

발간등록번호

11-1543000-000676-10

2022 가공식품 소비자태도조사 기초분석 보고서

식품산업정보분석 전문기관
한국농촌경제연구원



농림축산식품부

※ 이 책에 실린 내용은 한국농촌경제연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

※ 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.

무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.

제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

이 보고서를 「2022 가공식품 소비자태도조사 기초분석 보고서」의 최종 보고서로 제출합니다.

2022년 12월

연구 기관: 한국농촌경제연구원

연구책임자: 이 계 임 (책임 연구원)

연구참여자: 최 윤 영 (연구 원)

심 환 희 (연구보조원)

정 소 영 (연구보조원)

제1장 서론

1. 조사 배경과 목적	1
2. 조사 개요	5
3. 조사의 특징 및 기대효과	9

제2장 조사 설계

1. 표본 설계	11
2. 조사 결과	24
3. 가중치 산출 및 추정	28
4. 모수추정	36
5. 분산추정	39

제3장 조사 내용과 방법

1. 조사 구성 및 조사 문항	43
2. 실사 준비 및 진행	44
3. 자료 검증 및 데이터 처리	48
4. 응답자 특성	50

제4장 가구 내 식품 주 구입자 대상 조사 결과

1. 가공식품 구매 및 소비 행태	55
2. 가공식품 품목별 구입 현황	91
3. 간편식 구입 현황	94
4. 건강기능식품 구입 현황	129
5. 유기가공식품 구입 현황	161
6. 식품 소비 라이프스타일 및 인식	178

제5장 일반소비자 대상 조사 결과

1. 가공식품 온라인 구매 행태	201
2. 신성장 식품 구입 행태	226
3. 가공식품의 안전성	321
4. 가공식품 표시/정보	332
5. 소상공인 생계형 적합업종제도	342
6. 기업의 사회적 책임	345
7. 포장재/ 탄소중립	356
8. 식품 소비 라이프스타일 및 인식	371
9. 식생활 및 정보이용	393

부록

설문조사표	419
-------------	-----

제1장 서론

〈표 1-1〉 조사설계 - 주 구입자 대상 3
 〈표 1-2〉 조사설계 - 가계부 조사 4
 〈표 1-3〉 조사설계 - 일반소비자 대상 4
 〈표 1-4〉 조사 내용 - 주 구입자 대상 6
 〈표 1-5〉 조사 내용 - 가계부 조사 7
 〈표 1-6〉 조사 내용 - 일반 소비자 조사 7

제2장 조사 설계

〈표 2-1〉 권역별 동·읍면 지역별 가구 분포 14
 〈표 2-2〉 권역별 동·읍면 지역별 가구비율 분포 14
 〈표 2-3〉 표본층별 표본조사구 할당 16
 〈표 2-4〉 표본층별 표본가구 할당 17
 〈표 2-5〉 권역·가구주 연령·1인 가구 여부에 따른 가계부조사 표본가구 소프트할당 18
 〈표 2-6〉 가구주 연령대 및 소득구간별 가계부조사 표본가구 소프트할당 19
 〈표 2-7〉 1인 가구의 소득구간별 가계부조사 표본가구 소프트할당 19
 〈표 2-8〉 주요 항목에 대한 기존 안과 신규 안 하의 정도수준 비교 20
 〈표 2-9〉 표본분할에 따른 추정영역 축소 제시안 20
 〈표 2-10〉 표본층별 표본조사구 상세분포 21
 〈표 2-11〉 설문분할에 따른 표본분할 23
 〈표 2-12〉 조사구 종류별 응답분류 분포 26
 〈표 2-13〉 조사구 종류별 응답가구 분포 26
 〈표 2-14〉 권역별 응답구분 분포 26
 〈표 2-15〉 응답구분별 방문횟수 분포 27
 〈표 2-16〉 표본층별 응답가구 분포 27
 〈표 2-17〉 작년 대비 주소지 및 응답인 동일 여부에 대한 응답수 분포 28

〈표 2-18〉 권역별 조사구 최종가중치 분포	32
〈표 2-19〉 가중치 종류별 분포	34
〈표 2-20〉 설문문항 A 표본의 권역별 가구 최종가중치 분포	35
〈표 2-21〉 설문문항 B 표본의 권역별 가구 최종가중치 분포	35
〈표 2-22〉 전체표본의 권역별 가구 최종가중치 분포	35

제3장 조사 내용과 방법

〈표 3-1〉 지역별 면접원 교육 일시 및 장소	46
〈표 3-2〉 면접원 교육 진행방식 및 내용	46
〈표 3-3〉 주 구입자 대상 가구 특성	50
〈표 3-4〉 가계부 조사 대상 가구 특성	51
〈표 3-5〉 일반 소비자 조사 대상 특성	52

제4장 가구 내 식품 주 구입자 대상 조사 결과

〈표 4-1〉 평소 가공식품 구입 주기	56
〈표 4-2〉 가공식품 구입 시 고려기준	58
〈표 4-3〉 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)	59
〈표 4-4〉 가공식품 주 구입처 구입이유(1+2 가중평균)	62
〈표 4-5〉 가구원 수별 지출액 기준 구입 많은 품목군	63
〈표 4-6〉 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도	65
〈표 4-7〉 최근 1년 식품 지출 변화	66
〈표 4-8〉 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인	68
〈표 4-9〉 향후 1년 가공식품 지출 변화	70
〈표 4-10〉 최근 1년 온라인 가공식품 구입여부	71
〈표 4-11〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유	73
〈표 4-12〉 온라인 가공식품 구입 주기	75

〈표 4-13〉 온라인 가공식품 주 구매처(1+2 가중평균)	77
〈표 4-14〉 가구원 수별 온라인 지출액 기준 구입 많은 품목군(1+2+3 가중평균)	78
〈표 4-15〉 온라인 가공식품 구입 이유(1+2 가중평균)	80
〈표 4-16〉 온라인 가공식품 주문 방법	81
〈표 4-17〉 온라인 구입 가공식품 가격 만족도	83
〈표 4-18〉 온라인 구입 가공식품 품질 만족도	84
〈표 4-19〉 온라인 구입 가공식품 배송 만족도	86
〈표 4-20〉 온라인 구입 가공식품 교환·반품 만족도	87
〈표 4-21〉 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화	89
〈표 4-22〉 향후 1년 온라인 가공식품 지출 의향	90
〈표 4-23〉 가구원 수별 최근 1년 가공식품 품목별 구입 경험률	92
〈표 4-24〉 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항	93
〈표 4-25〉 가구원 수별 최근 1년 간편식 품목별 구입경험	94
〈표 4-26〉 간편식 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)	96
〈표 4-27〉 간편식 구입 이유(1+2 가중평균)	98
〈표 4-28〉 간편식 구입 주기 - 즉석조리식품	100
〈표 4-29〉 간편식 구입 주기 - 즉석섭취식품	101
〈표 4-30〉 간편식 구입 주기 - 신선편의식품	102
〈표 4-31〉 간편식 구입 주기 - 간편조리세트	103
〈표 4-32〉 간편식 구입 지출액(월평균)	104
〈표 4-33〉 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품	107
〈표 4-34〉 간편식 주 구입처 - 즉석섭취식품	109
〈표 4-35〉 간편식 주 구입처 - 신선편의식품	111
〈표 4-36〉 간편식 주 구입처 - 간편조리세트	113
〈표 4-37〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품	115
〈표 4-38〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품	117

〈표 4-39〉 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품	119
〈표 4-40〉 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트	120
〈표 4-41〉 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목(1+2+3 가중평균)	122
〈표 4-42〉 간편식 요소별 만족도	124
〈표 4-43〉 간편식을 구입하지 않는 이유	126
〈표 4-44〉 향후 1년 간편식 구입 의향	128
〈표 4-45〉 건강기능식품 인지 여부 및 차이점 인지 여부	130
〈표 4-46〉 건강기능식품 구입 경험	131
〈표 4-47〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)	133
〈표 4-48〉 최근 1년 건강기능식품 구입 금액	134
〈표 4-49〉 건강기능식품 용도별 구입 비중	136
〈표 4-50〉 많이 구입하는 건강기능식품(1+2 가중평균)	137
〈표 4-51〉 건강기능식품 주 구입 장소(1+2 가중평균)	139
〈표 4-52〉 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유(1+2 가중평균)	140
〈표 4-53〉 건강기능식품 필요정보 획득처	142
〈표 4-54〉 국내 생산 건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항	144
〈표 4-55〉 건강기능식품 복용 여부	145
〈표 4-56〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 개수	147
〈표 4-57〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류	148
〈표 4-58〉 건강기능식품 복용 이유	149
〈표 4-59〉 건강기능식품 복용하지 않는 이유(1+2 가중평균)	150
〈표 4-60〉 건강기능식품 요소별 만족도	152
〈표 4-61〉 향후 1년 건강기능식품 구입 의향	154
〈표 4-62〉 건강식품 섭취 여부	155
〈표 4-63〉 건강식품 섭취 종류	157
〈표 4-64〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도	158

〈표 4-65〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입 의향	160
〈표 4-66〉 유기가공식품 인지도	161
〈표 4-67〉 유기가공식품 구입 경험	163
〈표 4-68〉 유기가공식품 인증품질 신뢰도	165
〈표 4-69〉 최근 1년 구입 경험있는 유기가공식품 종류	166
〈표 4-70〉 유기가공식품 구입 이유(1+2 가중평균)	168
〈표 4-71〉 유기가공식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)	170
〈표 4-72〉 유기가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)	171
〈표 4-73〉 유기가공식품 주 구입처 이용 이유(1+2 가중평균)	173
〈표 4-74〉 유기가공식품 요소별 만족도	175
〈표 4-75〉 향후 1년 유기가공식품 구입 의향	177
〈표 4-76〉 평소 식품 소비 라이프스타일	179
〈표 4-77〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도	182
〈표 4-78〉 가공식품 가격 수준에 대한 인식	184
〈표 4-79〉 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처(1+2 가중평균)	186
〈표 4-80〉 가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균)	188
〈표 4-81〉 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식(1+2+3 가중평균)	190
〈표 4-82〉 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균)	193
〈표 4-83〉 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균)	196
〈표 4-84〉 품목별 선호 특성	199

제5장 일반소비자 대상 조사결과

〈표 5-1〉 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험	202
〈표 5-2〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균)	203
〈표 5-3〉 온라인으로 구입하는 특정 상품(복수응답)	206
〈표 5-4〉 온라인 가공식품 구입 주기	208

〈표 5-5〉 온라인으로 식품을 구매하는 장소(1+2 가중평균)	210
〈표 5-6〉 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유	211
〈표 5-7〉 온라인 가공식품 주문 방법	213
〈표 5-8〉 온라인 구입 가공식품의 만족도	215
〈표 5-9〉 최근 1년 온라인 가공식품 구입변화	216
〈표 5-10〉 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중	218
〈표 5-11〉 향후 1년 온라인을 이용한 가공식품 구입 의향	220
〈표 5-12〉 가공식품 정기 배송 여부	221
〈표 5-13〉 정기적으로 배송 받는 가공식품(복수 응답)	223
〈표 5-14〉 정기 배송 신청/주문처(복수 응답)	225
〈표 5-15〉 최근 1년 간편식 품목별 구입 경험률 - 즉석조리식품	227
〈표 5-16〉 최근 1년 간편식 품목별 구입 경험률 - 즉석섭취·간편조리·신선편의식품	228
〈표 5-17〉 간편식 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)	230
〈표 5-18〉 간편식 구입 이유(1+2 가중평균)	232
〈표 5-19〉 간편식 요소별 중요도	234
〈표 5-20〉 간편식 요소별 만족도	236
〈표 5-21〉 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중	237
〈표 5-22〉 간편식에 대한 인식	239
〈표 5-23〉 간편식 주 구입처(1+2 가중평균)	241
〈표 5-24〉 간편식 보관형태별 선호도	243
〈표 5-25〉 가정 내 환자 별도 식단관리 여부	245
〈표 5-26〉 가정 내 환자 별도 식단관리 않는 이유(1+2 가중평균)	247
〈표 5-27〉 가정 내 환자 별도 식단관리 방법	250
〈표 5-28〉 최근 1년 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 환자용 식단형 식사관리식품	251
〈표 5-29〉 최근 1년 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 맞춤형 영양조제식품	253

〈표 5-30〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 표준형 영양조제식품 ...	254
〈표 5-31〉 환자용 식단형 식사관리식품 구입 의향이 없는 이유	256
〈표 5-32〉 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품 요소별 중요도	257
〈표 5-33〉 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도	259
〈표 5-34〉 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법	260
〈표 5-35〉 가구 내 고령자 별도 식단관리 않는 이유(1+2 가중평균)	262
〈표 5-36〉 고령자용 식품 요소별 중요도	264
〈표 5-37〉 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향	266
〈표 5-38〉 고령친화식품 개발 및 제품 품질관리를 위한 별도의 인증 필요성	266
〈표 5-39〉 건강기능식품 인지도	268
〈표 5-40〉 최근 1년 건강기능식품 구입 경험	270
〈표 5-41〉 건강기능식품 품목별 이용 경험	271
〈표 5-42〉 건강기능식품 품목별 구입 의향	272
〈표 5-43〉 건강기능식품을 먹는 주된 이유(복수 응답)	274
〈표 5-44〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)	275
〈표 5-45〉 건강기능식품 요소별 중요도	278
〈표 5-46〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도	279
〈표 5-47〉 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향	281
〈표 5-48〉 대체식품 인지도, 이용경험 및 구입의향 변화 - 식물성 고기제품	283
〈표 5-49〉 대체식품 인지도, 이용경험 및 구입의향 변화 - 식물성 계란제품	284
〈표 5-50〉 대체식품 인지도, 이용경험 및 구입의향 변화 - 곤충 식품	285
〈표 5-51〉 대체식품 인지도 - 배양육	286
〈표 5-52〉 대체식품 섭취 이유	287
〈표 5-53〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)	289
〈표 5-54〉 대체식품 종류별 만족도 -식물성 고기제품	292
〈표 5-55〉 대체식품 종류별 만족도 -식물성 계란제품	293

〈표 5-56〉 대체식품 종류별 만족도 - 곤충식품	294
〈표 5-57〉 대체식품 요소별 중요도	295
〈표 5-58〉 유기가공식품 인지 여부	297
〈표 5-59〉 최근 1년 많이 구입하는 유기가공식품 품목군(1+2+3 가중평균)	299
〈표 5-60〉 유기가공식품을 구입하는 이유(1+2 가중평균)	301
〈표 5-61〉 유기가공식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)	303
〈표 5-62〉 유기가공식품 요소별 중요도	306
〈표 5-63〉 유기가공식품 요소별 만족도	307
〈표 5-64〉 유기가공식품 전반적 만족도	308
〈표 5-65〉 가구 내 반려동물 유무	309
〈표 5-66〉 반려동물 급여 방법(중복응답)	311
〈표 5-67〉 펫푸드(전용 사료) 주 구입 종류	313
〈표 5-68〉 펫푸드(사료/간식) 주 구입처	314
〈표 5-69〉 펫푸드(사료/간식) 원산지 확인 유무	316
〈표 5-70〉 펫푸드(사료/간식) 원산지	317
〈표 5-71〉 수입산 펫푸드 주 이용 이유	319
〈표 5-72〉 펫푸드 구입 시 요소별 중요도	320
〈표 5-73〉 가공식품 안전성 문제 관심도	322
〈표 5-74〉 식품 안전성 체감 정도(100점 만점 기준)	323
〈표 5-75〉 가공식품 종류별 안전성 평가	325
〈표 5-76〉 가공식품 안전관리를 위한 주체별 중요도	327
〈표 5-77〉 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향	329
〈표 5-78〉 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동(복수 응답)	331
〈표 5-79〉 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부	332
〈표 5-80〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수 응답)	335
〈표 5-81〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도	337

〈표 5-82〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬반 의견	339
〈표 5-83〉 식품 폐기 기준	341
〈표 5-84〉 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도	342
〈표 5-85〉 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요성	344
〈표 5-86〉 ESG 경영 인지도	345
〈표 5-87〉 ESG 경영 활동의 필요성	347
〈표 5-88〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화	349
〈표 5-89〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향	350
〈표 5-90〉 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화	352
〈표 5-91〉 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부	353
〈표 5-92〉 갑질 이슈 발생 식품제조업체의 구입 축소 의향	355
〈표 5-93〉 포장재 만족도	356
〈표 5-94〉 포장재 관련 불만	358
〈표 5-95〉 이중포장 금지 인지도	359
〈표 5-96〉 이중포장 금지 필요성	361
〈표 5-97〉 친환경 포장재 사용 필요성	362
〈표 5-98〉 친환경 포장재 가공식품 구매 의향	364
〈표 5-99〉 탄소중립 용어 인지도	365
〈표 5-100〉 탄소중립 필요성	367
〈표 5-101〉 가공식품 제조업체의 탄소중립 활동 필요성	368
〈표 5-102〉 탄소중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향	370
〈표 5-103〉 라이프스타일	372
〈표 5-104〉 가공식품 가격에 대한 인식	374
〈표 5-105〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 농축산물	376
〈표 5-106〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 가공식품	377
〈표 5-107〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 가정간편식	378

〈표 5-108〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 외식	379
〈표 5-109〉 최근 1년 가공식품과 신선농산물 가격 상승 비교	380
〈표 5-110〉 최근 1년 가공식품과 외식 가격 상승 비교	382
〈표 5-111〉 하반기 물가 상승 우려 식품 (1+2+3+4 가중평균)	384
〈표 5-112〉 하반기 가격 상승 우려 가공식품 품목군(1+2 가중평균)	385
〈표 5-113〉 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향	387
〈표 5-114〉 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유	389
〈표 5-115〉 가공식품 이슈별 평가	391
〈표 5-116〉 건강 관심도	393
〈표 5-117〉 체중조절 관심도	395
〈표 5-118〉 체중조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답)	396
〈표 5-119〉 체중조절을 위한 식사량 조절 경험 여부	399
〈표 5-120〉 규칙적 운동 여부	401
〈표 5-121〉 혼밥 빈도	402
〈표 5-122〉 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부	404
〈표 5-123〉 채식주의 관련 식생활 태도	405
〈표 5-124〉 코로나19에 대한 불안감	407
〈표 5-125〉 코로나19 확산으로 인한 식생활/식품 소비 불안도	408
〈표 5-126〉 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리 중요도	410
〈표 5-127〉 코로나19 전 대비 현재 식품 소비 지출액 변화	411
〈표 5-128〉 코로나19 유행 이후 대비 현재 식품 소비 지출액 변화	413
〈표 5-129〉 SNS 사용 빈도	414
〈표 5-130〉 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도	416
〈표 5-131〉 해외여행 정보 관련 미디어 시청 빈도	417

제2장 조사 설계

〈그림 2-1〉 가공식품 소비자태도조사 표본구성 12

제3장 조사 내용과 방법

〈그림 3-1〉 주 구입자 및 일반소비자 대상 조사 검증 단계 49

제4장 가구 내 식품 주 구입자 대상 조사 결과

〈그림 4-1〉 평소 가공식품 구입 주기 56

〈그림 4-2〉 가공식품 구입 시 고려기준 57

〈그림 4-3〉 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균) 59

〈그림 4-4〉 가공식품 주 구입처 구입이유(1+2 가중평균) 61

〈그림 4-5〉 지출액 기준 구입 많은 품목군 63

〈그림 4-6〉 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도 64

〈그림 4-7〉 최근 1년 식품 지출 변화 66

〈그림 4-8〉 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인 68

〈그림 4-9〉 향후 1년 가공식품 지출 변화 69

〈그림 4-10〉 최근 1년 온라인 가공식품 구입여부 71

〈그림 4-11〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유 73

〈그림 4-12〉 온라인 가공식품 구입 주기 75

〈그림 4-13〉 온라인 가공식품 주 구매처(1+2 가중평균) 76

〈그림 4-14〉 온라인 지출액 기준 구입 많은 품목군(1+2+3 가중평균) 78

〈그림 4-15〉 온라인 가공식품 구입 이유(1+2 가중평균) 79

〈그림 4-16〉 온라인 가공식품 주문 방법 81

〈그림 4-17〉 온라인 구입 가공식품 가격 만족도 82

〈그림 4-18〉 온라인 구입 가공식품 품질 만족도 84

〈그림 4-19〉 온라인 구입 가공식품 배송 만족도 85

〈그림 4-20〉 온라인 구입 가공식품 교환·반품 만족도	87
〈그림 4-21〉 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화	88
〈그림 4-22〉 향후 1년 온라인 가공식품 지출 의향	90
〈그림 4-23〉 최근 1년 가공식품 품목별 구입 경험률	91
〈그림 4-24〉 가공식품 구입 시 우선 확인사항	92
〈그림 4-25〉 최근 1년 간편식 품목별 구입 경험	94
〈그림 4-26〉 간편식 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)	95
〈그림 4-27〉 간편식 구입 이유(1+2 가중평균)	97
〈그림 4-28〉 간편식 구입 주기	99
〈그림 4-29〉 간편식 구입 지출액(월평균)	104
〈그림 4-30〉 간편식 주 구입처	106
〈그림 4-31〉 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품	107
〈그림 4-32〉 간편식 주 구입처 - 즉석섭취식품	109
〈그림 4-33〉 간편식 주 구입처 - 신선편의식품	111
〈그림 4-34〉 간편식 주 구입처 - 간편조리세트	113
〈그림 4-35〉 간편식 주 구입 용도	114
〈그림 4-36〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품	115
〈그림 4-37〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품	117
〈그림 4-38〉 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품	118
〈그림 4-39〉 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트	120
〈그림 4-40〉 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목(1+2+3 가중평균)	122
〈그림 4-41〉 간편식 요소별 만족도	124
〈그림 4-42〉 간편식을 구입하지 않는 이유	126
〈그림 4-43〉 향후 1년 간편식 구입 의향	128
〈그림 4-44〉 건강기능식품 인지 여부 및 차이점 인지 여부	129
〈그림 4-45〉 건강기능식품 구입 경험	131

〈그림 4-46〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)	132
〈그림 4-47〉 최근 1년 건강기능식품 구입 금액	134
〈그림 4-48〉 건강기능식품 용도별 구입 비중	135
〈그림 4-49〉 많이 구입하는 건강기능식품(1+2+3 가중평균)	137
〈그림 4-50〉 건강기능식품 주 구입 장소(1+2 가중평균)	138
〈그림 4-51〉 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유(1+2 가중평균)	140
〈그림 4-52〉 건강기능식품 필요정보 획득처	142
〈그림 4-53〉 국내 생산 건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항	143
〈그림 4-54〉 건강기능식품 복용 여부	145
〈그림 4-55〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 개수	146
〈그림 4-56〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류	147
〈그림 4-57〉 건강기능식품 복용 이유	148
〈그림 4-58〉 건강기능식품 복용하지 않는 이유(1+2 가중평균)	150
〈그림 4-59〉 건강기능식품 요소별 만족도	152
〈그림 4-60〉 향후 1년 건강기능식품 구입 의향	153
〈그림 4-61〉 건강식품 섭취 여부	155
〈그림 4-62〉 건강식품 섭취 종류	156
〈그림 4-63〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도	158
〈그림 4-64〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입 의향	159
〈그림 4-65〉 유기가공식품 인지도	161
〈그림 4-66〉 유기가공식품 구입 경험	163
〈그림 4-67〉 유기가공식품 인증품질 신뢰도	164
〈그림 4-68〉 최근 1년 구입 경험있는 유기가공식품 종류	166
〈그림 4-69〉 유기가공식품 구입 이유(1+2 가중평균)	168
〈그림 4-70〉 유기가공식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)	169
〈그림 4-71〉 유기가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)	171

〈그림 4-72〉 유기가공식품 주 구입처 이용 이유(1+2 가중평균)	173
〈그림 4-73〉 유기가공식품 요소별 만족도	175
〈그림 4-74〉 향후 1년 유기가공식품 구입 의향	176
〈그림 4-75〉 평소 식품 소비 라이프스타일	178
〈그림 4-76〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도	181
〈그림 4-77〉 가공식품 가격 수준에 대한 인식	184
〈그림 4-78〉 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처(1+2 가중평균)	186
〈그림 4-79〉 가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균)	187
〈그림 4-80〉 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식(1+2+3 가중평균)	190
〈그림 4-81〉 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균)	193
〈그림 4-82〉 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균)	196

제5장 일반소비자 대상 조사결과

〈그림 5-1〉 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험	201
〈그림 5-2〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균)	203
〈그림 5-3〉 온라인으로 구입하는 특정 상품(복수응답)	206
〈그림 5-4〉 온라인 가공식품 구입 주기	208
〈그림 5-5〉 온라인으로 식품을 구매하는 장소(1+2 가중평균)	209
〈그림 5-6〉 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유	211
〈그림 5-7〉 온라인 가공식품 주문 방법	213
〈그림 5-8〉 온라인 구입 가공식품의 만족도	214
〈그림 5-9〉 최근 1년 온라인 가공식품 구입변화	216
〈그림 5-10〉 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중	218
〈그림 5-11〉 향후 1년 온라인을 이용한 가공식품 구입 의향	219
〈그림 5-12〉 가공식품 정기 배송 여부	221
〈그림 5-13〉 정기적으로 배송 받는 가공식품(복수 응답)	222

<그림 5-14> 정기 배송 신청/주문처(복수 응답)	225
<그림 5-15> 최근 1년 간편식 품목별 구입 경험률	227
<그림 5-16> 간편식 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)	229
<그림 5-17> 간편식 구입 이유(1+2 가중평균)	232
<그림 5-18> 간편식 요소별 중요도	234
<그림 5-19> 간편식 요소별 만족도	235
<그림 5-20> 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중	237
<그림 5-21> 간편식에 대한 인식	239
<그림 5-22> 간편식 주 구입처(1+2 가중평균)	240
<그림 5-23> 간편식 보관형태별 선호도	243
<그림 5-24> 가정 내 환자 별도 식단관리 여부	244
<그림 5-25> 가정 내 환자 별도 식단관리 않는 이유(1+2 가중평균)	246
<그림 5-26> 가정 내 환자 별도 식단관리 방법	249
<그림 5-27> 최근 1년 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 환자용 식단형 식사관리식품	251
<그림 5-28> 최근 1년 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 맞춤형 영양조제식품 ..	252
<그림 5-29> 최근 1년 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 표준형 영양조제식품 ..	254
<그림 5-30> 환자용 식단형 식사관리식품 구입 의향이 없는 이유	255
<그림 5-31> 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품 요소별 중요도	257
<그림 5-32> 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도	258
<그림 5-33> 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법	260
<그림 5-34> 가구 내 고령자 별도 식단관리 않는 이유(1+2 가중평균)	261
<그림 5-35> 고령자용 식품 요소별 중요도	264
<그림 5-36> 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향	265
<그림 5-37> 고령친화식품 개발 및 제품 품질관리를 위한 별도의 인증 필요성	266
<그림 5-38> 건강기능식품 인지도	268

〈그림 5-39〉 최근 1년 건강기능식품 구입 경험	269
〈그림 5-40〉 건강기능식품 품목별 이용 경험 및 구입 의향	271
〈그림 5-41〉 건강기능식품을 먹는 주된 이유(복수 응답)	273
〈그림 5-42〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)	275
〈그림 5-43〉 건강기능식품 요소별 중요도	277
〈그림 5-44〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도	279
〈그림 5-45〉 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향	281
〈그림 5-46〉 대체식품 인지도	282
〈그림 5-47〉 대체식품 섭취 이유	287
〈그림 5-48〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)	289
〈그림 5-49〉 대체식품 종류별 만족도	291
〈그림 5-50〉 대체식품 요소별 중요도	295
〈그림 5-51〉 유기가공식품 인지 여부	297
〈그림 5-52〉 최근 1년 많이 구입하는 유기가공식품 품목군(1+2+3 가중평균)	298
〈그림 5-53〉 유기가공식품을 구입하는 이유(1+2 가중평균)	301
〈그림 5-54〉 유기가공식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)	303
〈그림 5-55〉 유기가공식품 요소별 중요도 및 만족도	305
〈그림 5-56〉 가구 내 반려동물 유무	309
〈그림 5-57〉 반려동물 급여 방법 (중복응답)	311
〈그림 5-58〉 펫푸드(전용 사료) 주 구입 종류	312
〈그림 5-59〉 펫푸드(사료/간식) 주 구입처	314
〈그림 5-60〉 펫푸드(사료/간식) 원산지	316
〈그림 5-61〉 수입산 펫푸드 주 이용 이유	318
〈그림 5-62〉 펫푸드 구입 시 요소별 중요도	320
〈그림 5-63〉 가공식품 안전성 문제 관심도	321
〈그림 5-64〉 식품 안전성 체감 정도(100점 만점 기준)	323

<그림 5-65> 가공식품 종류별 안전성 평가	324
<그림 5-66> 가공식품 안전관리를 위한 주체별 중요도	327
<그림 5-67> 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향	329
<그림 5-68> 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동(복수 응답) ..	330
<그림 5-69> 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부	332
<그림 5-70> 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수 응답)	334
<그림 5-71> 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도	337
<그림 5-72> 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬반 의견	338
<그림 5-73> 식품 폐기 기준	340
<그림 5-74> 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도	342
<그림 5-75> 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요성	343
<그림 5-76> ESG 경영 인지도	345
<그림 5-77> ESG 경영 활동의 필요성	347
<그림 5-78> 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화	348
<그림 5-79> 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향	350
<그림 5-80> 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화	351
<그림 5-81> 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부	353
<그림 5-82> 갑질 이슈 발생 식품제조업체의 구입 축소 의향	354
<그림 5-83> 포장재 만족도	356
<그림 5-84> 포장재 관련 불만	357
<그림 5-85> 이중포장 금지 인지도	359
<그림 5-86> 이중포장 금지 필요성	360
<그림 5-87> 친환경 포장재 사용 필요성	362
<그림 5-88> 친환경 포장재 가공식품 구매 의향	363
<그림 5-89> 탄소중립 용어 인지도	365
<그림 5-90> 탄소중립 필요성	366
<그림 5-91> 가공식품 제조업체의 탄소중립 활동 필요성	368

〈그림 5-92〉 탄소중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향	369
〈그림 5-93〉 라이프스타일	371
〈그림 5-94〉 가공식품 가격에 대한 인식	374
〈그림 5-95〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식	376
〈그림 5-96〉 최근 1년 가공식품과 신선농산물 가격 상승 비교	380
〈그림 5-97〉 최근 1년 가공식품과 외식 가격 상승 비교	382
〈그림 5-98〉 하반기 물가 상승 우려 식품(1+2+3+4 가중평균)	383
〈그림 5-99〉 하반기 가격 상승 우려 가공식품 품목군(1+2 가중평균)	385
〈그림 5-100〉 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향	387
〈그림 5-101〉 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유	388
〈그림 5-102〉 가공식품 이슈별 평가	390
〈그림 5-103〉 건강 관심도	393
〈그림 5-104〉 체중조절 관심도	395
〈그림 5-105〉 체중조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답)	396
〈그림 5-106〉 체중조절을 위한 식사량 조절 경험 여부	399
〈그림 5-107〉 규칙적 운동 여부	400
〈그림 5-108〉 혼밥 빈도	402
〈그림 5-109〉 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부	403
〈그림 5-110〉 채식주의 관련 식생활 태도	405
〈그림 5-111〉 코로나19에 대한 불안감	406
〈그림 5-112〉 코로나19 확산으로 인한 식생활/식품 소비 불안도	408
〈그림 5-113〉 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리 중요도	409
〈그림 5-114〉 코로나19 전 대비 현재 식품 소비 지출액 변화	411
〈그림 5-115〉 코로나19 유행 이후 대비 현재 식품 소비 지출액 변화	412
〈그림 5-116〉 SNS 사용 빈도	414
〈그림 5-117〉 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도	415
〈그림 5-118〉 해외여행 정보 관련 미디어 시청 빈도	417

1

서론

1. 조사 배경과 목적

1.1. 가공식품 소비자태도조사 구축 배경

- 인구구조와 경제, 유통 환경 변화에 따라 식품 소비의 다양화, 편리화, 소량화, 건강 및 안전 추구 등 소비자들의 식품 소비 태도가 변화하고 있음.
- 가공식품은 가격 경쟁력과 편의성을 통한 저가 외식 대체 효과 등에 힘입어 꾸준한 성장이 기대되고 있음.
- 변화하는 소비자의 식품 소비 태도와 니즈 변화를 파악하는 것이 식품 정책과 식품 기업 마케팅 전략 수립에 필수 요소가 되고 있음에 따라 소비자의 라이프스타일과 식품 소비 태도에 대한 기초자료가 필요함.
- 식품 정책의 방향 제시와 농업의 대응방안 마련을 위해서는 소비자의 가공식품 소비행태를 다각도에서 지속적으로 파악하여 관련 연구 및 정책에 기초자료로 제공할 필요가 있음.

- 본 조사의 목적은 가공식품에 대한 소비자의 인식, 구입행태, 라이프스타일 등을 체계적으로 조사하여 기업의 소비자 트렌드 정보 수요에 부응하고 관련 업체의 마케팅 전략을 수립하는 데 기초자료를 제공하기 위함임.

1.2. 주요 연혁

- 2011년 : 「가공식품 소비자 태도 조사」 최초 실시
- 2012년 : 가공식품 분류 12대분류, 45중분류로 확대, 2차년도 실시
- 2013년 : 표본 규모 확대(남녀 4,000명), 가공식품 분류 확대(12대분류, 46중분류), 3차년도 조사 실시
- 2014년 : 4차년도 조사 실시
- 2015년 : 조사대상 변경(일반가구 2,000가구 내 만 20세~69세의 식품 주 구입자 2,000명), 5차년도 조사 실시
- 2016년 : 가공식품 분류 확대(12대분류, 46중분류), 국가승인 지정통계로 승인 (승인 번호 : 114053호), 6차년도 조사 실시
- 2017년 : 7차년도 조사 실시
- 2018년 : 조사관리 기관 '한국농수산물유통공사'에서 '한국농촌경제연구원'으로 변경, 8차년도 조사 실시
- 2019년 : B파트 조사표본 분리 실시(2개 그룹), 9차년도 조사 실시
- 2020년 : 10차년도 조사 실시, 통계청 정기품질진단

○ 2021년 : 11차년도 조사 실시

○ 2022년 : 12차년도 조사 실시

1.3. 조사 근거

○ 「통계법」 제17조(지정통계의 지정 및 지정취소)에 의한 국가승인 지정통계로 「식품산업진흥법」 제9조(식품산업 통계의 조사) 및 동법 시행규칙 제2조(통계 조사의 범위)에 근거하여 실시함.

1.4. 조사 주기 : 1년(매년)

1.5. 조사 설계

○ 가공식품에 대한 소비자태도를 면밀히 파악하기 위해 식품 주 구입자 2,000명을 대상으로 하는 가구조사(통계청 승인통계)와 가구조사 대상 중 500가구의 가계부 조사(4주간), 일반소비자 2,000명 대상 온라인 조사를 실시함.

〈표 1-1〉 조사설계 - 주 구입자 대상

구분	내용
목표 모집단	- 우리나라 전국 17개 시도 일반가구
조사 모집단	- 2015년 등록센서스 '인구주택총조사' 조사구에 속한 일반가구 • 특수사회시설, 기숙사 등의 집단 가구와 외국인 가구 제외 • 가구 : 1인 또는 2인 이상이 모여 취사, 취침 등 생계를 같이 하는 생활 단위
조사대상	- 만 19세 ~ 만 74세의 식품 주 구입자
표본수	- 전국 2,000가구
조사기간	- 2022년 6월 30일(목) ~ 9월 6일(화)
조사방법	- 가구방문면접조사

(계속)

구분	내용
표본틀	- 지리적으로 인접한 일반 가구를 블록화한 2015년 등록센서스 '인구주택총조사' 조사구
표본추출	- 2단계 층화집락 확률비례 계통추출법 • 1차 층화 : 2015년 '인구주택총조사' 결과 17개 시도별 조사구 내 가구수에 비례하여 조사구 추출 • 2차 층화 : 주택 유형별 조사구 추출 (아파트 조사구, 일반조사구) - 총 250개 조사구 추출 (1개 조사구 당 8개 가구 추출)

〈표 1-2〉 조사설계 - 가계부 조사

구분	내용
목표 모집단	- 우리나라 전국 17개 시도 일반가구
조사 표본	- 주 구입자 2,000가구
조사대상	- 만 19세 ~ 만 74세의 식품 주 구입자
표본수	- 주 구입자 2,000 가구 중 500가구
조사기간	- 2022년 7월 1일(금) ~ 9월 28일(수)
조사방법	- 모바일 가계부 조사(영수증 첨부)
조사설계	- 지역별, 연령별 할당 고려

〈표 1-3〉 조사설계 - 일반소비자 대상

구분	내용
목표 모집단	- 우리나라 전국 17개 시도 일반가구
조사대상	- 만 19세 ~ 만 74세의 성인 남성 및 여성
표본수	- 총 2,000명
표본 구성	- 지역별, 연령별 할당 고려
조사기간	- 2022년 8월 4일(목) ~ 8월 31일(수)
조사방법	- 온라인 패널 조사
자료 수집	- 응답대상 온라인 소비자 정보를 별도로 제공하지 않으므로 자체 패널 등을 이용

2. 조사 개요

2.1. 조사 대상

- 주 구입자 조사와 가계부 조사의 경우 만 19세 이상에서 만 75세 미만인 식품 주 구입자 (또는 주부)를 대상으로 진행하였으며, 일반 소비자 조사는 만 19세 이상에서 만 75세 미만인 성인을 대상으로 함.

2.2. 조사 내용

- 가공식품 소비자태도조사의 조사 항목은 기초연구에서 수행된 ① 국내의 관련 문헌 검토, ② 전문가 자문회의, ③ 전문가 대상 통계수요조사를 거쳐 초안이 작성되었으며, ④ 예비조사를 통해 문항을 수정하고 확정함.
- 조사표는 주 구입자 대상 조사표와 가계부 조사표, 일반 소비자 대상 조사표로 구성됨. 주 구입자 조사표는 가구 내 식품의 주 구입자를 대상으로 가공식품 소비 현황이나 구입 행태 등에 대한 설문을 조사하는 내용으로 구성됨. 가계부 조사표는 주 구입자 2,000가구 중 500가구를 선정하여 가구 내 식품의 주 구입자를 대상으로 하며, 총 4주간에 걸쳐 신선과 가공식품을 포함한 식료품 지출액 관련 설문 등으로 구성됨. 일반 소비자의 경우 가공식품 구매 및 품목별 구입 현황 등에 대한 설문을 조사하는 내용으로 구성됨.

〈표 1-4〉 조사 내용 - 주 구입자 대상

구분	항목
가공식품 구매 및 소비 형태 일반	<ul style="list-style-type: none"> - 평소 가공식품 구입 주기 - 가공식품 구입 시 중요 요소 - 가공식품 주 구입처 - 가공식품 주 구입처 이용 이유 - 지출액 기준 많이 구입하는 품목군 - 지출액 규모가 큰 가공식품 만족도 - 최근 1년 식품 지출 비교 - 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인 - 향후 1년 가공식품 지출 변화 - 최근 1년 온라인 가공식품 구입 여부 - 온라인으로 가공식품 구입 하지 않는 이유 - 온라인 가공식품 구입 주기 - 온라인 통한 가공식품 구입 이유 - 가공식품 온라인 주 구입처 - 지출액 기준 온라인 구입 구입하는 품목군 - 온라인 가공식품 구입 시 이용 방법 - 온라인 구입 가공식품 가격, 품질 만족도 - 최근 1년 동안 가공식품 구입 변화 - 향후 1년 온라인 통한 가공식품 구입 변화
가공식품 품목별 구입 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 가공식품 품목별 구입 변화 - 가공식품 품목별 구입 시 중요하게 생각하는 요소
간편식 구입 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 간편식 품목별 구입 변화 - 간편식 제품 구매 시 중요 요소 - 간편식 주 구입 이유 - 간편식 구입 주기 - 간편식 월평균 지출액 - 간편식 구입 장소 - 간편식 구입 장소 이용 이유 - 간편식 주 용도 - 주로 구입하는 간편식 품목 - 간편식 요소별 만족도 - 간편식 구입하지 않는 이유 - 향후 1년 간편식 구입 변화
건강기능식품 구입 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 건강기능식품 구입 변화 - 건강기능식품 구입 시 중요 요소 - 건강기능식품 구입 용도별 지출 비중 - 많이 구입하는 건강기능식품 - 건강기능식품 구입 지출액 - 건강기능식품 복용 이유 - 평소 건강기능식품 먹지 않는 이유 - 건강기능식품 주 구입처 - 주 구입처 이용 이유 - 건강기능식품 정보 획득경로 - 국내 생산 건강기능식품 이용 시 불편사항 - 현재 건강기능식품 복용여부 - 건강기능식품 요소별 만족도 - 향후 1년 건강기능식품 구입 변화
유기가공식품 구입 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 유기가공식품 인지 여부 - 유기가공식품 자가 인지도 - 유기가공식품 구입 경험 - 유기가공 구입 시 유기가공식품 마크 확인 - 유기가공 구입 시 인증품질 신뢰도 - 최근 1년 유기가공식품 구입 변화 - 유기가공식품 구입 이유 - 유기가공식품 구매 시 중요 요소 - 유기가공식품 주 구입처 - 유기가공식품 구입 장소 이용 이유 - 유기가공식품 요소별 만족도 - 향후 1년 유기가공식품 구입 변화 - 일반식품 기능성 표시제도 인지 여부 - 일반식품 기능성 표시제도 구입 의향
식품 소비 라이프 스타일 및 인식	<ul style="list-style-type: none"> - 평소 식품 소비 상황 일치 정도 - 평소 식품 소비 인식 동의 정도 - 가격에 대한 인식도 - 같은 상품 구매 시 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구매처 - 가격변화가 가장 심한 품목 - 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 주는 품목 - 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목 - 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목 - 품목별 선호도
가구 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 가족 구성 형태 - 현재 맞벌이 여부 - 월평균 가구소득 - 월평균 식료품 구매액 - 현재 주거 형태 - 자동차 보유 여부 - 식품 구입 또는 조달 시 차량 이용 여부 - 건강에 대한 관심 - 가구원/동거인 중 증상/병증 여부 - 사회적 지원 경험 여부 - 가구주 성별, 연령, 학력, 직업 - 작년 가공식품 실태조사 응답 여부 - 내년 가공식품 실태조사 응답 의향 - 직업, 학력, 결혼 여부

〈표 1-5〉 조사 내용 - 가계부 조사

구분	항목
조사범위	신선과 가공식품을 포함한 식료품 지출액 조사
조사주기	4주 기준 매일 모바일 가계부 입력
조사항목	구입일자, 구입시간, 구입처(온라인, 오프라인 포함), 품목명(육류는 부위까지 기록), 브랜드/제품명, 단위, 단위당 중량, 수량, 구입액, 할인여부 등

〈표 1-6〉 조사 내용 - 일반 소비자 조사

구분	항목
가공식품 온라인 구매 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 1년 온라인 가공식품 구입 여부 - 온라인으로 가공식품 구입하지 않는 이유 - 온라인으로 구입하는 가공식품 품목군 - 온라인 가공식품 구입 주기 - 가공식품 온라인 주 구입처 - 온라인 통한 가공식품 구입 이유 - 온라인 가공식품 구입 시 이용방법 - 온라인 구입 가공식품 가격, 품질, 배송, 교환/반품 서비스 만족도
신성장 식품 구입 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 1년 온라인 통한 가공식품 지출 비교 - 최근 1년 식재료 구입처(온라인+오프라인) - 향후 1년 온라인 통한 가공식품 지출 변화 - 가공식품 정기 배송 이용 여부 - 가공식품 정기 배송 품목군 - 가공식품 정기 배송 구입처
간편식 구입 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 신성장 식품 인지도
간편식 구입 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 1년 간편식 구입 현황 - 향후 1년 간편식 구입 의향 - 최근 1년 간편식 유형별 구입 현황 - 향후 1년 간편식 유형별 구입 의향 - 간편식 제품 구매 시 중요 요소 - 간편식 주 구입 이유
메디푸드 구입 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 간편식 요소별 중요도 - 간편식 요소별 만족도 - 간편식 지출액 기준 온라인/오프라인 구입 비중 - 간편식 인식 동의 정도 - 간편식 주 구매처
고령 친화식품 구입 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 가정 내 환자 유무 - 환자를 위한 식단 관리 여부 - 환자를 위해 식단 관리하지 않는 이유 - 환자를 위한 식단 관리 방법
고령 친화식품 구입 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 1년 환자용 식품 이용 경험 - 향후 1년 환자용 식품 구입 의향 - 환자용 식품 구입 의향 없는 이유 - 환자용 식품/완제품 중요 요소
기능성 식품 구입 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 만 65세 이상 가구원의 섭취 불편 정도 - 만 65세 이상 가구원 식사 방법 - 만 65세 이상 가구원 별도 식단 관리하지 않는 이유 - 고령자용 식품 중요 요소
기능성 식품 구입 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 건강기능식품 인지 여부 - 최근 1년 건강기능식품 이용 경험 - 향후 1년 건강기능식품 구입 의향 - 건강기능식품 섭취 주 이유 - 건강기능식품 구매 시 중요 요소
대체식품 구입 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 건강기능식품 속성별 요소별 중요도 - 일반식품 기능성 표시제도 인지 여부 - 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 - 향후 1년 일반식품 기능성 표시 제품 구입 의향
대체식품 구입 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 축산품 대체식품/소재 인지 여부 - 최근 1년 대체식품 이용 경험 - 향후 1년 대체식품 구입 의향 - 대체식품 섭취 이유
대체식품 구입 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 대체식품 구매 시 중요 요소 - 대체식품 만족도 - 대체식품 요소별 중요도

(계속)

구분	항 목
유기 가공식품 구입 행태	<ul style="list-style-type: none"> - 유기가공식품 인지 여부 - 최근 1년 구입 유기가공식품 품목군 - 유기가공식품 구입 이유 - 유기가공식품 구매 시 중요 요소 - 유기가공식품 요소별 중요도 - 유기가공식품 요소별 만족도
펫푸드 구입 행태	<ul style="list-style-type: none"> - 반려동물 여부 - 반려동물 주식/간식 유형 - 펫푸드 주 구입 유형 - 펫푸드 주 구입처 - 펫푸드 원산지 확인유무 - 펫푸드 원산지 - 펫푸드 주 이용 이유 - 펫푸드 요소별 중요도
가공식품 안정성	<ul style="list-style-type: none"> - 가공식품 안전성 문제 관심도 - 한국 가공식품 안전성 평가 - 가공식품 종류별 식품 안전성 우려 정도 - 가공식품 안전관리를 위한 주체별 중요도 - 안전한 가공식품을 위한 높은 가격 지불 의향 - 안전한 가공식품 구입하기 위한 중요 행동
가공식품 표시/정보	<ul style="list-style-type: none"> - 가공식품 구매 시 포장지 확인 여부 - 가공식품 품목별 포장지 확인 사항 - 유통기한/소비기한 표시 변경 인지 여부 - 유통기한/소비기한 표시 변경 찬성 정도
소상공인 생계형적합 업종제도	<ul style="list-style-type: none"> - 소상공인 생계형 적합업종제도 인지 여부 - 소상공인 생계형 적합업종제도 필요도 - 소상공인 생계형 적합업종 생산제품 구입 의향
기업의 사회적 책임	<ul style="list-style-type: none"> - ESG 경영 인지 여부 - 가공식품 제조업체의 ESG 경영 활동 필요 여부 - 가공식품 제조업체의 ESG 경영 활동에 대한 이미지 변화 정도 - ESG 경영을 하는 가공식품 제조업체들의 제품 구매 의향 - 가공식품업체의 갑질 이슈 이후 이미지 변화 정도 - 갑질 이슈를 겪은 가공식품업체의 구매 줄인 경험 여부 - 가공식품업체의 대표/임원의 갑질 이슈로 해당 식품에 대한 구입 변화 의향
포장재 /탄소중립	<ul style="list-style-type: none"> - 가공식품 구매 시 포장재 만족도 - 가공식품 포장재 불만 이유 - 이중포장금지 인지 여부 - 이중포장금지 필요도 - 친환경 포장재 필요도 - 탄소 중립 인지 여부 - 탄소 중립 필요도 - 가공식품 제조업체들의 탄소 중립 활동 필요도 - 탄소 중립 활동을 하는 기업이 생산한 가공식품에 대한 구입 변화 의향
식품 소비 라이프 스타일 및 인식	<ul style="list-style-type: none"> - 식품 소비 라이프스타일 동의 정도 - 가공식품 가격 민감성과 최근 3개월 가격 상승 인식 - 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 최근 1년 가공식품 가격 변동에 대한 신선농산물/외식과의 비교 - 하반기 물가 상승 우려 식품 종류 - 가공식품 중 하반기 가격 상승 우려 식품군 - 가공식품 맛 선호도 - 가공식품이 건강에 대해 미치는 영향 인식 - 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 인식에 대한 이유 - 가공식품 인식/선호도
가구 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 응답자 직업, 교육수준 - 가족 구성 형태 - 연령대별 가구원 수 - 결혼 여부 - 현재 맞벌이 여부 - 월평균 가구소득 - 월평균 식료품 구매액 - 건강에 대한 관심 - 가구원/동거인 중 증상/병증 여부 - 응답자 기, 체중, 체중 조절 관심도 - 체중조절을 위한 식사량 조절 여부 - 일상생활 규칙적인 운동 여부 - 혼밥 빈도 - SNS 사용 여부 - 음식/요리에 관한 미디어 매체 시청 여부 - 해외 여행정보에 관한 미디어 매체 시청 여부 - 자동차 보유 여부 - 식품 구입 또는 조달 시 차량 이용 여부 - 채식주의/식생활 행태 - 코로나19에 대한 불안 정도 - 코로나19로 인한 식생활 관련 불안 정도 - 코로나19 이후 식량안보/국내산 먹거리 중요도 인식 변화 - 코로나19 이후 식품 소비 지출액 변화

2.3. 조사 수행

- 본 조사는 식품 주 구입자의 경우 대면면접조사, 가계부 조사는 영수증을 포함한 모바일 조사, 일반소비자 대상 조사는 온라인 설문조사 방식으로 진행됨.
 - 면접조사는 면접원이 조사를 위해 사전 할당된 가구로 방문한 후, 응답자에게 질문하고 응답자가 응답한 내용을 그대로 입력하는 방식의 조사
 - 온라인 패널 조사는 온라인 패널을 대상으로 웹으로 개발한 설문지 URL을 메일로 발송하면 응답자 스스로 사이트에 접속하여 내용을 작성하는 방식의 조사

3. 조사의 특징 및 기대효과

3.1. 조사표 수정 및 변경승인

- 가공업체, 소비자, 학계, 협회 등 관련 분야 전문가를 대상으로 2021년 조사표에 대한 검토회의를 거쳐 조사 문항을 수정·보완하였음. 2021년 조사표 검토 시 2020년 통계청 정기품질진단의 개선사항을 바탕으로 조사표에 대한 전문가 간담회를 거쳐 조사문항 및 통계표를 일부 수정 보완하였음.
- 전문가 및 식품업계 담당자, 관련 협회 관계자들과 설문지 개선사항에 대해 논의함.
 - 전문가 간담회 2차례 진행(3월 25일 오전·오후)
- 전문가 간담회 내용을 반영하여 조사표를 변경하였음.
 - 가구용(승인통계) 및 가구원용(미승인통계) 조사표를 확정
 - 가구용(승인통계) 조사표는 기존 구성 체계를 유지하되, 문항 및 보기를 일부 수정하고 용어에 대한 설명 등을 보완

- 가구원용(미승인통계) 조사표는 문항 및 보기를 일부 수정
- 일반소비자대상 온라인 조사에 식품산업 인식 관련 문항 추가

○ 조사 표본 분리

- B파트 품목군 구입 경험 및 변화에서 조사 표본을 작년과 동일하게 2개 그룹으로 구분하여 조사를 실시

3.2. 조사의 기대효과

- 가공식품 소비자태도조사 통계는 정부의 정책 수립 및 식품기업의 마케팅 전략 수립에 필요한 정책 수립을 위한 기초자료로 활용될 것으로 기대됨.
- 소비자의 식품 소비 태도와 니즈 변화 파악에 적극적으로 대응함으로써 식품산업의 경쟁력 제고와 식품 수요자인 소비자의 만족도 제고에 기여할 것으로 기대됨.

2

조사 설계¹⁾

1. 표본 설계

1.1. 2022년 표본 설계 기본방향

○ 가공식품 소비자태도조사는 변화하는 소비자의 라이프스타일과 식품 소비 태도 및 니즈(needs) 변화의 기초자료를 수집하기 위해 2011년에 한국농수산유통공사(이하 aT) 주관 하에 최초로 작성된 이래 매년 수행되었고, 2018년부터 주관 기관이 한국농촌경제연구원(이하 KREI)으로 변경되어 올해로 5회차 조사가 수행됨. 올해 표본조사는 다음의 3가지 조사를 고려함.

- ① 전국 및 권역별 분석이 가능한 만 19~74세의 가구 내 식품 주구입자에 대한 방문 조사를 실시하되, 2018년 조사응답자들에 대해 반복적인 조사 수행이 가능하도록 설계. 기존 표본을 분할하여 「가공식품 품목별 구입 현황」 부문의 조사문항을 부분별로 분리표본에 적용
- ② 방문조사 응답가구 중 일부에 대해 4주간 가공식품 구입에 관한 가계부조사를 실시

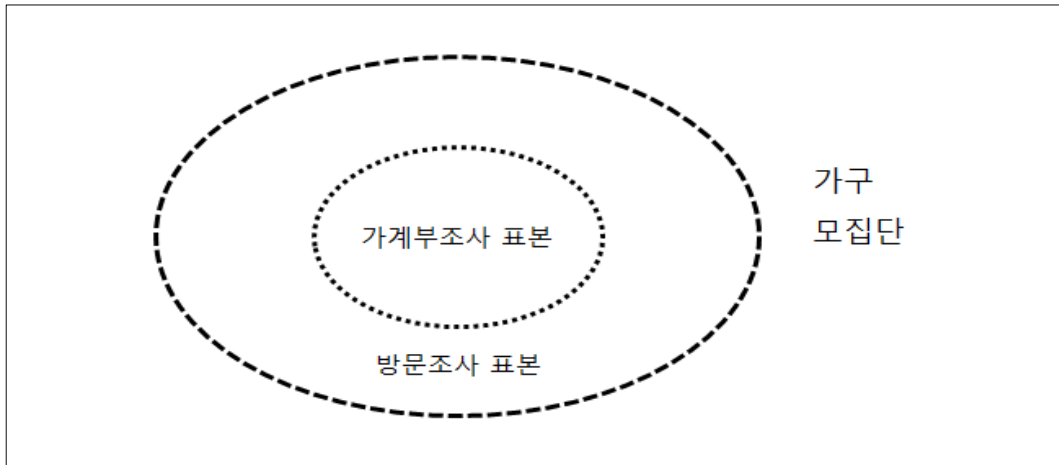
1) (사)한국조사연구학회 박인호(부경대) 교수의 위탁원고 내용을 정리한 것임.

- ③ 별도의 온라인 소비자 조사를 진행

○ 본 연구는 식품류 주구입자들에 대한 ① 방문조사를 위한 표본 설계를 마련하고, ② 표본가구를 분리하여 조사 문항을 부분별로 적용하며, ③ 가계부 조사를 위한 표본규모의 가이드를 제공함.

- 식품류 주구입자 방문조사는 전국과 통합권역(수도권, 비수도권, 충청·호남권, 강원·경상권)별 분석이 가능한 약 2,000개의 표본(응답)가구 구성 필요
- 조사문항을 부분별로 적용할 수 있도록 기존 표본가구를 확률적 분할
- 식품류 주구입자 가계부조사는 방문조사 응답가구 중 일부인 약 500개의 표본(응답)가구로 구성하되, 가급적 1인 가구 여부(1인, 2인 이상), 지역(수도권·비수도권), 연령대(20-30대, 40-50대, 60대 이상)별 특성집단을 대표할 수 있도록 구성
- 별도 온라인 소비자 조사는 본 연구의 대상이 아니므로 논의에서 제외

〈그림 2-1〉 가공식품 소비자태도조사 표본구성



1.2. 모집단

- 가공식품 소비자태도조사의 대상은 2022년 현재 우리나라의 일반가구 내 식품 구입을 주로 하는 주부 및 세대주임.²⁾

- 표본추출틀로는 통계청의 2015년 등록센서스 조사구 명부를 사용함.
 - 조사구란 지리적으로 인접한 일반 가구를 블록화한 지역 단위
 - 2015년에 구축된 기본 조사구는 행정자료를 기반으로 동읍면 단위에서 평균 30가구를 포함하도록 하였고, 이후 인접한 조사구를 결합하여 평균 60가구를 포함하는 병합 조사구를 구축하여 제공
 - 2015년 조사구는 이전 인구주택총조사의 조사기반 자료가 아닌 행정자료 등록기반 자료를 사용하여 조사구 내 가구 및 가구원, 주택 등에 대한 집계 자료만을 제공하므로 가구 단위의 연계가 불가능하고 조사구 특성만을 파악할 수 있는 제한적 정보 존재

- <표 2-1>과 <표 2-2>는 2018년 표본 설계 당시의 권역별 동·읍면 구분에 따른 일반가구 분포 정리함.
 - 전국의 총 18,560,738가구 중 49.5%인 9,196,688가구가 수도권에 있고 나머지 50.5%인 9,364,050가구가 비수도권
 - 비수도권의 권역별로는 동남권이 가장 많은 2,888,918가구를 포함하며 강원권이 가장 적은 546,630가구를 포함
 - 권역별 동·읍면 가구 구성비는 수도권과 동남권이 가장 차이가 많아 읍면의 규모는 각각 8.33%와 18.00%
 - 강원권의 동·읍면은 각각 335,257가구와 211,373가구로 가장 적은 수준

²⁾ 부가조사에서는 가구원도 포함.

〈표 2-1〉 권역별 동·읍면 지역별 가구 분포

단위: 가구

분류	권역	일반가구	지역구분	
			동지역	읍면지역
수도권	수도권	9,196,688	8,430,882	765,806
비수도권	충청권	1,945,104	1,266,137	678,967
	호남권	2,082,409	1,455,872	626,537
	대경권	1,900,989	1,368,928	532,061
	동남권	2,888,918	2,368,949	519,969
	강원권	546,630	335,257	211,373
	소계	9,364,050	6,795,143	2,568,907
전국		18,560,738	15,226,025	3,334,713

〈표 2-2〉 권역별 동·읍면 지역별 가구비율 분포

단위: %

분류	권역	일반가구	지역구분	
			동지역	읍면지역
수도권	수도권	49.5	91.7	8.3
비수도권	충청권	10.5	65.1	34.9
	호남권	11.2	69.9	30.1
	대경권	10.2	72.0	28.0
	동남권	15.6	82.0	18.0
	강원권	2.9	61.3	38.7
	소계	50.5	72.6	27.4
전국		100.0	82.0	18.0

1.3. 표본 설계 및 추출

○ 표본 설계는 기본적으로 조사운영 및 주요 분석영역별로 안정적인 분석이 가능할 수 있도록 고려함.

- 전국단위는 물론 통합권역별 분석이 안정적일 수 있는 표본할당을 고려
- 추가로 가급적 시·도 단위별 추정의 안정성을 간접적으로 고려하였고 동·읍면 구성은 비례적으로 구성비를 갖출 수 있도록 함. 단, 부산과 인천의 읍면은 상대적으로 규모가 작아 경기·경남의 읍면 분류로 편입시켜 분석의 안정성을 지향

- 병합 조사구를 일차추출단위로 사용하여 조사운영 및 정도평가가 안정적인 수 있도록 하였고 조사구 내 대략 8개의 응답가구 목표

○ 표본조사 및 자료분석의 효율성을 고려하여 모집단 층화를 고려함.

- 통계 공표 범위는 물론 표본 대표성 및 조사운영의 편리성을 확보할 수 있도록 권역구분을 1차 층화의 기준으로 고려
- 더불어 조사운영 및 추가적 안정성을 확보하기 위해 시도와 동·읍면 구분에 따라 2차 층화를 고려

○ 표본추출은 층화이단 확률비례 계통추출법을 적용함.

- 표본층별로 먼저 조사구를 가구 수 기준의 크기비례로 추출하고 선택된 조사구 내 동일한 수의 가구를 계통추출로 선택하여 층별로 가구추출확률이 균등하도록, 즉 균등 확률추출(equal probability selection method, 이후 epsem) 조정

○ 표본할당은 다음과 같은 세 단계로 구성된 절충할당을 고려함.

- ① 권역별 가구수의 제곱근에 비례하는 절충할당
- ② 권역 내 시도별 가구수의 제곱근에 비례하는 절충할당
- ③ 시도 내 동·읍면 가구수 기준의 비례할당

○ <표 2-3>과 <표 2-4>는 각각 권역별 구분은 물론 시도 내 동·읍면 지역구분에 따른 조사구 및 가구 표본할당을 정리함.

- 전국 가구의 절반을 차지하는 수도권에 대해 전체 250개 표본조사구 중 78개 조사구인 약 31.2%의 표본을 할당
- 전국 가구의 2.5%를 포함하는 강원권은 전체 250개 표본조사구 중 19개 조사구인 약 7.6%의 표본을 할당

○ 표본조사구는 표본층별로 크기비례확률추출에 의해 선택함.

- 시도 및 동·읍면 구분에 의해 정의되는 총 29개의 표본층(병합) 조사구를 다음의 기준으로 정렬하여 내재적 층화(implicit stratification)의 효과 보임.³⁾
 - 조사구 구분(아파트·비아파트)
 - 시군구코드
 - 동읍면코드
 - 병합조사구 ID
- 더불어 지나치게 작은 조사구의 추출을 방지하기 위해 가구 수 31개 이하를 제외하는 절사추출(cut-off sampling)을 적용

〈표 2-3〉 표본층별 표본조사구 할당

권역	시도	동지역	읍면지역	소계
수도권	서울	30	-	30
	인천	16	-	16
	경기	27	5	32
	소계	73	5	78
충청권	대전	10	-	10
	세종	2	2	4
	충북	6	4	10
	충남	5	7	12
	소계	23	13	36
호남권	광주	10	-	10
	전북	8	3	11
	전남	4	6	10
	제주	4	2	6
	소계	26	11	37
대경권	대구	16	2	18
	경북	10	8	18
	소계	26	10	36
동남권	부산	17	-	17
	울산	8	2	10
	경남	11	6	17
	소계	36	8	44
강원권	강원	12	7	19
전국		196	54	250

3) 선택된 특성에 따라 개체를 나열한 뒤 계통추출 하므로 표본개체는 해당 특성에 대한 균형을 갖추게 되어 마치 층화 추출과 유사한 효과를 갖게 되므로 이를 내재적 층화라 함.

〈표 2-4〉 표본층별 표본가구 할당

권역	시도	동지역	읍면지역	소계
수도권	서울	240	-	240
	인천	128	-	128
	경기	216	40	256
	소계	584	40	624
충청권	대전	80	-	80
	세종	16	16	32
	충북	48	32	80
	충남	40	56	96
	소계	184	104	288
호남권	광주	80	-	80
	전북	64	24	88
	전남	32	48	80
	제주	32	16	48
	소계	208	88	296
대경권	대구	128	16	144
	경북	80	64	144
	소계	208	80	288
동남권	부산	136	-	136
	울산	64	16	80
	경남	88	48	136
	소계	288	64	352
강원권	강원	96	56	152
전국		1,568	432	2,000

○ 조사구 내 표본가구의 선택은 기대 응답률의 가정하에 계통확률추출로 표본가구를 추출함.

- 응답률 50%를 가정하여 조사구 당 16개의 표본가구를 추출
- 조사구 내 가구추출은 계통확률방식에 따라 조사구 가구명단의 순서에 따라 16개의 연속된 가구 묶음을 형성하고 첫 번째 가구 묶음 중 한 가구를 확률추출한 뒤 다른 가구 묶음별로 동일한 위치의 가구를 표본조사 대상가구로 선택

○ 조사기간이 짧음을 감안하여 조사운영의 안정성을 확보하기 위해 조사구 및 표본가구 대체를 제한적으로 허용함.

- 약 1.5개월의 매우 짧은 조사기간으로 인해 가급적 지리적으로 인접한 조사구로 대체하고자 2배수의 예비표본 조사구를 마련⁴⁾

- 원표본 조사구에 대한 대체 가능사유로 접근불가(관리사무소 불허), 조사 불응(5가구 미만 포함), 재개발, 기숙사, 직원숙소 등의 일부 부적격 사유를 허용⁵⁾
- 조사구 내 16개 표본가구를 모두 접촉한 후에도 응답가구수가 4개 이하인 경우에는 조사구 가구명부의 순서를 기준으로 전·후 가구를 조사하는 것을 허용. 단, 가구당 5회 방문(혹은 강력거절 2회 등)으로 최종적 무응답을 결정하도록 하였으며 조사보고(파라데이터)에 명시하도록 하여 표본가구 대체를 가급적 제한

○ 가계부조사를 위한 표본선택은 방문조사의 응답가구 중 일부를 선택하되 세 가지 인구학적 특성인 권역, 가구주 연령(19~20세, 40~59세, 60~74세), 1인 가구 여부(1인, 기타)에 따른 소프트할당 제시함.

- 가급적 확률(무작위) 선택이 가능하도록 하되 촉박한 섭외기간을 감안하여 조사초기 접촉 기간 중 기간대별로 균등하게 분할하여 특성별 가구선택을 권고
- 가급적 요청대상 가구와 참여 동의 가구를 파라데이터로 구분하여 기록하도록 권유

○ 가계부조사의 소프트할당은 2022 통계청 장래가구추계, 2021 가계금융복지조사 자료를 참고함.

<표 2-5> 권역·가구주 연령·1인 가구 여부에 따른 가계부조사 표본가구 소프트할당

가구주 연령	19~39세		40~59대		60~74세		전체	
	1인	전체	1인	전체	1인	전체	1인	전체
수도권	30	63	25	121	17	66	72	250
비수도권	27	54	27	118	24	78	78	250
충청권	8	15	6	26	5	16	19	57
호남권	5	11	6	26	5	17	16	54
대경권	5	10	5	23	5	16	15	49
동남권	7	15	8	36	7	24	22	75
강원권	2	3	2	7	2	5	6	15
전국	57	117	52	239	41	144	150	500

4) 표본층별 조사구 추출 시 고려한 내재적 층화특성은 지리적 인접성에 해당함.

5) 재개발 등의 부적격은 원칙적으로 대체 사유로는 바람직하지 못하나 조사 여건상 허용함.

〈표 2-6〉 가구주 연령대 및 소득구간별 가계부조사 표본가구 소프트할당

소득구간	가구주 연령대			
	20~39세	40~59세	60~74세	합계
3천만 원 미만	30	40	73	143
3천만 원 이상 ~ 5천만 원 미만	34	48	29	110
5천만 원 이상	52	152	42	246
총계	116	240	144	500

〈표 2-7〉 1인 가구의 소득구간별 가계부조사 표본가구 소프트할당

소득구간	가구 수
1천만 원 미만	36
1천만 원 이상 ~ 3천만 원 미만	74
3천만 원 이상	40
총계	150

1.4. 설문분할 적용을 위한 표본분리

- 기존 가공식품 소비자태도조사의 가공식품 품목별 구입 현황은 가공식품 품목(BA1~BJ2)별 구입변화와 구입 시 고려하는 요인을 조사함.
- 하지만 수많은 품목류에 대해 동일한 질문으로 반복적으로 조사함에 따라 조사품질에도 영향을 미친다는 지적이 있어, 2019년 표본 설계에서 총 2,000개의 표본가구를 1,000개 가구씩 2개 그룹으로 구분하여 가공식품 품목별 구입 현황의 약 50%씩 나누어 응답하도록 하고자 하였음. 2021년에 이어 2022년 표본 설계에서도 동일하게 적용함.
- 이에 총 2,000명의 응답 수를 갖는 기존 안과 대비하여 각각 1000명의 두 그룹으로 나눈 후 예상되는 항목별 표준오차와 상대표준오차를 다음의 식을 사용하여 약식으로 예측함.

$$se_{new}(cv_{new}) = \sqrt{\frac{n_{old}}{n_{new}}} se_{new}(cv_{old})$$

- 예로, 식육가공품(BA1)에 대한 평균점수는 2.95로 기존 안 하에서는 표준오차와 상대표준오차가 각각 0.024와 0.82%이지만 신규 안(설문분할) 하에서는 표준오차와 상대표준오차는 각각 0.034와 1.16%로 약간의 상승을 보임(〈표 2-8〉 참고). 이는 표본수 감소에 따른 자연스러운 정도 수준의 하락
- 자료분석에 대한 추정 혹은 분석영역은 설문분할(split questionnaire)로 인한 표본분할을 고려하여 선택해야 하며, 〈표 2-9〉는 제안된 분석영역을 정리
- 표본층 내 조사구 구분별 현황〈표 2-10〉

〈표 2-8〉 주요 항목에 대한 기존 안과 신규 안 하의 정도수준 비교

설문항	사례수	평균(점)	기존안(2,000명)		신규안(1,000명)	
			SE(점)	CV(%)	SE(점)	CV(%)
BA1.식육가공품	1,923	2.95	0.024	0.82%	0.034	1.16%
BB1.어육가공품	1,972	3.01	0.021	0.71%	0.030	1.01%
BC1.과일채소가공품_젓	1,429	2.82	0.026	0.94%	0.037	1.33%
BD1.드레싱/소스류	1,824	2.92	0.023	0.80%	0.033	1.13%
BE1.식물성기름	1,870	2.97	0.022	0.73%	0.031	1.03%
BF1.빵류	1,953	3.09	0.030	0.97%	0.042	1.38%
BG1.라면류	2,010	3.16	0.027	0.86%	0.038	1.22%
BH1.밀가루류	1,913	2.77	0.027	0.97%	0.038	1.37%
BI1.원두/조제/액상커피	1,907	3.11	0.029	0.93%	0.041	1.31%
BJ1.맥주	1,727	3.10	0.023	0.75%	0.033	1.06%

〈표 2-9〉 표본분할에 따른 추정영역 축소 제시안

	구분	빈도	비중
거주지역	수도권	644	31.9
	비수도권	1,377	68.1
	충청권+호남권	584	28.9
	강원권+경상권	793	39.2
행정구역	동	1,589	78.6
	읍면	432	21.4
가구원 수	1인	584	28.9
	2~3인	978	48.4
	4인 이상	459	22.7

(계속)

	구분	빈도	비중
가구주 성별	남자	1,389	68.7
	여자	632	31.3
가구주 연령대	20~30대	456	22.6
	40~50대	951	47.1
	60대 이상	614	30.4
가구주 최종학력	중졸 이하	279	13.8
	고졸	864	42.8
	전문대졸 이상	878	43.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	648	32.1
	서비스/판매직	569	28.2
	기계/농림어업/단순노무	566	28.0
	주부+기타	238	11.8
가구 소득	300만원 미만	869	43.0
	300~500만원 미만	725	35.9
	500만원 이상	427	21.1
	총계	2,021	100.0

〈표 2-10〉 표본층별 표본조사구 상세분포

표본층	조사구분류		전체
	일반조사구	아파트조사구	
111	18	12	30
211	9	8	17
221	7	9	16
222	0	2	2
231	7	9	16
241	3	7	10
251	5	5	10
261	3	5	8
262	1	1	2
291	0	2	2
292	1	1	2
311	12	15	27
312	3	2	5
321	5	7	12
322	5	2	7
331	3	3	6
332	3	1	4
341	2	3	5
342	5	2	7

(계속)

표본층	조사구분류		전체
	일반조사구	아파트조사구	
351	4	4	8
352	3	0	3
361	2	2	4
362	5	1	6
371	5	5	10
372	6	2	8
381	5	6	11
382	3	3	6
391	3	1	4
392	2	0	2
총계	130	120	250

1.5. 설문분할에 따른 표본배정

○ 응답자 부담 경감 및 정확한 조사자료 수집을 위한 분할설문표본(Split- Questionnaire sample)을 선정함.

- 분할설문표본 사용에 따른 조사자료 분석의 안정성 확보를 위해 기존 표본 설계를 고려하여 표본을 선정

○ 각 설문지 내 항목 문항의 안정적 추정을 위해 기존 표본단위를 다음의 원칙에 의해 배정함.

