

대구·경북지역 대학생의 식품 표시에 대한 인식 및 가공식품 소비 실태

박 어 진

가톨릭상지대학교 호텔외식조리과

Perception and Consumption Status of Food Labeling of Processed Foods among College Students in Daegu · Gyeongbuk Area

Eo-Jin Park

Dept. of Hotel Food Service and Culinary Art, Catholic Sangji College, Andong 760-711, Korea

Abstract

This study was conducted to examine the consumption realities of processed food and the perception of food labeling with targets of university students attending schools in Daegu and Gyeongbuk areas. The reason for buying processed food was because it is easy to cook. As for the number of using processed food, it was answered that everyday dairy products, noodles, breads and snacks for 3~4 times a month, and meat processed foods, canned foods, sauces and frozen foods for 2~3 times a month. With regard to selecting processed products, both male and female students answered with taste and price first, barely considering the safety and nutritional elements. It turned out that they check the price, expiration date and country of origin in order upon buying processed foods. Most of them recognized food labeling, but answered that they checked it sometimes in order to check the 'expiration date' and the 'calories'. They were aware of the food nutritional contents indication. It was turned out that male students check it for nutrients and female students for weight control. The effect of the processed food indication was that it is easy to choose the necessary foods for health and as well as for comparing the food with other products. The satisfaction of the food labeling system was mediocre. The results indicated that the food indication system needs to be educated or promoted.

Key words : Food labeling, processed foods, perception, consumption status

서 론

경제가 고도 산업화 구조형으로 이행함으로써 식생활에 대한 가치관의 변화를 가져왔으며, 빠르고 간편하게 식생활을 해결하고자 하는 욕구로 인하여 인스턴트 식품과 편의 식품을 선호하게 되었으며, 맛을 추구하는 형태로 식품산업이 개발되어 왔다(Hong SB 2012). 현재 가공식품의 소비가 계속적으로 늘고 있으며, 대부분의 가공식품들은 비타민, 무기질 등의 영양소가 부족하고 고열량, 고지방, 고염식의 지나친 섭취를 가져오는 등의 부정적인 영향을 미치고 있다(Choi MJ 2009). 또한 변화된 식생활로 인한 비만 성인병의 증가가 심각한 문제로 대두되고 있다. 이와 같은 문제점이 있음에도 불구하고, 가공식품의 홍수 속에서 소비자들은 식품의 영양과 안정성에 대한 정확한 정보를 제공받지 못하고 있다(Jung HR 1998). 또한 제조업자 및 유통업자가 가진 정보와 소비자가 가진 정보 사이에는 큰 차이가 존재하여(Garretson &

Burton 2001) 올바른 식품 선택을 더욱 어렵게 하는 요인으로 작용하고 있다. 소비자는 식품의 경험적 속성(맛, 안전성 여부)이나 신뢰적 속성(영양성분, 친환경 성분 등)으로 식품 구매 욕구를 발생할 수 있으나, 식품의 공급자는 자사 상품에 대한 부정적인 정보의 은폐, 허위, 기만광고나 표시 등 왜곡된 정보를 공급할 가능성이 잠재되어 있어, 식품 공급자와 소비자 간의 정보 획득에 차이가 날 수 있다.

우리나라에서는 1990년대 초반부터 소비자 수요와 식품산업의 변화를 반영하기 위한 다양한 식품 표시 제도를 실시하고 있다. 식품 표시 제도는 식품에 관한 각종 정보, 즉 원재료명, 내용량, 제조일자 및 유통기한, 영양성분, 주의사항 표시 등에 관한 정보를 제품의 포장이나 용기에 표시하도록 함으로써, 생산자는 소비자가 건전한 식생활을 할 수 있도록 정확한 구매정보를 제공하고, 소비자는 자신의 요구에 부합하는 식품을 선택하는 공정한 거래 확보를 통하여 소비자를 보호하는 제도이다(KFDA 2004). 식품을 통해 건강을 유지하려는 소비자의 욕구가 증대하고, 식품의 안정성에 대한 우려 역시 급격히 커지면서 표시 제도의 중요성이 강조되고 있는 실정이다(Kim & Lee 2009).

† Corresponding author : Eo-Jin Park, Tel : +82-54-851-1225, Fax: +82-54-851-1225, E-mail : ejpark13@hanmail.net

대학생의 경우, 생활이 불규칙적이고 밖에서 활동이 많아지면서 스스로 책임지는 상태에 놓이게 되었다(Seymour *et al* 1997). 또한 제한된 경제력을 가지고 있어 식품 선택 시 값이 싸고 이용하기 편리하며 기호 위주의 식품을 선택함으로써 불량한 영양 상태를 초래할 수 있다(Choi *et al* 2002). 특히 이 시기에 올바른 식습관을 갖도록 하는 것이 중요하므로 식사를 통한 영양섭취의 중요성을 잘 인식하여 식생활에 대한 바른 가치관을 가져야 한다(Lee *et al* 2010).

