대한지역사회영양학회지 17(1) : 26~37, 2012
Korean J Community Nutr 17(1) : 26~37, 2012
DOI:10.5720/kjcn.2012.17.1.26

성인의 연령에 따른 건강기능식품 섭취실태와 정보 요구도 분석

온 정 · 김 정 희†

서울여자대학교 자연과학대학 식품영양학과

Intake Pattern and Needs Assessment for the Development of Web-Contents on Health Functional Foods according to Age of Adults

Jeong Ohn, Jung Hee Kim†

Department of Food and Nutrition, College of Natural Sciences, Seoul Women's University, Seoul, Korea

Abstract

This study was done to analyze the consumption patterns of health functional food (HFF) as well as to perform needs assessment for the development of web-contents on HFF according to age of adults. The subjects were 238 male and female adults, divided into 4 groups by their age. This study collected all information by self-administrated questionnaires. The awareness on HFF was high in the older adults. The younger adults showed more negative responses to reliability and safety on HFF. The main reason for the consumption of HFF was to supplement nutrients and to prevent diseases. The main types of HFF consumed by adults were nutritional supplementary food, red ginseng products, and glucosamine products. There was higher consumption of nutritional supplementary food in the younger adults and glucosamine products in the older adults. Internet users had low level of satisfaction, with tendency to complain poor contents, reliability, difficulties in searching as problems of the pre-existing HFF websites. As useful methods for provision of information on HFF, most adults wanted general information, articles written by experts and videos. They also wanted to know the safety and side effects of HFF. Requirement of contents composition were various in-depth information, clear indication of citation, fresh updated data while that of display composition was easily-findable, uncomplicated, allowing mutual exchange of communication through bulletin board. These results can be used as basic data that reflect the consumer's needs for developing HFF web-contents according to age of adults. (*Korean J Community Nutr* 17(1) : 26~37, 2012)

KEY WORDS : health functional food · consumption pattern · needs assessment · web-contents

서 론

최근 건강에 대한 소비자들의 관심과 생활수준 향상으로 인한 과잉 영양섭취로 암, 고혈압, 뇌졸중, 당뇨병 등 만성질환이 증가되면서 식품의 소비유형이 자연식 또는 건강식 위주로 변화하고 있다(Park 등 2005). 더구나 평균 수명이 증가되고 웰빙 추구나 질병에 대한 대처방법도 치료가 아닌 예방에 관심을 돌리게 되면서 건강기능식품에 대한 수요가 지속적으로 증가되며 신제품 양산도 불러올 것으로 예상되고 있다(Lee 2007). 식품의약품안전청(Korea Food and Drug Administration 2010)의 조사에 따르면 2009년도 건강기능식품 생산 실적 현황을 분석한 결과 판매액이 9,598억원으로 2008년도에 비하여 20% 정도 증가하였다고 보고하였으며 이는 2009년도 신종 인플루엔자의 대유행 등이 영향을 미친 것으로 분석되었다. 그 중에서도 홍삼제품이 전체의 52%를 차지하면서 건강기능식품을 대표하는 것으로 조사되었다. 또한 2008년도 국민건강영양조사에서도 최근 1년 이내 2주 이상 지속적으로 건강기능식품을 복용한 사람이 2005년 25.8%에서 2008년 34.1%로 크게 증가되었다(Korea Centers for Disease Control and Prevention 2008).

건강기능식품은 일반 식품과는 달리 건강증진 및 질병예방에 보다 직접적인 영향을 미치고 건강에 유의한 식품 성분

접수일: 2012년 1월 30일 접수
수정일: 2012년 2월 7일 수정
채택일: 2012년 2월 7일 채택
*This study was supported by a grant of Seoul Women's Institute of Nature Science in 2010

†**Corresponding author:** Jung Hee Kim, Department of Food and Nutrition, College of Natural Sciences, Seoul Women's University, 623 Hwarangno, Nowon-gu, Seoul 139-774, Korea
Tel: (02) 970-5646, Fax: (02) 976-4049
E-mail: jheekim@swu.ac.kr

의 섭취를 증가시킬 수 있다는 긍정적인 측면이 있으나, 기능성을 강조하기 위해 성분을 필요량 이상 사용하거나 근거가 불확실한 허위 · 과대광고와 자칫 의약품으로 오인 · 혼동하는 부작용을 초래하여 소비자의 건강을 침해하는 안전상의 문제를 일으키고 있는 것 또한 현실이다(Yoo 등 2002; Kim 2004; Um 2004).

건강기능식품 시장의 성장은 안전성과 기능성이 검증되지 않은 유사 건강식품의 제조 및 유통을 초래하여 건강기능식품에 대한 불신과 거부감 등 부정적인 측면이 속출하고 있으나, 건강기능식품의 안전성 확보 및 품질 향상과 건전한 유통 · 판매를 도모함으로써 국민의 건강증진과 소비자보호에 이바지함을 목적으로 건강기능식품법이 제정되었음에도 불구하고, 건강기능식품에 대한 지식 및 인식은 좀처럼 변화지 않는 실정이다(Do 2004; Quack 2008).

건강기능성식품은 인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분을 이용하여 제조·가공한 식품을 의미한다. 이 때 기능성을 구분하여 선택 구매하는 것은 개인의 몫으로 대부분 과거에는 주변인이나 약국, 병원 등을 통해서 구매하였다. 그러나 인터넷이 발달한 요즘은 범람하고 있는 정보 속에 노출된 다량의 정보를 통해 개인이 직접 판단하고 선택하는 경향이 크다. 건강기능식품에 대한 올바른 정보를 습득하지 못하면 오·남용하게 되고, 이러한 잘못된 복용은 오히려 건강에 해를 끼칠 수 있어 소비자들에게 건강기능식품에 대한 올바른 정보를 접할 수 있는 기회의 제공이 무엇보다도 절실한 실정이다(Yoon 2007).

따라서 현 상황에서 소비자가 올바른 선택을 할 수 있도록 건강기능식품에 대한 교육과 홍보가 무엇보다도 시급하며, 아울러 소비자의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 다양한 건강기능식품의 개발이 필요하다. 또한 연령 계층별로 관심 있는 건강기능식품이 각각 다른 소비자의 특성을 분석하고 요구사항을 파악하여 차별화된 정보를 제공할 필요가 있다. 특히 건강기능식품을 필요로 하거나 관련 정보를 얻고자 하는 사람에게 신뢰성 있는 정보를 제공해야 하며, 다량의 정보보다는 올바른 정보가 제공되어 지고 필요에 따라 쉽게 찾아 볼 수 있는 기능이 요구된 소비자 친화형 웹사이트 개발이 선행되어야 한다.

본 연구는 현대사회에서 건강증진을 위해 수요가 증가하고 있는 건강기능식품의 주요 소비계층인 성인을 대상으로 연령별로 나누어 건강기능식품의 섭취실태를 조사하고, 신뢰성 있는 관련 정보를 전달할 수 있는 웹 컨텐츠 개발에 근거가 될 정보 요구도를 파악하고자 하였다. 이는 궁극적으로 성인 연령층이 인터넷을 통해 건강기능식품의 정보를 올바르게 접할 수 있는 웹 컨텐츠를 통해 과장되거나 허위광고로 인한 소비자의 피해를 줄일 수 있도록 하는데 있다.

연구대상 및 방법

1. 조사대상자

본 연구는 2009년 6월부터 8월에 걸쳐 설문조사에 응한 서울·경기지역의 성인 남녀 238명(남자 : 72명, 여자 : 166명)을 대상으로 조사하였고, 남녀 구분 없이 연령대에 따라 4군으로 나누어 건강기능식품의 섭취 실태 및 웹 컨텐츠 정보요구도를 파악하였다. 연령별 대상자 수자는 20대가 77명, 30대가 79명, 40대가 46명, 50대가 36명으로 연령 간에 대상자 숫자에 다소 차이가 있었다.

