태리 飲食은 女子들이 조금 더 選好하는 것으로 나타났다.

6. 傳統 飲食의 패스트푸드화에 대한 생각

傳統 飲食의 패스트푸드화에 대한 意見을 調査한 結果는 表11과 같이 '바람직하다' 44.4%, '보통이다' 35.8%, '부정적이다' 19.8%로 대체로 肯定的인 反應을 보였다. 바람직하다고 응답한 사람들에게 그 理由를 調査하였더니, 고유음식의 계승, 무분별한 서양음식 애호방지, 외화절약, 우리문화의 존중, 우리음식의 발전등 있었다.

패스트푸드화 되었으면 좋겠다는 우리의 傳統 飲食

Table 11. Opinion for the application of Korean traditional foods into fast foods

Unit: respondent %

Item	Year		Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	Sex		male	female	male	female	male	female	male	female	male	female
	(N=17)	(N=21)	(N=96)	(N=343)	(N=238)	(N=536)	(N=93)	(N=77)	(N=444)	(N=977)		
Recommendable	4(23.5)	9(42.9)	36(37.5)	115(33.5)	95(39.9)	281(52.4)	48(51.6)	43(55.8)	183(41.2)	448(45.9)		
No specific opinion	9(53.0)	12(57.1)	41(42.7)	153(44.6)	71(29.8)	171(31.9)	26(28.0)	26(33.8)	147(33.1)	162(37.1)		
Not recommendable	4(23.5)	0(0.0)	19(19.8)	75(21.9)	72(30.3)	84(15.7)	19(20.4)	8(10.4)	114(25.7)	167(17.0)		

Table 12. Recommendable Korean foods to apply as fast foods

Unit: respondent %

Item	Year		Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	Sex		male	female	male	female	male	female	male	female	male	female
	Beverage(malt drink, persimmon punch)	8(47.1)	12(60.0)	43(49.4)	176(53.0)	133(60.2)	341(68.3)	46(53.5)	38(50.7)	230(56.0)	567(61.2)	
Docbokki	10(58.8)	10(47.6)	27(31.0)	173(52.0)	63(28.4)	160(32.2)	18(20.9)	25(33.3)	118(28.6)	368(39.7)		
Rice cakes	2(11.8)	4(20.0)	19(21.8)	109(32.8)	90(40.7)	212(42.7)	18(20.9)	31(41.9)	129(31.4)	356(38.6)		
Pan cakes	1(5.9)	6(30.0)	25(28.7)	84(25.3)	85(38.5)	182(36.5)	37(43.0)	31(41.3)	148(36.0)	303(32.8)		
Miscellaneous vegetable saute	2(11.8)	7(35.0)	15(17.2)	102(30.7)	46(20.8)	166(33.3)	17(19.8)	23(30.7)	80(19.5)	298(32.1)		
Porridge	0(0.0)	3(15.0)	10(11.5)	59(17.8)	38(17.2)	130(26.1)	31(36.0)	20(27.0)	79(19.2)	212(22.9)		
Fried fish	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	23(6.9)	17(7.7)	60(12.0)	15(17.4)	16(21.3)	32(7.8)	99(10.7)		

으로는 表12에 나타난 바와 같이 飲料(식혜, 수정과)가 59.6%로 가장 높았고, 떡볶기 36.3%, 떡류 36.2%, 부침류 33.8%, 잡채 28.3%, 죽류 21.8%, 전유어 9.8%의 順이었다.

7. 衛生狀態에 대한 意見

食堂의 그릇, 시설, 종업원 복장에 대해서는 대체로 만족하는 것으로 나타났다. 패스트푸드에서 머리카락, 달걀껍질, 모래 등과 같은 異物質이 發見된 횟수는 '한번도 없었다'가 81.7%, '1~2번 있었다'가 15.3%, '3번이상 있었다'가 3.0%였다. 異物質은 飲食調理時나 패스트푸드를 담는 그릇에서 유입되는 것으로 생각되는데, 패스트푸드利用者들에게 不快感을 주지 않도록 세심한 注意를 해야할 것이다.

食事後, 건강면에서 거북한 일을 經驗한 횟수는, '한번도 없었다'가 84.8%, '1~2번 있었다'가 13.4%, '3번이상 있었다'가 1.8%였다. 건강면에서 거북한 일로는 소화불량이 大部分이었다.

飲食을 먹을 때, 냅킨 사용 有無에 대해서는 表13과 같다. '반드시 써서 먹는다'가 31.0%, '냅킨제공 없을 때에는 그냥 먹는다'가 30.8%, '포크나 스푼을 이용한다'가 15.0%, '포장이 잘 되어 있어 냅킨으로 쓸 필요없다'가 10.5%, '맨손으로 그냥 먹는다'가 10.

