

관광학 전공 대학생의 즉석 가공식품 기호도와 이용도

서경화 · 윤혜현[†]

경희대학교 조리과학과

Preference and Utilization of Instant Foods of University Students Studying Tourism Science

Kyung Hwa Seo and Hye Hyun Yoon[†]

Dept. of Culinary Science and Arts, Kyung Hee University, Seoul 130-701, Korea

Abstract

The preference and frequency of use on instant foods were investigated for university students studying tourism science. The most preferred instant food group was noodles, and Tangs, Baps, Gooks, Zooks, one-dish foods were preferred in order. The most preferred instant food was Cupramyeon. The preference score on instant foods of Tangs, Gooks and One dish foods for male students significantly was higher than that of female students. Also, students majoring non-cooking like instant food more than those majoring culinary science ($p < 0.05$). The highest frequency of use was shown in group of Baps and noodles, followed by one-dish food, Gooks, Tangs, Zooks in order. The largest number of students answered 'TV' and 'curiosity' to the question on the motives of use. The most students purchased instant foods at 'convenience store' and 'small retail store'.

Key words: instant food, preference, utilization, university students, purchasing place

서론

현대사회는 고도의 경제성장과 생활수준의 급격한 변화와 더불어 우리의 사회 환경과 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 번창과 편의식품의 이용이 급증하고 있다(1).

우리나라의 경우 최근 30년 동안 식량 공급의 확대와 개방화에 따라 사회 전반적으로 식생활의 패턴이 급속하게 변화되고 있다. 급속한 경제 성장에 따른 풍요와 도시화, 산업화에 따른 생활 패턴의 변화는 외식의 보편화 추세와 함께 현대인들이 쉽게 구매할 수 있고 조리과정을 최소화할 수 있는 편의식에 대한 요구가 증가되고 있다(2,3).

미래는 경제의 서비스와 여성의 사회진출 확대, 독신자의 증대, 식생활의 레저화 등의 이유로 외식산업은 빠른 속도 성장을 하며, 식비 지출에서 외식비용이 차지하는 비율이 더욱 높아질 것이다. 따라서 외식산업 분야에의 대기업 진출이 활발해지며, 패션(fasion)화가 진행되고 메뉴에 대한 만족감도 떨어지므로 경쟁이 치열해져 소비자 수요의 다양화를 반영하지 못한다면 도태하게 된다(4).

따라서 각 모든 식품업계에서는 혼자 생활하는 학생 또는 직장인뿐만 아니라 주부의 사회진출 증대에 따른 가정에서의 음식을 만드는데 필요한 시간을 줄이고자 점차 이용이 증대되는 즉석가공식품에 대한 지속적인 연구와 개발에 힘을 기울이고 있다. 특히 대학생의 식습관은 과거세대의 식습관을 반영할 뿐만 아니라 그 다음 단계인 성인기의 식습관이 형성되어지고 잘 나타나는 시기라고 볼 수 있으므로(5,6) 그들의 역할에 대한 중요성이 크다고 볼 수 있겠다.

최근 한국 음식을 인스턴트화 하기 위한 노력이 증가되어 전통적인 부식인 국과 찌개류도 동결건조방식으로 가공되어 쉽게 복원이 가능하도록 개발되었고 용도도 단순히 간식용에서 벗어나 레저용, 부식용, 주식용 및 손님접대용 음식에 이르기까지 폭넓게 확대되고 있다(7).

편의식품에 대해서는 냉장 및 냉동식품의 이용실태와 인식조사(1,8-11) 및 즉석가공식품의 영양성분에 관한 연구(12,13)에 대해 꾸준히 보고되고 있으나, 최근에 대기업의 지속적인 산업화와 대량화로 증대되고 있는 즉석가공식품의 이용에 대한 연구는 미비한 편이다(14).

따라서 본 연구에서는 일반 대학생에 비해 비교적 즉석식품에 관심이 많은 관광, 조리와 외식을 전공하는 관광대학의 대학생을 대상으로 젊은 세대인 대학생들의 이용률이 점차 증가되고 있는 즉석가공식품 기호도와 이용현황을 알아봄

[†]Corresponding author. E-mail: hhyun@khu.ac.kr
Phone: 82-2-961-9403, Fax: 82-2-964-2537

으로써 이들 제품에 대한 메뉴 활용방안과 개선점을 제시하기 위한 자료를 제공하고자 하였다.

연구내용 및 방법

조사대상 및 기간

본 연구는 대학생들 즉석가공식품에 대한 기호도와 이용현황을 알아보기 위하여 기존의 문헌(9,14,15)을 참고하여 구성된 설문지를 바탕으로 80명의 예비조사를 실시하여 수정 보완하였다. 본 조사는 경희대학교에 재학 중인 340명의 관광학전공 대학생을 대상으로 2003년 5월 21일~6월 5일까지 설문지를 배포하고, 자기기입법으로 직접 작성하도록 하였다.

조사내용

본 설문지의 내용으로 일반적인 사항은 성별, 전공, 연령, 학년, 거주형태, 한 달 용돈 등 6문항으로 나누어 조사하였다. 또한 현재 시판되고 있는 27개의 즉석가공식품을 밥류, 죽류, 국류, 탕류, 한그릇 음식, 면류 등으로 구분하여 기호도는 '매우 좋아함', '좋아함', '보통', '싫어함', '매우 싫어함' 등의 5점 척도를 사용하였다. 이용횟수에 대해서는 '하루 1회 정도', '2~3일 1회 정도', '일주일 1회 정도', '2주일 1회 정도', '한 달 1회 정도' 등으로 조사하였다. 또한 즉석가공식품을 접하게 된 동기와 구매 장소는 각각 1문항으로 총 62문항으로 구성하였다.

