

## I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적
2. 연구 내용
3. 연구 방법

공 백

## I. 서 론

### 1. 연구의 필요성 및 목적

오늘날의 청소년은 경제적 풍요 속에 성장해 온 세대이며 국경을 넘는 대중문화를 접해온 세대이자, 인터넷 등 발달된 통신 매체에 익숙해진 세대로서 이들의 소비행위도 이러한 사회문화적 조건의 변화와 밀접한 관련을 갖는다고 보여진다. 이들에게 있어서 소비행위는 기초생활 및 생물학적 욕구를 충족시키는 행위를 넘어서서 사회문화적이고 상징적인 행위로 이해되어야 한다. 즉, 소비 양상은 사회문화적 환경 변화를 반영함과 동시에 새로운 사회적·상징적 의미들을 생산하고 있는 것이다.

본 연구에서는 청소년 생활문화의 영역 중 청소년 음식문화에 초점을 맞추어 관련 소비 실태 및 그 의미에 대해서 살펴 볼 것이다. 사회구조 및 가족생활 양식의 변화로 외식 소비가 급증하고 있다. 이와 함께 청소년들의 외식 소비 양상도 변화하고 있다. 특히 해외 유명 브랜드 외식 업체의 국내 진출 및 패스트푸드 업계의 급속한 성장, 편의점 및 간이음식점의 성장 등은 청소년들의 음식 소비 양상 변화에 지대한 영향을 끼쳐왔다. 부모세대에 비해 청소년들은 외식을 할 때 한식보다는 패스트푸드 및 양식을 더 선호하는 등 서구화 경향을 반영하는 것으로 나타났다(대홍기획마케팅전략연구소, 1999).

그동안 청소년들의 소비행위에 대한 연구가 있어왔지만 주로 의류 및 장신구 등에 대한 과소비 연구, 소비자 사회화 연구, 소비행동에 영향을 미치는 변인들에 대한 연구에 그쳐왔다. 이에 비해 음식 소비에 대한 연구는 미미한 실정이다. 음식 소비는 청소년기의 신체적, 정서적, 사회적 성장을 위한 중요한 토대가 된다. 이에 본 연구는 청소년

년들의 음식 소비 실태에 대한 전반적인 양적 조사와 함께 청소년들을 대상으로 그들의 음식 소비에 대한 구체적인 담화를 포착하여 그 의미를 분석하는 질적 조사를 병행하여 청소년 음식 소비와 그 문화적 함의에 대하여 알아보고자 한다.

## 2. 연구내용

### 1) 음식 소비 및 음식 문화 관련 이론 검토

청소년들의 생활문화와 관련하여 음식소비 실태 및 음식 문화 양상을 이해하기 위해 관련 이론 및 선행 연구를 검토한다. 이를 위해 소비와 관련된 사회문화적 함의, 청소년들의 소비 특성, 음식 소비와 관련된 사회 문화적 함의, 한국인의 음식소비 특성 및 의식 조사 개관, 청소년과 음식 소비 특성 및 태도 등에 대한 이론 및 선행 연구를 검토한다.

### 2) 청소년 음식 소비와 의식 실태 조사

청소년들의 음식 소비 양상 및 의식 실태를 파악하기 위하여 전국의 중, 고등학교 청소년들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 특히 음식 소비 양상 및 의식조사의 지역별, 계층별 분포 차를 파악하기 위해 서울의 강북, 강남, 대도시, 중소도시, 읍면지역 단위로 실태조사를 실시하였고, 성별, 교급별 비교도 실시하였다.

### 3) 청소년 음식 소비 양상 참관 및 면담 조사

청소년들의 음식 소비 양상 및 의식 실태 파악과 함께 구체적으로 청소년들의 음식 소비시 드러나는 문화 스타일을 파악하기 위해 청소년 밀집지역의 음식점을 참서관찰하였고, 보충적으로 면담을 병행하였다.

### 4) 대안 음식문화 실천 사례 조사

현재의 음식소비 관행 및 음식 문화 관행에 대하여 비판적 의식을 가지고 대안 음식 문화를 실천하는 사례를 조사하였고, “바람직한” 음식 문화 실천 방향은 어떠한 양상을 띄고 있는지에 대하여 파악하였다.

### 5) 결론 및 정책제언

청소년들의 음식소비 실태 및 양상에 대한 결론과 함께 앞으로 추구해야할 청소년들의 음식 소비의 방향성을 제시하며, 관련 정책 대안을 모색한다.

## 3. 연구방법

### 1) 문헌 자료 조사

신문과 인터넷, 관련 연구물 등에서 음식 소비와 청소년 음식문화

에 관한 기초 자료를 수집하고 이론을 검토한다.

## 2) 설문 조사

서울의 강남과 강북, 지방 대도시, 지방 중소도시, 읍면지역 중학생과 고등학생들을 대상으로 음식 소비 실태 및 의식 실태에 대한 조사를 실시한다.

## 3) 참여관찰

서울의 청소년 밀집지역을 중심으로 청소년들이 선호하는 외식장소를 참여관찰하여 외식 소비 양상의 특성을 파악한다.

## 4) 면담 조사

특정 음식의 소비 현장의 청소년들 혹은 건전한 음식문화 실천 현장 및 대안 음식 문화를 실천하는 청소년들을 면담하여 음식 소비과정에 부여하는 의미에 대하여 파악한다

## 5) 전문가 자문

건전한 청소년 음식 소비 및 음식 문화 조성을 위해 관련된 학계 및 현장의 전문가 자문을 수집한다.

## II. 이론적 배경

1. 소비와 그 사회문화적 함의
2. 음식소비와 음식문화
3. 청소년과 음식 소비, 음식 문화

공 백

## II. 이론적 배경

### 1. 소비와 그 사회문화적 함의

#### 1) 소비의 사회문화적 측면

소비에 대한 경제학적인 관점은 사람들이 자신에게 필요하며 효용성 있는 물건들을 가장 적절한 가격에 구입하여 소비한다고 가정하고 있다. 즉, 합리적 소비자로서의 인간관이 전제되어 있는 것이다. 하지만 소비행위는 단지 실용적인 목적을 충족시키기 위해서만 이루어지는 것이 아니고, 소비를 통해서 특정 의미를 느끼고자 하며, 또 의미를 표현하고 전달하고자 한다. 예컨대, 따뜻한 커피 한 잔은 그것을 마심으로써 생리적 만족을 주는 것이긴 하지만, 분위기 좋은 카페에서 비싼 돈을 주고 마시는 커피 한잔에는 생리적 만족을 넘어서는 심리적, 문화적, 사회적 의미가 내포되어 있다.

자본주의 생산양식이 발전하면서 소비의 사회적 중요성이 증가하게 되었다. 자본주의 초기에는 상품과 서비스에 대한 소비자의 수요가 공급량을 초과하였기 때문에 소비의 영역은 생산의 영역에 비해 부차적인 중요성을 가지고 있었지만 생산력의 급속한 발전으로 상품 생산량은 소비를 위한 수요를 초과하게 되었다. 따라서 상품의 희소성 문제보다는 넘쳐나는 상품을 구매할 수 있는 소비자의 기호와 능력의 문제가 보다 중요한 것으로 부각되었다(함인희 외, 2001).

소비현상은 소비가 행해지는 사회적 맥락과 그것에 부여되는 문화적 의미를 동시에 고려할 때 제대로 이해될 수 있는 것이다. 경제학 이론에 의하면 상품의 가격은 시장의 수요와 공급 요인에 의해 결정된다. 하지만 이러한 이론은 수요가 어떻게 발생하고 변하는지를 제대로 설명하지 못한다. 수요는 소비에 대한 인간의 욕망을 반영하지만,

욕망을 불러일으키고 실현하는 방식은 경제적 요인만으로는 설명될 수 없는 것이다. 즉, 경제는 문화와 사회의 영역으로부터 떨어져서 자율적으로 존재하는 영역이 아니라 서로 긴밀하게 연관되어 있다. 역시, 경제적 합리성은 인간의 의사결정 방식의 한 측면일 뿐 사회제도와 문화적 가치체계로부터 자유로운 보편적 원리가 아니다(오명석, 2003).

결국, 소비의 경제주의적 접근은 소비에 대한 원론적인 이해를 제공하지만 소비의 의미를 충분히 조명하지 못한다. 그것의 한계는 인간의 욕구가 사회 문화적 맥락과 관계없이 동일한 구조를 가진 것으로 가정하면서 소비를 원자화된 개인들의 상품구매 행위로 환원시켜서 보는데 기인한다. 모든 상품의 소비에 적용될 수 있는 일반적이고 추상적 모델을 도출하고자 하는 공리주의적 소비 분석은 개인들의 선호가 형성되는 과정이나 특정한 사람들 사이에서 특정한 선호가 공유되는 사회적 과정, 그리고 사람들이 상품과 관련을 맺는 복잡한 방식을 설명하지 못한다. 즉, 소비의 동기와 관련하여 인간의 유기체적 욕구 구조의 보편성을 상정하기보다는 욕구 자체가 사회, 문화, 시기에 따라 다양하게 달라질 뿐만 아니라 새로운 상품의 출현에 의해 변화되어 간다고 보아야 한다(함인희 외, 2001).

소비는 그 모든 차원에서 문화적인 고려에 의해 형성되고, 촉진되며, 또 구속받고 있다고 해도 과언이 아니다. 소비재를 만들어내는 디자인 및 생산시스템은 문화적인 작업이며, 소비자가 관심을 갖고 소유하고 싶어하거나 구매하는 소비재들은 문화적인 의미로 가득 차 있다(맥크래켄, 1996). 소비를 통해서 사회적 실천과 문화적 가치, 이념, 정체성 등을 형성시켜나가는 것에 주목할 필요가 있다. 특정 유형의 소비양식은 특정한 사회적 행위와 문화적 가치 및 정체성 형성에 많은 영향을 미친다. 나아가 현대 사회는 소비가 하나의 새로운 사회구성의 조직 원리로 작동하는 ‘소비사회’라고 주장되어진다. 사람들은 생산과정을 통해 자아를 실현하거나 정체성을 찾으려하기 보다는 소비를 통

해 이루려고 하는 것이다. 삶의 의미는 소비의 장에서 형성되고 추구되고 있다고 해도 과언이 아니다. 일상생활에서 소비의 중요성과 비중이 커지는 만큼, 소비문화는 상대적 자율성을 획득할 뿐 아니라 사회의 지배적인 구조화 원리로 작동하게 되는 것이다(맥크래켄, 1996; 함인희 외, 2001).

## 2) 사회적 차이화 및 정체성 표현 기제로서의 소비

1980년대 후반부터 소비수준은 급격히 상승 곡선을 그리기 시작하였고, 소비는 고급화되어지고, 소비를 통하여 개성을 추구하거나, 지위 상승 욕구를 표현하는 등 소비의 다양화가 진행되고 있으며, 이미 과시적 소비나 과소비가 사회 문제화되어 매스컴의 단골 메뉴로 등장하게 되었다. 누가 무엇을 어디서 얼마에 샀느냐는 우리의 일상생활에서 주요 관심사가 되었다. 이제 한국 사회에서도 소비는 사회적 지위를 나타내거나 정체성을 드러내는 중요한 지표로 자리잡아가고 있다. 더욱이 한국사회에서는 급격한 사회변동으로 전통과의 단절이 심하고, 사회적 계층이동이 빈번하였기 때문에 계층문화가 정착되었다고 할 수 없었던 상황이었어서 소비는 특별한 의미를 갖는다.

즉, 소비영역만큼 공공연하게 그리고 편리하게 자신의 신분적 지위를 표시, 확인하고 구분하며 ‘차이표시’의 욕구를 충족시킬 수 있는 다른 영역이 없다고 해도 과언이 아니다. 보드리야르는 소비개념의 혁신을 통해 현대사회를 분석하는 주요키를 찾은 대표적 학자이다. 그는 상품(사물)의 소비란 사용가치의 소비를 포함하면서도 그것을 훨씬 넘어선다고 보았다. 즉, 행복, 안락함, 풍부함, 성공, 위세, 권위, 근대성 등의 소비도 포함하는 것인데, 특히 이 후자에 소비의 본래의 의미가 있다고 주장한다. 그는 인간의 욕구를 특정한 사물에 대한 욕구로 해석하지 않고, 차이에 대한 욕구(즉, 사회적 의미에 대한 욕구)로 해석

한다. 이러한 해석방식을 기초로 해서 그는 “사회적 차이화의 논리”를 만들어 낸다. 사회적 차이화의 논리란 사람들은 상품(사물)의 구입과 사용을 통해 자신을 돋보이게 하며 동시에 사회적 지위와 위세를 나타낸다는 것이다. 이렇게 본다면 소비란 생산적인 활동이 되는 것이며, 아울러 교육과 노력을 요구하는 사회적인 활동의 한 양식이다. 그렇지만 소비는 자율적인 주체의 자유로운 활동이 아니다. 그것은 욕구의 체계를 발생시키고 관리하는 생산질서와 또한 상품의 상대적인 사회적 위세 및 가치를 결정하는 의미작용의 질서에 지배받고 있다(보드리야르, 1992: 315).

소비양식론적 관점에서 소비의 상징적 차별성과 계급 정체성을 연관시킨 선구적인 작업은 베블렌(1983)에 의해서 이루어졌다. 그는 당대 미국 사회 전반에 확산되고 있는 과시적 소비를 병리적 현상이라 보고, 그것을 주도하는 유한계급을 비판하였다. 베블렌은 자신의 사회적 지위를 드러내고 인정받기 위한 소비를 과시적 소비라 하였는데, 그것의 본질적 특성은 재화, 용역의 사용으로부터 효용을 얻는다고 보다는 사치나 낭비 그 자체로부터 효용을 얻는 것으로 남에게 보이기 위한 지출을 의미한다.

베블렌 등 초기 소비양식론자들이 특정 계급에 한정되어 과시적 소비형태의 속물적 성격을 비판하는데 주력하였다면, 최근의 학자들은 어떻게 각각의 계급이 소비행위를 통해 정체성을 형성하고 계급간 구별을 지우려고 하는지 혹은 어떻게 특정 상품이 특정 계급 정체성 기호로서 작용하는지를 구체적으로 분석하려 하였다(함인희 외, 2001). 소비행위가 어떻게 사회적 차이, 계급 분파 별 차이를 만들어가는지를 분석한 대표적인 학자는 부르디외이다.

부르디외는 현대 프랑스 사회에서 문화적 취향과 사회계급 간에 매우 긴밀한 상관관계가 있음을 주장했다. 음악, 회화, 영화, 문학, 연극과 같은 예술 분야뿐 아니라 대중문화, 스포츠, 가구, 복장, 화장품,

사건을 향유하는 방식에서 학력 수준과 사회계급에 따라 뚜렷한 차이가 발견된다는 것이다. 취향의 차이는 어디에서 오는가를 설명하기 위해 부르디외는 행위자의 무의식적 수준에서 취향을 일관되게 조직하는 체계를 *아비투스(habitus)*라 불렀는데 그것은 물질적·비물질적(가족의 문화적 유산이나 교육) 존재조건에 의해 형성된다고 하였다. 사회적 존재조건을 달리하는 각각의 계급 혹은 계급분파들은 각기 다른 특정한 *아비투스*를 갖는다. 객관적 조건은 *아비투스*를 통해 취향으로 다시 내재화된다. 그리하여 소비와 같은 생활양식과 취향에서의 문화적 실천은 사회공간(social space)내에서 차지하는 위치와 그에 상응하는 *아비투스*에 따라 구별된다(Bourdieu, 1995).

### 3) 소비와 상징

현대사회에서는 여러 가지 모습으로 소비문화를 창조해 나감으로써 생활문화에서 소비문화가 차지하는 비중이 점점 더 커지고 있다. 특히 소비재가 가지고 있는 본질보다는 상징적 이미지가 더 중요한 교환가치로 부상하게 되었다. 상징적 이미지는 서로 연결되어 있는 이미지의 연결 세트 속에서 상품을 소비하게 한다. 예를 들면 소비자들은 집에서 인스턴트 커피를 마시기보다는 아름답고 이국적으로 실내가 장식되어 있고, 창을 통해 외부가 훤히 들여다보이는 카페에서 마치 영화의 주인공처럼 원두커피를 마시는 것을 더 좋아한다. 즉, 커피향, 커피를 마시는 사람의 분위기, 카페의 분위기가 제공하는 이미지가 서로 연결되어 마치 하나의 광고나 영화를 보는 것 같은 느낌을 강조하는 것이다(서정희·홍순명, 2001).

이와같이 소비주의 문화는 음식문화에도 영향을 미침으로써 음식에 대한 평가기준이 매우 다양하게 변화하고 있다. 예컨대, 음식을 선정하는 기준으로 영양보다는 음식점의 분위기가 더 강조된다는 것이

다. 또한 특정 음식이 가지고 있는 상징적 이미지가 음식 자체가 가지고 있는 효용이나 본질적 특성보다 더 강조되고 있다. 소비주의문화가 지향하는 가치는 사물과 재화 자체가 아니라 차이와 차이의 기호에 기반을 두고 있는 기호가치이다. 이러한 기호소비는 끊임없이 소비에 관한 담론을 생산해 낸다. 상품 가치는 물질적 가치 내지 효용적 특질에 의하여 규정되는 것이 아니라 그러한 물질을 상품 담론과 부합하는 방식으로 나타내는 행위 그 자체에 의하여 규정된다.

상품의 소비과정에 중요한 역할을 하는 것이 광고이다. 광고는 상품의 미학을 결정짓는 가장 중요한 요소이다. 광고는 상품을 포장하는 이미지, 가치, 이데올로기를 부여한다. 즉, 광고는 상품에 상징적 코드를 부여하는 것이다. 근대적으로 건축되거나 개조된 집, 진공청소기, 세탁기, 냉장고, 전축, 전화 등의 전자제품 및 자동차 등의 구입과 사용은 일상생활에서 소비자 자신을 근대화시킨다고 말한다. 이처럼 광고는 상품에다 성공, 행복, 로맨스, 이국적 풍취 등의 이미지를 접합시킴으로써 사회적으로 승인받는 가치에 대한 욕구와 그것에 대한 충족을 상품에 대한 욕구와 소비로 전환시킨다(함인희 외, 2001).

#### 4) 청소년과 소비

이처럼 소비 행위는 그것을 둘러싼 사회 문화적, 상징적 함의들을 반영하고 있으며 이는 청소년 소비에도 예외가 아닐 것이다. 특히 오늘날의 청소년들은 물질적으로 풍요로운 시대를 살아온 세대로서 이들의 구매 행위는 소비 시장에 막대한 영향력을 행사하고 있다. 이제 10대와 20대 청소년들은 한국사회에서 가장 가시적이고 영향력 있는 소비자 집단을 형성하고 있다고 해도 과언이 아니다. 이러한 현상은 외국의 잡지에도 소개되고 있다(Hau, 2002).

청소년들의 소비성향에 대한 연구는 주로 청소년 소비자에 대한

부정적인 측면을 강조하는 경향이였다. 고가지향의 과시소비, 친구와 대중스타에 대한 무조건적인 동조소비, 충동구매, 증독구매, 유행에 민감하고 물질주의적이며 남의 눈을 의식한 소비행동양상이 청소년 소비자에게 널리 퍼져 있다는 인식이 지배적이다(구정화, 1998; 권미화·이기춘, 2000b; 길은배·문지연, 1999; 안승철·신남경, 1999, 김인숙·백선희·이연자, 1998).

구정화(1998)는 서울의 인문계 여자 고등학생들을 대상으로 소비행위 특성을 조사한 결과, 청소년들의 소비행위는 남에게 보이기 위한 현시적 소비로 특징지워질 수 있으며, 이러한 소비행위는 물질주의 성향과 관련이 있는 것으로 보고 있다. 이는 일시 위주의 분위기 속에서 청소년들이 받게되는 스트레스 해소의 한 방편으로 소비를 하게 되는 측면과, 우리 사회 전반에 존재하는 물질주의의 영향을 받는 것으로 볼 수 있다고 하였다. 둘째는 광고나 대중 스타 등을 보여주는 대중매체의 영향으로 자기 표현 욕구가 증가하고 브랜드를 중시하는 소비성향으로 이어진다고 보고 있다. 이는 또래집단의 유행 선호도에 영향을 주고 그에 따른 소비 및 구매를 하는 것으로 나타난다고 지적한다.

김인숙·백선희·이연자(1998)는 중·고등학생의 소비의식 및 소비행태의 문제점으로 지적되어온 것으로 다음을 들고 있다. 분수에 맞지 않는 비싼 물건을 사려하며 외제품을 선호하는 등의 과시 및 모방 소비풍조가 널리 퍼져 있다는 점, 분실물을 찾으려 하지 않고 새것을 사려하는 등 물자절약 정신이 부족하다는 점, 환경보호의 중요성에 대한 인식은 높으나 실천의지가 미흡하다는 점, 과도한 용돈을 무계획적으로 쓰며, 저축의 중요성에 대한 인식이 미흡하다는 점 등으로 정리하고 있다. 하지만 자신의 소비행동에 대한 인식과 타인의 소비행동에 대한 인식에 다소 차이를 보이고 있음을 제시한다.

이들이 경기도 의정부시와 산본시에 있는 중·고등학생 272명을 대상으로 조사한 바에 따르면 자신의 지출행동에 대한 인식으로는 ‘가

급적 분별있게 사용하려 한다'는 응답이 48.1%로 가장 많이 나타난 반면 청소년들은 친구들의 소비행위에 대해서 '충동적으로' 소비한다는 평가가 59.8%로 나타났다. 반면에 소비가 '계획적'이라는 의견은 17.9%에 불과하였고, '관심없다'는 응답도 22.3%나 되는 것으로 나타났다. 특히 여학생들의 경우에 다른 친구들을 '충동적'이라고 평가하는 응답이 66.7%로 남학생의 53.6%에 비해 상대적으로 높았으며, 남학생에게서 '관심없다'는 응답이 다소 높게 나타난 점에서 상대적으로 여학생들은 주위 사람을 의식하는 반면 남학생들은 다소 무심한 경향을 보이는 것으로 해석된다.

한편, 청소년들의 소비 성향은 성별 및 소비 품목에 따라 다소 차이를 보이고 있다. 한국소비자보호원은 서울 부산 등 5대 도시에 사는 고등학생 1천60명을 대상으로 청소년 소비 생활 실태와 의식을 조사했다. 청소년들이 물건을 구입할 때 가장 중요하게 생각하는 선택 기준은 품질, 가격보다는 디자인임을 밝히고 있다. 물건을 구입할 때 디자인 51.9%, 품질 21.8%, 가격 14.1%, 유행 6.7%, 상표 2.8%, 색상 2.1% 순으로 고려한다고 조사되었다. 이는 청소년들이 합리적, 이성적으로 물건을 사기보다는 감성적으로 물건을 구입하고 있음을 보여준다는 것이다. 청소년들은 1인당 평균 외제 옷을 4벌 정도 가지고 있는 것으로 조사되었으며, 청바지는 3.3벌, 가방은 2.1개로 조사되었다. 청소년들이 과소비한다고 생각하는 대표적인 품목은 옷(51.0%), 이동전화(47.5%) 등으로 조사되었다. 술·담배(24.1%), 액세서리(21.5%)도 과소비하고 있다고 생각하는 것으로 조사되었다. 상대적으로 컴퓨터, 가방, 시계 등은 과소비 정도가 낮다고 생각하는 것으로 조사되었다. 과소비 품목에 대한 인식은 남학생과 여학생 간에 상당한 차이를 보이는 것으로 조사되었다. 남학생은 이동전화, 술, 담배 등을 여학생은 옷, 액세서리, 패스트푸드에 대한 과소비를 상대적으로 심각하게 인식하고 있다고 조사되었다(한국소비자보호원, 1999).

또한 청소년들의 소비성향이 획일적으로 낭비적이거나 과시적이지 않음을 보이는 연구도 있다. 권미화와 이기춘(2000a)의 연구에서 서울시내 중학생과 고등학생 1025명을 대상으로 조사한 바에 따르면 청소년소비자가 가지고 있는 소비가치의 일반적인 경향을 보았을 때 일반적으로 바람직하다고 여겨지는 절약적 가치와 친환경적 가치를 강하게 추구하는 반면, 바람직하지 않게 여겨지는 과시적 가치와 향유적 가치는 덜 추구하는 것으로 나타나 미디어에서 보여주는 것처럼 청소년소비자들이 문제시되는 소비가치를 많이 가지고 있지 않다고 주장한다. 품질이나 성능, 실용성을 포기하면서까지 심미성을 추구하지 않으려는 것으로 나타난 결과도 이를 뒷받침해주고 있다.

한편, 소비가치의 하위차원 중 절약성과 친환경성은 경제적 변수에 따라 집단간 차이가 없었지만 과시성, 차별성, 심미성, 향유성은 경제적 수준이 높은 집단이 낮은 집단보다 강한 것으로 나타나 경제적 변수에 따라 집단별로 추구하는 소비가치가 뚜렷이 다름을 보인다. 여기에서 경제적 변수가 소비가치에 중요한 역할을 한다는 것을 알 수 있으므로 이들 변수와 관련된 교육에 더 많은 주의를 기울여야 할 것이라고 지적한다.

일반적으로 청소년기에 접어들면서 가치나 소비행동에 대한 부모의 영향력은 현저히 줄어들고 또래집단의 영향력은 증가하는 것으로 나타나고 있다(구정화, 1998). 또 다른 연구에서도 청소년들이 물건을 구입할 때 영향을 받는 요인에 대해 살펴보면 '친구'라는 응답이 43.9%로 가장 많았고, 다음이 '자기자신' 29%, '대중매체' 22.8%의 순으로 나타나서 쉽게 접근가능한 요인의 영향을 크게 받고 있음을 알 수 있었다 (김인숙·백선희·이연자, 1998). 그러나 소비 결정요인 중 친구나 대중스타로부터는 소비가치의 하위차원 중 절약성, 과시성, 차별성, 심미성, 향유성 등에 영향을 미치고 부모는 절약성, 친환경성, 심미성 등의 소비가치에 영향을 미치는 것으로 나타난 연구결과를 통해

서 친구뿐만 아니라 부모도 청소년소비자의 가치에 상당한 영향을 미치는 것을 알 수 있다(권미화·이기춘, 2000a). 하지만 또래집단의 영향 다음으로 부모의 소비가 청소년들의 현시적 소비에 영향을 주는 요인으로 자리잡고 있음을 보이는 연구(구정화, 1998)도 있어서 청소년의 과소비의 주된 영향요인으로 다양한 측면이 있음을 알 수 있다. 청소년소비자들이 어떤 준거집단의 영향을 받느냐에 따라 상이한 소비가치지향을 보이고 있는 것이다.

요컨대, 청소년 집단은 유동적이고 가변적인 소비행위의 주체라고 보여진다. 이들은 자신의 사회적 지위나 정체성에 대한 구축된 준거체계를 마련하지 못한 상태에서 또래집단이나 대중매체, 주변의 성인들에 의한 소비의 영향을 많이 받게 된다고 할 수 있다.

## 2. 음식 소비와 음식 문화

### 1) 음식 소비의 사회문화적 함의

청소년들은 음식 소비를 통하여 어떤 의미를 생산해내고 있는지를 고찰하기 위해 음식을 소비함으로써 형성되어지는 사회적 의미들에 대해서 살펴보겠다. 특정 음식 소비 집단은 특정 음식을 소비함으로써 어떤 의미를 생산하고 실천하고자 하는가? 사람들은 음식을 생산하고 소비하는 과정에서 권력, 지위, 정체성, 세계관, 현재와 미래적 삶에 대한 설명력, 역사 의식 등을 만들어내거나 공유하며, 재생산해나간다(김광익, 1994). 따라서 음식 소비는 생물학적 욕구 충족을 넘어서는 다양한 사회문화적 함의들을 수반하는 것이다. 음식은 신체의 영양 공급원 역할과 함께 다양한 의미 소통의 수단이 되어왔다(Wilk, 1999).

### (1) 음식과 계급 정체성

음식과 음식 소비의 방식은 현대 소비사회의 맥락 속에서 다뤄져야 한다. 이미 음식 소비 양식 자체가 하나의 상품이 되어버린 오늘날 우리 사회에서는 전통적인 계급적 질서와 지역적 차이가 음식 문화에 의해서 실천된다는 규정은 모호해지고 있다. 대량 생산체제의 발달, 수송의 신속화, 저장 기술의 발달, 소비시장의 확대 등은 특권적 음식 영역을 없앴으며 신분제에 의거하여 제한되었던 특정 요리에 대한 접근 수단이 누구에게나 개방되어지게 되었다(김광익, 1994: 9).

이처럼 현대 사회에서 계급의 경계로서 음식 등급은 더 이상 엄격하게 존재하지 않는다고 볼 수 있다. 공업적 대량 식품 생산 체제와 시장의 개념에 의하여 소비영역이 정의되는 오늘날, 소비체제 및 대중매체와 광고의 환경은 음식소비에 있어서의 계급과 지역의 외적 차이를 모호하게 만들었다. 이전의 물질적 소비에 대한 특권적 범주로서의 신분계급은 없어졌으며 대중화에 의해 적어도 음식 소비의 기회는 개방되었다(김광익, 1994: 19).

이러한 경향은 의식주의 일상생활 소비 영역에서 주생활이나 의생활에 비해 식생활 영역에서는 상대적인 박탈감을 가장 덜 느끼는 것과도 연관된다. 급속한 산업 발전을 겪은 한국 사회에서 더 이상 굶주리지 않고 먹고사는 것에 구애받지 않고 있다는 것으로 식생활에 있어서는 모든 계층이 평준화 경향으로 가고 있는 추세라고 보여진다. 하지만 음식 소비의 평준화 추세 속에서도 한편으로는 음식 소비를 통한 계층차이가 가시화되는 부분이 있는데 그것은 외식 소비 분야와 가정에서의 식사 스타일의 차이에서라고 할 수 있다.

최근 들어서 외식이 중요한 음식문화로 자리잡게 되면서 계층간의 차별화를 가시화하는 중요한 요인으로 부각되고 있다. 외식이란 단순히 집이 아닌 장소에서 음식을 먹는 것을 넘어서 가족이 함께 시간

을 보내는 여가문화의 일환으로 인식되고 있다. 조사에 따르면 음식을 잘하는 집을 찾다닌다고 응답한 비중이 상층이라고 생각하는 사람들보다 중산층이라고 생각하는 사람들이 더 높게 나타나고 있다. 이는 외식이 중산층의 식생활에서 가장 중요한 부분으로 자리잡고 있음을 보여준다. 또한 외식을 통해서 다양한 종류의 외국 음식을 접하게 됨으로써 보다 익숙하고 세련된 매너로 양식을 먹을 수 있는가가 계층적인 표시로 자리잡게 된다(함인희 외, 2001: 100).

<표 II-1> 외식시 선호하는 음식점 스타일

|                                | 상층 |      | 중산층 |      | 하층  |      | 계   |      |
|--------------------------------|----|------|-----|------|-----|------|-----|------|
|                                | 빈도 | %    | 빈도  | %    | 빈도  | %    | 빈도  | %    |
| 저렴한 가격으로 온 식구가 배불리 먹을 수 있는 음식점 | 8  | 14.8 | 303 | 47.9 | 117 | 80.1 | 428 | 51.4 |
| 고급스런 분위기                       | 19 | 35.2 | 139 | 22.0 | 9   | 6.2  | 167 | 20.1 |
| 이국적인 음식점                       | 10 | 18.5 | 34  | 5.4  | 7   | 4.8  | 51  | 6.1  |
| 패밀리 레스토랑                       | 17 | 31.5 | 156 | 24.7 | 13  | 8.9  | 186 | 22.4 |
| 계                              | 54 | 100  | 632 | 100  | 146 | 100  | 832 | 100  |

\* 출처 : 함인희 외, 2001, p. 101.

대부분의 중산층들이 적극적으로 새로운 외식문화에 참여하면서 외식문화는 상대적으로 중산층과 상층 사람들로부터 하층 사람들을 배제시키는 요인으로 작용하고 있다고 할 수 있다. 외식의 유형에 있어서 하층 사람들은 “저렴한 가격으로 온 식구가 배불리 먹을 수 있는 음식점”을 선호하는데 비해 상층의 사람들은 “고급스런 분위기의 음식점”을 선호하는 것으로 나타났다. 특히 이국적인 음식점에 대해 상

층의 선호도가 높은 것은 상대적으로 잦은 해외여행이나 유학의 경험들로 인한 코스모폴리탄적인 취향을 가지게 됨을 드러낸다고도 할 수 있다. 하층이 음식물의 가격과 양을 가장 중요시한다면 중산층은 음식 이외의 다른 요소, 음식을 먹는 분위기와 서비스도 어느정도 중요시하는 것으로 보여진다. 이러한 중산층의 음식소비 스타일은 상층과 하층의 취향이 절충된 것이라고도 할 수 있다(함인희 외, 2001: 101).

한편 가정식의 경우에는 시간적인 여유와 경제적인 여유가 함께 갖추어진 상층 가정에서의 식생활이 반찬의 가짓수와 그릇의 형태에서 일정한 형식을 갖추고 있는 것과는 대조적으로 하층일수록 보다 조리시간이 적게 드는 간소하고 실용적인 형태의 음식을 선호하고 있는 것으로 나타났다. 가사를 도와주는 사람이 없거나 직장일과 가사를 동시에 수행해야하는 중산층과 하층 가정의 주부들은 많은 가짓수의 반찬을 준비할 시간적인 여유가 없기 때문이다. 상층에 비해서 중산층은 음식의 맛을 중요하게 여기기는 하지만 주로 외식의 형태로 맛에 대한 욕구를 충족시키고 있는 것으로 보인다. 음식을 잘하는 집을 찾아다닌다는 비중이 상층의 사람들에 비해서 높게 나타나고 있는 것은 외식과 다양한 종류의 패스트푸드에 대한 선호가 젊은 중산층의 가정에서 널리 보편화되고 있음을 보여주는 것이라고 할 수 있다(함인희 외 2001: 104-105).

&lt;표 II-2&gt; 계층별 음식에 대한 취향

(중복응답)

|                           | 상층 |      | 중산층 |      | 하층  |      | 계   |      |
|---------------------------|----|------|-----|------|-----|------|-----|------|
|                           | 빈도 | %    | 빈도  | %    | 빈도  | %    | 빈도  | %    |
| 음식을 먹을 때 칼로리를<br>생각해서 먹는다 | 28 | 50.9 | 200 | 31.3 | 20  | 13.6 | 248 | 29.5 |
| 비싸더라도 무공해 식품을<br>사 먹는다.   | 43 | 76.8 | 292 | 45.8 | 24  | 16.3 | 359 | 42.7 |
| 조미료를 사용하지 않는다.            | 46 | 82.1 | 484 | 76.1 | 77  | 52.0 | 607 | 72.3 |
| 건강식품을 먹는다.                | 37 | 67.3 | 211 | 33.0 | 19  | 12.9 | 267 | 31.7 |
| 식기류의 디자인이나<br>상표에 신경을 쓴다. | 41 | 74.5 | 303 | 47.5 | 32  | 21.6 | 376 | 44.7 |
| 음식을 보기 좋게 만들려고<br>노력한다.   | 49 | 87.5 | 463 | 72.9 | 81  | 54.7 | 593 | 70.7 |
| 음식을 잘하는 집을<br>찾아다닌다.      | 49 | 89.1 | 461 | 72.1 | 60  | 41.4 | 570 | 67.9 |
| 신상품의 시식을 선호한다.            | 33 | 58.9 | 282 | 44.3 | 40  | 27.4 | 355 | 42.4 |
| 음식의 맛을 중요시 여긴다            | 31 | 55.4 | 365 | 57.5 | 92  | 62.6 | 488 | 58.2 |
| 물은 생수나 정수기 물을<br>마신다.     | 50 | 89.3 | 474 | 74.1 | 60  | 41.1 | 584 | 69.4 |
| 식후에 과일을 먹는다.              | 47 | 85.5 | 375 | 58.9 | 27  | 18.5 | 449 | 53.6 |
| 요리에 대한 정보취득에<br>적극적이다.    | 35 | 63.6 | 242 | 37.9 | 27  | 18.4 | 304 | 36.2 |
| 아침식사는 밥으로 먹는다.            | 33 | 58.9 | 452 | 70.7 | 108 | 73.0 | 593 | 70.3 |

\* 출처 : 함인희 외, 2001, p. 105.

위에 제시된 표를 통하여 살펴보면 계층에 따른 차이가 크게 나타나는 부분은 섭취음식과 칼로리, 무공해 식품 섭취 정도, 식사시의 식기류 사용 태도, 정수기나 생수 이용 정도, 식후 과일 섭취정도, 요리에 대한 정보 취득 관심 등이다. 즉, 계층이 높을수록 음식 섭취를 통하여 단순히 배고픔을 충족시키거나 맛을 즐기려는 차원을 넘어서서 건강이나 미학적 차원, 요리법 등에 신경을 쓰는 것으로 나타나고 있다.

## (2) 음식과 세계화

음식 소비는 세계화 과정과 밀접한 관련을 맺고 있다. 음식 소비의 국제화, 지구촌화는 서구화 과정에 다름 아니라고 할 수 있다. 예컨대 한국이나 중국 등 아시아 국가들의 생활 양식이나 식생활 패턴이 급속히 변화하면서 서구화된 패스트푸드 레스토랑이 적극적으로 수용되고 있다. 중국의 경우 1995년 이후 미국으로부터 직수입되는 프렌치 프라이가 10배 늘었고 홍콩을 경유해 들어오는 프렌치프라이의 양은 3배로 늘었다. 보다 많은 소비자들이 중국식의 패스트푸드점이나 맥도날드, 켄터키프라이드치킨과 같은 서구식 레스토랑에서 음식을 먹고 있으며 이러한 경향은 보다 증가할 것으로 보고 있다(Marr & Hatfield, 1997; Cee & Theiler, 1999; Jin, 1999/2000) 특히, 유교적 가족제도의 붕괴는 패스트푸드 소비 증가와 밀접한 관련이 있다고 보고 있다(Watson, 2000).

음식 산업은 세계적 연망에 기반하여 보다 많은 이윤을 창출하기 위해 제품의 기획, 생산, 광고, 판매 경로를 다국화하고 있다(Lewis, 1999; Norberg-Hodge, 1998). 세계의 상위 1000개 기업 중에서 음식 산업이 가장 많은 수를 차지하고 있으며, 1995년에는 상위 60개의 음식과 음료 생산 업체 중 단지 1개 기업만 적자를 보았다(Sexton,

1996). 국내의 대기업도 이와 유사한 음식과 ‘소비양식’을 창출함으로써 끝없는 식품산업의 고리를 확장해 나가고 있다.

음식의 생산·유통·판매 경로의 다국화는 음식을 즐기는 문화까지 서구화 경로를 걷게 한다. 성과 연령에 관계없이 이제 생일 ‘파티’는 서양식이 되어 주인공은 종이 고깔 모자나 왕관을 쓰고 카드를 받고 ‘해피버스테이’ 노래 속에서 촛불을 붙여 끈 후 케이크를 자르게 되었다. 발렌타인데이가 카드와 꽃을 포함한 선물거리 상인들의 호응하에 초콜렛 제조업자들이 주동이 되어 만든 현대의 신화임은 주지의 사실이다(김광익, 1994: 22-23). 서구화된 라이프스타일에 따라 음식을 소비하는 것이 ‘세련된’ 현대인의 이미지로 자리잡게 된 것이다.

일반적으로 설탕과 코코아와 커피(차)가 상호 연결되어진 서구의 기호와 입맛이 세계를 지배함에 따라 이를 둘러싼 여러 가지 축제와 명절이 만들어지고 축하의 방식이 보급되어졌다. 제3세계에서 오늘날 피자과 햄버거, 소시지, 치즈 등은 영양보충원이 아니라 ‘세련된’ 생활스타일과 지위상징으로 채택되고 있었다. 하지만 이러한 음식이 일단 대중화되기 시작하면서 고급화된 이미지는 희석되고 그 음식의 의미는 새롭게 재고되어지기도 한다.

예컨대, 중국에서 프렌치프라이가 대중화되기 이전에는 고급호텔에 자리잡은 호사스런 레스토랑에서나 먹을 수 있었던 고급 음식이었던 반면에 지금은 아이들과 함께 외식할 때 쉽게 찾을 수 있는 음식으로 자리잡게 되었다(Cee & Theiler, 1999). 러시아에서의 맥도날드는 1990년 모스크바의 푸쉬킨 광장에 처음 들어섰다. 초창기에 맥도날드는 상류층이나 접근 가능한 레스토랑이었으며, 어린이들에게 맥도날드에서 파티를 열어주는 것은 아주 세련됨을 상징하는 것이었다(Lloyd, 1996).

음식관련 산업의 세계화는 사회 전반, 특히 경제의 세계화 흐름의 한 단면이라고 할 수 있다. 세계화는 주로 ‘미국화’가 전지구적으로 관

철되는 과정이다. 이는 미국의 자본과 기술력이 주도해온 전 지구적 규모의 교통 통신 발달에 기초한 것이다. 지역의 소규모 농업은 자본화한 대규모 농산업에 자리를 내주고 대규모의 산업은 미국내의 소수 민족 노동자들의 저임금에 기반하여 이윤을 축적하고, 세계 각국으로 유통되어진다. 이들의 사업규모가 커질수록 익명성도 증가하게 되며 농산물의 생산과 유통과정에서는 다국적 경로를 거치게 된다. 예를 들어, 우리나라 시골의 어느 농장에서 실험 재배된 농산물이 브라질의 농원에서 대규모로 재배되어 멕시코에서 가공되며 미국산으로 둔갑하여 다시 우리나라 대형 할인 매장에서 파격적인 가격으로 팔리게 된다. 이 과정에서 우리나라, 브라질, 멕시코, 미국 다시 우리나라의 관련 담당자들이 개입되게 되는데 이처럼 복잡한 과정을 거치면서 이것은 사람이 먹는 음식이라는 의식과 이에 따르는 도덕적 책임감이 생기기 힘들게 된다(이진아, 2001).

현대 음식의 특징을 살펴보면 대부분의 음식은 지역에서 생산된 것이 아니다. 자본주의의 세계화는 보다 저렴한 비용의 농·수·축산물을 국제적으로 유통시켜왔다. 따라서 우리가 섭취하는 음식들 중 많은 부분이 지역에서 생산된 것이 아니고, 어디서, 누가, 어떻게 생산했는지 모르는 것들이다. 즉, 농산물 및 음식물 소비도 국제화 세계화되어진 것이다. 또한 현대 사회의 음식 소비 방식은 계절을 넘어서는 것이다. 즉, 자연의 흐름을 거스르는 음식물을 섭취하게 된다. 체철에 생산되는 것이 아니라 사철 생산되는 농·수·축산물을 섭취하게 되는 것이다. 자연의 흐름을 거스르기 위해 각종 영농기술과 식품 첨가제, 농업 투입제, 사료 등을 사용하게 되었고, 유전자 조작 기술까지 동원되어 농산물 생산기간 및 가축의 성장기간까지 단축시키기에 이르렀다(김종덕, 2001).

### (3) 음식과 반세계화

음식 소비의 세계화 과정 속에서 일상생활의 음식 소비는 서구화와 같은 순방향으로 흘러가기도 하고 그에 대항하는 반문화(counter-culture)운동의 경향으로 민족적인 음식이나 전통 음식이 부각되기도 한다. 특히 자본주의와 서구화의 결과로 초래된 현대 음식문화의 특성에 대해서 재고하면서 보다 “건강한” 음식 문화와 식생활을 추구하고자 하는 대안 문화 운동들이 등장하고 있다.

일부 지식인들을 중심으로 서구화된 음식 소비에 대한 반대 담론이 조성되고 서구 패스트푸드 음식의 부정적 측면을 인식시키는 운동들이 펼쳐지고 있다. 이들은 전통음식이나 환경음식, 채식 소비하는 실천을 펴기도 한다. 이러한 과정에서 세계화의 상징인 패스트푸드는 인체와 환경에 유해한 음식으로 비난받게 된다. 특히 맥도날드는 음식 성분 유해성에 대한 비판을 받고 있을 뿐 아니라, 문화적으로 미국을 상징하는 전형으로 인식되어져 제3세계와 유럽 등지에서 반미운동을 벌일 때 공격을 받는 대표적 장소로 떠오르기도 한다(Watson, 2000; Rocca, 2000; O'Keefe, 2001). 맥도날드는 미국이 주도하는 세계화의 상징처럼 여겨져왔고 시애틀이나 워싱턴 등지에서도 반세계화 시위때 공격을 받는 대표적인 장소가 되어졌다(Lloyd, 1996).

#### ① 맥도날드 반대운동

맥도날드 반대운동은 대표적인 반세계화 운동의 하나이다. 1985년 런던의 그린피스는 맥도날드 반대운동을 본격적으로 시작하였다. 이들은 맥도날드 광고 이면에 숨겨진 현실을 알리는 캠페인을 벌이고, 1985년 4월 제1회 국제 맥도날드 행동대회를 개최하였다. 1986년 런던 그린피스는 맥도날드의 문제점을 적은 전단을 배포하기 시작하였고 이것을 계기로 맥도날드는 이들을 명예훼손으로 고소하게 되었으며

10년이 넘는 기간동안 법정 공방을 벌이게 된다. 이 명예 훼손 소송이 시작된 이후 맥도날드에 대한 반대 운동이 더욱 확산되었고 전세계적으로 맥도날드 반대 캠페인이 연대를 하게 된다. 이 캠페인을 이끈 사람들은 McSpotlight라는 이름의 웹사이트를 통해 현재까지 맥도날드 반대운동을 지원해오고 있다. 환경파괴, 동물착취, 가난한 주민들의 삶의 터전을 빼앗고 건강에는 전혀 도움이 되지 않는다는 이유로 시작된 맥도날드 반대운동은 최근에는 세계화에 대한 반대 운동의 일환으로 확산되어지고 있다(<http://cafe.daum.net/youngveget>).

한국에서는 2002년 환경정의시민연대가 맥도날드의 해피밀을 올해의 나쁜 광고로 선정하였다. 그들은 맥도날드의 해피밀은 어린이들에게 장난감을 미끼로 끼워팔아 신체에 유해한 햄버거에 익숙해지도록 한다고 비판하였다. ‘햄버거는 필수 영양소와 비타민 등이 충분히 함유되어 영양 불균형을 해결해 줄 한끼의 식사로 충분한 음식이다’라고 맥도날드측은 자사 홈페이지를 통해 주장한다. 그러나 최근 맥도날드의 프랑스범인은 햄버거를 1주일에 한번 이상 먹으면 균형 잡힌 영양섭취를 할 수 없다며 1주일에 한번만 맥도날드에 오라는 이색적인 광고를 내보내 패스트푸드에 어린이의 비만과 영양불균형에 미치는 효과에 대하여 간접적으로 시인했다. 해피밀 세트의 구성메뉴인 햄버거, 콜라, 후렌치후라이는 어린이 비만을 비롯해 지방간, 고지혈증, 동맥경화 증세까지 일으키는 등 어린이 건강에 큰 위협으로 작용한다는 것이 각종 연구를 통해 밝혀지고 있다(‘맥도날드 해피밀의 선정 이유와 우리의 요구’ 환경정의시민연대, 2002). 또한 서울환경운동연합은 가정의 달인 5월에 패스트푸드 업계에 과다소비를 부추기는 마케팅 전략 중단을 촉구하는 ‘패스트푸드이제 그만’ 캠페인을 벌이기도 하였다 (<http://www.joins.com> 2003.04.29).

## ② 슬로우푸드 운동

맥도날드 반대운동은 이제 맥도날드에서 나오는 햄버거를 단순히 먹고 안먹는 차원의 문제가 아니라 다원적인 운동으로 확장되고 있는데 그중의 하나가 슬로우푸드 운동이다. 맥도날드의 맥(Mac)은 신속함과 효율성의 상징한다. 그러나 신속함과 효율성은 자연을 파괴하고, 인간을 비인간화시키는 원인이기도 하다. 슬로우푸드(slow food)란 패스트푸드(fast food)와는 반대의 의미이지만 슬로우푸드운동은 단순히 패스트푸드에 대한 반대운동이 아니라 신속함과 효율성을 추구하는 현대의 속도문명에 대한 대안운동이기도 하다.

이 슬로우푸드운동은 1986년 시작되었는데 맥도날드사가 이탈리아 로마에 진출하자 현 슬로우푸드 회장인 카를로 페트리니(Carlo Petrini)와 그의 친구들이 맛을 표준화하고 전통음식을 소멸시키는 패스트푸드의 진출에 대항하여 식사, 미각의 즐거움, 전통음식의 보존 등의 가치를 내걸고 이 운동을 시작했다(김종덕·강신표, 2002).

슬로우푸드운동이 단순히 패스트푸드 반대운동이 아닌 것은 1989년 11월 9일, 프랑스 파리의 코믹오페라에서 채택된 슬로우 푸드의 선언문에 잘 나타나있다.

... 우리는 속도의 노예가 되었으며, 우리의 습관을 망가뜨리며, 우리 가정의 사생활을 침해하고, 우리로 하여금 패스트푸드를 먹도록 하는 빠른 생활 즉 음흉한 바이러스가 우리 모두를 굴복시키고 있다. 호모 사피엔스라는 이름에 상응하기 위해서 사람은 종이 소멸되는 위협에 처하기 전에 속도로부터 벗어나야 한다. 보편적인 어리석음인 빠른 생활에 반대하는 유일한 방법은 물질적 만족을 고정시키는 것이다. 이미 확인된 감각적 즐거움과 느리며 오래 가는 기쁨을 적절하게 누리는 것은 효율성에 대한 흥분에 의해 잘못 이끌린 군중에게서 우리가 감염되는 것을 막을 수 있을 것이다. 우리의 방어는 슬로우푸드 식탁에서 시작되어야 한다. 우리는 지역 요리의 맛과 향을 다시 발견하고, 품위를 낮추는 패스트푸드를 추방해야 한다. 생산성 향상의 이름으로, 빠른 생활이 우리의 존재방식을 변화시키고 있고, 우리의 환경과 경관을 위협하고 있다. 그러므로 지금 유일하면서도 진정한, 진취적인 해답은 슬로

우푸드이다... (<http://www.slowfoodkorea.com/index.htm>).

이러한 슬로우푸드 운동은 패스트푸드에 대한 반대에서 시작되었지만 점차 현대의 속도문명에 대한 비판과 대안제시의 방향으로 전개된다. 이 운동은 현대 문명에서 지향해 온 속도 문화의 폐해를 다음과 같이 지적한다.

빠름의 문화는 환경문제를 야기시킨 가장 큰 원인 중의 하나이다. 빠름의 문화는 무분별한 개발을 재촉한다. 모든 것을 빨리 해결하려는 사고방식은 동물에 대한 배려, 자연에 대한 배려, 주위 사람에 대한 배려도 잊게 만든다. 이런 빠름의 문화는 음식문화에도 그대로 전파되어 그것은 곧 패스트푸드를 탄생시키고, 전세계 시장으로 확산시켰다 (<http://www.slowfoodkorea.com/index.htm>).

이처럼 슬로우푸드 운동은 현대 문명의 속도, 효율성, 개별성 등이 음식에 반영되어진 측면에 주목하고 그에 대한 대안을 추구한다. 첫째로 슬로우푸드 운동은 산업화된 농업에 대한 대안을 추구한다. 따라서 거대 기업농보다는 소생산자 보호에 역점을 두고 있다. 둘째, 슬로우푸드 운동은 탈지역화된 농업에 반대하고 지역 농업을 중시한다. 슬로우푸드 운동은 지역 농업을 강조하는데 그것이 친환경적일 뿐 아니라, 지역 농산물일 때 소비자가 그 생산과정을 잘 알 수 있기 때문이다. 셋째, 슬로우푸드 운동은 미각을 중시한다. 현대 음식은 지역에 관계없이 미각을 표준화하는 경향이 있다. 즉, 각 지역의 특산물이나 지역 음식에 대해 가졌던 미각을 잃게 하는 것이다. 넷째, 슬로우푸드 운동은 음식의 다양성을 지지하고 지원한다. 음식에 대한 획일적인 서구 우월성에 대해 반대하고, 각 지역에서 생산된 재료를 가지고 그 지역에서 전해 내려오는 지역 음식이나 민족 음식이 중요한 의미를 갖는 것으로 간주하는 것이다(김종덕, 2001).

### ③ 민족성과 전통성의 부각

이러한 국제화된 패스트푸드 음식의 유해성을 인식하고 이에 대한 건전한 소비자 의식을 촉구하는 한편 지구촌화, 국제화가 가속화되는 가운데 많은 나라의 민족요리가 경쟁적으로 개발되는 경향도 볼 수 있다. 이는 관광산업의 발달에 따른 문화상품 개발의 한 측면으로도 볼 수 있지만 문화경쟁 혹은 외래적 헤게모니에 대항하여 내적 아이덴티티 만들기에 음식이 동원되는 예라고 할 수 있다. 지식이 문화 민족주의를 생산해내는 것은 쌀이 일본 민족의 순수성을 상징하는 것이라는 주장에서도 예를 찾을 수 있다. 특히 우루과이 라운드 협상에 의한 농산물 시장의 개방에 직면하여 '신토불이'가 강조되고 '토종'이나 '재래'라는 말이 붙는 농산물이 맛과 질에 있어서 수입품보다 월등히 낫다는 평가와 함께 고급화되는 것을 볼 수 있다(김광익, 1994: 23).

지역 정체성이나 민족 정체성을 강조하는 음식의 부상이 음식의 세계화에 대한 도전이라는 식의 해석이 지배적이었는데 이 둘은 서로 적대적인 관계가 아니라 양립 가능한 것이기도 하다(Wilk, 1999). 지구촌 시대의 음식 소비는 미국의 상업적 소비문화의 영향으로 인해 동질화되는 경향이지만 이는 지역화 과정과 동시에 일어나고 있다는 것에 주목해야 할 필요가 있다. 패스트푸드가 한국에 자리잡기 위해 불고기버거나 김치버거, 라이스버거 등을 출시하여 한국적인 맛과 타협하고 있는 것이나 토착 원료의 사용을 중요시하는 등 외래적 요소와 토착적 요소가 혼합되는 혼성화 현상이 일어나고 있다(오명석, 2003). 이러한 혼성화된 음식은 다시 외국으로 수출되어 인기를 얻기도 한다. 타이완의 맥도날드는 2002년 4·5월에 김치버거만으로 18억 3,000만원의 매출을 기록하였고 롯데리아는 올 2월 중국시장 철수 전까지 국내에서 개발한 팔빙수, 새우버거, 불고기버거 등으로 중국에서 호평을 받았다(삼성경제연구소, 2003).

## 2) 한국인의 음식 소비 특성 개관

한국 청소년의 음식 소비 특성을 전체 한국인의 음식 소비 맥락과 관련하여 파악하기 위해 먼저 한국인의 음식 소비 특성에 대해서 개관하기로 하겠다. 보건복지부의 2001년 건강영양조사실태는 우리 국민의 음식 섭취 실태를 다음과 같이 정리하고 있다(<http://www.mohw.go.kr/> 2001 건강영양조사 영양조사편).

### (1) 식품 섭취실태

우리 국민이 섭취하는 식품의 총량은 1인당 1일 평균 1,314.7g이었으며, 이중 식물성 식품이 1,052.9g(80.1%), 동물성식품이 261.8g(19.9%)으로 집계되었다. 연령이 높아질수록 동물성 식품의 섭취량은 급격히 낮아지는 것으로 나타나, 동물성 식품의 섭취비율이 65세 이상 노인의 경우에 13.6%였다. 우리 국민이 가장 많이 섭취하는 단일 식품은 백미(쌀)로서 1인 1일 평균 215.9g을 섭취하여 가공품이 아닌 쌀의 형태로 연간 1인당 약 79kg을 소비하는 것으로 나타났다. 다음은 1인 1일 평균 배추김치 91.9g, 굴 83.2g, 우유 70.6g, 감 50.4g을 섭취한 것으로 나타났다. 각 식품별 섭취빈도를 조사한 결과 유제품과 음료류의 경우 모든 항목에 대해 거의 안 먹는 조사대상자의 비율이 1위 또는 2위를 차지해 조사대상자의 기호 차이가 드러나는 식품군이 었다. 곡류와 채소류는 일 단위(일 1회 이상), 육류와 두류 식품은 주 단위(주 1회 이상), 그리고 생선류와 과일류는 주 단위~월 단위(주 1회 미만)의 섭취자가 많았다(<http://www.mohw.go.kr/> 2001 건강영양조사 영양조사편).

하지만 식생활 습관의 변화로 식품 섭취 형태도 변화하고 있다. 이제는 전통적으로 즐겨먹던 밥과 국이 아니라 각자의 시간과 편의성

에 따라 다양한 음식이 선호되는 것으로 나타나고 있다. 식생활에 대한 태도는 성별, 연령, 학력과 거주지역 등 인구학적인 여러 변수에 따라 외식행태에 많은 변화를 일으키고 있다. 일상적이든 비일상적이든 점점 더 밖에서 식사를 하는 기회가 많아지게 되었고, 식사도 복잡하고 번거로운 것보다 편리하고 간편하게 즐기려는 경향이 두드러지게 나타나고 있다.

1990년대 경제성장과 더불어 나타난 식생활의 커다란 변화로는 밥 위주에서 점차 다른 먹거리를 찾는 현상이다. 밥을 주식으로 하고 있는 우리나라에서 식사로 반드시 밥을 먹어야 한다고 하는 사람이 43.7%로 나타나 전통적인 식생활 패턴에 많은 변화가 있음을 알 수 있다. 또한 남자가 여자에 비해 꼭 밥을 먹어야 한다는 생각을 많이 가지고 있었으며, 연령별로는 특히 10대 층에서 꼭 밥이 아니어도 된다는 비율이 74.1%로 매우 높게 나타났다(신재영·박기용, 1999).

## (2) 영양소 섭취실태

우리 국민은 1인 1일 평균 에너지 1,975.8kcal, 단백질 71.6g, 지방 41.6g, 당질 315.0g을 섭취하고 있는 것으로 나타났다. 식품군별 에너지 공급량을 보면 곡류로부터 공급되는 에너지는 그 비율이 계속 감소하여 1965-67년 88%이던 것이 1996년에는 56.5%가 되었다. 쌀로부터 공급되는 에너지는 1965-67년에 54%이던 것이 1995년에는 37%로 17%가 감소하였다. 반면에 유지류, 설탕류, 육류로부터의 에너지 공급량은 1965-1967년에 비하면 최근에 크게 증가하였다. 1인 1일 단백질 공급량은 1965-67년 58g, 1980-82년 91g, 1995년에는 97.1g으로 점차 증가하였다. 에너지 공급량 중에서 단백질 에너지비는 1965-67년 10.7%에서 1995년에는 13.0%로 조금 증가하였다. 1995년에는 1인 1일 지방질의 공급량은 78.8g이었는데 년도별로 계속해서 증가하였으며 지

방질공급량의 증가와 함께 지방질의 에너지 구성비는 1995년에 23.8%로 늘어나 1965년의 약 3.8배가 증가하였다(신재영·박기용, 1999: 268).

영양소 섭취량을 한국인 영양권장량(제7차 개정, 한국영양학회, 2000)에 명시된 영양소별 권장량과 비교하여 평가한 결과, 에너지, 칼슘, 철, 비타민 A 및 리보플라빈의 섭취량이 권장량보다 낮았으며, 평균 칼슘 섭취비율은 영양권장량의 71.0%로 가장 낮은 섭취수준을 보였다. 특히 성장기인 13~19세 청소년의 칼슘 섭취량은 권장량의 54.8%에 불과해 심각하게 부족한 것으로 나타났다.

### (3) 식사습관

우리나라 사람 대부분은 짜고 매운 자극성 음식에 길들여져 있기 때문에 각종 성인병을 유발시킬 수 있는 식습관을 가지고 있다. 잘못된 식습관으로는 결식이 가장 높고, 자극성있는 음식, 포식의 순으로 지적되고 있다. 성별로는 남성이 자극성있는 음식과 결식, 포식이 비슷한 분포를 보이고 있고, 여성은 결식이 가장 높았으며, 그 다음은 자극성있는 음식, 편식의 순으로 나타났다. 연령별로는 20대의 결식비율이 높았고 그외의 연령층에서는 자극성있는 음식의 비율이 높게 나타났다(신재영·박기용, 1999).

끼니별 식사여부에 따른 결식비율은 아침이 21.1%, 점심이 4.3%, 저녁은 3.3%로 아침 결식비율이 가장 높은 것으로 나타났다. 지역별로 보면 아침 결식율이 읍·면지역 대상자에서 13.8%인 반면 대도시와 중소도시에서는 각각 23.0%와 22.1%로 나타나 도시지역의 아침 결식율이 높았다. 연령별로는 20~29세의 아침 결식율이 45.4%, 13~19세가 36.9%로 청소년층의 결식율이 높았다(<http://www.mohw.go.kr/> 2001 건강영양조사 영양조사편). 청소년들이 식사를 거르는 가장 큰

이유로는 '늦잠을 자서'(28.8%)와 '시간이 없어서'(25.9%)로 나타났다 (경향신문, 2003년 3월 12일).

#### (4) 외식 패턴

##### ① 가구당 식료품비 지출 패턴 변화

가구당 식료품비 지출을 통해서 한국인의 음식 섭취 패턴을 살펴 보면 다음과 같다. 2001년을 기준으로 식료품비 지출은 463.4천원으로 전년에 비해 4.4% 증가하였다. 곡류와 어개류에 대한 지출은 각각 0.5%, 3.9%씩 증가한 반면, 육류와 채소, 해조류에 대한 지출은 오히려 3.5%, 2.0%씩 감소하였다. 가구당 월평균 외식비는 200.9천원(전년대비 8.2% 증가)이며, 처음으로 20만원대를 넘는 것으로 나타났다.

<표 II-3> 가구당 월평균 식료품비 지출

(단위: 천원, 전년대비,%)

| 구분     | 1999  |      | 2000  |      | 2001  |      |      | 소비자물가상승률 |     |     |
|--------|-------|------|-------|------|-------|------|------|----------|-----|-----|
|        | 금액    | 증감률  | 금액    | 증감률  | 금액    | 구성비  | 증감률  | 99년      | 00년 | 01년 |
| 식료품    | 408.3 | 141  | 444.0 | 87   | 463.4 | 26.5 | 44   | 2.8      | 0.9 | 3.5 |
| 곡류     | 54.7  | 17.0 | 54.8  | 0.2  | 55.1  | 3.1  | 0.5  | 5.5      | 4.4 | 0.9 |
| 육류     | 40.2  | 9.3  | 42.2  | 4.9  | 40.7  | 2.3  | △3.5 | 5.7      | 8.4 | 8.8 |
| 어개류    | 28.5  | 5.2  | 28.7  | 0.8  | 29.8  | 1.7  | 3.9  | 5.9      | 0.6 | 5.5 |
| 채소, 해조 | 34.7  | 5.2  | 33.3  | △4.2 | 32.6  | 1.9  | △2.0 | 7.8      | 6.8 | 1.7 |
| 외식     | 153.4 | 25.2 | 185.7 | 21.1 | 200.9 | 11.5 | 8.2  | △0.9     | 0.8 | 1.7 |

\* 출처 : 통계청, 2001, p. 12.

식료품비를 주식, 부식, 기호식품, 외식으로 구분하여 소비지출 비중을 보면, 주식은 11.9%, 부식은 29.8%로 전년에 비해 각각 0.4%포인트

트와 1.3%포인트 감소하였다. 기호식품의 비중은 15.0%로 0.3%포인트 증가했으며, 외식비의 비중은 43.3%로 1.5%포인트 증가한 것으로 나타났다.

<표 II-4> 식료품 종류별 구성비 추이

(단위: 천원, 전년대비, %)

| 구분   | 2001년 |      | 구성비   |       |       |
|------|-------|------|-------|-------|-------|
|      | 금액    | 증감률  | 1999년 | 2000년 | 2001년 |
| 식료품  | 463.4 | 4.4  | 100.0 |       |       |
| 주식   | 55.1  | 0.5  | 13.4  | 12.3  | 11.9  |
| 부식   | 137.9 | △0.3 | 33.8  | 31.1  | 29.8  |
| 기호식품 | 69.6  | 6.5  | 15.2  | 14.7  | 15.0  |
| 외식   | 200.9 | 8.2  | 37.6  | 41.8  | 43.3  |

\* 출처 : 통계청, 2001, p. 13.

\* 주식 : 곡류, 부식: 육류·낙농품·어패류·채소해조·조미식품, 기호식품 : 과실·빵 및 과자류·차음료 및 주류·기타, 외식 : 외식비

특히, 경제성장에 따른 산업사회로의 진전과 소득수준의 향상으로 식품에 대한 소비 패턴도 달라져 왔다. 특이한 점은 소득 수준이 높아질수록 가계의 소비지출에서 식료품비의 비중은 낮아지나, 외식의 비중이 증가한다는 점이다.

&lt;표 II-5&gt; 식료품 지출비와 외식비 지출

(단위. %)

|      | 전가구 조사            |                  | 서울 지역 조사          |                  |
|------|-------------------|------------------|-------------------|------------------|
|      | 소비지출 중<br>식료품 구성비 | 소비지출 중<br>외식 구성비 | 소비지출 중<br>식료품 구성비 | 소비지출 중<br>외식 구성비 |
| 1993 | 29.5              | 7.8              | 29.5              | 8.7              |
| 1994 | 30                | 8.6              | 30.1              | 9.9              |
| 1995 | 29                | 9.1              | 29.5              | 10.4             |
| 1996 | 28.7              | 9.6              | 29.4              | 10.9             |
| 1997 | 28.7              | 10.4             | 29.2              | 11.6             |
| 1998 | 27.8              | 9.3              | 27.9              | 10.3             |
| 1999 | 27.9              | 9.9              | 28.2              | 10.8             |
| 2000 | 27.4              | 10.8             | 27.8              | 11.6             |
| 2001 | 26.3              | 10.8             | 26.8              | 11.6             |
| 2002 | 26.2              | 11               | 26.8              | 11.6             |

\* 출처 : 통계청(<http://www.nso.go.kr/>).

## ② 외식산업 성장과 외식 소비 증가

한국인의 외식 소비 증가 현상은 외식산업의 증가 현상과도 맞물려 있다. 80년대 경제성장 이후 여가 문화의 대중화, 다양화 시대가 열리면서 외식산업도 급성장하게 된다. 요식업, 식당업, 음식업이라고 불리던 말이 외식산업이라는 용어로 불리기 시작하였다. 또한 프랜차이즈 시스템을 도입한 햄버거, 국수, 치킨 등의 영세한 체인점들이 우후죽순으로 등장하였다. 1984년에는 최초의 해외브랜드 외식업체인 웬디스, KFC, 피자헛 등이 국내에 진출하기 시작하면서 해외유명브랜드들이 국내에 도입되었고, 우리나라 최초의 자체브랜드 패밀리레스토랑인 투모루 타이거가 개점하였다. 1980년 말에는 맥도날드, 데니스, 코코스, 도미노 피자 등과 오늘날 대표적 한식브랜드로 체인사업에 성공한 놀

부가 개점하였다.

1990년대에 들어 경제적 안정을 이루고 선진국형 사회문화 구조를 갖추면서 외식산업 발전의 획기적인 기초를 마련하였다. 소득수준이 향상되고 여가시간이 확대되면서 사람들의 삶의 질에 대한 욕구가 다양해지고 높아지면서 외식을 즐기는 인구가 점차 증가하였다. 소득이 낮을 때는 먹는 행위는 단지 생리적 욕구 충족 행위에 그쳤으나 소득이 증대됨에 따라 식사는 단지 배고픔을 달래는 행위를 넘어서게 되었다. 어떤 분위기에서 어떤 서비스를 받으며 어떤 음식을 먹을 것인지에 대한 다양한 선택을 하게 된 것이다.

핵가족화의 진전과 더불어 1세대 또는 단독 가구의 증가, 세대구성원 수의 감소, 맞벌이 부부의 증가, 탈가족화 및 개인화 현상, 여가시간의 증가 등은 개인 또는 가족의 외식기회를 증가시키는 요인으로 작용한다(나정기, 1998). 이와 함께 외식행위에 대한 가치관이 변화하고, 식생활 양식이 서구화되어졌으며, 외식을 하는 의미가 변화하는 등 문화적 풍토 변화도 큰 영향을 주었다(신재영·박기용, 1999) 이러한 경향과 함께 외식산업 시장은 규모와 질 면에서 큰 성장을 하게 되었고 역으로 외식산업 성장은 외식패턴 및 외식문화 형성에 지속적으로 영향을 주고 있다.

<표 II-6> 한국 외식산업 현황

(단위: 천점, 천명, 백억원)

|        | 1997  | 1998  | 1999  | 2000  | 2001  | 2002  | 2003  |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 점포수    | 549   | 542   | 550   | 560   | 570   | 590   | 600   |
| 종업원    | 1,257 | 1,218 | 1,220 | 1,230 | 1,245 | 1,255 | 1,267 |
| 매출규모   | 3,023 | 3,196 | 3,200 | 3,300 | 3,600 | 3,700 | 3,800 |
| 증가율(%) | ·     | 5.4   | 0.1   | 3.0   | 9.0   | 2.0   | 2.0   |

\* 출처 : 삼성경제연구소, 2003, p. 2.

&lt;표 II-7&gt; 우리나라 외식산업 성장 요인

| 성장요인   | 내용                                                                                                                                                                  |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 경제적 요인 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 국민소득 1만달러 시대와 질적 외식 욕구</li> <li>· 가처분소득의 증가에 따른 외식동기 증가</li> <li>· 해외 유명외식기업의 한국진출</li> <li>· 국경없는 무한경쟁의 세계화 추세</li> </ul> |
| 사회적 요인 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 사회의 레저지향화, 도시화</li> <li>· 여성의 사회진출 증가로 인한 맞벌이 부부의 증가</li> <li>· 핵가족과 자동차의 증가</li> <li>· 신세대 출현 등의 사회여건 변화</li> </ul>       |
| 문화적 요인 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 문화생활로서의 외식행위에 대한 가치관의 변화</li> <li>· 식생활 패턴의 서구화</li> <li>· 대화와 여가장소로의 외식업소에 대한 인식의 변화</li> </ul>                           |
| 기술적 요인 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 컴퓨터시스템의 도입으로 효율적 경영</li> <li>· 주방시스템의 자동화, 효율적 업소경영방식 도입</li> <li>· 자동주방기기의 보급으로 인건비 절감</li> </ul>                         |

\* 출처 : 신재영 · 박기용, 1999, p. 135.

### 3) 한국인의 음식 소비와 의식

한국인의 음식소비와 관련된 의식을 알아보는 것은 현대 한국 사회의 음식소비 문화 경향 파악뿐 아니라 향후 음식소비 패턴의 방향성을 짐작하게 하는데 도움을 줄 것이다. 음식 소비는 거의 매일 일상적으로 일어나는 행위 양식으로 특별한 의식을 가지고 수행되지 않는 경우가 대부분일 것이다. 하지만 음식 소비와 관련된 몇가지 의식조사를 통해 행위 이면에 내재된 이념적 음식문화를 추론해 볼 수 있다고

보여진다.

한국소비자보호원(2002)은 「소비문화에 관한 국민의식조사」에서 한국인의 식생활 라이프 스타일을 파악하기 위해 ‘건강식품을 애용한다’, ‘다른 반찬은 없어도 김치는 필수다’, ‘밥보다 인스턴트 식품이 좋다’라는 항목에 대해 조사를 실시하였다. 조사대상은 전국의 20세 이상 남녀 2002명이며 조사지역은 전국 43개 지역(광역시 5개, 시지역 20개, 군지역 18개)을 대상으로 하였다. 이 조사를 다시 정리하면 다음과 같다.

식생활에 대한 응답자들의 전반적인 생각은 ‘건강식품을 애용한다’의 경우 전체 평균은 2.78(매우 부정 1, 다소부정 2, 그저그렇다 3, 다소긍정 4, 매우 긍정 5, 산술적 평균값 3)이며 긍정은 26.8%, 부정은 42.1%로 부정이 긍정보다 높은 것으로 나타나고 있으며, ‘김치는 꼭 있어야 된다’는 전체 평균이 3.91이며 긍정 68.1%, 부정 14.3%로 대다수 소비자들이 이에 대해 공감하고 있는 것으로 나타나고 있다. ‘밥보다 라면 등 인스턴트 식품을 좋아한다’는 전체 평균이 2.24이며 긍정 15.0%, 부정 63.6%로 부정이 긍정보다 훨씬 많은 것으로 나타나 상당수 소비자들이 이에 대해 부정적으로 생각하는 경향임을 보인다.

&lt;표 II-8&gt; 한국인의 음식 이용 의식

| 구분                     | 응답분포(%)   |           |           |                  |                 | 평균   | 표준<br>편차 |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|------------------|-----------------|------|----------|
|                        | 매우<br>그렇다 | 다소<br>그렇다 | 그저<br>그렇다 | 대체로<br>그렇지<br>않다 | 전혀<br>그렇지<br>않다 |      |          |
| 건강식품을 애용한다             | 6.4       | 20.4      | 31.1      | 28.8             | 13.3            | 2.78 | 1.11     |
| 다른 반찬은 없어도 김<br>치는 필수다 | 39.9      | 29.0      | 16.9      | 10.4             | 3.9             | 3.91 | 1.15     |
| 밥보다 인스턴트 식품이<br>좋다     | 2.6       | 12.4      | 21.4      | 33.3             | 30.3            | 2.24 | 1.09     |

\* 출처 : 한국소비자 보호원, 2002, p. 234.

### (1) 건강식품 이용의식

소득이 증가하면서 건강에 대한 관심이 증가하였고 이제 사람들의 관심은 음식의 양보다는 질에 대한 욕구 충족으로 변화하면서 자연식품 및 건강식을 선호하는 현상이 나타나고 있다. 배고프던 시대를 지나 음식이 풍족한 시대로 접어들면서 고혈압과 당뇨병 등 성인병과 비만이 문제가 되고 있어 이를 예방할 수 있는 음식에 많은 관심을 가지게 되었다. 따라서 유기농 재배 야채 및 과일, 콜레스테롤이 적은 식품, 다이어트 식품 등을 즐겨 찾고 있다(신재영·박기용, 1999). 이제 싸고 양이 많은 음식 소비에서 비싸더라도 몸에 좋은 음식 소비로 관심이 이동하고 있다. 특히 햄버거의 경우 비만에 대한 우려, 영양 불균형에 대한 우려, 광우병 파동 등으로 인한 육류회피 등의 영향으로 맥도날드는 점포당 10% 매출이 감소했고, 롯데리아도 사상 첫 매출 감소를 기록하였다(삼성경제연구소, 2003).

건강식품 애용에 대한 생각은 지역별로는 광역시나 시지역 거주자들에 비해 군지역 거주자들이 건강식품 애용에 대해 부정적으로 생

각하는 경향으로 나타났다. 연령별 건강식품 애용에 대한 생각은 20대 2.56, 30대 2.73, 40대 2.88, 50대 이상 3.09로 나이가 젊을수록 이에 대해 보다 비판적인데 반해 50대 이상은 건강식품 애용에 대해 긍정적인 평가를 내리고 있다. 학력별로는 중졸 이하의 경우 건강식품 애용에 대해 다소 긍정적인 생각을 가지고 있으며, 직업별로는 전업주부 또는 생산직의 경우 건강식품 애용에 대한 거부감이 상대적으로 가장 낮은 것으로 나타나고 있다. 결혼 여부에 있어서 건강식품 애용에 대한 생각은 기혼은 2.86, 미혼은 2.55로 나타나 상대적으로 미혼계층의 거부감이 보다 높게 나타나고 있다. 계층귀속에 있어서는 상류층의 건강식품 애용에 대한 의식은 2.91인데 반해, 중류층은 2.79, 하류층은 2.61로 나타나 계층 귀속이 낮아질수록 건강식품에 대해 부정적으로 평가하는 것으로 나타나고 있다(한국소비자보호원, 2002).

## (2) 김치에 대한 인식

김치가 식사에 필수요소라는 인식은 연령, 학력, 직업, 결혼여부 및 주부 취업여부 등에 따라 상당한 인식 차이가 있다. 연령별 김치 선호는 20대 3.57, 30대 3.93, 40대 4.05, 50대 이상 4.24로 나이가 많을수록 김치 필수 인식 또한 보다 높은 것으로 나타났으며 20대의 경우는 상대적으로 낮은 김치 선호를 나타내고 있다(한국소비자보호원, 2002: 236).

식생활의 서구화, 핵가족화에 따라 1인당 김치 소비량은 감소하고 있으나, 여성의 가사노동시간 감소와 품질 향상 등으로 판매용 포장김치에 대한 수요는 꾸준히 증가하고 있다. 김치시장은 99년 3,500억원에서, 2000년 4,000억원, 2001년 4,600억원으로 해마다 10%이상 성장하였으며 2002년 국내 김치시장 규모는 약 5,000억원에 달한다(삼성경제연구소, 2003: 8).

### (3) 음식소비의 편리성 추구

현대인들은 식사 준비 시간을 최대한 줄이고 자기개발과 여가를 즐기고자 하며, 조리의 주체가 되어왔던 여성들의 사회 참여가 증가함에 따라 가사노동, 특히 식사 준비에 소비되는 시간도 점차 줄고 있다. 이러한 경향으로 소비자들은 조리시간이 짧게 걸리는 가공식품이나 반조리식품을 선호하게 된다. 특히 국내 전자렌지 보급률이 1986년 6.0%에서 1990년 23%로 증가함에 따라 전자렌지용 냉동식품을 중심으로 간편하게 먹을 수 있는 식품들의 개발이 계속되고 있다. 가공식품, 인스턴트식품의 종류로는 컵라면, 어묵, 냉동만두와 튀김류, 즉석국 등 레토르트 식품이 있는데 우리나라는 아직도 이러한 식품들이 다양하지 못한 편이나, 향후 안정성과 맛의 고급화가 추가되면 시장규모는 엄청나게 커질 것으로 전망된다. 최근에는 서구 음식뿐만 아니라 전통 음식의 인스턴트화도 활기를 띠고 있는데 김치와 간장, 된장, 고추장 등의 장류를 가정에서 담그기보다는 공장에서 대량생산한 제품을 구입해 먹고 있다(신재영·박기용, 1999).

