

# 대도시 지역 성인의 건강증진제 이용행태에 관한 연구

박성철<sup>†</sup> · 오미영\* · 김학수  
서강대학교 신문방송학과, 신라대학교 광고홍보학과\*

## A Study on Usage of Health Improving Agents in Seoul & Busan

Park, Seong-Cheol<sup>†</sup> · Oh, Mi-Young\* · Kim, Hak-Soo  
Department of Mass Communications, Sogang University  
Department of Advertising & Public Relations, Silla University\*

### ABSTRACT

This study explores some basic issues behind adults' seeking and using patterns of alternative medicine as well as health food (health food/medicine). In order to do this, 791 adult participants in Seoul and Busan were interviewed face-to-face. The results of the survey showed that 1) interpersonal influence was the most influential factor in relation to the adoption of health food/medicine(46.9% of the participants reported on the influences), 2) keeping healthy was the main motivation for the usage of health food/medicine(34.5% of the participants), 3) mass media was the important information source for health food/medicine, 4) with regard to trustworthiness of information sources, experts were believed to be the most trustworthy while information from acquaintances were thought less, and finally, 5) pharmacies and health food stores were main suppliers of health food/medicine.

This study suggests some marketing strategies for health food/medicine. For example, it can be suggested that interpersonal communication among other information channels should be focused and might be increased trust by using professionals.

**Key Words** : Health improving agents, Health-functional food, Dietary supplement, Nutrient supplement, Intake pattern, Information source

### 서론

‘생존’은 인간을 포함한 모든 생명체의 궁극적 목표이고 당연한 과제이다. 그러나, 최근의 ‘웰빙(well-being)’ 열풍은 생존 자체를 더 이상 긴박한 문제로 보지 않는다는 것을 나타낸다. 생활수준의 향상과 의료기술의 발달로 인한 꾸준한 평균수명의 증가가 보여주듯(1), 생

존 자체는 어느 정도 성취되었다고 여기기 때문일 것이다. 이제 ‘삶의 질’로 급격히 관심이 옮겨지고 있음을 나타낸다.

웰빙은 ‘건강을 최우선’으로 하여 ‘삶의 질’을 추구한다는 것이다(2). 즉, 발병자의 치료 차원에서의 건강 유지가 아니라 예방과 관리의 차원에서 접근하는 것이다. 그렇다면, 일반인들이 생각하는, 건강유지에 가장 중요한 요인은 무엇일까? 동서양을 막론하고 식습관을 꼽고 있다(3,4). 더욱이 영양의 과잉 내지 불균형이 암을 비롯하여 고혈압·당뇨병 등 이른바 성인병을 유발하는 것으로 알려지면서 무엇을 어떻게 먹는가에 대한 관심은 더욱 커지게 되었다.

일반인들의 관심이 커지면서 건강 또는 음식과 관련된 신문 기사와 방송 프로그램이 크게 증가하고 있다

This research was partially accomplished by Korea Institute of Science & Technology Evaluation and Planning(KISTEP) and Ministry of Science & Technology(MOST) through its National Nuclear Technology Program.

접수일 : 2005년 8월 19일, 채택일 : 2005년 10월 4일

<sup>†</sup>Corresponding author : Park, Seong-Cheol, Department of Mass Communications, Sogang University, Shinsoo-dong, Mapo-gu, Seoul 121-742, Korea

Tel : 02)705-7933, Fax : 02)701-5015,

E-mail : sc0314@sogang.ac.kr

(5,6). 식생활에 대한 관심이 기본적인 영양충족을 위한 것에서 벗어나고 있는 것이다. 특히, 식품 내의 특별한 성분들이 갖는 건강증진 효과가 발견되면서(7), 이른바 식품의 제3차 기능에 주목하게 된 것이다. 일상적 식사나 간식으로 섭취하는 것이 아니고 의약품도 아니면서 건강유지와 증진을 위해 먹는 건강식품이 등장하고 점차 시장을 확장해왔다.

1980년대 후반부터 본격적으로 보급되기 시작한 건강기능식품은 최근 몇 년 사이 큰 폭의 성장과 변화를 겪고 있다(8). 첫 번째는 대기업과 외국기업이 본격적으로 시장에 참여하기 시작했다는 점이다. 그 결과 제품에 대한 신뢰도와 인지도를 높여 건강식품에 대한 인식을 긍정적으로 바꾸는 데 크게 기여하였다. 둘째, TV 홈쇼핑, 인터넷쇼핑, 전문점 등 새로운 유통채널이 급격하게 부상하고 있다는 점이다. 새로운 유통망에 의한 신규 시장의 확보는 시장규모의 확장을 촉진하고 있다.