자료의 통계 처리

전체 340부의 설문지를 배포하여 회수하였으며, 이 중 불충분하게 기재된 25부를 제외하고 나머지 315부를 윈도우용 SPSS(version 11.0) 프로그램을 이용하여 통계자료 분석을 하였다. 일반적인 사항은 빈도와 백분율로 나타내었고, 즉석가공식품의 각 항목간의 기호도의 차이검정과 연령에 따른 이용현황에 대해서는 일원배치분산분석(One-way ANOVA)을 실시하였으며, 성별과 전공별에 따른 평균값 차이검정은 독립표본 t-검정을 이용하였다. 또한 구매동기와 구매장소에 관한 문항은 성별, 전공별, 연령별, 주거형태에 따라 chi-square 검정을 이용하여 유의한 차이를 보았다.

결과 및 고찰

조사대상자의 일반적인 사항

본 연구는 경희대학교 관광학 전공 대학생들을 대상으로 조사하였으며 조사대상자의 성별, 전공별, 연령별, 주거형태, 한 달 용돈 등은 Table 1과 같다.

조사대상자의 성별은 남학생 113명(35.9%), 여학생 202명(64.1%)이었으며, 전공별로는 비조리전공 162명(51.4%)과 조리전공 153명(48.6%)이었다. 연령별로는 20세 이하 68명(21.6%), 21~25세 212명(67.3%), 26세 이상 35명(11.1%)이

Table 1. General characteristics of subjects

Characteristics		N	%
Gender	Male	113	35.9
	Female	202	64.1
Major	Non-cooking	162	51.4
	Cooking	153	48.6
Age (yr)	≤20	68	21.6
	21~25	212	67.3
	26≤	35	11.1
Grade	Freshman	88	27.9
	Sophomore	63	20.0
	Junior	106	33.7
	Senior	58	18.4
Type of residence	Home	197	62.5
	A relative	13	4.1
	Dormitory	14	4.4
	Boarding	16	5.1
	Self-boarding	71	22.5
	Others	4	1.3
Monthly allowance (10,000 won)	≤10	10	3.2
	11~20	39	12.4
	21~30	114	36.2
	31~40	92	29.2
	41~50	25	7.9
	51≤	35	11.1
Total		315	100

있으며, 학년별로는 1학년 88명(27.9%), 2학년 63명(20.0%), 3학년 106명(33.7%), 4학년 58명(18.4%)이었다. 주거형태로는 자기집 197명(62.5%), 친척집 13명(4.1%), 기숙사 14명(4.4%), 하숙 16명(5.1%), 자취 71명(22.5%), 기타 4명(1.3%)이었으며, 한 달 용돈으로는 10만원 이하 10명(3.2%), 11~20만원 39명(12.4%), 21~30만원 114명(36.2%), 31~40만원 92명(29.2%), 41~50만원 25명(7.9%), 51만원 이상 35명(11.1%) 등이었다.

즉석가공식품의 기호도 분석

관광학전공 대학생들을 대상으로 조사한 27가지의 즉석가공식품의 분류에 따른 기호도 평균값 차이는 Table 2와 같으며 전체적으로 유의한 차이(p<0.000)가 있었다. 가장 좋아하는 분류는 면류(3.51±0.98)였으며, 그 다음으로 탕류(3.38±1.18), 밥류(3.37±0.90), 국류(3.29±1.35), 죽류(3.17±1.03), 한 그릇 음식(3.14±1.00)의 순이었다. 밥류에서는 쌀밥, 덮밥, 오곡밥, 흑미밥, 발아현미밥의 순으로 좋아하였으며, 쌀밥과 발아현미밥의 기호도 값 차이가 가장 큰 것으로 나타났다(p<0.000). 죽류에서는 전복죽을 가장 선호하였으며, 갖죽이 가장 낮은 기호도를 보였고 유의한 차이를 나타내었다(p<0.000). 국류에서는 육개장, 미역국, 해장국, 복어국, 사골우거지국, 시금치된장국의 순으로 좋아하였으며, 가장 선호하는 육개장과 가장 선호하지 않는 시금치 된장국 사이에는 유의한 차이를 나타내었다(p<0.01). 탕류에서는 삼계탕을 곰탕보다 좋아하였으며, 한 그릇 음식에서는 미역국밥, 카레밥, 육개장밥, 짜장밥, 된장국밥의 순으로 좋아하였다. 면류

Table 2. Preference for instant foods of university students studying tourism science

	Instant foods	Preference	p-value
Baps	Ssalbap	3.66 ± 0.84 ^{c1)}	0.000***
	Okokbap	3.30 ± 0.90 ^b	
	Huekmibap	3.23 ± 0.88 ^b	
	Balahyunmibap	3.01 ± 0.83 ^a	
	Doupbap	3.35 ± 0.92 ^b	
	Group total	3.37 ± 0.90 ^{B2)}	
Zooks	Sweigogizook	3.20 ± 0.94 ^b	0.000***
	Hobakzook	3.20 ± 1.07 ^{bc}	
	Danpatzook	3.15 ± 1.01 ^b	
	Jatzook	2.70 ± 1.00 ^a	
	Jeonbokzook	3.45 ± 1.05 ^c	
	Yachezook	3.11 ± 1.03 ^b	
	Group total	3.17 ± 1.03 ^A	
Gooks	Miyukgook	3.37 ± 0.97 ^{bc}	0.002**
	Bookagook	3.20 ± 0.93 ^{ab}	
	Sagolwoogujigook	3.17 ± 1.04 ^{ab}	
	Sigumchidwenjanggook	3.02 ± 1.06 ^a	
	Yukgaejang	3.58 ± 2.34 ^c	
	Haejanggook	3.34 ± 1.08 ^{bc}	
	Group total	3.29 ± 1.35 ^B	
Tangs	Samgaetang	3.44 ± 1.18	
	Gomtang	3.33 ± 1.19	
	Group total	3.38 ± 1.18 ^B	
One dish foods	Miyukgookbap	3.30 ± 0.97 ^a	0.068 ^{ns3)}
	Zazangbap	3.08 ± 0.94 ^{ab}	
	Karaebap	3.28 ± 1.03 ^c	
	Yukgaejangbap	3.20 ± 1.02 ^{ab}	
	Dwenjanggookbap	3.04 ± 1.00 ^a	
	Group total	3.14 ± 1.00 ^A	
Noodles	Cupramyeon	3.75 ± 0.89 ^b	0.000***
	Rawoodong	3.28 ± 0.98 ^a	
	Zazangbumbuk	3.44 ± 1.04 ^a	
	Group total	3.51 ± 0.98 ^c	
	Total	3.29 ± 1.09	
	p-value	0.000***	

¹⁾Mean ± SD, Different letters in the same groups are significantly different at 5% significance level by Duncan's multiple range test.