삼성경제연구소(2003)도 식문화 변화의 특성으로 편의성 추구를 들고 있다. 여성의 사회활동 증가와 핵가족의 증가로 가공식품 소비 증가와 반가공, 혹은 가공 상태의 배달 음식과 테이크 아웃 음식 소비, 외식 소비의 증가를 들고 있다. 특히 간편화된 한국 음식이 인기를 끌기 시작하여 ‘삼각김밥’이나 냉동밥 등의 매출이 증가하였다.

한편, 밥보다 라면, 인스턴트 식품을 좋아한다는 인스턴트 식품 선호 의식은 지역, 성별, 연령, 학력, 직업, 결혼 여부 및 계층귀속 등 특성에 따라 상당한 인식 차이를 보인다. 지역별로는 상대적으로 광역시나 시지역 거주자들에 비해 군지역 거주자들의 인스턴트 식품에 대한 거부감이 보다 높게 나타나고 있다. 성별로는 여성들의 인스턴트 식품 선호도는 2.14인데 반해 남성들은 2.34로 나타나, 남성들에 비해 여성

들이 인스턴트 식품에 대해 보다 더 부정적으로 인식하는 경향이다. 연령별 인스턴트 식품에 대한 선호도는 20대가 2.66, 30대 2.23, 40대 2.06, 50대 이상 1.74로 나타나, 나이가 많을수록 인스턴트 식품에 대한 거부감이 보다 높아지는 것으로 나타나고 있다. 학력별로는 학력수준이 낮을수록, 특히 중졸 이하의 저학력 계층의 경우 인스턴트 식품에 대한 거부감이 매우 높게 나타나고 있으며, 직업별로는 전업주부의 부정적 인식이 가장 높게 나타나고 있다. 결혼여부에 있어서는 미혼보다는 기혼 계층이 인스턴트 식품에 대해 보다 부정적으로 생각하고 있으며, 계층귀속에 있어서는 계층 귀속이 낮을수록 인스턴트 식품에 대한 거부감이 보다 높게 나타나고 있다(한국소비자보호원, 2002).

편리하고 간편함을 선호하는 소비의 경우는 전체적으로 28.4%의 비교적 높은 공감을 얻고 있는데, 이는 연령, 직업 및 결혼여부 등 특성에 따라 인식 차이를 나타낸다. 연령별로는 30대와 40대의 경우 편리하고 간편함을 선호하는 소비에 대한 문제의식이 보다 높게 나타나고 있고, 직업별로는 전업주부와 판매, 영업직이 이에 대해 보다 비판적으로 생각하는 경향이다. 결혼여부에 있어서 편리하고 간편함을 소비하는 것에 대한 문제의식이 미혼계층은 21.1%, 기혼계층은 31.0%로 상대적으로 미혼에 비해 기혼계층의 문제의식이 보다 높게 나타나고 있다(한국소비자보호원, 2002: 239).

#### (4) 음식 소비의 분위기 및 개성 중시

이제 음식 소비 경향은 단순히 배고픔을 충족시키거나 맛을 즐기는 차원을 넘어서서 분위기를 즐기며 먹고자하는 풍조가 증가하고 있다. 상투적인 외식업소보다는 음식에 따른 특징을 내세운 전문외식업소들이 등장하고 있다. 이동시간, 맛 등이 외식업소를 결정하는 중요한 요소였으나, 이제는 단순히 거리, 유명외식업소라는 요소보다는 자신의

취향에 맞는 분위기를 중요시하고 있기 때문에 다소 시간이 걸리는 곳이라도 기꺼이 가고자 한다. 이에 따라 교외 주택가의 분위기 좋은 조그마한 외식업소나, 고객으로서 화려한 대우를 받을 수 있는 패밀리 레스토랑이 인기를 끌고 있다. 또한 실내장식이나 음식 용기를 특별한 것으로 제공하면서 식탁 분위기를 한층 고급스럽게 꾸밈으로써 음식 소비를 유도하고 있다(신재영·박기용, 1999).

고급화되어있는 외식 소비의 경우는 전체적으로 35.1%가 그렇다고 답하여 상당히 높은 공감을 얻고 있다. 이러한 인식은 주택 형태에 따라 차이를 나타내고 있다. 주택형태별 고급화되어 있는 외식 소비에 대한 문제의식은 단독주택이 30.1%로 가장 낮고, 아파트 거주자는 37.8%로 상대적으로 가장 높은 문제의식을 나타내고 있다(한국소비자보호원, 2002: 239).

한편, 많은 사람들이 식사할 때 간편함을 선호하여 외식을 선호하고 있기는 하지만 반대로 자기 스스로 요리하는 즐거움을 누리고 싶어하기도 한다. 즉, 요리를 레저상품으로 즐기는 경향이 강하게 나타나고 있다. 전에는 요리학원에서 배우는 요리가 남에게 보이기 위한 음식 만들기에 주안점을 두었다면 이제는 스스로 요리하는 것 자체를 즐기기도 한다. 따라서 TV에 요리와 관련된 프로그램들이 다양하게 개설되고 있으며, 요리방법을 알려주는 전문지들도 증가하고 있다. 음식만들기가 주부나 전문조리사들만이 하는 것이 아니라 일상적인 취미생활로 인식되고 있는 것이다(신재영·박기용, 1999).

##### (5) 음식문화 문제 인식

한국소비자보호원(2002)의 조사에 따르면 일반적으로 생각되는 음식문화의 문제는 ‘음식물 쓰레기 양산’(55.6%)이 제 1순위로 꼽혔고, 그 다음으로 ‘고급화되는 외식소비’(35.1%), ‘일회용품 사용증

가’(29.1%), ‘편리하고 간편함을 선호’(28.4%)하는 경향 등을 지적하였다. 반면 ‘음식값을 먼저 내려는 관행’(3.9%), ‘아침식사 거르기’(12.7%), ‘지나친 다이어트(살빼기)’(13.3%)등은 상대적으로 덜 심각하다고 지적되었다. ‘과도하게 건강을 중시하는 소비’는 전체적으로 17.0%의 문제인식을 나타내고 있는데 지역, 성별, 직업 등 특성에 따라 상당한 인식 차이를 보인다.

지역별로는 광역시나 시지역 거주자들에 비해 군지역 거주자들의 ‘지나친 건강 중시’에 대한 문제의식이 보다 높게 나타나고, 성별로는 여성보다는 남성들의 이에 대한 문제의식이 보다 높게 나타나고 있다. 직업별로는 상대적으로 판매 영업직, 자영업자, 학생 계층의 문제의식이 보다 높은 반면, 전업 주부나 전문직 종사자의 경우는 상대적으로 낮은 문제의식을 나타내고 있다(한국소비자보호원, 2002: 238).

지나친 상차림으로 인한 음식물 쓰레기 양산의 문제는 전체적으로 55.6%의 매우 높은 공감을 얻고 있는데 이는 연령, 학력, 직업 및 취업 여부 등 특성에 따라 상당한 인식의 차이를 나타내고 있다.

연령별 음식물쓰레기 양산에 대한 문제의식은 20대는 52.5%인데 반해 30대는 53.6%, 40대 57.0%, 50대 이상 63.1%로 나이가 많을수록 음식물쓰레기 양산문제를 보다 심각하게 생각하는 경향이다.

학력별로는 중졸이하의 음식물 쓰레기 양산에 대한 문제의식이 49.6%인데 반해, 고졸은 56.8%이며 대졸은 54.8%, 대학원졸 66.3%로 대체로 학력 수준이 높을수록 음식물 쓰레기를 보다 심각하게 생각하는 경향이다. 직업별로는 음식물 쓰레기 양산 문제에 대해 전업주부들이 보다 심각하게 인식하는 경향이며, 판매 영업직이나 학생의 경우 상대적으로 가장 낮은 문제의식을 나타내고 있다. 주부의 취업여부에 있어서는 전업주부의 음식물쓰레기 양산에 대한 문제의식이 58.0%인데 반해 취업주부는 53.0%로 나타나 취업주부에 비해 전업주부의 문제의식이 보다 높게 나타나고 있다.

일회용품의 사용 증가 문제는 전체적으로 29.9%의 비교적 높은 공감을 나타내고 있다. 지역별로는 시지역과 군지역은 각각 28.1%와 27.6%의 문제의식을 보이며, 광역시는 32.7%의 문제의식을 보이고 있다. 성별로는 남성이 27.6%의 문제의식, 여성은 32.3%의 문제의식 수준을 나타내고 있다(한국소비자보호원, 2002).

#### (6) 다이어트 문제

한국소비자보호원(2002)의 조사에 따르면 지나친 다이어트의 문제는 전체적으로 13.3%의 비교적 낮은 공감을 보이는 것으로 나타났다. 하지만, 연령, 직업, 결혼여부 및 취업여부에 따라 차이를 보인다.

연령별로는 ‘지나친 다이어트’ 문제에 대해 50대 이상은 8.6%, 40대 11.0%, 30대 13.0%, 20대 18.4%로 나이가 젊을수록 지나친 다이어트 문제를 보다 심각하게 인식하는 경향이다. 아침식사 거르기는 전체적으로 12.7%의 비교적 낮은 공감을 얻고 있는데 이는 연령, 학력, 직업, 결혼여부 및 주부 취업여부 등 특성에 따라 문제의식에 대한 인식 정도에 차이를 보인다. 연령별로는 ‘아침식사 거르기’에 대한 문제의식이 20대 19.6%, 30대 12.2%, 40대 7.4%, 50대 이상 9.9%로 나이가 젊을수록 이를 보다 심각하게 생각하는 경향이다. 학력별로는 상대적으로 중졸이하 계층에서 ‘아침식사 거르기’에 대한 문제의식이 보다 높게 나타났으며, 직업별로는 학생과 생산직이 각각 21.6%와 17.9%의 문제의식을 나타내고 있다(한국소비자보호원, 2002).

### 3. 청소년과 음식 소비, 음식 문화

여기서는 청소년들의 음식소비 태도 및 소비 패턴을 중심으로 청소년들의 음식문화 양상을 개관하기로 하겠다.

#### 1) 청소년과 음식 소비 태도

##### (1) 식도락 지향적 식생활

첫 번째로 들 수 있는 것은 청소년들의 식도락 지향적 음식소비 태도이다. 전국의 중고생 905명을 대상으로 실시한 조사결과에 의하면 우리나라 중고생 10명중 8명 정도가 먹는 것은 사람이 사는데 즐거운 일 중의 하나라고 생각하고 있다. 음식을 먹을 때 영양가보다 맛을 중시 여긴다는 것이다. 맛을 중시하는 경향은 해마다 증가하는 추세이며 부모세대보다 높은 응답률(86%)을 보이고 있다. 그러나 실제 먹는 것을 즐기기 위한 구체적 소비행동은 그 태도만큼 적극적이지 않다. “먹는데 돈을 아끼지 않는다”고 대답하는 중고생은 10명 중 5-6명 정도로 고등학생의 경우 중학생이나 부모세대에 비해 다소 많은 것으로 나타나지만, 맛이 있다고 소문난 음식점을 찾아다니는 편이라고 응답하는 중고생은 10명 중 4명 정도로 과반수가 채 안되고 있다(대홍기획 마케팅전략 연구소, 1999).

##### (2) 건강유해성분에 대한 태도

신체적으로 특별한 이상 징후를 느끼지 못하는 중고생들은 건강에 대해 큰 염려를 하지 않는 편이다. 그에 따라 건강에 유해하다고 알려져 있는 카페인, 지방질 음식, 설탕 등에 대해 별다른 관심을 보이

지 않는 것으로 나타난다. 정도면에서는 남학생보다 여학생의 유해성분 기피 성향이 더 높은 것으로 나타났다. 이는 여학생들이 건강을 더 염려해서라기 보다는 체형이나 피부관리 등에 민감하기 때문인 것으로 판단하고 있다(대홍기획 마케팅전략 연구소, 1999).

### (3) 인스턴트 식품 및 서구 음식에 대한 태도

평소 인스턴트 식품을 즐겨 먹고 있는 중고생들은 인스턴트 식품이 특별히 이로울 것이라고 생각하지는 않지만, 건강에 해로울 것이라는 과거의 부정적 인식은 상당히 개선되고 있는 것으로 나타나고 있다.

중고생들은 부모세대와 달리 입맛이 서구지향적으로 변해가고 있다. “외식을 할 때 이왕이면 한식보다 양식으로 하고 싶다”거나 “점심을 사먹어야 하는 경우 햄버거나 치킨점 등을 종종 이용한다”라고 응답하는 중고생이 과반수를 넘고 있다. 특히 중학생보다는 고등학생이, 남학생보다는 여학생이, 그리고 혁신 성향이 높은 사람일수록 입맛의 서구화 경향이 두드러진다. 실제 외식 종류 중 본인이 가장 좋아하는 음식을 선택하게 했을 때에도 매년 중고생의 40% 정도는 양식을 선호한다고 대답하고 있어서 80%에 육박하는 부모세대의 한식 선호율에 비하면 상당한 차이를 보인다. 특히 햄버거 등 패스트푸드는 중고생 등 젊은 세대의 독자적인 먹거리 문화를 형성시켜 나가고 있다(대홍기획 마케팅전략 연구소, 1999).

이밖에 채식보다는 육식을 선호하는 경향이 나타나고 있으며, 간식이나 군것질을 즐기는 경향으로 10중 8명 정도가 그렇다고 답하였다. 중고생이 좋아하는 간식은 스낵이나 쿠키같은 과자류로 남학생에 비해 여학생이 과자류를 특히 좋아하며 남학생은 상대적으로 라면을 즐기는 것으로 나타났다(대홍기획 마케팅전략 연구소, 1999).

#### (4) 학교 생활과 음식 소비 습관 형성

청소년들의 일상은 대부분 학교 생활로 이루어져 있으며 학교에서 주고받는 음식에 대한 대화 및 음식 소비에 대한 의견은 청소년들의 식습관 형성에 중요한 영향을 끼친다고 볼 수 있다. 특히 청소년들의 생일 파티의 개최장소가 패스트푸드점으로 자리잡히고 있으며, 패스트푸드를 구입하는데 할인 혜택이 주어지는 쿠폰에 대한 정보나 패스트푸드를 구입하면 얻게되는 사은품 등에 대한 정보는 학교 친구들 간의 대화를 통해 얻어지게 되는 것이다.

미국의 경우도 패스트푸드를 포함하는 건강에 별로 도움이 되지 않는 음식(junk food)에 대한 정보가 학교 생활을 통해 공유되어지고 있다. 매사추세츠의 한 초등학교 식당에는 맥도날드를 상징하는 노란색 아치가 벽에 붙어 있으며 책을 많이 읽는 학생들에게는 공짜 햄버거와 사은품을 제공하고 있다. 이러한 사례는 맥도날드 뿐 아니라 유명한 패스트푸드 업체(피자 헛, 도미노 피자, 타코벨 등)도 초등학교의 야외 체험 학습이나 파티 등에 음식을 제공해 왔다. 패스트푸드가 초등학교의 교실 내에 직접 제공되는 것은 아니지만 여러 가지 쿠폰 북이나 광고 등을 통해 소비를 촉진시켜왔다(Levine, 2000).

#### (5) 식사의 규칙성

청소년 건강을 위해서 가장 필요한 것이 규칙적인 식사습관임에도 불구하고 아침 식사를 거르는 학생들이 많은 것으로 나타났다. 한 중학교 학생들을 대상으로 실시한 조사에 따르면 아침을 먹지 않는 학생들이 21%, 가끔 먹지 않는 다는 학생이 11%로 나타났다(서순옥, 2000). 따라서 32%정도의 학생이 아침을 규칙적으로 먹지 않는 것으로 나타나, 이는 보건복지부의 조사수치인 36.9%<sup>1)</sup>보다는 낮지만 여전

히 10명중 3명 정도는 아침을 거르고 있는 실정이다.

학원에 다니거나 부모들의 늦은 귀가로 인하여 저녁식사 시간이 늦은 학생들이 많은 것으로 나타났다. 위에 부담을 주지 않기 위해서 식사 후 최소한 3-4시간이 지난 후 잠자리에 드는 것이 바람직한데 저녁 8시 이후에 음식을 먹는 학생들이 79%로 나타났으며, 식사후 1-2시간 이내에 잠을 자는 학생들이 30%정도가 되었다(서순옥, 2000).

#### (6) 간식습관

학생들의 나쁜 식습관 중 하나는 간식을 하고 밥을 먹지 않는 것이다. 식사를 하지 않고 간식을 먹느냐는 질문에 대체로 그렇다가 25%, 항상 그렇다가 9%를 차지하여 34%의 학생들이 정상적인 식사를 하지 않는 경향이 있음을 보인다. 성장기의 청소년들은 영양소를 골고루 섭취하여야 하나 간식으로 식사를 대신하여 영양 불균형이 초래될 위험이 있다(서순옥, 2000).

또한 학생들이 선호하는 음식으로는 가공식품이 큰 비중을 차지하고 있으며 가장 좋아하는 식품은 라면으로 나타났다. 매일 한번씩 라면을 먹는가에 대한 질문에서 자주 그렇다는 학생이 13%, 대체로 그렇다는 응답이 14%, 가끔 그렇다는 응답이 41%로 대부분의 청소년들이 라면을 선호하고 있는 것으로 나타났다(서순옥, 2000).

#### (7) 김치에 대한 인식

김치를 매끼마다 먹는다는 비율은 76%로서 대부분의 학생들이 김치를 좋아하는 것으로 나타났다. 한동안 청소년들이 김치를 먹지 않는

---

1) 연령별 아침 결식률은 20~29세가 45.4%, 13~19세가 36.9%로 나타났다(<http://www.mohw.go.kr/> 2001 건강영양조사 영양조사편).

다는 통계가 나온 적도 있었으나 요즘은 다시 김치를 즐겨 먹고 있다고 한다. 아침에는 김치를 안먹는 학생들이 8%정도이나 저녁에는 0%로 나타났다. 이는 아침에는 등교로 인하여 아침을 간단히 먹거나 거르는 학생들이 있기 때문으로 보여진다(서순옥, 2000).

## 2) 음식 소비와 체형 인식

청소년들의 음식 소비는 자신들의 체형인식과 밀접한 관련이 있음을 보이고 있다. 자신이 추구하는 이상적인 체형을 만들기 위해 음식을 먹지 않거나 조절하는 등의 방법을 사용하는 것으로 보인다. 특히 여학생들의 경우는 정상체중보다 마른 체형을 선호하고 있어서 음식을 제대로 섭취하지 않거나 거부함으로써 성장기 균형잡힌 영양을 섭취하지 못하는 경우가 발생하고 있다. 더욱 문제가 되는 것은 자신들이 정상체중임에도 불구하고 과체중이라고 인식하는 청소년들이 적지 않다는 점이다.

권두승과 조아미(1998)에 따르면 서울시에 소재한 중·고등학생들의 경우 청소년들은 자신이 살췌다고 여기는 경우가 33.8%이고 말랐다고 여기는 경우가 27.9%였다. 여자들은 특히 39.8%가 뚱뚱하다고 생각하는 반면, 23.4%만이 말랐다고 생각했다. 그러나 이들의 실제 체중은 과체중인 청소년은 불과 6.7%에 해당되었다고 한다.

보건복지부의 연구<sup>2)</sup>에 따르면 여학생은 가장 이상적인 체형으로 ‘마른 체형’을 선호(61.4%)하며 남학생은 ‘보통체형’을 가장 선호

2) 이 연구는 보건복지부에서 고려대 신철 교수팀(고려대 안산헬스연구소)에 의뢰한 「청소년들의 외모인식과 건강수준 실태조사」 연구로 서울과 수도권 권(안산) 및 농촌지역(파주)을 선정하여 각 지역 초·중·고 여학생 2,891명, 대조군으로 남학생 891명을 대상으로 한 체형인식, 체중조절 행태, 행동특성, 식이장애에 대한 설문조사와 신체계측, 혈압측정, 체혈 등의 검진, 그리고 다이어트 경험여학생 24명에 대한 심층면접을 통하여 이루어졌다 (<http://www.mohw.go.kr>).

(52.6%)하는 것으로 나타났다. 여학생 중에는 저체중의 59.0%, 정상체중의 66.1%, 과체중의 47.2%, 비만의 36.5%가 마른 체형을 선호하는 것으로 나타나 저체중과 정상체중 여학생들이 과체중과 비만상태 여학생보다 마른체형을 더 선호하는 것으로 나타났으며, 정상체중 여학생의 56.8%는 자신의 체형에 불만을 갖고 있었다.

저체중 여학생의 38.7%가 자신을 보통체형 또는 뚱뚱한 체형으로 생각하고, 정상체중 여학생들도 43.6%가 자신을 뚱뚱하다고 인식하고 있어 마른체형에 대한 선호가 왜곡된 체형인식까지 이르게 하고 있는 것을 볼 수 있다. 따라서 본인이 인식한 체형과 실제 체중과의 불일치는 과체중이나 비만이 아님에도 불구하고 더 마르기 위해 다양한 행태의 체중조절을 시도하고 있어 청소년기의 성장과 2차 성징 발달 저해가 우려된다고 지적하고 있다.

여학생의 체중조절 경험은 정상체중군 중 64.9%(1,240명), 저체중군 중에서는 29.3%(112명)로 나타났다. 체중조절 방법의 하나인 다이어트는 남학생의 12.1%, 여학생의 41.1%가 경험한 적이 있었으며, 비만체중 학생은 정상체중 학생보다 2.3배 높은 경험율을 나타냈다. 다이어트 이유로는 여학생은 '외모', 남학생은 '건강'을 1위로 꼽아 우리 사회가 성인여성에게 요구하는 외모압박이 여학생에게도 심각하게 작용하고 있음을 보여주고 있고, 이는 다이어트를 경험한 여학생의 심층면접 결과에서 날씬하고 외모가 좋은 여학생에 대한 교사의 편견 등을 경험하는 등 외모가 사회생활의 주요변수가 되고 있음을 보이고 있다(<http://www.mohw.go.kr>). 한편 비정상적인 음식 섭취 습관은 가족 관계, 특히 부모 자식간의 갈등 형성에도 악영향을 끼칠 수 있음을 지적한다(Archibald et al. 2002).

## 3) 청소년과 외식행동

## (1) 청소년과 외식빈도

근래의 경제발전과 생활양식의 변화에 따른 외식 기회의 증가는 어린 청소년의 외식빈도까지 높이게 되어 여자의 경우에는 중·고등학생보다 초등학생의 경우에 매일 외식하는 비율이 더 높게 나타나고 있다. 학교급식의 확대 실시와 급증하는 외식의 기회는 가정에서의 식사빈도를 감소시키게 되며, 따라서 부모에 의한 식사관리나 영양관리의 기회가 줄어들게 된다. 결국 청소년 스스로의 판단에 의해 식사의 내용이 결정되는 경우가 많아지므로 초등학교에서부터 영양적으로 균형이 잡힌, 올바른 식사에 대한 교육이 이루어져야 할 것이다(문화관광부, 2002: 48). 청소년의 외식 실태는 아래의 표에서 보여지는 바와 같이 매일 1회 이상 외식하는 청소년의 비율이 연령층 및 성별로 16.5%(7~12세 남자)에서 40.8%(20~29세 남자)에 까지 이르고 있다.

&lt;표 II-9&gt; 청소년의 외식 섭취빈도에 따른 분포(연령별)

(단위 : %)

| 연령(세) | 섭취빈도 하루2회 이상 |     | 하루 1회 |      | 주1회이상 |      | 월1회이상 |      | 거의 안함 |      |
|-------|--------------|-----|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|
|       | 남자           | 여자  | 남자    | 여자   | 남자    | 여자   | 남자    | 여자   | 남자    | 여자   |
| 전 연령  | 5.4          | 2.5 | 21.4  | 12.1 | 21.2  | 21.0 | 24.2  | 26.6 | 27.8  | 37.8 |
| 7~12  | 0.6          | 1.5 | 15.9  | 18.8 | 14.7  | 16.4 | 36.4  | 30.4 | 32.4  | 32.9 |
| 13~19 | 4.4          | 3.1 | 13.1  | 15.3 | 20.5  | 25.3 | 25.7  | 22.7 | 36.3  | 33.6 |
| 20~29 | 11.8         | 6.8 | 29.0  | 21.1 | 28.6  | 31.5 | 15.5  | 21.3 | 15.1  | 19.3 |

\* 출처 : 보건복지부, 1999, 「1998 국민건강·영양조사」, 문화관광부, 2002, 48쪽에서 재인용.

## (2) 청소년과 외식동기

청소년들이 외식을 하는 주요 동기로는 맛을 즐기기 위해서 뿐 아니라 특별한 날을 기념하기 위해서나 사교적인 목적을 위해서 혹은 마땅히 시간을 보낼 곳이 없어서 외식을 하는 경우가 많은 것으로 보여진다.

서울지역의 중·고등학생과 대학생 및 학부모들을 대상으로 2000년 6월부터 7월까지 실시된 조사에 따르면, 외식을 하는 동기에 대해서 연령대별로 보면 10대(36.1%)와 40대(30.9%)는 특별한 날을 기념하기 위해서가 다른 연령대에 비해 높았으며 20대는 '사교적인 목적'으로 외식을 하는 비율(33.1%)이 높았고, 30대는 '식사준비가 번거로워서' 외식을 하는 비율이(22.2%) 다른 연령대에 비해 높았으며 50대 이상은 '맛을 즐기기 위해서' 외식을 하는 비율이(33.8%)이 다른 연령대에 비해 높았다. 특히 10대와 20대들은 패스트푸드점을 간편하고 사교적 장소로 적합하다는 이유로 많이 이용하고 있다(박주원·안숙자, 2001).

특히 청소년들은 기성세대에 비해 외식빈도가 높은 것으로 나타나고 있다. 한 연구에 따르면 조사 대상자의 70.6%가 일주일에 한번 이상 외식을 즐긴다고 답하였다고 한다. 특히 외식 동기로 남성은 '식사를 위하여'라고 답한 비율이 48.7%, '만남을 위하여'라고 답한 비율이 40.3%로 나타나고 있는데 여성은 '만남을 위하여' 외식을 하는 경향이 더 높은 것으로 나타났다(신재영·홍석환, 2000).<sup>3)</sup>

3) 이들은 서울시내의 강남지역과 대학가의 13개의 주요외식업체를 무작위 추출하여 각 10명의 X세대 고객을 대상으로 130부의 설문지를 배포하여 조사를 실시하였다. 이들의 조사에서는 18세에서 28세 사이의 남녀를 X세대로 보았기 때문에 청소년 연령층을 다소 넘어서고 있다.

### (3) 외식시 선호하는 음식

일반적인 외식시 청소년들이 선호하는 음식은 한식과 패스트푸드 종류로 나타나고 있다. 하지만 이벤트나 기념일, 데이트 등 특별한 행사가 있을 때는 양식을 선호하는 것으로 보여진다.

서울지역의 중·고생 및 대학생, 학부모들에 대한 조사에서 외식시 선택하는 음식의 종류에 대해서는 모든 연령대가 외식시 한식(34.5%~79.1%)을 가장 많이 선택하였으며, 그 비율은 40대(79.1%)가 다른 연령대에 비해 높았다. 20대가 외식으로 패스트푸드를 선택하는 비율(31.0%)이 다른 연령대에 비해 높았으며 10대는 간이음식점(분식점)을 선택하는 비율(10.3%)이 다른 연령대에 비해 높았다(박주원·안숙자, 2001).

역시 서울지역 대학생들을 대상으로 한 조사에서 친구와 외식시 선호하는 음식은 남녀 모두 한식(53.4%)에 이어 패스트푸드(22.1%)로 나타났으며, 분식, 중식, 일식의 선호도는 낮았다. 패스트푸드의 선호도가 분식의 8배 가량으로 나타나, 대학생들의 음식 선호도가 타지역에 비해 분식에서 패스트푸드로 빠르게 바뀌고 있음을 보여준다. 데이트시에는 친구와의 외식시에 비해 양식의 선호도(30.2%)가 높게 나타났고, 한식(28.3%)과 패스트푸드(27.4%)는 여전히 선호되었고 분식, 중식, 일식의 선호도는 낮은 것으로 나타났다. 점심으로는 면이나 빵보다는 밥 종류를 즐겨 먹고 있었으나, 저녁에는 밥종류보다는 햄버거, 돈가스, 피자, 스파게티의 선택빈도가 훨씬 높아 입맛의 서구화와 편의성 추구의 성향이 더욱 심화됨을 알 수 있다(김희선·정진은, 2001).

역시 X세대(1999년 기준 18세에서 28세 사이의 남녀를 그 대상으로 잡음)의 외식 소비에 대한 연구에서 X세대는 의외로 한식을 많이 선호하는 것으로 나타났다. 전체 응답자의 34%가 한식을 선호한다고 답하였으며 다음이 면류나 스낵(19%), 피자 전문점이 (18.5%), 패밀리

레스토랑이나 경양식점이 18.5%, 햄버거점이 10.9%로 나타났다(신재영·홍석환, 2000).

이러한 선행 연구들의 조사에 따르면 청소년들은 성인들에 비해 패스트푸드를 선호하는 경향이지만 전체적으로는 한식을 선택하는 비중이 더 높음을 알 수 있다.

#### (4) 외식 선택 기준

청소년들의 외식 선택 기준으로 작용하는 요인은 맛, 가격, 위생, 분위기, 서비스, 브랜드 이미지, 양, 편리성 등이 고려되는 것으로 보인다. 하지만 외식의 목적이나 동기에 따라 외식 장소의 선택 기준은 달라지기도 하며, 성별에 따른 외식 장소 선택의 차이도 있음을 알 수 있다.

일반적으로 남학생들이 여학생들보다 가격과 맛을 우선시하는 반면에 여학생들은 맛과 위생을 우선시하는 것으로 나타나고 있다. 서울시내 11개 대학 학생들을 대상으로 한 조사에서는 식당 선택시에는 남녀 모두 맛, 가격, 분위기, 위생, 서비스, 브랜드의 순으로 우선시 하였으나, 남학생은 여학생보다 가격과 서비스를, 여학생은 남학생보다 맛과 위생을 더 고려하였다. 데이트 시에는 남, 녀 모두 분위기를 가장 중시하였으며 다음으로 맛, 가격, 위생, 서비스, 브랜드의 순으로 나타났다(김희선·정진은, 2001).

서울 지역 대학생을 대상으로 한 또 다른 연구에서도 외식시 음식을 선정하는 기준으로는 맛, 가격, 양을 우선으로 하였으며 영양은 거의 고려하지 않는 것으로 나타났다. 특히 남학생의 경우, 맛, 가격을 위주로 음식을 선택하는가 하면 여학생도 맛이 음식 선택에 있어 가장 중요한 요인으로 나타났다(송병준, 1998).

광주지역 대학생들을 대상으로 한 연구에서도 외식선택 기준으로

남학생의 49.3%, 여학생의 65.3%가 음식 맛을 가장 중요한 요인으로 인식했으며 여학생은 위생, 가격순으로 선택기준을 정하였으나 남학생은 가격을 더 중시하였다(노희경, 1999).

한편 음식점 유형별<sup>4)</sup>로 방문동기를 조사한 결과, 가격대에 따른 외식 동기가 다름을 보인다. 서울시내 고등학생들을 대상으로 한 조사에 따르면, 저가격 음식점은 ‘배고픔을 면하기 위하여’ 방문하는 경우가 전체의 71.2%로 나타났으며, 중가격 음식점은 예정된 모임을 위해서 방문하거나(49.1%), 좋아하는 음식을 먹기 위해서(39.7%)라고 응답하였다. 또한 고가격 음식점의 경우는 특별 기념 행사(생일, 입학 등)를 위해서 방문하거나(48.4%), 좋아하는 음식을 먹기 위해서(22.8%)인 것으로 나타났다. 음식점 업종별로 중요하게 여기는 선택 기준 및 이유도 다르게 나타나고 있다. 저가격 음식점의 경우 중요하게 인식하는 외식서비스 특성요인으로 음식, 위생, 가격, 위치였으며, 중가격 음식점의 경우는 위생, 음식, 가격, 메뉴 순서이고, 고가격 음식점의 경우는 위생, 음식, 분위기, 기타의 순이었다. 세 가지 음식점 모두 위생과 음식 요인을 중요하게 인식하고 있음을 보인다(양일선 외, 1996).

서울지역 중·고생과 대학생, 학부모들을 대상으로 한 조사에서도 음식점을 선택하는 이유로 한식점, 일식점은 ‘입맛에 맞기 때문에’, 양식점은 연령층이 낮을수록 ‘음식이 입맛에 맞기 때문에’ 선택한다는 비율이 높았고 연령층이 높을수록 ‘사교 장소로 적당하기 때문에’ 선택한다고 하였다. 중국 음식점을 선택하는 이유는 ‘가격이 적당하기 때문에’였고, 패스트푸드점과 간이음식점(분식점)을 선택하는 이유는 ‘먹기

4) ① 저가격 음식점: 음식을 먹을 때 1인당 2,000원 미만의 비용을 지불하는 음식점, 분식점, 아이스크림점, 제과점, 학교매점, 학교식당, 편의점, 길가 노점 등.

② 중가격 음식점: 음식을 먹을 때 1인당 2,000원 이상 5,000원 미만의 비용을 지불하는 음식점, 피자점, 치킨점, 햄버거점, 중국음식점 등.

③ 고가격음식점: 음식을 먹을 때 1인당 5,000원 이상의 비용을 지불하는 음식점. 갈비집, 양식집, 일식집, 뷔페식당, 웨딩리 레스토랑 등.

가 간편해서'였다(박주원·안숙자, 2001).

또한 음식점 유형별로 동행하는 대상에도 차이가 있음을 보인다. 저가격 음식점의 경우는 주로 친구나 이성친구(87.8%)와 동행하는 것으로 나타났으며, 중가격 음식점은 친구나 이성친구(63.7%)와 형제, 자매(26.9%) 등과 동행하고 고가격 음식점의 경우는 부모님, 친척(94.4%)과 주로 동행하는 것으로 나타났다(양일선 외, 1996).

한편, 청소년들이 음식점을 선택할 때 주로 영향을 받는 요소는 친구들이나 광고로 나타나고 있다. X세대의 외식 소비에 관한 한 연구에 따르면 외식에 관한 정보는 주로 가족이나 친구, 친지, 이웃으로부터 얻는다는 응답이 조사 대상자의 과반수 이상을 차지하였고 그 다음이 방송이나 신문의 영향을 받는다고 지적되었다(신재영·홍석환, 2000).

#### 4) 청소년과 패스트푸드 소비

##### (1) 패스트푸드의 역사

본격적으로 패스트푸드로 통칭되는 연쇄점 스타일의 음식판매의 시초는 맥도날드라고 할 수 있다. 맥도날드는 미국의 외식기업 매출액 1위이며, 미국내 샌드시장 점유율 35.26%로(2위는 버거킹으로 16.27%) 1위를 달리고 있다. 브랜드 명은 딕 맥도날드와 맥 맥도날드 형제의 이름을 딴 것으로 이들 형제가 경영하던 패스트푸드점 이름에서 유래했다. 맥도날드 형제의 '퀵서비스'는 메뉴 수를 줄이는 대신에 조리 스피드를 높이고 셀프서비스를 도입하고 가격을 낮추는 경영 혁신이었다. 본격적인 맥도날드의 역사는 1955년 웨이크를 만드는 Multi-Mixer 판매업자인 레이 크록(Ray A. Kroc)이 이들 형제로부터 프랜차이즈 판매권을 사들여 공동경영에 나선 것으로부터 시작되었다. 이후 맥도

날드는 미국 패스트푸드 문화의 상징으로 평가받으며 세계적인 브랜드로 인지도를 넓히며 세계화되고 있다(강다원, 2000; 해리스, 1998).

맥도날드는 1955년 시카고 교외(Des Planies)에 첫 번째 가게를 연 뒤로 4년뒤에 맥도날드는 100번째 점포가 생겼으며, 1963년에는 500번째 가게가 문을 열었으며 1965년에 뉴욕 증권시장에 상장되었다. 맥도날드의 첫 해외 지점은 1967년 6월 캐나다의 리치먼드에 개점되었고, 그 이후 1971년에는 일본에 점포망을 가지게 되었는데 일본은 미국에 뒤이어 맥도날드 점포수로 세계 2위를 차지하고 있다. 1990년에는 공산주의 국가였던 구소련 모스크바에 미국 음식문화의 상징이었던 맥도날드가 개점했는데 그 당시 수많은 인파가 몰려들었고 TV 중계까지 하는 소동을 빚었다고 한다. 1997년도에 맥도날드 회사는 전 세계에 2600여개 점포를 새로 열었는데 그 중 70% 이상이 미국이 아닌 다른 지역이었음을 감안하면 맥도날드의 세계화 추세를 알 수 있다.

우리나라에서는 1979년 롯데리아가 생긴 이래 워낙 많은 롯데리아 체인점이 생기면서 패스트푸드 햄버거업계 매출 1위를 선점하고 있는 가운데, 맥도날드는 1988년에 서울 압구정동에 제1호점을 개점하였고, 1991년 이후 맥콤·신맥 회사가 설립되어 현재 약 200개의 점포로 햄버거 업계 매출 2위를 달리고 있다. 2001년에 롯데리아는 총 760개, 맥도날드는 총 340개, KFC는 총 240개, 파파이스는 총 218개, 버거킹은 총 140개의 매장 확보를 계획하고 있다. 패스트푸드업체들이 다점포화 전략을 통해 판매 증대를 계획하고 있는 것은 무엇보다 주 소비층인 신세대들의 입맛이 빠른 속도로 서구화되는 데다, 경기회복으로 중, 장년층까지 즐겨 찾고 있어 성장 잠재력이 크다는 판단 때문이라고 지적한다. 특히 근래에는 어린이들의 생일잔치 장소, 청소년/대학생들의 만남장소, 직장인들의 간단한 식사 및 아침식사 장소, 가족외식 장소 등으로 부각되고 있다(박철·전재균, 2001).

특히 패스트푸드 업체는 청소년들을 대상으로 다양한 판매전략을

세움으로써 이들의 패스트푸드 소비에 큰 영향력을 행사하고 있다. 패스트푸드 업체들은 신세대를 잡기 위한 제휴마케팅, 인터넷 마케팅을 활발히 전개하고 있다. 이동통신 또는 카드 회사와의 제휴 마케팅으로 롯데리아가 011 TTL, 맥도널드가 LG 019 카이, KFC는 016 프리텔, 버거킹은 OK 캐쉬백 등과 제휴해 할인이나 포인트를 적립해 주고 있다. 또한 패스트푸드의 타겟 고객층인 10-20대들이 손쉽게 접촉할 수 있는 인터넷 마케팅도 부각되고 있다(박철·전재균, 2001).

## (2) 청소년과 패스트푸드 이용 습관

식습관의 변화로 학생들이 가장 먹고 싶어하는 음식의 1, 2위가 피자과 햄버거로 나타났으며 청소년들의 외식소비 중 큰 비중을 차지하는 것이 패스트푸드의 소비라고 할 수 있다. 간편성을 추구하는 식생활 패턴의 증가, 서구화되는 식성 및 마땅히 갈곳이 없다는 청소년들의 사회적 요구가 맞물려 패스트푸드점은 청소년들의 생리적 욕구 충족 및 사회적 욕구 충족의 장소로 이용되고 있다. 패스트푸드 음식점은 초기에는 간식이나 대체음식으로서 양적으로나 질적으로 충분한 음식으로 간주되지 못했으나, 점차 이용빈도가 도시를 중심으로 증가하고 핵가족의 간편한 외식장소로 선호되어지고 있으며, 어린이와 청소년들을 중심으로 패스트푸드점은 모임의 장소로 선호되어 독특한 청소년문화를 구성하는 등의 상징적 의미를 갖기도 한다(유동주, 1999).

패스트푸드점을 찾는 청소년들의 경우 한달 평균 1-2회에서 5회 이상 혹은 일주일에 4-5회를 찾는 청소년들도 있는 것으로 보여진다. 특히 남학생들보다 여학생들이 패스트푸드점을 찾는 경향이 높은 것으로 나타나고 있다(정진희·김선희, 2001; 유두련외, 2000; 신애숙·노승배, 2000; 박철·전재균, 2001). 또한 패스트푸드의 소비는 쿠폰이나

할인카드의 사용과도 밀접한 관련이 있는 것으로 나타나고 있으며, 혼자서보다는 친구들과 함께 패스트푸드점을 찾는 경향이 많아 패스트푸드점이 사회적 관계를 위한 중요한 장소가 되고 있음을 알 수 있다 (박철·진재균, 2001).

한편 패스트푸드를 소비하면서 이러한 음식의 열량이나 지방 함유량이 높다는 점을 인식하고 있는 것으로 보여진다. 정진희와 김선희(2001)의 조사에 따르면 서울지역 고등학생들은 패스트푸드점을 이용하는 이유로 조사대상자 대부분이 친구들과 어울릴 수 있는 장소이면서 음식먹기가 편해서라고 답하였고, 주로 친구와 함께 가는 것으로 나타났다. 패스트푸드를 간식보다는 한 끼의 식사로 이용하였으며 쇠고기 버거와 콜라에 대한 기호도가 가장 높았다. 이 조사에 따르면, 패스트푸드점은 한달에 1-2번 정도 이용하고 있는 것으로 나타났고, 남학생보다는 여학생의 이용빈도가 더 높은 것으로 나타났다. 남, 녀 학생 모두 맛에 대한 만족도가 높았고, 분위기 및 실내 디자인에 대해서도 만족하는 것으로 나타났다. 반면에 고등학생이 이용하기에 가격 면에서 부담이 크다고 생각하는 학생이 많았다. 패스트푸드의 영양가에 대해서는 남학생은 단백질이, 여학생은 지방함유량이 많다고 인식하고 있었으면 특히 여학생의 83.7%가 패스트푸드의 열량 함유량이 높다고 인식하고 있었다.

대구·경북지역 대학생을 대상으로 실시된 조사에 따르면 패스트푸드 체인점의 이용빈도는 ‘때때로(한달에 1-2회)’가 가장 높게 나타났으며(65.4%), 다음으로 ‘거의 가지 않는다’(18.7%)로 나타났다. 주로 친구들과 함께 방문하게 되며(83.2%), 먹기 간편하기 때문에 패스트푸드를 선호하며, 패스트푸드 섭취 후 식습관의 변화는 거의 없다는 응답이 가장 높았으나, 지방섭취 또는 체중이 증가했다는 응답도 중간 점수 이상으로 나타났다. 성별에 따른 이용실태 분석을 보면 여학생들의 이용빈도가 남학생들보다 더 높았으며, 더 많은 여학생의 경우에 ‘친구’

와 방문하였다. 선호 이유 중에서 '맛이 양호'하기 때문이라는 이유에 있어서 남·녀 대학생의 평균 점수 차이가 가장 크게 나타나 여학생의 경우 맛을 더 중시하는 경향이 있었다. 또한 식습관의 변화는 남학생보다 여학생의 경우에 훨씬 더 많이 느끼고 있음을 알 수 있다(유두련 외, 2000).

박철·전재균(2001)의 연구는 부산지역에서 패스트푸드점을 찾는 소비자들을 대상으로 이용실태 및 선택속성 중요도, 만족도를 분석하였다. 부산시내의 주요 패스트푸드점 4개(롯데리아, 맥도널드, KFC, 파파이스)의 이용고객 279명을 대상으로 설문 조사하였다(18세 미만 13.3%, 19-22세가 41.9%, 23-29세가 34.1%, 30세 이상 10.8%). 응답자들은 간편해서 패스트푸드점을 이용하며, 친구와 주로 함께 가는 것으로 나타났다. 응답자들은 한달평균 5.79회 패스트푸드점을 이용하고 있었으며 1회 이용시의 식비 단가는 5,512원으로 나타났다. 패스트푸드점 이용시 가장 중요시하는 선택 속성은 음식의 맛, 청결함, 종업원 친절, 빠른 서비스, 시설 등의 순으로 나타났다. 다른 종류의 레스토랑에 비해 패스트푸드점의 우위는 '간편하다'는 것에 있음을 알 수 있다. 고등학생이나 대학생 집단의 경우 '갈 곳이 없어' 패스트푸드점을 찾는다는 응답이 많았다. 이러한 점은 패스트푸드점이 이들 집단구성원의 라이프스타일 구성요소의 한 부분으로 자리잡을 수 있는 가능성이 큼을 시사한다. 특히 대학생들은 패스트푸드점의 쿠폰, 카드 등 판촉에 상대적으로 예민함을 보인다.

### (3) 패스트푸드 이용과 비만

청소년들이 즐겨 먹는 햄버거와 피자는 열량이 높은 음식으로 햄버거가 256Kcal, 피자 1쪽이 250Kcal의 열량을 가지고 있으며 햄버거는 감자튀김과 콜라 등과 함께 먹게 되므로 고열량을 섭취하게 된다.

점심식사로 많이 찾는 김치찌개, 설렁탕, 비빔밥 등 한식은 430-580Kcal로 이중 10-28%가 지방으로 구성되어있다. 햄버거, 샌드위치, 피자, 닭튀김을 먹을 경우, 대개 고열량 식품인 프렌치프라이와 콜라를 곁들이고 있어 많으면 800Kcal까지 먹게 되며 영양구성에서는 지방이 40% 이상을 차지하게 된다. 이에 비해 김밥, 초밥, 우동은 300-600Kcal이다. 특히 햄버거와 피자를 판매할 때 세트메뉴로 콜라나 청량음료와 함께 먹도록 되어 있어서 청소년들의 식습관 형성에 영향을 주고 있다(서순옥, 2000).

서양식 패스트푸드는 육체활동이 매우 많은 성인 남자에게는 어느 정도 적당하지만 보통 남자 직장인과 여성, 어린이, 청소년에게는 너무 열량이 높은 식품이다. 따라서 패스트푸드를 많이 먹으면 비만으로 연결되기 쉽다. 패스트푸드의 주요 고객인 어린이와 청소년 중 비만 발생률이 1984년에 10%정도였는데 1994년에는 20%로 두배가 증가하였다(신재영·박기용, 1999). 일본의 경우도 1971년 맥도날드가 도입된 이래 일본인의 식사 변화가 가속화되었고 1980년대에 일본의 패스트푸드 판매량이 두배 증가하였으며 이와 관련하여 일본 어린이들의 비만율도 두배 증가하였다고 한다(김종덕, 2001).

### 5) 청소년과 패밀리레스토랑

청소년들이 선호하는 외식형태 중 하나로 등장한 것이 패밀리레스토랑에서의 외식이다. 하지만 패스트푸드점에 비해 가격대가 높게 형성되어 있으며 아직 점포가 널리 확장되어 있는 편이 아니라 빈번하게 외식장소로 선택되어지는 것은 아니다. 하지만 높은 가격대에 비해 할인 쿠폰이나 청소년들이 이용하는 휴대폰 제휴 서비스 등을 이용하여 청소년층을 고객으로 공략하고 있다.

국내에는 1988년 미도파가 '코코스'라는 브랜드를 국내에 유입함으

로서 그 시초가 되었는데 현재 14개가 넘는 브랜드들이 경쟁하고 있는 상태이다. 이후 T.G.I.프라이데이스, 아웃백스테이크, 베니건스, 뽕스, 마르쉐 등 고품격 서비스를 무기로 한 외국계 패밀리레스토랑 브랜드들이 잇따라 국내에 상륙하면서 외식업의 대형화, 고급화를 주도해왔다.

90년대 이후 외국계 체인 패밀리레스토랑은 차별화된 가격과 분위기로 가족단위 고객으로부터 큰 호응을 얻어 성장하였으나 95년부터 경기침체의 여파로 매출이 감소되기 시작했고 수많은 외식업소들이 폐업하였으나 최근 들어 외식업계도 경기가 회복되고 있는 것으로 나타나고 있다. 실제로 패밀리레스토랑은 지난해 대비 38.6%의 성장률을 보였으며 다국적 외식브랜드가 대거 유입된 이후 식당서비스에 대한 고객의 인식이 높아졌음을 보여주고 있다. 패밀리레스토랑의 장점은 서비스와 다양한 식단, 밝고 편안한 분위기, 넓은 주차공간, 어린이를 위한 식단표와 의자, 생일잔치 프로그램이 갖추어져 있고, 무릎을 꿇고 손님과 시선 높이를 맞춰 주문을 받는 등 기존의 식당 서비스 관행을 깨는 분위기를 갖추고 있다(남외자·박현진, 2002). 청소년들이 찾고 있는 패밀리레스토랑은 꾸준히 증가하고 있고 그 현황을 보면 다음과 같다.

&lt;표 II-10&gt; 패밀리레스토랑 현황

| 브랜드명       | 회사명         | 매출액(억원) |       |       |       | 증가율(%) |        |        | 점포수(개) |     |     |         |
|------------|-------------|---------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|-----|-----|---------|
|            |             | 99      | 00    | 01    | 02    | 99vs00 | 00vs01 | 01vs02 | 99     | 00  | 01  | 02      |
| TGIF       | (주)푸드스타     | 388     | 600   | 750   | 850   | 54.6   | 25.0   | 13.3   | 12     | 17  | 19  | 23      |
| 베니건스       | (주)동양제과     | 286     | 408   | 550   | 760   | 42.7   | 34.8   | 38.2   | 9      | 10  | 12  | 17      |
| 마르쉐        | (주)아모제      | 110     | 260   | 430   | 670   | 136.4  | 65.4   | 55.8   | 4      | 7   | 10  | 11-13   |
| 아웃백스테이크하우스 | (유)오지정      | 75      | 150   | 350   | 590   | 100.0  | 133.3  | 68.6   | 3      | 8   | 16  | 24-25   |
| 스카이락       | (주)푸드벨      | 215     | 300   | 350   | 550   | 39.5   | 16.7   | 57.1   | 18     | 21  | 22  | 45      |
| 코코스        | (주)코코스      | 285     | 235   | 250   | 320   | ▼17.6  | 6.4    | 28.0   | 31     | 26  | 25  | 32      |
| 빔스         | (주)푸드벨      | 75      | 130   | 240   | 400   | 73.3   | 84.6   | 66.7   | 3      | 3   | 8   | 14      |
| 토니로마스      | (주)썬앳푸드     | 75      | 115   | 140   | 144   | 53.3   | 21.7   | 2.9    | 4      | 5   | 5   | 7       |
| 씨즐러        | (주)바론즈인터내셔널 | 67      | 80    | 98    | 150   | 19.4   | 22.5   | 53.1   | 2      | 3   | 3   | 4-5     |
| 계          |             | 1,576   | 2,278 | 3,158 | 4,434 | 48.7   | 38.6   | 40.4   | 86     | 103 | 120 | 117-181 |

\* 출처 : 남외자 · 박현진, 2002, p. 98.

공 백

### Ⅲ. 청소년 음식 소비 실태 분석

1. 조사 개관
2. 조사 결과
3. 요약 및 소결

공 백

### III. 청소년 음식 소비 실태 분석

#### 1. 조사 개관

본 연구에서는 전반적인 청소년들의 음식 소비 실태 및 인식을 파악하기 위해 설문조사를 실시하였다. 청소년의 사회경제적 배경 및 지역 차에 따른 음식 소비 양상 및 실태에 대해 알아보기 위해 서울 강남/강북 지역, 지방 대도시와 중소도시, 읍면지역 청소년들을 대상으로 설문조사를 실시하여 비교 분석하였다. 또한 청소년들의 성별간, 교급간 음식 소비 실태 양상의 차이를 비교 분석하기 위해서 중학교 2학년과 고등학교 2학년 남, 녀 학생들을 대상으로 실시되었다. 설문조사는 2003년 6월 26일에서 7월 10일에 걸쳐 우편으로 실시되었다.

##### 1) 조사내용

본 연구의 조사 내용은 청소년의 일반적인 식사습관에 대한 부분과, 외식 습관, 패스트푸드점과 음식소비, 패밀리레스토랑과 음식소비 실태 및 기본적인 사회인구학적 정보를 포괄한다. 청소년의 식사습관에 대한 설문 내용으로는 청소년의 아침식사 여부 및 아침식사 형태, 점심 식사 형태, 특정 식품에 대한 선호도, 일상 음식 소비의 문제점에 대한 인식을 포함한다.

청소년의 외식습관에 대한 조사 내용은 일주일 단위 외식빈도, 주로 방문하는 외식업소 형태, 주요 외식 시간, 외식 장소 선택 이유, 외식 이유 및 외식시 주로 함께 가는 사람, 1인당 평균 외식 비용을 묻는 항목들을 포함한다.

다음으로 일반적으로 청소년들에게 인기가 있다고 알려진 패스트푸드점에서의 음식소비 실태에 대하여 조사하였다. 이를 위해 패스트

푸드 소비 이유, 선호하는 패스트푸드 브랜드, 패스트푸드점 방문 빈도, 패스트푸드에 대한 인식, 패스트푸드점에 대한 정보 습득 경로, 한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 이용 관계, 할인카드나 고객카드, 쿠폰 등의 소지 여부와 패스트푸드점 이용 관계에 대해서 알아보았다.

또한 패밀리레스토랑과 관련된 청소년들의 음식소비 실태 조사를 위해 패밀리레스토랑 방문 빈도, 자주 가는 패밀리레스토랑, 패밀리레스토랑 방문 이유, 할인카드나 고객카드 할인쿠폰의 소지와 패밀리레스토랑 이용 관계 등에 대해서 알아보았다.

다음으로 청소년들의 한달 용돈 규모와 용돈 중 외식비 지출 규모, 부모의 직업 및 가계의 경제적 상황에 대한 인식, 가족형태, 부모의 연령, 자신의 체형에 대한 인식에 대해 알아보았다.

&lt;표 III-1&gt; 조사 영역과 세부 질문

| 조사영역              | 설문 내용                                                                                                                                                  |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 식사습관              | 아침식사 여부<br>아침 식사 형태<br>점심 형태<br>식사 습관 문제<br>특정 식품에 대한 인식(건강식품, 김치, 인스턴트식품)<br>일상음식소비의 문제점                                                              |
| 외식 습관             | 일주일 단위 외식빈도<br>주요 외식업소 형태<br>외식 시간<br>외식장소 선택 이유<br>외식 이유<br>외식시 주요 동반자<br>1인당 평균 외식 비용(점심, 저녁, 특별한 행사시)                                               |
| 패스트푸드점과<br>음식 소비  | 패스트푸드 소비 이유<br>선호하는 패스트푸드 브랜드<br>패스트푸드점 방문 빈도<br>패스트푸드에 대한 인식<br>패스트푸드점에 대한 정보 습득 통로<br>한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 이용 관계<br>할인카드나 고객카드, 할인쿠폰 소지와 패스트푸드점 이용 관계 |
| 패밀리레스토랑과<br>음식 소비 | 외국 체인 패밀리레스토랑 방문 빈도<br>자주 가는 패밀리레스토랑<br>패밀리레스토랑 방문 이유<br>할인카드나 고객카드, 할인쿠폰의 소지와 패밀리레스토랑 이용 관계                                                           |
| 기본사회인구학적<br>정보    | 성별<br>한달 용돈 규모<br>한달 용돈 중 외식비 지출 규모<br>부모의 직업 및 가계의 경제적 상황에 대한 인식<br>가족형태<br>부모의 연령<br>자신의 체형에 대한 인식                                                   |

## 2) 조사 대상 개관

### (1) 지역별, 교급별, 성별 구성

청소년들의 음식소비에 대한 설문조사 대상은 전국의 중·고등학교 학생 중에서 서울의 강남, 강북, 대도시, 지방중소도시, 읍면지역을 대상으로 교육부 인터넷 사이트의 표본 추출 프로그램을 이용하여 표집하였다. 조사대상자의 구성을 보면 지역별로는 서울 강북이 19.3%, 강남이 21.5%, 대도시가 19.6%, 중소도시가 20.8%, 읍면지역이 18.7%로 구성되었다. 교급별로는 중학생이 50.1%, 고등학생이 49.9%를 차지하였고, 성별 구성에서는 남자가 50.8%, 여자가 49.2%를 차지하였다.

<표 III-2> 거주지별, 교급별, 성별분류

|     |       | 빈도   | 퍼센트(%) |
|-----|-------|------|--------|
| 지역별 | 서울 강북 | 287  | 19.3   |
|     | 서울 강남 | 320  | 21.5   |
|     | 대도시   | 292  | 19.6   |
|     | 중소도시  | 310  | 20.8   |
|     | 읍면지역  | 278  | 18.7   |
|     | 전체    | 1487 | 100.0  |
| 교급별 | 중학교   | 745  | 50.1   |
|     | 고등학교  | 742  | 49.9   |
|     | 전체    | 1487 | 100.0  |
| 성별  | 남자    | 751  | 50.8   |
|     | 여자    | 727  | 49.2   |
|     | 전체    | 1487 | 100.0  |

## (2) 부모의 직업별, 경제 수준 인식별, 가족 형태별 표본 특성

아버지의 직업인 경우에는 28.6%가 회사원이었고, 자영업이 27.1%, 공무원이 12.7%, 농업이 7.3%, 기타 18.5%와 무직이 2.6%를 차지하고 있었으며, 어머니의 직업인 경우에는 전업 주부인 경우가 56.5%, 회사원 11.8%, 자영업 15%, 공무원 3.5%, 교육관련 2.8%, 농업 3.1%, 기타가 7.3%의 비율이었다

집안의 가정형편에 대한 인식정도는 63.6%가 보통이라고 대답했고, 아주 잘 살거나, 어느 정도 산다는 22.9%, 형편이 어렵거나 아주 어렵다고 응답한 경우는 13.4%였다.

현재 함께 거주하고 있는 가족의 형태의 경우에는 부모와 거주하고 있는 경우가 76.9%, 편부모와 거주하는 경우에는 7.9%, 대가족으로 부모, 다른 친척을 포함한 경우는 6.5%, 기타는 8.7%를 차지했다.

&lt;표 III-3&gt; 부모의 직업별, 가정형편, 가족형태별 표본구성

| 구분      |                | 빈도   | 퍼센트(%) |
|---------|----------------|------|--------|
| 아버지의 직업 | 회사원            | 411  | 28.6   |
|         | 공무원            | 183  | 12.7   |
|         | 교육관련           | 44   | 3.1    |
|         | 자영업            | 390  | 27.1   |
|         | 농업             | 105  | 7.3    |
|         | 기타             | 266  | 18.5   |
|         | 무직             | 38   | 2.6    |
|         | 전체             | 1487 | 100    |
| 어머니의 직업 | 주부             | 815  | 56.5   |
|         | 회사원            | 170  | 11.8   |
|         | 공무원            | 51   | 3.5    |
|         | 교육관련           | 40   | 2.8    |
|         | 자영업            | 216  | 15.0   |
|         | 농업             | 45   | 3.1    |
|         | 기타             | 106  | 7.3    |
|         | 전체             | 1443 | 100    |
| 가정형편    | 아주 잘사는 편이다.    | 44   | 3.0    |
|         | 어느 정도 잘사는 편이다. | 294  | 19.9   |
|         | 보통이다.          | 938  | 63.6   |
|         | 어느 정도 형편이 어렵다. | 171  | 11.6   |
|         | 아주 형편이 어렵다.    | 27   | 1.8    |
|         | 전체             | 1474 | 100    |
| 거주가족형태  | 편부모            | 117  | 7.9    |
|         | 부모             | 1133 | 76.9   |
|         | 대가족            | 96   | 6.5    |
|         | 기타             | 128  | 8.7    |
|         | 전체             | 1474 | 100    |

## 2. 조사 결과

### 1) 식사습관 및 음식 소비 의식

#### (1) 아침식사의 규칙성 정도

##### ① 청소년 아침식사 규칙성

전체적으로 얼마나 자주 아침을 먹는가에 대해서 알아보았다. 매일 먹는다는 청소년이 50%로 과반수를 차지하고 있는 반면에 안 먹는다는 청소년과 불규칙적이라는 청소년도 25.9%로 상당수를 차지하고 있다. 아침을 하루 이상 거르는 청소년들은 50%를 차지하고 있다.

<표 III-4> 아침식사 여부

|          | 빈도   | 퍼센트(%) |
|----------|------|--------|
| 안 먹는다    | 193  | 13.0   |
| 일주일 1-3회 | 170  | 11.4   |
| 일주일 4-6회 | 188  | 12.7   |
| 매일먹는다    | 743  | 50.0   |
| 불규칙적     | 192  | 12.9   |
| 전체       | 1486 | 100.0  |

##### ② 지역별 청소년 아침식사 규칙성

지역별로 청소년들의 아침식사의 규칙성 정도를 살펴보면 매일 먹는다는 청소년들이 전 지역에 걸쳐 가장 많이 나타나는 반면에 강남지역 청소년들이 매일 먹는다는 응답은 43%로 다른 지역 청소년들에 비해 적은 비율을 보이고 있었다. 반면에 대도시 지역 청소년들은 58.3%로 다른 지역에 비해 가장 많이 아침식사를 매일 하고 있는 것

으로 나타났다. 아침식사를 하지 않는다는 청소년의 비율은 중소도시에 거주하는 청소년들이 가장 높았다.

<표 III-5> 지역별 청소년들의 아침식사 규칙성

|    |      | 아침 식사 규칙성 |              |              |           |            | 전체     |
|----|------|-----------|--------------|--------------|-----------|------------|--------|
|    |      | 안먹는다      | 일주일에<br>1-3회 | 일주일에<br>4-6회 | 매일<br>먹는다 | 불규칙적<br>이다 |        |
| 지역 | 강북   | 36        | 30           | 37           | 150       | 34         | 287    |
|    |      | 12.5%     | 10.5%        | 12.9%        | 52.3%     | 11.8%      | 100.0% |
|    | 강남   | 43        | 43           | 50           | 138       | 47         | 321    |
|    |      | 13.4%     | 13.4%        | 15.6%        | 43.0%     | 14.6%      | 100.0% |
|    | 대도시  | 24        | 25           | 39           | 169       | 33         | 290    |
|    |      | 8.3%      | 8.6%         | 13.4%        | 58.3%     | 11.4%      | 100.0% |
|    | 중소도시 | 51        | 37           | 24           | 153       | 46         | 311    |
|    |      | 16.4%     | 11.9%        | 7.7%         | 49.2%     | 14.8%      | 100.0% |
|    | 읍면지역 | 39        | 35           | 38           | 133       | 32         | 277    |
|    |      | 14.1%     | 12.6%        | 13.7%        | 48.0%     | 11.6%      | 100.0% |
|    | 전체   | 193       | 170          | 188          | 743       | 192        | 1486   |
|    |      | 13.0%     | 11.4%        | 12.7%        | 50.0%     | 12.9%      | 100.0% |

$$\chi^2 = 16.945 \quad p < .05$$

### ③ 성별에 따른 청소년 아침 식사 규칙성 정도

성별에 따른 청소년들의 아침식사 규칙성 정도를 살펴보면 대체로 비슷하게 나타나고 있으나 안 먹는다는 응답과 불규칙적이라는 응답은 여자 청소년들이 다소 높게 나타나고 있으며 매일 먹는다는 응답은 남자청소년들이 다소 많은 것으로 나타났다.

&lt;표 III-6&gt; 성별에 따른 청소년 아침 식사 규칙성 정도

|     |    | 아침 식사 빈도 |              |              |           |            | 전 체    |
|-----|----|----------|--------------|--------------|-----------|------------|--------|
|     |    | 안 먹는다    | 일주일에<br>1-3회 | 일주일에<br>4-6회 | 매일<br>먹는다 | 불규칙적이<br>다 |        |
| 성 별 | 남자 | 96       | 79           | 95           | 388       | 92         | 750    |
|     |    | 12.8%    | 10.5%        | 12.7%        | 51.7%     | 12.3%      | 100.0% |
|     | 여자 | 95       | 90           | 91           | 353       | 98         | 727    |
|     |    | 13.1%    | 12.4%        | 12.5%        | 48.6%     | 13.5%      | 100.0% |
| 전 체 |    | 191      | 169          | 186          | 741       | 190        | 1477   |
|     |    | 12.9%    | 11.4%        | 12.6%        | 50.2%     | 12.9%      | 100.0% |

## ④ 교급별 청소년 아침식사 규칙성 정도

교급별로 청소년들의 아침식사 경향을 살펴보면 고등학생들이 중학생들에 비해 아침식사를 하지 않는 응답자가 더 많음을 알 수 있다. 식사를 불규칙적으로 한다는 청소년들도 고등학생이 중학생보다 많았다. 아침식사를 매일 먹는다는 청소년들은 중학생이 53.5%인 반면에 고등학생은 46.5%로 중학생보다 낮은 비율을 보이고 있다. 그에 따라 교급이 올라갈수록 청소년들이 아침을 하지 않는 경향임을 알 수 있다.

&lt;표 III-7&gt; 교급별 청소년 아침식사 규칙성

|        |      | 아침 식사 규칙성 |              |              |           |            | 전체     |
|--------|------|-----------|--------------|--------------|-----------|------------|--------|
|        |      | 안먹는다      | 일주일에<br>1-3회 | 일주일에<br>4-6회 | 매일<br>먹는다 | 불규칙적<br>이다 |        |
| 교<br>급 | 중학생  | 80        | 84           | 96           | 398       | 86         | 744    |
|        |      | 10.8%     | 11.3%        | 12.9%        | 53.5%     | 11.6%      | 100.0% |
|        | 고등학생 | 113       | 86           | 92           | 345       | 106        | 742    |
|        |      | 15.2%     | 11.6%        | 12.4%        | 46.5%     | 14.3%      | 100.0% |
| 전체     |      | 193       | 170          | 188          | 743       | 192        | 1486   |
|        |      | 13.0%     | 11.4%        | 12.7%        | 50.0%     | 12.9%      | 100.0% |

$$\chi^2 = 11.612 \quad p < .05$$

## (2) 아침식사 형태

### ① 청소년들의 아침 식사 형태

청소년들이 주로 먹는 아침식사의 형태는 한식이 67.0%라고 응답하여 여전히 대부분이 밥 등 한식으로 아침식사를 하고 있음을 알 수 있고 빵등 분식류의 경우에는 14.5%, 식사대용식은 8.2%를 차지하였다.

&lt;표 III-8&gt; 전체 청소년 아침식사형태

|       | 빈도   | 퍼센트(%) |
|-------|------|--------|
| 한식    | 952  | 67.0   |
| 빵분식류  | 206  | 14.5   |
| 식사대용식 | 116  | 8.2    |
| 기타    | 146  | 10.3   |
| 전체    | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 아침식사 형태

지역별로 청소년들의 아침식사 형태를 살펴보면 중소도시와 읍면 지역으로 갈수록 아침을 한식으로 먹는 경향이 두드러짐을 알 수 있다. 읍면지역 청소년의 경우 73.9%가 한식으로 아침을 먹는 반면에 강남 지역은 61.3%의 청소년이 아침을 밥으로 먹는다고 응답하였다. 반면에 빵 등 분식류로 아침을 먹는다는 청소년들은 서울의 강남지역 청소년들이 가장 높은 비율을 보이고 있다.

&lt;표 III-9&gt; 지역별 청소년 아침식사 형태

|    |      | 아침식사 형태 |        |       |       | 전체     |
|----|------|---------|--------|-------|-------|--------|
|    |      | 한식      | 빵등 분식류 | 식사대용식 | 기타    |        |
| 지역 | 강북   | 182     | 38     | 24    | 33    | 277    |
|    |      | 65.7%   | 13.7%  | 8.7%  | 11.9% | 100.0% |
|    | 강남   | 190     | 64     | 19    | 37    | 310    |
|    |      | 61.3%   | 20.6%  | 6.1%  | 11.9% | 100.0% |
|    | 대도시  | 185     | 44     | 31    | 25    | 285    |
|    |      | 64.9%   | 15.4%  | 10.9% | 8.8%  | 100.0% |
|    | 중소도시 | 205     | 33     | 25    | 28    | 291    |
|    |      | 70.4%   | 11.3%  | 8.6%  | 9.6%  | 100.0% |
|    | 읍면지역 | 190     | 27     | 17    | 23    | 257    |
|    |      | 73.9%   | 10.5%  | 6.6%  | 8.9%  | 100.0% |
|    | 전체   | 952     | 206    | 116   | 146   | 1420   |
|    |      | 67.0%   | 14.5%  | 8.2%  | 10.3% | 100.0% |

$$\chi^2 = 25.092 \quad p < .05$$

## ③ 성별에 따른 청소년 아침식사 형태

성별에 따른 청소년들의 아침식사 형태를 살펴보면 큰 차이를 보이고 있지는 않으며 대체로 밥 등 한식 위주의 식사를 하고 있는 것을 알 수 있다.

&lt;표 III-10&gt; 성별에 따른 청소년 아침식사 형태

|    |   | 아침식사 형태 |         |       |       | 전체     |
|----|---|---------|---------|-------|-------|--------|
|    |   | 한식      | 빵 등 분식류 | 식사대용식 | 기타    |        |
| 성별 | 남 | 486     | 112     | 53    | 74    | 725    |
|    |   | 67.0%   | 15.4%   | 7.3%  | 10.2% | 100.0% |
|    | 여 | 464     | 90      | 62    | 71    | 687    |
|    |   | 67.5%   | 13.1%   | 9.0%  | 10.3% | 100.0% |
| 전체 |   | 950     | 202     | 115   | 145   | 1412   |
|    |   | 67.3%   | 14.3%   | 8.1%  | 10.3% | 100.0% |

## ④ 교급에 따른 청소년 아침식사 형태

교급에 따른 청소년들의 아침식사 형태를 살펴보면 고등학생이 중학생보다 더 많이 아침으로 한식을 먹고 있음을 알 수 있었다. 반면에 빵 등 분식류의 경우에는 비슷한 비율로 식사하고 있었고, 식사 대용식의 경우 고등학생보다 중학생들이 더 많이 이용하고 있음을 알 수 있었다.

<표 III-11> 교급별 청소년 아침식사 형태

| 구분 |      | 아침식사 형태 |        |        |       | 전체     |
|----|------|---------|--------|--------|-------|--------|
|    |      | 한식      | 빵등 분식류 | 식사 대용식 | 기타    |        |
| 교급 | 중학생  | 450     | 108    | 84     | 81    | 723    |
|    |      | 62.2%   | 14.9%  | 11.6%  | 11.2% | 100.0% |
|    | 고등학생 | 502     | 98     | 32     | 65    | 697    |
|    |      | 72.0%   | 14.1%  | 4.6%   | 9.3%  | 100.0% |
| 전체 |      | 952     | 206    | 116    | 146   | 1420   |
|    |      | 67.0%   | 14.5%  | 8.2%   | 10.3% | 100.0% |

$\chi^2 = 25.092$   $p < .05$

### (3) 점심식사 방법

#### ① 청소년 점심식사 방법

점심은 어떻게 해결하고 있는지를 파악한 결과 도시락이 1.7%에 그쳤고 급식을 주로 하는 것으로 나타나 95.3%에 달했다. 외식인 경우는 2.3%였고 기타는 0.7%에 그쳤다.

<표 III-12> 점심방법

|     | 빈도   | 퍼센트(%) |
|-----|------|--------|
| 도시락 | 25   | 1.7    |
| 급식  | 1415 | 95.3   |
| 외식  | 34   | 2.3    |
| 기타  | 11   | .7     |
| 전체  | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 점심 식사 방법

각 지역별로 청소년들의 점심 식사 방법을 살펴보았을 때 결과는 유의미한 것으로 나타났다. 서울강남의 경우에 가장 많이 급식을 하고 있는 것으로 나타났으며 중소도시가 가장 적은 비율을 차지하고 있었다.

&lt;표 III-13&gt; 지역별 청소년 점심식사 형태

|    |      | 점심 식사 형태 |       |      |      | 전체     |
|----|------|----------|-------|------|------|--------|
|    |      | 도시락      | 급식    | 외식   | 기타   |        |
| 지역 | 강북   | 3        | 273   | 8    | 3    | 287    |
|    |      | 1.0%     | 95.1% | 2.8% | 1.0% | 100.0% |
|    | 강남   | 3        | 315   | 3    |      | 321    |
|    |      | .9%      | 98.1% | .9%  |      | 100.0% |
|    | 대도시  | 4        | 282   | 3    |      | 289    |
|    |      | 1.4%     | 97.6% | 1.0% |      | 100.0% |
|    | 중소도시 | 6        | 280   | 18   | 7    | 311    |
|    |      | 1.9%     | 90.0% | 5.8% | 2.3% | 100.0% |
|    | 읍면지역 | 9        | 265   | 2    | 1    | 277    |
|    |      | 3.2%     | 95.7% | .7%  | .4%  | 100.0% |
| 전체 |      | 25       | 1415  | 34   | 11   | 1485   |
|    |      | 1.7%     | 95.3% | 2.3% | .7%  | 100.0% |

$$\chi^2 = 46.848 \quad p < .001$$

## ③ 성별에 따른 청소년 점심식사 방법

성별에 따른 점심식사 형태를 살펴보면 남, 녀 대부분이 급식으로 점심식사를 하고 있는 것으로 나타났으며 도시락으로 점심을 해결하고 있는 경우 여학생들이 다소 높은 응답률을 보였고, 외식으로 점심을 해결하고 있는 경우는 남학생들이 다소 높은 응답률을 보였다

&lt;표 III-14&gt; 성별에 따른 청소년 점심식사 방법

|    |   | 점심식사 형태 |       |      |      | 전체     |
|----|---|---------|-------|------|------|--------|
|    |   | 도시락     | 급식    | 외식   | 기타   |        |
| 성별 | 남 | 7       | 715   | 20   | 8    | 750    |
|    |   | .9%     | 95.3% | 2.7% | 1.1% | 100.0% |
|    | 여 | 18      | 692   | 14   | 3    | 727    |
|    |   | 2.5%    | 95.2% | 1.9% | .4%  | 100.0% |
| 전체 |   | 25      | 1407  | 34   | 11   | 1477   |
|    |   | 1.7%    | 95.3% | 2.3% | .7%  | 100.0% |

$$\chi^2 = 8.191 \quad p < .05$$

## ④ 교급에 따른 청소년 점심식사 방법

교급에 따른 청소년들의 점심식사 방법을 살펴보면 대부분의 청소년들이 급식을 하고 있는 상태에서 중학생이 고등학생에 비해 급식을 하는 비율이 더 높음을 보이고 있다.

&lt;표 III-15&gt; 교급별 점심식사 방법

|    |      | 점심식사 형태 |       |      |     | 전체     |
|----|------|---------|-------|------|-----|--------|
|    |      | 도시락     | 급식    | 외식   | 기타  |        |
| 교급 | 중학생  | 4       | 726   | 9    | 4   | 743    |
|    |      | .5%     | 97.7% | 1.2% | .5% | 100.0% |
|    | 고등학생 | 21      | 689   | 25   | 7   | 742    |
|    |      | 2.8%    | 92.9% | 3.4% | .9% | 100.0% |
| 전체 |      | 25      | 1415  | 34   | 11  | 1485   |
|    |      | 1.7%    | 95.3% | 2.3% | .7% | 100.0% |

$$\chi^2 = 20.874 \quad p < .001$$

#### (4) 특정 식품에 대한 선호도

##### ① 건강식품

##### 가. 청소년 건강식품 인식도

먼저 청소년들은 건강 식품에 대해 어떠한 인식을 가지고 있는지를 살펴보았다. 매우 좋아한다가 12.8%, 어느 정도 좋아한다는 32.8%, 보통이다는 40.2%였고, 다소 싫어한다는 10.5%, 매우 싫어한다는 3.7%로 대부분의 경우 보통이상으로 좋아하고 있다는 것으로 나타났다.

<표 III-16> 건강식품인식도

|            | 빈도   | 퍼센트(%) |
|------------|------|--------|
| 매우 좋아한다    | 187  | 12.8   |
| 어느 정도 좋아한다 | 480  | 32.8   |
| 보통이다       | 588  | 40.2   |
| 다소 싫어한다    | 153  | 10.5   |
| 매우 싫어한다    | 54   | 3.7    |
| 전체         | 1487 | 100.0  |

##### 나. 지역별 청소년 건강식품 인식도

지역별로 청소년들의 건강 식품에 대한 인식을 살펴본 결과, 전 지역에 걸쳐 대체로 보통 이상의 선호도를 보이고 있다.

&lt;표 Ⅲ-17&gt; 지역별 건강식품 인식도

| 구분 |      | 건강식품       |              |       |            |            | 전체     |
|----|------|------------|--------------|-------|------------|------------|--------|
|    |      | 매우<br>좋아한다 | 어느정도<br>좋아한다 | 보통이다  | 다소<br>싫어한다 | 매우<br>싫어한다 |        |
| 지역 | 강북   | 46         | 98           | 107   | 26         | 3          | 280    |
|    |      | 16.4%      | 35.0%        | 38.2% | 9.3%       | 1.1%       | 100.0% |
|    | 강남   | 29         | 97           | 142   | 38         | 11         | 317    |
|    |      | 9.1%       | 30.6%        | 44.8% | 12.0%      | 3.5%       | 100.0% |
|    | 대도시  | 37         | 103          | 112   | 24         | 11         | 287    |
|    |      | 12.9%      | 35.9%        | 39.0% | 8.4%       | 3.8%       | 100.0% |
|    | 중소도시 | 43         | 100          | 115   | 31         | 15         | 304    |
|    |      | 14.1%      | 32.9%        | 37.8% | 10.2%      | 4.9%       | 100.0% |
|    | 읍면지역 | 32         | 82           | 112   | 34         | 14         | 274    |
|    |      | 11.7%      | 29.9%        | 40.9% | 12.4%      | 5.1%       | 100.0% |
| 전체 |      | 187        | 480          | 588   | 153        | 54         | 1462   |
|    |      | 12.8%      | 32.8%        | 40.2% | 10.5%      | 3.7%       | 100.0% |

## 다. 성별에 따른 청소년 건강식품 인식도

성별에 따른 청소년들의 건강식품 인식도를 살펴보면 남자 청소년들의 경우 어느 정도 좋아한다는 응답이 가장 높은 비율로 나타나고 있고 여자 청소년들은 보통이다라는 응답이 가장 많았다. 매우 좋아한다는 응답에서도 남자 청소년들이 두 배 이상으로 여자 청소년에 비해 높은 응답률을 나타내고 있으며 싫어한다는 응답에서는 여자 청소년들이 남자 청소년들에 비해 두 배 정도로 높게 나타나고 있다.

