

초등학생 어머니의 가공식품 표시기준 인식이 구매행동에 미치는 융복합 효과

강경심^{1*}, 이세정²

¹공주대학교 외식상품학과 부교수, ²공주대학교 외식상품학과 석사과정

A Convergence Effect on the Purchasing Behavior of Elementary School Mothers' Recognition of Processed Food Labeling Standards

Keoung-Shim Kang^{1*}, Se-Jeoung Lee²

¹Associate professor, Dept. of Food Service Management & Nutrition, Kongju National University

²Graduate student, Dept. of Food Service Management & Nutrition, Kongju National University

요약 연구 목적은 충청권 초등학생 자녀를 둔 어머니를 대상으로 가공식품 표시기준 인식이 구매행동에 미치는 융복합 효과를 살펴보기 위한 것으로, 가공식품 구매행동에 따른 집단 구분을 위해 2단계 군집분석을 하였고, Schwarz's BIC 기준에 의해 군집수를 결정하였다. 그룹 간 구매행태 특징 분석 결과 '편의추구형'과 '대형마트선호형', '고비용반복구매형'의 3개 모형이 결정되었다. 그룹별 학력 및 직업은 '대형마트선호형'의 대졸 이상 비율이 유의적으로 높았고, '고비용반복구매형'의 취업모 비율이 높았으며, 식품표시기준 필요성은 '대형마트선호형'이 다른 그룹보다 높았다. 모든 그룹에서 식품표시기준 항목 중 '유통기한'을 가장 중요한 것으로 인식하였고, 구매 시 고려사항은 '사용원료'와 '식품첨가물', '영양성분표시'에서 '대형마트선호형'이 높은 점수를 보였다. 가공식품 구매행동 개선을 위해서는 무엇보다 실생활에 쉽게 적용할 수 있는 대상자 맞춤형 교육매체 개발이 필요하다.

주제어 : 융복합, 식품표시기준, 가공식품, 인식수준, 구매행동

Abstract The purpose of research is to examine mothers with elementary school children in Chungcheong and the convergence effect of recognition of food labeling standards on purchasing behavior. A two-step cluster analysis was performed for group classification according to the purchase behavior of processed foods and the collection was determined by Schwarz's BIC criteria. Three types were determined: "convenience pursuit," "large mart preference," and "high cost reverse purchase". The proportion of college graduates in 'large mart preference' was higher, the proportion of employment mothers in 'high cost reverse purchase' was higher, and the need for food labeling standards was higher in 'large mart preference'. 'Shelf life' was recognized as the most important item. 'Large market preference' scored higher in 'used materials' and 'food additives', 'nutrition labelling'. In order to improve the purchasing behavior of processed foods, above all else, it is necessary to develop customized educational media that can be easily applied to real life.

Key Words : Convergence, Food Labelling Standards, Processed Food, Recognition Level, Purchasing Behavior

*Corresponding Author : Keoung-Shim Kang(kkshim@kongju.ac.kr)

Received September 3, 2020

Revised October 8, 2020

Accepted October 20, 2020

Published October 28, 2020

1. 서론

아동이 바람직한 성장 패턴을 유지하기 위해서는 무엇보다 강조되는 것이 식생활이며, 한번 형성된 식습관은 지속적이고 변화시키기가 어려운 특성이 있어 식생활에 대한 중요성이 증대되고 있는 실정으로, 가정에서 주로 식생활을 책임지고 있는 어머니의 식품에 대한 정보 및 구매는 식단 구성에 영향을 주고 자녀의 식생활로 그대로 이어지기 때문에 어머니의 합리적인 식품선택이 매우 필요하다[1].

선행연구에 의하면 어머니의 식품 구매가 가족 전체에게 영향을 미치며, 이는 가족의 건강에 직접적인 영향을 미치게 된다고 하였고[2], 아동기에 있는 자녀의 식습관에 어머니가 가장 많은 영향을 미치며, 어머니에 의한 자녀의 식습관 변화율은 70% 이상이라고 조사되었다[3]. 어머니의 식품 기호와 식행동이 아동의 식품 기호와 식행동에 영향을 미친다는 선행연구들을 통해[4-7], 어머니의 식품표시 인식 수준과 가공식품 구매 행동이 아동기의 식생활에 많은 영향을 주고 있는 것이 밝혀지고 있다.

식품표시제는 식품에 관한 각종 정보, 즉 원재료명, 내용량, 제조일자 및 유통기한, 영양성분, 사용방법 등에 관한 정보를 제품의 포장이나 용기에 표시하도록 함으로써, 소비자가 건전한 식생활을 할 수 있도록 정확한 구매 정보를 제공하고 소비자를 보호하는 제도로서[8], 안전한 식품선택 환경 조성과 소비자의 건강하고 안전한 식생활 보장 및 식품관련 정보를 정확하게 제공하여 소비자의 안전한 선택을 가능하게 하는 제도적 장치로 활용되어 오고 있다[9].

선행연구에서 부모의 가공식품 선호도 및 섭취빈도가 높을수록 자녀의 간식 선택 행동이 좋지 않다고 하였고[2], 부모가 가공식품 구매 시 확인하는 비율이 높을 때 자녀의 간식 선택 태도가 긍정적인 것으로 나타난다고 하였다. 어머니의 식생활태도가 자녀의 식생활태도에 영향을 미치는 것으로 나타나[6] 자녀의 건강과 올바른 성장을 위해 어머니의 바른 식품구매 태도가 선행되어야 할 필요성을 제시하였다.