2. 조사 내용 및 방법

본 연구를 위해 사용된 조사도구는 설문지법이며, 자기기입방식(Self-administrated questionnaire)으로 조사하였다. 조사내용은 선행연구(Nam 2004; Um 2004)에서 사용된 자료를 참조하여 본 연구의 주제와 내용에 맞도록 수정·보완하여 작성하다. 주요한 조사항목은 건강기능식품에 대한 섭취실태와 건강기능식품 웹사이트 개발 정보요구도에 대한 것이며 구체적인 설문 내용은 조사대상자의 일반적인 특성(성별, 연령, 결혼여부, 월소득) 건강기능식품에 대한 인식(들어본 경험, 효과, 신뢰성, 안전성에 대한 인식) 및 섭취실태(섭취여부, 섭취 종류, 섭취 이유, 미섭취 이유, 향후 섭취의사, 정보 제공 경로), 인터넷을 통한 건강기능식품 관련 정보(인터넷 사용 빈도, 건강기능식품 관련 웹사이트 이용 빈도, 기존 웹사이트 접속 여부), 건강기능식품 웹사이트 이용도(접속 시 이용 종류, 만족도, 문제점), 그리고 건강기능식품 웹사이트 이용 시 주요 정보요구도(정보 얻고 싶은 중점 항목, 내용면 요구도와 화면 구성면 요구도) 등으로 구성하였다,

3. 자료처리

본 조사의 자료 분석을 위하여 SPSS WIN(ver 18.0) 통계프로그램을 이용하였다. 조사 대상자의 연령은 평균과 표준편차로 제시하였고 나머지 일반사항, 건강기능식품 인식 및 섭취실태, 건강기능식품 웹사이트 개발 정보요구도 등 대부분의 자료는 빈도와 백분율로 나타내었다. 조사대상자의 연령에 따른 차이 검증은 카이제곱검정(χ^2-test)을 이용하였고 모든 분석은 $p < 0.05$ 수준에서 통계적 유의성을 검증하였다.

결 과

1. 대상자의 일반적 특성

본 연구의 조사대상자는 총 238명으로 남성 72명(30.3%), 여성 166명(68.7%)이었으며, 평균연령은 36.7세로 나타났고 20대가 32.4%, 30대가 33.2%, 40대가 19.3%, 50대가 15.1%로 나타났다(Table 1). 결혼여부에 있어서는 미혼이 74명(31.1%), 기혼 158명(66.4%), 이혼/사별/별거 6(2.5%)명으로 나타났다. 최종학력에서는 대학 졸업이 141명(59.2%)으로 가장 높았고, 고등학교 졸업이 72명(30.3%), 대학원 졸업 이상이 20명(8.4%), 중학교 졸업 미만이 5명(2.1%)으로 나타났다. 월 평균 수입에서는 400만원 이상이 64명(26.9%)으로 가장 높았고, 200~300만원 미만 56명(23.5%), 300~400만원 미만 54(22.7%), 100~200만원 미만 46명(19.3%), 100만원 미만 12명(5%)의 순으로 조사되었다.

2. 건강기능식품에 대한 인식

건강기능식품의 효과, 신뢰성 및 안전성에 대한 인식도 조사에서 건강식품에 대해 85.7%가 들어본 적이 있는 것으로 조사되었다(Table 2). 건강기능식품의 효과에 대한 조사에서 '효과가 있을 것이다' 5.5%, '의약품 효과 정도는 아니지만 어느 정도 효과가 있을 것이라고 생각한다' 79.4%로 나타났으며, '효과는 별로 없을 것이라 생각한다'는 15.1%로 나타났다. 연령별 차이를 보면 효과가 있다는 긍정적인 생각은 50대가, 효과가 별로 없다는 부정적인 생각은 20대가 높아서 건강기능식품의 효과에 대한 인식이 연령에 따라 유의적($p < 0.05$)으로 차이가 있었다. 건강기능식품에 대한 신뢰성 조사결과에서는 '전혀 신뢰가 안 간다' 3.8%, '약간 신뢰가 안 된다'가 47.5%로 나타나 조사대상자의 절반가량이 건강기능식품에 대한 신뢰도가 약한 것으로 나타났다. 연령별로는 20~30대는 '잘 모르겠다'고 답한 비율이 26~28%로 다소 높았고, 40~50대는 '국가가 인정한 것이므로 신뢰한다'는 비율이 40% 내외로 다른 연령층보다 높아 신뢰성에 대한 인식도도 연령에 따라 유의적인($p < 0.05$) 차이가 있었다. 건강기능식품의 안전성에 대해서는 '약간 안전하지 않다고 생각한다'로 답한 사람이 46.2%로 나타났으며, '국가가 인정한 것이므로 안전하다고 생각한다' 28.6%, '잘 모르겠다' 24.7%의 순으로 조사되었다. 연령별로는 20~40대에서 약간 안전하지 않다고 생각하는 사람의 비율이 높은 반면, 50대에서는 국가가 인정한 것이므로 안전하다고 생각하는 사람의 비율이 높게 나타났다.

Table 1. General characteristics of subjects

		Total	20s	30s	40s	50s	χ^2-value
		(n = 238)	(n = 77)	(n = 79)	(n = 46)	(n = 36)	
Age (years)		36.7 ± 10.6[1]	25.6 ± 2.5	34.0 ± 3.0	46.4 ± 2.6	54.0 ± 2.6	
Gender	Men	72 (30.3)[2]	27 (35.1)	22 (27.8)	13 (28.3)	10 (27.8)	1.2
	Women	166 (69.7)	50 (64.9)	57 (72.2)	33 (71.7)	26 (72.2)	
Marital status	Single	74 (31.1)	59 (76.6)	11 (13.9)	3 (6.5)	1 (2.8)	117.5***
	Married	158 (66.4)	17 (22.1)	68 (86.1)	40 (87.0)	33 (91.7)	
	Divorced/Widowed/Separated	6 (2.5)	1 (1.3)	0 (0.0)	3 (6.5)	2 (5.6)	
Education level	Elementary school	1 (0.4)	1 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	25.1*
	Middle school	4 (1.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (6.5)	1 (2.8)	
	High school	72 (30.3)	20 (26.0)	20 (26.0)	20 (25.3)	12 (33.3)	
	University	141 (59.2)	53 (68.8)	47 (59.5)	47 (59.5)	20 (55.6)	
	Graduate school or abov	20 (8.4)	3 (3.9)	12 (15.2)	12 (15.2)	3 (8.3)	
Monthly income	Less than 1 million won	12 (5.0)	8 (10.4)	1 (1.3)	2 (4.3)	1 (2.8)	32.6**
	1 – 2 million won	46 (19.3)	22 (28.6)	12 (15.2)	7 (15.2)	5 (13.9)	
	2 – 3 million won	56 (23.5)	12 (15.6)	29 (36.7)	10 (21.7)	5 (13.9)	
	3 – 4 million won	54 (22.7)	17 (22.1)	17 (21.5)	9 (19.6)	11 (30.6)	
	Above 4 million won	64 (26.9)	14 (18.2)	19 (24.1)	18 (39.1)	13 (36.1)	
	Other	6 (2.5)	4 (5.2)	1 (1.3)	0 (0.0)	1 (2.8)	

1) Mean ± SD
2) Number of subjects, ( ): Percentage of subjects
*, **, ***: Significantly different at $p < 0.05$, $p < 0.01$, $p < 0.001$ by χ^2-test

3. 건강기능식품의 섭취 실태

1) 건강기능식품 섭취여부 및 이유

조사대상자 중 건강기능식품을 섭취하고 있거나 섭취경험이 있는 사람은 163명(68.5%)으로 나타났고, 섭취하지 않는 사람은 75명(31.5%)으로 조사되었다(Table 3). 건강기능식품을 섭취하는 사람을 대상으로 섭취하는 이유를 조