²⁾Different capital letters among groups are significantly different at 5% significance level by Duncan's multiple range test.

p<0.01, *p<0.001.

³⁾Not significant.

에서는 컵라면을 가장 좋아하였고(p<0.000), 그 다음으로 짜장면, 라우동의 순이었다.

전체적으로 가장 좋아하는 즉석가공식품은 컵라면이었으며, 그 다음으로 쌀밥, 육개장, 전복죽, 삼계탕, 짜장면 등 이하는 각 분류군의 대표적인 음식이라 할 수 있다. 대학생은 아직 밥을 주식으로 한 식사형태를 가장 많이 이용하고 있어(5,16-18) 밥류를 중심으로 한 즉석가공식품의 이용률이 더욱 증대되리라 생각된다. 한 그릇 음식은 쌀밥과 기타 부식류(국, 짜장, 카레 등)를 같이 판매함으로써 시너지 효과를 얻을 것으로 생각되었지만, 대체적으로 기호도가 낮은 것으로 보아 새로운 마케팅 전략을 고려해 보아야 할 것으로 보인다.

또한 즉류의 기호도가 낮은 것은 다양한 기업의 참여 부재와 메뉴의 적극적 홍보부족에 따른 것으로 아침 식사대용으로 간단히 먹을 수 있으며, 치료식으로서의 장점을 극대화시키는 다양한 즉류 개발과 홍보방안이 필요할 것으로 사료된다.

즉석가공식품의 성별에 따른 기호도는 Table 3과 같으며 전체적으로 유의한 차이는 없었으나, 남자(3.42±0.54)가 여자(3.33±0.58)보다 즉석가공식품을 더욱 선호하는 것으로 나타났다. 분류별로는 탕류(p<0.001), 국류, 한 그릇 음식(p<0.05)에 대해서만 유의하였고, 종류별로는 해장국, 삼계탕, 곰탕, 육개장밥(p<0.001), 쌀밥, 덮밥, 북어국, 사골우거지국(p<0.05) 등이 성별간 유의한 차이를 보였으며, 조사된 전체

Table 3. Preference differences to instant foods of university students studying tourism science according to the gender and the major

Instant foods	Gender			Major			
	Male	Female	t-value	Non-cooking	Cooking	t-value	
Baps	Ssalbap	3.81±0.84 ¹⁾	3.56±0.83	2.416*	3.74±0.80	3.57±0.88	1.654
	Okokbap	3.33±0.82	3.28±0.96	0.361	3.36±0.96	3.24±0.85	0.901
	Huekmibap	3.28±0.79	3.36±0.93	-0.580	3.33±0.90	3.33±0.86	-0.005
	Balahyunmibap	2.84±0.84	3.10±0.81	-1.839	2.99±0.87	3.04±0.80	-0.392
	Doupbap	3.56±0.85	3.23±0.95	2.231*	3.44±0.90	3.28±0.94	1.130
	Group total	3.52±0.66	3.41±0.71	1.181	3.52±0.67	3.38±0.71	1.682
Zooks	Sweigogizook	3.36±0.92	3.10±0.94	1.849	3.22±0.96	3.18±0.93	0.268
	Hobakzook	3.21±1.08	3.34±1.07	-0.795	3.48±1.10	3.11±1.02	2.438*
	Danpatzook	3.12±1.07	3.17±0.98	-0.381	3.26±1.01	3.05±1.01	1.484
	Jatzook	2.80±1.00	2.77±1.06	0.149	2.73±1.11	2.82±0.97	-0.569
	Jeonbokzook	3.52±1.08	3.40±1.04	0.743	3.49±1.01	3.40±1.09	0.555
	Yachezook	3.06±0.94	3.14±0.97	-0.557	3.14±0.99	3.08±0.93	0.443
Group total	3.25±0.74	3.18±0.78	0.672	3.28±0.79	3.14±0.73	1.430	
Gooks	Miyukgook	3.53±0.93	3.27±0.98	1.973	3.38±0.94	3.35±1.00	0.223
	Bookagook	3.38±0.88	3.09±0.94	2.193*	3.18±0.94	3.23±0.92	-0.377
	Sagolwoogujigook	3.40±1.07	3.02±1.00	2.489*	3.16±1.08	3.18±1.02	-0.124
	Sigumchidwenjanggook	3.15±1.03	2.95±1.07	1.146	3.09±1.12	2.97±1.00	0.747
	Yukgaejang	3.71±0.95	3.50±2.90	0.618	3.53±0.98	3.64±0.19	-0.324
	Haejanggook	3.76±0.94	3.07±1.09	4.283***	3.46±1.03	3.24±1.13	1.331
Group total	0.44±0.76	3.16±0.90	2.573*	3.25±0.76	3.28±0.95	-0.237	
Tangs	Samgaetang	3.96±0.97	3.13±1.18	4.464***	3.46±1.14	3.42±1.22	0.243
	Gomtang	3.87±0.97	2.99±1.19	4.849***	3.46±1.25	3.21±1.13	1.329
	Group total	3.92±0.90	3.07±1.09	5.104***	3.49±1.11	3.31±1.09	1.036
One dish foods	Miyukgookbap	3.23±0.96	2.92±0.95	1.948	3.16±0.94	2.91±0.98	1.616
	Zazangbap	3.21±0.96	3.00±0.93	1.554	3.15±0.97	3.02±0.91	1.018
	Karaebap	3.37±0.99	3.23±1.06	0.927	3.39±1.01	3.19±1.05	1.390
	Yukgaejangbap	3.56±0.94	2.96±1.00	3.715***	3.14±1.02	3.24±1.03	-0.622
	Dwenjanggookbap	3.21±0.99	2.94±1.00	1.659	3.06±0.95	3.02±1.04	0.214
	Group total	3.35±0.76	3.07±0.81	2.512*	3.25±0.78	3.10±0.81	1.381
Noodles	Cupramyeon	3.79±0.88	3.72±0.90	0.712	3.84±0.92	3.64±0.84	1.929
	Rawoodong	3.31±0.99	3.26±0.98	0.334	3.29±1.06	3.27±0.89	0.154
	Zazangbumbuk	3.35±1.05	3.50±1.03	-1.124	3.59±1.08	3.30±0.98	2.184*
	Group total	3.53±0.80	3.51±0.77	0.204	3.59±0.85	3.44±0.69	1.739
Total	3.42±0.54	3.33±0.58	1.408	3.48±0.52	3.32±0.58	2.428*	

¹⁾Mean ± SD. *p<0.05, **p<0.001.

