

## 서울지역 소비자들의 식품표시에 대한 인식도 조사

최미희<sup>1</sup> · 윤수진<sup>1</sup> · 안영순<sup>2</sup> · 서갑종<sup>3</sup> · 박기환<sup>4</sup> · 김건희<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>덕성여자대학교 식품영양학과, <sup>2</sup>식품의약품안전청 식품안전국 식품관리과  
<sup>3</sup>식품의약품안전청 위해예방정책국 위해예방정책과, <sup>4</sup>중앙대학교 식품공학과

### A Survey on the Consumer's Recognition of Food Labeling in Seoul Area

Mi-Hee Choi<sup>1</sup>, Su-Jin Youn<sup>1</sup>, Yeong-Sun Ahn<sup>2</sup>, Kab-Jong Seo<sup>3</sup>,  
Ki-Hwan Park<sup>4</sup>, and Gun-Hee Kim<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Dept. of Food and Nutrition, Duksung Women's University, Seoul 132-714, Korea

<sup>2</sup>Food Management Division, Food Safety Bureau, and

<sup>3</sup>Risk Prevention Policy Division, Risk Prevention Policy Bureau, KFDA, Seoul 122-704, Korea

<sup>4</sup>Dept. of Food Science and Technology, Chung-Ang University, Gyeonggi 456-756, Korea

#### Abstract

This study investigated consumer's recognition of food labeling in order to contribute to the development of food labels which are more informative to consumers. The questionnaires had been collected from 120 male and female customers living in Seoul with the age between 10's and 60's from November 2nd to November 7th 2009. For checking the food label at the time of purchase, 58.3% of the consumers checked the food label and the main reason for checking the food label was to confirm sell-by date (60.1%). Sixty percent of the consumers were satisfied with the current food labeling. Among those who are not satisfied, 30.6% complained about difficult terms to understand and 25.8% were dissatisfied with insufficient information. In every age group, most people were not satisfied with labeling on food ingredient and additives, followed by date of manufacture and sell-by date. 53.1% of consumers demanded to label date of manufacture and sell-by date together. For more clear information, consumers wanted use-by date (47.5%) rather than sell-by date (23.3%). 56.7% of consumers was dissatisfied with warning information such as allergic warning and the reasons for dissatisfaction were poor visibility (37.5%) and insufficient information (33.4%). Moreover most consumers (90.0%) showed little knowledge on irradiation. To improve of the food labeling standards into consumer-oriented standards, both amendment of the food labeling standards and consumer education will be necessary.

**Key words:** consumer survey, food labeling, food labeling standards, recognition

#### 서 론

고품질 식품에 대한 소비자들의 요구가 증가하고 안전성에 대한 관심이 고조됨에 따라 식품구매 시 우선적으로 고려하는 요인이 가격에서 안전성 등으로 전환되는 경향을 보이고 있으며, 이러한 변화는 제조일자 및 유통기한, 원료, 생산방법 등 식품에 대한 구체적이고 다양한 정보의 표시에 대한 필요성을 증가시키고 있다. 식품표시는 소비자와 생산자를 연결하는 일차적인 도구로서 소비자는 표시를 통하여 제공된 정보에 기초하여 자신에게 적합한 제품을 선택하게 되며, 생산자는 식품에 관한 정보를 제품의 포장이나 용기에 정확하게 표시하도록 함으로써 제품의 구매를 유도하게 된다. 따라서 정부는 소비자를 속이거나 오도할 표현을 금지하는 동시에 소비자가 반드시 알아야 할 정보를 제공하도록 일정

한 기준을 제시, 관리해야만 한다(1,2).

우리나라에서는 1990년대 초반부터 소비자 수요와 식품산업의 변화를 반영하기 위한 다양한 식품표시제도를 실시해왔으며, 대표적인 관련제도로는 식품의약품안전청 고시로 운영되는 식품위생법 제 10조, 제11조에 따른 '식품 등의 표시기준'이 운영되고 있다(1,2). 우리나라의 '식품 등의 표시기준'은 제1조~제10조로 기본적인 원칙을 제공하고, 별지 및 표로 구체적인 표시방법을 전달하도록 구성되어 있다. 제9조 식품 등의 세부표시기준에서는 일반기준인 제품명, 식품유형, 업소명 및 소재지, 제조연월일, 유통기한 또는 품질유지기한, 내용량, 원재료명 및 함량, 성분명 및 함량, 영양성분 등에 대한 표시방법을 구체적으로 명시하고 있다. 또한 개별 표시기준으로 과자류, 빵류 등 식품별로 소비자에게 전달해야 하는 표시사항을 별도로 명시하고 있다(3).

\*Corresponding author. E-mail: ghkim@duksung.ac.kr  
Phone: 82-2-901-8496, Fax: 82-2-901-8474

식품의 제조·가공 기술 발달과 국제간 교역 활성화에 의한 수입식품의 대량 유통에 따라 소비자는 다양한 식품을 접하게 되었으나 이는 현명한 식품선택을 더욱 어렵게 만드는 요소로 작용하고 있다(4). 게다가 식품은 인간의 생존 및 건강에 직접적인 영향을 미치는 재화로 생산, 유통, 보관상의 안전이 충분히 확보되어야 함에도 불구하고 오늘날의 식생활 형태는 가공 및 포장정도가 큰 제품들이 높은 비중을 차지하고 있고, 식품의 유통구조가 복잡하고 생산과정이 눈에 보이지 않으며(5), 제조업자 및 유통업자가 가진 정보와 소비자가 가진 정보 사이에는 큰 차이가 존재하기 때문에 소비자 피해가 날로 증가하고 있는 실정이다(6). 그러므로 식품표시가 소비자에 대한 정보제공 수단으로서 유용한 방식이 되기 위해서는 표시되어야 할 정보항목이 소비자의 기호를 충족시키고 동시에 소비자의 건강을 보호할 수 있도록 소비자가 상품을 구입할 때 가장 알고 싶어 하는 내용과 이해하기 쉬운 형식으로 이루어져야 하며(7), 표시를 통해 정보를 제공하는 영업자와 정보를 받아들이는 소비자가 동일한 표시정보를 통해 동일한 내용을 공유함으로써 합리적인 선택이 이루어지도록 소비자 중심의 신뢰성 있는 표시기준으로의 개선이 시급한 실정이다.

따라서 본 연구는 소비자들을 대상으로 식품 등의 표시에 대한 인식도 및 만족도 조사를 통하여 현행 식품 등의 표시기준에 대한 문제점 및 개선점을 파악하여 식품 등의 표시기준 개선을 위한 기초 자료를 제공하고자 하였다.

## 대상 및 방법

### 조사대상 및 기간

본 연구는 식품의 구매가 이루어지는 10대부터 60대 이상까지의 모든 연령대별 남녀를 대상으로 실시하였다. 조사는 2009년 11월 2일부터 11월 7일까지 일주일간 서울지역에 거주하는 각 연령대별 남녀 10명씩 총 120명을 대상으로 실시하였으며, 회수한 총 120부의 설문지를 통계분석 하였다.

### 조사방법 및 내용

조사방법은 소비자를 대상으로 1:1 인터뷰 조사를 하였으며, 연구에 사용된 설문내용은 문헌조사와 학계, 식품업계 등 전문가들로 구성된 자문위원단의 의견을 바탕으로 본 연구의 목적에 맞게 연구자가 작성하였고, 전문가 검토를 통하여 수정·보완 후 본 조사에 사용하였다. 설문내용은 조사대상자의 일반사항, 현행 식품 등의 표시기준에 대한 소비자의 인식도(식품표시 확인 정도 및 확인항목), 식품 등의 표시기준에 대한 만족도, 식품 등의 세부표시기준(유통기한표시, 소비자 안전을 위한 주의사항 표시, 방사선조사)에 대한 이해도 및 선호도에 관한 문항으로 구성하였다.