본 연구는 대구와 경북 지역 대학교에 재학하고 있는 대학생을 대상으로 식품 표시에 대한 인식을 조사하고, 가공식품의 소비 실태를 파악하여 비교함으로써 대학생들의 식품 표시에 대한 인식과 활용을 확대시키기 위한 식생활 교육의 기초 자료를 마련하고자 한다.

조사 방법 및 내용

1. 조사 대상 및 기간

본 연구의 조사 대상은 대구·경북지역에 재학 중인 대학생을 대상으로 조사하였으며, 조사 기간은 2013년 6월 10일부터 7월 5일까지 25일간 실시하였다. 설문지는 총 360부를 배부하여 불충분한 16부를 제외한 344부를 회수하여 자료로 사용하였다.

2. 조사 방법 및 내용

설문지의 구성 내용은 선행 연구(Koo HJ 2012, Hong SK 2011)를 토대로 본 조사 목적에 맞게 수정, 보완하여 사용하였다. 일반사항 7문항, 가공식품 기호도 및 인식도에 관한 6문항, 가공식품 종류에 따른 이용 횟수 9문항, 가공식품 구매 시 표시 확인사항 9문항, 가공식품 구매 시 태도 10문항, 식품 표시 및 영양 표시 인식에 관한 14문항을 객관식과 리커트 5점 척도를 혼용하여 구성하였다.

3. 자료 분석

수집된 자료의 통계 분석은 SPSS/WIN 16.0 Program을 이용하여 각 문항별 빈도수 및 백분율 평균을 구하여 각 문항에 대해 대상자의 성별에 따라 χ^2 -test, *t*-test 분석을 실시하여 그룹 간 차이의 유의성을 분석하였다.

결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반적인 사항

조사 대상자의 일반적인 사항은 Table 1과 같다. 남학생이 39.7%, 여학생 60.3%로 남학생에 비해 여학생이 많이 표집되었다. 연령별로는 20세 이하 47.0%, 21~25세 44.0%, 25세

이상 14.0%였으며, 거주지는 기숙사가 40.5%로 가장 높았다. 가족 형태는 핵가족이 90.1%, 거주 지역은 중소도시 49.3%, 가정의 총 수입은 300~399만원, 평균 월 용돈은 20~29만원이 27.1%로 가장 높게 나타났다.

2. 가공식품의 선택 이유

대학생들의 가공식품에 대한 선택 이용에 대한 결과는 Table 2와 같다. 전체적으로 ‘간단하게 조리 가능하다.’ 3.81

Table 1. General characteristics of the subject

General characteristics		n	%
Gender	Male	136	39.7
	Female	207	60.3
Age	≤20	175	51.0
	21~25	144	44.0
	>25	17	5.0
Place of residence	Private residence	111	32.4
	Dormitory	139	40.5
	Self-boarding	91	26.5
	Relative's house	2	0.6
Type of family	Nuclear family	309	90.1
	Extender family	34	9.9
Residential district	Metro city	132	38.5
	Micropolitan	169	49.3
	Farm village	42	12.2
Total household income	<100	24	7.0
	100~199	38	11.1
	200~299	74	21.6
	300~399	81	23.6
	400~499	73	21.3
	≥500	53	15.5
Monthly allowance	<10	42	12.2
	10~19	62	18.1
	20~29	93	27.1
	30~39	87	25.4
	40~49	38	11.1
	≥50	21	6.1
Total		343	100.0

로 가장 높게 나타났다. 다음 순으로 ‘맛이 있다(3.48)’, 좋아한다(3.39)의 순으로 높게 나타났다. 이는 부산지역 주민의 연령별로 조사한 Kim & Lee(2009)의 연구에서도 조리, 먹기 편리, 맛있다 순으로 나타나, 본 조사와 유사한 결과를 보여 주었다. ‘가공식품을 좋아한다’는 여자가 남자에 비해 유의적으로 높게 나타났으며($p<0.05$), 위생적이다($p<0.05$), 영양가가 높다($p<0.01$)는 항목에서는 남자가 여자에 비해 유의적으로 높게 나타났다.

3. 가공식품 이용횟수

대학생들의 가공식품 이용 빈도에 대한 분석 결과는 Table 3과 같다. 유제품의 경우 ‘매일 이용 한다’(33.5%)로 대답한 비율이 제일 많았고, 면류, 빵류 및 과자류는 월 3~4회, 매일 이용 순으로 빈도가 높았다. 이는 Hong SB(2012)의 연구 결과에서도 과자, 빵류를 자주 이용하고, 유제품 그리고 분식류 순으로 유사한 결과를 보였다. 육가공품과 통조림, 소스류 냉동식품은 월 2~3회 이용하는 빈도가 가장 높았으며, 어육류는 ‘월 1회 이용한다’는 빈도가 많았다. 즉석 식품은 ‘월 1회

도 이용하지 않는다’가 가장 많았다.