- 층별 표본 조사구를 조사구 특성(일반, 아파트), 주소에 따라 나열한 후, 계통적으로 설문지 형태를 지정
- 층내 조사구 개수가 4 이상이면 조사구 단위로 확률배정하고 층별 조사구 개수가 3 이하이면(조사구 내) 가구 단위로 확률배정⁶⁾

○ 조사구 단위 배정(4개 이상의 조사구를 포함한 표본층)

⁶⁾ STR = 222, 262, 291, 292, 352, 392

- 단계 1: 층별(STR)로 A와 B 중 하나를 확률적으로 선택
- 단계 2: 나열순서에 따라 A와 B를 번갈아가며 할당
(예, 'A'이면 나열된 순서에 따라 A,B,A,B를 반복하여 할당)
(예, 'B'이면 나열된 순서에 따라 B,A,B,A를 반복하여 할당)

○ 가구 단위 배정(3개 이하의 조사구를 포함한 표본층)

- 조사구 내 명부상 가구 순서에 따라 A와 B를 번갈아 배정

〈표 2-11〉 설문분할에 따른 표본분할

표본층	조사구분류						전체		
	일반			아파트			설문A	설문B	가구 분할
	설문A	설문B	가구 분할	설문A	설문B	가구 분할			
111	9	9	-	6	6	-	15	15	-
211	5	4	-	4	4	-	9	8	-
221	3	4	-	5	4	-	8	8	-
222	-	-	-	-	-	2	-	-	2
231	3	4	-	5	4	-	8	8	-
241	2	1	-	3	4	-	5	5	-
251	3	2	-	2	3	-	5	5	-
261	2	1	-	2	3	-	4	4	-
262	-	-	1	-	-	1	-	-	2
291	-	-	-	-	-	2	-	-	2
292	-	-	1	-	-	1	-	-	2
311	6	6	-	8	7	-	14	13	-
312	1	2	-	1	1	-	2	3	-
321	2	3	-	4	3	-	6	6	-
322	3	2	-	1	1	-	4	3	-
331	1	2	-	2	1	-	3	3	-
332	2	1	-	-	1	-	2	2	-
341	1	1	-	1	2	-	2	3	-
342	3	2	-	1	1	-	4	3	-
351	2	2	-	2	2	-	4	4	-
352	-	-	3	-	-	-	-	-	3
361	1	1	-	1	1	-	2	2	-

(계속)

표본층	조사구분류						전체		
	일반			아파트					
	설문A	설문B	가구 분할	설문A	설문B	가구 분할	설문A	설문B	가구 분할
362	3	2	-	-	1	-	3	3	-
371	2	3	-	3	2	-	5	5	-
372	3	3	-	1	1	-	4	4	-
381	3	2	-	3	3	-	6	5	-
382	1	2	-	2	1	-	3	3	-
391	2	1	-	-	1	-	2	2	-
392	-	-	2	-	-	-	-	-	2

2. 조사 결과

2.1. 파라데이터

○ 조서관리를 위해 다음의 정보를 포함한 파라데이터를 준비함.

- 표본 설계 정보(ID, 조사구 분류, 대체가구 ID)
- 응답분류
- 방문횟수
- 1~5차 방문별 일자 및 조사결과 분류의 상세 사유
- 가계부 조사 가구 여부
- 가구주 특성(성별, 연령, 학력, 직업)

2.2. 응답현황

○ 조사구 예비표본은 본표본의 2배수인 총 500개 조사구를 추출함.

- 조사구 예비표본은 조사구 정렬 순에 따른 본표본 조사구의 전·후 각각 1개씩의 조사구로 총 500개를 제공
- 2018년 조사에서 강원도 2개 조사구에서 각각 고령자 거주 및 군인 거주지역으로 판명되어 대체되었고, 2019년 조사에서는 전남 1개 조사구에서 종교 관련 임시거주지역으로 판명되어 대체조사구가 사용됨. 2022년 조사에서는 6개의 대체조사구를 추가로 사용

○ 총 2,461개 가구를 접촉하여 총 2,231개 가구가 응답함.

- <표 2-12>는 조사구 종류별 응답분류에 따른 가구분포를 정리
- 전체 접촉가구 중 약 91.2%인 2,231개 가구만이 응답하였고 8.8%인 221가구가 거절·부재 등의 무응답 가구에 해당
- 부적격과 미접촉을 제외한 가구들 중 약 91.2%의 응답률

○ <표 2-13>은 조사구 종류별로 응답가구 수에 따른 조사구 분포를 정리함.

- 조사구 당 응답가구는 목표치인 8개는 전체 250개 중 168개 조사구에서 달성하였고 그 외 조사구는 9개 혹은 그 이상의 응답가구 수를 달성

○ <표 2-14>는 권역별 응답구분별 가구분포를 정리함.

- 응답률은 전국수준으로 91.2%, 권역별로는 76.6~96.1% 범위를 가지며, 수도권과 충청권의 경우 각각 96.1%와 95.1%로 높은 수준

〈표 2-12〉 조사구 종류별 응답분류 분포

단위: 개, %

분류	가구(개)			비중(%)		
	본조사구	예비조사구	전체	본조사구	예비조사구	전체
응답 (응답률*)	2,131 (91.2%)	100 (92.6%)	2,231 (91.2%)	90.6	91.7	90.7
무응답	206	8	214	8.8	7.3	8.7
부적격	15	1	16	0.6	0.7	0.6
소계	2,352	109	2,461	100.0	100.0	100.0
미접촉	366	25	391	-	-	-
전체	2,718	134	2,852	-	-	-

주: 응답률은 응답/(응답+무응답)으로 산출

〈표 2-13〉 조사구 종류별 응답가구 분포

단위: 개

응답가구 수	조사구수		
	본조사구	예비조사구	전체
8	163	5	168
9	20	1	21
10	22	1	23
11 이상	35	3	38
전체	240	10	250

〈표 2-14〉 권역별 응답구분 분포

단위: 가구, %

권역	응답 (응답률)	무응답	부적격	미접촉	전체
수도권	693 (96.1%)	28	-	134	855
충청권	329 (95.1%)	17	3	52	401
호남권	337 (92.6%)	27	3	47	414
대경권	316 (87.3%)	46	2	40	404
동남권	392 (89.5%)	46	4	51	493
강원권	164 (76.6%)	50	4	67	285
전체	2,231 (91.2%)	214	16	391	2,852

○ <표 2-15>는 응답구분별 가구 방문횟수를 정리함.

- 1회 때 응답률이 92.6%로 가장 높았으며, 4-5회 각 49.2%, 47.2%로 높은 수준

○ <표 2-16>은 표본층별 응답가구의 분포를 정리함.

○ <표 2-17>는 2021년 조사 대비 주소지 및 응답인 동일 여부에 대한 응답 수 분포를 정리함.

- 동일주소지 중 1,510개 가구는 2021년 조사와 동일한 응답가구로 68.9%에 해당

<표 2-15> 응답구분별 방문횟수 분포

단위: 가구, %

방문횟수	응답	무응답	부적격	미접촉	전체
1	1,480 (92.6%)	118 (7.4%)	12	-	1,610
2	525 (32.4%)	61 (10.4%)	-	-	586
3	172 (38.0%)	14 (7.5%)	2	-	188
4	36 (49.2%)	7 (16.3%)	-	-	43
5	18 (47.2%)	14 (43.8%)	2	-	34
-	-	-	-	391	391
전체	2,231 (91.2%)	214 (8.8%)	16	391	2,852

<표 2-16> 표본층별 응답가구 분포

단위: 가구

권역	시도	동지역	읍면지역	소계
수도권	서울	297	-	297
	인천	128	-	128
	경기	216	40	256
	소계	653	40	693
충청권	대전	114	-	114
	세종	17	16	33
	충북	48	32	80
	충남	41	61	102
	소계	220	109	329

(계속)

권역	시도	동지역	읍면지역	소계
호남권	광주	115	-	115
	전북	65	26	91
	전남	32	49	81
	제주	34	16	50
	소계	246	91	337
대경권	대구	152	16	168
	경북	82	66	148
	소계	234	82	316
동남권	부산	169	8	177
	울산	66	16	82
	경남	93	40	133
	소계	328	64	392
강원권	강원	105	59	164
전국		1,786	445	2,231

〈표 2-17〉 작년 대비 주소지 및 응답인 동일 여부에 대한 응답수 분포

단위: 개, %

구분		응답기준(개)			응답기준(%)		
		동일	상이	합계	동일	상이	합계
주소지 기준	동일	1,510	683	2,193	68.9	31.1	100.0
	상이	-	659	659	0.0	100.0	100.0
	총계	1,342	1,510	2,852	47.1	52.9	100.0

3. 가중치 산출 및 추정

3.1. 가중치 산출 개요

○ 복합표본 설계(complex sampling design)에 의한 조사자료를 분석할 때, 개별 응답 개체의 조사값 y_{hik} 은 표본가중치 w_{hik} 와 곱한 가중합 형태로 모총합을 추정함.

- 모총합 $Y = \sum_{hik \in U} y_{hik}$ 는 다음의 표본가중합의 형태로 추정

$$\hat{Y} = \sum_{hik \in s} w_{hik} y_{hik}$$

- 여기서 hik 는 각각 표본층, 집락, 가구에 대한 식별기호이고, U 와 s 는 각각 모집단과 표본 의미

○ 표본가중치(sampling weight)는 표본개체가 대표하는 모집단 개체 수의 추정량임. 따라서 표본가중치의 산출에 다음의 요소를 적절히 반영한다면, 표본가중합 \hat{Y} 이 동일한 표본 설계 하에서 반복적으로 추출될 때 갖는 기댓값인 모총합과 일치되는 설계기반 불편추정량(design-based unbiased estimator)이 됨(Valliant, 2004).

- ① 표본 설계에 따른 개체별 불균등 포함확률(unequal inclusion probability)
- ② 단위)무응답에 대한 보정(nonresponse adjustment)
- ③ 보조정보를 이용한 표본추정량과 모집단 총합과의 일치(calibration adjustment)

○ 가공식품 소비자태도조사의 기본적인 표본추출단위는 조사구와 조사구 내 가구이고 조사대상은 가구 내 주구입자(또는 가정주부). 따라서 조사단위는 물론 분석단위별 모집단을 대표할 수 있는 표본가중치를 산출하여 관련된 통계분석이 가능하도록 함.

○ 가공식품 소비자태도조사의 표본추출단위는 조사구와 가구로 이루어 짐. 따라서 조사단위별로 모집단을 대표하는 표본가중치를 각각 산출하여 관련된 통계분석이 가능하도록 함.

3.2. 조사구 가중치

○ 조사구 가중치는 기본적으로 설계가중치로 정의되며 다음의 3가지 요소로 이루어짐.

- ① 표본 설계에 따른 개체별 포함확률
- ② 조사구 대체에 따른 크기 보정
- ③ 설문분할에 따른 조사구에 대한 확률적 표본배정

○ 먼저, 기본적 조사구 설계가중치는 표본 포함확률의 역수로 정의함.

$$w_{hi}^d = \frac{1}{\pi_{hi}} = \frac{M_{h+}}{n_h M_{hi}}$$

- 여기서 π_{hi} 는 표본층 h 내에서 i 번째 조사구가 표본에 포함될 확률로 이는 표본층에 할당된 표본 수 n_h 와 조사구 내 가구 수 M_{hi} 그리고 N_h 의 조사구로 이루어진 표본층의 총 가구 수 $M_{h+} = \sum_{i=1}^{N_h} M_{hi}$
- 조사구 설계가중치는 표본조사구 (hi)가 대표하는 모집단 내 총 조사구 수

○ 조사구 대체에 따른 원 조사구 대비 대체표본조사의 크기측도 차이를 반영함.

- 제한적으로 조사구 대체를 허용하여 실질적인 무응답을 조정
- 강원권과 호남권에서 교체된 조사구에 대한 규모변동에 따라 추가적인 조정을 수행 즉, 원표본 조사구를 대신한 대체표본 조사구의 가구 수로 조정

$$w_{hi}^S = \begin{cases} w_{hi}^d & \text{원표본 조사구} \\ w_{hi}^d \left(\frac{M_{hi'}}{M_{hi}} \right) & \text{대체표본 조사구} \end{cases}$$

- 여기서 $M_{hi'}$ 는 대체조사구 내 가구 수

○ 2019년 표본 설계에 적용된 설문분할에 따른 확률적 표본배정(혹은 선택)(〈표 2-8〉참고)을 반영한 조사구 선택확률의 역수를 활용함.⁷⁾

- 2022년 설문분할 조사구 설계가중치는 다음과 같이 산출

$$w_{hi}^Q = w_{hi}^S c w_{hi}^Q$$

⁷⁾ 2022년 표본 설계는 2019년 이후의 반복적 계속조사로 수행됨.

- 여기서 다음에 정의되는 표본분할 조건부 조사구 설계가중치는 표본층별로 할당된 설문지 종류별 표본조사구 비율의 역수로 정의

$$cw_{hi}^Q = \begin{cases} 1 & \text{가구분할} \\ \frac{n_h}{n_{hA}} & \text{설문지 A} \\ \frac{n_h}{n_{hB}} & \text{설문지 B} \end{cases}$$

○ <표 2-18>은 조사구 최종가중치 분포를 권역별로 정리함.

- (병합) 조사구 크기에 비례한 포함확률 및 설문분할에 따른 선택확률 곱의 역수의 변동을 나타냄. 단, 주의할 것은 조사구 최종가중치 w_{hi}^Q 는 설문분할을 반영하여 반영하지 않았을 때의 약 두 배 정도의 크기와 변동 수준
- 전국 기준 조사구 가중치는 142.1에서 3,694.3의 범위를 갖는데, 이 중 강원권은 142.1에서 768.9의 비교적 작은 변동 수준
- 불균등한 표본가중치를 사용한 가중평균을 사용하면 이로 인해 추정량의 분산이 증가하는데 이는 다음과 같은 식으로 표현(Kish, 1987)

$$L_w = \frac{\text{var}(\bar{y}_w)}{\text{var}(\bar{y})} = \frac{m \sum_s w_k^2}{\left(\sum_s w_k\right)^2}$$

- 여기서 $\bar{y}_w = \sum_s w_k y_k / \sum_s w_k$ 와 $\bar{y} = \sum_s y_k / m$ 는 각각 가중평균과 단순평균이며, $cv_w^2 = m^{-1} \sum_s (w_k - \bar{w})^2 / \bar{w}^2$ 은 가중치 상대분산, $\bar{w} = m^{-1} \sum_s w_k$ 는 가중치 평균
- 분산증가분은 전국 및 권역별로 1.085~1.316의 범위

〈표 2-18〉 권역별 조사구 최종가중치 분포

권역	조사구	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	L_w
수도권	78	143,976.6	1,845.9	431.8	1,823.7	3,373.2	1.116
충청권	36	31,122.3	864.5	149.2	819.1	1,762.7	1.213
호남권	37	35,682.9	964.4	484.3	836.0	3,018.0	1.201
대경권	36	30,349.1	843.0	298.9	858.8	1,290.1	1.085
동남권	44	49,015.9	1,114.0	462.4	985.9	3,694.3	1.228
강원권	19	8,279.1	435.7	142.1	403.3	768.9	1.125
전 국	250	298,425.9	1,193.7	142.1	999.8	3,694.3	1.316

3.3. 가구 가중치

○ 가구 기초가중치는 조사구 최종가중치에 조사구 내 가구 포함확률의 역수가 곱해져 정의됨.

- 표본조사구 내 조사대상 표본가구는 목표응답가구에 예상응답률 50%를 감안한 최초 16개 표본가구는 물론 이후 응답 및 접촉 저조로 인해 추가로 포함한 가구가 합쳐진 수
- 가구 기초가중치는 다음과 같이 정의

$$w_{hik}^d = w_{hi}^Q \times \min\left(\frac{M_{hi}}{m_{hi}^F}, 5\right)$$

○ 여기서 m_{hi}^F 는 조사구 내 전체 표본가구를 나타내며 과도한 조사구 내 조건부 표본가구의 설계가중치는 최대 5의 값을 넘지 않도록 절사함.

○ 조사구 내 무응답 가구에 대한 조정계수를 산출함.

- 조사구 내 응답 가구 수와 무응답 가구수를 각각 m_{hi}^{CO} 와 m_{hi}^{NR} 으로 정의하면, 가구 무응답조정 가중치는 다음과 같이 정의

$$cw_{hik}^{NR} = \begin{cases} \frac{m_{hi}^{CO} + m_{hi}^{NR}}{m_{hi}^{CO}} & \text{응답가구} \\ 0 & \text{무응답가구} \\ 1 & \text{부적격가구} \end{cases}$$

○ 동일조사구 내 가구단위별 설문분할을 적용한 표본가구에 대한 조건부 설문분할 가구 가중치를 산출함.

$$cw_{hik}^Q = \begin{cases} 1 & \text{가구분할미적용} \\ 2 & \text{가구분할적용} \end{cases}$$

○ 설문유형별($q = A, B$)로 2021년 가구 가중치는 가구 기초가중치에 설문분할 및 무응답 조정계수가 각각 곱해진 다음의 형태로 정의됨.

$$w_{q,hik}^{base} = w_{hik}^d cw_{hik}^Q cw_{hik}^{NR} \quad (q = A, B)$$

- 여기서, q 는 설문유형 지시자

○ 마지막으로, 인구사회학적 보조정보를 이용하여 해당 특성의 모집단 총합과 표본가중 총합이 같도록 일치시키는 칼리브레이션 조정을 고려하여 가구 최종가중치를 산출함.

- 칼리브레이션 조정은 다음과 같이 가구 무응답가중치에 인구사회학적 특성별로 반복적으로 조정하여 해당 특성별 가중총합이 모집단 총합과 일치할 수 있도록 하는 레이킹-비 조정을 고려

- 레이킹-비 조정을 위해 6개 권역, 가구주 성별, 가구주 연령대(20~39세, 40~49세, 50~59세, 60~74세)를 사용하였으며, 레이킹-비 조정가중치는 보조정보 특성별로 반복적으로 벤치마킹하여 다음과 같이 정의

$$w_{q,hik}^F = w_{q,hik}^{base} \exp\left(\frac{\lambda}{x_{hik}}\right).$$

○ 여기서 x_{hik} 는 보조정보 특성을 나타내며, λ 는 특성별로 다음의 벤치마킹 조정을 만족케 하는 해(solution)를 나타냄.

$$\sum_{(hik) \in s_q} w_{qhik}^F x_{hik} = \sum_{(hik) \in U} x_{hik}$$

- 레이킹-비 조정은 표본종류(설문종류)별로 수행하여 설문문항 A에 대한 가구 최종가중치 w_{Ahik}^F 와 설문문항 B에 대한 가구 최종가중치를 각각 산출
- 공통문항 분석을 위해, 설문문항별로 산출한 가구 최종가중치는 다음과 같이 통합한 가구 통합가중치를 산출

$$w_{hik}^F = \begin{cases} \frac{1}{2} w_{Ahik}^F & \text{설문문항 A (표본 } s_A) \\ \frac{1}{2} w_{Bhik}^F & \text{설문문항 B (표본 } s_B) \end{cases}$$

○ <표 2-19>는 가중치 종류별 분포를 정리하고 있음.

- 기초 가중치에 비해 최종 가중치의 변동이 다소 증가하였음. 예로, 가중치 증가분 $L_w = 1 + cv_w^2$ 이 약 1.279~1.430

<표 2-19> 가중치 종류별 분포

가중치	개체수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	L_w
가구-기초(A)	1,145	13,473,465	11,767	2,739	10,056	31,437	1.279
가구-기초(B)	1,086	13,467,009	12,401	1,167	10,826	36,141	1.303
가구-최종(A)	1,145	19,526,136	17,053	2,752	14,187	81,329	1.430
가구-최종(B)	1,086	19,526,136	17,980	1,441	15,247	71,063	1.377
가구-통합(A,B)	2,231	19,526,136	8,752	721	7,258	40,664	1.404

○ <표 2-20>~<표 2-22>는 권역별 가구 최종가중치 분포를 분할표본 A, 분할표본 B 및 전체표본에 대해 각각 정리하고 있음.

〈표 2-20〉 설문문항 A 표본의 권역별 가구 최종가중치 분포

권역	개체수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	L_w
수도권	352	9,776,352	27,774	7,562	25,111	81,329	1.175
충청권	170	2,161,025	12,712	3,005	10,259	67,016	1.537
호남권	174	2,131,027	12,247	4,688	10,462	39,502	1.237
대경권	156	1,914,352	12,272	2,928	11,551	32,038	1.229
동남권	205	2,954,920	14,414	5,144	14,126	37,921	1.154
강원권	88	588,460	6,687	2,752	6,200	16,458	1.219
전 국	1,145	19,526,136	17,053	2,752	14,187	81,329	1.430

〈표 2-21〉 설문문항 B 표본의 권역별 가구 최종가중치 분포

권역	개체수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	L_w
수도권	341	9,776,353	28,670	5,663	27,294	71,063	1.173
충청권	159	2,161,024	13,591	1,441	12,969	31,135	1.226
호남권	163	2,131,027	13,074	5,159	11,364	32,849	1.200
대경권	160	1,914,352	11,965	3,209	11,680	25,383	1.106
동남권	187	2,954,920	15,802	4,418	15,633	40,298	1.177
강원권	76	588,460	7,743	4,016	7,686	14,411	1.105
전 국	1,086	19,526,136	17,980	1,441	15,247	71,063	1.377

〈표 2-22〉 전체표본의 권역별 가구 최종가중치 분포

권역	개체수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	L_w
수도권	693	9,776,352	14,107	2,831	13,062	40,664	1.174
충청권	329	2,161,025	6,569	721	5,827	33,508	1.377
호남권	337	2,131,027	6,324	2,344	5,428	19,751	1.219
대경권	316	1,914,352	6,058	1,464	5,777	16,019	1.168
동남권	392	2,954,920	7,538	2,209	7,153	20,149	1.168
강원권	164	588,460	3,588	1,376	3,344	8,229	1.163
전 국	2,231	19,526,136	8,752	721	7,258	40,664	1.404

4. 모수추정

4.1. 모수추정 개요

- 본 조사의 조사대상은 가구수준의 주구입자로 해당 모수추정 및 자료분석이 가능함.⁸⁾
- 각 조사대상은 선택되는 복잡표본추출방식(complex sampling)과 표본들의 모집단 포괄범위(coverage) 및 무응답 정도를 고려한 표본가중치를 함께 고려하여 모수추정 및 자료분석이 이루어져야 함. 만약 이러한 고려없이 조사 자료를 분석한다면 추정량에 편향(bias)이 발생함은 물론 추정량의 정도(precision) 수준이 과소평가되어 자료분석의 통계적 유의성이 왜곡될 우려가 존재함.
- 비가중추정량(unweighted estimator)은 일반적으로 편향(bias)을 갖게 됨.

$$\hat{Y}_u = M \times \left(\frac{1}{m} \sum_{hik \in s} y_{hik} \right) = M \bar{y}_u$$

- 비가중추정량 편향의 추정은 매우 제한적일 수는 있지만 가중추정량의 불편성, 즉 $E(\hat{Y}) = Y$ 의 성질을 이용한다면 다음과 같이 추정 가능

$$bias(\hat{Y}_u) = \hat{Y}_u - \hat{Y}$$

- 비가중추정량의 정도(precision)는 평균제곱오차(mean square error, mse)를 이용하여 다음과 같이 평가

$$mse(\hat{Y}_u) = v(\hat{Y}_u) + bias^2(\hat{Y}_u)$$

- 따라서 비가중추정량은 분산이 작더라도 편향이 크다면 평균제곱오차가 상당히 커질

⁸⁾ 본 조사는 한국농촌경제연구원에서 주관하는 식품소비행태조사와 유사한 방식을 따르고 있어, 4~6절의 표본추정, 분산추정, SAS 프로그램 예시는 해당 과제의 보고서(박인호 외 2인, 2018)를 기초로 작성함.

수 있게 됨. 반면 표본가중치를 이용한 가중추정량 \hat{Y} 는 불편추정량이기 때문에 평균
 제곱오차와 분산이 동일. 즉, $mse(\hat{Y}) = v(\hat{Y})$

4.2. 총합추정

○ 본 조사를 통해 얻게 되는 대부분의 모수는 총합추정량(total estimator)에 기초하여
 산출됨.

- 특성치 y 에 대한 총합추정량 \hat{Y}

$$\hat{Y} = \sum_{h=1}^H \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{k=1}^{m_{hi}} w_{hik} y_{hik}$$

- 여기서 w_{hik} 와 y_{hik} 는 각각 h 층 i 번째 조사구 내 k 번째 표본응답개체의 표본가중치
 와 조사값을 나타내며, H 는 총 표본층 수, n_h 는 층내 조사구 수, m_{hi} 는 조사구 내 표
 본응답개체

○ 조사단위별로 총합추정량이 계산되어지며, 가구 가중치와 조사값이 선택되어 사용하여
 야 함.

4.3. 영역총합추정

○ 가공식품 소비자태도조사를 권역별, 성별, 연령별 등의 세부 영역으로 나눈 통계를 구하
 는 것은 영역추정(domain estimation)이라 칭함.

○ 영역 총합추정을 위해서는 식품소비자행태가 특정한 영역에 포함되는지의 여부를 나타
 내는 지시자(indicator)를 먼저 정의한 후 총합을 추정함.

- 영역지시자와 새로운 변수를 다음과 같이 정의

$$d_{hik} = I_{hik}(U_d) = \begin{cases} 1 & (hik) \in U_d \\ 0 & (hik) \notin U_d \end{cases}$$

$$y_{hik}^{(d)} = d_{hik} y_{hik}$$

- 여기서 $U_d (\subset U)$ 는 특정 세부영역 d

- 영역총합추정량(domain total estimator)은 위의 변수로 정의되는 가중합 형태로 다음과 같이 추정

$$\hat{Y}^{(d)} = \sum_{h=1}^H \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{k=1}^{m_{hi}} w_{hik} y_{hik}^{(d)}$$

4.4. 총합함수추정

○ 모수는 종종 $Q \times 1$ 총합벡터 $\underline{Y} = (Y_1, \dots, Y_Q)'$ 의 함수인 $\theta = \theta(\underline{Y})$ 으로 표현되며 표본추정량은 총합추정량을 해당 함수에 대입하여 구할 수 있음.

$$\hat{\theta} = \theta(\hat{\underline{Y}})$$

- 여기서 $\underline{y}_{hik} = (y_{1hik}, \dots, y_{Qhik})'$ 와 $\hat{\underline{Y}} = (\hat{Y}_1, \dots, \hat{Y}_Q)' = \sum \sum \sum_{k=1} w_{hik} \underline{y}_{hik}$ 는 각각 Q 개의 조사값과 총합추정량

○ 비추정은 위의 총합함수추정의 특수형태(즉, $Q=2$)인데 평균과 영역별 비율 등이 그 예로, 두 총합의 비추정은 다음과 같이 정의

$$\hat{R} = \hat{Y} / \hat{Z}$$

- 여기서 \hat{Y} 와 \hat{Z} 는 특성치 y 와 z 의 총합추정량

- 만일 모든 개체에 대해 $z_{hik} \equiv 1$ 이라 놓는다면, \hat{Z} 는 모집단 크기 M 에 대한 추정량 \hat{M} 이 되며 비추정량은 다음의 평균추정량이 됨

$$\hat{Y} = \hat{Y} / \hat{M}$$

5. 분산추정

5.1. 총합추정

- 총합추정량 \hat{Y} 을 층별 총합추정량의 단순평균합 형태로 표현한다면 층간 독립표본의 성질을 이용하여 다음과 같이 분산추정식을 추정할 수 있음.

$$v(\hat{Y}) = \sum_{h=1}^H v(\bar{y}_h) = \sum_{h=1}^H \frac{1-f_h}{n_h(n_h-1)} \sum_{i=1}^{n_h} (y_{hi} - \bar{y}_h)^2 = v(y_{hi})$$

- $y_{hi} = \sum_{k=1}^{m_{hi}} n_h w_{hik} y_{hik}$ 는 조사변수 y 의 층총합 $Y_h = \sum_{i=1}^{N_h} \sum_{k=1}^{M_{hi}} y_{hi}$ 의 불편추정량이고, $f_h = n_h/N_h$ 는 층내 표본추출률
- $v(y_{hi})$ 의 표현은 분산추정식 $v(\hat{Y})$ 이 일차추출단위 합성값 y_{hi} 에 대한 연산자 형태로 표현 가능
- 본 조사의 경우, 층내 표본추출률 f_h 은 매우 작아 위의 식에서 생략 가능

5.2. 영역총합추정

- 영역총합추정량의 분산추정식은 $v(\hat{Y})$ 의 일차추출단위 합성값을 적절히 교체하여 다음과 같이 구할 수 있음.

$$v(\hat{Y}^{(d)}) = v(y_{hi}^{(d)})$$

○ 여기서 $y_{hi}^{(d)} = \sum_{k=1}^{m_{hi}} n_h w_{hik} y_{hik}^{(d)}$ 은 영역총합추정량의 일차추출단위 합성값임.

5.3. 총합함수추정

○ 총합함수 추정량의 분산추정식은 함수식 $\theta(\underline{Y})$ 에 대해 총합추정량 \underline{Y} 의 선형함으로 근사시켜 분산추정량으로 구할 수 있음.

$$v[\theta(\hat{Y})] \approx v[\theta_L(\hat{Y})]$$

- $\theta_L(\hat{Y}) = \theta(\underline{Y}) + \sum_{q=1}^Q l_q (\hat{Y}_q - Y_q)$ 은 $\theta(\hat{Y})$ 의 총합 \underline{Y} 의 선형근사식

- $l_q = \partial\theta/\partial \underline{Y}|_{\hat{Y}=\underline{Y}}$ 은 $\theta(\hat{Y})$ 의 총합추정량 \underline{Y} 에 대한 편미분값

- 하지만, 실제 추정 시에는 모총합 \underline{Y} 알 수 없어 $\tilde{l}_q = \partial\theta/\partial \underline{Y}|_{\hat{Y}=\hat{Y}}$ 을 대신 사용 가능

○ 비추정량 \hat{R} 의 경우, 위의 테일러정리를 이용한 결과를 적용하여 다음과 같은 분산추정치를 적용할 수 있음.

$$v(\hat{R}) = v(y_{hi}^{(R)})$$

- 여기서 $y_{hi}^{(R)} = \hat{Z}^{-2} (y_{hi} - \hat{R} z_{hi})$ 는 비추정량의 분산추정을 위한 일차추출단위 합성값

○ 평균추정량 $\hat{Y} = \hat{Y}/\hat{M}$ 의 분산추정식은 $v(\hat{R})$ 의 특수형태로 모든 개체에 대해 $z_{hik} \equiv 1$ 인 경우에 해당함.

5.4. 상대표준오차추정

- 일반적으로 표본오차를 분산이나 표준오차로 표현할 때, 흔히 상대표준오차(relative standard error, RSE), 혹은 변동계수(coefficient of variation, CV)로 불리우는데 다음과 같이 정의됨.

$$cv(\hat{\theta}) = \sqrt{v(\hat{\theta})} / \hat{\theta}$$

- 위의 변동계수는 앞서 고려한 통계량 \hat{Y} , $\hat{Y}^{(d)}$, \hat{R} , \hat{Y} 에 대해 각각 정의 가능

3

조사 내용과 방법

1. 조사 구성 및 조사 문항

1.1. 조사 기간

○ 본 조사는 1년 주기로 매년 조사되고 있으며, 2022년 조사에서는 주 구입자 대상 조사는 6월 30일부터 9월 6일까지, 가계부 조사는 7월 1일부터 9월 28일까지(응답자별 작성 기간 총 4주간) 진행하였음. 일반소비자 대상 조사는 8월 4일부터 8월 31일까지 조사가 진행됨.

- 조사 주기: 1년

- 조사 기간

① 주 구입자 대상 조사 : 2022년 6월 30일~9월 6일

② 주 구입자 대상 가계부 조사 : 2022년 7월 2일~9월 28일(응답자별 작성 기간:4주)

③ 일반소비자 대상 조사 : 2022년 8월 4일~8월 31일

1.2. 조사 대상

- 주 구입자 조사와 가계부 조사는 만 19세 이상에서 만 75세 미만인 식품 주 구입자(또는 주부)를 대상으로 이루어지며, 일반 소비자 조사는 만 19세 이상에서 만 75세 미만인 성인을 대상으로 함.

1.3. 조사 방법

- 본 조사는 식품 주 구입자의 경우 대면면접조사, 가계부 조사는 영수증을 포함한 모바일 조사, 일반소비자 대상 조사는 온라인 패널조사 방식으로 진행되었음.
 - 면접조사는 면접원이 조사를 위해 사전 할당된 가구로 방문한 후, 응답자에게 질문하고 응답자가 응답한 내용을 그대로 입력하는 방식의 조사(TAPI활용)
 - 온라인 설문조사는 온라인 패널을 대상으로 웹으로 개발한 설문지 URL을 메일로 발송하면 응답자 스스로 사이트에 접속하여 내용을 작성하는 방식의 조사

2. 실사 준비 및 진행

2.1. 실사 준비

2.1.1. 슈퍼바이저 선발 및 교육

- 면접원의 실사 진행을 돕고, 실사 진행 과정을 관리할 역량을 갖춘 슈퍼바이저를 선발하고, 선발된 슈퍼바이저가 조사를 잘 이해하고 그에 따른 역할을 적절히 수행할 수 있도록 3단계에 걸쳐 체계적인 교육을 실시함.
 - 1단계: 조사 전반에 대한 오리엔테이션 실시

- 2단계: 면접원 선발 및 관리 방법에 대한 오리엔테이션 실시
 - 3단계: 가공식품 소비자태도조사에 대한 사전 교육
- (주)엠브레인퍼블릭 본사 및 협력업체 사무소(대전, 부산, 광주, 대구, 강원, 제주)에 조사 지역별 최소 1명 이상의 지역 전담 슈퍼바이저를 배정하여 면접원 교육을 진행함.
- 면접원 교육에 참여한 슈퍼바이저의 수는 총 12명
 - 서울 및 경기, 대전, 부산, 광주, 대구 사무소는 각 권역별로 1명의 슈퍼바이저(과장급 이상)와 1명의 보조 슈퍼바이저, 조사구 수가 적은 강원, 제주는 1명의 슈퍼바이저(과장급 이상)가 참여하여 면접원 교육을 진행

2.1.2. 면접원 선발, 교육 및 관리

- 본 조사에 투입되는 면접원은 면접원 선발 기준에 따라 적격 여부를 심사하여 선발함.
- 최근 6개월 이내 가구 방문조사 경험이 있는 면접원, 식품 관련 및 본조사 조사 경험이 있는 면접원, 최소 경력 5년 이상인 면접원을 우선 선발
- 조사 지침서를 이용하여 조사의 필요성과 조사의 특징 등을 설명, 조사 진행 방법과 조사 설문지의 각 문항별 응답 방법에 대한 구체적인 내용을 교육함(1회 교육시간은 3시간 내외).
- 면접원 교육은 (주)엠브레인퍼블릭 본사 및 협력업체 사무소에서 조사에 참여하는 모든 면접원들을 대상으로 집체교육을 실시
 - 교육 이후에는 교육 내용에 대한 점검을 통해, 주요 개념 및 유의사항을 점검
 - 집체교육과 별도로 슈퍼바이저가 조사원 물품 배포 시 Tablet PC를 이용하여 설문 진행 방법에 대해 교육

〈표 3-1〉 지역별 면접원 교육 일시 및 장소

구분	일시	장소
서울/인천/경기/강원	6월 21일(화) 오후 1시~4시	(주)엠브레인퍼블릭 본사
부산/경남권	6월 22일(수) 오후 1시~4시	부산 연산동 협력업체 본사
대구/경북권	6월 22일(수) 오후 1시~4시	동대구역 회의실
대전/충청권	6월 23일(목) 오후 1시~4시	대전 괴정동 토즈멤버십라운지
광주/전라권	6월 23일(목) 오후 1시~4시	광주 쌍촌동 협력업체 본사

〈표 3-2〉 면접원 교육 진행방식 및 내용

구분	세부 내용	소요시간(분)
조사개요	- 조사 개요 - 조사 설계 - 대상자 선정 - 현장조사 요령 - 조사 유의사항	30분
조사내용	- 설문작성 요령(본 조사표 교육)	70분
가계부 조사	- 가공식품 지출액 조사표(가계부) 작성 안내 및 작성요령 - 모바일 가계부 설명 및 안내	20분
TAPI 조작법	면접원 로그인 TAPI 화면의 이해 방문이력 기입(GPS 주소 확인) 조사 시작 방법	20분
연습면접	2인 1조 연습 면접	35분
계		175분

○ 조사의 원활한 진행을 위해 다음과 같은 방법으로 실사 면접원들을 통제·관리함.

- 가구당 방문횟수는 5회를 원칙으로 하였고, 방문 차수별 상세 이력을 등록하여 상황에 맞도록 대처할 수 있도록 조치·관리(예: 가구대체가 필요한 경우 실시간 대체표본 등록 조치, 거절의 경우 사유 확인 후 재접촉 가능 여부 확인 등)
- 실시간 정보 공유: 공지사항 및 실사 진행 특이사항을 공지하여 실시간 공유함으로써 실사의 효율성을 제고

2.2. 실사 진행

2.2.1. 실사 진행 과정

○ 적격 응답자 확인 및 조사 협조 구하기

- 가구 내에서 조사 대상인 식품 주 구입자가 집에 있는지 확인하고 조사에 대해 설명
- 적격 대상자가 집에 있을 경우에는 조사 협조를 구한 후 조사를 진행
만일 적격 대상자가 부재중일 경우에는 조사 시행에 대한 안내문 및 협조 공문, 메모를 남겨두고 추후에 다시 방문함을 고지함으로써 응답률을 제고

○ 조사 시행

- 조사를 시작하기에 앞서 조사에 소요되는 시간을 설명하고, 조사 매뉴얼에 기초하여 설문조사를 실시
- 가구 내 식품 주 구입자의 설문조사를 종료한 후, 완성된 가구 구성원 설문 완료 확인

○ 완성

- 상식적으로 어긋난 부분이 발견된 경우에는 해당 면접원을 통해 내용 전달 후 보완조사를 실시함으로써 응답 데이터의 완성도를 제고

○ 사례품 증정

- 조사에 협조해 준 주 구입자와 가계부 조사에 협조해 준 가구에게 사례품 증정과 함께 감사의 뜻을 전달하고, 후년도 조사에 대한 관심과 협조를 요청
- 향후 확인이 필요한 응답 내용이 있으면 전화로 문의할 수도 있다는 내용 전달

2.2.2. 효율적 목표 달성을 위한 차별화된 실사 진행

○ 사전 전화 접촉

- 2021년 응답가구 2,193명의 응답자의 연락처를 이용하여 사전에 전화 접촉하여 2022년 조사에 대해 설명하고 조사 협조를 요청

○ 면접원별 진행 현황 실시간 모니터링

- 가구 방문 이력을 면접원이 작성·등록하여 가구 접촉 현황 및 진행 상황을 실시간 확인함으로써 면접원을 통제·관리

○ 거절 가구 재접촉

- 참여 거절 의사를 밝히는 가구의 경우는 거절 의사를 밝힌 후 1~2주일 경과 시점에서 다시 한번 조사 참여 유도를 위해 방문

3. 자료 검증 및 데이터 처리

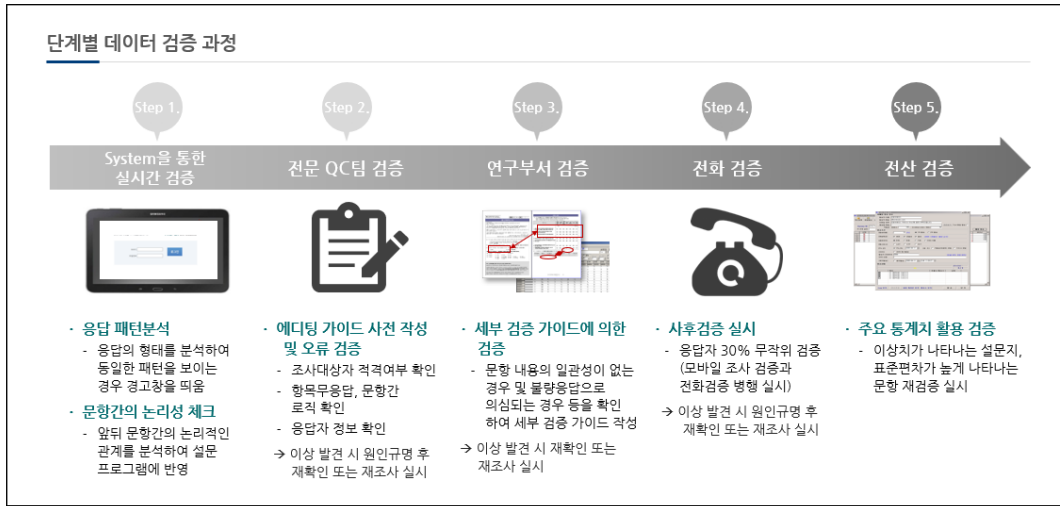
3.1. 자료 입력

- 본 조사는 TAPI를 통해 진행하였으므로, 별도의 입력과정을 거치지 않음.

3.2. 자료 검증

- 조사된 자료의 품질을 유지하기 위해, 다음과 같은 5단계에 걸쳐 검증을 실시하며 각 검증 단계마다 주요 검증 내용을 설정하고, 해당 사항을 검증함.

〈그림 3-1〉 주 구입자 및 일반 소비자 대상 자료 검증 단계



3.3. 자료 처리 및 분석

○ 자료는 검증, 코딩, 자료 입력, 통계 처리 과정을 거칩.

- 전화 검증을 통해 오류가 발견될 시 재조사하거나 불가피한 경우 오류 설문지를 폐기
- 온라인을 통해 저장된 데이터에 대해 코딩을 진행하고, 이상이 있는 설문지는 재조사하거나 불가피한 경우 오류 설문지를 폐기
- 검증, 코딩이 완료된 설문지 입력 중 논리적 오류 발생 시 재조사하거나 불가피한 경우 오류 설문지를 폐기
- 파일화된 응답데이터는 빈도표 산출 후 이상 값이 있는지 확인하고, 이상 값이 있는 설문지가 있다면 재조사하거나 불가피한 경우 오류 설문지 및 입력값을 삭제

○ 자료 분석

- 수집된 자료는 통계 프로그램을 활용하여 분석을 실시한 후 결과를 제시

4. 응답자 특성

4.1. 주 구입자 조사 대상 가구 특성

○ 2022년도 주 구입자 대상 가공식품 소비자태도조사는 2,231가구를 대상으로함.

- 이 중, 주소 기준 전년도 동일가구는 1,955가구이며, 동일 응답가구 기준 동일가구는 1,510가구

〈표 3-3〉 주 구입자 대상 가구 특성

단위: 가구, %

구분		2022	
		응답자 수(가구)	비중(%)
전체		2,231	100.0
거주지역	수도권	693	31.1
	충청권	329	14.7
	호남권	337	15.1
	대경권	316	14.2
	동남권	392	17.6
	강원권	164	7.4
행정구역	동	1,786	80.1
	읍면	445	19.9
가구원 수	1인	414	18.6
	2인	798	35.8
	3인	493	22.1
	4인 이상	526	23.6
가구주 성별	남성	1,669	74.8
	여성	562	25.2
가구주 연령대	20대	85	3.8
	30대	302	13.5
	40대	426	19.1
	50대	671	30.1
	60대 이상	747	33.5
가구주 최종학력	중졸 이하	147	6.6
	고졸	905	40.6
	전문대졸 이상	1,179	52.8

(계속)

구분		2022	
		응답자 수(가구)	비중(%)
가구주 직업	관리/전문/사무직	831	37.2
	서비스/판매직	628	28.1
	기계/농림어업/단순노무	578	25.9
	기타	194	8.7
가구소득	200만원 미만	243	10.9
	200~400만원 미만	789	35.4
	400~600만원 미만	798	35.8
	600만원 이상	401	18.0

4.2. 가계부 조사 대상 가구 특성

○ 2022년도 가계부 조사는 주 구입자 2,231가구 중 500가구를 모집하여 분석에 사용됨.

〈표 3-4〉 가계부 조사 대상 가구 특성

단위: 가구, %

구분		2022	
		응답자 수(가구)	비중(%)
전체		500	100.0
거주지역	수도권	255	51.0
	충청권	55	11.0
	호남권	57	11.4
	대경권	50	10.0
	동남권	74	14.8
	강원권	9	1.8
가구원 수	1인	77	15.4
	2인	149	29.8
	3인	145	29.0
	4인 이상	129	25.8
가구주 연령대	20대	76	15.2
	30대	302	60.4
	40대	438	87.6
	50대	464	92.8
	60대 이상	55	11.0

(계속)

구분		2022	
		응답자 수(가구)	비중(%)
가구소득	200만원 미만	28	5.6
	200~300만원 미만	76	15.2
	300~400만원 미만	77	15.4
	400~500만원 미만	100	20.0
	500~600만원 미만	110	22.0
	600만원 이상	109	21.8

4.3. 일반 소비자 조사 대상 특성

○ 2022년도 일반 소비자 대상 가공식품 소비자태도조사는 2,000명을 대상으로 함.

〈표 3-5〉 일반 소비자 조사 대상 특성

단위: 명, %

구분		응답자수(명)	비중(%)
전체		2,000	100.0
거주지역	수도권	1,017	50.9
	충청권	211	10.6
	호남권	214	10.7
	대경권	194	9.7
	동남권	305	15.3
	강원권	59	3.0
	가구원 수	1인	300
2인	380	19.0	
3인	537	26.9	
4인 이상	783	39.2	
성별	남성	1,013	50.7
	여성	987	49.4
연령대	20대	313	15.7
	30대	411	20.6
	40대	522	26.1
	50대	324	16.2
	60대 이상	430	21.5

(계속)

구분		응답자수(명)	비중(%)
최종학력	중졸 이하	348	18.7
	고졸	1,312	70.5
	대학교 졸업 이상	201	10.8
직업	관리/전문/사무직	1,076	53.8
	서비스/판매직	203	10.2
	기계/농림어업/단순노무	206	10.3
	주부	230	11.5
	학생	139	7.0
	기타	146	7.3
가구 소득	200만원 미만	188	9.4
	200~400만원 미만	561	28.1
	400~600만원 미만	567	28.4
	600만원 이상	684	34.2

4

가구 내 식품 주 구입자 대상 조사 결과

1. 가공식품 구매 및 소비 행태

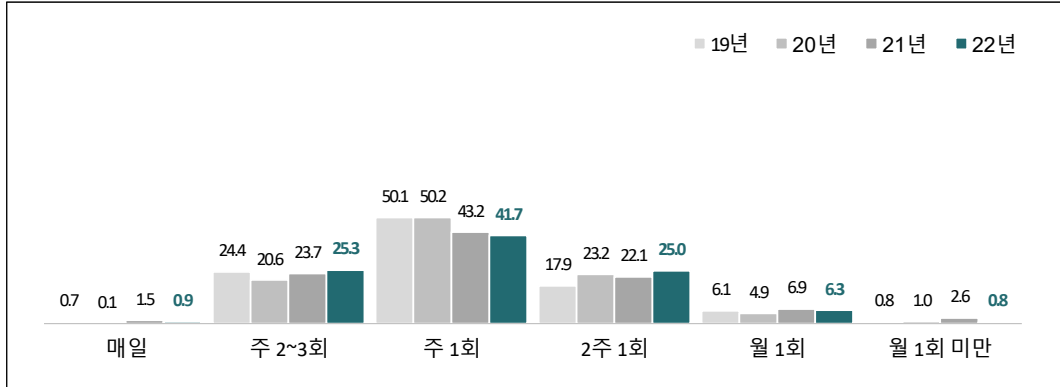
1.1. 평소 가공식품 구입 주기

○ 가구 내 식품 주 구입자를 대상으로 가구의 가공식품 구입 주기를 조사한 결과 가구의 41.7%가 '주 1회' 가공식품을 구입하는 것으로 조사 되었으며, 다음으로 '주 2~3회' 가 25.3%를 차지함. 전년 대비 '주 1회' 구입 비율이 감소하고 '주 2~3회'와 '2주 1회' 비율이 증가한 특징을 보임.

- 거주지역별로 대경권, 동남권에서 '주 2~3회' 구입 비율이 다른 권역에 비해 상대적으로 높은 수준
- 가구원 수가 많을수록 '주 2~3회' 구입 비율이 높은 수준

〈그림 4-1〉 평소 가공식품 구입 주기

단위: %



〈표 4-1〉 평소 가공식품 구입 주기

단위: %

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만
전체		0.9	25.3	41.7	25.0	6.3	0.8
거주지역	수도권	0.7	19.9	45.0	25.9	8.2	0.2
	충청권	1.8	21.0	41.3	26.8	5.9	3.2
	호남권	0.2	28.5	36.1	28.9	5.0	1.4
	대경권	0.6	35.4	43.4	17.7	2.6	0.3
	동남권	1.2	36.2	34.9	24.0	3.5	0.2
	강원권	4.1	29.7	38.5	16.8	5.8	5.0
행정구역	동	0.9	25.1	42.2	25.0	6.1	0.8
	읍면	1.0	26.4	39.3	24.9	7.4	1.0
가구원 수	1인	2.1	18.9	42.3	29.0	6.8	0.9
	2인	0.5	23.7	40.5	27.2	7.0	1.0
	3인	0.3	27.4	44.5	20.5	6.4	0.9
	4인 이상	1.0	31.4	40.1	22.5	4.6	0.4
가구주 성별	남	0.7	29.0	41.4	22.3	5.8	0.8
	여	1.4	17.3	42.5	30.6	7.4	0.8
가구주 연령	20대	3.5	37.1	34.7	24.7	0.0	0.0
	30대	1.1	19.3	46.3	27.6	5.4	0.3
	40대	0.7	28.9	44.8	21.0	4.2	0.5
	50대	0.7	27.4	40.3	24.2	6.7	0.7
	60대 이상	0.7	22.9	38.6	26.8	9.2	1.8
가구주 최종학력	중졸 이하	0.5	26.0	32.8	24.6	10.8	5.4
	고졸	0.6	21.6	43.6	26.5	6.9	0.8
	전문대졸 이상	1.2	27.5	41.3	24.1	5.5	0.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.4	28.4	41.6	23.0	5.1	0.5
	서비스/판매직	0.3	21.2	45.4	26.3	6.4	0.5
	기계/농림어업/단순노무	0.9	26.0	39.1	26.2	5.9	1.9
	기타	1.1	20.4	37.0	27.5	13.1	0.9

(계속)

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만
월평균 가구소득	200만원 미만	2.0	21.9	35.1	29.9	9.1	2.1
	200~400만원 미만	1.0	22.4	42.3	26.1	7.5	0.7
	400~600만원 미만	0.8	26.2	42.1	25.4	4.8	0.7
	600만원 이상	0.7	31.3	43.6	18.9	5.1	0.5

1.2. 가공식품 구입 시 고려기준

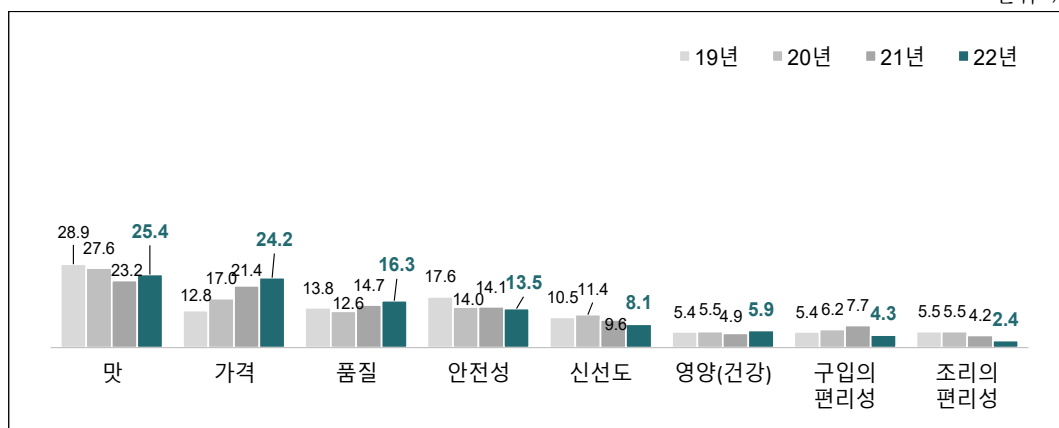
○ 가공식품 구입 시 가장 고려하는 기준은 ‘맛’(25.4%), ‘가격’(24.2%), ‘품질’(16.3%), ‘안전성’(13.5%), ‘신선도’(8.1%) 등의 순으로 나타남.

- 충청권과 강원권을 제외한 모든 지역에서 ‘맛’이 가장 중요한 고려요인인 가운데, 강원도와 충청권의 경우 ‘맛’보다 ‘가격’이 더욱 중요한 고려요인
- 가구원 수별로 살펴보면, 가구원 수가 적을수록 ‘맛’에 대한 응답이 높은 수준

○ 올해 ‘맛’을 고려한다는 응답은 전년 대비 2.2%p 상승한 23.2%였으며, ‘가격’도 동기간 21.4%에서 24.2%로 크게 상승함. 반면, ‘구입의 편리성’은 7.7%에서 4.3%로, ‘조리의 편리성’은 4.2%에서 2.4%로 감소함.

〈그림 4-2〉 가공식품 구입 시 고려기준

단위: %



〈표 4-2〉 가공식품 구입 시 고려기준

단위: %

구분		가격	맛	안전성	품질	영양 (건강)	신선도	구입의 편리성	조리의 편리성
전체		24.2	25.4	13.5	16.3	5.9	8.1	4.3	2.4
거주지역	수도권	23.8	26.1	14.4	16.3	5.6	7.7	4.0	2.2
	충청권	32.9	25.2	10.1	13.1	3.1	8.7	3.2	3.7
	호남권	20.7	25.6	19.1	17.4	8.3	5.9	2.2	0.8
	대경권	25.1	26.3	4.6	18.5	7.6	11.1	4.5	2.4
	동남권	19.6	25.0	15.3	17.7	5.5	8.1	5.5	3.3
행정구역	강원권	33.6	14.5	10.6	8.3	9.0	9.8	12.4	1.7
	동	24.5	24.4	13.7	16.4	5.5	8.5	4.5	2.5
	읍면	22.6	31.0	12.4	15.4	8.0	5.8	3.2	1.6
가구원 수	1인	27.0	27.3	10.3	13.7	4.4	8.5	5.2	3.7
	2인	24.4	26.7	13.3	15.7	6.6	7.4	3.8	2.1
	3인	21.6	23.7	15.3	17.9	5.7	9.5	4.2	2.1
	4인 이상	24.0	23.6	15.1	17.8	6.5	7.2	4.2	1.7
가구주 성별	남	23.7	25.8	13.7	16.9	6.0	7.9	4.0	2.1
	여	25.3	24.7	13.2	15.0	5.6	8.4	4.9	2.9
가구주 연령	20대	24.4	31.4	9.4	9.8	3.2	5.8	9.8	6.2
	30대	21.0	28.4	12.6	18.1	5.2	8.2	3.7	2.8
	40대	24.6	22.9	16.0	16.3	6.5	7.4	4.4	2.0
	50대	24.3	24.7	13.1	16.7	6.1	8.6	4.3	2.2
	60대 이상	26.2	24.9	13.3	15.6	6.2	8.4	3.7	1.8
가구주 최종학력	중졸 이하	29.9	24.1	12.2	16.6	4.9	7.3	3.0	1.9
	고졸	27.4	25.8	13.1	14.1	6.1	7.9	3.5	2.1
	전문대졸 이상	21.8	25.3	13.8	17.5	5.8	8.2	4.9	2.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	21.3	26.0	13.6	17.8	6.2	7.5	4.5	3.0
	서비스/판매직	25.2	26.4	12.2	15.2	5.0	8.8	5.0	2.1
	기계/농림어업/단순노무	27.7	24.3	14.2	15.0	5.6	8.2	3.0	2.0
	기타	27.6	22.6	15.2	14.7	7.5	8.2	3.7	0.6
월평균 가구소득	200만원 미만	29.8	27.9	9.6	12.2	5.3	9.1	4.1	1.9
	200~400만원 미만	26.0	26.2	13.7	15.2	5.4	7.2	4.0	2.4
	400~600만원 미만	23.2	23.2	14.4	17.4	6.4	8.5	4.9	2.0
	600만원 이상	19.3	27.0	13.4	18.4	6.2	8.6	3.7	3.3

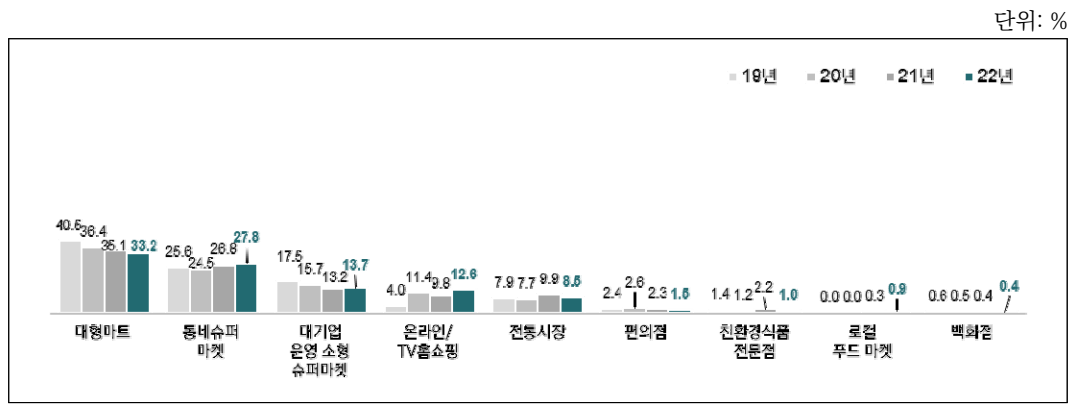
1.3. 가공식품 주 구입처

○ 가공식품을 주로 구입하는 장소는 ‘대형마트’(33.2%), ‘동네 슈퍼마켓’(27.8%), ‘대기업 운영 중소형 슈퍼마켓’(13.7%), ‘온라인 쇼핑몰’(12.9%) 등의 순으로 나타남. 전년

대비 ‘대형마트’의 비중은 낮아진 반면, ‘동네 슈퍼마켓’과 ‘대기업 운영 소형 슈퍼마켓’, ‘온라인 쇼핑몰/ TV 홈쇼핑’의 비중은 높아짐.

- 수도권, 동남권, 강원권에서 ‘대형마트’에 응답 비율이 가장 높게 나타난 반면, 충청권, 호남권, 대경권의 경우 ‘동네 슈퍼마켓’에 대한 응답이 가장 높은 수준
- 1인 가구에서는 ‘동네 슈퍼마켓’, 2인 이상 가구는 ‘대형마트’ 구입이 높은 경향

〈그림 4-3〉 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)



〈표 4-3〉 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)

단위: %

구분	동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중 소형 슈퍼마켓	대형마트	전통시장	백화점	친환경식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬푸드마켓
전체	27.8	13.7	33.2	8.5	0.4	1.0	12.6	0.3	1.5	0.9
거주 지역	수도권	23.6	15.1	35.4	2.4	0.7	17.4	0.3	0.9	0.3
	충청권	30.9	16.1	30.1	6.8	0.4	0.5	8.7	4.0	2.3
	호남권	37.7	11.4	31.9	12.8	0.3	0.1	1.2	0.8	3.6
	대경권	35.5	8.2	31.5	18.4	0.2	0.4	4.0	1.6	0.2
	동남권	27.0	14.3	29.9	18.6	0.1	0.2	8.2	1.4	0.0
	강원권	30.8	4.1	35.7	17.7	0.0	0.7	6.3	3.9	0.7
행정 구역	동	27.0	14.5	33.9	6.7	0.5	13.8	0.3	1.5	0.6
	읍면	32.3	9.5	29.5	18.4	0.1	6.5	0.1	1.5	2.1
가구원 수	1인	34.1	10.8	20.4	8.4	0.6	17.7	0.1	5.3	1.5
	2인	30.5	13.7	31.2	13.3	0.4	7.5	0.3	0.7	1.0
	3인	22.8	13.4	41.5	5.5	0.6	14.3	0.4	0.2	0.6
	4인 이상	23.3	16.8	40.1	4.8	0.2	13.4	0.2	0.2	0.3

(계속)

구분		동네 슈퍼 마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓
가구주 성별	남	27.5	15.2	34.2	8.6	0.4	1.1	10.7	0.2	1.4	0.8
	여	28.6	10.5	31.1	8.4	0.6	1.0	16.7	0.3	1.7	1.0
가구주 연령	20대	26.8	6.4	23.3	1.7	0.5	0.0	27.7	0.0	13.5	0.0
	30대	18.5	9.0	36.0	2.9	0.6	1.1	28.6	0.2	2.3	0.7
	40대	22.3	17.9	35.9	3.7	0.2	0.6	18.2	0.4	0.6	0.3
	50대	29.0	16.3	38.1	8.6	0.7	0.7	4.8	0.4	0.6	0.7
	60대 이상	38.0	12.9	26.7	17.4	0.2	1.8	1.1	0.1	0.2	1.6
가구주 최종 학력	중졸 이하	34.4	9.5	25.9	27.7	0.0	0.4	0.3	0.0	0.0	1.7
	고졸	37.0	13.9	29.1	13.1	0.3	1.6	3.2	0.2	0.4	1.2
	전문대졸 이상	21.7	13.9	36.4	4.1	0.6	0.8	19.4	0.3	2.2	0.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	20.6	13.6	38.7	3.0	0.6	0.7	20.2	0.1	1.9	0.6
	서비스/판매직	33.0	15.9	27.9	8.4	0.5	1.6	10.1	0.4	1.6	0.7
	기계/농림어업/단순노무	35.8	11.6	28.9	17.7	0.1	1.3	2.3	0.3	0.7	1.4
	기타	28.1	12.3	34.0	13.9	0.5	0.2	8.3	0.7	0.7	1.2
월평균 가구 소득	200만원 미만	42.2	8.9	17.5	22.1	0.0	1.9	3.9	0.1	1.5	1.9
	200~400만원 미만	31.0	12.3	27.4	9.1	0.5	1.1	14.8	0.2	2.6	1.0
	400~600만원 미만	24.5	15.3	38.8	5.7	0.3	0.8	12.6	0.3	0.9	0.7
	600만원 이상	20.0	16.2	42.9	5.4	0.9	0.9	13.0	0.3	0.2	0.2

1.4. 가공식품 주 구입처 구입 이유

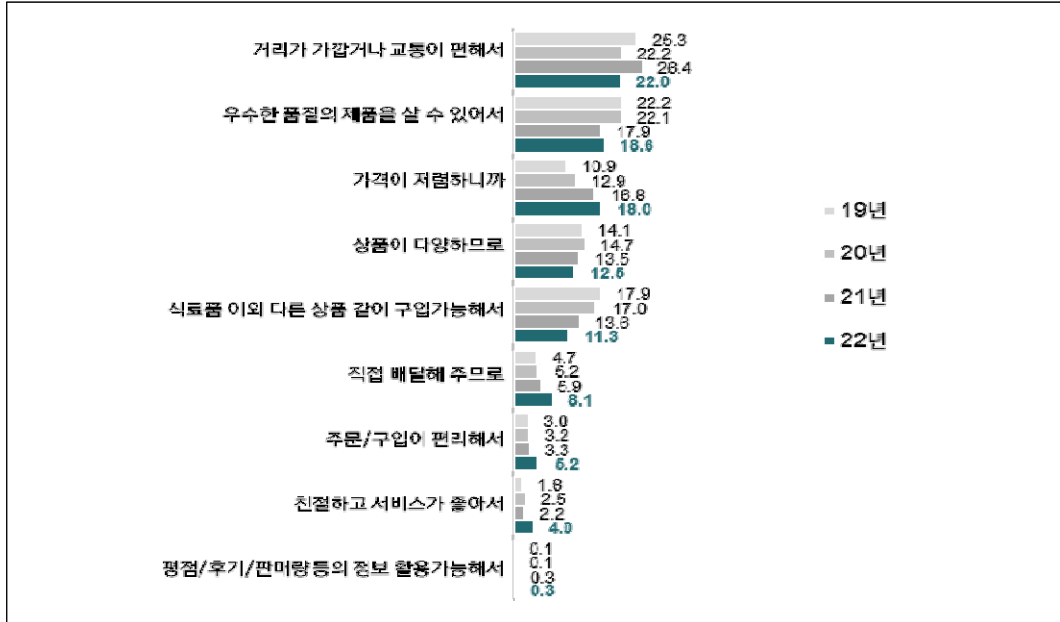
○ 해당 구입처를 주로 이용하는 이유로는 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’가 22.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’(18.6%), ‘가격이 저렴하니까’(18.0%), ‘상품이 다양하므로’(12.5%), ‘식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서’(11.3%) 등의 순으로 나타남.

- 수도권과 호남권은 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’의 응답이 가장 높은 수준
- 가구원 수가 많을수록 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’의 응답이 높게 나타났고, 1인 가구는 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’에 대한 응답이 상대적으로 높은 27.4%

○ 전년 대비 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’의 응답 비중은 낮아진 반면, ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’와 ‘가격이 저렴하니까’와 같은 실용적 이유가 더욱 중요해지고 있는 것을 알 수 있음.

〈그림 4-4〉 가공식품 주 구입처 구입이유(1+2 가중평균)

단위: %



〈표 4-4〉 가공식품 주 구입처 구입이유(1+2 가중평균)

단위: %

구분	우수한 품질의 제품을 살 수 있어서	가격이 저렴하니까	거리가 가깝거나 교통이 편해서	직접 배달해 주므로	식료품 이외 상품 같이 구입가능해서	상품이 다양하므로	친절하고 서비스가 좋아서	주문/구입이 편리해서	평점/후기/판매량 등의 정보 활용이 가능해서	
전체	18.6	18.0	22.0	8.1	11.3	12.5	4.0	5.2	0.3	
거주지역	수도권	18.9	17.0	17.3	10.5	11.8	12.7	4.5	6.9	0.5
	충청권	11.4	21.3	24.8	5.8	13.2	12.4	5.0	6.1	0.1
	호남권	27.1	21.7	24.6	5.7	8.4	7.7	3.2	1.7	0.0
	대경권	13.3	13.7	38.9	2.4	14.6	13.6	1.3	2.1	0.0
	동남권	19.7	17.4	22.6	7.5	8.4	15.8	4.2	4.1	0.2
	강원권	22.1	24.6	23.1	8.0	11.6	6.8	1.3	2.4	0.0
행정구역	동	18.3	17.4	21.5	8.6	11.7	12.6	4.1	5.5	0.3
	읍면	20.2	21.1	24.5	5.6	9.4	12.2	3.4	3.3	0.3
가구원 수	1인	15.4	16.3	27.4	11.2	10.4	10.1	3.2	5.8	0.2
	2인	17.0	19.9	24.9	6.8	9.5	11.6	5.3	4.9	0.1
	3인	21.1	16.3	16.1	7.7	13.3	15.0	4.2	5.9	0.5
	4인 이상	21.6	18.4	18.7	7.6	12.8	13.6	2.7	4.4	0.4

(계속)

구분		우수한 품질의 제품을 살 수 있어서	가격이 저렴 하니까	거리가 가깝거나 교통이 편해서	직접 배달해 주므로	식료품 이외 상품 같이 구입가능 해서	상품이 다양 하므로	친절하고 서비스가 좋아서	주문/구입이 편리해서	평점/후기/판매량 등의 정보 활용이 가능해서
가구주 성별	남	18.0	18.4	22.1	7.3	11.5	13.0	4.2	5.2	0.3
	여	20.1	17.0	21.7	10.0	11.0	11.4	3.6	5.1	0.2
가구주 연령	20대	9.2	18.3	20.8	17.5	9.4	13.6	0.8	10.2	0.2
	30대	19.2	15.6	14.5	12.5	13.0	12.2	3.1	9.2	0.7
	40대	19.8	17.4	19.1	8.1	12.3	14.4	2.7	5.8	0.4
	50대	20.0	19.0	21.3	6.1	11.4	13.3	5.5	3.4	0.1
	60대 이상	17.8	19.1	30.5	5.2	9.6	10.4	4.8	2.6	0.0
가구주 최종학력	중졸 이하	16.5	22.3	30.4	6.7	12.4	9.0	2.3	0.5	0.0
	고졸	17.9	20.7	28.3	4.9	9.4	10.4	4.9	3.2	0.3
	전문대졸 이상	19.3	15.9	17.5	10.2	12.4	14.1	3.5	6.8	0.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	19.7	15.3	17.2	10.6	11.9	14.4	3.9	6.7	0.4
	서비스/판매직	17.3	18.0	25.5	7.8	11.1	11.1	3.9	5.1	0.2
	기계/농림어업/단순노무	18.6	22.4	25.2	3.9	11.2	11.6	4.3	2.5	0.2
	기타	17.3	20.4	27.0	7.0	9.6	10.0	3.9	4.5	0.4
월평균 가구소득	200만원 미만	15.7	21.7	34.4	8.9	6.0	9.5	2.1	1.8	0.0
	200~400만원 미만	17.6	18.2	23.8	9.5	10.4	10.5	3.7	6.0	0.2
	400~600만원 미만	19.8	18.0	19.4	6.9	12.3	13.4	4.5	5.5	0.2
	600만원 이상	19.9	15.2	16.7	7.5	14.4	16.5	4.5	4.7	0.7

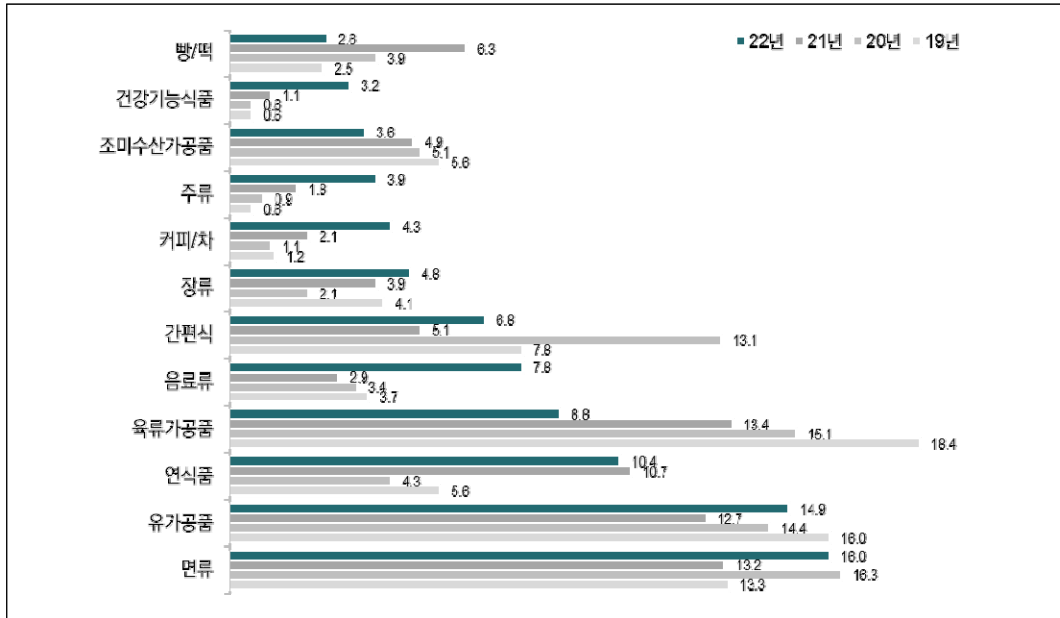
1.5. 지출액 기준 구입 많은 품목군

○ 지출액 기준으로 가장 구입을 많이 하는 품목은 ‘면류’(16.0%), ‘유가공품’(14.9%)이며, 다음으로 ‘연식품’(10.4%), ‘육류가공품’(8.8%) 등의 순으로 나타남. 전년 대비 ‘면류’와 ‘유가공품’, ‘음료류’의 구입 비중은 높아진 반면, ‘육류가공품’의 구입 비중이 큰 폭으로 하락함.

- 가구원 수에 따라 살펴보면, ‘면류’의 경우 1인 가구의 소비가 가장 높게 나타났으나, ‘유가공품’의 구입비율은 3인 가구(17.4%)와 4인 가구(16.3%)에서 높은 수준

〈그림 4-5〉 지출액 기준 구입 많은 품목군

단위: %



주: 상위 12개만 제시함.

