발 간 등 록 번 호
11-1543000-000697-01

가공식품 소비량 통계 기초연구

연구수행기관

중앙대학교 산학협력단

농림축산식품부

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

가공식품 소비량 통계 기초연구

연 구 진

진 현 정	중앙대학교 경제학부 교수
문 수 원	중앙대학교 박사과정
강 하 나	중앙대학교 박사과정
김 정 훈	중앙대학교 석사과정
김 창 수	중앙대학교 석사과정
임 지 연	중앙대학교 석사과정
김 창 영	월드리서치 이사
채 광 식	월드리서치 팀장

외부 연구진

송 주 창	전라북도 농식품 인력개발원
조 승 현	서울대 파생상품시장연구실 연구원
김 태 호	인천대학교 경영학과 교수
박 준 모	수협경영연구원 책임연구위원

중앙대학교 산학협력단

요 약

농식품분야 통계는 다른 어떤 분야보다도 국민의 기본생활에 직결되는 먹을거리에 대한 정보를 제공하는 중요한 지표이지만, 이러한 필요성 대비 식품소비량을 포괄적이면서 구체적으로 개괄할 수 있는 자료가 부족한 상황이다.

본 연구는 가공식품 품목별 소비량통계를 위한 선행연구로, 이 통계의 사용용도와 필요성 그리고 이에 맞는 적절한 작성방식에 대해 조사하는데 목적이 있다. 이에 통계의 활용 용도와 관련자료를 조사하고 국내·외 가공식품 소비관련 통계현황을 분석하였다. 그리고 이와 관련해 파일럿조사를 통하여 조사 및 2차 가공방식에 따라 소비량통계를 예비적으로 작성하였으며, 조사 유형별 장단점을 비교해 최종적으로 적절한 작성방식에 대해 제언하였다.

조사통계를 이용해 작성하는 경우를 대비해 가정 식품 구매량 및 외식에서의 가공식품 소비량에 대한 예비조사를 설계하고, 패널을 만들어 조사를 실시하였다. 이 과정에서 얻은 결과와 진행상의 문제점을 파악해 향후 소비량통계 작성을 위한 조사 설계에 반영하였다. 수도권지역의 표본 254명을 대상으로 패널을 구성하였으며, 패널들의 시간 및 장소 측면에서 자유로운 전자가계부 기입형식으로 조사가 이루어졌다. 그리고 수도권 음식점을 모집단으로 하여 40개 업체의 표본을 선정해 외식업체의 관리자급 직원에게 가공식품의 품목별 구매량 및 구입처에 대하여 개별방문면접을 이용해 인터뷰조사를 진행하였다.

POS자료가 주어진 범위 내에서 조사된 데이터보다 정확도가 높은 것으로 알려져 있어, 이 자료를 이용하여 가공식품에 한해 소비량통계를 작성할 수 있는지에 대해서 조사하였다. 식품관련 POS자료를 다루는 리서치회사들을 방문하여 관련 담당자들을 대상으로 인터뷰를 실시하였다. 인터뷰를 통해 자료 내용, 포괄 소매점 범위, B2C와 B2B의 구분 가능성, 인구통계 특성 활용 가능성 등에 대해 분석하였다.

결과적으로 4가지 방식에 대해서 비교하자면, 품목별로 전체 소비량, 1인당 소비량 등 일종의 전국 단위 모수를 파악하고자 한다면 2차 가공통계나 POS자료를 이용한 방식이 더 효율적일 것으로 판단된다. 즉, 큰 틀에서 전체 소비량을 파악하고자 한다면, 2차 가공통계나 POS자료를 이용하는 경우 더 신뢰성 있는 자료를 보다 저렴한 비용으로 만들 수 있을 것으로 생각된다.

만일 통계를 이용하여 전국단위 모수 추정뿐만 아니라 인과관계라든지 소비함수 추정 등 각종 분석까지 고려한다면 가구패널을 이용한 조사가 필요할 것이다. 진흥청에서 소비자패널 조사를 실시하고 있는데, 본 연구에서 다루고 있는 가구패널과 유사한 시스템을 운영하고 있다. 따라서 가구패널을 이용하여 통계를 생산하고자 하는 경우 진흥청 조사와의 차별성이 무엇인가 생각해봐야 할 것이다.

이에 본 연구에서는 다음과 같은 조사방식을 제안하고자 한다. 첫 번째는, 단기패널을 통한 표본 수의 확대로 자료의 신뢰성

제고를 들 수 있다. 표본 수의 확대는 관심 있는 통계변수의 전국적인 모수 추정을 가능하게 해주며, 더 나아가 시기별로 패널표본을 적절히 배분할 경우 계절성을 극복할 수 있도록 하는 뒷받침이 될 것이다. 그리고 표본 수가 늘어날 경우 전국적인 모수 추정을 위한 표본분포 가중치 산정도 보다 정교해질 수 있다. 그리고 온라인가계부 형식을 제안하고자 하는데, 이는 영수증뿐만 아니라 구매 물품 사진까지 쉽게 첨부할 수 있고, 언제 어디서나 스마트폰으로도 입력이 가능하다는 장점이 있다. 또한 온라인패널조사에서는 참여자들에게 본인들의 식품소비 행태를 쉽게 파악하고, 다른 참여자들과의 비교를 한 눈에 볼 수 있도록 할 수 있는데, 이는 참여자들에게는 또 다른 인센티브가 될 수 있을 것이다. 추가적으로 기존 분류체계를 활용하여 통계를 내고자 하는 품목들에 대해서는 구매한 물품의 이름, 브랜드 명을 통해 자동으로 분류가 되게 하는 시스템을 제안하고자 한다. 이는 현재 통계관련 리서치회사들이 활용하고 있는 시스템인데, 이 회사들의 방식을 벤치마킹하여 만들 수 있을 것으로 판단된다.

따라서 이를 통해 한국농촌경제연구원의 소비행태조사는 특정 시점에서의 표본 조사, 농촌진흥청의 소비자패널조사는 연중 패널조사, 그리고 한국농수산식품유통공사는 단기패널을 이용한 표본 확대를 통하여 서로 간에 조사된 자료의 보완을 꾀할 수 있을 것으로 여겨진다.

본 연구에서는 조사의 크기와 범위에 있어서 세 가지 요소의 조합이 필요하다는 것을 다시 한 번 확인하였는데, ① 조사

대상 범위, ② 식품 포괄범위, ③ 유효표본 크기이다. 따라서 향후 가구온라인패널 운영에 있어서 이 세 가지 사항을 적절히 반영한 단계적 통계작성 방안이 필요하다고 여겨진다.

따라서 2016년 통계 발표를 목표로 2015년에는 표본 수를 더 늘린 가구패널 운영과 신뢰성을 높이기 위한 추가적인 분석이 필요하다고 판단되며, 구체적으로 다음과 같은 조사 및 분석이 이루어져야 할 것이다. 첫째, 적어도 2,000개가량의 단기 가구패널 운영을 통하여 온라인 가구패널의 가능성과 예상비용 그리고 애로사항뿐만 아니라 추가적으로 조사된 통계변수의 정확성을 체크할 필요가 있다. 둘째, 패널을 길게 끌고 갈 경우 매너리즘 및 바쁜 일상으로 인하여 축소보고(under-reporting)의 위험성이 확인되었기 때문에, 이를 극복하기 위해 단기패널을 활용하는 한편 이를 통해 절약된 예산으로 표본 수를 늘리는 것이 적절하다고 판단된다. 셋째, 농산물과 가공식품과 관련된 기존의 분류체계를 이용하여 통계를 내고자 하는 다소비 상위 품목들의 자동분류체계를 만들어야 할 것이다.

2016년도는 통계자료 발표 원년으로 삼아 표본을 3,000개로 늘린 후, 그 다음해부터 통계를 집계하는 품목(따라서 자동분류체계에 포함되는 품목)과 표본을 조금씩 늘려가는 방식을 취하는 것이 적절하다고 판단된다. 이를 통해 보다 정교하면서도 타 통계와 차별성 있는 통계를 만들어가는 것이 타당할 것이다. 한편 외식업체는 이번 조사를 통해서 업주 및 종사자들에게 직접 질문하여 신뢰성 있는 자료를 만드는 것이 어렵다는

것이 확인되었다. 따라서 향후 이 통계가 어느 정도 정립되면, 단기가구패널들에 대한 인센티브를 늘려 외식에서의 소비사항을 기입하도록 하는 것이 적절하다고 판단된다.

결론적으로 소비량통계는 단계적으로 진행하는 것이 바람직하다고 판단된다. 시행초기에는 응답자들과 조사자가 적응하기 쉽도록 가공식품 위주로 가정 내 소비에 대해서만 조사를 하고, 온라인 가구패널조사 기반이 구축되면 다음 단계에서는 농산물과 외식에서의 소비를 포함하는 것이 적절하다고 판단된다. 그리고 패널의 수 또한 점진적으로 늘려 통계적 신뢰성을 제고시키는 것이 바람직하다. 외식부문 조사 결과 여러 가지 문제점으로 인한 신뢰도 저하 가능성이 노출되었기 때문에, 소비량을 외식업체에게 직접 물어보는 것은 현재로서는 한계의 벽이 높을 것으로 판단된다. 본 연구를 통해 드러난 문제들을 극복할 수 있는 방안을 마련한 후 서서히 외식에서의 소비를 확대해 나가는 것이 바람직할 것이다.

차 례

제1장 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적 ····· 3

제2장 국내외 식품소비 관련통계 현황

1. 국내 관련통계 현황 ····· 13
2. 일본 관련통계 현황 ····· 27
3. 미국 관련통계 현황 ····· 45
4. 영국 관련통계 현황 ····· 57

제3장 소비자 대상 예비조사

1. 조사 설계 ····· 73
2. 조사 진행과정 및 결과 ····· 85

제4장 외식업체 대상 예비조사

1. 조사 설계 ····· 97
2. 외식업체 조사과정 및 결과 ····· 102

제5장 2차가공통계 가능성 검토

1. 가공통계 분석 개요 ····· 115
2. 가공식품수급량 예비조사 ····· 121
3. POS 데이터 활용 가능성 분석 ····· 136

제6장 결 론

1. 예비조사 결과 검토 ····· 153
2. 조사통계 추진 방향 ····· 160
3. 기타 사항 ····· 175

참고문헌 ····· 179

부 록

1. 일반가구 조사표 ····· 185
2. 외식업체 조사표 ····· 198
3. 가공식품 분류 ····· 203
4. 가구패널예비조사 온라인/웹 화면 구성 및 수정사항 ····· 210
5. 참여패널의 인구통계 및 구매행태 특징 ····· 221
6. 예비조사 결과: 소비량 및 구매장소 통계 ····· 231
7. 가구패널조사 운영결과에 대한 조사업체의 의견 ····· 271

표 차 례

제2장

[표 2-1] 현행 식품소비관련 승인·미승인 통계 요약 ····· 13
[표 2-2] 소비자패널조사와 식품소비행태조사의 구체적 사항 ····· 18
[표 2-3] 국민건강영양조사와 가계동향조사의 구체적 사항 ····· 20
[표 2-4] 음식점 농축산물 소비실태조사의 구체적 사항 ····· 24
[표 2-5] 외식 식재료 구매실태조사의 구체적 사항 ····· 25
[표 2-6] 일본 식품소비 관련 통계 현황 ····· 29
[표 2-7] 가계조사 표본 할당 (2013년 기준) ····· 31
[표 2-8] 가계조사 가계부 설문 형태 ····· 33
[표 2-9] 가계조사 가계부 구입 예시 ····· 33
[표 2-10] 가계조사 결과 예시 ····· 34
[표 2-11] 국민건강·영양조사 결과 예시 ····· 37
[표 2-12] 일본 식품손실통계조사의 개요 ····· 42
[표 2-13] 미국의 식품소비 관련 통계현황 ····· 47
[표 2-14] 영국의 식품소비와 관련된 통계현황 ····· 64

제3장

[표 3-1] 소비자 예비조사 설계 ····· 75
[표 3-2] 소비자 조사 단계 및 신뢰도 제고 방안 ····· 83
[표 3-3] 1차 사전조사 시 모집현황 ····· 86
[표 3-4] 탈락 후 패널 현황 ····· 86
[표 3-5] 참여패널의 가구원수와 지역별 교차 표 ····· 90

제4장

[표 4-1] 외식업체 조사 개요 및 내용 ····· 98
[표 4-2] 표본 할당 표 ····· 100
[표 4-3] 외식업체 특성과 품목별 구매량의 교차표 ····· 108
[표 4-4] 외식업체 특성과 구매처의 교차표 ····· 109

제5장

[표 5-1] 2차가공을 이용한 가공식품수급량 예비조사 개요 ····· 116
[표 5-2] POS자료 활용 가능성 조사 ····· 117
[표 5-3] 식품수급표의 조사내용 ····· 118
[표 5-4] 작성방법 ····· 119
[표 5-5] 과자류 생산량, 출하량, 수출량 정리표 ····· 126
[표 5-6] 과자류 수입량 정리표 ····· 127
[표 5-7] 2012년도 과자류 통계자료 취합표 ····· 128
[표 5-8] 2012년도 과자류 이입량, 이월량, 총공급량 ····· 129
[표 5-9] 가공식품수급표 작성결과 (2012년 기준) ····· 132

제6장

[표 6-1] 각 작성방식의 특징 및 장단점 ····· 155
[표 6-2] 조사범위와 작성방식 ····· 158
[표 6-3] 해외 표본 및 패널 운영 사례 ····· 170
[표 6-4] 표본 구성 안 ····· 172
[표 6-5] 소비량통계 조사 범위 및 표본 수 조합에 따른 예상비용 ··· 173

부록

[표 Ⅲ-1] 식품공전 분류 ····· 205
[표 Ⅳ-1] 농림축수산물 품목별 리스트 ····· 218
[표 Ⅴ-1] 가구소득별 식료품 지출 비용 ····· 222
[표 Ⅴ-2] 가구원수에 따른 식료품 지출 비용 ····· 222
[표 Ⅴ-3] 식료품 구입장소 및 선택이유 ····· 228
[표 Ⅵ-1] 인구통계에 따른 농산물 소비량 교차표 ····· 231
[표 Ⅵ-2] 인구통계에 따른 구매처 비율 교차표 ····· 234
[표 Ⅵ-3] 인구통계에 따른 축산물 소비량 교차표 ····· 236
[표 Ⅵ-4] 인구통계에 따른 축산물 구매처 비율 교차표 ····· 239
[표 Ⅵ-5] 인구통계에 따른 과자류 소비량 교차표 ····· 241
[표 Ⅵ-6] 인구통계에 따른 과자류 구매처 비율 교차표 ····· 244
[표 Ⅵ-7] 인구통계에 따른 빵류 또는 떡류 소비량 교차표 ····· 246
[표 Ⅵ-8] 인구통계에 따른 빵류 또는 떡류 구매처 비율 교차표 · 249
[표 Ⅵ-9] 인구통계에 따른 코코아가공품 또는 초콜릿류 소비량 교차표 · 251
[표 Ⅵ-10] 인구통계에 따른 코코아가공품류 또는 초콜릿류 구매처 비율 교차표 · 254
[표 Ⅵ-11] 인구통계에 따른 어육가공품 소비량 교차표 ····· 256
[표 Ⅵ-12] 인구통계에 따른 어육가공품 구매처 비율 교차표 ····· 259
[표 Ⅵ-13] 인구통계에 따른 두부류 또는 묵류 소비량 교차표 ····· 261
[표 Ⅵ-14] 인구통계에 따른 두부류 또는 묵류 구매처 비율 교차표 · 264
[표 Ⅵ-15] 인구통계에 따른 면류 소비량 교차표 ····· 266
[표 Ⅵ-16] 인구통계에 따른 면류 구매처 비율 교차표 ····· 269

그 림 차 례

제1장

[그림 1-1] 연구의 지향점 및 절차 요약 ····· 8
[그림 1-2] 세부분석 개요 ····· 9

제3장

[그림 3-1] 조사통계 예비분석 개요도 ····· 73
[그림 3-2] 패널조사 위탁업체의 패널 보유 현황 ····· 80
[그림 3-3] 소비자 예비조사 흐름 및 체크 사항 ····· 84
[그림 3-4] 참여패널의 가구원 수 구성 ····· 89
[그림 3-5] 참여패널의 지역별 구성 ····· 90
[그림 3-6] 참여패널의 소득별 구성 ····· 91

제4장

[그림 4-1] 조사참여업체의 업종 비율 ····· 104
[그림 4-2] 조사참여업체의 종사자 비율 ····· 104
[그림 4-3] 조사참여업체의 규모 비율 ····· 105
[그림 4-4] 조사참여업체의 좌석 수 ····· 105
[그림 4-5] 조사참여업체의 프랜차이즈 비율 ····· 106
[그림 4-6] 조사참여업체의 방문고객 수 비율 ····· 106
[그림 4-7] 주요 품목별 구매량 ····· 107
[그림 4-8] 구매처별 구입 비율 ····· 108

제5장

[그림 5-1] 가공통계를 이용한 작성 예비조사 개요도 ····· 115
[그림 5-2] 가공식품수급표 계산 절차 요약 ····· 131

제6장

[그림 6-1] 본 조사통계의 차별성 ····· 157
[그림 6-2] 2015년도 진행 및 분석 개요 ····· 162
[그림 6-3] 온라인가구패널조사 단계별 확대 방안 ····· 167

부록

[그림 Ⅳ-1] 스마트폰을 이용하는 경우 초기 접속화면 ····· 210
[그림 Ⅳ-2] 컴퓨터를 이용하는 경우 초기 접속화면 ····· 211
[그림 Ⅳ-3] 조사 소개 및 작성 날짜 화면 ····· 211
[그림 Ⅳ-4] 구입내역 작성 시작화면 ····· 212
[그림 Ⅳ-5] 저장 완료 화면 ····· 213
[그림 Ⅳ-6] 조사가이드 및 품목 분류표 ····· 214
[그림 Ⅳ-7] 선물 내역 입력 화면 ····· 215
[그림 Ⅴ-1] 식료품 지출 비용 ····· 221
[그림 Ⅴ-2] 주거형태 ····· 223
[그림 Ⅴ-3] 맞벌이 여부 ····· 223
[그림 Ⅴ-4] 주말부부 여부 ····· 224
[그림 Ⅴ-5] 식료품 구입 횟수 ····· 225
[그림 Ⅴ-6] 1회 평균 식료품 구입비용 ····· 225
[그림 Ⅴ-7] 식료품 구입장소 ····· 226
[그림 Ⅴ-8] 재래시장 이용횟수 ····· 227
[그림 Ⅴ-9] 식료품 구입장소 선택 이유 ····· 227

[그림 Ⅴ-10] 식료품 구매자 비율 ····· 229
[그림 Ⅴ-11] 한 달 평균 외식 횟수 비율 ····· 229
[그림 Ⅴ-12] 외식 시 이용하는 식당 1순위 ····· 230
[그림 Ⅵ-1] 농산물 소비량 ····· 231
[그림 Ⅵ-2] 농산물 구매처 비율 ····· 233
[그림 Ⅵ-3] 축산물 소비량 ····· 236
[그림 Ⅵ-4] 축산물 구매처 비율 ····· 238
[그림 Ⅵ-5] 과자류 소비량 ····· 241
[그림 Ⅵ-6] 과자류 구매처 비율 ····· 243
[그림 Ⅵ-7] 빵류 또는 떡류 소비량 ····· 246
[그림 Ⅵ-8] 빵류 또는 떡류 구매처 비율 ····· 248
[그림 Ⅵ-9] 코코아가공품류 또는 초콜릿류 소비량 ····· 251
[그림 Ⅵ-10] 코코아가공품류 또는 초콜릿류 구매처 비율 ····· 253
[그림 Ⅵ-11] 어육가공품 소비량 ····· 256
[그림 Ⅵ-12] 어육가공품 구매처 비율 ····· 258
[그림 Ⅵ-13] 두부류 또는 묵류 소비량 ····· 261
[그림 Ⅵ-14] 두부류 또는 묵류 구매처 비율 ····· 263
[그림 Ⅵ-15] 면류 소비량 ····· 266
[그림 Ⅵ-16] 면류 구매처 비율 ····· 268

제1장

서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

1.1. 연구의 필요성

■ 농식품산업은 농산물 생산, 가공, 유통, 외식을 포괄하는 산업분야로 정의될 수 있는 바, 변화하는 소비자 요구에 대한 대응, 국내 농수산물의 안정적 판로 제공, 광범위한 고용 및 소득기회 제공 등 국민경제에서 중요한 위치를 차지하고 있으며, 향후 그 역할은 더욱 커질 것으로 전망됨.

▹ 국내 농업부문의 정체 대비 식품산업부문의 성장은 현저하여, 향후 국내 농업의 발전을 도모하기 위해서는 식품산업을 포괄하는 방향의 농정체계 구축이 필수적임.

■ 따라서 농식품분야 통계는 다른 어떤 분야보다도 국민의 기본생활에 직결되는 먹을거리에 대한 정보를 제공하는 중요한 지표임.

▹ 특히, 소비자 식생활의 고급화, 다양화, 외부화 등 농식품분야를 둘러싼 환경이 크게 변화하는 가운데, 국산원료공급체계의 정비를 통한 국내농업과 식품산업부문 간 연계 강화가 중요한 정책과제로 대두되고 있으므로, 이에 대응하는 구체적 시책마련을 위해 관련 통계자료의 체계적인 확보가 필요한 상황임.

■ 그러나 이러한 필요성 대비 식품소비량을 포괄적이면서도 구체적으로 개괄할 수 있는 자료가 아직까지는 부족한 상황임.

▹ 이에 농림축산식품부에서는 국민 식생활 및 식품소비행태 변화 분석을

위해 ‘가공식품 품목별 소비량통계’를 작성하고자 계획하고 있음.

- ▹ 이를 위해 기존 보고서 및 논문들을 살펴본 결과 1) 이 통계를 작성한다면 조사통계가 적절한지 아니면 가공통계가 적절한지, 2) 만일 조사통계를 작성한다면, 어떠한 방식으로 표본을 구축하여 어떤 항목에 대한 조사를 진행하여야 하는지, 3) 만일 가공통계로 작성한다면, 어떤 기존통계 및 자료를 바탕으로 어떤 형식으로 재가공해야 하는지에 대해 참고할만한 정보가 부족한 상황임.
- ▹ 따라서 가공식품 품목별 소비량통계 작성을 위한 분석을 통하여 조사방법론에 대한 사전 검토 및 타당성을 살펴보고, 이를 바탕으로 구체적인 조사추진계획을 수립할 필요가 있음.

1.2. 기존 관련연구

■ 2000년 이후 식품관련 통계를 진단한 주요 보고서로는 농정연구센터(2002)의 ‘식품산업관련통계의 체계적 구축방안에 관한 연구’, 통계청(2009)의 ‘식품분야 2009년 정기통계품질진단 연구용역 최종결과보고서’, ATKEARNEY(2009)의 ‘식품외식 정보인프라 구축-마스터플랜 수립 최종보고서’, 중앙대학교·농정연구센터(2010)의 ‘식품·외식정보인프라 강화를 위한 민·관 협력방안 연구’, 진현정 외(2011), ‘정보 수요자별 식품정보·통계 수요조사’, 서울대학교(2013)의 ‘2013 식품산업 통계·정보 사업 중장기 발전 전략 수립’ 등의 연구가 있음.

- ▹ 농정연구센터(2002)의 분석은 우리나라 푸드시스템의 거시적 양상 파악 및 특징 분석, 식품산업 관련통계의 현황과 문제점 파악, 개선과제 그리고 식품산업 관련통계의 정비·구축방안에 관한 의견 등을 제시하고 있음.
- ▹ 통계청(2009)의 분석은 국내 식품분야 국가승인통계 및 미승인 통계 작성 현황 파악 및 특성 분석, 해외 주요국가와 국제기구의 식품분야 통계 작성

현황 및 특성 분석, 해외의 유사통계와의 비교, 분석 및 벤치마킹 사례 발굴 등을 통하여 현 식품통계의 생산현황에 대한 개선방안을 제시하고 있음.

- ▹ ATKEARNEY(2009)의 분석은 식품관련 정보에 대한 현황 분석을 통해 문제점 및 개선방안 제시, 선진 정보인프라 구축을 위한 정보화 전략방향의 마스터플랜 수립의 기초자료 등을 제공하고 있음.
- ▹ 중앙대학교·농정연구센터(2010)의 연구에서는 공공 및 민간부문의 식품분야 통계현황을 검토하여 통계의 보완 및 통계작성체계 등을 분석하고, 통계생산체계 구축을 위한 공공 및 민관기관의 협력체계를 제시하고 있음.
- ▹ 진현정 외(2011)는 전문가, 현업종사자, 정책입안자 등을 대상으로 식품관련 정보 및 통계에 대한 개선사항과 수요를 조사하여 제시하고 있음.
- ▹ 서울대학교(2013)의 연구는 국내외 식품산업분야와 관련된 각 기관별· 단계별 통계·정보 분석 및 현황 정리와 통계정보 수요자를 진단하고, 체계적인 식품산업 통계 정보생산 및 확산 시스템을 구축하기 위한 발전 전략과 실행방안을 제시하고 있음.
- ▹ 언급된 위 연구들은 주요 내·외부 이해관계자들을 대상으로 정보 생산/활용 현황 및 정보 니즈에 대한 심층 인터뷰 및 설문 결과를 제공하고는 있지만, 본 연구의 주제인 가공식품소비량통계에 대해서는 구체적인 언급이 이루어지지 않음. 따라서 가공식품소비량 신규통계 작성 방향 및 체계에 시사점이 될 만한 사항은 부족한 것으로 나타남.

■ 한편, 현재 식품소비 관련 표본설계에 대한 연구는 이용선 외(1999), 김경필 외(2004), 박진우 외(2007)가 있음.

- ▹ 이용선 외(1999)는 가정 내 식품소비물량 파악을 위한 소비통계조사의 표본을 설계하고 조사방안을 제시하였으며, 김경필 외(2004)는 도시가계의 농축수산물 소비행태조사를 위해 소비자패널 구축 및 표본 설계에 대해서 제시하였으며, 박진우 외(2007)는 농수축산물의 기술개발 방향 설정

을 위한 소비자패널 표본설계 및 효과적인 패널관리지침 등을 연구하여 제시하였음.

▹ 이상 언급된 세 가지 연구들은 만일 조사통계를 이용하여 식품 소비량 통계를 작성하는 경우 표본설계를 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 판단됨.

1.3. 연구의 목적

■ 본 연구는 '가공식품 품목별 소비량통계'를 위한 선행연구로써, 이 통계의 사용용도 및 필요성 그리고 이에 맞는 적절한 작성방식에 대해 조사하는데 목적이 있음.

▹ 즉, 통계의 정확한 활용 용도와 관련된 자료 및 품목의 범위에 대해서 살펴보고, 이와 관련하여 조사통계, 기존통계의 2차가공, POS자료 활용방식 등에 대해서 비교·분석함.

▹ 조사통계 및 가공통계방식은 파일럿조사를 통하여 관련통계를 작성해보고자 하며, POS자료 활용방식은 관련 리서치회사들을 대상으로 한 인터뷰를 통해 가공식품소비량통계 작성 가능성, 예상 비용, 자료의 포괄범위, 예상되는 문제점 등을 파악함.

■ 따라서 본 연구에서는

① 식품소비량통계의 구체적인 지향점을 정립하고, 활용용도 및 활용방안과 이에 따른 조사의 적정 범위에 대해 논의함.

② 국내·외 가공식품소비량 관련 통계 현황에 대해 조사함.

③ 조사통계를 이용하여 작성하는 경우를 대비하여, 가구 내 식품구매량을 살피기 위한 파일럿조사를 설계하여 실시하고 시사점을 도출함.

④ 기존통계나 업계자료 등을 2차가공하여 소비량통계를 작성하는 경우를 대비하여, 작성방식과 자료 활용 가능성에 대해서 분석함.

⑤ 최종적으로 앞의 분석들에서 나타난 결과 및 시사점을 바탕으로 통계의 범위 및 포괄 품목 그리고 적절한 작성방식에 대해 제언함.

1.4. 연구의 범위 및 특징

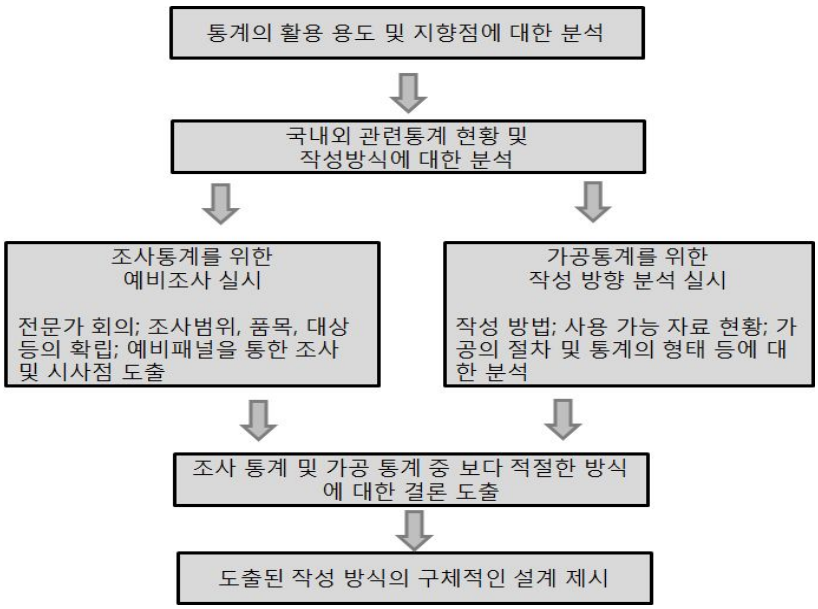
■ 위에서 언급한 본 연구의 보다 구체적인 방향 및 범위는 [그림 1-1]에 제시된 것처럼 정리될 수 있음.

① 이 통계의 목적은 주요 세부품목의 개인별, 국민전체 평균 소비량을 파악하는데 있는데, 이를 위한 통계작성의 필요성과 활용 범위 그리고 예상되는 수요자에 대해서 분석함.

② 소비량 관련 통계 현황과 관련하여, 국내에 대해서는 가계동향조사 (통계청), 국민건강영양조사 (보건복지부), 식품수급표 (KREI), 소비자패널조사 (진흥청), 식품소비행태조사 (KREI) 등의 통계의 목적, 활용용도, 작성방식과 범위, 조사항목 등에 대해서 살펴봄. 국외 자료와 관련해서는 미국, 일본, 영국의 소비관련통계의 작성현황과 방법 등에 대해서 살펴보고 시사점을 도출함.

③ 조사통계 방식과 관련하여, 가구 식품구매량을 살피기 위한 예비조사를 실시함. 이 예비조사를 위한 조사 범위, 품목, 응답대상 등을 전문가회의를 거쳐 검토하고, 표본 설계 및 문항을 확정함. 그리고 예비패널을 만들고 이들을 대상으로 조사를 실시하여 이 과정에서 얻어진 결과 및 진행상의 문제점 등을 차년도 조사설계에 반영함.

[그림 1-1] 연구의 지향점 및 절차 요약



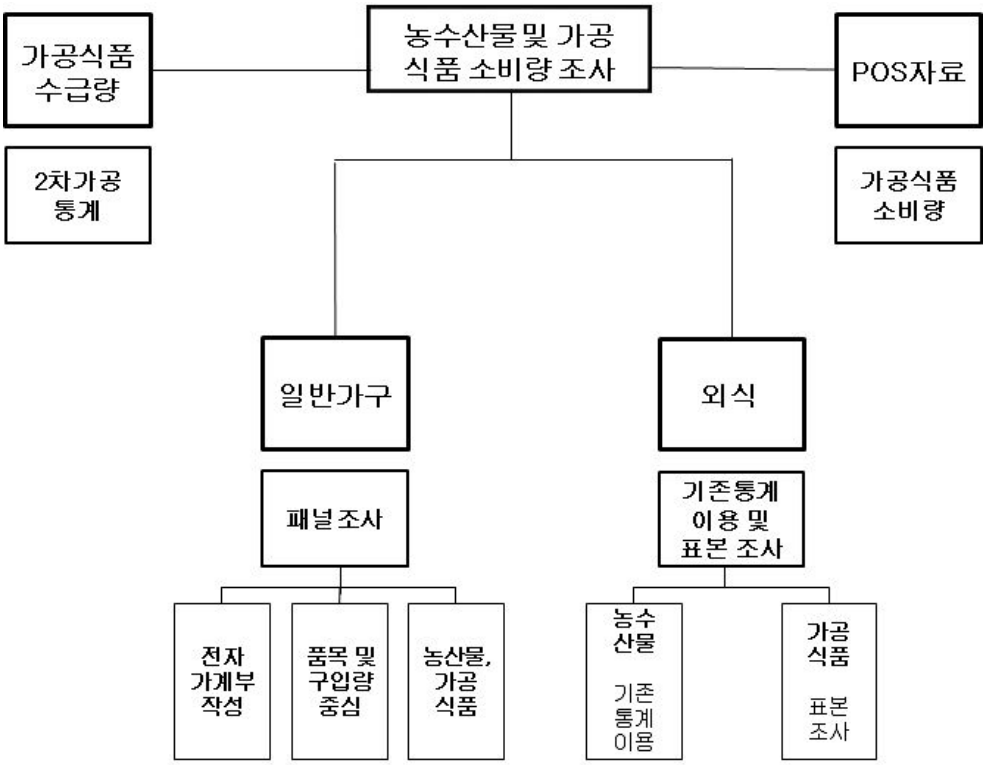
④ 기존의 통계나 업계자료 등을 이용한 2차가공과 관련하여, 실제로 가칭 '가공식품수급량통계'를 기존의 자료를 활용하여 작성하여, 이를 통해 작성 가능성, 방식, 자료 활용 가능성에 대해서 살펴봄. 그리고 POS자료를 수집하여 가공하고 있는 리서치회사들을 대상으로 한 조사를 통하여 POS 자료를 이용한 가공식품소비량통계 작성 가능성, 예상 비용, 자료의 포괄범위, 예상되는 문제점 등을 파악함.

⑤ 최종적으로 분석 결과 및 시사점을 바탕으로 식품소비량통계의 작성 방식과 범위 그리고 이 통계의 현실화를 위한 향후 로드맵을 제시함.

1.5. 분석 개요

■ 다시 정리하자면, [그림 1-2]에 제시된 바와 같이, 본 연구에서는 '가공식품 품목별 소비량통계'와 관련하여 가능한 여러 가지 작성방식에 대해 검토하고, 이 방식들을 이용해 예비적으로 통계를 작성하였음. 이러한 예비적인 통계 작성을 통하여 여기서 드러난 문제점, 가능성, 애로사항 등을 바탕으로 가공식품소비량통계의 지향점과 적절한 작성 방식에 대해 제언함.

[그림 1-2] 세부분석 개요



■ 이에 따라 소비자를 대상으로 한 식품 구매량 조사, 외식업체를 대상으로 한 가공식품구매량 조사, POS자료 서비스 업체를 대상으로 한 분석, 거시적인 측면에서 기존통계 2차가공을 이용한 가공식품수급량 조사를 진행함.

■ 한 가지 명확하게 정의되어야 할 사항은, 본 연구에서는 구매량을 소비량으로 간주하고자 한다는 것임. 현재 전세계적으로 식품관련 통계에 있어서 소비자가 구매한 것을 소비량로 보는 것이 일반적임. 이는 현재 식품 손실 및 음식물 쓰레기를 정확하게 파악할 수 있는 자료 부족 문제 때문인데, 향후 품목별 식품 쓰레기와 관련된 신뢰할만한 자료가 만들어지게 되면 이러한 가정은 필요치 않을 것으로 기대됨.

제2장
국내외 식품소비 관련통계 현황

1. 국내 관련통계 현황

1.1. 국내 관련통계 개요

■ 현재 국내의 경우 중앙행정 및 중앙행정소속기관 7곳에서 식품소비관련 통계를 작성하고 있음. 이 통계들 중 일부는 품목과 조사항목에서 겹치는 부분이 있으며, 다른 한편으로는 이 통계들의 조사항목이 포괄하지 못하는 부분이 있음.

▹ [표 2-1]에 제시된 바와 같이, 개인별 소비 측면을 파악할 수 있는 자료로는 양곡소비량조사, 국민건강영양조사, 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 소비자패널조사, 식품소비행태조사 등이 있음.

■ 현재 관련통계 중 개인별 소비금액 및 소비량 자료를 추출할 수 있는 가장 근접한 자료로는 농촌진흥청의 소비자패널조사, 한국농촌경제연구원의 식품소비행태조사가 있음.

[표 2-1] 현행 식품소비관련 승인·미승인 통계 요약

통계명	주기	대상표본	조사내용
양곡 소비량 조사 (통계청) (승인)	연간 (매월 1일 ~ 말일)	전국농가 560가구 전국 비농가 999가구 식품기업: 3,111업소	- 가구부문: 가구원 사항, 외식, 결식 및 접대 횟수, 월초 및 월말 재고량, 월중수입량 (농가: 수확량, 도정량, 구입량, 기타현물), 월중지출량 (음식용소비량: 주·부식, 장류용, 떡·과자용);(기타음식용: 판매용, 종자용, 사료용, 증여용), 임차료, 기타지출

			- 사업체부문: 사업체 기본사항, 연간 쌀 소비량
			- 양곡종류: 쌀, 보리쌀, 밀가루, 잡곡류, 두류, 서류
가계 동향 조사 (통계청) (승인)	매월	전국일반 가구 8,700패널	- 가구의 수입/지출, 가구주, 가구구성, 주거에 관한 사항, 품목별 소비내역 - 현금/카드결제 구분, 자가 재배 품목 포함, 선물 포함, 정확한 상품 명칭을 가계동향조사표에 세부적으로 기입하여 매달 1일부터 말일까지의 정확한 가구별 월평균 수입 및 지출확인
			- 소비품목: 식료품·비주류음료, 외식, 경조사, 선물, 용돈, 음식·숙박, 해외여행 등
국민 건강 영양 조사 (보건 복지 부) (승인)	연간, 연중 매주 3일 간 전국 4개 지역 조사	192개 조사구, 약 3,840가구의 가구원 약 11,520명	- 영양조사에 식품 및 영양소 섭취현황과 식품섭취 빈도 자료가 포함되어 있음. 이 자료는 면접 및 조리기록지 그리고 식품섭취조사표 등 세 가지 방식을 이용하여 조사됨. - 영양사 2명으로 구성된 영양조사팀이 각 가정을 방문하여 개인별 면접방법으로 수행. · 조사 1일전 하루 동안 섭취한 음식의 종류 및 섭취량 · 연별, 연중 매주 3일 간 전국 4개 지역 조사 · 192개 조사구, 약 3,840가구의 가구원 약 11,520명 · 품목별 섭취빈도 객관식 항목: 거의 안 먹음, 1년 6-11회, 한 달 1회, 한 달 2-3회, 1주 1회, 1주 2-3회, 1주 4-6회, 하루 1회, 하루 2회, 하루 3회, 모름/무응답 - 가구별 조리기록지 (음식, 총량, 재료명, 가공여부, 식품상태, 식품재료량 등) - 식품섭취조사표 II 식사구분, 시간, 식사장소, 매식여부, 음식명, 조리음식(눈대중 분량, 부피, 중량), 섭취음식(눈대중분량, 부피, 중량), 식품재료명 및 식품상태, 가공여부, 식품재료량(눈대중분량, 부피, 중량) 등
			- 식품품목: 곡류10, 두류·서류6, 육류·난류7, 생선류16, 채소류28, 해조류2, 과일류14, 우유·유제품4, 음료3, 주류3, 기타3
식품 산업 분야별	연간, 표본 조사	주거형태별로 400개	- 최종소비자: 가구 일반적 사항, 품목별 구입실태(구입단위, 품목별 평균 구입금액/구매량, 연간 구매횟수) 친환경·전처리 농산물 구입실태,

원료 소비 실태 조사 (농식품부, aT) (승인)	('11부터 소비자 대상 조사 중단)	조사구 중 2,000가구	품질인증 및 식품안전 의식, 구매처, 농식품 표시제도 개선사항 등, 식사패턴(가정식, 외식, 결식 등), 외식부문 소비자 선호도 (연령·소득수준별 선호업태, 선호이유, 외식 빈도 등)
			- 품목: 쌀, 보리, 밀가루, 옥수수, 콩(대두), 감자, 무, 당근, 배추, 고추(고춧가루 포함), 마늘(다진마늘 포함), 양파, 파, 수박, 참외, 딸기, 토마토, 사과, 배, 포도, 감귤, 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 계란, 우유, 명태, (물)오징어, 김, 인삼, 참깨, 땅콩, 천일염, 설탕, 커피, 커피믹스
식품 수급표 (KREI) (미승인)	연간	관련기관 기본통계 2차 가공	- 대상 식품의 생산, 수입, 이입, 총 공급량, 이월, 수출, 사료, 종자, 감모, 가공용도(식용, 비식용) 사용 자료 수집 - 식용공급량, 폐기율, 1인 1일당 영양공급량, 1인 1일당 식품공급량(g), 1인 1일당 식품군별 섭취량 추이(g) 파악
			- 대상식품: 곡류, 서류, 설탕류, 두류, 견과류, 종실류, 채소류, 과실류, 육류, 계란류, 우유류, 유지류, 어패류, 해조류, 주류
소비자 패널 조사 (진흥청) (미승인)	매월	수도권 1,000 가구	- 가족사항, 구매 날짜, 구매 장소, 선물용 농식품 구매처, 품목, 단위, 수량, 가격, 영수증 첨부 유무, 외식여부, 신용카드 구매 여부 - 품목에는 브랜드명, 원산지, 가공식품의 제조사 기입 - 단위는 kg, 개, 봉 등, 수량은 몇 kg, 몇 개, 몇 봉 등 - 육류는 국내산 여부, 부위, 몇 kg, 몇 근 등을 기입
식품 소비 행태 조사 (KREI) (승인)	연간	전국 3,000 가구	- 식품구입행태: 식료품 구입 주기/단위/고려기준/ 가격, 구입 이유, 구입 장소 및 선택 이유, 가격/품질 만족도, 항목별 지출액 1년 전 대비 동향과 1년 후 전망, 외식소비행태, 식생활 및 라이프스타일, 식품안전성, 식품표시사항 이용 현황 - 품목: 곡물(쌀), 채소, 과일, 임산물, 축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 우유, 요구르트, 치즈), 수산물(생선류, 해조류, 조개류, 연체류, 갑각류, 건어물), 가공식품(김치, 고추장, 된장, 국간장)

▹ 이 통계들은 목적이나 활용도 면에서 본 식품소비량통계와 다소 유사성을 가지고 있는데, 현재 정확도 면에서는 영수증을 활용하는 소비자패널조사, 조사범위(질문 항목의 다양성)와 표본의 대표성 면에 있어서는 식품소비행태조사가 상대적 우위를 가지고 있는 것으로 나타남.

▹ 언급된 이 통계들은 궁극적으로 가구의 농식품구매와 외식을 포함한 가구 및 가구원의 식품소비행태에 관한 것으로서 상호보완이 가능한 면이 있음

■ 그 외 양곡소비량, 국민건강영양조사, 가계동향조사, 식품수급표의 경우 이 통계들을 통해 구체적인 품목이나 부류별로 소비량/금액자료를 추출하는 데는 한계가 있음.

▹ 양곡 소비량은 타 품목에 대한 자료를 구할 수 없기 때문에, 소비량을 파악하는데 주된 자료보다는 보조자료로서 활용이 가능할 것임.

∨ 외식의 경우 횟수로 물어보기 때문에, 외식에서의 쌀 소비량은 파악이 불가.

∨ 가구부문 양곡소비량 조사표(농가/비농가)에 보면, 가구원별로 외식·결식·접대를 횟수로 기입하게 되어 있음.

∨ 이 중 외식은 접대 받은 횟수를 포함해서 기입하도록 되어 있는데, 가구원이 간식이 아닌 끼니로 자기 집에서 만든 음식을 먹지 않고, 음식점이나 다른 가구에서 만든 음식을 먹은 횟수를 의미하며, 1일 3회로 제한함.

∨ 접대한 횟수는 자기 집에서 만든 음식을 간식이 아닌 끼니로 가구원이 아닌 사람에게 접대한 횟수를 말하며, 1일은 3회로 제한함. (접대횟수= 접대한 사람수 × 끼니수). 배달음식 또는 음식점에서 접대한 경우에는 접대한 횟수가 아닌 외식으로 조사됨.

▹ 국민건강영양조사의 영양조사편의 경우 식생활조사는 질문 범위를 '전체적인 식생활'로 하였기 때문에 부류별, 품목별 소비량 데이터를 취할 수 없음. 또한 섭취빈도조사의 경우 품목은 다양하나 질문이 객관식으로 몇 회 먹는지만 있기 때문에 정확한 소비량을 파악하는 데는 한계가 있음. 즉, 이 자료를 가지고 국가 전체적인 측면에서 소비량 자료를 추출하기에는 한계가 있음.

▹ 가계동향조사의 경우 식품을 큰 부류별로 기술하도록 유도하고 있음. 따라서 세부품목의 소비량을 파악하는 데 한계가 있음.

▹ 식품수급표의 경우 농산물 품목별로 거시적인 측면에서 생산부터 소비까지의 흐름을 알 수 있음. 그러나 거시자료를 활용하여 부류별 1인당 1년 식품공급량 자료를 산출하였기 때문에, 보다 정확한 소비액이나 소비량을 추출하는데 한계가 있음. 그리고 농산물 위주의 항목이기 때문에, 가공식품 자료는 현재로서는 추출할 수 없음.

1.2. 기존 관련통계에 대한 세부적 고찰

1.2.1. 소비자패널조사/식품소비행태조사

■ 농촌진흥청의 소비자패널조사는 가구별 식품의 소비금액 및 소비량을 알 수 있는 자료로, 영수증을 활용하여 조사의 정확도를 높이고 있음.

▹ 소비자패널조사의 조사항목은 가족사항과 가계부로 구분됨. 가족사항은 관계, 성별, 연령, 직업, 자녀의 학년, 출입일자로 구성되며, 가계부는 구매 날짜, 장소, 선물 유무 및 선물의 구매처, 품목(브랜드, 원산지, 제조사), 단위, 수량. 가격, 신용카드 구매여부, 외식현황 등의 항목으로 구성되어 있음. 여기서 외식은 가족 단위의 외식을 의미하며, 직장, 학교, 계모임 등의 외식은 제외함.

[표 2-2] 소비자패널조사와 식품소비행태조사의 구체적 사항

통계명	작성주기	대상표본	조사방법	조사항목	담당기관
소비자패널조사	월별	수도권 700가구	자기기입	- 동거가족사항 (관계, 성별, 연령, 직업, 자녀의 학년, 출입일자), 식품구매내역 (날짜, 장소, 영수증 부착, 영수증이 없는 경우 품목, 단위, 수량, 가격 기입), 카드결제 유무, 외식관련 정보	농촌진흥청
식품소비행태조사	연간	전국 3,000가구	방문조사	- 식품소비 라이프스타일, 식품 구매행태(식품구입장소, 이유, 선택기준, 구입단위, 주기, 정보 획득처 등), 식품소비동향과 전망(최근 소비지출 증감, 향후 소비지출 증감, 식품종류별 선호도 등), 소비자 태도 및 소비자 의식(식품안전 및 식품표시 관련 소비자 행동, 식품관련 홍보 및 교육의 경험, 식품관련 피해규제 경험 등), 식생활 현황(밥류 식사 횟수, 메뉴, 가족동반 식사율, 식생활 만족도 등), 식품관련 정책 평가 - 가구별로 주 구매자, 성인, 청소년으로 나누어 조사	한국농촌경제연구원

▹ 해당조사는 월별로 진행하며, 수도권지역 약 700개 정도의 가구를 대상으로 함. 농촌진흥청에서 매달 말 익월에 작성할 가계부를 조사대상 가구에 발송하며, 기록을 마친 가계부는 다음 달 초까지 우편으로 회신하게 하여 조사함. 가계부에는 구매날짜와 장소 별로 실제 영수증을 첨부하게 하며, 영수증이 없는 경우 품목, 단위, 수량, 가격 등의 정보를 직접 기입하게 함.

■ 식품소비행태조사는 가구의 전반적인 식품소비행태와 소비자의 식품소비 경향을 파악하여 식품정책의 방향 제시 및 관련 연구 및 정책에 기초자료를 제공하는데 목적이 있음.

▹ 조사내용으로는 식품소비 라이프스타일, 식품구입장소, 주기, 이유, 기준, 가격 등의 구매행태, 식품 항목별 지출 및 선호도 등의 소비동향과 전망 등임. 이 밖에도 식품안전과 식품표시 관련 소비자 태도 및 의식, 식생활 현황, 식품 관련 홍보 및 교육, 피해구제의 경험과 관련 정책 만족도 평가 등으로 구성됨.

▹ 해당조사는 연간 진행하며, 표본은 전국을 대상으로 약 3,000개 정도의 가구를 목표로 함. 면접원이 조사대상가구에 직접 방문하여 조사하며, 무응답률 및 무응답오차를 최소화하기 위해 표본개체들에 대한 5회 이상의 방문조사를 진행함.

1.2.2. 국민건강영양조사/가계동향조사

■ 국민건강영양조사는 국민의 건강수준과 건강관련 의식 및 행태, 식품 및 영양섭취 실태에 대해 파악하여 보건정책에 필요한 근거자료를 제공하는데 목적이 있음.

▹ 국민건강영양조사의 조사항목은 건강설문조사, 검진조사, 영양조사로 나뉨.

∨ 건강설문조사는 가구조사, 교육, 건강검진, 예방접종, 교육, 비만 및 체중조절, 안전의식, 경제활동, 흡연, 음주 등의 항목으로 구성되며, 검진조사는 신체계측, 혈압 및 맥박, 혈액 및 소변, 폐기능 등의 검사를 실시함. 영양조사는 영양지식, 식생활 및 식품섭취빈도를 조사하며, 관련된 식품품목은 곡류, 육류, 생선류, 채소류, 과일류, 우유 및 가공식품 등임.

▹ 해당조사는 연별로 작성되며, 연중 매주 3일간 전국의 4개 지역을 중심으로 조사가실시되어 익년 12월에 공표됨. 표본은 192개의 조사구를 대상으로 하며, 약 3,840개 조사구의 만 1세 이상 가구원 약 11,520명 정도로 구성됨. 건강설문조사와 검진조사는 이동검진센터에서, 영양조사는 대상가구를 직접 방문하여 실시함.

■ 가계동향조사는 가구에 대한 가계수지 실태를 파악하고, 국민의 소득과 소비수준 변화의 측정 및 분석 등에 필요한 근거자료를 제공하는데 목적이 있음. 소비자물가지수의 가중치 산정 및 각종 경제정책입안, 소득분배지표 등의 기초자료가 되며, 취약계층 지원, 근로자 임금기준 결정 등의 기준 작성에 사용됨.

[표 2-3] 국민건강영양조사와 가계동향조사의 구체적 사항

통계명	작성주기	대상표본	조사방법	조사항목	담당기관
국민건강영양조사	연간(익년 12월)	약 3,804가구의 가구원 약 11,520명	직접방문검진조사	건강설문조사(가구조사, 교육, 건강검진, 예방접종, 여성건강, 이환, 손상, 활동제한, 의료이용, 교육, 비만 및 체중조절, 안전의식, 경제활동, 흡연, 음주, 정신건강, 삶의 질), 검진조사(신체계측, 혈압 및 맥박 측정, 혈액 및 소변검사, 구강검사, 폐기능검사, 안(눈)검사, 이비인후(귀, 코, 목)검사, 골밀도 및 체지방검사, 흉부X-선검사, 골관절염검사), 영양조사(식품소비행태, 식이보충제, 영양지식, 식품안정성 등에 관한 식생활 조사 및 식품섭취빈도조사)	보건복지부
				※식품품목: 곡류 10, 두류·서류 6, 육류·난류 7, 생선류 16, 채소류 28, 해조류 2, 과일류 14, 우유·유제품 4, 음료 3, 주류 3, 기타 3 구체적인 품목: 곡류 - 쌀, 잡곡(보리 등), 라면(인스턴트 자장면 포함), 국수(냉면, 우동, 칼국수 포함),	

				빵류(모든 빵 포함), 떡류(떡볶이, 떡국 포함), 과자류 두류/서류 - 두부(국, 찌개, 부침, 조림, 순두부 포함), 콩류(콩밥, 콩자반 포함), 두유, 감자(국, 볶음, 조림, 튀김, 찐감자 포함), 고구마(군고구마, 찐고구마, 튀김, 맛탕 포함) 육류/난류 - 쇠고기(국, 탕, 찌개, 편육, 장조림, 구이, 볶음, 비프까스, 튀김, 찜 포함), 닭고기(삼계탕, 백숙, 찜, 튀김, 조림, 볶음 포함), 돼지고기(찌개, 구이, 볶음, 돈까스, 튀김 포함), 햄, 베이컨, 소시지(핫도그 포함), 달걀 생선류 - 고등어, 참치, 조기(굴비 포함), 명태(북어, 동태, 생태, 코다리 포함), 멸치, 어묵류(오뎅), 오징어(마름 오징어 포함), 조개류, 젓갈류 채소류 - 배추(국, 전, 김치 포함), 무(국, 생채, 나물, 깍두기, 동치미, 단무지 포함), 무청, 콩나물(무침, 국 포함), 시금치(국, 나물 포함), 오이(생채, 오이소박이, 오이지 포함), 고추(생것, 전, 볶음 포함), 당근(생것, 튀김, 주스 포함), 호박(나물, 전 찌개 포함), 양배추(김치, 국, 쌈, 볶음, 생것 포함), 토마토(생것, 주스 포함), 버섯류(볶음, 무침, 찌개, 전 포함) 해조류 - 미역(국, 무침, 줄기볶음 포함), 김(구이, 무침, 김밥 포함) 과일류 - 귤(금귤, 주스, 통조림 포함), 감, 곶감, 배, 수박, 참외, 딸기, 포도(주스 통조림 포함), 복숭아(주스, 통조림 포함), 사과(주스 포함), 바나나, 오렌지(주스 포함) 우유/유제품 - 우유(저지방, 탈지, 가공우유, 분유 포함), 요구르트(액상, 반고형 포함), 아이스크림 음료 - 탄산음료, 커피, 녹차 주류 - 맥주, 소주, 막걸리	

				기타 - 햄버거, 피자, 튀긴 음식	
가계동향조사	월별(조사분기익익월)	전국 8,700가구	직접방문자기기입	가구의 수입 및 지출, 가구주, 가구구성, 주거에 관한 사항, 품목별 소비내역(현금/카드결재 구분, 자가 재배 품목 포함, 선물 포함, 정확한 상품 명칭 등을 가계동향조사표에 세부적으로 기입하여 매달 1일부터 말일까지의 정확한 가구별 월평균 수입 및 지출확인)	통계청
				※ 소비품목: 가계지출 중 영업 및 가내부업을 위한 비용을 제외한 가정생활 유지를 위해 지출한 식료품·비주류음료(외식, 경조사, 선물, 용돈 포함), 음식·숙박(해외여행 등) 포함된 농수산물 품목: 곡물 - 멥쌀, 찹쌀, 맥류, 두류, 기타곡물 육류 - 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 기타생육 신선수산동물 - 갈치, 명태, 조기, 고등어, 꽁치, 오징어, 가자미, 게, 굴, 조개류, 기타수산동물 과일류 - 사과, 배, 복숭아, 포도, 밤, 감, 감귤류, 참외, 수박, 딸기, 바나나, 기타과일 채소류 - 배추, 상추, 시금치, 양배추, 미나리, 깻잎, 부추, 무, 당근, 감자, 고구마, 도라지, 콩나물, 버섯, 오이, 풋고추, 호박, 가지, 토마토, 파, 양파, 마늘, 기타채소 해조류 - 김, 미역, 기타해조류	

				포함된 가공식품 품목: 곡물가공품 - 밀가루, 국수류, 라면류, 당면, 두부, 기타곡물가공품 빵 및 떡류 - 케이크, 식빵, 기타 빵류, 떡 육류가공품 - 소시지, 햄 및 베이컨, 기타 육류가공품 염건수산동물 - 북어, 굴비, 마른멸치, 마른오징어, 간고등어, 기타염건수산동물 기타수산동물가공 - 어묵, 맛살, 수산동물통조림, 젓갈, 기타수산동물가공품 유제품 및 알 - 우유, 분유, 치즈, 요구르트, 두유, 기타우유가공품, 알 및 알 가공품 유지류 - 참기름, 들기름, 기타식물성식용유, 버터, 기타유지류 과일가공품 채소가공품 당류 및 과자류 - 설탕, 잼, 꿀, 조청, 초콜릿, 사탕 및 젤리, 한식과자, 껌, 아이스크림, 기타과자 조미식품 - 말린고추, 참깨 및 들깨, 생강, 소금, 간장, 된장, 고추장, 카레가루, 식초, 케첩, 드레싱, 혼합조미료, 기타조미식품 기타식품 - 죽 및 스프, 이유식, 김치, 반찬류, 즉석/동결식품, 기타 미분류 식품, 커피 및 차 - 커피, 차 주스 및 기타음료 - 과일 및 야채주스, 생수, 기능성 음료, 기타음료	

▹ 가계동향조사의 조사항목은 가구의 수입, 지출, 가구주, 가구구성, 주거에 관한 사항과 품목별 소비내역임. 이 중 소비내역은 매달 1일부터 말일까지 구입한 상품의 명칭, 현금/카드 결제 구분, 선물 및 자가재배품목 등을 포함하여 기입하도록 함.

▹ 해당조사는 전국을 대상으로 실시하며, 익익월 말에 공표됨. 표본은 999개의 조사구에서 부적격 가구를 제외한 약 8,700개의 가구를 대상으로 하며, 조사방법은 가구의 실태에 관한 사항의 경우 면접조사원의 방문기입으로, 가계의 수입과 지출에 관한 사항의 경우 전자가계부를 활용한 자기기입식으로 진행함.

1.2.3. 음식점 농축산물 소비실태조사

■ 음식점소비실태조사는 가계소득 증가 및 식생활 습관의 변화로 외식의 비중이 증가함에 따라 음식점의 농축산물 구입 비중이 높아지고 있는 상황에서, 농축산물에 대한 가계 소비 외에 음식점을 대상으로 분기별 구입 실태를 조사하여 농축산물의 소비현황을 파악하기 위함임.

[표 2-4] 음식점 농축산물 소비실태조사의 구체적 사항

통계명	작성주기	대상표본	조사방법	조사항목	담당기관
음식점 농축산물 소비실태조사	분기별	서울 300명 음식점 경영주	설문조사 직접면접	음식점 기본 현황(업소 유형, 위치, 규모, 직원 수 등), 음식업계 경기 현황(전기 대비 매출 비교, 체감 경기, 예상 매출, 농축산물 예상 구입량, 구입 시 문제점 등), 농산물 소비 실태(품목별 월평균 구입량, 예상구입량, 구입처, 원산지, 구입 이유, 선호 구매 단위, 후식 제공 여부 계획 등)	국립농산물품질관리원
				※품목별 농산물: 채소류(무, 배추, 김치, 건고추, 고춧가루, 마늘, 양파, 대파, 당근, 감자, 양배추), 과일류(사과, 배, 감귤, 바나나), 과채류(오이, 애호박, 토마토, 풋고추), 축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 오리고기, 계란), 곡물류(쌀)	

▹ 음식점소비실태조사의 주요 조사내용은 업소 유형, 위치, 규모, 직원 수 등의 음식점에 대한 기본현황 조사, 전기(前期) 대비 매출 비교, 체감 경기, 예상 매출, 농축산물 예상 구입량, 구입 시 문제점 등의 음식업계 경기 현황 조사, 품목별 월평균 구입량, 예상구입량, 구입처, 원산지, 구입 이유, 선호 구매 단위, 후식 제공 여부 계획 등의 농산물 소비실태 관련 조사로 구성됨.

▹ 해당 조사는 서울 지역 음식점 경영주 300명을 대상으로 패널을 구축하여, 업종별(한식, 중식, 일식, 양식 등) 규모와 지역별 특성을 고려하여 분기마다 조사를 실시함. 작성된 설문조사표를 바탕으로 조사 담당자가 직접 면접조사를 통해 진행함.

1.2.4. 외식 식재료 구매실태조사

■ 외식 식재료 구매실태조사는 외식업체의 식재료 구매 실태파악을 통해 국내산 식재료의 수급 활성화 방안을 위한 기초자료로써 활용하기 위해 기획 및 작성되고 있음.

[표 2-5] 외식 식재료 구매실태조사의 구체적 사항

통계명	작성주기	대상표본	조사방법	조사항목	담당기관
외식업체 식재료 구매 실태 조사	년별	전국(7대광역시, 강원, 제주) 1,000개 사업체	온라인(이메일 조사) 및 우편/팩스, 방문 조사	식재료 구매현황(구매방식, 비중, 거래업체 수, 매출액 대비 식재료 구매비율 등), 식재료 품목별 구매실태(품목별 이용률, 국산의존율, 원산지 현황, 구매빈도, 구매량 등), 국내산 식재료 구매에 대한 태도(수입산 식재료 사용이유, 수	한국농수산식품유통공사

		구매책임자	병행	입산의 국산 전환조건, 식재료 직거래 경험 등)	
				※ 조사품목: 곡류 및 두류(밀가루, 쌀), 조미 채소류(마늘, 파, 고추, 양파, 생강, 미나리, 쑥갓, 부추), 과채류(오이, 애호박, 토마토), 근채류(무, 생배추, 절임배추, 당근), 과실류(배, 사과), 김치류(김치), 버섯류(표고버섯, 느타리버섯, 팽이버섯, 새송이버섯), 서류(감자), 양채류(피망, 양상추, 브로콜리, 상추, 깻잎), 수산물류(멸치, 다시마, 오징어, 김, 광어, 우럭, 낙지, 참돔, 명태, 고등어, 미꾸라지, 뱀장어, 갈치, 꽃게), 식용유지류(참기름, 들기름), 엿류(물엿), 유가공품(버터, 우유, 치즈), 육류(소고기, 돼지고기, 닭고기, 오리, 염소고기), 축산물류(달걀), 장류(고추장, 된장, 춘장, 간장, 쌈장), 조미식품(식초, 굴소스), 면류(생면, 당면, 국수, 파스타류, 쌀국수, 냉면), 기타(꿀, 고춧가루, 젓갈류, 두부, 피클, 순대, 곱창, 카레가루, 메밀가루, 콩, 전분, 청국장)	

■ 주요 조사내용은 구매방식 및 비중, 구매방식에 따른 채널 및 거래업체 수, 거래처 인지경로 및 선택 이유, 매출액 대비 식재료 구매 비율, 품목별 이용률 및 국산 의존율, 품목별 원산지 현황, 품목별 구매 빈도, 품목별 구매량, 품목별 구매형태, 품목별 유통형태, 수입산 식재료 사용 이유, 수입산의 국산 전환조건, 식재료 직거래 경험 및 만족 여부, 직거래 만족 이유, 직거래 불만족 이유, 산지 직거래 가능 시 국산 교체 의향, 국산 교체 의향이 없는 이유, 직거래 활성화를 위한 정책 제안으로 구성됨.

