



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2021年 2月  
碩士學位論文

광주지역 일부 대학생의  
식생활 라이프스타일에 따른  
편의점 간편식 이용실태 조사

朝鮮大學校 大學院

食品營養學科

柳 晶 仁

광주지역 일부 대학생의  
식생활 라이프스타일에 따른  
편의점 간편식 이용실태 조사

A Study on the Utilization of Convenient Meal in  
Convenience Store according to the Dietary Lifestyle of  
University Students in Gwangju

2021年 2月 25日

朝鮮大學校 大學院

食品營養學科

柳 晶 仁

광주지역 일부 대학생의  
식생활 라이프스타일에 따른  
편의점 간편식 이용실태 조사

指導教授 金福姬

이 論文을 理學 碩士學位 申請 論文으로 提出함.

2020년 10월

朝鮮大學校 大學院

食品營養學科

柳晶仁

柳晶仁의 碩士學位 論文을 認准함.

委員長 조선대학교 교수

이재준



委員 조선대학교 교수

이주원



委員 조선대학교 교수

김복희



2020년 11월

朝鮮大學校 大學院

# 목 차

ABSTRACT .....	vi
제 1 장 서 론 .....	1
제 2 장 연구 방법 .....	4
제 1 절 연구 대상 및 조사기간 .....	4
제 2 절 연구 내용 및 방법 .....	4
1. 인구통계학적 특성 조사 .....	4
2. 식생활 라이프스타일 특성 조사 .....	5
3. 식생활지침 이행도 조사 .....	5
4. 편의점 간편식 이용 관련 인식도 조사 .....	5
5. 편의점 간편식 이용실태 조사 .....	6
6. 편의점 간편식 이용빈도 조사 .....	7
제 3 절 자료 분석 .....	8
제 3 장 연구 결과 및 고찰 .....	9
제 1 절 대상자의 특성 분포 .....	9
1. 대상자의 인구통계학적 특성 분포 .....	9
2. 대상자의 식생활 라이프스타일 특성 분포 .....	12
3. 대상자의 식생활지침 이행도 분포 .....	21
4. 대상자의 편의점 간편식 인식도 분포 .....	25
5. 대상자의 편의점 간편식 이용실태 분포 .....	31
6. 대상자의 편의점 간편식 이용빈도 분포 .....	35

제 2 절	식생활 라이프스타일 군집에 따른 특성 비교 .....	42
1.	식생활 라이프스타일의 요인분석 .....	42
2.	식생활 라이프스타일의 K-평균 군집분석 .....	45
3.	식생활 라이프스타일 군집에 따른 인구통계학적 특성 분포 .....	47
4.	식생활 라이프스타일 군집에 따른 식생활지침 이행도 분포 .....	50
5.	식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 인식도 분포 .....	52
6.	식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용실태 분포 .....	55
7.	식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용빈도 분포 .....	61
제 3 절	편의점 간편식 인식도에 따른 특성 비교 .....	64
1.	편의점 간편식 인식도에 따른 시각적 구간화 .....	64
2.	편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 인구통계학적 특성 분포 .....	66
3.	편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 식생활 라이프스타일 분포 .....	69
4.	편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 편의점 간편식 이용실태 분포 .....	73
5.	편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 편의점 간편식 이용빈도 분포 .....	78
제 4 절	식생활 라이프스타일, 식생활지침 이행도, 편의점 간편식 인식도, 편의점 간편식 이용빈도 간의 상관관계와 영향 요인분석 .....	81
1.	식생활 라이프스타일, 식생활지침 이행도, 편의점 간편식 인식도, 편의점 간편식 이용빈도 간의 상관관계 분석 .....	81
2.	편의점 간편식에 따른 다중 회귀분석 .....	83
제 4 장	요약 및 결론 .....	85
제 1 절	연구의 요약 .....	85
제 2 절	시사점 및 제언 .....	89
참 고 문 헌	.....	90

부 록(설문지) ..... 93



## 표 목 차

표 1. 대상자의 인구통계학적 특성 분포 .....	10
표 2. 대상자의 식생활 라이프스타일 특성 점수 분포 .....	14
표 3. 대상자의 식생활 라이프스타일 특성 분포 .....	16
표 4. 대상자의 식생활지침 이행도 점수 분포 .....	22
표 5. 대상자의 식생활지침 이행도 분포 .....	23
표 6. 대상자의 편의점 간편식 인식도 점수 분포 .....	26
표 7. 대상자의 편의점 간편식 인식도 분포 .....	28
표 8. 대상자의 편의점 간편식 이용실태 분포 .....	33
표 9. 대상자의 편의점 간편식 이용빈도 점수 분포 .....	37
표 10. 대상자의 편의점 간편식 이용빈도 분포 .....	38
표 11. 식생활 라이프스타일의 요인분석 .....	44
표 12. 식생활 라이프스타일의 K-평균 군집분석 .....	46
표 13. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 인구통계학적 특성 분포 .....	48
표 14. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 식생활지침 이행도 점수 분포 .....	51
표 15. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 인식도 점수 분포 .....	53
표 16. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용실태 분포 .....	57
표 17. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용빈도 점수 분포 .....	62
표 18. 편의점 간편식 인식도 총합에 따른 시각적 구간화 .....	65
표 19. 편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 인구통계학적 특성 분포 .....	67
표 20. 편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 식생활 라이프스타일 점수 분포 .....	70
표 21. 편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 편의점 간편식 이용실태 분포 .....	74
표 22. 편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 편의점 간편식 이용빈도 점수 분포 .....	79
표 23. 식생활 라이프스타일, 식생활지침 이행도, 편의점 간편식 인식도, 편의점 간편식 이용빈도 간의 상관관계 상관관계분석 .....	82
표 24. 식생활 라이프스타일에 따른 회귀분석 .....	84

## ABSTRACT

### A Study on the Utilization of Convenient Meal in Convenience Store according to the Dietary Lifestyle of University Students in Gwangju

Jung-in Ryu

Advisor : Prof. Bok-hee Kim, Ph. D.

Department of Food and Nutrition

Graduate School of Chosun University

The increase in single-person households is affecting the economic impact and consumption patterns of consumers. With the increase in single-person householder, consumers who do not have enough time to cook themselves are increasingly interested in convenience store convenience foods and buying them. Therefore, the study surveyed 300 university students in Gwangju on the frequency of convenience store convenience food use according to their dietary lifestyle.

Data analysis was conducted using the SPSS version 26.0 statistics program. the non-continuous variables were attempted  $\chi^2$ -test and the continuous variables were attempted t-test. Through exploratory factor analysis and K-means cluster analysis, diet lifestyle were classified and analyzed into visual, health, gourmet, and convenience types. The total number of scores for convenience store convenient meal recognition was also analyzed by dividing them into groups A, B and C, D through visual segmentation

According to the results of the distribution of dietary lifestyle characteristics of college students, female students have a higher total of dietary lifestyle than male students have better dietary lifestyle. But male students tend to choose food for their health rather than female students( $p < 0.05$ ). The study also found that girls

tend to go to restaurants where food tastes better than male students,( $p<0.001$ ) also the implementation score for dietary guidelines was higher for girls than boys. However, male students tend to avoid overeating and increase their activities compared to female students.( $p<0.01$ )

According to the dietary guidance score distribution, health-seeking types consume a variety of foods compared to taste-seeking types.( $p<0.01$ ) In addition, the health pursuit type was shown to eat breakfast compared to the visual pursuit type.( $p<0.01$ )

According to the visual segmentation of convenience store convenient meal awareness, Compared to groups C and D, groups A and B tend to buy food even though they are new to each other, if it looks delicious.( $p<0.01$ ) In addition, group A and group B were found to be more satisfied with convenience store convenient meal than group C and group D.

According to the interrelation analysis, as the level of execution of the dietary guidelines increases as dietary life style increases.( $p<0.01$ ) In addition, as the frequency of convenience store convenient meal use increases, the level of execution of the dietary guidelines decreases( $p<0.01$ ), and the level of convenience store convenient meal awareness increased.( $p<0.05$ )

## 제 1 장 서 론

최근 우리나라는 빠른 산업화와 여성의 사회진출 증가 등의 사회변화로 인해 핵가족화, 1인 가구 증가 등의 인구구조 변화로 인해 개개인의 생활패턴과 라이프스타일에도 변화가 나타나고 있다. 통계청 자료에 따르면, 전체 가구의 1인 가구 비율이 2017년 기준 28.5%였으며, 2047년에는 37.3%로 증가할 것으로 전망했다(1).

1인 가구 증가는 경제활동에서 소비 주체의 변화뿐 아니라 소비패턴에도 영향을 미치고 있다. 그 대표적인 예가 제때에 식사를 못하고, 홀로 식사를 해결하는 ‘혼밥족’을 양산한 것이다(2).

혼밥족의 식품 구매 행태는 시장이나 마트에서 대량 구매하기보다는 편의점 등에서 소포장 단위를 소량 구매하는 방식을 선호한다(3). 최근 발표된 유통업체 매출 동향 보고서에 따르면, 우리 국민의 소비 형태가 대형마트나 오프라인 시장을 중심에서 소형마트, 편의점, 온라인 쇼핑몰 중심으로 빠르게 이동하고 있다고 보고하였다. 매출 규모에서도 대형마트, 백화점, 도·소매매장 등의 매출액 비중은 감소하는 한편 온라인 쇼핑몰·유통몰과 편의점의 비중은 점진적으로 증가하고 있는 것으로 보고하였다(4).

이처럼 편의점은 일상생활에 대한 영향력과 비중이 지속적으로 확대되고 있으며 그 중 편의점 간편식은 젊은 세대와 1인 가구들을 중심으로 많은 인기를 누리며 급속도로 확대되고 있다(5).

편의점 간편식이란 편의점에서 판매 및 취급하는 간편식을 말한다. 간편식은 소비자가 따로 조리 과정 없이 혹은 아주 짧은 조리 과정을 거쳐 섭취하도록 사전에 조리 및 가공·포장하여 판매·제공되는 식품으로서, 그 종류를 보면 ‘즉석 섭취 식품’, ‘즉석조리 식품’, ‘신선 편의 식품’으로 분류하고 있다(5)(6). 더 나아가 편의점 간편식 상품은 스낵류, 즉석식품, 도시락 등 다양한 상품들로 그 종류가 확대되며 편의점의 성장을 이끌어내고 있으며, 간편식들은 매출에 있어 주요한 부분을 차지하고 있다(7).

편의점 간편식을 주로 이용하는 소비자는 20대와 30대의 젊은 세대가 많았으며, 그 중에서도 대학생은 육체적, 정신적 활동이 활발하여 청소년기에서 성인기로 넘어가는

이행 단계로 올바른 식생활을 통한 균형 잡힌 영양 섭취가 중요하지만 불규칙한 식사, 결식, 과한 당섭취, 과식, 채소나 과일 및 유제품의 섭취부족, 즉석식품, 탄산음료 섭취 등의 바람직하지 못한 식습관을 형성하는 것으로 나타났다(8)(9).

또한 개성이 다양하고 니즈의 변화가 동태적인 대학생 소비자들을 분석하기 위해 삶의 전체적인 부분에서 나타나는 라이프스타일 변화를 탐색하고, 이것과 실제 소비하는 행위의 상호 작용을 이해하는 것이 매우 의미가 있다. 본 연구에서는 대학생들에서 소비자 라이프스타일에 따른 간편식 이용행태를 비교하고, 생활방식이 식행동에 미치는 상호 작용을 파악하고자 설계되었다(10).

라이프스타일은 사람들이 살아가는 방식, 생활양식, 유형, 행동과 의식을 연합한 생활양식으로 정의되고 있는 포괄적인 개념을 지닌 용어이다. 구체적으로 말하자면 라이프스타일은 사람들이 어떻게 자신의 시간을 할애하고 있는가 하는 활동과 본인이 처한 환경에서 중시하는 것은 어떠한 것들인가 하는 관심 그리고 자신의 주변 환경에 대해 어떻게 생각하는가 하는 의견의 총체로 나타내어지는 개념이며(11), 초기에는 사회학과 심리학에서 개인, 집단, 계층 간의 차이를 표현하는 개념으로 쓰여오다가 1960년대에 레이저(W.Lazer, 1963)에 의해 미국마케팅협회(AMA)에 소개되면서 마케팅 분야와 소비자에 응용되기 시작하였다(12). 라이프스타일을 식생활에 초점을 맞춰 좀 더 심층적으로 정의한 것이 바로 ‘식생활 라이프스타일(dietary lifestyle)’이다.

식생활(食生活)은 식생활교육지원법에 따르면 ‘인간이 생명을 유지하고 성장에 반드시 필요한 영양분을 섭취하기 위해서 음식을 먹는 양식화된 행위로 식품의 조리, 가공, 생산, 식사용구, 상차림, 식습관, 식사의 예절, 식품의 선택과 소비등의 음식물 섭취와 관련된 유·무형의 활동’으로 정의되어 있다(13). 또한 식생활 행동은 개인 혹은 집단의 취향과 기호가 다양하게 나타나있으므로 식생활은 단순히 인간의 생존하고만 관련 되는 것이 아니라 인간의 문화적 요소와도 연관이 있다(14).

식생활 라이프스타일은 이러한 것들이 혼합된 의미로 식료품의 구매의도, 구매행동, 구매 의사결정의 목적, 구매 제품의 특성, 식품 소비상황을 관찰함으로써 개인또는 집단의 식생활 라이프스타일을 탐색하여 식품 구매행동을 설명한 것이다(15). 즉, 라이프스타일이 개인 혹은 사회구성원들의 태도, 활동, 가치관 및 관심분야 등에 의하여 공통적으로 갖는 생활양식이라면, 식생활 라이프스타일은 실제 행동과도 연관이 있으며 식

생활에 포함되는 식료품의 구입 원인, 구입 행위, 구입에 따른 의사결정의 목적, 구입한 제품의 특성, 식품 소비행동 등을 분석함으로써 식품 구매행동을 설명한 것으로 정의할 수 있다(16)(17).

지금까지 식생활 라이프스타일에 관한 연구는 주로 기성세대를 대상으로 이루어져왔으며 그 중에서도 여성을 대상으로 다수 이루어져 왔다. 하지만 기성세대와는 달리 가치관이 급변하고 개성이 뚜렷한 신세대의 라이프스타일을 분석한 연구는 부족한 실정이며(18), 라이프스타일 구성요소들에 대한 이론적인 체계와 라이프스타일 분류방법의 타당성 문제가 제기되고 있어 이에 대한 연구의 필요성이 대두되고 있다(19).

또한 지금까지 국내에서 진행된 간편식에 대한 연구는 대형마트 등에서 구입해 집에서 간편하게 먹을 수 있는 가정간편식(HMR, Home Meal Replacement)을 중심으로 이루어졌으나, 편의점 간편식의 이용과 관련한 연구는 미비한 수준이다. 따라서 본 연구는 광주지역 대학생을 대상으로 편의점 간편식에 대한 이용 실태를 파악하고, 식생활 라이프스타일 특성에 따른 편의점 간편식 이용행태를 비교 분석하고자 한다.

## 제 2 장 연구 방법

### 제 1 절 연구 대상 및 조사 기간

본 연구는 광주지역 대학에 재학 중인 대학생 중 남학생 115명과 여학생 185명, 전체 300명을 대상으로 진행하였다. 연구진이 개발한 설문지를 활용해 설문조사를 실시하였으며, 교내 생명윤리심의위원회의 승인(2-1041055-AB-N-01-2019-40)을 받은 후 진행하였다. 설문조사 기간은 2019년 11월 7일 - 2019년 12월 11일까지였으며, 조사 방식은 연구진이 대상자들에게 연구 목적과 내용, 작성방식을 설명한 후에 대상자가 직접 작성하는 자기기입식으로 진행하였다.

### 제 2 절 연구 내용 및 방법

#### 1. 인구통계학적 특성 조사

대상자의 인구통계학적 특성으로는 성별과 연령, 신장, 체중, 식품 관련 전공 여부, 학년, 거주 형태, 부모님의 맞벌이 여부, 아르바이트 여부, 한 달 용돈, 한 달 용돈 중 식비 지출액 등 총 11개 문항으로 구성했다.

대상자의 연령은 시각적 구간화를 통해 18세-20세, 21-22세, 23세 이상으로 구분하였으며, 체질량지수(BMI)는 대상자가 기입한 신장과 체중으로  $BMI(=체중(kg)/키(m)^2)$  식을 활용해 계산했고 대한비만학회 기준에 따라 저체중군, 정상체중군, 과체중 이상군 3개 그룹으로 분류하였다(20). 전공계열은 식품 관련 전공과 비전공으로 나뉘었으며, 학년은 1학년부터 4학년으로 나뉘었다. 거주 형태는 통학(부모님과 지내는 것), 자취, 기숙사로 구분하였다. 학원 및 대외활동에 대해 안 한다, 적게 하는 편이다, 보통이다, 많이 하는 편이다의 4개 구간으로 구분하였으며, 용돈은 월 기준으로 20만원 미만, 20-30만원, 30-40만원, 40-50만원, 50만원 이상으로 구분했으며, 용돈 중 식비는 10만원 미만, 10-20만원, 20-30만원, 30-40만원 40만원 이상 5개 구간으로 각각 구분하였다.

## 2. 식생활 라이프스타일 특성 조사

대상자의 식생활 라이프스타일을 파악하기 위해 문혜진의 “식생활 라이프스타일 설문지”를 활용하였다(21). ‘건강을 위해 음식을 가려 먹는다’ 문항을 포함한 총 29개의 항목에 대해 매우 아니다, 아니다, 보통이다, 그렇다, 매우 그렇다의 Likert 5점 척도로 조사하였다. 자료 분석 시 매우 아니다는 1점, 아니다 2점, 보통이다 3점, 그렇다 4점, 매우 그렇다 5점으로 점수화하여 분석했으며, 점수 합은 최소 29점에서 최대 145점까지로 점수가 높을수록 식생활 라이프스타일이 양호한 것으로 평가하였다. 또한 신뢰도 분석을 거친 후 요인분석을 통해 유의미하게 나온 값으로 진행한 K-군집분석으로 시각추구형, 건강추구형, 편의추구형, 미식추구형 4가지 군집이 추출되었으며, 군집별 이용행태를 비교 분석하였다.

## 3. 식생활지침 이행도 조사

대상자의 식습관 정도를 파악하기 위해 “국민 공통 식생활지침”을 인용하였다(22). 조사 문항 9개 항목에 대해 매우 아니다, 아니다, 보통이다, 그렇다, 매우 그렇다로 Likert 5점 척도로 조사하였으며 자료 분석 시 매우아니다부터 매우그렇다까지 순서대로 1점씩 점수를 부여해 점수화 하였고, 점수 합은 최소 9점에서 최대 45점까지이다. 점수가 높을수록 식생활지침 이행도가 높아 건강한 식습관을 잘 지키고 있는 것으로 의미를 두고 분석을 실시하였다.

## 4. 편의점 간편식 이용 관련 인식도 조사

편의점 간편식에 관한 인식도를 조사하기 위해 엠브레인 트렌드모니터의 2014 편의점 식사대용식품 보고서에 발표한 “편의점 및 편의점 이용관련조사”를 참고하였다(23). 또한 편의점 간편식의 품질, 제품의 편의성, 제품의 경제성 부분을 조사하고자 이창석의 설문지를 사용하여 대상자들에게 인식도에 관한 조사를 실시하였다(5).

‘편의점 간편식은 전반적으로 맛이 좋다’ 항목을 포함하여 총 19개로 질문하였으며, 매우 아니다, 아니다, 보통이다, 그렇다, 매우 그렇다로 Likert 5점 척도로 조사하였으며 순서대로 1점씩 점수를 부여하였다. 이를 통해 합이 최소 19점에서 최대 95점까지



로 점수화하여 분석을 실시하였으며, 점수가 높을수록 편의점 간편식에 관하여 긍정적인 인식을 하는 것으로 해석하였다. 통합을 시각적 구간화를 통해 25%씩 ‘매우높은군’, ‘높은군’, ‘낮은군’, ‘매우낮은군’ 으로 분류하여 분석하였다.

## 5. 편의점 간편식의 이용실태 조사

편의점 간편식의 이용실태 조사는 엠브레인 트렌드모니터의 2012 편의점 식사대용식품 보고서(24), 신지현(25), 임동환(26), 나희라(27), 한명숙(28) 의 설문지를 참고하여 본 연구에 맞게 수정·보완하였다.

내용으로는 구매목적, 이용빈도, 이용하는 요일, 이용하는 시간대, 함께 이용하는 사람, 정보원(정보의 출처), 선호하는 프로모션 방법, 1회 구매 비용, 구입 시 선택의 기준, 섭취장소, 만족도, 재구매 의사와 요인 그리고 특정 브랜드 편의점 이용여부에 대해 조사하였다.

이용빈도 문항에서는 ‘1-2일에 1회’, ‘3-5일에 1회’, ‘1주일에 1회’, ‘2주일에 1회’, ‘한 달에 1회’로 구분하여 질문하였고, 이용하는 요일은 ‘월요일에서 목요일의 평일’, ‘금요일’, ‘토요일’, ‘일요일,공휴일’로 분류하였으며, 이용하는 시간대는 ‘아침’, ‘오전’, ‘점심’, ‘오후’, ‘저녁’, ‘야간’, ‘심야’로 구분하였다. 함께 이용하는 사람의 문항에서는 ‘혼자’, ‘친구 및 연인’, ‘가족 및 친지’, ‘기타’로 구분하였다. 정보원(정보의 출처)은 ‘TV,신문,잡지’, ‘SNS,블로그’, ‘주변의 추천’, ‘매장 내 경험’, ‘전단지’로 구분하였다. 선호하는 프로모션 방법으로는 가격/제휴할인, 무료 시식/시연 행사, 1+1패키지 상품, 사은품 증정, 광고(인터넷/신문)으로 구분하였다. 1회 구매 비용으로는 3천원 이하, 5천원 이하, 7천원 이하, 9천원 이하, 1만원 이상으로 구분하였으며, 구입 시 선택의 기준은 먼저 맛, 가격, 영양, 양, 외관, 안전·위생, 품질, 편의성, 저장성으로 분류하였다. 섭취 장소로는 학교나 학원에 가져가서 먹는 편, 구입한 편의점에서 먹는 편, 집에 가져가서 먹는 편, 야외(공원 등)에서 주로 먹는 편으로 분류하였다. 편의점 간편식의 만족도는 매우 만족하지 않음, 만족하지 않음, 보통, 만족함, 매우 만족함으로 나누었다. 재구매 의사는 매우 없음, 없음, 보통, 있음, 매우 있음으로 나누었고, 보통에서 매우있음 사이를 선택한 대상자들에게는 재구매 의사의 이유에 대해 물었으며 그 요인으로는 가격, 영양, 맛, 기호성, 편리성, 접근성, 위생으로 나누었다. 마지막 문항으로는 특정 브랜드 편의점 이용 여부에 대해 물었으며 특정 브랜드 편의점 이용, 브랜드와 무관하게 가까운

편의점 이용으로 분류하였다.

## 6. 편의점 간편식 이용빈도 조사

편의점 간편식 이용빈도는 최지원(29)의 이용빈도 개념을 이용하여, 정승아(30)와 2019년 식약처의 식품공전을(6) 토대로 본 연구의 범위에 맞게 각색하여 총 25문항을 사용하였으며, 각 문항은 한달 기준 거의 안함은 1점, 1-2회는 2점, 3-4회는 3점, 4회 이상은 4점이며, 최소 11점에서 최대 100점으로 편의점 간편식 이용빈도에 대한 점수가 높을수록 편의점 간편식의 이용빈도가 높은 것으로 의미를 두고 분석하였다.

### 제 3 절 자료 분석

본 연구는 SPSS version 26.0를 이용하여 통계·분석하였다. 연령, BMI, 식생활 라이프스타일 점수, 식생활지침 이행도 점수, 편의점 간편식 이용빈도 점수 등과 같은 연속 변수는 평균과 표준편차를 구했으며, t-test와 One-way ANOVA를 통해 유의도 검증을 실시하였다.

인구통계학적 특성, 편의점 간편식 이용자의 인식도, 이용실태 등과 같은 비연속 변수는  $\chi^2$ -test를 통해 유의도 검증을 실시하였으며, 유의적 검증은  $p=0.05$ 수준에서 이루어졌다. 식생활 라이프스타일 문항에 대한 판별 타당성을 확인하기 위해 주성분 요인 분석을 실시하였고, 변수들끼리의 동질성을 검증하기 위하여 KMO 분석과 Bartlett의 구형성 검증을 실시하였으며, 내적 일관성 검증을 위하여 Cronbach's alpha 값으로 신뢰도 분석을 실시하였다. 식생활 라이프스타일 요인별 적재 값을 기준으로 유사성을 가진 값들끼리의 그룹화를 위해 K-평균 군집분석을 이용하여 4개의 군집을 생성하여 분석하였다. 그리고 식생활 라이프스타일, 식생활지침 이행도, 편의점 간편식 인식도, 이용빈도 간의 관계를 알아보기 위해 상관관계 분석을 실시하였고, 식생활지침 이행도와 편의점 간편식 이용빈도에 영향을 미치는 요인을 알아내기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

## 제 3 장 연구 결과 및 고찰

### 제 1 절 대상자의 특성 분포

#### 1. 대상자의 인구통계학적 특성 분포

대상자의 인구통계학적 특성 분포는 표 1에 제시하였다. 대상자 수는 남학생 115명, 여학생 185명으로 전체 300명을 대상으로 했으며, 11개의 항목에서 유의적이였다.

대상자의 평균 연령은 남학생은  $22.1 \pm 2.0$ , 여학생은  $20.5 \pm 1.3$ 였으며, 남학생은 23세 이상에서 47.0%, 여학생은 18-20세에서 55.1%로 가장 높았다( $p < 0.001$ ).