〈표 4-5〉 가구원 수별 지출액 기준 구입 많은 품목군

단위: %

구분	전체	1인	2인	3인	4인 이상
육류가공품	8.8	8.5	7.3	9.8	10.1
알가공품	1.1	0.5	1.5	1.2	1.0
조미수산가공품	3.6	3.2	3.6	3.9	3.8
염건수산가공품	1.7	1.6	2.3	1.5	1.4
김치및절임류	1.4	1.2	1.3	2.2	1.1
과일채소가공품	0.8	0.7	1.2	0.7	0.5
장류	4.8	3.7	6.1	3.8	5.2
조미식품	1.9	1.2	2.4	2.4	1.5
유지류	2.1	1.6	3.2	1.2	2.1
유가공품	14.9	13.7	13.0	17.4	16.3
빵/떡	2.6	3.2	3.4	1.7	1.8
과자	2.2	1.9	1.2	2.3	3.9
면류	16.0	19.8	15.3	13.2	16.2
연식품	10.4	8.0	12.6	9.3	10.6
곡물가공품	1.6	1.7	1.8	1.5	1.1
커피/차	4.3	4.0	5.0	4.4	3.4

(계속)

구분	전체	1인	2인	3인	4인 이상
음료류	7.8	8.4	6.2	9.4	7.9
주류	3.9	4.8	5.1	2.7	2.4
간편식	6.8	10.2	4.2	7.6	6.2
건강기능식품	3.2	2.0	3.5	3.7	3.3

1.6. 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도

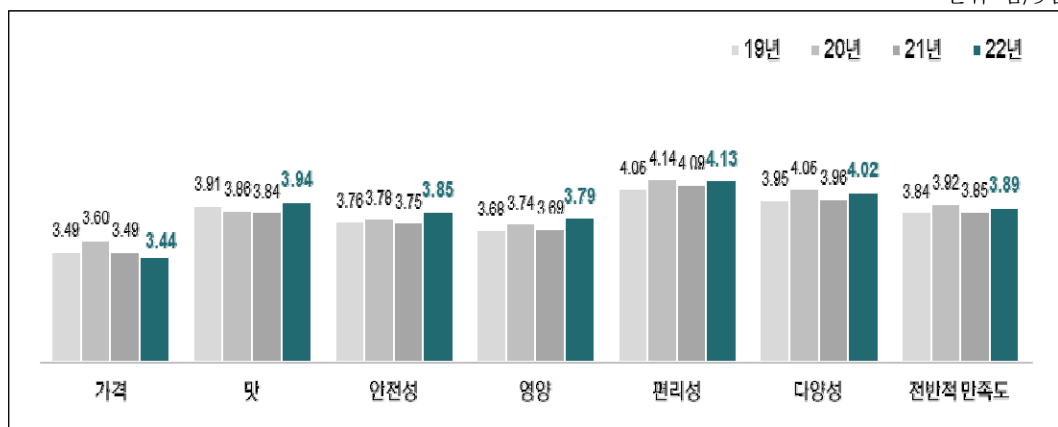
○ 가공식품에 대한 전반적 만족도는 3.89점으로 작년의 3.85점 대비 상승하였으며, 요소별 만족도는 ‘가격’을 제외한 모든 요소에서 전년 대비 상승함.

○ 요소별 만족도 중 ‘편리성’이 4.13점으로 가장 높으며, 그다음으로 ‘다양성’(4.02점), ‘맛’(3.94점), ‘안전성’(3.85점) 등의 순으로 나타남.

- 전반적으로 ‘편리성’에 대한 만족도가 가장 높게 나타나고 있는 가운데, 호남권은 ‘맛’(3.90점)에 대한 만족도가 ‘편리성’(3.89점)보다 높은 수준

〈그림 4-6〉 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도

단위: 점/5점



주: ‘전혀 만족하지 않는다’ 응답을 1점~‘매우 만족한다’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-6〉 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도

단위: 점/5점

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
전체		3.44	3.94	3.85	3.79	4.13	4.02	3.89
거주지역	수도권	3.44	3.95	3.85	3.83	4.15	4.01	3.91
	충청권	3.58	4.00	3.79	3.72	4.13	4.05	3.92
	호남권	3.43	3.90	3.79	3.71	3.89	3.85	3.79
	대경권	3.01	3.83	3.77	3.66	4.29	4.18	3.78
	동남권	3.58	4.00	4.02	3.84	4.17	4.06	3.94
	강원권	3.70	3.89	3.87	3.81	3.96	3.90	3.88
행정구역	동	3.46	3.95	3.87	3.81	4.14	4.03	3.90
	읍면	3.34	3.92	3.77	3.70	4.07	3.98	3.82
가구원 수	1인	3.53	3.98	3.95	3.82	4.23	4.08	3.95
	2인	3.44	3.95	3.81	3.77	4.08	4.00	3.86
	3인	3.37	3.90	3.80	3.80	4.11	3.97	3.86
	4인 이상	3.44	3.93	3.87	3.78	4.12	4.04	3.89
가구주 성별	남	3.43	3.95	3.82	3.77	4.11	4.03	3.88
	여	3.47	3.92	3.92	3.83	4.17	4.00	3.91
가구주 연령	20대	3.60	4.27	3.98	3.68	4.40	4.18	4.11
	30대	3.47	3.95	3.85	3.84	4.20	4.07	3.92
	40대	3.50	3.96	3.85	3.80	4.12	4.01	3.89
	50대	3.46	3.98	3.85	3.76	4.10	4.01	3.87
	60대 이상	3.33	3.83	3.84	3.80	4.07	3.97	3.84
가구주 최종학력	중졸 이하	3.26	3.81	3.71	3.65	3.97	3.88	3.76
	고졸	3.40	3.87	3.83	3.79	4.08	3.98	3.86
	전문대졸 이상	3.48	3.99	3.88	3.80	4.17	4.05	3.91
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.49	3.98	3.88	3.81	4.16	4.04	3.91
	서비스/판매직	3.47	3.97	3.86	3.81	4.20	4.04	3.90
	기계/농림어업/단순노무	3.34	3.87	3.79	3.72	4.02	3.97	3.82
	기타	3.34	3.85	3.85	3.81	4.05	3.96	3.90
월평균 가구소득	200만원 미만	3.33	3.84	3.79	3.81	4.05	3.94	3.79
	200~400만원 미만	3.46	3.93	3.86	3.79	4.13	4.01	3.92
	400~600만원 미만	3.44	3.95	3.84	3.75	4.13	4.02	3.89
	600만원 이상	3.47	4.01	3.90	3.86	4.18	4.07	3.87

주: '전혀 만족하지 않는다' 응답을 1점~'매우 만족한다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

1.7. 최근 1년 식품 지출 변화

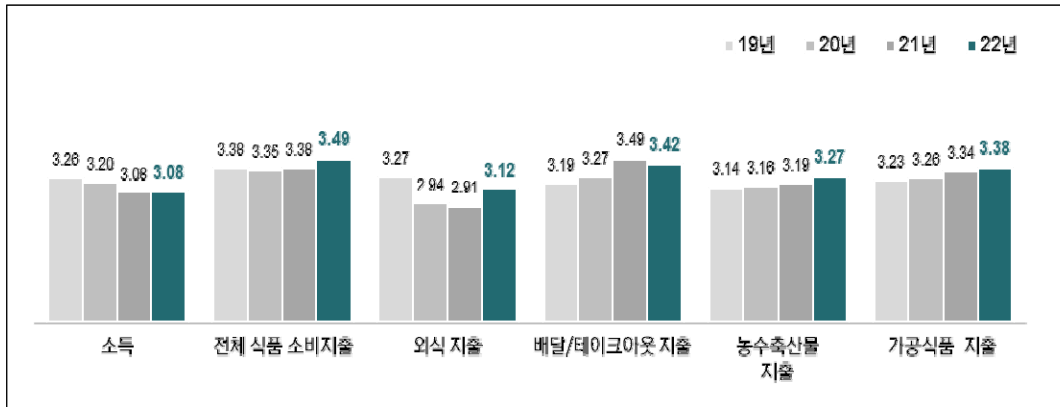
○ 최근 1년 동안 '소득'은 전년도 유사한 수준을 보였으나, '전체 식품 소비 지출'은 증가한 것으로 나타남.

- 거주지역에 따라 살펴보면, 수도권과 대경권에서 '전체 식품 소비 지출' 항목에서 증가했다는 응답이 상대적으로 높은 특징
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 3인 가구, 4인 이상 가구에서 '전체 식품 소비 지출'이 2인 이하 가구 대비 증가

○ '외식' 지출은 코로나19 방역 해제 영향으로 '20년 이후 지속된 감소세가 끝나고 상승 전환을 보였으며, 외식 증가의 영향으로 '배달/테이크아웃 지출'은 소폭 감소함. '농수축산물 지출'과 '가공식품 지출' 모두 지속적인 증가를 보임.

〈그림 4-7〉 최근 1년 식품 지출 변화

단위: 점/5점



주: '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-7〉 최근 1년 식품 지출 변화

단위: 점/5점

구분		소득	전체 식품 소비 지출	외식 지출	배달/테이크아웃 지출	농수축산물 지출	가공식품 지출
전체		3.08	3.49	3.12	3.42	3.27	3.38
거주지역	수도권	3.16	3.55	3.02	3.47	3.27	3.46
	충청권	3.00	3.39	3.09	3.24	3.27	3.26
	호남권	3.05	3.45	3.39	3.42	3.38	3.29
	대경권	3.00	3.62	3.28	3.42	3.42	3.51
	동남권	2.98	3.34	3.14	3.46	3.14	3.17
	강원권	3.02	3.39	3.07	3.18	3.11	3.33

(계속)

구분		소득	전체 식품 소비 지출	외식 지출	배달/테이크아웃 지출	농수축산물 지출	가공식품 지출
행정구역	동	3.10	3.49	3.11	3.45	3.26	3.38
	읍면	3.00	3.51	3.14	3.25	3.34	3.35
가구원 수	1인	3.07	3.45	3.09	3.41	3.16	3.37
	2인	3.04	3.43	3.07	3.33	3.30	3.33
	3인	3.10	3.53	3.16	3.46	3.29	3.42
	4인 이상	3.12	3.57	3.16	3.53	3.33	3.40
가구주 성별	남	3.10	3.52	3.14	3.42	3.32	3.41
	여	3.05	3.44	3.06	3.43	3.18	3.31
가구주 연령	20대	3.14	3.61	3.19	3.63	3.07	3.58
	30대	3.23	3.60	3.27	3.62	3.26	3.47
	40대	3.15	3.55	3.07	3.54	3.29	3.48
	50대	3.04	3.45	3.14	3.43	3.29	3.31
	60대 이상	2.94	3.38	3.00	3.15	3.29	3.26
가구주 최종학력	중졸 이하	2.88	3.32	3.00	3.01	3.24	3.18
	고졸	2.98	3.41	3.03	3.23	3.29	3.30
	전문대졸 이상	3.16	3.56	3.18	3.57	3.26	3.44
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.16	3.54	3.15	3.55	3.24	3.43
	서비스/판매직	3.06	3.45	3.08	3.38	3.28	3.36
	기계/농림어업/단순노무	2.98	3.50	3.14	3.22	3.33	3.33
	기타	2.98	3.38	2.99	3.41	3.24	3.26
월평균 가구소득	200만원 미만	2.94	3.45	2.99	3.12	3.33	3.31
	200~400만원 미만	3.07	3.45	3.08	3.40	3.20	3.35
	400~600만원 미만	3.10	3.52	3.12	3.44	3.31	3.37
	600만원 이상	3.14	3.55	3.26	3.59	3.33	3.47

주: '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

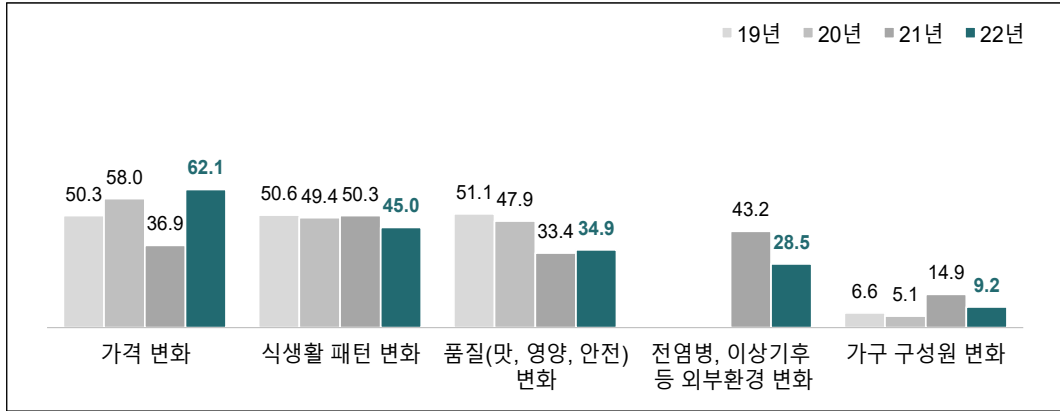
1.8. 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인

○ 최근 1년 가공식품 지출이 변화한 주요 원인으로 '가격 변화'(62.1%)가 가장 많았으며, 다음으로 '식생활 패턴 변화'(45.0%), '품질'(34.9%) 등의 순임.

- 호남권은 '품질'을, 충청권은 '식생활 패턴 변화'에 대한 응답이 높은 특징
- 가구원 수와 가구주 연령에 따라 살펴보면, 모든 가구원 수와 가구주 연령대에서 '가격변화' 항목이 가장 높은 특징

〈그림 4-8〉 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인

단위: %



〈표 4-8〉 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인

단위: %

구분		가격 변화	품질(맛, 영양, 안전) 변화	식생활 패턴 변화	가구 구성원 변화	전염병, 이상기후 등 외부 환경 변화
전체		62.1	34.9	45.0	9.2	28.5
거주지역	수도권	60.1	35.1	49.0	7.6	34.6
	충청권	52.7	45.6	54.4	11.5	13.5
	호남권	55.5	57.7	49.8	14.1	5.9
	대경권	79.9	10.4	13.4	10.5	34.5
	동남권	67.1	30.8	47.2	10.9	26.6
	강원권	71.7	17.8	31.4	4.3	19.7
행정구역	동	61.3	33.8	46.6	8.2	30.4
	읍면	66.4	40.7	36.4	14.3	18.7
가구원 수	1인	60.7	28.8	46.7	5.9	29.5
	2인	64.4	38.0	35.4	11.9	25.6
	3인	59.8	34.9	54.2	10.3	27.3
	4인 이상	63.1	37.2	46.0	7.8	32.6
가구주 성별	남	63.7	36.0	44.7	8.6	28.0
	여	58.8	32.6	45.5	10.4	29.5
가구주 연령	20대	59.7	37.5	53.0	1.1	22.7
	30대	56.2	32.3	47.7	11.4	33.4
	40대	55.7	38.6	55.2	6.6	31.8
	50대	61.6	36.2	45.3	11.2	27.6
	60대 이상	74.7	31.9	30.2	9.9	23.1
가구주 최종학력	중졸 이하	70.9	34.8	29.0	6.7	21.7
	고졸	70.2	29.6	38.2	11.0	23.1
	전문대졸 이상	57.7	37.4	49.2	8.5	31.5

(계속)

구분		가격 변화	품질(맛, 영양, 안전) 변화	식생활 패턴 변화	가구 구성원 변화	전염병, 이상기후 등 외부 환경 변화
가구주 직업	관리/전문/사무직	54.0	33.7	53.3	8.7	29.7
	서비스/판매직	67.0	37.9	35.7	8.7	29.6
	기계/농림어업/단순노무	74.0	34.7	33.7	10.5	26.0
	기타	61.9	31.8	55.7	10.4	24.0
월평균 가구소득	200만원 미만	74.4	32.3	27.2	7.3	14.2
	200~400만원 미만	66.1	28.6	38.8	10.1	32.3
	400~600만원 미만	55.3	38.6	57.8	8.8	25.7
	600만원 이상	61.6	40.6	41.5	9.0	32.7

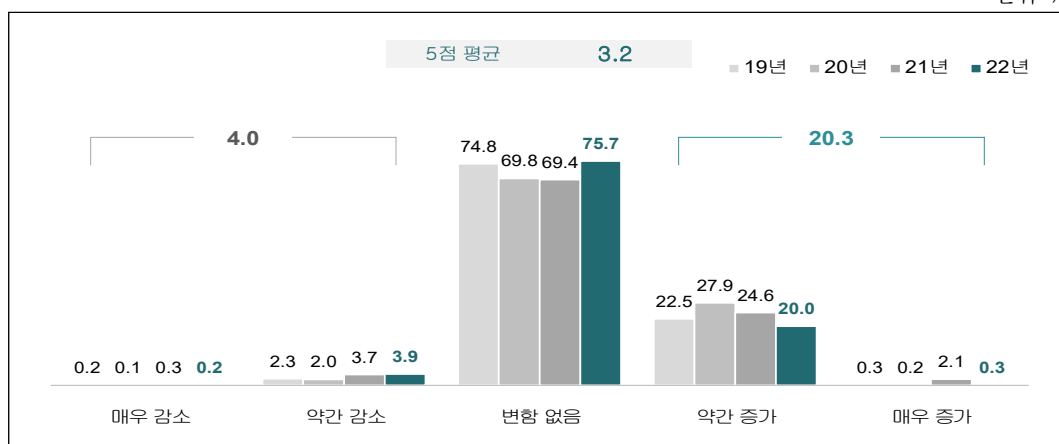
1.9. 향후 1년 가공식품 지출 변화

○ 향후 1년 가공식품 지출 변화에 대하여 ‘변화 없음’은 75.7%로 10명 중 약 8명이며, ‘증가’의 경우, 20.3%로 나타남. 향후 변화가 없을 것이라는 의견이 전년 69.4%에서 75.7%로 큰 폭으로 증가함.

- 대경권이 3.24점으로 가장 높았으며, 충청권과 동남권은 타 지역에 비해 낮은 수준
- 가구원 수가 많은 3인 이상 가구에서 점수가 높았으며, 1인 가구의 점수가 가장 낮은 특징

〈그림 4-9〉 향후 1년 가공식품 지출 변화

단위: %



주: 평균은 ‘매우 감소’ 응답을 1점~‘매우 증가’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-9〉 향후 1년 가공식품 지출 변화

단위: %, 점/5점

구분		매우 감소	약간 감소	변함 없음	약간 증가	매우 증가	평균(점)
전체		0.2	3.9	75.7	20.0	0.3	3.16
거주지역	수도권	0.0	3.0	74.0	22.7	0.4	3.21
	충청권	0.0	4.2	86.2	9.6	0.0	3.05
	호남권	1.3	6.1	64.5	28.1	0.0	3.19
	대경권	0.0	4.4	68.3	26.6	0.7	3.24
	동남권	0.0	5.3	86.6	8.1	0.0	3.03
	강원권	0.8	1.5	74.7	22.3	0.7	3.21
행정구역	동	0.2	4.0	75.2	20.3	0.3	3.17
	읍면	0.1	3.5	77.9	18.2	0.2	3.15
가구원 수	1인	0.2	5.6	76.4	17.9	0.0	3.12
	2인	0.2	4.4	75.6	19.5	0.3	3.15
	3인	0.3	2.7	74.8	22.1	0.1	3.19
	4인 이상	0.0	2.7	76.0	20.7	0.6	3.19
가구주 성별	남	0.1	3.2	75.7	20.7	0.3	3.18
	여	0.3	5.3	75.6	18.5	0.3	3.13
가구주 연령	20대	0.0	5.7	57.8	36.5	0.0	3.31
	30대	0.0	4.5	71.9	23.2	0.4	3.20
	40대	0.0	1.7	75.1	22.9	0.3	3.22
	50대	0.2	3.8	77.3	18.7	0.0	3.15
	60대 이상	0.4	4.9	80.5	13.7	0.4	3.09
가구주 최종학력	중졸 이하	0.5	5.4	81.8	12.3	0.0	3.06
	고졸	0.2	4.1	80.9	14.4	0.3	3.11
	전문대졸 이상	0.1	3.6	71.9	24.1	0.3	3.21
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	4.1	73.3	22.3	0.3	3.19
	서비스/판매직	0.2	3.0	75.4	20.8	0.5	3.18
	기계/농림어업/단순노무	0.3	4.9	78.9	15.8	0.1	3.11
	기타	0.0	3.0	80.5	16.4	0.0	3.13
월평균 가구소득	200만원 미만	0.0	4.7	81.1	14.2	0.0	3.09
	200~400만원 미만	0.2	4.4	74.9	20.3	0.1	3.16
	400~600만원 미만	0.2	3.9	77.1	18.4	0.4	3.15
	600만원 이상	0.0	2.4	71.2	25.8	0.5	3.24

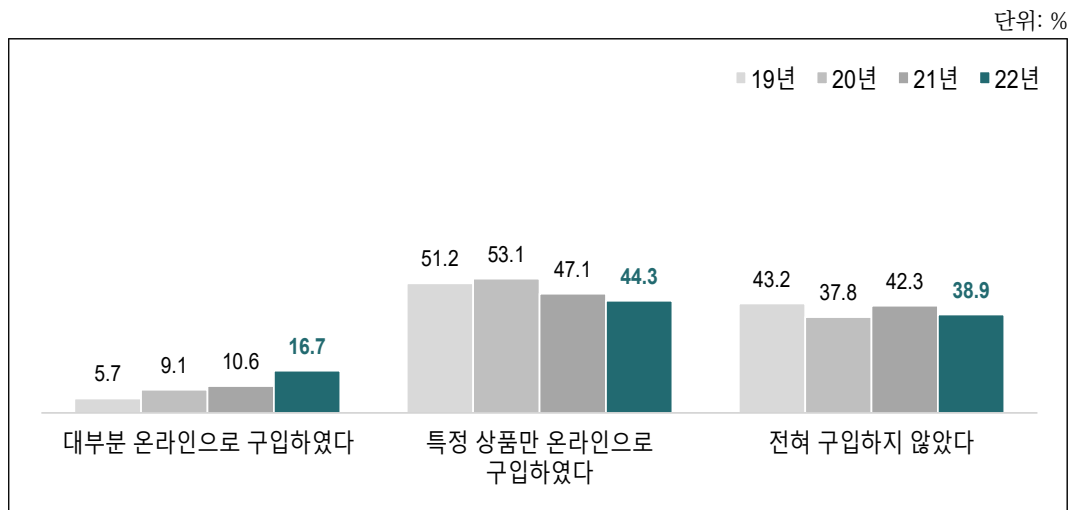
주: 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

1.10. 최근 1년 온라인 가공식품 구입여부

○ 최근 1년 온라인을 통한 가공식품 구입 경험이 있다고 응답한 비중은 61.0%로 과반 이상이 온라인을 통해 가공식품을 구입해 본 것으로 나타남. 이 중 '대부분 온라인 구입'은 16.7%로 전년 대비 큰 폭 상승한 것으로 나타남.

- 거주지역에 따라 수도권과 충청권을 제외한 타 지역의 경우 온라인 구입 경험이 과반 이하로 나타났으며, 수도권의 경우 상대적으로 높은 73.6%
- 가구원 수에 따라, 2인 가구의 구입 경험이 상대적으로 낮은 특징
- 온라인 구입 경험은 연령대에 따라 큰 차이를 보이며, 60대 이상 응답자의 74.2%는 오프라인으로만 가공식품을 구입

〈그림 4-10〉 최근 1년 온라인 가공식품 구입여부



〈표 4-10〉 최근 1년 온라인 가공식품 구입여부

단위: %

구분		대부분 온라인으로 구입하였다	특정 상품만 온라인으로 구입하였다	전혀 구입하지 않았다
전체		16.7	44.3	38.9
거주지역	수도권	25.1	48.5	26.4
	충청권	9.9	47.9	42.2
	호남권	3.2	36.1	60.7
	대경권	7.4	33.4	59.3
	동남권	12.0	42.8	45.2
	강원권	6.1	36.1	57.8
행정구역	동	18.1	45.7	36.3
	읍면	9.5	37.2	53.3

(계속)

구분		대부분 온라인으로 구입하였다	특정 상품만 온라인으로 구입하였다	전혀 구입하지 않았다
가구원 수	1인	25.2	38.7	36.2
	2인	10.0	33.3	56.7
	3인	16.5	54.0	29.6
	4인 이상	18.4	55.7	26.0
가구주 성별	남	13.7	45.0	41.3
	여	23.1	43.0	33.9
가구주 연령	20대	43.6	41.8	14.6
	30대	35.9	53.8	10.3
	40대	24.3	58.8	17.0
	50대	5.4	48.3	46.3
	60대 이상	2.3	23.4	74.2
가구주 최종학력	중졸 이하	2.1	9.5	88.5
	고졸	4.6	32.7	62.7
	전문대졸 이상	25.4	54.3	20.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	25.8	54.6	19.6
	서비스/판매직	14.5	38.0	47.5
	기계/농림어업/단순노무	3.4	32.2	64.4
	기타	11.2	43.1	45.7
월평균 가구소득	200만원 미만	2.6	22.1	75.3
	200~400만원 미만	20.6	36.1	43.3
	400~600만원 미만	15.4	52.8	31.8
	600만원 이상	19.0	56.8	24.2

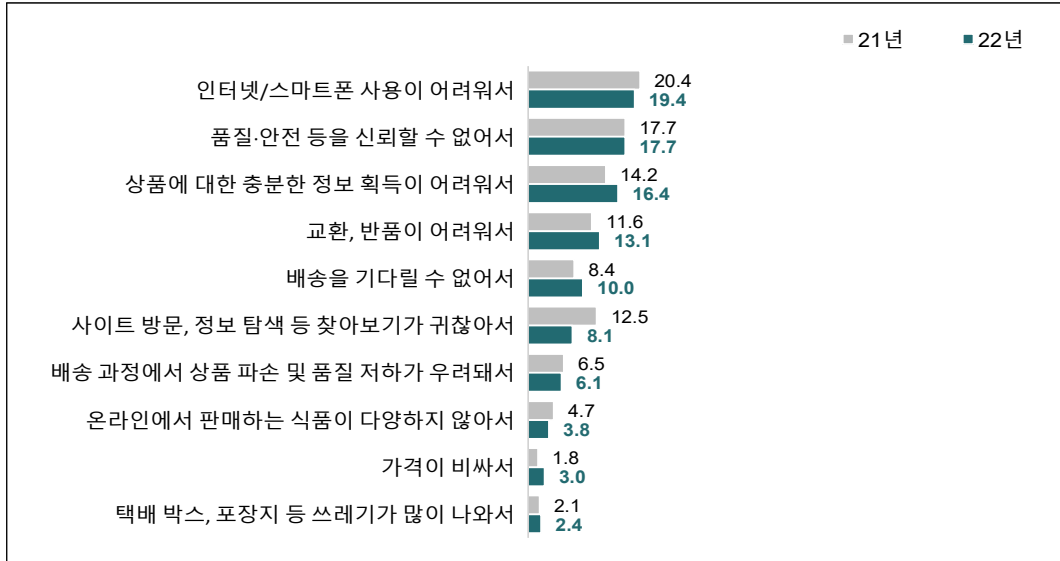
1.11. 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

○ 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유는 ‘인터넷/스마트폰 사용이 어려워서’가 19.4%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서’(17.7%), ‘상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서’(16.4%) 등의 순으로 나타남.

- 연령별로 60대 이상에서 ‘인터넷/스마트폰 사용이 어려워서’가 30.3%로 다른 연령 층보다 높은 수준
- 거주지역별로 강원권에서 ‘인터넷/스마트폰 사용이 어려워서’가 40.3%로 타 지역 대비 높게 나타났고, 호남권은 ‘품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서’, 대경권은 동남권 은 ‘상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서’가 높은 특징

〈그림 4-11〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

단위: %



주: 가공식품을 온라인으로 구매하지 않는다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-11〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

단위: %

구분	품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서	상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서	교환, 반품이 어려워서	배송을 기다릴 수 없어서	배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려돼서	인터넷/스마트폰 사용이 어려워서	가격이 비싸서	온라인에서 판매하는 식품이 다양하지 않아서	사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서	택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서	
전체	17.7	16.4	13.1	10.0	6.1	19.4	3.0	3.8	8.1	2.4	
거주 지역	수도권	16.4	16.4	9.4	7.4	7.6	22.6	1.9	3.9	10.2	4.3
	충청권	9.8	11.8	19.7	15.4	4.5	16.0	2.5	1.5	14.4	4.4
	호남권	29.1	19.4	13.2	9.3	6.8	8.5	4.6	3.9	4.5	0.8
	대경권	18.1	14.7	17.4	14.0	2.2	24.4	0.7	1.5	5.7	1.2
	동남권	15.9	20.2	13.7	9.0	7.2	16.4	5.0	7.1	5.3	0.1
행정 구역	동	17.4	16.0	13.0	10.2	6.3	18.0	3.0	4.3	9.1	2.7
	읍면	18.9	17.8	13.3	9.3	5.5	24.4	3.0	1.8	4.6	1.1
가구원 수	1인	15.2	14.6	13.2	10.2	3.7	25.5	2.6	3.2	10.1	1.7
	2인	17.6	17.4	13.0	8.7	6.1	23.5	2.3	2.2	7.0	2.1
	3인	20.5	15.5	13.3	9.0	7.6	11.5	4.2	5.5	9.4	3.6
	4인 이상	18.2	16.6	13.2	15.2	7.6	7.4	4.6	7.2	7.7	2.4

(계속)

구분		품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서	상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서	교환, 반품이 어려워서	배송을 기다릴 수 없어서	배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려해서	인터넷/스마트폰 사용이 어려워서	가격이 비싸서	온라인에서 판매하는 식품이 다양하지 않아서	사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아가기가 귀찮아서	택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서
가구주 성별	남	17.1	16.6	12.8	11.0	7.1	18.2	3.0	3.9	8.2	2.2
	여	19.3	15.9	13.9	7.5	3.6	22.4	3.2	3.3	8.0	2.8
가구주 연령	20대	20.4	14.0	16.1	4.0	6.5	0.0	0.0	5.2	33.8	0.0
	30대	30.7	14.4	18.7	17.8	2.6	4.9	2.9	3.4	4.7	0.0
	40대	17.6	20.7	12.3	17.1	7.7	4.9	6.2	7.5	4.0	2.1
	50대	20.5	18.8	14.2	10.1	6.9	7.8	3.2	5.2	11.1	2.1
	60대 이상	14.8	14.6	12.0	8.2	5.8	30.3	2.5	2.3	6.7	2.8
가구주 최종 학력	중졸 이하	9.1	11.1	12.3	8.2	5.5	43.1	4.2	1.2	4.3	0.9
	고졸	16.9	16.2	12.4	9.6	5.7	22.2	2.5	3.2	8.9	2.4
	전문대졸 이상	22.3	18.5	14.7	11.5	7.0	5.6	3.6	5.8	8.1	2.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	22.4	16.5	15.8	13.0	6.2	5.4	4.3	6.3	6.6	3.5
	서비스/판매직	17.3	17.7	11.9	8.9	7.3	18.5	2.1	3.6	9.9	2.7
	기계/농림어업/단순노무	16.6	15.3	12.7	9.4	6.0	24.2	3.4	2.6	8.3	1.5
	기타	12.8	15.2	12.7	9.4	2.2	36.1	2.1	2.6	5.1	1.6
월평균 가구소득	200만원 미만	10.9	12.6	8.6	6.4	2.1	46.8	3.5	3.1	5.8	0.1
	200~400만원 미만	16.3	18.1	14.7	11.3	6.6	17.3	2.2	2.6	8.4	2.5
	400~600만원 미만	21.7	17.1	16.1	11.5	6.4	8.7	3.0	4.1	9.0	2.4
	600만원 이상	24.0	14.2	6.7	7.4	10.5	9.1	5.3	8.5	8.8	5.5

주: 가공식품을 온라인으로 구매하지 않는다고 응답한 가구 대상임.

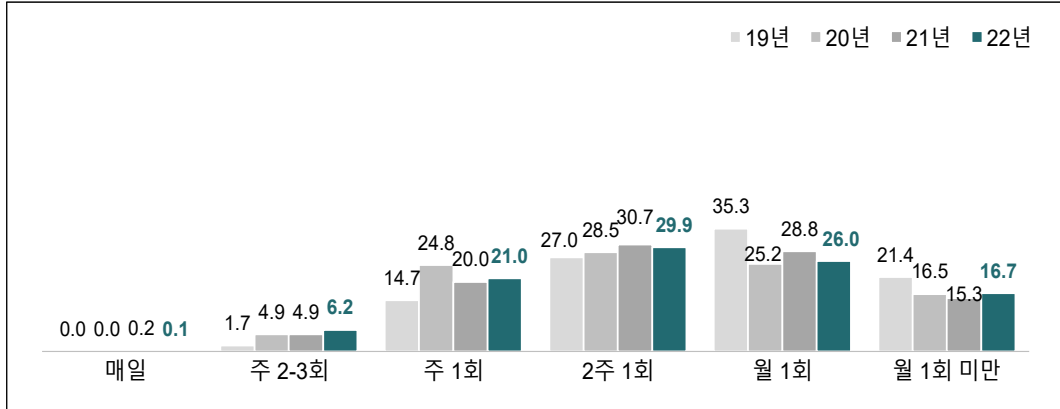
1.12. 온라인 가공식품 구입 주기

○ 온라인으로 가공식품을 구입하는 주기는 '2주 1회'(29.9%), '월 1회'(26.0%), '주 1회'(21.0%) 등의 순으로 나타남. 전년 대비 '주 2~3회' '주 1회', '월 1회 미만'의 비율은 증가하였고, '2주 1회', '월 1회'의 비율이 감소한 것으로 나타남.

- 거주지역에 따라 수도권과 호남권, 대경권, 동남권은 '2주 1회', 충청권은 '월 1회', 강원권은 '월 1회 미만'이 가장 많이 응답
- 가구원 수에 따라 1인, 2인, 4인 이상 가구의 경우 '2주 1회', 3인 가구는 '월 1회'가 가장 많이 응답

〈그림 4-12〉 온라인 가공식품 구입 주기

단위: %



주: 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-12〉 온라인 가공식품 구입 주기

단위: %, 회

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	월평균 (회)
전체		0.1	6.2	21.0	29.9	26.0	16.7	2.45
거주지역	수도권	0.0	5.7	27.2	29.8	27.3	10.1	2.57
	충청권	1.3	5.7	14.7	20.7	31.7	25.9	2.42
	호남권	0.0	8.4	6.7	34.7	16.5	33.7	2.14
	대경권	0.0	2.8	5.5	36.2	22.8	32.8	1.61
	동남권	0.0	9.6	13.8	32.8	23.5	20.3	2.51
	강원권	0.0	7.0	16.5	25.7	17.5	33.3	2.22
행정구역	동	0.2	6.4	22.2	30.0	25.2	16.0	2.51
	읍면	0.0	4.8	11.8	29.5	31.7	22.2	1.97
가구원 수	1인	0.6	5.1	25.2	26.1	24.0	18.9	2.55
	2인	0.0	7.1	18.2	30.9	22.9	21.0	2.39
	3인	0.0	6.5	22.9	28.5	29.6	12.5	2.49
	4인 이상	0.0	6.3	17.8	33.8	26.6	15.5	2.36
가구주 성별	남	0.0	7.2	21.1	30.0	26.5	15.3	2.50
	여	0.4	4.5	20.7	29.9	25.1	19.4	2.34
가구주 연령	20대	0.0	14.2	27.4	29.0	11.7	17.7	3.30
	30대	0.0	5.8	26.1	34.2	25.4	8.5	2.60
	40대	0.0	7.9	23.7	33.1	25.6	9.8	2.70
	50대	0.6	3.6	14.6	25.3	31.9	24.0	2.08
	60대 이상	0.0	3.5	9.1	20.5	25.9	41.0	1.59
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.0	8.2	38.3	10.8	42.7	1.42
	고졸	0.0	2.4	15.1	24.3	28.8	29.5	1.76
	전문대졸 이상	0.2	7.4	22.8	31.5	25.4	12.8	2.65

(계속)

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	월평균 (회)
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.2	7.5	25.9	31.0	24.6	10.8	2.78
	서비스/판매직	0.0	4.9	16.5	27.1	28.1	23.4	2.09
	기계/농림어업/단순노무	0.0	6.1	12.6	26.6	28.5	26.2	2.06
	기타	0.0	1.3	11.4	36.5	25.8	25.1	1.70
월평균 가구소득	200만원 미만	0.0	2.9	15.4	30.4	19.7	31.6	1.87
	200~400만원 미만	0.4	4.2	23.3	29.1	25.5	17.5	2.40
	400~600만원 미만	0.0	6.0	18.5	32.7	28.6	14.1	2.36
	600만원 이상	0.0	10.4	22.7	26.2	23.0	17.7	2.79

주: 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

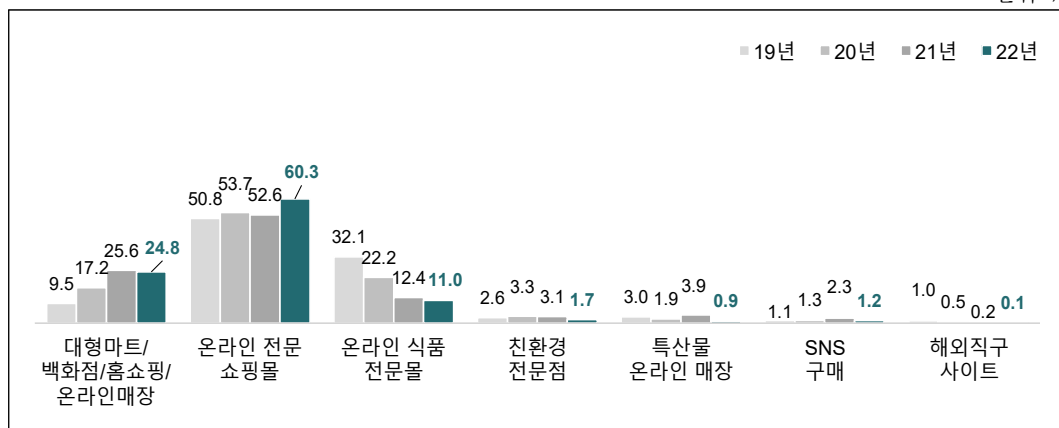
1.13. 온라인 가공식품 주 구매처

○ 온라인을 통한 가공식품 주 구매처는 ‘온라인 전문 쇼핑몰’로 60.3%이며, ‘대형마트/백화점/홈쇼핑/온라인매장’(24.8%), ‘온라인 식품 전문몰’(11.0%) 등의 순으로 나타남.

- 모든 특성에서 ‘온라인 전문 쇼핑몰’의 비중이 가장 높은 것으로 나타남.

〈그림 4-13〉 온라인 가공식품 주 구매처(1+2 가중평균)

단위: %



주: 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-13〉 온라인 가공식품 주 구매처(1+2 가중평균)

단위: %

구분		대형마트/ 백화점/ 홈쇼핑/ 온라인매장	온라인 전문 쇼핑몰	온라인 식품 전문몰	친환경 전문점	특산물 온라인 매장	SNS구매	해외직구 사이트
전체		24.8	60.3	11.0	1.7	0.9	1.2	0.1
거주지역	수도권	28.2	57.2	12.3	1.3	0.7	0.3	0.0
	충청권	12.4	70.3	14.3	1.3	0.7	1.1	0.0
	호남권	30.5	51.5	5.6	5.3	3.1	3.9	0.0
	대경권	21.5	73.1	2.2	1.1	0.0	2.1	0.0
	동남권	18.2	67.6	9.9	1.6	0.8	1.7	0.2
	강원권	24.6	44.0	12.4	4.1	3.3	9.6	1.9
행정구역	동	25.0	60.0	11.0	1.7	1.0	1.1	0.1
	읍면	23.3	62.7	11.0	1.4	0.0	1.6	0.0
가구원 수	1인	23.2	61.8	12.1	0.8	0.6	1.3	0.2
	2인	26.0	56.6	11.6	3.2	1.6	0.9	0.0
	3인	26.5	59.5	11.0	1.4	0.7	0.8	0.1
	4인 이상	23.6	63.0	9.7	1.4	0.7	1.6	0.0
가구주 성별	남	25.6	60.1	10.6	1.8	0.8	1.1	0.1
	여	23.4	60.8	11.9	1.4	1.1	1.3	0.1
가구주 연령	20대	24.1	60.2	13.5	0.5	0.0	1.5	0.2
	30대	25.9	58.4	13.8	1.0	0.5	0.4	0.0
	40대	24.7	61.3	10.5	1.1	0.6	1.7	0.1
	50대	23.3	62.9	9.3	2.4	1.4	0.7	0.0
	60대 이상	25.6	58.1	7.0	4.3	2.4	2.3	0.2
가구주 최종학력	중졸 이하	28.8	59.8	2.4	3.2	0.0	5.9	0.0
	고졸	21.1	63.6	8.3	2.9	2.1	1.8	0.3
	전문대졸 이상	25.9	59.4	11.9	1.3	0.6	0.9	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	25.7	59.7	12.1	1.3	0.6	0.6	0.0
	서비스/판매직	24.5	61.6	9.0	1.6	1.4	1.7	0.2
	기계/농림어업/단순노무	21.1	63.7	9.2	2.4	0.6	2.8	0.2
	기타	25.8	55.1	12.6	3.7	1.9	0.9	0.0
월평균 가구소득	200만원 미만	24.7	54.5	14.1	1.6	3.5	1.7	0.0
	200~400만원 미만	24.9	60.1	11.5	1.3	0.5	1.6	0.1
	400~600만원 미만	23.7	61.4	10.9	2.0	1.0	0.9	0.1
	600만원 이상	26.8	59.7	10.1	1.7	0.8	0.9	0.0

주: 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

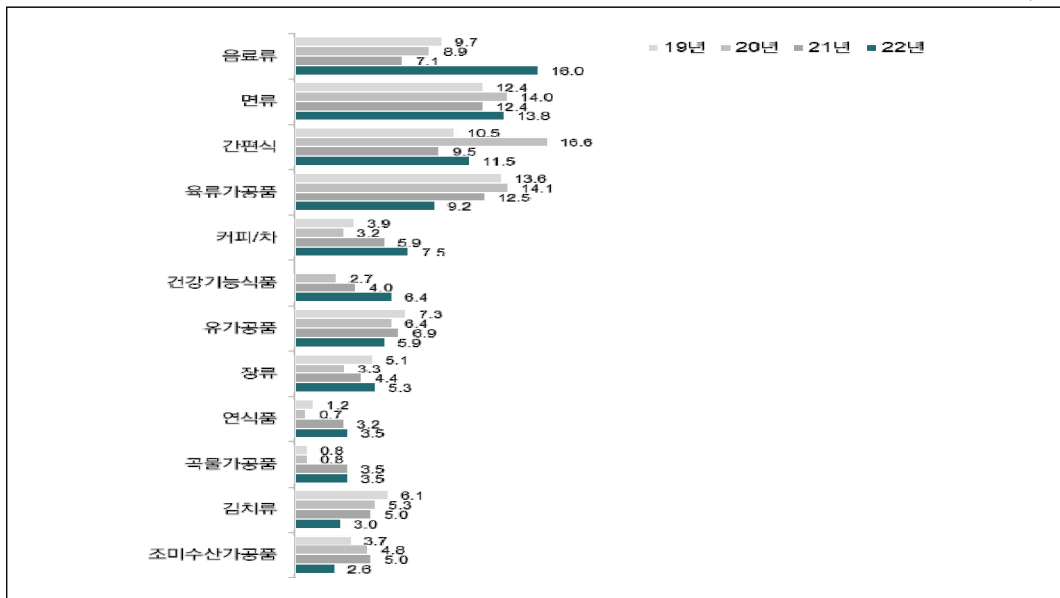
1.14. 지출액 기준 구입 많은 품목군(온라인)

○ 지출액 기준 온라인을 이용하여 가장 많이 구입한 품목은 ‘음료류’(16.0%)이며, 다음으로 ‘면류’(13.8%), ‘간편식’(11.5%), ‘육류가공품’(9.2%) 등의 순임.

- 가구원 수에 따라 살펴보면, 모든 가구에서 ‘음료류’가 가장 높게 나타남.

〈그림 4-14〉 온라인 지출액 기준 구입 많은 품목군(1+2+3 가중평균)

단위: %



주: 상위 12개만 제시함.

〈표 4-14〉 가구원 수별 온라인 지출액 기준 구입 많은 품목군(1+2+3 가중평균)

단위: %

구분	전체	1인	2인	3인	4인 이상
육류가공품	9.2	8.5	8.7	8.6	10.9
알가공품	0.9	0.5	1.1	1.3	0.8
조미수산가공품	2.6	2.3	2.3	1.9	3.8
염건수산가공품	1.3	1.4	1.7	0.7	1.4
김치및절임류	3.0	3.4	2.8	3.2	2.6
과일채소가공품	1.1	0.7	1.3	1.2	1.0
장류	5.3	3.3	6.9	6.6	4.4
조미식품	1.8	1.4	2.3	1.7	1.9
유지류	1.8	1.8	2.1	1.9	1.5

(계속)

구분	전체	1인	2인	3인	4인 이상
유가공품	5.9	4.3	5.0	7.8	6.3
빵/떡	1.9	2.4	2.0	1.9	1.4
과자	1.9	2.5	0.9	1.3	2.9
면류	13.8	16.8	13.2	12.3	13.1
연식품	3.5	2.3	3.5	4.4	3.4
곡물가공품	3.5	4.6	3.4	2.9	3.2
커피/차	7.5	4.6	6.4	8.6	9.7
음료류	16.0	17.3	15.6	15.8	15.4
주류	1.1	0.6	2.5	0.8	0.7
간편식	11.5	16.0	9.9	10.5	10.1
건강기능식품	6.4	5.2	8.2	6.7	5.6

주: 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

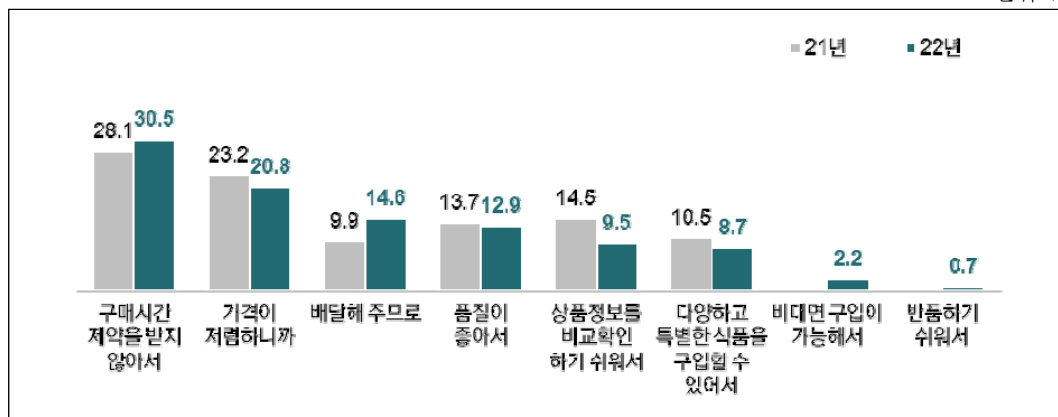
1.15. 온라인 가공식품 구입 이유

○ 온라인을 통해 가공식품을 구입하는 이유는 ‘구매시간 제약을 받지 않아서’(30.5%), ‘가격이 저렴하니까’(20.8%), ‘배달해 주므로’(14.6%) 등의 순으로 나타남.

- 수도권, 강원권은 ‘가격이 저렴하니까’, 대경권에서는 ‘구매 시간의 제약을 받지 않으니까’에 대해 상대적으로 높은 특징
- 가구원 수에 따라 모든 가구에서 ‘구매시간에 제약을 받지 않아 편리하다’가 높은 수준

〈그림 4-15〉 온라인 가공식품 구입 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-15〉 온라인 가공식품 구입 이유(1+2 가중평균)

단위: %

구분	구매시간 제약을 받지 않아서	가격이 저렴 하니까	품질이 좋아서	상품 정보를 비교 확인하기 쉬워서	다양하고 특별한 식품을 구입할 수 있어서	배달해 주므로	반품하기 쉬워서	비대면 구입이 가능해서	
전체	30.5	20.8	12.9	9.5	8.7	14.6	0.7	2.2	
거주지역	수도권	30.6	19.1	13.7	9.0	9.0	15.1	0.7	2.8
	충청권	27.6	23.0	14.6	7.9	6.5	19.0	0.2	1.3
	호남권	26.4	25.5	16.8	12.7	10.2	5.9	1.0	1.6
	대경권	40.0	16.6	3.1	13.1	10.0	14.3	0.0	2.9
	동남권	31.1	25.7	10.7	9.7	7.4	14.0	1.0	0.3
	강원권	25.2	25.3	12.9	11.7	10.7	12.0	0.0	2.1
행정구역	동	30.6	21.2	12.8	9.1	8.5	14.6	0.7	2.4
	읍면	29.7	17.8	14.0	12.5	9.8	15.0	0.1	1.1
가구원 수	1인	33.8	18.9	9.6	9.2	8.3	17.1	0.4	2.7
	2인	30.0	21.2	15.0	8.2	8.9	13.6	1.2	1.9
	3인	29.2	22.0	13.1	10.6	9.1	13.9	0.4	1.7
	4인 이상	29.5	20.9	13.9	9.9	8.5	14.1	0.7	2.6
가구주 성별	남	29.6	20.9	13.0	9.8	8.7	15.5	0.9	1.7
	여	32.4	20.5	12.9	9.1	8.7	13.0	0.2	3.1
가구주 연령	20대	35.0	25.6	6.7	4.8	8.8	16.1	0.5	2.5
	30대	35.8	20.6	10.8	8.9	6.1	14.2	0.8	2.9
	40대	27.9	20.6	13.3	11.5	8.9	15.1	1.0	1.7
	50대	26.9	19.8	17.4	8.9	11.0	13.2	0.4	2.4
	60대 이상	28.1	21.0	12.9	10.3	10.4	16.0	0.0	1.2
가구주 최종학력	중졸 이하	27.8	16.4	13.3	5.3	13.0	23.0	0.0	1.3
	고졸	26.3	22.2	15.1	12.0	9.3	14.5	0.0	0.7
	전문대졸 이상	31.8	20.5	12.3	8.9	8.5	14.6	0.9	2.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	31.8	20.2	12.8	9.1	8.5	14.4	0.6	2.6
	서비스/판매직	28.0	19.5	12.4	9.7	8.6	18.7	1.3	1.9
	기계/농림어업/단순노무	30.4	23.2	11.9	12.4	8.7	12.7	0.4	0.4
	기타	29.2	25.1	17.4	7.9	10.7	6.6	0.0	3.1
월평균 가구소득	200만원 미만	38.4	22.5	15.1	3.9	8.6	10.6	0.0	0.9
	200~400만원 미만	29.8	20.2	10.5	10.1	9.4	17.6	0.3	2.2
	400~600만원 미만	30.7	21.7	14.7	7.6	7.8	14.1	1.1	2.3
	600만원 이상	29.9	19.8	13.2	13.3	9.2	11.6	0.7	2.3

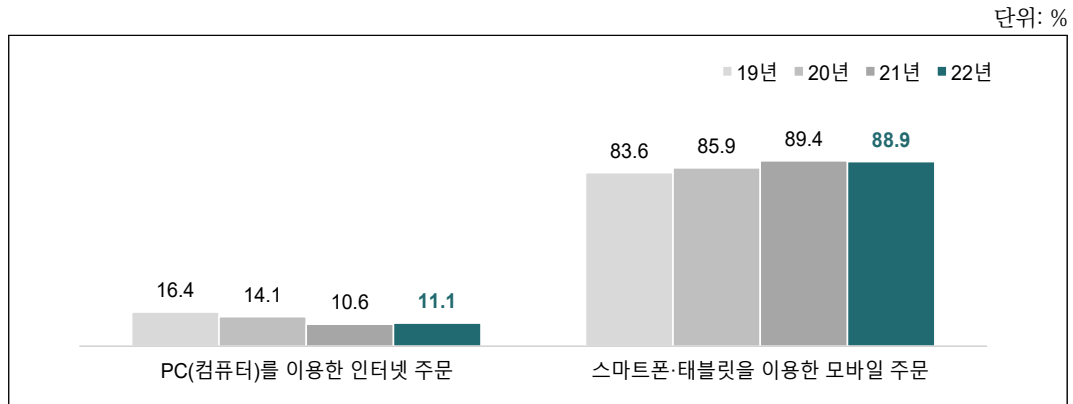
주: 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

1.16. 온라인 가공식품 주문 방법

○ 온라인 구입 시 '스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문'은 88.9%로 대부분을 차지하였으며, 모바일 주문의 비율은 19년, 20년, 21년 이어진 상승세에서 소폭 하락함.

- 모든 지역에서 '스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문'이 가장 높은 응답을 보였고, 호남권의 경우 'PC를 이용한 인터넷 주문' 비율이 상대적으로 높은 수준(31.4%)
- 가구원 수에 상관없이 모두 '스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문'이 높은 수준

〈그림 4-16〉 온라인 가공식품 주문 방법



주: 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-16〉 온라인 가공식품 주문 방법

단위: %

구분		PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문	스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문
전체		11.1	88.9
거주지역	수도권	10.3	89.7
	충청권	6.0	94.0
	호남권	31.4	68.6
	대경권	7.7	92.3
	동남권	10.7	89.3
	강원권	3.2	96.8
행정구역	동	11.0	89.0
	읍면	11.2	88.8
가구원 수	1인	6.6	93.4
	2인	12.9	87.1
	3인	10.6	89.4
	4인 이상	13.8	86.2
가구주 성별	남	8.0	92.0
	여	16.9	83.1
가구주 연령	20대	5.2	94.8
	30대	8.7	91.3
	40대	11.1	88.9
	50대	13.0	87.0
	60대 이상	16.8	83.2

(계속)

구분		PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문	스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문
가구주 최종학력	중졸 이하	5.2	94.8
	고졸	12.2	87.8
	전문대졸 이상	10.8	89.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	8.4	91.6
	서비스/판매직	13.1	86.9
	기계/농림어업/단순노무	10.5	89.5
	기타	26.0	74.0
월평균 가구소득	200만원 미만	8.4	91.6
	200~400만원 미만	11.1	88.9
	400~600만원 미만	13.3	86.7
	600만원 이상	7.4	92.6

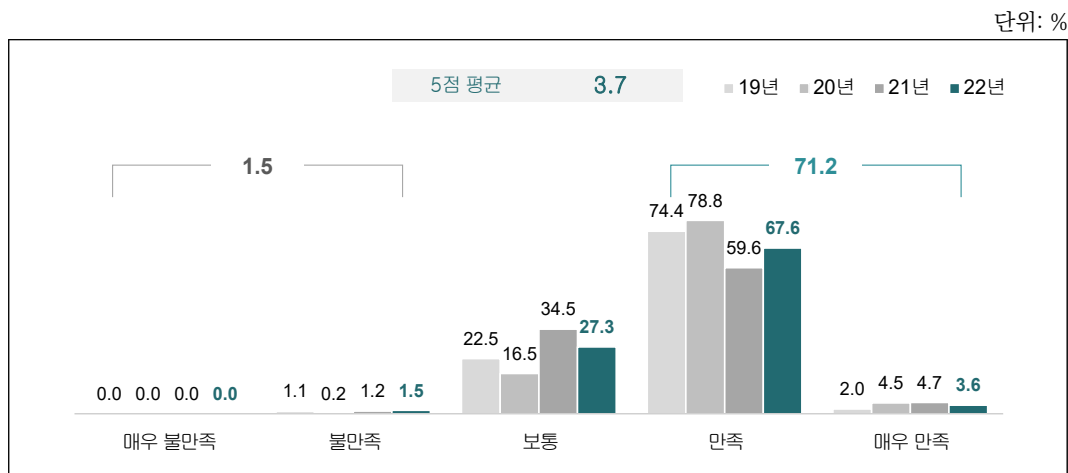
주: 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

1.17. 온라인 구입 가공식품 가격 만족도

○ 온라인으로 구입한 가공식품의 가격 만족도는 3.73점으로 전년 대비(3.68점) 소폭 높아졌으며, ‘만족’한다는 응답은 71.2%(만족하는 편 67.6% + 매우 만족 3.6%)로 나타남.

- 충청권과 강원권의 만족도가 가장 높으며, 대경권의 만족도가 가장 낮은 수준
- 4인 가구 이상에서 만족도가 가장 높으며, 3인 가구의 만족도가 가장 낮은 수준

〈그림 4-17〉 온라인 구입 가공식품 가격 만족도



주 1) 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

2) 평균은 '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-17〉 온라인 구입 가공식품 가격 만족도

단위: %, 점/5점

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균(점)
전체		0.0	1.5	27.3	67.6	3.6	3.73
거주지역	수도권	0.0	1.1	27.7	68.9	2.3	3.72
	충청권	0.0	2.2	13.9	76.8	7.1	3.89
	호남권	0.0	1.7	30.5	65.3	2.5	3.69
	대경권	0.0	2.9	33.7	62.6	0.8	3.61
	동남권	0.0	2.0	30.5	61.2	6.3	3.72
	강원권	0.0	0.0	31.1	48.3	20.6	3.89
행정구역	동	0.0	1.4	27.6	67.4	3.7	3.73
	읍면	0.0	2.1	25.4	69.5	3.0	3.73
가구원 수	1인	0.0	2.4	25.7	66.7	5.2	3.75
	2인	0.0	0.8	27.7	67.2	4.3	3.75
	3인	0.0	2.4	31.1	65.5	1.0	3.65
	4인 이상	0.0	0.3	24.6	70.8	4.3	3.79
가구주 성별	남	0.0	1.4	27.3	68.3	3.0	3.73
	여	0.0	1.6	27.3	66.3	4.9	3.74
가구주 연령	20대	0.0	4.8	30.1	57.0	8.1	3.68
	30대	0.0	1.6	25.8	69.0	3.6	3.75
	40대	0.0	0.7	28.9	66.9	3.5	3.73
	50대	0.0	0.8	25.0	70.6	3.6	3.77
	60대 이상	0.0	2.2	29.9	66.6	1.3	3.67
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	8.0	30.3	52.7	9.0	3.63
	고졸	0.0	2.5	28.6	65.3	3.7	3.70
	전문대졸 이상	0.0	1.1	26.9	68.5	3.5	3.74
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	1.3	26.3	68.3	4.0	3.75
	서비스/판매직	0.0	1.2	25.8	69.7	3.3	3.75
	기계/농림어업/단순노무	0.0	1.5	31.8	65.3	1.5	3.67
	기타	0.0	3.4	32.4	59.3	4.8	3.66
월평균 가구소득	200만원 미만	0.0	3.7	20.2	70.8	5.3	3.78
	200~400만원 미만	0.0	1.4	29.1	65.6	3.9	3.72
	400~600만원 미만	0.0	1.3	27.2	68.4	3.1	3.73
	600만원 이상	0.0	1.3	26.0	68.8	3.8	3.75

주 1) 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

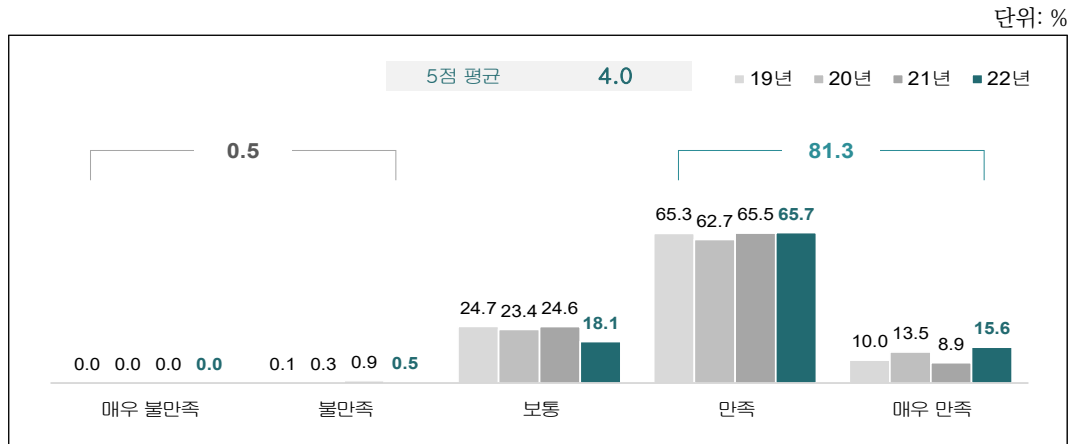
2) 평균은 '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

1.18. 온라인 구입 가공식품 품질 만족도

○ 온라인으로 구입한 가공식품의 품질 만족도는 3.96점으로 전년대비(3.82점) 높아졌으며, '만족'한다는 응답은 81.3%(만족하는 편 65.7% + 매우 만족 15.6%로 나타남. 전년대비 '매우 만족'의 응답은 6.7%p 상승했고, '보통' 응답은 6.5% 하락함.

- 거주지역에 따라 살펴보면, 충청권의 만족도가 가장 높은 특징
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 가구원 수가 적을수록 만족도가 높은 특징

〈그림 4-18〉 온라인 구입 가공식품 품질 만족도



주 1) 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.
 2) 평균은 '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-18〉 온라인 구입 가공식품 품질 만족도

단위: %, 점/5점

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균(점)	
전체	0.0	0.5	18.1	65.7	15.6	3.96	
거주지역	수도권	0.0	0.6	18.8	64.4	16.2	3.96
	충청권	0.0	0.0	17.1	56.5	26.5	4.09
	호남권	0.0	0.3	25.8	60.6	13.3	3.87
	대경권	0.0	0.0	11.3	85.6	3.1	3.92
	동남권	0.0	1.3	13.3	75.2	10.2	3.94
	강원권	0.0	0.0	30.1	45.0	24.9	3.95
행정구역	동	0.0	0.6	17.8	65.4	16.2	3.97
	읍면	0.0	0.0	20.5	68.3	11.2	3.91
가구원 수	1인	0.0	0.0	13.0	62.0	25.1	4.12
	2인	0.0	0.5	19.0	65.8	14.8	3.95
	3인	0.0	0.8	21.0	65.0	13.3	3.91
	4인 이상	0.0	0.9	19.0	69.7	10.5	3.90
가구주 성별	남	0.0	0.7	16.9	67.8	14.6	3.96
	여	0.0	0.3	20.4	61.8	17.5	3.97
가구주 연령	20대	0.0	0.0	10.0	64.7	25.2	4.15
	30대	0.0	0.6	21.3	61.9	16.2	3.94
	40대	0.0	1.1	17.4	68.3	13.2	3.94
	50대	0.0	0.1	18.7	63.8	17.4	3.99
	60대 이상	0.0	0.0	15.9	73.2	10.9	3.95

(계속)

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균(점)
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.0	11.0	59.8	29.2	4.18
	고졸	0.0	0.0	19.4	67.0	13.6	3.94
	전문대졸 이상	0.0	0.7	17.9	65.4	16.0	3.97
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	0.7	17.4	67.6	14.3	3.95
	서비스/판매직	0.0	0.5	18.1	60.3	21.0	4.02
	기계/농림어업/단순노무	0.0	0.0	13.1	77.2	9.7	3.97
	기타	0.0	0.0	32.6	49.5	17.9	3.85
월평균 가구소득	200만원 미만	0.0	0.0	14.6	61.6	23.8	4.09
	200~400만원 미만	0.0	0.0	20.2	61.6	18.3	3.98
	400~600만원 미만	0.0	0.5	17.5	69.5	12.5	3.94
	600만원 이상	0.0	1.5	16.8	66.3	15.4	3.96

주 1) 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

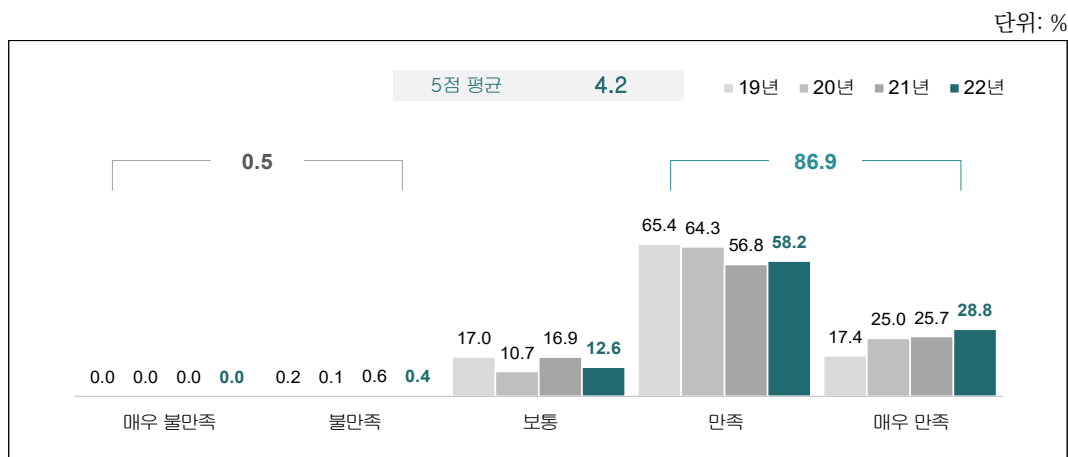
2) 평균은 '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

1.19. 온라인 구입 가공식품 배송 만족도

○ 온라인으로 구입한 가공식품의 배송 만족도는 4.15점으로 매우 높게 나타났으며, '만족'은 86.9%로 10명 중 8명 이상이 만족하는 것으로 나타남.

- 호남권에서 만족도가 가장 낮게 나타났으며, 대경권의 만족도가 가장 높은 특징
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 1인 가구의 만족도가 가장 높은 특징

〈그림 4-19〉 온라인 구입 가공식품 배송 만족도



주 1) 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

2) 평균은 '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-19〉 온라인 구입 가공식품 배송 만족도

단위: %, 점/5점

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균(점)
전체		0.0	0.4	12.6	58.2	28.8	4.15
거주지역	수도권	0.0	0.3	12.2	62.6	24.8	4.12
	충청권	0.0	0.3	12.9	47.1	39.7	4.26
	호남권	0.5	0.5	25.6	51.7	21.6	3.93
	대경권	0.0	0.0	4.6	50.4	45.0	4.40
	동남권	0.0	1.4	10.7	54.3	33.5	4.20
	강원권	0.0	0.0	15.9	54.7	29.3	4.13
행정구역	동	0.0	0.5	12.5	58.8	28.1	4.14
	읍면	0.0	0.0	13.4	53.1	33.5	4.20
가구원 수	1인	0.0	0.3	11.2	52.4	36.1	4.24
	2인	0.0	0.0	15.8	52.5	31.7	4.16
	3인	0.1	0.8	12.1	64.0	22.9	4.09
	4인 이상	0.0	0.6	11.7	61.9	25.9	4.13
가구주 성별	남	0.0	0.5	11.3	57.2	31.0	4.19
	여	0.1	0.3	15.1	59.9	24.6	4.08
가구주 연령	20대	0.0	0.0	11.8	37.4	50.9	4.39
	30대	0.0	0.6	10.2	63.0	26.2	4.15
	40대	0.0	0.3	15.1	60.0	24.6	4.09
	50대	0.0	0.6	10.5	59.5	29.3	4.17
	60대 이상	0.3	0.3	16.8	51.2	31.5	4.13
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.0	34.7	34.9	30.4	3.96
	고졸	0.0	0.5	15.3	54.9	29.3	4.13
	전문대졸 이상	0.0	0.4	11.6	59.4	28.6	4.16
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	0.5	11.4	61.6	26.5	4.14
	서비스/판매직	0.0	0.3	11.5	53.8	34.4	4.22
	기계/농림어업/단순노무	0.3	0.5	13.9	47.3	38.0	4.22
	기타	0.0	0.0	23.5	63.6	12.9	3.89
월평균 가구소득	200만원 미만	0.0	0.0	14.3	53.8	31.8	4.18
	200~400만원 미만	0.0	0.7	15.0	54.0	30.2	4.14
	400~600만원 미만	0.1	0.3	10.0	64.8	24.8	4.14
	600만원 이상	0.0	0.3	13.2	53.3	33.2	4.19

주 1) 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

2) 평균은 '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

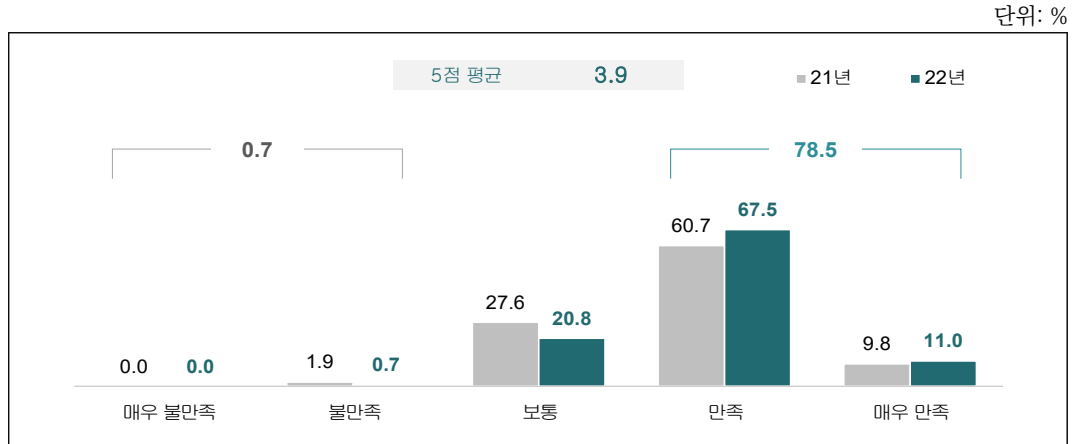
1.20. 온라인 구입 가공식품 교환·반품 만족도

○ 온라인으로 구입한 가공식품의 교환·반품 만족도는 3.89점으로 다소 높게 나타남. '만족'은 78.5%로 10명 중 8명에 가까운 비중이 만족하는 것으로 나타남.

- 충청권에서 만족도가 높게 나타났으며, 호남권의 만족도가 가장 낮은 특징

- 1인 가구의 만족도가 가장 높은 반면, 3인 가구에서 만족도가 가장 낮은 특징

〈그림 4-20〉 온라인 구입 가공식품 교환·반품 만족도



주 1) 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

2) 평균은 '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-20〉 온라인 구입 가공식품 교환·반품 만족도

단위: %, 점/5점

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균(점)	
전체	0.0	0.7	20.8	67.5	11.0	3.89	
거주지역	수도권	0.0	0.5	20.9	69.1	9.5	3.88
	충청권	0.0	0.6	15.4	70.0	13.9	3.97
	호남권	0.0	0.4	25.7	65.3	8.6	3.82
	대경권	0.0	0.4	19.7	73.5	6.4	3.86
	동남권	0.0	2.0	21.6	58.7	17.7	3.92
	강원권	0.0	2.6	26.1	52.9	18.4	3.87
행정구역	동	0.0	0.6	19.3	68.6	11.5	3.91
	읍면	0.0	2.1	31.9	58.9	7.0	3.71
가구원 수	1인	0.0	0.4	18.8	64.2	16.5	3.97
	2인	0.0	0.6	21.5	65.8	12.2	3.90
	3인	0.0	1.4	21.3	70.0	7.4	3.83
	4인 이상	0.0	0.5	21.4	69.1	8.9	3.86
가구주 성별	남	0.0	0.8	20.4	68.2	10.6	3.89
	여	0.0	0.6	21.5	66.1	11.8	3.89
가구주 연령	20대	0.0	0.5	22.4	59.2	17.9	3.94
	30대	0.0	1.3	19.8	67.0	11.9	3.89
	40대	0.0	0.4	20.3	68.3	11.0	3.90
	50대	0.0	0.9	20.9	69.1	9.2	3.87
	60대 이상	0.0	0.0	23.6	68.4	8.1	3.84

(계속)

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균(점)
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.0	53.6	46.4	0.0	3.46
	고졸	0.0	0.2	23.6	67.7	8.6	3.85
	전문대졸 이상	0.0	0.9	19.6	67.7	11.8	3.90
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	0.7	19.9	68.8	10.6	3.89
	서비스/판매직	0.0	0.6	20.3	67.9	11.2	3.90
	기계/농림어업/단순노무	0.0	1.2	21.8	64.6	12.3	3.88
	기타	0.0	0.9	27.3	60.7	11.1	3.82
월평균 가구소득	200만원 미만	0.0	0.0	20.4	75.6	4.0	3.84
	200~400만원 미만	0.0	1.0	23.0	64.1	11.8	3.87
	400~600만원 미만	0.0	0.7	19.2	71.5	8.7	3.88
	600만원 이상	0.0	0.6	20.4	63.9	15.2	3.94

주 1) 가공식품을 온라인으로 구매한다고 응답한 가구 대상임.

