

일반 소비자의 연령과 성별에 따른 식품표시에 대한 인식 및 활용도

정현영¹ · 김현아²

¹목포대학교 식품영양학과

²경남대학교 식품영양학과

Consumer's Perception and Utilization of Food Labels by Age and Gender

Hyun-Young Jung¹ and Hyun-Ah Kim²

¹Department of Food and Nutrition, Mokpo National University

²Department of Food and Nutritional Sciences, Kyungnam University

ABSTRACT This study was carried out to investigate food label perception and utilization classified by age and sex. Questionnaires were collected from 938 male and female customers aged in their 20's to 50's from February 4th to March 30th 2014. Regarding checking food labels at the time of purchase, 73.8% of consumers checked food labels, and there was a significant difference by age and sex. Female more often checked food labels than males, and the 40's group showed a higher ratio of checking food labels than other age groups. The main reason for checking food label was 'confirming expiration date' (60%), 'ingredients' (16.4%), and 'nutrition contents' (13.7%). The main reason not checking food labels was 'too small and insufficient to understand' (50.3%), 'too difficult to understand' (16.4%), and 'have no concern' (14.9%). There was a significant difference by age, as in the 50's group showed a higher ratio of 'too small and insufficient to understand' than the other age groups, and 20's and 30's groups showed a higher ratio of 'too difficult to understand'. The overall satisfaction score was 2.96, awareness score was 2.88, and reliability score was 2.93. A total of 96% answered that food labelling education is needed. Therefore, food labelling education for consumers is required to encourage consumers to purchase healthy foods.

Key words: food labeling, perception, utilization, age, gender

서 론

경제 성장과 더불어 고품질 안전한 식품에 대한 소비자의 요구가 증가하고 있다. 이에 따라 식품의 선택과 구매에서 소비자가 고려하는 사항은 가격과 양의 관점에서 식품의 안전, 영양적인 균형 등으로 옮겨가고 있다. 식품표시제도란 생산자가 식품에 관한 각종 정보를 제품의 포장이나 용기에 표시하여 소비자가 건전한 식생활을 할 수 있도록 정확한 구매 정보를 제공하고, 소비자는 자신의 요구에 맞는 식품을 선택하도록 하는 소비자를 보호하는 제도이다. 즉 원재료명, 내용량, 제조일자 및 유통기한, 영양성분, 주의사항 표시 등의 정보가 표시된다(1). 이와 같은 식품표시제도는 국민건강 및 국민의 알 권리를 위해 필수적이라고 할 수 있다. 소비자는 식품표시를 통해 제공된 정보로 알고자 하는 제품의 정보를 얻게 되며, 자신에게 필요한 적합한 제품을 선택하게 된다.

최근 식품을 통해 건강을 유지하려는 소비자의 욕구가 증대하고 있고 이에 따른 식품의 안전성에 대한 소비자의 우려

가 급격히 커지고 있으며, 국가 간 식품교역량이 증가하면서 개별 국가의 표시기준을 국제 표시기준과 조화를 맞추기 위해 계속 개정되고 있다. 우리나라에서는 1990년대 초반부터 식품표시제도를 시행했으며 대표적인 제도로 식품의약품안전처의 고시로 운영되는 식품위생법 제10조, 11조의 '식품 등의 표시기준'이 운영되고 있다(2,3). 제시하고 있는 세부 표시기준으로는 일반기준인 제품명, 식품유형, 업소명 및 소재지, 유통기한과 품질유지기한, 내용량, 원재료명 및 함량, 성분명 및 함량, 영양성분 등에 대한 구체적인 표시방법을 명시하고 있으며, 소비자에게 전달해야 하는 개별적인 표시기준을 식품별로 별도로 명시하고 있다(4).

식품표시는 소비자들에게 식품의 선택에 영향을 주고 있으며, 일반 소비자들의 식생활 개선에 이바지하고 있고, 식품의 안전성을 확보하기 위한 제도적 장치로서 식품표시의 중요성을 강조하고 있다(5). 우리나라의 경우 영양성분표시가 시작된 1995년 이후 식품표시에서 영양성분표시 시행에 대한 실태가 주로 연구되었다. 영양표시제도의 문제점에 대한 지적이 주를 이루었는데, Chang(6)은 영양성분표시에 대한 소비자들의 낮은 관심을 지적하였고, 이후 영양표시에 대한 소비자 교육의 필요성을 주장한 연구들이 주를 이루었다(7-9). 특히 중·고등학생들을 대상으로 영양표시 이용과

Received 29 December 2015; Accepted 15 January 2016

Corresponding author: Hyun-Young Jung, Department of Food and Nutrition, Mokpo National University, Jeonnam 58554, Korea
E-mail: hyoung@mokpo.ac.kr, Phone: +82-61-450-2523

식행동 관련 조사가 주로 이루어졌는데, 이는 청소년들이 학교 교육과정에서 식품표시에 관한 내용을 배우며 식품표시에 대한 필요성을 높게 인식하고 있는 것으로 조사되었으나(10-12), 인지도나 지식 정도는 낮은 것으로 조사되어 이에 대한 문제점이 지적되었다(11-14). 연구에 대한 제안으로 식품표시를 이용할 수 있도록 체계적인 교육이 뒷받침되어야 한다고 주장하였다. 대학생들을 대상으로 식품표시에 대한 인식을 조사한 연구(15-17)도 진행되었는데, 식품표시를 확인하는 대학생들이 위생과 영양에 관한 관심이 높고 식습관도 상대적으로 좋았다는 결과를 보였으며, 영양지식이 높은 군에서 식품표시를 확인하고 영양과 안전을 고려하는 쪽이 높았다는 결과를 도출하였다. 그러나 식품표시에 대한 인지도는 낮은 것으로 보고되어 지속적인 교육이 필요함이 주장되었다.

