

부산 거주 20대·30대 직장인의 편의점 편의식 이용 및 식품영양표시 확인 정도

한민혜 · 최기보 · 류은순[†]

부경대학교 식품영양학과

Study on Consumption Patterns and Degree of Checking Food-Nutrition Labeling of Convenience Foods at Convenience Stores by Young Adult Workers in Busan

Min-Hye Han, Ki-Bo Choi, and Eun-Soon Lyu[†]

Dept. of Food Science & Nutrition, Pukyong National University, Busan 608-737, Korea

ABSTRACT The purpose of this study was to investigate convenience foods at convenience stores, by examining consumption patterns, as well as the degree of checking food-nutrition labeling. In this study, 208 workers in Busan in their 20s or 30s were surveyed using 1:1 interview questionnaires. The weekly usage frequencies of cup-ramyeon, gimbap, ramyeon, and sandwiches were 41.0%, 39.4%, 32.7%, and 19.0% respectively. The usage frequency of convenience foods was 12.0% for 'over 5 times/week', 23.0% for '3~4 times/week', 31.7% for '1~2 times/week', 29.8% for '1~2 times/month', and 3.4% for zero usage. Workers in their 20s showed a significantly ($P<0.05$) higher rate in the '3~4 times/week' as well as '1~2 times/week' intervals than workers in their 30s. Single people showed a significantly ($P<0.01$) higher rate than married people. Workers in their 20s showed a significantly higher score for the '3~4 times/week' as well as '1~2 times/week' intervals ($P<0.05$). The mean score of checking food labeling was 4.02/5.00 for the manufacturer's date, or expiration date, 3.23/5.00 for weight or volume, 2.99/5.00 for cooking method, and 2.85/5.00 for storage method. Females showed significantly ($P<0.01$) higher rates for checking the manufacturer's date or expiration date, as well as source of the raw material. Single workers showed significantly ($P<0.01$) higher rates for checking the manufacture's or expiration date as well as storage method. The mean score for checking nutrition labeling was 3.06/5.00 for calories, 2.84/5.00 for trans fat, 2.80/5.00 for sodium, and 2.76/5.00 for cholesterol. Females showed a significantly ($P<0.01$) higher rate for six of 10 items. Workers in their 20s showed a significantly ($P<0.05$) higher rate for four of 10 items. Expert officials showed significantly higher rate for six of 10 items ($P<0.05$) and two of 10 items ($P<0.01$), respectively.

Key words: consumption patterns, convenience food, convenience stores, food-nutrition labeling, 20s or 30s workers

서 론

우리나라의 20~30대는 경제적 풍요 속에서 성장하여 개성이 강하고 자기 자신에 대한 표현에 적극적이며, 20대는 새로운 라이프스타일을 선도하고 30대는 소비시장을 주도하는 특징을 가지고 있다(1-3). 이들의 식생활 태도는 시간 부족을 이유로 결식하는 경우가 다른 연령대에 비해 현저히 높으며, 식사시간이 불규칙하고 건강에 대한 관심은 크지만 올바르게 못한 건강관리와 식생활을 하고 있다(4,5). 그리고 식생활의 가치를 간단히 먹는 것이나 배고픔을 해결하는 정도로 생각하는 비율이 높아 시간이 절약되고 편리한 식생활을 추구하는 것으로 보고되었다(6,7).

편리성을 추구하는 20~30대의 소비패턴에 부응한 점포 형태로는 편의점을 들 수 있는데 우리나라의 편의점은 1989

년 코리아 세븐-일레븐 설립을 시작으로 2009년에는 전국 14,130개의 점포였던 것이 2010년과 2011년에 2년 연속 20%씩 증가하여 2011년 말에는 2만개로 증가하였다(8). 편의점에서 판매하는 제품 중에서 70% 이상이 식품이며 편리한 접근성과 24시간 운영 등으로 기존의 슈퍼마켓과 패스트푸드의 단점들을 보완하여 소비자들의 편의식에 대한 요구를 충족시켜 왔다(9).

편의식이란 미리 어느 정도의 처리가공을 거침으로써 간단한 조리절차에 의하여 먹을 수 있도록 가공된 식품으로(10) 그 편리함 때문에 특히 젊은 층에서 즐겨 찾는 데 Moon 등(11)은 대학생의 편의식품 이용 정도가 편의점에서 높게 나타나 편리성을 추구하는 현대인의 요구와 밀접한 관련이 있음을 보고하였다. 대학생의 편의식품 섭취 실태 조사 연구(12)에서 조사대상 남녀 모두 평균 주 1회 이상 편의식품을 섭취하고 있었고, 이 중 김밥은 여대생들이 가장 많이 이용하는 편의식품이었다. 대학생들의 편의식에 대한 기호도와 식태도에 관한 비교 연구(13)에서, 대학생들이 구입하는 편의점 음식은 컵라면, 김밥, 샌드위치, 햄버거 순이었으며 이

Received 11 November 2013; Accepted 11 January 2014

[†]Corresponding author.

E-mail: eslyu@pknu.ac.kr, Phone: +82-51-629-5848

를 식사 대용식으로 이용하고 있다고 보고하였다.

편의점에서 판매하는 제품은 즉석카레, 샌드위치, 삼각김밥, 즉석 밥 등의 즉석식품 및 가공식품이 많은 비중을 차지하고 있는데 Lee(14)는 특히 첨가물이 포함된 제품들이 많이 판매되고 있으므로 식품의 안전성 여부를 확인하는 소비자들의 적극적인 태도가 필요하다고 하였다. 우리나라의 경우 국민의 식생활이 계속적으로 서구화되고 있고 가공식품과 동물성 식품의 섭취도 증가함에 따라 성인병 및 비만 인구가 지속적으로 증가하고 있음이 보고되고 있어(15) 올바른 식품선택을 위한 식품영양정보 확인이 매우 중요해지고 있다.

식품영양표시는 우리나라에 1995년 처음 도입되어 소비자가 올바른 식품을 선택하여 건강한 식생활을 할 수 있도록 도와주는 중요한 도구가 되는데, 특히 영양표시 이용여부는 식사와 건강 관계에 대한 신념, 태도 등과 밀접한 관련이 있다(16). 식품영양표시의 이용은 대상자의 다양한 특성에 따라 다르며 권장섭취 성분의 섭취를 증가시키고 과잉섭취가 우려되는 지방 및 콜레스테롤의 섭취를 감소시키는 등 식사의 질 개선에 효과가 있음이 보고되었다(17,18).