이와 같이 어머니가 아동의 식생활에 미치는 영향이 크고, 이는 아동의 건강까지 영향을 끼치게 되므로 초등학교 자녀를 둔 어머니의 식생활 인식 수준과 구매 행동에 관한 연구의 필요가 있다.

본 연구에서는 충청권 지역의 초등학교 자녀를 둔 어머니를 대상으로 식품표시기준에 대한 인식 수준과 가공식품 구매 행동을 조사·분석하여, 식품표시기준에 대한

초등학생 어머니의 인식 수준과 가공식품 구매 행동 간의 관계를 살펴봄으로써 초등학생의 건강한 식생활을 위한 어머니의 가공식품 구매행동 방향을 제안하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 식품표시기준

식품표시기준은 식품의 안전성을 확보하는 제도적 장치로서, 소비자에게는 관련 정보를 제공함으로써 안전하고 질적으로 우수한 식품을 합리적으로 선택하게 하는 소비자 보호 수단이 된다. 또한 영양소를 포함하여 건강에 직접, 간접적으로 영향을 미치는 요소들에 대한 정보를 제공하므로 효과적인 영양교육의 도구가 되며, 건전한 식품 생산을 유도하기 위한 수단이 될 수 있다[10].

식품표시기준은 생산자와 소비자 간의 신뢰 형성에 기여하며, 위생 및 안전 관련 정보가 제공되어 안전하고 합리적인 방향으로 식품을 선택할 수 있게 되는 이점이 있다[9]. 즉, 식품표시는 식품의 영양에 대한 정확한 정보를 제공함으로써 소비자들은 올바르게 식품을 선택할 수 있고 일반인들에게 영양에 관한 인식을 높여줄 수 있는 교육적 도구로서 가치가 있다[11].

아동의 식품선택은 어머니의 식품섭취 태도에 의해 직접 또는 간접적으로 영향을 받게 되고, 부모의 가공식품 구매 시 확인 정도가 높을 때 자녀의 간식 선택 태도가 긍정적이었으며[2], 주부들의 76.2%가 식품표시사항을 인지하고 있고, 식품구입 시 취업모보다 전업주부의 확인 비율이 높아[12], 주부들이 많이 이용하는 매체를 활용한 프로그램 개발과 홍보가 필요하다.

2.2 가공식품 구매행동

생활패턴이 복잡해지고 늘 빠른 일정에 쫓기는 현대인들은 건강을 고려하는 식생활을 추구하는 경향과 함께 건강과는 다소 거리가 멀지만 섭취가 간편하고 자극적인 맛을 가진 가공식품을 많이 섭취하고 있다. 특히 성장발달이 활발해지는 아동기에는 학교생활과 부모의 맞벌이 등으로 직접 간식을 구매하는 기회가 늘어나게되어 식품표시를 이용한 올바른 가공식품의 선택을 위한 지도가 필요한 시기라고 할 수 있다.

선행연구에 의하면 영양성분과 유통기한 등을 고려하여 간식을 선택하는 습관을 가진 아동이 그렇지 않은 아동들에 비해 간식 관련 영양지식 점수가 유의하게 높게

나타났으나[13], 대부분의 초등학생은 가공식품 구매 시 맛, 가격, 유통기한을 고려하고 있고, 습관적·즉흥적으로 가공식품을 구매하는 태도를 보이고 있다[14].

또한 가공식품 구매 시 가격을 중요하게 고려하고, 아동 스스로 간식을 선택할 때 건강을 고려하지 않는 경향을 보이고 있어 올바른 가공식품 구매를 위한 실천적이고 체계적인 교육의 필요성이 요구되고 있다.

어머니의 식품인식 수준이 가공식품 이용횟수, 가공식품 표시확인 등과 관계가 있고[14], 초등학생 어머니는 가공식품 구매 시 안전성, 영양, 맛을 주요 선택기준으로 식품을 구매하고 있으며[15], 부모의 가공식품 선호도, 섭취빈도가 높을수록 자녀의 간식 선택 행동이 좋지 않은 경향을 보여[2], 어머니의 가공식품 구매 행동 연구는 아동의 건강한 성장을 위해 필요하다고 볼 수 있다.

2.3 아동기 식생활과 어머니의 구매행동 중요성

아동기는 신체적, 정신적 발달이 왕성하며, 성장과 발달이 지속적으로 진행될 뿐만 아니라 학교생활이 길어지게 되는 등, 균형 잡힌 영양 섭취와 올바른 식습관 형성이 매우 필요한 시기라고 할 수 있다.

하지만 국민건강통계(2018)에 의하면 6~11세 아동의 아침식사 결식률은 15.0%이며, 하루 1회 이상 외식률은 42.1%를 보이고 있고, 주 1회 이상 외식을 하는 아동의 비율도 82.1%로 나타나는 등[16] 식생활 태도의 개선점이 드러나고 있다.

이 시기의 아동들은 대부분 부모의 맞벌이와 학교생활 등의 학업으로 인해 가정에서의 식사 섭취 빈도가 줄어들면서 아동이 직접 간식을 구매하는 경우가 증가하고 있다[13]. 아동기의 간식 섭취는 부족한 영양소의 보충을 위해 필요하지만 고열량·저영양식품 위주로 간식을 섭취하거나 필요량 이상의 짠 간식을 섭취하는 것은 정상적인 영양섭취에 지장을 줄 수 있어 올바른 간식을 선택하도록 적절한 교육이 필요하다[4].

