

## 식품표시에 대한 소비자의 인식 및 이용 실태

김향숙<sup>†</sup> · 백수진 · 이경애\*

충북대학교 식품영양학과

\*순천향대학교 식품영양학과

## Consumers' Awareness and Utilization of Food Labels

Hyang-Sook Kim<sup>†</sup>, Su-Jin Baik and Kyong-Ae Lee\*

Dept. of Food and Nutrition, Chungbuk National University, Chongju 361-763, Korea

\*Dept. of Food Science and Nutrition, Soonchunhyang University, Asan 337-600, Korea

### Abstract

The objective of this study was to contribute to the enhancement of food labeling and the development of food labels which are more informative to consumers. The questionnaires had been collected from adult female consumers living in Seoul, Kyonggi, Choongnam and Chungbuk province. Out of 950 answers collected 792 were analyzed. Ninety two percent of respondents were aware of food labels, however only 67.6% of them knew about the fact that food labeling was regulated by the law. Respondents recognized the major purpose of food labeling as informing and protecting the consumer. Most of the respondents answered that they confirmed the contents of food labels at the time of purchase especially with regard to safety aspects, such as expiration on data and manufacture date. Eighty four percent of the respondents showed confidence in the contents of food labels. The rests answered they were not confident because they experienced directly, or indirectly discord of food contents in fact and in label.

**Key words:** food labels

### 서 론

식품제조기술의 발달에 따른 다양한 신제품의 개발, 경제발전, 건강지향적 사고는 과거에 비해 식품의 소비형태를 크게 변화시키고 있다. 특히 도시화, 산업화로 인한 식생활 간편화에 대한 욕구는 가공식품의 이용을 증가시키고 있다. 식생활은 건강과 직결된 중요한 요인으로, 식품 소비구조의 변화는 건전하고 안전한 소비에 대한 관심을 불러일으키고 있다. 또한 최근 수입 개방 확대에 따라 유입된 외국식품의 홍수 속에 합리적인 식품의 선택 및 소비는 매우 어려운 실정이다. 따라서 소비자의 적절한 식품 선택 및 구매를 위해서는 식품제조업자 등을 통한 식품에 관한 다양한 정보 제공이 반드시 필요하다.

식품에 대한 가장 중요한 정보 공급원은 식품표시로서 식품, 식품첨가물, 기구 또는 용기·포장에 기재하는 문자·숫자 또는 도형을 말한다(1). 식품의 포장지나 포장 용기에 표기되어 있는 식품의 제품명, 원재료명 및 함량, 유통기한, 보존방법 등을 포함하는 식품표시정보는 식품 구매에 필수적이다. 그러나 실제로 식품제조업자가 제공하는 정보와 소비자가 원하는 정보간에는 많은 차이가 있

어 보다 소비자 지향적인 정보 제공이 필요한 실정이다. 또한 식품표시가 식품 정보원으로서의 목적을 달성하기 위해 소비자는 표시기준을 충분히 이해하여 적극적으로 활용해야 한다.

우리나라의 식품표시는 수 차례에 걸친 개정을 통해 개선되어 왔으나 식품위생면을 강조하여 식품제조업자 관리 측면에 중점을 두고 있으며, 외국에 비해 소비자 보호 측면이 미비한 실정이다. 우리나라는 식품표시기준이 식품위생법과 식품등의 표시기준에만 의존하고 있으나, 일본은 식품위생법에 JAS법, 경표법, 영양개선법, 식품통달에 의한 지도 등 다양한 관련 법률 및 제도의 규제를 받고 있으며 다양한 품질표시 제도를 바탕으로 소비자 중심적인 표시관리를 위한 노력을 계속하고 있다(2-4). 따라서 우리나라의 식품표시도 정보제공원으로서 적극적인 관리와 규제가 필요하다고 사료된다. 식품표시는 정보 제공원으로서의 주 역할 외에, 식품의 위생적 취급, 건전한 식품의 유통, 공정한 경쟁 확보, 식중독 등의 발생시 근거자료 등의 역할을 한다(4).

