

국내 육 가공품의 소비성향에 관한 연구 -소비자 선호도 분석결과를 중심으로-

윤명현*, 장경만, 최일신
*한경대학교 낙농과학과

국내 육 가공산업은 경제성장에 따른 식생활 문화의 다양화에 따라 가공식품의 소비증가로 이어져 연 평균 25%이상의 높은 성장을 지속하고 있다. 이러한 고 성장의 요인으로는 소비층이 어린이들 선호위주의 식단구성, 햄, 소시지 및 베이컨의 간식용 제품의 인기 등 어린이의 기호가 주부의 제품 선택에 영향을 주고 있음을 알 수 있다. 그러나 이러한 외형적인 고성장은 고 품질의 신 제품개발에 의한 것보다는 주로 제조사별 저 품질 제품의 대량생산에 따른 시장경쟁 격화에 의한 것으로 소비자의 다양한 선택의 기회제공 보다는 인식을 저하시키는 커다란 요인으로 작용하고 있다. 따라서 본 보고의 목적은 육 가공 산업의 변천과정을 개관하고 기존 업계의 신 제품개발 실태와 품질 고급화의 추구여부, 소비자의 의식변화에 따른 소비패턴, 구매행동 등을 조사하여 육 가공 제품의 신뢰구축과 함께 소비촉진 방안을 제시하고자 한다.

국내 성인남녀 100명의 육 가공품 선호도 조사에 의하여 다음과 같은 사항을 규명하였다. 조사결과, 소비자는 제품에 대해 많은 불신요소를 가지고 있는 것으로 나타났다. 「인스턴트 제품이라는 선입견」 「사용원료」 「위생상태」 「성분표기」 「유해첨가제 여부」 등 다양하였다. 물론 이러한 결과는 업계가 소비자보다는 생산자 입장에서의 제품생산에 이유가 있으나, 육 가공 제품이 인스턴트라는 선입견에서 오는 저하된 인식을 변화시킬 수 있는 다양한 품질의 제품생산이 요구되어진다. 제품구입에 있어서 「품질」과 함께 「안전성」에 대한 소비자의 관심이 높아지고 있으며 구체적으로는 특정 「브랜드」의 선호 경향과 「제조일자」를 중시하고 있는 것으로 나타났다. 또한 제품의 「가격」 「포장상태」 「조리와 이용에 편리한 간편성」 등을 요구하고 있다. 그밖에 소비자의 기호를 반영한 제품개발의 필요성 등이 제기되었다. 한편, 제품의 구입장소로는 「중·대형 마트」가 전체의 56%로 가장 높았으며 그밖에 백화점, 소매점 순으로 나타났으며 재래시장에서의 구입은 없는 것으로 보아 매장의 위생상태를 중시하고있는 것으로 나타났다. 「자주 구입하는 제품」으로는 「햄」 56%, 「치킨」 11%, 「통조림」 10%, 「소시지」 6%, 「떡갈비」 3%, 「육포」 2%로 햄이 다용도의 목적으로 이용이 보편화되어 있는 것을 알 수 있다. 「선물로 이용하고 싶은 제품」은 단순조합의 제품이 아닌 다양하게 혼합이 된 「제품세트」와 「햄」이 그 다음을 차지하고 있다. 아울러 「국산제품」 67%, 「수입제품」 33%로 단순한 국산품이용보다는 수입제품의 선택도 배제할 수 없는 것으로 나타났다. 최근, 식품의 위해 요소에 대한 소비자의 인식은 높아지고 있으며 이에 따른 첨가물에 대한 엄격한 규제와 제한이 필요하며 생산과정의 투명성을 제고하여 보다 위생적인 제품생산 방안을 구체적으로 수립해야할 필요성이 있다.

따라서 소비자 입장에서의 기호를 반영한 신 제품개발과 판로개척으로 기존의 저하된 인식의 제고를 위한 계획적인 홍보 등을 통해 소비자의 인식을 개선 할 수 있는 판매전략의 수립이 절실히 요구된다.