

조리냉동 및 냉장식품에 대한 도시주부의 이용실태 및 인식정도와 식품제조업체의 의식구조 조사에 관한 연구

곽동경 · 이경애* · 류은순**

연세대학교 생활과학대학 식품영양학과

*연세대학교 교육대학원 가정교육전공, **고신대학교 식품영양학과

Consumer Demands for Prepared Frozen or Refrigerated Foods and Industry's Response to Consumer Demands

Tong-Kyung Kwak, Kyoung-Ae Lee* and Eun-Soon Lyu**

Dept. of Food & Nutrition, Yonsei University

Dept. of Home Econ. Edu., The Graduate School of Edu., Yonsei Univ.*

Dept. of Food & Nutrition, Kosin University**

Abstract

The objectives of this study were to provide the basic data for the consumer education and for the new product development by surveying housewives' demands concerning prepared frozen or refrigerated foods and by surveying industry's practices and opinions concerning new product development. 804 housewives and 14 manufacturing companies of prepared frozen or refrigerated foods were surveyed. Data from housewives were analyzed by using SPSS-X program in terms of χ^2 -test, one-way ANOVA, t-test. The results of study are summarized as follows: 1. Frozen dumpling, frozen meat, surimi, ham and sausage were identified as the most frequently used food items by housewives. The mean storage period for either prepared frozen or refrigerated foods was less than 15 days. 2. Housewives with higher educational background showed the greater concerns in packing and sanitary conditions, convenience in cooking procedures and brand name of the product than their counterparts. 3. Most housewives' purchasing motive for prepared frozen or refrigerated foods was the convenience of the cooking procedures(71.1%). Among the member of family, children(72.8%) specially liked prepared frozen or refrigerated foods. 4. Housewives' demands for prepared frozen or refrigerated foods were 'price reduction' and 'nutrition fortification'. These were in accordance with the companies' opinions. 5. Most wanting new product developments from the housewives perspectives were beverages (37.7%), stir-fried menu items(36.1%), pan-fried menu items(34.0%), stewed menu items(30.3%) and soups(20.4%). In case of stew and soups, the industry did not have a plan to develop those menu items.

I. 서 론

경제성장과 산업의 급격한 신장, 사회구조의 개인화에 따라 식생활 양식이 가족중심에서 개인중심으로 변화되고 있으며¹⁾ 또한 여성의 교육수준 향상, 가치관의 변화 등으로 기혼여성의 직장진출이 증대함에 따라 주부들의 역할부담을 덜기위해 가사 노동을 경감시키고 시간을 감소시키고자 원하고 있으며 사회활동을 하지 않는 주부도 가치관의 변화로 문화적생활, 사회참여에 시간을 사용코자 하는 바람이 늘어가고 있다^{2,3)}.

본 연구는 1992년도 (주)미원 부설 한국음식문화 연구원의 지원에 의한 것임.

이러한 변화는 국민의 식생활 양식을 크게 변화시켜 전통적으로 가공식품보다는 신선한 식품을 선호하는 우리나라 소비자들의 의식에 큰 영향을 주고 있다⁴⁾. 즉, 가정에서 신선한 식품을 이용하여 직접 식사를 준비하기보다는 가공식품을 이용하여 식사를 준비하는 경향이 증가하고 있는데 이는 식품산업 및 식품가공 기술의 발달과 다양한 종류의 가공식품류들이 생산되면서 가공식품의 소비가 촉진되고 있으며 특히 식품조리방법 및 저장방법 등에 따른 변화는 조리냉동 및 냉장식품을 출현, 발전시키게 되어 전반적인 식생활에 큰 영향을 미치고 있다^{5,6)}.

조리냉동식품(prepared frozen foods 또는 precooked frozen foods)이란 자연식품을 손질하여 제품의 특성에

따라 분류, 각종 양념과 합하여 일정한 크기와 형태로 만든 후에 가열, 완제품이 된 것을 -40°C 이하로 보존시키는 포장식품을 일컫는다. 이러한 식품은 1년간 품질이 유지되므로 일시적인 구입에 따른 손실이 없고 불가식 부위의 제거와 함께 일단 조리가 끝난 상태이므로 조리에 드는 비용이 절약되는 이점과 일반가공식품과는 달리 식품 첨가물이 들어있지 않아 안심할 수 있다는 장점이 있다⁷⁾.

조리냉장식품(prepared refrigerated foods or precooked refrigerated foods)은 냉장대 유통을 필요로 하는 식품 가운데 싱싱한(fresh)상태로 유통되는 3가지 품목(어패류, 생육류, 청과물 : traditional refrigerated foods)을 제외한 식품으로 이중에는 종래 방부제를 이용하여 상온 유통하였지만 방부제 사용이 금지되어 저온 유통을 행하게 된 것(햄, 소세지등 식육가공품, 어물 등 수산 연제품등)과 종래에 당일제조, 당일 판매로 유통된 것들(반찬거리라 칭하는 범주에 일괄 포함되는 식품군)이 포함된다⁸⁾.

외국의 경우, 미국은 냉동식품의 최대 소비국으로 1989년 1인당 소비량이 50kg을 넘는데 이들식품 중 80% 이상이 조리냉동식품이며, 일본의 경우도 냉동식품 생산량이 1989년 712,939M/T을 생산하였으며 이 중 76% 가 조리냉동식품이 차지하고 있는 것으로 나타났다⁹⁾. 우리나라의 경우 냉동식품의 초기인 1983년 60억 미만이었던 조리냉동 및 냉장식품의 판매량이 1989년에는 생산량 37,700M/T, 판매량 790억원으로 증가하였으며 1991년에는 1,420억원의 시장규모를 이루어 매년 고신장을 보이고 있는 실정이다¹⁰⁾. 최근 2년간 우리나라 조리냉동식품 생산금액이 45~50% 증가한 사실을 보면 앞으로 시장 성장율이 급속도로 증가할 것으로 전망된다.

우리나라에서는 아직 조리냉동 및 냉장식품에 대한 소비자를 대상으로 한 조사연구는 없으며 가공식품에 대한 여러 보고들이 있다. 이를 보고에 의하면 가공식품의 경우 조리가 간편하고 시간이 절약되며 자녀들이 좋아하는 면에서는 긍정적인 반응이 나타났고, 연령이 낮고 경제수준이 높을수록 소비빈도가 높았으나 영양면, 건강면, 가격면, 품질면, 포장면에서는 주부들의 호응이 적은 것으로 나타났다^{11~13)}. 또한 식품에 대한 진위여부, 안정성, 이물질 혼입, 부폐, 변질 등에 대해 불만을 갖고 있으며 건강에 위해한 각종 첨가물이 많이 함유되어 있어 마음놓고 먹기가 곤란하다는 두려움을 갖고 있다고 보고되었다¹⁴⁾.