### 통계분석

조사자료는 통계프로그램 SPSS 17.0을 이용하여 단순빈

도와 백분율을 산출하였으며,  $\chi^2$ -test를 이용하여 인구통계학적 특성에 따른 식품 등의 표시기준에 대한 인식도에 대하여 차이가 있는지에 대해 유의성을 검정하였다.

## 결과 및 고찰

### 조사대상자의 일반사항

조사대상자의 일반사항은 Table 1과 같았다. 성별분포는 남성이 50.8%, 여성이 49.2%로 남성과 여성의 비율을 동일하게 조사대상자를 선발하였으며, 연령대는 10대 16.7%, 20대 16.7%, 30대 18.2%, 40대 15.0%, 50대 16.7%, 60대 이상 16.7%로 고르게 분포하게 함으로써 식품구매가 이루어지는 모든 연령대의 소비자를 대상으로 조사를 수행하였다. 경제수준을 보면 가족 월수입은 100만원 미만 6.1%, 100~200만원 미만 17.5%, 200~300만원 미만 26.3%, 300~400만원 미만 15.8%, 400~500만원 미만 18.5%, 500만원 이상 15.8%이었다. 2008년도 제 4분기 가구원수별 평균가계소득에서 4인 이하의 평균가계소득이 약 423만원(8)인 것과 비교해 보면 50.1%에 해당하는 소비자의 평균월수입이 300만원 이상인 것으로 나타나 중산층의 소비자 비율이 높음을 알 수 있었다. 교육 정도는 중졸이하 20.7%, 고졸 36.2%, 대졸 31.0%, 대학원이상 12.1%로 나타나 10대 중고등학생들(중졸 이하)과 20대 대학생들(고졸)을 제외한 30대 이상 성인 소비자들의 학력이 비교적 높은 것으로 나타났다.

### 현행 식품 등의 표시에 대한 소비자 인식도

**식품 구입 시 식품표시 확인 정도:** 식품 구입 시 식품표시를 확인하는 정도는 Table 2에서 나타난 바와 같이 '확인

Table 1. General characteristics of the subjects

Characteristics		N (%)
Gender	Male	61 ( 50.8)
	Female	59 ( 49.2)
	Total	120 (100.0)
Age(years)	10~19	20 ( 16.7)
	20~29	20 ( 16.7)
	30~39	22 ( 18.2)
	40~49	18 ( 15.0)
	50~59	20 ( 16.7)
	Over 60	20 ( 16.7)
	Total	120 (100.0)
Monthly income (10,000 won)	<100	7 ( 6.1)
	≥100~<200	20 ( 17.5)
	≥200~<300	30 ( 26.3)
	≥300~<400	18 ( 15.8)
	≥400~<500	21 ( 18.5)
	≥500	18 ( 15.8)
Total	114 (100.0)	
Education level	Graduated middle school	24 ( 20.7)
	Graduated high school	42 ( 36.2)
	Graduated university	36 ( 31.0)
	Graduate school	14 ( 12.1)
	Total	116 (100.0)

Table 2. The correlation between demographic factors and checking the food labels at the time of purchase

Factors	N (%)				Total	Test-value
	Never check the label	Seldom check the label	Mostly check the label	Absolutely check the label		
Gender	Male	5 ( 8.2)	27 (44.3)	22 (36.1)	7 (11.4)	X <sup>2</sup> =7.887 df=3 NS <sup>1)</sup>
	Female	6 (10.2)	12 (20.3)	31 (52.5)	10 (17.0)	
	Total	11 ( 9.2)	39 (32.5)	53 (44.2)	17 (14.1)	
Age (years)	10~19	3 (15.0)	7 (35.0)	7 (35.0)	3 (15.0)	X <sup>2</sup> =19.187 df=15 NS
	20~29	1 ( 5.0)	9 (45.0)	10 (50.0)	0 ( 0.0)	
	30~39	2 ( 9.1)	7 (31.8)	9 (40.9)	4 (18.2)	
	40~49	0 ( 0.0)	3 (16.7)	12 (66.6)	3 (16.7)	
	50~59	1 ( 5.0)	6 (30.0)	7 (35.0)	6 (30.0)	
	Over 60	4 (20.0)	7 (35.0)	8 (40.0)	1 ( 5.0)	
	Total	11 ( 9.2)	39 (32.5)	53 (44.2)	17 (14.1)	
Monthly income (10,000 won)	<100	1 (14.3)	1 (14.3)	5 (71.4)	0 ( 0.0)	X <sup>2</sup> =24.232 df=15 NS
	≥100~<200	5 (25.0)	3 (15.0)	7 (35.0)	5 (25.0)	
	≥200~<300	1 ( 3.3)	15 (50.0)	10 (33.3)	4 (13.4)	
	≥300~<400	1 ( 5.6)	7 (38.9)	8 (44.4)	2 (11.1)	
	≥400~<500	0 ( 0.0)	8 (38.1)	10 (47.6)	3 (14.3)	
	≥500	2 (11.1)	2 (11.1)	11 (61.1)	3 (16.7)	
	Total	10 ( 8.8)	36 (31.6)	51 (44.7)	17 (14.9)	
Education level	Graduated middle school	4 (16.7)	8 (33.3)	9 (37.5)	3 (12.5)	X <sup>2</sup> =9.028 df=9 NS
	Graduated high school	2 ( 4.8)	16 (38.1)	21 (50.0)	3 ( 7.1)	
	Graduated university	3 ( 8.3)	11 (30.6)	14 (38.9)	8 (22.2)	
	Graduate school	2 (14.3)	2 (14.3)	7 (50.0)	3 (21.4)	
	Total	11 ( 9.5)	37 (31.9)	51 (44.0)	17 (14.6)	

<sup>1)</sup>NS: not significant. \*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001.

하는 편임'이 44.2%, '반드시 확인함'이 14.1%로서 응답자의 58.3%가 식품 구매 시 확인하고 있는 것으로 나타났다. 이는 Kim 등(9)이 서울, 경기, 충청도 지역의 20세 이상의 성인 여성을 대상으로 실시한 연구에서 87.8%가 식품표시를 확인한다고 응답한 것과 Joo 등(10)이 서울과 경남 일부지역에 거주하는 20세 이상 성인 여성을 대상으로 실시한 연구에서 93.1%의 응답자 대부분이 식품구매 시 식품표시를 확인하고 있다고 보고한 결과와 많은 차이가 있는 것으로 이러한 차이는 성별과 연령, 경제능력, 학력 등에 따른 차이에 의한 것으로 사료된다.

남성과 여성을 동일한 비율로 조사한 본 실험에서는 남성들의 47.5%가 식품표시를 확인한다고 응답한 반면 여성들의 69.5%가 식품표시를 확인하는 것으로 나타나 남성들에 비해 여성들이 식품표시를 확인하는 경향이 큰 것으로 나타났다. 이는 Park과 Min(11)이 서울에 거주하는 20세 이상의 일반소비자 600명을 대상으로 한 조사결과 남성(50.6%)보다는 여성(72.9%)이 식품구입 시 식품표시 내용을 더 많이 이용하고 있다고 보고한 것과 Lee와 Kim(12)이 남녀중학생을 대상으로 식품표시 내용을 확인하는가에 대해 조사한 결과 식품표시를 확인한다고 대답한 응답생 중 남학생은 남학생 전체의 47.2%이고, 여학생은 여학생 전체의 54.6%로서 여학생이 남학생에 비해 확인 비율이 높다고 보고한 것에서도 확인할 수 있다. 또한 각 연령대의 인원수를 20명으로 동일하게 조사한 본 연구에서 중고등 학생 및 대학생으로 구성된

10~20대보다는 30대 이상의 연령에서 식품표시 확인 비율이 높게 나타났는데 이는 중학생과 부모를 대상으로 식품표시 확인 유무를 조사한 결과 '확인한다'고 응답한 중학생은 51.3%인 반면 부모는 89.9%로 나타난 Lee와 Kim(12)의 연구와 같이 경제적 능력이 있고 상대적으로 학력이 높은 연령대에서 식품표시 확인 비율이 높게 나타나는 것으로 사료된다.

