

편의식품 이용 실태에 관한 연구

김혜영 · 최선희 · 주선의

성신여자대학교 생활과학대학 식품영양학과
(1995년 12월 12일 접수)

A Survey of the Behaviors on Fast Food Restaurants

Heh-Young, Kim, Seon-Hee Choi and Seou-Eui Ju

Department of Food & Nutrition, College of Human Ecology, Sungshin Women's University
(Received December 12, 1995)

Abstract

This study understands the actual conditions and problems for making traditional Korean food into the fast food. 1. Convenience to eat and nice atmosphere with friends (25%) are the best motive of visiting fast food restaurant. 2. The frequency of eating fast food is one to three times a month and the result of analysis on interrelation of human being in social anthropology represents that the fast food represents negative (-) interrelation by increasing of the age. The opinion about the fast food's nutrition is that the fast food lacks the nutrition (23.3%) and has excessive fat (40%). 3. The consumers were satisfied with the atmosphere of the fast food restaurant and unsatisfied with it's high prices. 4. The consumers' opinion on making the traditional food into a fast food was 66.4%. The consumers' opinions on traditional food to be improved are the sanitation (37.9%), the cookery (25%), the taste (11.7%), the nutrition (10.7%) and the opinions about inheritance of the traditional food is that 87.5% of people gave positive responses.

I. 서 론

현대사회는 고도의 경제성장과 생활수준의 급격한 변화와 더불어 우리의 사회환경과 생활양식 특히, 식생활양식을 크게 변모시키고 있다. 현대인들은 복잡한 생활속에서 간편성을 추구하게 되었고, 경제성장에 따른 생활수준의 향상으로 점차 외식이 생활화 되어가고 있으며, 특히 식문화의 서구화 현상이 우리 생활에 깊숙이 침투하면서 외식산업의 변창과 편의식품의 이용이 급증하고 있다.

외식이 빠르게 변창하는 배경에는 국민소득의 증대와 소비의식의 변화, 여성의 사회 참여 증가, 사회의 레저 지향화 등 많은 요인들이 있으며 현재 주요 외식산업의 형태로는 서구식 패스트푸드를 취급하는 프랜차이즈 상점, 도시락 등의 집으로 사가지고 갈 수 있는 음식을 취급하는 테이크아웃 상점, 식사와 휴식을 취할 수 있는 카페, 가족단위의 외식 중심이 되는 웨일리 레스토랑 등이 있는데 최근 아주 빠른 속도로 성장 보급되는 것이 패스트푸드점이다¹⁾.

패스트푸드는 그 자체를 외식산업의 전체로 보는

견해도 있고 또한 편의식품으로도 불려진다. 편의식품이란 신속한 서비스와 편의성을 갖고 상대적으로 낮은 가격으로 식품을 제공하는 업태를 뜻한다²⁾. 편의식품은 음식의 제조와 판매가 분리된 조직적인 경영기법인 Franchise system으로 운영된다³⁾.

미국에서 1950년대부터 크게 성장하게 된 외식산업은 세계로 진출하여 가까운 일본은 1960년대부터 크게 발전하기 시작하였고, 우리나라에서도 최근에 편의식품 산업에 속하는 많은 종류의 음식과 점포가 생겼다.

1988년 집계된 자료⁴⁾에 의하면 서구형 편의식품점은 전국에 1300여개에 이르고 있으며 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 그러나 이러한 빠른 성장에도 불구하고 제공되는 편의식품의 영양 및 품질면에서의 질적인면 특히 소비자의 상당수가 청소년이라는 보고⁵⁾는 청소년기가 균형된 영양이 강조되어야 할 시기라는 점에서 그 심각성은 더욱 증가된다고 하겠다.

편의식품점을 찾는 대부분의 고객은 청장년층(15~29세)으로 이들의 식생활은 우리의 전통 식문화에 큰 영향을 주게 되므로 우리 고유한 한국 음식의 맛과 멋에 대한 긍지를 심어주고 전통음식에 대한 바른 의식을

갖도록 하며 올바른 식생활 문화를 정립하는 것은 의미있는 일이라 하겠다. 그러나 우리의 편의식품점에 대한 이용고객의 실태조사와 전통 음식의 편의식품화에 대한 연구는 아직 미흡한 실정이다.

이에 본 연구는 편의식품의 이용 실태와 문제점을 파악하기 위하여 편의 식품점을 찾는 고객을 대상으로 연령층을 구분하고 편의식품점의 이용 실태, 영양적인 면, 외식의 기호도, 편의식품 이용후 만족도, 위생상태, 개선책 및 전통음식을 편의식품화하기 위한 소비자의 의식, 개선책 등을 조사하여 전통음식을 편의식품화하기 위한 기초 자료가 되고자 한다.

II. 연구내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 조사는 1994년 7월 8일부터 29일까지 21일 동안 서울시내 중심지역에 있는 편의식품점을 이용하는 고객을 무작위로 선정하여 이들에게 설문지 총 1400부를 배포하여 즉석에서 1131부가 회수되었다.

2. 조사내용 및 방법

본 연구에서의 조사방법은 서울시내 편의식품 이용자에게 집중대면 조사를 통하여 얻은 결과와 이¹⁷⁾ 및 홍¹⁸⁾ 등의 연구를 기초로 하여 본 연구에 맞게 보완 개발하였다. 설문지 조사방법으로 연령층별, 성별로 나누어서 편의식품의 이용실태조사, 편의식품에 대한 영양적 의견, 외식에 대한 기호도 조사, 편의식품 이용 만족도와 개선에 대한 요구사항, 전통음식의 편의식품화 등을 조사하였다.

3. 자료의 통계분석

수집된 자료의 결과는 연령층 및 성별로 나누어 SPSS(Statistical Package for the Social Science)를 사용하여 모든 문항의 단순빈도와 백분율을 구하고 각 항목의 상호관련성 및 유의성 차이를 검증하기 위해 삼원 교차표를 작성하여 각 항목별로 χ^2 -test를 실시하였고 음식의 기호도 조사에서는 조사방법의 평가기준으로 '좋아한다'를 3점, '보통이다'를 2점, '싫어한다'를 1점으로 하여 기준을 삼았고 상관성은 Pearson's R(상관계수)로 분석하였다.

III. 조사결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적인 사항

조사대상자는 서울에 거주하는 자로서 그 연령별 구성은 그림 1에 나타내었다.

