

최소가공기술을 이용한 신선편의 과채류의 소비형태에 대한 연구

김건희 · 방혜열
덕성여자대학교 식품영양학과
(1998년 8월 17일 접수)

A Survey on Consumption Pattern of Minimally Processed Fruits and Vegetables

Gun-Hee Kim and Hye-Yeoul Bang
Department of Food and Nutrition, Duksung Women's University
(Received August 17, 1998)

Abstract

The consumption patterns of the minimally processed fruits and vegetables were surveyed in this present study. Eighty four women who were resident in either Seoul and Kyongki-do in Korea were participants in this study as respondents to our various questionnaire. The result are summarized as follows; The respondents had a preference for a supermarket (46.4%) as the place of purchase for fruits and vegetables and the frequency of purchase was two or three times per week. The residents of apartment preferred department stores and supermarkets to stalls in the immediate residential area ($p < .05$). Fifty percents of the unmarried women respondents indicated that they only purchased once a week. Approximately 70% of the respondents rated quality considerations over the price and quantity when they choose their fruits and vegetables. This behavioral tendency was stronger for the residents of the apartment and amongst the more highly educated women. The type of fruits and vegetables purchased were mainly unprocessed. However, minimally processed products appeared to be popular especially among unmarried or married who did not have children, were highly educated and aged between 20 and 30. These observations are supported by data in which 82% of respondents whose ages were ranged between 20 and 30, with high educational backgrounds and who had experienced in the purchase of minimally processed fruits and vegetables. The motivation for purchasing minimally processed fruits and vegetables generally resulted from a consideration of the saving in cooking time, the ease of handling and the desire to serve appropriate portions. On the other hand, the reasons for not purchasing minimally processed fruits and vegetables were the comparatively high price, a perception of unsanitary handling and pack size that were considered too small. Ninety-three percent of the respondents exhibited a positive response to the need for minimally processed fruits and vegetables. Freshness was considered to be the most important factor when purchasing these products. The preferred price for the minimally processed fruits and vegetables was approximately 110~120% of that for the unprocessed products.

I. 서론

현대사회의 급격한 발전은 사회 전반적인 흐름을 바꿀 뿐 아니라 식생활문화의 변화와 식품소비양식의

변화에도 크게 기여한다. 즉 사회발전의 추이가 식품 소비형태의 변화를 주도한다고 볼 수 있다. 우리나라 식생활의 변화상을 보면 예로부터 채식위주의 식생활을 영위해 왔으나 경제성장과 외래문화 도입으로 인하

여 눈에 띄게 동물성식품의 소비가 급증하여 90년대에는 1948년 당시 조사된 동물성식품의 소비량에 비하여 약 9배가 증가된 반면 식물성식품의 소비량은 약 2배가 증가되어 전체적인 식품소비의 면에서는 오히려 감소 추세를 나타내었다¹⁻⁴⁾. 또한 한국인의 1일 평균 식이섬유 섭취량은 1969년 24.46g에서 1990년 17.31g으로 20여년에 걸쳐 약 30%가 감소되었으며 이러한 식습관 변화는 우리 국민의 사망요인에 암과 뇌혈관질환 등이 급증하게 된 원인의 하나로 나타나 큰 관심을 불러일으키고 있다. 그러나 최근에 들어서는 여성의 사회참여 확대와 가정의 식품소비를 주도하는 주부들의 교육수준이 높아지면서 편의성 추구하고 더불어 위생과 건강에 대한 관심이 급격히 증대되는 등 사회 전반적인 가치의 변화가 나타났고 이에 따라 과거 열량공급을 우선시 하던 경향에서 벗어나 점점 더 이용의 편의성과 함께 식품의 외관, 조직감, 풍미, 영양적 기능적 가치 및 위생상태 등 품질요소를 고려하는 경향으로 바뀌어 가는 추세이다⁵⁻⁶⁾. 이는 현재 우리나라의 경제, 사회상과 비슷한 수준이었던 미국의 70년대 후반에 신선한 채소류의 소비가 20%이상 증가한 반면 통조림의 소비는 줄어들어 채소통조림의 소비는 6%, 과일통조림의 소비는 35%까지 감소하고 신선한 과채류에 대한 관심이 높아지는 등 비슷한 양상을 보였던 것에서도 알 수 있다⁷⁾. 따라서 과채류의 영양가치 및 기능적 가치를 중요시하면서도 간편하고 합리적인 소비를 필요로 하는 구매자들의 요구에 맞게 세척, 박피, 절단, 살균 등의 과정을 거친 후 포장, 유통되어 가정에서 바로 소비 또는 조리될 수 있도록 최소한의 가공처리와 수확 후의 신선함을 최대한 유지시켜 소비자에게는 고품질의 제품과 편의성을, 생산자에게는 고부가가치를 창출하는 미래형식품산업을 과채류의 신선편의 식품화(minimally processed fruits and vegetables)라 한다⁸⁾. 이는 미국, 일본, 유럽 등지에서도 하나의 독립된 식품군으로 자리를 잡아가고 있어 그 발전가능성이 크게 기대될 뿐 아니라 신선도 유지가 그 생명이 되므로 농산물 수입이 자유화되는 시대적 요구에 부응하여 국내 농산물의 경쟁력을 향상시키며 우리 농산물을 보호하는 또 다른 길이 될 것으로 기대된다.