**식품 구입 시 식품표시 확인 항목:** 식품 구입 시 식품표시를 확인하는 이유는 '유통기한을 확인하기 위해서'가 60.1%로 가장 높은 응답률을 보였고, '소금, 콜레스테롤, 지방, 식품첨가물 등을 확인하기 위해서'가 17.5%, '재료의 원산지를 확인하기 위해서'가 14.0%, '특정 영양소의 함량을 확인하기 위해서'가 4.9%, '기타'가 3.5% 순으로 나타났다(Fig. 1).

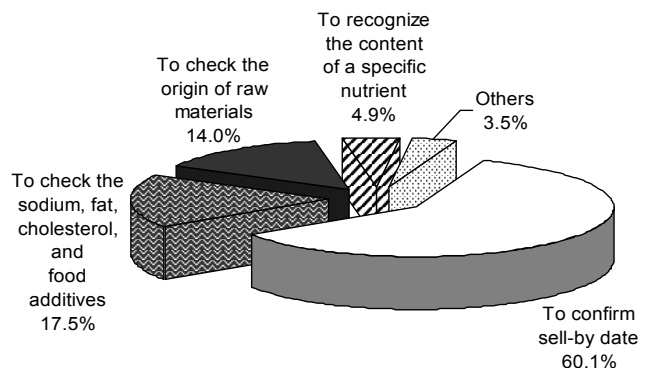


Fig. 1. Reasons for checking the food labels at the time of purchase.

‘유통기한을 확인하기 위해서’ 식품표시를 확인한다는 응답은 성별, 연령, 가족의 월수입, 교육수준에 상관없이 가장 높게 나타났는데, 이는 유통기한은 식품의 신선도 등을 추정할 수 있는 중요한 척도인 동시에 안전성 확보를 위한 기본적인 표시사항으로 소비자들이 식품을 구입할 때 식품의 안전성 여부에 가장 큰 관심을 갖고 있기 때문인 것으로 사료된다. 이러한 결과는 1995년부터 2008년까지 수행된 선행 연구들(9-15,17,18)의 결과와도 일치하는 것으로 성별, 연령, 교육수준 등과 상관없이 대부분의 소비자들은 식품표시를 통해서 영양정보를 구하기보다는 식품의 안전성을 알아보거나 ‘유통기한’을 가장 중요한 항목으로 여기고 있었으며, 이는 시대와 상관없이 소비자들이 가장 중요하게 생각하는 것은 식품의 안전성임을 보여주는 결과라고 할 수 있다.

또한 1990년대에는 유통기한 다음으로 제조회사, 제품가격, 원재료명 및 함량에 대한 관심이 높았던(9,11,13,14) 반면, 2000년대 중반 이후에는 본 연구의 결과처럼 Na, 콜레스테롤, 지방, 식품첨가물과 같이 질병과 관련이 있는 성분, 원재료명 및 함량, 영양성분 및 원산지에 대한 확인 비율이 점차 높아지는 경향을 보였다. 이는 소비자들은 전체적인 제품의 영양프로필을 파악하기보다는 나트륨이나 콜레스테롤과 같이 건강에 부정적인 영향을 미치는 특별한 구성성분의 섭취를 피하기 위해 식품표시를 이용한다고 보고한 Geiger (19)의 결과와 일치하였다. 또한 우리나라의 영양표시제도는 1994년 처음 도입되어 식품위생법 제 10조의 규정에 의하

여 1996년 보건복지부 고시로 ‘식품 등의 표시기준’에 영양표시를 위한 기준으로 규정(3,16)되었는데, 영양표시제도 이행률은 1996년과 1998년 약 10.3%로 낮은 것으로 조사되었으며(20,21), 2000년, 2002년, 2003년, 2004년 조사에서 영양성분 표시율은 15%, 16.5%, 24.1%, 25%로 낮았고 소비자들 역시 영양표시에 대한 인지도와 지식수준이 매우 낮은 것으로 보고된 바 있다(11,14,22,23). 그러나 2000년대 중반 이후부터 본격적으로 영양성분 표시 대상 품목의 확대가 이루어져 가공식품의 영양성분 표시율도 79.0%로 높아지고(24), 수입식품의 소비 증가(25), 소비자들의 교육 및 소득수준의 향상, 정보화의 확산 등으로 건강에 대한 인식이 급속히 커지면서 영양성분에 대한 이해가 높아지고 원재료나 원산지 표시에 대한 관심이 높아진 것으로 사료된다.

#### 현행 식품 등의 표시에 대한 소비자 만족도

현행 식품 등의 표시기준에 의거한 식품표시에 대한 소비자들의 만족도는 Table 3에 나타난 바와 같이, 응답자 중 56.6%는 식품표시에 대하여 ‘어느 정도 만족함’, 3.3%는 ‘만족함’이라고 답하였으며, 응답자 중 30.0%는 ‘어느 정도 불만족함’, 10.0%는 ‘불만족함’이라고 답해 소비자들이 식품표시에 대하여 그다지 만족하지 못하고 있는 것으로 조사되었다.

만족도에 대한 요인별 분석을 보면, 남성의 경우 63.9%, 여성의 경우 55.9%의 응답자가 현 식품표시에 만족한다고 응답하였고, 연령별로는 유의적인 차이는 없었지만, 10대(75.0%), 20대(65.0%), 50대(60.0%), 60대 이상(75.0%)에서

Table 3. The correlation between demographic factors and consumer's satisfaction at the current food labels

Factors	N (%)				Total	Test-value
	Unsatisfied	Generally unsatisfied	Generally satisfied	Satisfied		
Gender	Male	7 (11.5)	15 (24.6)	36 (59.0)	3 ( 4.9)	$\chi^2=2.536$ $df=3$ NS <sup>1)</sup>
	Female	5 ( 8.5)	21 (35.6)	32 (54.2)	1 ( 1.7)	
	Total	12 (10.0)	36 (30.0)	68 (56.7)	4 ( 3.3)	
Age (years)	10~19	1 ( 5.0)	4 (20.0)	13 (65.0)	2 (10.0)	$\chi^2=16.816$ $df=15$ NS
	20~29	1 ( 5.0)	6 (30.0)	12 (60.0)	1 ( 5.0)	
	30~39	5 (22.7)	7 (31.8)	10 (45.5)	0 ( 0.0)	
	40~49	2 (11.1)	9 (50.0)	7 (38.9)	0 ( 0.0)	
	50~59	2 (10.0)	6 (30.0)	11 (55.0)	1 ( 5.0)	
	Over 60	1 ( 5.0)	4 (20.0)	15 (75.0)	0 ( 0.0)	
Total	12 (10.0)	36 (30.0)	68 (56.7)	4 ( 3.3)		
Monthly income (10,000 won)	<100	0 ( 0.0)	1 (14.3)	4 (57.1)	2 (28.6)	$\chi^2=31.209$ $df=15$ $p=0.008^{**}$
	≥100~<200	2 (10.0)	8 (40.0)	10 (50.0)	0 ( 0.0)	
	≥200~<300	4 (13.3)	11 (36.7)	14 (46.7)	1 ( 3.3)	
	≥300~<400	0 ( 0.0)	7 (38.9)	11 (61.1)	0 ( 0.0)	
	≥400~<500	2 ( 9.5)	1 ( 4.8)	18 (85.7)	0 ( 0.0)	
	≥500	4 (22.2)	5 (27.8)	8 (44.4)	1 ( 5.6)	
Total	12 (10.5)	33 (28.9)	65 (57.0)	4 ( 3.6)		
Education level	Graduated middle school	1 ( 4.2)	4 (16.7)	17 (70.8)	2 ( 8.3)	$\chi^2=14.849$ $df=9$ NS
	Graduated high school	6 (14.3)	9 (21.4)	26 (61.9)	1 ( 2.4)	
	Graduated university	2 ( 5.6)	17 (47.2)	16 (44.4)	1 ( 2.8)	
	Graduate school	3 (21.4)	3 (21.4)	8 (57.2)	0 ( 0.0)	
	Total	12 (10.3)	33 (28.4)	67 (57.8)	4 ( 3.5)	

<sup>1)</sup>NS: not significant. \* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ .

는 현 식품표시에 만족한다는 응답자가 많았던 반면, 30대와 40대에서는 불만족 한다는 응답자의 비율이 각각 54.5%와 61.1%로 조금 더 높게 나타났다. 이는 식품의 주 구매층인 30~40대의 식품 구매 시 식품표시 확인 비율이 높게 나타난 바와 같이 식품표시에 대한 기대와 요구사항이 많기 때문인 것으로 사료된다. 월수입 정도에 따른 만족도는 월수입 100만원 미만, 400~500만원 미만(85.7%), 300~400만원 미만(61.1%), 100~200만원 미만, 200~300만원 미만, 500만원 이상(50.0%) 순으로 나타나, 월수입 정도에 따라 식품 표시에 대한 만족도는 유의적인 차이를 보였다( $p < 0.01$ ). 교육정도의 경우 대졸 군에서만 식품표시에 대한 만족도가 47.2%로 비교적 낮게 나타났으나 교육정도에 따른 만족도에는 유의적인 차이는 없는 것으로 나타났다.

Joo 등(10)은 2005년 서울, 경남 일부지역에 거주하는 소비자들을 대상으로 식품표시에 대한 만족도를 조사한 결과 연령, 결혼상태, 직업과 관계없이 만족도가 높지 않았다고 보고하였으며, Lee와 Kim(15)은 2007년 건강에 대한 관심정도에 따른 만족도의 차이를 조사한 결과 건강에 대한 관심이 전혀 없는 사람이 그렇지 않은 사람에 비해 만족도가 높으며 이는 건강에 대한 관심이 전혀 없는 무관심한 소비자는 기대수준이 낮기 때문에 만족도가 높은 것이라고 보고한 바 있다.

식품표시에 불만족한 이유를 조사한 결과, 응답자의 30.6%가 '표시된 용어가 잘 이해되지 않음'이라고 응답하였으며, 그 다음으로는 '표시된 내용이 충분하지 않음'(25.8%), '활자의 크기가 작아서 확인이 어려움'(24.3%), '너무 많은 내용이 표시되어 혼란스러움'(16.1%) 순으로 나타났다(Fig. 2).

인구통계학적 특성에 따른 식품표시에 불만족한 이유에 대해 남성은 '표시된 용어가 잘 이해되지 않음'이라고 응답한 비율이 37.9%로 가장 높았던 반면, 여성은 '표시된 내용이 충분하지 않음'이라고 응답한 비율이 36.4%로 가장 높았다. 연령별로는 10대와 60대 이상에서는 '활자의 크기가 작아서 확인이 어려움'이라고 응답한 비율이 가장 높았으며, 20대와 30대에서는 '표시된 용어가 잘 이해되지 않음'이라고 응답한 비율이 가장 높았던 반면, 40대에서는 '표시된 내용이 충분

하지 않음'이라고 응답한 비율이 가장 높게 나타났다. 월수입 정도 및 교육수준에 따른 불만족한 이유는 모든 항목에서 고르게 나타나 식품표시에 대한 소비자의 요구가 다양함을 알 수 있었다. Joo 등(10)의 연구에서도 소비자들의 식품표시에 대한 만족도가 높지 않은 이유로 표시내용을 쉽게 이해할 수 없어서 만족하지 못한다고 보고한 바 있다. 또한 Park 등(18)의 연구에서도 '식품표시가 너무 작거나 조잡하기 때문에'와 '표시내용을 이해할 수 없기 때문에' 등의 이유로 소비자들은 식품표시를 확인하지 않는다고 보고한 바 있다. 본 연구의 Table 2에서 응답자의 58.3%만이 식품 구매 시 식품표시를 확인한다고 답해 낮은 식품표시 확인률을 보인 것도 이러한 식품표시에 대한 불만족 요인들에서 찾아볼 수 있으리라 사료된다. 그러므로 식품산업의 발달과 함께 다양한 가공식품의 합리적인 구매를 위한 정보원으로 식품표시 내용을 확인할 수 있도록 표시사항에 대한 이해도를 증가시킬 수 있는 소비자 중심의 표시제도 개선을 위한 노력이 시급하리라 사료된다.

Fig. 3에 나타난 바와 같이 식품표시 항목 중 가장 불만족하는 항목에 대해서는 '식품첨가물 및 원재료 함량표시'라고 응답한 소비자가 45.5%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 '제조연월일 및 유통기한표시'(20.8%), '영양성분표시'(16.7%), '보관방법 및 주의문구 표시'(15.1%), '제품명 표시'(0.8%) 순으로 나타났다. 또한, 인구통계학적 특성에 따른 불만족 항목에 대해 조사한 결과 성별, 연령, 월수입 정도 및 교육수준과 상관없이 '식품첨가물 및 원재료 함량표시' 항목에 대한 불만족도가 가장 높은 것으로 나타났다. 남성(38.7%)보다는 여성(53.4%) 응답자의 비율이 높았으며, 30대 이상의 연령층에서는 응답자의 50.0% 이상이 '식품첨가물 및 원재료 함량표시' 항목이 불만족 항목이라고 답하였다.

이처럼 '식품첨가물 및 원재료 함량표시' 항목에 대한 불만족도가 가장 높은 이유는 앞서 Fig. 2에서 살펴본 바와 같이 표시된 용어에 대한 소비자의 이해가 어렵기 때문이라고 사료된다. 따라서 식품표시 정보에 대한 소비자의 인식과 만족을 통한 구매활용도를 높이기 위하여 교육과 홍보가 절

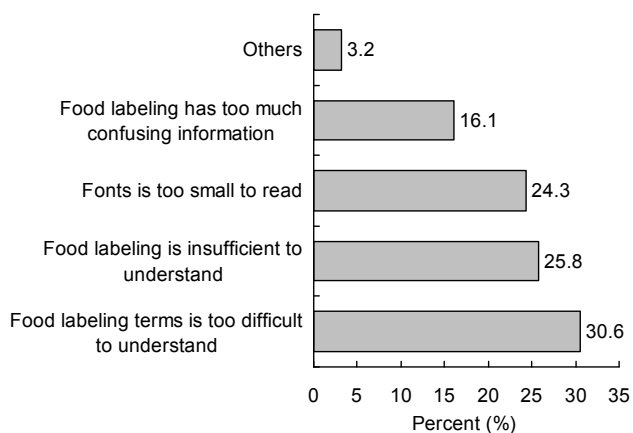


Fig. 2. Reasons for dissatisfaction with the food labels.

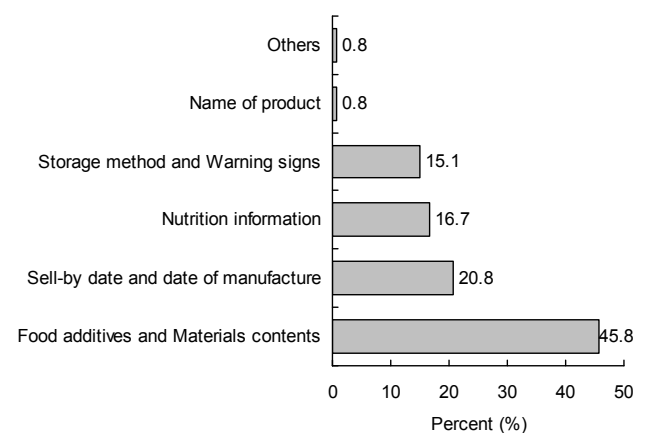


Fig. 3. The most dissatisfied item on the food labels.

