

식문화 변화에 따른 신선편이 식품 발전방안

윤 기 선
경희대학교 식품영양학과

I. 서 론

우리의 식문화가 변화하고 있다. 우리 식문화 변화의 주요특징은 살펴보면 편리성을 위한 가공식품 선호, 외식화, 소비자 욕구의 다양화를 반영한 국제화라고 할 수 있다. 이와 같은 우리 식문화 변화를 주도한 요인들은 무엇일까? 식문화 변화를 이끈 많은 요인들이 있지만 중요한 것을 정리해 보면 도시화, 여성의 사회활동, 외식기회의 확대, 소비자 욕구 다양화, 소득수준 향상, 식품산업 기술혁신, 마지막으로 인구구조의 변화가 우리의 식문화 변화에 크게 영향을 끼쳤으며 앞으로 우리 미래의 식문화에도 영향을 끼치게 될 것으로 생각된다. 따라서 본고에서는 식문화 변화의 주요 요인인 우리의 인구구조의 변화특징을 살펴보고, 식문화 변화가 식품소비시장에 미치는 영향, 마지막으로 식문화의 변화에 따른 신선편이 제품의 미래발전방안에 대해 살펴보고자 한다.

II. 본 론

가. 인구구조의 변화원인

우리의 인구구조의 변화원인은 여성의 사회활동

의 증가로 저 출산, 의료기술의 발전에 따른 평균수명 증가, 베이붐 시대의 노년층 증가를 생각해 볼수 있다. 또한 결혼문화의 변화로 가족구성원이 변화하고 있는데, 여성의 경제력 향상은 싱글족을 탄생시키고, 인력의 전문화, 고급화를 추구하고 개인 삶의 질적인 향상을 위해 무자녀 가족을 선호하는 부부가 증가하고 있다. 이들은 공동취미를 통해 부부 삶의 질을 향상시키기를 원한다. 또한 국가 간 경제통합에 의해 활발해진 인적교류 및 저소득 국가 근로자의 해외 취업증가에 따라 우리 사회의 인구구조에 다문화 가족이 유입되면서 인구구조의 글로벌화가 이루어졌다. 다음 Fig. 1은 여성의 경제활동 변화를 나타낸 그래프로 2000년 이후 여성경제활동 인구는 계속 증가하였으며 2013년에 전체 경제활동 인구대비 38.5%로 증가한 것으로 조사되었다.



출처: 통계청, 이트레이드증권 리서치본부.

Fig. 1 여성의 경제활동 인구변화

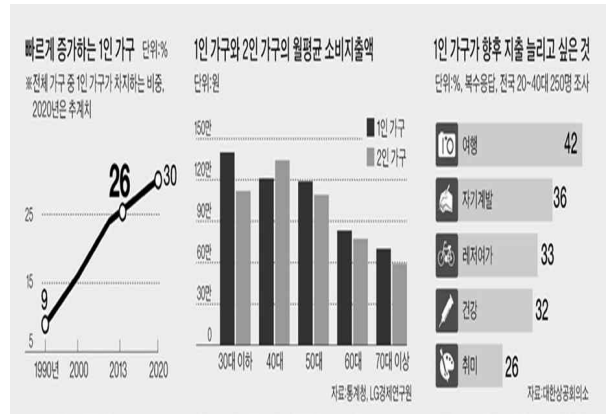
고 있다. 혼자 사는 이들이 함께 집밥을 먹을 수 있는 장을 연 소셜다이닝 업체 '집밥'도 인기다. 1인가구가 증가하면서 끼니를 거르는 이들의 고민을 해결하기 위해 만들어진 장으로 어머니가 직접 만들어주신 음식처럼 따뜻한 집밥을 나눈다는 의미다. 음식을 나눠 먹으면서 공통의 관심사를 주제로 얘기를 나눈다는 점이 매력으로 꼽혀지고 있다. 소셜 다이닝은 고령자 사회에도 도입되 창원시 마산성호동 복지패밀리가 “함께하는 아름다운 공동체 사회 조성”을 위해 주민들과 소셜다이닝 운동을 전개했으며 성호동 복지패밀리도 관내 어르신들을 모시고 소셜다이닝을 하며 이야기를 나누는 시간들을 갖고 있다. 소셜다이닝은 홀로 사는 노인 등 소외계층에게 이웃과 어울려 식사할 기회를 제공함으로써 사회와의 소통을 도와주는 역할로 지역 사회에서 좋은 반응을 얻고 있다.