20대와 30대는 라이프스타일이 자유롭고 식생활에 민감하게 반응하며 차세대의 식생활에도 영향을 줄 수 있고 중년기의 만성질환을 예방할 수 있는 중요한 시기로, 특히 이 시기는 청소년기의 식생활을 반영하고 있으며 중·장년기의 습관화된 식생활 태도를 잘 보여준다(19). 그러나 이들은 내적 건강에 대한 관심이 적고 불규칙한 식습관, 과다한 음주와 잦은 간식, 체중에 대한 그릇된 인식 등 식생활에 많은 문제점이 있음이 보고된 바(4,5,20), 이들에 대한 식생활 지도는 국가적인 국민 건강 측면에서 중요하다고 할 수 있겠다.

따라서 본 연구에서는 20·30대의 편의점 편의식 이용태도와 식품영양표시의 확인 정도를 파악함으로써 이들의 편의점 편의식 소비에 대한 올바른 방향을 제시하고 젊은 직장인들이 건강한 식생활 관리를 하는데 필요한 기초자료로 제공하고자 한다.

내용 및 방법

조사 대상 및 방법

본 연구는 부산지역에 거주하는 20대 및 30대 직장인을 대상으로 관공서, 사무실, 식당 등을 연구자가 직접 방문하여 조사대상자에게 동의를 구한 후, 동의에 응한 대상자 208명에게 설문지를 배부하고 이들에게 직접 자가 기록을 하게 하였다. 총 배부된 설문지 208부(회수율 100%)를 모두 회수하였으며 편의점 식품 종류를 파악하기 위해서 5개의 업체에서 운영하는 편의점 8곳을 방문하여 식품의 종류를 조사하였다. 설문조사는 2012년 7월 1일부터 2012년 8월 13일까지 실시하였다.

연구내용

설문지 문항 구성을 위해서 편의점 편의식 이용실태(9, 11,21)와 식품영양표시 이용현황(22-24)에 대한 선행연구를 이용하여 문항을 개발하였다. 개발한 설문 문항은 20·30대 직장인 30명을 대상으로 예비조사를 실시하여 설문 문항에 대한 이해 정도, 의견 등을 조사한 후, 문항을 수정·보완하여 최종 설문지를 개발하였다. 설문지 내용 중 조사대상자의 인구사회학적 특성은 성별, 연령, 직업, 주거형태, 결혼 여부 등 5문항으로 구성하였다. 편의점 편의식 종류 문항은 편의점 식품류를 보관 방법 및 가공 방법에 따라 크게 냉장식품, 냉동식품, 레토르트, 인스턴트, 즉석조리식품으로 분류하여 총 25종류로 구성하였다. 본 연구에서 '편의점 편의식'이라 함은 편의점에서 판매하고 있는 즉석섭취·편의식품으로 정의한다. 즉석섭취·편의식품은 소비자가 별도의 조리과정 없이 그대로 단순조리과정을 거쳐 섭취할 수 있도록 제조가공 포장한 즉석섭취식품, 즉석조리식품, 신선편의 식품을 말하는데 즉석섭취식품에는 김밥, 햄버거, 선식 등이 있으며 즉석조리식품에는 국, 탕, 스프 등이, 신선편의식품에는 샐러드, 새싹채소 등이 있다(25). 이에 따라 편의점 편의식 이용실태는 종류별 이용 빈도, 전반적 이용 빈도, 이용하는 이유, 함께 이용하는 사람, 이용하는 시간, 이용용도 등 6문항으로 구성하였다. 편의식 이용 시 식품 및 영양 표시 확인 정도에 대해서, 식품표시는 제조업체, 내용량, 제조일자 또는 유통기한 등 총 9문항으로, 영양 표시는 열량, 탄수화물, 식이섬유 등 총 10문항으로 구성하였으며 측정척도는 5점 척도(1: 전혀 확인하지 않음~5: 항상 확인함)를 사용하였다.

통계처리

자료의 통계처리는 SPSS(Statistical Package for the Social Science, SPSS Inc., Chicago, IL, USA) WIN 18.0 program을 이용하여 대상자의 일반적 특성, 편의점 편의식 이용 실태의 빈도와 백분율을 구하고 일반적 특성에 따른 편의점 이용 빈도에 대한 분석은 χ^2 -test, 일반적 특성에 따른 식품영양표시 확인 정도는 독립표본 t-test와 one-way ANOVA를 사용하였으며 Duncan's multiple range test로 각 집단 간의 유의성을 검증하였다.

결과 및 고찰

조사대상자의 일반사항

조사대상자의 인구사회학적 특성은 Table 1에 제시하였다. 전체성별 분포는 남자 38.5%, 여자 61.5%이었고, 연령은 20대 62.5%, 30대가 37.5%로 나타났다. 직업은 관리/사무직이 45.2%, 자영업 7.2%, 판매/서비스직이 19.7%, 전문직 17.3%이며, 62.5%는 가족과 같이 생활을 하였고 미혼은 78.4%였다.

Table 1. General characteristics of convenience food at convenience stores users

		N	%
Gender	Male	80	38.5
	Female	128	61.5
Age (years)	20~29	130	62.5
	30~39	78	37.5
Occupation	Office clerk	94	45.2
	Owner-operator	15	7.2
	Serviceman	41	19.7
	Expert official	36	17.3
	Others	22	10.6
Living situation	Living with family	130	62.5
	Living with a roommate	28	13.5
	Living alone	50	24.0
Marital status	Married	45	21.6
	Single	163	78.4

편의점 편의식 이용 행태 및 식품 이용 빈도

연구대상자의 편의점 편의식 이용 행태는 Table 2에 제시하였다. 편의식 이용 빈도는 일주일에 1~2회 섭취가 31.7%로 가장 높은 비율을 차지하였고, 다음으로 한 달에 1~2회 29.8%, 일주일에 3~4회 23.0%, 일주일에 5회 이상은 12.0%, ‘거의 이용하지 않음’이 3.4%이었다. Seo 등(9)의 연구에서 대구지역 편의점 이용객의 편의점 식품 이용 횟수는 거의 매일 7.7%, 일주일에 2~3회 24.5%, 일주일에

Table 2. Usage patterns of convenience food at convenience stores

		N	%
Frequency of use	Over 5 times/week	25	12.0
	3~4 times/week	48	23.0
	1~2 times/week	66	31.7
	1~2 times/month	62	29.8
	Nothing	7	3.4
Total		208	100.0
Reason to use	Reasonable price	10	5.0
	Convenient to eat	103	51.8
	Easy to purchase	86	43.2
	Total	199	100.0
Purpose of using	Meal	92	47.9
	Snack	100	52.1
	Total	201	100.0
Use of food with a companion	Family	12	6.0
	Friend	61	30.3
	Alone	128	63.7
	Total	201	100.0
Time interval of use	Morning	45	22.6
	Day time	32	16.1
	Evening	64	32.2
	Night	33	16.6
	Between meals	25	12.6
	Total	199	100.0

1~2회 26.8%, 한 달에 2~3회 27.7%, 1년에 3~4회 8.4%로 나타나 본 연구에서 전반적으로 높은 이용 빈도를 보였다. 이는 각 연구의 시점이 약 20년의 격차를 보여 1993년 당시 1,296개에 불과하던 편의점 수가 2011년 말 2만여개로 늘어났으며(8) 편의점 이용인구와 횟수 역시 증가했기 때문으로 생각된다. 최근 서울 및 수도권에서 실시한 편의점 식사대용품 사용행태 관련 조사(26)에서 편의점 식사대용품 취식 빈도가 거의 매일이 3.1%, 일주일에 3~4회 14.4%, 일주일에 1~2회 42.6%, 한 달에 2~3회가 23.6%라고 하여 본 연구의 일주일에 1회 이상 이용 빈도가 더 높게 나타났는데 이는 본 연구의 조사대상자의 연령층이 20~30대와 직장인으로 한정되었기 때문이라 사료할 수 있겠다.