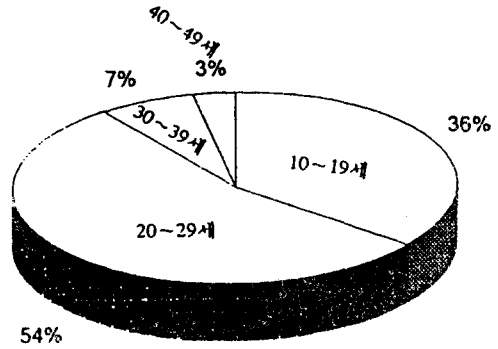


그림 1. 조사대상자의 구성

편의식품점을 찾는 고객을 연령별로 보면 청소년층과 청년층이 90%로 대부분을 이루었으며 장년층은 10%에 불과했다. 류⁷⁾ 등의 청소년층과 청년층이 83.1%라는 보고보다 더 많은 비율을 차지하고 있는데 이는 편의식품의 이용고객이 청소년층과 청년층으로 늘어남을 알 수 있다.

2. 편의식품점과 이용실태 조사

1) 편의식품점을 찾는 동기

편의식품점을 찾는 동기는 표 1에 나타난 바와 같이 '식사하기에 간편해서'가 34.8%로 가장 큰 이유로 나타났다 '친구들과 어울릴 수 있는 분위기가 제공되므로' 25%, '시간에 구애를 받지 않으므로' 11.1%, '맛이 있어서' 8.8% 순으로 나타났다.

각 집단이 편의식품점을 찾는 동기는 젊은 층에서는 친구들과 어울릴 수 있는 장소가 제공되고, 음식먹기가 간편하므로 편의식품점을 찾았고 장년층에서는 가격이 적당해서 이용하는 것으로 나타나서 연령별 유의적 차이를 보였다. 전체적으로 볼 때 식의 레저화, 편의식품의 장점인 간편화와 시간 등의 편의를 제공하는 면에 있어서는 모⁸⁾ 등의 조사결과와 일치하는 결과를 나타내었고 가격과 영양가는 낮은 반응을 보였는데 이 결과는 한⁹⁾의 결과와 일치하는 것으로 나타났다.

2) 편의식품 이용횟수

편의식품점을 이용하는 횟수 및 사회 인구학적 변인을 그림 2와 표 2에 나타내었다. 이용횟수는 한달에 1~3회가 40.5%, 일주일에 1회가 31.5%, 한달에 4회 이상이 16.3%, 거의 가지 않는다 11.5% 등의 순으로 청소년층과 청년층의 이용 횟수가 높게 나타났고($p < 0.001$) 장년층으로 갈수록 적게 이용하는 것으로 나타났다. 편의식품 이용횟수와 사회 인구학적 변인관계의 상관관계 분석 결과는 나이가 증가함에 따라 이용횟수는 부(-)의 상관성을 나타냈으며 용돈과 수입은 편

표 1. 편의식품점을 찾는 동기

항 목	나이		10~19		20~29		30~39		40~49		계 N(%)
	성 별		남	여	남	여	남	여	남	여	
	N(%)	N(%)									
식사하기가 간편해서	36 (29.3)	43 (25.4)	72 (35.3)	170 (34.3)	39 (59.1)	16 (55.2)	13 (52.0)	4 (21.1)	393 (34.8)		
시간에 구애받지 않으므로	17 (13.8)	4 (2.4)	31 (15.2)	54 (10.9)	10 (15.2)	4 (13.8)	4 (16.0)	2 (10.5)	126 (11.1)		
맛이 있어서	17 (13.8)	23 (13.6)	8 (3.9)	42 (8.5)	4 (6.1)	3 (10.3)	2 (8.0)	0 (0)	99 (8.8)		
가격 적당	6 (4.9)	14 (8.3)	20 (9.8)	21 (4.2)	3 (4.5)	1 (3.4)	3 (12.0)	3 (15.8)	71 (6.3)		
음식이 빨리 준비되므로	12 (9.8)	13 (7.7)	15 (7.4)	29 (5.8)	6 (8.1)	2 (6.9)	2 (8.0)	4 (21.1)	83 (7.3)		
영양이 풍부	1 (0.8)	0 (0)	3 (1.5)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4 (0.4)		
친구들과 어울릴 수 있어서	31 (25.2)	63 (37.3)	47 (23.0)	132 (26.6)	4 (6.1)	1 (3.4)	0 (0)	5 (26.3)	283 (25.0)		
무응답	3 (2.4)	9 (5.3)	8 (3.9)	48 (9.7)	0 (0)	2 (6.9)	1 (4.0)	1 (5.2)	72 (6.4)		
계 N (%)	123 (100.0)	169 (100.0)	204 (100.0)	496 (100.0)	66 (100.0)	29 (100.0)	123 (100.0)	19 (100.0)	1131 (100.0)		

$\chi^2=79.68, DF=21, p<0.001$

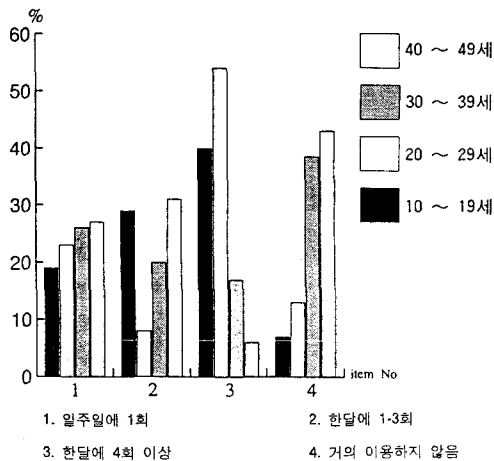


그림 2. 편의식품점 이용횟수

의식품점 이용횟수와 정(+)의 상관성을 나타내었다.

3) 자주 이용하는 편의식품점

그림 3에 나타난 결과와 같이 햄버거점이 63.9%로

표 2. 편의식품점 이용횟수와 사회·인구학적인 변인

편의식품점의 이용횟수	사회인구학적 변인	pearson's R	prob
햄버거점 이용횟수	나이	-.1658	.000
	용돈	.1615	.000
피자점 이용횟수	나이	-.1618	.000
	용돈	.2461	.000
	수입	.2944	.000
면류점 이용횟수	나이	0.697	.000
후라이드치킨점 이용횟수	나이	-.1586	.000
	용돈	.1707	.000
아이스크림 이용횟수	나이	-.2503	.000
도우넛점 이용횟수	나이	-.2288	.000

가장 높았고 치킨점이 14.6%, 면류점이 9.3%, 피자점이 4.5%, 김밥점이 3.1%로 나타났다. 햄버거는 주로 젊은 남자층에서 선호하고 김밥은 중년의 여자층에서 선호

하는 것으로 나타났다.

