



牛乳와 乳製品의 消費性向 (下)

全南大學校 農科大學

教授 趙 光 鎬

이 글은 지난 '88年度에 乳加工 協會 用役으로 乳加工 硏究會 12名의 教授가 調査 硏究한 內容을 要約 紹介코자 한다. (편집자註)

1. 머리말

生乳와 乳製品에 대한 消費性向에 대해 조사한 결과를 牛乳지 '89年 봄호에는 우유와 유제품 전반에 걸친 기호도, 소비빈도, 그리고 소비성향을 소개하였고, 이번호에는 우유(市乳)의 消費性向에 대해서만 집중적으로 소개코자 한다.

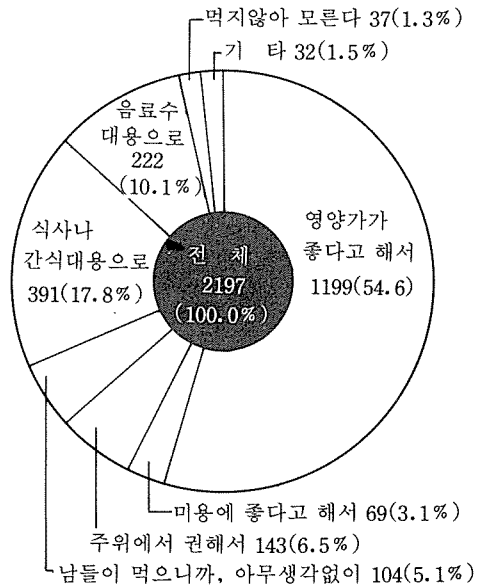
우유와 유제품의 소비량중에서 약 70%정도가 시유(백색시유와 가공시유)로 소비되고 있으면서도, 또 우유의 소비량이 계속 크게 증가하면서도 소비자의 우유소비 관행이나 소비구조가 바람직하지 못한 것은 소비자의 우유에 대한 인식에서 문제가 있을 것이라는 전제하에, 소비특성을 심층 분석하여 바람직한 쪽으로 소비패턴을 유도하는 자료로 삼고자 하였다.

2. 우유의 섭취동기

우유를 섭취하게된 동기를 파악하는 것은, 소비자의 구입동기가 무엇인가에 따라 홍보활동을 전개하거나 제품개발을 할 때 그 효과가 있을 수 있기 때문이다.

우유를 마시게 된 동기로서, 전체적으로 가장 많은 응답이, 영양가가 좋다고 해서(응답자의 54.6%)라

고 하였으며, 다음이 식사나 간식대용으로(17.8%), 음료대용으로(10.1%), 주위의 권유(6.5%) 순이었으며, 아무 생각없이 먹는다는 사람과, 남들이 먹으니깐 그냥 먹는다고 응답한 사람도 전체의 4.8%나 되었다. (그림 1)



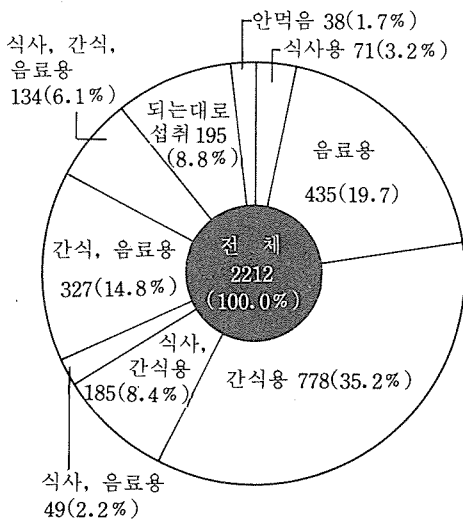
(그림 1) 우유의 섭취동기

성별로는 여자의 경우 미용에 좋다고 해서 먹는다는 사람이 약간 많았고, 연령별로는 13세이하와 31세이상의 연령층이 영양에 좋다고 해서 먹는 사람이 많은 편이며, 14~30세의 연령층은 식사나 간식대용으로 먹는다는 사람이 다른 연령층보다 상대적으로 많았다.