Table 2. Perception of effectiveness, credibility and safety for health functional foods

		Total	20s	30s	40s	50s	χ^2-value
		(n = 238)	(n = 77)	(n = 79)	(n = 46)	(n = 36)	
Awareness of health functional food	Yes	204 (85.7)[1]	62 (80.5)	65 (82.3)	42 (91.3)	35 (97.2)	7.5
	No	34 (14.3)	15 (19.5)	14 (17.7)	4 (14.3)	1 (2.8)	
Effectiveness	Effective like medical products	13 (5.5)	1 (1.3)	5 (6.3)	2 (4.3)	5 (13.9)	3.8*
	Effective, but less than medical products	189 (79.4)	59 (76.6)	62 (78.5)	38 (82.6)	30 (83.3)	
	Not effecective	36 (15.1)	17 (22.1)	12 (15.2)	6 (13.0)	1 (2.8)	
Credibility	Not trust at all	9 (3.8)	3 (3.9)	4 (5.1)	2 (4.3)	0 (0.0)	19.1*
	Little trust	113 (47.5)	37 (48.1)	37 (46.8)	21 (45.7)	18 (50.0)	
	Trust because of government's approval	67 (28.2)	17 (22.1)	16 (20.3)	18 (39.1)	16 (44.4)	
	Not sure	49 (20.6)	20 (26.0)	22 (27.8)	5 (10.9)	2 (5.6)	
Safety	Not safe at all	2 (0.8)	0 (0.0)	2 (2.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	12.3
	Little safe	110 (46.2)	39 (50.6)	37 (46.8)	21 (45.7)	13 (36.1)	
	Safe because of government's approval	68 (28.6)	19 (24.7)	17 (21.5)	16 (34.8)	16 (44.4)	
	Not sure	58 (24.4)	19 (24.7)	23 (29.1)	9 (19.6)	7 (19.4)	

1) Number of subjects, ( ): Percentage of subjects
*: Significantly different at $p < 0.05$ by χ^2-test

Table 3. Reasons for use/non-use of health functional food

		Total	20s	30s	40s	50s	χ^2-value
		(n = 238)	(n = 77)	(n = 79)	(n = 46)	(n = 36)	
User		163 (100.0)[1]	45 (100.0)	49 (100.0)	37 (100.0)	32 (100.0)	
Reasons for use	Disease treatment	4 (2.5)	2 (4.4)	1 (2.0)	1 (2.7)	0 (0.0)	25.6
	Disease prevention	44 (27.0)	6 (13.3)	9 (18.4)	16 (43.2)	13 (40.6)	
	Weight loss	3 (1.8)	1 (2.2)	0 (0.0)	1 (2.7)	1 (3.1)	
	Nutrient supplements	84 (51.5)	29 (64.4)	26 (53.1)	15 (40.5)	14 (43.8)	
	Reinforcing strength and stamina	26 (16.0)	7 (15.6)	12 (24.5)	3 (8.1)	4 (12.5)	
	Skin care	1 (0.6)	0 (0.0)	1 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	Other	1 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.7)	0 (0.0)	
Effects after use	Very effective	11 (6.7)	2 (4.4)	4 (8.2)	2 (5.4)	3 (9.4)	15.1
	Effective	74 (45.4)	16 (35.6)	18 (36.7)	23 (62.2)	17 (53.1)	
	Little effective	10 (6.1)	6 (13.3)	1 (2.0)	1 (2.7)	2 (6.3)	
	Not effective at all	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	Not sure	68 (41.7)	21 (46.7)	26 (53.1)	11 (29.7)	10 (31.3)	
Non-user		75 (100.0)	32 (100.0)	30 (100.0)	9 (100.0)	4 (100.0)	
Reasons for non-use	Incredibility on effectiveness	15 (20.0)	7 (21.9)	5 (16.7)	2 (22.2)	1 (25.0)	17.2
	Side-effects	1 (1.3)	0 (0.0)	1 (3.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	High cost	14 (18.7)	6 (18.8)	4 (13.3)	3 (33.3)	1 (25.0)	
	Healthy already	25 (33.3)	10 (31.3)	13 (43.3)	2 (22.2)	0 (0.0)	
	Lack of information	9 (12.0)	6 (18.8)	3 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	Lack of credibility by false advertising	8 (10.7)	2 (6.3)	4 (13.3)	1 (11.1)	1 (25.0)	
	Other	3 (4.0)	1 (3.1)	0 (0.0)	1 (11.1)	1 (25.0)	
Future inclination for use	Yes	197 (82.8)	59 (76.6)	61 (77.2)	42 (91.3)	35 (97.2)	11.4*
	No	41 (17.2)	18 (23.4)	18 (22.8)	4 (8.7)	1 (2.8)	

1) Number of subjects, ( ): Percentage of subjects
*: Significantly different at $p < 0.05$ by χ^2-test

사한 결과 '영양보충'이 51.5%로 가장 높았고, '질병예방'이 27.0%로 나타났다. 연령별로는 20~30대는 영양보충이 건강기능식품을 섭취하는 주된 원인이나 40~50대는 영양보충뿐만 아니라 질병예방 목적으로 많이 섭취하고 있는 것으로 나타났다(Table 3). 건강기능식품 섭취 후 효과가 있었느냐는 질문에 '매우 효과가 있었다' 6.7%, '약간 효과가 있었다' 45.4%로 긍정적인 응답을 한 사람이 약 52.1%로 조사되었고 '잘 모르겠다'고 답한 사람이 41.7%, '대부분 없다'고 응답한 비율은 6.1%로 조사되어 효과를 인지하거나 그렇지 않은 비율이 비슷한 것으로 나타났다. 연령별로의 차이를 보면 20~30대에서는 '잘 모르겠다'의 응답비율이 높은 반면, 40~50대에서는 '약간 효과가 있었다'에서 높게 나타났다.

건강기능식품을 섭취를 하지 않는 사람들에게 섭취하지 않는 이유를 조사한 결과 '건강하기 때문에 필요성을 못 느껴서' 33.3%, '효과에 대한 믿음이 없어서' 20.0%, '가격이 비싸서' 18.7%, '제품에 대한 정보부족' 12.0%, '판매방법이나 허위광고로 인하여 믿음이 가지 않아서' 10.7%의 순으로 조사되었다. 연령별 차이를 살펴보면 20~30대는 '건강하기 때문에 필요성을 못 느껴서'에 가장 높은 응답을 보였고, 30~40대에서는 가격, 효과, 허위광고에 대한 불신으로 섭취하지 않는 것으로 조사되었다. 건강기능식품에 대한 향후 섭취여부를 묻는 질문에는 긍정적인 대답이 82.8%로 조사되었다. 연령이 증가할수록 향후 섭취하겠다는 응답자의 비율이 유의하게($p < 0.05$) 높게 나타났다.

2) 건강기능식품 관련정보 취득 경로

건강기능식품에 관한 정보를 얻는 경로에 대한 질문에서 가족과 친지를 통해 얻는 것이 32.8%로 가장 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났고, TV/라디오 25.6%, 인터넷 16%, 약국 및 전문점 9.2%, 신문/잡지 7.6%의 순으로 조사되었다. 연령별로 별 차이가 없으며 건강기능식품에 대한 정보를 제공받는 데에는 가족과 친지 등, 주변인의 영향이 가장 큰 것으로 보이며, 인터넷의 영향이 보다 적은 영향을 끼치고 있는 것으로 나타났다(Table 4).

