

중학생의 간식구매행동, 식품과 영양표시의 이해도 - 나주시역 일부학생들을 대상으로 -

정난희*·김양주**·전은례*¹⁾

전남대학교 가정교육과·전남대학교 생활과학연구소*·전남대학교 교육대학원 교육학과 가정교육전공**

A study on Snack Purchasing Behavior, Understanding of Food and Nutrition Labeling of Middle School Students in Naju Area

Jung, Lan-Hee*·Kim, Yang-Ju**·Jeon, Eun-Raye*¹⁾

*Dept. of Home Economics Education, Human Ecology Research Institute, Chonnam National University**

*Major in Home Economics Education Graduate School of Education, Chonnam National University***

Abstract

The purpose of this study was to investigate perception of snack purchasing behaviors and labeling of foods and nutrition of the middle school students. The survey was conducted from 424 students who are boys and girls of middle school in Naju. Data were analyzed by a SPSS program. According to the survey, snack purchase place had a significant difference between gender($p < .05$), and all of the boys and girls responded at a high rate that it's convenience store. Snack eating frequency had a significant difference between boys and girls($p < .05$). Boys responded that they ate 1~2 times per a week the most, and girls responded that they ate 1~2 times per a month the most. As for snack purchasing behaviors, depending on gender, that of boys was 2.76 in average and that of girls was 2.87, lower than middle. The reason why students didn't check up food labeling, depending on gender and all of the boys and girls responded 'Expiration date' was first confirmed. As for the understanding of food expression, depending on snack expenses, the reason why food expression contents were hard showed a significant difference, depending on snack expenses($p < .05$). As for the understanding of food expression, depending on snack purchase attitude, the students showed a significant difference, depending on snack purchase attitude($p < .001$), and the lower the snack purchase attitude was, the less the students checked up snack expression. The reason why students checked up nutrition labeling a significant difference, depending

1) 교신저자: Jeon, Eun-Raye, 77 Yongbong-ro, Buk-gu, Gwangju, Chonnam National University, Republic of Korea

Tel: 062-530-2520, Fax: 062-530-2529, E-mail: eunyaej@naver.com

2) 본 논문은 2013년도 교육대학원 석사학위논문 의 일부임.

on gender, snack expense and snack purchase attitude($p < .001$). 'Weight management' was the highest. The recognition in the necessity of nutrition expression($p < .001$) and the necessity of food/ nutrition education and publicity($p < .01$) showed significant difference.

Key words: 간식 구매행동(Snack purchasing behavior), 식품과 영양표시(Labeling of foods and nutrition), 중학생(Middle school students)

I. 서론

청소년기는 생애주기에서 제 2의 급성장기로 성장발육과 신체적 변화가 급격하게 일어나는 시기이며, 신체성장이 왕성하고 성적 성숙과 더불어 지적, 정서적 발달이 활발하여 생애주기 중 그 어느 때 보다도 영양소의 요구량이 높은 시기이다(Nam, 2012). 이 시기의 균형 잡힌 영양의 섭취는 성장과 건강뿐 아니라 성인기의 건강에도 영향을 미치므로 이 시기에 올바른 식습관을 형성하고 유지하는 것은 매우 중요하다고 할 수 있다(Ko, 2010). 청소년기 식습관에 영향을 주는 요인에는 가족의 특성, 부모의 식습관, 경제조건, 사회적·문화적 규범 등의 외인성 요인과 생리적 특성 및 이들의 영양요구량, 이상적인 체형에 대한 인식, 개인적 가치관과 믿음, 자아개념, 기호, 심리발달 상태 및 건강과 같은 내적요인이 있다(Yang, 2010). 그래서 고도의 경제성장에 따른 사회의 급속한 변화 속에서 청소년들의 식습관과 식품기호가 서구화되었고, 외식·각종 인스턴트식품 및 가공식품의 섭취가 증가되었으며, 영양적으로 불균형한 형태의 간식을 자주 섭취함으로써 영양과다·비만 청소년의 증가와 더불어 높은 아침 결식비율, 편식과 바람직하지 못한 식습관으로 인한 영양부족과 영양불균형의 문제가 동시에 보고되고 있다(Jung, 2010).

간식은 아침·점심·저녁식사 이외에 섭취하는 가벼운 식사를 의미하며(Park, 2002), 어린이나 청소년은 3끼의 식사로 필요한 에너지와 영양소를 충분히 공급하기 어려우므로 간식이 필요하다. 그러나 청소년들은 주로 간식 선택에 있어서 영양을 고려하기 보다는 맛이나 가격을 먼저 고려하고 있으며, 편의점이나 슈퍼마켓을 이용하여 탄산음료, 피자, 스낵류 등을 주로 사먹는 실정이다(Nam, 2012). 이러

한 대부분의 가공식품 및 즉석식품에는 영양소가 충분하지 않고 열량만 높아 체중 증가의 주요 원인이 될 수 있고 식욕을 감퇴시켜 정규 식사에 좋지 않은 영향을 미칠 수 있다(Kim, 2001). 그리고 대부분의 청소년들은 영양의 중요성을 잘 인식하지 못하고 있고 이에 대한 일반적 지식이 부족하여(Kim, 2005), 식품 구매 시 식품의 영양과 안전성 보다는 맛이나 대중매체 등의 광고에 의존하여 식품을 선택하는 것으로 알려져 있어 문제시 되고 있다(Ko, 2001). 그래서 올바른 식품 선택 및 구매 행위는 청소년의 신체적·지적 발달과 식습관 형성에 있어 매우 중요하다. 이러한 어려움을 덜어주기 위하여 창안된 제도가 식품표시제도이다. 식품표시제도는 식품에 관한 각종 정보, 즉 구성성분, 중량, 제조일자 및 유통기한, 사용방법, 영양성분 등에 관한 정보를 제품의 포장이나 용기에 표시토록 함으로써, 생산자는 소비자가 건전한 식생활을 할 수 있도록 정확한 구매정보를 제공하고 소비자를 보호하는 제도이다(식품의약품안전청, 2004). 이 중에서도 영양표시제도(nutrition labeling)는 식품표시 항목 중의 하나로서 개별 식품에 함유된 영양소의 종류와 함량 등을 표시함으로써 소비자들에게 적절한 영양정보를 제공하여 합리적인 식품 선택과 건강관리에 도움을 주는 데 목적이 있다(식품의약품안전청, 2003). 이렇게 서로 다른 제품의 영양적 가치를 비교할 수 있도록 정보를 제공하기 때문에 식품의 구매에 직접적인 영향을 미치는 주요인이 된다(Joo et al., 2006). 최근 청소년들의 간식 섭취 비율이 점점 증가하고, 규칙적인 식사가 어려운 현실에서 청소년들의 간식에 대한 중요성이 강조됨에 따라 청소년을 대상으로 한 간식 섭취 실태조사 및 식생활에 대한 연구가 빈번하게 이뤄지고 있다.

특히, 청소년기에 잘못 형성된 식품 구매 패턴은 성인기에까지 이어질 가능성이 높기 때문에 이에 대한 올바른

교육 및 지도가 절실히 요구된다. 청소년들이 직접 식품을 구매하는 빈도가 증가하고 있음에도 불구하고 식품표시에 대하여 잘 알지 못하며 식품표시를 확인하지 않고 자신이 선호하는 식품만을 구매하는 것으로 보고되고 있어 청소년들의 올바른 간식 선택과 구입 및 식품표시에 대한 정확한 교육과 실천 행동이 필요하다고 할 수 있다 (Park, 2010). 이는 Choi(2010)의 가공식품의 영양표시에 대한 인식도와 길거리 음식 섭취실태 조사에서 간식으로 섭취하는 가공식품의 영양표시에 대한 교육의 필요성은 남학생과 여학생이 모두 높게 인식하고 있었다는 연구결과에서도 알 수 있었다. 이러한 교육과 실천 행동의 요구로 인해 Kang(2010), Ko(2010), Kwon(2005), Sung(2010), Yang(2010), Oh(2010), Lee(2009), Cho(2010), Chae(2012) 등의 선행 연구에서 식품과 영양표시의 이용 실태를 조사하였으나 변인에 따른 차이를 분석하지 않았다.

따라서 본 연구에서는 중학생의 평상시 간식 섭취행동과 구매태도에 따른 식품 및 영양표시의 이해도를 성별, 하루 간식비, 간식 구매태도에 따라 조사해보고 선행연구

와 차이점을 살펴봄으로써 앞으로 청소년의 올바른 간식 구매와 식품 선택을 위한 식생활교육의 기초 자료를 마련하는데 그 목적이 있다.

II. 연구 방법

1. 조사대상 및 자료 수집

본 연구는 전라남도 나주시에 소재한 중학교 남·여학생을 대상으로 예비조사를 실시해 수정·보완하여 본 조사를 2012년 12월 17일부터 12월 24일까지 실시하였다. 설문지는 남녀 합반으로 구성된 중학교 1, 2, 3학년 각 150부, 총 450부를 배부하여 수거된 442부(회수율 : 98.2%)의 자료 중 응답이 불충분한 자료를 제외하고, 총 424부(94.2%)를 최종 분석에 이용하였다.