일반 소비자를 대상으로 한 식품표시에 대한 인식조사는 상대적으로 적으며, 우리나라의 식품표시는 수차례의 수정보완을 통해서 계속 개정되고 있다. 이에 우리나라의 현행 식품표시를 소비자가 얼마나 잘 인식하고 있으며, 실제로 사용되는 식품표시를 어느 정도 이용하고 신뢰하는지에 대한 검토가 필요하다. 본 연구에서는 식품표시의 소비자의 실질적인 활용도와 신뢰도를 알아보려고 하였다. 일반 소비자들을 대상으로 식품표시에 대한 인식 및 만족도, 사용실태를 조사하여 현재의 식품표시 유용성과 문제점을 파악하고자 하였으며, 향후 식품표시가 소비자 중심으로 활용되어 국민 건강 및 식생활 개선에 도움이 될 수 있는 식품표시의 개선을 위한 기초자료로 제공하고자 하였다.

대상 및 방법

조사대상

본 연구의 조사대상은 전라남도에서 거주하는 식품의 선택 및 구매가 가능한 20대 이상 성인을 대상으로 선정하여 조사의 대상으로 삼았으며, 조사는 2014년 2월 4일부터 2014년 3월 30일까지 실시하였다. 20대, 30대, 40대, 50대 각 10명을 대상으로 설문 사전조사를 하여 문항에 대한 보완 및 수정이 이루어졌으며, 전라남도 소재 마트 이용자를 대상으로 설문에 관한 내용을 직접 설명하고 설문지를 배부하였다. 총 1,000부가 배부되었고, 952부(회수율 95.2%)가 회수되었다. 회수된 952부 중에서 응답이 불충분하여 분석에 적합하지 않은 설문지 14부를 제외해 총 938부를 최종 분석 자료로 이용하였다.

조사내용 및 방법

설문지는 식품표시와 관련된 선행연구(14,18-21)를 참조하여 본 연구목적에 맞도록 재구성하였다. 설문지의 내용은 일반사항과 식품표시의 이용 및 평가에 대한 문항으로 구성하였다. 조사대상자의 일반적인 특성으로는 성별, 나이, 직업, 월소득, 건강상태를 묻는 5문항으로 조사하였으며, 식품

표시의 확인 유무, 확인하는 내용과 확인 정도, 식품표시의 이용 이유, 식품표시의 인지도, 식품표시에 대한 평가로 구성하였다. 식품표시에서 확인하는 내용은 유통기한, 영양정보, 가격, 첨가물, 중량, 브랜드로 6가지를 조사하였고, 확인 유무를 체크하도록 하였다. 또한 식품표시를 이용하지 않는다면 그 이유에 관하여 선행연구와 사전조사를 통한 5개의 문항(표시가 작고 복잡하다, 이해하기 어렵다, 관심이 없다, 습관, 신뢰할 수 없다, 기타)으로 구성하고 이에 표시하도록 하였다. 식품표시에 대한 태도 및 식품표시에 대한 평가는 Likert 5점 척도를 이용하여 점수를 부여하여 측정하였다.

통계분석

자료의 분석을 위해 SPSS Win program(ver. 23.0, IBM Corp., New York, NY, USA)을 이용하였다. 조사대상자의 일반사항, 식품표시 확인 유무, 확인 이유 및 확인 내용은 빈도와 백분율을 산출하였고, 성별과 연령에 대한 비교조사는 교차분석을 이용하여 집단 간의 차이를 분석하였다. 식품표시에 대한 태도 및 평가에 대한 분석은 평균과 표준편차를 산출하였으며, 성별과 연령에 따른 집단 간의 평균비교를 위하여 t-검정과 ANOVA를 실시하였다. 사후검증은 Duncan's multiple range test를 실시하였다.

결과 및 고찰

조사대상자의 일반적 특성

조사대상자가 된 소비자들의 일반적 특성은 Table 1에

Table 1. Descriptive characteristics of subjects N=938

Classification	Number (%)
Gender	Male 408 (43.5)
	Female 530 (56.5)
Age (years)	20~29 313 (33.4)
	30~39 203 (21.6)
	40~49 288 (30.7)
	50~59 134 (14.3)
Occupation	Housewife 198 (21.1)
	Student 205 (21.9)
	Office job 249 (26.5)
	Self-employed 140 (14.9)
	Farmers 67 (7.1)
	Profession 77 (8.2)
Etc. 2 (0.2)	
Monthly income (10,000 won)	<100 101 (10.8)
	≥100~<200 136 (14.5)
	≥200~<300 283 (30.2)
	≥300~<400 251 (26.8)
	≥400~<500 105 (11.2)
	≥500 57 (6.1)
No answer 5 (0.5)	
Health	Very weak 11 (1.2)
	Weak 51 (5.4)
	Normal 355 (37.8)
	Healthy 369 (39.3)
	Very healthy 151 (16.1)

나타내었다. 응답자의 성별은 남성이 43.5%, 여성이 56.5%였고, 연령은 20대가 33.4%, 30대가 21.6%, 40대와 50대가 각각 30.7%, 14.3%로 조사되었다. 직업은 사무직이 26.5%로 가장 높은 빈도를 보였으며, 주부 21.1%, 학생이 21.9%로 나타났고, 자영업이 14.9%, 전문직 8.2%, 농업종사자가 7.1%로 조사되었다. 월평균 소득은 200만 원 이상~300만 원 미만인 30.2%로 가장 높은 비율을 보였고, 300만 원 이상~400만 원 미만이 26.8%로 그다음 순으로 조사되었고, 500만 원 이상의 고소득자도 6.1%였다. 자신의 건강 상태를 묻는 질문에 대해 건강상태가 보통이라고 응답한 비율이 37.8%, 건강하다고 응답한 비율이 39.3%, 매우 건강하다고 응답한 비율이 16.1%였으며, 허약하다고 응답한 비율은 5.4%, 매우 허약하다고 응답한 비율은 1.2%에 해당하였다.