그리고, 2003년 시행된 <건강기능식품에 관한 법률>은 '기능성 표시·광고심의회'를 채택하여 소비자에게 합리적 정보전달의 통로를 마련하였고, '자가기준·규격제'를 도입하여 새로운 기능성식품에 대한 연구개발을 제도적으로 뒷받침하였다(9). 이러한 법제도의 정비 는 시장의 활성화와 규모의 확대를 추동할 호조건인 셈이다. 일반인들, 특히 구매력이 높은 대도시지역의 성인들이 건강증진용 식품을 어떻게 이용하고 있는지에 대한 조사연구가 필요한 시점인 것이다.

법률이 정하고 있는 '건강기능식품'은 식품위생법에서 규정하던 건강보조식품, 특수영양식품, 인삼제품류, 다(茶)류 등이 포함된다. 지역별(10,11) 또는 대상별(12,13) 조건에 따라 다양한 건강식품의 섭취실태에 대한 조사와 연구가 이루어졌다. 또한, 식생활 양식 유형에 따른 건강식품 섭취현황(14)이나, 법규상의 구분에 따른 건강식품 섭취현황(15)에 대한 연구도 이루어졌다. 이러한 연구들은 대체로 각 집단의 사람들이 어떤 건강식품을 섭취하고 있는가 하는 현황과 실태파악에 초점을 맞추고 있다. 그들이 건강식품에 대한 정보를 얻고 선택하게 되는지, 어떤 과정을 거쳐 먹게 되는지에 대한 조사연구가 이루어진다면 현실적으로 보다 유용할 것이다.

그래서 본 연구에서는 건강식품의 섭취실태만이 아니라 관련된 정보를 어떤 경로로 얻고 있으며, 어떤 정보를 더 신뢰하는지, 어떤 동기로 섭취하게 되었으며, 왜 섭취하였는지, 구입시 무엇을 고려하며 어디서 구입

하는지 등에 대한 조사와 분석을 시도하였다. 그리고, <건강기능식품법>에서 규정하는 식품 이외에 개소주, 흑염소 등의 전통적 보신식품과 칼슘·철분 보충제 등의 식이보충제, 한방보약 등 건강증진을 목적으로 섭취하는 다양한 '건강증진제(health improving agents)'를 조사대상에 포함시켰다.

## 연구대상 및 방법

### 1. 조사대상 및 방법

본 조사는 서울과 부산에 거주하는 20세 이상의 성인 남·녀를 대상으로 수행되었다. 인구가 밀집되고 경제 활동이 활발한 대도시지역에서 건강증진제의 소비가 더 활발하게 이루어지고 있다고 판단하였기 때문이다. 전체 표본 수를 서울과 부산의 인구비례에 따라 나눈 후, 행정구역(구, 區) 별로 일정한 수의 표본을 할당하였다. 그래서 서울의 23개 구에 575부, 부산의 15개 구에 225부 총 800부의 설문지를 할당하였다.

사전교육을 마친 조사원들은 해당 지역에 거주하는 사람을 대상으로 연령별 성별 비율에 따라 응답자를 방문 조사하였다. 즉, 집단배포와 회수방식이 아니라 조사원이 응답자를 일대일로 면접하여 한 문항씩 읽어 주고 답하는 방식으로 진행하였다. 신문방송 혹은 광고홍보를 전공하는 학부생들을 두 차례의 교육을 실시하여 조사원으로 투입하였다. 실제 조사는 2004년 11월 1일부터 7일까지 서울과 부산에서 동시에 실시되었으며, 회수된 설문지 가운데 부적절한 것을 제외하고 791부의 설문지가 자료분석에 사용되었다.

### 2. 조사내용

본 연구는 일상적인 식사와 간식, 의약품을 제외하고 건강증진을 위하여 섭취하는 식품과 한방보약의 이용행태를 분석하고자 하였다. 우선, 조사 대상자의 일반사항으로 성별, 연령, 학력, 소득수준을 조사하였다.

먼저, 건강증진제를 '한방보약', '보신식품', '식이보충제', '기타건강식품'의 4가지 영역으로 구분하고 각각의 섭취경험과 현재 섭취하고 있는지의 여부를 물었다. 녹용, 한약재 등을 '한방보약'으로, 흑염소, 개소주, 자라탕 등을 '보신식품'으로, 비타민, 칼슘, 철분제 등

을 ‘식이보충제’로, 로얄제리, 효모식품, 해초류, 인삼 가공식품 등을 ‘기타건강식품’으로 구분하였다.

건강증진제 섭취를 고려하고 정보를 탐색하여 구매하고 섭취하게 되는 사고와 행동의 과정을 따라 설문을 구성하였다. 구체적으로 건강증진제를 섭취하게 된 동기, 건강증진제를 섭취하는 주된 이유, 건강증진제에 대한 주된 정보원과 가장 신뢰하는 정보원, 건강증진제를 구입할 때 중요하게 고려하는 요인, 건강증진제의 구매처를 조사하였다.