■ 해당 조사는 전국의 1,000개 사업체의 구매 책임자를 대상으로 패널을 구축하여, 업종별(한식, 중식, 일식, 서양식 등) 규모와 운영형태의 특성을 고려하여 조사를 실시함. 작성된 설문조사표를 바탕으로 온라인 및 우편/팩스, 방문조사를 병행하여 진행함.

2. 일본 관련통계 현황

2.1. 식품통계 작성 체계 및 기관

2.1.1. 일본 통계작성 체계

■ 식품을 포함한 모든 통계는 법률에 기초한 통계와 편의적으로 규정한 통계로 구분됨. 법률에 근거한 통계는 기간통계와 일반통계라고 부르며, 법률에 근거하지 않은 모든 통계는 편의적으로 작성되는 통계로 업무통계, 가공통계, 기타통계임.

▹ 따라서 본 보고서에는 일본의 식품통계를 지칭할 때 법률에 기초하여 작성되는 통계인 ① '기간통계'와 법률에 근거하되 기간통계 이외의 통계인 ② '일반통계', 그리고 법률에 기초하지 않고 편의상 작성하는 ③ '업무통계', ④ '가공통계', ⑤ '기타통계'로 구분하고자 함.

∨ 이 구분은 일본 총무성 통계국에서 제공하는 정부통계 일람표[1]에 준거함.

1) http://www.e-stat.go.jp/estat/html/tokei_itiran.pdf

■ 일본의 통계작성체계는 모든 통계에 대해서 각 부처별로 필요한 통계를 작성하고, 통계국은 전체를 총괄하는 체계로 되어 있음.

■ 각 나라별로 통계작성 기구는 크게 두 가지 형태로 분류할 수 있음. 특정기관이 통계를 전담하는 형태의 '집중형', 각 행정 분야에서 개별적으로 통계를 작성하는 '분산형'이 있음. 일본은 위의 분류기준에 비추어볼 때, '분산형'이라고 볼 수 있음.

2.1.2. 일본 식품통계 작성기관

■ 일본의 식품통계 작성기관은 식품관련 주무부서인 농림수산성이 중요한 위치를 차지하는데, 이것은 일본의 통계작성 특성이 분산형인 것에 기인함.

■ 농림수산성에서 작성하는 식품산업 관련 통계는 2014년 10월말 현재 기간통계가 5개, 일반통계가 19개, 기타통계가 7개, 가공통계 3개, 업무통계 1개로 나타남.

▹ 식품이 국민생활과 밀접한 관계가 있기 때문에, 농림수산성 이외에 총무성, 경제산업성, 후생노동성, 문부과학성 등에서도 식품관련통계가 작성되고 있음 (2014년 10월 기준).[2)]

2) 여기서 식품통계는 구체적으로 식품산업관련 통계를 의미하며, 식품산업은 일본의 표준산업분류표에 준거한 식료품제조업, 도·소매업(식료유통업), 음식서비스업(외식산업)을 총칭한 개념임.

2.2. 식품소비 관련 통계현황

■ 식품소비와 관련된 통계는 가계조사, 국민건강·영양조사, 미곡유통·소비 동태조사, 식품손실통계조사, 식료수급표를 들 수 있음.

- 가계조사는 총무성에서 작성하고 있는데, 식품의 가구당 구입량과 구입가격을 알 수 있음. 가구당 식품구입량을 파악하고 있기 때문에 가구 구성원 수로 구입량을 나누면 가구기준 1인당 일별·월별·연도별 식품소비량(구입량)을 파악할 수 있음.
- 국민건강·영양조사는 후생노동성에서 작성하는 통계로, 국민 1인당 각 식품의 일별·월별·연도별 섭취량(g단위)을 파악할 수 있음.
- 식료수급표는 각 식품의 공급량 측면에서 1인당 소비량을 파악할 수 있음.

[표 2-6] 일본 식품소비 관련 통계 현황

작성기관	통계명	통계종류	비고
총무성	가계조사	기간통계	
후생노동성	국민건강·영양조사	일반통계	
농림수산성	식료수급표	가공통계	
	식품손실통계조사	일반통계	
	미곡 유통·소비 동태조사	일반통계	2008년부터 폐지
	식료품소비모니터 조사	일반통계	2008년부터 폐지

- 식품손실통계조사는 농림수산성에서 작성하며, 일반가정 및 외식업체의 식품손실량을 파악하고 있음.
- 미곡유통·소비동태조사와 식료품소비모니터조사는 농림수산성에서 작성했던 통계로 2014년 11월말 현재 조사를 중단한 상태임. 미곡유통·소비동태조사는 국민 1인당 쌀 소비량을 파악하고, 식료품소비모니터조사는 일정식품에 대해서 연간 3회에 걸쳐 쌀, 채소, 수산물 등 각각의 테마별로 소비실태를 조사하였음.

2.2.1. 가계조사

가. 조사 개요 및 목적

■ 일본 총무성에서 국민의 가계수지 실태를 파악하고 국가의 경제정책 및 사회정책 입안을 위한 기초자료 제공을 목적으로, 대상가구의 가계수지를 조사하여 도시별, 지역별, 수입계층별, 기타 가구의 특성에 따른 통계를 생산함.

나. 조사 대상 및 표본 선정

■ 가계조사는 전국의 가구를 모집단으로 하고 있는데, 다음에 제시하는 가구 등은 가구로서의 수입과 지출을 정확히 파악하기 어려우므로 모집단에서 제외함.

▹ ① 학생 단신 가구, ② 병원 및 요양원 입원자, 교정 시설 입소자 등의 가구, ③ 음식점, 여관, 하숙집(기숙사 포함)을 운영하는 가구, ④ 세대주가 장기간 부재중인 가구, ⑤ 외국인 가구

■ 가계조사는 표본 조사이며, 3단계추출법(제1단계—시정촌(市町村), 제2단계—단위구역, 제3단계—가구)에 의해 표본가구를 선정하고 있음.

▹ 제1단계에서는 최근 인구조사 결과를 이용해 전국의 시정촌, 지리적 위치, 인구 크기, 농림어가 가구의 비율, 인구 증가율, 인구집중지구 인구비율, 산업적 특징 등을 고려해 가급적 같은 성질의 그룹이 되도록 나눔.

▹ 제2단계에서는 각 조사 시정촌으로부터 조사지구(단위구)를 선택함. 각 시정촌 내에 마련된 국세조사의 조사구(국세 조사에서 조사원의 담당구역으로 약 50가구임)가운데 인접한 두 개의 조사구를 1단위구로 하는 것을 원칙으로 하여, 전국에서 총 1,400단위 구를 무작위로 선택함(1단위 구는 약 100세대임).

▹ 제3단계는 선택된 단위 구 가운데 조사가구를 선택함. 이를 위해 단위 구별로 그 곳에 사는 모든 세대명부를 작성하여 조사대상외 세대를 제외한 세대 중에서 2인 이상 세대를 1단위 구에서 6가구, 독신 세대를 2단위 구에서 1가구씩 난수표를 사용하여 무작위로 선택함.

[표 2-7] 가계조사 표본 할당 (2013년 기준)

지역	조사 시정촌 수	조사세대수	
		2인 이상 세대수	1인 세대수
전국	168	8,076	745
·인구 5만이상의 도시	126	7,572	631
동경	1	408	34
20대 도시	20	2,016	168
도도부현청(都道府県庁) 소재지	31	3,048	254
상기 이외	74	2,100	175
·인구 5만 미만 시(市) 및 정촌(町村)	42	504	42
·단신 숙소·기숙사	-	-	72

▹ 또한, 독신 전용의 큰 숙소·기숙사에 거주하는 단신세대에 대해서는 별도로 전국에서 12단위 구를 설정하여 1단위 구에서 6세대를 무작위로 선택함. 이와 같은 방식으로 전국에서 총 9,000가구를 조사가구로 선택함.

▹ 택한 조사가구 중 2인 이상 세대는 6개월간, 단신세대는 3개월간 지속적으로 가계부를 기입하도록 하고, 그 후에는 다른 세대와 교체함. 이 때 새로 교체하는 가구도 무작위로 선택함.

▹ 조사가구는 정기적으로 교체해 나가는데, 교체를 전국에서 일제히 실시하면 교체 전 후의 조사결과에 차이가 크게 발생할 우려가 있음. 이를 피하기 위해 2인 이상의 세대는 매달 1/6씩, 1인 세대는 1/3씩 대상을 바꾸어 나감.

■ 조사 가구 수 할당

▹ 전국의 시정촌 168개소, 2인 이상의 조사가구 8,076호, 1인가구 673호임.

다. 조사 방법 및 내용

■ 조사는 매월 실시하고 있는데, 총무성 통계국에서 총괄하며 다음과 같은 단계에 의해서 이루어짐.

▹ ① 조사표 설계, 조사방법 등의 기획·설계, 조사지역 선정 → (도도부현·지도원) ② 조사원의 선임·지도, 조사가구 선정 → (조사원) ③ 조사지역 명부 작성, 조사의뢰, 조사표 배포 → (세대) ④ 조사표(가계부 등) 기입 → ⑤ 조사표 회수 → ⑥ 조사표 제출·정리 → ⑦ 조사결과 집계·공표.

■ 구입한 식료품에 대해 품목별로 중량 및 구입가격을 상세히 가계부에 기입하도록 하기 때문에 가구의 식료품 소비실태가 상세하게 나타남. 이를 통해 매일 구입하는 식료품의 상세 품목, 수량, 단위, 금액 파악이 가능.

■ 2인 세대 혹은 1인 세대의 평균 품목별 구입량이 월별, 연별, 일별로 구분이 가능함. 또한 조사결과에는 세대평균인원이 나타나기 때문에 1인당 구입수량을 파악할 수 있음.

[표 2-8] 가계조사 가계부 설문 형태

(1)품명 및 구입방법 (오른쪽 해당하는 것에 ○로 표시)	① 1회지불	② 분할지불	③ 받은것	④ 자가산	⑤ 자기가게상품	(2) 수량	단위	(3) 금액 받은 것(현물급여를 포함), 자가 산, 자기 가게의 상품은 견적액 기입 (엔)
1.								
2.								
3.								
4.								
5.								

[표 2-9] 가계조사 가계부 구입 예시

지출 품목	수량	단위	현금지출(엔)
1. 삶은 우동	400	g	320
2. 정어리(신선)	430	g	330
3. 굴	460	g	400
4. 돼지고기	330	g	630
5. 시금치	300	g	186

[표 2-10] 가계조사 결과 예시

품목분류	지출금액	구입수량	평균가격
집계세대수	7,784		
세대인원(명)	3.05		
쌀	28,093	75.17 kg	373.72
빵	27,974	44,927 g	62.27
식빵	8,494	19,636 g	43.26
기타 빵	19,480	21,273 g	91.57
면류	17,170	35,560 g	48.28
생우동·메밀면	3,377	10,555 g	31.99
건우동·건메밀면	2,684	4,286 g	62.63
스파게티	1,193	3,224 g	37.00
중화면	3,913	8,865 g	44.14
컵면	3,313	3,128 g	105.89
즉석면	2,031	3,110 g	65.30
기타 면류	660	716 g	92.28
기타 곡류	4,790	8,736 g	54.83
밀가루	666	2,817 g	23.63

주: 평균가격은 100g 당 가격임. 2013년도 2인 세대 식품 구입수량 및 가격 기준.
자료: 총무성 통계국(http://www.stat.go.jp/data/kakei/10.htm)

▹ 한가구가 조사표를 기입하는 기간은 2인가구 이상은 6개월, 1인가구는 3개월임.

▹ 식품관련 조사품목을 보면, 곡류, 육류, 채소, 과일류 및 가공식품 등 모든 식품의 부류와 세세품목을 망라하고 있음. 식품종류별 상세내용은 아래와 같음

∨ 곡류: 쌀, 빵, 면류, 기타곡류

∨ 어개류(魚介類): 신선어개(魚介), 건조생선, 기타 어개(魚介)가공품

∨ 육류: 생고기, 가공육

∨ 우유·계란 및 유제품
∨ 과일: 신선과일, 과일가공품
∨ 유지·조미료: 유지류, 조미료
∨ 과자류
∨ 조리식품
∨ 음료: 차류, 커피·코코아, 기타 음료
∨ 주류
∨ 외식 및 급식

■ 외식에 대해서는 음료 및 주류를 포함한 식사비용을 파악하고, 급식은 학교급식 비용을 파악하고 있음.

▹ 외식에서 파악하는 식사비의 구체적인 내용은 일본소바 및 우동, 중화소바, 기타 면류의 외식비, 일식, 중화식, 양식, 햄버거, 기타 외식, 음료대(찻값), 음주대(술값) 등임.

▹ 식사비와 가구별 학교급식의 월별, 연별, 금액을 알 수 있으며, 가구원수로 나누면, 1인당 자료 파악이 가능함.

▹ 참고로, 가정에서 구입한 곡류에서 주류까지는 가구별로 구입수량과 금액을 파악하는데, 외식과 학교급식은 금액으로만 나타남.

라. 조사 결과 활용

■ 가계조사 결과는 정부뿐만 아니라 민간회사나 연구소 등에서 널리 이용되고 있음. 발표된 숫자를 그대로 이용하는 경우도 있고, 여러 가지 다양한 형태로 가공이나 분석을 통해 사용되는 경우도 있음.

■ 집계결과는 월별, 년별, 연도평균 등으로 발표됨. 월별 결과는 중요 수치에 대해서 그 동향을 속보 형태로 발표하는 경우가 많고, 연평균 결과는 세대속성

별 결과나 상세한 분석에 이용되며, 분기별 분석도 다양하게 활용되고 있음.

■ 표준 생계비와 임금산정 등 기초자료로 활용.

▹ 가계조사 결과에서 국민의 표준적인 생활비 구성이 드러나므로 표준적 생계비와 임금 산정, 기타 교통사고 손해 배상액이나 생활 보호 기준의 예산 산정에 기초 정보로 이용되고 있음.

■ 나라 전체의 경제 활동의 규모를 추계하는 국민계정 계산에서 분기별 속보 추계에 직접 쓰이는 것 외에, 산업연관표의 최종수요 민간소비 지출의 부문 분할에 이용되며, 이 정보는 생산물접근법을 활용하여 계산되어지는 국민계정 추계에 활용됨.

■ 소비자물가지수 가중치 산정 데이터로 활용

▹ 소비자가 구입하는 재화 및 서비스의 물가지수(소비자물가지수)를 계산하기 위해 각 상품가격이나 서비스 요금의 변화를 해당 상품이 가계비지출 총액에서 차지하는 비중으로 가중평균 함. 이와 같이 가계조사 결과는 소비자물가지수의 가중치를 계산하는데 필수적인 자료임.

2.2.2. 국민건강영양조사

가. 조사 개요 및 목적

■ 국민의 신체상황, 영양섭취량 및 생활습관 실태를 파악하여 국민건강증진의 종합적인 추진을 위한 기초자료 확보를 목적으로 매년 실시함.

■ 후생노동성이 기획하고 도도부현 및 특별구 위생주관국 총괄 하에 조사지구를 관할하는 보건소가 조사를 실시함.

▹ 보건소에서는 보건소장을 반장으로 하는 국민건강·영양조사반을 편성하여 조사를 실시.

나. 조사 대상 및 표본 선정

■ 조사대상은 국민생활기초조사에서 설정된 일정 지역에서 무작위 층화추출한 475지역 내 23,750세대, 총 61,000명으로 구성됨.

다. 조사 방법 및 내용

■ 조사는 매년 11월 중에 실시하는데, 보건소장을 반장으로 하는 국민건강·영양조사팀을 편성하여 의사, 관리영양사, 보건사, 임상검사기사 및 사무담당자 등의 조사원이 조사 실시.

▹ 조사표 집계 업무는 (독립법인)국립건강영양연구소가 실시함.

▹ 조사의 흐름은 후생노동성 → 도도부현·시정촌·특별구 → 보건소 → 조사원 → 대상자임.

[표 2-11] 국민건강·영양조사 결과 예시

식품군	섭취량(g/1인1일)	kcal
총량	2018.3	1874.3
동물성 식품	319.7	451.6
식물성 식품	1698.6	1422.7
곡류	439.7	781.9
쌀·가공품	329.1	553.0
쌀	325.1	544.6
쌀가공품	4.0	8.4
밀가루·가공품	102.4	216.6

밀가루류	3.9	14.4
빵류(과자빵제외)	33.6	91.5
과자빵류	4.4	13.7
우동, 중화면	39.7	51.2
즉석중화면	4.6	19.0
파스타류	10.7	15.9
기타밀가루 가공품	5.5	10.9
기타곡류·가공품	8.1	12.3
메밀·가공품	5.5	7.1
옥수수·가공품	0.5	1.9

주: 2012년도 영양소등 섭취 상황조사 결과임.
자료: 후생노동성(http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/gaiyo/k-eisei.html)

■ 조사사항

① 신체상황 조사 (신장, 체중, 복부 둘레, 혈압 측정, 혈액 검사 등)

② 영양섭취상황 조사 (식사상황, 식물섭취상황, 섭취량, 식사 상황)

③ 생활습관 조사 (식생활, 신체 활동, 운동, 수면, 음주, 흡연, 치아 건강 등 전반적인 생활습관 파악)

■ 주요 식품관련 조사사항을 요약하면 아래와 같음.

▹ 연령별, 성별, 1인당 식품류 소비량 파악.

▹ 세대원 전체의 아침, 점심, 저녁별로 각각 어느 요리를 얼마나 섭취했는지 등 세부적인 식품 섭취량 조사.

■ 식품군은 '국민건강영양조사식품군별표'에 따라 곡류, 감자류, 두류, 채소류, 과실류, 버섯류, 어개류, 육류 등 모든 식품군의 부류와 세부품목을 망라함.

2.2.3. 미곡 유통·소비 동태조사

가. 조사 개요 및 목적

■ 농림수산성에서 쌀 소비실태를 소비형태별(가정식, 가정식 이외)로 파악하여 식량정책에 필요한 기초자료로 활용하기 위해 조사.

나. 조사 대상 및 표본 선정

■ 생산가구 측면에서는 벼 재배면적이 10a 이상인 농업경영 세대를 대상으로 하며, 약 1,690세대를 조사하고 있음. 단, 시험연구 또는 그에 준하는 목적으로 생산하는 경우를 제외함. 소비가구 측면에서는 벼를 재배하지 않는 도시 소비자 6,650세대를 대상으로 조사.

다. 조사 방법 및 내용

■ 조사대상 기간은 매년 4월 1일에서 다음 해 3월 31일까지이며, 매월 말 조사 실시.

■ 조사방법

▹ 농림수산성 종합식료국 식량부 계획과 → 지방농정사무소(지방농정국을 포함) → 조사대상 순의 흐름을 가짐.

▹ 구체적으로는 지방농정사무소의 직원이 조사대상에게 조사표를 배포하고, 자기신고조사형태(조사대상자가 조사표에 따라 수치를 계산)로 실시함.

이렇게 기록된 조사표를 지방농정사무소 등의 직원이 회수하는데, 이때 우편회수 협조가 가능한 조사대상에 대해서는 직접회수가 아닌 우편회수를 실시함.

■ 생산가구와 소비가구로 구분하여 조사하는데 두 측면 모두 조사사항은 동일함.

▹ 생산가구 및 소비가구 모두 조사사항은 소비 인원, 구입량, 월초 재고량, 월말 재고량 등 가정 내 소비량과 가정 외에서의 쌀밥 소비량임.

2.2.4. 식료수급표

가. 조사 개요 및 목적

■ 농림수산성이 정리하여 매년 발표하는 통계이며, 국내생산량, 수입량, 국민 1인당 연도별·일별 공급되는 식료량 등을 나타냄.

■ 식량 수급의 전반적인 동향, 영양 수준과 구성, 식량 소비 구조 변화 등을 파악하기 위한 것으로, 공급되는 식량의 생산에서 최종소비에 이르기까지의 총량, 국민 1인당 공급되는 식료 및 영양의 파악과 함께 식료 자급률 산출의 기초자료로 활용함.

나. 조사 대상 및 표본 선정

■ 2012년 기준으로 곡류, 감자류, 전분, 두류, 채소류, 과실류, 육류, 란류(卵類), 우유 및 유제품, 어개류, 해초류, 설탕류, 유지류, 된장, 간장, 기타 식료 이상 16개 식품류를 대상으로 하고 있음.

■ 농산물은 가공 제1단계까지의 1차적인 농산물과 가축 및 어개류이며, 축산물 및 수산물의 경우는 가공의 제2단계까지임.

다. 조사 방법 및 내용

■ 원칙적으로 FAO의 식량수급표 작성지침에 준거해 작성하고 있으며, 계측기간은 매년 4월 1일부터 이듬해 3월 31일까지 1년간임.

■ 개별품목의 추계방법은 각 품목별로 일정한 기준에 의거해서 계산함.

▹ 쌀의 경우를 예로 들면, 쌀 수급 실적은 정부미, 민간유통미, 가공용 쌀 및 생산자 보유미 등의 합계이며, 국내 생산량은 통계부의 공표치에 신규수요의 사료용 쌀과 바이오연료용 쌀을 합한 수량임. 수입 물량은 '결산기준 수입실적' 외에 재무부 '무역통계'에 따른 제품 수입량을 현미로 환산한 것임.

▹ 감모량은 식료가 생산된 농장 등의 단계부터 수송, 저장 등을 거쳐 가정에 이르기까지 소실되는 모든 수량이 포함됨. 단, 가정과 외식업체의 조리, 가공단계에서 폐기하거나 남은 음식, 애완용 동물에게 먹인 부분은 포함되지 않음.

2.2.5. 식품손실통계조사

가. 조사 개요 및 목적

■ 농림수산성에서 일반가정 및 외식산업체의 식품손실 실태를 파악하여 식품 잔반이나 폐기 감소를 위한 시책추진에 필요한 자료를 위해 작성.

나. 조사 대상 및 표본 선정

■ 조사는 세대조사와 외식산업조사를 구분하여 실시되고 있음. 조사범위를 보면 세대조사의 경우는 전국을 대상으로 하고 있으며, 외식산업의 경우는 삿포로시, 센다이시, 도쿄특별구, 요코하마시, 나고야시, 교토시, 오오사카시, 고베시, 히로시마시 및 후쿠오카시에 대해서 조사를 실시함.

[표 2-12] 일본 식품손실통계조사의 개요

구분	식품손실통계조사 (세대조사)	식품손실통계조사 (외식산업조사)	식품순환자원 재생이용 등 실태조사
조사 대상	680세대	식당 및 레스토랑(40), 결혼식장(40), 연회장(20), 숙박시설(20)	식품제조업(1,417), 식품도매업(453), 식품소매업(707), 외식산업(622)
조사 항목	식품사용량, 잔반량 등	메뉴의 중량, 한 끼 당 잔반량 등	식품폐기물 등 연간 발생량
조사 방법	조사원 조사	민간에 위임(경쟁입찰)	조사원조사, 우편조사
조사 주기	매년	매년	매년

자료: 일본 농림수산성 대신관방통계부 생산유통소비통계과

■ 조사대상을 보면 세대조사는 주거 및 생계를 함께하는 자 또는 독립하여 거주하거나 독립해서 생계를 영위하는 독신자 세대를 대상으로 하며, 외식산업조사는 식당, 레스토랑, 결혼피로연, 연회 및 숙박시설 사업소를 대상으로 함.

다. 조사 방법 및 내용

■ 조사사항을 보면 세대조사의 경우 가계의 식품 사용 현황, 식품 잔반이나 폐기발생 이유 등이며, 외식산업조사의 경우는 식품사용량 및 잔반량임.

▹ 외식산업조사의 조사 대상 메뉴를 구체적으로 보면, 식당·레스토랑은 점심, 숙박시설은 숙박객에게 제공된 저녁식사를 대상으로 하고, 식사·숙박시설은 투숙객에게 제공된 저녁식사를 대상으로 조사함. 대상 사업소마다 식당, 레스토랑에서는 5메뉴, 결혼 피로연, 연회 및 숙박 시설에서는 1코스를 선정하는데, 주방 안(內)이라는 조사 제약이 있어 남은 음식만을 조사하고 있으며, 주방 내 폐기는 조사하지 않고 있음.

■ 기타 조사 방법 및 주요 사항이 [표 2-12]에 제시되어 있음.

라. 조사 결과 활용

■ '식육기본법'에 근거한 '식육추진기본계획' 책정을 위한 기초자료로 활용하는 한편, '식품손실감축관련부처연락회의'나 '식품손실삭감종합대책사업' 등의 식품손실 삭감을 위한 의식개혁추진시책의 기획·입안 자료로 활용.

2.2.6. 식료품소비모니터 조사

가. 조사 개요 및 목적

■ 1968년에 소비자의 이익을 도모하기 위해 제정된 '소비자보호기본법'에 기초하여 식료품소비모니터 제도가 1970년도에 만들어짐. 이에 바탕을 두고 식료품 규격, 표시 및 가격의 동향이나 소비자 의향 파악 등 식료품 소비에 관한 조사 실시.

■ 1989년부터 2007년까지 조사를 실시하였고, 2008년부터는 별도의 조사를 실시하지 않고 '식료·농업·농촌 및 수산업·수산물에 관한 의식·의향조사'에 포함시킴.[3)]

나. 조사 대상

■ 농림수산성에서 조사를 담당하며, 식료품 규격, 품질, 표시 및 가격 동향, 식생활, 식료품에 관한 소비자 의식 등 식량 소비에 관한 다양한 주제를 선정하여 전국의 식료품 소비 모니터 약 1천명을 대상으로 조사를 실시함.

다. 조사 내용

3) '식료·농업·농촌 및 수산업·수산물에 관한 의식·의향조사'는 소비자를 대상으로 한 조사뿐만 아니라 생산자(농업인, 어업인) 및 유통·가공업자를 대상으로 하여 다양한 조사를 실시하고 있음.

■ 식료품 규격, 품질, 표시 및 가격 동향, 식생활, 식료품에 관한 소비자 의식 등 식량 소비에 관한 다양한 주제를 조사내용으로 하고 있음. 즉, 매년 조사테마나 품목을 달리함.

3. 미국 관련통계 현황

3.1. 식품통계 작성 체계 및 기관

■ 미국은 분산형 통계제도를 채택하고 있는데, 미상무부(U.S. Department of Commerce, USDC)의 인구조사국(Bureau of the Census 혹은 U.S. Census of Bureau), 미노동부(U.S. Department of Labor, USDL) 노동통계국(U.S. Bureau of Labor Statistics, BLS), 미농무부(U.S. Department of Agriculture, USDA)의 국립농업통계서비스(National Agricultural Statistics Service, NASS), 보건복지부(U.S. Department of Health & Human Services, USHHS)의 국립보건통계센터(National Center for Health Statistics, NCHS) 4개 기관을 비롯하여 통계를 생산하는 산하 단체 및 기관은 100여 곳에 이름.

■ 이 중에서 식품관련 주요 통계·정보를 생산 및 공급하고 있는 기관은 미농무부(USDA)이며, 식품관련 통계나 정보 이외에 위생이나 건강과 관련된 정보는 보건복지부(USHHS)에서 담당하고 있음.

▹ 농무부 내에서도 농업 및 식품분야의 통계정보는 경제연구서비스(Economic Research Service, ERS)를 통해 제공됨.

- ERS는 식품경제(food economics), 정보서비스(information services), 시장과 무역경제(market and trade economics), 자원과 농촌경제(resource and rural economics) 이상 4개의 부서로 구성되어 있음. 이 중에서 식품경제부문은 식품관련 정책과 관련된 경제적 연구를 수행하고 있으며, 이들이 다루는 주요 영역은 식품소비, 식품 안전, 식품 지원, 식량 안보, 다이어트와 건강, 식품 부문의 구조, 소매 식품 가격 등임.
- ERS에서 연구하는 분야로는 축산물, 작물, 농가경제, 농가경영, 식품과 영양, 식품 선택과 건강, 식품 시장과 가격, 식품안전, 국제시장 및 무역, 천연자원 및 환경, 농촌경제 및 인구 등임.

■ ERS에 의해 제공되는 식품관련 정보 중 미국의 식품소비와 관련된 데이터를 확인할 수 있는 것은 식품지출(Food Expenditures), 가계식품 획득·구매조사(FoodAPS, National Household Food Acquisition and Purchase Survey), 식품수급표(Food Availability) 통계들임.

■ 한편 미보건복지부(USDHH)의 질병관리본부(Center for Disease Control, CDC) 산하 국가보건통계소(NCHS)에서 국민건강영양조사(National Health and Nutrition Examination Survey, NHANES)를 생산함. ERS에서는 이 국민건강영양조사자료부터 식품소비·영양섭취(Commodity Consumption and Nutrient Intakes)를 추출하여 작성하고 있음.

3.2. 식품소비 관련 통계현황

[표 2-13] 미국의 식품소비 관련 통계현황

작성기관	통계명
농무부 (ERS)	식품지출 (Food Expenditures)
	가구식품획득·구매자료 (FoodAPS)
	식품수급표 (Food Availability)
	식품소비·영양섭취 (Commodity Consumption and Nutrient Intakes)
질병관리본부	국민건강영양조사 (NHANES)

3.2.1. 미농무부 ERS의 조사 및 가공통계

■ ERS에서는 식품 관련 주제별 데이터 및 뉴스뿐만 아니라 년도별, 분야별 소득예측, 소비자가격지수, 식품소비 및 영양섭취정보 등의 자료를 제공하고 있음. 이 중 식품소비와 관련된 통계는 식품지출, 가구식품획득·구매자료(FoodAPS), 식품수급표임.

가. 식품지출(Food Expenditures)

1) 통계 개요

■ ERS는 1987년에 식품 지출에 관한 데이터를 제공하는 식품지출시리즈(Food Expenditure Series)를 개발함

▹ 미국의 식품 소비를 보여주는 통계 시리즈의 종류에는, '식품지출 ERS 시리즈'(Food Expenditures Based on Actual Sales), '식품지출 PCE 시리즈'(Food Expenditures Based on Commerce Department Surveys), '식품지출 BLS 시리즈'(Food Expenditures Based on BLS Survey)가 있음.

■ ERS 조사에 바탕을 둔 식품지출자료

▹ 매년 소비자와 정부, 기업 및 비영리 단체를 포함한 전체 식품 구매자에 의한 모든 식품 지출의 총액을 측정.

▹ 이 조사는 가정에서 먹은 음식뿐만 아니라 슈퍼마켓, 레스토랑, 대형 식당, 호텔, 자동판매기, 학교와 같은 다양한 음식 판매채널을 통합하여 전체 매출을 측정함.

▹ 소비자가 음식 소비와 관련하여 어떻게 지출하는지, 시간이 지남에 따라 그들의 소비 패턴이 어떻게 변화하는지에 대한 유용한 정보를 제공함.

▹ 가정에서의 식품소비, 외식 지출, 개인 및 가족 구성원, 기관이 구입한 음식과 알코올음료에 대한 측정을 통해 식품소비의 가장 직접적인 데이터를 제공함.

▹ 자료를 수집하는 방식은 식품 판매를 추정하거나 음식점에 의한 영수증을 집계하여 음식 소비에 관한 데이터를 도출함.

■ PCE에 바탕을 둔 식품지출자료

▹ 미상무성(USDC)의 경제분석국(BEA)에서는 GDP를 구성하는 소비항목 측정을 위해 개인소비지출(Personal Consumption Expenditure, PCE)자료를 작성하고 있음. 이 자료에는 내구재 및 비내구재와 각종 서비스 구매에 대한 실측치 혹은 추정치를 포함하고 있음.

▹ PCE시리즈와 ERS시리즈는 식품 지출의 경향을 보여주는 면에서는 비슷하지만, ERS시리즈는 PCE시리즈보다 음식에 대한 지출이 낮은 수준을 보임. 이러한 경향은 특히 가정에서의 소비를 위해 구입한 식품군에서 더욱 뚜렷이 나타남. 이는 ERS시리즈가 가정에서의 음식 소비를 추정하

는데 있어 약물 등 식료품점의 비식품 매출, 애완동물용 식품, 얼음 등을 제외하기 때문임.

■ BLS에 바탕을 둔 식품지출자료

▹ 미농무부(USDL) 노동통계국(BLS)에서 매년 소비지출조사(Consumer Expenditure Survey, CE)를 실시하고 있는데, 이를 통해 미국 전체 소비자의 소득, 전체 소비지출, 개인적 특성 그리고 사회경제적 특성에 의한 구매 습관을 알 수 있음.

∨ 설문조사는 분기별 인터뷰조사와 일일 설문조사로 구성됨. 인터뷰조사 자료는 상대적으로 지출 규모가 크거나 반복되는 지출에 대한 정보를 제공하고, 일일조사자료는 지출 규모가 작거나 자주 구입하는 항목에 대한 자세한 정보를 제공함.

▹ ERS는 자체적으로 조사한 지출자료를 보강하고 가계 식품 수요를 연구하는데 이 BLS 자료를 사용함.

■ 한편 ERS는 다양한 형태의 소매점에서 판매하는 음식과 알코올음료에 대한 매출액자료를 5년마다 인구조사국(U.S. Census)으로부터 제공받음.

▹ 인구조사국에서 미국 전체의 인구조사를 통해 매년 관련 데이터를 조사하는 년도를 인구조사년도라고 하며, 인구조사년도 사이의 월간 및 연간 매출액자료는 인구조사 응답자 중 일부 샘플을 기반으로 계산됨. 따라서 월간 및 연간 매출액자료는 가공통계로서 인구조사년도의 데이터만큼 자세하지 않음.

▹ ERS는 인구조사년도 사이 년도의 매출액자료 추정치를 얻기 위해 시계열에 바탕을 둔 예측을 이용함. 현재 사용할 수 있는 가장 최근의 전체 인구조사는 2002년도에 이루어졌음.

■ ERS의 식품소비데이터시리즈는 몇 개의 다른 정부기관으로부터 제공되는 데이터를 사용하기 때문에 주기적으로 개별 데이터 계열을 수정하여 사용함.

▹ 예를 들어, 인구조사국이 그들의 산업 시리즈에서 경제·인구조사보고서를 4~5년마다 업데이트 및 개정하고 있는데, 이렇게 개정된 다른 주요 데이터들이 ERS의 식품지출자료에 영향을 주게 됨.

2) 통계 내용

■ 지출액 자료에 포함되어 있는 변수들은 가정용 식품판매액, 외식지출액, 알코올음료 지출액, 1인당 식품지출액, 불변가격에 의한 식품지출액, 판매채널별 식품판매액 등임.

나. 가구식품획득 · 구매자료(FoodAPS)

1) 개요

■ 가구식품획득·구매자료(FoodAPS)는 가정에서의 식품 획득 및 구매에 관한 조사자료로, 미국에서 제일 처음으로 가구를 대상으로 조사한 통계임. 이 통계는 식품 구매 혹은 영양보조프로그램 등의 경로를 통해 획득된 식품과 외식에 대한 조사자료를 제공하고 있음.

2) 작성 방법

■ 미농무성(USDA) ERS와 식품영양서비스(Food and Nutrition Service, FNS)가 공동으로 이 조사작업을 진행하는데, 민간조사업체가 조사업무를 담당함.

■ 미국 전역에 걸쳐 4,826가구의 표본조사를 실시하고 있으며, 여기에는 영양보조프로그램(Supplemental Nutrition Assistance Program, SNAP)에 참가하는 가구들도 포함됨.

■ 변수명, 가구 선별 방법, 가구에서 기입하는 조사표(성인, 주구매자, 청소년 등으로 구분), 개인별 인터뷰, 표본의 지역적 분포 내역, 조사원 훈련 매뉴얼, 코드북 등이 홈페이지에 공개되고 있음.

3) 샘플링 및 조사 절차

■ 가장 최근의 조사는 2012년 4월에서 2013년 1월까지 이루어졌는데, 두 단계에 걸쳐 표본이 선정됨.

▹ 1단계에서는 카운티(county) 수준에 바탕을 둔 기본샘플단위기준으로 50개 지역을 추출한 후, 2단계에서는 1단계에서 선정된 50개 지역 내에서 소득을 기준으로 층화추출을 통해 4,826가구를 선정함.

■ 참여가구에서 7일간에 걸쳐 구매 및 기타경로로 획득한 모든 식품에 대해서 기입함.

▹ 가구 내 주구매자를 대상으로 9일간에 걸쳐 기초 및 최종 대면인터뷰를 진행하며, 여기에 3번의 전화인터뷰를 추가로 진행.

▹ 해당가구의 모든 구성원들에게 7일 동안 구매 및 기타경로로 획득한 모든 식품에 대해서 기입하도록 함. 모든 구매식품에 대해서 바코드를 스캔하고, 식품구매나 외식에 대한 영수증을 확보하며 식품기입장(food book)에 관련된 정보를 기입함.[4)]

▹ 이 조사에 참여하기로 결정된 가구의 주구매자 혹은 주응답자에게 조사원이 기입요령 및 스캔, 영수증에 대해서 교육을 실시하는 한편 부족하다고 느끼는 부분은 비디오 시청을 통해 추가적인 교육을 실시함.

▹ 일반적으로 조사는 다음과 같은 절차에 의해 이루어짐.

∨ 제로데이(day 0): 조사원의 가구 방문, 가구의 주응답원 동의서 작성 및 초기인터뷰 실시, 스캔 및 영수증, 식품기입장(food book)에 대한

4) 이 조사에서는 구매량에 대한 조사항목이 없는 것으로 나타남.

교육 실시. 이 때 주응답원은 최종인터뷰 시 필요한 소득관련자료 작성 위한 설문지를 받게됨.

- ∨ 첫째날(day 1): 이날부터 가구구성원들이 구입하거나 획득한 식품에 대한 기입 시작.
- ∨ 일곱째날(day 7): 기입 마지막 날
- ∨ 둘째날, 다섯째날, 일곱째날 주응답원이 조사운영센터(Survey Operations Center)에 전화를 걸어 가구의 식품 구입 및 획득 상황에 대해 보고함. 만일에 이 때 보고를 하지 않거나 구입한 것이 없는 것으로 보고하는 경우, 미응답가구 및 비구매가구로 처리됨.
- ∨ 여덟째날(day8): 주응답원과의 최종 인터뷰 실시. 이 때 조사원이 기입한 결과에 대해 검토하고 기본 인센티브를 지불하고 식품기입장(food book)과 스캔 및 영수증을 수거. 주응답원은 피드백에 대해서 기입함.

■ 인센티브

- ▹ 초기 모든 대상자에 대해서 5$ 토큰이 지급되며, 과정을 다 마친 가구의 주응답원은 $100 check을 받게됨. 3번의 전화인터뷰에 대해서 각각 $10 상품권(gift card)를 받게됨. 그리고 식품기록에 참가한 11살에서 14살까지의 가구구성원들마다 $10의 상품권을 받게되며, 15살 이상의 가구구성원들은 $20 상품권을 받게됨.
- ▹ 이러한 인센티브는 마지막 인터뷰 시 결과와 증빙서류들을 모두 회수하면서 받게됨.

4) 포함된 변수

■ FoodAPS에서 제공하는 자료에는 가구의 규모와 구성, 식품 및 보조프로그램 혜택 여부, 획득하거나 구매한 식품류, 개별가구 식별 번호, 구체적인 인터뷰 날짜, 응답자 사용 언어, 주요 응답자의 문맹 정도, 답변 상황 및 어려움 혹은 집중도, 가구원 체중, 가구원의 가구 체류 상황, 손님 방문 상황, 최근 3개월 간 가구원 구성 변화, 결혼, 이혼, 사별, 신생

아, 입양 등으로 인한 가구원 구성 변화, 가구원 소득 상황 및 변화, 가구원 취업의 구체적인 상황, 동산 및 부동산의 변화, 정부보조 내역 등이 포함되어 있음.

■ 이 밖에도 자동차 구매 혹은 리스 현황 및 내역, 주택대출 및 보험 관련 사항, 가구원 보험비 교통비, 광열비, 각종 공과금, 의료비, 교육비 및 자녀 양육관련 비용, 세금, 노인 부양관련 비용, SNAP혜택 상황, 자녀 학교급식 상황, 식품의 자급 및 확보 정도, 식단의 균형 정도, 체중 변화 정도, 주된 구매상점 현황·거리·왕복비용, 주된 구매상점의 상품구색, 30일 간 식품관련 각종 상점 방문 상황, 영양 정도 및 건강 정도에 대한 판단, 가구 내 현금 상황 및 각종 공과금 지불 상황, 손님 방문 및 식사 관련 사항 등도 포함됨.

다. 일인당 식품수급표(Food Availability)

■ 식품수급표(Food Availability Data System)는 생산, 유통, 소비에 이르는 식품의 수급량에 대해서 분석한 자료임.

■ 대상식품은 육류, 낙농품, 생선, 유지류, 견과류, 야채 및 과일, 서류, 곡류, 당류, 커피/차, 기타 음료 및 양념류임.

■ 추정방식을 보면 국내 식품수급표 작성 방식과 유사한데, 이입량, 생산량, 수입량을 합한 값에서 각종 투입물 사용량, 수출량, 저장, 가공용, 이월량 등을 제외한 양을 총 공급량으로 간주하고, 이러한 방식으로 구해진 총량을 미국 총 인구와 해외주둔 군인 숫자로 나누어줌.

■ 이 자료는 사용 및 해석에 있어서 주의가 필요한데, 미국 전체에 대해서 총합으로 나타난 자료이며 주별 혹은 카운티별 즉 지역별 자료가 없기 때문에 인구통계적 측면에 따른 분석이 불가능.

■ 추가적으로 '식품 손실을 반영한 식품수급표'(Loss-Adjusted Food Availability, LAFA)도 작성하고 있음. 이 버전은 가공, 수송, 유통단계에서의 손실, 음식물 쓰레기 및 통계적 에러 등을 감안하여 작성하였기 때문에 실제 소비량에 보다 가까운 자료라고 할 수 있음.

라. 식품소비 · 영양섭취(Commodity Consumption and Nutrient Intakes)

■ 이 통계는 국민건강영양조사(NHANES)에서 추출한 자료로 조사 직전 이틀 간의 평균자료임. 이 자료는 인구통계별 식품 및 영양섭취에 관한 변수를 제공하는데, 거시적인 측면에서 가정 내 및 가정 밖에서의 식품과 영양 섭취량을 제공함. 구체적으로 다음과 같은 데이터들이 교차표에 포함되어 제공되고 있음.

▹ 일별 평균 식품섭취 교차표

∨ 가로축: 전체, 가정 내, 외부 (레스토랑, 패스트푸드점, 학교, 기타)

∨ 세로축 큰 제목: 과일, 채소, 낙농제품, 곡물, 단백질식품, 당류, 유지류, 고형지방

∨ 세로축 작은 제목: 총인구, 어린이, 성인, 하위소득층, 상위소득층

∨ 단위: 과일, 채소, 낙농제품의 단위는 컵(cups)이고, 그 외 부류는 온스(ounces)임.

▹ 일별 평균 영양섭취 교차표

∨ 가로축: 전체, 가정 내, 외부 (레스토랑, 패스트푸드점, 학교, 기타)

∨ 세로축 큰 제목: 에너지, 칼슘, 콜레스테롤, 섬유질, 철분, 포화지방, 지방, 나트륨

∨ 세로축 작은 제목: 총인구, 어린이, 성인, 하위소득층, 상위소득층

∨ 단위: 에너지는 칼로리(calories); 칼슘, 콜레스테롤, 철분, 나트륨은 미리그램(mg); 섬유질, 포화지방, 지방은 그램(gm)임.

3.2.2. 국민건강영양조사(NHANES)

가. 조사 개요

■ 국민건강영양조사(NHANES)는 질병관리본부(CDC) 산하 국가보건통계소(NCHS)에서 주관하고 있는 통계로써, 성인과 어린이의 건강과 영양상태를 측정하기 위한 조사통계임. 미국에서 작성되고 있는 식품관련 통계들 중에서는 유일하게 인터뷰와 신체검사를 결합한 방식으로 작성되고 있음.

■ 설문조사는 약 5,000명의 전국을 대표하는 샘플을 대상으로 매년 실시됨. 조사에는 인구통계학적, 사회경제적, 식이 및 건강관련 질문이 포함되어 있는데, 내과, 치과, 정신과 측정뿐만 아니라 훈련된 의료진에 의해 관리되는 실험실 테스트까지 포함되어 있음.

□나. 조사 내용

■ 조사대상 개별가구에 대해서 가족전체를 대상으로 한 조사표와 구성원 개인들을 대상으로 한 조사표가 구분되어 있음.

▹ 가족전체를 대상으로 한 조사표에는 소득, 직업, 주거형태 등을 포함한 인구통계적인 질문들과 흡연, 소비행태, 식품 확보 등에 관한 질문들이 포함되어 있음.

▹ 가족구성원 개인 조사표에는 주로 질병 및 의료 상황, 보건지표 등에 대한 질문과 식품섭취행태와 관련된 질문들이 포함되어 있음.

■ 또한 Flexible Consumer Behavior Survey(FCBS)라는 조사가 포함되어 있는데, 이는 개별인터뷰를 통해 이루어짐.

▹ 이 개별인터뷰 또한 가족 전체를 대상으로 한 질문과 개인을 대상으로 한 질문으로 나뉘어져 있음. 가족 전체를 대상으로 한 질문에는 식품지출, 소득, 자산 및 식품보조프로그램 혜택 여부 등이 포함되어 있으며, 표본으로 선정된 개인을 대상으로 한 질문에는 본인 영양상태에 대한 판단, 식품보조프로그램 혜택 상황, 외식 상황, 즉석식품 소비행태, 식당이나 패스트푸드점의 방문 정보 등에 대한 질문이 포함되어 있음.

■ 섭취행태회상(Dietary Recall)이라 불리는 인터뷰조사가 포함되어 있는데, 여기서는 기억을 통해 조사 바로 전 24시간 동안의 영양에 대해서 기입하게 되어 있음.

▹ 인터뷰는 이동조사센터(Mobile Examination Center, MEC)의 훈련된 조사원들에 의해 개별 인터뷰실에서 진행됨. 각각의 MEC 인터뷰실에는 응답자들이 음식의 부피나 용량을 판단하는데 참고할 수 있는 표준가이드가 비치되어 있음.

▹ 보다 더 자세하고도 신뢰할만한 자료를 위해, 2002년부터는 모든 섭취행태회상 인터뷰 참가자들에 대해서 추가적인 2차 인터뷰가 실시되고 있음. 2차 인터뷰는 1차 인터뷰가 끝난 3일에서 10일 후 전화를 통해 이루어지는데, 첫 번째 인터뷰 후 참가자들에게 음식을 측정할 수 있는 컵, 스푼, 자 등의 계량도구들과 음식 모델의 정보를 담은 소책자를 제공함.

다. 관련기관의 활용

■ 이 데이터의 주된 사용자는 조사의 디자인과 개발에 공동으로 참여한 연방정부기관들인데, 국가보건원(National Institutes of Health), 식품의약청(Food and Drug Administration), 질병관리본주(CDC)와 같은 기관들

이 정책 입안 및 시행을 위해 활용하고 있음. 그리고 미농무부(USDA)는 이 조사사업에 일정부분 협력을 하는 한편 국민건강영양조사자료 중 영양섭취상황 자료를 2차가공하여 식품관련통계를 만드는 데 활용하고 있음.

4. 영국 관련통계 현황

4.1. 식품통계 작성 체계 및 기관

4.1.1. 유럽 통계 체계

■ 유럽연합(European Union)이 출범한 이후로, EU의 통계정보서비스를 담당하는 Eurostat가 만들어졌음. 이 기관은 회원국과의 통계협력과 통계서비스를 위하여 2009년 개정된 유럽연합통계관리법(EC No 223/2009)을 기반으로 회원국의 각종 통계를 수집 및 관리하고 있음.

▹ 유럽연합통계관리법은 기존에 몇 개의 개별 법안으로 분산되어 있던 EU 통계관리규정을 하나의 법안으로 일원화하여 통계자료수집과 관리의 효율성을 높이고 수집된 통계의 활용 범위를 넓히고자 만들어졌음.

∨ 이 법안은 통계의 공정성, 피조사자 비밀 보호, 통계관리기관의 독립성, 회원국의 의무, 통계작성의 기본 요건 및 절차, 공식통계의 제공 의무 등을 상세히 규정하고 있음.

▹ 2010년부터는 회원국에서 제공하는 자료의 왜곡 방지와 신뢰성 강화를 위하여, Eurostat는 회원국이 제출하는 모든 통계자료에 대한 감사권을 가지게 되었음.

■ Eurostat은 통계서비스 향상을 위하여, EU 회원국들과 비회원국인 노르웨이, 아이슬란드가 참가하는 유럽통계시스템(European Statistical System, ESS)을 구축하는 한편, 관련국가 및 UN, OECD, IMF 등과의 통계에 대한 협력을 추구하고 있음.

▹ 5년 단위의 과제를 통하여 자료 수집 및 기존자료의 관리방법을 개선하고 아울러 유럽연합의 통계자료 활용 범위를 확대하고 있음.

▹ ESS에서 다루는 주요한 통계 중 하나가 식품산업과 농림수산업 통계임. 각 회원국의 식품 가격 및 세부 품목별 생산량 자료를 관리하고 있는데, 일부 예외적인 경우를 제외하면 연별 통계자료 제공을 원칙으로 하고 있음.

■ 유럽연합의 식품 통계는 기본적으로 유럽연합통계관리법을 중심으로 관리되고 있는데, 예외적으로 수산업 통계는 유럽연합 회원국이 생산하거나 회원국 영토에 하역하는 수산물에 대한 통계자료 제출을 규정한 EC No 1921/2006, 양식업에 대한 자료 제출을 의무화한 EC No 762/2008 등에 의해 관리됨.

▹ 이 법안들에 따르면, 유럽연합의 모든 회원국은 Eurostat에 연간 식품 통계를 제출할 의무가 있음. 유럽연합통계관리법에서는 식품 통계를 포함한 모든 통계자료의 품질 유지를 위하여 회원국은 적절성(relevance), 정확성(accuracy), 시의성(timeliness), 접근성(accessibility), 비교가능성(comparability), 정시성(punctuality) 등의 기준을 준수해야 함.

4.1.2. 영국 통계작성체계

가. 전체 체계

■ 영국은 30여개 이상의 정부 부처 및 관련기관에서 국가통계를 생산하는 전형적인 분산형 통계제도를 갖고 있는데, 중앙통계기관인 통계청(Office for National Statistics, ONS)이 정부통계서비스 기획·조정 기능을 담당.

■ 정부통계에 대한 낮은 신뢰도를 제고하기 위해 내각으로부터 독립된 비정부 공공자문기구인 통계위원회를 설립함.

▹ 이 통계위원회는 여러 번의 구조조정을 거치면서 독립성과 전문성을 갖추게 되었고, 2008년 4월에 UK Statistical Authority (UKSA)라는 이름으로 새롭게 출범함.

▹ 국가통계 전반에 걸친 전문가적 권위를 활용하여 국가통계의 품질 향상, 우선순위의 선정, 통계적 신뢰성 제고 등에 대한 자문을 수행하고 있으며, 공공의 요구에 대응하는 국가통계 개선을 위해 통계청(ONS)과 함께 다각적으로 노력하고 있음.

나. 특징

■ 영국의 통계제도는 통계생산의 관점에서는 전형적인 분산형 통계제도를 취하고 있지만, 운영의 관점에서는 주요 통계 작성기관의 연합체인 정부통계기구(Government Statistical Service, GSS)라는 하나의 조직을 통하여 대부분의 공식통계를 제공하고 있다고 볼 수 있음.

▹ 이는 정부통계의 미션을 세부통계를 작성하는 각 부처마다 개별적으로 세우지 않고, 통합적으로 동일한 미션을 정하는 것을 통해 알 수 있음.

▹ 영국은 정부통계기구의 주 고객은 의회와 기타 정부조직이라는 것을 천명하고 있으며, 통계 생산의 목적이 이들 조직의 의사결정을 돕는 것임을 GSS의 포괄적 미션으로 제시하고 있음.

▹ 또한 통계청장(National Statistician)은 영국공식통계를 생산하는 ONS의 수장이며, 또한 동시에 GSS의 장이 됨. 통계청장은 통계수장으로서 국가통계의 수행과 연간 업무계획의 이행을 재무장관에게 보고할 책임이 있음.

▹ GSS의 대다수 부서와 각 행정기관 통계관련부서는 통계책임관(Statistical Head of Profession, HoP)이라고 불리는 전문통계가가 관리함.

4.1.3. 통계관련 주요기관 및 기구

가. 통계청(ONS)

■ 통계청(ONS)은 1996년 중앙통계국과 인구총조사국이 합병하여 탄생한 기관으로, 2008년 시점을 기준으로 3,900명의 인력을 갖추고 있음.

▹ ONS는 넓은 범위의 경제 및 사회 통계의 생산을 책임지고, GSS를 위한 업무조정, 통계정책, 전문적 기준을 설정하는 한편, 전체적인 GSS의 통계관련업무 수행을 모니터링함. 즉, 영국 통계시스템 내에서 생산 및 조사에 대한 조정, 유럽통계시스템(ESS)에 대한 대표 등 영국통계 전반에 걸친 중추적인 역할을 담당함.

▹ ONS에서 작성하고 있는 주요 통계로는 국민계정(국내총생산 및 국민소득 등), 출생률, 사망률, 인구 이동, 국제수지 등 주요 경제 및 사회 통계이며, 주요 지수로는 생산지수, 소비자물가지수, 생산자물가지수와 서비스와 관련된 지수 및 주택가격지수 등임.

∨ 이 밖에도 소비자 트랜드, 소매점 판매액, 경제적 후생 상태, 여행 트랜드, 가족 및 가정경제, 공공서비스 생산성, 범죄율, 교육 등이 분석되어 제공되고 있음.

■ 통계청뿐만 아니라 환경·식품·농촌진흥부(Department of Food and Rural Affairs, Defra), 국방부(Ministry of Defence), 관체성(HM Revenue&Customs), 교육부(Department for Education), 교통부(Department for Transport) 등의 행정기관이 자체적으로 통계인력을 보유하여 관련통계를 작성하고 있음. 이 밖에도 영국중앙은행, 영국지질조사국, 민간항공당국, 에너지기술지원국 등의 기관들이 통계청과 긴밀한 협조 하에서 자체 통계인력을 통해 필요한 자료를 작성하고 있음.

나. 정부통계기구(GSS)

■ 정부통계기구(GSS)는 30개 기관의 통계책임관과 통계청장을 의장으로 하여 구성된 정책관리위원회와 정보시스템, 자료배포, 경제통계, 사회통계 등의 분과위원회가 설치되어 있어, 이를 통해 각종 통계관련 정책과 업무의 조정활동을 수행함.

■ GSS의 기능에는 조정활동 이외에 인구의 출생, 이동, 사망 등에 대한 등록업무를 수행하고 있음. 또한 8개로 구분된 영국의 행정구역을 3개의 표준통계구역(Standard Statistical Regions)으로 구분한 후, 표준통계구역에 있는 지역통계기관을 통하여 그 지역의 특성에 적합한 통계를 개발함과 동시에 국가 전체적으로 필요한 통계작성을 기획하고 있음.

다. 통계위원회(UKSA)

■ 영국 정부는 국가 통계의 완전성(integrity)과 신뢰성을 높이기 위해 공공통계의 품질 보장 및 통계관련업무에 있어서 정치적 간섭 배제 등의 제도적 장치를 구축하고 있음.

■ 통계청(ONS)에서 왕립통계학회(Royal Statistical Society)와 통계위원회 등의 주장을 바탕으로 2005년 11월 재무장관의 이름으로 “ONS는 독립부처로 운영되고 책임자 이하 모든 직원은 공무원 신분이지만 각료의 통제를 받지 않도록 한다.”는 성명을 발표함.

■ 이 조치가 2006/2007 의회를 통과하여 통계및등록서비스법(Statistics and Registration Service Act)이 2007년에 제정되었으며, 이 법에 의거하여 2008년 4월 UKSA가 설립됨.

▹ UKSA 설립목적은 공식통계의 생산 및 작성의 보장과 품질 증진 등이며, 구체적으로는 공식통계 작성지침 평가 및 조사, 주요 이슈에 대한 독립적인 분석, 특정 통계의 개선 절차 및 실행, 통계서비스 또는 공식 통계의 사용에 대한 조언 등의 역학을 수행하는 것임.

▹ UKSA의 의장은 하원에 의해 지명되고, 관련부서의 협의를 통해 임명되는 8명의 비상임위원과 3명의 상임위원으로 구성됨.

4.1.4. 식품통계 관련기관

■ 식품소비와 관련된 기관들은 통계청(ONS), 잉글랜드의 환경·식품·농촌진흥부(Defra), 북아일랜드의 농업농촌진흥부(Department of Agriculture and Rural Development, DARU) 등이 있음.

▹ 통계청(ONS)은 폭넓게 볼 때 식품관련통계로 소비자물가지수, 소비자트랜드, 소매점판매액(Retail Sales), 가구지출(Family Spending) 등을 생산하고 있는데, 이 중 소매점판매액의 일부자료에 식품판매액이 포함되어 있으며, 가구지출에도 식품에 대한 지출자료가 포함되어 있음.

▹ 환경·식품·농촌진흥부(Defra)는 영연방(UK)에서 잉글랜드의 환경정책 및 규제, 식품 및 지역문제를 담당하는 기관으로, 환경, 생물다양성, 동식물, 지속가능발전, 녹색경제, 식품·농업·어업, 가축건강 및 복지, 농촌지역문제 등의 업무를 담당하고 있음.

  ∨ 주요 통계로는 곡물 생산량, 과일·채소 도매가격, 가금류, 우유가격, 농업소득, 소·양·돼지 도축자료 등을 생산하고 있음.

▹ 농업농촌진흥부(DARU)는 북아일랜드 기관으로 북아일랜드 지역의 농업, 어업, 임업 및 식품과 관련된 업무를 담당하고 있음.

  ∨ 주요 통계로는 농작물 및 가축 생산, 농촌지역 통계, 농업 및 가격, 농자재, 농촌지역 소득 및 비용 등과 관련된 자료임.

■ 통계청(ONS)과 환경·식품·농촌진흥부(Defra)의 협력 하에 '생활비·식품소비조사'(Living Costs and Food Survey, LCF)가 매년 이루어지고 있는데, 이 조사를 바탕으로 Defra의 가구식품소비(Family Food)와 통계청(ONS)의 가구지출(Family Spending) 통계가 생산되고 있음.

▹ 이 중 가구식품소비가 본 연구의 소비량통계와 가장 근접한 통계라고 볼 수 있음.

■ 한편 식품표준청(Food Standards Agency)과 보건부(Department of Health)가 공동으로 주관하고 있는 국민식생활영양조사(National Diet and Nutrition Survey, NDNS)가 있음.

▹ 식품표준청(Food standards Agency)은 영연방 전체를 관할하는 기관으로 2000년에 설립되었으며, 영국 전역의 식품과 관련된 공공보건을 책임지고 있음. 주요통계 및 보고서로는 국민식생활영영조사(NDNS), 식품과당신(Food and You), 연별식품사고보고서(Annual Report of Incidents)등이 있음.

▹ 보건부(Department of Health)는 기존의 보건및사회안전부(Department of Health and Social Security)를 모태로 하여 1988년에 설립된 기관으로, 잉글랜드의 보건 및 사회보장을 담당하고 국가보건서비스의 업무를 조정하는 역할을 함. 주요통계로는 낙태, 병원시설, 모유수유, 환자관련 자료임.

4.2. 식품소비와 관련된 통계현황

[표 2-14] 영국의 식품소비와 관련된 통계현황

작성기관	통계명	비고
환경·식품·농촌진흥부	가구식품소비 (Family Food)	2008년 이름변경
통계청	가구지출 (Family Spending)	
	소매점판매액 (Retail Sales)	
식품표준청·보건부	국민식생활영양조사 (NDNS)	

4.2.1. 가구식품소비(Family Food)

가. 전체 개요

■ 이 통계는 환경·식품·농촌진흥부(Defra)에서 작성하고 있는데, 연간 통계로 가구 및 외식에서의 구매량, 지출, 영양섭취 등의 자료를 제공함.

▹ 2주간의 기간에 걸쳐서 구매한 식품 및 외식에 대해서 응답자들이 스스로 기입하여 얻는 샘플자료임. 구매량은 응답자들의 기입을 기초로 추정과정을 거쳐 구해짐.

▹ 열량 및 영양섭취는 500가지 식품의 종합영양구성으로부터 얻어지는데, '생활비·식품소비조사'(Living Costs and Food Survey, LCF) 중 가구식품소비모듈(Family Food Module)의 자료를 활용함.

■ 조사된 자료

▹ 년별, 월별, 주별로 식품 및 음료의 평균 구매량 및 구입액, 에너지 및 영양소별 평균 섭취량, 외식에서의 영양섭취 등을 제공하며, 이 자료를 지역, 소득, 가구형태 등의 인구통계별로 세분하여 분석한 교차표를 제공하고 있음.

나. 통계 역사

■ 국가식품정책의 효율성을 측정하기 위해서 국가식품소비조사(National Food Survey, NFS)가 1940년에 시작되었는데, 이 당시 도시의 노동자들의 식품구매 및 자산에 대해서 조사하였음. 이 조사의 샘플은 1950년대에 영연방 전체에 걸쳐서 확대됨.

■ 2001년에 국가식품소비조사가 가구지출조사(Family Expenditure Survey, FES)와 합쳐져서 가구지출·식품소비조사(Expenditure and Food Survey, EFS)로 변경됨.

▹ 가구지출·식품소비조사는 국가조사의 요건을 충족시키기 위해 세부항목을 늘렸는데, 이 때 가구식품소비모듈(Family Food Module, FFM)이 정립됨. 이 후 2008년에 가구지출·식품소비조사가 생활비·식품소비조사(Living Costs and Food Survey)로 명칭이 바뀜.

다. 자료 수집

■ 이 통계에 활용되는 자료는 전술한 바와 같이, 통계청(ONS)의 생활비·식품소비조사(LCF)에서 얻어짐. 그 중 세부파트로서 가구식품소비모듈의 조사결과를 이용하여 Defra에서 이 통계를 작성함.

▹ '생활비·식품소비조사(LCF)'는 ONS에서 주관하고 비용을 부담하고 있으며, Defra에서는 식품통계관련 전문가들의 인력을 제공함. 실제방문조사는 통계청(ONS) 그리고 북아일랜드 통계·분석청(Northern Ireland Statistics and Research Agency, NISRA)에서 담당함.

■ LCF 조사는 가구 단위로 이루어지며, 참여가구의 16세 이상 가구원들이 2주 동안 식품소비에 대한 다이어리를 기입하는 방식임.

■ 가구식품소비모듈(MMF)의 조사내용은 가구의 일반적인 형태 및 인구통계 특성 그리고 식품 및 음료 섭취 등임.