&lt;표 III-18&gt; 성별에 따른 청소년 건강식품 인식도

|    |   | 건강식품       |              |       |            |            | 전체     |
|----|---|------------|--------------|-------|------------|------------|--------|
|    |   | 매우<br>좋아한다 | 어느정도<br>좋아한다 | 보통이다  | 다소<br>싫어한다 | 매우<br>싫어한다 |        |
| 성별 | 남 | 134        | 271          | 257   | 58         | 14         | 734    |
|    |   | 18.3%      | 36.9%        | 35.0% | 7.9%       | 1.9%       | 100.0% |
|    | 여 | 52         | 206          | 328   | 94         | 40         | 720    |
|    |   | 7.2%       | 28.6%        | 45.6% | 13.1%      | 5.6%       | 100.0% |
| 전체 |   | 186        | 477          | 585   | 152        | 54         | 1454   |
|    |   | 12.8%      | 32.8%        | 40.2% | 10.5%      | 3.7%       | 100.0% |

$$\chi^2 = 74.542 \quad p < .001$$

#### 라. 교급에 따른 건강식품 인식도

다음은 교급에 따른 청소년들의 건강식품 인식도를 살펴본 결과 매우 좋아한다는 응답은 고등학생들이 높은 비율을 보였으며, 어느정도 좋아한다는 응답은 중학생들이 더 높은 비율을 보였다. 매우좋아한다와 어느정도 좋아한다를 포함하여 전체적으로 좋아하는 경향은 중학생에게서 높게 나타났으며, 다소 싫어한다와 매우 싫어한다는 응답을 포함한 싫어한다는 응답은 고등학생들에게서 더 높게 나타나고 있다.

&lt;표 III-19&gt; 교급에 따른 건강식품인식도

|    |      | 건강식품       |              |       |            |            | 전체     |
|----|------|------------|--------------|-------|------------|------------|--------|
|    |      | 매우<br>좋아한다 | 어느정도<br>좋아한다 | 보통이다  | 다소<br>싫어한다 | 매우<br>싫어한다 |        |
| 교급 | 중학생  | 84         | 273          | 280   | 69         | 23         | 729    |
|    |      | 11.5%      | 37.4%        | 38.4% | 9.5%       | 3.2%       | 100.0% |
|    | 고등학생 | 103        | 207          | 308   | 84         | 31         | 733    |
|    |      | 14.1%      | 28.2%        | 42.0% | 11.5%      | 4.2%       | 100.0% |
| 전체 |      | 187        | 480          | 588   | 153        | 54         | 1462   |
|    |      | 12.8%      | 32.8%        | 40.2% | 10.5%      | 3.7%       | 100.0% |

$$\chi^2 = 14.984 \quad p < .01$$

## ② 김치

## 가. 청소년의 김치 선호도

김치에 관한 인식으로는 매우 좋아한다는 35.7%, 어느 정도 좋아한다는 39.2%, 보통이라는 18.8%, 다소 싫어한다는 4.5%, 그리고 매우 싫어한다는 1.8%로 인식하고 있었다. 김치를 싫어한다는 6.3%외에는 전반적으로 좋아하고 있는 것으로 나타났다.

&lt;표 III-20&gt; 청소년 김치 선호도

|            | 빈도   | 퍼센트(%) |
|------------|------|--------|
| 매우 좋아한다    | 523  | 35.7   |
| 어느 정도 좋아한다 | 573  | 39.2   |
| 보통이다       | 275  | 18.8   |
| 다소 싫어한다    | 66   | 4.5    |
| 매우 싫어한다    | 26   | 1.8    |
| 전체         | 1487 | 100.0  |

## 나. 지역에 따른 청소년 김치 선호도

지역별로 청소년들의 김치 선호도를 살펴보았는데 대체로 고른 분포를 보이고 있음을 알 수 있었다. 전반적으로 김치를 좋아하는 경향을 보여 김치 선호도에 큰 지역 편차가 있음을 보이고 있지 않다.

&lt;표 III-21&gt; 지역별 청소년 김치 선호도

|    |      | 김치 선호도     |              |       |            |            | 전체     |
|----|------|------------|--------------|-------|------------|------------|--------|
|    |      | 매우<br>좋아한다 | 어느정도<br>좋아한다 | 보통이다  | 다소<br>싫어한다 | 매우<br>싫어한다 |        |
| 지역 | 강북   | 106        | 100          | 59    | 13         | 3          | 281    |
|    |      | 37.7%      | 35.6%        | 21.0% | 4.6%       | 1.1%       | 100.0% |
|    | 강남   | 112        | 132          | 55    | 15         | 4          | 318    |
|    |      | 35.2%      | 41.5%        | 17.3% | 4.7%       | 1.3%       | 100.0% |
|    | 대도시  | 107        | 114          | 44    | 13         | 8          | 286    |
|    |      | 37.4%      | 39.9%        | 15.4% | 4.5%       | 2.8%       | 100.0% |
|    | 중소도시 | 95         | 126          | 59    | 14         | 10         | 304    |
|    |      | 31.3%      | 41.4%        | 19.4% | 4.6%       | 3.3%       | 100.0% |
|    | 읍면지역 | 103        | 101          | 58    | 11         | 1          | 274    |
|    |      | 37.6%      | 36.9%        | 21.2% | 4.0%       | .4%        | 100.0% |
| 전체 |      | 523        | 573          | 275   | 66         | 26         | 1463   |
|    |      | 35.7%      | 39.2%        | 18.8% | 4.5%       | 1.8%       | 100.0% |

## 다. 성별에 따른 김치 선호도

성별에 따른 청소년들의 김치 선호도를 살펴보았을 때 그다지 큰 차이를 보이고 있지 않으면 70%이상의 청소년들이 김치를 좋아하는 것으로 나타나고 있다.

&lt;표 III-22&gt; 성별에 따른 김치 선호도

|    |   | 김치선호도      |              |       |            |            | 전체     |
|----|---|------------|--------------|-------|------------|------------|--------|
|    |   | 매우<br>좋아한다 | 어느정도<br>좋아한다 | 보통이다  | 다소<br>싫어한다 | 매우<br>싫어한다 |        |
| 성별 | 남 | 267        | 293          | 133   | 30         | 13         | 736    |
|    |   | 36.3%      | 39.8%        | 18.1% | 4.1%       | 1.8%       | 100.0% |
|    | 여 | 253        | 278          | 139   | 36         | 13         | 719    |
|    |   | 35.2%      | 38.7%        | 19.3% | 5.0%       | 1.8%       | 100.0% |
| 전체 |   | 520        | 571          | 272   | 66         | 26         | 1455   |
|    |   | 35.7%      | 39.2%        | 18.7% | 4.5%       | 1.8%       | 100.0% |

라. 교급에 따른 김치 선호도

교급별 청소년들의 김치 선호도에 대한 결과 차도 유의미하지 않았으나, 좋아하는 비율은 중학생이 73.1%인데 반해 고등학생이 76.7%로 더 높은 것을 볼 수 있었다.

&lt;표 III-23&gt; 교급별 김치 선호도

|    |      | 김치 선호도     |              |       |            |            | 전체     |
|----|------|------------|--------------|-------|------------|------------|--------|
|    |      | 매우<br>좋아한다 | 어느정도<br>좋아한다 | 보통이다  | 다소<br>싫어한다 | 매우<br>싫어한다 |        |
| 교급 | 중학생  | 260        | 273          | 147   | 40         | 9          | 729    |
|    |      | 35.7%      | 37.4%        | 20.2% | 5.5%       | 1.2%       | 100.0% |
|    | 고등학생 | 263        | 300          | 128   | 26         | 17         | 734    |
|    |      | 35.8%      | 40.9%        | 17.4% | 3.5%       | 2.3%       | 100.0% |
| 전체 |      | 523        | 573          | 275   | 66         | 26         | 1463   |
|    |      | 35.7%      | 39.2%        | 18.8% | 4.5%       | 1.8%       | 100.0% |

## ③ 인스턴트 식품

## 가. 청소년의 인스턴트 식품 선호도

청소년들의 인스턴트 식품에 대한 인식을 살펴본 결과, 매우 좋아한다가 23.8%, 어느 정도 좋아한다는 44.1%, 보통이다는 24.9%, 다소 싫어하다 6.5%, 매우 싫어한다는 0.7%에 그쳤으며 대다수인 92.8%의 청소년이 인스턴트 식품에 대해서는 보통이상의 선호도를 보이고 있었다.

&lt;표 III-24&gt; 인스턴트식품 선호도

|            | 빈도   | 퍼센트(%) |
|------------|------|--------|
| 매우 좋아한다    | 346  | 23.8   |
| 어느 정도 좋아한다 | 641  | 44.1   |
| 보통이다       | 362  | 24.9   |
| 다소 싫어하다    | 95   | 6.5    |
| 매우 싫어한다    | 10   | .7     |
| 전체         | 1487 | 100.0  |

## 나. 지역별 청소년 인스턴트 식품 선호도

지역별로 청소년들의 인스턴트 식품 선호도에 대한 차이는 유의미하게 나타나지는 않았으나 다른 지역 청소년들에 비해 읍면지역 청소년들이 매우 좋아한다는 응답에서 가장 높은 비율을 보이고 있다.

&lt;표 III-25&gt; 지역별 청소년 인스턴트 식품 선호도

|    |      | 인스턴트 식품 선호도 |              |       |            |            | 전체     |
|----|------|-------------|--------------|-------|------------|------------|--------|
|    |      | 매우<br>좋아한다  | 어느정도<br>좋아한다 | 보통이다  | 다소<br>싫어한다 | 매우<br>싫어한다 |        |
| 지역 | 강북   | 54          | 125          | 79    | 19         | 3          | 280    |
|    |      | 19.3%       | 44.6%        | 28.2% | 6.8%       | 1.1%       | 100.0% |
|    | 강남   | 70          | 143          | 73    | 27         | 2          | 315    |
|    |      | 22.2%       | 45.4%        | 23.2% | 8.6%       | .6%        | 100.0% |
|    | 대도시  | 70          | 130          | 66    | 19         |            | 285    |
|    |      | 24.6%       | 45.6%        | 23.2% | 6.7%       |            | 100.0% |
|    | 중소도시 | 68          | 129          | 82    | 19         | 3          | 301    |
|    |      | 22.6%       | 42.9%        | 27.2% | 6.3%       | 1.0%       | 100.0% |
|    | 읍면지역 | 84          | 114          | 62    | 11         | 2          | 273    |
|    |      | 30.8%       | 41.8%        | 22.7% | 4.0%       | .7%        | 100.0% |
| 전체 |      | 346         | 641          | 362   | 95         | 10         | 1454   |
|    |      | 23.8%       | 44.1%        | 24.9% | 6.5%       | .7%        | 100.0% |

## 다. 성별에 따른 인스턴트 식품 선호도

성별에 따른 청소년들의 인스턴트 식품 선호도를 살펴보았을 때 어느정도 좋아한다가 가장 높은 응답률을 보였으며, 남자 청소년의 경우 매우 좋아한다가 그 뒤를, 여자 청소년의 경우 보통이다가 그뒤를 따랐다. 어느정도 좋아한다는 응답과 보통이라는 응답은 여자 청소년들이 남자에 비해 높은 응답률을 보였고, 매우 좋아한다는 응답에서는 남자 청소년들이 여자보다 훨씬 많은 응답을 보였다. 다소 싫어한다는 응답에서는 여자 청소년들이 다소 높은 비율을 나타냈다.

&lt;표 III-26&gt; 성별에 따른 인스턴트 식품 선호도

|    |   | 인스턴트 식품 선호도 |              |       |            |            | 전체     |
|----|---|-------------|--------------|-------|------------|------------|--------|
|    |   | 매우<br>좋아한다  | 어느정도<br>좋아한다 | 보통이다  | 다소<br>싫어한다 | 매우<br>싫어한다 |        |
| 성별 | 남 | 202         | 309          | 173   | 41         | 8          | 733    |
|    |   | 27.6%       | 42.2%        | 23.6% | 5.6%       | 1.1%       | 100.0% |
|    | 여 | 141         | 329          | 187   | 54         | 2          | 713    |
|    |   | 19.8%       | 46.1%        | 26.2% | 7.6%       | .3%        | 100.0% |
| 전체 |   | 343         | 638          | 360   | 95         | 10         | 1446   |
|    |   | 23.7%       | 44.1%        | 24.9% | 6.6%       | .7%        | 100.0% |

$$\chi^2 = 17.125 \quad p < .01$$

라. 교급에 따른 청소년 인스턴트 식품 선호도

다음은 교급에 따른 청소년들의 인스턴트 식품 선호도를 살펴보면 큰 차이가 없이 대체로 인스턴트 식품에 대해서 좋아하는 것으로 나타나고 있다.

&lt;표 III-27&gt; 교급에 따른 청소년 인스턴트 식품 선호도

|    |      | 인스턴트 식품 선호도 |              |       |            |            | 전체     |
|----|------|-------------|--------------|-------|------------|------------|--------|
|    |      | 매우<br>좋아한다  | 어느정도<br>좋아한다 | 보통이다  | 다소<br>싫어한다 | 매우<br>싫어한다 |        |
| 교급 | 중학생  | 187         | 299          | 188   | 43         | 6          | 723    |
|    |      | 25.9%       | 41.4%        | 26.0% | 5.9%       | .8%        | 100.0% |
|    | 고등학생 | 159         | 342          | 174   | 52         | 4          | 731    |
|    |      | 21.8%       | 46.8%        | 23.8% | 7.1%       | .5%        | 100.0% |
| 전체 |      | 346         | 641          | 362   | 95         | 10         | 1454   |
|    |      | 23.8%       | 44.1%        | 24.9% | 6.5%       | .7%        | 100.0% |

## (5) 음식 소비의 문제점

## ① 청소년들의 음식 소비 문제점에 대한 인식

다음은 ‘일상생활에서 음식 소비와 관련된 가장 큰 문제점’은 무엇인가에 대한 응답으로는 음식쓰레기물의 증가가 55.6%로 가장 큰 문제로 손꼽혔고, 비만문제가 19.5%로 두 번째로 큰 문제로 보고 있어서 현재 청소년들이 신체적인 비만 문제에 많은 관심을 가지고 있는 것을 볼 수 있었다. 영양의 불균형은 15.3%, 과소비는 8.2%가 응답을 했고, 기타의 경우에는 1.4%가 응답을 했다.

&lt;표 III-28&gt; 음식 소비 문제점

|            | 빈도   | 퍼센트(%) |
|------------|------|--------|
| 음식물 쓰레기 증가 | 823  | 55.6   |
| 과소비        | 122  | 8.2    |
| 비만문제       | 288  | 19.5   |
| 영양의 불균형    | 226  | 15.3   |
| 기타         | 20   | 1.4    |
| 전체         | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 음식 소비 문제점에 대한 인식

각 지역별로 청소년들의 음식 소비 문제점 인식 차이를 살펴보았는데, 그 결과가 유의미하게 나타나지는 않았다. 전체적으로는 음식쓰레기물의 증가를 가장 큰 문제로 보았으며 이 응답에 대해서는 서울 강남지역에서 가장 높은 비율을 보였다. 한편, 비만 문제는 서울 강북 지역에서 가장 높은 응답률을 보였으며, 과소비가 문제라는 인식은 중소도시 지역에서 높은 응답률을 보였고, 영양불균형이 문제라는 응답은 읍면지역 다소 높은 응답을 보였다.

&lt;표 III-29&gt; 지역별 청소년 음식 소비 문제점 인식

|    |      | 일상 생활 음식 소비 문제 인식 |      |       |           |      | 전체     |
|----|------|-------------------|------|-------|-----------|------|--------|
|    |      | 음식물<br>쓰레기증가      | 과소비  | 비만문제  | 영양<br>불균형 | 기타   |        |
| 지역 | 강북   | 143               | 25   | 68    | 43        | 5    | 284    |
|    |      | 50.4%             | 8.8% | 23.9% | 15.1%     | 1.8% | 100.0% |
|    | 강남   | 190               | 27   | 56    | 46        | 2    | 321    |
|    |      | 59.2%             | 8.4% | 17.4% | 14.3%     | .6%  | 100.0% |
|    | 대도시  | 167               | 18   | 55    | 42        | 6    | 288    |
|    |      | 58.0%             | 6.3% | 19.1% | 14.6%     | 2.1% | 100.0% |
|    | 중소도시 | 168               | 29   | 60    | 50        | 3    | 310    |
|    |      | 54.2%             | 9.4% | 19.4% | 16.1%     | 1.0% | 100.0% |
|    | 읍면지역 | 155               | 23   | 49    | 45        | 4    | 276    |
|    |      | 56.2%             | 8.3% | 17.8% | 16.3%     | 1.4% | 100.0% |
| 전체 |      | 823               | 122  | 288   | 226       | 20   | 1479   |
|    |      | 55.6%             | 8.2% | 19.5% | 15.3%     | 1.4% | 100.0% |

## ③ 성별에 따른 청소년 음식 소비 문제점 인식

성별에 따른 청소년들의 음식 소비 문제 인식에 대해 살펴본 결과, 남, 녀 모두 음식물쓰레기 문제에 대한 인식이 가장 높게 나타났으며, 남자 청소년이 다소 높은 응답률을 보이고 있다. 음식물 쓰레기 문제 다음으로 지적되고 있는 것은 비만 문제인데 이 항목에 대해서는 여자 청소년들이 훨씬 더 많이 문제라고 인식하고 있어서, 여자 청소년들이 남자보다 외모에 관심이 더 많음을 짐작할 수 있다.

&lt;표 III-30&gt; 성별에 따른 청소년 음식 소비 문제점 인식

|    |   | 음식 소비 문제점 인식 |      |       |       |      | 전체     |
|----|---|--------------|------|-------|-------|------|--------|
|    |   | 음식물<br>쓰레기증가 | 과소비  | 비만문제  | 영양불균형 | 기타   |        |
| 성별 | 남 | 434          | 69   | 117   | 113   | 14   | 747    |
|    |   | 58.1%        | 9.2% | 15.7% | 15.1% | 1.9% | 100.0% |
|    | 여 | 384          | 51   | 170   | 113   | 6    | 724    |
|    |   | 53.0%        | 7.0% | 23.5% | 15.6% | .8%  | 100.0% |
| 전체 |   | 818          | 120  | 287   | 226   | 20   | 1471   |
|    |   | 55.6%        | 8.2% | 19.5% | 15.4% | 1.4% | 100.0% |

$$\chi^2 = 18.389 \quad p < .01$$

#### ④ 교급에 따른 청소년 음식 소비 문제점 인식

교급에 따른 청소년들의 음식 소비 문제점 인식을 살펴보면 결과 차이가 유의미한 것을 볼 수 있었다. 모두 음식쓰레기물의 증가를 가장 큰 문제점으로 지적하였으며 중학생이 고등학생보다 더 높은 비율로 응답을 했다. 고등학생은 비만문제(21.3%)와 영양의 불균형(19.0%)을 중학생보다 더 많이 문제점으로 꼽고 있다. 교급이 올라갈수록 아침식사를 거르거나 불규칙적이며 그에 따라 비만문제와 영양 불균형 문제에 직면하게 됨을 알 수 있다.

&lt;표 III-31&gt; 교급에 따른 청소년 음식 소비 문제점 인식

|    |      | 음식 소비 문제점 인식 |      |       |       |      | 전체     |
|----|------|--------------|------|-------|-------|------|--------|
|    |      | 음식물<br>쓰레기증가 | 과소비  | 비만문제  | 영양불균형 | 기타   |        |
| 교급 | 중학생  | 441          | 72   | 130   | 85    | 10   | 738    |
|    |      | 59.8%        | 9.8% | 17.6% | 11.5% | 1.4% | 100.0% |
|    | 고등학생 | 382          | 50   | 158   | 141   | 10   | 741    |
|    |      | 51.6%        | 6.7% | 21.3% | 19.0% | 1.3% | 100.0% |
| 전체 |      | 823          | 122  | 288   | 226   | 20   | 1479   |
|    |      | 55.6%        | 8.2% | 19.5% | 15.3% | 1.4% | 100.0% |

$$\chi^2 = 24.789 \quad p < .001$$

## 2) 청소년의 외식 습관

청소년들의 외식습관을 파악하기 위해 일주일 단위 외식빈도, 주요외식업소 형태, 외식시간과 외식장소를 선택한 이유, 외식 자체의 이유와 외식시 주요 동반자, 일인당 평균 외식 비용에 대한 질문을 하였다.

### (1) 일주일 단위 외식빈도

#### ① 청소년들의 일주일 단위 외식빈도

일주일 단위 외식빈도에 대해서는 주1-2회가 62.7%로 가장 많았고, 1주에 3-4회는 6.9%, 1주에 5회 이상인 경우에는 3.5% 그리고 외식을 안 한다고 답한 청소년은 26.9%인 것으로 보아, 73% 이상 대다수의 경우 주 1회 이상 외식을 하고 있는 것으로 나타났다.

&lt;표 III-32&gt; 일주일 외식 횟수

|         | 빈도   | 퍼센트(%) |
|---------|------|--------|
| 1주 5회이상 | 51   | 3.5    |
| 1주 3-4회 | 102  | 6.9    |
| 1주 1-2회 | 924  | 62.7   |
| 외식을 안함  | 396  | 26.9   |
| 전체      | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 일주일 단위 외식 빈도

지역별로 청소년들의 일주일 단위 외식 빈도를 살펴본 결과 1주일에 5회 이상 외식을 한다는 응답은 강남지역에서 가장 높은 비율을 보이고 있고, 1주일에 3-4회 외식을 한다는 응답과 일주일에 1-2회 외식을 한다는 응답에서도 강남지역이 가장 높은 응답 비율을 보이고 있어, 강남지역의 외식빈도가 전반적으로 높게 나타나고 있음을 알 수 있다. 반면에 외식을 안한다는 응답은 읍면지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있으며, 다음이 중소 도시 지역으로 나타나고 있다. 그에 따라 외식업소의 분포 및 소비 수준이 청소년들의 외식 패턴에 큰 영향을 주고 있음을 알 수 있다.

&lt;표 III-33&gt; 지역별 청소년 외식 빈도

|    |      | 일주일 외식 빈도   |             |             |      | 전체     |
|----|------|-------------|-------------|-------------|------|--------|
|    |      | 1주일<br>5회이상 | 1주일<br>3-4회 | 1주일<br>1-2회 | 안한다  |        |
| 지역 | 강북   | 12          | 21          | 183         | 69   | 285    |
|    |      | 42%         | 74%         | 642%        | 242% | 100.0% |
|    | 강남   | 15          | 40          | 210         | 49   | 314    |
|    |      | 48%         | 127%        | 669%        | 156% | 100.0% |
|    | 대도시  | 5           | 14          | 187         | 83   | 289    |
|    |      | 17%         | 48%         | 647%        | 287% | 100.0% |
|    | 중소도시 | 10          | 16          | 194         | 90   | 310    |
|    |      | 32%         | 52%         | 626%        | 290% | 100.0% |
|    | 읍면지역 | 9           | 11          | 150         | 105  | 275    |
|    |      | 33%         | 40%         | 545%        | 382% | 100.0% |
| 전체 |      | 51          | 102         | 924         | 336  | 1473   |
|    |      | 35%         | 69%         | 627%        | 269% | 100.0% |

$$\chi^2 = 60.263 \quad p < .001$$

### ③ 성별에 따른 청소년 외식 빈도

성별에 따른 청소년들의 외식 빈도를 살펴보았을 때 남, 녀 모두 일주일에 1-2회 정도로 외식을 한다는 응답이 가장 많았으며, 여자 청소년이 다소 높은 응답률을 보였다. 일주일에 3-4회 정도와 1주일에 5회 이상 외식을 한다는 경우에도 남자보다 여자 청소년들의 응답률이 높아 여자 청소년들이 전반적으로 외식 빈도가 높게 나타남을 알 수 있다. 반면 안한다는 응답에서는 남자 청소년들이 훨씬 많았다.

<표 III-34> 성별에 따른 청소년 외식 빈도

|    |   | 일주일 외식 빈도    |             |             |       | 전체     |
|----|---|--------------|-------------|-------------|-------|--------|
|    |   | 1주일<br>5회 이상 | 1주일<br>3-4회 | 1주일<br>1-2회 | 안 한다  |        |
| 성별 | 남 | 25           | 45          | 438         | 236   | 744    |
|    |   | 3.4%         | 6.0%        | 58.9%       | 31.7% | 100.0% |
|    | 여 | 26           | 57          | 479         | 159   | 721    |
|    |   | 3.6%         | 7.9%        | 66.4%       | 22.1% | 100.0% |
| 전체 |   | 51           | 102         | 917         | 395   | 1465   |
|    |   | 3.5%         | 7.0%        | 62.6%       | 27.0% | 100.0% |

$$\chi^2 = 17.918 \quad p < .001$$

#### ④ 교급에 따른 청소년 외식 빈도

다음은 교급에 따른 청소년들의 일주일 외식 빈도를 살펴보았는데 중학생들의 경우 일주일에 1-2회 외식을 한다는 응답(67.7%)이 높은 반면에 고등학생들은 일주일에 5회 이상과 일주일에 3-4회 외식을 한다는 응답에서 중학생들보다 높은 비율을 보이고 있다. 외식을 안한다는 응답에서도 중학생들보다 고등학생들이 높은 비율을 보이고 있다.

<표 III-35> 교급에 따른 청소년 외식 빈도

|    |      | 일주일 외식 빈도   |             |             |       | 전체     |
|----|------|-------------|-------------|-------------|-------|--------|
|    |      | 1주일<br>5회이상 | 1주일<br>3-4회 | 1주일<br>1-2회 | 안 한다  |        |
| 교급 | 중학교  | 18          | 48          | 496         | 171   | 733    |
|    |      | 2.5%        | 6.5%        | 67.7%       | 23.3% | 100.0% |
|    | 고등학교 | 33          | 54          | 428         | 225   | 740    |
|    |      | 4.5%        | 7.3%        | 57.8%       | 30.4% | 100.0% |
| 전체 |      | 51          | 102         | 924         | 396   | 1473   |
|    |      | 3.5%        | 6.9%        | 62.7%       | 26.9% | 100.0% |

$$\chi^2 = 17.100 \quad p < .01$$

## (2) 가장 자주 가는 외식 장소

### ① 청소년들이 자주가는 외식 장소

청소년들에게 가장 자주 가는 외식장소를 하나만 선택하라는 경우에는 한식집이 33.6%로 가장 많은 응답률을 보였고, 그 다음은 분식점이 17.6%, 기타가 12%, 패스트푸드점이 10.8%, 패밀리레스토랑은 10.1% 중국집은 7.2%였고, 일식집이 4.5%, 피자점은 4.3%를 차지했다.

<표 III-36> 자주 가는 외식장소

|         | 빈도   | 퍼센트(%) |
|---------|------|--------|
| 분식점     | 255  | 17.6   |
| 패스트푸드점  | 157  | 10.8   |
| 패밀리레스토랑 | 146  | 10.1   |
| 한식집     | 488  | 33.6   |
| 중국집     | 104  | 7.2    |
| 일식집     | 66   | 4.5    |
| 피자점     | 62   | 4.3    |
| 기타      | 174  | 12.0   |
| 전체      | 1487 | 100.0  |

### ② 지역에 따른 청소년들 자주 가는 외식 장소

지역별로 청소년들이 자주 가는 외식 장소를 살펴 본 결과 전체적으로는 한식집을 가장 많이 선호하고 있었는데 대도시 지역 청소년들의 경우 한식집을 선호한다는 응답에서 가장 높은 비율을 보였다. 분식점을 선호한다는 응답은 읍면지역 청소년들에게서 가장 높은 비율로 나타나고 있었으며 패밀리레스토랑과 패스트푸드점을 선호한다는 응답에서는 서울 강남지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있었다.

&lt;표 III-37&gt; 지역별 청소년들의 외식 장소

|        |      | 가장 많이 외식을 하는 장소 |            |             |      |      |     |     | 전체    |
|--------|------|-----------------|------------|-------------|------|------|-----|-----|-------|
|        |      | 분식점             | 패스트<br>푸드점 | 패밀리<br>레스토랑 | 한식집  | 중국집  | 일식집 | 피자점 |       |
| 지<br>역 | 강북   | 38              | 35         | 33          | 105  | 9    | 8   | 16  | 283   |
|        |      | 134%            | 124%       | 117%        | 371% | 32%  | 28% | 57% | 1000% |
|        | 강남   | 47              | 43         | 40          | 100  | 13   | 15  | 17  | 318   |
|        |      | 148%            | 135%       | 126%        | 314% | 41%  | 47% | 53% | 1000% |
|        | 대도시  | 35              | 28         | 27          | 115  | 16   | 19  | 17  | 289   |
|        |      | 121%            | 97%        | 93%         | 398% | 55%  | 66% | 59% | 1000% |
|        | 중소도시 | 62              | 34         | 28          | 102  | 16   | 14  | 6   | 297   |
|        |      | 209%            | 114%       | 94%         | 343% | 54%  | 47% | 20% | 1000% |
|        | 읍면지역 | 73              | 17         | 18          | 66   | 50   | 10  | 6   | 265   |
|        |      | 275%            | 64%        | 68%         | 249% | 189% | 38% | 23% | 1000% |
| 전체     |      | 255             | 157        | 146         | 488  | 104  | 66  | 62  | 1452  |
|        |      | 176%            | 108%       | 101%        | 336% | 72%  | 45% | 43% | 1000% |

$$\chi^2 = 131.832 \quad p < .001$$

### ③ 성별에 따라 청소년들이 자주 가는 외식 장소

성별에 따라 청소년들이 자주 가는 외식 장소를 살펴보면 남, 녀 모두 한식집을 가장 많이 가는 것으로 나타나고 있으며 큰 차이를 보이고 있지는 않다. 분식점, 패스트푸드점, 패밀리레스토랑의 경우 남자보다 여자 청소년들이 다소 많이 가는 것으로 나타나고 있고, 중국집의 경우는 남자 청소년들이 다소 많이 가는 것으로 나타났다.

&lt;표 III-38&gt; 성별에 따라 청소년들이 자주 가는 외식 장소

|        |   | 가장 많이 외식을 하는 장소 |            |             |       |      |      |      | 전체     |
|--------|---|-----------------|------------|-------------|-------|------|------|------|--------|
|        |   | 분식점             | 패스트<br>푸드점 | 패밀리레<br>스토랑 | 한식집   | 중국집  | 일식집  | 피자점  |        |
| 성<br>별 | 남 | 113             | 76         | 73          | 251   | 61   | 29   | 31   | 736    |
|        |   | 15.4%           | 10.3%      | 9.9%        | 34.1% | 8.3% | 3.9% | 4.2% | 100.0% |
|        | 여 | 141             | 81         | 72          | 234   | 43   | 37   | 31   | 708    |
|        |   | 19.9%           | 11.4%      | 10.2%       | 33.1% | 6.1% | 5.2% | 4.4% | 100.0% |
| 전체     |   | 254             | 157        | 145         | 485   | 104  | 66   | 62   | 1444   |
|        |   | 17.6%           | 10.9%      | 10.0%       | 33.6% | 7.2% | 4.6% | 4.3% | 100.0% |

## ④ 교급별 청소년들이 자주 가는 외식 장소

교급에 따라 청소년들이 자주가는 외식장소의 선택 경향을 살펴보면 한식집의 경우 중학생들에게서 더 높은 응답률을 보이고 있고 분식점의 경우는 고등학생이 중학생보다 많이 찾고 있는 것으로 나타났다으며, 패스트푸드점도 더 선호하고 있는 것을 볼 수 있었다. 반면에 중학생들이 고등학생보다 패밀리레스토랑을 더 선호하고 있는 것으로 나타났다.

&lt;표 III-39&gt; 교급별 청소년들이 자주 가는 외식 장소

|        |                  | 가장 많이 외식을 하는 장소 |            |             |       |      |      |      |       | 전체     |
|--------|------------------|-----------------|------------|-------------|-------|------|------|------|-------|--------|
|        |                  | 분식점             | 패스트<br>푸드점 | 패밀리레<br>스토랑 | 한식집   | 중국집  | 일식집  | 피자점  | 기타    |        |
| 교<br>급 | 중<br>학<br>교      | 98              | 57         | 77          | 272   | 47   | 31   | 38   | 105   | 725    |
|        |                  | 13.5%           | 7.9%       | 10.6%       | 37.5% | 6.5% | 4.3% | 5.2% | 14.5% | 100.0% |
|        | 고<br>등<br>학<br>교 | 157             | 100        | 69          | 216   | 57   | 35   | 24   | 69    | 727    |
|        |                  | 21.6%           | 13.8%      | 9.5%        | 29.7% | 7.8% | 4.8% | 3.3% | 9.5%  | 100.0% |
| 전체     |                  | 255             | 157        | 146         | 488   | 104  | 66   | 62   | 174   | 1452   |
|        |                  | 17.6%           | 10.8%      | 10.1%       | 33.6% | 7.2% | 4.5% | 4.3% | 12.0% | 100.0% |

$$\chi^2 = 44.103 \quad p < .001$$

### (3) 외식 시간

#### ① 청소년들의 외식 시간

청소년들이 외식은 주로 언제 하는지에 대해 알아보았는데 응답자의 89.6%가 저녁에 한다고 하였고, 6.3%가 점심에 한다고 했으며 아침의 경우에는 0.5%에 그쳐 주로 저녁때 외식하는 것으로 볼 수 있었다.

&lt;표 III-40&gt; 외식 시간

|    | 빈도   | 퍼센트(%) |
|----|------|--------|
| 아침 | 7    | .5     |
| 점심 | 92   | 6.3    |
| 저녁 | 1316 | 89.6   |
| 기타 | 53   | 3.6    |
| 전체 | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 외식 시간

지역별로 청소년들이 주로 외식을 하고 있는 시간을 살펴보면 저녁시간에 외식을 한다는 응답이 전체적으로 높게 나타나는 가운데 대도시 지역 청소년들이 가장 높은 응답률을 보이고 있었다.

&lt;표 III-41&gt; 지역별 외식 시간

|    |      | 주로 외식하는 시기 |      |       |      | 전체     |
|----|------|------------|------|-------|------|--------|
|    |      | 아침         | 점심   | 저녁    | 기타   |        |
| 지역 | 강북   |            | 22   | 254   | 9    | 285    |
|    |      |            | 7.7% | 89.1% | 3.2% | 100.0% |
|    | 강남   | 4          | 13   | 292   | 10   | 319    |
|    |      | 1.3%       | 4.1% | 91.5% | 3.1% | 100.0% |
|    | 대도시  |            | 15   | 268   | 6    | 289    |
|    |      |            | 5.2% | 92.7% | 2.1% | 100.0% |
|    | 중소도시 | 3          | 26   | 269   | 6    | 304    |
|    |      | 1.0%       | 8.6% | 88.5% | 2.0% | 100.0% |
|    | 읍면지역 |            | 16   | 233   | 22   | 271    |
|    |      |            | 5.9% | 86.0% | 8.1% | 100.0% |
| 전체 |      | 7          | 92   | 1316  | 53   | 1468   |
|    |      | .5%        | 6.3% | 89.6% | 3.6% | 100.0% |

$$\chi^2 = 36.906 \quad p < .001$$

## ③ 성별에 따른 청소년 외식 시간

성별에 따른 청소년들의 외식 시기를 살펴보았을 때도 큰 차이를 보이고 있지 않으며, 대체로 저녁에 외식을 하는 것으로 나타나고 있다.

&lt;표 III-42&gt; 성별에 따른 청소년 외식 시기

|    |   | 주로 외식하는 시기 |      |       |      | 전체     |
|----|---|------------|------|-------|------|--------|
|    |   | 아침         | 점심   | 저녁    | 기타   |        |
| 성별 | 남 | 4          | 47   | 661   | 31   | 743    |
|    |   | .5%        | 6.3% | 89.0% | 4.2% | 100.0% |
|    | 여 | 3          | 45   | 648   | 21   | 717    |
|    |   | 4%         | 6.3% | 90.4% | 2.9% | 100.0% |
| 전체 |   | 7          | 92   | 1309  | 52   | 1460   |
|    |   | .5%        | 6.3% | 89.7% | 3.6% | 100.0% |

## ④ 교급별 청소년 외식 시간

교급에 따른 청소년들의 외식 시기를 살펴보면 대체로 큰 차이 없이 저녁에 외식을 하고 있는 것으로 나타났다.

&lt;표 III-43&gt; 교급별 청소년 외식 시기

|    |      | 주로 외식하는 시기 |      |       |      | 전체     |
|----|------|------------|------|-------|------|--------|
|    |      | 아침         | 점심   | 저녁    | 기타   |        |
| 교급 | 중학교  | 3          | 38   | 666   | 26   | 733    |
|    |      | .4%        | 5.2% | 90.9% | 3.5% | 100.0% |
|    | 고등학교 | 4          | 54   | 650   | 27   | 735    |
|    |      | .5%        | 7.3% | 88.4% | 3.7% | 100.0% |
| 전체 |      | 7          | 92   | 1316  | 53   | 1468   |
|    |      | .5%        | 6.3% | 89.6% | 3.6% | 100.0% |

## (4) 자주 가는 외식 장소 선택 이유

## ① 자주 가는 외식 장소 선택 이유

자주 가는 외식장소를 선택하게 된 가장 큰 이유의 경우 맛이 좋아서가 61.5%로 가장 높게 나타나고 있었고, 가격이 적당해서가 16.6%, 위치가 가깝다는 이유가 8.3%였으며, 분위기가 좋아서도 4.0%에 달했다. 그 외에 기타이유 6.4%, 서비스가 좋다 1.5%, 위생상태가 청결하다가 1.2% 그리고 쿠폰사용가능도 .5%로 영향을 미치는 이유로 나타났다. 주로 맛과 가격, 위치가 가장 큰이유로 나타났다.

<표 III-44> 외식장소 선택 이유

|            | 빈도   | 퍼센트(%) |
|------------|------|--------|
| 맛이 좋아서     | 901  | 61.5   |
| 분위기가 좋아서   | 58   | 4.0    |
| 가격이 적당하다   | 244  | 16.6   |
| 위치가 가깝다    | 122  | 8.3    |
| 위생상태가 청결하다 | 17   | 1.2    |
| 서비스가 좋다    | 22   | 1.5    |
| 쿠폰사용가능     | 8    | .5     |
| 기타         | 94   | 6.4    |
| 전체         | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 외식 장소 선택 이유

지역별 차이를 보았을 때, 결과는 유의미하지 않은 것으로 나타났으나, ‘맛이 좋아서’라는 응답 중에는 대도시가 가장 높은 응답률을 보이고 읍면지역이 가장 낮은 비율을 보였다. 반면에 가격이 싸서 외식 장소를 주로 찾게 된다는 응답에서는 읍면지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있었고 그 다음이 중소도시 순으로 나타나고 있었다.

&lt;표 III-45&gt; 지역별 청소년 외식장소 선택 사유

|        |      | 자주 가는 외식 장소 선택 이유 |      |       |       |          |      |      |      | 전체     |
|--------|------|-------------------|------|-------|-------|----------|------|------|------|--------|
|        |      | 맛                 | 분위기  | 가격    | 위치    | 위생<br>상태 | 서비스  | 쿠폰   | 기타   |        |
| 지<br>역 | 강북   | 170               | 13   | 48    | 29    | 2        | 3    | 2    | 17   | 284    |
|        |      | 59.9%             | 4.6% | 16.9% | 10.2% | .7%      | 1.1% | .7%  | 6.0% | 100.0% |
|        | 강남   | 199               | 11   | 48    | 32    | 5        | 6    | 3    | 14   | 318    |
|        |      | 62.6%             | 3.5% | 15.1% | 10.1% | 1.6%     | 1.9% | .9%  | 4.4% | 100.0% |
|        | 대도시  | 200               | 8    | 34    | 21    | 5        | 2    | 3    | 17   | 290    |
|        |      | 69.0%             | 2.8% | 11.7% | 7.2%  | 1.7%     | .7%  | 1.0% | 5.9% | 100.0% |
|        | 중소도시 | 183               | 14   | 55    | 20    | 4        | 7    |      | 19   | 302    |
|        |      | 60.6%             | 4.6% | 18.2% | 6.6%  | 1.3%     | 2.3% |      | 6.3% | 100.0% |
|        | 읍면지역 | 149               | 12   | 59    | 20    | 1        | 4    |      | 27   | 272    |
|        |      | 54.8%             | 4.4% | 21.7% | 7.4%  | .4%      | 1.5% |      | 9.9% | 100.0% |
|        | 전체   | 901               | 58   | 244   | 122   | 17       | 22   | 8    | 94   | 1466   |
|        |      | 61.5%             | 4.0% | 16.6% | 8.3%  | 1.2%     | 1.5% | .5%  | 6.4% | 100.0% |

## ③ 성별에 따른 청소년 외식장소 선택 사유

성별에 따라 청소년들이 자주 가는 외식장소를 선택하는 이유를 살펴본 결과 남, 녀 모두 맛이라는 응답이 가장 높게 나타나고 있음을 알 수 있다. 분위기, 가격, 위치가 가까워서 라는 응답에서도 대체로 비슷한 응답률을 보이고 있다.

&lt;표 III-46&gt; 성별에 따른 청소년 외식장소 선택 사유

|    |   | 자주 가는 외식 장소 선택 이유 |      |       |      |          |      |     |      | 전체     |
|----|---|-------------------|------|-------|------|----------|------|-----|------|--------|
|    |   | 맛                 | 분위기  | 가격    | 위치   | 위생<br>상태 | 서비스  | 쿠폰  | 기타   |        |
| 성별 | 남 | 444               | 29   | 125   | 63   | 9        | 11   | 5   | 55   | 741    |
|    |   | 59.9%             | 3.9% | 16.9% | 8.5% | 1.2%     | 1.5% | .7% | 7.4% | 100.0% |
|    | 여 | 450               | 29   | 119   | 59   | 8        | 11   | 3   | 38   | 717    |
|    |   | 62.8%             | 4.0% | 16.6% | 8.2% | 1.1%     | 1.5% | .4% | 5.3% | 100.0% |
| 전체 |   | 894               | 58   | 244   | 122  | 17       | 22   | 8   | 93   | 1458   |
|    |   | 61.3%             | 4.0% | 16.7% | 8.4% | 1.2%     | 1.5% | .5% | 6.4% | 100.0% |

## ④ 교급별 청소년 외식장소 선택 사유

다음은 교급에 따라 청소년들이 자주 가는 외식장소를 선택하는 사유에 대해 알아보았다. 맛이 좋아서 찾게된다는 응답이 높은 가운데 중학생들이 67.3%로 55.7%를 보인 고등학생들보다 훨씬 더 많은 비율로 맛을 선호하고 있었다. 반면에 가격 때문에 찾게 된다는 응답에서는 고등학생들이 중학생들보다 높은 응답률을 보이고 있었으며, 위치와 분위기 때문에 외식장소를 찾는다는 응답에서도 고등학생들이 중학생들보다 높은 응답률을 보이고 있었다.

&lt;표 III-47&gt; 교급별 외식장소 선택 이유

|        |                  | 자주 가는 외식 장소 선택 이유 |      |       |       |          |      |     |      | 전체     |
|--------|------------------|-------------------|------|-------|-------|----------|------|-----|------|--------|
|        |                  | 맛                 | 분위기  | 가격    | 위치    | 위생<br>상태 | 서비스  | 쿠폰  | 기타   |        |
| 교<br>급 | 중<br>학<br>교      | 463               | 23   | 90    | 49    | 9        | 12   | 5   | 52   | 733    |
|        |                  | 67.3%             | 3.1% | 12.3% | 6.7%  | 1.2%     | 1.6% | .7% | 7.1% | 100.0% |
|        | 고<br>등<br>학<br>교 | 408               | 35   | 154   | 73    | 8        | 10   | 3   | 42   | 733    |
|        |                  | 55.7%             | 4.8% | 21.0% | 10.0% | 1.1%     | 1.4% | .4% | 5.7% | 100.0% |
| 전체     |                  | 901               | 58   | 244   | 122   | 17       | 22   | 8   | 94   | 1466   |
|        |                  | 61.5%             | 4.0% | 16.6% | 8.3%  | 1.2%     | 1.5% | .5% | 6.4% | 100.0% |

$$\chi^2 = 33.814 \quad p < .001$$

### (5) 외식 이유

#### ① 외식을 하는 가장 큰 이유

청소년들이 외식을 하는 가장 큰 이유는 무엇보다도 끼니해결이 52.6%로 가장 큰 요인으로 나타났으며, 만남을 가지기 위해가 25.6%, 기타, 14.3%, 마땅히 갈곳이 없어서라는 응답도 4.6%에 달했으며 멋있어 보여서도 2.1%로 나타나 끼니해결과 서로 만남을 갖기 위해 청소년들이 주로 외식하는 것을 알 수 있었다.

&lt;표 III-48&gt; 외식하는 가장 큰 이유

|           | 빈도   | 퍼센트(%) |
|-----------|------|--------|
| 끼니해결      | 782  | 53.4   |
| 만남을가지기위해  | 375  | 25.6   |
| 마땅히갈곳이없어서 | 67   | 4.6    |
| 멋있어보여서    | 31   | 2.1    |
| 기타        | 209  | 14.3   |
| 전체        | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 외식 이유

외식을 하는 가장 큰 이유에서 모든 지역에서 ‘끼니 해결’이 가장 큰 이유로 나타났고, 그 중에서 중소도시 청소년들이 가장 많이 응답을 했고 읍면지역이 가장 낮게 나타났다. 만남을 갖기 위해서와 멋있어 보여서 외식을 한다는 응답에서는 다른 지역에 비해 대도시 지역 청소년들이 비교적 높은 응답률을 보였다.

&lt;표 III-49&gt; 지역별 청소년 외식 이유

|    |      | 외식을 하는 가장 큰 이유 |       |         |         |       | 전체     |
|----|------|----------------|-------|---------|---------|-------|--------|
|    |      | 끼니해결           | 만남    | 갈곳이 없어서 | 멋있어 보여서 | 기타    |        |
| 지역 | 강북   | 145            | 75    | 17      | 5       | 42    | 284    |
|    |      | 51.1%          | 26.4% | 6.0%    | 1.8%    | 14.8% | 100.0% |
|    | 강남   | 178            | 84    | 9       | 6       | 41    | 318    |
|    |      | 56.0%          | 26.4% | 2.8%    | 1.9%    | 12.9% | 100.0% |
|    | 대도시  | 146            | 80    | 9       | 10      | 44    | 289    |
|    |      | 50.5%          | 27.7% | 3.1%    | 3.5%    | 15.2% | 100.0% |
|    | 중소도시 | 178            | 68    | 18      | 3       | 35    | 302    |
|    |      | 58.9%          | 22.5% | 6.0%    | 1.0%    | 11.6% | 100.0% |
|    | 읍면지역 | 135            | 68    | 14      | 7       | 47    | 271    |
|    |      | 49.8%          | 25.1% | 5.2%    | 2.6%    | 17.3% | 100.0% |
|    | 전체   | 782            | 375   | 67      | 31      | 209   | 1464   |
|    |      | 53.4%          | 25.6% | 4.6%    | 2.1%    | 14.3% | 100.0% |

## ③ 성별 청소년 외식 이유

성별에 따라 청소년들이 외식을 하는 가장 큰 이유를 살펴본 결과 남, 녀 모두 끼니 해결이 주된 이유임을 알 수 있으며, 만남을 위해서라는 응답도 비슷한 비율로 나타나고 있다.

&lt;표 III-50&gt; 성별에 따른 청소년 외식 이유

|    |   | 외식을 하는 가장 큰 이유 |       |            |            |       | 전체     |
|----|---|----------------|-------|------------|------------|-------|--------|
|    |   | 끼니해결           | 만남    | 갈곳이<br>없어서 | 멋있어<br>보여서 | 기타    |        |
| 성별 | 남 | 384            | 191   | 41         | 19         | 106   | 741    |
|    |   | 51.8%          | 25.8% | 5.5%       | 2.6%       | 14.3% | 100.0% |
|    | 여 | 394            | 181   | 26         | 12         | 102   | 715    |
|    |   | 55.1%          | 25.3% | 3.6%       | 1.7%       | 14.3% | 100.0% |
| 전체 |   | 778            | 372   | 67         | 31         | 208   | 1456   |
|    |   | 53.4%          | 25.5% | 4.6%       | 2.1%       | 14.3% | 100.0% |

## ④ 교급별 청소년 외식 사유

교급별로 청소년들이 외식을 하는 가장 큰 이유에 대해 알아보았는데, 고등학생들은 끼니 해결을 위해 외식을 한다는 응답에서 57.1%를 보여 중학생(49.7%)보다 높은 응답률을 보였고 만남을 갖기 위해 외식을 한다는 응답에서는 중학생들이 고등학생보다 높은 응답률을 보였다.

&lt;표 III-51&gt; 교급별 외식을 하는 가장 큰 이유

|    |      | 외식을 하는 가장 큰 이유 |       |            |            |       | 전체     |
|----|------|----------------|-------|------------|------------|-------|--------|
|    |      | 끼니해결           | 만남    | 갈곳이<br>없어서 | 멋있어<br>보여서 | 기타    |        |
| 교급 | 중학교  | 364            | 196   | 25         | 19         | 128   | 732    |
|    |      | 49.7%          | 26.8% | 3.4%       | 2.6%       | 17.5% | 100.0% |
|    | 고등학교 | 418            | 179   | 42         | 12         | 81    | 732    |
|    |      | 57.1%          | 24.5% | 5.7%       | 1.6%       | 11.1% | 100.0% |
| 전체 |      | 782            | 375   | 67         | 31         | 209   | 1464   |
|    |      | 53.4%          | 25.6% | 4.6%       | 2.1%       | 14.3% | 100.0% |

$$\chi^2 = 20.963 \quad p < .001$$

## (6) 외식시 주요 동행인

## ① 외식시 주요 동행인

청소년들이 외식을 할 때 주로 함께 가는 사람은 가족이 67.2%로 가장 많은 비율을 차지했고, 동성친구가 23.5%, 이성친구는 4.1%로 3위를 차지했다, 그 외에 기타가 2%, 친척은, 1.8% 그리고 마지막으로 혼자서는 1.4%밖에 안되는 것으로 나타나 주로 가족과 함께 외식을 하며 혼자 외식하는 경우는 별로 없는 것을 알 수 있었다.

&lt;표 III-52&gt; 외식시 동행인

|      | 빈도   | 퍼센트(%) |
|------|------|--------|
| 동성친구 | 346  | 23.5   |
| 이성친구 | 60   | 4.1    |
| 가족   | 988  | 67.2   |
| 친척   | 26   | 1.8    |
| 혼자서  | 20   | 1.4    |
| 기타   | 30   | 2.0    |
| 전체   | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 외식시 동행인

지역별로 청소년들이 외식시 주로 함께 가는 사람에 대해서 알아본 결과 가족과 함께 간다는 응답에서는 대도시 지역 청소년들이 가장 높은 응답률을 보였고 다음이 서울 강북, 서울 강남, 중소도시, 읍면지역 순으로 나타났다. 동성친구라는 응답에서는 읍면지역 청소년들이 가장 높은 비율을 보였고 대도시가 가장 낮은 응답률을 보였다. 이성친구와 함께 간다는 응답에서는 중소도시 청소년들이 비교적 높은 응답률을 보이고 있다.

&lt;표 III-53&gt; 지역별 청소년 외식시 동행인

|    |       | 외식시 주로 함께 가는 동행인 |      |       |      |      |      | 전체     |
|----|-------|------------------|------|-------|------|------|------|--------|
|    |       | 동성친구             | 여성친구 | 가족    | 친척   | 혼자서  | 기타   |        |
| 지역 | 강북    | 59               | 6    | 210   |      | 8    | 2    | 285    |
|    |       | 20.7%            | 2.1% | 73.7% |      | 2.8% | .7%  | 100.0% |
|    | 강남    | 82               | 18   | 209   | 5    | 1    | 4    | 319    |
|    |       | 25.7%            | 5.6% | 65.5% | 1.6% | .3%  | 1.3% | 100.0% |
|    | 대도시   | 51               | 6    | 220   | 3    | 4    | 6    | 290    |
|    |       | 17.6%            | 2.1% | 75.9% | 1.0% | 1.4% | 2.1% | 100.0% |
|    | 중소 도시 | 77               | 19   | 191   | 7    | 3    | 7    | 304    |
|    |       | 25.3%            | 6.3% | 62.8% | 2.3% | 1.0% | 2.3% | 100.0% |
|    | 읍면 지역 | 77               | 11   | 158   | 11   | 4    | 11   | 272    |
|    |       | 28.3%            | 4.0% | 58.1% | 4.0% | 1.5% | 4.0% | 100.0% |
| 전체 |       | 346              | 60   | 988   | 26   | 20   | 30   | 1470   |
|    |       | 23.5%            | 4.1% | 67.2% | 1.8% | 1.4% | 2.0% | 100.0% |

$$\chi^2 = 60.076 \quad p < .001$$

### ③ 성별 외식시 주요 동행인

성별에 따라 외식시 주로 누구와 함께 가는지를 알아본 결과 남, 녀 모두 가족과 함께 간다는 응답이 가장 높은 비율로 나타나고 있었다. 동성친구와 간다는 응답에서는 여자 청소년이 남자에 비해 훨씬 높은 응답률을 보이고 있으며, 이성친구와 간다는 응답에서는 남자가 다소 높은 비율을 보이고 있다.

&lt;표 III-54&gt; 성별 외식시 주요 동행인

|    |   | 외식시 주로 함께 가는 동행인 |      |       |      |      |      | 전체     |
|----|---|------------------|------|-------|------|------|------|--------|
|    |   | 동성친구             | 이성친구 | 가족    | 친척   | 혼자서  | 기타   |        |
| 성별 | 남 | 143              | 35   | 514   | 16   | 16   | 19   | 743    |
|    |   | 19.2%            | 4.7% | 69.2% | 2.2% | 2.2% | 2.6% | 100.0% |
|    | 여 | 203              | 25   | 467   | 10   | 4    | 10   | 719    |
|    |   | 28.2%            | 3.5% | 65.0% | 1.4% | 0.6% | 1.4% | 100.0% |
| 전체 |   | 346              | 60   | 981   | 26   | 20   | 29   | 1462   |
|    |   | 23.7%            | 4.1% | 67.1% | 1.8% | 1.4% | 2.0% | 100.0% |

$$\chi^2 = 25.314(a) \quad p < .001$$

## ④ 교급별 외식시 주요 동행인

교급별로 외식시 동행인을 묻는 질문에는 중학생들은 가족과 함께 간다는 응답이 79.2%로 55.3%를 보인 고등학생들에 비해 훨씬 높은 응답률을 보였으며, 동성친구 및 이성친구와 함께 간다는 응답에서는 고등학생들이 중학생들에 비해 더 높은 응답률을 보이고 있었다.

&lt;표 III-55&gt; 교급별 외식시 동행인

|    |      | 외식시 주로 함께 가는 동행인 |       |       |      |      |      | 전체     |
|----|------|------------------|-------|-------|------|------|------|--------|
|    |      | 동성 친구            | 이성 친구 | 가족    | 친척   | 혼자서  | 기타   |        |
| 교급 | 중학교  | 104              | 10    | 581   | 18   | 7    | 14   | 734    |
|    |      | 14.2%            | 1.4%  | 79.2% | 2.5% | 1.0% | 1.9% | 100.0% |
|    | 고등학교 | 242              | 50    | 407   | 8    | 13   | 16   | 736    |
|    |      | 32.9%            | 6.8%  | 55.3% | 1.1% | 1.8% | 2.2% | 100.0% |
| 전체 |      | 346              | 60    | 988   | 26   | 20   | 30   | 1470   |
|    |      | 23.5%            | 4.1%  | 67.2% | 1.8% | 1.4% | 2.0% | 100.0% |

$$\chi^2 = 118.128 \quad p < .001$$

## (7) 1인당 평균 외식비용

## ① 평균 점심 비용

## 가. 청소년 1인당 평균 점심 비용

청소년 1인당 한끼의 평균외식 비용에 대한 질문의 경우에는 점심, 저녁과 특별 행사인 경우를 나누어 물어 보았는데, 점심의 경우, '2천원-5천원'의 경우가 45.7%로 가장 많은 비율을 차지했으며, '5천원-1만원'은 22.5%였고, '2천원 이하'의 경우도 21.1%를 차지했다. '1만원-2만원'은 7.1%, 그리고 '2만원 이상'은 3.5%를 보였다. '5천원 이하'가 66.8%를 보여 대부분의 청소년들이 '5천원 이하'에서 점심을 해결하는 것으로 볼 수 있었다.

&lt;표 III-56&gt; 1인당 점심 평균 비용

|         | 빈도   | 퍼센트(%) |
|---------|------|--------|
| 2천원이하   | 302  | 21.1   |
| 2천원-5천원 | 652  | 45.7   |
| 5천원-1만원 | 322  | 22.5   |
| 1만원-2만원 | 102  | 7.1    |
| 2만원 이상  | 50   | 3.5    |
| 전체      | 1487 | 100.0  |

## 나. 지역별 청소년 1인당 평균 점심 비용

지역별로 청소년들의 평균 점심 비용을 살펴본 결과, 서울 강북과 대도시가 '2천원-5천원'이라는 응답을 가장 많이 보이고 있는 것으로 나타났다. '5천원-1만원'이라는 응답은 서울 강남지역에서 가장 높은 응답률을 보이고 있으며 '1만원-2만원'이라는 응답에서는 서울 강북지역이 비교적 높은 응답을 보이고 있다. '2만원 이상'이라는 응답은 서울

강남지역에서 가장 높은 응답률을 보이고 있었으며, '이천원 이하'라는 응답은 중소도시에서 가장 높은 응답률을 보였다. 대체로 5천원 이하에서 점심을 해결하는 것으로 나타난 가운데 강남지역에서는 5천원 이상의 비용으로 점심을 먹는 청소년들도 48.2%에 달하는 것으로 나타나고 있다.

<표 III-57> 지역별 청소년 1인당 평균 점심 비용

|    |          | 일인당 평균 점심비용 |        |       |        |       | 전체     |
|----|----------|-------------|--------|-------|--------|-------|--------|
|    |          | 2천원이하       | 2천-5천원 | 5천-만원 | 만원-2만원 | 2만원이상 |        |
| 지역 | 강북       | 40          | 144    | 57    | 25     | 13    | 279    |
|    |          | 14.3%       | 51.6%  | 20.4% | 9.0%   | 4.7%  | 100.0% |
|    | 강남       | 33          | 130    | 105   | 27     | 20    | 315    |
|    |          | 10.5%       | 41.3%  | 33.3% | 8.6%   | 6.3%  | 100.0% |
|    | 대도시      | 59          | 143    | 60    | 17     | 7     | 286    |
|    |          | 20.6%       | 50.0%  | 21.0% | 5.9%   | 2.4%  | 100.0% |
|    | 중소<br>도시 | 93          | 117    | 53    | 23     | 7     | 293    |
|    |          | 31.7%       | 39.9%  | 18.1% | 7.8%   | 2.4%  | 100.0% |
|    | 읍면<br>지역 | 77          | 118    | 47    | 10     | 3     | 255    |
|    |          | 30.2%       | 46.3%  | 18.4% | 3.9%   | 1.2%  | 100.0% |
| 전체 |          | 302         | 652    | 322   | 102    | 50    | 1428   |
|    |          | 21.1%       | 45.7%  | 22.5% | 7.1%   | 3.5%  | 100.0% |

$$\chi^2 = 97.875 \quad p < .001$$

## 다. 성별에 따른 1인당 평균 점심 비용

성별에 따른 1인당 평균 점심 비용을 살펴보면 남, 녀 모두 '2천원에서 5천원'이라는 응답이 가장 높은 비율을 보였고, '5천원에서 만원'이라는 응답에서도 같은 비율을 보이고 있었다. '2천원 이하'라는 응답에서는 여자 청소년이 남자에 비해 다소 높은 응답률을 보였다.

&lt;표 III-58&gt; 성별에 따른 1인당 평균 점심 비용

|    |   | 일인당 평균 점심비용 |        |       |        |       | 전체     |
|----|---|-------------|--------|-------|--------|-------|--------|
|    |   | 2천원이하       | 2천-5천원 | 5천-만원 | 만원-2만원 | 2만원이상 |        |
| 성별 | 남 | 138         | 324    | 161   | 57     | 34    | 714    |
|    |   | 19.3%       | 45.4%  | 22.5% | 8.0%   | 4.8%  | 100.0% |
|    | 여 | 160         | 327    | 159   | 45     | 15    | 706    |
|    |   | 22.7%       | 46.3%  | 22.5% | 6.4%   | 2.1%  | 100.0% |
| 전체 |   | 298         | 651    | 320   | 102    | 49    | 1420   |
|    |   | 21.0%       | 45.8%  | 22.5% | 7.2%   | 3.5%  | 100.0% |

$$\chi^2 = 10.385 \quad p < .05$$

## 라. 교급별 청소년 1인당 평균 점심 비용

교급에 따른 청소년들의 점심비용을 살펴보면 '2천원 이하'로 점심을 해결한다는 응답에서는 중학생들이 고등학생에 비해 높은 응답률을 보였고 '2천원-5천원', '5천원-1만원'을 지출한다는 응답에서는 고등학생들이 중학생들에 비해 더 많은 응답률을 보이고 있다.

&lt;표 III-59&gt; 교급별 청소년 1인당 평균 점심 비용

|    |      | 일인당 평균 점심비용 |        |        |         |       | 전체     |
|----|------|-------------|--------|--------|---------|-------|--------|
|    |      | 2천원이하       | 2천-5천원 | 5천-1만원 | 1만원-2만원 | 2만원이상 |        |
| 교급 | 중학교  | 172         | 300    | 142    | 66      | 28    | 708    |
|    |      | 24.3%       | 42.4%  | 20.1%  | 9.3%    | 4.0%  | 100.0% |
|    | 고등학교 | 130         | 352    | 180    | 36      | 22    | 720    |
|    |      | 18.1%       | 48.9%  | 25.0%  | 5.0%    | 3.1%  | 100.0% |
| 전체 |      | 302         | 652    | 322    | 102     | 50    | 1428   |
|    |      | 21.1%       | 45.7%  | 22.5%  | 7.1%    | 3.5%  | 100.0% |

$$\chi^2 = 23.917 \quad p < .001$$

## ② 1인당 평균 저녁 비용

### 가. 청소년 1인당 평균 저녁 비용

1인당 평균 저녁 비용은 '5천원-1만원'이 31.1%로 가장 많았고, '2천원-5천원'이 28.5%, '1만원-2만원'은 19%, '2만원 이상'은 11.6%였고 '2천원이하'는 9.7%에 그쳐 저녁의 경우에는 점심과 달리 더 많은 비용을 지출하고 있는 것으로 나타났다.

&lt;표 III-60&gt; 1인당 저녁 평균비용

|         | 빈도   | 퍼센트(%) |
|---------|------|--------|
| 2천원이하   | 139  | 9.7    |
| 2천원-5천원 | 407  | 28.5   |
| 5천원-1만원 | 445  | 31.1   |
| 1만원-2만원 | 272  | 19.0   |
| 2만원 이상  | 166  | 11.6   |
| 전체      | 1487 | 100.0  |

## 나. 지역별 청소년 1인당 평균 저녁 비용

지역별 청소년 1인당 평균 저녁 비용에 관한 결과를 살펴보면 '5천원-1만원', '1만원-2만원'이라는 응답은 강남지역에서 가장 높은 비율을 보이고 있고 읍면지역에서 가장 낮은 비율을 보이고 있다. 반면에 '2만원 이상'이라는 응답에서는 서울 강북, 강남 순으로 높은 응답률을 보이고 있다. 지역별 분포를 보았을 때 5천원에서 2만원대로 저녁을 먹는 비율은 강남(61.8%), 강북(57.0%), 대도시(51.4%), 중소도시(43.4%), 읍면지역(35.3%) 순으로 나타나고 있다.

&lt;표 III-61&gt; 지역별 청소년 1인당 평균 저녁 비용

|        |          | 일인당 평균 저녁비용 |        |       |        |       | 전체     |
|--------|----------|-------------|--------|-------|--------|-------|--------|
|        |          | 2천원이하       | 2천-5천원 | 5천-만원 | 만원-2만원 | 2만원이상 |        |
| 지<br>역 | 강북       | 11          | 63     | 99    | 59     | 45    | 277    |
|        |          | 40%         | 22.7%  | 35.7% | 21.3%  | 16.2% | 100.0% |
|        | 강남       | 14          | 57     | 119   | 74     | 48    | 312    |
|        |          | 45%         | 18.3%  | 38.1% | 23.7%  | 15.4% | 100.0% |
|        | 대도시      | 28          | 85     | 84    | 61     | 24    | 282    |
|        |          | 9.9%        | 30.1%  | 29.8% | 21.6%  | 8.5%  | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 45          | 93     | 77    | 52     | 30    | 297    |
|        |          | 15.2%       | 31.3%  | 25.9% | 17.5%  | 10.1% | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 41          | 109    | 66    | 26     | 19    | 261    |
|        |          | 15.7%       | 41.8%  | 25.3% | 10.0%  | 7.3%  | 100.0% |
|        | 전체       | 139         | 407    | 445   | 272    | 166   | 1429   |
|        |          | 9.7%        | 28.5%  | 31.1% | 19.0%  | 11.6% | 100.0% |

$$\chi^2 = 114.230 \quad p < .001$$

#### 다. 성별 청소년 1인당 평균 저녁 비용

성별로 청소년들의 1인당 평균 저녁 비용을 살펴본 결과 남, 녀 모두 '5천원에서 만원'이라는 응답이 가장 많았고, '2천원에서 5천원'이라는 응답이 그 다음으로 많았다. 반면에 '2만원 이상'의 비용에서는 여자(8.1%)에 비해 남자 청소년들이(14.9%) 더 많이 지출하는 경향임을 보인다.

<표 III-62> 성별에 따른 청소년 1인당 평균 저녁 비용

|        |   | 일인당 평균 저녁비용 |        |       |        |       | 전체     |
|--------|---|-------------|--------|-------|--------|-------|--------|
|        |   | 2천원이하       | 2천-5천원 | 5천-만원 | 만원-2만원 | 2만원이상 |        |
| 성<br>별 | 남 | 59          | 190    | 219   | 142    | 107   | 717    |
|        |   | 8.2%        | 26.5%  | 30.5% | 19.8%  | 14.9% | 100.0% |
|        | 여 | 77          | 215    | 226   | 129    | 57    | 704    |
|        |   | 10.9%       | 30.5%  | 32.1% | 18.3%  | 8.1%  | 100.0% |
| 전체     |   | 136         | 405    | 445   | 271    | 164   | 1421   |
|        |   | 9.6%        | 28.5%  | 31.3% | 19.1%  | 11.5% | 100.0% |

$$\chi^2 = 19.786 \quad p < .01$$

#### 라. 교급별 청소년 1인당 저녁 비용

교급별 저녁비용 분포를 살펴보면 '1만원 이하'의 비용에는 고등학생들이 더 높은 비율을 차지하고 있는 반면에 '1만원 이상'의 비용에는 중학생들이 고등학생들보다 더 많이 지출하고 있는 것으로 나타나고 있다. 이는 중학생들이 외식시 가족과 함께 간다는 응답률이 고등학생보다 더 높게 나타난 것과 관련하여 소비의 주체가 부모나 가족일 것이라고 추정할 수 있다.

<표 III-63> 교급별 청소년 1인당 저녁 비용

|        |          | 일인당 평균 저녁비용 |        |       |        |       | 전체     |
|--------|----------|-------------|--------|-------|--------|-------|--------|
|        |          | 2천원이하       | 2천~5천원 | 5천~만원 | 만원~2만원 | 2만원이상 |        |
| 교<br>급 | 중학교      | 67          | 192    | 210   | 146    | 97    | 712    |
|        |          | 94%         | 27.0%  | 29.5% | 20.5%  | 13.6% | 100.0% |
|        | 고등<br>학교 | 72          | 215    | 235   | 126    | 69    | 717    |
|        |          | 10.0%       | 30.0%  | 32.8% | 17.6%  | 9.6%  | 100.0% |
| 전체     |          | 139         | 407    | 445   | 272    | 166   | 1429   |
|        |          | 9.7%        | 28.5%  | 31.1% | 19.0%  | 11.6% | 100.0% |

③ 특별한 행사시 1인당 평균 외식 비용

가. 기념일 등 특별한 행사시 청소년 1인당 평균 외식 비용

기념일등 특별한 행사 때의 비용의 경우는, '2만원 이상'이 33.7%, '5천원-1만원'은 28.4%, '1만원-2만원'이 26.4%였고, '2천원 이하'는 2.8%로 특별행사의 경우에는 반 이상의 응답자(60.1%)가 1만원이상의 외식비용을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 III-64> 1인당 특별 행사시 평균 외식 비용

|         | 빈도   | 퍼센트(%) |
|---------|------|--------|
| 2천원이하   | 39   | 2.8    |
| 2천원-5천원 | 120  | 8.6    |
| 5천원-1만원 | 397  | 28.4   |
| 1만원-2만원 | 369  | 26.4   |
| 2만원 이상  | 471  | 33.7   |
| 전체      | 1487 | 100.0  |

## 나. 지역별 특별 행사시 외식 비용

지역별 특별행사의 평균비용의 경우 지역마다 유의미하게 나타난 것을 볼 수 있다. '2만원 이상' 지출한다는 응답에서는 서울 강북지역(43.0%)과 강남지역(42.7%) 순으로 높은 응답률을 보이고 있으며 대도시(32.9%), 중소도시(29.7%), 읍면지역(18.0%)의 순서를 보이고 있다. '만원-2만원'의 경우 서울 강남이 가장 높은 응답률을 보이고 있으며, 중소도시, 대도시, 서울 강북, 읍면지역 순으로 나타나고 있고, '5천원-1만원'의 경우는 읍면지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있다. 만원 이상 지출하는 비율 분포를 지역별로 살펴보면 강남(72.7%), 강북(69.1%), 대도시(59.7%), 중소도시(57.3%), 읍면지역(38.5%)의 순으로 나타나고 있다.

&lt;표 III-65&gt; 지역별 특별 행사시 외식 비용

|    |      | 기념일등 특별한 행사시 외식 비용 |        |       |        |       | 전체     |
|----|------|--------------------|--------|-------|--------|-------|--------|
|    |      | 2천원이하              | 2천-5천원 | 5천-만원 | 만원-2만원 | 2만원이상 |        |
| 지역 | 강북   | 5                  | 19     | 60    | 71     | 117   | 272    |
|    |      | 1.8%               | 7.0%   | 22.1% | 26.1%  | 43.0% | 100.0% |
|    | 강남   | 5                  | 5      | 74    | 92     | 131   | 307    |
|    |      | 1.6%               | 1.6%   | 24.1% | 30.0%  | 42.7% | 100.0% |
|    | 대도시  | 11                 | 31     | 71    | 75     | 92    | 280    |
|    |      | 3.9%               | 11.1%  | 25.4% | 26.8%  | 32.9% | 100.0% |
|    | 중소도시 | 10                 | 31     | 84    | 81     | 87    | 293    |
|    |      | 3.4%               | 10.6%  | 28.7% | 27.6%  | 29.7% | 100.0% |
|    | 읍면지역 | 8                  | 34     | 108   | 50     | 44    | 244    |
|    |      | 3.3%               | 13.9%  | 44.3% | 20.5%  | 18.0% | 100.0% |
|    | 전체   | 39                 | 120    | 397   | 369    | 471   | 1396   |
|    |      | 2.8%               | 8.6%   | 28.4% | 26.4%  | 33.7% | 100.0% |

$$\chi^2 = 100.628 \quad p < .001$$

## 다. 성별에 따른 특별 행사시 외식 비용

성별에 따라 청소년들이 기념일 등 특별한 행사시 지출하는 평균 외식 비용에 대해 알아보았는데 남자 청소년들의 경우 '2만원 이상'이라는 응답이 가장 많았고, 여자 청소년들의 경우 '5천원에서 1만원'이라는 응답이 가장 많았다. 남자 청소년들의 경우 '1만원에서 2만원' 사이에서 지출한다는 응답률이 두 번째로 높았고, 여자 청소년들의 경우 '2만원 이상'이라는 응답이 두 번째로 높은 비율로 나타났다.

&lt;표 III-66&gt; 성별에 따른 특별 행사시 외식 비용

|        |   | 기념일등 특별한 행사시 외식 비용 |        |        |         |       | 전체     |
|--------|---|--------------------|--------|--------|---------|-------|--------|
|        |   | 2천원이하              | 2천-5천원 | 5천-1만원 | 1만원-2만원 | 2만원이상 |        |
| 성<br>별 | 남 | 30                 | 57     | 174    | 181     | 254   | 696    |
|        |   | 4.3%               | 8.2%   | 25.0%  | 26.0%   | 36.5% | 100.0% |
|        | 여 | 6                  | 63     | 221    | 187     | 216   | 693    |
|        |   | .9%                | 9.1%   | 31.9%  | 27.0%   | 31.2% | 100.0% |
| 전체     |   | 36                 | 120    | 395    | 368     | 470   | 1389   |
|        |   | 2.6%               | 8.6%   | 28.4%  | 26.5%   | 33.8% | 100.0% |

$$\chi^2 = 25.056 \quad p < .001$$

## 라. 교급별 특별 행사시 외식 비용

교급별로 특별 행사시 외식 비용을 살펴보면 대체로 큰 차이가 없는 것으로 나타나고 있다.

&lt;표 III-67&gt; 교급별 특별 행사시 외식 비용

|    |      | 기념일등 특별한 행사시 외식 비용 |        |       |        |       | 전체     |
|----|------|--------------------|--------|-------|--------|-------|--------|
|    |      | 2천원이하              | 2천-5천원 | 5천-만원 | 만원-2만원 | 2만원이상 |        |
| 교급 | 중학교  | 24                 | 60     | 183   | 180    | 246   | 693    |
|    |      | 3.5%               | 8.7%   | 26.4% | 26.0%  | 35.5% | 100.0% |
|    | 고등학교 | 15                 | 60     | 214   | 189    | 225   | 703    |
|    |      | 2.1%               | 8.5%   | 30.4% | 26.9%  | 32.0% | 100.0% |
| 전체 |      | 39                 | 120    | 397   | 369    | 471   | 1396   |
|    |      | 2.8%               | 8.6%   | 28.4% | 26.4%  | 33.7% | 100.0% |

## (8) 한달 용돈 규모

## ① 한달 용돈 규모

청소년들의 한달 용돈 규모를 살펴보면 '2만원에서 4만원' 사이가 34.6%로 가장 많았고 '2만원 이하'가 25.5%, '4만원에서 6만원'이 16.1%를 차지하였다. '6만원에서 8만원'은 5.3%, '8만원에서 10만원'은 4.3%, '10만원 이상'은 5.1%를 차지하였고, '없다'는 응답도 9.1%를 나타냈다. 76.2%의 청소년들이 6만원 이하의 용돈을 사용하는 것으로 볼 수 있다.

&lt;표 III-68&gt; 한달 용돈 규모

|          | 빈도   | 퍼센트   |
|----------|------|-------|
| 2만원이하    | 378  | 25.5  |
| 2만원-4만원  | 512  | 34.6  |
| 4만원-6만원  | 238  | 16.1  |
| 6만원-8만원  | 79   | 5.3   |
| 8만원-10만원 | 63   | 4.3   |
| 10만원이상   | 76   | 5.1   |
| 없다       | 134  | 9.1   |
| 전체       | 1480 | 100.0 |

## ② 지역별 청소년 한달 용돈 규모

지역별로 청소년들의 용돈 규모를 살펴보면 '2만원에서 4만원'이라는 응답이 전 지역에서 가장 높은 응답률을 보이고 있는 가운데 대도시 지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있다. '4만원에서 6만원 이하'라는 응답에서는 서울 강남지역이, '6만원에서 8만원'이라는 응답에서는 서울 강북지역이 가장 높은 응답률을 보였다. '8만원에서 10만원'이라는 응답에서는 중소도시가 가장 높은 응답률을 보였고, '10만원 이상'이라는 응답에서는 강남지역이 가장 높은 응답률을 보였으며, '2만원 이하'라는 응답에서는 읍면지역이 가장 높은 응답률을 보였다.