## 연구결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반사항

조사대상자의 일반적 특성은 Table 1과 같다. 성별로는 남성이 387명으로 48.9%, 여성이 404명으로 51.1%였다. 연령별로는 20대(10.7%)를 제외하고, 30대, 40대,

Table 1. General characteristics of subjects

	Variables	Frequency	Percentage
gender	female	404	51.1
	male	387	48.9
	Total	791	100.0
age (years)	20 ~ 29	85	10.7
	30 ~ 39	242	30.7
	40 ~ 49	240	30.3
	≥ 50	224	28.3
	Total	791	100.0
education level	≤ Middle School	35	4.4
	≤ High School	294	37.2
	≤ College or University	396	50.1
	≥ Master Degrees	66	8.3
Total	791	100.0	
monthly income	≤ 1,000,000	68	8.6
	1,000,000 ~ 3,000,000	380	48.1
	3,000,000 ~ 5,000,000	240	30.3
	≥ 5,000,000	103	13.0
Total	791	100.0	

50대 이상이 각각 30.7%, 30.3%, 28.3%로 대체로 고르게 분포하였다. 학력은 대졸(대재)이 50.1%로 가장 많았으며, 고졸 37.2%, 대학원졸(대학원재) 8.3%의 순이었다. 소득은 월평균 100만원~300만원이 48.1%로 가장 많았고, 300만원~500만원 30.3%, 500만원이상 13.0%의 순이었다.

### 2. 건강증진제 섭취 경험

전체응답자의 73.2%가 ‘한방보약’을 복용한 경험이 있는 것으로 나타났으며, 6.1%는 현재 복용하고 있는 것으로 나타났다. 성별에 따른 차이는 거의 없었으나, 연령대별로는 나이가 많을수록 섭취 경험이 있는 사람의 비율이 높았다. ‘보신식품’의 경우는 42.2%가 섭취한 경험이 있는 것으로 나타났으며, 0.9%는 현재 섭취하고 있다고 답했다. 남성은 50.0%가 ‘보신식품’을 섭취한 경험이 있거나 현재 섭취하고 있다고 답했으나, 여성은 36.5%로 현저하게 적었다. 또한, 여성은 섭취한 경험이 없는 사람이 경험한 사람의 2배 가까이 달했다. 연령에 따라서는 40대와 50대는 각각 48%대에 이르렀으나, 20대는 25.0%에 그쳐 연령대가 증가함에 따라 ‘보신식품’을 먹어본 적이 있는 사람이 증가하는 것으로 나타났다(Table 2).

‘식이보충제’는 섭취한 경험이 있거나(56.6%) 섭취하고 있는(27.8%) 사람이 84.4%로 본 조사의 4가지 건강증진용 식품 카테고리 가운데 가장 많았다. 그리고 현재 섭취하고 있는 사람의 비율(27.8%)이 다른 건강증진용 식품에 비해 월등히 높았다. 남성의 경우 먹어본 적이 없는 사람이 21.9%로 여성의 9.6% 보다 두 배 이상 많았다. 연령대별로는 40대·50대에 비해 20대·30대에서 섭취경험 또는 섭취중인 사람의 비율이 더 높았다.

‘기타건강식품’은 55.7%가 먹어본 적이 있다고 답했으며, 15.1%는 현재 먹고 있다고 답했다. 반면에 29.2%는 먹어본 적이 없는 것으로 나타났다. 여성과 남성 사이의 차이는 거의 없었으나, 연령대가 높아질수록 섭취하고 있는 사람의 비율이 증가하는 것으로 나타났다.

‘식이보충제’와 ‘기타건강식품’의 섭취경험은 ‘건강보조식품’에 대한 선행연구(10)와 유사한 결과를 나타냈으며, 20대의 섭취실태도 대학생 대상의 기존 연구결과(12)와 큰 차이가 없었다.

