

성별과 연령에 따른 친환경 유기농 식품에 대한 인식도, 선호도, 외식이용현황조사 - 대구 수성구지역 성인대상으로 -

김미자 · 박금순*
대구가톨릭대학교 외식식품산업학부

Study on Awareness and Preferences in Adults regarding Consumption of
Environmentally friendly Organic Food while eating-out according to Gender and Age
- Focused on Adults in Su-seong Area in Daegu -

Mi Ja kim, Geum Soon Park*

Major in Food Service And Technology The Graduate School, Catholic University of Daegu

Abstract

This study conducted a survey to analyze awareness, preferences, and the current state of consuming environmentally friendly organic food while eating-out in 435 adults aged 20 and above in Daegu, Korea. Most subjects (95%) showed awareness of environmentally friendly organic food, and 88.5% of subjects answered environmentally friendly organic food is 'needed'. The percentage of eating out for families was 58.9%, and 49.0% of subjects said they eat out one to three times per month on average. In addition, subjects preferred a price range between 10,000 and 20,000 won per person when eating out, and they mostly favored Korean restaurants when ordering environmentally friendly organic food. Analysis of awareness of environmentally friendly organic food showed that among 'health' factors, 'environmental' factors, 'social' factors, and 'dietary essential' factors, 'health' factors showed the highest percentage for awareness. A survey on preferred foods by gender showed that both genders preferred vegetables the most. The results show that subjects in their 20s and 30s favored vegetables and fruits while subjects in their 40s preferred vegetables and grain animal products. Analysis of preferred types of environmentally friendly organic foods showed that men preferred polished rice while women preferred brown rice. Subjects in their 20s and 30s preferred strawberries, whereas those in their 40s preferred cherry tomatoes and those in their 50s and above favored tomatoes ($p < 0.001$). Among root and tuber crops (63.4%), sweet potato was the most preferred. Among fruits, subjects preferred apples while among special crops, they most preferred oyster mushrooms; both genders preferred Korean beef. The most preferred livestock product of subjects in their 20s was pork, whereas subjects in their 30s preferred Korean beef. Subjects in their 40s preferred Korean beef and pork in the same proportions, whereas subjects in their 50s and above favored eggs the most.

Key Words: Environmentally friendly organic, awareness, preference, eating out

I. 서 론

1990년대 이후 구미에서 등장한 채식주의·생태주의와 같이 친환경·친환경성을 지향하는 사회 대안운동이 자연스럽게 생활 속에 쓰며들면서 건강하고 자연 친화적인 삶을 살고자 하는 열풍에 따라 '유기농시장'이 꾸준한 성장세를 나타내고 있다(Williams & Hammit 2001; Chung 2012). 우리나라에서도 1990년대 중반 이후 '건강'이라는 테마가 급속히 부상

하고 소비자의 소득 향상, 건강 및 환경 개선에 대한 요구 증대 등으로 인해 2000년대부터 '유기농시장'은 매우 빠른 속도로 증가하였다. 따라서 안전한 농산물에 대한 고객의 욕구도 높아졌으나(Yu 2008) 우리 농산물뿐 아니라 WTO 체제하의 전면적인 시장 개방으로 수입 농산물의 안전성이 문제가 있는 것으로 나타났다(Lee 1990; Kim 1990; Yoon 2004). 이러한 농산물에 대한 농약과 비료의 사용은 생태계의 파괴, 토양·수질오염의 가속화, 잔류 농약으로 인한 피해

*Corresponding author: Geum-Soon Park, Faculty of Food Service and Technology, Catholic University of Daegu, 13-13 Hayangro, Hayangup, Gyeongsan, Gyeongbuk 712-702, Korea Tel: 82-53-850-3512 Fax: 82-53-850-3512 E-mail: gspark@cu.ac.kr

등 부작용을 낳았으며, 여기에 황사, 광우병, 다이옥신 폐지 고기 등 환경제해에 대한 공포의 확산까지 대두되었다. 이에 따라 우리나라에서는 농약을 사용하지 않는 재배방식의 친환경 농업이 생존의 키워드로 부상되었고 이는 친환경 유기농 식품의 등장을 가속화 시켰다. 친환경 농산물이란 합성농약, 화학비료, 항생 항균제 등 화학 자제를 사용하지 않거나 사용을 최소화하고 농축임업 부산물의 재활용 등을 통하여 농업생태계와 환경을 유지 보전하면서 생산된 농축임산물을 의미한다. 즉, 저농약 농산물, 무농약 농산물 및 유기농산물 중 한 가지를 인증 받은 농산물을 말한다(Kang 2011). 유기농이란 농약이나 화학비료를 전혀 사용하지 않고 유기질만을 사용하여 재배한 본연의 농산물(Lee 2005; Li 2012) 즉, 유기물과 자연 광석, 미생물 등 자연적인 자재만을 사용하여 재배한 주곡(쌀 등), 과일, 채소, 축산물(소고기, 돼지고기, 닭고기 등), 수산물 등을 의미하며 유전적으로 변형되지 않은 식품을 말한다(Park & You 2007; Yin 2007; Li 2012). 현재 국내 외식업계에서는 건강지향형 메뉴 개발과 건강 트렌드에 맞추어 식자재 고급화의 중요성에 대한 인식이 강해지면서 유기농 식품의 매출이 점차 높아지고 있다(Kim 2005). Heo & Kim(2010)은 유기농 식품하면 연상되는 경쟁우위 속성을 소비자에게 명확히 인식시킴으로서 소비를 활성화시키고, 생산자의 부가가치를 지속적으로 포지셔닝(Positioning) 하는 전략과 아울러 가격, 품목 다양성, 포장디자인 등에 대한 지속적인 개선의 노력이 중요하다고 하였다. 지금까지 보고된 친환경 유기농 식품관련 연구를 살펴보면, 유기농 식품 구매행동에 관한 연구(Yu 2008; Shin 2011; Kim 2011; Chung 2012), 유기농산물에 대한 인식에 관한 연구(Yoon 2004; Sohn 2008), 유기농산물의 소비자 만족도 관련 연구(Hong 2002; Park 2006)등 유기농 식품의 구매와 소비 인식 및 소비자 만족도에 관한 다양한 연구가 이루어졌다. 특히, 서울에서는 채식 모임에서 친환경 유기농 식품에 대한 인식들이 환경의 문제 등과 함께 높아 가고 있다는 연구들도 보고되고 있다(Lee 2008). 지금까지의 선행연구들은 친환경 농산물과 유기농식품에 대한 구매 및 소비 등에 관한 연구들로 대부분 친환경 유기농 식품에 대한 인식도와 선호도 연구가 부족한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 20대 이상 성인의 친환경 유기농 식품에 대한 인식도, 선호도, 외식이용현황을 조사하여 이 자료를 토대로 친환경 유기농 식품의 대중화 방안을 모색하는 기초자료로 활용하고자 하였다.

II. 연구방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구는 대구 수성구에 거주하는 20대 이상 성인남녀를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사기간은 2013년 5월~6월까지 한 달 동안 실시하였으며 친환경 유기농 식품에 관

한 정의와 조사내용을 설명 한 후 설문지에 응답하도록 하였다. 조사대상자는 최근 외식 경험이 있는 직장 및 모임 중심으로 조사하였다. 즉 호텔, 병원, 외식업체, 대학교, 초등학교, 스포츠센터, 고등학교 학모회 등에서 설문조사를 실시하였다. 설문지는 총 442부를 배부하여 437부를 회수하였으며 내용기재가 미흡한 2부를 제외한 435부를 본 연구의 분석 자료로 사용하였다. 조사 설문지에는 친환경 유기농 식품에 대한 정의(친환경 농산물로서 화학비료, 유기합성 농약 등 일체의 합성화학 물질을 사용하지 않고 유기물과 자연광석, 미생물 등 자연적인 자재만을 사용하여 재배한 주곡(쌀 등), 과일, 채소, 축산물(소고기, 돼지고기, 닭고기 등) 수산물 등을 의미하며, 유전적으로 변형되지 않은 식품으로 농업 생태계와 환경을 유지 보전한다)를 제시하였다. 본 연구의 설문지 구성은(Oh 2000; Lee 2008; Choi 2011; Kang 2011)을 참고하여 일부 수정 보완 후 사용하였다.

2. 조사내용 및 방법

1) 일반적인 사항

조사내용은 성별, 연령, 결혼 여부, 직업, 학력, 월평균 소득, 가족 형태 7문항으로 구성하여 조사하였다.

