

한국 대학생의 편의식품에 대한 가치 구조 평가에 대한 요인 분석

문수재 · 윤혜준 · 김정현* · 이양자

연세대학교 식품영양학과

*배재대학교 가정교육과

A Factor Analysis on the Value System of Convenience Foods by Korean College Students

Soo-Jae Moon, Hye-June Yoon, Jung-Hyun Kim* and Yang-Ja Lee-Kim

Dept. Food and Nutrition, Yonsei University, Seoul, Korea

*Dept. Home Economics Education, Paichai University, Taejon, Korea

Abstract

This study was conducted on a sampling of 700 mixed college students from seven different schools nationwide by written questionnaire to evaluate the value system of convenience foods among Korean college students. Korean students put value on the following categories of convenience foods in order; convenience, taste, price, appearance, appliance to daily life, variety, locality, nutritional value, originality, improvement required, cleanliness and tradition. Significant differences between the sexes occurred in categories as cleanliness and convenience, since females considered convenience foods as convenient but not so clean (safe to eat). This study also conducted factor analysis on 24 individual convenient foods. Noodles laid emphasis on nutritional value; where refrigerated foods, ready to eat (RE) side dishes, on-the-spot kimbab, and sandwiches focused on cleanliness. Noodles, cereal, and instant soup focused on price. Frozen pizza, noodles, retort, RE meat, ham, fish cakes were dependent on locality and traditionality. Noodles, instant food, and packed kimchi scored highly on convenience. Frozen fried rice, retort, instant porridge, instant rice, RE meat, cereal, instant soup, and RE side dishes on consumption on a regular basis. Cereal, refrigerated foods, and RE side dishes laid emphasis on taste. Noodles, instant rice, cereal, ham, and RE side dishes focused on variety. Retort, RE meat, ramen, cereal, ham, and on the spot sandwiches looked to originality, while canned foods was recognized as 'needing improvement'.

Key words: college student, value system, convenience food, factor analysis

1. 서 론

핵가족화, 개인주의화, 야간활동 인구 증가, 대중소비 시대¹⁾, 소비패턴의 다양화, 편리성 추구 경향, 그리고 여성의 사회 진출 증가 등의 사회, 환경적 요인들의 변화는 식생활 구조의 변화를 초래하였다²⁾. 식사 구성에 대한 의식 변화와 간편식에 대한 소비자의 요구 증가에 전통적인 식단 구성에서까지 편의성을 추구하는 경향으로 나타나기 시작하여 식당의 체인화에 따른 음식의 생산, 유통, 판매의 대형화와 함께 다양한 제품의 개발을 가능케 하였다³⁾. 또한 생활 유형의 변화와 생활권의 확대에 따라 "밥" 만을 고수하던 식생활 행태에서 다양한 주식의 행태를 가지게 되었을 뿐 만 아니라 가정 이외의 장소에서 식사를 하거나 가정에서 식사를 하더라도

편리성을 추구하는 경향의 증가로 인한 다양한 편의 식품이 등장하게 되었고 이의 이용이 점차 보편화되고 있다⁴⁾.

편의식품이란 인스턴트 식품, quick serve meal, 조리 냉동 음식 및 ready-to-eat food 등으로 현재 정의되고 있다¹⁻³⁾. 우리 나라의 편의 음식 개발은 1980년대 초 서양음식과 중국음식의 인스턴트화에서 시작되었다. 최근 들어서는 한국 음식을 인스턴트화 하기 위한 노력이 증가하여 전통적인 부식인 국과 찌개 류도 동결건조 방식으로 쉽게 복원이 가능하도록 개발되었고 용도도 단순히 간식용에서 벗어나 레저용, 부식용, 주식용, 손님접대용 음식에 이르기까지 확대되고 있다. 특히 밥-국-부식으로 이루어지는 우리 나라의 식사 구성의 특성상 부식 류의 편의식 개발이 요구되는데 부식 류만을 소량

생산하여 판매하는 반찬전문점은 전국에 350개 업소가 운영중이고 350억원 규모의 시장을 형성하고 있는 것으로 알려져 있다.

편의식의 요구 및 수요는 현재 급진적으로 증가하는 추세에 있다⁵⁾. 근래에 들어서 급증하는 여성의 사회참여와 급속한 사회 발전으로 인해 시간에 쫓기는 현대인의 요구에 맞추어 식생활의 다양화와 간편화가 이루어지고 있으며, 여기에 기능적인 측면까지 가미되어 질적인 우수함이 요구되고 있다. 따라서 식품의 구매 및 이용에서도 질적인 향상을 위한 노력이 과학적·기능적으로 요구되어 다양한 인스턴트 식품, 냉동·냉장·레토르트·통조림 식품을 포함한 편의식품들이 대두되고 있다. 그러나 이러한 편의식품들은 냉동이나 레토르트, 통조림 형태로 대량 생산되는 편의식의 경우 그 동안의 발달에도 불구하고 아직까지 기술상의 문제로 맛에 한계가 지적되고 있으며 대부분 그 영양적인 균형성에 문제가 많을 뿐 아니라 이에 대한 평가가 제대로 이루어지지 않고 있는 실정이다.

식품에 대한 가치 평가는 그 식품이 함유한 영양가에 비례되는 것이 아니라 관능적인 요소와 그 식품이 형성하는 사회 관념적 요소에 의하여 영향을 받고, 그 식품을 섭취하는 인간이 처해 있는 상황 변수로부터 영향을 받게 된다. 식품 섭취 시의 선택 행동은 개인이 지니는 가치 구조에 의하여 좌우되게 된다⁴⁾.

대학생은 성장기로부터 성인으로 성숙되어 가는 시기로서, 사회 환경적인 변화에 매우 민감하면서 그들 나름대로의 확고한 가치관이 형성되어 가는 독특한 생활 환경을 지니고 있다고 할 수 있다⁵⁶⁾. 그러므로 대학생의 식생활 습관은 성장기의 식습관을 반영할 뿐만 아니라 그 다음 단계인 성인기에 정착될 식습관을 가장 잘 반영하는 시기이므로 이들의 식품에 대한 가치 구조 파악은 바람직한 식행동을 유도할 수 있는 심리적 측면의 동기 부여에 결정적인 영향을 미칠 수 있다고 할 수 있을 것이다²⁸⁾.

현재까지 편의식에 관한 연구 동향을 살펴 보면, 주부들을 대상으로 한 편의식의 개발을 위한 인식 조사⁵⁾, 조리 냉동 및 냉장식품에 대한 도시주부의 이용 실태에 관한 연구²⁴⁾, 인스턴트 식품에 대한 인식 연구²⁶⁾, 가공식품에 대한 인식 연구²⁷⁾ 등이 이루어졌으나, 편의식품에 대한 가치 구조에 관한 연구는 전무후무한 실정이다. 이에 본 연구는 한국 대학생이 가지고 있는 편의식에 대한 의식 구조가 편의식에 대한 식행동에 영향을 미칠 것이라는 가설하에 문헌 조사 및 예비 조사를 통하여 설정된 편의식을 6종류로 대분류하고 각각의 대분류에 포함된 소분류에 의한 편의식품 총 24종류에 대한 의식 구조를 조사, 분석하고 이들 편의 식품에 대해 형성

되어 있는 각종 변인에 대하여 요인 분석을 하였다, 이를 통하여 편의식에 대한 향후 요구도를 예측하여 바람직한 편의식 개발에 기초자료를 제공하고자 시도하였다.