3) 건강기능식품 섭취 종류

일반적으로 많이 섭취하는 것으로 알려진 20종류의 고시형 건강기능식품 대하여 복수 응답을 허용하여 섭취종류를 조사하였다. 그 결과 영양보충용 식품을 섭취하는 사람이 47.58%로 가장 많았고, 홍삼제품 29.84%, 글루코사민 제품 13.0%, 유산균 함유제품 9.7% EPA 및 DHA 함유제품 9.2%, 인삼제품 8.8%, 스쿠알렌 7.1%, 클로렐라와 감마리놀렌산 함유식품이 6.7%, 로얄젤리와 알로에 5.5% 버섯 식품 5.0%, 키토산 4.2%의 순으로 많이 섭취하였다. 특히 홍삼제품은 20~40대에서 많이 섭취하는 것으로 조사되었고, 50대에서는 홍삼제품보다 글루코사민제품을 많이 섭취하는 것으로 조사되었다(Table 5).

4. 건강기능식품 웹사이트 이용도과 문제점 파악

조사대상자의 인터넷을 통한 건강기능식품 관련 웹사이트 이용도를 파악하기 위해 기본적으로 인터넷을 이용하는 빈도를 조사한 결과, '매일 이용한다'가 57.6%로 성인 두 명 중 한 명은 매일 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다. 연령이 낮을수록 인터넷 이용 빈도가 유의하게($p < 0.001$) 높았고 50대는 거의 사용하지 않는 것으로 나타났다(Table 6). 인터넷을 통한 건강기능식품 관련정보의 이용빈도를 조사한 결과, '이용해 본적이 없다'가 47.5%로 가장 많았고, '이용해 본적은 있으나 거의 이용하지 않는다'가 27.7%로 나타났다. 연령별로도 비슷한 경향을 보이고 있어 손쉽게 건강기능식품 정보를 제공할 수 있는 웹사이트를 마련할 필요가 있는 것으로 나타났다. 식약청에서 건강기능식품관련 웹사이트를 제공하는 사실을 인식하는 지에 대한 질문에서 87%가 모르는 것으로 나타나 관련정보 사이트에 대한 홍보가 미

Table 4. Subjects' information sources of health functional foods

	Total	20s	30s	40s	50s	χ^2-value
	(n = 238)	(n = 77)	(n = 79)	(n = 46)	(n = 36)	
TV/radio	61 (25.6)	23 (29.9)	16 (20.3)	12 (26.1)	10 (27.8)	32.0
Internet	38 (16.0)	15 (19.5)	18 (22.8)	2 (4.3)	3 (8.3)	
Newspapers/magazines	18 (7.6)	5 (6.5)	2 (2.5)	7 (15.2)	4 (11.1)	
Pharmacies/stores	22 (9.2)	5 (6.5)	10 (12.7)	3 (6.5)	4 (11.1)	
Doctors	3 (1.3)	0 (0.0)	2 (2.5)	1 (2.2)	0 (0.0)	
Family, relatives	78 (32.8)	23 (29.9)	24 (30.4)	16 (34.8)	15 (41.7)	
Door-to-door salespeople	8 (3.4)	2 (2.6)	3 (3.8)	3 (6.5)	0 (0.0)	
Other	10 (4.2)	4 (5.2)	4 (5.1)	2 (4.4)	0 (0.0)	

1) Number of subjects, ( ): Percentage of subjects

흡했음을 보여주고 있다(Table 6)

건강기능식품관련 웹사이트를 사용한 적이 있는 사람들을 대상으로 접속한 웹사이트의 종류를 조사한 결과 '검색 포털 사이트(네이버, 다음 등)' 67.3%, '건강기능식품 업체의 판매 사이트'가 24.5%로 조사되었다. 기존의 건강기능식품 관련 웹사이트의 만족도에서는 '보통이다' 71.4%로 가장 높게 응답하였고, '별로 만족하지 않는다' 18.4%로 조사되었으며, 연령별로도 같은 경향의 응답 비율을 보

Table 5. Kinds of health functional foods consumed by subjects

	Total	20s	30s	40s	50s
	(n = 238)	(n = 77)	(n = 79)	(n = 46)	(n = 36)
Nutrient supplements	113 (47.5)[1]	33 (42.9)	34 (43.0)	25 (54.3)	21 (58.3)
Ginseng products	21 (8.8)	0 (0.0)	5 (6.3)	7 (15.2)	9 (25.0)
Red ginseng products	71 (29.8)	15 (19.5)	24 (30.4)	23 (50.0)	9 (25.0)
EPA or DHA containing products	22 (9.2)	4 (5.2)	3 (3.8)	8 (17.4)	7 (19.4)
Royal jelly products	13 (5.5)	2 (2.5)	3 (3.8)	1 (2.2)	7 (19.4)
Squalene products	17 (7.1)	2 (2.5)	5 (6.3)	3 (7.0)	7 (19.4)
Lactobacillus containing products	23 (9.7)	5 (6.5)	7 (8.9)	6 (13.0)	5 (13.9)
Chlorella products	16 (6.7)	4 (5.2)	5 (6.3)	5 (10.9)	2 (5.5)
Spirulina products	1 (0.4)	0 (0.0)	1 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)
Gamma-linolenic acid containing products	16 (6.7)	1 (1.3)	1 (1.3)	10 (21.7)	4 (11.1)
Gemmule products	2 (0.8)	0 (0.0)	1 (1.3)	0 (0.0)	1 (2.8)
Lecithin products	2 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (5.5)
Fungus products	12 (5.0)	3 (3.9)	2 (2.5)	3 (7.0)	4 (11.1)
Aloe products	13 (5.5)	2 (2.5)	5 (6.3)	3 (7.0)	3 (8.3)
Soft-shelled turtle products	1 (0.4)	1 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
Beta-carotene containing products	2 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (4.3)	0 (0.0)
Chitosan containing products	10 (4.2)	2 (2.5)	2 (2.5)	2 (4.3)	4 (11.1)
Glucosamine products	31 (13.0)	3 (3.9)	3 (3.8)	13 (28.3)	12 (33.3)
Propolis extract products	14 (5.9)	1 (13.0)	2 (2.5)	6 (13.0)	5 (13.9)
Other	7 (2.9)	4 (5.2)	2 (2.5)	1 (2.2)	0 (0.0)

1) Number of subjects, ( ): Percentage of subjects

Table 6. Frequency and experience of acquiring information on health functional foods through the internet

		Total	20sf	30s	40s	50s	χ^2-value
		(n = 238)	(n = 77)	(n = 79)	(n = 46)	(n = 36)	
Frequency of internet use	Hardly ever	2 (8.8)[1]	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (19.6)	12 (33.3)	92.5***
	1 – 3 times a month	17 (7.1)	0 (0.0)	2 (2.5)	9 (19.6)	6 (16.7)	
	1 – 3 times a week	35 (14.7)	7 (9.1)	12 (15.2)	8 (17.4)	8 (22.2)	
	4 – 6 times a week	28 (11.8)	9 (11.7)	13 (16.5)	3 (6.5)	3 (8.3)	
	Everyday	137 (57.6)	61 (79.2)	52 (65.8)	17 (37.0)	7 (19.4)	
Frequency of information use on HFF through internet	Never	113 (47.5)	33 (42.9)	33 (41.8)	25 (54.3)	22 (61.1)	11.7
	Hardly ever	66 (27.7)	21 (27.3)	27 (34.2)	11 (23.9)	7 (19.4)	
	Occasionally when necessary	51 (21.4)	20 (26.0)	17 (21.5)	7 (15.2)	7 (19.4)	
	At least once a month	5 (2.1)	1 (1.3)	2 (2.5)	2 (4.3)	0 (0.0)	
	At least once a week	3 (1.3)	2 (2.6)	0 (0.0)	1 (2.2)	0 (0.0)	
Awareness about providing HFF information by KFDA	Know	31 (13.0)	12 (15.6)	7 (8.9)	5 (10.9)	7 (19.4)	3.2
	Don't know	207 (87.0)	65 (84.4)	72 (91.1)	41 (89.1)	29 (80.6)	
Experience visited websites on HFF	Yes	49 (20.6)	13 (16.9)	18 (22.8)	9 (19.6)	9 (25.0)	1.3
	No	189 (79.4)	64 (83.1)	61 (77.2)	37 (80.4)	27 (75.0)	

1) Number of subjects, ( ): Percentage of subjects
*** $p < 0.001$ by χ^2-test
HFF: Health Functional Food; KFDA: Korea Food and Drug Administration

이는 것으로 조사되었다. 이용한 기존 건강기능식품 관련 웹사이트의 문제점은 '내용이 너무 많다' 34.7%, '내용이 부족하다' 24.5%, '웹사이트의 내용이나 정보 면에서 신뢰성이 없다'에서 12.2%, '정보의 검색과 탐색이 불편하다' 10.2%의 순으로 나타났으며, 연령별 응답에서도 비슷한 경향을 보이고 있었다(Table 7).