실히 필요하며, '식품첨가물 및 원재료 함량표시'뿐 아니라 식품표시 전반에 걸쳐 소비자들이 쉽게 이해하고 필요한 정보를 쉽게 제공받을 수 있도록 개선되어야 할 것이다.

**식품 등의 세부표시기준에 대한 이해도 및 선호도**

**유통기한 및 제조연월일:** 현행 『식품 등의 표시기준』 제 4조 표시사항에서는 제조연월일(따로 정하는 식품에 한함), 유통기한 또는 품질유지기한을 표시하도록 하고 있다. 또한 제9조 식품 등의 세부표시기준에 즉석섭취식품(도시락, 김밥, 햄버거, 샌드위치), 설탕, 식염, 병과류, 주류(맥주, 탁주, 약주는 제외)에는 제조연월일을, 자연 상태의 농·임·수산물을 제외한 제조·가공·소분·수입한 식품에는 유통기한을, 장기간보관식품인 레토르트식품과 통조림식품, 잼류, 당류, 다류 및 커피류, 멸균 음료류, 메주를 제외한 장류, 조미식품(식초와 멸균한 카레제품), 김치류, 젓갈류 및 절임식품, 멸균조림식품, 맥주, 기타식품류(전분, 벌꿀, 밀가루)에는 품질유지기한을 표시하도록 규정하고 있다(16).

Fig. 4에 나타난 바와 같이 현행 제조연월일 및 유통기한 표시에 대한 소비자 만족도 조사에서 응답자의 42.9%가 만족, 57.1%가 불만족이라고 답하였다. 인구통계학적 특성에 따른 만족도를 보면 성별에 따라서는 남녀 모두, 연령별로는 식품의 구매가 주로 이루어지는 30대 이상에서, 월수입에 따라서는 100만 원 이상 400만 원 이하의 중산층에서, 그리고 교육수준과는 상관없이 현 식품표시의 제조연월일 및 유통기한에 대하여 불만족이라고 응답한 비율이 높게 나타났으며, 요인에 따른 유의적인 차이는 보이지 않았다.

또한 현 제조연월일 및 유통기한 표시에 대하여 불만족하는 이유로는 응답자의 53.1%가 '제조연월일과 유통기한이 모두 표시되어 있지 않기 때문'이라고 응답하였으며, 19.7%는 '제품포장에서 날짜를 확인하기 어려움', 14.8%는 '표시된 날짜가 제조연월일인지 유통기한인지 구별하기 어려움', 9.9%는 '유통기한 및 품질유지기한이 정확히 어떤 의미인지 잘 모름'이라고 응답하였다(Fig. 4). 인구통계학적 특성에 따르면 남성(46.7%)과 여성(61.1%) 모두 '제조연월일과 유통기한이 모두 표시되어 있지 않기 때문'이라고 응답한 비율이 가장 높았으며, 연령, 월수입 및 교육수준에 따른 분석에서

도 성별과 마찬가지로 '제조연월일과 유통기한이 모두 표시되어 있지 않기 때문'이라고 응답한 비율이 가장 높게 나타나 소비자들은 제조연월일과 유통기한을 모두 표시하는 것을 선호하는 것으로 나타났다. Ko와 Yeo(17)도 제조연월일 및 유통기한 표시에 대한 소비자 선호도 조사에서 소비자들은 제조연월일과 유통기한 모두 구체적인 날짜로 표기하는 것(69.6%)을 가장 선호하였고, 제조연월일과 유통기한을 한꺼번에 확인할 수 없는 형태를 선호하지 않는다고 보고한바 있다.

Table 4의 유통기한 표시에 대한 선호도 조사 결과, 유통기한 표시로 가장 적절한 용어로 소비기한(소비자가 섭취 가능한 기한)이라고 응답한 소비자가 47.5%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 품질유지기한(적절하게 보관할 경우 품질이 유지되는 기한) 29.2%, 유통기한(소비자에게 판매 가능한 기한) 23.3%로 나타났다. 실제적으로 이전의 연구들에서도 우리나라 상당수의 소비자들은 '유통기한'을 판매가 허용되는 기간으로 인식하기보다는 섭취가 가능한 '소비기한'으로 오인하고 있는 것으로 보고된바 있어(17,26), 식품을 구매하고 소비하는 소비자들은 소비자 중심적인 용어인 '소비기한'에 대한 선호도가 높은 것을 알 수 있었다.

인구통계학적 특성에 따른 선호도는 남성의 경우 소비기한(50.8%) > 유통기한(26.2%) > 품질유지기한(23.0%) 순으로 응답하였으며, 여성의 경우 소비기한(44.1%) > 품질유지기한(35.6%) > 유통기한(20.3%) 순으로 응답하였다. 연령별로는 10대는 유통기한 > 품질유지기한 > 소비기한 순으로 응답한 반면, 20대와 50대는 소비기한 > 품질유지기한 > 유통기한 순으로 응답하였으며, 30대는 소비기한, 품질유지기한 > 유통기한 순으로 60대 소비기한 > 유통기한 > 품질유지기한 순으로 응답해 연령에 따른 유의적 차이를 보였다( $p < 0.05$ ). 월수입에 따라서는 100만 원 이하에서는 유통기한과 품질유지기한(42.9%), 100~200만 원에서는 유통기한과 소비기한(35.0%)에 대한 응답비율이 높게 나타났으며, 200만 원 이상에서는 소비기한이라고 응답한 비율이 가장 높게 나타나 월수입이 높을수록 소비기한에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다. 교육수준에 따라서는 중졸이하의 유통기한(45.8%)이라고 응답한 비율이 가장 높았으며, 고졸 이상은 소비기한이라고 응답한 비율이 가장 높게 나타나 교육 수준이 높을수록 소비기한에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다. 앞서 살펴본 식품표시에 대한 소비자들의 인식도 조사에서 유통기한은 소비자의 확인도가 매우 높은 표시사항으로 식품의 구매 및 이용에 큰 영향을 미칠 수 있으며, 또한 소비자 교육을 통한 교육효과가 매우 높은 것으로 보고(27)되어 있으므로 유통기한, 제조연월일, 품질유지기한을 정확히 이해하여 식품의 선택과 이용에 바르게 활용할 수 있도록 제도적인 개선과 함께 적절한 매체를 사용한 효과적인 소비자 교육이 필요할 것으로 사료된다.

**소비자 안전을 위한 주의사항 표시:** 알레르기 유발성분

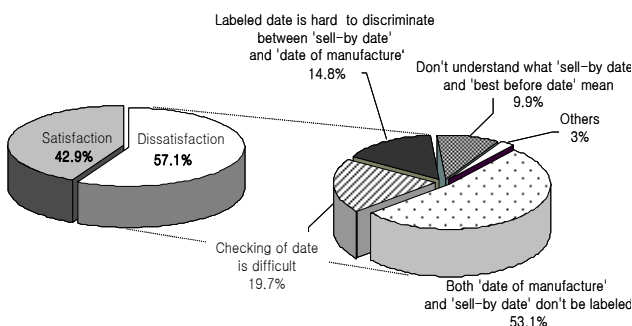


Fig. 4. The level of satisfaction and the reasons of dissatisfaction at labeling of 'date of manufacture' and 'sell-by date'.