&lt;표 III-69&gt; 지역별 청소년 한달 용돈 규모

|        |          | 용 돈       |             |             |             |              |            |       | 전체     |
|--------|----------|-----------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------|-------|--------|
|        |          | 2만원<br>이하 | 2만원<br>~4만원 | 4만원<br>~6만원 | 6만원<br>~8만원 | 8만원<br>~10만원 | 10만원<br>이상 | 없다    |        |
| 지<br>역 | 강북       | 72        | 92          | 40          | 18          | 16           | 17         | 32    | 287    |
|        |          | 25.1%     | 32.1%       | 13.9%       | 6.3%        | 5.6%         | 5.9%       | 11.1% | 100.0% |
|        | 강남       | 66        | 95          | 64          | 14          | 19           | 26         | 36    | 320    |
|        |          | 20.6%     | 29.7%       | 20.0%       | 4.4%        | 5.9%         | 8.1%       | 11.3% | 100.0% |
|        | 대도시      | 73        | 110         | 47          | 21          | 8            | 4          | 26    | 289    |
|        |          | 25.3%     | 38.1%       | 16.3%       | 7.3%        | 2.8%         | 1.4%       | 9.0%  | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 74        | 110         | 47          | 17          | 19           | 24         | 17    | 308    |
|        |          | 24.0%     | 35.7%       | 15.3%       | 5.5%        | 6.2%         | 7.8%       | 5.5%  | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 98        | 105         | 40          | 9           | 1            | 5          | 23    | 276    |
|        |          | 33.7%     | 38.0%       | 14.5%       | 3.3%        | .4%          | 1.8%       | 8.3%  | 100.0% |
|        | 전체       | 378       | 512         | 238         | 79          | 63           | 76         | 134   | 1480   |
|        |          | 25.5%     | 34.6%       | 16.1%       | 5.3%        | 4.3%         | 5.1%       | 9.1%  | 100.0% |

$$\chi^2 = 73.875 \quad p < .001$$

### ③ 성별에 따른 청소년 한달 용돈 액수

성별에 따른 청소년들의 한달 용돈 규모를 살펴보면 남, 녀 모두 '2만원에서 4만원'이라는 응답이 가장 높게 나타난 반면에 여자 청소년들의 응답률이 더 높게 나타났다. 반면에 '4만원에서 8만원'사이에서는 남자 청소년들이 더 많았고, '8만원에서 10만원' 사이라는 응답은 여자 청소년들이 다소 많았으며, '10만원 이상'이라는 응답은 남자 청소년들이 더 많았다.

&lt;표 III-70&gt; 성별에 따른 청소년 한달 용돈 액수

|        |   | 한달 용돈 액수  |             |             |             |              |            |       | 전체     |
|--------|---|-----------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------|-------|--------|
|        |   | 2만원<br>이하 | 2만원<br>-4만원 | 4만원<br>-6만원 | 6만원<br>-8만원 | 8만원<br>-10만원 | 10만원<br>이상 | 없다    |        |
| 성<br>별 | 남 | 191       | 233         | 123         | 45          | 31           | 47         | 80    | 750    |
|        |   | 25.5%     | 31.1%       | 16.4%       | 6.0%        | 4.1%         | 6.3%       | 10.7% | 100.0% |
|        | 여 | 186       | 279         | 115         | 33          | 32           | 29         | 53    | 727    |
|        |   | 25.6%     | 38.4%       | 15.8%       | 4.5%        | 4.4%         | 4.0%       | 7.3%  | 100.0% |
| 전체     |   | 377       | 512         | 238         | 78          | 63           | 76         | 133   | 1477   |
|        |   | 25.5%     | 34.7%       | 16.1%       | 5.3%        | 4.3%         | 5.1%       | 9.0%  | 100.0% |

$$\chi^2 = 15.720 \quad p < .05$$

## ④ 교급별 청소년 한달 용돈 액수

다음은 교급별 청소년들의 한달 용돈 액수에 관한 결과인데, 결과는 유의미한 것으로 나타났다. 중학생은 '2만원-4만원'이 가장 많았고, '10만원이상'은 가장 적었다. 고등학생도 '2만원-4만원'이 가장 높은 비율을 차지했으며, '8만원-10만원'이 가장 적게 응답을 했다. '10만원이상'이라는 응답에서는 고등학생들이 중학생 보다 많았으며, 용돈이 없다는 응답에서도 고등학생들이 중학생보다 많았다.

&lt;표 III-71&gt; 교급별 청소년 한달 용돈 액수

|        |                  | 한달 용돈 액수  |             |             |             |              |            |       | 전체     |
|--------|------------------|-----------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------|-------|--------|
|        |                  | 2만원<br>이하 | 2만원<br>~4만원 | 4만원<br>~6만원 | 6만원<br>~8만원 | 8만원<br>~10만원 | 10만원<br>이상 | 없다    |        |
| 교<br>급 | 중<br>학<br>교      | 254       | 282         | 88          | 28          | 21           | 9          | 58    | 740    |
|        |                  | 34.3%     | 38.1%       | 11.9%       | 3.8%        | 2.8%         | 1.2%       | 7.8%  | 100.0% |
|        | 고<br>등<br>학<br>교 | 124       | 230         | 150         | 51          | 42           | 67         | 76    | 740    |
|        |                  | 16.8%     | 31.1%       | 20.3%       | 6.9%        | 5.7%         | 9.1%       | 10.3% | 100.0% |
| 전체     |                  | 378       | 512         | 238         | 79          | 63           | 76         | 134   | 1480   |
|        |                  | 25.5%     | 34.6%       | 16.1%       | 5.3%        | 4.3%         | 5.1%       | 9.1%  | 100.0% |

$$\chi^2 = 126.519 \quad p < .001$$

### (9) 한달 용돈 중 외식비 지출 규모

#### ① 청소년 한달 용돈 중 외식비 지출 규모

한달 용돈 중 외식비 지출 규모를 살펴보면 '1만원 이하'가 39.8%로 가장 많은 응답을 보였고, '1만원에서 2만원' 이하가 21.9%, '2만원에서 3만원'이 9.6%, '3만원에서 4만원' 이하가 4.8%, '4만원에서 5만원' 이하가 3.7%, '5만원 이상'이 2.6%를 보이고 있으며 안 쓴다는 응답도 17.5%를 차지하고 있다.

&lt;표 III-72&gt; 한달 용돈 중 외식비

|         | 빈도   | 퍼센트(%) |
|---------|------|--------|
| 1만원 이하  | 587  | 39.8   |
| 1만원-2만원 | 323  | 21.9   |
| 2만원-3만원 | 142  | 9.6    |
| 3만원-4만원 | 71   | 4.8    |
| 4만원-5만원 | 55   | 3.7    |
| 5만원이상   | 38   | 2.6    |
| 안쓴다     | 258  | 17.5   |
| 전체      | 1474 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 용돈중 외식비 지출 규모

각 지역별 청소년들의 용돈중 외식비 지출 규모를 살펴보면 '1만원이하'가 전 지역에 걸쳐 가장 높게 나타나고 있으며 읍면지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있다. '1만원-2만원'이라는 응답에서도 읍면지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있으며, '2만원-3만원'이라는 응답에서는 중소도시 지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있다. '3만원-4만원'을 지출한다는 응답과 '안쓴다'는 응답에서는 서울 강북이 가장 높은 응답률을 보였고, '4만원-5만원'을 지출한다는 응답은 중소도시에서 가장 높은 비율로 나타났다. 반면에 '5만원이상'은 서울 강남이 가장 높은 응답률을 보였다.

&lt;표 III-73&gt; 지역별 청소년 용돈중 외식비 지출 규모

|        |          | 한달 용돈 중 평균 외식 비용 |             |             |             |             |           |       | 전체     |
|--------|----------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|-------|--------|
|        |          | 1만원<br>이하        | 1만원<br>~2만원 | 2만원<br>~3만원 | 3만원<br>~4만원 | 4만원<br>~5만원 | 5만원<br>이상 | 안쓴다   |        |
| 지<br>역 | 강북       | 112              | 56          | 23          | 18          | 9           | 10        | 59    | 287    |
|        |          | 39.0%            | 19.5%       | 8.0%        | 6.3%        | 3.1%        | 3.5%      | 20.6% | 100.0% |
|        | 강남       | 120              | 72          | 35          | 17          | 18          | 15        | 40    | 317    |
|        |          | 37.9%            | 22.7%       | 11.0%       | 5.4%        | 5.7%        | 4.7%      | 12.6% | 100.0% |
|        | 대도시      | 123              | 63          | 28          | 8           | 4           | 5         | 58    | 289    |
|        |          | 42.6%            | 21.8%       | 9.7%        | 2.8%        | 1.4%        | 1.7%      | 20.1% | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 112              | 64          | 37          | 19          | 19          | 5         | 51    | 307    |
|        |          | 36.5%            | 20.8%       | 12.1%       | 6.2%        | 6.2%        | 1.6%      | 16.6% | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 120              | 68          | 19          | 9           | 5           | 3         | 50    | 274    |
|        |          | 43.8%            | 24.8%       | 6.9%        | 3.3%        | 1.8%        | 1.1%      | 18.2% | 100.0% |
|        | 전체       | 587              | 323         | 142         | 71          | 55          | 38        | 258   | 1474   |
|        |          | 39.8%            | 21.9%       | 9.6%        | 4.8%        | 3.7%        | 2.6%      | 17.5% | 100.0% |

$$\chi^2 = 50.188 \quad p < .01$$

### ③ 성별에 따른 용돈중 외식비 지출

성별에 따른 청소년들의 외식비 지출 규모를 살펴보면 남, 녀 모두 '만원 이하'라는 응답이 가장 많았다. 반면에 '만원에서 3만원' 사이의 지출은 여학생들이 더 많았고, '3만원에서 5만원' 사이의 지출은 남학생들이 더 많았다. 반면에 안쓴다는 응답에서도 남학생들이 더 높은 비율을 보이고 있다.

&lt;표 III-74&gt; 성별에 따른 용돈중 외식비 지출

|    |   | 한달 용돈 중 평균 외식 비용 |             |             |             |             |           |       | 전체     |
|----|---|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|-------|--------|
|    |   | 1만원<br>이하        | 1만원<br>~2만원 | 2만원<br>~3만원 | 3만원<br>~4만원 | 4만원<br>~5만원 | 5만원<br>이상 | 안쓴다   |        |
| 성별 | 남 | 285              | 166         | 53          | 42          | 29          | 23        | 148   | 746    |
|    |   | 38.2%            | 22.3%       | 7.1%        | 5.6%        | 3.9%        | 3.1%      | 19.8% | 100.0% |
|    | 여 | 300              | 157         | 89          | 29          | 26          | 14        | 109   | 724    |
|    |   | 41.4%            | 21.7%       | 12.3%       | 4.0%        | 3.6%        | 1.9%      | 15.1% | 100.0% |
| 전체 |   | 585              | 323         | 142         | 71          | 55          | 37        | 257   | 1470   |
|    |   | 39.8%            | 22.0%       | 9.7%        | 4.8%        | 3.7%        | 2.5%      | 17.5% | 100.0% |

$$\chi^2 = 20.089 \quad p < .01$$

#### ④ 교급별 청소년 용돈 중 외식비 지출

다음은 교급별로 청소년들이 한달 용돈중 평균 외식비는 얼마나 지출하고 있는가를 살펴보았는데 전체적으로는 '1만원 이하' 가장 많은 가운데 중학생이 고등학생에 비해 응답률이 낮았고, 전체적으로 외식 비용으로 고등학생보다 중학생이 덜 쓰는 것으로 나타났다. 안쓴다는 응답에서도 중학생이 고등학생에 비해 높은 응답률을 보였다. 기념일 등 특별행사시 외식비용이나 저녁식사시 외식 비용에 있어서 중학생이 고등학생에 비해 높게 나온 것은 자신이 소비의 주체가 아님을 다시 추론해 볼 수 있다.

&lt;표 III-75&gt; 교급별 청소년 용돈 중 외식비 지출

|    |                  | 한달 용돈 중 평균 외식 비용 |             |             |             |             |           |       | 전체     |
|----|------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|-------|--------|
|    |                  | 1만원<br>이하        | 1만원<br>-2만원 | 2만원<br>-3만원 | 3만원<br>-4만원 | 4만원<br>-5만원 | 5만원<br>이상 | 안쓴다   |        |
| 교급 | 중<br>학<br>교      | 352              | 123         | 46          | 18          | 14          | 7         | 177   | 737    |
|    |                  | 47.8%            | 16.7%       | 6.2%        | 2.4%        | 1.9%        | 9%        | 24.0% | 100.0% |
|    | 고<br>등<br>학<br>교 | 235              | 200         | 96          | 53          | 41          | 31        | 81    | 737    |
|    |                  | 31.9%            | 27.1%       | 13.0%       | 7.2%        | 5.6%        | 4.2%      | 11.0% | 100.0% |
| 전체 |                  | 587              | 323         | 142         | 71          | 55          | 38        | 258   | 1474   |
|    |                  | 39.8%            | 21.9%       | 9.6%        | 4.8%        | 3.7%        | 2.6%      | 17.5% | 100.0% |

$$\chi^2 = 140.669 \quad p < .001$$

### 3) 패스트푸드점과 음식소비

다음은 청소년들의 패스트푸드 소비 경향 및 인식에 대해 살펴볼 것이다. 이를 위해서 패스트푸드를 먹는 이유, 방문빈도, 선호하는 브랜드, 전반적인 인식 등에 대해서 조사하였다.

#### (1) 패스트푸드를 먹는 이유

##### ① 청소년들이 패스트푸드를 먹는 이유

청소년들이 패스트푸드를 먹는 이유는 간편해서가 57.8%로 가장 높은 응답률을 보였고, 맛이 좋아서 먹는다는 응답도 28%를 차지하였다. 그리고 가격이 적당해서 먹는다는 응답이 8.5%의 순으로 나타났다. 기타의 4%와 유행을 따르기 위해서나 분위기가 좋아서는 그리 중요하지 않은 요소로 나타난 것을 볼 수 있다. 따라서 청소년들이 패스

트푸드점을 찾는 요인은 간편성과 맛 그리고 가격 등을 중요하게 고려할 수 있다.

<표 III-76> 패스트푸드 먹는 이유

|            | 빈도   | 퍼센트(%) |
|------------|------|--------|
| 간편해서       | 857  | 57.8   |
| 분위기가 좋아서   | 14   | .9     |
| 맛이 좋아서     | 415  | 28.0   |
| 가격이 적당해서   | 126  | 8.5    |
| 유행을 따르기 위해 | 11   | .7     |
| 기타         | 59   | 4.0    |
| 전체         | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 패스트푸드 먹는 이유

각 지역별로 패스트푸드를 먹는 이유에 관한 결과는 유의미한 것으로 나타났는데, 전체적으로 간편해서 먹는다는 응답이 가장 높은 가운데 대도시의 응답률이 가장 높았다. 반면에 맛이 좋아서 먹는다는 응답에서는 읍면지역이 42.8%의 높은 응답율을 보이는 반면, 강북 지역이 가장 낮은 응답률을 보이고 있다. 가격 때문에 먹는다는 응답은 서울 강남지역이 가장 높은 응답율을 보이는 반면, 읍면지역은 가장 낮은 응답률을 보이고 있다.

&lt;표 III-77&gt; 지역별 청소년 패스트푸드 먹는 이유

|    |          | 패스트푸드를 먹는 이유 |      |       |       |      |      | 전체     |
|----|----------|--------------|------|-------|-------|------|------|--------|
|    |          | 간편해서         | 분위기  | 맛     | 가격    | 유행   | 기타   |        |
| 지역 | 강북       | 171          | 3    | 67    | 26    | 4    | 13   | 284    |
|    |          | 60.2%        | 1.1% | 23.6% | 9.2%  | 1.4% | 4.6% | 100.0% |
|    | 강남       | 185          | 5    | 77    | 40    |      | 14   | 321    |
|    |          | 57.6%        | 1.6% | 24.0% | 12.5% |      | 4.4% | 100.0% |
|    | 대도시      | 185          | 1    | 72    | 24    | 1    | 7    | 290    |
|    |          | 63.8%        | .3%  | 24.8% | 8.3%  | .3%  | 2.4% | 100.0% |
|    | 중소<br>도시 | 183          | 4    | 81    | 22    | 4    | 17   | 311    |
|    |          | 58.8%        | 1.3% | 26.0% | 7.1%  | 1.3% | 5.5% | 100.0% |
|    | 읍면<br>지역 | 133          | 1    | 118   | 14    | 2    | 8    | 276    |
|    |          | 48.2%        | .4%  | 42.8% | 5.1%  | .7%  | 2.9% | 100.0% |
| 전체 |          | 857          | 14   | 415   | 126   | 11   | 59   | 1482   |
|    |          | 57.8%        | .9%  | 28.0% | 8.5%  | .7%  | 4.0% | 100.0% |

$$\chi^2 = 58.362 \quad p < .001$$

### ③ 성별에 따른 패스트푸드 시식 이유

성별에 따른 패스트푸드 시식 이유에 대해 살펴보면 남, 녀 모두 간편해서 먹는다는 응답이 과반수를 넘고 있으나, 여학생이 다소 높은 응답률을 보이고 있다. 맛 때문에 먹는다는 응답은 남학생이 다소 높은 응답률을 보이고 있다.

&lt;표 III-78&gt; 성별에 따른 패스트푸드 시식 이유

|    |   | 패스트푸드를 먹는 이유 |      |       |      |      |      | 전체     |
|----|---|--------------|------|-------|------|------|------|--------|
|    |   | 간편해서         | 분위기  | 맛     | 가격   | 유행   | 기타   |        |
| 성별 | 남 | 417          | 11   | 212   | 66   | 10   | 32   | 748    |
|    |   | 55.7%        | 1.5% | 28.3% | 8.8% | 1.3% | 4.3% | 100.0% |
|    | 여 | 435          | 3    | 201   | 60   | 1    | 26   | 726    |
|    |   | 59.9%        | .4%  | 27.7% | 8.3% | .1%  | 3.6% | 100.0% |
| 전체 |   | 852          | 14   | 413   | 126  | 11   | 58   | 1474   |
|    |   | 57.8%        | .9%  | 28.0% | 8.5% | .7%  | 3.9% | 100.0% |

$$\chi^2 = 13.189 \quad p < .05$$

## ④ 교급별 청소년 패스트푸드 시식 이유

교급에 따라 청소년들이 패스트푸드를 먹는 이유를 살펴보면 간편해서 먹는다는 응답이 가장 높은 가운데 고등학생이 중학생에 비해 다소 높은 응답률을 보이고 있고, 맛이 좋아서 먹는다는 응답은 중학생(31.8%)이 고등학생(24.2%)에 비해 훨씬 높은 비율을 보이고 있다. 가격이 적당해서 먹는다는 응답은 고등학생이 중학생에 비해 높은 응답률을 보이고 있다.

&lt;표 III-79&gt; 교급별 청소년 패스트푸드 시식 이유

|        |      | 패스트푸드를 먹는 이유 |      |       |       |      |      | 전체     |
|--------|------|--------------|------|-------|-------|------|------|--------|
|        |      | 간편해서         | 분위기  | 맛     | 가격    | 유행   | 기타   |        |
| 교<br>급 | 중학교  | 421          | 8    | 236   | 47    | 2    | 29   | 743    |
|        |      | 56.7%        | 1.1% | 31.8% | 6.3%  | .3%  | 3.9% | 100.0% |
|        | 고등학교 | 436          | 6    | 179   | 79    | 9    | 30   | 739    |
|        |      | 59.0%        | .8%  | 24.2% | 10.7% | 1.2% | 4.1% | 100.0% |
| 전체     |      | 857          | 14   | 415   | 126   | 11   | 59   | 1482   |
|        |      | 57.8%        | 9%   | 28.0% | 8.5%  | .7%  | 4.0% | 100.0% |

$$\chi^2 = 20.965 \quad p < .01$$

## (2) 가장 선호하는 패스트푸드 브랜드

### ① 청소년이 선호하는 패스트푸드 브랜드

가장 선호하는 패스트푸드 브랜드의 경우에는 롯데리아가 48.4%, 맥도널드가 17.7%, KFC(켄터키 후라이드 치킨)이 13.2%, 버거킹은 7.9%, 파파이스가 7.1% 였고, 기타 5.5%, 하디스는 .3%에 그쳐, 롯데리아가 청소년들 중에서는 가장 많이 선호되는 브랜드로 꼽히는 것을 볼 수 있었다.

&lt;표 III-80&gt; 선호 패스트푸드 브랜드

|      | 빈도   | 퍼센트(%) |
|------|------|--------|
| 맥도날드 | 262  | 17.7   |
| 롯데리아 | 171  | 48.4   |
| 파파이스 | 105  | 7.1    |
| 버거킹  | 117  | 7.9    |
| KFC  | 196  | 13.2   |
| 하디스  | 4    | 3      |
| 기타   | 81   | 5.5    |
| 전체   | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 패스트푸드 브랜드 선호도

다음에는 지역별로 청소년들이 선호하는 패스트푸드 브랜드에 관하여 알아보았다. 서울 강남지역을 제외한 전 지역에서 롯데리아를 가장 선호하는 것으로 나타났으며 강남지역에서는 맥도날드를 선호하는 것으로 나타났다. 롯데리아 선호도는 읍면지역에서 가장 높은 응답률을 보였고 중소도시, 대도시, 서울 강북, 서울 강남의 순으로 나타났다. 맥도날드 선호도의 경우, 서울 강남, 강북, 중소도시, 대도시, 읍면지역의 순으로 나타났다. KFC와 버거킹의 경우, 서울 강남, 강북, 대도시, 읍면지역, 중소도시 순으로 선호도가 나타났다. 강남을 제외한 지역의 경우 롯데리아의 선호도가 다른 브랜드에 비해 월등히 높게 나타나고 있으나, 강남지역의 경우 맥도날드가 가장 선호되는 가운데, 롯데리아, 버거킹, KFC의 선호도는 비슷하게 나타나고 있었다.

&lt;표 III-81&gt; 지역별 청소년 패스트푸드 브랜드 선호도

|        |          | 선호하는 패스트푸드 브랜드 |          |          |       |       |      |       | 전체     |
|--------|----------|----------------|----------|----------|-------|-------|------|-------|--------|
|        |          | 맥도<br>날드       | 롯데<br>리아 | 파파<br>이스 | 버거킹   | KFC   | 하디스  | 기타    |        |
| 지<br>역 | 강북       | 63             | 93       | 28       | 33    | 54    | 3    | 11    | 285    |
|        |          | 22.1%          | 32.6%    | 9.8%     | 11.6% | 18.9% | 1.1% | 3.9%  | 100.0% |
|        | 강남       | 79             | 66       | 34       | 64    | 65    | 1    | 11    | 320    |
|        |          | 24.7%          | 20.6%    | 10.6%    | 20.0% | 20.3% | .3%  | 3.4%  | 100.0% |
|        | 대도시      | 47             | 161      | 24       | 10    | 41    |      | 7     | 290    |
|        |          | 16.2%          | 55.5%    | 8.3%     | 3.4%  | 14.1% |      | 2.4%  | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 56             | 209      | 12       | 5     | 17    |      | 12    | 311    |
|        |          | 18.0%          | 67.2%    | 3.9%     | 1.6%  | 5.5%  |      | 3.9%  | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 17             | 188      | 7        | 5     | 19    |      | 40    | 276    |
|        |          | 6.2%           | 68.1%    | 2.5%     | 1.8%  | 6.9%  |      | 14.5% | 100.0% |
|        | 전체       | 282            | 717      | 105      | 117   | 196   | 4    | 81    | 1482   |
|        |          | 17.7%          | 48.4%    | 7.1%     | 7.9%  | 13.2% | 3%   | 5.5%  | 100.0% |

$$\chi^2 = 370.820 \quad p < .001$$

### ③ 성별에 따른 패스트푸드 브랜드 선호도

성별에 따라 청소년들이 선호하는 패스트푸드 브랜드를 살펴보면 남, 녀 모두 롯데리아를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 다음으로 맥도날드와 KFC인데, 맥도날드는 여자 청소년들이 더 많이 선호하는 것으로 나타났고, KFC는 남자 청소년들이 다소 많이 선호하는 것으로 나타났다.

&lt;표 III-82&gt; 성별에 따른 패스트푸드 브랜드 선호도

|        |   | 선호하는 패스트푸드 브랜드 |          |          |      |       |     |      | 전체     |
|--------|---|----------------|----------|----------|------|-------|-----|------|--------|
|        |   | 맥도<br>날드       | 롯데<br>리아 | 파파<br>이스 | 버거킹  | KFC   | 하디스 | 기타   |        |
| 성<br>별 | 남 | 122            | 365      | 40       | 56   | 102   | 3   | 59   | 747    |
|        |   | 16.3%          | 48.9%    | 5.4%     | 7.5% | 13.7% | .4% | 7.9% | 100.0% |
|        | 여 | 138            | 347      | 64       | 61   | 94    | 1   | 22   | 727    |
|        |   | 19.0%          | 47.7%    | 8.8%     | 8.4% | 12.9% | .1% | 3.0% | 100.0% |
| 전체     |   | 260            | 712      | 104      | 117  | 196   | 4   | 81   | 1474   |
|        |   | 17.6%          | 48.3%    | 7.1%     | 7.9% | 13.3% | .3% | 5.5% | 100.0% |

$$\chi^2 = 25.153 \quad p < .001$$

## ④ 교급별 청소년 패스트푸드 브랜드 선호도

교급별로 청소년들의 패스트푸드 선호도를 살펴보면 중학생이 고등학생보다 롯데리아를 더 선호하고 있는 것을 볼 수 있었다. 고등학생은 중학생보다 버거킹과 KFC를 선호하고 있어, 중학생들보다 더 다양하게 각 브랜드를 선호하고 있는 것을 볼 수 있었다.

&lt;표 III-83&gt; 교급별 청소년 패스트푸드 브랜드 선호도

|        |      | 선호하는 패스트푸드 브랜드 |          |          |       |       |     |      | 전체     |
|--------|------|----------------|----------|----------|-------|-------|-----|------|--------|
|        |      | 맥도<br>날드       | 롯데<br>리아 | 파파<br>이스 | 버거킹   | KFC   | 하디스 | 기타   |        |
| 교<br>급 | 중학교  | 131            | 424      | 55       | 34    | 72    | 1   | 25   | 742    |
|        |      | 17.7%          | 57.1%    | 7.4%     | 4.6%  | 9.7%  | 1%  | 3.4% | 100.0% |
|        | 고등학교 | 131            | 233      | 50       | 83    | 124   | 3   | 56   | 740    |
|        |      | 17.7%          | 39.6%    | 6.8%     | 11.2% | 16.8% | .4% | 7.6% | 100.0% |
| 전체     |      | 262            | 717      | 105      | 117   | 196   | 4   | 81   | 1482   |
|        |      | 17.7%          | 48.4%    | 7.1%     | 7.9%  | 13.2% | .3% | 5.5% | 100.0% |

$$\chi^2 = 71.351 \quad p < .001$$

### (3) 패스트푸드점 방문 빈도

#### ① 청소년의 지난 한달 동안 패스트푸드점 방문 빈도

청소년들의 지난 한달 동안의 패스트푸드점 방문 빈도에 대해서 알아본 결과 '1-5회'가 58.3%로 가장 많았고, '6-10회' 잤다는 청소년이 9.9%, '11-15회' 잤다는 청소년이 2.4%, '16회 이상'도 2.8%로 나타났다. 그에 따라 73% 정도의 청소년들이 한달에 한번 이상은 패스트푸드점을 방문하고 있음을 알 수 있었다.

&lt;표 III-84&gt; 지난달 패스트푸드점 방문 횟수

|          | 빈도   | 퍼센트(%) |
|----------|------|--------|
| 전혀 가지 않음 | 394  | 26.6   |
| 1-5회     | 864  | 58.3   |
| 6-10회    | 146  | 9.9    |
| 11-15회   | 36   | 2.4    |
| 16회 이상   | 42   | 2.8    |
| 전체       | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 패스트푸드점 방문 빈도

지역별로 청소년들의 패스트푸드점 방문 빈도에 대해 살펴본 결과 '1-5회' 방문했다는 응답에서는 강남지역이 가장 높은 응답률을 보였고, '6-10회' 방문했다는 응답은 대도시에서 가장 높은 응답률을 보였으며, '11-15회' 방문했다는 응답은 서울 강남지역이, '16회 이상' 방문했다는 응답은 중소도시가 가장 높은 응답률을 보였다. 전혀 가지 않았다는 응답은 읍면지역이 가장 높은 응답률을 보였다. 11회 이상 방문했던 청소년들의 지역별 분포를 보면 강남(7.8%), 강북(5.9%), 중소도시(5.5%), 대도시(4.9%), 읍면지역(1.9%) 순으로 나타나고 있다.

&lt;표 III-85&gt; 지역별 패스트푸드점 방문 빈도

|        |          | 지난 한달 동안 패스트푸드점 방문 빈도 |       |       |        |        | 전체     |
|--------|----------|-----------------------|-------|-------|--------|--------|--------|
|        |          | 가지 않음                 | 1-5회  | 6-10회 | 11-15회 | 16회 이상 |        |
| 지<br>역 | 강북       | 72                    | 168   | 30    | 6      | 11     | 287    |
|        |          | 25.1%                 | 58.5% | 10.5% | 2.1%   | 3.8%   | 100.0% |
|        | 강남       | 60                    | 201   | 34    | 16     | 9      | 320    |
|        |          | 18.8%                 | 62.8% | 10.6% | 5.0%   | 2.8%   | 100.0% |
|        | 대도시      | 82                    | 155   | 39    | 6      | 8      | 290    |
|        |          | 28.3%                 | 53.4% | 13.4% | 2.1%   | 2.8%   | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 75                    | 190   | 28    | 4      | 13     | 310    |
|        |          | 24.2%                 | 61.3% | 9.0%  | 1.3%   | 4.2%   | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 105                   | 150   | 15    | 4      | 1      | 275    |
|        |          | 38.2%                 | 54.5% | 5.5%  | 1.5%   | .4%    | 100.0% |
| 전체     |          | 394                   | 864   | 146   | 36     | 42     | 1482   |
|        |          | 26.6%                 | 58.3% | 9.9%  | 2.4%   | 2.8%   | 100.0% |

$$\chi^2 = 56.356 \quad p < .001$$

### ③ 성별에 따른 패스트푸드점 방문 빈도

성별에 따라 청소년들이 패스트푸드점을 방문하는 빈도에 대해 알아본 결과 남, 녀 모두 지난 한달 동안 한번에서 다섯 번 정도 방문 했다는 응답이 가장 많았으며, 여자 청소년이 다소 높은 응답률을 보였다. 반면에 6회 이상의 방문 빈도에서는 남자 청소년들이 여자 청소년 보다 다소 많았으며, 전혀 가지 않았다는 응답에서도 남자 청소년 이 다소 많았다.

&lt;표 III-86&gt; 성별에 따른 패스트푸드점 방문 빈도

|        |   | 지난 한달 동안 패스트푸드점 방문 빈도 |       |       |        |       | 전체     |
|--------|---|-----------------------|-------|-------|--------|-------|--------|
|        |   | 가지않음                  | 1-5회  | 6-10회 | 11-15회 | 16회이상 |        |
| 성<br>별 | 남 | 223                   | 407   | 75    | 20     | 25    | 750    |
|        |   | 29.7%                 | 54.3% | 10.0% | 2.7%   | 3.3%  | 100.0% |
|        | 여 | 169                   | 453   | 71    | 15     | 17    | 725    |
|        |   | 23.3%                 | 62.5% | 9.8%  | 2.1%   | 2.3%  | 100.0% |
| 전체     |   | 392                   | 860   | 146   | 35     | 42    | 1475   |
|        |   | 26.6%                 | 58.3% | 9.9%  | 2.4%   | 2.8%  | 100.0% |

$$\chi^2 = 11.827 \quad p < .05$$

## ④ 교급별 청소년 패스트푸드점 방문 빈도

교급별로 청소년들이 패스트푸드점을 방문하는 빈도를 살펴본 결과 큰 차이가 없는 것으로 나타났으며 전혀 가지않는 청소년들의 경우 중학생이 다소 많은 것으로 나타났고, '1회-10회' 사이라는 응답에서는 고등학생이 높은 응답률을 보였고, 그 이상의 빈도에서는 중학생들이 다소 높은 응답률을 보였다.

&lt;표 III-87&gt; 교급별 청소년 패스트푸드점 방문 빈도

|        |      | 지난 한달 동안 패스트푸드점 방문 빈도 |       |       |        |       | 전체     |
|--------|------|-----------------------|-------|-------|--------|-------|--------|
|        |      | 가치없음                  | 1-5회  | 6-10회 | 11-15회 | 16회이상 |        |
| 교<br>급 | 중학교  | 209                   | 416   | 70    | 21     | 25    | 741    |
|        |      | 28.2%                 | 56.1% | 9.4%  | 2.8%   | 3.4%  | 100.0% |
|        | 고등학교 | 185                   | 448   | 76    | 15     | 17    | 741    |
|        |      | 25.0%                 | 60.5% | 10.3% | 2.0%   | 2.3%  | 100.0% |
| 전체     |      | 394                   | 864   | 146   | 36     | 42    | 1482   |
|        |      | 26.6%                 | 58.3% | 9.9%  | 2.4%   | 2.8%  | 100.0% |

#### (4) 패스트푸드에 대한 인식

##### ① 청소년의 패스트푸드에 대한 인식

청소년들의 패스트푸드에 대한 인식을 살펴본 결과 먹기 편한 음식이라는 응답이 42.7%로 가장 많았고, 살찌기 쉬운 음식이라는 응답이 33.6%, 서구적인 음식이 10.1%, 젊은 층의 음식은 9%, 그리고 기타가 4.7%으로 나타나, 편하지만 건강에는 좋지 않은 음식이라는 인식을 하고 있다는 것으로 나타났다.

<표 III-88> 패스트푸드에 대한 인식

|            | 빈도   | 퍼센트(%) |
|------------|------|--------|
| 젊은 층의 음식이다 | 133  | 90     |
| 살찌기 쉬운 음식임 | 497  | 336    |
| 서구적인 음식임   | 149  | 10.1   |
| 먹기 편한 음식이다 | 631  | 42.7   |
| 기타         | 69   | 4.7    |
| 전체         | 1487 | 1000   |

##### ② 지역별 청소년 패스트푸드 인식

지역별로 청소년들의 패스트푸드에 대한 인식을 살펴본 결과 서울 강남지역을 제외한 전지역에서는 먹기 편한 음식이라는 인식이 가장 높게 나타난 반면, 강남지역에서는 살찌기 쉬운 음식이라는 인식이 가장 높게 나타났다.

&lt;표 III-89&gt; 지역별 청소년 패스트푸드 인식

|        |          | 패스트푸드에 대한 인식 |              |            |             |      | 전체     |
|--------|----------|--------------|--------------|------------|-------------|------|--------|
|        |          | 젊은 층의<br>음식  | 살찌기<br>쉬운 음식 | 서구적인<br>음식 | 먹기 편한<br>음식 | 기타   |        |
| 지<br>역 | 강북       | 18           | 99           | 30         | 121         | 18   | 286    |
|        |          | 63%          | 346%         | 105%       | 423%        | 63%  | 100.0% |
|        | 강남       | 25           | 134          | 30         | 112         | 18   | 319    |
|        |          | 78%          | 420%         | 94%        | 351%        | 56%  | 100.0% |
|        | 대도시      | 30           | 84           | 37         | 125         | 13   | 289    |
|        |          | 104%         | 291%         | 128%       | 433%        | 45%  | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 30           | 91           | 28         | 152         | 9    | 310    |
|        |          | 97%          | 294%         | 90%        | 490%        | 29%  | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 30           | 89           | 24         | 121         | 11   | 275    |
|        |          | 10.9%        | 32.4%        | 8.7%       | 44.0%       | 4.0% | 100.0% |
| 전체     |          | 133          | 497          | 149        | 631         | 69   | 1479   |
|        |          | 9.0%         | 33.6%        | 10.1%      | 42.7%       | 4.7% | 100.0% |

$$\chi^2 = 30.183 \quad p < .05$$

### ③ 성별에 따른 청소년 패스트푸드에 대한 인식

성별에 따른 패스트푸드에 대한 인식을 살펴보면 남자 청소년들의 경우 먹기 편한 음식이라는 응답이 가장 많은 반면에 여자 청소년들은 살찌기 쉬운 음식이라는 인식이 가장 많았다. 따라서 여자 청소년들이 남자 보다 더 외모에 관심을 가지고 있음을 알 수 있다.

&lt;표 III-90&gt; 성별에 따른 청소년 패스트푸드에 대한 인식

|        |   | 패스트푸드에 대한 인식 |              |            |            |      | 전체     |
|--------|---|--------------|--------------|------------|------------|------|--------|
|        |   | 젊은층의<br>음식   | 살찌기<br>쉬운 음식 | 서구적인<br>음식 | 먹기편한<br>음식 | 기타   |        |
| 성<br>별 | 남 | 76           | 181          | 83         | 370        | 37   | 747    |
|        |   | 10.2%        | 24.2%        | 11.1%      | 49.5%      | 5.0% | 100.0% |
|        | 여 | 55           | 314          | 66         | 259        | 31   | 725    |
|        |   | 7.6%         | 43.3%        | 9.1%       | 35.7%      | 4.3% | 100.0% |
| 전체     |   | 131          | 495          | 149        | 629        | 68   | 1472   |
|        |   | 8.9%         | 33.6%        | 10.1%      | 42.7%      | 4.6% | 100.0% |

$$\chi^2 = 60.84 \quad p < .001$$

#### ④ 교급별 청소년 패스트푸드에 대한 인식

교급별로 청소년들의 패스트푸드에 대한 인식을 살펴본 결과 먹기 편한 음식이라는 응답이 가장 높게 나타난 가운데 고등학생이 중학생에 비해 다소 높은 응답률을 보이고 있다. 살찌기 쉬운 음식이라는 응답에서는 중학생들이 고등학생에 비해 높은 응답률을 보이고 있다.

&lt;표 III-91&gt; 교급별 패스트푸드에 대한 인식

|    |      | 패스트푸드에 대한 인식 |              |            |            |      | 전체     |
|----|------|--------------|--------------|------------|------------|------|--------|
|    |      | 젊은층의<br>음식   | 살찌기<br>쉬운 음식 | 서구적인<br>음식 | 먹기편한<br>음식 | 기타   |        |
| 교급 | 중학교  | 74           | 268          | 68         | 303        | 25   | 738    |
|    |      | 10.0%        | 36.3%        | 9.2%       | 41.1%      | 3.4% | 100.0% |
|    | 고등학교 | 59           | 229          | 81         | 328        | 44   | 741    |
|    |      | 8.0%         | 30.9%        | 10.9%      | 44.3%      | 5.9% | 100.0% |
| 전체 |      | 133          | 497          | 149        | 631        | 69   | 1479   |
|    |      | 9.0%         | 33.6%        | 10.1%      | 42.7%      | 4.7% | 100.0% |

$$\chi^2 = 12.103 \quad p < .05$$

#### (5) 패스트푸드에 대한 정보 채널

##### ① 청소년의 패스트푸드에 대한 정보 채널

청소년들은 주로 어떠한 곳에서 패스트푸드에 대한 정보를 얻는지 알아본 결과 TV, 신문광고가 44.8%로 가장 많은 비율을 차지했고, 학교친구는 28.3%, 길거리 간판이 19.4%, 그 외에 가족 친척이 3.4%로 나타나 대중매체를 통해서 가장 많이 정보를 얻고 있음을 알 수 있었으며, 학교 친구들이 중요 정보원으로 영향을 주는 요소임을 알 수 있었다.

&lt;표 III-92&gt; 패스트푸드 정보 채널

|          | 빈도   | 퍼센트(%) |
|----------|------|--------|
| 가족, 친척   | 50   | 3.4    |
| 학교친구     | 419  | 28.3   |
| TV, 신문광고 | 663  | 44.8   |
| 인터넷      | 28   | 1.9    |
| 길거리 간판   | 288  | 19.4   |
| 기타       | 33   | 2.2    |
| 전체       | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 패스트푸드에 대한 정보 채널

지역별로 패스트푸드에 대한 정보를 어디서 얻는지 살펴본 결과 TV나 신문 등에서 정보를 얻는다는 응답이 전 지역에서 고르게 가장 높은 응답률을 보였고 그 중에서도 읍면지역이 가장 높았다. 학교 친구를 통해 정보를 얻는다는 응답에서는 대도시 지역이 가장 높게 나타났다. 길거리 간판을 통해 정보를 얻는다는 응답은 서울 강북지역이 가장 높은 비율로 나타났다.

&lt;표 III-93&gt; 지역별 청소년 패스트푸드에 대한 정보 채널

|        |          | 패스트푸드에 대한 정보 채널 |          |          |      |       |      | 전체     |
|--------|----------|-----------------|----------|----------|------|-------|------|--------|
|        |          | 가족<br>친척        | 학교<br>친구 | TV<br>신문 | 인터넷  | 간판    | 기타   |        |
| 지<br>역 | 강북       | 10              | 62       | 124      | 6    | 74    | 8    | 284    |
|        |          | 35%             | 21.8%    | 43.7%    | 2.1% | 26.1% | 2.8% | 100.0% |
|        | 강남       | 11              | 84       | 142      | 7    | 67    | 10   | 321    |
|        |          | 3.4%            | 26.2%    | 44.2%    | 2.2% | 20.9% | 3.1% | 100.0% |
|        | 대도시      | 13              | 99       | 112      | 2    | 59    | 5    | 290    |
|        |          | 4.5%            | 34.1%    | 38.6%    | .7%  | 20.3% | 1.7% | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 8               | 102      | 141      | 6    | 47    | 6    | 310    |
|        |          | 2.6%            | 32.9%    | 45.5%    | 1.9% | 15.2% | 1.9% | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 8               | 72       | 144      | 7    | 41    | 4    | 276    |
|        |          | 2.9%            | 26.1%    | 52.2%    | 2.5% | 14.9% | 1.4% | 100.0% |
|        | 전체       | 50              | 419      | 663      | 28   | 288   | 33   | 1481   |
|        |          | 3.4%            | 28.3%    | 44.8%    | 1.9% | 19.4% | 2.2% | 100.0% |

$$\chi^2 = 37.386 \quad p < .05$$

### ③ 성별에 따른 청소년 패스트푸드에 대한 정보 채널

성별에 따라 청소년들이 패스트푸드에 대한 정보를 어디서 얻는지를 살펴본 결과, TV 및 신문광고를 통해 정보를 얻는다는 응답이 남, 녀 모두 가장 많았다. 학교친구를 통해서 정보를 얻는다는 응답에서는 여자 청소년들이 더 높은 응답률을, 간판을 통해서 정보를 얻는다는 경우는 남자 청소년들이 더 높은 응답률을 보이고 있다.

&lt;표 III-94&gt; 성별에 따른 청소년 패스트푸드에 대한 정보 채널

|        |   | 패스트푸드에 대한 정보 채널 |          |          |      |       |      | 전체     |
|--------|---|-----------------|----------|----------|------|-------|------|--------|
|        |   | 가족<br>친척        | 학교<br>친구 | TV<br>신문 | 인터넷  | 간판    | 기타   |        |
| 성<br>별 | 남 | 30              | 179      | 324      | 16   | 179   | 21   | 749    |
|        |   | 4.0%            | 23.9%    | 43.3%    | 2.1% | 23.9% | 2.8% | 100.0% |
|        | 여 | 19              | 239      | 336      | 12   | 108   | 11   | 725    |
|        |   | 2.6%            | 33.0%    | 46.3%    | 1.7% | 14.9% | 1.5% | 100.0% |
| 전체     |   | 49              | 418      | 660      | 28   | 287   | 32   | 1474   |
|        |   | 3.3%            | 28.4%    | 44.8%    | 1.9% | 19.5% | 2.2% | 100.0% |

$$\chi^2 = 32.179 \quad p < .001$$

## ④ 교급별 청소년 패스트푸드에 대한 정보 채널

교급별로 청소년들이 패스트푸드에 대한 정보를 어디서 얻는지 살펴본 결과 대체로 비슷하게 나타나고 있으며 중학생들이 고등학생보다 TV 매체의 영향을 더 받고 있는 것으로 나타났다.

&lt;표 III-95&gt; 교급별 청소년 패스트푸드에 대한 정보 채널

|    |      | 패스트푸드에 대한 정보 채널 |          |          |      |       |      | 전체     |
|----|------|-----------------|----------|----------|------|-------|------|--------|
|    |      | 가족<br>친척        | 학교<br>친구 | TV<br>신문 | 인터넷  | 간판    | 기타   |        |
| 교급 | 중학교  | 28              | 200      | 348      | 15   | 133   | 18   | 742    |
|    |      | 3.8%            | 27.0%    | 46.9%    | 2.0% | 17.9% | 2.4% | 100.0% |
|    | 고등학교 | 22              | 219      | 315      | 13   | 155   | 15   | 739    |
|    |      | 3.0%            | 29.6%    | 42.6%    | 1.8% | 21.0% | 2.0% | 100.0% |
| 전체 |      | 50              | 419      | 663      | 28   | 288   | 33   | 1481   |
|    |      | 3.4%            | 28.3%    | 44.8%    | 1.9% | 19.4% | 2.2% | 100.0% |

## (6) 한국화된 메뉴와 패스트푸드점 방문

## ① 한국화된 메뉴와 패스트푸드점 방문

김치버거 등의 한국화된 메뉴의 유무가 패스트푸드점을 찾는데 영향을 끼치는가에 관한 질문에는 조금 영향을 준다가 35.2%로 나타났고 많은 영향을 준다가 11.7%로 나타났다. 반면에 별로 영향을 주지 않는다가 34.4%, 전혀 영향을 주지 않는다는 17.1%로 나타나 영향을 주지 않는다는 응답이 다소 높게 나타나고 있다.

&lt;표 III-96&gt; 한국화된 메뉴의 패스트푸드점 선택영향

|               | 빈도   | 퍼센트(%) |
|---------------|------|--------|
| 많은 영향을 준다     | 174  | 11.7   |
| 조금 영향을 준다     | 522  | 35.2   |
| 별로 영향을 주지 않는다 | 510  | 34.4   |
| 전혀 영향을 주지 않는다 | 253  | 17.1   |
| 기타            | 22   | 1.5    |
| 전체            | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 방문

각 지역별로 한국화된 메뉴의 유무가 패스트푸드점을 찾는데 영향을 주는 정도에 대해 살펴보았는데 서울 강북과 강남의 경우 별로 영향을 주지 않는다는 응답이 가장 높게 나타났고, 대도시, 중소도시, 읍면지역의 경우 조금 영향을 준다는 응답이 가장 높게 나타났으며, 읍면지역이 가장 높은 응답률을 보였다. 전혀 영향을 주지 않는다는 응답에서는 강남과 강북 순으로 높은 응답률을 보이고 있으며, 많은 영향을 준다는 응답에서는 중소도시, 대도시, 읍면지역 순으로 높은 비율을 보이고 있다.

&lt;표 III-97&gt; 지역별 청소년 한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 방문

|        |          | 한국화된 메뉴유무와 패스트푸드점 방문 |       |              |              |      | 전체     |
|--------|----------|----------------------|-------|--------------|--------------|------|--------|
|        |          | 많은 영향                | 조금 영향 | 별로영향을<br>안준다 | 전혀영향을<br>안준다 | 기타   |        |
| 지<br>역 | 강북       | 27                   | 82    | 106          | 66           | 4    | 285    |
|        |          | 9.5%                 | 28.8% | 37.2%        | 23.2%        | 1.4% | 100.0% |
|        | 강남       | 25                   | 94    | 120          | 77           | 5    | 321    |
|        |          | 7.8%                 | 29.3% | 37.4%        | 24.0%        | 1.6% | 100.0% |
|        | 대도시      | 41                   | 113   | 91           | 43           | 2    | 290    |
|        |          | 14.1%                | 39.0% | 31.4%        | 14.8%        | .7%  | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 44                   | 122   | 102          | 38           | 4    | 310    |
|        |          | 14.2%                | 39.4% | 32.9%        | 12.3%        | 1.3% | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 37                   | 111   | 91           | 29           | 7    | 275    |
|        |          | 13.5%                | 40.4% | 33.1%        | 10.5%        | 2.5% | 100.0% |
| 전체     |          | 174                  | 522   | 510          | 253          | 22   | 1481   |
|        |          | 11.7%                | 35.2% | 34.4%        | 17.1%        | 1.5% | 100.0% |

$$\chi^2 = 53.586 \quad p < .001$$

### ③ 성별 청소년 한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 방문

성별에 따라 청소년들이 한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 방문 경향을 살펴보았는데, 남, 녀 청소년들 모두 조금 영향을 준다는 응답이 가장 많았고, 그 다음이 별로 영향을 주지 않는다는 응답 순이었다. 두 응답 모두에서 여자 청소년들이 다소 높은 응답률을 보였다. 반면에 남자 청소년들은 많은 영향을 준다는 응답과 전혀 영향을 주지 않는다는 응답에서 여자보다 높은 비율을 보이고 있다.

&lt;표 III-98&gt; 성별 청소년 한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 방문

|        |   | 한국화된 메뉴유무와 패스트푸드점 방문 |       |              |               |      | 전체     |
|--------|---|----------------------|-------|--------------|---------------|------|--------|
|        |   | 많은 영향                | 조금 영향 | 별로영향을<br>안준다 | 전혀 영향을<br>안준다 | 기타   |        |
| 성<br>별 | 남 | 103                  | 251   | 241          | 138           | 16   | 749    |
|        |   | 13.8%                | 33.5% | 32.2%        | 18.4%         | 2.1% | 100.0% |
|        | 여 | 70                   | 270   | 267          | 113           | 5    | 725    |
|        |   | 9.7%                 | 37.2% | 36.8%        | 15.6%         | .7%  | 100.0% |
| 전체     |   | 173                  | 521   | 508          | 251           | 21   | 1474   |
|        |   | 11.7%                | 35.3% | 34.5%        | 17.0%         | 1.4% | 100.0% |

$$\chi^2 = 16.184 \quad p < .01$$

#### ④ 교급별 청소년 한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 방문

다음은 교급에 따라 청소년들의 한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 방문 영향 정도에 대해서 살펴보았다. 고등학생들의 경우 별로 영향을 주지 않는다는 응답이 가장 높게 나타난 반면, 중학생들의 경우 조금 영향을 준다는 응답이 가장 높게 나타나고 있다. 중학생들의 경우 영향을 준다는 응답은 52.7%로 나타나고 있고 고등학생들의 경우 41.2%로 나타나 한국화된 메뉴와 패스트푸드점 방문 정도는 중학생들에게 더 큰 영향 요인으로 작용하고 있음을 알 수 있다.

&lt;표 III-99&gt; 교급별 청소년 한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 방문

|        |      | 한국화된 메뉴유무와 패스트푸드점 방문 |       |               |              |      | 전체     |
|--------|------|----------------------|-------|---------------|--------------|------|--------|
|        |      | 많은영향                 | 조금 영향 | 별로영향<br>을 안준다 | 전혀영향을<br>안준다 | 기타   |        |
| 교<br>급 | 중학교  | 98                   | 233   | 241           | 99           | 10   | 741    |
|        |      | 13.2%                | 39.5% | 32.5%         | 13.4%        | 1.3% | 100.0% |
|        | 고등학교 | 76                   | 229   | 269           | 154          | 12   | 740    |
|        |      | 10.3%                | 30.9% | 36.4%         | 20.8%        | 1.6% | 100.0% |
| 전체     |      | 174                  | 522   | 510           | 253          | 22   | 1481   |
|        |      | 11.7%                | 35.2% | 34.4%         | 17.1%        | 1.5% | 100.0% |

$$\chi^2 = 24.303 \quad p < .001$$

#### (6) 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문

##### ① 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문

청소년들의 할인카드, 할인쿠폰의 소지가 패스트푸드점을 방문하는데 영향을 주는 정도를 살펴보았는데 조금 영향을 준다는 응답이 38.5%, 많은 영향을 준다는 응답이 22.5%로 나타나 61%의 응답자가 할인쿠폰 등의 영향을 받고 있음을 알 수 있다.

&lt;표 III-100&gt; 할인카드쿠폰영향도

|               | 빈도   | 퍼센트(%) |
|---------------|------|--------|
| 많은 영향을 준다     | 333  | 22.5   |
| 조금 영향을 준다     | 569  | 38.5   |
| 별로 영향을 주지 않는다 | 320  | 21.6   |
| 전혀 영향을 주지 않는다 | 231  | 15.6   |
| 기타            | 26   | 1.8    |
| 전체            | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문

각 지역별로 할인쿠폰 등의 소지가 패스트푸드점 방문에 미치는 영향 정도를 살펴보았는데 전지역에 걸쳐 조금 영향을 준다는 응답이 가장 높게 나타났고, 그중에서 강남지역이 가장 높은 응답률을 보였다. 많은 영향을 준다는 응답에서도 강남지역이 가장 높은 응답률을 보였으며, 별로 영향을 안준다는 응답에서는 중소도시가 가장 높은 응답률을 보였고, 전혀 영향을 안준다는 응답에서는 읍면지역이 가장 높은 응답률을 보였다.

&lt;표 III-101&gt; 지역별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문

|        |          | 지역별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문 |       |              |              |      | 전체     |
|--------|----------|---------------------------------|-------|--------------|--------------|------|--------|
|        |          | 많은영향                            | 조금 영향 | 별로영향을<br>안준다 | 전혀영향을<br>안준다 | 기타   |        |
| 지<br>역 | 강북       | 79                              | 110   | 54           | 39           | 3    | 285    |
|        |          | 27.7%                           | 38.6% | 18.9%        | 13.7%        | 1.1% | 100.0% |
|        | 강남       | 94                              | 144   | 50           | 25           | 7    | 320    |
|        |          | 29.4%                           | 45.0% | 15.6%        | 7.8%         | 2.2% | 100.0% |
|        | 대도시      | 62                              | 114   | 69           | 43           | 1    | 289    |
|        |          | 21.5%                           | 39.4% | 23.9%        | 14.9%        | .3%  | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 56                              | 107   | 84           | 57           | 5    | 309    |
|        |          | 18.1%                           | 34.6% | 27.2%        | 18.4%        | 1.6% | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 42                              | 94    | 63           | 67           | 10   | 276    |
|        |          | 15.2%                           | 34.1% | 22.8%        | 24.3%        | 3.6% | 100.0% |
|        | 전체       | 333                             | 569   | 320          | 231          | 26   | 1479   |
|        |          | 22.5%                           | 38.5% | 21.6%        | 15.6%        | 1.8% | 100.0% |

$$\chi^2 = 75.192 \quad p < .001$$

## ③ 성별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문

성별에 따라 할인카드 및 쿠폰 등의 소지가 패스트푸드점을 방문하는데 얼마나 영향을 주고 있는지를 살펴보았다. 남, 녀 모두 조금 영향을 준다는 응답이 가장 많았으며, 남자 청소년의 경우 많은 영향을 준다는 응답이 그 다음을 차지하였고, 여자 청소년의 경우 별로 영향을 주지 않는다는 응답이 그 다음을 차지하였다.

&lt;표 III-102&gt; 성별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문

|        |   | 쿠폰 및 할인카드와 패스트푸드점 방문 |       |              |               |      | 전체     |
|--------|---|----------------------|-------|--------------|---------------|------|--------|
|        |   | 많은영향                 | 조금 영향 | 별로영향을<br>안준다 | 전혀 영향을<br>안준다 | 기타   |        |
| 성<br>별 | 남 | 177                  | 274   | 152          | 130           | 15   | 748    |
|        |   | 23.7%                | 36.6% | 20.3%        | 17.4%         | 2.0% | 100.0% |
|        | 여 | 155                  | 238   | 167          | 99            | 10   | 724    |
|        |   | 21.4%                | 40.5% | 23.1%        | 13.7%         | 1.4% | 100.0% |
| 전체     |   | 332                  | 567   | 319          | 229           | 25   | 1472   |
|        |   | 22.6%                | 38.5% | 21.7%        | 15.6%         | 1.7% | 100.0% |

## ④ 교급별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문

교급별로 청소년들의 할인 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문 정도에 대해 살펴보았는데 결과는 대체로 비슷하게 나타났으며 영향을 준다는 응답에서 고등학생이 중학생보다 높은 비율을 보였고, 영향을 안 준다는 응답에서는 중학생이 다소 높은 응답률을 보였다.

&lt;표 III-103&gt; 교급별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문

|        |          | 쿠폰 및 할인카드와 패스트푸드점 방문 |       |                  |                  |      | 전체     |
|--------|----------|----------------------|-------|------------------|------------------|------|--------|
|        |          | 많은<br>영향             | 조금 영향 | 별로<br>영향을<br>안준다 | 전혀<br>영향을<br>안준다 | 기타   |        |
| 교<br>급 | 중학교      | 148                  | 279   | 179              | 120              | 14   | 740    |
|        |          | 20.0%                | 37.7% | 24.2%            | 16.2%            | 1.9% | 100.0% |
|        | 고등<br>학교 | 185                  | 290   | 141              | 111              | 12   | 739    |
|        |          | 25.0%                | 39.2% | 19.1%            | 15.0%            | 1.6% | 100.0% |
| 전체     |          | 333                  | 569   | 320              | 231              | 26   | 1479   |
|        |          | 22.5%                | 38.5% | 21.6%            | 15.6%            | 1.8% | 100.0% |

#### 4) 패밀리레스토랑과 음식소비

다음으로 청소년의 패밀리레스토랑 이용 패턴과 인식에 대해 살펴보았다. 이를 위해 패밀리레스토랑의 방문빈도, 자주 가는 곳, 방문의 이유와, 할인카드 소지와 이용관계는 어떤 지에 관하여 질문하였다.

##### (1) 패밀리레스토랑 방문 빈도

###### ① 패밀리레스토랑 방문 빈도

청소년들에게 올해 패밀리레스토랑에 얼마나 자주 방문하였는지에 대해 물어본 결과 전혀 가지 않았다는 응답이 64.7%로 나타났고, '1-5회'는 28.1%, '6-10회'의 경우는 4.9%, '11-20회'가 1.1%, '20회 이상'은 1.2%로 많은 차이가 나타나고 있는 것을 볼 수 있다. 반수이상

의 청소년들은 전혀 가지 않고 있는 반면에 비해 소수의 청소년들은 20회 이상 방문하고 있음을 볼 수 있었다.

<표 III-104> 금년 패밀리레스토랑 방문 빈도

|          | 빈도   | 퍼센트(%) |
|----------|------|--------|
| 전혀 가지 않음 | 957  | 64.7   |
| 1-5회     | 416  | 28.1   |
| 6-10회    | 72   | 4.9    |
| 11-20회   | 17   | 1.1    |
| 20회 이상   | 18   | 1.2    |
| 전체       | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 패밀리레스토랑 방문 빈도

각 지역별로 청소년들의 패밀리레스토랑 방문 빈도에 대해 살펴 보았는데, 전지역에서 전혀가지 않는 비율이 가장 높았으나 그 중에서 읍면지역이 가장 높은 것으로 나타났고, 서울 강남지역이 가장 낮은 것으로 나타났다. 1회에서 10회 방문했다는 응답에서는 서울 강남지역이 가장 높은 응답률을 보였고 11회에서 20회 방문했다는 응답은 대도시 지역이 가장 높은 응답률을 보였다. 20회 이상이라는 응답에서도 강남지역이 가장 높은 응답률을 보였다. 따라서 강남지역의 이용률이 대체로 높음을 알 수 있다. 1회 이상 방문 분포를 지역별로 살펴보면 강남(59.7%), 강북(44.5%), 대도시(39.5%), 중소도시(19.4%), 읍면지역(13.1%)로 나타나고 있다.

&lt;표 III-105&gt; 지역별 청소년들의 패밀리레스토랑 방문 빈도

|        |          | 올해 패밀리레스토랑 방문 빈도 |       |       |        |        | 전체     |
|--------|----------|------------------|-------|-------|--------|--------|--------|
|        |          | 전혀 가지<br>않음      | 1-5회  | 6-10회 | 11-20회 | 20회 이상 |        |
| 지<br>역 | 강북       | 159              | 106   | 17    | 2      | 3      | 287    |
|        |          | 55.4%            | 36.9% | 5.9%  | .7%    | 1.0%   | 100.0% |
|        | 강남       | 129              | 144   | 33    | 6      | 8      | 320    |
|        |          | 40.3%            | 45.0% | 10.3% | 1.9%   | 2.5%   | 100.0% |
|        | 대도시      | 177              | 86    | 13    | 8      | 4      | 288    |
|        |          | 61.5%            | 29.9% | 4.5%  | 2.8%   | 1.4%   | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 253              | 49    | 6     |        | 2      | 310    |
|        |          | 81.6%            | 15.8% | 1.9%  |        | .6%    | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 239              | 31    | 3     | 1      | 1      | 275    |
|        |          | 86.9%            | 11.3% | 1.1%  | .4%    | .4%    | 100.0% |
| 전체     |          | 957              | 416   | 72    | 17     | 18     | 1480   |
|        |          | 64.7%            | 28.1% | 4.9%  | 1.1%   | 1.2%   | 100.0% |

$$\chi^2 = 207.997 \quad p < .001$$

### ③ 성별 청소년 패밀리레스토랑 방문 빈도

성별에 따라 금년에 패밀리레스토랑을 몇 번이나 방문했는지에 대해 알아보았는데, 남, 녀 모두 전혀 가지 않았다는 응답이 가장 많았다고, 한번에서 다섯 번 정도 잤다는 응답이 그 다음을 차지하였다.

&lt;표 III-106&gt; 성별에 따른 청소년 패밀리레스토랑 방문빈도

|    |   | 올해 패밀리레스토랑 방문 빈도 |       |       |        |        | 전체     |
|----|---|------------------|-------|-------|--------|--------|--------|
|    |   | 전혀 가지<br>않음      | 1-5회  | 6-10회 | 11-20회 | 20회 이상 |        |
| 성별 | 남 | 504              | 197   | 33    | 5      | 10     | 749    |
|    |   | 67.3%            | 26.3% | 4.4%  | .7%    | 1.3%   | 100.0% |
|    | 여 | 450              | 218   | 38    | 12     | 7      | 725    |
|    |   | 62.1%            | 30.1% | 5.2%  | 1.7%   | 1.0%   | 100.0% |
| 전체 |   | 954              | 415   | 71    | 17     | 17     | 1474   |
|    |   | 64.7%            | 28.2% | 4.8%  | 1.2%   | 1.2%   | 100.0% |

## ④ 교급별 청소년 패밀리레스토랑 방문 빈도

교급별로 청소년들의 패밀리레스토랑 방문 빈도에 대해 알아본 결과 큰 차이가 나타나지는 않았으며 전혀 가지 않았다는 응답이 가장 많았다.

&lt;표 III-107&gt; 교급별 청소년 패밀리레스토랑 방문빈도

|    |      | 올해 패밀리레스토랑 방문 빈도 |       |       |        |        | 전체     |
|----|------|------------------|-------|-------|--------|--------|--------|
|    |      | 전혀 가지<br>않음      | 1-5회  | 6-10회 | 11-20회 | 20회 이상 |        |
| 교급 | 중학교  | 490              | 199   | 34    | 10     | 7      | 740    |
|    |      | 66.2%            | 26.9% | 4.6%  | 1.4%   | .9%    | 100.0% |
|    | 고등학교 | 467              | 217   | 38    | 7      | 11     | 740    |
|    |      | 63.1%            | 29.3% | 5.1%  | .9%    | 1.5%   | 100.0% |
| 전체 |      | 957              | 416   | 72    | 17     | 18     | 1480   |
|    |      | 64.7%            | 28.1% | 4.9%  | 1.1%   | 1.2%   | 100.0% |

## (2) 자주 가는 패밀리레스토랑

## ① 자주 가는 패밀리레스토랑

청소년들에게 가장 자주가는 패밀리레스토랑 브랜드에 대해서 물어보았는데 없다는 응답이 58.2%로 나타났고, 베니건스가 8.9%, 기타는 8.2%, TGI프라이데이스가 8%, 스카이라크는 6.1%, 아웃백 스테이크 하우스가 5.4%, 코코스는 3.8%, 토니로마스는 1.5%의 순으로 나타났다.

&lt;표 III-108&gt; 가장 자주 가는 패밀리레스토랑

|            | 빈도   | 퍼센트(%) |
|------------|------|--------|
| TGI 프라이데이스 | 115  | 8.0    |
| 베니건스       | 128  | 8.9    |
| 토니로마스      | 22   | 1.5    |
| 코코스        | 55   | 3.8    |
| 아웃백스테이크하우스 | 78   | 5.4    |
| 스카이라크      | 88   | 6.1    |
| 없다         | 841  | 58.2   |
| 기타         | 118  | 8.2    |
| 전체         | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 자주가는 패밀리레스토랑

각 지역별로 청소년들이 자주가는 패밀리레스토랑에 대해 물어본 결과 전 지역에서 없다는 응답이 가장 많은 가운데, 읍면지역이 가장 높은 응답률을 보였고, 강남지역이 가장 낮은 응답률을 보였다. 서울 강남지역에서는 스카이라크를 제외한 모든 브랜드에서 다른 지역에 비

해 자주 간다는 응답률이 가장 높게 나타난 반면에 스카이라에 가장 자주간다는 응답은 서울 강북 지역에서 가장 높게 나타나고 있다.

<표 III-109> 지역별로 자주 가는 패밀리레스토랑 브랜드

|        |          | 자주 가는 패밀리레스토랑 브랜드     |          |           |      |      |          |       | 전체     |
|--------|----------|-----------------------|----------|-----------|------|------|----------|-------|--------|
|        |          | TGI<br>프라<br>이데<br>이즈 | 베니<br>건스 | 토니로<br>마스 | 코코스  | 아웃백  | 스카<br>이라 | 없다    |        |
| 지<br>역 | 강북       | 22                    | 22       | 4         | 11   | 18   | 59       | 127   | 284    |
|        |          | 7.7%                  | 7.7%     | 1.4%      | 3.9% | 6.3% | 20.8%    | 44.7% | 100.0% |
|        | 강남       | 58                    | 64       | 8         | 20   | 24   | 13       | 107   | 318    |
|        |          | 18.2%                 | 20.1%    | 2.5%      | 6.3% | 7.5% | 4.1%     | 33.6% | 100.0% |
|        | 대도시      | 25                    | 23       | 2         | 13   | 19   | 5        | 169   | 283    |
|        |          | 8.8%                  | 8.1%     | .7%       | 4.6% | 6.7% | 1.8%     | 59.7% | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 6                     | 15       | 6         | 7    | 13   | 8        | 221   | 300    |
|        |          | 2.0%                  | 5.0%     | 2.0%      | 2.3% | 4.3% | 2.7%     | 73.7% | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 4                     | 4        | 2         | 4    | 4    | 3        | 217   | 260    |
|        |          | 1.5%                  | 1.5%     | .8%       | 1.5% | 1.5% | 1.2%     | 83.5% | 100.0% |
|        | 전체       | 115                   | 128      | 22        | 55   | 78   | 88       | 841   | 1445   |
|        |          | 8.0%                  | 8.9%     | 1.5%      | 3.8% | 5.4% | 6.1%     | 58.2% | 100.0% |

$$\chi^2 = 375.076 \quad p < .001$$

### ③ 성별 청소년 자주 가는 패밀리레스토랑

성별에 따라 청소년들이 자주 가는 패밀리레스토랑을 보면 남, 녀에 따른 큰 차이는 없는 것으로 보여진다. 가장 많이 가는 것으로 나타난 베니건스와 TGI 프라이데이즈의 경우 여학생들이 다소 높은 응답률을 보이고 있다.

&lt;표 III-110&gt; 성별에 따른 자주가는 패밀리레스토랑 브랜드

|    |   | 자주 가는 패밀리레스토랑 브랜드 |          |           |      |      |          |       |      | 전체     |
|----|---|-------------------|----------|-----------|------|------|----------|-------|------|--------|
|    |   | TGI<br>프라이<br>데이즈 | 베니<br>건스 | 토니로<br>마스 | 코코스  | 아웃백  | 스카<br>이락 | 없다    | 기타   |        |
| 성별 | 남 | 52                | 56       | 12        | 34   | 37   | 46       | 438   | 57   | 732    |
|    |   | 7.1%              | 7.7%     | 16%       | 46%  | 5.1% | 6.3%     | 59.8% | 7.8% | 100.0% |
|    | 여 | 62                | 71       | 10        | 21   | 41   | 42       | 403   | 60   | 710    |
|    |   | 8.7%              | 10.0%    | 1.4%      | 3.0% | 5.8% | 5.9%     | 56.8% | 8.5% | 100.0% |
| 전체 |   | 114               | 127      | 22        | 55   | 78   | 88       | 841   | 117  | 1442   |
|    |   | 7.9%              | 8.8%     | 1.5%      | 3.8% | 5.4% | 6.1%     | 58.3% | 8.1% | 100.0% |

## ④ 교급별 청소년 자주 가는 패밀리레스토랑

교급별로 청소년들이 자주 가는 패밀리레스토랑이 어디인지에 대해 물어본 결과 고등학생들의 경우 TGI 프라이데이즈, 베니건스, 코코스 등에 중학생들에 비해 많이 가는 것으로 나타났으며, 중학생들은 스카이락과 아웃백에 고등학생에 비해 많이 가는 것으로 나타났다.

&lt;표 III-111&gt; 교급별 자주 가는 패밀리레스토랑

|    |      | 자주 가는 패밀리레스토랑 브랜드     |          |           |      |      |          |       |      | 전체     |
|----|------|-----------------------|----------|-----------|------|------|----------|-------|------|--------|
|    |      | TGI<br>프라<br>이데<br>이즈 | 베니<br>건스 | 토니로<br>마스 | 코코스  | 아웃백  | 스카<br>이락 | 없다    | 기타   |        |
| 교급 | 중학교  | 40                    | 54       | 12        | 27   | 43   | 61       | 424   | 63   | 724    |
|    |      | 55%                   | 75%      | 1.7%      | 3.7% | 5.9% | 8.4%     | 58.6% | 8.7% | 100.0% |
|    | 고등학교 | 75                    | 74       | 10        | 28   | 35   | 27       | 417   | 55   | 721    |
|    |      | 10.4%                 | 10.3%    | 1.4%      | 3.9% | 4.9% | 3.7%     | 57.8% | 7.6% | 100.0% |
| 전체 |      | 115                   | 128      | 22        | 55   | 78   | 88       | 841   | 118  | 145    |
|    |      | 8.0%                  | 8.9%     | 1.5%      | 3.8% | 5.4% | 6.1%     | 58.2% | 8.2% | 100.0% |

$$\chi^2 = 28.529 \quad p < .001$$

### (3) 패밀리레스토랑 방문 이유

#### ① 패밀리레스토랑 방문 이유

패밀리레스토랑 방문 이유에 대한 질문에서는 맛 때문에 간다는 응답이 38%로 가장 많았고, 기타가 26.8%, 분위기가 좋아서라는 응답이 17.3%, 위치가 가까워서라는 응답이 5.4%, 서비스가 좋아서라는 응답이 4.4%, 가격이 적당해서라는 응답이 4%, 그 외에는 브랜드가 유명해서와 위생상태가 청결해서의 순으로 나타났다. 청소년들의 방문이유로는 맛, 분위기, 위치가 중요하게 작용하고 있음을 알 수 있다.

&lt;표 III-112&gt; 패밀리레스토랑 방문 이유

|           | 빈도   | 퍼센트(%) |
|-----------|------|--------|
| 맛         | 504  | 38.0   |
| 분위기가 좋아서  | 230  | 17.3   |
| 가격이 적당해서  | 53   | 4.0    |
| 가까운 위치    | 72   | 5.4    |
| 위생상태 청결   | 25   | 1.9    |
| 서비스가 좋음   | 58   | 4.4    |
| 브랜드가 유명해서 | 30   | 2.3    |
| 기타        | 356  | 26.8   |
| 전체        | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 패밀리레스토랑 방문 이유

지역별로 청소년들의 패밀리레스토랑 방문 이유에 대해 살펴본 결과 전지역에 걸쳐 맛 때문에 간다는 응답이 가장 많았으며, 서울 강남지역이 가장 높은 응답률을 보였다. 분위기 때문에 간다는 응답은 중소도시에서 가장 많은 비율을 보였으며, 위치가 가까워서 간다는 응답은 서울 강북과 강남에서 가장 높은 응답률을 보였다.

&lt;표 III-113&gt; 지역별 패밀리레스토랑 방문 이유

|        |          | 주로 방문하는 패밀리레스토랑 방문 이유 |       |      |      |          |      |            |       | 전체     |
|--------|----------|-----------------------|-------|------|------|----------|------|------------|-------|--------|
|        |          | 맛                     | 분위기   | 가격   | 위치   | 위생<br>상태 | 서비스  | 브랜드<br>유명세 | 기타    |        |
| 지<br>역 | 강북       | 114                   | 46    | 12   | 20   | 9        | 9    | 5          | 55    | 270    |
|        |          | 42.2%                 | 17.0% | 4.4% | 7.4% | 3.3%     | 3.3% | 1.9%       | 20.4% | 100.0% |
|        | 강남       | 134                   | 52    | 11   | 22   | 7        | 16   | 8          | 47    | 297    |
|        |          | 45.1%                 | 17.5% | 3.7% | 7.4% | 2.4%     | 5.4% | 2.7%       | 15.8% | 100.0% |
|        | 대도시      | 108                   | 45    | 7    | 9    | 6        | 11   | 6          | 80    | 272    |
|        |          | 39.7%                 | 16.5% | 2.6% | 3.3% | 2.2%     | 4.0% | 2.2%       | 29.4% | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 86                    | 59    | 11   | 10   | 1        | 9    | 4          | 91    | 271    |
|        |          | 31.7%                 | 21.8% | 4.1% | 3.7% | .4%      | 3.3% | 1.5%       | 33.6% | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 62                    | 28    | 12   | 11   | 2        | 13   | 7          | 83    | 218    |
|        |          | 28.4%                 | 12.8% | 5.5% | 5.0% | .9%      | 6.0% | 3.2%       | 38.1% | 100.0% |
|        | 전체       | 504                   | 230   | 53   | 72   | 25       | 58   | 30         | 356   | 1328   |
|        |          | 38.0%                 | 17.3% | 4.0% | 5.4% | 1.9%     | 4.4% | 2.3%       | 26.8% | 100.0% |

$$\chi^2 = 76.499 \quad p < .001$$

### ③ 성별 청소년 패밀리레스토랑 방문 이유

성별에 따라 청소년들이 패밀리레스토랑을 선택하는 이유는 남, 녀 모두 맛 때문이라는 응답이 가장 많았으며, 여학생의 응답률이 다소 높게 나타났다.

&lt;표 III-114&gt; 성별에 따른 패밀리레스토랑을 방문 이유

|        |   | 주로 방문하는 패밀리레스토랑 방문 이유 |       |      |      |          |      |            |       | 전체     |
|--------|---|-----------------------|-------|------|------|----------|------|------------|-------|--------|
|        |   | 맛                     | 분위기   | 가격   | 위치   | 위생<br>상태 | 서비스  | 브랜드<br>유명세 | 기타    |        |
| 성<br>별 | 남 | 232                   | 112   | 29   | 42   | 12       | 31   | 17         | 199   | 674    |
|        |   | 34.4%                 | 16.6% | 4.3% | 6.2% | 1.8%     | 4.6% | 2.5%       | 29.5% | 100.0% |
|        | 여 | 271                   | 118   | 24   | 30   | 12       | 27   | 13         | 156   | 651    |
|        |   | 41.6%                 | 18.1% | 3.7% | 4.6% | 1.8%     | 4.1% | 2.0%       | 24.0% | 100.0% |
| 전체     |   | 503                   | 230   | 53   | 72   | 24       | 58   | 30         | 355   | 1325   |
|        |   | 38.0%                 | 17.4% | 4.0% | 5.4% | 1.8%     | 4.4% | 2.3%       | 26.8% | 100.0% |

## ④ 교급별 청소년 패밀리레스토랑 방문 이유

교급별로 청소년들이 패밀리레스토랑을 방문하는 이유에 대해서 알아보았는데 맛 때문이라는 응답이 중·고등학생 모두에게서 가장 큰 이유로 꼽히고 있으며, 중학생이 더 높은 응답률을 보이고 있다. 반면 분위기 때문이라는 응답은 중학생에 비해 고등학생들에게서 더 높은 비율로 나타나고 있었다.

&lt;표 III-115&gt; 교급별 패밀리레스토랑 방문 이유

|        |      | 주로 방문하는 패밀리레스토랑 방문 이유 |             |        |        |          |             |            |        | 전체     |
|--------|------|-----------------------|-------------|--------|--------|----------|-------------|------------|--------|--------|
|        |      | 맛                     | 분<br>위<br>기 | 가<br>격 | 위<br>치 | 위생<br>상태 | 서<br>비<br>스 | 브랜드<br>유명세 | 기<br>타 |        |
| 교<br>급 | 중학교  | 292                   | 92          | 28     | 28     | 15       | 35          | 11         | 175    | 676    |
|        |      | 43.2%                 | 13.6%       | 4.1%   | 4.1%   | 2.2%     | 5.2%        | 1.6%       | 25.9%  | 100.0% |
|        | 고등학교 | 212                   | 138         | 25     | 44     | 10       | 23          | 19         | 181    | 652    |
|        |      | 32.5%                 | 21.2%       | 3.8%   | 6.7%   | 1.5%     | 3.5%        | 2.9%       | 27.8%  | 100.0% |
| 전체     |      | 504                   | 230         | 53     | 72     | 25       | 58          | 30         | 356    | 1328   |
|        |      | 38.0%                 | 17.3%       | 4.0%   | 5.4%   | 1.9%     | 4.4%        | 2.3%       | 26.8%  | 100.0% |

$$\chi^2 = 30.917 \quad p < .001$$

#### (4) 할인카드 및 쿠폰 소지와 패밀리레스토랑 방문

##### ① 할인카드 및 쿠폰 소지와 패밀리레스토랑 방문

청소년들의 할인카드, 고객카드, 할인쿠폰 등의 소지가 패밀리레스토랑을 찾는데 영향을 주는 정도에 대해 알아보았는데 조금 영향을 준다는 응답이 34.8%, 별로 영향을 주지 않는다는 응답이 23.6%, 전혀 영향을 주지 않는다는 응답이 21.7%, 많은 영향은 준다는 응답이 19.9%로 나타났다. 전체적으로 영향을 준다는 응답이 54.7%, 영향을 주지 않는다는 응답이 45.3%로 나타났다. 따라서, 패스트푸드점 방문 시 끼치는 영향도(61%)보다는 다소 낮은 비율을 보이고 있음을 알 수 있다.