편의식을 사용하는 이유로는 ‘간편하게 먹을 수 있어서’가 51.8%, ‘구입하기 쉬워서’가 43.2%이었으나 ‘가격이 적당해서’는 5.0%이었다. Lee와 Park(21)은 조사대상자의 편의점 이용 이유는 연중무휴 24시간 영업을 33.8%로 가장 높았고 근처에 가까이 있어서가 30.8%라 하였으며, Seo 등(9)도 편의점 식품을 사용하는 이유는 ‘24시간 영업을 편리성’ 31.9%, ‘즉석에서 먹을 수 있다’ 26.7%, ‘깨끗하고 쾌적한 분위기’가 15.1%라 보고하였다. 지난 20년간 소비자들은 여전히 편의점이 접근 용이하며 편리하다고 인식하고 있었고 과거에 비해 간편하게 먹을 수 있는 편의점 음식에 대한 소비자의 인식도 높아진 것을 알 수 있다. Trend monitor(26)의 조사에서는 편의점 식사대용품의 장점에 대해 ‘저렴한 가격으로 한 끼 식사를 할 수 있다’ 34.5%, ‘언제 어디서나 손쉽게 구입할 수 있다’ 24.0% 순으로 보고하여 편리함과 접근 용이성이 편의점 편의식 사용의 큰 이유가 된다고 볼 수 있겠다.

편의식 이용 용도는 대상자의 52.1%가 ‘식사 사이 간식으로 이용한다’고 응답하였으며, 한 끼 식사가 47.9%로 나타났다. 서울 및 수도권의 조사(26)에서는 아침식사 35.2%, 점심식사 23.7% 순이었고 다음으로 오후 간식으로 이용하는 그룹이 21.7%임을 보고하여 본 연구보다 한 끼 식사로 이용하는 비율이 더 높았다. 편의식을 함께 이용하는 사람은 혼자 63.7%로 가장 높았으며, 친구 30.3%, 가족 6.0% 순으로 나타나 편의점은 비교적 자유롭게 혼자 식사를 간단하게 해결할 수 있는 곳이라 사료된다.

편의식을 이용하는 시간대는 저녁이 32.2%, 아침이 22.6%, 밤 16.6%, 점심 16.1%, 식사시간 사이에 이용은 12.6%로 나타났다. Lim 등(13)은 서울 및 경기지역 남학생은 간식 시간에, 여학생은 점심시간에 편의점을 가장 많이 이용하며 시간대로 보아 남학생은 편의식을 간식으로, 여학생은 한 끼 식사로 이용한다고 보고하였는데, 본 연구 결과에서 직장인은 대학생에 비해 간식보다는 식사시간대에, 그리고 아침 식사대용으로 많이 이용하고 있어 대학생과 차이를 보였다.

편의점 편의식 종류별 이용 빈도에 대한 결과는 Table 3에 나타내었다. 조사대상자가 최소 한 달에 1~2회 이상 이용하는 편의점 음식은 컵라면 79.6%, 김밥 76.4%, 라면

Table 3. Usage frequency of descriptive convenience food at convenience stores

N (%)

	Over 5 times/week	3~4 times/week	1~2 times/week	1~2 times /month	Nothing	Total
Refrigerated foods						
Gimbap	6 (2.9)	21 (10.1)	55 (26.4)	77 (37.0)	49 (23.6)	208 (100.0)
Lunch box	0 (0.0)	6 (2.9)	24 (11.7)	33 (16.0)	143 (69.4)	206 (100.0)
Sandwich	1 (0.5)	5 (2.4)	34 (16.5)	68 (33.0)	98 (47.6)	206 (100.0)
Hamburger	0 (0.0)	0 (0.0)	22 (10.6)	44 (21.3)	141 (68.1)	207 (100.0)
Processed foods						
Smoked meat (sausage, Jokbal etc)	0 (0.0)	7 (3.4)	19 (9.1)	47 (22.6)	135 (64.9)	208 (100.0)
Fish cake	0 (0.0)	2 (1.0)	14 (6.7)	64 (30.8)	128 (61.5)	208 (100.0)
Kimchi	7 (3.4)	7 (3.4)	18 (8.7)	129 (13.9)	147 (70.7)	208 (100.0)
Wet noodle (Udon, Jajangmyeon)	1 (0.5)	3 (1.4)	27 (13.0)	56 (26.9)	121 (58.2)	208 (100.0)
Etc						
Boiled egg	1 (0.5)	4 (1.9)	11 (5.3)	54 (26.1)	137 (66.2)	207 (100.0)
Fruit (mandarin, grape etc)	4 (1.9)	4 (1.9)	11 (5.3)	40 (19.3)	148 (71.5)	207 (100.0)
Frozen foods						
Frozen mandu	0 (0.0)	3 (1.4)	7 (3.4)	53 (25.5)	145 (69.7)	208 (100.0)
Frozen fried rice	2 (1.0)	4 (1.0)	4 (1.9)	30 (14.5)	167 (80.7)	207 (100.0)
Frozen fried food (pork cutlet etc)	0 (0.0)	2 (1.0)	10 (4.8)	28 (13.5)	168 (80.8)	208 (100.0)
Frozen processed meat	0 (0.0)	3 (1.5)	9 (4.4)	29 (14.1)	165 (80.1)	206 (100.0)
Retort						
Precooked dried rice	7 (0.5)	8 (3.8)	9 (4.3)	55 (26.4)	135 (64.9)	208 (100.0)
Jook, soup	1 (0.5)	2 (1.0)	14 (6.7)	30 (14.4)	161 (77.4)	208 (100.0)
Guk, Jjigae (miyeokguk)	2 (1.0)	3 (1.4)	14 (6.7)	25 (12.0)	164 (78.8)	208 (100.0)
Curry, Jjajang	1 (0.5)	2 (1.0)	13 (6.3)	58 (27.9)	134 (64.4)	208 (100.0)
Rice served with toppings	1 (0.5)	2 (1.0)	7 (3.4)	26 (12.5)	172 (82.7)	208 (100.0)
Instant food						
Ramyeon	5 (2.4)	20 (9.6)	43 (20.7)	52 (25.0)	88 (42.3)	208 (100.0)
Cup-ramyeon	3 (1.4)	15 (7.2)	67 (32.4)	80 (38.6)	42 (20.3)	207 (100.0)
Cereal	1 (0.5)	7 (3.4)	28 (13.5)	37 (17.8)	135 (64.9)	208 (100.0)
Fast food						
Bakery (deli manjoo)	2 (1.0)	4 (1.9)	30 (14.4)	51 (24.5)	121 (58.2)	208 (100.0)
Fish cake	1 (0.5)	2 (1.0)	14 (6.7)	33 (15.9)	158 (76.0)	208 (100.0)