우유 섭취동기는 전반적으로 영양식으로 많이 먹으나, 상당수(응답자의 10.1%)가 아직도 음료수 대용으로 먹고 있으며, 특히 20~30세의 연령층에서 더욱 뚜렷해졌다.

3. 우유의 주요 용도(用途)

우유의 섭취동기와 함께 우유를 주로 어느 용도로 섭취하는가에 대해 조사한 결과, 우유는 음료가 아닌 식품으로 식사대용으로 이용해야 함에도, 응답자의 3.2%만이 식사대용으로 이용하였을 뿐이었고, 음료용으로 19.7%, 간식용으로 35.2% 이용하였으며, 간식과 음료 겸용으로 이용하는 사람이 14.8%, 식사와 간식 겸용이 8.4%, 식사, 간식, 음료로 겸용하는 사람이 6.1%인 반면, 되는대로 섭취하는 사람이 8.8%나 되었다. 이는 우리나라 소비자의 우유 이용은 식사용보다 주로 간식, 음료용(응답자의 69.7%)



(그림 2) 우유의 주요 용도

으로 이용하며, 특히 음료용으로 이용하는 사람이 상당히 많아 우유소비에 대한 인식이 제대로 되어있지 못하다고 볼 수 있다.(그림 2)

성별이나 소득 수준별로는 우유의 용도에 큰 차를 보이지 않았으나, 거주 지역별로는 농촌사람이 도시사람보다 되는대로 먹는 사람의 비율이 많은 편이고, 도시에서는 식사·간식겸용 및 간식·음료겸용이 다소 많은 편이었다.

연령별로는 13세이하에서 주로 간식용으로 이용하였고, 13~19세의 중·고등학생은 식사용으로 이용하는 사람이 상대적으로 많은 편이며, 20~30세에서는 음료용으로 이용하는 사람이 많았고, 46세이상에서는 되는대로 먹는 사람이 상대적으로 많은 편이었다.

우유 섭취량별로 보면, 가끔 한컵씩 먹는 사람과 매일 3컵 이상 먹는 사람은 음료용으로 이용하는 사람이 많았고, 2~3일에 한 컵, 또는 매일 한 컵 정도 먹는 사람은 간식용으로 이용하는 경향을 보였다.

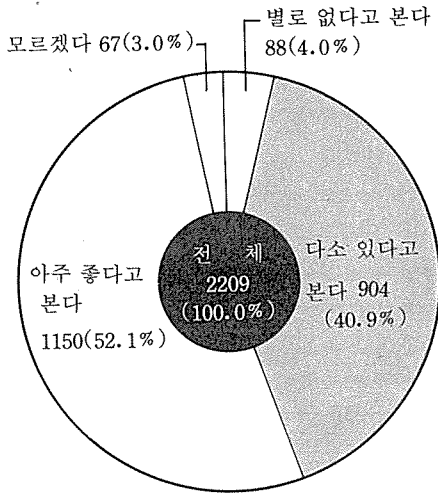
4. 우유에 대한 인식

우유의 질을 평가할 때는 세균수와 관련된 위생적 품질, 유성분과 관련된 성분적 품질, 그리고 체세포 및 풍미와 관련된 감각적 품질로 구분할 수 있다. 그러나 소비자들이 이와 같이 구분해서 질문했을 때 제대로 응답할 수 있는 능력이 있느냐에 문제가 있을 수 있기 때문에, 여기서는 단순히 우유에 대한 인식에서 얼마나 영양가에 대해 알고 있으며, 우유의 위생상태 및 품질 전반에 걸쳐 어떻게 보고 있고, 우유의 가격 수준이 어떻다고 보는가에 대해서만 조사하였다.