즉석가공식품 중 흑미밥, 발아현미밥, 호박죽, 단팥죽, 야채죽, 짜장범벅만 여자가 남자보다 좋아하는 것으로 나타났다. 강원 지역 대학생들의 한국음식에 대한 기호도 조사에서 부식부분은 찌개 형태를 가장 좋아하였는데(18), 주·부식의 음식문화를 가진 우리나라 식생활을 고려하여 찌개, 탕, 국의 다양한 종류의 메뉴 개발이 필요할 것으로 보인다.

관광학을 공부하는 조사대상 대학생 중 조리학을 전공하는 학생과 그렇지 않는 학생 사이의 즉석 가공식품에 대한 기호도 차이를 알아 본 결과는 Table 3과 같다. 전공 여부에 따른 기호도 차이는 전체적으로 비조리전공(3.48±0.52)이 조리전공(3.32±0.58)보다 즉석가공식품을 더 좋아하는 것으로 나타났으며, 전공에 따라 유의한 차이(p<0.05)가 있었다. 분류별로 유의한 차이를 보이지 않았으나 국류만 조리전공이 비조리전공보다 더 좋아하는 것으로 조사되었다. 종류

별로는 호박죽과 짜장범벅에 대해서만 유의하였고(p<0.05), 흑미밥, 발아현미밥, 갓죽, 복어국, 사골우거지국, 육개장, 육개장밥을 제외한 모든 즉석 가공식품에 대하여 조리전공이 아닌 학생들이 조리전공 학생들보다 높은 기호도를 나타내었다. 즉 음식과 맛에 더 관심이 있는 조리전공 학생들이 훨씬 더 즉석가공식품에 대해서 만족을 느끼지 못하는 것으로 이에 대한 원인을 파악하여 관능적 품질을 개선할 필요가 있다고 생각된다.

즉석가공식품의 이용 정도

한 달 동안 관광대학 학생들의 성별과 조리전공 여부에 따른 즉석가공식품 이용 정도를 분석한 결과는 Table 4와 같다. 성별에 따라서는 남자(2.01±0.66)가 여자(1.82±0.75)보다 더 많이 이용하였으며, 유의한 차이가 있었다(p<0.05). 종류별로는 해장국, 짜장밥, 카레밥, 컵라면 등에 대하여 유

Table 4. Difference in utilization of instant foods of university students studying tourism science according to the gender and the major

Instant foods	Gender			Major			
	Male	Female	t-value	Non-cooking	Cooking	t-value	
Baps	Ssalbap	3.77±1.60 ¹⁾	3.79±1.48	-0.090	3.68±1.54	3.90±1.51	-0.816
	Okokbap	1.77±1.07	2.13±1.38	-1.081	2.26±1.41	1.62±0.92	2.047*
	Huekmibap	2.24±1.34	1.90±1.35	0.881	2.17±1.40	1.93±1.03	0.634
	Balahyunmibap	1.82±1.40	1.68±1.17	0.296	1.71±1.14	1.74±1.33	-0.051
	Doupbap	2.36±1.22	2.06±1.05	1.006	2.45±1.12	1.89±1.09	1.972
	Group total	3.16±1.27	3.01±1.27	0.719	3.20±1.27	2.93±1.26	1.296
Zooks	Sweigogizook	1.39±0.83	1.90±1.09	-1.865	2.00±1.18	1.24±0.52	2.895**
	Hobakzook	1.24±0.69	1.46±0.85	-1.139	1.51±0.95	1.21±0.54	1.619
	Danpatzook	1.19±0.48	1.45±0.85	-1.490	1.52±0.91	1.14±0.35	2.092*
	Jatzook	1.25±0.58	1.84±1.17	-1.946	1.84±1.17	1.25±0.58	1.946
	Jeonbokzook	1.26±0.73	1.65±1.03	-1.428	1.68±1.11	1.18±0.39	2.088*
	Yachezook	1.53±0.90	1.56±1.01	-0.128	1.69±1.16	1.40±0.71	1.092
Group total	1.21±0.52	1.37±0.73	-1.299	1.47±0.86	1.15±0.31	2.605*	
Gooks	Miyukgook	1.76±0.83	1.84±0.86	-0.498	1.83±0.92	1.77±0.76	0.361
	Bookagook	1.66±0.88	1.65±0.79	0.027	1.69±0.88	1.61±0.77	0.476
	Sagolwoogujigook	1.73±0.90	1.62±0.79	0.580	1.79±0.93	1.56±0.74	1.207
	Sigumchidwenjanggook	2.13±1.13	1.88±0.99	0.987	2.02±1.04	1.94±1.09	0.343
	Yukgaejang	1.95±0.85	1.72±0.90	1.202	1.96±0.98	1.69±0.75	1.414
	Haejanggook	2.09±0.90	1.62±0.86	2.232*	1.85±0.95	1.84±0.86	0.052
Group total	1.68±0.70	1.57±0.69	0.866	1.65±0.74	1.57±0.64	0.719	
Tangs	Samgaetang	1.41±0.72	1.41±0.76	-0.005	1.50±0.91	1.30±0.47	0.145
	Gomtang	1.63±0.79	0.54±0.92	0.104	1.71±0.96	1.54±0.72	0.899
	Group total	1.50±0.70	1.45±0.79	0.280	1.55±0.89	1.40±0.57	0.882
One dish foods	Miyukgookbap	1.63±0.79	1.61±0.90	1.683	1.69±1.00	1.72±0.79	-0.117
	Zazangbap	1.87±0.88	1.49±0.70	2.469*	1.83±0.91	1.47±0.64	2.390*
	Karaebap	1.83±0.92	1.49±0.70	2.259*	1.78±0.89	1.48±0.70	2.127*
	Yukgaejangbap	1.68±0.84	1.62±0.73	0.279	1.93±0.91	1.39±0.56	2.812**
	Dwenjanggookbap	2.00±0.85	1.66±0.94	1.529	2.00±0.98	1.66±0.77	1.559
	Group total	1.75±0.75	1.41±0.62	2.938	1.68±0.79	1.41±0.54	2.445*
Noodles	Cupramyeon	2.55±1.13	2.21±1.03	2.422*	2.35±1.07	2.32±1.10	0.212
	Rawoodong	1.96±1.07	1.88±0.94	0.474	1.87±1.06	1.97±0.93	-0.563
	Zazangbumbuk	1.95±0.98	1.67±0.89	1.713	1.77±0.93	1.8±0.94	-0.215
	Group total	2.17±0.86	1.94±0.85	2.154	2.05±0.85	1.99±0.88	0.495
Total	2.01±0.66	1.82±0.75	2.219*	1.99±0.75	1.78±0.68	2.463*	