위의 결과는 식생활의 간소화, 서양음식의 선호, 서구식 식생활화, 식사 시간의 단축을 요구하는 외식 문화의 발전과 부합되며¹⁰⁾ 한끼 식사용으로 선택시 음식의 영양적 균형도 생각되어야 하겠다.

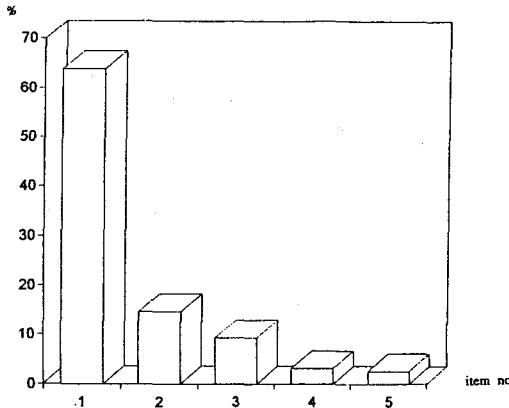
4) 편의식품에 대한 영양적 의견

편의식품을 한끼 식사로 섭취시 어떤 영양소가 많이 들어 있다고 생각하는가에 대한 질문의 결과와 편의식품을 먹고 난 후의 느낌에 대한 의견을 각각 표 3,

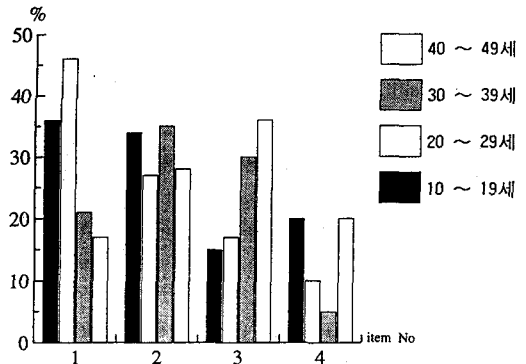
그림 4에 나타냈다.

지방이 40%, 열량이 22.3%, 단백질이 20.7%, 탄수화물이 6.5% 무기질 및 비타민이 5.9%로서 모든 연령층에서 지방이 많다고 생각했다.

그림 4에는 편의식품을 먹고 난 후의 느낌으로 보통이다가 51.5%, 느끼하다가 36.2%, 아주 알맞다가 8.5%, 개운하다가 3.8%로 나타났고 특히 여성층과 청장년층에서 느끼하다가 응답한 비율이 유의적으로 높게 나타났다($p < 0.001$). 그러므로 지방이 많다고 생각한 것은 서양음식을 먹고 난 후의 느낌에서 기름기가 너무 많아



1. 햄버거 2. 치킨 3. 면류 4. 피자 5. 김밥
그림 3. 자주 이용하는 편의식품점 종류



1. 개운하다 2. 느끼하다 3. 보통이다 4. 아주 알맞다
그림 4. 편의식품을 먹고 난 후의 느낌

표 3. 영양적 의견

항 목	나이		10~19		20~29		30~39		40~49		계 N(%)
	성	별	남	여	남	여	남	여	남	여	
단백질			36 (29.3)	32 (18.9)	57 (27.9)	71 (14.3)	21 (61.8)	8 (27.6)	7 (28.0)	3 (15.8)	235 (20.7)
탄수화물			8 (6.5)	11 (6.5)	12 (5.9)	29 (5.8)	7 (10.6)	1 (3.4)	3 (12.0)	3 (15.8)	74 (6.5)
지방			49 (39.8)	88 (52.1)	77 (37.7)	202 (40.7)	14 (21.2)	13 (44.8)	4 (16.0)	6 (31.6)	453 (40.0)
무기질 및 비타민			12 (9.8)	4 (2.4)	18 (8.8)	9 (1.8)	9 (13.6)	2 (6.9)	7 (28.0)	6 (31.6)	67 (5.9)
열량			15 (12.2)	29 (17.2)	30 (14.7)	154 (31.0)	14 (21.2)	4 (13.8)	4 (16.0)	1 (5.3)	251 (22.3)
무응답			3 (2.4)	6 (3.0)	10 (4.9)	31 (6.3)	1 (0.1)	1 (0.1)	0 (0)	0 (0)	51 (4.5)
계 N (%)			123 (100.0)	169 (100.0)	204 (100.0)	496 (100.0)	66 (100.0)	29 (100.0)	25 (100.0)	19 (100.0)	1131 (100.0)

$\chi^2 = 95.34, DF = 15, p < 0.001$

개운하지 않은 것에서 비롯된다고 사료된다.

영양적인 균형을 생각하고 먹느냐에 대한 대답에서는 남녀 모두 20대가 가장 높은 반응을 보인 것으로 나타났다. 학력과 편의식품에 대한 영양적 의견과의 상관관계에서는 유의적인 차이를 보였는데 ($p < 0.01$) 학력이 높을수록 편의식품 섭취시 영양균형을 늘 생각하면서 먹는 것으로 나타났다.

5) 외식에 관한 기호도 조사

외식에 대한 기호도 조사는 표 4에 나타나 있다.

음식의 종류에 따른 기호도 조사에서 '좋아한다'를 3점, '보통이다'를 2점, '싫어한다'를 1점으로 하여 평균치를 계산했을 때 기호성이 높은 음식으로는 치킨, 샐러드, 피자, 김밥, 햄버거, 아이스크림 순이었고 기호성이 낮은 음식으로는 죽류, 도너스, 피쉬버거, 떡순이었다. 각 식품 기호도에 대한 남녀간의 차이를 알아보기 위해 χ^2 -test를 실시한 결과 거의 모든 음식에서 여자가 남자보다 식품에 대한 기호도가 더 높았다.

각국 음식에 대한 기호도 조사에서 우리 음식, 중국 음식, 서양 음식, 일본 음식, 이태리 음식에 대한 기호도 조사를 실시한 결과는 표 5와 같다.

우리 음식이 54.5%로 가장 높았고 서양 음식 21.6%, 일본 음식이 11.9%, 중국 음식이 7.5%, 이태리 음식이 1.9% 순으로 나타났다. 연령층으로 보면 우리 음식은

전 연령층에서 성별에 관계없이 모두 좋아하는 경향을 보인 반면에 서양 음식은 소년과 청소년층에서 선호하는 것으로 나타났고 중국 음식은 남자들이, 이태리 음식은 여자들이 조금 더 선호하는 것으로 나타났다. 한국 부인회가 초중 학생의 식성에 대한 설문조사에서¹¹⁾ 외국식품의 선호도가 31.3%로 나타나 외국음식의 선호도가 깊이 뿌리내리고 있음을 보여주었고 짜장면이나 떡보다는 치킨, 피자, 햄버거를 즐겨 먹는 것으로 나타났다.