주부는 가족 모두의 식생활을 계획하고 준비하기 때문에, 주부의 식생활에 대한 이해와 태도 및 식품선택은 가족 구성원의 식생활 습관 및 식품의 기호성 형성에도 영향을 주게 된다[11]. 특히 주부의 취업 증가와 현저히 높아진 여성의 교육 수준 등이 주부의 식생활 행동에 변화의 요인이 된다[12].

어머니는 자녀의 식품섭취 태도에 직접 또는 간접적으로 영향을 주며 특히 부모의 사회경제적 수준, 교육 정도, 직업 유무와 관련이 있다[6]. 특히, 전업주부 자녀보다 취업모의 자녀가 가정에서 아침식사, 저녁식사를 하는 횟수

가 적은 것으로 나타났으며[5], 어머니가 전업주부일 경우 자녀의 아침식사 실천, 규칙적인 식사와 균형 잡힌 식사의 실천 및 영양가 있는 식품 섭취 등 식생활 태도가 양호한 것으로 조사되었다[4].

또한 가족의 나쁜 식습관이나 편식 습성은 아동의 식습관에 직접적인 영향을 미치고 있어, 어머니 대상의 교육이 필요하며[14], 부모의 식습관이 아동의 식습관에 많은 영향을 미치고, 특히 부모 중 어머니가 영향력이 크다고 하여[2]. 바람직한 아동기 식생활을 위해서는 어머니의 구매행동 중요성을 강조하고 있다.

3. 연구방법

3.1 연구 대상 및 기간

본 조사에 앞서 전국의 초등학생 자녀를 둔 어머니 55명을 대상으로 2020년 4월 6일부터 4월 11일까지 예비조사(pre-test)를 실시하였고, 예비조사 결과를 토대로 설문 문항을 수정 및 보완한 후 최종 설문지를 구성하여 본 조사를 실시하였다.

본 연구 대상은 충청권에 해당하는 충청남도, 충청북도, 대전광역시, 세종특별자치시에 거주하는 초등학생 어머니를 대상으로 하였으며, 설문조사는 2020년 5월 11일부터 5월 25일까지 총 15일간 진행하였다. 조사방법은 자기기입식(self-administered) 방법으로 설문 항목에 대해 직접 기입하는 방식을 사용하였다. 설문조사는 총 327부의 유효 데이터를 확보하여 분석에 활용하였다.

3.2 조사 방법 및 내용

본 연구를 위한 설문문항은 문헌연구와 선행연구[2,4-7,9,11,12,15] 등을 참고하여 작성한 후 예비조사를 거쳐 수정·보완하여 사용하였다. 설문문항은 응답자의 일반적 특성 7문항, 식품표시기준 인식수준 16문항, 가공식품 구매 행동 18문항으로 총 41문항으로 구성하였다.

식품표시기준 인식수준은 가공식품의 식품표시 정보 기입 인지여부와 가공식품 구입 시 식품표시 내용 확인 여부, 식품표시기준 필요성, 가공식품 표시사항별 중요도에 대해 5점 리커트척도(1=전혀 그렇지 않다. 2=그렇지 않다. 3=보통이다. 4=그렇다. 5=매우 그렇다)를 이용하여 조사하였으며, 가공식품 표시사항은 식품표시사항과 영양성분표시사항으로 구분하였다.

식품표시사항은 제품명, 식품유형, 업소명과 소재지, 유통기한 및 제조날짜, 내용량, 주재료명 및 제조날짜의

중요도에 대해 응답하도록 하였고, 영양성분표시항목은 나트륨, 탄수화물·당류, 지방·포화지방·트랜스지방, 콜레스테롤, 단백질의 중요도에 대해 응답하도록 하였다.

가공식품 구매 행동 조사를 위해 식품공전과 선행연구를 참조하여 가공식품 종류는 면류, 빵·케이크류, 어육제품, 과자류, 냉동식품류, 우유·유제품, 음료류, 편의식품류의 총 8가지로 구분하여 조사하였고, 일주일 평균 가공식품 구입비용과 가공식품군별 일주일 구매횟수는 등간 척도로 조사하였다.

3.3 자료 처리 방법

수집된 자료는 코딩과 오류 검토를 실시하여 최종 327개의 유효한 표본으로 IBM SPSS Statistics 25 통계 프로그램을 이용하였다. 표본의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였고, 표본의 식품표시기준 인식 수준과 가공식품 구매 행동에 대해 빈도분석과 기술통계를 실시하였으며, 가공식품 구매행태에 따라 집단을 구분하기 위해 [17]의 연구와 [18]의 조사 방식을 참고하여 2단계 군집분석(Two-step cluster analysis)을 사용하였고, 범주형 변인과 연속형 변인을 적용하였다. 2단계 군집은 Schwarz's BIC(Bayesian Inference Criterion) 기준에 의해 자동으로 군집수를 결정하였고, 자동으로 생성된 군집간 차이검증을 위해 교차분석(χ^2)과 일원배치분산분석(One-way ANOVA)을 실시하였다.