II. 연구 방법

1. 연구 대상자 선정 및 조사 기간

본 연구는 1997년 11월 25일부터 12월 15일까지 우리나라 대학생 전체를 모집단으로 하여 서울, 경기 지역, 그리고 기타 지역(대전, 청주, 울산, 전주)에 있는 전국 7개 대학을 선정한 후 남, 녀 대학생 700명을 임의로 추출하였다.

2. 연구 내용 및 방법

1) 설문 도구 개발 및 조사 방법

본 연구에 사용된 설문 도구는 연구자에 의해 문헌 연구 및 연구 모형에 적합하도록 설문지를 개발하여 선정된 대학생 50명에게 예비조사를 실시한 후 수정·보완을 거쳐 설문지를 작성하였다. 훈련된 조사원이 직접 연구대상자들에게 배부하여 강의실에서 슬라이드를 보이면서 작성하거나 또는 직접 작성토록 하였다. 수거한 설문지 중 불완전한 설문지를 제외한 총 686부로 연구를 수행하였다.

2) 연구 내용

본 연구에서는 한국 대학생의 편의식에 대한 가치 구조 분석 및 이에 영향을 미치는 인자와의 관련성을 분석하였다. 설문지의 구성과 포함된 내용은 다음과 같다.

(1) 사회, 환경적 특성 조사

대학생의 사회·환경적 변인으로 성별, 연령, 경제수준, 가족 구성원의 형태(동거 가족수), 거주 상태등을 알아보았다.

(2) 편의식에 대한 가치 평가

대학생이 편의식품에 대해 소유하고 있는 포괄적인 가치 구조를 파악하기 위하여 이전의 연구에서 대학생의 기호도가 높은 음식으로 보고된 바 있으며 일상적으로 접할 수 있는 식품 중 24종류를 선정하고 이들 식품에 대해 주관적 가치 평가와 객관적 가치 평가를 내릴 수 있는 어휘로 구성된 12문항의 설문을 작성하였다. 24종류의 식품은 피자류, 튀김류, 만두류, 면류, 볶음밥, 레토르트 식품, 봉지라면, 가정용(가정에서 소비되는) 사발면, 씨리얼, 즉석국류, 포장 김치류, 햄 및 소시지, 어묵류, 젓갈류, 생선 통조림, 고기 통조림, 야채 통조림, 조리된 반찬류, 24시간 편의점용(편의점에서 판매되는) 김밥, 24시간 편의점용 샌드위치, 24시간 편의점용 사발면이며,

이들 편의 식품은 대학생 대상의 기호도 조사 연구에서 기호성이 비교적 높게 평가된 것을 중심으로 선정하였다. 또한 대학생의 기호의 변화유형을 확인하고자 한국 고유의 음식과 외국의 음식을 상호 조합하여 선정하였다. 현재 주로 이용하고 있는 편의식과 향후 개발될 편의식에 대한 가치를 평가하고자 편의식 종류에 따라 영양적, 경제적, 한국적, 위생적... 등의 가치 구조를 파악한다. 가치 평가 문항은 12문항이며 주관적 가치 평가 3문항과 객관적 가치 평가 9문항으로 구성되었으며, 가치를 평가함에 있어 12쌍의 어휘를 가지고 각 어휘 사이에 5점 척도를 두어 각 식품에 대한 가치를 평가하도록 하였다. 예를 들어 “좋다”와 “싫다”라는 반대의 개념을 가진 어휘를 이용하여 가치 평가를 할 수 있도록 구성을 한 후 쌍을 이룬 각 어휘 사이에 “매우 높다”는 4점에서 “매우 낮다”는 0점까지 단계적으로 점수를 주도록 문항을 구성하였다. 대학생 중 일부를 제외하고 개인마다 각 식품에 대한 지식에 차이가 있음을 고려하여 설문지 응답시 자극의 표준화를 위하여 대학생이 일상적으로 접할 수 있는 형태로 사진을 일정한 각도에서 찍은 후 이를 slide로 만들어서 설문지 응답시 일정 시간동안 이를 보여준 후 설문지에 답하도록 하였다.

각각의 문항에 대해 5가지 단계(scale)로 매우 높다(4점), 높다(3점), 보통(2점), 낮다(1점), 매우 낮다(0점)로 측정하여 한 가지 식품에 대하여 12가지 가치항목으로 구성되어 0점부터 48점의 분포를 가지도록, 한 가지 가치항목에 대하여 24 종류의 편의식품이 있으므로(0→4점) × 24 종류의 편의식품=96 점의 분포를 가지도록 하였다. 또한 편의식 전체에 대한 가치구조를 항목(영양가, 위생성, 색, 경제성)별로 평가하여 0점에서 96점의 분포로 점수가 높을수록 가치에 대한 평가가 높은 것으로 측정되었다.

따라서 점수가 높을수록 가치에 대한 평가가 높은 것으로 측정되었다. 총 가치관 점수 범위는 한가지 가치항목의 점수 범위인 0점~96점에다가 12개의 가치항목이 존재하므로 이 둘을 곱한 값인 0→(96점×12개 가치항목)=1152점의 분포를 가지도록 하였다.

(3) 편의 식품에 대한 이용도 조사

편의식의 이용 정도와 주로 이용하는 편의식품을 알아보도록 하였다. 24종류의 개별적인 편의식품별 이용 점수는 5점 척도에 의하여 최저 점수인 0점에서부터 최고 점수인 4점까지의 분포를 가지도록, 6종류의 편의 식품(냉동식품, 냉장식품, 즉석식품, 통조림 식품, 완전조리식품, 편의점 식품)별 이용 점수는 식품 종류의 수가 동일하지 않아 6종류 식품의 점수 분포의 최소 공배수인 120점까지의 점수 분포를 가지도록 하여 이용 정도를 비

교하였다.

3. 자료 분석

자료의 처리는 SAS Package Program을 이용하여 분석하였다. 조사대상자의 사회·환경적 변인에 대해서는 빈도와 백분율을 산출하였으며, 편의 식품에 대한 가치 평가 분석을 위해서 항목별 0점에서 4점까지 점수에 대하여 각 식품의 항목별 평가 점수의 평균치와 표준편차를 계산하고 요인분석(factor analysis) 방법에 의하여 요인 분석 후 verimax rotation을 이용하여 요인을 추출하였으며, 다변량 회귀 분석(Multiple Regression)을 통하여 향후 편의식품에 대한 요구도를 분석하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 사회·환경적 특성

전체 응답자 686명 중 남자는 242명, 여자는 428명으로 남녀의 비는 각각 35.3%와 64.1%이었다. 지역별로는 서울 지역의 대학생이 29.6%, 경기지역이 37.0%, 기타 지역은 33.4%이었다(표 1). 조사 대상자의 사회 환경적 특성으로서의 거주환경은 표 2에 나타나 있다. 본 연구 대상자들의 거주 환경을 크게 자택에 거주하는 집단과 기타의 장소에서 거주하는 집단으로 나누고 기타의 장소에 거주하는 집단을 다시 자취하는 집단, 기숙사 생활을 하는 집단, 하숙하는 집단, 그리고 기타 친척집에 머무는 집단으로 세분화하여 대학생의 전반적인 거주 환경을 살펴보았다. 자택 거주자는 70.6%로 대부분의 대학생들이 가족과 함께 자택에서 살고 있었다. 기타에 거주

표 1. 성 및 지역에 따른 분포 *N(%)

지역	남학생	여학생	전체
서울	93(47.2) ^a	104(52.8)	203(29.6)
경기	88(34.7)	166(65.4)	254(37.0)
기타	61(27.9)	158(72.2)	229(33.4)
총계	242(35.3)	428(64.7)	686(100.0)

표 2. 사회 환경적 특성 *N(%)

거주 환경	남	여	전체
거주지	n=233	n=413	n=652
자택 거주	144(61.8)	314(76.0)	460(70.6) ^a
기타	89(38.2)	99(24.0)	192(29.4)
(거주유형)	n=89	n=99	n=192
자취	42(47.2)	49(49.5)	93(48.4)
기숙사	25(28.1)	19(19.2)	44(22.9)
하숙	18(20.2)	13(13.1)	32(16.7)
친척집	4(4.5)	18(18.2)	23(12.0)

하는 비율은 29.4%였으며, 이 중 거주유형에 따라 자취가 48.4%, 기숙사는 22.9%, 하숙은 16.7%, 친척집이 12.0%를 구성하고 있는 것으로 나타나 자취하는 비율이 높음을 알 수 있었다.