5%, '물휴지를 이용한다'가 2.2%였다.

8. 패스트푸드 食堂 利用後 食生活 變化

패스트푸드 食堂을 利用한 후에 食生活에 變化가 있었는지를 調査한 結果는 表14에 나타나 있다. '변화없다'가 61.7%였고, '외식횟수가 증가했다'가 13.6%, '서양음식을 좋아하게 되었다' 12.6%, '체중이 증가했다' 11.1%, '냅킨사용이 습관화되었다' 9.0%, '음식을 먹는 속도가 빨라졌다' 6.6%, '집에서 먹는 음식의 종류가 바뀌었다' 6.1%, '매운 음식을 덜 먹게 되었다' 5.0% 등의 順이었다.

9. 패스트푸드의 改善에 대한 要望事項

패스트푸드의 改善에 대한 要望事項의 結果는 表15에 나타나 있다. '가격을 낮추었으면'이 56.2%로서 전 연령층에서 가장 높게 나타났고, 그 다음은 '메뉴가 다양해 졌으면' 36.2%, '야채, 과일을 많이 주었으면' 35.1%, '우리나라 고유와 간식개발' 32.8%, '일인분의 양을 더 많이 주었으면' 21.8%, '지금 정도로 만족한다' 15.7%, '김치도 같이 주었으면' 9.3%, '덜 짜게' 7.8%, '너무 태우지 말았으면' 3.5%, '덜 달게' 3.3%의 順이었다. 신속한 서비스와 편의성을 가지고

Table 13. Do you use napkin when you eat fast foods?

Unit: respondent %

Item	Year		Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	male	female	male	female	male	female	male	female	male	female	male	female
	(N=18)	(N=23)	(N=96)	(N=345)	(N=244)	(N=546)	(N=96)	(N=81)	(N=454)	(N=995)		
Use	10(55.5)	9(39.2)	29(30.2)	105(30.4)	65(26.6)	179(32.8)	33(34.4)	20(24.7)	137(30.2)	313(31.5)		
Eat without napkin if napkin isn't served	3(16.7)	6(26.1)	22(22.9)	122(35.4)	86(35.3)	163(29.9)	22(22.9)	22(27.2)	133(29.3)	313(31.5)		
Eat with fork or spoon	2(11.1)	3(13.0)	9(9.4)	42(12.2)	30(12.3)	83(15.2)	23(24.0)	25(30.9)	64(14.1)	153(15.4)		
don't need napkin because the food is well packed	2(11.1)	2(8.7)	11(11.5)	32(9.3)	25(10.2)	65(11.9)	8(8.3)	7(8.6)	46(10.1)	106(10.7)		
Eat with hands	0(0.0)	2(8.7)	24(25.0)	35(10.1)	31(12.7)	45(8.2)	9(9.4)	6(7.4)	64(14.1)	88(8.7)		
Use wet paper napkin	1(5.6)	1(4.3)	1(1.0)	9(2.6)	7(2.9)	11(2.0)	1(1.0)	1(1.2)	10(2.2)	22(2.2)		