Table 1. General characteristics of subjects

Variables	Item	N(%)	Variables	Item	N(%)
Gender (n=424)	Boys	217(51.2)	Monthly family income (Won) (n=400)	1,000,000 or below	16(4.0)
	Girls	207(48.8)		1,010,000~2,000,000	73(18.2)
Grade (n=424)	First	143(33.7)		2,010,000~3,000,000	106(26.5)
	Second	147(34.7)		3,010,000~4,000,000	84(21.0)
	Third	134(31.6)	4,000,000 or above	72(18.0)	
Education of father (n=404)	Elementary school	3(.7)	Etc.	49(12.3)	
	Middle school	15(3.7)	Education of mother (n=401)	Elementary school	2(.5)
	High school	201(49.8)		Middle school	16(4.0)
	College graduate	163(40.4)		High school	220(54.9)
	Postgraduate	22(5.4)		College graduate	146(36.4)
Occupation of father (n=401)	Production managers	128(31.9)		Postgraduate	17(4.2)
	Sales	47(11.7)	Occupation of mother (n=399)	Production managers	22(5.5)
	Service worker	69(17.2)		Sales	64(16.0)
	Office worker	94(23.5)		Service worker	63(15.8)
	Specialized technical	26(6.5)		Office worker	72(18.0)
	Professional	11(2.7)		Specialized technical	21(5.3)
	Management Directorate worker	16(4.0)		Professional	16(4.0)
	Housewife	10(2.5)		Management Directorate worker	4(1.0)
Age of father (n=416)	30~39	19(4.6)		Housewife	137(34.3)
	40~49	284(68.3)	Age of mother (n=417)	30~39	61(14.6)
	50~59	108(26.0)		40~49	325(77.9)
	60≤	5(1.2)		50~59	27(6.5)
		60≤		4(1.0)	

중학생의 일반적 사항은 <Table 1> 과 같다. 성별은 남학생이 217명(51.2%), 여학생이 207명(48.8%)이었고 학년별로 1학년 143명(33.7%), 2학년 147명(34.7%), 3학년 134명(31.6%)이었다. 가족의 한달 총 수입은 200~299만원이 106명(26.5%)으로 가장 많았고 300~399만원이 84명(21.0%), 101~199만원이 73명(18.2%), 400만원 이상이 72명(18.0%)으로 각각 나타났으며, 정확히 잘 모른다고 답변 경우도 49명(12.3%)이었다. 부의 학력은 고등학교 졸업 201명(49.8%), 대학교 졸업 163명(40.3%), 대학원 졸업 22명(5.4%)으로 나타났고 모의 학력 역시 고등학교 졸업 220명(54.9%), 대학교 졸업 146명(36.4%), 대학원 졸업 17명(4.2%)으로 나타나 부모의 학력은 고등학교 졸업이 많게 나타났다. 부모의 직업은 부가 생산관리직이 128명(31.9%)으로 가장 많았고, 사무직 94명(23.5%), 서비스직 69명(17.2%), 판매직 47명(11.7%), 전문기술직 26명(6.5%), 경영관리직 16명(4.0%)으로 나타났다. 모의 경우에는 주부가 137명(34.3%)으로 가장 많았고, 사무직 72명(18.0%), 판매직 64명(16.0%), 서비스직 63명(15.8%), 전문기술직 21명(5.3%)이었고 조사대상자의 65.6%는 맞벌이가정이었다. 부의 연령대는 40~49세가 284명(68.3%)으로 가장 많았고 50~59세도 108명(26.0%)으로 나타났고 30~39세가 19명(4.6%)으로 나타난 반면, 모의 연령대는 40~49세가 325명(77.9%)으로 가장 많았고 30~39세가 61명(14.6%), 50~59세가 27명(6.5%)으로 나타났다.

2. 측정 도구 및 방법

가. 설문지

본 연구에 사용된 설문지는 선행 연구들(Kwon, 2005; Kim, 2010; Sung, 2010; Choi, 2010)에서 제작된 설문지를 토대로 본 조사의 목적에 맞게 재구성하였으며, 예비조사를 통해 본 연구에 적합하도록 수정·보완하여 사용하였다.

설문지는 전남 나주지역 남·여 중학생의 일반적 사항, 간식 구매행동, 간식 구매태도, 식품과 영양표시의 이해와 이용에 관한 4개 영역, 총 40문항으로 제작하였고, 성실한

답변과 설문지의 신뢰도 및 회수율을 높이기 위해 담임교사들의 협조 하에 사전 안내를 철저히 하였다. 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

1) 일반적 사항

전남 나주지역 중학생의 일반 사항으로 성별, 학년, 한달 총 수입, 부모의 학력, 직업 및 연령 등 총 9문항을 조사하였다.

2) 간식 구매행동과 간식 종류별 섭취 횟수

Kwon(2005)의 연구를 수정보완하여 본 연구의 간식 구매행동에서는 간식비와 간식구매 장소 2문항과 종류별 간식섭취 횟수 10문항, 총 12문항으로 구성하여 청소년의 간식 구매행동을 조사하였다. 간식섭취 횟수는 ‘거의 먹지 않는다’ 1점에서 ‘월 1~2회 먹는다’ 2점, ‘주 3~4회 먹는다’ 3점, ‘주 1~2회 먹는다’ 4점, ‘거의 매일 먹는다’ 5점까지 5점 Likert 척도로 측정하여 총 50점 만점으로 하고 상, 중, 하 3 집단으로 구분하여 조사대상자의 성별 차이를 조사하였다.

3) 간식 구매태도

간식 구매태도를 묻는 문항은 총 7문항으로 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않은 편이다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘다소 그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점까지 5점 Likert 척도로 측정하여 총 35점 만점으로 하였고, ‘나는 간식 구매시 하나의 특정한 제품만을 습관적으로 고집하는 경향이 있다’, ‘나는 유명 상표 식품의 경우 가격이 비싸더라도 기꺼이 구매한다’, ‘간식 제품 광고는 나의 구매에 큰 영향을 준다’, ‘나는 간식 포장 디자인에 따라서 간식 구매시 영향을 받는다’ 4문항은 ‘매우 그렇다’ 1점, ‘다소 그렇다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇지 않은 편이다’ 4점, ‘전혀 그렇지 않다’ 5점으로 역점수화 하여 간식 구매태도를 상, 중, 하 3집단으로 구분하였다.

4) 식품과 영양표시의 이해도

가) 식품표시의 이해도

식품표시의 이해와 이용실태를 확인하기 위해 5문항으로 조사하였다. 확인하는 경우, 식품표시 내용 중 가장 먼저 확인 하는 내용과 확인 이유를 응답하도록 하였고 확인하지 않는 경우는 식품표시를 확인하지 않는 이유를 응답하도록 하였다. 식품표시 내용의 이해가 어려운 이유를 응답하도록 하여 주된 이유가 무엇인지 알아보았다.

나) 영양표시의 이해도

영양표시의 이해도를 알아보기 위해 영양표시 인식 여부, 영양표시 확인 경험 유무, 영양표시 확인 시 우선 확인사항, 영양표시 확인 이유, 영양표시를 확인하지 않는 이유, 영양표시의 필요성 인식 여부, 식품/영양표시에 대한 교육이나 홍보 필요성에 대해 각각 조사하였다.

3. 자료 분석 방법

본 연구의 자료 분석은 SPSS(Statistics Package for the Social Science, Ver. 20.0 for Window) 프로그램으로 통계 처리하여 분석하였다. 조사 대상의 각 조사 항목에 대해 빈도, 백분율, 평균, 표준편차를 산출하였고, 또한 χ^2 -test와 t-test, ANOVA를 실시하였다. 일반적 사항은 조사대상

자의 성별, 학년, 한달 총 수입, 부모의 학력, 부모의 직업, 부모의 연령을 조사하여 빈도, 백분율로 표시하였다. 간식 섭취횟수와 간식 구매태도는 성별에 따른 차이를 알아보기 위해 χ^2 -test와 t-test로 실행하였다. 성별, 간식비, 간식 구매태도에 따른 식품표시에 대한 이해의 차이를 알아보기 위해 χ^2 -test와 t-test로 실행하였다. 영양표시에 대한 이해를 알아보기 위해 성별, 간식비, 간식 구매태도에 따른 상, 중, 하 3 집단으로 구분하고 차이를 알아보기 위해 χ^2 -test와 t-test로 처리하였다.

III. 연구 결과

1. 성별에 따른 간식 구매행동

성별에 따른 간식 구매행동의 특성은 <Table 2> 와 같다. 간식구입 장소는 남학생이 편의점 129명(59.7%), 노점상 28명(13.0%), 기타 26명(12.0%), 분식점이 15명(6.9%) 순으로 나타났다. 여학생은 편의점이 94명(46.8%)으로 가장 높게 나타났고, 기타 40명(19.9%), 노점상 26명(12.9%), 분식점 23명(11.4%), 커피전문점이 4명(2.0%)으로 나타나 남·여학생이 유의한 차이가 있었다. 남·여학생들 모두 편의점을 많이 이용함을 알 수 있었다. Kwon(2005)의 서울

Table 2. Snacks purchasing behaviors of middle school students by gender

Variables	Item	Boys	Girls	χ^2	N(%)
Daily snack costs(Won) (n=422)	$\geq 2,000$	99(45.6)	89(43.4)	1.28	
	2,100~4,000	77(35.5)	83(40.5)		
	4,100 \leq	41(18.9)	33(16.1)		
Places to purchase snacks (n=417)	Street vendors	28(13.0)	26(12.9)	16.13*	
	School stores	6(2.8)	8(4.0)		
	Convenient stores	129(59.7)	94(46.8)		
	Specialty stores in toast	3(1.4)	1(.5)		
	Fast food stores	9(4.2)	5(2.5)		
	Snack bars	15(6.9)	23(11.4)		
	Specialty stores in coffee	0(.0)	4(2.0)		
	Other	26(12.0)	40(19.9)		

* p<.05

지역 중학생의 식생활 태도 및 간식섭취에 영향을 미치는 요인에 대한 연구에서는 간식구입 장소로 슈퍼마켓이 가장 많았고, 분식점, 패스트푸드점 순으로 나타났다고 보고하여 각 지역 특성에 따라 학생들의 주변 환경시설에 따라 차이가 있었다. 하루 간식비는 남학생의 경우 2,000원 이하는 99명(45.6%)으로 가장 많았고, 2,100원~4,000원은 77명(35.5%), 4,100원 이상은 41명(18.9%)이었다. 여학생은 2,000원 이하는 89명(43.4%), 2,100원~4,000원 83명(40.5%), 4,100원 이상은 33명(16.1%)으로 남·여학생 모두 2,000원 이하가 가장 많았으나 성별간 유의한 차이는 나타나지 않았다. Chae(2012)의 대구지역 초등학교의 식습관 및 간식섭취에 미치는 요인에 관한 연구에서는 1주일 간

식비로 5천원 미만을 쓰는 학생이 가장 많았고, 5천원~1만원 미만 순이었다고 하였고, Min(2009)의 부산지역 중학생의 영양표시 인식에 대한 조사에서는 2만원 미만, 3만원~5만원 미만, 2만원~3만원 미만 순으로 나타나 지역에 따라 차이를 보임을 알 수 있었다.