2) 친환경 유기농 식품 인지도 및 외식이용현황조사

조사대상자의 친환경 유기농 식품에 대한 인지도 및 외식이용현황조사는 Choi(2011)의 연구논문을 참조하여 친환경 유기농 식품에 대한 인지도는 친환경 유기농 식품에 대해 알고 있는가에 대한 인지정도, 친환경 유기농 식품을 찾을 경우 주로 이용하는 외식정보획득경로, 외식에서 친환경 유기농 식품을 활용한 메뉴의 필요성여부로 구분하여 총 3문항으로 조사하였으며, 외식이용현황조사는 외식 시 동반자, 월평균 외식횟수, 외식 선호 객 단가, 외식 시 선호업체, 친환경 유기농 식품을 활용한 메뉴의 선택 시 선호외식업체, 외식업체 선택 시 식 공간 연출 중요도로 구분하여 총 6문항으로 조사하였다.

3) 성별과 연령에 따른 친환경 유기농 식품에 대한 인식도 조사

친환경 유기농 식품에 대한 대중화를 위한 기초조사를 위하여 친환경 유기농 식품에 대한 인식을 4가지 요인으로 구분하였다. 각 요인별 변수는 선행연구 Lee(2008)를 참조하여 작성하였다. 각 요인별로는 건강 증진, 편안한 심신, 체력 증진, 성인병 예방, 영양의 풍부성에 대한 인식을 5가지 변수로 하여 '건강적' 요인이라 하였다. 지구환경에의 기여도, 생태계 보존, 수질오염 방지, 토양오염 방지, 대기오염 방지의 인식을 5가지 변수로 하여 '환경적' 요인이라 하였다. 다음으로, 안전성, 농촌 부흥 기여도, 신선도, 질병 예방을 4가지 변수로 하여 '사회적' 요인이라 하였다. 맛의 우수성, 가격의 적절성에 대한 인식을 2가지 변수로 하여 '식이 본질적' 요

인으로 하였으며, 총 16개 변수를 설정하여 조사하였다.

4) 성별과 연령에 따른 친환경 유기농 식품의 종류 및 품목에 대한 선호도 조사

친환경 유기농 식품의 종류 및 품목에 대한 선호도 조사는 Oh(2000)의 연구에서 2000년 국립농산물품질관리원에서 발표한 자료를 참고하여 조사하였다. 2013년 5월 친환경 유기농 식품의 구매 및 섭취 해 본 경험이 있는 대구가톨릭대학교 외식산업 학 전공2학년 남녀학생 50명을 대상으로 예비조사를 실시하여 곡류(쌀, 현미, 검정콩, 붉은팥 등 5가지), 채소류(당근, 딸기, 마늘, 방울토마토, 배추, 상추, 수박, 시금치, 오이, 치커리, 케일, 토마토, 풋고추, 무 등 14가지), 서류(감자, 고구마 등 2가지), 과일류(감귤, 단감, 배, 복숭아, 사과, 포도, 호두, 꽃감 등 8가지), 특작류(등글레, 느타리버섯, 팽이버섯, 영지버섯, 녹차잎 등 5가지), 축산물(계란, 돼지고기, 한우고기, 등 3가지)의 표본을 도출하여 조사에 활용하였다.

3. 자료수집 및 분석 방법

자료 분석은 SPSS Win 12.0 프로그램을 사용하여 분석하였다. 조사대상자의 일반적 사항과 친환경 유기농 식품에 대한 인식도 및 외식이용현황조사는 빈도, 백분율 및 χ^2 검정을 이용하였고, 성별과 연령에 따른 친환경 유기농 식품에 대한 인식도 차이 분석은 t검증 또는 F검정을 이용하였다. F검증 시 사후분석은 scheffe 분석을 활용하였다. 친환경 유기농 식품의 종류 및 품목의 선호도 차이 분석은 χ^2 검정을 이용하였다. 특히, 본 연구의 ‘건강적’ 요인 신뢰도 Cronbach α 는 .862, ‘환경적’ 요인 신뢰도 Cronbach α 는 .892, ‘사회적’ 요인 신뢰도 Cronbach α 는 .807, ‘식이 본질적’ 요인 신뢰도 Cronbach α 는 .993로 높게 나타났다. 인식문항을 요인 화하여 친환경 유기농 식품의 선호도에 미치는 영향을 알아 보기 위해 다중회귀분석을 하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 사항

본 연구의 최종 연구 조사대상자인 435명의 사회 인구통계학적특성 즉, 성별, 연령, 결혼 여부, 직업, 학력, 월평균 소득, 가족 형태를 조사한 결과는 <Table 1>과 같다. 성별의 분포는 여자가 232명(46.7%), 남자가 203명(34.3%)으로 여자가 29명(12.4%) 많았다. 연령은 40~49세가 113명으로 전체의 26%로 가장 많이 차지하였고 다음으로 20~29세 109명(25.1%), 50대 이상이 107명(24.6%), 30~39세 106명(24.4%)의 순으로 나타났다. 또한, 기혼자(67.1%)가 미혼자(32.9%)보다 두 배 이상 더 많은 것으로 나타났고, 직업은 전업주부(22%), 회사원(18.4%), 대학생 및 대학원생(16.6%), 외식업

<Table 1> General characteristics of subjects

Variable	Content	N(%)
Gender	Male	203(46.7)
	Female	232(53.3)
Age (years)	20-29	109(25.1)
	30-39	106(24.4)
	40-49	113(26.0)
	≥50	107(24.6)
Marriage	Married	292(67.1)
	Unmarried	143(32.9)
Occupation	Office worker	80(18.4)
	Businessman	21(4.8)
	Public servant	23(5.3)
	Salesman& service worker	22(5.1)
	Professional job	56(12.9)
	Housewife	96(22)
	University student/Graduate student	72(16.6)
	Foodservice workers	61(14.0)
	Unemployed	4(0.9)
	The others	16(3.7)
Education	<High school	52(12.0)
	In or graduate college	101(23.2)
	In or graduate University	211(48.5)
	≥Graduate school	71(16.3)
Monthly Income (10,000won)	<100	20(4.6)
	100-200	64(14.7)
	200-300	86(19.8)
	300-400	88(20.2)
	400-500	63(14.5)
	≥500	114(26.2)
Family member	Extended family	39(9.0)
	Nuclear family	366(84.1)
	One person-family	30(6.9)
Total		435(100.0)

관련 종사자(14.0%), 전문직(12.9%), 공무원(5.3%), 상업(5.1%) 사업가(4.8%)등의 순으로 다양한 직업군의 분포를 나타냈으며, 그 중에서 전업주부가 80명으로 가장 많이 차지하였다. 학력은 4년제 대학 졸(48.5%), 전문대학 졸(23.2%) 대학원이상(16.3%)등의 순으로 나타났으며, 4년제 대졸이상의 학력수준이 조사대상자의 282명으로 과반수이상의 분포를 나타냈다. 응답자들의 가족의 월평균 소득은 500만원 이상이 26.2%로 가장 많았고, 다음으로 300-400만원 미만 20.2%, 200-300만원 미만 19.8%, 100-200만원 미만 14.7%, 400-500만원 미만 14.5%, 100만원 미만이 4.7% 순으로 조사되었다. 가족 형태는 핵가족이 84.1%로 응답자의 거의 대부분으로 나타났으며, 다음으로 대가족(9.0%), 1인 거주(6.9%) 순으로 나타나 본 연구의 응답자 중에서 낮은 분포들을 보였다.