따라서 본 연구에서는 과채류의 주소비자인 여성들의 신선편의식품화된 과채류에 대한 인식과 필요를 파악하고 현재의 소비상황을 조사함으로써 이를 바탕으로 신선편의식품화된 과채류의 발전방향을 확립하기 위한 기초자료로 활용하고자 한다.

II. 본 론

1. 조사대상 및 조사기간

본 연구는 서울 및 경기도 거주자인 주부를 대상으로 하였으며, 연령별로 20대부터 50대까지 10세 단위로 나누어서 각 군별로 약 25명씩 100명에게 설문지를 배부하였다. 설문조사는 1998년 4월 1일부터 4월30일까지 실시하였고 설문지는 총 100부가 배부되어 이 중 84부(84.0%)가 회수되었다.

2. 조사내용 및 방법

조사대상자의 일반사항으로 연령, 교육수준, 가족수, 주거환경, 가족구성, 직업, 월 평균수입 등을 알아보고, 과채류의 구입에 관한 사항으로 구입장소, 구입빈도, 구입시 가장 고려하는 사항, 구입하는 과채류의 형태 등 4가지 문항으로 나누어 조사하였다. 신선편의식품화된 과채류에 관한 사항으로는 구입경험여부와 필요여부로 크게 나누어 조사하고 이에 따른 세부사항으로 구입경험이 있는 신선편의식품화된 과채류의 형태와 구입동기 혹은 구입하지 않는 동기 등을 선택하도록 하고, 신선편의식품화된 과채류의 생산과 판매시 고려하여야 할 사항과, 이의 생산과 판매를 원치 않는 이유를 그 중요도에 따라 선택하게 하였으며 신선편의 식품화된 과채류의 적정가격수준을 알아보았다.

3. 자료분석방법

자료분석은 SAS program을 이용하였다. 조사대상자의 일반사항은 단순빈도 및 백분율로 나타냈으며 각 문항의 인구통계적 변인과의 상관성은 Chi-square로 그 유의성을 검증하였다. 또한 신선편의채소 및 과일의 구입여부와 필요여부는 단순빈도 및 백분율로, 그 외 문항은 빈도 및 백분율에 따라 순위자료로 분석하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

본 연구에서는 조사대상자의 일반사항으로 연령, 교육수준, 가족수, 주거환경, 가족구성, 직업, 월 평균수입을 조사하였다(Table 1) 조사대상자의 연령은 20대가 27.4%, 30대가 26.2%, 40대가 20.2%, 50대가 26.2%였고 학력은 고졸과 대졸이 각각 54.8%와 34.5%를 차지하고 있으며 가족수는 1인가족이 2.4%, 2인가족이 8.3%, 3인 가족 4인, 5인가족이 각각 17.9%, 38.1%, 22.6%를 차지하