2. 성별에 따른 간식 섭취횟수

성별에 따른 일반적인 간식섭취 횟수는 <Table 3> 과 같이 김밥에서 남학생, 여학생간 유의한 차이($p<.05$)를 보

Table 3. Snacks eating frequency of middle school students by gender

Variables	Item	Boys	Girls	N(%)	χ^2
Milk and dairy products (n=418)	Almost never eat	31(14.6)	26(12.6)	1.94	
	1~2/mon	28(13.2)	37(18.0)		
	1~2/week More than	153(72.2)	143(69.4)		
Sandwiches (n=421)	Almost never eat	109(50.9)	110(53.1)	.50	
	1~2/mon	71(33.2)	69(33.3)		
	1~2/week More than	34(15.9)	28(13.5)		
Fish flesh products (n=421)	Almost never eat	74(34.6)	72(34.8)	.07	
	1~2/mon	79(36.9)	74(35.7)		
	1~2/week More than	61(28.5)	61(29.5)		
Frozen foods (n=421)	Almost never eat	49(22.9)	50(24.2)	1.09	
	1~2/mon	94(43.9)	94(47.3)		
	1~2/week More than	71(33.2)	59(28.5)		
Noodles (n=421)	Almost never eat	17(7.9)	19(9.3)	3.86	
	1~2/mon	45(20.8)	58(28.3)		
	1~2/week More than	154(71.3)	128(62.4)		
Gimbap (n=418)	Almost never eat	36(16.7)	39(18.8)	6.03*	
	1~2/mon	74(34.4)	91(44.0)		
	1~2/week More than	105(48.9)	77(37.2)		
Bread (n=421)	Almost never eat	27(12.6)	34(16.4)	1.30	
	1~2/mon	70(32.7)	67(32.4)		
	1~2/week More than	117(54.7)	106(51.2)		
Beverages (n=421)	Almost never eat	18(8.4)	29(14.0)	3.46	
	1~2/mon	42(19.6)	41(19.8)		
	1~2/week More than	154(72.0)	137(66.2)		
Confectioneries sold in coffee specialty stores(n=419)	Almost never eat	100(47.2)	80(38.6)	5.56	
	1~2/mon	63(29.7)	84(40.6)		
	1~2/week More than	49(23.1)	43(20.8)		
Confectionery (n=421)	Almost never eat	26(12.1)	16(7.7)	2.38	
	1~2/mon	39(18.2)	42(20.3)		
	1~2/week More than	149(69.6)	149(72.0)		

* $p<.05$

였다. 남학생의 경우 일주일에 1~2회 이상 먹는다가 105명(48.9%)으로 가장 높았고, 여학생은 한달에 1~2회 먹는다가 91명(44.0%)으로 가장 높았다. 남학생은 김밥, 면, 음료, 우유 및 유제품의 섭취 횟수가 많았으며, 여학생은 과자, 우유 및 유제품, 음료, 면의 섭취 횟수가 많아 성별에 따라 간식종류의 기호성이 다름을 알 수 있었다. Jang(2011)의 광양지역 일부 고등학생의 가공식품 섭취실태와 식품첨가물에 대한 인식에서 남학생은 탄산음료를 가장 선호하였고, 여학생은 과자, 빵을 선호하는 간식으로 조사되었고, Kwon(2005)의 서울지역 중학생의 식생활태도 및 간식 섭취에 영향을 미치는 요인에서 간식섭취 횟수가 많은 것은 우유와 빵, 아이스크림, 떡볶이 순으로 나타났다. Baek(2010)의 울산지역 중학생의 생활습관, 식습관 및 간식섭취 실태에서 전체적으로 과일의 섭취 횟수가 가장 많았고 우유 및 유제품이 그 다음 순이었다. 이상의 여러 연구 결과에서 간식으로 우유와 유제품의 섭취가 많음을 볼 수 있었는데 이는 성장기에 있는 학생들이 간식의 선택에 있어 건강에 대해 고려하고 있음으로 보여진다.

3. 성별에 따른 간식 구매태도

성별에 따른 간식 구매태도는 <Table 4> 와 같다. 남학생의 경우 2.76, 여학생은 2.87로 보통 수준 이하였고, 성별에 따른 유의한 차이(p<.01)를 보였다. 즉, 여학생이 남

학생보다 간식 구매태도가 조금 양호한 것으로 나타났다. 간식 구매태도를 문항별로 살펴보면, 남학생보다 여학생들은 간식 구매 시 가격을 민감하게 생각하며 선택하였고 (p<.05), 다이어트를 염두에 두고 간식을 구매 하는 것으로 나타났다(P<.001). 간식 구매 시 하나의 특정한 제품만을 습관적으로 고집하는 경향은 남학생이 3.03, 여학생이 2.96으로 보통이하 수준이었다. 유명 상표 간식의 경우 비싸더라도 구입한다는 남·여학생 모두 3.77로 유명 제품의 간식을 선호하여 구매하는 것으로 나타났다. 식품에 대한 표시 내용을 비교해 보고 간식을 구매한다는 남학생 2.29, 여학생 2.36으로 보통 이하 수준이었다. 식품 선택과 구매 시 영양표시를 확인하고 구매할 수 있도록 식생활교육이 요구되는 부분으로 해석된다. 또한, 간식 구매 시 제품의 광고에 영향을 받는 남학생은 2.44, 여학생은 2.54로 구매태도가 평균 이하 수준이었고, 간식 포장 디자인을 보고 구매한다는 남학생은 2.59, 여학생은 2.61로 나타나 간식에 함유된 영양표시를 보고 구매하기 보다는 광고, 포장 디자인 등에 따라 간식 구매 결정을 하는 것으로 조사되었다. Sung(2010)의 경기지역 남·여 고등학생의 간식 구매행동과 영양표시에 대한 인식 및 이용실태에 관한 연구에서도 남학생, 여학생 모두 식품 구매 시 가격을 비교한다는 응답이 높게 나와 가격에 대한 민감도가 크다는 것을 알 수 있었으며, 남학생의 경우 체중에 대한 민감도를 나타내는 식품 구매 시 다이어트를 염두에 둔다가 가장 점수가 낮았다. 본 연구에서 가격을 염두에 두고 간식을 구매한다는 평균 이상의 결과가 나온 것과 같은 결과이며,

Table 4. Snacks purchasing attitude of middle school students by gender

Variables	M(SD)		
	Boys	Girls	t
I consider snacks' prices when purchasing them.	3.12(1.13)	3.37(1.00)	-2.41*
I consider dieting when purchasing snacks.	2.05(1.06)	2.50(1.13)	-4.22***
I tend to habitually stick to a certain product when purchasing snacks.	3.03(1.11)	2.96(1.10)	.67
I am willing to purchase a luxury food product even though it is expensive.	3.77(.98)	3.77(.90)	.03
I am willing to purchase a luxury food product even though it is expensive.	2.29(.99)	2.36(.96)	-.70
Advertisements of snacks have an influence on my purchasing of them.	2.44(1.05)	2.54(1.11)	-.97
I am affected by a packing design of snacks when purchasing them.	2.59(1.05)	2.61(1.09)	-.16
Total	2.76(.46)	2.87(.42)	-2.63*

* p<.05, *** p<.001

남학생들은 여학생들보다 다이어트에 민감도가 낮은 것으로 본 연구와 일치하였다. Yang(2010)의 전북지역 고등학생의 간식 섭취실태와 식품영양표시에 대한 인식도에서 식품구매 시 고려사항으로 맛, 가격, 외관(모양), 영양, 유통기한, 원산지, 제조회사, 광고의 순으로 나타났다. Jo(2010)의 중·고등학생의 가공식품 이용실태와 식품첨가물에 대한 인식에 관한 연구에서 간식 구매 시 맛, 가격, 유통기한 등의 순으로 고려하여 선택하는 것으로 나타났다. 본 연구에서 중학생의 간식 구매태도는 가격, 다이어트, 특정제품, 광고, 포장 디자인 등에 영향을 많이 받는 것으로 해석된다. 학교에서 보다 적극적인 식생활교육을 통해 청소년들이 식품 선택과 간식 구매 시 영양표시 활용에 따

른 지도가 필요하다고 사료된다.

4. 성별, 간식비, 간식구매태도에 따른 식품표시에 대한 이해

성별에 따른 식품표시에 대한 이해는 <Table 5>와 같다. 성별에 따른 식품표시에 대한 확인 여부는 남학생 127명(58.8%), 여학생 128명(61.8%)이 확인하지 않았고 확인하는 학생은 남학생 89명(41.2%), 여학생 79명(38.2%)이었다. Kim(2010)의 광주지역 중학생의 식품과 영양표시에

Table 5. Understanding of food Labeling of middle school students by gender

Variables		Item	Boys	Girls	χ^2	N(%)
Checking behaviors (n=423)	Check		89(41.2)	79(38.2)	.41	
	Does not check		127(58.8)	128(61.8)		
Items of checking (n=168)	Product names		9(10.1)	4(5.1)	14.46	
	Name of manufacturer		3(3.4)	3(3.8)		
	Expiration date		58(65.2)	48(60.8)		
	Date of manufacturer		2(2.3)	6(7.6)		
	Price		10(11.2)	13(16.5)		
	Contents(capacity, number)		1(1.1)	1(1.2)		
	Raw materials		1(1.1)	0(.0)		
	Food additives		5(5.6)	0(.0)		
	Warnings		0(.0)	0(.0)		
	Place of origin		0(.0)	2(2.5)		
Reasons of checking (n=168)	Nutritional contents		0(.0)	2(2.5)	4.24	
	Confirmation of additives		10(11.2)	9(11.4)		
	Nutrients		4(4.5)	2(2.5)		
	Compare with other companies of price, weight		8(9.0)	5(6.3)		
	Manufacturers		3(3.4)	0(.0)		
	Expiration date		59(66.3)	56(70.9)		
Reasons of not checking (n=255)	Price		5(5.6)	7(8.9)	6.41	
	How-to-eat or recipe		0(.0)	0(.0)		
	because of their confidence of right choices		8(6.3)	1(.8)		
	because of their habitual purchasing behaviors		50(39.4)	60(46.9)		
	because of small or crude labeling		20(15.7)	20(15.6)		
Reasons of difficult (n=372)	because of their not understanding labeling		17(13.4)	17(13.3)	3.39	
	because of their not reading labeling		32(25.2)	30(23.4)		
	because of their not having related education		34(18.1)	23(12.5)		
	because of their not having basic nutrition knowledge		42(22.3)	52(28.3)		
	because of small letters and various labeling		76(40.4)	77(41.8)		
	because of frequently changed food labeling methods and insufficient public relations		24(12.8)	21(11.4)		
others		12(6.4)	11(6.0)			