앞으로 우리나라 사회환경의 변화, 소비자의 식생활 패턴의 변화에 따라 조리냉동 및 냉장식품에 대한 소비는 계속 증가할 전망으로 가정의 식생활과 시장구조에 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다. 그러므로 조리냉동 및 냉장식품에 대한 다양한 신제품의 개발, 영양소 보강, 정확한 품질표시, 규정온도 유지관리, 편리성, 위생적인 제품생산 등에 대한 소비자의 견해 뿐만 아니라 식품

제조업체의 의식에 대한 조사연구가 절실히 필요하다고 보겠다. 그러나 현재 우리나라에서는 가공식품에 대한 조사연구만 수행되었을 뿐 계속 급성장하고 있는 조리냉동 및 냉장식품에 대한 품질적인 측면, 건강적인 측면, 위생, 영양적인 측면, 포장 등에 대한 소비자의 이용실태와 식품제조업체의 제품개발 등에 대한 조사연구는 이루어지지 않고 있는 실정이다.

따라서 본 연구는 급성장하고 있는 조리냉동 및 냉장식품에 대한 도시 주부들의 인식정도와 요구사항, 선택태도 등의 이용실태를 조사 검토하고 제조업체의 의식조사를 통해 소비자 교육 뿐 아니라 제조업체에 제품개발에 대한 기초자료를 제공하며 조리냉동 및 냉장식품의 육성발전에 도움이 될 수 있는 자료가 되고자 한다.

II. 연구방법

1. 조사대상 및 방법

본 조사는 소비자의 경우는 1991년 9월 24일부터 10월 12일 까지 서울과 경기도에 거주하고 있는 주부 1,000명을 대상으로 무작위 추출방법에 의해 시행하였고, 업체는 사전 시장조사를 통해 선정한 20개의 업체를 대상으로 하였다. 조사방법으로는 소비자의 경우 서울의 강남지역과 강북지역에서 중학교 각 1개교씩 학생들에게 설문지를 배부한 후, 학생들의 어머니로부터 설문지에 직접 응답토록 하였고, 강남, 강북지역의 아파트단지 및 경기도 일대의 주부들을 조사원이 방문하여 설문지에 각기 자기기입 방법으로 응답하는 방법을 사용하였다. 회수된 설문지는 958부이며 이중 불완전 응답의 설문지를 제외하고 총 804부를 자료처리에 이용하였다. 업체의 경우 각 업체에 우편으로 회수용 봉투와 함께 설문지를 송부하고 회수하는 방식을 사용하였으며, 총 14부가 회수되었다.

2. 설문지 작성 및 구성

설문문항은 연구자에 의해 고안된 설문문항과 타 연구자에 의해 고안된 설문문항을 사전 조사로 통한 결과를 기초로하여 문항을 작성하였다.

소비자를 대상으로 한 설문지는 조사대상자의 연령, 교육정도, 가계수입, 가족형태, 주택형태, 직업 등 인구통계학적인 특성과 제품구입시 제품에 대한 유통기간, 조리방법 등에 대한 확인 정도에 관한 사항 7문항에 대해 5점 척도(1점=전혀 확인 안한다, 5점=항상 확인한다.)를 이용하였으며 조리냉동 및 냉장식품에 대한 인식정도는 위생면, 시간절약면, 가격면 등 9문항에 대해 5점 척도(1점=매우 나쁘다, 5점=매우 좋다.)를 이용하였다. 또한 주부들의 제품 구입동기, 제품에 대한 문제점, 이용방법, 개발되기를 희망하는 음식과 요구사항에 대한 문항으로 구성하였다.

업체를 대상으로 한 설문지는 일반적인 사항, 개발계획에 있는 식품, 소비자 의견에 대한 관심정도에 관한

표 1. 조사대상자의 인구통계학적 특성		N(%)
<u>연령</u>		
23세~30세	188(23.4)	
31세~40세	328(40.8)	
41세~50세	256(31.8)	
50세 이상	32(4.0)	
<u>교육수준</u>		
중 졸	90(11.2)	
고 졸	411(61.1)	
대학이상	303(37.7)	
<u>가계수입</u>		
100만원 미만	122(15.2)	
100만원~150만원 미만	259(32.2)	
150만원~200만원 미만	199(24.7)	
200만원 이상	224(27.9)	
<u>가족형태</u>		
대 가족	145(18.0)	
핵 가족	603(75.0)	
부부가족	56(7.0)	
<u>주부의 직업</u>		
유	291(36.2)	
무	513(63.8)	

문항으로 구성하였다.

3. 자료분석방법

자료의 분석은 SPSS-X Release 4.0 program을 이용한 전자계산조직을 사용하였다. 통계처리방법은 각 항목에 대한 빈도수와 백분율을 구하였고 범수간의 유의성 검증은 t-test와 χ^2 -test를 이용하였으며 제품구입의 동기, 문제점 등에 관한 요인들은 One-way ANOVA를 이용하여 분석하였고 각 집단의 유의성 검증은 Scheffe's test를 적용하였다.

III. 연구결과 및 고찰

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사대상자의 연령, 교육수준, 가계수입, 가족형태, 주부의 취업유무에 대한 특성을 표 1에 제시하였다. 주부의 연령은 30대가 40.8%, 40대는 31.8%, 20대 23.4%, 50대 이상이 4.0%의 순으로 나타났다. 주부의 교육수준은 대졸이상이 37.7%, 고졸이 51.1%, 중졸은 11.2%를 나타내 비교적 교육수준이 높은 편이었다. 가계수입은 100만 원~150만원 미만이 32.2%로 가장 많은 분포를 나타냈고 200만원 이상은 29.9%, 150만원~200만원 미만은 24.7%, 100만원 미만은 15.2%로 비교적 소득수준이 높은 편이었다. 가족형태는 자녀와 함께하는 핵가족 형태가 75.0% 이었고 부모를 모시고 사는 대가족 형태는 18.0%를 나타냈다. 주부의 취업유무에서는 직업을 가지고 있는 주부가 36.2%이었다.