Table 14. Changes of food habit after the subjects had fast foods

Unit: respondent %

Item	Year		Under 13		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	Sex		male (N=18)	female (N=23)	male (N=96)	female (N=344)	male (N=240)	female (N=539)	male (N=96)	female (N=80)	male (N=450)	female (N=986)
Not changed			7(38.9)	12(52.2)	62(64.6)	195(56.7)	164(68.3)	327(60.7)	65(67.7)	54(67.5)	298(66.2)	588(59.7)
Dining out was increased			0(0.0)	5(21.7)	16(16.7)	58(16.9)	29(12.1)	60(12.8)	7(7.3)	11(13.8)	52(11.6)	143(14.5)
Became to familiar to western foods			8(44.4)	5(21.7)	13(13.5)	53(15.4)	16(6.7)	73(13.5)	9(9.4)	4(5.0)	46(10.2)	135(13.7)
Gained weight			2(11.1)	4(17.4)	4(4.2)	80(23.3)	15(6.3)	47(8.7)	3(3.1)	5(6.3)	24(5.3)	136(13.8)
Became to use napkin			3(16.7)	4(17.4)	9(9.4)	32(9.3)	23(9.6)	52(9.6)	2(2.1)	4(5.0)	37(8.2)	92(9.3)
Became to eat faster			1(5.6)	1(4.3)	6(6.3)	24(7.0)	20(8.3)	37(6.9)	5(5.2)	1(1.3)	32(7.1)	63(6.4)
Food choice has been changed			1(5.6)	2(8.7)	8(8.3)	14(4.1)	12(5.0)	38(7.1)	6(6.3)	6(7.5)	27(6.0)	60(6.1)
Became to eat less pepperly food			1(5.6)	2(8.7)	4(4.2)	23(6.7)	8(3.3)	23(4.3)	7(7.3)	4(5.0)	20(4.4)	52(5.3)
Decreased meal quantity			1(5.6)	2(8.7)	8(8.3)	17(4.9)	9(3.8)	26(4.8)	7(7.3)	1(1.3)	25(5.6)	46(4.7)
Improved food habit			1(5.6)	2(8.7)	7(7.3)	9(2.6)	8(3.3)	25(4.6)	2(2.1)	3(3.8)	18(4.0)	39(4.0)
Increased meal quantity			0(0.0)	2(8.7)	5(5.2)	27(7.8)	9(3.8)	10(1.9)	0(0.0)	3(3.8)	14(3.1)	42(4.3)
Homemade food became tasteless			0(0.0)	1(4.3)	5(5.2)	14(4.1)	9(3.8)	11(2.0)	1(1.0)	2(2.5)	15(3.3)	28(2.8)
Became to eat less salty foods			0(0.0)	0(0.0)	3(3.1)	8(2.3)	5(2.1)	11(2.0)	5(5.2)	0(0.0)	13(2.9)	19(1.9)
Became to eat salty foods			0(0.0)	0(0.0)	6(6.3)	8(2.3)	1(0.4)	4(0.7)	0(0.0)	2(2.5)	7(1.6)	14(1.4)

저렴한 價格으로 食品을 提供해야 하는 外食産業의 한 形態로 發達한 패스트푸드에 대해, 本 調査에서 價格을 낮추었으면 좋겠다는 소비자들의 반응이 높게 나타난 것으로 보아 패스트푸드 업체들이 고려해 볼 문제인 것 같다.

또한 현재 밀가루로 만든 빵이나 파이皮가 많이 이용되고 있는 패스트푸드는 우리나라 賦存食品인 쌀 또는 쌀가루를 이용하거나 混用하는 패스트푸드로 開發하기 위한 努力이 요구된다. 한편 世界的으로 빠른 속도로 普偏化되어가고 있는 패스트푸드의 流行과 맛이 年少世代속으로 파고드는 점을 고려해 볼때 營養이 合理的이며 固有한 우리의 맛이 사라져

가지 않도록 食文化적 측면에서 숙고할 必要가 있다.

10. 顧客의 職業에 따른 패스트푸드에 대한 意見

전문직 104名, 사무직 128名, 상업 및 서비스직 116名, 가정주부 104名, 국민학생 64名, 중학생 60名, 고등학생 60名, 대학·대학원생 124名, 총 760名을 대상으로 패스트푸드에 대한 설문조사를 1988年 7月中에 실시하였다. 나타난 結果 중 몇가지를 간추려 보면, 집에서 만든 음식(Home-made food)이 패스트푸드보다 더 낫다고 응답한 사람은 전문직이 87.0%로

Table 15. Suggestions for better service of fast foods

Unit: respondent %

Item	Year		14 to 19		20 to 30		Over 31		Total	
	male (N=18)	female (N=23)	male (N=96)	female (N=344)	male (N=242)	female (N=544)	male (N=96)	female (N=80)	male (N=452)	female (N=991)
Lower price	8(44.4)	12(52.2)	47(49.0)	226(65.7)	119(49.2)	326(59.9)	34(35.8)	39(48.8)	208(46.1)	603(60.8)
More variety	5(27.8)	8(34.8)	33(34.4)	158(45.9)	71(29.3)	192(35.3)	28(29.2)	28(35.0)	137(30.3)	386(39.0)
Larger portion of vegetables and fruits	4(22.2)	6(26.1)	24(25.0)	120(34.9)	67(27.7)	231(42.5)	33(34.4)	21(26.3)	128(28.3)	378(38.1)
Develop Korean foods	5(27.8)	9(39.1)	34(35.4)	80(23.3)	93(38.4)	188(34.6)	38(39.6)	26(32.5)	170(37.6)	303(30.6)
Larger portion size	1(5.6)	9(39.1)	28(29.2)	100(29.1)	53(21.9)	110(20.2)	5(5.2)	8(10.0)	87(19.2)	227(22.9)
Satisfied as present	7(38.9)	6(26.1)	23(24.0)	50(14.5)	41(16.9)	73(13.4)	14(14.6)	12(15.0)	85(18.8)	141(14.2)
Serve with Kimchi	0(0.0)	0(0.0)	6(6.3)	22(6.4)	20(8.3)	65(11.9)	12(12.5)	9(11.3)	38(8.4)	96(9.7)
Decrease saltiness	1(5.6)	2(8.7)	7(7.3)	27(7.8)	11(4.5)	53(9.7)	5(5.2)	7(8.8)	24(5.3)	89(9.0)
Less browning by heat	0(0.0)	0(0.0)	4(4.2)	17(5.0)	5(2.1)	21(3.9)	1(1.0)	3(3.8)	10(2.2)	41(4.1)
Decrease sweetness	1(5.6)	0(0.0)	3(3.1)	11(3.2)	8(3.3)	22(4.0)	3(3.1)	0(0.0)	15(3.3)	33(3.3)