대한 인식 및 이용실태에서는 식품표시를 확인한다가 많았고, 37.1%는 확인하지 않는다고 응답하여 본 연구와 상반되는 결과를 보여주었다. 이는 조사대상자의 거주지가 농촌 지역과 대도시라는 차이가 작용 했을 것으로 해석된다. 식품표시를 확인한다고 응답한 학생 중 가장 먼저 확인 하는 것은 남학생 58명(65.2%), 여학생 48명(60.8%)이 유통기한이라고 응답하였다. 그 다음 순으로는 남학생 10명(11.2%), 여학생 13명(16.5%)이 가격을 확인한다고 하였으며, 남학생 9명(10.1%), 여학생 4명(5.1%)이 제품명을 확인하였다. 남학생 3명(3.4%), 여학생 3명(3.8%)이 식품제조회사를 확인하는 것으로 나타났다. 식품표시를 확인하는 이유는 남학생 59명(66.3%), 여학생 56명(70.9%)이 유통기한을 확인하기 위해 식품표시를 확인하였다. 그 밖의 답변으로는 해로운 첨가물 여부 확인을 위해서가 남학생 10명(11.2%), 여학생 9명(11.4%)으로 나타났다. 남학생 127명(58.8%)과 여학생 128명(61.87%)이 식품표시를 확인하지 않는다고 응답하였는데 남학생 50명(39.4%), 여학생 60명(46.9%)이 습관적으로 구매하기 때문이라고 답하였고, 표시된 사항을 읽지 않아서라고 답한 남학생은 32명(25.2%), 여학생 30명(23.4%)이었다. 또한, 식품표시가 작거나 조잡해서라고 답한 남학생은 20명(39.4%), 여학생 20명(15.6%)이었다. 표시 내용을 이해하기 어려워서라고 응답한 남학생이 17명(13.4%), 여학생이 17명(23.4%)으로 나타났다. 식품표시 내용이 어려운 이유는 남학생 76명(40.4%)과 여학생 77명(41.8%)이 글씨가 작고 표시방법이 다양해서라고 답하였다. 그 다음 순으로 영양에 대한 기본지식이 없어서라고 응답한 남학생은 42명(22.3%), 여학생은 52명(28.3%)이었다. 관련 교육을 받지 않아서라고 응답한 남학생이 34명(18.1%), 여학생이 23명(12.5%)이었고, 식품표시내용 관련법이 자주 바뀌고 홍보가 부족해서라고 응답한 남학생이 12명(6.4%), 여학생이 11명(6.0%)으로 나타났다.

간식비에 따른 식품표시에 대한 이해는 <Table 6> 과 같다. 식품표시 확인 여부는 간식비의 많고 적음에 상관없이 식품표시를 대다수의 학생들이 확인하지 않고 간식을 구매하는 것으로 나타났다. 식품표시 중 가장 먼저 확인하는 항목은 유통기한이 간식비 2,000원 이하 집단,

2,100~4,000원 집단, 4,100원 이상 각각의 경우 40명(57.1%), 45명(65.2%), 21명(72.4%)으로 가장 높게 나타나 성별에 따른 경우와 같이 간식비에 상관없이 우선적으로 유통기한을 가장 먼저 확인하는 것으로 나타났다. 식품표시를 확인하는 이유는 간식비 2,000원 이하 집단에서는 49명(68.0%), 간식비 2,100~4,000원 집단에서는 48명(70.6%), 간식비 4,100원 이상 집단에서는 17명(60.8%)의 학생이 유통기한 확인을 위해서 식품표시를 확인하는 것으로 조사되어 높은 값을 보였지만, 영양소를 확인하기 위해서라고 응답한 학생은 간식비 2,000원 이하 집단에서 3명(4.2%), 간식비 2,100~4,000원 집단에서 3명(4.4%), 간식비 4,100원 이상 집단에서 0명(0%)으로 낮게 나타나 많은 차이를 보였는데 이는 식품과 간식 구매 시 유통기한을 확인하는 청소년들의 행동은 바람직하지만, 식품표시와 영양성분 표시에도 관심을 가지고 활용할 수 있도록 교육이 필요하리라 사료된다. 식품표시를 확인하지 않는 이유는 습관적으로 구매하기 때문이 간식비 2,000원 이하 집단에서 54명(47.0%), 간식비 2,100~4,000원 집단에서 36명(38.7%), 간식비 4,100원 이상 집단에서 20명(42.6%)으로 나타났다. 표시된 사항을 읽지 않아서라고 응답한 학생은 간식비 2,000원 이하 집단에서 23명(20.0%), 간식비 2,100~4,000원 집단에서 27명(29.0%), 간식비 4,100원 이상 집단에서 12명(25.5%)으로 조사되었다. 표시가 작거나 조잡해서라고 응답한 학생은 간식비 2,000원 이하 집단에서 20명(17.4%), 간식비 2,100~4,000원 집단에서 14명(15.1%), 간식비 4,100원 이상 집단에서 6명(12.7%)으로 나타났다. 표시 내용을 이해하기 어려워서라고 응답한 학생은 간식비 2,000원 이하 집단에서 15명(13.0%), 간식비 2,100~4,000원 집단에서 12명(12.9%), 간식비 4,100원 이상 집단에서 7명(14.9%)으로 나타났다. 올바른 선택에 대한 자신감이 있어서라고 응답한 학생은 간식비 2,000원 이하 집단에서 3명(2.6%), 간식비 2,100~4,000원 집단에서 4명(4.3%), 간식비 4,100원 이상 집단에서 2명(4.3%)로 순으로 나타났다. 식품표시 내용이 어려운 이유는, 간식비 2,000원 이하 집단에서 66명(39.2%)의 학생과 간식비 2,100~4,000원 집단에서 66명(47.8%)의 학생, 간식비 4,100원 이상 집단에서 21명(31.8%)의 학생이 글씨가 작고, 표시방법이 다양해서라고

Table 6. Understanding of food Labeling of middle school students by snack costs

Variables		Item	≥2,000 (Won)	2,100~4000 (Won)	4,100≤ (Won)	N(%)
Checking behaviors (n=423)	Check		74(39.2)	67(42.1)	27(36.0)	.96
	Does not check		115(60.8)	92(57.9)	48(64.0)	
Items of checking (n=168)	Product names		6(8.6)	6(8.7)	1(3.4)	14.65
	Name of manufacturer		2(2.9)	2(2.9)	2(7.0)	
	Expiration date		40(57.1)	45(65.2)	21(72.4)	
	Date of manufacturer		5(7.2)	3(4.4)	0(.0)	
	Price		10(14.3)	9(13.1)	4(13.8)	
	Contents(capacity, number)		1(1.4)	0(.0)	1(3.4)	
	Raw materials		1(1.4)	0(.0)	0(.0)	
	Food additives		4(5.7)	1(1.4)	0(.0)	
	Warnings		0(.0)	0(.0)	0(.0)	
Reasons of checking (n=168)	Place of origin		1 (1.4)	1(1.4)	0(.0)	14.18
	Nutritional contents		0(.0)	2(2.9)	0(.0)	
	Confirmation of additives		11(15.3)	6(8.8)	2(7.1)	
	Nutrients		3(4.2)	3(4.4)	0(.0)	
	Weight		7(9.7)	4(5.9)	2(7.1)	
	Manufacturers		0(.0)	1(1.5)	2(7.1)	
Reasons of not checking (n=255)	Expiration date		49(68.0)	48(70.6)	17(60.8)	3.90
	Price		2(2.8)	6(8.8)	5(17.9)	
	How-to-eat or recipe		0(.0)	0(.0)	0(.0)	
	because of their confidence of right choices		3(2.6)	4(4.3)	2(4.3)	
	because of their habitual purchasing behaviors		54(47.0)	36(38.7)	20(42.6)	
Reasons of difficult (n=372)	because of small or crude labeling		20(17.4)	14(15.1)	6(12.7)	16.13*
	because of their not understanding labeling		15(13.0)	12(12.9)	7(14.9)	
	because of their not reading labeling		23(20.0)	27(29.0)	12(25.5)	
	because of their not having related education		32(19.1)	13(9.4)	12(18.2)	
Reasons of others	because of their not having basic nutrition knowledge		44(26.2)	29(21.0)	21(31.8)	16.13*
	because of small letters and various labeling		66(39.2)	66(47.8)	21(31.8)	
	because of frequently changed food labeling methods and insufficient public relations		18(10.7)	22(16.0)	5(7.6)	
others		8(4.8)	8(5.8)	7(10.6)		

* p<.05

응답하였다. 영양에 대한 기본 지식이 없어서라고 답한 학생은 간식비 2,000원 이하 집단에서 44명(26.2%), 간식비 2,100~4,000원 집단에서 29명(21.0%), 간식비 4,100원 이상 집단에서 21명(31.8%)이 응답하였다. 관련 교육을 받지 않아서라고 응답한 학생은 간식비 2,000원 이하 집단에서 32명(19.1%), 간식비 2,100~4,000원 집단에서 13명(9.4%), 간식비 4,100원 이상 집단에서 12명(18.2%)으로 나타났다. 청소년들이 식품표시에 대한 중요성을 인지하고 간식과 식품을 구매할 수 있도록 식품표시 방법을 간편하고 쉽게 제

도적으로 개선·보완이 필요하다고 보여진다. 본 연구에서는 식품표시 내용이 어려운 이유를 글씨가 작고, 표시방법이 다양해서라고 답한 학생이 간식비 세 집단 모두 유의하게 (p<.05) 높았다.