2. 편의식에 대한 가치 구조 분석

1) 편의 식품의 가치 구조에 대한 요인 분석

대학생의 편의 식품에 대한 가치 구조를 분석하기 위하여 편의 식품 24종류에 대해 요인 분석을 실시하였다. 그 결과 표 3에 나타난 비와 같이 4가지의 요인이 추출되었다. 그 요인은 관능적 요인, 경험적 요인, 사회, 심리적 요인, 그리고 경제적 요인으로 분류되었다. 각각의 요인을 설명해 보면, 관능적 요인은 식품의 질적 요인으로 편의 식품 자체가 가지는 맛, 색, 모양, 영양가, 위생성 등을 의미한다. 경험적 요인은 편의식이 자주 섭취하는 일상적인 음식으로 평가되고 있는 지 그리고 편의 식품이 가지는 편리성으로 평가되는 지를 알아보는 것이다. 사회, 심리적 요인은 한국적, 전통적, 고유성을 의미하는 요인이다. 끝으로 경제적 요인은 편의 식품에 대해 기대

하는 가격을 의미한다. 이는 이³²⁾ 등의 청소년들을 대상으로 실시한 15종류 식품에 대한 가치 평가 시 추출된 요인과 유사하였으며, Takemato³⁵⁾가 제시한 관능적인 질적 요인, 사회·심리적 요인, 경제적 요인과도 같은 경향을 보였다. 표 3은 요인 부하량(factor loading)이 0.6 이상이 되는 가치 평가 항목을 중심으로 설정한 결과를 제시하였다. 본 연구 결과, 우리나라 대학생의 의식 속에 내포되어 있는 각종 편의식품에 대한 평가를 살펴보면 편의식품을 대하였을 때 그 식품에 대하여 내리는 평가는 관능적 요인(제품의 질적 요인)으로 나타났다. 경험적 요인 역시 제 1요인으로 대표되는 것으로 나타나, 관능적(제품의 질적) 그리고 경험적 요인에 의한 합계 설명력은 모든 편의식품에서 20% 정도로 높은 설명력을 보이고 있었다. 냉동 식품류(피자, 튀김, 만두, 면류, 볶음밥)에서도 다양한 양상을 보였는데, 냉동 튀김류와 만두류의 경우는 사회 관념적인 요인이 제 1요인으로 추출되어 만두와 튀김은 우리나라 사람들이 '한국적이다' 그리고 '전통적이다'라는 가치 개념을 가지고 있는 것으로 나타났다. 반면에, 냉동 피자류는 '외국적이다'하는 가치

표 3. 대학생의 편의 식품에 대한 가치 평가 요인 및 합계 설명력 가치 평가 요인

(설명력 %)

편의식품	제 1 요인	제 2 요인	제 3 요인	제 4 요인	총합계 설명력 (%)	
냉동식품	냉동 피자	2,3(21.3)	1(18.1)	2,4(12.6)	1(9.9)	61.9
	냉동 튀김	3(18.9)	1,2,4(17.2)	1(13.5)	1(9.9)	59.5
	냉동 만두	3(18.2)	1,2,4(16.6)	1(16.4)	1(9.1)	60.2
	냉동 면류	1,2,4(23.8)	1,3(19.5)	1(11.0)	-	54.2
	냉동 볶음밥	1(18.0)	3(16.3)	1,2,3(14.7)	1,2,4(10.5)	59.5
즉석식품	레토르트 식품	2,3(17.8)	1,2,4(16.9)	1(15.9)	1(8.6)	59.4
	즉석죽	3(17.4)	1,2(15.8)	1(13.1)	2,4(11.2)	57.5
	포장밥	1,2,3(20.7)	1(19.1)	1,2,4(14.2)	-	53.9
	햄버거 패티	2,3(19.8)	1,4(17.0)	1,2(15.0)	1(8.5)	60.3
	봉지라면	1,2(23.2)	3(17.1)	1(11.5)	1(8.6)	60.4
	가정용 사발면	1,2,4(20.9)	3(18.0)	1(12.0)	-	50.8
	씨리얼	2,3(27.9)	3(17.2)	1(8.8)	-	53.9
	즉석국류	1,2,4(18.0)	3(17.5)	1(13.3)	1(9.4)	58.1
냉장식품	포장 김치류	2,3(22.9)	1(16.4)	1,2,4(11.7)	1,2(11.0)	60.4
	햄 / 소시지	1,2(19.3)	3(17.8)	1(11.2)	-	48.4
	어묵류	1,2,4(18.1)	3(16.2)	1(14.1)	-	48.4
	젓갈류	1,2,4(21.8)	2,3(18.6)	1(10.1)	-	50.5
통조림식품	생선 통조림	1,2,4(23.0)	3(17.1)	1,2(9.8)	-	49.9
	고기 통조림	1,2(21.6)	1,3(19.4)	1,2(9.6)	-	50.7
	야채 통조림	1,3(17.3)	1(15.7)	3(15.6)	2,4(10.9)	59.5
완전조리식품	조리된 반찬	1,2(18.9)	1,3(18.9)	1,2,4(12.5)	-	50.3
편의점 식품	편의점 김밥	1,2,4(24.0)	3(17.0)	1,2(10.8)	1,4(9.0)	60.8
	편 · 햄버거	1,2,4(22.3)	1,2,3(19.9)	1,2(9.7)	-	51.9
	편 · 사발면	1,2,4(20.6)	3(18.4)	1(12.9)	1(8.6)	60.4

1: 질적 요인, 관능적 요인 또는 제품 요인(영양성, 위생성, 색, 모양, 냄새, 맛, 종류의 다양성, 문제점).

2: 경험적 요인(편리성, 일상성).

3: 사회 관념적 요인(한국성, 전통성, 고유성).

4: 경제적 요인(경제성).

와 '편리하다'라는 가치 개념이 내려지게 되었다. 즉석 식품류는 전체적으로 경험적 요인이 제 1요인으로 추출되었다. 즉, '편리하다'는 평가를 받고 있음을 알 수 있었다. 이 중 즉류는 '한국적이다' '전통적이다'라는 경험적 요인에 의해 평가되어지고 있었다. 냉장 식품류는 포장 김치류를 제외하고는 관능적 요인이 추출되어 편의 식품 중 가장 오래 전부터 이용 되어졌던 햄, 소세지, 어묵류는 관능적 요인과 경험적 요인이 추출되어 '맛이 좋다' '일상적이다' '편리하다' 등의 가치 개념을 가지고 있음을 보였다. '영양적이다'라는 가치를 평가 받은 편의 식품은 면류였으며, '위생적이다'라는 평가를 받은 편의 식품은 냉장 식품, 조리된 반찬, 편의점 김밥/샌드위치로 나타났다. '경제적이다'라는 가치 평가를 받은 식품은 면류, 씨리얼, 그리고 즉석국이었으며, '편리하다'라는 가치 평가를 내린 식품은 면류, 즉석식품, 포장 김치로 나타났다. '일상적이지 않다'라는 가치 평가를 받은 식품은 냉동 볶음밥, 레토르트 식품, 즉석죽, 포장밥, 3분 햄버거, 씨리얼, 즉석국, 조리 반찬 등이었다.