&lt;표 III-116&gt; 할인카드 소지와 패밀리레스토랑 방문

|               | 빈도   | 퍼센트(%) |
|---------------|------|--------|
| 많은 영향을 준다     | 275  | 19.9   |
| 조금 영향을 준다     | 480  | 34.8   |
| 별로 영향을 주지 않는다 | 325  | 23.6   |
| 전혀 영향을 주지 않는다 | 300  | 21.7   |
| 전체            | 1487 | 100.0  |

## ② 지역별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패밀리레스토랑 방문

지역별로 청소년들의 할인카드 및 쿠폰 소지가 패밀리레스토랑 방문에 얼마나 영향을 주고 있는지를 살펴본 결과, 읍면지역을 제외하고 전지역에서 조금영향을 준다는 응답이 가장 높은 비율로 나타나고 있고, 읍면지역에서는 전혀 영향을 안준다는 응답이 가장 높은 비율로 나타나고 있다. 조금 영향을 준다는 응답과 많은 영향을 준다는 응답에서는 강남지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있으며, 다음이 강북지역으로 나타나고 있다. 그에 따라 쿠폰의 소지 여부와 패밀리레스토랑의 근접성 여부가 밀접한 관련이 있음을 알 수 있다. 영향을 준다는 응답 분포를 지역별로 살펴보았을 때 강남(71.6%), 강북(62.3%), 대도시(50.0%), 중소도시(46.1%), 읍면지역(39.7%)의 순으로 나타나고 있다.

&lt;표 III-117&gt; 지역별 할인카드소지와 패밀리레스토랑 방문 영향

|        |          | 할인카드나 쿠폰 소지와 패밀리레스토랑 방문 |       |              |               | 전체     |
|--------|----------|-------------------------|-------|--------------|---------------|--------|
|        |          | 많은 영향                   | 조금 영향 | 별 영향을<br>안준다 | 전혀 영향을<br>안준다 |        |
| 지<br>역 | 강북       | 69                      | 103   | 55           | 49            | 276    |
|        |          | 25.0%                   | 37.3% | 19.9%        | 17.8%         | 100.0% |
|        | 강남       | 82                      | 137   | 55           | 32            | 306    |
|        |          | 26.8%                   | 44.8% | 18.0%        | 10.5%         | 100.0% |
|        | 대도시      | 63                      | 77    | 74           | 66            | 280    |
|        |          | 22.5%                   | 27.5% | 26.4%        | 23.6%         | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 35                      | 96    | 75           | 78            | 284    |
|        |          | 12.3%                   | 33.8% | 26.4%        | 27.5%         | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 26                      | 67    | 66           | 75            | 234    |
| 11.1%  |          | 28.6%                   | 28.2% | 32.1%        | 100.0%        |        |
| 전체     |          | 275                     | 480   | 325          | 300           | 1380   |
|        |          | 19.9%                   | 34.8% | 23.6%        | 21.7%         | 100.0% |

$$\chi^2 = 91.083 \quad p < .001$$

### ③ 성별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패밀리레스토랑 방문

성별로 청소년들의 할인카드나 쿠폰 소지가 패밀리레스토랑 방문에 얼마나 영향을 주고 있는지를 살펴본 결과 남, 녀 모두 조금 영향을 준다는 응답이 가장 많았는데 여학생이 다소 높은 응답률을 보이고 있다. 반면 많은 영향을 준다는 응답에서는 남학생들의 응답이 더 많았다. 전체적으로 영향을 준다는 응답에서는 남학생은 53.5%, 여학생은 55.9%로 나타나 여학생이 더 영향을 받고 있음을 보인다.

&lt;표 III-118&gt; 성별에 따른 할인카드의 패밀리레스토랑 방문 영향

|    |   | 할인카드나 쿠폰 소지와 패밀리레스토랑 방문 |       |               |               | 전체     |
|----|---|-------------------------|-------|---------------|---------------|--------|
|    |   | 많은 영향                   | 조금 영향 | 별로 영향을<br>안준다 | 전혀 영향을<br>안준다 |        |
| 성별 | 남 | 152                     | 219   | 139           | 184           | 694    |
|    |   | 21.9%                   | 31.6% | 20.0%         | 26.5%         | 100.0% |
|    | 여 | 121                     | 261   | 186           | 115           | 683    |
|    |   | 17.7%                   | 38.2% | 27.2%         | 16.8%         | 100.0% |
| 전체 |   | 273                     | 480   | 325           | 299           | 1377   |
|    |   | 19.8%                   | 34.9% | 23.6%         | 21.7%         | 100.0% |

$$\chi^2 = 29.829 \quad p < .001$$

## ④ 교급별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패밀리레스토랑 방문

교급별로 청소년들의 할인카드나 쿠폰 소지가 패밀리레스토랑 방문에 얼마나 영향을 주고 있는지를 살펴본 결과 교급에 걸쳐 조금 영향을 준다는 응답이 가장 높게 나타나고 있으며, 고등학생이 중학생에 비해 더 많은 응답률을 보이고 있다. 많은 영향을 준다는 응답도 고등학생들이 중학생들에 비해 더 많아서 고등학생들이 쿠폰이나 할인카드의 영향을 더 받고 있음을 알 수 있다.

&lt;표 III-119&gt; 교급별 할인카드의 패밀리레스토랑 방문 영향

|    |      | 할인카드나 쿠폰 소지와 패밀리레스토랑 방문 |       |            |            | 전체     |
|----|------|-------------------------|-------|------------|------------|--------|
|    |      | 많은 영향                   | 조금 영향 | 별로 영향을 안준다 | 전혀 영향을 안준다 |        |
| 교급 | 중학교  | 129                     | 235   | 194        | 140        | 698    |
|    |      | 18.5%                   | 33.7% | 27.8%      | 20.1%      | 100.0% |
|    | 고등학교 | 146                     | 245   | 131        | 160        | 682    |
|    |      | 21.4%                   | 35.9% | 19.2%      | 23.5%      | 100.0% |
| 전체 |      | 275                     | 480   | 325        | 300        | 1380   |
|    |      | 19.9%                   | 34.8% | 23.6%      | 21.7%      | 100.0% |

$$\chi^2 = 14.621 \quad p < .01$$

## 5) 체형 인식과 음식 소비 문제 인식

### (1) 청소년들의 체형 인식 경향

#### ① 자신의 체형 인식도

청소년들은 자신의 체형에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 살펴 보았는데 전체적으로 37.1%가 보통이라고 인식하고 있었으며, 31.5%가 어느 정도 살찐 편이라고 인식하고 있었고 어느 정도 마른 편이라고 인식하는 청소년들이 18.5%, 아주 살찐 편이라고 인식하는 청소년들이 6.6%, 아주 마른 편이라고 인식하는 청소년들이 6.4%로 나타났다.

<표 III-120> 청소년 체형인식도

|           | 빈도   | 퍼센트(%) |
|-----------|------|--------|
| 아주 마른편    | 92   | 6.4    |
| 어느 정도 마른편 | 268  | 18.5   |
| 보통        | 536  | 37.1   |
| 어느 정도 살찐편 | 455  | 31.5   |
| 아주 살찐편    | 95   | 6.6    |
| 전체        | 1488 | 100.1  |

② 지역별 청소년 체형 인식

지역별로 청소년들이 자신의 체형에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 살펴본 결과 전 지역에 걸쳐 보통이라는 응답이 가장 높게 나타나고 있었고, 어느 정도 살찐 편이 그 다음을 차지하고 있었다.

<표 III-121> 지역별 청소년 체형인식도

|        |          | 체형인식      |              |       |              |           | 전체     |
|--------|----------|-----------|--------------|-------|--------------|-----------|--------|
|        |          | 아주<br>마른편 | 어느 정도<br>마른편 | 보통이다  | 어느 정도<br>살찐편 | 아주<br>살찐편 |        |
| 지<br>역 | 강북       | 25        | 53           | 98    | 89           | 19        | 284    |
|        |          | 8.8%      | 18.7%        | 34.5% | 31.3%        | 6.7%      | 100.0% |
|        | 강남       | 16        | 53           | 121   | 104          | 17        | 311    |
|        |          | 5.1%      | 17.0%        | 38.9% | 33.4%        | 5.5%      | 100.0% |
|        | 대도시      | 14        | 48           | 94    | 102          | 25        | 283    |
|        |          | 4.9%      | 17.0%        | 33.2% | 36.0%        | 8.8%      | 100.0% |
|        | 중소<br>도시 | 23        | 51           | 125   | 85           | 20        | 304    |
|        |          | 7.6%      | 16.8%        | 41.1% | 28.0%        | 6.6%      | 100.0% |
|        | 읍면<br>지역 | 14        | 63           | 98    | 75           | 14        | 264    |
|        |          | 5.3%      | 23.9%        | 37.1% | 28.4%        | 5.3%      | 100.0% |
|        | 전체       | 92        | 268          | 536   | 455          | 95        | 1488   |
|        |          | 6.4%      | 18.5%        | 37.1% | 31.5%        | 6.6%      | 100.0% |

## ③ 성별 청소년 체형 인식

성별에 따라 청소년들이 자신의 체형에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 살펴본 결과, 남, 녀 모두 보통이다라는 응답이 가장 많았으며, 어느 정도 살찐 편이라는 응답이 그 뒤를 따랐다. 어느 정도 살찐 편이라는 응답과 아주 살찐 편이라는 응답에서는 여학생들이 다소 높은 비율을 보이고 있고, 어느 정도 마른 편이라는 응답과 아주 마른 편이라는 응답에서는 남학생들이 여학생에 비해 훨씬 높은 응답률을 보이고 있다.

&lt;표 III-122&gt; 성별에 따른 청소년 체형인식도

|    |   | 체형인식      |              |       |              |           | 전체     |
|----|---|-----------|--------------|-------|--------------|-----------|--------|
|    |   | 아주<br>마른편 | 어느 정도<br>마른편 | 보통이다  | 어느 정도<br>살찐편 | 아주<br>살찐편 |        |
| 성별 | 남 | 65        | 171          | 255   | 196          | 45        | 732    |
|    |   | 8.9%      | 23.4%        | 34.8% | 26.8%        | 6.1%      | 100.0% |
|    | 여 | 26        | 94           | 280   | 258          | 48        | 706    |
|    |   | 3.7%      | 13.3%        | 39.7% | 36.5%        | 6.8%      | 100.0% |
| 전체 |   | 91        | 265          | 535   | 454          | 93        | 1438   |
|    |   | 6.3%      | 18.4%        | 37.2% | 31.6%        | 6.5%      | 100.0% |

$$\chi^2 = 48.366 \quad p < .001$$

## ④ 교급별 청소년 체형 인식

교급에 따라 청소년들이 자신의 체형을 어떻게 인식하고 있는지 살펴본 결과 큰 차이가 나타나지는 않았고 대체로 보통이라고 인식하는 청소년들이 가장 많았다.

&lt;표 III-123&gt; 교급별 청소년 체형인식도

|    |      | 체형인식      |             |       |             |           | 전체     |
|----|------|-----------|-------------|-------|-------------|-----------|--------|
|    |      | 아주<br>마른편 | 어느정도<br>마른편 | 보통이다  | 어느정도<br>살찐편 | 아주<br>살찐편 |        |
| 교급 | 중학교  | 42        | 136         | 282   | 216         | 45        | 721    |
|    |      | 5.8%      | 18.9%       | 39.1% | 30.0%       | 6.2%      | 100.0% |
|    | 고등학교 | 50        | 132         | 254   | 239         | 50        | 725    |
|    |      | 6.9%      | 18.2%       | 35.0% | 33.0%       | 6.9%      | 100.0% |
| 전체 |      | 92        | 268         | 536   | 455         | 95        | 1446   |
|    |      | 6.4%      | 18.5%       | 37.1% | 31.5%       | 6.6%      | 100.0% |

## (2) 체형 인식과 음식 소비 문제 인식

청소년들의 체형 인식도와 일상생활에서의 음식 소비 문제의 상관관계를 살펴보았는데 자신이 살찐 편이라고 인식하는 청소년들은 자신이 마른 편이라고 인식하는 청소년들보다 비만문제에 대해 훨씬 심각하게 인식하고 있음을 알 수 있었다. 아주 살찐 편이라는 청소년의 비만문제에 대한 인식은 32.6%, 어느정도 살찐 편이라는 청소년은 26.7%, 보통이라는 청소년은 17.2%, 어느정도 마른 편이라는 청소년과 아주 마른 편이라는 청소년은 모두 9.8%가 비만문제를 지적하고 있었다.

&lt;표 III-124&gt; 체형인식과 음식소비 문제 인식

|                  |              | 일상생활 음식 소비 문제 인식 |      |       |       |      | 전체     |
|------------------|--------------|------------------|------|-------|-------|------|--------|
|                  |              | 음식물<br>쓰레기증가     | 과소비  | 비만문제  | 영양불균형 | 기타   |        |
| 체<br>형<br>인<br>식 | 아주 마른편       | 56               | 7    | 9     | 17    | 3    | 92     |
|                  |              | 60.9%            | 76%  | 98%   | 185%  | 3.3% | 100.0% |
|                  | 어느 정도<br>마른편 | 165              | 23   | 26    | 48    | 3    | 265    |
|                  |              | 62.3%            | 8.7% | 9.8%  | 18.1% | 1.1% | 100.0% |
|                  | 보통           | 303              | 47   | 92    | 84    | 8    | 534    |
|                  |              | 56.7%            | 8.8% | 17.2% | 15.7% | 1.5% | 100.0% |
|                  | 어느 정도<br>살찐편 | 228              | 35   | 121   | 65    | 4    | 453    |
|                  |              | 50.3%            | 7.7% | 26.7% | 14.3% | .9%  | 100.0% |
|                  | 아주 살찐 편      | 47               | 8    | 31    | 8     | 1    | 95     |
|                  |              | 49.5%            | 8.4% | 32.6% | 8.4%  | 1.1% | 100.0% |
|                  | 전체           | 799              | 120  | 279   | 222   | 19   | 1439   |
|                  |              | 55.5%            | 8.3% | 19.4% | 15.4% | 1.3% | 100.0% |

$$\chi^2 = 54.089 \quad p < .001$$

### 3. 요약 및 소결

이상으로 청소년들의 전반적인 음식 소비 실태 및 인식을 파악하기 위해 실시된 설문조사 결과를 살펴보았다. 청소년의 사회경제적 배경 및 지역 차에 따른 음식 소비 양상 및 실태에 대해 알아보기 위해 서울 강남/강북 지역, 지방 대도시와 중소도시, 읍면지역 청소년 1487명을 대상으로 설문조사를 실시하여 비교 분석하였다. 또한 청소년들의 성별간, 교급간 음식 소비 실태 양상의 차이를 비교 분석하였다. 조사대상자의 구성을 보면 지역별로는 서울 강북이 19.3%, 강남이 21.5%, 대도시가 19.6%, 중소도시가 20.8%, 읍면지역이 18.7%로 구성되었다. 교급별로는 중학생(중학교 2학년)이 50.1%, 고등학생(고등학교 2학년)이 49.9%를 차지하였고, 성별 구성에서는 남자가 50.8%, 여자가 49.2%를 차지하였다.

#### 1) 식사습관

##### (1) 아침식사의 규칙성 정도

청소년들이 아침식사를 얼마나 규칙적으로 하고 있는가를 알아보았는데 매일 먹는다는 청소년이 50%로 과반수를 차지하고 있는 반면에 안 먹는다는 청소년과 불규칙적이라는 청소년, 아침을 하루라도 거르는 청소년도 과반수를 차지하고 있었다.

청소년들이 주로 먹는 아침식사의 형태는 한식이 67.0%라고 응답하여 여전히 대부분이 밥 등 한식으로 아침식사를 하고 있음을 알 수 있고 빵 등 분식류의 경우에는 14.5%, 식사대용식은 8.2%였다. 지역별로 청소년들의 아침식사 형태를 살펴보면 중소도시와 읍면지역으로 갈수록 한식으로 아침을 먹는 경향이 두드러짐을 알 수 있다. 읍면지

역 청소년의 경우 73.9%가 한식으로 아침을 먹는 반면에 강남 지역은 61.3%의 청소년이 밥으로 아침을 먹는다고 응답하였다. 반면에 빵 등 분식류로 아침을 먹는다는 청소년들은 서울의 강남지역 청소년들이 가장 많은 비율을 보이고 있다. 또한 교급이 올라갈수록 아침을 제대로 먹지 않는 경향임을 보이고 있다.

## (2) 점심식사

점심은 어떻게 해결하고 있는지를 파악한 결과 도시락이 1.7%에 그쳤고 급식을 주로 하는 것으로 나타나 95.3%에 달했다. 외식인 경우는 2.3%였고 기타는 0.7%에 그쳤다. 대부분의 청소년들의 점심식사가 급식으로 해결되고 있는 만큼 학교 급식의 질 관리가 제대로 되어야 할 필요성이 시급함이 제기된다.

## (3) 특정 식품에 대한 선호도

먼저 청소년들은 건강 식품에 대해 어떠한 인식을 가지고 있는지를 살펴보았다. 매우 좋아한다가 12.8%, 어느 정도 좋아한다는 32.8%, 보통이다는 40.2%였고, 다소 싫어한다는 10.5%, 매우 싫어한다는 3.7%로 대부분의 경우 보통 이상으로 좋아하고 있다는 것으로 나타났다.

청소년들의 김치에 대한 인식으로는 매우 좋아한다는 35.7%, 어느 정도 좋아한다는 39.2%, 보통이다는 18.8%, 다소 싫어한다는 4.5%, 그리고 매우 싫어한다는 1.8%로 인식하고 있었다. 김치를 싫어하는 경우는 전체적으로 6.3%이며, 그 외에는 전반적으로 좋아하고 있는 것으로 나타났다.

청소년들의 인스턴트 식품에 대한 인식을 살펴본 결과, 매우 좋아한다가 23.8%, 어느 정도 좋아한다는 44.1%, 보통이다는 24.9%, 다소

싫어하다 6.5%, 매우 싫어한다는 0.7%에 그쳤으며, 대다수인 92.8%의 청소년이 인스턴트 식품에 대해서는 보통이상의 선호도를 보이고 있었다. 따라서 인스턴트 식품의 영양가치나 영양 구성, 섭취시 유의 사항과, 인체 유해 성분 정도에 대한 교육이 강화되어야 할 필요성이 제기된다.

#### (4) 음식소비의 문제점

청소년들이 인식하고 있는 일상생활에서 음식소비와 관련된 가장 큰 문제점은 음식물쓰레기 증가를 가장 큰 문제로 손꼽았고(55.6%), 비만문제를 두 번째로 큰 문제(19.5%)로 보고 있어, 현재 청소년들이 신체적인 비만문제에 많은 관심을 가지고 있는 것을 볼 수 있었다. 특히 여자 청소년들이 더욱 비만문제를 인식하고 있는 것으로 나타나고 있고, 중학생보다는 고등학생들이 더욱 심각하게 비만문제를 인식하고 있었다. 교급이 올라갈수록 아침식사를 거르거나 불규칙적으로 먹고 있으며, 그에 따라 비만문제와 영양 불균형 문제에 더욱 직면하게 될 것을 알 수 있었다.

#### 2) 청소년의 외식 습관

청소년들의 외식 습관을 파악하기 위해 일주일 단위 외식 빈도, 주요외식업소 형태, 외식 시간과 외식 장소를 선택한 이유, 외식 자체의 이유와 외식시 주요 동반자, 일인당 평균외식비용에 대한 질문을 하였다.

### (1) 일주일 단위 외식 빈도

청소년들의 일주일 단위 외식빈도는 일주일에 한·두 번 정도라는 응답이 62.7%로 가장 많았고, 1주에 3-4회는 6.9%, 1주에 5회 이상인 경우에는 35% 그리고 외식을 안 한다고 답한 청소년은 26.9%인 것으로 보아, 대다수의 경우(73.1%) 외식을 주 1회 이상은 하고 있다는 것으로 나타났다.

지역별로 청소년들의 일주일 단위 외식빈도를 살펴본 결과 1주일에 5회 이상 외식을 한다는 응답은 강남지역에서 가장 높은 비율을 보이고 있고, 1주일에 3-4회 외식을 한다는 응답과 일주일에 1-2회 외식을 한다는 응답에서도 강남지역이 가장 높은 응답 비율을 보이고 있다. 외식을 안한다는 응답에서는 읍면지역이 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 다음이 중소도시 지역으로 나타나고 있다. 그에 따라 외식업소의 분포 및 소비 수준이 청소년들의 외식 패턴에 큰 영향을 주고 있음을 알 수 있다. 성별과 교급별로 보았을 때는 여학생수준, 고등학교생일수록 외식빈도가 높게 나타나는 경향을 보이고 있다.

### (2) 가장 자주 가는 외식 장소

청소년들에게 가장 자주 가는 외식장소를 하나 선택하라는 질문에는 한식집이 33.6%로 가장 많은 응답률을 보였고, 그 다음은 분식점이 17.6%, 기타가 12%, 패스트푸드점이 10.8%, 패밀리레스토랑은 10.1%, 중국집은 7.2%였고 일식집, 4.5%, 피자점은 4.3%를 차지했다

지역별, 성별, 교급별로 모두 한식집을 선호하는 경향을 보이고 있으며, 대도시 지역 청소년들의 경우 한식집을 선호한다는 응답에서 가장 높은 비율을 보였다. 분식점을 선호한다는 응답은 읍면지역 청소년들에게서 가장 높은 비율로 나타나고 있었으며 패밀리레스토랑과 패

스트푸드점을 선호한다는 응답에서는 서울 강남지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있었다.

### (3) 외식 시간

청소년들이 외식은 주로 언제하는지에 대해 알아보았는데 응답자의 89.6%가 저녁에 한다고 하였고, 6.3%가 점심에 한다고 했으며 아침의 경우에는 0.5%에 그쳐 주로 저녁때에 외식하는 것을 볼 수 있었다. 지역별, 성별, 교급별로도 유사하게 나타나고 있다.

### (4) 자주 가는 외식 장소 선택 이유

자주 가는 외식장소를 선택하게 되는 가장 큰 이유로는 맛이 좋아서가 61.5%로 가장 높게 나타나고 있었고, 가격이 적당하다가 16.6%, 위치가 가깝다는 8.3%였으며, 분위기가 좋아서는 4.0%였다. 주로 맛과 가격, 위치가 주요 외식 장소 선택 요인으로 작용하는 것으로 볼 수 있었다. 지역별, 성별 분포도 비슷하게 나타나고 있으며 교급별 비교시 중학생들이 고등학생보다 훨씬 더 맛 위주로 외식 장소를 선택하는 것으로 나타나고 있다.

### (5) 외식 이유

청소년들이 외식을 하는 가장 큰 이유는 무엇보다도 끼니해결이 52.6%로 가장 큰 요인으로 나타났으며, 만남을 가지기 위해가 25.6%, 기타 14.3%, 마땅히 갈곳이 없어서라는 응답도 4.6%에 달했으며 멋있어 보여서도 2.1%로 나타나 끼니해결과 서로 만남을 갖기 위해 청소년들이 주로 외식하는 것을 알 수 있었다. 지역별, 성별, 교급별 분포

도 비슷하게 나타나고 있다.

#### (6) 외식시 주요 동행인

청소년들이 외식을 할 때 주로 함께 가는 사람은 가족이 67.2%로 가장 많은 비율을 차지했고, 동성친구가 23.5%, 이성친구는 4.1%로 3위를 차지했다, 그 외에 기타가 2%, 친척은 1.8% 그리고 마지막으로 혼자서는 1.4%밖에 안되는 것으로 나타나 주로 가족과 함께 외식을 하며 혼자 외식하는 경우는 별로 없는 것을 알 수 있었다. 지역별, 성별 비교도 비슷하게 나타나고 있으나 교급이 올라가면서 가족과 외식하는 비율이 감소하고 있음을 보이고 있다.

#### (7) 1인당 평균 외식비용

청소년 1인당 한끼의 평균외식 비용으로는 점심의 경우, '2천원에서 5천원'의 경우가 45.7%로 가장 많은 비율을 차지했으며, '5천원에서 1만원'은 22.5%였고, '2천원 이하'의 경우도 21.1%를 차지했다. '1만원에서 2만원'은 7.1%, 그리고 '2만원 이상'은 3.5%를 보였다. 대체로 '5천원 이하'가 66.8%를 보여 대부분의 청소년들이 '5천원 이하'에서 점심을 해결하는 것으로 볼 수 있었다. 하지만 강남지역에서는 '5천원 이상'의 비용으로 점심을 먹는 청소년들도 48.2%에 달하는 것으로 나타나고 있다.

저녁의 1인당 평균 비용은 '5천원에서 1만원'이 31.1%로 가장 많았고, '2천원에서 5천원'이 28.5%, '1만원에서 2만원'은 19%, '2만원 이상'은 11.6%였고 '2천원 이하'는 9.7%에 그쳐 저녁의 경우에는 점심과 달리 더 많은 비용을 지출하고 있는 것으로 나타났다. 저녁 비용으로 '5천원에서 2만원' 사이 지출하는 비율을 지역별로 살펴보았을 때 강남

(61.8%), 강북(57.0%), 대도시(51.4%), 중소도시(43.4%), 읍면지역(35.3%)의 순으로 나타나고 있었고, 강남지역은 저녁 비용으로 만원이상 지출한다는 응답자가 39.1%나 되었다.

기념일 등 특별한 행사 때의 비용의 경우는, '2만원 이상'이 33.7%, '5천원에서 1만원'은 28.4%, '1만원에서 2만원'이 26.4%였고, '2천원 이하'는 2.8%밖에 안 써 특별행사의 경우에는 반 이상의 응답자가 '1만원 이상'의 외식 비용을 쓰고 있는 것으로 나타났다. 특별 행사 시 외식 비용으로 '만원 이상' 지출하는 비율을 지역별로 살펴보았을 때 강남(72.7%), 강북(69.1%), 대도시(29.7%), 중소도시(57.3%), 읍면지역(38.5%) 순으로 나타나고 있었다.

'2만원 이상' 지출한다는 응답에서는 서울 강북지역(43.0%)과 강남지역(42.7%) 순으로 높은 응답률을 보이고 있으며 대도시(32.9%), 중소도시(29.7%), 읍면지역(18.0%)의 순서를 보이고 있다.

#### (8) 한달 용돈 규모

청소년들의 한달 용돈 규모를 살펴보면 '2만원에서 4만원' 사이가 34.6%로 가장 많았고 '2만원 이하'가 25.5%, '4만원에서 6만원'이 16.1%를 차지하였다. '6만원에서 8만원'은 5.3%, '8만원에서 10만원'은 4.3%, '10만원 이상'은 5.1%를 차지하였고, '없다'는 응답도 9.1%를 나타냈다. 한달 용돈이 '4만원 이상'이라는 청소년들의 지역별 분포를 살펴보면 강남(38.4%), 중소도시(34.8%), 강북(31.7%), 대도시(27.8%), 읍면지역(20%) 순으로 나타나고 있다. 교급별로는 고등학생들의 용돈 수준이 중학생보다 높게 나타나고 있었으며 성별 분포에 있어서 유의미한 차이는 없었다.

### (9) 한달 용돈 중 외식비 지출 규모

한달 용돈 중 외식비 지출 규모를 살펴보면 '1만원 이하'가 39.8%로 가장 많은 응답을 보였고, '1만원에서 2만원' 이하가 21.9%, '2만원에서 3만원'이 9.6%, '3만원에서 4만원' 이하가 4.8%, '4만원에서 5만원' 이하가 3.7%, '5만원 이상'이 2.6%를 보이고 있으며 '안쓴다'는 응답도 17.5%를 차지하고 있다.

각 지역별 청소년들의 용돈중 외식비 지출 규모를 살펴보면 '1만원 이하'가 전 지역에 걸쳐 가장 높게 나타나고 있으며 읍면지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있다. '1만원에서 2만원'이라는 응답에서도 읍면지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있으며, '2만원에서 3만원'이라는 응답에서는 중소도시 지역이 가장 높은 응답률을 보이고 있다. '3만원에서 4만원'을 지출한다는 응답과 '안쓴다'는 응답에서는 서울 강북이 가장 높은 응답률을 보였고, '4만원에서 5만원'을 지출한다는 응답은 중소도시에서 가장 높은 비율로 나타났다. 반면에 '5만원 이상'은 서울 강남이 가장 많은 응답률을 보였다. 성별 분포에서 유의미한 차이는 보이지 않고 있으나 교급별 비교에서는 고등학생들의 외식비 지출이 중학생보다 높게 나타나고 있음을 알 수 있었다. 교급별 비교시 점심, 저녁, 특별한 행사시 고비용의 지출 부문은 고등학생에 비해 중학생이 다소 높게 나타나고 있으며, 가족동반 외식 빈도도 중학생이 높게 나타나고 있는데, 이는 중학생이 자신의 용돈에 의한 소비가 아니라 부모나 친지 등에 의한 소비라고 추정할 수 있다.

### 3) 패스트푸드점과 음식소비

다음은 청소년들의 패스트푸드 소비 경향 및 인식에 대해 살펴보겠다. 이를 위해서 패스트푸드를 먹는 이유, 방문빈도, 선호하는 브랜드, 전반적인 인식 등에 대해서 조사하였다.

#### (1) 패스트푸드를 먹는 이유

청소년들이 패스트푸드를 먹는 이유는 간편해서가 57.8%로 가장 높은 응답률을 보였고, 맛이 좋아서 먹는다는 응답도 28%를 차지하였다. 그리고 가격이 적당해서 먹는다는 응답이 8.5%의 순으로 나타났다. 기타의 4%와 유행을 따르기 위해서나 분위기가 좋아서는 그리 중요하지 않은 요소로 나타난 것을 볼 수 있다. 따라서 청소년들이 패스트푸드점을 찾는 요인으로 간편성과 맛 그리고 가격을 가장 중요하게 고려할 수 있다.

각 지역별로 패스트푸드를 먹는 이유에 관한 결과는 유의미한 것으로 나타났는데, 전체적으로 간편해서 먹는다는 응답이 가장 높은 가운데 대도시의 응답률이 가장 높았다. 반면에 맛이 좋아서 먹는다는 응답에서는 읍면지역이 42.8%의 높은 응답율을 보이는 반면, 강북 지역이 가장 낮은 응답률을 보이고 있다. 가격 때문에 먹는다는 응답은 서울 강남지역이 가장 높은 응답률을 보이는 반면, 읍면지역은 가장 낮은 응답률을 보이고 있다. 성별로는 여학생이, 교급별로는 고등학생이 간편성 때문이라는 응답률이 다소 높게 나타나고 있다.

## (2) 가장 선호하는 패스트푸드 브랜드

가장 선호하는 패스트푸드 브랜드의 경우에는 롯데리아가 48.4%, 맥도널드가 17.7%, KFC(켄터키 후라이드 치킨)이 13.2%, 버거킹은 7.9%, 파파이스가 7.1% 였고, 기타 5.5%, 하디스는 0.3%에 그쳐, 롯데리아가 청소년들 중에서는 가장 많이 선호되는 브랜드로 꼽히는 것을 볼 수 있었다.

서울 강남지역을 제외한 전 지역에서 롯데리아를 가장 선호하는 것으로 나타났으며 강남지역에서는 맥도날드를 선호하는 것으로 나타났다. 성별로는 남자 청소년이 교급별로는 중학생이 롯데리아를 더 선호하는 것으로 나타나고 있다.

## (3) 패스트푸드점 방문 빈도

청소년들은 한달 동안의 패스트푸드점 방문 빈도에 대해서 알아본 결과 '1에서 5회'가 58.3%로 가장 많았고, '6에서 10회'가 9.9%, '11에서 15회'는 2.4%, '16회 이상'이 2.8%로 나타나, 73.4%의 청소년들이 적어도 한달에 1회 이상 방문하는 것을 볼 수 있다. 성별과 교급에 따른 큰 차이가 나타나지는 않으며 지역별로는 강남지역 청소년들의 방문빈도가 높게 나타나고 있음을 알 수 있다.

## (4) 패스트푸드에 대한 인식

청소년들이 패스트푸드에 대한 인식을 살펴본 결과 먹기 편한 음식이라는 응답이 42.7%로 가장 많았고, 살찌기 쉬운 음식이라는 응답이 33.6%, 서구적인 음식이 10.1%, 젊은 층의 음식은 9%, 그리고 기타가 4.7%으로 나타나, 편하지만 건강에는 좋지 않은 음식이라는 인식을

하고 있는 것으로 나타났다 지역별로 청소년들의 패스트푸드에 대한 인식을 살펴본 결과 서울 강남지역을 제외한 전지역에서는 먹기 편한 음식이라는 인식이 가장 높게 나타난 반면, 강남지역에서는 살찌기 쉬운 음식이라는 인식이 가장 높게 나타났다. 성별에 따른 패스트푸드에 대한 인식을 살펴보면 남자 청소년들의 경우 먹기 편한 음식이라는 응답이 가장 많은 반면에 여자 청소년들은 살찌기 쉬운 음식이라는 인식이 가장 많았다. 따라서 여자 청소년들이 남자 보다 더 외모에 관심을 가지고 있음을 알 수 있다.

#### (5) 패스트푸드에 대한 정보 채널

청소년들은 주로 어떠한 곳에서 패스트푸드에 대한 정보를 얻는지 알아본 결과 TV, 신문광고가 44.8%로 가장 높은 비율을 차지했고, 학교친구는 28.3%, 길거리 간판이 19.4%, 그 외에 가족·친척이 3.4%로 나타나는 것으로 보아 대중매체를 통해서 가장 많이 정보를 얻고 있었으며 학교 친구들도 중요 정보원으로 영향을 주는 요소임을 알 수 있었다. 지역별, 교급별 분포는 비슷하게 나타나고 있으나, 성별 분포에서는 여학생들이 학교 친구의 영향을 더 많이 받고 있는 것으로 나타났다(남 23.9%, 여 33.0%).

#### (6) 한국화된 메뉴와 패스트푸드점 방문

김치버거 등의 한국화된 메뉴의 유무가 패스트푸드점을 찾는데 영향을 끼치는가에 관한 질문에는 조금영향을 준다가 35.2%로 나타났고 많은 영향을 준다가 11.7%로 나타났다. 반면에 별로 영향을 주지 않는다가 34.4%, 전혀 영향을 주지 않는다는 17.1%로 나타나 영향을 주지 않는다는 응답이 다소 높게 나타나고 있다. 지역별로는 서울 강

남과 강북일수록 별로 영향을 주지 않는다는 응답률이 높게 나타났고, 성별로는 여자일수록, 교급별로는 고등학생일수록 별로 영향을 주지 않는다는 응답률이 높게 나타나고 있다.

#### (7) 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문

청소년들의 할인카드, 할인쿠폰의 소지가 패스트푸드점을 방문하는데 영향을 주는 정도를 살펴보았는데 조금 영향을 준다는 응답이 38.5%, 많은 영향을 준다는 응답이 22.5%로 나타나 61%의 응답자가 할인쿠폰 등의 영향을 받고 있음을 알 수 있다. 성별과 교급별 분포에서는 유의미한 결과가 나타나지 않고 있으나, 지역별로는 강남(74.4%), 강북(66.3%), 대도시(60.9), 읍면지역(53.7%), 중소도시(52.7%)의 순으로 나타나고 있다.

### 4) 패밀리 레스토랑과 음식소비

다음에는 청소년의 패밀리레스토랑 이용 패턴과 인식에 대해 살펴보았다. 이를 위해 외국체인 패밀리레스토랑의 방문빈도, 자주 가는 곳, 방문의 이유와, 할인카드 이용 등은 어떤지에 관하여 질문하였다.

#### (1) 패밀리레스토랑 방문 빈도

청소년들에게 올해 외국체인 패밀리레스토랑에 얼마나 자주 방문하였는지에 대해 물어본 결과 전혀 가지 않았다는 응답이 64.7%로 나타났고, '1에서 5회'는 28.1%, '6에서 10회'의 경우는 4.9%, '11에서 20회'가 1.1%, '20회 이상'은 1.2%로 많은 차이가 나타나고 있는 것을 볼 수 있다. 반수이상의 청소년들은 전혀 가지 않고 있는 반면에 소수의

청소년들은 20회 이상 방문하고 있음을 볼 수 있었다.

각 지역별로 청소년들의 패밀리레스토랑 방문 빈도에 대해 살펴 보았는데, 전지역에서 전혀가지 않는 비율이 가장 높았으나 그 중에서 읍면지역이 가장 높은 것으로 나타났고, 서울 강남지역이 가장 낮은 것으로 나타났다. 성별, 교급별 분석에서 유의미한 차이가 발견되지는 않았으나 지역별로는 강남지역 청소년들의 이용빈도가 가장 높게 나타나고 있음을 알 수 있었다.

## (2) 자주 가는 패밀리레스토랑

청소년들에게 가장 자주가는 패밀리레스토랑 브랜드에 대해서 물어보았는데 없다는 응답이 58.2%로 나타났고, 베니건스가 8.9%, 기타는 8.2%, TGI프라이데이스가 8%, 스카이라크는 6.1%, 아웃백 스테이크 하우스가 5.4%, 코코스는 3.8%, 토니로마스는 1.5%의 순으로 나타났다. 지역별로는 강북지역에서는 스카이라크를 가장 많이 가고 있었고 강남지역에서는 베니건을 가장 많이 찾고 있는 것으로 나타났다.

## (3) 패밀리레스토랑 방문 이유

패밀리레스토랑 방문이유에 대한 질문에서는 맛 때문에 간다는 응답이 38%로 가장 많았고, 기타가 26.8%, 분위기가 좋아서라는 응답이 17.3%, 위치가 가까워서라는 응답이 5.4%, 서비스가 좋아서라는 응답이 4.4%, 가격이 적당해서라는 응답이 4%, 그 외에는 브랜드가 유명해서와 위생상태가 청결해서의 순으로 나타났다. 청소년들의 주요 방문 이유로는 맛, 분위기, 위치가 중요하게 고려됨을 알 수 있다. 지역별로는 강남지역이 맛 때문에 방문한다는 응답이 가장 많은 반면, 분위기 때문에 방문한다는 응답률은 중소도시에서 가장 높게 나타나

고 있으며, 교급별로는 고등학생일수록 분위기가 중요한 요인으로 자리잡고 있음을 보이고 있다.

#### (4) 할인카드 및 쿠폰 소지와 패밀리레스토랑 방문

청소년들의 할인카드, 고객카드, 할인쿠폰 등의 소지가 패밀리레스토랑을 찾는데 영향을 주는 정도에 대해 알아보았는데 조금 영향을 준다는 응답이 34.8%, 별로 영향을 주지 않는다는 응답이 23.6%, 전혀 영향을 주지 않는다는 응답이 21.7%, 많은 영향은 준다는 응답이 19.9%로 나타났다. 전체적으로 영향을 준다는 응답이 54.7%, 영향을 주지 않는다는 응답이 45.3%로 나타나, 패스트푸드점 방문시 끼치는 영향도(61%)보다는 다소 낮은 비율을 보이고 있음을 알 수 있다. 지역별로는 강남지역이 영향을 준다는 응답률(71.6%)이 가장 높게 나타나고 있으며, 강북(62.3%), 대도시(50.0%), 중소도시(46.1%), 읍면지역(39.7%) 순으로 나타나고 있다. 성별로는 여자일수록 교급별로는 고등학생일수록 할인카드 등의 영향을 더 받는 것으로 나타나고 있다.

#### 5) 체형 인식과 음식 소비 문제인식

청소년들은 자신의 체형에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 살펴 보았는데 전체적으로 37.1%가 보통이라고 인식하고 있었으며, 31.5%가 어느 정도 살찐 편이라고 인식하고 있었고 어느 정도 마른 편이라고 인식하는 청소년들이 18.5%, 아주 살찐 편이라고 인식하는 청소년들이 6.6%, 아주 마른 편이라고 인식하는 청소년들이 6.4%로 나타났다. 지역별, 교급별 차이는 나타나고 있지 않으나 성별에 따른 인식차이를 보면 어느 정도 살찐 편이라는 응답과 아주 살찐 편이라는 응답에서는 여학생들이 다소 높은 비율을 보이고 있고, 어느 정도 마른 편

이라는 응답과 아주 마른 편이라는 응답에서는 남학생들이 여학생에 비해 훨씬 높은 응답률을 보이고 있다.

청소년들의 체형 인식도와 일상생활에서의 음식소비 문제의 상관관계를 살펴보면, 자신이 살찐 편이라고 인식하는 청소년들은 자신이 마른편이라고 인식하는 청소년들보다 비만문제에 대해 훨씬 심각하게 인식하고 있음을 알 수 있었다. 아주 살찐 편이라는 청소년의 비만문제에 대한 인식은 32.6%, 어느 정도 살찐 편이라는 청소년은 26.7%, 보통이라는 청소년은 17.2%, 어느 정도 마른 편이라는 청소년과 아주 마른 편이라는 청소년은 모두 9.8%가 비만문제를 지적하고 있었다.

## 6) 논의

청소년들의 음식소비 실태에 대한 조사 결과 청소년들의 식사습관을 살펴보면 아침을 규칙적으로 먹는 청소년들은 절반정도에 지나지 않았으며, 교급이 올라갈수록 아침식사 습관이 불규칙적으로 되는 경향이었다. 점심은 주로 급식으로 먹는 경향으로 나타나 청소년들의 급식을 통한 균형있는 영양 섭취 방안이 시급히 마련되어야 할 것으로 보인다.

청소년들의 식품 선호도를 살펴보면, 김치나 건강식품에 대한 선호도가 대체로 높게 나타나고 있으며, 인스턴트 식품에 대한 선호도도 대체로 보통 이상으로 선호하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 인스턴트 식품의 영양 구성 및 인체에 끼치는 영향에 대한 교육이 제대로 이루어질 필요가 있음이 제기되었다.

청소년들은 음식 소비의 문제점으로 음식물 쓰레기와 비만 문제를 지적하고 있었다. 따라서 음식물 쓰레기를 줄이기 위한 개선대책이 필요하며, 비만 문제와 관련하여서는 과식이나 영양 불균형, 불규칙적인 식사습관 등의 개선책이 필요하리라 보여진다. 특히 체형인식에 있

어서도 여학생들은 남학생들보다 더 살찐 편이라고 인식하는 경향이  
며, 그에 따라 비만문제를 더 심각하게 인식하고 있었다.

청소년들의 외식 습관을 보면 73%이상의 청소년들이 주 1회 이상  
의 외식을 하고 있으며, 읍면지역이나 중소도시에 비해 대도시, 서울  
강북, 강남 지역 순으로 외식빈도나 비용이 증가하는 경향을 보이고  
있다. 즉, 도시화의 정도가 높고, 외식업체의 분포가 많으며, 소득 및  
소비수준이 높은 지역일수록 외식 빈도 및 외식 비용은 증가하는 것  
으로 보여진다.<sup>5)</sup> 외식 비용은 점심 비용보다는 저녁비용이 많고, 저녁  
보다는 특별한 기념일이나 행사시의 비용을 더 많이 지출하고 있으며,  
지역별로는 강남, 강북, 대도시, 중소도시, 읍면지역 순으로 지출 규모  
가 작아짐을 보이고 있다.

청소년들은 주로 저녁 때 외식을 하고 있으며, 외식 장소를 선택  
할 때는 맛을 주로 고려하여 선택하는 경향이다. 외식을 하는 주된 이  
유는 끼니 해결이며, 외식시 주요 동반인은 가족이라고 응답하는 청소  
년들이 과반수 이상이어서 이제 끼니 해결이 가정내의 식사를 통해서  
뿐 아니라 가족끼리 끼니 해결을 위해 외식을 선택하는 경향이 늘고  
있음을 반영한다.

청소년들 중 73.4%의 청소년들이 한 달에 1회 이상은 패스트푸드  
점을 찾고 있는 것으로 나타났으며, 패스트푸드는 간편해서 먹는다는  
응답이 가장 많았다. 패스트푸드에 대한 인식은 대부분 먹기 편한 음  
식이라고 생각하는데 비해 강남지역 청소년들과 여자 청소년들은 살  
찌기 쉬운 음식이라는 인식을 보이고 있다. 패스트푸드점에 대한 정보  
는 주로 TV나 신문광고 등을 통해 얻고 있으며, 할인쿠폰의 영향으로

5) 이와 관련하여 서울 강남 지역의 금융자산이 비강남권 주민의 금융  
자산의 최대 4배(강남지역의 가구당 평균 금융자산액 9천 955만원,  
비강남권 2천 465만원)에 달하고 있다는 연구보고(신광영, '계급불평  
등과 도시공간: 서울시 사례보고')가 발표되어 서울의 경제적 불평등  
이 공간적 불평등으로 고착화되고 있음을 보여주고 있다(연합뉴스,  
2003, 10, 21)

패스트푸드점을 찾는 경향도 높다. 따라서 청소년들에게 패스트푸드의 영양성분에 대한 교육 뿐 아니라, 지방이나 당분 등 비만해지기 쉬운 패스트푸드에 대한 광고나 이의 소비를 유도하는 쿠폰 등을 이용하도록 하는 전략에 일정정도 제약을 가하는 정책도 필요하다고 보여진다.

패밀리레스토랑에서의 음식 소비를 살펴보면 청소년들을 대상으로 보편화된 것으로 보이지는 않으며, 방문빈도 면에서 강남, 강북, 대도시, 중소도시, 읍면지역 순으로 분포되어 있음을 알 수 있다. 청소년들은 주로 맛 때문에 패밀리레스토랑을 찾는 경향이며, 과반수이상의 청소년들이 할인카드 등의 영향을 받는 것으로 조사되었다.

요컨대, 청소년들의 음식 소비 실태에서 지역적 편차가 많이 드러나는 부분은 외식 소비 분야라고 할 수 있겠다. 외식의 빈도나 식사비용 등에서 지역적 편차를 보이고 있으며, 선호하는 패스트푸드 브랜드 및 패밀리레스토랑 브랜드에 있어서도 지역적 편차를 보이고 있다. 성별로는 주로 자신의 체형 인식도 및 비만 문제에 여자 청소년들이 보다 민감하게 반응하고 있으며, 교급별로는 교급이 올라갈수록 아침 식사가 불규칙적이고, 외식시 가족동반이 줄어드는 경향이며, 간편성을 추구하는 경향으로 나타나고 있다.

공 백

## IV. 외식 소비와 청소년들의 음식 문화

1. 청소년들의 외식 소비양상 분석
2. 청소년 대안 음식 문화 실천 사례

공 백

## IV. 외식 소비와 청소년들의 음식 문화

### 1. 청소년들의 외식 소비양상 분석

여기서는 청소년들의 음식소비 행위 패턴을 분석하고, 특정 음식을 소비하는 행위의 의미에 대해 파악하고자 한다. 이를 위해 서울시 청소년 거리로 알려진 18개 지역(돈암동, 신림동, 영등포동, 가리봉동, 노량진, 건대앞, 천호동, 신천동, 문정동, 상계동, 연신내, 강남역, 삼성동, 압구정동, 동대문, 신촌·홍대앞, 대학로, 명동)을 중심으로 조은(2000)의 구분에 따라 각 지역별로 한·두 지역을 택하여 그 지역의 패스트푸드, 분식, 노점 등의 음식 소비 패턴을 파악하였다.

조은(2000)에 따르면 1지역은 돈암동, 신림동, 영등포동, 가리봉동, 노량진, 건대앞(화양리)으로 문화시설이 거의 없고 학원시설이나 상가 시설이 약간 있지만 주로 유흥가만 있다. 2지역은 천호동, 신천동, 문정동, 상계동, 연신내, 동대문 등 6개 지역으로 문화시설이 어느정도 있지만 백화점, 상가, 할인매장이 밀집된 상가지역으로 특징지워진다. 3지역은 강남역, 삼성동, 압구정동 등으로 영화관이나 소극장 등 문화 시설과 함께 이국적인 카페와 브랜드 샵이 몰려 있다. 4지역은 문화시설이 주를 이룬 지역으로 강북의 홍대앞 및 신촌, 대학로, 명동 등으로 분류할 수 있다. 이들 거리는 모두 계급적 특성과 연관되어 있다(조은, 2000: 26).

특히 의복의 경우 가격 면에서 계급적 구분이 가시적으로 나타나고 있다. 캐주얼 의류의 경우 1, 2 지역 청소년들은 브랜드가 없는 시장 제품이나 중저가 브랜드를 중심으로 입지만 3지역의 경우 캐주얼을 입더라도고가 외국 브랜드를 많이 입고 있는 것으로 나타났다. 4 지역의 경우는 1, 2, 3 지역에서 보여졌던 청소년들의 모든 옷차림이 섞여 있으며 캐주얼, 복고, 힙합의 모든 스타일의 옷을 볼 수 있다고

한다. 그것은 지역 특성상 4지역의 경우 서울 시내의 각 지역에서 청소년들이 모여들기 때문이다. 고가 외국 브랜드를 선호하는 3지역의 청소년들의 경우 그 지역에 다른 옷차림을 하고 오는 청소년들을 촌스럽다고 말하고 1지역의 청소년들은 3지역의 청소년들을 보면서 위화감을 느낀다고 말한다. 이처럼 청소년 거리문화는 계급문화와 연결되며 이는 의류 상표로 가시화된다(조은, 2000; 최원기 외, 2000).

본 연구에서는 지역에 따라 계급성 차이가 나타나고 있는 의류문화 양상과 달리 음식소비에 있어서는 어떠한 양상이 나타나고 있는지를 살펴보겠다.

먼저 참관 조사는 4지역 중 하나나 두 개 정도 하위 지역을 택하여 청소년들이 주로 음식을 소비하는 곳이라고 여겨지는 패스트푸드점, 분식점, 노점 등에 대해서 참여관찰을 하였다. 1지역에서는 신림동과 노량진, 2지역에서는 동대문, 3지역에서는 강남역, 4지역에서는 신촌을 중심으로 청소년들의 식사 행위 패턴에 관한 자료를 수집하였다.

먼저 지역을 선정한 뒤 통계 분석에서 나타난 청소년들이 가장 자주가는 외식 장소를 중심으로 참관을 실시하였다. 청소년들이 가장 자주가는 외식 장소는 경우에는 한식집이 33.6%로 가장 많이 차지했고, 그 다음은 분식점이 17.6%, 기타가 12%, 패스트푸드점이 10.8%로 나타나고 있어서 그에 따라 지역별로 패스트푸드점과 분식점(한식 병행), 기타 포장마차를 주요 관찰 대상으로 선정하였다. 여기서 한식점은 부모나 친척들과 가는 경우가 많을 것이라 고려하고 청소년들끼리 많이 가는 음식점을 주요 참관 대상으로 선정하였다.

&lt;표 IV-1&gt; 각 지역의 특성 비교

|     |       | 문화시설 | 상가 | 학원가 | 유흥가 |
|-----|-------|------|----|-----|-----|
| 1지역 | 돈암동   |      |    |     | ○   |
|     | 신림동   |      |    |     | ○   |
|     | 영등포   |      |    |     | ○   |
|     | 가리봉   |      |    |     | ○   |
|     | 노량진   |      |    | ○   | ○   |
|     | 건대앞   |      | ○  |     | ○   |
| 2지역 | 천호동   | ○    |    |     | ○   |
|     | 신천동   | ○    |    |     | ○   |
|     | 문정동   |      | ○  |     | ○   |
|     | 상계동   |      | ○  |     | ○   |
|     | 연신내   |      | ○  |     | ○   |
|     | 동대문   | ○    | ○  |     | ○   |
| 3지역 | 강남역   | ○    |    |     | ○   |
|     | 삼성동   | ○    |    |     | ○   |
|     | 압구정동  | ○    |    |     | ○   |
| 4지역 | 신촌·홍대 | ○    | ○  |     | ○   |
|     | 대 학로  | ○    |    |     | ○   |
|     | 명동    |      | ○  |     | ○   |

출처: 조은, 2000, pp. 28-29.

## 1) 제 1지역: 신림역과 노량진 주변

### (1) 신림역 주변

신림역 주변은 문화시설이 거의 없고, 학원시설이나 상가시설이 약간 있지만 주로 유흥가만 있는 지역으로 분류된다. 이 지역은 순대촌과 비교적 저렴한 보세 옷가게와 팬시점, 노래방이나 주점 등이 자리잡고 있어서 10대와 20대들의 모임이 많이 이루어지고 있는 지역이다.

#### ① 패스트푸드점

신림역에 위치한 롯데리아에서 청소년들의 음식소비 양상을 관찰하였다. 롯데리아는 신림역 4번 출구로 나와 250M 정도 거리에 위치하고 있다. 신림역 패션·문화의 거리 맞은편 대로변에 위치하고 있으며, 신림동 만남의 장소로 애용되는 곳이다. 참관한 날도 롯데리아 안팎에서 약속 시간을 기다리는 사람들로 북적거렸다. 매장은 1층과 2층 그리고 3층으로 되어 있으며, 1층은 주문을 할 수 있는 카운터와 20-30석의 좌석을 확보하고 있으며, 2층은 120석, 3층은 50석 정도의 좌석을 갖추고 있다. 참관은 1층과 2층에서 실시했는데, 거의 모든 좌석인 찬 상태였다. 참관시간은 2003년 8월 2일 15:00-16:00까지 이다.

일단 패스트푸드점에서의 음식 소비 스타일은 다양하다는 특징이 있다. 선택할 수 있는 음식의 범위가 비교적 다양하기 때문에 끼니 해결을 위해서 뿐 아니라 친구들과 만나서 대화를 하거나 혼자 시간을 보내기 위해서도 패스트푸드점이 이용된다. 비교적 저렴하게 선택할 수 있는 사이드 메뉴와 음료수를 시켜놓고 시간을 보내기 좋기 때문이다.

|          |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관장소     | 롯데리아 | 2003년 8월21일 15:00-16:00                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 A(남학생 2): 스포츠 형 머리에 모자를 착용 회색 먼 티셔츠를 입고, 아이보리색 힙합 바지를 입음.                                                                                                                                                                                                                          |
|          | 체류시간 | 15시 00분---15시 45분                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|          | 먹은음식 | 아이스커피 1잔                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|          | 소비양상 | 앉아서 책을 읽으면서 오랫동안 머뭇                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|          | 집단특성 | 그룹 B(남학생 2): 스포츠 형 머리에 무스를 바름, 노란색 니트 셔츠를 입고, 안경을 착용함, 아이보리색 옆으로 매는 가죽 소재의 가방을 땀/ 덥수룩한 머리에 흰색 먼 티셔츠를 입고, 흰색 먼 반바지를 입고, 회색 큰 운동화를 착용함. 검정색 가방을 소지함                                                                                                                                     |
|          | 체류시간 | 15시 00분---15시 25분                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|          | 먹은음식 | 새우버거 세트 2(세트 메뉴는 후렌치 후라이, 콜라 2)                                                                                                                                                                                                                                                       |
|          | 소비양상 | 식사를 빨리 마치고, 쇼핑 가방에서 게임 CD 등의 포장을 뜯어서 대화를 주고 받음                                                                                                                                                                                                                                        |
|          | 집단특성 | 그룹 C(여학생 2): 카키색 먼 티셔츠, 반바지에 캔버스화를 착용. 옆으로 매는 가방을 땀, 손톱에 하늘색 메니큐어를 바름/ 흰색에 주황색 화려한 나염이 들어간 티셔츠, 먼 반바지, 슬리퍼를 착용함. 옆으로 드는 황토색 가방을 소지함. 핑크색 메니큐어를 바름                                                                                                                                     |
|          | 체류시간 | 15시 20분---15시 45분                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|          | 먹은음식 | 요구르트 셰이크 1                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|          | 소비양상 | 면담 가장 선호하는 패스트푸드점은 롯데리아로 여자 친구와 주로 다닌다고 함. 오늘은 강남 성심 병원에 봉사활동을 갔다 롯데리아에서 발행하는 쿠폰을 사용하고자 들름. 가족과 함께 하는 외식은 가끔씩 하는데, 한 학생은 갈비집이나 신장 개업한 곳에서 한다고 하고, 또 한 학생은 뷔페 같은 곳에서 한다고 함. 패밀리 레스토랑은 두 학생 모두 잘 가지 않는다고 함. 친구들이랑은 주로 신림에 위치한 순대촌, 고기뷔페, 피자헛에 가고, 떡볶이 집은 가끔씩 배고플 때 학교 앞에 위치한 곳을 찾는다고 함. |

|          |      |                                                                                                                                                                                                            |
|----------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 D(남학생 1, 여학생 1): 스포츠형 머리에 안경을 착용하고, 회색 먼 티셔츠에 남색 바지를 입음/ 짧은 단발머리를 뒤로 하나로 묶음, 남색 줄무늬 티셔츠에 아이보리색 반바지를 입고, 슬리퍼를 신음.                                                                                        |
|          | 체류시간 | 15시 30분---15시 45분                                                                                                                                                                                          |
|          | 먹은음식 | 초코 아이스크림 2                                                                                                                                                                                                 |
|          | 소비양상 | 아이스크림을 먹으면서 대화를 하다가 나감                                                                                                                                                                                     |
|          | 집단특성 | 그룹 E(남학생 2): 검은색 푸마 티셔츠를 입고, 반 청바지에 슬리퍼를 신음/ 주황색 민소매 나시를 입고, 흰색 반바지에 흰색 슬리퍼를 착용함. 조금 덥수룩한 머리를 함.                                                                                                           |
|          | 체류시간 | 15시 25분---15시 35분                                                                                                                                                                                          |
|          | 먹은음식 | 팔빙수 1, 커피빙수 1                                                                                                                                                                                              |
|          | 소비양상 | 특별한 대화 없이 빙수를 먹음.                                                                                                                                                                                          |
|          | 집단특성 | 그룹 F(남학생 1, 여학생 1): 흰색 남방에 아이보리 바지를 입고, 밤색 단화를 착용/ 남색 남방에 흰색 반바지를 입고, 옆으로 매는 가방을 매고, 검은색 단화를 신음.                                                                                                           |
|          | 체류시간 | 15시 30분---16시 00분                                                                                                                                                                                          |
|          | 먹은음식 | 팔빙수 1                                                                                                                                                                                                      |
|          | 소비양상 | 빙수 1개를 서로 나누어 먹고, 30분 정도 머물면서 오랫동안 대화 후 나감.                                                                                                                                                                |
|          | 집단특성 | 그룹 G(여학생 2): 긴 머리를 반으로 묶음, 분홍색 티셔츠에 흰색 반바지를 입고, 흰색 운동화를 신음. 분홍색 귀걸이를 착용함/ 단발 머리에 화장을 연하게 하고, 황토색 티셔츠에 반바지를 입음. 필라 흰색 운동화를 착용함. 손톱에는 매니큐어를 바름.                                                              |
|          | 체류시간 | 15시 30분---15시 50분                                                                                                                                                                                          |
|          | 먹은음식 | 불고기 버거 세트 1(선택 메뉴는 후렌치 후라이와 콜라)                                                                                                                                                                            |
|          | 소비양상 | 대화를 하면서 버거를 나눠 먹고, 식사를 마치고 자리를 뜬.                                                                                                                                                                          |
|          | 집단특성 | 그룹 H(여학생 3): 단발머리를 반으로 묶음. 핑크색 티셔츠에 긴 청바지를 착용하고, 큰 시계를 낀. 휴대폰을 손에 쥐고 있음 흰 양말에 캔버스화를 신음/ 단발머리에 검은색 티셔츠를 입고, 흰색 반바지를 착용함, 흰양말에 검은색 운동화를 신음, 종이 가방을 들고 있음/ 필라 모자를 쓰고, 줄무늬 티셔츠에 흰색 바지에 흰색 운동화를 착용, 분홍색 양말을 신음. |
|          | 체류시간 | 15시 40분---16시00분                                                                                                                                                                                           |
|          | 먹은음식 | 아이스크림 3개                                                                                                                                                                                                   |
|          | 소비양상 | 아이스크림을 먹으면서 대화에 집중하다가 아이스크림을 다 먹고는 간단하게 전화 통화를 한 후에 나감                                                                                                                                                     |

패스트푸드점에서의 음식 소비는 점심 시간이 아닌 경우 다양한 양상으로 나타나고 있다. 끼니를 위한 버거세트를 먹는 경우, 아이스크림이나 팥빙수 등 군것질을 하면서 시간을 보내는 경우, 커피를 마시며 책을 보는 경우 등 패스트푸드점은 식사를 위한 공간 뿐 아니라 다양한 기능으로 활용되고 있음을 알 수 있었고 체류 시간도 15분에서 45정도로 다양하게 나타나고 있다.

## ② 분식점

관찰 대상 분식점은 지하철 신림역에서 걸어서 5분 정도에 위치하고 있으며, 신림동 순대 거리에 있다. 또한 주변에는 각종 술집과 노래방, 갈비집 등이 밀집하고 있으며, 많은 청소년들이 눈에 띈다. 2층 건물에 1층에 위치하고 있으며, 20명 정도를 수용할 수 있는 작은 크기이다. 메뉴는 김밥, 라면, 볶음밥, 떡볶이 등 다양하며, 점심시간이라 빈자리가 없을 만큼 붐볐다.

| 장소명      | 즉석<br>김밥 전문점 | 2003년 8월 2일 13시 30분-14시 35분                                                                                                                                                               |
|----------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성         | 그룹 A(남학생 1, 여학생 1): 머리를 하나로 뒤로 묶음, 큰 귀걸이를 하고, 베이지색 니트 민소매 티셔츠에 베이지색 반바지를 착용함, 옆으로 매는 커다란 키플링 가방을 맨 / 회색에 큰 숫자가 써져있는 최근 유행하는 티셔츠를 입고, 흰색 반바지에 흰색 캔버스화를 착용함 덥수룩한 머리 스타일에 옆으로 매는 검은 가방을 소지함. |
|          | 체류시간         | 13시 30분---13시 50분                                                                                                                                                                         |
|          | 먹은음식         | 쫄면 1, 새우 볶음밥 1                                                                                                                                                                            |
|          | 소비양상         | 남학생은 식사를 빨리 끝내고, 물을 떠다주면서 여학생 식사가 끝나기를 기다림 식사가 끝나고 나서, 머리도 만져주면서 장난을 치면서 대화를 하다가 일어남.                                                                                                     |

|          |      |                                                                                                                                 |
|----------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 B(남학생 1): 연두색 면 남방, 베이지색 면바지 착용. 아주 짧은 스포츠 형 머리를 하고, 남색 운동화를 신고, 가방은 소지하지 않음.                                                |
|          | 체류시간 | 13시 30분---13시 45분                                                                                                               |
|          | 먹은음식 | 라면 1, 야채 김밥 1                                                                                                                   |
|          | 소비양상 | 혼자 들어와서 식사만 마치고 바로 나감                                                                                                           |
|          | 집단특성 | 그룹 C(남학생 2): 흰색 면 민소매 티셔츠, 흰색 반바지에 흰색 슬리퍼를 착용. 덩수룩한 머리를 무스를 이용해 뽀족하게 만들 루이뷔통 이미테이션 가방을 소지함/ 빨간색 면 티셔츠, 남색 긴 바지 착용. 흰색 캔버스화를 신음. |
|          | 체류시간 | 13시 45분---14시 10분                                                                                                               |
|          | 먹은음식 | 라볶이1, 김치 볶음밥 1                                                                                                                  |
|          | 소비양상 | 매우 시끄럽게 대화를 하면서 식사를 함<br>식사를 마치고 바로 나감                                                                                          |
|          | 집단특성 | 그룹 D(여학생 2): 하늘색 티셔츠, 남색 반바지에 남색 운동화를 신고, 청 소재 가방을 소지함/ 야구 모자를 쓰고, 하늘색 티셔츠, 남색 바지 착용. 남색 운동화를 신음, 연한 화장을 함                      |
|          | 체류시간 | 13시 50분---14시 25분                                                                                                               |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 1, 칼국수 1                                                                                                                    |
|          | 소비양상 | 식사를 하면서 대화를 하고, 식사가 끝나고 나감.                                                                                                     |
|          | 집단특성 | 그룹 E(남학생 1, 여학생 2): 검은색 민소매 티셔츠, 흰색 가디건, 남색 치마를 입음/ 남색 긴바지, 분홍색 티셔츠, 흰 운동화를 신음/ 흰색 남방, 검은색 긴바지, 검은 운동화, 모자 착용                   |
|          | 체류시간 | 14시 00분---14시 35분                                                                                                               |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 1, 라면 1 김밥 1인분                                                                                                              |
|          | 소비양상 | 대화를 나누면서 꽤 오랫동안 식사를 하고 나감                                                                                                       |

분식점의 경우 식사 패턴은 끼니 해결이 주된 목적이므로 대부분의 청소년들은 먹는데 집중하는 편이다. 선택되어지는 메뉴는 김밥, 쫄면, 볶음밥, 라면 등이며 식사가 끝나면 대부분 자리를 뜨는 경향이다.

### ③ 포장마차

지하철 신림역에서 10분 정도 떨어진 곳이며, 신당 극장 앞 버스정류장 앞에 위치하고 있다. 유동 인구가 많아서 매우 변화하고, 인근에는 보세 옷가게 수 십 개가 밀집되어 있다. 1시간 참관을 하는 동안 매우 더운 날씨 때문에 10팀 내외의 적은 사람들이 방문했다. 10명 정도가 서서 식사를 할 수 있도록 되어 있으며, 각종 김밥류와 튀김, 어묵, 떡볶이를 메뉴로 갖추고 있다. 2명의 젊은 남녀가 점포를 운영하고 있었다.

포장마차에서의 음식 소비 특성은 15분 이내의 짧은 시간 동안 시식을 하고 있으며, 별로 대화 없이 간단히 허기를 채울 수 있는 음식을 먹고 있었다.

| 장소명      | 포장마차 | 2003년 8월 2일 17시 00분-18시 00분                                                                                                                       |
|----------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 A(남학생 2): 덩수룩한 머리에 검은색 티셔츠를 입고, 남색 면 반바지를 입고, 흰색 운동화를 착용함, 한쪽에 만 귀걸이를 함 금목걸이도 착용/ 스포츠형 머리에 흰색 면 티셔츠를 입고, 긴 청바지에 남색 캔버스화를 착용함. 둘 다 가방은 소지하지 않음. |
|          | 체류시간 | 17시 00분---17시 15분                                                                                                                                 |
|          | 먹은음식 | 야채 김밥 1인분, 튀김 1인분                                                                                                                                 |
|          | 소비양상 | 식사를 마치자마자 나감.                                                                                                                                     |
|          | 집단특성 | 그룹 B(여학생 2): 두 명 모두 단발머리에 회색 면 티셔츠에 아이보리 반바지를 입음. 전체 옷차림 중에 흰색과 남색 캔버스화만 다르고 모두 동일함. 한 학생은 옆에 쇼핑가방을 소지하고 또 한 학생은 티니위니 곰돌이 가방을 옆으로 땀.              |
|          | 체류시간 | 17시 20분---17시 35분                                                                                                                                 |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 1인분, 치즈 김밥 1인분                                                                                                                                |
|          | 소비양상 | 약간의 대화를 하면서 식사를 하고, 마치자마자 바로 나감.                                                                                                                  |
|          | 집단특성 | 그룹 C(남학생 1, 여학생 1): 빨간색 민소매 티셔츠에 청바지를 입고 옆으로 매는 작은 꽃무늬 가방을 땀, 검은색 단화를 신음/ 흰색 면 티셔츠에 남색 바지를 입고, 흰색 캔버스화를 신음 스포츠형 머리에 가방은 소지하지 않음                   |
|          | 체류시간 | 17시 35분---17시 50분                                                                                                                                 |
|          | 먹은음식 | 어묵 1, 떡볶이 1인분                                                                                                                                     |
|          | 소비양상 | 식사하면서 약간씩 대화하고, 음식을 다 먹고 나서 나감                                                                                                                    |

## (2) 노량진

문화 시설이 거의 없고 학원 시설이 매우 밀집한 지역으로, 상가 시설이 약간 있지만 주로 유흥가만 있는 곳이다.

### ① 패스트푸드점

지하철 1호선 노량진역에서 내려 육교를 건너면 뽕뽕이 들어찬 학원 건물이 있고, 길을 따라 100M 정도 올라가면, 롯데리아 건물을 볼 수 있다. 롯데리아는 지상 3층으로 되어있는데, 1층은 주문할 수 있는

곳과 주문을 기다릴 수 있는 스탠드 테이블이 1개 있지만, 매우 좁은 편이다. 2층과 3층에는 각각 100여 석의 좌석을 확보하고 있다. 60여명의 손님이 식사중이었다. 참관은 2003년 7월 20일 16:00부터 17:00까지 이루어졌다.

| 장소명  | 롯데리아 | 2003년 7월20일(일요일) 16시00분-17시 00분                                                                                                               |
|------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관대상 | 집단특성 | 그룹 A(남학생 2): 긴 청바지, 빨간 티셔츠를 입고, 스포츠 머리에 무스를 바르고, 핸드폰을 소지함/ 베이지색 줄무늬 남방을 입고, 역시 스포츠 머리를 함 둘 다 큰 뒤로 매는 배낭형 가방을 착용함.                             |
|      | 체류시간 | 16시 05분---16시 30분                                                                                                                             |
|      | 먹은음식 | 불고기버거 세트 1(선택메뉴는 콜라와 후렌치 후라이), 팝콘 새우 1                                                                                                        |
|      | 소비양상 | 주문한 팝콘 새우가 나오지 않아 번호표를 들고 10분 정도 기다림. 기다리는 동안 불고기 버거를 나누어 먹음 식사가 끝난 뒤 바로 나감.                                                                  |
|      | 집단특성 | 그룹 B(남학생 1, 여학생 1) 줄무늬 남색 남방에 베이지색 바지를 입고 흰 운동화를 착용함, 뒤로 매는 체크 가방 소지/ 단발머리에 흰색에 빨간색 세로 줄무늬 셔츠를 입고, 진청바지를 착용하고, 흰색 캔버스화를 신음, 나라야 베이지색 가방을 소지함. |
|      | 체류시간 | 16시 05분---16시 25분                                                                                                                             |
|      | 먹은음식 | 리브샌드 세트(선택메뉴는 콜라와 후렌치 후라이), 아이스크림 2개(초코, 바닐라)                                                                                                 |
|      | 소비양상 | 지속적인 대화를 하면서 매우 즐거워 함 남학생이 1층으로 내려가서 콜라를 하나 더 사음 콜라 리필이 안 된다는 점에 대해 여학생에게 불평을 토로함.                                                            |
|      | 집단특성 | 그룹 C(남학생 2): 청색 체크 남방에 베이지색 반바지 착용, 짧은 스포츠형 머리/ 하늘색 남방, 청바지에 흰 운동화를 착용, 덩수룩한 머리 스타일, 둘 다 가방은 소지하지 않음                                          |
|      | 체류시간 | 16시 20분---16시 40분                                                                                                                             |
|      | 먹은음식 | 불고기 버거 세트 2개(선택 메뉴는 둘 다 콜라와 후렌치 후라이)                                                                                                          |
|      | 소비양상 | 식사가 끝나자 마자 나감                                                                                                                                 |

|          |      |                                                                                                                                                              |
|----------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 D(남학생 1, 여학생 1) 아이보리색 바지에 노란색 줄무늬 티셔츠 착용, 짧은 스포츠 머리에 무스를 바르고 안경과 목걸이 착용/ 베이지색 줄무늬 티셔츠, 아이보리 반바지를 입고, 검은 샌달을 양말을 신지 않고 착용, 뒤로 매는 배낭형 가방 소지, 쇼핑 가방을 한 손에 듬. |
|          | 체류시간 | 16시 30분---17:00                                                                                                                                              |
|          | 먹은음식 | 아이스커피 2잔                                                                                                                                                     |
|          | 소비양상 | 2층 창가에 자리를 잡고 앉아서 커피를 마시면서 지속적으로 대화함.                                                                                                                        |
|          | 집단특성 | 그룹 E(여학생 2) 단발머리에 하늘색 민소매 나시를 입고, 진한색 청바지를 착용 흰색 캔버스화에 옆으로 매는 카키색 가방 소지/ 검정 면 티셔츠, 아이보리 긴바지, 샌들을 신음                                                          |
|          | 체류시간 | 16시 35분---16시 45분                                                                                                                                            |
|          | 먹은음식 | 아이스크림 1, 불고기 버거 세트 1<br>(선택메뉴는 콜라와 후렌치 후라이)                                                                                                                  |
|          | 소비양상 | 불고기 버거를 두 명에 반씩 나눠 먹고 나감                                                                                                                                     |
|          | 집단특성 | 그룹 F(남학생1, 여학생 1) 흰색 면 티셔츠에 체크 남방을 입고, 베이지색 면바지에 흰 운동화를 착용하고, 머리에 무스를 바름/ 중간 정도 머리 길이에 아이보리 반바지와 흰색 티셔츠를 입고, 캔버스화를 착용함.                                      |
|          | 체류시간 | 16시 35분---16시 45분                                                                                                                                            |
|          | 먹은음식 | 아이스크림, 외부에서 사온 검은콩 우유와 삼각김밥                                                                                                                                  |
|          | 소비양상 | 아이스크림 하나만 사고, 편의점에서 사 온 검은 콩 우유와 삼각 김밥을 2층에서 둘이 나누어 먹고, 식사가 끝나자마자 나감 매장 구석 구석에 외부 음식 반입 금지라는 표시가 있는 걸로 봐서는 외부에서 사 온 음식을 먹는 사람이 유난히 많을 것으로 예상됨                |
|          | 집단특성 | 그룹 G(남학생1, 여학생 1) 짧은 단발머리에 무스를 바르고, 약간의 염색과 귀걸이를 착용/ 검은 셔츠에 베이지색 반바지, 스포츠형 샌들을 신음, 둘 다 스포츠 용품 쇼핑백을 들고 있음                                                     |
|          | 체류시간 | 16시 40분---16시 50분                                                                                                                                            |
|          | 먹은음식 | 불고기 버거 세트 1, 불갈비 버거 세트 1(선택 메뉴는 콜라와 후렌치 후라이) 아이스크림 1                                                                                                         |
|          | 소비양상 | 대화는 하지 않고, 거의 먹는 데 집중함                                                                                                                                       |

역시 패스트푸드점의 식사 습관은 다양하게 나타난다고 할 수 있다. 식사시간이 아님에도 불구하고 버거 세트를 시식하는 청소년들도 많았고, 음료수나 아이스크림을 먹는 청소년들도 있다. 체류시간도 대부분 15분에서 20, 30분 정도로 나타나고 있다.

## ② 분식점

노량진 역에서 육교 건너 학원가가 밀집한 곳에 위치하고 있으며, 노량진 사거리에서 상도역 방향으로 100M 거리에 위치하고 있다. 비교적 가격대가 저렴하여 많은 사람들이 이용하며, 참관을 했던 시기는 점심시간으로 7팀 정도가 식사를 하고 있었다. 규모는 35-40명 정도를 수용할 수 있는 크기이다. 참관은 7월 20일 13시부터 14시까지 이루어졌다.

| 장소명   | K분식  | 2003년 7월20일(일요일) 13시 00분-14시 00분                                                                               |
|-------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관 대상 | 집단특성 | 그룹 A(남학생 1). 흰색 민소매 티셔츠에 남색 반바지를 입고, 하얀색 슬리퍼를 착용함. 덩수룩한 머리 스타일에 가방은 소지 하지 않음.                                  |
|       | 체류시간 | 13시 00분---13시 30분                                                                                              |
|       | 먹은음식 | 라볶이, 김치찌개                                                                                                      |
|       | 소비양상 | 혼자서 식사를 하고 바로 나감                                                                                               |
|       | 집단특성 | 그룹 B(여학생 2, 남학생 2). 연노랑 남방에, 남색바지를 입고, 단발머리 스타일/ 줄무늬 티셔츠, 검정 남방을 입고, 청바지에 흰 운동화, 짙은 밤색 단화를 착용함. 모두 가방은 소지하지 않음 |
|       | 체류시간 | 13시 00분---13시 35분                                                                                              |
|       | 먹은음식 | 떡라면, 라볶이, 제육덮밥, 참치김밥                                                                                           |
|       | 소비양상 | TV 프로그램을 시청하면서 대화함. 천천히 식사를 마치고 나감                                                                             |

|          |      |                                                                                               |
|----------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 C(남학생 2): 흰티셔츠에 카키색 반바지를 입고, 검은색 슬리퍼를 신음/ 검은색 티셔츠에 베이지색 면바지에 남색 슬리퍼를 착용함, 가방은 둘 다 소지하지 않음. |
|          | 체류시간 | 13시 10분---13시 30분                                                                             |
|          | 먹은음식 | 만두라면, 짬뽕라면 1, 원조김밥 1                                                                          |
|          | 소비양상 | 대화는 별로 하지 않고,<br>TV 프로그램을 집중해서 봄.                                                             |
|          | 집단특성 | 그룹 D(남학생 1) 흰색에 청색 줄무늬 티셔츠에 카키색 트레이닝복을 입고, 파란색 슬리퍼와 청색 모자를 착용함.                               |
|          | 체류시간 | 13시 20분---13시 35분                                                                             |
|          | 먹은음식 | 수제비 1                                                                                         |
|          | 소비양상 | 혼자 TV를 보면서 식사를 하고 나감                                                                          |
|          | 집단특성 | 그룹 E(남학생 1) 검은색 티셔츠에 남색 바지를 입고, 검은색 단화를 착용함, 스포츠 형 머리에 무스를 바르고, 옆으로 매는 검은 가방을 소지.             |
|          | 체류시간 | 13시 35분---13시 45분                                                                             |
|          | 먹은음식 | 어묵 김밥 1                                                                                       |
|          | 소비양상 | TV를 보면서 식사를 하고, 마치고 바로 나감                                                                     |

### ③ 포장마차

노량진역 학원가 뒷골목에 위치한 포장마차 거리로, 포장마차 4-5개가 밀집해 있다. 참관한 포장마차의 규모는 20명 정도 수용 가능해 비교적 큰 규모이다. 비교적 더운 날씨라 1시간 참관 동안 5-6팀이 다녀갔다. 메뉴는 어묵, 떡볶이, 김밥, 순대, 우동, 각종 튀김류가 있으며 주인 아주머니 혼자 운영하고 있다.

|          |      |                                                                                                                                         |
|----------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 장소명      | 포장마차 | 2003년 7월20일(일요일) 14시20분~15시 20분                                                                                                         |
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 A(남학생 2): 베이지색 면바지, 흰 면티셔츠를 입을/<br>아이보리 면바지에 체크무늬 티셔츠를 입고, 샌들을 신음.<br>뒤로 매는 청색 큰 가방, 검은색 옆으로 매는 가방을 소지함                              |
|          | 체류시간 | 14시 20분---14시 40분                                                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 모듬 튀김 1, 김밥 2인분                                                                                                                         |
|          | 소비양상 | 매우 천천히 대화를 하면서 먹다가 나감                                                                                                                   |
|          | 집단특성 | 그룹 B(남학생 1): 청바지에 회색 면 티셔츠를 입고, 뒤로<br>매는 큰 가방과 모자를 착용                                                                                   |
|          | 체류시간 | 14시 35분---14시 45분                                                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 모듬 튀김 1, 김밥 1                                                                                                                           |
|          | 소비양상 | 혼자서 식사를 하고, 바로 나감.                                                                                                                      |
|          | 집단특성 | 그룹 C(여학생 2): 베이지색 니트에 검은색 바지를 입고,<br>캔버스화를 착용, 병거지 모자를 쓰고, 큰 나라야 가방을<br>옆으로 맴/ 흰남방에 카키색 면바지를 입고, 머리를 하나로<br>뒤로 묶으로 안경을 착용함 역시 나라야 가방 소지 |
|          | 체류시간 | 14시 50분---15시 05분                                                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 1, 순대 1                                                                                                                             |
|          | 소비양상 | 날씨가 더운 탓인지 식사가 끝나자마자 나감                                                                                                                 |

## 2) 제 2지역: 동대문

동대문은 문화시설이 어느정도 있지만 의류상가 및 할인 매장이 밀집해 있는 지역으로 청소년들이 쇼핑을 위해 많이 모이는 지역이다.