2. 조사대상자의 친환경 유기농 식품 인지도 및 외식이용현황 조사

조사대상자의 친환경 유기농 식품 인지도 및 외식이용현황을 조사 분석한 결과는 <Table 2, 3-1, 3-2>과 같다. <Table 2>에서 친환경 유기농 식품의 인지정도는 모른다(5.0%), 안다(95.0%)로 조사되어 응답자 대부분이 인지하고 있는 것으로 나타났다. 성별과 연령에서 친환경 유기농 식품에 대해 안다가 93.3%로 나타났으며 유의미한 차이는 없었다. 친환경 유기농 식품을 찾을 경우 주로 이용하는 외식정보획득경로에 대한 물음에는 성별과 연령에서 과반수 이상이 대중매체에서 가장 많은 정보를 얻고 있었으며, 유의미한 차이가 나타났다(p<0.01). Jeon(2008)의 연구논문에서도 TV, 라디오의 대중매체에서 가장 많은 정보를 얻는다고 보고하였다. 외식업체에서 친환경 유기농 식품을 활용한 메뉴의 필요성은 있다고 생각하는 사람 88.5%로 없다고 생각하는 사람의 11.5% 보다 훨씬 높게 나타났다. <Table 3-1>에서 친환경 유기농 식품의 이용 시 외식 시 동반자는 응답자의 과반수 이상이 가족동반 외식(58.9%)을 가장 많이 이용하였으며, 다음으로 친구 및 동료 모임(31.5%), 사업목적상 만남(5.3%), 회사 회식(4.4%)의 순으로 응답했다. Choi (2011)의 논문에서도 외식 시 동반자로 설문외 과반수 이상인 291명(58.2%)이 가족으로 응답하여 본 연구와 유사한 결과를 나타냈다. 성별에서 남자는 가족동반 외식(61.6%), 다음으로 친구 및 동료 모임(25.6%), 사업목적상 만남(7.9%), 회사 회식(4.9%)의 순으로 나타났으나, 여자는 가족동반 외식(56.5%), 다음으로 친구 및 동료 모임(36.6%), 회사 회식(3.9%) 사업목적상 만남(3.0%)의 순으로 나타나 유의미한 차이를 보였다(p<0.05). 연령에서는 20대는 가족동반 외식(62.4%), 다음으로 친구 및 동료 모임(31.2%), 회사 회식(2.8%)의 순으로 나타났으며, 30대는 가족동반 외식(48.1%), 다음으로 친구

및 동료 모임(33.0%), 사업목적상 만남(10.4%), 회사 회식(8.5%)의 순으로 나타났고, 40대는 가족동반 외식(66.4%), 다음으로 친구 및 동료 모임(27.4%), 회사 회식(3.5%), 사업목적상 만남(2.7%)의 순으로 나타났으며, 50대에서는 가족동반 외식(57.9%) 다음으로 친구 및 동료 모임(34.6%), 사업목적상 만남(4.7%), 회사 회식(2.8%)의 순으로 나타나 성별 간 유의미한 차이를 보였다(p<0.05). 친환경 유기농 식품의 월 평균 외식횟수는 1-3회(49.0%), 4-7회(32.4%), 8-10회(9.0%), 11회 이상(7.6%), 없다(2.1%)의 순으로 나타났다. 성별에서 남녀 모두 1-3회가 가장 높게 나타났고 유의미한 차이는 없었다. 연령에서는 20대는 1-3회(40.4%), 4-7회(33.0%), 11회 이상(12.8%), 8-10회(11.9%), 없다(1.8%)의 순으로 나타났으며, 30대는 1-3회(50.9%), 4-7회(34.0%), 8-10회(7.5%), 11회 이상(5.7%), 없다(1.9%)의 순으로 나타났고, 40대는 1-3회(48.7%), 4-7회(36.6%), 11회 이상(8.0%), 8-10회(7.1%), 없다(0.0%)의 순으로 나타났으나, 50대에서는 1-3회(56.1%), 4-7회(26.2%), 8-10회(9.3%), 없다(4.7%), 11회 이상(3.7%)순으로 나타나 연령별 유의미한 차이를 보였다(p<0.01). 친환경 유기농 식품에 대한 외식 선호 객단가는 1-2만원(49.4%), 2-3만원(28.7%), 1만원 미만(12.9%), 3-4만원(7.1%), 4만원 이상(1.8%)의 순으로 나타났다. 성별에서 남녀 모두 객단가 1-2만원을 선호한다고 나타났으며 성별간의 유의미한 차이를 보였다(p<0.05). Choi (2011)의 논문에서는 외식비용을 점심, 저녁, 특별한 날로 나누어 조사하였다. 그 결과 점심의 객단가는 평균 9223.8원, 저녁 객단가는 평균 15208원, 특별한 날은 27805원으로 점심의 객단가에 비해서 약3배로 조사되었다. <Table 3-2>에서 외식 시 선호 외식업체는 한식(63.2%)으로 다른 외식업체 보다 훨씬 높게 나타났고, 성별에서 남녀 모두 한식을 선호하였으며 유의미한 차이는 없었다. 연령에서는 20대는 한식>양식>패밀리 레스토랑

<Table 2> Analysis on awareness of environmentally friendly organic food

Contents	The recognition degree of environmentally friendly organic food		Acquisition process of eating out information for environmentally friendly organic food					Need for environmentally friendly organic menu of Foodservice Industry		
	Not knowing	Knowing	Introduction from friends and colleagues	Restaurant use	Media	By chance	Direct found	Yes	No	
Gender	Male	13(6.4)	190(93.6)	13(6.4)	18(9.5)	124(65.3)	11(5.8)	24(12.6)	173(85.2)	30(14.8)
	Female	16(6.9)	216(93.1)	28(13.0)	12(5.6)	38(63.9)	2(0.9)	36(16.7)	212(91.4)	20(8.6)
	χ^2	0.042 (df=1)		14.461** (df=4)					7.626 (df=3)	
Age (years)	20-29	11(10.1)	98(89.9)	3(3.1)	4(4.1)	69(70.4)	5(5.1)	17(17.3)	95(87.2)	14(12.8)
	30-39	7(6.6)	99(93.4)	5(5.1)	10(10.1)	62(62.6)	6(6.1)	16(16.2)	93(87.7)	13(12.3)
	40-49	5(4.4)	108(95.6)	19(17.6)	9(8.3)	65(60.2)	1(0.9)	14(13.0)	101(89.4)	12(10.6)
	≥50	6(5.6)	101(94.4)	14(13.9)	7(6.9)	66(65.3)	1(0.9)	13(12.9)	96(89.7)	11(10.3)
	χ^2	3.161 (df=3)		26.206* (df=12)					10.086 (df=9)	
Total	29(6.7)	406(93.3)	41(10.1)	30(7.4)	262(64.5)	13(3.2)	61(14.8)	385(88.5)	50(11.5)	

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

<Table 3-1> Current state of using environmentally friendly organic food in eating out

Contents	Using time of environmentally friendly organic menu in eating out				Monthly average number of eating out					The proper price of eating environmentally friendly organic menu (1,000won)						
	Meeting friends and co-workers	Family Dining	Business relationships	Company dinners	None	1-3	4-7	8-10	≥11	<10	10-20	20-30	30-40	≥40		
Gender	Male	52 (25.6)	125 (61.6)	16 (7.9)	10 (4.9)	3 (1.5)	106 (52.2)	55 (27.1)	21 (10.3)	18 (8.9)	32 (15.8)	107 (52.7)	50 (24.6)	9 (4.4)	5 (2.5)	
	Female	85 (36.6)	131 (56.5)	7 (3.0)	9 (3.9)	6 (2.6)	107 (46.1)	86 (37.1)	18 (7.8)	15 (6.5)	24 (10.3)	108 (46.6)	75 (32.3)	22 (9.5)	3 (1.3)	
	x ²	9.774* (df=3)				6.419 (df=4)					10.211* (df=4)					
Age (years)	20-29	34 (31.2)	68 (62.4)	4 (3.7)	3 (2.8)	2 (1.8)	44 (40.4)	36 (33.0)	13 (11.9)	14 (12.8)	16 (14.7)	66 (60.6)	22 (20.2)	4 (3.7)	1 (0.9)	
	30-39	35 (33.0)	51 (48.1)	11(10.4) 9(8.5)		2 (1.9)	54 (50.9)	36 (34.0)	8 (7.5)	6 (5.7)	15 (14.2)	48 (45.3)	29 (27.4)	10 (9.4)	4 (3.8)	
	40-49	31 (27.4)	75 (66.4)	3 (2.7)	4 (3.5)	0 (0.0)	55 (48.7)	41 (36.6)	8 (7.1)	9(8.0)		11 (9.7)	54 (47.8)	41 (36.3)	6 (5.3)	1 (0.9)
	≥50	37 (34.6)	62 (57.9)	5 (4.7)	3 (2.8)	5 (4.7)	60 (56.1)	28 (26.2)	10 (9.3)	4 (3.7)	14 (13.1)	47 (43.9)	33 (30.8)	11 (10.3)	2 (1.9)	
	x ²	17.249* (df=9)				18.997** (df=12)					18.199 (df=12)					
Total	137 (31.5)	256 (58.9)	23 (5.3)	19 (4.4)	9 (2.1)	213 (49.0)	141 (32.4)	39 (9.0)	33 (7.6)	56 (12.9)	215 (49.4)	125 (28.7)	31 (7.1)	8 (1.8)		