5. 건강기능식품 웹사이트의 정보요구도 분석

건강기능식품관련 정보 제공 시 유용한 방법에 대해서는 '일반정보와 전문가의 글'이 52.1%, '일반정보와 동영상'이 15.5%, '일반정보와 그림/사진이' 15.5% 순으로 나타나 보다 신빙성 있는 자료를 통해 정보를 제공받고자 하는 비율이 높은 것으로 나타났다(Table 8). 연령별로 볼 때, 20대의 경우, 다른 연령층보다 '일반정보+그림/사진'이나 '일반정보+퀴즈/게임'을 이용한 방법이 유용하다고 응답한 사람의 비율이 높았으며, 30대는 '일반정보+전문가의 글'이나 '질의응답게시판'에 대한 비율이 높았고, 40대는 '일반정보+동영상'과 '질의응답게시판'에 대한 요구가, 50대의 경우 '일반정보+전문가의 글'에 대한 요구가 높게 나타났다 ($p < 0.05$).

조사대상자가 건강기능식품 웹사이트를 이용할 때 얻고 싶은 정보를 5가지 주제를 선택하게 하였을 때 '건강기능식품

Table 7. Information for health functional food websites used by subjects

		Total	20s	30s	40s	50s	χ^2-value
		49 (100.0)	13 (100.0)	18 (100.0)	9 (100.0)	9 (100.0)	
Types of websites used	Internet search portals (Naver, Daum etc)	33 (67.3)[1]	7 (53.8)	15 (83.3)	6 (66.7)	5 (55.6)	10.5
	KFDA health functional foods Information website	3 (6.1)	2 (15.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (11.1)	
	Sales websites of health functional foods companies	12 (24.5)	4 (30.8)	3 (16.7)	3 (33.3)	2 (22.2)	
	Other	1 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (11.1)	
Satisfaction on websites	Not satisfied at all	1 (2.0)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7.2
	Not satisfied	9 (18.4)	2 (15.4)	4 (22.2)	1 (11.1)	2 (22.2)	
	Average	35 (71.4)	10 (76.9)	11 (61.1)	7 (77.8)	7 (77.8)	
	A little satisfied	4 (8.2)	0 (0.0)	3 (16.7)	1 (11.1)	0 (0.0)	
	Very satisfied	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
Problems on websites	Lack of credibility on websites	6 (12.2)	1 (7.7)	2 (11.1)	2 (22.2)	1 (11.1)	25.9
	Boring information	3 (6.1)	1 (7.7)	1 (5.6)	0 (0.0)	1 (11.1)	
	Too much content	17 (34.7)	2 (15.4)	5 (27.8)	4 (44.4)	6 (66.7)	
	Not enough content	12 (24.5)	4 (30.8)	5 (27.8)	2 (22.2)	1 (11.1)	
	Difficulty of contents	1 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (11.1)	0 (0.0)	
	Slow connection	2 (4.1)	1 (7.7)	1 (5.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	Uncomfortable searching	5 (10.2)	4 (30.8)	1 (5.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	Infrequent updates	1 (2.0)	0 (0.0)	1 (5.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	Lack of communication between website users	2 (4.1)	0 (0.0)	2 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	

1) Number of subjects, ( ): Percentage of subjects

Table 8. Methods for providing useful information on health functional foods

	Total	20s	30s	40s	50s	χ^2-value
	(n = 238)	(n = 77)	(n = 79)	(n = 46)	(n = 36)	
General information + expert's opinions	124 (52.1)[1]	38 (49.4)	45 (57.0)	22 (47.8)	19 (52.8)	21.8**
General information + videos	37 (15.5)	9 (11.7)	8 (10.1)	13 (28.3)	7 (19.4)	
General Information + pictures/photographs	37 (15.5)	18 (23.4)	8 (10.1)	4 (8.7)	7 (19.4)	
General information + quiz/games	4 (1.7)	3 (3.9)	1 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	
Questions and answers bulletin board	36 (15.1)	9 (11.7)	17 (21.5)	7 (15.2)	3 (8.3)	

1) Number of subjects, ( ): Percentage of subjects
**: $p < 0.01$ by χ^2-test

의 부작용, 안전정보' 85.7%, '건강기능식품의 기능성 내용 및 작용' 84.9%, '건강기능식품의 원산지, 수입, 제조회사' 73.5%, '건강기능식품의 올바른 보관방법' 70.2%, '건강기능식품의 종류' 57.1%의 순으로 나타났다. 연령별로 볼 때 비슷한 경향이었으나 20대와 40~50대는 건강기능식품의 기능성 내용 및 작용을 가장 중요한 정보로 얻고 싶어 하였으며, 30대는 건강기능식품의 부작용, 안전정보를 가장 얻고 싶은 정보로 나타났다(Table 9).

건강기능식품 웹사이트의 개발 시 조사대상자가 원하는 내용 3가지를 선택하게 하였을 때 '내용이 깊고 다양한 정보를 잘 올려줌'이 68.9%, '정보의 출처가 명확'이 58.8%, '새로운 정보를 잘 올려줌' 53.4%, '웹사이트 내에 정보검색 기능이 잘 지원' 41.6%의 순으로 응답하였다. 건강기능식품 웹사이트 개발 시 조사대상자가 원하는 화면 구성에 대한 요구에서는 '쉽게 찾아 들어올 수 있게 함' 87.4%, '복잡한 화면을 피하도록 함' 77.7%, '게시판, 상담 등 상호의사소통이 가능' 74.4% 순으로 나타났다. 연령별로도 비슷한 경향을 보이며 간단한 주소명과 이용 편리성에 대한 요구가 높은 것으로 나타났다(Table 10).

Table 9. Interest informations that want to obtain from health functional food website

	Total	20s	30s	40s	50s
	(n = 238)	(n = 77)	(n = 79)	(n = 46)	(n = 36)
Types of health functional foods	136 (57.1)[1]	52 (67.5)	35 (44.3)	23 (50.0)	26 (72.2)
Health functional food related side-effects, safety information	204 (85.7)	62 (80.5)	73 (92.4)	38 (82.6)	31 (86.1)
Health functional food's functionality (content and effect)	202 (84.9)	64 (83.1)	64 (81.0)	41 (89.1)	33 (91.7)
Current degree of approval of health functional foods	100 (42.0)	32 (41.6)	41 (51.9)	15 (32.6)	12 (33.3)
Understanding labelling of health functional foods	71 (29.8)	20 (26.0)	24 (30.4)	21 (45.7)	6 (16.7)
Newest trends in health functional foods	42 (17.6)	9 (11.7)	15 (19.0)	7 (15.2)	11 (30.6)
Health functional food related laws and management systems	47 (19.7)	16 (20.8)	17 (21.5)	10 (21.7)	4 (11.1)
Country of origin, imports and production companies of health functional foods	175 (73.5)	57 (74.0)	61 (77.2)	32 (69.6)	25 (69.4)
Introduction of health functional food websites	46 (19.3)	14 (18.2)	10 (12.7)	12 (26.1)	10 (27.8)
Proper storage method of health functional foods (production date, expiration date etc)	167 (70.2)	59 (76.6)	55 (69.6)	31 (67.4)	22 (61.1)