2) 편의 식품에 대한 가치 구조 분석

일반적으로 식품에 대한 가치는 개개인이 특정 식품에 대해 반응하는 순응도(acceptability)이며, 식품에 대한 순응성은 식품 자체가 가지는 관능적 요인(맛, 냄새, 모양, 촉감 등), 경험적 요인, 사회 심리적 요인, 그리고 경제적 요인 등 각 식품에 대해 가지고 있는 가치 구조에 의하여 결정된다. 식품에 대한 가치 평가는 향후 그 식품에 대한 순응도를 예측하는 기초 자료가 될 뿐만 아니라 개발 방향을 설정하는 모태가 될 것이다. 식품의 선택은 성 및 연령에 따라 다르고 전반적인 사회, 환경

적인 변화에 따라 변천한다고 여러 문헌은 지적하고 있다. 따라서 본 연구에서는 편의 식품에 대한 가치 요인을 분석 한 후 각각의 편의 식품에 대한 가치 평가를 수행하기 위하여 요인 분석을 하였으며 이를 통해 추출된 가치 항목에 대해 단계적으로 5점 척도 단위로(0점~4점) 응답자가 해당 항목에 표시하도록 한 후 그 점수로써 가치 평가를 실시하였다.

전반적인 편의 식품에 대한 가치 구조의 항목으로 5점 사이의 척도에 의해 점수화하여 이를 성 및 지역에 따라 분석한 결과를 표 4에 제시하였다. 전체적으로 남학생과 여학생에서 가치 구조에 차이를 보인 항목은 위생성, 한국성, 전통성, 편리성, 고유성으로 나타났다. 즉, 편의 식품에 대해 남학생의 경우 여학생에 비해 위생성, 한국성, 전통성, 고유성에 대해 가치를 두었고, 여학생은 편리성에 더 가치를 두고 있는 것으로 나타났다. 이는 여학생의 경우에는 실제로 조리 경험 및 빈도가 남학생에 비하여 많으므로, 편의 식품이 가지는 편리성의 가치에 보다 많은 가치를 두는 것은 가사 노동시 다소간의 시간적 삭감이 편의식의 본질이라고 믿는데에서 가치를 둔 것으로 사료된다. 지역별로 살펴본 결과, 서울 지역과 기타 지역 대학생은 남, 녀 간에 유의적인 차이가 보이지 않은 반면, 경기 지역 대학생은 위생성, 편리성, 고유성에 남, 여학생간에 유의적인 차이를 보였다. 즉, 위생성과 고유성은 남학생이 여학생에 비해 유의적으로 높은 가치를 두고 있는 반면 여학생은 편리성에 높은 가치를 두고 있었다. 그러므로 지역간의 남, 여학생간에 편의 식품에 두고 있는 가치가 다를 수 있었다.

3) 편의 식품별 가치 평가

표 4. 성 및 지역에 따른 편의식품의 가치 구조 평가

가치 항목	서울		경기		기타		전체	
	남	여	남	여	남	여	남	여
영양성	47.2±11.4 ⁴	46.5±10.3	49.4±12.0	46.8±10.6	47.9±10.6	46.1±12.1	48.3±11.4	46.5±11.1
위생성	47.5±13.2	44.6±12.4	49.8±11.0	42.9±12.4***	46.6±13.4	44.6±12.4	48.2±12.4	43.9±12.4***
관능성	52.9±11.0	49.4±11.3	53.5±11.7	54.6±12.2	51.0±9.4	54.2±10.3	52.7±10.9	53.3±11.5
경제성	54.3±12.2	52.4±14.0	54.6±13.7	54.7±13.0	51.1±10.7	54.0±13.2	53.6±12.5	53.9±13.3
한국성	49.4±11.8	47.5±11.9	49.4±11.8	46.4±12.9	48.0±8.5	45.7±12.2	49.1±11.0	46.4±12.4*
전통성	47.2±13.1	45.7±12.8	47.7±12.4	44.2±12.8	46.5±8.5	43.6±14.0	47.2±11.7	44.3±13.2*
편리성	64.2±14.8	67.8±15.5	64.8±16.3	71.0±13.6**	62.5±18.8	71.9±16.2	64.0±16.5	70.6±15.1***
일상성	53.1±13.3	52.7±13.9	53.3±15.9	51.8±15.6	50.8±14.4	53.1±15.8	52.6±14.6	52.5±15.3
맛	52.6±10.4	51.3±12.8	53.6±10.8	55.6±12.4	52.2±11.0	55.2±10.7	52.9±10.7	54.5±12.0
종류의 다양성	51.4±12.0	50.6±13.2	53.9±10.7	51.9±13.1	50.3±11.8	52.0±13.1	52.1±11.5	51.6±13.1
고유성	48.3±10.9	45.7±13.1	49.3±15.1	44.5±12.4*	49.4±10.1	47.2±15.1	49.0±12.5	45.8±13.6*
보완할 점	45.0±12.7	44.6±12.3	47.9±14.7	45.7±14.4	47.6±12.1	47.5±11.4	46.7±13.4	46.2±12.8
총 가치관 점수	601.6±89.7	619.9±96.7	620.9±94.2	612.3±80.9	600.4±91.4	614.8±78.6	609.5±91.6	614.9±83.4

가치항목 점수 범위: (0→4점)×24종류의 편의식품=96점.

총 가치관 점수 범위: 0→(96점×12개 가치항목)=1152점.