Table 2. Usage experiences of Health Improving Agents by gender &amp; age

Category		Female		Male		20 ~ 29		30 ~ 39		40 ~ 49		≥ 50		Total		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
oriental medicine	usage	no	83	20.8	78	20.4	24	28.6	57	23.8	41	17.3	39	17.7	161	20.6
		yes	282	70.7	290	75.9	54	64.3	170	70.8	184	77.6	164	74.5	572	73.2
	currently taking	34	8.5	14	3.7	6	7.1	13	5.4	12	5.1	17	7.7	48	6.1	
	Total	399	100.0	382	100.0	84	100.0	240	100.0	237	100.0	220	100.0	781	100.0	
			$\chi^2=7.630, df=2, P=0.022$				$\chi^2=9.005, df=6, P=0.173$									
animal protein based restorative foods	usage	no	252	63.5	189	50.0	62	73.8	150	63.6	119	50.6	110	50.0	441	56.9
		yes	142	35.7	185	48.9	21	25.0	85	36.0	115	48.9	106	48.2	327	42.2
	currently taking	3	0.8	4	1.1	1	1.2	1	0.4	1	0.4	4	1.8	7	0.9	
	Total	397	100.0	378	100.0	84	100.0	236	100.0	235	100.0	220	100.0	775	100.0	
			$\chi^2=13.931, df=2, P=0.001$				$\chi^2=25.197, df=6, P=0.000$									
dietary supplement	usage	no	38	9.6	83	21.9	9	10.7	31	13.0	46	19.9	35	15.9	121	15.6
		yes	223	56.5	215	56.7	61	72.6	146	61.1	122	52.8	109	49.5	438	56.6
	currently taking	134	33.9	81	21.4	14	16.7	62	25.9	63	27.3	76	34.5	215	27.8	
	Total	395	100.0	379	100.0	84	100.0	239	100.0	231	100.0	220	100.0	774	100.0	
			$\chi^2=29.778, df=2, P=0.000$				$\chi^2=20.235, df=6, P=0.003$									
health supplementary food	usage	no	113	28.7	112	29.8	33	39.3	77	32.8	64	27.4	51	23.5	225	29.2
		yes	218	55.3	211	56.1	42	50.0	128	54.5	139	59.4	120	55.3	429	55.7
	currently taking	63	16.0	53	14.1	9	10.7	30	12.8	31	13.2	46	21.2	116	15.1	
	Total	394	100.0	376	100.0	84	100.0	235	100.0	234	100.0	217	100.0	770	100.0	
			$\chi^2=0.489, df=2, P=0.783$				$\chi^2=13.310, df=6, P=0.038$									

N : the numbers of the subjects.

% : the percentage of the responses.

### 3. 건강증진제 섭취 동기와 이유

건강증진제를 섭취하게 된 동기로는 '주위사람의 권유'가 49.6%로 가장 많았다. 20대는 56.8%로 50대 이상의 47.4% 보다 높았는데, 이것은 20대 미혼자의 경우 부모님의 권유에 의한 섭취 때문인 것으로 보인다. 다음으로는 대중매체에서 접하고 섭취하게 된 경우가 19.3%였는데, 성별·연령별 차이는 크게 나타나지 않았다. '전문가의 권유'는 14.9%였는데, 나이가 많을수록 비율이 높아지는 것으로 나타났다(Table 3).

건강증진제를 섭취하는 이유로는 '건강유지를 위해'가 34.5%로 가장 많았다. 다음으로 '체력보완 및 증진', '피로회복', '질병예방', '질병치료'의 순이었는데, 이 순서는 남성과 여성이 같았다. 연령대별로는 20대와 30대의 경우 '피로회복'이 각각 20.6%와 21.3%로 '건강유지를 위해'의 뒤를 이었다. 그러나, 40대와 50대는 '체력보완 및 증진'이 각각 19.1%와 19.8%로 '피로회복'보다 높았다. 또, 40-50대의 경우, '질병예방'과 '질병

치료'가 모두 8~9%대로 20대와 30대에 비해 월등히 많았다. 반면에, '미용'을 섭취이유로 답한 응답자는 20대 4.4%였으나, 50대 이상에서는 한 명도 없었다. 구체적인 응답의 순서는 차이가 있으나, 건강상 목적으로 섭취한다는 응답이 83.3%로 선행연구(10,13)의 조사결과와 거의 차이가 없었다(Table 4).

### 4. 건강증진제 구입시 고려 요인과 구입처

건강증진제를 구입할 때 중요하게 고려하는 요인으로는 '복용후'효과가 61.2%를 차지해 다른 요인들에 비해 월등히 많은 비율을 차지했다. 그 다음 요인으로는 여성의 경우, '제조회사에 대한 신뢰(14.5%)', '부작용(10.5%)', '전문가의 추천(7.5%)' 순으로 응답하였으나, 남성은 '전문가의 추천(10.3%)', '부작용(7.9%)', '제조회사에 대한 신뢰(7.9%)'의 순이었다. 나이에 따라서는 큰 차이는 나타나지 않았으나, 20대의 경우 '가격(7.1%)', '복용의 용이함(3.5%)'을 답한 응답자가 다