그러므로 본 연구는 우리나라의 현행 식품표시제도를 소비자가 얼마나 올바르게 인식하며, 실제로 표시사항을

<sup>†</sup>To whom all correspondence should be addressed

어느 정도 이용하고 신뢰하는지를 설문조사를 통해 검토하여, 식품표시의 실용성과 활용도를 높일 수 있는 소비자 중심적 식품표시 개발에 기초자료를 제공하고자 했다.

## 내용 및 방법

### 조사대상 및 기간

본 연구는 식품의 주 구매자인 20세 이상의 성인 여성을 대상으로 실시했다. 조사는 1997년 9월부터 10월까지 서울시, 경기도, 충청남도, 충청북도 지역에서 거주하는 1,200명에게 설문지를 배부하여 조사대상자가 직접 기입하게 하는 방법으로 총 950부를 회수했으나, 이 중 응답이 불완전했던 158부를 제외하고 792부를 통계분석하였다. 통계분석에 사용된 792명의 거주지별 분포는 서울시 266명(34%), 경기도 165명(21%), 충청남도 177명(22%), 충청북도 184명(23%)이었다.

### 조사내용 및 방법

조사방법은 설문지법을 사용하였으며, 연구에 사용된 질문내용은 선행연구(5-7)를 참고로 하여 본 연구의 목적에 맞게 연구자가 작성하였고, 예비조사를 실시하여 수정·보안한 후 본 조사에 사용하였다. 설문지의 내용은 조사대상자의 일반사항, 식품표시에 대한 소비자의 인지도, 이용도 및 신뢰도에 관한 문항으로 구성되었다.

### 통계분석

조사자료는 SAS 통계프로그램을 이용하여 빈도와 백분율을 산출했으며,  $\chi^2$ -test를 이용하여 유의성을 검정했다.

## 결과 및 고찰

### 조사대상자의 일반사항

조사대상자의 일반사항은 Table 1에 나타나있다. 조사대상자의 연령 분포는 30~39세 44.4%, 40~49세 38.6%로서 83%가 30대~40대였으며, 90.8%가 기혼자였고, 직업은 전업주부가 59.1%로 가장 많았다. 조사대상자의 교육정도는 대학교 졸업 이상 52.3%, 고등학교 졸업 39.1%로서 91.4%가 고등학교 졸업 이상으로 학력이 높은 집단이었으며, 평균 월수입은 41.8%가 100만원~200만원 미만이었으며, 28.4%가 200만원~300만원 미만으로서 대부분 응답자(70.2%)의 평균 월수입은 100만원~300만원 미만이었는데 1997년 제4분기에 도시근로자 평균 가계소득이 약 190만원(8)인 것과 비교해 보면 중산층의 소비자라고 생각된다.

Table 1. General Statue of the respondents

	N(%)
age(years)	
20~29	82(10.4)
30~39	352(44.4)
40~49	306(38.6)
Over 50	52( 6.6)
Education label	
Graduated middle school	68( 8.6)
Graduated high school	310(39.1)
Graduated school	414(52.3)
Monthly income(won)	
Under 1,000,000	70( 8.8)
1,000,000~2,000,000	323(40.8)
2,000,000~3,000,000	225(28.4)
Over 3,000,000	174(22.0)
Marital status	
Married	719(90.8)
Not married	73( 9.2)
Job	
Professional & managerial	225(28.5)
Sales & Service	69( 8.7)
Housekeeper	468(59.1)
Students & etc.	30( 3.8)

### 소비자의 인지도

식품표시의 법적 규정에 대한 인지도는 Table 2에 나타낸 바와 같이 조사대상자의 67.6%가 법으로 규정하고 있다고 응답했으나 식품표시를 본 경험이 있다고 응답한 응답자의 비율(92.2%)에 비하면 비교적 낮은 인지도로 생각된다. 법적 규정에 대한 인지도는 교육정도에 따라 유의적 차이를 나타냈는데, 식품표시를 '법으로 규정하고 있다'고 생각하는 응답자의 비율은 학력이 높을수록 증가했으며 대학교 졸업 이상의 경우 74.7%로 가장 높은 인지도를 나타냈다( $p < 0.001$ ).