*(M±SD), *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

표 5. 성 및 지역에 따른 각종 편의식품의 가치구조 점수

편의 식품	서울		경기		기타		전체		
	남	여	남	여	남	여	남	여	
냉동 식품	냉동 피자류	21.4±6.6*	21.6±6.6	21.9±7.1	21.3±5.1	21.9±5.3	22.2±5.0	21.7±6.5	21.7±5.4
	냉동 튀김류	23.8±5.3	24.0±5.8	24.9±6.5	23.3±4.7	24.5±3.9	24.0±5.1	24.4±5.6	23.8±5.1
	냉동 만두류	26.7±6.1	26.4±6.0	26.4±5.8	26.6±6.2	27.3±7.1	27.6±5.0	26.7±6.2	27.0±5.3
	냉동 면류	26.6±6.8	26.5±5.9	25.9±5.1	26.1±5.0	24.1±5.6	26.8±5.5*	25.8±5.9	26.5±5.4
	냉동 볶음밥	24.5±5.8	23.3±5.7	22.9±6.6	23.3±4.7	24.3±5.6	23.7±6.5	23.8±6.1	23.5±5.7
즉석 식품	래도르트 식품	25.6±5.4	27.0±6.3	26.0±5.7	26.2±4.7	26.1±6.4	26.8±5.5	25.9±5.7	26.6±5.4
	죽류	27.4±5.8	27.9±5.7	26.2±6.3	26.1±5.4	24.8±6.9	26.6±5.2	26.4±6.3	26.7±5.4
	포장밥	26.7±5.7	27.7±6.6	26.3±6.8	26.2±6.0	25.8±5.1	26.9±6.5	26.3±6.0	26.8±6.3
	3분 햄버그	21.7±6.6	21.9±7.1	22.9±6.9	22.6±4.9	22.8±5.7	22.5±5.3	22.4±6.6	22.4±5.6
	봉지라면	27.1±6.0	27.5±6.3	26.5±5.4	27.7±5.3	26.5±6.9	27.8±5.4	26.7±5.9	27.7±5.6
	가정용 사발면	27.2±5.6	26.6±6.1	26.4±4.2	26.9±5.0	24.5±5.8	26.3±4.9	26.3±5.1	26.6±5.2
	씨리얼	25.8±6.8	27.7±6.3	25.5±5.6	26.4±5.6	23.9±6.0	27.1±5.2*	25.3±6.2	27.0±5.6**
	즉석국류	25.7±6.2	26.3±6.7	25.7±5.1	25.2±5.1	25.0±4.6	25.8±5.8	25.6±5.4	25.7±5.8
냉장 식품	포장 김치류	29.2±6.2	31.1±8.4	30.6±6.2	30.2±6.6	29.3±6.5	29.4±5.6	29.8±6.3	30.0±6.7
	햄, 소시지	25.0±5.6	25.7±5.7	26.7±4.8	26.4±4.7	25.4±5.0	26.1±4.8	25.8±5.2	26.1±4.9
	어묵류	25.1±5.6	26.5±6.6	25.1±5.9	26.2±4.9	25.7±4.1	24.9±4.6	25.2±5.4	25.7±5.3
	젓갈류	26.5±5.1	29.0±7.1*	27.2±6.8	27.7±6.5	26.5±5.8	27.1±5.5	26.7±6.0	27.7±6.3
통조림 식품	생선 통조림	26.1±5.4	25.7±6.2	27.0±6.2	25.0±5.3*	25.6±6.6	25.7±7.0	26.4±6.0	25.5±6.2
	고기 통조림	25.2±4.8	24.2±5.8	26.3±5.6	24.2±5.2*	25.3±5.9	25.0±6.7	25.7±5.4	24.5±6.0*
	야채 통조림	25.4±6.0	23.8±6.4	25.6±6.2	23.9±5.8	25.3±5.6	24.4±6.6	25.5±6.0	24.0±6.3*
완전조리 식품	조리된 반찬	25.8±5.7	26.4±7.2	27.1±7.6	26.1±5.7	26.4±4.0	25.8±4.9	26.4±6.3	26.0±5.7
편의점 식품	편의점 김밥	24.1±5.8	24.1±6.4	24.7±6.2	25.9±6.1	24.8±4.9	25.2±6.6	24.5±5.8	25.2±6.4
	편 · 샌드위치	22.4±6.0	22.7±6.4	24.0±6.1	24.1±6.0	22.9±6.2	24.1±5.8	23.2±6.1	23.8±6.0
	편 · 사발면	26.5±6.6	26.1±6.3	26.8±4.8	27.9±5.4	25.4±6.3	26.6±5.3	26.4±5.8	27.0±5.6

0점→48점(4점×12개의 항목).
*(M±SD), *p<0.05, **p<0.01.

각종 편의식품에 대해 가치 구조 항목에 대한 평가 점수를 합하여 점수화하여 성, 및 지역별로 비교, 분석한 결과는 다음과 같다. 표 5에 제시한 바와 같이 전체적으로 남, 여학생간에 가치 평가에 유의적인 차이를 보인 편의 식품은 씨리얼, 고기 통조림, 그리고 야채 통조림으로 씨리얼은 남학생에 비해 여학생이 높은 가치를 두고 있었으며, 남학생은 고기 및 야채 통조림에 유의적으로 더 높은 가치를 두고 있었다. 지역별로 살펴본 경우에 경기 지역 대학생은 남학생이 고기 및 야채 통조림에 대해 여학생에 비해 높은 가치를 두고 있었다. 기타 지역 대학생은 여학생이 남학생에 비해 냉동 면류와 씨리얼을 선호하고 있었다.

편의식품의 가치 구조에 영향을 주는 변인으로서 거주 환경에 따른 차이를 살펴본 결과는 그림 1과 같다. 가족 과 독립하여 사는 학생들을 자취, 기숙사, 하숙, 친척집 으로 분류하여 각 집단의 편의식에 대한 총 가치관 점수를 비교한 결과, 기숙사 집단이 다른 집단에 비하여 편의식에 대한 가치관 총점이 유의적으로 낮은 것으로 나타나 편의식에 대해서 부정적으로 인식하고 있음을 알 수 있었다(p<0.05).

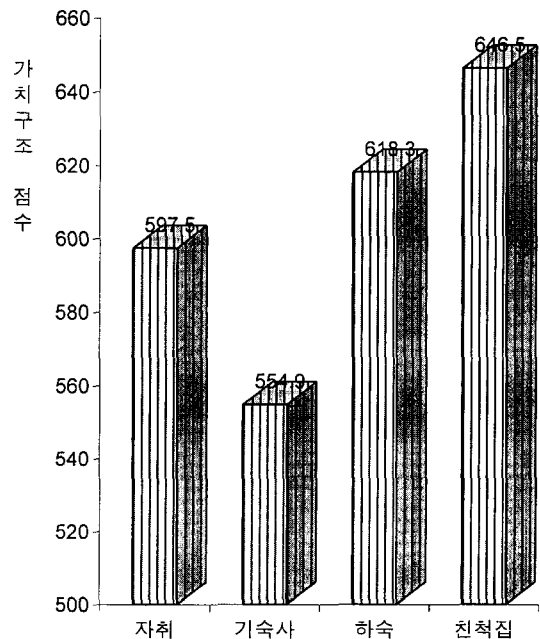


그림 1. 편의식품의 가치구조에 영향을 주는 변인으로서의 거주 환경.

3. 편의식에 대한 가치 평가가 이용도에 미치는 영향 분석

1) 편의 식품 이용 정도 분석

(1) 편의식품별 이용 정도

각각의 편의 식품별로 이용 정도를 파악해 보기 위해 현재 국내에서 유통되고 있는 편의식품에 대해 5점 척도를 이용하여 (0점; 전혀 이용하지 않는다, 1점; 이용하지 않는 편이다, 2점; 보통이다, 3점; 가끔 이용하는 편이다, 4점; 자주 이용하는 편이다) 점수화하여 분석하였다. 그 결과, 냉동식품 중 냉동 만두(2.3점)와 냉동면류(2.2점)의 이용 점수가 가장 높았으며 냉동 볶음밥(0.6점)이 가장 낮은 점수를 나타냈다. 즉석식품으로는 봉지라면(3.1점)과 사발면(2.5점)이 높은 점수를 보였고 포장밥(0.4점)은 가장 낮은 이용 점수를 나타내었다. 따라서, 아직까지는 만두류와 면류(라면류)에 대해서는 편의식품으로서 수용하는 정도가 컸으나 밥류인 경우 밥을 직접 지어서 먹는 것을 선호하고 있음을 알 수 있었다. 또한 냉장식품 중 햄(2.5점)과 어묵(2.1점)을 많이 이용하고 있는 것으로 나타났으며 통조림 식품은 이용 정도가 떨어져 있음을 알 수 있었다.

편의식품별로 이용 점수를 살펴본 결과, 편의점 식품

(79.8점), 냉장식품(75점), 즉석식품(65점), 냉동식품(64.8점), 조리된 반찬(52점), 통조림 식품(51.9점)의 순으로 많이 이용하는 것으로 나타났다.

같은 편의식이라도 편의점에서의 이용 점수가 높게 나온 것은 편리성을 추구하는 현대인의 요구가 편의점의 대두와 밀접한 관련성이 있음을 뒷받침해 준다(표 6).