**Table 3.** The motive of taking Health Improving Agents by gender and age

Category	Female		Male		20 ~ 29		30 ~ 39		40 ~ 49		≥ 50		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
by recommending of Experts	62	16.0	49	13.6	10	12.3	31	13.7	29	12.9	41	19.1	111	14.9
by recommending of the salesperson	28	7.2	17	4.7	2	2.5	11	4.9	174	7.6	15	7.0	45	6.0
by recommending of acquaintances	186	48.1	184	51.3	46	56.8	115	50.9	107	47.8	102	47.4	370	49.6
through mass media	72	18.6	72	20.1	17	21.0	42	18.6	50	22.3	35	16.3	144	19.3
through the technical books	5	1.3	7	1.9	0	0.0	4	1.8	3	1.3	5	2.3	12	1.6
others	34	8.8	30	8.4	6	7.4	23	10.2	18	8.0	17	7.9	64	8.6
Total	387	100.0	359	100.0	81	100.0	226	100.0	224	100.0	215	100.0	746	100.0
	$\chi^2=3.943, df=5, P=0.558$						$\chi^2=13.067, df=15, P=0.597$							

N : the numbers of the subjects.  
% : the percentage of the responses.

**Table 4.** Reasons of taking Health Improving Agents by gender and age

Category	Female		Male		20 ~ 29		30 ~ 39		40 ~ 49		≥ 50		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
keeping Healthy	123	34.8	110	34.1	23	33.8	69	33.3	68	33.3	73	37.1	233	34.5
recovery from tiredness	54	15.3	52	16.1	14	20.6	44	21.3	29	14.2	19	9.6	106	15.7
supply and(or) promote health	62	17.6	64	19.8	11	16.2	37	17.9	39	19.1	39	19.8	126	18.6
prevention of illness	27	7.6	25	7.7	2	2.9	14	6.8	17	8.3	19	9.6	52	7.7
treatment of illness	24	6.8	22	6.8	3	4.4	8	3.9	17	8.3	18	9.1	46	6.8
supply of nutrition	22	6.2	13	4.0	4	5.9	9	4.3	11	5.4	11	5.6	35	5.52
beauty effect	10	2.8	2	0.6	3	4.4	5	2.4	4	2.0	0	0.0	12	1.8
no reasons	23	6.5	29	9.0	6	8.8	16	7.7	14	6.9	16	8.1	52	7.7
others	8	2.3	6	1.9	2	2.9	5	2.4	5	2.5	2	1.0	14	2.1
Total	353	100.0	323	100.0	68	100.0	207	100.0	204	100.0	197	100.0	676	100.0
	$\chi^2=8.916, df=8, P=0.349$						$\chi^2=30.854, df=24, P=0.158$							

N : the numbers of the subjects.  
% : the percentage of the responses.

른 연령대에 비해 많은 것으로 나타났다(Table 5).

건강증진제의 구입처로는 남녀 모두 ‘약국’, ‘건강식품 전문점’, ‘방문판매’의 순이었다. 그러나, 상대적으로 여성은 ‘약국’의 비율이 남성에 비해 높았으며, 남성은 ‘건강식품 전문점’의 비율이 높았다. 연령대에 따라서도 구입처의 비율이 다르게 나타났다. 20대와 30대의 경우, ‘약국’이 차지하는 비중이 각각 50.0%, 41.9%로, 40대와 50대에 비해 월등히 높았다. 반면에 40대와 50대의 경우에는 ‘건강식품 전문점’이 각각 27.3%와 30.6%로 젊은층에 비해 높았다.

기존 연구들(10,12)에서도 약국이 가장 주된 구입처로 조사되었다. 그런데, 대학생들을 대상으로 2000년

실시된 조사(12)에서 단지 3.2%만이 인터넷이나 홈쇼핑을 통해 구입한다고 답한데 비해, 이번 조사에서 20대의 8.8%가 홈쇼핑을 2.9%가 인터넷을 통해 구입한다고 답한 것으로 나타났다. 최근 몇 년간 홈쇼핑과 인터넷이라는 새로운 유통경로의 발전을 보여주는 것이다 (Table 6).

### 5. 건강증진제에 대한 주요 정보원과 신뢰하는 정보원

건강증진제에 관한 정보를 어디로부터 습득하는지를 조사하였다. ‘TV/라디오’가 35.6%로 가장 많은 것으로 나타났다. 다음으로는 ‘주위사람’이 29.5%로 뒤를