평균 체질량지수(Body Mass Index, BMI)는 전체 남학생  $23.0 \pm 2.6$ , 여학생  $20.6 \pm 3.3$ 으로 나타나 유의적인 차이를 보였고( $p < 0.001$ ), 모두 정상체중이 높게 나타났으나 여학생에 비해 남학생에서 과체중 이상의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다.

전공의 분포는 여학생에서는 식품관련 전공 비율이 79.5%로 높게 나타났고, 남학생에서는 비전공 비율이 80.0%로 높게 나타나 유의적인 차이를 보였으며( $p < 0.001$ ), 거주 형태는 남학생의 경우 비통학의 비율이 높게 나타났고 반대로 여학생은 통학의 비율이 높게 나타났다.( $p < 0.001$ )

여학생은 남학생에 비해 아르바이트를 더 많이 하지만 학원 및 대외활동 여부에서는 남학생이 더 많이 하는 것으로 나타나 상반된 결과가 나타났으며, 한 달 기준 평균 용돈은 40~50만원이 35.3% 비율로 가장 높게 나타났다.( $p < 0.05$ )

표 1. 대상자의 인구통계학적 특성 분포

구분	내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	N(%)	$\chi^2$ or t
연령	18세-20세	134(44.7)	32(27.8)	102(55.1)		
	21세-22세	99(33.0)	29(25.2)	70(37.8)		65.891***
	23세 이상	67(22.3)	54(47.0)	13(7.0)		27.608***
	평균±표준편차	21.3±1.6	22.1±2.0	20.5±1.3		21.701***
신장(cm)	평균±표준편차	168.3±5.1	174.8±5.5	161.8±4.7		14.968***
체중(kg)	평균±표준편차	62.3±9.3	70.5±10.1	54.2±8.5		
	저체중(18.5 미만)	32(10.8)	1(0.9)	31(16.9)		
BMI <sup>2)</sup> (kg/m <sup>2</sup> )	정상체중(18.5-22.9)	197(66.3)	65(57.0)	132(72.1)		49.059***
	과체중이상(23.0 이상)	68(22.9)	48(42.1)	20(10.9)		
	평균±표준편차	21.0±3.3	23.0±2.6	20.6±3.3		44.582***
전공	식품관련 전공	170(56.7)	23(20.0)	147(79.5)		102.103***
	비전공	130(43.3)	92(80.0)	38(20.5)		
학년	1학년	59(19.7)	17(14.8)	42(22.7)		
	2학년	104(34.7)	42(36.5)	62(33.5)		2.884
	3학년	80(26.7)	32(27.8)	48(25.9)		
	4학년	57(19.0)	24(20.9)	33(17.8)		
거주 형태	통학	186(62.0)	55(47.8)	131(70.8)		15.902***
	비통학	114(38.0)	60(52.2)	54(29.2)		
부모님의 맞벌이 여부	예	190(63.3)	73(63.5)	117(63.2)		0.002
	아니오	110(36.7)	42(36.5)	68(36.8)		
아르바이트 여부	안한다	170(56.7)	75(65.2)	95(51.4)		5.140**
	한다	130(43.3)	40(34.8)	90(48.6)		
학원 및 대외활동 여부	안한다	176(58.7)	57(49.6)	119(64.3)		6.371*
	한다	124(41.3)	58(50.4)	66(35.7)		
한 달 용돈	30만원 미만	101(33.7)	30(26.1)	71(38.4)		
	30-40만원	93(31.0)	36(31.3)	57(30.8)		5.982*
	40-50만원	106(35.3)	49(42.6)	57(30.8)		

표 1. 계속

구분	내용	N(%)			X <sup>2</sup> or t
		전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	
	10만원 미만	18(6.0)	8(7.0)	10(5.4)	
용돈 중 식비	10-20만원	121(40.3)	37(32.2)	84(45.4)	5.429
	20-30만원	106(35.3)	46(40.0)	60(32.4)	
	30-40만원	43(14.3)	18(15.7)	25(13.5)	
	40만원 이상	12(4.0)	6(3.2)	6(5.2)	

1) 평균±표준편차

2) BMI (Body Mass Index, 체질량지수)

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

## 2. 대상자의 식생활 라이프스타일 특성 분포

대상자의 식생활 라이프스타일 특성 점수 분포는 표 2에 제시하였다. 식생활 라이프스타일의 문항은 총 29개로 구성되어 있으며, Likert 5점 척도로 조사를 실시하였다. 식생활 라이프스타일은 총 29개의 문항으로 이루어져 있으며, 10개의 문항에 대해 유의적이었다.

건강을 위해 음식을 가려 먹는다. 문항 중 남학생은  $2.9 \pm 1.0$ 점으로 나타났으며 여학생은  $2.7 \pm 0.9$ 점으로 남학생에 비하여 낮게 나타나 유의한 차이를 보였다. ( $p < 0.01$ ) 음식이 맛있는 집을 찾아다니며 먹는 편이다. 문항의 남학생의 점수는  $3.4 \pm 1.0$ 점, 여학생의 점수는  $3.9 \pm 1.0$ 점으로 여학생이 더 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다. ( $p < 0.001$ )

처음 보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매한다. 문항에서는 남학생이 여학생에 비해 점수가 높게 나타났으나, 유행하는 맛집이나 음식이 무엇인지 잘 아는 편이다., 다른 부문에 비해 식생활에 돈을 아끼지 않는 편이다. 문항에서는 여학생이 남학생에 비해 점수가 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다.

식품을 구입할 때 유통기한을 확인한다. 문항의 남학생의 평균은  $3.5 \pm 1.0$ 점, 여학생의 평균은  $3.7 \pm 0.9$ 점으로 나타났다. ( $p < 0.05$ ) 식품을 필요할 때마다 구입하여 사용한다. 문항의 남학생의 평균은  $3.4 \pm 1.0$ 점, 여학생의 평균은  $3.7 \pm 0.9$ 점으로 나타났다. ( $p < 0.05$ ) 혼자 집에 있는 경우 간식을 많이 먹지 않는다. 문항의 남학생의 평균은  $2.6 \pm 1.2$ 점, 여학생의 평균은  $3.4 \pm 1.1$ 점으로 유의적으로 나타났다. ( $p < 0.001$ )

이를 통해 여학생은 남학생에 비해 음식이 맛있는 집을 찾아다니며 먹는 편으로 나타났다으며, 처음 보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매하는 것으로 나타났고, 유행하는 맛집이나 음식이 무엇인지 잘 아는 편으로 나타났다. 또한 남학생에 비해 여학생이 다른 부문에 비해 식생활에 돈을 아끼지 않는 편으로 나타났으며, 식품을 필요할 때마다 구입하여 사용하는 것으로 나타났고, 이 외에도 혼자 집에 있는 경우 간식을 많이 먹는 편으로 나타나는 등 유의적인 결과가 나타났다.

학생의 식생활 라이프스타일 특성 분포는 표 3에 제시하였다. Likert척도로 설문을 구성하였으며, 총합은 최소 29점부터 최대 145점으로 점수가 높을수록 식생활 라이프스타일이 높은 것을 의미하며, 7문항에서 유의적이었다.

건강을 위해 음식을 가려먹는다. 문항은 남녀 모두 보통이다라는 비율이 높았으나, 남학생은 그렇다라는 비율이 23.5%, 여학생은 아니다로 응답한 비율이 36.2%로 유의한 차이를 보였다.( $p < 0.05$ )

음식이 맛있는 집을 찾아다니며 먹는 편이다. 문항은 남학생은 보통이라고 응답한 비율이 높게 나타났고, 여학생은 그렇다라고 응답한 비율이 높게 나타나 유의한 차이를 보였다.( $p < 0.001$ ) “음식선택을 할 때 맛을 우선시 하는 편이다.” 문항에서는 남학생의 경우 그렇다라는 비율이 56.5%, 여학생의 경우 57.8%로 나타났으나 유의적인 차이는 없었다. 이러한 결과로 볼 때 여학생이 남학생에 비해 다른 부문에 비해 식생활에 돈을 아끼지 않으면서, 맛을 우선적으로 본다는 해석을 할 수 있다.

식품을 구입할 때 유통기한을 확인한다. 문항에서 남학생과 여학생 모두 그렇다라고 응답한 비율이 높게 나타나 유의적인 차이는 없었다. 식품의 원산지 원재료명 등 영양성분 및 식품정보를 확인한다. 문항은 남학생은 보통이다라는 비율이 32.2%로 가장 높았고, 여학생은 그렇다라는 비율이 37.8%로 가장 높게 나타났으며, 남학생에 비해 여학생이 식품을 구입할 때 원재료의 원산지, 영양성분등을 확인하는 것으로 나타났다.( $p < 0.05$ )

혼자 집에 있는 경우 간식을 많이 먹지 않는 편이다. 문항은 남학생은 아니다라고 응답한 비율이 35.7%, 여학생은 그렇다라는 비율이 44.3%로 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다.( $p < 0.001$ ) 이로써 남학생이 여학생에 비해 집에 혼자 있는 경우 간식을 많이 먹는 편인 것을 알 수 있었다.

식료품 구입 시 색이 선명한 것과 모양이 예쁜 것을 구입한다. 문항에서 남학생의 경우 아니다라는 비율이 29.6%로 가장 높았고, 여학생의 경우 그렇다라는 비율이 39.5%로 가장 높았게 나타났다. ( $p < 0.01$ ) 이러한 결과를 통해 남학생에 비해 여학생이 식품을 구입할 때 시각적인 부분을 고려하여 구입하는 것을 알 수 있었다.



표 2. 대상자의 식생활 라이프스타일 특성 점수 분포

구분	Mean±SD			
	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	t
건강을 위해 음식을 가려 먹는다.	2.8±0.9	2.9±1.0	2.7±0.9	2.296*
비만을 고려한 식생활을 한다.	2.8±1.0	2.7±1.1	2.8±1.0	-1.175
음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이다.	2.9±1.0	3.0±1.1	2.8±1.0	1.749
인스턴트 음식은 되도록 먹지 않으려고 노력 한다.	2.7±1.0	2.8±1.1	2.7±1.0	0.605
건강식품, 자연식품, 유기농식품 등을 자주 이용한다.	2.7±1.0	2.7±1.0	2.6±1.0	1.069
음식이 맛있는 집을 찾아다니며 먹는 편이다.	3.7±1.0	3.4±1.0	3.9±1.0	-4.314***
새로운 음식을 먹어보는 것을 좋아한다.	3.6±1.0	3.7±1.0	3.6±0.9	1.114
처음 보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매 한다.	3.5±1.0	3.7±0.9	3.4±1.0	2.024*
음식의 유행을 빨리 받아들이는 편이다.	3.3±1.0	3.2±1.0	3.4±0.9	-1.911
유행하는 맛집이나 음식이 무엇인지 잘 아는 편이다.	3.3±0.9	3.1±1.0	3.4±0.9	-2.528*
주변에서 들어본 음식은 빨리 먹어보려고 한다.	3.2±1.1	3.1±1.0	3.3±1.1	-1.343
다양한 맛을 원해서 매번 식단을 바꾸는 편이다.	2.8±1.0	2.7±1.0	2.9±1.0	-1.490
다른 부문에 비해 식생활에 돈을 아끼지 않는 편이다.	3.6±1.0	3.4±1.0	3.7±0.9	-2.360**
음식선택을 할 때 맛을 우선시 하는 편이다.	4.0±0.8	3.9±0.8	4.0±0.8	-1.679
식품 구입할 때 가격정보를 확인한다.	4.0±0.8	3.9±0.9	4.0±0.8	-1.824
식품을 구입할 때 유통기한을 확인한다.	3.9±0.9	3.8±1.0	4.0±0.9	-1.608
식품의 원산지, 원재료명 등 영양성분 및 식품정보를 확인한다.	3.1±1.1	2.9±1.0	3.2±1.1	-1.897
식품을 필요할 때마다 구입하여 사용한다.	3.6±0.9	3.5±1.0	3.7±0.9	-2.317*

표 2. 계속

구분	Mean±SD			
	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	t
식품을 구입할 때 여러 회사의 제품을 비교해서 구입한다.	3.2±1.3	3.0±1.2	3.3±1.4	-1.759
가격이 비싸도 이름 있는 회사의 식품을 구매한다.	2.9±0.9	2.8±0.9	2.9±1.0	-0.239
백화점, 슈퍼 등에서 조리가 다 된 음식을 자주 구입하지 않는다.	3.2±1.1	2.7±1.0	2.9±1.1	1.072
식사준비나 식사에 드는 시간을 가능한 아끼는 편이 아니다.	3.1±1.0	2.8±1.0	2.9±0.9	0.262
바빠서 외식을 자주하는 편이 아니다.	2.7±1.0	3.2±1.1	3.4±1.0	1.921
바쁠 때는 빵, 우유 등으로 끼니를 해결하지 않는다.	2.6±1.1	3.5±1.1	3.6±1.0	1.264
혼자 집에 있는 경우 간식을 많이 먹지 않는 편이다.	2.9±1.2	2.6±1.2	3.4±1.1	5.283***
식료품 구입 시 색이 선명한 것과 모양이 예쁜 것을 구입한다.	3.2±1.1	2.9±1.1	3.3±1.0	-3.447** *
식사 시 요리의 색채는 식욕에 중요한 영향을 미친다고 생각한다.	3.8±0.9	3.8±1.0	3.8±0.9	-0.759
음식의 모양과 색이 아름다울수록 먹고 싶다는 충동을 느낀다.	3.8±0.9	3.8±1.0	3.8±0.9	-0.368
시각적으로 아름다운 음식이 더 맛있다고 생각한다.	3.7±0.9	3.7±1.0	3.6±0.9	0.673
식생활 라이프스타일 총합(점)	94.4±11.0	93.7±12.4	94.8±10.0	0.806

1) 평균±표준편차

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

표3. 대상자의 식생활 라이프스타일 특성 분포

구분	내용	N(%)			X <sup>2</sup>
		전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	
건강을 위해 음식을 가려 먹는다.	매우 아니다	23(7.7)	9(7.8)	14(7.6)	9.492*
	아니다	94(31.3)	27(23.5)	67(36.2)	
	보통이다	115(38.3)	46(40.0)	69(37.3)	
	그렇다	60(20.0)	27(23.5)	33(17.8)	
	매우 그렇다	8(2.7)	6(5.2)	2(1.1)	
비만을 고려한 식생활을 한다.	매우 아니다	37(12.3)	18(15.7)	19(10.3)	4.010
	아니다	77(25.7)	30(26.7)	47(25.4)	
	보통이다	107(35.7)	40(34.8)	67(36.2)	
	그렇다	72(24.0)	23(20.0)	49(26.5)	
	매우 그렇다	7(2.3)	4(3.5)	3(1.6)	
음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이다.	매우 아니다	28(9.3)	11(9.6)	17(9.2)	9.003
	아니다	83(27.7)	28(24.3)	55(29.7)	
	보통이다	99(33.0)	33(28.7)	66(35.7)	
	그렇다	81(27.0)	36(31.3)	45(24.3)	
	매우 그렇다	9(3.0)	7(6.1)	2(1.1)	
인스턴트 음식은 되도록 먹지 않으려고 노력한다.	매우 아니다	32(10.7)	11(9.6)	21(11.4)	2.622
	아니다	108(36.0)	43(37.4)	65(35.1)	
	보통이다	87(29.0)	31(27.0)	56(30.3)	
	그렇다	61(20.3)	23(20.0)	38(20.5)	
	매우 그렇다	32(10.7)	12(10.4)	20(10.8)	
건강식품, 자연식품, 유기농식품 등을 자주 이용한다.	매우 아니다	103(34.3)	36(31.3)	67(36.2)	1.474
	아니다	109(36.3)	43(37.4)	66(35.7)	
	보통이다	45(15.0)	19(16.5)	26(14.1)	
	그렇다	10(3.3)	5(4.3)	5(2.7)	
	매우 그렇다	8(2.7)	5(4.3)	3(1.6)	
음식이 맛있는 집을 찾아다니며 먹는 편이다.	매우 아니다	8(2.7)	5(4.3)	3(1.6)	23.666***
	아니다	79(26.3)	40(34.8)	39(21.1)	
	보통이다	134(44.7)	38(33.0)	96(51.9)	
	그렇다	58(19.3)	16(13.9)	42(22.7)	
	매우 그렇다	36(12.0)	4(3.5)	32(17.3)	
새로운 음식을 먹어보는 것을 좋아한다.	매우 아니다	36(12.0)	4(3.5)	32(17.3)	4.626
	아니다	74(24.7)	28(24.3)	46(24.9)	
	보통이다	129(43.0)	50(43.5)	79(42.7)	
	그렇다	54(18.0)	24(20.9)	30(16.2)	
	매우 그렇다				

표 3. 계속

구분	내용	N(%)			X <sup>2</sup>
		전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	
처음 보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매 한다.	매우 아니다	45(15.0)	14(12.2)	31(16.8)	4.629
	아니다	74(24.7)	28(24.3)	46(24.9)	
	보통이다	130(43.3)	52(45.2)	78(42.2)	
	그렇다	43(14.3)	20(17.4)	23(12.4)	
	매우 그렇다				
음식의 유행을 빨리 받아들이는 편이다.	매우 아니다	48(16.0)	19(16.5)	29(15.7)	5.833
	아니다	107(35.7)	47(40.9)	60(32.4)	
	보통이다	107(35.7)	34(29.6)	73(39.5)	
	그렇다	28(9.3)	9(7.8)	19(10.3)	
	매우 그렇다	9(3.0)	5(4.3)	4(2.2)	
유행하는 맛집이나 음식이 무엇인지 잘 아는 편이다.	매우 아니다	48(16.0)	24(20.9)	24(13.0)	6.540
	아니다	105(35.0)	41(35.7)	64(34.6)	
	보통이다	114(38.0)	39(33.9)	75(40.5)	
	그렇다	24(8.0)	6(5.2)	18(9.7)	
	매우 그렇다	22(7.3)	9(7.8)	13(7.0)	
주변에서 들어본 음식은 빨리 먹어보려고 한다.	매우 아니다	46(15.3)	21(18.3)	25(13.5)	2.274
	아니다	106(35.3)	42(36.5)	64(34.6)	
	보통이다	97(32.3)	34(29.6)	63(34.1)	
	그렇다	29(9.7)	9(7.8)	20(10.8)	
	매우 그렇다	18(6.0)	7(6.1)	11(5.9)	
다양한 맛을 위해서 매번 식단을 바꾸는 편이다.	매우 아니다	111(37.0)	51(44.3)	60(32.4)	4.955
	아니다	101(33.7)	34(29.6)	67(36.2)	
	보통이다	55(18.3)	17(14.8)	38(20.5)	
	그렇다	15(5.0)	6(5.2)	9(4.9)	
	매우 그렇다				
다른 부문에 비해 식생활에 돈을 아끼지 않는 편이다.	매우 아니다	6(2.0)	3(2.6)	3(1.6)	7.050
	아니다	42(14.0)	19(16.5)	23(12.4)	
	보통이다	73(24.3)	35(30.4)	38(20.5)	
	그렇다	137(45.7)	46(40.0)	91(49.2)	
	매우 그렇다	42(14.0)	12(10.4)	30(16.3)	
음식선택을 할 때 맛을 우선시 하는 편이다.	매우 아니다	11(3.7)	5(4.3)	6(3.2)	3.108
	아니다	44(14.7)	20(17.4)	24(13.0)	
	보통이다	172(57.3)	65(56.5)	107(57.8)	
	그렇다	70(23.3)	23(20.0)	47(25.4)	
	매우 그렇다				

표 3. 계속

구분	내용	N(%)			X <sup>2</sup>
		전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	
식품 구입할 때 가격정보를 확인한다.	매우 아니다	5(1.7)	1(0.9)	4(2.2)	8.490
	아니다	12(4.0)	8(7.0)	4(2.2)	
	보통이다	44(14.7)	22(19.1)	22(11.9)	
	그렇다	167(55.7)	60(52.2)	107(57.8)	
	매우 어렵다	72(24.0)	24(20.9)	48(25.9)	
식품을 구입할 때 유통기한을 확인한다.	매우 어렵다	1(0.3)	1(0.9)	0(0.0)	4.136
	아니다	25(8.3)	13(11.3)	12(6.5)	
	보통이다	53(17.7)	21(18.3)	32(17.3)	
	그렇다	138(46.0)	51(44.3)	87(47.0)	
	매우 어렵다	83(27.7)	29(25.2)	54(29.2)	
식품의 원산지, 원재료명 등 영양성분 및 식품정보를 확인한다.	매우 어렵다	25(8.3)	8(7.0)	17(9.2)	10.243*
	아니다	90(30.0)	37(32.2)	53(28.6)	
	보통이다	98(32.7)	28(24.3)	70(37.8)	
	그렇다	20(6.7)	7(6.1)	13(7.0)	
	매우 어렵다	67(22.3)	35(30.4)	32(17.3)	
식품을 필요할 때마다 구입하여 사용한다.	매우 어렵다	8(2.7)	4(3.5)	4(2.2)	6.403
	아니다	26(8.7)	15(13.0)	11(5.9)	
	보통이다	82(27.3)	33(28.7)	49(26.5)	
	그렇다	144(48.0)	51(44.3)	93(50.3)	
	매우 어렵다	40(13.3)	12(10.4)	28(15.1)	
식품을 구입할 때 여러 회사의 제품을 비교해서 구입한다.	매우 어렵다	22(7.3)	11(9.6)	11(5.9)	3.556
	아니다	76(25.3)	33(28.7)	43(23.2)	
	보통이다	75(25.0)	27(23.5)	48(25.9)	
	그렇다	96(32.0)	34(29.6)	62(33.5)	
	매우 어렵다	31(10.3)	10(8.7)	21(11.3)	
가격이 비싸도 이름 있는 회사의 식품을 구매한다.	매우 어렵다	18(6.0)	6(5.2)	12(6.5)	0.974
	아니다	91(30.3)	38(33.0)	53(28.6)	
	보통이다	118(39.3)	43(37.4)	75(40.5)	
	그렇다	61(20.3)	24(20.9)	37(20.0)	
	매우 어렵다	12(4.0)	4(3.5)	8(4.3)	
백화점, 슈퍼 등에서 조리가 다 된 음식을 자주 구입하지 않는다.	매우 어렵다	35(11.7)	13(11.3)	22(11.9)	2.185
	아니다	83(27.7)	36(31.3)	47(25.4)	
	보통이다	102(34.0)	40(34.8)	62(33.5)	
	그렇다	63(21.0)	21(18.3)	42(22.7)	
	매우 그렇다	17(5.7)	5(4.3)	12(6.5)	

표 3. 계속

구분	내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	$\chi^2$	N(%)
식사준비나 식사에 드는 시간을 가능한 아끼는 편이 아니다.	매우 아니다	17(5.7)	10(8.7)	7(3.8)	4.190	
	아니다	98(32.7)	33(28.7)	65(35.1)		
	보통이다	109(36.3)	42(36.5)	67(36.2)		
	그렇다	64(21.3)	26(22.6)	38(20.5)		
	매우 그렇다	12(4.0)	4(3.5)	8(4.3)		
바빠서 외식을 자주하는 편이 아니다.	매우 어렵다	9(3.0)	3(2.6)	6(3.3)	5.109	
	아니다	63(21.0)	30(26.1)	33(17.8)		
	보통이다	84(28.0)	32(27.8)	52(28.1)		
	그렇다	108(36.0)	35(30.4)	73(39.5)		
	매우 그렇다	36(12.0)	13(11.3)	23(12.4)		
바쁠 때는 빵, 우유 등으로 끼니를 해결하지 않는다.	매우 어렵다	13(4.3)	6(5.2)	7(3.8)	1.883	
	아니다	43(14.3)	17(14.8)	26(14.1)		
	보통이다	61(20.3)	27(23.5)	34(18.4)		
	그렇다	135(45.0)	48(41.7)	87(47.0)		
	매우 그렇다	48(16.0)	17(14.8)	31(16.8)		
혼자 집에 있는 경우 간식을 많이 먹지 않는 편이다.	매우 어렵다	36(12.0)	20(17.4)	16(8.6)	35.815***	
	아니다	63(21.0)	41(35.7)	22(11.9)		
	보통이다	66(22.0)	21(18.3)	45(24.3)		
	그렇다	108(36.0)	26(22.6)	82(44.3)		
	매우 그렇다	27(9.0)	7(6.1)	20(10.8)		
식료품 구입 시 색이 선명한 것과 모양이 예쁜 것을 구입한다.	매우 어렵다	19(6.3)	11(9.6)	8(4.3)	15.766**	
	아니다	61(20.3)	34(29.6)	27(14.6)		
	보통이다	92(30.7)	32(27.8)	60(32.4)		
	그렇다	102(34.0)	29(25.2)	73(39.5)		
	매우 그렇다	26(8.7)	9(7.8)	17(9.2)		
식사 시 요리의 색채는 식욕에 중요한 영향을 미친다고 생각한다.	매우 어렵다	9(3.0)	5(4.3)	4(2.2)	2.266	
	아니다	14(4.7)	7(6.1)	7(3.8)		
	보통이다	60(20.0)	21(18.3)	39(21.1)		
	그렇다	160(53.3)	60(52.2)	100(54.1)		
	매우 그렇다	57(19.0)	22(19.1)	35(18.9)		
음식의 모양과 색이 아름다울수록 먹고 싶다는 충동을 느낀다.	매우 어렵다	7(2.3)	3(2.6)	4(2.2)	0.836	
	아니다	17(5.7)	8(7.0)	9(4.9)		
	보통이다	71(23.7)	27(23.5)	44(23.8)		
	그렇다	142(47.3)	52(45.2)	90(48.6)		
	매우 그렇다	63(21.0)	25(21.7)	38(20.5)		

표 3. 계속

구분	내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	N(%)
					$\chi^2$
시각적으로 아름다운 음식이 더 맛있다고 생각 한다.	매우 아니다	8(2.7)	4(3.5)	4(2.2)	1.863
	아니다	29(9.7)	9(7.8)	20(10.8)	
	보통이다	64(21.3)	22(19.1)	42(22.7)	
	그렇다	153(51.0)	61(53.0)	92(49.7)	
	매우 그렇다	46(15.3)	19(16.5)	27(14.6)	

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

### 3. 대상자의 식생활지침 이행도 분포

대상자의 식생활지침 이행도 점수 분포는 표 4에 제시하였다. 식생활지침 이행도는 총 9문항으로 이루어져 있고, 총합은 최소 9점부터 최대 45점으로 점수가 높을수록 건강한 식습관을 실천하는 것을 의미하며, 3문항에서 유의적이었다.