57.7%, 샌드위치 52.4%로 나타났다. 컵라면의 경우 한 달에 1~2회가 38.6%로 가장 높았고 다음으로 일주일에 1~2회 32.4%, 일주일에 3~4회 7.2%, 일주일에 5회 이상 1.4% 순이었으며, 김밥은 한 달에 1~2회가 37.0%로 가장 높았고, 다음으로 일주일에 1~2회 26.4%, 일주일에 3~4회 10.1%, 일주일에 5회 이상 2.9%로 나타났다. 라면은 한 달에 1~2회가 25.0%로 가장 높았고 다음으로 일주일에 1~2회 20.7%였으며, 샌드위치도 33.0%로 한 달에 1~2회가 가장 높았고 다음으로 일주일에 1~2회가 11.7%로 나타났다. Lim 등(13)은 서울 및 경기지역 대학생들이 식사대용식으로 이용하는 편의식의 종류는 라면, 햄버거, 빵 순이었으며 편의점에서 구입하는 편의식은 사발면, 김밥, 샌드위치, 햄버거 순이라 보고하여 대학생과 직장인이 이용하는 편의점 편의식은 비슷한 경향을 보였다.

일반사항에 따른 편의점 편의식 이용 빈도

일반사항에 따른 편의점 편의식 이용 빈도에 대한 결과를 Table 4에 제시하였다. 성별에 따른 편의점 편의식 이용 빈

도에서 남자는 한 달에 1~2회가 29.5%, 일주일에 3~4회 28.2%, 여자는 일주일에 1~3회가 37.4%, 한 달에 1~2회가 31.7%이었으나 유의적인 차이는 없었다.

연령에 따른 편의점 편의식 이용 빈도에서 20대는 일주일에 3~4회가 27.3%, 일주일에 1~2회가 36.7%로 관측치가 기대치보다 높게 나타났으며, 30대의 경우 일주일에 5회 이상이 16.4%, 한 달에 1~2회가 39.7%로 관측치가 기대치보다 높게 나타났으며 유의적($P<0.05$)인 차이가 있었다. Lee와 Park(21)은 서울지역 20대가 편의점을 이용하는 것은 일주일에 7회 이상이 12.7%, 5~6회가 7%인 것에 반해 30세 이상 그룹은 각각 5.1%, 2.6%이었으며 20대의 이용 빈도가 유의적으로 더 높았다고 보고하였다. 그러나 본 연구 결과 30대의 이용 빈도는 Lee와 Park(21)의 20년 전 연구 결과보다 매우 높게 나타났는데 앞으로 이들의 연령 증가에 따른 편의점 편의식 이용 빈도가 증가할 것을 예측할 때 이러한 상황은 건강과 직결될 수 있으므로 직장인을 위한 바람직한 식생활 정보 제공이 필요하다 보겠다.

주거 형태에 따른 편의점 편의식 이용 빈도에서 자택은

Table 4. Usage frequency of convenience food at convenience stores by general characteristics N (%)

		Over 5 times/week	3~4 times/week	1~2 times/week	1~2 times/month	Total	χ^2
Gender	Male	13 (16.7)	22 (28.2)	20 (25.6)	23 (29.5)	78 (100.0)	4.917
	Female	12 (9.8)	26 (21.1)	46 (37.4)	39 (31.7)	123 (100.0)	
	Total	25 (12.4)	48 (23.9)	66 (32.8)	62 (30.9)	201 (100.0)	
Age (years)	20~29	13 (10.2)	35 (27.3) [#]	47 (36.7) [#]	33 (25.8)	128 (100.0)	7.794*
	30~39	12 (16.5) [#]	13 (17.8)	19 (26.0)	29 (39.7) [#]	73 (100.0)	
	Total	25 (12.4)	48 (23.9)	66 (32.8)	62 (30.9)	201 (100.0)	
Occupation	Office clerk	8 (8.6)	18 (19.4)	35 (37.6)	32 (34.4)	93 (100.0)	14.679
	Owner-operator	3 (21.4)	6 (42.9)	2 (14.3)	3 (21.4)	14 (100.0)	
	Serviceman	7 (17.5)	13 (32.5)	14 (35.0)	6 (15.0)	40 (100.0)	
	Expert official	6 (16.7)	6 (16.7)	11 (30.5)	13 (36.1)	36 (100.0)	
	Total	24 (13.1)	43 (23.5)	62 (33.9)	54 (29.5)	183 (100.0)	
Living situation	Living with family	7 (5.6)	27 (21.6)	43 (34.4) [#]	48 (38.4) [#]	125 (100.0)	23.715***
	Living with a roommate	4 (14.8) [#]	10 (37.1) [#]	8 (29.6)	5 (18.5)	27 (100.0)	
	Living alone	14 (28.6) [#]	11 (22.4)	15 (30.6)	9 (18.4)	49 (100.0)	
	Total	25 (12.4)	48 (23.9)	66 (32.8)	62 (30.9)	201 (100.0)	
Marital status	Married	2 (4.9)	5 (12.2)	13 (31.7)	21 (51.2) [#]	41 (100.0)	12.263**
	Single	23 (14.4) [#]	43 (26.9) [#]	53 (33.1) [#]	41 (25.6)	160 (100.0)	
	Total	25 (12.4)	48 (23.9)	66 (32.8)	62 (30.9)	201 (100.0)	

[#]observed value > expected value.
* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$, *** $P < 0.001$.