일반적 특성에 따른 식품표시의 확인

조사대상자의 일반적 특성에 따른 식품표시의 확인 정도를 조사하였다(Table 2). 조사대상자의 73.8%가 보통 이상

으로 식품표시를 확인하는 것으로 조사되었는데, 이 중에 대부분 확인하는 비율이 24%, 항상 확인하는 비율은 9.8%에 해당하였다. 그러나 가끔 확인한다고 응답한 비율은 20.8%였으며, 전혀 확인하지 않는 비율도 5.4%로 조사되었다. 이는 중학생 학부모를 대상으로 조사한 Lee와 Kim(5)의 72.3%와 비슷한 수준으로 보고되었으며, 주부와 대학생을 대상으로 조사한 Chung 등(20)의 연구보다는 약간 높은 수준으로 조사되었다. 대학생을 대상으로 조사한 Won과 Yun(16)의 확인하는 51.3%보다는 높은 비율로 조사되어 일반 소비자와 대학생들의 차이를 보였다. 성별에 따라서는 통계적으로 유의하게($P<0.001$) 차이를 보였는데 여성의 경우가 남성의 경우보다 확인하는 비율이 높게 나타났으며, 연령별로도 차이가 있어 40대에서 항상 확인하는 비율이 상대적으로 높게 조사되었다($P<0.001$). 이는 대학생과 주부를 비교한 Chung 등(20)의 연구에서도 주부가 대학생보다 식품표시의 확인 비율이 높았으며, 부산지역의 주민들을 대상으로 식품표시에 대한 인지도를 조사한 Kim과 Lee(19)의 연구에서도 40대, 50대가 식품표시의 확인이 82.8%로 가장 높게

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

Factor	Never check the label	Seldom check the label	Normal check the label	Mostly check the label	Absolutely check the label	Total	χ^2	
Gender	Male	37 (3.9)	103 (11.0)	168 (17.9)	84 (9.0)	16 (1.7)	408 (43.5)	53.659***
	Female	14 (1.5)	92 (9.8)	207 (22.1)	141 (15.0)	76 (8.1)	530 (56.5)	
	Total	51 (5.4)	195 (20.8)	375 (40.0)	225 (24.0)	92 (9.8)	938 (100.0)	
Age	20~29	11 (1.2)	82 (8.7)	137 (14.6)	58 (6.2)	25 (2.7)	313 (33.4)	75.436***
	30~39	14 (1.4)	53 (5.7)	61 (6.5)	60 (6.4)	15 (1.6)	203 (21.6)	
	40~49	9 (1.0)	48 (5.1)	105 (11.2)	81 (8.6)	45 (4.8)	288 (30.7)	
	Over 50	7 (1.8)	12 (1.3)	72 (7.7)	26 (2.8)	7 (0.7)	134 (14.3)	
	Total	51 (5.4)	195 (20.8)	375 (40.0)	225 (24.0)	92 (9.8)	938 (100.0)	
Occupation	Housewife	7 (0.7)	31 (3.3)	84 (9.0)	48 (5.1)	34 (3.6)	204 (21.7)	89.338***
	Office job	26 (2.8)	33 (3.5)	91 (9.7)	82 (8.7)	17 (1.8)	249 (26.5)	
	Student	4 (0.4)	50 (5.3)	93 (9.9)	37 (3.9)	15 (1.6)	199 (21.2)	
	Self-employed	7 (0.7)	38 (4.1)	54 (5.8)	29 (3.1)	12 (1.3)	140 (14.9)	
	Farmers	3 (0.3)	11 (1.2)	23 (2.5)	19 (2.0)	11 (1.2)	67 (7.1)	
	Profession	4 (0.4)	32 (3.4)	29 (3.1)	9 (1.0)	3 (0.3)	77 (8.2)	
	Etc.	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.1)	1 (0.1)	0 (0.0)	2 (0.2)	
Total	51 (5.4)	195 (20.8)	375 (40.0)	225 (24.0)	92 (9.8)	938 (100.0)		
Monthly income (10,000 won)	<100	12 (1.3)	20 (2.1)	35 (3.8)	19 (2.0)	15 (1.6)	101 (10.8)	94.172***
	≥100 ~ <200	8 (0.9)	24 (2.6)	42 (4.5)	44 (4.7)	18 (1.9)	136 (14.6)	
	≥200 ~ <300	10 (1.1)	65 (7.0)	121 (13.0)	55 (5.9)	32 (3.4)	283 (30.3)	
	≥300 ~ <400	15 (1.6)	39 (4.2)	113 (12.1)	76 (8.1)	8 (0.9)	251 (26.9)	
	≥400 ~ <500	3 (0.3)	16 (1.7)	52 (5.6)	16 (1.7)	18 (1.9)	105 (11.3)	
	≥500	3 (0.6)	28 (3.0)	11 (1.2)	14 (1.5)	1 (0.1)	57 (6.1)	
Total	51 (5.5)	192 (20.6)	374 (40.1)	224 (24.0)	92 (9.9)	933 (100.0)		
Health	Very weak	2 (0.2)	0 (0.0)	6 (0.6)	0 (0.0)	3 (0.3)	11 (1.2)	34.055**
	Weak	2 (0.2)	10 (1.1)	14 (1.5)	18 (1.9)	7 (0.7)	51 (5.4)	
	Normal	18 (1.9)	59 (6.3)	162 (17.3)	81 (8.6)	35 (3.7)	355 (37.8)	
	Healthy	24 (2.6)	80 (8.5)	141 (15.0)	91 (9.7)	33 (3.5)	369 (39.3)	
	Very healthy	5 (0.5)	45 (4.8)	52 (5.5)	35 (3.7)	14 (1.5)	151 (16.1)	
	Total	51 (5.4)	194 (20.7)	375 (40.0)	225 (24.0)	92 (9.8)	937 (100.0)	