2. 조리냉동 및 냉장식품의 이용실태

조리냉동 및 냉장식품에 대한 이용빈도, 저장기간, 해동방법, 조리방법의 결과를 표 2에 접계하였다. 이용빈도에서 조리냉동식품보다는 냉장식품의 이용빈도가 더 높았고 냉동식품에서는 냉동만두와 냉동육류의 이용율이, 냉장식품은 어묵, 계맞살, 햄, 소세지의 이용율이 비교적 높게 나타났으나 포장김치류와 포장찌개류의 이용율은 매우 낮아 정¹⁵⁾, 김¹⁶⁾의 연구결과에서 냉장식품에서 햄, 소세지, 어묵, 계맞살의 이용도가 높게 나타난 결과와 일치하였다. 그러나 김치나 찌개류는 손수 집에서 담그거나 만들어 먹는 경향이 아직은 높은 것을 알 수 있었다. 가계수입에 따른 이용빈도의 차이에서 피자파이는 한달에 1회 이상이용이 수입이 150만원~200만원 미만군은 17.5%, 200만원이상 군은 14.0%, 100만원~150만원 미만군은 10.2%, 100만원 미만군은 5.2%로 수입이 많을수록 많이 이용하였으며 수입에 따른 유의적인 차이가 ($P<0.005$) 있었다. 이¹⁷⁾는 가공식품은 고급식품으로 간주되므로 소득이 높은 경우 소비가 더 높다고 보고하고 있어 본 조사와 비슷한 결과가 나타났다. 또한 주부의 취업에 따른 이용빈도에서는 유의적인 차이를 나타내지 않았는데 Schaning 등¹⁸⁾은 주부의 취업상태가 가공식품 소비에 별 영향을 주지 않는다고 하였고 Reilly¹⁹⁾도 주부의 취업상태와 가공식품의 이용과는 유의적인 차이가 없다고 보고하여 본 조사결과와 일치하였다. 특히 취업 주부의 소비자 행동에 관한 연구¹⁸⁾에서는 고급적 취업 주부들이 가정주부보다 가공식품을 많이 이용하였고 저급적 주부들의 가공식품의 소비는 낮아 가공식품의 이용은 주부의 취업보다는 소득과 관계가 있다고 하였다.

저장기간에서 조리냉동식품과 냉장식품을 저장하는 기간 사이에는 큰 차이가 없었으며 약 70%이상이 저장기간을 15일 이내로 하고 있었다. 식품들의 저장기간은 냉동식품인 햄버거 패티는 -12°C에서 30일, 냉동만두 및 냉동피자류는 -15°C에서 3개월, 기타 식육냉동제품은 9개월 (-15°C)로 규정하고 있으며²⁰⁾, 냉장식품 중 햄은 1~6주로 규정하고 있는데²¹⁾ 우리나라 주부들이 저장을 짧게 하는 것은 아직까지 조리냉동 및 냉장식품을 저장식품으로 생각하고 있지 않고 기호식품이나 대용식품으로 인식하고 있기 때문인 것 같다.

해동방법은 해동시키지 않고 '그대로 사용' 하는 경우가 냉동만두는 35.2%, 돈까스는 23.3%, 냉동튀김류는 19.4%로 나타났고, '전자렌지를 이용' 하는 경우는 피자파이가 32.0%, 햄버거 17.8%, 냉동만두 16.7%였으며 '냉장실'에서 해당되는 경우는 냉동튀김류 29.5%, 냉동육류 26.7%, 돈까스는 15.8%로 나타났다. 그러나 '실온'에서 해동하는 경우는 냉동만두 19.3%, 돈까스 11.7%, 냉동육류 11.7%로 나타나 주부들에게는 실온에 장시간 방치시 발생할 수 있는 문제점에 대한 인식이 부족함을 알 수 있었다.

조리방법은 냉동만두는 '끓이고'(28.2%), '삶거나 찌며'(27.5%), '튀기는'(20.0%)것으로 나타났고 돈까스는

표 2. 조리냉동 및 냉장식품의 이용실태

조리 냉동식품										조리 냉장식품				N(%)
냉동단두	돈가스	햄버거	냉동튀김류	고로케	파자파이	냉동육류	어묵	게맛살	핫도그	햄·소세지	포장김치류	포장찌개류		
이용빈도 5~6개월에 1번 이상	283(35.2)	506(64.0)	595(75.6)	529(67.0)	652(83.3)	616(78.5)	430(54.4)	124(15.5)	174(21.8)	569(72.9)	106(13.3)	730(94.6)	734(94.7)	
2~3개월에 1번 이상	233(29.1)	91(11.5)	53(6.7)	100(12.7)	53(6.8)	72(9.2)	76(9.6)	140(17.5)	150(18.8)	76(9.7)	75(9.4)	16(2.1)	18(2.3)	
1개월에 1번 이상	221(27.5)	142(18.0)	95(12.1)	117(14.8)	50(6.4)	75(9.6)	149(18.8)	299(37.3)	310(38.8)	96(12.3)	251(31.5)	12(1.6)	15(1.9)	
1주에 1번 이상	66(8.2)	51(6.5)	44(5.6)	44(5.6)	28(3.6)	22(2.8)	136(17.2)	238(30.0)	166(20.8)	40(5.1)	364(45.7)	14(1.8)	8(1.0)	
합 계	803(100.0)	790(100.0)	787(100.0)	790(100.0)	783(100.0)	785(100.0)	791(100.0)	801(100.0)	800(100.0)	781(100.0)	796(100.0)	772(100.0)	775(100.0)	
저장기간														
5일 이내	319(42.5)	195(35.1)	217(47.8)	182(32.0)	221(55.5)	243(52.5)	193(34.5)	297(38.7)	246(33.1)	167(35.4)	162(21.6)	100(31.3)	151(48.6)	
15일 이내	339(45.1)	290(52.2)	183(40.3)	297(52.2)	121(30.4)	167(36.1)	242(43.3)	303(33.1)	276(37.1)	141(30.0)	276(36.8)	52(16.3)	62(19.9)	
1개월 이내	75(10.0)	48(8.6)	39(8.6)	68(12.0)	37(9.3)	32(6.9)	10(18.1)	143(18.6)	203(27.3)	139(29.4)	259(34.5)	100(31.3)	66(21.2)	
2~3개월 이내	13(1.7)	17(3.1)	7(1.5)	10(1.8)	6(1.5)	10(2.2)	13(2.3)	16(2.1)	13(1.7)	16(3.4)	38(5.1)	30(9.4)	12(3.9)	
6개월 이내	5(0.7)	6(1.1)	8(1.8)	12(2.1)	13(3.3)	11(2.4)	10(1.8)	8(1.0)	6(0.8)	9(0.8)	16(2.1)	38(11.9)	20(6.4)	
합 계	751(100.0)	556(100.0)	454(100.0)	569(100.0)	398(100.0)	463(100.0)	549(100.0)	767(100.0)	744(100.0)	472(100.0)	751(100.0)	320(100.0)	311(100.0)	
조리방법														
끓인다	227(28.2)	3(0.4)	4(0.5)	3(0.4)	7(0.9)	2(0.9)	253(31.5)	365(45.4)	18(2.2)	4(0.5)	23(2.9)	30(3.7)	280(34.8)	
삶거나 찬다	221(27.5)	5(0.6)	18(2.2)	5(0.6)	16(2.0)	12(1.5)	47(5.8)	38(4.7)	10(1.2)	68(8.5)	14(1.7)	4(0.5)	2(0.2)	
전자렌지	46(5.7)	71(8.8)	162(20.1)	23(2.9)	99(12.3)	315(39.2)	33(4.1)	15(1.9)	24(3.0)	225(28.0)	33(4.1)	2(0.2)	7(0.9)	
오븐	2(0.2)	11(1.4)	20(2.5)	5(0.6)	10(1.2)	33(4.1)	10(1.2)	9(1.1)	11(1.4)	15(1.9)	7(0.9)	1(0.1)	2(0.2)	
튀긴다	161(20.0)	299(37.2)	71(8.8)	471(58.6)	194(24.1)	12(1.5)	17(2.1)	16(2.0)	34(4.2)	98(12.2)	64(12.2)	1(0.1)	0(0.0)	
그대로 먹는다	1(0.1)	2(0.6)	16(2.0)	1(0.1)	5(0.6)	5(0.6)	3(0.4)	33(4.1)	496(61.7)	14(1.7)	71(8.8)	270(33.6)	12(1.5)	
프라이팬 조리	93(11.6)	162(20.1)	156(19.4)	62(7.7)	63(7.8)	81(10.1)	195(24.3)	291(36.2)	151(18.8)	42(5.2)	540(67.2)	2(0.2)		
합 계	751(100.0)	553(100.0)	446(100.0)	570(100.0)	394(100.0)	460(100.0)	558(100.0)	767(100.0)	744(100.0)	470(100.0)	751(100.0)	310(100.0)	305(100.0)	
해동방법														
그대로 사용	283(35.2)	187(23.3)	138(17.2)	156(19.4)	131(16.3)	92(11.4)	69(8.6)							
진저레인지 이용	134(16.7)	119(14.8)	143(17.8)	79(9.8)	119(14.8)	257(32.0)	91(11.3)							
물에 담금	26(3.2)	13(1.6)	7(0.9)	10(1.2)	9(1.1)	8(1.0)	71(8.8)							
（笑스텝）	63(7.8)	13(1.6)	14(1.7)	13(1.6)	13(1.6)	12(1.5)	20(2.5)							
냉장실 실온	91(11.3)	127(15.8)	73(9.1)	237(29.6)	74(9.2)	47(5.8)	215(26.7)							
합 계	752(100.0)	553(100.0)	446(100.0)	570(100.0)	394(100.0)	460(100.0)	558(100.0)	767(100.0)	744(100.0)	470(100.0)	751(100.0)	310(100.0)	305(100.0)	