일주일에 1~2회 34.4%, 한 달에 1~2회 38.4%로 관측치가 기대치보다 높게 나타났으며, 동거인과의 자취 그룹에서는 일주일에 5회 이상 14.8%, 일주일에 3~4회 37.0%로 관측치가 기대치보다 높게 나타났다. 또한 혼자 자취하는 그룹의 경우 일주일에 5회 이상 이용이 28.6%로 관측치가 기대치보다 높게 나타났으며 유의적($P < 0.001$)인 차이가 있어, 자택에 사는 사람보다 자취하는 경우 편의식 이용 빈도가 높고 자취의 경우 혼자 사는 그룹의 이용 빈도가 더 높은 것을 알 수 있었다. Kim(12)은 광주지역 대학생을 대상으로 한 연구에서도 기숙사와 자취 그룹의 냉동식품, 통조림, 냉장식품, 즉석식품, 편의점 식품 등 편의식품의 섭취 빈도가 하숙 및 자택 그룹의 편의식품 섭취 빈도보다 유의적($P < 0.05$)으로 높은 것으로 나타나 혼자 살면서 스스로 식사관리를 해야 하는 사람일수록 올바른 영양지식과 합리적인 식품 선택에 대한 영양교육이 필요한 것으로 여겨진다.

결혼 여부에 따른 차이에서 기혼은 한 달에 1~2회가 51.2%로 관측치가 기대치보다 높게 나타났으며, 미혼인 경우 일주일에 5회 이상 14.4%, 일주일에 3~4회 26.9%, 일주일에 1~2회 33.1%로 관측치가 기대치보다 높게 나타났고 또한 유의적($P < 0.01$)인 차이를 보여, 미혼이 기혼보다 편의점 편의식 이용 빈도가 높다는 것을 알 수 있었다.

식품 및 영양표시 확인 정도

일반사항에 따른 식품표시 항목별 확인 정도에 대한 결과를 Table 5에 제시하였다. 조사대상자의 식품표시 항목별 확인 정도는 제조일자 또는 유통기한 4.02/5.00점, 내용량

3.23/5.00점, 조리방법 2.99/5.00점, 식품보관 시 주의사항이 2.85/5.00점, 원산지 2.65/5.00점, 원재료명 2.63/5.00점, 제조사 2.52/5.00점, 식품 첨가물 2.41/5.00점, 원재료 함량 2.39/5.00점으로 제조일자 또는 유통기한을 가장 많이 확인하나 다른 항목에 대한 확인 정도는 낮은 것으로 나타났다. 이는 군산지역 여고생을 대상으로 한 Cho와 Yu(23)의 연구와 서울 및 수도권지역 20대 남녀를 대상으로 한 Lee와 Lee(22)의 연구에서도 조사대상자가 가장 중요하게 고려하는 표시사항을 유통기한으로 보고하여 본 연구와 유사한 결과를 보였는데 앞으로는 식품표시 확인에 대한 인식을 높일 수 있도록 대중매체와 인터넷을 활용하는 방안이 필요하겠

다. 성별에 따른 식품표시 확인 정도에서 전체 점수는 여자가 남자보다 유의적($P < 0.05$)으로 높았고, 내용량과 식품보관 시 주의사항을 확인하는 정도($P < 0.05$)와 제조일자 및 유통기한과 사용원료의 원산지 확인에서도 유의적($P < 0.01$)으로 높은 점수를 보였다. 광주지역 중학생의 식품표시에 대한 인식 및 이용실태에 관한 연구에서(27), 조사대상자의 62.9%가 식품표시를 확인하고 성별에 따라 식품표시를 확인하는 비율은 여학생이 남학생보다 유의적으로 높다고 보고하여 여자가 남자보다 식품표시 확인에 대해 관심이 높다고 사료할 수 있겠다.

연령에 따른 차이에서 제조일자 또는 유통기한에서는 20대가 유의적($P < 0.01$)으로 높았고 제조업체에서는 30대가 유의적($P < 0.01$)으로 높았는데, Ahn(28)은 경기 지역 주부의 가공식품에 대한 인식 및 이용실태에 관한 연구에서 연령

Table 5. Degree of checking food labeling by general characteristics

	N	Manufacturing company	Weight or volume	Manufacturer's date or expiration date	Raw materials	Content of raw materials	Origin of raw materials	Food additives	Cooking method	Storage method	Total
Gender											
Male	80	2.63±1.23 ¹⁾	3.00±1.18	3.68±1.06	2.45±1.10	2.36±1.07	2.31±1.02	2.24±1.01	2.81±1.11	2.59±1.13	2.67±0.79
Female	128	2.44±1.25	3.37±1.15	4.24±0.90	2.74±1.14	2.41±1.05	2.86±1.13	2.52±1.10	3.11±1.23	3.01±1.16	2.96±0.78
t-value		1.029	2.223*	4.037**	1.791	0.364	3.521**	1.790	1.741	2.520*	2.521*
Age (years)											
20~29	130	2.27±1.24	3.24±1.23	4.22±0.90	2.62±1.17	2.35±1.08	2.68±1.18	2.41±1.14	2.98±1.31	2.94±1.21	2.85±0.83
30~39	78	2.94±1.14	3.21±1.07	3.68±1.08	2.64±1.06	2.47±1.00	2.59±1.00	2.42±0.96	3.01±0.96	2.68±1.07	2.84±0.75
t-value		3.782**	0.213	3.748**	0.161	0.738	0.552	0.117	0.213	1.486	0.143
Occupation											
Office clerk	94	2.58±1.56	3.28±1.12	4.08±0.98	2.66±1.10	2.46±1.05	2.73±1.06	2.44±1.04	3.09±1.22	2.85±1.13	2.90±0.78
Owner-operator	15	2.71±1.14	3.36±0.93	3.79±1.05	2.93±1.07	2.36±1.01	2.71±1.07	2.50±0.94	3.29±1.14	3.14±1.03	2.98±0.63
Serviceman	41	2.45±1.11	3.08±1.29	3.93±1.05	2.48±1.18	2.20±1.04	2.38±1.19	2.28±1.22	2.63±1.21	2.53±1.28	2.66±0.82
Expert official	36	2.78±1.35	3.42±1.20	4.17±1.06	2.92±1.13	2.72±1.06	3.00±1.07	2.81±1.06	3.22±1.10	3.14±1.01	3.13±0.81
F-value		0.493	0.595	0.687	1.223	1.614	2.101	1.619	2.146	2.112	2.337
Living situation											
Living with family	130	2.51±1.20	3.23±1.15	3.97±1.05	2.67±1.12	2.42±1.04	2.60±1.08	2.46±1.01	3.01±1.11	2.85±1.11	2.86±0.76
Living with a roommate	28	2.12±1.24	3.04±1.26	4.15±0.95	2.56±1.09	2.15±0.86	2.89±1.22	2.33±1.21	2.56±1.50	2.52±1.28	2.66±0.80
Living alone	50	2.73±1.32	3.33±1.20	4.10±0.90	2.55±1.19	2.45±1.17	2.63±1.17	2.33±1.16	3.18±1.67	3.02±1.20	2.93±0.89
Total		2.130	0.528	0.548	0.262	0.851	0.745	0.372	2.498	1.634	0.944
Marital status											
Married	45	2.68±1.11	3.00±1.05	3.37±1.13	2.34±0.94	2.27±0.87	2.49±0.95	2.32±0.91	2.85±1.01	2.41±0.97	2.64±0.68
Single	163	2.47±1.28	3.29±1.20	4.19±0.89	2.70±1.16	2.43±1.10	2.69±1.16	2.44±1.11	3.03±1.23	2.96±1.18	2.90±0.82
t-value		0.969	1.403	4.994**	1.824	0.849	1.021	0.640	0.822	2.704**	1.924
Total		2.52±1.24	3.23±1.17	4.02±1.00	2.63±1.13	2.39±1.05	2.65±1.12	2.41±1.07	2.99±1.19	2.85±1.16	2.85±0.80

¹⁾Mean±SD.