식품표시를 하는 이유에 대한 인식은 Table 3과 같이 47.5%가 '소비자에게 식품정보를 알리기 위해서', 36.4%가 '식품의 위생적 취급을 위해서'라고 응답하여, 대부분의 응답자가 식품표시를 식품에 대한 정보원으로 생각하고 있었다. 식품의 대량유통에 따른 품질보증과 안전성 확보 측면에서 식품표시의 필요성이 대두되기 시작한 것을 고려해 보면(2,9) 이 결과는 식품 소비구조 및 인식의 변화를 반영하는 것으로, 따라서 식품표시는 소비자의 인식에 발맞추어 다양하고 정확한 정보원으로서 제 구실을 할 수 있도록 적극적인 관리가 필요하다고 생각된다. 연령, 교육정도, 결혼여부 및 직업에 따라 식품표시를 하는 이유에 대한 인식이 유의적 차이를 보였는데, 20대는 30대 이상의 중·장년층에 비해 '식품에 대한 정보를 알리기 위해서'라는 응답자의 비율(67.1%)이 높은 반면 '식품의 위생적 취급을 위해서'라는 응답자의 비율(29.3%)은 유의적으로 낮았다( $p < 0.01$ ). 대졸이상의 고학력자는 '식품에 대한 정보를 알리기 위해서'라는 응답자의 비율이

Table 2. Recognition about Regulation of food label

	I <sup>1)</sup>	II <sup>2)</sup>	III <sup>3)</sup>	N(%)
Age(years)				
20~29	60 (73.7)	3 ( 3.6)	19 (23.2)	$\chi^2=7.673$ DF=6 N.S.
30~39	246 (69.9)	37 (10.5)	69 (19.6)	
40~49	196 (64.1)	38 (12.4)	72 (23.5)	
Over 50	33 (63.5)	7 (13.5)	12 (23.1)	
Education label				
Graduated middle school	33 (48.5)	8 (11.8)	27 (39.7)	$\chi^2=29.3***$ DF=4
Graduated high school	193 (62.3)	45 (14.5)	72 (23.2)	
Graduated school	309 (74.6)	32 ( 7.7)	73 (17.6)	
Marital status				
Married	53 (72.6)	5 ( 6.9)	15 (20.6)	$\chi^2=1.484$ DF=2 N.S.
Not married	482 (67.0)	80 (11.1)	157 (21.8)	
Job				
Professional & managerial	160 (71.1)	19 ( 8.4)	46 (20.4)	$\chi^2=23.269***$ DF=6
Sales & Service	36 (52.2)	7 (10.1)	26 (37.7)	
Housekeeper	311 (66.4)	59 (12.6)	98 (20.9)	
Students & etc.	28 (93.3)	0 ( 0.0)	2 ( 6.7)	
Monthly income(won)				
Under 1,000,000	43 (61.4)	7 (10.0)	20 (28.6)	$\chi^2=7.861$ DF=6 N.S.
1,000,000~2,000,000	212 (65.6)	35 (10.8)	76 (23.5)	
2,000,000~3,000,000	165 (73.3)	19 ( 8.4)	41 (18.2)	
Over 3,000,000	115 (66.1)	24 (13.8)	35 (20.1)	
Total	535 (67.6)	85 (10.7)	72 (21.7)	

\*p&lt;0.05, \*\*p&lt;0.01, \*\*\*p&lt;0.001, N.S.: Not significant

<sup>1)</sup>Food labeling is regulated by the law<sup>2)</sup>Food labeling is not regulated by the law<sup>3)</sup>Do not know