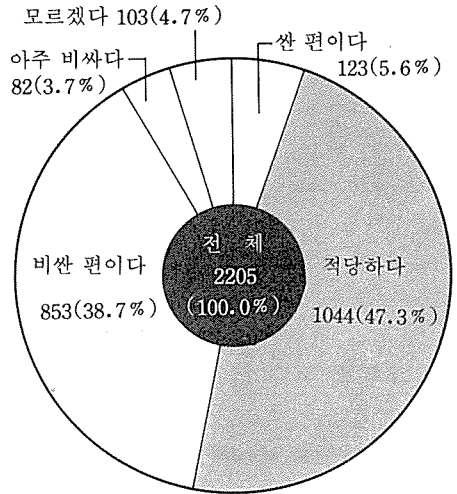
먼저 우유의 영양가에 대한 소비자의 인식에서, 우유가 갖는 영양적 특성만큼 소비자들이 인식하지 못하고 있다고 볼 수 있다. 즉 우유는 완전식품(完全食品)인데도, 영양가가 아주 좋다고 보는 사람은 응답자의 절반 수준인 52.1%에 불과하였다는 점이다. 이러한 인식은 소비자의 거주지역이나 성별, 연령, 소득수준간에도 큰 차가 없는 것으로 나타나, 모든 계층이 우유에 대한 영양적 가치를 완전히 인식하지 못하고 있으므로 이에 대한 적극적인 홍보가 필요하

였다.(그림 3-①)

① 영양가에 대한 인식

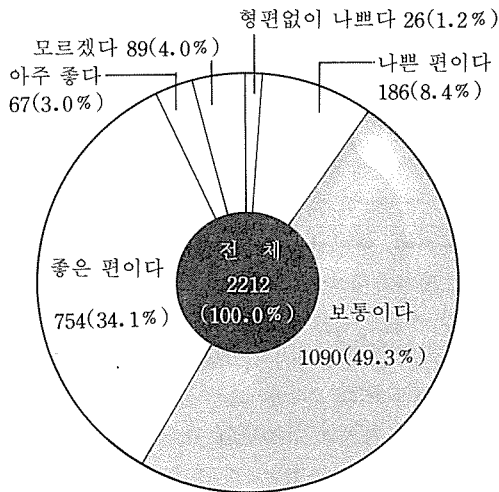


③ 가격에 대한 인식



(그림 3) 우유에 대한 인식

② 위생 및 품질에 대한 인식



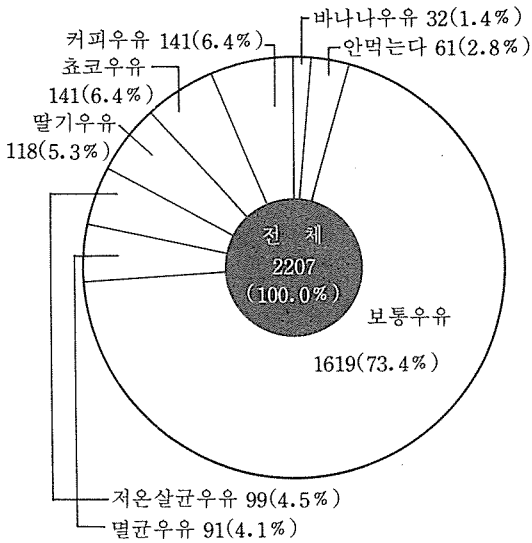
우유의 위생상태의 품질에 대한 소비자의 인식은 그런대로 괜찮은 편이나, 응답자의 9.6%가 품질에 대해 부정적인 반응을 보였다는 것은, 우유의 품질에 상당히 문제가 있음을 말한다(그림 3-②). 특히 거주

지역별로는 도시지역 거주자가 더 부정적이었으며, 연령별로는 13~30세의 연령층이 부정적인 반응이 많은 편이었고, 우유의 섭취량별로는 우유를 거의 안먹는 사람중에서 위생상태나 품질이 나쁘다고 보는 사람이 상대적으로 많았다(전혀 안먹는 사람의 24.3%, 거의 안먹는 사람의 18.7%가 부정적임).