간식구매태도에 따른 식품표시에 대한 이해는 <Table 7> 과 같다. 간식 구매태도 점수가 높은 집단에서 56명(49.6%)이 확인한다고 응답하였으며, 중간 집단에서 76명(44.4%), 낮은 집단에서 36명(25.9%)이 확인하는 것으로 나타나 유의한 차이(p<.001)를 보였다. 식품표시 확인 항

Table 7. Understanding of food Labeling of middle school students by purchasing attitude of snacks

Variables		Item	High	Mid	Low	N(%)
Checking behaviors (n=423)	Check		56(49.6)	76(44.4)	36(25.9)	17.25***
	Does not check		57(50.4)	95(55.6)	103(74.1)	
Items of checking (n=168)	Product names		7(12.8)	5(6.5)	2(5.6)	19.12
	Name of manufacturer		1(1.8)	5(6.5)	0(.0)	
	Expiration date		34(61.8)	46(59.7)	25(69.4)	
	Date of manufacturer		4(7.3)	2(2.6)	2(5.6)	
	Price		4(7.3)	15(19.5)	4(11.0)	
	Contents(capacity, number)		0(.0)	1(1.3)	1(2.8)	
	Raw materials		0(.0)	1(1.3)	0(.0)	
	Food additives		2(3.6)	2(2.6)	1(2.8)	
	Warnings		0(.0)	0(.0)	0(.0)	
	Place of origin		1(1.8)	0(.0)	1(2.8)	
Nutritional contents		2(3.6)	0(.0)	0(.0)		
Reasons of checking (n=168)	Confirmation of additives		9(16.1)	7(9.2)	3(8.3)	12.54
	Nutrients		3(5.4)	2(2.6)	1(2.8)	
	Weight		4(7.1)	8(10.5)	1(2.8)	
	Manufacturers		1(1.8)	2(2.6)	0(.0)	
	Expiration date		39(69.6)	48(63.2)	28(77.8)	
	Price		0(.0)	9(11.9)	3(8.3)	
Reasons of not checking (n=255)	How-to-eat or recipe		0(.0)	0(.0)	0(.0)	3.54
	because of their confidence of right choices		2(3.5)	4(4.2)	3(2.9)	
	because of their habitual purchasing behaviors		25(43.9)	36(37.9)	49(47.6)	
	because of small or crude labeling		9(15.8)	14(14.7)	17(16.5)	
	because of their not understanding labeling		7(12.3)	13(13.7)	14(13.6)	
Reasons of difficult (n=372)	because of their not reading labeling		14(24.5)	28(29.5)	20(19.4)	4.32
	because of their not having related education		13(12.9)	25(17.5)	19(14.8)	
	because of their not having basic nutrition knowledge		27(26.7)	31(21.6)	36(28.1)	
	because of small letters and various labeling		44(43.6)	61(42.7)	48(37.5)	
	because of frequently changed food labeling methods and insufficient public relations		12(11.9)	15(10.5)	18(14.1)	
others		5(4.9)	11(7.7)	7(5.5)		

High≥M+½SD, M-½SD<Mid<M+½SD, Low≤M-½SD

*** p<.001

목은 세 집단 모두에서 유통기한, 제품명, 제조연월일, 가격, 함유된 식품첨가물, 영양성분표시, 사용원료의 원산지 순으로 확인하는 것으로 조사되었다. 식품표시를 확인하지 않는 이유는 습관적으로 구매하기 때문이라고 답한 학생이 간식 구매태도 점수가 높은 집단에서 25명(43.9%), 중간 집단에서 36명(37.9%), 낮은 집단에서 49명(47.6%)으로 나타났다. 점수가 낮은 집단으로 갈수록 습관적으로 구매하여 식품표시를 확인하지 않는 것을 알 수 있었다. 표시된 사항을 읽지 않아서, 표시가 작거나 조잡해서, 표시 내

용을 이해하기 어려워져서, 올바른 선택에 대한 자신감 때문 순으로 식품표시 확인 하지 않는 이유에 대해 응답하였다. 식품표시 내용이 어려운 이유에 대해서는 글씨가 작고, 표시방법이 다양해서, 영양에 대한 기본지식이 없어서, 관련 교육을 받지 않아서, 식품표시내용 관련법이 자주 바뀌고 홍보가 부족해서 순으로 나타났다.

본 연구에서 성별, 간식비, 간식구매태도에 따라 유통기한을 가장 먼저 확인한다는 결과처럼 Kim(2001)의 식품영양표시에 대한 중학생과 학부모의 인지도와 이용 실태에

서는 대다수의 학생이 유통기한을 확인하기 위해서 식품 표시를 확인한다고 하였다. Kim(2010)의 광주지역 중학생의 식품과 영양표시에 대한 인식 및 이용실태에서도 식품 표시를 확인한다고 응답한 학생 중 유통기한을 가장 먼저 확인하였다. Jung(2005)의 고등학생의 식품영양표시에 대한 이해와 이용 실태에서도 식품표시 중 가장 먼저 확인하는 것으로 유통기한, 가격, 제품명, 내용량 순으로 나타났다. Kim(2010)의 광주지역 중학생의 식품과 영양표시에 대한 인식 및 이용실태에서도 식품표시를 확인하지 않는다고 응답한 학생 중 아무 생각 없이 습관적으로 구매하는 편이라고 답한 학생이 가장 많았고, 식품표시에 관심이 없기 때문, 식품표시 내용을 이해하기 어렵기 때문에 순이었다. 전반적으로 식품표시를 확인하지 않는 이유는

식품표시 내용을 이해하지 못해서라기보다는 식품 구매 시 식품표시에 관심을 갖지 않고 무의식적으로 구매하는 습관에서 비롯된다고 볼 수 있다. 그러므로 구매 습관에 있어서 현명한 소비자가 되기 위한 소비자 교육의 중요성이 강조되어야 할 것이다. 또한 식품표시에 관심을 갖도록 흥미로운 교육매체 개발에도 힘써야 할 것이다. Yang(2010)의 식품영양표시 활용 실태와 식생활 지침 실천 관련성에 관한 연구에서는 식품표시 내용이 어려운 이유가 식품표시에 대한 관심이 없어서가 가장 높았고, 식품표시를 이해하기 어려워서, 식품표시가 너무 작고 조잡해서, 식품표시에 대해 배웠거나 들어 본 적이 없어서 순으로 나타나 본 연구와 약간의 차이를 나타냈다. Lee(2011)의 중학생의 영양표시 인식 정도에 따른 식품

Table 8. Understanding of nutritional Labeling of middle school students by gender

Variables	Item	Boys	Girls	χ^2	N(%)
Recognition behaviors (n=423)	Don't know	24(11.2)	25(12.0)	.09	
	Common	80(37.2)	76(36.5)		
	Know	111(51.6)	107(51.5)		
Experience of reading (n=423)	Have	174(80.6)	176(85.0)	1.48	
	Don't have	42(19.4)	31(15.0)		
Items of checking (n=350)	An amount of intake	21(12.1)	13(7.4)	17.51**	
	Calorie	98(56.3)	124(70.4)		
	Lipid	19(10.9)	26(14.8)		
	Protein	7(4.0)	3(1.7)		
	Sodium	12(6.9)	4(2.3)		
	Vitamin, minerals, Others	5(2.9) 12(6.9)	3(1.7) 3(1.7)		
Reasons of checking (n=350)	For their health care	43(24.7)	26(14.8)	24.73***	
	For their weight management	50(28.7)	95(54.0)		
	For the confirmation of nutrients	37(21.3)	26(14.8)		
	For the comparison with those of other companies	5(2.9)	1(.5)		
	Out of curiosity	23(13.2)	18(10.2)		
Reasons of not checking (n= 73)	Because of their not having interest in them	23(54.8)	15(48.4)	4.08	
	Because of small or crude labeling	5(11.9)	9(29.0)		
	Because of difficult labeling	7(16.7)	4(12.9)		
	Because of the absence of nutritional labeling	4(9.5)	1(3.2)		
Recognition of necessity (n=423)	Not necessary	19(8.8)	7(3.4)	5.92	
	Fair to middling	52(24.1)	47(22.7)		
	Necessary	145(67.1)	153(73.9)		
Recognition of the necessity of education and public relations(n=423)	Not necessary	27(12.5)	16(7.7)	2.72	
	Fair to middling	78(36.1)	82(39.6)		
	Necessary	111(51.4)	109(52.7)		

** p<.01, *** p<.001

구입 경향 분석에서도 아무 생각 없이 습관적으로 구입하기 때문이 가장 높게 나타났고, Yang(2010)의 식품영양표시 활용 실태와 식생활지침 실천 관련성에 관한 연구에서도 습관적으로 구매하기 때문이라는 답변이 가장 높게 나타났다. Kang(2010)의 울산지역 중학생의 식품영양표시에 대한 인식 및 이용 실태 또한 습관적으로 구매하기 때문에 식품표시를 확인하지 않는다고 조사되어 모두 본 연구와 같은 결과로 식품표시에 대한 관심이 없기 때문에 확인하지 않는 것으로 나타났다. Kim(2010)의 광주지역 중학생의 식품과 영양표시에 대한 인식 및 이용 실태에서 식품표시 내용이 어려운 이유로 글씨가 작고, 표시 방법이 다양해서라고 답한 학생이 가장 많아 본 연구와 같은 결과를 보였다.