▹ 식품 및 음료에 대한 기록은 500가지의 카테고리에 대해서 적게 되어 있는데, 가구내 소비를 위한 구매에 대해서 250가지 그리고 외식에 대해서 250가지임.

▹ 자료는 기본적으로 소비가 아닌 구매에 초점을 두고 수집됨. 기록은 구매액 기준이지만 구매량을 적을 수 있는 경우는 자세하게 기입하도록 유도하고 있음. 만일에 직접적인 구매량 자료가 없는 경우는 표준 구매자료를 활용하여 추정함.

■ 개별 샘플별로 1년 동안이 아닌 2주간의 기록이기 때문에 이로 인한 오차가 발생할 수 있는데, 샘플을 많이 선정하여 개별 표본이 특정기간에만 작성하여 발생할 수 있는 편이를 샘플 숫자로 상쇄시킴. 또한 계절효과를 극복하기 위해 조사를 한 시기에 집중적으로 하는 것이 아니라 샘플을 전체 년도를 기준으로 시기별로 골고루 분포시켜 조사가 1년 동안 지속적으로 이루어질 있도록 구성함.

라. 샘플링 및 조사방법

■ LCF 조사는 전수조사가 아닌 샘플조사임. 2012년 기준으로 영연방 전체에 걸쳐서 5,596개 가구에서 13,195명의 다이어리를 수집함.

▹ 이 때 응답률은 영국(Great Britain)의 경우 52% 그리고 북아일랜드의 경우 57%였음.

■ 실제보다 덜 적는 축소보고(under-reporting)문제라든지 자료의 신뢰성 저하 문제를 극복하기 위해 2주 동안 구매한 음료 및 식품 그리고 외식에 대해서 영수증을 첨부하도록 하고 있음.

4.2.2. 가구지출(Family Spending)

■ 이 통계는 통계청(ONS)에서 작성하는데, 영연방 가구들의 매년 1월부터 12까지의 재화 및 서비스 지출액 자료를 제공하고 있음.

■ 이 통계는 전술한 LCF조사에서 추출한 자료로 일반적으로 2년의 조사-발표 시간격차가 있음.

■ 이 자료는 소비자가격지수(Consumer Prices Index), 소매가격지수(Retail Prices Index)자료 뿐만 아니라 가구지출계정 추정이라든지 세금과 보조금의 효과 그리고 영양섭취 트랜드 분석 등에 활용됨.

■ 품목분류는 EU의 COICOP(Classification Of Individual Consumption by Purpose) 기준임.

▹ 주요항목으로는 식품 및 음료, 알콜성음료, 담배, 의류 및 신발, 주택, 연료 및 에너지, 가정 소비재 및 서비스, 건강, 교통, 여가 및 문화활동, 교육, 외식 및 호텔, 기타 재화 및 서비스로 이루어짐.

4.2.3. 소매점판매액(Retail Sales)

■ 통계청(ONS)에서 작성하고 있는 소매점판매액(Retail Sales Index, RSI)은 매월 영국(Great Britain)의 5,000개 소매점 사업체를 대상으로 오프라인과 온라인 매출액으로 나누어 조사한 결과를 바탕으로 작성됨.

▹ 샘플은 전체 소매점들을 대표할 수 있도록 모든 부문에 걸쳐 골고루 추출하고 있으며, 소매점 숫자가 적은 부문의 경우에는 패널(representative panel)을 대표로 선정하고 있음.

▹ 소매점판매액(RSI)은 표준산업분류(Standard Industrial Classification 2007, SIC 2007)에 제시된 세부산업 분류를 바탕으로 표본을 추출함.

∨ 따라서 소매를 주목적으로 하는 온라인사업체들 뿐만 아니라 슈퍼마켓, 백화점 등 소매업을 겸하는 온라인사업체들도 포함됨.

∨ 본 조사에서는 서비스를 제공하는 업체들은 포함되지 않고 상품을 판매하는 업체들만 포함됨. 따라서 재화와 서비스를 동시에 판매하는 경우에는 서비스와 관련된 항목은 보고하지 않도록 함.

4.2.4. 국민식생활영양조사(NDNS)

가. 전체 개요 및 역사

■ 국민식생활영양조사(NDNS) 는 식생활 행태와 영양상태에 대한 정보 제공을 목적으로 작성되고 있는데, 여기에 식품섭취량에 대한 자료가 포함되어 있음.

▹ 식품섭취량 자료는 개인이 섭취한 식품의 종류와 양 그리고 인구통계별 영향 섭취 등을 담고 있음.

■ 이 통계를 위한 조사는 식품표준청(FSA)과 보건부의 공공보건청(Public Health England, PHE)에서 비용을 담당하고, 실제조사는 NatCen Social Research (NatCen), MRC Human Nutrition Research (HNR) and University College London Medical School (UCL)에서 공동으로 수행하고 있음.

나. 샘플 방법

■ 이 조사는 1992년에 시작되었는데, 영유아(aged 1.5 to 4.5 years), 어린이 및 청소년 (aged 4 to 18 years), 성인 (aged 19 to 64 years), 고령층 (aged 65 years and over) 이렇게 각각 다른 연령층에 대해 조사가 이루어지고 있음.

■ 가장 최근의 조사 기준으로 표본 수는 19-64세 5,673명임. 표본은 영국 본토에 한정하여 우편번호에 따라 무작위 단계별 확률추출법을 활용하여 선정함.

■ 이 통계는 1월부터 12월까지 1년을 주기를 조사되는데, 계절성을 극복하기 위해서 네 개에 걸친 시기별 조사기간을 3개월씩 운영하고 있음.

▹ Wave1(7월-9월), Wave2(10월-12월), Wave3(1월-3월), Wave4(4월-6월).

다. 조사 내용

■ 조사는 인터뷰, 건강검진, 그리고 식생활기록으로 구성되어 있음. 인터뷰를 통해 가구 구성, 인구통계 특성, 의료 상황, 식습관 등을 조사하고, 건강검진을 통해 응답자들의 체중, 키, 허리둘레 등 신체 특징, 혈압, 혈액샘플 및 소변샘플 등을 수집함. 그리고 식생활기록을 통해 연속적인 7일 간의 식생활과 물리적 활동 등을 수집함.

■ 이 가운데 식생활기록을 보면 응답자들이 책자로 된 다이어리에 식품 구매 및 외식상황에 대해서 기록하도록 되어 있음. 정확성을 위해 저울을 제공하고 있으며, 다이어리는 가정용과 외식용을 구분하여 제공함. 또한 소형노트북이 대여되는데 이를 통해 다이어리를 휴대하기 힘든 경우 혹은 펜으로 기록을 할 수 없는 경우 이용하도록 하고 있음.

▹ 가정용다이어리가 주된 기록원이고 이것이 통계작성에 가장 중요한 자원이 됨. 여기에 가정에서의 식사인지 혹은 외식이나 다른 집 방문인지 등의 여부, 식사 종류 및 양, 식재료 제품명 및 양, 조리방법, 식사 시간, 잔반, 과일 및 야채의 구매 혹은 재배 여부 등을 기입하도록 되어 있음.

▹ 한편 외식용다이어리에는 식사 종류 및 양, 잔반 등을 적게 되어 있는데, 외식에서는 양을 잴 수 없기 때문에 가급적 상세하게 종류 및 추측되는 양을 적도록 유도.

제3장

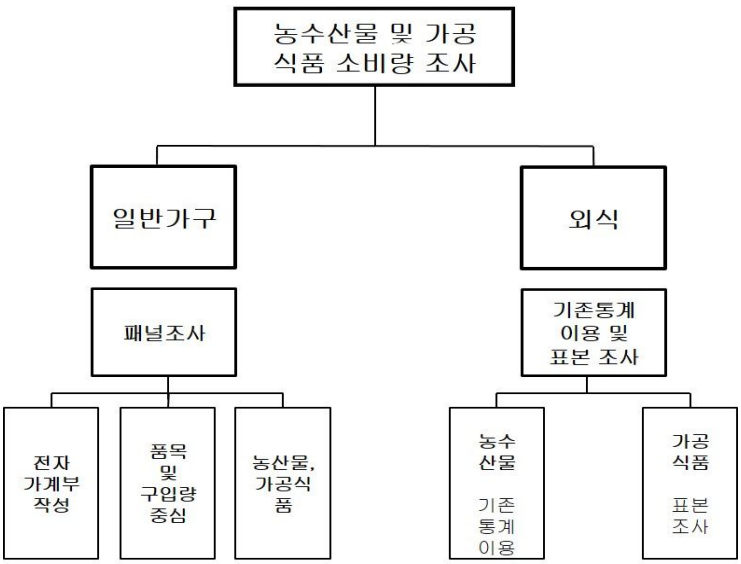
소비자 대상 예비조사

1. 조사 설계

1.1. 조사 개요

■ 본 장에서는 [그림 3-1]에 제시된 바와 같이 조사통계 예비분석을 위해 두 가지 조사를 시행함. 즉, 조사통계를 이용하여 소비량통계를 작성하는 경우를 대비하여, 가정 식품구매량 및 외식에서의 가공식품소비량을 살피기 위한 예비조사를 설계하여 실시하고 시사점을 도출함.

[그림 3-1] 조사통계 예비분석 개요도



■ 가정에서의 식품구매량을 조사하기 위해 본 연구에서는 수도권지역 주요 식품구매자 유효표본 254명의 패널을 구성함.

▹ [표 3-1]에 제시된 바와 같이 모집단은 수도권 가구를 대상으로 하였으며, 지역과 가구원 수를 기준으로 표본을 구성함.

▹ 조사기간은 총 3개월 2주일로써, 조사준비기간 1개월, 실사기간 2개월, 조사결과 확인기간 2주일이 소요됨.

▹ 조사내용은 먼저 패널을 구축하고 기초조사로써 패널 가구의 특성, 식품소비 행태, 외식횟수 및 종류 등을 조사함.

▹ 이후에 본 조사에서는 전자가계부 기입형식으로 진행되었으며, 여기서는 구매한 식품에 대해서 구매량, 구매금액, 가격 등을 기입하도록 함.

1.2. 조사 항목

1.2.1. 사전조사 항목

■ 패널에 참여한 가구에 대해 가구현황, 소득, 식품 구매현황, 외식 비중 등에 대해 사전조사 실시.

▹ 가구현황 조사에 있어서 최근 증가하고 있는 1인가구와 고령층 소비자 여부, 주말부부와 맞벌이 부부, 그리고 외식 비중 등을 포함함.

[표 3-1] 소비자 예비조사 설계

모집단	서울 및 경기도 (수도권 가구)
조사대상	식료품 구입을 주로 하는 주부 및 세대주
유효표본	가구의 주구매자 254명
표본추출	수도권 지역별(서울, 인천광역시, 시, 군), 가구원수별 할당 추출.
조사기간	조사준비기간 1개월, 실사기간 2개월, 조사결과 확인기간 2주일
조사내용	기초조사: 패널 가구의 특성, 식품소비 행태, 외식횟수 및 종류 본조사(전자가계부조사): 농수산물, 가공식품 품목별 구매량
조사방법	전자가계부형식으로 주부들을 중심으로 패널을 구성하여 구매한 식품에 대한 정보를 입력하고 영수증 및 사진 첨부
비고	절차, 시행착오, 결과 등을 분석하여 본조사를 위한 조사방법론 수립 시 반영 응답자들이 구매한 상품과 브랜드를 입력하면 주어진 상위 하이어라키 분류가 자동적으로 이루어지도록 설계. 만일 구매한 상품의 표지와 영수증에 나타난 브랜드와 상품명으로 품목을 파악하기 힘든 경우에는 패널들에게 가급적 비슷한 품목명을 쓰도록 유도하는 한편, 농산물과 가공식품의 품목명들의 리스트를 참고할 수 있도록 제시함. 패널조사에서 기입된 자료는 원자료(raw data)로서 가지고 있고, 다소비 기준 상위품목을 중심으로 통계를 작성함.

1.2.2. 본조사 항목

■ **구매한 식품에 대해서 종류에 구분 없이 구매날짜, 구매 장소, 품목 및 브랜드명, 단위, 수량, 단가 등을 기입하도록 유도함.**

▹ 영수증을 발행하는 소매점에서 식품을 구입한 경우 1주일에 한 번씩 편한 시간대에 영수증을 바탕으로 입력하도록 유도.

▹ 영수증이 없거나 식품의 구입 횟수가 잦은 경우는 가급적 2-3일에 한 번씩 입력하도록 사전 오리엔테이션에서 권유.

■ **패널가구에서는 식품의 종류에 관계없이 기입하고, 후에 연구자들이 통계를 내고자 하는 품목들에 대해서 상품명, 브랜드명, 품목명 등으로 자동으로 분류되도록 설계함.**

▹ 그러나 식품의 종류에 관계없이 기입한다고 하더라도 식품의 정의와 범위 등은 제공할 필요가 있기 때문에, 농산물과 가공식품의 전반적인 정의 및 범위를 패널들에게 제시함.

▹ 가공식품의 경우 2013 식품의약품통계년보 100대 품목 중심으로 분류되어 [부록 3]에 제시되어 있으며, 농림축수산물의 경우 한국농수산식품유통공사와 농산물품질관리원의 기준을 바탕으로 분류하였으며, 내용은 [부록 4]에 제시되어 있음.

∨ 이 중에서 주류, 식품공전 29개 품목류에 포함되지 않는 규격외 일반가공식품, 기구 또는 용기·포장, 옹기류, 식품첨가물, 건강기능식품, 식품조사처리, 축산물가공품, 기타식품은 제외함.

▹ 사전 교육 시 패널들에게 품목분류표에 대해서 설명하고, 온라인다이어리에도 언제든지 참고할 수 있도록 따로 창을 만들어 제시함. 패널들에게 가급적 이 품목분류에 나와 있는 품목명을 기입하도록 유도함.

▹ 품목명이 모호한 것은 영수증에 제시된 상품명을 기입하도록 하거나, 만일 영수증이 없는 경우 본인이 알고 있는 품목명을 입력하도록 함.

▹ 농림축수산물과 가공식품분류표 안에 포함되지 않는 식품은 가급적 기입하지 않도록 유도함. 이는 기입한다고 하더라도 관측치가 적을 뿐만 아니라 통계를 낼 필요성도 낮은 식품들이기 때문임.

1.2.3. 기타 사항

■ 선물이나 가족으로부터 받은 것은 칸을 따로 만들어 체크하도록 함.

▹ 선물받은 것은 가격을 모르는 경우 품목/중량/수량 등을 기입하도록 함. 선물받은 것을 포함하였기 때문에, 선물로 주기 위해 구입한 것까지 기입하게 되면 과다추정이 될 수 있기 때문에 포함하지 않음.

▹ 가정에서 제조되어 선물 받은 식품 또한 포함하고자 하는데, 1차 농산물의 경우는 농산물에 그리고 김치나 된장처럼 가공된 것은 가공식품으로 분류하여 기입하도록 유도.

■ 매월 정기적으로 배달하여 먹는 식품은 정기적인 가공식품 구매 내역란에 기입하도록 함.

■ 본 예비조사에서는 의약품, 건강기능식품, 주류, 담배 등은 제외함.

■ 가정 소비 또는 선물을 위해 가정에서 생산한 것들은 생산량을 조사하는 것이 아니므로 본 예비조사에서는 포함하지 않음.

■ 영수증이 없는 재래시장의 경우에는 영수증 첨부를 할 수 없기 때문에, 대신 구매한 물품의 사진을 온라인 웹에 첨부할 수 있도록 설계함.

■ 만일에 영수증에 중량표시가 없는 경우는 가급적 포장지의 중량표시를 이용하도록 하며, 중량을 파악하기 힘든 경우에는 수량을 기입하도록 함.

■ 응답자 편의를 고려하여 기입과정에 대한 이해도 제고를 위한 조사가이드(설명서)를 쉽게 볼 수 있도록 설계함.

1.3. 조사 방식 및 절차

1.3.1. 조사 방식

■ 본 예비조사에서는 오프라인 대신 온라인 방식으로 패널조사를 실시함. 온라인과 오프라인은 각각 장단점이 있으나 온라인조사는 비용 절감, 패널들의 시간 및 장소 측면에서 자유로운 입력, 패널 관리의 용이 등의 면에서 장점을 지니고 있음.

▹ 오프라인은 온라인에 비해 상대적으로 비용이 많이 들며, 이동성이 떨어진다는 단점이 있음.

■ 축적된 자료를 분석하여 유용한 자료(전체 평균과의 비교)로 가공하여 패널들에게 제공해 주는 것도 적극적인 참여 유도를 위한 동기부여가 될 수 있을 것임. 이 점은 전자가계부를 이용한 온라인 조사의 장점이 될 수 있음.

▹ 패널들이 입력한 것을 본인들이 실시간으로 확인할 수 있고, 연말에 가구의 전체적인 식품소비를 개괄할 수 있음. 또한 패널들의 평균치와 비교하여 다른 패널참가자들 대비 본인들의 소비 위치를 파악할 수 있음.

■ 최근 우리나라 주부들에 있어서 스마트폰·컴퓨터 보급률이 매우 높은 상태이기 때문에, 이제는 온라인 조사가 점차 보편화되고 있음.

▹ 온라인은 컴퓨터와 스마트기기 모두 접근이 가능하며, **사진과 영수증을 올릴 수 있는 측면에서도 용이하다는 장점이 있음**.

▹ 오프라인의 경우 영수증을 붙이는 것은 어렵지 않으나, 영수증이 없는 경우 사진을 인화하여 붙이기가 매우 번거로움.

■ 온라인의 조사화면은 기입하기 편하도록 웹과 어플을 제작하고, 본 예비조사에서 나온 문제점을 차년도 조사계획에 반영함.

1.3.2. 패널 관리

가. 패널표본 할당

■ 일반적으로 패널을 구축함에 있어서 소득계층, 지역, 가구 수, 응답자 연령 등을 고려하여 고루 분포할 수 있도록 설계하는 것이 바람직함.

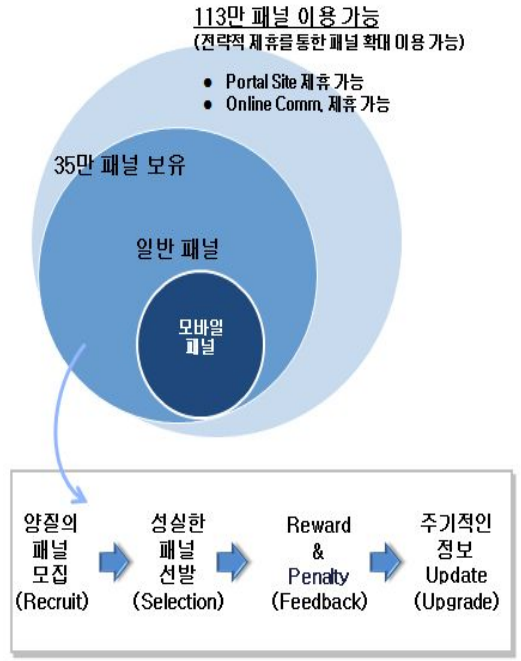
▹ 그러나 본 예비조사는 조사된 자료를 가지고 통계를 생산하는 데 의미가 있는 것이 아니라, 조사과정이나 방법, 대상 항목, 식품 및 외식 소비 입력 가능 여부, 패널 유지 및 비용, 고소득층과 저소득층의 패널 유지 가능성 등을 테스트하는 파일럿 조사이기 때문에 패널을 비교적 복잡하지 않게 구분함.

■ 본 연구에서는 가구원 수와 지역이라는 두 가지 변수를 중심으로 패널을 구성함.

▹ 가구주의 연령과 자녀 유·무는 가구원수에 의해 어느 정도 고루 분포될 것으로 판단됨.

▹ 소득은 지역별 배분에 의해서 어느 정도 분산될 것으로 보이며, 각 셀별로 소득을 기준으로 표본이 너무 치우치지 않도록 적절히 배분함.

[그림 3-2] 패널조사 위탁업체의 패널 보유 현황



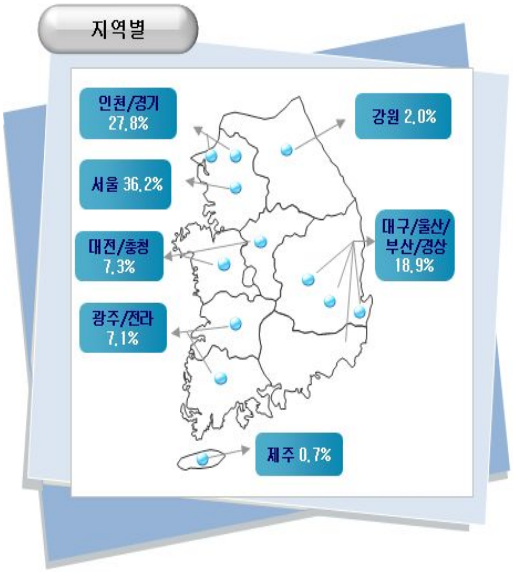
1 지속적인 패널 충원 및 관리에 의해 양질의 패널 보유
↳ 기존 패널 관리와 더불어 지속적인 충원에 의한 패널 신선도 유지

2 정기적인 패널 정보 Update에 의한 최신 고객 정보 활용
↳ 핸드폰/공인 인증과 정기적인 패널 정보 Update

3 온라인 조사 완료 설문지의 OFF Line 검증(전화)에 의한 Quality보증
↳ 오프라인 전화검증 최대 30% 실시

4 조사 진행 과정에서의 IT Technology 이용 양질의 Data확보
↳ 응답시간, Reading Time, Ctrl C 기능 통제 응답패턴, OPEN문항 통제 등에 의한 정확성 확보

지역별



연령별

	10대	20대	30대	40대	50대 이상
온라인	12.3%	29.6%	29.1%	19.7%	9.3%
모바일	16.5%	36.1%	32.2%	10.1%	5.1%

성별

온라인	남자	기혼	미혼	전체비율
		56.09%	43.91%	47.6%
	여자	기혼	미혼	전체비율
		54.77%	45.23%	52.4%
모바일	남자	기혼	미혼	전체비율
		41.1%	58.9%	45.8%
	여자	기혼	미혼	전체비율
		43.9%	56.1%	54.2%

※ 상기 자료는 2014년 1월 1일자
온라인 약 35만 / 모바일 약 30만명 패널에 대한 분포임

∨ 소득별로 표본 할당을 고르게 하기 위해, 참여 의향이 있는 패널들을 대상으로 사전조사를 통해 소득자료를 획득하여 한 셀에 소득 면에서 너무 치우지치 않도록 통제함.

■ 고령층의 경우 최소한 5가구 정도 포함될 수 있도록 패널 표본 선정.

▹ 고령층의 경우 전자가계부 기입이 어려울 것으로 판단되기 때문에, 오프라인 조사 가능성을 체크함.

나. 패널 모집

■ 위탁업체 자체패널을 활용하여 생활패턴, 가족 수, 직업, 소비패턴 등 1차적으로 라이프스타일 조사하고, 이를 통해 적격 응답자를 선정함.[5)]

▹ 라이프스타일 조사와 기존에 패널 등록 시 작성했던 데이터베이스 자료와 차이가 많이 나면, 불성실 응답 가능성이 높을 것으로 예상하여 조사대상 선정에서 제외함.

■ 기본적으로 휴대 전화를 이용한 본인 인증을 거친 온라인 패널들 중 모바일 조사 참여 동의자들로 패널을 구축함. 이는 기존 온라인조사의 가장 큰 약점으로 지적되었던 동일인의 이메일 다중 등록을 통한 중복 응답을 방지하기 위함임.

5) 패널은 ㈜인사이트코리아와 협업하여 구성함. 이 회사는 전국 113만 일반 패널 보유하고 있는데, 이 중 여성이 35만명 포함되어 있음.

다. 패널 감독

■ 패널 모집을 위한 사전 조사 시 물품 구입패턴 확인 후 매 주 패널의 흐름을 보고 미 응답 시 응답자와 확인 후 경고. 경고 누적 시 탈락 처리하고자 하는데, 탈락자를 대비하여 처음 패널을 모집할 때 유효표본 200명보다 100%가 더 많은 400명 가량으로 시작함.

■ 품목 누락의 경우 영수증 확인으로 수정 보완 후 경고처리. 경고 누적(3회)시 탈락 처리함.

■ 사전조사 결과를 바탕으로 흐름이 상이할 경우 영수증으로 주마다 확인.

라. 패널 독려

■ 입력 건당 보상과 조사 완료자만을 대상으로 보상비 추가 지급 및 경품 추첨 등으로 참여도를 제고시킴.

▹ 경품의 경우 캡슐커피머신이나 휴롬기 등 주부들의 호응이 높은 경품을 증정함. 경품 추첨과정, 경품 당첨자와 당첨자의 패널활동 등을 다른 패널들에게 공개하여 경품추첨과정의 투명성을 제고시킴.

■ 조사에 참가한 패널들과 조사 결과 공유 등 다양한 참여 기회 제공 및 정보 제공.

▹ 특히 고소득층 주부의 경우 인센티브나 경품보다는 다양한 경험과 조사결과 공유에 대한 호응이 높음.

▹ 개인별로 축적된 자료를 분석하여 유용한 자료로 가공하여(전체 평균과의 비교) 제공해 주는 것은 패널들에게 동기부여가 됨.

■ 또한 패널들에게 국가통계사업에 참여한다는 자부심을 심어주고, 평소에 본인들의 식품소비 내역을 잘 확인하지 않는 가구들의 경우 이 기회에 가구의 식품소비 윤곽을 살펴볼 수 있는 기회를 갖는다는 점을 주지시킴.

1.3.3. 조사 진행 및 신뢰도 제고 방안

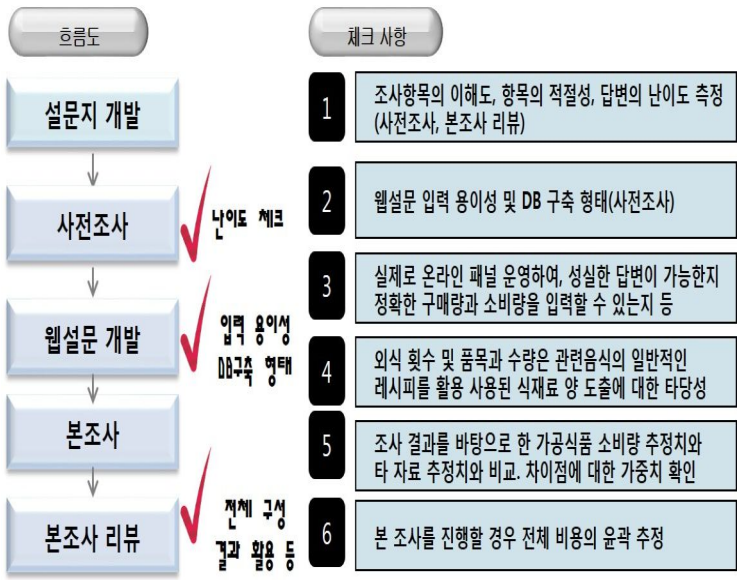
[표 3-2] 소비자 조사 단계 및 신뢰도 제고 방안

	조사 단계	신뢰도 제고 방안
사전정보수집	- 가구구성, 월 평균 식료품 구입비용, 주간 장보기 횟수, 장소 등 사전 정보 수집 - 패널들의 식품소비 입력에 대한 검증 자료로 활용	- 패널 가입 시 입력한 기본 정보와 비교 - 전체 패널의 소득 및 가구원 수 데이터와 비교. 특이사항 발견 시 재확인
웹설문개발	- 질문지를 온라인으로 구현하여 정해진 품목/장소/용량 등을 표기할 수 있는 도구개발	- 본 조사 전 웹설문에 대한 테스트 실시 - 실제 자료를 가지고, 직접 입력하면서 입력오류 및 불편한 점 체크 - 프로그래머와 미팅하여 최적의 웹설문 개발
자료입력	- 식품 구입 내용에 대해서 웹에 접속하여 자료 입력 - 구입 물품에 대한 영수증 웹에 첨부 - 영수증이 없는 재래시장의 경우 구입한 물품에 대한 사진 첨부	- 최초 1회 입력 시 전수 대상으로 영수증과 기입 내용에 대한 1:1 대조 실시 - 고의적인 입력 누락을 방지하기 위해서 사전조사에서 실시한 주간 장보기 횟수와 비교하여 차이가 나는 패널에 대해서 입력 독려

자료 검증	- 주부 패널들이 입력한 값들에 대한 자료 검증	- 과대, 과소하게 입력된 값들에 대해 주간단위 영수증/물품 확인하여 보정 - 사전조사에서 조사된 월 평균 식료품 대비 과대/과소한 가구에 대한 검증 실시
	- 주간 단위로 데이터 검사 (누락 시 연락을 통한 감독). - 패널관리업체의 데이터 검사 외에도 연구에 참여한 조사업체가 다시 확인 - 실시간 데이터 입력 가능, 데이터는 일주일 단위로 엑셀로 다운받아 확인	

1.3.4. 사전조사 시 체크 사항

[그림 3-3] 소비자 예비조사 흐름 및 체크 사항



■ 조사통계에 대한 예비조사는 향후 본조사 대비를 위한 성격을 가지고 있기 때문에, 조사 진행과정, 설문 난이도, 결과 활용, 소요 비용에 대한 측면을 점검함.

■ 기본적인 자료 입력 항목과 범위 확정 이후 사전조사를 실시함. 그리고 이 과정에서 일부패널들에게 온라인다이어리를 시험적으로 적도록 하여 여기서 드러나는 문제점들을 점검함. [부록 4]에 가구패널예비조사의 온라인/웹 화면 구성과 수정일지가 제시되어 있음.

2. 조사 진행과정 및 결과

2.1. 조사 과정

2.1.1. 패널 구성

가. 패널모집현황

■ 패널을 모집할 때 유효표본 200명을 목표로 하였으며, 중도 탈락자가 발생할 것에 대비하여 약 100%가 더 많은 398명으로 시작함. 패널구성 계획에 제시한대로 가구원 수와 수도권의 지역을 중심으로 패널표본을 나누어 총 16개의 셀을 만듦 [표 3-3].

[표 3-3] 1차 사전조사 시 모집현황

	1인가구	2인가구	3인가구	4인가구	합계
서울	26	25	33	36	120
인천	20	23	29	27	99
경기시	27	32	36	37	105
경기군	10	10	14	13	47
합계	83	90	112	113	398

■ 1차 패널 모집 후 탈락자가 144명 발생하여 최종 254명의 패널 자료를 확보함

[표 3-4] 탈락 후 패널 현황

	1인가구	2인가구	3인가구	4인가구	합계
서울	21	17	25	26	89
인천	13	16	18	14	61
경기시	16	21	17	18	72
경기군	2	7	12	11	32
합계	52	61	72	69	254

나. 주요질문 내용

■ 패널에 참가한 응답자들을 대상으로 패널관리업체에서 조사의 목적, 작성 방법 등에 대해서 사전 오리엔테이션을 실시함.

▹ 그럼에도 본조사에 들어간 후 참가들로부터 여러 가지 질문들이 제시됨. 다양한 질문들 중 빈도 수를 중심으로 정리하면 아래와 같이 세 가지로 나뉘어 분류할 수 있음.[6)]

1) 식품 다이어리에 작성하는 품목의 범위

■ 본 조사에서 작성해야 하는 식품의 정확한 정의 및 범위에 대한 질문. 예를 들면, 일반적인 브랜드 제품 이외에 체인점, 슈퍼, 반찬가게 등에서 만든 음식이나 반찬도 포함되는지.

2) 영수증 첨부

■ 영수증 첨부와 관련해서는 영수증을 발행받지 못한 경우 어떻게 대처해야 하는지가 가장 많이 질문되었고, 다음으로 선물 받은 경우, 그리고 첨부하는 방식과 관련된 질문들이 주로 제기됨.

■ 예를 들면, 구매내역을 작성하고 영수증을 첨부할 때, 구매 당일에 안하고 다음날이나 며칠 지난 다음에 해도 관계없는 것인지 혹은 다른 비식품 제품들과 같이 구매했을 경우, 식품만 볼펜 등으로 표시하라고 하였는데 그냥 표시 없이 영수증을 첨부해도 되는지 등.

3) 수량, 금액, 중량 작성 방법

■ 수량, 금액, 중량과 관련해서는 할인되는 경우 어떻게 적어야 하는지 혹은 수량의 경우 정확하게 봉지 안에 있는 것을 적어야 하는지 등의 질문이 주로 제기됨.

■ 예들 들면, 식품 가격을 적을 때 포인트나 통신사 할인 등을 이용하여 할인받은 경우 할인 후의 실 결제금액을 적으면 되는 것인지 원래 가격표에 있던 가격을 적는 것인지, 혹은 영수증에 개수는 1개로 표시되어 있지만 이건 1봉지라는 표시이고 실제 구매 개수는 5개인 경우, 이것은 어떻게 적어야 하는지 등.

---

6) 이 질문에 대해서는 조사원과 패널 관리자가 연구책임자와 회의를 가진 후, 전화 및 이메일로 답변을 하였음. 그리고 일부 질문내용은 웹 조사화면 구성과 가이드에 반영함.

2.1.2. 소비자조사 화면 구성

■ 패널가구에서 쉽게 구매상황을 입력할 수 있도록 온라인이나 스마트폰으로 접속할 수 있게 구성하였으며, '초기 접속화면', '조사가이드', '구입내역작성', '선물 받은 내역 작성' 등의 창으로 구분하여 제작함. 자세한 사항은 [부록 4]에 제시되어 있음.

▹ 컴퓨터 온라인 뿐만 아니라 스마트폰 인터넷 창에서도 접속이 가능하도록 만들었는데, 스마트폰 인터넷 창에서 '바로가기 추가' 버튼 활성화를 통하여 핸드폰 배경화면에 바로가기가 생성됨.

▹ 입력할 항목은 구매처, 품목 구분, 브랜드명, 제품명, 수량, 중량, 단위, 금액, 비고 등으로 이루어져 있음.

■ 품목은 패널들이 구분하기 어려우면 선택을 하지 않고 다음 단계로 넘어갈 수 있도록 구성.

▹ 나중에 연구자들이 통계를 내고자 하는 품목의 경우 브랜드와 상품명을 연결시켜 자동으로 품목분류가 되도록 함.

2.1.3. 웹 수정사항

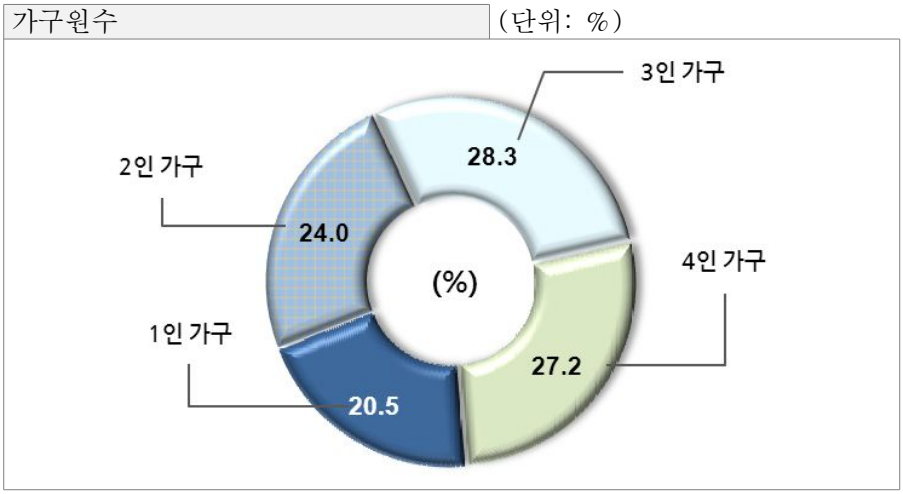
■ 작성화면을 예비조사 참가자들과 연구자들이 시험적으로 운영한 후, 총 5차례에 걸쳐 수정함. 자세한 내용은 [부록 4]에 제시되어 있음.

■ 주요 수정사항은 날짜 기입에 있어서 보다 편리성을 높이고, 수량과 중량의 구분 및 품목별로 다른 단위들을 생성하고, 가이드라인 업데이트 및 사용 편리성 강화, 스마트폰 기기별 화면 적합도 제고, 영수증과 품목사진 첨부 편리성 제고 등임.

2.2. 조사 결과

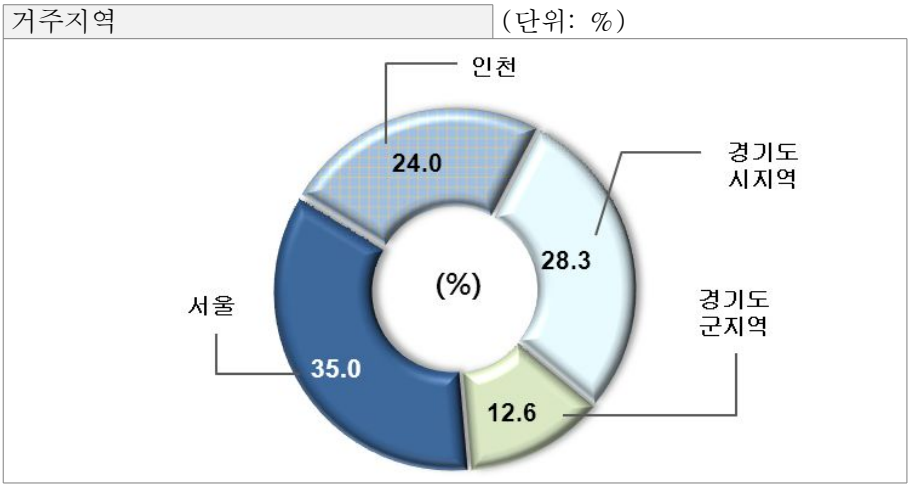
2.2.1. 패널참여자의 인구통계적 특징

[그림 3-4] 참여패널의 가구원 수 구성



- 가구원수는 '3인 가구'가 28.3%로 가장 높은 비율을 보였으며, 다음으로 4인 가구 27.2%, 2인 가구 24.0%, 1인 가구 20.5% 순으로 나타남.
- 거주지역은 '서울'이 35.0%로 가장 높았으며, 다음으로 '경기도 시지역'이 28.3%, 인천지역 24.0%, 경기도 군지역 12.6%로 나타남.

[그림 3-5] 참여패널의 지역별 구성



■ [표 3-5]에 참여패널의 가구원수와 거주지역 교차표가 제시되어 있음.

▹ 결과를 보면, '서울'에서는 1인 가구의 비율이 40.4%로 높게 나타났음. 한편, 3인 가구 및 4인 가구의 비율 또한 서울에서 34.7%, 37.7%로 높게 나타남. 그리고 2인 가구의 비율은 경기도 시지역에서 34.4%로 높게 나타남.

[표 3-5] 참여패널의 가구원수와 지역별 교차 표

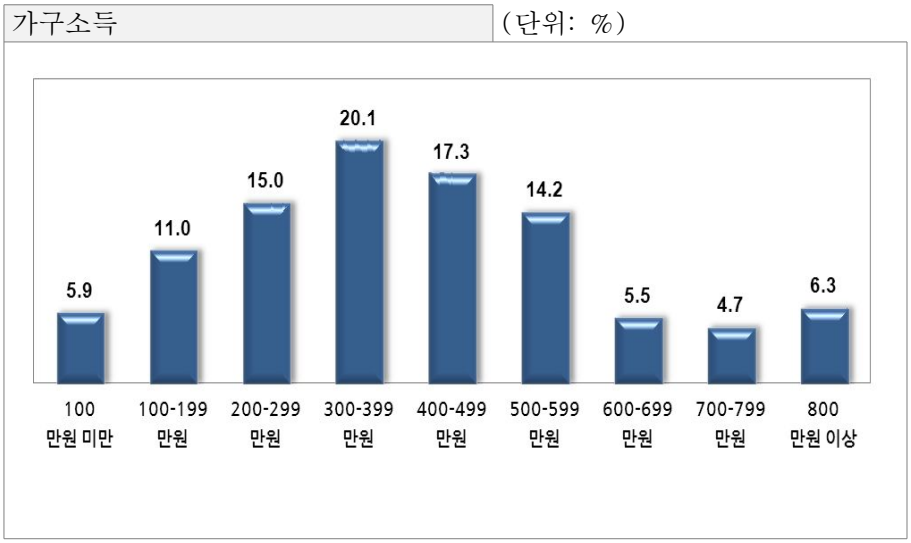
(단위: %)

빈도 명	서울	인천	경기 시지역	경기 군지역
전 체	52(35.0)	61(24.0)	72(28.3)	32(12.6)
1인 가구	21(8.3)	13(5.1)	16(6.3)	2(0.8)
2인 가구	17(6.7)	16(6.3)	21(8.3)	7(2.8)
3인 가구	25(9.8)	18(7.1)	17(6.7)	12(4.7)
4인 가구	26(10.2)	14(5.5)	18(7.1)	11(4.3)

■ [그림 3-6]에 참여패널의 가구소득별 구성이 제시되어 있음.

▹ 가구소득은 '300-399만원 이하'가 20.1%로 가장 높았으며, 다음으로 400-499만원 이하 17.3%, 200~299만원 이하 15.0%, 500-599만원 이하가 14.2%, 100-199만원 이하가 11.0% 순으로 나타남.

[그림 3-6] 참여패널의 소득별 구성



■ 그 밖에도 식료품 지출비용, 주거형태, 맞벌이 여부, 주말부부 여부, 식료품 구입 횟수, 1회 평균 식료품 구입비용, 식료품 구입장소, 재래시장 이용횟수, 식료품 구입장소 선택 이유, 한 달 평균 외식 횟수, 외식 시 이용하는 식당 등이 [부록 5]에 제시되어 있음.

2.2.2. 품목별 소비량 조사 결과

가. 자료 분석 개요

■ 지난 10월부터 2개월간 수집된 자료를 취합하여 분석하였는데, 분석방법은 다음과 같음.

▹ 식품 분류는 대분류의 경우 식품공전 분류로 소분류는 식품의약품통계연보 100대 품목 분류 기준으로 진행하였음

▹ 대분류 품목의 소비량을 계산하는 방법은 대분류에 속한 세세품목의 소비량을 합하는 방식으로 진행됨(예: 과자류 소비량 = 과자 + 캔디류 + 추잉껌 + 빙과류)

∨ 대분류 품목 기준으로 분석 시 동일 품목 내 단위 당 중량 및 금액 편차가 큰 세부 품목이 섞여 있어, 통계적인 이상치 제거나 무응답 대체 시 큰 오차가 발생할 수 있음.

∨ 예를 들어, 축산물(대분류)의 경우, 육류와 달걀의 구입 중량과 구입 가격 편차가 크고, 육류 내에서도 돼지고기와 닭고기 편차도 큰 것을 알 수 있음.

▹ 사전에 조사된 소비자 기본정보(지역, 가구원수, 소득 등)를 바탕으로 전체 평균과 소비자 특성별 소비량을 분석함.

■ 결과 자료 해석 시 유의사항

▹ 본 분석결과는 사전조사 결과를 토대로 진행하였으며, 향후 진행될 본조사에서 나타날 수 있는 오류들을 사전에 파악하고자 하는 것이 목적임.

▹ 또한, 이 분석결과는 향후 본조사에서 얻게 될 분석결과를 예시로 보여주는데 의미가 있음.

▹ 추후 본조사에서는 조사 과정에서 일어날 수 있는 오류를 사전에 예방하고, 정교한 자료 가공과 표본의 가중치를 적용하여 추정되어야 할 것임.

∨ 정교한 자료 가공이라 함은 기입하는 과정에서 생기는 오류를 보정하는 것을 말하는데, 이러한 오류는 품목 구분 오류, 수량 및 중량 오류, 중량 단위 오류, 금액 오류 등에서 발생할 수 있음.

나. 자료 분석 결과

■ [부록 6]에 부류별 소비량, 지역, 가구원 수, 가구소득, 주거형태, 맞벌이 여부, 주말 부부 여부, 구입 횟수, 1회 평균 구입 금액, 부류별 주된 구매처, 1달 평균 외식 횟수와 부류별 소비량과의 교차표 등이 제시되어 있음.

2.3. 조사 결과의 시사점

■ 조사 진행 과정

▹ 지금까지 온라인 패널을 통해 주기적으로 입력하는 다이어리방식으로 장기간 진행했던 조사가 드물었기 때문에, 응답자들이 생소하게 느껴 최초 탈락률이 다소 높았으나 적응기에 들어서는 탈락률이 점차 감소하였음.

∨ 1차 패널 모집 후 첫 1~2회 입력 시 패널 탈락률이 높은 경향이 있었으나, 입력 횟수가 늘어날수록 탈락률이 점차 줄어듦.

∨ 향후 목표로 한 표본숫자를 확보하기 위해서는 탈락률을 고려한 충분한 양의 초기패널 확보가 필요함.

▹ 군단위에서 패널로 가입되어 있는 경우가 많지 않아, 군단위 패널 모집에 어려움을 겪었음. 향후 패널을 확대할 경우 일부는 오프라인을 통한 모집

이 필요할 수 있음.

▹ 구입한 물품을 웹에 기입하는 데에 있어서 구입한 식품을 모두 기입해야 하기 때문에 응답자들의 부담이 매우 높은 것으로 나타남. 향후 조사대상 품목을 한정하여 응답자들의 부담을 덜어주게 되면 축소보고 문제가 줄어들 것으로 생각됨.

■ 자료 분석 과정

▹ 농산물의 경우 구입 단위가 봉지, 상자, 개 등 중량을 정확하게 파악하기 힘든 경우가 많아 자료 손실이 많고, 오차가 커질 위험성이 높음.

▹ 품목 내 세부품목 간 구입 중량과 구입 금액 편차가 커서 품목 단위로 통계를 내기가 어려운 경우도 있음. 이 경우 세부품목 위주로 자료를 만드는 것이 바람직함.

▹ 기입란 중 수량단위와 중량단위에서 헷갈리는 경우가 많아 오류 발생이 높음.

∨ 우리나라는 과일 팔 때 '개'로 따지는데, 이는 통계 및 자료 수집에 걸림돌이 되는 거래관행이라고 판단됨. 향후 우리나라도 농산물의 원활한 통계 및 자료 수집을 위해 판매 시 중량으로 통일하는 정책을 고려할 필요가 있다고 판단됨.

■ 가구패널조사 운영결과에 대한 조사업체의 기타 의견이 [부록 7]에 제시되어 있음.

제4장

외식업체 대상 예비조사

1. 조사 설계

1.1. 조사 개요

■ 소비자들의 식품 구입내역 확인만으로 국가 전체적으로 얼마만큼의 식품이 소비되는지 알기 힘듦. 따라서 소비의 또 다른 축인 외식부문에서 얼마만큼 식품을 구입하는지를 파악하는 것이 필요함.

▹ 만일 소비량통계 조사가 진행된다면 가구패널조사뿐만 아니라 외식업체를 대상으로 한 식품 구매현황 조사도 필요할 수도 있음.

■ 외식업체의 가공식품 구매량에 대한 조사는 매우 큰 작업이 될 수 있기 때문에, 가구패널조사와 별도로 파일럿조사를 통해 조사 가능성, 조사 포맷, 그리고 예상 비용 및 어려움 등을 도출할 필요가 있음.

▹ 따라서 본 연구에서는 표본을 이용한 음식점 예비조사를 통해, 대상 품목 및 범위, 조사과정의 애로사항 및 향후 계획 등의 시사점을 도출함.

■ 본 예비조사에서는 수도권 음식점을 모집단으로 하여 표본을 선정하였으며, 외식업체 점주 또는 관리자급 직원에게 가공식품 구매량에 대해서 조사를 진행함.

▹ 외식업체 조사는 업체들의 특성 상 지속적인 다이어리 기입을 기대하기 힘들기 때문에, 가구 조사처럼 패널로 운영하기 보다는, 연 1-2회 면접조사로 가능하다고 판단됨.

■ [표 4-1]에 외식업체 조사 개요 및 내용이 제시되어 있음.

[표 4-1] 외식업체 조사 개요 및 내용

모집단	서울 및 수도권 외식업체
조사대상	외식업체 점주 및 관리자급 직원
유효표본	40개 업체(예비조사 4개 포함)
표본추출	업종별 규모별 할당 추출 프랜차이즈 여부 고려
조사기간	조사준비기간 1개월, 실사기간 1개월, 조사결과 확인기간 2주일
조사내용	외식업체 특성, 가공식품 구매현황 및 구매처
조사방법	개별방문면접조사
특이점	4개 내외 예비조사 실시하여, 설문 항목의 적정성 검토 예비조사 후 설문 확정하여 36개 업체 조사 실시 예비조사는 연구원급에서 직접 실시 외식업체 조사 타당성 검토

1.2. 관련 통계

■ 한국농촌경제연구원 농업관측센터에서 '음식점 농축산물 소비실태조사'를 통해 외식업체의 농수산물 구매현황통계를 작성하고 있음. 그러나 이 조사에서 가공식품은 포함되어 있지 않음.

▹ 서울 지역 300명 음식점 경영주를 대상으로 표본조사 실시. 업종별(한식, 중식, 일식, 양식 등) 규모와 지역별 특성을 고려해 분기마다 조사를 진행함

▹ 조사는 조사전문업체에게 의뢰하여 진행되고 있는데, 조사원 설문조사표를 이용하여 직접대면방식으로 실시하고 있음.

▹ 조사내용은 응답자 특성, 음식점 경기 지수, 농축산물 구입량, 농산물 구입 시 문제점, 채소류·과일류·과채류·축산물·곡물류 5가지 부류 농산물 소비 실태 등임.

∨ 선정된 농산물 품목에 대해 월평균 구매량, 예상 구입량, 구입처를 조사. 채소류, 축산물, 곡물류에 대해서는 원산지를, 축산물을 제외한 나머지 품목에 대해서는 선호 구매단위를 확인. 또한, 채소류는 품목별 구입형태(전처리 여부) 및 구입이유를, 과일류는 후식으로 제공되는지의 여부를, 과채류는 구입하는 품종에 대해 조사.

■ 한국농수산식품유통공사에서 '외식 식재료 구매실태조사'를 통해 선정된 품목별 구매방식 및 비중, 품목별 이용률 및 국산의존율, 품목별 원산지 현황, 품목별 구매 빈도, 품목별 구매량, 품목별 구매형태, 품목별 유통형태, 수입산 식재료 사용 이유 등을 조사하고 있음.

▹ 전국 1,000개 사업체의 구매 책임자를 대상으로 업종별(한식, 중식, 일식, 서양식 등) 규모와 운영형태의 특성을 고려하여 표본을 나누고, 온라인 및 우편/팩스, 방문조사를 병행하여 조사를 진행함.

■ 한국농수산식품유통공사 외식진흥팀에서 분기별로 외식업경기지수 보고서를 발간하고 있음.

▹ 이 자료는 한국표준산업분류에 근거하여 업종 및 업태를 분류하였고, 한식업종에 대해서는 추가 세분류를 실시함. 층화비례계통추출법을 통하여 3,000개 표본을 선정하여 조사 진행.

▹ 이 자료에서는 구매량을 알 수 있는 조사는 없고, 식재료비 및 인건비 지출 비율, 국산 식재료비 지출 비율 등이 있음.

1.3. 조사 항목

■ 외식업체에 대한 파일럿 조사의 주요내용은 기본적으로 음식점 기본 현황과 업소 유형, 업소 규모 등을 질문한 다음 가공식품에 대해 품목별 구입량 및 구입처에 대해 질문함.

▹ 조사에 대한 구체적인 내용은 [부록 2]에 제시되어 있는 조사표 참고.

1.4. 조사 방식 및 절차

[표 4-2] 표본 할당 표

(단위: 명)

업종	프랜차이즈 업체		비프랜차이즈 업체		계
	1-4명	5명이상	1-4명	5명이상	
한식	3	2	3	2	10
중식	3	2	4	2	11
일식	3	2	4	2	11
서양식	4	2	2	2	10
계	13	8	13	8	42

■ 업종, 프랜차이즈 여부를 고려하여 4개 업체를 전문조사업체 조사원이 사전 인터뷰 실시.

▹ 인터뷰 내용을 바탕으로 조사방법 및 조사표를 완성한 후, [표 4-2]에 제시된 바와 같이 표본을 추출해서 설문조사 진행.

▹ 표본에 있어서 업종은 전체 표본이 많지 않은 관계로 세세하게 분류하게 보다는 한식, 중식, 일식, 서양식 네 가지로만 분류함. 그리고 음식점 규모는 프랜차이즈 vs. 비프랜차이즈(generic) 여부와 종업원 숫자를 바탕으로 구분함.

1.5. 외식업체 조사 시 체크사항

■ 외식업체의 특성 상 장사가 잘 되는 곳은 바쁘고, 반대로 장사가 안되는 곳은 업주 및 종업원들의 비협조적인 태도로 인해서 조사 진행 상 어려움이 있음. 이에 따라 외식업체 조사에서는 이러한 장벽을 넘어서 최대한 신뢰성 있는 답변을 유도하는 것이 관건임.

▹ 업종별 또는 메뉴별로 사용되는 가공식품 종류를 표준화하여 가급적 짧은 시간 동안 질문하는 것이 업주 및 종업원들의 참여를 이끌어내는데 필수적임.

■ 외식업체는 프랜차이즈 대비 비프랜차이즈업체의 운영형태가 매우 다를 것이며, 이에 따라 가공식품 구매패턴도 다르게 나타날 것으로 예상함.

▹ 비프랜차이즈 업체의 경우 식료품의 대부분을 직접 구매할 것으로 파악되나, 프랜차이즈업체는 본사에서 모든 식품 혹은 주요 식품을 조달하기 때문에 이 점을 고려하여 조사를 진행함.

■ 가공식품 종류별 구입 방법 파악

▹ 가공식품 구입 현황은 기본적으로 수량(개)과 1개 당 중량, 구입단가를 통해 파악하려고 하나 특정 가공식품의 경우 이와 같은 방법이 어려울 수 있음.

ㅇ 예를 들어, 음료류의 경우 병 혹은 리터(L)를 사용하는 등 제품 특성별로 차이를 보일 수 있음.

ㅇ 따라서 본 예비조사를 통해 외식업체의 가공식품 구입 방법의 특징을 파악함.

■ 가공식품 구매처 경로에 대해서 일반적인 경로 외에 다른 경로가 있는지 조사를 통해 파악함.

▹ 국내(직접생산, 생산자 직구매, 프랜차이즈 본사 조달, 재래시장, 중간 도매, 벤더, 식자재 업체, 기타)와 수입(직접 수입, 간접수입)을 나누어 조사함.

■ 외식업체는 가구패널조사와 다른 방법으로 업주 및 종업원의 설문 참여를 유도할 필요가 있음. 즉, 일반 가구와 답례품을 차별화하여 제공하고 어떤 답례품에 대해서 호의적인지 파악할 필요가 있음.

▹ 그리고 답변을 받기 가장 수월한 요일 및 시간대를 선정하여 방문하는 것도 적극적인 설문 참여를 유도할 수 있는 방안이 될 것임.

2. 외식업체 조사과정 및 결과

2.1. 표본조사 분석 개요

■ 수도권 내 42개 외식업체를 대상으로 주로 사용하는 가공식품 구매량과 구매처에 대한 조사를 실시하였고, 결과는 다음과 같음.

▹ 본 조사에서는 전술한 바와 같이 농축수산물은 제외하였음. 식품 분류에

있어서 식품 부류 분류는 식품공전 분류체계를 이용하였으며, 세부품목 분류는 식품의약품통계연보 100대 품목을 기준으로 하였음.

▹ 본 예비조사는 통계를 내는 것이 목적이 아니라 예비조사를 운영하여 조사의 가능성 및 애로사항을 체크하는 것이 목적이기 때문에, 조사된 외식업체에서 가장 많이 사용하는 식품 부류를 중심으로 분석함. 외식업체 기본정보(업종, 종업원 수, 프랜차이즈 여부)를 바탕으로 외식업체 특성별 구매량을 분석함.

■ 여기에 제시된 결과는 예비조사 성격으로 작은 규모의 표본을 대상으로 조사된 자료임. 따라서 표본 수가 적기 때문에 품목별로 수집된 자료 양이 충분치 않아 자료의 수치 자체에 큰 의미를 둘 수 없다는 것을 유의해야 할 것임.

▹ 추후 외식업체를 대상으로 한 실제 조사가 진행된다면, 조사과정에서 일어날 수 있는 오류를 사전에 방지하고, 정교한 자료 가공과 가중치 이론을 바탕으로 수치를 집계해야 할 것임.

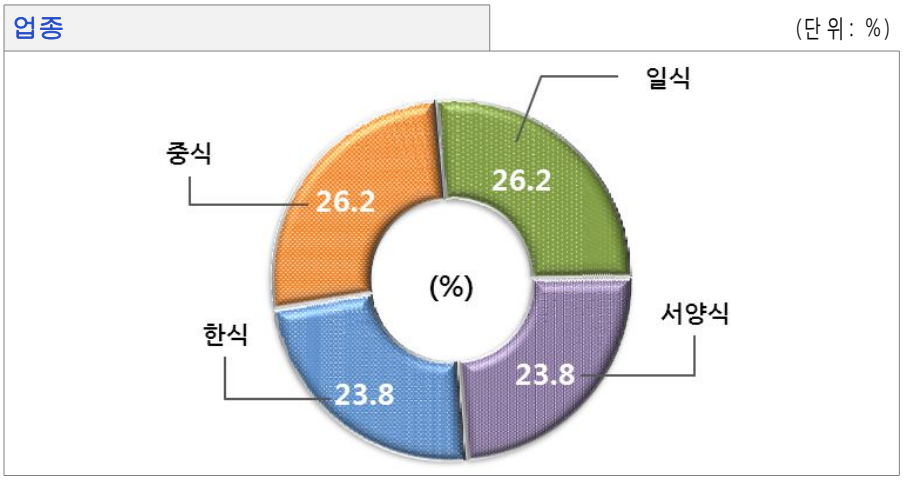
2.2. 조사 결과

2.2.1. 표본 특성

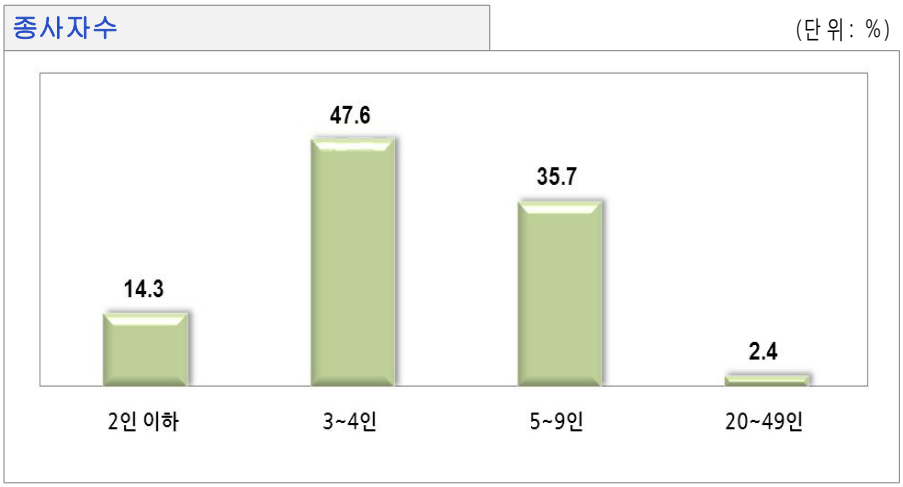
■ 조사된 업체들의 업종은 '중식'과 '일식'이 각각 26.2%, '한식' 및 '서양식'이 각각 23.8%로 구성됨.

■ 종사자 수는 '3~4'인이 47.6%로 가장 높은 비율을 보였으며, 다음으로, '5~9인' 35.7%, '2인 이하' 14.3%, '20~49인' 2.4% 순임.

[그림 4-1] 조사참여업체의 업종 비율

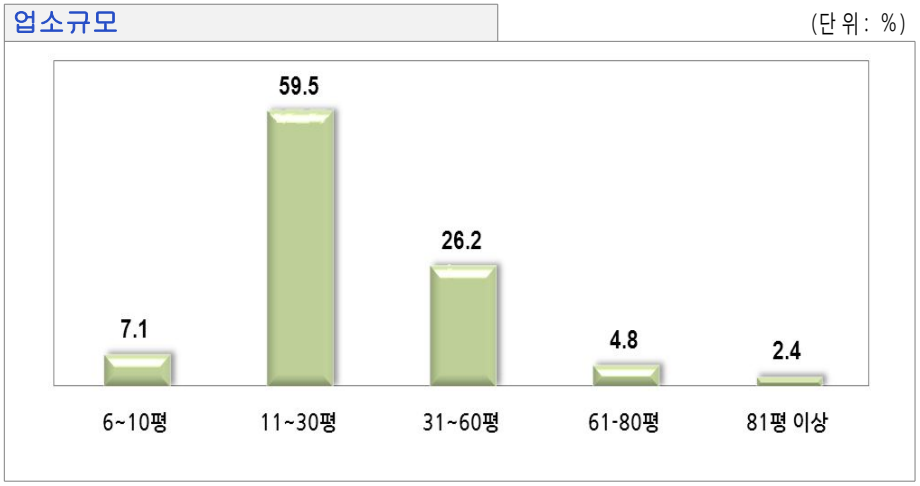


[그림 4-2] 조사참여업체의 종사자 비율

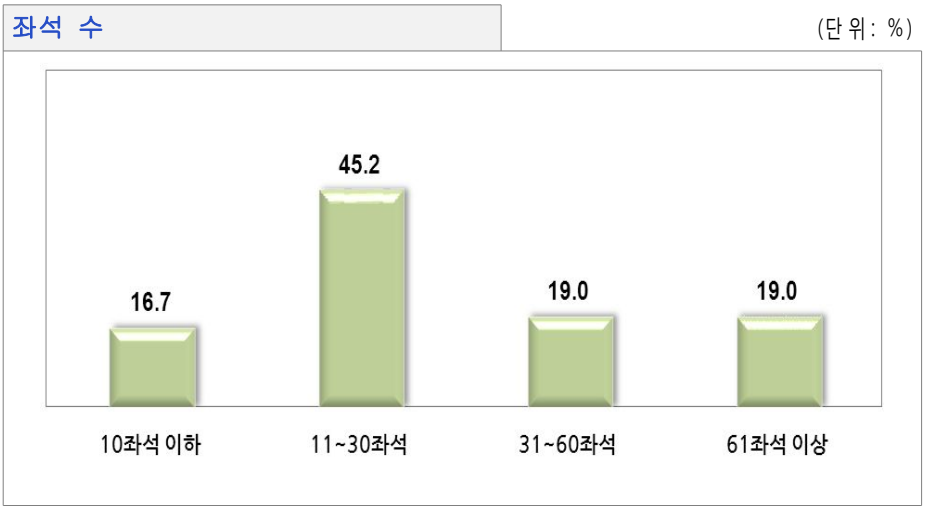


■ 업소규모는 ‘11~30평’ 규모가 59.5%로 가장 높은 비율을 보였으며, 다음으로, ‘31~60평’ 26.2%, ‘6~10평’ 7.1%, ‘61~80평’ 4.8%, ‘81평 이상’ 2.4% 순임.