'튀기고'(37.2%), '프라이팬 조리'(20.1%)를 이용하였다. 햄버거와 피자파이는 '전자레인지(microwave oven)'를 이용하고 있었고 냉동육류는 '끓이거나'(31.5%), '프라이팬 조리'(24.3%)를 이용하였다. 냉장식품인 어묵은 '끓이고'(45.4%), '프라이팬 조리'(36.2%)를 하는 것으로 나타났으나 계맛살은 '그대로 먹는다'가 61.7%로 나타났다. 핫도그는 '전자레인지'(28.0%)를 햄, 소세지는 '프라이팬 조리'(67.2%)를 이용하고 있었다. 또한 오븐을 이용하는 경우가 극히 저조한 것으로 나타났는데 이는 아직 일반 가정에 오븐이 많이 보급되지 않았기 때문이라고 생각된다. 김¹⁶⁾의 서울 및 경기도 지역 주부대상 조사에 의하면 오븐의 보유율은 34.5%로 집계되었고, 전자레인지의 보유율은 60.4%로 보고하였다. 이와같이 최근 가정용 전자레인지의 보급이 확대되어 가는 추세에 따라 소비자들도 음식을 만들 때 전자레인지를 이용하는 편리성을 추구하는 경향이므로 조리냉동 및 냉장식품에 대한 이용도 증가할 것으로 예상된다. Senaeur 등²²⁾에 의하면 미국의 경우 편의성 식품의 사용이 크게 증가하였다고 보고하고 있으며 이러한 편의식품을 조리하는데 필요한 전자레인지의 보급속도도 빨라 1989년 미국 가정의 75~80%가 전자레인지를 보유하고 있는 것으로 보고되고 있다.

표 3. 조리냉동 및 냉장식품의 구입동기, 구입장소, 새로운 제품에 대한 태도 N(%)

내 용	N (%)
구입동기	
조리가 간편해서(시간절약)	572 (71.1)
가족의 권유로	102 (12.7)
맛이 좋아서	51 (6.3)
광고를 통해서	38 (4.7)
비용이 절약되어서	18 (2.2)
영양적이라서	15 (1.8)
주위의 권유로	6 (0.7)
책자를 통해서	2 (0.2)
새로운 제품 출고시	
구입하지 않는다	106 (13.2)
품질을 확인한 후 구입한다	684 (85.1)
주저하지 않고 구입한다	14 (1.7)

3. 조리냉동 및 냉장식품에 대한 구입현황

(1) 구입동기 및 이용방법

표 3에는 주부들의 조리냉동 및 냉장식품에 대한 구입동기, 구입장소, 새로운 제품 출고시의 태도에 대한 결과를 집계하였다.

주부들의 제품에 대한 구입동기를 살펴보면 '조리가 간편해서' 71.1%, '가족의 권유로' 12.7%, '맛이 좋아서' 6.3%를 나타내 주부들이 가사노동 시간에서 식생활 관리시간을 줄이고자 하여 이 제품을 선택하는 경향이 큰 것을 알 수 있었다. 이¹⁴⁾의 가공식품에 대한 이용실태에 대한 조사 결과에서도 조사대상자의 68%가 조리가 간단하여 가공식품을 선택하고 있는 것으로 나타나 본 조사결과와 비슷한 결과를 나타냈다.

조리냉동 및 냉장식품을 구입하는 장소는 72.6%가 슈퍼마켓에서 구입하고 있었으며 새로운 제품이 출고되면 '품질을 확인한 후 구입한다'가 85.1%로 나타나 앞으로 그 이용정도가 크게 늘어날 것으로 해석할 수 있겠다.

표 4에는 가족 중 조리냉동 및 냉장식품을 선호하는 사람과 이용방법에 대한 결과를 집계하였다. 조사대상자의 72.8%는 가족 중 자녀가 이 제품을 선호하고 있다고 하였고 주부자신은 20.9%가 선호하고 있는 것으로 나타났다. 이용방법에서는 35.4%가 '자녀의 도시락용'으로 이용하고 있었고 자녀의 간식용은 21.6%, 자녀의 부식용 13.7%로 나타나 조리냉동 및 냉장식품은 자녀들을 위해 70.7%가 이용되고 있음을 알 수 있었다. 일본의 경우 조사대상자의 76.2%가 도시락에 냉동식품을 사용하고 있는 것으로 나타났는데²⁰⁾ 일본은 우리나라보다 제품의 종류가 다양하므로 그 이용율이 높은 것이라 할 때 앞으로 우리나라로 계속 증가될 것으로 예측할 수 있다.

(2) 제품에 대한 인식상태

표 5는 조리냉동 및 냉장식품에 대한 주부들의 인식 정도를 집계한 결과이다.