### (1) 패스트푸드점

KFC는 대중적인 패스트푸드점의 하나로 동대문운동장 역 14번 출구로 나오면 대로변에 위치하고 있어 바로 눈에 들어온다. 멀리오래나 두산 타워 같은 대형 쇼핑 센터가 50M 내외의 거리에 위치하고 있으며, 비좁은 인도를 따라 수많은 좌판과 음식점이 밀집되어있다. 참관을 실시한 8월 15일은 광복절로 동대문 상가 인접 인도에는 쇼핑 나온 수많은 사람들로 붐볐다. 매장은 1층과 2층으로 되어 있으며, 1층은 주문을 할 수 있는 카운터와 100여석의 좌석이 구비되어 있어, 여타의 패스트푸드점이 1층에 단순히 주문할 수 있는 공간만을 확보하고 있는 것과는 차이가 있었다. 2층은 상당히 넓은 편으로 200석 이상의 자리를 확보하고 있다. 1층과 2층은 2-3 좌석을 빼고는 빼곡이 사람들로 들어찼다.

역시 일반적인 식사시간이 아님에도 끼니 형태의 버거세트를 먹는 청소년들이 대부분이었다. 주로 음식을 먹으면서 대화를 하거나 주변에서 쇼핑한 물건에 대해서 품평을 하기도 하였다 장소 특성이 쇼핑몰이 위치한 곳이어서 쇼핑을 전 후하여 들른 청소년들이 대부분으로 보여졌다.

| 장소명      | KFC  | 2003년 8월15일 (광복절) 공휴일, 16시00분-17시 00분                                                                                                 |
|----------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 A(남학생 2): 짧은 스포츠형 머리, 검은색 티셔츠에 노란색 큰 숫자가 어깨 부분에 쓰여져서 매우 뽀뽀, 옆으로 매는 카키색 작은 가방을 맨, 흰색 운동화를 착용/ 덩수룩한 머리, 흰색 면 티셔츠, 회색 운동화 착용, 배낭 소지함. |
|          | 체류시간 | 16시 00분---16시 15분                                                                                                                     |
|          | 먹은음식 | 징거버거 세트 2 (선택 메뉴는 콜라, 콘 샐러드)                                                                                                          |
|          | 소비양상 | 자리를 잡자 매우 급하게 햄버거를 먹어 치움 한 학생은 뒤로 매는 검은색 배낭을 맨 채로 식사를 함. 식사가 끝나자마자 정리하고 나감.                                                           |
|          | 집단특성 | 그룹 B(남학생1, 여학생 1): 단발머리, 흰색 줄무늬 남방, 긴 청바지                                                                                             |
|          | 체류시간 | 16시 00분---16시 30분                                                                                                                     |
|          | 먹은음식 | 징거버거 세트 1, 치킨버거 세트 1<br>(선택 메뉴는 비스킷1, 코울슬로 1, 콜라 2)                                                                                   |
|          | 소비양상 | 식사를 마치고 지속적으로 대화를 나눔. 여학생이 잠깐 밖으로 나갔다 오는 동안 남학생이 기다리기도 함. 지루한 듯 남학생 혼자 핸드폰을 갖고 놀음. 여학생이 돌아오고 나서도 한참 지나서 자리를 뜰                         |
|          | 집단특성 | 그룹 C(남학생 2): 흰색 줄무늬 티셔츠, 아이보리 반바지를 착용/ 황토색 면 티셔츠, 청바지를 입을/ 둘 다 가방은 소지하지 않음                                                            |
|          | 체류시간 | 16시 00분---16시 15분                                                                                                                     |
|          | 먹은음식 | 스마트 죠이스 2(스마트 죠이스는 치킨, 웨지 감자, 치킨 소스, 콜라와 선택 메뉴 하나로 구성된 세트 메뉴로 요즘 KFC의 인기 메뉴이다)                                                        |
|          | 소비양상 | 식사만 마치고, 자리 정리 후 바로 나감                                                                                                                |

|          |      |                                                                                                                                        |
|----------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 D(여학생 3): 반바지와 청치마 등을 입고, 한 여학생은 뒤로 매는 키폴링 가방을 맨. 3명 모두 밀리오레 쇼핑 가방을 2-3개씩 소지함                                                       |
|          | 체류시간 | 16시 15분---16시 50분                                                                                                                      |
|          | 먹은음식 | 스마트 초이스 1, 치킨 버거 세트 1, 오렌지 주스 1                                                                                                        |
|          | 소비양상 | 음식은 금방 먹고, 오랜 시간 동안 대화를 나눔. 대화를 나누면서 1-2명씩 왔다 갔다 하기도 함                                                                                 |
|          | 집단특성 | 그룹 E(남학생 1, 여학생 1): 덩수룩한 바람머리, 연두색 납방, 남색 긴바지에 황토색 샌들을 착용/ 짧은 청치마에 파란색 티셔츠를 입고, 황토색 슬리퍼 착용. 옆으로 매는 검은색 폴로 가방 소지, 짧은 머리를 뒤로 하나로 묶음.     |
|          | 체류시간 | 16시 15분---16시 50분                                                                                                                      |
|          | 먹은음식 | 오렌지 주스 1, 팔빙수 1                                                                                                                        |
|          | 소비양상 | 지속적으로 대화에 집중함. 20 여분이 지나자 친구인 듯한 남학생 1명과 여학생 1명이 들어와서 그 둘과 또 대화를 나눔. 늦게 온 친구들은 스마트 초이스 하나를 시켜서 둘이서 나눠 먹음. 음식을 다 먹고 바로 나감               |
|          | 집단특성 | 그룹 F(여학생 2): 단발머리, 줄무늬 티셔츠에 황토색 바지를 입고 운동화 착용/ 남색 원피스에 남색 벨무늬가 들어간 캔버스화를 착용함                                                           |
|          | 체류시간 | 16시 30분---16시 55분                                                                                                                      |
|          | 먹은음식 | 징거버거 1, 스마트 초이스 1                                                                                                                      |
|          | 소비양상 | 징거버거를 반씩 나눠 먹으면서 오랫동안 대화를 하면서 먹음. 방금 전에 산 듯한 옷을 꺼내서 보고, 대화를 나누기도 함                                                                     |
|          | 집단특성 | 그룹 G(남학생 1, 여학생 1): 카키색 민소매 나시, 짧은 단발 생머리, 검은색 7부 바지를 입고 흰색 슬리퍼를 착용함/ 짧은 스포츠 형 머리에 무스를 바르고 흰색 면 티셔츠에 베이지색 긴바지를 입음, 옆으로 매는 검정색 가방을 소지함. |
|          | 체류시간 | 16시 35분---16시 55분                                                                                                                      |
|          | 먹은음식 | 스마트 초이스 1, 팔빙수 1                                                                                                                       |
|          | 소비양상 | 대화를 하면서 음식을 나눠 먹음 서로 먹여 주기도 함.                                                                                                         |

## (2) 분식점

밀리오레 바로 옆 골목 끝에 위치하고 있으며, 인근에 돈까스 전문점, 만두 전문점, 분식점 등 유사한 형태의 음식점이 일자로 위치하고 있다. 비교적 넓은 골목임에도 불구하고, 사람들로 상당히 붐볐다. 저녁 식사시간이라 전체 80여석의 좌석 중에 2-3 테이블을 제외하고는 빈자리가 없을 정도로 붐볐다. 우동, 냉면, 각종 김밥과 만두류, 덮밥류 등 수십 여종의 메뉴를 구비하고 있다.

| 장소명      | J우동  | 2003년 8월15일(광복절) 공휴일, 19시30분-20시30분                                                                  |
|----------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 A(남학생 1): 검은색 티셔츠에 베이지색 바지를 입고, 슬리퍼를 신음, 스포츠 형 머리에 빨간색 나이키 모자를 착용함.                               |
|          | 체류시간 | 19시 30분---19시 40분                                                                                    |
|          | 먹은음식 | 김밥 1인분                                                                                               |
|          | 소비양상 | 혼자서 조용히 식사를 하고, 끝나고 바로 나감                                                                            |
|          | 집단특성 | 그룹 B(여학생 2): 단발머리에 핑크색 티셔츠를 입고 청바지를 착용함, 옆으로 매는 황토색 가방을 소지함/ 흰색 티셔츠에 흰색 반바지를 입고, 흰색 슬리퍼, 하늘색 모자를 착용함 |
|          | 체류시간 | 19시 35분---20시 10분                                                                                    |
|          | 먹은음식 | 돈까스1, 비빔만두 1, 김치볶음밥 1                                                                                |
|          | 소비양상 | 비교적 많은 음식을 시켜서, 지속적으로 대화를 나누기도 하면서 끝까지 다 먹고 나감. 비교적 오랜 시간을 머물러서 먹고 나감                                |
|          | 집단특성 | 그룹 C(남학생 1, 여학생 1): 스포츠 형 머리에 회색 반팔 티셔츠에 남색 반바지를 입고, 샌들은 검은/ 머리를 뒤로 하나로 묶고, 카키색 티셔츠에 아이보리 반바지를 입음    |
|          | 체류시간 | 19시 40분---20시 20분                                                                                    |
|          | 먹은음식 | 쫄면 1, 비빔 만두1, 김밥 1인분                                                                                 |
|          | 소비양상 | 둘이 서로 먹여 주면서 천천히 식사를 함                                                                               |

|          |      |                                                                                                                                                      |
|----------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 D(남학생 1, 여학생 1): 스포츠 형 머리에 무스를 많이 바르고, 남색 남방을 입고, 흰색 반바지를 착용함/ 단발 머리에 약간 노란 듯한 머리색을 함, 아이보리색 니트에 카키색 7부 바지를 입고 샌들을 착용함. 둘 다 apm 쇼핑 가방을 2-3개씩 소지함. |
|          | 체류시간 | 19시 45분---20시 05분                                                                                                                                    |
|          | 먹은음식 | 스페셜 떡볶이 1                                                                                                                                            |
|          | 소비양상 | 장난치면서 떡볶이 1개를 갖고 나눠 먹음<br>먹은 후 바로 나감                                                                                                                 |
|          | 집단특성 | 그룹 E(남학생 1, 여학생 1): 단발머리, 자주색 민 소매 티셔츠, 황토색 멜빵 바지에 흰색 슬리퍼를 신음/ 줄무늬 남방에 흰색 반바지를 입고, 흰색 캔버스화를 착용함                                                      |
|          | 체류시간 | 20시 00분---20시 20분                                                                                                                                    |
|          | 먹은음식 | 물만두 1, 비빔 만두 1                                                                                                                                       |
|          | 소비양상 | 대화는 별로 하지 않고, 먹는 데 집중함 비빔 만두의 야채를 더 주문하여서 먹기도 함.<br>식사를 마치고 바로 나감.                                                                                   |
|          | 집단특성 | 그룹 F(여학생 2): 보라색 민 소매 나시, 청 구제 치마를 입고, 흰색 샌들을 신음/ 핑크색 남방에 흰색 스커트를 입고, 은색 철제 허리끈을 밀으로 늘어뜨림, 흰색 샌들 착용                                                  |
|          | 체류시간 | 20시 00분---20시 25분                                                                                                                                    |
|          | 먹은음식 | 김치 볶음밥 1                                                                                                                                             |
|          | 소비양상 | 대화는 거의 하지 않고, 조용히 김치 볶음밥을 나눠 먹음                                                                                                                      |

### (3) 포장마차

대형 쇼핑몰 밀리오레 뒷골목 포장마차 거리에 위치한 포장마차 중에 하나이다. 5-6개의 포장마차가 밀집하고 있으며, 바로 앞에는 또 하나의 쇼핑몰 프레이 타운이 위치해 있어서 매우 번화하다. 뒷골목에 위치해서 햇볕은 전혀 들지 않았으나, 바람은 상당히 강하게 불었다. 2

평 정도의 규모에 10명 정도가 서서 음식을 먹을 수 있는 공간을 확보하고 있었다. 떡볶이와 순대, 만두, 튀김, 핫도그, 어묵, 쌀떡꼬지, 치킨볼 등 여타의 포장마차에 비해 비교적 다양한 메뉴를 구비하고 있다. 또한 음료수 냉장고를 두고 수십 종의 음료와 물도 함께 판매하고 있다. 1시간 참관 시간 동안 100명이 다녀갔다. 그러나 꼬지 종류를 찾는 사람이 많았으며, take-out을 해서 나가는 사람들이 상당수를 차지하였다. 주인 아주머니와 아저씨 2사람이 점포를 운영하고 있다.

| 장소명      | 포장마차 | 2003년 8월15일 (광복절) 공휴일, 18시00분- 19시 00분                                                                                         |
|----------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 A(여학생 2): 단발 머리를 하나로 뒤로 묶음, 흰색 먼 티셔츠, 청 뽕빵바지, 흰색 캔버스화를 착용/ 흰색 먼 티셔츠, 청바지 입고, 슬리퍼 착용. 옆으로 매는 큰 가방 소지함.                       |
|          | 체류시간 | 18시 00분---18시 15분                                                                                                              |
|          | 먹은음식 | 쌀 떡꼬지1, 순대 1인분                                                                                                                 |
|          | 소비양상 | 약간씩 대화하면서 음식을 다 먹고 바로 나감                                                                                                       |
|          | 집단특성 | 그룹 B(여학생 1): 카키색 먼 티셔츠, 베이지색 바지, 황토색 슬리퍼를 착용함                                                                                  |
|          | 체류시간 | 18시 05분---18시 10분                                                                                                              |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 1인분, 순대 1인분, 핫도그 1                                                                                                         |
|          | 소비양상 | 혼자 와서 떡볶이를 먹고, 바로 나감.                                                                                                          |
|          | 집단특성 | 그룹 C(여학생 3): 긴 생머리 여학생 3명/<br>흰 먼 티셔츠에 뽕빵 바지를 입고, 검은색 캔버스화를 착용함/ 검은색 탱크탑에 긴 청바지를 입음/ 흰색 민소매 나시에 옆에 노란색 줄무늬가 있는 트레이닝복, 슬리퍼를 신음/ |
|          | 체류시간 | 18시 10분---18시 25분                                                                                                              |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 1인분, 순대 1인분, 핫도그 1                                                                                                         |
|          | 소비양상 | 음식 나눠 먹으면서, 대화를 함 식사가 끝나자 서로 헤어져서 각자 다른 길로 감                                                                                   |

|          |      |                                                                                                                                         |
|----------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 D(남학생 2, 여학생 1): 검은색 티셔츠, 남색 반바지 착용, 흰색 슬리퍼에 뒤로 매는 검은색 배낭을 맨/ 회색 먼 티셔츠, 책가방, 힙합 청바지 착용/ 흰색 반바지, 먼 티셔츠, 흰색 운동화 착용, 옆으로 매는 검은색 가방을 소지함 |
|          | 체류시간 | 18시 10분---18시 25분                                                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 쌀 떡꼬지 1, 순대 1인분, 떡볶이 1인분, 어묵 2                                                                                                          |
|          | 소비양상 | 서로 대화를 하면서 음식을 나눠 먹음<br>여학생은 조금만 먹고, 남학생들이 다 먹을 때까지 대화하면서 지켜봄                                                                           |
|          | 집단특성 | 그룹 E(남학생 1, 여학생 1): 검은색 민소매 나시, 청바지 착용, 검은색 작은 가방을 소지함/ 단발 머리에 헤어밴드를 하고 줄무늬 티셔츠, 흰색 반바지, 흰색 나이키 운동화 착용, 옆으로 매는 짧은 줄의 검은색 가죽 가방을 맨       |
|          | 체류시간 | 18시 30분---18시 45분                                                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 치킨볼 1, 어묵1, 떡볶이 1인분                                                                                                                     |
|          | 소비양상 | 서로 얼굴을 마주보면서 대화를 열심히 하면서 먹음. 치킨볼과 어묵을 반쯤 먹다가 서로 바꿔 먹기도 함 나갈 때 남학생은 핫도그 하나를 더 사서 나와서 길을 가면서 먹음.                                          |
|          | 집단특성 | 그룹 F(여학생 2): 핑크색 남방에 흰 먼 반바지를 입고, 검은색 단화를 착용함 하늘색 옆으로 매는 큰 가방을 소지함/ 단발머리에 핑크색 먼 티셔츠를 입고, 청바지를 입음. 핑크색 옆으로 매는 큰 가방을 소지함                  |
|          | 체류시간 | 18시 45분---18시 55분                                                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 1인분, 어묵 2                                                                                                                           |
|          | 소비양상 | 대화는 거의 하지 않고, 먹고 바로 나갈                                                                                                                  |

### 3) 제 3지역: 강남역

영화관이나 소극장 등 문화시설과 함께 이국적인 카페와 브랜드 샵 등이 있는 지역으로 청소년들이 쇼핑이나 만남, 문화시설 이용을 위해 모여드는 지역이다.

#### (1) 패스트푸드점

주변에 영화관이 있고, 쇼핑할 수 있는 의류 매장과 노점, 펜시점 등이 있어서 청소년들이 많이 밀집하여 있다. 맥도날드와 KFC 중 비교적 규모가 큰 KFC를 참관 장소로 택하였다. KFC는 강남역 근처에 위치해 있고 쉽게 눈에 띄며 대중적인 패스트푸드점의 하나로 청소년들의 출입이 많을 것으로 예상되고, 상당한 규모의 옷가게인 지오다노와 피자 전문점, 미스터 피자 옆에 위치하고 있다. 매장으로 들어가는 입구는 여타의 KFC에 비해 상대적으로 작다. 매장은 1층과 2층으로 되어 있으며, 1층은 주문을 하는 카운터와 고객이 기다릴 수 있는 2개의 스탠드 테이블이 있다. 2층은 상당히 넓은 편으로 320석의 자리를 확보하고 있다.

참관 시간이 점심 시간이어서 주로 식사위주의 버거세트를 먹고 있었다. 주로 친구들과 함께 식사를 하거나 대화를 나누기도 하고, 영화 관람이나 쇼핑을 하기 위해 이곳에서 친구들과 만나 식사를 하는 것으로 보여졌다.

| 장소명      | KFC  | 2003년 7월17일(제헌절) 공휴일, 12시20분-13시20분                                                                                                                  |
|----------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 A(중학교 남학생 6명): 편안한 면 T셔츠 혹은 줄무늬 남방 차림, 면바지 혹은 청바지 차림, 6명 모두 짧은 스포츠형 머리를 했으며, 목이 짧은 운동화 형태인 캔버스화를 착용했다. 그러나 색상과 디자인은 매우 다양하다. 가방을 맨 학생은 아무도 없다     |
|          | 체류시간 | 12시 20분---13시 00분                                                                                                                                    |
|          | 먹은음식 | 6명 모두 세트 메뉴를 먹음<br>트위스터 세트 2개, 징거버거 세트 2개, 치킨버거 세트 2개<br>(선택 메뉴는 모두다 콜라와 감자 튀김)                                                                      |
|          | 소비양상 | 집은 강북인데, 공휴일이라 친구들이랑 쇼핑을 하러 나왔다고 함 아주 편안한 분위기로 매장 밖을 갔다 왔다는 반박하는 친구들도 보임. 식사는 10분 정도로 매우 빨리 끝나고 지속적으로 대화를 하면서, 40분 이상 머물다가 매장을 나감                    |
|          | 집단특성 | 그룹 B(중학교 여학생 4명): 3명은 짧은 단발머리 1명은 중간 정도의 머리를 뒤로 하나로 묶음 4명 모두 안경을 착용하고 있으며, 같은 디자인(별무늬)에 색상만 갈색과 청색으로 서로 다른 캔버스화를 착용. 3명은 흰 양말을 착용하였으나, 1명은 양말을 신지 않음 |
|          | 체류시간 | 12시 35분---13시 10분                                                                                                                                    |
|          | 먹은음식 | 4명 모두 세트 메뉴를 먹음. 트위스터 세트 3개, 치킨버거 세트 1개(선택 메뉴는 감자튀김 3개와 콘이 1개, 모두 콜라를 선택함)                                                                           |
|          | 소비양상 | 오후 1시 50분에 있는 '원더풀 데이즈'라는 영화 상영에 맞추기 위해 식사 후에도 대화를 하면서 장시간 머물다가 감비교적 식사도 늦게 하는 편임 오늘 KFC를 선택한 이유는 선호도와 관계없이 눈에 보여서 들어왔다고 함.                          |

|          |      |                                                                                                                                                                         |
|----------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 C(남학생1, 여학생1): 동생으로 보이는 듯한 남학생과 동행한 여학생.<br>여학생은 안경을 착용하고, 흰 남방에 청 반바지를 입었으며, 머리를 뒤로 하나로 묶고 있음 흰 양말에 검은색 단화를 착용하고, 청색 책가방을 뒤로 매고 있음<br>남학생은 회색 민소매 나시에 청바지를 착용하고 있음. |
|          | 체류시간 | 12시 30분---12시 45분                                                                                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 치킨버거세트 1개, 징거버거세트 1개(선택메뉴는 감자 튀김과, 콜라)                                                                                                                                  |
|          | 소비양상 | 남학생은 매우 빨리 식사를 마치고, 여학생이 먹는 것을 계속 지켜보면서 대화를 함. 여학생의 식사가 끝나자 마자 자리를 정리하고 바로 나감                                                                                           |
|          | 집단특성 | 그룹 D(남학생 5명)모두 짧은 스포츠 형 머리 스타일, 2명은 머리에 무스를 바르고, 2명은 안경, 1명은 선글라스를 착용했으며, 1명은 모자를 착용함 흰색 캔버스화, 운동화, 슬리퍼 등 다양한 신발을 착용했으며, 대부분은 청바지에 면 티셔츠 차림임                            |
|          | 체류시간 |                                                                                                                                                                         |
|          | 먹은음식 | 트위스터 세트 2개, 징거버거 세트 2개, 치킨, 팔빙수                                                                                                                                         |
|          | 소비양상 | 콜라는 거의 남긴 상태에서 먹자마자 바로 나감. 테이블 정리도 직원이 함                                                                                                                                |
|          | 집단특성 | 그룹 E(남학생 1명): 보통의 남자 머리 스타일에 안경을 착용했으며, 회색 티셔츠와 청바지를 입고 있고, 밤색 구두를 착용하고 있음                                                                                              |
|          | 체류시간 | 12시 30분--12시 40분                                                                                                                                                        |
|          | 먹은음식 | 징거버거와 콜라 1개                                                                                                                                                             |
|          | 소비양상 | 혼자 와서 식사가 끝나자 마자 바로 나감                                                                                                                                                  |
|          | 집단특성 | 그룹 F(여학생 2명) 단발머리에 청원피스를 입고, 흰 양말에 청색깔 운동화를 착용함/ 남색 티셔츠에 흰색 바지, 흰색 샌들을 신음.                                                                                              |
|          | 체류시간 | 12시 25분---13시 00분                                                                                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 징거버거 1개, 트위스터 1개, 콜라 한잔씩                                                                                                                                                |
|          | 소비양상 | 먹으면서 계속 대화를 하다가, 잠시 후 책을 꺼내서 같이 공부함 문제집 풀이 등을 친구와 함께 진행함                                                                                                                |

|          |      |                                                                                                                                                                                                          |
|----------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 G(여학생 1명). 레이스티셔츠에 짙은 갈색 스커트를 입고, 흰색 샌들에 황토색 옆으로 매는 가방을 소지함                                                                                                                                           |
|          | 체류시간 | 12시 40분---13시 10분                                                                                                                                                                                        |
|          | 먹은음식 | 징거버거 1개, 오렌지 주스                                                                                                                                                                                          |
|          | 소비양상 | 식사를 하고 난 뒤 혼자서 음식점 내 유선 방송을 20분 정도 시청하다가 나감.                                                                                                                                                             |
|          | 집단특성 | 그룹 H(남학생 2명). 리바이스 티셔츠에 황토색 바지를 입고, 검은색 운동화에 뒤로 매는 배낭형 가방을 소지함 폴로 모자에 파란색 선글라스를 착용함/ 줄무늬 셔츠에 흰색 바지와 검은색 구두를 착용하고, 백화점 쇼핑 가방을 소지함.                                                                        |
|          | 체류시간 | 12: 35---13시 10분                                                                                                                                                                                         |
|          | 먹은음식 | 치킨 버거 세트 하나 시켜서 나눠 먹음(선택 메뉴는 콘과 콜라)                                                                                                                                                                      |
|          | 소비양상 | 식사를 빨리 끝내고 30분 가량을 컴퓨터 구입, 종류와 관련한 대화를 나눔.                                                                                                                                                               |
|          | 집단특성 | 그룹 I(여학생 4명). 폴로 분홍색 남방, 흰바지에 아이보리 샌들을 신고, 단발머리를 하나로 묶음/ 줄무늬 티셔츠에 청치마를 입고, 흰 양말에 청 운동화, 그리고 청색의 가방을 소지함/ 흰바지에 분홍 티셔츠, 흰 운동화를 착용하고, 단발머리에 안경을 착용/ 노란색 셔츠에 남색 바지를 입고, 남색 필라 운동화를 착용함 단발머리를 함.              |
|          | 체류시간 | 12시 50분---13시 20분                                                                                                                                                                                        |
|          | 먹은음식 | 홈 치킨 세트 큰 것(선택 메뉴는 콜라랑 비스킷으로 함)                                                                                                                                                                          |
|          | 소비양상 | 계속 닭을 뜯어 먹으면서 대화함. 학교 선생님 이야기, 상담실과 사감 선생님 등 학교 생활에 관한 이야기가 주 대화거리임                                                                                                                                      |
|          | 집단특성 | 그룹 J(여학생 4명): 흰색 V넥 티셔츠에 청바지를 입고, 흰색 샌들에 청색 가방을 소지함/ 흰색 티셔츠에 노란색 치마를 입고 청색 운동화를 신음. 아주 짧은 단발머리/ 흰색 티셔츠에 하늘색 치마를 입고, 하늘색 운동화를 신음. 짧은 단발을 뒤로 어렵게 묶음/ 황토색 민소매 나시에 황토색 치마를 입고, 청색갈 샌들을 신고, 옆으로 매는 흰색 가방을 소지함 |
|          | 체류시간 | 12시 40분---13시 20분                                                                                                                                                                                        |
|          | 먹은음식 | 치킨 버거 세트 1개, 트위스터 세트 3개(세트메뉴의 선택 메뉴는 콘, 비스킷 등과 콜라로 다양하게 함)                                                                                                                                               |
|          | 소비양상 | 간단한 얘기를 주고받으며 식사함. 식사 후에도 20분 정도 더 대화를 하다가 매장을 빠져나감.                                                                                                                                                     |

## (2) 분식점

강남역 대로변에서 대형 옷가게 지오다오 골목으로 한 블록 들어가면 나오는 김밥 전문점이다. 인근에는 술집과 고기집이 밀집하고 있으며, 인근에 위치한 유일한 분식점이다. 이 분식점은 좌석이 15-20개 정도 밖에 안 되는 비교적 적은 규모이다. 그러나 빈 좌석이 거의 없을 정도로 매 시간 많은 사람들이 찾는 곳이다. 참관한 저녁 시간에도 빈 좌석이 없어서 사람들이 되돌아가기도 했다. 메뉴는 각종 김밥류를 비롯하여, 칼국수, 쫄면, 라면류를 갖추고 있으며, 사람들은 김밥과 칼국수를 즐겨 찾는다.

| 장소명      | H분식점 | 2003년 8월 30일 토요일, 18시30분-19시 30분                                                                           |
|----------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 A(여학생 3): 흰색 가디건, 핑크색 티셔츠, 긴 청바지, 옆으로 매는 작은 가방, 단발머리에 갓잎 앞머리/ 파란색 줄무늬 티셔츠에 흰색 면바지/ 파란색 폴로 남방에 남색 반바지 착용 |
|          | 체류시간 | 오후 18시 30분---18시 55분                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 치즈김밥 1, 짬뽕 라면 1                                                                                            |
|          | 소비양상 | 김밥과 라면을 2명이 나눠 먹는데, 한 학생은 김밥 1개 정도만 먹고 거의 먹지 않음. 먹고 있는 친구들에게 계속 말을 걸면서 대화를 함 식사가 끝나자마자 바로 나감.              |
|          | 집단특성 | 그룹 B(여학생 2) 파란색 폴로 셔츠 티셔츠, 카키 셔츠 바지, 핑크색 모자, 흰 운동화/ 청 멜빵바지, 핑크 캔버스화, 흰 셔츠 티셔츠 착용.                          |
|          | 체류시간 | 오후 18시 40분---19시 15분                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 칼국수 1, 야채 김밥 1                                                                                             |
|          | 소비양상 | 대화를 하면서 천천히 식사하고 나감.                                                                                       |
|          | 집단특성 | 그룹 C(여학생 2) 연한 초록색 상의와, 진한 초록색 스커트 차림의 교복을 입은 여학생 2 한 학생은 귀걸이를 착용함                                         |
|          | 체류시간 | 오후 19시 00분---19시 20분                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 치즈 김밥 1                                                                                                    |
|          | 소비양상 | 치즈 김밥 1인분을 어묵 국물과 함께 나눠 먹고 나감                                                                              |
|          | 집단특성 | 그룹D(남학생 1, 여학생 1): 진한 청치마, 회색 티셔츠에 샌들 착용/ 줄무늬 티셔츠에 덩수룩한 머리, 아이보리색 반바지 착용, 남학생은 뒤로 매는 큰 검은 가방 착용, 쇼핑가방 소지.  |
|          | 체류시간 | 오후 19시 00분---19시 30분                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 치즈 김밥 1, 비빔밥 1                                                                                             |
|          | 소비양상 | 음식을 천천히 먹으면서 대화하다 나감.                                                                                      |
|          |      |                                                                                                            |

### (3) 포장마차

강남역 점프 밀라노 빌딩 옆 신나라 레코드점과 파고다 외국어 학원이 있는 건물 바로 앞 포장마차를 참관하였다. 이 곳에는 3대의 포장마차가 악세사리 노점 등 유사 노점들과 함께 인도변에 길게 늘어져 있어서, 지나가는 많은 사람들의 발길을 쉽게 잡는다. 여기서 3대의 포장 마차 중 제일 일찍 오픈 한 집을 선택했다. 1톤 트럭에 천막을 씌워서 만든 간이식 포장마차로, 10명 정도가 서서 먹을 수 있는 정도의 공간을 확보하고 있다. 주인 2명이 운영하고 있으며, 강남역에서 꽤나 오랫동안 영업을 해 온 포장마차이다. 메뉴는 떡볶이, 만두튀김, 순대, 어묵의 4가지만 갖추고 있지만, 꾸준히 손님들이 방문한다. 그러나 주로 성인 연인들이 동행하는 경우가 많았지, 청소년들의 출입은 드물었다.

| 장소명      | 포장마차 | 2003년 7월 17일 (제헌절) 공휴일 16시 15분-17시20분                                                                                                                  |
|----------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 A(남학생1, 여학생 1): 면바지에 파란색 티셔츠를 입고, 가방은 소지하지 않음.<br>짧은 스포츠형 머리에 안경 착용/ 간단한 먼 원피스차림, 작은 가방 소지함.                                                        |
|          | 체류시간 | 16시 35분---16시 50분                                                                                                                                      |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 1인분, 순대 1인분, 어묵은 여학생만 1개 먹음                                                                                                                        |
|          | 소비양상 | 15분 정도 대화하면서 먹고 바로 감                                                                                                                                   |
|          | 집단특성 | 그룹 B(여학생1, 여학생1): 흰 반바지에 하늘색 티셔츠를 입고, 캔버스화를 착용함, 티니위니 곰돌이 가방을 옆으로 댐/ 면바지에 줄무늬 티셔츠를 입고, 흰 양말에 샌들을 신음/ 둘 다 단발머리이고, 1명은 안경을 착용함                           |
|          | 체류시간 | 16시 55분---17시 05분                                                                                                                                      |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 1인분, 순대 1인분                                                                                                                                        |
|          | 소비양상 | 10분 정도 빨리 먹은 후 나감                                                                                                                                      |
|          | 집단특성 | 그룹 C(남학생1, 여학생1): 흰색 면바지에 파란색 줄무늬 티셔츠를 입고, 옆으로 매는 검은색 가방을 소지/ 흰색면바지에 아이보리 면티셔츠를 입고, 단발 머리를 뒤로 하나로 묶음                                                   |
|          | 체류시간 | 17시 00분---17시 10분                                                                                                                                      |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 1인분, 순대 1인분                                                                                                                                        |
|          | 소비양상 | 연인처럼 먹여주면서 즐겁게 식사를 하고, 먹자마자 바로 나감.                                                                                                                     |
|          | 집단특성 | 그룹 D(여학생1, 여학생 1): 흰 남방에 베이지색 반바지를 입고, 뒤로 매는 작은 핑크색 키플링 가방을 댐 가방 사이로 이어폰을 빼서 음악을 들음/ 핑크 레이스 남방에 베이지색 주름 치마를 입고, 단발머리에 핑크색 머리띠를 함. 옆으로 매는 꽃무늬 큰 가방을 소지함 |
|          | 체류시간 | 17시 05분---17시 20분                                                                                                                                      |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 1인분과 어묵 각 1개                                                                                                                                       |
|          | 소비양상 | 별 대화 없이 먹는 데 집중하다가, 먹자마자 바로 나감.                                                                                                                        |

#### 4) 제 4지역: 신촌

신촌은 문화시설이 주를 이루고 대학들이 밀집해 있는 지역이며, 유흥가와 쇼핑 공간이 밀집해 있는 지역으로 청소년들이 많이 찾는 지역 중의 하나이다.

##### (1) 패스트푸드점

참관 장소는 맥도날드로, 신촌 로타리에서 연세대 방향에 위치하고 있으며, 지하철 2호선 신촌역 3번 출구로 나오면 바로 눈에 띈다. 맥도날드 안과 밖은 만남의 장소로 이용되고 있다. 근처에는 맥도날드 뿐만 아니라 버거킹과 커피 전문점이 밀집해 있으며, 현대백화점 신촌점도 횡단 보도 하나를 사이에 두고 있다.

지상 1층과 지하 1, 2층으로 되어 있으며, 지상 1층에는 주문을 할 수 있는 곳과 77석의 좌석을 갖추고 있다. 지하 1층에는 105석과 지하 2층에는 94석이 갖추어져 있고, 지하 2층에는 동호회 룸을 2개나 갖추고 있다. 여기서 유동 인구가 상당히 많고, 주문 할 수 있는 곳이 위치한 1층에서 참관을 했다. 지하로 내려가는 사람들은 거의 없었으며, 지상 1층의 77석은 거의 자리가 찼으며, 매장 밖에서 간단한 음료와 아이스크림을 테이크 아웃해서 갈 수 있는 창구도 마련되어 있었다.

|          |      |                                                                                                                                                                 |
|----------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 장소명      | 맥도날드 | 2003년 7월 19일(토요일) 15시30분-16시 30분                                                                                                                                |
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 A(여학생 2): 흰색에 하늘색 먼 라운드 티셔츠를 입고, 엷은 색깔 찢어진 청바지를 착용하고 있음 깃털 머리에 머리를 뒤로 하나로 묶음/ 짙은 남색 면바지를 입고, 흰색 티셔츠를 착용함 둘 다 아이보리, 남색 캔버스화를 착용하고 있으며, 손목 전체를 감싸는 커다란 시계를 착용함 |
|          | 체류시간 | 15시 30분---15시 45분                                                                                                                                               |
|          | 먹은음식 | 콜라 2잔                                                                                                                                                           |
|          | 소비양상 | 잠시 시간을 보내기 위해 들어옴. 콜라를 마시면서 대화에 집중함.                                                                                                                            |
|          | 집단특성 | 그룹 B(남학생 2): 베이지색 줄무늬 티셔츠, 베이지색 반바지에 슬리퍼를 신고 덩수룩한 머리를 함/ 검정 먼 티셔츠에 베이지색 긴바지를 입고, 짧은 머리에 무스를 잔뜩 바른 운동화와 옆으로 매는 가방을 착용함                                           |
|          | 체류시간 | 15시 30분---15시 45분                                                                                                                                               |
|          | 먹은음식 | 초코 콘 1개, 빅맥 세트 1개(선택 메뉴는 콜라와 후렌치 후라이)                                                                                                                           |
|          | 소비양상 | 한 친구는 초코 콘과 후렌치 후라이를 집어먹으면서, 얘기를 많이 하는 편이고, 한 친구는 빅맥을 먹는 데 집중함 15분 정도 지나서 먹자마자 나감                                                                               |
|          | 집단특성 | 그룹 C(여학생 2) 중간정도 머리 길이를 하나로 묶음 줄무늬 민소매 티셔츠에 베이지색 반바지를 입고, 옆으로 매는 황토색 가방을 착용/ 청바지에 줄무늬 티셔츠를 입고 핑크색 운동화를 신고, 뒤로 매는 검정 가방을 땀, 목걸이 착용함                              |
|          | 체류시간 | 15시 40분---16시 10분                                                                                                                                               |
|          | 먹은음식 | 머핀 1개, 콜라 2개, 애플파이 1개                                                                                                                                           |
|          | 소비양상 | 다 먹고도 오랫동안 대화를 하면서 앉아있음. 매우 편안 분위기로 한 친구는 걸려온 핸드폰을 들고 10분 가량 통화하기도 함 앞에 앉은 친구도 핸드폰을 꺼내 가지고 놀                                                                    |
|          | 집단특성 | 그룹D(여학생 2): 단발머리에 교복 착용 흰색 양말에 캔버스화를 착용함, 뒤로 매는 검정, 청색 배낭형 가방을 소지                                                                                               |
|          | 체류시간 | 15시 40분---15시 50분                                                                                                                                               |
|          | 먹은음식 | 바닐라콘 2개                                                                                                                                                         |
|          | 소비양상 | 콘을 먹으면서 대화를 하다가 아이스크림을 다 먹고는 나감                                                                                                                                 |

|          |      |                                                                                                                                                                                                     |
|----------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 E(남학생 2). 짧은 스포츠형 머리에 둘 다 쇼팽백을 한 개씩 들고 들어섬/ 남색 줄무늬 티셔츠에 청바지를 입고, 흰색 운동화, 청색 모자 착용, 어깨에 걸친 검은 가방 소지/ 회색 민소매 티셔츠에 남색 바지를 입고, 흰 운동화를 착용하고, 뒤로 검은색 큰 배낭형 가방을 맴                                       |
|          | 체류시간 | 15시 45분---15시 55분                                                                                                                                                                                   |
|          | 먹은음식 | 빅맥 세트 2개<br>(선택 메뉴는 둘 다 감자 튀김과 콜라로 함)                                                                                                                                                               |
|          | 소비양상 | 햄버거를 먹으면서 대화를 거의 하지 않음. 아주 빨리 먹고 바로 나감                                                                                                                                                              |
|          | 집단특성 | 그룹 F(남학생 2) 베이지색 반바지에 회색 면 티셔츠 위에 빨간색 줄무늬 남방을 단추를 풀어서 입음. 옆으로 매는 카키색 작은 가방을 소지하고, 하얀색 나이키 운동화를 신음/ 베이지색 긴바지에 검은색 라운드 티셔츠를 입고, 뒤로 매는 큰 검은 가방을 매고 역시 나이키 검은색 운동화를 신음/ 둘 다 거의 머리가 없을 정도로 짧은 스포츠형 머리를 함 |
|          | 체류시간 | 15시 50분---16시 10분                                                                                                                                                                                   |
|          | 먹은음식 | 불고기 버거 세트 1개<br>(선택 메뉴는 콜라와 후렌치후라이), 콜라 한잔                                                                                                                                                          |
|          | 소비양상 | 다 먹은 후에도 계속 콜라를 마시면서 대화함                                                                                                                                                                            |
|          | 집단특성 | 그룹 G(남학생 2). 교복을 입고, 흰색 운동화, 캔버스화를 착용, 뒤로 매는 가방과 옆으로 매는 가방을 소지                                                                                                                                      |
|          | 체류시간 | 16시 00분---16시 20분                                                                                                                                                                                   |
|          | 먹은음식 | 빅맥 세트 1, 맥플러리 1, 맥너겟 세트 1                                                                                                                                                                           |
|          | 소비양상 | 빅맥 세트는 컷팅해서 반반 나눠 먹고, 맥너겟, 맥프러리도 함께 먹음 먹으면서 대화하고 먹고 난 뒤 바로 나감.                                                                                                                                      |

## (2) 분식점

이화여자대학교 앞에 위치한 분식점으로 이화여대 정문 앞에서 횡단 보도 건너에 위치한 집이다. 이 근처는 주로 보세 옷가게가 밀집한 지역으로, 독특한 디자인의 악세사리점도 많다. 뿐만 아니라 100M 내에 스타벅스 커피와 던킨 도넛 매장도 여러 군데 있다. 하루 유동

인구가 20만이 넘어 청소년 뿐만 아니라, 많은 사람들이 찾는 곳이다. 입구의 간판을 따라 좁은 골목길을 따라 10M 정도 들어가면 매장이 나온다. 들어가는 길에 자갈을 깔고 그 위에는 철로를 만들어 놓은 독특한 인테리어가 인상적이다. 매장은 1층과 2층으로 되어 있으며, 1층에는 주방과 50여석의 좌석을 확보하고 있다. 2층은 비교적 아담한 사이즈로, 2층에서 내려다보면 1층이 훤히 보이는 구조를 갖고 있으며, 약 30석의 좌석을 확보하고 있다. 용우동의 주 메뉴는 우동, 김밥, 만두, 볶음밥, 돈까스, 메밀국수, 냉면, 김밥류 등 수 십가지에 이른다. 저녁 시간이어서 1층에는 테이블이 거의 다 찰 정도로 붐볐다. 주로 찾는 음식은 비빔밥, 돈까스, 김밥류, 냉면 등이었으며 주로 2명씩 소스름이 앉아서 식사하는 경우가 대부분이었다.

| 장소명      | Y분식점 | 2003년 7월 20일(일요일)18시30분-19시 30분                                                                                                   |
|----------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 A(남학생 2): 덩수룩한 머리, 남색 민소매 티셔츠, 검정 트레이닝복, 핸드폰 소지/ 검정 면 티셔츠, 베이지색 바지, 옆으로 매는 황토색 루이뷔통 이미테이션 가방                                   |
|          | 체류시간 | 18시 30분---18시 45분                                                                                                                 |
|          | 먹은음식 | 돈까스1, 비빔밥1                                                                                                                        |
|          | 소비양상 | 고개도 거의 들지 않은 상태에서 식사를 함 아주 편안 자세로 신발 벗고 발을 한쪽 의자에다 올리고 식사함 식사가 끝나자 바로 나감.                                                         |
|          | 집단특성 | 그룹 B(남학생1, 여학생1): 검정 면 티셔츠, 베이지색 반바지, 흰색 큰 운동화, 스포츠 형 머리에 무스를 바르고, 옆으로 매는 아주 작은 가방을 소지/ 흰색 치마에 분홍색 티셔츠를 입고, 단화를 신음. 아주 짧은 단발머리를 함 |
|          | 체류시간 | 18시 30분---18시 50분                                                                                                                 |
|          | 먹은음식 | 돌솥 비빔밥1, 쫄면 1                                                                                                                     |
|          | 소비양상 | 남학생은 빨리 식사를 마치고, 여학생에게 계속 말을 걸면서 여학생이 식사를 마칠 때까지 기다려 줌. 여학생의 식사가 끝나자 바로 나감                                                        |
|          | 집단특성 | 그룹 C(여학생 2): 흰색 면 티셔츠에 아이보리 반바지를 입고, 아이보리 단화를 신음. 옆으로 매는 검정 가방을 소지/ 하늘색 줄무늬 남방에 흰 면바지에 검은색 캔버스화를 신음                               |
|          | 체류시간 | 18시 30분---19시 00분                                                                                                                 |
|          | 먹은음식 | 돌솥 비빔밥 1, 냉면                                                                                                                      |
|          | 소비양상 | 대화를 하면서 식사를 함 오랫동안 먹음 음식을 다 먹은 후에도 대화를 10분 가량하고, 거울 꺼내서 보고, 화장실도 다녀오고 난 뒤 나감.                                                     |

|          |      |                                                                                                                              |
|----------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 D(여학생 2): 짧은 머리를 뒤로 묶고 검은색 티셔츠에 짙은 색 힙합 청바지를 입음/ 단발머리에 안경을 착용하고 핑크색 티셔츠에 아이보리 면 반바지를 입음                                   |
|          | 체류시간 | 18시 45분---19시 20분                                                                                                            |
|          | 먹은음식 | 철판 비빔밥 2인분, 콜라 1                                                                                                             |
|          | 소비양상 | 음식이 만들어질 때까지 대화, 음식도 매우 오랫동안 먹으면서 대화함                                                                                        |
|          | 집단특성 | 그룹 E(남학생1, 여학생 1) 흰색 면남방에 아이보리 반바지를 입고, 흰색 아디다스 운동화를 신고, 옆으로 매는 가방을 소지/ 단발머리에 흰색 면 티셔츠를 입고, 면 베이지색 7부 바지에 캔버스화를 착용함 쇼펩가방 소지함 |
|          | 체류시간 | 18시 40분---19시 00분                                                                                                            |
|          | 먹은음식 | 쫄면 1개, 김밥 1                                                                                                                  |
|          | 소비양상 | 식사 나오기 전에 잠깐 대화하고, 식사가 끝나고 바로 나감                                                                                             |
|          | 집단특성 | 그룹 F(남학생1, 여학생1) 황토색 면 티셔츠에 남색 반바지를 입고, 남색 운동화를 착용/ 황토색 면 티셔츠에 힙합면바지를 입고, 흰색 큰 운동화를 신음. 구제풍 목걸이 착용                           |
|          | 체류시간 | 19시 00분---19시 15분                                                                                                            |
|          | 먹은음식 | 우동 정식 1(주먹밥, 우동, 물만두)                                                                                                        |
|          | 소비양상 | 식사를 하나 시켜서, 둘이서 나눠 먹음<br>여학생은 거의 먹지 않고, 남학생이 식사하는 모습을 지켜봄. 식사가 끝난 뒤 바로 나감.                                                   |

### (3) 포장마차

신촌 로타리에서 연세대 방향으로 있는 포장마차로, 지하철 2호선 신촌역 3번 출구에서 30M정도에 있는 맥도날드 건물 앞 포장마차다. 포장마차 부근은 만남의 장소로 이용되고 있어서, 매우 번화하며, 유동

인구도 상당히 많다. 근처에는 맥도날드 뿐만 아니라 버거킹과 커피 전문점이 밀집해 있으며, 현대백화점 신촌점도 횡단 보도 하나를 사이에 두고 있다.

주인 아주머니 2명이 운영하는 간이식 포장마차로 메뉴는 떡볶이, 순대, 만두 튀김, 김말이, 오뎅, 김밥이 있다. 손님들은 만두 튀김과 김말이와 떡볶이를 섞어 먹는 튀김 세트를 즐겨 찾는다고 한다. 포장마차의 규모는 서서 10명 정도 수용할 정도의 크기이고, 의자는 갖추고 있지 않다. 곳은 날씨에도 불구하고 1시간 동안 10팀 정도가 다녀갔지만, 청소년들의 모습은 잘 보이지 않았다.

| 장소명      | 포장마차 | 2003년 7월 19일(토요일) 14시 20분-15시 25분                                                                                                                                       |
|----------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 참관<br>대상 | 집단특성 | 그룹 A(여학생 4): 단발머리이거나 혹은 하나로 뒤로 묶은 머리를 한 여학생들로 모두 교복을 착용하고 있다 신발은 청색과 검은색 스니커즈를 신었거나, 캔버스화를 신음                                                                           |
|          | 체류시간 | 14시 20분---14시 40분                                                                                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 2인분, 어묵 4개                                                                                                                                                          |
|          | 소비양상 | 쇼핑 가방을 양손에 들고, 영화 티켓 또한 손에 들고 있음 영화 시간을 기다리는 동안 간단히 끼니를 때우고자 함 대화도 별로 없이 조용히 식사하고 나감                                                                                    |
|          | 집단특성 | 그룹 B(여학생 2) 2명 모두 교복을 착용하고, 짧은 단발머리에 안경을 씌. 흰 양말에 모양과 색깔이 서로 다른 캔버스화를 착용함. 검정색 가방을 뒤로 댐                                                                                 |
|          | 체류시간 | 14시 45분---15시 00분                                                                                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 떡볶이 1인분, 순대 1인분                                                                                                                                                         |
|          | 소비양상 | 대화를 하면서 15분 정도 먹고 바로 나감                                                                                                                                                 |
|          | 집단특성 | 그룹 C(남학생1, 여학생1). 남학생은 짧은 스포츠형 머리에 무스를 바름, 줄무의 티셔츠를 입고, 남색 반바지와 흰양말, 흰색 운동화를 착용함 베이지색 가방을 뒤로 댐 여학생은 티셔츠에 베이지색 먼 반바지를 입고 양말을 신지 않고 캔버스화를 착용함 머리를 하나로 뒤로 묶고, 핑크색 썬 캡을 착용함 |
|          | 체류시간 | 15시 00분---15시 15분                                                                                                                                                       |
|          | 먹은음식 | 어묵 2개, 떡볶이 1인분                                                                                                                                                          |
|          | 소비양상 | 대화를 하면서 먹다가 바로 나감                                                                                                                                                       |

## 5) 논의 및 소결: 외식 경향에 대한 분석

이상으로 각 지역별, 음식점 유형별 음식 소비 패턴을 살펴보았다. 의류 착용 유형과 달리 음식점의 음식 소비 양상 자체만을 놓고 지역별, 계층별로 유형을 구분하는 것은 매우 어려워 보인다. 음식 소비양상을 음식점 내부에서의 음식 구매행위와 시식행위로 일반화하는 것은 현상을 매우 단순화할 소지가 있다. 특정 날짜에 특정 음식점에서 음식을 소비하는 사람들의 소비 양상은 다양한 변수의 영향을 받기 때문에 엄격한 의미의 비교를 하기에는 많은 어려움이 있다. 예컨대, 날씨가 더운날은 음식 맛보다 쾌적하고 시원한 환경을 선호할 수 있을 것이며, 공복감이 매우 심한 날에는 음식의 맛보다 양을 선호할 수 있고, 동행인의 특성이나 그날 끼니 전후에 어떤 음식을 먹었는지의 여부 등 다양한 변수에 따라 음식점 선택이 좌우될 것이기 때문이다.

먼저 지역별 음식소비 패턴은 그 지역에 분포해 있는 음식점 종류의 영향을 많이 받는다고 할 수 있다. 지역별 패스트푸드 업종을 살펴보면 강남역 주변에는 비교적 가격대가 저렴한 패스트푸드점보다는 단가가 높은 패스트푸드점이 위치해 있으며 패밀리레스토랑도 다수 위치해 있지만 노량진이나 신림역 주변에는 가격대가 비교적 저렴한 패스트푸드점인 롯데리아가 주종을 이룬다. 따라서 강남역 근처나 압구정동 등에서는 롯데리아 보다 그 지역에 위치한 맥도날드나 버거킹, KFC를 보다 많이 찾을 것이다. 일례로 압구정동 맥도날드에서 만난 고등학교 2학년 여자 청소년들의 경우 이들은 압구정동에 살고 있는데 롯데리아에 한번도 못가봤다고 했다.

음식점 내에서의 음식 소비 패턴을 살펴보았을 때는 동대문이나 강남역에 들어선 KFC의 음식소비 양상에서 큰 차이가 발견되는 것처럼 보여지지 않는다. 강남역의 참관시간은 점심시간대인 12:20-13:20분경이었고, 동대문 KFC의 참관시간은 16:00-17:00경이어서 일반적인

식사시간이 아니었음에도 불구하고 주문되는 메뉴 양상은 세트메뉴를 중심으로 소비되고 있음이 보여진다. 세트메뉴의 구성에는 프렌치 프라이나 콜라가 들어가기 때문에 청소년들의 음식 소비 양상에서 대체로 콜라를 마시고 있는 것으로 보여졌다. 이는 영양상 피해야 하는 당분이나, 카페인, 지방 등의 섭취가 가중되는 계기가 된다.

분식점과 포장마차에서의 음식소비 양상도 지역에 따른 큰 차별성이 보여지지는 않으며 단지 가격대가 500원-1000원 정도 차이를 보이는 것으로 나타났다.

따라서 음식 소비에 있어서는 청소년들의 의복이나 장신구 등을 통하여 나타나는 가시적인 거리문화의 계급성이 극명하게 드러난다고는 할 수 없어 보인다. 특히 청소년기의 음식 소비 행위는 업무상 접대나 과시성 접대, 사회적 신분에 맞는 음식점 선택 등을 암묵적, 명시적으로 요구하는 성인 사회의 음식소비와는 다르다고 보여지기 때문에 청소년들끼리의 음식 소비양상 참관을 통해서도 지역별 계층문화가 극명하게 드러난다고는 보여지지 않는다.

물론 지역에 따른 상권분석, 예컨대, 음식점 가격대의 분포, 외국 프랜차이즈 패밀리레스토랑의 분포, 입주한 패스트푸드점의 종류 및 가격대에 따른 매장 등을 통해 음식 소비의 지역적 특성이 계급성과 연결되어 나타남을 보일 수 있겠지만, 여기서는 그러한 외적 계급성을 통한 음식 문화의 차이보다는 청소년들이 직접 음식을 소비하면서 보여지는 양상을 통해 드러나는 차이들을 살펴보고자 하였다.

한편, 패스트푸드점 음식 소비를 통해서 부분적으로 알 수 있는 점은 청소년들에게 있어 식사시간 구분이 그다지 규칙적이지 않다는 것이다. 이점은 참관과 함께 병행된 면담을 통해서도 드러나는데 청소년들의 식사시간의 특성은 배고플 때 먹는다는 점이다. 학교를 다니는 청소년이나 비학생 청소년들 모두 이러한 식사시간의 비규칙성을 보여준다. 학교를 다니는 청소년들의 경우 보통 2, 3교시가 끝난 후 도시

락을 먹거나 군것질로 배를 채운다고 하였고, 비학생 청소년들의 경우도 자신들의 일과가 그다지 규칙적이지 않아서 끼니를 규칙적으로 챙겨먹기 힘들다고 하였다.

또한 청소년들의 식습관이 끼니 개념으로 규칙적으로 식사를 하기보다는 군것질 형태의 먹거리를 찾는다는 특징을 보이고 있다.

양재역 인근 롯데리아에서 아이스크림과 프렌치프라이를 먹고 있는 세 명의 여학생들을 면담한 결과 이들은 일주일에 5번정도 패스트푸드점을 이용하며 패스트푸드점에 오면 햄버거보다는 간단한 음식, 예컨대, 치즈스틱이나 프렌치 프라이 음료수나 아이스크림을 시켜놓고 시간을 보내는 것이 주요 이용 방식이라고 하였다. 음식가격은 개별적으로 하나씩 사면 비싸지 않지만 먹다보면 돈을 많이 썼다는 생각이 든다고 했다. 패스트푸드점 이용 이유는 패스트푸드점은 주인의 눈치를 보지않고 마음껏 오랜시간 대화를 나눌 수 있어서 이용한다고 말한다. 또한 음식이 빨리 나오고 간편하다는 점을 지적한다. 이와 함께, 쿠폰이나 인터넷 할인권, 행사 등이 있어서 패스트푸드점을 많이 이용하게 된다. 학교에 가면 친구들이 할인권이나 쿠폰 등에 대해 이야기를 많이 나누는 편이라고 한다.

한편 분식점에 대한 생각은 친구와의 만남이나 대화의 시간을 갖고 싶을 때 찾는다고보다는 끼니를 때우기 위하여 많이 찾는 경향으로 보여진다.

끼니를 때울 때는 김밥천국을 많이 가고, 시간을 때울 때는 패스트푸드점을 가는 거 같아요(강북지역 청소년 A)

김밥천국은 먹고 나서 바로 나가줘야 하니까요. 수업 전에 잠깐 시간 나서 먹을 때 많이 가죠. 제대로 된 음식점은 시간상 최소 30분은 잡아야되는 데 부담이 되요 또 혼자 밥 먹을 때는 패스트푸드점에서는 빨리 먹고 나오면 되는데, 음식점 가면 다른 사람들은 대화하면서 천천히 먹는데, 혼자 음식점에서 음식을 기다리는 것이 좀 민망하죠(강북지역 청소년 B).

편의점이나 포장마차, 노점 등에서의 식사는 친구없이 혼자서 짧은 시간 동안 허기를 채울 때 주로 찾는 것으로 보여진다. 별로 부담 없이 먹을 수 있는 분량의 음식을 선택하여 음식을 먹기만하고 자리를 뜨는 경향이다.

한편, 패밀리레스토랑은 가격대가 일반 청소년들이 찾기에 고가인 점 때문에 친구들끼리는 자주 찾지 않는다고 하였다. 강북 지역 청소년들 중에는 패밀리레스토랑이 매우 부담스럽다고 밝힌 청소년들도 있었다. 그들은 패밀리레스토랑은 “강남쪽 부유층 아이들이 많이 갈 거 같아요.” “TGI의 빨간 문, 베니건스의 초록색만 봐도 부담스러워요” “가게되면 엄마랑 아빠랑만 가요. 제 돈으로는 부담스러워서 못가죠.” 등의 반응을 보인다. 고객카드 등을 이용해도 할인율이 20%이내이기 때문에 가격 면에서 부담스러우며, 레스토랑의 서비스 방식, 즉, 과도한 친절 등이 몸에 익숙치 않다고 한다.

반면 강남 지역에서 만난 청소년들의 경우 패스트푸드점에 가게 되면 맥도날드나 버거킹 등을 가는 편이지만 주로 가는 곳은 스파게티 집이나 닭갈비 집, 오징어 낚지 철판구이 집 등이라고 한다. 또한 이들은 패밀리레스토랑도 자주 가는 편이라고 했고, 점심 비용으로 6-7천원 정도는 싼 편이라고 말한다. 이는 설문조사에서 보여지는 강남 지역 청소년의 48.2%가 5천원 이상의 외식 비용을 쓴다는 결과와 크게 다르지 않음을 알 수 있다.

점심은 싸잖아요. 6천원 정도요. 그리고 로테오 거리가면 닭갈비집이 있어요 정말 맛있어요 1인분에 7천원인데 배불리 많이 먹어요. 아니면 오징어, 낚지 철판 볶음이요. 삼겹살 집이나요 어른들 가는데는 다 가요. 심심하면 찜질방가서 수다 떨고 그래요. 제 친구들은 베니건스도 자주 가요.(강남지역 청소년 A)

옛날에는 패스트푸드를 많이 먹었는데, 요즘은 오히려 한식을 많이 먹는 거 같아요. 좀 제대로 된 음식을 선호해요.(강남지역 청소년 B).

중학교 때는 햄버거나 떡볶이 같은 거 많이 먹었는데, 고등학생 되니까 제대로 된 음식점을 많이 찾아요. 돈까스 전문점, 닭갈비집, 냉면 같은 거요. 중학교 때까지만 해도 밥은 거의 안 먹었는데요(강남지역 청소년 C).

요컨대, 음식 소비 양상의 참관 및 면담 조사를 통해서는 설문조사를 통해 보여졌던 외식소비의 지역적 편차가 뚜렷이 드러난다고 보여지지는 않는다. 특히, 참관이 청소년들이 주로 찾는 패스트푸드점이나 분식점, 포장마차 등을 중심으로 이루어졌기 때문에 전반적인 청소년들의 음식 소비 실태의 미시적 특성을 파악하는데 그쳤다. 참관과 함께 병행된 면담을 통해서는 외식소비 경향의 지역적 편차가 다소 드러나기도 하였다. 즉, 강남지역 청소년들의 경우 패밀리레스토랑에 자주 간다고 응답하였으며, 패스트푸드점 브랜드의 경우 롯데리아에는 한번도 가보지 못했다는 경우도 있었다. 강북지역 청소년들의 경우, 외국계 체인 패밀리레스토랑은 부담스럽다고 했으며, 자주 가는 곳은 비교적 가격대가 저렴한 스카이라크이라고 했다.

전반적인 참관과 면담조사를 통해서도 설문조사 결과에서 보여진 바와 같이 고등학생들의 경우 제대로 된 끼니의 개념보다는 배고플 때 때우거나 그렇지 않으면 굶는 경향이 나타나고 있었다. 청소년들이 좋아하는 음식은 한식을 선호하는 경향이 보여졌다. 그러나 친구들과 대화를 나누고 싶거나 시간을 보낼만한 장소로 한식이나 분식점을 찾을 수 없기 때문에 패스트푸드점에 가는 경향이 나타나고 있었다. 결국 청소년들의 사회적 관계 형성 및 여가를 보내기 위한 장소로 이용이 편리하고 주인이나 관리자의 간섭이 덜 심한 패스트푸드점이 많이 애용되고 있는 것이다. 즉, 음식이 주가 되는 것이 아니고, 다른 목적을 가진 만남이나 관계의 부차적 차원으로 취급되어지는 것이다.

## 2. 청소년 대안 음식 문화 실천 사례

여기서는 청소년들의 건전한 음식문화 조성을 위해 청소년 스스로가 생각하는 바람직한 음식 소비에 대한 인식을 살펴본다. 슬로우푸드 운동, 환경음식, 채식 등 ‘바람직한’ 음식 문화를 꾸려가는 청소년 동아리나 수련프로그램 등 구체적인 활동을 펴고 있는 사례를 발굴하고 참여관찰을 함으로써 건전한 음식문화 조성을 위한 정책 대안을 모색하고 청소년 활동 모델을 구상해 보고자 하였다.

### 1) 채식주의 음식 문화 실천 사례

#### (1) 풀먹는 대학생

풀먹는 대학생은 2002년 12월 1일 개설된 인터넷 동호회 (<http://cafe.daum.net/youngveget>)로 2003년 9월 1일 현재 회원수가 319명에 이르는 젊은 채식인들의 모임이다. 운영자는 대학교 2학년에 재학중인 여학생이다. 이 카페에서는 채식관련 정보와 자신들의 채식 경험, 채식관련 행사 소식을 알려주고 있으며 비정기적으로 오프라인 모임을 갖기도 한다.

육식 및 유가공제품의 인체 및 환경에 유해한 측면을 인식시켜주고 채식 위주의 식생활을 유지해도 충분히 건강할 수 있다는 정보들을 제공한다. 특히 채식위주의 생활을 지속시키기 위해 자신의 식생활에 대한 반성과 격려의 글들을 남기고 있다.

[[반갑습니다]] 반성중인 채식인...      번호'448      글쓴이: 나름  
조회'20      날짜'2003/08/12 00:54

.. 안녕하세요? 전 7개월된 채식인입니다. 육류, 생선류는 먹지 않구요,

요즘은 유제품을 끊기 위해 노력중입니다. 한 달 이상 유제품을 안먹었는데 며칠전 아이스크림을 야금야금 먹기 시작하더니만 요 며칠동안 기름에 튀긴 과자랑 치즈가 범벅이 된 피자랑 ..등등 유해한 음식들을 마구마구 먹어버렸습니다...TT 이래선 진정한 채식인이라고 할 수 없겠죠...오늘 반성하고 다시 정신적으로 재무장하기 위해 생명채식카페에 들어가 글을 읽다가 풀대생을 알게 됐습니다. 채식인이면서 특히 대학생으로 생활환경이 비슷하니 고민과 생각을 많이 나눌 수 있을 것 같네요. 내일부터 다시 심기일전하고 새로이 완전한 vegan이 되기 위해 노력해야겠습니다! 모두들 fighting!

봄날이 좋다. 맛아요. 저도 유제품 때문에. 한동안 인스턴트에 정신없었어요 ㅜㅜ 속도 안좋고, 피로웠답니다. 이제 다시 평정을 되찾음...^^ 건강하고 행복하게 사세요 [2003/08/12]

빨간 대추. 하하하 ^^ 그러시군요~. 저도 그런 일을 수없이 반복했답니다. 요즘은 땀한데 또 언제 그럴지 모르죠. 과일이나 견과류를 가끔 드셔보세요. 단맛이 땀기거나 군것질이 땀기는 상태를 무사히 넘기실 수 있을거예요. 한번씩 단맛이 땀길 때가 고비일수 있거든요. 그때는 뭘 먹든 과식하기 쉽죠.

뭔가 결핍된 듯한 그런 느낌을 음식으로 채우려 하지마세요. 굉장히 위험하답니다. 그리고 아이스크림이나 과자는 특히 과식을 유발하는 것 같아요. 늘 드시는 분들은 잘 모르겠는데 안드시다가 가끔 드시면 둘중에 하나죠 아예 안먹거나 과식하거나. (제 경험에 의하면 ^^) 그래서 억지로 참지 마시고 생각날 때는 드세요. 그러다가 서서히 본연의 입맛을 찾아가게 된다면 생각나지 않을 것이고 과자의 맛에 길들여 진다면 아마..채식하시기 힘들거예요. 생각은 먹으면 안된다 그러고 입은 먹고 싶다고 그러는 괴로운 상황이 되죠. 과자 한 조각이 한봉지가 되고 아이스크림 한 순갈이 한 통이 되죠. 하하하 얼마 전에 본 글귀인데요. "참을 수 있으면 우선 참고 경계할 수 있으면 우선 경계하라. 참지 않고 경계하지 않으면 작은 일이 크게 된다"

풀대생 화이팅! ^^

## (2) 채식을 실천하는 이유

채식 동호회 청소년들이 채식을 실천하는 이유는 개별적인 이유에서 시작되나 점차 거시적이고 이념적인 차원으로까지 연결된다. 자신의 질병 치료를 위한 목적이나, 애완 동물 사랑이라는 보다 단순한 이유에서 시작된 채식 실천은 지구 환경 및 기아 해결까지 연결시키는 의식을 가진 실천 운동 등으로 나타난다.

저는 대학생이 아닌 고등학생입니다. 거기애다가 혐오식품들..(개, 개구리, 메뚜기..등등..)도 잘 먹는 비위 강한 학생입니다. 그런데 제가 채식을 결심하게 되었습니다 그 이유는 저의 오랜 질병인 아토피 때문이죠..18년간 유명하다는 병원... 독하다는 약 안해 본 것이 없습니다. 입증되지 않은 민간요법까지 다 해봤으니까요. 피가 나는 걸 뻔히 보면서 미친듯이 긁어대는 저를 보면 제가 아닌 것 같으니까요 그래도 처음에만 나올 듯 하지.. 면역이 생겨 다시 또... 이렇게 막바지에서 마지막으로 하게된 방법이 채식이었습니다. 한의원에서도 전문서적에서도 강조하는 제 식단은 오로지 "현미밥, 유기농 채소, 해조류, 곡물(밀가루 제외)" 뿐입니다. 고기가 한번씩 꼭 나오는 급식소에서도 전 김치와 나물..(계란도 안되요..)만 먹고 나머지는 모두 친구에게 줍니다. 채식을 하고 전 예전보다 피부가 더 안좋아졌습니다. 몸이 좋아지는 단계라 독소가 빠지는 중이라고 해요. 제 몸에서 일른 독소가 빠지고 채식으로 인해 맑고 깨끗한 피부를 되찾았으면 좋겠습니다(가입자 A)

동물들이 그렇게 학대받으면서 자란다고 생각하니까 도저히 못먹겠더라고요 그래서 그 이후부터 채식에 대해 심각하게 생각해보게 되었죠(가입자 B).

저는 처음에 깜짝 놀랐어요. 제가 그렇게 생각하던 자연파괴, 기아현상이 채식을 함으로써 어느정도 해결된다고 생각하니까 안할 수가 없더라고요 요즘도 머리감으면서 샤워하면서 생각해요 이렇게 내가 물을 오염시키는구나. 빨리 대책을 세워야겠어요(가입자 C)

이 카페의 운영자인 여학생도 채식을 실천하게 된 이유는 개인적

으로 건강관리에 대한 관심이 생기면서부터라고 한다. 고등학교 때 입시준비 하느라고 건강에 신경을 쓰지 못하였는데 입시를 끝내고 다이어트에 대한 관심을 가지고 있을 때 도서관에서 우연히 건강 관련 서적을 보게 되었고 그것이 채식 실천의 계기가 되었다고 한다. 대학교 입학 이후 채식을 실천하여 현재 1년 반 정도 채식을 하고 있다고 한다. 고등학교 때까지 건강도 좋지 않았고, 잔병치레에 시달렸는데 채식과 함께 운동을 병행함으로써 아직까지 감기 한번 걸리지 않았다고 말한다.

처음에는 고등학교 때 살이 너무 많이 찌서 다이어트 때문에 관심이 생겼어요. 건강도 안 좋고, 피부도 안 좋고, 비염도 생기고 그래서요. 저는 비염을 별로 심각하게 생각을 안 했어요. 아침에 일어나서 콧물 나고 하는 것을 당연스럽게 생각을 했죠. 그런데, 몸이 안 좋다는 걸 알고, 그리고 혼자 서울에 와서 사니까 건강에 신경을 써야겠다고 생각을 했어요. 그래서 건강에 관한 서적을 많이 봤죠. 가장 쉽게 접할 수 있는 것이 책이니까, 도서관 가서 책을 찾아봤더니 '먹지마 건강법'이 있는거예요. 너무 충격적인 제목이잖아요. 그것을 보고, 많이 생각을 하게 되고, 바로 실천에 들어갔죠. 그걸 아니까 잘 먹혀지지가 않더라고요.

처음에는 다이어트에 대한 관심이었지만, 나중에는 다이어트는 부수적인 득인 것 같고, 제 정신과 건강이 더 중요하다고 생각하죠. 저는 몸보다는 마음이나 정신이 더 중요하다고 생각을 했는데, 똑같이 중요하다고 많이 느끼죠. 하나가 무너지면 하나도 덩달아 무너질 수 밖에 없다고 생각을 해요. 그리고 식(食)이 운명을 결정할 정도로 중요하다고 생각해요.

‘먹지마 건강법’이라는 책을 보면서 육식의 폐해에 관심을 갖게 되었고 음식이 소비되는 과정에 개입하는 자본의 논리에 비판적인 시각을 기르게 되었다. 즉, 시중에 제공되어지는 다양한 먹거리들이 기업의 이윤 추구나 과장광고를 통해 새롭게 태어난다는 것이다.

동물이 길러지는 방법도 문제고, 그것이 사람에게 끼치는 점도 그렇고, 그것이 사람의 몸뿐만 아니라, 사람의 영혼에까지 영향을 미친다고 생

각하니까 너무 끔찍했어요. 저는 맨 처음에 언제나 나부터 출발을 하거든요. 제가 영혼이나, 신지학 쪽으로 관심이 많아요. 생각해보면 제 몸과 제 영혼이 먹는 것 때문에 파괴가 된다는 느낌을 가지니까, 지금까지의 제 식습관이 잘못되었다는 걸 느끼고, 내가 지금까지 얻은 음식에 관한 정보는 책 같은 것을 통해서 얻은 지식이 아니라, 그냥 먹거나 TV나 매체들을 통해서 얻은 것이었구나 생각을 했죠. 그런데 그 매체들이 100% 정직한 것이 아니라, 과장파대 광고도 많고, 기업 쪽과 관련되어 있는 경우도 많고 해서 저는 책이 꽤 정직하다고 생각을 하고, 충격을 받았죠.

### (3) 채식실천과 대안 문화

채식을 실천하게 된 한 여학생에 따르면 대부분의 채식주의자들의 경우 시작은 자신의 건강과 몸에 대한 관심에서 출발한다고 한다. 이러한 관심의 출발이 궁극적으로는 환경과 세계화 문제로까지 확장된다는 것이다.

대부분의 채식하시는 분들이 처음에는 건강과 몸에 대한 관심부터 출발은 하고, 나중에 환경이나 세계적인 문제까지도 생각을 하는 것 같아요. 실제로 그쪽에서 일하시는 분들도 있고요...실제로 아프가니스탄에 구호물자를 보내시고, 좋은 일 하시는 분들이 많은 것 같아요. 그리고 한국 채식연구회 카페 주인 이원복 선생님은 동물 보호쪽으로 일을 하시고요. 채식을 하면 채식을 하는 원인은 한 가지가 아니라, 5-6가지가 되요. 기아문제, 아이들이 많이 굶어 죽는 이유가 육식과 관련이 있다는 걸 잘 모르는데, 그 나라에서 곡식이 나기는 나지만, 그 곡식들을 자기 국민들이 굶어죽고 있어도, 다른 나라의 동물의 사료로 파는 경우가 있죠. 또 어느 한쪽에서는 먹을 것이 넘쳐 나서 비만이 문제인데, 또 어느 한쪽에서는 먹을 것이 먹어서 굶어죽는다는 불균형적인 문제도 육식에 뿌리를 내리고 있는 것 같아요.

채식에 관심을 갖기 시작하면서 이 여학생은 채식뿐 아니라 환경 문제로 관심을 발전시키게 되었고 그러한 관심은 직접 실천으로까지 발전한다. 여름 방학 동안 친환경 농활을 다녀온 뒤 그녀는 채식과 환

경 음식이 아이들의 성격 형성에까지 영향을 끼친다고 믿게 된다. 특히 교대생으로서 학교에서의 학생들과 교사들의 일상적 상호작용 속에서 육식은 강조하고 선호되어지는 반면 김치를 포함하는 채식에 대해서는 거의 무관심하다고 지적한다. 따라서 자신처럼 육식은 피하고 채식을 하는 사람이 교사가 되었을 때 현실적으로 여러 가지 어려움이 따를 것이라고 예감한다. 특히 학교에서 상식화된 식사 습관 교육, 즉, 음식은 가리지 말고 골고루 먹어야 한다는 교육 지침이 자신의 신념과 마찰을 빚을 것이기 때문이다.

...육식이 사람의 성격에 많은 영향을 미치는 것 같아요. 아이들의 성격이 식생활과 관련이 깊죠. 육류나 인스턴트 식품, 탄산 음료 등이 아이들 성격을 난폭하고, 거칠고, 산만하게 만드는데 영향을 미친다는 거죠. 실제로 제가 농활을 갔다왔는데, 그 곳에서는 친환경으로 식사를 해요. 현미 잡곡밥에 야채 반찬에 가끔 고기를 먹기는 해도, 도시의 아이들에 비해서 사탕이나 과자 같은 것도 없어서 잘 안 먹으니까, 아이들이 정말 순하고, 똑똑해요. 놀랍게도 아이들이 자신의 의사 표현을 정확하게 하고, 똑똑하고, 산만한 아이들도 없고, 어른들 말씀도 잘 듣고 그러더라고요. 그런 걸 보면서 먹는 게 중요하다는 것을 절실히 느껴요. 저도 앞으로 아이들 교육을 시켜야 하는 입장에서 우리학교 급식하는 것 보니까 가슴이 답답해요. 아이들이 직접 음식을 덜어가는데, 김치 같은 건 거의 안 덜어요. 1-2개 덜어가서 그것도 남기고, 탕수육 같은 거 나오면 더 달라고 그러죠. 그리고 선생님도 저기 불고기 남았으니까 더 먹으라는 말씀은 하시지만, 김치 더 먹으라는 말씀은 안 하시거든요. 아이들이 저한테 고기 덜어줘서 제가 안 먹는다고 그러면 오히려 아이들이 '편식은 나쁜거예요' 라고 얘기를 하죠. 그런 얘기를 어른이 아니라 아이들에게 이해시킬 수 있는 쪽으로 생각을 많이 해봐야겠어요.