[그림 4-3] 조사참여업체의 규모 분포

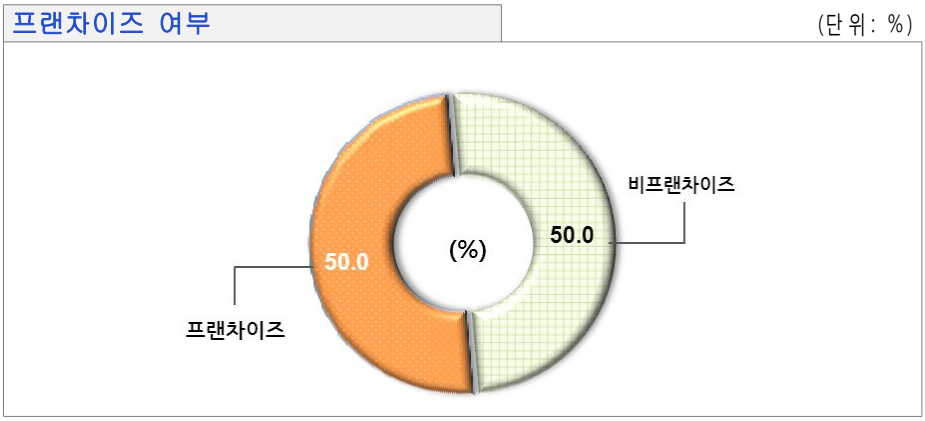


[그림 4-4] 조사참여업체의 좌석 수

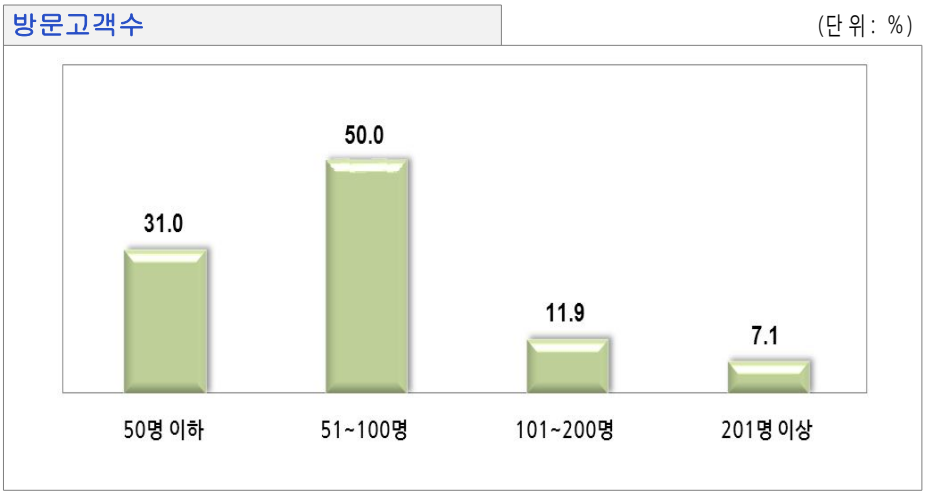


■ 좌석 수는 '11~30좌석'이 45.2%로 가장 높은 비율을 보였으며, '31~60좌석' 및 '61좌석 이상'이 각각 19.0%, '10좌석 이하'가 16.7%로 나타남.

[그림 4-5] 조사참여업체의 프랜차이즈 비율



[그림 4-6] 조사참여업체의 방문고객 수 비율



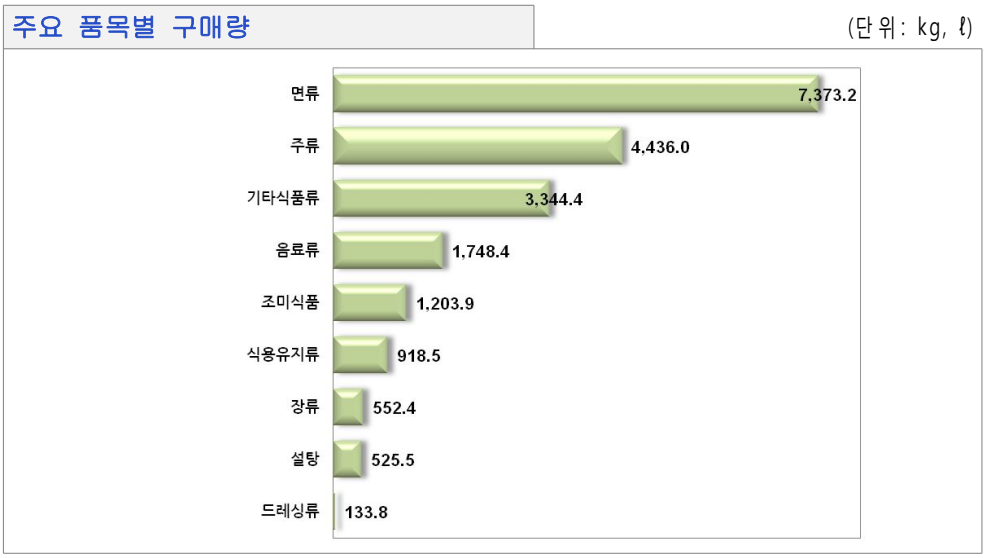
■ 프랜차이즈 여부를 보면, ‘프랜차이즈’와 ‘비프랜차이즈’는 각각 절반의 비율로 조사됨.

■ 방문고객 수를 보면, 일(日) 평균 ‘51~100명’이 50.0%로 가장 높은 비율을 보였으며, 다음으로, ‘50명 이하’ 31.0%, ‘101~200명’ 11.9%, ‘201명 이상’ 7.1% 순으로 나타남.

2.2.2. 품목별 구매량 결과

■ 품목별 연평균 구매 총중량은 ‘면류’가 7,373.2kg으로 가장 많이 사용하는 것으로 나타났음. 다음으로 ‘주류’ 4,436.0ℓ, ‘기타식품류’ 3,344.4kg, ‘음료류’ 1,784.4ℓ 순으로 나타남. [7]

[그림 4-7] 주요 품목별 구매량



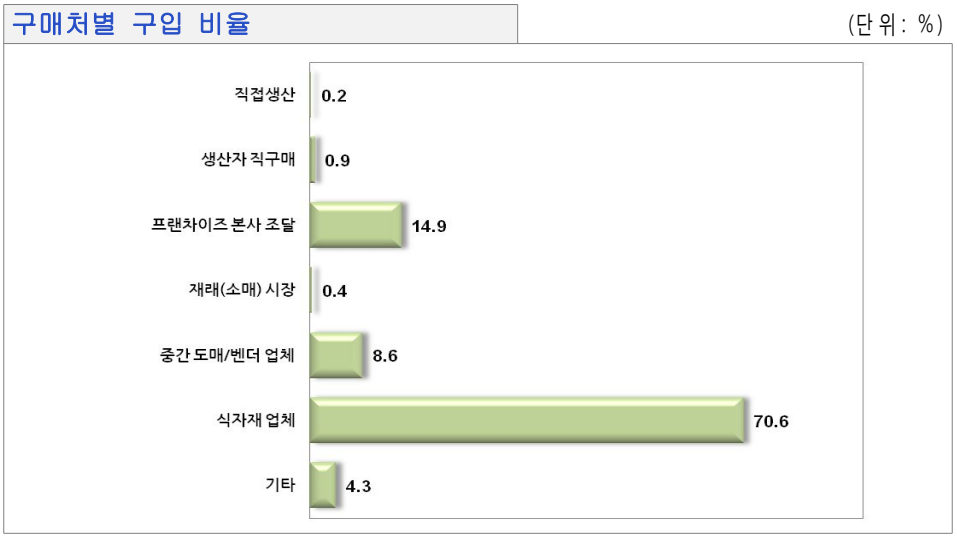
7) 식용유지류, 음료류, 드레싱류, 주류는 리터단위임.

[표 4-3] 외식업체 특성과 품목별 구매량의 교차표

(단위: kg,ℓ)

		설탕	식용유지류 (ℓ)	면류	음료류 (ℓ)	장류 (ℓ)	조미식품	드레싱류 (ℓ)	주류 (ℓ)	기타식품류
전 체		525.5	918.5	7373.2	1748.4	552.4	1203.9	133.8	4436.0	3344.4
업종	한식	152.7	348.8	2055.5	2125.7	413.8	3112.8	115.2	5818.8	86.6
	중식	1245.6	1586.3	752.4	882.0	1278.5	1267.6	153.6	4091.2	6092.3
	일식	157.8	791.7	8313.6	875.1	211.5	135.3	122.4	2418.7	1622.7
	서양식	291.4	355.2	10716.6	2832.0	178.8	213.1	141.2	.	166.0
종사자수	4인 이하	593.0	930.2	5954.6	964.8	550.3	600.3	151.9	3805.6	3699.6
	5인 이상	438.8	898.1	9602.4	2638.9	555.9	2081.8	108.5	5394.2	2825.2
프랜차이즈 여부	프랜차이즈	241.3	1334.8	4222.9	2337.3	579.5	239.6	158.8	3024.7	4838.7
	비프랜차이즈	720.0	571.7	9893.5	1382.9	532.2	2455.3	108.8	4957.6	2665.1

[그림 4-8] 구매처별 구입 비율



[표 4-4] 외식업체 특성과 구매처의 교차표

(단위: %)

		직접생산	생산자직구매	프랜차이즈본사조달	재래(소매)시장	중간도매/벤더업체	식자재업체	기타	직접수입	간접수입
전 체		0.2	0.9	14.9	0.4	8.6	70.6	4.3	0.0	0.0
업종	한식	0.0	0.7	19.4	0.7	9.0	69.8	0.4	0.0	0.0
	중식	0.0	1.2	0.0	0.4	6.9	86.9	4.6	0.0	0.0
	일식	0.5	0.5	33.9	0.5	10.7	50.0	3.9	0.0	0.0
	서양식	0.5	1.1	8.3	0.0	8.0	71.9	10.2	0.0	0.0
종사자수	4인 이하	0.0	2.2	8.3	0.7	5.8	83.0	0.0	0.0	0.0
	5인 이상	0.8	0.0	17.7	0.8	19.4	61.3	0.0	0.0	0.0
프랜차이즈여부	프랜차이즈	0.0	0.9	8.8	0.0	2.7	79.6	8.0	0.0	0.0
	비프랜차이즈	0.0	0.0	28.9	0.0	5.6	53.3	12.2	0.0	0.0
품목별	조미식품	0.0	0.9	25.2	0.9	2.7	68.5	1.8	0.0	0.0
	장류	0.0	0.0	15.4	0.0	8.8	75.7	0.0	0.0	0.0
	주류	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	84.1	1.6	0.0	0.0
	음료류	0.0	0.0	0.0	0.0	23.4	72.3	4.3	0.0	0.0
	식용유지류	0.0	0.0	18.2	0.0	6.8	70.5	4.5	0.0	0.0
	기타식품류	0.0	5.7	17.1	0.0	8.6	54.3	14.3	0.0	0.0
	설탕	0.0	0.0	6.3	3.1	6.3	78.1	6.3	0.0	0.0

2.2.3. 구매처 비율

■ 구매처별 구입 비율은 ‘식자재 업체’가 70.6%로 가장 높은 비율을 보였으며, 다음으로, ‘프랜차이즈 본사 조달’이 14.9%, ‘중간도매/벤더 업체’가 8.6% 순으로 나타남.

2.3. 조사 결과의 시사점

■ 외식업체는 가구조사와는 달리 조사 거절률이 매우 높았는데, 이는 대략 다음과 같은 이유로 정리됨.

▹ 프랜차이즈 업체의 경우, 본사에서 가공식품을 납품하기 때문에 본사의 허락 없이는 조사를 응답해 줄 수 없다는 경우가 많음.

▹ 소규모 업체의 경우, 업체의 비법이 포함되어 있는 소스류 혹은 가공식품의 정보 유출에 대한 걱정으로 응답을 거절.

▹ 유통업체와의 거래 시 물량에 따라 단가 변동 폭이 발생하며, 업체와 유통업체 사이에 맺어진 계약 조건에 의해 설정된 단가에 대해서는 응답해 줄 수 없다는 의견이 많았음.

■ 또한 조사에 응한 업체들을 대상으로 한 조사 결과 다음과 같은 한계점이 발견됨.

▹ 음식점에서 사용하는 가공식품의 종류가 너무 많아 작성하기 힘들다는 불만이 제기되었음.

▹ 업체별로 주요품목 위주로 작성할 경우 업체마다 주요품목이 다르기 때문에 전체 품목에 대한 통계 추정 시 편이(bias)를 크게 할 수 있는 것으로 판단됨.

∨ 예를 들어, 설탕이나 소금을 기입하는데 있어서 A업체는 기입했으나 B업체는 기입하지 않거나 혹은 영(零)으로 기입하는 경우 전체평균을 추정할 경우 그 값이 과소 추정됨. 따라서 연구자가 조사하고자 하는 가공식품의 기준을 설정하여 누락 없이 기입하도록 요청할 필요가 있음.

▹ 프랜차이즈 업체의 경우, 본사에서 보내주는 물건을 그대로 사용하는 경우 업체의 점주 혹은 주방장과 같은 식품 담당자가 계산에만 관여할 뿐 구매량에 대해서는 정확히 모르는 경우가 있음. 또한 결산보고서 및 물품

납품서 등과 같이 가공식품 유통량을 정확히 파악할 수 있는 자료를 회계를 위해서 원본까지 본사에 제출하거나 회계사에게 보내는 경우가 있음.

▹ 정기적으로 들어오는 물건 이외에 캔 음료 및 주류와 같이 조리에 필요한 식품이 아닌 경우 수량파악이 제대로 안 되는 경우가 있음.

제5장

2차가공통계 가능성 검토

1. 가공통계 분석 개요

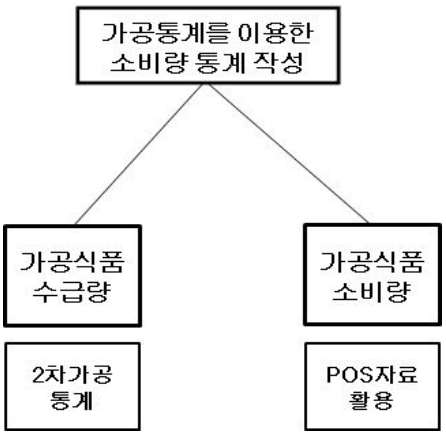
1.1. 분석 개요

■ 기존의 통계나 업계 자료 등을 2차가공하여 소비량통계를 작성하는 경우를 대비하여, 작성 방식과 자료 활용 가능성에 대해서 분석함.

▹ 본 분석은 표본설계 및 조사를 통한 소비량통계의 작성 방향 이외에 대체 방법으로 기존 통계를 2차가공하여 가공식품 소비량 추정이 가능한지에 대한 여부 검토에 목적이 있음.

▹ 이를 위해 어떤 자료를 이용하여 어떤 형태로 작성이 가능한지, 즉 작성 방식과 자료 활용 가능성에 대해서 분석함.

[그림 5-1] 가공통계를 이용한 작성 예비조사 개요도



■ 기존자료를 이용한 작성 가능성 조사

▹ 현재 중앙행정 및 중앙행정소속 7개의 기관에서 식품소비관련 통계를 작성하고 있음. 그리고 POS 데이터 및 기업의 내부자료 등이 어느 정도 존재하고 있음.

▹ 이러한 관련 통계 및 자료를 이용하여 2차가공을 통해 가공식품 소비량 계산이 일정부분 가능할 것으로 예상됨. 이 경우 가공식품소비량통계는 거시적인 측면에서의 자료가 될 것이며, 기존 관련통계들을 활용하여 **생산-가공-유통-외식-소비로 이어지는 푸드시스템의 흐름 및 전체적인 총량 파악**을 할 수 있는 자료가 될 것임.

[표 5-1] 2차가공을 이용한 가공식품수급량 예비조사 개요

작성방식	거시적인 측면에서 기존 통계 자료를 활용한 2차가공
대상 품목	식품공전 상위 10개 부류 40개 품목
활용 자료	식품및식품첨가물생산실적, 식품의약품통계년보, 식품수급표, 농림축산식품통계년보, 인구총조사 등
분석내용	생산량, 출하량, 수출량, 수입량, 감모량, 이입량, 이월량 등을 바탕으로 가공식품 수급량 산출
분석방법	기존통계 및 자료 활용. 식품 수입량이 다른 자료와 분류체계가 다르기 때문에, 이 자료들은 더 낮은 하이어라키로 분해하여 다른 자료의 분류체계에 맞추어 재통합하는 과정을 거침.
비고	① 생산량 + 수입량 + 이입량 = 총공급량 ② 총공급량 - (이월량 + 수출량 + 감모량) = 가공식품 수급량 ② 가공식품 공급량 / 인구수 = 1인당 가공식품소비량

[표 5-2] POS자료 활용 가능성 조사

작성방식	거시적인 측면에서의 자료
조사대상	POS자료 가공 리서치회사
조사내용	자료 가공방식 및 내용, 소매점 범위, B2C 포괄 범위, B2B 포함 여부, 인구통계 특성 활용 가능성 등.
조사방법	개별방문면접조사
조사항목	식품부문 POS자료 수집 및 가공방식; 예상 비용; 자료의 포괄 범위 문제: B2C/B2B, 신선식품, 온라인 포함, on premise, 선물용, 1+1상품; 1인당 자료 추정 가능성; 예상 비용

1.2. 참고가능 통계

1.2.1. 식품수급표

가. 식품수급표 체계

■ 현재 형식면에서 직접적으로 참고가 가능한 통계는 한국한국농촌경제연구원(KREI)에서 작성하고 있는 식품수급표임.

[표 5-3] 식품수급표의 조사내용

통계명	주기	대상표본	조사내용
식품수급표 (KREI)	연별	관련기관 기본통계 2차가공	- 대상식품의 생산, 수입, 이입, 총 공급량, 이월, 수출, 사료, 종자, 감모, 가공용도(식용, 비식용) 사용, 식용공급량, 폐기율, 1인 1일당 영양공급량, 1인 1일당 식품공급량(g), 1인 1일당 식품군별 섭취량 추이(g)
			- 대상식품: 곡류, 서류, 설탕류, 두류, 견과류, 종실류, 채소류, 과실류, 육류, 계란류, 우유류, 유지류, 어패류, 해조류, 주류

▹ 식품수급표의 경우 농산물을 품목별로 거시적인 측면에서 생산부터 소비까지의 흐름 알 수 있는 자료임. 다만, 거시자료를 활용하여 부류별 1인당 1년 식품공급량 자료를 산출하였기 때문에, 보다 정확한 소비액이나 소비량을 추출하는데 한계가 있음. 그리고 농산물 위주의 항목이기 때문에, 가공식품 자료를 추출하는데 한계를 가지고 있음.

나. 식품수급표 작성체계(2012년도 기준)

■ 작성목적은 국민에게 공급되는 식품의 수급 상황과 1인 1일당 식품공급량 및 영양공급량 등을 제시하여 식품수급정책의 기초자료와 국민영양 및 식생활 개선을 위한 자료로 활용되는데 목적을 둠.

[표 5-4] 작성방법

항목	기준	비고
조사 대상기간	2012년 1월 1일부터 12월 31일까지	양곡은 미곡연도 기준
조사 범위	국민 1인 1일당 식품공급량	영양공급량 산출
조사 대상품목	일반적인 모든 식품 - 분류와 배열은 FAO 방식에 준함	기여도 낮은 품목 제외
조사 항목	품목별로 식용공급량 산출 ① 생산량 + 수입량 + 이입량 = 총공급량 ② 총공급량 - (이월량+수출량+사료용+종자용+감모량 +식용가공용+비식용가공용) = 식용공급량	1인 1일당 식품공급량은 식용공급량을 인구수와 365일로 나누어 산출
수집 방법	농림축산식품부, 산림청 등 기관의 공식자료	수치 차이 시 재확인
영양성분가 적용	농촌진흥청 국립농업과학원의 식품성분표 이용	보완필요시 자문위원회 자문 구함

■ 우리나라의 식품수급을 국가수준에서 거시적으로 파악한 통계이며, 다른 국가들의 작성체계와 비슷하기 때문에, 세계 여러 나라와의 국제비교가 가능함.

■ 식품수급표의 영양공급량은 식품공급량에 영양성분가를 적용하여 계산한 결과로서, 취사, 조리, 폐기 등의 과정에서 발생하는 감량이 포함되지 않음. 그러므로 영양공급량은 영양섭취량과 개념상 구별되어야 함.

1.2.2. 해외 관련통계

가. 일본 농림수산성 식료수급표

■ 일본 농림수산성에서 식량 수급의 전반적인 동향, 영양 수준과 구성, 식량 소비 구조 변화 등을 파악하기 위한 것으로, 공급되는 식량의 생산에서 최종소비에 이르기까지의 총량, 국민 1인당 공급되는 식료 및 영양 섭취량의 파악과 함께 식료 자급률 산출의 기초자료로도 활용함.

■ 2012년 기준으로 곡류, 감자류, 전분, 두류, 채소류, 과실류, 육류, 란류(卵類), 우유 및 유제품, 어개류, 해초류, 설탕류, 유지류, 된장, 간장, 기타 식료 이상 16개 식품류를 대상으로 하고 있음.

■ 원칙적으로 FAO의 식량수급표 작성지침에 준거해 작성하고 있으며, 계측기간은 매년 4월 1일부터 이듬해 3월 31일까지 1년간임.

나. 미농무부 ERS의 식품수급표

■ 수백개의 식품에 대해서 생산, 유통, 소비에 이르는 수급량에 대해서 추정한 자료인데, 대상식품은 육류, 낙농품, 생선, 유지류, 견과류, 야채 및 과일, 서류, 곡류, 당류, 커피/차, 기타 음료 및 양념류임.

■ 추정방식은 이입량, 생산량 및 수입량에서 각종 투입물 사용량, 수출량, 저장, 가공용, 이월량 등을 제외한 양을 총공급량으로 간주하고, 구해진 총공급량을 미국 총 인구와 해외주둔 군인 숫자로 나누어줌.

2. 가공식품수급량 예비조사

2.1. 2차가공방식 예비분석

2.1.1. 작성 개요

■ 본 장에서는 (가칭)가공식품수급량을 실제적으로 작성해 보고, 이를 바탕으로 가능성, 애로사항 등을 파악하고자 함.

■ 이 통계는 식품수급표의 개념에 바탕을 두고, 우리나라의 가공식품 수급을 국가수준에서 거시적으로 파악한 통계임.

■ 여기서 공급량은 식품공급량에 유통, 취사, 조리, 폐기 등의 과정에서 발생하는 감모량이 포함되지 않음. 그러므로 이 통계의 개별 식품 공급량은 섭취량 개념과 구별되어야 함.

▹ 보건복지부의 '국민건강영양조사' 통계에 다(多)소비 식품별 섭취량 자료가 있으나, 이를 전체 공급량으로 해석하기는 어려운 상황임. 국민건강영양조사 중 '영양조사'에 '식품 및 영양소 섭취현황'에 대한 자료가 있는데, 다음과 같이 세 가지 방식에 의해 구해짐.

∨ 이 자료는 조사 1일 전 하루 동안 섭취한 음식의 종류 및 섭취량을 품목별 섭취빈도에 대한 순서척도로 질문하고, 추가적으로 가구별 조리기록지 (음식, 총량, 재료명, 가공여부, 식품상태, 식품재료량 등)와 식품섭취조사표 II(식사구분, 시간, 식사장소, 매식여부, 음식명, 조리음식, 섭취음식, 식품재료명 및 식품상태, 가공여부, 식품재료량 등)에 기입하도록 함.

2.1.2. 작성과정

가. 작성상의 원칙

■ 조사 대상기간은 2012년 1월 1일부터 12월 31일까지를 조사기간으로 하여 집계한 각 기관의 통계자료를 이용함.

■ 작성 범위는 위의 조사기간 동안 국민 1인 1일당 가공식품 수급량을 계산함.

■ 작성 대상품목은 '식품공전'의 5장 '식품별 기준 및 규격'에서 제시한 식품류와 식품유형에 바탕을 두고, '식품의약품통계연보' 79페이지의 생산량기준 순위 1~100위까지의 품목을 참고하여 조사대상을 정함.

▹ 생산량기준 순위를 기준으로 '식품공전'의 식품유형과 대비하여 '식품공전'의 식품류 명으로 묶어 조사 순위를 정함.

▹ '식품의약품통계년보'의 75페이지에 표시된 생산량기준 순위 1위부터 100위까지의 품목을 바탕으로, 통계자료 작성 식품류와 식품유형을 선정하여 작성함. 실제 본 연구에서 분석한 식품은 상위10개 부류 40개 품목임.

■ 조사 항목은 식품별로 생산량, 수입량, 출하량, 수출량을 조사한 후, 이를 바탕으로 이입량과 이월량을 계산하여 전체수급량을 산출하였고, 이를 식품류별로 취합함.

▹ 가공식품에 대한 이입량과 이월량 통계가 현재로서는 생산되지 않고 있음. 이는 가공식품 생산업체별 재고량 집계 및 고지에 대한 법적의무가 없어, 재고량 통계 자체가 공식적으로 집계되지 않기 때문임. 이에 따라 통계적으로 확인할 수 있는 생산량, 출하량 및 수·출입량을 이용하여 계산함.

▹ 수입된 양이 당해년도에 시장에 출하되는지 혹은 다음년도에 출하되는지에 대한 자료가 없기 때문에, 수입된 양은 당해년도에 출하되는 것으로 간주함.

▹ 가공식품 감모량이 포함되어야 하나 현재로서는 통계 자체가 확인되지 않기 때문에, 본 예비조사에서는 포함하지 않음.

∨ 감모량에 대한 예측 또한 시간과 비용이 많이 드는 또 하나의 큰 작업이기 때문에, 이는 체계적인 단계를 밟아 하나의 독립된 통계로 작성할 필요가 있다고 판단됨.

나. 계산 방법

■ 각 조사항목 간의 관계는 다음과 같음.

① 생산량 + 수입량 + 이입량 = 총 공급량

▹ 생산량은 식품의약품안전처의 '식품 및 식품첨가물 생산실적' 통계의 2012년 1월 1일부터 12월 31일 사이의 국내 생산량 자료를 적용함.

▹ 수입량은 당해 연도에 외국에서 수입한 총량을 의미함. '식품의약품안전처' 수입식품 정보사이트[8]에서 제공하는 식품유형별 수입량을 개별적으로 집계하였으나, 그 식품 유형이 '식품공전'의 식품유형과 달라 개별 수입량을 '식품공전'의 식품유형과 식품류명에 맞게 다시 취합한 후 계산하여 적용하였음.

∨ 수입 출하량에 대한 통계는 확인되지 않아 당해 연도에 수입된 모든 수입량은 당해 연도에 모두 출하된 것으로 간주함.

8) 식품의약품안전처 수입식품 정보사이트, http://www.foodnara.go.kr/importfood/src/statistics/item_list.jsp

② 생산량 – (출하량 + 수출량) = 이월량

▹ 출하량은 2012년 1월 1일부터 12월 31일 사이의 국내 출하량을 의미하는데, '식품 및 식품첨가물 생산실적' 통계를 적용하였음.

∨ '식품 및 식품첨가물 생산실적'에 당해 연도 출하량은 전년도 재고가 포함되어 있어 당해 연도 생산량과 일치하지 않거나 많을 수도 있다고 기술되어 있음. 이는 이입량의 일부가 당해 연도 생산량과 더불어 출하량에 포함됨을 의미함.

▹ 수출량은 당해년도에 외국으로 수출한 양을 의미하는데, '식품 및 식품첨가물 생산실적' 통계를 적용하였음.

∨ 수출량에는 전년도 재고가 포함되어 있어 생산량과 일치하지 않거나 많을 수도 있음.

▹ 여기서는 전년도 이월량을 당해년도 이입량으로 간주.

∨ 따라서 2012년 이입량은 2011년도 말 재고량으로, 2011년에서 2012년으로 이월되어 넘어온 양을 의미함. 전술하였듯이, 이에 대한 자료 집계가 따로 없기 때문에 다음과 같이 "2011년도 생산량 – (2011년도 출하량 + 2011년도 수출량) = 2012년도 이입량" 으로 간주함.[9)]

③ 총공급량 – (이월량 + 수출량 + 감모량) = 가공식품 수급량

▹ 감모량은 당해연도 출하 후 식품으로 수급되기 전까지 손실된 총량을 의미함

∨ 가공식품에 대한 감모량통계는 확인되지 않아 집계에 반영하지 않음. 현재로서는 식품관련기관에서 감모량 자료를 생산하지 않고 있는 상황.

9) 보다 정확하게 얘기하자면, 전년도 생산량에서 출하량과 수출량뿐만 아니라 저장 및 수송과정에서의 폐기량 또한 제하여야만 정확한 전년도 이월량, 즉 다음연도 이입량이 계산될 것임. 그러나 폐기량통계가 없는 상태이며, 이와 관련하여 한국농촌경제연구원 및 식품산업진흥원의 관계자에게 자문을 구한 결과, 폐기되는 양이 미미하여 생산량에서 출하량과 수출량을 뺀 양을 이입량으로 간주하는데 큰 문제가 없다는 의견이 제시됨.

∨ 유일하게 한국농촌경제연구원의 '식품수급표'에 농산물의 이월, 이입, 감모량 자료가 확인되고 있음. '식품수급표'의 식품별 감모율 자료를 보면, 곡류, 서류, 두류, 채소류, 과실류 등은 농림축산식품부 감모량 자료를 토대로 계산하였고, 주류의 감모량은 국세청 자료를 이용하였음. 식품공급량에 대한 감모율을 표시한 '식품별 감모율표'에 설탕류, 견과류, 종실류, 육류, 계란류, 우유류, 어패류, 해조류, 식물성유지류, 동물성유지류의 감모율을 제공하고 있음.

∨ 한국농촌경제연구원의 관련전문가의 의견에 따르면, 식품별 감모율 표는 식품수급표가 처음 만들어질 때부터 사용한 자료를 지금도 그대로 사용하고 있으며, 어떤 자료를 이용하여 어떤 방식으로 계산된 것인가에 대해서 현재 구체적으로 알지 못하고 기존의 수치를 그대로 적용하여 사용하고 있는 것으로 나타남.

∨ 2013년 농림축산식품부 주요 통계집의 '식량정책과 작성통계'를 확인한 결과, 쌀, 보리쌀, 밀, 옥수수, 콩, 서류 등에 대한 이월, 감모/기타, 연말 재고 자료가 확인되었는데, 한국농촌경제연구원에서 이 자료를 토대로 '식품수급표'의 이월, 이입, 감모량을 작성한 것으로 판단됨. 자료 기준은 전년 11월 1일부터 당해 연도 10월 31일까지로 식품수급표의 조사대상기간인 1월 1일부터 12월 31일까지의 기간과는 다소 맞지 않음.

∨ '식품수급표'의 설탕류에 대한 감모 자료에 대한 추가 조사를 위해 '대한제당협회' 자료를 확인하였으나 감모에 대한 자료를 확인할 수 없었음.

∨ '식품수급표' 202페이지부터 기록되어있는 식품별 폐기율 자료는 농촌진흥청 국립농업과학원의 '국가표준식품성분표'를 바탕으로 작성되어있으나 가공식품에 대한 폐기율 자료는 없음.

∨ '한국식품산업협회'에 문의한 결과 감모량 관련자료는 찾을 수 없었으며, '식품유통연감'에도 가공식품에 대한 이입, 이월, 감모량에 대한 자료는 확인할 수 없었음.

∨ 한국은행 '산업연관표'의 잔폐물 자료에 대해 한국은행 경제통계과에 문의한 결과, 잔폐물 자료는 산업폐기물을 대상으로 조사한 통계로 가공식품과는 무관한 것으로 나타남.

[표 5-5] 과자류 생산량, 출하량, 수출량 정리표

(단위: T)

과자류	2010년도			2011년도			2012년도		
	생산량	출하량	수출량	생산량	출하량	수출량	생산량	출하량	수출량
소계	550,019	400,593	14,139	545,663	400,519	16,820	862,758	485,279	21,317
과자(비스킷류)	138,103	116,545	4,262	134,353	101,674	4,699	147,803	114,153	6,502
과자(한과류)	17,568	16,541	179	11,855	12,695	155	12,641	14,515	174
과자(스낵과자류)	152,969	120,545	3,845	146,477	128,365	3,679	418,777	138,639	7,730
과자(기타)	16,707	14,876	97	35,699	20,721	40	32,232	19,443	13
캔디류(인삼사탕)	225	198	5	111	102	1	111	74	10
캔디류(홍삼사탕)	1,643	1,581	101	2,597	2,314	46	2,450	1,964	38
캔디류(캐러멜)	5,932	4,372	34	12,805	10,661	542	10,900	9,718	590
캔디류(양갱)	5,197	636	11	4,920	763	4	3,978	705	4
캔디류(젤리)	11,992	10,629	117	13,846	12,673	210	13,404	13,227	209
캔디류(기타)	71,118	27,244	722	39,051	28,756	1,507	110,116	92,113	1,178
추잉껌(인삼)	-	1	-	8	-	7	11	-	11
추잉껌(홍삼)	-	4	-	-	3	-	10	-	-
추잉껌(기타)	16,800	9,826	4,594	20,527	12,596	5,124	18,110	10,400	4,426
빙과류	111,765	77,595	171	123,415	69,196	805	92,213	70,329	430

④ 1인 1일당 수급량은 각 식품류별로 그 전체 수급량을 2012년도 연앙(年央)인구 5,000만 4,441명으로 나누어 얻은 후 1년 365일로 나누어 계산함.

2.2. 시험작성 결과

■ 본 세부절에서는 식품류 중 과자류 수급량 계산 사례를 예로 들어 설명하고자 하는데, 다른 식품류도 과자류와 동일한 방식으로 계산됨.

2.2.1. 과자류 추계 예

■ [표 5-5]에 제시된 바와 같이, '식품 및 식품첨가물 생산실적' 자료를 바탕으로 식품류별 생산량, 출하량, 수출량을 정리함.

■ 한편 식품의약품안전처의 '수입식품 정보사이트'에서 식품류별 수입량을 식품유형별로 검색하여 [표 5-6]와 같이 정리함.

[표 5-6] 과자류 수입량 정리표

(단위: kg)

과자류	2011년도 중량	2012년도 중량
소계	62,158,111	54,909,413
과자	513,059	0
과자(비스킷)	6,530,884	7,615,975
과자(스낵과자)	30,023,598	19,776,381

과자(웨이퍼)	473,087	971,681
과자(쿠키)	4,543,133	4,971,611
과자(크래커)	2,976,047	3,445,654
과자(한과류)	132,379	77,794
캔디류	111,399	0
캔디류(사탕)	12,049,618	11,508,418
캔디류(양갱)	23,497	13,878
캔디류(젤리)	3,169,859	4,831,397
캔디류(캐러멜)	997,065	1,073,677
추잉껌	429,465	377,471
빙과류	185,021	245,476

■ 앞의 두 표에 제시된 통계자료를 [표 5-7]과 같이 '식품공전'의 식품유형에 맞게 다시 정리하여 묶어 중량단위 1,000톤 기준에 맞추어 년도 별로 취합함.

[표 5-7] 2012년도 과자류 통계자료 취합표

(단위: 천톤)

과자류	생산량	수입량	출하량	수출량
전체	862.76	54.91	485.28	21.32
과자	611.45	36.86	286.75	14.419
캔디류	140.96	17.43	117.80	2.029
추잉껌	18.13	0.38	10.40	4.437
빙과류	92.21	0.25	70.33	0.43

주: 2010년과 2011년도 동일하게 정리. 단, 2010년도는 수입량이 포함되지 않음.

■ [표 5-7]을 바탕으로 앞에서 설명한 계산방식에 의거하여 [표 5-8]에 제시된 바와 같이 이입량, 총 공급량, 이월량을 계산함.

[표 5-8] 2012년도 과자류 이입량, 이월량, 총 공급량

(단위: 천톤)

과자류	이입량	생산량	수입량	총 공급량	출하량	수출량	이월량
전체	263.61	862.76	54.91	1181.28	485.28	21.32	619.78
과자	104.81	611.45	36.86	753.13	286.75	14.419	415.1
캔디류	66.21	140.96	17.43	224.59	117.8	2.029	87.34
추잉껌	5.18	18.13	0.38	23.69	10.4	4.437	8.47
빙과류	87.41	92.21	0.25	179.87	70.33	0.43	108.87

[참고] 과자류 수급량 추계 절차 요약

- ▸ 이입량: 전년도 이월량을 그대로 당해 연도에 적용
- ▸ 생산량: 식품의약품안전처의 '식품 및 식품첨가물생산실적'의 생산량을 '식품공전'의 식품유형에 맞게 취합하여 천톤 단위로 계산.
- ▸ 수입량: 식품의약품안전처 '수입통계사이트'의 품목별 수입량을 '식품공전'의 식품유형에 맞게 취합하여 천톤 단위로 계산.
- ▸ 총공급량: 이입량 + 생산량 + 수입량
- ▸ 출하량: '식품 및 식품첨가물 생산실적'의 생산량을 '식품공전'의 식품유형에 맞게 취합하여 천톤 단위로 계산.

- ▸ 수출량: ‘식품 및 식품첨가물생산실적’의 생산량을 ‘식품공전’의 식품유형에 맞게 취합하여 천톤 단위로 계산.
- ▸ 이월량 : (이입량+생산량) – (출하량+수출량)
- ▸ 감모량 : 통계가 확인되지 않아 계산에 포함하지 않음.

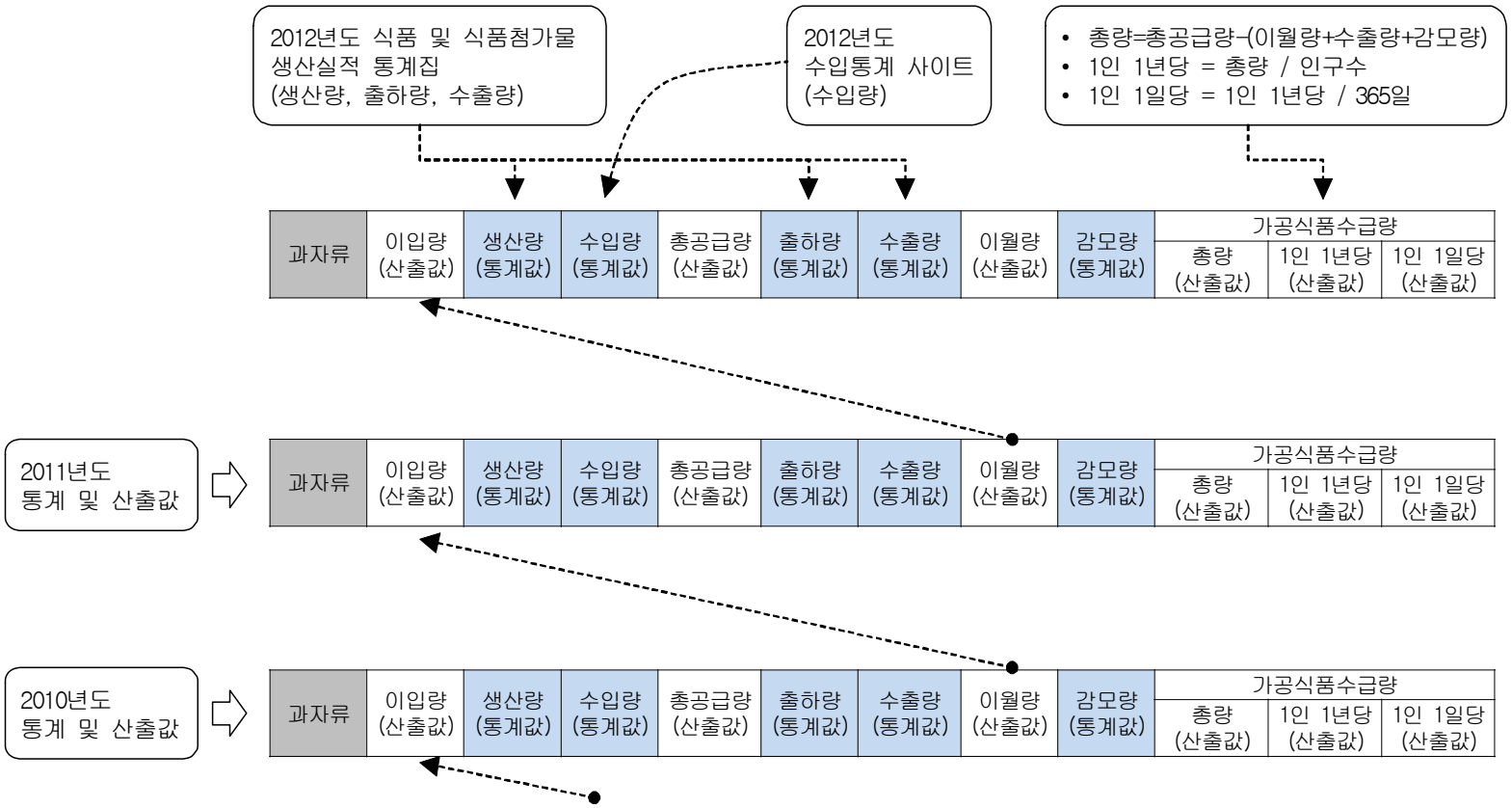
■ [표 5-8]을 기반으로 ‘가공식품 수급량(총공급량 – 이월량 – 수출량 – 감모량)’을 산출한 후, 인구수로 나누어 ‘1인 1년당 공급량’을 산출하고, 이를 다시 365일로 나누어 ‘1인 1일당 공급량’을 산출함. 전체적인 계산 절차 요약이 [그림 5-2]에 제시되어 있으며, [표 5-9]에 ‘2012년도 가공식품수급표’가 제시되어 있음.

2.2.2. 다른 품목의 추계방법

■ [표 5-9]의 ‘가공식품수급표’에 기록된 나머지 식품들도 ‘과자류’와 동일한 기준에 의해 작성됨.

■ 생산량 상위 10위 식품을 포함한 식품유형을 기준으로 작성함. ‘식품의 약품통계연보’의 식품 생산순위 8위인 '기타가공품(규격외 일반가공식품 분류)'은 식품공전의 식품유형 분류에 나타나지 않아 통계취합을 생략함.

[그림 5-2] 가공식품수급표 계산 절차 요약



[표 5-9] 가공식품수급표 작성결과 (2012년 기준)

식품류명	식품유형	이입량	생산량	수입량	총공급량	출하량	수출량	이월량	가공식품 수급량		
									총량	1인 1년당	1인 1일당
		..... 1,000톤							1,000톤	kg	g
1. 과자류	전체	263.6	862.8	54.9	1181.3	485.3	21.3	619.8	540.2	10.8	29.6
	과자	104.8	611.5	36.9	753.1	286.8	14.4	415.1	323.6	6.47	17.73
	캔디류	66.2	141	17.4	224.6	117.8	2	87.3	135.2	2.7	7.41
	추잉껌	5.2	18.1	0.4	23.7	10.4	4.4	8.5	10.8	0.22	0.59
	빙과류	87.4	92.2	0.2	179.9	70.3	0.4	108.9	70.6	1.41	3.87
2. 빵 또는 떡류	전체	191.1	944.3	23.2	1158.6	1014.8	18.2	-11.7	1152	23.04	63.12
	빵류	61.7	554	20.5	636.2	785.7	11.9	-272.2	896.5	17.93	49.12
	떡류	15.7	182.6	0.3	198.6	154.6	4.1	25.8	168.7	3.37	9.24
	만두류	113.7	207.7	2.4	323.7	74.4	2.2	234.7	86.8	1.74	4.76
3.코코아가공품류 또는 초콜릿류	전체	-378.5	218.7	50.3	-109.5	163.7	9.3	-332.7	213.9	4.28	11.72
	코코아가공품류	-470.4	36.6	19.5	-414.2	16.6	0.4	-450.8	36.1	0.72	1.98
	초콜릿류	91.9	182.1	30.8	304.7	147	8.8	118.1	177.8	3.56	9.74
5. 설탕	전체	229.6	1427.6	50.4	1707.6	949.5	345.9	361.9	999.8	19.99	54.78
	백설탕	217.5	1283.1	44.3	1544.9	811.1	345	344.5	855.4	17.11	46.87
	갈색설탕	4.8	104.7	5.9	115.4	102.4	0.5	6.6	108.3	2.17	5.93
	기타설탕	7.4	39.8	0.1	47.3	36	0.3	10.8	36.1	0.72	1.98
7. 과당	전체	229.6	423	6.4	659	378	37.5	237.1	384.4	7.69	21.06
	액상과당	217.5	421.3	1.1	639.8	376.27	37.4	225	377.36	7.55	20.68
	결정과당	4.8	1.5	5.3	11.6	1.44	0.1	4.7	6.78	0.14	0.37
	기타과당	7.4	0.2	0	7.6	0.27	-	7.3	0.27	0.01	0.02

8. 엿류	전체	229.6	484.6	78	792.2	461.7	1.7	250.8	539.7	10.79	29.57
	물엿	217.5	470.8	32.8	721	445.2	1.7	241.4	477.9	9.56	26.19
	기타엿	4.8	5.6	0.4	10.7	8.6	0	1.8	9	0.18	0.49
	덱스트린	7.4	8.2	44.9	60.5	7.9	-	7.7	52.8	1.06	2.89
15. 면류	전체	229.4	1201.3	88.9	1519.6	617.2	56.7	756.8	706.1	14.12	38.68
	국수	135	271.1	5.9	412	145	21.1	240	150.9	3.02	8.27
	냉면	17	58	0.1	75.1	40.6	2.4	31.9	40.7	0.81	2.23
	당면	24.2	14.4	55.5	94.1	3.4	0	35.1	58.9	1.18	3.23
	유탕면류	50.1	841.8	0.6	892.5	412.4	31.7	447.9	413	8.26	22.63
	파스타류	3.1	14.5	24.3	41.9	14.7	1.3	1.6	39	0.78	2.13
	기타 면류	-	1.6	2.5	4.1	1.1	0.2	0.2	3.6	0.07	0.2
18-1. 과일·채소류 음료	전체	191.1	667.7	24.5	883.4	540.2	31.5	287.2	564.7	11.29	30.94
	농축과·채즙(과·채분)	61.7	8.9	0.9	71.5	6.3	0.7	63.6	7.2	0.14	0.39
	과·채주스	15.7	229.1	13.3	258.1	181.9	2.5	60.3	195.2	3.9	10.7
	과·채음료	113.7	429.7	10.4	553.8	351.9	28.2	163.2	362.3	7.25	19.85
18-2. 탄산음료류	전체	102.8	1296.1	17.6	1416.4	1218.1	35.7	145	1235.7	24.71	67.7
	탄산음료	102.1	1289.7	15	1406.8	1211.9	35.7	144.2	1226.9	24.54	67.22
	탄산수	0.7	6.4	2.6	9.6	6.2	0.1	0.8	8.8	0.18	0.48
18-6. 기타음료	전체	467.9	845.3	17.3	1330.5	604	54.8	654.5	621.3	12.42	34.04
	혼합음료	309.6	792	13.1	1114.8	560.5	52.3	489	573.5	11.47	31.42
	음료베이스	158.3	53.3	4.2	215.8	43.6	2.5	165.5	47.7	0.95	2.62

29-17. 얼음류	전체	53.8	730.1	-	783.9	726	0.1	57.9	726	14.52	39.77
	식용얼음	35.6	168.9	-	204.6	160.1	-	44.5	160.1	3.2	8.77
	어업용얼음	18.2	561.1	-	579.3	565.9	0.1	13.4	565.9	11.32	31
29-13. 밀가루류	전체	128.9	1743.7	30.1	1902.7	1718.6	10.7	143.4	1748.6	34.97	95.81
	밀가루	128	1695.6	28.2	1851.8	1669	10.5	144.2	1697.2	33.94	92.99
	영양강화 밀가루	0.5	16.4	1.3	18.2	16.5	0.2	0.2	17.8	0.36	0.98
	기타 밀가루	0.4	31.8	0.5	32.7	33.1	0	-0.9	33.6	0.67	1.84
29-18. 즉석섭취·편의식품류 (도시락제외)	전체	2.9	1276.7	2.4	1281.9	269.9	2.6	1007.1	272.2	5.44	14.91
	즉석섭취식품	7.3	1113.7	0	1121	128.7	0.1	992	128.8	2.58	7.06
	즉석조리식품	-5.8	151.3	2.3	147.8	131.1	2.5	11.9	133.4	2.67	7.31
	신선편의식품	1.5	11.7	0	13.2	10	-	3.2	10	0.2	0.55

주: 이입량과 이월량의 값이 음(-)인 경우가 있는데, 이는 통계 집계의 시작점으로 삼은 2010년에 이입량과 수입량을 구하지 않아 그 해의 이월량이 실제보다 적게 계산되거나 음(-)의 값으로 계산되어 발생된 문제임. 이는 통계 집계를 이 전 년도부터 시작하면 해결될 문제로 판단됨.

2.2.3. 결과 요약

■ 2012년도 기준 과자류의 국민 1인당 연간 과자류 공급량은 10.80kg(1일당 29.60g), 빵 또는 떡류 공급량은 23.04kg(1일당 63.12g), 코코아 가공품류 또는 초콜릿류 공급량은 4.28kg(1일당 11.72g), 설탕 공급량은 19.99kg(1일당 54.78g), 과당 공급량은 7.69kg(1일당 21.06g), 엿류 공급량은 10.79kg(1일당 29.57g), 엿류 공급량은 14.12kg(1일당 38.68g), 과일·채소류음료 공급량은 11.29kg(1일당 30.94g), 탄산음료류 공급량은 24.71kg(1일당 67.70g), 기타음료 공급량은 12.42kg(1일당 34.04g), 얼음류 공급량은 14.52kg(1일당 39.77g), 밀가루류 공급량은 34.97kg(1일당 95.81g), 즉석섭취·편의식품류 공급량은 5.44kg(1일당 14.91g)로 나타남.

■ 가공식품수급표 내역에서 이입량과 이월량의 값이 음(-)인 경우가 있는데, 이는 통계 집계의 시작점으로 삼은 2010년에 이입량과 수입량을 구하지 않아 그 해의 이월량이 실제보다 적게 계산되거나 음(-)의 값으로 계산되어 발생된 문제임. 이는 통계 집계를 이 전 년도부터 시작하면 해결될 문제로 판단됨.

2.3. 소결

■ 가공식품 수급량에 표시된 1인당 공급량과 실체 섭취량 간에는 다소 차이가 있을 수 있음. 이는 섭취량이 아니라 생산 및 수입에 바탕을 둔 자료이며, 생산, 출하, 저장, 유통단계에서의 감모량 및 개인의 구입 이후 버린 음식물 쓰레기양이 집계되지 않았기 때문임.

■ 가공식품수급량 계산을 위해 사용한 대부분 통계의 출처가 식품의약품안전처인데, 통계의 식품 유형 및 분류가 상호 일치 하지 않는 경우가 있음.

▹ 예를 들면, 통계 작성의 기본 자료가 된 '식품의약품통계년보', '식품및식품첨가물 생산실적', '수입식품정보사이트'의 각각의 식품유형이 동일한 항목으로 관리되지 않고 있음.

▹ 이에 따라 '가공식품수급량' 통계를 작성하기 위해 동일 기관의 세 가지 통계를 그냥 취합하면 되는 것이 아니라 각 항목을 '식품공전'의 식품유형에 맞게 별도로 재분류 작업을 해야 함. 따라서 향후 항목의 통일이 이루어진다면 활용과 분석이 더욱 용이할 것으로 판단됨.

3. POS 데이터 활용 가능성 분석

3.1. 분석 개요 및 방법

■ POS자료가 주어진 범위 내에서 조사된 데이터 보다 정확도가 높은 것으로 알려져 있기 때문에, 현재 본 연구에서 검토하고 있는 식품소비량통계를 작성할 수 있는지에 대해 가공식품을 대상으로 조사하고자 함. 이를 위해 POS자료의 포괄 범위, 포괄 범위에 따른 작성 비용, 자료의 활용 가능성 등에 대한 분석을 진행함.

■ 분석방법은 관련문헌을 먼저 살펴보고, 식품관련 POS자료를 다루고 있는 리서치회사들의 방문하여 관련담당자들에 대한 인터뷰 등을 통해, 자

료 내용, 포괄 소매점 범위, B2C와 B2B의 구분 가능성, 인구통계 특성 활용 가능성 등에 대해 분석함.

3.2. POS 데이터의 일반적 특성

3.2.1. POS 데이터의 정의

■ 현재 지식백과에서는 POS(point of sale)시스템을 다음과 같이 정의하고 있음.[10)]

▹ 백화점이나 슈퍼마켓·편의점(convenience store) 등 소매점에서 이용되고 있는 판매시점에서 상품단위로 기록해 재고관리, 납품수량의 결정 등에 사용하는 판매시점 정보관리 시스템. 이 시스템에서는 종래의 자동금전등록기 대신 판매부문마다 캐시 레지스터(cash register)의 기능을 연결한 POS 단말장치를 배치함. 이에 의해서 모아진 데이터가 컴퓨터 등에 집약되어 다시 온라인의 통신회선경로로 본부의 호스트 컴퓨터에 보내짐. 이를 통해 매상이나 재고를 실시간으로 관리할 수 있음.

▹ POS 단말은 금전등록기와 아주 닮은 장치이지만 호스트 컴퓨터에 직접 데이타를 제공할 수 있는 기능을 가지고 있어 컴퓨터의 데이터 수집 단말이라는 점이 다름. 최근의 POS 단말은 OCR 입력장치나 바코드 리더(bar cord reader) 등을 비치하고 있어, 데이터를 기계적으로 입력할 수 있는 것이 일반적임.

10) [네이버 지식백과] POS 시스템 [point of sales system] (매스컴대사전, 1993.12., 한국언론연구원(현 한국언론진흥재단))

■ 따라서 POS자료는 이 시스템을 통해서 얻어진 거래자료임. POS 데이터를 통해 각 시간대별, 요일별 매출 실적은 물론 지역별 판매 특성이 어떻게 다른지 확인할 수 있으며 거래형태별로 직영, 임대, 특판, 수수료 매장에서 발생하는 실적을 각각 구분할 수 있음. 또한 현금, 카드결제 등 지불수단별로 구분해 매출 실적을 파악할 수 있음.[11)]

3.2.2. 식품부문 POS자료

■ 식품 쪽과 관련하여 POS 자료를 이용한 통계분석을 할 수 있는 회사는 현재 두 개로 나타나고 있음.[12)]

▹ 초기에 몇 개의 회사가 경쟁하던 과점체계에서 현재는 쌍방과점형태로 시장형태가 굳어진 상태임.

■ A사는 대형마트 등에서 데이터가 들어오는 반면, B사는 이마트의 데이터가 현재 들어오고 있지 않음.

▹ POS자료 입수에서는 이마트를 제외하고는 두 회사 간 큰 차이가 없음. POS 장비가 부족한 일반식품점의 경우 A사는 이 식품점들에 대한 조사를 위해 auditing을 이용하고, B사는 단말기제조사와 협약을 맺어 단말기제조사가 상점에 지원한 단말시스템(이 역시 POS 단말기가 갖춰져 있음)을 이용하고 있음.

■ A사는 주로 대형식품회사나 다국적기업에게 자료를 제공하는 반면에, B사는 중견기업들에게 자료를 제공하고 있음.

▹ 이에 따라 관심품목 및 분류체계 그리고 분석대상이 조금씩 다름.

11) 리테일메거진 2014년 10월호.
12) 본 연구에서는 관련담당자들의 요청에 의해 회사명을 A사와 B사로 칭하고자 함.

3.3. 식품부문 POS자료 현황

3.3.1. A사

가. 자료 가공/판매 현황

■ 2013년 기준 식품/비식품 포함 국내 190개 회사가 A사의 POS 데이터를 활용한 분석자료를 구입하고 있음.

■ 유통사로부터 POS 데이터를 가져와, 데이터를 가공하여 DB를 구축 및 분석하여 고객사에 판매하고 있음.

▹ A사는 온라인 몰을 제외한 대부분의 대형유통업체로부터 데이터를 받고 있음 (대형마트 3사, 중소대형마트, 대형마트가 운영하는 슈퍼, 편의점 (GS25 제외).

■ POS자료가 없는 상점군이나 지역의 경우, 층화비례추출법으로 지역, 점포를 지정해 조사인력이 점포에 나가 진열 및 재고 상품, 거래명세서 등을 확인하여 해당 매장의 매출 등을 추정하는 auditing 방식을 이용하고 있음.

▹ 따라서 POS 데이터와 auditing 정보를 합쳐 국내 식품시장에 대한 자료를 추정함.

▹ 대형마트의 경우 97%, 체인슈퍼은 95% 정도 POS자료를 받고 있으며, 편의점은 직영점의 경우 POS 데이터를 받고 가맹점은 auditing을 통해 데이터를 구축함.

▹ 동네슈퍼나 작은 가게들과 같은 일반식품점 중 POS 단말기가 없는 곳 혹은 재래시장 안의 작은 상점은 포함되지 않음.

■ 현재 A사는 POS자료뿐만 아니라 3,000명 정도의 소비자 패널을 운영하고 있음.

▹ 이 패널들은 식품을 구매한 후, A사에서 제공한 스캐너로 제품의 바코드를 스캔하는데, 이 데이터가 A사의 DB로 전달됨.

▹ 현재 A사에서 주로 판매하는 자료에 포함되어 있는 품목들은 카테고리 별로 세부 브랜드 및 상품명까지 다 셋팅이 되어 있어, 스캐너로 읽은 정보에 의해 자동으로 분류되는 시스템을 갖추고 있음. 현재 주로 가공식품 중심으로 시스템이 이루어져 있는데, 신선식품의 경우 일부 카테고리의 대범주 내에서 어느 소매점에서 구매했는지 정도만 파악하고 있음.

▹ 패널들은 전자가계부나 웹다이어리 등에 기입하는 동시에 제품의 바코드를 스캔하고 영수증을 A사로 보냄.

▹ 자료 제공에 소홀한 패널이 있을 수 있기 때문에, 이상 징후를 보이는 패널이 있으면 바로 점검에 들어가고 그러한 징후가 몇 차례 계속되면 패널에서 제외함.

나. 분석 품목

■ POS자료는 모든 품목에 대해 들어오지만, 분석하는 카테고리는 100개 정도임.

■ A사가 분류한 식품 카테고리(시장에서 통용되는 분류)와 aT센터의 카테고리(식품공전)는 조금 차이가 남.

▹ A사의 카테고리를 식품공전에 맞출 수는 있으나 인력과 시간이 많이 소요될 것으로 예상됨.

3.3.2. B사

가. 자료 가공/판매 현황

■ B사는 백화점(지하식품매장), 할인점, 편의점, 체인수퍼, 독립수퍼(대형, 소형), 일반식품점으로 구분하여 자료를 수집함.

▹ 할인점 중 이마트는 없으며, 홈플러스, 체인수퍼 중 일부, 편의점 중 일부에서 자료를 수집. 모집단 중에서 재래시장, 인터넷몰, 휴게소 수퍼 등은 제외함.

∨ 표본의 대표성을 향상시키기 위해 일 년에 한 번 정도 약 87,000개의 식품 소매점 모집단 중 2,400여개 표본점포를 재선정하는 작업을 함.

■ DB를 그룹핑할 수 있는 자사프로그램을 구축하여 고객사들이 보고서 및 자료를 쉽게 볼 수 있도록 하고 있음.

▹ 이 프로그램을 이용해서 고객사가 특정 카테고리나 식품 혹은 관련단어를 검색하면, 이와 관련된 분류가 형성되어 관련자료를 볼 수 있는 시스템임.

∨ 예를 들어, '다이어트' 라고 입력하면 관련식품들의 자료들이 카테고리화 되어서 분류됨. 즉, 고객사가 원하는 대로 시장을 세분해서 관련자료를 볼 수 있는 프로그램임.

■ B사의 POS 패널은 개인 소매점의 경우 A사의 2배, 할인점의 경우 A사에 비해 적은 편임.

▹ A사가 할인점과 편의점 쪽에 많은 POS 패널을 보유하고 있는 반면에, B사는 개인 소매점 POS 패널의 숫자가 많은 편임. 그리고 B사의 경우 할인점이나 편의점은 거점점포수집방식을 취하고 있음.

∨ B사는 자료를 가공해서 월간 서비스로 제공하기 때문에 제과나 음료업체의 고객사로 많은 편임.

나. 분석품목

■ B사에서는 주별 단위의 자료를 생성하고 있는데, 현재는 식품과 생활용품에 대해 폭 넓은 자료 구축을 하고 있음.

▹ 현재 대부분의 식품 및 생활용품을 다루기 때문에 분기별로 식품 전체에 대한 흐름 등 통합 카테고리 보고서를 만들고 있음.

3.4. 논의 사항

3.4.1. 자료 비용

■ POS자료는 리서치회사들이 개별 소매점으로부터 구입하여 일정의 가공 및 분석 그리고 추정과정을 통해서 만들어진 데이터임. 이 경우 특정 변수에 대해서 통계의 이름으로 공공기관에서 공표하는데 있어서 얼마의 비용을 지불해야 하는지가 중요한 관건임.

▹ 이 자료들은 POS자료를 다루고 있는 리서치회사들의 자산에 해당됨. 실제로 이 회사들은 이러한 정보들을 개인 혹은 회사 및 단체에게 일정 금액을 받고 판매하고 있음.

■ A사의 경우 현재 한 카테고리에 대해서 원자료(raw data)를 제공하는데 5천만원, 프리젠테이션이 들어가면 8천만원, 보다 정교한 분석이 들어가면 1억원 이상 정도의 비용이 발생하는 것으로 나타남.

▹ A사의 경우 식품공전 기준 상위 50개 품목에 대해서 가공식품소비량통계를 만들고자 한다면, POS 데이터만으로 가구형태별 식품소비 파악은 불가능하기 때문에 소비자 패널 데이터를 함께 활용하여 데이터를 가공해야 함. 이를 통해 가구별 평균 가공식품소비량 추정이 가능함.

▹ 일반적으로 고객사에서 요구하는 정보의 수준과 정부의 통계자료에서 다루고 있는 정보의 깊이가 다름. 그리고 정보의 수준을 유통사별로 나누는 것은 기업정보보호법에 의해 불가능하지만, 채널을 묶어서 공개하는 것은 가능함. 실제로 유통사들의 매출을 분석하여 수요자에게 나가는 정보는 채널별로 이루어지고 있음.

■ B사의 경우 분류된 식품자료들을 가지고 프리젠테이션을 하면 비용이 1천만원, 분기별로 나가는 엑셀자료가 전체 품목에 대해서 2,500만원에서 3,000만원 정도임. 만일 시간적 단위가 좀 더 길어진다면, 즉 월별이나 년별로 자료를 수집한다면 당연히 비용이 더 많이 소요됨.

▹ 현재 식품 153개 품목에 대해서, 분기별로 프리젠테이션까지 포함해서 4,000만원 정도의 비용이 발생함.

▹ 품목 분류는 유통진흥원의 POS자료 분류체계를 이용하는데, 그 자료의 기준을 시장 상황에 맞게 다소 수정함. 이 분류체계는 식품공전하고는 약간 다르며, 조금 더 세분화 되어 있음.