우유의 가격에 대해서는 싼편이거나 적당하다는 응답이 52.9%이나 비싸다는 쪽에 응답한 사람이 42.4%나 되었다. 특히 이 조사를 실시한 시기는 1988년 11월로 우유가격이 오르기 전인데도 이러한 응답이 나왔기 때문에, 현재의 시점에서 조사한다면 가격에 대한 저항이 더 크리라 생각된다(그림 3-③)

5. 즐겨 마시는 우유

소비자들이 즐겨 마시는 우유로서 가장 많이 응답한 것은 보통우유로서 응답자의 73.4%가 이에 응답하였고, 다음이 초코우유(6.4%), 딸기우유(5.3%), 저온 살균우유(4.5%), 멸균우유(4.1%)순이었고, 커피우유나 바나나우유를 즐겨 마시는 사람은 극히 적었다(그림 4).



(그림 4) 즐겨 마시는 우유

거주지역이나 성별, 소득수준별로는 즐겨 마시는 우유의 종류에 유의한 차(差)를 볼 수 없으나, 연령별로는 차가 인정되었는데, 13세이하의 연령층에서는 초코우유와 딸기우유를 선호하는 경향이 상당히 강하였으며, 특히 이 연령층에서 초코우유를 즐겨 마시는 사람이 11.5%나 되었다.

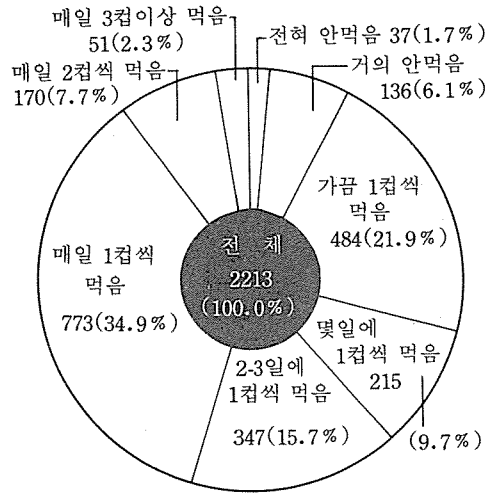
저온 살균우유에 대해서, 전체 응답자의 4.5%가 선호하였으며, 14~19세의 연령층에서 다른 연령층보다 다소 높은 선호성을 보였고, 31세이상의 연령층에서도 보통우유 다음의 비중을 차지하여, 소비자의 관심이 많은 것으로 판단된다.

6. 우유의 섭취 정도

소비자들, 특히 어린 학생이나 부녀자들 그리고 정기적으로 우유를 먹지 않는 사람들이 공통적으로 계량단위(計量單位)에 대한 개념을 충분히 모르기 때문에, 우유 소비량을 정확히 파악하기가 곤란하여 개략적인 경향만을 조사하였다.

전체적으로 조사 대상자 중에서 학생층이 많아서 인지, 매일 한컵씩 우유를 마신다는 사람이 전체 응

답자의 34.9%나 되었고, 2~3일에 한컵씩 마시는 사람이 15.7%이었으며, 매일 2컵이상 마시는 사람도 10.0%나 되어, 매일 한컵이상 마시는 사람이 응답자의 44.9%에 달하였다(그림 5).



(그림 5) 우유의 섭취 정도

그러나 거주지역별로는 다소 다른 경향을 보여, 매일 한컵이상을 마시는 사람이 도시에서는 49.4%인데 비해 농촌에서는 35.8%에 불과하였고, 연령별로는 13세이하에서는 매일 한컵이상 마시는 사람이 62.3%이었고, 그 중 2컵이상 마시는 사람도 14.9%나 되었으나, 나이가 들수록 마시는 양이 줄어들어 46세이상에서는 매일 한컵이상 마시는 사람이 28.6%에 불과하였다.