<Table 3-2> Current state of using environmentally friendly organic food in eating out

Contents	Preferred eating out Companies						Preferred eating out Companies of environmentally friendly organic menu						Importance of directing dining Space when you select the Food Service Industry					
	Korean	Chinese	Japanese	Western food	Family Restaurants	Fast Food	Korean	Chinese	Japanese	Western food	Family Restaurants	Fast Food	Not important at all	Not important	Normal	Important	Very important	
Gender	Male	132 (65.0)	11 (5.4)	19 (9.4)	17 (8.4)	20 (9.9)	4 (2.0)	174 (85.7)	5 (2.5)	10 (4.9)	7 (3.4)	7 (3.4)	0 (0.0)	4 (2.0)	15 (7.4)	75 (36.9)	87 (42.9)	22 (10.8)
	Female	143 (61.6)	10 (4.3)	26 (11.2)	21 (9.1)	30 (12.9)	2 (0.9)	181 (78.0)	5 (2.2)	17 (7.3)	7 (3.0)	19 (8.2)	3 (1.3)	3 (1.3)	9 (3.9)	79 (34.1)	118 (50.9)	23 (9.9)
	x ²	2.743 (df=5)						8.596 (df=5)						4.544 (df=4)				
Age (years)	20-29	58 (53.2)	6 (5.5)	8 (7.3)	18 (16.5)	15 (13.8)	4 (3.7)	93 (85.3)	2 (1.8)	2 (1.8)	6 (5.5)	6 (5.5)	0 (0.0)	3 (2.8)	5 (4.6)	25 (22.9)	58 (53.2)	18 (16.5)
	30-39	61 (57.5)	5 (4.7)	11 (10.4)	8 (7.5)	20 (18.9)	1 (0.9)	75 (70.8)	6 (5.7)	8 (7.5)	5 (4.7)	11 (10.4)	1 (0.9)	2 (1.9)	9 (8.5)	47 (44.3)	35 (33.0)	13 (12.3)
	40-49	76 (67.3)	2 (1.8)	15 (13.3)	7 (6.2)	13 (11.5)	0 (0.0)	95 (84.1)	1 (0.9)	9 (8.0)	2 (1.8)	6 (5.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (6.2)	41 (36.3)	59 (52.2)	6 (5.3)
	≥50	80 (74.8)	8 (7.5)	11 (10.3)	5 (4.7)	2 (1.9)	1 (0.9)	92 (86.0)	1 (0.9)	8 (7.5)	1 (0.9)	3 (2.8)	2 (1.9)	2 (1.9)	3 (2.8)	41 (38.3)	53 (49.5)	8 (7.5)
	x ²	41.261*** (df=15)						27.845* (df=15)						27.741** (df=12)				
Total	275 (63.2)	21 (4.8)	45 (10.3)	38 (8.7)	50 (11.5)	6 (1.4)	355 (81.6)	10 (2.3)	27 (6.2)	14 (3.2)	26 (6.0)	3 (0.7)	7 (1.6)	24 (5.5)	154 (35.4)	205 (47.1)	45 (10.3)	

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

토랑>일식>중식>패스트푸드의 순으로 나타났으며, 30대는 한식>패밀리 레스토랑>일식>양식>중식>패스트푸드의 순으로 나타났다. 40대는 한식>일식>패밀리 레스토랑>양식>중식>패스트푸드의 순으로 나타났으며, 50대 이상에서는 한식>일식>중식>양식>패밀리 레스토랑> 패스트푸드의 순으로 나타나 연령별 유의미한 차이를 보였다(p<0.001). 친환경 유기농 식품에 대한 주문 시 선호 외식업체에서는 한식(81.6%)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 일식(6.2%), 패밀리 레스토랑(6.0%), 양식(3.2%), 중식(2.3%), 패스트푸드(0.7%)순으로 나타났다. 성별에서 유의미한 차이가 없었으며, 연령에서는 유의미한 차이가 나타났다(p<0.05). 연령에서는 20대는 한식이 85.3%로 가장 높았고, 패밀리 레스토랑, 양식이 5.5%로 같은 응답이 나타났으며, 중식, 일식이 1.8%로 같은 응답이 나타났다. 30대는 한식>패밀리 레스토랑>일식>중식>양식>패스트푸드의 순으로 나타났으며, 40대는 한식>일식>패밀리 레스토랑>양식>중식>패스트푸드의 순으로 나타났다. 50대 이상에서는 한식에서 86%를 차지하였으며, 이어서 일식>패밀리 레스토랑>패스트푸드의 순으로 선호하였다. 중식과 양식은 같은 응답으로 가장 낮은 분포를 보였다. Jeon(2005)의 논문 웰빙 이후 외식 소비자들의 생활 성향 변화에 대한 연구에서 건강을 염두 해 두었을 때 가장 선호하는 외식업체를 물어본 결과 “한식”이 81.4%로 본 연구와 유사한 결과를 나타냈다. 한편, 외식업체 선택 시 식 공간 연출 중요성은 중요함(47.1%), 보통(35.4%), 매우 중요함

(10.3%) 등의 순으로 나타났으며 조사대상자의 대부분이 보통 이상(92.8%)으로 인식 하는 것으로 나타났다. Hong (2008)의 연구에서도 식사 시 식 공간 연출의 중요도가 보통 이상이 90% 이상으로 본 연구와 유사한 결과를 나타냈다. 성별에서 남녀 모두 중요함이 높게 나타났으며 유의미한 차이는 없었다. 연령에서는 20대에서 중요함이 53.2%, 30대는 보통이다가 44.3%, 40대, 50대에서는 중요함이 각각 52.5%, 49.5%로 가장 높게 나타나 연령별 유의미한 차이를 보였다 (p<0.01).

4. 친환경 유기농 식품에 대한 인식도 요인분석

친환경 유기농 식품에 대한 대중화 방안으로 16개의 항목을 요인 분석한 결과이다. 항목에 대한 KMO값은 0.888로 높게 나타났으며 요인 적재치는 .5를 상회하는 것을 하나의 요인으로 묶어 모두 4개 요인으로 추출되었다. 친환경 유기농 식품에 대한 인식요인으로 제 1요인은 건강 증진, 편안한 심신, 체력 증진, 성인병 예방, 영양의 풍부성에 대한 인식을 ‘건강적’ 요인이라 명명하였고, 제 2요인은 ‘환경적’ 요인이라 명명하고 지구환경에의 기여도, 생태계 보존, 수질오염 방지, 토양오염 방지, 대기오염 방지로 하였다. 제 3요인은 안전성, 농촌 부흥 기여도, 신선도, 질병 예방으로 정하여 ‘사회적’ 요인이라 명명하였다. 제 4요인은 맛의 우수성, 가격의 적절성에 대한 인식을 포함하여 ‘식이 본질적’ 요인이라 명명하였다. ‘환경적’ 요인의 분석결과 생태계 보존, 수질오염

<Table 4> Analysis on recognition factor of environmentally friendly organic food

Contents	Health factors (Factor 1)	Environmental factors (Factor 2)	Social factors (Factor 3)	Dietary essential factors (Factor 4)
Health help	.723			
Relaxed mind and body	.751			
Health promotion	.781			
Prevention of adult diseases	.742			
High nutritional value	.577			
Help the global environment		.636		
Prevention of soil pollution		.829		
Ecosystem conservation		.826		
Prevention of water pollution		.829		
Prevention of air pollution		.801		
Fresh ingredients			.694	
Safety			.719	
Support farm revival			.709	
Disease Prevention			.613	
Good taste				.532
Reasonable price				.742
Eigen value	3.640	3.635	2.759	1.271
Dispersion rate (%)	21.413	21.381	16.227	7.477
Cronbach's α	.892	.862	.807	.993
KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) .888				
x ² =4197.641				
df=136				
p=.000				

방지, 토양오염 방지, 대기오염 방지에서 높게 인식하였으며, ‘사회적’ 요인에서는 안전성에서 가장 높게 인식하였다. 이러한 결과는 친환경 유기농 식품이 합성농약, 화학비료를 전혀 사용하지 않고 유기질만 사용하여 재배한 식품으로 국립농산물품질관리원에서 인증하는 친환경농산물 인증 제도로써 관리하며 정부가 그 안전성을 보장해주고 있기 때문으로 사료된다. ‘식이 본질적’ 요인에서 .9 이상으로 높은 신뢰를 나타냈으나, ‘맛의 우수성’에서 낮게 인식하는 것으로 나타났다. 따라서 친환경 유기농 식품이 일반식품과 차별화되는 맛의 향상에 대한 연구가 필요하다고 사료된다. Lee(2005)는

채식의 일반 인식에 대한 요인 분석으로 생태계 보존, 지구 온난화, 수질오염, 대기오염, 토양오염, 식량 부족 문제, 기아 문제, 경제 성장, 식품안전화, 동물 권리, 농민 보호, 질병 치료, 질병 예방, 성인병 예방, 사찰음식과 유사성, 신선도, 다이어트, 정신 건강에의 도움, 건강 증진으로 정하여 19개의 항목을 조사하였다.