■ 가공식품의 연간 소비량을 추출하여 통계로 발표하게 되는 경우 A사나 B사 모두 자사 통계자산의 침해 문제가 발생할 수 있음. 그러나 기업체에 제공하는 데이터가 주로 제품별로 만들어지고 통계의 경우는 국민 전체에 대해서 만들어지기 때문에 침해 가능성은 적은 것으로 판단됨.

3.4.2. 자료의 범위 문제

가. B2C/B2B

■ 국가 전체에 걸친 소비량 자료를 만들고자 한다면, 일반소비부문에서 구매한 자료와 외식(식당, 급식업체, 조리업체 등)부문에서 구매한 자료들이 모두 합쳐져야 할 것임. 따라서 현재 두 회사가 가지고 있는 POS집계시스템으로 B2B 부문 자료 집계가 가능한지에 대해 살펴봄.

■ A사의 경우 현재 소매부문을 7개로 나누고 있는데, B2C에 초점이 맞추어져 있음. B2B 부분은 수요자가 필요로 하지 않기 때문에 회사 내부에서도 수집하고자 하는 계획이 아직까지는 없는 상태임.

▹ 그러나 소매부문으로 집계되는 데이터에는 B2B 자료가 어느 정도 포함되어 있다고 볼 수 있음. 외식업체들이 대형마트나 대형수퍼에서도 구매할 수 있는데, 이들을 일반 소비자와 구분할 수 없기 때문임.

■ B사의 경우도 POS자료에 B2B가 따로 분류되어 있지 않음. 따라서 POS만을 가지고는 소비자 구매량과 외식업체 구매량을 포함한 전체 소비량 자료를 만들기가 어려운 것으로 나타남.

▹ B사의 관련담당자 의견에 따르면, 현재 주어진 POS자료시스템으로 볼 때, 소비자부문 만의 구매량 자료를 만드는 것이 바람직한 것으로 나타남.

▹ 현재 POS자료 안에 B2B가 어느 정도 포함되어 있다고 볼 수 있음. 개인식당을 운영하는 업주들 중 대형마트나 대형수퍼에서도 구매해 가는 경우가 있으며, POS자료에는 구분없이 모두 잡히게 됨.

▹ 이 경우 여과장치 없이 소매점 POS자료들을 산술적으로 합친다면 일반 소비자들만의 구매량이라고 말하기가 힘들고, 다소 과장된 값이 나올 가능성이 있음.

∨ 이 경우 약간의 필터링을 통해 분류가 가능함. 예를 들어 장류를 보면, 업소용이라고 나오는 것들이 있기 때문에 따로 추정하는 것이 가능함. 일반적으로 개인이 업소용을 사가는 경우는 드물고, 반대로 업소에서 개인용을 사가는 경우도 드물기 때문에, 이를 바탕으로 다소의 오차는 있더라도 분류할 수 있을 것으로 판단됨.

나. 신선식품

■ A사의 의견으로는 신선식품은 데이터의 정확성 체크가 어렵기 때문에 POS 데이터의 활용도가 떨어진다는 판단임.

▹ 영수증 중에서 어떤 신선농산물은 그냥 상품명이 아닌 행사명으로 찍히는 경우가 많음. 또한 많은 경우 무게만을 달아서 바코드를 붙이기 때문에, 범용화된 바코드 보다는 매장에서만 해석이 가능한 바코드를 쓰는 경우가 많음.

▹ 따라서 A사는 모든 식품에 대한 POS 원자료를 보유하고 있지만, 신선식품에 대한 분석은 하지 않고 있으며 가공식품을 중심으로 분석을 하고 있는 상태임.

▹ A사 담당자의 의견을 종합해 볼 때, 농산물의 경우 POS자료를 이용하여 소비자들의 평균 구매량이나 전체 소비량 등으로 만들기가 쉽지 않음.

▹ 신선식품은 POS 데이터를 통해 소비량 자료를 만드는 것이 불가능한 것은 아니지만, 인력과 비용이 많이 소요되기 때문에 POS자료가 아닌 다른 방법으로의 접근이 필요할 것으로 판단됨.

▹ 따라서 농산물의 경우에는 전기 대비 소비량의 증감과 같은 지수(index) 개념으로 자료를 만드는 것이 바람직함.

■ B사의 의견도 비슷하게 나타났는데, 신선식품의 경우 POS자료만으로는 소비량을 파악하기가 쉽지 않은 것으로 판단하고 있음.

▹ 특히 채소류는 확인이 잘 안 된다는 의견임. 채소류는 마트에서 스티커를 붙여서 판매를 하는데, 각각의 매장 자체 분류기준 바코드를 사용하는 경우가 있어서 같은 바코드 번호라도 업체별로 다른 품목이 될 수 있는 것임. 또한 바코드에 품목 이름이 나오는 것도 있고 안 나오는 것도 있고 다양한 형태임.

▹ 따라서 신선식품은 가공식품과는 달리 곡물류를 제외하고는 현재로서 소비량통계를 만드는 것이 매우 어려운 상황이며, A사의 의견과 같이 불가능한 것은 아니지만 비용과 인력이 매우 많이 들어가는 작업이 될 것임.

▹ 신선농산물의 경우 POS자료로 소비량 자료를 만들려면 업체별로 따로 데이터를 수집하여 확인한 다음, 그 자료들을 다시 합치는 과정을 거쳐야 할 것임.

다. 온라인 포함

■ 온라인에서 판매하는 식품에 대해서 살펴보면, A사의 경우 POS자료에 온라인 업체가 포함되어 있지 않음. 온라인은 현재 홈쇼핑업체와 협의중인 것으로 나타남.

▹ 그러나 대형마트 3사(이마트, 롯데마트, 홈플러스)의 온라인은 POS를 통해 자료 파악이 가능함. 식품부문에서 대형마트 3사 온라인의 비중이 높기 때문에 이것만 파악하여도 식품에 대한 온라인에서의 트랜드는 어느 정도 확인할 수 있을 것임. 대형마트 3사의 온라인 데이타 외에 eCommerce Index는 현재 개발 중인 것으로 나타남.

■ B사 또한 온라인 가공식품은 실제 서비스를 하고 있지는 않지만 준비중인 것으로 나타남.

▹ 온라인이 오프라인보다 자료가 잘 정리되어 있을 것 같이 보이나, 실제 들여다보면 온라인은 바코드가 없기 때문에 통일된 자료의 정리가 더 힘

들다는 의견임. 온라인 품목은 바코드가 없기 때문에 찍힌 품목명으로 분류해야 하는데, 같은 제품이라도 표현방법이 업체별로 각기 달라서 분류의 어려움이 크다는 의견임.

라. 기타 경로

■ 회사나 시네마 등의 내부에 있는 식품점이나 상점들을 onPremise라고 부르는데, 양쪽회사 모두 이 부문의 POS자료를 수집하는 체계가 잡혀 있지 않음.

▹ onPremise의 종류는 매우 다양한데, A사의 경우 중장기인 관점으로 회사에서 하나씩 체계를 갖추어 가고 있는 중임.

■ 선물의 경우, 가공식품은 누군가에게 선물을 한다면 구입해야 함으로, 이는 구입량으로 잡힐 것임. 반면에 신선식품의 경우 구매하지 않은 신선식품(자가 재배)의 선물이 빈번한데, 이는 POS자료를 이용하는 경우 전혀 파악이 불가능한 상태임.

■ 1+1 행사 상품의 경우 어떤 매장은 행사제품으로 바코드를 따로 찍기도 하는데, 편의점에서는 이 경우 따로 찍지 않는 것이 일반적임. 편의점의 경우 첫 번째 상품은 바코드로 찍어서 정가로 팔고, 또 다른 상품은 바코드에서 0원으로 팔기 때문에 그 두 번째 상품의 데이타는 이상치(outlier)가 되는 것임.

3.4.3. 기타 사항

가. 1인당 자료 추정

■ POS자료의 특성 상 개인별 특성이 빠진 자료이기 때문에, 1인당 자료를 구하고자 한다면 전체 국민 소비량을 추정하고 인구수로 나누어주는 방식으로 접근해야 할 것임.

나. 인구통계 특성

■ 현재 POS자료의 특성상 구매 목록과 개인의 인구통계적 특징을 연결시켜 분석할 수 없는 상황임. 판매한 물품의 자료만 확보가 가능한 상태이며, 신용카드 등을 포함한 개인정보는 현재 구할 수가 없는 상황임.

▹ 현재로서는 지역 정도의 구별이 가능한 것으로 나타남. 다만 특정 마트의 멤버십 정보를 이용하여 해당 소매점 고객들의 인구통계 특징을 추출하는 것은 기술적으로는 가능하지만, 개인정보보호 문제 등으로 인하여 이러한 자료를 이용하여 통계를 만들 수 없을 것임. 그나마 이 멤버십에 담겨있는 정보도 매우 제한적임.

나. 한 회사에 대한 의존성

■ POS자료의 특성 상 자료를 가공하는 과정 속에서 만들어진 프로그램, 수식, 방법론 등은 그 회사의 자산으로 볼 수 있음. 따라서 이러한 노하우를 공개하지 않을 것이기 때문에, 매년 통계 작성업체가 달라진다면 새로운 업체는 이 회사에 의존하거나 혹은 새로운 시스템을 만들어야 함.

이 경우 장기적으로 통계에 대한 노하우가 쌓이지 않을 가능성이 있으며, 또한 새롭게 구축하는 시스템을 위한 비용이 매년 발생할 수 있음.

■ 만일 한 회사가 지속적으로 이 통계를 만들도록 한다면 2차년도 부터는 시스템을 만들기 위한 비용을 줄이고 그 비용을 통계의 다른 면을 정비하기 위한 비용으로 활용할 수 있음. 그러나 한 회사에 대한 의존은 도덕적 해이 및 매너리즘을 야기할 수 있으며, 그 회사가 비용을 인상하였을 경우 대체할 수 있는 업체를 찾기가 쉽지 않다는 단점이 있음.

다. 추가 자료에 따른 비용 발생

■ POS자료를 이용하여 소비량통계를 만드는 경우, 해당회사는 특정 변수만 판매할 것이기 때문에 관련기관에서 추가적인 자료를 요청하는 경우 이에 따라 추가적인 비용이 발생할 수 있음.

▹ 그러나 이는 초기 계약에 명시하여 추가적인 자료 서비스까지 포함할 수 있을 것임.

3.5. 소결

3.5.1. 가공식품 시작점으로서의 가능성

■ 만일 소비량통계 작성의 첫 시작을 소비자부문으로 한정하고 또한 식품의 종류도 가공식품으로 제한한다면 POS자료를 활용할 수도 있을 것임.

■ 이 경우 **B2B까지 포함한 전체 소비량자료를 만들기는 어렵고**, **소비자가 구매한 자료에 바탕을 둔 소비량통계로 한정**하여 만들 수 있을 것임.

▹ 만일 전체 소비량자료를 만들고자 한다면 외식이나 급식 등은 따로 조사하여 합쳐야 할 것임.

■ POS자료의 특성 상 개인별 특성변수가 빠진 자료이기 때문에, 1인당 추정은 전체 국민 소비량을 추정하고 인구수로 나누어주는 방식으로 접근해야 할 것임. 또한 개별 가구나 개인의 인구통계자료가 없기 때문에, 이러한 변수들을 활용한 보다 심도 있는 분석은 어려울 것으로 판단됨.

3.5.2. 농산물통계

■ 농산물의 경우 **POS자료를 이용하여 소비자들이 구매한 전체 물량을 만들기가 쉽지 않은 것으로 나타남**. 따라서 현재 POS자료의 특성상 농산물의 경우에는 **전기 대비 소비량의 증감과 같은 지수(index) 개념**으로 자료를 만드는 것이 바람직함.

▹ 신선식품의 경우 POS자료를 이용하여 소비량통계를 만드는 것이 불가능하지는 않지만, 대조 및 입력을 위한 인력과 비용이 많이 소요될 것임.

▹ 따라서 전체 소비량 자료를 추정하기는 힘들고, 다만 개별 **구매채널에서의 소비 추이, 전기(前期) 대비 식품소비량 증감** 등은 만들 수 있을 것으로 판단됨.

제6장

결 론

1. 예비조사 결과 검토

1.1. 활용용도

■ 4차례의 전문가 자문회의에서 나온 활용용도 및 필요성에 대한 의견을 정리하면 다음과 같음.[13)]

▹ 본 통계의 필요성에 대해서 가장 많이 나온 의견을 보면, 단계별 품목별로 얼마나 로스가 발생하느냐 즉 감모량을 분석하는데 소비량 데이터가 필요한 것으로 나타남.

▹ 국내에서 쓰는 대부분의 식품관련 통계 및 자료에서 공급을 소비로 보는 경향이 있음. 이는 소비량 자료가 부족하거나 없기 때문에 발생하는 문제임.

▹ 소비자들의 소비량 데이터가 만들어진다면 제조업체 입장에서 시장규모를 파악하는데 활용될 수 있을 것임.

▹ 수급변화에 영향을 미치는 어떠한 사안이나 충격이 발생하는 경우, 이것이 경기에 미치는 파급효과 등을 계산할 때 사용되는 중요한 계수가 소비탄력성임. 소비량 자료는 이 탄력성을 구하는데 요긴하게 활용될 수 있을 것임.

13) 이 의견은 "소비량통계 예비조사 계획안 및 조사표안 검토"를 위한 두 차례의 전문가 자문회의(1차회의, 8.22(금), aT 수급종합상황실; 2차회의, 9.4(목), aT 수급종합상황실)와 "소비량통계의 활용용도 및 활용방안과 이에 따른 조사의 적정 범위에 대한 논의"를 위한 두 차례의 전문가 자문회의(1차회의, 9.19(금), aT 수급종합상황실; 2차회의, 9.26(금), 강남 회의공간)에서 논의된 결과를 바탕으로 정리된 것임.

▹ 유통측면에서 물량 데이터가 매우 중요한데, 품목별로 물량이 어느 정도 움직이고 최종적으로 소비되는 양이 어느 정도인지 파악하는데 활용될 수 있을 것임.

1.2. 조사유형별 장·단점 비교

■ 본 연구에서는 파일럿조사를 통해 패널조사방식과 2차가공방식을 이용하여 소비량통계를 실제로 작성해 보았으며, POS의 경우에는 통계 생산 가능성을 분석함. 결과적으로 4가지 방식에 대해서 비교하자면 다음과 같음.

■ 품목별로 전체 소비량, 1인당 소비량 등 일종의 전국 단위 모수를 파악하고자 한다면, 2차 가공통계나 POS자료를 이용한 방식이 더 효율적일 것으로 판단됨.

▹ 즉, 큰 틀에서 전체 소비량을 파악하고자 한다면, 2차 가공통계나 POS자료를 이용하는 경우 더 신뢰성 있는 자료를 보다 저렴한 비용으로 만들 수 있을 것임.

■ 만일 통계를 이용하여 전국단위 모수 추정뿐만 아니라 인과 관계라든지 소비함수 추정 등 각종 분석까지 고려한다면 가구패널을 이용한 조사가 필요함.

▹ 진흥청에서 소비자패널조사를 실시하고 있는데, 본 연구에서 다루고 있는 가구패널과 유사한 시스템을 운영하고 있음. 따라서 가구패널을 이용하여 통계를 생산하고자 하는 경우 진흥청 조사와의 차별성이 무엇인가 생각해 봐야 할 것임. 이에 본 연구에서는 다음과 같은 조사방식을 제안하고자 함.

[표 6-1] 각 작성방식의 특징 및 장단점

작성방식	조사		2차가공	POS자료 활용
	소비자	외식		
대상 품목	주요 농산물 및 가공식품	주요 농산물 및 가공식품	가공식품	가공식품
비고	진흥청 조사와 유사점	농산물 쪽은 KREI에서 음식점소비실태조사로 조사 중	다소비 상위 품목 선정 (*농산물 : KREI 식품수급표)	다소비 상위 품목 선정
유사통계	진흥청 가구패널조사	음식점소비실태조사 음식점경기동향지수	식품수급표	
조사방법	온라인 패널 구성	표본 조사	기존통계 2차가공	POS자료 가공
포괄영역	소비자가 구매한 것에 한해 조사 (소비자 식품 구매량이 정확한 명칭이 될 것임)	외식 쪽의 가공식품 구매량에 한해 조사 (외식부문 식품 원료 구매량이 정확한 명칭)	가공식품 국내 전체 흐름 개괄 가능	가공식품 소비자가 구매한 것에 한해 작성 가능

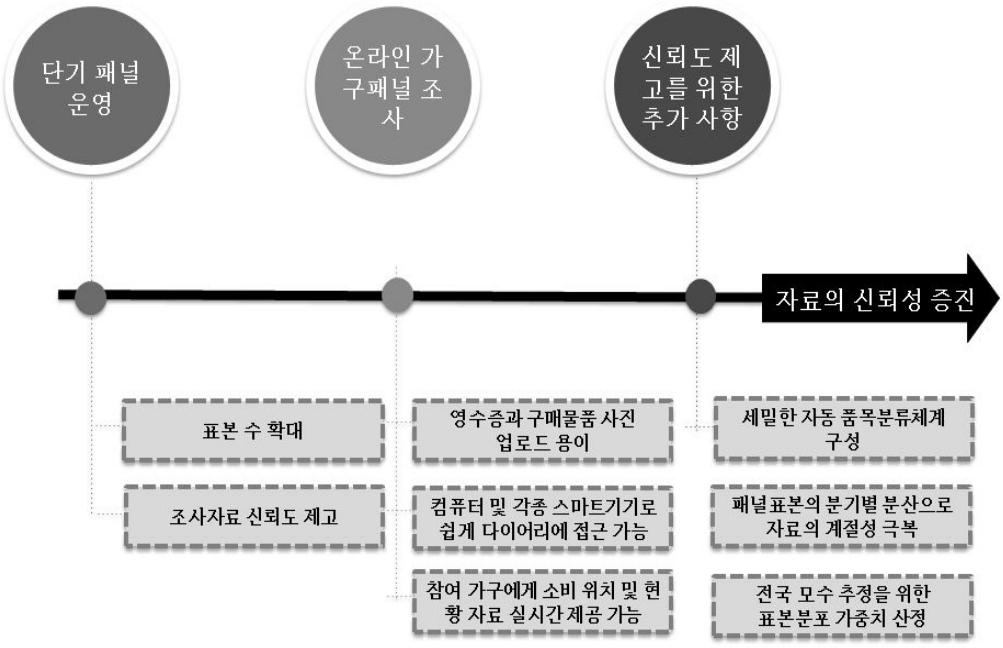
포괄영역	부문	소비자	■		□	■
		외식		■	□	
		급식		□	□	
	품목	농산물	■			
		가공식품	■	■	■	■
비포괄영역			식품소비부문 중 외식, 가공, 급식 등 소비자 외 부문이 나타나지 않아 품목별 국내 전체 소비량으로 보기 어려움	식품가공부문 및 소비자 부문	공급량을 소비량으로 간주해야 함. 식품 손실 및 쓰레기에 대한 자료(감모량) 부재	외식, 급식 및 가공부문
장점			추가적 분석 가능	추가적 분석 가능	활용도가 높을 것임	정확성 활용도가 높을 것임
단점			높은 비용	높은 비용	감모율 자료 부족	가공식품으로 한정
비고 2			이 둘을 모두 수행하면 전체적인 측면에서 품목별 소비량 자료를 얻기가 수월하지만 비용이 많이 들어갈 것이며, 이 또한 급식부문을 추가적으로 조사해야 한다는 단점이 있음.		현재로서는 비용 대비 작성이 가장 수월함. 다만 감모율을 포함하고자 한다면 추가 조사 필요	가공식품만을 작성한다면 상대적으로 정확한 자료가 될 것임

주: ■ 표시는 포괄 정도가 확실하다는 의미이고, □ 표시는 포괄은 하되 전국단위 측면에서만 변수를 만들 수 있다는 의미임.

▹ ① 첫 번째는 **단기패널을 통한 표본 수의 확대로 자료의 신뢰성 제고**임. 표본 수의 확대는 관심 있는 **통계변수의 전국적인 모수 추정**을 가능하게 해주며, 더 나아가 ② 시기별로 **패널표본을 적절히 배분할 경우 계절성을 극복**할 수 있도록 하는 뒷받침이 됨. 그리고 표본 수가 늘어날 경우, ③ 전국적인 모수 추정을 위한 **표본분포 가중치 산정**도 보다 정교해질 수 있음.

▹ 그리고 ④ 온라인가계부 형식을 제안하고자 하는데, 이는 **영수증뿐만 아니라 구매 물품 사진까지 쉽게 첨부할 수 있고, 언제 어디서나 스마트폰으로도 입력이 가능**하다는 장점이 있음. 또한 온라인패널에서는 ⑤ 참여자들에게 **본인들의 식품소비 행태를 쉽게 파악**하고, 다른 참여자들과의 비교를 한 눈에 볼 수 있도록 할 수 있는데, 이는 참여자들에게는 또 다른 인센티브가 될 수 있음.

[그림 6-1] 본 조사통계의 차별성



▹ 추가적으로 ⑥ 기존 분류체계를 활용하여 통계를 내고자 하는 품목들에 대해서는 **구매한 물품의 이름, 브랜드 명을 통해 자동으로 분류가 되게 하는 시스템**을 제안하고자 함. 이는 현재 통계관련 리서치회사들이 활용하고 있는 시스템인데, 이 회사들의 방식을 벤치마킹하여 만들 수 있을 것으로 판단됨.

▹ 따라서 이를 통해 한국농촌경제연구원의 **소비행태조사는 특정 시점에서의 표본 조사**, 농촌진흥청의 **소비자패널조사는 년중 패널조사**, 그리고 한국농수산식품유통공사는 **단기패널을 이용한 표본 확대**를 통하여 서로 상호 간에 조사된 자료의 보완을 꾀할 수 있을 것임.

1.3. 작성 시 주요 고려사항과 작성방식

■ 통계 작성에 있어서 ① “가공식품만 조사할 것인가 아니면 농산물까지도 포함할 것인가?” 그리고 ② “전체 소비량을 파악할 것인가 아니면 소비자부문에서 구매되는 양만 파악할 것인가?”가 주요 고려사항이라 볼 수 있음.

■ 이는 네 가지 경우의 수를 발생시키는데, 지금까지 조사된 바에 의하면 각각의 경우에 가장 적절한 방식은 다음과 같이 정리될 수 있음.

[표 6-2] 조사범위와 작성방식

품목포괄범위	거시적인 측면에서의 가공식품		미시적인 측면에서의 가공식품 + 농산물	
소비부문포괄범위	소비자부문	전체소비량	소비자부문	전체소비량
1순위	POS자료	2차가공	가구패널조사	가구패널조사 + 외식부문조사

■ 패널을 이용한 방식은 소비행태 추이나 개별 가구의 특성을 추출하는 장점이 있지만, 전국 모수 추정에는 한계를 가지고 있음. 이 경우 오히려 2차 가공통계나 POS자료를 이용한 방식이 더 효율적일 것임.

▹ 조사통계로 진행한다면 소비자의 소비하는 양만 조사할 것인지, 외식과 급식 모두를 조사할 것인지를 정해야 함. 만일 소비자부문 뿐만 아니라 외식/급식을 포함하여 전체를 조사하고자 한다면 많은 비용이 들어갈 것임.

∨ 만일 소비자 조사만 진행한다고 한다면, 전체 소비량이 아닌 '가구식품 구매량'이 보다 적절한 명칭이 될 것임.

▹ 그리고 2차가공이나 POS자료를 이용한다면, 개별 인구통계나 소비에 영향을 미치는 다른 요인 등에 대한 자료를 구할 수가 없는 것으로 나타남. 다만 POS자료를 이용한 통계에서는 지역이나 유통채널과 같은 변수는 구할 수 있을 것임.

■ 외식업체를 대상으로 한 예비조사 결과에서 제시된 바와 같이, 외식업체 업주나 종사자들이 구매물량이 많아 기억을 못 하거나, 관련 자료들을 본사나 세무서에 보내거나, 혹은 매입실적이 세금과 관련이 있다고 생각하여 정확하게 답변하지 않을 가능성이 높은 것으로 나타남.

▹ 이러한 문제들은 기존의 외식업체를 이용한 비슷한 통계에서도 원료 구매량을 조사하지 못하도록 하는 장벽이었을 수도 있음.

▹ 결국 가장 바람직한 것은 외식업체 조사에서도 일반가구 조사처럼 영수증을 첨부하도록 하는 것인데, 이 경우 응답자들이 조사에 응하지 않을 가능성이 높음. 그러면 어쩔 수 없이 소비자조사와는 달리 응답자들의 기억에 의존해서 작성하도록 해야 하는데, 신뢰성이 떨어질 가능성이 농후함.

∨ 한 가지 극복할 수 있는 방안은 외식업체를 상대로 원료를 공급하는 회사가 가지고 있는 정보를 활용하여 자료를 만든 다음, 이 결과를 전체로 확대하는 방식이 있음.

▹ 이와 같이 외식업체 조사의 경우 신뢰도 측면을 고려할 때 비용 대비 만족도 면에서는 크지 않을 것으로 판단됨.

2. 조사통계 추진 방향

2.1. 조사 통계의 제약

2.1.1. 조사에서의 3가지 제약

■ 본 연구를 통해서 온라인 가구패널을 운영해본 결과, 이 방식을 이용하여 신뢰성 있는 통계자료를 만드는 데 세 가지 큰 제약이 있는 것을 확인함.

■ 본 예비조사를 통해서 나타난 첫 번째 제약은 **시간에 대한 제약**임. 패널들을 소집하고 교육을 시킨 후 실제로 온라인가구패널을 시작하는데도 적어도 보름 이상의 시간이 소요되며, 결과를 집계하여 통계를 내는데도 2주일 이상의 시간이 소요됨. 따라서 신뢰성 있는 결과를 얻기 위해서는 이 사업의 공고, 심사, 선정 등을 가급적 연초에 진행하는 것이 바람직함.

■ 두 번째로 나타난 것이 **품목 범위에 대한 제약**임. 이번 예비조사에서는 품목에 제한을 두지 않고 구매한 식품은 모두 기입하는 것으로 하였음. 이는 가공식품뿐만 아니라 농산물이 포함되어 있기 때문임. 그러나 패널 참여자들의 경우 인센티브의 크기와 참여도가 비례하고, 기입해야 하는 분량과 참여도는 반비례하기 때문에, 적극적인 참여를 유도하기 위해서는 주어진 인센티브 하에서 적절한 범위의 품목 설정이 필요하다고 여겨짐.

■ 세 번째로 나타난 것이 패널운영에 따른 **예산 제약**임. 온라인 예비조사 결과 응답자들이 기입하는 것에 대한 매우 큰 부담감을 갖고 있는 것으로 나타남. 이는 인센티브가 더 필요하거나 기입하는 양을 줄여야 함을 의미함. 이는 신뢰성 있는 자료를 얻는데 매우 중요한 요소임.

▹ 만일에 예산 제약으로 인해 인센티브를 높일 수 없다면 차라리 품목에 제한을 두어 선정된 범위의 품목에 좀 더 집중하는 것이 바람직함.

2.1.2. 세 가지 요소의 조합

■ 본 연구에서는 조사의 크기와 범위에 있어서 세 가지 요소의 조합이 필요하다는 것을 다시 한 번 확인하였는데, ① 조사대상 범위, ② 식품 포괄범위, ③ 유효표본 크기임.

▹ 조사대상은 “가구만 할 것인가 아니면 외식업체까지 할 것인가”에 대한 판단을 의미함. 식품 포괄범위는 “가공식품만 할 것인가 아니면 농축수산물까지 포함할 것인가”에 대한 판단임. 그리고 유효표본 크기는 “표본의 크기가 비용 및 신뢰성 있는 자료 확보와 밀접하게 관련되어 있다”는 점에서 중요한 사항임.

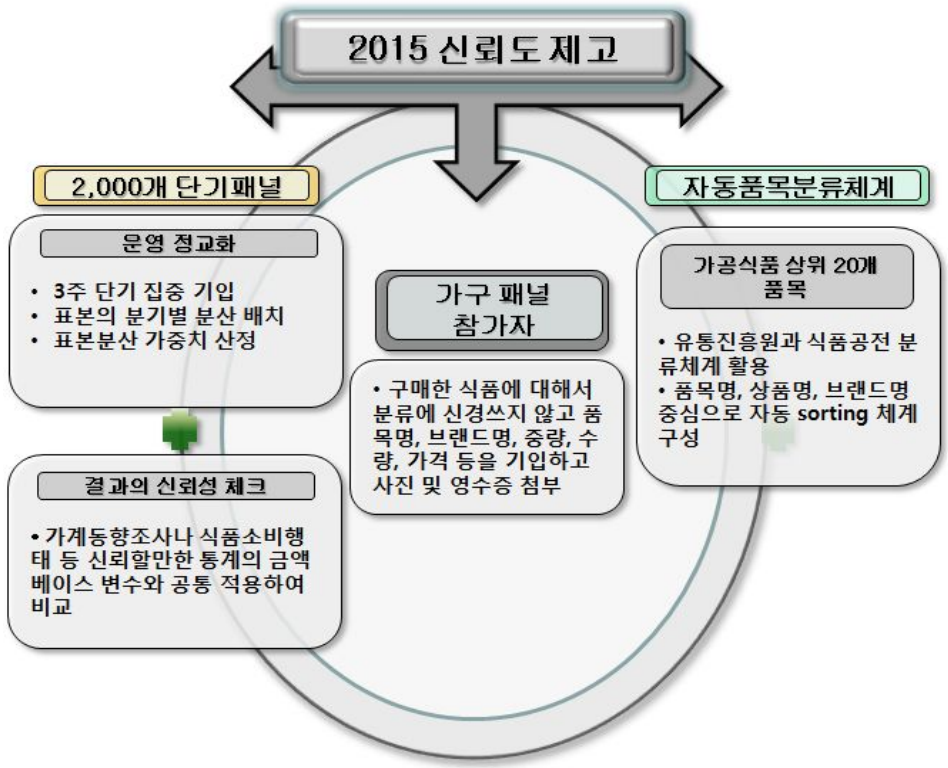
■ 따라서 향후 가구온라인패널 운영에 있어서 이 세 가지 사항을 적절히 반영한 단계적 통계작성 방안이 필요하다고 판단됨.

2.2. 단계적 시행 방안

2.2.1. 1단계-2015: 신뢰성 제고를 위한 준비기간

■ 통계는 만드는 것이 중요한 것이 아니라 신뢰성 있는 자료를 제공하는 것이 중요함. 이 점을 고려할 때, 이번 연구를 통하여 다음과 같은 사항을 확인함.

[그림 6-2] 2015년도 진행 및 분석 개요



▹ 가구패널 온라인 예비조사와 해외 및 국내 사례 등을 통하여 온라인 조사 가능성을 확인하였음. 그리고 패널을 년중 길게 끌고 갈 경우 참여가구들의 매너리즘 및 바쁜 생활로 인하여 축소보고(under-reporting)의 위험성이 매우 높음을 확인하였음. 이를 극복하기 위해 국내외 기관 대부분 단기 패널을 활용하는 한편, 편이 및 계절성을 극복하기 위해 표본 수를 확대하는 방식을 취하고 있었음.

▹ 2차 가공통계 시험작성을 통해 가구조사 결과와의 비교가 가능한 자료를 만들 수 있는 가능성을 확인하였음.

▹ 외식 쪽에 있어서는 외식업체를 대상으로 직접적으로 구매량을 조사하여 신뢰성 있는 자료를 만드는 것에는 여러 가지 제약이 많다는 것을 확인할 수 있었음. 따라서 외국의 사례들을 보면 가구조사가 어느 정도 안정화되어 정착되면, 대상가구에게 외식을 통해 섭취한 식품 품목과 양을 기입하도록 하고 있음.

■ 따라서 **2016년 통계 발표를 목표로 2015년에는 표본 수를 더 늘린 가구패널 운영과 신뢰성을 높이기 위한 추가적인 분석**이 필요하다고 판단되며, 구체적으로 다음과 같은 조사 및 분석이 이루어져야 할 것임.

▹ 적어도 2,000개 가량의 단기 가구패널 운영을 통하여 온라인 가구패널의 가능성과 예상비용 그리고 애로사항뿐만 아니라 추가적으로 조사된 통계변수의 정확성을 체크할 필요가 있음.

∨ 이를 위해 같은 변수에 대해 2차가공한 통계 및 타 통계와의 비교가 필요하다고 여겨짐. 가계동향조사나 식품소비행태 등 신뢰할만하고 전국 모수 추정이 가능한 통계에서는 금액 등 다른 소비행태에 대한 자료가 발표되고 있기 때문에, 비교는 이러한 금액 등 변수들을 공통으로 적용하여 가능할 것으로 보임.

▹ 또한 패널을 길게 끌고 갈 경우 매너리즘 및 바쁜 일상으로 인하여 축소보고(under-reporting)의 위험성을 확인하였기 때문에, 이를 극복하기 위해

단기패널을 활용하고 이를 통해 절약된 예산으로 표본 수를 늘리는 것이 적절하다고 판단됨.

- ∨ 이에 따라 통계학자들의 자문 및 참여를 통해 전국적인 모수 추정이 가능하도록 지역과 계층을 고려한 표본산정방식을 연구하고 또한 가중치를 계산할 필요가 있음.
- ∨ 이를 통해 계산된 가중치에 복합표본통계방식을 적용하여 신뢰할만한 전국 모수 추정을 해야 할 것으로 판단됨.

▹ 농산물 및 가공식품과 관련된 기존의 분류체계를 이용하여 통계를 내고자 하는 다소비 상위 품목들의 자동분류체계를 만들어야 할 것임.

- ∨ 이 경우 소비자들은 분류에 신경쓰지 않고 기입한 품목의 품목명, 상품명, 브랜드명, 중량, 수량, 가격 등을 기입만하면 됨.
- ∨ 현재 가계동향조사, AG코드, 유통진흥원, 식품공전 등에 농산물과 가공식품의 분류체계가 제시되어 있음. 2015년도 분석에서는 이러한 분류체계 중 가장 적합한 분류체계를 수요자 및 정책입안자와 전문가들과의 고민을 통해 정립하고, 이를 바탕으로 품목명이나 브랜드명으로 자동 분류가 가능토록 하는 시스템을 만들 필요가 있음.
- ∨ 품목은 가공식품 상위 20품목 중심으로 정교하게 만들 필요가 있음. 국내 리서치회사들은 이미 위에서 말한 기본 분류체계를 바탕으로 통계자료의 수요자가 필요로 하는 품목들의 분류체계와 자동 소팅(sorting)체계를 갖추고 있음. 이들의 노하우를 자문 받아 시스템을 갖출 필요가 있다고 판단됨.

2.2.2. 2단계-2016: 통계발표 원년

가. 2016년 시작년도

■ 2016년도는 통계자료 발표 원년으로 삼아 표본을 3,000개 정도로 늘린 후, 그 다음해부터 통계를 집계하는 품목(따라서 자동분류체계에 포함되는 품목)과

표본을 조금씩 늘려가는 방식을 취하는 것이 적절하다고 판단됨. 이를 통해 보다 정교하면서도 타 통계와 차별성 있는 통계를 만들어가는 것이 타당함.

■ 외식업체는 이번 조사를 통해서 업주 및 종사자들에게 직접 질문하여 신뢰성 있는 자료를 만드는 것이 어렵다는 것을 확인함.

▹ 따라서 영국이나 미국에서는 단기패널 및 조사 참여자에게 가정 내 소비를 위한 식품 소비뿐만 아니라 외식에서의 소비도 다이어리에 자세하게 기입하도록 하고 있음. 이는 아무래도 소비자들이 이해관계를 떠나 가치중립적으로 솔직하게 기입할 수 있다고 판단했기 때문임.

▹ 향후 이 통계가 어느 정도 정립되면, 단기 가구 패널들에게 인센티브를 늘려 외식에서의 소비사항을 기입하도록 하는 것이 적절하다고 판단됨.

나. 식품 범위의 순서화

1) 순서 1: 가공식품 중심

■ 현재 한국농수산식품유통공사가 가공식품 쪽에 특화를 해서 관련통계들을 작성하고 있는 점과 비용 및 조사의 난이도를 생각해볼 때, 우선은 가공식품을 중심으로 조사를 시작하는 것이 바람직하다고 판단됨.

▹ 농림축산식품부 산하기관들 중 농촌진흥청이 소비자 오프라인패널조사를 통하여 농산물 중심으로 소비관련자료를 만들고 있으며, 한국농촌경제연구원에서 표본조사를 통하여 식품소비 전반에 걸친 행태에 대해서 조사하고 있음.

▹ 이에 한국농수산식품유통공사는 가공식품 쪽으로 특화할 필요가 있다고 판단되는데, 이를 위해서도 가공식품부터 시작하여 이 부분을 상대적으로 좀 더 정교화시킬 필요가 있다고 판단됨.

▹ 이 작업은 농림축산식품부 산하기관들끼리 서로 보완적인 통계를 만드는 데 밑거름이 될 수 있다고 판단됨. 개별기관들이 중복적인 자료를 만들기보다는 다각화와 특화를 통해서 특정부문에 대해 더 정교한 조사를 진행하는 것이 바람직함.

▹ 가공식품 소비량에 대한 자료는 우리 농산물의 연계 강화를 위해서도 현재로서 꼭 필요한 자료임.

2) 순서 2: 농산물 포함

■ 농산물의 경우 구입 단위가 봉지, 상자, 개 등 중량을 정확하게 파악하기 힘든 경우가 많아, 자료 손실이 많고 오차가 커질 위험성이 높음.

▹ 품목 내 세부품목 간에 구입 중량과 구입 금액 편차가 크기 때문에 세부품목 중심의 통계 및 자료작성이 바람직하나, 농산물의 경우 세부품목에 대한 제품명이 방대하기 때문에 쉽지 않을 것으로 예상됨. 또한 농산물의 경우 기입란 중 수량단위와 중량단위를 적는 단계에서 패널들이 혼동스러워 하는 경우가 많아 오류 발생이 많은 편임.

■ 향후 통계작성을 농산물까지 확대하기 위해서는 참가자들에게 컵, 스푼, 자 등의 계량도구들과 음식 모델 및 분류 정보를 담은 소책자를 제공하여 진행하는 것이 바람직함.

▹ 따라서 이러한 책자의 준비작업을 위해서도 농산물을 2단계에서 포함하는 것이 적절하다고 판단됨.

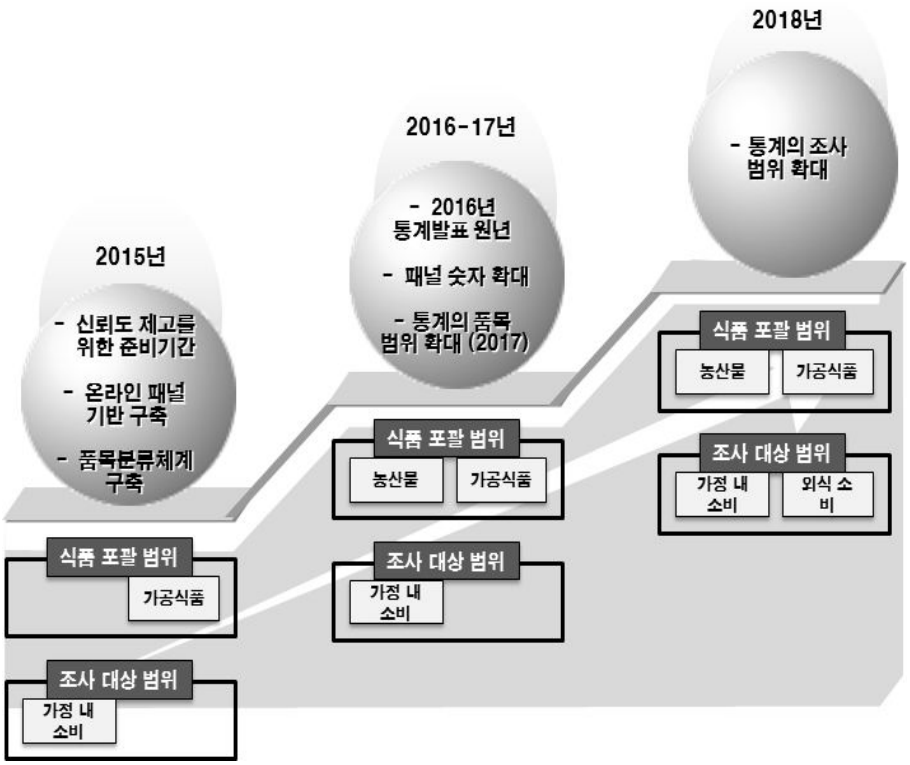
■ 이와는 별도로 국내에서도 조사된 자료 가공에 있어서 농림축수산물의 중량이 쉽게 파악될 수 있도록 농림축수산물 판매 시 봉지나 개수 등 비계량적인 단위보다 중량을 중심으로 한 단위를 사용하도록 유도하는 정책이 필요하다고 여겨짐.

2.2.3. 조사의 단계화

■ 결론적으로 [그림 6-3]에 제시된 바와 같이, 온라인 가구패널 조사를 이용한 소비량통계는 단계적으로 진행하는 것이 바람직하다고 판단됨.

▹ 소비량에 대한 정보는 농산물과 가공식품 모두 필요하며, 또한 가정 내 소비와 외식에서의 소비 모두 필요함.

[그림 6-3] 온라인가구패널조사 단계별 확대 방안



▹ 그러나 **시행초기에는 응답자들과 조사자가 적응하기 쉽도록 가공식품 위주로 가정 내 소비에 대해서만 조사를 하고, 온라인 가구패널조사 기반이 구축되면 다음 단계에서는 농산물을 포함하고, 외식에서의 소비를 포함하는 것이 적절하다고 판단됨. 그리고 패널의 수 또한 점진적으로 늘려 통계적 신뢰성을 제고**시키는 것이 바람직함.

▹ 시행초기에 시간과 예산이 제한되어 있고 기반 구축이 되어 있지 않은 상태에서 농산물과 가공식품을 포함하고, 외식까지 조사하다보면 결과의 신뢰성이 매우 저하될 것임. 또한 이 경우 주어진 제약 때문에 표본 수는 통계적으로 신뢰할만하지 못할 정도의 크기가 될 가능성이 높음. 결과적으로 신뢰성 있는 자료 확보가 어렵게 될 것임.

■ 외식부문 조사 결과 여러 가지 문제점으로 인한 신뢰도저하 가능성이 노출되었기 때문에, 소비량을 외식업체에게 직접 물어보는 것은 현재로서는 한계의 벽이 높은 것으로 판단됨. 본 연구를 통해 드러난 문제들을 극복할 수 있는 방안을 마련한 후 서서히 외식에서의 소비를 확대해 나가는 것이 바람직함.

▹ 외식업체들은 본사 및 납품업체와의 관계 그리고 음식 비법 및 세금 관계 때문에 구매량을 대답하는 것을 매우 꺼리는 것으로 나타남. 이는 비표본오차가 높아지도록 작용하기 때문에, 표본 수를 많이 늘린다고 하더라도 현재로서는 쉽게 해결되지 않을 것으로 예상됨.

▹ 또한 KREI 농업관측센터에서 '음식점 농축산물 소비실태조사'를 통해 농산물 구매액을 조사하고 있으며, 한국농수산식품유통공사에서 '외식 식재료 구매실태조사'를 통해 농산물과 일부 가공식품에 대해 구매빈도와 구매량을 조사하고 있기 때문에, 굳이 외식업체 조사를 진행하다면 이러한 조사들에 관련문항을 포함시킬 수도 있을 것임.

■ 따라서 통계발표원년인 2016년에는 가정 내 소비를 위한 가공식품 구매 중심으로 조사하는 것이 바람직하다고 판단됨. 그리고 차년도에는 패널을 확대하고, 통계의 기반이 구축되면 차례로 식품의 범위를 넓히고 그리고 다음에는 조사대상을 넓혀가는 단계적 방식이 적절하다고 판단됨.

▹ 따라서 2018년도 경에 온라인가구패널조사가 안정화되면, 소비자들에게 외식업체, 판매되는 음식 및 표준 레시피, 음식과 재료의 표준량 등을 담은 책자를 제공한 후, 가정 내 소비를 위한 식품 구매뿐만 아니라 가정 밖에서 사먹은 외식에 대해서도 구체적으로 적도록 하는 것을 제안하고자 함.

∨ 시작초기에는 가공식품에 집중하는 것이 바람직하다고 판단됨.

■ 그리고 혹시 주어진 예산이 넉넉하다고 하더라도, 본 연구를 통해서 나온 여러 가지 결과와 시사점을 종합해서 판단할 때, 초기에는 시행착오를 줄이고 보다 내실 있는 자료를 만들기 위해 위에서 제안한 단계적 절차를 밟아가는 것이 바람직하다고 판단됨. 이는 시간과 예산 대비 가장 신뢰도 높은 자료를 만들어 낼 수 있는 방안이라고 판단됨.

2.4. 패널 운영방안

2.4.1. 패널 연중운영 vs. 단기간 운영 방식 비교

■ 본 연구의 목적 중 한 가지는 특정 기간 동안 가구의 주구매자에게 전자가계부를 쓰도록 하여 이를 통해 소비량통계를 추출하는 것이 가능한지, 이 경우 비용과 패널 탈락률은 어떠한지, 그리고 참여도와 신뢰성은 어떨 것인지를 파악하는 것이었음.

■ 본 연구진이 2달 동안 패널을 운영해 본 결과, 한 가정에서 구매하거나 획득한 모든 식품에 대해서 지속적으로 꼼꼼하게 기입하는 것이 매우 어렵다는 것을 발견함. 즉, 과소기입(under-reporting) 문제가 발생할 소지가 높다는 것임.

▹ 물론 이 문제는 보다 높은 인센티브와 강화된 패널 감독으로 어느 정도 극복할 수 있는데, 이는 비용문제와 직결되어 있음. 그리고 기입자의 매너리즘과 가구들의 다양한 경조사 및 예상치 못한 일정 등은 어쩔 수 없이 존재하는 것이기 때문에, 연중 패널운영은 자체적으로 한계점을 지니고 있다고 여겨짐.

■ 2장에서 일본, 미국, 영국의 식품관련통계를 살펴보았는데, 1년 동안 다이어리를 작성하게 하는 통계는 없었음. 이러한 국가들에서도 기존에 장기간에 걸친 다이어리 작성을 통한 통계작업을 시도하였지만, 패널들이 1년 동안 성실하게 참여하기 힘들다는 것을 발견하였기 때문임.

▹ 이 점을 착안하여 한 표본 당 특정 기간 동안만 기록에 참여하게 하고, 이로 인해 발생하는 편이(bias)는 더 많은 표본 선정을 통한 표본의 크기 확대로 극복하고자 하는 것으로 나타남.

▹ 기간을 짧게 하면 같은 비용으로 더 많은 패널표본을 선정할 수 있음. 그리고 짧은 기간의 다이어리 작성은 응답자들의 보다 성실하고 적극적인 참여를 유도할 수 있고, 이로 인해 얻어진 자료의 신뢰성도 높아진다는 연구들이 제시됨.

▹ 특히 본 연구의 대상통계인 소비량자료를 수집하고 있는 영국의 경우는 한 패널가구 당 2주간 기입하도록 되어 있음.

[표 6-3] 해외 표본 및 패널 운영 사례

통계명	국가/기관	표본 크기	조사 절차
가계조사	일본/총무성	전국 9,000여개	- 9,000여 가구 중 2인 이상 세대는 6개월간, 단신세대는 3개월간 지속적으로 가계부를 기입, 그 후에는 다른 세대와 교체. - 2인 이상의 세대는 매달 1/6씩, 1인 세대는 1/3씩 대상을 교체.

가구식품 획득·구매 자료 (FoodAPS)	미국/ 농무부	전국 4,826 가구	- 9일간에 걸쳐 2번의 일대일인터뷰와 3번의 전화인터뷰를 진행. - 해당가구의 구성원들이 7일 동안 구매나 기타경로로 획득한 모든 식품에 대해서 기입. - 구매식품에 대해서 바코드를 스캔하고, 식품구매나 외식에 대한 영수증을 확보하고, 식품기입장(food book)에 관련된 정보를 기입.
국민건강 영양조사 (NHANES)	미국/ 국가 보건 통계소	전국 5,000명 샘플	- 인터뷰와 신체검사 결합 - 섭취행태회상(Dietary Recall) 인터뷰조사를 통해 조사 바로 전 24시간 동안의 영양 섭취에 대해서 기입. - 인터뷰는 이동조사센터(MEC)의 훈련된 조사원들에 의해 개별 인터뷰실에서 진행. - 두 번째 인터뷰는 일차 인터뷰 참가자들에게 컵, 스푼, 자 등의 계량도구들과 음식 모델의 정보를 담은 소책자를 제공한 후 전화를 통해 진행.
생활비· 식품소비 조사 (LCF)	영국/ 통계청· Defra	영연방 전체 5,596 가구/ 13,195명 표본	- '생활비·식품소비조사'(LCF) 중 Defra에서 가구식품소비모듈(FFM) 조사결과를 통해 가구식품소비(Family Food) 통계 작성. 통계청의 가구지출(Family Spending) 또한 이 LVF 조사결과를 이용하여 작성. - 2주간의 기간에 걸쳐서 구매한 식품 및 외식에 대해서 응답자들이 스스로 기입하고 영수증 첨부. - 구매량은 응답자들의 기입을 기초로 추정과정을 거쳐 구해짐. - 참여가구의 16세 이상 가구원들이 2주 동안 식품소비 다이어리 기입. - 자료는 기본적으로 소비가 아닌 구매에 초점을 두고 수집됨. 기록은 구매액 기준이지만 구매량을 적을 수 있는 경우는 자세하게 기입하도록 유도.

생활비·식품소비조사(LCF)	영국/통계청·Defra	영연방 전체 5,596가구/13,195명 표본	- 1년 동안이 아닌 2주간의 기록이기 때문에 이로 인한 편이가 발생할 수 있는데, 샘플을 많이 선정하여 개별 표본이 특정기간에만 작성하여 발생할 수 있는 오차를 샘플 숫자로 상쇄시킴. - 계절효과를 극복하기 위해, 조사를 한 시기에 집중적으로 하는 것이 아니라 샘플을 전체 년도를 기준으로 시기별로 골고루 분포시켜 조사가 1년 동안 고르게 지속적으로 이루어질 있도록 구성함.
국민식생활영양조사(NDNS)	영국/식품표준청·보건부	영국(England) 5673명	- 계절성을 극복하기 위해서 3개월씩 네 번에 걸친 조사기간을 시기별로 구분. - 조사는 인터뷰, 건강검진, 그리고 식생활기록으로 구성되어 있음. - 식생활기록을 통해 연속적인 7일 간의 식생활과 물리적 활동 등을 기입.

2.4.2. 분기별 표본 분산 안

■ 따라서 2015년 '신뢰성 제고 및 통계 정교화 분석'에서는 **개별 패널 별로 3주 정도 기입**하도록 하는 운영방식을 제안하고자 함.

▹ 이 방식은 나중에 **농산물까지 포함할 경우 간단한 저울이나 표준책자를 제공하여 확대**할 수 있을 것이며, 그리고 외식으로 확대할 경우에도 응답자들의 참여도를 높일 수 있는 방안이 될 것임.

[표 6-4] 표본 구성 안

방식	제안	문제점 극복
조사 절차	(예비조사) ⇒ 3주간의 온라인다이어리 작성 ⇒ (최종 전화 확인 인터뷰)	- 적은 표본으로 인한 오차 축소

표본 구성	연중 한 패널에 대해서 3주간 조사 ⇒ 동일비용으로 표본을 최대 15배 확대가능	- 한 사람이 3주간만 답변하는 기간의 협소로 인한 오차를 표본 크기로 극복 - 전체 표본을 분기별로 분포시켜 계절성 극복
표본의 계절별 분포	조사기간을 4개로 구분하여 전체 표본의 1/4씩 배치	

■ 따라서 **2015년에는 2,000개 정도의 온라인가구패널을 구축하여 가공식품 중심**으로 조사하는 것이 바람직하다고 판단됨. 그리고 다음년도에 패널을 확대하고, **통계의 기반이 구축되면 차례로 식품의 범위를 넓히고 다음에는 조사대상을 넓혀가는 단계적 방식이 적절**하다고 판단됨.

[표 6-5] 소비량통계 조사 범위 및 표본 수 조합에 따른 예상비용

구 분	조사대상 범위		식품 포괄 범위		유효표본 크기	예상비용
	가정 내 소비를 위한 구매	외식	가공식품	농산물		
1-1	○	-	○	-	2,000표본	2.0억원
1-2	○	-	○	○	2,000표본	3.0억원
1-3	○	○	○	○	2,000표본	3.8억원
2-1	○	-	○	-	6,000표본	3.68억원
2-2	○	-	○	○	6,000표본	5.15억원
2-3	○	○	○	○	6,000표본	6.46억원

주: 1. 가공식품과 가공식품+농산물은 가구패널 인센티브를 50% 정도 인상하고 패널 유지에 드는 비용 및 조사된 결과를 집계하여 통계를 내는 비용에서의 추가분을 포함함.
2. 통계를 작성하는 품목은 가공식품 상위 30위, 농산물 상위 20위 정도 포함하여 산정.

2.5. 조사통계 제안에 따른 예상 비용

■ [표 6-5]에 이러한 세 가지 요소의 조합에 따른 비용 변화가 제시되어 있음.

▹ 비용은 가구조사의 경우 패널유지비, 조사업체 제반비용, 분석비용, 패널 가구 인센티브, 부가세 및 간접비 등으로 구성되어 있으며, 외식업체조사의 경우 표본조사 비용, 제반비용, 분석비용, 응답외식업체 인센티브 등으로 구성되어 있음.

▹ 기존 통계들의 표본 크기를 고려할 때, **시작년도에는 개별 패널표본별 3주간의 전자다이어리 작성기간을 중심으로 2,000개 정도의 표본이 필요하며, 패널이 안정화되면 6,000개 정도의 표본이 필요**하다고 여겨짐.

∨ 신뢰성 있는 자료를 얻으려면 3주간 다이어리 기입방식으로 6,000개 정도 표본이 확보되어야 할 것으로 판단됨.

3. 기타 사항

3.1. 2차가공통계에 대한 의견

■ 상대적으로 조사통계보다 시간이나 **비용이 적게 들면서도 실제로 활용도가 높은 통계가 2차가공을 통한 '가공식품 수급량' 자료**가 될 것으로 판단됨.

▹ 이 자료는 전체적인 틀에서 가공식품의 생산, 수출입, 이월량, 1인당 수급량 등을 볼 수 있음.

▹ 예비조사를 통해서 이 통계작업을 시험적으로 수행한 결과, 가구패널조사나 외식업체조사에 비하여 상대적으로 시간이나 비용이 적게 들 것으로 예상됨. 다만 관련통계들의 분류가 다르기 때문에 분류들을 작성하고자 하는 단계의 품목보다 하부단계로 자료들을 풀어서 다시 분류하여 묶는 작업에 시간이 많이 소요되는 것으로 나타남.

∨ 이 통계를 위한 조사가 정례화 되면 감모율을 추정해서 넣어주면 보다 정교한 데이터가 될 것임.

▹ 가공식품 전체적으로 통계를 만들 필요는 없고, 수요가 높을 것으로 보이는 다소비 품목 상위 50개 정도가 적절할 것으로 판단됨.

3.2. 감모량 자료

■ 감모량 자료는 현재 전세계적으로 작성을 하고 있거나 시작하는 단계에 있으며, 우리나라에서도 감모량 자료의 필요성이 높은 상태임.

■ 미국의 경우 생산단계, 저장단계, 유통단계, 소비단계에서 식품 손실 및 음식물 쓰레기 양을 물어보기 어렵기 때문에 손실이나 쓰레기 발생 비율을 조사하고 있음.

▹ 일 년에 한 두 번의 특정 시기에 조사되고 있으며, 제시된 품목 및 재료의 리스트에 대해서 대략적으로 손실 및 쓰레기 비율을 체크하도록 하고 있음.

▹ 그리고 이 조사된 비율자료를 이용하여 국가적으로 거시적인 측면에서 전체 수급량 중 몇 퍼센트의 손실 및 쓰레기가 발생하는지를 추계함.

■ 따라서 국내의 경우에도 식품의 생산부터 소비단계에 이르기까지 발생하는 손실 및 쓰레기의 비율을 추정하는 것이 적절하다고 판단됨.

▹ 생산, 저장, 유통단계에서는 생산자 및 업체들을 대상으로 표본을 선정하여 비율을 조사하는 것이 적절하고, 소비단계에서는 소비자 표본 조사를 통해서 쓰레기 발생 비율을 조사하는 것이 적절하다고 판단됨.

▹ 이 조사는 매년 실시할 필요는 없으며, 5년을 주기로 비율을 조사하되 매년 발표하는 자료는 년별로 생산, 수출입 및 소비상황에 적용하여 계상할 수 있을 것임. 따라서 한번 조사를 해 놓으면 5년 정도 계속해서 기본 발생비율 자료로 활용할 수 있을 것임.

∨ 이는 현재 산업연관표에서 사용하는 방식으로, 5년에 한 번씩 실제 조사를 하고, 그 중간에 해당하는 년도에는 경제상황을 반영한 연장표를 발표하고 있음.

▹ 이 조사에 있어서 기존에 산발적으로 조사된 자료 및 지자체의 음식물 쓰레기와 관련된 자료도 활용이 가능할 것임. 또한 비가식부분과 관련된 내용은 식품영양관련 전문가들에게 자문을 구해 표준적인 발생비율을 산출할 수 있을 것임.

■ 이 감모량 통계는 향후 소비관련 자료를 만들고 정책을 세우는 데 매우 요긴하게 활용될 수 있을 것으로 판단됨.

▹ OECD에서 매우 중요시 여기는 사안 중의 하나가 식품 손실 및 쓰레기임. 이는 세계 식량, 가격문제 및 에너지 문제와 연결되어 있기 때문임. 영국, 미국, 일본을 비롯한 주요 OECD국가들에서는 이미 감모량통계 작성이 시작되었으며, 다른 국가들에서도 작성을 위한 준비를 하고 있는 것으로 나타남.

[참고문헌]

김경필·이원진·김재환·송성환·김원태·이형우·한근식(2004), 소비자패널 표본설계 및 구축, 한국한국농촌경제연구원 보고서

김병률(1997), 식품 유통 및 소비통계조사의 체계 구축과 데이터베이스화, 한국한국농촌경제연구원 보고서.

김숙희·박원규·유춘희(2004), 우리나라 농산물의 소비증진 및 수급안정을 위한 소비실태 분석 및 영양가치 정보 데이터베이스 구축 : 최종연구보고서, 농림부 보고서.

김은정(2008), Online 상의 소비자 식품 안전정보 제공현황 및 정책과제, 『보건복지포럼』 136: 41-50, 한국보건사회연구원.

노영화(2006), 주요국가의 위해정보 수집제도에 관한 연구, 『소비자문제연구』 30: 109-129, 한국소비자원.

농림수산식품교육문화정보원. 식품 종합정보망 구축 계획.

농정연구센터(2002), 식품산업관련통계의 체계적 구축방안에 관한 연구.

박명희(2009), 한국의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 OECD국가들의 소비자 정책비교연구, 『소비자학연구』 20(4), 한국소비자학회.

박진우·정형철(2007), 기술개발 방향설정을 위한 소비자패널구축 방안 연구, 농촌진흥청.

서울대학교 산학협력단(2013), 식품산업 통계·정보 사업 중장기 발전 전략 수립, 한국농수산식품유통공사 용역 보고서.

식품의약품안전처(2013), 식품공전.

우희동(2013), 미국 식품법 및 식품안전현대화법, 한국보건산업진흥원 발표자료.

이계임·장재봉·조소현·신영지·제철웅·위태석(2011), 식품분야 소비자정책 추진방향, 한국한국농촌경제연구원 보고서.

이계임·박기환·황윤재·반현정·진현정·제철웅·임지연(2013), 농식품소비자정책의 추진방향과 정책과제, 한국한국농촌경제연구원 보고서.

이용선·최지현·이계임(1999), 식품소비통계조사 표본설계방안 연구,

한국한국농촌경제연구원 보고서.
조성남 외(2008), 보건분야 국가통계 품질진단연구용역, 통계청 보고서.
중앙대학교·농정연구센터(2010), 식품·외식정보인프라 강화를 위한 민·관 협력방안 연구 -농림수산식품부 통계 및 작성기관 정비체계에 관한 제언을 중심으로.
중앙대학교·농정연구센터(2010), 식품·외식정보인프라 강화를 위한 민·관 협력방안 연구.
지광석(2012), 미국 컨슈머리포트 조사/실험 체계의 시사점, 『월간소비정책동향』 2012(5): 39-58, 한국소비자보호원.
진현정 외(2011), 정보 수요자별 식품정보·통계 수요조사, 중앙대학교 산학협력단.
최진선(2011), 식품영양정보! 어디서 알아볼까?, 『대한당뇨병학회지』 12(3): 163-166, 대한당뇨병학회.
한국보건사회연구원(2008), 국외 식의약 안전관리 유관기관의 정책동향 파악, 식품의약품안전처 정책보고서
한국능률협회컨설팅(2012), 농식품분야 소비자 정책 만족도 지수개발 및 운영, 농림수산식품부 보고서.
Charan. D., Robert. Z. L., and Michael. W(2006), Case Studies in Us Trade Negotiations Volume 2:Resolving Disputes, Peterson Institute
Lewis. D. E(2009), A Solution to the Problem of Consumer Contracts That Cannot be Understood by Consumers Who Sign Them, *Scriptamus*.
Forum on Permissible Metric-Only Labeling(2007)
West Encyclopedia of American Law. Consumer. Answers.com. n.d.. (2010)
The Better Business Bureau Vision, Mission and Values(2012), Council of Better Business Bureaus.
The White House(2011), The Federal Food Safety Working Group Progress Report.