Table 3. Awareness of the role of food label

	I <sup>1)</sup>	II <sup>2)</sup>	III <sup>3)</sup>	IV <sup>4)</sup>	V <sup>5)</sup>	N(%)
Age(years)						
20~29	55 (67.1)	24 (29.3)	2 ( 2.4)	1 ( 1.2)	0 (0.0)	$\chi^2=26.916**$ DF=12
30~39	154 (43.9)	152 (43.3)	36 (10.3)	8 ( 2.3)	1 (0.3)	
40~49	142 (46.7)	118 (38.8)	26 ( 8.6)	17 ( 5.6)	1 (0.3)	
Over 50	24 (46.1)	17 (32.7)	9 (17.3)	2 ( 3.9)	0 (0.0)	
Education label						
Graduated middle school	20 (29.9)	26 (38.8)	12 (17.9)	9 (13.4)	0 (0.0)	$\chi^2=53.160***$ DF=8
Graduated high school	123 (39.8)	143 (46.3)	28 ( 9.1)	14 ( 4.5)	1 (0.3)	
Graduated school	232 (56.2)	142 (34.4)	33 ( 8.0)	5 ( 1.2)	1 (0.2)	
Marital status						
Not married	52 (71.2)	18 (24.7)	2 ( 2.7)	1 ( 1.4)	0 (0.0)	$\chi^2=18.924***$ DF=4
Married	323 (45.1)	293 (40.9)	71 ( 9.9)	27 ( 3.8)	2 (0.3)	
Job						
Professional & managerial	120 (53.3)	79 (35.1)	20 ( 8.9)	6 ( 2.7)	0 (0.0)	$\chi^2=27.566**$ DF=12
Sales & Service	26 (37.7)	27 (39.1)	11 (15.9)	5 ( 7.3)	0 (0.0)	
Housekeeper	205 (44.1)	200 (43.0)	41 ( 8.8)	17 ( 3.7)	2 (0.4)	
Students & etc.	24 (80.0)	5 (16.7)	1 ( 3.3)	0 ( 0.0)	0 (0.0)	
Monthly income(won)						
Under 1,000,000	29 (41.4)	32 (45.7)	7 (10.0)	2 ( 2.9)	0 (0.0)	$\chi^2=15.576$ DF=12 N.S.
1,000,000~2,000,000	136 (42.5)	131 (40.9)	34 (10.6)	18 ( 5.6)	1 (0.3)	
2,000,000~3,000,000	118 (52.4)	82 (36.4)	18 ( 8.0)	6 ( 2.7)	1 (0.4)	
Over 3,000,000	92 (52.9)	66 (37.9)	14 ( 8.1)	2 ( 1.2)	0 (0.0)	
Total	375 (47.5)	311 (39.4)	73 ( 9.3)	28 ( 3.6)	2 (0.3)	

\*p&lt;0.05, \*\*p&lt;0.01, \*\*\*p&lt;0.001, N.S.: Not significant

<sup>1)</sup>to give food informations, <sup>2)</sup>for sanitized handling of food<sup>3)</sup>to control illegal food, <sup>4)</sup>to advertise food products, <sup>5)</sup>others

71.2%로 저학력자에 비해 매우 높았는데(p<0.001), 교육 수준이 높을수록 식품표시를 중요한 정보원으로 인식하고 있었다. 기혼자는 미혼자에 비해(p<0.01), 전업주부는 다른 직업 종사자에 비해(p<0.001), '식품의 위생적 취급을 위해서'라는 응답자의 비율이 높았는데, 이는 가족 건강에 대한 주부의 배려가 높기 때문으로 생각된다.

소비자의 이용도

식품을 구입할 때 식품표시를 확인하는 정도는 Table 4에 나타낸 바와 같이 '확인하는 경우가 많다'는 응답자가 48.9%, '반드시 확인한다'는 응답자가 38.9%로서 대부분의 응답자가 확인하고 있었다. Park 등(10)은 조사대상자의 69.2%가 식품표시를 확인한다고 보고했으며, 주부클럽연합회의 조사에 의하면 부산 지역 주부들의 72.5%가 식품구입시 식품표시를 확인한다고 하였다(11). 식품표시를 확인하는 정도는 연령, 결혼여부, 교육정도, 직업, 월수입에 따라 유의적 차이가 있었다. 20대는 30대 이상의 중·장년층에 비해(p<0.01), 미혼자는 기혼자에 비해(p<0.001), '반드시 확인한다'보다는 '확인하는 경우가 많다'고 응답한 비율이 매우 높았으며, '확인하지 않는 경우가 많다'고 응답한 비율도 상대적으로 높게 나타났다. 전업주부는 다른 직업 종사자에 비해(p<0.001), 월수입 100만원 이상은 100만원 미만에 비해(p<0.05), '반드시 확인

한다' 또는 '확인하는 경우가 많다'고 응답한 비율이 높았으며 '확인하지 않는다'고 응답한 비율은 상대적으로 낮게 나타났다.