4. 결과 및 논의

4.1 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 살펴보기 위하여 연령, 학력, 월평균 소득, 직업, 거주지, 자녀의 학년, 가족 형태에 대해 빈도 분석을 실시하였다. 분석에 사용된 조사대상자는 327명으로 97% 이상이 30대와 40대였고, 대졸 이상이 82.6%였으며, 월평균 소득 300만원 이상이 59.0%로 조사되었다. 직업은 관리사무직 40.1%, 주부 36.4%의 비율을 보였고, 거주지는 광역시, 충남, 충북이 고른 분포를 보였으며, 가족형태는 핵가족이 92.7%로 조사되었다.

4.2 구매행태에 따른 집단구분

가공식품 구매행태에 따라 집단을 구분하기 위해 2단계 군집분석(Two-step cluster analysis)을 사용하였으

며, 분석에 이용된 변수는 범주형 변인인 가공식품 구매 장소와 연속형 변인인 일주일 평균 구입비용, 일주일간 평균 구매 횟수이다.

2단계 군집분석은 Schwarz's BIC(Bayesian Inference Criterion) 기준에 의해 군집수가 자동적으로 결정된다. BIC 값과 변화치에 대한 값은 Table 1과 같다. 분석 결과 BIC 값과 변화치에 대한 값은 군집수의 증가에 따라 BIC의 값은 계속 감소하였고, 거리측정비(ratio of distance measures)는 감소하다가 군집수 3에서 증가한 후 다시 감소하였다. 따라서 2단계 군집분석은 BIC 기준을 통한 자동 군집수 결정에서 3개의 군집을 최적의 모형으로 결정하였다.

Table 1. Determining the number of automatic cluster in the BIC

Cluster number	Schwartz BIC	BIC amount of change	BIC rate of change	Distance measure ratio
1	2879.188			
2	2537.638	-341.550	1.000	1.282
3	2299.142	-238.496	.698	2.025
4	2245.882	-53.260	.156	1.563
5	2257.717	11.834	-.035	1.041
6	2274.063	16.346	-.048	1.392
7	2321.654	47.591	-.139	1.315
8	2388.340	66.686	-.195	1.220
9	2465.980	77.639	-.227	1.042
10	2545.634	79.654	-.233	1.209
11	2633.524	87.890	-.257	1.148
12	2726.503	92.979	-.272	1.248
13	2826.320	99.817	-.292	1.021
14	2926.708	100.388	-.294	1.000
15	3027.101	100.394	-.294	1.135

4.3 군집별 구매행태 분석 결과

군집별 구매행태의 특징 분석결과는 Table 2와 같다. '군집 1'의 응답자는 135명(41.3%)으로 대형마트 외에 온라인 구매 비율이 높고, 다양한 장소에서 구매하는 특성이 있어 '편의추구형'으로 명명하였다. '군집 2'의 응답자는 151명(46.2%)으로 응답자 모두 가공식품을 대형마트에서 구매하는 특성이 있어 '대형마트선호형'으로 명명하였다. '군집 3'은 41명(12.5%)으로 빈도수는 가장 적지만 일주일 평균 가공식품 구입비용이 가장 높고, 가공식품군별 구매빈도가 가장 높아 '고비용반복구매형'으로 명명하였다.

Table 2. Results of purchasing behavior analysis by cluster N(%)

Classification		Cluster 1 (Convenience pursuit)		Cluster 2 (Large mart preference)		Cluster 3 (High cost reverse purchase)		Total	
Total		135(41.3)		151(46.2)		41(12.5)		327(100.0)	
Place of purchase	Convenience store	7(5.2)		0(0.0)		2(4.9)		9(2.8)	
	Super market	86(63.7)		0(0.0)		3(7.3)		89(27.2)	
	Large mart	0(0.0)		151(100.0)		32(78.0)		183(56.0)	
	Online	38(28.1)		0(0.0)		4(9.8)		42(12.8)	
	Besides that	4(3.0)		0(0.0)		0(0.0)		4(1.2)	
Classification		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Cost of purchase of processed food per week		3.13	1.20	3.36	1.27	4.15	0.82	3.37	1.23
Number of purchases per week	Noodles	1.91	0.46	1.93	0.43	3.27	0.92	2.09	0.69
	Bread	1.73	0.62	1.78	0.56	2.76	0.96	1.88	0.73
	Fish products	1.93	0.56	1.90	0.48	3.29	0.75	2.09	0.72
	Snacks	2.29	0.72	2.23	0.67	3.37	0.91	2.39	0.81
	Frozen food	1.89	0.56	1.84	0.47	3.24	0.94	2.04	0.74
	Dairy products	2.48	0.73	2.78	0.80	3.66	0.82	2.77	0.85
	Beverage	1.79	0.73	1.77	0.67	3.29	0.87	1.97	0.88
	Convenience food	1.53	0.62	1.55	0.57	2.85	0.98	1.70	0.78

* M=mean, SD=Standard deviation

4.4 군집별 인구통계학적 특성

군집별 학력과 직업유무의 특성을 분석한 결과는 Table 3과 같다.