6) 편의식품 이용만족도와 개선에 대한 요구사항

(1) 편의식품 이용만족도

편의식품의 이용만족도에 대한 소비자의 의견결과가 표 6에 나타난 바와 같이 만족한다는 반응을 보인 것 중에는 '셀프서비스'가 45.2%, '점포의 분위기가'가 40.4%, '제품의 종류'가 33.1%로 나타났으며 불만족한다는 '제품의 가격'이 46.6%, '제품의 분량'이 25.9%, '위생상태'가 21.2%, '제품의 이름'이 20.6% 순으로 양과 질에 비해 값이 비싸다라는 의견을 보였다.

김¹²⁾의 연구에서 편의식품 이용후 포장상태 및 디자인, 위생상태, 점포분위기 그리고 실내디자인에 대해서만 만족하고 있는 것으로 나타났고, 나머지 가격, 음식의 맛, 음식의 색깔, 분량, 종류의 다양성 그리고 셀프서비스에 대해서는 불편한 감정을 갖고 있는 것

표 4. 외식에 관한 기호도 조사

음 식		좋아한다 (3.0)	보통이다 (2.0)	싫어한다 (1.0)	Mean	
					남	여
후라이드 치킨	*	61.8	30.1	8.1	1.49	1.44
샐러드	*	64.2	29.1	6.7	1.58	1.32
후렌치 포테이토	*	54.4	38.3	7.4	1.59	1.48
피자	*	61.4	28.6	10.0	1.68	1.37
아이스크림	*	53.0	34.8	12.2	1.62	1.57
김밥	*	60.5	33.7	5.8	1.49	1.42
쥬우스	*	51.0	41.2	7.8	1.56	1.56
콜라		47.4	34.2	18.3	1.63	1.74
햄버거	*	53.5	38.9	7.6	1.46	1.58
만두		45.9	43.5	10.7	1.52	1.71
유부초밥		36.2	40.8	23.0	1.86	1.86
떡볶기	*	50.4	37.4	12.3	1.75	1.53
φ 죽류		17.2	34.1	48.7	2.24	2.35
φ 도우넛		18.1	45.2	36.6	2.1	2.23
치킨버거		41.5	37.6	20.9	1.71	1.83
떡		34.3	42.7	22.9	1.88	1.89
빈대떡		44.5	41.6	14.0	1.63	1.72
면류		44.0	43.5	12.6	1.69	1.68
φ 피쉬버거		29.7	40.8	29.5	1.94	2.02

*기호도가 높은 음식, φ기호도가 낮은 음식

표 5. 각국 음식에 대한 기호 조사

항 목	10~19		20~29		30~39		40~49		계 N(%)
	남 N(%)	여 N(%)	남 N(%)	여 N(%)	남 N(%)	여 N(%)	남 N(%)	여 N(%)	
한국음식	55 (44.7)	98 (58.0)	104 (51.0)	292 (58.9)	41 (62.1)	15 (51.7)	13 (52.0)	11 (57.9)	629 (54.5)
중국음식	13 (10.6)	4 (2.4)	25 (12.3)	16 (3.2)	7 (10.6)	2 (6.9)	1 (4.0)	0 (0)	68 (7.05)
서양음식	32 (26.0)	39 (23.1)	39 (19.1)	103 (20.8)	11 (16.7)	8 (27.6)	8 (32.0)	5 (26.3)	245 (21.6)
일본음식	17 (13.8)	16 (9.5)	27 (13.2)	66 (13.3)	3 (4.5)	3 (10.3)	2 (8.0)	2 (10.5)	136 (11.9)
이태리음식	3 (2.4)	6 (3.6)	2 (1.0)	8 (1.6)	1 (1.5)	1 (3.4)	1 (4.0)	1 (5.3)	23 (1.9)
무응답	3 (2.4)	6 (3.6)	7 (3.4)	11 (2.2)	3 (4.5)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	30 (2.75)
계 N(%)	123 (100.0)	169 (100.0)	204 (100.0)	496 (100.0)	66 (100.0)	29 (100.0)	25 (100.0)	19 (100.0)	1,131 (100.0)

$\chi^2=16.41$, DF=15, NS

표 6. 편의식품 구매 후 만족의 정도

항목	만족도	아주 만족한다 (%)	만족한다 (%)	그저 그렇다 (%)	불만족 하다 (%)	아주 불만족하다 (%)	계 N(%)	비고
음식의 맛은		11.6	32	52	3.5	0.9	1,131(100)	*
제품의 가격은		4.4	9.1	30.7	46.6	9.2	1,131(100)	**
포장용기 및 디자인		9	40.1	38.2	9.7	3	1,131(100)	*
제품의 분량		3.7	22.7	42.9	25.9	4.8	1,131(100)	o
제품의 종류		5.6	33.1	46.5	13.2	1.7	1,131(100)	o
제품의 이름		5.7	23.1	43.8	20.6	5.8	1,131(100)	o
위생상태		4.5	23.8	42.5	21.2	8	1,131(100)	o
셀프서비스		10.3	45.2	30.3	10	4.2	1,131(100)	*
종업원 서비스		4.9	26.5	45.8	16.8	6	1,131(100)	o
점포의 분위기		8	40.4	39	10.1	2.4	1,131(100)	*

*편의식품 구매후에 만족, **편의식품 구매후의 불만족, o 편의식품 구매후에 그저 그렇다.

으로 나타났다. 본 연구 조사결과는 선행연구 중 김³⁾, 김¹²⁾, 윤¹³⁾의 연구와 같이 가격의 만족도와 일치되고 있으며 맛에 대해서는 모¹⁴⁾의 연구와 다르게 나타났는데 이 결과는 조사대상자와 조사점이 다르기 때문이라고 사료된다.

(2) 편의식품 개선에 대한 요구사항

편의식품의 개선에 대한 요구사항의 결과는 표 7에 나타내었다.

'가격을 낮추었으면'(34.9%), '우리나라 고유 간식이 개발되었으면'(17.5%), '메뉴가 다양해졌으면'(11.2%), '김치도 같이 주었으면'(6.75%), '1인 분량이 많았으면'(6.74%), '덜 짜게'(3.8%), '덜 달게'(0.85%)의 순이다.