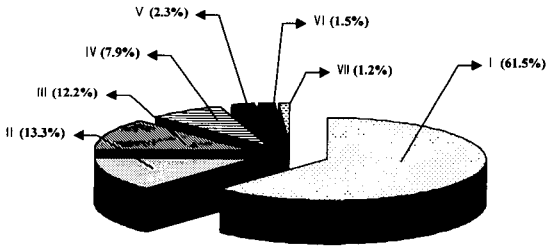
식품표시를 확인하는 이유는 Fig. 1과 같이 '안전성을 확인하기 위해서'라는 응답자가 61.5%로 대부분을 차지했고 '원하는 식품을 선택하기 위해서', '건강 및 영양정보를 얻기 위해서' 등에 답한 응답자의 비율은 상대적으로 매우 낮게 나타나 식품 구매시 식품표시를 통한 안전성 확인에 큰 비중을 두고 있었다. 식품표시는 정보제공 뿐 아니라 소비자에게 안전성을 확보해 주는 제도적 장치로서의 중요성이 점점 대두되어 일본의 경우 소비자의 요구에 따라 신선식품에 대한 품질 표시지침을 마련하고 있다(12). Im과 Kim(6)에 의하면 경기도 북부지역 여성 소비자의 91.9%가 안전성을 확인하기 위해 표시사항을 읽는다고 한다. 한편 식품표시를 확인하지 않는 응답자에게 그 이유를 질문한 결과 Fig. 2에 나타낸 것과 같이 '습관적으로'라는 응답자가 가장 많았으며(40.8%), '식품표시를 쉽게 찾을 수 없어서'(20.4%), '귀찮아서'(19.4%), '도움이 되지 않으므로'(12.2%)의 순이었다.

식품을 구입할 때 가장 중요하게 고려하는 표시사항은 유통기한(26.9%)과 제조연월일(25.4%)이었으며, 원재료명(성분) 및 함량(13.6%)도 기타 다른 표시사항에 비해 중요하게 고려하고 있었다(Fig. 3). 유통기한 및 제조연월