Scale score: 1 (never check)~5 (always check).

* $P<0.05$, ** $P<0.01$.

층이 젊을수록 제조날짜, 회사의 상표의 확인 정도가 유의적으로 높다고 보고하여 우리나라 국민들은 제조날짜, 유통기한, 회사 상표에 대한 관심이 많음을 알 수 있었다.

주거형태에 따른 차이에서 사용된 원료와 식품첨가물 확인 정도는 자택이 가장 높았고, 동거인과의 자취는 제조일자 또는 유통기한, 사용원료의 원산지를 확인 정도가 가장 높았으며, 혼자 자취는 제조업체, 내용량, 사용된 원료 함량, 사용법, 식품보관 시 주의사항을 확인하는 정도가 가장 높았으나 유의적 차이는 없었다. Lee와 Lee(22)의 연구에서 서울 및 수도권 지역 20대 남녀를 중심으로 한 식품영양표시의 확인 정도는 자택 그룹이 다른 그룹보다 제조업체와 가격을 중요하게 여기는 정도가 유의적으로 높음을 보고하였다. 결혼여부에 따른 차이에서 기혼은 미혼보다 제조업체를 확인하는 정도가 높았고, 미혼은 기혼보다 제조일자 또는 유통기한과 식품보관 시 주의사항에서 유의적($P<0.01$)으로 높은 점수를 나타냈다.

일반사항에 따른 영양표시 항목별 확인 정도에 대한 결과를 Table 6에 제시하였다. 영양표시 항목별 확인 정도는 열량이 3.06/5.00점, 트랜스지방 2.84/5.00점, 나트륨 2.80/5.00점, 콜레스테롤 2.76/5.00점, 포화지방 2.65/5.00점, 지방 2.61/5.00점, 탄수화물 2.42/5.00점, 당 2.30/5.00점, 단백질 2.29/5.00점, 식이섬유 2.24/5.00점이었는데 이는 Table 5의 식품표시 확인 정도에 비해 상대적으로 낮은 점수를 보이기 때문에 영양표시 확인에 대한 적극적인 홍보와 교육이 요구된다.

성별에 따른 차이에서 여자가 남자보다 모든 항목에서 확인 정도가 높았는데 특히 열량, 탄수화물, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 콜레스테롤, 나트륨에서 유의적($P<0.01$)인 차이를 보였고 전체 점수도 여자가 유의적($P<0.05$)으로 높았다.

연령에 따른 차이에서 20대는 30대보다 열량, 탄수화물, 지방, 포화지방, 나트륨에서 유의적($P<0.05$)으로 높았는데, 영양표시에 대한 소비자 인식 조사(29)에서 시중에 유통되는 가공식품의 영양표시 인지도는 20대가 96.4%, 30대 92.0%였으며 20대가 30대보다 탄수화물, 단백질, 지방, 트랜스지방, 나트륨에 대한 확인 정도가 더 높았다고 보고하였다. 또한 Neuhauser 등(30)도 나이가 적고 고학력일수록 영양표시 확인이 유의적으로 높다고 보고하였는데 최근 우리나라도 건강에 대한 관심이 높아지고 영양표시에 대한 홍보를 하고 있어 정보접근에 익숙하여 이를 알고 있는 젊은 사람들이 확인을 더 많이 한다고 볼 수 있겠다.

직업에 따른 차이에서 전체 점수는 전문직이 자영업, 판매/서비스직보다 유의적($P<0.05$)으로 높았다. 모든 항목에서 전문직이 유의적으로 높은 점수를 나타냈는데 열량은 전문직과 관리/사무직이 유의적($P<0.01$)으로 높았고, 탄수화물, 당, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 콜레스테롤을 확인하는 정도는 전문직과 자영업 간에 유의적($P<0.05$)인 차이가 있었다. 전문직이 사무/관리직, 자영업, 판매서비스직보다 식

이섬유와 단백질을 확인하는 정도도 유의적($P<0.05$)으로 높게 나타났다.

주거형태에 따라서는 자택이 다른 그룹보다 열량을 확인하는 정도가 가장 높았고, 동거인과의 자취는 지방, 포화지방, 트랜스지방, 콜레스테롤, 나트륨을 확인하는 정도가 가장 높았으며, 탄수화물, 식이섬유, 당, 단백질은 혼자 자취의 경우 확인하는 정도가 가장 높았지만 유의적인 차이는 없었다. Lee와 Kim(24)은 서울 및 광역시 성인여성의 영양표시 사용에 대한 연구에서 질병이 있고 고학력일수록 영양표시 사용이 유의적으로 높으며, 영양표시 사용자가 비사용자에 비해 과잉섭취우려 성분(나트륨, 콜레스테롤, 당, 트랜스 지방)과 질병 간 관계에 대한 신념과 식사의 질도 2배 높아 영양표시 확인 정도가 높을수록 식사의 질에 긍정적인 영향을 준다고 보고하였다.

이상의 결과를 살펴 볼 때, 20·30대 직장인들은 편의점 편의식을 한 끼 식사로 이용하는 이용도가 높음을 알 수 있었다. 그러나 영양적 균형이 잡힌 식사로 이용하기 위해서는 편의식 제조회사에서 외부포장에 영양적으로 보완이 되는 식품을 표기하거나 편의식품 조합에 대한 정보제공이 필요할 것으로 여겨진다. 그리고 20·30대 직장인의 올바른 식생활을 위해 이들이 수시로 확인할 수 있도록 스마트폰을 통한 식품영양 관련 어플리케이션 개발이 필요하고 식품영양표시에 대한 교육이 학교나 직장 내에서 이루어져야 하겠다. 또한 우리나라도 혼자 거주하는 인구가 증가할 것을 볼 때, 대중매체나 인터넷을 통한 정보제공 및 홍보로 관심을 높여서 중요성을 인식하도록 하는 것이 필요하겠다.