<Table 1> General characteristics of subjects

Characteristics	Frequency (N)	Percent (%)
Age		
Under 29	23	27.4
30-39	22	26.2
40-49	17	20.2
50-59	22	26.2
Education level		
Elementary school	2	2.4
Middle school	4	4.8
High school	46	54.8
College/University	29	34.5
Graduate school	3	3.6
Size of family		
1	2	2.4
2	7	8.3
3	15	17.9
4	32	38.1
5	19	22.6
Over 6	9	10.7
Housing area		
Residential area	48	57.1
APT area	30	35.7
Shopping area	3	3.6
Others	3	3.6
Family type		
Single	24	28.6
Married, no children	6	7.1
Married, living with children	48	57.1
Married, separated from children	1	1.2
Married, living with children and parents	5	6.0
Occupation		
Professional work	9	10.7
Clerk	9	10.7
Technical work	8	9.5
Business	2	2.4
Student	14	16.7
Full time housewife	39	46.4
Others	3	3.6
Monthly income(ten thousands won)		
Under 100	6	7.1
100-199	44	52.4
200-299	24	28.6
300-399	4	4.8
Over 400	6	7.1

며 6인 이상 가족은 10.7%로 나타났다. 주거환경은 일반주택지와 APT지역이 각각 57.1%와 35.7%로 조사대상자의 대부분을 차지했으며 가족구성은 기혼, 자녀동

거의 구성이 가장 많은 57.1%, 미혼이 28.6% 순이었다. 직업은 전문직이 10.7%, 사무직이 10.7%, 단순기능직이 9.5%, 자영업이 2.4%, 학생이 16.7%, 전업주부가 46.4%, 기타가 3.6%였으며 월평균수입은 100~199만원이 52.4%, 200~299만원이 28.6%였다.

2. 과채류의 구입

과채류의 구입장소와 조사대상자의 연령, 주거환경과의 관계를 분석한 결과 과채류의 구입장소는 연령, 교육수준 등 변인에 관계없이 대형할인매장을 포함한 슈퍼마켓이 가장 많았고 재래시장과 백화점은 비슷한 수준(25~27%)을 보였다. 조사대상자의 연령 및 주거환경과의 관계에서는 주거환경에 따라서 유의적 차이(p<0.05)를 나타내었는데 조 등⁹⁾의 연구결과와 같이 일반주택지에 거주하는 사람들의 과채류 구입장소가 재래시장과 백화점, 슈퍼마켓으로 고루 분포(29~36%)해 있는 것에 비하여 상대적으로 APT지역에 거주하는 사람들은 재래시장보다 백화점과 슈퍼마켓의 이용이 높았고 이는 주로 APT지역과 재래시장의 거리가 먼 우리나라의 주거환경에 따른 것으로 보여지며 조사대상자의 연령에 따라서는 유의적 차이를 나타내지 않았다(Table 2).

과채류의 구입빈도는 가족구성과 직업에서 각각 유의적 차이(p<0.05)를 보였다(Table 3). 미혼인 조사대상자의 구입빈도는 주1회가 50.0%로 가장 많았으며 기혼이면서 자녀가 없거나 떨어져 있는 경우는 주2~3회, 과채류를 매일 구입하는 경우는 기혼이고 자녀와 함께 살면서 부모를 모시고 있는 조사대상자가 20.0%로 가장 많았다. 조사대상자의 직업에 따라서는 전문직, 사무직, 단순기능직 등 직장여성이 전업주부에 비하여 구입빈도가 낮은 것으로 나타났다. 이는 강 등¹⁰⁾의 연구결과와 같이 시간적인 문제가 그 원인이 되는 것으로 볼 수 있다.

과채류의 구입시 조사대상자가 우선적으로 고려하는 요인을 가격, 품질, 양으로 비교해 보았을 때(Table 4) 인구통계적 변인과 관계없이 전체 조사대상자의 70.2%가 품질을, 26.2%가 가격을, 그리고 3.6%만이 양을 고려하는 것으로 나타났으며 이는 소비자가 안전성, 영양가, 맛, 가격 순으로 식품의 구입을 결정한다는 Jolly 등¹¹⁾의 연구와 같다. 학력과 주거환경에 따라라도 유의적 차이(p<0.01, p<0.05)를 나타냈는데 고학력자와 APT지역 거주자가 품질을 더 우선시 하는 경향이 보였다.