“쌀·잡곡, 채소, 과일, 우유·유제품, 육류, 생선, 달걀, 콩류 등 다양한 식품을 섭취한다.” 문항에서 남학생의 평균은  $3.6 \pm 0.8$ 점, 여학생의 평균은  $3.4 \pm 0.9$ 점으로 남학생이 여학생에 비해 높은 것으로 나타나 유의적인 차이를 보였다. ( $p < 0.05$ ) “과식을 피하고 활동량을 늘린다.” 문항의 남학생의 평균은  $3.2 \pm 0.9$ 점, 여학생의 평균은  $2.9 \pm 0.9$ 점으로 나타났다. ( $p < 0.01$ )

이를 통해 남학생이 여학생에 비해 쌀·잡곡, 채소, 과일, 우유·유제품, 육류, 생선, 달걀, 콩류 등 다양한 식품을 섭취하며, 과식을 피하고 활동량을 늘리는 것으로 확인됐다. 여학생은 남학생에 비해 아침밥을 먹으며, 술자리를 피하는 경향이 있으면서 가족과 함께 하는 식사 횟수를 늘리는 것으로 나타났다.

식생활지침 이행도 총합에서 남학생의 평균은  $28.3 \pm 5.3$ 점으로 나타났으며, 여학생의 경우는  $27.8 \pm 5.0$ 점으로 나타났다. 이러한 결과로 남학생이 여학생에 비해 식생활지침 이행도가 더 높은 것으로 나타났다. 또 다른 광주지역 일부 대학생을 대상으로 한 논문의 식생활지침 이행도에서는 “우리 식재료를 활용한 식생활을 즐긴다.” 등에서 여학생이 남학생에 비해 식생활지침 이행도가 높은 것을 확인 할 수 있었다. (18)

학생의 식생활지침 이행도 분포는 표 5에 제시하였다. 식생활지침 이행도는 Likert척도로 설문을 구성하였으며, 2문항에서 유의적이었다.

“과식을 피하고 활동량을 늘린다.” 문항에서 그렇다라고 응답한 남학생의 비율은 39.1%, 여학생의 비율은 48.1%로 유의적인 차이가 있게 나타났다. ( $p < 0.05$ ) “단 음료 대신 물을 충분히 마신다.” 문항은 남학생은 그렇다라고 응답한 비율이 41.7%로 나타났고, 여학생은 보통이다라고 응답한 비율이 32.4%로 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다. ( $p < 0.05$ )



표 4. 대상자의 식생활지침 이행도 점수 분포

구분	Mean±SD			t
	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	
쌀·잡곡, 채소, 과일, 우유·유제품, 육류, 생선, 달걀, 콩류 등 다양한 식품을 섭취한다.	3.5±0.9 <sup>1)</sup>	3.6±0.8	3.4±0.9	2.037*
아침밥을 꼭 먹는다.	2.6±1.3	2.5±1.3	2.6±1.4	-0.146
과식을 피하고 활동량을 늘린다.	3.0±0.9	3.2±0.9	2.9±0.9	2.821**
덜 짜게, 덜 달게, 덜 기름지게 먹는다.	2.7±0.9	2.8±1.0	2.7±0.9	0.469
단음료 대신 물을 충분히 마신다.	3.2±1.1	3.5±1.0	3.1±1.1	2.775**
술자리를 피한다.	2.9±1.3	2.8±1.4	3.0±1.2	-0.979
음식은 위생적으로, 필요한 만큼만 마련한다.	3.5±0.8	3.5±0.8	3.5±0.8	-0.203
우리 식재료를 활용한 식생활을 즐긴다.	3.4±0.9	3.4±0.9	3.4±0.9	-0.531
가족과 함께 하는 식사 횟수를 늘린다.	3.1±1.0	3.0±1.0	3.2±1.0	-1.318
식생활지침 이행도 총합(점)	28.0±5.1	28.3±5.3	27.8±5.0	0.687

1) 평균±표준편차

\* p<0.05, \*\* p<0.01

표 5. 대상자의 식생활지침 이행도 분포

구분	내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	N(%)
					$\chi^2$
쌀·잡곡, 채소, 과일, 우유·유제품, 육류, 생선, 달걀, 콩류 등 다양한 식품을 섭취한다.	매우 아니다	8(2.7)	1(0.9)	7(3.8)	5.762
	아니다	23(7.7)	5(4.3)	18(9.7)	
	보통이다	105(35.0)	41(35.7)	64(34.6)	
	그렇다	137(45.7)	56(48.7)	81(43.8)	
	매우 어렵다	27(9.0)	12(10.4)	15(8.1)	
아침밥을 꼭 먹는다.	아니다	82(27.3)	30(26.1)	52(28.1)	3.148
	보통이다	81(27.0)	30(26.1)	51(27.6)	
	그렇다	59(19.7)	28(24.3)	31(16.8)	
	매우 어렵다	45(15.0)	17(14.8)	28(15.1)	
	매우 어렵다	33(11.0)	10(8.7)	23(12.4)	
과식을 피하고 활동량을 늘린다.	아니다	13(4.3)	3(2.6)	10(5.4)	10.420*
	보통이다	67(22.3)	23(20.0)	44(23.8)	
	그렇다	134(44.7)	45(39.1)	89(48.1)	
	매우 어렵다	74(24.7)	36(31.3)	38(20.5)	
	매우 어렵다	12(4.0)	8(7.0)	4(2.2)	
덜 짜게, 덜 달게, 덜 기름지게 먹는다.	아니다	25(8.3)	10(8.7)	15(8.1)	1.495
	보통이다	94(31.3)	36(31.3)	58(31.4)	
	그렇다	127(42.3)	45(39.1)	82(44.3)	
	매우 어렵다	44(14.7)	19(16.5)	25(13.5)	
	매우 어렵다	10(3.3)	5(4.3)	5(2.7)	
단음료 대신 물을 충분히 마신다.	아니다	15(5.0)	5(4.3)	10(5.4)	10.247*
	보통이다	63(21.0)	17(14.8)	46(24.9)	
	그렇다	89(29.7)	29(25.2)	60(32.4)	
	매우 어렵다	99(33.0)	48(41.7)	51(27.6)	
	매우 어렵다	34(11.3)	16(13.9)	18(9.7)	
술자리를 피한다.	아니다	44(14.7)	23(20.0)	21(11.4)	7.974
	보통이다	84(28.0)	29(25.2)	55(29.7)	
	그렇다	73(24.3)	29(25.2)	44(23.8)	
	매우 어렵다	56(18.7)	15(13.0)	41(22.2)	
	매우 어렵다	43(14.3)	19(16.5)	24(13.0)	
음식은 위생적으로, 필요한 만큼만 마련한다.	아니다	6(2.0)	4(3.5)	2(1.1)	7.934
	보통이다	15(5.0)	2(1.7)	13(7.0)	
	그렇다	112(37.3)	44(38.3)	68(36.8)	
	매우 어렵다	147(49.0)	60(52.2)	87(47.0)	
	매우 그렇다	20(6.7)	5(4.3)	15(8.1)	

표 5. 계속

구분	내용	N(%)			X <sup>2</sup>
		전체 (N=200)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	
우리 식재료를 활용한 식생활을 즐긴다.	매우 아니다	7(2.3)	4(3.3)	3(1.6)	2.012
	아니다	31(10.3)	10(8.7)	21(11.4)	
	보통이다	123(41.0)	50(43.5)	73(39.5)	
	그렇다	116(38.7)	43(37.4)	73(39.5)	
	매우 그렇다	23(7.7)	8(7.0)	15(8.1)	
가족과 함께 하는 식사 횟수를 늘린다.	매우 아니다	18(6.0)	9(7.8)	9(4.9)	4.880
	아니다	57(19.0)	21(18.3)	36(19.5)	
	보통이다	120(40.0)	48(41.7)	72(38.9)	
	그렇다	80(26.7)	32(27.8)	48(25.9)	
	매우 그렇다	25(8.3)	5(4.3)	20(10.8)	

\* p<0.05

#### 4. 대상자의 편의점 간편식 인식도 분포

대상자의 식생활지침 이행도 점수 분포는 표 6에 제시하였다. 편의점 간편식 이용자에 대한 인식도 특성 항목은 총 19항목으로 이루어져 있고, 총합은 최소 19점부터 최대 95점으로 점수가 높을수록 인식도가 좋은 것을 의미하며 1개의 문항에서 유의적이었다.

“가격이 합리적이다.”라는 문항에 남학생의 평균은  $3.0 \pm 0.9$ 점, 여학생의 평균은  $3.2 \pm 0.9$ 점으로 유의적인 차이를 보였다.( $p < 0.05$ ) “할인 판매, 행사 등의 기회를 활용할 수 있다.”라는 문항에서 남학생의 평균은  $3.8 \pm 0.8$ 점, 여학생의 평균은  $4.0 \pm 0.7$ 으로 나타나 유의적인 차이를 보였다.( $p < 0.05$ )

이를 통해 여학생이 남학생보다 할인 판매, 행사 등의 기회를 통해 편의점 간편식을 합리적인 가격으로 구입 할 수 있다고 생각한다는 것을 알 수 있었다. 그 외에도 저렴한 가격으로 최상의 효과를 얻을 수 있으며, 한 끼 식사로도 충분하다고 생각하는 비율이 높게 나타났다.

대상자의 편의점 간편식 인식도 분포는 표 7에 제시하였다. 편의점 간편식 인식도 항목은 총 19문항으로 이루어져 있고, Likert척도로 질문하였다.

“할인 판매, 행사 등의 기회를 활용할 수 있다.” 문항은 남녀 모두 그렇다라고 응답한 비율이 가장 높았지만 남학생 비율이 58.5%, 여학생은 비율이 55.7%로 여학생에 비해 남학생의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다.( $p < 0.05$ )

“손님 접대가 용이하다.”라는 문항에서는 남녀 모두 아니다라고 응답한 비율이 높았다. 이러한 결과로 남녀 모두에게서 ‘편의점 간편식이 손님에게 접대할 만큼 용이한 것은 아니다’라는 인식을 가지고 있음을 알 수 있었다. 그 외에도 “편의점의 간편식품은 한끼 식사로 충분하다.”라는 문항에 남녀 모두 그렇다라고 응답한 비율이 높았으나 유의한 차이는 없었다.

표 6. 대상자의 편의점 간편식 인식도 점수 분포

구분	Mean±SD			
	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	t
편의점 간편식은 전반적으로 맛이 좋다.	3.3±0.9	3.4±0.9	3.2±1.0	1.781
주재료의 국내산 함량과 품질이 양호하다.	3.3±0.7	3.3±0.7	3.3±0.8	0.200
주재료의 보관 상태, 신선도가 양호하다.	3.5±0.8	3.4±0.7	3.5±0.8	-0.411
간편식을 활용함으로써 식생활의 변화를 꾀할 수 있다.	3.4±0.8	3.4±0.8	3.4±0.9	-0.317
메뉴를 통해 다양한 음식을 먹을 수 있다.	3.7±0.8	3.8±0.7	3.7±0.8	1.074
보관과 저장이 용이하다.	3.9±0.7	3.9±0.7	3.8±0.7	0.206
식사 준비의 노력과 수고를 덜어준다.	4.2±0.6	4.1±0.7	4.2±0.6	-1.147
식사 준비 시간을 절약해 준다.	4.2±0.6	4.2±0.6	4.2±0.6	-0.900
가정에서 조리하기 어려운 음식도 포함된다.	3.7±0.9	3.7±0.9	3.7±0.9	-0.140
한 끼를 간편하게 떼우는 데 용이하다.	4.1±0.8	4.1±0.8	4.1±0.8	-0.225
손님 접대가 용이하다.	2.3±1.0	2.3±1.1	2.3±1.0	0.241
가격이 합리적이다.	3.1±0.9	3.0±0.9	3.2±0.9	-1.877
저렴한 가격으로 최상의 효과를 얻을 수 있다.	3.0±1.0	2.9±1.0	3.1±0.9	-1.801
가격이나 품질을 서로 비교하고 살펴본 후 구입할 수 있다.	3.3±0.8	3.3±0.8	3.3±0.8	-0.072
할인 판매, 행사 등의 기회를 활용할 수 있다.	3.9±0.7	3.8±0.7	4.0±0.7	-1.976*
간편하고 맛있게 즐길 수 있는 간편식품이 더 다양하면 좋겠다.	4.0±0.7	3.9±0.7	4.0±0.7	-0.511
간편식품을 이용하는 사람은 앞으로 점점 더 많아질 것이다.	4.2±0.7	4.1±0.7	4.2±0.7	-0.995

표 6. 계속

구분	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	t
편의점의 간편식품은 한 끼 식사로 충분하다.	3.5±1.0	3.5±1.0	3.5±0.9	-0.033
편의점에서 판매하는 음식은 믿을 만하다.	2.9±0.9	3.0±1.0	2.9±0.8	0.702
편의점 간편식 인식도 총합	67.5±7.8	67.2±7.7	67.7±7.8	0.344

<sup>1)</sup> 평균±표준편차

\* p<0.05

표 7. 대상자의 편의점 간편식 인식도 분포

구분		내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	N(%)	$\chi^2$
		매우 아니다					
편의점 간편식은 전반적으로 맛이 좋다.	전반적	아니다	10(3.3)	3(2.6)	7(3.8)	7.800	
		보통이다	47(15.7)	13(11.3)	34(18.4)		
		그렇다	97(32.3)	34(29.6)	63(34.1)		
		매우 그렇다	128(42.7)	60(52.2)	68(36.8)		
주재료의 국내산 함량과 품질이 양호하다.	함량과	아니다	4(1.3)	2(1.7)	2(1.1)	2.851	
		보통이다	30(10.0)	8(7.0)	22(11.9)		
		그렇다	151(50.3)	61(53.0)	90(48.6)		
		매우 그렇다	104(34.7)	41(35.7)	63(34.1)		
주재료의 보관 상태, 신선도가 양호하다.	신	아니다	6(2.0)	8(7.0)	11(5.9)	2.013	
		보통이다	19(6.3)	45(39.1)	73(39.5)		
		그렇다	118(39.3)	57(49.6)	86(46.5)		
		매우 그렇다	143(47.7)	3(2.6)	11(5.9)		
간편식을 활용함으로써 식생활의 변화를 꾀할 수 있다.	활용함으로써	아니다	6(2.0)	13(11.3)	17(9.2)	1.961	
		보통이다	30(10.0)	44(38.3)	65(35.1)		
		그렇다	109(36.3)	51(44.3)	86(46.5)		
		매우 그렇다	137(45.7)	6(5.2)	12(6.5)		
메뉴를 통해 다양한 음식을 먹을 수 있다.	다양한 음식	아니다	3(1.0)	6(5.2)	9(4.9)	2.633	
		보통이다	15(5.0)	26(22.6)	49(26.5)		
		그렇다	75(25.0)	70(60.9)	106(57.3)		
		매우 그렇다	176(58.7)	13(11.3)	18(9.7)		
보관과 저장이 용이하다.	용이하다.	아니다	31(10.3)	1(0.9)	0(0.0)	4.109	
		보통이다	8(2.7)	1(0.9)	7(3.8)		
		그렇다	73(24.3)	28(24.3)	45(24.3)		
		매우 그렇다	171(57.0)	68(59.1)	103(55.7)		
식사 준비의 노력과 수고를 덜어준다.	노력과 수고	아니다	47(15.7)	17(14.8)	30(16.2)	3.914	
		보통이다	2(0.7)	2(1.7)	0(0.0)		
		그렇다	29(9.7)	13(11.3)	16(8.6)		
		매우 그렇다	184(61.3)	69(60.0)	115(62.2)		
		매우 그렇다	85(28.3)	31(27.0)	54(29.2)		

표 7. 계속

		N(%)			
구분	내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	$\chi^2$
식사 준비 시간을 절약 해 준다.	매우 아니다	9(0.9)	9(0.9)	0(0.0)	4.690
	아니다	25(8.3)	8(7.0)	17(9.2)	
	보통이다	177(59.0)	72(62.6)	105(56.8)	
	그렇다	96(32.0)	33(28.7)	63(34.1)	
	매우 그렇다	4(1.3)	2(1.7)	2(1.1)	
가정에서 조리하기 어려 운 음식도 포함된다.	매우 그렇다	26(8.7)	11(9.6)	15(8.1)	0.630
	아니다	82(27.3)	30(26.1)	52(28.1)	
	보통이다	141(47.0)	53(46.1)	88(47.6)	
	그렇다	47(15.7)	19(16.5)	28(15.1)	
	매우 그렇다	4(1.3)	1(0.9)	3(1.6)	
한 끼를 간편하게 떤 데 용이하다.	매우 그렇다	6(2.0)	2(1.7)	4(2.2)	1.100
	아니다	38(12.7)	17(14.8)	21(11.4)	
	보통이다	160(53.3)	61(53.0)	99(53.5)	
	그렇다	92(30.7)	34(29.6)	58(31.4)	
	매우 그렇다	72(24.0)	24(20.9)	48(25.9)	
손님 접대가 용이하다.	매우 그렇다	116(38.7)	53(46.1)	63(34.1)	7.583
	아니다	69(23.0)	19(16.5)	50(27.0)	
	보통이다	35(11.7)	15(13.0)	20(10.8)	
	그렇다	8(2.7)	4(3.5)	4(2.2)	
	매우 그렇다	10(3.3)	3(2.6)	7(3.8)	
가격이 합리적이다.	매우 그렇다	62(20.7)	31(27.0)	31(16.8)	6.779
	아니다	126(42.0)	50(43.5)	76(41.1)	
	보통이다	81(27.0)	24(20.9)	57(30.8)	
	그렇다	21(7.0)	7(6.1)	14(7.6)	
	매우 그렇다	17(5.7)	9(7.8)	8(4.3)	
저렴한 가격으로 최상의 효과를 얻을 수 있다.	매우 그렇다	68(22.7)	30(26.1)	38(20.5)	3.969
	아니다	137(45.7)	51(44.3)	86(46.5)	
	보통이다	58(19.3)	18(15.7)	40(21.6)	
	그렇다	20(6.7)	7(6.1)	13(7.0)	
	매우 그렇다	2(0.7)	0(0.0)	2(1.1)	
가격이나 품질을 서로 비교하고 살펴본 후 구 입할 수 있다.	매우 그렇다	42(14.0)	18(15.7)	24(13.0)	1.800
	아니다	121(40.3)	46(40.0)	75(40.5)	
	보통이다	121(40.3)	45(39.1)	76(41.1)	
	그렇다	14(4.7)	6(5.2)	8(4.3)	
	매우 그렇다				



표 7. 계속

구분	내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	N(%)	X <sup>2</sup>
할인 판매, 행사 등의 기회를 활용할 수 있다.	매우 아니다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	5.916	
	아니다	12(4.0)	7(6.1)	5(2.7)		
	보통이다	61(20.3)	24(20.9)	37(20.0)		
	그렇다	176(58.7)	71(61.7)	105(56.8)		
	매우 그렇다	51(17.0)	13(11.3)	38(20.5)		
간편하고 맛있게 즐길 수 있는 간편식품이 더 다양하면 좋겠다.	매우 아니다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1.611	
	아니다	65(21.7)	29(25.2)	36(19.5)		
	보통이다	159(53.0)	58(50.4)	101(54.6)		
	그렇다	69(23.0)	26(22.6)	43(23.2)		
	매우 그렇다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)		
간편식품을 이용하는 사람은 앞으로 점점 더 많아질 것이다.	매우 아니다	4(1.3)	2(1.7)	2(1.1)	1.008	
	아니다	35(11.7)	15(13.0)	20(10.8)		
	보통이다	164(54.7)	64(55.7)	100(54.1)		
	그렇다	97(32.3)	34(29.6)	63(34.1)		
	매우 그렇다	7(2.3)	4(3.5)	3(1.6)		
편의점의 간편식품은 한 끼 식사로 충분하다.	매우 아니다	40(13.3)	18(15.7)	22(11.9)	4.617	
	아니다	85(28.3)	26(22.6)	59(31.9)		
	보통이다	130(43.3)	50(43.5)	80(43.2)		
	그렇다	38(12.7)	17(14.8)	21(11.4)		
	매우 그렇다	18(6.0)	10(8.7)	8(4.3)		
편의점에서 판매하는 음식은 믿을 만하다.	매우 아니다	57(19.0)	18(15.7)	39(21.1)	6.732	
	아니다	158(52.7)	55(47.8)	103(55.7)		
	보통이다	57(19.0)	27(23.5)	30(16.2)		
	그렇다	10(3.3)	5(4.3)	5(2.7)		
	매우 그렇다					

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

## 5. 대상자의 편의점 간편식 이용실태 분포

대상자의 식생활지침 이행도 점수 분포는 표 8에 제시하였다. 편의점 간편식 이용실태에 대한 항목은 총 13항목으로 이루어져 있으며, 4개의 문항에서 유의적이었다.

“이용빈도” 문항에서 3-5일에 1회 이용하는 비율이 가장 높았으며 여학생의 비율은 29.7%, 남학생의 비율은 32.5%로 나타났다.( $p < 0.01$ )

“이용하는 요일” 문항은 월요일에서 목요일의 평일이 가장 많았으며 남학생의 비율은 73.2%, 여학생의 비율은 84.9%로 유의적인 차이를 보였다.( $p < 0.001$ )

“이용하는 시간대”로는 점심시간(11:30-12:30)의 비율이 전체 32.1%로 가장 높았으며 그 중 남학생의 비율은 29.3%, 여학생의 비율은 41.1%로 여학생이 남학생에 비해 높은 비율을 나타내 유의적인 차이를 보였다.( $p < 0.01$ ) 그 다음으로 저녁시간(17:00-20:00)에 이용하는 비율은 전체 25.4%로 나타났다.( $p < 0.01$ )

“함께 이용하는 사람”에 대한 문항에서는 친구 및 연인과 이용하는 비율이 가장 높았고, 그 다음으로 혼자 이용하는 비율이 높게 나타났다.( $p < 0.001$ )

“정보원”은 SNS·블로그 38.4%, 매장 내 경험 29.2%, 주변의 추천 18.1%, 기타 10.8%, TV·신문·잡지 2.9%, 전단지 0.6% 순이었으며 남학생은 매장 내 경험을 통해 정보를 얻는 경우가 많았고, 여학생의 경우 주변의 매장 내 경험 및 주변 추천을 통해 정보를 얻는 경우가 많았다.( $p < 0.05$ )

“선호하는 프로모션 방법”으로는 가격/제휴할인 46.0%, 1+1패키지상품 44.8% 순으로 가장 높았고, 남학생은 1+1패키지상품으로 프로모션 방식을 선호하는 반면 여학생은 가격/제휴할인의 프로모션 방식을 선호하였다.

“1회 구매 비용”은 남녀모두 5천원 이하로 소비하는 것으로 나타났다.

“구입 시 선택의 기준”은 남학생 여학생 모두 맛의 비율이 높았다. 남학생의 경우 67.5%, 여학생의 경우 72.4%로 높은 비율을 차지하였다. 그 다음으로 높은 비율은 가격으로 전체 18.4% 차지하였다.

“섭취장소”는 남학생의 경우 집에 가져가서 먹는 편이 높은 비율을 차지하였으며,

여학생은 구입한 편의점에서 바로 먹는 편이 높게 나타났으나 유의적인 차이는 없었다.

“만족도”는 보통으로 응답한 비율이 52.7%, 만족함은 37.5% 순으로 나타났으며, 남녀 모두 만족도는 보통인 수준으로 나타났다.

“재구매 의사와 요인”에서는 남학생의 경우 보통의 응답 비율이 48.0%로 가장 높았고, 여학생의 경우 재구매 의사가 있음에 52.1%의 비율을 차지하였다. 이로써 만족도는 보통의 수준이지만 그럼에도 재구매의사는 높다는 것을 알 수 있었다. 이러한 재구매 의사의 이유는 ‘편리성’이 41.3%로 남녀모두에게서 가장 높은 비율을 차지하였다. 그 다음으로는 ‘맛’이 전체비율 중 35.3%로 높게 나타났다.

“특정 브랜드 편의점 이용여부”에 관해서는 브랜드와 무관하게 가까운 편의점을 이용한다고 응답한 비율이 전체중 83.8%로 남녀 모두 높게 나타났다.