온라인 구매비율이 높은 ‘편의추구형’은 대졸 이상 77.8%, 고졸 22.2%, 취업모 63.7%, 주부 36.3%로 응답하였고, 대형마트에서 실속 있는 구매를 하는 ‘대형마트 선호형’은 대졸 이상 89.4%, 고졸 10.6%, 취업모 53.0%, 주부 47%로 응답하였다. 가공식품 구입비용과 구매빈도가 높은 ‘고비용반복구매형’은 대졸 이상 73.2%, 고졸 26.8%, 취업모 80.5%, 주부 19.5%로 응답하여 모든 군집에서 대졸 이상과 취업모의 비율 높은 것으로 확인되었다. [4]에서 대졸 이상 79.8%, 주부 55.4%로 응답하였고, [2]는 주부 51.3%, [15]는 대졸이상 65.9%로 조사되어 유사한 결과를 보였다.

학력에서 타 군집에 비해 실속 있는 구매를 하는 ‘대형마트선호형’이 대학교 졸업 이상의 비율이 유의적으로 높은 것으로 확인되었고(p<0.05), 가공식품 선택 횟수와 비

율이 높은 ‘고비용반복구매형’에서 취업모의 비율이 유의적으로 높은 것으로 확인되었다(p<0.01).

이상의 결과에서 학력과 직업 유무가 가공식품 구매 행동에 영향을 미치고 있음이 확인되었으며, 가공식품 이용실태가 어머니의 취업유무와 교육정도에 따라 영향을 주게 된다는 선행연구 [2-4,6,15]와 유사한 결과를 보였다.

Table 3. General characteristics by Cluster N(%)

Variable	Classification	Convenience pursuit	Large mart preference	High cost reverse purchase	Total	χ^2	p
Total		135(100)	151(100)	41(100)	327(100)		
Level of education	High school graduate	30(22.2)	16(10.6)	11(26.8)	57(17.4)	9.795*	.044
	College graduate	93(68.9)	121(80.1)	26(63.4)	240(73.4)		
	Graduate school	12(8.9)	14(9.3)	4(9.8)	30(9.2)		
Career	Employment	86(63.7)	80(53.0)	33(80.5)	199(60.9)	11.025**	.004
	Unemployed	49(36.3)	71(47.0)	8(19.5)	128(39.1)		

*p<0.05, **p<0.01

4.5 군집별 식품표시기준 인식 수준

군집별 식품표시기준 인식 수준은 Table 4와 같다.

군집별 식품표시기준 인지 여부 조사 결과 ‘알고 있다’와 ‘매우 잘 알고 있다’에 대해 ‘편의추구형’은 68.9%와 16.3%로 응답하였고, ‘대형마트선호형’은 60.3%와 27.2%, ‘고비용반복구매형’은 53.7%와 12.2%로 응답하여 ‘고비용반복구매형’의 식품표시기준 인식수준이 타 군집보다 낮은 비율을 보여 군집 간의 유의한 차이를 보였다(p<0.05).

군집별 식품표시기준 확인 여부는 유의한 차이가 없었으며, 군집별 식품표시기준 필요성 분석 결과 ‘필요하다’와 ‘매우 필요하다’에 대해 각각 ‘편의추구형’은 46.7%와 43.7%로 응답하였고, ‘대형마트선호형’은 44.4%와 53.6%, ‘고비용반복구매형’은 43.9%와 43.9%로 응답하였다. 식품표시기준의 필요성은 ‘대형마트선호형’의 인식수준이 타 군집에 비해 다소 높은 비율을 보여 군집 간의 유의적인 차이를 보였다(p<0.05).

이상의 결과에서 가공식품의 구매비용과 구매횟수가 가장 많은 ‘고비용반복구매형’의 식품표시기준 인식수준이 다소 낮은 것으로 조사되었고, 대형할인마트에서만 가공식품을 구매하는 ‘대형마트선호형’이 식품표시기준 필요성 인식수준이 가장 높은 것으로 나타나 식품표시기준 인식수준이 가공식품 구매 행동에 긍정적인 영향을

미치는 것이 확인되었다.

또한 모든 군집 대부분의 응답자가 식품표시기준의 필요성을 높게 인식하고 있었으며, [15]의 연구에서 응답자의 74.6%가 식품표시 필요성을 인식하고 있고, [2]는 가공식품을 구매 시 부모가 식품표시를 확인하는 수준이 높을수록 자녀도 합리적인 소비행태를 보인다고 하였다. [6]은 어머니의 식생활 태도 상위군이 다른 군에 비해 자녀 식사시간 규칙성, 식사속도 적절성, 아침식사 정도 등이 유의적으로 높은 것으로 분석되어 부모의 식생활 태도 중요성을 강조하고 있다.

Table 4. Level of recognition of food labeling standard according to cluster analysis N(%)

Variable	Classification	Convenience pursuit	Large mart preference	High cost reverse purchase	Total	F	p
		135 (100)	151 (100)	41 (100)	327 (100)		
Cognitive status	Have no idea	0 (0.0)	1 (0.7)	0 (0.0)	1 (0.3)	18.571*	.017
	Don't know	6 (4.4)	5 (3.3)	4 (9.8)	15 (4.6)		
	Normal	14 (10.4)	13 (8.6)	10 (24.4)	37 (11.3)		
	Know	93 (68.9)	91 (60.3)	22 (53.7)	206 (63.0)		
	Know very well	22 (16.3)	41 (27.2)	5 (12.2)	68 (20.8)		
Check status	Always do not check	1 (0.7)	2 (1.3)	0 (0.0)	3 (0.9)	11.797	.160
	Don't check	32 (23.7)	16 (10.6)	7 (7.1)	55 (16.8)		
	Normal	40 (29.6)	41 (27.2)	13 (31.7)	94 (28.7)		
	Check	55 (40.7)	79 (52.3)	19 (46.3)	153 (46.8)		
	Always check	7 (5.2)	13 (8.6)	2 (4.9)	22 (6.7)		
Necessity	Normal	13 (9.6)	3 (2.0)	5 (12.2)	21 (6.4)	10.664*	.031
	Need	63 (46.7)	67 (44.4)	18 (43.9)	148 (45.3)		
	Very much need	59 (43.7)	81 (53.6)	18 (43.9)	158 (48.3)		

*p<0.05

4.6 군집별 식품표시기준 항목별 중요도

군집별 식품표시기준과 영양성분표시 항목별 중요도는 Table 5와 같다.