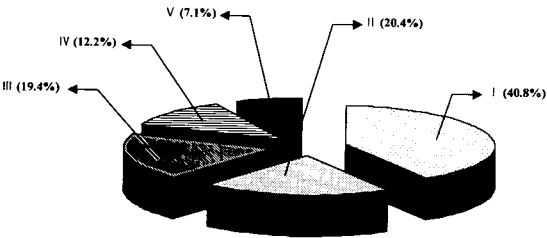
Table 4. Degree of checking food label

	I <sup>1)</sup>	II <sup>2)</sup>	III <sup>3)</sup>	IV <sup>4)</sup>	N(%)
Age(years)					
20~29	20 (24.4)	42 (51.2)	20 (24.4)	0 (0.0)	$\chi^2=25.220^{**}$ DF=9
30~39	151 (42.9)	172 (48.9)	28 ( 8.0)	1 (0.3)	
40~49	115 (37.6)	151 (49.4)	37 (12.1)	3 (1.0)	
Over 50	22 (42.3)	22 (42.3)	8 (15.4)	0 (0.0)	
Education label					
Graduated middle school	26 (38.2)	30 (44.1)	10 (14.7)	2 (2.9)	$\chi^2=12.387$ DF=6 N.S.
Graduated high school	113 (36.5)	158 (51.0)	37 (11.9)	2 (0.7)	
Graduated school	169 (40.8)	199 (48.1)	4.6 (11.1)	0 (0.0)	
Marital status					
Not married	14 (19.2)	42 (57.5)	17 (23.3)	0 (0.0)	$\chi^2=18.805^{***}$ DF=3
Married	294 (40.9)	345 (48.0)	76 (10.6)	4 (0.6)	
Job					
Professional & managerial	73 (32.4)	115 (51.1)	36 (16.0)	1 (0.4)	$\chi^2=27.719^{***}$ DF=9
Sales & Service	27 (39.1)	31 (44.9)	9 (13.0)	2 (2.9)	
Housekeeper	203 (43.4)	222 (47.4)	42 ( 9.0)	1 (0.2)	
Students & etc.	5 (16.7)	19 (63.3)	6 (20.5)	0 (0.0)	
Monthly income(won)					
Under 1,000,000	23 (32.9)	30 (42.9)	16 (22.9)	1 (1.4)	$\chi^2=18.466^*$ DF=9
1,000,000~2,000,000	117 (36.2)	175 (54.2)	29 ( 9.0)	2 (0.6)	
2,000,000~3,000,000	99 (44.0)	98 (43.6)	28 (12.4)	0 (0.0)	
Over 3,000,000	69 (39.7)	84 (48.3)	20 (11.5)	1 (0.6)	
Total	308 (38.9)	387 (48.9)	93 (11.7)	4 (0.5)	

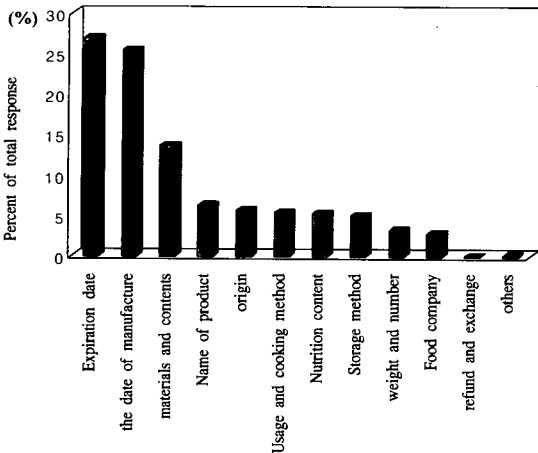
\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001, N.S.: Not significant  
<sup>1)</sup>absolutely check the label, <sup>2)</sup>mostly check the label  
<sup>3)</sup>barely check the label, <sup>4)</sup>never check the label



**Fig. 1. Reasons to check food labels.**  
 I: confirming safety aspects, II: Choice of wanted food, III: confirming Health and Nutrition Information, IV: confirming usage and cooking method, V: confirming country origin, VI: confirming storage, VII: others



**Fig. 2. Reasons not to check food labels.**  
 I: habitually, II: because of uneasiness of finding food labels, III: because of being tiresome, IV: because of helpless for purchasing foods, V: others

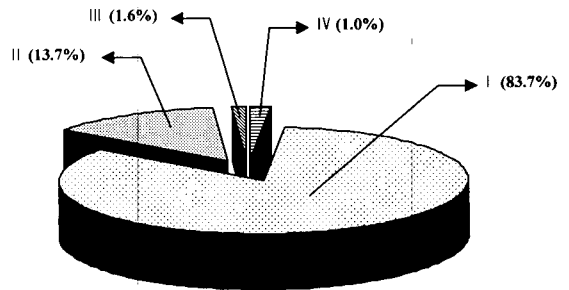


**Fig. 3. Items of food label considered as important at the time of purchasing.**

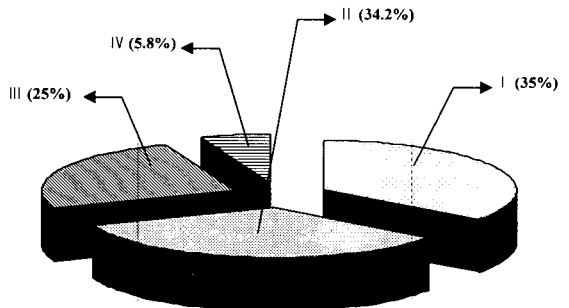
일은 식품의 신선도 및 부패도 등을 추정할 수 있는 중요한 척도인 동시에 안전성 확보를 위한 기본적인 표시사항으로 소비자는 식품을 구매할 때 식품의 신선도 및 안전성과 같은 품질면을 최우선적으로 고려하는 것을 알 수 있었으며, 대부분의 응답자가 안전성을 확인하기 위해 표시를 확인한다는 것을 반영하는 것이라 생각된다(Fig. 2). 김(13)은 고졸 이상의 주부의 식품 구매시 선택기준은 안전성, 맛, 영양가 순이라고 보고하였다.