2) 평균은 '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

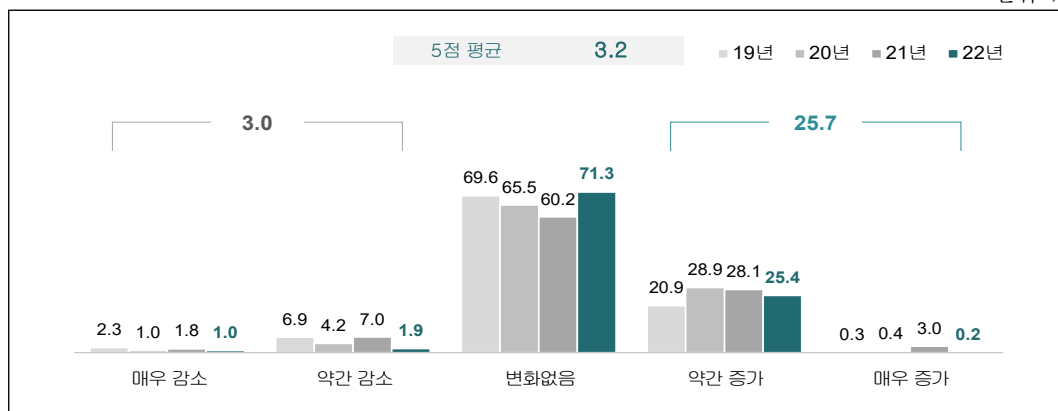
1.21. 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화

○ 최근 1년 온라인 가공식품 지출이 '증가했다(약간 증가 + 매우 증가)'라는 응답은 25.6%로 나타났으며, 전년도 대비 '변화없다'라는 응답은 2021년까지 지속적으로 줄어들었으나, 2022년 71.3%로 큰 폭 증가함.

- 수도권에서 지출이 증가했다는 비율이 상대적으로 높은 특징
- 2인 가구에서 '변화없음'이라는 응답이 상대적으로 높은 수준

〈그림 4-21〉 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화

단위: %



주: 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-21〉 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화

단위: %, 점/5점

구분		매우 감소	약간 감소	변화 없음	약간 증가	매우 증가	평균(점)
전체		1.0	1.9	71.3	25.4	0.2	3.22
거주지역	수도권	0.8	1.7	64.4	33.0	0.1	3.30
	충청권	0.0	0.0	78.9	20.4	0.7	3.22
	호남권	4.2	4.7	68.8	22.3	0.0	3.09
	대경권	0.3	3.1	86.1	10.5	0.0	3.07
	동남권	0.7	1.3	78.3	19.0	0.6	3.17
	강원권	1.1	3.0	85.2	10.7	0.0	3.06
행정구역	동	1.0	1.9	69.6	27.3	0.2	3.24
	읍면	1.3	2.1	80.8	15.3	0.5	3.12
가구원 수	1인	1.2	1.5	70.8	26.2	0.3	3.23
	2인	1.7	2.5	77.6	18.1	0.0	3.12
	3인	0.5	2.4	66.2	30.9	0.1	3.28
	4인 이상	0.4	1.1	68.3	29.5	0.6	3.29
가구주 성별	남	0.7	1.6	72.1	25.4	0.2	3.23
	여	1.8	2.7	69.8	25.4	0.2	3.20
가구주 연령	20대	0.0	0.0	59.6	38.9	1.5	3.42
	30대	0.2	1.7	57.5	40.3	0.3	3.39
	40대	0.1	1.7	63.6	34.5	0.1	3.33
	50대	0.5	2.4	75.5	21.3	0.3	3.19
	60대 이상	3.0	2.3	85.7	9.0	0.0	3.01
가구주 최종학력	중졸 이하	2.0	1.5	91.8	4.7	0.0	2.99
	고졸	2.1	2.4	83.1	12.3	0.2	3.06
	전문대졸 이상	0.3	1.7	62.5	35.2	0.3	3.33
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.3	1.2	64.7	33.4	0.4	3.32
	서비스/판매직	1.9	1.5	71.2	25.3	0.1	3.20
	기계/농림어업/단순노무	1.1	2.8	81.9	14.1	0.0	3.09
월평균 가구소득	기타	1.8	5.2	79.5	13.6	0.0	3.05
	200만원 미만	1.8	0.7	89.1	8.5	0.0	3.04
	200~400만원 미만	1.4	1.9	72.7	23.8	0.2	3.20
	400~600만원 미만	0.8	2.7	68.8	27.5	0.2	3.23
	600만원 이상	0.3	1.2	63.9	34.1	0.5	3.33

주: 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

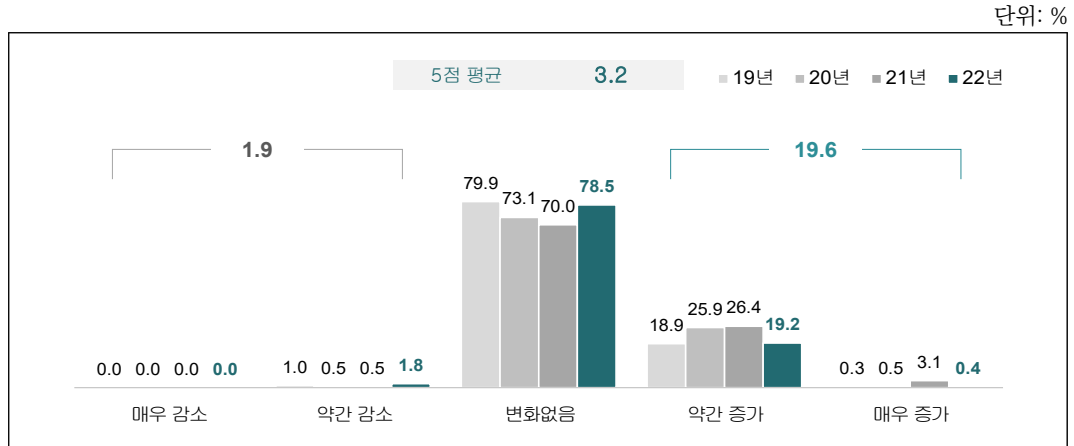
1.22. 향후 1년 온라인 가공식품 지출 의향

○ 향후 1년 온라인을 통한 가공식품 지출 의향을 물은 결과, 78.5%가 '변화없음'으로 응답하였으며, '증가'한다는 응답은 19.6%(매우 증가: 0.4% + 약간 증가: 19.2%)임.

- 수도권에서 지출에 대해 평점이 가장 높은 반면, 대경권이 평점이 가장 낮은 수준

- 가구원 수에 따라 살펴보면, 4인 이상 가구에서 가장 높게 평가

〈그림 4-22〉 향후 1년 온라인 가공식품 지출 의향



주: 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-22〉 향후 1년 온라인 가공식품 지출 의향

단위: %, 점/5점

구분	매우 감소	약간 감소	변화 없음	약간 증가	매우 증가	평균(점)	
전체	0.0	1.8	78.5	19.2	0.4	3.18	
거주 지역	수도권	0.0	2.6	74.3	22.9	0.2	3.21
	충청권	0.0	0.0	83.0	14.8	2.2	3.19
	호남권	0.2	1.8	78.3	19.7	0.0	3.17
	대경권	0.0	1.3	90.8	7.9	0.0	3.07
	동남권	0.0	1.0	81.0	17.6	0.4	3.17
	강원권	0.0	1.3	81.0	16.4	1.2	3.17
행정 구역	동	0.0	2.0	76.6	21.0	0.5	3.20
	읍면	0.1	1.0	89.1	9.4	0.3	3.09
가구원 수	1인	0.0	1.3	79.5	18.6	0.6	3.19
	2인	0.1	1.4	84.2	14.1	0.3	3.13
	3인	0.0	2.7	74.4	22.3	0.5	3.21
	4인 이상	0.0	2.1	73.8	23.7	0.4	3.22
가구주 성별	남자	0.0	1.7	78.2	19.7	0.4	3.19
	여자	0.1	2.2	79.2	18.1	0.5	3.17
가구주 연령	20대	0.0	0.0	70.0	30.0	0.0	3.30
	30대	0.0	3.3	68.0	27.3	1.4	3.27
	40대	0.0	1.0	75.5	23.4	0.1	3.22
	50대	0.0	1.4	80.8	17.4	0.4	3.17
	60대 이상	0.1	2.1	88.0	9.7	0.1	3.08
가구주 최종학력	중졸 이하	0.4	0.0	95.6	3.5	0.5	3.04
	고졸	0.0	1.5	87.2	11.1	0.2	3.10
	전문대졸 이상	0.0	2.2	71.8	25.4	0.6	3.24

(계속)

구분		매우 감소	약간 감소	변화 없음	약간 증가	매우 증가	평균(점)
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	2.0	73.1	24.3	0.6	3.23
	서비스/판매직	0.0	1.3	79.0	19.1	0.7	3.19
	기계/농림어업/단순노무	0.0	1.3	86.5	12.1	0.0	3.11
	기타	0.2	4.0	84.9	10.7	0.2	3.07
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.2	0.0	91.6	7.9	0.2	3.08
	200~400만원 미만	0.0	2.0	78.5	18.9	0.6	3.18
	400~600만원 미만	0.0	2.7	79.1	17.9	0.3	3.16
	600만원 이상	0.0	0.8	70.2	28.4	0.5	3.29

주: 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

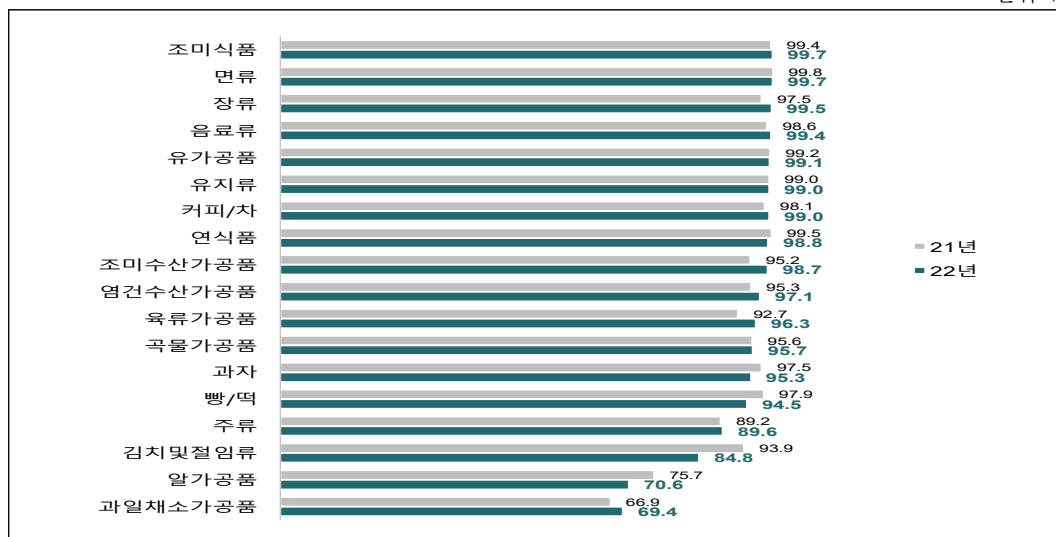
2. 가공식품 품목별 구입 현황

2.1. 최근 1년 가공식품 품목별 구입 경험률

○ 최근 1년 '조미식품'과 '면류'의 구입 경험률이 가장 높음(각 99.7%). 구입 경험이 낮은 '알가공품', '과일채소가공품' 등은 가구원 수 간에 차이를 보이고 있으며, 특히 1인 가구에서 경험률이 상대적으로 낮은 특징

〈그림 4-23〉 최근 1년 가공식품 품목별 구입 경험률

단위: %



〈표 4-23〉 가구원 수별 최근 1년 가공식품 품목별 구입 경험률

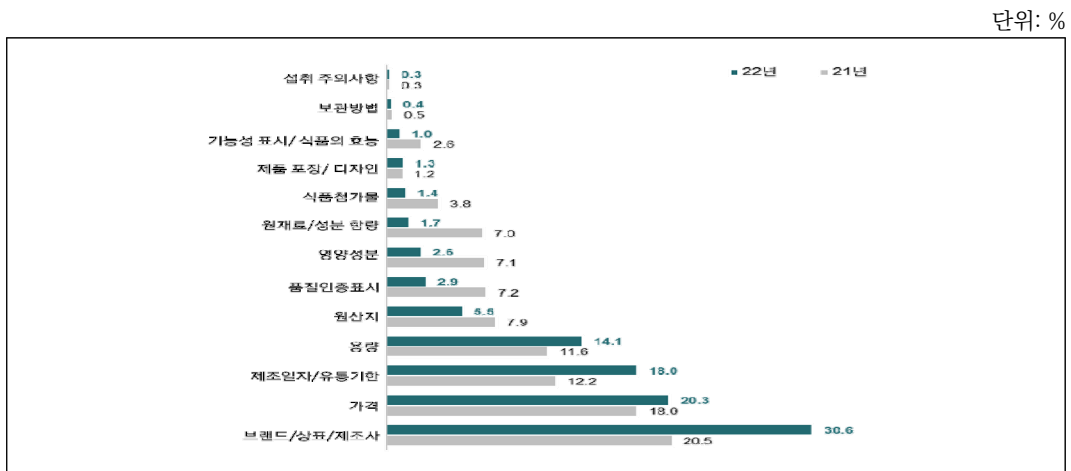
단위: %

구분	전체	1인	2인	3인	4인 이상
육류가공품	96.3	94.6	95.5	96.4	98.9
알가공품	70.6	62.8	69.6	77.2	73.9
조미수산가공품	98.7	96.9	99.5	99.8	97.7
염건수산가공품	97.1	94.7	97.7	97.8	97.6
김치 및 절임류	84.8	82.7	83.6	86.4	87.0
과일채소가공품	69.4	58.4	68.1	76.2	75.9
장류	99.5	98.8	100.0	99.7	99.1
조미식품	99.7	99.2	100.0	100.0	99.1
유지류	99.0	97.7	100.0	99.7	98.4
유가공품	99.1	97.4	99.7	99.7	99.6
빵/떡	94.5	93.7	93.3	96.1	95.2
과자	95.3	96.0	91.9	97.2	97.5
면류	99.7	100.0	100.0	98.8	99.6
연식품	98.8	97.7	99.3	97.7	100.0
곡물가공품	95.7	93.8	97.1	96.7	95.1
커피/차	99.0	96.0	99.9	99.6	99.9
음료류	99.4	98.1	99.9	100.0	99.1
주류	89.6	79.8	92.2	91.3	93.9

2.2. 가공식품 품목별 구입 시 우선 확인사항

○ 가공식품 구입 시 대다수 품목에서 ‘브랜드/상표/제조사’와 ‘가격’을 우선적으로 확인한다고 응답하였으며, 그다음으로는 ‘제조일자/유통기한’과 ‘용량’ 순으로 나타남.

〈그림 4-24〉 가공식품 구입 시 우선 확인사항



〈표 4-24〉 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항

단위: %

구분	육류가공품 /알가공품	조미수산 가공품	김치류/ 절임류	과일채소 가공품	장류	조미식품	유지류	유가공품
가격	19.7	22.0	20.7	20.2	20.5	20.7	17.6	17.2
용량	11.9	12.8	15.4	16.0	13.8	14.8	12.0	12.0
브랜드/상표/제조사	27.5	27.1	26.3	24.4	30.7	30.0	30.2	30.5
제조일자/유통기한	22.5	17.6	15.6	17.2	16.4	16.6	24.6	24.6
품질인증 표시	3.9	3.4	3.4	4.1	3.0	2.5	4.1	3.5
원산지	5.7	8.8	9.9	7.9	7.7	5.9	4.4	4.0
영양성분	2.5	2.6	2.1	3.0	2.1	2.4	2.6	2.8
식품첨가물	1.7	1.3	1.0	1.9	1.1	1.9	1.2	1.3
원재료/성분함량	2.4	1.9	2.9	2.3	1.9	1.9	0.9	1.1
제품포장/디자인	0.9	1.0	0.7	0.8	1.2	1.4	0.6	0.9
가능성표시/식품의효능	0.9	0.9	1.1	1.3	0.9	1.1	1.2	1.2
섭취주의사항	0.3	0.2	0.5	0.4	0.2	0.2	0.5	0.5
보관방법	0.3	0.3	0.3	0.4	0.6	0.6	0.2	0.5
구분	빵/떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피/차	음료류	주류
가격	20.7	20.5	20.1	17.9	20.6	21.1	21.0	24.0
용량	11.5	15.3	14.5	13.6	15.4	13.8	14.7	18.5
브랜드/상표/제조사	30.9	33.9	31.3	31.0	25.9	36.4	33.9	37.5
제조일자/유통기한	20.7	15.4	18.2	22.0	17.8	13.8	15.3	8.2
품질인증 표시	2.7	1.6	3.0	2.7	2.6	2.5	2.0	1.5
원산지	4.8	3.8	4.5	4.4	7.3	4.1	2.8	3.0
영양성분	2.2	2.6	2.9	3.2	3.1	2.3	2.8	2.3
식품첨가물	1.4	1.3	1.5	1.6	1.7	1.6	1.9	0.8
원재료/성분함량	1.9	1.3	1.4	1.4	2.3	1.3	1.9	0.6
제품포장/디자인	1.9	2.6	1.1	0.9	1.0	1.6	1.7	2.0
가능성표시/식품의효능	0.9	1.1	0.8	1.1	1.0	0.7	1.4	0.8
섭취주의사항	0.2	0.2	0.3	0.3	0.4	0.2	0.2	0.2
보관방법	0.3	0.5	0.3	0.1	0.9	0.6	0.7	0.5

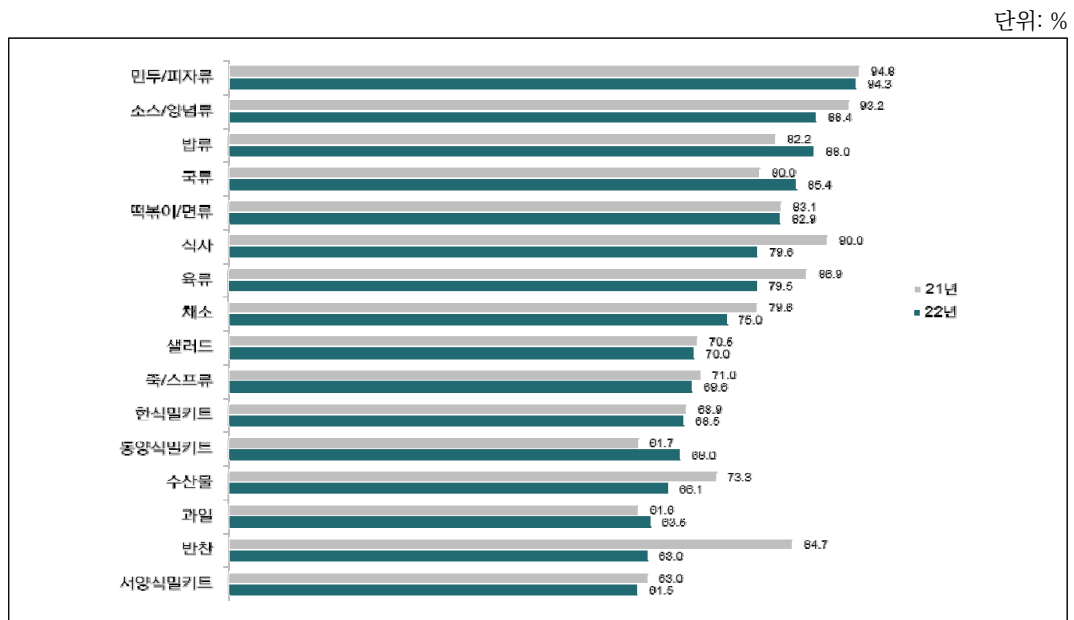
주: 각 품목 구입 경험이 있는 응답자를 대상으로 함.

3. 간편식 구입 현황

3.1. 최근 1년 간편식 품목별 구입 경험

○ 최근 1년 구입한 경험이 있는 간편식 품목으로 ‘만두/피자류’(94.3%)가 가장 많으며, ‘소스/양념류’(88.4%), ‘밥류’(88.0%), ‘국류’(85.4%) 등의 순임.

〈그림 4-25〉 최근 1년 간편식 품목별 구입 경험



〈표 4-25〉 가구원 수별 최근 1년 간편식 품목별 구입경험

단위: %

구분	전체	1인	2인	3인	4인 이상	
즉석조리식품	밥류	88.0	86.0	83.5	93.5	90.7
	국류	85.4	85.1	80.1	89.6	89.0
	죽/스프류	69.6	65.8	66.5	73.9	73.3
	만두/피자류	94.3	91.4	93.0	96.9	96.2
	육류	79.5	75.6	76.5	84.7	82.3
	수산물	66.1	61.6	64.0	70.6	68.8
	소스/양념류	88.4	85.9	86.0	90.9	91.9
	떡볶이/면류	82.9	81.8	76.0	88.4	87.9

(계속)

구분		전체	1인	2인	3인	4인 이상
즉석섭취식품	식사	79.6	78.3	73.6	84.4	84.4
	반찬	63.0	60.8	57.4	69.0	66.6
간편조리세트	한식밀키트	68.5	66.6	60.3	76.7	73.6
	동양식밀키트	68.0	65.8	59.8	76.0	73.5
	서양식밀키트	61.5	60.6	54.4	66.5	67.4
신선편의식품	샐러드	70.0	70.3	63.4	73.8	75.3
	채소	75.0	75.4	71.1	77.2	77.7
	과일	63.5	63.6	58.0	69.0	65.5

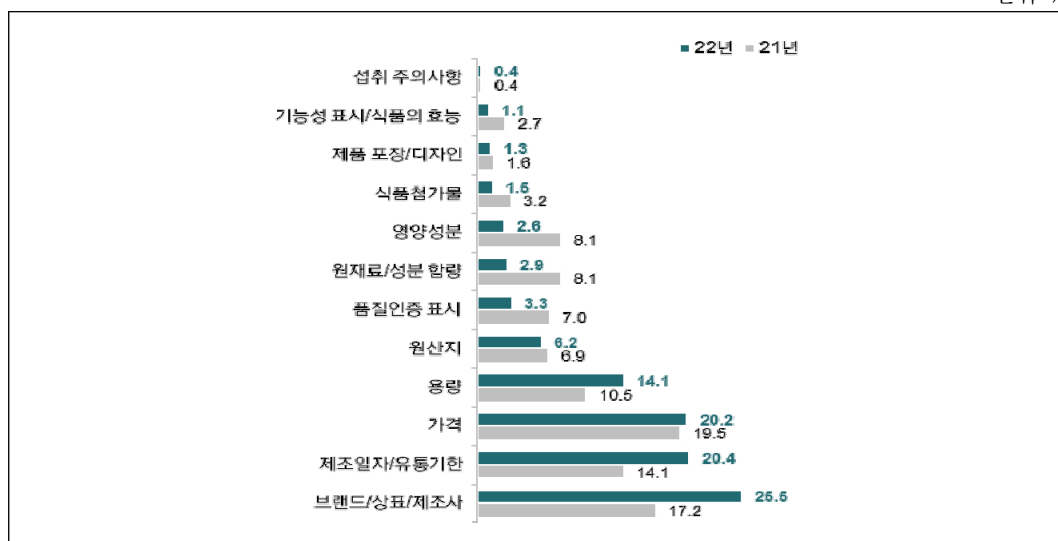
3.2. 간편식 구입 시 우선 확인사항

○ 간편식 구입 시 우선 확인사항은 ‘브랜드/상표/제조사’가 25.5%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘제조일자/유통기한’(20.4%), ‘가격’(20.2%), ‘용량’(14.1%) 등의 순으로 나타남.

- 수도권, 충청권, 호남권, 동남권은 ‘브랜드/상표/제조사’에 대한 응답이 상대적으로 높았으며, 대경권과 강원권은 ‘가격’에 대해 상대적으로 높은 응답
- 가구원 수가 적을수록 ‘가격’을 우선 확인한다는 응답이 높아지는 특징

〈그림 4-26〉 간편식 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)

단위: %



〈표 4-26〉 간편식 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)

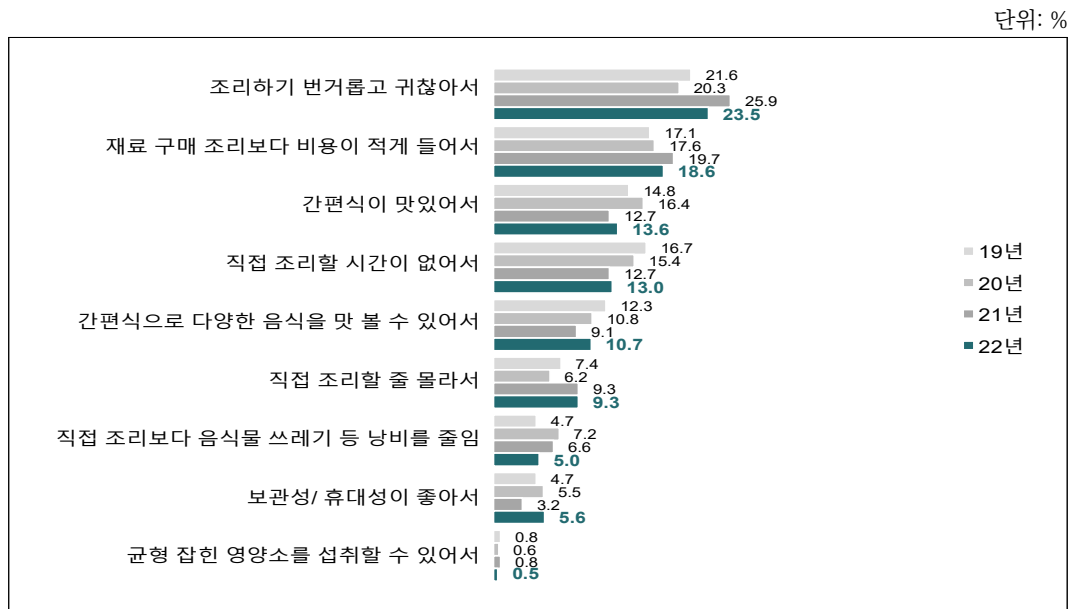
단위: %

구분	가격	용량	브랜드/상표/제조사	제조일자/유통기한	품질인증표시	원산지	영양성분	식품첨가물	원재료/성분함량	제품포장/디자인	기능성표시/식품의효능	섭취주의사항	보관방법	
전체	20.2	14.1	25.5	20.4	3.3	6.2	2.6	1.5	2.9	1.3	1.1	0.4	0.4	
거주지역	수도권	20.9	12.6	21.1	21.7	4.8	7.6	2.5	1.3	3.6	1.6	1.3	0.4	0.6
	충청권	23.0	16.6	26.8	21.3	0.7	3.4	2.4	1.1	0.9	1.4	0.8	0.8	0.8
	호남권	9.8	17.4	36.4	19.1	0.7	4.7	4.2	2.7	2.3	1.2	0.9	0.6	0.1
	대경권	27.9	12.5	26.1	14.4	1.0	8.0	1.8	1.8	4.9	0.6	0.9	0.1	0.0
	동남권	18.3	16.0	32.6	20.1	3.1	3.4	2.1	1.3	1.3	0.4	0.8	0.3	0.3
행정구역	강원권	21.8	14.8	16.9	21.6	3.8	7.6	5.5	2.9	1.5	2.3	0.4	0.3	0.6
	동	19.9	13.7	24.8	21.2	3.4	6.3	2.7	1.6	3.1	1.4	1.1	0.4	0.5
읍면	읍면	22.0	16.7	29.5	16.0	2.5	5.8	2.3	1.2	1.7	0.7	0.8	0.4	0.3
	1인	21.3	15.7	24.4	21.2	1.8	4.6	2.4	1.6	3.2	2.1	0.7	0.5	0.5
가구원수	2인	20.2	14.8	26.4	19.0	3.2	6.3	3.1	1.5	1.8	1.3	1.4	0.5	0.5
	3인	19.9	12.0	25.6	21.6	3.8	6.7	2.7	1.6	3.6	0.7	1.1	0.2	0.5
	4인 이상	19.6	14.0	25.1	20.5	4.3	7.2	2.1	1.3	3.2	1.0	0.8	0.6	0.3
	남자	20.4	14.4	26.8	20.6	2.4	5.5	2.5	1.5	3.1	1.0	1.2	0.4	0.4
가구주성별	여자	19.9	13.6	22.8	20.1	5.1	7.9	2.9	1.7	2.3	1.8	0.9	0.5	0.6
	20대	24.1	14.6	23.2	16.5	1.3	5.8	3.5	2.6	5.0	2.3	0.3	0.1	0.8
가구주연령	30대	18.5	14.4	25.0	20.9	3.4	6.9	2.4	0.5	3.4	1.5	1.9	0.7	0.3
	40대	20.7	13.9	24.9	22.0	3.7	5.9	2.0	1.2	3.0	0.9	0.9	0.4	0.4
	50대	18.6	14.2	26.6	20.5	3.8	6.1	2.9	2.1	2.3	1.2	1.1	0.3	0.3
	60대 이상	21.9	14.1	25.7	19.4	2.7	6.2	3.0	1.8	2.4	1.2	0.6	0.4	0.5
	가구주최종학력	중졸 이하	23.9	13.8	26.2	23.4	1.1	5.1	1.6	1.1	1.8	0.7	0.1	0.5
가구주직업	고졸	21.4	14.7	26.7	19.9	2.6	5.2	3.0	1.6	2.3	1.2	0.6	0.2	0.5
	전문대졸 이상	19.2	13.8	24.7	20.5	3.8	6.9	2.5	1.5	3.3	1.3	1.4	0.6	0.4
	관리/전문/사무직	18.4	13.9	26.0	21.6	3.1	6.2	2.4	1.3	3.3	1.3	1.6	0.5	0.5
월평균가구소득	서비스/판매직	21.0	13.8	25.6	19.2	3.1	6.1	3.1	2.1	3.3	1.7	0.5	0.4	0.2
	기계/농림어업/단순노무	21.8	15.8	26.2	20.4	2.4	4.6	2.9	1.5	2.1	0.8	0.9	0.4	0.3
	기타	23.2	12.5	21.0	18.4	6.8	10.9	1.4	0.9	1.2	1.0	0.9	0.4	1.4
	200만원 미만	25.3	14.4	29.3	19.4	0.9	3.4	1.9	0.9	2.2	0.6	0.0	0.1	1.6
200~400만원 미만	21.1	15.2	25.6	20.2	2.6	5.8	2.2	1.6	2.4	1.8	0.9	0.4	0.3	
400~600만원 미만	19.9	13.6	24.1	20.7	4.3	7.3	3.0	1.6	3.1	0.8	1.1	0.5	0.2	
600만원 이상	16.2	13.1	26.2	20.9	4.0	6.4	3.1	1.7	3.8	1.6	2.0	0.5	0.5	

3.3. 간편식 구입 이유

- 간편식을 구입하는 이유는 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’가 23.5%로 가장 높게 나타남. 다음으로 ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서’(18.6%)의 순으로 나타남.
 - 대경권은 ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서’ 응답이 상대적으로 높으며, 충청권은 ‘직접 조리할 시간이 없어서’가 상대적으로 높은 특징
 - 모든 가구원 수에서 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’에 대한 응답이 가장 높게 나타났으며, 1인 가구는 ‘재료 구매 조리보다 비용이 적게 들어서’의 응답도 비교적 높은 특징
- 전년 대비 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’(▼2.4%p), ‘재료를 사서 요리하는 것보다 비용이 적게 들어서’(▼1.1%p)라는 이유가 전년 대비 하락을 보임.

〈그림 4-27〉 간편식 구입 이유(1+2 가중평균)



〈표 4-27〉 간편식 구입 이유(1+2 가중평균)

단위: %

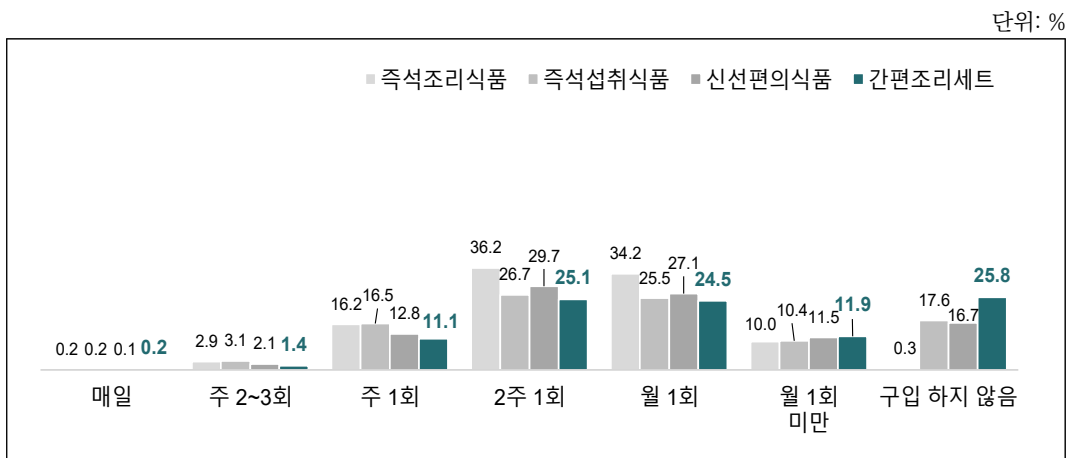
구분		재료 구매 조리보다 비용이 적게 들어서	간편식이 맛있어서	직접 조리할 줄 몰라서	직접 조리할 시간이 없어서	조리하기 번거롭고 귀찮아서	간편식 으로 다양한 음식을 맛볼 수 있어서	직접 조리보다 음식물 쓰레기 등 낭비를 줄임	보관성/ 휴대성이 좋아서	균형 잡힌 영양소를 섭취할 수 있어서
전체		18.6	13.6	9.3	13.0	23.5	10.7	5.0	5.6	0.5
거주지역	수도권	18.1	10.5	8.9	12.3	24.4	11.9	5.7	7.5	0.7
	충청권	16.0	13.9	10.3	17.9	23.6	10.9	3.3	4.0	0.3
	호남권	17.6	18.3	15.8	14.3	20.4	7.0	4.3	1.8	0.6
	대경권	28.7	15.9	4.4	9.1	29.9	9.4	1.2	1.4	0.1
	동남권	17.7	17.7	8.7	13.9	18.0	10.3	7.4	6.2	0.2
	강원권	13.3	21.1	9.2	9.6	27.2	10.8	2.8	5.4	0.4
행정구역	동	19.2	12.9	8.9	13.2	23.2	10.8	5.4	5.9	0.6
	읍면	15.6	18.0	11.7	11.6	25.3	10.7	2.9	4.2	0.0
가구원 수	1인	22.9	13.2	9.1	13.4	25.0	8.8	2.7	3.9	1.2
	2인	17.6	15.2	8.3	12.1	23.1	10.5	5.5	7.4	0.4
	3인	15.7	13.0	10.5	13.2	23.4	12.0	5.3	6.4	0.4
	4인 이상	19.1	12.6	9.7	13.6	22.9	11.7	6.2	4.0	0.1
가구주 성별	남자	15.1	13.8	10.2	13.9	24.1	11.7	4.9	6.1	0.3
	여자	26.2	13.4	7.5	11.0	22.4	8.8	5.2	4.6	0.9
가구주 연령	20대	17.8	15.1	16.8	14.3	20.8	10.8	2.7	1.4	0.4
	30대	21.5	11.0	10.0	16.2	24.8	9.2	2.9	4.4	0.1
	40대	19.3	14.7	9.3	12.7	22.0	11.2	6.0	4.3	0.6
	50대	15.8	13.3	10.2	13.6	23.1	12.1	6.4	5.0	0.4
	60대 이상	18.8	14.8	6.7	9.9	24.7	10.3	5.0	8.9	0.8
가구주 최종학력	중졸 이하	19.5	19.4	4.8	11.7	25.7	8.3	4.6	4.6	1.5
	고졸	17.9	14.3	8.5	11.7	24.0	10.4	4.9	7.8	0.5
	전문대졸 이상	19.0	12.8	10.1	13.8	23.1	11.2	5.1	4.4	0.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	18.6	11.6	10.9	14.1	22.7	11.7	5.2	4.7	0.5
	서비스/판매직	17.4	16.0	8.3	11.6	25.0	9.2	4.8	7.2	0.5
	기계/농림어업/단순노무	16.6	14.3	8.3	13.8	24.7	11.8	4.6	5.7	0.3
	기타	28.1	14.9	7.1	9.2	20.3	8.1	6.0	5.3	1.0
월평균 가구소득	200만원 미만	19.3	15.5	5.3	11.2	25.4	8.8	3.3	10.3	0.9
	200~400만원 미만	20.8	13.2	9.1	13.0	23.0	9.7	4.8	5.8	0.5
	400~600만원 미만	18.4	14.0	10.3	11.7	23.1	11.6	5.0	5.2	0.6
	600만원 이상	14.1	12.8	9.8	16.3	24.5	12.4	6.4	3.7	0.0

3.4. 간편식 구입 주기

○ 간편식을 구입하는 주기는 간편식 형태와 관계없이 대체로 '2주 1회'에 대한 응답이 높게 나타남. 즉석 조리 식품, 즉석 섭취 식품, 신선 편의 식품인 경우 '2주 1회'(각 36.2%, 25.5%, 29.7%), '월 1회'(각 34.2%, 25.5%, 27.1%), '주 1회'(각 16.2%, 16.5%, 12.8%) 등 순인 반면, 간편 조리 세트의 경우 '2주 1회'(25.1%), '월 1회'(24.5%), '월 1회 미만'(11.9%) 등의 순임.

○ 1인 가구, 20대에서 '주 1회 이상' 간편식을 구입하는 비중이 비교적 높으며, 거주지역 별로 살펴보면 즉석조리식품의 경우 대경권(23.4%), 즉석섭취식품, 신선편의식품의 경우 충청권(각 25.3%, 19.1%), 간편조리세트의 경우 수도권(16.2%)에서 주 1회 이상 구입하는 경우가 많음.

〈그림 4-28〉 간편식 구입 주기



〈표 4-28〉 간편식 구입 주기 - 즉석조리식품

단위: %

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		0.2	2.9	16.2	36.2	34.2	10.0	0.3
거주지역	수도권	0.0	2.8	18.1	35.5	36.7	6.9	0.0
	충청권	1.4	3.9	12.1	45.5	27.8	9.1	0.2
	호남권	0.0	1.1	11.0	37.2	39.6	10.0	1.1
	대경권	0.0	0.7	22.7	37.4	23.3	15.7	0.2
	동남권	0.2	5.4	12.7	31.1	36.0	13.6	1.0
	강원권	0.0	4.2	13.3	29.6	23.2	29.1	0.6
행정구역	동	0.1	3.0	16.7	34.9	34.3	10.6	0.3
	읍면	0.5	2.9	13.0	42.9	33.8	6.7	0.3
가구원 수	1인	0.9	4.6	17.9	39.1	27.2	9.9	0.4
	2인	0.0	0.8	13.9	37.5	35.9	11.3	0.7
	3인	0.0	3.4	17.5	32.1	36.5	10.4	0.1
	4인 이상	0.0	3.9	16.2	35.8	36.3	7.8	0.0
가구주 성별	남자	0.0	3.0	16.3	34.2	35.6	10.6	0.3
	여자	0.5	2.8	16.0	40.4	31.3	8.7	0.4
가구주 연령	20대	2.1	12.0	27.7	40.7	12.0	5.5	0.0
	30대	0.0	2.8	22.0	40.7	28.2	6.3	0.0
	40대	0.0	4.7	21.5	33.0	34.1	6.7	0.0
	50대	0.3	2.1	11.5	36.8	37.2	11.6	0.5
	60대 이상	0.0	0.8	9.7	33.9	40.3	14.6	0.8
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.5	6.4	30.9	40.0	22.2	0.0
	고졸	0.0	1.2	11.8	37.1	38.4	10.7	0.7
	전문대졸 이상	0.3	4.2	19.5	36.0	31.3	8.6	0.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.4	4.5	19.9	35.0	32.7	7.5	0.0
	서비스/판매직	0.0	2.5	12.7	39.0	35.8	9.4	0.6
	기계/농림어업/단순노무	0.0	1.3	15.8	32.9	35.0	14.5	0.5
	기타	0.0	0.5	9.0	40.9	35.6	13.3	0.7
월평균 가구소득	200만원 미만	0.8	1.3	9.4	34.8	41.3	12.1	0.4
	200~400만원 미만	0.3	2.8	16.6	37.9	31.9	10.1	0.5
	400~600만원 미만	0.0	3.2	16.3	36.0	34.9	9.3	0.3
	600만원 이상	0.0	3.7	18.6	33.4	34.3	10.0	0.0

〈표 4-29〉 간편식 구입 주기 - 즉석섭취식품

단위: %

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		0.2	3.1	16.5	26.7	25.5	10.4	17.6
거주지역	수도권	0.0	2.5	16.6	24.8	30.9	9.1	16.2
	충청권	1.4	6.7	16.2	34.3	18.9	7.0	15.5
	호남권	0.0	1.7	9.7	30.9	28.9	10.2	18.5
	대경권	0.0	1.8	26.7	29.6	7.8	7.8	26.3
	동남권	0.2	4.2	15.4	24.1	22.2	16.6	17.4
	강원권	0.0	4.2	11.9	21.2	20.0	23.4	19.3
행정구역	동	0.1	3.3	16.7	26.0	25.3	11.0	17.6
	읍면	0.5	2.2	15.2	30.8	26.3	7.1	18.0
가구원 수	1인	0.9	4.3	19.8	26.1	22.2	7.3	19.4
	2인	0.0	2.0	13.4	24.5	27.0	11.1	22.1
	3인	0.0	2.2	16.0	27.9	29.2	11.4	13.4
	4인 이상	0.0	4.5	18.1	29.4	22.7	11.3	14.1
가구주 성별	남자	0.0	3.7	15.9	26.0	25.1	10.8	18.4
	여자	0.5	1.7	17.8	28.4	26.2	9.4	16.1
가구주 연령	20대	2.1	11.3	28.2	38.3	14.0	3.7	2.6
	30대	0.0	3.0	23.5	30.6	25.4	8.3	9.2
	40대	0.0	4.6	19.7	29.9	25.6	10.3	9.9
	50대	0.3	2.9	14.3	24.3	29.3	11.3	17.5
	60대 이상	0.0	0.7	8.6	21.5	24.0	12.3	32.8
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.5	2.4	11.7	19.6	8.1	57.8
	고졸	0.0	2.0	11.6	25.2	25.4	11.7	24.0
	전문대졸 이상	0.3	4.0	20.5	28.8	26.0	9.8	10.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.4	4.4	19.9	27.3	26.5	8.9	12.5
	서비스/판매직	0.0	2.2	14.8	28.5	28.3	9.9	16.2
	기계/농림어업/단순노무	0.0	2.2	12.7	23.8	19.8	13.5	28.0
	기타	0.0	1.5	13.5	25.1	25.0	11.7	23.2
월평균 가구소득	200만원 미만	0.8	1.6	8.1	19.5	23.8	4.9	41.4
	200~400만원 미만	0.3	2.6	17.2	26.8	24.2	10.2	18.7
	400~600만원 미만	0.0	3.1	16.5	27.3	26.9	12.7	13.7
	600만원 이상	0.0	5.1	19.5	29.3	26.1	8.9	11.1

〈표 4-30〉 간편식 구입 주기 - 신선편의식품

단위: %

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		0.1	2.1	12.8	29.7	27.1	11.5	16.7
거주지역	수도권	0.0	1.3	12.3	27.6	30.6	10.8	17.4
	충청권	0.8	5.1	13.2	29.8	27.8	8.7	14.6
	호남권	0.0	1.3	9.5	40.3	20.3	11.1	17.5
	대경권	0.0	0.3	17.4	30.5	21.3	10.8	19.8
	동남권	0.0	4.4	14.0	30.8	25.4	14.6	10.8
	강원권	0.0	3.6	12.4	16.8	16.1	20.9	30.1
행정구역	동	0.1	2.1	13.6	29.2	26.8	12.0	16.3
	읍면	0.0	2.6	8.9	32.1	28.7	8.5	19.1
가구원 수	1인	0.4	3.6	17.4	29.8	25.0	9.3	14.5
	2인	0.0	1.1	10.5	31.1	22.8	12.3	22.3
	3인	0.0	2.6	10.5	27.9	31.3	13.2	14.4
	4인 이상	0.0	1.7	14.1	29.4	30.8	10.4	13.5
가구주 성별	남자	0.0	2.3	12.1	28.5	25.9	12.3	18.8
	여자	0.3	1.8	14.3	32.1	29.6	9.5	12.4
가구주 연령	20대	0.0	14.1	19.6	34.3	21.4	6.6	4.0
	30대	0.0	1.9	15.1	35.5	28.5	9.8	9.2
	40대	0.0	2.1	17.5	29.9	28.5	10.6	11.4
	50대	0.3	1.8	9.0	29.8	31.4	12.7	15.0
	60대 이상	0.0	0.5	9.7	24.2	22.1	13.2	30.4
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.5	3.1	19.2	17.7	15.7	43.9
	고졸	0.0	0.7	11.6	26.9	25.3	11.7	23.9
	전문대졸 이상	0.1	3.2	14.3	32.2	28.9	11.0	10.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.2	3.5	14.7	32.9	27.6	9.9	11.2
	서비스/판매직	0.0	1.5	12.6	26.5	27.4	12.5	19.5
	기계/농림어업/단순노무	0.0	1.0	10.3	29.0	21.7	14.0	24.0
	기타	0.0	0.3	10.4	24.8	36.6	9.5	18.5
월평균 가구소득	200만원 미만	0.0	2.0	8.8	25.2	16.9	8.7	38.3
	200~400만원 미만	0.2	2.2	13.8	29.3	26.5	10.8	17.2
	400~600만원 미만	0.0	1.9	10.5	31.4	30.5	12.9	12.9
	600만원 이상	0.0	2.5	17.7	29.4	26.8	11.4	12.2

〈표 4-31〉 간편식 구입 주기 - 간편조리세트

단위: %

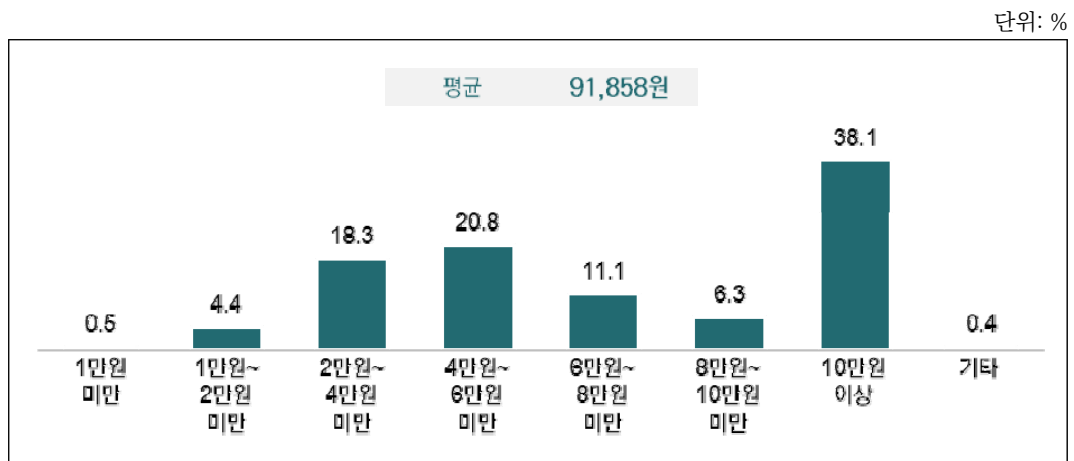
구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		0.2	1.4	11.1	25.1	24.5	11.9	25.8
거주지역	수도권	0.0	1.6	14.6	26.5	29.6	9.6	18.0
	충청권	1.4	1.9	6.5	32.9	19.6	11.0	26.7
	호남권	0.0	0.3	7.7	26.3	18.4	14.3	33.0
	대경권	0.0	0.0	7.8	19.8	19.5	9.3	43.6
	동남권	0.0	1.9	6.9	19.8	21.0	18.1	32.3
	강원권	0.0	3.4	11.0	12.1	13.8	21.7	37.9
행정구역	동	0.1	1.5	11.9	24.4	24.6	12.5	24.9
	읍면	0.5	1.3	6.3	28.7	24.0	8.2	31.0
가구원 수	1인	0.7	2.0	15.0	25.8	19.8	8.5	28.2
	2인	0.0	0.3	6.9	23.8	23.1	12.6	33.3
	3인	0.0	2.1	11.8	26.0	26.6	14.9	18.7
	4인 이상	0.0	1.7	12.4	25.3	29.1	11.0	20.5
가구주 성별	남자	0.0	1.6	10.9	22.9	25.2	12.7	26.7
	여자	0.5	1.1	11.3	29.7	23.2	10.1	24.1
가구주 연령	20대	1.4	4.9	18.3	38.4	16.6	10.0	10.4
	30대	0.0	1.7	20.0	31.4	26.1	8.3	12.5
	40대	0.0	3.0	16.2	27.3	27.3	10.7	15.4
	50대	0.3	0.6	7.4	22.2	28.1	12.7	28.7
	60대 이상	0.0	0.1	2.3	18.8	19.5	15.1	44.2
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.5	0.4	10.8	12.7	14.8	60.9
	고졸	0.0	0.1	6.1	21.6	22.4	13.4	36.4
	전문대졸 이상	0.3	2.3	14.9	28.3	26.7	10.8	16.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.4	2.6	16.4	28.0	27.3	9.4	16.1
	서비스/판매직	0.0	0.7	7.0	25.3	22.0	14.7	30.2
	기계/농림어업/단순노무	0.0	0.4	7.7	18.6	22.2	13.5	37.6
	기타	0.0	0.3	4.9	25.7	24.4	11.8	32.9
월평균 가구소득	200만원 미만	0.8	1.0	3.5	16.8	14.6	5.5	57.9
	200~400만원 미만	0.2	1.0	11.3	26.7	21.8	12.3	26.7
	400~600만원 미만	0.0	1.5	12.9	24.1	28.0	13.2	20.4
	600만원 이상	0.0	2.4	10.9	28.2	28.7	11.7	18.2

3.5. 간편식 구입 지출액

○ 간편식 구입 지출액은 월평균 91,858원으로 나타남.

- 수도권이 105,294원으로 가장 높았으며, 동남권이 60,595원으로 낮은 수준
- 가구소득이 증가할수록 간편식 구입 지출액도 같이 증가해 가구소득이 600만 원 이상인 경우 110,468원, 200만 원 이하의 경우 50,108원으로 약 2배 이상 높은 특징

〈그림 4-29〉 간편식 구입 지출액(월평균)



주: 간편식 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-32〉 간편식 구입 지출액(월평균)

단위: %, 원

구분		1만 원 미만	1만 원~2만 원 미만	2만 원~4만 원 미만	4만 원~6만 원 미만	6만 원~8만 원 미만	8만 원~10만 원 미만	10만 원 이상	무응답	평균
전체		0.5	4.4	18.3	20.8	11.1	6.3	38.1	0.4	91,858
거주 지역	수도권	0.1	2.8	14.5	18.8	10.6	7.2	45.1	0.9	105,293
	충청권	0.3	3.7	11.6	25.6	14.6	6.4	37.8	0.0	97,311
	호남권	1.3	4.3	26.6	28.3	8.3	3.0	28.1	0.0	75,993
	대경권	0.5	5.0	16.1	15.0	12.6	8.5	42.3	0.0	83,178
	동남권	1.2	8.4	31.0	23.5	12.4	4.4	19.2	0.0	60,595
	강원권	2.0	10.8	21.5	14.2	5.5	5.8	40.2	0.0	91,035

(계속)

구분		1만 원 미만	1만 원~2만 원 미만	2만 원~4만 원 미만	4만 원~6만 원 미만	6만 원~8만 원 미만	8만 원~10만 원 미만	10만 원 이상	무응답	평균
행정 구역	동	0.5	4.1	17.9	19.9	10.8	6.4	40.0	0.5	94,900
	읍면	0.6	6.0	20.9	25.8	12.8	5.9	28.0	0.0	75,235
가구원수	1인	0.6	5.7	17.5	20.0	12.3	8.3	34.9	0.8	82,670
	2인	0.5	5.9	23.9	24.4	11.1	4.8	29.2	0.2	77,955
	3인	0.7	2.8	18.6	19.2	9.5	7.8	40.9	0.5	96,879
	4인 이상	0.3	2.7	11.0	18.1	11.7	4.9	50.9	0.4	115,115
	가구주	남성	0.5	4.3	19.5	21.4	10.8	6.0	37.0	0.4
성별	여성	0.5	4.5	15.8	19.6	11.9	6.8	40.5	0.5	97,919
가구주 연령	20대	1.3	0.3	14.7	15.4	7.1	10.1	51.2	0.0	129,863
	30대	0.3	0.5	11.0	21.3	9.4	6.7	50.8	0.0	110,419
	40대	0.1	2.6	12.0	16.4	13.0	6.4	48.8	0.7	110,724
	50대	0.4	4.3	19.1	21.5	10.5	7.1	36.2	0.9	88,403
	60대 이상	1.0	9.4	28.9	24.2	12.2	4.5	19.7	0.2	59,358
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.0	16.9	37.9	22.1	7.1	3.1	9.9	0.0	43,178
	고졸	0.3	6.9	23.7	25.4	12.9	5.9	24.6	0.3	68,354
	전문대졸 이상	0.4	1.9	13.6	17.9	10.4	6.8	48.5	0.6	109,914
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.3	2.0	14.4	19.0	10.3	6.0	47.6	0.3	107,744
	서비스/판매직	0.6	5.0	18.8	19.5	12.3	8.2	34.4	1.1	85,779
	기계/농림어업/단순노무	0.5	7.0	25.4	29.0	10.8	4.7	22.6	0.0	65,890
	기타	1.7	7.9	19.5	13.8	12.0	5.3	39.8	0.0	94,004
월평균 가구 소득	200만원 미만	2.4	13.7	31.2	20.8	12.1	8.0	11.8	0.0	50,107
	200~400만원 미만	0.4	4.6	20.5	22.7	9.8	5.8	35.5	0.6	83,765
	400~600만원 미만	0.3	2.1	16.1	21.4	11.9	5.9	42.0	0.2	101,902
	600만원 이상	0.3	3.5	11.7	15.3	11.7	7.1	49.4	0.9	110,467

주: 간편식 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

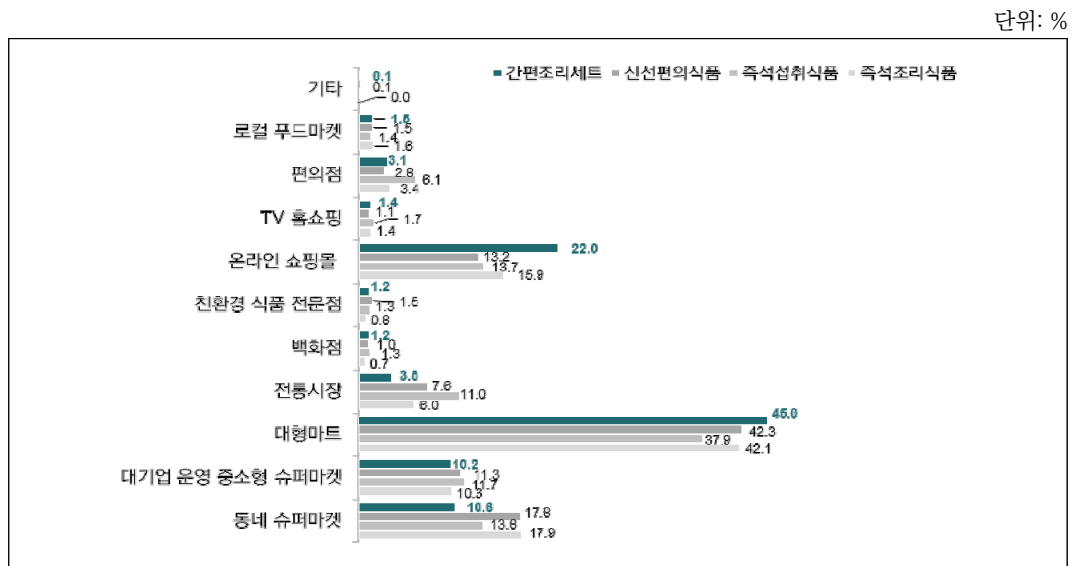
3.6. 간편식 구입 장소

○ 간편식을 구입하는 장소로 가장 많은 응답은 ‘대형마트’로 나타남.

- 즉석조리식품은 ‘대형마트’가 42.1%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(17.9%), ‘온라인 쇼핑몰’(15.9%) 등의 순
- 즉석섭취식품은 ‘대형마트’가 37.9%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(13.8%), ‘온라인 쇼핑몰’(13.7%)의 순

- 신선편의식품은 ‘대형마트’가 42.3%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(17.8%), ‘온라인 쇼핑몰’(13.2%)의 순
- 간편조리세트는 ‘대형마트’가 45.0%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그다음으로 ‘온라인 쇼핑몰’(22.0%), ‘동네 슈퍼마켓’(10.6%)의 순

〈그림 4-30〉 간편식 주 구입처



3.6.1. 간편식 구입 장소 - 즉석조리식품

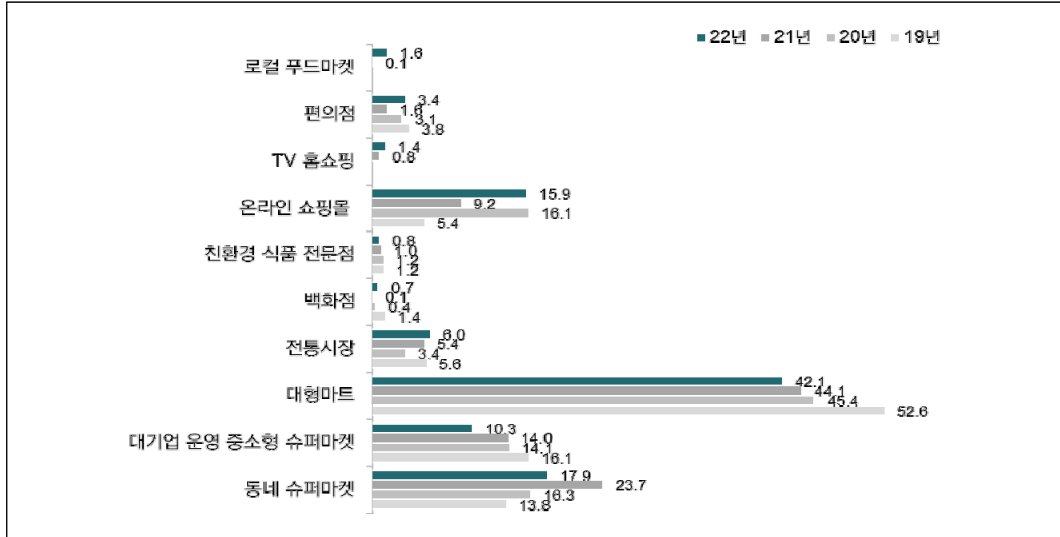
○ 즉석조리식품의 경우 전년 대비 ‘대형마트’와 ‘동네 슈퍼마켓’에서의 구입 비율은 하락하였으나, ‘온라인 쇼핑몰’의 비율이 크게 상승함.

- 거주지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘대형마트’가 가장 높게 나타났으며, 수도권 경우 ‘온라인 쇼핑몰’의 비율도 상대적으로 높은 특징
- 가구원 수가 많을수록 ‘대형마트’에서 구매하는 비율이 높은 특징

○ 전년 대비, ‘대형마트’(▼2.0%p)는 하락한 것으로 나타났으나, ‘온라인 쇼핑몰’의 비율이 6.7%p 상승한 것으로 나타남.

〈그림 4-31〉 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품

단위: %



주: 즉석조리식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-33〉 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품

단위: %

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형마트	전통시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드마켓
전체		17.9	10.3	42.1	6.0	0.7	0.8	15.9	1.4	3.4	1.6
거주지역	수도권	11.6	13.1	44.3	1.4	0.7	0.9	24.3	1.3	1.7	0.8
	충청권	19.8	8.6	42.4	3.3	0.9	1.1	9.2	1.4	9.0	4.3
	호남권	29.8	2.9	39.3	13.5	0.9	1.0	2.4	1.6	2.5	6.2
	대경권	27.5	8.6	39.1	14.9	0.7	0.4	3.8	1.6	3.0	0.3
	동남권	20.9	8.9	38.6	12.7	0.4	0.2	12.0	1.2	4.8	0.2
	강원권	28.3	7.4	42.9	3.7	0.0	1.4	5.4	0.8	10.0	0.0
행정구역	동	17.0	10.8	43.6	3.8	0.8	0.8	17.3	1.4	3.2	1.3
	읍면	22.8	7.3	34.3	17.9	0.3	0.5	8.4	0.9	4.6	3.0
가구원 수	1인	23.2	11.1	27.8	4.6	0.9	0.4	21.1	0.5	7.8	2.6
	2인	22.6	9.5	41.4	10.4	0.4	1.4	8.3	1.4	2.2	2.4
	3인	12.5	10.3	46.3	4.0	1.4	0.8	20.8	1.8	1.5	0.7
	4인 이상	11.8	10.4	52.6	3.2	0.2	0.3	16.5	1.7	2.8	0.4
가구주 성별	남자	17.4	11.1	44.0	6.1	0.5	0.9	14.2	1.4	3.3	1.2
	여자	18.9	8.5	38.2	5.8	1.1	0.5	19.6	1.3	3.7	2.3

(계속)

구분		동네 슈퍼 마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓
가구주 연령	20대	14.6	5.3	30.9	4.4	0.2	1.1	23.4	1.7	18.5	0.0
	30대	8.9	6.2	39.9	2.5	0.5	0.9	35.1	1.0	4.2	1.1
	40대	9.3	14.8	45.4	2.2	0.4	0.8	23.4	0.7	2.3	0.7
	50대	20.8	10.0	48.1	4.8	1.1	0.5	7.6	3.3	2.3	1.5
	60대 이상	29.6	10.8	37.9	13.0	0.7	0.9	1.6	0.4	2.0	3.0
가구주 최종학력	중졸 이하	26.2	7.2	36.5	19.9	0.0	0.5	2.8	0.0	1.1	5.8
	고졸	26.2	11.9	40.8	9.4	0.5	0.9	4.5	1.4	2.2	2.1
	전문대졸 이상	12.3	9.5	43.4	2.9	0.8	0.7	23.7	1.4	4.3	0.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	9.3	9.3	46.7	2.2	0.6	1.0	24.4	1.5	4.2	0.7
	서비스/판매직	25.2	13.2	34.5	6.5	1.4	0.7	12.2	1.4	3.1	1.8
	기계/농림어업/단순노무	25.5	8.2	44.0	11.4	0.1	0.8	3.8	1.0	2.6	2.6
	기타	20.1	10.6	38.5	10.5	0.0	0.0	13.7	1.5	2.1	3.0
월평균 가구소득	200만원 미만	37.0	6.5	25.8	17.0	0.0	0.9	6.0	0.6	2.4	3.8
	200~400만원 미만	22.1	10.8	36.5	6.1	0.6	0.8	16.3	0.5	4.6	1.7
	400~600만원 미만	12.8	11.6	47.5	4.6	0.3	0.8	16.6	1.9	2.8	1.1
	600만원 이상	9.5	8.4	51.6	2.9	2.0	0.5	18.7	2.4	2.6	1.2

주: 즉석조리식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

3.6.2. 간편식 구입 장소 - 즉석섭취식품

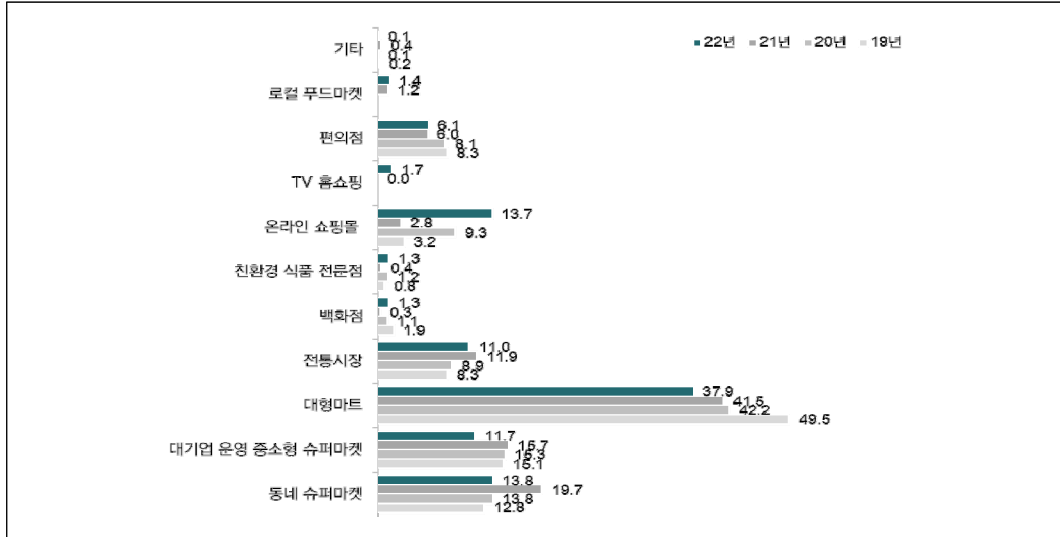
○ 즉석 섭취 식품은 ‘대형마트’가 37.9%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(13.8%), ‘온라인 쇼핑몰’(13.7%) 등의 순임.

- 호남권을 제외한 모든 지역에서 ‘대형마트’에 대한 구매율이 높은 특징
- 3인 이상 가구에서 ‘대형마트’의 비율이 40% 이상으로 높은 수준

○ 전년 대비, ‘대형마트’(▼3.6%p)는 하락한 것으로 나타났으나, ‘온라인 쇼핑몰’의 비율이 10.9%p 상승한 것으로 나타남.

〈그림 4-32〉 간편식 주 구입처 - 즉석섭취식품

단위: %



주: 즉석섭취식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-34〉 간편식 주 구입처 - 즉석섭취식품

단위: %

구분	동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형마트	전통시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드마켓	기타	
전체	13.8	11.7	37.9	11.0	1.3	1.3	13.7	1.7	6.1	1.4	0.1	
거주지역	수도권	8.2	15.2	41.1	4.9	1.6	1.5	20.6	2.4	3.0	1.4	0.0
	충청권	16.8	6.4	37.5	6.3	2.6	1.3	7.2	0.0	17.4	3.2	1.3
	호남권	31.4	11.2	27.9	17.8	0.4	0.7	2.2	1.8	3.7	2.7	0.0
	대경권	13.1	5.5	29.5	36.4	0.5	0.3	1.9	1.0	10.9	0.8	0.0
	동남권	16.9	9.1	37.4	16.8	0.8	1.1	11.9	0.6	5.3	0.0	0.0
	강원권	22.0	4.9	46.9	3.5	0.0	2.7	3.3	1.2	15.6	0.0	0.0
행정구역	동	13.5	12.1	39.1	8.4	1.5	1.3	15.2	1.9	5.6	1.3	0.2
	읍면	15.3	10.0	31.1	25.2	0.5	1.0	5.4	0.5	8.9	2.2	0.0
가구원 수	1인	16.8	11.2	24.0	7.8	2.0	1.5	16.4	0.7	17.8	1.8	0.0
	2인	16.9	11.3	36.3	16.0	1.2	1.6	8.8	1.4	4.0	2.5	0.0
	3인	11.8	10.7	47.9	9.0	1.7	1.2	13.9	1.9	1.4	0.5	0.0
	4인 이상	9.2	13.9	41.9	9.5	0.5	0.7	17.1	2.5	3.3	0.7	0.6
가구주 성별	남자	13.6	12.2	41.8	11.1	1.2	1.2	11.3	1.1	5.2	1.2	0.1
	여자	14.2	10.7	29.8	10.7	1.6	1.4	18.6	2.8	8.0	1.9	0.2

(계속)

구분		동네 슈퍼 마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼 마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓	기타
가구주 연령	20대	12.7	6.3	27.3	10.6	0.0	0.2	18.3	0.9	23.6	0.0	0.0
	30대	7.1	6.7	42.3	5.0	2.8	1.3	23.2	0.8	9.5	1.2	0.0
	40대	9.3	17.5	38.4	6.2	0.9	0.6	21.6	1.2	3.1	0.8	0.4
	50대	16.4	11.1	40.3	11.1	1.6	1.7	7.5	3.1	4.7	2.3	0.1
	60대 이상	22.7	12.8	33.1	21.9	0.2	1.7	1.2	1.5	2.9	1.9	0.1
가구주 최종학력	중졸 이하	25.4	9.0	26.5	28.6	0.0	2.3	0.0	0.0	2.7	5.5	0.0
	고졸	19.5	13.8	36.9	18.0	0.5	0.9	3.3	0.9	4.6	1.6	0.0
	전문대졸 이상	10.4	10.8	38.8	6.7	1.8	1.4	19.5	2.1	7.0	1.2	0.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	9.0	10.2	42.9	4.8	1.9	1.4	19.8	1.6	7.2	1.0	0.1
	서비스/판매직	17.4	17.6	30.2	14.1	0.9	1.0	11.2	0.5	5.1	1.8	0.3
	기계/농림어업/단순노무	19.8	7.5	39.3	22.1	0.5	1.7	2.6	0.9	4.2	1.4	0.0
	기타	15.4	9.7	32.1	10.7	1.4	0.4	12.1	8.1	7.6	2.7	0.0
월평균 가구소득	200만원 미만	26.4	10.8	25.7	22.9	0.0	1.9	1.3	0.5	9.0	1.5	0.0
	200~400만원 미만	17.2	12.0	30.9	11.4	1.3	1.5	13.1	1.1	9.7	1.7	0.0
	400~600만원 미만	11.6	11.1	42.3	10.7	0.8	0.9	15.2	2.1	4.0	1.2	0.1
	600만원 이상	7.3	12.7	46.9	6.5	2.9	1.3	15.9	2.1	2.3	1.4	0.6

주: 즉석섭취식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

3.6.3. 간편식 구입 장소 - 신선편의식품

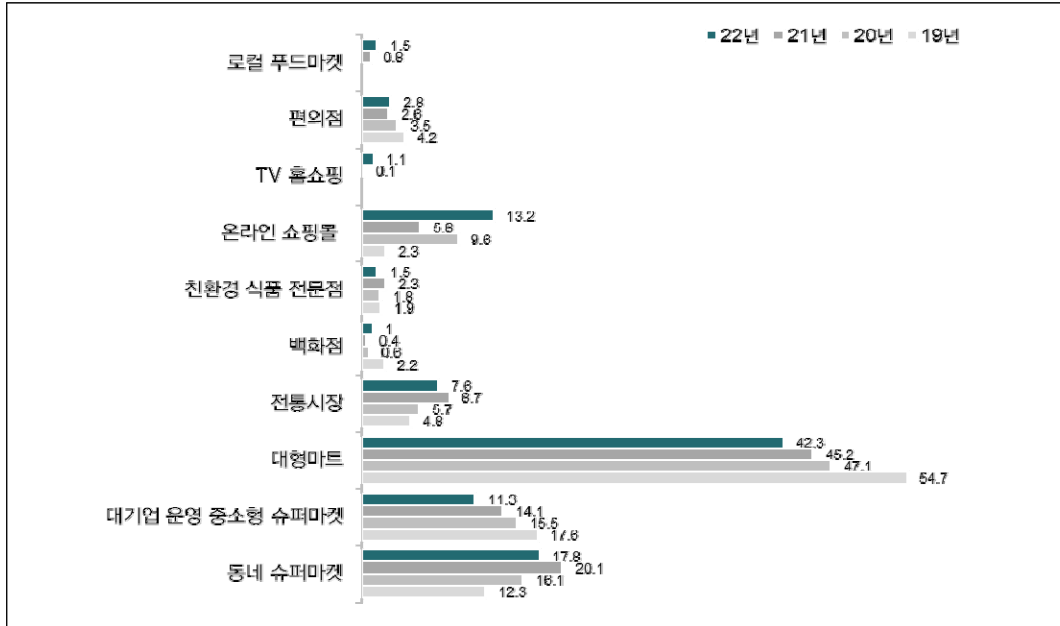
○ 신선편의식품은 ‘대형마트’가 42.3%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(17.8%), ‘온라인 쇼핑몰’(13.2%) 등의 순임.

- 모든 지역에서 ‘대형마트’에서 구매하는 비율이 가장 높은 특징
- 가구원 수가 많을수록 ‘대형마트’에서 구매하는 비율이 높아지는 경향

○ 전년 대비, ‘대형마트’는 2.9%p 소폭 하락하고, ‘온라인 쇼핑몰’의 경우 7.4%p 상승한 것으로 나타남.