나. 식문화 변화가 소비시장에 미치는 영향

식문화 변화의 또 한가지 트렌드는 외식비율의 증가이다. 2000년 후반에 들어서서 가정에서의 식료품 비의 절반이 외식비로 사용하는 것으로 조사되었다. 1인가구와 2인가구의 월평균 소비지출액도 40대를 제외한 모든 연령대에서 1인가구의 소비지출액이 높았으며, 20-40대 연령을 대상으로 실시한 설문조사에서 차후 1인가구가 지출을 늘리고 싶은 분야는 여행, 자기개발, 레저여가, 건강, 취미 순으로 나타났다 (Fig. 4). 또한 식품분야에서 인구구조의

변화의 영향을 많이 받는 품목으로 곡물 다음으로 신선식품인 것으로 나타났다 (표 1).



출처: 중앙일보

Fig. 4. 1인가구의 소비현황

표 1. 인구구조 변화의 영향을 받는 품목

순위	품목	가구원감소효과		인구고령화 효과	전체 변화
		1인가구화효과	2인가구화효과		
1	주택유지 및 수선	6.6	2.2	12.4	20.8
2	곡물	3.8	1.2	9.9	15.0
3	신선식품	4.0	0.9	8.4	13.8
4	의약품	5.3	2.0	5.3	12.3
5	화훼 및 애완동물	8.6	3.7	1.5	11.0
6	병원서비스	4.4	0.9	4.0	9.6
7	육상운송	7.4	4.4	1.3	9.4
8	주거비	12.5	9.1	-4.3	9.1
9	백색가전	6.8	2.2	1.6	9.0
10	TV	6.2	3.0	0.6	7.7

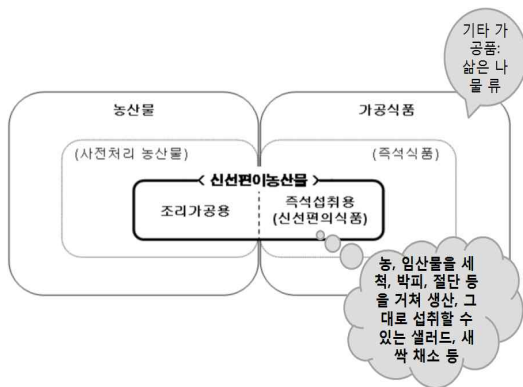
출처: LGRI, 이트레이드증권 리서치본부

인구구조의 변화는 새로운 식문화를 창조하고 결국 식품소비시장의 변화를 초래 하게 되었는데 식품소비시장은 고급, 안전, 편이, 건강을 추구하는 소비자들에 의해 프리미엄 제품탄생, 친환경, 무첨가 식품, 소포장 1회용 즉석섭취, 간편 조리, 냉동식품 시장을 발전시켰다. 또한 신선한 과일 및 채식을 선호하고 기능 및 영양을 보충할 수 있는 건강, 웰빙족을 위한 식품개발 분야의 발전을 초래하게 되었다. 실제로 19세 이상 성인을 대상으로 조사한 식품

섭취빈도 조사연구결과에 따르면 한달간 1회이상 섭취했다는 응답이 가장 많은 식품으로 쌈야채, (91.3%), 데친나물(72.3%), 파채(67.9%) 등 채소류 및 신선편이 식품류의 섭취빈도가 높은 것으로 나타났다 (박희진 등, 2013).