4. 가공식품 구입 현황

가공식품 구입 현황에 대해 조사한 결과는 Table 4와 같다. 가공식품을 구입하는 장소는 전체적으로 대형마트에서 구입한다가 57.7%로 가장 많았다. 성별로는 남자가 대형마트, 편의점, 슈퍼, 매점 순으로 높게 나타났고, 여자는 대형마트, 슈퍼, 편의점, 매점 순으로 나타나, 남자는 편의점, 여자는 슈퍼를 많이 이용하는 것으로 나타나 성별에 따른 차이가 있음을 알 수 있었다. 가공식품의 구입 이유는 전체적으로 간편해서가 61.8%로 응답률이 높았고, 다음으로 맛 있어서(15.7%) 식사 대응으로 (14.9%)순으로 많았다. 고등학생의 가공식품 구입 실태를 조사한 Koo HJ(2012)의 연구에서도 맛이 좋아서, 배가 고파서, 간편해서 등의 순으로 유사한 결과가 나왔는데, 이는 학생 자신의 건강을 위한 영양학적 필요에 따른 가공식품을 선택하기 보다는 맛과 간편성에 치우치고 있음을 나타내고 있다. 구입하지 않는 이유로는 남녀 모두 건강에 유해하다 생각해서, 맛이 없어서, 신뢰성 부족 순으로 높

Table 2. Reason for selection of processed food

Mean±S.D

Variables	Male(n=136)	Female(n=207)	Total(n=343)	t-value(p-value)
Like	3.25±0.85	3.48±0.76	3.39±0.80	-2.541*(p=0.012)
Delicious	3.40±0.82	3.54±0.76	3.48±0.78	-1.614(p=0.107)
Easy to eat and cook	3.75±0.80	3.84±0.75	3.81±0.77	-0.978(p=0.329)
Sanitary	2.78±0.80	2.57±0.84	2.66±0.83	2.247*(p=0.025)
Highly nutritious	2.51±0.88	2.18±0.84	2.32±0.87	3.455**(p=0.002)
Variety of cooking	3.17±0.89	3.16±0.78	3.16±0.83	0.053(p=0.958)

* $p<0.05$, ** $p<0.01$.

Table 3. Frequency to buy processed food

n(%)

Variables	Frequency					Total
	Unused	1/ a month	2~3/ a month	3~4/ a month	Every day	
Processed meat	19(5.5)	59(17.2)	120(35.0)	116(33.8)	29(8.5)	343(100.0)
Processed fish	44(12.8)	111(32.4)	106(30.9)	75(21.9)	7(2.0)	343(100.0)
Milk product	5(1.5)	21(6.1)	93(27.1)	109(31.8)	115(33.5)	343(100.0)
Instant food	97(28.3)	85(24.8)	79(23.0)	65(19.0)	17(5.0)	343(100.0)
Canning	76(22.2)	83(24.2)	99(28.9)	67(19.5)	18(5.2)	343(100.0)
Noodle	1(0.3)	17(5.0)	84(24.5)	159(46.4)	82(23.9)	343(100.0)
Sauce	40(11.7)	74(21.6)	114(33.2)	91(26.5)	24(7.0)	343(100.0)
Frozen food	56(16.3)	79(23.0)	109(31.8)	79(23.0)	20(5.8)	343(100.0)
Bread & snack	10(2.9)	43(12.5)	93(27.1)	121(35.3)	76(22.2)	343(100.0)

Table 4. Frequency to buy processed food

n(%)

Variables	Male(n=136)	Female(n=207)	Total(n=343)	χ^2 -value(p-value)	
Where to purchase	School's cafeteria	10(7.4)	19(9.2)	29(8.5)	11.966** (p=0.008)
	Convenience store	38(27.9)	27(13.0)	65(19.0)	
	Supermarket	19(14.0)	32(15.5)	51(14.9)	
	Hypermarkets	69(50.7)	129(62.3)	198(57.7)	
Reason to buy	Delicious	17(12.5)	37(17.9)	54(15.7)	7.646 (p=0.265)
	Supplementation	7(5.1)	4(1.9)	11(3.2)	
	Convenience	82(60.3)	130(62.8)	212(61.8)	
	Meal substitutes	21(15.4)	30(14.5)	51(14.9)	
	Habitually	4(2.9)	4(1.9)	8(2.3)	
	Join with friends	3(2.2)	1(0.5)	4(1.2)	
	Other things	2(1.5)	1(0.5)	3(0.9)	
Why not buy	Tasteless	27(19.9)	33(15.9)	60(17.5)	4.338 (p=0.631)
	Malnutrition	11(8.1)	17(8.2)	28(8.2)	
	Insanitary	15(11.0)	24(11.6)	39(11.4)	
	Hazardous to health	47(34.6)	71(34.3)	118(34.5)	
	Low quality of food	8(5.9)	24(11.6)	32(9.3)	
	Lack of credibility	16(11.8)	24(11.6)	40(11.7)	
	Etc	12(8.8)	13(6.3)	25(7.3)	

** $p < 0.01$.

게 나타났으며, 성별 간 유의적 차이는 나타나지 않았다.