** $P<0.01$, *** $P<0.001$.

나타난 결과와 유사한 결과를 보여 세대 간의 차이가 있었다. 직업별로는 사무직종사자와 주부의 경우가 식품표시를 확인하는 빈도가 가장 높게 나타났으며($P<0.001$), 소득별로는 월소득 200만 원 이상 400만 원 미만의 중간소득층이 식품표시 확인 빈도가 상대적으로 높게 조사되었고, 100만 원 미만의 저소득층과 500만 원 이상의 고소득층은 상대적으로 식품표시의 확인 빈도가 낮게 조사되었다($P<0.001$). 건강상태 인지에 따른 식품표시의 확인 정도의 차이에서는 스스로 '허약'하다고 인지하는 대상자가 식품표시의 확인 빈도에서 '대부분 확인한다'와 '항상 확인한다'의 비율이 상대적으로 높게 조사되었으며, 본인이 '건강' 또는 '매우 건강'으로 인지하는 대상자의 경우는 상대적으로 '거의 확인하지 않는다'의 비율이 높게 나타났다($P<0.01$).

식품표시의 이용실태

식품표시에서 실질적으로 확인하는 내용과 이용하지 않는다면 그 이유를 조사하였고 이는 Table 3에 나타내었다. 식품표시에서 가장 먼저 확인하는 내용으로는 전체 응답자의 60%가 식품의 유통기한을 가장 높은 빈도로 먼저 확인하는 식품표시 내용이었으며, 다음으로 첨가물, 영양표시, 가격, 브랜드, 중량·개수 순으로 조사되었다. Choi 등(21)의 연구에서도 유통기한의 확인이 60.1%로 가장 높은 비율을 보였으며, 이는 Chung과 Kim(8), Lee와 Kim(9), Kim 등(14), Kim 등(18), Kim과 Lee(19), Chung 등(20)의 연구에서도 같은 결과를 보여 이는 대부분의 소비자가 연령과 성별에 상관없이 '유통기한'을 가장 중요하게 생각하며 확인하고 있는 것으로 보고되었다. 이는 식품의 안전에 관한 관심이 시간의 흐름과 상관없이 가장 중요하게 고려하는 것으로 보인다. 그다음 순위로 브랜드나 원재료에 관심이 있었던 과거(6.18)와는 다르게 첨가물, 영양표시에 관심이 옮겨지고 있으며 이는 안전과 건강에 관한 관심과 인식이 높아지고 있는 것으로 생각한다. 연령별로 식품표시에서 확인하는 내용에 차이를 보였는데($P<0.001$), 50대의 경우에는 유통기한이 상대적으로 가장 높았으며, 식품첨가물의 확인에서는 40대와 30대가 상대적으로 높은 비율을 보였다. 영양표시를 확인하는 비율은 30대와 20대에서 상대적으로 높은 비율로 조사되었으며, 가격에 관한 확인 비율이 가장 높은 연령대는 20대로 나타났다. 상대적으로 경제적인 능력이 적은 20대의 경우에 가격 민감도가 높아 이에 대한 확인 비율이 높은 것으로 보인다. 성별로는 여성이 유통기한과 식품첨가물을 확인하는 비율이 높았으며, 가격과 영양표시 확인 비율은 남성이 높게 조사되었다. 이용하지 않는다면 그 이유를 묻는 문항에 대해 '표시가 작고 복잡하다'의 비율이 50.3%로 가장 높은 비율을 보였고, '식품표시를 이해하기 어렵다'와 '관심이 없다'의 비율이 각각 16.4%와 14.9%로 그다음 순으로 조사되었다. 연령별로는 '표시가 작고 복잡하다'에 대한 50대의 상대적 응답률이 가장 높았으며, '식품표시를 이해하기 어렵다'에 대한 응답 비율은 20대와 30대가 상대적으로 높

은 비율을 보였다($P<0.01$). 성별에 대한 차이는 없었다. 선행연구에서 대학생을 대상으로 한 연구(16,17)에서는 '관심이 없다'가 50.2%와 47.8%로 조사되어 본 연구 결과와는 차이를 보였다.

식품표시에 관한 인지도

식품표시 인지도에 관한 결과는 Table 4와 같다. 전체 응답자의 절반 정도(51.7%)는 보통으로 알고 있는 것으로 인지하고 있으며, '잘 모른다'고 응답한 비율이 30.2%, '전혀 모른다'고 응답한 비율은 6.0%지만 '알고 있다' 10.1%, '잘 알고 있다'의 비율은 2.0%에 불과하였다. 연령별로도 차이를 보였는데 식품표시에 대해 알고 있는 비율은 30대와 40대가 상대적으로 높게 조사되었고, 식품표시에 대해 잘 알지 못한다고 응답한 비율은 20대와 50대가 상대적으로 높게 조사되었다.