가장 높았고, 학생(국민학생, 중학생, 고등학생)은 다른 직업인에 비해 패스트푸드를 선호하는 편이었다.

패스트푸드 食堂의 환경, 위생, 서비스에 대해서는 4月中에 실시한 結果와 마찬가지로 대체로 만족하고 있었다.

패스트푸드 食堂을 이용한 후, 食生活에 변화가 있었는지에 대해서는 전체적으로 볼 때, 78.0%가 '변화없다'고 응답했고, 특히, 전문직과 대학·대학원생은 그 비율이 높게 나타났다.

패스트푸드의 잔맛에 대해서는 78.5%가 보통이라고 응답하여 대체로 만족하고 있었고, 국민학생과 중학생은 패스트푸드가 맛있다고 응답한 비율이 높았던 結果는 패스트푸드의 기호가 자라나는 세대들의 입맛에 맞음을 의미한다. 그리고, 국민학생과 중학생들이 패스트푸드 食堂이 많이 생긴 것에 대해 긍정적인 반응을 보였다. 패스트푸드와 같이 먹는 飮食으로는 전체적으로 볼 때, 김치보다는 샐러드를 더 선호했다.

패스트푸드 食堂을 利用하지 않는다고 응답한 사

람들에게 그 이유를 조사했던 結果는 다음과 같다. 전문직, 상업및 서비스직 종사자는 '패스트푸드가 기호에 맞지 않고, 식당의 분위기가 싫어서'를 이유로 들었고, 사무직과 가정주부들은 '주위에 쉽게 이용할 만한 패스트푸드 식당이 없고 음식이 기호에 맞지 않아서 이용하지 않는다'고 했다. 대학·대학원생은 '경제적인 면에서 너무 비싸고, 패스트푸드가 기호에 맞지 않아 이용하지 않는다'고 응답했다.

IV. 要約 및 結論

서울시내 강남, 명동, 여의도 地域의 패스트푸드 食堂을 찾은 1,454名의 顧客을 對象으로 外食行動實態를 調査한 設問調査結果를 要約하면 다음과 같다.

顧客은 청소년층과 청년층인 14~30歲가 많았고, 신분은 學生과 會社員의 비율이 높았다.

패스트푸드 食堂을 찾는 動機는 패스트푸드의 簡便性이 가장 큰 要因으로 나타났다. 패스트푸드 食堂을 찾는 時間은 각 시간대별로 比較的 高은 分布

를 보였고, 패스트푸드 食堂에서 보내는 時間은 1時間以下가 大部分이었다. 패스트푸드 食堂에는 주로 친구(동료)와 함께 많이 利用하고 있었고, 패스트푸드를 選擇할 때에는 嗜好를 가장 고려하는 것으로 나타났다. 패스트푸드는 食事로서보다는 間食이나 飲料水정도로 더 많이 利用하고 있었고, 패스트푸드가 지참음식(take-out food)이긴 하지만, 食堂에서만 먹는 경우가 大部分이었다. 飲食에 대한 嗜好調査의 結果, 嗜好성이 높은 飲食으로는 후라이드치킨, 샐러드, 후렌치후라이드포테이토, 김밥, 아이스크림 등이었다. 면류, 즉류, 청량음료를 제외한 모든 飲食에서 女子들의 食品에 대한 選好도는 男子보다 더 높았다. 傳統飲食의 패스트푸드화에 대해서는 比較的 肯定的인 반응을 보였고, 패스트푸드 食堂의 衛生狀態에 대해서도 대체로 滿足하는 것으로 나타났다. 또한, 패스트푸드의 價値에 대해서는 대체로 滿足하고 있었다. 그러나, 패스트푸드의 價格에 대해서는 낮추었으면 좋겠다는 의견이 높게 나타났다.