5. 가공식품 선택 요인

가공식품 선택 시 우선적으로 여기는 요인에 대한 결과는 Fig. 1과 같다. 남녀 모두 맛과 가격을 가장 먼저 선택하는 요인으로 응답하였다. 또한 안전성과 영양학적 요인은 거의 고려하지 않는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 중학생을 대상으로 한 Hong SH(2007)연구와 고등학생을 대상으로 한 Koo HJ(2012)의 연구로 모두 맛을 가장 먼저 고려하는 것으로 나타났으며, 영양에 대한 요인은 거의 염두에 두지 않는 것으로 나타나 영양학적으로 불균형한 상태로 방치될 가능성이 높다. 또한 대학생의 경우 스스로 자기 건강관리에 힘써야 함으로 영양학적이고 안전한 가공식품을 선택할 수 있도록 하는 교육이 필요하다고 사료된다.

6. 가공식품 구입 태도

가공식품 구입 시 태도는 Table 5와 같다. 가능한 국내산 재료로 만들어진 가공식품을 구입한다는 항목이 가장 높았고,

유명 브랜드 및 제조원 식품을 구입한다는 항목은 남성이 3.18, 여성이 2.91로 유의한 차이를 보였다($p < 0.01$). 도시 주부를 대상으로 한 Hong SK(2011)의 연구에서는 유명브랜드 및 제조원 식품을 구입, 식품 첨가물이 적게 들어간 제품을 구입 항목이 가장 높아, 조사 대상의 연령에 따른 차이를 보였다.

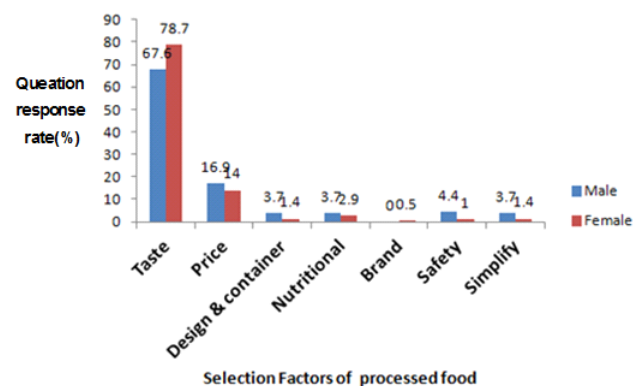


Fig. 1. Selection factors of processed food. Data is multiple response analysis by gender.

Table 5. Attitudes to purchase processed food

				Mean±S.D.	
Variables	Male(n=136)	Female(n=207)	Total(n=343)	t-value(p-value)	
Buying attitudes	Big name brands	3.18±0.87	2.91±0.87	3.02±0.88	2.676** (p=0.008)
	Advanced products	2.84±0.82	2.70±0.85	2.76±0.84	1.482(p=0.139)
	Less food additives	2.86±0.88	2.72±0.88	2.78±0.88	1.446(p=0.149)
	Package design	2.79±1.03	2.81±0.98	2.80±1.00	-0.070(p=0.944)
	Influenced by advertisements	3.13±1.02	3.05±0.95	3.08±0.98	0.665(p=0.507)
	Domestic food	3.36±0.96	3.23±1.00	3.28±0.99	1.175(p=0.241)

** p<0.01.

7. 가공식품 구입 시 식품 표시 확인사항

가공식품 구매 시 가장 먼저 확인하는 식품 표시는 Table 6과 같다. 가격이 가장 높았으며, 다음이 유통기한과 원산지, 제조 회사명 순이었다. 원료 및 함량, 식품 첨가물, 영양소 함량, 보관상 유의사항 및 식품 유형은 3.00점 이하로 가장 낮게 나타났으며, 원료 및 함량(p<0.05)과 식품 첨가물(p<0.001), 영양소 함량(p<0.05)은 여자에 비해 남자가 유의적으로 높게 나타나 성별 간 차이를 보였다. 도시 주부들의 가공식품 구매 행태를 조사한 Hong SK(2011)의 연구에서도 표시 확인사항 항목 중 가격과 유통기한 및 제조일자에 매우 높은 인식도를 보였으며, 영양소 함량에 대한 문항은 가장 낮게 나타나, 본 연구와 유사한 경향을 보였다. Choi *et al* (2010)은 식품 구입 시 식품 표시를 확인한다는 응답 중 유통기한은 인구통계학적 특성별 상관없이 가장 높게 나타났는데, 유통기한은 식품의 신선도 등을 추정할 수 있는 중요한 척도인 동시에 안전성 확보를 위한 기본적인 표시사항으로 식품 표시를 통해서 영양정보를 구하기보다는 식품의 안전성을 알

고보고자 하는 ‘유통기한’을 가장 중요한 항목으로 여기고 있으며, 소비자들의 관심이 식품의 안전성 확인에 집중되어 있음을 보여주는 것이다(Kim & Lee 2009).