식품표시기준 항목 중 '유통기한'을 모든 군집에서 가장 중요하게 인식하고 있었으며, 군집별 유의한 차이는 없다. 영양성분표시 항목 중 '나트륨'에서 '고비용반복구매형'이 타 군집에 비해 낮게 인식하고 있는 것으로 나타나 군집 간의 유의한 차이를 보였다(p<0.05).

[15]의 연구에서도 식품표시기준 항목 중 '유통기한', '제조년월일', '원산지' 순으로 중요하다고 인식하고 있어 본 연구와 유사한 결과를 보였고, 영양성분표시 항목은 열량, 트랜스지방에 대해 관심 있게 살펴보는 것으로 조사되었다.

Table 5. Standards for food labeling by group and importance of nutrition labeling (ANOVA)

Variable	Classification	Convenience pursuit (N=135)		Large mart preference (N=151)		High cost reverse purchase (N=41)		Total (N=327)		F	p
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD		
Importance of each item by food labeling standard	product name	3.77	0.76	3.70	0.83	3.68	0.68	3.73	0.78	.346	.708
	Food type	3.82	0.75	3.81	0.75	3.80	0.67	3.81	0.74	.016	.984
	Produce company	3.79	0.82	3.81	0.76	3.90	0.70	3.81	0.78	.315	.730
	Shelf life	4.78	0.46	4.73	0.47	4.61	0.62	4.73	0.49	1.839	.161
	Weight	4.10	0.66	4.05	0.70	4.07	0.68	4.07	0.68	.250	.779
Importance by Nutrition indicate Item	Country origin	4.64	0.52	4.68	0.49	4.46	0.71	4.64	0.54	2.673	.071
	Sodium	4.30	0.65	4.43	0.58	4.17	0.73	4.35	0.63	3.22*	.041
	Carbohydrate	4.31	0.65	4.37	0.66	4.20	0.71	4.32	0.66	1.160	.315
	Lipids	4.40	0.63	4.48	0.64	4.32	0.75	4.43	0.65	1.252	.287
	Cholesterol	4.36	0.66	4.49	0.61	4.34	0.72	4.42	0.65	1.705	.183
Protein	4.16	0.77	4.24	0.69	4.12	0.78	4.19	0.73	.650	.523	

* M=mean, SD=Standard deviation

*p<0.05

4.7 군집별 가공식품 구매 시 고려사항

Table 6. Considerations for purchase of processed foods based on cluster analysis (ANOVA)

Classification	Convenience pursuit (N=135)		Large mart preference (N=151)		High cost reverse purchase (N=41)		Total (N=327)		F	p
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD		
Price	4.07	0.60	3.93	0.66	4.1	0.66	4.01	0.64	2.137	.120
Weight	3.96	0.62	3.99	0.56	4.1	0.66	3.99	0.60	.786	.457
Produce company	3.69	0.77	3.72	0.67	3.9	0.76	3.73	0.73	1.382	.252
purchasing experience	4.06	0.60	4	0.64	3.93	0.72	4.02	0.63	.756	.471
Use material	4.26	0.69	4.46	0.57	4.27	0.70	4.35	0.64	4.035*	.019
Nutrient component indicate	4.01	0.83	4.26	0.65	4.17	0.77	4.15	0.75	4.273*	.015
Food additives	4.19	0.77	4.43	0.64	4.24	0.79	4.31	0.72	4.28*	.015

* M=mean, SD=Standard deviation

*p<0.05

군집별 가공식품 구매 시 고려사항 분석 결과는 Table 6과 같다. '편의추구형'은 사용원료 4.26±0.691, 식품첨가물 4.19±0.774의 점수를 보였고, '대형마트 선호

형'은 사용원료 4.46 ± 0.575 , 식품첨가물 4.43 ± 0.648 , '고비용반복구매형'은 사용원료 4.27 ± 0.708 , 식품첨가물 4.24 ± 0.799 로 응답하였다. 사용원료와 식품첨가물, 영양 성분표시에서 '대형마트선호형'의 점수가 타 군집에 비해 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$).

[15]는 식품안전성 관련 항목인 식품첨가물, 원산지 등을 중요하게 인식하고 있어 본 연구와 상이한 결과를 보였다.

이상의 군집분석 결과 대형할인마트에서만 가공식품을 구매하는 '대형마트선호형'의 대학교 졸업 이상 비율이 타 군집에 비해 높고, 식품표시기준 필요성에 대한 인식 수준이 높았으며, 가공식품 구매 시 사용원료와 영양 성분표시, 식품첨가물을 고려하는 정도가 타 군집에 비해 높은 것으로 분석되어 타 군집에 비해 바람직한 가공식품 구매 행동을 보이고 있는 것이 확인되었다.