¹⁾Mean ± SD. *p<0.05, **p<0.01.

의한 차이(p<0.05)가 있었으며 모두 남자가 여자보다 더 자주 이용하는 것으로 조사되었다. 전체적으로 가장 높은 이용 정도를 보인 것은 성별에 관련 없이 1위가 쌀밥, 2위가 컵라면이었으며 그 다음으로 남자의 경우에는 덮밥, 흑미밥, 시금치된장국, 해장국 등의 순이었고, 여자의 경우는 오곡밥, 덮밥, 흑미밥 등의 순으로 높은 이용 정도를 나타내었다. 이는 포장밥이 즉석식품으로 가장 낮은 이용 정도를 보인 것(9)과 Kwak 등(10)의 연구에서 식사대용으로 냉동 즉석 밥류의 이용 비율이 가장 낮다는 결과와는 다르게 나타난 것으로 밥을 직접 해먹어야 된다는 기존의 고정관념에서 서서히 벗어나고 있는 것으로 생각된다. 또한 즉류는 전체 분류 중 이용 정도가 가장 낮았으며 모든 즉류에 대해서 다른 음식과는 달리 여자가 남자보다 더 많이 이용하였고, 식사대용으로 즉류의 이용 비율이 가장 낮다는 연구결과(10)와 유사하였다.

전공에 따라서는 비조리전공(1.99±0.75)이 조리전공(1.78±0.68)보다 더 높은 이용 정도를 보였으며 전체적으로 유의한 차이(p<0.05)가 있었다. 종류별로는 쇠고기죽, 육개장밥(p<0.01), 오곡밥, 단팔죽, 전복죽, 짜장밥, 카레밥(p<0.05) 등에 대해 유의한 차이를 보였으며 비조리전공 학생들이 더 많이 이용하는 것으로 조사되었다. 한편, 조리전공 학생이 더 많이 이용하는 가공식품으로는 쌀밥, 발아현미밥, 미역국밥, 라우동, 짜장범벅으로 전공에 따른 유의한 차이는 없었다.

연령별에 따른 즉석가공식품의 이용정도 차이는 Table 5와 같으며 20세 이하(1.78±0.75), 21~25세(1.89±0.71), 26세 이상(2.11±0.68)으로 연령이 증가될수록 이용률이 증가되었으며 연령 간 유의한 차이는 없었다. 분류별로는 한 그릇 음식(p<0.05), 면류(p<0.01)와 종류별로는 덮밥, 짜장밥(p<0.01), 해장국, 컵라면(p<0.05) 등에 대해 유의한 차이가 있었으며

Table 5. Difference in utilization of instant foods of university students studying tourism science according to the age

Instant foods	Age (year)			F-value	
	≤20	21~25	26≤		
Baps	Ssalbap	3.86±1.52 ¹⁾	3.79±1.50	3.70±1.69	0.067
	Okokbap	1.50±1.07	2.10±1.35	1.78±0.83	0.880
	Huekmibap	2.00±1.55	2.19±1.42	1.60±0.70	0.737
	Balahyunmibap	1.43±0.79	1.73±1.24	2.25±1.89	0.550
	Doupbap	1.80±0.92 ^a	2.05±1.07 ^a	3.33±1.00 ^b	6.533**
	Group total	2.91±1.19	3.08±1.31	3.21±1.18	0.337
Zooks	Sweigogizook	1.25±0.46	1.83±1.12	1.27±0.65	2.080
	Hobakzook	1.50±0.84	1.38±0.81	1.22±0.67	0.235
	Danpatzook	1.25±0.46	1.40±0.81	1.10±0.32	0.762
	Jatzook	1.60±0.89	1.72±1.12	1.13±0.35	1.121
	Jeonbokzook	1.29±0.49	1.64±1.06	1.00±0.00	1.603
	Yachezook	1.60±0.89	1.53±1.01	1.63±0.92	0.041
	Group total	1.20±0.39	1.35±0.73	1.23±0.51	0.465
Gooks	Miyukgook	1.53±0.74	1.84±0.83	1.86±0.96	0.870
	Bookagook	1.44±0.53	1.69±0.82	1.65±1.00	0.336
	Sagolwoogujigook	1.20±0.42	1.72±0.86	1.81±0.91	1.908
	Sigumchidwenjanggook	2.00±0.82	1.85±1.00	2.47±1.25	2.081
	Yukgaejang	1.40±0.70	1.87±0.93	1.93±0.70	1.380
	Haejanggook	1.25±0.46 ^a	1.82±0.88 ^{ab}	2.29±0.99 ^b	3.677*
	Group total	1.35±0.55	1.63±0.70	1.81±0.74	2.490
Tangs	Samgaetang	1.38±0.52	1.43±0.83	1.33±0.49	0.113
	Gomtang	1.56±0.73	1.64±0.88	1.60±0.83	0.044
	Group total	1.45±0.60	1.49±0.81	1.44±0.60	0.309
One dish foods	Miyukgookbap	1.25±0.46	1.72±0.88	1.92±1.19	1.365
	Zazangbap	1.54±0.79 ^a	1.58±0.78 ^a	2.33±0.65 ^b	5.270**
	Karaebap	1.52±0.72	1.63±0.83	1.80±0.86	0.629
	Yukgaejangbap	1.33±0.50	1.74±0.83	1.58±0.79	1.038
	Dwenjanggookbap	1.25±0.46	1.83±0.88	2.23±1.01	3.136
	Group total	1.42±0.68	1.51±0.67	1.97±0.71	3.940*
Noodles	Cupramyeon	2.13±1.14 ^a	2.31±1.04 ^a	2.89±1.05 ^b	4.672*
	Rawoodong	1.96±0.92	1.85±0.99	2.19±1.17	0.830
	Zazangbumbuk	1.83±1.01	1.73±0.90	1.94±0.94	0.464
	Group total	1.83±0.89	2.02±0.83	2.43±0.92	4.751**
Total	1.78±0.75	1.89±0.71	2.11±0.68	2.277	