5. 성별, 간식비, 간식구매태도에 따른 영양표시에 대한 이해

성별에 따른 영양표시에 대한 이해는 <Table 8> 과 같이 영양표시 확인시 먼저 확인하는 것은 열량이 남·여학생 각각 98명(56.3%), 124명(70.4%)으로 높게 나타나 ($p<.01$) 열량에 대한 관심이 높았으며, 특히 여학생은 다이어트나 외모등에 관심이 많은 청소년 시기를 말해주듯 단연 높게 나타났다. 다음으로 1회 섭취 분량을 남학생 21명(12.1%), 여학생 13명(7.4%)이 응답하였다. 지방은 남학생 19명(10.9%), 여학생 26명(14.8%)으로 나타났으며, 나트륨이 남학생 12명(6.9%), 여학생 4명(2.3%), 단백질은 남학생 7명(4.0%), 여학생 3명(1.7%)으로 나타났다. Kim(2010)의 광주지역 중학생의 식품과 영양표시에 대한 인식 및 이용 실태에서 중학생의 영양표시 중 가장 먼저 확인하는 내용으로 열량이 가장 높았고, 지방(트랜스지방 등), 1회 섭취분량 순으로 확인하는 것으로 나타났다. 본 연구에서와 같은 결과로 열량을 가장 먼저 확인하는 것으로 조사되었다. Jung(2011)의 서울 일부지역 중학생의 영양표시에 관한 이해 및 인식도 조사에서도 열량을 가장 먼저 확인하는 것으로 본 연구와 같은 결과를 보여주었다. 영양표시를 확인 하는 이유는 체중관리를 위해서가 남학

생 50명(28.7%), 여학생 95명(54.0%)으로 나타나 남·여학생 차이가 확실히 나타났다($p<.001$). 이는 청소년기 여학생의 다이어트, 외모 등에 관한 높은 관심을 보여주는 결과로 해석된다. 그리고 건강관리를 위해서는 남학생 43명(24.7%), 여학생 26명(14.8%)이었고, 영양소 확인을 위해서는 남학생 37명(21.3%), 여학생 26명(14.8%)으로 나타났다. 호기심에는 남학생 23명(13.2%), 여학생 18명(10.2%)로 나타났다. Kim(2010)의 광주지역 중학생의 식품과 영양표시에 대한 인식 및 이용 실태에서 영양표시를 확인하는 이유는 적은 열량의 식품을 선택하기 위해서가 가장 많았고, 단순한 호기심 때문, 건강에 좋은 것을 구매하기 위해, 영양정보를 얻고자 하는 순으로 본 연구와 같은 결과를 보였다. Jung(2005)의 고등학생의 식품영양표시에 대한 이해와 이용 실태에서 어떤 영양소가 많이 들어있나 확인하기 위해서가 가장 많았고, 식품 포장지에 새로운 것이 있어서 호기심에, 체중관리를 위해, 건강관리를 위해 순으로 나타났다. 이것은 영양표시 중 영양소 함량을 가장 우선적으로 확인한다는 연구결과이다. Sung(2010)의 경기지역 남·여 고등학생의 간식 구매행동과 영양표시에 대한 인식 및 이용 실태에서도 남·여학생 모두 어떤 영양소가 많이 들어있는지 확인하기 위해서가 가장 많았다. 이것은 본 연구와 약간의 차이가 있었다. 불과 몇 년 사이에 청소년들이 영양에 대한 관심보다는 다이어트·외모에 관한 관심이 매우 높아졌음을 보여주는 결과로 해석된다. 이러한 변화는 올바른 간식 구매와 식품 선택에 방해 요인이 될 수 있으므로 지속적인 식생활 교육과 올바른 영양 교육의 필요성이 절실하다고 보여진다.

간식비에 따른 영양표시에 대한 이해는 <Table 9> 와 같다. 영양표시 읽어 본 경험은 있음이 간식비 정도에 관계없이 모두 높게 나타났으며, 간식비 정도에 따른 유의한 차이($p<.01$)를 보였다. 간식비가 적을수록 영양표시를 읽어 본 경험이 많은 것으로 조사되었다. Kang(2010)의 하동지역 중학생의 영양성분표시 인지실태가 간식에 미치는 영향에서 하루 간식비 1,000원 이하 집단이 영양표시를 읽어 본 경험이 많은 것으로 조사되어 본 연구와 같은 결과를 보였다 또한, Kang(2010)의 울산지역 중학생의 식품영양표시에 대한 인식 및 이용실태에서 영양표시를 확

Table 9. Understanding of nutritional Labeling of middle school students by snack costs

		N(%)			
Variables	Item	≥2,000 (Won)	2,100~4000 (Won)	4,100≤ (Won)	χ ²
Rrecognition behaviors (n=420)	Don't know	22(11.8)	13(8.1)	13(17.8)	6.81
	Common	68(36.3)	57(35.6)	30(41.1)	
	Know	97(51.9)	90(56.3)	30(41.1)	
Experience of reading (n=421)	Have	163(86.7)	135(84.4)	51(69.9)	10.91**
	Don't have	25(13.3)	25(15.6)	22(30.1)	
Items of checking (n=349)	An amount of intake	18(11.0)	10(7.4)	6(11.7)	20.08
	Calorie	100(61.3)	95(70.3)	26(51.0)	
	Lipid	21(12.9)	14(10.4)	10(19.6)	
	Protein	5(3.1)	2(1.5)	3(5.9)	
	Sodium	12(7.4)	4(3.0)	0(.0)	
	Vitamin, minerals, Others	1(.6)	4(3.0)	3(5.9)	
Items of checking (n=349)	For their health care	31(19.0)	29(21.5)	9(17.6)	13.27
	For their weight management	74(45.4)	56(41.5)	14(27.5)	
	For the confirmation of nutrients	25(15.3)	24(17.8)	14(27.5)	
	For the comparison with those of other companies	3(1.9)	1(.7)	2(3.9)	
	Out of curiosity	18(11.0)	13(9.6)	10(19.6)	
Reasons of not checking (n= 72)	Others	12(7.4)	12(8.9)	2(3.9)	5.69
	Because of their not having interest in them	14(53.9)	12(48.0)	11(52.4)	
	Because of small or crude labeling	6(23.1)	6(24.0)	2(9.5)	
	Because of difficult labeling	4(15.4)	3(12.0)	4(19.0)	
	Because of the absence of nutritional labeling	1(3.8)	1(4.0)	3(14.3)	
Reasons of not checking (n=418)	Others	1(3.8)	3(12.0)	1(4.8)	19.95***
	Not necessary	14(7.5)	6(3.8)	6(8.3)	
	Fair to middling	34(18.3)	35(21.9)	30(41.7)	
Recognition of the necessity of education and public relations(n=420)	Necessary	138(74.2)	119(74.3)	36(50.0)	11.55*
	Not necessary	14(7.5)	17(10.6)	12(16.7)	
	Fair to middling	61(32.4)	66(41.3)	31(43.0)	
	Necessary	113(60.1)	77(48.1)	29(40.3)	

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

인한다가 한달 용돈1~2만원이 가장 높았고 2~3만원, 3~4만원, 4만원 이상 순으로 나타나 본 연구에서와 같이 간식비가 적을수록 영양표시를 확인하는 것으로 나타났다. 간식비가 적을수록 영양표시 필요성에 대한 인식이 필요하다고 유의한 차이(p<.001)를 보였다. Jeong(2005)의 고등학생의 식품영양표시에 대한 이해와 이용실태에서도 하루 간식비 1,000원 이하 집단에서 영양표시가 필요하다고 높게 인식하고 있다고 하였고, Kang(2010)의 중학생의 식품영양표시에 대한 인식 및 이용실태에서도 영양표시가 필요하다가 한달 용돈 1~2만원에서 가장 높아 본 연구와 같은 경향이였다. 식품/영양표시 교육 및 홍보 필요성 인식은 2,000원 이하에서는 필요하다 113명(60.1%), 그제 그렇

다 61명(32.4%), 필요하지 않다 14명(7.5%)이였고, 2,100원~4,000원에서는 필요하다 77명(48.1%), 그제 그렇다 66명(41.3%), 필요하지 않다 17명(10.6%)으로 나타났다. 4,100원 이상에서는 필요하다 29명(40.3%), 그제 그렇다 31명(43.0%), 필요하지 않다 12명(16.7%)으로 나타나 간식비 정도에 따른 유의한 차이(p<.05)를 보였다. Jeong(2005)의 고등학생의 식품영양표시에 대한 이해와 이용실태에서 하루 간식비 1,000원 이하 집단에서 식품/영양표시 교육 및 홍보 필요성 인식에 관해 높게 나타나 간식비가 적을수록 식품/영양표시 교육 및 홍보의 필요성 인식이 높은 본 연구와 같은 결과를 보였다. 이와 같이 본 연구에서는 간식비가 적을수록 영양표시에 대한 인식, 영양표시를 읽

Table 10. Understanding of nutritional Labeling of middle school students by purchasing attitude of snacks

Variables		Item	High	Mid	Low	N(%)
Rrecognition behaviors (n=422)	Don't know		11(9.7)	12(7.0)	26(18.8)	17.60***
	Common		33(29.2)	67(39.2)	56(40.6)	
	Know		69(61.1)	92(53.8)	56(40.6)	
Experience of reading (n=423)	Have		102(90.3)	146(85.4)	102(73.4)	13.84***
	Don't have		11(9.7)	25(14.6)	37(26.6)	
Items of checking (n=350)	An amount of intake		8(7.9)	16(11.0)	10(9.8)	17.09
	Calorie		65(63.7)	93(63.7)	64(62.7)	
	Lipid		14(13.7)	20(13.7)	11(10.8)	
	Protein		0(.0)	8(5.5)	2(2.0)	
	Sodium		5(4.9)	4(2.7)	7(6.9)	
	Vitamin, minerals,		5(4.9)	0(.0)	3(2.9)	
	Others		5(4.9)	5(3.4)	5(4.9)	
Reasons of checking (n=350)	For their health care		22(21.6)	33(22.6)	14(13.7)	28.78***
	For their weight management		56(54.9)	58(39.7)	31(30.4)	
	For the confirmation of nutrients		13(12.7)	28(19.2)	22(21.6)	
	For the comparison with those of other companies		1(1.0)	3(2.1)	2(2.0)	
	Out of curiosity		8(7.8)	13(8.9)	20(19.6)	
	Others		2(2.0)	11(7.5)	13(12.7)	
Reasons of not checking (n= 73)	Because of their not having interest in them		3(27.2)	13(50.0)	22(61.1)	11.29
	Because of small or crude labeling		2(18.2)	4(15.4)	8(22.2)	
	Because of difficult labeling		4(36.4)	4(15.4)	3(8.3)	
	Because of the absence of nutritional labeling		2(18.2)	2(7.7)	1(2.8)	
	Others		0(.0)	3(11.5)	2(5.6)	
Reasons of not checking (n=420)	Not necessary		4(3.5)	6(3.6)	16(11.5)	22.60***
	Fair to middling		16(14.2)	40(23.8)	43(30.9)	
	Necessary		93(82.3)	122(72.6)	80(57.6)	
Recognition of the necessity of education and public relations (n=422)	Not necessary		8(7.1)	16(9.4)	19(13.7)	13.36**
	Fair to middling		31(27.4)	75(44.1)	54(38.8)	
	Necessary		74(65.5)	79(46.5)	66(47.5)	

High≥M+½SD, M-½SD<Mid<M+½SD, Low≤M+½SD

** p<.01, *** p<.001

어 본 경험, 영양표시 필요성에 대한 인식, 식품/영양표시 교육 및 홍보 필요성을 많이 인식하고 있는 것으로 조사되었고, 간식비가 많은 학생들의 영양표시 교육의 필요성을 알 수 있었다.