그녀는 채식을 실천하면서 채식의 단점이라고 할 수 있는 것은 '불편함'이라고 지적한다. 대부분의 사람들이 채식과 육식을 병행하고 있고 인스턴트 식품과 탄산음료 등 시중에 제공되는 거의 모든 음식을 소비하고 있는 상황에서 자신은 채식위주의 음식소비뿐 아니라, 탄산음료와 커피, 가공 주스 등의 음식을 소비하지 않기 때문에 일반 패

스트푸드점이나 식당에서 사람들을 만날 때 아무것도 먹지 못함으로써 관계에서 소외당하는 것과 같은 느낌을 받을 때도 있다고 말한다. 즉, 다양한 음식 소비 사례가 있을 수 있음에도 불구하고 우리나라의 전반적인 사회 분위기가 다르거나 다양성을 인정하는데 너무 소극적이며 나아가 대다수와 다른 사람에 대해 배타시하거나 똑같이 지기를 강요하는 경향이라는 것이다.

그래서 저도 강요 같은 건 안 해요. 다른 사람들에게 채식을 권유하지도 않고, 채식을 강요하지도 않아요. 그냥 이런 것이 있다고 하고, 물어보면 좋은 점 얘기를 해주죠. 채식의 나쁜 점은 잘 생각 안 해 봤어요. 채식의 나쁜 점이 불편함인데, 불편함이 그렇게 나쁜 것 같지도 않고, 어쩔 수 없다고 생각을 해요. 그런데 우리나라 사회 분위기가 좀 유별난 것 같아요. 다른 나라랑 비교할 때요. 사람들 성향이 다른 사람의 다름을 인정해 주지 않는 분위기가 상당히 강하다고 생각해요. 다른 나라 가보지 않았지만. 단 하나의 언어에, 단 하나의 민족이어서 그런지 몰라도 그렇게 개방적이지는 않은 것 같아요. 다른 걸 인정하기보다는 똑같이 해라고 강요를 하는 분위기가 너무 싫어요. 그래서 저도 강요는 안 해요.

이 여학생은 채식을 실천하면서 친환경 농산물에 관심을 갖게 되었고 가급적이면 친환경 농산물을 구매하려고 한다. 하지만, 친환경 농산물이 대중화되어 있지 않다는 점을 들고 있다. 특히 친환경 농산물 판매처는 중상층 이상이 거주하는 지역에 개점되어 있으며, 가격대도 일단 일반 농산물보다 비싸다는 점을 지적할 수 있다. 가급적 생활비를 아껴야하는 서민층에게 친환경 농산물은 가격 경쟁력 면에서 일반 농산물에 비해 구매되기가 힘들다. 그러나 그녀의 친환경 농산물 재배지에서의 농활 체험은 친환경 농산물 가격이 그리 비싼 것만은 아님을 깨닫게 해 주었다.

(친환경 농산물) 대중화는 안 되었고요, 유기 농산물 파는 곳에서 사요. 예전에는 한 살림에 있었는데, 이사가서 고속터미널 쪽에 가면 내추

럴 홈푸드라는 것이 있어요. 잘 사는 동네라서 그런지 그런 것이 많아요. 먹는 것도 잘 사는 사람들이 잘 먹는것 같아요. 점점 음식에서도 계층이 생기는 것 같아요. 잘 사는 사람들은 좋은 음식 먹고, 못 사는 사람들은 그냥 사는거죠...저도 저 혼자 사니까 유기 농산물을 사 먹고 그러는데, 식구가 4-5명 정도 되면 힘들죠. 전 엄마한테 비싸도 좀 좋은 걸 사 먹자고 그래요. 그런데 지방은 서울처럼 유기농산물 구하기가 쉽지 않아요. 어느 가게를 가도 친환경 농산물이 있고 그러면 좋은데요.. (가격은 일반농산물의) 1.5배정도 되요. 그렇게 비싸지는 않아요. 다른 것이 지나치게 싼 것 같기도 해요. 유기농은 그만큼의 가치가 있다고 생각해요. 유기농 하는 곳에 농활을 다녀왔잖아요. 그걸 보니까 이 정도의 값은 받아도 되겠다는 생각을 하죠.

채식 실천은 현재의 생활문화 전반에 대한 갈등과 도전을 수반하는 일이라고도 할 수 있다. 생활문화 중 중요한 부분이 먹는 문화이고 대부분의 먹거리에 육식, 가공식품, 탄산음료, 유제품, 농약으로 재배된 여러 가지 채소류 등이 포함되어 있는 상황에서 이런 것들을 거부하고 채식 실천을 한다는 것은 기성문화에 대한 하나의 대안 문화 나아가 대항 문화적인 성격을 띄기도 할 것이다. 기존에 너무도 당연시 되어왔던 음식과 관련된 기성담론에 정면으로 도전해야 할 때도 있고, 음식을 통해 사회관계를 형성시켜나가는데 제약을 받기도 할 것이다. 특히 한국 사회가 다양성의 인정에는 인색하고 제공된 음식을 거부하는 행위에 대해서 관대하지 않은 만큼 채식 실천을 통한 또 다른 대안 음식 문화를 만들어 나가기 위해서는 강한 의지가 필요할 것이라고 보여진다.

## 2) 슬로우푸드 운동

### (1) 하자센터 달팽이 식당

서울시청소년직업체험센터 ‘하자센터’에서는 10대 여학생들이 ‘슬로우푸드’ 식당을 직접 창업하였다. 이들은 2002년 1월 14일부터 2월 28일까지 하자센터의 구내 식당에서 달팽이 식당이라는 이름으로 슬로우푸드 운동을 실천하였다. 이들은 공산품처럼 음식을 판으로 찍어 내 맛을 표준화시키고 전통 음식문화를 파괴하는 패스트푸드에 익숙해진 청소년들에게 그 대안 음식문화 운동으로 슬로우푸드 식당을 운영하였다. 이들은 직접 장을 보고 음식 재료를 다듬고, 메뉴를 개발하여 음식을 조리하고 판매하였다. 처음에는 청소년 창업을 목적으로 달팽이 식당을 시작하였지만 여기에 참여하는 청소년들은 점차 패스트푸드의 이면에 숨겨진 다국적 기업의 의도 및 패스트푸드점의 판매전략 등에 대해 의식하게 되었다고 한다. 이전에는 아무생각 없이 드나들었던 패스트푸드점이 이제는 새롭게 보여진다고 했다.

### (2) 슬로우푸드 운동의 계기

하자센터의 달팽이 식당을 기획했던 담당자에 따르면 달팽이 식당의 운영은 청소년 창업의 일환으로 시작되었다고 한다. 즉, 대안 음식문화 운동의 일환이라기 보다는 청소년들이 창업을 해봄으로써 일을 통한 경제적 수입을 경험해보게 하자는 것이었다고 한다. 달팽이 식당 기획자는 다음과 같이 언급한다.

두 마리 토끼(창업과 슬로우푸드운동)를 쫓았는데, 결론적으로 잘되지는 않았죠. 근데, 일본 가서 많이 느낀 점은 음식이 단순히 먹는 것이라기 보다는 시민운동, 혹은 지역운동하고 어떻게 연결되는지를 잘 보여준다

는 점이었습니다.

현재 우리나라에서는 슬로우푸드에 대한 인식이 거의 확산되어 있지 않고 그 개념도 무엇인지에 대해 명확하지 않은 상황이다. 달팽이 식당 기획자에 따르면 다음과 같다.

(슬로우푸드는) 패스트푸드의 반대개념입니다. 그런데, 일상음식이라기 보다는 전통음식, 술과 같은 숙성음식, 가령 김치 같은 것을 말합니다. 일본에서는 주로 유기농 재료를 쓴 음식을 슬로우푸드라고 하죠. 우리나라에서는 조미료를 쓰지 않고, 산업적으로 대량생산이 되지 않는 음식 정도로 이해를 하고 있죠. 아직까지 일본처럼 재료까지 신경을 쓰면서 얘기를 하지는 않죠. 드물게 얘기를 하는 사람들은 슬로우푸드라고 직접적으로 얘기하기보다는 농산물 직거래 등으로 언급하고 있죠.

우리나라는 개념적으로 아직 잡혔다고 보기는 힘듭니다. 이걸 원래 이태리에서 시작된 개념인데, 처음에는 패스트푸드의 반대 운동으로 자리 잡고 있다는 정도로 인식되죠.

처음에 식당 운영에 참여했던 학생들도 음식을 만드는 것 자체보다는 재미있는 일을 하면서 돈을 벌어보는 경험에 더 큰 목적이 있었다고 한다. 하지만 점차 음식을 준비하고, 만드는 과정에서 슬로우푸드의 중요성과 그 의미에 대해서 인식을 키우게 되었다고 한다.

연구자: 그렇다면 거기에 참여하는 학생들이 음식에 대한 인식의 전환이 어느 정도 있었다고 보시나요?

달팽이식당 기획자: 그렇죠 일단 슬로우푸드라는 것이 어떤 것인지 알아가고, 아무 생각 없이 먹던 맥도날드 같은 것에 대해서 다시 생각하게 되었죠. 왜 우리가 음식을 얘기해야하는지 인식하기 시작한 거죠. 또 넓게까지 간 친구들은 생태운동까지도 생각을 합니다. 그런데 그다지 자기 생활 깊숙이 받아들이기보다는 ‘아, 이런 것이 있구나, 이런 것이 나쁜 것이 아니구나, 굉장히 힘들구나’ 하는 정도의 생각은 하는 것 같네요.

### (3) 슬로우푸드 식당 운영 참여 청소년 인식

달팽이 식당 창업에 참여했던 청소년들에 따르면 이들은 처음부터 슬로우푸드 운동에 관심이 있어서 참여한 것은 아니라고 한다.

참여 청소년 A: 저희가 처음에 기획할 때는 빠졌는데, 학교 게시판 보고 하게 됐어요 같이 할 사람 모집한다고 해서요 처음에 아르바이트인 줄 알았어요.

연구자: 슬로우푸드에 특별히 관심이 있기보다는 아르바이트 하려구요?

참여 청소년 B: 방학 때 돈 벌려구요. 처음에 슬로우푸드에 대해서 잘 알지도 못했는데요.

이들은 달팽이 식당 운영에 참여하면서 슬로우푸드의 중요성을 깨닫기 시작하였다고 한다. 애초에 연구자가 이들과의 면담을 패스트푸드점에서 잡았으나 이들은 패스트푸드점보다는 차를 마시며 얘기할 수 있는 장소가 좋겠다며 그곳으로 이동할 것을 제안하였다. 하지만 이들이 말하는 슬로우푸드 운동의 개념은 달팽이 식당 기획자가 정의하는 개념과 다소 다른 것이었다.

연구자: 슬로우푸드가 뭐라고 생각해요?

참여 청소년 A: 자기 속도에 맞게 먹고, 조금씩 조금씩 먹는 거라고 하는데, 제가 생각하기에는 천천히 먹으라고 강요를 하는 것이 아니라, 자기 속도에 맞게 먹는 것이라고 생각해요. 그리고 단계적으로 음식을 만드는 것이 슬로우푸드라고 생각해요. 천천히, 좋은 거, 자기 입맛에 맞는 것이 먹는 것이 슬로우푸드라고 생각해요.

참여 청소년 B: 판매자의 입장에서는 부담을 주지 않는 거죠. 사람들이 와서 편하게 먹게 하는 거죠. 천천히 먹는 사람은 천천히 먹고, 빨리 먹는 사람은 빨리 먹고, 편하게 해줄 수 있는 분위기를 만드는 거죠.

또한 실제로 식당을 운영하는 과정에서 한정된 시간에 대량의 음식을 조리해야 하는 부담 때문에 자신들이 이상적으로 슬로우푸드 이념에 맞게 음식을 조리했다고 생각하지는 않는다. 현실적으로 자신들이 만든 메뉴 중에는 오히려 패스트푸드와 비슷한 부분도 있었다고 말한다. 또한 자신들이 슬로우푸드 이념에 맞게 조리하려해도 음식 소비자가 기존의 음식 소비 관행대로 빠르게 조리를 끝내고 배식할 것을 요구해 현실적으로 힘들었다고 말한다.

참여 청소년 A: 매일 점심 메뉴가 바뀌어서 카레나 짜장을 만들어서 정말 간편하게 먹을 수 있게 했어요. 그리고 샌드위치가 3종류가 있었고, 음료는 매우 많았죠. 특히 음료는 과일을 하나하나 갈았기에 시간이 매우 많이 걸렸어요. 그런데 음식은 대량으로 만들어야 했죠. 파는 건 1시간인데, 만드는 건 4-5시간씩 천천히 만들었어요. 샌드위치가 조금 마음에 걸렸어요. 서브웨이 샌드위치 같은 것처럼요. 흔히 패스트푸드에서 쓰는 메뉴 밖에 못 넣구요. 그게 마음에 걸렸어요.

참여 청소년 B: 샌드위치는 급하게 할 수 밖에 없었어요. 사람들이 줄을 많이 서고 기다렸거든요.

참여 청소년 A: 슬로우푸드라고 하면 천천히 한다는 것이라기 보다는 야채 다듬고 하는 것을 깨끗이 하고 성의있게 하는 것이 더 중요하다고 생각해요. 사람들은 빨리 하라고 성화를 하기도 했어요. 그게 좀 부담스러웠죠.

특히 조리 경험이 거의 없는 청소년들이 조리법을 제대로 배우지 못한 채 음식을 만드는 과정에서 많은 어려움이 있었다고 한다. 또한 식당을 통한 슬로우푸드 운동의 실천은 음식 만들기 자체 뿐 아니라 경영 마인드까지 갖춰야 하는 것이므로 많은 시행착오를 겪기도 하였다.

설날에 떡국을 하려고 했는데요, 사람들이 지겨울 거 같아서. 닭떡국을 하자고 건의를 해서, 닭으로 국물을 우려내고, 닭살도 다 찢어서 만들었

는데, 다음 날 잘 안 팔렸어요 사람들이 시골 내려가고 또 저희가 식당 시작한지 이틀째 되는 날 단체로 예약이 들어왔어요. 국수를 만들었는데, 한꺼번에 국수를 넣었는데, 국수면이 불고, 뭉치고 해서 다 버리고 다시 만들어서 드렸어요. 음식도 늦게 나가고, 저희가 야채를 처음으로 썰어봤는데, 굵기를 잘 못 맞춰서, 사람들이 당근이 너무 두꺼워서 이가 아프다고 불평들 하시고 그랬어요.

이들은 슬로우푸드 식당을 운영한 뒤 자신들이 패스트푸드를 대하는 태도가 달라지긴 했으나 가끔은 패스트푸드도 먹는다고 한다. 과거에 먹었던 경험 때문에 가끔씩은 그 맛이 그리워진다는 것이다. 하지만 이들이 생활하는 하자센터 구성원들의 음식 소비 패턴에 따르면 패스트푸드 먹을 기회가 거의 없다고 한다.

연구자: 달팽이 식당하고 나서는 패스트푸드점 같은 데는 잘 안가나요?

참여 청소년 A, B: 가긴 가죠. 어찌다 치즈 버거가 먹고 싶을 때가 있거든요. 밥만 먹고 그러다가 먹고 싶을 때 가요. 그리고 롯데 마그넷에 장보러 갔을 때 롯데리아 들어서 햄버거 하나 사먹고 그랬어요. 그런데, 옛날만큼은 선호하지 않는 거 같아요.

참여 청소년 A: 하자의 식생활 자체가 그래요 패스트푸드보다는 시켜 먹죠. 아니면 라면이나 컵라면 같은거. 그리고 감자탕이나 해장국 같은 것도 먹고, 중국 음식도 먹어요.

#### (4) 슬로우푸드와 대안 문화

이들은 슬로우푸드가 하나의 문화로 자리잡혔으면 좋겠다고 말한다. 비록 슬로우푸드에 대한 개념이 통일되지 않았고, 이들의 인식도 아직 초기 단계이지만 이들이 생각하는 바는 근본적으로 음식의 소중함에 대해서 인식해야하며, 우리 전통 음식의 우수성에 대해서도 인식되어야 한다고 점이다.

참여 청소년 A: 우리도 잘 못 지키지만, 먹으면서 식사에 대해 생각을 하면서 먹어야할 거 같아요. 이왕이면 좋은 음식을 찾았으면 좋겠구요. 원래 우리나라 음식이 슬로우푸드랑 유사하잖아요. 패스트푸드가 있어도 되지만, 주식이라고는 생각하지 않았으면 좋겠어요.

참여 청소년 B: 슬로우푸드를 하나의 음식문화로 보는 게 좋을 것 같아요. 그것이 무엇을 대체한다고 굳이 생각하는 것보다는 음식문화의 하나로 보는 것이 나을 것 같아요.

참여 청소년 A: 객관적으로 봤을 때, 슬로우푸드가 건강에 좋고, 비만 같은 것도 예방하니까, 이것이 어떻겠냐고 얘기는 할 수 있어도, 강요할 수는 없을 것 같아요.

아직 슬로우푸드 운동은 걸음마 단계에 있고 청소년들에 있어서도 슬로우푸드의 긍정적인 측면은 인식 초기 단계에 있다고 볼 수 있다. 직접 슬로우푸드 식당 운영에 참여했던 청소년들도 슬로우푸드가 무엇인지 개념이 제대로 잡혀있지 않고, 절실히 필요하다는 인식을 심각하게 하고 있는 것 같지는 않다. 하지만 우리나라 사람들의 음식문화 전반에 대해서 다음과 같이 지적한다. “기다릴 줄 알아야할 것 같아요 조금하게 빨리 먹지도 말고, 천천히 여유있게 먹는 게 좋은 거 같아요.”

슬로우푸드 운동은 현대사회의 음식문화와 갈등을 빚는 부분이 있지만 일정부분 우리나라의 전통 음식문화와 비슷한 측면이 있다. 현대사회에서 속도감을 지향하며 시간에 쫓기어 음식까지도 빠르게 조리되어 빠르게 먹을 수 있는 것을 지향한다면 슬로우푸드는 이러한 음식문화 관행에 대해 비판하면서 음식을 통해서 지역성, 환경문제, 인간화 등을 추구하고자 한다. 즉, 지역의 농산물 및 지역의 생산물에 대한 관심을 갖는 것, 화학비료를 통한 대량생산보다는 보다 친환경적인 생산 과정을 촉구하는 것, 생산과정의 익명성으로 인한 비인간화된 음식물의 생산보다는 생산하는 사람과 소비하는 사람이 누구인지 앎으

로써 음식물에 가해지는 유해성분이 줄어들 수 있다는 점, 미각의 확일화를 지양하고 지역성 및 특수성을 존중하는 맛을 되살리고자 한다. 이러한 실천을 하기 위해서는 현대사회에 만연해 있는 생활문화 전반과 음식 소비 관행에 대한 전반적인 자각과 함께 지속적인 생활 실천이 필요하다.

### 3) 환경음식

청소년들을 중심으로 환경음식을 실천하는 단체나 사례를 찾기가 어려워 환경음식 분야에서는 환경정의시민연대의 ‘다음을 지키는 사람들’의 활동 사례에 대해서 알아보았다.

#### (1) 다음을 지키는 사람들

다음을 지키는 사람들은 1999년 12월 ‘다음을 지키는 엄마모임’이라는 엄마들의 공부모임으로 시작되었다. 이 모임은 아이들이 건강하게 살 수 있는 환경에 대해 고민하면서 이루어졌다. 그동안 진행된 활동을 바탕으로 보다 책임있고 다양한 활동을 하기 위해 엄마들만의 모임이 아닌 아빠, 할머니 할아버지, 다음세대 등 모두의 참여로 확대하였다. 나아가 우리와 다음 세대가 맑고 아름다운 환경 속에서 안심하고 살 수 있는 터전을 함께 만들고자 하는 모임이다.

이러한 취지 하에서 현대 음식문화와 폐해를 지적하고 잘못된 식생활을 바꿔 생태계와 건강에 도움이 되는 많은 활동을 하고자 한다. 그러한 활동의 일환으로 환경문제와 질병을 같이 바라본 ‘아토피를 잡아라’를 출간하였고 ‘차라리 아이를 굶겨라’ 출판을 통해 먹거리 오염에 대해 시민들에게 널리 알렸다. 이러한 잘못된 먹거리에 대한 지적 뿐 아니라 생활 속에서 무분별하게 사용되는 살충제, 세제, 방향

제, 플라스틱 식기 등 생태계를 위협하는 물건들 안 쓰기 운동을 하고 있다. 특히 생태캠프를 개최하여 부모교육을 통하여 청소년들이 건강한 먹거리를 먹을 수 있도록 하고 있으며, 광고에서 보여지는 먹을거리에 대한 잘못된 인식에 대해 바로잡는 활동, 학교 재량활동 시간에 먹거리 지도 교육 활동 등 생태 및 환경 운동 속에서 건전한 먹거리 운동을 실천하도록 노력하고 있다.

## (2) 건전한 먹거리 실천 활동: 시루떡 학교

시루떡 학교는 다음을 지키는 사람들에서 실시하는 초등학교 대상 먹거리 바꾸기 캠프이다. 이 학교가 시루떡 학교라는 명칭이 붙은 것은 인스턴트 식품이나 외국에서 들어온 각종 패스트푸드로부터 우리의 먹을 것을 지킨다는 의미를 강조한다는 취지에서이다.

시루떡은 옛날부터 먹던 우리고유의 먹을거리입니다. 떡은 관혼상제의 의식 때에는 물론, 철에 따른 명절, 아기의 백일이나 돌, 또는 생일·회갑, 그 밖의 잔치에 빼놓을 수 없는 음식입니다. 특히 중요한 날에 떡을 만들어 먹으면서 집안의 악귀를 쫓고, 무병장수를 기원하기도 했습니다. 이번 먹을거리 바꾸기 캠프의 이름을 ‘시루떡학교’라고 지은 것도 인스턴트나 각종 외국에서 들어온 패스트푸드로부터 우리의 먹을거리를 지킨다는 의미를 가지고 있습니다.

시루떡학교에서는 친환경적인 먹을거리 재료로 직접 밥을 지어보고 환경과 먹을거리를 주제로 한 역할극, 자연의 재료인 황토염색, 환경농업 체험 등을 통해 우리가 지금 즐겨먹는 인스턴트 및 화학조미료가 많이 들어있는 음식에 대해 생각해 보는 시간을 놀이와 함께 갖고자 합니다. 된장국과 김치, 고구마와 옥수수, 감자 등 우리 몸 안에 들어와 우리를 건강하게 하는 음식들이 맛있고 먹기 싫은 것이 아님을 체험하게 될 것입니다.(시루떡 학교 자료 중에서)

시루떡 학교는 주로 여름, 겨울방학을 이용하여 2박 3일간 진행하고 있다고 한다. ‘내가 좋아하는 음식지도 만들기’, ‘과자봉지의 성분분

석표 보기', '내가 만드는 요리실습' 등 먹거리에 관련된 프로그램 진행함으로써 청소년들이 음식에 대해 새롭게 생각해 볼 수 있는 기회를 제공하고자 하며, 바른 먹거리를 실천하도록 하고 있다.

2003년 여름방학 중 살상사에서 이루어진 시루떡 학교 활동 중 '밥을 천천히 먹기' 자료를 소개하면 다음과 같다.

#### 1. 감사하는 마음으로 밥을 대하기

요즘 외국 농산물에 대해서 걱정이 많다는 이야기를 어른들로부터 들어 보셨죠? 외국에서 수입되는 농산물은 우리나라까지 오는 과정에 상하지 않게 하기 위해서 농약이나 방부제를 많이 뿌린다고 합니다. 더구나 외국 땅에서 어떤 약들을 처리해서 농산물을 키우는지 보지 않았으니 장담할 수 없겠죠? 그래서 우리 농산물이 최고라는 소리가 있습니다. 더욱이 오랫동안 역사를 거쳐오면서 우리 몸은 우리 땅에서 나는 농산물이 적합하도록 유전자가 기억되어 내려옵니다.

그리고 쌀 한 알을 생산하기 위해서 농부가 여든 여덟 번 허리를 숙여 수고를 하니 얼마나 귀한 음식입니까? 그런데도 우리는 밥 먹기 싫어하고 음식을 함부로 합니다. 여든 여덟 번의 수고를 귀하게 먹어야 되겠지요?

#### 2. 오래먹고 천천히 씹기

우리가 음식을 씹을 때 침이 나오게 되는데요, 침은 음식물에 포함되어 있는 나쁜 성분들을 해독하는 기능이 있다고 합니다. 또한 음식을 오래 씹는 습관은 뇌에 자극을 주어 머리가 좋아지게 만들기도 한다고 합니다. 그런데요! 50번 이상은 씹어야 효과가 있다고 하네요

한 번 세면서 씹어 볼까요?

#### 3. 흰쌀보다 현미·잡곡 많이 먹기

쌀은 껍질에 '키친산'이라는 성분이 집중되어 있는데 우리 몸에 나쁜 물질들을 해독하고 영양도 매우 많다고 합니다. 그런데 흰쌀은 껍질을 열 번 이상 깎아 만들고 이 과정에서 쌀눈이 파괴되어 쌀의 좋은 점을 손상시킨다고 합니다. 그러니까 되도록 현미를 먹거나 잡곡을 많이 섞어 먹어야 되겠지요.

#### 4. 고기반찬보다는 채소를 많이 먹기

요즘 소나 돼지, 닭들은 옛날처럼 한가롭게 키워지지 않습니다. 살을 많

이 찌우기 위해 몸집에 딱 막는 공간에서 한 발자국도 움직일 수 없게 만들어놓고 사료만 먹인다고 하니 굉장히 불쌍하죠? 게다가 밀집된 곳에서 병에 걸리지 말라고 항생제라는 주사도 놓고 빨리 크라고 성장촉진제도 준다고 합니다. 그렇게 오염되어 있는 고기를 먹을수록 우리 몸에는 나쁜 성분들이 축적되어 성격도 난폭해지고 살도 마구 찌서 결국 비만을 불러일으키게 됩니다

이러한 교육을 통해서 청소년들에게 음식물 생산과정에 대해 인식시키며, 특히 수입 농산물이 우리 농산물보다 인체에 유해한 점, 우리 농산물이 만들어지기까지의 수고스러움에 대해 알게 한다. 또한 음식물 섭취 습관, 특히 급하게 음식을 먹는 습관을 고쳐 주고자 한다. 이와 함께 우리 일상 생활에서 익숙해진 흰쌀밥이나 고기 등 음식물의 유해성을 인식시키고, 보다 건강한 생활을 위해 필요한 음식을 섭취하도록 교육한다.

또한 청소년들이 일상생활에서 매우 자주 섭취하는 여러 가지 식품에 인체에 유해한 물질이 있고 이러한 물질이 축적되면 큰 위험이 초래될 수 있는 부분에 대해서도 교육한다. 이 활동을 통하여 청소년들이 가장 관심을 갖는 부분은 식품첨가물과 관련한 것으로, 석유나 석탄이 원재료가 되어 옷감을 염색하기 위한 목적으로 만들어진 색소가 아이들의 과자, 음료에 광범위하게 사용되고 있다는 사실에 매우 놀라워했다고 한다. 우리가 일상생활에서 먹는 거의 모든 식품에 인체에 유해한 첨가물이 들어있으며 이러한 물질이 체내에 장기간 축적될 경우 치명적인 증상이 유발될 수 있다고 한다.<sup>6)</sup> 예컨대, 체리, 복숭아, 포도 등 과일 가공품이나 어묵 등의 수산가공품에 들어 있는 염소산 나트륨, 과산화수소는 호흡기점막이나 눈에 자극을 일으키고 유전자 손상 및 염색체에 이상을 일으킬 수 있다고 한다. 또 과실이나 야채 음료수에 들어 있는 사라시분 유지는 눈에 강한 자극을 주거나, 각막 궤상, 습진, 염색체이상 등을 일으킬 수 있다고 한다.

6) 식품첨가물에 대한 내용은 부록 참조.

또한 특정 식품 첨가물은 청소년 폭력과도 연관이 된다고 한다. 어린이나 청소년들이 주로 먹는 색소 음료수에 첨가된 황색4호<sup>7)</sup>는 청소년이 매사에 의욕이 없어지고, 까닭없이 과격한 행동과 폭력을 휘두르는 증상을 흔히 H-LD증이라 하는데 이러한 증상을 유발하는 요인이 될 수 있다고 한다. 1975년 미국상원에서 청소년의 폭력이 문제가 되자 한 연구팀이 조사에 나섰다. 연구팀이 특히 주목한 것은 황색4호였는데, 그후 추가실험 결과, 황색4호 등의 합성착색료가 몸안에 들어가면 메틸니트로소 효소와 에틸니트로소 효소라는 유해물질이 생기게 된다. 결국 이 물질이 인간의 뇌 가운데 뭔가 하고자 하는 의욕을 관장하는 전두엽에 상처를 입혀 의욕을 상실케 한다고 한다. 우리 몸에는 전두엽에 유해물질이 들어가는 것을 막는 검문소가 있는데 합성색소는 철분이나 효소와 어울려 쉽게 전두엽까지 침범해 들어간다. 때문에 이 검문소 기능이 제대로 발달되어 있지 않는 0-3세의 유아에겐 더욱 치명적인 것으로 나타났다(황경숙, [http://hansalim.co.kr/han\\_lec\\_R1\\_7.html](http://hansalim.co.kr/han_lec_R1_7.html)).

이처럼 인체에 유해성분이 일상생활 속에서 쉽게 구입하여 섭취하고 있는 가공식품이나 인스턴트 식품 속에 들어 있는데도 일반인이나 청소년들은 이러한 정보에 대해 무지하거나 별 관심을 갖지 않고 있다고 한다. 그에 따라 일상 음식 속에 어떠한 유해성분이 들어있는지를 스스로 파악해보게 하는 음식 지도 그리기 활동도 하고 있다. 이 활동은 자신이 좋아하는 한 음식을 선정하여 음식 재료 및 구성성분에 대해서 하나씩 연결을 지어 그려보는 활동이다. 청소년들이 좋아하는 패스트푸드나 피자 등의 구성성분을 하나씩 따져봄으로써 청소년들이 아무 생각없이 즐겨먹던 음식에 대해서 다시한번 돌아보는 계기를 갖게 한다. 그리고 이러한 인스턴트나 패스트푸드보다는 우리 농산물과 전통 재료를 이용하여 청소년 나름대로 음식을 만들어 보게 하

7) 어린이 음료로 선전되고 있는 제티 바나나맛과 제티 레몬맛 속에는 합성 착색료인 황색4호와 황색 5호가 나란히 들어가 있다.

는 활동도 하고 있다. 청소년들이 모듬을 이루어 천연 음식 재료인 감자, 풋고추, 애호박, 밀가루(우리밀), 멸치, 된장, 고추장, 간장, 소금, 마늘, 파, 고춧가루 등을 이용하여 나름대로 먹을거리를 만들어 보는 활동을 했다. 이러한 활동을 함으로써 평소에 잘 먹지 않거나 맛이 없다고 생각하던 음식을 친숙한 것으로 받아들이는 계기를 만들고 있다.

### (3) 환경음식 실천과 대안 문화

위에서 언급한 슬로우푸드 운동이나 채식운동도 넓은 의미에서 환경 음식이라고 할 수 있을 것이다. 생태계를 왜곡하고 자연을 파괴하는 식생활보다는 친환경적이고 보다 인간 친화적인 먹거리를 추구하려 하기 때문이다. 다음을 지키는 사람들의 신권화정 팀장은 현대 사회에 만연해 있는 편리함을 추구하는 분위기, 서구적이고 세련됨의 상징처럼 여겨지는 서국의 패스트푸드 브랜드, 패밀리레스토랑 등에서 식사 등을 비판하여 청소년들에게 바른 식습관을 형성시켜주고자 노력하는 것이 성인세대들이 담당해야 할 중요한 임무라고 강조한다. 특히 어렸을 때의 식습관 형성은 성장 이후의 입맛을 결정하는데 매우 중요하므로 가정에서의 바른 먹거리 교육이 필요하다고 강조하고 있다. 특히 그녀는 청소년들이 각종 매체에 노출되어 있고 거기서 얻는 정보를 제대로 거르지 않고 받아들이기 쉽기 때문에 TV 광고 등에 대한 지속적인 모니터링을 할 필요성이 있음을 지적한다. 각종 매체에서 화려한 색상을 사용하여 아이들을 자극하고, 근래에는 장난감 등의 끼워팔기로 아이들을 유혹하고 있기 때문에 판단력이 취약한 청소년들의 경우 쉽게 이를 구입하여 먹게 되는 것이다.

실제로 환경정의시민연대는 2002년도 '나쁜광고상' 1위로 맥도날드 해피밀을 선정하였다. 그에 따라 어린이들이 주로 TV를 시청하는 시간에는 패스트푸드 광고 금지할 것을 제안한다 또한 음식물에 등급제를 실시하여 청소년들이 안심하고 먹을 수 있는 것(합성착색료, 방부

제가 없는 것, 유전자 조작된 원료를 쓰지 않는 것)과 그렇지 않은 것을 구분할 필요가 있다고 제안한다. 환경 음식을 소비하는 생활 문화가 조성되려면, 현대 사회의 식품 생산 구조와 생산 방식, 소비 양상 등 거대한 생활 문화 전반에 대해 끊임없이 모니터링을 하고 대안적인 실천을 조직해 낼 때 비로서 가능할 것이다.

#### 4) 논의 및 소결

위에서 언급한 슬로우푸드 운동, 채식운동, 환경음식 운동 등은 현재의 음식 소비 관행에 대항하여 새로운 음식 소비 관행 및 음식문화를 만들어 가려는 움직임이라고 할 수 있다. 현재 만연해 있는 음식 소비 관행, 예컨대, 자본의 논리에 의한 이윤 추구 극대화를 지향하는 대량생산, 생산과정의 익명화, 환경파괴, 생태계의 조작, 화학물질 및 첨가물 사용으로 인한 현대인의 인체 유해 및 다음 세대에의 피해 등을 지적하면서 보다 친환경적이고 인간적인 음식 소비 관행을 만들어 가고자 한다. 하지만, 음식 소비 관행은 현재 만연해 있는 전반적인 생활문화와 맞물려 돌아가고 있기 때문에 음식 소비 습관만을 독립시켜 개선하기에는 많은 어려움이 있다. 음식은 사회 관계를 형성하는 매개체이고 전반적인 생활 패턴과 맞물려 소비된다. 예컨대, 다수의 청소년들이 햄버거를 먹으며, 친구와 만나고 있는 상황에서 혼자 친환경 도시락을 싸들고 올 수 없을 것이며, 다수의 친구들이 불고기를 먹고 있는 상황에서 혼자 그것을 거부하고 유기농 야채를 주문하지는 못할 것이다.

그에 따라 전반적인 사회 생활 패턴 및 의식이 맞물려 개선되지 않는 한 현재 만연해 있는 음식 소비 관행을 바꾸기는 쉽지 않은 일이라고 보여진다. 음식문화 개선을 위한 개별적 주체들의 시도와 소규모 단체들의 시도가 지속적으로 이루어질 때 점차 의식 개선이 일어

날 것이고, 전반적인 분위기 개선에 기여할 것이다. 또한 개별적인 노력들과 함께 정책 및 제도 차원에서 이를 반영하여 음식소비 관행을 개선하려는 노력도 병행되어야 할 것이다. 이러한 제도적 차원의 개선은 뒤에서 논의할 정책제언에서 다루어질 것이다.

## V. 결론 및 제언

1. 요약 및 결론
2. 정책제언

공 백

## V. 결론 및 제언

### 1. 요약 및 결론

본 연구를 통하여 청소년들의 음식 소비 실태 및 음식소비와 관련된 의식을 파악하고 청소년 음식 소비 양상의 다양성 및 청소년 음식 문화의 특성을 살펴보고자 하였다. 또한 청소년 음식 소비 패턴을 직접 살펴보고 그 특성을 파악하고자 하였으며 청소년들이 음식소비에 부여하는 의미에 대해 살펴보고자 하였다. 이러한 다양한 양상 파악과 함께 바람직한 음식 소비와 음식 문화 정착을 위한 방안을 모색하기 위해 대안 음식문화 실천 사례에 대해서 살펴보았다.

먼저 설문조사 결과를 살펴보겠다. 청소년의 사회경제적 배경 및 지역 차에 따른 음식 소비 양상 및 실태에 대해 알아보기 위해 서울 강남/ 강북 지역, 지방 대도시와 중소도시, 읍면지역 청소년 1487명을 대상으로 설문조사를 실시하여 비교 분석하였다. 이와 함께 청소년들의 성별간, 교급간 음식 소비 실태 양상의 차이를 비교 분석하였다.

#### 1) 설문조사 결과 분석

##### (1) 식사습관

청소년들의 아침식사 패턴은 매일 먹는다는 청소년이 50%로 과반수를 차지하고 있는 반면에 안 먹는다는 청소년과 불규칙적이라는 청소년, 아침을 하루 이상 거르는 청소년도 과반수를 차지하고 있었다. 교급이 올라갈수록 아침을 제대로 먹지 않는 경향을 보이고 있다.

청소년들이 주로 먹는 아침식사의 형태는 한식이 67.0%였으며, 점

심은 급식을 주로 하는 것으로 나타나 95.3%에 달했다. 대부분의 청소년들의 점심식사가 급식으로 해결되고 있는 만큼 학교 급식의 질 관리가 제대로 되어야 할 필요성이 시급함이 제기된다.

건강 식품에 대해서는 보통 이상의 긍정적 인식을 가지고 있는 청소년들은 85.8%로 나타났고, 김치에 대한 인식으로는 보통 이상의 선호도를 보이는 청소년들이 93.7%로 나타났다. 인스턴트 식품에 대한 인식도 92.8%의 청소년이 보통이상의 선호도를 보이고 있었다. 따라서 인스턴트 식품의 영양가치나 영양 구성, 섭취시 유의 사항과, 인체 유해 성분 정도에 대한 교육이 강화되어야 할 필요성이 제기된다.

청소년들이 인식하고 있는 일상생활에서 음식소비와 관련 가장 큰 문제점은 음식물쓰레기 증가를 55.6%로 가장 큰 문제로 손꼽았다. 다음은 비만문제로 현재 청소년들이 신체적인 비만 문제에 많은 관심을 가지고 있는 것을 볼 수 있었다. 특히 여자 청소년들이 더욱 비만 문제를 인식하고 있는 것으로 나타나고 있고, 중학생보다는 고등학생들이 더욱 심각하게 비만문제를 인식하고 있었다. 교급이 올라갈수록 아침식사를 거르거나 불규칙적으로 먹고 있으며, 그에 따라 비만문제와 영양 불균형 문제에 더욱 직면하게 됨을 알 수 있었다.

## (2) 외식 습관

청소년들의 외식 습관을 보면 73%이상의 청소년들이 주 1회 이상 외식을 하고 있으며, 읍면지역이나 중소도시에 비해 대도시, 서울 강북, 강남 지역 순으로 외식빈도나 비용이 증가하는 경향을 보이고 있다. 즉, 도시화의 정도가 높고, 외식업체의 분포가 많으며, 소비수준이 높은 지역일수록 외식 빈도 및 외식 비용은 증가하는 것으로 보여진다. 외식 비용은 점심 비용보다는 저녁비용이 많고, 저녁보다는 특별한 기념일이나 행사시의 비용을 더 많이 지출하고 있으며, 지역별로는 강

남, 강북, 대도시, 중소도시, 읍면지역 순으로 지출규모가 작아짐을 보이고 있다.

청소년들은 주로 저녁 때 외식을 하고 있으며, 외식 장소를 선택할 때는 맛을 주로 고려하여 선택하는 경향이다. 외식을 하는 주된 이유는 끼니 해결이며, 외식시 주요 동반인은 가족이라고 응답하는 청소년들이 과반수 이상이어서 이제 끼니 해결이 가정내의 식사를 통해서 뿐 아니라 가족끼리 외식을 선택하는 경향이 늘고 있음을 반영한다.

### (3) 패스트푸드점과 음식소비

청소년들이 패스트푸드를 먹는 주요 이유는 간편하다는 점과 맛을 들고 있으며, 가장 선호하는 패스트푸드 브랜드의 경우에는 '롯데리아'로 나타났다. 서울 강남지역을 제외한 전 지역에서 롯데리아를 가장 선호하는 것으로 나타났으며 강남지역에서는 맥도날드를 선호하는 것으로 나타났다. 청소년들은 한달 동안의 패스트푸드점 방문 빈도에 대해서 알아본 결과 청소년 10명 중 7명 이상이 적어도 1회 이상 방문하는 것을 볼 수 있다.

청소년들은 패스트푸드에 대해 먹기 편한 음식이라는 응답이 42.7%로 가장 많았고, 살찌기 쉬운 음식이라는 응답이 33.6%, 다음이 서구적인 음식, 젊은 층의 음식이라고 인식하고 있었다. 지역별로 청소년들의 패스트푸드에 대한 인식을 살펴본 결과 서울 강남지역을 제외한 전지역에서는 먹기 편한 음식이라는 인식이 가장 높게 나타난 반면, 강남지역에서는 살찌기 쉬운 음식이라는 인식이 가장 높게 나타났다. 성별에 따른 패스트푸드에 대한 인식을 살펴보면 남자 청소년들의 경우 먹기 편한 음식이라는 응답이 가장 많은 반면에 여자 청소년들은 살찌기 쉬운 음식이라는 인식이 가장 많았다. 따라서 여자 청소년들이 남자 보다 더 외모에 관심을 가지고 있음을 알 수 있다.

청소년들은 주로 TV 및 신문광고 등의 대중매체를 통해서 패스트푸드에 관한 정보를 얻으며, 한국화된 메뉴의 유무가 패스트푸드점을 찾게 하는데 그다지 큰 영향을 주지는 않으며, 할인카드나 쿠폰 등의 소지는 패스트푸드점을 찾는데 어느정도 영향 요인이 되고 있다.

#### (4) 패밀리레스토랑과 음식소비

아직까지 패밀리레스토랑에서의 음식소비는 패스트푸드점만큼 청소년들에게 보편화되지는 않은 것처럼 보여진다. 청소년들에게 올해 패밀리레스토랑에 얼마나 자주 방문하였는지에 대해 물어본 결과 전혀 가지 않았다는 응답이 64.7%로 나타났고, '1-5회'는 28.1%, '6-10회'의 경우는 4.9%, '11-20회'가 1.1%, '20회 이상'은 1.2%로 많은 차이가 나타나고 있는 것을 볼 수 있다. 반수 이상의 청소년들은 전혀 가지 않고 있는 반면에 소수의 청소년들은 20회 이상 방문하고 있음을 볼 수 있었다.

패밀리레스토랑 방문이유로는 맛 때문에 간다는 응답이 가장 많았고, 분위기와 위치, 서비스가 좋다는 이유도 들고 있다. 청소년들의 할인카드, 고객카드, 할인쿠폰 등의 소지가 패밀리레스토랑을 찾는데 영향을 주는 정도에 대해 알아보았는데 전체적으로 영향을 준다는 응답이 54.7%로 패스트푸드점 방문시 끼치는 영향도(61%)보다는 다소 낮은 비율을 보이고 있음을 알 수 있다.

#### (5) 체형 인식과 음식소비 문제 인식

청소년들은 자신의 체형에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 살펴 보았는데 전체적으로 37.1%가 보통이라고 인식하고 있었으며, 31.5%가 어느정도 살찐 편이라고 인식하고 있었고 어느정도 마른 편이라고

인식하는 청소년들이 18.5%, 아주 살찐 편이라고 인식하는 청소년들이 6.6%, 아주 마른 편이라고 인식하는 청소년들이 6.4%로 나타났다. 지역별, 교급별 차이는 나타나고 있지 않으나 성별에 따른 인식차이를 보면 어느정도 살찐 편이라는 응답과 아주 살찐 편이라는 응답에서는 여학생들이 다소 높은 비율을 보이고 있고, 어느 정도 마른 편이라는 응답과 아주 마른 편이라는 응답에서는 남학생들이 여학생에 비해 훨씬 높은 응답률을 보이고 있다. 자신이 살찐 편이라고 인식하는 청소년들은 자신이 마른 편이라고 인식하는 청소년들보다 비만 문제에 대해 훨씬 심각하게 인식하고 있음을 알 수 있었다.

#### (6) 논의

요컨대, 음식소비 실태 조사 결과 아침을 규칙적으로 먹는 청소년들은 절반정도에 지나지 않았으며, 교급이 올라갈수록 아침식사 습관이 불규칙적으로 되는 경향이었다. 이는 교급이 올라갈수록 등교시간이 빨라지며, 여유가 없다는 요인이 크게 작용하는 것이라 여겨진다. 점심은 주로 급식으로 먹는 경향으로 나타나 청소년들의 급식을 통한 균형있는 영양 섭취 방안이 시급히 마련되어야 할 것으로 보인다.

청소년들의 식품 선호도를 살펴보면, 김치나 건강식품에 대한 선호도가 대체로 높게 나타나고 있으며, 인스턴트 식품에 대한 선호도도 대체로 보통 이상으로 선호하고 있는 것으로 나타나서 인스턴트 식품의 영양 구성 및 인체에 끼치는 영향에 대한 교육이 제대로 이루어질 필요가 있음이 제기되었다.

청소년들은 음식소비의 문제점으로 음식물 쓰레기와 비만 문제를 지적하고 있었다. 따라서 음식물 쓰레기를 줄이기 위한 개선대책이 필요하며, 비만 문제와 관련하여서는 과식이나 영양 불균형, 불규칙적인 식사습관 등의 개선책이 필요하리라 보여진다. 특히 체형인식에 있어

서도 여학생들은 남학생들보다 더 살찐 편이라고 인식하는 경향이며, 그에 따라 비만문제를 더 심각하게 인식하고 있었다.

청소년들의 외식 습관을 보면 73%이상의 청소년들이 주 1회 이상의 외식을 하고 있으며, 읍면지역이나 중소도시에 비해 대도시, 서울 강북, 강남 지역 순으로 외식빈도나 비용이 증가하는 경향을 보이고 있다. 즉, 도시화의 정도가 높고, 외식업체의 분포가 많으며, 소득 및 소비수준이 높은 지역일수록 외식 빈도 및 외식 비용은 증가하는 것으로 보여진다. 외식 비용은 점심 비용보다는 저녁 비용이 많고, 저녁보다는 특별한 기념일이나 행사시의 비용을 더 많이 지출하고 있는 것으로 나타나 이제 일상 이벤트의 중요성과 외식 비용은 밀접한 상관관계가 있는 것으로 나타나고 있다.

청소년들은 주로 저녁 때 외식을 하고 있으며, 외식 장소를 선택할 때는 맛을 주로 고려하여 선택하는 경향이다. 외식을 하는 주된 이유는 끼니 해결이며, 외식시 주요 동반인은 가족이라고 응답하는 청소년들이 과반수 이상이어서 이제 가족끼리의 식사는 내에서 뿐 아니라 가정 밖에서 이루어지는 것도 보편화되는 추세이다.

청소년들 중 73.4%의 청소년들이 한 달에 1회 이상은 패스트푸드점을 찾고 있는 것으로 나타났으며, 패스트푸드는 간편해서 먹는다는 응답이 가장 많았다. 패스트푸드에 대한 인식은 대부분 먹기 편한 음식이라고 생각하는데 비해 강남지역 청소년들과 여자 청소년들은 살 찌기 쉬운 음식이라는 인식을 보이고 있다. 패스트푸드점에 대한 정보는 주로 TV나 신문광고 등을 통해 얻고 있으며, 할인쿠폰의 영향으로 패스트푸드점을 찾는 경향도 높다. 따라서 청소년들에게 패스트푸드의 영양성분에 대한 교육 뿐 아니라, 지방이나 당분 등 비만해지기 쉬운 패스트푸드에 대한 광고나 이의 소비를 유도하는 쿠폰 발행에 일정정도 제약을 가하는 정책도 필요하다고 보여진다.

패밀리레스토랑에서의 음식소비를 살펴보면 청소년들을 대상으로

보편화된 것으로 보이지는 않으며, 방문빈도 면에서 강남, 강북, 대도시, 중소도시, 읍면지역 순으로 분포되어 있음을 알 수 있다. 청소년들은 주로 맛 때문에 패밀리레스토랑을 찾는 경향이며, 과반수이상의 청소년들이 할인카드 등의 영향을 받는 것으로 조사되었다.

요컨대, 청소년들의 음식소비 실태에서 지역적 편차가 많이 드러나는 부분은 외식소비 분야라고 할 수 있겠다. 외식의 빈도나 식사비용 등에서 지역적 편차를 보이고 있으며, 선호하는 패스트푸드 브랜드 및 패밀리레스토랑 브랜드에 있어서도 지역적 편차를 보이고 있다. 성별로는 주로 자신의 체형 인식도 및 비만 문제에 여자 청소년들이 보다 민감하게 반응하고 있으며, 교급별로는 교급이 올라갈수록 아침식사가 불규칙적이고, 외식시 가족동반이 줄어드는 경향이며, 간편성을 추구하는 경향으로 나타나고 있다.

## 2) 참관 및 면담조사 분석

설문조사 결과를 통하여 청소년들의 음식 소비 실태 및 의식 특성을 개관하고 지역별, 성별, 교급별 비교를 실시하였다. 전반적으로 외식소비 부문에서의 지역별 차이가 관찰되었고, 체형인식에서는 성별 차이가, 식사습관과 외식패턴에는 교급별로 차이를 보이고 있었다. 설문조사를 통해서 식사 습관과 외식 패턴 등에 대한 개괄적인 윤곽을 파악하였다면, 참관조사를 통해서 구체적으로 청소년들이 어떠한 양상으로 음식을 소비하고 있으며, 그 양상의 지역적 차이, 나아가 계층적 차이는 어떠한 지에 대해 살펴보려고 하였다. 이와 함께 현재 보편화된 음식 문화 관행의 문제점을 지적하고 새로운 대안 음식문화를 시도하는 사례에 대해 살펴보았다.

지역별로 음식점 안에서 청소년들이 식사하는 양상을 파악한 참관 조사를 통해서 의복이나 장신구 등을 통하여 나타나는 가시적인

거리문화의 계급성이 극명하게 드러난다고는 할 수 없어 보인다. 특히 청소년기의 음식 소비 행위는 업무상 접대나 과시성 접대, 사회적 신분애 맞는 음식점 선택 등을 암묵적, 명시적으로 요구하는 성인 사회의 음식소비와는 다르다고 보여지기 때문에 청소년들끼리의 음식 소비에 있어 지역별 계층분화가 극명하게 드러난다고는 보여지지 않는다. 이는 주로 청소년들이 찾는 음식점들 위주로 참관조사를 했기 때문이라고 보여진다. 가족이나 친지 동반 외식시 지역별 사회경제적 배경별 외식장소 선택 패턴은 또 다르게 나타날 수 있기 때문이다.

한편, 패스트푸드점 음식 소비를 통해서 부분적으로 알 수 있는 점은 청소년들에게 있어 식사시간 구분이 그다지 규칙적이지 않다는 것이다. 이점은 참관과 함께 병행된 면담을 통해서도 드러나는데 청소년들의 식사시간의 특성은 배고플 때 먹는다는 점이다. 또한 청소년들의 식습관이 끼니 개념으로 규칙적으로 식사를 하기보다는 군것질 형태의 먹거리를 찾는다는 특징을 보이고 있다. 한편 분식점은 친구와의 만남이나 대화의 시간을 갖고 싶을 때 찾는다고보다는 끼니를 때우기 위하여 많이 찾는 경향으로 보여진다. 편의점이나 포장마차, 노점 등에서 식사는 친구없이 혼자서 짧은 시간 동안 허기를 채울 때 주로 찾는 것으로 보여진다. 별로 부담없이 먹을 수 있는 분량의 음식을 선택하여 음식을 먹기만하고 자리를 뜨는 경향이다.

다음으로 현대 사회를 풍미하고 있는 전반적인 음식문화에 대하여 대안 음식문화를 실천하는 사례에 대하여 파악하여 보았는데 일단 그 숫자나 사례 수가 많지 않다는 점에서 이러한 대안 문화 실천은 아직 초기 단계라고 할 수 있다. 일반적으로 청소년들은 자신의 체형 인식이나 비만 문제에는 관심이 있으면서도 균형잡힌 영양 섭취나 규칙적인 식사 습관의 필요성, 식품의 인체 유해성분 함유 정보, 유해성 정도 등에 대해서 심각하게 인식하고 있지는 않아 보였다. 또한 사회 전반적으로 음식 소비 관행에 대한 문제의식이 형성되지 못한 상태에

서 이러한 음식 소비 관행에 대한 문제제기가 지속적으로 일어나고, 새로운 대안 음식문화를 지향하는 개선 움직임이 보다 효과적으로 진행되려면 개별적 차원의 노력과 함께 제도적인 뒷받침이 뒤따라야 할 것으로 보여진다.

## 2. 정책제언

### 1) 가공식품의 영양표시 의무화 및 교육·홍보 확대

우리나라는 가공식품에 대한 영양표시가 의무화되어 있지 않아 많은 가공식품들에 영양표시가 없는 제품이 많다. 이로 인해 청소년들을 비롯한 소비자들은 자신이 선택한 가공식품의 영양가치를 제대로 인식하지 못한 채 식품을 섭취하게 된다. 이러한 현상은 청소년들이 인스턴트 식품과 가공식품을 선호하게 하는 한 요인으로 작용하게 된다. 본 연구의 조사결과에 따르면 청소년의 92.8%가 인스턴트 식품에 대하여 보통이상의 선호도를 보이고 있다. 이처럼 청소년들은 인스턴트나 가공식품의 인체 유해성분에 대해 거의 의식하지 않고 있는 것으로 보여진다.

영양표시와 관련하여 더 문제가 되는 것은 청소년들이 영양표시에 대해 잘 알고 있지 못하다는 것이다. 영양표시의 활용방법에 대한 지식의 부족으로 청소년들은 가공식품이나 패스트푸드의 선택에 있어 영양적 가치를 비교하여 선택하기보다는 맛을 위주로 선택하게 된다.

모든 가공식품에 대해 영양표시를 의무화하고 식품선택에 있어 이러한 영양표시를 활용할 수 있도록 하는 교육을 실시하여 청소년들이 가공식품을 영양적 차원에서 선별할 수 있도록 하여야 한다(이경애, 2003, 9, 15 자문).

#### (1) 학교에서의 관련 교육 강화

##### ① 교육내용 및 교육방식의 개선

청소년들이 올바른 영양지식을 가지고 바른 영양태도를 가지기 위해 무엇보다 중요한 것은 학교교육을 통한 영양교육이 보다 체계적

이고 실제적으로 이루어져야 한다. 이를 위해서는 지금까지와 같은 지식위주의 영양교육이 아닌 실생활에 적용될 수 있는 교육내용과 방법으로 운영되어야 한다. 체계적이고 실천적인 영양교육으로 청소년들이 체중에 대한 바람직한 인식을 갖게 하고 바른 식습관과 식사행동을 가지도록 해야 할 것이다. 이를 위한 방법으로 활동중심, 학생 참여적 교육방법 실시하여야 한다. 예컨대, 토론, 식품광고 모니터링, 행동점검표를 통한 평소의 생활 습관의 문제점 분석, 평상시 식단과 식행동의 문제점 분석 등을 시도해 볼 만하다(이경애, 2003, 9, 15 자문).

## ② 관련교과목을 통한 교육 강화 확대

현 제 7차 교육과정에서 실과는 5, 6학년 주당 2시간으로 배정되어 있다. 이는 실과교과목의 내용이 1, 2학년 통합교과 이후 3, 4학년의 공백기간을 가진다는 것이며 이는 중요한 식습관 형성시기에 아동들을 대상으로 한 바른 식품섭취의 교육이 이루어지지 못하게 됨을 의미한다. 따라서 3, 4학년까지 실과교과목이 확대 운영되어야 한다.

또한 좀 더 심화된 내용으로서 단순한 지식의 습득 차원이 아닌 실제 생활에의 적용력을 키울 수 있는 교육이 되기 위해서는 현 교육과정상의 가정·기술(실과)의 이수시간은 매우 부족하다고 할 수 있다. 따라서 중·고등학교에서의 가정·기술(실과) 이수시간이 현 교육과정정보다는 확대되어야 한다(이경애, 2003, 9, 15 자문).

## ③ 재량 시간 활용한 영양교육 및 건강한 음식 소비 교육 강화

정규교과 시간 외에도 재량시간, 특별활동(동아리 활동)과 연계한 식생활 체험 프로그램 등을 운영할 필요가 있다. 예컨대, 건강을 위한 식단 꾸미기 활동, 소비자 영양교육 실시(영양표시 활용 및 식품광고 모니터링 등), 영양일기 쓰기 등의 교육을 강화시켜야 한다. 학교나 시설 내에 관련 전문가가 없을 경우 시민단체나 관련 전문가를 외부에

서 초빙하여 실시하는 것도 권장할만 하다. 예컨대, 환경정의시민연대의 다음을 지키는 사람들 모임은 초등학교 및 중학교의 재량 활동 시간을 통해 청소년들에게 안전한 먹거리에 대한 교육을 실시하고 있다. 특히 식습관의 형성기에 있는 청소년들에게 먹거리를 제대로 선택하고 식품에 어떠한 유해성분이 들어있는지를 교육하는 것은 매우 중요한 일이라고 보여진다(신권화정, 2003, 9, 15 자문).

## (2) 학교 밖에서의 관련 활동 강화

학교 내에서의 활동 뿐 아니라 학교 밖에서는 학부모와 지역사회, 청소년 수련시설 등을 통해 청소년들로 하여금 영양교육과 먹거리에 대한 교육을 강화해야 할 것이다.

먼저 청소년 시설이나 동아리 활동을 통해 다양한 프로그램들을 구상해 볼 수 있다.

### 가. 비만교실(영양교실) 프로그램

나. 우리 음식 체험활동(김치 만들기, 3첩반상 차리기, 나물 만들기 등)

- 건강 측면에서의 우리 음식의 우수성 인식

다. 세계음식 체험활동: 세계음식과 우리음식의 비교를 통한 우리 음식의 우수성 인식

라. ‘가공식품의 실체(공정과정, 첨가물, 식품성분, 영양소) 알아보기’ 프로그램:

- 식품공장 방문하기(공장과정 중 지방과 나트륨의 사용정도와 이유를 알게 되어 식품선택 시 이를 고려하게 됨)
- 영양표시 비교하기
- 식품광고 모니터링

이러한 활동을 통하여 가공식품의 공정과정, 첨가물, 식품성분, 영양소량을 제대로 알고 이를 자신의 식생활에 적용할 수 있도록 한다.

### (3) 학부모 참여(가정과 연계)

청소년들의 음식 섭취 및 영양에 관한 습관은 가정의 생활 습관과 밀접한 관련을 맺고 있기 때문에 학부모들의 의식 전환 및 적극적인 개입이 필요하다고 보여진다. 따라서 학부모를 대상으로 한 영양 교육 및 학부모들이 직접 체험해보는 프로그램을 실시하여 가정에서 자녀와 함께 일상생활 속에서 실천하도록 유도하여야 한다.

#### ① 학부모를 대상으로 한 영양교육실시

- 교육내용: 균형식의 의미와 적용방법(식품구성탐의 활용방법)  
가공식품의 올바른 사용(영양표시 등)  
우리 전통음식의 우수성  
식품 섭취와 건강과의 관계  
다양한 조리법의 중요성과 실제

#### ② 학교에서 부모와 함께 하는 프로그램

- 우리 음식 체험활동(학교에서)
- 규칙적인 식사 습관 만들기

#### ③ 가정에서 부모와 함께 하는 활동

- 우리집 냉장고 검사하기: 일주일 동안 학부모와 함께 하루하루 가정의 냉장고에 있는 식품을 식품구성탐에 넣어본 후 이를 분석하여 자기 가정의 식습관을 부모와 함께 반성해본다.
- 영양표시 생활화: 가공식품을 구매할 때마다 가공식품의 영양

표시를 검토하여 이를 기록한다.

- 균형식 실천하기: 한달 간 매일 먹은 저녁식사의 식단을 식품 구성탐에 넣어 봄으로써 가정의 식사를 분석하고 매끼 식사를 식품구성탐에 넣어보는 것을 생활화하여 균형식을 생활화한다.

#### (4) 지역사회 연계: 보건소나 교육청

지역의 보건소나 교육청에서도 영양 교육 및 바른 식생활 실천을 위한 프로그램을 운영할 필요가 있다. 특히 지역성을 살리고, 지역의 농산물을 애용하며, 지역의 전통음식을 새롭게 인식함으로써 미각의 표준화 및 획일화를 지양하고, 다양한 먹거리를 실천하는 계기가 될 수 있도록 한다.

- 영양교실(비만교실) 운영
- '우리 고장 고유 음식 탐색' 프로그램 운영
- 영양교육 사이트를 통한 청소년들의 식생활과 건강상의 문제 상담(이경애, 2003, 9, 15 자문).

## 2) 다양한 영양교육 자료 및 올바른 체형인식 사이트의 개발

최근 청소년들은 체형과 외양에 대한 관심이 증가하고 있으며 사회적으로 마른 체형을 선망하는 경향이 있어 청소년들은 체형에 대해 잘못된 인식(마를수록 더 아름답다)을 가지고 있다. 또한 정상체중에 대한 기준도 잘 모르고 방송의 영향으로 연예인이나 모델의 신체 형태를 자신의 외모 기준으로 설정하고 있다. 따라서 체중조절도 건강보다는 외적인 것(외모, 체형) 때문에 하고 있다. 이러한 체형에 대한 왜

곡된 인식은 결식 등의 음식 소비 경향으로 나타나 또 다른 영양문제를 야기시키고 있다.

청소년들은 영양에 대해 단편적인 지식을 가지거나 전반적으로 영양지식이 부족하며 잘못된 영양정보를 가지고 있다. 이는 학교교육에서의 영양교육의 문제가 있음을 의미한다. 우리나라 학교교육에서의 영양교육은 주로 교육내용이 지식 위주이며 실제적인 활용교육이 되지 못하고 있으며 그것도 입시위주의 교육풍토에서 편법 운영되어 제대로 된 교육이 이루어지지 않고 있다.

또한 청소년을 위한 식생활교육 자료나 사이트가 부족하여 학교교육에서 미처 습득하지 못한 지식이나 정보를 얻을 만한 통로를 통하여 얻기 힘들었던 점도 청소년들이 올바른 음식 소비문화를 가지 못하게 된 요인 중의 하나이다.

최근 식품산업의 발달로 가공식품의 종류와 수가 기하 급수적으로 늘어가고 있으며 매스미디어를 통한 이들 식품의 광고도 많이 이루어지고 있다. 이미 알려진 바와 같이 매스미디어가 현대인의 생활에 막대한 영향을 미치고 있음에도 불구하고 아직까지 우리의 학교교육에서는 매스미디어에서 제공되는 정보를 선별할 수 있는 능력을 갖추 수 있도록 하는 내용이 충분히 지도되고 있지 않다. 따라서 실제로 매스미디어를 통한 이들 식품 광고는 영양적 가치보다는 맛 위주로 이루어지고 있음에도 불구하고, 청소년들 자신은 이를 올바로 인식할 수 있는 영양지식이 부족하고 건강한 식생활을 위한 적절한 식품의 선별 능력도 제대로 갖추고 있지 못한 실정이다. 청소년들은 가공식품의 선택에 있어 광고에서 제시하는 바와 같이 영양보다는 주로 맛(기호)을 위주로 하고 있다.

우리나라는 영양학에 대한 전문서적은 많으나 실제 식생활에 적용할 수 있는 초·중·고등학교 용 영양교육 자료는 매우 부족하다(교과서를 제외하고는 거의 전무하다). 또한 청소년들이 믿고 참고할 만

한 영양교육 사이트도 매우 부족한 실정이다. 다양한 교육자료와 영양교육 사이트는 청소년들로 하여금 학교교육을 통해서만이 아니라 스스로 학습할 수 있는 환경을 조성하게 한다. 따라서 국가차원에서 다양한 영양교육자료 및 사이트 개발로 청소년들에게 풍부한 영양교육 환경을 조성해 주어야 한다. 특히 영양교육 사이트는 현재 청소년들의 인터넷 사용 경향으로 보아 많은 효과를 거둘 수 있으나 연구에 따르면 청소년들은 믿을 만한 사이트를 찾지 못하고 있다. 따라서 '청소년을 위한 성교육교실' '청소년 예절교실', '청소년 경제교실', '청소년 기상교실' '청소년 세금교실'과 같이 교육기관이나 행정기관(교육부, 보건복지부, 교육청 등)차원에서 '청소년 영양교실' 사이트를 개발하여 풍부하고 신뢰로운 정보제공과 상담기능(역할)을 담당하여야 할 것이다(이경애, 2003, 9, 15 자문).

### 3) 균형잡힌 음식 섭취 권장

#### (1) 학교 급식을 통한 균형있는 음식 섭취

본 연구의 설문조사 결과에 따르면 청소년들의 95.3%가 점심식사를 급식으로 해결하는 것으로 나타났다. 그러나 초등학교를 제외한 많은 중·고등학교에서는 학교급식을 위탁급식으로 운영하고 있으며 위탁급식으로 운영되고 있는 학교급식을 받는 청소년들의 학교급식 음식에 대한 만족도는 비교적 높지 않다. 따라서 청소년들은 급식음식의 섭취를 소홀히 하고 있으며 이는 인스턴트 식품이나 패스트푸드 등에 의한 간식의 섭취 비중을 높이는 요인으로 작용하고 있다.

학교급식의 질을 향상시켜 대부분의 청소년들이 급식음식에 대해 만족하게 됨으로써 영양사에 의해 관리되는 급식식단과 급식음식에 대한 신뢰도를 높이고 학교급식이 청소년들의 올바른 음식문화 형성

의 장이 되도록 하여야 한다. 이를 위해서는 학교급식 질 관리를 위한 체계적인 체제를 마련하고 이를 관리·감독할 수 있는 실제적인(형식적이 아닌) 기구가 설치되어야 한다.

우리나라 청소년들은 생활 패턴 상 아침 결식이 많다. (본 연구의 조사에 따르면 교급이 올라갈수록 아침 결식이나 불규칙성이 증가하고 있는 것으로 나타나고 있다.) 또한 조사에 따르면 고등학교 아침 급식의 요구도 높다. 따라서 외국의 경우에서와 같이 학교 아침급식 프로그램의 도입도 고려해 볼 필요가 있다고 생각된다(이경애, 2003, 9, 15 자문).

나아가 급식에 사용되는 음식재료로 가급적 유기농 식단을 제공하도록 하고, 급식 관리에 학부모가 참여할 수 있는 방식도 고려해 보아야 한다(신권하정, 2003, 9, 15 자문).

## (2) 일상생활에서의 식습관 개선

청소년들의 식습관은 배고플 때 아무거나 때우면 된다는 방식으로 형성되어진 경우가 많다. 아침, 점심, 저녁의 개념보다는 끼니의 간식화, 군것질화 경향이 많이 나타나고 있다. 그에 따라 군것질 및 간식 거리에 다량 함유된, 설탕, 소금, 지방의 섭취량이 지나치게 많아지게 된다. 김종덕(2003)에 따르면, 청소년들이 줄여야 할 세가지 성분으로 설탕, 소금, 지방을 들고 있다.

설탕을 과잉 섭취했을 때 비만해지기 쉽고, 상대적으로 식이섬유 섭취량이 줄게 되며, 혈당 조절이 어려운 환자의 혈당을 급작스럽게 증가시키는 등 매우 좋지 않은 영향을 미친다. 콜라에는 13%의 설탕이 들어 있고, 아이스크림에는 20-30%의 설탕이, 과자에는 15-30%의 설탕이, 케첩에는 27%의 설탕이 들어 있다. 무가당이라고 해서 전혀 설탕이 들어 있지 않은 것이 아니며, 액상과당이나 액상포도당 등이

들어 있으며, 모든 당질 식품은 섭취된 후 소화기에서 포도당과 과당의 형태로 분해되어 흡수된다. 무가당 식품에 사용되고 있는 포도당과 과당은 어떤 소화효소의 도움도 받지 않고 설탕보다 더 빠르게 흡수되는 단순당질이며 함유열량도 많다. 그러므로 소비자들은 식품성분 표시를 읽고 판단하는 기준과 습관을 가져야 한다(김종덕, 2003).

두 번째로 소금의 섭취량을 줄이는 것이다. 우리 몸의 기능을 조절하는데 필요한 최소한의 소금량은 5그램 정도이다. 청소년들의 주요 간식이 라면 한 봉지에는 약 5그램 정도의 소금이 들어있다. 라면 한 봉지 외에 다른 음식물도 먹는다고 생각하면 염분을 과량 섭취하게 된다. 소금의 40%는 나트륨인데 나트륨의 과잉 섭취는 고혈압의 원인으로 작용하고 몸을 붓게 만든다. 화학조미료도 나트륨 함유량이 12%나 되기 때문에 피하는 것이 바람직하다. 특히 패스트푸드점의 치킨이나 감자튀김, 햄버거는 간이 아주 짜게 되어 있으며, 일반 식당에서 사먹게 되는 국물도 짜게 되어 있는 경우가 많다. 따라서 일주일에 한두 번 정도 국물이나 국 없는 날로 정하는 것도 바람직하며 국없는 날로 정하는 것도 바람직하다(김종덕, 2003).

세 번째는 지방을 줄이는 식생활이다. 현재의 먹거리는 과거와는 다르게 육식으로 구성된 것들이 많으며, 육식으로 올려지는 고기들도 과거처럼 방목되어 자란 것이 아닌 사육이나 수입된 것들이 대부분이다. 운동량이 부족한 사육 환경 속에서 자란 동물들은 지방 함유량이 매우 높다. 더욱이 공해 등에 노출되어 있고, 성장 호르몬까지 맞고 자란 소들의 지방 함유량은 기존 소에 비해 7배 이상이라고 한다. 또한 동물성 지방 섭취와 함께 식물성 지방의 과잉 섭취도 문제가 된다고 한다. 식물성 기름 또한 공기 중의 산소와 만나 산화되면서 발암물질을 유발할 수 있고 어떤 기름이든 자주 먹다 보면 기호 자체가 변화할 수 있다. 그에 따라 자주 기름에 튀긴 음식을 찾게 되고 기름을 통한 칼로리 섭취량이 늘어나게 된다. 지방의 과잉섭취는 비만, 심장병,

고혈압, 각종 암 등이 발병하는 요인으로 작용하게 된다. 비장섭취를 줄이기 위해서는 육류의 섭취를 줄이고 기름에 튀기거나 볶은 음식을 자제하며, 필요 이상의 지방이 만들어지지 않도록 열량의 섭취를 제한하는 것이 좋다. 그리고 몸에 필요한 지방은 땅콩, 호두, 잣, 호박씨, 해바라기씨등 신선한 견과류와 씨앗류를 통해 섭취하는 것이 바람직하다(김종덕, 2003). 결국, 일상생활에서 쉽게 접하는 음식물 구성에서 가급적 당분, 지방, 염분의 섭취를 줄일 수 있는 식사를 하도록 해야 한다.

#### 4) 음식물쓰레기 줄이기 실천

청소년들이 음식소비와 관련하여 가장 큰 문제점으로 들고 있는 것이 음식물 쓰레기 문제였다. 그에 따라 음식물 쓰레기를 줄이는 방법에 대해 구체적으로 모색해야 할 것이다. 이는 가정, 학교급식, 외식 등 다양한 곳에서 식사시 실천할 수 있도록 모색되어야 한다.

음식물 쓰레기는 가정에서 배출하는 음식물 쓰레기와 음식점, 단체 급식소, 농수산물유통시장 등에서 발생하는 음식물 쓰레기로 나눌 수 있다. 발생실태를 배출원별로 보면 일반가정에서 53%, 음식점·단체급식소·농수산물유통시장 등에서 47%가 발생하고 있다. 그러나 1인당 발생량으로 보면 음식점에서 1인당 2.3kg/일이 발생하여 가정의 1인당 0.3kg/일의 약 8배나 된다. 종류별로는 채소류가 46%, 곡류가 22%, 어육류가 16%, 과일류가 16%를 차지하고 있는 것으로 파악되고 있다.

앞으로 음식물 쓰레기 발생량의 감소 추세는 음식물 쓰레기를 줄이기 위한 새로운 정책개발과 국민들의 식생활개선을 위한 노력의 정도에 달려 있다 보여진다. 배출원별로는 외식문화의 보편화와 유통산업의 발전과 함께 가정보다는 음식점이나 유통업소에서 발생하는 비

율이 증가할 것으로 전망되고 있다.

가정에서 음식물 쓰레기가 발생하는 원인을 조사한 결과 39.2%가 야채를 집에서 다듬기 때문, 24.7%가 보관 중 상해서, 23.7%가 실제 먹는 양보다 많이 차리는 습관 때문, 11.3%가 포장단위가 크기 때문이라고 조사되다. 음식을 취급하는 단계별로 보면 음식 준비 단계에서 버려지는 부분이 54.6%, 조리 후 남은 음식으로 버려지는 부분이 45.4%로 파악되었다. 그러므로 각 가정에서 음식 준비 단계에서 발생하는 쓰레기의 양을 줄이기 위해서는 과도한 상처림을 자제하고 냉장고에서 버려지는 양을 줄이기 위한 실천을 해야 할 것이다.

음식점의 음식물 쓰레기 발생원인을 보면 음식점에서는 음식업주의 70% 가량이 소비자들이 꾸집한 상처림을 선호하고 적정량 이상으로 주문하기 때문이라고 지적한 반면, 소비자들은 52% 가량은 음식점에서 제공하는 양이 많기 때문이라고 조사되었다. 또 음식을 취급하는 단계별로 음식물 쓰레기 구성비율을 조사한 결과 업종별로 약간 차이는 있으나 조리 이후에 발생하는 양이 60%를 차지하고 있다. 조리 후 발생하는 음식물 쓰레기는 조리에 들어간 정성과 돈이 버려질 뿐만 아니라 이 쓰레기들은 염분, 기름기 등이 많아 처리하는 데에도 어려움이 많다. 그러나 음식점주와 소비자가 각각 상대방에게 더 큰 책임을 지우고 있어 음식점주와 소비자 모두가 함께 실천할 수 있는 실천수칙이 필요하다고 지적된다.

한편 단체급식소에서 음식물 쓰레기 발생량을 줄이는데 가장 큰 걸림들은 급식 인원을 예측하기 어렵기 때문이라고 한다. 보통 1인당 음식물 쓰레기 발생량은 가정이나 음식점보다는 낮지만 음식 준비 단계에서 발생하는 쓰레기량이 50% 이상을 차지하는 것으로 조사되었다. 따라서 단체급식소에서는 음식 준비 단계에서 발생하는 쓰레기의 양을 줄이기 위한 방법과 급식인원을 정확히 예측하는 방안을 마련해야 할 것이다. 특히 중, 고등학생들의 경우 점심 식사를 학교 급식을

통해 해결하는 경우가 대부분이기 때문에 청소년들의 잔반을 가급적 줄이는 방안이 마련되어야 할 것이다.

환경부에서는 가정, 음식점, 급식소에서 음식물 쓰레기를 줄이기 위해 실천해야 할 생활실천수칙을 만들었다. 또 음식점에서 발생하는 쓰레기를 감량하기 위하여 음식업 단체와 지방자치단체 간의 자율적 협약을 추진하고 있다. 모범음식점, 환경사랑음식점, 관광식당 등 음식점을 대상으로 한 지정제도를 통합하여 모범환경음식점을 지정하여 운영하고 그 지원을 강화하고 있다(<http://cice.kfem.or.kr/cgi/searchlast.cgi?User=guest&Table=all&Class=all&rt=epds&Id=1699&Cnt=370&Page=12&File=1030704163210.dat>, 환경부 자료).

이러한 노력에 발맞추어 청소년들도 음식물 쓰레기에 대한 인식을 더욱 강화하고 실천할 수 있어야 하겠다. 먼저, 학교 급식에서의 잔반량을 가급적 줄이고, 가정에서는 지나치게 많은 음식물을 차려내는 것을 자제하도록 부모와 함께 실천해야 할 것이다. 예컨대, 학교 과제로 부모와 함께 하는 우리집 음식물 쓰레기 분량을 그래프로 그려보는 활동, 우리집 반찬 목록 체크하기 등을 내주어 부모와 자녀가 함께 실천할 수 있도록 하는 방법도 모색해야 한다. 또한 학교 급식을 하면서도 매일 자기의 잔반량을 체크하여 그래프를 그리는 활동도 권장할 만하다.

#### 5) 환경을 생각하는 음식 소비하기

일상생활에서의 음식소비를 친환경적으로 점차 바꾸어야 할 필요가 증가하고 있다. 음식물 쓰레기를 줄이는 실천 외에도 음식소비와 관련된 제반 행위들, 예컨대, 음식물을 담은 1회용 용기의 사용, 음식물을 씻는 세제의 사용, 전자레인지의 사용, 식품의 맛을 내기 위한 조미료 사용, 설거지 세제 사용 등 음식 소비는 환경을 오염하는 일련의

행위들을 수반한다. 당장의 편리함을 위한 행위들이 쌓이다 보면 장기적으로 환경 파괴를 초래하게 되는 것이다. 궁극적으로 다음 세대의 삶을 생각하고 지구 환경을 보호하기 위해 화학물질 소비를 줄이는 일에 적극 나서야 한다.

이를 생활 속에서 실천하기 위해 소비를 자제해야 할 구체적인 품목에 대한 정보를 상세히 제공해서 소비자의 소비패턴에 큰 변화를 가져다 줄 수 있어야 소비자의 참여를 통한 환경혁명을 실현시킬 수 있을 것이다.