주부들은 '생활의 간소화 또는 시간절약' 면에 대해 높은 점수(4.08점)를 나타내 조리냉동 및 냉장식품에 대해 시간절약 측면에서는 좋게 인식하고 있었고 '제품종류의 다양성'(3.50점), '음식의 맛'(3.24점)에 대해서는 나쁜 인식은 갖고 있지는 않았으나 '방부제 함유여부'에 대해서는 2.13점의 가장 낮은 점수를 나타내 나쁘게 인식

표 4. 조리냉동 및 냉장식품을 선호하는 사람과 이용방법

선호하는 사람	이용방법	N(%)					
		주식용	부식용	도시락용	간식용	기 타	합 계
본인	24 (3.0)	68 (8.5)	36 (4.5)	40 (5.0)	0 (0.0)	168 (20.9)	
배우자	7 (0.9)	12 (1.5)	4 (0.5)	14 (1.7)	0 (0.0)	37 (4.6)	
부모님	0 (0.0)	5 (0.6)	3 (0.4)	1 (0.1)	0 (0.0)	9 (1.1)	
자녀	17 (2.1)	110 (13.7)	284 (35.4)	174 (21.7)	0 (0.0)	585 (72.8)	
기타	0 (0.0)	2 (0.2)	1 (0.1)	0 (0.0)	1 (0.1)	4 (0.5)	
합 계	48 (6.0)	197 (24.5)	328 (40.9)	229 (28.5)	1 (0.1)	803 (100.0)	

표 5. 조리냉동 및 냉장식품에 대한 인식정도

		위생면		생활의 간소화 시간의 절약		음식의 맛 제품종류의 다양성		가격면		포장단위 (종량)		영양소 보유효과		법부체 함유여부		포장 및 포장용기		M±SD		
현 체		23~30세	2.91±0.68	4.14±0.61	3.29±0.61	3.49±0.73	2.72±0.70	2.96±0.83	2.71±0.76	2.19±0.78	2.13±0.72	2.79±0.75	2.08±0.80	2.75±0.80	2.13±0.83	2.17±0.79	2.97±0.68			
31~40세		3.58±0.71	4.12±0.59	3.23±0.58	3.45±0.69	2.73±0.72	3.08±0.75	3.02±0.77	2.75±0.77	2.08±0.84	2.84±0.81	2.35±0.88	2.25±0.92	2.25±0.92	2.12±0.83	2.30±0.76	3.03±0.76			
41~50세		3.09±0.70	4.02±0.72	3.22±0.64	3.55±0.84	2.78±0.76	3.02±0.77	2.84±0.57	2.84±0.81	2.25±0.92	2.25±0.92	2.25±0.92	2.25±0.92	2.25±0.92	2.07±0.83	3.07±0.83	2.94±0.88			
50세 이상		3.00±0.84	3.88±0.75	3.22±0.55	3.50±0.80	2.84±0.57	3.02±0.77	2.84±0.81	2.84±0.81	2.25±0.92	2.25±0.92	2.25±0.92	2.25±0.92	2.25±0.92	2.07±0.83	3.07±0.83	2.94±0.88			
F 값		2.70	2.83	0.54	0.72	0.50	1.80	0.52	0.86	0.73										
교육수준		중졸	2.98±0.78	3.86±0.82 ^(a)	3.30±0.68	3.57±0.87 ^(ab)	2.70±0.76	3.06±0.78 ^(ab)	2.77±0.75 ^(ab)	2.11±0.74 ^(ab)	2.24±0.87 ^(a)	2.61±0.75 ^(b)	2.94±0.79 ^(b)	2.94±0.79 ^(b)	2.61±0.75 ^(b)	2.00±0.77 ^(b)	3.03±0.88 ^(ab)	3.15±0.70 ^(a)	2.85±0.80 ^(b)	
고등학교졸업		3.06±0.72	4.09±0.65 ^(b)	3.27±0.57	3.59±0.76 ^(a)	2.79±0.71	3.10±0.78 ^(a)	2.87±0.76 ^(a)	2.87±0.76 ^(a)	2.24±0.87 ^(a)	2.61±0.75 ^(b)	2.72±0.72	2.72±0.72	2.72±0.72	2.61±0.75 ^(b)	2.00±0.77 ^(b)	3.03±0.88 ^(ab)	3.15±0.70 ^(a)	2.85±0.80 ^(b)	
대학이상		3.02±0.67	4.14±0.57 ^(b)	3.18±0.62	3.35±0.69 ^(b)	2.79±0.72	2.94±0.79 ^(b)	2.94±0.79 ^(b)	2.94±0.79 ^(b)	2.61±0.75 ^(b)	2.00±0.77 ^(b)	3.03±0.88 ^(ab)	3.15±0.70 ^(a)	2.85±0.80 ^(b)						
F 값		0.57	6.96***	2.31	9.17***	1.06	3.71*	9.81***	9.81***	7.65***	7.65***	7.65***	7.65***	7.65***	7.65***	7.65***	13.90***			
기체수명		100만원 미만	3.10±0.66	4.04±0.55	3.25±0.61	3.54±0.73 ^(ab)	2.68±0.71	2.97±0.69	2.81±0.70	2.11±0.78 ^(ab)	2.77±0.75 ^(ab)	3.06±0.74 ^(ab)	3.06±0.72 ^(ab)	3.06±0.72 ^(ab)	3.06±0.72 ^(ab)					
		150만원 미만	3.02±0.64	4.07±0.65	3.19±0.57	3.59±0.74 ^(a)	2.72±0.73	3.05±0.76	2.78±0.75	2.19±0.81 ^(ab)	2.78±0.77	2.87±0.76 ^(a)	3.05±0.75 ^(b)	3.05±0.75 ^(b)	3.05±0.75 ^(b)					
		200만원 미만	3.04±0.80	4.15±0.68	3.27±0.60	3.51±0.75 ^(ab)	2.78±0.75	3.04±0.84	2.78±0.77	2.23±0.85 ^(a)	2.78±0.77	2.85±0.85 ^(a)	3.13±0.81 ^(a)	3.13±0.81 ^(a)	3.13±0.81 ^(a)					
		200만원 이상	3.00±0.72	4.07±0.66	3.26±0.64	3.34±0.77 ^(b)	2.79±0.69	3.07±0.81	2.69±0.80	2.00±0.83 ^(b)	2.69±0.80	2.69±0.80	2.69±0.80	2.69±0.80	2.69±0.80	2.69±0.80	2.88±0.77 ^(b)	2.88±0.77 ^(b)	2.88±0.77 ^(b)	
F 값		0.51	1.01	0.74	4.92**	0.98	0.45	0.88	0.88	3.48*	3.48*	3.48*	3.48*	3.48*	3.48*	3.48*	3.48*	3.48*	3.48*	
주부의 직업		부부	3.03±0.74	4.13±0.62	3.29±0.61	3.43±0.80	2.75±0.74	3.04±0.82	2.74±0.77	2.09±0.80	2.16±0.84	2.77±0.76	3.04±0.76	3.04±0.76	3.04±0.76	3.04±0.76	2.93±0.74	3.08±0.78	3.08±0.78	
		부부	3.03±0.69	4.06±0.62	3.21±0.60	3.53±0.73	2.75±0.71	3.04±0.76	2.77±0.77	2.16±0.84	2.16±0.84	2.77±0.76	3.04±0.76	3.04±0.76	3.04±0.76	3.04±0.76	2.93±0.74	3.08±0.78	3.08±0.78	
T 값		0.04	1.56	1.65	1.85	0.13	0.07	0.05	0.05	1.04	1.04	1.04	1.04	1.04	1.04	1.04	2.57**			
기체형태		대기족	3.06±0.71	4.07±0.62	3.27±0.62	3.47±0.78	2.76±0.74	3.04±0.78	2.77±0.79	2.17±0.86	2.17±0.86	2.75±0.77	3.05±0.78	3.05±0.78	3.05±0.78	3.05±0.78	2.84±0.76 ^(a)	2.84±0.76 ^(a)	2.84±0.76 ^(a)	
		핵기족	3.02±0.72	4.07±0.65	3.23±0.59	3.51±0.76	2.75±0.72	3.05±0.76	2.93±0.63	2.84±0.63	2.84±0.63	2.84±0.63	2.84±0.63	2.84±0.63	2.84±0.63	2.84±0.63	3.07±0.78 ^(b)	3.07±0.78 ^(b)	3.07±0.78 ^(b)	
		부부기족	3.07±0.60	4.29±0.62	3.29±0.73	3.39±0.62	2.77±0.63	2.93±0.63	2.93±0.63	2.23±0.69	2.23±0.69	2.23±0.69	2.23±0.69	2.23±0.69	2.23±0.69	2.23±0.69	2.98±0.59 ^(ab)	2.98±0.59 ^(ab)	2.98±0.59 ^(ab)	
F 값		0.21	2.97	0.46	0.73	0.04	0.60	0.35	0.64	5.35**	5.35**	5.35**	5.35**	5.35**	5.35**	5.35**	5.35**	5.35**	5.35**	
총평균		3.05±0.71	4.08±0.65	3.26±0.60	3.50±0.76	2.75±0.72	3.04±0.78	2.76±0.76	2.13±0.83	2.13±0.83	2.13±0.83	2.13±0.83	2.13±0.83	2.13±0.83	2.13±0.83	2.13±0.83	3.02±0.77	3.02±0.77	3.02±0.77	