간식 구매태도에 따른 영양표시에 대한 이해는 <Table 10> 과 같다. 영양표시 인식 여부는 점수가 높은 집단에서 알고 있음 69명(61.1%), 보통 33명(29.2%), 모름 11명(9.7%)으로 나타났고, 중간 집단에서는 알고 있음 92명(53.8%), 보통 67명(39.2%), 모름 12명(7.0%)이었다. 점수가 낮은 집단에서는 알고 있음 56명(40.6%), 보통 56명

(40.6%), 모름 26명(18.8%)으로 유의한 차이를 보여 주었다(p<.001). 간식 구매태도 점수가 중간 집단 이상일수록 영양표시를 읽어 본 경험이 많은 것으로 조사되어 유의한 차이를 나타냈다(p<.001). 영양표시를 확인하는 이유는 간식 구매태도 점수가 높은 집단에서 체중관리를 위해 56명(54.9%), 건강관리를 위해 22명(21.6%), 영양소 확인을 위해 13명(12.7%), 호기심에 8명(7.8%) 순으로 나타났고 중간 집단에서 체중관리를 위해 58명(39.7%), 건강관리를 위해 33명(22.6%), 영양소 확인을 위해 28명(19.2%), 호기심에 13명(8.9%)순으로 나타났다. 간식 구매태도 점수가 낮

은 집단에서는 체중관리를 위해 31명(30.4%), 영양소 확인을 위해 22명(21.6%), 호기심에 20명(19.6%), 건강관리를 위해 14명(13.7%) 순으로 나타났다. 간식 구매태도 점수가 중간 집단 이상일수록 영양표시 필요성에 대한 인식이 필요하다가 높게 나타나 유의한 차이($p<.001$)를 보였으며, 영양표시 필요성에 대한 인식과 식품/영양표시 교육 및 홍보 필요성도 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 상대적으로 간식 구매태도 점수가 낮은 집단에 대한 식품과 영양표시에 대한 식생활교육이 보다 적극적으로 이루어져야 한다고 사료된다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 전남 나주지역 중학생들의 간식 구매행동과 구매태도에 따른 식품 및 영양표시에 대한 이해를 분석하여 청소년들이 올바른 식품을 선택하고 구매하는데 도움을 주고, 영양표시에 대한 인식과 활용을 향상시킬 뿐 아니라, 식생활교육에 필요한 기초 자료를 제공하고자 하였다. 조사기간은 2012년 12월 17일부터 12월 24일까지였으며, 전남 나주지역 중학교 1·2·3학년 424명을 대상으로 일반적 사항, 중학생의 간식 구매행동과 섭취횟수, 간식 구매태도, 식품과 영양표시의 이해에 관한 설문지를 통해 조사하였다. 자료 분석은 SPSS(Statistics Package for the Social Science, Ver. 20.0 for Window) 프로그램을 사용하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차를 산출하였고, χ^2 -test와 t-test, ANOVA 검증을 실시하였다. 본 연구의 주요 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 성별에 따른 간식 구입장소는 성별 간 유의한 차이를 보였고($p<.05$), 남·여 모두 편의점이 높게 나타났으며 하루 간식비는 남·여 모두 2,000원 이하가 가장 많았다. 간식 섭취횟수는 김밥이 남·여학생 간 유의한 차이를 보였는데($p<.05$), 남학생은 일주일에 1~2회 먹는다가 가장 많았고 여학생은 한달에 1~2회 먹는다가 가장 높게 나타났다. 남학생은 일주일에 1~2회 섭취하는 간식으로 음료

와 면, 과자, 빵, 김밥 순으로 조사되었고 여학생은 과자, 음료, 면, 빵 순으로 나타났다. 성별에 따른 간식 구매태도는 남학생 평균 2.76, 여학생 평균 2.87로 나타나 보통 이하 수준이었다.

둘째, 성별에 따른 식품표시 확인 여부는 남·여 모두 확인하지 않는다가 높았고, 식품표시 확인 항목 중 가장 먼저 확인하는 것은 유통기한이었다. 성별에 따른 식품표시를 확인하는 이유도 유통기한이 가장 많았으며 식품표시를 확인하지 않는 이유는 습관적인 구매가 많았고 식품표시 내용이 어려운 이유는 글씨가 작고, 표시방법이 다양해서가 가장 높게 나타났다. 간식비에 따른 식품표시에 대한 이해는 간식비의 차이에 상관없이 식품표시를 확인하지 않는 학생이 많았으며, 식품표시 내용이 어려운 이유에 대해서는 간식비의 정도에 따른 유의한 차이가 나타났는데($p<.05$) 간식비가 적은 집단에서 글씨가 작고, 표시방법이 다양해서가 높게 나타났다. 간식 구매태도에 따른 식품표시에 대한 이해는 유의한 차이를 보였고($p<.001$) 간식 구매태도 점수가 낮을수록 식품표시를 확인하지 않았다.

셋째, 성별에 따른 영양표시 확인 시 가장 먼저 확인하는 것은 성별 간 유의한 차이를 보였고($p<.01$), 남·여학생 모두 열량이 가장 높았으며 여학생이 열량을 더 많이 확인하는 것으로 나타났다. 영양표시를 확인하는 이유는 성별 간 유의한 차이를 보였는데($p<.001$) 체중관리를 위해서, 건강관리를 위해서 순으로 나타났고 특히, 체중관리를 위해서는 여학생이 두드러지게 높게 나타났다. 간식비에 따른 영양표시를 읽어 본 경험은 간식비에 따른 유의한 차이를 보였고($p<.01$) 간식비가 적을수록 높게 나타났다. 영양표시 필요성에 대한 인식은 간식비에 따른 유의한 차이를 보였고($p<.001$) 간식비의 정도에 관계없이 모두 필요하다가 높았으며, 간식비가 적은 집단일수록 필요성이 높았다. 식품/영양표시 교육 및 홍보 필요성 인식은 유의한 차이가 나타났고($p<.05$) 간식비의 정도에 관계없이 모두 필요하다가 높게 나타났으며 간식비가 적을수록 필요하다가 높았다. 간식 구매태도에 따른 영양표시를 확인하는 이유는 간식 구매태도에 따른 유의한 차이를 보였으며($p<.001$) 체중관리를 위해서가 가장 높았고, 건강관리를 위해서, 영양소 확인을 위해서 순으로 나타났다. 영양표시

필요성에 대한 인식은 유의한 차이를 보였고($p<.001$) 간식 구매태도 세 집단 모두 필요하다고 높게 인식하였다. 식품/영양표시 교육 및 홍보 필요성 인식 또한 유의한 차이를 보였고($p<.01$) 간식 구매태도 세 집단 모두 필요하다고 높게 인식하고 있었다. 간식 구매태도에 따른 영양표시 인식 여부는 유의한 차이를 보였는데($p<.001$) 간식 구매태도 점수가 높은 집단일수록 알고 있다가 높았고, 영양표시를 읽어본 경험도 간식 구매태도 점수가 높은 집단일수록 읽어본 경험이 높게 나타났다. 영양표시를 확인하는 이유는 유의한 차이를 보였고($p<.001$) 간식 구매태도 세 집단 모두 체중관리를 위해서가 높았고, 영양표시 필요성에 대한 인식도 필요하다가 간식 구매태도 세 집단에서 모두 높게 나타났다. 식품/영양표시 교육 및 홍보 필요성 인식 또한 유의한 차이를 보였으며($p<.01$) 간식 구매태도 세 집단에서 모두 높게 나타났다.

위와 같은 결과를 바탕으로 청소년들의 올바른 간식 선택과 구매를 위한 식생활교육의 방향에 대해 몇 가지 제언을 하고자 한다. 첫째, 학생들의 간식 구입장소가 편의점 이외에도 노점상과 기타, 분식점이 많았는데 이러한 곳에서의 간식 구매는 식품 및 영양표시 확인이 불가능하게 된다. 또한, 남·여학생 모두 김밥의 섭취가 가장 많았으나 분식점이나 노점상에서 판매되는 김밥에는 유통기한 등 영양성분 표시 확인이 불가하므로 청소년의 영양과 건강을 위해 실제 간식 구매 시 영양성분을 확인하고 섭취할 수 있도록 식생활 교육이 학교에서 보다 적극적으로 이루어져야 할 것이다. 둘째, 중학생의 간식 구매태도가 남학생 평균 2.76, 여학생 평균 2.87로 평균이하로 나타났는데, 간식 구매 시 특정 상표나 광고, 포장 디자인 등에 현혹되지 않고 식품 및 영양표시 등을 확인하고 올바르게 선택할 수 있는 실천 교육이 이루어져야 하리라 본다. 셋째, 식품표시 내용이 어려운 이유는 성별에 관계없이 글씨가 작고, 표시방법이 다양해서가 높게 나타났는데 이해하기 쉽고 보기 편한 식품 및 영양표시 방법의 제도 개선이 필요하리라 본다. 넷째, 나주지역 중학생들은 성별에 관계없이 영양표시의 이해에 대해 긍정적인 인식을 하고 있었으나, 영양표시를 확인하는 이유가 체중관리를 위해서에 비해 영양소 확인 등은 상대적으로 낮아 바람직한 지

도가 이루어져야 할 것이며, 학부모 교육도 병행되어야 할 것이다.