신속한 서비스와 편의성을 갖고 상대적으로 낮은 가격으로 식품을 제공하는 외식산업의 한 형태로 발달한 편의식품²⁾과 비교해 볼 때 본 조사에서는 '가격을

표 7. 편의식품 개선에 대한 요구사항

항 목	나이		10~19		20~29		30~39		40~49		계 N(%)
	성 별		남	여	남	여	남	여	남	여	
가격이 낮추어졌으면			41 (33.3)	66 (39.1)	66 (32.4)	190 (38.3)	18 (27.3)	8 (27.6)	9 (36.0)	5 (26.3)	403 (34.9)
메뉴가 다양해졌으면			7 (5.7)	30 (17.8)	23 (11.3)	53 (10.7)	7 (10.6)	5 (17.2)	3 (12.0)	4 (21.1)	132 (11.2)
김치도 같이 주었으면			3 (2.4)	4 (2.4)	25 (12.3)	28 (5.6)	3 (4.5)	3 (10.3)	3 (12.0)	0 (0)	69 (6.75)
덜 짜게			4 (3.3)	6 (3.6)	5 (2.5)	19 (3.8)	6 (9.1)	1 (3.4)	1 (4.0)	1 (5.3)	43 (3.8)
덜 달게			1 (0.8)	1 (0.6)	2 (1.0)	2 (0.4)	1 (1.5)	0 (0)	0 (.0)	1 (5.3)	8 (0.85)
우리나라 고유간식의 개발			22 (17.9)	19 (11.2)	39 (19.1)	82 (16.5)	20 (30.3)	2 (30.3)	2 (30.3)	1 (5.3)	191 (17.5)
1인분 양이 많았으면			28 (22.8)	5 (3.0)	13 (6.4)	7 (1.4)	6 (9.1)	5 (9.1)	5 (9.1)	0 (0)	65 (6.74)
채소를 더 많이 주었으면			6 (4.9)	11 (6.5)	8 (3.9)	26 (5.2)	2 (3.0)	2 (3.0)	2 (3.0)	3 (15.8)	58 (4.95)
무응답			11 (8.8)	27 (16.0)	23 (11.3)	89 (17.9)	3 (4.5)	0 (0)	0 (0)	4 (21.1)	162 (13.3)
계 N (%)			123 (100.0)	169 (100.0)	204 (100.0)	496 (100.0)	66 (100.0)	29 (100.0)	25 (100.0)	19 (100.0)	1,131 (100.0)

$\chi^2=66.68$, $DF=24$, $p<0.01$

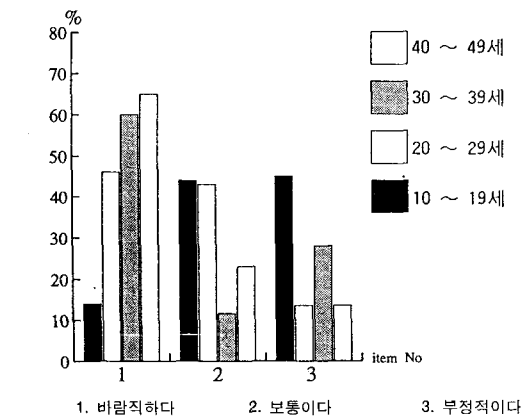


그림 5. 전통음식의 편의식품화에 대한 의견

‘낮추었으면’에 대한 소비자들의 반응이 높게 나타난 것은 생각해 볼 문제라고 생각된다.

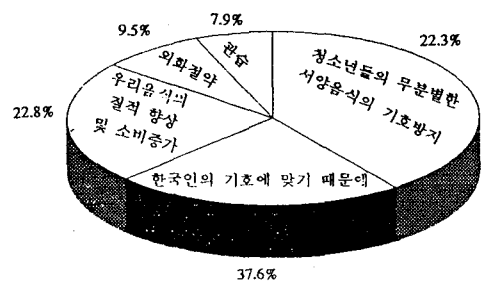


그림 6. 전통음식의 편의화가 바람직한 이유

3. 전통음식의 편의식품화

1) 전통음식의 편의식품화에 대한 생각

전통음식의 편의식품화에 대한 생각은 그림 5에 나타내었다.

결과를 보면 ‘바람직하다’가 66.4%, ‘보통이다’가 26.8%, ‘부정적이다’가 6.8%로 대체로 긍정적인 반응

을 보였다. 연령별로 보면 10대에서는 14%, 20대에서는 48%, 30대에서는 60%, 40대에서는 68%로서 연령이 고령화될수록 전통음식의 편의 식품화에 대한 긍정적인 반응이 더 높았다.

전통음식의 편의화가 바람직한 이유는 그림 6에서 보듯이 '한국인의 기호에 맞기 때문에'가 37.6%, '우리 음식의 질적향상 및 소비증가'가 22.8%로 나타났고 청소년들의 부분별한 서양음식의 기호를 방지한다는 생각이 22.3%, 외화절약, 관습 순이었다. 편의 식품화 되기를 바라는 우리음식은 그림 7에서와 같이 식혜, 수정과, 부침류, 떡류, 잡채 순이다.

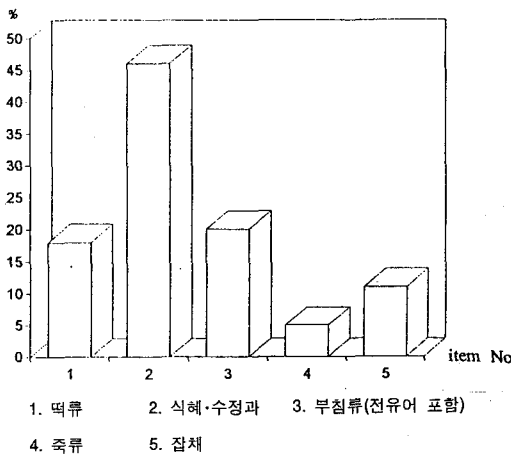


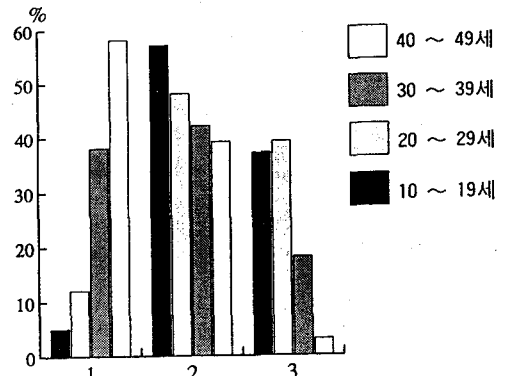
그림 7. 편의 식품화 되었으면 하는 우리의 음식

그림 8에는 전통음식이 일반적으로 편의 식품화 된다면 '때에 따라 상황에 맞게 선호하겠다'가 68.9%, '외국 음식보다는 전통음식을 선호하겠다'가 27.9%, '그래도 외국음식을 선호하겠다'가 3.2%로 나타났으며 연령별로는 유의적인 차이가 났다($p < 0.001$).