〈그림 4-33〉 간편식 주 구입처 - 신선편의식품

단위: %



주: 신선편의식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-35〉 간편식 주 구입처 - 신선편의식품

단위: %

구분	동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형마트	전통시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드마켓
전체	17.8	11.3	42.3	7.6	1.0	1.5	13.2	1.1	2.8	1.5
거주지역	수도권	10.3	13.5	47.2	2.0	1.3	14.4	1.3	2.7	1.2
	충청권	26.6	7.5	39.8	2.7	1.3	8.6	0.0	5.7	4.5
	호남권	27.1	8.0	35.6	15.9	0.6	1.9	4.6	0.7	1.9
	대경권	29.0	10.2	31.8	21.4	0.3	0.3	3.5	0.0	2.8
	동남권	22.3	10.6	38.2	15.4	0.3	0.8	5.9	0.0	5.3
	강원권	17.0	9.3	49.6	2.1	0.0	2.0	6.7	1.3	11.0
행정구역	동	17.1	11.0	44.3	5.3	1.1	17.7	1.3	2.7	1.2
	읍면	22.0	13.1	30.9	20.8	0.4	6.3	0.0	3.3	2.9
가구원 수	1인	23.3	11.0	24.0	7.2	0.5	20.9	1.0	7.4	2.8
	2인	20.7	10.8	41.4	12.2	0.3	7.8	0.7	2.1	2.1
	3인	14.0	9.9	50.9	4.3	2.2	13.8	2.3	0.7	0.5
	4인 이상	12.8	13.9	51.7	5.5	0.8	12.2	0.4	1.5	0.4

(계속)

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형마트	전통시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드마켓
가구주 성별	남자	17.6	13.2	44.8	7.6	0.9	1.4	9.8	0.8	2.8	1.1
	여자	18.1	7.7	37.3	7.7	1.1	1.5	19.9	1.7	2.8	2.2
가구주 연령	20대	27.8	3.9	24.6	7.6	0.2	0.0	26.4	0.0	8.1	1.4
	30대	9.9	8.3	45.4	5.0	0.7	1.6	23.2	0.4	3.9	1.5
	40대	10.6	14.8	47.8	4.0	1.1	1.1	16.4	1.5	1.6	1.0
	50대	21.7	12.6	43.5	4.1	1.8	1.4	8.7	2.2	2.6	1.5
	60대 이상	26.0	11.3	36.6	17.5	0.4	2.1	2.0	0.3	1.9	2.0
가구주 최종학력	중졸 이하	32.2	6.2	24.2	26.1	0.0	0.9	0.0	1.3	2.0	7.2
	고졸	23.1	12.6	40.3	12.7	0.7	1.2	5.4	0.6	2.2	1.1
	전문대졸 이상	14.4	10.9	44.2	4.0	1.1	1.6	17.9	1.3	3.1	1.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	13.3	11.9	44.2	3.8	1.0	1.8	18.1	1.0	3.3	1.7
	서비스/판매직	20.5	13.0	39.4	7.3	1.9	1.1	12.7	1.0	2.4	0.7
	기계/농림어업/단순노무	24.2	9.5	41.9	15.8	0.0	1.3	3.0	0.0	2.7	1.5
	기타	19.7	7.1	41.2	11.2	0.0	0.7	11.1	4.4	1.6	3.0
월평균 가구소득	200만원 미만	28.4	7.6	20.6	25.3	0.0	2.0	8.9	1.6	2.1	3.7
	200~400만원 미만	22.1	10.9	36.3	8.2	0.3	1.7	13.6	1.2	4.2	1.4
	400~600만원 미만	14.9	11.6	48.7	5.9	0.5	0.9	13.3	0.7	2.1	1.3
	600만원 이상	11.1	13.0	49.0	3.3	3.4	1.8	14.0	1.4	1.7	1.2

주: 신선편의식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

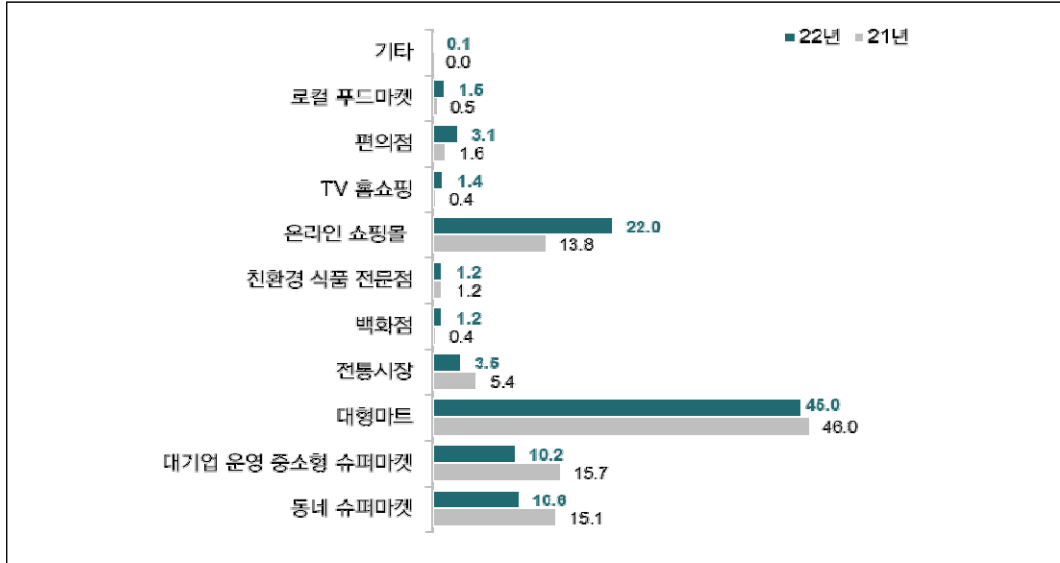
3.6.4. 간편식 구입 장소 - 간편조리세트

○ 간편조리세트는 ‘대형마트’가 45.0%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(10.6%), ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(10.2%) 등의 순임.

- 모든 지역에서 ‘대형마트’에서 구매하는 비율이 가장 높은 특징
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 4인 가구 이상에서 ‘대형마트’ 구매율이 비교적 높은 수준

〈그림 4-34〉 간편식 주 구입처 - 간편조리세트

단위: %



주: 간편조리세트 구입 경험 있는 응답자를 대상으로 하며, '기타'는 밀키트 전문점임.

〈표 4-36〉 간편식 주 구입처 - 간편조리세트

단위: %

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형마트	전통시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드마켓	기타
전체		10.6	10.2	45.0	3.5	1.2	1.2	22.0	1.4	3.1	1.5	0.1
거주지역	수도권	4.6	10.6	47.2	0.2	1.4	1.9	28.5	1.8	2.0	1.6	0.2
	충청권	18.8	8.1	37.3	2.4	3.2	0.4	23.9	0.0	5.4	0.6	0.0
	호남권	18.1	11.7	39.4	16.8	0.6	1.3	5.8	0.4	2.7	3.1	0.0
	대경권	24.4	10.6	46.2	9.7	0.3	0.0	6.0	0.0	2.3	0.5	0.0
	동남권	15.9	9.9	43.4	5.7	0.0	0.0	16.3	2.5	4.6	1.6	0.0
	강원권	10.2	4.2	59.7	0.0	0.0	1.2	11.0	0.0	12.5	1.2	0.0
행정구역	동	9.8	9.3	46.3	1.9	1.4	1.3	23.7	1.5	3.2	1.5	0.1
	읍면	15.5	15.7	37.7	12.8	0.0	0.8	12.0	0.9	2.7	1.9	0.0
가구원 수	1인	10.4	7.6	30.0	4.0	1.1	1.4	35.0	1.3	6.3	2.8	0.0
	2인	13.9	14.2	42.4	7.0	1.1	1.5	14.9	0.6	2.7	1.7	0.0
	3인	9.5	8.1	50.8	1.7	1.6	1.4	21.2	1.9	1.7	1.6	0.4
	4인 이상	8.2	9.9	55.0	0.8	1.0	0.7	19.9	2.0	2.2	0.2	0.0
가구주 성별	남자	10.7	11.4	47.0	3.4	1.3	1.4	19.3	0.8	3.2	1.3	0.2
	여자	10.6	7.8	41.0	3.7	1.0	0.9	27.5	2.7	2.8	2.0	0.0

(계속)

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬푸드 마켓	기타
가구주 연령	20대	10.8	3.0	26.1	5.9	0.2	0.0	44.1	0.0	9.9	0.0	0.0
	30대	3.9	5.5	42.1	0.7	2.2	1.6	37.0	0.3	2.9	3.8	0.0
	40대	6.2	12.0	45.5	0.8	1.3	0.6	27.8	2.1	2.7	0.9	0.0
	50대	15.7	11.0	50.9	2.2	1.3	1.7	11.3	2.6	2.8	0.1	0.5
	60대 이상	18.1	14.8	46.8	10.8	0.1	1.3	3.3	0.9	2.1	1.7	0.0
가구주 최종학력	중졸 이하	18.6	2.6	40.7	28.8	0.0	1.2	0.0	0.0	0.0	8.1	0.0
	고졸	15.9	14.9	49.7	5.9	0.5	1.2	7.5	0.9	2.7	0.5	0.4
	전문대졸 이상	8.0	8.3	43.0	1.5	1.6	1.3	29.5	1.7	3.4	1.8	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	5.7	8.0	43.6	1.0	1.5	1.7	31.0	2.2	3.4	1.8	0.0
	서비스/판매직	13.1	15.1	44.2	2.6	1.8	0.9	17.1	0.4	4.3	0.2	0.4
	기계/농림어업/단순노무	18.2	9.2	50.5	10.9	0.2	0.5	6.6	0.3	1.9	1.7	0.0
	기타	16.8	10.2	44.5	5.6	0.0	0.9	15.9	2.5	0.0	3.7	0.0
월평균 가구소득	200만원 미만	15.8	9.4	32.4	19.8	0.0	1.0	15.0	0.9	2.6	3.1	0.0
	200~400만원 미만	13.5	10.8	39.4	4.3	0.9	1.5	23.2	0.5	4.0	1.9	0.0
	400~600만원 미만	9.0	9.9	49.7	1.7	0.8	1.3	21.0	2.2	2.6	1.5	0.3
	600만원 이상	7.2	9.9	49.9	1.0	2.9	0.7	23.7	1.7	2.5	0.4	0.0

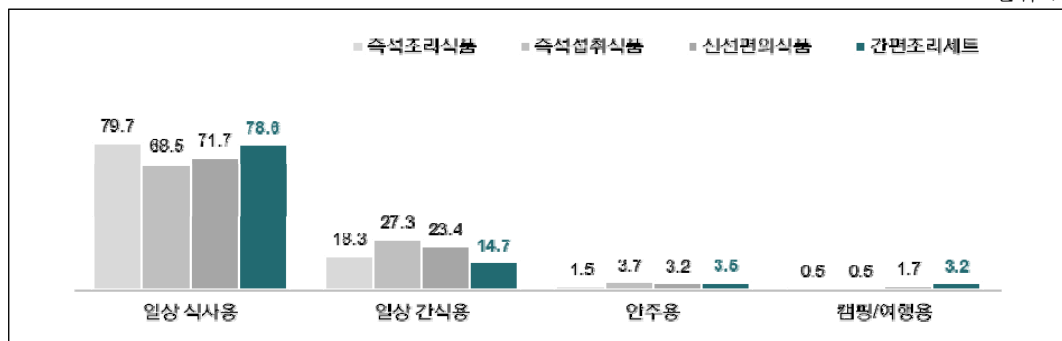
주: 간편조리세트 구입 경험 있는 응답자를 대상으로 하며, '기타'는 밀키트 전문점임.

3.7. 간편식 주 구입 용도

○ 간편식 구입 시 주로 '일상 식사용'으로 구입한다는 응답이 가장 높게 나타남.

〈그림 4-35〉 간편식 주 구입 용도

단위: %



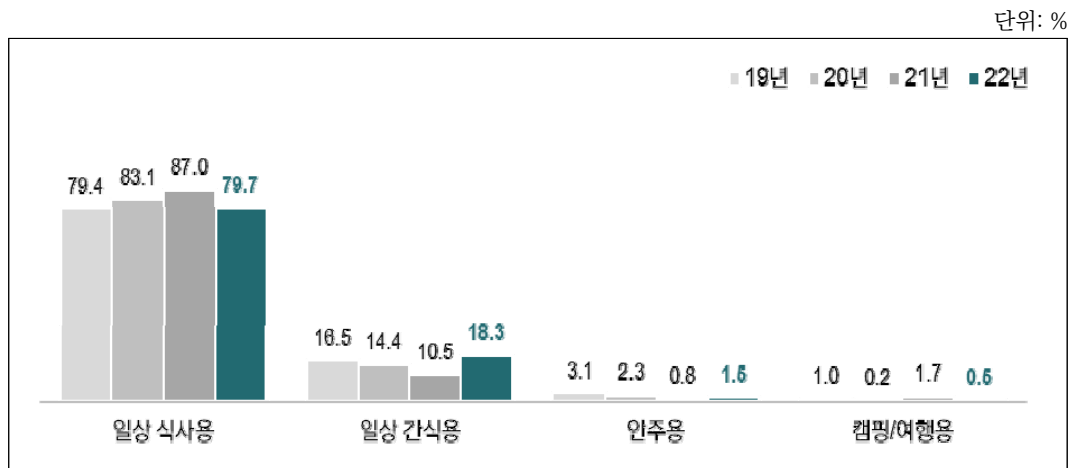
주: 간편식 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

3.7.1. 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품

○ 즉석 조리 식품은 ‘일상 식사용’으로 구입한다는 응답이 79.7%로 높은 응답을 보였으며, 전년 대비 ‘일상 식사용’은 7.3%p 하락하였고, ‘일상 간식용’ 비율이 증가함.

- 모든 지역에서 ‘일상 식사용’이 가장 높게 나타났으며, 호남권의 경우 ‘일상 간식용’의 비율도 30.0%로 상대적으로 높은 특징
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 1인 가구의 ‘일상 식사용’ 응답이 가장 높은 경향

〈그림 4-36〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품



주: 즉석조리식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-37〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품

단위: %

구분	일상 식사용	일상 간식용	안주용	캠핑/여행용	
전체	79.7	18.3	1.5	0.5	
거주지역	수도권	81.8	15.5	2.1	0.5
	충청권	71.0	28.8	0.2	0.0
	호남권	68.2	30.0	0.6	1.2
	대경권	85.9	13.2	0.9	0.0
	동남권	83.6	14.8	1.1	0.5
	강원권	77.7	20.7	1.3	0.4
행정구역	동	82.4	15.9	1.1	0.5
	읍면	64.9	31.6	3.3	0.2

(계속)

구분		일상 식사용	일상 간식용	안주용	캠핑/여행용
가구원 수	1인	84.7	15.3	0.0	0.0
	2인	77.8	19.5	2.2	0.5
	3인	78.2	18.7	2.6	0.4
	4인 이상	79.2	19.3	0.6	1.0
가구주 성별	남	77.5	20.1	1.9	0.5
	여	84.4	14.6	0.6	0.4
가구주 연령	20대	82.9	14.6	2.5	0.0
	30대	87.8	11.7	0.5	0.0
	40대	80.4	17.1	1.4	1.0
	50대	73.2	24.8	1.7	0.3
	60대 이상	78.4	19.2	1.8	0.7
가구주 최종학력	중졸 이하	74.9	23.2	1.1	0.8
	고졸	77.6	20.1	1.9	0.4
	전문대졸 이상	81.4	16.9	1.2	0.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	82.4	16.1	1.4	0.1
	서비스/판매직	78.0	19.9	1.3	0.8
	기계/농림어업/단순노무	75.2	21.5	2.4	0.9
	기타	82.7	17.1	0.1	0.1
월평균 가구소득	200만원 미만	78.9	20.7	0.0	0.4
	200~400만원 미만	81.1	17.3	1.1	0.4
	400~600만원 미만	79.8	18.2	1.8	0.1
	600만원 이상	76.9	19.5	2.2	1.4

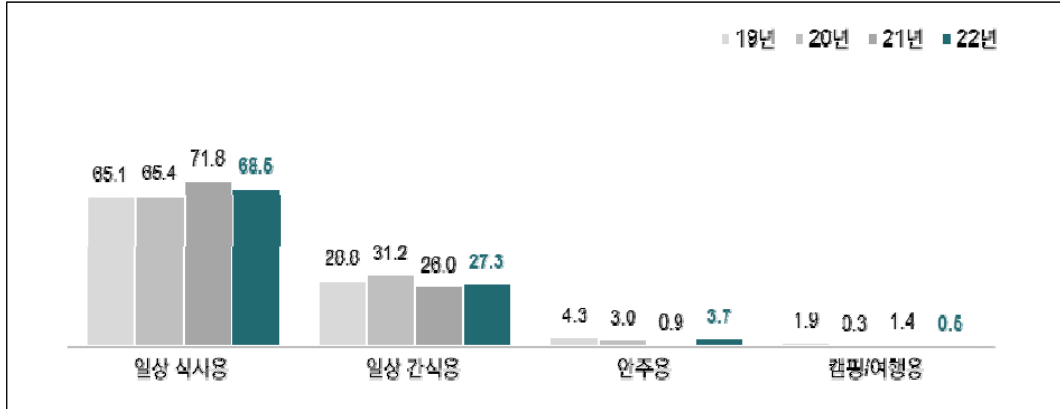
3.7.2. 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품

○ 즉석 섭취 식품을 ‘일상 식사용’으로 구입한다는 응답은 68.5%로 나타남.

- 호남권과 대경권, 동남권에서 ‘일상 식사용’으로 구입한다는 응답이 비교적 높은 수준
- 가구주 연령에 따라 살펴보면, 30대에서 ‘일상 식사용’이라는 응답이 가장 높은 특징

〈그림 4-37〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품

단위: %



주: 즉석섭취식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-38〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품

단위: %

구분		일상 식사용	일상 간식용	안주용	캠핑/여행용
전체		68.5	27.3	3.7	0.5
거주지역	수도권	67.2	26.9	5.5	0.4
	충청권	64.7	33.0	2.3	0.0
	호남권	71.9	23.1	3.8	1.2
	대경권	71.2	27.6	1.2	0.0
	동남권	72.1	26.0	0.5	1.3
	강원권	65.8	32.8	1.0	0.4
행정구역	동	70.4	25.7	3.4	0.5
	읍면	58.1	36.3	5.2	0.5
가구원 수	1인	68.7	26.7	4.6	0.0
	2인	68.9	25.4	5.1	0.7
	3인	68.2	28.9	2.7	0.3
	4인 이상	68.1	28.6	2.2	1.1
가주주 성별	남	68.2	27.3	3.9	0.6
	여	69.0	27.3	3.2	0.4
가주주 연령	20대	66.2	23.4	9.5	0.9
	30대	71.1	24.8	3.7	0.3
	40대	65.1	31.1	3.0	0.8
	50대	69.7	27.9	2.2	0.2
	60대 이상	68.6	26.1	4.5	0.7
가주주 최종학력	중졸 이하	62.0	38.0	0.0	0.0
	고졸	68.1	27.3	4.0	0.6
	전문대졸 이상	68.9	26.9	3.6	0.5

(계속)

구분		일상 식사용	일상 간식용	안주용	캠핑/여행용
가구주 직업	관리/전문/사무직	70.0	26.3	3.3	0.3
	서비스/판매직	64.7	30.2	4.2	0.9
	기계/농림어업/단순노무	68.9	27.2	3.6	0.3
	기타	72.3	22.8	4.1	0.8
월평균 가구소득	200만원 미만	74.8	23.3	1.9	0.0
	200~400만원 미만	69.8	26.0	3.9	0.3
	400~600만원 미만	68.1	27.0	4.6	0.4
	600만원 이상	64.7	31.8	2.1	1.5

주: 즉석섭취식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

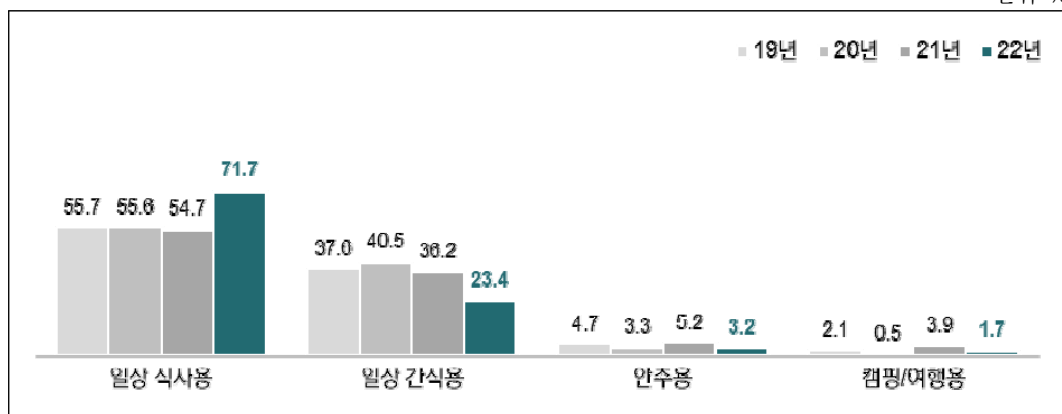
3.7.3. 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품

○ 신선편의식품을 ‘일상 식사용’으로 구입한다는 응답이 71.7%로 나타났으며, 전년 대비 ‘일상 식사용’ 구입 비율이 17.0%p 증가하였고, ‘일상 간식용’은 12.8%p 하락함.

- 충청권, 호남권에서 ‘일상 간식용’으로 구입한다는 응답이 비교적 높은 특징
- 모든 가구원 수에서 ‘일상 식사용’이 높게 나타났으며, 그중 1인 가구에서 높은 특징

〈그림 4-38〉 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품

단위: %



주: 신선편의식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-39〉 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품

단위: %

구분		일상 식사용	일상 간식용	안주용	캠핑/여행용
전체		71.7	23.4	3.2	1.7
거주지역	수도권	74.8	19.5	3.9	1.8
	충청권	66.0	28.0	1.8	4.3
	호남권	57.1	36.6	6.0	0.3
	대경권	77.2	19.5	2.8	0.5
	동남권	72.1	25.6	0.8	1.4
	강원권	73.1	24.2	2.2	0.5
행정구역	동	74.0	21.3	3.0	1.7
	읍면	58.0	35.3	4.8	1.9
가구원 수	1인	74.2	22.3	3.1	0.5
	2인	70.8	23.3	4.2	1.7
	3인	71.9	22.9	3.0	2.3
	4인 이상	70.1	25.1	2.5	2.3
가家主 성별	남	68.4	24.9	4.6	2.2
	여	78.1	20.5	0.5	0.8
가家主 연령	20대	84.6	12.2	3.3	0.0
	30대	76.8	17.6	3.9	1.7
	40대	66.0	26.5	3.6	3.9
	50대	70.3	26.0	2.6	1.2
	60대 이상	70.6	25.9	2.9	0.6
가家主 최종학력	중졸 이하	65.4	34.6	0.0	0.0
	고졸	69.9	24.8	4.1	1.2
	전문대졸 이상	72.9	22.1	2.9	2.1
가家主 직업	관리/전문/사무직	73.1	22.1	3.0	1.8
	서비스/판매직	71.5	24.0	2.3	2.2
	기계/농림어업/단순노무	66.8	25.8	6.2	1.1
	기타	75.2	23.1	0.7	1.0
월평균 가주소득	200만원 미만	72.5	27.5	0.0	0.0
	200~400만원 미만	72.1	23.4	4.0	0.5
	400~600만원 미만	71.8	21.5	3.7	3.1
	600만원 이상	70.2	25.8	2.0	2.0

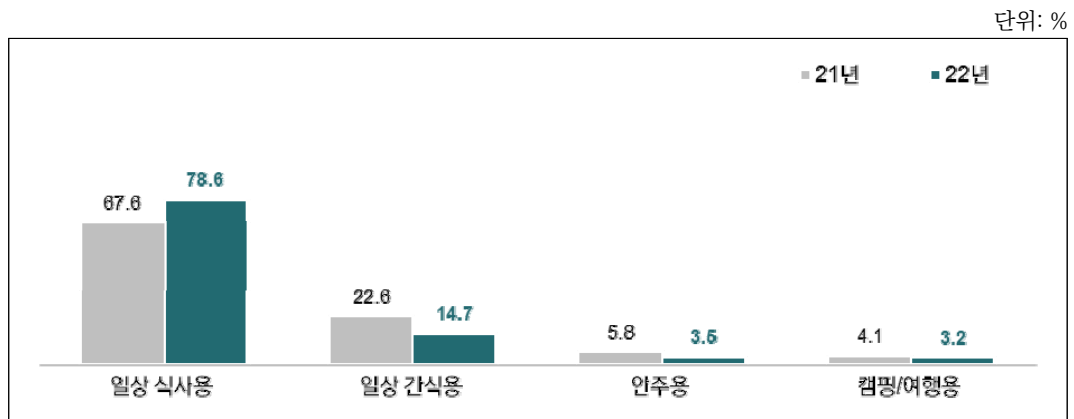
주: 신선편의식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

3.7.4. 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트

○ 간편조리세트를 구입하는 용도는 ‘일상 식사용’으로 구입한다는 응답이 78.6%로 나타남.

- 대경권에서 ‘일상 식사용’이라는 응답이 91.0%로 다른 지역에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, 호남권에서 ‘일상 간식용(29.2%)’이라는 응답이 비교적 높은 수준
- 모든 가구원 수에서 ‘일상 식사용’이 높게 나타났으며, 그중 1인 가구에서 높은 특징

〈그림 4-39〉 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트



주: 간편조리세트 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-40〉 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트

단위: %

구분	일상 식사용	일상 간식용	안주용	캠핑/여행용	
전체	78.6	14.7	3.5	3.2	
거주지역	수도권	81.9	11.7	3.8	2.5
	충청권	74.0	14.8	3.1	8.1
	호남권	62.7	29.2	4.9	3.2
	대경권	91.0	7.3	0.0	1.7
	동남권	72.4	20.3	4.0	3.2
	강원권	81.7	14.8	2.5	1.0
행정구역	동	80.9	12.9	3.2	3.0
	읍면	64.8	25.4	5.4	4.4
가구원 수	1인	81.5	14.9	2.5	1.1
	2인	75.0	16.6	5.2	3.2
	3인	79.2	14.7	3.2	2.9
	4인 이상	79.5	12.4	2.7	5.4

(계속)

구분		일상 식사용	일상 간식용	안주용	캠핑/여행용
가구주 성별	남	77.8	14.4	4.1	3.7
	여	80.1	15.2	2.4	2.2
가구주 연령	20대	87.7	7.2	4.3	0.8
	30대	82.8	12.2	3.0	2.0
	40대	76.9	14.0	5.0	4.0
	50대	78.4	15.8	1.5	4.2
	60대 이상	73.1	19.3	4.5	3.1
가구주 최종학력	중졸 이하	70.1	25.7	1.5	2.7
	고졸	74.9	18.2	4.0	3.0
	전문대졸 이상	80.6	12.7	3.4	3.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	80.7	12.9	3.4	3.1
	서비스/판매직	79.6	14.3	3.0	3.1
	기계/농림어업/단순노무	73.1	17.9	5.2	3.8
	기타	73.9	20.4	2.4	3.3
월평균 가구소득	200만원 미만	70.2	27.4	1.6	0.7
	200~400만원 미만	78.7	15.3	4.4	1.6
	400~600만원 미만	78.4	13.8	3.1	4.7
	600만원 이상	81.0	11.8	3.3	4.0

주: 간편조리세트 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

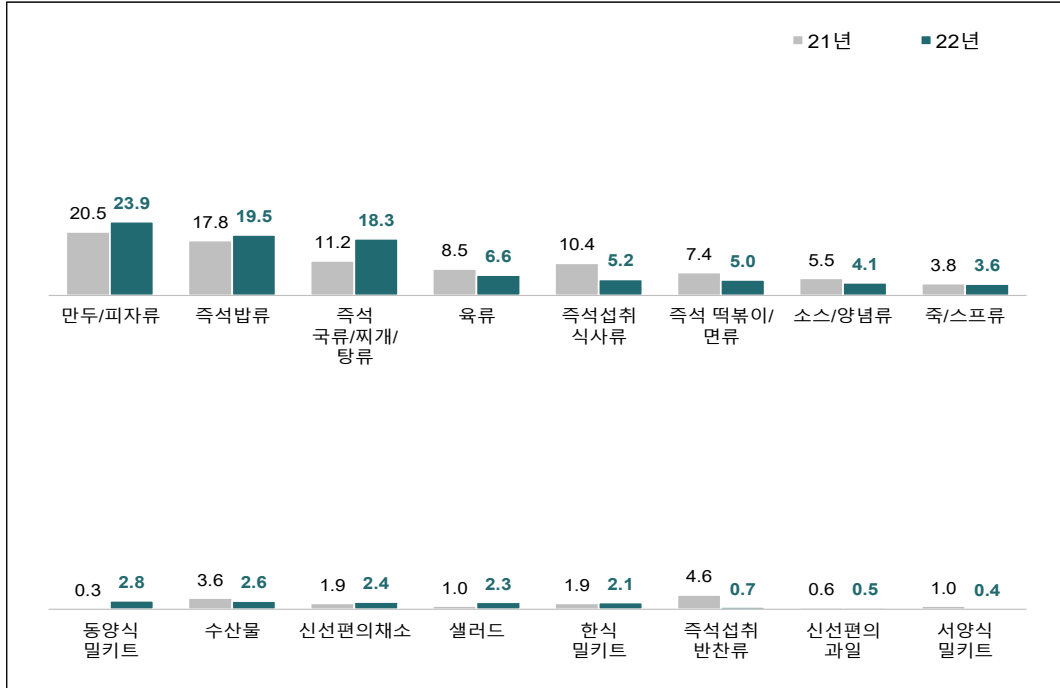
3.8. 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목

○ 주로 구입하는 간편식 품목은 ‘만두/피자류’(23.9%), ‘즉석밥류’(19.5%), ‘즉석 국/찌개/탕류’(18.3%) 등의 순이며, 전년 대비 ‘즉석 국류/찌개/탕류’(▲7.1%p)의 응답이 큰 폭 상승함.

- 거주지역에 따라 살펴보면, 대경권에서 ‘만두/피자류’의 응답이 상대적으로 높게 나타났고, 수도권과 호남권은 ‘즉석밥류’가 가장 높은 수준
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 1인 가구의 ‘즉석밥류’에 대한 응답이 가장 높은 수준

〈그림 4-40〉 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목(1+2+3 가중평균)

단위: %



주: 간편식 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-41〉 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목(1+2+3 가중평균)

단위: %

구분		만두/피자류	즉석밥류	즉석국류	육류	식사료	즉석떡볶이	소스/양념류
전체		23.9	19.5	18.3	6.6	5.2	5.0	4.1
거주지역	수도권	20.5	22.3	20.1	6.5	4.4	5.0	3.2
	충청권	28.0	14.1	20.4	6.9	7.3	6.8	4.7
	호남권	19.9	21.6	13.6	9.8	3.7	3.1	6.3
	대경권	38.1	10.8	8.1	11.0	9.5	5.7	1.4
	동남권	25.3	19.4	20.3	1.8	4.7	4.5	5.5
	강원권	26.4	15.8	20.7	4.0	4.9	5.8	10.1
행정구역	동	23.2	20.2	19.2	6.0	5.1	5.1	3.9
	읍면	27.6	16.0	13.4	9.7	5.6	4.4	5.1
가구원수	1인	19.2	22.3	18.0	5.4	7.9	5.7	3.1
	2인	25.5	17.9	16.9	7.7	4.1	4.2	5.2
	3인	25.5	19.9	19.9	6.0	4.3	4.9	3.5
	4인 이상	24.6	18.9	18.9	6.6	5.2	5.8	4.0

(계속)

구분		만두/ 피자류	즉석밥류	즉석국류	육류	식사료	즉석 떡볶이	소스/ 양념류
가구주 성별	남	24.2	18.8	19.3	6.4	4.9	5.0	4.3
	여	23.2	21.1	16.1	6.9	5.9	5.1	3.5
가구주 연령	20대	20.3	20.6	16.7	5.7	8.8	9.1	1.5
	30대	18.6	24.2	18.7	5.6	6.9	4.5	1.4
	40대	23.1	19.4	19.7	9.0	4.6	5.1	2.8
	50대	23.6	18.8	19.6	5.4	5.5	5.5	5.5
	60대 이상	29.3	16.6	16.0	6.5	3.5	4.3	6.2
가구주 최종학력	중졸 이하	39.5	9.5	9.9	12.9	2.5	4.6	5.9
	고졸	25.3	18.1	19.2	6.0	4.4	4.7	5.7
	전문대졸 이상	21.8	21.2	18.4	6.4	5.9	5.3	2.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	21.2	21.3	19.5	6.3	5.5	5.5	2.6
	서비스/판매직	23.5	19.6	18.7	6.9	5.7	4.2	5.1
	기계/농림어업/단순노무	28.5	14.9	17.6	6.4	4.0	4.7	6.2
	기타	27.7	22.1	12.3	7.1	5.0	6.1	2.9
월평균 가구소득	200만원 미만	26.1	19.8	12.7	11.3	5.2	5.2	5.0
	200~400만원 미만	22.7	20.3	19.5	5.6	5.4	4.3	4.0
	400~600만원 미만	23.5	19.5	19.0	6.2	4.4	5.8	4.1
	600만원 이상	26.1	18.0	17.4	6.9	6.5	4.9	3.6

주: 간편식 구입 경험 있다고 응답한 가구를 대상으로 하며, 상위 7개 응답만 제시함.

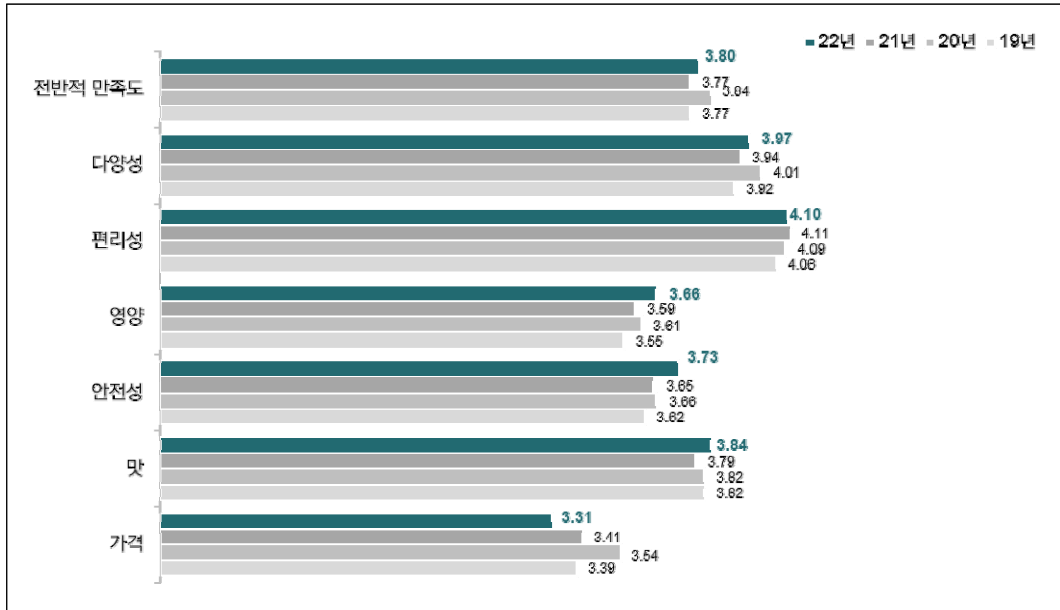
3.9. 간편식 요소별 만족도

○ 간편식에 대한 만족도는 ‘편리성’이 4.10점으로 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 ‘다양성’(3.97점), ‘맛’(3.84점), ‘안전성’(3.73점) 등의 순으로 나타남.

- 거주지역에 상관없이 ‘편리성’에 대한 만족도가 가장 큰 가운데, ‘가격’에 대한 만족도는 가장 낮은 수준
- 모든 가구원 수에서 ‘편리성’에 대한 만족도가 높고, ‘가격’에 대한 만족도는 상대적으로 낮은 수준

〈그림 4-41〉 간편식 요소별 만족도

단위: 점/5점



주 1) 간편식 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

2) '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-42〉 간편식 요소별 만족도

단위: 점/5점

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
전체		3.31	3.84	3.73	3.66	4.10	3.97	3.80
거주지역	수도권	3.30	3.85	3.70	3.66	4.09	3.98	3.83
	충청권	3.46	3.94	3.75	3.68	4.22	4.09	3.89
	호남권	3.34	3.74	3.65	3.60	3.82	3.71	3.66
	대경권	2.96	3.81	3.67	3.56	4.34	4.12	3.77
	동남권	3.37	3.88	3.92	3.74	4.13	3.95	3.78
	강원권	3.68	3.62	3.86	3.81	4.01	3.91	3.86
행정구역	동	3.32	3.85	3.74	3.68	4.11	3.97	3.81
	읍면	3.28	3.83	3.69	3.59	4.05	3.95	3.79
가구원 수	1인	3.36	3.91	3.82	3.71	4.20	4.09	3.85
	2인	3.29	3.84	3.74	3.64	4.06	3.94	3.81
	3인	3.30	3.82	3.68	3.67	4.06	3.90	3.77
	4인 이상	3.31	3.82	3.69	3.65	4.12	3.97	3.78

(계속)

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
가구주 성별	남자	3.31	3.85	3.71	3.65	4.09	3.96	3.79
	여자	3.32	3.83	3.78	3.70	4.13	3.98	3.83
가구주 연령	20대	3.39	4.15	3.82	3.75	4.24	4.15	3.94
	30대	3.34	3.85	3.75	3.72	4.17	4.03	3.82
	40대	3.34	3.81	3.75	3.72	4.08	3.97	3.84
	50대	3.36	3.87	3.73	3.60	4.09	3.94	3.80
	60대 이상	3.21	3.78	3.69	3.62	4.06	3.92	3.74
가구주 최종학력	중졸 이하	3.13	3.80	3.60	3.60	4.01	3.90	3.69
	고졸	3.26	3.78	3.67	3.59	4.05	3.91	3.75
	전문대졸 이상	3.35	3.89	3.78	3.71	4.14	4.01	3.84
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.39	3.86	3.79	3.68	4.12	4.00	3.84
	서비스/판매직	3.30	3.86	3.72	3.71	4.16	3.99	3.81
	기계/농림어업/단순노무	3.18	3.81	3.62	3.56	4.07	3.92	3.73
	기타	3.25	3.79	3.73	3.70	3.90	3.84	3.75
월평균 가구소득	200만원 미만	3.15	3.77	3.69	3.59	4.06	3.91	3.69
	200~400만원 미만	3.32	3.85	3.73	3.66	4.12	3.97	3.80
	400~600만원 미만	3.31	3.87	3.74	3.66	4.10	3.96	3.85
	600만원 이상	3.37	3.82	3.75	3.71	4.10	4.03	3.78

주 1) 간편식 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

2) '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

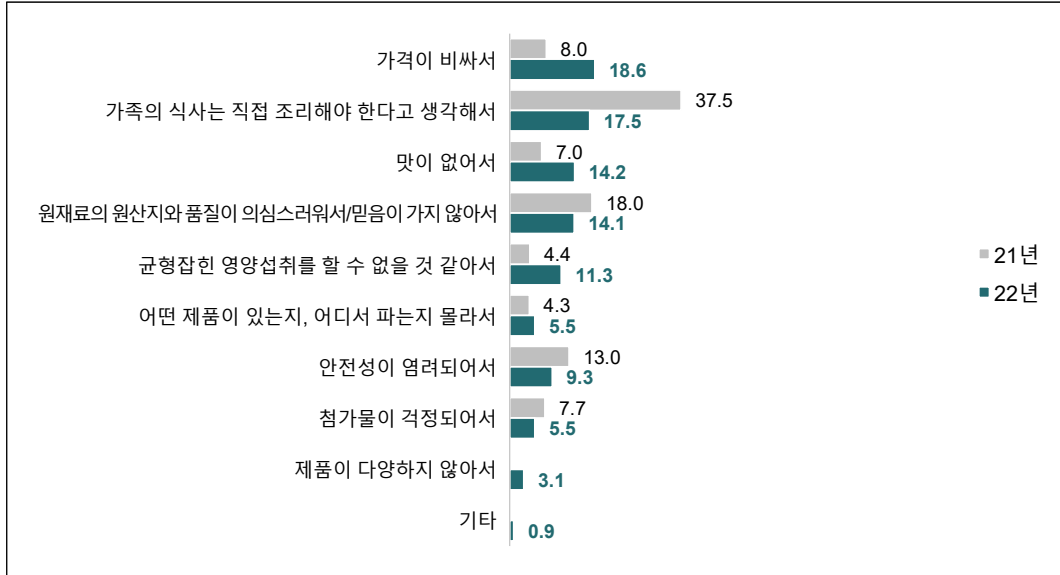
3.10. 간편식을 구입하지 않는 이유

○ 간편식을 구입하지 않는 가장 큰 이유는 '가격이 비싸서'(18.6%)이며, '가족의 식사는 직접 조리해야 한다고 생각해서'(17.5%), '맛이 없어서'(14.2%) 등의 순으로 나타남.

- 월평균 가구소득 200만 원 미만의 경우 '가격이 비싸서'가 중요한 이유인 반면, 600만 원 이상의 경우 '가족의 식사는 직접 조리해야 한다고 생각해서'가 중요한 이유

〈그림 4-42〉 간편식을 구입하지 않는 이유

단위: %



주: 간편식을 구입하지 않는다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-43〉 간편식을 구입하지 않는 이유

단위: %

구분	가격이 비싸서	가족의 식사는 직접 조리해야 한다고 생각해서	맛이 없어서	원재료의 원산지와 품질이 의심스러워서/믿음이 가지 않아서	균형잡힌 영양섭취를 할 수 없을 것 같아서	어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서	안전성이 염려되어서	첨가물이 걱정되어서	제품이 다양하지 않아서	기타	
전체	18.6	17.5	14.2	14.1	11.3	5.5	9.3	5.5	3.1	0.9	
거주 지역	수도권	18.0	18.6	16.6	10.7	12.2	4.0	8.5	6.2	3.7	1.5
	충청권	20.5	19.0	14.5	14.2	8.6	11.7	7.1	1.3	3.2	0.0
	대경권	10.2	15.5	12.3	16.1	17.4	7.1	15.5	5.0	0.9	0.0
	동남권	21.2	15.0	7.7	26.4	6.5	4.4	10.5	7.0	1.3	0.0
	강원권	23.2	16.6	12.1	14.4	11.3	5.1	7.8	4.2	4.2	1.1
행정 구역	동	15.8	16.4	16.3	8.0	8.6	8.2	13.5	10.2	3.1	0.0
	읍면	17.7	17.8	13.3	14.2	12.1	5.6	9.6	5.7	3.2	0.8
가구원 수	1인	24.3	15.8	20.0	13.1	6.0	5.1	7.6	4.4	2.7	1.1
	2인	24.9	11.9	15.2	9.4	9.8	6.7	9.5	7.9	3.1	1.4
	3인	16.2	18.3	11.9	16.9	11.3	5.2	10.8	4.7	3.7	1.0
	4인 이상	16.8	20.1	15.2	14.7	12.5	4.7	7.6	5.6	2.6	0.2

(계속)

구분		가격이 비싸서	가족의 식사는 직접 조리 해야 한다고 생각 해서	맛이 없어서	원재료의 원산지과 품질이 의심스러워서 / 믿음이 가지 않아서	균형 잡힌 영양 섭취를 할 수 없을 것 같아서	어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서	안전성이 염려 되어서	첨가물이 걱정 되어서	제품이 다양 하지 않아서	기타
가구주 성별	남자	17.3	19.9	15.8	14.0	11.7	5.4	8.5	3.9	2.7	0.7
	여자	17.5	19.2	14.3	15.1	10.5	5.4	8.6	5.1	3.4	0.8
가구주 연령	30대	21.3	13.4	13.8	11.5	13.0	5.8	11.1	6.4	2.4	1.1
	40대	21.8	12.3	15.5	13.7	4.8	6.7	10.9	13.8	0.5	0.0
	50대	18.9	15.4	13.8	13.4	12.6	5.8	9.4	6.5	3.6	0.4
	60대 이상	19.3	21.1	13.9	9.2	13.0	4.8	8.8	6.8	3.1	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	19.6	14.2	14.0	16.5	12.9	5.1	8.5	4.1	3.6	1.5
	고졸	16.9	19.7	14.5	15.5	9.1	5.9	10.0	4.1	2.9	1.3
	전문대졸 이상	25.1	21.8	11.6	15.5	6.3	12.4	4.9	1.5	0.9	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	16.8	18.6	16.6	13.9	10.3	4.7	9.2	4.7	3.7	1.4
	서비스/판매직	19.1	16.2	12.7	14.0	12.6	5.2	10.0	6.6	2.9	0.6
	기계/농림어업/단순노무	19.9	18.5	13.1	12.8	10.7	6.1	8.6	6.8	2.7	0.7
	기타	15.9	14.6	17.8	14.0	12.5	4.1	10.2	5.8	3.5	1.7
월평균 가구 소득	200만원 미만	20.1	19.5	11.9	16.3	8.1	5.6	10.2	3.9	3.8	0.6
	200~400만원 미만	17.1	17.3	14.1	13.7	18.3	7.3	7.3	3.4	1.7	0.0
	400~600만원 미만	19.1	20.1	17.7	10.0	9.7	7.4	6.9	2.9	3.9	2.3

주: 간편식을 구입하지 않는다고 응답한 가구 대상임.

3.11. 향후 1년 간편식 구입 의향

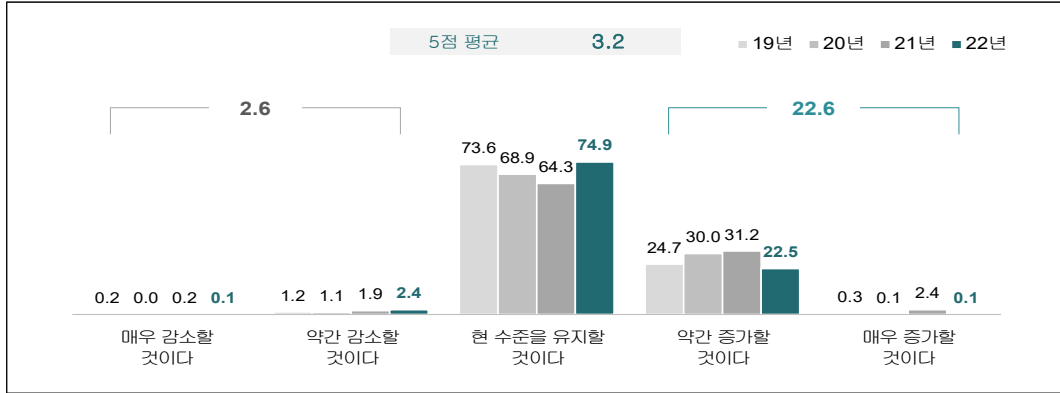
○ 향후 1년 간편식 구입에 대해 ‘현 수준을 유지할 것이다’라는 응답이 74.9%로 나타남.

‘증가’한다는 응답은 22.6%, ‘감소’한다는 응답은 2.6%임. 전년 대비 현재 수준을 유지 하겠다는 응답이 큰 폭 증가하여, 평점은 하락함.

- 거주지역에 따라 살펴보면, 향후 구입증가의 측면에서 호남권이 가장 긍정적으로, 반 면 대경권에서 가장 부정적으로 응답
- 가구소득에 따라 월평균 가구소득이 높을수록 긍정적으로 응답

〈그림 4-43〉 향후 1년 간편식 구입 의향

단위: %



주 1) 간편식 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

2) 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-44〉 향후 1년 간편식 구입 의향

단위: %, 점/5점

구분	매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다	평균 (점)	
전체	0.1	2.4	74.9	22.5	0.1	3.20	
거주지역	수도권	0.0	2.2	73.0	24.7	0.0	3.23
	충청권	0.0	0.6	82.8	16.1	0.5	3.17
	호남권	1.2	4.5	64.6	29.7	0.0	3.23
	대경권	0.0	2.0	85.4	12.6	0.0	3.11
	동남권	0.0	3.2	76.1	20.7	0.0	3.18
	강원권	0.0	2.4	72.9	23.9	0.9	3.23
	행정구역	동	0.2	2.6	73.9	23.2	0.0
읍면		0.0	1.4	79.8	18.5	0.4	3.18
가구원 수	1인	0.2	2.2	76.4	21.0	0.1	3.19
	2인	0.2	2.6	74.1	22.9	0.2	3.20
	3인	0.0	3.6	73.7	22.6	0.0	3.19
	4인 이상	0.1	1.2	75.5	23.2	0.0	3.22
가구주 성별	남	0.1	2.7	74.9	22.1	0.1	3.20
	여	0.2	1.8	74.7	23.3	0.0	3.21
가구주 연령	20대	0.0	3.5	59.0	37.5	0.0	3.34
	30대	0.0	3.3	71.1	25.2	0.3	3.22
	40대	0.0	0.9	77.1	21.8	0.1	3.21
	50대	0.0	2.0	73.9	24.1	0.0	3.22
	60대 이상	0.5	3.1	79.4	17.0	0.0	3.13
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	1.3	85.0	13.7	0.0	3.12
	고졸	0.4	3.3	78.1	18.3	0.0	3.14
	전문대졸 이상	0.0	2.0	72.1	25.8	0.1	3.24

(계속)

구분		매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다	평균 (점)
가家主 직업	관리/전문/사무직	0.0	2.0	73.0	24.9	0.1	3.23
	서비스/판매직	0.2	2.9	72.8	24.1	0.0	3.21
	기계/농림어업/단순노무	0.1	3.3	79.6	17.0	0.0	3.13
	기타	0.5	1.0	79.3	18.9	0.3	3.18
월평균 가구소득	200만원 미만	0.0	2.8	81.5	15.7	0.0	3.13
	200~400만원 미만	0.2	2.9	75.8	21.1	0.0	3.18
	400~600만원 미만	0.1	2.4	75.9	21.5	0.1	3.19
	600만원 이상	0.2	1.3	67.0	31.1	0.3	3.30

주 1) 간편식 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

2) 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

4. 건강기능식품 구입 현황

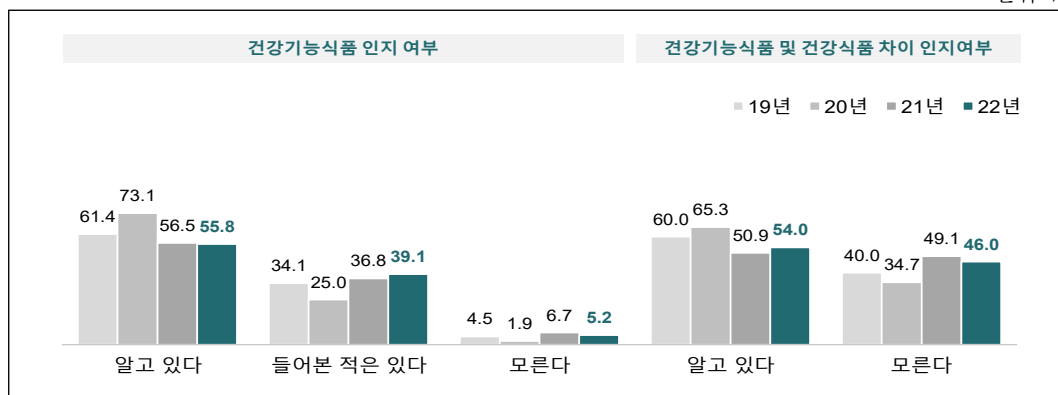
4.1. 인지도 및 차이점 인식

○ 건강기능식품의 인지도에 대해 94.8%가 '인지'한다고 응답하였으며 그중 건강기능식품 및 건강식품의 차이점을 '알고 있는' 응답자는 54.0%로 나타남.

- 수도권에서 건강기능식품에 대한 인지도가 98.6%로 상대적으로 높았으며, 강원권은 건강기능식품 및 건강식품의 차이에 대한 인지도가 상대적으로 낮은 특징

〈그림 4-44〉 건강기능식품 인지 여부 및 건강식품과의 차이점 인지 여부

단위: %



〈표 4-45〉 건강기능식품 인지 여부 및 건강식품과의 차이점 인지 여부

단위: %

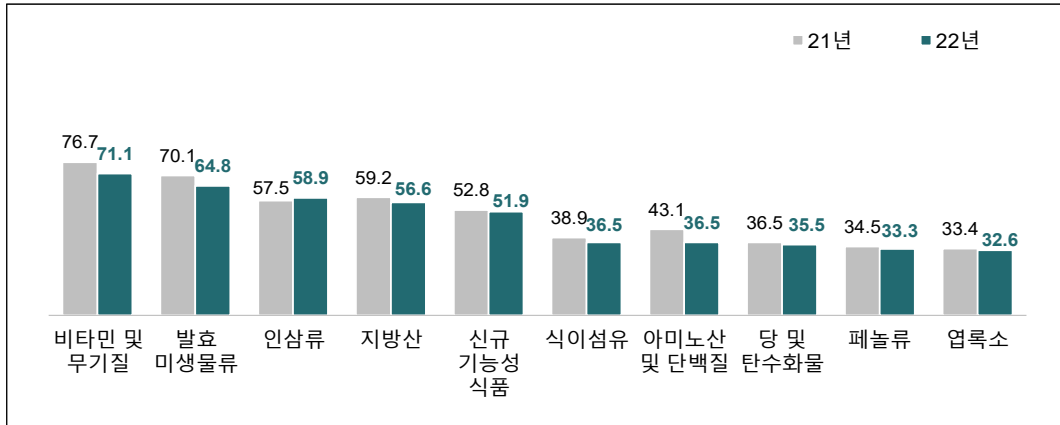
구분		건강기능식품 인지 여부			차이점 인지여부	
		알고 있다	들어본 적은 있다	모른다	알고 있다	모른다
전체		55.8	39.1	5.2	54.0	46.0
거주지역	수도권	63.0	35.6	1.4	59.4	40.6
	충청권	44.7	47.7	7.6	48.3	51.7
	호남권	40.2	51.3	8.4	51.6	48.4
	대경권	52.4	37.7	9.9	48.1	51.9
	동남권	57.9	32.2	10.0	53.3	46.7
	강원권	32.4	59.5	8.1	16.1	83.9
행정구역	동	58.9	36.6	4.5	55.6	44.4
	읍면	38.8	52.5	8.7	45.4	54.6
가구원 수	1인 가구	55.8	37.2	7.0	45.8	54.2
	2인 가구	48.7	45.0	6.3	47.7	52.3
	3인 가구	59.8	37.3	2.9	62.3	37.7
	4인 가구 이상	61.7	34.2	4.1	62.3	37.7
가구주 성별	남자	54.7	40.2	5.1	53.4	46.6
	여자	58.1	36.7	5.2	55.3	44.7
가구주 연령	20대	58.2	39.2	2.5	43.7	56.3
	30대	57.8	37.8	4.4	54.9	45.1
	40대	59.1	38.1	2.8	63.4	36.6
	50대	57.6	38.3	4.1	59.2	40.8
	60대 이상	49.7	41.4	8.9	43.3	56.7
가구주 최종학력	중졸 이하	30.9	47.0	22.1	22.5	77.5
	고졸	54.3	40.1	5.6	50.1	49.9
	전문대졸 이상	58.7	37.8	3.5	58.9	41.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	58.7	37.9	3.4	58.9	41.1
	서비스/판매직	56.5	38.8	4.7	51.0	49.0
	기계/농림어업/단순노무	48.6	43.2	8.3	46.7	53.3
	기타	56.8	35.5	7.7	56.5	43.5
월평균 가구소득	200만원 미만	36.9	50.0	13.1	29.3	70.7
	200~400만원 미만	53.4	41.2	5.4	48.4	51.6
	400~600만원 미만	61.0	35.0	4.0	62.4	37.6
	600만원 이상	60.6	36.8	2.7	62.2	37.8

4.2. 건강기능식품 구입 경험

○ 건강기능식품별 구입 경험은 ‘비타민 및 무기질’(71.1%), ‘발효 미생물류’(64.8%), ‘인삼류’(58.9%), ‘지방산’(56.6%) 등의 순으로 나타나며, 가구소득이 높을수록 다양한 건강식품을 구입함.

〈그림 4-45〉 건강기능식품 구입 경험

단위: %



〈표 4-46〉 건강기능식품 구입 경험

단위: %

구분		비타민 및 무기질	식이 섬유	아미노산 및 단백질	지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수화물	발효 미생물류	신규 기능성 식품
전체		71.1	36.5	36.5	56.6	32.6	58.9	33.3	35.5	64.8	51.9
거주 지역	수도권	76.1	36.3	36.3	53.7	31.3	57.3	30.4	33.1	64.4	50.6
	충청권	64.8	28.2	30.9	57.4	24.6	56.4	28.6	34.7	62.4	48.6
	호남권	75.6	56.6	53.4	78.6	55.0	82.6	53.5	54.0	76.6	70.3
	대경권	64.8	12.5	19.5	35.5	9.3	36.9	11.2	12.9	53.7	33.5
	동남권	65.0	48.5	44.1	67.7	46.2	66.3	50.4	49.8	70.4	63.1
	강원권	45.2	15.9	18.1	35.1	10.6	43.7	13.5	12.3	46.5	24.4
행정 구역	동	71.1	34.9	34.6	55.5	30.8	57.8	31.4	33.7	64.2	50.9
	읍면	71.0	45.4	47.2	62.5	42.6	65.0	44.2	45.4	68.3	57.8
가구원 수	1인	59.7	26.3	26.8	44.3	24.6	42.8	25.0	25.4	54.7	39.8
	2인	71.5	39.4	39.1	60.2	35.6	63.7	36.5	39.1	63.2	52.7
	3인	75.1	39.3	39.4	57.4	34.0	60.6	36.2	36.7	67.3	56.0
	4인 이상	77.3	39.4	39.4	62.5	34.8	66.1	34.0	38.8	74.3	58.4
가구주 성별	남자	70.7	33.8	35.4	54.7	30.1	59.0	31.4	34.7	62.0	50.4
	여자	71.9	42.2	38.8	60.5	37.8	58.7	37.5	37.2	70.8	55.3
가구주 연령	20대	61.5	29.6	31.5	39.7	25.0	35.2	26.6	28.4	54.4	37.4
	30대	59.3	28.6	32.1	39.7	26.1	39.2	27.5	25.7	60.1	46.5
	40대	76.3	40.0	41.8	57.4	33.3	58.9	32.1	34.9	69.6	55.8
	50대	79.9	44.4	40.6	68.3	39.8	69.3	42.1	44.2	73.3	62.2
	60대 이상	69.5	33.8	33.0	60.8	31.8	68.3	32.0	36.5	58.9	46.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	54.8	28.8	28.0	53.1	26.9	59.4	29.6	36.0	53.1	40.2
	고졸	73.1	36.5	35.1	62.1	33.3	67.0	34.4	38.2	64.3	51.9
	전문대졸 이상	71.1	37.1	38.1	53.5	32.6	54.0	33.0	33.7	66.1	53.0

(계속)

구분		비타민 및 무기질	식이 섬유	아미노산 및 단백질	지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수화물	발효 미생물류	신규 기능성 식품
가구주 직업	관리/전문/사무직	70.2	37.4	38.2	52.9	34.0	53.4	34.8	35.1	66.3	52.8
	서비스/판매직	73.0	34.8	36.0	56.7	31.4	60.5	31.8	33.6	63.9	51.6
	기계/농림어업/단순노무	68.9	33.8	33.0	58.9	27.9	62.5	30.7	35.7	61.0	49.9
	기타	74.8	44.5	38.7	69.0	41.1	73.2	37.7	43.3	70.2	54.1
월평균 가구 소득	200만원 미만	52.0	21.7	20.2	41.3	20.7	50.4	18.8	23.3	43.3	26.5
	200~400만원 미만	67.8	33.9	34.5	53.4	31.0	55.1	32.8	34.5	62.0	49.2
	400~600만원 미만	76.0	41.0	40.1	60.7	34.2	64.2	37.2	37.9	71.1	57.6
	600만원 이상	78.6	41.0	42.7	63.2	39.3	61.0	34.7	39.4	69.6	60.0

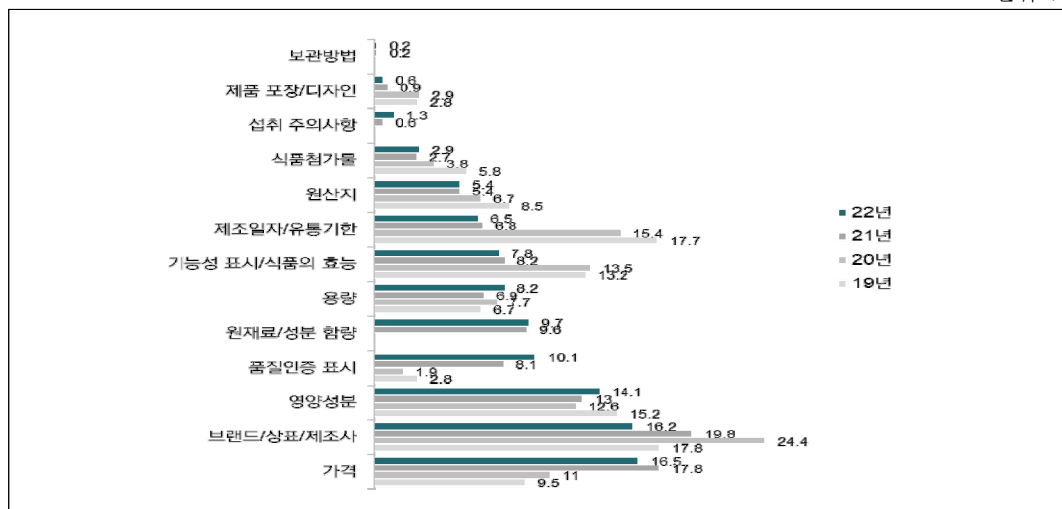
4.3. 건강기능식품 구입 시 우선 확인사항

○ 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항은 ‘가격’(16.5%), ‘브랜드/상표/제조사’(16.2%), ‘영양 성분’(14.1%), ‘품질인증 표시’(10.1%) 등의 순으로 나타남. 전년 대비 ‘영양 성분’과 ‘품질인증 표시’ 등 품질 관련 사항을 중요하게 확인하는 것으로 보임.

- 호남권과 동남권은 ‘브랜드/상표/제조사’의 비율이 가장 높게 나타났고, 강원권은 ‘가격’의 비율이 상대적으로 높은 특징

〈그림 4-46〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)

단위: %



주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-47〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)

단위: %

구분	가격	용량	브랜드/상표/제조사	제조일자/유통기한	품질인증표시	원산지	영양성분	식품첨가물	원재료/성분함량	제품포장/디자인	기능성표시/식품의효능	섭취주의사항	보관방법	구매후기	
전체	16.5	8.2	16.2	6.5	10.1	5.4	14.1	2.9	9.7	0.6	7.8	1.3	0.2	0.4	
거주 지역	수도권	15.3	7.3	14.7	5.5	12.4	6.5	15.2	3.2	9.0	0.6	8.1	1.7	0.2	0.2
	충청권	22.9	9.2	17.0	8.9	6.5	3.4	7.0	1.6	9.3	0.3	11.1	1.9	0.1	0.7
	호남권	12.9	15.3	18.3	9.5	7.9	4.8	13.5	3.4	8.6	0.2	4.7	0.5	0.1	0.4
	대경권	19.1	7.3	15.6	4.7	8.4	3.0	14.6	2.6	12.3	0.1	11.4	0.5	0.0	0.4
	동남권	14.8	6.3	19.4	7.0	8.0	5.7	15.1	3.1	12.5	0.9	5.7	0.6	0.2	0.7
강원권	30.8	5.4	17.4	3.1	6.5	3.0	17.3	1.3	4.8	2.6	4.1	1.2	1.2	1.3	
행정 구역	동	16.4	7.8	16.4	6.3	10.3	5.5	14.0	3.1	9.5	0.7	8.0	1.4	0.2	0.4
	읍면	17.2	10.6	15.5	7.4	8.6	5.0	14.8	2.2	10.4	0.3	7.0	0.4	0.1	0.2
가구원 수	1인	18.6	7.6	17.2	7.3	8.5	4.6	14.2	2.4	8.5	1.0	8.6	0.7	0.3	0.5
	2인	17.0	9.6	14.7	7.0	8.5	5.5	15.1	2.8	9.3	0.8	7.8	1.2	0.3	0.3
	3인	13.7	8.1	17.4	6.2	10.3	6.4	14.0	3.2	11.0	0.3	7.7	1.3	0.2	0.4
	4인 이상	16.9	7.0	16.5	5.4	13.3	5.1	12.8	3.4	9.8	0.4	7.3	1.8	0.1	0.3
가구주 성별	남자	16.5	8.7	16.5	5.9	9.9	5.1	13.3	2.9	9.9	0.6	8.6	1.5	0.2	0.3
	여자	16.6	7.2	15.6	7.6	10.5	6.1	15.8	3.0	9.2	0.6	6.3	0.8	0.2	0.6
가구주 연령	20대	19.1	5.7	17.1	6.0	3.6	2.8	16.2	2.0	9.3	2.1	12.0	2.0	1.3	0.8
	30대	15.2	8.8	16.1	7.2	10.5	7.5	12.2	2.3	10.4	1.0	7.4	1.1	0.1	0.4
	40대	16.6	7.4	14.8	6.1	12.9	4.7	15.1	3.1	8.9	0.2	8.0	1.7	0.2	0.4
	50대	15.5	8.3	17.4	6.9	9.9	6.0	12.5	3.9	10.4	0.4	7.3	1.0	0.1	0.4
	60대 이상	17.9	8.8	16.3	6.0	8.7	4.5	15.7	2.5	9.2	0.7	7.9	1.2	0.3	0.3
가구주 최종 학력	중졸 이하	24.0	6.4	16.1	7.9	4.0	5.9	15.1	3.5	7.7	1.0	6.7	0.9	0.0	0.9
	고졸	18.5	9.7	17.7	6.5	8.4	4.6	13.6	3.0	8.6	0.3	7.3	1.2	0.2	0.4
가구주 직업	전문대졸 이상	14.7	7.4	15.3	6.3	11.6	6.0	14.4	2.8	10.5	0.8	8.2	1.4	0.3	0.4
	관리/전문/사무직	14.1	7.7	15.1	6.1	11.5	6.9	13.2	3.1	11.0	0.7	8.5	1.5	0.3	0.3
	서비스/판매직	17.3	8.4	19.5	7.3	9.4	4.0	13.2	3.2	8.9	0.6	6.5	1.2	0.2	0.4
	기계/농림어업/단순노무	19.3	9.9	15.1	6.0	7.3	4.7	14.4	2.9	8.9	0.3	9.4	1.2	0.2	0.4
기타	18.8	6.4	13.9	6.8	11.8	5.0	20.6	1.7	7.6	1.0	5.2	0.4	0.0	0.7	
월평균 가구 소득	200만원 미만	21.8	9.1	18.1	7.3	6.7	2.2	18.7	1.3	7.3	0.5	5.9	0.7	0.0	0.3
	200~400만원 미만	17.8	8.9	16.9	7.6	8.5	4.5	13.2	2.7	9.2	0.9	8.2	0.9	0.3	0.5
	400~600만원 미만	15.3	8.2	16.1	6.0	10.9	6.8	13.8	3.5	9.2	0.5	7.6	1.8	0.2	0.3
	600만원 이상	14.1	6.6	14.4	4.9	13.1	5.9	14.6	3.1	12.6	0.5	8.4	1.3	0.2	0.4

주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

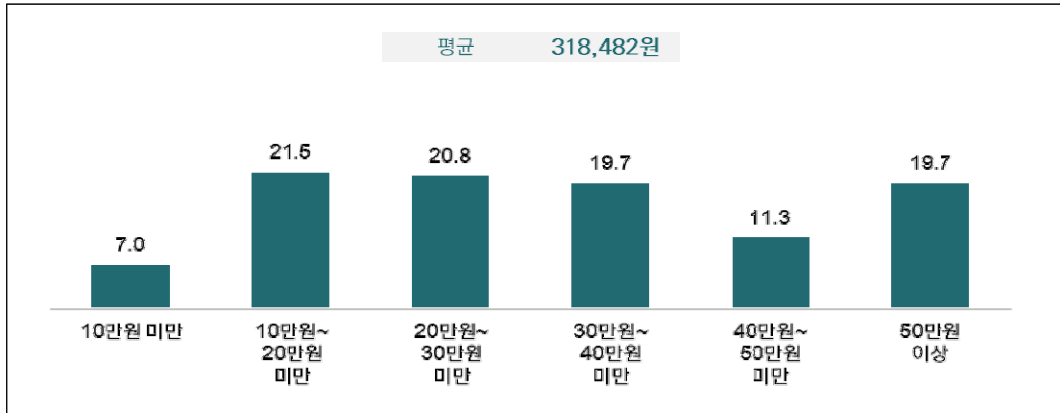
4.4. 건강기능식품 구입 금액

○ 건강기능식품 구입 금액은 연평균 318,482원으로 나타남.

- 거주지역별로 호남권(426,039원)에서 40만 원 이상으로 높은 수준

〈그림 4-47〉 최근 1년 건강기능식품 구입 금액

단위: %



주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-48〉 최근 1년 건강기능식품 구입 금액

단위: %, 원

구분		10만원 미만	10만원~20만원 미만	20만원~30만원 미만	30만원~40만원 미만	40만원~50만원 미만	50만원 이상	평균(원)
전체		7.0	21.5	20.8	19.7	11.3	19.7	318,482
거주 지역	수도권	6.8	15.7	25.2	24.9	12.9	14.5	299,682
	충청권	6.2	28.4	22.7	15.5	11.8	15.4	295,651
	호남권	1.8	16.5	14.3	17.5	14.0	35.8	426,039
	대경권	6.9	27.1	17.9	8.9	10.1	29.2	333,167
	동남권	14.6	27.6	18.1	20.6	6.6	12.4	255,377
	강원권	3.0	32.6	21.9	18.4	2.5	21.7	315,161
행정 구역	동	6.4	21.2	21.3	19.6	11.8	19.8	318,818
	읍면	9.0	23.0	19.0	20.2	9.5	19.3	317,254
가구원 수	1인	14.9	40.0	12.2	12.5	7.1	13.3	242,195
	2인	5.0	18.0	22.5	22.4	11.3	20.8	331,750
	3인	5.6	16.1	23.3	18.8	14.4	21.9	344,657
	4인 이상	6.8	18.0	21.9	20.1	11.5	21.6	329,948
가구주 성별	남자	7.4	31.1	17.6	18.6	10.7	14.6	287,291
	여자	19.2	29.6	9.9	27.3	3.8	10.1	233,163
가구주 연령	20대	8.5	29.1	20.5	16.6	10.2	15.0	280,771
	30대	7.7	15.3	23.2	23.4	11.4	19.1	325,469
	40대	5.1	18.1	22.2	20.1	14.1	20.5	328,319
	50대	5.9	23.9	19.4	17.6	10.2	22.9	334,873
	60대 이상	4.1	38.0	19.5	9.2	6.5	22.7	314,434
가구주 최종 학력	중졸 이하	5.8	19.9	20.2	18.7	12.8	22.7	336,811
	고졸	8.1	21.1	21.4	21.5	10.7	17.3	305,987
	전문대졸 이상	6.2	23.0	22.7	20.6	10.8	16.7	304,317

(계속)

구분		10만원 미만	10만원~20만원 미만	20만원~30만원 미만	30만원~40만원 미만	40만원~50만원 미만	50만원 이상	평균(원)
가구주 직업	관리/전문/사무직	9.0	17.5	21.2	19.1	13.1	20.2	321,744
	서비스/판매직	5.6	20.9	20.1	19.5	8.9	25.0	345,255
	기계/농림어업/단순노무	8.6	30.3	11.0	18.0	15.7	16.4	292,465
	기타	10.0	43.9	11.2	14.8	7.0	13.1	238,353
월평균 가구 소득	200만원 미만	6.5	25.9	22.3	17.6	8.2	19.4	311,094
	200~400만원 미만	7.8	14.7	23.2	22.5	12.9	19.0	311,755
	400~600만원 미만	4.5	17.3	17.1	19.8	16.0	25.3	390,426
	600만원 이상	2.0	0.5	1.9	9.3	8.0	78.2	390,426

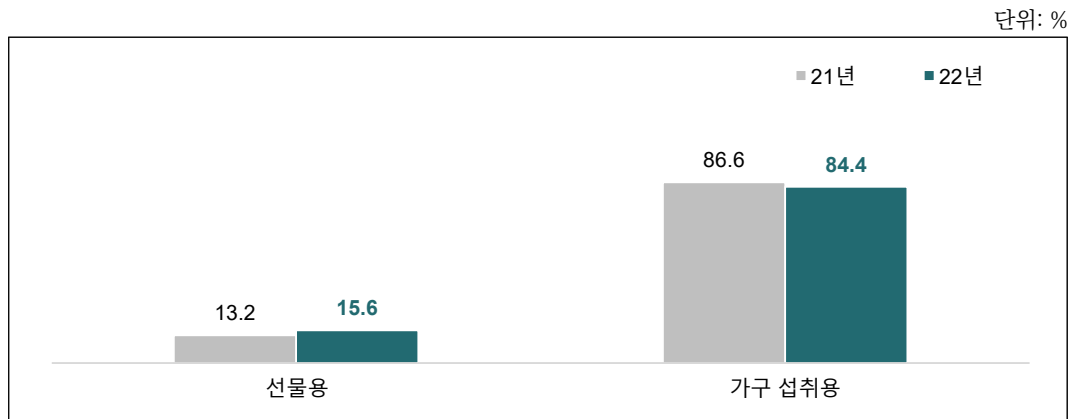
주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

4.5. 건강기능식품 용도별 구입 비중

○ 건강기능식품 구입 용도로 ‘가구 섭취용’이 84.4%이며, ‘선물용’이 15.6%로 나타남.

