

가공식품 표시기준 인식이 구매 만족도에 미치는 영향

주나미 · 윤지영* · 김옥선 · 고영주

숙명여자대학교 생활과학대학 식품영양학전공, 국립경상대학교 식품영양학과

소비자 중심적인 식품표시 정착과 식품구매 만족도에 영향을 줄 수 있는 현행 식품 표시제도의 활용도를 알아보기 위해 소비자 이용실태, 식품표시 중요도 평가, 문제점 및 만족도 등을 설문조사를 통하여 검토하였다.

조사대상자의 연령은 40.7%는 20~29세, 32.5%가 30~39세로 조사되었으며, 결혼상태에서 기혼은 59.3%, 직업은 전업주부가 42%, 83%가 핵가족으로 조사되었고, 교육정도는 대학교 졸업이상이 46.4%로 조사되었다. 일반사항에 대한 식품표시 이용정도는 “대부분 확인한다”가 응답자의 50.2%로 조사되었고, 결혼상태($p=0.066$)와 교육수준($p=0.018$)에서 유의적인 차이를 보였다. 기혼일수록 “반드시 확인한다”는 응답자가 많았고, 대졸이상의 교육수준에서 식품표시 이용정도가 높은 것으로 조사되었다. 식품표시를 이용하는 이유로는 61.8%가 “안전성 여부를 확인하기 위해서”, 22.8%가 “영양정보를 얻기 위해서”라고 응답하였고, 연령($p=0.003$)과 결혼상태($p=0.001$), 직업($p=0.001$)에서 유의적인 차이를 보였다. 식품표시 중요도 평가수준에서 응답자들의 49.8%가 제조년월일 및 유통기한이 중요하다고 응답하였으며, 연령과 결혼상태, 직업에서 유의적인 차이(각각 $p=0.000$)가 나타났다. 식품 품목별 중요하게 생각하는 식품표시 내용은 과자 및 씨리얼, 음료, 식용유지류 및 면류는 제조회사명을 중요하게 생각하였고, 아이스크림류의 경우 제조회사명(39.8%), 원료첨가물(20.1%) 순으로 중요하다고 응답하였다. 식품표시 사항에 문제점은 “사용된 원재료와 첨가물의 기재 미흡”과 “허위 또는 과대영양 성분표시”가 각각 응답자의 연령($p=0.037$, $p=0.0000$)과 유의적인 차이를 보였다. “허위 또는 과대영양 성분표시”문항과 연령($p=0.0000$), 결혼상태($p=0.001$), 직업($p=0.003$)과의 사이에도 유의적인 차이가 있었다. 식품표시 사항에 대한 만족도는 연령, 결혼상태, 직업 모두에 대해서 만족도가 높지 않았으며, 유의적인 차이도 없었다. 또한 표시내용을 쉽게 이해 할 수 없어서 기재된 정보를 전적으로 소비자가 만족하지 못하는 것으로 보여졌다.

* 담당자 : 김옥선

* Tel : 02)710-9471

* 휴대전화 : 010-6449-0861

* Fax : 02)710-9479

* E-mail : okboog@hanmail.net