2) 편의 식품별 가치 평가 점수와 이용 정도와의 관련성 분석

표 7은 각 편의식품의 이용 정도에 따른 각 편의식품에 대한 가치 평가 점수를 제시하고 있다. 포장밥을 제외한 모든 편의식품에서 자주 이용하는 집단의 편의식품에 대한 가치평가 점수가 유의적으로 가장 높은 것으로 나타났다. 따라서 특정 편의식품에 대한 인식이 좋을 경우 그 편의식품을 자주 이용한다는 결과가 나왔다.

3) 편의 식품별 가치 구조와 이용 정도와의 상관성 분석

편의식품에 대한 가치 구조와 편의식품별 이용정도와의 상관성을 살펴본 결과, 편의식품에 대한 영양적인 가치는 냉동 식품을 제외하고 즉석 식품, 냉장 식품, 통조림 식품, 조리된 반찬, 그리고 편의점 식품에서 모두 유

표 6. 편의 식품별 이용 정도 점수

편의 식품	대분류 이용정도	소분류	이용 정도
냉동식품	64.8±24.8 ^b	냉동피자	1.5±0.9 ^a
		냉동튀김	1.5±1.1
		냉동만두	2.3±1.0
		냉동면	2.2±1.5
		냉동볶음밥	0.6±1.0
즉석식품	65.0±21.0	레토르트 식품	2.0±0.9
		즉류	0.9±1.1
		포장밥	0.4±0.9
		햄버거 패티	1.0±1.2
		봉지 라면	3.1±1.2
		가정용 사발면	2.5±1.2
		씨리얼	1.8±1.3
즉석국	1.2±1.1		
냉장식품	75.0±30.0	포장김치류	1.7±1.1
		햄 및 소시지	2.5±1.1
		어묵류	2.1±1.1
		젓갈류	1.3±1.2
통조림	51.9±37.2	생선 통조림	1.6±1.3
		고기 통조림	1.2±1.2
		야채 통조림	1.1±1.2
조리 반찬	52.0±44.0		1.3±1.1
편의점 식품	79.8±35.9	김밥	1.9±1.1
		샌드위치	1.7±1.1
		사발면	2.4±1.1

^a편의식품(소분류)의 점수 범위(0→4점)에서의 평균±표준편차.
^b편의식품별(대분류) 점수 범위(0→160점)에서의 평균±표준편차.

표 7. 각 편의식품의 이용 정도에 따른 가치 평가 점수

		이용 정도		
		자주 이용	가끔 이용	이용하지 않는다
냉동 식품	냉동 피자 *	25.7±9.6 ^a	21.8±5.5	21.0±5.8
	냉동 튀김 ***	29.0±6.1	26.1±5.0	24.2±6.3
	냉동 만두 ***	29.2±6.0	26.4±5.3	24.7±6.1
	냉동 면류 ***	28.3±5.4	25.2±5.5	25.6±5.0
	냉동 볶음밥 **	28.4±6.5	24.3±6.2	23.2±5.6
즉석 식품	레토르트 ***	29.4±4.7	26.2±5.4	24.6±6.0
	즉류 *	31.8±5.9	26.7±6.0	26.3±5.4
	포장밥	32.0±5.7	27.1±6.4	26.5±6.2
	햄버거 패티 ***	25.6±4.3	23.4±5.9	21.4±5.7
	봉지 라면 ***	28.6±5.6	26.0±4.7	22.7±6.3
	가정용 사발면 ***	28.0±5.0	26.1±5.0	24.1±5.4
	씨리얼 ***	30.0±6.5	26.7±5.2	23.7±5.0
즉석국 *	28.5±4.5	26.0±5.7	25.0±5.6	
냉장 식품	포장 김치류 ***	32.8±6.2	30.3±6.5	28.2±5.8
	햄류 **	27.2±4.5	25.6±4.9	24.3±6.8
	어묵류 ***	27.3±4.7	25.6±5.3	22.8±5.1
	젓갈류 ***	31.9±6.3	28.1±6.0	25.7±5.8
통조림 식품	생선 통조림 ***	29.1±6.3	26.4±5.8	23.2±5.7
	고기 통조림 ***	27.6±6.1	25.6±5.7	23.6±5.6
	야채 통조림 ***	28.4±5.6	24.8±5.8	23.7±6.2
완전조리식품	조리된 반찬 **	30.2±6.1	26.1±5.8	25.7±5.8
편의점 식품	편의점 김밥 ***	28.3±5.8	24.6±5.9	24.0±6.8
	편의점 햄버거 ***	27.3±4.2	23.5±5.8	22.4±6.7
	편의점 사발면 ***	28.8±5.4	26.3±5.4	24.0±6.1

^a(M±SD), *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

표 8. 편의식 가치관 항목과 편의식품별 이용 정도와의 상관성

가치관 항목	냉동식품	즉석식품	냉장식품	통조림 식품	조리된 반찬	편의점 식품
영양가	0.0776	0.1216**	0.1503***	0.1062*	0.0885*	0.1150*
위생성	0.0695	0.1071*	0.0417	0.1343**	0.0885*	0.1221**
색, 모양, 냄새	0.0160	0.1150*	0.0884*	0.0866	0.0866	0.1016*
경제성	0.0607	0.0847	0.0564	0.0320	0.0288	0.1175**
한국성	0.0791	0.0668	0.0837	0.0652	0.0249	0.1238**
전통성	0.0853	0.0069	0.0455	0.0178	0.0049	0.1205**
편리성	-0.0321	0.0704	0.1061*	-0.0304	-0.0283	-0.0169
일상성	0.1242**	0.1840***	0.1241**	0.1547***	0.1090*	0.1480***
맛	0.1010*	0.1081*	0.1482***	0.0979*	0.0575	0.0872*
종류의 다양성	0.0345	0.0376	0.1029*	0.0520	0.0150	0.0548
고유성	0.1296**	0.0124	0.0993*	0.1049*	0.0444	0.1068*
보완할 점	-0.0429	0.0239	-0.0468	-0.0359	-0.0418	0.0747
총가치관 점수	0.1033	0.1745***	0.1532**	0.1174*	0.0307	0.0747

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

의적인 상관성을 보였다. 이러한 결과는 위생적인 가치도 비슷한 경향을 보였다. 관능적인 가치는 즉석 식품, 냉장 식품, 그리고 편의점 식품의 이용도에 영향을 미치고 있었으며, 경제적인 가치, 한국성, 전통적인 가치는 편의점 식품에서만 유의적으로 나타났다. 편리성과 종류의 다양성의 가치는 냉장 식품에서만 유의적인 상관성을 가지고 있었다(표 8).

4. 향후 편의식에 대한 요구도 분석

향후 편의식에 대한 식생활 행동을 예측하기 위하여 편의식에 대한 만족도와 편의 식품에 대한 가치 구조간의 상관성을 분석한 결과, 편의식의 총 가치구조와 전반적인 만족도와 0.24919의 유의적인 상관성을 나타내어 편의식의 총 가치구조와 전반적인 만족도간에 상관성이 있음을 알 수 있었다. 전반적인 만족도와 높은 상관성을 보인 가치 구조는 맛, 영양성, 관능 요인, 고유성, 위생성, 한국성, 종류의 다양성, 전통성, 일상성, 경제성 순으로 상관계수가 높은 것으로 나타났다(표 9).