- 대경권과 강원권에서 ‘가구 섭취용’의 비율이 90% 이상으로 높은 수준

〈그림 4-48〉 건강기능식품 용도별 구입 비중



주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-49〉 건강기능식품 용도별 구입 비중

단위: %

구분		선물용	가구 섭취용
전체		15.6	84.4
거주지역	수도권	16.4	83.6
	충청권	14.2	85.8
	호남권	16.7	83.3
	대경권	8.9	91.1
	동남권	17.6	82.4
	강원권	9.9	90.1
행정구역	동	15.3	84.7
	읍면	17.1	82.9
가구원 수	1인	14.5	85.5
	2인	15.9	84.1
	3인	15.1	84.9
	4인 이상	16.5	83.5
가구주 성별	남자	15.5	84.5
	여자	15.7	84.3
가구주 연령	20대	18.4	81.6
	30대	19.3	80.7
	40대	17.4	82.6
	50대	14.6	85.4
	60대 이상	12.4	87.6
가구주 최종학력	중졸 이하	13.5	86.5
	고졸	12.7	87.3
	전문대졸 이상	17.6	82.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	18.2	81.8
	서비스/판매직	13.4	86.6
	기계/농림어업/단순노무	13.3	86.7
	기타	15.4	84.6
월평균 가구소득	200만원 미만	11.6	88.4
	200~400만원 미만	15.6	84.4
	400~600만원 미만	16.2	83.8
	600만원 이상	16.2	83.8

주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

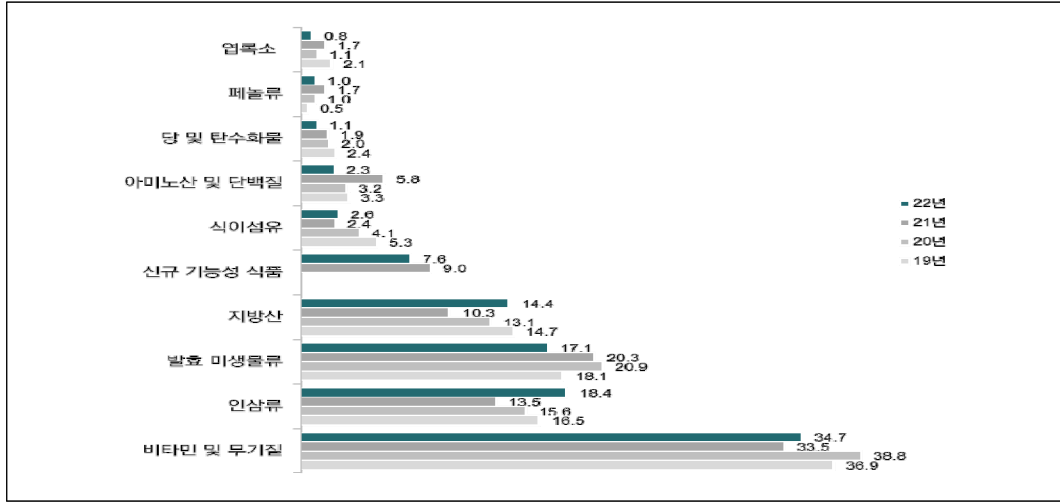
4.6. 많이 구입하는 건강기능식품

○ 가장 많이 구입하는 건강기능식품의 종류는 ‘비타민 및 무기질’(34.7%)이며, 다음으로 ‘인삼류’(18.4%), ‘발효미생물류’(17.1%), ‘지방산’(14.4%) 등의 순임.

- 모든 지역에서는 ‘비타민 및 무기질’을 구입하는 비율이 상대적으로 높은 특징

〈그림 4-49〉 많이 구입하는 건강기능식품(1+2+3 가중평균)

단위: %



주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-50〉 많이 구입하는 건강기능식품(1+2 가중평균)

단위: %

구분	비타민 및 무기질	식이섭유	아미노산 및 단백질	필수 지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수화물	발효 미생물류	신규 기능성 식품	
전체	34.7	2.6	2.3	14.4	0.8	18.4	1.0	1.1	17.1	7.6	
거주 지역	수도권	38.8	2.1	2.3	13.1	0.6	17.1	0.4	1.3	17.6	6.9
	충청권	39.2	0.8	3.4	22.5	0.4	14.9	1.3	0.8	11.4	5.4
	호남권	21.2	7.9	1.7	11.6	1.7	30.5	3.1	0.9	12.8	8.6
	대경권	39.6	0.2	2.2	7.6	0.4	13.6	0.0	1.3	25.9	9.2
	동남권	27.4	3.0	1.8	19.0	1.7	17.7	1.9	0.9	16.8	9.9
행정 구역	동	35.4	2.3	2.1	14.4	0.7	17.7	0.8	1.1	17.8	7.7
	읍면	31.0	4.1	3.8	14.8	1.3	22.2	1.9	1.1	12.9	6.9
가구원 수	1인	35.6	2.1	2.8	12.5	0.3	13.1	0.5	0.8	22.8	9.6
	2인	32.6	3.8	2.3	16.4	0.8	22.3	1.7	1.7	11.9	6.4
	3인	38.0	2.7	2.8	13.8	0.9	16.1	0.9	0.6	15.8	8.4
	4인 이상	33.6	1.2	1.5	13.9	1.2	19.8	0.5	0.9	20.6	6.9
가구주 성별	남자	33.9	2.6	2.4	14.2	1.0	20.4	1.1	1.3	15.9	7.1
	여자	36.3	2.6	2.2	14.8	0.5	14.3	0.6	0.6	19.5	8.6
가구주 연령	20대	48.7	2.4	3.4	10.1	1.2	3.3	0.0	0.6	24.7	5.5
	30대	36.6	2.3	2.4	7.9	1.1	9.7	0.6	0.0	28.6	10.9
	40대	38.9	1.8	1.9	12.5	0.7	16.7	0.6	0.4	18.7	7.6
	50대	33.9	2.6	1.9	16.6	1.0	19.1	1.3	1.3	13.4	9.0
	60대 이상	29.1	3.4	2.9	18.4	0.6	26.5	1.3	2.1	11.1	4.6

(계속)

구분		비타민 및 무기질	식이 섬유	아미노산 및 단백질	필수 지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수화물	발효 미생물류	신규 기능성 식품
가구주 최종 학력	중졸 이하	30.7	1.8	1.8	19.2	0.0	28.0	2.9	1.0	9.9	4.6
	고졸	31.4	3.0	2.6	16.7	0.9	23.1	1.1	2.0	13.5	5.8
	전문대졸 이상	37.2	2.4	2.2	12.6	0.9	14.7	0.8	0.4	19.9	9.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	35.7	2.2	1.7	12.8	1.0	14.3	0.9	0.6	21.9	8.8
	서비스/판매직	35.6	3.5	3.0	13.7	0.6	19.9	0.8	0.7	14.4	7.7
	기계/농림어업/단순노무	30.8	2.7	2.6	17.0	0.7	23.1	1.2	2.7	13.0	6.3
월평균 가구 소득	기타	36.3	1.1	2.6	18.2	0.8	21.8	1.6	0.4	12.6	4.6
	200만원 미만	31.9	2.2	3.7	14.4	0.0	27.6	1.5	1.4	14.1	3.2
	200~400만원 미만	32.8	3.7	2.0	14.4	0.6	17.9	1.5	1.6	18.3	7.3
	400~600만원 미만	35.0	2.1	2.3	13.7	1.4	18.9	0.8	0.7	16.9	8.1
	600만원 이상	39.1	1.4	2.3	15.9	0.5	14.3	0.1	0.7	16.4	9.2

주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

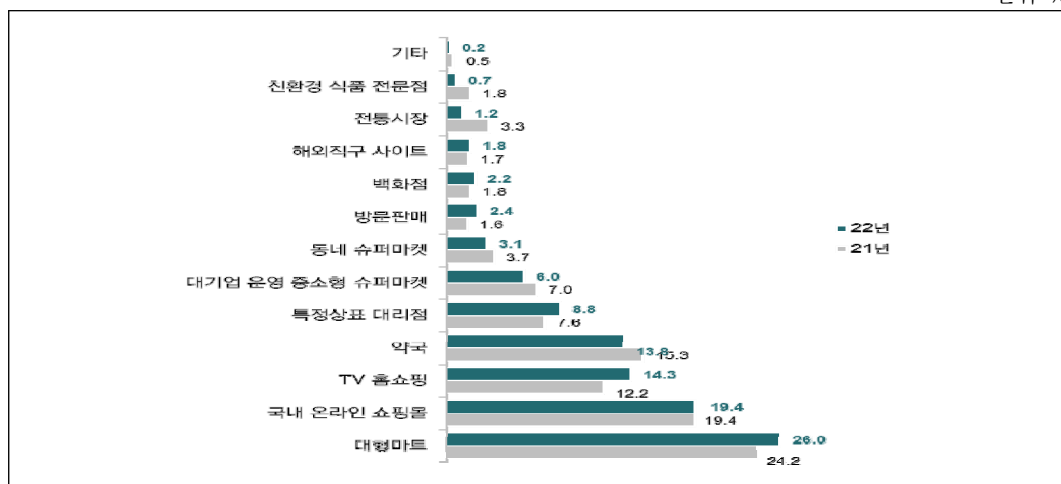
4.7. 건강기능식품 주 구입 장소

○ 건강기능식품을 주로 구입하는 장소는 ‘대형마트’(26.0%)이며, 전년 대비 ‘TV 홈쇼핑’(14.3%)은 2.1%p 상승, ‘약국’(13.8%)의 경우 1.5%p 하락한 것으로 나타남.

- 충청권을 제외한 모든 지역에서 ‘대형마트’의 응답이 가장 높은 특징

〈그림 4-50〉 건강기능식품 주 구입 장소(1+2 가중평균)

단위: %



주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-51〉 건강기능식품 주 구입 장소(1+2 가중평균)

단위: %

구분	동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형마트	전통시장	백화점	친환경 식품 전문점	국내 온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	약국	특정 상표 대리점	방문 판매	해외 직구 사이트	기타	
전체	3.1	6.0	26.0	1.2	2.2	0.7	19.4	14.3	13.8	8.8	2.4	1.8	0.3	
거주 지역	수도권	1.3	5.2	27.7	0.4	3.0	0.7	23.0	16.3	11.4	6.8	2.5	1.7	0.1
	충청권	4.4	3.9	19.5	1.3	0.9	0.4	20.7	9.8	19.5	13.5	3.7	2.3	0.0
	호남권	10.9	9.4	17.5	4.4	0.2	1.9	7.3	12.6	21.1	12.0	1.5	1.3	0.0
	대경권	1.2	3.1	28.3	0.5	1.4	0.6	18.0	14.9	19.8	8.7	2.2	0.4	1.0
	동남권	3.2	9.8	31.1	2.0	2.9	0.3	17.0	10.3	7.6	10.0	1.9	3.1	0.8
	강원권	2.1	0.9	21.7	0.3	0.0	0.3	16.0	22.3	20.4	9.8	3.1	2.4	0.7
행정 구역	동	2.1	5.8	26.4	0.7	2.5	0.7	20.4	14.8	13.4	8.2	2.6	2.0	0.3
	읍면	8.4	7.1	24.2	4.1	0.3	0.6	13.8	11.2	16.0	12.5	1.3	0.6	0.0
가구원 수	1인	2.5	4.5	20.5	1.6	1.5	0.9	26.4	10.1	18.0	7.2	3.2	3.0	0.5
	2인	4.3	6.0	27.9	2.0	2.2	1.2	10.8	15.0	16.3	10.9	1.8	1.1	0.4
	3인	3.3	5.9	27.6	0.9	4.1	0.2	20.9	14.1	9.9	7.9	2.8	2.2	0.0
	4인 이상	1.8	7.2	26.4	0.2	0.8	0.2	23.6	16.9	10.7	8.3	2.2	1.4	0.2
가구주 성별	남자	3.1	6.2	27.5	1.1	2.5	0.7	17.2	13.1	13.5	10.6	2.5	1.8	0.3
	여자	3.2	5.5	23.0	1.5	1.6	0.7	23.9	16.7	14.3	5.3	2.2	1.9	0.1
가구주 연령	20대	0.0	3.3	19.7	1.9	4.2	0.0	42.7	7.7	7.5	9.0	3.2	0.7	0.0
	30대	0.9	3.7	26.2	0.1	0.9	1.0	35.5	10.7	10.4	5.0	0.6	4.8	0.3
	40대	3.4	6.8	24.7	0.2	2.2	0.7	27.4	14.8	8.9	5.9	2.6	2.2	0.2
	50대	3.2	8.4	27.0	0.8	3.3	0.5	14.5	15.4	13.5	9.0	3.0	1.2	0.1
	60대	4.5	4.8	26.9	3.0	1.7	0.8	4.6	15.9	20.6	13.4	2.8	0.4	0.6
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.7	3.9	28.2	6.6	1.7	0.0	1.9	13.0	25.9	10.1	3.6	0.0	1.6
	고졸	4.9	7.3	26.2	1.7	2.1	0.6	7.3	16.2	17.7	11.7	2.9	0.9	0.4
가구주 직업	전문대졸 이상	1.9	5.2	25.7	0.5	2.3	0.8	28.5	13.1	10.3	6.9	2.0	2.6	0.1
	관리/전문/사무직	1.5	5.9	28.5	0.4	2.6	0.9	28.3	11.5	9.2	5.8	2.3	3.2	0.0
	서비스/판매직	4.3	7.6	20.7	1.0	2.2	0.4	16.3	16.3	16.1	11.6	2.2	0.9	0.4
	기계/농림어업/단순노무	4.8	4.7	30.3	2.8	1.7	0.5	7.1	13.7	18.7	11.3	3.3	0.8	0.3
월평균 가구 소득	기타	2.6	4.5	21.3	2.1	1.4	1.1	16.3	22.4	16.3	8.5	1.8	0.8	0.9
	200만원 미만	3.2	3.6	16.6	6.8	1.3	0.5	8.0	9.0	29.8	16.3	3.1	0.0	1.8
	200~400만원 미만	4.3	6.0	23.2	0.8	1.6	0.9	20.5	14.4	14.3	8.1	3.1	2.7	0.2
	400~600만원 미만	2.6	6.9	28.5	0.5	2.6	0.5	20.4	16.0	11.0	8.3	1.7	0.9	0.0
600만원 이상	1.6	5.1	31.0	1.0	3.0	0.7	20.2	13.0	10.9	8.1	2.3	2.9	0.3	

주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

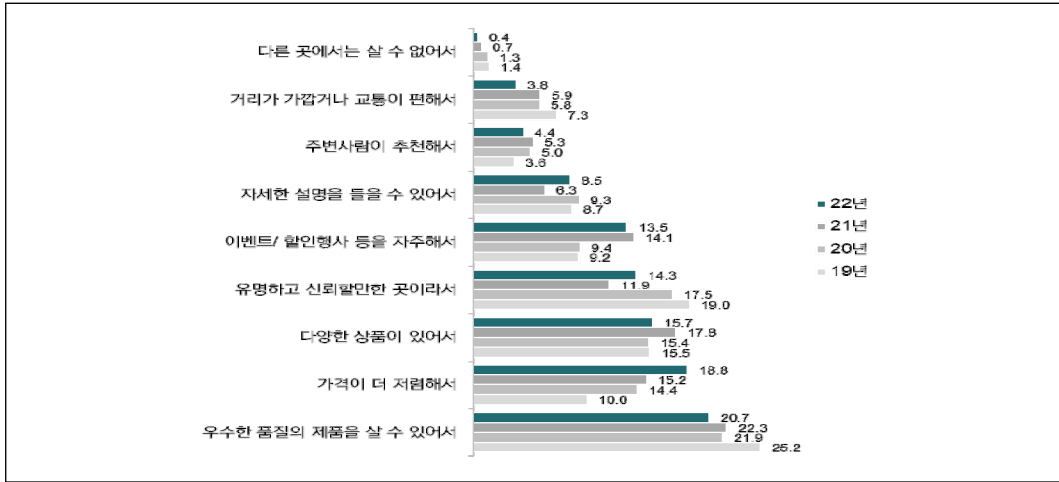
4.8. 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유

○ 건강기능식품을 주로 구입하는 장소를 이용하는 이유는 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 20.7%로 가장 높았으며, 전년 대비 ‘가격이 더 저렴해서’(18.8%) 구입 장소로 선택한다는 비율이 3.6%p 증가한 것으로 나타남.

- 충청권을 제외한 타 지역에선 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 높은 특징
- 가구원 수에 상관없이 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’ 응답 비율이 높은 수준

〈그림 4-51〉 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-52〉 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유(1+2 가중평균)

단위: %

구분	우수한 품질의 제품을 살 수 있어서	가격이 더 저렴해서	이벤트/ 할인행사 등을 자주해서	유명하고 신뢰할 만한 곳이라서	다양한 상품이 있어서	거리가 가깝거나 교통이 편해서	주변 사람이 추천해서	자세한 설명을 들을 수 있어서	다른 곳에서는 살 수 없어서	
전체	20.7	18.8	13.5	14.3	15.7	3.8	4.4	8.5	0.4	
거주지역	수도권	18.2	18.2	14.8	15.5	16.7	3.6	3.9	9.1	0.2
	충청권	15.7	18.5	14.4	11.7	17.0	3.7	6.2	11.1	1.7
	호남권	31.5	21.8	10.3	12.7	9.1	4.4	3.9	5.8	0.4
	대경권	20.8	18.3	16.9	13.7	13.5	4.1	3.3	9.5	0.0
	동남권	22.6	19.2	9.8	14.1	18.5	3.8	6.2	5.6	0.2
행정구역	강원권	30.4	16.4	10.3	10.6	12.0	3.7	3.6	11.7	1.4
	동읍면	19.8	18.5	13.8	14.4	15.7	3.9	4.5	8.9	0.4
가구원 수	읍면	26.0	20.3	11.4	13.5	15.6	3.2	3.7	6.2	0.1
	1인	18.6	18.7	16.0	13.2	15.9	3.8	4.2	8.7	0.8
	2인	21.8	17.8	12.1	14.8	14.9	4.6	4.3	9.3	0.3
	3인	20.4	17.9	12.4	15.5	17.3	3.4	4.5	8.1	0.5
	4인 이상	21.4	20.9	14.3	13.1	15.0	2.9	4.7	7.6	0.1

(계속)

구분		우수한 품질의 제품을 살 수 있어서	가격이 더 저렴해서	이벤트/할인행사 등을 자주해서	유명하고 신뢰할 만한 곳이라서	다양한 상품이 있어서	거리가 가깝거나 교통이 편해서	주변 사람이 추천해서	자세한 설명을 들을 수 있어서	다른 곳에서는 살 수 없어서
가구주 성별	남자	20.6	17.9	12.5	15.1	16.2	3.6	4.5	9.3	0.3
	여자	21.0	20.5	15.5	12.5	14.7	4.1	4.2	6.7	0.6
가구주 연령	20대	13.0	21.7	9.1	10.2	29.1	4.9	3.7	8.3	0.0
	30대	19.5	19.1	16.6	15.1	16.3	2.7	4.5	4.7	1.3
	40대	18.8	18.4	16.5	14.5	17.3	2.7	4.3	7.4	0.1
	50대	22.5	19.0	12.2	13.1	15.0	4.4	4.9	8.7	0.1
	60대 이상	22.5	18.1	11.0	15.1	12.9	4.4	4.1	11.5	0.4
가구주 최종학력	중졸 이하	21.1	15.2	13.9	12.4	12.4	3.8	4.1	16.6	0.4
	고졸	22.7	19.1	11.5	14.2	12.5	4.1	4.4	11.2	0.3
	전문대졸 이상	19.4	18.8	14.7	14.4	18.0	3.5	4.5	6.2	0.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	20.4	17.6	14.9	13.9	18.7	3.2	4.6	6.3	0.4
	서비스/판매직	20.5	19.6	13.4	16.7	12.4	4.3	4.4	8.5	0.2
	기계/농림어업/단순노무	19.3	18.9	11.0	12.0	15.1	4.5	5.6	13.0	0.6
	기타	27.0	21.1	13.0	13.5	13.2	3.0	0.9	8.0	0.3
월평균 가구소득	200만원 미만	20.4	15.6	10.2	21.7	9.2	5.0	3.1	14.3	0.5
	200~400만원 미만	19.7	20.4	13.8	12.9	15.7	3.5	4.5	8.6	0.9
	400~600만원 미만	21.3	18.1	14.3	13.9	16.3	3.5	3.8	8.7	0.1
	600만원 이상	21.8	18.3	12.6	14.2	17.6	4.3	6.0	5.2	0.0

주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

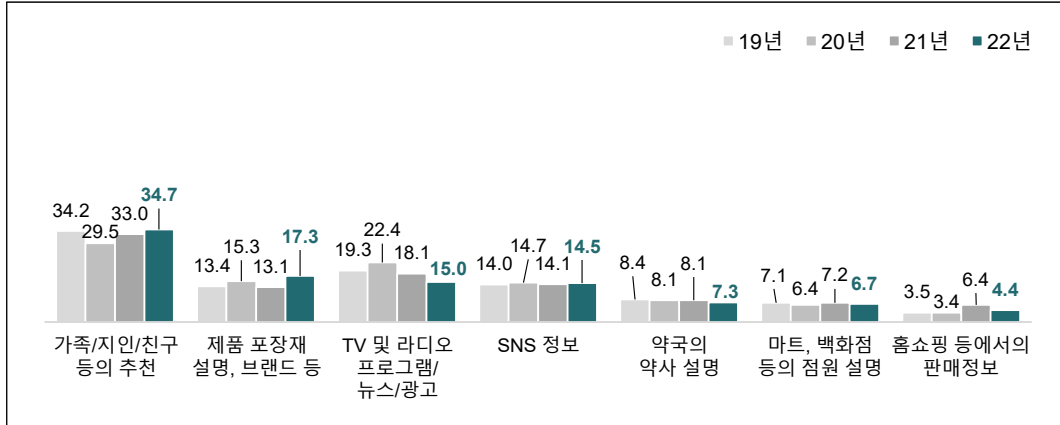
4.9. 건강기능식품 필요정보

○ 건강기능식품에 대한 정보는 ‘가족/지인/친구 등의 추천’을 통해 얻는다는 응답이 34.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘제품 포장재 설명, 브랜드 등’(17.3%), ‘TV 및 라디오 프로그램/뉴스/광고’(15.0%), ‘SNS 정보’(14.5%) 등의 순임. 전년 대비 제품 포장재 설명, 브랜드 등’에서 정보를 얻는다는 응답이 4.2%p 증가한 것으로 나타남.

- 모든 지역에서 ‘가족/지인/친구 등의 추천’에 상대적으로 많이 응답
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 모든 가구원 수에서 ‘가족/지인/친구 등의 추천’에 상대적으로 많이 응답

〈그림 4-52〉 건강기능식품 필요정보 획득처

단위: %



주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-53〉 건강기능식품 필요정보 획득처

단위: %

구분	SNS 정보	제품 포장재 설명, 브랜드 등	가족/지인/친구 등의 추천	TV·라디오 프로그램/뉴스/광고	마트, 백화점 등의 점원 설명	약국의 약사 설명	홈쇼핑 등에서의 판매 정보	기타	
전체	14.5	17.3	34.7	15.0	6.7	7.3	4.4	0.0	
거주지역	수도권	15.5	16.6	34.3	15.5	6.8	6.7	4.7	0.0
	충청권	18.8	16.3	30.3	19.5	4.1	7.7	3.3	0.0
	호남권	7.0	24.6	42.2	10.1	5.3	7.2	3.3	0.3
	대경권	13.9	11.4	38.4	13.5	4.5	12.7	5.6	0.0
	동남권	13.8	17.8	32.1	15.4	11.0	5.7	4.2	0.0
	강원권	16.0	18.2	31.2	12.3	5.4	9.4	7.5	0.0
행정구역	동	14.6	17.0	33.9	15.6	6.7	7.2	4.9	0.0
	읍면	13.5	19.0	39.3	11.7	6.8	7.7	1.8	0.0
가구원 수	1인	19.9	16.2	33.4	12.7	4.7	8.2	4.9	0.0
	2인	8.1	17.1	37.0	17.8	7.2	8.7	4.0	0.1
	3인	15.4	19.0	33.9	13.8	8.1	5.8	4.0	0.0
	4인 이상	17.6	17.0	33.4	14.3	6.4	6.2	5.0	0.0
가구주 성별	남	11.4	18.2	35.9	15.2	7.5	7.5	4.4	0.0
	여	20.8	15.5	32.3	14.7	5.1	6.9	4.6	0.1
가구주 연령	20대	30.9	17.3	30.4	11.4	3.6	2.9	3.5	0.0
	30대	25.1	16.7	30.8	15.1	4.8	4.2	3.4	0.0
	40대	18.5	18.0	32.2	13.3	8.1	5.8	4.0	0.1
	50대	10.8	18.8	35.4	15.5	7.2	8.1	4.2	0.0
	60대 이상	6.0	15.8	39.0	16.3	6.9	10.2	5.8	0.0

(계속)

구분		SNS 정보	제품 포장재 설명, 브랜드 등	가족/지인/친구 등의 추천	TV·라디오 프로그램/뉴스/광고	마트, 백화점 등의 점원 설명	약국의 약사 설명	홈쇼핑 등에서의 판매 정보	기타
가구주 최종학력	중졸 이하	6.1	10.5	44.5	15.7	7.8	13.2	2.3	0.0
	고졸	6.7	17.1	38.9	15.4	6.6	9.2	6.1	0.0
	전문대졸 이상	20.2	18.0	31.3	14.7	6.7	5.6	3.5	0.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	20.2	19.1	30.7	14.6	7.1	4.8	3.4	0.1
	서비스/판매직	12.1	16.6	36.2	15.5	6.1	8.1	5.4	0.0
	기계/농림어업/단순노무	6.7	14.7	39.8	13.4	7.9	12.1	5.5	0.0
	기타	13.4	17.7	36.5	19.3	4.4	5.1	3.6	0.0
월평균 가구소득	200만원 미만	4.9	13.1	38.7	18.0	7.3	12.6	5.4	0.0
	200~400만원 미만	16.0	16.8	35.0	15.0	5.9	7.3	3.9	0.0
	400~600만원 미만	14.5	18.2	34.3	15.2	7.1	6.5	4.1	0.1
	600만원 이상	15.7	18.5	33.0	13.3	7.3	6.5	5.7	0.0

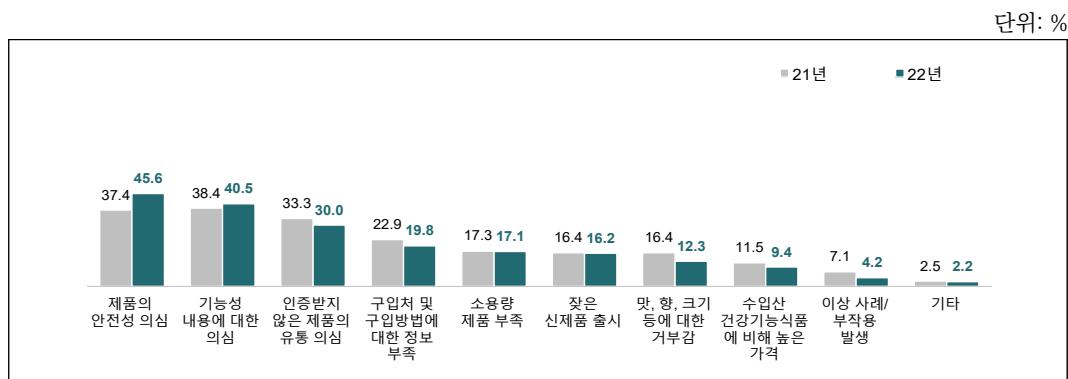
주: 건강기능식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

4.10. 국내 생산 건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항

○ 국내에서 생산하는 건강기능식품 구입 시 불편사항으로는 ‘제품의 안전성 의심’이 45.6%로 가장 높았으며, 전년 대비 해당 응답이 큰 폭(▲8.2%p)으로 증가한 것으로 나타남.

- 호남권과 대경권에서 ‘제품의 안전성 의심’에 대한 응답이 상대적으로 높은 수준
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 모든 가구원 수에서 ‘제품의 안전성 의심’이 높은 수준

〈그림 4-53〉 국내 생산 건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항



〈표 4-54〉 국내 생산 건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항

단위: %

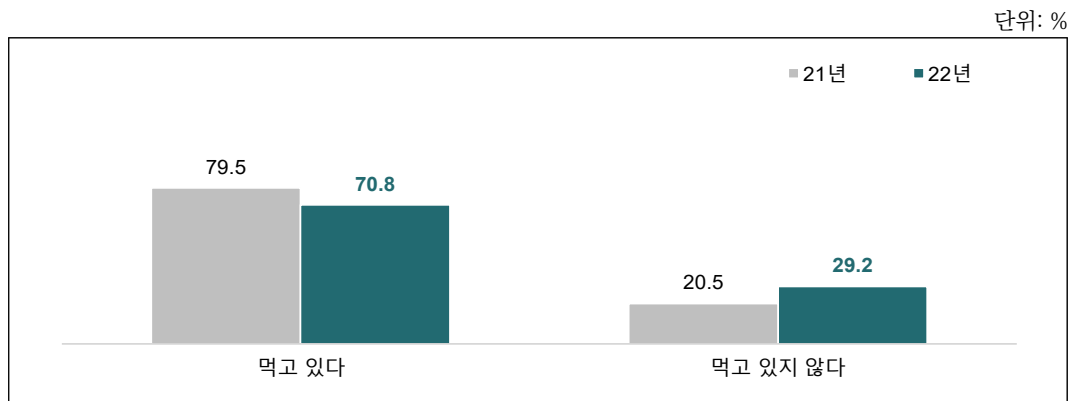
구분		기능성 내용에 대한 의심	제품의 안전성 의심	인증 받지 않은 제품의 유통 의심	구입처 및 구입 방법에 대한 정보 부족	찾은 신제품 출시	소용량 제품 부족	맛, 향, 크기 등에 대한 거부감	수입산 건강 기능 식품에 비해 높은 가격	이상 사례/ 부작용 발생	기타
전체		40.5	45.6	30.0	19.8	16.2	17.1	12.3	9.4	4.2	2.2
거주 지역	수도권	42.5	40.5	29.6	18.1	17.5	18.3	12.4	9.1	4.5	0.3
	충청권	22.8	35.3	23.9	26.0	16.5	18.3	6.5	6.4	2.6	0.6
	호남권	43.9	61.9	31.2	24.5	13.0	10.6	9.1	4.4	4.5	0.0
	대경권	58.8	64.4	48.5	28.7	11.4	15.8	15.5	18.5	6.1	3.9
	동남권	33.8	48.2	26.3	12.7	16.7	17.7	17.7	10.4	3.4	10.3
	강원권	37.1	38.8	18.9	19.0	17.3	18.7	6.6	13.9	2.7	1.6
행정 구역	동	40.7	43.4	30.4	19.6	16.8	17.5	13.0	9.9	4.4	2.4
	읍면	39.0	58.0	27.3	20.5	12.9	15.0	8.5	6.5	2.9	1.1
가구원 수	1인	40.6	43.9	27.4	18.5	17.5	22.4	10.5	8.8	6.0	2.2
	2인	41.6	47.3	27.2	21.3	14.2	13.7	11.2	8.2	3.8	3.2
	3인	38.6	48.2	31.9	17.2	13.7	17.2	16.4	9.3	3.8	0.7
	4인 이상	40.7	42.3	33.9	21.1	20.4	17.2	11.3	11.4	3.6	2.2
가구주 성별	남자	35.9	45.3	32.1	20.1	15.7	15.0	12.7	8.7	3.5	2.2
	여자	50.0	46.3	25.4	19.1	17.3	21.4	11.4	10.7	5.7	2.1
가구주 연령	20대	34.7	45.9	29.0	15.4	18.4	28.1	16.6	9.2	6.0	1.8
	30대	42.6	38.7	33.0	20.2	16.0	17.8	9.3	10.2	7.3	1.4
	40대	38.7	42.6	33.3	19.5	17.9	17.9	11.7	10.4	3.4	1.1
	50대	38.1	45.6	30.9	20.7	17.3	15.6	15.2	9.1	3.9	2.5
	60대 이상	43.4	52.2	24.7	19.4	13.7	15.9	11.3	8.3	2.9	3.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	44.4	51.7	19.9	23.3	12.1	10.3	12.2	4.8	4.7	2.0
	고졸	41.5	49.9	27.3	19.8	13.7	16.8	12.2	8.8	2.5	2.2
	전문대졸 이상	39.5	42.4	32.4	19.5	18.2	17.8	12.4	10.1	5.3	2.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	35.8	42.2	31.4	19.0	18.6	18.4	13.0	9.4	4.7	2.1
	서비스/판매직	45.6	46.5	31.7	19.8	11.6	17.2	10.5	8.9	3.5	2.1
	기계/농림어업/단순노무	34.8	48.8	27.1	20.2	16.6	15.6	14.0	9.4	4.2	2.1
	기타	59.2	51.5	24.2	22.2	18.5	13.7	10.8	10.5	3.8	3.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	42.0	52.1	19.1	16.7	13.6	16.7	14.1	4.9	2.5	4.3
	200~400만원 미만	41.8	44.9	29.3	21.1	13.5	18.1	10.1	9.1	4.9	1.9
	400~600만원 미만	38.7	43.0	33.7	18.2	17.0	15.3	13.3	9.8	4.4	2.0
	600만원 이상	40.7	49.5	28.5	21.7	21.1	18.8	13.8	11.1	3.2	2.0

4.11. 건강기능식품 복용 여부

○ 건강기능식품을 복용하고 있는 가구가 70.8%로 나타났으며, 건강기능식품 복용률은 전년 대비 다소 감소함.

- 거주지역별로 수도권이 75.2%로 높은 반면, 충청권은 60.9%로 낮은 수준
- 3인 가구, 가구주 연령 50대인 가구에서 건강기능식품을 복용한다고 응답한 비중이 비교적 높았으며, 가구소득이 높을수록 복용률이 증가하는 특징

〈그림 4-54〉 건강기능식품 복용 여부



〈표 4-55〉 건강기능식품 복용 여부

단위: %

구분		먹고 있다	먹고 있지 않다
전체		70.8	29.2
거주지역	수도권	75.2	24.8
	충청권	60.9	39.1
	호남권	74.5	25.5
	대경권	63.6	36.4
	동남권	66.5	33.5
	강원권	65.1	34.9
행정구역	동	72.2	27.8
	읍면	63.2	36.8
가구원 수	1인	59.6	40.4
	2인	73.0	27.0
	3인	73.7	26.3
	4인 이상	75.5	24.5

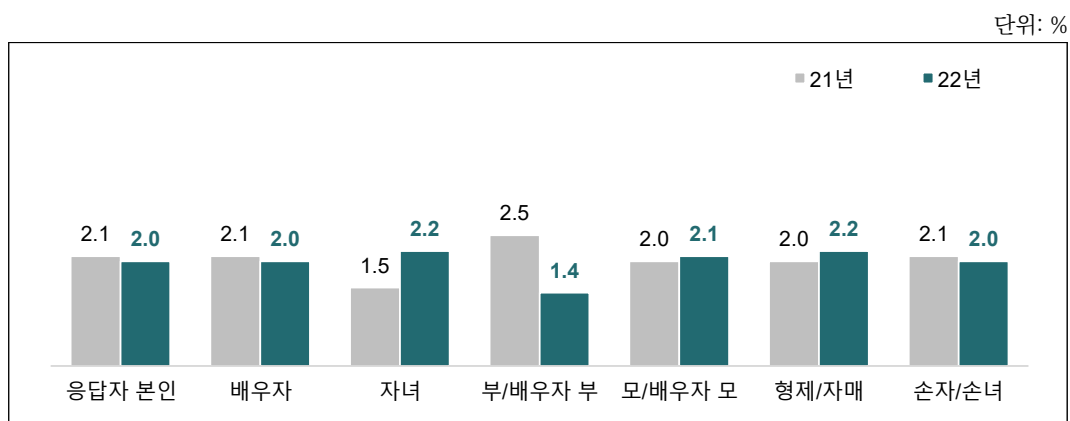
(계속)

구분		먹고 있다	먹고 있지 않다
가구주 성별	남	69.3	30.7
	여	74.0	26.0
가구주 연령	20대	51.6	48.4
	30대	58.0	42.0
	40대	71.7	28.3
	50대	78.1	21.9
	60대 이상	76.3	23.7
가구주 최종학력	중졸 이하	57.9	42.1
	고졸	76.7	23.3
	전문대졸 이상	68.2	31.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	66.0	34.0
	서비스/판매직	73.5	26.5
	기계/농림어업/단순노무	72.6	27.4
	기타	82.0	18.0
월평균 가구소득	200만원 미만	62.0	38.0
	200~400만원 미만	68.5	31.5
	400~600만원 미만	73.1	26.9
	600만원 이상	75.7	24.3

4.12. 동거가족의 건강기능식품 섭취 개수

○ 동거가족 중 ‘자녀’가 건강기능식품을 평균 2.2개 섭취하고 있으며, ‘부/배우자 부’의 경우 1.4개로 섭취 개수가 가장 낮게 나타남.

〈그림 4-55〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 개수



주: 현재 건강기능식품을 복용한다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-56〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 개수

단위: %, 개

구분	1개	2개	3개	4개	5개 이상	평균(개)	
전체	29.6	45.6	17.4	6.0	1.5	2.0	
동거가족	응답자 본인	27.1	48.9	18.3	4.5	1.2	2.0
	배우자	31.3	43.3	19.4	5.0	1.1	2.0
	자녀	35.0	38.6	6.7	15.9	3.8	2.2
	부/배우자 부	64.6	35.4	0.0	0.0	0.0	1.4
	모/배우자 모	26.6	32.2	41.2	0.0	0.0	2.1
	형제/자매	0.0	80.9	19.1	0.0	0.0	2.2
	손자/손녀	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	2.0

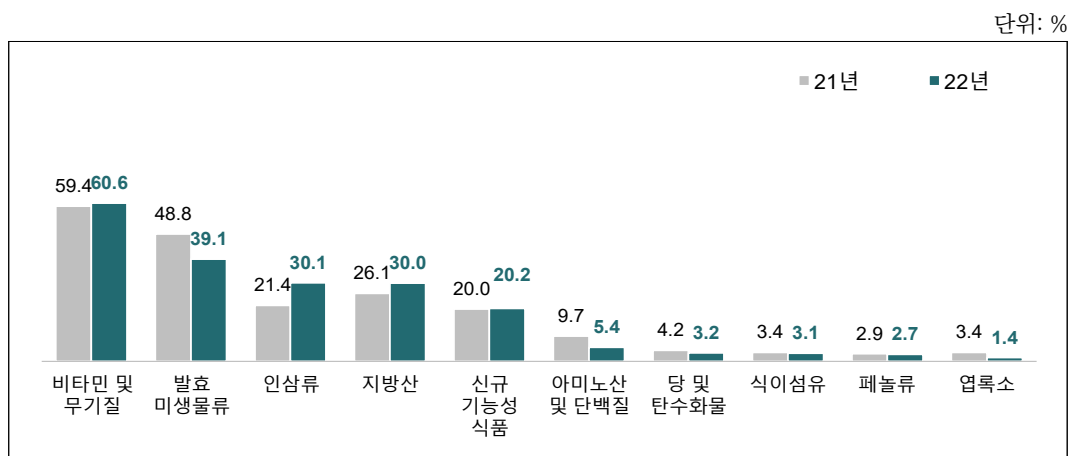
주: 현재 건강기능식품을 복용한다고 응답한 가구 대상임.

4.13. 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류

○ 동거가족이 섭취하고 있는 건강기능식품으로 ‘비타민 및 무기질’이 60.6%로 가장 많았으며, 그다음으로 ‘발효 미생물류’(39.1%), ‘인삼류’(30.1%), ‘지방산’(30.0%), ‘신규기능성 식품’(20.2%) 등의 순으로 나타남.

- 전반적으로 ‘비타민 및 무기질’ 섭취율이 가장 높지만, 부/배우자 부와 모/배우자 모의 경우 ‘인삼류’ 섭취 비율이 상대적으로 높은 특징

〈그림 4-56〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류



주: 현재 건강기능식품을 복용한다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-57〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류

단위: %

구분	비타민 및 무기질	식이 섬유	아미노산 및 단백질	지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수화물	발효 미생물류	신규 기능성 식품
전체	60.6	3.1	5.4	30.0	1.4	30.1	2.7	3.2	39.1	20.2
동거 가족	응답자 본인	60.7	3.9	5.3	32.2	1.4	24.2	2.5	3.0	41.4
	배우자	61.2	2.5	6.5	34.4	1.5	43.9	3.4	4.3	30.3
	자녀	59.1	1.7	3.0	6.1	1.1	12.0	1.2	1.3	57.3
	부/배우자 부	35.4	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	모/배우자 모	27.7	0.0	0.0	63.0	0.0	72.3	0.0	10.4	41.2
	형제/자매	78.6	0.0	0.0	19.1	0.0	10.1	0.0	0.0	37.1
	손자/손녀	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

주: 현재 건강기능식품을 복용한다고 응답한 가구 대상임.

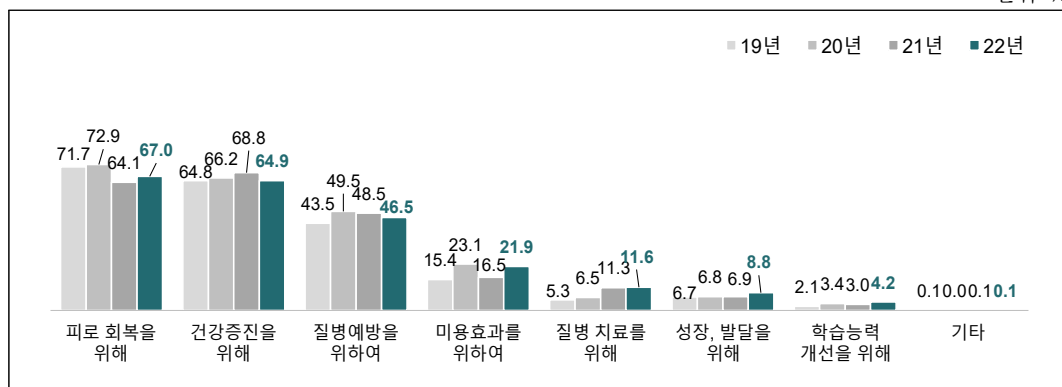
4.14. 건강기능식품 복용 이유

○ 건강기능식품을 복용하는 이유로 ‘피로회복’(67.0%), ‘건강 증진’(64.9%) 등 순이며, ‘피로회복’을 위해 복용한다고 응답한 비율이 전년 대비 증가한 것으로 나타남.

- 수도권은 ‘피로 회복’을 위해, 충청권, 대경권, 강원권은 ‘건강 증진’을 위해, 호남권은 ‘질병 예방’을 위해 복용한다는 응답이 상대적으로 높은 특징
- 가구원 수에 상관없이 ‘건강 증진’을 위해 복용하는 가구가 상대적으로 많은 특징

〈그림 4-57〉 건강기능식품 복용 이유

단위: %



주: 현재 건강기능식품을 복용한다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-58〉 건강기능식품 복용 이유

단위: %

구분		성장, 발달을 위해	질병 치료를 위해	학습 능력 개선을 위해	질병 예방을 위하여	미용 효과를 위하여	피로회복을 위해	건강 증진을 위해
전체		8.8	11.6	4.2	46.5	21.9	67.0	64.9
거주지역	수도권	9.4	8.0	4.1	43.9	25.3	70.5	66.9
	충청권	0.7	10.4	2.8	39.3	14.8	71.0	74.1
	호남권	10.4	28.2	6.6	54.2	16.1	51.9	46.6
	대경권	9.4	8.5	6.9	62.5	23.8	62.8	70.1
	동남권	11.1	13.7	2.8	48.8	19.1	67.1	61.6
	강원권	4.5	15.5	0.4	26.1	13.7	62.3	71.2
행정구역	동	9.0	10.6	4.2	46.4	22.6	68.2	65.9
	읍면	7.3	17.7	4.2	46.7	17.5	59.9	58.7
가구원 수	1인	1.0	11.8	1.5	44.7	32.0	62.7	58.1
	2인	2.1	12.5	2.2	47.4	19.2	64.6	65.2
	3인	11.3	9.2	3.9	44.6	24.7	72.7	66.1
	4인 이상	21.5	12.6	9.4	48.5	15.0	67.8	68.6
가구주 성별	남	8.3	11.1	4.8	48.0	16.9	66.0	67.5
	여	9.7	12.6	3.0	43.4	32.0	68.9	59.7
가구주 연령	20대	6.9	9.2	3.2	41.4	25.7	58.3	48.4
	30대	12.9	4.1	0.7	36.1	34.7	72.4	63.3
	40대	21.2	12.9	10.8	43.0	24.0	72.3	61.5
	50대	4.8	11.1	4.0	50.0	19.9	67.1	67.0
	60대 이상	1.3	15.5	1.7	52.1	14.8	61.1	68.2
가구주 최종학력	중졸 이하	1.9	17.1	3.7	44.2	5.8	50.3	63.3
	고졸	3.9	15.2	1.9	50.1	16.6	63.8	63.5
	전문대졸 이상	12.6	8.8	5.8	44.1	26.7	70.4	66.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	12.5	8.4	5.6	44.7	26.5	69.7	65.0
	서비스/판매직	5.5	13.0	3.3	45.6	20.3	65.1	60.0
	기계/농림어업/단순노무	7.3	13.6	3.4	47.3	16.2	64.9	72.0
	기타	6.6	16.6	2.7	54.4	20.5	66.0	62.8
월평균 가구소득	200만원 미만	3.7	18.2	1.2	47.8	13.3	54.1	58.7
	200~400만원 미만	6.7	11.4	3.0	44.3	24.8	62.9	61.1
	400~600만원 미만	9.9	9.3	4.0	47.1	19.7	70.9	69.0
	600만원 이상	13.0	13.7	8.5	48.7	24.7	72.9	66.8

주: 현재 건강기능식품을 복용한다고 응답한 가구 대상임.

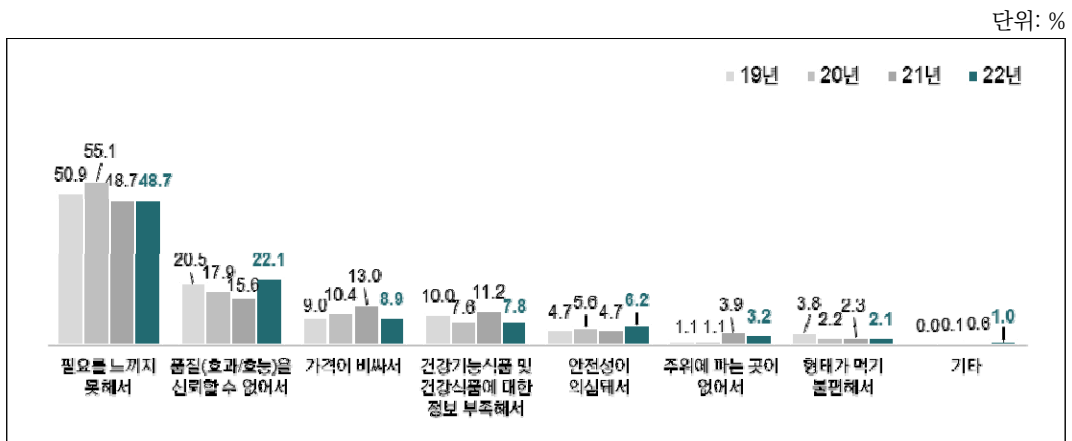
4.15. 건강기능식품 복용하지 않는 이유

○ 건강기능식품을 복용하지 않는 가장 큰 이유는 ‘필요를 느끼지 못해서’(48.7%)이며, ‘품질(효과/효능)을 신뢰할 수 없어서’(22.1%)도 주요 이유임.

- 모든 지역에서 '필요를 느끼지 못해서'의 응답이 가장 높게 나타났으며, 호남권과 대경권의 경우 '품질(효과/효능)을 신뢰할 수 없어서'의 비율도 상대적으로 높은 특징

○ 건강기능식품을 복용하지 않는 이유로 전년 대비 '품질(효과/효능)을 신뢰할 수 없어서'라고 응답한 비율이 큰 폭으로 증가하였으나, '가격이 비싸서'와 '건강기능식품 및 건강식품에 대한 정보 부족'의 비율이 큰 폭 감소함.

〈그림 4-58〉 건강기능식품 복용하지 않는 이유(1+2 가중평균)



주: 현재 건강기능식품을 복용하지 않는다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-59〉 건강기능식품 복용하지 않는 이유(1+2 가중평균)

단위: %

구분		필요를 느끼지 못해서	품질(효과/효능)을 신뢰할 수 없어서	건강기능식품 및 건강식품에 대한 정보 부족	주위에 파는 곳이 없어서	가격이 비싸서	안전성이 의심돼서	형태가 먹기 불편해서	기타
전체		48.7	22.1	7.8	3.2	8.9	6.2	2.1	1.0
거주지역	수도권	54.2	19.5	6.2	1.0	8.4	6.5	3.2	1.0
	충청권	52.8	13.4	13.9	5.7	8.1	3.7	2.4	0.0
	호남권	33.0	31.9	6.8	6.4	9.1	8.4	1.7	2.7
	대경권	35.9	32.1	10.1	0.4	12.4	7.6	0.0	1.5
	동남권	46.3	25.7	7.0	6.1	7.9	5.5	0.7	0.7
	강원권	63.4	10.4	1.8	6.7	10.0	5.0	2.6	0.0
행정구역	동	48.9	21.7	8.4	3.0	8.2	6.8	2.3	0.9
	읍면	47.9	23.8	5.7	4.3	11.9	3.6	1.4	1.5

(계속)

구분		필요를 느끼지 못해서	품질 (효과/효능)을 신뢰할 수 없어서	건강기능식품 및 건강식품에 대한 정보 부족	주위에 파는 곳이 없어서	가격이 비싸서	안전성이 의심돼서	형태가 먹기 불편해서	기타
가구원 수	1인	48.4	20.4	7.1	3.0	9.5	7.5	3.7	0.4
	2인	47.6	25.2	6.2	2.9	10.2	4.5	2.0	1.5
	3인	48.0	19.8	11.0	2.7	9.0	6.5	1.9	1.1
	4인 이상	51.6	22.5	8.1	4.8	5.7	6.2	0.0	1.1
가구주 성별	남	49.2	22.1	7.7	3.8	8.8	5.9	1.4	1.0
	여	47.5	21.9	8.1	1.8	9.1	6.7	3.9	1.0
가구주 연령	20대	56.3	23.5	2.4	2.9	1.9	5.0	7.9	0.0
	30대	59.3	20.1	6.1	2.3	4.8	4.6	2.3	0.6
	40대	54.5	19.0	7.2	3.7	9.4	6.2	0.0	0.0
	50대	36.6	26.9	10.5	3.7	10.0	6.9	1.4	4.0
	60대 이상	37.0	22.9	10.5	3.8	15.3	7.9	2.2	0.3
가구주 최종학력	중졸 이하	33.9	16.8	14.2	4.7	22.5	6.5	0.4	1.1
	고졸	42.1	23.4	9.8	4.2	11.0	6.5	1.9	1.0
	전문대졸 이상	53.2	22.0	6.2	2.6	6.5	6.0	2.4	1.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	56.2	18.9	6.8	2.0	7.2	5.6	2.9	0.4
	서비스/판매직	44.3	26.3	7.0	3.9	6.8	5.9	2.6	3.2
	기계/농림어업/단순노무	41.3	25.4	7.9	5.8	12.9	6.6	0.1	0.0
	기타	25.4	19.9	21.2	2.6	19.7	11.2	0.0	0.0
월평균 가구소득	200만원 미만	40.9	20.0	11.5	4.2	15.9	4.8	1.5	1.3
	200~400만원 미만	45.8	24.3	6.2	3.4	9.3	7.4	3.1	0.5
	400~600만원 미만	53.1	19.1	8.9	2.2	7.6	6.1	1.7	1.3
	600만원 이상	53.3	24.4	6.9	4.4	4.8	4.0	0.7	1.5

주: 현재 건강기능식품을 복용하지 않는다고 응답한 가구 대상임.

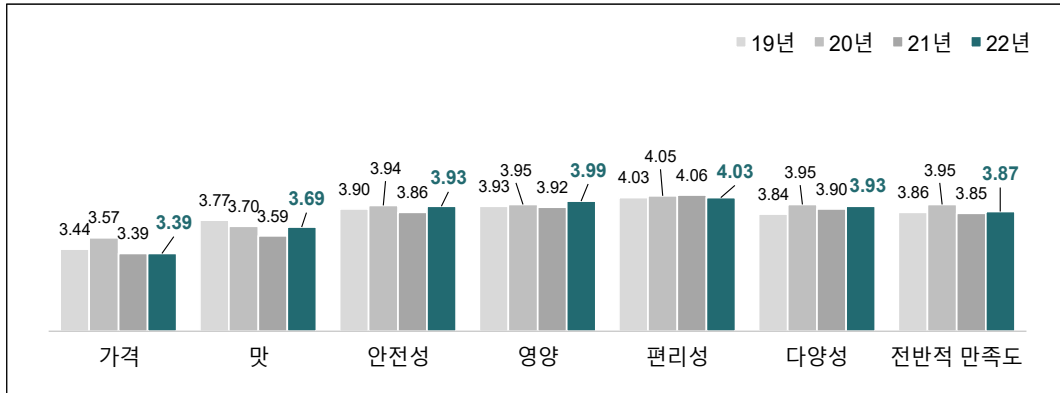
4.16. 건강기능식품 요소별 만족도

○ 건강기능식품에 대한 전반적인 만족도는 3.87점으로, ‘편리성’에 대한 부분이 가장 높음(4.03점). 다음으로 ‘영양’(3.99점), ‘다양성’과 ‘안전성’(3.93점), ‘맛’(3.69점), ‘가격’(3.39점)의 순으로 나타남. 전년 대비 ‘편리성’의 만족도가 하락함.

- 거주지역에 따라 살펴보면, 호남권과 강원권은 ‘안전성’에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며, 그 외 지역에서는 ‘편리성’에 대한 만족도가 가장 높은 수준

〈그림 4-59〉 건강기능식품 요소별 만족도

단위: 점/5점



주 1) 현재 건강기능식품을 복용한다고 응답한 가구 대상임.

2) '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-60〉 건강기능식품 요소별 만족도

단위: 점/5점

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
전체		3.39	3.69	3.93	3.99	4.03	3.93	3.87
거주지역	수도권	3.42	3.65	3.91	3.99	4.05	3.93	3.88
	충청권	3.49	3.72	4.02	4.19	4.21	4.04	3.96
	호남권	3.29	3.73	3.98	3.96	3.85	3.78	3.82
	대경권	2.99	3.55	3.80	3.89	4.01	4.00	3.74
	동남권	3.45	3.85	3.95	3.94	4.04	3.93	3.88
	강원권	3.67	3.74	3.93	3.97	3.92	3.80	4.01
행정구역	동	3.42	3.69	3.93	3.99	4.05	3.95	3.88
	읍면	3.14	3.67	3.91	4.00	3.91	3.81	3.79
가구원 수	1인	3.49	3.79	3.91	4.04	4.14	3.96	3.89
	2인	3.30	3.63	3.90	3.98	3.98	3.91	3.86
	3인	3.41	3.64	3.97	3.99	4.03	3.95	3.87
	4인 이상	3.40	3.74	3.93	3.96	4.03	3.91	3.88
가구주 성별	남	3.38	3.68	3.94	4.00	4.05	3.94	3.87
	여	3.39	3.71	3.90	3.97	4.00	3.89	3.88
가구주 연령	20대	3.68	3.51	3.68	4.12	3.98	4.00	3.92
	30대	3.44	3.70	3.91	3.99	4.09	3.92	3.87
	40대	3.56	3.75	3.98	4.05	4.06	3.91	3.89
	50대	3.36	3.69	3.93	3.96	4.02	3.92	3.89
	60대 이상	3.21	3.65	3.92	3.96	4.00	3.94	3.84

(계속)

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
가구주 최종학력	중졸 이하	3.01	3.56	3.89	3.96	3.88	3.96	3.77
	고졸	3.31	3.64	3.91	3.98	4.00	3.93	3.87
	전문대졸 이상	3.46	3.73	3.94	4.00	4.07	3.92	3.87
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.51	3.76	3.96	4.01	4.04	3.94	3.89
	서비스/판매직	3.39	3.69	3.92	3.98	4.07	3.95	3.86
	기계/농림어업/단순노무	3.21	3.57	3.89	3.99	4.00	3.91	3.83
	기타	3.25	3.63	3.90	3.93	4.00	3.85	3.92
월평균 가구소득	200만원 미만	3.14	3.63	3.88	3.97	3.96	3.88	3.84
	200~400만원 미만	3.39	3.64	3.90	4.00	4.05	3.92	3.87
	400~600만원 미만	3.42	3.70	3.95	3.98	4.01	3.94	3.89
	600만원 이상	3.41	3.78	3.95	3.99	4.08	3.93	3.84

주 1) 현재 건강기능식품을 복용한다고 응답한 가구 대상임.

2) '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

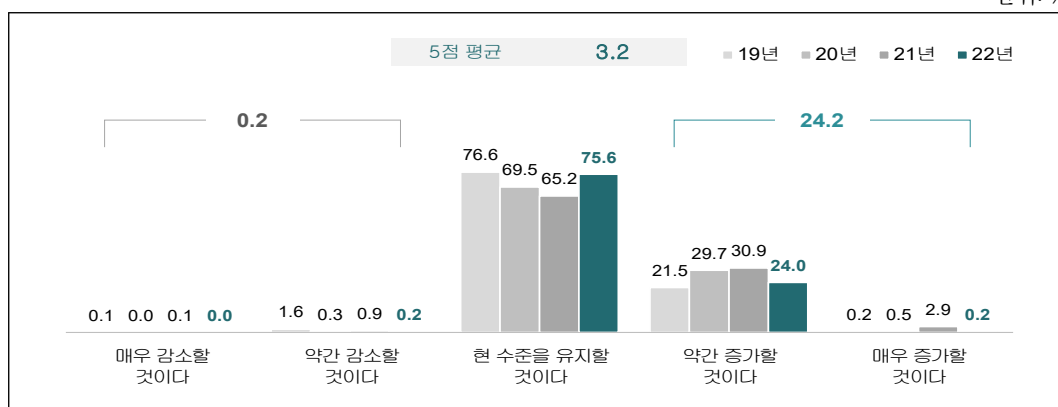
4.17. 향후 1년 건강기능식품 구입 의향

○ 향후 1년 건강기능식품 구입 의향에 대해서 '현 수준을 유지할 것이다'라는 응답은 75.6%로 나타났으며, '증가'는 24.2%(매우 증가: 0.2% + 약간 증가: 24.0%)로 나타남. 전년 대비 '현 수준을 유지할 것이다' 응답이 큰 폭으로 증가함.

- 호남권이 가장 높은 증가 의향을 보이며, 가구원 수가 많을수록 구입 의향이 긍정적

〈그림 4-60〉 향후 1년 건강기능식품 구입 의향

단위: %



주: 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-61〉 향후 1년 건강기능식품 구입 의향

단위: %, 점/5점

구분		매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다	평균 (점)
전체		0.0	0.2	75.6	24.0	0.2	3.24
거주지역	수도권	0.0	0.3	71.9	27.7	0.1	3.28
	충청권	0.0	0.0	87.6	12.2	0.2	3.13
	호남권	0.0	0.0	61.8	38.2	0.0	3.38
	대경권	0.0	0.4	87.5	11.9	0.2	3.12
	동남권	0.0	0.0	79.8	19.7	0.4	3.21
	강원권	0.0	0.7	83.3	15.5	0.6	3.16
행정구역	동	0.0	0.2	74.2	25.4	0.2	3.26
	읍면	0.0	0.3	83.3	16.3	0.1	3.16
가구원 수	1인	0.0	0.6	80.1	19.3	0.0	3.19
	2인	0.0	0.1	75.4	24.4	0.1	3.24
	3인	0.0	0.0	73.9	25.9	0.2	3.26
	4인 이상	0.0	0.1	73.4	26.1	0.4	3.27
	가구주 성별	남	0.0	0.0	75.4	24.3	0.2
	여	0.0	0.6	76.1	23.4	0.0	3.23
가구주 연령	20대	0.0	2.8	73.6	23.3	0.4	3.21
	30대	0.0	0.2	77.4	22.0	0.3	3.22
	40대	0.0	0.1	71.2	28.8	0.0	3.29
	50대	0.0	0.0	76.1	23.7	0.2	3.24
	60대 이상	0.0	0.0	77.6	22.2	0.2	3.23
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.0	83.5	16.5	0.0	3.16
	고졸	0.0	0.1	79.2	20.6	0.2	3.21
	전문대졸 이상	0.0	0.3	72.8	26.7	0.2	3.27
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	0.3	75.8	23.6	0.3	3.24
	서비스/판매직	0.0	0.2	71.4	28.3	0.1	3.28
	기계/농림어업/단순노무	0.0	0.0	78.5	21.5	0.0	3.22
	기타	0.0	0.0	81.3	18.7	0.0	3.19
월평균 가구소득	200만원 미만	0.0	0.0	85.4	14.6	0.0	3.15
	200~400만원 미만	0.0	0.5	77.5	21.9	0.1	3.22
	400~600만원 미만	0.0	0.1	74.7	25.1	0.2	3.25
	600만원 이상	0.0	0.0	68.1	31.5	0.4	3.32

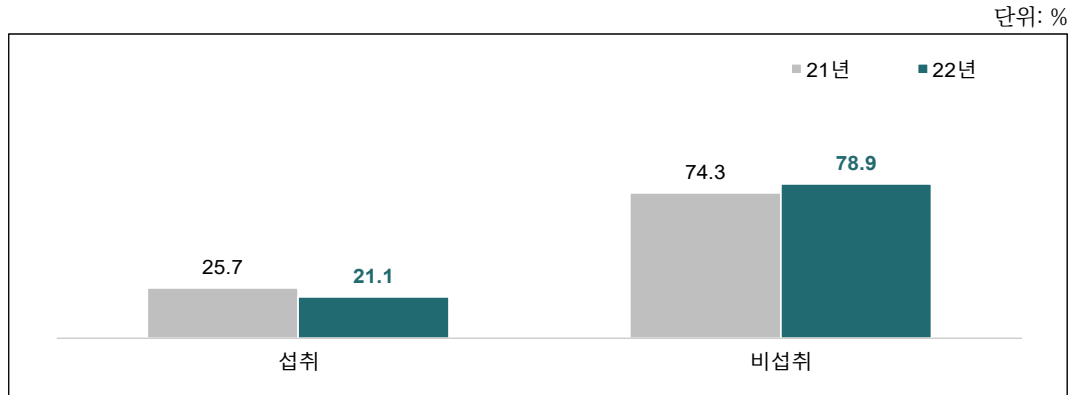
주: 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

4.18. 건강식품 섭취 여부

○ 건강기능식품으로 인증받지 않았지만, 건강 유지를 위해 섭취하고 있는 식품이 있는 비중은 21.1%로 나타남.

- 거주지역별로 호남권에서 상대적으로 높은 비중(41.0%)을 보이며, 가구주 연령이 증가하면 섭취율도 증가하는 경향

〈그림 4-61〉 건강식품 섭취 여부



〈표 4-62〉 건강식품 섭취 여부

단위: %

구분		섭취	비섭취
전체		21.1	78.9
거주지역	수도권	19.0	81.0
	충청권	13.0	87.0
	호남권	41.0	59.0
	대경권	28.7	71.3
	동남권	16.2	83.8
	강원권	14.3	85.7
행정구역	동	20.5	79.5
	읍면	24.5	75.5
가구원 수	1인	14.5	85.5
	2인	26.9	73.1
	3인	17.2	82.8
	4인 이상	23.4	76.6
가구주 성별	남	20.9	79.1
	여	21.7	78.3
가구주 연령	20대	8.6	91.4
	30대	14.0	86.0
	40대	17.8	82.2
	50대	24.0	76.0
	60대 이상	28.5	71.5

(계속)

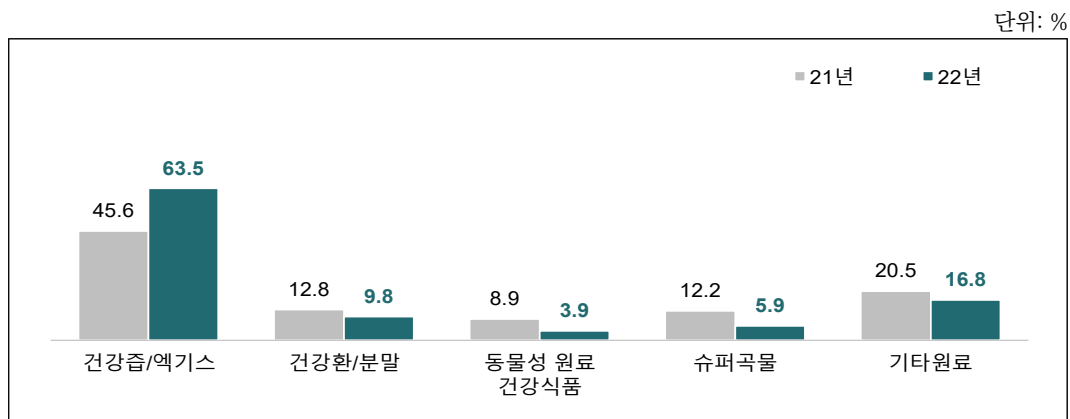
구분		섭취	비섭취
가구주 최종학력	중졸 이하	19.4	80.6
	고졸	26.2	73.8
	전문대졸 이상	18.2	81.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	17.8	82.2
	서비스/판매직	23.1	76.9
	기계/농림어업/단순노무	22.2	77.8
	기타	28.9	71.1
월평균 가구소득	200만원 미만	20.6	79.4
	200~400만원 미만	20.6	79.4
	400~600만원 미만	19.1	80.9
	600만원 이상	26.6	73.4

4.19. 건강식품 섭취 종류

○ 건강기능식품으로 인증받지 않은 식품 중 ‘건강즙/엑기스’의 섭취율이 63.5%로 가장 높았으며, 그 외에 ‘기타원료’(16.8%), ‘건강환/분말’(9.8%) 등 순으로 조사됨.

- 강원권을 제외한 모든 지역에서 ‘건강즙/엑기스’의 비율이 가장 높게 나타났으며, 강원권은 ‘기타원료’가 가장 높은 특징

〈그림 4-62〉 건강식품 섭취 종류



주: 건강식품을 섭취한다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-63〉 건강식품 섭취 종류

단위: %

구분		건강즙/ 엑기스	건강환/ 분말	동물성 원료 건강식품	슈퍼곡물	기타원료
전체		63.5	9.8	3.9	5.9	16.8
거주지역	수도권	68.3	9.0	2.1	6.0	14.6
	충청권	60.6	2.6	1.9	9.9	25.1
	호남권	68.3	7.9	2.8	1.3	19.7
	대경권	57.5	8.4	7.9	8.6	17.6
	동남권	50.1	21.9	8.1	9.2	10.7
	강원권	33.2	13.4	11.3	3.9	38.1
행정구역	동	62.4	10.0	4.1	6.8	16.6
	읍면	68.4	8.9	2.8	2.1	17.8
가구원 수	1인	58.8	19.4	0.8	4.8	16.2
	2인	64.1	7.6	5.9	4.8	17.5
	3인	59.2	9.5	2.5	7.8	21.0
	4인 이상	68.6	7.9	3.4	7.1	12.9
가구주 성별	남	60.5	8.0	5.3	7.6	18.6
	여	69.7	13.5	1.0	2.6	13.1
가구주 연령	20대	83.9	0.0	0.0	16.1	0.0
	30대	78.3	5.5	1.9	1.8	12.5
	40대	62.1	9.5	4.2	11.2	13.0
	50대	64.8	15.0	3.9	5.3	11.0
	60대 이상	56.9	8.2	4.7	4.8	25.3
가구주 최종학력	중졸 이하	51.0	7.0	4.9	0.0	37.1
	고졸	59.0	11.4	3.9	5.0	20.7
	전문대졸 이상	68.6	8.7	3.8	7.3	11.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	66.5	7.5	4.9	8.8	12.4
	서비스/판매직	60.2	10.9	2.7	3.9	22.2
	기계/농림어업/단순노무	58.6	10.0	5.4	6.8	19.2
	기타	72.3	14.2	0.8	0.7	12.0
월평균 가구소득	200만원 미만	63.9	6.1	0.7	4.4	24.9
	200~400만원 미만	61.8	11.3	3.6	5.8	17.6
	400~600만원 미만	65.5	8.2	3.5	4.4	18.4
	600만원 이상	63.3	11.4	6.3	9.1	9.8

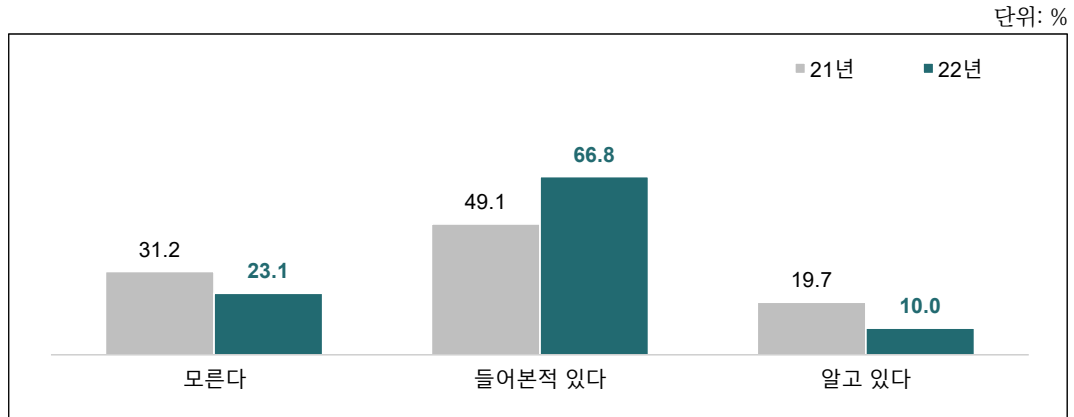
주: 건강식품을 섭취한다고 응답한 가구 대상임.

4.20. 일반식품 기능성 표시제도 인지도

○ 일반식품 기능성 표시제도에 대해 10.0%는 '알고 있다'라고 응답하였으며, 66.8%는 '들어본 적은 있지만 정확히는 모른다'라고 응답함.