Table 4. The correlation between demographic factors and the most appropriate date labeling to increase customer's understanding

Factors	N (%)			Total	Test-value
	Sell-by date	Use-by date	Best before date		
Gender	Male	16 (26.2)	31 (50.8)	14 (23.0)	$\chi^2=2.377$ $df=2$ NS <sup>1)</sup>
	Female	12 (20.3)	26 (44.1)	21 (35.6)	
	Total	28 (23.3)	57 (47.5)	35 (29.2)	
Age (years)	10~19	11 (55.0)	4 (20.0)	5 (25.0)	$\chi^2=19.867$ $df=10$ $p=0.031^*$
	20~29	4 (20.0)	11 (55.0)	5 (25.0)	
	30~39	2 (9.1)	12 (54.5)	8 (36.4)	
	40~49	2 (11.2)	8 (44.4)	8 (44.4)	
	50~59	3 (15.0)	12 (60.0)	5 (25.0)	
	Over 60	6 (30.0)	10 (50.0)	4 (20.0)	
Total	28 (23.3)	57 (47.5)	35 (29.2)	120 (100.0)	
Monthly income (10,000 won)	<100	3 (42.9)	1 (14.2)	3 (42.9)	$\chi^2=13.503$ $df=10$ NS
	≥100~<200	7 (35.0)	7 (35.0)	6 (30.0)	
	≥200~<300	6 (20.0)	17 (56.7)	7 (23.3)	
	≥300~<400	3 (16.7)	8 (44.4)	7 (38.9)	
	≥400~<500	5 (23.8)	14 (66.7)	2 (9.5)	
	≥500	3 (16.7)	7 (38.9)	8 (44.4)	
Total	27 (23.7)	54 (47.4)	33 (28.9)	114 (100.0)	
Education level	Graduated middle school	11 (45.8)	6 (25.0)	7 (29.2)	$\chi^2=12.447$ $df=6$ NS
	Graduated high school	6 (14.3)	26 (61.9)	10 (23.8)	
	Graduated university	7 (19.4)	16 (44.4)	13 (36.2)	
	Graduate school	3 (21.4)	7 (50.0)	4 (28.6)	
	Total	27 (23.3)	55 (47.4)	34 (29.3)	

<sup>1)</sup>NS: not significant. \*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001.

Table 5. The correlation between demographic factors and the level of satisfaction at 'warning information for customer's safety'

Factors	N (%)		Total	Test-value
	Satisfaction	Dissatisfaction		
Gender	Male	30 (49.2)	31 (50.8)	$\chi^2=1.727$ $df=1$ NS <sup>1)</sup>
	Female	22 (37.3)	37 (62.7)	
	Total	52 (43.3)	68 (56.7)	
Age (years)	10~19	15 (75.0)	5 (25.0)	$\chi^2=14.220$ $df=5$ $p=0.014^*$
	20~29	10 (50.0)	10 (50.0)	
	30~39	6 (27.3)	16 (72.7)	
	40~49	4 (22.2)	14 (77.8)	
	50~59	9 (45.0)	11 (55.0)	
	Over 60	8 (40.0)	12 (60.0)	
Total	52 (43.3)	68 (56.7)	120 (100.0)	
Monthly income (10,000 won)	<100	3 (42.9)	4 (57.1)	$\chi^2=3.028$ $df=5$ NS
	≥100~<200	9 (45.0)	11 (55.0)	
	≥200~<300	13 (43.3)	17 (56.7)	
	≥300~<400	10 (55.6)	8 (44.4)	
	≥400~<500	10 (47.6)	11 (52.4)	
	≥500	5 (27.8)	13 (72.2)	
Total	50 (43.9)	64 (56.1)	114 (100.0)	
Education level	Graduated middle school	16 (66.7)	8 (33.3)	$\chi^2=12.550$ $df=3$ $p=0.006^{**}$
	Graduated high school	19 (45.2)	23 (54.8)	
	Graduated university	11 (30.6)	25 (69.4)	
	Graduate school	2 (14.3)	12 (85.7)	
	Total	48 (41.4)	68 (58.6)	

<sup>1)</sup>NS: not significant. \*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001.

표시와 같은 소비자안전을 위한 주의 사항 표시에 대한 만족도 조사결과(Table 5), 56.7%의 응답자가 현 표시제도에 만족하지 못한다고 응답하였다. 성별에 따른 분석결과 50.8%

의 남성, 62.7%의 여성이 불만족 한다고 답해 남성보다는 여성들의 만족도가 낮은 것으로 나타났으며, 연령에 따라서는 10대와 20대에서는 각각 75.0%, 50.0%가 만족한다고 응

답한 반면, 30대 72.7%, 40대 77.8%, 50대 55.0%, 60대 60%의 응답자가 불만족 한다고 답하여 연령에 따른 유의적 차이를 나타냈다( $p < 0.05$ ). 월수입에 따라서는 400~500만 원 이하를 제외한 모든 그룹에서 불만족 한다고 답한 비율이 높았으며, 교육수준에 따라서는 중졸이하는 66.7%가 현 소비자 안전을 위한 주의사항 표시에 대하여 만족한다고 응답한 반면, 고졸 이상부터는 교육수준이 높아질수록 만족도가 낮아지는 것으로 나타나 교육수준에 따른 유의적인 차이를 보였다( $p < 0.01$ ).

Fig. 5와 같이 식품표시 중 소비자 안전을 위한 주의사항 표시에 대해 만족하지 못하는 이유에 대한 조사결과 37.5%의 응답자가 눈에 띄지 않아 확인하기 어려움이라고 응답하였으며, 그 다음으로 표시에 제공되는 정보가 충분하지 않음(33.4%), 표시된 내용을 이해하기 어려움(19.4%), 관심이 없어 확인 안함(9.7%) 순으로 나타났다.

식품 표시 중 소비자 안전을 위한 주의사항 표시에 대한 정보제공에 만족하지 못하는 이유에 대한 인구통계학적 특성에 따른 분석 결과를 보면, 남녀 모두 '주의사항 표시가 눈에 띄지 않아 확인하기 어렵기 때문'에 만족하지 못한다고 응답한 비율이 가장 높았으며, 연령별로는 10대에서 30대까지는 '주의사항 표시가 눈에 띄지 않아 확인하기 어렵기 때문'에 불만족 한다고 응답한 비율이 높았던 반면, 40대 이상에서는 '표시에서 제공되는 정보가 충분하지 않기 때문'에 불만족 한다고 응답한 비율이 높았다. 월수입 정도 및 교육수준에 따른 분석결과에서도 '주의사항 표시가 눈에 띄지 않아 확인하기 어렵기 때문'에와 '표시에 제공되는 정보가 충분하지 않기 때문'이라고 응답한 비율이 높게 나타났으며 유의적 차이는 보이지 않았다.

현행 『식품 등의 표시기준』 제6조 소비자 안전을 위한 주의사항 표시에서는 표시대상이 되는 식품, 식품첨가물, 기구 또는 용기·포장 등에 소비자의 안전을 위한 주의사항을 표시하도록 규정하고 있으나(16), 표시장소 및 활자크기에 대한 구체적 사항은 법적으로 정하고 있지 않아 업체가 자율적으로 적용하고 있는 실정이다. Ko와 Yeo(17)의 연구에서도 눈에 띄기 쉽게 알레르기 유발 식품은 별도로 표기하는 것에

대한 소비자들의 선호도가 높은 것(76.6%)으로 나타나, 소비자의 만족도를 높이기 위해서는 눈에 잘 띄어 확인하기 쉽고 충분한 정보를 제공해 줄 수 있도록 소비자 안전을 위한 주의사항 표시에 대한 구체적인 법제화와 소비자들의 알 권리를 충족시키고 식품선택권을 보장해 줄 수 있는 표시를 제공하려는 업체들의 노력이 요구된다.

**방사선조사:** 방사선조사식품이란 발아억제, 살충, 살균 및 숙도조절을 목적으로 식품의 특성과 목적에 따라 정해진 방사선량을 식품에 쪼이는 것을 말하며, 우리나라는 26개 품목에 대해 방사선조사를 허용하고 있으며 소비자의 알 권리와 제품선택권을 보장하기 위하여 방사선을 조사한 원료를 사용한 식품에도 방사선조사 표시를 의무화한 『식품 등의 표시기준』이 2007년 10월 개정되어 2년여의 유효기간을 거쳐 2010년 1월부터 방사선을 조사한 원료를 사용하여 식품을 제조·가공한 경우에 방사선조사 표시를 하도록 규정하고 있다(3,16). 방사선은 일종의 빛에너지로 물질을 쉽게 투과하고 식품 통과 시 열에너지로 소멸되어 식품에는 전혀 잔류되지 않는 특징이 있어 방사선조사는 식품의 맛, 외관, 품질에 거의 영향을 주지 않는 비가열 살균처리 기술로 식품 산업에서 많이 이용되고 있다. 이에 본 연구에서는 '방사선조사'에 대한 소비자들의 인식도를 조사하였으며 그 결과는 Table 6과 같았다.