[3]은 '아동 식생활에 대한 관심과 지도'가 초등학생의 식생활 및 식품기호도에 가장 많은 영향을 미치는 보호자 요인이라고 하여 어머니의 식품표시기준에 대한 인식 수준 필요성을 제시하였고, [15]는 이를 위해 학부모 대상 눈높이에 맞는 교육매체 개발 및 이를 활용한 교육의 필요성을 강조하였다.

반면 온라인 구매비율이 타 군집에 비해 높고 다양한 장소에서 구매하는 '편의추구형'은 타 군집에 비해 영양 성분표시를 고려하는 정도가 낮은 것으로 분석되었고, 가공식품 구입비용과 구매빈도가 높은 '고비용반복구매형'은 취업모의 비율이 타 군집에 비해 높고, 식품표시기준 인식 수준이 낮았으며, 나트륨 필요성에 대한 인식 수준이 낮은 것으로 분석되어 적절한 교육의 필요성이 제시되었다.

[4]는 어머니가 직업이 있는 경우 시간부족을 가장 큰 어려움으로 여기고 있고, 조리의 간편성을 고려하는 정도가 높다고 하였고, 어머니의 직업이 없는 경우와 영양지식이 높은 경우 자녀의 식생활태도가 양호하다고 하였다. [3]은 초등학생의 식생활과 식습관에 가장 많은 영향을 미치는 가정식생활 환경 요인으로 '식품 구매 및 제공 내용'이라고 하였으며, 보호자의 현명한 식품선택과 제공의 중요성을 강조하였다.

본 연구를 통해 식품표시기준 인식 수준이 높을수록 가공식품 구매 행동에 긍정적인 영향을 주는 것으로 분석되었으며, 학력 수준과 직업 유무가 가공식품 구매 행동에 영향을 미치고 있음이 연구 결과 도출되었다. 가공식품 구매 행동 개선을 위해서는 초등학생 자녀를 둔 어머니를 대상으로 현명한 가공식품 선택방법, 외식메뉴 선

택방법 등 식품표시기준 인식교육과 가정통신문 등을 통한 적절한 정보 제공을 보다 활성화 할 필요가 있으며, 어머니의 직업이 있는 아동을 위한 건강한 식생활 태도 관련 교육이 적절히 이루어져야 한다.

5. 결론 및 시사점

본 연구는 충청권 초등학생을 자녀로 둔 어머니의 식품표시기준에 대한 인식 수준과 가공식품 구매 행동 간의 융복합 효과를 살펴보고자하는 목적으로 수행되었다.

본 연구를 위해 가공식품 구매행태에 따라 군집분석을 하였으며, 온라인 구매비율이 높고 다양한 장소에서 구매하는 '편의추구형'과 대형마트에서만 구매하는 '대형마트선호형', 가공식품 구입비용과 구매빈도가 높은 '고비용반복구매형'으로 집단구분을 하였다.

군집별 분석 결과 다음과 같은 결론이 도출되었다.

첫째, '고비용반복구매형'은 취업모의 비율이 타 군집에 비해 높아 가정에서 음식을 만드는 시간이 부족한 관계로 이를 대체하기 위해 조리가 간편한 가공식품을 구입하는 비율이 높은 것으로 조사되었으며, '대형마트선호형'은 전업주부의 비율이 타군집에 비해 높아 취업모에 비해 시간적 여유가 있으므로 가공식품 구매를 위한 식품표시기준 확인을 꼼꼼히 하고, 더 신중한 선택이 이루어지고 있는 것으로 조사되었다.

둘째, 군집간의 식품표시기준 인식 수준 관계 분석 결과 구매 비용과 구매 횟수가 높은 '고비용반복구매형'의 식품표시기준 인식 수준이 다소 낮은 것으로 나타났고, 나트륨의 중요도를 낮게 인식하고 있었으며, 대형마트에서만 구매하는 '대형마트선호형'의 식품표시기준 인식 수준이 높고 사용원료와 영양성분표시, 식품첨가물을 고려하는 정도가 높은 것으로 분석되어 가공식품 구매 행동에 따라 식품표시기준 인식 수준의 차이가 있음이 확인되었다.

이러한 결과를 종합해 볼 때, 초등학생 어머니의 직업 유무와 식품표시기준 인식 수준에 따라 가공식품 구매 행동의 차이가 있는 것이 연구 결과 도출되었으므로 가공식품 구매 행동의 개선을 위해서는 취업모 그룹인 직장인 대상의 식품표시기준에 대한 인식 수준 향상을 위한 적극적인 대안이 필요하다. 그 예로 직장인을 대상으로 한 식품표시기준 인식 개선 캠페인 및 세미나 등 사회적인 제도 장치 마련과 대중매체를 통한 교육 홍보 및 프로그램 개발 등이 활용될 수 있다.

본 연구의 확대를 위한 한계점은 다음과 같다.

첫째, 초등학생 어머니만 연구대상으로 한정하였다는 것이다. 향후 연구에서는 초등학생 어머니와 아버지의 식품표시기준 인식 수준과 가공식품 구매 행동 비교 연구를 진행함으로써 바른 먹거리의 섭취를 위한 부모의 역할을 보다 더 구체화할 필요가 있으며, 아동을 대상으로 부모의 인식 수준에 따른 자녀의 식품표시기준 인식 수준과 가공식품 구매 행동에 대한 후속 연구까지 함께 진행되어야 할 것이다.