8. 식품 표시 확인 및 인식도

식품 표시 확인 및 인식도는 Table 7과 같다. 가공식품의 식품 표시 유무에 대해 남성은 91.2%, 여성은 86%가 알고 있는 것으로 답하였고, 확인하는지를 묻는 문항에 가끔 확인한다는 문항이 남녀 모두 가장 많았다. 확인하는 이유는 유통기한 확인, 칼로리 확인 순으로 성별 간 유의적 차이를 보였다(p<0.05). 식품 표시를 확인하지 않는 이유로는 식품 표시에 관심이 없어서가 가장 많아, 현명한 식품 구매 습관을 가지기 위해 교육의 중요성이 강조되며, 또한 식품 표시에 대한 관심을 가질 수 있도록 적극적인 홍보가 필요하다. Kim *et al*(1999)의 연구에서 식품을 구입할 때 표시사항으로 유통기한과 제조일자를 가장 중요하게 고려하고 있다고 하였으며, Kim & Kim(2012)의 연구에서도 식품 표시를 확인한다고 응

Table 6. Items confirmed food labeling of the processed food

				Mean±S.D.	
Variables	Male(n=136)	Female(n=207)	Total(n=343)	t-value(p-value)	
Confirmed items in buying	Expiration date	3.92±0.80	3.98±0.95	3.95±0.89	-0.669(p=0.504)
	Producer	3.05±1.00	2.99±1.04	3.02±1.02	0.497(p=0.620)
	Ingredients & content	2.86±0.99	2.59±1.05	2.70±1.03	2.381* (p=0.018)
	Keeping in suggestions	2.94±1.03	2.88±1.07	2.90±1.05	.531(p=0.596)
	Food type	3.01±0.96	2.83±1.01	2.90±0.99	1.630(p=0.107)
	Price	4.29±0.79	4.33±0.84	4.31±0.82	-0.512(p=0.609)
	Food additives	3.10±0.99	2.64±0.99	2.82±1.01	4.169*** (p=0.000)
	Nutrition contents	3.01±1.07	2.71±1.05	2.83±1.07	2.446* (p=0.015)
	Place of origin	3.26±0.96	3.02±1.11	3.12±1.10	1.975* (p=0.049)

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

Table 7. Confirmation and perception of food labeling of the processed food

n(%)

Variables		Male(n=136)	Female(n=207)	χ^2 -value(p-value)
Perception of food labeling	Know	124(91.2)	178(86.0)	2.097(p=0.148)
	Do not know	12(8.8)	29(14.0)	
Frequency of checking the food label	Always check	14(10.3)	18(8.7)	4.515(p=0.211)
	Frequently check	39(28.7)	44(21.3)	
	Infrequently check	64(47.1)	101(48.8)	
	Do not check	19(14.0)	44(21.3)	
Reasons of checking food labeling	Expiration date	55(40.4)	79(38.2)	14.171*(p=0.015)
	Nutrition	30(22.1)	22(10.6)	
	Calorie	18(13.2)	50(24.2)	
	Recipe	7(5.1)	5(2.4)	
	Place of origin	6(4.4)	5(2.4)	
	Etc	1(0.7)	2(1.0)	
Reasons of not checking food labeling	Bought the product habitually	4(2.9)	5(2.4)	6.403(p=0.094)
	Not interested in the food labeling	9(6.6)	20(9.7)	
	Hard to understand the food labeling	2(1.5)	16(7.7)	
	Fonts is too small to read	4(2.9)	3(1.4)	

* $p < 0.05$.

답한 대상자들에게 식품 표시 내용 중 가장 중요하게 생각하는 항목을 유통기한(42.9%), 가격(22.88%)순으로 높게 나타내, 시대와 상관없이 소비자들이 안전성을 가장 중요하게 여기나, 본 연구에서 식품 표시 확인은 과반수 이상(228명)이 자주 확인하지 않는 것으로 나타났다.

9. 영양성분 표시 확인 및 인식도

식품 표시의 일부인 영양성분 표시에 대한 확인 및 인식도에 대한 결과는 Table 8과 같다. 남녀 모두 영양성분 표시를 읽어 본 적이 있다(87.9%)라고 응답하였으며, 성별 간 유의적 차이를 보였다($p < 0.05$). 영양성분을 확인하는 이유는 남성의 경우 호기심으로, 건강관리, 체중 관리 순으로 나타났으나, 여성은 체중 관리, 영양소 확인, 호기심, 건강관리 순으로 나타나 성별 간 유의적인 차이가 있었다($p < 0.01$). 여성의 경우, 남성보다 체중 조절 및 외모에 대한 관심이 높아 칼로리 확인 항목에 대해 남성보다 높게 나타난 것으로 사료된다. 이는 대학생들을 대상으로 한 Hong SB(2012), Won HR(2010)의 연구에서도 여성의 경우 남성에 비해 다이어트 때문에 식품 영양성분 표시 확인 정도가 높아, 본 조사와 비슷한 경향을 보였다. 영양성분 표시를 확인하지 않는 이유로는

남녀 모두 ‘관심이 없음’으로 나타났다. Chung *et al*(2010)과 Kim & Lee(2002)의 중학생을 대상으로 영양표시 확인 여부를 연구한 결과, 81.5%, 79.5%로 본 연구 결과와 유사하게 나타났으며, Kim & Kim(2012)은 영양표시를 확인한다고 응답한 대상자들에게 주의 깊게 보는 영양성분을 물어본 결과, 남학생은 총 열량, 지방, 1회 제공량 순으로 나타났고, 여학생은 총 열량, 지방 순으로 나타나 총 열량과 지방을 중요시하는 비율이 높았다. 이는 조사시기와 지역, 연령분포 차이 및 영양표시에 대한 인지도와 연관 지어 다소 차이가 나는 것으로 사료된다.