Renee Johnson(2012), The Federal Food Safety System: A Primer. *Congressional Research Service*
농림수산식품부. 2010. “올바른 식생활 교육을 위한 초중고교 교육교재 「녹색식생활 길라잡이」 17만권 보급.” (보도자료: 2010.12.29.).
Council of Better Business Bureaus, http://www.bbb.org/council
국립농산물 품질관리원 홈페이지, http://naqs.go.kr
농림수산식품교육문화정보원 홈페이지, http://epis.or.kr
농식품안전정보서비스 홈페이지, http://www.foodsafety.go.kr
미 국립보건통계센터 홈페이지, http://www.cdc.gov/nchs
미 농무부 홈페이지, http://www.ams.usda.gov
미 농무부 식품영양서비스 홈페이지, http://www.fns.usda.gov
미 농무부 영영정책홍보센터 홈페이지, http://www.cnpp.usda.gov
미 식품의약국 홈페이지, http://www.fda.gov/Food/IngredientsPackagingLabeling/LabelingNutrition/
북아일랜드 농업농촌진흥부 홈페이지, http://www.dardni.gov.uk/
서울특별시 식품안전정보포털, http://fsi.seoul.go.kr
수협식품안전상담실 홈페이지, http://safe.suhyup.co.kr
식품나라 홈페이지, http://www.foodnara.go.kr/foodnara/index.do
식품의약품안전처 홈페이지, http://www.mfds.go.kr/index.jsp
위키백과, http://en.wikipedia.org/wiki/Centers_for_Disease_Control_and_Prevention
영국 보건부 홈페이지, http://www.gov.uk/government/organisations/department-of-health
영국 식품표준청 홈페이지, http://www.food.gov.uk/
영국 정부통계기구 홈페이지, https://gss.civilservice.gov.uk/
영국 통계위원회 홈페이지, http://www.gov.uk/government/organisations/uk-space-agency
영국 통계청 홈페이지, http://www.ons.gov.uk/

유럽연합 법률 포탈, http://eur-lex.europa.eu
유럽연합 회원국 농산물 생산현황(2013년),
http://ec.europa.eu/agriculture/statistics/agricultural/2013/index_en.htm
일본 농림수산성 홈페이지, http://www.maff.go.jp/
일본 총무성 통계국 홈페이지, http://www.stat.go.jp/data/kakei/10.htm
일본 후생노동성 홈페이지,
http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/gaiyo/k-eisei.html
잉글랜드 환경·식품·농촌진흥부 홈페이지,
http://www.gov.uk/government/organisations/department-for-environment-food-rural-affairs
한국소비자원 홈페이지, https://www.kca.go.kr/index_frame.jsp
한국농수산식품유통공사 농수산식품수출지원정보 홈페이지,
http://www.kati.net
한국농수산식품유통공사 식품산업통계정보 홈페이지,
http://www.atfis.or.kr
Consumer Report, http://www.consumerreports.org
Eurostats pocketbook,
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/publications/collections/pocketbooks
Public Health England,
http://www.gov.uk/government/.../public-health-england

부 록

1. 일반가구 조사표
2. 외식업체 조사표
3. 가공식품 분류
4. 가구패널예비조사 온라인/웹 화면 구성 및 수정사항
5. 참여패널의 인구통계 및 구매행태 특징
6. 예비조사결과: 소비량 및 구매장소 통계
7. 가구패널조사 운영결과에 대한 조사업체의 의견

1 일반가구 조사표

안녕하십니까? 반갑습니다. 귀댁에 건강과 행복이 가득하시길 진심으로 기원합니다.

농식품산업은 농산물 생산, 가공, 유통, 외식을 포괄하는 산업분야로, 변화하는 소비자 요구에 대한 대응, 국내 농수산물의 안정적 판로 제공, 광범위한 고용 및 소득기회 제공 등 국민경제에서 중요한 위치를 차지하고 있으며, 향후 그 역할은 더욱 커질 것으로 전망됩니다. 농식품분야 통계는 다른 어떤 분야보다도 국민의 기본생활에 직결되는 먹을거리에 대한 정보를 제공하는 중요한 지표입니다.

본 조사는 귀 댁에서 구입하시는 식료품에 대한 귀 댁의 현황을 반영해, 국민 식생활 및 식품소비 트랜드 변화를 분석하여, 식품산업 활성화 및 향후 관련 정책 수립에 소중한 자료로 활용될 것입니다.

귀하께서 말씀해 주시는 내용은 통계 목적에만 사용될 것이며 관련 정보는 통계법 33조에 의해 철저히 비밀이 보장됩니다. 주어진 조사표를 성실히 작성해 주시길 부탁드립니다. 감사합니다.

•주관부처 농림축산식품부 •수행기관 중앙대학교

•전담기관 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation •수행기관 월드리서치 WORLD RESEARCH

본 조사에 성실하게 참여해주신 분들에게 커피 머신, 휴롬 녹즙기 등의 경품 추첨 기회가 제공됩니다. 경품 추첨은 본 리서치회사의 홈페이지에 공개하여, 경품 추첨과정이 투명하게 진행되도록 하겠습니다. 또한 기입하신 식료품 구입내용을 조사 완료 후 가계부처럼 활용하실 수 있도록, 귀하께 다시 제공될 예정이므로 적극적인 참여 부탁드립니다.

식품소비량 – 사전조사용

Ⅰ. 가구 현황

1. 귀하를 포함하여 귀 댁에서 같이 동거하고 있는 가구원의 성별 및 나이대 등은 어떻게 됩니까?
   연번 ①은 본인을 작성하여 주시고, 동거인을 차례로 기입하여 주시기 바랍니다.

연번	(1) 관계 ※ [참고1] 번호 기입	(2) 성별	(3) 연령	(4) 직업 ※ [참고2] 번호 기입	(5) 유아 또는 학생인 경우		(6) 출입일자*
					구분 ※ [참고3] 번호로 기입	학년	
예시	*② 미혼자녀*	*남자*	*18세*	*⑩학생*	*⑤고등학생*	*2학년*	*–*
①	본인						
②							
③							
④							
⑤							
⑥							
⑦							

**(6)출입일자 : 출입일자는 해당 월에 가구원이 따로 살기 위해 나가거나, 같이 살기 위해 들어온 일자를 적어주세요.*

[참고1] 관계 — *해당하는 사항을 (1)관계에 표기해주십시오.*

① 배우자	② 미혼 자녀	③ 기혼자녀 및 그 배우자
④ 손자녀 및 그 배우자	⑤ 부모(배우자 쪽 포함)	⑥ 조부모(배우자 쪽 포함)
⑦ 미혼 형제자매	⑧ 기타 친 · 인척	⑨ 기타 동거인

[참고2] 직업 — *해당하는 사항을 (4)직업란에 표기해주십시오.*

① 사무직	② 생산직	③ 판매/서비스직	④ 공무원
⑤ 전문직	⑥ 자영업(상업)	⑦ 자영업(제조업)	⑧ 농림/수산업
⑨ 전업주부	⑩ 학생	⑪ 기타(상세히 기입)	

[참고3] 유아 또는 학생인 경우 — *해당하는 사항을 (5)구분란에 표기해주십시오.*

① 놀이방	② 유치원	③ 초등학생
④ 중학생	⑤ 고등학생	⑥ 대학생 이상

2. 귀하의 현재 거주하고 계시는 지역은 어디신가요?

① 서울특별시 ② 인천광역시 ③ 경기도 시지역
④ 경기도 군지역

2.1 경기도의 경우 구체적인 도시명(구명)을 기입해 주세요.
(_____시/군/구)

3. 귀댁의 총 가구 소득은 어떻게 되시나요?
(소득은 모든 가구 구성원의 세금 납부 전의 총소득으로서 연금, 부동산, 이자소득 등이 모두 포함됩니다)

① 100만원 미만	② 100-199만원	③ 200-299만원
④ 300-399만원	⑤ 400-499만원	⑥ 500-599만원
⑦ 600-699만원	⑧ 700-799만원	⑨ 800만원 이상

3-1. 귀 댁의 월평균 식료품비 지출은 어느 정도 되시나요? 외식비를 포함하여 말씀해 주십시오.

① 20만원 미만	② 20-39만원	③ 40-59만원
④ 60-79만원	⑤ 80-99만원	⑥ 100-149만원
⑦ 150-199만원	⑧ 200-249만원	⑨ 250-299만원
⑩ 300-399만원	⑪ 400-499만원	⑫ 500만원 이상

4. 귀 댁의 주거형태는 어떻게 됩니까?

① 단독주택(다가구포함) ② 아파트③ 다세대주택
④ 연립주택/빌라 ⑤ 기타(오피스텔, 상가 내 거처 등)

5. 귀 댁은 맞벌이를 하고 계시나요?
① 맞벌이 함 ② 맞벌이 하지 않음

6. (기혼자일 경우) 배우자 혹은 본인 직업상 평일에는 따로 떨어져 살고 계십니까? (주말부부 여부)
① 평일에 따로 떨어져 살지 않음.
② 평일에 따로 떨어져 살고 있음.
③ 미혼 및 해당사항 없음

Ⅱ. 식품 구매현황

7. 귀 댁의 평균 식료품 구입 횟수는 일주일에 몇 회 정도 되시나요?
한 두 가지 부족한 재료를 구입하는 경우를 제외하고 기입해 주세요. 주 _____ 회

7-1. 그렇다면, 1회 평균 식료품 구입 비용은 어느 정도 되시나요? _____ 원

8. 식료품 구매를 위해 주로 구입하는 장소는 어디입니까?
주로 구입하는 곳부터 순서대로 2가지만 기입해 주세요.
1순위_____ 2순위_____

(1) 매장형	① 대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트 등) ② 백화점 ③ 재래시장 ④ 대기업에서 운영하는 기업형 슈퍼마켓 (홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼 등) ⑤ 대기업 운영 외 동네 대형 슈퍼마켓(원마트, 중앙마트 등) ⑥ 소형 슈퍼마켓 ⑦ 편의점
(2) 전문점	⑧ 각종 전문점 ⑨ 유기농 매장 ⑩ 정육점
(3) 통신판매	⑪ 인터넷 쇼핑 ⑫ 해외직접구매 ⑬ 홈쇼핑
(4) 기타	⑭ 아파트내 임시장터 ⑮ 무점포 판매형(노점) ⑯ 생산자 직거래 ⑰ 외식업체다단계 ⑱ 기타(상세히 기입)

9. 식료품 구입장소로 (문8의 1순위 응답)을 주로 이용하시는 이유는 무엇인가요?
주로 이용하시는 이유를 순서대로 두 가지만 기입해 주세요.
1순위_____ 2순위_____

① 품질이 좋아서 ② 가격이 저렴하니까
③ 거리가 가깝거나 교통이 편해서 ④ 직접 배달해 주므로
⑤ 상품이 다양하므로 ⑥ 식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서
⑦ 친절하고 서비스가 좋아서 ⑧ 기타(상세히 기입)

10. 귀 댁에서 식료품을 주로 구매하는 사람은 누구입니까?
본인 포함하여 가구 전체를 위해 먹는 식품 및 식재료 구입 기준으로 응답해 주세요.

① 본인 ② 배우자 ③ 부모님(친가/시가)
④ 자녀 ⑤ 친인척/지인 ⑥ 기타(상세히 기입)

Ⅲ. 외식 현황

11. 귀댁의 한달 평균 외식 횟수는 몇 회 입니까? _____ 회

외식정의	▪ 음식점에 가서 귀 댁에서 동거하고 있는 부부, 모자, 부자, 모녀, 부녀, 전 가족, 부모님이나 형제 친족들과 함께 한 가족단위의 식사를 의미 ▪ 지인들과의 외식, 학교나 직장에서의 급식, 회식 등은 포함하지 않습니다. ▪ 1인가구의 경우 혼자 식사하는 경우도 해당됩니다. ▪ 밖에서 먹기 위해 산 음식을 가정으로 가져올 경우, 외식에 포함되지 않습니다.

11-1. 그렇다면, 1회 평균 외식 비용은 어느 정도 되시나요? _____ 원

12. 귀댁에서 외식을 할 때 주로 이용하는 식당은 어디 인가요?
가장 자주 가시는 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요. 1순위_____ 2순위_____

① 한식당(갈비, 삼겹살, 등심 등 고깃집 제외) ② 고깃집(쇠고기/돼지고기/갈비/삼겹살 전문점)
③ 닭고기 전문점(치킨집, 삼계탕 등) ④ 생선/해물요리 전문점
⑤ 패밀리 레스토랑 ⑥ 패스트푸드점

⑦ 분식점
⑧ 횟집
⑨ 일식요리전문점(횟집제외, 덮밥, 라멘, 돈까스 등)
⑩ 중식당
⑪ 뷔페
⑫ 이탈리안 레스토랑
⑬ 유기농전문음식점
⑭ 이색외국요리
(인도, 태국, 베트남, 터키 등)
⑮ 요리주점
⑯ 피자집
⑰ 전문점
⑱ 기타

가공식품소비량 – 본조사용

Ⅰ. 식품 구매 현황

[식품 구매 내역]

0. 구매 여부		① 구입 ② 선물받음						
0. 구매 일자		( )년 ( )월 ( )일						
1. 품목구분	2. 구매처	3. 품목명	4. 브랜드/제품명	5. 수량	6. 단위/중량/개	7. 금액	8. 영수증	비고
							첨부	

[참고1] 품목구분 *해당하는 사항을 품목구분에 표기해주십시오.*

① 농축수산식품 ② 가공식품

[참고2] 구매처 *해당하는 사항을 구매처에 표기해주십시오.*

(1) 매장형	① 대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트 등) ② 백화점 ③ 재래시장 ④ 대기업에서 운영하는 기업형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼 등) ⑤ 대기업 운영 외 동네 대형 슈퍼마켓(원마트, 중앙마트 등) ⑥ 소형 슈퍼마켓 ⑦ 편의점
(2) 전문점	⑧ 각종 전문점 ⑨ 유기농 매장 ⑩ 정육점
(3) 통신판매	⑪ 인터넷 쇼핑 ⑫ 해외직접구매 ⑬ 홈쇼핑
(4) 기타	⑭ 아파트내 임시장터 ⑮ 무점포 판매형(노점) ⑯ 생산자 직거래 ⑰ 외식업체다단계 ⑱ 기타(상세히 기입)

◉ 가공식품 구매 작성 가이드

아래 자료는 소비량 조사표를 작성하기 위한 가이드입니다. 조사 참여자를 대상으로 한 교육용 자료이고, 최초 1회 작성 시 반드시 읽어야만 넘어갈 수 있도록 할 것임. 실제 조사 화면은 조사계획안의 웹설문 예시를 참고하세요.

0	구매 여부: ① 구입 ② 선물받음	상품이 돈을 내고 구입한 것인지, 선물받은 것인지 구분하여, 해당란에 체크하세요. 선물인 경우 구매처/금액/영수증은 입력되지 않습니다.
0	구매 일자: 2014. 08. 29	구매 날짜를 클릭하시면, 조사표 작성 화면으로 이어집니다. 구매날짜를 달력에 표시해 주세요.
1	품목구분: ① 농축수산식품 ② 가공식품	▪ 상품이 농수산식품인 경우 ①을 클릭 ▪ 상품이 가공식품인 경우 ②를 클릭 ▪ 농축수산식품은 가공되지 않은 원물과 선별, 박피, 다듬기, 제핵, 세척 및 소독, 절단 등의 처리를 거친 전처리 상품 모두 해당됨.
2	구매처: (1) *※보기 번호 기입*	▪ 상품을 구입한 장소를 클릭하여 주세요. ▪ 같은 날짜에 장소가 다를 경우 다른 장소를 클릭

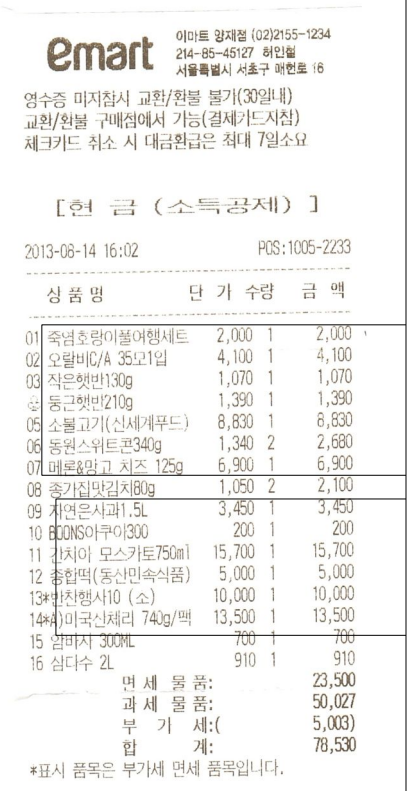
3	품목명 / *품목명을 주관식으로 기입*	▪ 식품 분류표를 참고하여, 해당 품목을 기입하여 주세요. ▪ 품목명이 모호할 경우 영수증에 제시된 품목명이나 영수증이 없는 경우 본인이 알고 있는 품목명을 입력하여 주세요.
4	브랜드/제품명 / *브랜드명을 주관식으로 기입*	▪ 가공식품의 경우 가공식품 분류표와 상관없이, 해당 제품의 구체적인 제품명을 기입하여 주세요. 예시 : 오뚜기 햇반, 목우촌 주부9단 ▪ 농축수산식품의 경우 브랜드/제품명이 없는 경우 기입하지 않으셔도 됩니다. 예시 : 대파, 마늘의 경우 미기입
5	수량 / *수량을 숫자로 기입*	▪ 구입한 품목 수량을 숫자로 기입 ▪ 농축수산식품은 단위와 상관없이 구입한 수량을 기입 ▪ 가공식품의 경우 제품 개수 기입

6	단위/중량/개	*단위, 중량을 숫자로 기입*

- 구입한 품목 단위나 중량을 숫자로 기입
- 농축수산식품은 구입 단위 기입. 최대한 g(그램) 기준으로 적되, 도저히 알 수 없는 경우 구입단위 기입
  예시 : 기준 g(그램)
  알 수 없는 경우 단, 봉 등
- 가공식품의 경우 1개 당 중량 기입. 상품 봉지에 표시된 중량을 기입. 봉지에 중량이 없는 물품(예:백화점 김치 등)은 현장에서 확인하여, 기입

7	금액	*금액을 숫자로 기입*

- 구입한 품목의 금액을 숫자로 기입
- 금액 기준은 개당 금액이 아닌 전체 금액을 기입
  (예시 : 양파 2단 사고 5,000원을 냈다면, 5,000원으로 기입)

8		▪ 구입하신 영수증을 첨부해 주세요. ▪ 영수증 첨부란을 클릭하시면, 영수증 파일을 첨부할 수 있습니다. ▪ 영수증이 없는 경우에는 품목과 수량, 중량, 가격 등을 모두 상세히 기입해주십시오. 또한 구입하신 물품들을 확인 할 수 있도록 사진을 찍어 첨부해 주시기 바랍니다. ▪ 영수증 내에 표기된 신용카드 번호는 지우셔도 무방합니다. ▪ 영수증 첨부시 소비량을 기입했던 가공식품은 별도로 표기해주세요. 가급적 볼펜을 이용하여 주시고, 형광펜으로 표기시 글자가 보이지 않을 수도 있으니, 형광펜 사용은 자제해주세요. ▪ 상품명은 소매점에서 결정하기 때문에, 영수증상의 제품명이 명확하지 않는 경우도 종종 있습니다. 확인 후, 저희가 확인할 수 있도록 별도 부가 설명을 적어주세요. ▪ 영수증에 상품명/수량 등이 없고 단순 가격만 있는 영수증은 무의미합니다. 세부 사항을 확인하시고 자세히 적어주세요.

9	비고 / *특이사항 주관식 기입*	▪ 가구내 소비가 아닌 선물을 주기 위해 산 경우 “선물용”으로 기입. ▪ 1+1 혹은 2+1 상품의 경우 수량에 2, 3개로 모두 기입. 금액은 구입 금액 기입. 단 비고란에 1+1 혹은 2+1 기입. ▪ 구입 제품 보다 중량이 적거나 아예 다른 물품으로 주는 증정품의 경우 증정품은 제외.

2 외식업체 조사표

외식업체 가공식품소비량 조사

ID				

안녕하십니까? 반갑습니다. 귀 점포에 건강과 행복이 가득하시길 진심으로 기원합니다.

농식품산업은 농산물 생산, 가공, 유통, 외식을 포괄하는 산업분야로, 변화하는 소비자 요구에 대한 대응, 국내 농수산물의 안정적 판로 제공, 광범위한 고용 및 소득기회 제공 등 국민경제에서 중요한 위치를 차지하고 있으며, 향후 그 역할은 더욱 커질 것으로 전망됩니다. 농식품분야 통계는 다른 어떤 분야보다도 국민의 기본생활에 직결되는 먹을거리에 대한 정보를 제공하는 중요한 지표입니다.

본 조사는 귀 점포에서 구입하시는 가공식품에 대한 귀 점포의 현황을 반영해, 식품산업 활성화 및 발전 정책 수립에 소중한 자료로 활용될 것입니다.

귀하께서 말씀해 주시는 내용은 통계 목적에만 사용될 것이며 관련 정보는 통계법 33조에 의해 철저히 비밀이 보장됩니다. 주어진 조사표를 성실히 작성해 주시길 부탁드립니다. 감사하겠습니다.

•주관부처 농림축산식품부 •수행기관 중앙대학교

•전담기관 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation •수행기관 월드리서치 WORLD RESEARCH

면접원 성명		설문시간	____시____분~ ____시____분
연 락 처		검증결과	

A. 일반현황

List No		업체명		연락처	( ) -
업체 주소	_____시/도_____시/군/구_____동/읍/면 (세부주소)_____				
지역	01) 서울 02) 인천 03) 경기(세부 시/군 :)				

업종	1) 한식	2) 중식	3) 일식	4) 서양식
주메뉴	(대표적인 메뉴 1~2개 기입해 주세요)			
종사자 수	_____명			
	1) 2인 이하	2) 3~4인	3) 5~9인	4) 10~19인
	5) 20~49인	6) 50~99인	7) 100인 이상	

문1. 귀 업체의 일반현황에 관해 아래 사항을 기입해 주십시오.

1. 대표자 명		2. 창립 년도	□□□□년 □□월
3. 업소규모	(　　)m^2 또는 (　　)평		
4. 좌석 수	(　　)석		
3. 프랜차이즈 여부	1) 프랜차이즈 업체이다	2) 프랜차이즈 업체가 아니다	

문2. 귀 점포의 1일 방문고객 수에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

1일 방문고객수	_____명

B. 구매현황 및 구매처

Ⅰ. 구매현황

문3. 귀 업소의 2014년 4/4분기 품목별 월평균 구매량은 어떠합니까? 1회 기준 수량 및 1개당 중량, 1개당 구입단가, 월평균 구매횟수를 기입하여 주세요.

또한 4분기(10~12월)와 비교하여 내년 1분기(1월~3월) 구매량에 대한 계획은 어떠하십니까? 예상 구매 지수를 기입하여 주세요.

예상 구매 지수는 이전 분기('14년 4/4분기)를 100으로 가정하시고, 증가할 것으로 생각되시면 100보다 높게, 감소할 것으로 생각하시면 100보다 낮게, 비슷할 것으로 생각되시면 100을 기입해 주시면 됩니다.

1. 품목명	2. 브랜드/제품명	3/4분기(7~9월)				4/4분기 예상(10~12월) 구매 지수
		1회기준 구매량		1개당 구입단가	월평균 구매횟수	
		수량	중량/개			
1)		개	kg	천원	회	
2)		개	kg	천원	회	
3)		개	kg	천원	회	
4)		개	kg	천원	회	
5)		개	kg	천원	회	
6)		개	kg	천원	회	
7)		개	kg	천원	회	
8)		개	kg	천원	회	
9)		개	kg	천원	회	
10)		개	kg	천원	회	
11)		개	kg	천원	회	
…						

1. 품목명 : 가공식품 분류표를 참고하여, 분류표에 나와 있는 이름을 기입해 주세요.
2. 브랜드/제품명 : 상표의 브랜드/제품명을 기입. 품목이 같더라도 브랜드/제품명이 다른 경우 각각 기입

Ⅱ. 구매처

문4. 2014년 4/4분기 품목별 구매처별 비율은 어떠합니까?

문3에서 구입하는 품목별의 유통채널 별 조달 비중을 기입해주시기 바랍니다.

문3의 구입 품목 기입	국내							수입		합계
	1)직접 생산	2)생산자 직구매	3)프랜차이즈 본사 조달	4)재래(소매) 시장	5중간 도매/벤더 업체	6)식자재 업체	7)기타	8)직접 수입	9)간접(위탁) 수입	
1)	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
2)										
3)										
4)										
5)										
6)										
7)										
8)										
9)										
10)										
11)										
12)										
13)										
14)										
15)										

2) 생산자직구매 : 공장 직거래, 산지농축산어가, 작목반, 산지유통인, 산지시장(공판장포함), 산지 농수협(원협), 산지 APC, 영농조합법인 등에서 생산한 가공식품

4) 재래(소매)시장 : 일반재래시장(예:경동시장, 모란시장 등)

※ 여기까지 가공식품소비량 관련 설문은 모두 완료되었습니다.
추가로 한가지만 더 질문드리겠습니다.

(질문) 본 설문을 작성하시면서 힘드셨거나, 작성하기 곤란하셨던 점, 개선이 필요하다고 생각되시는 점이 있으면 무엇이라도 좋으니 자유롭게 기입하여 주시기 바랍니다.

3 가공식품 분류

1. 식품의 정의

■ ‘농어업·농어촌 및 식품산업 기본법’ 제3조(정의) ‘식품’이란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 말함.

▹ 사람이 직접 먹거나 마실 수 있는 농수산물 또는 농수산물을 원료로 하는 모든 음식물.

2. 가공식품의 정의 및 범위

■ 가공식품의 범위에 대해서 ‘식품위생법’에서는 가공정도를 기준으로 포함여부를 규정.

▹ 같은 법률상에서도 적용범위 규정에 차이가 있는 것으로 나타남.

▹ 즉, ‘식품공전’과 ‘식품위생법시행령’ 13조에 의하면, 가공식품 범위에서 가공과정 중 위생상 위해발생의 우려가 없고 식품의 상태를 관능으로 확인할 수 있도록 단순처리한 것은 제외된 반면, 동 시행규칙 11조에 의하면 가공과정을 거쳐도 식품의 상태를 관능으로 확인할 수 있도록 처리된 것을 포함하고 있음.

■ 농수축산물의 경우 가공식품에 대한 규정이 각각 ‘식품산업진흥법’, ‘수산물품질관리법’, ‘축산물가공처리법’에 명시되어 있으나, ‘식품위생법’

과 같이 가공정도를 기준으로 한 것이 아니고 제품종류와 함량 등으로 설정되어 있음.

▹ '식품산업진흥법'에는 "농산물의 생산지에서 농산물을 단순가공하거나 농산물을 원료 또는 재료로 하여 제조·가공한 식품 및 민예품"으로 정의하고 있으며, '축산물가공처리법'에는 "햄류, 소시지류, 베이컨류, 건조저장육류, 양념육류, 기타식육 가공한 것"으로 나열하고 있음.

▹ '수산물품질관리법'에는 "수산물을 재료로 50% 넘게 사용하여 가공한 제품 또는 수산물·수산가공품의 함량이 농산물·농산가공품 함량보다 많은 가공품"으로 정의하여 수산물 함량을 기준으로 가공품을 설정하고 있음. 따라서 법률마다 가공식품 분류기준에 차이가 있어 동일대상품목이 중복되거나, 누락될 수 있는 가능성이 있는 것으로 평가됨.

▹ 축산물의 경우 육함량 50% 미만이면 일반 가공식품으로 분류하여 식품의약품안전청이 소관하였으나, 최근(2008.3.25.개정) '식품공전'에서 50% 미만 축산물 함량 제품 대상 규정이 삭제됨.

▹ '식품공전'에서 식육가공품에 대한 정의가 개정됨에 따라 축산물가공기준에서 50% 미만제품에 대한 규격정비가 필요한 것으로 나타남.

▹ '식품공전'에서 '식육 또는 알가공품은 식육 또는 알이나 이를 주원료로 하여 제조가공한 것'을 말함 (다만, "축산물 가공기준 및 성분규격"에 해당되지 않는 것을 말함).

[표 Ⅲ-1] 식품공전 분류

식품공전 분류	(식품의약품통계년보) 식품유형	(식품의약품통계년보) 100대 품목
1. 과자류	과자류	과자(스낵과자류) 과자(비스킷류) 과자(기타) 캔디류(기타) 빙과류
2. 빵 또는 떡류	빵 또는 떡류	빵류(식빵) 빵류(케이크) 빵류(기타) 만두류 떡류
3. 코코아가공품류 또는 초콜릿류	코코아가공품류 또는 초콜릿류	초콜릿가공품 준초콜릿 기타코코아가공품
4. 잼류	잼류	
5. 설탕	설탕	백설탕 갈색설탕 기타설탕
6. 포도당	포도당	액상포도당 분말·결정포도당
7. 과당	과당	액상과당
8. 엿류	엿류	물엿
9. 당시럽류	당시럽류	
10. 올리고당류	올리고당류	이소말토올리고당
11. 식육 또는 알가공품	식육 또는 알가공품	알가공품
12. 어육가공품	어육가공품	어육소시지 어묵 수산물가공품(연체류) 식육가공품
13. 두부류 또는 묵류	두부류 또는 묵류	가공두부 두부 묵류

14. 식용유지류	식용유지류	콩기름(대두유) 마가린류 옥수수기름(옥배유) 채종유(유채유또는카놀라유) 팜유류 가공유지 쇼트닝 혼합식용유
15. 면류	면류	국수(생면) 냉면(숙면) 국수(개량숙면) 국수(숙면) 국수(건면) 유탕면류(봉지라면) 유탕면류(용기면)
16. 다류	다류	액상차(기타) 액상차(과실차)
17. 커피	커피	액상커피 인스턴트커피 조제커피
18. 음료류	음료류	혼합음료 탄산음료 과채음료(가열) 과채주스(가열) 홍삼음료 두유 유산균음료 음료베이스(기타)
18-1 과일·채소류음료		
18-2 탄산음료류		
18-3 두유류		
18-4 발효음료류		
18-5 인삼·홍삼음료		
18-6 기타음료		
19. 특수용도식품	특수용도식품	
19-1 영아용 조제식		
19-2 성장기용 조제식		
19-3 영·유아용 곡류조제식		
19-4 기타 영·유아식		
19-5 특수의료용도등식품		
19-6 체중조절용조제식품		
19-7 임산·수유부용식품		

20. 장류	장류	된장 고추장 양조간장 혼합간장 산분해간장 혼합장
21. 조미식품	조미식품	소스류(조미식품) 토마토케첩 고춧가루 발효식초(곡물) 복합조미식품(조미식품)
21-1 식초		
21-2 소스류		
21-3 토마토케첩		
21-4 카레		
21-5 고춧가루 또는 실고추		
21-6 향신료가공품		
21-7 복합조미식품		
22. 드레싱류	드레싱	마요네즈 드레싱
23. 김치류	김치류	기타김치 배추김치
24. 젓갈류	젓갈류	액젓 양념젓갈
25. 절임식품	절임식품	절임류
26. 조림식품	조림식품	농산물조림
27. 주류		
27-1 탁주		
27-2 약주		
27-3 청주		
27-4 맥주		
27-5 과실주		
27-6 소주		
27-7 위스키		
27-8 브랜디		
27-9 일반증류주		
27-10 리큐르		
27-11 기타 주류		

28. 건포류	건포류	
29. 기타 식품류	기타식품류	땅콩또는견과류가공품 전분(기타식품류) 과채가공품 조미김 식물성크림 정제소금 천일염 가공소금 재제소금(재제조소금) 밀가루 기타밀가루 시리얼류 식용얼음 어업용얼음
29-1 땅콩 또는 견과류 가공품류		
29-2 캡슐류		
29-3 전분류		
29-4 과·채가공품류		
29-5 조미김		
29-6 튀김식품		
29-7 벌꿀류		
29-8 모조치즈		
29-9 식물성크림		
29-10 추출가공식품류		
29-11 팝콘용옥수수가공품		
29-12 식염		
29-13 밀가루류		
29-14 찐쌀		
29-15 생식류		
29-16 시리얼류		
29-17 얼음류		
29-18 즉석섭취·편의식품류		
29-19 버섯가공식품		
29-20 자라가공식품		
29-21 효모식품		
29-22 효소식품		
29-23 화분가공식품		
29-24 로얄젤리가공식품		

	규격외 일반가공식품	곡류가공품 전분가공품 당류가공품 두류가공품 수산물가공품(어류) 수산물가공품(기타) 기타가공품
	기구 또는 용기·포장	즉석조리식품(기타) 즉석섭취식품(기타)
	옹기류	
	식품첨가물	
	건강기능식품	
	식품조사처리	
	축산물가공품 등	
	기타	기타전분

4 가구패널예비조사 온라인/웹 화면 구성 및 수정사항

1. 패널가구예비조사 화면 구성

가. 초기 접속화면

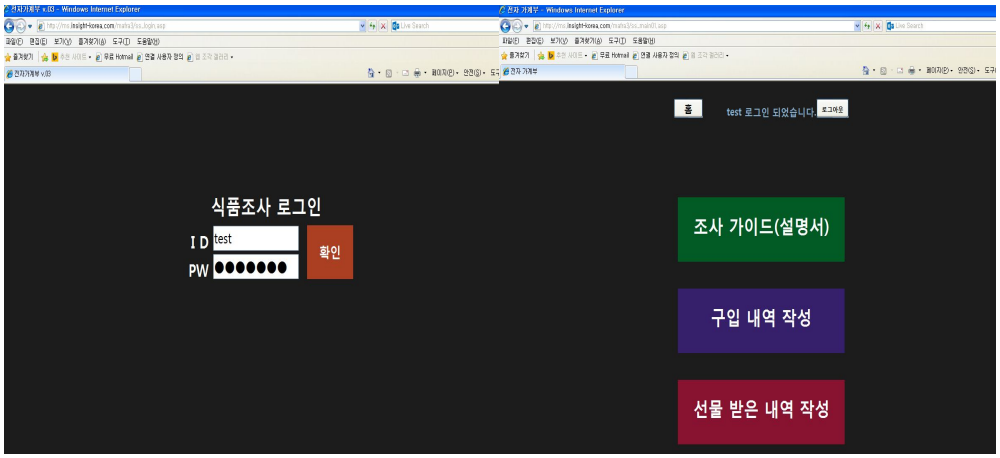
■ 스마트폰 인터넷 창에서 메뉴키를 누르면 [그림 Ⅳ-1]의 왼쪽 그림처럼 '바로가기 추가' 버튼이 활성화되며, '바로가기 추가'를 하면 [그림 Ⅳ-1]의 오른쪽 그림처럼 자신의 핸드폰 배경화면에 바로가기가 생성됨.

[그림 Ⅳ-1] 스마트폰을 이용하는 경우 초기 접속화면

■ 컴퓨터에 바로가기를 설정한 후 이를 통해 접속을 하면 [그림 Ⅳ-2]의 왼쪽 그림처럼 스마트폰으로 접속했을 때와 같은 로그인 페이지가 나타남. 로그인 후 첫 화면은 [그림 Ⅳ-2]의 오른쪽 그림처럼 '조사가이드',

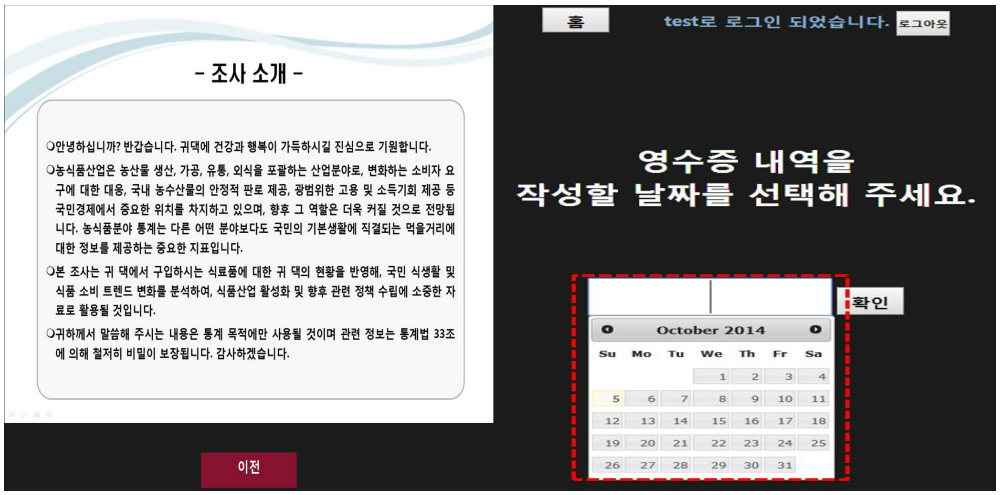
‘구입내역작성’, ‘선물 받은 내역 작성’으로 구성되어 있음.

[그림 Ⅳ-2] 컴퓨터를 이용하는 경우 초기 접속화면



나. 조사가이드 및 구입내역 작성 화면

[그림 Ⅳ-3] 조사 소개 및 작성 날짜 화면



■ [그림 Ⅳ-3]의 왼쪽 그림은 '조사가이드(설명서)' 클릭 하였을 때 나타나는 화면으로, 조사의 목적에 대해 설명되어 있음. 그리고 [그림 Ⅳ-3]의 오른쪽 그림은 '구입 내역 작성'을 클릭하였을 때 나타나는 화면으로, 가장 먼저 날짜를 선택하는 창이 나타남.

■ 날짜를 클릭하면 [그림 Ⅳ-4]의 왼쪽 그림처럼 '내역 입력'과 '영수증 첨부' 창으로 이동할 수 있는 버튼이 나타남. 이 화면에서 '내역입력'을 클릭하면 [그림 Ⅳ-4]의 오른쪽 그림처럼 내역을 입력할 수 있는 화면이 나타남.

■ 입력할 항목은 [그림 Ⅳ-4]의 오른쪽에 제시된 바와 같이, 구매처, 품목구분, 브랜드명, 제품명, 수량, 중량, 단위, 금액, 비고로 이루어져 있음.

[그림 Ⅳ-4] 구입내역 작성 시작화면

■ 품목은 패널들이 구분하기 어려우면 선택을 하지 않고 다음 단계로 넘어갈 수 있도록 교육시킴.

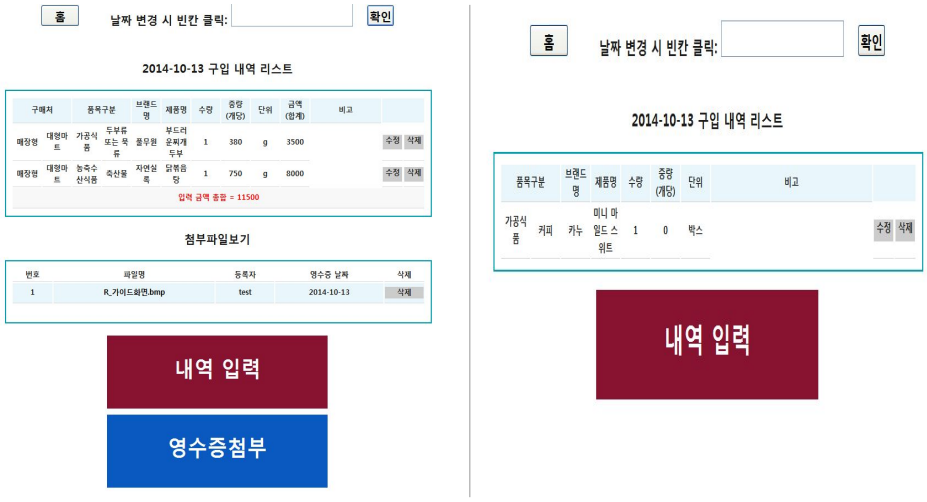
▹ 나중에 연구자들이 통계를 내고자 하는 품목의 경우 브랜드와 상품명을 연결시켜 자동으로 품목으로 관련자료들이 모이게 하는 방식을 취하고자 함.

▹ 그러나 패널들이 품목 구분을 할 수 있는 경우, 선택하여 입력하게 되면 후에 연구진이 품목별로 분류하는데 큰 도움이 될 것임.

■ 한 상품을 입력한 뒤에 또 다른 상품을 입력 할 때에는 [그림 Ⅳ-4]의 오른쪽 그림 아래의 '저장 후 추가입력'을 누르면 이어서 입력할 수 있음.

■ 입력이 완료되면 '저장 후 완료' 버튼을 누름. 저장이 완료되면 [그림 Ⅳ-5]의 왼쪽 그림과 같이 '영수증 첨부' 버튼을 통해 영수증 사진을 첨부할 수 있음.

[그림 Ⅳ-5] 저장 완료 화면



■ 이전에 저장해 놓았던 내역을 보고 싶으면 위에 있는 '날짜 변경 시 빈칸클릭'을 통해 과거 내역들을 볼 수 있음.

■ 구입 내역 작성 중 가이드 보기를 원하면 [그림 Ⅳ-6]의 왼쪽 그림처럼 위에 배치되어 있는 '조사가이드보기' 버튼을 클릭하면 로그인 후 처음 보였던 가이드 화면이 새로운 창에 나타남.

▹ '조사 가이드'는 어느 창에서도 쉽게 이동할 수 있도록 버튼이 계속해서 모든 입력창에 활성화되어 있음.

▹ 가이드 화면은 별도의 창으로 뜨기 때문에, 이 창을 띄워놓고 계속 입력을 하면서 참고할 수 있음. 그리고 이 창을 닫게 되면, 직전에 작업하던 화면으로 이동할 수 있음.

■ 또한 품목구분을 할 때 어려움이 있다면 [그림 Ⅳ-6]의 왼쪽 아래의 '농수산 품목분류표'와 '가공식품 분류표' 버튼을 누르면 [그림 Ⅳ-6] 오른쪽처럼 품목 기준과 정보들을 바로 확인해 볼 수 있음.

[그림 Ⅳ-6] 조사가이드 및 품목 분류표

■ 농수산식품 유통공사 품목 기준 + 농수산식품수출지원정보 품목 정보

대분류	중분류	소분류(예시)
1. 농산물	과실류	사과, 배, 복숭아, 포도, 감감, 매실, 단감, 자두, 참다래
	채소류	고추, 오이, 호박, 단호박, 가지, 토마토, 방울토마토, 참외, 딸기, 수박, 멜론, 피망, 양파, 마늘, 무, 당근
	서류	감자, 고구마
	특작류	참깨, 피땅콩, 알땅콩, 들깨
	버섯류	느타리버섯, 큰느타리버섯(새송이버섯), 양송이버섯, 영지버섯, 팽이버섯
	곡류	쌀, 찹쌀, 현미, 보리쌀, 놀린보리쌀, 찰맥, 흡쌀, 율무쌀, 콩, 팥, 녹두, 찰수수쌀, 찰기장쌀, 메밀, 옥수수, 옥수수쌀
	화훼류	(제외)
2. 축산물	육류	쇠고기, 돼지고기
	가금육류	닭고기, 오리고기
3. 임산물	밤	밤
	버섯류	표고버섯
4. 수산물	어류	고등어, 넙치, 봉장어, 참치
	갑각류	게
	연체류	오징어, 굴, 바지락, 전복
	해조류	김, 미역
	기타	천일염

1. 농산물은 "농산물품질관리원"의 농산물표준규격정보로 분류
2. 축산물, 임산물, 수산물은 농수산식품수출지원정보 사이트에서 품목정보란을 이용함

[그림 Ⅳ-7] 선물 내역 입력 화면

다. 선물내역 작성 화면

■ [그림 Ⅳ-7]에 제시된 바와 같이 선물 받은 내역 작성 시 나타나는 화면은 식품 구입내역 작성화면과 같으나, '영수증 첨부 버튼'과 '구매처 입력란'이 없는 것이 다른 점임.

■ 내역 작성을 완료하고 오른쪽 그림에 제시된 것처럼 '저장 후 완료' 버튼을 누르면 처음 입력화면으로 돌아감.

2. 웹 수정사항

가. 온라인 조사(전자가계부) 사전검토

■ 품목 하나당 구매일자를 계속해서 기입하도록 되어 있는데, 이를 수정하여 구매일자에 여러 개의 품목을 기입 할 수 있도록 수정.

▹ 년, 월, 일을 모두 기입하도록 되어 있으나, 년도는 2014년으로 고정하고 월, 일만 기입하도록 수정 (ex: 달력창).

■ 구매일자와 마찬가지로 구매여부도 일괄기입 할 수 있도록 수정.

■ 기타

▹ 응답자가 구입한 제품이 어떤 품목에 속하는지 별도의 링크를 통하여 품목리스트를 확인할 수 있도록 함.

▹ 기존에는 중간에 실수한 내용을 삭제할 수는 있지만 수정이 불가능한 구조였음. 삭제가 아닌 수정도 가능할 수 있도록 조정함.

나. 온라인 조사(전자가계부) 1차 수정

■ 수량과 중량을 동시에 기입하도록 되어 있었는데, 이 부분을 분리하여 기입할 수 있도록 수정.

■ 1개당 가격이 아닌 합계 금액으로 변경함. 예를 들면, 라면 2개는 합계 금액을 표시. 응답자들이 개당 가격을 모르는 경우가 있으며, 영수증을 보고 편하게 입력하기 위함임.

■ 비고란에 1+1 묶음라면과 같은 예시 추가. 예를 들어, 라면 1개와 라면 1묶음은 같은 개수로 표시되지만 금액에서 차이가 발생함.

▹ 비고란에 설명을 통해서 이러한 문제점을 줄이고, 응답자들이 비고란에 적어야 되는 내용이 무엇인지 알 수 있도록 간단한 사례를 표시.

다. 온라인 조사(전자가계부) 2차 수정

■ 현재 작성하고 있는 부분과 그렇지 않은 항목이 구분되도록 디자인을 변경. 응답란과 그 이외 부분의 색깔차이 혹은 음영처리.

■ 응답자들에게 가이드라인을 제공하여 어려움이나 문제점 발생 시 참고할 수 있도록 함.

■ 같은 장소에서 여러 개의 물건을 구입하는 구입 특성을 고려하여 응답자들에게 편의를 제공.

▹ 구매처를 여러 번 클릭하지 않도록 하기 위해 응답자들이 신규 구매내역을 입력한 후, '저장 후 추가 입력' 버튼을 클릭하게 되면 처음에 입력했던 내용이 저장된 상태에서 추가적인 상품에 대해서만 입력하는 구조로 변경.

■ 영수증 첨부란에서 파일을 등록하지 않고는 구매 내역 리스트 화면으로 돌아갈 수 없는 구조였는데, 영수증 첨부화면에서도 다시 전 화면으로 돌아갈 수 있도록 '돌아가기 버튼'을 추가함.

■ 농축수산물 및 가공식품에 대해서 입력할 때, 어떤 상품이 어떤 품목에 해당되는지 판단하기 어려운 경우가 있음. 이에 대하여 응답자들의 이해도를 높이기 위해 품목 구분란에 농축수산물과 가공식품 예시 버튼을 추가함.

▹ 예시 자료는 농산물의 경우 아래의 [표 Ⅳ-1] 참조. 가공식품의 경우 [부록 3] 가공식품분류 참조.

[표 Ⅳ-1] 농림축수산물 품목별 리스트[14)]

대분류	중분류	소분류(예시)
1. 농산물[15)]	과실류	사과, 배, 복숭아, 포도, 금감, 매실, 단감, 자두, 참다래
	채소류	고추, 오이, 호박, 단호박, 가지, 토마토, 방울토마토, 참외, 딸기, 수박, 멜론, 피망, 양파, 마늘, 무, 당근
	서류	감자, 고구마
	특작류	참깨, 피땅콩, 알땅콩, 들깨
	버섯류	느타리버섯, 큰느타리버섯(새송이버섯), 양송이버섯, 영지버섯, 팽이버섯
	곡류	쌀, 찹쌀, 현미, 보리쌀, 눌린보리쌀, 할맥, 좁쌀, 율무쌀, 콩, 팥, 녹두, 찰수수쌀, 찰기장쌀, 메밀, 옥수수, 옥수수쌀
	화훼류	(제외)
2. 축산물	육류	쇠고기, 돼지고기
	가금육류	닭고기, 오리고기
3. 임산물	밤	밤
	버섯류	표고버섯
4. 수산물	어류	고등어, 넙치, 붕장어, 참치
	갑각류	게
	연체류	오징어, 굴, 바지락, 전복
	해조류	김, 미역
	기타	천일염

14) 대분류, 중분류는 한국농수산식품유통공사의 kati(농수산식품수출지원정보)에서 품목정보를 활용함. 그리고 소분류(예시)에 대해서는 kati에 품목정보에 대한 예시가 많지 않아, 농산물품질관리원의 농산물표준규격정보를 활용함.

3) 온라인 조사(전자가계부) 3차 수정

- 조사가이드, 구입내역 작성, 버튼 등이 원색이라서 눈이 아프다는 지적이 있어 채도를 낮추어 파스텔톤으로 수정.
- 웹으로 접속 시 아이디와 패스워드 입력 후 엔터(enter)키를 치면 바로 접속이 가능하도록 조정.
- 스마트폰의 경우 아이디와 패스워드 입력 후 자판이 없어지면서 로그인을 못하는 경우가 발생함. 이 문제를 해결하기 위해서 로그인 버튼을 추가함.
- 구매내역을 작성하는 과정에서 응답자들이 도움말을 확인할 수 있도록 구매내역 작성란에도 조사가이드 버튼을 추가함.
- 내역 입력부분에서 기타(직접입력)란의 입력을 어떻게 해야 할지 난감하다는 의견이 있어서, 가이드에 기타(직접입력) 사례를 추가하여 응답자들의 이해도를 높임.

라. 온라인 조사(전자가계부) 4차 수정

- 식품의 단위 입력란에 kg, g, 개, 기타(직접입력) 등으로 비교적 구분이 단순했었는데, kg, g, 개, 박스, 판, 줄, 팩 ,봉지, 묶음, 그릇, 다스, 기타(직접입력) 등으로 식품의 다양성과 패널들이 일반적으로 사용하는 용어를 고려하여 분류를 다양화시킴.
- 각 스마트폰 기기별로 화면 크기가 다르게 보임. 즉, 화면 적합도가 떨어짐. 이에 스마트폰 환경에 적합한 디자인 구축.

15) 농산물은 “농산물품질관리원”의 농산물표준규격정보 이용

마. 온라인 조사(전자가계부) 5차 수정

- 단위를 적는 란에 중량단위와 수량단위가 혼재되어 있어 응답자들이 다소 혼동스러워 함. 이에 개, 박스, 판, 줄 팩, 봉지, 묶음, 그릇, 다스와 같은 수량단위와 kg, g과 같은 중량단위로 구분함.

- 영수증 첨부 버튼의 이름이 '영수증 첨부' 였는데, 영수증이 없거나 품목 구분이 힘든 경우 품목사진을 첨부할 수 있다는 것을 쉽게 인식할 수 있도록 버튼의 이름을 '영수증(품목사진) 첨부'로 수정.

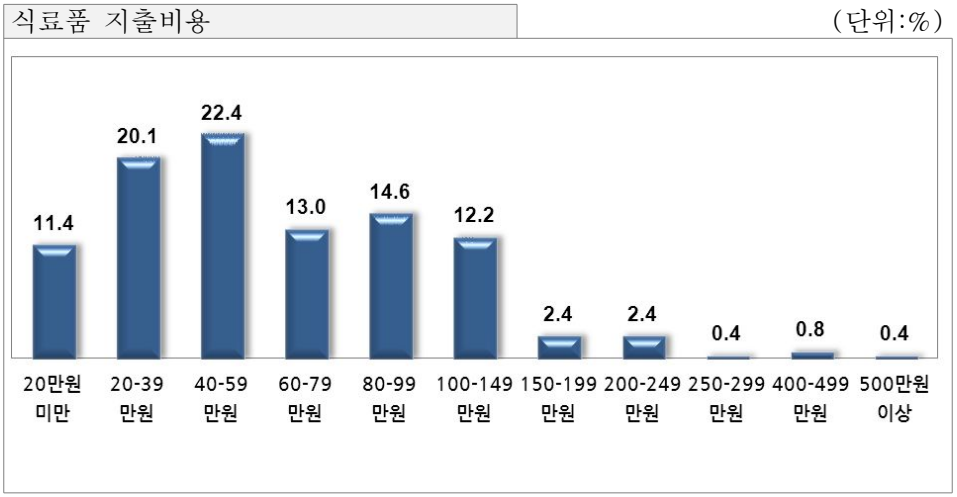
- '파일선택' 칸의 크기를 스마트폰에서도 보기 쉽도록 크기를 확장함.

5 참여패널의 인구통계 및 구매행태 특징

■ 식료품 지출비용

▹ 식료품 지출비용은 '40-59만원 이하'가 22.4%로 가장 높은 비율을 보였으며, 20-39만원 이하 20.1%, 80-99만원 이하 14.6%, 60-79만원 이하 13.0% 100-149만원 이하 12.2% 등의 순서로 나타남.

[그림 Ⅴ-1] 식료품 지출 비용



■ 가구소득별 식료품 지출비용

▹ 가구소득에 따른 식료품 지출비용을 분석한 결과, 소득이 '100만원 미만'일 경우, 식료품 지출비용은 20-39만원 미만이 46.7%로 가장 높았음. 다음으로, 소득이 100-199만원 이하인 경우 20-39만원(46.4%), 200-299만원 이하는 40-59만원(31.6%), 500-599만원 미만은 100-149만원(25.0%)이 높게 나타남.

16) 그래프·도표·교차분석표 내의 숫자는 소수점 이하 둘째자리에서 반올림되었으므로 세부항목의 합이 합계와 일치 하지 않을 수도 있음

[표 Ⅴ-1] 가구소득별 식료품 지출 비용

(%)

	20 만원 미만	20-39 만원	40-59 만원	60-79 만원	80-99 만원	100-149 만원	150-199 만원	200-249 만원	250-299 만원	400-499 만원	500 만원 이상
[전 체]	11.4	20.1	22.4	13.0	14.6	12.2	2.4	2.4	0.4	0.8	0.4
100만원 미만	26.7	46.7	20.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
100-199만원	35.7	46.4	10.7	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
200-299만원	23.7	23.7	31.6	10.5	7.9	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
300-399만원	5.9	15.7	29.4	19.6	15.7	11.8	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0
400-499만원	2.3	20.5	27.3	13.6	20.5	13.6	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0
500-599만원	0.0	8.3	22.2	19.4	16.7	25.0	2.8	5.6	0.0	0.0	0.0
600-699만원	0.0	0.0	14.3	14.3	14.3	28.6	14.3	7.1	0.0	7.1	0.0
700-799만원	16.7	8.3	0.0	16.7	25.0	16.7	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0

■ 가구원수에 따른 식료품 지출비용

▹ 가구원수에 따른 식료품 지출비용을 분석한 결과, '1인 가구'에서는 '20-39만원 이하'가 36.5%로 가장 높게 나타남. 2인 가구 및 3인 가구는 40-59만원 이하가 각각 23.0%, 26.4%로 가장 높았으며, 4인 가구 이상에서는 100-149만원 이하가 21.7%로 가장 높은 비율을 보였음.

[표 Ⅴ-2] 가구원수에 따른 식료품 지출 비용

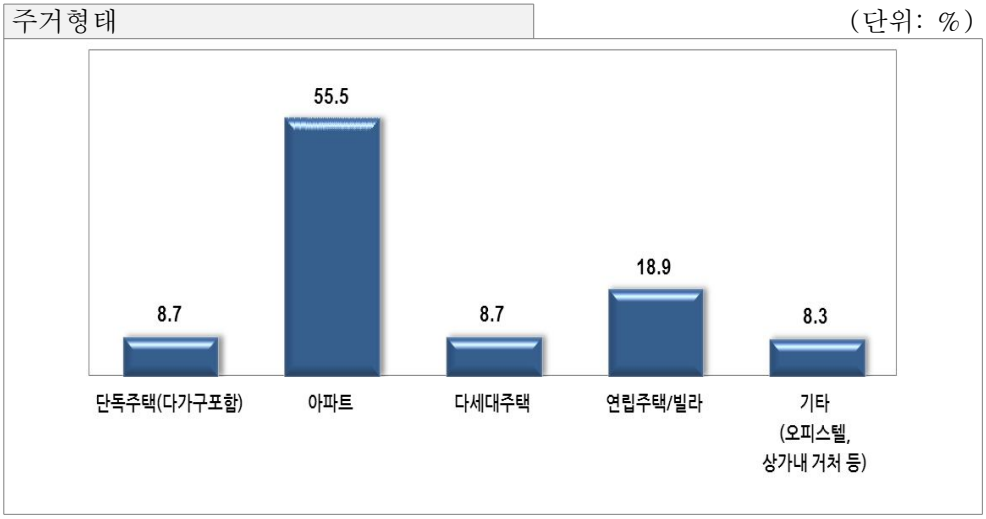
(%)

	20 만원 미만	20-39 만원	40-59 만원	60-79 만원	80-99 만원	100-149 만원	150-199 만원	200-249 만원	250-299 만원	400-499 만원	500 만원 이상
[전 체]	11.4	20.1	22.4	13.0	14.6	12.2	2.4	2.4	0.4	0.8	0.4
1인 가구	26.9	36.5	21.2	7.7	0.0	3.8	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0
2인 가구	13.1	24.6	23.0	9.8	21.3	8.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
3인 가구	1.4	13.9	26.4	20.8	19.4	12.5	2.8	1.4	1.4	0.0	0.0
4인 가구 이상	8.7	10.1	18.8	11.6	14.5	21.7	2.9	7.2	0.0	2.9	1.4

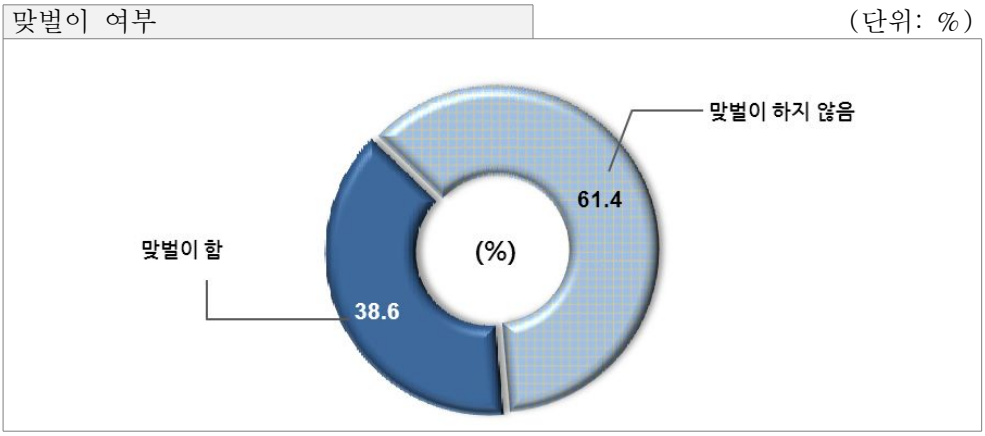
■ 주거형태

▹ 주거형태는 '아파트'가 55.5%로 가장 높은 비율을 보였으며, 다음으로 '연립주택/빌라'는 18.9%, '단독주택(다가구포함)'과 '다세대주택'은 각각 8.7%, '기타'는 8.3%의 순으로 나타남.

[그림 Ⅴ-2] 주거형태



[그림 Ⅴ-3] 맞벌이 여부



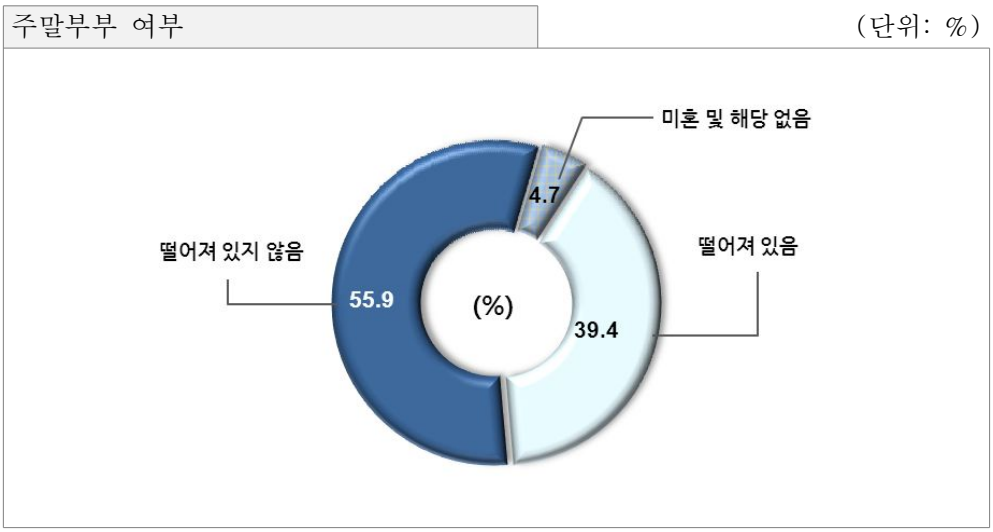
■ 맞벌이 여부

▹ 맞벌이 여부에 대하여 각각 '맞벌이 하지 않음'이 61.4%, '맞벌이 함'이 38.6%로 '맞벌이 하지 않음'이 보다 높게 나타남.

■ 주말부부 여부

▹ 주말부부 여부는 '떨어져 있지 않음(주말부부 아님)'이 55.9%로 가장 큰 비율로 나타났으며 '떨어져 있음(주말부부)' 39.4%, '미혼 및 해당 없음' 4.7%의 순으로 나타남.

[그림 Ⅴ-4] 주말부부 여부

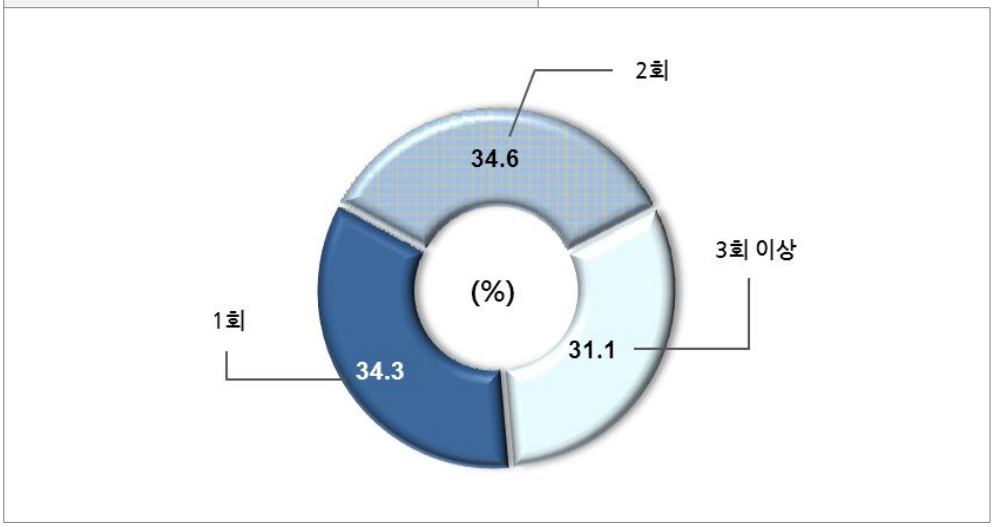


■ 식료품 구입 횟수(일주일)

▹ 일주일 평균 식료품 구입 횟수는 '2회'가 34.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 일주일에 '1회 구입' 34.3%, '3회 이상' 31.1% 순으로 나타남.