주로 구입하는 과채류의 형태는 생산된 그대로의 신선한 과채류를 주로 구입하는 사람이 82.1%, 신선편

<Table 2> Place of purchased fruits and vegetables

Demographic characteristics	% (N)				Total	
	Traditional market	Department store	Local market	Street store		
Age						
Under 29	39.1(9)	21.8(5)	39.1(9)	0.0(0)	100.0(23)	X ² =7.083
30-39	13.6(3)	36.4(8)	45.5(10)	4.5(1)	100.0(22)	DF=9
40-49	23.5(4)	29.4(5)	47.1(8)	0.0(0)	100.0(17)	N.S
50-59	22.7(5)	18.2(4)	54.6(12)	4.5(1)	100.0(22)	
Housing area						
Residential area	35.4(17)	29.2(14)	35.4 (17)	0.0 (0)	100.0(48)	X ² =18.695
APT area	3.3(1)	26.7(8)	63.33(19)	6.67(2)	100.0(30)	DF=9
Shopping area	66.7(2)	0.0(0)	33.33(1)	0.00(0)	100.0(3)	p<0.05
Others	33.3(1)	0.0(0)	66.67(2)	0.00(0)	100.0(3)	
Total	25.0(21)	26.2(22)	46.4 (39)	2.4 (2)	100.0(84)	

<Table 3> Frequency of purchased fruits and vegetables

Demographic characteristics	% (N)				Total	
	1/1week	2-3/1week	every day	Others		
Family type						
Single	50.0(12)	33.3(8)	4.2(1)	12.5(3)	100.0(24)	
Married, no children	0.0(0)	100.0(6)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(6)	X ² =23.824
Married, living with children	18.7(9)	64.6(31)	16.7(8)	0.0(0)	100.0(48)	DF=12 p<0.05
Married, separated from children	0.0(0)	100.0(1)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(1)	
Married, living with children and parents	20.0(1)	60.0(3)	20.0(1)	0.0(0)	100.0(5)	
Occupation						
Professional work	44.4(4)	55.6(5)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(9)	
Clerk	44.4(4)	44.4(4)	0.0(0)	11.2(1)	100.0(9)	
Technical work	50.0(4)	37.5(3)	12.5(1)	0.0(0)	100.0(8)	X ² =30.059
Independent enterprise	50.0(1)	50.0(1)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(2)	DF=18
Student	42.9(6)	35.7(5)	7.1(1)	14.3(2)	100.0(14)	p<0.05
Full time housewife	5.1(2)	74.4(29)	20.5(8)	0.0(0)	100.0(39)	
Others	33.3(1)	66.7(2)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(3)	
Total	26.2(22)	58.3(49)	11.9(10)	3.6(3)	100.0(84)	

의 식품화된 과채류를 주로 구입하는 사람이 16.7%였다(Table 5). 이 중 유의적 차이(p<0.01)를 나타내는 가족구성에서 신선편의화된 과채류를 주로 구입하는 경향은 미혼(37.5%) 또는 무자녀가정(16.7%)이 높았다.

주로 구입하는 과채류의 형태는 연령 및 학력에 따라서는 유의적 차이를 보이지 않으나 나이가 젊고 학력이 높을수록 신선편의식품화된 과채류의 이용이 높아지는 것을 알 수 있다.

<Table 4> Priority consideration factors of purchased fruits and vegetables

Demographic characteristics	%(N)				
	Price	Quality	Quantity	Total	
Education level					
Elementary school	100.0(2)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(2)	X ² =21.446 DF=8 p<0.01
Middle school	25.0(1)	50.0(2)	25.0(1)	100.0(4)	
High school	28.3(13)	71.7(33)	0.0(0)	100.0(46)	
College/University	20.7(6)	75.8(22)	3.5(1)	100.0(29)	
Graduate school	0.0(0)	66.7(2)	33.3(1)	100.0(3)	
Housing area					
Residential area	37.5(18)	60.4(29)	2.1(1)	100.0(48)	X ² =15.864 DF=6 p<0.05
APT area	10.0(3)	86.7(26)	3.3(1)	100.0(30)	
Shopping area	33.3(1)	66.7(2)	0.0(0)	100.0(3)	
Others	0.0(0)	66.7(2)	33.3(1)	100.0(3)	
Total	26.2(26)	70.2(59)	3.6(3)	100.0(84)	