둘째, 연구대상이 충청남도, 충청북도, 세종특별자치시, 대전광역시의 충청권으로 한정되어 전국단위로 확산하기에는 무리가 있다는 것이다. 이 부분은 추가연구를 통해 표본 집단을 전국단위로 확대함으로써 연구결과의 지역 간 분석도 의미 있는 결과로 도출될 수 있을 것으로 기대된다.

REFERENCES

- [1] K. S. Kang. (2017). A study on the application of dietary life education programs for activation of the rural convergence industry. *Journal of Digital Convergence*, 15(1), 461-469. DOI : 10.14400/JDC.2017.15.1.461
- [2] J. H. Seo & Y. K. Kyeong. (2016). Mothers' consuming behavior of processed foods influences their children's dietary life in kyungpook province. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 28(4), 111-122. DOI : 10.19031/jkheea.2016.12.28.4.111
- [3] K. A. Lee. (2019). Analysis of home and school environment factors affecting diet and eating habits of elementary school students. *Journal of Korean Practical Arts Education*, 25(2), 71-94. DOI : 10.29113/skpaer.2019.25.2.004
- [4] K. S. Kyung. (2012). *The Effects of mother's employment and nutritional knowledge on dietary attitudes of elementary school*. Master's dissertation. Kyunghee University, Seoul.
- [5] E. H. Kim. (2019). *A study on effects of mother's purchase behavior, dietary behavior and feeding practice on infant's processed food intake and dietary behavior*. Master's dissertation. Hanyang University, Seoul.
- [6] J. Y. Park & S. S. Lee. (2010). The effects of the dietary attitude of mothers on their children's health-related factors. *Journal of Korean Practical Arts Education*, 16(2), 217-236. DOI : 10.17055/jpaer.2010.16.2.217
- [7] MFDS. (2019). *Enforcement Rules of the Act on the Marking and Advertising of Food*. MFDS. <https://www.mfds.go.kr/>
- [8] Y. A. Lee. Determinants of consumers' awareness, satisfaction and trust of food labeling. *Consumer Policy and Education Review*, 15(4), 97-122. DOI : 10.15790/cope.2019.15.4.097
- [9] J. W. Lee & D. S. Kim. (2003). Recognition of processed foods may affect the use of food labeling in middle school students. *Journal of Korean Dietetic Association*, 9(3), 185-196.
- [10] A. W. Ha & K. W. Kim. (2019). The food and nutrient intakes from daily processed food in Korean adults: based on the 6th Korea national health and nutrition examination survey data (2013-2015). *Journal of Nutrition and Health*, 52(5), 422-434. DOI : 10.4163/jnh.2019.52.5.422
- [11] K. O. Lee. (2019). *The Awareness and utilization of nutrition labels among housewives in Gyeonggi-do*. Master's dissertation. Gachon University, Gyeonggi.
- [12] E. A. Cho & S. K. Lee & G. J. Heo. (2010). Snack consumption behaviors and nutrition knowledge among elementary school students in Siheung-si. *Korean J Community Nutrition*, 15(20), 169-179.
- [13] S. A. Kim. (2014). *A study on the preference of processed foods and awareness on food nutrition labeling of elementary school students in some areas of Jeju*. Master's dissertation. Cheju National University, Cheju.
- [14] H. J. Kim. (2014). *A study on relationship among nutrition knowledge, nutrition attitude, and processed-food purchasing behavior in mothers of having young children*. Master's dissertation. Chungang University, Seoul.
- [15] G. H. Kim. (2013). *A study on the perceptions and utilization of food and nutrition labeling by the parents of elementary students*. Master's dissertation. Seoul Education National University, Seoul.
- [16] MOHW. (2018). *Korea Health Statistics 2018: Korea National Health and Nutrition Examination Survey (KNHANES VII-3)*. Sejong : MOHW.
- [17] D. B. Park & Y. S. Yoo & M. S. Lee. (2007). Determinans of consumer preference by type of accommodation: Two step cluster analysis. *Journal of Korean Academy of Marketing Science*, 17(30), 1-19.
- [18] M. S. Park & B. I. Ann. (2014). Impacts of food consumption lifestyle on the expenditure for the processed food: Using cluster analysis and matching method. *Journal of Rural Economy*, 37(3), 25-58.

강 경 심(Keoung-Shim Kang)

[장학원]



- 1989년 2월 : 공주사범대학 가정교육
과(가정학사)
- 1995년 2월 : 공주대학교 가정교육학
과(교육학석사)
- 2010년 2월 : 공주대학교 가정교육학
과(교육학박사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 공주대학교 식품

과학부 부교수

- 관심분야 : 식생활교육, 농촌융복합산업, 외식상품개발
- E-Mail : kkshim@kongju.ac.kr

이 세 정(Se-Jeoung Lee)

[학생회원]



- 2015년 8월 : 공주대학교 외식상품학
전공(이학사)
- 2020년 8월 : 공주대학교 외식상품학
전공(이학석사)
- 2020년 8월 : 식생활교육국민네트워
크 교육홍보실
- 관심분야 : 식생활교육, 외식상품개발,

농촌융복합산업

- E-Mail : 01074550854@naver.com