2) 전통음식의 편의점을 찾는 동기

전통음식의 편의점을 찾는 동기가 표 8에 나타내었다.

'입맛이 맞으므로'가 43.5%, '영양적인 면에서 외국



1. 외국음식보다 선호하겠다.
2. 때에 따라 상황에 맞게 선호하겠다.
3. 그래도 외국음식을 선호하겠다.

그림 8. 전통음식이 편의 식품화 되면

표 8. 전통음식 편의 식품점을 찾는 동기

항 목	나이		10~19		20~29		30~39		40~49		계
	성	별	남	여	남	여	남	여	남	여	
			N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)
가격이 외국 편의 식품 보다 저렴하므로			8 (6.5)	13 (7.7)	28 (13.7)	48 (9.7)	5 (7.6)	4 (13.8)	2 (8.0)	3 (15.8)	111 (9.9)
입맛이 맞으므로			53 (43.1)	76 (45.0)	76 (37.3)	242 (48.8)	30 (45.5)	10 (3.0)	8 (32.0)	8 (42.1)	503 (43.5)
영양적인 면에서 외국 편의 식품보다 좋다고 생각하므로			26 (21.1)	35 (20.7)	42 (20.6)	80 (16.1)	12 (18.2)	11 (37.9)	8 (32.0)	7 (36.8)	221 (19.9)
한끼식사로 충분해서			28 (22.8)	30 (17.8)	37 (18.1)	79 (15.1)	14 (21.2)	1 (3.4)	6 (24.0)	1 (5.3)	196 (17.5)
무응답			8 (6.5)	15 (7.1)	21 (10.3)	47 (9.5)	5 (6.1)	3 (3.4)	1 (4.0)	0 (0)	100 (8.5)
계			123 (100.0)	169 (100.0)	204 (100.0)	496 (100.0)	66 (100.0)	29 (100.0)	25 (100.0)	19 (100.0)	1,131 (100.0)

$\chi^2 = 20.53$, $DF = 15$, NS : Not significant

표 9. 전통음식의 편의식품 섭취시 영양적 균형 상태

항 목	나이		10~19		20~29		30~39		40~49		계 N(%)
	성 별	남	여	남	여	남	여	남	여		
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)		
아주 영양적이다		40 (32.5)	49 (29.0)	51 (25.0)	100 (20.2)	15 (22.7)	5 (17.2)	2 (8.0)	3 (15.8)	265 (28.9)	
양은 풍부하나 영양분이 부족		30 (24.4)	50 (29.6)	52 (25.5)	173 (34.9)	16 (24.2)	14 (48.3)	4 (16.0)	5 (26.3)	344 (29.2)	
영양적이지 않지만 서양 편의식품 보다 충분		32 (26.0)	36 (21.3)	56 (27.5)	106 (21.4)	21 (31.8)	5 (17.2)	15 (60.0)	9 (47.4)	280 (25.8)	
서양 편의식품과 양양적인 면에서 비슷		17 (13.8)	30 (17.8)	35 (17.2)	91 (18.3)	13 (19.7)	3 (10.3)	4 (16.0)	1 (5.3)	194 (17.0)	
무응답		4 (3.3)	4 (2.4)	10 (4.9)	26 (5.2)	1 (1.5)	2 (6.9)	0 (0)	1 (5.3)	48 (4.1)	
계 N (%)		123 (100.0)	169 (100.0)	204 (100.0)	496 (100.0)	66 (100.0)	29 (100.0)	25 (100.0)	19 (100.0)	1,131 (100.0)	

$\chi^2=12.09$, $DF=12$, $p<0.01$

표 10. 전통음식의 개선점

항 목	나이		10~19		20~29		30~39		40~49		계 N(%)
	성 별	남	여	남	여	남	여	남	여		
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)		
조리방법		23 (18.7)	44 (26.0)	57 (27.9)	142 (28.6)	9 (13.6)	11 (37.9)	4 (4.3)	1 (5.3)	291 (25.0)	
영양적인 면		13 (10.6)	18 (10.7)	18 (8.8)	45 (9.1)	9 (13.6)	4 (13.8)	5 (20.0)	9 (47.4)	121 (10.75)	
저장성		22 (17.9)	15 (8.9)	29 (14.2)	58 (11.7)	12 (18.2)	5 (17.2)	5 (20.0)	2 (10.5)	148 (13.7)	
위생적인면		31 (25.2)	63 (37.3)	65 (31.9)	169 (34.1)	30 (45.5)	6 (20.7)	8 (32.0)	3 (15.8)	375 (37.9)	
맛		27 (22.0)	19 (11.2)	23 (11.3)	47 (9.5)	4 (6.1)	1 (3.4)	3 (12.0)	3 (15.8)	127 (11.7)	
무응답		7 (5.7)	10 (5.9)	12 (5.9)	35 (7.1)	2 (3.0)	2 (6.9)	0 (0)	1 (5.3)	69 (5.85)	
계 N (%)		123 (100.0)	169 (100.0)	204 (100.0)	496 (100.0)	66 (100.0)	29 (100.0)	25 (100.0)	19 (100.0)	1,131 (100.0)	

$\chi^2=43.56$, $DF=15$, $p<0.01$

음식의 편의식품점보다 좋다고 생각하므로'가 19.9%, '한 끼 식사로 충분해서'가 17.5% 순으로 나타났다.

연령별로 보면 모든 연령층에서 전통음식의 편의점을 찾는 동기가 입맛이 맞고 한끼 식사로 충분하기 때문

이라고 대답한 사람이 많아 연령별로 유의적인 차이를 보이지 않았다.

외국음식의 편의점을 찾는 이유로 식사하기가 간편해서라는 점을 고려하여 우리의 음식을 간편하게 식

사할 수 있도록 음식이 빨리 준비되는 시스템이 개발되어져야 하겠다.

3) 전통음식의 편의식품 섭취시 영양적 균형상태
전통음식의 편의식품 섭취시 영양적 균형상태는 표 9에 나타낸 바와 같다.

양은 풍부하나 영양분이 부족하다가 29.2%, 아주 영양적이다가 28.9%, 영양적이지 않지만 서양 편의식품보다 충분하다가 25.8%로 나타났다. 대체적으로 서양 편의식품보다는 우리음식이 양과 질 모두 우수하다고 생각하고 있으며 청소년층에서는 전통음식의 편의식품이 아주 영양적이라고 생각한 비율이 높는데 비해 장년층에서는 영양적이지 않지만 서양 편의식품보다는 충분하다고 생각하는 빈도가 높게 나타났다($p < 0.01$).