앞으로 生活水準이 向上되고 簡便性을 追求하는 消費者의 志向에 따라 外食産業은 계속 發展할 전망이다. 특히 學生과 젊은 연령층에서 각광을 받고 있는 패스트푸드는 빠른 速度로 성장, 보급되어왔다.

그러나, 우리나라에서 판매되고 있는 패스트푸드의 營養價나 成分의 化學적인 分析에 관한 研究는 매우 부진한 상태이므로 계속적인 研究와 아울러 다양한 계층의 소비자의 욕구를 충족시키기 위한 多樣한 메뉴의 開發이 요구되며 營養·衛生면에서 改善되고 補完된 패스트푸드가 外食産業으로 發展되는 것이 중요한 과제라 하겠다.

■ 참고문헌

- 1) 牟壽美 : 外食産業의 發達이 國民營養 및 食生活에 미치는 影響, 韓國營養學會誌, 19 : 120~128, 1986.
- 2) 牟壽美 : 우리나라 外食産業 發展 方向과 國民保健·營養, 大韓保健協會誌, 13 : 3~18, 1987.
- 3) 牟壽美·金昌任·李心烈·尹段英·李敬信·崔景淑 : 패스트푸드의 外食行動에 관한 實態調査, 韓國食文化學會誌, 1 : 295~309, 1986.
- 4) 牟壽美·錢美廷·白秀環·李秀景·패스트푸드의 外食行動에 관한 2次實態調査, 韓國食文化學會誌, 4 : 83~94, 1989.
- 5) 牟壽美·錢美廷·尹惠英 : 保健·營養側面에서 본 패스트푸드의 外食行動에 관한 實態調査, 大韓保健協會誌, 15 : 69~79, 1989.
- 6) Shannon, B. M. & Parks, S. C. : Fast Foods: A perspective on their nutritional impact, J. Am. Dietet. A. 76 : 242~247, 1980.
- 7) A report by the American council on science and health : "Fast Foods" and the American consumer, J. Am. Dietet. A. 81 : 579, 1982.
- 8) Finberg, L. : Fast foods for adolescents: Nutritional disaster or triumph of technology? Am. J. Dis. Child. 130 : 362, 363, 1976.
- 9) Greecher, C. P. and Shannon, B. M. : Impact of fast food meals on nutrient intake of two groups, J. Am. Dietet. A. 70 : 368, 1977.
- 10) Call, D. L. : The changing food market-nutrition in a revolution, J. Am. Dietet. A. 60 : 384, 1972.
- 11) A.D.A. Reports : Position paper on nutrition education and fast food service, J. Am. Dietet. A. 65 : 54, 1974.
- 12) Appledorf, H. and Kelly, L. S. : Proximate and mineral content of fast food, pizzas, Mexican-American-style foods and submarine sandwiches, J. Am. Dietet. A. 74 : 35, 1979.
- 13) 朴吉童 : 外食産業, 韓國食品工業協會誌, 97 : 12~32, 1988.
- 14) 金容姬 : 外食産業, 月刊 食品産業, 10 : 36~56, 1988.
- 15) 丁英鎮 : 大學生の 飲食 嗜好 調査, 韓國營養學會誌, 17 : 10~19, 1984.
- 16) 尹明禮 : 外食産業을 들여다 본다, 月刊 食品産業, 4 : 58~67, 1985.
- 17) Slover, H. T., Lanza, E. and Thompson Jr. R. H. : Lipids in fast foods, Journal of Food Science, 45 : 1583~1591, 1980.
- 18) Jane A. Bowers, Jean A. Craig, Tammy J. Tucker, Joanne M. Holden, Linda P. Posati : Vitamin and proximate composition of fast-food fried chicken, J. Am. Dietet. A. 87 : 736~739.
- 19) Patricia Pliner : Family resemblance in food preferences, of Nutrition Education, 15 : 137~140, 1983.
- 20) Axelson, M. L., Brinberg, D. and Durand, J. H. : Eating at a fast-food restaurant - A social-psychological analysis, J. of Nutrition Education, 15 : 94~98, 1983.

- 21) 朴聖炫 : SPSS 統計 패키지, 博英社, 1987.
- 22) 金明淑 : 패스트푸드 市場, 新東亞, 9 : 534~547, 1988.
- 23) 金秉洙 · 尹起重 · 安潤基 · 尹祥雲 : SPSS를 利用한 統計資料分析, 博英社, 1987.