10. 식품 표시 필요성 및 영향

가공식품의 식품 표시 필요성 및 영향은 Table 9와 같다. 식품 표시의 필요성을 묻는 항목에서는 남성이 53.7%, 여성이 55.6%로 매우 필요하다고 응답하여 유의한 차이를 보였다($p < 0.01$). 가공식품 구입 시 식품 표시의 영향성 문항에서는 전체적으로 영향을 준다가 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 보통이다 순으로 나타났으며, 남녀학생 간의 인식 차이는 없었다. 가공식품 표시가 미치는 영향에 대한 항목은 전체적으로 건강에 필요한 식품 선택이 용이해진다가 가장 많았

Table 8. Confirmation and perception of food nutrition labeling of the processed food

n(%)

Variables		Male (n=136)	Female (n=207)	χ^2 -value(p-value)
Reading food nutrition labeling	Read	108(79.4)	182(87.9)	4.551*(p=0.033)
	Do not read	28(20.6)	25(12.1)	
Reasons of checking food nutrition labeling	Nutrition	30(22.1)	44(21.3)	19.825**(p=0.002)
	Out of curiosity	25(18.4)	38(18.4)	
	Weight management	22(16.2)	76(36.7)	
	Health care	24(17.6)	15(7.2)	
	Compared with other company product	4(2.9)	5(2.4)	
	Etc	3(2.2)	4(1.9)	
Reasons of not checking food nutrition labeling	Not interested in the food nutrition labeling	10(7.4)	15(7.2)	5.867(p=0.319)
	Have no food nutrition labeling	2(1.5)	3(1.4)	
	Tables are small and hard to read the food nutrition labeling	3(2.2)	2(1.0)	
	Bought the product Habitually	4(2.9)	1(0.5)	
	Etc	9(6.6)	4(1.9)	

* p<0.05, ** p<0.01.

고, 타 제품과 비교가 가능하다가 그 다음으로 나타났으며, 유의한 차이는 보이지 않았다. 이는 고등학생을 대상으로 조사한 Koo HJ(2012) 연구에서도 응답자의 81.6%가 식품 표시가 필요하며, 식품 표시가 구매 활용 정도에 미치는 영향을 분석한 결과 영향을 분석한 결과, 건강에 필요한 식품을 선택할 수 있게 도움을 준다(49.2%)와 타 제품과 비교 선택이 가능하다(21.2%) 순으로 본 조사와 유사하게 나타났다. 본 조사 결과, 식품 표시의 필요성은 높게 나타났으나, 그 필요성만큼은 가공식품 구매에 영향을 미치지 못한 것으로 판단된다.

11. 식품 표시제 만족도 및 교육과 홍보의 필요성

식품 표시제 만족도 및 교육과 홍보의 필요성에 대한 결과는 Table 10과 같다. 전체적으로 보통이라는 응답이 많았고, 남성의 경우 대체로 만족한다가 28%, 만족하지 못 한다가 17.6%이며, 여성은 전반적으로 만족한다가 18.9%, 만족하지 못 한다 17.4%로 유의한 차이는 나타나지 않았다.

식품 표시제에 대한 교육이나 홍보에 대한 필요성에서는 남성은 보통(31.6%), 필요(29.4%), 매우 필요(25%)하다고 답하였고, 여성은 보통(34.8%), 필요(33.8%), 매우 필요(24.2%)하다고 응답하였으나, 성별 간 유의미한 차이는 보이지 않았다. 또한 앞으로 가공식품 구입 시 식품 표시 확인 후 식품 선택을 할 것이라는 질문에 남성 88%, 여성 91.3%로 확인 후 구매할 것이라는 답변이 대부분이었다. 기숙사 거주

대학생을 대상으로 조사한 Hong SB(2012) 연구 결과에서도 대부분의 대학생들이 영양 관련 교육이 필요하다고 답하였으며, 식품 구매와 식생활 습관에 도움을 주기 때문에 학교에서의 영양 교육이 필요(51.7%)하다고 조사되었다. Lee et al (2010)은 영양표시 및 식품 표시제의 유용성에 대해 자주 확인군과 가끔 확인군이 비 확인군에 비해 더 긍정적인 경향을 보였으나, 영양표시가 영양정보를 얻거나 타 제품과 비교하는 것을 용이하게는 하지만 실제 식생활에 적용하는 데까지는 영향을 미치지 못한다고 생각하는 경향이 있다고 보고한 바 있다. 이는 본 조사에서도 식품 표시제에 대한 교육과 홍보의 필요성이 높게 요구되고 있으며, 적극적으로 식품 표시제를 활용할 수 있도록 현재 식품 표시제의 만족도를 높이기 위한 방안이 검토되어야 할 것으로 사료된다.