또한 가급적이면 친환경적인 농업 생산물을 구입하는 것이 바람직하다. 농업에서 화학농약의 의존을 벗어난다는 것이 쉽지 않은 일이다. 하지만 환경친화적인 여러 농법이 소개되고, 선진국에서는 친환경적인 미생물 농약이 이미 개발되어 시장점유율을 높여 나가고 있으며, 우리나라 소비자의 의식변화도 빠르게 이루어지고 있는 만큼 이제는 농민들도 내 땅을 지키기 위해, 또 우리 후손에게 화학물질의 위협이라는 멍에를 지워주지 않기 위해 이제는 친환경적인 소비자와 손을 잡고 친환경적인 농법을 더 개발해야 할 것이다. 소비자는 유기농산물을 구입하는 일이 이 땅을 화학물질의 재앙으로부터 구하는 환경실천 활동으로 인식해야 한다. 지구를 위한 시민행동이라는 시민단체에서 제안한 지구를 위한 식사 10계명은 지구를 살리기 위한 식생활의 중요성을 강조한 것으로 소비자들이 이를 더욱 확산시켜야 한다. 지구를 위한 식사 10계명을 소개하면 다음과 같다;

- ① 육식보다는 채식위주의 식사를 한다
- ② 제철 음식을 먹는다
- ③ 음식을 조리할 때 에너지를 절약한다
- ④ 식품첨가물이 함유된 인스턴트식품을 자제한다
- ⑤ 수입식품, 유전자조작식품 대신 우리농산물을 구입한다

- ⑥ 외식을 줄이고 도시락을 준비한다
- ⑦ 쓰레기를 줄이는 식사를 한다
- ⑧ 멸종위기 동물을 이용한 보신음식을 먹지 않는다
- ⑨ 과식하거나 과음하지 않는다
- ⑩ 하루에 한끼정도는 온 가족이 함께 식사를 한다

식탁에 오르는 먹거리가 환경호르몬과 다이옥신 등 유해물질에 노출되는 것을 피하려면, 유해물질노출을 가져오는 제품의 소비를 줄 일밖에 없다. 이러한 소비패턴의 변화에 있어 중요한 것은 소비자들이 스스로 삶의 가치관을 바꾸는 것, 생활 및 소비 습관을 바꾸는 것이다 (<http://cice.kfem.or.kr/cgi/last.cgi?table=epds&class=식품오염&id=2030&cnt=65&page=2&user=guest>, 임중한, 식탁을 위협하는 먹거리와 우리의 건강).

청소년들의 수련활동 및 체험활동, 동아리 활동을 통해 친환경 농촌 체험을 하게 하고 화학 농약이 인체에 축적되면 일어날 수 있는 질병에 대해서 교육하도록 한다. 그에 따라 크기가 크고, 보기 좋고 인공으로 가미한 농산물보다는 다소 보기가 싫고 작고 맛이 없어도 친환경적인 생산물을 구입하는 실천을 하도록 한다. 비록 현재 유기농 생산물이 가격이 다소 비싸다는 단점이 있고 구하기 쉽지 않지만 농산물에 대한 태도가 바뀔으로써 대부분의 생산자들의 농약 사용량도 줄여갈 수 있을 것이라 보여진다.

## 6) 외식의 폐해 인식하기

본 연구의 조사 결과에서 보여지듯이 청소년들의 대부분은(73%정도) 일주일에 1회 이상 외식을 하는 것으로 나타났다. 이제는 외식이 특별한 이벤트가 아니라 보편화되어 끼니를 때우기 위해 집에서 밥을

먹기보다는 외식을 하는 경향이 많이 나타나고 있다.

1970년대 중반이후 소득수준이 향상되어 겉으로 보기에는 식생활의 질도 높아졌다. 이 때부터 육류 소비경향이 두드러지면서 이와 동시에 외식사업이 번창하게 되었다. 도시화와 산업화 과정에서 핵가족제도가 일반화되면서 각 가정마다 음식 맛이 이어지지 않아 옛맛에 대한 향수를 외식으로 달래기도 했으며, 일손만 놀리던 주부가 대화에 참여하게 되면서부터 외식의 기회는 더욱 많아졌다. 또 주부들의 사회참여로 절대 노동시간의 부족에다 편리함을 추구하며, 현재를 즐기고자 하는 현대인의 의식구조도 외식산업 번창에 한몫을 했다.

하지만 외식의 편리함과 맛 이면에는 그 대가가 따른다. 원료 자체는 접어두더라도 여러 가지 문제가 있다. 원료를 대량 구입해서 오히려 쌀 것 같으나 음식값 외에 그 식당 집세와 내부 인테리어 비용, 이윤까지 고스란히 소비자 몫이어서 비용이 비싸다. 또 엄청난 양의 쓰레기를 내놓는다. 먹고 남은 음식은 다음에 다시 먹는 가정에서와는 달리 고스란히 쓰레기통에 버려진다. 단 몇분 사용하고 버려지는 패스트푸드점의 일회용품 또한 심각한 양이다.

그리고 비위생적으로 처리된다. 음식 재료나 요리가 담겨진 그릇의 세척과정도 불완전하다. 대개 그릇 자체가 아직도 메라민 용기여서 그릇에 있는 독성물질이 음식에 배어나온다. 설거지할 때 청결히 제거되지 않은 합성세제가 그대로 입으로 들어간다. 합성세제의 독성은 수세미로 네 번 이상 잘 행구어야 그릇에 남지 않는다고 한다(<http://ecoi.eco.or.kr/서형숙>). 따라서 가급적 외식을 줄이는 생활 습관을 기를 필요가 있다. 이러한 생활 실천을 위해 일주일이나 한달 단위로 가정 및 친구들과의 외식 빈도 그래프를 만들어 비교하거나, 외식을 할 기회가 있으면, 간단하게 각 가정에서 만든 음식을 가지고 모여서 식사를 하는 풍토를 만들어 나가는 것도 권장할 만 하다.

## 참고문헌

- 강다원(2000). 패스트푸드 산업의 마케팅 전략과 현지화 추구에 관한 연구: 프랑스에서의 맥도날드 정착을 중심으로. 외식경영연구, 제 3권 제 2호, pp. 5-23.
- 구정화(1998). 청소년의 현시적 소비에 관한 연구. 사회와 교육, 제 26집.
- 권두승·조아미(1998). 청소년의 섭식행동 및 태도. 청소년 세계의 이해(pp. 209-233). 서울: 문음사.
- 권미화·이기춘(1998). 청소년소비자의 소비가치와 관련요인. 대한가정학회지, 제 36권 제 8호, pp. 141-158.
- 권미화·이기춘(2000a). 청소년소비자의 소비가치에 따른 집단간 차이에 관한 연구. 청소년학연구, 제 7권 제 1호, pp. 169-193.
- 권미화·이기춘(2000b). 청소년소비자의 소비행동의 합리성에 영향을 미치는 요인. 한국가정관리학회지, 제 18권 제 2호, pp. 175-190.
- 그랜트 매크레켄, 이상률 옮김(1996). 문화와 소비. 서울: 문예출판사.
- 길은배·문지연(1999). 청소년과 소비생활. 문화관광부·한국청소년개발원.
- 김광익(1994). 음식의 생산과 문화의 소비. 한국문화인류학, 제 26권, pp. 7-50.
- 김인숙·백선희·이연자(1998). 경기도 지역 청소년의 소비생활 실태에 관한 연구: 용돈 사용을 중심으로. 한국생활과학회지(충주가정학회지), 제 7권 제 2호, pp. 35-47.
- 김종덕(2003). 슬로푸드·슬로라이프. 서울: 한문화.
- 김종덕·강신표(2002). 슬로우푸드 운동과 한국의 전통문화. 인류학과 대중문화 문화산업. 제34차 한국문화인류학회 전국대회 자료

- 집(pp. 51-70).
- 김종덕(2001). 현대음식문화의 반성과 슬로푸드 운동. 환경과 생명, 2001년 겨울호, pp. 48-61.
- 김희선 · 정진은(2001). 서울시내 대학생의 외식행동에 관한 조사연구. 한국식생활문화학회지, 제 16권 제 2호, pp. 147-157.
- 나정기(1998). 외식산업 성장배경에 관한 소고. 관광경영학연구, 제 3권. pp. 115-138.
- 남외자 · 박현진(2002). 패밀리레스토랑 브랜드별 선택속성 차이분석. 외식경영연구, 제 5권 제 3호, pp. 91-108.
- 노희경(1999). 남녀 대학생의 음식선택기준과 외식행동. 한국식생활문화학회지, 제 14권 제 3호, pp. 241-249.
- 대흥기획 마케팅전략연구소(1999). 한국사람들: 소비행동 및 라이프 스타일 변화 10대편 · 20대 미혼편.
- 마이크 페더스톤, 정숙경 옮김(1999). 포스트모더니즘과 소비문화. 현대미술사.
- 문화관광부(2002). 청소년백서. 서울: 문화관광부.
- 박경곤 · 조경숙(2002). 한국외식산업 분류에 대한 소고. 외식경영연구, 제 5권 제 3호, pp. 221-231.
- 박명윤(1992). 청소년의 식생활 양상. 한국청소년연구, 제 3권 제 2호.
- 박주원 · 안숙자(2001). 한국인의 연령 · 성별에 따른 외식행동 비교. 한국식생활문화학회지, 제 16권 제 4호, pp. 276-295.
- 박철 · 전재균(2001). 패스트푸드 소비자들의 이용실태와 만족도에 관한 연구: 부산 지역 주요 업체를 중심으로. 외식경영연구, 제 4권 제 2호, pp. 73-90.
- 베블렌, 톨스타인, 정수영 옮김(1983). 유한계급론. 서울: 동녘.
- 보드리야르, 이상률 옮김(1992). 소비의 사회. 서울: 문예출판사.
- 삼성경제연구소(2003). 한국 음식의 상품화 · 국제화 전략. 서울: 삼성

## 경제연구소

- 서순옥(2000). 중학생들의 영양 섭취 실태 조사: 부속중학교 학생들을 중심으로. 서울사대부속중학교육논문집, 제 21집, pp. 149-176.
- 서정희·홍순명(2001). 식사 평가기준 유형으로 본 음식소비문화. 대한영양사회 학술지, 제 7권 제 2호, pp. 144-152.
- 송병춘(1998). 서울지역 대학생의 외식행동과 식품기호를 통해 본 식생활 양상. 건국자연과학연구지, 제 9집 제 2권, pp. 269-280.
- 송순영(1998). 신세대 소비행태에 관한 연구. 서울: 한국소비자보호원.
- 신애숙·노승배(2000). 부산지역 대학생들의 패스트푸드점 이용 실태에 관한 연구. 한국식생활문화학회지, 제 15권 제 4호, pp. 287-293.
- 신재영·홍석환(2000). 외식소비에 관한 연구: X세대를 중심으로. 호텔관광연구, 제 2권 제 1호, pp. 151-179.
- 심영·오수경(1998). 소비에 대한 청소년의 의식과 행동. 한국생활과학회지, 제 7권 제 2호, pp. 23-34.
- 안드레이 브라운 저, 배인섭 역(2002). 소비에 중독된 아이들. 서울: 미래의창
- 안승철·신남경(1999). 중·고등학교의 소비자교육 실태에 관한 조사 분석: 청소년 소비자 의식을 중심으로. 영남대학교 자원문제연구논문집, 제 18권 제 1호, pp. 26-38.
- 양위주·박희정(2000). 패스트푸드점 선택속성과 이용행태간의 관계에 관한 연구. 관광·레저 연구, 제 12권 제 2호, pp. 107-121.
- 양일선·이진미·차진아·한재정(1996). 서울지역 고등학생들의 외식 서비스 특성에 대한 중요 인지도와 수행만족도 비교. 한국식생활문화학회지, 제 11권 제 5호, pp. 663-672.
- 오명석(2003). 문화로 풀어보는 경제. 처음 만나는 문화인류학(pp. 138-156). 서울: 일조각.

- 유동주(1999). 음식문화를 통해 본 여성의 정체: 광고와 일상생활 분석을 중심으로. 한국방송학보, 제 12권, pp. 181-218.
- 유두련 · 박금순 · 김수영 · 김향희 · 이선주(2000). 대구 · 경북지역 대학생의 패스트푸드점 이용과 영향 요인에 관한 연구. 대한가정학회지, 제 38권 제 2호, pp. 1-14.
- 이기열(1991). 청소년의 영양. 한국청소년연구, 제 2권 제 1호.
- 이진아(2001). 자본주의 세계화와 현대 음식문화. 환경과 생명, 2001년 겨울호, pp. 83-98.
- 이철현 · 김병률(2000). 외식산업의 발전과 농업의 대응방안. 한국농촌경제연구원.
- 임성희(1994). 90년대 새로운 소비주의문화의 성격 : 홍대앞 문화 사례 분석. 서울대학교 석사학위논문.
- 정진희 · 김선희(2001). 서울시내 고등학생의 식행동과 패스트푸드 소비실태. 대한가정학회지, 제 39권 제 10호, pp. 111-124.
- 조은(2000). 청소년 언더문화 현장 연구: 문화 소비자(prosumer)로서 청소년. 서울: 한국간행물윤리위원회.
- 조지 리처 저, 김종덕 역(2002). 맥도날드 그리고 맥도날드화. 서울: 시유시.
- 즈가와라 아키코 저, 임종삼 역(2002). 이런 음식이 비행청소년을 만든다. 서울: 건강다이제스트사.
- 최원기 · 김창남 · 전경숙(2000). 청소년 문화감수성 함양을 위한 정책적 대안 연구. 서울: 한국청소년개발원.
- 통계청(2001). 도시기계연보. 서울: 통계청
- 한국소비자보호원(1999). 소비자 시대 4월호. 서울: 한국소비자보호원.
- 한국소비자보호원(2002). 소비문화에 관한 국민의식조사. 서울: 한국소비자보호원.
- 한준상 · 이춘화 · 윤옥경(2000). 청소년의 신체적 자아상에 관한 연구.

- 서울: 한국청소년개발원.
- 해리스, 마빈(1998). 음식문화의 수수께끼. 서진영 옮김. 서울: 한길사.
- 함인희 · 이동원 · 박선웅(2001). 중산층의 정체성과 소비문화. 서울: 집문당.
- Archibald, A. B., Miriam R. L., Graber, J. A. and Brooks-Gunn, J. (2002) Parent-Adolescent Relationships and Girls' Unhealthy Eating: Testing Reciprocal Effects. *Journal of Research on Adolescents*, Vol. 12 No. 4, pp. 451-461.
- Bourdieu, Pierre(1984). *Distinction*(trns. Nice, Richard). Cambridge Mass.: Harvard University Press.
- Cee, Jacob & Theiler, Susan(1999). U.S. French Fries Heat Up China's Fast Food Industry, *AgExporter* Vol. 11 No. 2(Feb. 1999), pp. 190-200.
- Gunter, Barrie & Furnham, Adrian(1998). *Children as Consumers: A Psychological Analysis of the Young People's Market*. London and New York: Routledge.
- Hau, Louis(2002). Young Korean Consumers Wield Spending Power. *Ad Age Global*, Vol. 2 No. 9, p. 6.
- Jin, Zhongqiang(1999/2000). Kentucky Fried Chicken, McDonald's. and Chinese Cinema. *Chinese Sociology and Anthropology*, Vol. 32 No. 2(Winter 1999/2000), pp. 35-37.
- Levine, Jane(2000). Junk-food Marketing Goes Elementary. *The Education Digest*. Vol 65 No. 5(Jan. 2000). pp. 32-34.
- Lewis, Len(1999). Growing Global. *Progressive Grocer*(Sept. 1999). Vol. 78 No. 9, pp. 22-24.
- Lloyd, John(1996). McDonald's: It Has Become the Triumphant Symbol of American Imperialism; But in the New Century

- It Surely Faces Decline. *New Statesman*, Vol. 129(May 29 2000). pp. 18-19.
- Marr, Jack & Hatfield, Alcinda(1997). Fast-food restaurants--Just What Eastern China's Consumers Ordered. *AgExporter*, Vol. 9 (July 1997), pp. 4-9.
- Norberg-Hodge, Helena(1998). Think Global--Eat Local! Delicious Ways to Counter Globalization. *The Ecologist* Vol 28. No. 4(July/Aug 1998), pp. 208-214.
- O'Keefe, Brian(2001). Global Brands. *Fortune*, Vol. 144 No. 11(Nov. 26 2001), pp. 102-110.
- Rocca, Francis X.(2000). America's Multicultural Imperialism. *The American Spectator*, Vol. 33 No. 7(Sept. 2000), pp. 34-37.
- Sexton, Sarah(1996). Transnational Corporations and Food. *The Ecologist* Vol 26(Nov./Dec. 1996), pp. 256-258.
- Watson, James, L. (2000). China's Big Mac Attack. *Foreign Affairs*, Vol. 79 No. 3, pp. 120-134.
- Wilk, Richard R. (1999). "Real Belizean Food": Building Local Identity in the Transnational Caribbean. *American Anthropologist*, Vol. 101 No. 2(June 1999), pp. 244-255.

© 인터넷 사이트

<http://www.slowfoodkorea.com/index.htm>

<http://www.join.com> 2003.04.29

<http://www.mohw.go.kr/> 2001 건강영양조사 영양조사편

<http://www.nso.go.kr/>

[http://hansalim.co.kr/han\\_lec\\_R1\\_7.html](http://hansalim.co.kr/han_lec_R1_7.html)

<http://cice.kfem.or.kr/cgi/searchlast.cgi?User=guest&Table=all&Class=all&rt=epds&Id=1699&Cnt=370&Page=12&File=1030704163210>

dat, 환경부 자료

<http://cice.kfem.or.kr/cgi/last.cgi?table=epds&class=식품오염&id=2030>

&cnt=65&page=2&user=guest, 임종한, 식탁을 위협하는 먹거

리와 우리의 건강

<http://ecoi.eco.or.kr/> 서형숙

경향신문, 2003년 3월 12일

연합뉴스, 2003년 10월 21일

공 백

# 부 록

1. 설문지
2. 식품첨가물 성분과 유해성

공 백

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|--|--|--|--|

## 청소년 음식문화와 소비에 대한 설문 조사

안녕하십니까?

저희 한국청소년개발원은 한국의 청소년기본법에 의해 설립된 국무총리실 산하 정부출연 연구기관으로 청소년 육성파 복지 정책 연구 및 기초 연구를 수행하고 있습니다. 올해 저희 기관에서는 「청소년 음식문화와 소비 연구」를 실시하고자 합니다. 청소년들의 음식문화와 음식소비 실태에 대해서 조사하고자 이 설문지를 고안하였습니다. 설문지는 연구의 목적으로만 활용될 것이며 응답 내용은 절대 비밀이 보장됩니다. 이 자료는 한국의 청소년 육성 및 정책 개발을 위한 기초자료로 활용될 예정이오니 부디 성실히 답변해 주시면 감사하겠습니다.

한국청소년개발원 2003. 06.

한국청소년개발원  
서울특별시 서초구 우면동 142번지 (우) 137-715  
한국청소년개발원 연구진  
조혜영 · 김선아  
전화번호: 2188-8813  
팩스번호: 2188-8819

◆ 다음은 여러분의 식사습관에 관한 질문입니다. 본인과 관련된 번호 옆에 표시를 해주시기 바랍니다.

1. 귀하는 얼마나 자주 아침을 드십니까?

- \_\_\_ ① 안먹는다.  
 \_\_\_ ② 일주일에 1-3회.  
 \_\_\_ ③ 일주일에 4-6회.  
 \_\_\_ ④ 매일 먹는다.  
 \_\_\_ ⑤ 불규칙적이다.

2. 주로 아침으로 먹는 식사 형태는 무엇입니까?

- \_\_\_ ① 한식  
 \_\_\_ ② 빵 등 분식류  
 \_\_\_ ③ 식사대용식(생식, 선식 등)  
 \_\_\_ ④ 기타(적어주세요. \_\_\_\_\_)

3. 점심은 보통 어떻게 해결하십니까?

- \_\_\_ ① 도시락  
 \_\_\_ ② 급식  
 \_\_\_ ③ 외식(급식이외에 사먹는다)  
 \_\_\_ ④ 기타(적어주세요. \_\_\_\_\_)

4. 자신의 식사 습관에 문제가 있다면 다음 중 어떤 것입니까?(중복응답)

- \_\_\_ ① 너무 많이 먹는다  
 \_\_\_ ② 식사를 불규칙적으로 한다  
 \_\_\_ ③ 다이어트를 위해 많이 굶는다  
 \_\_\_ ④ 편식을 한다  
 \_\_\_ ⑤ 기타(적어주세요. \_\_\_\_\_)

(5-7) 다음 열거된 식품에 대한 당신의 인식은 어느 정도에 속합니까? 가장 관련된 것을 표시하십시오.

5. 건강식품      ① 매우 좋아한다      ② 어느정도 좋아한다  
                          ③ 보통이다      ④ 다소 싫어한다      ⑤ 매우 싫어한다
6. 김치            ① 매우 좋아한다      ② 어느정도 좋아한다  
                          ③ 보통이다      ④ 다소 싫어한다      ⑤ 매우 싫어한다
7. 인스턴트 식품    ① 매우 좋아한다      ② 어느정도 좋아한다  
                          ③ 보통이다      ④ 다소 싫어한다      ⑤ 매우 싫어한다

8. 일상생활에서 음식 소비와 관련하여 가장 큰 문제점은 무엇이라고 생각하십니까?

- \_\_\_ ① 음식물쓰레기 증가  
 \_\_\_ ② 과소비  
 \_\_\_ ③ 비만문제  
 \_\_\_ ④ 영양이 불균형해진다  
 \_\_\_ ⑤ 기타(적어주세요:\_\_\_\_\_)

● 다음은 본인의 외식 습관에 관한 질문들입니다. 관련된 내용에 체크를 해주시기 바랍니다.

9. 당신은 보통 일주일에 얼마나 자주 외식을 합니까?

- \_\_\_ ① 1주일에 5회 이상  
 \_\_\_ ② 1주일에 3-4회,  
 \_\_\_ ③ 1주일에 1-2회,  
 \_\_\_ ④ 외식을 안한다

10. 당신은 보통 어떤 곳에서 가장 많이 외식을 하십니까?

- \_\_\_① 분식점  
 \_\_\_② 패스트푸드점  
 \_\_\_③ 패밀리레스토랑  
 \_\_\_④ 한식집  
 \_\_\_⑤ 중국집  
 \_\_\_⑥ 일식집  
 \_\_\_⑦ 피자점  
 \_\_\_⑧ 기타(적어주세요. \_\_\_\_\_)

11. 다음 음식점 중에서 자신이 가장 자주가는 순서대로 ( )안에 1~7까지 순위를 매겨주세요.

- |           |        |
|-----------|--------|
| ① 분식점     | (    ) |
| ② 패스트푸드점  | (    ) |
| ③ 패밀리레스토랑 | (    ) |
| ④ 한식집     | (    ) |
| ⑤ 중국집     | (    ) |
| ⑥ 일식집     | (    ) |
| ⑦ 피자점     | (    ) |

12. 외식은 주로 언제 하십니까?

- \_\_\_① 아침  
 \_\_\_② 점심  
 \_\_\_③ 저녁  
 \_\_\_④ 기타(적어주세요. \_\_\_\_\_)

13. 당신이 자주 가는 외식 장소를 선택하게 되는 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- \_\_\_① 맛이 좋아서이다.
- \_\_\_② 분위기가 좋다
- \_\_\_③ 가격이 적당하다.
- \_\_\_④ 위치가 가깝다.
- \_\_\_⑤ 위생상태가 청결하다.
- \_\_\_⑥ 서비스가 좋다.
- \_\_\_⑦ 쿠폰을 사용할 수 있어서이다.
- \_\_\_⑧ 기타(적어주세요:\_\_\_\_\_)

14. 외식을 하는 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- \_\_\_① 끼니를 해결하기 위해
- \_\_\_② 만남을 가지기 위해
- \_\_\_③ 마땅히 갈 곳이 없어서
- \_\_\_④ 멋있어 보여서
- \_\_\_⑤ 기타(적어주세요:\_\_\_\_\_)

15 외식을 할 때 주로 함께 가는 사람은 누구입니까?

- \_\_\_① 동성친구
- \_\_\_② 이성친구
- \_\_\_③ 가족
- \_\_\_④ 친척
- \_\_\_⑤ 혼자서
- \_\_\_⑥ 기타(적어주세요:\_\_\_\_\_)

(16~18) 보통 한 사람당 한 끼의 평균 외식 비용은 얼마나 됩니까? 해당 항목에 표시하세요.

- |                   |          |          |          |
|-------------------|----------|----------|----------|
| 16. 점심            | ① 2천원 이하 | ② 2천5천원  |          |
|                   | ③ 5천원-만원 | ④ 만원-2만원 | ⑤ 2만원 이상 |
| 17. 저녁            | ① 2천원 이하 | ② 2천5천원  |          |
|                   | ③ 5천원-만원 | ④ 만원-2만원 | ⑤ 2만원 이상 |
| 18. 기념일등 특별한 행사 때 | ① 2천원 이하 | ② 2천5천원  |          |
|                   | ③ 5천원-만원 | ④ 만원-2만원 | ⑤ 2만원 이상 |

◆ 다음은 패스트푸드점과 음식 소비에 관한 질문들입니다.

19. 당신은 패스트푸드를 어떤 이유로 드십니까?

- \_\_\_ ① 간편해서  
 \_\_\_ ② 분위기가 좋아서  
 \_\_\_ ③ 맛이 좋아서  
 \_\_\_ ④ 가격이 적당해서  
 \_\_\_ ⑤ 유행에 따르기 위해  
 \_\_\_ ⑥ 기타(적어주세요: \_\_\_\_\_ )

20. 당신이 가장 선호하는 패스트푸드 브랜드는 다음 중 무엇입니까?

- \_\_\_ ① 맥도날드  
 \_\_\_ ② 롯데리아  
 \_\_\_ ③ 파파이스  
 \_\_\_ ④ 버거킹  
 \_\_\_ ⑤ KFC  
 \_\_\_ ⑥ 하디스  
 \_\_\_ ⑦ 기타(적어주세요: \_\_\_\_\_ )

21. **지난 한달 동안** 패스트푸드점에는 얼마나 자주 방문하셨습니까?

\_\_\_① 전혀 가지 않았다

\_\_\_② 1-5회

\_\_\_③ 6-10회

\_\_\_④ 11-15회

\_\_\_⑤ 16회 이상

22. 당신은 패스트푸드에 대해서 어떤 생각을 가지고 계십니까?

\_\_\_① 젊은층의 음식이다

\_\_\_② 살이 찌기 쉬운 음식이다.

\_\_\_③ 서구적인 음식이다.

\_\_\_④ 먹기 편한 음식이다.

\_\_\_⑤ 기타(적어주세요: \_\_\_\_\_ )

23. 패스트푸드점에 대한 정보는 주로 어디서 얻습니까?

\_\_\_① 가족이나 친척

\_\_\_② 학교 친구

\_\_\_③ TV나 신문 광고

\_\_\_④ 인터넷

\_\_\_⑤ 길거리 간판

\_\_\_⑥ 기타(적어주세요: \_\_\_\_\_ )

24. 김치버거나 불고기버거 등 한국화된 메뉴의 유무가 패스트푸드점을 찾는데 영향을 주는 편입니까?

\_\_\_① 많은 영향을 준다.

\_\_\_② 조금 영향을 준다.

\_\_\_③ 별로 영향을 주지 않는다.

\_\_\_④ 전혀 영향을 주지 않는다.

\_\_\_⑤ 기타(적어주세요: \_\_\_\_\_ )

25. 할인카드나 고객카드, 할인쿠폰의 소지가 패스트푸드점을 찾는데 영향을 주는 편입니까?

- \_\_\_① 많은 영향을 준다.  
 \_\_\_② 조금 영향을 준다.  
 \_\_\_③ 별로 영향을 주지 않는다.  
 \_\_\_④ 전혀 영향을 주지 않는다  
 \_\_\_⑤ 기타(적어주세요. \_\_\_\_\_ )

▣ 다음은 서구화된 패밀리레스토랑과 음식 소비에 관한 질문들입니다.

26. 외국 체인 패밀리레스토랑(예: 베니건스, TGI 프라이데이즈, 토니로마스 등)을 금년들어 얼마나 자주 방문하셨습니까?

- \_\_\_① 전혀 가지 않았다  
 \_\_\_② 1-5회  
 \_\_\_③ 6-10회  
 \_\_\_④ 11-20회  
 \_\_\_⑤ 20회 이상

27. 가장 자주 가는 패밀리레스토랑이 있다면 어디입니까?

- \_\_\_① TGI 프라이데이즈  
 \_\_\_② 베니건스  
 \_\_\_③ 토니로마스  
 \_\_\_④ 코코스  
 \_\_\_⑤ 아웃백 스테이크하우스  
 \_\_\_⑥ 스카이라크  
 \_\_\_⑦ 없다  
 \_\_\_⑧ 기타(적어주세요. \_\_\_\_\_ )

28. 당신 주로 방문하는 패밀리레스토랑을 가게 되는 이유는 무엇입니까?

- ☐ ① 맛 때문에
- ☐ ② 분위기가 좋기 때문에
- ☐ ③ 가격이 적당해서
- ☐ ④ 가까워서
- ☐ ⑤ 위생상태가 청결해서
- ☐ ⑥ 서비스가 좋아서
- ☐ ⑦ 브랜드가 유명해서
- ☐ ⑧ 기타(적어주세요: \_\_\_\_\_ )

29. 할인카드나 고객카드, 할인쿠폰의 소지가 패밀리레스토랑을 찾는데 영향을 주는 편입니까?

- ☐ ① 많은 영향을 준다.
- ☐ ② 조금 영향을 준다.
- ☐ ③ 별로 영향을 주지 않는다.
- ☐ ④ 전혀 영향을 주지 않는다.

◎ 다음은 당신에 관한 기본적인 질문사항들입니다. 되도록 정확히 기재해주시기 바랍니다.

30. 귀하의 성별은 어떻게 됩니까?

- ☐ ① 남자
- ☐ ② 여자

31. 귀하의 한달 용돈은 얼마나 됩니까?

- ☐ ① 2만원 이하
- ☐ ② 2만원~4만원
- ☐ ③ 4만원~6만원
- ☐ ④ 6만원~8만원
- ☐ ⑤ 8만원~10만원
- ☐ ⑥ 10만원이상(얼마인지 쓰시오: \_\_\_\_\_ 원)
- ☐ ⑦ 없다.

32. 귀하의 한달 용돈 중 평균 외식비로 지출되는 액수는 얼마나 됩니까?

- \_\_\_① 1만원 이하  
 \_\_\_② 1만원~2만원  
 \_\_\_③ 2만원~3만원  
 \_\_\_④ 3만원~4만원  
 \_\_\_⑤ 4만원~5만원  
 \_\_\_⑥ 5만원이상(얼마인지 쓰시오. \_\_\_\_\_원)  
 \_\_\_⑦ 안쓴다.

38. 현재 당신이 함께 살고 있는 가족의 형태는 어떤 것입니까?

- \_\_\_① 편부모 (부모님 중 한 분과 같이 산다)  
 \_\_\_② 부모  
 \_\_\_③ 대가족(부모님과 다른 친척들을 포함함)  
 \_\_\_④ 기타(적어주세요. \_\_\_\_\_ )

33. (아버지가 계시다면) 아버지의 직업은 무엇입니까?

- \_\_\_① 회사원  
 \_\_\_② 공무원  
 \_\_\_③ 교육관련  
 \_\_\_④ 자영업  
 \_\_\_⑤ 농업  
 \_\_\_⑥ 기타(적어주세요. \_\_\_\_\_ )  
 \_\_\_⑦ 없다

34. (어머니가 계시다면) 어머니의 직업은 무엇입니까?

- \_\_\_① 주부  
 \_\_\_② 회사원  
 \_\_\_③ 공무원  
 \_\_\_④ 교육관련  
 \_\_\_⑤ 자영업  
 \_\_\_⑥ 농업  
 \_\_\_⑦ 기타(적어주세요. \_\_\_\_\_ )

35. (아버지가 계시다면) 아버지의 연령은 어떻게 되십니까?

만 (                      ) 살

36. (어머니가 계시다면) 어머니의 연령은 어떻게 되십니까?

만 (                      ) 살

37. 자신의 가정형편은 다음 중 어디에 속한다고 생각하십니까?

\_\_\_① 아주 잘사는 편이다.

\_\_\_② 어느정도 잘사는 편이다.

\_\_\_③ 보통이다.

\_\_\_④ 어느정도 형편이 어렵다.

\_\_\_⑤ 아주 형편이 어렵다.

39. 본인은 자신의 체형이 다음 중 어느 정도에 속한다고 생각하십니까?

\_\_\_① 아주 마른 편이다.

\_\_\_② 어느 정도 마른 편이다.

\_\_\_③ 보통이다.

\_\_\_④ 어느 정도 살이 찐 편이다.

\_\_\_⑤ 아주 살이 찘다

**수고하셨습니다!!**

## ◎ 식품첨가물 성분과 유해성

<그것이 알고 싶다: 유해물질>

### 1. 방부제의 종류와 독성

| 화학 첨가물명            | 용 도                                  | 독 성                                  |
|--------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 솔빈산,<br>솔빈산 칼륨     | 어육제품, 단무지,<br>간장, 케첩, 발효유,<br>유산균 음료 | 아소산과 반응, 발암 물질에<br>의해 변화됨.<br>염색체 이동 |
| 데히드로초산<br>데히드로 나트륨 | 치즈, 버터, 마가린                          | 간장에 변화<br>염색체 이상                     |
| 프로피온산              | 치즈, 빵, 과자                            | 눈, 피부, 점막을 자극함.                      |
| 안식향산<br>안식향산 나트륨   | 간장                                   | 간질병의 경련 등 유발                         |

### 2. 표백제 및 살균제의 종류와 독성

| 화학 첨가물명            | 용 도                         | 독 성                              |
|--------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| 아염소산 나트륨,<br>과산화수소 | 체리, 포도, 복숭아,<br>어묵 등 수산 가공품 | 호흡기점막, 눈자극,<br>유전자의 손상,<br>염색체이상 |
| 사라시분 유지            | 과실, 야채, 음료수                 | 눈에 강한 자극,<br>각막궤상, 습진,<br>염색체이상  |

## 3. 인공 합성 감미료의 종류와 독성

| 화학 첨가물명                | 용 도                          | 독 성                                        |
|------------------------|------------------------------|--------------------------------------------|
| L-글루타민산<br>L-글루타민산 나트륨 | 모든 식품에 사용,<br>가정용 조미료        | 현기증, 손발 저림, 두통<br>어린이 입의 신경 세포<br>파괴       |
| 아스파탐                   | 청량음료, 젤리,<br>추잉껌, 아이스크림      | 흰쥐 경구투여<br>- 뇌등에 중상<br>토끼 경구투여<br>- 골격에 이상 |
| 글리실리진산2<br>나트륨         | 된장, 간장                       | 경직, 경련 등의 급성<br>독성 발현                      |
| 코하크산                   | 청주, 된장, 간장                   | 고양이 실험시 구토,<br>설사                          |
| 산 류                    | 한성초, 소스, 피클,<br>케첩, 마요네즈, 시럽 | 강한 급성 독성                                   |
| 사카린                    | 추잉껌, 청량음료,<br>아이스크림, 과자류     | 흰쥐의 자궁암, 방광암                               |

## 4. 산화방지제의 용도와 독성

| 화학 첨가물명                          | 용 도                              | 독 성                                          |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------------|
| EDTA2 나트륨<br>EDTA 칼슘<br>EDTA 나트륨 | 마요네즈,<br>통조림 산화방지제               | 강독성, 칼슘 부족증,<br>혈압 강화, 위장장애 유<br>발, 뇌 기형아 발생 |
| 에르 솔빈산<br>에르 솔빈산 나트륨             | 생선, 생선염장,<br>주스, 냉동식품,<br>주류, 치즈 | 명이원성,<br>염색체이상                               |
| 디부틸히드록<br>신틸루엔                   | 식용유지, 버터                         | 콜레스테롤 상승,<br>호르몬체에서 발암유발<br>유전자 손상, 염색체이동    |

## 5. 산미료의 종류와 독성

| 화학 첨가물명           | 용 도                                           | 독 성                               |
|-------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------|
| 구연산               | 청량음료, 과즙, 잼,<br>젤리, 얼음과자, 사탕<br>소스, 치즈, 아이스크림 | 비교적 독성이 약함                        |
| 주석산,<br>주석산 나트륨   | 구연산과 동일                                       | 토끼, 개에게 강한독성<br>염색제 이상            |
| 젖산                | 청주, 합성주, 청량음료<br>빵, 과자, 젤리, 소스                | 미숙아 중독사,<br>급성 출혈,<br>적혈구 감소      |
| 아디핀산              | 치즈, 사탕, 젤리, 프림                                | 자극성이 있음                           |
| 푸마르산,<br>푸마르산 나트륨 | 합성 청주, 절임, 청량음료,<br>농축주스, 젤리 과자, 과일<br>통조림    | 토끼 갑상성 팽창,<br>출혈, 정소에 영향,<br>변이원성 |

## 6. 착색제, 발색제, 팽창제

| 착색제<br>- 타르색소                                     | 발색제 - 아질산나트륨,<br>아토산나트륨                           | 팽창제                      |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------|
| 소비 욕구 충족을<br>위해 색을 내게<br>하는 화학물질                  | 색을 선명하게 하는데<br>사용                                 | 빵이나 과자를 부풀<br>게 하는 화학물질  |
| 치즈, 버터, 아이<br>스크림, 과자, 캔<br>지, 소시지, 통조<br>림고기, 푸딩 | 햄, 소시지, 어육제품                                      | 빵, 케이크, 비스킷,<br>초콜릿      |
| 간, 혈액, 콩 팥 장<br>애, 발암성                            | 헤모글로빈, 빈혈증, 호흡<br>기능약화, 급성구토, 발<br>한, 의식불면, 간장암유발 | 카드뮴, 납 등의<br>중금속 함량이 높다. |

자료: 2003년 먹을거리 바꾸기 캠프(시루떡 학교) 교육 자료

◆ 연구자문진 ◆

박소진 연세대학교 사회발전연구소

이경애 부산교육대학교 실과교육과

신권화정 환경정의시민연대 다음을지키는사람들

최원기 한국청소년개발원 연구위원

최재숙 에코생협 상임이사

Nancy Abelman University of Illinois, Urbana-Champaign

공 백

## 2003년 한국청소년개발원 간행물 안내

03-R01 청소년 생활문화와 소비에 관한 연구 I

-청소년 의복문화와 소비-(맹영임 · 구정화)

03-R02 청소년 생활문화와 소비에 관한 연구 II

-청소년 음식문화와 소비-(조혜영 · 김선아)

03-R03 청소년 생활문화와 소비에 관한 연구 III

-청소년 소비생활 문제와 대책-(윤철경 · 조아미 ·  
백지숙 · 유혜림)

03-R04 청소년 생활문화와 소비 -정책제안 요약집-(임지연)

03-R05 청소년의 온라인 게임 이용 실태연구(이종원 · 유승호)

03-R06 지역사회에서 청소년 동아리활동 실태와 지원방안 연구  
(김정주 · 김용대 · 성기원)

03-R07 청소년의 사이버커뮤니티 참여 및 이용실태 연구  
(황진구 · 권태희)

03-R08 청소년의 시민권 증진 방안 연구(최원기 · 전명기 · 이주연)

03-R09 중퇴 청소년의 아르바이트 실태와 보호대책 연구  
(전경숙 · 노재봉)

03-R10 지역사회 네트워크를 통한 청소년 폭력 대책 연구  
(이민희 · 임영식 · 이진숙)

03-R11 북한이탈 청소년의 남한사회 적응실태 및 지원방안  
연구(길은배 · 문성호)

03-R12 청소년 리더십 함양을 위한 자원봉사 교육프로그램  
모델 개발(우정자 · 김은경 · 김형주)

03-R13 청소년인권센터 운영실태 및 활성화 방안 연구  
(김영지 · 이용교 · 김형주)

- 03-R14 청소년 정보소의 실태 조사 연구(김경준 · 최선희)
- 03-R15 한국 청소년 패널조사(KYPS)-조사개요보고서  
(이경상 · 김진호 · 오혜섭 · 김희진)
- 03-R16 청소년의 세계시민 자질과 함양방안 연구(김선미 · 남경희)
- 03-R17 가족복귀 가출청소년들의 귀가요인 분석 및 가출청소년지도 방안 모색(방은령)
- 03-R18 청소년의 노동시장 참여와 비행: 정책적 함의(문성호)
- 03-R19 지방정부의 청소년예산결정 영향 요인에 관한 실증적 연구(김영호)
- 03-R20 청소년의 방과 후 활동유형과 문제행동간의 관계·  
청소년의 자아통제 및 부모감독의 중재효과(김희화)
- 03-R21 청소년 진로개발을 위한 방향성 탐구(최동선)
- 03-R22 청소년의 사이버일탈의 원인에 관한 경험연구(이성식)
- 03-R23 빈곤계층 청소년의 자립능력개발을 위한 복지지원  
방안(노혁)
- 03-R24 거주지역환경이 청소년에 미치는 영향력에 관한 연구(전신현)
- 03-R25 폭주청소년의 위험행동과 예방에 관한 연구(김문섭)
- 03-R26 자살사이트의 생성 및 이용, 그리고 운영:  
심리적 측면을 중심으로 한 사례분석(문성원)
- 03-R27 부모를 위한 청소년지도 가이드(신인순 외)
- 03-R28 한 · 중 · 일 청소년 정책비교 연구(이종원)
- 03-R29 한국과 미국 청소년의 컴퓨터 활용과 진로선택 경향  
연구(김선미)
- 03-R30 2003전국청소년 자원봉사 주관사업 우수활동사례집  
(한국청소년자원봉사센터)

- 03-R31 2003 대한민국 청소년봉사상 우수활동사례집  
(한국청소년자원봉사센터)
- 03-R32 자원봉사 선진지 연수보고서(한국청소년자원봉사센터)
- 03-R33 청소년 자원봉사 지도메뉴얼(한국청소년자원봉사센터)
- 03-R34 일본자원봉사 지원센터 활동사례집(한국청소년개발원)
- 03-R35 한중정책세미나 자료집(한국청소년개발원)
- 03-R36 청소년육성5개년계획수립 공청회 자료집(한국청소년개발원)
- 03-R37 청소년 삶의 질 향상 세미나 자료집(한국청소년개발원)
- 03-R38 청소년 문제행동 예방과 종합대책 연구(김영한·서정아)
- 03-R39 학교청소년 문제행동 예방과 대책 연구(이재분·박효정·현주)
- 03-R40 일탈·범죄청소년 문제행동 예방과 대책 연구(김은경·이동원)
- 03-R41 근로청소년 문제행동 예방과 대책 연구(손유미·김상호·조정아)
- 03-R42 귀국 및 탈북청소년 문제행동 예방과 대책 연구(조한범·이금순·이우영·전효관)
- 03-R43 여자청소년 문제행동 예방과 대책 연구(이춘화·윤옥경)
- 03-R44 서현청소년문화센터 위탁운영 비용산정에 관한 연구  
(김영한·김진호·김갑성)
- 03-R45 통일교육의 실태조사 및 성과분석 연구(길은배·한만길·최영표·강영혜·오해섭·김학성)
- 03-R46 학업중단청소년의 진로준비 실태분석 및 취업지원 방안  
(이경상·조혜영·박창남)
- 03-R47 서울특별시 학생교육원교육시설 특성화방안  
(김정주·김진호·소병조)
- 03-R48 월드컵현상을 통해 본 신세대의 사회 문화적 정체성과  
청소년정책의 과제(이종원·이경상·김종길)

- 03-R49 청소년 책임기사업의 효율적 추진방안(이춘화·서정아·김상헌)
- 03-R50 선진국형 청소년 수련프로그램 개발 기초연구  
(김영지·전경숙·김민)
- 03-R51 청소년정책 우리는 이렇게 생각해요!  
-제9회 청소년정책 아이디어 공모 수상집 모음집-  
(황진구·강명숙·임지수)
- 03-R52 2003특성화 수련거리개발 [3]-청소년마을체험  
(윤철경·이은경)
- 03-R53 2003특성화 수련거리 개발 [6]-국제언어캠프  
(김선미·김호숙)
- 03-R54 2003특성화 수련거리 개발 [7]-환경음식만들기  
(서정아·최경학)
- 03-R55 청소년 단체운영실태 및 발전방안 연구(맹영임·  
이광호·김민·임연희)
- 03-R56 연령대별 외국청소년 정책비교 및 정책 대안(윤철경·서수경)
- 03-R57 청소년 개발 지표개발 및 활용방안(김진호·송병국·  
임영식·김진화·오해섭·윤명희·정효진)
- 03-R58 선진 각 국의 청소년 보호체계 사례조사(우정자·  
김문섭·최종혁)
- 03-R59 경기도 청소년수련시설 장기발전계획 수립연구  
(함병수·임지연·김종두)
- 03-R60 청소년 국제교류 정보네트워크 구축방안 모색을 위한  
연구(조혜영·최원기·임지연)
- 03-R61 청소년수련시설 실태조사 및 제도개선 방안마련  
(황진구·김경준·이춘화·최창욱)
- 03-R62 인천시 청소년수련관 운영방식 연구(김경준·함병수·  
김영한·최창욱)

연구보고 03-R 02

---

## 청소년생활문화와 소비 II: 청소년 음식문화와 소비

---

인 쇄 2003년 12월 10일

발 행 2003년 12월 15일

발 행 처 : 한국청소년개발원

서울특별시 서초구 우면동 142

발 행 인 : 권 이 중

등 록 : 1993. 10. 23 제21-500호

인 쇄 처 : 문영사 전화 (02) 2263-5087

---

사전 승인없이 보고서 내용의 무단복제를 금함

구독문의 02-2188-8844(사무국)

ISBN 89-7816-468-4(93330)

공 백

연구보고 03-R 02

## 청소년 생활문화와 소비에 관한 연구 II: 청소년 음식문화와 소비

연구책임자 : 조혜영(한국청소년개발원 부연구위원)

객원연구원 : 김선아(한국사이버대학교 교수)

한국청소년개발원

공 백

## 【 연구 요약 】

### 1. 연구의 필요성 및 목적

오늘날의 청소년은 경제적 풍요 속에 성장해 온 세대이며 국경을 넘는 대중문화를 접해온 세대이자, 인터넷 등 발달된 통신 매체에 익숙해진 세대로서 이들의 소비행위도 이러한 사회문화적 조건의 변화와 밀접한 관련을 갖는다고 보여진다. 이들에게 있어서 소비행위는 기초생활 및 생물학적 욕구를 충족시키는 행위를 넘어서서 사회문화적이고 상징적인 행위로 이해되어야 한다. 즉, 소비 양상은 사회문화적 환경 변화를 반영함과 동시에 새로운 사회적·상징적 의미들을 생산하고 있는 것이다.

본 연구에서는 청소년 생활문화의 영역 중 청소년 음식문화에 초점을 맞추어 관련 소비 실태 및 그 의미에 대해서 살펴 볼 것이다. 그동안 청소년들의 소비행위에 대한 연구가 있어왔지만 주로 의류 및 장신구 등에 대한 과소비 연구, 소비자 사회화 연구, 소비행동에 영향을 미치는 변인들에 대한 연구에 그쳐왔다. 이에 비해 음식 소비에 대한 연구는 미미한 실정이다. 음식 소비는 청소년기의 신체적, 정서적, 사회적 성장을 위한 중요한 토대가 된다. 이에 본 연구는 청소년들의 음식 소비 실태에 대한 전반적인 양적 조사와 함께 청소년들을 대상으로 그들의 음식 소비에 대한 구체적인 담화를 포착하여 그 의미를 분석하는 질적 조사를 병행하여 청소년 음식 소비와 그 문화적 함의에 대하여 알아보고자 한다.

## 2. 연구내용

첫째, 청소년들의 음식소비 실태 및 음식 문화 양상을 이해하기 위해 관련 이론 및 선행 연구를 검토한다. 이를 위해 소비와 관련된 사회문화적 함의, 청소년들의 소비 특성, 음식 소비와 관련된 사회 문화적 함의, 한국인의 음식소비 특성 및 의식 조사 개관, 청소년과 음식 소비 특성 및 태도 등에 대한 이론 및 선행 연구를 검토한다.

둘째, 청소년들의 음식 소비 양상 및 의식 실태를 파악하기 위하여 전국의 중, 고등학교 청소년들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 특히 음식 소비 양상 및 의식조사의 지역별, 계층별 분포 차를 파악하기 위해 서울의 강북, 강남, 대도시, 중소도시, 읍면지역 단위로 실태조사를 실시하였고, 성별, 교급별 비교도 실시하였다.

셋째, 청소년들의 음식 소비 및 의식 실태 파악과 함께 구체적으로 청소년들의 음식 소비시 드러나는 문화 스타일을 파악하기 위해 청소년 밀집지역의 음식점을 참여관찰하였고, 보충적으로 면담을 병행하였다.

넷째, 현재의 음식소비 관행 및 음식 문화 관행에 대하여 비판적 의식을 가지고 대안 음식 문화를 실천하는 사례를 조사하였고, “바람직한” 음식 문화 실천 방향은 어떠한 양상을 띄고 있는지에 대하여 파악하였다.

다섯째, 청소년들의 음식소비 실태 및 양상에 대한 결론과 함께 앞으로 추구해야할 청소년들의 음식 소비의 방향성을 제시하며, 관련 정책 대안을 모색하였다.

### 3. 연구방법

첫째, 신문과 인터넷, 관련 연구물 등에서 음식 소비와 청소년 음식문화에 관한 기초 자료를 수집하고 이론을 검토하였다.

둘째, 서울의 강남과 강북, 지방 대도시, 지방 중소도시, 읍면지역 중학생과 고등학생들을 대상으로 음식 소비 실태 및 의식 실태에 대한 조사를 실시하였다.

셋째, 서울의 청소년 밀집지역을 중심으로 청소년들이 선호하는 외식 장소를 참여관찰하여 외식 소비 양상의 특성을 파악하였다.

넷째, 건전한 음식문화 실천 현장 및 대안 음식 문화를 실천하는 청소년들을 면담하여 음식 소비과정에 부여하는 의미에 대하여 파악하였다.

다섯째, 건전한 청소년 음식 소비 및 음식 문화 조성을 위해 관련된 학계 및 현장의 전문가 자문을 수집하였다.

### 4. 연구결과

본 연구를 통하여 청소년들의 음식 소비 실태 및 음식소비와 관련된 의식을 파악하고 청소년 음식 소비 양상의 다양성 및 청소년 음식문화의 특성을 살펴보고자 하였다. 또한 청소년 음식 소비 패턴을 직접 살펴보고 그 특성을 파악하고자 하였으며 청소년들이 음식소비에 부여하는 의미에 대해 살펴보고자 하였다. 이러한 다양한 양상 파악과 함께 바람직한 음식 소비와 음식 문화 정착을 위한 방안을 모색하기 위해 대안 음식문화 실천 사례에 대해서 살펴보았다.

먼저 설문조사 결과를 살펴보겠다. 청소년의 사회경제적 배경 및 지역 차에 따른 음식 소비 양상 및 실태에 대해 알아보기 위해 서울

강남/ 강북 지역, 지방 대도시와 중소도시, 읍면지역 청소년 1487명을 대상으로 설문조사를 실시하여 비교 분석하였다. 이와 함께 청소년들의 성별간, 교급간 음식 소비 실태 양상의 차이를 비교 분석하였다.

## 1) 설문조사 결과 분석

### (1) 식사습관

청소년들의 아침식사 패턴은 매일 먹는다는 청소년이 50%로 과반수를 차지하고 있는 반면에 안 먹는다는 청소년과 불규칙적이라는 청소년, 아침을 하루 이상 거르는 청소년도 과반수를 차지하고 있었다. 교급이 올라갈수록 아침을 제대로 먹지 않는 경향을 보이고 있다.

청소년들이 주로 먹는 아침식사의 형태는 한식이 67.0%였으며, 점심은 급식을 주로 하는 것으로 나타나 95.3%에 달했다. 대부분의 청소년들의 점심식사가 급식으로 해결되고 있는 만큼 학교 급식의 질 관리가 제대로 되어야 할 필요성이 시급함이 제기된다.

건강 식품에 대해서는 보통 이상의 긍정적 인식을 가지고 있는 청소년들은 85.8%로 나타났고, 김치에 대한 인식으로는 보통 이상의 선호도를 보이는 청소년들이 93.7%로 나타났다. 인스턴트 식품에 대한 인식도 92.8%의 청소년이 보통이상의 선호도를 보이고 있었다. 따라서 인스턴트 식품의 영양가치나 영양 구성, 섭취시 유의 사항과, 인체 유해 성분 정도에 대한 교육이 강화되어야 할 필요성이 제기된다.

청소년들이 인식하고 있는 일상생활에서 음식소비와 관련 가장 큰 문제점은 음식물쓰레기 증가를 55.6%로 가장 큰 문제로 손꼽았다. 다음은 비만문제로 현재 청소년들이 신체적인 비만 문제에 많은 관심을 가지고 있는 것을 볼 수 있었다. 특히 여자 청소년들이 더욱 비만 문제를 인식하고 있는 것으로 나타나고 있고, 중학생보다는 고등학생

들이 더욱 심각하게 비만문제를 인식하고 있었다. 교급이 올라갈수록 아침식사를 거르거나 불규칙적으로 먹고 있으며, 그에 따라 비만문제와 영양 불균형 문제에 더욱 직면하게 됨을 알 수 있었다.

## (2) 외식 습관

청소년들의 외식 습관을 보면 73%이상의 청소년들이 주 1회 이상 외식을 하고 있으며, 읍면지역이나 중소도시에 비해 대도시, 서울 강북, 강남 지역 순으로 외식빈도나 비용이 증가하는 경향을 보이고 있다. 즉, 도시화의 정도가 높고, 외식업체의 분포가 많으며, 소비수준이 높은 지역일수록 외식 빈도 및 외식 비용은 증가하는 것으로 보여진다. 외식 비용은 점심 비용보다는 저녁비용이 많고, 저녁보다는 특별한 기념일이나 행사시의 비용을 더 많이 지출하고 있으며, 지역별로는 강남, 강북, 대도시, 중소도시, 읍면지역 순으로 지출규모가 작아짐을 보이고 있다.

청소년들은 주로 저녁 때 외식을 하고 있으며, 외식 장소를 선택할 때는 맛을 주로 고려하여 선택하는 경향이다. 외식을 하는 주된 이유는 끼니 해결이며, 외식시 주요 동반인은 가족이라고 응답하는 청소년들이 과반수 이상이어서 이제 끼니 해결이 가정내의 식사를 통해서 뿐 아니라 가족끼리 외식을 선택하는 경향이 늘고 있음을 반영한다.

## (3) 패스트푸드점과 음식소비

청소년들이 패스트푸드를 먹는 주요 이유는 간편하다는 점과 맛을 들고 있으며, 가장 선호하는 패스트푸드 브랜드의 경우에는 '롯데리아'로 나타났다. 서울 강남지역을 제외한 전 지역에서 롯데리아를 가장 선호하는 것으로 나타났으며 강남지역에서는 맥도날드를 선호하는 것

으로 나타났다. 청소년들의 한달 동안 패스트푸드점 방문 빈도에 대해서 알아본 결과 청소년 10명 중 7명 이상이 적어도 1회 이상 방문하는 것을 볼 수 있다.

청소년들은 패스트푸드에 대해 먹기 편한 음식이라는 응답이 42.7%로 가장 많았고, 살찌기 쉬운 음식이라는 응답이 33.6%, 다음이 서구적인 음식, 젊은 층의 음식이라고 인식하고 있었다. 지역별로 청소년들의 패스트푸드에 대한 인식을 살펴본 결과 서울 강남지역을 제외한 전지역에서는 먹기 편한 음식이라는 인식이 가장 높게 나타난 반면, 강남지역에서는 살찌기 쉬운 음식이라는 인식이 가장 높게 나타났다. 성별에 따른 패스트푸드에 대한 인식을 살펴보면 남자 청소년들의 경우 먹기 편한 음식이라는 응답이 가장 많은 반면에 여자 청소년들은 살찌기 쉬운 음식이라는 인식이 가장 많았다. 따라서 여자 청소년들이 남자 보다 더 외모에 관심을 가지고 있음을 알 수 있다.

청소년들은 주로 TV 및 신문광고 등의 대중매체를 통해서 패스트푸드에 관한 정보를 얻으며, 한국화된 메뉴의 유무가 패스트푸드점을 찾게 하는데 그다지 큰 영향을 주지는 않으며, 할인카드나 쿠폰 등의 소지는 패스트푸드점을 찾는데 어느정도 영향 요인이 되고 있다.

#### (4) 패밀리레스토랑과 음식소비

아직까지 패밀리레스토랑에서의 음식소비는 패스트푸드점만큼 청소년들에게 보편화되지는 않은 것처럼 보여진다. 청소년들에게 올해 패밀리레스토랑에 얼마나 자주 방문하였는지에 대해 물어본 결과 전혀 가지 않았다는 응답이 64.7%로 나타났고, '1-5회'는 28.1%, '6-10회'의 경우는 4.9%, '11-20회'가 1.1%, '20회 이상'은 1.2%로 많은 차이가 나타나고 있는 것을 볼 수 있다. 반수 이상의 청소년들은 전혀 가지 않고 있는 반면에 소수의 청소년들은 20회 이상 방문하고 있음을

볼 수 있었다.

패밀리레스토랑 방문이유로는 맛 때문에 간다는 응답이 가장 많았고, 분위기와 위치, 서비스가 좋다는 이유도 들고 있다. 청소년들의 할인카드, 고객카드, 할인쿠폰 등의 소지가 패밀리레스토랑을 찾는데 영향을 주는 정도에 대해 알아보았는데 전체적으로 영향을 준다는 응답이 54.7%로 패스트푸드점 방문시 끼치는 영향도(61%)보다는 다소 낮은 비율을 보이고 있음을 알 수 있다.

#### (5) 체형 인식과 음식소비 문제 인식

청소년들은 자신의 체형에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 살펴 보았는데 전체적으로 37.1%가 보통이라고 인식하고 있었으며, 31.5%가 어느정도 살찐 편이라고 인식하고 있었고 어느정도 마른 편이라고 인식하는 청소년들이 18.5%, 아주 살찐 편이라고 인식하는 청소년들이 6.6%, 아주 마른 편이라고 인식하는 청소년들이 6.4%로 나타났다. 지역별, 교급별 차이는 나타나고 있지 않으나 성별에 따른 인식차이를 보면 어느정도 살찐 편이라는 응답과 아주 살찐 편이라는 응답에서는 여학생들이 다소 높은 비율을 보이고 있고, 어느 정도 마른 편이라는 응답과 아주 마른 편이라는 응답에서는 남학생들이 여학생에 비해 훨씬 높은 응답률을 보이고 있다. 자신이 살찐 편이라고 인식하는 청소년들은 자신이 마른 편이라고 인식하는 청소년들보다 비만 문제에 대해 훨씬 심각하게 인식하고 있음을 알 수 있었다.

#### 2) 참관 및 면담조사 분석

설문조사 결과를 통하여 청소년들의 음식 소비 실태 및 의식 특성을 개관하고 지역별, 성별, 교급별 비교를 실시하였다. 전반적으로 외

식소비 부문에서의 지역별 차이가 관찰되었고, 체형인식에서는 성별 차이가, 식사습관과 외식패턴에는 교급별로 차이를 보이고 있었다. 설문조사를 통해서 식사 습관과 외식패턴 등에 대한 개괄적인 윤곽을 파악하였다면, 참관조사를 통해서 구체적으로 청소년들이 어떠한 양상으로 음식을 소비하고 있으며, 그 양상의 지역적 차이, 나아가 계층적 차이는 어떠한 지에 대해 살펴보고자 하였다. 이와 함께 현재 보편화된 음식 문화 관행의 문제점을 지적하고 새로운 대안 음식문화를 시도하는 사례에 대해 살펴보았다.

지역별로 음식점 안에서 청소년들이 식사하는 양상을 파악한 참관 조사를 통해서 의복이나 장신구 등을 통하여 나타나는 가시적인 거리문화의 계급성이 극명하게 드러난다고는 할 수 없어 보인다. 특히 청소년기의 음식 소비 행위는 업무상 접대나 과시성 접대, 사회적 신분에 맞는 음식점 선택 등을 암묵적, 명시적으로 요구하는 성인 사회의 음식소비와는 다르다고 보여지기 때문에 청소년들끼리의 음식 소비에 있어 지역별 계층분화가 극명하게 드러난다고는 보여지지 않는다. 이는 주로 청소년들이 찾는 음식점들 위주로 참관조사를 했기 때문이라고 보여진다. 가족이나 친지 동반 외식시 지역별 사회경제적 배경별 외식장소 선택 패턴은 또 다르게 나타날 수 있기 때문이다.

한편, 패스트푸드점 음식 소비를 통해서 부분적으로 알 수 있는 점은 청소년들에게 있어 식사시간 구분이 그다지 규칙적이지 않다는 것이다. 이점은 참관과 함께 병행된 면담을 통해서도 드러나는데 청소년들의 식사시간의 특성은 배고플 때 먹는다는 점이다. 또한 청소년들의 식습관은 끼니 개념으로 규칙적으로 식사를 하기보다는 군것질 형태의 먹거리를 찾는다는 특징을 보이고 있다. 한편 분식점은 친구와의 만남이나 대화의 시간을 갖고 싶을 때 찾는다기보다는 끼니를 때우기 위하여 많이 찾는 경향으로 보여진다. 편의점이나 포장마차, 노점 등에서 식사는 친구없이 혼자서 짧은 시간 동안 허기를 채울 때 주로

찾는 것으로 보여진다. 별로 부담없이 먹을 수 있는 분량의 음식을 선택하여 음식을 먹기만하고 자리를 뜨는 경향이다.

다음으로 전반적인 음식문화에 대하여 대안 음식문화를 실천하는 사례에 대하여 파악하여 보았는데 일단 그 숫자나 사례 수가 많지 않다는 점에서 이러한 대안 문화 실천은 아직 초기 단계라고 할 수 있다. 일반적으로 청소년들은 자신의 체형 인식이나 비만 문제에는 관심이 있으면서도 균형잡힌 영양 섭취나 규칙적인 식사 습관의 필요성, 식품의 인체 유해성분 함유 정보, 유해성 정도 등에 대해서 심각하게 인식하고 있지는 않아 보였다. 또한 사회 전반적으로 음식 소비 관행에 대한 문제의식이 형성되지 못한 상태에서 이러한 음식 소비 관행에 대한 문제제기가 지속적으로 일어나고 개선의 움직임이 진행되려면 개별적 차원의 노력과 함께 제도적인 뒷받침이 뒤따라야 할 것으로 보여진다.

공 백

# 목 차

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| I. 서론 .....                        | 1  |
| 1. 연구의 필요성 및 목적 .....              | 3  |
| 2. 연구내용 .....                      | 4  |
| 3. 연구방법 .....                      | 5  |
| II. 이론적 배경 .....                   | 7  |
| 1. 소비와 그 사회문화적 함의 .....            | 9  |
| 1) 소비의 사회문화적 측면 .....              | 9  |
| 2) 사회적 차이화 및 정체성 표현 기제로서의 소비 ..... | 11 |
| 3) 소비와 상징 .....                    | 13 |
| 4) 청소년과 소비 .....                   | 14 |
| 2. 음식 소비와 음식 문화 .....              | 18 |
| 1) 음식 소비의 사회문화적 함의 .....           | 18 |
| 2) 한국인의 음식 소비 특성 개관 .....          | 31 |
| 3) 한국인의 음식 소비와 의식 .....            | 38 |
| 3. 청소년과 음식 소비, 음식 문화 .....         | 47 |
| 1) 청소년과 음식 소비 태도 .....             | 47 |
| 2) 음식 소비와 체형 인식 .....              | 51 |
| 3) 청소년과 외식행동 .....                 | 53 |
| 4) 청소년과 패스트푸드 소비 .....             | 58 |
| 5) 청소년과 패밀리레스토랑 .....              | 63 |
| III. 청소년 음식 소비 실태 분석 .....         | 67 |
| 1. 조사 개관 .....                     | 69 |
| 1) 조사내용 .....                      | 69 |
| 2) 조사 대상 개관 .....                  | 72 |
| 2. 조사 결과 .....                     | 75 |

|                                     |            |
|-------------------------------------|------------|
| 2) 청소년의 외식 습관 .....                 | 96         |
| 3) 패스트푸드점과 음식 소비 .....              | 134        |
| 4) 패밀리레스토랑과 음식 소비 .....             | 159        |
| 5) 체형 인식과 음식 소비 문제 인식 ..            | 174        |
| 3. 요약 및 소결 .....                    | 179        |
| <b>IV. 외식 소비와 청소년들의 음식 문화 .....</b> | <b>197</b> |
| 1. 청소년들의 외식 소비양상 분석 .....           | 199        |
| 1) 제 1지역: 신림역과 노량진 주변 .....         | 202        |
| 2) 제 2지역: 동대문 .....                 | 214        |
| 3) 제 3지역: 강남역 .....                 | 221        |
| 4) 제 4지역: 신촌 .....                  | 229        |
| 5) 논의 및 소결· 외식 경향에 대한 분석 ..         | 236        |
| 2. 청소년 대안 음식 문화 실천 사례 .....         | 241        |
| 1) 채식주의 음식 문화 실천 사례 .....           | 241        |
| 2) 슬로우푸드 운동 .....                   | 249        |
| 3) 환경음식 .....                       | 255        |
| 4) 논의 및 소결 .....                    | 261        |
| <b>V. 결론 및 제언 .....</b>             | <b>263</b> |
| 1. 요약 및 결론 .....                    | 265        |
| 2. 정책제언 .....                       | 274        |
| <b>참고문헌 .....</b>                   | <b>289</b> |
| <b>부    록 .....</b>                 | <b>297</b> |
| 설문지 .....                           | 299        |
| 식품첨가물 성분과 유해성 .....                 | 310        |

## 표 목 차

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| <표 II-1> 외식시 선호하는 음식점 스타일 .....           | 20 |
| <표 II-2> 계층별 음식에 대한 취향 .....              | 22 |
| <표 II-3> 가구당 월평균 식료품비 지출 .....            | 34 |
| <표 II-4> 식료품 종류별 구성비 추이 .....             | 35 |
| <표 II-5> 식료품 지출비와 외식비 지출 .....            | 36 |
| <표 II-6> 한국 외식산업 현황 .....                 | 37 |
| <표 II-7> 우리나라 외식산업 성장 요인 .....            | 38 |
| <표 II-8> 한국인의 음식 이용 의식 .....              | 40 |
| <표 II-9> 청소년의 외식 섭취빈도에 따른 분포(연령별) ..      | 53 |
| <표 II-10> 패밀리레스토랑 현황 .....                | 65 |
| <표 III-1> 조사 영역과 세부 질문 .....              | 71 |
| <표 III-2> 거주지별, 교급별, 성별분류 .....           | 72 |
| <표 III-3> 부모의 직업별, 가정형편, 가족형태별 표본구성 ..... | 74 |
| <표 III-4> 아침식사 여부 .....                   | 75 |
| <표 III-5> 지역별 청소년들의 아침식사 규칙성 ..           | 76 |
| <표 III-6> 성별에 따른 청소년 아침 식사 규칙성 정도 ..      | 77 |
| <표 III-7> 교급별 청소년 아침식사 규칙성 .....          | 78 |
| <표 III-8> 전체 청소년 아침식사 형태 .....            | 78 |
| <표 III-9> 지역별 청소년 아침식사 형태 .....           | 79 |
| <표 III-10> 성별에 따른 청소년 아침식사 형태 .....       | 80 |
| <표 III-11> 교급별 청소년 아침식사 형태 .....          | 81 |
| <표 III-12> 점심방법 .....                     | 81 |
| <표 III-13> 지역별 청소년 점심식사 형태 .....          | 82 |
| <표 III-14> 성별에 따른 청소년 점심식사 방법 .....       | 83 |
| <표 III-15> 교급별 점심식사 방법 .....              | 83 |
| <표 III-16> 건강식품인식도 .....                  | 84 |
| <표 III-17> 지역별 건강식품 인식도 .....             | 85 |
| <표 III-18> 성별에 따른 청소년 건강식품 인식도 ..         | 86 |

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| <표 III-19> 교급에 따른 건강식품 인식도 .....         | 87  |
| <표 III-20> 청소년 김치 선호도 .....              | 87  |
| <표 III-21> 지역별 청소년 김치 선호도 .....          | 88  |
| <표 III-22> 성별에 따른 김치 선호도 .....           | 89  |
| <표 III-23> 교급별 김치 선호도 .....              | 89  |
| <표 III-24> 인스턴트식품 선호도 .....              | 90  |
| <표 III-25> 지역별 청소년 인스턴트 식품 선호도 .....     | 91  |
| <표 III-26> 성별에 따른 인스턴트 식품 선호도 .....      | 92  |
| <표 III-27> 교급에 따른 청소년 인스턴트 식품 선호도 .....  | 92  |
| <표 III-28> 음식 소비 문제점 .....               | 93  |
| <표 III-29> 지역별 청소년 음식 소비 문제점 인식 .....    | 94  |
| <표 III-30> 성별에 따른 청소년 음식 소비 문제점 인식 ..... | 95  |
| <표 III-31> 교급에 따른 청소년 음식 소비 문제점 인식 ..... | 96  |
| <표 III-32> 일주일 외식횟수 .....                | 97  |
| <표 III-33> 지역별 청소년 외식 빈도 ..              | 98  |
| <표 III-34> 성별에 따른 청소년 외식 빈도 .....        | 99  |
| <표 III-35> 교급에 따른 청소년 외식 빈도 .....        | 99  |
| <표 III-36> 자주 가는 외식 장소 .....             | 100 |
| <표 III-37> 지역별 청소년들의 외식 장소 .....         | 101 |
| <표 III-38> 성별에 따라 청소년들이 자주 가는 외식 장소 ..   | 102 |
| <표 III-39> 교급별 청소년들이 자주 가는 외식 장소 ..      | 103 |
| <표 III-40> 외식 시간 .....                   | 104 |
| <표 III-41> 지역별 외식 시간 .....               | 104 |
| <표 III-42> 성별에 따른 청소년 외식 시기 .....        | 105 |
| <표 III-43> 교급별 청소년 외식 시기 .....           | 106 |
| <표 III-44> 외식장소 선택 이유 .....              | 107 |
| <표 III-45> 지역별 청소년 외식장소 선택 사유 ..         | 108 |
| <표 III-46> 성별에 따른 청소년 외식장소 선택 사유 .....   | 109 |
| <표 III-47> 교급별 외식장소 선택 이유 .....          | 110 |
| <표 III-48> 외식하는 가장 큰 이유 .....            | 111 |

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| <표 III-49> 지역별 청소년 외식 이유 .....           | 112 |
| <표 III-50> 성별에 따른 청소년 외식 이유 ....         | 113 |
| <표 III-51> 교급별 외식을 하는 가장 큰 이유 .....      | 113 |
| <표 III-52> 외식시 동행인 .....                 | 114 |
| <표 III-53> 지역별 청소년 외식시 동행인 .....         | 115 |
| <표 III-54> 성별 외식시 주요 동행인 .....           | 116 |
| <표 III-55> 교급별 외식시 동행인 .....             | 116 |
| <표 III-56> 1인당 점심 평균 비용 .....            | 117 |
| <표 III-57> 지역별 청소년 1인당 평균 점심 비용 ...      | 118 |
| <표 III-58> 성별에 따른 1인당 평균 점심 비용 .....     | 119 |
| <표 III-59> 교급별 청소년 1인당 평균 점심 비용 .....    | 120 |
| <표 III-60> 1인당 저녁 평균 비용 .....            | 120 |
| <표 III-61> 지역별 청소년 1인당 평균 저녁 비용 .....    | 121 |
| <표 III-62> 성별에 따른 청소년 1인당 평균 저녁 비용 ..... | 122 |
| <표 III-63> 교급별 청소년 1인당 저녁 비용 .....       | 123 |
| <표 III-64> 1인당특별행사시 평균 외식 비용 .....       | 123 |
| <표 III-65> 지역별 특별 행사시 외식 비용 .....        | 124 |
| <표 III-66> 성별에 따른 특별 행사시 외식 비용 ....      | 125 |
| <표 III-67> 교급별 특별 행사시 외식 비용 . ....       | 126 |
| <표 III-68> 한달 용돈 규모 .....                | 127 |
| <표 III-69> 지역별 청소년 한달 용돈 규모 .....        | 128 |
| <표 III-70> 성별에 따른 청소년 한달 용돈 액수 .....     | 129 |
| <표 III-71> 교급별 청소년 한달 용돈 액수 .....        | 130 |
| <표 III-72> 한달 용돈 중 외식비 ... ..            | 131 |
| <표 III-73> 지역별 청소년 용돈중 외식비 지출 규모 .....   | 132 |
| <표 III-74> 성별에 따른 용돈중 외식비 지출 ... .       | 133 |
| <표 III-75> 교급별 청소년 용돈 중 외식비 지출 .....     | 134 |
| <표 III-76> 패스트푸드 먹는 이유 .....             | 135 |
| <표 III-77> 지역별 청소년 패스트푸드 먹는 이유 ....      | 136 |
| <표 III-78> 성별에 따른 패스트푸드 시식 이유 .....      | 137 |

|                                                   |     |
|---------------------------------------------------|-----|
| <표 III-79> 교급별 청소년 패스트푸드 시식 이유 ..                 | 138 |
| <표 III-80> 선호 패스트푸드 브랜드 .....                     | 139 |
| <표 III-81> 지역별 청소년 패스트푸드 브랜드 선호도 .....            | 140 |
| <표 III-82> 성별에 따른 패스트푸드 브랜드 선호도 .....             | 141 |
| <표 III-83> 교급별 청소년 패스트푸드 브랜드 선호도 .....            | 142 |
| <표 III-84> 지난달 패스트푸드점 방문 횟수 .....                 | 143 |
| <표 III-85> 지역별 패스트푸드점 방문 빈도 .....                 | 144 |
| <표 III-86> 성별에 따른 패스트푸드점 방문 빈도 .....              | 145 |
| <표 III-87> 교급별 청소년 패스트푸드점 방문 빈도 .....             | 145 |
| <표 III-88> 패스트푸드에 대한 인식 .....                     | 146 |
| <표 III-89> 지역별 청소년 패스트푸드 인식 .....                 | 147 |
| <표 III-90> 성별에 따른 청소년 패스트푸드에 대한 인식 .....          | 148 |
| <표 III-91> 교급별 패스트푸드에 대한 인식 .....                 | 149 |
| <표 III-92> 패스트푸드 정보 채널 .....                      | 150 |
| <표 III-93> 지역별 청소년 패스트푸드에 대한 정보 채널 .....          | 151 |
| <표 III-94> 성별에 따른 청소년 패스트푸드에 대한 정보 채널 .....       | 152 |
| <표 III-95> 교급별 청소년 패스트푸드에 대한 정보 채널 .....          | 152 |
| <표 III-96> 한국화된 메뉴의 패스트푸드점 선택영향 .....             | 153 |
| <표 III-97> 지역별 청소년 한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 방문 .....   | 154 |
| <표 III-98> 성별 청소년 한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 방문 ...      | 155 |
| <표 III-99> 교급별 청소년 한국화된 메뉴의 유무와 패스트푸드점 방문 .....   | 156 |
| <표 III-100> 할인카드쿠폰영향도 .....                       | 156 |
| <표 III-101> 지역별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문 ..... | 157 |
| <표 III-102> 성별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문 .....  | 158 |
| <표 III-103> 교급별 청소년 할인카드 및 쿠폰 소지와 패스트푸드점 방문 ..... | 159 |
| <표 III-104> 금년 패밀리레스토랑 방문빈도 .....                 | 160 |
| <표 III-105> 지역별 청소년들의 패밀리레스토랑 방문빈도 .....          | 161 |
| <표 III-106 > 성별에 따른 청소년 패밀리레스토랑 방문빈도 .....        | 162 |
| <표 III-107> 교급별 청소년 패밀리레스토랑 방문빈도 .....            | 162 |
| <표 III-108> 가장 자주 가는 패밀리레스토랑 .....                | 163 |

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| <표 III-109> 지역별로 자주 가는 패밀리레스토랑 브랜드 .....  | 164 |
| <표 III-110> 성별에 따른 자주가는 패밀리레스토랑 브랜드 ..... | 165 |
| <표 III-111> 교급별 자주가는 패밀리레스토랑 .....        | 166 |
| <표 III-112> 패밀리레스토랑 방문 이유 .....           | 167 |
| <표 III-113> 지역별 패밀리레스토랑 방문 이유 ..          | 168 |
| <표 III-114> 성별에 따른 패밀리레스토랑 방문 이유 ....     | 169 |
| <표 III-115> 교급별 패밀리레스토랑 방문 이유 .....       | 170 |
| <표 III-116> 할인카드 소지와 패밀리레스토랑 방문 ..        | 171 |
| <표 III-117> 지역별 할인카드소지와 패밀리레스토랑 방문 영향 ... | 172 |
| <표 III-118> 성별에 따른 할인카드의 패밀리레스토랑 방문 영향 .  | 173 |
| <표 III-119> 교급별 할인카드의 패밀리레스토랑 방문 영향 ..... | 174 |
| <표 III-120> 청소년 체형인식도 .....               | 175 |
| <표 III-121> 지역별 청소년 체형인식도 .....           | 175 |
| <표 III-122> 성별에 따른 청소년 체형인식도 .....        | 176 |
| <표 III-123> 교급별 청소년 체형인식도 .....           | 177 |
| <표 III-124> 체형인식과 음식소비 문제 인식 .....        | 178 |
| <표 IV-1> 각 지역의 특성 비교 .....                | 201 |