¹⁾Mean ± SD. *p<0.05, **p<0.01.

모두 26세 이상이 가장 많이 이용하는 것으로 조사되었다.

즉석가공식품을 접한 동기

특별한 동기가 없거나 먹어보지 못한 학생들을 제외한 대학생들의 즉석가공식품을 접하게 된 동기는 Table 6과 같다. 전체적으로 'TV광고(41.5%)'를 통하여 가장 많이 접하게 되었으며, 그 다음으로 '호기심(29.2%)', '친구/가족들의 권유와 소개(18.5%)', '신문이나 잡지광고(5.6%)', '인터넷광고 및 홍보(5.1%)'의 순으로 나타났다. 성별로는 남자(47.0%)와 여자(38.8%) 모두 'TV광고'(47.0%)를 통하여 가장 많이 접하는 것으로 나타났고 전공별로는 유의성은 없었으나 비조리전공(33.3%) 학생들이 조리전공(25.0%) 학생들보다 호기심에 의해 더 많이 접하였으며, 조리전공(10.4%) 학생들은 비조리전공(1.0%) 학생들보다 신문이나 잡지를 많이 이용하는 것으로 조사되었다. 연령별로는 20세 이하는 'TV 광고(36.1%)', '친구/가족들의 권유와 소개(33.3%)', '호기심(22.2%)',

21~25세는 'TV광고', '호기심', '친구/가족들의 권유와 소개', 26세 이상은 'TV 광고', '호기심', '신문이나 잡지' 등의 순이었다. 거주지별로는 자기집(41.1%), 기숙사(50.0%), 자취(43.9%)하는 학생은 'TV', 친척집은 '친구/가족들의 권유와 소개(57.1%)', 하숙은 '호기심(41.7%)'을 통하여 즉석가공식품을 가장 많이 접하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 대중매체인 TV를 가장 보편적으로 접하기 때문인 것으로 사료되며, 인터넷을 통한 광고 및 홍보를 통해 접하는 것은 매우 적은 것으로 조사되었다. 따라서 대학생들의 인터넷 사용률이 매우 높은 점을 이용하여 인터넷상의 적극적인 배너 광고나 그들의 라이프 스타일에 따른 다양한 마케팅 방안을 세워야 할 것으로 생각된다.

즉석가공식품의 구매 장소

즉석가공식품의 구매 장소에 대한 성별, 전공, 연령별, 주거형태에 따른 차이는 Table 7과 같으며, 전체 조사대상자들

Table 6. Motives of use of instant foods by university students studying tourism science

N (%)

	Classes	Recommend of friend and family	Internet	TV	Curiosity	Newspaper and magazine
Gender	Male	8 (12.1)	2 (3.0)	31 (47.0)	18 (27.3)	7 (10.6)
	Female	28 (21.7)	8 (6.2)	50 (38.8)	39 (30.2)	4 (3.1)
	chi-square			$x^2=8.228$	$p=.084$	
Major	Non-cooking	17 (17.2)	6 (6.1)	42 (42.4)	33 (33.3)	1 (1.0)
	cooking	19 (19.8)	4 (4.2)	39 (40.6)	24 (25.0)	10 (10.4)
	chi-square			$x^2=9.363$	$p=.053$	
Age	≤20	12 (33.3)	2 (5.6)	13 (36.1)	8 (22.2)	1 (2.8)
	21~25	22 (16.7)	8 (6.1)	54 (40.9)	42 (31.8)	6 (4.5)
	26≤	2 (7.4)	-	13 (48.2)	8 (29.6)	4 (14.8)
	chi-square			$x^2=16.004$	$p=.191$	
Type of residence	Home	23 (18.5)	8 (6.5)	51 (41.1)	34 (27.4)	8 (6.5)
	A relative	4 (57.1)	-	2 (28.6)	1 (14.3)	-
	Dormitory	3 (30.0)	-	5 (50.0)	2 (20.0)	-
	Boarding	1 (8.3)	1 (8.3)	4 (33.3)	5 (41.7)	1 (8.3)
	Self-boarding	5 (12.2)	1 (2.4)	18 (43.9)	15 (36.6)	2 (4.9)
	Others	-	-	1 (100.0)	-	-
	chi-square			$x^2=15.824$	$p=.728$	
Total		36(18.5)	10(5.1)	81 (41.5)	57 (29.2)	11 (5.6)

Table 7. Purchasing method for instant foods by university students studying tourism science

N (%)