**Table 5.** Considering factors of purchasing the Health Improving Agents by gender and age

Category	Female		Male		20 ~ 29		30 ~ 39		40 ~ 49		≥ 50		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
side effects	42	10.5	30	7.9	8	9.4	19	7.9	25	10.6	20	9.1	72	9.2
effects after intake	237	59.3	240	63.2	50	58.8	160	66.7	140	59.3	127	58.0	477	61.2
prices	10	2.5	12	3.2	6	7.1	4	1.7	7	3.0	5	2.3	22	2.8
reliability of a certain company	58	14.5	30	7.9	9	10.6	30	12.5	24	10.2	25	11.4	88	11.3
easy to get information	5	1.3	3	0.8	0	0.0	2	0.8	1	0.4	5	2.3	8	1.0
multiplicity of products	2	0.5	2	0.5	0	0.0	1	0.4	3	1.3	0	0.0	4	0.5
recommendation of expert	30	7.5	39	10.3	8	9.4	13	5.4	22	9.3	26	11.9	69	8.8
easy of taking	9	2.3	12	3.2	3	3.5	7	2.9	6	2.5	5	2.3	21	2.7
easy of buying	1	0.3	1	0.3	0	0.0	2	0.8	0	0.0	0	0.0	2	0.3
possibility of taking with other food	3	0.8	5	1.3	1	1.2	2	0.8	3	1.3	2	0.9	8	1.0
others	3	0.8	6	1.6	0	0.0	0	0.0	5	2.1	4	1.8	9	1.2
Total	400	100.0	380	100.0	85	100.0	240	100.0	236	100.0	219	100.0	780	100.0
	$\chi^2=14.514, df=10, P=0.151$						$\chi^2=34.716, df=30, P=0.253$							

N : the numbers of the subjects.  
% : the percentage of the responses.

**Table 6.** Places of purchasing the Health Improving Agents by gender and age

Category	Female		Male		20 ~ 29		30 ~ 39		40 ~ 49		≥ 50		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
door to door salesperson	34	12.4	15	17.5	1	2.9	16	11.2	20	13.3	12	8.2	48	10.1
pharmacy	101	36.9	59	29.5	17	50.0	60	41.9	39	26.0	44	29.9	160	33.8
hospital	12	4.4	12	6.0	2	5.9	6	4.2	5	3.3	11	7.5	24	5.1
health food store	60	21.9	57	28.5	4	11.8	27	18.9	41	27.3	45	30.6	117	24.7
internet	6	2.2	9	4.5	1	2.9	7	4.9	5	3.3	2	1.4	15	3.2
TV home shopping	24	8.8	20	10.0	3	8.8	13	9.1	16	10.7	12	8.2	44	9.3
supermarket	10	3.6	9	4.5	2	5.9	4	2.8	9	6.0	4	2.7	19	4.1
department store	9	3.3	6	3.0	2	5.9	4	2.8	3	2.0	6	4.1	15	3.2
others	18	6.5	13	6.5	2	5.9	6	4.2	12	8.0	11	7.5	31	6.5
Total	274	100.0	200	100.0	34	100.0	143	100.0	150	100.0	147	100.0	474	100.0
	$\chi^2=9.582, df=8, P=0.296$						$\chi^2=32.525, df=24, P=0.115$							

N : the numbers of the subjects.  
% : the percentage of the responses.

이었는데, 특히 여성은 33.2%로 ‘TV/라디오’ 못지않은 정보원으로 기능하고 있는 것으로 나타났다. ‘신문/잡지’는 10.7%였는데, 특히 남성은 13.6%로 여성의 7.9%보다 상대적으로 높았다.

연령별로는 ‘TV/라디오’가 20대와 30대에서 40%이상으로 노년층에 비해 상대적으로 높았다. 20대의 경우 ‘인터넷 사이트’가 3.6%로 노년층과 대비되었다. 반면

에, 50대 이상에서는 ‘신문/잡지’가 16.7%로 20대·30대에 비해 2.5배 이상 높았다. 또, ‘전문가’를 주요 정보원으로 꼽은 응답자가 50대에서 12.6%였으나, 20대·40대는 7~8%대에 그쳤다.

기존 연구들에서는 사무직 남성(12)이나 대학생(13) 등 집단과 관계없이 주위사람을 정보소스로 가장 많이 답한 것으로 나타났다. 이것은 본 연구가 ‘섭취 동기’

와 ‘정보원’을 구분하여 질문한 데 비해, 선행연구들은 이를 구분하지 않은 데서 비롯된 것으로 보인다. 그럼에도 불구하고, 최근 들어 대중매체에서 식품 또는 건강과 관련한 콘텐츠·광고가 크게 증가한 것 또한 한 가지 요인으로 추정할 수 있을 것이다(Table 7).

그 가운데 가장 신뢰하는 정보원으로는 ‘전문가’를

뽑은 응답자가 33.8%로 가장 많았다. 다음으로 ‘TV/라디오’는 31.3%가 신뢰하는 정보원이라고 답한 반면, ‘신문/잡지’는 9.7%에 그쳐 대중매체를 사이에서도 신뢰도는 큰 편차를 나타냈다. 앞에서 주위사람은 29.5%가 주된 정보원이라고 답했으나, 정작 신뢰하는 정보원으로는 15.8%만이 선택한 것으로 나타났다(Table 8).