5. 성별과 연령에 따른 친환경 유기농 식품에 대한 인식도 조사
 성별과 연령에 따른 친환경 유기농식품에 대한 인식도를 조사 분석한 결과 <Table 5, 6>과 같다. 성별에서 남자보다

<Table 5> Awareness of environmentally friendly organic food according to gender

M±SD

Variable	Male	Female	Total	t	
Health factors	Health help	3.94±0.78	4.00±0.78	3.97±0.78	-.845
	Relaxed mind and body	3.66±0.85	3.75±0.79	3.71±0.82	-1.085
	Health promotion	3.46±0.87	3.75±0.74	3.62±0.81	-3.718***
	Prevention of adult diseases	3.83±0.89	4.03±0.82	3.93±0.86	-2.403*
	High nutritional value	3.62±0.86	4.03±0.82	3.68±0.86	-1.350
Environmental factors	Help the global environment	3.96±0.86	4.05±0.74	4.01±0.80	-1.247
	Prevention of soil pollution	4.02±0.76	4.11±0.79	4.07±0.78	-1.177
	Ecosystem conservation	4.07±0.81	4.07±0.80	4.07±0.80	-.056
	Prevention of water pollution	3.78±0.83	3.92±0.77	3.86±0.81	-1.745
	Prevention of air pollution	3.75±0.85	3.88±0.80	3.82±0.88	-1.646
Social factors	Fresh ingredients	3.77±0.78	3.86±0.75	3.82±0.76	-1.155
	Safety	3.83±0.83	3.94±0.86	3.89±0.85	-1.369
	Support farm revival	3.73±0.81	3.77±0.78	3.75±0.80	-.553
	Disease Prevention	3.74±0.88	3.88±0.88	3.82±0.88	-1.712
Dietary essential factors	Good taste	3.38±4.48	3.48±0.92	3.44±0.89	-1.089
	Reasonable price	4.20±0.88	4.23±0.71	3.45±0.89	-.348

*p<.05, **p<.01

<Table 6> Awareness of environmentally friendly organic food according to age

M±SD

Variable	20-29	30-39	40-49	over 50	Total	F-value	
Health factors	Health help	4.00±0.64	3.83±0.89	3.94±0.77	4.04±0.82	3.97±00.78	.495
	Relaxed mind and body	3.53±0.83 ^a	3.68±0.92 ^{ab}	3.76±0.79 ^{ab}	3.85±0.75 ^b	3.71±0.82	3.228*
	Health promotion	3.42±0.85 ^a	3.58±0.82 ^{ab}	3.71±0.75 ^{ab}	3.77±0.82 ^b	3.62±0.81	3.882**
	Prevention of adult diseases	3.91±0.83	3.92±0.91	3.92±0.85	4.00±0.87	3.93±0.86	.256
	High nutritional value	3.80±0.90	3.70±0.90	3.66±0.80	3.57±0.85	3.68±0.86	1.389
Environmental factors	Help the global environment	4.08±0.78	3.91±0.92	4.03±0.71	4.01±0.81	4.01±0.80	.909
	Prevention of soil pollution	4.09±0.78	4.03±0.89	4.08±0.66	4.07±0.79	4.07±0.78	.133
	Ecosystem conservation	4.12±0.81	4.00±0.91	4.12±0.65	4.04±0.82	4.07±0.80	.634
	Prevention of water pollution	3.86±0.85	3.77±0.82	3.88±0.69	3.91±0.85	3.86±0.81	.534
	Prevention of air pollution	3.78±0.84	3.76±0.86	3.85±0.75	3.88±0.87	3.82±0.88	.472
Social factors	Fresh ingredients	3.89±0.83	3.73±0.76	3.81±0.70	3.84±0.74	3.82±0.76	.872
	Safety	3.74±0.97	3.95±0.76	3.95±0.82	3.93±0.82	3.89±0.85	1.521
	Support farm revival	3.74±0.79	3.74±0.89	3.86±0.69	3.66±0.83	3.75±0.80	1.125
	Disease Prevention	3.70±0.84	3.77±0.82	3.83±0.85	3.88±0.94	3.82±0.88	.801
Dietary essential factors	Good taste	3.42±0.79	3.41±0.97	3.50±0.89	3.43±0.92	3.44±0.89	.215
	Reasonable price	3.46±0.79	3.41±0.97	3.50±0.89	3.43±0.92	3.45±0.89	.136

*p<.05, **p<.01

여자가 친환경 유기농 식품에 대한 인식이 더 높게 나타났다($p<0.01$). ‘건강적’ 요인에서 체력 증진($p<0.001$), 성인병 예방($p<0.05$) 항목에서 통계적인 유의미한 차이가 나타났다. 남자는 ‘건강 증진’ 항목이 가장 높게 나타났으나, 여자는 ‘성인병 예방’, ‘영양의 풍부성’이 가장 높게 인식되었다. ‘환경적’ 요인에서는 토양오염 방지>생태계 보존>지구환경에의 기여도>수질오염 방지>대기오염 방지가 순차적으로 높게 인식 되었고, 남자는 ‘생태계 보존’에서 가장 높게 나타났고, 여자는 ‘토양오염 방지’에서 가장 높게 나타났으나 유의적인 차이는 없었다. ‘사회적’ 요인에서는 안전성>질병 예방>신선도>농촌 부흥 기여도가 순차적으로 높게 인식되었으며, 남녀 모두 ‘안전성’에서 가장 높은 인식을 보였으나 유의미한 차이는 없었다. ‘식이 본질적’ 요인에서는 ‘가격의 적절성’에서 높은 점수를 보였고, 남녀 모두 위의 요인에 대해 같은 결과를 보였으며, 유의미한 차이는 없었다. Kim(2010)의 “건강 관심도가 친환경 농산물 구매에 미치는 영향” 연구에서도 건강관심도가 높을수록 친환경 농산물을 애용하고 있는 것으로 조사되었고, 이러한 결과는 여성이 남성보다 건강에 대한 소비의 주체이기 때문으로 볼 수 있으며, 본 연구와 유사한 결과로 여성이 남성보다 건강에 대한 인식이 높음을 알 수 있었다. Mathisson & Schollin(1994)의 연구에서도 여성이 남성에 비해 유기농 음식에 더 많은 관심을 보이는 것으로 나타났다. 또한 Kim(2009)의 연구논문 “어린이 아토피 피부염에 대한 친환경 식품의 효과”에서 친환경 식이 섭취가 경증의 아토피 피부염을 가진 어린이들의 증상을 호전시키는 것으로 확인조사 되었으며, 이러한 결과로 볼 때 어린이를 위한 친환경 유기농 식품을 활용한 다양한 메뉴개발의 필요성이 사료된다. 연령에서는 ‘건강적’ 요인에서 편안한 심신($p<0.05$)과 체력 증진($p<0.01$)에서만 통계적인 유의미한 차이가 나타났다. 즉, 친환경 유기농 식품은 ‘건강적’ 요인에서 20대보다 30대 이상이 ‘편안한 심신’, ‘체력 증진’을 더 높게 인식하였다. Wandel & Bugge(1997)의 연구에서도 젊은 층 보다는 중 장년층이 건강에 의해 유기농 음식을 구매한다고 조사되어 본 연구와 유사한 경향으로 나타났다. 이러한 결과에서, 친환경 유기농 식품에 대한 활용이 30대 이상의 중 장년층을 중심으로 한 외식 마케팅에서 필요하다고 사료된다. ‘건강적’ 요인에서 20대, 40대, 50대 이상에서

는 ‘건강 증진’, 30대에서는 ‘성인병 예방’을 높게 인식하였다. ‘환경적’ 요인에서는 전체적으로 ‘생태계 보존’에 대한 인식을 가장 높게 하였으며, 20대, 40대에서 ‘생태계 보존’, 30대, 50대 이상에서는 ‘토양오염 방지’가 가장 높게 인식되었으며, 서로 간의 유의미한 차이는 없었다. ‘사회적’ 요인에서는 전체적으로 ‘안전성’에 대한 인식이 가장 높게 나타났다. 20대에서 ‘신선도’, 30~50대 이상에서 ‘안전성’이 가장 높게 인식되었으며, 서로 간에 유의미한 차이는 없었다. ‘식이 본질적’ 요인에서는 ‘가격의 적절성’을 가장 높게 인식하였으며, 연령 간의 유의미한 차이는 없었다.