표 8. 대상자의 편의점 간편식 이용실태 분포

		N(%)			
구분	내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	$\chi^2$
이용빈도	1-2일에 1회	111(37.0)	40(34.8)	71(38.4)	1.656
	3-5일에 1회	58(19.3)	26(22.6)	32(17.3)	
	1주일에 1회	23(7.7)	9(7.8)	14(7.6)	
	2주일에 1회	19(6.3)	6(5.2)	13(7.0)	
	한 달에 1회	241(80.3)	85(73.9)	156(84.3)	
이용하는일	월요일에서 목요일의 평일	9(3.0)	3(2.6)	6(3.2)	11.562**
	금요일	14(4.7)	4(3.5)	10(5.4)	
	토요일	36(12.0)	23(20.0)	13(7.0)	
	일요일	11(3.7)	10(8.7)	1(0.5)	
이용하는시간대	오전(9:00-11:30)	26(8.7)	10(8.7)	16(8.6)	44.779***
	점심(11:30-13:30)	101(33.7)	22(19.1)	79(42.7)	
	오후(13:30-17:00)	42(14.0)	11(9.6)	31(16.8)	
	저녁(17:00-20:00)	73(24.3)	31(27.0)	42(22.7)	
	야간(22:00-23:00)	39(13.0)	24(20.9)	15(8.1)	
	심야(24:00-7:00)	8(2.7)	7(6.1)	1(0.5)	
함께이용하는사람	혼자	135(45.0)	66(57.4)	69(37.3)	15.121***
	친구 및 연인	156(52.0)	49(42.6)	107(57.8)	
	가족 및 친지	9(3.0)	0(0.0)	9(4.9)	
	TV, 신문, 잡지	8(2.7)	3(2.6)	5(2.7)	
정보원	SNS, 블로그	115(38.3)	26(22.6)	89(48.1)	30.232***
	주변의 추천	57(19.0)	18(15.7)	39(21.1)	
	매장 내 경험(시식 등)	88(29.3)	50(43.5)	38(20.5)	
	전단지	2(0.7)	1(0.9)	1(0.5)	
	기타	30(10.0)	17(14.8)	13(7.0)	
선호하는프로션방법	가격/재휴할인	138(46.0)	48(41.7)	90(48.6)	3.178
	무료 시식/시연 행사	9(3.0)	4(3.5)	5(2.7)	
	1+1 패키지상품	134(44.7)	54(47.0)	80(43.2)	
	사음품 증정	10(3.3)	6(5.2)	4(2.2)	
	광고 (인터넷/신문)	9(3.0)	3(2.6)	6(3.2)	
1회구매비용	3천원 이하	66(22.0)	23(20.0)	43(23.2)	7.623
	5천원 이하	160(53.3)	58(50.4)	102(55.1)	
	7천원 이하	50(16.7)	21(18.3)	29(15.7)	
	9천원 이하	17(5.7)	7(6.1)	10(5.4)	
	1만원 이상	7(2.3)	6(5.2)	1(0.5)	

표 8. 계속

		N(%)			
구분	내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	$\chi^2$
구입 선택의 기준	맛	211(70.3)	77(67.0)	134(72.4)	11.426
	가격	55(18.3)	28(24.3)	27(14.6)	
	영양	2(0.7)	1(0.9)	1(0.5)	
	양	7(2.3)	4(3.5)	3(1.6)	
	외관	7(2.3)	1(0.9)	6(3.2)	
	안전·위생	4(1.3)	0(0.0)	4(2.2)	
	품질	3(1.0)	0(0.0)	3(1.6)	
	편의성	11(3.7)	4(3.5)	7(3.8)	
섭취 장소	학교/학원에 가져가서 먹는 편	41(13.7)	14(12.2)	27(14.6)	3.400
	구입한 편의점에서 바로 먹는 편	135(45.0)	46(40.0)	89(48.1)	
	집에 가져가서 먹는 편	121(40.3)	54(47.0)	67(36.2)	
	야외(공원 등)에서 주로 먹는 편	3(1.0)	1(0.9)	2(1.1)	
	매우 만족하지 않음	3(1.0)	0(0.0)	3(1.6)	
만족도	만족하지 않음	15(5.0)	8(7.0)	7(3.8)	5.633
	보통	160(53.3)	58(50.4)	102(55.1)	
	만족함	112(37.3)	47(40.9)	65(35.1)	
	매우 만족함	10(3.3)	2(1.7)	8(4.3)	
	매우 없음	4(1.3)	2(1.7)	2(1.1)	
재구매 의사와 요인	없음	10(3.3)	4(3.5)	6(3.2)	3.577
	보통	127(42.3)	55(47.8)	72(38.9)	
	있음	143(47.7)	47(40.9)	96(51.9)	
	매우 있음	16(5.3)	7(6.1)	9(4.9)	
재구매 의사가 있다면 그이유	가격	34(11.8)	13(11.9)	21(11.8)	3.651
	영양	3(1.0)	1(0.9)	2(1.1)	
	맛	100(34.8)	35(32.1)	65(36.5)	
	기호성	12(4.2)	4(3.7)	8(4.5)	
	편리성	121(42.2)	46(42.2)	75(42.1)	
	접근성	17(5.9)	10(9.2)	7(3.9)	
특정 브랜드 편의점 이용 여부	특정 브랜드 이용	47(15.7)	17(14.8)	30(16.2)	0.110
	브랜드 무관하게 가까운 편의점 이용	253(84.3)	98(85.2)	155(83.8)	

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

## 6. 대상자의 편의점 간편식 이용빈도 분포

대상자의 편의점 간편식 이용빈도 점수 분포는 표 9에 제시하였다. 편의점 간편식 이용빈도는 5개의 그룹으로 총 25문항으로 이루어져 있고, 총합은 최소 25점부터 최대 100점으로 점수가 높을수록 이용빈도가 높음을 의미하며, 8문항에서 유의적인 차이를 보였다.

즉석섭취식품 중 햄버거에서 남학생, 여학생 평균은  $1.9 \pm 1.0$ 점,  $1.3 \pm 0.7$ 점으로 나타났고, ( $p < 0.001$ ) 도시락에서는 남학생, 여학생 평균은  $1.7 \pm 1.0$ 점,  $1.4 \pm 0.7$ 점으로 나타났다. ( $p < 0.001$ ) 삶은 달걀에서의 남학생, 여학생 평균은  $1.5 \pm 0.9$ 점,  $1.8 \pm 1.0$ 점으로 여학생이 더 이용하는 것으로 나타났다. ( $p < 0.05$ ) 이로써 즉석섭취식품중 햄버거와 도시락은 남학생의 소비가 높았고, 삶은 달걀은 여학생이 더 많이 소비하는 것을 알 수 있었다.

즉석조리식품 중 떡볶이의 남학생, 여학생 평균은  $1.4 \pm 0.7$ 점,  $1.7 \pm 0.9$ 점으로 여학생에서 더 높은 이용빈도 점수가 나왔다. ( $p < 0.01$ ) 간편조리 국, 찌개에서의 남학생, 여학생 평균은  $1.4 \pm 0.8$ 점,  $1.5 \pm 0.9$ 점으로 여학생이 조금 더 소비함을 볼 수 있었지만 유의한 결과는 나타나지 않았다.

신선편의식품 중 샐러드에서는 남학생이  $1.4 \pm 0.8$ 점, 여학생이  $1.3 \pm 0.7$ 점으로 남학생이 조금 더 소비하는 것으로 나타났지만 유의한 결과가 나타나진 않았다.

스낵 중 비스켓/쿠키에서 남학생, 여학생 평균은  $1.7 \pm 0.9$ 점,  $2.3 \pm 1.1$ 점으로 여학생이 남학생보다 비스켓/쿠키류를 더 소비하는 것으로 유의한 결과가 나타났다. ( $p < 0.001$ ) 초콜렛/캔디에서도 남학생보다 여학생이 더 소비를 하는 유의적인 차이를 볼 수 있었다. ( $p < 0.001$ )

음료 중 탄산음료에서 남학생, 여학생 평균은  $2.8 \pm 1.1$ 점,  $2.4 \pm 1.2$ 점으로 남학생이 여학생에 비해 탄산음료의 이용빈도가 높은 유의적인 결과가 나왔다. ( $p < 0.001$ ) 건강음료(홍삼, 비타민음료 등)에서의 남학생, 여학생 평균은  $1.7 \pm 1.1$ 점,  $1.4 \pm 0.7$ 점으로 탄산음료와 마찬가지로 남학생이 여학생보다 더 많이 소비하는 유의적인 결과가 나왔다. ( $p < 0.001$ )

학생의 편의점 간편식 이용빈도 분포는 표 10에 제시하였다.

편의점 간편식 이용빈도 항목은 총 25문항으로 이루어져 있고, 8문항에서 유의적이었다.

즉석섭취식품 그룹에서 “햄버거”문항에 대해 남학생에서 한달 기준 1회-2회가 27.8%로 나타났으며, 여학생은 15.7%로 남학생에 비해 햄버거를 덜 섭취하는 것으로 나타났다.( $p < 0.001$ ) “도시락”문항에서는 거의안함을 제외하고 남학생에서 1회-2회 섭취하는 비율이 23.5%로 가장 높았고, 여학생의 경우 27.0%로 남학생에 비해 도시락 섭취량이 높은 것을 확인 할 수 있었다.( $p < 0.01$ ) “삶은 달걀”문항에서 거의안함을 제외하고 남학생에서 1회-2회가 18.3%로 나타났으며, 여학생의 경우 1회-2회의 비율이 26.5%로 유의적인 결과가 나타났다.( $p < 0.01$ )

즉석조리식품 그룹에서는 “떡볶이”항목에 대해 거의 안함을 제외하고, 여학생의 경우 1회-2회 응답비율이 26.5%, 남학생의 경우 24.3%로 여학생에서 더 많이 이용하는 것으로 나타났다.( $p < 0.05$ )

신선편의식품 그룹에서는 두 문항 모두 유의적인 차이는 없었다.

스낵그룹에서 “비스켓/쿠키”문항에서 1회-2회 중 남학생의 비율은 30.4%, 여학생은 26.5%로 나타났다.( $p < 0.001$ ) “초콜렛/캔디”문항에 대해 1회-2회 비율중 남학생은 30.4%, 여학생은 31.4%로 유의적으로 나타났다.( $p < 0.001$ )

음료그룹중 “탄산음료”문항에서는 4회 이상이 30.0%, 거의안함 25.7%, 1회-2회 23.0%, 3회-4회 21.0%로 나타났다. 4회 이상 섭취하는 비율중 남학생은 40.0%, 여학생은 24.3%의 유의적인 결과가 나타났다.( $p < 0.05$ ) “건강음료”문항에서는 남학생의 가장 높은 비율은 4회 이상이였으며 14.8%로 나타났고, 여학생의 경우 1회-2회의 비율이 13.5%로 가장 높게 나타났다.( $p < 0.01$ ) 이로써 다른 문항들에 비해 남녀 모두 탄산음료를 빈번히 섭취하는 것을 알 수 있었으며 그 중에서도 남학생이 여학생에 비해 많이 섭취하는 것을 알 수 있었다.

표 9. 대상자의 편의점 간편식 이용빈도 점수 분포

		Mean±SD			
구분	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	t	
즉석 즉취 식품	햄버거	1.6±0.9	1.9±1.0	1.3±0.7	29.800***
	샌드위치	2.0±0.9	2.0±1.0	1.9±0.9	0.373
	김밥, 삼각김밥, 주먹밥	2.8±1.0	2.8±1.1	2.8±1.0	0.004
	유부초밥	1.1±0.4	1.1±0.4	1.1±0.4	0.017
	도시락	1.5±0.8	1.7±1.0	1.4±0.7	11.267***
	어묵	1.3±0.6	1.3±0.6	1.3±0.6	0.116
	핫바, 소세지, 핫도그	2.1±0.9	2.1±0.9	2.0±0.9	0.105
	즉석 스낵류(닭꼬치, 닭튀김 등)	1.6±0.8	1.6±0.8	1.5±0.8	0.222
즉석 조리 식품	삶은 달걀	1.7±1.0	1.5±0.9	1.8±1.0	5.310*
	라면, 컵라면 등	3.1±1.0	3.1±1.0	3.1±1.0	0.001
	간편조리 국, 찌개	1.5±0.9	1.4±0.8	1.5±0.9	1.301
	떡볶이	1.6±0.9	1.4±0.7	1.7±0.9	7.492**
신선 편의 식품	덮밥류 (3분카레 등)	1.5±0.9	1.6±1.0	1.5±0.9	0.381
	과일	1.4±0.8	1.3±0.8	1.5±0.9	1.147
스낵	샐러드	1.3±0.7	1.4±0.8	1.3±0.7	0.753
	비스킷 / 쿠키	2.1±1.1	1.7±0.9	2.3±1.1	24.474***
	빵류	2.1±1.1	2.1±1.1	2.1±1.0	0.148
	초콜렛 / 캔디	2.5±1.1	2.1±1.1	2.6±1.0	16.429***
	견과류 / 너트 바	1.6±0.9	1.5±0.9	1.7±1.0	1.982
	아이스크림	2.3±1.01	2.2±1.2	2.3±1.1	1.308
	탄산음료	2.6±1.2	2.8±1.1	2.4±1.2	10.600***
음료	우유 / 요구르트	2.3±1.1	2.2±1.1	2.3±1.1	0.025
	차 / 커피음료	2.5±1.2	2.6±1.3	2.5±1.2	0.909
	건강음료 (홍삼, 비타민음료 등)	1.5±0.9	1.7±1.1	1.4±0.7	9.032***
	과일채소음료	1.6±0.9	1.5±0.9	1.7±1.0	2.947
편의점 간편식 이용빈도 총합(점)		46.7±11.3	46.7±11.2	46.7±11.4	0.014

1) 평균±표준편차

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



표 10. 대상자의 편의점 간편식 이용빈도 분포

					N(%)	
구분	내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	$\chi^2$	
즉석 즉취식품	햄버거	거의 안함	190(63.3)	52(45.2)	138(74.6)	29.081***
		1회-2회	61(20.3)	32(27.8)	29(15.7)	
		3회-4회	33(11.0)	19(16.5)	14(7.6)	
		4회 이상	16(5.3)	12(10.4)	4(2.2)	
	샌드위치	거의 안함	113(37.7)	42(36.5)	71(38.4)	1.566
		1회-2회	111(37.0)	43(37.4)	68(36.8)	
		3회-4회	54(18.0)	19(16.5)	35(18.9)	
		4회 이상	22(7.3)	11(9.6)	11(5.9)	
	김밥, 삼각김밥, 주먹밥	거의 안함	36(12.0)	15(13.0)	21(11.4)	1.499
		1회-2회	95(31.7)	37(32.2)	58(31.4)	
		3회-4회	71(23.7)	23(20.0)	48(25.9)	
		4회 이상	98(32.7)	40(34.8)	58(31.4)	
	유부초밥	거의 안함	267(89.0)	102(88.7)	165(89.2)	0.774
		1회-2회	30(10.0)	12(10.4)	18(9.7)	
		3회-4회	1(0.3)	0(0.0)	1(0.5)	
		4회 이상	2(0.7)	1(0.9)	1(0.5)	
도시락	거의 안함	189(63.0)	65(56.5)	124(67.0)	14.716**	
	1회-2회	77(25.7)	27(23.5)	50(27.0)		
	3회-4회	21(7.0)	13(11.3)	8(4.3)		
	4회 이상	13(4.3)	10(8.7)	3(1.6)		
어묵	거의 안함	237(79.0)	93(80.9)	144(77.8)	2.361	
	1회-2회	50(16.7)	16(13.9)	34(18.4)		
	3회-4회	9(3.0)	5(4.3)	4(2.2)		
	4회 이상	4(1.3)	1(0.9)	3(1.6)		
핫바, 소세지, 핫도그	거의 안함	93(31.0)	33(28.7)	60(32.4)	0.725	
	1회-2회	120(40.0)	48(41.7)	72(38.9)		
	3회-4회	64(21.3)	26(22.6)	38(20.5)		
	4회 이상	23(7.7)	8(7.0)	15(8.1)		
즉석 스낵류(닭꼬치, 닭튀김 등)	거의 안함	181(60.3)	68(59.1)	113(61.1)	0.863	
	1회-2회	80(26.7)	30(26.1)	50(27.0)		
	3회-4회	28(9.3)	13(11.3)	15(8.1)		
	4회 이상	11(3.7)	4(3.5)	7(3.8)		
삶은 달걀	거의 안함	179(59.7)	81(70.4)	98(53.0)	14.238**	
	1회-2회	70(23.3)	21(18.3)	49(26.5)		
	3회-4회	23(7.7)	2(1.7)	21(11.4)		
	4회 이상	28(9.3)	11(9.6)	17(9.2)		

표 10. 계속

		N(%)				
구분	내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	$\chi^2$	
즉석 조리 식품	거의 안함	24(8.0)	9(7.8)	15(8.1)	0.324	
	라면, 1회-2회	59(19.7)	22(19.1)	37(20.0)		
	컵라면 등 3회-4회	78(26.0)	32(27.8)	46(24.9)		
	4회 이상	139(46.3)	52(45.2)	87(27.0)		
	간편조리 국, 1회-2회	216(72.0)	87(75.7)	129(96.7)	3.455	
	짜개 3회-4회	48(16.0)	18(15.7)	30(16.2)		
	4회 이상	17(5.7)	3(2.6)	14(7.6)		
	떡볶이	거의 안함	182(60.7)	79(68.7)	103(55.7)	8.352*
		1회-2회	77(25.7)	28(24.3)	49(26.5)	
		3회-4회	23(7.7)	4(3.5)	19(10.4)	
		4회 이상	18(6.0)	4(3.5)	14(7.6)	
	덮밥류 (3분카레 등)	거의 안함	202(67.3)	78(67.8)	124(67.0)	4.284
1회-2회		57(19.0)	17(14.8)	40(21.6)		
3회-4회		20(6.7)	11(9.6)	9(4.9)		
신선 편의 식품	4회 이상	21(7.0)	9(7.8)	12(6.5)	1.223	
	거의 안함	226(75.3)	90(78.3)	136(73.5)		
	1회-2회	42(14.0)	15(13.0)	27(14.6)		
	과일	3회-4회	14(4.7)	5(4.3)	9(4.9)	4.728
		4회 이상	18(6.0)	5(4.3)	13(7.0)	
		거의 안함	244(81.3)	94(81.7)	150(81.1)	
	샐러드	1회-2회	30(10.0)	8(7.0)	22(11.9)	4.728
		3회-4회	15(5.0)	6(5.2)	9(4.9)	
		4회 이상	11(3.7)	7(6.1)	4(2.2)	

표 10. 계속

		N(%)			
구분	내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	$\chi^2$
비스킷 / 쿠키	거의 안함	116(38.7)	60(52.2)	56(30.3)	23.664***
	1회-2회	84(28.0)	35(30.4)	49(26.5)	
	3회-4회	59(19.7)	13(11.3)	46(24.9)	
	4회 이상	41(13.7)	7(6.1)	34(18.4)	
빵류	거의 안함	115(38.3)	44(38.3)	71(38.4)	1.534
	1회-2회	84(28.0)	32(27.8)	52(28.1)	
	3회-4회	62(20.7)	21(18.3)	41(22.2)	
	4회 이상	39(13.0)	18(15.7)	21(11.4)	
스낵 초콜렛 / 캔디	거의 안함	70(23.3)	41(35.7)	29(15.7)	18.122***
	1회-2회	93(22.7)	35(30.4)	58(31.4)	
	3회-4회	68(23.0)	21(18.3)	47(25.4)	
	4회 이상	69(23.0)	18(15.7)	51(27.6)	
견과류 / 넛 바	거의 안함	191(63.7)	79(68.7)	112(60.5)	2.166
	1회-2회	58(19.3)	20(17.4)	38(20.5)	
	3회-4회	28(9.3)	9(7.8)	19(10.3)	
	4회 이상	23(7.7)	7(6.1)	16(8.6)	
아이스크림	거의 안함	111(37.0)	41(35.7)	70(37.8)	3.011
	1회-2회	96(32.0)	32(27.8)	64(34.6)	
	3회-4회	54(18.0)	25(21.7)	29(15.7)	
	4회 이상	39(13.0)	17(14.8)	22(11.9)	

표 10. 계속

		N(%)			
구분	내용	전체 (N=300)	남학생 (N=115)	여학생 (N=185)	$\chi^2$
탄산음료	거의 안함	77(25.7)	20(17.4)	57(30.8)	10.851*
	1회-2회	69(23.0)	25(21.7)	44(23.8)	
	3회-4회	63(21.0)	24(30.9)	39(21.1)	
	4회 이상	91(30.0)	46(40.0)	45(24.3)	
우유 / 요구르트	거의 안함	104(34.7)	44(38.3)	60(32.4)	2.410
	1회-2회	77(25.7)	25(21.7)	52(28.1)	
	3회-4회	57(19.0)	20(17.4)	37(20.0)	
	4회 이상	62(20.7)	26(22.6)	36(19.5)	
음료 차 / 커피음료	거의 안함	89(29.7)	35(30.4)	54(29.2)	5.650
	1회-2회	62(20.7)	20(17.4)	42(22.7)	
	3회-4회	52(17.3)	15(13.0)	37(20.0)	
	4회 이상	97(32.3)	45(39.1)	52(28.1)	
건강음료 (홍삼, 비타민음료 등)	거의 안함	218(72.7)	78(67.8)	140(75.7)	17.716**
	1회-2회	36(12.0)	11(9.6)	25(13.5)	
	3회-4회	25(8.3)	9(7.8)	16(8.6)	
	4회 이상	21(7.0)	17(14.8)	4(2.2)	
과일채소음료	거의 안함	188(62.7)	79(68.7)	109(58.9)	3.123
	1회-2회	56(18.7)	19(16.5)	37(20.0)	
	3회-4회	38(12.7)	12(10.4)	26(14.1)	
	4회 이상	18(6.0)	5(4.3)	13(7.0)	

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

## 제 2 절 식생활 라이프스타일 군집에 따른 특성 비교

### 1. 식생활 라이프스타일의 요인분석

식생활 라이프스타일 군집 추출을 위한 요인분석을 실시한 결과는 표 11에 제시하였다. 본 논문에서는 식생활 라이프스타일 문항 29개 중 요인분석을 통해 13개 문항만으로 신뢰도를 보았고 그 후 K-평균군집을 실시하였다.

식생활 라이프스타일의 전체 29개 항목 가운데 Varimax 회전 후 16개의 문항에 대해서 요인적재량 0.5이하로 제거하였다. 최종적으로 13개 측정항목에 대해 요인분석을 실시하여 요인적재량과 공통성이 0.5이상인 항목만 선정하였으며 총 4개 하위요인이 추출되었다.

식생활 라이프스타일에 대한 요인분석에 앞서 KMO를 측정했다. 변수들간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는 KMO는 일반적으로 0.7 이상이면 양호한 것으로 간주하는데, 본 분석에서는 0.728로 나타났다. Bartlett의 구형성 검정치는 0.000의 유의확률 값으로 요인분석 사용이 적합하다고 판단되며 4개의 요인에 대한 누적설명력은 64.433%로 나타났다.

4가지의 요인들 중 각 속성들 사이에 상호 신뢰도(동질성)를 가지고 있는지 검증하기 위해 크론바흐 알파 측정법을 사용하여 신뢰도 검사를 실시하였다. 그 결과 시각추구 0.835, 건강추구 0.767, 편의추구 0.428, 미식추구 0.581로 4가지 요인들 모두 적합한 신뢰도가 나타났다.

첫 번째 특성은 “식료품 구입 시 색이 선명한 것과 모양이 예쁜 것을 구입한다.”, “식사 시 요리의 색채는 식욕에 중요한 영향을 미친다고 생각한다.”, “음식의 모양과 색이 아름다울수록 먹고 싶다는 충동을 느낀다.”, “시각적으로 아름다운 음식이 더 맛있다고 생각한다.”로 시각추구로 명명하였다.

두 번째 특성은 “비만을 고려한 식생활을 한다.”, “음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이다.”, “인스턴트 음식은 되도록 먹지 않으려고 노력 한다.” 의 문항끼리 유의하게 나타나 건강추구로 명명하였다.

세 번째 특성은 “식사준비나 식사에 드는 시간을 가능한 아끼는 편이다.”, “바빠서 외식을 자주하는 편이다.”, “바쁠 때는 빵, 우유 등으로 끼니를 해결하곤 한다.”의 문항을 포함하고 있어 편의추구로 명명하였다.

네 번째 특성은 “다른 부문에 비해 식생활에 돈을 아끼지 않는 편이다.”, “음식선택을 할 때 맛을 우선시 하는 편이다.”의 문항을 포함하고 있어 미식추구로 명명하였다.

표 11. 식생활 라이프스타일의 탐색적 요인분석

요인	항목	평균± 표준편차	요인 적재량	공통성	신뢰도 계수	요인 고유값	설명 력(%)
식료품 구입 시 색이 선명한 것과 모양이 예쁜 것을 구입한다.							
시각 추구	식사 시 요리의 색채는 식욕에 중요한 영향을 미친다고 생각한다.	3.2±1.1	0.721	0.543	0.835	3.043	25.359
	음식의 모양과 색이 아름다울수록 먹고 싶다는 충동을 느낀다	3.8±0.9	0.824	0.751			
	시각적으로 아름다운 음식이 더 맛있다고 생각 한다.	3.8±0.9	0.844	0.767			
비만을 고려한 식생활을 한다.							
건강 추구	음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이다.	2.8±1.0	0.774	0.634	0.767	2.169	18.077
	인스턴트 음식은 되도록 먹지 않으려고 노력 한다.	2.9±1.0	0.821	0.771			
	식사준비나 식사에 드는 시간을 가능한 아끼는 편이다.	2.7±1.0	0.769	0.675			
	바빠서 외식을 자주하는 편이다.	2.9±1.0	0.692	0.587			
편의 추구	바쁠 때는 빵, 우유 등으로 끼니를 해결하곤 한다.	3.3±1.0	0.592	0.532	0.428	1.338	11.149
	다른 부문에 비해 식생활에 돈을 아끼지 않는 편이다.	3.5±1.1	0.597	0.444			
	음식선택을 할 때 맛을 우선시 하는 편이다.	3.6±1.0	0.760	0.765			
바식 추구	혼자 집에 있는 경우 간식을 많이 먹는 편이다.	4.0±0.8	0.562	0.623	0.581	1.182	9.848
		3.1±1.1	0.766	0.633			
누적설명력 : 64.433							
KMO : 0.728							
Bartlett : 944.720							
자유도 : 66							
유의확률 : 0.000							

## 2. 식생활 라이프스타일의 K-평균 군집분석

식생활 라이프스타일 군집 추출을 위한 요인분석과 군집분석을 실시한 결과는 표 12에 제시하였다.

첫 번째, 군집1에서 나타나는 이의 특성은 다른 부문에 비해 식생활에 돈을 아끼지 않고, 음식을 선택 할 때 맛을 우선시 하는 특성을 띄며 조사대상자 중 54명이 이에 속한다.