1) Number of subjects who selected 5 items, ( ): Percentage of subjects

Table 10. Needs for contents and composition when developing a health functional food website

		Total	20s	30s	40s	50s
		(n = 238)	(n = 77)	(n = 79)	(n = 46)	(n = 36)
Needs related to content	Less text and more picture-centred composition	44(18.5)[1]	23 (29.9)	12 (15.2)	4 (8.7)	5 (13.9)
	Needs for amusing materials like quizzes, games, songs etc	24 (10.1)	13 (16.9)	6 (7.6)	2 (4.3)	3 (8.3)
	Needs for materials fit for an adult level	77 (32.4)	23 (29.9)	17 (21.5)	16 (34.8)	21 (58.3)
	Frequent updates with new information	127 (53.4)	40 (51.9)	47 (59.5)	21 (45.7)	19 (52.8)
	Depth and variety in the content updated	164 (68.9)	43 (55.8)	61 (77.2)	35 (76.1)	25 (69.4)
	Good support with searches and navigation within the website	99 (41.6)	38 (49.4)	35 (44.3)	18 (39.1)	8 (22.2)
	Clear references about the source of information	140 (58.8)	39 (50.6)	51 (64.6)	29 (63.0)	21 (58.3)
	Clear indication of date the information was provided	36 (15.1)	10 (13.0)	8 (10.1)	13 (28.3)	5 (13.9)
	Other	3 (1.3)	2 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.8)
Needs related to screen composition	Use of various colors	21 (8.8)	10 (13.0)	5 (6.3)	4 (8.7)	2 (5.6)
	Avoiding complicated screen displays	185 (77.7)	66 (85.7)	55 (69.6)	35 (76.1)	29 (80.6)
	Easiness to enter	208 (87.4)	65 (84.4)	73 (92.4)	39 (84.8)	31 (86.1)
	Use of many pictures or photographs	97 (40.8)	32 (41.6)	31 (39.2)	16 (34.8)	18 (50.0)
	Use of a unique screen display	26 (10.9)	4 (5.2)	7 (8.9)	9 (19.6)	6 (16.7)
	Mutual communication through bulletin board, consultation etc	177 (74..4)	54 (70.1)	66 (83.5)	35 (76.1)	22 (61.1)

1) Number of subjects who selected 3 items, ( ): Percentage of subjects

고 찰

본 연구는 성인의 건강기능식품의 섭취 실태를 조사하고 신뢰성 있는 정보를 전달할 수 있는 웹 컨텐츠 개발을 위한 근거 자료를 제공하기 위하여 건강기능식품에 대한 정보요구도를 조사하여 이를 통해 웹사이트에서 보다 쉽게 정보를 찾아볼 수 있고, 과장되거나 허위 광고로 인한 소비자의 피해를 줄일 수 있는 웹사이트를 개발하는데 유용한 기초 자료를 제시하고자 서울 · 경기 지역의 성인 남녀 238명를 대상으로 실시하였다.

건강기능식품의 인식도 조사에서 다른 연구(Hwang 2007; Lee 2009)와 유사하게 85.7%의 조사대상자가 건강기능식품에 대한 알고 있었으며 연령이 낮을수록 비교적 인식 정도가 낮은 것으로 조사되었다. 이는 건강기능식품이 질병예방 및 치료에 보조적 기능을 갖는 식품이라는 인식이 높고(Shin 2002), 낮은 연령으로 인하여 건강의 중요성에 대한 필요성을 크게 인식하지 못하기 때문으로 생각된다. 또한 건강기능식품의 효과에 대한 조사에서도 대부분 효과를 인지하는 것으로 조사되었고, 부정적인 견해는 연령이 낮을수록 높았다. 이는 연령이 증가할수록 고혈압, 당뇨병 등, 각종 질환에 대한 예방과 치료에 대한 관심이 높아져 건강기능식품에 대하여 긍정적인 인식이 높아지는 경향이 있다고 한 Park 등(2005)과 Lee(2009)의 연구 결과와 유사하다. 건강기능식품의 신뢰성과 안전성에 대한 인식에서 국가가 인정한 건강기능식품에 대해서도 부정적인 견해가 높은 비율을 차지하고 있다. 이는 건강기능식품 효과에 대한 허위 또는 과대광고(Kim & Lim 2007)의 적발 사례가 증가하는 것으로 볼 때, 소비자들의 인식수준이 높고, 요구도 다양화되어 건강기능식품이 매년 성장하고 있지만 소비자와 판매자 사이에 불충분한 이해로 건강기능식품이 오히려 건강을 해칠 수 있다는 부정적인 인식은 건강기능식품에 대한 안전망이 필요함을 시사한다(Koo & Park 2001).

본 연구에서는 건강기능식품의 섭취 경험률이 68.5%조사 되었으며 성인을 대상으로 한 다른 선행 연구들(Hwang 2007; Lee 2008)과 유사한 수치였다. 또한 향후 섭취 여부를 묻는 물음에서 82.8%가 긍정적인 응답을 보이고 있으며 연령이 증가할수록 섭취 의사가 높았다는 Kim(2004)의 연구보고와 유사한 결과를 보였다. 이는 최근 건강지향적인 소비 증가와 건강기능식품의 다양화, 전문화, 인터넷, 홈쇼핑 등의 온라인 매체를 통한 홍보 및 판매가 급상승하면서 소비자들에게 건강기능식품에 대한 인지도가 높아지는 원인으로 보고 있다(Park 2007; Yoon 2007). 미국의 경우에도 전체 인구의 35~69%가 영양보충제 및 건강기능식품을 복용하고 있다는 연구보고(Bender 등 1992)에서 나타난 바와 같이 건강기능식품에 대한 일반 소비자들의 선호도가 높은 것을 알 수 있다.

최근 인터넷의 발달로 건강기능식품에 관한 정보를 인터넷을 통해 다양하게 공유하고 있으며, 인터넷 이용자에 대한 체계적이고 세분화된 인터넷 사이트의 활용 및 효율성에 대한 제고가 활발하다(Lee & Kim 2002). 그러나 이러한 인터넷 사이트의 보급에도 불구하고 건강기능식품에 관한 정보를 얻는 경로에 대한 질문에서 가족과 친지를 통해 얻는 것이 가장 높은 비율을 차지하고 있고, TV/라디오, 인터넷, 약국 및 전문점의 순으로 조사되었다(Table 4). 연령이 낮을수록 온라인을 통해 정보를 얻었고, 연령이 증가할수록 가족 및 친지를 통해 정보를 얻는 것으로 나타나 구입 동기가 가족, 친척, 주위 사람들의 권유가 가장 많다고 보고한 다른 연구들(Chang & Kim 2008; Chung & Lee 2011)과 유사한 경향을 보였다. Kim(2006) 연구에서는 연령이 낮을수록 온라인을 통한 제품구매 및 정보취득이 가장 높았고, Lee(2008)의 연구에서는 20~30대는 주위사람들의 권유, 40~50대에서는 방문판매의 권유에 영향을 받는 것으로 볼 때, 우리나라 실정은 의사와 약사의 권유가 가장 높은 정보 급원이라는 외국(Read & Graney 1982)과는 달리 가족이나 주위 사람들의 영향을 많이 받는 것으로 나타났다. 따라서 전문가에 의한 정확한 제품선택 및 복용방법에 관한 교육이 요구되며 연령에 따라 구입에 영향을 미치는 요인도 다르게 나타나고 있어 각 연령대에 맞는 대상별 맞춤 교육이 필요할 것으로 사료된다.