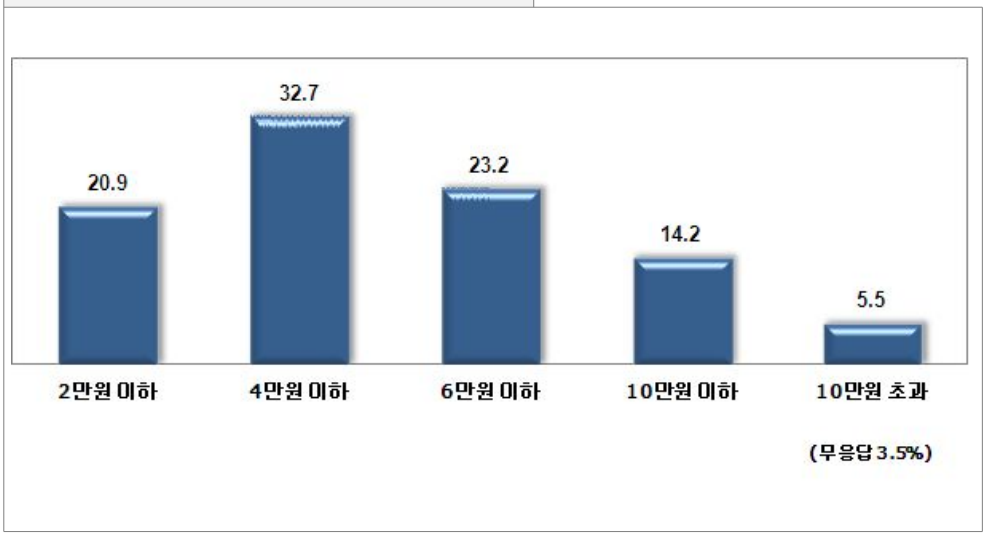
[그림 Ⅴ-5] 식료품 구입 횟수

식료품 구입 횟수(일주일) (단위: %)



[그림 Ⅴ-6] 1회 평균 식료품 구입비용

1회 평균 식료품 구입비용 (단위: %)



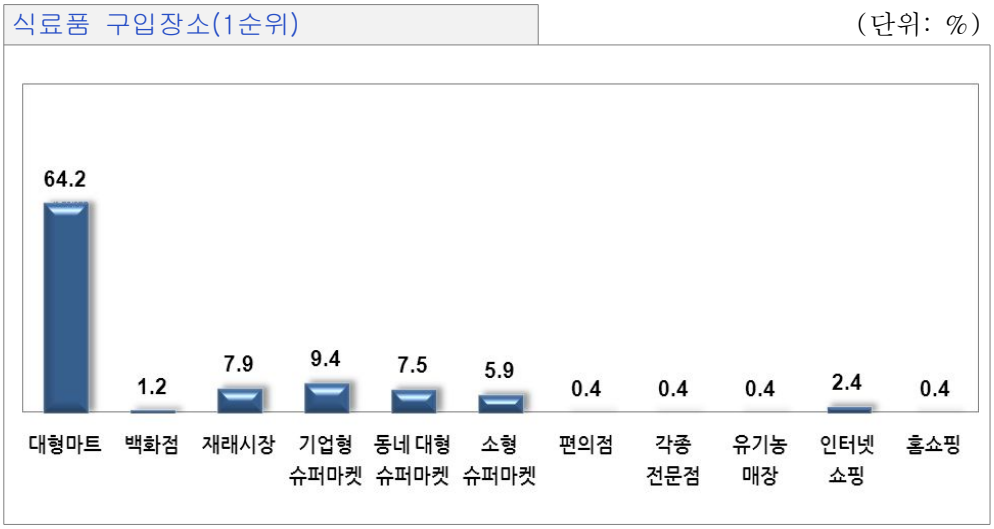
■ 1회 평균 식료품 구입비용

▹ 1회 평균 식료품 구입비용은 '4만원 이하'가 32.7%로 가장 높은 비율로 나타났으며, 다음으로 '6만원 이하' 23.2%, '2만원 이하' 20.9%, '10만원 이하' 14.2%, '10만원 초과' 5.5% 순으로 나타남.

■ 식료품 구입장소(1순위)

▹ 식료품 구입장소는 '대형마트'가 64.2%로 상대적으로 매우 높게 나타났으며, 다음으로 '기업형 슈퍼마켓' 9.4%, '재래시장' 7.9%, '동네 대형 슈퍼마켓' 7.5% 등의 순으로 나타남.

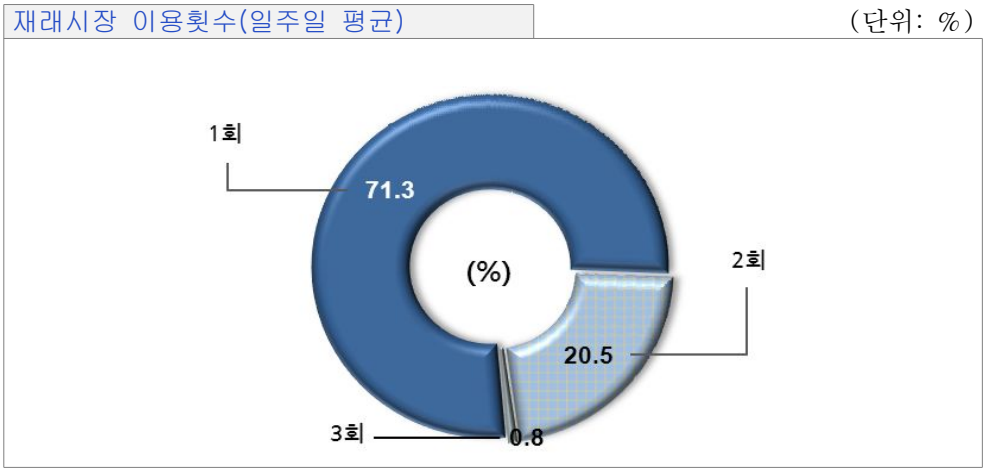
[그림 Ⅴ-7] 식료품 구입장소



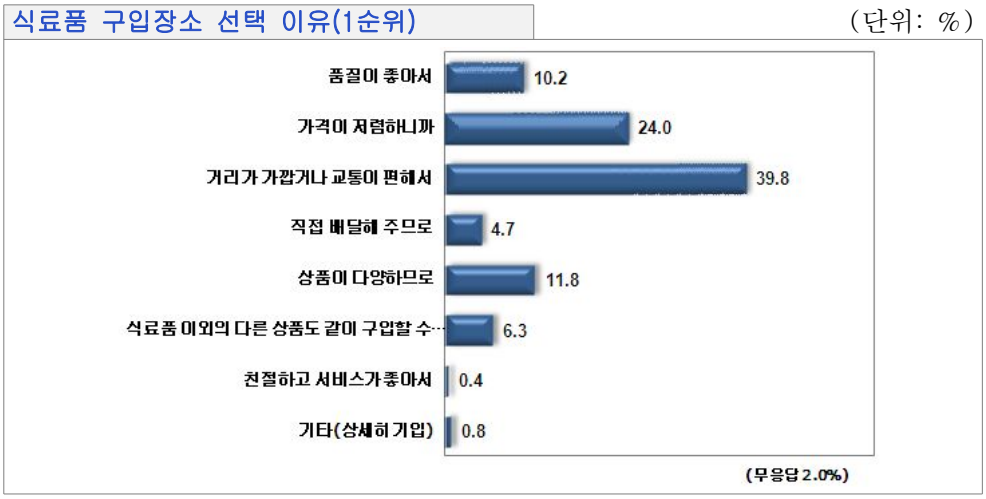
■ 재래시장 이용횟수(일주일 평균)

▹ 일주일 평균 재래시장 이용횟수는 '1회'가 71.3%로 가장 높은 비율로 나타났으며, '2회' 방문은 20.5%, '3회'는 0.8%의 비율로 나타남.

[그림 Ⅴ-8] 재래시장 이용횟수



[그림 Ⅴ-9] 식료품 구입장소 선택 이유



■ 식료품 구입장소 선택 이유(1순위)

▹ 식료품 구입장소 선택 이유로 '거리가 가깝거나 교통이 편해서'가 39.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '가격이 저렴하니까' 24.0%, '상품이 다양하므로' 11.8% 등의 순으로 나타남.

[표 Ⅴ-3] 식료품 구입장소 및 선택이유

(%)

	품질이 좋아서	가격이 저렴해서	거리가 가깝거나 교통이 편해서	직접 배달해 주므로	상품이 다양하므로	식료품 외, 다른 상품 같이 구매	친절하고 서비스가 좋아서	기타
[전 체]	10.4	24.5	40.6	4.8	12.0	6.4	0.4	0.8
대형마트	12.6	20.8	34.0	5.0	17.0	9.4	0.0	1.3
백화점	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
재래시장	5.0	50.0	30.0	5.0	5.0	0.0	5.0	0.0
기업형 슈퍼마켓	8.3	4.2	70.8	4.2	8.3	4.2	0.0	0.0
동네대형 슈퍼마켓	0.0	38.9	55.6	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0
소형 슈퍼마켓	0.0	26.7	73.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
편의점	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
각종 전문점	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
유기농 매장	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
인터넷 쇼핑	16.7	66.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
홈쇼핑	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

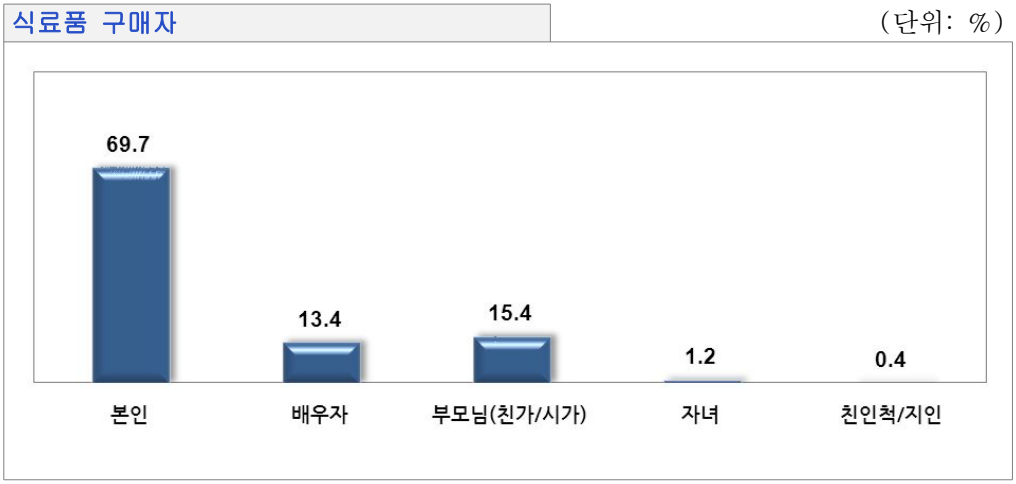
■ 식료품 구입장소(1순위)별 식료품 구입장소 선택 이유(1순위)

▹ 식료품 구입장소와 선택 이유를 분석한 결과, 대형마트(34.0%), 기업형 슈퍼마켓(70.8%), 동네대형 슈퍼마켓(55.6%) 등은 '거리가 가깝거나 교통이 편해서'라는 응답이 가장 높게 나타남. 한편 '가격이 저렴해서'라는 응답은 재래시장(50.0%), 인터넷 쇼핑(66.7%)에서 높게 나타남. (구입장소는 사례수 15 이상만 비교분석)

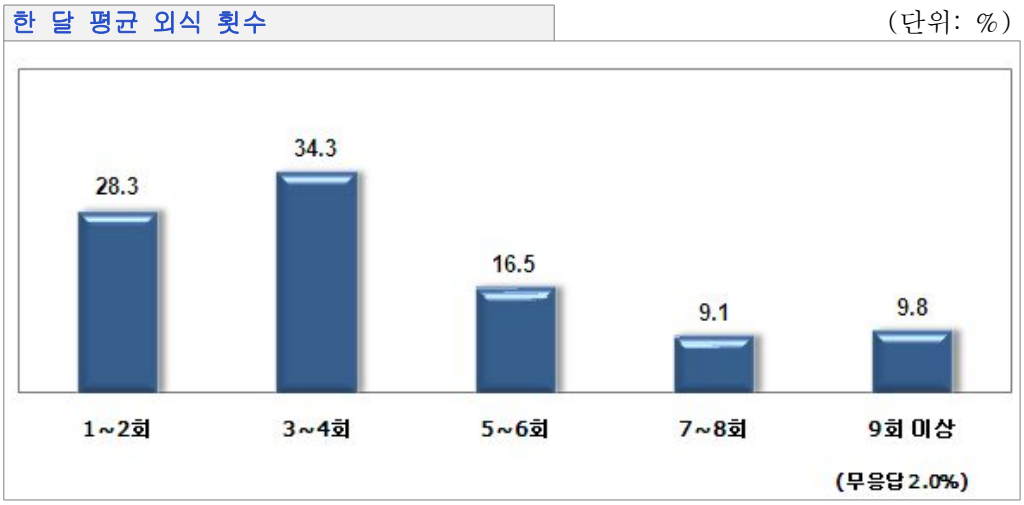
■ 식료품 구매자

▹ 식료품 구매자는 '본인'이 69.7%로 가장 높은 비율로 나타났으며, '부모님(친가/시가)'의 비율은 15.4%, '배우자'는 13.4%, '자녀' 1.2%, '친인척/지인' 0.4%의 순으로 나타났음.

[그림 Ⅴ-10] 식료품 구매자 비율



[그림 Ⅴ-11] 한 달 평균 외식 횟수 비율



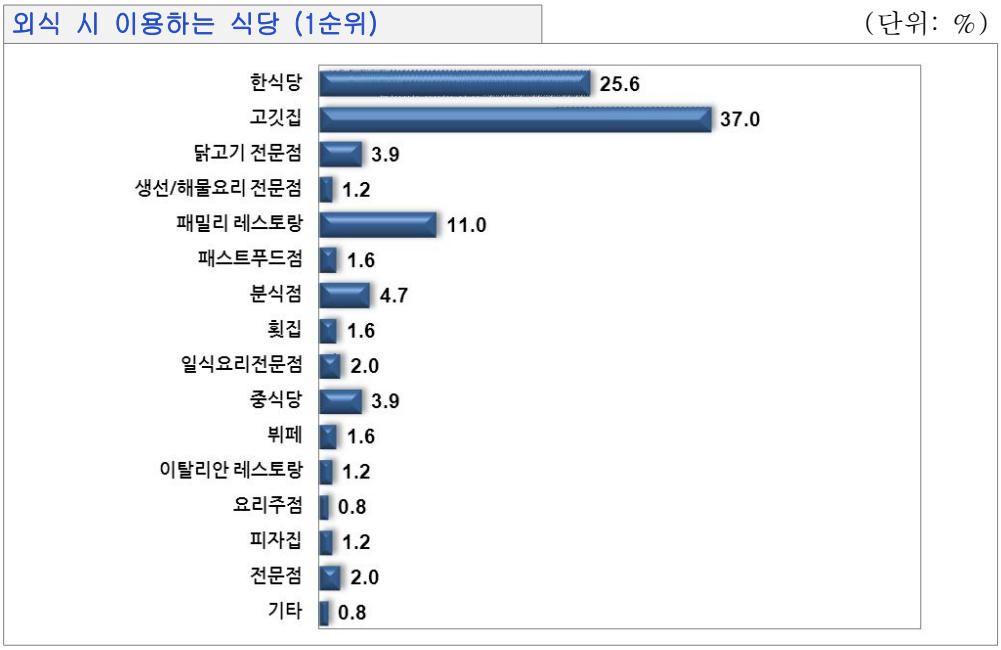
■ 한 달 평균 외식 횟수

▹ 한 달 평균 외식 횟수는 '3~4회'가 34.3%로 가장 높은 비율을 보였으며, 다음으로 '1~2회' 28.3%, '5~6회' 16.5%, '9회 이상' 9.8%, '7~8회' 9.1%의 순으로 나타남.

■ 외식 시 이용하는 식당(1순위)

▹ 외식 시 가장 자주 이용하는 식당은 '고깃집'이 37.0%로 가장 높게 나타났으며, 그밖에 '한식당' 25.6%, '패밀리 레스토랑' 11.0%, '닭고기전문점' 및 '중식당' 3.9% 등의 순으로 나타남.

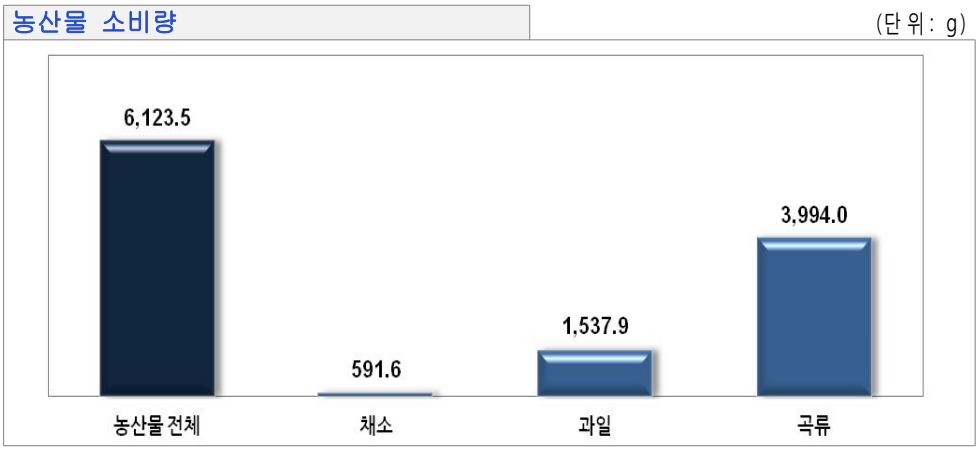
[그림 Ⅴ-12] 외식 시 이용하는 식당 1순위



6 예비조사 결과: 소비량 및 구매장소 통계

■ 1달간 농산물 소비량[17)]

<그림 Ⅵ-1> 농산물 소비량



<표 Ⅵ-1> 인구통계에 따른 농산물 소비량 교차표

평균		농산물	(단위: g)		
			채소	과일	곡류
[전 체]		6,123.53	591.57	1,537.92	3,994.04
지역	서울	5,846.66	586.65	1,482.07	3,777.94
	인천	6,120.96	517.10	1,612.53	3,991.33
	경기시	6,875.65	705.09	1,379.73	4,790.83
	경기군	5,275.59	547.11	1,785.77	2,942.71
가구원수	1인가구	3,780.97	533.37	1,270.54	1,977.05
	2인가구	7,427.07	681.64	1,534.32	5,211.11
	3인가구	5,427.35	534.40	1,547.82	3,345.13
	4인 가구이상	7,437.04	609.45	1,625.86	5,201.73

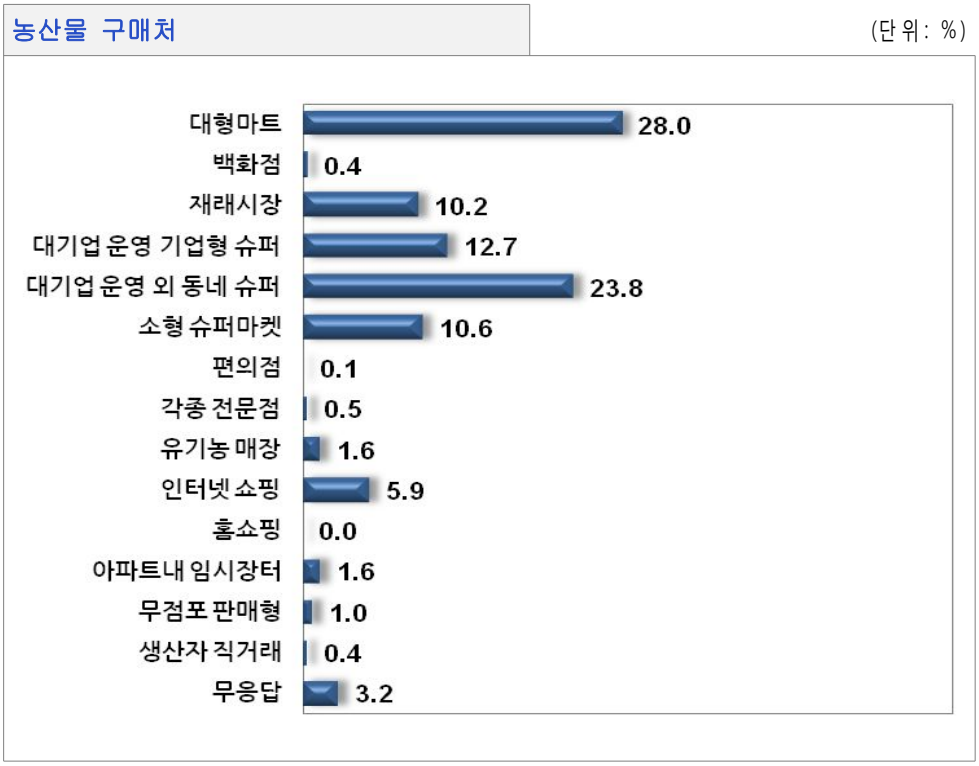
17) 구입중량은 한 가구당 1달간의 평균 소비량을 의미

(단위: g)

평균		농산물	채소	과일	곡류
가구 소득	100만원 미만	7,267.74	1,794.65	1,962.08	3,511.00
	100-199만원	5,573.73	501.87	1,752.62	3,319.24
	200-299만원	4,535.47	463.21	1,434.26	2,638.00
	300-399만원	6,847.60	630.05	1,496.41	4,721.14
	400-499만원	6,169.56	578.03	1,473.18	4,118.35
	500-599만원	7,925.03	593.78	1,568.67	5,762.58
	600-699만원	5,808.26	624.64	1,614.11	3,569.50
	700-799만원	6,435.26	468.84	1,667.62	4,298.80
	800만원 이상	2,872.89	453.02	1,229.86	1,190.00
주거 형태	단독주택	4,532.01	505.38	1,627.97	2,398.67
	아파트	6,275.96	598.50	1,560.08	4,117.38
	다세대주택	5,764.17	497.57	1,226.60	4,040.00
	연립주택/빌라	6,393.05	634.54	1,640.77	4,117.74
	기타 (오피스텔 등)	5,875.03	488.51	1,278.52	4,108.00
맞벌이 여부	맞벌이 함	5,935.92	613.69	1,524.46	3,797.77
	하지 않음	6,285.35	577.73	1,544.96	4,162.66
주말 부부 여부	주말부부 아님	6,490.11	540.18	1,474.23	4,475.70
	주말부부	3,806.30	527.65	1,403.65	1,875.00
	해당 없음	5,737.09	739.47	1,703.62	3,294.00
구입 횟수	1회	6,302.70	728.64	1,602.31	3,971.74
	2회	5,567.96	534.66	1,448.06	3,585.24
	3회 이상	6,702.87	529.00	1,594.31	4,579.56
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	5,593.67	623.99	1,688.84	3,280.85
	4만원 이하	6,052.26	543.09	1,423.75	4,085.42
	6만원 이하	7,269.10	729.70	1,605.35	4,934.05
	10만원 이하	5,801.06	552.98	1,693.34	3,554.74
	10만원 초과	6,996.48	533.00	1,495.48	4,968.00
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	6,319.95	700.48	1,618.34	4,001.13
	3~4회	6,755.27	501.92	1,436.30	4,817.05
	5~6회	3,912.64	543.77	1,311.34	2,057.53
	7~8회	5,771.46	531.22	1,442.24	3,798.00
	9회 이상	6,278.34	620.26	1,799.54	3,858.55

■ 농산물 구매처

<그림 Ⅵ-2> 농산물 구매처 비율



<표 Ⅵ-2> 인구통계에 따른 구매처 비율 교차표

(%)

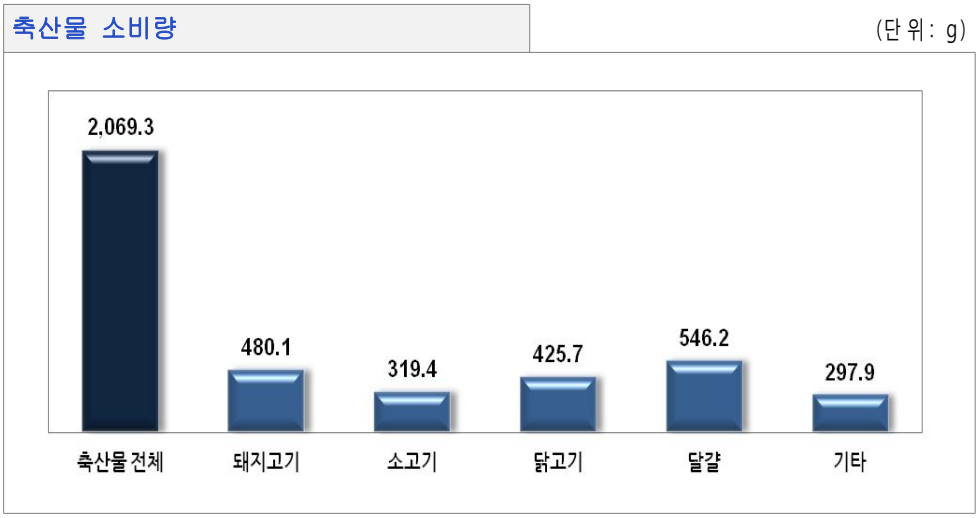
		사례수	대형마트	백화점	재래시장	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼 마켓	편의점	각종 전문점	유기농 매장	인터넷 쇼핑	홈쇼핑	아파트내 임시장터	무점포 판매형	생산자 직거래	무응답
[전 체]		(2186)	28.0	0.4	10.2	12.7	23.8	10.6	0.1	0.5	1.6	5.9	0.0	1.6	1.0	0.4	3.2
지역	서울	(692)	25.6	0.7	17.8	13.7	15.5	6.4	0.3	1.4	4.6	6.1	0.1	0.4	1.9	0.7	4.8
	인천	(515)	38.1	0.6	10.1	5.0	29.5	7.8	0.0	0.0	0.0	5.4	0.0	2.5	0.6	0.0	0.4
	경기시	(550)	29.1	0.2	4.2	14.2	27.6	15.3	0.0	0.2	0.4	1.8	0.0	0.4	0.9	0.7	5.1
	경기군	(429)	18.6	0.0	5.8	18.4	25.4	14.7	0.0	0.0	0.0	11.4	0.0	4.0	0.0	0.0	1.6
가구원수	1인가구	(204)	34.3	1.0	13.7	18.6	8.3	6.9	1.0	0.0	0.5	6.9	0.0	0.0	0.0	0.0	8.8
	2인가구	(529)	38.6	0.2	7.8	12.9	19.1	11.5	0.0	0.2	0.4	5.5	0.0	0.6	1.1	0.4	1.9
	3인가구	(882)	27.3	0.2	9.5	14.7	20.6	10.0	0.0	0.8	3.4	4.8	0.0	3.6	1.5	0.3	3.2
	4인 가구이상	(571)	17.2	0.7	12.3	7.4	38.5	11.9	0.0	0.5	0.2	7.7	0.2	0.0	0.4	0.7	2.5
가구소득	100만원 미만	(56)	26.8	0.0	8.9	5.4	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	8.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	100-199만원	(205)	30.7	0.5	4.9	10.2	24.4	13.2	0.0	0.0	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	9.8
	200-299만원	(274)	31.8	0.4	4.7	21.9	20.8	9.5	0.0	0.4	4.4	5.1	0.0	0.4	0.0	0.0	0.7
	300-399만원	(399)	30.3	0.3	12.5	7.5	16.3	17.0	0.5	0.5	3.0	2.8	0.3	0.5	2.5	1.0	5.0
	400-499만원	(524)	17.0	0.4	16.4	12.2	35.9	6.7	0.0	1.5	1.5	3.4	0.0	3.2	0.2	0.0	1.5
	500-599만원	(334)	22.8	0.3	6.9	12.9	32.6	7.8	0.0	0.0	0.6	11.4	0.0	0.3	0.0	0.9	3.6
	600-699만원	(209)	43.5	1.0	15.8	16.3	19.6	0.5	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9
	700-799만원	(136)	23.5	0.0	2.2	15.4	4.4	13.2	0.0	0.0	0.0	19.9	0.0	10.3	6.6	1.5	2.9
	800만원 이상	(49)	79.6	2.0	0.0	4.1	8.2	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0

(%)

		사례수	대형마트	백화점	재래시장	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼 마켓	편의점	각종 전문점	유기농 매장	인터넷 쇼핑	홈쇼핑	아파트내 임시장터	무점포 판매형	생산자 직거래	무응답
[전 체]		(2186)	28.0	0.4	10.2	12.7	23.8	10.6	0.1	0.5	1.6	5.9	0.0	1.6	1.0	0.4	3.2
주거 형태	단독주택	(110)	29.1	0.0	10.9	16.4	38.2	1.8	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9
	아파트	(1493)	28.3	0.3	6.7	12.1	24.6	11.7	0.0	0.7	1.5	7.0	0.1	2.3	1.2	0.4	3.1
	다세대주택	(145)	39.3	0.7	20.0	11.0	15.2	9.0	1.4	0.7	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	연립주택/빌라	(371)	17.0	0.5	19.9	15.1	20.8	11.3	0.0	0.0	3.0	4.9	0.0	0.0	0.8	0.8	5.9
	기타 (오피스텔 등)	(67)	58.2	1.5	11.9	10.4	17.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
맞벌이 여부	맞벌이 함	(827)	28.8	0.2	6.9	15.5	20.8	10.2	0.0	0.0	1.0	9.2	0.0	2.2	1.2	0.5	3.6
	하지 않음	(1359)	27.6	0.5	12.2	11.0	25.6	10.8	0.1	0.8	1.9	3.9	0.1	1.3	0.8	0.4	2.9
주말 부부 여부	주말부부 아님	(1523)	27.4	0.2	12.6	11.4	25.2	9.4	0.0	0.7	1.5	6.0	0.1	1.1	1.1	0.3	3.2
	주말부부	(67)	3.0	0.0	0.0	55.2	14.9	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	25.4	0.0	0.0	0.0
	해당 없음	(596)	32.6	1.0	5.2	11.4	21.1	14.8	0.3	0.2	1.8	6.0	0.0	0.3	0.8	0.7	3.7
구입 횟수	1회	(669)	35.9	0.7	7.0	13.0	24.1	9.4	0.3	0.0	1.2	6.1	0.0	0.1	0.3	0.3	1.5
	2회	(909)	29.6	0.0	8.6	12.1	18.2	13.8	0.0	0.9	2.6	5.7	0.1	3.5	0.8	0.3	3.9
	3회 이상	(608)	17.1	0.7	16.1	13.3	31.9	7.1	0.0	0.5	0.3	5.9	0.0	0.3	2.0	0.7	4.1
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	(317)	17.7	0.0	8.5	12.6	39.7	3.2	0.0	0.3	0.0	10.4	0.0	0.0	0.0	0.0	7.6
	4만원 이하	(966)	26.5	0.5	11.0	15.3	23.2	10.5	0.2	0.8	2.0	3.2	0.0	2.1	1.2	0.5	3.0
	6만원 이하	(403)	35.7	0.5	7.7	15.6	8.7	19.4	0.0	0.5	1.5	2.7	0.2	0.5	2.2	1.0	3.7
	10만원 이하	(393)	25.4	0.5	15.0	6.4	31.3	6.1	0.0	0.0	2.3	9.2	0.0	3.3	0.0	0.0	0.5
	10만원 초과	(107)	53.3	0.0	0.0	1.9	11.2	16.8	0.0	0.0	0.0	16.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	(777)	9.7	0.2	3.8	2.2	12.2	4.7	0.0	0.3	0.0	1.3	0.0	0.0	0.1	0.2	0.9
	3~4회	(661)	8.6	0.0	2.0	4.6	4.8	3.2	0.0	0.1	0.9	2.9	0.0	0.2	0.6	0.2	1.9
	5~6회	(296)	5.5	0.0	0.8	2.8	1.6	1.0	0.0	0.0	0.5	0.2	0.0	0.6	0.2	0.0	0.2
	7~8회	(217)	2.0	0.0	2.1	1.3	3.2	0.5	0.0	0.0	0.1	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
	9회 이상	(235)	2.2	0.1	1.6	1.8	1.9	1.1	0.1	0.0	0.0	1.1	0.0	0.8	0.0	0.0	0.1

■ 축산물 소비량

<그림 Ⅵ-3> 축산물 소비량



<표 Ⅵ-3> 인구통계에 따른 축산물 소비량 교차표

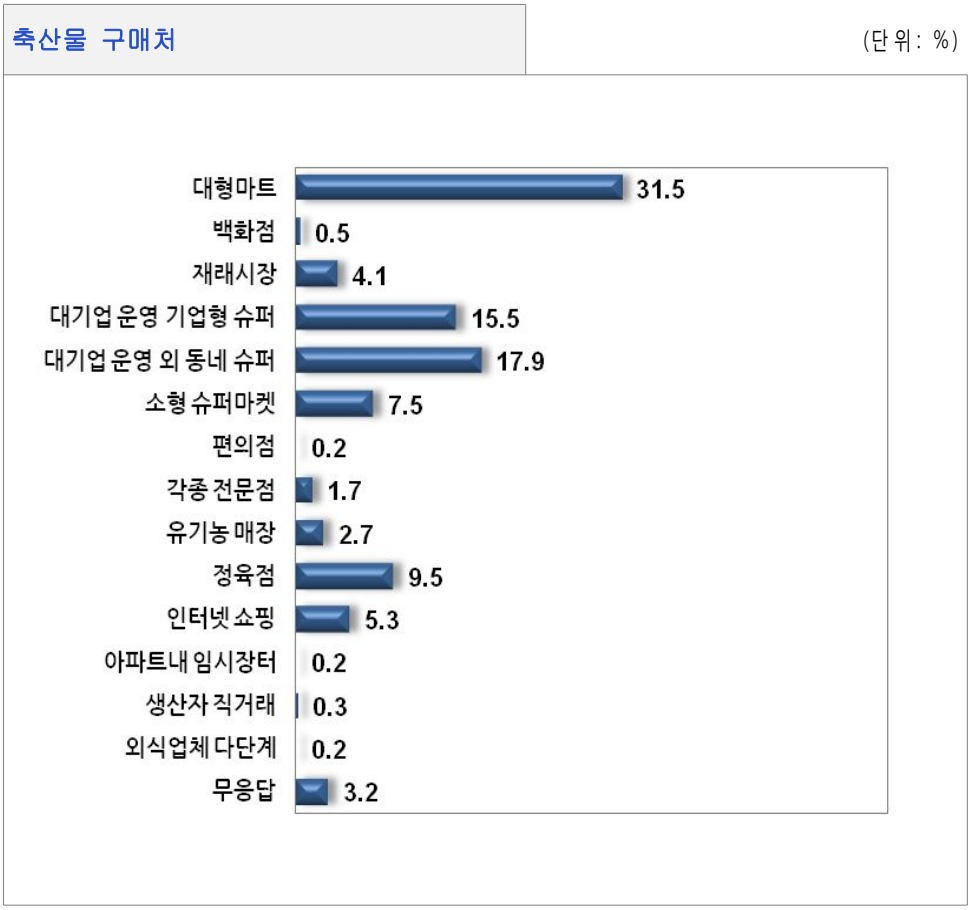
평균		축산물	(단위: g)				
			돼지고기	소고기	닭고기	달걀	기타
[전 체]		2,069.31	480.12	319.42	425.69	546.16	297.92
지역	서울	1,934.12	424.70	300.60	408.97	516.50	283.33
	인천	2,350.39	545.54	414.95	445.95	568.94	375.00
	경기시	2,042.72	560.93	334.59	448.50	474.36	224.33
	경기군	1,750.76	379.55	265.91	408.04	697.26	-
가구 원수	1인가구	1,603.89	315.67	397.23	319.00	372.00	200.00
	2인가구	2,221.44	549.65	390.59	425.79	555.41	300.00
	3인가구	2,042.79	519.91	273.54	347.92	586.83	314.60
	4인 가구이상	2,150.78	401.61	315.12	563.73	570.32	300.00
가구 소득	100만원 미만	8,682.50	5,332.50	2,100.00	325.00	925.00	-
	100-199만원	1,385.41	337.78	300.00	333.33	414.29	-
	200-299만원	2,392.58	435.13	621.27	443.33	626.18	266.67
	300-399만원	1,925.12	363.44	257.93	360.53	493.22	450.00
	400-499만원	2,006.91	397.65	322.35	455.76	573.49	257.67
	500-599만원	2,067.92	601.25	251.44	445.75	569.48	200.00
	600-699만원	1,854.70	320.90	288.57	476.67	468.56	300.00
	700-799만원	1,578.86	362.50	324.69	395.83	495.83	-
	800만원 이상	1,108.08	396.00	262.08	-	150.00	300.00

(단위: g)

평균		축산물	돼지고기	소고기	닭고기	달걀	기타
주거 형태	단독주택	1,802.71	404.25	286.96	400.00	711.50	-
	아파트	2,122.92	513.28	335.31	439.61	537.17	297.55
	다세대주택	1,753.52	324.06	302.78	440.00	386.68	300.00
	연립주택/빌라	2,068.96	468.21	288.43	375.00	637.32	300.00
	기타 (오피스텔 등)	1,100.00	311.25	100.00	400.00	288.75	-
맞벌이 여부	맞벌이 함	2,025.75	402.67	327.09	454.07	560.06	281.86
	하지 않음	2,109.68	537.10	311.49	406.09	538.33	316.67
주말 부부 여부	주말부부 아님	2,083.04	460.93	288.84	440.95	573.09	319.22
	주말부부	1,738.00	480.00	300.00	450.00	508.00	-
	해당 없음	2,060.26	534.34	415.86	361.11	498.94	250.00
구입 횟수	1회	2,163.33	484.48	380.01	477.63	521.21	300.00
	2회	1,830.05	371.97	284.89	369.66	570.20	233.33
	3회 이상	2,274.50	616.17	315.98	478.62	539.01	324.71
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	1,632.79	427.20	307.03	409.25	489.30	-
	4만원 이하	2,079.89	511.49	279.16	435.12	546.83	307.30
	6만원 이하	2,141.74	550.40	403.34	411.46	576.53	200.00
	10만원 이하	1,966.90	349.13	277.90	434.09	605.78	300.00
	10만원 초과	1,964.62	436.62	527.00	500.00	501.00	-
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	2,075.92	523.07	345.90	472.50	484.45	250.00
	3~4회	1,924.47	362.65	297.65	354.58	666.33	243.25
	5~6회	2,134.32	457.07	305.50	467.67	529.08	375.00
	7~8회	1,904.32	409.60	228.64	480.00	486.08	300.00
	9회 이상	2,518.57	791.36	378.71	445.90	602.60	300.00

■ 축산물 구매처

<그림 Ⅵ-4> 축산물 구매처 비율



<표 Ⅵ-4> 인구통계에 따른 축산물 구매처 비율 교차표

(%)

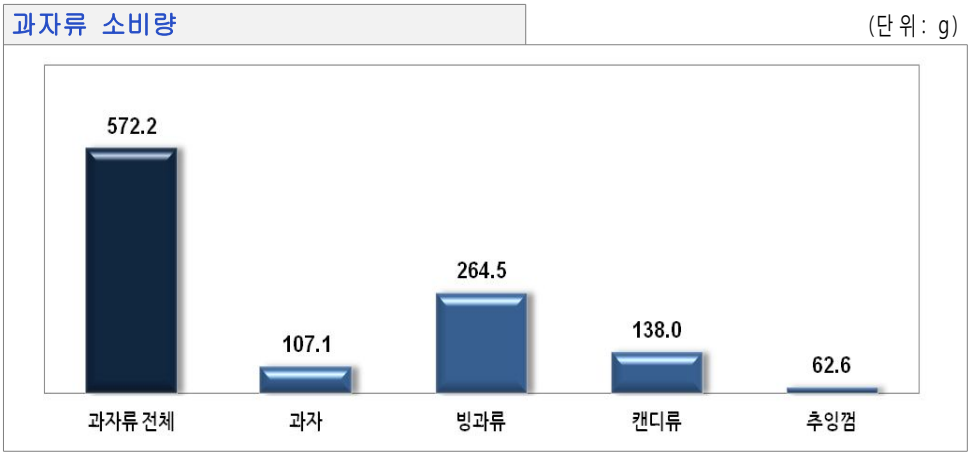
		사례수	대형마트	백화점	재래시장	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼마켓	편의점	각종 전문점	유기농 매장	정육점	인터넷 쇼핑	아파트내 임시장터	생산자 직거래	외식업체 다단계	무응답
[전 체]		(664)	31.5	0.5	4.1	15.5	17.9	7.5	0.2	1.7	2.7	9.5	5.3	0.2	0.3	0.2	3.2
지역	서울	(236)	29.2	0.4	2.5	20.8	10.2	5.1	0.4	3.8	5.1	12.7	5.1	0.0	0.0	0.4	4.2
	인천	(144)	43.1	0.7	7.6	9.0	22.2	6.3	0.0	0.7	0.0	2.1	4.2	0.0	0.0	0.0	4.2
	경기시	(150)	32.0	0.0	2.7	16.0	24.0	9.3	0.0	0.0	0.0	12.7	0.0	0.0	1.3	0.0	2.0
	경기군	(134)	22.4	0.7	4.5	12.7	20.1	11.2	0.0	0.7	4.5	8.2	12.7	0.7	0.0	0.0	1.5
가구 원수	1인가구	(57)	42.1	0.0	8.8	17.5	8.8	1.8	1.8	1.8	0.0	1.8	7.0	0.0	0.0	0.0	8.8
	2인가구	(166)	45.8	0.0	2.4	13.3	18.1	5.4	0.0	0.0	0.0	8.4	3.0	0.0	0.0	0.6	3.0
	3인가구	(238)	22.3	0.0	4.6	19.3	17.6	8.8	0.0	2.5	5.5	11.8	4.2	0.4	0.4	0.0	2.5
	4인 가구이상	(203)	27.6	1.5	3.4	12.3	20.7	9.4	0.0	2.0	2.5	9.9	7.9	0.0	0.5	0.0	2.5
가구 소득	100만원 미만	(10)	40.0	0.0	0.0	10.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	100-199만원	(39)	28.2	0.0	0.0	12.8	28.2	15.4	0.0	0.0	0.0	2.6	5.1	0.0	0.0	0.0	7.7
	200-299만원	(87)	40.2	0.0	1.1	23.0	13.8	4.6	1.1	1.1	4.6	2.3	3.4	0.0	0.0	1.1	3.4
	300-399만원	(124)	40.3	0.8	4.8	8.9	11.3	10.5	0.0	3.2	10.5	7.3	1.6	0.0	0.0	0.0	0.8
	400-499만원	(136)	17.6	1.5	5.9	16.9	29.4	6.6	0.0	1.5	0.0	14.7	5.1	0.7	0.0	0.0	0.0
	500-599만원	(138)	24.6	0.0	7.2	13.8	21.7	3.6	0.0	0.7	0.7	10.9	9.4	0.0	1.4	0.0	5.8
	600-699만원	(68)	51.5	0.0	1.5	27.9	10.3	1.5	0.0	0.0	0.0	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	700-799만원	(50)	28.0	0.0	2.0	4.0	6.0	22.0	0.0	4.0	0.0	14.0	12.0	0.0	0.0	0.0	8.0
	800만원 이상	(12)	16.7	0.0	0.0	25.0	8.3	0.0	0.0	8.3	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7

(%)

		사례수	대형마트	백화점	재래시장	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼마켓	편의점	각종 전문점	유기농 매장	정육점	인터넷 쇼핑	아파트내 임시장터	생산자 직거래	외식업체 다단계	무응답
주거형태	단독주택	(30)	30.0	0.0	0.0	10.0	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	아파트	(451)	32.8	0.4	4.9	15.3	16.6	9.3	0.2	1.1	2.0	7.8	6.2	0.2	0.4	0.0	2.7
	다세대주택	(44)	34.1	0.0	4.5	11.4	18.2	6.8	0.0	0.0	0.0	15.9	6.8	0.0	0.0	2.3	0.0
	연립주택/빌라	(127)	20.5	0.8	2.4	20.5	20.5	3.9	0.0	4.7	7.1	9.4	3.1	0.0	0.0	0.0	7.1
	기타 (오피스텔 등)	(12)	91.7	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
맞벌이 여부	맞벌이 함	(288)	32.6	0.7	5.9	12.5	16.3	8.0	0.0	1.0	1.4	9.4	6.6	0.3	0.3	0.0	4.9
	하지 않음	(376)	30.6	0.3	2.7	17.8	19.1	7.2	0.3	2.1	3.7	9.6	4.3	0.0	0.3	0.3	1.9
주말부부 여부	주말부부 아님	(481)	31.2	0.4	4.2	12.5	19.8	8.3	0.0	1.9	3.7	10.6	5.4	0.0	0.4	0.0	1.7
	주말부부	(10)	0.0	0.0	0.0	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0
	해당 없음	(173)	34.1	0.6	4.0	20.2	13.9	5.8	0.6	1.2	0.0	6.4	5.2	0.0	0.0	0.6	7.5
구입 횟수	1회	(195)	45.1	0.5	2.1	14.9	17.4	5.1	0.0	1.5	1.0	5.1	5.1	0.0	0.5	0.5	1.0
	2회	(268)	31.0	0.4	4.1	12.7	12.7	10.8	0.4	0.7	5.6	10.1	6.3	0.4	0.0	0.0	4.9
	3회 이상	(201)	18.9	0.5	6.0	19.9	25.4	5.5	0.0	3.0	0.5	12.9	4.0	0.0	0.5	0.0	3.0
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	(105)	14.3	1.0	9.5	13.3	33.3	3.8	0.0	1.0	0.0	7.6	10.5	0.0	1.0	0.0	4.8
	4만원 이하	(271)	32.8	0.4	4.1	17.7	18.1	6.6	0.0	2.6	4.4	6.6	2.6	0.4	0.4	0.4	3.0
	6만원 이하	(151)	40.4	0.7	2.0	15.9	7.3	5.3	0.7	2.0	3.3	13.9	4.0	0.0	0.0	0.0	4.6
	10만원 이하	(111)	28.8	0.0	1.8	15.3	20.7	12.6	0.0	0.0	0.9	14.4	5.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	10만원 초과	(26)	46.2	0.0	3.8	0.0	3.8	23.1	0.0	0.0	0.0	0.0	19.2	0.0	0.0	0.0	3.8
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	(197)	8.6	0.3	0.6	3.8	7.2	2.4	0.0	0.8	0.9	3.2	1.5	0.0	0.2	0.0	0.3
	3~4회	(223)	11.4	0.0	0.5	4.2	4.2	3.2	0.2	0.8	1.4	3.9	2.3	0.0	0.0	0.0	1.7
	5~6회	(102)	6.8	0.0	0.5	2.6	2.3	0.6	0.0	0.0	0.3	1.4	0.0	0.0	0.2	0.0	0.9
	7~8회	(69)	2.4	0.0	0.9	2.4	2.7	0.5	0.0	0.2	0.2	0.8	0.2	0.0	0.0	0.2	0.2
	9회 이상	(73)	2.3	0.2	1.7	2.6	1.5	0.9	0.0	0.0	0.0	0.3	1.4	0.2	0.0	0.0	0.2

■ 과자류 소비량

<그림 Ⅵ-5> 과자류 소비량



<표 Ⅵ-5> 인구통계에 따른 과자류 소비량 교차표

(단위: g)

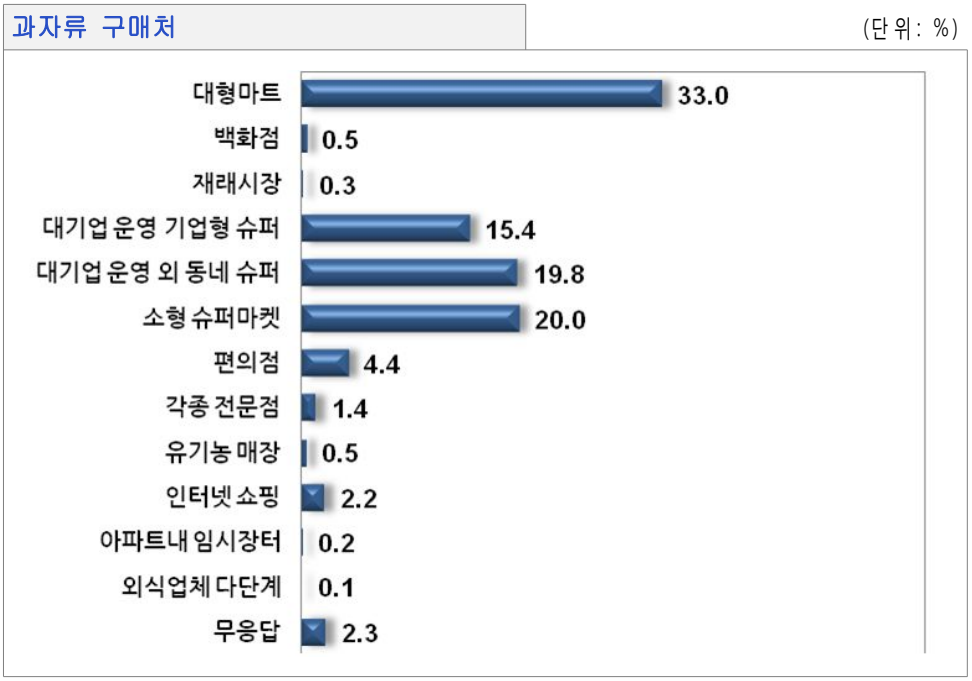
평균		과자류	과자	빙과류	캔디류	추잉껌
[전 체]		572.18	107.14	264.45	137.96	62.63
지역	서울	487.91	112.59	226.56	86.02	62.75
	인천	610.99	101.83	330.39	130.41	48.36
	경기시	568.91	108.47	174.56	185.88	100.00
	경기군	590.19	105.31	261.19	173.69	50.00
가구 원수	1인가구	393.08	87.19	222.25	26.14	57.50
	2인가구	837.01	128.83	341.76	266.17	100.25
	3인가구	479.08	104.12	185.40	132.46	57.10
	4인 가구이상	543.10	103.43	262.33	120.92	56.42
가구 소득	100만원 미만	1,002.29	206.96	264.50	530.83	-
	100-199만원	554.17	119.72	226.95	147.50	60.00
	200-299만원	635.10	100.88	404.56	129.66	-
	300-399만원	435.52	94.65	182.16	97.21	61.50
	400-499만원	570.65	83.29	273.44	151.42	62.50
	500-599만원	551.78	112.39	218.42	148.31	72.67
	600-699만원	427.21	155.16	161.42	110.63	-
	700-799만원	430.19	97.51	199.63	83.06	50.00
	800만원 이상	475.17	85.54	258.38	131.25	-

(단위: g)

평균		과자류	과자	빙과류	캔디류	추잉껌
[전 체]		572.18	107.14	264.45	137.96	62.63
주거 형태	단독주택	614.09	105.01	256.33	227.75	25.00
	아파트	584.89	110.20	275.97	138.91	59.81
	다세대주택	442.44	71.16	241.28	67.50	62.50
	연립주택/빌라	550.64	102.26	227.02	146.65	74.70
	기타 (오피스텔 등)	532.49	174.24	264.50	93.75	-
맞벌이 여부	맞벌이 함	643.45	115.49	354.67	133.53	39.75
	하지 않음	513.77	103.67	199.16	139.98	70.95
주말 부부 여부	주말부부 아님	498.89	95.15	214.27	129.66	59.81
	주말부부	335.39	98.14	237.25	-	-
	해당 없음	685.53	132.55	324.92	162.21	65.86
구입 횟수	1회	604.93	131.33	249.66	164.52	59.43
	2회	472.89	95.90	210.39	116.49	50.13
	3회 이상	630.72	101.67	312.87	135.43	80.75
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	569.49	94.79	253.78	158.43	62.50
	4만원 이하	576.54	101.27	279.90	131.18	64.19
	6만원 이하	571.74	123.04	254.47	153.89	40.33
	10만원 이하	520.84	125.43	240.91	104.50	50.00
	10만원 초과	510.66	91.13	232.11	91.17	96.25
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	599.99	131.12	244.60	174.49	49.79
	3~4회	448.60	88.18	195.23	95.19	70.00
	5~6회	602.76	83.90	254.40	209.21	55.25
	7~8회	465.58	84.58	169.38	111.38	100.25
	9회 이상	660.83	133.17	384.05	143.61	-

■ 과자류 구매처

<그림 Ⅵ-6> 과자류 구매처 비율



<표 Ⅵ-6> 인구통계에 따른 과자류 구매처 비율 교차표

(%)

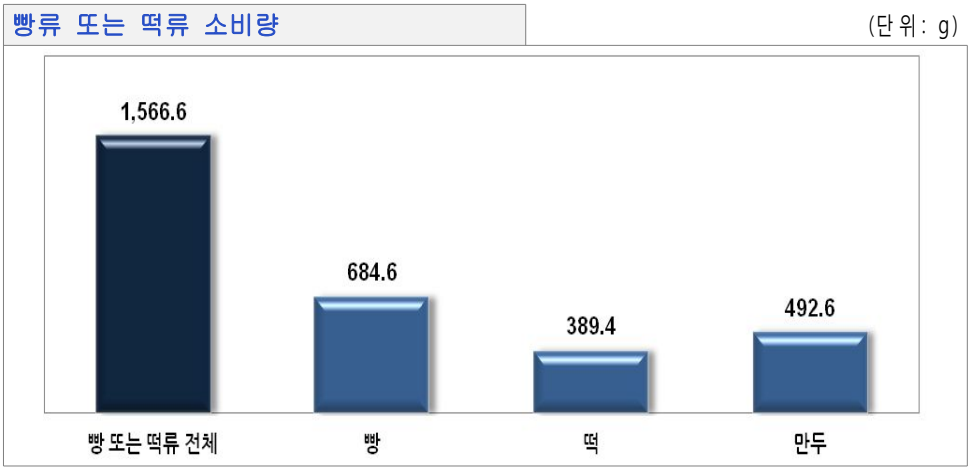
			사례수	대형마트	백화점	재래시장	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼 마켓	편의점	각종 전문점	유기농 매장	인터넷 쇼핑	아파트내 임시 장터	외식 업체 다단계
[전 체]		(1142)	33.0	0.5	0.3	15.4	19.8	20.0	4.4	1.4	0.5	2.2	0.2	0.1	2.3
지역	서울	(347)	35.2	1.4	0.6	13.8	21.0	8.1	9.5	2.9	1.2	2.3	0.3	0.0	3.7
	인천	(380)	36.3	0.0	0.3	15.5	24.2	18.2	1.3	0.3	0.0	2.6	0.3	0.3	0.8
	경기시	(238)	29.0	0.0	0.0	19.3	18.1	24.8	3.4	0.8	0.8	1.3	0.0	0.0	2.5
	경기군	(177)	27.1	0.6	0.0	13.0	10.2	40.7	2.3	1.7	0.0	2.3	0.0	0.0	2.3
가구 원수	1인가구	(108)	39.8	0.0	1.9	10.2	13.0	11.1	16.7	0.9	0.0	1.9	0.0	0.0	4.6
	2인가구	(248)	33.1	0.0	0.0	16.1	22.6	21.0	2.0	0.8	0.0	3.6	0.0	0.0	0.8
	3인가구	(460)	30.7	0.0	0.0	18.3	18.0	22.6	4.1	2.0	0.9	0.9	0.4	0.2	2.0
	4인 가구이상	(326)	34.0	1.8	0.3	12.6	22.4	18.4	2.5	1.2	0.6	3.1	0.0	0.0	3.1
가구 소득	100만원 미만	(39)	15.4	0.0	0.0	0.0	28.2	41.0	12.8	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0
	100-199만원	(71)	23.9	0.0	0.0	0.0	25.4	42.3	0.0	1.4	0.0	1.4	0.0	0.0	5.6
	200-299만원	(215)	31.2	0.0	0.0	20.9	16.3	24.7	3.3	0.9	0.0	2.3	0.0	0.0	0.5
	300-399만원	(255)	36.5	0.0	0.8	7.8	18.0	25.1	7.1	0.8	1.6	0.0	0.4	0.4	1.6
	400-499만원	(190)	23.7	0.5	0.0	14.2	30.5	14.2	6.3	1.6	1.1	2.6	0.0	0.0	5.3
	500-599만원	(191)	39.3	2.6	0.5	23.6	14.1	11.5	2.1	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0	2.6
	600-699만원	(90)	27.8	0.0	0.0	35.6	28.9	0.0	1.1	1.1	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0
	700-799만원	(60)	43.3	0.0	0.0	11.7	5.0	26.7	1.7	6.7	0.0	1.7	1.7	0.0	1.7
	800만원 이상	(31)	74.2	0.0	0.0	0.0	6.5	0.0	6.5	9.7	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2

(%)

		사례수	대형마트	백화점	재래시장	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼마켓	편의점	각종 전문점	유기농 매장	인터넷 쇼핑	아파트내 임시장터	외식업체 다단계	무응답
[전 체]		(1142)	33.0	0.5	0.3	15.4	19.8	20.0	4.4	1.4	0.5	2.2	0.2	0.1	2.3
주거형태	단독주택	(59)	25.4	0.0	0.0	5.1	54.2	1.7	1.7	0.0	0.0	8.5	0.0	0.0	3.4
	아파트	(813)	35.3	0.7	0.2	17.2	15.3	22.6	2.6	1.2	0.2	1.7	0.2	0.1	2.5
	다세대주택	(83)	31.3	0.0	1.2	3.6	37.3	3.6	18.1	1.2	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0
	연립주택/빌라	(165)	24.2	0.0	0.0	16.4	22.4	22.4	5.5	3.0	2.4	1.2	0.0	0.0	2.4
	기타 (오피스텔 등)	(22)	40.9	0.0	0.0	13.6	9.1	13.6	18.2	0.0	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0
맞벌이 여부	맞벌이 함	(353)	33.7	0.3	0.3	18.7	15.0	19.5	3.7	2.0	0.0	4.2	0.3	0.0	2.3
	하지 않음	(789)	32.7	0.6	0.3	13.9	21.9	20.2	4.7	1.1	0.8	1.3	0.1	0.1	2.3
주말부부 여부	주말부부 아님	(755)	33.5	0.8	0.1	16.6	20.0	18.7	2.6	1.6	0.8	2.4	0.3	0.1	2.5
	주말부부	(9)	0.0	0.0	0.0	55.6	11.1	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	해당 없음	(378)	32.8	0.0	0.5	12.2	19.6	22.8	7.4	1.1	0.0	1.9	0.0	0.0	1.9
구입 횟수	1회	(305)	40.3	0.7	0.3	9.2	22.6	12.5	9.5	1.3	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0
	2회	(458)	36.0	0.2	0.2	7.0	19.9	26.9	1.7	0.9	0.9	1.7	0.0	0.0	4.6
	3회 이상	(379)	23.5	0.8	0.3	30.6	17.4	17.7	3.4	2.1	0.5	1.6	0.5	0.3	1.3
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	(156)	24.4	0.6	0.0	12.2	31.4	17.9	1.9	3.8	0.0	3.8	0.0	0.0	3.8
	4만원 이하	(534)	26.0	0.0	0.4	22.5	18.4	20.4	6.9	0.6	0.4	1.5	0.2	0.2	2.6
	6만원 이하	(233)	42.9	0.0	0.4	9.0	9.9	27.9	2.1	3.0	1.7	0.4	0.4	0.0	2.1
	10만원 이하	(140)	37.1	2.1	0.0	11.4	27.1	13.6	3.6	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	0.7
	10만원 초과	(79)	60.8	2.5	0.0	0.0	22.8	8.9	0.0	0.0	0.0	5.1	0.0	0.0	0.0
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	(331)	8.8	0.0	0.1	2.6	6.7	8.2	1.2	0.4	0.0	0.6	0.0	0.0	0.3
	3~4회	(375)	13.6	0.0	0.0	3.4	5.9	6.3	1.0	0.9	0.4	0.8	0.1	0.0	0.6
	5~6회	(122)	5.3	0.2	0.0	1.4	1.3	1.0	0.5	0.0	0.0	0.3	0.1	0.1	0.6
	7~8회	(121)	2.6	0.3	0.0	3.8	2.2	0.5	0.1	0.2	0.2	0.2	0.0	0.0	0.6
	9회 이상	(193)	2.7	0.1	0.2	4.2	3.7	3.9	1.6	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.2

■ 빵류 또는 떡류 소비량

<그림 Ⅵ-7> 빵류 또는 떡류 소비량



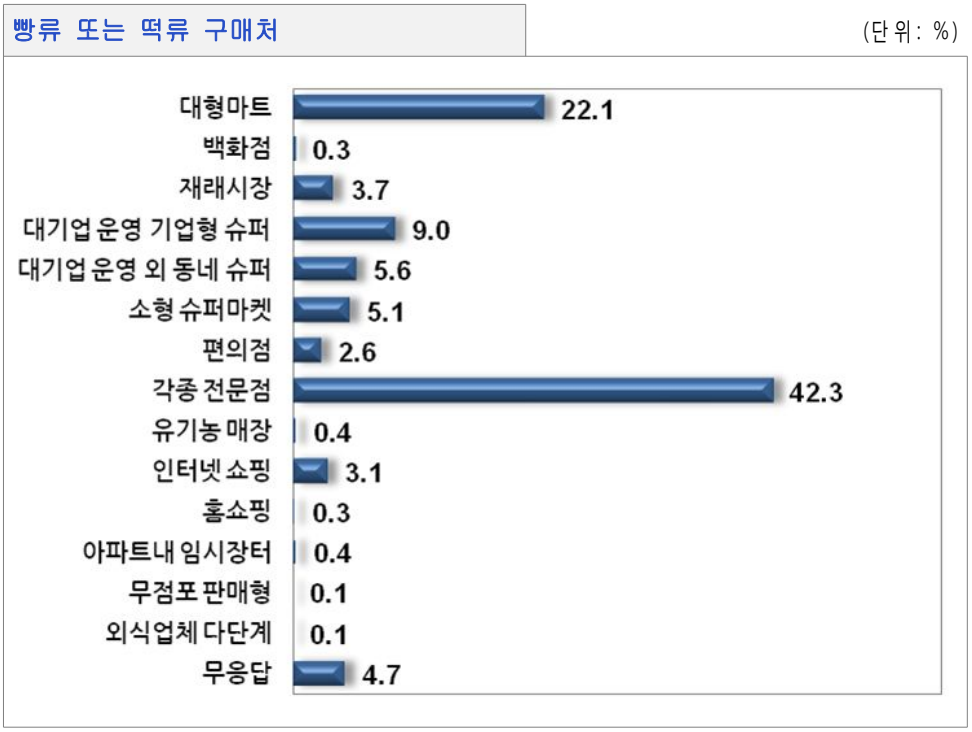
<표 Ⅵ-7> 인구통계에 따른 빵류 또는 떡류 소비량 교차표

평균		빵 또는 떡류	(단위: g)		
			빵류	떡류	만두류
[전 체]		1,566.57	684.57	389.42	492.59
지역	서울	1,604.40	653.93	383.54	566.92
	인천	1,434.38	586.21	363.74	484.42
	경기시	1,743.44	929.22	409.23	405.00
	경기군	1,393.47	437.30	439.74	516.44
가구 원수	1인가구	1,460.26	525.05	360.21	575.00
	2인가구	1,890.77	1,042.38	369.55	478.85
	3인가구	1,497.25	617.74	394.31	485.19
	4인 가구이상	1,399.63	534.57	399.23	465.83
가구 소득	100만원 미만	4,013.90	2,867.56	445.08	701.25
	100-199만원	1,561.63	576.38	366.50	618.75
	200-299만원	1,635.27	767.85	384.21	483.21
	300-399만원	1,301.45	571.43	305.25	424.77
	400-499만원	1,379.76	529.09	416.38	434.29
	500-599만원	1,436.66	607.56	350.77	478.33
	600-699만원	1,778.92	519.17	559.75	700.00
	700-799만원	1,351.95	470.86	394.75	486.33
	800만원 이상	1,746.68	790.68	525.00	431.00