**Table 7.** Main information sources about the Health Improving Agents by gender and age

Category	Female		Male		20~29		30~39		40~49		≥ 50		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
acquaintances	134	33.2	98	25.7	28	33.3	71	29.6	74	30.8	59	26.6	232	29.5
TV / radio	145	35.9	135	35.3	34	40.5	100	41.7	83	34.6	63	28.4	280	35.6
newspapers / magazines	32	7.9	52	13.6	5	6.0	16	6.7	26	10.8	37	16.7	84	10.7
advertisements	20	5.0	18	4.7	3	3.6	7	2.9	12	5.0	16	7.2	38	4.8
TV home shopping	16	4.0	7	1.8	3	3.6	7	2.9	10	4.2	3	1.4	23	2.9
internet shopping malls	4	1.0	2	0.5	1	1.2	3	1.3	2	0.8	0	0.0	6	0.8
internet sites	5	1.2	12	3.1	3	3.6	7	2.9	3	1.3	4	1.8	17	2.2
salesperson	6	1.5	4	1.0	0	0.0	0	0.0	3	1.3	7	3.2	10	1.3
experts	33	8.2	41	10.7	6	7.1	21	8.8	19	7.9	28	12.6	74	9.4
promotional materials	6	1.5	4	1.0	1	1.2	3	1.3	5	2.1	1	0.5	10	1.3
others	3	0.7	9	2.4	0	0.0	5	2.1	3	1.3	4	1.8	12	1.5
Total	404	100.0	382	100.0	84	100.0	240	100.0	240	100.0	222	100.0	786	100.0
	$\chi^2=20.280, df=10, P=0.027$						$\chi^2=51.701, df=30, P=0.008$							

N : the numbers of the subjects.  
% : the percentage of the responses.

**Table 8.** Trusting information sources for the Health Improving Agents by gender and age

Category	Female		Male		20~29		30~39		40~49		≥ 50		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
acquaintances	61	15.2	63	16.4	14	16.9	41	16.9	39	16.4	30	13.6	124	15.8
TV / radio	128	31.9	117	30.5	36	43.4	87	36.0	68	28.6	54	24.4	245	31.3
newspapers / magazines	34	8.5	42	11.0	5	6.0	16	6.6	19	8.0	36	16.3	76	9.7
advertisements	10	2.5	9	2.3	0	0.0	5	2.1	6	2.5	8	3.6	19	2.4
TV home shopping	12	3.0	1	0.3	0	0.0	5	2.1	6	2.5	2	0.9	13	1.7
internet shopping malls	0	0.0	4	1.0	1	1.2	3	1.2	0	0.0	0	0.0	4	0.5
internet sites	4	1.0	13	3.4	3	3.6	6	2.5	5	2.1	3	1.4	17	2.2
salesperson	3	0.7	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	1.8	4	0.5
experts	142	35.4	123	32.1	24	28.9	73	30.2	87	36.6	81	36.7	265	33.8
promotional materials	3	0.7	4	1.0	0	0.0	1	0.4	4	1.7	2	0.9	7	0.9
others	4	1.0	6	1.6	0	0.0	5	2.1	4	1.7	1	0.5	10	1.3
Total	401	100.0	383	100.0	83	100.0	242	100.0	238	100.0	221	100.0	784	100.0
	$\chi^2=18.308, df=10, P=0.050$						$\chi^2=57.581, df=30, P=0.002$							

N : the numbers of the subjects.  
% : the percentage of the responses.

## 결론 및 제언

본 연구는 서울과 부산지역의 20세 이상 성인 791명을 대상으로 건강증진제의 이용행태에 대한 면접조사를 실시한 것이다. 특히, 섭취실태에 그치지 않고 식품의 섭취 동기, 이유, 구입시 고려요인, 주요 정보원(information source) 등 구매와 섭취 등 이용에 영향을 미치는 요인들을 추적하고자 하였다. 조사결과는 다음과 같다.