요약 및 결론

본 조사는 2013년 6월 10일부터 7월 5일 사이 대구, 경북 지역에 재학 중인 대학생 344명을 대상으로 대학생의 가공식품 소비 실태와 식품 표시에 대한 인식도를 알아본 결과는 다음과 같다.

1. 가공식품에 대한 선택 이유로는 남녀 모두 ‘간단하게 조리 가능 하다’라는 응답이 가장 높게 나타났으며, 유의적

Table 9. Necessity and influence on food labeling of the processed food

n(%)

Variables		Male(n=136)	Female(n=207)	χ^2 -value(p-value)
Necessity	Never necessity	4(2.9)	2(1.0)	13.503**($p=0.009$)
	Not necessity	7(5.1)	6(2.9)	
	Moderate	25(18.4)	18(8.7)	
	Necessity	27(19.9)	66(31.9)	
	Very necessity	73(53.7)	115(55.6)	
Affect	Never affected	3(2.2)	2(1.0)	4.002($p=0.406$)
	Not affected	6(4.4)	18(8.7)	
	Moderate	44(32.4)	68(32.9)	
	Affected	60(44.1)	79(38.2)	
	Very affected	23(16.9)	40(19.3)	
Impact of the processed food selection	Possible to select the necessary foods for health	62(45.6)	75(36.2)	10.579($p=0.060$)
	Can be compared with other products	28(20.6)	54(26.1)	
	Improve on the nutritional knowledge	12(8.8)	25(12.1)	
	Improvement on the quality of the product	25(18.4)	24(11.6)	
	Helps with weight control	9(6.6)	28(13.5)	
	Etc	0(0.0)	1(0.5)	

** $p<0.01$.**Table 10. Satisfaction food labeling and necessity about education and promotion**

n(%)

Variables		Male(n=136)	Female(n=207)	χ^2 -value(p-value)
Satisfaction	Never satisfied	6(4.4)	12(5.8)	6.063($p=0.195$)
	Not satisfied	18(13.2)	24(11.6)	
	Moderate	74(54.4)	132(63.8)	
	Satisfied	27(19.9)	32(15.5)	
	Very satisfied	11(8.1)	7(3.4)	
Necessity about education and promotion	Never necessity	11(8.1)	5(2.4)	6.601($p=0.159$)
	Not necessity	8(5.9)	10(4.8)	
	Moderate	43(31.6)	72(34.8)	
	Necessity	40(29.4)	70(33.8)	
	Very necessity	34(25.0)	50(24.2)	
Food selection after checking food labeling	Yes	120(88.2)	189(91.3)	0.866($p=0.352$)
	No	16(11.8)	18(8.7)	

- 차이는 없었다.
2. 가공식품 이용횟수는 유제품의 경우, 매일 이용한다는 대답이 가장 많았고, 면류와 빵류, 과자류는 월 3~4회, 육가공품과 통조림, 소스류, 냉동식품은 월 2~3회 이용하는 빈도가 가장 높았으며, 어육류는 '월 1회 이용한다'가 많았다. 즉석식품의 경우 '월 1회도 이용하지 않는다'가 가장 많았다.
 3. 가공식품 구입 현황 문항 중 구입 장소로는 남자가 대형마트, 편의점, 슈퍼, 매점 순으로 높게 나타났으며, 여자는 대형마트, 슈퍼, 편의점, 매점 순으로 높게 나타나 성별에 따른 차이를 보였다($p<0.01$). 가공식품의 구입 이유는 전체적으로 간편해서, 맛있어서, 식사대용 순으로 많았으며, 구입하지 않는 이유로는 남녀 모두 건강에 유해하다 생각해서, 맛이 없어서, 신뢰성 부족 순으로 나타났다.
 4. 가공식품 선택 시 우선 요인으로는 남녀 모두 맛과 가격 요인을 응답하였으며, 가공식품 구입 태도는 '가능한 국내산 재료로 만들어진 가공식품을 구입한다.'는 항목이 가장 높고, '유명 브랜드 및 제조원 식품을 구입한다.'는 항목은 남녀 간의 유의한 차이를 보였다($p<0.01$).
 5. 가공식품 구입 시 식품 표시 확인사항으로는 가격, 유통기한과 원산지, 제조회사명 순으로 높았고, 가장 낮은 항목은 원료 및 함량($p<0.05$)과 식품 첨가물($p<0.001$), 영양소 함량($p<0.05$)으로 나타나 유의적 차이를 보였다.
 6. 식품 표시 확인 및 인식도는 남성 91.2%, 여성 86%가 '알고 있다'로 답하였고, 확인 여부는 '가끔 확인한다'는 문항이 남녀 모두 가장 많았으며, 확인 이유는 '유통기한 확인', '칼로리 확인' 순으로 성별 간 유의적 차이를 보였다($p<0.05$).
 7. 식품 영양성분 표시에 대한 확인 및 인식도에 대한 결과, 남녀 모두 영양성분 표시를 읽어 본 적이 있다고 응답하였으며($p<0.05$), 확인 이유는 남성의 경우 영양소 확인을 위해와 여성은 체중관리가 가장 높게 나타나 성별 간 유의적 차이를 보였다($p<0.01$).
 8. 식품 표시 필요성을 묻는 항목에서는 남자 53.7%, 여자 55.6%로 '매우 필요하다.'고 답하였으며($p<0.01$), 가공식품 구입 시 식품 표시의 영향성 문항은 전체적으로 '영향을 준다.'가 가장 높게 나타났고, 남녀 간의 인식 차이는 없었다.
 9. 식품 표시 제도의 만족도를 분석한 결과, 전체적으로 보통이라는 응답이 많았고 식품 표시제에 대한 교육이나 홍보가 필요하냐는 질문에 남녀 모두 보통, 필요, 매우 필요하다 순으로 나타났다.