식품표시의 필요성에 대해서는 전체 응답자의 59.9%가 '매우 필요하다'고 응답하였고, '필요하다'의 비율은 24.5%로 응답하여 전체 응답자의 84.4%가 필요성을 인식하고 있는 것으로 나타났다. Kim과 Lee(19)의 연구에서도 전체 대상자의 48.1%가 '필요하다', 43.0%가 '매우 필요하다'로 조사되어 본 조사보다는 약간 높은 요구도를 보여 비슷한 결과를 나타냈다. 성별에서도 차이를 보였는데 여성의 경우가 식품표시에 대한 필요성을 남성보다 더 크게 인식하고 있는 것으로 조사되었다($P<0.001$). 식품표시에서 가장 중요하다고 생각되는 항목은 전체 응답자의 55.9%가 유통기한이라고 하였으며, 영양표시, 원산지, 식품첨가물을 그다음 순위로 응답하였다. 연령별로는 유통기한이라고 응답한 비율이 20대가 가장 높았으며, 영양표시에서는 50대가 가장 높은 비율로 응답하였다. 식품첨가물에 대해서는 30대와 40대의 비율이 상대적으로 높게 나타났다($P<0.001$). 성별에 따라 식품표시에서 중요하게 생각하는 내용이 차이가 있었는데($P<0.001$), 남성의 경우 식품표시에서 중요하게 생각하는 항목이 유통기한, 영양표시, 가격, 원산지, 제조회사, 식품첨가물, 내용량 순으로 나타났지만 여성의 경우 유통기한, 영양표시, 원산지, 식품첨가물, 가격, 제조회사, 내용량 순으로 조사되어 남성의 경우에 가격과 제조회사에 대한 중요성에서 여성보다 높은 비율을 보였다.

식품표시에 대한 소비자 평가

식품표시에 대한 평가는 Table 5와 같다. 식품표시 이용에 대한 전반적인 만족도는 2.96점으로 보통 수준 이하로 평가되었으며, '알고 싶은 정보가 식품표시에 있다'에 대한 문항의 점수는 3.01점으로 보통으로 평가되었다. Joo 등(7)의 연구에서도 소비자들을 대상으로 한 식품표시 만족도에 대한 평가 결과 연령, 직업과 상관없이 만족도가 높지 않았다고 보고하였다. 식품표시에 대한 이해 정도는 2.88점으로 보통 이하로 평가되었으며, 식품표시에 대한 신뢰도에서는 2.93점으로 보통보다 낮은 점수로 평가되었다. Kim과 Lee

Table 3. Utilization of food labeling

Classification	Total	Age					Gender		χ ²	N (%)
		20's	30's	40's	50's	Male	Female			
Confirmed items	Expiration date	560 (60.0)	187 (59.9)	116 (57.1)	165 (57.3)	92 (70.2)	207 (51.2)	353 (66.6)		
	Nutrition contents	128 (13.7)	48 (15.4)	32 (15.8)	33 (11.5)	15 (11.5)	84 (20.8)	44 (8.3)		
	Price	70 (7.5)	29 (9.3)	16 (7.9)	15 (5.2)	10 (7.6)	52 (12.9)	18 (3.4)		
	Ingredients, food additives	154 (16.4)	38 (12.2)	39 (19.2)	66 (22.9)	11 (8.4)	50 (12.4)	104 (19.6)	52.130***	71.095***
	Quantity	8 (0.9)	8 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.7)	5 (0.9)		
	Brand, producer	14 (1.5)	2 (0.6)	0 (0.0)	9 (3.1)	3 (2.3)	8 (2.0)	6 (1.1)		
	Total	934 (100.0)	312 (100.0)	203 (100.0)	288 (100.0)	131 (100.0)	404 (100.0)	530 (100.0)		
	Have no concern	136 (14.9)	40 (13.0)	31 (15.6)	42 (15.4)	23 (17.2)	65 (16.3)	71 (13.8)		
	Too small and insufficient to understand	456 (50.3)	143 (46.6)	86 (43.2)	150 (54.9)	80 (59.7)	207 (51.9)	252 (49.0)		
	Reasons for not using	154 (16.4)	63 (20.5)	45 (22.6)	33 (12.1)	13 (9.7)	65 (16.3)	89 (17.3)	32.863**	5.404
Just habit	115 (12.6)	43 (14.0)	21 (10.6)	36 (13.2)	15 (11.2)	46 (11.5)	69 (13.4)			
Can not believe	47 (5.1)	16 (5.2)	16 (8.0)	12 (4.4)	3 (2.2)	16 (4.0)	31 (6.0)			
Etc.	2 (0.2)	2 (0.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.4)			
Total	913 (100.0)	307 (100.0)	199 (100.0)	273 (100.0)	134 (100.0)	399 (100.0)	514 (100.0)			