**소비자의 신뢰도**

식품표시를 확인한 때 표기되어 있는 표시내용에 대한 신뢰정도는 Fig. 4에 나타난 것과 같이 '대체로 신뢰한다'가 83.7%, '매우 신뢰한다'가 1.6%로 대부분의 응답자가 표시내용을 믿고 있는 것으로 나타났다. 남(14)에 의하면 전체 응답자 중 77.2%가 표시 내용 중 믿을 수 없는 것이 있다고 했으며, 대부분 믿을 수 있다고 한 응답자는 22.8% 뿐 이었다고 한다. 표시내용을 '대체로 또는 전혀 신뢰하지 않는다'는 응답자(14.7%)에게 신뢰하지 않는 이유를 질문하여 응답결과를 Fig. 5에 나타냈다. 표시내용과 다른 경우를 직접 경험(35%) 또는 간접 경험(34.2%)했기 때문이라는 응답자가 가장 많았으며, 응답자의 25%가 '제조업자에 대한 불신 때문'이라고 답하였다. 한편 가장 신뢰도가 낮은 표시사항은 원재료명(성분) 및 함량(25.5%)이었으며, 영양성분(15.3%), 반품 및 교환(14.1%), 유통기한(13.4%), 내용량(11.3%) 등도 신뢰도가 낮은 편이었다(Fig. 6). 이 결과는 여러 가공식품의 실량 검사 결과, 실제로 들어있는 양이 표시량에 미달되었거나 유통기한 표시가 없거나 날짜를 고쳐 쓰는 등 유통기한 표시상태가 불량한 제품에 대한 직·간접적 경험(15,16)과 이에 따른 제조업자에 대한 불신을 반영한 것으로 생각된다.



**Fig. 4. Consumer's reliance on the food label.**  
 I: mostly trust, II: mostly do not trust, III: trust very much, IV: never trust



**Fig. 5. Reasons why consumers do not trust food labels.**  
 I: experienced directly discordance of food label with food, II: experienced indirectly discordance of food label with food, III: lack of trust in manufacture, IV: others

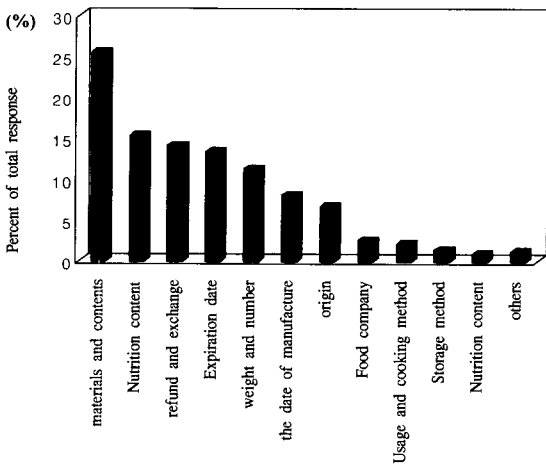


Fig. 6. Items of unreliable food label.