<Table 5> Type of mainly purchased fruits and vegetables

Demographic characteristics	Type %(N)				
	Unprocessed	Can	Minimally processed	Total	
Age					
Under 29	69.6(16)	4.3(1)	26.1(6)	100.0(23)	X ² =7.315 DF=6 N.S.
30-39	77.3(17)	0.0(0)	22.7(5)	100.0(22)	
40-49	94.1(16)	0.0(0)	5.9(1)	100.0(17)	
50-59	90.9(20)	0.0(0)	9.1(2)	100.0(22)	
Family type					
Single	62.5(15)	0.0(0)	37.5(9)	100.0(24)	X ² =24.315 DF=8 p<0.01
Married, no children	66.6(4)	16.7(1)	16.7(1)	100.0(6)	
Married, living with children	91.7(44)	0.0(0)	8.3(4)	100.0(48)	
Married, separated from children	100.0(1)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(1)	
Married, living with children and parents	100.0(5)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(5)	
Education level					
Elementary school	100.0(2)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(2)	X ² =4.158 DF=8 N.S.
Middle school	100.0(4)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(4)	
High school	84.8(39)	2.2(1)	13.0(6)	100.0(46)	
College/University	75.9(22)	0.0(0)	24.1(7)	100.0(29)	
Graduate school	66.7(2)	0.0(0)	33.3(1)	100.0(3)	
Total	82.1(69)	1.2(1)	16.7(14)	100.0(84)	

3. 신선편의식품화된 과채류의 이용

주로 구입하는 과채류의 형태(Table 5)와는 달리 신선편의식품화된 과채류의 구입경험(Table 6)이 있는 사람은 81.0%로 조사대상자들이 과채류를 구입할 때

주로 가공을 거치지 않은 과채류를 구입하지만 신선편의 과채류의 이용에도 관심을 보이고 있는 것이 나타났다. 인구통계적 변인과의 상관성을 살펴보면 조사대상자의 연령과 학력에서 유의적 차이(p<0.05)를 보이는 데 앞에서 제시한 바처럼 연령이 낮은 20~30대가 40

<Table 6> Purchasing experience of minimally processed fruits and vegetables

Demographic characteristics	% (N)		
	YES	NO	TOTAL
Age			
Under 29	82.6 (19)	17.4 (4)	100.0(23) $X^2=9.717$
30-39	100.00(22)	0.00(0)	100.0(22) DF=3
40-49	76.47(13)	23.53(4)	100.0(17) $p<0.05$
50-59	63.64(14)	36.36(8)	100.0(22)
Education level			
Elementary school	50.0 (1)	50.0 (1)	100.0(2)
Middle school	50.0 (2)	50.0 (2)	100.0(4)
High school	73.9 (34)	26.1 (12)	100.0(46) $X^2=10.489$
College/University	96.5 (28)	3.5 (1)	100.0(29) DF=3
Graduate school	100.0 (3)	0.0 (0)	100.0(3) $p<0.05$
Total	80.9 (68)	19.1 (16)	100.0(84)

<Table 7> Type of purchased minimally processed fruits and vegetables

No.	Type	N	%
1	Fruits and vegetables, cut as a need	53	29.1
2	Fruits and vegetables, washed	49	26.9
3	Fruits and vegetables, peeled off	35	19.2
4	Sliced fruits and vegetables in one dish as a use	25	13.7
5	Vegetables, boiled	20	11.1
Total		182	100.0

~50대보다, 학력이 높은 사람이 낮은 사람보다 신선편의식품화된 과채류의 구입경험이 많은 것으로 조사되어 보수적인 가사노동의 틀을 벗어나 편리하고 합리적인 소비를 원하는 시대적 경향을 알 수 있다.