- 거주지역별로 '알고 있다'라는 응답은 충청권에서 16.7%로 다른 지역보다 높았으며, 강원권이 1.6%로 가장 낮은 수준

〈그림 4-63〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도



〈표 4-64〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도

단위: %

구분		모른다	들어본 적 있다	알고 있다
전체		23.1	66.8	10.0
거주지역	수도권	21.5	68.8	9.7
	충청권	17.8	65.5	16.7
	호남권	19.0	75.7	5.3
	대경권	22.5	65.9	11.6
	동남권	30.5	59.2	10.3
	강원권	50.3	48.1	1.6
행정구역	동	23.3	66.8	10.0
	읍면	22.6	66.9	10.5
가구원 수	1인	30.1	63.6	6.3
	2인	24.0	67.5	8.5
	3인	19.1	70.0	10.9
	4인 이상	19.3	65.6	15.1
가구주 성별	남	22.6	65.8	11.5
	여	24.2	68.9	6.9
가구주 연령	20대	33.6	58.4	8.1
	30대	20.4	66.5	13.1
	40대	18.9	69.6	11.6
	50대	21.5	68.6	9.9
	60대 이상	28.1	64.8	7.1

(계속)

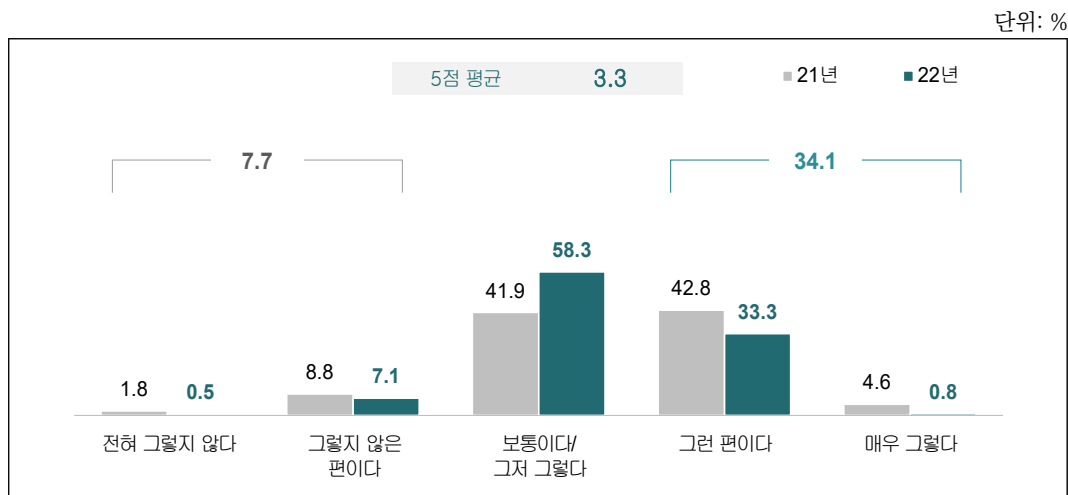
구분		모른다	들어본 적 있다	알고 있다
가구주 최종학력	중졸 이하	30.7	61.1	8.2
	고졸	27.3	65.2	7.5
	전문대졸 이상	20.0	68.2	11.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	19.5	69.2	11.2
	서비스/판매직	26.7	63.8	9.5
	기계/농림어업/단순노무	23.6	66.5	9.9
	기타	29.1	65.0	6.0
월평균 가구소득	200만원 미만	41.1	54.2	4.7
	200~400만원 미만	24.8	68.5	6.7
	400~600만원 미만	17.3	69.4	13.3
	600만원 이상	21.8	64.7	13.5

4.21. 일반식품 기능성 표시 제품 구입 의향

○ 일반식품 기능성 표시 제품의 구입 의향은 34.1%이며, 구입하지 않겠다는 응답은 7.7%로 나타남.

- 구입 의향은 대경권(20.5%)에서, 20대(27.5%)에서 비교적 낮은 수준

〈그림 4-64〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입 의향



주: 평균은 '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-65〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입 의향

단위: %, 점/5점

구분		전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다	평균 (점)
전체		0.5	7.1	58.3	33.3	0.8	3.27
거주지역	수도권	0.1	8.5	55.9	35.3	0.2	3.27
	충청권	0.0	2.1	60.2	35.8	1.9	3.38
	호남권	1.9	2.5	63.0	32.5	0.0	3.26
	대경권	0.6	10.9	68.1	18.8	1.6	3.10
	동남권	0.6	6.3	56.8	35.4	1.0	3.30
	강원권	3.8	11.3	49.0	29.9	5.9	3.23
행정구역	동	0.5	7.2	58.4	33.0	0.9	3.27
	읍면	0.8	6.6	57.3	35.1	0.2	3.27
가구원 수	1인	1.0	9.8	57.6	30.5	1.1	3.21
	2인	0.5	6.7	59.4	32.8	0.6	3.26
	3인	0.3	6.5	60.3	32.3	0.5	3.26
	4인 이상	0.3	5.8	55.2	37.7	1.0	3.33
가구주 성별	남	0.6	6.1	59.8	32.8	0.7	3.27
	여	0.5	9.2	55.0	34.3	1.0	3.26
가구주 연령	20대	0.3	10.8	61.4	27.5	0.0	3.16
	30대	0.5	7.9	56.1	34.3	1.2	3.28
	40대	0.0	6.9	58.6	33.8	0.7	3.28
	50대	0.5	5.8	55.3	38.0	0.4	3.32
	60대 이상	1.1	7.2	61.6	29.2	0.9	3.22
가구주 최종학력	중졸 이하	1.6	7.2	66.8	24.2	0.3	3.14
	고졸	0.7	5.8	62.2	30.5	0.8	3.25
	전문대졸 이상	0.4	7.9	55.1	35.8	0.8	3.29
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	6.8	56.1	36.0	1.0	3.31
	서비스/판매직	1.1	6.2	58.7	33.2	0.8	3.26
	기계/농림어업/단순노무	0.6	7.3	61.1	30.5	0.6	3.23
	기타	0.7	11.5	60.7	27.1	0.0	3.14
월평균 가구소득	200만원 미만	1.5	6.4	63.4	27.9	0.8	3.20
	200~400만원 미만	0.6	8.8	59.6	30.3	0.7	3.22
	400~600만원 미만	0.4	7.0	57.9	34.2	0.6	3.28
	600만원 이상	0.3	4.2	53.3	40.9	1.3	3.39

주: 평균은 '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

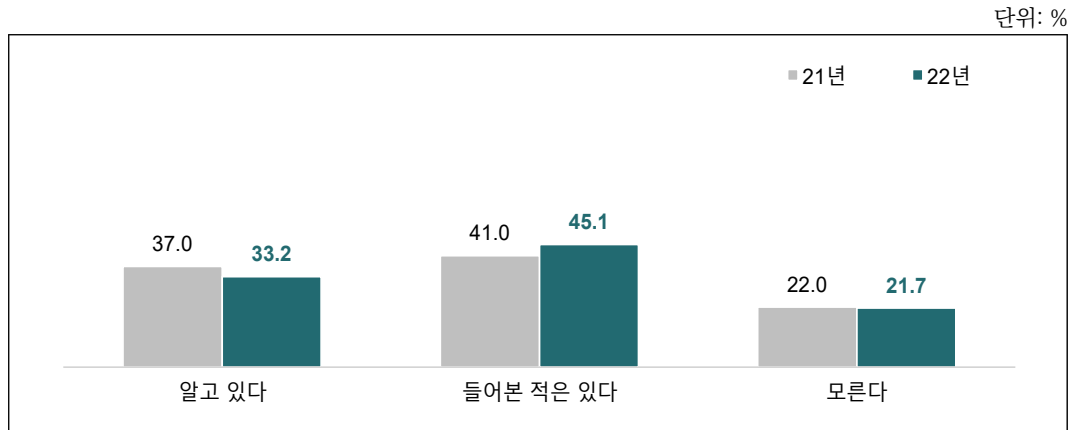
5. 유기농식품 구입 현황

5.1. 유기농식품 인지도

○ 유기농식품에 대해 33.2%가 '알고 있다'라고 응답하였으며, 45.1%는 '들어본 적이 있다'라고 응답함.

- 거주지역에 따라 살펴보면, '알고 있다'라는 응답은 수도권(36.7%)과 동남권(36.0%)에서 높았으며, 강원권(6.2%)에서 상대적으로 낮은 수준

〈그림 4-65〉 유기농식품 인지도



〈표 4-66〉 유기농식품 인지도

단위: %

구분		알고 있다	들어본 적은 있다	모른다
전체		33.2	45.1	21.7
거주지역	수도권	36.7	46.6	16.7
	충청권	33.3	36.1	30.6
	호남권	23.4	62.0	14.5
	대경권	30.3	42.2	27.5
	동남권	36.0	37.9	26.0
	강원권	6.2	37.4	56.4
행정구역	동	32.7	45.7	21.6
	읍면	36.3	41.9	21.8

(계속)

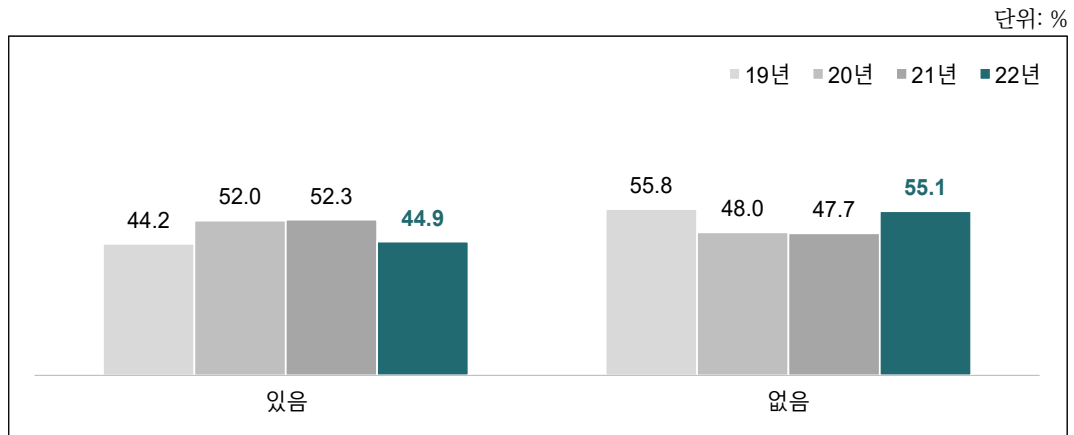
구분		알고 있다	들어본 적은 있다	모른다
가구원 수	1인	28.4	45.0	26.5
	2인	31.5	44.4	24.1
	3인	35.5	45.8	18.7
	4인 이상	38.0	45.5	16.5
가구주 성별	남자	30.9	46.7	22.4
	여자	38.2	41.8	20.1
가구주 연령	20대	29.7	40.1	30.2
	30대	38.8	42.8	18.4
	40대	37.9	44.0	18.1
	50대	31.0	51.7	17.3
	60대 이상	28.2	42.8	29.0
가구주 최종학력	중졸 이하	11.6	41.3	47.2
	고졸	29.6	44.8	25.6
	전문대졸 이상	37.2	45.6	17.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	34.9	46.7	18.4
	서비스/판매직	33.2	45.0	21.8
	기계/농림어업/단순노무	26.7	47.3	26.0
	기타	41.4	31.6	27.0
월평균 가구소득	200만원 미만	23.2	32.3	44.5
	200~400만원 미만	29.5	47.4	23.1
	400~600만원 미만	37.9	44.9	17.2
	600만원 이상	37.2	47.6	15.2

5.2. 유기 가공식품 구입 경험

○ 유기 가공식품을 구입한 경험이 '있는' 응답자는 44.9%로, 전년 대비 7.4%p 하락함.

- 수도권(50.2%)의 구입 경험률이 가장 높고, 강원권(24.6%)에서 가장 낮은 수준
- 가구원 수가 많을수록 구입 경험률이 높아지는 경향

〈그림 4-66〉 유기농식품 구입 경험



〈표 4-67〉 유기농식품 구입 경험

단위: %

구분		있음	없음
전체		44.9	55.1
거주지역	수도권	50.2	49.8
	충청권	34.4	65.6
	호남권	48.4	51.6
	대경권	37.1	62.9
	동남권	41.6	58.4
	강원권	24.6	75.4
행정구역	동	44.4	55.6
	읍면	47.2	52.8
가구원 수	1인	40.9	59.1
	2인	42.0	58.0
	3인	47.3	52.7
	4인 이상	50.3	49.7
가구주 성별	남자	42.1	57.9
	여자	50.7	49.3
가구주 연령	20대	32.2	67.8
	30대	54.5	45.5
	40대	51.4	48.6
	50대	41.2	58.8
	60대 이상	38.4	61.6
가구주 최종학력	중졸 이하	19.0	81.0
	고졸	41.5	58.5
	전문대졸 이상	49.1	50.9

(계속)

구분		있음	없음
가구주 직업	관리/전문/사무직	47.1	52.9
	서비스/판매직	45.3	54.7
	기계/농림어업/단순노무	40.4	59.6
	기타	43.3	56.7
월평균 가구소득	200만원 미만	28.1	71.9
	200~400만원 미만	40.6	59.4
	400~600만원 미만	48.6	51.4
	600만원 이상	55.6	44.4

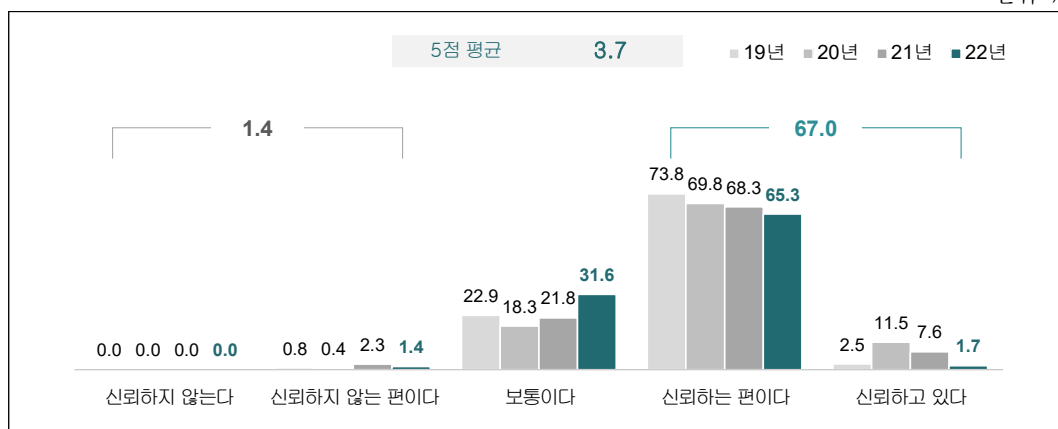
5.3. 유기 가공식품 인증품질 신뢰도

○ 유기 가공식품의 인증품질에 대해 ‘신뢰한다’고 응답한 비중이 67.0%로 높은 수준이나, 신뢰도는 매년 소폭 하락함.

- 거주지역에 따라 살펴보면, 동남권(3.94점)에서 가장 높은 점수를 보였으며, 강원권(3.33점)에서 가장 낮은 수준
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 3인 가구에서 상대적으로 가장 높은 점수

〈그림 4-67〉 유기 가공식품 인증품질 신뢰도

단위: %



주 1) 유기 가공식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

2) 평균은 '신뢰하지 않는다' 응답을 1점~'신뢰하고 있다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-68〉 유기가공식품 인증품질 신뢰도

단위: %, 점/5점

구분		신뢰하지 않는 편이다	보통이다	신뢰하는 편이다	신뢰하고 있다	평균(점)
전체		1.4	31.6	65.3	1.7	3.67
거주 지역	수도권	2.0	32.3	64.6	1.1	3.65
	충청권	2.4	33.1	63.6	0.9	3.63
	호남권	0.4	40.3	59.0	0.3	3.59
	대경권	0.0	39.1	60.0	0.9	3.62
	동남권	0.0	12.5	80.9	6.6	3.94
	강원권	1.4	63.7	34.9	0.0	3.33
행정 구역	동	1.6	32.0	64.6	1.9	3.67
	읍면	0.5	29.6	68.8	1.1	3.71
가구원 수	1인	1.7	40.1	56.9	1.3	3.58
	2인	2.5	34.6	61.5	1.4	3.62
	3인	0.7	23.4	74.6	1.3	3.77
	4인 이상	0.6	29.3	67.2	2.9	3.72
가구주 성별	남자	0.7	32.3	64.9	2.1	3.68
	여자	2.6	30.4	65.9	1.1	3.66
가구주 연령	20대	0.0	18.6	81.4	0.0	3.81
	30대	2.9	34.8	61.0	1.2	3.61
	40대	0.0	26.2	72.6	1.2	3.75
	50대	1.4	31.9	64.6	2.2	3.68
	60대 이상	1.6	35.5	60.3	2.6	3.64
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.8	54.6	41.5	0.0	3.38
	고졸	1.3	34.7	61.2	2.7	3.65
	전문대졸 이상	1.4	29.2	68.1	1.3	3.69
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.9	28.7	67.3	2.1	3.70
	서비스/판매직	0.3	35.0	62.9	1.8	3.66
	기계/농림어업/단순노무	0.4	32.7	65.4	1.4	3.68
	기타	5.0	33.6	61.4	0.0	3.56
월평균 가구 소득	200만원 미만	1.3	39.0	56.4	3.3	3.62
	200~400만원 미만	1.7	39.2	58.5	0.5	3.58
	400~600만원 미만	1.4	29.8	66.7	2.1	3.69
	600만원 이상	0.9	20.9	75.7	2.5	3.80

주 1) 유기가공식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

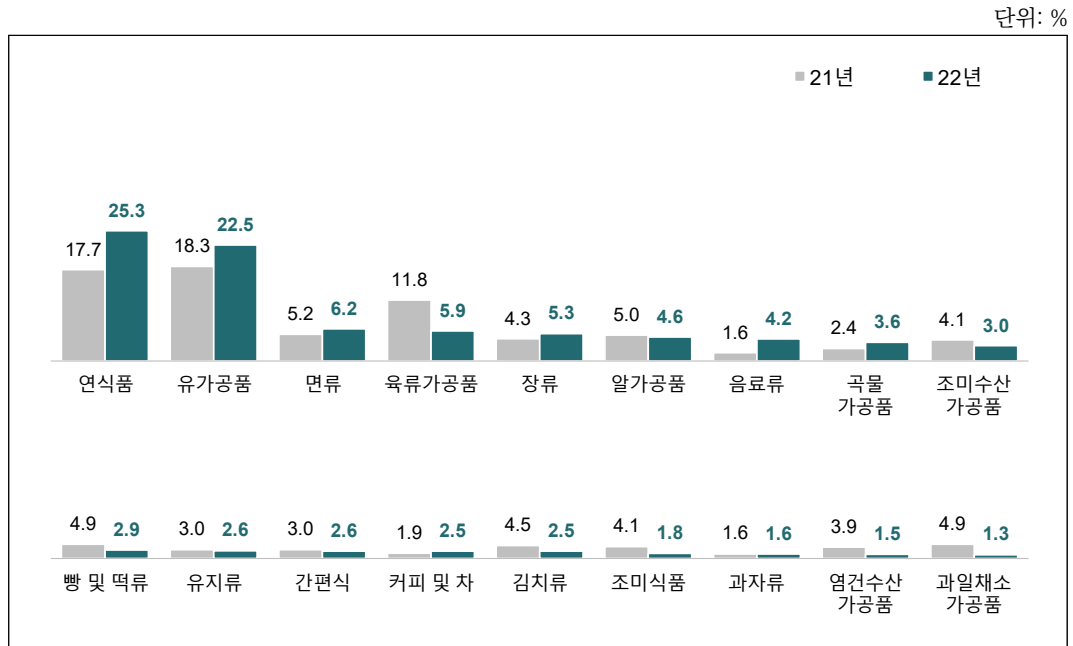
2) 평균은 '신뢰하지 않는다' 응답을 1점~'신뢰하고 있다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

5.4. 최근 1년 구입 경험 있는 유기가공식품 종류

○ 최근 1년 구입해 본 유기가공식품은 '연식품'이 25.3%로 가장 높게 나타남. 다음으로 '유가공품'(22.5%), '면류'(6.2%), '육류가공품'(5.9%) 등의 순으로 나타남.

- 충청권, 대경권, 동남권에서 '연식품'에 대한 구입 경험이 가장 높게 나타났으며, 대경권, 강원권에서 '유가공품'의 구매율이 상대적으로 높은 특징
- 4인 이상 가구에서 '유가공품' 구입 경험이 상대적으로 가장 높은 특징

〈그림 4-68〉 최근 1년 구입 경험있는 유기가공식품 종류



주: 유기가공식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-69〉 최근 1년 구입 경험있는 유기가공식품 종류

단위: %

구분	연식품	유가공품	면류	육류가공품	장류	알가공품	음료류	
전체	25.3	22.5	6.2	5.9	5.3	4.6	4.2	
거주지역	수도권	22.1	22.4	6.2	6.1	6.4	5.1	3.7
	충청권	33.3	15.6	8.3	4.2	3.9	8.1	3.8
	호남권	21.3	19.5	4.5	3.8	6.7	3.6	5.1
	대경권	30.1	35.2	2.6	3.6	1.9	2.1	3.9
	동남권	33.2	21.6	8.5	8.9	3.2	2.8	6.2
	강원권	29.6	30.6	5.3	7.3	0.0	6.4	5.0
행정구역	동	24.7	22.7	6.3	6.1	5.5	4.5	4.1
	읍면	28.1	21.3	5.9	4.6	4.3	5.3	4.8

(계속)

구분		연식품	유가공품	면류	육류가공품	장류	알가공품	음료류
가구원 수	1인	24.3	20.9	8.3	7.0	5.3	4.5	5.1
	2인	27.5	20.5	5.6	5.0	4.5	5.2	3.5
	3인	24.2	22.9	6.8	5.5	5.5	4.9	5.5
	4인 이상	24.4	25.9	4.8	6.3	6.2	3.8	3.2
가구주 성별	남자	25.5	23.2	5.9	5.7	4.6	5.2	4.3
	여자	24.9	21.3	6.8	6.2	6.6	3.6	4.2
가구주 연령	20대	28.0	16.9	10.7	10.8	0.9	4.3	1.5
	30대	24.8	23.4	5.9	6.7	5.1	5.5	2.6
	40대	22.3	24.4	6.1	7.2	5.2	5.0	4.5
	50대	26.2	22.4	7.1	4.5	7.5	3.1	6.0
	60대 이상	27.5	20.7	5.1	4.1	4.3	4.9	4.4
가구주 최종학력	중졸 이하	29.8	24.3	6.1	5.3	0.4	10.7	7.9
	고졸	27.9	20.9	5.5	4.7	5.3	3.7	4.5
	전문대졸 이상	23.7	23.3	6.6	6.5	5.5	4.9	4.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	23.9	22.0	6.4	7.0	5.9	5.4	4.1
	서비스/판매직	25.6	23.2	6.4	6.3	4.4	3.4	4.2
	기계/농림어업/단순노무	29.5	22.3	5.1	2.9	4.3	5.6	4.4
	기타	21.7	23.6	7.1	5.2	7.6	2.5	4.9
월평균 가구소득	200만원 미만	22.5	21.0	6.8	6.9	1.4	4.2	3.7
	200~400만원 미만	26.1	22.1	6.7	5.5	5.4	5.0	4.4
	400~600만원 미만	25.3	23.2	5.0	5.9	5.9	5.0	3.8
	600만원 이상	24.7	22.4	7.5	6.0	5.1	3.6	4.9

주: 유기가공식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상이며, 상위 7개만 제시함.

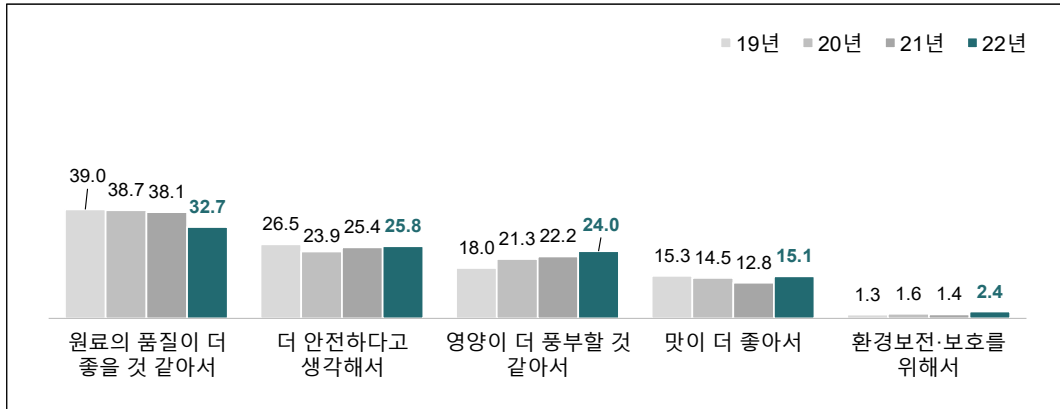
5.5. 유기가공식품 구입 이유

○ 유기가공식품을 구입하는 이유로 ‘원료의 품질이 더 좋을 것 같아서’(32.7%)가 가장 높게 나타났으며, ‘더 안전하다고 생각해서’(25.8%), ‘영양이 더 풍부할 것 같아서’(24.0%), ‘맛이 더 좋아서’(15.1%) 등의 순으로 나타남.

- 모든 지역에서 ‘원료의 품질이 더 좋을 것 같아서’가 가장 높은 특징
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 1인 가구에서 ‘더 안전하다고 생각해서’ 응답이 상대적으로 높은 특징

〈그림 4-69〉 유기농식품 구입 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 유기농식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-70〉 유기농식품 구입 이유(1+2 가중평균)

단위: %

구분		맛이 더 좋아서	원료의 품질이 더 좋을 것 같아서	영양이 더 풍부할 것 같아서	더 안전하다고 생각해서	환경보전·보호를 위해서
전체		15.1	32.7	24.0	25.8	2.4
거주지역	수도권	12.6	30.7	24.7	28.5	3.5
	충청권	9.2	35.7	29.4	23.8	1.8
	호남권	31.4	37.7	13.9	16.8	0.3
	대경권	6.7	40.9	19.5	31.4	1.5
	동남권	19.1	30.5	29.5	19.6	1.2
	강원권	18.3	26.8	23.3	31.7	0.0
행정구역	동	13.6	32.8	24.2	26.8	2.6
	읍면	22.6	32.2	23.5	20.2	1.5
가구원 수	1인	13.1	28.3	25.8	31.1	1.7
	2인	19.2	33.4	22.2	22.7	2.5
	3인	11.8	33.7	26.5	25.8	2.2
	4인 이상	14.8	34.5	22.4	25.1	3.2
가구주 성별	남	13.9	34.5	23.9	24.9	2.9
	여	17.1	29.5	24.4	27.3	1.7
가구주 연령	20대	24.4	32.8	24.6	18.2	0.0
	30대	11.3	27.6	26.9	31.4	2.9
	40대	13.5	31.2	28.2	23.4	3.7
	50대	15.4	34.1	21.3	27.5	1.7
	60대 이상	18.8	38.2	19.4	21.9	1.7
가구주 최종학력	중졸 이하	33.3	34.9	13.2	18.5	0.0
	고졸	18.0	37.9	19.7	23.1	1.3
	전문대졸 이상	13.0	29.9	26.7	27.4	3.1

(계속)

구분		맛이 더 좋아서	원료의 품질이 더 좋을 것 같아서	영양이 더 풍부할 것 같아서	더 안전하다고 생각해서	환경보전·보호를 위해서
가구주 직업	관리/전문/사무직	13.1	29.8	28.3	26.5	2.2
	서비스/판매직	13.7	33.6	21.9	27.0	3.8
	기계/농림어업/단순노무	19.5	37.4	17.4	24.4	1.3
	기타	20.1	34.4	23.4	20.2	1.9
월평균 가구소득	200만원 미만	18.6	34.8	17.2	27.9	1.4
	200~400만원 미만	14.9	31.9	23.8	28.3	1.0
	400~600만원 미만	15.7	33.5	22.9	24.7	3.2
	600만원 이상	13.2	32.0	28.3	23.1	3.5

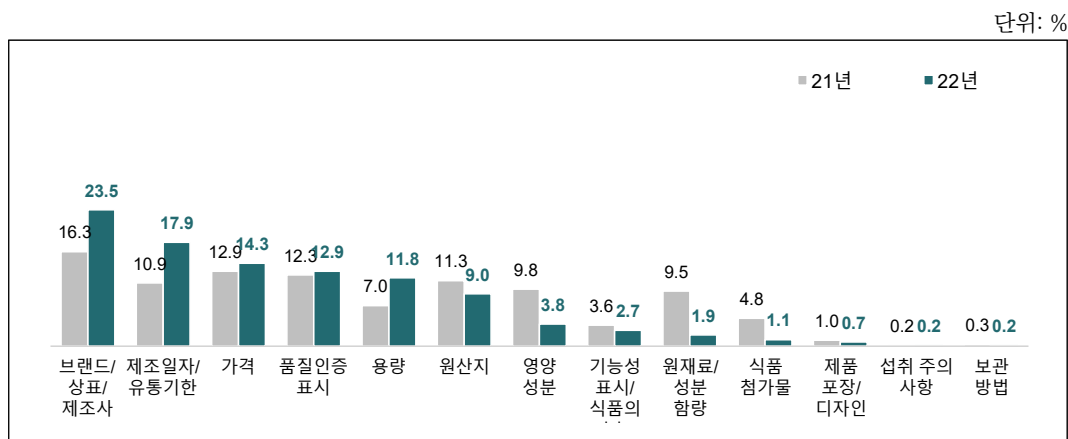
주: 유기가공식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

5.6. 유기가공식품 구매 시 우선 확인사항

○ 유기가공식품 구매 시 우선 확인하는 사항은 ‘브랜드/상표/제조사’(23.5%), ‘제조일자/유통기한’(17.9%), ‘가격’(14.3%) 등의 순으로 높게 나타남. 전년 대비 ‘브랜드/상표/제조사’(▲7.2%p)와 ‘제조일자/유통기한’(▲7.0%p)의 응답이 큰 폭 증가함.

- 강원권을 제외한 모든 지역에서 ‘브랜드/상표/제조사’에 대한 응답이 가장 높게 나타났고, 강원권의 경우 ‘제조일자/유통기한’이 가장 높은 응답
- 가구원 수에 상관없이 모든 가구에서 ‘브랜드/상표/제조사’가 가장 높은 응답

〈그림 4-70〉 유기가공식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)



주: 유기가공식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-71〉 유기가공식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)

단위: %

구분	가격	용량	브랜드/상표/제조사	제조일자/유통기한	품질인증표시	원산지	영양성분	식품첨가물	원재료/성분함량	제품포장/디자인	가능성표시/식품의효능	섭취주의사항	보관방법	
전체	14.3	11.8	23.5	17.9	12.9	9.0	3.8	1.1	1.9	0.7	2.7	0.2	0.2	
거주지역	수도권	16.6	10.3	18.2	18.9	16.1	10.2	2.6	1.0	1.6	0.7	3.4	0.3	0.3
	충청권	16.0	15.0	21.3	13.0	14.2	10.6	4.7	0.7	0.9	1.6	2.1	0.0	0.0
	호남권	8.3	19.1	33.5	18.7	3.8	4.9	7.2	1.8	0.9	0.2	1.3	0.3	0.0
	대경권	13.0	11.8	28.4	13.4	2.7	14.2	4.4	1.5	7.3	0.2	2.7	0.4	0.0
	동남권	9.3	9.8	35.4	17.8	12.5	4.9	4.6	0.6	1.7	1.3	1.9	0.1	0.1
	강원권	21.2	9.2	20.9	25.3	15.5	0.9	4.5	0.2	0.0	0.7	1.6	0.0	0.0
행정구역	동	14.4	11.1	23.1	18.0	13.1	9.2	3.9	1.1	1.8	0.7	3.0	0.3	0.2
	읍면	14.0	15.4	25.7	17.3	11.4	7.8	3.0	0.7	2.3	1.0	1.2	0.1	0.1
가구원수	1인	16.6	11.8	22.2	20.4	12.6	6.5	4.7	1.6	1.6	0.5	1.3	0.1	0.0
	2인	14.3	13.2	25.4	16.7	10.1	9.3	3.9	1.3	1.2	1.4	2.6	0.4	0.1
	3인	11.8	10.9	23.2	18.0	14.9	10.7	2.5	0.7	2.5	0.4	3.5	0.3	0.6
	4인 이상	15.0	11.0	22.7	17.2	14.5	8.9	4.1	0.6	2.4	0.5	3.2	0.0	0.0
가구주성별	남자	15.2	13.5	25.4	18.2	10.1	7.9	3.3	1.0	2.0	0.8	2.2	0.1	0.3
	여자	12.8	8.8	20.2	17.3	17.8	10.9	4.6	1.1	1.7	0.6	3.6	0.4	0.0
가구주연령	20대	13.1	9.5	28.5	11.7	17.4	11.3	1.4	2.9	2.9	0.7	0.8	0.0	0.0
	30대	12.8	10.9	19.8	19.3	16.0	8.8	4.4	1.3	1.6	0.8	3.2	0.8	0.3
	40대	18.5	10.2	22.9	16.7	13.4	9.4	2.8	0.5	2.1	0.4	2.7	0.0	0.2
	50대	11.2	12.6	24.7	19.1	11.9	8.4	3.9	0.9	2.5	0.7	3.7	0.1	0.2
	60대 이상	14.7	13.9	26.2	17.4	9.4	9.0	4.2	1.2	1.4	1.0	1.6	0.0	0.0
가구주최종학력	중졸 이하	14.0	5.3	35.1	20.3	12.2	7.2	2.1	1.6	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	고졸	15.8	14.6	24.9	17.7	8.9	8.1	4.3	0.9	1.1	1.0	2.7	0.0	0.0
	전문대졸 이상	13.6	10.5	22.4	17.9	14.9	9.5	3.5	1.1	2.3	0.6	2.8	0.3	0.3
가구주직업	관리/전문/사무직	13.5	11.2	24.4	18.2	13.6	8.3	3.7	1.2	1.3	0.8	3.0	0.5	0.3
	서비스/판매직	14.9	11.3	21.9	17.3	13.5	9.7	4.6	0.8	3.2	0.4	2.2	0.0	0.0
	기계/농림어업/단순노무	15.6	14.9	25.7	20.0	7.7	8.3	2.3	1.2	1.9	1.1	1.3	0.0	0.1
	기타	13.8	9.7	18.7	13.1	19.0	12.3	4.3	0.8	1.2	0.7	6.2	0.0	0.0
월평균가구소득	200만원 미만	14.0	13.7	34.0	20.4	10.1	4.5	1.1	0.2	0.3	1.2	0.5	0.0	0.0
	200~400만원 미만	15.8	12.9	22.2	18.1	12.6	8.0	4.2	1.4	1.4	0.8	2.2	0.1	0.3
	400~600만원 미만	14.1	10.5	22.0	18.6	13.6	9.9	4.1	0.9	2.2	0.9	2.9	0.2	0.0
	600만원 이상	12.4	11.9	25.3	15.6	12.7	10.2	3.1	0.9	2.6	0.3	4.0	0.7	0.4

주: 유기가공식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

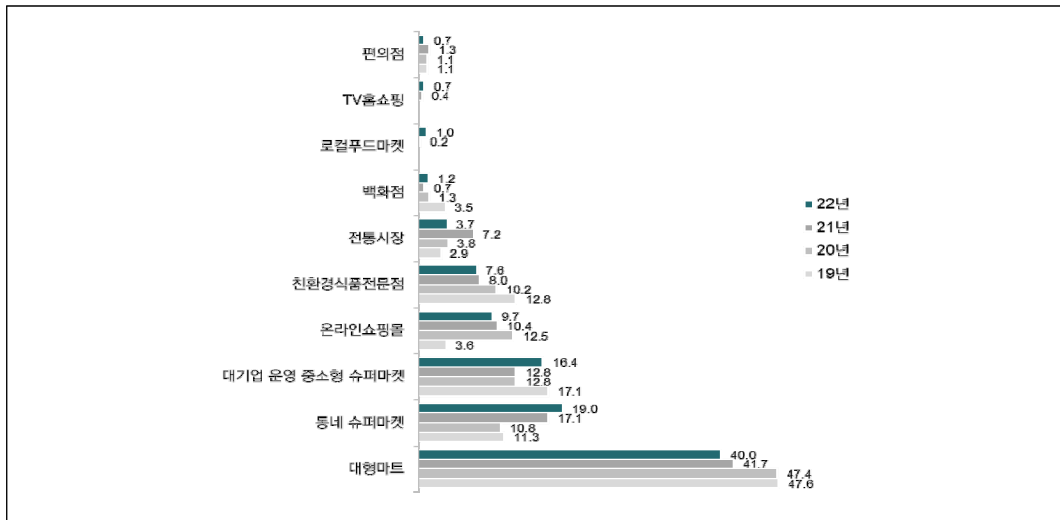
5.7. 유기가공식품 주 구입처

○ 유기가공식품 주 구입처는 ‘대형마트’가 40.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(19.0%), ‘대기업 운영 중소형 슈퍼마켓’(16.4%), ‘온라인 쇼핑몰’(9.7%) 등의 순으로 나타남. 전년 대비 ‘대기업 운영 중소형 슈퍼마켓’(▲3.6%p)의 상승폭이 눈에 띈다.

- 거주지역별로 살펴보면, 호남권을 제외한 모든 지역에서 ‘대형마트’를 주로 이용한다는 응답이 높게 나타났고 호남권은 ‘동네 슈퍼마켓’이 가장 높은 특징

〈그림 4-71〉 유기가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)

단위: %



주: 유기가공식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-72〉 유기가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)

단위: %

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형마트	전통시장	백화점	친환경식품전문점	온라인쇼핑몰	TV홈쇼핑	편의점	로컬푸드마켓
전체		19.0	16.4	40.0	3.7	1.2	7.6	9.7	0.7	0.7	1.0
거주지역	수도권	12.1	16.8	41.6	1.2	1.8	11.1	13.2	0.9	1.1	0.3
	충청권	28.8	16.4	40.9	2.3	0.0	6.0	4.8	0.3	0.0	0.5
	호남권	32.8	20.6	27.9	9.4	0.3	1.6	1.1	0.3	0.1	5.9
	대경권	27.5	14.3	37.2	9.8	1.0	4.6	4.2	0.3	0.6	0.4
	동남권	24.8	13.0	43.2	6.4	0.2	1.1	9.9	0.8	0.1	0.3
	강원권	11.8	15.0	55.2	3.7	0.0	9.3	3.6	0.5	0.0	1.0
행정구역	동읍면	16.9	16.3	40.9	2.8	1.3	8.3	10.9	0.8	0.8	0.9
	읍면	29.5	16.9	35.1	8.7	0.2	3.8	3.6	0.4	0.0	1.7
가구원수	1인	22.9	18.9	31.5	3.3	0.5	4.2	13.6	1.0	3.2	0.9
	2인	21.5	16.4	40.0	5.7	1.9	5.7	6.6	0.4	0.0	1.8
	3인	16.2	14.3	47.2	2.3	1.2	9.3	8.1	0.4	0.0	0.9
	4인 이상	15.7	16.6	39.6	3.0	0.8	10.9	12.0	1.2	0.0	0.3

(계속)

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓
가구주 성별	남자	20.0	17.3	42.2	4.1	1.3	6.3	7.1	0.4	0.0	1.2
	여자	17.3	14.9	36.1	3.1	0.8	9.8	14.5	1.1	1.8	0.6
가구주 연령	20대	12.2	3.3	49.5	0.4	3.5	13.6	11.7	0.0	4.1	1.6
	30대	10.7	13.3	44.0	0.6	1.6	8.8	18.8	0.0	1.7	0.4
	40대	15.3	19.8	41.2	2.1	0.9	7.0	12.2	1.1	0.2	0.2
	50대	20.0	17.2	42.2	4.0	1.7	7.1	5.4	1.0	0.1	1.2
	60대 이상	31.3	17.4	31.2	8.8	0.2	6.5	1.7	0.8	0.0	2.2
가구주 최종학력	중졸 이하	27.9	10.4	32.2	26.1	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	1.0
	고졸	26.6	19.5	33.4	6.6	0.4	6.3	4.1	0.7	0.2	2.1
	전문대졸 이상	14.8	15.0	43.7	1.5	1.6	8.4	13.0	0.7	0.9	0.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	13.7	14.6	45.3	0.6	1.5	7.3	14.7	0.9	1.2	0.2
	서비스/판매직	20.7	20.2	34.7	4.7	1.4	8.1	7.6	0.6	0.4	1.7
	기계/농림어업/단순노무	30.8	16.8	32.9	9.5	0.4	6.3	1.2	0.1	0.1	2.0
	기타	14.9	12.8	44.9	4.1	0.5	10.8	9.7	1.5	0.0	0.7
월평균 가구소득	200만원 미만	33.8	19.5	17.0	16.9	0.0	9.5	2.2	0.6	0.0	0.5
	200~400만원 미만	22.8	15.8	35.6	2.5	0.6	7.6	10.9	0.7	1.9	1.6
	400~600만원 미만	16.1	16.3	45.8	2.3	1.3	8.9	8.0	0.3	0.0	0.9
	600만원 이상	14.1	16.8	42.9	4.4	2.1	4.6	13.2	1.4	0.0	0.5

주: 유기가공식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

5.8. 유기가공식품 주 구입처 이용 이유

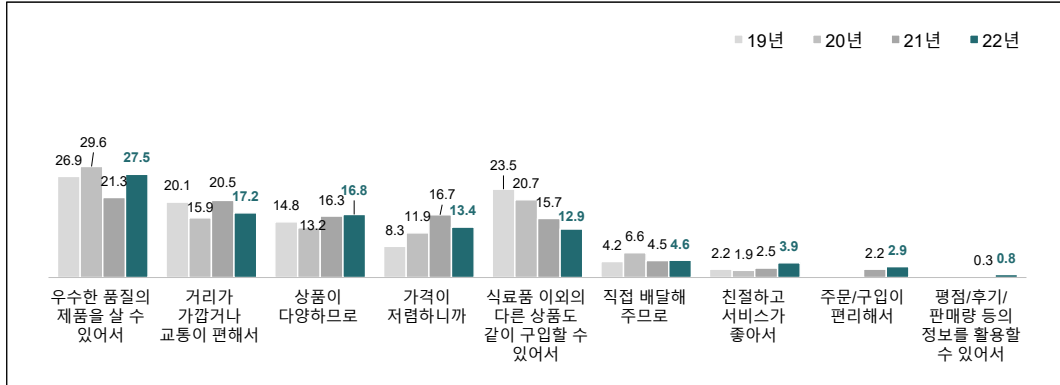
○ 유기가공식품 구입처를 주로 이용하는 이유는 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 27.5%로 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’(17.2%), ‘상품이 다양하므로’(16.8%) 등의 순으로 나타남.

- 거주지역별로 살펴보면, 충청권, 대경권은 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’, 그 외 지역에서는 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 상대적으로 높은 응답
- 가구원 수별로 살펴보면, 모든 가구원 수에서 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’ 이 용한다는 응답이 상대적으로 높은 특징

○ 전년 대비 유기가공식품 주 구입처를 이용하는 이유로는 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’(▲6.2%p)가 큰 폭으로 증가함.

〈그림 4-72〉 유기농식품 주 구입처 이용 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 유기농식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

〈표 4-73〉 유기농식품 주 구입처 이용 이유(1+2 가중평균)

단위: %

구분	우수한 품질의 제품을 살 수 있어서	가격이 저렴하니까	거리가 가깝거나 교통이 편해서	직접 배달해 주므로	식품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서	상품이 다양하므로	친절하고 서비스가 좋아서	주문/구입이 편리해서	평점/후기/판매량 등의 정보를 활용할 수 있어서	
전체	27.5	13.4	17.2	4.6	12.9	16.8	3.9	2.9	0.8	
거주 지역	수도권	30.3	9.6	12.8	3.1	14.8	19.2	5.5	3.3	1.4
	충청권	17.2	17.6	24.3	7.3	9.8	17.9	2.3	3.6	0.0
	호남권	36.0	19.2	20.7	4.6	7.7	7.9	1.2	2.2	0.6
	대경권	15.1	19.3	32.1	5.8	12.7	13.2	0.4	1.3	0.0
	동남권	23.3	16.9	19.2	8.9	10.6	16.3	2.7	2.3	0.0
	강원권	20.3	18.8	17.4	0.0	22.6	12.5	3.1	5.3	0.0
행정 구역	동	27.1	12.5	16.8	4.5	14.1	17.1	4.0	3.0	1.0
	읍면	29.5	18.0	19.7	5.1	6.9	14.9	3.6	2.2	0.2
가구원 수	1인	24.0	13.5	21.3	5.8	15.0	12.3	4.9	2.3	0.8
	2인	29.2	15.2	19.1	3.8	9.6	17.3	3.6	2.1	0.2
	3인	28.4	10.5	12.3	4.7	14.8	18.4	4.3	5.5	1.1
	4인 이상	27.2	13.8	16.7	4.5	13.4	18.1	3.1	1.8	1.4
가구주 성별	남	24.9	13.5	17.6	4.9	13.3	18.7	3.5	2.8	1.0
	여	32.1	13.2	16.7	4.1	12.3	13.3	4.6	3.1	0.6
가구주 연령	20대	18.6	12.9	17.4	7.2	22.6	11.8	5.6	3.9	0.0
	30대	30.3	11.5	15.6	7.0	12.8	14.5	3.8	3.2	1.3
	40대	25.1	11.5	14.0	4.2	14.9	19.9	5.7	3.2	1.6
	50대	26.9	15.6	18.1	3.4	12.1	18.3	3.2	2.2	0.3
	60대 이상	28.9	15.2	21.5	3.3	10.4	15.1	2.5	2.8	0.2

(계속)

구분		우수한 품질의 제품을 살 수 있어서	가격이 저렴 하니까	거리가 가깝거나 교통이 편해서	직접 배달해 주므로	식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서	상품이 다양 하므로	친절하고 서비스가 좋아서	주문/구입이 편리해서	평점/후기/판매량 등의 정보를 활용할 수 있어서
가구주 최종 학력	중졸 이하	34.8	10.8	26.0	0.7	8.9	13.2	0.0	3.1	2.5
	고졸	26.6	16.2	19.7	4.6	11.4	16.2	3.1	2.1	0.0
	전문대졸 이상	27.7	12.0	15.7	4.7	13.8	17.2	4.4	3.3	1.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	27.2	11.2	16.6	5.4	13.1	17.3	4.2	4.0	1.0
	서비스/판매직	24.4	14.9	18.2	3.3	13.9	18.2	4.1	2.1	1.0
	기계/농림어업/단순노무	26.8	15.4	19.6	5.6	12.2	15.4	2.4	2.4	0.3
	기타	41.3	15.5	12.3	2.0	10.2	12.3	4.8	1.1	0.6
월평균 가구 소득	200만원 미만	28.9	24.2	23.3	2.8	7.7	12.4	0.0	0.8	0.0
	200~400만원 미만	29.6	13.2	19.2	4.8	12.1	12.9	4.9	2.0	1.2
	400~600만원 미만	29.5	12.7	15.4	5.2	11.6	18.0	4.0	3.5	0.2
	600만원 이상	20.1	11.8	15.9	3.7	18.0	21.7	3.3	3.8	1.6

주: 유기가공식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

5.9. 유기가공식품 요소별 만족도

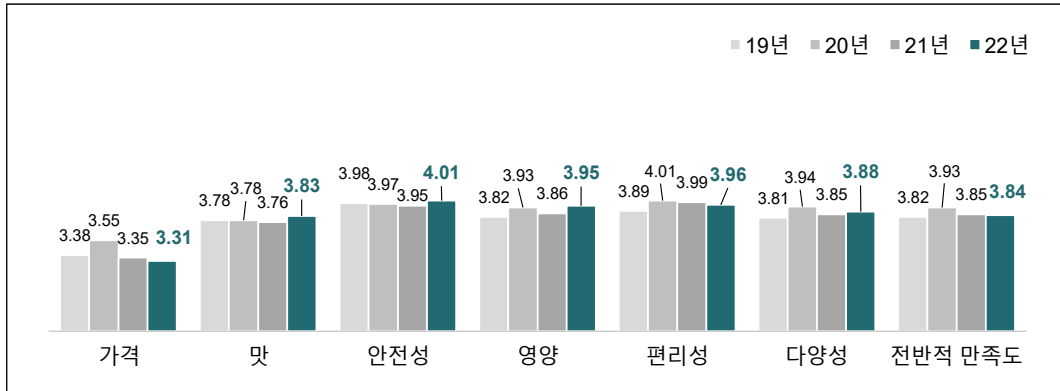
○ 유기가공식품에 대한 ‘전반적 만족도’는 3.84점으로 요소별 만족도를 살펴보면, ‘안전성’에 대한 만족도가 4.01점으로 가장 높았으며, 그다음으로 ‘편리성’(3.96점), ‘영양’(3.95점), ‘다양성’(3.88점), ‘맛’(3.83점) 등의 순으로 나타남.

- 거주지역에 따라 살펴보면, 수도권과 호남권은 ‘안전성’, 충청권은 ‘영양’, 대경권과 동남권은 ‘편리성’에 대해 높은 만족도
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 1인 가구와 4인 이상 가구는 ‘편리성’, 2인 가구와 4인 가구에서 ‘안전성’에 대해 높은 만족도

○ 전년 대비 ‘맛’, ‘안전성’, ‘영양’, ‘다양성’의 만족도가 소폭 증가하였으며, 전반적 만족도는 전년과 유사한 수준

〈그림 4-73〉 유기농식품 요소별 만족도

단위: %



주 1) 유기농식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

2) '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-74〉 유기농식품 요소별 만족도

단위: 점/5점

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
전체		3.31	3.83	4.01	3.95	3.96	3.88	3.84
거주지역	수도권	3.33	3.84	4.03	3.95	3.94	3.89	3.85
	충청권	3.45	3.83	4.17	4.22	4.06	3.86	3.96
	호남권	3.21	3.78	3.90	3.82	3.81	3.74	3.79
	대경권	2.90	3.66	3.80	3.79	4.01	3.86	3.69
	동남권	3.47	3.98	4.10	4.03	4.14	4.03	3.89
	강원권	3.36	3.51	3.75	3.68	3.69	3.75	3.67
행정구역	동	3.34	3.84	4.01	3.96	3.97	3.88	3.84
	읍면	3.14	3.81	4.02	3.90	3.91	3.87	3.87
가구원 수	1인	3.45	3.96	3.99	4.00	4.06	3.90	3.86
	2인	3.28	3.74	4.05	3.97	3.89	3.89	3.87
	3인	3.29	3.79	4.08	3.91	3.94	3.91	3.83
	4인 이상	3.25	3.88	3.91	3.94	3.99	3.84	3.81
가구주 성별	남	3.30	3.83	3.99	3.94	3.99	3.89	3.84
	여	3.32	3.84	4.04	3.97	3.91	3.86	3.84
가구주 연령	20대	3.47	3.97	3.90	3.93	4.09	3.99	3.94
	30대	3.40	3.80	4.03	4.01	3.97	3.86	3.82
	40대	3.29	3.89	3.98	3.91	4.02	3.93	3.87
	50대	3.33	3.84	4.01	3.95	3.93	3.80	3.83
	60대 이상	3.20	3.78	4.03	3.95	3.91	3.92	3.84
가구주 최종학력	중졸 이하	2.86	3.70	3.97	3.88	3.80	3.91	3.76
	고졸	3.33	3.83	4.01	3.95	3.96	3.90	3.85
	전문대졸 이상	3.32	3.84	4.01	3.96	3.97	3.87	3.84

(계속)

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.40	3.89	3.98	3.97	3.98	3.91	3.86
	서비스/판매직	3.26	3.85	4.11	3.97	4.06	3.92	3.84
	기계/농림어업/단순노무	3.22	3.72	3.94	3.91	3.86	3.79	3.80
	기타	3.19	3.72	4.00	3.91	3.73	3.79	3.88
월평균 가구소득	200만원 미만	3.31	3.79	3.88	3.96	3.92	3.68	3.94
	200~400만원 미만	3.28	3.77	4.03	4.00	3.92	3.83	3.81
	400~600만원 미만	3.27	3.80	4.00	3.90	3.95	3.92	3.87
	600만원 이상	3.42	3.99	4.04	3.97	4.07	3.95	3.81

주 1) 유기가공식품 구입 경험 있다고 응답한 가구 대상임.

2) '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

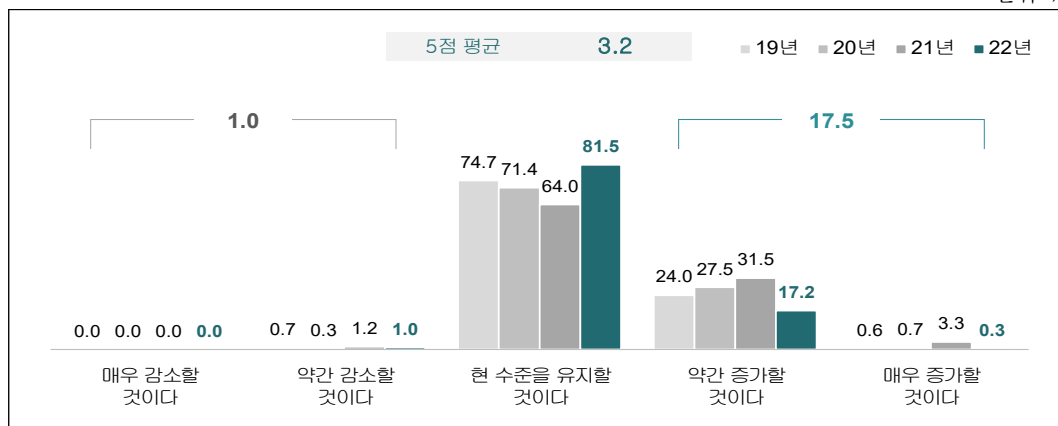
5.10. 향후 1년 유기가공식품 구입 의향

○ 향후 1년 유기가공식품 구입 의향에 대해 '현 수준을 유지할 것이다'라는 응답이 81.5%로 나타남. 전년 대비 '약간 증가할 것이다'라는 응답이 14.3%p 하락하여, 향후 현 수준을 유지하려는 가구가 많은 것을 알 수 있음.

- 강원권에서 향후 유기가공식품 구입에 가장 긍정적

〈그림 4-74〉 향후 1년 유기가공식품 구입 의향

단위: %



주: 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-75〉 향후 1년 유기 가공식품 구입 의향

단위: %, 점/5점

구분		매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다	평균 (점)
전체		0.0	1.0	81.5	17.2	0.3	3.17
거주지역	수도권	0.0	1.5	81.8	16.3	0.4	3.16
	충청권	0.0	0.0	83.9	16.1	0.0	3.16
	호남권	0.2	0.2	77.1	22.5	0.0	3.22
	대경권	0.0	0.7	91.9	7.4	0.0	3.07
	동남권	0.0	0.7	77.5	21.7	0.0	3.21
	강원권	0.0	0.0	71.4	25.8	2.9	3.31
행정구역	동	0.0	1.0	81.0	17.7	0.3	3.17
	읍면	0.0	1.0	84.3	14.7	0.0	3.14
가구원 수	1인	0.0	0.8	80.9	17.5	0.9	3.18
	2인	0.1	0.9	82.0	17.0	0.0	3.16
	3인	0.0	1.0	81.7	17.0	0.2	3.16
	4인 이상	0.0	1.1	81.5	17.4	0.0	3.16
가구주 성별	남	0.0	1.1	81.7	17.1	0.1	3.16
	여	0.0	0.8	81.3	17.4	0.6	3.18
가구주 연령	20대	0.0	0.0	84.7	12.5	2.8	3.18
	30대	0.0	1.0	76.9	21.9	0.1	3.21
	40대	0.0	0.9	82.3	16.8	0.0	3.16
	50대	0.0	1.1	82.1	16.6	0.2	3.16
	60대 이상	0.1	1.0	83.3	15.5	0.2	3.15
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	1.8	94.6	3.6	0.0	3.02
	고졸	0.1	0.7	83.4	15.7	0.2	3.15
	전문대졸 이상	0.0	1.0	79.3	19.3	0.3	3.19
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	1.2	80.5	17.8	0.5	3.18
	서비스/판매직	0.0	1.0	78.9	19.9	0.2	3.19
	기계/농림어업/단순노무	0.1	0.7	85.4	13.7	0.1	3.13
	기타	0.0	0.2	85.8	14.0	0.0	3.14
월평균 가구소득	200만원 미만	0.0	0.2	86.6	12.9	0.3	3.13
	200~400만원 미만	0.1	1.1	81.6	16.8	0.5	3.17
	400~600만원 미만	0.0	1.3	83.7	14.9	0.0	3.14
	600만원 이상	0.0	0.4	74.2	25.2	0.2	3.25

주: 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

6. 식품 소비 라이프스타일 및 인식

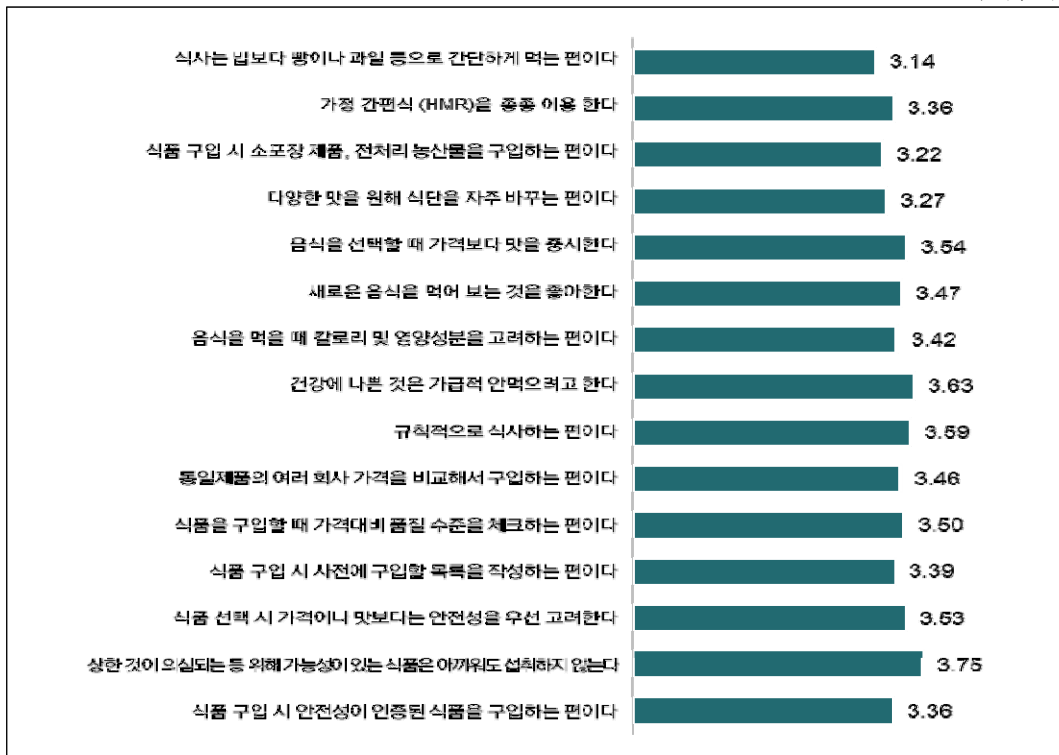
6.1. 평소 식품 소비 라이프스타일

○ 평소 식품 소비 시 ‘상한 것이 의심되는 식품은 섭취하지 않는다’(3.75점), ‘건강에 나쁜 것은 가급적 안 먹으려고 한다’(3.63점), ‘규칙적으로 식사하는 편이다’(3.59점)와 같이 건강 관련된 요인들이 가장 중요한 것으로 나타남.

- ‘음식을 선택할 때 가격보다 맛을 중시한다’는 20-30대에서 상대적으로 더 중요했으며, ‘건강에 나쁜 것은 가급적 안 먹으려고 한다’는 50-60대에서, ‘규칙적으로 식사하는 편이다’는 연령대가 높을수록 중요 요인으로 생각

〈그림 4-75〉 평소 식품 소비 라이프스타일

단위: 점/5점



주: ‘전혀 그렇지 않다’ 응답을 1점~‘매우 그렇다’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-76〉 평소 식품 소비 라이프스타일 [1/2]

단위: 점/5점

구분	식사는 밥보다 빵이나 과일 등으로 간단하게 먹는 편이다	가정 간편식 (HMR)을 종종 이용한다	식품 구입 시 소포장 제품, 전처리 농산물을 구입하는 편이다	다양한 맛을 위해 식단을 자주 바꾸는 편이다	음식을 선택할 때 가격보다 맛을 중시한다	새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다	음식을 먹을 때 칼로리 및 영양 성분을 고려하는 편이다	건강에 나쁜 것은 가끔씩 안먹으려고 한다
전체	3.14	3.36	3.22	3.27	3.54	3.47	3.42	3.63
거주 지역	수도권	3.27	3.54	3.24	3.32	3.54	3.47	3.62
	충청권	3.19	3.38	3.37	3.34	3.58	3.51	3.71
	호남권	3.05	3.15	3.24	3.24	3.49	3.51	3.46
	대경권	2.66	3.01	2.99	2.86	3.42	3.31	3.25
	동남권	3.09	3.20	3.31	3.36	3.63	3.56	3.52
	강원권	2.94	3.12	2.73	3.06	3.47	3.38	3.36
행정 구역	동	3.14	3.37	3.23	3.27	3.55	3.48	3.44
	읍면	3.15	3.32	3.19	3.24	3.49	3.43	3.37
가구원 수	1인	3.43	3.49	3.37	3.30	3.61	3.55	3.40
	2인	2.93	3.22	3.12	3.21	3.51	3.39	3.43
	3인	3.13	3.41	3.22	3.30	3.55	3.53	3.43
	4인 이상	3.15	3.39	3.25	3.28	3.50	3.45	3.44
가구주 성별	남자	3.07	3.35	3.17	3.26	3.52	3.46	3.41
	여자	3.29	3.39	3.34	3.28	3.58	3.51	3.46
가구주 연령	20대	3.74	3.77	3.66	3.46	3.78	3.74	3.39
	30대	3.49	3.68	3.41	3.41	3.67	3.62	3.46
	40대	3.31	3.56	3.30	3.35	3.54	3.49	3.46
	50대	3.05	3.31	3.24	3.24	3.50	3.46	3.45
	60대 이상	2.73	2.96	2.94	3.09	3.44	3.32	3.36
가구주 최종 학력	중졸 이하	2.64	2.79	2.55	2.89	3.35	3.16	3.24
	고졸	2.93	3.14	3.08	3.16	3.46	3.35	3.37
	전문대졸 이상	3.31	3.54	3.37	3.36	3.60	3.57	3.47
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.32	3.54	3.33	3.32	3.59	3.55	3.45
	서비스/판매직	3.15	3.36	3.29	3.35	3.59	3.50	3.51
	기계/농림어업/단순노무	2.84	3.11	2.92	3.11	3.43	3.33	3.27
	기타	2.92	3.07	3.19	3.14	3.40	3.37	3.43
월평균 가구 소득	200만원 미만	2.90	3.00	2.99	3.02	3.45	3.27	3.31
	200~400만원 미만	3.16	3.34	3.23	3.26	3.51	3.47	3.38
	400~600만원 미만	3.16	3.45	3.26	3.27	3.52	3.49	3.45
	600만원 이상	3.18	3.42	3.26	3.40	3.70	3.55	3.54

주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-76〉 평소 식품 소비 라이프스타일 [2/2]

단위: 점/5점

구분		규칙적으로 식사하는 편이다	동일제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 체크하는 편이다	식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	식품 선택 시 가격이나 맛보다는 안전성을 우선 고려한다	상한 것이 의심되는 등 위해 가능성 이 있는 식 품은 아까워 도 섭취하지 않는다	식품 구입 시 안전성이 인증된 식품을 구입하는 편이다
전체		3.59	3.46	3.50	3.39	3.53	3.75	3.36
거주 지역	수도권	3.58	3.49	3.56	3.54	3.51	3.76	3.35
	충청권	3.56	3.46	3.47	3.29	3.67	3.86	3.33
	호남권	3.55	3.32	3.41	3.22	3.44	3.66	3.52
	대경권	3.56	3.35	3.33	2.98	3.54	3.79	3.05
	동남권	3.64	3.52	3.48	3.35	3.54	3.68	3.47
	강원권	3.67	3.49	3.54	3.30	3.53	3.84	3.40
행정 구역	동	3.58	3.45	3.51	3.41	3.53	3.75	3.36
	읍면	3.61	3.49	3.42	3.28	3.54	3.76	3.35
가구원 수	1인	3.46	3.38	3.48	3.39	3.52	3.82	3.35
	2인	3.62	3.47	3.46	3.36	3.53	3.73	3.33
	3인	3.63	3.50	3.54	3.39	3.54	3.72	3.39
	4인 이상	3.60	3.47	3.53	3.42	3.53	3.77	3.37
가구주 성별	남자	3.63	3.48	3.51	3.37	3.53	3.77	3.35
	여자	3.49	3.42	3.48	3.41	3.53	3.73	3.38
가구주 연령	20대	3.23	3.47	3.57	3.34	3.47	3.84	3.34
	30대	3.45	3.45	3.58	3.52	3.56	3.80	3.38
	40대	3.55	3.50	3.56	3.42	3.55	3.73	3.32
	50대	3.64	3.47	3.50	3.37	3.48	3.74	3.41
	60대 이상	3.72	3.42	3.38	3.29	3.54	3.74	3.33
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.73	3.29	3.15	3.08	3.45	3.64	3.06
	고졸	3.64	3.44	3.45	3.32	3.49	3.73	3.36
	전문대졸 이상	3.54	3.49	3.56	3.45	3.56	3.78	3.38
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.56	3.47	3.56	3.46	3.57	3.78	3.36
	서비스/판매직	3.59	3.56	3.52	3.38	3.53	3.77	3.43
	기계/농림어업/단순노무	3.67	3.37	3.40	3.27	3.47	3.73	3.25
	기타	3.50	3.32	3.40	3.33	3.45	3.62	3.37
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.62	3.41	3.30	3.20	3.48	3.74	3.17
	200~400만원 미만	3.55	3.39	3.44	3.38	3.51	3.72	3.36
	400~600만원 미만	3.56	3.48	3.55	3.41	3.56	3.76	3.34
	600만원 이상	3.68	3.59	3.63	3.46	3.54	3.82	3.49

주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

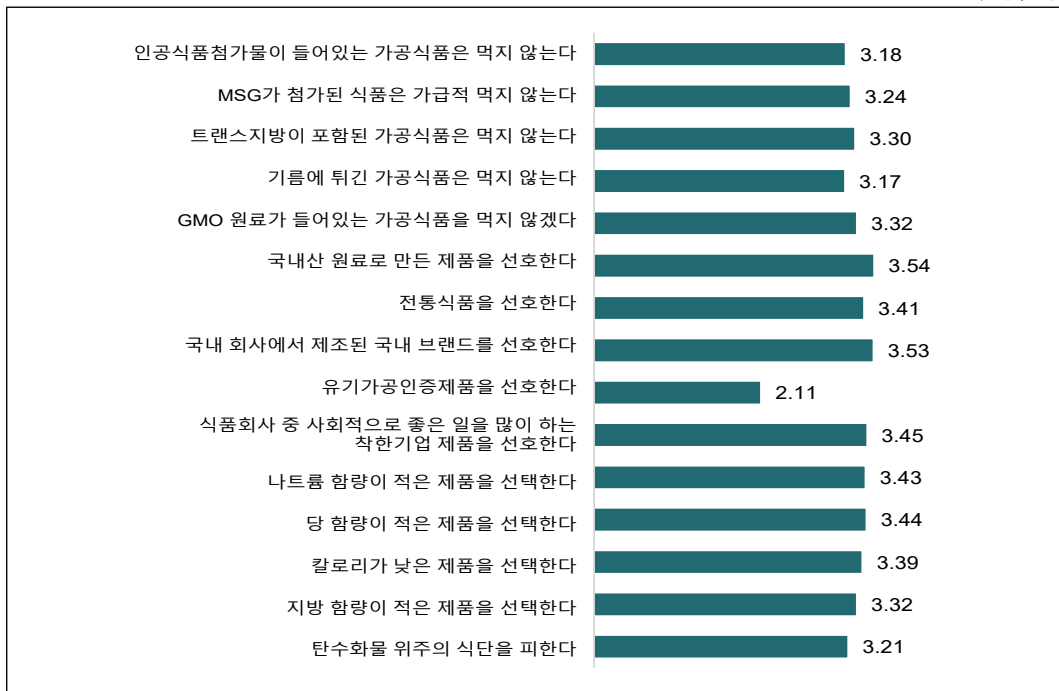
6.2. 평소 식품 관련 인식 및 선호도

○ 식품 관련해서 ‘국내산 원료로 만든 제품’(3.54점)과 ‘국내 회사에서 제조된 국내 브랜드’(3.53점)에 대한 선호가 가장 높았으며, ‘식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한기업 제품을 선호한다’(3.45점)에 대한 선호 역시 높게 나타나고 있음.

○ ‘유기가공인증제품’(2.11점)에 대한 선호도는 상대적으로 낮게 나타남

〈그림 4-76〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도

단위: 점/5점



주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-77〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도 [1/2]

단위: 점/5점

구분		인공식품 첨가물이 들어있는 가공 식품은 먹지 않는다	MSG가 첨가된 식품은 가급적 먹지 않는다	트랜스 지방이 포함된 가공 식품은 먹지 않는다	기름에 튀긴 가공 식품은 먹지 않는다	GMO 원료가 들어있는 가공 식품을 먹지 않겠다	국내산 원료로 만든 제품을 선호한다	전통 식품을 선호한다	국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다
전체		3.18	3.24	3.30	3.17	3.32	3.54	3.41	3.53
거주지역	수도권	3.12	3.18	3.20	3.08	3.29	3.48	3.36	3.48
	충청권	3.11	3.22	3.43	3.23	3.36	3.57	3.38	3.52
	호남권	3.51	3.51	3.63	3.51	3.53	3.74	3.59	3.62
	대경권	3.23	3.41	3.47	3.29	3.21	3.60	3.51	3.63
	동남권	3.16	3.24	3.29	3.23	3.39	3.62	3.48	3.67
	강원권	3.00	2.80	2.84	2.72	2.89	2.99	2.85	3.14
행정구역	동	3.18	3.25	3.30	3.18	3.32	3.53	3.40	3.53
	읍면	3.15	3.19	3.33	3.15	3.33	3.59	3.43	3.54
가구원 수	1인	3.09	3.18	3.21	3.11	3.24	3.47	3.29	3.46
	2인	3.21	3.25	3.34	3.22	3.36	3.58	3.51	3.62
	3인	3.18	3.25	3.28	3.14	3.37	3.53	3.36	3.48
	4인 이상	3.20	3.29	3.36	3.21	3.30	3.55	3.42	3.55
가구주 성별	남자	3.14	3.24	3.29	3.18	3.32	3.54	3.41	3.55
	여자	3.25	3.25	3.32	3.17	3.32	3.52	3.39	3.49
가구주 연령	20대	2.91	3.00	3.05	2.67	3.01	3.38	2.98	3.44
	30대	3.06	3.18	3.16	3.08	3.28	3.46	3.29	3.43
	40대	3.19	3.22	3.36	3.23	3.36	3.50	3.36	3.57
	50대	3.25	3.31	3.33	3.18	3.36	3.57	3.44	3.54
	60대 이상	3.24	3.29	3.38	3.29	3.34	3.62	3.58	3.59
가구주 최종학력	중졸 이하	3.26	3.28	3.29	3.32	3.20	3.53	3.41	3.51
	고졸	3.20	3.22	3.32	3.23	3.33	3.59	3.52	3.56
	전문대졸 이상	3.16	3.25	3.29	3.13	3.32	3.51	3.34	3.52
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.13	3.23	3.25	3.14	3.28	3.48	3.31	3.52
	서비스/판매직	3.21	3.24	3.33	3.20	3.35	3.56	3.47	3.55
	기계/농림어업/단순노무	3.15	3.21	3.33	3.18	3.36	3.61	3.50	3.56
	기타	3.38	3.40	3.41	3.25	3.34	3.55	3.47	3.48
월평균 가구소득	200만원 미만	3.19	3.24	3.30	3.19	3.26	3.60	3.49	3.54
	200~400만원 미만	3.15	3.18	3.24	3.13	3.28	3.51	3.36	3.46
	400~600만원 미만	3.16	3.24	3.28	3.17	3.33	3.51	3.37	3.52
	600만원 이상	3.27	3.39	3.48	3.27	3.41	3.63	3.55	3.72

주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-77〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도 [2/2]

단위: 점/5점

구분		유기가공 인증제품을 선호한다	식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한기업 제품을 선호한다	나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	당 함량이 적은 제품을 선택한다	칼로리가 낮은 제품을 선택한다	지방 함량이 적은 제품을 선택한다	탄수화물 위주의 식단을 피한다
전체		2.11	3.45	3.43	3.44	3.39	3.32	3.21
거주지역	수도권	2.25	3.46	3.35	3.37	3.32	3.19	3.09
	충청권	1.84	3.34	3.40	3.50	3.42	3.41	3.26
	호남권	2.24	3.54	3.66	3.60	3.62	3.50	3.43
	대경권	1.90	3.44	3.51	3.48	3.36	3.43	3.19
	동남권	2.05	3.52	3.54	3.54	3.49	3.50	3.36
	강원권	1.49	3.15	3.35	3.22	3.23	3.37	3.40
행정구역	동	2.11	3.46	3.43	3.44	3.39	3.32	3.20
	읍면	2.14	3.40	3.42	3.46	3.41	3.36	3.23
가구원 수	1인	2.06	3.44	3.35	3.41	3.41	3.31	3.14
	2인	2.03	3.42	3.46	3.43	3.38	3.37	3.23
	3인	2.17	3.49	3.42	3.46	3.37	3.30	3.23
	4인 이상	2.23	3.48	3.49	3.45	3.41	3.30	3.22
가구주 성별	남자	2.04	3.46	3.43	3.43	3.35	3.29	3.19
	여자	2.28	3.45	3.43	3.47	3.48	3.39	3.25
가구주 연령	20대	1.77	3.55	3.30	3.21	3.36	3.39	3.04
	30대	2.30	3.45	3.35	3.39	3.37	3.27	3.09
	40대	2.34	3.50	3.43	3.47	3.41	3.27	3.21
	50대	2.01	3.40	3.47	3.48	3.40	3.34	3.25
	60대 이상	1.96	3.44	3.48	3.46	3.40	3.37	3.28
가구주 최종학력	중졸 이하	1.45	3.35	3.36	3.40	3.36	3.28	3.32
	고졸	2.03	3.42	3.44	3.44	3.38	3.34	3.22
	전문대졸 이상	2.22	3.48	3.43	3.45	3.40	3.32	3.19
가구주 직업	관리/전문/사무직	2.16	3.52	3.43	3.44	3.38	3.30	3.18
	서비스/판매직	2.16	3.43	3.46	3.46	3.45	3.38	3.21
	기계/농림어업/단순노무	1.98	3.37	3.41	3.43	3.32	3.27	3.17
	기타	2.06	3.41	3.41	3.39	3.47	3.37	3.43
월평균 가구소득	200만원 미만	1.76	3.35	3.37	3.41	3.40	3.40	3.28
	200~400만원 미만	1.97	3.42	3.37	3.41	3.38	3.28	3.13
	400~600만원 미만	2.18	3.47	3.43	3.42	3.33	3.30	3.18
	600만원 이상	2.49	3.56	3.58	3.56	3.54	3.43	3.39

주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

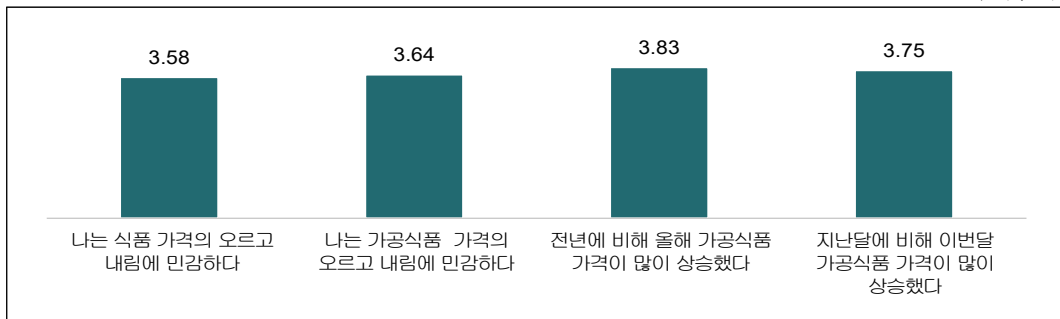
6.3. 가공식품 가격 수준에 대한 인식

○ 전년, 전월 대비 가공식품 가격이 많이 올랐다고 인식하고 있음.