요 약

본 연구는 부산거주 20~30대 직장인을 일대일 설문지 조사법을 이용하여 편의점 편의식의 이용실태와 식품영양표시에 대한 확인 정도를 통해 소비자의 건강한 식생활을 위한 영양교육의 기초자료를 제공하기 위해서 수행되었다. 편의식 이용 빈도는 일주일에 1~2회가 31.7%, 한 달에 1~2회가 29.8% 순으로 나타났고, 연령에 따른 차이에서 20대는 일주일에 3~4회와 일주일에 1~2회가 30대보다 유의적으로 높았다. 주거형태에 따른 차이에서는 자취가 자택보다 유의적으로 자주 이용하는 것으로 나타났으며, 결혼여부에 따른 차이에서 미혼이 기혼보다 이용 빈도가 유의적으로 높았다. 가장 많이 이용하는 편의점 편의식은 컵라면 79.6%, 김밥 76.4%, 라면 57.7%, 샌드위치 52.4%로 나타났다. 식품표시 확인 정도는 유통기한이 4.02/5.00점, 내용량 3.23/5.00점, 조리방법 2.99/5.00점 순이었다. 여자가 남자보다 유통기한 및 제조일자, 원산지를 확인하는 정도가 유의적($P<0.01$)으로 높았으며 30대가 20대보다 제조사를 확인하는 정도가 유의적($P<0.01$)으로 높았고, 유통기한 및 제조일자 항목에서는 20대가 30대보다 확인 정도가 유의적($P<0.01$)으로 높았다. 그리고 미혼이 기혼보다 유통기한 및 제

Table 6. Degree of checking nutrition labeling by general characteristics

	N	Calories	Carbohydrate	Dietary fiber	Sugar	Protein	Fat	Saturated fat	Trans fat	Cholesterol	Sodium	Total
Gender												
Male	80	2.55±1.14 ¹⁾	2.18±0.99	2.13±0.93	2.19±1.01	2.17±1.01	2.24±1.12	2.33±1.12	2.51±1.21	2.46±1.18	2.51±1.14	2.33±0.99
Female	128	3.38±1.28	2.64±1.06	2.32±0.89	2.37±0.99	2.36±0.95	2.84±1.19	2.85±1.23	3.04±1.27	2.95±1.23	2.98±1.11	2.78±0.96
t-value		4.688 ^{***}	3.085 ^{**}	1.440	1.262	1.377	3.528 ^{**}	3.027 ^{**}	2.971 ^{**}	2.788 ^{**}	2.906 ^{**}	3.179 ^{**}
Age (years)												
20~29	130	3.20±1.29	2.59±1.12	2.24±0.93	2.30±0.99	2.35±1.03	2.76±1.26	2.78±1.27	2.95±1.28	2.88±1.26	2.92±1.17	2.70±1.03
30~39	78	2.82±1.25	2.25±0.91	2.25±0.88	2.30±1.01	2.18±0.86	2.34±1.03	2.42±1.07	2.66±1.25	2.55±1.17	2.59±1.07	2.44±0.91
t-value		1.993 [*]	2.208 [*]	0.033	0.023	1.178	2.396 [*]	2.022 [*]	1.550	1.862	2.005 [*]	1.801
Occupation												
Office clerk	94	3.17±1.36 ^b	2.35±1.03 ^{ab}	2.14±0.83 ^a	2.28±0.98 ^{ab}	2.21±0.91 ^a	2.56±1.21 ^{ab}	2.65±1.19 ^{ab}	2.80±1.28 ^{ab}	2.78±1.22 ^{ab}	2.80±1.14	2.57±0.96 ^{ab}
Owner-operator	15	2.21±1.12 ^a	2.14±1.03 ^a	2.21±0.97 ^a	1.79±0.89 ^a	1.86±0.86 ^a	2.00±1.04 ^a	2.07±1.14 ^a	2.50±1.40 ^a	2.29±1.38 ^a	2.57±1.16	2.16±0.94 ^a
Service-man	41	2.85±1.25 ^a	2.45±1.20 ^{ab}	2.10±0.96 ^a	2.25±1.10 ^{ab}	2.25±1.08 ^a	2.58±1.28 ^{ab}	2.60±1.35 ^{ab}	2.73±1.36 ^{ab}	2.65±1.29 ^{ab}	2.70±1.26	2.52±1.12 ^a
Expert official	36	3.53±1.02 ^b	2.92±0.97 ^b	2.69±0.89 ^b	2.69±0.89 ^b	2.78±0.99 ^b	3.14±1.05 ^b	3.11±1.09 ^b	3.39±1.08 ^b	3.25±1.11 ^b	3.19±1.04	3.07±0.88 ^b
F-value		4.323 ^{**}	2.968 [*]	3.936 ^{**}	3.216 [*]	4.280 ^{**}	3.676 [*]	2.795 [*]	2.674 [*]	2.626 [*]	1.683	3.731 [*]
Living situation												
Living with family	130	3.08±1.28	2.44±1.08	2.24±0.91	2.29±1.01	2.26±0.99	2.54±1.16	2.58±1.18	2.82±1.27	2.71±1.22	2.74±1.12	2.57±0.99
Living with a roommate	28	3.04±1.40	2.41±1.12	2.00±0.83	2.30±1.07	2.12±0.91	2.93±1.36	3.00±1.47	3.19±1.44	3.07±1.36	3.04±1.29	2.72±1.06
Living alone	50	3.02±1.27	2.55±0.98	2.39±0.93	2.35±0.93	2.43±0.96	2.61±1.19	2.63±1.13	2.71±1.72	2.71±1.19	2.82±1.11	2.62±1.00
Total		0.042	0.234	1.598	0.062	0.955	1.183	1.321	1.262	1.003	0.737	0.240
Marital status												
Married	45	2.93±1.29	2.24±0.91	2.27±0.87	2.34±1.02	2.17±0.80	2.32±0.99	2.54±1.05	2.68±1.25	2.56±1.16	2.59±1.02	2.46±0.87
Single	163	3.09±1.29	2.52±1.09	2.24±0.92	2.29±0.99	2.31±1.01	2.68±1.24	2.68±1.25	2.88±1.28	2.81±1.25	2.86±1.16	2.64±1.03
t-value		0.740	1.488	0.193	0.273	0.842	1.749	0.681	0.891	1.166	1.360	0.999
		3.06±1.29	2.42±1.06	2.24±0.91	2.30±1.00	2.29±0.97	2.61±1.20	2.65±1.21	2.84±1.27	2.76±1.23	2.80±1.14	2.63±1.00

¹⁾Mean±SD.^{a,b}Means with different alphabets in column are significantly different by Duncan's multiple range test.