건강기능식품을 섭취하는 이유는 영양보충과 질병예방 때문에 섭취한다고 하여 Nam(2004)의 연구와 유사한 경향을 보였고, 연령별로는 20~30대, 50대는 영양보충, 40대는 질병예방 때문에 섭취하는 것으로 조사되었다. 서울지역 성인의 영양보충제 복용 실태에 관한 선행연구에서도 중년기에 연령이 증가할수록 건강기능식품의 복용율이 높게 나타나(Lee 등 1990; Kim 등 1992) 경제수준의 향상과 더불어 영양에 대한 관심이 증가되면서 건강기능식품 섭취율이 높게 나타난 것으로 사료된다. 또한 건강기능식품을 섭취하지 않는 이유에서도 연령이 낮을수록 필요성을 크게 못 느끼고, 연령이 증가할수록 가격, 효과, 허위광고에 대한 불신으로 섭취하지 않는 것으로 조사되었다(Kang 2006; Jeong 2007).

건강기능식품의 섭취 실태에 관한 조사에서는 영양보충용 식품을 가장 많이 섭취한 것으로 조사되었으며, 홍삼제품, 글루코사민 제품, 유산균 제품의 순으로 나타나 이는 성인을 대

상으로 한 다른 연구들(Chang & Kim 2008; Lee 2008; Kim 등 2010)과 유사한 결과를 보였다. 연령별 섭취 실태에서도 연령에 따라 섭취 패턴에 약간의 차이를 보였다. 성인의 연령이 낮을수록 홍삼제품을 많이 섭취하였고, 50대에서는 글루코사민 제품을 많이 섭취하였다. 초등학생의 경우에는 비타민이나 무기질 보충제(Kim & Keen 2002)를 많이 섭취하였고, 청소년의 경우 영양보충용 제품과 홍삼 외에 효소함유제품, 식물추출발효제품, 매실추출물 등도 많이 복용하는 건강기능식품으로 조사되었다(Kim 등 2005).

건강기능식품 관련 웹사이트 이용도를 파악하기 위해 기본적으로 인터넷을 이용하는 빈도를 조사한 결과에서는 조사대상자의 두 명 중 한 명이 매일 인터넷을 이용하는 것으로 나타났으나, 연령이 낮을수록 웹사이트의 이용이 높았고, 50대에서는 거의 사용하지 않았다. 또한 기존 건강기능식품 관련 웹사이트의 접속 여부에서도 접속하지 않는 비율이 높은 것으로 보아, 건강기능식품 웹사이트 제공 사실을 인식하지 못하기 때문으로 생각된다. 또한 접속 유형에서는 식약청 건강기능식품정보 사이트와 건강기능식품 업체 및 판매 사이트보다는 검색 포털사이트(네이버, 다음 등)를 이용하는 비율이 높았다. 이는 기존의 건강기능식품 관련 웹사이트의 만족도 평가에서 전체적으로 낮은 만족을 보이고 있는 결과에 기인한 것으로 생각되며, 건강기능식품 관련 웹사이트의 문제점에서 신뢰성과 정보검색의 불편, 정보 부족 등으로 인하여 연령과 관계없이 부정적인 측면이 강하게 나타나는 것으로 사료된다.

한편 건강기능식품 웹사이트를 이용 시 얻고 싶은 정보 5가지 주제를 선택하게 하였을 때 건강기능식품의 부작용 및 안전정보, 건강기능식품의 기능성 내용 및 작용. 건강기능식품의 원산지, 수입, 제조회사의 순으로 나타났다. 연령이 증가할수록 건강기능식품의 기능성 내용 및 작용을 가장 중요한 정보로 판단하는 것으로 조사되었다. 건강기능식품 섭취 여부에 가장 영향을 주는 요인을 로지스틱회귀분석을 통해 분석한 Um(2004)의 연구에서 건강생활방식보다 건강기능식품에 대한 인식과 태도로 건강기능식품 구입과 정보에 대한 접근 편리성 여부가 섭취 확률을 높인다고 보고하고 있다. 건강기능식품에 관한 웹사이트의 정보 제공에서 가장 중요한 것은 소비자들이 믿을 수 있는 정확한 정보 제공을 통해 소비자들의 인식 변화를 유도할 수 있는 웹사이트를 구성해야 하며, 허위 · 과대광고에 대한 강력한 규제를 통해 소비자들이 온라인에서도 쉽게 접근할 수 있는 제도적 개선이 필요할 것으로 사료된다. 또한 건강기능식품 웹사이트의 개발 시 내용면에 대한 요구도 분석 결과 내용이 깊고 다양한 정보, 명확한 정보 출처, 새로운 정보의 게재와 정보검색 기능의 지원 등에서 높은 요구를 보이는 것으로 조사되었다. 연령이 낮을수록 새로운 정보에 대한 요구가 높게 나타났고, 명확한 정보 출처는 연령이 증가할수록 요구가 높은 것으로 나타났다. 또한 화면 구성의 요구에서 연령이 증가할수록 복잡한 화면을 기피하고 있는 경향을 보이며, 게시판, 상담 등의 상호의사 소통이 가능한 웹사이트 개발에 대한 요구 는 30대에서 높게 나타나 웹사이트 개발 시 연령대를 고려한 화면 구성이 이루어져야 할 것으로 사료된다.

본 연구의 제한점으로는 대상자 선정 시 남녀 숫자에 차이가 크며 40~50대의 대상자 숫자가 20~30대에 비하여 적어 일부 자료의 통계처리에 어려움이 있었고 특히 분석 항목이 많이 세분화된 경우에는 대상자수가 적어서 카이 검증이 적용되지 않는 경우가 있었다. 따라서 앞으로 조사대상자의 숫자를 더 많이 한 후속 연구가 필요할 것으로 생각된다. 그러나 적은 대상자수에도 불구하고 본 연구 결과 건강기능식품의 섭취실태, 효능 및 신뢰도, 원하는 정보 제공 방법 등이 성인의 연령에 따라 다소 차이가 있는 것으로 보인다. 따라서 본 연구의 결과는 연령대를 고려한 건강기능식품에 대한 정보를 소비자들이 쉽게 제공받을 수 있고, 신뢰성 있는 정보를 제공할 수 있는 웹 컨텐츠 개발에 유용한 기초자료로 활용될 것으로 사료된다.

요약 및 결론

본 연구는 성인의 건강능식품에 대한 인식도 및 섭취 실태와 건강기능식품관련 웹 사이트에 대한 정보 요구를 파악하고자 서울 · 경기지역 20~59세 성인 남녀 238명을 대상으로 설문조사하였으며 연령대에 따른 차이를 비교하고자 4군으로 나누어 분석하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

1) 조사대상자의 건강기능식품에 대한 인지도가 높았으며, 건강기능식품 효과, 신뢰성 및 안전성 평가에서 연령이 낮을수록 부정적인 견해가 높은 것으로 나타났다.

2) 조사대상자의 68.5%가 건강기능식품을 섭취한 경험이 있으며 섭취 이유로는 20~30대, 50대는 영양보충이 가장 큰 이유로 나타났고, 40대는 질병예방이 가장 큰 이유로 나타났다. 또한 섭취 후의 건강기능식품의 효과에 대해서는 부정적인 경향이 강한 것으로 나타났다. 연령이 낮을수록 건강하기 때문에 섭취 필요성을 인식하지 못하는 것으로 조사되었고, 연령이 증가할수록 가격, 효과, 허위광고에 대한 불신때문에 섭취하지 않는 것으로 조사되었다.

3) 섭취한 건강기능식품의 종류에서는 영양보충용 식품, 홍삼제품, 글루코사민제품으로 나타났으며, 낮은 연령대에서는 홍삼제품을, 높은 연령대에서는 글루코사민제품을 가

장 많이 섭취하는 것으로 나타났다.

4) 건강기능식품의 정보취득에 대한 경로는 가족과 친지를 통해 얻는 것이 32.8%로 가장 높았다. 연령이 낮을수록 TV, 인터넷 등을 통한 정보취득이 많고, 연령이 증가할수록 가족 및 친지 등 주변인을 통해 정보취득이 많은 것으로 나타났다. 또한 인터넷을 통 한 건강기능식품의 정보이용에서 건강기능식품 관련 전문 웹사이트를 이용하지 않는 것으로 나타났다.