* P<0.05 **P<0.01 ***P<0.001

○ 동혈의 a,b 표시는 group간 유의적인 차이의 구분임(P<0.05)

표 6. 조리냉동 및 냉장식품 구입시 확인정도

							M±SD
연령	제조일자	성분	저장방법	조리방법	가격	상표	포장방법
23~30세	4.36±0.83 ^(a)	3.70±1.03	3.51±1.15	3.78±1.07	4.42±0.75	4.04±0.89	3.97±1.0
31~40세	4.26±0.90 ^(ab)	3.80±1.01	3.62±1.12	3.80±1.03	4.41±0.81	4.09±0.96	3.94±1.0
41~50세	4.11±1.05 ^(b)	3.70±1.05	3.68±1.06	3.70±1.02	4.43±0.85	3.96±1.07	3.89±1.0
50세 이상	4.06±1.08 ^(ab)	4.09±0.82	3.88±1.01	3.91±1.09	4.44±0.72	4.31±0.82	4.00±1.0
F 값	3.19*	1.87	1.46	0.61	0.05	1.72	0.25
교육수준							
중졸	4.04±0.96 ^(a)	3.67±1.06	3.61±0.99	3.76±1.06	4.34±0.85	3.90±1.92	3.58±1.25 ^(a)
고졸	4.19±0.96 ^(ab)	3.72±1.04	3.58±1.08	3.79±1.06	4.44±0.79	4.00±1.00	3.89±1.02 ^(b)
대졸이상	4.34±0.91 ^(b)	3.84±0.98	3.67±1.16	3.74±1.00	4.42±0.81	4.16±0.89	4.11±1.03 ^(c)
F 값	4.12*	1.58	0.57	0.20	0.53	3.49*	9.65***
가계수입							
100만원 미만	4.28±0.90	3.74±1.01	3.76±1.07	4.00±0.93	4.59±0.67 ^(a)	4.11±0.96	3.93±1.13
150만원 미만	4.20±0.92	3.71±1.03	3.52±1.13	3.70±1.06	4.43±0.84 ^(ab)	3.99±1.03	3.85±1.07
200만원 미만	4.34±0.93	3.82±1.00	3.68±1.08	3.74±1.07	4.40±0.78 ^(ab)	3.98±0.99	4.00±1.05
200만원 이상	4.13±1.00	3.77±1.03	3.61±1.11	3.73±1.02	4.34±0.84 ^(b)	4.14±0.91	3.98±1.33
F 값	1.87	0.42	1.61	2.52	2.65*	1.43	0.92
주부의 직업							
유부	4.24±0.93	3.71±1.06	3.53±1.11	3.73±1.07	4.35±0.79	3.99±0.97	3.94±1.05
무	4.22±0.95	3.78±1.00	3.67±1.10	3.79±1.02	4.46±0.81	4.08±0.98	3.93±1.70
T 값	0.37	0.92	1.70	0.85	1.77	1.36	0.08
가족형태							
대가족	4.28±0.89	3.76±1.02	3.73±1.13 ^(a)	3.79±1.01	4.34±0.87	4.06±0.96	4.01±1.04
핵가족	4.22±0.97	3.78±1.02	3.62±1.10 ^(ab)	3.76±1.04	4.44±0.80	4.06±0.98	3.93±1.07
부부가족	4.21±0.82	3.57±1.02	3.30±1.06 ^(b)	3.77±1.04	4.41±0.73	3.95±0.94	3.80±1.02
F 값	0.23	1.03	3.05*	0.06	0.81	0.33	0.77
총평균	4.23±0.94	3.76±1.02	3.62±1.10	3.77±1.04	4.42±0.81	4.05±0.94	3.93±1.06

* P<0.05 *** P<0.001

○ 동열의 a,b,c 표시는 group 간 유의적인 차이의 구분임 (P<0.05)

하고 있었다. 김 등¹²⁾의 인스턴트식품에 대한 소비자들의 의식구조에 대한 연구에서도 인스턴트식품의 편리함에 대해 가장 높은 점수가 나타났으나 전장에 좋다는 측면과 영양가가 높다는 측면에 대해서는 가장 낮은 점수가 나타나 우리나라 소비자들은 가공식품을 생활에 편리하다고 인식하나 건강, 영양적측면에 대해서는 부정적인 인식을 갖고 있음을 알 수 있다. 특히 조리냉동식품은 적어도 -15°C에서 보관되므로 방부제를 사용하지 않고 있으나 아직 주부들은 이러한 사실은 인식하지 못하고 있으므로 이에 대한 계몽이 있어야 하겠다.