참고문헌

- 식품의약품안전청 (2003). 식품표시제도의 목적.
- 식품의약품안전청 (2004). 영양표시제도의 목적, 강화식품 허가 표시제도.
- Baek, N. S. (2010). *Life style, food habits and snack intake behaviors of middle school students in Ulsan*. Department of Nutrition and Education The Graduate School of Education Ulsan University. Ulsan, Korea.
- Chae, P. S. (2012). *Study on the factor of dietary habit and snack intake of elementary schoolchild in Daegu*. The Graduate School of Education Daegu Haany University. Daegu, Korea.
- Cho, E. A. (2010). *A study on the snack consumption of middle and high school students : focused on Siheung-si, Gyeonggi-do*. The Graduate School of Education Suncheon National University. Suncheon, Korea.
- Choi, E. S. (2010). *Survey on knowledge about nutrition indications of processed food ingested as snacks and survey on actual ingestion of street food : focusing in junior high school students in seoul*. The Graduate school of Education Kyung Hee University. Seoul, Korea.
- Jang, E. H. (2011). *Utilization status of processed food and recognition of food additives of high school students in Gwangyang*. Unpublished master's thesis, Chonnam National University. Gwangju, Korea
- Jeong, H. H. (2005). *High-school students' understanding and practice of food & nutrition facts*. Unpublished master's thesis, Chonnam National University. Gwangju, Korea.
- Joo, N. M., Yoon, J. Y., Kim, O. S., Park, S. H., Ko, Y. J., Kim, J. Y. (2006). A study on the awareness of

- female-consumers for nutrition labeling system. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 21(2), 209-215.
- Jung, S. H. (2010). *Comparison of dietary habit and nutrient intakes condition in Korean Elementary, Middle and High school students according to residential area*. The Graduate School of Education Ewha Womans University. Seoul, Korea.
- Jung, M. J. (2011). *Understanding and perception of nutrition labeling among middle school students in Seoul*. The Graduate School of Education Hanyang University. Seoul, Korea.
- Kang, S. H. (2010). *The effects of perception of middle school students over nutrition labelling on snack in Hadong*. Major in nutrition education Graduate School of Education Silla University. Busan, Korea.
- Kang, Y. A. (2011). *A study on eating habits, snack and eating out intake of high school students in Ulju-gun*. Department of Nutrition and Education The Graduate School of Education Ulsan University. Ulsan. Korea.
- Kim, D. S. (2001). *Recognition and utilization of food and nutrition labeling in middle school students and their parents*. The Graduate School of Education Chungnam National University. Daejeon, Korea.
- Kim J. S. (2005). *A study on the perception and practical use on a lesson food and nutrition of technology, home economics in middle school students*. The Graduate School of Education Chung-ang University. Seoul, Korea.
- Kim, Y. J. (2010). *A study on the recognition and usage about food and nutrition labeling system by middle school students in Gwangju area*. The Graduate School of Education Chonnam National University. Gwangju, Korea.
- Ko, H. R. (2001). *Effect of nutrition education at home economics class on nutrition knowledge, food attitude, food habit, and the acceptance of TV's food advertisement in middle school students*. The Graduate School of Education Chungnam National University. Chungnam. Korea.
- Ko, S. Y. (2010). *Comparison of snack intakes, nutrition knowledge, self-efficacy and eating behavior by checking nutrition labels among middle school students*. The Graduate School of Seoul Women's University. Seoul, Korea.
- Kwon, S. Y. (2005). *A study of dietary patterns and analysis of the factors that influence snack intake of middle school students in seoul*. The Graduate School Sookmyung Women's University. Seoul, Korea.
- Lee, S. K. (2011). *The analysis of food purchase trend on the recognition of nutrition facts label of middle school students*. The Graduate School Hanyang University, Seoul, Korea.
- Lee, H. Y. (2009). *A study on the purchasing conditions of snacks in high school students*. Unpublished master's thesis, Donga University. Busan, Korea.
- Min, H. Y. (2009). *A study on the recognition of nutrition facts label of middle school students in Busan*. Major in Nutritional Educational Graduate School of Education Dong-A University. Busan, Korea.
- Nam, K. M. (2012). *Effect of healthy school tuck shop on snack preference and dietary behavior among adolescent*. The Graduate School Hanyang University, Seoul, Korea.
- Oh, H. J. (2010). *Food habits and life style, snack intake patterns of high school students in Ulsan*. Department of Nutrition and Education The Graduate School of Education Ulsan University. Ulsan, Korea.
- Park, S. J. (2002). *A survey on the fatness extent of middle school students in seoul, on their habit and on their tendency*. Department of Physical Education Graduate School of Education Sejong University. Seoul, Korea.
- Park, S. Y. (2008). *The eating habits of the high school students in the Daegu Region, and their recognition and utilization of food nutrition labeling*. Department of Nutrition Education Graduate School of Education Keimyung University. Seoul, Korea.

- Park, S. Y. (2010). *A survey on interests and understanding the nutrition labeling of middle school students in Sihung area*. The Graduate School of Education Hanyang University. Seoul, Korea.
- Yang S. Y. (2010). *Snack consumptions of high school students and their recognitions on nutritional fact*. The Graduate School of Wonkwang University, Jeonbuk, Korea.
- Sung, S. Y. (2010). *Purchase behavior of snacks and perception and utilization of nutrition labeling among high school boys and girls in Gyeonggi-do*. Graduate School of Education, Hanyang University. Seoul, Korea.

<국문요약>

본 연구는 전남 나주지역 중학생 424명을 대상으로 일반적 사항, 중학생의 간식 구매행동과 섭취횟수, 간식 구매태도, 식품과 영양표시의 이해에 관한 설문지를 통해 조사하여 청소년들이 올바른 식품을 선택하고 구매하는데 도움을 주고, 영양표시에 대한 인식과 활용을 향상시킬 뿐 아니라, 식생활교육에 필요한 기초 자료를 제공하고자 하였다. 성별에 따른 간식 구입장소는 성별 간 유의한 차이를 보였고($p<.05$), 남·여 모두 편의점이 높게 나타났으며 하루 간식비는 남·여 모두 2,000원 이하가 가장 많았다. 간식 섭취횟수는 김밥이 남·여학생 간 유의한 차이를 보였는데($p<.05$), 남학생은 일주일에 1~2회 먹는다가 가장 많았고 여학생은 한달에 1~2회 먹는다가 가장 높게 나타났다. 남학생은 일주일에 1~2회 섭취하는 간식으로 음료와 면, 과자, 빵, 김밥 순으로 조사되었고 여학생은 과자, 음료, 면, 빵 순으로 나타났다. 성별에 따른 간식 구매태도는 남학생 평균 2.76, 여학생 평균 2.87로 나타나 보통 이하 수준이었다. 성별에 따른 식품표시 확인 여부는 남·여 모두 확인하지 않는다가 높았고, 식품표시 확인 항목 중 가장 먼저 확인하는 것은 유통기한이었다. 성별에 따른 식품표시를 확인하는 이유도 유통기한이 가장 많았으며 식품표시를 확인하지 않는 이유는 습관적인 구매가 많았고 식품표시 내용이 어려운 이유는 글씨가 작고, 표시방법이 다양해서가 가장 높게 나타났다. 간식비에 따른 식품표시에 대한 이해는 간식비의 차이에 상관없이 식품표시를 확인하지 않는 학생이 많았으며, 식품표시 내용이 어려운 이유에 대해서는 간식비의 정도에 따른 유의한 차이가 나타났는데($p<.05$) 간식비가 적은 집단에서 글씨가 작고, 표시방법이 다양해서가 높게 나타났다. 간식 구매태도에 따른 식품표시에 대한 이해는 유의한 차이를 보였고($p<.001$) 간식 구매태도 점수가 낮을수록 식품표시를 확인하지 않았다. 성별에 따른 영양표시 확인 시 가장 먼저 확인하는 것은 성별 간 유의한 차이를 보였고($p<.01$), 남·여학생 모두 열량이 가장 높았으며 여학생이 열량을 더 많이 확인하는 것으로 나타났다. 영양표시를 확인하는 이유는 성별 간 유의한 차이를 보였는데($p<.001$) 체중관리를 위해서, 건강관리를 위해서 순으로 나타났고 특히, 체중관리를 위해서는 여학생이 두드러지게 높게 나타났다. 간식비에 따라 영양표시를 읽어 본 경험($p<.01$), 영양표시 필요성에 대한 인식($p<.001$)은 유의한 차이를 보였다. 식품/영양표시 교육 및 홍보 필요성 인식은 유의한 차이가 나타났고($p<.05$) 간식비의 정도에 관계없이 모두 필요하다가 높게 나타났으며 간식비가 적을수록 필요하다가 높았다. 간식 구매태도에 따른 영양표시를 확인하는 이유는 체중관리를 위해서가 가장 높아 유의한 차이($p<.001$)를 보였다. 영양표시 필요성에 대한 인식($p<.001$)과 식품/영양표시 교육 및 홍보 필요성 인식($p<.01$) 또한 세 집단에서 높게 유의한 차이를 보였다. 영양표시 인식 여부는 유의한 차이를 보였는데($p<.001$) 간식 구매태도 점수가 높은 집단일수록 알고 있다가 높았고, 영양표시를 읽어본 경험도 간식 구매태도 점수가 높은 집단일수록 읽어본 경험이 높게 나타났다. 영양표시를 확인하는 이유는 세 집단 모두 체중관리를 위해서가 유의한 차이($p<.001$)를 보였다. 식품/영양표시 교육 및 홍보 필요성 인식 또한 유의한 차이를 보였으며($p<.01$) 간식 구매태도 세 집단에서 모두 높게 나타났다.

위와 같은 결과로부터, 보다 적극적인 식생활 교육 필요성과 식품 및 영양표시 등을 확인하고 올바르게 선택할 수 있는 실천 교육이 이루어져야 하며, 이해하기 쉽고 보기 편한 식품 및 영양표시 방법의 제도 개선이 필요하고, 학부모 교육도 병행되어야 한다고 사료된다.

■ 논문접수일자: 2014년 07월 01일, 논문심사일자: 2014년 07월 17일, 게재확정일자: 2014년 11월 13일