** P<0.01, *** P<0.001.

Table 4. Perception on food labeling

Classification	Total	Age					Gender		χ ²	N (%)
		20's	30's	40's	50's	Male	Female			
Degree of food labeling knowledge	Know noting	56 (6.0)	22 (7.0)	9 (4.4)	9 (3.1)	16 (11.9)	31 (7.6)	25 (4.7)		
	Don't know	283 (30.2)	115 (36.7)	68 (33.5)	60 (20.8)	40 (29.9)	130 (31.9)	153 (28.9)		
	Moderate	485 (51.7)	143 (45.7)	94 (46.3)	180 (62.5)	68 (50.7)	197 (48.3)	288 (54.3)	46.932***	7.359
	Know	95 (10.1)	30 (9.6)	25 (12.3)	30 (10.4)	10 (7.5)	39 (9.6)	56 (10.1)		
	Know very well	19 (2.0)	3 (1.0)	7 (3.4)	9 (3.1)	0 (0.0)	11 (2.7)	8 (2.0)		
	Total	938 (100.0)	313 (100.0)	203 (100.0)	288 (100.0)	134 (100.0)	408 (100.0)	530 (100.0)		
Necessity of food labeling	Never necessary	2 (0.2)	2 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)		
	Not necessary	26 (2.8)	15 (4.8)	8 (3.9)	3 (1.0)	0 (0.0)	14 (3.4)	12 (2.8)		
	Moderate	118 (12.6)	42 (13.4)	27 (13.3)	27 (9.4)	22 (16.4)	73 (17.9)	45 (8.5)	25.331*	29.151***
	Necessary	230 (24.5)	83 (26.5)	47 (23.2)	66 (22.9)	34 (25.4)	108 (26.5)	122 (23.0)		
	Very necessary	562 (59.9)	171 (54.6)	121 (59.6)	192 (66.7)	78 (58.2)	211 (51.7)	357 (66.2)		
	Total	938 (100.0)	313 (100.0)	203 (100.0)	288 (100.0)	134 (100.0)	408 (100.0)	530 (100.0)		
Important information	Price	58 (6.2)	10 (3.2)	18 (8.9)	21 (7.3)	9 (6.7)	37 (9.1)	58 (4.0)		
	Nutrition contents	144 (15.4)	41 (13.1)	31 (15.3)	36 (12.5)	36 (26.9)	61 (15.0)	114 (15.7)		
	Expiration date	524 (55.9)	196 (62.6)	113 (55.7)	144 (50.0)	71 (53.0)	227 (55.6)	524 (56.0)		
	Brand, producer	30 (3.2)	14 (4.5)	0 (0.0)	12 (4.2)	4 (3.0)	23 (5.6)	30 (1.3)	63.403***	34.551***
	Ingredients, food additives	78 (8.3)	22 (7.0)	22 (10.8)	30 (10.4)	4 (3.0)	20 (4.9)	58 (10.9)		
	Place of origin	95 (10.1)	25 (8.0)	15 (7.4)	45 (15.6)	10 (7.5)	37 (9.1)	58 (10.9)		
	Quantity	9 (1.0)	5 (1.6)	4 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.7)	6 (1.1)		
Total	938 (100.0)	313 (100.0)	203 (100.0)	288 (100.0)	134 (100.0)	408 (100.0)	530 (100.0)			

* P<0.05, *** P<0.001.

Table 5. Consumer's attitude, evaluation about food labeling¹⁾

Classification	Age ²⁾					ANOVA	Gender		t-value	Mean±SD
	Total	20's	30's	40's	50's		Male	Female		
Satisfaction with food labeling	2.96±0.91	2.94±0.82	3.00±0.82	2.99±1.01	2.87±1.02	1.897	2.97±0.85	2.95±0.95	0.050	
Providing needed information	3.01±0.79	2.96±0.74	3.07±0.73	3.04±0.81	2.96±0.86	2.251	3.04±0.67	2.99±0.85	0.533	
Easy to understand food labeling	2.88±0.84	2.76±0.83 ^b	2.94±0.86 ^b	3.11±0.74 ^c	2.58±0.82 ^a	32.722	2.82±0.81	2.93±0.47	2.840*	
Can trust food labeling	2.93±0.85	2.94±0.88 ^{ab}	3.05±0.85 ^b	2.88±0.83 ^a	2.81±0.95 ^a	5.866*	2.92±0.86	2.93±0.88	0.009	
Helpful when selecting foods	3.08±0.81	3.10±0.83 ^b	3.11±0.75 ^b	3.15±0.77 ^b	2.85±0.83 ^a	8.568	3.04±0.79	3.11±0.81	1.199	

¹⁾5-point Likert scale (1: not agree at all, 5: agree very much).

²⁾Values with different letters within a same row are significantly different at $\alpha=0.05$ by Duncan's multiple range test. * $P<0.05$, ** $P<0.01$, *** $P<0.001$.

Table 6. Needs of education on food labeling

Classification	Age					χ^2	Gender		χ^2	N (%)
	Total	20's	30's	40's	50's		Male	Female		
Never necessary	8 (0.9)	0 (0.0)	1 (0.5)	3 (1.0)	4 (3.0)		4 (1.0)	4 (0.8)		
Little necessary	30 (3.2)	13 (4.2)	6 (3.0)	3 (1.0)	8 (6.0)		20 (4.9)	10 (1.9)		
Moderate	167 (17.9)	59 (19.0)	43 (21.3)	54 (18.8)	11 (8.2)	40.658	87 (21.4)	80 (15.2)	19.362**	
Necessary	536 (57.4)	188 (60.6)	119 (58.9)	150 (52.1)	79 (59.0)		230 (56.7)	306 (58.0)		
Very necessary	193 (20.7)	50 (16.1)	33 (16.3)	78 (27.1)	32 (23.9)		65 (16.0)	128 (24.2)		
Total	934 (100.0)	310 (100.0)	202 (100.0)	288 (100.0)	134 (100.0)		406 (100.0)	528 (100.0)		

** $P<0.01$, *** $P<0.001$.

(19)의 주부 대상의 연구에서도 식품표시에 대해 신뢰하는 빈도가 61.4%로 보고되어 제공된 정보에 대해 신뢰도가 높지 않은 결과를 보였다. 이러한 높지 않은 신뢰도는 식품표시의 정착에서 큰 문제점으로 제시되며, Park 등(22)도 이미 이에 대한 문제점을 지적한 바 있다. 특히 50대의 식품표시에 대한 신뢰도가 상대적으로 낮은 것은 과거의 잘못된 식품표시와 현행 식품표시에 대한 교육과 홍보의 접촉빈도가 상대적으로 낮았던 것이 원인으로 보인다. ‘식품을 선택하는 데 도움이 된다’는 문항에 대해서는 3.08점으로 나타나 보통보다 약간 높은 점수를 보였다. 이는 중학생을 대상으로 한 연구(14)에서도 3.09점으로 비슷한 결과를 보였다.