주부들의 연령에 따른 제품의 인식에 대해서는 유의적인 차이를 나타내지 않았으나 교육수준에서는 '생활의 간소화 또는 시간의 절약'에 대해 대졸이상군(4.14점)과 고졸군(4.09점)이 중졸군(3.86점)보다 좋다고 인식하고 있었으며 유의적인 차이(P<0.001)를 나타냈고 '제품종류의 다양성' '포장단위(중량)의 다양성' '영양소 보유효과' '방부제 함유여부' '포장 및 포장용기'에 대한

인식은 고졸군이 대졸이상군보다 좋게 인식하고 있었으며 유의적인 차이(P<0.001)가 나타났다. 가계수입에 따른 차이에서 수입이 200만원 이상군은 '제품종류의 다양성'에서 3.34점으로 수입이 100만원~200만원 미만군과는 '방부제 함유여부'에서 유의적으로(P<0.05) 낮은 점수를 나타냈고 '포장 및 포장용기 상태'에 대해서도 유의적으로(P<0.01) 낮은 점수를 나타내 가계수입이 많은 200만원 이상군이 '제품종류의 다양성', '방부제 함유여부', '포장 및 포장용기' 면에 대해 다른군보다 만족하지 못하고 있음을 알 수 있었다. 주부의 취업유무에 따른 차이에서는 '포장 및 포장용기'에 대해서 취업주부가 미취업주부보다 나쁘게 인식하고 있었으며 유의적인 차이(P<0.01)가 있었다. 가족형태에서는 핵가족군이 대가족군보다 '포장 및 포장용기'에 대해 긍정적인 인식을 갖고 있었으며 유의적인 차이(P<0.01)가 있었다.

(3) 제품구입시 제품을 확인하는 상태

표 6에는 주부들이 조리냉동 및 냉장식품을 구입할

표 7. 조리냉동 및 냉장식품의 문제점

문제점	N(%)
값이 비싸다	530 (65.9)
영양의 불균형	460 (57.2)
맛이 없다	288 (35.8)
포장단위(중량)의 부적합성	248 (30.8)
조리방법의 이해부족	197 (24.5)
종류가 부족하다	178 (22.1)
포장의 용기	169 (21.0)

표 8. 업체의 소비자 의견조사시의 중점사항 N(=14)

중점내용	평균
소비자 기호도	4.86
음식의 맛	4.79
가격	4.29
조리방법의 간편성	4.21
품질의 고급화	4.21
영양가	4.07
제품의 다양성	3.93
포장방법	3.79
포장단위	3.71

때 제품에 대한 확인상태에 대한 결과를 집계하였다.

주부들은 제품을 구입할 때 조리냉동 및 냉장식품에 대해서 '제품의 제조일자'(4.42점), '제품의 상표'(4.05점), '제품의 포장상태'(3.39점), '제품의 조리방법'(3.77점), '제품의 성분'(3.76점), '제품의 저장방법'(3.62점) 순으로 나타나 주부들이 제품을 구입할 때 제품의 내용물이나 저장방법 등 세부적인 설명을 확인하기 보다는 가격 및 제조일자만을 확인하고 구입하는 경향이 많은 것을 알 수 있었다. 일본의 경우 소비자들은 제품구입시 제품의 제조일자를 가장 많이 확인하고 있었으며 다음은 냉장상태, 첨가물의 유무, 원재료 순으로 나타나²³⁾ 우리나라와 마찬가지로 소비자들은 제품구입시 제조일자에 대해 많은 관심을 갖고 있었다.

주부들의 연령별로 살펴보면 20대가 '제품의 제조일자'를 확인하는 경향이 높았고 연령이 많을수록 제조일자를 확인하는 경향이 낮았으며 유의적인 차이($P<0.05$)가 있었다. 일본의 경우 연령이 많을수록 제품의 제조일자를 더 많이 확인하고 있어²³⁾ 우리나라와는 다르게 나타났다. 교육수준에 따른 차이에서 대졸이상군이 중졸군보다 제조일자에 대해 확인하는 정도가 유의적으로 높았으며($P<0.05$) '포장상태'에 대해 확인하는 정도도 대졸이상군(4.11점), 고졸군(3.89점), 중졸군(3.68점)의 순으로 나타났고 유의적인 차이($P<0.001$)가 있었다. 가계 수입에 따른 차이에서 '가격'에 대한 확인정도는 100만원 미만군은 4.59점, 200만원 이상군은 4.34점으로 나타나 수입이 낮은 경우 제품의 가격을 확인하는 경향이 높았으며 유의적인 차이가 있었다($P<0.05$). 가족형태에

표 9. 소비자들의 개발 희망식품 및 업체의 개발계획식품

식품명	주부	업체
	N (%)	N (%)
음료(식혜, 수정과)	303 (37.7)	2 (14.3)
볶음류	290 (36.1)	5 (35.7)
부침류	273 (34.0)	3 (24.4)
조림류	244 (30.3)	1 (7.1)
찜류	195 (24.3)	2 (14.3)
탕류	164 (20.4)	1 (7.1)

서는 저장방법에 대해 확인하는 상태가 대가족군이 부부가족군보다 '제품의 저장방법'을 확인하는 것으로 나타났으며 유의적인 차이($P<0.05$)가 있었다.

4. 조리냉동 및 냉장식품에 대한 문제점

조리냉동 및 냉장식품에 대해 주부들이 인식하고 있는 문제점 및 개선요구사항에 대한 순위별 결과를 표 7에 집계하였다.

주부들이 문제점으로 생각하고 있는 사항은 '값이 비싸다'(65.9%)로 가장 많은 지적이 있었고 그 다음은 '영양의 불균형'(57.2%), '맛이 없다'(35.8%)로 나타나, 안²⁴⁾, 김²⁴⁾의 연구에서도 가공 식품의 가장 큰 문제점은 '가격이 비싼 것'이라고 지적한 것과 일치하였다. 이는 주부들이 조리냉동 및 냉장식품에 대하여 제품 자체의 제조방법이나 조리방법보다는 제품의 가격에 많은 부담을 느끼고 있으므로 업체에서는 판매확장에 따른 가격 조절에 대해 구체적인 연구를 수행하여야 하겠다. 일본 주부들의 요망사항은 '몸에 해로운 첨가물 사용금지', '가격을 낮추었으면', '제품종류의 다양성'의 순서로 나타나²²⁾ 우리나라 소비자와 비슷한 경향을 보였다.

5. 업체의 소비자 의견조사시 중점두는 사항

표 8은 업체의 소비자 의견조사시 중요하게 여기는 사항을 집계한 결과로 '소비자 기호도'가 가장 높은 점수(4.79점)이었고 '음식의 맛' '가격' '조리방법의 간편성' '품질의 고급화' '영양가'의 순으로 나타났다. 주부들의 조리냉동 및 냉장식품의 문제점에 관한 사항과 비교해 볼 때, 주부들은 '가격'과 '영양불균형'에 대해 문제가 많다고 생각하고 있어 업체의 중점 관심사항과 다소 차이가 있으므로 업체에서는 제품개발시 소비자들이 제시한 문제점에 대한 해결에 더욱 노력을 기울여야겠다.