6. 성별과 연령에 따른 친환경 유기농 식품의 종류에 대한 선호도 조사

성별과 연령에 따른 친환경 유기농 식품의 종류의 선호도를 조사 분석한 결과는 <Table 7>과 같다. 성별에서 남녀 모두의 경우 채소류>과실류>곡류>축산품>특작류>서류 순으로 선호하였으나 유의미한 차이는 없었다. 보건복지부의 ‘2005 국민건강 영양조사’ 결과에 따르면 국민 1인 1일당 평균 채소류의 섭취량은 327.0 g으로 전체 식품 섭취량 1291.4 g의 약 25.32%를 차지하고 있어 채소류의 중요성이 재인식되고 있으며, 그에 따라 생산량과 소비량이 증가하고 있다고 하였다. 채소류의 섭취에서 김치류 다음으로 많이 섭취된 것은 양파>무>시금치 순으로 조사되었다. Choi(2007)의 채소류의 소비현황조사에서 일반적으로 양파, 무의 소비가 가장 높았으며, 50대 이상일수록 다양한 채소류를 섭취하는 것으로 나타났다. 연간 다빈도 채소류는 마늘>파>김치>양파>고추>무의 순으로 이루어졌으며, 이는 양념 채소류를 많이 섭취하므로 얻어진 결과로 여겨진다고 하였다. 연령에서는 20대와 30대는 채소류와 과실류를, 40대 이상은 채소류와 곡류를 선호하였으나 20~50대 이상 모든 연령에서 채소류를 가장 선호하여 유의미한 차이가 나타났다($p<0.01$).

7. 성별과 연령에 따른 친환경 유기농 식품의 품목에 대한 선호도 조사

성별과 연령에 따른 친환경 유기농 식품의 품목에 대한 선호도의 결과는 <Table 8-1, 8-2>과 같다. 곡류에서 현미(41.4%)를 가장 선호하였고, 그 다음으로는 쌀, 검은콩, 팥,

<Table 7> Preference of environmentally friendly organic food preferences according to two categories: gender, age N(%)

Variable	Gender		x ²	Age(years)				Total	x ²
	Male	Female		20-29	30-39	40-49	over 50		
Grain	34(16.7)	33(14.2)		7(6.4)	10(9.4)	23(20.4)	27(25.2)	67(15.4)	
Animal products									
Vegetables	111(54.7)	140(60.3)		61(56.0)	64(60.4)	68(60.2)	58(54.2)	251(57.7)	
Root and tuber crops	0(0.0)	3(1.3)	7.954	0(0.0)	2(1.9)	0(0.0)	1(0.9)	3(0.7)	39.332**
Fruits	37(18.2)	36(15.5)	(df=5)	29(26.6)	18(17.0)	10(8.8)	16(15.0)	73(16.8)	(df=15)
Specialty crops	3(1.5)	8(3.4)		1(0.9)	3(2.8)	4(3.5)	3(2.8)	11(2.5)	
Livestock products	18(8.9)	12(5.2)		11(10.1)	9(8.5)	8(7.1)	2(1.9)	30(6.9)	

**p<0.01

흰콩 순으로 선호하였다. 성별에서 남자는 쌀을 가장 선호하였고, 여자는 현미를 가장 선호하였으며 유의미한 차이는 없었다. 연령에서는 20대와 30대는 쌀을, 40대와 50대 이상은 현미를 선호하여 유의미한 차이를 보였다($p<0.001$). 쌀은 주로 젊은 계층에서 선호된다고 볼 수 있다. 식품품별 소비 행태 전망에 대한 연구에서 쌀의 경우 고품질 지향과 가격 중시 경향이 주요 트렌드로 나타나고, 고소득계층을 중심으로 한 친환경 쌀 구입 확대 성향도 지속 될 것이라 전망하였다 (Kim 2010; Lee 등 2007). 채소류에서는 딸기> 토마토> 상추, 방울토마토> 양배추>마늘>파 >수박>시금치>오이>당근 >케일, 치커리> 무의 순으로 선호하였다. 성별에서 남자는 딸기, 상추를 가장 선호하였지만, 여자는 토마토를 가장 선호하였다($p<0.05$). 연령에서는 20대와 30대는 딸기를, 40대는

방울토마토를 가장 선호하였고, 50대 이상은 토마토를 가장 선호하였다($p<0.001$). Choi(2007)의 연구논문에 의하면 일반 채소류의 경우 30~60세는 무의 선호가 가장 높은 것으로 조사되었다. 이는 우리나라의 김치 섭취 영향으로 볼 수 있다고 하였다. 본 연구에서 40대 이상에서 친환경 유기농 토마토의 선호는 뿌리채소보다 열매채소의 선호가 나타난 것으로 보아 토마토는 영양학적으로 항산화 작용을 하는 물질인 라이코펜 성분을 함유하고 있어 항암효과와 노화방지에 탁월한 효능을 가진 것으로 혈당을 낮춰주고 당뇨병을 예방하는데 탁월한 성능을 가진 열매채소이기 때문으로 사료된다. Kim(2010)의 연구에서 채소류에 대한 전망은 건강지향이 공통적인 트렌드로 작용하고 간편화 경향이 강화 될 것으로 전망하였다. Hwang(2011)의 유기농 식품 관련 인식 조사 자료

<Table 8-1> Preference of environmentally friendly organic food preferences according to the demographic background N(%)

Variable	Gender		Age (years)				Total	
	Male	Female	20-29	30-39	40-49	over 50		
Grain	Rice	83(40.9)	68(29.3)	59(54.1)	44(41.5)	27(23.9)	21(19.6)	151(34.7)
	Brown Rice	75(36.9)	105(45.3)	31(28.4)	42(39.6)	53(46.9)	54(50.5)	180(41.4)
	Black Bean	41(20.2)	51(22.0)	15(13.8)	18(17.0)	31(27.4)	28(26.2)	92(21.2)
	White Bean	1(0.5)	4(1.7)	0(0.0)	2(0.9)	2(1.8)	1(0.9)	5(1.1)
	Red bean	3(1.5)	4(1.7)	4(3.7)	0(0.0)	0(0.0)	3(2.8)	7(1.6)
	χ^2	7.620(df=4)		48.124***(df=12)				435(100.0)
Vegetables	Carrot	2(1.0)	6(2.6)	2(1.8)	5(4.7)	1(0.9)	0(0.0)	8(1.8)
	Strawberry	34(16.7)	42(18.1)	33(30.3)	20(18.9)	11(9.7)	12(11.2)	76(17.5)
	Garlic	23(11.3)	16(6.9)	12(11.0)	5(4.7)	7(6.2)	15(14.0)	39(9.0)
	Cherry tomato	28(13.8)	28(12.1)	12(11.0)	15(14.2)	21(18.6)	8(7.5)	56(12.9)
	Cabbage	17(8.4)	23(9.9)	6(5.5)	9(8.5)	17(15.0)	8(7.5)	40(9.2)
	Lettuce	34(16.7)	22(9.5)	7(6.4)	14(13.2)	20(17.7)	15(14.0)	56(12.9)
	Watermelon	14(6.9)	6(2.6)	10(9.2)	4(3.8)	3(2.7)	3(2.8)	20(4.6)
	Spinach	5(2.5)	12(5.2)	4(3.7)	5(4.7)	4(3.5)	4(3.7)	17(3.9)
	Cucumber	9(4.4)	7(3.0)	3(2.8)	5(4.7)	5(4.4)	3(2.8)	16(3.7)
	Chicory	2(1.0)	2(0.9)	1(0.9)	1(0.9)	0(0.0)	2(1.9)	4(0.9)
	Kale	1(0.5)	3(1.3)	2(1.8)	2(1.9)	0(0.0)	0(0.0)	4(0.9)
	Tomato	23(11.3)	51(22.0)	13(11.9)	16(15.1)	17(15.0)	28(26.2)	74(17.0)
	Green pepper	10(4.9)	14(6.0)	3(2.8)	5(4.7)	7(6.2)	9(8.4)	24(5.5)
	Radish	1(0.5)	0(0.0)	1(0.9)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(0.2)
χ^2	25.343*(df=13)		76.131***(df=39)				435(100.0)	
Root and tuber crops	Potato	90(44.3)	69(29.7)	42(38.5)	36(34.0)	41(36.3)	40(37.4)	159(36.6)
	Sweet potato	113(55.7)	163(70.3)	67(61.5)	70(66.0)	72(63.7)	67(62.6)	276(63.4)
	χ^2	11.299*(df=3)		6.616(df=9)				435(100.0)
Fruits	Mandarin	33(16.3)	25(10.8)	21(19.3)	15(14.2)	16(14.2)	6(5.6)	58(13.3)
	Sweet persimmon	14(6.9)	12(5.2)	1(0.9)	7(6.6)	6(5.3)	12(11.2)	26(6.0)
	Pear	17(8.4)	9(3.9)	12(11.0)	7(6.6)	2(1.8)	5(4.7)	26(6.0)
	Peach	25(12.3)	32(13.8)	25(22.9)	14(13.2)	11(9.7)	7(6.5)	57(13.1)
	Apple	71(35.0)	96(41.4)	29(26.6)	40(37.7)	51(45.1)	47(43.9)	167(38.4)
	Grape	30(14.8)	46(19.8)	16(14.7)	14(13.2)	22(19.5)	24(22.4)	76(17.5)
	Walnut	9(4.4)	9(3.9)	4(3.7)	5(4.7)	4(3.5)	5(4.7)	18(4.1)
	Dired pesimmon	4(2.0)	3(1.3)	1(0.9)	4(3.8)	1(0.9)	1(0.9)	7(1.6)
χ^2	9.943(df=7)		52.284***(df=21)				435(100.0)	