연령별로 식품표시에 대한 평가가 차이를 보였는데 식품표시에 대한 이해 정도에 있어서 50대의 평가점수가 가장 낮았으며, 상대적으로 40대의 평가점수가 가장 높았다($P<0.001$). ‘식품표시에 대한 신뢰도’에 있어서는 40대, 50대가 30대보다 낮은 신뢰도를 보였다($P<0.05$). 식품표시가 식품을 선택하는 데 도움이 되는 정도에 대한 평가는 50대의 평가점수가 다른 연령대에 비해 상대적으로 낮은 점수를 보였다($P<0.01$). 성별에 따라서는 ‘식품표시에 대한 이해도’에서 여성의 평가가 더 높았으며, 다른 문항에 대한 평가에서는 차이를 보이지 않았다.

식품표시에 대한 교육의 필요성을 조사한 결과는 Table 6과 같다. 전체 응답자의 96%가 보통 이상으로 필요하다고 응답하였으며, 이 중에서 ‘꼭 필요하다’고 응답한 비율은 20.7%로 나타났다. 연령별로는 40대가 ‘꼭 필요하다’의 응답 비율이 27.1%로 가장 높은 비율을 보였으며($P<0.001$), 남성보다 여성이 필요성에 대한 인식이 상대적으로 높게 나타났다($P<0.01$). 식품표시는 정해진 기준과 규칙에 따라 식품제조업체에서는 표기하고, 소비자들은 자신의 상황에 맞는 합리적인 식품 선택을 통해 바른 식생활을 할 수 있도록 하는 제도이다. 실질적으로 식품표시에 대한 인지가 높을수록 식생활 태도가 좋았다는 연구 결과(11-14,20)를 보면, 식품표시의 확인은 올바른 식품 선택으로 이어져 식행동을 개선하고 국민건강 향상에 기여할 것으로 생각한다. 따라서 소비자가 식품표시를 제대로 이해하고 적극적으로 활용할 수 있는 능력을 키우는 것은 매우 중요하다. 식품표시에 대한 교육과 홍보는 여러 가지 방법으로 국가적 차원에서 지역 사회 및 언론, 홍보기관과 협력하여 체계적이고 지속적인 시행이 필요하겠다.

요 약

본 연구에서는 일반 소비자들을 대상으로 식품표시에 대한 인식 및 만족도, 사용실태를 조사하여 현재 식품표시의 유용성과 문제점을 파악하고자 식품의 선택 및 구매가 가능한 20대 이상 성인을 대상으로 938명의 설문을 분석하였고 결과는 다음과 같다. 조사대상자의 73.8%가 식품표시를 확인하는 것으로 조사되었고, 항상 확인하는 비율은 9.8%에 해

당하였다. 여성의 경우가 남성보다 확인하는 경우가 높게 나타났으며, 연령별로도 차이를 보였는데 40대에서 항상 확인하는 비율이 상대적으로 높게 조사되었다. 직업별로는 주부의 경우가 식품표시를 확인하는 빈도가 가장 높게 나타났다. 식품표시에서 확인하는 내용으로는 전체 응답자의 60%가 식품의 유통기한을 가장 높은 빈도로 확인하였으며, 그다음으로 첨가물, 영양표시, 가격, 브랜드, 중량·개수 순으로 조사되었다. 연령별로 식품표시에서 확인하는 내용에 차이를 보였는데 50대의 경우에는 유통기한 확인이 상대적으로 가장 높았으며, 식품첨가물의 확인은 40대와 30대에서 상대적으로 높은 비율을 보였다. 영양표시를 확인하는 비율은 30대와 20대에서 상대적으로 높은 비율로 조사되었으며, 가격에 관한 확인 비율이 가장 높은 연령대는 20대로 나타났다. 식품표시를 확인하지 않는 이유를 묻는 문항에 대해 '표시가 작고 복잡하다'의 비율이 50.3%로 가장 높았고, '식품표시를 이해하기 어렵다'와 '관심이 없다'의 비율이 각각 16.4%와 14.9%로 그다음 순으로 조사되었다. 연령별로는 '표시가 작고 복잡하다'에 대한 50대의 상대적 응답률이 가장 높았으며, '식품표시를 이해하기 어렵다'에 대한 응답 비율은 20대와 30대가 상대적으로 높게 나타났다. 식품표시에 대한 인지도에 대해 전체 응답자의 절반 정도(51.7%)는 보통으로 알고 있는 것으로 인지하고 있으며, '잘 모른다'고 응답한 비율이 30.2%, '전혀 모른다'고 응답한 비율은 6.0%지만, '알고 있다' 10.1%, '잘 알고 있다'의 비율은 2.0%에 불과하였다. 식품표시의 필요성에 대해서는 전체 응답자의 59.9%가 '매우 필요하다'고 응답하였고, '필요하다'의 비율은 24.5%로 응답하여 전체 응답자의 84.4%가 필요성을 인식하고 있는 것으로 나타났다. 성별에서도 차이를 보였는데 여성의 경우가 식품표시에 대한 필요성을 남성보다 더 크게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 식품표시에서 가장 중요하다고 생각되는 항목은 전체 응답자의 55.9%가 유통기한 및 제조연월일이라고 하였으며, 영양표시, 원산지, 식품첨가물이 그다음 순위로 응답하였다. 성별에 따라 식품표시에서 중요하게 생각하는 내용이 차이가 있었는데 남성의 경우 식품표시에서 중요하게 생각하는 항목이 유통기한, 영양표시, 가격, 원산지, 제조회사, 식품첨가물, 내용량 순으로 나타났지만, 여성의 경우 유통기한, 영양표시, 원산지, 식품첨가물, 가격, 제조회사, 내용량 순으로 조사되어 남성의 경우에 가격과 제조회사에 대한 중요성에서 여성보다 높은 비율을 보였다. 식품표시에 대한 전반적인 만족도는 2.96점으로 보통 수준 이하로 평가되었으며, '알고 싶은 정보가 식품표시에 있다'에 대한 문항의 점수는 3.01점으로 보통으로 평가되었다. 식품표시에 대한 이해 정도는 2.88점으로 보통 이하로 평가되었으며, 식품표시에 대한 신뢰도에서는 2.93점으로 보통보다 약간 밀도는 점수로 평가되었다. 식품을 선택하는데 도움이 되는냐는 문항에 대해서는 3.08점으로 나타나 보통보다 약간 높은 점수를 보였다. 연령별로 식품표시에 대한 평가가 차이를 보였는데 식품표시에 대한 이해 정도에서 50