Kim과 Kim(28)이 1998년 성인 500명을 대상으로 방사선조사 식품에 대한 소비자의 인식도를 조사한 결과 전체 응답자의 88.8%가 방사선조사에 대해 거의 모르고 있어 방사선조사에 대한 소비자의 인지도가 매우 낮은 것으로 나타났고, Kim과 Kim(29)도 2003년 성인 460여명을 대상으로 방사선조사 식품에 대한 소비자 태도를 조사한 결과에서 응답자의 49.4%가 '들은 적이 없음', 34.8%가 '들은 적은 있으나 잘 모르겠음'이라고 응답해 방사선조사 식품에 대한 소비자의 인지도가 매우 낮은 것으로 보고한 바 있다. 본 조사에서도 '방사선조사'에 대해 '들어본 적 없음'이라고 응답한 소비자가 58.3%, '들어는 봤지만 잘 모름'이라고 대답한 응답자가 31.7%로 여전히 대다수의 소비자들이 방사선조사에 대해 잘 모르고 있는 것으로 나타나 소비자들의 인지도가 크게 개선되지 않음을 알 수 있었다. 인구통계학적 특성에 따른 '방사선조사'에 대한 인식도를 보면 남성 90.2%, 여성 89.8%의 응답자가 용어에 대하여 이해하지 못하고 있는 것으로 나타나 성별에 따른 유의적인 차이는 보이지 않았다. 연령에 따라서는 10대가 100%로 '방사선조사'에 대한 인지도가 가장 낮은 것으로 나타났고, 50대가 75.5%로 가장 높은 인식도를 나타내 연령에 따른 유의적 차이를 보였으며( $p < 0.05$ ), 교육수준에 따라서도 유의적인 차이를 보였는데 이는 Kim과 Kim(28)의 결과와 마찬가지로 교육수준이 낮을수록 '방사선조사'에 대한 인지도가 낮은 것으로 나타났다( $p < 0.001$ ). 특히 중졸 응답자의 91.7%는 방사선조사에 대해 들어본 경험이 없는 것으로 나타났다.

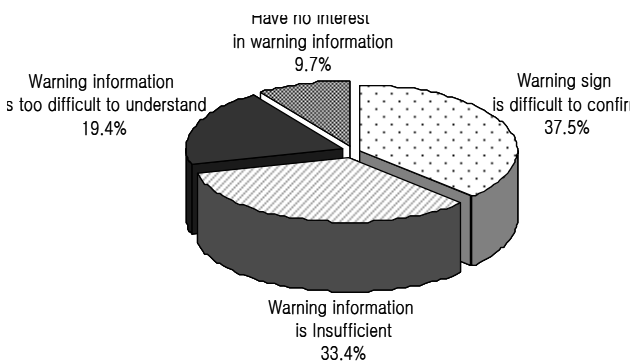


Fig. 5. The reasons of dissatisfaction at 'warning information for customer's safety'.



Table 6. The correlation between demographic factors and the level of knowledge about 'irradiation'

Factors	N (%)				Total	Test-value		
	Have never heard	Ever heard but didn't know	Have some knowledge	Have a good understanding				
Gender	Male	35 (57.4)	20 (32.8)	4 ( 6.6)	2 ( 3.2)	61 (100.0)	$\chi^2=0.415$ $df=3$ NS <sup>1)</sup>	
	Female	35 (59.3)	18 (30.5)	3 ( 5.1)	3 ( 5.1)			59 (100.0)
	Total	70 (58.3)	38 (31.7)	7 ( 5.8)	5 ( 4.2)			120 (100.0)
Age (years)	10~19	18 (90.0)	2 (10.0)	0 ( 0.0)	0 ( 0.0)	20 (100.0)	$\chi^2=30.335$ $df=15$ $p=0.011^*$	
	20~29	11 (55.0)	7 (35.0)	2 (10.0)	0 ( 0.0)	20 (100.0)		
	30~39	18 (81.8)	3 (13.6)	0 ( 0.0)	1 ( 4.6)	22 (100.0)		
	40~49	8 (44.4)	8 (44.4)	1 ( 5.6)	1 ( 5.6)	18 (100.0)		
	50~59	4 (20.0)	11 (55.0)	3 (15.0)	2 (10.0)	20 (100.0)		
	Over 60	11 (55.0)	7 (35.0)	1 ( 5.0)	1 ( 5.0)	20 (100.0)		
	Total	70 (58.3)	38 (31.7)	7 ( 5.8)	5 ( 4.2)	120 (100.0)		
Monthly income (10,000 won)	<100	5 (71.4)	1 (14.3)	1 (14.3)	0 ( 0.0)	7 (100.0)	$\chi^2=18.487$ $df=15$ NS	
	≥100~<200	14 (70.0)	5 (25.0)	1 ( 5.0)	0 ( 0.0)	20 (100.0)		
	≥200~<300	20 (66.7)	9 (30.0)	1 ( 3.3)	0 ( 0.0)	30 (100.0)		
	≥300~<400	9 (50.0)	5 (27.8)	2 (11.1)	2 (11.1)	18 (100.0)		
	≥400~<500	10 (47.6)	10 (47.6)	1 ( 4.8)	0 ( 0.0)	21 (100.0)		
	≥500	8 (44.4)	6 (33.3)	1 ( 5.6)	3 (16.7)	18 (100.0)		
	Total	66 (57.9)	36 (31.6)	7 ( 6.1)	5 ( 4.4)	114 (100.0)		
Education level	Graduated middle school	22 (91.7)	2 ( 8.3)	0 ( 0.0)	0 ( 0.0)	24 (100.0)	$\chi^2=38.288$ $df=9$ $p=0.000^{***}$	
	Graduated high school	21 (50.0)	18 (42.9)	3 ( 7.1)	0 ( 0.0)	42 (100.0)		
	Graduated university	17 (47.2)	15 (41.7)	3 ( 8.3)	1 ( 2.8)	36 (100.0)		
	Graduate school	7 (50.0)	2 (14.3)	1 ( 7.1)	4 (28.6)	14 (100.0)		
	Total	67 (57.8)	37 (31.9)	7 ( 6.0)	5 ( 4.3)	116 (100.0)		

<sup>1)</sup>NS: not significant. \*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001.

이러한 결과는 방사선조사 식품에 관한 표시제도의 홍보와 함께 그에 대한 소비자 교육이 병행되지 못했기 때문인 것으로 Bruhn 등(30)이 방사선조사에 대해 잘 알지 못하거나 부정적인 견해를 가지고 있는 소비자라 할지라도 방사선조사의 처리기법이나 장점들에 대한 홍보를 접한 후에는 방사선조사 식품에 대해 보다 호의적인 태도를 갖는 것으로 보고한 바 있다. 또한 소비자의 알권리를 위한다는 것이 표시제 강화의 취지이지만 이로 인해 방사선조사 식품에 대한 소비자의 기피와 외면이 더욱 심화될 수 있으므로 방사선조사 식품의 인식도와 수용도 제고를 위해서는 방사선조사 표시에 대한 홍보 및 소비자 교육의 강화가 필요하리라 사료된다. 이와 함께 방사선조사 식품을 방사능 오염식품과 혼동하여 막연한 거부감을 보이는 등 국민의 오해를 불식시킬 적절한 용어로의 개선이 시급한 실정인데, 식품이나 식재료에 10 kGy(최대허용량)의 이하의 방사선을 쬐어 주어도 식품 자체의 온도는 2.4°C 정도의 낮은 온도상승이 일어난다는 방사선조사의 특성을 고려하여 '냉(冷)살균', '냉온살균'(31) 또는 미국의 '냉멸균(cool sterilization)', 유럽의 '클린 푸드(clean food)' 등과 같은 적절한 대체용어로의 변경을 위한 노력도 병행되어야 할 것이다.