다. 신선편이 식품의 미래 발전방안

식품소비시장의 특징적인 변화중의 하나는 신선편이 식품에 대한 선호도가 증가되었다는 것이다. 신선편이 식품의 대표적인 것은 신선편이농산물로 크게 조리가공용과 즉석섭취용으로 구분되어 진다. 조리가공용은 전처리 농산물로도 알려져 있다. 즉석섭취용 신선편이는 신선편이식품이라고도 정의되고 있으며 농, 임산물을 세척, 박피, 절단 등을 거쳐 생산, 그대로 섭취할 수 있는 샐러드, 새싹 채소 등으로 가공식품으로 분류되고 있다 (Fig. 5). 이와 같이 신선편이 식품에 대한 정의가 아직 통일되지 못하였으므로 신선편이 식품의 발전을 위해 우선적으로 소비자의 혼동을 피하기 위해 신선편이 식품에 대해 표준화된 정의 및 상품명, 표준화된 기준, 규격이 필요할 것으로 사료된다.



출처: 신선편이 농산물의 기획과 과제
 Fig. 5 신선편이 농산물의 개념

둘째, 신선편이 식품의 저장기술의 발전이 필요하다. 신선편이 식품 확대에 가장 큰 걸림돌은 신선

편이 식품 중 농산물은 갈변 및 이취, 짧은 유통기한, 위생/안전성이 담보되지 않는 것이 문제점으로 이를 개선할 수 있는 연구가 지속적으로 이루어져야 한다. 최근 냉동 신선편이 식재료의 수요도 증가하고 있는데 냉동 신선편이 식재료의 경우는 냉동 과정에서 오는 기계적 스트레스, 얼음생성, 동결, 해동반복에 따른 품질 변화 등의 문제점을 극복하기 위해 안전, 저장성 향상을 위해 포장방법, 저온유통시 품질유지를 위한 생산기술 업그레이드가 필요한 실정이다. 냉동농산물의 영양적 가치를 연구한 논문에 따르면 4°C 와 20°C 온도에서 7일간 보관한 브로콜리, 당근, 시금치 등의 비타민 C의 손실정도를 -20°C 냉동에서 12개월 저장한 농산물과 비교하였을 때, 냉동농산물의 비타민 C의 손실이 오히려 적다는 연구가 보고되었다(표 2)

표 2 냉동 및 신선한 과일 및 야채의 영양적 성분 비교

Commodity	Fresh, 20°C, 7 days	Fresh, 4°C, 7 days	Frozen, -20°C, 12 months
Broccoli	56	0	10
Carrots	27	10	-
Green beans	55	77	20
Green peas	60	15	10
Spinach	100	75	30

또한 최근 국내 냉동야채, 과일시장이 거의 수입산으로 점령되어 있는 점을 고려할 때, 국내에서도 냉동 신선편이 식재료 개발에 대한 연구가 필요할 것으로 생각된다.

냉동 야채 및 과일의 장점을 살펴보면 ① 낮은 가격 변동성 및 규격화가 가능, ② 계절에 구애받지 않는 다양한 종류 구매가능, ③ 요리에 필요한 시간 절약, ④ 급속 냉동된 야채/과일은 대부분의 영양소가 유지된 상태로 장기보관 가능, ⑤ 폐기물의 발생 최소화로 간접적인 생산성 증대 현상 기대, ⑥ 미생물의 증식 최소화, 효소작용 억제로 품질보존 기간

연장, ⑦ 안정적인 식품재료를 공급, 계획경제 가능 등이다, 따라서 신선편이 식품의 발전을 위해서는 국내에서도 다양한 국내산 농산물을 활용한 냉동식품 개발을 위한 노력이 필요하다. 2012년에 발표된 Global Market Report에 따르면 변화하는 인구구조에 가장 주목받는 유망시장중의 하나로 냉동식품시장을 선정하였다. 냉동식품업체로 성공한 이탈리아의 Picard사의 경영전략에 따르면 냉동식품의 질적 향상을 통해 맛과 영양면에서 소비자의 만족감을 증가시켰고, 냉동식품을 구매하는 것이 가치 있는 소비활동임을 인지시켰다고 한다.

셋째, 신선편이 식품의 발전을 위해서는 다양한 제품 개발을 위한 노력이 필요할 것으로 사료된다.