평균		빵 또는 떡류	(단위: g)		
			빵류	떡류	만두류
[전 체]		1,566.57	684.57	389.42	492.59
주거 형태	단독주택	1,645.15	557.90	594.75	492.50
	아파트	1,593.26	715.03	386.16	492.08
	다세대주택	1,469.65	573.12	367.25	529.29
	연립주택/빌라	1,503.03	690.04	379.24	433.75
	기타 (오피스텔 등)	1,447.50	547.17	389.50	510.83
맞벌이 여부	맞벌이 함	1,517.24	576.10	389.87	551.27
	하지 않음	1,597.31	733.94	389.22	474.14
주말 부부 여부	주말부부 아님	1,418.96	573.28	346.83	498.85
	주말부부	1,586.01	588.10	537.91	460.00
	해당 없음	1,811.49	885.56	439.46	486.47
구입 횟수	1회	1,858.03	890.97	476.38	490.68
	2회	1,546.67	600.89	398.71	547.07
	3회 이상	1,287.01	570.38	296.14	420.50
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	1,608.26	503.11	391.09	714.06
	4만원 이하	1,420.65	632.46	364.44	423.75
	6만원 이하	2,043.06	1,121.56	374.42	547.08
	10만원 이하	1,579.01	582.10	509.03	487.88
	10만원 초과	1,166.27	373.08	394.86	398.33
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	1,843.29	911.85	418.31	513.13
	3~4회	1,378.37	614.41	276.31	487.65
	5~6회	1,687.32	658.49	470.78	558.06
	7~8회	1,260.48	570.34	366.39	323.75
	9회 이상	1,545.14	519.42	560.72	465.00

■ 빵류 또는 떡류 구매처

<그림 Ⅵ-8> 빵류 또는 떡류 구매처 비율



<표 Ⅵ-8> 인구통계에 따른 빵류 또는 떡류 구매처 비율 교차표

(%)

		사례수	대형마트	백화점	재래시장	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼마켓	편의점	각종 전문점	유기농 매장	인터넷 쇼핑	홈쇼핑	아파트내 임시장터	무점포 판매형	외식업체 다단계	무응답
[전 체]		(763)	22.1	0.3	3.7	9.0	5.6	5.1	2.6	42.3	0.4	3.1	0.3	0.4	0.1	0.1	4.7
지역	서울	(278)	20.9	0.7	5.8	10.1	5.4	1.1	4.3	43.5	1.1	3.2	0.4	0.4	0.0	0.0	3.2
	인천	(186)	27.4	0.0	2.2	9.7	7.0	2.7	1.6	39.8	0.0	2.7	0.0	0.0	0.5	0.5	5.9
	경기시	(194)	21.6	0.0	2.1	8.2	6.2	9.8	2.6	41.2	0.0	0.5	0.5	0.0	0.0	0.0	7.2
	경기군	(105)	17.1	0.0	3.8	6.7	2.9	11.4	0.0	45.7	0.0	8.6	0.0	1.9	0.0	0.0	1.9
가구 원수	1인가구	(84)	6.0	0.0	0.0	10.7	3.6	1.2	7.1	54.8	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	11.9
	2인가구	(169)	27.2	0.0	7.7	11.8	4.1	0.6	3.0	37.9	0.0	2.4	0.6	0.0	0.0	0.0	4.7
	3인가구	(341)	26.4	0.3	2.6	10.6	2.9	8.8	1.5	39.3	0.9	2.3	0.3	0.9	0.3	0.3	2.6
	4인 가구이상	(169)	16.6	0.6	3.6	2.4	13.6	4.1	2.4	46.7	0.0	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3
가구 소득	100만원 미만	(32)	0.0	0.0	0.0	6.3	3.1	15.6	9.4	50.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1
	100-199만원	(69)	15.9	0.0	1.4	4.3	7.2	18.8	1.4	33.3	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	15.9
	200-299만원	(94)	22.3	0.0	3.2	19.1	3.2	3.2	3.2	36.2	0.0	3.2	1.1	0.0	0.0	0.0	5.3
	300-399만원	(156)	23.1	0.0	7.7	8.3	3.2	1.9	1.3	50.6	1.3	0.0	0.0	0.0	0.6	0.6	1.3
	400-499만원	(160)	18.8	1.3	4.4	3.8	12.5	1.9	3.8	48.1	0.6	0.6	0.0	1.9	0.0	0.0	2.5
	500-599만원	(128)	17.2	0.0	3.1	17.2	3.1	5.5	0.0	39.8	0.0	7.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.0
	600-699만원	(56)	41.1	0.0	0.0	5.4	8.9	0.0	7.1	35.7	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	700-799만원	(38)	26.3	0.0	2.6	5.3	0.0	13.2	0.0	31.6	0.0	13.2	2.6	0.0	0.0	0.0	5.3
	800만원 이상	(30)	53.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	36.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7

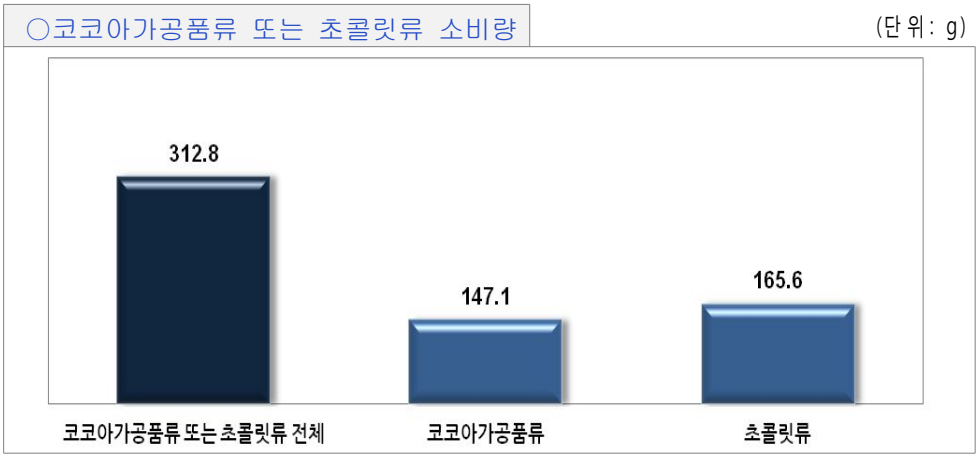
(%)

		사례수	대형마트	백화점	재래시장	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼마켓	편의점	각종 전문점	유기농 매장	인터넷 쇼핑	홈쇼핑	아파트내 임시장터	무점포 판매형	외식업체 다단계	무응답
주거형태	단독주택	(31)	12.9	0.0	16.1	29.0	6.5	0.0	0.0	29.0	0.0	3.2	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0
	아파트	(448)	27.7	0.4	2.2	6.0	7.1	4.7	2.5	38.4	0.2	3.8	0.2	0.4	0.2	0.2	5.8
	다세대주택	(71)	7.0	0.0	5.6	8.5	5.6	0.0	9.9	59.2	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4
	연립주택/빌라	(194)	12.9	0.0	3.1	12.9	2.1	9.3	1.0	51.0	1.0	1.5	0.0	0.5	0.0	0.0	4.6
	기타 (오피스텔 등)	(19)	57.9	0.0	15.8	10.5	5.3	0.0	0.0	5.3	0.0	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
맞벌이 여부	맞벌이 함	(235)	26.0	0.0	2.6	7.7	3.8	4.3	3.4	38.3	0.0	4.7	0.4	1.3	0.0	0.0	7.7
	하지 않음	(528)	20.5	0.4	4.2	9.7	6.4	5.5	2.3	44.1	0.6	2.5	0.2	0.0	0.2	0.2	3.4
주말부부 여부	주말부부 아님	(477)	25.2	0.4	5.0	7.5	6.7	4.4	1.9	40.9	0.6	3.4	0.4	0.0	0.2	0.2	3.1
	주말부부	(23)	4.3	0.0	0.0	26.1	13.0	0.0	0.0	43.5	0.0	0.0	0.0	13.0	0.0	0.0	0.0
	해당 없음	(263)	18.3	0.0	1.5	10.3	3.0	6.8	4.2	44.9	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0
구입 횟수	1회	(249)	31.7	0.0	3.6	9.6	3.6	0.8	5.6	38.2	0.0	2.8	0.4	0.4	0.0	0.0	3.2
	2회	(297)	16.5	0.7	3.7	8.1	6.7	9.1	2.0	41.4	1.0	3.0	0.0	0.7	0.0	0.0	7.1
	3회 이상	(217)	18.9	0.0	3.7	9.7	6.5	4.6	0.0	48.4	0.0	3.7	0.5	0.0	0.5	0.5	3.2
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	(140)	9.3	0.0	5.0	4.3	6.4	2.9	2.9	52.1	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	12.9
	4만원 이하	(368)	18.2	0.3	1.6	12.8	7.3	6.8	2.4	44.3	0.3	1.6	0.0	0.8	0.3	0.3	3.0
	6만원 이하	(137)	24.1	0.0	8.8	10.9	1.5	3.6	2.2	41.6	1.5	1.5	1.5	0.0	0.0	0.0	2.9
	10만원 이하	(86)	38.4	1.2	3.5	1.2	3.5	5.8	4.7	34.9	0.0	7.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10만원 초과	(32)	71.9	0.0	0.0	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	9.4
평균 외식	2회 이하	(217)	7.5	0.1	0.8	2.2	1.7	2.6	0.5	10.7	0.1	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	3~4회	(237)	6.8	0.0	1.6	2.5	0.9	1.2	0.5	13.6	0.3	1.6	0.1	0.0	0.0	0.0	2.0

횟수	5~6회	(123)	3.8	0.0	0.4	2.0	0.3	0.5	0.4	7.5	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.8
	7~8회	(77)	1.6	0.0	0.1	1.2	2.0	0.0	0.1	4.5	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
	9회 이상	(109)	2.5	0.1	0.8	1.2	0.8	0.8	1.0	6.0	0.0	0.3	0.0	0.3	0.0	0.0	0.5

■ 코코아가공품류 또는 초콜릿류 소비량

<그림 Ⅵ-9> 코코아가공품류 또는 초콜릿류 소비량



<표 Ⅵ-9> 인구통계에 따른 코코아가공품류 또는 초콜릿류 소비량 교차표

(단위: g)

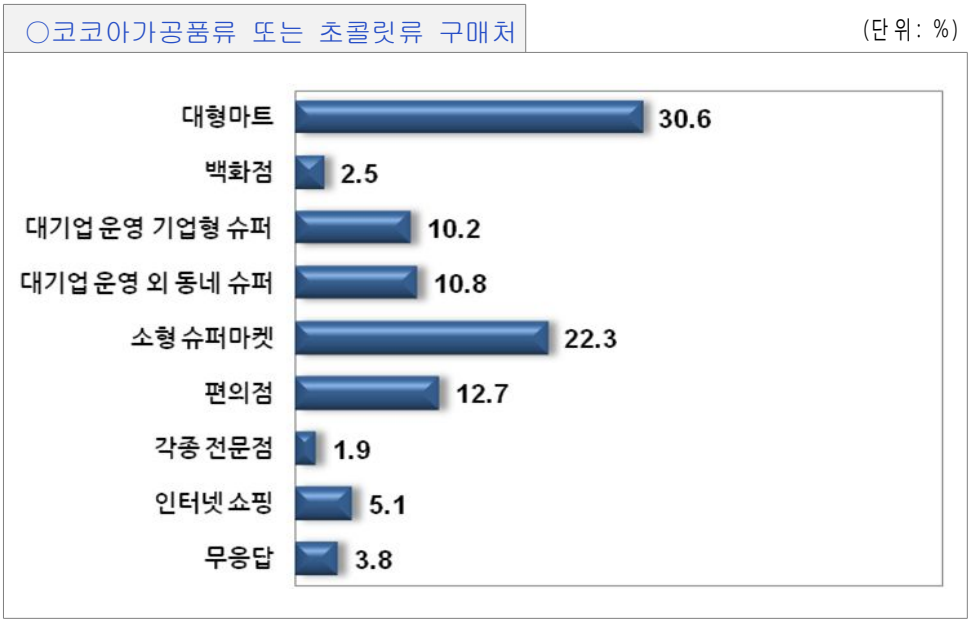
평균		코코아가공품류 또는 초콜릿류	코코아가공품류	초콜릿류
[전 체]		312.75	147.14	165.62
지역	서울	234.57	123.32	111.25
	인천	360.08	194.58	165.50
	경기시	275.16	138.66	136.50
	경기군	453.33	120.58	332.75
가구원수	1인가구	202.50	120.00	82.50
	2인가구	144.59	129.59	15.00
	3인가구	398.72	159.42	239.30
	4인 가구이상	308.02	152.72	155.30
가구소득	100만원 미만	243.67	153.42	90.25
	100-199만원	376.00	193.25	182.75
	200-299만원	236.74	126.57	110.17
	300-399만원	261.71	81.71	180.00
	400-499만원	613.63	280.88	332.75
	500-599만원	242.35	109.60	132.75
	600-699만원	344.40	178.90	165.50
	700-799만원	104.67	104.67	-
	800만원 이상	265.00	265.00	-

(단위: g)

평균		코코아가공품류 또는 초콜릿류	코코아가공품류	초콜릿류
[전 체]		312.75	147.14	165.62
주거 형태	단독주택	465.68	300.18	165.50
	아파트	350.08	146.30	203.79
	다세대주택	219.75	204.75	15.00
	연립주택/빌라	237.45	100.95	136.50
	기타 (오피스텔 등)	36.21	36.21	-
맞벌이 여부	맞벌이 함	343.53	132.03	211.50
	하지 않음	296.67	151.45	145.22
주말 부부 여부	주말부부 아님	284.37	152.45	131.92
	주말부부	647.00	147.00	500.00
	해당 없음	279.15	135.57	143.58
구입 횟수	1회	253.67	138.33	115.33
	2회	373.26	155.19	218.07
	3회 이상	237.67	144.17	93.50
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	149.07	149.07	-
	4만원 이하	300.61	123.78	176.83
	6만원 이하	328.64	163.48	165.17
	10만원 이하	282.69	139.03	143.67
	10만원 초과	357.63	192.13	165.50
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	341.74	169.34	172.40
	3~4회	270.71	143.09	127.63
	5~6회	317.53	152.03	165.50
	7~8회	203.06	103.06	100.00
	9회 이상	404.97	147.47	257.50

■ 코코아가공품류 또는 초콜릿류 구매처

<그림 Ⅵ-10> 코코아가공품류 또는 초콜릿류 구매처 비율



<표 Ⅵ-10> 인구통계에 따른 코코아가공품류 또는 초콜릿류 구매처 비율 교차표

(%)

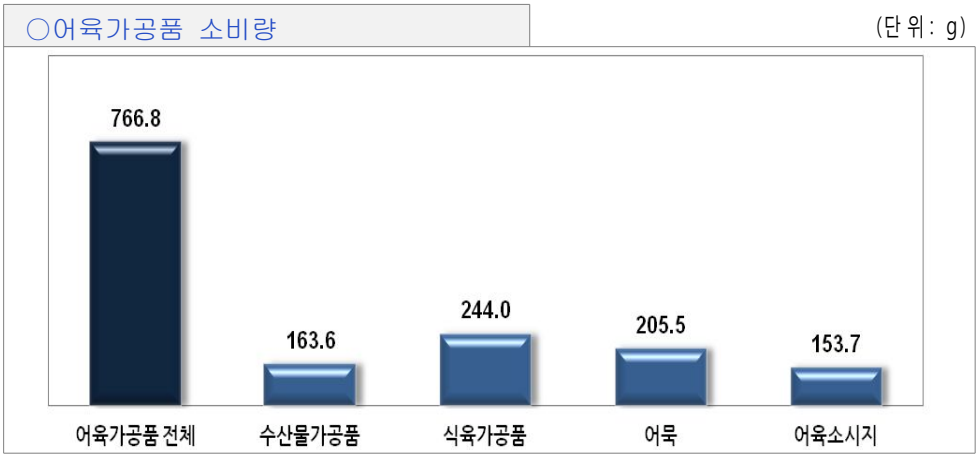
		사례수	대형마트	백화점	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼마켓	편의점	각종 전문점	인터넷 쇼핑	무응답
[전 체]		(157)	30.6	2.5	10.2	10.8	22.3	12.7	1.9	5.1	3.8
지역	서울	(59)	30.5	6.8	15.3	10.2	6.8	20.3	0.0	5.1	5.1
	인천	(48)	37.5	0.0	12.5	8.3	31.3	2.1	2.1	4.2	2.1
	경기시	(23)	26.1	0.0	0.0	13.0	47.8	13.0	0.0	0.0	0.0
	경기군	(27)	22.2	0.0	3.7	14.8	18.5	14.8	7.4	11.1	7.4
가구 원수	1인가구	(25)	24.0	0.0	12.0	8.0	12.0	40.0	0.0	4.0	0.0
	2인가구	(18)	27.8	0.0	5.6	22.2	38.9	0.0	0.0	0.0	5.6
	3인가구	(56)	32.1	0.0	14.3	10.7	21.4	5.4	3.6	7.1	5.4
	4인 가구이상	(58)	32.8	6.9	6.9	8.6	22.4	12.1	1.7	5.2	3.4
가구 소득	100만원 미만	(8)	12.5	0.0	0.0	25.0	62.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	100-199만원	(12)	33.3	0.0	0.0	0.0	50.0	8.3	0.0	8.3	0.0
	200-299만원	(24)	29.2	0.0	8.3	12.5	33.3	8.3	4.2	0.0	4.2
	300-399만원	(40)	22.5	0.0	10.0	7.5	30.0	25.0	0.0	0.0	5.0
	400-499만원	(23)	26.1	0.0	13.0	13.0	13.0	8.7	0.0	21.7	4.3
	500-599만원	(28)	28.6	14.3	14.3	21.4	0.0	7.1	3.6	3.6	7.1
	600-699만원	(11)	63.6	0.0	18.2	0.0	0.0	9.1	0.0	9.1	0.0
	700-799만원	(6)	50.0	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0
	800만원 이상	(5)	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0

(%)

		사례수	대형마트	백화점	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼마켓	편의점	각종 전문점	인터넷 쇼핑	무응답
[전 체]		(157)	30.6	2.5	10.2	10.8	22.3	12.7	1.9	5.1	3.8
주거 형태	단독주택	(12)	41.7	0.0	8.3	0.0	8.3	16.7	0.0	25.0	0.0
	아파트	(95)	33.7	4.2	11.6	10.5	24.2	5.3	3.2	4.2	3.2
	다세대주택	(13)	23.1	0.0	0.0	38.5	23.1	7.7	0.0	7.7	0.0
	연립주택/빌라	(25)	28.0	0.0	8.0	8.0	32.0	12.0	0.0	0.0	12.0
	기타 (오피스텔 등)	(12)	8.3	0.0	16.7	0.0	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0
맞벌이 여부	맞벌이 함	(36)	33.3	0.0	5.6	8.3	25.0	13.9	0.0	11.1	2.8
	하지 않음	(121)	29.8	3.3	11.6	11.6	21.5	12.4	2.5	3.3	4.1
주말 부부 여부	주말부부 아님	(104)	34.6	3.8	10.6	9.6	18.3	9.6	2.9	5.8	4.8
	주말부부	(2)	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	해당 없음	(51)	23.5	0.0	9.8	11.8	31.4	19.6	0.0	2.0	2.0
구입 횟수	1회	(45)	35.6	4.4	4.4	8.9	15.6	24.4	2.2	2.2	2.2
	2회	(68)	35.3	0.0	5.9	7.4	27.9	7.4	2.9	5.9	7.4
	3회 이상	(44)	18.2	4.5	22.7	18.2	20.5	9.1	0.0	6.8	0.0
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	(21)	19.0	0.0	4.8	19.0	9.5	33.3	0.0	14.3	0.0
	4만원 이하	(54)	24.1	0.0	14.8	16.7	25.9	9.3	0.0	1.9	7.4
	6만원 이하	(46)	32.6	0.0	8.7	4.3	30.4	8.7	4.3	6.5	4.3
	10만원 이하	(23)	34.8	8.7	13.0	4.3	13.0	17.4	4.3	4.3	0.0
	10만원 초과	(13)	61.5	15.4	0.0	7.7	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	(43)	10.2	0.0	0.6	1.3	10.2	2.5	0.6	1.3	0.6
	3~4회	(43)	12.1	0.0	3.2	1.3	7.6	2.5	0.0	0.6	0.0
	5~6회	(21)	5.7	1.3	0.0	0.6	0.0	0.6	1.3	1.3	2.5
	7~8회	(19)	1.3	1.3	2.5	1.9	0.6	3.8	0.0	0.0	0.6
	9회 이상	(31)	1.3	0.0	3.8	5.7	3.8	3.2	0.0	1.9	0.0

■ 어육가공품 소비량

<그림 Ⅵ-11> 어육가공품 소비량



<표 Ⅵ-11> 인구통계에 따른 어육가공품 소비량 교차표

(단위: g)

평균		어육가공품	수산물가공품	식육가공품	어묵	어육소시지
[전 체]		766.80	163.62	244.03	205.48	153.67
지역	서울	708.32	167.97	273.37	253.48	13.50
	인천	519.77	145.35	201.56	172.86	-
	경기시	753.18	125.42	287.86	190.40	149.50
	경기군	881.72	252.84	229.83	169.04	230.00
가구원수	1인가구	563.89	152.59	131.25	280.05	-
	2인가구	584.06	164.73	233.60	185.74	-
	3인가구	769.98	172.35	276.57	226.66	94.40
	4인 가구이상	1,008.33	155.48	226.24	176.61	450.00
가구소득	100만원 미만	725.97	108.07	310.40	307.50	-
	100-199만원	606.64	152.46	278.00	176.18	-
	200-299만원	1,008.96	118.27	255.71	184.98	450.00
	300-399만원	569.28	153.90	176.58	225.30	13.50
	400-499만원	753.75	196.04	225.21	179.00	153.50
	500-599만원	855.93	169.82	340.71	197.90	147.50
	600-699만원	731.31	163.50	293.75	274.06	-
	700-799만원	635.00	188.33	317.92	118.75	10.00
	800만원 이상	558.25	256.75	96.00	205.50	-

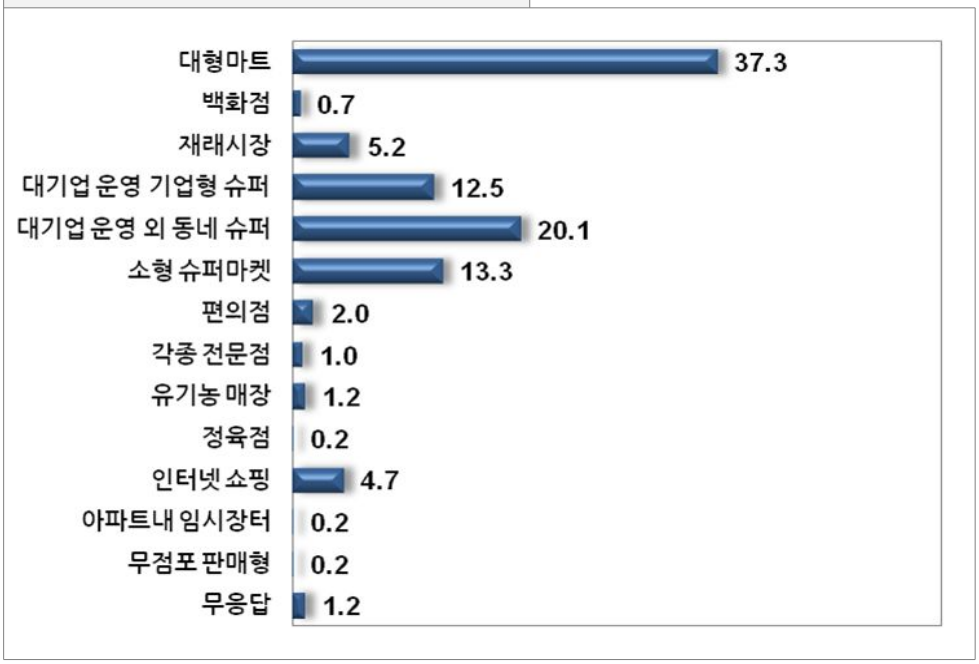
평균		어육가공품	(단위: g)			
			수산물가공품	식육가공품	어묵	어육소시지
[전 체]		766.80	163.62	244.03	205.48	153.67
주거 형태	단독주택	543.76	148.00	247.83	147.93	-
	아파트	811.05	182.63	261.86	184.86	181.70
	다세대주택	434.90	150.44	57.08	227.38	-
	연립주택/빌라	597.15	141.65	204.59	237.42	13.50
	기타 (오피스텔 등	703.89	113.75	268.28	321.86	-
맞벌이 여부	맞벌이 함	726.64	177.81	241.88	192.33	114.63
	하지 않음	845.18	158.89	245.02	209.52	231.75
주말 부부 여부	주말부부 아님	802.64	180.90	275.00	193.07	153.67
	주말부부	444.00	200.00	244.00	-	-
	해당 없음	555.85	130.44	179.51	245.90	-
구입 횟수	1회	814.44	209.44	205.23	252.27	147.50
	2회	634.60	152.74	292.23	179.63	10.00
	3회 이상	776.78	132.55	244.10	194.46	205.67
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	886.61	188.91	231.41	217.96	248.33
	4만원 이하	669.80	129.40	238.67	218.23	83.50
	6만원 이하	561.12	132.53	275.58	153.02	-
	10만원 이하	803.64	305.15	249.53	238.95	10.00
	10만원 초과	496.30	181.30	170.00	145.00	-
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	619.30	182.03	234.20	203.07	-
	3~4회	662.75	141.14	267.20	195.41	59.00
	5~6회	800.33	177.89	285.57	189.37	147.50
	7~8회	998.13	150.20	226.56	171.38	450.00
	9회 이상	649.02	179.54	177.42	292.06	-

■ 어육가공품 구매처

<그림 Ⅵ-12> 어육가공품 구매처 비율

○어육가공품 구매처

(단위: %)



<표 Ⅵ-11> 인구통계에 따른 어육가공품 구매처 비율 교차표

(%)

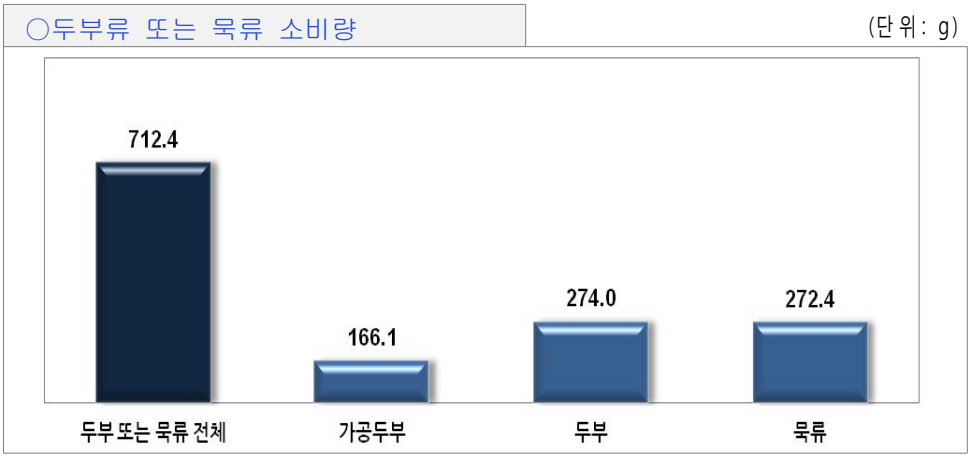
		사례수	대형마트	백화점	재래시장	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼마켓	편의점	각종 전문점	유기농 매장	정육점	인터넷 쇼핑	아파트내 임시장터	무점포 판매형	무응답
[전 체]		(407)	37.3	0.7	5.2	12.5	20.1	13.3	2.0	1.0	1.2	0.2	4.7	0.2	0.2	1.2
지역	서울	(130)	40.8	0.8	7.7	6.9	21.5	5.4	4.6	2.3	3.8	0.0	5.4	0.8	0.0	0.0
	인천	(125)	35.2	0.8	4.8	18.4	20.0	11.2	1.6	0.8	0.0	0.0	4.8	0.0	0.8	1.6
	경기시	(87)	32.2	1.1	2.3	17.2	19.5	24.1	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	2.3
	경기군	(65)	41.5	0.0	4.6	6.2	18.5	18.5	0.0	0.0	0.0	1.5	7.7	0.0	0.0	1.5
가구원수	1인가구	(33)	12.1	3.0	9.1	9.1	33.3	9.1	15.2	0.0	0.0	0.0	6.1	0.0	0.0	3.0
	2인가구	(112)	43.8	0.0	1.8	25.0	16.1	8.0	0.0	0.0	0.0	0.9	4.5	0.0	0.0	0.0
	3인가구	(170)	41.2	0.6	4.1	9.4	20.0	15.9	0.0	1.2	1.8	0.0	3.5	0.6	0.6	1.2
	4인 가구이상	(92)	31.5	1.1	9.8	4.3	20.7	16.3	3.3	2.2	2.2	0.0	6.5	0.0	0.0	2.2
가구소득	100만원 미만	(18)	11.1	0.0	0.0	0.0	33.3	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0
	100-199만원	(44)	34.1	0.0	0.0	9.1	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	2.3	2.3	0.0	0.0	2.3
	200-299만원	(81)	40.7	0.0	1.2	32.1	3.7	13.6	0.0	0.0	2.5	0.0	6.2	0.0	0.0	0.0
	300-399만원	(98)	42.9	0.0	9.2	5.1	16.3	15.3	5.1	1.0	1.0	0.0	0.0	0.0	1.0	3.1
	400-499만원	(80)	30.0	1.3	13.8	6.3	37.5	2.5	3.8	1.3	0.0	0.0	2.5	0.0	0.0	1.3
	500-599만원	(54)	35.2	3.7	0.0	7.4	25.9	11.1	0.0	0.0	3.7	0.0	11.1	1.9	0.0	0.0
	600-699만원	(12)	33.3	0.0	0.0	41.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0
	700-799만원	(14)	71.4	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0
	800만원 이상	(6)	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0

(%)

		사례수	대형 마트	백화 점	재래 시장	대기 업 운영 기업 형 슈퍼	대기 업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼 마켓	편의 점	각종 전문 점	유기 농 매장	정육 점	인터 넷 쇼핑	아파 트내 임시 장터	무점 포 판매 형	무응 답
[전 체]		(407)	37.3	0.7	5.2	12.5	20.1	13.3	2.0	1.0	1.2	0.2	4.7	0.2	0.2	1.2
주거 형태	단독주택	(24)	12.5	0.0	4.2	41.7	29.2	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0
	아파트	(253)	41.9	0.8	4.0	11.5	19.4	10.7	1.2	0.8	1.6	0.4	5.1	0.4	0.4	2.0
	다세대주택	(26)	7.7	0.0	15.4	11.5	19.2	19.2	19.2	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0
	연립주택/빌라	(80)	35.0	1.3	7.5	11.3	13.8	23.8	0.0	2.5	1.3	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0
	기타 (오피스텔 등)	(24)	54.2	0.0	0.0	0.0	41.7	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
맞벌이 여부	맞벌이 함	(112)	41.1	0.9	4.5	19.6	11.6	9.8	0.0	1.8	0.0	0.0	9.8	0.0	0.0	0.9
	하지 않음	(295)	35.9	0.7	5.4	9.8	23.4	14.6	2.7	0.7	1.7	0.3	2.7	0.3	0.3	1.4
주말 부부 여부	주말부부 아님	(286)	44.1	0.7	6.3	9.4	20.6	9.1	1.0	0.7	1.7	0.0	4.2	0.3	0.3	1.4
	주말부부	(2)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	해당 없음	(119)	21.8	0.8	2.5	18.5	19.3	23.5	4.2	1.7	0.0	0.8	5.9	0.0	0.0	0.8
구입 횟수	1회	(131)	34.4	0.8	5.3	13.7	31.3	5.3	3.8	0.0	0.0	0.0	4.6	0.0	0.0	0.8
	2회	(141)	48.2	0.0	3.5	5.7	12.1	20.6	0.7	2.1	1.4	0.7	4.3	0.0	0.0	0.7
	3회 이상	(135)	28.9	1.5	6.7	18.5	17.8	13.3	1.5	0.7	2.2	0.0	5.2	0.7	0.7	2.2
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	(63)	19.0	1.6	4.8	7.9	42.9	7.9	0.0	3.2	0.0	1.6	7.9	0.0	0.0	3.2
	4만원 이하	(209)	39.2	1.0	5.7	12.4	14.8	15.8	3.3	1.0	1.4	0.0	3.3	0.0	0.5	1.4
	6만원 이하	(75)	41.3	0.0	5.3	21.3	10.7	18.7	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	1.3	0.0	0.0
	10만원 이하	(50)	44.0	0.0	4.0	8.0	30.0	2.0	2.0	0.0	4.0	0.0	6.0	0.0	0.0	0.0
	10만원 초과	(10)	50.0	0.0	0.0	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	(128)	8.1	0.2	2.0	1.7	9.3	8.1	0.5	0.2	0.0	0.2	0.7	0.0	0.0	0.2
	3~4회	(112)	13.5	0.0	1.5	2.0	3.9	3.2	0.0	0.5	0.2	0.0	2.2	0.2	0.0	0.2
	5~6회	(77)	10.1	0.2	0.5	3.9	2.0	0.2	0.0	0.2	0.5	0.0	0.5	0.0	0.2	0.5
	7~8회	(37)	2.9	0.2	0.0	1.5	2.9	0.5	0.0	0.0	0.5	0.0	0.2	0.0	0.0	0.2
	9회 이상	(53)	2.7	0.0	1.2	3.4	2.0	1.2	1.5	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0

■ 두부류 또는 묵류 소비량

<그림 Ⅵ-13> 두부류 또는 묵류 소비량



<표 Ⅵ-13> 인구통계에 따른 두부류 또는 묵류 소비량 교차표

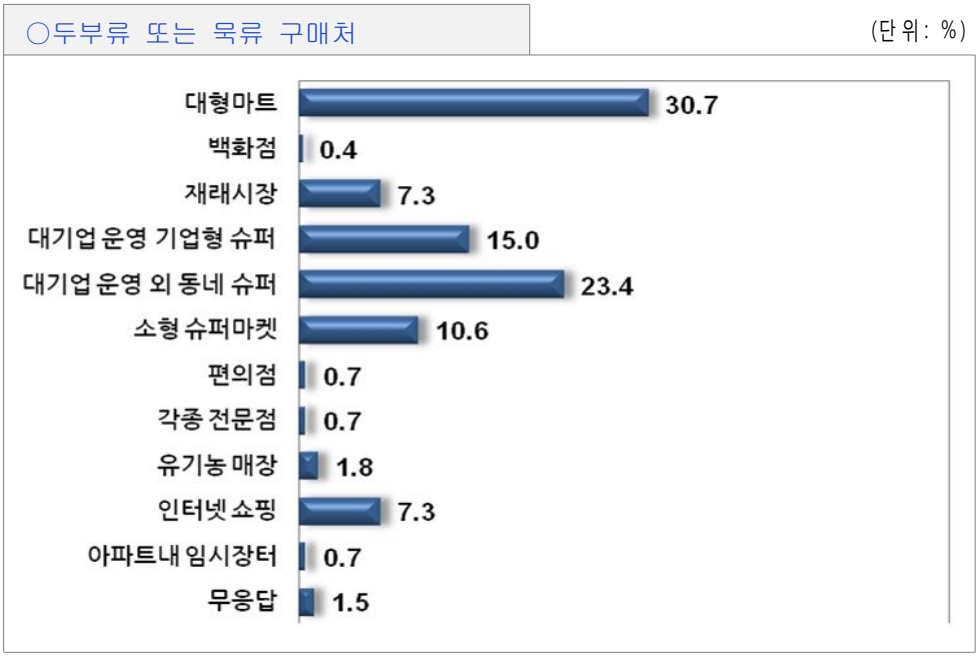
평균		두부 또는 묵류	(단위: g)		
			가공 두부	두부	묵류
[전 체]		712.39	166.06	273.96	272.37
지역	서울	720.89	162.50	257.28	301.11
	인천	687.16	180.83	306.32	200.00
	경기시	708.70	177.25	258.95	272.50
	경기군	669.28	145.56	270.39	253.33
가구 원수	1인가구	474.69	170.00	304.69	-
	2인가구	735.64	140.00	295.64	300.00
	3인가구	655.74	169.41	263.20	223.13
	4인 가구이상	733.51	172.40	248.26	312.86
가구 소득	100만원 미만	563.14	166.00	397.14	-
	100-199만원	598.92	167.50	431.42	-
	200-299만원	726.14	194.20	220.28	311.67
	300-399만원	725.80	200.00	253.30	272.50
	400-499만원	728.34	154.67	277.84	295.83
	500-599만원	737.25	166.00	282.92	288.33
	600-699만원	570.20	140.00	197.07	233.13
	700-799만원	507.55	106.25	203.80	197.50
	800만원 이상	285.00	-	285.00	-

(단위: g)

평균		두부 또는 묵류	가공 두부	두부	묵류
[전 체]		712.39	166.06	273.96	272.37
주거 형태	단독주택	483.30	250.00	233.30	-
	아파트	684.22	160.37	256.19	267.67
	다세대주택	403.68	170.00	233.68	-
	연립주택/빌라	820.84	163.67	367.17	290.00
	기타 (오피스텔 등)	483.44	170.00	313.44	-
맞벌이 여부	맞벌이 함	659.08	157.17	248.58	253.33
	하지 않음	737.60	170.76	285.68	281.15
주말 부부 여부	주말부부 아님	722.49	159.36	290.78	272.35
	주말부부	231.33	-	231.33	-
	해당 없음	695.53	194.20	228.83	272.50
구입 횟수	1회	839.22	192.50	328.22	318.50
	2회	662.97	151.42	239.36	272.19
	3회 이상	655.59	170.57	250.85	234.17
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	781.04	167.00	426.54	187.50
	4만원 이하	616.42	156.00	234.42	226.00
	6만원 이하	737.38	225.00	251.13	261.25
	10만원 이하	701.63	129.63	257.84	314.17
	10만원 초과	795.67	237.50	238.17	320.00
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	738.67	173.56	316.11	249.00
	3~4회	635.25	173.44	224.31	237.50
	5~6회	792.36	155.00	325.69	311.67
	7~8회	608.83	157.33	246.50	205.00
	9회 이상	740.22	146.50	244.34	349.38

■ 두부류 또는 묵류 구매처

<그림 Ⅵ-14> 두부류 또는 묵류 구매처 비율



<표 Ⅵ-14> 인구통계에 따른 두부류 또는 묵류 구매처 비율 교차표

(%)

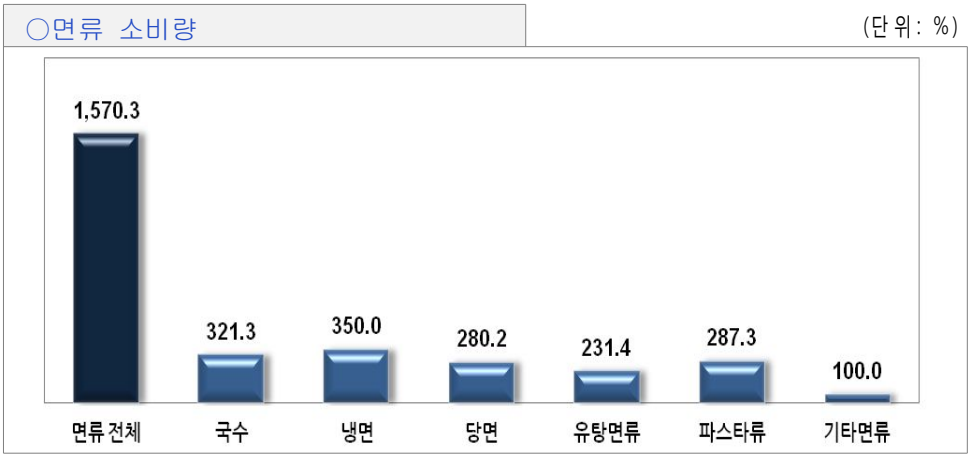
		사례수	대형 마트	백화 점	재래 시장	대기 업 운영 기업 형 슈퍼	대기 업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼 마켓	편의 점	각종 전문 점	유기 농 매장	인터 넷 쇼핑	아파 트내 임시 장터	무응답
[전 체]		(274)	30.7	0.4	7.3	15.0	23.4	10.6	0.7	0.7	1.8	7.3	0.7	1.5
지역	서울	(82)	26.8	0.0	12.2	18.3	19.5	4.9	2.4	2.4	6.1	2.4	0.0	4.9
	인천	(73)	43.8	0.0	4.1	13.7	26.0	4.1	0.0	0.0	0.0	6.8	1.4	0.0
	경기시	(65)	29.2	1.5	6.2	13.8	21.5	23.1	0.0	0.0	0.0	3.1	1.5	0.0
	경기군	(54)	20.4	0.0	5.6	13.0	27.8	13.0	0.0	0.0	0.0	20.4	0.0	0.0
가구 원수	1인가구	(17)	17.6	0.0	5.9	11.8	11.8	11.8	11.8	5.9	0.0	23.5	0.0	0.0
	2인가구	(83)	47.0	1.2	6.0	13.3	15.7	10.8	0.0	1.2	0.0	4.8	0.0	0.0
	3인가구	(114)	27.2	0.0	7.0	14.9	22.8	12.3	0.0	0.0	4.4	7.9	0.9	2.6
	4인 가구이상	(60)	18.3	0.0	10.0	18.3	38.3	6.7	0.0	0.0	0.0	5.0	1.7	1.7
가구 소득	100만원 미만	(8)	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5	25.0	0.0	12.5	0.0	37.5	0.0	0.0
	100-199만원	(23)	47.8	0.0	0.0	4.3	4.3	39.1	0.0	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0
	200-299만원	(37)	35.1	0.0	8.1	18.9	16.2	10.8	0.0	2.7	5.4	2.7	0.0	0.0
	300-399만원	(59)	39.0	0.0	10.2	11.9	23.7	5.1	3.4	0.0	3.4	1.7	0.0	1.7
	400-499만원	(69)	23.2	0.0	7.2	14.5	39.1	8.7	0.0	0.0	1.4	5.8	0.0	0.0
	500-599만원	(35)	11.4	0.0	5.7	11.4	37.1	8.6	0.0	0.0	0.0	14.3	2.9	8.6
	600-699만원	(19)	31.6	5.3	10.5	42.1	10.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	700-799만원	(14)	21.4	0.0	14.3	7.1	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	35.7	7.1	0.0
	800만원 이상	(10)	80.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(%)

		사례수	대형마트	백화점	재래시장	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼 마켓	편의점	각종 전문점	유기농 매장	인터넷 쇼핑	아파트내 임시장터	무응답
[전 체]		(274)	30.7	0.4	7.3	15.0	23.4	10.6	0.7	0.7	1.8	7.3	0.7	1.5
주거 형태	단독주택	(11)	9.1	0.0	27.3	27.3	18.2	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	아파트	(182)	30.2	0.5	4.9	15.4	26.9	10.4	0.0	0.0	1.6	8.2	1.1	0.5
	다세대주택	(21)	33.3	0.0	4.8	9.5	23.8	9.5	9.5	4.8	0.0	4.8	0.0	0.0
	연립주택/빌라	(48)	29.2	0.0	10.4	16.7	12.5	12.5	0.0	0.0	4.2	8.3	0.0	6.3
	기타 (오피스텔 등)	(12)	58.3	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0
맞벌이 여부	맞벌이 함	(87)	31.0	1.1	6.9	14.9	18.4	10.3	0.0	0.0	1.1	16.1	0.0	0.0
	하지 않음	(187)	30.5	0.0	7.5	15.0	25.7	10.7	1.1	1.1	2.1	3.2	1.1	2.1
주말 부부 여부	주말부부 아님	(205)	30.2	0.5	9.3	14.6	25.4	8.3	0.0	0.0	2.0	6.8	1.0	2.0
	주말부부	(3)	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	해당 없음	(66)	33.3	0.0	1.5	13.6	16.7	18.2	3.0	3.0	1.5	9.1	0.0	0.0
구입 횟수	1회	(91)	37.4	0.0	6.6	12.1	27.5	6.6	2.2	1.1	1.1	5.5	0.0	0.0
	2회	(101)	32.7	1.0	5.0	11.9	19.8	13.9	0.0	1.0	4.0	6.9	1.0	3.0
	3회 이상	(82)	20.7	0.0	11.0	22.0	23.2	11.0	0.0	0.0	0.0	9.8	1.2	1.2
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	(47)	12.8	0.0	6.4	12.8	34.0	12.8	0.0	4.3	0.0	17.0	0.0	0.0
	4만원 이하	(122)	32.8	0.8	4.1	16.4	25.4	9.8	1.6	0.0	1.6	4.1	0.8	2.5
	6만원 이하	(36)	19.4	0.0	22.2	22.2	11.1	13.9	0.0	0.0	5.6	2.8	0.0	2.8
	10만원 이하	(54)	37.0	0.0	7.4	11.1	24.1	7.4	0.0	0.0	1.9	9.3	1.9	0.0
	10만원 초과	(15)	73.3	0.0	0.0	6.7	0.0	13.3	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	(89)	10.2	0.0	0.4	2.6	10.9	4.7	0.0	0.4	0.0	1.8	0.4	1.1
	3~4회	(85)	9.5	0.4	2.9	4.4	5.5	2.9	0.0	0.4	1.1	3.6	0.0	0.4
	5~6회	(40)	5.8	0.0	1.1	2.9	1.5	1.5	0.0	0.0	0.7	0.7	0.4	0.0
	7~8회	(27)	2.6	0.0	1.5	2.9	2.6	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	9회 이상	(33)	2.6	0.0	1.5	2.2	2.9	1.1	0.7	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0

■ 면류 소비량

<그림 Ⅵ-15> 면류 소비량



<표 Ⅵ-15> 인구통계에 따른 면류 소비량 교차표

(단위: g)

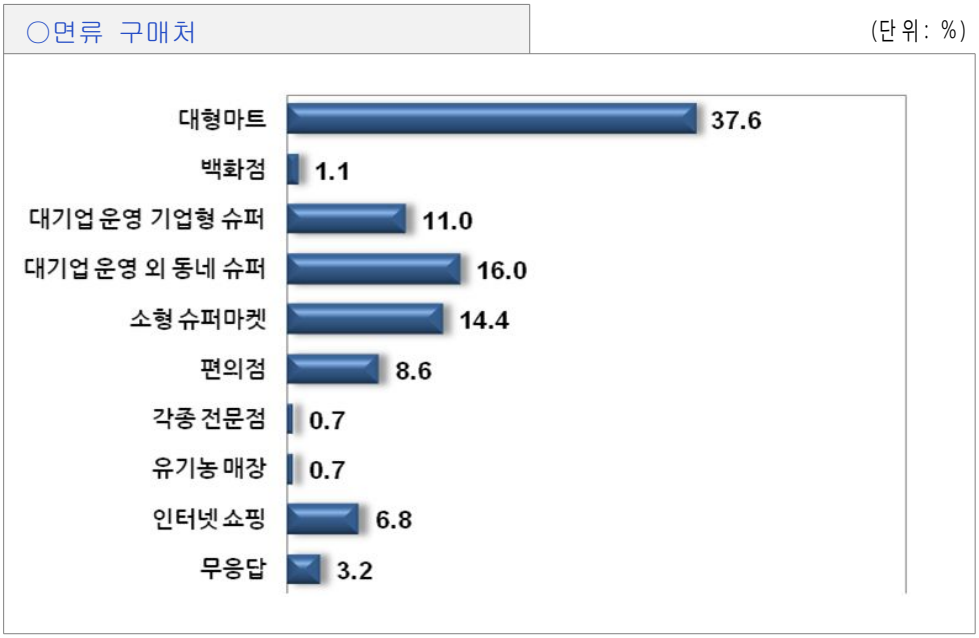
평균		면류	국수	냉면	당면	유탕면류	파스타류	기타면류
[전 체]		1,570.27	321.34	350.00	280.19	231.39	287.34	100.00
지역	서울	1,374.19	357.58	350.00	190.43	240.36	235.83	-
	인천	1,921.22	271.00	350.00	768.75	181.47	250.00	100.00
	경기시	1,002.95	266.96	-	253.00	248.62	234.38	-
	경기군	1,798.31	342.28	350.00	218.33	243.94	643.75	-
가구원수	1인가구	1,126.48	212.42	350.00	27.75	286.32	250.00	-
	2인가구	1,801.66	408.75	350.00	408.00	266.16	268.75	100.00
	3인가구	1,383.57	307.11	350.00	280.00	218.24	228.21	-
	4인 가구이상	1,136.32	312.73	-	215.00	189.84	418.75	-
가구소득	100만원 미만	1,189.77	270.10	-	-	632.17	287.50	-
	100-199만원	1,689.10	259.00	350.00	562.50	267.60	150.00	100.00
	200-299만원	929.88	362.68	-	121.38	195.83	250.00	-
	300-399만원	953.94	263.11	-	250.00	187.61	253.21	-
	400-499만원	2,068.18	355.00	350.00	182.00	181.18	1,000.00	-
	500-599만원	1,451.04	343.39	350.00	390.00	192.65	175.00	-
	600-699만원	1,192.18	491.13	-	250.00	201.06	250.00	-
	700-799만원	697.21	241.33	-	-	205.88	250.00	-
	800만원 이상	546.97	174.30	-	50.00	35.17	287.50	-

(단위: g)

평균		면류	국수	냉면	당면	유탕면류	파스타류	기타면류
[전 체]		1,570.27	321.34	350.00	280.19	231.39	287.34	100.00
주거 형태	단독주택	440.58	321.50	-	-	119.08	-	-
	아파트	1,476.20	325.00	350.00	265.56	230.90	304.75	-
	다세대주택	807.78	321.50	-	42.83	168.45	275.00	-
	연립주택/빌라	1,636.60	312.82	350.00	420.83	211.28	241.67	100.00
	기타(오피스텔 등)	773.38	333.38	-	-	440.00	-	-
맞벌이 여부	맞벌이 함	1,123.33	366.81	0.00	151.25	217.77	387.50	-
	하지 않음	1,523.83	291.79	350.00	317.04	237.76	227.25	100.00
주말 부부 여부	주말부부 아님	1,721.26	364.88	350.00	385.00	202.94	318.44	100.00
	주말부부	712.00	321.50	-	150.00	240.50	-	-
	해당 없음	1,306.48	241.83	350.00	178.56	279.84	256.25	-
구입 횟수	1회	1,598.82	343.18	350.00	311.93	273.72	220.00	100.00
	2회	1,226.90	305.93	0.00	320.00	223.89	377.08	-
	3회 이상	1,290.39	296.77	350.00	225.71	170.91	247.00	-
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	2,070.23	247.90	350.00	500.00	347.33	525.00	100.00
	4만원 이하	1,266.69	303.17	350.00	186.93	192.22	234.38	-
	6만원 이하	1,220.98	466.08	-	265.00	262.40	227.50	-
	10만원 이하	1,310.39	348.50	350.00	176.25	173.14	262.50	-
	10만원 초과	721.72	269.13	-	-	258.85	193.75	-
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	1,740.66	302.44	350.00	438.21	305.01	245.00	100.00
	3~4회	1,007.56	336.59	-	182.67	228.93	259.38	-
	5~6회	871.42	374.13	-	143.75	183.54	170.00	-
	7~8회	952.52	259.00	350.00	213.25	130.27	-	-
	9회 이상	907.65	254.88	-	-	196.53	456.25	-

■ 면류 구매처

<그림 Ⅵ-16> 면류 구매처 비율



<표 Ⅵ-16> 인구통계에 따른 면류 구매처 비율 교차표

(%)

		사례수	대형마트	백화점	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼마켓	편의점	각종 전문점	유기농 매장	인터넷 쇼핑	무응답
[전 체]		(444)	37.6	1.1	11.0	16.0	14.4	8.6	0.7	0.7	6.8	3.2
지역	서울	(163)	28.2	3.1	14.1	16.6	3.1	13.5	1.8	1.8	11.0	6.7
	인천	(85)	57.6	0.0	10.6	7.1	14.1	5.9	0.0	0.0	2.4	2.4
	경기시	(117)	38.5	0.0	5.1	22.2	25.6	6.8	0.0	0.0	1.7	0.0
	경기군	(79)	34.2	0.0	13.9	15.2	21.5	3.8	0.0	0.0	10.1	1.3
가구 원수	1인가구	(70)	22.9	2.9	7.1	22.9	8.6	27.1	0.0	0.0	5.7	2.9
	2인가구	(97)	49.5	0.0	13.4	15.5	7.2	4.1	0.0	0.0	8.2	2.1
	3인가구	(149)	42.3	0.7	13.4	10.1	19.5	4.7	0.0	0.7	5.4	3.4
	4인 가구이상	(128)	31.3	1.6	8.6	19.5	17.2	6.3	2.3	1.6	7.8	3.9
가구 소득	100만원 미만	(33)	18.2	0.0	6.1	45.5	21.2	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0
	100-199만원	(41)	41.5	0.0	0.0	14.6	36.6	4.9	0.0	0.0	2.4	0.0
	200-299만원	(65)	44.6	0.0	15.4	13.8	7.7	9.2	0.0	0.0	6.2	3.1
	300-399만원	(114)	36.0	0.0	12.3	9.6	18.4	15.8	0.0	0.9	5.3	1.8
	400-499만원	(79)	25.3	0.0	13.9	29.1	17.7	5.1	2.5	0.0	3.8	2.5
	500-599만원	(50)	26.0	8.0	8.0	10.0	4.0	2.0	0.0	4.0	26.0	12.0
	600-699만원	(32)	65.6	3.1	12.5	0.0	0.0	18.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	700-799만원	(20)	75.0	0.0	15.0	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	5.0
	800만원 이상	(10)	50.0	0.0	10.0	20.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	10.0

(%)

		사례수	대형마트	백화점	대기업 운영 기업형 슈퍼	대기업 운영 외 동네 슈퍼	소형 슈퍼마켓	편의점	각종 전문점	유기농 매장	인터넷 쇼핑	무응답
[전 체]		(444)	37.6	1.1	11.0	16.0	14.4	8.6	0.7	0.7	6.8	3.2
주거 형태	단독주택	(20)	35.0	0.0	10.0	45.0	5.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	아파트	(244)	41.4	1.2	9.4	14.3	16.8	6.1	0.0	0.8	7.0	2.9
	다세대주택	(47)	27.7	0.0	8.5	27.7	2.1	23.4	4.3	0.0	6.4	0.0
	연립주택/빌라	(100)	34.0	2.0	16.0	8.0	21.0	3.0	1.0	1.0	7.0	7.0
	기타 (오피스텔 등)	(33)	36.4	0.0	12.1	18.2	0.0	24.2	0.0	0.0	9.1	0.0
맞벌이 여부	맞벌이 함	(144)	46.5	0.0	14.6	6.3	13.2	7.6	2.1	0.0	6.9	2.8
	하지 않음	(300)	33.3	1.7	9.3	20.7	15.0	9.0	0.0	1.0	6.7	3.3
주말 부부 여부	주말부부 아님	(272)	44.9	0.7	8.5	12.9	14.3	6.3	0.7	1.1	7.4	3.3
	주말부부	(11)	18.2	0.0	72.7	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	해당 없음	(161)	26.7	1.9	11.2	22.4	15.5	12.4	0.6	0.0	6.2	3.1
구입 횟수	1회	(182)	39.0	1.1	12.1	17.6	5.5	13.7	0.0	0.0	11.0	0.0
	2회	(155)	41.9	0.0	5.2	7.1	25.2	7.1	1.9	0.6	2.6	8.4
	3회 이상	(107)	29.0	2.8	17.8	26.2	14.0	1.9	0.0	1.9	5.6	0.9
1회 평균 구입 금액	2만원 이하	(68)	26.5	0.0	11.8	27.9	7.4	13.2	1.5	0.0	10.3	1.5
	4만원 이하	(207)	33.8	1.0	13.5	15.5	16.4	10.1	0.0	0.0	5.8	3.9
	6만원 이하	(84)	40.5	0.0	9.5	9.5	23.8	7.1	0.0	1.2	3.6	4.8
	10만원 이하	(62)	54.8	3.2	8.1	19.4	3.2	3.2	3.2	3.2	0.0	1.6
	10만원 초과	(23)	47.8	4.3	0.0	0.0	13.0	0.0	0.0	0.0	34.8	0.0
1달 평균 외식 횟수	2회 이하	(155)	15.1	0.0	2.3	6.3	6.5	1.6	0.5	0.0	1.8	0.9
	3~4회	(127)	13.3	0.0	2.7	0.5	4.5	2.7	0.2	0.2	3.2	1.4
	5~6회	(54)	4.5	0.2	2.3	2.9	0.5	0.2	0.0	0.0	1.1	0.5
	7~8회	(60)	3.2	0.7	2.0	3.8	0.9	1.6	0.0	0.5	0.5	0.5
	9회 이상	(48)	1.6	0.2	1.8	2.5	2.0	2.5	0.0	0.0	0.2	0.0

7 가구패널조사 운영결과에 대한 조사업체 의견

가. 패널 운영의 애로사항

■ 모집단계

▹ 군단위에서 패널로 가입되어 있는 경우가 많지 않아, 군단위 패널 모집에 어려움을 겪었음. 특히 군단위의 1인 가구의 경우 패널 형성이 전혀 되어 있지 않음. 군단위 개념을 도·농이 혼재되어 있는 도시(예:남양주, 하남, 이천 등)로 확장할 경우 이런 문제는 어느 정도 해결이 가능하지만, 전국적으로 확장을 위해서는 일부는 오프라인을 통해 모집할 필요가 있음.

■ 운영초기 단계

▹ 구입 품목 및 소비량에 대한 웹 방식의 입력이 다소 낯설어, 작성 방법에 대한 문의가 많았음. 품목별로 중량이나 수량을 기입하는 방식이 다양하여 혼동을 많이 겪었으며, 영수증 첨부 방법 등의 질문이 많았음.

■ 운영중반 및 후반단계

▹ 다이어리 입력에 대한 안내 및 독려를 주기적으로 하였는데, 안내와 독려 시 작성자의 수와 횟수가 평소 대비 증가하는 경향이 나타남. 이는 조사 진행 기간 중 꾸준한 관리가 필요함을 제시함.

▹ 한편, 주기적인 안내와 독려는 응답자에게 압박감을 주고, 연락에 대한 거부감이 발생하게 되는 단점도 있음 (중반 탈락자 발생 주요 이유).

■ 패널 규모

▹ 운영초기 웹 다이어리 작성의 생소함 때문에 탈락자가 다수 발생하고, 중반에도 연속적으로 작성해야 한다는 부담감 때문에 탈락자가 발생함.

이런 상황을 고려했을 때, 최초 패널 모집 규모는 유효표본보다 넉넉하게 잡고 시작하는 것이 안정적일 것으로 판단됨

나. 웹 다이어리 작성의 애로사항

- 기간 중 구매한 식품을 모두 기입해야 하기 때문에 응답자들이 부담을 크게 느껴 기입을 기피하게 됨.
- 구입물품에 대한 영수증 첨부는 검증에 반드시 필요한 사항임에도 불구하고 이에 부담을 느끼는 것으로 나타남. 마트에서 대량으로 구입하여 한 번에 기입하는 경우를 제외하고, 소량 구입이나, 영수증을 잃어버리거나, 재래시장 등 영수증을 받지 못한 곳에 대해서 응답자가 사진을 찍어 올리는 경우에는 번거로움을 느껴 기입을 누락하는 경우가 발생함.
- 1인가구의 경우 1~2가지 소량으로 구매하는 경우가 많은데, 이 경우 다이어리 작성을 누락하는 경우가 발생함.
- 식품을 다른 사람과 나눠 구입할 경우나 여러 가지 판촉행사, 소매점에서 자체 생산한 가공식품 등 다양한 상황에 대한 가이드 필요.

다. 데이터 분석의 애로사항

- 농산물의 경우 구입 단위가 봉지, 상자, 개 등 중량을 정확하게 파악하기 힘든 경우가 많아 자료 손실이 많고, 오차가 커질 위험성이 높음.
- 품목 기준으로 분석 시 품목 내 세부품목 간 구입 중량과 구입 금액 편차가 크기 때문에 세부 품목 위주 분석을 고려해야 하나, 세부품목에 대한 분류도 제품명이 방대하기 때문에 제약이 많음.

- 품목별로 제품이 다양한 경우(예:음료류 등) 세부품목을 구분하기 위해서는 별도 정보(제품별 분류정보)가 필요함.

- 소비자 구입이 적은 품목에 있어서 충분한 관측치를 확보하지 못하는 경우가 나타남 (예: 포도당류, 엿류 등).

라. 개선에 대한 의견

- 군단위 패널은 일부 오프라인으로 모집하여 구축할 필요가 있음. 온라인 패널조사가 어려울 경우 일부는 오프라인으로 진행하는 방안도 고려.

- 현재 시판되는 가공식품 종류가 다양하여 제품 분류가 힘들기 때문에 향후 통계를 만드는 경우 다소비품목 기준 상위품목들을 선정하는 것이 필요함.

- 1인가구는 소량으로 필요할 때마다 구입하여, 구입량은 적지만 구입빈도가 높아 작성에 부담을 느껴 누락이 많이 발생함. 따라서 향후 조사에서는 1인가구를 특별관리할 필요가 있음.

- 바코드스캐너(QR코드)로 인식이 가능한 물품에 대해서는 앱을 개발하여, 소비자가 구입한 품목에 대해서 구입 후 바로바로 기본사항만 기입한 후 스캐너를 활용하여 서버로 전송하는 체계를 갖추는 것이 필요.

- 바코드로 인식이 불가능하거나 제품정보가 없는 물품에 대해서는 다양한 사례들을 발굴하여 정확한 가이드를 제시하고, 이후에도 발굴되는 사례에 대해서는 패널들에게 교육될 수 있는 채널 마련 필요.

2014 가공식품 소비량 통계 기초연구

2014년 12월 인쇄
2014년 12월 발행
편저 중앙대학교 산학협력단
발행 한국농수산식품유통공사
서울특별시 서초구 양재동 강남대로 27 aT센터
TEL: (02)6300-1114 FAX: (02)6300-1615

본 책자의 통계자료 및 분석내용에 관한 사항은
한국농수산식품유통공사 식품수출정보팀 (02-6300-1395)으로
문의하여 주시기 바랍니다.

【알림】

본지에 기재된 분석내용은 중앙대학교 산학협력단의 견해이며 농림축산식품부, 한국농수산식품유통공사의 공식적 견해와는 상이할 수 있음을 알려드립니다.