	Classes	Convenience store	Small retail store	Department store	Wholesale store	Internet	Others	No answer
Gender	Male	54 (47.8)	40 (35.4)	-	16 (14.2)	-	2 (1.8)	1 (0.9)
	Female	65 (32.2)	76 (37.6)	3 (1.0)	67 (21.3)	1 (0.3)	2 (0.6)	7 (2.2)
	chi-square			$x^2=16.191$	$p=0.013*$			
Major	Non-cooking	59 (36.4)	65 (40.1)	1 (0.6)	32 (19.8)	-	-	5 (3.1)
	cooking	60 (39.2)	51 (33.3)	2 (1.3)	35 (22.9)	1 (0.7)	2 (1.3)	2 (1.3)
	chi-square			$x^2=6.199$	$p=0.401$			
Age	≤20	22 (32.4)	30 (44.1)	1 (1.5)	13 (19.1)	1 (1.5)	-	1 (1.5)
	21~25	82 (38.7)	74 (34.9)	2 (0.9)	47 (22.2)	-	1 (0.5)	6 (2.8)
	26≤	15 (42.9)	12 (34.3)	-	7 (20.0)	-	1 (2.8)	-
	chi-square			$x^2=12.905$	$p=0.797$			
Type of residence	Home	72 (36.5)	71 (36.0)	3 (1.5)	45 (22.8)	-	2 (1.0)	4 (2.0)
	A relative	3 (23.1)	7 (53.8)	-	3 (23.1)	-	-	-
	Dormitory	8 (57.1)	4 (28.6)	-	3 (23.1)	-	-	-
	Boarding	8 (50.0)	5 (31.3)	-	3 (18.8)	-	-	-
	Self-boarding	27 (38.0)	27 (38.0)	-	14 (19.7)	1 (1.4)	-	2 (2.8)
	Others	1 (25.0)	2 (50.0)	-	-	-	-	1 (25.0)
	chi-square			$x^2=23.106$	$p=0.811$			
Total		119 (37.8)	116 (36.8)	3 (1.0)	67 (21.3)	1 (0.3)	2 (0.6)	7 (2.2)

* $p<0.05$.

분류하면 '편의점(37.8%)', '동네인근슈퍼(36.8%)', '대형마트(21.3%)', '백화점(1.0%)'의 순이었다.

성별에 따른 구매장소는 남학생이 편의점(47.8%), 동네인근슈퍼(35.4%), 대형마트(14.2%)의 순이었고, 여학생은 동네인근슈퍼(37.6%), 편의점(32.3%), 대형마트(21.3%)의 순으로 유의성($p<0.05$)이 있었다.

전공, 연령별, 주거형태별에 따라서는 유의한 차이가 없었으나 전공에 대해서는 비조리전공은 동네인근슈퍼(40.1%), 편의점(36.4%)의 순이었고, 조리전공은 편의점(39.2%), 동

네인근슈퍼(33.3%)의 순이었다. 연령별로는 20세 이하는 동네인근슈퍼(44.1%), 21~25세와 26세 이상은 각각 38.7%, 42.7%으로 '편의점'을 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다. 주거형태별로는 자가는 편의점(36.5%), 친척집은 동네인근슈퍼(53.8%), 기숙사는 편의점(57.1%), 하숙은 편의점(50.0%), 자취는 편의점(38.0%)과 동네인근슈퍼(38.0%)에서 가장 많이 구매하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 Yang 등(2)과 Moon 등(7)의 연구에서 편의성을 추구하는 현대인의 편의점 이용빈도가 높은 것과 유

사한 것으로 대학생 또한 즉석가공식품을 보다 저렴하게 구매할 수 있는 대형마트보다는 가깝고 편하게 구매할 수 있는 편의점이나 동네 인근슈퍼를 훨씬 더 많이 이용하는 것으로 조사되었다.

본 연구의 설문조사 표본인 관광대학 학생들은 호텔경영, 관광경영, 컨벤션산업, 조리학 및 외식산업학을 공부하는 대학생들로, 이들은 전공의 특성상 관광이나 여행, 외식 등을 자주 경험하여 타 전공의 대학생에 비해 상대적으로 즉석가공식품에 관심이 많다고 간주하여 연구 대상으로 하였다. 하지만, 관광관련 전공 대학생들의 결과로 일반 젊은 세대의 즉석식품에 대한 기호도와 이용현황을 추정하여 시사점을 찾는 데에는 한계가 있다고 사료되며 앞으로 더 확대된 연령 층과 소득 수준의 대상으로 연구하는 과제가 남아있다.

요 약

본 연구는 관광학 전공 대학생을 대상으로 즉석가공식품의 기호도와 이용현황을 조사하였으며 결과를 요약하면 다음과 같다. 27가지 즉석가공식품에 관한 기호도를 조사한 결과 각 종류에 따라 전체적으로 유의한 차이($p < 0.001$)가 있는 것으로 나타났다. 분류별로 가장 좋아하는 것은 컵라면이 속해 있는 면류(3.51 ± 0.98)였으며 그 다음으로 탕류(3.38 ± 1.18), 밥류(3.37 ± 0.90), 국류(3.29 ± 1.35), 죽류(3.17 ± 1.03), 한그릇 음식(3.14 ± 1.00) 등의 순으로 선호하였다. 성별에 따라서 전체적으로 유의한 차이는 없었으나, 남자가 여자보다 즉석가공식품을 더 선호하였다. 탕류($p < 0.001$), 국류, 한그릇 음식($p < 0.05$)에 대해서는 유의한 차이를 보였고, 종류별로는 해장국, 삼계탕, 곰탕, 육개장밥($p < 0.001$), 쌀밥, 덮밥, 북어국, 사골우거지국($p < 0.05$) 등이 성별간에 유의하였다. 세부전공에 따라서는 비조리전공이 조리전공보다 즉석가공식품을 더 선호하였으며($p < 0.05$), 국류만 조리전공이 비조리전공보다 더 좋아하는 것으로 조사되었고, 종류별로는 호박죽과 짜장범벅에 대해서만 유의하였다($p < 0.05$). 즉석가공식품의 이용현황은 전체적으로 남자가 여자보다 더 많이 이용하였으며 성별에 따라 유의한 차이가 있었다($p < 0.05$). 성별에 관계없이 전체적으로 가장 높은 이용정도를 보인 것은 1위가 쌀밥, 2위가 컵라면이었으며, 그 다음으로 남자의 경우에는 덮밥, 흑미밥, 시금치된장국, 해장국 등의 순이었고, 여자의 경우에는 오크밥, 덮밥, 흑미밥 등의 순이었다. 모든 죽류에 대해서 유의성은 없으나 다른 음식과 달리 여자가 남자보다 좋아하는 것으로 나타났다. 전공에 따라서는 비조리전공(1.99 ± 0.75)이 조리전공(1.78 ± 0.68)보다 더 높은 이용정도를 보였으며 전체적으로 유의한 차이($p < 0.05$)가 있었다. 종류별로는 쇠고기죽, 육개장밥($p < 0.01$), 오크밥, 단팥죽, 전복죽, 짜장밥, 카레밥($p < 0.05$) 등이 유의하였고 조리전공 학생은 쌀밥, 발아현미밥, 미역국밥, 라우동, 짜장범벅만을 비조리전공 학생보다 더 많이 이용하였다. 또한 연령이 증가될