구입자들이 선호하는 신선편의식품화된 과채류의

형태(Table 7)는 원하는 양만큼 절단된 과채류, 세척이 된 과채류, 박피된 채소류, 샐러드나 찜밥용 등으로 세척, 절단하여 한 용기에 담아놓은 과채류, 삶거나 데쳐진 채소류 순으로 나타나 아직은 가공의 정도가 큰 과채류의 구입율이 낮은 것을 볼 수 있다. 신선편의식품화된 과채류를 구입하는 동기(Table 8)로는 조리시간 단축(33%)과 적정량의 구입(30%)이 대부분을 차지하며 신선편의 과채류가 품질이 더 좋아보이거나 더 위생적이고 값이 싸기 때문에 구입하는 사람은 극히 적은 것으로 보아 판매되는 제품에 대한 소비자들의 신뢰도가 낮은 것을 알 수 있다. 신선편의식품화된 과채류를 구입한 경험이 없는 사람들을 대상으로 구입하지 않는 동기(Table 8)를 조사한 결과 비싼 가격, 비위생적인 면, 적은 양 순으로 선택되었고 품질이나 포장용기처리 문제는 고려되지 않았다.

4. 신선편의식품화된 과채류의 발전방향

전체 조사대상자를 상대로 간편하고 위생적으로 처리된 신선편의식품화된 과채류의 생산과 판매의 필요성 여부를 조사한 결과(Table 9) 필요성을 느끼는 사람이 92.9%로 신선편의식품화된 과채류의 구입경험(Table 6)이 있는 사람(81.0%)보다 더 높았다. 신선편의식품화된 과채류의 생산과 판매시 고려되어야 할 사항(Table 10)으로는 신선함, 위생적임, 좋은 외관, 영양적임, 싼 가격, 좋은 포장의 순으로 나타났다. 또한, 신선편의식품의 필요성을 인식하지 못하는 사람들이 그 이유로 제시한 사항의 순위(Table 10)에서도 신선하지 못함이 가장 큰 이유가 되며 비싼 가격, 좋지 못한 외관이나 포장상태, 비위생적이거나 낮은 영양적 가치 등의 순으로 지적된 것으로 보아 신선편의식품화된 과채류의 생산, 판매를 위해 신선도유지와 적정가격의 선택, 안전성 등 문제점의 해소와 소비자들의 뿌리깊은 고정관념을 변화시키는 것이 필요할 것이다. 소비자들이 원하는 신선편의식품화된 과채류의 적정가격은

<Table 8> Motivation of purchased or unpurchased minimally processed fruits and vegetables

No.	Motivation of purchasing	N	%	Motivation of unpurchasing	
				N	%
1	Saving cooking time	33	48.5	Expensiveness	10 62.5
2	Proper amount	30	44.1	Unsanitary package	5 31.3
3	Others	2	2.9	Small amount	1 6.2
4	Good quality	1	1.5		
4	Sanitary package	1	1.5		
4	Inexpensiveness	1	1.5		
Total		68	100.0		16 100.0

<Table 9> Necessity of minimally processed fruits and vegetables

YES	%(N)	TOTAL
	NO	
92.9(78)	7.1(6)	100.0(84)

<Table 10> Factors of consideration when minimally processed fruits and vegetables are processed or marketed

No.	Consumer demands minimally processed products	Consumer complaints for minimally processed products
1	Fresh	Expensive
2	Sanitary	Not fresh
3	Good appearance	Poor appearance
4	Nutritious	Poor packaging
5	Inexpensive	Unsanitary
6	Good packaging	Less nutritious

채소(89.3%)와 과일(94.0%) 모두가 인구통계적 변인과 관계없이 가공전의 약 110~120%의 가격을 선택했다.

이와 같은 연구결과는 과채류의 구입과 조리를 담당하는 여성들이 신선편의 식품에 대해 관심과 그 필요성을 높이 인식하고 있음을 보여주었다. 과채류의 구입장소가 재래식시장에 비해 슈퍼마켓이나 백화점 등 신선편의 식품을 대하기 쉬운 곳으로 변해가고 있으며, 직장여성들이 늘어가고 있는 시대적 추이에 따라 조리시 전처리 단계에 많은 시간을 필요로 하는 과채류 사용의 불편 해소¹²⁾와 채소의 전처리 단계시 발생하는 쓰레기의 처리 문제¹³⁾에서 벗어나고자 하는 소비자의 욕구를 충족시키기 위해 과채류의 생산과 판매가 신선편의 식품화하는 것은 불가피하다 하겠다. 그러나 첨가물에 대한 불안감¹⁴⁾, 영양소의 보존, 신선도 유지, 단가 조절 등의 문제가 계속적으로 대두되고 있으므로 끊임없는 연구로 전통적으로 뿌리가 깊은 가공처리에 대한 불신과 편견에서 탈피하고 신선편의 식품의 질을 한차원 높이는 것이 신선편의 식품산업의 나아갈 방향이라 할 수 있다.