요 약

본 연구는 식품 등의 표시기준 개선을 위한 기초자료 수집

을 목적으로 서울지역 소비자들의 식품표시에 대한 인식도와 만족도를 조사한 것으로, 소비자 120명의 인터뷰 조사를 분석한 결과는 다음과 같다. 식품표시에 대한 소비자 인식도 조사결과, 식품표시를 확인하는 비율은 응답자의 58.3%가 식품구매 시 표시를 확인하는 것으로 나타났으며, 식품표시를 확인하는 이유로는 유통기한을 확인하기 위해서가 60.1%로 가장 높게 나타나 소비자들이 식품을 구입할 때 식품의 안전성 여부에 가장 큰 관심을 갖고 있는 것으로 나타났다. 식품표시에 대한 만족도 조사에서는 소비자의 60.0%가 만족하고 있는 것으로 나타났으며, 불만족하는 이유로는 표시된 용어가 잘 이해되지 않음(30.6%), 표시된 내용이 충분하지 않음(25.8%) 등이 있었고, 식품표시 항목 중 가장 불만족하는 항목으로는 '식품첨가물 및 원재료 함량 표시(45.5%)'였으며 그 다음으로 '제조연월일 및 유통기한 표시(20.8%)'순이었다. 세부표시기준에 대한 이해도 및 선호도 조사에서 소비자들의 53.1%가 제조연월일과 유통기한이 모두 표시되지 않는 것에 대한 불만족도가 높았으며(53.1%), 유통기한 표시로는 소비기한(소비자가 섭취 가능한 기한)에 대한 선호도(47.5%)가 가장 높았다. 소비자 안전을 위한 주의사항 표시에 대한 만족도는 43.3%로 비교적 낮게 나타났으며, 만족하지 못하는 이유로는 눈에 띄지 않아 확인하기 어렵고(37.5%) 표시에 제공되는 정보가 충분하지 않기 때문(33.4%)으로 나타났다. 또한 소비자의 90.0%가 방사선조사에 대해 잘 모르고 있는 것으로 나타나 방사선조사 식품의 표시제

가 강화되는 만큼 방사선조사에 대한 인식도와 수용도 제고를 위한 소비자 교육의 강화가 필요하리라 사료된다.

### 감사의 글

본 연구는 2009년도 식품의약품안전청 용역연구개발과제의 연구개발비지원(09052식품안전059)에 의해 수행되었으며 이에 감사드립니다.

### 문헌

- Kong KB, Park HH, Lee YN, Lee KH. 2002. A study on evaluation of and improvements in the food labelling system as a communications medium. *J Tourism Industry Information* 3: 113-150.
- Lee KI, Je CU. 2005. A study on the acts associated with Korean food labelling. *Korean J Agric Manage Policy* 32: 746-766.
- Korea Food and Drug Administration. 2010. *Guidebook on food labeling standards*. 1st ed. Food Safety Policy Division, Seoul, Korea. p 3-91.
- Ro YH. 2000. A study on consumer recognition of food labeling. *J Consumer Policy Studies* 23: 20-38.
- Lee KJ, Lee YH. 2004. Consumer's recognition and using state about food-nutrition labeling system among twenties. *J East Asian Soc Dietary Life* 14: 54-63.
- Garretson JA, Burton S. 2001. Effects of nutrition facts panel values, nutrition claims and health claims on consumer attitudes, perceptions of diseases related risks and trust. *J Public Policy and Marketing* 19: 213-227.
- Wi TS. 2008. Status and implications of Japanese food indication system. *Korean Journal of Food Marketing Economic* 25: 77-97.
- Korean Statistical Information Service. Household Survey Index. Available from: [http://ups.kosis.kr/publication/ch\\_header.jsp](http://ups.kosis.kr/publication/ch_header.jsp). Accessed March 9, 2010.
- Kim HS, Baik SJ, Lee KA. 1999. Consumers' awareness and utilization of food labels. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 28: 948-953.
- Joo NM, Yoon JY, Kim OS, Ko YJ, Jung HA, Choi EY. 2005. A survey on the recognition and satisfaction of food labeling system in Seoul and Geongsangnamdo area. *Korean J Food Culture* 20: 525-531.
- Park HR, Min YH. 1995. A basic research for the adoption and implementation of nutrition labeling: With a reference to the consumer awareness. *Korean J Dietary Culture* 3: 155-166.
- Lee JW, Kim DS. 2003. Recognition of processed foods may affect the use of food labellings in middle school students. *J Korean Diet Assoc* 9: 185-196.
- Im HS, Kim HS. 1996. Awareness of nutrition labeling by female consumers in northern area of Kyonggi-do. *J Korean Living Science Association* 5: 173-186.
- Im HS, Kim HS. 1998. 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.
- Lee KO, Kim YS. 2007. Consumer's practicality, acknowledgement, trust, satisfaction, necessity degrees about food nutrition labeling system. *J Korean Living Science Association* 16: 761-773.
- Korea Food and Drug Administration. Food labeling standards. Available from: <http://www.kfda.go.kr/index.kfda?mid=92&pageNo=4>. Accessed December 27, 2009.
- Ko EY, Yeo JS. 2007. An analysis of foods labeling standards. *J Consumer Studies* 18: 1-21.
- Park SY, Kim NY, Han MJ. 2008. Processed food preferences and food and nutrition labeling perceptions of middle school students. *Korean J Food Cookery Sci* 24: 164-173.
- Geiger CJ, Wyse BW, Parent CRM, Hansen RG. 1991. Review of nutrition labeling formats. *J Am Diet Assoc* 91: 808-815.
- Chang SO. 1997. A study of the comprehension and preference of consumers to four different formats of nutrition label. *Korean J Nutr* 30: 679-689.
- Ro YH. 1999. Improvement of the nutrition labeling standards. Proceedings of the Korean Society for Food Science of Animal Resources Conference. p 63-80.
- Kim OS, Oh SI, Jang YA. 2005. A study on monitoring the current nutrition labeling practice on the package of the processed foods. *Korean J Food Cookery Sci* 21: 616-628.
- Oh SI, Kim OS, Jang YA. 2007. Nutrition labeling practices for processed foods according to food category. *J Korean Diet Assoc* 13: 123-137.
- Kwon KI, Park SH, Lee JH, Kim JY, Yoo KS, Lee JS, Kim SY, Sung HI, Nam HS, Kim JW, Lee HY. 2007. Prevalence of nutrition labeling and claims on processed, and packaged foods. *Korean J Community Nutrition* 12: 206-213.
- Chang MS, Kang EJ, Cho MY, Choi GS, Hong YP, Seo KJ, Kim GH. 2009. Survey on the perception of consumers on imported food safety management. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 38: 1625-1632.
- Ha YS, Kim JK, Park IS. 1998. An study on the consumer perception for open shelf-life dating method of the packaged foods. *Korean J Postharvest Sci Technol* 5: 392-395.
- Lee KA, Kim HS. 2002. Effects of consumer education on food labels. *Korean J Food Cookery Sci* 18: 482-486.
- Kim HC, Kim MR. 1998. A study on the consumers' perception and acceptance toward food irradiation. *Korean J Dietary Culture* 13: 275-291.
- Kim HC, Kim MR. 2003. Consumer attitudes towards irradiated foods. *J Korea Home Economics Assoc* 41: 119-130.
- Bruhn CM, Schutz H, Sommer R. 1986. Attitude change toward food irradiation among conventional and alternative consumers. *Food Technol* 40: 86-91.
- Loaharanu P. 1996. Irradiation as a cold pasteurization process of food. *Vet Parasitol* 64: 71-98.

(2010년 6월 23일 접수; 2010년 9월 10일 채택)