6. 소비자들의 개발 희망식품 및 업체의 개발계획 제품

표 9에는 주부들이 앞으로 조리냉동 및 냉장식품으로 개발되기를 희망하는 품목과 업체의 개발계획에 있는 제품에 대한 조사결과를 집계하였다. 주부들은 음료(식혜, 수정과)가 37.7%로 가장 높은 비율을 나타냈고 볶음류는 36.1%, 부침류는 34.0%, 조림류 30.3%, 찜류 24.3%, 탕류 20.4%로 나타났다. 업체의 경우, 볶음류가 35.7

%로 가장 높은 비율을 차지하였고 부침류 21.4%, 음료류와 짬류는 각각 14.3%의 순이었다. 이상을 살펴볼 때 조사대상업체의 2개업체만이 음료류를 개발할 계획 중에 있어 주부들의 개발 회망비율에 못미쳤으나, 뷔음류, 부침류에 대한 업체의 개발계획은 높아 주부들의 개발회망 품목과 일치하는 결과를 보였다. 그러나 조림류, 탕류 품목에 대한 업체의 개발계획은 거의 없는 것으로 나타나 제조업체에서는 우리나라 국민들이 원하는 자사 특유의 신제품으로 새롭고 다양한 제품을 소개하고 이를 소비자가 선택하게 하는 적극적인 자세를 가져야 하겠다.

IV. 결론 및 제언

주부들의 조리냉동 및 냉장식품에 대한 이용실태를 조사한 결과는 다음과 같다.

1) 냉동식품 중에서 주부들이 1주에 1번 이상 이용하는 품목은 냉동만두(8.2%)와 냉동육류(17.2%)이었고 냉장식품에서는 어묵(30.0%), 계맛살(20.8%), 햄, 소세지(45.7%)로 나타나 아직은 조리냉장식품을 조리냉동식품 보다 더 많이 이용하고 있었다.

2) 조리냉동 및 냉장식품을 가장 선호하는 사람은 가족 중 자녀(72.8%)이었고 제품은 자녀의 도시락용(35.4%), 자녀의 간식용(21.6%), 자녀의 부식용(13.7%)로 이용되고 있었다.

3) 조리냉동 및 냉장식품에 대한 인식상태에서 주부들은 생활의 간소화 또는 시간절약면에 대해서는 좋게 인식하고 있었으나 방부제 함유여부에 대해서는 나쁘게 인식하고 있었다.

4) 제품을 구입할 때 확인하는 정도는 가격, 제조일자, 상표, 포장상태, 조리방법, 제품의 성분, 저장방법의 순으로 나타났으며 학력이 높을수록 포장상태의 확인을 많이 하였다.

5) 주부들이 제품에 대해 문제점으로 생각하고 있는 것은 값이 비싸다, 영양의 불균형, 맛이 없다 등이었으나 업체측에서는 소비자의 기호도, 음식의 맛에 많은 관심을 갖고 있는 것으로 나타났다.

6) 주부들이 개발되기를 바라는 조리냉동 및 냉장식품은 음료(식혜, 수정과), 뷔음류, 부침류, 조림류, 짬류, 탕류의 순이었으나 업체측에서 개발 계획중인 제품은 뷔음류, 부침류, 음료류, 짬류의 순으로 나타났다. 조림류, 탕류의 개발계획은 저조한 것으로 나타났다.

이와같은 결과에서 볼 때 제조업체에서는 소비자의 입맛에 맞는 다양한 신제품을 개발하여 소비자가 편리하게 사용할 수 있도록 하고 영양가를 높여 제품의 품질을 고급화하며 소비자가 안심하고 구매할 수 있도록 위생적인 제품 생산을 하여야 한다. 또한 유통과정에서 규정된 온도를 유지하여 좋은 품질이 저렴한 가격으로 소비자들에게 전달될 수 있도록 하며 산업체, 소비자 단체의 연구기관에서도 소비자들이 조리냉동 및 냉장식

품에 대해 올바른 지식과 선택자세를 갖도록 계속적인 노력이 있어야 하겠다.

참고문헌

- 식생활개선 범국민운동본부, 국민식생활 의식구조 조사 보고서, (1989).
- 조윤경, 가사노동 사회화태도에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, (1988).
- 우경옥, 식생활과 관련된 가사노동의 실태 및 가치인식에 관한 연구, 연세대학교 교육대학원 석사학위논문, (1991).
- 안숙자, 서울주부의 가공식품에 대한 인식 및 이용실태에 관한 연구, 한국조리과학회지, 5: 75, (1989).
- 한경선, 윤서석, 한국가정의 장류관리에 관한 연구, 한국조리과학회지, 3: 1, (1987).
- 식품산업, 64: 34, (1988).
- 이영춘, 조리냉동식품의 제조기술 및 발전방향, 한국식품과학회 1991년도 학술세미나 자료집, (1991).
- 김정옥, Chilled식품 및 cold chain의 현황 및 전망, 한국식품과학회 1991년도 학술세미나 자료집, (1991).
- Tsutomu Hisa, 日本의 調理冷凍食品, Refrigeration, 65: 82, (1990).
- 미래 식품의 총아, 냉동식품, 식품산업, 117: 48, (1992).
- 임정빈, 서병숙, 이효지, 장유경, 라이프스타일과 식생활 양식, 대한가정학회지, 28: 56, (1987).
- 김미향, 한재숙, 이효수, 도시주부의 인스턴트식품에 대한 인식 및 소비에 관한 연구, 대한가정학회지, 26: 70, (1988).
- 김혜경, 주부들의 영양교육을 위한 사전연구, 대한가정학회지, 25: 56, (1987).
- 이윤자, 우리나라 가공식품에 대한 소비자 의식구조, 식품과학, 19(4): 56, (1986).
- 정연주, 도시가정의 가사노동 사회화에 관한 연구 -식생활을 중심으로-, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, (1986).
- 김귀란, 식생활과 관련된 가사노동의 사회화 실태 및 미래전망에 관한 연구, 연세대학교 교육대학원 석사학위논문, (1991).
- 이용학, 우리나라 취업주부의 소비자 행동에 관한 실증적 연구, 고려대학교 박사학위논문, (1985).
- Schaninger, C.M. & Allen, C.T., Wife's occupational status as a consumer behavior construct, J. of Consumer Research, 8: 189, (1981).
- Reilly, M.D., Working wives and convenience consumption, J. of Consumer Research, 8: 407, (1982).
- Tsutomu Hisa, 冷凍食品의 신제품 동향, 食品工學, 6: 47, (1990).
- Harger, V.F., Shugart, G.S., Foodservice in Institutions, 6th ed., NY. Macmillan Publishing Co. (1988).
- Senauer, B., Asp, E., and Kinsey, J., Food Trends and the Changing Consumer. Eagan Press, MN, (1991).
- 일본냉동식품협회, 식생활의 연구 및 개선, 식품산업, 117: 75, (1992).
- 김순옥, 이경옥, 이인선, 서울주부의 가공식품 이용실태에 관한 연구, 중앙대학교 가정학보 5, (1985).