4) 전통음식의 편의화 되기 위한 개선점에 대한 의견

전통음식이 편의화되기 위한 개선점에 대한 생각의 결과를 표 10과 표 11에 나타내었다.

‘위생적인 면’이 37.9%, ‘조리방법’이 25%, ‘저장성’이 13.7%, ‘맛’이 11.7%, ‘영양적인 면’이 10.7% 순으로 나타났다.

개선책으로 ‘장소가 좀 더 깨끗했으면’이 27.2%, ‘가격이 저렴했으면’이 13.1%, ‘음식이 빨리 나왔으면’이 9.85%, ‘음식의 맛이 좋았으면’ 6.9%, ‘종류가 다양하고 먹기에 편한 음식이었으면’이 6.7% 순으로 이 결과는 서양 편의식품과 마찬가지로 가격면에서 불만족을 나타냈다.

박¹⁶⁾의 논문에서 개선점에 대해서 조사한 결과 조리방법이 45.1%, 영양적인 면이 20.2%, 저장성이 16.2%, 위생적인 면 15.3% 순으로 나타난 것과 비교해 볼 때 조리방법이나 영양적인 면은 많이 개선되어진 것을 알 수 있었다.

5) 전통음식의 계승발전에 대한 의견과 그 이유

전통음식의 계승발전에 대한 생각은 표 12에 나타난 바와 같이 대부분 긍정적인 대답으로 계승발전시켜야 한다는 86.7%로 가장 높았다.

젊은 층에서는 계승 발전시킬 필요가 없다고 높은 비율로 나온 데 비하여 장년층에서는 5~10%로 연령별로 유의적인 차이를 나타냈다($p < 0.05$).

계승 발전시켜야 되는 이유는 표 13에 나타난 바와 같이 ‘한국인의 기호에 맞기 때문에’가 34.1%, ‘우리

표 11. 전통음식이 편의식품화 되기 위한 개선책

항 목	나이		10~19		20~29		30~39		40~49		계 N(%)
	성	별	남	여	남	여	남	여	남	여	
			N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)
장소가 좀 더 깨끗했으면			23 (19.8)	52 (35.9)	47 (25.6)	137 (31.4)	13 (20.3)	8 (31.8)	6 (21.7)	2 (10.5)	288 (27.2)
음식이 빨리 나왔으면			14 (11.3)	7 (1.5)	24 (11.3)	46 (8.0)	7 (10.9)	2 (4.5)	8 (30.4)	1 (5.3)	109 (9.85)
가격이 저렴했으면			15 (12.3)	18 (9.9)	27 (13.1)	63 (12.3)	12 (17.2)	5 (18.2)	4 (17.4)	4 (21.1)	148 (13.1)
음식의 맛이 좋았으면			12 (9.4)	12 (5.3)	17 (6.9)	31 (4.1)	10 (14.1)	2 (4.5)	2 (8.7)	3 (15.8)	90 (6.9)
좀더 친절했으면			8 (5.7)	9 (3.1)	20 (8.1)	35 (5.1)	5 (7.8)	2 (4.5)	1 (4.3)	3 (15.8)	83 (6.0)
시간에 구애받지 않았으면			14 (11.3)	1 (4.6)	15 (5.6)	30 (3.9)	6 (9.4)	3 (9.1)	4 (17.4)	3 (15.8)	83 (6.0)
종류가 다양하고 먹기 편한 음식이었으면			27 (22.6)	34 (22.1)	33 (16.9)	75 (17.0)	11 (17.2)	4 (13.6)	0 (0)	2 (10.5)	86 (6.7)
무응답			10 (7.5)	26 (17.6)	21 (12.5)	79 (18.3)	2 (3.1)	3 (13.6)	0 (0)	1 (5.3)	186 (17.7)
계 N (%)			123 (100.0)	169 (100.0)	204 (100.0)	496 (100.0)	66 (100.0)	29 (100.0)	25 (100.0)	19 (100.0)	1,131 (100.0)

$\chi^2 = 56.22$, $DF = 24$, $p < 0.01$

표 12. 전통음식의 계승발전에 대한 의견

항 목	나이		10~19		20~29		30~39		40~49		계 N (%)
	성 별	남	여	남	여	남	여	남	여		
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)		
계승발전시켜야 한다.		51 (32.4)	129 (52.7)	147 (45.7)	389 (55)	50 (69)	20 (65)	17 (52)	12 (70.7)	815 (46.8)	
그저 그렇다.		51 (32.4)	30 (18.9)	35 (29.9)	40 (20)	10 (18)	4 (14)	4 (20.6)	5 (17.8)	168 (24.7)	
계승발전시킬 필요 없다.		14 (17.5)	2 (9.9)	6 (15.9)	15 (15.5)	1 (4)	1 (5.5)	2 (10.7)	0 (0)	412 (7.8)	
무응답		7 (17.7)	8 (18.5)	16 (8.5)	52 (9)	5 (9)	4 (14)	2 (10.7)	2 (11.5)	96 (10.7)	
계 N (%)		123 (100.0)	169 (100.0)	204 (100.0)	496 (100.0)	66 (100.0)	29 (100.0)	25 (100.0)	19 (100.0)	1,131 (100.0)	

$\chi^2=29.03$, $DF=18$, $p<0.05$

표 13. 계승해야 하는 이유

항 목	나이		10~19		20~29		30~39		40~49		계 N (%)
	성 별	남	여	남	여	남	여	남	여		
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)		
전통적인 식생활 문화를 이어가기 위하여		17 (10.1)	35 (20.8)	29 (14.6)	70 (10.8)	10 (10.9)	2 (6.8)	4 (16.3)	1 (5)	168 (17.4)	
관습 때문에		6 (4.2)	4 (6.7)	13 (7.2)	21 (5.9)	8 (20.7)	2 (6.8)	3 (11.3)	3 (15.7)	60 (4.4)	
청소년들의 무분별한 서양음식의 기호를 방지한다는 생각		21 (18.7)	35 (20.8)	22 (11.4)	67 (10.2)	14 (12.2)	6 (20.6)	5 (20.4)	3 (15.7)	172 (18.8)	
외화절약에 대한 생각		6 (4.2)	8 (10.5)	13 (7.2)	29 (7.4)	3 (9.4)	3 (9.1)	3 (11.3)	6 (30.8)	70 (5.0)	
우리음식의 질적향상 및 소비의 증가		21 (18.7)	24 (13.2)	30 (15)	110 (23.7)	10 (10.9)	3 (9.1)	4 (16.3)	2 (10.5)	203 (19.2)	
한국인의 기호에 맞기 때문에		42 (36.5)	60 (17.1)	68 (30)	153 (28)	17 (23.9)	7 (27.0)	5 (20.4)	4 (20.8)	356 (34.1)	
무응답		10 (6.1)	3 (10.9)	29 (14.6)	50 (14)	4 (12.0)	6 (20.6)	1 (4)	0 (0)	102 (9.1)	
계 N (%)		123 (100.0)	169 (100.0)	204 (100.0)	496 (100.0)	66 (100.0)	29 (100.0)	25 (100.0)	19 (100.0)	1,131 (100.0)	