두 번째, 군집2에서 나타나는 특성은 식료품 구입 시 색이 선명한 것과 모양이 예쁜 것을 구입하며, 식사 시 요리의 색채는 식욕에 중요한 영향을 미친다고 생각하고 음식의 모양과 색이 아름다울수록 먹고 싶다는 충동을 느끼며, 시각적으로 아름다운 음식이 더 맛있다고 생각해 조사대상자 중 81명이 이에 속한다.

세 번째, 군집3에서 나타나는 특성으로는 식사준비나 식사에 드는 시간을 가능한 아끼는 편이며, 바빠서 외식을 자주하는 편이면서 바쁠 때는 빵이나 우유등으로 끼니를 해결하곤 하는 특성을 띄며 조사대상자 중 71명이 이에 속한다.

네 번째, 군집4에서 나타나는 이의 특성은 비만을 고려하는 식생활을 하며, 음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이고, 인스턴트 음식은 되도록 먹지 않으려고 노력하는 특성을 지니고 있으며, 조사대상자 중 94명이 이에 속한다.



표 12. 식생활 라이프스타일의 K-평균 군집분석

	군집1 (N=54) 미각 추구형	군집2 (N=81) 시각 추구형	군집3 (N=71) 편의 추구형	군집4 (N=94) 건강 추구형	F
시각추구형	-1.27635	<b>0.70419</b>	0.10161	0.04967	74.974***
건강추구형	-0.58992	-0.92199	0.50577	<b>0.75136</b>	111.871***
편의추구형	-0.32893	-0.00857	<b>1.03920</b>	-0.58858	61.743***
미각추구형	<b>0.13802</b>	-0.02320	0.50582	-0.44135	14.170***

\*\*\* p<0.001

### 3. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 인구통계학적 특성 분포

식생활 라이프스타일 군집에 따른 인구통계학적 특성 분포는 표 13에 제시하였으며, 총 11개의 문항 중 두 개의 문항에서 유의적이었다.

먼저 성별에서는 남학생에서 미각추구가 높게 나타났으며, 여학생에서는 시각추구가 가장 높게 나타났다. 연령의 분포를 살펴보면 21세-22세에서는 미각추구가, 23세 이상에서는 건강추구가 가장 높은 비율로 나타났다.

전공계열은 식품관련 전공의 비율이 전체적으로 높게 나왔으며, 그 중에서도 건강추구형이 66.0%로 가장 높게 나타났다. 비전공에서는 미각추구형이 53.7%로 가장 높게 나타났다. 학년의 비율을 살펴보면 1학년에서는 편의추구형이 가장 높게 나타났고, 2학년에서는 시각추구형이, 3학년과 4학년에서는 건강추구형이 가장 높은 비율을 차지했다.

거주형태는 통학의 경우 시각추구형에서 69.1%로 가장 높게 나타났으며, 비통학에서는 편의추구형이 45.1%로 높게 나타났다. 이를 통해 비통학 학생들은 스스로 챙겨먹기 때문에 건강이나 맛보다는 편의성을 추구한다고 유추 할 수 있다. 부모님의 맛별이 여부에서는 모든 군집에서 그렇다는 응답이 가장 많이 나왔으며, 그 중 가장 높은 비율은 미각추구형이고, 맛별이를 하지 않는다고 응답한 비율은 건강추구군집에서 가장 높게 나타났다.( $p < 0.01$ )

아르바이트 여부는 모든 군집에서 안한다라고 응답한 비율이 높게 나타났으며, 그 중에서도 미각추구군집의 비율이 61.1%로 가장 높게 나타났다. 학원 및 대외활동의 문항에서는 안한다라고 응답한 비율이 더 높았으며, 그 중에서도 미각추구, 건강추구, 시각추구, 편의추구 순으로 높게 나타났으나 유의적인 차이는 없었고, 한다라고 응답한 군집들 중 편의추구가 45.1%로 가장 높게 나타났다.

한 달 용돈 중 식비는 전체적으로 10만원-20만원이 가장 높게 나타났다. 시각추구군집에서는 20만원-30만원을 받는 비율이 가장 높았으며, 편의추구에서는 30만원-40만원의 비율이 가장 높게 나타났다.( $p < 0.05$ )

표 13. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 인구통계학적 특성 분포

							N(%)
구분	내용	전체 (N=300)	미각추구 (N=54)	시각추구 (N=81)	편의추구 (N=71)	건강추구 (N=94)	$\chi^2$ or F
성별	남학생	115(38.3)	24(44.4)	26(32.1)	27(38.0)	38(40.4)	2.362
	여학생	185(61.7)	30(55.6)	55(67.9)	44(62.0)	56(59.6)	
연령	18세-20세	134(44.7)	25(46.3)	42(51.9)	36(50.7)	31(33.0)	11.097
	21세-22세	99(33.0)	20(37.0)	26(32.1)	19(26.8)	34(36.2)	
	23세 이상	67(22.3)	9(16.7)	13(16.0)	16(22.5)	29(30.9)	
	평균±표준편차	21.1±1.8	20.9±1.6	20.8±1.5	21.0±1.9	21.5±1.9	
BMI(kg/m <sup>2</sup> )	저체중(18.5 미만)	32(10.8)	6(11.1)	12(15.0)	8(11.4)	6(6.5)	6.206
	정상체중(18.5-22.9)	197(66.3)	37(68.5)	50(62.5)	50(71.4)	60(64.5)	
	과체중 이상(23.0 이상)	68(22.9)	22(20.4)	18(22.5)	12(17.1)	27(29.0)	
	평균±표준편차	21.5±3.3	21.4±4.5	21.4±3.1	21.0±3.1	22.0±2.7	
전공계열	식품관련 전공	170(56.7)	25(46.3)	45(55.6)	38(53.5)	62(66.0)	5.996
	비전공	130(43.3)	29(53.7)	36(44.4)	33(46.5)	32(34.0)	
학년	1학년	59(19.7)	11(20.4)	12(14.8)	17(23.9)	19(20.2)	12.779
	2학년	104(34.7)	21(38.9)	34(42.0)	28(39.4)	21(22.3)	
	3학년	80(26.7)	14(25.9)	21(25.9)	15(21.1)	30(31.9)	
	4학년	57(19.0)	8(14.8)	14(17.3)	11(15.5)	24(25.5)	

**표 13. 계속**

		N(%)					
구분	내용	전체 (N=315)	시각추구 (N=59)	건강추구 (N=63)	유행추구 (N=67)	편의추구 (N=51)	$\chi^2$ or $F$
거주형태	통학	186(62.0)	30(55.6)	56(69.1)	39(54.9)	61(64.9)	4.543
	비통학	114(38.0)	24(44.4)	25(30.9)	32(45.1)	33(35.1)	
부모님의 맞벌이 여부	예	190(63.3)	42(77.8)	58(71.6)	37(52.1)	53(56.4)	13.043**
	아니오	110(36.7)	12(22.2)	23(28.4)	34(47.9)	41(43.6)	
아르바이트 여부	안한다	170(56.7)	33(61.1)	44(54.3)	40(56.3)	53(56.4)	0.622
	한다	130(43.3)	21(38.9)	37(45.7)	31(43.7)	41(43.6)	
학원 및 대외활동	안한다	176(58.7)	36(66.7)	46(56.8)	39(54.9)	55(58.5)	1.953
	한다	124(41.3)	18(33.3)	35(43.2)	32(45.1)	39(41.5)	
한 달 용돈	30만원 미만	101(33.7)	17(31.5)	27(33.3)	22(31.0)	35(37.2)	8.734
	30-40만원	93(31.0)	23(42.6)	25(30.9)	16(22.5)	29(30.9)	
	40-50만원 이상	106(35.3)	14(25.9)	29(35.8)	33(46.5)	30(31.9)	
용돈 중 식비	10만원 미만	18(6.0)	4(7.4)	2(2.5)	3(4.2)	9(9.6)	24.774*
	10-20만원	121(40.3)	25(46.3)	25(30.9)	26(36.6)	45(47.9)	
	20-30만원	106(35.3)	21(38.9)	35(43.2)	23(32.4)	27(28.7)	
	30-40만원	43(14.3)	4(7.4)	15(18.5)	12(16.9)	12(12.8)	
	40만원 이상	12(4.0)	0(0.0)	4(4.9)	7(9.9)	1(1.1)	

1) 평균±표준편차

2) BMI (Body Mass Index, 체질량지수)

\* p&lt;0.05, \*\*p&lt;0.01

#### 4. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 식생활지침 이행도 분포

식생활 라이프스타일 군집에 따른 식생활지침 이행도 점수 분포는 표 14에 제시하였다. 식생활지침 이행도는 총 9문항이며, 점수는 9점부터 최대 45점으로 점수가 높을수록 건강한 식습관을 실천하는 것을 의미하며 8개의 문항에서 유의적이었다.

“쌀·잡곡, 채소, 과일, 우유·유제품, 육류, 생선, 달걀, 콩류 등 다양한 식품을 섭취한다.” 문항에서는 미각추구형이  $3.2 \pm 1.0$ 점으로 낮게 나타났고, 건강추구형이  $3.7 \pm 0.7$ 점으로 높게 나타났다.( $p < 0.01$ )

“아침밥을 꼭 먹는다.” 문항에서는 시각추구형이  $2.2 \pm 1.2$ 점으로 낮게 나타났고, 건강추구형이  $2.9 \pm 1.4$ 점으로 높게 나타났다.( $p < 0.01$ )

“덜 짜게, 덜 달게, 덜 기름지게 먹는다.” 문항에서는 편의추구형이  $3.0 \pm 1.0$ 점, 건강추구형이  $3.0 \pm 0.8$ 점으로 높게 나타났으며, 시각추구형이  $2.3 \pm 0.9$ 점으로 가장 낮게 나타났다.( $p < 0.001$ )

“단음료 대신 물을 충분히 마신다.” 문항은 편의추구형이  $3.5 \pm 1.0$ 점, 건강추구형이  $3.5 \pm 0.9$ 점으로 높게 나타났으며, 미각추구형이  $2.9 \pm 1.0$ 점으로 낮게 나타났다.( $p < 0.001$ )

“술자리를 피한다.” 문항에서는 편의추구형이  $3.3 \pm 1.2$ 점으로 높게 나타났고, 시각추구형이  $2.5 \pm 1.2$ 점으로 가장 낮게 나타났다.( $p < 0.01$ )

“우리 식재료를 활용한 식생활을 즐긴다.” 문항에서는 건강추구형이  $3.7 \pm 0.7$ 점으로 가장 높게 나타났고, 미각추구형이  $3.1 \pm 0.8$ 점으로 가장 낮게 나타났다.( $p < 0.001$ )

“가족과 함께 하는 식사 횟수를 늘린다.” 문항에서는 미각추구형이  $2.9 \pm 1.0$ 점으로 가장 낮게 나타났고, 건강추구형이  $3.3 \pm 0.9$ 점으로 가장 높게 나타났으나 유의적인 차이는 없었다.

이로써 다른 군집에 비해 건강추구형이 전체적인 식생활 지침을 잘 이행하는 것을 알 수 있었다. 마찬가지로 식생활지침 이행도 총합에서도 건강추구형이  $30.1 \pm 4.2$ 점으로 가장 높았으며, 가장 낮은 이행도 점수는 시각추구형이  $25.5 \pm 4.6$ 점으로 건강추구형과 유의적인 차이를 보였다. ( $p < 0.001$ )

**표 14. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 식생활지침 이행도 점수 분포**

구분	Mean±SD					F
	전체 (N=300)	미각추구 (N=54)	시각추구 (N=81)	편의추구 (N=71)	건강추구 (N=94)	
쌀·잡곡, 채소, 과일, 우유·유제품, 육류, 생선, 달걀, 콩류 등 다양한 식품을 섭취한다.	3.5±0.9	3.2±1.0	3.4±0.9	3.6±0.9	3.7±0.7	4.363**
아침밥을 꼭 먹는다.	2.6±1.3	2.4±1.3	2.2±1.2	2.7±1.3	2.9±1.4	4.751**
과식을 피하고 활동량을 늘린다.	3.0±0.9	2.8±0.9	2.6±0.9	3.3±0.9	3.3±0.7	15.70***
덜 짜게, 덜 달게, 덜 기름지게 먹는다.	3.0±0.9	2.8±0.9	2.6±0.9	3.3±0.9	3.3±0.7	13.97***
단음료 대신 물을 충분히 마신다.	2.7±0.9	2.5±0.9	2.3±0.9	3.0±1.0	3.0±0.8	7.037***
술자리를 피한다.	3.2±1.1	2.9±1.1	3.0±1.2	3.5±1.0	3.5±0.9	5.190**
음식은 위생적으로, 필요한 만큼만 마련한다.	2.9±1.3	2.7±1.3	2.5±1.2	3.3±1.2	3.1±1.3	5.841***
우리 식재료를 활용한 식생활을 즐긴다.	3.5±0.8	3.2±0.8	3.4±0.9	3.7±0.7	3.7±0.6	13.226***
가족과 함께 하는 식사 횟수를 늘린다.	3.4±0.9	3.1±0.8	3.1±0.9	3.6±0.8	3.7±0.7	2.102
식생활지침 이행도 총합(점)	3.1±1.0	2.9±1.0	3.0±1.1	3.2±0.9	3.3±0.9	22.936***
	28.0±5.1	25.7±4.6	25.5±4.6	29.8±5.2	30.1±4.2	

1) 평균±표준편차

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

## 5. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 인식도 분포

식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 인식도 점수 분포는 표 15에 제시하였다. 편의점 간편식 인식도 항목은 총 19문항으로 이루어져 있고, 총합은 최소 19점부터 최대 95점으로 점수가 높을수록 인식도가 좋음을 의미하며, 7개의 문항에서 유의적이었다.

“편의점 간편식은 전반적으로 맛이 좋다.” 문항은 시각추구형에서  $3.6 \pm 0.9$ 점으로 높게 나타났으며, 건강추구에서  $3.1 \pm 0.9$ 점으로 낮게 나타났다.( $p < 0.01$ ) “주재료의 국내산 함량과 품질이 양호하다.” 문항은 편의추구형에서  $3.5 \pm 0.6$ 점으로 가장 높게 나타났으며 미각추구형에서  $3.1 \pm 0.7$ 점으로 가장 낮게 나타나 유의적인 차이를 보였다.( $p < 0.01$ ) “간편식을 활용함으로써 식생활의 변화를 꾀할 수 있다.” 문항에서는 시각추구형이  $3.8 \pm 0.8$ 점으로 가장 높게 나타났으며, 미각추구형에서는  $3.3 \pm 0.9$ 점으로 가장 낮게 나타났다.( $p < 0.001$ )

“식사 준비의 노력과 수고를 덜어준다” 문항은 시각추구형에서  $4.3 \pm 0.5$ 점으로 가장 높게 나타났으며, 미각추구형에서는  $4.0 \pm 0.7$ 점으로 가장 낮게 나타났다 ( $p < 0.05$ ) “식사 준비 시간을 절약해 준다.” 문항은 시각추구에서  $4.3 \pm 0.6$ 점, 편의추구에서는  $4.3 \pm 0.5$ 점으로 가장 높게 나타났으며 미각추구에서  $4.0 \pm 0.7$ 점으로 가장 낮게 나타났다.( $p < 0.05$ )

“할인 판매, 행사 등의 기회를 활용할 수 있다.” 문항은 시각추구형에서  $4.0 \pm 0.7$ 점으로 가장 높게 나타났고, 편의추구형에서  $3.7 \pm 0.8$ 점으로 가장 낮게 나타났다.( $p < 0.05$ )

“간편식품을 이용하는 사람은 앞으로 점점 더 많아질 것이다.” 문항은 미각추구형에서  $4.0 \pm 0.8$ 점으로 가장 낮게 나타났고, 시각추구형에서  $4.4 \pm 0.6$ 점으로 가장 높게 나타났다( $p < 0.01$ )

편의점 간편식 인식도 총합에서는 시각추구형이  $69.2 \pm 8.1$ 점으로 가장 높은 인식도 점수를 보였고, 다음으로 편의추구형이 높은 인식도 점수를 보였으며, 미각추구형이  $65.3 \pm 8.4$ 점으로 가장 낮은 인식도 점수를 보였다.( $p < 0.05$ )

이를 통해 시각추구형과 편의추구형은 편의점 간편식에 대해 인식도가 높고, 미각추구형은 편의점 간편식에 대한 인식도 자체가 낮진 않지만 다른 군집들에 비해 상대적으로 낮음을 알 수 있다.

표 15. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 인식도 점수 분포

구분	Mean±SD					F
	전체 (N=300)	미각추구 (N=54)	시각추구 (N=81)	편의추구 (N=71)	건강추구 (N=94)	
편의점 간편식은 전반적으로 맛이 좋다.	3.3±0.9	3.3±1.0	3.6±0.9	3.3±0.9	3.1±0.9	4.614**
주재료의 국대산 함량과 품질이 양호하다.	3.3±0.7	3.1±0.7	3.4±0.8	3.5±0.6	3.2±0.7	4.439**
주재료의 보관 상태, 신선도가 양호하다.	3.5±0.8	3.3±0.8	3.5±0.8	3.6±0.7	3.5±0.8	1.038
간편식을 활용함으로써 식생활의 변화를 피할 수 있다.	3.4±0.8	3.3±0.9	3.8±0.8	3.4±0.7	3.3±0.9	5.973***
메뉴를 통해 다양한 음식을 먹을 수 있다.	3.7±0.8	3.6±0.8	3.8±0.9	3.7±0.7	3.7±0.6	0.440
보관과 저장에 용이하다.	3.9±0.7	3.8±0.8	3.9±0.8	3.8±0.7	3.8±0.7	0.656
식사 준비의 노력과 수고를 덜어준다.	4.2±0.6	4.0±0.7	4.3±0.6	4.2±0.5	4.1±0.6	3.065*
식사 준비 시간을 절약해 준다.	4.2±0.6	4.0±0.7	4.3±0.6	4.3±0.5	4.2±0.6	3.151*
가정에서 조리하기 어려운 음식도 포함된다.	3.7±0.9	3.5±0.9	3.7±0.9	3.7±0.9	3.7±0.9	0.567
한 끼를 간편하게 때우는 데 용이하다.	4.1±0.8	4.1±0.7	4.3±0.9	4.0±0.7	4.0±0.8	1.560
손님 접대가 용이하다.	2.3±1.0	2.4±1.1	2.1±1.0	2.5±1.0	2.3±1.0	2.401
가격이 합리적이다.	3.1±0.9	3.1±0.9	3.1±1.1	3.3±1.0	3.1±0.8	0.747



**표 15. 계속**

구분	Mean±SD					F
	전체 (N=300)	미각추구 (N=54)	시각추구 (N=81)	편의추구 (N=71)	건강추구 (N=94)	
저렴한 가격으로 최상의 효과를 얻을 수 있다.	3.0±1.0	2.9±0.9	3.0±1.0	3.1±0.9	2.9±0.9	0.841
가격이나 품질을 서로 비교하고 살펴본 후 구입할 수 있다.	3.3±0.8	3.1±0.8	3.4±0.9	3.4±0.8	3.4±0.7	2.213
할인 판매, 행사 등의 기회를 활용할 수 있다.	3.9±0.7	3.8±0.7	4.0±0.7	3.7±0.8	3.9±0.6	2.938*
간편하고 맛있게 즐길 수 있는 간편식품이 더 다양하면 좋겠다.	4.0±0.7	3.9±0.7	4.1±0.7	3.9±0.7	3.9±0.8	2.287
간편식품을 이용하는 사람은 앞으로 점점 더 많아질 것이다.	4.2±0.7	4.0±0.8	4.4±0.6	4.1±0.6	4.2±0.7	4.489**
편의점의 간편식품은 한 끼 식사로 충분하다.	3.5±1.0	3.3±1.0	3.7±1.0	3.5±1.0	3.4±0.9	1.674
편의점에서 판매하는 음식은 믿을 만하다.	2.9±0.9	2.8±0.8	2.9±0.9	3.1±0.9	3.0±0.9	1.634
편의점 간편식 인식도 총합	67.5±7.8	65.3±8.4	69.2±8.1	68.2±7.4	66.8±7.1	3.221*

1) 평균±표준편차

\* p<0.05, \*\* p<0.01, \*\*\* p<0.01

## 6. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용실태 분포

식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용실태 분포는 표 16에 제시하였다. 편의점 간편식 이용실태 항목은 총 14문항으로 이루어져 있고, 2개의 문항에서 유의적이었다.

이용빈도는 미각추구, 시각추구, 편의추구, 건강추구에서 동일하게 3일-5일에 1회 이용하는 빈도가 가장 높게 나타났고, 1-2일에 1회는 시각추구가 가장 높게 나타났다.

이용하는 요일은 월요일에서 목요일까지 이용하는 비율이 가장 높게 나타났으며, 시각추구형, 편의추구형, 미각추구형, 건강추구형 순으로 높은 비율을 나타냈고, 두 번째로는 일요일과 공휴일에 이용하는 비율이 높게 나타난 것으로 확인 할 수 있었으나 유의적인 차이는 없었다.

이용하는 시간대는 모든 군집에서 점심시간의 비율이 33.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 중에서도 시각추구형이 가장 높은 비율을 보였다. 저녁에 이용하는 비율이 24.3%로 점심시간 다음으로 높게 나타났다.

정보원에서는 모든 군집에서 SNS, 블로그의 비율이 전체 38.3%로 높게 나타났고, 다음으로는 매장 내 경험(시식 등)이 29.3%로 높게 나타났다.

선호하는 프로모션 방법은 모든 군집에서 가격/제휴할인이 전체 비율 중 46.0%로 높게 나타났고, 다음으로 1+1패키지상품이 44.7%로 높게 나타났으며 시각추구에서는 1+1패키지상품의 비율이 높게 나타났고, 미각추구와 건강추구유형에서는 가격/제휴할인의 비율이 높게 나타났다.

1회 구매 비용은 모든 군집에서 5천원 이하로 구매하는 비율이 높게 나타났다.

구입 시 선택의 기준은 모든 군집에서 ‘맛’이 전체 비율 중 70.3%로 가장 높게 나타났으며 그 중 시각추구군이 가장 높은 빈도로 나타났다. 그 외에 시각추구와 편의추구, 미각추구가 높은 순으로 나타났다.( $p < 0.05$ )

섭취장소는 모든 군집에서 구입한 편의점에서 바로 먹는 편이 전체 비율 중 45.0%로 높게 나타났으며 두 번째로는 집에 가져가서 먹는 편의 비율이 높게 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다.

만족도는 모든 군집에서 보통이라 응답한 도빈가 높게 나타났으며 만족함이라고 응답한 빈도는 시각추구, 건강추구, 편의추구, 미각추구 순으로 높게 나타났다.

재구매 의사를 보면 미각추구형, 시각추구형, 편의추구형은 있다고 응답한 비율이 가장 높게 나타났으며, 건강추구형에서는 보통이라고 응답한 비율이 가장 높게 나타났다.

재구매 요인은 미각추구, 편의추구에서 맛으로 선택한 비율이 가장 높게 나타났으나, 시각추구에서는 편리성을 가장 높은 비율을 보였고, 건강추구에서는 맛과 편리성이 38.4%로 동일하게 높게 나타났다.

특정 브랜드 편의점 이용 여부로는 모든 군집에서 브랜드와 무관하게 가까운 편의점을 이용한다는 비율이 높게 나타났다.