5) 인터넷을 통한 건강기능식품 관련 정보를 이용하는 대상자의 만족도가 낮은 것으로 나타났으며, 웹사이트의 문제점으로는 내용면과 신뢰성, 검색의 불편함 등을 호소하는 경향이 있었다.

6) 건강기능식품 정보제공 방법에 대해서는 일반정보와 전문가의 글과 동영상의 제공을 요구하였고, 건강기능식품 웹사이트에 얻고 싶은 정보에 대한 요구로는 건강기능 식품의 부작용, 안전정보, 건강기능식품의 기능성 내용 및 작용, 건강기능식품의 원산지 및 수입 제조회사, 건강기능식품의 올바른 보관방법으로 나타났으며, 20대, 40~ 50대에서는 건강기능식품의 기능성 내용 및 작용을 중요한 정보로 판단하고 있었으며, 30대는 건강기능식품의 부작용 및 안전정보를 가장 얻고 싶은 정보로 나타났다.

7) 건강기능식품 웹사이트의 내용구성에서는 내용이 깊고 다양한 정보, 명확한 정보 출처, 새로운 정보 및 원활한 정보 검색 기능을 요구하는 것으로 나타났으며, 화면구성의 요구에서는 쉽게 찾아 올 수 있고, 복잡한 화면을 피하고, 게시판, 상담 등 상호의사 소통이 가능한 화면 구성을 요구하는 것으로 나타났다.

이상의 결과에서 소비자가 원하는 정보를 맞춤형으로 제공할 수 있는 웹 컨텐츠 개발의 필요성에 대한 요구 및 인식이 높은 것을 알 수 있다. 그러나 건강기능식품에 대한 인식 및 신뢰도, 섭취종류, 원하는 정보 제공 방법 등이 성인의 연령에 따라 다소 다른 경향을 보이고 있으므로 연령대를 고려한 건강기능식품에 대한 정보를 소비자들이 쉽게 제공받을 수 있고, 신뢰성 있는 정보를 제공할 수 있는 소비자 친화형 웹 컨텐츠 개발에 본 연구의 결과가 유용하게 활용되기를 기대한다.

참 고 문 헌

Bender MM, Levy AS, Schucker RE, Yetley EA (1992): Trends in prevalence and magnitude of vitamin and mineral supplement usage and correlation with health status. *J Am Diet Assoc* 92(9): 1096-1101

Chang MK, Kim YH (2008): Assessment of functional food consumption among the working women in Korea. *Korean J Nutr* 41(8): 832-838

Chung HK, Lee HY (2011): Consumption on health functional foods according to age group in some regions of Korea. *J Korean Diet Assoc* 17(2): 190-205

Do JG (2004): A study on consumers' recognition and consumption pattern of health food. MS Thesis, Daegu Hanny University

Hwang IK (2007): Survey on metropolitan middle-aged men's perception and consumption pattern of health/functional food. MS Thesis, Yonsei University

Jeong SJ (2007): Plan of information service publicity through the survey on the consumer's usage and recognition of functional foods. MS Thesis, Chung-Ang University

Kang EJ (2006): A study on the nutrient supplements usage and related factors in Seoul Korea. MS Thesis, Duksung Women's University

Kang YJ, Jung SJ, Yang JA, Cha YS (2007): School dietitians' perception and intake of healthy functional foods in Jeonbuk province. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 36(9): 1172-1181

Kim EH (2006): A study on consumer perception toward health functional food in Korea. MS Thesis, Dongguk University

Kim HJ (2008): The study about the actual usage condition and purchasing habitus of health/functional foods in female residents of Seoul and Kyeonggi. MS Thesis, Yonsei University

Kim HK (2004): Current status and prospects of neutraceuticals. *Food Ind Nutr* 9(1): 11-14

Kim MK, Choi BY, Lee SS (1992): A study on the nutrient supplements usage and related fsctors in Seoul, Koea. *Korean J Nutr* 25(3): 264-274

Kim MR, Lim MK (2007): A comparison of the characteristics between intake and non-intake respondents of health foods, and analysis of factors affecting the willingness to consume health foods in Busan and Gyeongnam region. *J East Asian Soc Diet Life* 17(6): 798-807

Kim SH, Keen CI (2002): Vitamin and mineral supplement use among children attending elmentary schools in Korea: a survey of eating habits and dietary consequences. *Nutr Res* 22(4): 433-448

Kim SH, Han JH, Hwang YJ, Kim WY (2005): Use of functional food for health by 14-18 year old students attending general junior or senior high schools in Korea. *Korean J Nutr* 38(10): 864-872

Kim SH, Han JH, Kim WY (2010): Health functional food use and related variables among the middle-aged in Korea. *Korean J Nutr* 43(3): 294-303

Kim SK (1995): The relationship between body fat, serum lipids, insulin and nutrients intake in obese and nonobese male students. *Korean J Nutr* 28(11): 1056-1064

Kim YS (2004): A study on dietary patterns and consumption of health foods in middle-aged adults living in Kangwon province. MS Thesis, Korea University

Koo NS, Park JY (2001): Consumption aspects of health supplements or health foods by adult male and female in Daejon. *J Korean Living Sci Assoc* 10(2): 205-213

Korea Centers for Disease Control and Prevention (2008): The forth Korea national health and nutrition examination survey. pp187-

372

Korea Food and Drug Administration (2010): Information for health functional food. Available from http://hfoodi.kfda.go.kr [cited 2010 October 2]

Korea Food and Drug Administration (2010): Production of health functional fooods in 2009

Kwon MY (2008): Knowledge and consumption pattern of functional food in middle aged women of Busan. MS Thesis, Inje University

Lee JY (2008): A study on adults' recognition and intakes of health functional foods in Cheju. MS Thesis, Cheju National University

Lee MK, Kim NM (2002): Market segmentation of the internet users in *Korea. J Consumer Studies* 13(4): 1-30

Lee SJ (2009): Knowledge and consumption pattern of functional food of healthy adults. MS Thesis, Inje University

Lee SS, Kim MK, Lee EK (1990): Nutrient supplemrnt usage by the Korean adult in Seoul. *Korean J Nutr* 23(4): 389-396

Lee SY (2007): Trends and prospect in market of health functional food. *Food Sci Ind* 40(2): 16-20

Nam JS (2004): A study on functional food intake and the related factors of office workers in Seoul and Gyeonggi area. MS Thesis, Yonsei University

Park SC, Oh MY, Kim HS (2005): A Study on usage of health improving agents in Seoul & Busan. *J Korean Diet Assoc* 11(4): 440-448

Park JS (2007): School children's intake patterns of health functional foods and its recognition by parents in Daejeon area. MS Thesis, Chung Nam University

Quack NS (2008): Improving the management of health functional foods. Health and Welfare Policy Forum

Read MH, Graney AS (1982): Food supplement usage by the elderly. *J Am Diet Assoc* 11(2): 216-222

Shin JM (2002): Analysis of intake of health foods and supplements and its associated factors in middle·old aged adults living in Seoul and Kyong-Ki region. MS Thesis, Yonsei University

Um JS (2004): Intake status of health functional foods and influencing factors to ingestion for office workers. MS Thesis, Yonsei University

Weaver RD (1995): Mitigation, product substitution and consumer valuation of undesirable food effects, valuing food safety and nutrition. by JA Caswell &, Boulder, Westview Press, Colorado, pp.51-68

Yoo YJ, Hong WS, Youn SJ Choi YS (2002): The experience of health food usage for adults in Seoul. *Korean J Food Cook Sci* 18:136-146

Yoon SH (2007): A study on recognition and purchasing behavior of health functional food. MS Thesis, Ulsan University