표 9. 편의식품의 가치 구조와 전반적인 만족도와의 상관성

가치관 항목	전반적인 만족도에 대한 상관계수
영양가	0.2491***
위생성	0.2219***
색, 모양, 냄새	0.2304***
경제성	0.0984*
한국성	0.2021***
전통성	0.1712***
편리성	0.0382
일상성	0.1192**
맛	0.2647***
종류의 다양성	0.1846***
고유성	0.2256***
보완할 점	-0.0105
총가치관 점수	0.2940***

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

편의식품에 대한 가치구조 중 편의식품 이용정도에 영향을 미치는 변인 규명을 위하여 총 편의식 이용 정도에 대한 stepwise regression을 실시한 결과, 가치관 항목 중 parameter estimate가 0.17인 영양성이 가장 큰 영향

표 10. 편의식품 이용정도에 영향을 미치는 변인 규명

	DF	Sum of Squares	Mean Square	F	Prob
Regression	2	3072.9733	1536.4866		
Error	357	43316.0822	121.3335	12.66	0.0001
Total	359	46389.0555			

Variable	Parameter Estimate	Standard Error	Type II Sum of Squares	F	Prob
INTERCEP	26.2953	2.8640	10227.8527	84.30	0.0001
영양성	0.1717	0.0551	1162.1488	9.58	0.0021
일상성	0.1131	0.0412	913.1799	7.53	0.0064

R-square=0.06624350, C(p)=15.39991021.

력을, 그 다음으로는 0.11인 일상성이 큰 영향력을 나타냈다(표 10).

총 편의식 이용정도에 대한 Regression Equation은 다음과 같다.

$$Y=26.3+0.17 \times Z_1+0.11 \times Z_2$$

Y: 전체적인 편의 식품의 이용정도

Z₁: 영양성

Z₂: 일상성

P: 0.0001

R-Square: 0.0662

표 10의 영양성 및 일상성을 편의식에 대한 만족도에 대하여 상관성 분석을 실시한 결과, 영양성과 일상성에 대해 높은 가치를 들수록 편의식에 대한 전반적인 만족도는 높은 것으로 나타난 바 있다. 따라서 편의식의 이용도를 높이기 위해서는 영양적으로 가치 있으며 일상적으로 섭취할 수 있는 편의식을 개발해야 할 것으로 사료된다.

현재의 편의식 이용 정도에 가장 큰 영향을 미치는 변인으로 규명된 영양성과 일상성에 대한 가치를 높이 두고 소비자가 원하는 바에 초점을 두고 새로운 편의식품들을 개발한다면 편의식에 대한 전반적인 만족도의 증가를 통하여 향후 편의식 이용은 증가할 것으로 사료된다.

VI. 결 론

본 연구는 우리나라의 전국 7개 대학에 재학중인 남녀 대학생 총 700명을 대상으로 한국 대학생의 편의식(크게 냉동 식품, 냉장 식품, 즉석식품, 통조림 식품, 조리된 반찬, 편의점 식품 6종류)에 대한 가치구조 및 식행동을 분석하고 이에 영향을 미치는 변인들을 규명하여 향후 편의식에 대한 식행동을 예측해 보고자 하였으며 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 편의식품의 영양성, 위생성, 관능성, 경제성, 한국성, 전통성, 편리성, 일상성, 맛, 종류의 다양성, 고유성, 보완성을 포함한 12개 가치 항목에 대한 점수의 결과는 다음과 같다.

점수가 높은 순서대로 편리성, 맛, 경제성, 관능성, 일상성, 종류의 다양성, 한국성, 영양성, 고유성, 보완성, 위생성, 전통성인 것으로 나타났다.

편의식품에 대한 가치 평가 결과, 서울과 기타 지역 남학생들은 편의식에 대한 평가가 긍정적이지 않았으며, 서울 지역 여대생과 경기 남학생들은 편의식에 대해서 상대적으로 높은 가치를 두고 있었다. 편의식에 대한 가치는 순서대로 편리성, 맛, 경제성, 관능성, 일상성, 종류

의 다양성, 한국성, 영양성, 고유성, 보완성, 위생성, 전통성의 순서로 높은 가치를 두고 있는 것으로 나타났다. 여대생들은 편의식품을 전반적으로 편리성은 우수하나 위생성은 떨어지는 것으로 인식하고 있었다(p<0.001).

편의식품별로 요인 분석을 통하여 가치평가를 한 결과(제 1요인에 대한 설명력을 중심으로), 편의점 식품에 대한 가치 구조 점수는 낮은 반면 포장 김치, 젓갈류 등의 식품에 대한 점수가 다른 식품들에 비하여 상대적으로 높아 우리 나라 대학생들은 여전히 전통 식품을 선호하고 있는 것으로 나타났다.

영양성에 가치를 두는 편의식품은 면류, 위생성은 냉장 식품, 조리된 반찬, 편의점 김밥/샌드위치, 관능성은 냉장 식품, 경제성은 면류, 씨리얼, 즉석국, 한국성 및 전통성은 냉동 피자, 면류, 레토르트, 3분 햄버그, 햄, 어묵, 편리성은 면류, 즉석식품, 포장 김치, 일상성은 냉동 볶음밥, 레토르트 식품, 즉석죽, 포장밥, 3분 햄버그, 씨리얼, 즉석국, 조리 반찬, 맛은 씨리얼 냉장식품, 조리 반찬, 종류의 다양성은 면류, 포장밥, 씨리얼, 햄, 조리 반찬, 고유성은 레토르트 식품, 3분 햄버그, 라면류, 씨리얼, 햄, 편의점 샌드위치, 보완성은 통조림 식품인 것으로 나타났다.

2. 각각의 편의 식품별로 이용 정도를 파악해 본 결과, 냉동식품 중 냉동 만두(2.3점)와 냉동면류(2.2점)의 이용 점수가 가장 높았으며 냉동 볶음밥(0.6점)이 가장 낮은 점수를 나타냈다. 즉석식품으로는 봉지라면(3.1점)과 시발면(2.5점)이 높은 점수를 보였고 포장밥(0.4점)은 가장 낮은 이용 점수를 나타내었다. 따라서, 아직까지는 만두류와 면류(라면류)에 대해서는 편의식품으로서 수용하는 정도가 컸으나 밥류인 경우 밥을 직접 지어서 먹는 것을 선호하고 있음을 알 수 있었다. 또한 냉장식품 중 햄(2.5점)과 어묵(2.1점)을 많이 이용하고 있는 것으로 나타났다. 통조림 식품은 이용 정도가 떨어지고 있음을 알 수 있었다.

편의식품별로 이용 점수를 살펴본 결과, 편의점 식품(79.8점), 냉장식품(75점), 즉석식품(65점), 냉동식품(64.8점), 조리된 반찬(52점), 통조림 식품(51.9점)의 순으로 많이 이용하는 것으로 나타났다.

같은 편의식이라도 편의점에서의 이용 점수가 높게 나온 것은 편리성을 추구하는 현대인의 요구가 편의점의 대두와 밀접한 관련성이 있음을 뒷받침해 준다.

3. 편의식품의 이용 정도에 영향을 주는 변인들을 규명한 결과 영양성과 일상성의 parameter estimate가 각각 0.17과 0.11로 나타나 가장 영향력이 있는 것으로 판명되었다(p<0.001). 편의식품에 대한 총 가치 구조 점수와 전반적인 만족도는 양의 상관관계로 0.24919의 상

관계수를 보였다. 가치 항목 중 전반적인 만족도에 영향을 많이 준 순서는 맛, 영양성, 관능성, 고유성, 위생성, 한국성, 종류의 다양성, 일상성, 그리고 경제성인 것으로 나타났다. 이 결과들은 한국 대학생들이 편의식품을 맛이 좋지만 가격이 비싸고 일상성이 낮은 것으로 인식하고 있어 자주 이용하는 비율이 높지 않은 이유를 설명하고 있다.