표 16. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용실태 분포

							N(%)
구분	내용	전체 (N=300)	미각추구 (N=54)	시각추구 (N=81)	편의추구 (N=71)	건강추구 (N=94)	$\chi^2$
이용빈도	1-2일에 1회	89(29.7)	16(29.6)	28(34.6)	19(26.8)	26(27.7)	15.211
	3-5일에 1회	111(37.0)	24(44.4)	29(35.8)	25(35.2)	33(35.1)	
	1주일에 1회	58(19.3)	10(18.5)	18(22.2)	16(22.5)	14(14.9)	
	2주일에 1회	23(7.7)	2(3.7)	4(4.9)	4(5.6)	13(13.8)	
	한 달에 1회	19(6.3)	2(3.7)	2(2.5)	7(9.9)	8(8.5)	
이용하는 요일	월요일에서 목요일의 평일	241(80.3)	44(81.5)	70(86.4)	58(81.7)	69(73.4)	18.702*
	금요일	9(3.0)	2(3.7)	3(3.7)	2(2.8)	2(2.1)	
	토요일	14(4.7)	1(1.9)	2(2.5)	0(0.0)	11(11.7)	
	일요일, 공휴일	36(12.0)	7(13.0)	6(7.4)	11(15.5)	12(12.8)	
이용하는 시간대	아침(7:00-9:00)	11(3.7)	3(5.6)	4(4.9)	3(4.2)	1(1.1)	18.156
	오전(9:00-11:30)	26(8.7)	5(9.3)	7(8.6)	7(9.9)	7(7.4)	
	점심(11:30-13:30)	101(33.7)	11(20.4)	32(39.5)	22(31.0)	36(38.3)	
	오후(13:30-17:00)	42(14.0)	11(20.4)	14(17.3)	8(11.3)	9(9.6)	
	저녁(17:00-20:00)	73(24.3)	14(25.9)	16(19.8)	18(25.4)	25(26.6)	
	야간(22:00-23:00)	39(13.0)	10(18.5)	6(7.4)	11(15.5)	12(12.8)	
	심야(24:00-7:00)	8(2.7)	0(0.0)	2(2.5)	2(2.8)	4(4.3)	

표 16. 계속

		N(%)					
구분	내용	전체 (N=300)	미각추구 (N=54)	시각추구 (N=81)	편의추구 (N=71)	건강추구 (N=94)	$\chi^2$
함께 이용하는 사람	혼자	135(45.0)	23(42.6)	32(35.9)	35(49.3)	45(47.9)	5.611
	친구 및 연인	156(52.0)	30(55.6)	45(55.6)	36(50.7)	45(47.9)	
	가족 및 친지	9(3.0)	1(1.9)	4(4.9)	0(0.0)	4(4.3)	
정보원	TV, 신문, 잡지	8(2.7)	2(3.7)	1(1.2)	3(4.2)	2(2.1)	6.735
	SNS, 블로그	115(38.3)	19(35.2)	34(42.0)	25(35.2)	37(39.4)	
	주변의 추천	57(19.0)	8(14.8)	17(21.0)	15(21.1)	17(18.1)	
	매장 내 경험(시식 등)	88(29.3)	17(31.5)	22(27.2)	20(28.2)	29(30.9)	
	전단지	2(0.7)	0(0.0)	0(0.0)	1(1.4)	1(1.1)	
	기타	30(10.0)	8(14.8)	7(8.6)	7(9.9)	8(8.5)	
선호하는 프로모션 방법	가격/제휴할인	138(46.0)	26(48.1)	35(43.2)	32(45.1)	45(47.9)	6.393
	무료시식/시연행사	9(3.0)	3(5.6)	3(3.7)	2(2.8)	1(1.1)	
	1+1 패키지상품	134(44.7)	21(38.9)	39(48.1)	32(45.1)	42(44.7)	
	사은품 증정	10(3.3)	2(3.7)	2(2.5)	4(5.6)	2(2.1)	
	광고(인터넷/신문)	9(3.0)	2(3.7)	2(2.5)	1(1.4)	4(4.3)	

**표 16. 계속**

		N(%)					
구분	내용	전체 (N=300)	미각추구 (N=54)	시각추구 (N=81)	편의추구 (N=71)	건강추구 (N=94)	$\chi^2$
1회 구매 비용	3천원 이하						12.665
	5천원 이하	66(22.0)	11(20.4)	13(16.0)	13(18.3)	29(30.9)	
	7천원 이하	160(53.3)	27(50.0)	46(56.8)	38(53.5)	49(52.1)	
	9천원 이하	50(16.7)	9(16.7)	17(21.0)	13(18.3)	11(11.7)	
	1만원 이상	17(5.7)	6(11.1)	3(3.7)	5(7.0)	3(3.2)	
	맞	7(2.3)	1(1.9)	2(2.5)	2(2.8)	2(2.1)	
구입 시 선택의 기준	가격	211(70.3)	41(75.9)	61(75.3)	52(73.2)	57(60.6)	34.046*
	영양	55(18.3)	6(11.1)	13(16.0)	11(15.5)	25(26.6)	
	양	2(0.7)	2(3.7)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
	외관	7(2.3)	2(3.7)	2(2.5)	0(0.0)	3(3.2)	
	안전·위생	7(2.3)	2(3.7)	2(2.5)	0(0.0)	3(3.2)	
	품질	4(1.3)	0(0.0)	0(0.0)	2(2.8)	2(2.1)	
	편의성	3(1.0)	0(0.0)	2(2.5)	0(0.0)	1(1.1)	
	학교/학원에	11(3.7)	1(1.9)	1(1.2)	6(8.5)	3(3.2)	
	가져가서 먹는 편	41(13.7)	8(14.8)	10(12.3)	7(9.9)	16(17.0)	
섭취 장소	구입한 편의점에서 바로 먹는 편	135(45.0)	20(37.0)	41(50.6)	31(43.7)	43(45.7)	12.249
	집에 가져가서 먹는 편	121(40.3)	26(48.1)	30(37.0)	33(46.5)	32(34.0)	
	야외(공원 등)에서 주로 먹는 편	3(1.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	3(3.2)	

**표 16. 계속**

		N(%)					
구분	내용	전체 (N=300)	미각추구 (N=54)	시각추구 (N=81)	편의추구 (N=71)	건강추구 (N=94)	$\chi^2$
만족도	매우 만족하지 않음	3(1.0)	1(1.6)	1(1.2)	0(0.0)	1(1.1)	12.522
	만족하지 않음	15(5.0)	1(1.9)	6(7.4)	5(7.0)	3(3.2)	
	보통	160(53.3)	28(51.9)	39(48.1)	37(52.1)	56(59.6)	
	만족함	112(37.3)	20(37.0)	34(42.0)	25(35.2)	33(35.1)	
	매우 만족함	10(3.3)	4(7.4)	1(1.2)	4(5.6)	1(1.1)	
재구매 의사와 요인	매우 없음	4(1.3)	0(0.0)	0(0.0)	1(1.4)	3(3.2)	16.792
	없음	10(3.3)	0(0.0)	1(1.2)	4(5.6)	5(5.3)	
	보통	127(42.3)	22(40.7)	29(35.8)	28(39.4)	48(51.1)	
	있음	143(42.7)	29(53.7)	46(56.8)	34(47.9)	34(36.2)	
	매우 있음	16(5.3)	3(5.6)	5(6.2)	4(5.6)	4(4.3)	
재구매 의사가 있다면 그 이유	가격	34(11.8)	7(13.0)	5(6.3)	11(16.4)	11(12.8)	15.010
	영양	3(1.0)	0(0.0)	1(1.3)	2(3.0)	0(0.0)	
	맛	100(34.8)	18(33.3)	31(38.8)	18(26.9)	33(38.4)	
	기호성	12(4.2)	1(1.9)	5(6.3)	1(1.5)	5(5.8)	
	편리성	121(42.2)	24(44.4)	35(43.8)	29(43.3)	33(38.4)	
	접근성	17(5.9)	4(7.4)	3(3.8)	6(9.0)	4(4.7)	
특정 브랜드 편의점 이용 여부	특정 브랜드 이용	47(15.7)	7(13.0)	14(17.3)	9(12.7)	17(18.1)	1.356
	브랜드 무관하게	253(84.3)	47(87.0)	67(82.7)	62(87.3)	77(81.9)	
	가까운 편의점 이용						

\* p&lt;0.05, \*\* p&lt;0.01, \*\*\* p&lt;0.001

## 7. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용빈도 분포

식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용빈도 점수 분포는 표 17에 제시하였다. 편의점 간편식 이용빈도는 총 25문항으로 이루어져 있고, 총합은 최소 25점부터 최대 100점으로 점수가 높을수록 이용 빈도가 높음을 의미하며, 5개의 문항에서 유의적이었다.

즉석섭취식품 중 햄버거에서 시각추구형이  $1.8 \pm 1.0$ 점으로 가장 높게 나타났고, 건강추구형에서  $1.4 \pm 0.7$ 점으로 가장 낮게 나타나 유의적인 차이를 보였다.( $p < 0.05$ ) 또한 핫바, 소세지, 핫도그문항에서는 시각추구형이  $2.3 \pm 0.9$ 점으로 높은 이용빈도를 보였고, 건강추구형이  $1.8 \pm 0.9$ 점으로 낮은 이용빈도를 보여 유의적인 차이가 있었다.( $p < 0.01$ )

즉석조리식품 중 라면,컵라면 등에서  $3.4 \pm 0.9$ 점으로 시각추구형이 가장 높은 이용빈도를 보였으며, 건강추구형에서는  $2.9 \pm 1.1$ 점으로 가장 낮은 이용빈도를 보였다.( $p < 0.01$ )

스낵 중 빵류에서 시각추구형이  $2.4 \pm 1.1$ 점으로 가장 높은 이용빈도를 보였으며, 건강추구형은  $1.9 \pm 0.9$ 점으로 가장 낮은 이용빈도를 보였다.( $p < 0.01$ ) 또한 초콜렛/캔디에서는 시각추구형이  $2.9 \pm 1.0$ 점으로 가장 높은 이용빈도를 보였고, 건강추구형은  $2.2 \pm 1.0$ 점으로 낮은 이용빈도를 보였다.( $p < 0.01$ )

편의점 간편식 이용빈도의 총합은 시각추구가  $49.2 \pm 12.3$ 점으로 가장 높은 점수를 차지했고, 건강추구가 가장 낮은 점수를 보였다.



**표 17. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용빈도 점수 분포**

							Mean±SD
구분	전체 (N=300)	미각추구 (N=54)	시각추구 (N=81)	편의추구 (N=71)	건강추구 (N=94)	F	
즉석섭취식품	햄버거	1.6±0.9	1.8±1.0	1.7±1.1	1.5±0.7	1.4±0.7	2.669*
	샌드위치	2.0±0.9	1.9±0.9	2.1±1.0	1.9±0.8	1.9±0.9	0.543
	김밥, 삼각김밥, 주먹밥	2.8±1.0	2.9±1.0	3.0±1.1	2.7±1.0	2.6±1.1	2.480
	유부초밥	1.1±0.4	1.1±0.3	1.1±0.5	1.2±0.5	1.1±0.3	0.743
	도시락	1.5±0.8	1.6±0.8	1.6±1.0	1.5±0.7	1.5±0.8	0.257
	어묵	1.3±0.6	1.2±0.4	1.3±0.6	1.3±0.6	1.3±0.6	0.905
	핫바, 소세지, 핫도그	2.1±0.9	2.2±0.9	2.3±0.9	2.0±0.9	1.8±0.9	5.161**
	즉석 스낵류 (닭꼬치, 닭튀김 등)	1.6±0.8	1.6±0.8	1.7±0.9	1.5±0.8	1.4±0.7	1.785
즉석조리식품	삶은달걀	1.7±1.0	1.6±0.9	1.6±0.9	1.7±1.1	1.7±1.0	0.263
	라면, 컵라면 등	3.1±1.0	3.1±0.9	3.4±0.9	3.0±1.0	2.9±1.1	3.213*
	간편조리 국, 찌개	1.5±0.9	1.4±0.8	1.5±0.9	1.5±0.8	1.4±0.8	0.341
	떡볶이	1.6±0.9	1.6±1.0	1.6±0.9	1.5±0.7	1.6±0.9	0.407
신선편의식품	덮밥류 (3분카레 등)	1.5±0.9	1.4±0.8	1.5±0.9	1.6±0.9	1.6±0.9	0.598
	과일	1.4±0.8	1.4±0.9	1.3±0.7	1.5±0.9	1.5±0.9	0.771
	샐러드	1.3±0.7	1.2±0.6	1.2±0.6	1.3±0.7	1.4±0.9	1.463

**표 17. 계속**

		Mean±SD					
구분		전체 (N=300)	미각추구 (N=54)	시각추구 (N=81)	편의추구 (N=71)	건강추구 (N=94)	F
스낵	비스킷 / 쿠키	2.1±1.1	1.9±1.1	2.3±1.2	2.1±1.0	2.1±1.0	1.742
	빵류	2.1±1.1	1.9±1.1	2.4±1.1	2.1±1.0	1.9±0.9	4.449**
	초콜렛 / 캔디	2.5±1.1	2.5±1.1	2.9±1.0	2.3±1.0	2.2±1.0	6.248***
	견과류 / 너트 바	1.6±0.9	1.5±0.9	1.7±1.0	1.6±0.9	1.6±0.9	0.620
	아이스크림	2.1±1.0	1.9±1.0	2.2±1.1	2.3±1.1	1.9±1.0	2.608
음료	탄산음료	2.6±1.2	2.6±1.2	2.8±1.2	2.5±1.1	2.4±1.2	1.523
	우유 / 요구르트	2.3±1.1	2.1±1.2	2.3±1.2	2.3±1.0	2.2±1.1	0.471
	차 / 커피음료	2.5±1.2	2.3±1.3	2.7±1.2	2.4±1.1	2.6±1.2	0.943
	건강음료 (홍삼, 비타민음료 등)	1.5±0.9	1.4±0.8	1.5±0.9	1.4±0.8	1.6±1.1	1.623
	과일채소음료	1.6±0.9	1.4±0.7	1.7±1.0	1.6±0.9	1.7±1.0	0.985
편의점 간편식 이용빈도 총합(점)		46.7±11.3	45.5±10.0	49.2±12.3	46.3±11.3	45.5±10.8	2.021

<sup>1)</sup> 평균±표준편차

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

## 제 3 절 편의점 간편식 인식도에 따른 특성 비교

### 1. 편의점 간편식 인식도에 따른 시각적 구간화

편의점 간편식 인식도 총합을 이용하여 시각적 구간화한 것은 표 18에 제시하였다. 편의점 간편식 인식도 총 19개의 문항으로 ‘매우 아니다’, ‘아니다’, ‘보통이다’, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’의 5점 척도로 이루어져 있다. ‘매우 아니다’는 1점, ‘아니다’는 2점, ‘보통이다’는 3점, ‘그렇다’는 4점, ‘매우 그렇다’는 5점을 부여하는 방식으로 점수화했으며, 점수 합은 최소 19점에서 최대 95점까지로, 점수가 높을수록 편의점 간편식의 인식이 좋다는 것으로 평가했다.

총합을 구한 후 시각적 구간화를 통해 최상위 25% 구간을 점수가 매우 높은 구간, 상위 25% 구간을 높은 구간, 하위 25% 구간을 점수가 낮은 구간, 최하위 25% 구간을 점수가 매우 낮은 구간으로 분류하였으며, 편의를 위해 순서대로 A군, B군, C군, D군으로 명명했다. 그러한 결과 총 300명의 대상자 중 A군 72명, B군 68명, C군 80명, D군 80명으로 나타났다.

표 18. 편의점 간편식 인식도 총합에 따른 시각적 구간화

시각적 구간화	N(%)
A군(편의점 간편식 인식도 총합이 매우높은 구간)	72(24.0)
B군(편의점 간편식 인식도 총합이 높은 구간)	68(26.7)
C군(편의점 간편식 인식도 총합이 낮은 구간)	80(26.7)
D군(편의점 간편식 인식도 총합이 매우낮은 구간)	80(26.7)
전체	300(100.0)

## 2. 편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 인구통계학적 특성 분포

편의점 간편식 인식도의 구간화에 따른 인구통계학적 특성 분포는 표 19에 제시하였다. 인구통계 문항은 총 11문항으로 이루어져 있으며 3개의 문항에서 유의적이었다.

성별분포는 모든 구간에서 여학생이 남학생들보다 높게 나타났으며, 남학생은 D군에서 높은 비율을 차지했으나 유의적인 차이는 없었다.

연령은 21세-22세와 23세이상에서는 D군이 가장 높게 나타났고, 18세-20세에서는 A군이 가장 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

체질량지수(Body Mass Index, BMI)를 적용한 비만도 판정 결과 모든 군집에서 정상체중(18.5-22.9)이 가장 높게 나타났으며, 저체중(18.5 미만)에서는 C군이 가장 높게 나타났고, 과체중 이상(23 이상)에서는 A군이 가장 높게 나타났다.( $p<0.001$ )

학년은 1학년에서 A군이 가장 높았고, 2학년은 C군이, 3학년에서는 D군이, 4학년에서는 B군이 가장 높게 나타나 고른 분포를 보였다.

부모님의 맞벌이 여부는 예라고 응답한 비율은 B군이 가장 높게 나타났고, 아니오라고 응답한 비율은 A군이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다.( $p<0.05$ )

아르바이트 여부는 A군을 제외하고 안한다라고 응답한 비율이 높았으며, A군은 한다 51.4%, 안한다 48.6%로 유의한 차이를 나타냈다. ( $p<0.05$ )

학원 및 대외활동 여부는 모든 군에서 안한다라고 응답한 비율이 높았고, 그 중에서도 D군의 비율이 63.8%로 가장 높게 나타났다.

한 달 용돈은 A군, C군에서 20만원미만-30만원이 가장 높았고, B군과 D군에서는 30만원-40만원이 가장 높았다.

용돈 중 식비 문항에서 A군, C군, D군은 10-20만원의 비율이 가장 높게 나타났고, B군에서는 20-30만원이 가장 높게 나타났다. 이로써 B군이 용돈 중 식비가 차지하는 비율이 다른 군에 비해 높은 것을 알 수 있었다.

**표 19. 편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 인구통계학적 특성 분포**

구분	내용	전체 (N=300)	A군 (N=72)	B군 (N=68)	C군 (N=80)	D군 (N=80)	N(%)
							$\chi^2$ or F
성별	남학생	115(38.3)	27(37.5)	25(36.8)	27(33.8)	36(45.0)	2.307
	여학생	185(61.7)	45(62.5)	43(63.2)	53(66.3)	44(55.0)	
연령(세)	18세-20세	134(44.7)	42(58.3)	25(36.8)	39(48.8)	28(35.0)	1.495
	21세-22세	99(33.0)	20(27.8)	26(38.2)	23(28.8)	30(37.5)	
	23 이상	67(22.3)	10(13.9)	17(25.0)	18(22.5)	22(27.5)	4.376
	평균±표준편차	21.1±1.8	20.4±1.7	21.4±1.7	21.0±1.8	21.5±1.7	
BMI <sup>2)</sup> (kg/m <sup>2</sup> )	저체중(18.5 미만)	32(10.8)	8(11.1)	7(10.3)	9(11.7)	8(10.0)	2.390
	정상체중(18.5-22.9)	197(66.3)	44(61.1)	44(64.7)	52(67.5)	57(71.3)	
	과체중 이상(23.0 이상)	68(22.9)	20(27.8)	17(25.0)	16(20.8)	15(18.8)	233.699***
	평균±표준편차	21.5±3.3	21.5±3.7	21.7±2.8	21.4±3.0	21.3±3.5	
전공계열	식품관련 전공	170(56.7)	42(58.3)	38(55.9)	50(62.5)	40(50)	2.655
	비전공	130(43.3)	30(41.7)	30(44.1)	30(37.5)	40(50)	
학년	1학년	59(19.7)	22(30.6)	8(11.8)	17(21.3)	12(15.0)	13.657
	2학년	104(34.7)	23(31.9)	25(36.8)	30(37.5)	26(32.5)	
	3학년	80(26.7)	19(26.4)	18(26.5)	17(21.3)	26(32.5)	
	4학년	57(19.0)	8(11.1)	17(25.0)	16(20.0)	16(20.0)	
거주 형태	통학	186(62.0)	39(54.2)	49(72.1)	48(60.0)	50(62.5)	4.940
	비통학	114(38.0)	33(45.8)	19(27.9)	32(40.0)	30(37.5)	

**표 19. 계속**

		N(%)					
구분	내용	전체 (N=300)	A군 <sup>1)</sup> (N=72)	B군 (N=68)	C군 (N=80)	D군 (N=80)	$\chi^2$ or F
맞벌이 여부	예	190(63.3)	44(61.1)	45(66.2)	49(61.3)	52(65.0)	9.856*
	아니오	110(36.7)	28(38.9)	23(33.8)	31(38.8)	28(35.0)	
아르바이트 여부	안한다	170(56.7)	35(48.6)	35(51.5)	43(53.8)	57(71.3)	9.856*
	한다	130(43.3)	37(51.4)	33(48.5)	37(46.3)	23(28.8)	
학원 및 대외활동 여부	안한다	176(58.7)	42(58.3)	42(61.8)	41(51.3)	51(63.8)	2.940
	한다	124(41.3)	30(41.7)	26(38.2)	39(48.8)	29(36.3)	
한 달 용돈	30만원 미만	101(33.7)	28(38.9)	17(25.0)	32(40.0)	24(30.0)	6.168
	30-40만원	93(31.0)	20(27.8)	24(35.3)	20(25.0)	29(36.3)	
	40-50만원 이상	106(35.3)	24(33.3)	27(39.0)	28(35.0)	27(33.8)	
용돈 중 식비	10만원 미만	18(6.0)	7(9.7)	3(4.4)	3(3.8)	5(6.3)	12.208
	10-20만원	121(40.3)	24(33.3)	23(33.8)	40(50.0)	34(42.5)	
	20-30만원	106(35.3)	23(31.9)	28(41.2)	26(32.5)	29(36.3)	
	30-40만원	43(14.3)	14(19.4)	10(14.7)	8(10.0)	11(13.8)	
	40만원 이상	12(4.0)	4(5.6)	4(5.9)	3(3.8)	1(1.3)	

<sup>1)</sup> A군 : 식생활 라이프스타일 점수가 매우높은 구간

B군 : 식생활 라이프스타일 점수가 높은 구간

C군 : 식생활 라이프스타일 점수가 낮은 구간

D군 : 식생활 라이프스타일 점수가 매우낮은 구간

<sup>2)</sup> BMI (Body Mass Index, 체질량지수)

\* p<0.05, \*\* p<0.01

### 3. 편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 식생활 라이프스타일 분포

대상자의 식생활 라이프스타일 특성 점수 분포는 표 20에 제시하였다. 식생활 라이프스타일은 총 29개의 문항으로 구성되어 있으며, 총합은 최소 29점부터 최대 145점으로 점수가 높을수록 식생활 라이프스타일이 양호한 것을 의미하며, 8개의 문항에서 유의적이었다.

맛있는 집을 찾아다니며 먹는 편이다 문항에서는 A군과 B군에서  $3.9 \pm 1.1$ 점과  $3.9 \pm 0.8$ 점으로 동일하게 높게 나타났고, C군과 D군에서는 각각  $3.5 \pm 1.0$ 점과  $3.5 \pm 0.9$ 점으로 낮게 나타났다.( $p < 0.01$ ) 음식선택을 할 때 맛을 우선 시 하는 편이다 문항에서는 A군이  $4.1 \pm 1.0$ 점으로 가장 높게 나타났고, D군은  $3.8 \pm 0.8$ 점으로 가장 낮게 나타나 유의적인 차이를 보였다.( $p < 0.05$ )

식품을 필요할 때 유통기한을 확인한다 문항에서는 A군이  $4.1 \pm 1.0$ 점으로 가장 높게 나타났고, B군이  $3.7 \pm 0.9$ 점으로 가장 낮게 나타났다.( $p < 0.05$ ) 식품을 구입할 때 여러회사의 제품을 비교해서 구입한다 문항에서는 A군이  $3.5 \pm 1.8$ 점으로 가장 높게 나타났고, D군이  $2.9 \pm 1.1$ 로 가장 낮게 나타났다.( $p < 0.05$ )

백화점, 슈퍼 등에서 조리가 다 된 음식을 자주 구입하지 않는다 문항에서는 D군이  $3.4 \pm 1.1$ 점으로 가장 높았고, A군이  $2.9 \pm 1.2$ 점으로 가장 낮게 나타났다.( $p < 0.05$ ) 바빠서 외식을 자주하는 편이 아니다 문항에서는 A군이 가장 낮고, D군에서 가장 높은 점수가 나타났으나 유의적인 차이는 없었다.

식료품 구입 시 색이 선명한 것과 모양이 예쁜 것을 구입한다 문항에서는 A군과 B군이  $3.3 \pm 1.2$ 점으로 가장 높게 나타났고, D군에서는  $2.8 \pm 0.9$ 점으로 가장 낮은 점수를 나타내어 유의한 차이를 보였다.( $p < 0.05$ ) 식사 시 요리의 색채는 식욕에 중요한 영향을 미친다고 생각한다 문항에서는 A군이  $3.9 \pm 1.1$ 점으로 가장 높게 나타났고, D군에서는  $3.6 \pm 0.8$ 점으로 가장 낮게 나타났다. 이 외에도 음식의 모양과 색이 아름다울수록 먹고 싶다는 충동을 느낀다 문항에서도 A군이  $4.0 \pm 1.1$ 점 D군이  $3.6 \pm 0.9$ 점으로 가장 낮은 점수를 나타내 유의적인 차이를 보였으며 시각적으로 아름다운 음식이 더 맛있다고 생각한다 문항에서도 A군의 점수가 가장 높고, D군의 점수가 가장 낮게 나타났다.