다양한 제품개발을 위해 소비자의 기호도를 고려, 기능성, 크기, 모양 등이 다양한 식재료를 발굴하고, 식재료의 품질특성에 따른 저장방법을 고려해서 다양한 냉장 및 냉동제품 개발이 필요하다. 또한 안전, 품질을 고려한 온도에 따른 품질유지기간 제시, 절단과일 등에 사용가능한 먹을 수 있는 필름 개발 등이 고려되어 질수 있다. 마지막으로 용도에 따른 다양성, 편리성을 고려한 포장방법을 개발하여 즉석섭취, 섭취의 용이성을 고려한 간식용을 개발하고, 조리용으로 냉장/냉동 제품 및 다른 식재료와의 조화를 고려한 조리용도 개발도 필요할 것으로 생각된다. 현재 인터넷으로 구매할 수 있는 국내의 냉동야채, 나물류, 과일시장의 예는 Fig. 6과 같다.

최근 워킹맘, 1인가구, 20-30대 여성들을 주 고객으로 한 Ready To Eat(RTE) 신선식품 온라인 판매가 급증하고 있다는 기사가 보도되었다. 2014년에는 온라인 쇼핑매출이 26% 신장했으며 홈플러스 온라인몰의 신선식품 매출 비중이 전체 매출액의 70-80%를 차지하고 있으며 이는 웰빙, 친환경 신선식품 선호도 증가 때문인 것으로 보고 있다. RTE 식품은 간단한 조리과정을 거치면 먹을수 있는 식품으로 과거에는 형태가 통조림, 냉동식품류 였지

만 최근에는 수산물과, 과일, 채소류 등 신선 식품으로 확대되고 있으며 이는 음식물 쓰레기를 최소화 하려는 정책도 시장 확대에 한몫을 하는 것으로 보고되고 있다.



출처:shinjeongfood.com

Fig. 6 국내 냉동 신선편이 시장 예

마지막으로 신선편이 식품의 발전을 위해 정책적인 지원 및 제도가 정립되어야 한다고 생각된다. 안전한 제품 생산을 위해 업체의 역량에 따른 GMP, SSOP, HACCP 등의 단계적 도입을 통한 신선편이 업체 생산기술 및 교육지원이 필요하다. 또한 품질규격 등 법적 조항의 적절성에 대한 재검토가 필요하며, 다양하고 우수한 제품개발을 위한 R&D 투자, 마지막으로 신선편이 식재료의 안정적 판로개척 지원이 필요할 것으로 생각된다.

III. 결 론

향후 건강한 식탁으로 Safety, Simple, Slow를 지향하는 3S 시대가 전개될 것으로 전망된다. 최근 소비자들의 아침식사가 배달되는 온라인 시장이 소개되고 있다. 이 또한 새로운 식문화로 자리 잡게 될 것으로 기대한다. 외국에서는 절단된 신선한 과일과 야채가 “ready to eat”상태로 길거리의 집판 기를 통해 판매되고 있는데 이 또한 국내시장에서도 곧 볼 수 있게 되지 않을까 기대해 본다.

IV. 참고문헌

1. 식품세계. 2010. 2010년 식품업계, 3S 가 대세, Safety, Simple, Slow. 51-53
2. 이용선 외. 2010 신선편이 농산물 시장의 기회와 과제
3. 농협경제연구소. 2009. 대형할인점의 신선편이 농산물 취급동향과 농협의 대응방향
4. 한정민 외. 2013. 1인가구가 소비지출에 미치는 영향분석
5. Richman JC 외. 2007. Nutritional comparison of fresh, frozen and canned fruits and vegetables. Part 1. Vitamins C and B and Phenolic compounds. J of Sci. Food and Agri. 87:930-944
6. Kotra. 2012. 변화하는 인구구조 속, 주목받는 유망시장. Global Market Report 12-064
7. 이트레이드 증권. 2014. The Collaboration
8. 한국신선편이 농산물 협회. 2006. 신선편이 농산물 표준화를 위한 연구
9. Kyureghian G. 외 2010. Nutritional comparison of frozen and non-frozen fruits and vegetables: literature review. The Food Processing Center
10. 그린경제 2014. Ready to eat 신선식품 온라인 판매 급증. 그린경제 385호 3.12
11. 박희진 외. 2013. 식중독 위험성 인식이 높은 잠재적 위해식품 섭취실태조사. 식품과학회 45(1): 59-69