수록 즉석가공식품의 이용률도 증가되었고, 분류별로는 한그릇 음식($p < 0.05$), 면류($p < 0.01$)와 종류별로는 덮밥, 짜장밥($p < 0.01$), 해장국, 컵라면($p < 0.05$) 등에 대해 유의한 차이가 있었으며 모두 26세 이상이 가장 많이 이용하는 것으로 조사되었다. 즉석가공식품을 접하게 된 동기는 'TV광고', '호기심', '친구/가족들의 권유와 소개', '신문이나 잡지광고', '인터넷광고 및 홍보' 등의 순이었으며, 즉석가공식품의 구매장소로는 '편의점'을 가장 많이 이용하였고 그 다음으로 '동네인근슈퍼', '대형마트', '백화점' 등의 순으로 나타났다. 위의 결과로 볼 때 즉석가공식품의 이용률이 계속적으로 증대되고 있으나 남자가 여자보다 또는 비조리전공학생이 조리관련 전공 학생보다 즉석가공식품을 선호하는 것으로 나타나 세분화 고객에 대한 제품 개발과 홍보방안을 고려해 보아야 할 것으로 사료된다. 또한 대학생들은 일부 즉석가공식품에 대해서 상대적으로 기호도와 이용도가 높은 것으로 나타났다. 대학생들의 인터넷 사용율이 높은 점을 이용한 인터넷상의 적극적인 광고와 다양한 메뉴 개발과 홍보를 위한 꾸준한 노력이 필요할 것으로 본다. 그러나, 본 연구에서는 표본이 관광관련 전공의 대학생으로 편중되었으므로, 이를 전체 대학생이나 젊은 세대로 확대하여 해석하기에는 한계가 있으며, 향후 연구에서는 일반인의 즉석가공식품에 대한 기호도와 이용현황을 조사하여 비교 연구함이 필요하다고 사료된다.

문 헌

1. Kim HY, Choi SH, Ju SE. 1996. A survey of the behaviors on fast food restaurants. *Korean J Dietary Culture* 11: 71-82.
2. Yang IS, Lee JM, Lee YE, Yoon S. 1998. Trends and feasibility of health-oriented convenience foods of Korean food industry. *Korean J Dietary Culture* 13: 215-225.
3. Jung EY, Lim YH, Park MS, Kim MW. 2002. A survey of the consumption of convenience foods. *Korean J Community Nutrition* 7: 149-155.
4. 고정삼. 2002. 식품산업의 이해. 유한문화사, 서울. p 34.
5. Noh JM. 1997. A study on dietary patterns and behaviors of self-boarding collage students in Wonju Areas. *Korean J Dietary Culture* 12: 495-508.
6. Kim MS, Kim HJ. 2003. A study for eating behavior of university students (I). *Korean J Soc Food Cookery Sci* 19: 127-135.
7. Moon SJ, Yoon HJ, Kim JH, Lee YJ. 1998. A study on the perception and consumption pattern of convenience foods by korean collage students. *Korean J Dietary Culture* 13: 277-239.
8. Kwak TK, Lee KA, Lyu ES. 1993. Consumer demands for prepared frozen or refrigerated foods and industry's response to consumer demands. *Korean J Soc Food Sci* 9: 230-238.
9. Moon SJ, Yoon HJ, Kim JH, Lee YJ. 1999. A Factor analysis on the value system of convenience foods by Korean college students. *Korean J Soc Food Sci* 15: 327-337.
10. Kwak TK, Lee HE, Park HW, Ryu K, Choi EJ, Hong WS, Jang HJ, Kim SH. 1997. The study of housewives' per-

- ception for the development of refrigerated convenience foods for Koreans. *Korean J Dietary Culture* 12: 391-400.
11. Yoon S, Sohn KH, Kawk TK, Kim JS, Kwon DJ. 1998. Consumer trends on dietary and food purchasing behaviors and perception for the convenience foods. *Korean J Dietary Culture* 13: 197-206.
 12. Kim DS, Lee JW. 2002. Use and recognition of nutrition labelings in processed food among middle school students and their parents. *J Korean Dietetic Assoc* 8: 301-310.
 13. Yang IS, Bai YH, Hu WD. 1997. Defining one serving size of Korean processed food for nutrition labeling. *Korean J Dietary Culture* 12: 573-582.
 14. Hong KS, Baik SJ, Kim HS. 1999. The difference between generations in utilization and preference for the commercial Korean traditional foods. *J Korean Living Sci Assoc* 8: 363-372.
 15. Han MY, Ahn MS. 1998. A study on the purchase action of processed foods and the recognition for food additives of urban housewives. *Korean J Dietary Culture* 13: 119-126.
 16. Cho HS. 1997. A study on college students' dietary behavior and concionusness of Korean traditional food in Jun-lanamdo. *Korean J Dietary Culture* 12: 301-308.
 17. Choi SN, Chung NY, Yun ME. 2002. A study on the food habits and the dietary behaviors of university student in Seoul. *Korean J Dietary Culture* 17: 57-63.
 18. Choi YS, Yoo YJ, Kim JG, Nam SM, Jung ME, Chung CK. 2001. Food preferences and nutrient intakes of college students in Kangwon province. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 30: 175-182.

(2003년 9월 5일 접수; 2004년 1월 2일 채택)