Scale score: 1 (never check)~5 (always check).

* $P<0.05$, ** $P<0.01$.

조일자, 식품보관 시 주의사항을 확인하는 정도가 유의적($P<0.01$)으로 높게 나타났다. 영양표시 확인 정도는 열량 3.06/5.00점, 트랜스지방 2.84/5.00점, 나트륨 2.80/5.00점, 콜레스테롤 2.76/5.00점 순이었으며, 여자가 남자보다 전체 점수가 유의적($P<0.01$)으로 높았고 20대가 30대보다 열량, 탄수화물, 지방, 포화지방, 나트륨 확인하는 정도가 유의적($P<0.05$)으로 높게 나타났다. 전문직이 자영업보다 탄수화물, 당, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 콜레스테롤을 확인 정도가 유의적($P<0.05$)으로 높았고, 칼로리는 전문직이 자영업, 판매/서비스직에 비해 유의적($P<0.01$)으로 높았다. 또한 관리/사무직, 자영업, 판매/서비스직에 비해 전문직에서 식이섬유와 단백질을 확인하는 정도가 유의적($P<0.01$)으로 높게 나타났다.

감사의 글

이 논문은 부경대학교 자율창의학술연구비(2013년)에 의하여 연구되었음.

REFERENCES

1. LGERI. 2011. Value and lifestyle of 20s in Korea. *LG Business Insight* 1158: 17-31.
2. LGERI. 2012. The value and lifestyle of Koreans at their 30s leading the culture and consumption. *LG Business Insight* 1201: 2-13.
3. Song HS. 2009. Leisure-related consumption patterns of male working class in their 20s and 30s. *MS Thesis*. Ewha Womans University, Seoul, Korea. p 1-2.
4. Kim ES, Jung BM, Chun HJ. 2001. The survey of meal habits for the urban salaried workers. *Korean J Soc Food & Cookery Sci* 17: 91-104.
5. Choi MK, Kim JM, Kim JG. 2003. A study on the dietary habit and health of office workers in Seoul. *Korean J Food Culture* 18: 45-55.
6. Lee JS. 2007. A comparative study on fast food consumption patterns classified by age in Busan. *Korean J Community Nutr* 12: 534-544.
7. Kim JY, Song HJ, Park SS. 2005. Segmentation of the home meal replacement (HMR) market by lifestyle: the case of S department store in Kang-Nam, Seoul. *J Foodservice Management* 8: 137-154.
8. Korea Association of Convenience Stores. 2011. CVS composition of store/ statistics-operation period (annual operation) Available from <http://cvs.or.kr/kacs.php?mode=c1&cate=3/16>.
9. Seo KA, Song JE, Han JS. 1993. A study on the pattern of shopping, the level of customers cognition and the level of satisfaction for foods sold in "24-hour market store" in Taegu city. *J East Asian Soc Dietary Life* 3: 73-81.
10. Im JB, Seo BS, Lee HG, Chang UK. 1990. Life style and dietary pattern. *J Korean Home Econ Assoc* 28: 33-50.
11. Moon SJ, Yoon HJ, Kim JH, Lee YJ. 1998. A study on the perception and consumption pattern of convenience foods by Korean college students. *Korean J Food Culture* 13: 227-239.
12. Kim KH. 2003. A study of the dietary habits, the nutritional knowledge and the consumption patterns of convenience foods of university students in the Gwangju area. *Korean J Community Nutr* 8: 181-191.
13. Lim YS, Park HR, Han GJ. 2005. Comparison of preference for convenience and dietary attitude in college students by sex in Seoul and Kyunggi-do area. *J Korean Diet Assoc* 11: 11-20.
14. Lee HJ. 2008. A study on necessity of nutritional education and food additives used for convenience foods. *MS Thesis*. University of Ulsan, Ulsan, Korea. p 25-41.
15. Jung YH, Ko SJ, Lim HJ. 2010. The socioeconomic cost of adolescent obesity. *Health and Social Welfare Review* 30: 195-219.
16. Guthrie JF, Fox JJ, Cleveland LE, Welsh S. 1995. Who uses nutritional labeling and what effects does label use have on diet quality? *J Nutr Edu* 27: 163-172.
17. Kim SY, Nayga RM, Capps O. 2001. Food label use, self selectivity, and diet quality. *J Consum Aff* 35: 346-363.
18. Perez-Escamilla R, Haldeman R. 2002. Food label use modifies association of income with dietary quality. *Korean J Nutr* 35: 346-363.
19. Choi MS. 2008. Investigation of salt intake recognition and dietary habits focus on university students. *MS Thesis*. Yonsei University, Seoul, Korea. p 2-3.
20. Chung EJ, Shim EG. 2008. Salt-related dietary behaviors and sodium intakes of university students in Gyeonggi-do. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 37: 578-588.
21. Lee SS, Park KY. 1995. A study on the actual condition and the satisfaction of consumers using convenience store. *The Academic J Kon-Kuk University* 39: 353-369.
22. Lee KJ, Lee YH. 2004. Consumer's recognition and using state about food-nutrition labeling system among twenties. *J East Asian Soc Dietary Life* 14: 54-63.
23. Cho SH, Yu HH. 2007. Nutrition knowledge, dietary attitudes, dietary habits and awareness of food-nutrition labeling by girl's high school students. *Korean J Community Nutr* 12: 519-533.
24. Lee HY, Kim MK. 2008. Dietary behavioral correlates of nutrition label use in Korean women. *Korean J Nutr* 41: 839-850.
25. Korea Food & Drug Administration. 2010. *Food Code*. Seoul, Korea. p 218.
26. Trend monitor. 2011. *CVS home meal replacement U&A survey*. Research Report. Available from http://www.trendmonitor.co.kr/html/01_trend/01_korea_view.asp?IDX=755&period=&TopSearchList=&TopSearchText=convenience store & LeftCategory=&GotoPage=1. p 2-35.
27. Kim YJ, Jeon ER, Yoo MJ, Jung LH. 2012. Perception and utilization of food labeling system of middle school students in Gwangju. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 41: 796-806.
28. Ahn SJ. 1989. A study on images and consumption about instant food of homemakers in Kyung-ki do area. *Korean J Food Culture* 5: 75-90.
29. Kwon KI, Yoon SW, Kim SJ, Kang HN, Kim HN, Kim JY, Kim SY, Kim KL, Lee JH, Jung SM, Ock SW, Lee EJ, Kim JW, Kim MC, Park HK. 2010. A survey on customers' perceptions of nutrition labeling for processed food and restaurant meal. *Korean J Nutr* 43: 181-188.
30. Neuhouser ML, Kristal AR, Patterson RE. 1999. Use of food nutrition labels is associated with lower fat intake. *J Am Diet Assoc* 99: 45-53.