조사 결과, 대학생들은 자신의 건강을 위한 영양학적 필요에 따른 가공식품을 선택하기 보다는 맛과 간편성에 치우치

고 있어 영양학적으로 불균형한 상태로 방치될 가능성이 높았고, 가공식품의 식품 표시를 유통기한, 칼로리 정보를 위해 가끔 확인하며, 확인하지 않는다고 답한 학생들의 경우 관심이 없어서라는 답을 하여 현재 식품 표시에 대한 인식 정도를 살펴볼 수 있었다. 또한 식품 표시에 대한 필요성은 높게 나타났으나 그 필요성만큼은 가공식품 구매에 영향을 미치지 못한 것으로 판단되어 현재 식품 표시제의 만족도를 높이기 위한 방안이 검토되어야 할 것으로 사료된다. 이는 스스로 자기 건강관리에 힘써야 할 대학생들이 효율적으로 식품 표시제를 활용하여 영양학적이며 안전한 가공식품을 선택할 수 있도록 적극적인 홍보와 교육이 필요하리라 생각된다.

문헌

- Choi MH, Youn SJ, Ahn YS, Seo KJ, Park KH, Kim GH (2010) A survey on the consumer's recognition of food labeling in Seoul area. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 39: 1555-1564.
- Choi MJ (2009) Dietary behavior of university students and actual status of fast food intake. *MS Thesis* Kongju National University, Kongju, pp 1-4.
- Choi SN, Chung NY, Yun ME (2002) A study on the food habits and the dietary behaviors of university student in Seoul. *Korea J. Dietary Culture* 17: 57-63.
- Chung EJ, Jeon JS, Ahn HS (2010) Reading and understanding of food & nutrition labels and dietary behaviors of female middle and high school students. *J Korean Diet Assoc* 16: 239-254.
- Garretson JA, Burton S (2001) Effects of nutrition facts panel values, nutrition claims and health claims on consumer attitudes, perceptions of diseases relates risks and trust. *J Public Policy and Marketing* 19: 213-227.
- Hong SB (2012) Dietary habits and snacking among university students living on-campus and condition of applying nutrition labelling. *MS Thesis* Konkuk University, Seoul, pp 1-6.
- Hong SH (2007) A study on dietary behavior and recognition of the processed food safety in the middle school students of Gwangju. *MS Thesis* Cheonnam National University, Gwangju, pp 38-43.
- Hong SK (2011) A study on processed food purchasing behavior and satisfaction according to the urban housewives' food-related lifestyle. *Ph D Dissertation* Kyonggi University, Seoul, pp 137-142.
- Jung HR (1998) Nutrition labeling and food quality mana-

- gement. *Food industry and Nutrition* 3: 9-13.
- Kim DS, Lee JW (2002) Use and recognition of nutrition labeling in processed foods among school students and their parents. *J Korean Diet Assoc* 8: 301-310.
- Kim HS, Baik SJ, Lee KA (1999) Consumers' awareness and utilization of food labels. *J Food Soc Food Sci Nutr* 28: 948-953.
- Kim NY, Lee JS (2009) A study on perception and utilization of food-nutrition labeling by age in Busan residents. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 38: 1801-1910.
- Kim YS, Kim BR (2012) Intake of snacks, and perception and use of food and nutrition labels by middle school student in Chuncheon area. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 41: 1265-1273.
- Koo HJ (2012) Case study of high school students' processed food consumption and their recognition on food labeling. *MS Thesis* Kyonggi University, Seoul. pp 83-89.
- Korea Food and Drug Administration (2004) Study on a strategic framework for mandatory nutrition labeling on food labels. KFDA. pp 3-37.
- Lee KA, Lee HJ, Park EJ (2010) The effect of nutrition labelling on knowledge and perception of nutrition labelling and awareness of nutrition labelling usefulness with among college students. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 39: 253-266.
- Seymour M, Hoerr SL, Huang Y(1997) Inappropriate dieting behaviors and related lifestyle factors in young adult: Are college students different? *J Nutr Educ* 2: 21-26.
- Won HR (2010) A college students' dietary behavior for processed foods and the level of perception on food labeling system according to residence type in Wonju province. *Korean J. Community Living Science* 21: 581-593.

접 수: 2013년 06월 27일
최종수정: 2013년 11월 29일
채 택: 2013년 12월 31일