**표 20. 편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 식생활 라이프스타일 점수 분포**

구분	Mean±SD					
	전체 (N=300)	A군 <sup>1)</sup> (N=72)	B군 (N=68)	C군 (N=80)	D군 (N=80)	F
건강을 위해 음식을 가려 먹는다.	2.8±0.9	2.7±1.1	2.8±1.0	2.9±0.9	2.8±0.8	0.832
비만을 고려한 식생활을 한다.	2.8±1.0	2.7±1.1	2.8±1.1	2.9±1.0	2.7±0.9	0.484
음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이다.	2.9±1.0	3.0±1.2	2.8±1.1	3.0±0.9	2.8±1.0	0.891
인스턴트 음식은 되도록 먹지 않으려고 노력 한다.	2.7±1.0	2.5±1.2	2.7±1.1	2.8±0.9	2.8±1.0	1.042
건강식품, 자연식품, 유기농식품 등을 자주 이용한다.	2.7±1.0	2.6±1.1	2.7±1.0	2.7±0.9	2.6±0.9	0.325
음식이 맛있는 집을 찾아다니며 먹는 편이다.	3.7±1.0	3.9±1.1	3.9±0.8	3.5±1.0	3.5±0.9	4.502**
새로운 음식을 먹어보는 것을 좋아한다.	3.6±1.0	3.8±1.2	3.8±0.9	3.4±1.0	3.6±0.9	2.150
처음 보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매 한다.	3.5±1.0	3.7±1.2	3.7±1.1	3.3±0.9	3.4±0.9	3.792**
음식의 유행을 빨리 받아들이는 편이다.	3.3±1.0	3.5±1.1	3.3±1.0	3.4±0.9	3.2±0.9	1.144
유행하는 맛집이나 음식이 무엇인지 잘 아는 편이다.	3.3±0.9	3.4±1.1	3.5±0.9	3.2±0.9	3.3±0.9	1.664
주변에서 들어본 음식은 빨리 먹어보려고 한다.	3.2±1.1	3.5±1.2	3.3±1.0	3.1±1.0	3.1±1.0	2.160
다양한 맛을 원해서 매번 식단을 바꾸는 편이다.	2.8±1.0	2.7±1.1	3.1±1.0	2.8±0.9	2.7±0.9	2.377

**표 20. 계속**

구분	Mean±SD					
	전체 (N=300)	A군 (N=72)	B군 (N=68)	C군 (N=80)	D군 (N=80)	F
다른 부문에 비해 식생활에 돈을 아끼지 않는 편이다.	3.6±1.0	3.7±1.1	3.6±1.0	3.5±0.9	3.5±0.9	0.517
음식선택을 할 때 맛을 우선시 하는 편이다.	4.0±0.8	4.1±1.0	4.0±0.7	4.0±0.7	3.8±0.8	3.035*
식품 구입할 때 가격정보를 확인한다.	4.0±0.8	4.1±1.0	4.0±0.6	3.9±0.7	3.8±0.9	1.466
식품을 구입할 때 유통기한을 확인한다.	3.9±0.9	4.1±1.0	3.7±0.9	3.8±0.9	4.0±0.8	2.860*
식품의 원산지, 원재료명 등 영양성분 및 식품정보를 확인한다.	3.1±1.1	3.1±1.1	3.1±1.2	3.1±1.0	3.0±1.0	0.154
식품을 필요할 때마다 구입하여 사용한다.	3.6±0.9	3.8±1.0	3.7±1.0	3.6±0.9	3.4±0.8	2.448
식품을 구입할 때 여러 회사의 제품을 비교해서 구입한다.	3.2±1.3	3.5±1.8	3.2±1.2	3.0±1.0	2.9±1.1	3.084*
가격이 비싸도 이름 있는 회사의 식품을 구매한다.	2.9±0.9	2.9±1.0	3.0±1.0	2.7±0.8	2.9±0.9	0.866
백화점, 슈퍼 등에서 조리가 다 된 음식을 자주 구입하지 않는다.	3.2±1.1	2.9±1.2	3.2±1.1	3.2±1.0	3.4±1.0	2.817*
식사준비나 식사에 드는 시간을 가능한 아끼는 편이 아니다.	3.1±1.0	3.0±1.1	3.3±1.1	3.0±0.9	3.3±0.8	1.306
바빠서 외식을 자주하는 편이 아니다.	2.7±1.0	2.5±1.1	2.7±1.0	2.7±1.0	2.8±1.0	1.063
바쁠 때는 빵, 우유 등으로 끼니를 해결하지 않는다.	2.6±1.1	2.5±1.2	2.6±1.1	2.6±1.0	2.8±1.1	1.099
혼자 집에 있는 경우 간식을 많이 먹지 않는 편이다.	2.9±1.2	3.0±1.3	2.7±1.2	2.8±1.1	3.1±1.1	1.497
식료품 구입 시 색이 선명한 것과 모양이 예쁜 것을 구입한다.	3.2±1.1	3.3±1.2	3.3±1.2	3.3±0.9	2.9±0.9	2.791*

표 20. 계속

Mean±S

구분	전체 (N=300)	A군 (N=72)	B군 (N=68)	C군 (N=80)	D군 (N=80)	F
식사 시 요리의 색채는 식욕에 중요한 영향을 미친다고 생각한다.	3.8±0.9	3.9±1.1	3.9±0.9	3.8±0.7	3.6±0.8	2.220
음식의 모양과 색이 아름다울수록 먹고 싶다는 충동을 느낀다.	3.8±0.9	4.0±1.1	3.9±0.9	3.8±0.7	3.6±0.9	3.358*
시각적으로 아름다운 음식이 더 맛있다고 생각 한다.	3.7±0.9	3.8±1.2	3.8±0.8	3.6±0.8	3.5±0.8	2.248
식생활 라이프스타일 총합	94.4±11.0	96.2±13.4	95.8±11.9	93.3±9.0	92.6±9.1	2.061

<sup>1)</sup> A군 : 식생활 라이프스타일 점수가 매우높은 구간

B군 : 식생활 라이프스타일 점수가 높은 구간

C군 : 식생활 라이프스타일 점수가 낮은 구간

D군 : 식생활 라이프스타일 점수가 매우낮은 구간

\* p<0.05, \*\* p<0.01

#### 4. 편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 편의점 간편식 이용실태 분포

편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 편의점 간편식 이용실태 특성 분포는 표 21에 제시하였다. 이용실태 항목은 총 14문항으로 이루어져 있고, 2개의 문항에서 유의적이었다.

이용빈도의 경우 A군과 B군, C군에서 3-5일에 1회를 이용하는 비율이 가장 높았고, D군의 이용빈도는 골고루 나타나 유의한 차이가 없었다.

이용하는 요일의 경우 모든 군에서 월요일에서 목요일의 평일에 이용한다는 비율이 가장 높게 나타났다. 이용하는 시간대에서는 A군, B군, C군에서 점심(11:30-13:30)에 비율이 높게 나타났고, D군에서는 저녁(17:00-20:00)에 이용하는 비율이 높게 나타났다.

선호하는 프로모션 방법은 D군에서는 1+1패키지상품 비율이 가장 높게 나타났으며, B와 C에서는 가격/제휴할인이 가장 높은 비율을 나타냈다.

구입 시 선택의 기준은 모든 군집에서 맛이 가장 높은 비율을 나타냈고, 맛 다음으로 가격이 높은 비율을 나타냈으나 유의적인 차이는 없었다.

만족도로는 A군에서는 만족함이 70.8%로 가장 높게 나타났으며, B군과 C군과 D군에서는 보통으로 응답한 비율이 각각 55.9%, 68.8%, 68.8%로 나타났다.( $p < 0.001$ ) 이를 통해 인식도가 가장 좋은 A군에서 편의점 간편식의 만족도가 높다는 것을 알 수 있었다.

재구매 의사 문항에서는 A군과 B군에서 재구매 의사가 있다는 비율이 각각 56.9%와 66.2%로 높게 나타났으며, 인식도가 낮은 C군과 D군에서는 재구매 의사가 보통인 비율이 각각 53.8%와 62.5%로 나타났다.( $p < 0.001$ ) 이를 통해 인식도가 좋은 군에서 재구매 의사가 높은 것을 알 수 있었다.

특정 브랜드 편의점 이용 여부는 모든 군집에서 브랜드 무관하게 가까운 편의점을 이용한다고 높게 나타났다.

표 21. 편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 편의점 간편식 이용실태 분포

		N(%)					
구분	내용	전체 (N=300)	A군 <sup>1)</sup> (N=72)	B군 (N=68)	C군 (N=80)	D군 (N=80)	$\chi^2$
이용빈도	1-2일에 1회	89(29.7)	28(38.9)	16(23.5)	24(30.0)	21(26.3)	18.632
	3-5일에 1회	111(37.0)	29(40.3)	33(48.5)	28(35.0)	21(26.3)	
	1주일에 1회	58(19.3)	10(13.9)	10(14.7)	17(21.3)	21(26.3)	
	2주일에 1회	23(7.7)	3(4.2)	4(5.9)	6(7.5)	10(12.5)	
	한 달에 1회	19(6.3)	2(2.8)	5(7.4)	5(6.3)	7(8.8)	
이용하는 요일	월요일에서 목요일의 평일	241(80.3)	54(75.0)	57(83.8)	68(85.0)	62(77.5)	12.235
	금요일	9(3.0)	4(5.6)	4(5.9)	0(0.0)	1(1.3)	
	토요일	14(4.7)	4(5.6)	3(4.4)	4(5.0)	3(3.8)	
	일요일, 공휴일	36(12.0)	10(13.9)	4(5.9)	8(10.0)	14(17.5)	
이용하는 시간대	아침(7:00-9:00)	11(3.7)	0(0.0)	7(10.3)	3(3.8)	1(1.3)	31.845
	오전(9:00-11:30)	26(8.7)	10(13.9)	4(5.9)	7(8.8)	5(6.3)	
	점심(11:30-13:30)	101(33.7)	25(34.7)	28(41.2)	29(36.3)	19(23.8)	
	오후(13:30-17:00)	42(14.0)	8(11.1)	11(16.2)	9(11.3)	14(17.5)	
	저녁(17:00-20:00)	73(24.3)	17(23.6)	14(20.6)	19(23.8)	23(28.8)	
	야간(22:00-23:00)	39(13.0)	10(13.9)	4(5.9)	12(15.0)	13(16.3)	
	심야(24:00-7:00)	8(2.7)	2(2.8)	0(0.0)	1(1.3)	5(6.3)	

**표 21. 계속**

							N(%)
구분	내용	전체 (N=300)	A군 (N=72)	B군 (N=68)	C군 (N=80)	D군 (N=80)	$\chi^2$
함께 이용하는 사람	혼자	135(45.0)	30(41.7)	26(38.2)	41(51.3)	38(47.5)	5.261
	친구 및 연인	156(52.0)	38(52.8)	40(58.8)	37(46.3)	41(51.3)	
	가족 및 친지	9(30.3)	4(5.6)	2(2.9)	2(2.5)	1(1.3)	
	기타	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
정보원	TV, 신문, 잡지	8(2.7)	1(1.4)	2(2.9)	2(2.5)	3(3.8)	18.874
	SNS, 블로그	115(38.3)	33(45.8)	26(38.2)	28(35.0)	28(35.0)	
	주변의 추천	115(38.3)	33(45.8)	26(38.2)	20(25.0)	10(12.5)	
	매장 내 경험(시식 등)	88(29.3)	20(27.8)	20(29.4)	22(27.5)	26(35.2)	
	전단지	2(0.7)	0(0.0)	2(2.9)	0(0.0)	0(0.0)	
	기타	30(10.0)	6(8.3)	3(4.4)	8(10.0)	13(16.3)	
선호하는 프로모션 방법	가격/제휴할인	138(46.0)	33(45.8)	34(50.0)	38(47.5)	33(41.3)	12.052
	무료 시식/시연 행사	9(3.0)	4(5.6)	3(4.4)	1(1.3)	1(1.3)	
	1+1패키지상품	134(44.7)	33(45.8)	29(42.6)	33(41.3)	39(48.8)	
	사음품 증정	10(3.3)	2(2.8)	1(1.5)	3(3.8)	4(5.0)	
	광고 (인터넷/신문)	9(3.0)	0(0.0)	1(1.5)	5(6.3)	3(3.8)	
1회 구매 비용	3천원 이하	66(22.0)	13(18.1)	14(20.6)	22(27.5)	17(21.3)	9.086
	5천원 이하	160(53.3)	37(51.4)	40(58.8)	40(50.0)	43(53.8)	
	7천원 이하	50(16.7)	16(22.2)	10(14.7)	14(17.5)	10(12.5)	
	9천원 이하	17(5.7)	5(6.9)	2(2.9)	3(3.8)	7(8.8)	
	1만원 이상	7(2.3)	1(1.4)	2(2.9)	1(1.3)	3(3.8)	

**표 21. 계속**

							N(%)
구분	내용	전체 (N=300)	A군 (N=72)	B군 (N=68)	C군 (N=80)	D군 (N=80)	$\chi^2$
	맛	211(70.3)	48(66.7)	48(70.6)	60(75.0)	55(68.8)	
	가격	55(18.3)	17(23.6)	12(17.6)	13(16.3)	13(16.3)	
	영양	2(0.7)	1(1.4)	0(0.0)	0(0.0)	1(1.3)	
구입 시	양	7(2.3)	1(1.4)	2(2.9)	2(2.5)	2(2.5)	19.245
선택의	외관	7(2.3)	3(4.2)	3(4.4)	0(0.0)	1(1.3)	
기준	안전·위생	4(1.3)	0(0.0)	1(1.5)	1(1.3)	2(2.5)	
	품질	3(1.0)	0(0.0)	2(2.9)	0(0.0)	1(1.3)	
	편의성	11(3.7)	2(2.8)	0(0.0)	4(5.0)	5(6.3)	
	학교/학원에 가져가서 먹는 편	41(13.7)	10(13.9)	8(11.8)	12(15.0)	11(13.8)	
	구입한 편의점에서 바로 먹는 편	135(45.0)	30(41.7)	37(54.4)	35(43.8)	33(41.3)	
섭취 장소	집에 가져가서 먹는 편	121(40.3)	30(41.7)	23(33.8)	32(40.0)	36(45.0)	
	야외(공원 등)에서 주로 먹는 편	3(1.0)	2(2.8)	0(0.0)	1(1.3)	0(0.0)	
	매우 만족하지 않음	3(1.0)	1(1.4)	0(0.0)	0(0.0)	2(2.5)	
	만족하지 않음	15(5.0)	3(4.2)	4(5.9)	3(3.8)	5(6.3)	
	보통	160(53.3)	12(16.7)	38(55.9)	55(68.8)	55(68.8)	64.663***
만족도	만족함	112(37.3)	51(70.8)	25(36.8)	20(25.0)	16(20.0)	
	매우 만족함	10(3.3)	5(6.9)	1(1.5)	2(2.5)	2(2.5)	

표 21. 계속

구분	내용	N(%)					X <sup>2</sup>
		전체 (N=300)	A군 (N=72)	B군 (N=68)	C군 (N=80)	D군 (N=80)	
재구매 의사	매우 없음	4(1.3)	2(2.8)	0(0.0)	0(0.0)	2(2.5)	62.472***
	없음	10(3.3)	2(2.8)	4(5.9)	2(2.5)	2(2.5)	
	보통	127(42.3)	15(20.8)	19(27.9)	43(53.8)	50(62.5)	
	있음	143(47.7)	41(56.9)	45(66.2)	33(41.3)	24(30.0)	
	매우 있음	16(5.3)	12(16.7)	0(0.0)	2(2.5)	2(2.5)	
재구매 의사가 있다면 그 이유	가격	34(11.8)	11(16.2)	6(9.4)	12(15.4)	5(6.5)	22.410
	영양	3(1.0)	1(1.5)	1(1.6)	1(1.3)	0(0.0)	
	맛	100(34.8)	27(39.7)	28(43.8)	25(32.1)	20(26.0)	
	기호성	12(4.2)	4(5.9)	1(1.6)	1(1.3)	6(7.8)	
	편리성	121(42.2)	24(35.3)	26(40.6)	33(42.3)	38(49.4)	
특정 브랜드 편의점 이용 여부	접근성	17(5.9)	1(1.5)	2(3.1)	6(7.7)	8(10.4)	5.243
	특정 브랜드 이용	47(15.7)	14(19.4)	15(22.1)	9(11.3)	9(11.3)	
	브랜드 무관하게 가까운 편의점 이용	253(84.3)	58(80.6)	53(77.9)	71(88.8)	71(88.8)	

<sup>1)</sup> A군 : 식생활 라이프스타일 점수가 매우높은 구간

B군 : 식생활 라이프스타일 점수가 높은 구간

C군 : 식생활 라이프스타일 점수가 낮은 구간

D군 : 식생활 라이프스타일 점수가 매우낮은 구간

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



## 5. 편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 편의점 간편식 이용빈도 분포

편의점 간편식 인식도에 따른 편의점 간편식 이용빈도 점수 분포는 표 22에 제시하였다. 편의점 간편식 이용빈도는 총 25문항으로 이루어져 있고, 총합은 최소 25점부터 최대 100점으로 점수가 높을수록 이용빈도가 많음을 의미하며 2개의 문항에서 유의적이었다.

편의점 간편식 인식도에 따른 편의점 간편식 이용빈도의 전체 점수는  $46.7 \pm 11.3$ 점으로 C군과 D군은 평균보다 낮았으며, A군과 B군은 평균보다 높았으나 유의적인 차이는 없었다.

**표 22. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용빈도 점수 분포**

		Mean±SD					
구분		전체 (N=300)	A군 <sup>1)</sup> (N=72)	B군 (N=68)	C군 (N=80)	D군 (N=80)	F
즉석섭취식품	햄버거	1.6±0.9	1.5±0.8	1.7±1.0	1.6±0.9	1.5±0.8	0.457
	샌드위치	2.0±0.9	1.9±0.9	2.1±1.0	2.0±0.9	1.8±0.9	0.731
	김밥, 삼각김밥, 주먹밥	2.8±1.0	3.0±1.0	2.9±1.0	2.6±1.0	2.5±1.0	4.157
	유부초밥	1.1±0.4	1.1±0.3	1.1±0.3	1.2±0.5	1.1±0.4	0.253
	도시락	1.5±0.8	1.6±0.9	1.5±0.7	1.6±0.9	1.4±0.7	0.696
	어묵	1.3±0.6	1.3±0.6	1.3±0.6	1.2±0.5	1.2±0.6	0.623
	핫바, 소세지, 핫도그	2.1±0.9	2.2±1.0	2.1±0.8	2.0±0.9	2.0±0.9	0.805
	즉석 스낵류 (닭꼬치, 닭튀김 등)	1.6±0.8	1.5±0.8	1.6±0.7	1.7±0.9	1.4±0.7	1.383
즉석조리식품	삶은달걀	1.7±1.0	1.9±1.2	1.7±1.0	1.6±0.9	1.5±0.8	1.535
	라면, 컵라면 등	3.1±1.0	3.4±0.9	3.2±1.0	3.0±1.0	3.0±1.0	3.370*
	간편조리 국, 찌개	1.5±0.9	1.6±1.0	1.6±0.9	1.4±0.8	1.4±0.8	1.398
	떡볶이	1.6±0.9	1.6±0.9	1.8±1.0	1.6±0.8	1.4±0.8	2.214
신선편의식품	덮밥류 (3분카레 등)	1.5±0.9	1.8±1.1	1.4±0.7	1.6±0.9	1.5±0.8	2.723*
	과일	1.4±0.8	1.5±1.0	1.3±0.7	1.4±0.8	1.5±0.8	0.470
	샐러드	1.3±0.7	1.3±0.7	1.4±0.8	1.2±0.7	1.3±0.7	0.510

**표 22. 계속**

Mean±SD

구분		전체 (N=300)	A군 (N=72)	B군 (N=68)	C군 (N=80)	D군 (N=80)	F
스낵	비스킷 / 쿠키	2.1±1.1	2.2±1.1	2.1±1.1	2.0±1.0	2.0±1.0	0.499
	빵류	2.1±1.1	2.2±1.1	2.2±1.0	2.1±1.1	2.0±1.0	0.836
	초콜렛 / 캔디	2.5±1.1	2.7±1.1	2.5±1.0	2.3±1.0	2.4±1.2	1.808
	견과류 / 너트 바	1.6±0.9	1.7±1.1	1.6±0.9	1.6±0.9	1.5±0.9	0.500
	아이스크림	2.1±1.0	2.2±1.1	2.2±0.9	2.0±1.0	1.9±1.0	2.407
음료	탄산음료	2.6±1.2	2.5±1.2	2.7±1.1	2.4±1.1	2.6±1.2	0.658
	우유 / 요구르트	2.3±1.1	2.3±1.2	2.4±1.2	2.1±1.1	2.3±1.1	1.520
	차 / 커피음료	2.5±1.2	2.8±1.2	2.6±1.2	2.3±1.2	2.5±1.2	2.349
	건강음료 (홍삼, 비타민음료 등)	1.5±0.9	1.6±1.0	1.5±0.9	1.3±0.8	1.6±1.0	1.338
	과일채소음료	1.6±0.9	1.7±1.0	1.6±0.8	1.5±0.8	1.7±1.0	1.494
편의점 간편식 이용빈도 총합(점)		46.7±11.3	49.0±11.0	48.0±11.0	45.1±11.1	45.1±11.6	2.468

<sup>1)</sup> A군 : 식생활 라이프스타일 점수가 매우높은 구간

B군 : 식생활 라이프스타일 점수가 높은 구간

C군 : 식생활 라이프스타일 점수가 낮은 구간

D군 : 식생활 라이프스타일 점수가 매우낮은 구간

\* p<0.05

## 제 4 절 식생활 라이프스타일, 식생활지침 이행도, 편의점 간편식 간편식 인식도, 편의점 간편식 이용빈도 간의 상관관계와 영향 요인분석

### 1. 식생활 라이프스타일, 식생활지침 이행도, 편의점 간편식 인식도, 편의점 간편식 이용빈도 간의 상관관계분석

대상자의 식생활 라이프스타일, 식생활지침 이행도, 편의점 간편식 인식도, 편의점 간편식 이용빈도 간의 상관관계분석은 표 23에 제시하였다.

식생활 라이프스타일과 식생활지침 이행도와 편의점 간편식 인식도와 양의 상관관계를 보였고, 각각 유의확률  $p < 0.001$ ,  $p < 0.01$ 로 나타났다. 식생활 라이프스타일이 증가할수록 식생활지침 이행도와 편의점 간편식 인식도가 증가하는 것으로 나타났다.

식생활지침 이행도는 편의점 간편식 이용빈도와 음의 상관관계를 보였다. ( $p < 0.01$ ) 이 것으로 보아 식생활지침 이행도가 높을수록 편의점 간편식의 이용빈도는 낮은 것을 알 수 있었다.

편의점 간편식 인식도와 편의점 간편식 이용빈도는 양의 상관관계를 보였다. ( $p < 0.05$ ) 편의점 간편식 인식도가 증가할수록 편의점 간편식을 이용하는 빈도 역시 증가하는 것을 알 수 있었다.

표 23. 식생활 라이프스타일, 식생활지침 이행도, 편의점 간편식 인식도, 편의점 간편식 이용빈도 간의 상관관계 상관관계분석

		식생활 라이프스타일	식생활 지침 이행도	편의점 간편식 인식도	편의점 간편식 이용빈도
		1	.499**	.114*	0.015
식생활 라이프스타일	Pearson 상관계수		0.000	0.049	0.794
	유의확률(양쪽)	300	300	300	300
	N				
		.499**	1	0.004	-.163**
식생활 지침 이행도	Pearson 상관계수	0.000		0.945	0.005
	유의확률(양쪽)	300	300	300	300
	N				
		.114*	-0.004	1	.136*
편의점 간편식 인식도	Pearson 상관계수	0.049	0.945		0.018
	유의확률(양쪽)	300	300	300	300
	N				
		-0.015	-.163**	.136*	1
편의점 간편식 이용빈도	Pearson 상관계수	0.794	0.005	0.018	
	유의확률(양쪽)	300	300	300	300
	N				

\* p<0.05, \*\* p<0.01

## 2. 편의점 간편식에 따른 다중 회귀분석

본 연구에서 식생활 라이프스타일에 어떠한 변수들이 영향을 미치는지 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 표 24에 제시하였다.

식생활 라이프스타일 회귀모형은 결정계수  $R^2=0.265$ 으로 나타났으며, 식생활 라이프스타일이 26.5% 설명되고 있고, F값은 35.582,  $P=0.000$ 으로 유의하므로 식생활 라이프스타일을 설명하는데 독립변수들의 모형이 통계적으로 유의함을 알 수 있다.

식생활 라이프스타일은 식생활지침 이행도( $p<0.001$ )와 편의점 간편식 인식도( $p<0.5$ )와 양의 관계를 가지는 것을 알 수 있었다.

표 24. 식생활 라이프스타일에 따른 회귀분석

식생활 라이프스타일	비표준화계수		표준화계수 Beta	t-value	p-value
	B	S.E			
식생활지침 이행도	1.094	0.109	0.508	10.057	0.000***
편의점 간편식 인식도	0.154	0.071	0.109	2.161	0.032*
편의점 간편식 이용빈도	0.051	0.050	0.053	1.036	0.301
R <sup>2</sup> =0.265, Adj-R <sup>2</sup> =0.258, F=35.582, P=0.000					

\* p<0.05, \*\*\* p<0.001

## 제 4 장 요약 및 결론

본 연구는 광주지역에 소재한 대학의 남학생 114명과 여학생 183명, 전체 300명을 대상으로 인구통계학적 특성, 식생활 라이프스타일 특성, 식생활지침 이행도, 편의점 간편식 인식도, 편의점 간편식의 이용실태, 편의점 간편식 이용빈도에 대해서 조사하였다.

### 제 1 절 연구의 요약

1. 대상자의 특성 분포는 다음과 같다.

대상자의 인구통계학적 결과 연령 분포는 18-20세 구간에서 44.7%, 23세-22세 구간에서 33.0%, 23세 이상 구간에서 22.3% 순으로 나타났으며( $p < 0.001$ ), 체질량지수(Body Mass Index, BMI) 결과, 정상체중군이 가장 많이 나타났으며, 평균 체질량지수는 남학생  $20.6 \pm 3.3 \text{kg/m}^2$ , 여학생  $21.5 \pm 3.3 \text{kg/m}^2$ 로 나타났다. ( $p < 0.001$ ) 전공의 분포는 식품관련 전공 여학생이 78.6%였으며, 비전공 남학생은 81.3%로 유의한 차이를 보였다. ( $p < 0.001$ ) 거주 형태는 남학생은 47.8%, 여학생은 70.8%가 통학을 하고 있다고 나타났다. ( $p < 0.001$ ) 학원 및 대외활동 여부에 '한다'라고 응답한 비율은 41.3%로 나타났으며, 남녀간의 유의한 차이를 보였다. ( $p < 0.05$ )

대상자의 식생활 라이프스타일 특성 점수 분포 결과, 여학생이 남학생보다 식생활 라이프스타일 총합이 높아 식생활 라이프스타일이 더 좋은 것으로 나타났으나 남학생이 여학생보다 건강을 위해 음식을 가려 먹는 편으로 나타났다. ( $p < 0.05$ )

대상자의 식생활지침 이행도 점수 분포 결과, 남학생이 여학생에 비해 과식을 피하고 활동량을 늘린다는 점수가 높게 나타났으며, 식생활지침 이행도 총합 역시 남학생이 더 높게 나타났다.

대상자의 편의점 간편식 인식도 점수 분포 결과, 여학생이 남학생에 비해 할인 판매, 행사 등의 기회를 활용할 수 있다고 생각하는 것으로 남녀간 차이가 확인되었으며, ( $p < 0.05$ ) 편의점 간편식 인식도 총합에서도 여학생이 높게 나타났으나 유의적인 차이는 확인되지 않았다.