대의 평가점수가 가장 낮았으며, '식품표시에 대한 신뢰도'에 있어서는 40대와 50대가 30대보다 낮은 신뢰도를 보였다. 식품표시에 대한 교육의 필요성에 대해 전체 응답자의 96%가 보통 이상으로 필요하다고 응답하였다. 식품표시의 확인은 올바른 식품 선택으로 이어져 국민건강 향상에 기여할 것으로 생각한다. 따라서 식품표시에 대한 교육과 홍보의 체계적이고 지속적인 시행이 필요하다.

감사의 글

본 논문은 2013학년도 목포대학교 교내연구과제 지원에 의하여 연구되었음

REFERENCES

1. Korea Food and Drug Administration. Food labeling standard. Available from: <http://www.kfda.go.kr/nutrition/content/view.do?contentKey=22&menuKey=143> (accessed Dec 2015).
2. 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.
3. Lee KI, Je CU. 2005. A study on the acts associated with Korean food labelling. *Korean J Agric Manage Policy* 32: 746-766.
4. Korea Food and Drug Administration. 2010. *Guidebook on food labeling standards*. 1st ed. Food Safety Policy Division, Seoul, Korea. p 3-91.
5. Lee JW, Kim DS. 2003. Recognition of processed foods may affect the use of food labelings in middle school students and their parents. *J Korean Diet Assoc* 9: 185-196.
6. Chang S. 1997. A study on the current nutrition labeling practices for the processed foods retailed in the supermarket in Korea. *Korean J Nutr* 30: 100-108.
7. Joo N, Yoon J, Kim O, Park S, Ko Y, Kim J. 2006. A study on the awareness of female-consumers for nutrition labeling system. *Korean J Food Culture* 21: 209-215.
8. Chung J, Kim MJ. 2007. Using and understanding of nutrition labels and related factors among female adults in Seoul area. *Korean J Community Nutr* 12: 417-425.
9. Lee HY, Kim MK. 2008. Dietary behavioral correlates of nutrition label use in Korean women. *Korean J Nutr* 41: 839-850.
10. Lee JI, Kim JH, Jung IK. 2008. Perception and usage of food & nutrition labels in junior high school students. *Korean J Community Living Sci* 19: 559-568.
11. Kim MH, Choi MK, Kim MW, Jeon YS, Kim MS. 2010. The actual state of food purchasing behaviors regarding nutrition facts labels among middle school students in Chungbuk area. *Korean J Food & Nutr* 23: 492-500.
12. Goh EK, Park ES. 2010. Intake of processed food and perceptions of food labeling in middle school students. *Korean J Hum Ecol* 19: 179-189.
13. Cho SH, Yu HH. 2007. Nutrition knowledge, dietary attitudes, dietary habits and awareness of food-nutrition labelling by girl's high school students. *Korean J Community Nutr* 12: 519-533.
14. Kim YJ, Jeon ER, Yoo MJ, Jung LH. 2012. Perception and utilization of food labeling system of middle school students in Gwangju. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 41: 796-806.

15. Lee KA, Lee HJ, Park E. 2010. The effect of use of nutrition labelling on knowledge and perception of nutrition labelling, and awareness of nutrition labelling usefulness with among college students. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 39: 253-266.
16. Won HR, Yun HR. 2011. College students' dietary behavior for processed foods and the level of perception on food labeling systems according to the level of nutrition knowledge in Won Ju province. *Korean J Community Living Sci* 22: 379-393.
17. Yu KH, Kim MJ, Ly SY. 2012. A comparison of convenience food purchasing behaviors and food habits: How female college students use nutrition labelings. *Korean J Food & Nutr* 25: 1-8.
18. Kim HS, Baik SJ, Lee KA. 1999. Consumers' awareness and utilization of food labels. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 28: 948-953.
19. Kim NY, Lee JS. 2009. A study on perception and utilization of food-nutrition labeling by age in Busan residents. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 38: 1801-1810.
20. Chung HK, Kang JH, Lee HY. 2011. Usefulness, attitude for using and purchase intention on food labeling of housewives and university students. *Korean J Community Nutr* 16: 86-97.
21. Choi MH, Youn SJ, Ahn YS, Seo KJ, Park KH, Kim GH. 2010. A survey on the consumer's recognition of food labeling in seoul area. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 39: 1555-1564.
22. Park HR, Min YH, Jung HR. 1995. A basic research for the adoption and implementation of nutrition labeling (Ⅱ): Comparative perceptions of consumers, producers and government officials. *Korean J Dietary Culture* 10: 175-184.