한편 소득수준별로는, 소득이 높아질수록 우유를 마시는 양도 증가하여, 월소득이 20만원 이하에서는 17.1%만이 매일 한컵이상 마신다고 응답하였으나, 월 20~40만원의 소득계층은 24.8%, 41~60만원의 계층은 38.0%, 61~80만원의 계층은 46.3%, 81만원이상 계층은 50%이상 매일 한컵이상 마신다고 하였다.

전반적으로 우유를 마시는 양은 농촌보다 도시가,

나이가 사람보다 어린 사람이 소득이 낮은 사람보다 높은 사람이 더 마시는 경향이 뚜렷했으며, 13세이하의 어린아이가 많이 먹는 것은 학교 급식의 영향이 큰 것으로 볼 수 있다.

7. 우유를 섭취하지 않는 이유

조사 응답자중 일부가 우유를 마시지 않는 사람이 있었으나, 여기에서는 우리나라 사람중에 어느 정도가 몸에 맞지 않아 우유를 마시지 않는가에 대해 알아보고자 하였다. 그러나 이를 정밀히 조사하는데는 조사 기술상의 문제가 있어, 조사 대상자들에게 가족중 우유를 마시면 설사를 하거나 배가 아픈 사람이 있는가에 대해 질문한 결과, 부작용이 있는 가족이 있다고 응답한 사람이 전체 응답자의 24.1%나 되었다.

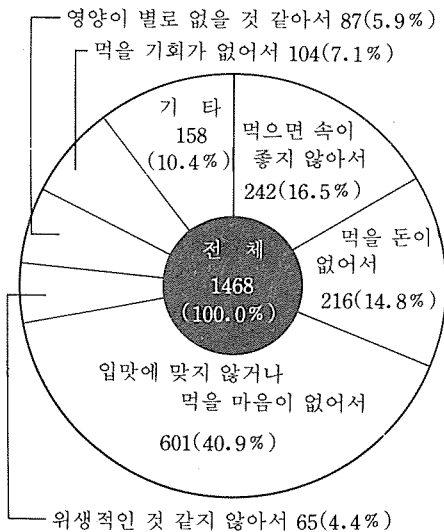
이는 전체 인구에 대한 비율은 아닐지라도 상당히 많은 사람이 우유를 마시면 설사를 하거나 배가 아파 우유를 마시지 못하고 있다는 것을 의미하며, 우유 제품을 이들이 먹을 수 있도록 개발 보급한다면 우유 수요가 상당히 많이 창출될 수 있음을 말한다.

다음은 우유를 거의 먹지 않거나, 전혀 먹지 않는

다면, 그 이유가 무엇인가에 대해 질문한 결과(이에 해당하는 응답자는 173명이었으나, 해당되지 않는 사람까지 합하여 1,468명이 이 질문에 응답하였음), 가장 많은 비중을 차지하는 것이, 입맛에 맞지 않거나 먹을 마음이 없어서라고 응답한 것으로, 전체 응답의 40.9%이었고, 다음이 먹으면 속이 좋지 않아서(응답자의 16.5%), 사먹을 돈이 없어서(14.8%) 순이었다. 다만 여기서 영양이 별로 없을 것 같아서와 위생적인 것 같지 않아서라고 응답한 사람의 비율은 적지만, 이러한 의견도 무시해서는 안된다(그림 6).

이들 응답을 거주지역별로 보면, 도시에서는 먹으면 속이 좋지 않아서라고 응답한 사람(응답자의 19.5%)이 농촌보다 많은 반면, 농촌에서는 돈이 없어서(22.6%), 먹을 기회가 없어서(9.2%)라고 응답한 사람이 상대적으로 많았다. 연령별로는 20세이상에서 몸에 맞지 않아서라고 응답한 사람(응답자의 20%이상)이 많은 편이며, 소득 계층별로는, 저소득층은 돈이 없어서라고 응답한 사람이 많은 반면 고소득층에서는 몸에 맞지 않아서라고 응답한 사람이 상대적으로 많았다.

- 다음호에 계속 -



(그림 6) 우유를 섭취하지 않는 이유