요 약

소비자 중심적인 식품표시를 개발하기 위해 현행 식품 표시제도에 대한 소비자의 인식, 확인정도, 신뢰도 등을 설문조사를 통해 검토했다. 식품표시를 '법으로 규정하고 있다'고 답한 응답자는 조사대상자의 67.6%로서 법적 규정에 대한 인지도는 교육정도에 따라 유의적 차이를 나타내어, 학력이 높을수록 '법으로 규정하고 있다'고 답한 응답자의 비율이 높았다(p<0.001). 식품표시를 하는 이유로는 조사대상자의 47.5%가 '소비자에게 식품정보를 알리기 위해서'라고 응답했으며, 36.4%가 '식품의 위생적 취급을 위해서'라고 응답하여, 대부분의 응답자가 식품표시를 정보원으로 생각하고 있었다. 전업주부는 다른 직업 종사자에 비해 '식품의 위생적 취급을 위해서'라고 답한 응답자의 비율이 높게 나타나(p<0.01), 주부는 가족의 건강과 안전을 중요시함을 알 수 있었다. 식품을 구입할 때 표시를 확인하는 정도는 '확인하는 경우가 많다'는 응답자가 48.9%, '반드시 확인한다'는 응답자가 38.9%로서 대부분이 식품표시를 확인하고 있었다. 식품표시를 확인하는 이유로는 대부분(61.5%)이 '안전성을 확인하기 위해서'라고 응답했으며, 식품을 구입할 때 가장 중요하게 고려하는 표시사항으로 유통기한(26.9%)과 제조연월일(25.4%)이라 응답하여 식품 구매시 식품의 안전성 확인에 큰 비중을 두고 있었다. 식품표시에 대한 신뢰정도는 '매우 신뢰한다' 1.6%, '대체로 신뢰한다' 83.7%로서 대부분의

응답자는 표시내용을 신뢰하고는 있으나 전적으로 신뢰하지 않고 있는 것으로 생각된다. 신뢰하지 않는 이유로는 표시내용과 다른 경우를 직·간접 경험했기 때문이라고 답한 응답자가 69.2%이었으며 제조업자에 대한 불신도 25%에 달하였다.

문 헌

1. 식품위생법규고제 편찬위원회: 식품위생법규. 광문각, p.54 (1997)
2. 食品表示研究會: 食品表示マニュアル 中央法規出版. pp. 101-154(1996)
3. 이경애: 외국의 식품표시제도-일본의 식품표시제도를 중심으로-. 제2차 식품표시제도 확립을 위한 워크숍, pp.8-17(1998)
4. 増尾清: 食品表示がわかる本. 農文協, pp.6-7(1993)
5. Park, H. R. and Min, Y. H.: A basic research for the adoption and implementation of nutrition labeling : with a reference to the consumer awareness. *J. Korean Soc. Food Sci. Nutr.*, **10**, 155-166(1995)
6. Im, H. S. and Kim, H. S.: Awareness of nutrition labeling by female consumers in north area of Kyonggi-do. *J. Korean Living Science Association*, **5**, 173-185 (1996)
7. Im, H. S. and Kim, H. S.: Utilization of the current food labeling system of processed foods and awareness on nutrition labeling among middle school female teachers. *J. Korean Soc. Food Sci. Nutr.*, **27**, 765-774(1998)
8. 한국은행: 조사통계월보. p.142(1999)
9. Marks, L.: What's in a label? Consumers, public policy and food labels. *Food Policy, August*, pp.252-258(1984)
10. Park, H. R., Min, Y. H. and Jung, H. R.: A basic reserch for the adoption and implementation of nutrition labeling(II), comparative perceptions of consumers, producers and government officials. *Korean J. Dietary Culture*, **10**, 175-184(1995)
11. 대한주부클럽연합회 부산시회: 가공식품, 변질, 부패된 상품 구입 경험. 월간 소비자, 10월호, pp.13-15(1993)
12. 湯川剛一郎: 食品表示の現状と今後の課題. *食品工業*, **34**, 38-45(1991)
13. 김연화: 도시 중산층 주부의 소비행동에 관한 연구. *소비자생활연구*, **9**, 20-30(1992)
14. 남상덕: 소비자주의에 입각한 식품의 표시제도 개선에 관한 연구. 석사학위논문, 한양대학교(1987)
15. 소비자 문제를 연구하는 시민의 모임: 어묵, 소시지류, 실제량 부족한 법측허용오차위반 제품 12.4%나 돼. 월간소비자, 4월호, pp.20-21(1995)
16. 서울YWCA사회문제부: 편의점 판매 도시락, 제빵류 유통기한 표시상태 불량 제품 많아. 월간소비자 6월호, pp.40-43(1992)

(1999년 5월 27일 접수)