편의점 간편식 이용실태 분포 결과, 이용빈도는 남녀모두 3일-5일에 1회를 이용하는



분포가 가장 높았고, 이용하는 요일 역시 남녀 모두 월요일에서 목요일의 평일이 가장 높았으며, ( $p < 0.01$ ) 이용하는 시간대는 남학생은 저녁에 이용분포가 높았고, 여학생은 점심시간에 이용분포가 높은 것으로 나타났다. ( $p < 0.001$ ) 함께 이용하는 사람은 남학생의 경우 혼자 이용한다는 분포가 높게 나타났고, 여학생의 경우 친구 및 연인과 이용한다는 분포가 높게 나타났다. ( $p < 0.001$ )

편의점 간편식 이용빈도 점수 분포 결과, 남학생이 여학생에 비해 햄버거류를 많이 이용하는 것으로 나타났고, ( $p < 0.001$ ) 여학생은 비스킷/쿠키류를 남학생에 비해 많이 이용하는 것으로 나타나 남녀간의 유의적인 차이를 보였다. ( $p < 0.001$ )

## 2. 식생활 라이프스타일 군집에 따른 특성 비교는 다음과 같다.

식생활 라이프스타일 군집의 인구통계학적 특성 분포 결과, BMI는 정상체중이 모든 군집에서 가장 높게 나타났으며 유의적인 차이는 없었다. 전공계열은 미각추구군집을 제외한 군집들에서 식품관련 전공이 높게 나타났으며, 학년에서는 시각추구군이 높게 나온 2학년을 제외하고는 전학년에서 건강추구군이 높게 나타났다. 거주형태는 시각추구형과 건강추구형이 가장 많이 나타났다. 부모님의 맞벌이 여부는 모두 예라고 응답한 비율이 높게 나타났으나 건강추구군집에서 아니오라고 응답한 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다. ( $p < 0.01$ ) 한달 용돈 중 식비는 시각추구군집을 제외한 모든 군집에서 10-20만원의 비율이 높게 나타났다. ( $p < 0.05$ )

식생활 라이프스타일 군집에 따른 식생활지침 이행도 점수 분포 결과, 가장 높은 식지침 이행도 점수는 건강추구형에서 나타났으며, 시각추구형에서 가장 낮은 점수가 나타나 군집간의 유의적인 차이가 있었다. ( $p < 0.001$ )

식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 인식도 점수 분포 결과, 편의점 간편식 인식도의 총합은 편의추구군이 가장 높게 나타났고, 미각추구군이 가장 낮게 나타나 군집간의 유의적인 차이가 있었다. ( $p < 0.05$ )

식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용실태 분포 결과, 이용빈도는 유행추구를 제외한 모든 군집에서 3-5일에 1회를 이용하는 빈도가 가장 높게 나타났으며, 이용하는 요일은 모든 군집에서 월요일-목요일의 평일에 가장 많이 이용하는 것

으로 나타났고, ( $p < 0.05$ ) 구입 시 선택의 기준은 모든 군집에서 맛의 비율이 높게 나타났다. ( $p < 0.05$ )

식생활 라이프스타일 군집에 따른 편의점 간편식 이용빈도 점수 분포 결과, 햄버거는 시각추구군의 점수가 높았고, 건강추구군의 점수가 낮아 유의적인 차이를 보였으며, ( $p < 0.05$ ) 핫바, 소세지, 핫도그는 시각추구군에서 높게 나타났고 건강추구군에서 낮게 나타나 유의적인 차이를 보였다. ( $p < 0.01$ ) 총합은 시각추구군집에서  $49.2 \pm 12.3$ 점으로 가장 높게 나타났다.

### 3. 편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 특성 비교는 다음과 같다.

편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 인구통계학적 특성 분포 결과, 성별 분포로 남학생에서는 D군이 높게 나타났고, 여학생에서는 C군이 높게 나타났으며, 전공계열은 식품관련 전공이 C군에서 가장 높았고, 비전공은 D군에서 가장 높았으며, 거주형태는 모든 구간에서 통학의 비율이 높게 나타났다. 아르바이트 여부에서는 안한다라는 비율이 높게 나타났으며, 한 달 용돈은 A군과 C군은 20만원미만-30만원, B군이 40만원-50만원이상, D군에서는 30만원-40만원의 비율이 높게 나타났으나 유의적인 차이는 없었다.

편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 식생활지침 이행도 점수 분포 결과, 식생활지침 이행도 총합은 A군이 가장 높았고, D군이 가장 낮게 나타났다.

편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 편의점 간편식 이용실태 분포 결과, A군, B군, C군은 3-5일에 1회 이용하는 것으로 나타났다. 이용하는 요일은 모든 군집에서 월요일에서 목요일의 평일에 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다. 이용시간대는 A군, B군, C군은 주로 점심시간대에 이용했고, D군은 저녁시간대를 주로 이용한 것으로 나타났다. 모든 군집에서 편의점을 주로 친구 및 연인과 이용하는 것으로 나타났으나 C군만이 혼자 이용하는 것으로 나타났고, 선호하는 프로모션은 B군과 C군은 가격/제휴할인을 선호하는 것으로 나타났고 D군은 1+1패키지상품을 선호했으며 A군은 가격/제휴할인과 1+1패키지상품 둘 다 동일하게 선호하는 것으로 나타났다. 만족도의 경우 A군에서는 만족함의 비율이 가장 높았고 나머지 군집에서는 보통의 비율이 높게 나타났다. ( $p < 0.001$ ) 재구매 의사는 A군, B군은 있음의 비율이 높는데 반면, C와 D군은 보통의 비율이 높아 유의적인 차이를 보였으며, ( $p < 0.001$ ) 특정 브랜드 편의점 이용여부는

모든 군집에서 브랜드 무관하게 가까운 편의점을 이용하는 것으로 나타났다.

편의점 간편식 인식도 구간화에 따른 편의점 간편식 이용빈도 점수 분포 결과, A군과 B군은 전체 평균보다 높은 점수가 나타났고, C군과 D군은 전체 평균점수보다 낮게 나타났다.

4. 식생활 라이프스타일, 식생활지침 이행도, 편의점 간편식 인식도, 편의점 간편식 이용빈도 간의 상관관계와 영향을 미치는 요인은 다음과 같다.

식생활 라이프스타일이 좋을수록 식생활 지침 이행도가 높았으며, ( $p < 0.001$ ) 편의점 간편식 인식도 역시 높았다. ( $p < 0.05$ ) 또한 식생활 지침 이행도가 좋을수록 편의점 간편식 이용빈도는 낮아 음의 관계를 보였으며, ( $p < 0.01$ ) 편의점 간편식 인식도가 좋을수록 편의점 간편식 이용빈도 역시 좋은 것으로 나타났다. ( $p < 0.01$ )

또한 다중회귀분석을 통해 식생활 라이프스타일이 식생활지침 이행도와 편의점 간편식 인식도에 양의 관계를 나타내는 것을 확인 할 수 있었다. ( $p < 0.001$ )

## 제 2 절 시사점 및 제언

본 연구 결과 광주지역 대학생 중 여학생이 남학생보다 식생활 라이프스타일 수준이 더 높은 것으로 나타났으며, 식생활 라이프스타일의 점수가 높을수록 편의점 간편식의 인식도와 이용빈도가 좋은 것이 확인되었다.

대학생 남녀의 편의점 간편식 인식도의 경우 전반적으로 긍정적인 응답이 많았으나, 편의점 간편식이 손님 접대가 용이하지 않다는 응답이 많은 것으로 보아 아직까지 편의점 간편식이 손님에게 대접할 만큼의 만족스러운 퀄리티는 아닌 것으로 볼 수 있다. 하지만 편의점 간편식을 이용하는 사람은 앞으로 점점 더 많아질 것이라고 생각된다는 응답이 많은 것으로 보아 퀄리티를 더 개선한다면 앞으로도 편의점 간편식을 이용하는 사람이 더 늘어날 것으로 보인다.

편의점 간편식 재구매 의사 요인으로 남녀 모두 맛과 편리성에 가장 많은 응답을 한 반면에, 영양과 기호성에서는 낮은 응답을 보였다. 따라서 편의점 간편식 개발에 있어 영양과 기호성을 고려하여 개발한다면 편의점 간편식 시장에 더 좋은 성과가 나타날 것으로 보인다.

식생활 라이프스타일 유형 중 시각추구형에서 편의점 간편식 이용빈도 총합이 가장 높은 것으로 나타났다. 따라서 편의점 간편식을 시각적으로 어필할 수 있는 광고 혹은 포장디자인을 개선하는 것이 필요할 것으로 보인다. 또한 미각추구형의 경우 편의점 간편식 인식도의 점수가 가장 낮게 나타나 맛을 더 개선하는 것 역시 필요할 것으로 보인다.

편의점 간편식의 경우 한 끼 식사로는 영양성분이 부족한 경우가 많고, 지속적으로 섭취할 시 나트륨 과잉 섭취가 우려되기 때문에 영양을 고려하며 제품을 선택할 수 있도록 적절한 교육이 필요할 것으로 보인다. 또한 본 논문은 광주지역 일부 학생들을 대상으로 하였기 때문에 전국의 모든 대학생의 니즈를 대표한다고 보기 어렵고, 응답의 정확성을 확인하기 어렵다는 제한점이 있다. 또한 이용 실태나 인식도만으로는 대학생들이 생각하는 편의점 간편식의 개선점 등을 뚜렷하게 알기 어려웠다는 한계가 있어 향후 보완적인 연구가 필요한 것으로 보인다.

## 참 고 문 헌

1. 통계청. 2019. 장래가구추계 시도편:2017-2047년, 9-14.
2. 송성인. 2017. 우리나라 편의점의 간편식에 대한 선택속성의 연구 : 대학생들의 만족도 및 구매의도 영향을 중심으로. 한국호텔외식관광경영학회. 26(2): 35-47
3. 머니투데이. 2016. '혼밥·혼술' 1인 가구 전성시대...뜨는 수혜주는,  
<https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2016091316160385660>
4. 산업통상자원부. 2020년 1월 30일. 19년 연간 및 12월 주요 유통업체 매출 동향
5. 이창석. 2018. 편의점 간편식의 선택 속성과 이용 편의성이 가구의 고객 만족도 및 고객 충성에 미치는 영향 관계 연구, 중앙대학교 산업창업경영대학원 석사학위
6. 식품의약품안전처 식품기준과. 2019.01. 식품공전 해설서, 592-598p
7. 이은용 · 김문명 · 이수범, 2016. 만족, 재구매의도, 브랜드 신뢰에 영향을 미치는 편의점 PB 메뉴 상품 속성에 관한 연구. 관광연구저널, 30:173-184.
8. 서울와이어. 2020. 근거리 쇼핑족을 잡아라 '이마트24'  
<http://www.seoulwire.com/news/articleView.html?idxno=427799>
9. 강현주, 변기원. 2010. 2년제 식품영양 여대생의 전공과정 전과 이수 후 영양지식, 식태도, 식습관 변화에 대한 연구. 대한지역사회영양학회지, 15(6):750-759.
10. 박성연. 1996. 한국인의 라이프스타일 유형과 특성. 마케팅연구, 11(1): 19-34
11. 이윤경, 임현철, 한승호. 2017. 대학생의 식생활 라이프스타일에 따른 가정간편식(HMR) 선택속성이 구매의도에 미치는 영향 - 대구, 경북지역을 중심으로 -. 한국

관광진흥학회, 5(1):87-102.

12. 이지현. 2014. 남성의 식생활라이프스타일에 따른 조리참여동기가 가족관계만족도에 미치는 영향. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문
13. 식생활교육지원법(2011), 제 2조 1항.
14. 승혜숙. 2005. 식생활 라이프스타일에 따른 베이커리 제품 이용 행태
15. 이경원,정희정,조미숙. 2011. 외식 소비자의 식생활 라이프스타일에 따른 초밥 소비행동 분석. 한국식생활문화학회, 26(6):574-582
16. 문혜진. 2016. 식생활 라이프 스타일에 따른 한식기선택속성이 구매만족도와 재구매의도에 미치는 영향. 경기대학교 관광전문대학원 박사학위논문.
17. 김도윤. 2018. 식생활라이프스타일 유형이 구매만족도에 미치는 영향: 편의식 선택속성의 매개효과를 중심으로. 호서대학교 대학원
18. 윤지원. 2020. 광주지역 일부 대학생의 식생활 라이프스타일에 따른 가정식사 대용식(HMR) 이용실태 조사. 조선대학교 대학원 석사학위논문
19. 채정숙. 1998. 대학생의 라이프스타일 특성에 관한 연구 : 대구·경북지역 남녀 대학생 비교를 중심으로, 5(5): 145-168.
20. 대한비만학회. 대한비만학회 비만 진료지침 2018
21. 문혜진. 2017. 식생활라이프스타일에 따른 한식기선택속성이 구매만족도와 재구매의도에 미치는 영향
22. 보건복지부, 농림축산식품부, 식품의약품안전처. 2016. 국민 공통 식생활지침

23. 엠브레인 트렌드모니터. 2014. 편의점 및 편의점 먹을 거리 이용 관련 조사
24. 엠브레인 트렌드모니터. 2012. 편의점 식사대용 식품 U&A 관련 조사
25. 신지현. 2019. SNS특성이 상품 재구매의도에 미치는 영향 : 편의점이용 1인 대학생 소비가구를 중심으로. 청주대학교 일반대학원 석사학위논문
26. 임동환. 2019. 20·30대 HMR 제품 구매 형태 분석에 관한 연구. 경기대학교 대학원 석사학위논문
27. 나희라. 2017. 소비자의 가정식사대용식(HMR) 구매행동 및 식생활라이프스타일 비교 문화 연구 : 한국, 중국, 일본 소비자를 대상으로, 국민대학교 일반대학원 석사학위논문
28. 한명숙. 2006. 가정식 대용식(HMR: Home Meal Replacement) 이용실태 및 만족도, 숙명여자대학교 전통문화예술대학원 석사학위논문
29. 최지원. 2018. 수도권과 중부지역 거주 성인의 가정간편식(HMR) 섭취 실태 및 관련 변인 분석, 연세대학교 교육대학원 석사학위논문
30. 정승아. 2017. 편의점 식품 및 관련 서비스 선택행동별 그룹 간 편의지향적 식생활 라이프스타일과 편의식품 선택속성차이 : 현재행동과 잠재행동을 중심으로, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문

## 광주지역 일부 대학생의 식생활 라이프스타일에 따른 편의점 간편식 이용실태 조사

안녕하십니까?

본 설문지는 '광주지역 일부 대학생의 식생활 라이프스타일에 따른 편의점 간편식 이용실태 조사'라는 제목의 석사학위 논문 작성을 위한 것으로 귀하의 의견을 듣고자 준비하였습니다. 귀하께서 작성하신 설문조사의 결과는 연구 자료로만 이용될 것을 약속드리며, 설문지의 내용에서 옳고 그른 답이 없으므로 귀하의 생각을 자유롭게 체크하여 주시길 바랍니다. 또한, 설문지는 무기명으로 처리되며, 조사결과의 완성도를 높이기 위해서 이니 모든 설문문항에 빠짐없이 응답해주시길 바랍니다.

바쁘신 와중에도 본 설문조사에 협조해주셔서 진심으로 감사드리며, 귀하의 무궁한 발전이 있기를 기원합니다.

2019년

지도교수 : 김복희 (조선대학교 식품영양학과 교수)

연구자 : 류정인 (조선대학교 식품영양학과 임상영양전공 석사과정)

**본 설문지는 편의점에서의 간편식 구매경험이 있는 이용자를 대상으로 실시합니다.**

∴ 편의점 간편식 : 편의점에서 판매하고 있는 간편식품으로 간편식품은 소비자가 별도의 조리 과정 없이 그대로 혹은, 아주 짧고 간단한 조리 과정을 거쳐 섭취할 수 있도록, 사전에 조리·가공·포장하여 판매·제공하는 식품

ex) 김밥, 도시락, 샌드위치, 즉석밥, 가공 죽, 샐러드, 냉동 만두, 편의점 닭다리 튀김 등

### I. 인구통계학적 특성에 관한 문항입니다. 해당하는 곳에 √ 표시를 해주십시오.

<b>성별</b>	① 남자	② 여자			
<b>연령</b>	만 (     )세				
<b>신장, 체중</b>	신장(     )cm	체중(     )kg			
<b>전공계열</b>	① 식품관련 전공	② 비전공			
<b>학년</b>	① 1학년	② 2학년	③ 3학년	④ 4학년	
<b>거주 형태</b>	① 통학	② 자취	③ 기숙사	④ 기타(     )	
<b>부모님의 맞벌이 여부</b>	① 예	② 아니오			
<b>아르바이트 여부</b>	① 안 한다	② 한다			
<b>학원 및 대외활동 여부</b>	① 안 한다	② 적게하는 편이다	③ 보통이다	④ 많이 하는 편이다	
<b>한 달 용돈</b>	① 20만원 미만	② 20~30만원	③ 30~40만원	④ 40~50만원	⑤ 50만원 이상
<b>용돈 중 식비</b>	① 10만원 미만	② 10~20만원	③ 20~30만원	④ 30~40만원	⑤ 40만원 이상



**Ⅱ. 식생활 라이프 스타일에 관한 문항입니다. 해당하는 곳에 √ 표시를 해주십시오.**

	식생활 라이프 스타일 문항	매우 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	건강을 위해 음식을 가려 먹는다.					
2	비만을 고려한 식생활을 한다.					
3	음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이다.					
4	인스턴트 음식은 되도록 먹지 않으려고 노력 한다.					
5	건강식품, 자연식품, 유기농식품 등을 자주 이용한다.					
6	음식이 맛있는 집을 찾아다니며 먹는 편이다.					
7	새로운 음식을 먹어보는 것을 좋아한다.					
8	처음 보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매 한다.					
9	음식의 유행을 빨리 받아들이는 편이다.					
10	유행하는 맛집이나 음식이 무엇인지 잘 아는 편이다.					
11	주변에서 들어본 음식은 빨리 먹어보려고 한다.					
12	다양한 맛을 원해서 매번 식단을 바꾸는 편이다.					
13	다른 부문에 비해 식생활에 돈을 아끼지 않는 편이다.					
14	음식선택을 할 때 맛을 우선시 하는 편이다.					
15	식품 구입할 때 가격정보를 확인한다.					
16	식품을 구입할 때 유통기한을 확인한다.					
17	식품의 원산지, 원재료명 등 영양성분 및 식품정보를 확인한다.					
18	식품을 필요할 때마다 구입하여 사용한다.					
19	식품을 구입할 때 여러 회사의 제품을 비교해서 구입한다.					
20	가격이 비싸도 이름 있는 회사의 식품을 구매한다.					
21	백화점, 슈퍼 등에서 조리가 다 된 음식을 자주 구입한다.					
22	식사준비나 식사에 드는 시간을 가능한 아끼는 편이다.					
23	바빠서 외식을 자주하는 편이다.					
24	바쁠 때는 빵, 우유 등으로 끼니를 해결하곤 한다.					
25	혼자 집에 있는 경우 간식을 많이 먹는 편이다.					
26	식료품 구입 시 색이 선명한 것과 모양이 예쁜 것을 구입한다.					
27	식사 시 요리의 색채는 식욕에 중요한 영향을 미친다고 생각한다.					
28	음식의 모양과 색이 아름다울수록 먹고 싶다는 충동을 느낀다.					
29	시각적으로 아름다운 음식이 더 맛있다고 생각 한다.					

**Ⅲ. 국민 공통 식생활 지침에 관한 문항입니다. 해당하는 곳에 √ 표시를 해주십시오.**

	식생활 지침 문항	매우 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	쌀·잡곡, 채소, 과일, 우유·유제품, 육류, 생선, 달걀, 콩류 등 다양한 식품을 섭취한다.					
2	아침밥을 꼭 먹는다.					
3	과식을 피하고 활동량을 늘린다.					
4	덜 짜게, 덜 달게, 덜 기름지게 먹는다.					
5	단음료 대신 물을 충분히 마신다.					
6	술자리를 피한다.					
7	음식은 위생적으로, 필요한 만큼만 마련한다.					
8	우리 식재료를 활용한 식생활을 즐긴다.					
9	가족과 함께 하는 식사 횟수를 늘린다.					

**Ⅳ. 편의점 간편식 이용 관련 인식도에 관한 문항입니다. 해당하는 곳에 √ 표시를 해주십시오.**




	인식도	매우 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	편의점 간편식은 전반적으로 맛이 좋다.					
2	주재료의 국내산 함량과 품질이 양호하다.					
3	주재료의 보관 상태, 신선도가 양호하다.					
4	간편식을 활용함으로써 식생활의 변화를 꾀할 수 있다.					
5	메뉴를 통해 다양한 음식을 먹을 수 있다.					
6	보관과 저장이 용이하다.					
7	식사 준비의 노력과 수고를 덜어준다.					
8	식사 준비 시간을 절약해 준다.					
9	가정에서 조리하기 어려운 음식도 포함된다.					
10	한 끼를 간편하게 떼우는 데 유용하다.					
11	손님 접대가 용이하다.					
12	가격이 합리적이다.					
13	저렴한 가격으로 최상의 효과를 얻을 수 있다.					
14	가격이나 품질을 서로 비교하고 살펴본 후 구입할 수 있다.					
15	할인 판매, 행사 등의 기회를 활용할 수 있다.					
16	간편하고 맛있게 즐길 수 있는 간편식품이 더 다양하면 좋겠다.					
17	간편식품을 이용하는 사람은 앞으로 점점 더 많아질 것이다.					
18	편의점의 간편식품은 한 끼 식사로 충분하다.					
19	편의점에서 판매하는 음식은 믿을 만하다.					

**V. 편의점 간편식 이용실태에 관한 문항입니다. 해당하는 곳에 √ 표시를 해주십시오.**

1	<b>이용 빈도</b>	① 1~2일에 1회                      ② 3~5일에 1회                      ③ 1주일에 1회 ④ 2주일에 1회                      ⑤ 한 달에 1회
2	<b>이용하는 요일</b>	① 월요일에서 목요일의 평일    ② 금요일    ③ 토요일    ④ 일요일,공휴일
3	<b>이용하는 시간대</b>	① 아침(7:00-9:00)                      ② 오전(9:00-11:30)                      ③ 점심(11:30-13:30) ④ 오후(13:30-17:00)                      ⑤ 저녁(17:00-20:00)                      ⑥ 야간(20:00-23:00) ⑦ 심야(24:00-7:00)
4	<b>함께 이용하는 사람</b>	① 혼자    ② 친구 및 연인    ③ 가족 및 친지    ④ 기타
5	<b>정보원 (정보의 출처)</b>	① TV, 신문, 잡지                      ② SNS, 블로그                      ③ 주변의 추천 ④ 매장 내 경험(시식 등)    ⑤ 전단지                      ⑥ 기타
6	<b>선호하는 프로모션 방법</b>	① 가격/제휴할인                      ② 무료 시식/시연 행사                      ③ 1+1 패키지상품 ④ 사은품 증정                      ⑤ 광고 (인터넷/신문)
7	<b>1회 구매 비용</b>	① 3천원 이하                      ② 5천원 이하                      ③ 7천원 이하 ④ 9천원 이하                      ⑤ 1만원 이상
8	<b>구입 시 선택의 기준</b>	① 맛                      ② 가격                      ③ 영양                      ④ 양 ⑤ 외관                      ⑥ 안전·위생                      ⑦ 품질                      ⑧ 편의성 ⑨ 저장성
9	<b>섭취 장소</b>	① 학교/학원에 가져가서 먹는 편    ② 구입한 편의점에서 바로 먹는 편 ③ 집에 가져가서 먹는 편                      ④ 야외(공원 등)에서 주로 먹는 편
10	<b>만족도</b>	① 매우 만족하지 않음    ② 만족하지 않음                      ③ 보통 ④ 만족함                      ⑤ 매우 만족함
11	<b>재구매 의사와 요인</b>	① 매우 없음                      ② 없음                      ③ 보통 ④ 있음                      ⑤ 매우 있음 <b>재구매 의사가 있다면 그 이유는 무엇입니까?</b> ① 가격 ② 영양 ③ 맛 ④ 기호성 ⑤ 편리성 ⑥ 접근성 ⑦ 위생
12	<b>특정 브랜드 편의점 이용 여부</b>	① 특정 브랜드 이용                      ② 브랜드 무관하게 가까운 편의점 이용

VI. 편의점 간편식 이용빈도에 관한 문항입니다.

아래 표의 편의점 식품 분류에서 주로 구매하는 식품 종류에 해당하는 곳에 √ 표시를 해주십시오.

즉석섭취식품	즉석조리식품	신선편의식품
별도의 가열, 조리과정 없이 그대로 섭취 할 수 있는 것  예) 도시락, 김밥, 햄버거 등	단순 가열 등의 조리과정을 거치거나 이와 동등한 방법을 거쳐 섭취 할 수 있는 것  예) 국, 탕, 수프, 순대 등	농·임산물을 세척, 절단 등의 가공공정을 거치거나 이에 단순히 식품 또는 식품첨가물을 가한 것  예) 샐러드, 새싹채소 등
		

분류	종류	한달 이용 빈도			
		거의안함	1-2회	3-4회	4회 이상
즉석섭취식품	햄버거				
	샌드위치				
	김밥, 삼각김밥, 주먹밥				
	유부초밥				
	도시락				
	어묵				
	핫바, 소세지, 핫도그				
	즉석 스낵류 (닭꼬치, 닭튀김 등)				
즉석조리식품	삼은달걀				
	라면, 컵라면 등				
	간편조리 국, 찌개				
	떡볶이				
신선편의식품	덮밥류 (3분카레 등)				
	과일				
스낵	샐러드				
	비스킷 / 쿠키				
	빵류				
	초콜렛 / 캔디				
	건과류 / 너트 바				
음료	아이스크림				
	탄산음료				
	우유 / 요구르트				
	차 / 커피음료				
	건강음료 (홍삼, 비타민음료 등)				
과일채소음료					

## 식품 섭취량 조사표

어제 하루 동안 먹은 것을 적어주세요.

예시)

식사구분	식사장소	음식명	음식섭취량 (눈대중)	보충 설명
점심 식사 간식	학교 식당	친환경기장밥	1공기	
		조갯살아욱국	1/2대접	
		돈가스	1/3개	
		오이더덕생채	3젓가락	
		김치	2쪽	
간식		딸기우유	1컵	딸기우유 브랜드는 ooo입니다.

식사 구분	식사 장소	음식명	음식섭취량 (눈대중)	보충 설명
아침 식사				
간식				
점심 식사				
간식				
저녁 식사				
간식				