$\chi^2=56.22$, $DF=24$, $p<0.01$

음식의 질적 향상 및 소비의 증가'가 19.2%, '청소년들의 무분별한 서양음식의 기호를 방지한다는 생각'이 18.8%, '외화 절약에 대한 생각으로'가 5%, '관습 때

문에'가 4.4%로 나타났다.

'기호에 맞기 때문에'가 높게 나타난 것은 전통음식이 우리의 식습관을 형성해 왔기 때문이라고 생각

되어진다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 서울시에 있는 편의식품점 이용자에게 편의 식품의 실태와 문제점을 파악하여 소비자들의 편의식품 만족도를 높이는데 기여하고자 한 것이며 우리 고유 음식의 편의식품화에 대한 소비자들의 의견과 섭취 실태를 조사하였다.

본 조사결과는 다음과 같다.

첫째, 편의식품점의 이용실태를 보면 식사하기가 간편해서 편의식품점을 찾는다든 동기가 가장 높았고(34.8%), 이용횟수와 나이와의 상관관계에서는 나이가 증가함에 따라 감소되는 부(-)의 상관성을 나타냈으며, 자주 이용하는 편의식품점으로는 햄버거점 63.9%로 가장 높았고 치킨점, 면류점, 피자점, 김밥점 순으로 이용되고 있었다.

둘째, 편의식품에 대한 영양적 의견으로 편의식품을 한끼 식사로 섭취시 어떤 영양소가 많이 들어 있다고 생각하는가는 지방이 40%로 가장 높았으며 열량 22.3%, 단백질 20.7%, 탄수화물 6.5%, 무기질 및 비타민이 5.9%로 모든 연령층에서 지방이 많다고 생각했다.

셋째, 외식중 선호성이 높은 음식으로는 치킨, 샐러드, 피자, 김밥, 햄버거, 아이스크림 순이었고 선호성이 낮은 음식으로는 죽류, 도너츠, 피쉬버거, 떡 순으로 떡보다는 치킨, 피자, 햄버거를 선호하였다.

넷째, 편의식품 만족정도에 대한 설문지 응답중에 셀프서비스와 점포분위기에 아주 만족하였으며, 편의식품 개선에 대한 요구사항으로는 가격이 낮추어졌으면 하는 의견이 가장 많았다.

다섯째, 전통음식의 편의식품화에 대한 생각으로는 바람직하다고 생각했으며(66.4%) 그 이유를 한국인의 기호에 맞기 때문이라고 대답했고(23%), 편의식품화 되었으면 하는 우리 음식으로는 식혜, 수정과, 부침류, 잡채, 죽류 순이었다.

전통음식 편의점을 찾는 동기로는 입맛에 맞아 찾는 것이 가장 높았고(43.5%), 가지 않는 이유는 집에서 많이 먹는 음식이기 때문인 것으로 나타났다(37.5%).

편의식품화된 전통음식이 외국 편의식품보다는 영양이 충분하다고 생각하고 있으며, 젊은층은 전통음식의 편의식품화에 대해 무관심을 보였다.

우리나라 음식이 편의식품화 되기 위하여 개선해야

할 사항으로는 위생(37.9%), 조리방법(25%), 저장성(13.7%), 맛(11.7%), 영양(10.7%) 순이었고 계승발전에 대한 의견으로는 87.5%가 긍정적인 반응을 나타낸 것으로 볼 때 우리전통 음식의 편의식품화가 하루 빨리 이루어져야 하겠다.

참고문헌

1. 모수미, 외식산업의 발달이 국민영양 및 식생활에 미치는 영향. 한국영양학회지 19(2): 120-128, 1986.
2. 식품과 영양 10(2), 1989.
3. 김연. 패스트푸드의 만족도 결정요인 분석. 숙명여자대학교 산업대학원 석사논문.
4. 한국식품공업협회 외식산업의 현황과 개선방안에 관한 연구. 1988, 12.
5. 모수미, 김광익, 이십열, 윤은영, 이경인, 최경수. 패스트푸드의 외식행동에 관한 실태조사 -여의도 아파트단지를 중심으로-. 한국식문화학회지 1(3), 1986.
6. 이기열. 한국전통음식의 영양학적 조명. 한국영양학회지 19(2), 1986.
7. 류은순, 광동경. 국내 패스트푸드점에 대한 소비자의 의견조사, 제 1보 햄버거 체인점을 중심으로. 한국식문화학회지 4(3), 1989.
8. 모수미, 전미령, 백수경, 이수경. 패스트푸드의 외식행동에 관한 2차 실태조사. 한국식문화학회지 4(1): 83, 1989.
9. 한명구. 서울지역 대학생들의 패스트푸드의 외식행동에 관한 실태조사. 한국식문화학회지 7, 1992.
10. 한명구. 편의식품시장. 신동아 9: 634-547, 1988.
11. 한국부인회. 초중생 식성에 대한 설문조사 8, 1993.
12. 김성균. 서울특별시 패스트푸드 체인점 이용자에 관한 연구. 고려대학교 경영대학원 석사학위논문, 1984.
13. 윤성식. 한국 통조림업계의 마케팅에 관한 연구. 고려대학교 경영대학원 석사학위논문, 1971.
14. 모수미. 우리나라 외식산업 발전 방향과 국민보건 영양. 대한보건협회지 13: 3-18, 1987.
15. 이규태. 조선일보 이규태 코너, 1988.
16. 박미선. 한국음식에 대한 여고생의 의식과 기초에 관한 조사 연구. 전남대학교 교육대학원 석사학위논문, 1991.
17. 이영미. 도시 청소년의 식생활 행동과 식품에 대한 가치평가에 관한 연구. 연세대학교 대학원 박사학위논문, 1986.
18. 홍순정. 남녀 중고등학생들의 식품관 및 기호도 조사. 연세대학교 교육대학원 석사학위논문, 1984.