* $p<0.05$, *** $p<0.001$

<Table 8-2> Preference of environmentally friendly organic food preferences according to the demographic background N(%)

Variable	Gender		Age (years)				Total	
	Male	Female	20-29	30-39	40-49	over 50		
Specialty crops	Solomon's seal	16(7.9)	21(9.1)	7(6.4)	12(11.3)	8(7.1)	10(9.3)	37(8.5)
	Oyster mushrooms	78(38.4)	94(40.5)	29(26.6)	46(43.4)	52(46.0)	45(42.1)	172(39.5)
	Enoki mushroom	56(27.6)	48(20.7)	50(45.9)	19(17.9)	22(19.5)	13(12.1)	104(23.9)
	Ganoderma lucidum	22(10.8)	22(9.5)	4(3.7)	8(7.5)	15(13.3)	17(15.9)	44(10.1)
	Green tea leaves	31(15.3)	47(20.3)	19(17.4)	21(19.8)	16(14.2)	22(20.6)	78(17.9)
χ^2	4.147(df=4)		50.325***(df=12)				435(100.0)	
Livestock products	Egg	39(19.2)	76(32.8)	13(11.9)	27(25.5)	33(29.2)	42(39.3)	115(26.4)
	Pork	80(39.4)	78(33.6)	54(49.5)	37(34.9)	40(35.4)	27(25.2)	158(36.3)
	Korean beef	84(41.4)	78(33.6)	42(38.5)	42(39.6)	40(35.4)	38(35.5)	162(37.3)
	χ^2	11.201*(df=3)		28.040**(df=9)				435(100.0)

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

에 의하면, 가격이 비싸도 전적으로 구매할 의향이 있는 유기농 식품으로 채소 야채류가 64.7%로 높게 나타났다. 또한 학교 급식에서 일상적으로 사용하는 엽채류의 경우, 일반적으로 식재료를 생식으로 섭취하기 쉬운 상추>깻잎>양상추>치커리>양배추 순으로 선호도가 높게 나타났다. 서류에서 고구마(63.4%)가 응답자의 과반수 이상을 차지하였고, 성별에서 남녀 모두 고구마를 선호하는 것으로 나타났으며 유의미한 차이가 나타났다(p<0.05). 연령에서도 20~50대 이상이 전반적으로 고구마를 선호하는 것으로 나타났으며 유의미한 차이는 없었다. Park(2009)은 20~60대 이상이 고구마를 간식으로 먹는다고 인식하였으며, 고구마의 브랜드화를 위해서는 품질 개선이 필요하다고 하였다. 이러한 결과를 볼 때, 영양가가 높은 친환경 유기농 고구마의 간식용 메뉴개발의 필요성이 사료된다. 과일류에서는 사과(38.4%)를 가장 선호하였으며, 그 다음으로 포도>감귤>복숭아>단감>배>호두>꽃감 순으로 선호하였다. 성별에서 남녀 모두 사과를 선호하는 것으로 나타났으며 유의미한 차이는 없었다. 연령에서는 20대는 사과>복숭아>감귤>포도>배>호두>꽃감, 단감 순으로 선호하였고, 30대는 사과>감귤>포도, 복숭아>단감, 배>호두>꽃감으로 선호하였다. 40대는 사과>포도>감귤>복숭아>단감>호두>배>꽃감으로 선호하였으며, 50대 이상에서는 사과>포도>단감>복숭아>감귤>배, 호두>꽃감으로 선호하여 연령별로 유의미한 차이가 나타났다(p<0.001).

Kim(2011)은 친환경 유기농 과일류의 전망으로 맛의 차별화의 경향이 강화될 것이라 하였는데, 친환경 사과와 사과와 관행사과에 비해 관능 특성의 비교에서 높은 단맛, 낮은 신맛 그리고 부드러운 질감의 특징을 나타낸다고 하였다(Lee 2005). 특작류에서는 느타리버섯(39.5%)을 가장 선호하였으며, 다음으로 팽이버섯>녹차 잎>등글레>영지버섯 순으로 선호하였다. 성별 간 차이에서는 남녀 모두 느타리버섯을 가장 선호하였으며 유의미한 차이는 없었다. 연령에서는 20대는 팽이버섯(45.9%)을 가장 선호하였으나, 30대, 40대, 50대 이상에서는 느타리버섯을 가장 선호하여 연령별로 유의미한 차이가 나타났다(p<0.001). 성별과 연령에 상관없이 축산품에서는 돼지고기, 한우고기, 계란 순으로 선호하였고 이는 유의미한 차이가 나타났다. 성별에서 남자는 한우고기(41.4%)를 가장 선호하였으나, 여자는 한우고기와 돼지고기를 33.6%의 같은 비율로 선호하여 유의미한 차이를 보였다(p<0.05). 연령에서는 20대에서 돼지고기(49.5%)를 가장 선호하였으며, 다음으로 한우고기>계란 순으로 나타났으나, 30대에서는 한우고기(39.6%)를 가장 선호하였고, 다음으로 돼지고기>계란 순으로 나타났다. 40대에서는 한우고기와 돼지고기를 35.4%의 같은 비율로 선호하였으나, 50대 이상에서는 계란(49.3%)을 가장 선호하였으며, 이어서 한우고기>돼지고기 순으로 선호하여 연령별 유의미한 차이가 나타났다(p<0.01).

<Table 9> Effect of awareness of environmentally friendly organic food on preference of it

Dependence	Independence	B	Beta	T-value
Preference on environmentally friendly organic food	Constant	3.591		95.030***
	Health factors	.167	.206	4.411***
	Environmental factors	.067	.082	1.765
	Social factors	.067	.094	2.007*
	Dietary essential factors	-.060	-.074	-1.592
R ² =.252 adjusted R ² =.103 F=7.284***				