1. '한방보약'은 79.3%가, 개소주·흑염소 등 '보신식품'은 43.1%가 섭취한 경험이 있거나 현재 먹고 있는 것으로 조사되었다. '식이보충제'와 '기타건강식품'은 각각 84.4%와 70.8% 복용한 경험이 있거나 복용중이라고 답했는데, 특히 영양제는 27.8%가 현재 복용중이라고 답했다. '보신식품'은 연령이 높을수록, '식이보충제'는 연령이 낮을수록 섭취경험이 있거나 섭취중인 사람이 많았다.
2. 건강증진제를 섭취하게 된 동기는 '주위사람의 권유'가 49.6%로 가장 많았다. 특히, 20대는 56.8%에 달했는데 부모님을 비롯한 가족의 권유에 의한 것으로 여겨진다. 50대이상의 경우 '전문가의 권유'가 19.1%로 20대의 12.3%보다 높았다.
3. 건강증진제를 이용하는 이유는 '건강유지'가 34.5%로 가장 많았다. '피로회복'은 20대·30대에서 20.6%, 21.3%로 두 번째로 많은 이유로 나타났으나, 50대에서는 9.6%에 지나지 않았다. 반면에, 40대·50대는 '체력보완 및 증진', '질병예방', '질병치료'가 상대적으로 많았다.
4. 건강증진제를 구입할 때, 중요하게 고려하는 요인으로는 '복용후 효과'가 61.2%로 가장 많은 비율을 차지했다. 다음으로는 '제조회사에 대한 신뢰', '부작용', '전문가의 추천'을 고려하는 것으로 나타났다. 건강증진제의 구매처는 '약국(33.8%)'과 '건강식품전문점(24.7%)'이 가장 많았으며, '방문판매(10.3%)'와 '홈쇼핑(9.3%)'이 뒤를 이었다.
5. 건강증진제에 대한 정보원은 'TV/라디오(35.6%)', '신문/잡지(10.7%)'의 대중매체 가장 많았다. 다음으로 '주위사람'이 29.5%, '전문가'가 9.4%로 나타났다. 그러나, 신뢰하는 정보원으로는 '전문가(33.8%)'를 꼽은 응답자가 월등히 많았으며, '주위사람'은

정보원으로 이용되는 정도(29.5%)에 비해 신뢰하는 응답자(15.8%)는 현저히 적었다.

이러한 일반국민들의 건강증진제 이용행태는 마케팅적 측면에서도 중요한 함의를 제시한다. 예컨대, 건강증진제 구매 결정과 관련해서 성별로는 여성, 연령대로는 중장년층이 가장 큰 영향력을 행사하고 있다는 것이다. 따라서, 홍보를 포함한 마케팅 활동이 이들을 중심타겟으로 할 때, 보다 높은 성과를 기대할 수 있을 것이다. 또, 전문가를 활용하여 신뢰도를 높인다거나, 구전(口傳)커뮤니케이션을 적극적으로 이용하는 것 등이 이 조사결과가 제시하는 방향들이다.

## 참고문헌

1. WHO. Health for All in the Twenty First Century. 1998
2. Lee MS. Looking at 'Well-Being' in Terms of Lifestyle: Healthy or Trendy. *Journal of Korean Living Science Association* 13(3):477-484, 2004
3. Lee EJ, Ro SO, Lee CH. A Survey on the Consumer Attitude Toward Health Food in Korea (1). *Korean Journal of Food Culture* 11(4):475-485, 1996
4. Hilliam M. Functional Foods: the Western Consumer Viewpoint. *Nutrition Reviews* 54:S189-S194, 1996
5. Moon HK, Jang YJ. Quantitative Analysis of Food and Nutrition Informations Offered in Television Programs. *Journal of Korean Dietitian Association* 11(1):51-66, 2005
6. Son SM, Park JK. A Study on the Classification of Health Food Circulated in the Market. *Journal of Korean Dietitian Association* 10(1):58-64, 2004
7. Bland JS, Medcalf DG. Future Prospects for Functional Foods. pp.537-551. In *Functional Foods: Designer Foods, Pharmafoods, Nutraceuticals*. Goldberg I(eds.). Chapman & Hall, New York, 1994
8. Kim HK. Current Status and Prospect of Nutraceuticals. *Food Industry and Nutrition* 9(1):1-14, 2004
9. Heo SH, Kim YJ. Main Contents and Handbook of Health Funtional Food Act. *Food Science and Industry* 36(1):26-33, 2003
10. Yoo YJ, Hong WS, Youn SJ, Choi YS. The Experience of Health Food Usage for Adults in Seoul. *Journal of Korean Society of Food and Cookery Science* 18(2):136-

- 146, 2002
11. Koo NS, Park JY. Consumption Aspects of Health Supplements or Health Foods by Adult Male and Female in Daejeon. *Journal of Korean Living Science Association* 10(2):205-213, 2001
  12. Lee MY, Kim JS, Lee JH, Cheong SH, Chang KJ. A Study on Usage of Dietary Supplements and Related Factors in College Students Attending Web Class via Internet. *Journal of Korean Nutrition Society* 34(8):946-955, 2001
  13. Jun BH, Lee HG. An Investigation of the Intake of the Health Food among the Salary man in Seoul. *Journal of Korean Society of Food Science* 16(1):9-16, 2000
  14. Chung HK, Cho MS, Kang NE, Yang EJ, Kang MW. Patterns of Health Foods Usage by Food Lifestyle of the Adults in Seoul. *Korean Journal of Food Culture* 16(3):195-202, 2001
  15. Park YG, Park, MY, Sung MK, Kwon HJ. Study on the Intake Pattern of Health Intended Foods Depending on Inclusion of Proclaimed Health Functional Food Materials. *Journal of Korean Society of Food Science and Nutrition* 34(3):374-379, 2005