IV. 요약

신선편의 과채류의 소비형태를 조사한 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 과채류의 구입장소는 슈퍼마켓이 46.4%로 가장 많으며 APT지역 거주자가 일반주택지 거주자

에 비해 백화점과 슈퍼마켓을 더 많이 이용하였다($p<0.05$). 구입빈도는 주2~3회가 58.3%였고 미혼인 조사대상자의 50.0%가 주1회, 확대가족의 형태가 매일 구입하는 비율이 20.0%로 다른 가족 구성에 비해 높게 나타났으며($p<0.05$) 직업이 있는 사람보다 전업주부의 구입이 더 잦은 것으로 나타났다.

2. 과채류의 구입시 가장 우선적으로 고려하는 요인의 70.2%는 품질인 것으로 나타났고 고학력일수록($p<0.01$), 타지역에 비해 APT지역에 거주자들이 보다 고품질을 중요시하였다($p<0.05$).
3. 구입하는 과채류의 형태는 주로 생산된 그대로의 신선한 과채류였으며 최소가공처리된 신선편의 과채류를 주로 구입하는 사람은 미혼(37.5%) 또는 무자녀 가정(16.7%)이었다($p<0.01$).
4. 신선편의 식품화된 과채류의 구입경험이 있는 사람은 81.0%로 저연령(20~30대), 고학력일수록 더 많이 구입한 것을 알 수 있었다($p<0.05$). 구입한 신선편의 식품화된 과채류는 적정량의 단순절단가공 형태가 가장 많았다.
5. 신선편의 식품화된 과채류의 구입동기는 조리시간 단축과 적정량 구입이 가장 많은 것으로 나타났다. 구입하지 않은 이유로는 가격이 비싸거나 비위생적으로 생각되었기 때문으로 나타났다.
6. 신선편의 식품화된 과채류의 필요성에 대하여서는 92.9%가 긍정적인 반응을 보였는데 이를 위해 고려할 사항은 신선도와 위생적 처리, 좋은 외관과 영양소의 보존 등의 순으로 나타났고, 신선도 저하와 비싼 가격 등의 문제가 신선편의 식품화된 과채류의 생산과 판매를 부정적으로 받아들이게 하는 원인이 되는 것으로 나타났다. 조사대상자들이 원하는 신선편의 식품화된 과채류의 가격은 가공전 상태의 110~120% 수준으로 조사되었다.

■참고문헌

- 1) 이미순, 정미숙, 이성우. 한국식생활문화학회지 3(4): 359, 1988.
- 2) 모수미. 한국식생활문화학회지 9(2): 181, 1994.
- 3) 윤서석. 한국식생활문화학회지 8(2): 201, 1993.
- 4) 이일화. 한국식생활문화학회지 8(4): 359, 1993.
- 5) 김동만. 식품기술 8(1): 85-92, 1995.
- 6) King Jr, A.D. and Bolin, H.R. J. Food Technol. 43(2): 132-135, 1989.
- 7) Putnam, J.J.. Stat. Bull. No.773. Econ. Res. Service,

- U.S. Dept. of Agriculture, Washington, D.C., 1966-87, 1989.
- 8) 김건희. 원예산물의 저장과 유통 7: 24, 1996.
 - 9) 강금지, 정미숙. 한국식생활문화학회지 10(5): 377-390, 1995.
 - 10) 조우균, 이종미. 한국조리과학회지 7(2): 51, 1991.
 - 11) Jolly, D.A., SchutzM, H.G., Diaz-Knauf, K.V. and Johal, J. Food Technol. 11: 60, 1989.
 - 12) 조순덕. 덕성여자대학교 석사학위논문, p.1, 1998.
 - 13) 김영한, 유병승. 식품공업 135(7): 86-90, 1996.
 - 14) 한왕근, 이귀주. 한국조리과학회지 7(4): 23, 1991.