*p<0.05, ***p<0.001

8. 친환경 유기농 식품에 대한 인식도 요인이 친환경 유기농 식품 선호도에 미치는 영향

친환경 유기농 식품에 대한 인식도 요인이 친환경 유기농 식품 선호도에 미치는 영향은 <Table 9>와 같다. 친환경 유기농 식품에 대한 인식도 요인이 친환경 유기농 식품 선호도에 미치는 영향으로 회귀모형의 설명력은 .252%이고 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다(F=7.284, p<0.001). 친환경 유기농 식품에 대한 선호도는 이에 대한 인식요인 중 ‘건강적’ 요인과 ‘사회적’ 요인에 유의한 영향을 미치며, 그 중에서 ‘건강적’ 요인이 친환경 유기농 식품에 대한 선호도에 가장 높은 영향성을 보였다. 친환경 유기농 식품은 ‘건강증진’과 ‘안전성’에 가장 민감하다고 나타났다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 대구의 20세 이상 성인남녀 435명을 대상으로 친환경 유기농 식품에 대한 인식도, 선호도 및 외식이용현황을 조사 분석하였다. 친환경 유기농 식품의 인지 정도는 안다가 95%, 친환경 유기농 식품을 활용한 메뉴의 필요성은 필요하다고 88.5%로 높게 나타났다. 외식 시 가족중반 외식 58.9%, 월 평균 외식횟수는 1-3회가 49.0%, 외식 선호 객단가는 1-2만원이 가장 높게 나타났으며, 친환경 유기농 식품을 활용한 메뉴 주문 시 선호 외식업체는 한식(81.6%)을 가장 선호하였다. 친환경 유기농 식품에 대한 인식을 조사 분석한 결과 ‘건강적’ 요인, ‘환경적’ 요인, ‘사회적’ 요인, ‘식이 본질적’ 요인 중에서 ‘건강적’ 요인이 가장 높게 나타났다. 친환경 유기농 식품의 종류에 대한 성별에 대한 선호도 결과 남녀 모두 채소류가 가장 높게 나타났다. 연령별 선호도 결과 20대와 30대는 채소류와 과일류, 40대 이상은 채소류와 곡류를 선호하였다. 친환경 유기농 식품의 품목에 대한 분석 결과에서 곡류 중에는 현미(41.4%)를 가장 선호하였고, 성별에 따라서는 남자는 쌀을 선호하였지만 여자는 현미를 선호하였다. 채소류에서는 남자는 딸기, 상추를 가장 선호 하였지만, 여자는 토마토를 가장 선호하였다(p<0.05). 연령을 중심으로는 20대와 30대는 딸기를, 40대는 방울토마토를 가장 선호하였고, 50대 이상은 토마토를 가장 선호하였다(p<0.001). 서류에서는 고구마(63.4%)가 응답자의 과반수 이상을 차지하였다. 과일류에서는 사과(38.4%)를, 특작류에서는 느타리버섯(39.5%)을, 축산품에서는 남녀 모두 한우고기를 가장 선호하였다. 연령에 따라서는 20대는 돼지고기(49.5%)를, 30대는 한우고기(39.6%)를 가장 선호 하였으며, 40대는 한우고기와 돼지고기를 35.4%의 같은 비율로 선호하였으나, 50대 이상은 계란(49.3%)을 가장 선호하였다.

따라서, 본 연구 결과 친환경 유기농 식품에 대해 높은 인식을 보인 ‘건강적’ 요인과 ‘사회적’ 요인의 향상에 집중하여 외식 기업이나 외식업체들의 다양한 상품 개발을 위한 기초 자료로 활용하고, 이를 통해 메뉴개발 및 외식마케팅방안에

대한 연구에 지속적으로 힘써 친환경 유기농 식품 대중화의 발전에 기여해야 할 것이다.

References

Chung YS. 2012. Consumer attitude and intention towards organic food: Cross-cultural study of the United States and South Korea. Department of Nutritional Science & Food management. Masters degree thesis. Ewha Womans University. pp 58-62

Choi MK. 2011. Analysis Dine-out Consumption Behavior Based on Consumer’s Well-being Dietary Life Pursuit Attitude. Doctoral thesis. Ewha Womans University. pp 1-57

Choi NR. 2007. Study on Consumption Status and Preference Level for Vegetables. Masters degree thesis. Sookmyung Women’s University. pp 10-52

Park WJ. 2009. A Study of Preference Survey on a Sweet Potato. Masters degree thesis. Mokpo National University. pp 22-33

Hong JY. 2008. A study on Consumer Awareness and Preference on the coordination using recycled material in dining space. Masters degree thesis. Kyonggi University. pp 56-60

Heo SW, Kim HO. 2010. An Analysis on Consumer’s Satisfaction Attributes and factors of Environment-Friendly Agricultural Products. Korean J. Organic Agric., 18(1):41-53

Hwang JS. 2010. A Survey on Use of Environment-Friendly Agricultural Products for School Food Service by Nutritionists in Kyeonggi Province. Masters degree thesis. Chung-Ang University. pp 1-39

Jeon JW. 2005. A Study on the Changed Lives of Customers Visiting Korean Restaurants from “Well-being”. The Korean journal of Culinary Research, 11(1): 87-103

Jeon SH. 2008. Marketing plan according to the environment friendly organic agricultural products consumer’s market feature. Doctoral thesis. Kyonggi University. pp 1-86

Kim SH. 1990. Import Food This is Problem Korea Agricultural and Livestock products distribution Research institute.

Kim DK. 2011. The Effect of Organic Food Choice Motive on Attitude and Purchase Intention. Masters degree thesis. KyungHee University. pp 1-60

Ko EH. 2006. A Survey of Food Purchase Behavior of Housewives following Striving Dietary Living. Masters degree thesis. Sookmyung Women's University. pp1-64

Kim IW. 2010. The Effect of Health Concern on Purchase Behavior of the Environmental Friendly Agricultural Products. Masters degree thesis. Hanseo University. pp 1-86

Kim HK. 2009. Effect of Environmentally-Friendly Foods on

- Children with Mild Atopic Dermatitis. Masters degree thesis. Hanyang University. pp 1-36
- Kim HJ. 2005. Foodservice Management. Hyungseul Publishing. Seoul. pp 2-24
- Ko DY. 2012. Examining Healthy Menu Purchase Intention in Family Restaurants - Application of Theory of Planned Behavior - Masters degree thesis. Sejong University. pp 66-100
- Kim KY. 2010. A research on the behaviour and promotion according to the rice consumer class. Doctoral thesis. Chung-Ang University. pp 1-56.
- Kang DH. 2011. A Study parents' Awareness and Ways to Expand Environmentally-Friendly Agricultural Products On Elementary school for parents. Masters degree thesis. Inje University. pp 1-12
- Lee SR. 1990. Food Contamination and Safety Assessment Food Resources Research a collection of learned papers. 2(1):69-87
- Lee KH. 2008. A degree of university students' recognition about vegetarian diet influences on students' understanding for vegetarian diet and intention of living on vegetables. Masters degree thesis. Tourism Sejong University. pp 24-66
- Lee HS. 2005. Study on the direction of developing organic food package in the wake of change in lifestyle of consumers who pursue well-being trend. Masters degree thesis. Ewha Womans University. pp 4-35
- Li XX. 2012. Research on organic food package design-Centered the XINSANHUI packaging design- Masters degree thesis. Konkuk University. pp 4-8
- Oh SC. 2000 A Structure of Demand for Environmentally Friendly Agricultural Products. Masters degree thesis. Sungkyunwan University. pp 9-24
- Park SJ, You SE. 2007. A Study of the Effect of Health Motivation and Environmental Concern on Choosing Organic Food. Consumer Culture Research institute, 10(4):107-126
- Park YS. 2006. a study on the purchase selection and satisfaction of organic food by lifestyle of consumers. Masters degree thesis. Cheju National University. pp 1-3
- Shin IS. 2011. The Influence of benefit pursued by purchasing organic product over menu selection attribute of the dining industry and satisfaction level. Doctoral thesis. Kyungsoong University. pp 4-20
- Sohn HJ. 2008. A study on the perception of the organic agricultural products and the state of purchasing them among housewives Department of Nutrition & Education. Masters degree thesis. Sangji University. pp 23-36
- Saher M, Lindeman M, Hursti UK. 2006. Attitudes towards genetically modified and organic food. *Appetite*, 46(3):324-331
- Von Alvensleben R. 1998. Ecological aspects of Food demand. *AIR-CAT*, 4(1):68-79
- Wandel M, Bugge A. 1997. Environmental concern in consumer evaluation of food quality. *Food Qual. Prefer.*, 20(8):19-26
- Yu BY. 2008. A Study on the consumer's behavior for well-being foods Department of Consumer Economics. Masters degree thesis. Sookmyung Women's University. pp 5-11
- Yoon HJ. 2004. A Study on Consumers' Recognition of organic Agricultural products Masters degree thesis. Sookmyung Women's university. pp 1-84
- Yoon JI. 2002. The structure of products and consumption for environment-friendly agricultural and A study on the Enhancement of reliability. Masters degree thesis. Dongguk University. pp 67-76
- Yin HY. 2007. A Study of Influencing Factors of Purchase Intention of Consumers for Food. Masters degree thesis. Chonbuk National University. pp 1-23

Received February 12, 2014; Revised March 17, 2014; Revised March 31, 2014; accepted April 7, 2014