이상의 결과를 토대로 몇 가지 제안을 하면 다음과 같다.

대학생 층이 앞으로 우리 나라의 모든 면에서 주도를 하게 된다는 점에서 본 연구는 그 의의가 크다고 할 수 있다. 미래에는 오늘날보다도 더욱 바쁜 사회가 되어 모든 면에서 시간을 절약하지 않고서는 앞서갈 수 없게 될 것이며 이런 관점에서 보면 대학생의 편의식 이용은 계속 증가할 수 있는 가능성이 다분하므로 엄청난 규모의 시장을 확보할 수 있게 될 것이다.

과중한 학업과 불규칙한 생활로 인하여 끼니를 제대로 챙기기 힘들다는 점과 여대생의 편의식에 대한 수용도의 증가는 편의식을 이용하게 되는 계기가 되며 조리할 수 있는 공간 및 시설의 결여 또는 부족, 조리를 할 수 없는 학생들이 예전과 비교하여 증가하였다는 점 역시 빼놓을 수 없다.

편의식은 라면의 소개로 시작되어 햄 및 소시지 등의 가공육을 거쳐 지금은 냉동 볶음밥, 여러 가지 반찬류에 이르기까지 많은 발전을 이룩한 만큼 이는 종류의 다양화 뿐 아니라 편의식품의 이용 정도에 가장 영향력이 있는 변수로 규명된 영양성과 일상성에 있어서의 진전으로 볼 수 있다. 편의식품의 총 이용 점수에 가장 영향력을 행사한 변인 중 편리성이 포함되지 않은 것은 대학생 층이 이미 편의식의 편리성에 높은 점수를 주었기 때문이며 중간 수준인 편의식품의 일상성과 저조하다고 인식되어진 영양성을 보완한다면 식가치관을 즐기는 것에 두는 52.7%나 되는 대학생들이 편의식품을 간식 용으로서 뿐만 아니라 주식으로도 이용할 날이 멀지 않은 듯하다.

따라서 더 많은 후속 연구와 함께 식품 업계에서는 영양성과 일상성에 초점을 두어 일상 식품을 편의식화하여 보다 향상된 편의식품을 일상화·다양화하는데 앞장서야 할 것으로 사료된다.

감사의 글

본 연구는 1997년도 학술진흥재단의 학술연구지원에 의하여 수행된 연구결과비의 일부이며 연구비 지원에 대하여 감사드립니다.

참고문헌

1. 이기춘, 이은영, 이기영외 3인: 산업사회의 소비자행태 연구, 대한가정학회 27(2): 115-132(1989).
2. 김기숙, 한경선: 교양을 위한 음식과 식생활 문화, 대한교과서.
3. 오세영: 생물학적, 문화적 측면에서 본 한국인의 식생활 행동: 지난 50여년을 중심으로, 한국식문화학회지 8(4): 373-379(1993).
4. 이영남, 신민자, 김복남: 전통음식의 현황에 관한 연구, 한국식문화학회지 6(1): 71-80(1991).
5. 이경은: 한국음식의 편의식 개발을 위한 주부들의 인식 조사 및 쿡첵시스템을 이용한 고등어조림 생산과정의 품질평가, 연세대학교 석사논문(1997).
6. 오은주: 일부 대학생의 식습관과 건강상태에 관한 연구, 한양대학교 석사논문(1987).
7. 정영진: 대학생의 음식기호조사, 한국영양학회지 17(1): 10-19(1984).
8. Driskell, J.A., Keith, R.E., and Tangeny, C.C.: Nutritional status of white college students in Virginia, *J. Amer. Dietic. Assoc.*, 74: 32(1979).
9. 문수재, 양일신, 이민준: 산업문화의 형태에 따른 식생활 변화가 국민영양과 식문화에 미치는 국제적 비교연구, 한국 음식문화연구원 논문집, pp. 191-235.
10. 이기열: 한국인 식생활 100년(1880-1980)-식생활 현황의 평가와 추이에 관한 연구, 연세논집 pp. 309-316 (1985).
11. 임정빈, 서병숙, 이효지, 장유경: 라이프스타일과 식생활양식, 대한가정학회지 28(3): 33-50(1990).
12. Schorr, B.C., Sanjur, D.: "Teen-age food habits", *J. Am. Diet. Assoc.*, 61: 415(1972).
13. 음식과 식생활 문화(1997).
14. 김경훈 편저, 「한국인 트렌드」, 213-224, 실록 출판사(1994).
15. 김희영: 대학생의 영양지식과 식습관에 관한 조사연구, 한국영양학회지 17(3): 178-184(1984).
16. 이기열, 이양자, 김숙영, 박계숙: 대학생의 영양실태 조사, 한국영양학회지 13(2): 73-80(1980).
17. 정영진: 대학생의 음식기호 조사, 한국영양학회지 17(1): 10-19(1984).
18. 구난숙: 대전지역 대학생들의 한국 전통 음식에 대한 인식 및 기호도 조사, 한국식문화학회지 10(4): 357-366(1995).
19. 김정현: 한국인의 식행동에 영향을 주는 요인 분석, 연세대학교 석사 논문 p. 13(1990).
20. 이영순, 임나영, 박광희: 서울지역 대학생들의 식문화에 대한 의식 및 실태 조사연구, 한국식문화학회지 9(4): 369-378(1994).
21. 野邊收: "消費者 行動 調査 解説", No. 6, 日經廣告研究所, 所報(1971).
22. 한국영양자료집 p. 90, 신광출판사.
23. 모수미: 한국 외식문화의 발달과정, 한국식문화학회지

- 9(2): 181-188(1994).
24. 박동경, 이경애, 류은순: 조리냉동 및 냉장식품에 대한 도시주부의 이용실태 및 인식정도와 식품제조업체의 의식구조 조사에 관한 연구, 한국조리과학회지 9(3): 50-58(1993).
 25. 조우균, 이종미: 소득 수준에 따른 서울시 국민학생들의 가공·편의식품류의 선택 경향에 관한 연구, 한국조리과학회지 7(2): 51-74(1991).
 26. 김미향, 한재숙, 이효수: 도시 주부의 인스턴트식품에 대한 인식 및 소비에 관한 연구, 대한가정학회지 6(3): 69-78(1988).
 27. 안숙자: 한국 주부의 가공식품에 대한 인식 및 이용 실태에 관한 연구, 한국 조리과학회지 5(2): 75-90(1989).
 28. 한진숙, 신미경: 조리식품의 기호에 대한 연구, 한국식품화학회지 3(1): 57-66(1988).
 29. 최춘언: 현대산업사회와 식생활 문화, 한국식품화학회지 6: 71-91(1991).
 30. 모수미: 외식산업의 발달이 국민영양 및 식생활에 미치는 영향, 한국영양학회지 19: 120(1986).
 31. Stasch, Ann., Johnson, M.M. and Spangler, G.J.: Food practices and preferences of some college students, *J. Am. Dietet. Ass.*, 57: 523-527, Dec.(1970).
 32. 이영미: 도시 청소년의 식행동과 식품에 대한 가치평가에 관한 연구, 연세대학교 박사 논문(1986).
 33. Nichott, A.: Changing food habits, *J. Nutr. Educ.*, 1: 10(1969).
 34. 한국인의 라이프스타일과 소비행동. 8-22(1996).
 35. 竹本良子, 商品評價의 因子分析(1969).

(1998년 11월 3일 접수)