- 월평균 가구소득 200만 원 미만 저소득 가구와 가구주 연령이 40대와 60대인 가구에
서 상대적으로 가공식품 가격이 많이 올랐다고 인식

〈그림 4-77〉 가공식품 가격 수준에 대한 인식

단위: 점/5점



주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 4-78〉 가공식품 가격 수준에 대한 인식

단위: 점/5점

구분		나는 식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다	지난달에 비해 이번 달 가공식품 가격이 많이 상승했다
전체		3.58	3.64	3.83	3.75
거주 지역	수도권	3.66	3.71	3.83	3.74
	충청권	3.46	3.59	3.83	3.67
	호남권	3.55	3.65	3.85	3.76
	대경권	3.33	3.36	3.77	3.64
	동남권	3.61	3.67	3.87	3.85
	강원권	3.60	3.51	3.88	3.83
행정 구역	동	3.60	3.64	3.83	3.76
	읍면	3.52	3.64	3.83	3.65
가구원 수	1인	3.53	3.60	3.86	3.77
	2인	3.58	3.62	3.83	3.74
	3인	3.60	3.67	3.80	3.70
	4인 이상	3.63	3.68	3.84	3.79
가구주 성별	남자	3.58	3.64	3.83	3.74
	여자	3.59	3.64	3.85	3.77

(계속)

구분		나는 식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다	지난달에 비해 이번 달 가공식품 가격이 많이 상승했다
가구주 연령	20대	3.30	3.38	3.71	3.66
	30대	3.55	3.63	3.80	3.75
	40대	3.59	3.64	3.84	3.78
	50대	3.64	3.70	3.83	3.72
	60대 이상	3.61	3.64	3.88	3.76
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.33	3.49	3.65	3.58
	고졸	3.61	3.63	3.86	3.73
	전문대졸 이상	3.59	3.66	3.83	3.77
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.58	3.66	3.81	3.75
	서비스/판매직	3.64	3.67	3.92	3.83
	기계/농림어업/단순노무	3.52	3.56	3.78	3.63
	기타	3.55	3.63	3.82	3.79
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.60	3.67	3.96	3.82
	200~400만원 미만	3.53	3.58	3.81	3.72
	400~600만원 미만	3.62	3.65	3.83	3.74
	600만원 이상	3.62	3.73	3.83	3.79

주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

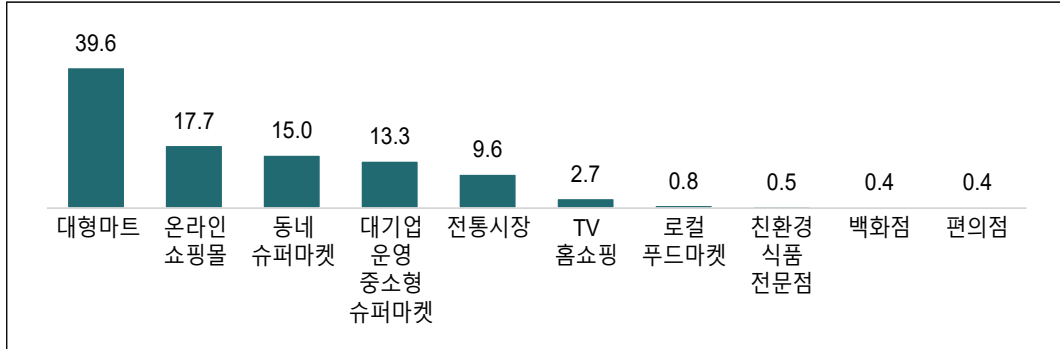
6.4. 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처

○ 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처로 '대형마트'(39.6%)가 압도적으로 높게 나타나고 있으며, 그다음으로 '온라인 쇼핑몰'(17.7%), '동네 슈퍼마켓'(15.0%), '대기업 운영 중소형 슈퍼마켓'(13.3%), '전통시장'(9.6%) 등의 순으로 높게 나타남.

- 거주지역에 따라 살펴보면, 강원권에서는 '대형마트'가 저렴하다는 인식이 48.3%로 가장 높았으며, 호남권의 경우 '동네 슈퍼마켓'이 가장 저렴하다는 인식이 28.4%로 전체 평균이 15.0% 대비 약 2배 가까운 비율로 높은 수준
- 온라인 쇼핑몰이 가장 저렴하다는 인식은 가구주 연령이 낮을수록 높게 나타났으며, 특히 20대와 30대에서 30% 이상으로 다른 연령대 대비 높은 특징

〈그림 4-78〉 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처(1+2 가중평균)

단위: %



〈표 4-79〉 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처(1+2 가중평균)

단위: %

구분	동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형마트	전통시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑물	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드마켓	
전체	15.0	13.3	39.6	9.6	0.4	0.5	17.7	2.7	0.4	0.8	
거주지역	수도권	10.5	13.6	38.1	6.4	0.6	0.7	25.6	3.9	0.2	0.4
	충청권	16.7	16.0	45.4	5.7	0.4	0.1	11.8	1.6	1.6	0.5
	호남권	28.4	14.5	34.0	12.9	0.2	0.7	2.3	1.9	0.4	4.7
	대경권	20.7	9.2	43.0	17.6	0.0	0.0	8.3	0.9	0.4	0.0
	동남권	13.5	13.6	40.1	15.9	0.2	0.2	14.6	1.8	0.1	0.1
	강원권	25.9	5.9	48.3	7.1	0.0	0.0	9.2	1.4	2.2	0.0
행정구역	동	14.1	13.3	40.1	8.4	0.5	0.5	18.9	3.0	0.5	0.6
	읍면	20.2	13.2	36.4	15.9	0.2	0.3	10.7	1.1	0.2	1.8
가구원 수	1인	17.4	11.3	31.7	12.1	0.3	0.6	21.6	2.3	1.6	1.1
	2인	17.6	14.2	39.3	13.5	0.4	0.5	10.8	2.5	0.1	1.0
	3인	13.2	12.8	42.0	5.8	0.6	0.6	21.0	3.0	0.1	0.8
	4인 이상	11.0	14.4	45.0	5.5	0.4	0.2	20.0	3.2	0.1	0.3
가구주 성별	남자	15.2	14.3	40.2	9.7	0.4	0.5	17.0	1.6	0.4	0.7
	여자	14.7	11.2	38.2	9.4	0.4	0.5	19.0	5.1	0.5	1.0
가구주 연령	20대	16.5	8.4	26.2	7.6	0.0	0.4	33.9	1.3	4.1	1.6
	30대	8.8	7.8	36.9	5.8	0.2	0.1	36.0	3.5	0.5	0.4
	40대	10.6	14.5	40.4	5.7	0.7	0.3	25.0	2.5	0.3	0.0
	50대	16.3	15.9	44.5	8.7	0.7	0.8	9.3	3.1	0.2	0.6
	60대 이상	21.6	15.0	38.8	16.4	0.2	0.6	3.2	2.3	0.1	1.8

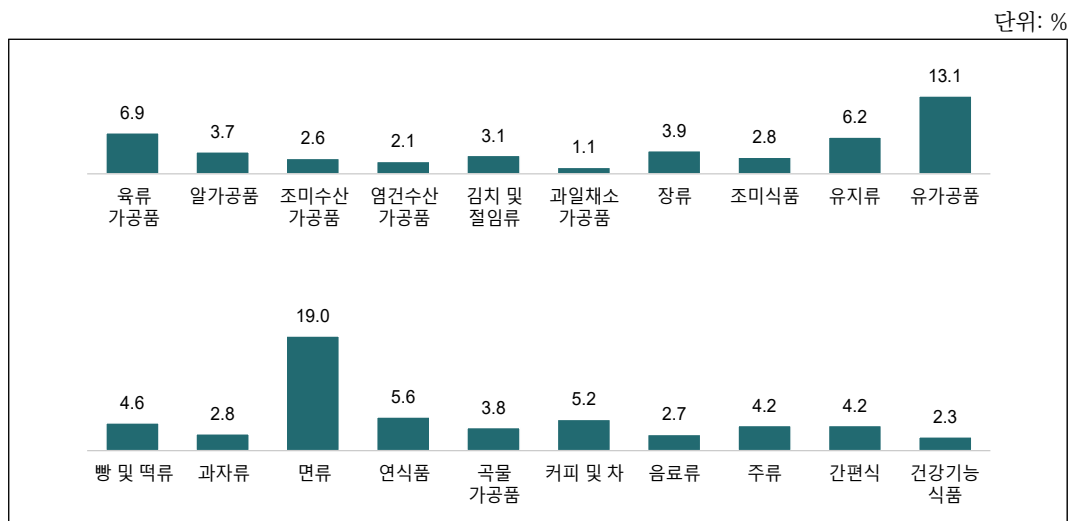
(계속)

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓
가구주 최종학력	중졸 이하	23.0	11.4	38.2	22.5	0.0	0.3	2.3	1.7	0.3	0.5
	고졸	18.8	16.7	41.9	12.1	0.3	0.3	6.3	2.1	0.2	1.4
	전문대졸 이상	12.1	11.4	38.2	7.0	0.5	0.6	25.9	3.2	0.6	0.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	10.6	11.3	40.9	5.0	0.6	0.5	27.4	2.8	0.5	0.4
	서비스/판매직	18.5	17.3	35.7	10.8	0.3	0.4	12.9	2.3	0.5	1.3
	기계/농림어업/단순노무	20.6	11.9	42.0	16.1	0.1	0.2	6.4	1.4	0.1	1.1
	기타	13.0	14.1	39.0	12.4	0.6	1.1	11.6	7.2	0.5	0.5
월평균 가구소득	200만원 미만	27.0	10.9	33.4	20.1	0.1	0.1	4.9	1.0	0.3	2.1
	200~400만원 미만	17.4	13.0	36.3	10.7	0.2	0.4	17.8	2.7	0.8	0.7
	400~600만원 미만	12.2	15.2	42.3	6.0	0.1	0.5	19.4	3.5	0.2	0.6
	600만원 이상	9.3	11.4	44.2	8.7	1.6	0.9	20.9	2.1	0.2	0.7

6.5. 가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식

○ 가격변화가 심한 가공식품으로 ‘면류’(19.0%)가 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 ‘유 가공품’(13.1%), ‘육류가공품’(6.9%), ‘유지류’(6.2%), ‘연식품’(5.6%) 등의 순임.

〈그림 4-79〉 가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균)



〈표 4-80〉 가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균) [1/2]

단위: %

구분		육류 가공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유 가공품
전체		6.9	3.7	2.6	2.1	3.1	1.1	3.9	2.8	6.2	13.1
거주지역	수도권	7.1	2.7	2.7	2.0	2.0	1.1	4.3	2.4	6.6	10.5
	충청권	3.9	10.8	2.3	0.8	9.9	1.4	4.1	1.7	11.3	6.5
	호남권	6.5	2.9	4.6	1.6	2.9	1.9	2.8	4.2	4.2	18.5
	대경권	10.2	1.9	2.7	5.9	3.2	0.0	1.9	2.1	4.4	18.2
	동남권	6.0	3.0	1.5	1.7	2.6	0.8	3.8	4.3	3.9	18.8
	강원권	7.6	5.3	1.2	0.8	0.4	3.1	6.6	1.9	6.3	16.3
행정구역	동	7.1	4.0	2.5	2.0	2.7	1.2	4.0	2.4	6.2	13.2
	읍면	5.3	1.8	3.6	2.8	5.2	0.8	3.0	4.8	6.6	13.1
가구원 수	1인	6.4	2.0	2.6	3.0	3.0	0.7	3.7	1.6	8.0	12.1
	2인	6.7	4.2	3.1	2.7	3.1	0.8	3.9	4.0	5.7	13.5
	3인	6.5	3.7	1.8	2.2	3.4	1.9	3.2	2.5	4.9	12.1
	4인 이상	7.9	4.4	2.9	0.4	3.0	1.2	4.8	2.4	6.6	14.6
가구주 성별	남자	6.5	4.1	2.4	1.9	3.1	1.1	3.5	3.0	6.1	13.4
	여자	7.5	2.8	3.0	2.7	3.2	1.2	4.5	2.3	6.4	12.7
가구주 연령	20대	9.5	0.5	1.5	0.0	2.1	0.0	1.3	0.2	2.0	15.2
	30대	9.0	4.8	1.8	2.1	1.9	1.5	1.8	2.3	5.8	10.6
	40대	7.5	3.0	1.7	1.5	5.0	1.6	4.3	1.5	6.6	12.7
	50대	6.6	5.0	3.2	1.9	2.5	1.2	5.0	3.8	5.8	12.9
	60대 이상	4.6	2.8	3.7	3.2	3.3	0.6	4.4	3.5	7.4	15.2
가구주 최종학력	중졸 이하	4.4	3.8	4.0	5.8	3.9	0.0	6.0	1.9	8.8	14.5
	고졸	6.0	4.7	3.1	2.5	3.9	0.9	4.3	3.0	6.1	14.5
	전문대졸 이상	7.6	3.0	2.2	1.6	2.6	1.3	3.4	2.7	6.1	12.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	7.5	3.1	2.8	2.0	3.1	1.4	3.4	2.2	6.5	11.0
	서비스/판매직	7.4	3.4	2.7	1.3	2.8	1.0	3.3	2.5	7.2	15.0
	기계/농림어업/단순노무	5.1	6.3	1.9	3.2	3.5	1.1	4.2	3.5	5.0	14.6
	기타	6.0	0.9	3.3	3.0	3.5	0.2	7.1	4.3	4.7	14.4
월평균 가구소득	200만원 미만	5.0	1.1	3.6	4.2	2.9	0.7	3.8	3.1	7.2	11.3
	200~400만원 미만	6.4	4.0	2.9	1.9	3.9	1.5	3.9	2.6	6.0	14.1
	400~600만원 미만	7.9	4.0	2.1	2.3	3.0	1.0	3.8	2.3	7.5	12.0
	600만원 이상	6.8	3.7	2.8	1.2	1.7	0.8	4.0	3.8	3.6	14.5

〈표 4-80〉 가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균) [2/2]

단위: %

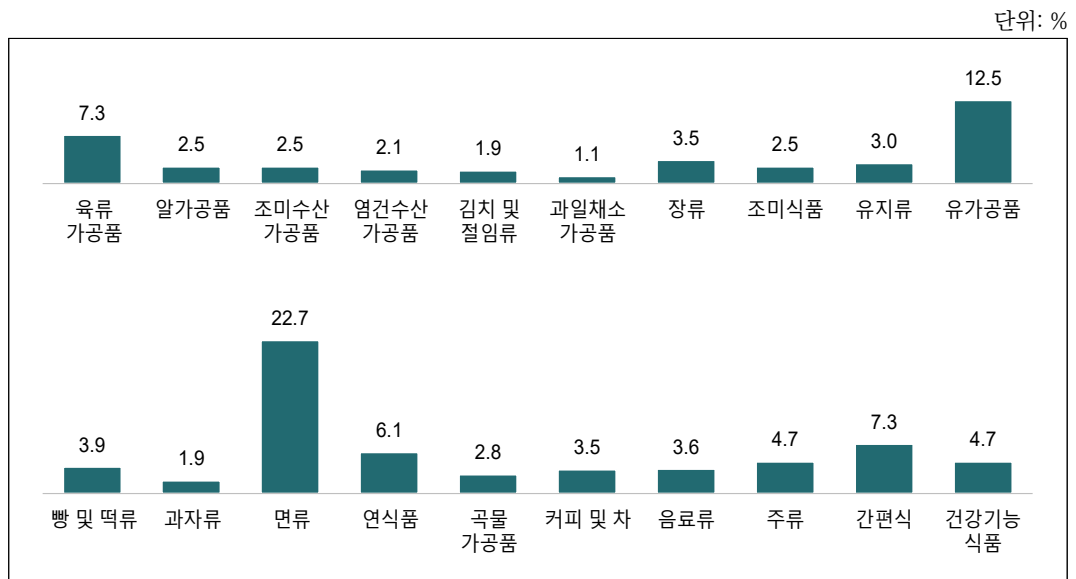
구분		빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 기능 식품
전체		4.6	2.8	19.0	5.6	3.8	5.2	2.7	4.2	4.2	2.3
거주지역	수도권	3.2	3.0	24.1	5.2	4.8	4.3	1.8	5.3	4.7	2.2
	충청권	3.9	3.9	17.6	4.1	2.2	3.0	4.9	2.4	3.9	1.6
	호남권	3.9	2.1	11.6	6.1	2.4	10.3	2.6	5.3	3.7	1.9
	대경권	11.8	3.4	10.0	4.5	1.6	4.9	1.4	2.2	4.9	4.9
	동남권	5.8	1.9	14.3	8.8	2.9	6.8	5.1	2.6	3.4	1.9
	강원권	5.7	1.1	17.8	3.3	8.2	3.3	1.8	3.9	2.5	2.7
행정구역	동	4.5	3.0	19.4	5.5	3.9	4.9	2.4	4.6	4.2	2.3
	읍면	5.3	1.9	16.6	6.1	2.7	6.8	4.1	2.5	4.4	2.6
가구원 수	1인	5.1	2.9	20.4	2.6	4.4	5.3	3.6	5.7	5.1	1.6
	2인	5.0	2.4	18.2	6.5	2.0	5.9	2.1	3.6	4.6	2.1
	3인	3.4	2.5	22.1	5.3	5.6	5.0	3.6	3.3	4.1	2.8
	4인 이상	4.9	3.6	15.4	7.5	3.7	4.3	1.7	4.7	3.0	3.0
가구주 성별	남자	4.8	3.2	18.9	5.7	3.9	5.1	2.4	4.2	4.3	2.4
	여자	4.4	2.0	19.2	5.4	3.5	5.4	3.2	4.3	4.1	2.2
가구주 연령	20대	6.7	2.2	20.4	6.1	1.4	1.4	2.6	12.6	10.2	4.3
	30대	4.9	5.5	22.8	2.2	3.8	4.2	2.6	5.4	5.7	1.3
	40대	3.1	1.8	19.3	5.8	4.6	4.8	3.3	4.2	4.0	3.6
	50대	3.8	2.4	14.9	6.7	4.6	6.2	3.0	3.3	4.7	2.4
	60대 이상	6.0	2.1	19.2	6.9	2.7	6.0	2.1	2.7	1.9	1.7
가구주 최종학력	중졸 이하	2.5	2.4	19.6	3.3	1.5	8.1	3.7	2.4	0.6	2.9
	고졸	5.4	1.6	17.0	8.1	3.3	5.9	2.3	2.7	2.5	2.2
	전문대졸 이상	4.4	3.6	20.1	4.3	4.2	4.6	2.9	5.3	5.6	2.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	4.0	3.9	20.2	4.3	4.6	4.2	2.3	5.6	5.4	2.7
	서비스/판매직	6.2	2.2	20.1	4.5	3.4	5.5	3.3	3.5	3.5	1.2
	기계/농림어업/단순노무	4.9	2.1	15.4	8.8	3.1	5.1	2.8	3.1	3.2	3.1
	기타	2.5	1.1	18.1	7.9	2.2	9.4	2.7	2.6	3.6	2.4
월평균 가구소득	200만원 미만	6.0	2.4	17.2	8.5	4.0	10.5	2.3	3.0	1.8	1.4
	200~400만원 미만	5.2	2.6	20.5	4.8	2.6	4.9	2.4	4.1	3.8	1.9
	400~600만원 미만	3.7	2.9	18.7	5.0	4.0	5.0	2.9	4.4	4.8	2.9
	600만원 이상	4.6	3.3	17.3	7.0	5.4	3.4	3.1	4.8	5.4	2.8

6.6. 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식

○ 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 가공식품으로 ‘면류’(22.7%), ‘유가공품’(12.5%), ‘육류가공품’과 ‘간편식’(각각 7.3%), ‘연식품’(6.1%) 등의 순으로 높게 나타남.

- 거주지역별로 수도권과 충청권, 동남권, 강원권은 ‘면류’, 호남권과 대경권은 ‘유가공품’이 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 인식

〈그림 4-80〉 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식(1+2+3 가중평균)



〈표 4-81〉 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식(1+2+3 가중평균) [1/2]

단위: %

구분	육류가공품	알가공품	조미수산가공품	염건수산가공품	김치 및 절임류	과일채소가공품	장류	조미식품	유지류	유가공품	
전체	7.3	2.5	2.5	2.1	1.9	1.1	3.5	2.5	3.0	12.5	
거주지역	수도권	7.7	0.9	1.5	1.8	2.1	0.7	3.1	1.9	2.3	10.6
	충청권	5.4	9.1	2.0	1.1	3.2	0.6	5.2	1.2	4.8	8.4
	호남권	7.1	2.7	2.3	1.1	1.1	1.8	5.1	6.5	3.8	16.0
	대경권	6.6	1.3	4.9	7.3	1.6	0.6	0.7	1.7	2.1	22.7
	동남권	8.0	2.6	4.9	1.1	1.1	2.6	3.8	3.1	3.3	12.0
	강원권	6.0	6.2	2.0	1.0	1.3	2.5	3.9	1.2	8.4	15.3

(계속)

구분		육류 가공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유 가공품
행정구역	동	7.4	2.6	2.4	2.1	1.9	1.0	3.4	2.1	2.8	11.9
	읍면	6.6	1.6	3.0	2.0	1.9	2.0	3.8	4.6	4.1	15.8
가구원 수	1인	6.7	1.5	2.4	2.1	1.7	0.7	3.5	2.3	3.1	12.3
	2인	6.7	2.3	1.8	2.3	2.1	1.9	3.8	3.0	3.6	10.8
	3인	6.6	2.1	3.8	1.8	2.4	0.7	2.7	1.5	2.6	13.7
	4인 이상	9.3	3.9	2.2	1.9	1.1	1.0	3.8	2.9	2.6	13.9
가구주 성별	남자	7.0	2.6	2.7	2.4	1.8	1.0	3.4	2.3	3.2	12.7
	여자	7.9	2.1	2.1	1.4	2.2	1.4	3.5	2.8	2.8	12.0
가구주 연령	20대	5.7	4.0	4.4	3.1	0.5	0.0	0.5	0.0	2.8	14.8
	30대	9.9	3.3	2.0	1.7	2.5	1.1	1.6	0.6	1.4	10.0
	40대	9.1	2.4	2.0	1.6	1.3	1.3	2.3	1.7	2.5	13.1
	50대	6.0	2.5	3.4	2.9	2.0	1.4	6.5	3.6	3.5	11.7
	60대 이상	5.4	1.7	2.1	1.7	2.1	1.0	3.6	3.8	4.3	14.2
가구주 최종학력	중졸 이하	3.7	3.8	2.8	3.2	1.2	0.3	6.0	2.5	2.8	21.4
	고졸	5.9	2.9	2.6	2.5	1.5	1.8	3.8	3.5	4.0	13.2
	전문대졸 이상	8.4	2.1	2.4	1.7	2.2	0.8	3.1	1.8	2.5	11.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	9.2	2.2	2.4	1.9	1.4	1.4	2.8	1.4	2.0	10.4
	서비스/판매직	6.5	2.0	1.9	1.5	1.9	1.5	4.2	3.3	4.4	13.8
	기계/농림어업/단순노무	4.5	3.7	3.4	3.6	2.5	0.5	4.2	3.7	3.7	13.6
	기타	6.7	1.8	2.9	0.7	2.9	0.5	2.6	2.2	2.3	16.1
월평균 가구소득	200만원 미만	4.8	1.6	2.3	3.4	2.0	0.1	3.0	2.9	4.5	16.0
	200~400만원 미만	7.3	2.7	2.7	1.8	2.1	1.0	3.4	2.6	3.5	12.5
	400~600만원 미만	7.5	3.0	2.4	2.4	2.0	1.0	3.6	2.1	2.4	11.5
	600만원 이상	8.0	1.5	2.4	1.2	1.0	2.1	3.7	2.5	2.7	12.5

〈표 4-81〉 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식(1+2+3 가중평균) [2/2]

단위: %

구분		빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 기능 식품
전체		3.9	1.9	22.7	6.1	2.8	3.5	3.6	4.7	7.3	4.7
거주지역	수도권	4.5	1.5	26.6	6.0	2.7	2.7	2.7	4.8	11.3	4.7
	충청권	5.3	3.0	25.1	3.6	5.3	2.3	3.9	2.8	4.3	3.2
	호남권	1.7	2.1	13.1	6.1	2.6	4.9	6.1	7.6	2.4	5.9
	대경권	3.9	1.5	18.9	3.9	1.3	4.4	2.3	4.0	2.0	8.5
	동남권	3.0	2.3	18.2	9.9	1.8	5.7	5.6	4.6	3.0	3.3
	강원권	3.7	2.6	18.0	3.5	7.4	1.3	1.8	3.9	9.1	0.7
행정구역	동	4.1	1.8	22.5	6.1	3.1	3.6	3.5	5.0	8.1	4.7
	읍면	3.0	2.6	23.9	5.8	1.6	2.8	4.2	3.3	2.9	4.6

(계속)

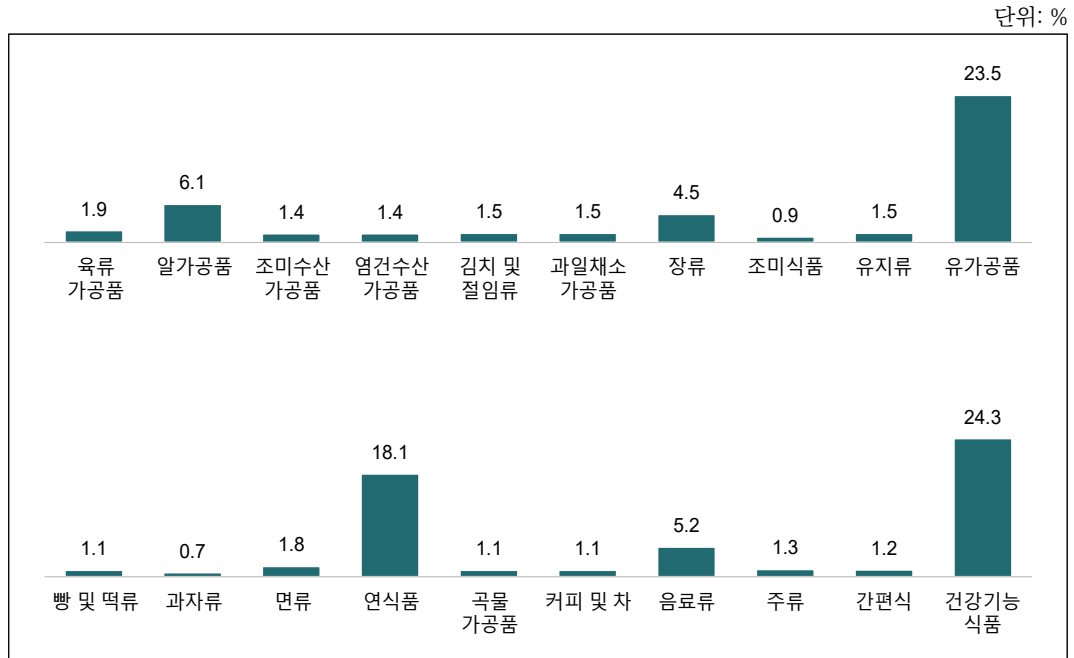
구분		빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 기능 식품
가구원 수	1인	5.1	2.3	24.8	3.8	2.6	2.7	3.8	3.9	10.5	4.1
	2인	4.0	1.5	19.3	7.9	2.7	4.3	4.1	6.5	4.9	6.3
	3인	2.9	1.8	24.2	5.9	3.3	3.2	4.2	4.0	8.4	4.2
	4인 이상	3.8	2.0	23.9	5.7	2.9	3.2	2.1	3.9	6.6	3.4
가구주 성별	남자	3.4	1.9	22.2	5.9	3.2	3.6	3.8	5.9	6.7	4.5
	여자	5.1	1.8	23.8	6.5	2.1	3.3	3.1	2.3	8.7	5.1
가구주 연령	20대	7.3	1.9	24.5	2.7	0.3	2.5	2.9	6.3	14.1	1.8
	30대	3.1	1.3	24.0	6.5	2.4	2.6	4.3	6.7	10.0	5.1
	40대	3.8	2.8	24.8	4.3	3.0	3.0	2.5	3.8	11.0	3.5
	50대	4.2	1.8	18.8	6.8	3.3	3.8	3.7	4.4	5.6	4.1
	60대 이상	3.9	1.7	23.2	7.0	3.1	4.3	4.0	3.9	2.9	6.3
가구주 최종학력	중졸 이하	2.3	1.2	18.1	5.7	4.1	6.3	1.4	5.4	1.7	5.9
	고졸	4.1	1.4	22.3	7.3	2.4	3.5	3.6	4.3	4.1	5.5
	전문대졸 이상	4.0	2.3	23.3	5.3	3.0	3.2	3.8	5.0	9.8	4.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.9	1.8	23.2	5.7	3.7	3.1	3.6	4.9	10.9	4.0
	서비스/판매직	4.5	2.5	23.1	6.2	1.7	3.1	3.7	4.3	5.7	4.2
	기계/농림어업/단순노무	3.9	1.8	18.5	6.8	2.1	4.5	4.1	6.2	3.2	5.7
	기타	2.4	0.7	29.7	5.5	4.1	3.6	1.9	1.5	4.8	7.1
월평균 가구소득	200만원 미만	3.9	1.5	26.4	8.7	3.2	4.6	2.1	2.5	2.2	4.2
	200~400만원 미만	3.8	1.5	23.5	5.9	2.0	2.9	3.5	4.8	7.1	5.4
	400~600만원 미만	3.2	1.4	21.0	6.2	3.2	4.4	3.6	6.0	9.3	3.7
	600만원 이상	5.8	4.0	22.4	4.6	3.7	2.2	4.5	3.3	6.4	5.4

6.7. 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목

○ 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목으로 '건강기능식품'(24.3%), '유가공품'(23.5%), '연식품'(18.1%) 등이 주로 응답됨.

- 거주지역에 따라 살펴보면, 수도권과 강원권 '건강기능식품', 충청권과 대경권, 동남권은 '유가공품'이 건강에 좋은 영향을 줄 것 같다는 응답이 상대적으로 높은 특징

〈그림 4-81〉 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균)



〈표 4-82〉 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) [1/2]

단위: %

구분	육류 가공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유 가공품	
전체	1.9	6.1	1.4	1.4	1.5	1.5	4.5	0.9	1.5	23.5	
거주지역	수도권	2.2	4.8	0.8	1.7	1.7	5.0	0.6	1.5	22.1	
	충청권	1.2	12.1	1.2	0.7	2.0	1.7	5.2	0.2	1.0	24.9
	호남권	3.6	4.4	3.3	0.5	1.0	1.7	3.2	2.8	2.2	21.3
	대경권	1.3	5.8	1.8	2.6	1.0	0.7	3.6	0.1	0.2	30.1
	동남권	1.5	7.0	1.5	0.6	1.1	0.7	3.2	1.9	2.0	25.4
	강원권	0.0	6.7	2.3	2.7	1.2	2.6	7.4	0.3	1.4	17.5
행정구역	동	1.9	6.3	1.1	1.5	1.5	1.5	4.4	0.8	1.5	23.7
	읍면	2.2	5.0	2.9	0.9	1.3	1.4	5.2	1.8	1.5	22.1
가구원수	1인	2.3	7.4	1.4	1.8	1.0	1.4	4.7	0.3	1.1	25.2
	2인	2.4	5.8	1.5	1.6	1.7	1.1	4.1	1.3	1.5	21.0
	3인	1.8	6.7	1.5	1.4	1.7	2.0	4.2	0.8	1.7	23.1
	4인 이상	1.1	4.5	1.2	0.8	1.5	1.5	5.2	1.1	1.6	25.6
가구주 성별	남자	1.8	5.9	1.6	1.3	1.2	1.3	4.5	1.0	1.4	23.7
	여자	2.2	6.4	0.8	1.7	2.0	1.9	4.5	0.7	1.6	23.0

(계속)

구분		육류 가공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유 가공품
가구주 연령	20대	2.3	11.5	1.5	0.3	0.3	2.4	3.2	0.7	0.7	22.8
	30대	2.9	7.0	0.9	1.6	1.5	1.4	3.8	0.4	0.6	23.8
	40대	2.1	5.5	1.5	1.1	1.6	2.0	4.1	1.1	1.6	25.6
	50대	1.6	5.5	1.1	1.4	1.4	1.6	5.2	1.1	2.4	21.2
	60대 이상	1.3	5.4	1.9	1.8	1.7	0.9	5.0	1.0	1.3	23.7
가구주 최종학력	중졸 이하	1.5	6.7	0.9	2.0	0.9	1.7	7.3	1.3	1.8	26.6
	고졸	1.3	6.3	1.9	1.4	1.3	1.2	5.1	0.7	1.4	21.4
	전문대졸 이상	2.4	5.9	1.1	1.4	1.6	1.6	3.9	1.0	1.5	24.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	2.4	6.4	1.0	1.5	1.4	1.6	3.6	0.9	1.4	23.8
	서비스/판매직	1.9	5.2	1.1	1.3	1.3	1.6	4.5	1.0	1.6	25.0
	기계/농림어업/단순노무	1.5	7.1	2.8	1.2	1.5	0.9	4.8	1.1	1.3	21.9
	기타	0.6	4.5	0.8	2.0	2.5	2.1	8.4	0.5	2.1	20.4
월평균 가구소득	200만원 미만	1.4	6.2	1.3	1.4	1.0	1.3	6.2	0.9	0.7	25.0
	200~400만원 미만	2.1	6.7	2.2	1.6	1.2	1.4	4.3	0.7	1.4	22.5
	400~600만원 미만	1.7	5.7	0.9	1.2	2.0	1.6	5.2	1.0	1.7	23.2
	600만원 이상	2.4	5.3	0.7	1.6	1.2	1.6	2.4	1.4	1.8	25.1

〈표 4-82〉 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) [2/2]

단위: %

구분		빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 기능 식품
전체		1.1	0.7	1.8	18.1	1.1	1.1	5.2	1.3	1.2	24.3
거주지역	수도권	0.8	0.7	1.9	17.6	1.0	0.8	4.3	1.0	1.5	28.0
	충청권	1.2	0.4	1.0	16.7	0.6	0.7	8.8	0.9	0.7	18.9
	호남권	1.8	1.5	2.5	12.7	2.6	3.0	6.3	2.4	1.2	21.8
	대경권	1.3	0.3	1.3	22.6	0.3	1.0	3.6	1.6	0.3	20.5
	동남권	0.8	1.2	1.9	21.6	0.9	0.8	6.0	1.5	1.0	19.5
	강원권	2.3	0.5	2.1	17.5	1.8	0.6	4.9	0.7	0.3	27.4
행정구역	동	1.0	0.6	1.8	18.3	1.1	0.8	4.9	1.1	1.2	25.0
	읍면	1.6	1.5	1.8	16.9	0.8	2.5	6.8	2.3	1.0	20.6
가구원 수	1인	1.7	0.2	1.9	17.3	1.1	0.4	4.8	0.7	1.0	24.2
	2인	1.2	1.1	1.5	18.8	1.3	1.4	6.0	1.4	1.2	24.0
	3인	0.8	0.5	2.5	17.6	0.7	1.8	5.3	1.1	1.1	23.8
	4인 이상	0.4	1.0	1.4	18.3	1.1	0.4	4.6	1.9	1.4	25.4
가구주 성별	남자	0.7	0.9	1.5	17.9	1.0	1.1	5.4	1.5	1.1	25.0
	여자	1.8	0.4	2.5	18.4	1.3	0.9	4.9	0.9	1.4	22.9

(계속)

구분		빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 기능 식품
가구주 연령	20대	1.4	1.5	3.9	16.4	1.4	0.4	3.5	1.2	3.2	21.6
	30대	0.7	0.6	1.0	21.4	0.9	1.0	4.0	1.3	0.6	24.5
	40대	1.0	0.9	1.3	16.3	1.1	0.7	4.7	1.4	1.7	24.7
	50대	1.2	0.6	2.2	18.2	1.2	0.8	5.5	1.2	1.3	25.3
	60대 이상	1.1	0.8	2.1	17.2	1.1	1.7	6.6	1.3	0.7	23.4
가구주 최종학력	중졸 이하	1.4	0.0	3.5	13.4	0.7	1.5	6.1	1.6	0.0	21.1
	고졸	1.2	0.8	1.4	18.5	1.1	1.2	6.7	1.3	1.2	24.4
	전문대졸 이상	0.9	0.7	1.9	18.2	1.1	0.9	4.3	1.2	1.2	24.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.9	0.8	1.8	18.6	1.4	0.8	4.2	1.6	1.2	24.8
	서비스/판매직	1.6	1.0	1.4	16.9	0.9	0.8	5.8	0.9	1.3	25.0
	기계/농림어업/단순노무	0.7	0.5	2.2	19.1	0.7	1.3	6.6	1.1	0.5	23.2
	기타	1.2	0.6	2.5	16.8	1.1	2.5	5.3	1.2	2.2	22.7
월평균 가구소득	200만원 미만	0.5	0.4	1.6	16.5	0.7	1.6	5.2	1.3	0.7	26.0
	200~400만원 미만	1.6	0.6	2.0	19.6	0.8	0.6	5.8	1.1	0.9	23.0
	400~600만원 미만	0.8	1.0	1.5	17.8	1.6	1.1	5.0	1.4	1.2	24.2
	600만원 이상	0.7	0.7	2.1	16.4	0.8	1.6	4.5	1.5	1.8	26.4

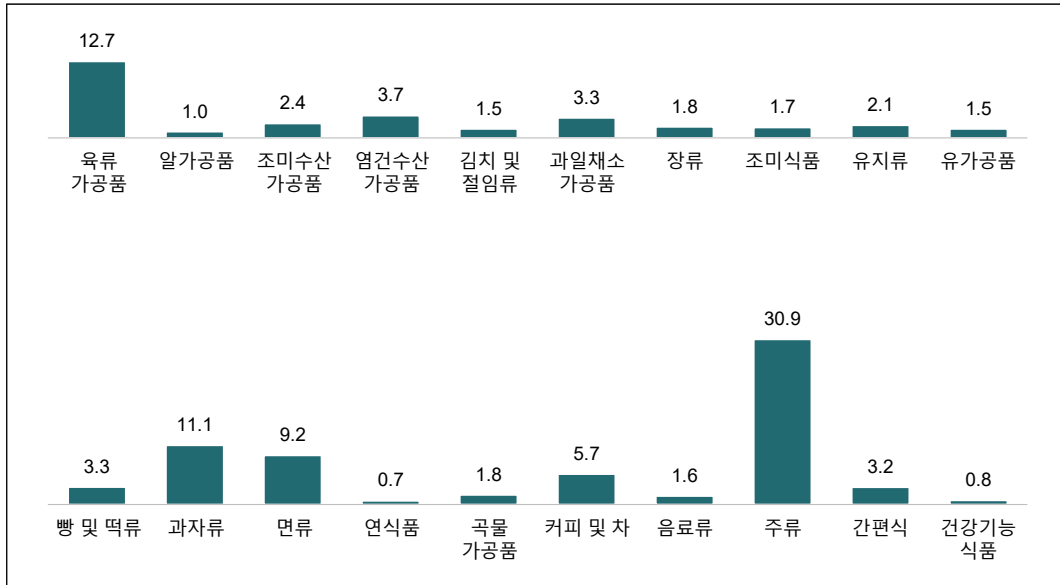
6.8. 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목

○ 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목으로 ‘주류’(30.9%), ‘육류가공품’(12.7%), ‘과자류’(11.1%), ‘면류’(9.2%) 등의 순으로 응답됨.

- ‘주류’의 경우 건강에 나쁜 영향을 줄 것 같다는 인식이 압도적으로 높으며, 거주지역, 가구원 수, 가구주 연령 등 모든 특성에서 높은 특징

〈그림 4-82〉 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균)

단위: %



〈표 4-83〉 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) [1/2]

단위: %

구분		육류 가공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유가공품
전체		12.7	1.0	2.4	3.7	1.5	3.3	1.8	1.7	2.1	1.5
거주지역	수도권	17.1	1.3	2.2	3.4	2.1	3.8	1.2	2.2	2.4	1.4
	충청권	6.9	0.3	2.7	5.4	1.2	1.6	3.0	1.1	3.0	0.3
	호남권	7.2	1.5	3.8	3.9	1.7	4.2	4.1	1.6	1.8	4.0
	대경권	10.4	0.0	1.7	4.3	0.3	2.1	0.7	0.9	0.9	0.7
	동남권	8.4	1.2	2.2	3.0	1.0	3.1	2.0	1.4	1.4	1.4
	강원권	10.2	0.6	1.1	2.5	0.4	3.0	0.9	2.0	3.4	0.0
행정구역	동	12.9	1.0	2.1	3.7	1.6	3.4	1.7	1.7	2.1	1.4
	읍면	11.5	1.3	3.6	3.3	1.2	2.8	2.0	2.0	2.6	1.8
가구원 수	1인	12.8	0.2	2.1	3.9	1.3	4.2	1.7	1.5	1.9	0.7
	2인	9.8	1.1	2.8	3.7	1.5	2.8	2.0	1.3	2.5	2.0
	3인	15.1	1.9	1.8	3.6	1.8	2.8	1.9	2.1	2.2	1.7
	4인 이상	14.1	0.8	2.5	3.5	1.6	3.6	1.4	2.2	1.8	1.2
가구주 성별	남자	12.7	1.1	2.5	3.4	1.8	3.0	1.5	1.7	2.3	1.6
	여자	12.6	0.9	2.1	4.3	1.0	3.9	2.3	1.9	1.9	1.1

(계속)

구분		육류 가공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유 가공품
가구주 연령	20대	9.6	0.0	0.9	2.3	0.2	4.6	1.9	0.0	0.5	1.7
	30대	16.1	1.1	1.6	4.7	1.1	5.0	1.8	1.4	1.8	0.9
	40대	13.3	0.8	2.9	4.0	2.2	2.8	0.8	2.3	2.4	1.5
	50대	11.8	1.5	2.2	3.5	1.4	3.0	2.1	2.4	2.1	1.1
	60대 이상	11.0	0.9	3.0	3.1	1.7	2.5	2.3	1.3	2.5	2.1
가구주 최종학력	중졸 이하	14.6	0.8	2.6	4.5	0.4	4.3	1.8	1.0	3.3	2.6
	고졸	10.4	1.1	3.0	3.5	1.9	2.7	2.1	1.5	2.5	1.6
	전문대졸 이상	13.9	1.0	2.0	3.7	1.4	3.6	1.6	2.0	1.9	1.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	14.8	0.9	2.0	4.0	1.3	4.0	1.4	2.3	2.1	1.3
	서비스/판매직	11.3	0.8	2.8	3.4	2.1	2.8	2.0	0.7	2.2	1.9
	기계/농림어업/단순노무	11.0	1.2	3.1	2.9	1.8	3.3	1.3	1.7	1.9	1.7
	기타	10.9	1.9	1.1	4.9	0.3	1.1	4.2	2.5	2.8	0.3
월평균 가구소득	200만원 미만	10.4	0.4	2.1	3.3	1.0	2.6	2.1	1.5	1.4	0.9
	200~400만원 미만	12.9	1.0	2.5	3.5	1.6	3.9	2.0	1.4	2.6	1.6
	400~600만원 미만	12.2	1.3	2.2	3.2	1.8	3.1	1.5	1.8	2.0	1.6
	600만원 이상	14.5	0.9	2.5	5.0	1.3	2.8	1.6	2.5	1.9	1.2

〈표 4-83〉 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) [2/2]

단위: %

구분		빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 기능 식품
전체		3.3	11.1	9.2	0.7	1.8	5.7	1.6	30.9	3.2	0.8
거주지역	수도권	2.7	11.1	10.0	0.3	1.9	4.7	1.7	25.9	3.9	0.8
	충청권	6.5	14.0	7.7	0.3	1.7	5.7	1.1	34.8	2.7	0.3
	호남권	1.6	4.6	8.6	2.1	1.8	10.7	2.0	30.9	2.6	1.1
	대경권	4.5	10.0	10.2	0.2	0.4	6.2	1.7	42.0	2.5	0.2
	동남권	2.8	13.8	7.5	1.9	2.0	5.4	1.5	36.6	2.2	1.0
	강원권	5.0	13.3	9.8	0.2	4.9	5.0	0.1	35.3	1.1	1.1
행정구역	동	3.2	11.6	9.5	0.6	1.7	5.7	1.6	30.6	3.3	0.6
	읍면	3.7	8.3	8.0	1.6	2.6	5.5	1.4	32.5	2.7	1.7
가구원 수	1인	3.4	11.5	11.2	0.2	2.7	5.4	1.5	30.3	2.9	0.5
	2인	3.8	10.8	7.9	0.9	2.0	6.7	1.5	33.7	2.4	0.9
	3인	3.2	11.3	8.1	0.9	1.4	4.7	2.0	28.6	4.0	1.0
	4인 이상	2.5	11.0	10.5	0.9	1.2	5.5	1.4	30.0	3.6	0.6
가구주 성별	남자	3.3	11.1	8.5	0.8	1.6	5.8	1.5	32.5	2.6	0.7
	여자	3.3	11.2	10.7	0.6	2.4	5.5	1.9	27.5	4.3	0.9

(계속)

구분		빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 기능 식품
가구주 연령	20대	3.6	15.3	9.5	0.2	0.5	9.2	1.5	36.1	2.2	0.2
	30대	2.5	12.3	8.5	0.7	2.1	4.2	1.6	29.1	3.0	0.4
	40대	3.1	10.5	9.1	0.7	1.5	5.8	1.3	30.0	4.6	0.6
	50대	2.7	10.7	9.7	0.8	2.1	5.6	2.0	30.5	3.6	1.3
	60대 이상	4.4	10.2	9.4	0.8	1.9	6.1	1.5	32.3	2.0	0.8
가구주 최종학력	중졸 이하	5.3	9.6	9.2	1.2	3.4	4.3	0.0	26.6	3.1	1.3
	고졸	3.2	10.9	9.4	0.8	1.8	5.5	1.9	33.2	2.5	0.6
	전문대졸 이상	3.1	11.3	9.1	0.6	1.7	6.0	1.5	29.9	3.6	0.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	2.7	12.3	8.6	0.5	1.7	5.4	1.6	29.4	2.9	0.9
	서비스/판매직	3.5	9.7	9.5	0.7	1.8	5.8	1.5	33.0	4.1	0.3
	기계/농림어업/단순노무	3.7	11.0	9.9	1.6	1.6	5.7	1.8	31.6	2.2	1.1
	기타	4.4	10.0	9.6	0.0	3.1	7.0	1.4	30.2	3.8	0.5
월평균 가구소득	200만원 미만	2.5	11.9	8.1	0.7	2.9	5.3	1.3	37.5	3.1	0.9
	200~400만원 미만	3.7	10.7	9.5	0.7	2.2	5.5	1.5	29.7	3.1	0.5
	400~600만원 미만	3.3	11.1	9.5	1.0	1.5	5.4	1.6	31.5	3.6	0.8
	600만원 이상	2.8	11.5	8.8	0.3	1.2	6.9	1.9	28.8	2.6	1.2

6.9. 품목별 선호 특성

○ 제시된 20가지 품목 중 알가공품과 조미수산가공품을 제외한 18개 품목에서 ‘다양하고 새로운 맛을 낸 제품을 구입하겠다’는 응답이 가장 높게 나타났고, 알가공품과 조미수산가공품은 ‘원료의 품질과 안전성이 확보된 제품을 구입하겠다’는 응답이 높게 나타남.

- 건강기능식품의 경우 ‘건강(영양)에 좋은 제품을 구입하겠다’는 응답이 다른 품목에 비해 상대적으로 높은 특징

〈표 4-84〉 품목별 선호 특성

단위: %

품목	건강(영양)에 좋은 제품을 구입하겠다	원료의 품질과 안전성이 확보된 제품을 구입하겠다	다양하고 새로운 맛을 낸 제품을 구입하겠다	소포장, 사용 및 취식·조리 간편화된 제품을 구입하겠다	제품의 업그레이드· 신제품 개발과 관계없이 가격만 저렴하면 구입하겠다
육류가공품	10.4	29.0	31.3	25.8	3.5
알가공품	13.9	32.7	25.3	23.7	4.4
조미수산가공품	8.0	32.3	30.5	24.2	5.1
염건수산가공품	8.3	28.6	33.2	24.6	5.3
김치 및 절임류	7.6	27.0	33.6	24.7	7.1
과일채소가공품	7.3	25.7	34.1	26.0	6.9
장류	10.2	29.8	34.4	21.8	3.8
조미식품	6.5	27.2	35.8	26.1	4.4
유지류	8.6	27.2	34.3	24.9	5.0
유가공품	17.4	21.6	35.2	22.5	3.3
빵 및 떡류	9.8	24.7	40.1	21.4	4.0
과자류	5.6	20.4	45.4	21.5	7.1
면류	5.6	22.4	41.1	24.8	6.2
연식품	15.6	26.5	31.2	24.4	2.3
곡물가공품	7.4	26.7	39.6	22.7	3.6
커피 및 차	4.5	21.8	43.3	24.2	6.2
음료류	7.7	22.5	40.8	24.9	4.1
주류	6.4	18.4	43.1	24.3	7.8
간편식	7.9	26.2	39.9	22.3	3.8
건강기능식품	21.1	24.1	34.7	17.6	2.4

5

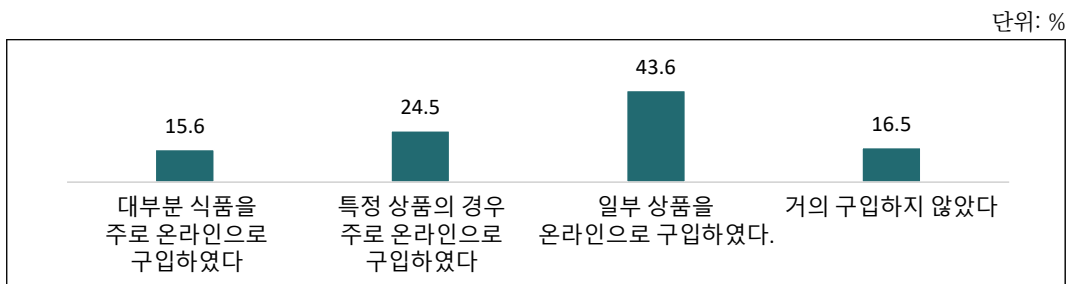
일반소비자 대상 조사 결과

1. 가공식품 온라인 구매 행태

1.1. 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험

- 최근 1년 가공식품 온라인 구입 시 ‘일부 상품을 온라인으로 구입’(43.6%), ‘특정 상품의 경우 주로 온라인으로 구입’(24.5%), ‘거의 구입하지 않은 경우’(16.5%) 순으로 조사됨.
- 강원권에서 온라인 구입 경험이 없는 비율이 상대적으로 높으며, 연령이 낮을수록 ‘대부분 온라인으로 구입’하는 비율이 증가하는 경향

〈그림 5-1〉 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험



〈표 5-1〉 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험

단위: 명, %

구분		사례수	대부분 온라인으로 구입하였다	특정 상품만 온라인으로 구입하였다	일부 상품을 온라인으로 구입하였다	거의 구입하지 않았다
전체		2000	15.6	24.5	43.6	16.5
권역	수도권	1017	17.7	24.3	42.5	15.5
	충청권	211	14.2	25.1	46.0	14.7
	호남권	214	12.1	22.4	43.9	21.5
	대경권	194	12.9	21.1	51.5	14.4
	동남권	305	14.8	29.2	41.6	14.4
	강원권	59	8.5	18.6	35.6	37.3
가구원 수	1인	300	22.3	18.3	39.7	19.7
	2인	380	16.6	21.3	48.4	13.7
	3인	537	14.2	27.9	39.7	18.2
	4인 이상	783	13.4	25.9	45.3	15.3
성별	남성	1013	12.2	24.5	44.8	18.5
	여성	987	18.9	24.4	42.2	14.4
연령	20대	313	14.7	37.4	34.2	13.7
	30대	411	18.0	26.8	38.4	16.8
	40대	522	18.0	24.7	44.1	13.2
	50대	324	15.7	20.4	43.2	20.7
	60대 이상	430	10.7	15.6	54.9	18.8
학력	고졸 이하	348	14.4	17.2	44.5	23.9
	대졸	1312	16.0	24.5	43.8	15.7
	대학원졸	201	16.9	27.4	44.8	10.9
직업	관리/전문/사무직	1076	15.7	26.4	43.1	14.8
	서비스/판매직	203	13.3	23.2	44.8	18.7
	기계/농림어업/단순노무	206	14.6	22.3	43.2	19.9
	주부	230	20.9	16.1	47.4	15.7
	학생	139	12.2	38.1	36.7	12.9
	기타	146	13.7	15.1	45.9	25.3
가구 소득	200만원 미만	188	18.6	17.6	39.9	23.9
	200~400만원 미만	561	13.5	23.4	44.2	18.9
	400~600만원 미만	567	15.9	24.0	44.1	16.0
	600만원 이상	684	16.1	27.6	43.6	12.7

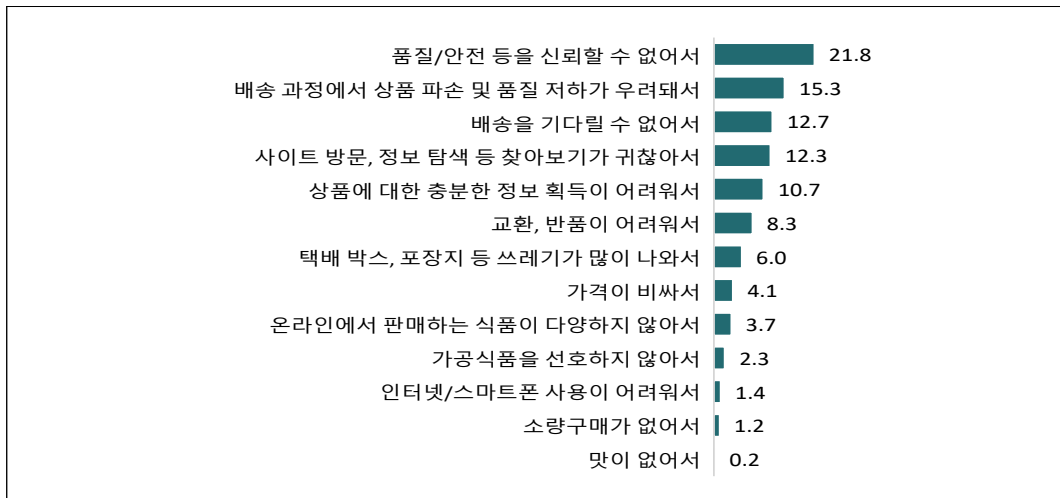
1.2. 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

○ 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유는 ‘품질·안전 등에 대한 불신’(21.8%)이 가장 높게 나타남.

- 충청권을 제외한 모든 지역에서 ‘품질·안전에 대한 불신’이 높은 수준
- 20대의 경우 ‘사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서’가 주 이유

〈그림 5-2〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균)

단위: %



〈표 5-2〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균) [1/2]

단위: 명, %

구분	사례수	품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서	배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려돼서	배송을 기다릴 수 없어서	사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서	상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서	교환, 반품이 어려워서	
전체	329	21.8	15.3	12.7	12.3	10.7	8.3	
권역	수도권	158	22.4	14.6	11.4	12.0	12.4	5.5
	충청권	31	23.7	26.9	14.0	8.6	3.2	10.8
	호남권	46	21.7	19.6	10.9	13.0	15.2	13.0
	대경권	28	20.2	7.1	11.9	17.9	4.8	9.5
	동남권	44	20.5	11.4	18.9	11.4	9.1	7.6
	강원권	22	19.7	13.6	12.1	12.1	10.6	15.2

(계속)

구분		사례수	품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서	배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려해서	배송을 기다릴 수 없어서	사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서	상품에 대한 충분한 정보가 획득이 어려워서	교환, 반품이 어려워서
가구원 수	1인	59	19.8	9.6	11.3	11.9	6.8	11.9
	2인	52	23.1	23.7	7.7	9.6	14.1	8.3
	3인	98	22.1	9.5	13.3	13.3	14.6	7.1
	4인 이상	120	21.9	19.2	15.0	12.8	8.1	7.5
성별	남성	187	21.6	16.2	13.4	10.7	13.4	8.2
	여성	142	22.1	14.1	11.7	14.3	7.3	8.5
연령	20대	43	10.9	15.5	17.8	22.5	5.4	4.7
	30대	69	19.3	14.5	19.8	14.0	6.3	8.2
	40대	69	29.0	14.0	12.6	7.2	10.6	10.6
	50대	67	20.4	13.9	13.4	9.5	10.9	10.0
	60대 이상	81	24.7	18.1	3.3	11.9	17.3	7.0
학력	고졸 이하	83	25.7	13.7	5.2	9.2	14.1	11.6
	대졸	206	20.2	15.4	15.2	13.3	10.0	7.6
	대학원졸	22	30.3	22.7	7.6	4.5	9.1	7.6
직업	관리/전문/사무직	159	21.0	18.7	14.9	10.7	10.7	9.0
	서비스/판매직	38	28.9	13.2	12.3	13.2	4.4	8.8
	기계/농림어업/단순노무	41	16.3	9.8	12.2	17.1	11.4	11.4
	주부	36	25.0	10.2	6.5	11.1	11.1	10.2
	학생	18	11.1	13.0	24.1	24.1	5.6	1.9
	기타	37	26.1	15.3	4.5	8.1	18.9	2.7
가구소득	200만원 미만	45	20.0	11.9	4.4	15.6	14.1	9.6
	200~400만원 미만	106	23.9	14.2	12.6	8.8	11.0	8.8
	400~600만원 미만	91	20.9	16.1	11.4	12.5	9.5	9.9
	600만원 이상	87	21.1	17.6	18.4	14.6	10.0	5.4

주: 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-2〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균) [2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서	가격이 비싸서	온라인에서 판매하는 식품이 다양하지 않아서	인터넷/스마트폰 사용이 어려워서	기타
전체		329	6.0	4.1	3.7	2.3	3.7
권역	수도권	158	7.8	4.9	5.1	1.3	1.7
	충청권	31	2.2	5.4	2.2	0.0	3.2
	호남권	46	2.2	0.0	0.0	0.7	2.2
	대경권	28	10.7	4.8	6.0	4.8	7.1
	동남권	44	5.3	4.5	3.0	4.5	8.3
	강원권	22	1.5	3.0	3.0	9.1	9.1

(계속)

구분		사례수	택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서	가격이 비싸서	온라인에서 판매하는 식품이 다양하지 않아서	인터넷/ 스마트폰 사용이 어려워서	기타
가구원 수	1인	59	6.2	9.0	5.1	4.0	6.8
	2인	52	4.5	1.9	2.6	3.8	3.8
	3인	98	6.1	3.7	3.1	3.4	4.1
	4인 이상	120	6.4	2.8	4.2	0.0	1.9
성별	남성	187	5.5	3.9	3.9	0.9	1.6
	여성	142	6.6	4.2	3.5	4.2	6.6
연령	20대	43	12.4	2.3	7.0	0.0	0.0
	30대	69	5.8	3.4	2.9	3.4	5.3
	40대	69	4.3	4.3	3.9	1.4	3.4
	50대	67	7.5	2.0	3.5	4.5	7.5
	60대 이상	81	2.9	7.0	2.9	1.6	1.6
학력	고졸 이하	83	3.2	5.2	5.2	1.6	4.0
	대졸	206	6.3	3.4	3.1	3.1	4.4
	대학원졸	22	9.1	4.5	4.5	0.0	0.0
직업	관리/전문/사무직	159	5.9	1.5	3.6	2.1	2.9
	서비스/판매직	38	5.3	0.9	1.8	2.6	9.6
	기계/농림어업/단순노무	41	6.5	4.1	4.1	3.3	4.9
	주부	36	4.6	8.3	6.5	5.6	5.6
	학생	18	11.1	5.6	3.7	0.0	0.0
	기타	37	5.4	13.5	3.6	0.0	0.0
가구소득	200만원 미만	45	4.4	11.9	3.0	3.0	3.0
	200~400만원 미만	106	5.3	5.7	4.7	1.9	3.5
	400~600만원 미만	91	6.6	2.2	2.9	1.8	6.2
	600만원 이상	87	6.9	0.0	3.8	0.4	1.9

주: 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는다고 응답한 자 대상임.

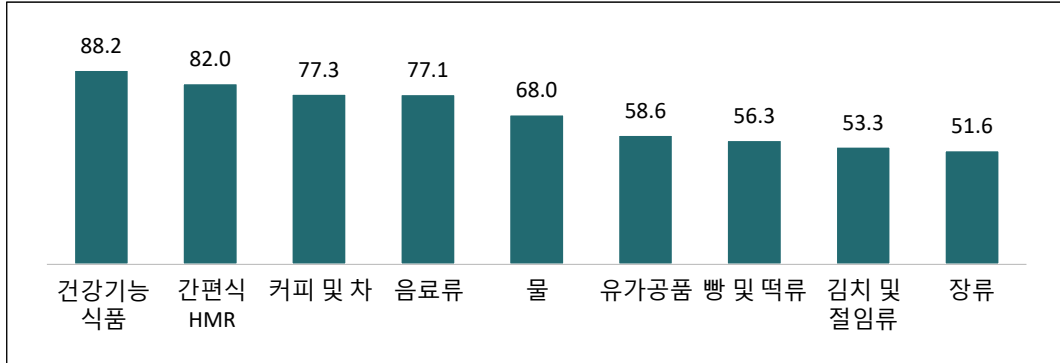
1.3. 온라인으로 구입하는 특정 상품

○ 온라인으로 구입하는 상품으로 '건강기능식품'이 88.2%로 가장 많았으며, '간편식' (82.0%), '커피 및 차'(77.3%), '음료류'(77.1%) 순으로 높게 나타남.

- 20대의 경우 '간편식' 구입이 87.0%로 가장 높은 수준

〈그림 5-3〉 온라인으로 구입하는 특정 상품(복수응답)

단위: %



주: 온라인으로 가공식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-3〉 온라인으로 구입하는 특정 상품(복수응답)

단위: 명, %

구분		사례수	김치 및 절임류	장류	빵 및 떡류	유가공품	음료류	생수	커피 및 차	간편식	건강기능식품
전체		1676	53.3	51.6	56.3	58.6	77.1	68.0	77.3	82.0	88.2
지역	수도권	859	58.3	54.8	60.4	61.8	80.1	69.4	79.3	86.4	87.4
	충청권	180	49.4	51.7	53.9	57.2	82.2	68.3	77.2	83.3	86.1
	호남권	168	37.5	43.5	47.6	47.6	67.3	66.1	74.4	69.6	85.7
	대경권	166	51.2	48.2	50.0	53.0	74.1	66.3	77.7	75.9	91.6
	동남권	261	52.1	50.6	54.4	59.4	73.6	65.9	72.0	77.4	90.8
	강원권	37	43.2	37.8	51.4	59.5	64.9	64.9	78.4	89.2	91.9
가구원수	1인	241	60.2	51.9	55.6	57.7	73.0	75.1	76.8	81.3	85.1
	2인	328	58.2	50.6	57.3	58.8	74.7	65.2	76.5	77.1	87.2
	3인	439	53.5	50.8	56.9	62.9	76.5	67.2	77.7	83.4	88.6
	4인 이상	663	48.1	52.6	55.5	56.0	80.1	67.3	77.5	83.7	89.4
성별	남성	826	51.9	48.9	49.8	52.7	72.6	65.6	72.8	79.7	87.4
	여성	845	54.6	54.3	62.6	64.4	81.4	70.3	81.7	84.3	88.9
연령	20대	270	40.7	43.0	60.4	56.7	79.3	69.3	73.7	87.0	84.8
	30대	342	46.2	47.4	58.8	64.0	81.9	69.6	77.5	86.0	88.9
	40대	453	53.9	54.5	58.3	66.0	82.1	71.5	79.5	85.4	87.0
	50대	257	64.2	60.7	56.0	51.4	76.7	73.2	82.5	78.6	92.2
	60대 이상	349	61.0	52.1	48.1	50.4	64.5	57.0	73.1	72.2	88.5
학력	고졸 이하	265	55.1	52.1	49.8	53.2	75.5	61.1	77.4	80.8	89.1
	대졸	1106	53.0	51.6	57.7	60.1	76.9	68.2	77.8	81.6	88.6
	대학원졸	179	60.3	58.1	60.3	64.2	80.4	76.0	81.0	84.9	88.8

(계속)

구분		사례수	김치 및 절임류	장류	빵 및 떡류	유 가공품	음료류	생수	커피 및 차	간편식	건강 기능 식품
직업	관리/전문/사무직	917	51.7	51.1	58.3	59.4	79.9	70.8	78.4	83.9	88.7
	서비스/판매직	165	55.8	47.3	52.7	60.6	70.3	69.1	75.8	81.8	89.1
	기계/농림어업/단순노무	165	54.5	50.9	52.1	55.2	73.9	60.0	76.4	75.2	91.5
	주부	194	65.5	66.5	61.3	69.1	77.8	64.9	82.5	82.5	90.7
	학생	121	41.3	41.3	51.2	47.9	76.9	69.4	66.1	84.3	81.0
	기타	109	52.3	48.6	46.8	46.8	67.0	58.7	74.3	73.4	80.7
가구 소득	200만원 미만	143	61.5	53.1	51.7	51.7	62.2	58.7	74.1	70.6	80.4
	200~400만원 미만	455	48.1	51.6	54.3	59.3	74.9	66.8	74.5	77.1	88.8
	400~600만원 미만	476	56.5	52.9	57.4	58.2	75.0	66.2	77.1	84.5	89.5
	600만원 이상	597	52.6	50.3	58.0	60.0	83.9	72.5	80.2	86.4	88.4

주: 온라인으로 가공식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

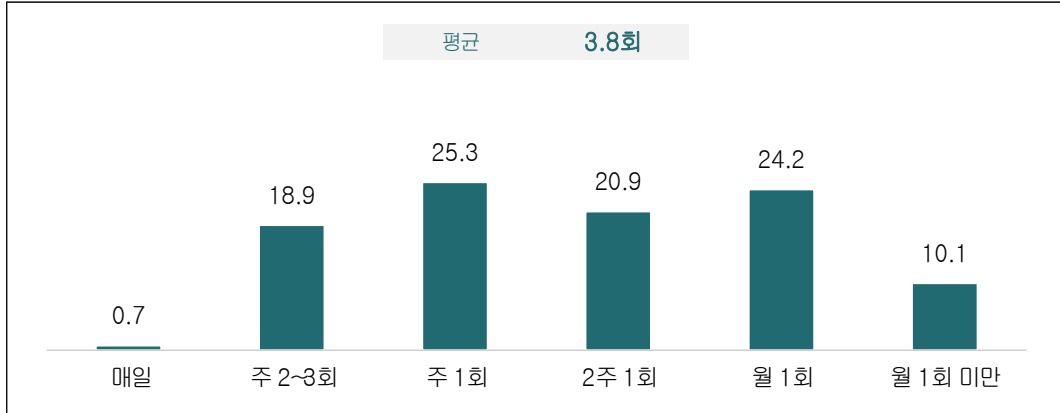
1.4. 온라인 가공식품 구입 주기

○ 온라인으로 가공식품을 구입하는 주기는 월평균 3.81회이며, ‘주 1회’가 25.3%로 가장 높으며, ‘월 1회’(24.2%), ‘2주 1회’(20.9%) 순으로 나타남.

- 수도권에서 월평균 4회 이상으로 높은 반면, 강원권은 월평균 3.14회로 낮은 수준
- 가구원 수로 살펴보면, 가구원 수가 많을수록 평균 구입 횟수가 많아지는 경향
- 연령별로 보면, 40대는 월평균 4.38회로 높은 반면, 60대는 월평균 3.01로 낮은 수준
- 가구소득별로도 차이를 보여, 가구소득이 높은 경우 구입 주기도 짧아지는 경향

〈그림 5-4〉 온라인 가공식품 구입 주기

단위: %



주: 온라인으로 가공식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-4〉 온라인 가공식품 구입 주기

단위: 명, %

구분	사례수	매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	월평균	
전체	1671	0.7	18.9	25.3	20.9	24.2	10.1	3.81	
지역	수도권	859	0.6	21.1	27.0	21.0	22.1	8.3	4.04
	충청권	180	1.7	16.1	28.9	19.4	25.0	8.9	3.95
	호남권	168	0.0	13.7	20.8	23.8	28.6	13.1	3.03
	대경권	166	0.0	17.5	22.3	18.7	30.1	11.4	3.37
	동남권	261	1.1	18.0	23.4	20.3	24.1	13.0	3.79
	강원권	37	0.0	16.2	16.2	27.0	24.3	16.2	3.14
가구원 수	1인	241	1.2	14.5	17.0	22.4	31.1	13.7	3.33
	2인	328	0.6	17.1	25.0	19.8	24.7	12.8	3.60
	3인	439	0.0	19.8	28.5	22.8	21.4	7.5	3.83
	4인 이상	663	0.9	20.7	26.4	19.6	23.4	9.0	4.06
성별	남성	826	1.0	18.0	26.9	21.1	24.8	8.2	3.88
	여성	845	0.4	19.6	23.8	20.7	23.7	11.8	3.73
연령	20대	270	0.7	20.4	21.5	23.7	25.9	7.8	3.89
	30대	342	0.9	20.5	22.5	19.6	28.1	8.5	3.93
	40대	453	0.9	23.0	29.6	20.1	20.3	6.2	4.38
	50대	257	0.0	19.1	26.1	17.9	25.7	11.3	3.62
	60대 이상	349	0.6	10.6	24.9	23.2	23.2	17.5	3.01
학력	고졸 이하	265	1.9	17.0	20.4	20.4	26.4	14.0	3.82
	대졸	1106	0.4	19.2	26.6	19.9	24.2	9.8	3.78
	대학원졸	179	0.6	20.7	28.5	21.8	20.7	7.8	4.06

(계속)

구분		사례수	매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	월평균
직업	관리/전문/사무직	917	0.9	18.9	27.9	19.8	24.4	8.1	3.95
	서비스/판매직	165	0.6	17.6	26.1	17.0	22.4	16.4	3.63
	기계/농림어업/단순노무	165	0.6	18.8	18.2	21.2	29.7	11.5	3.57
	주부	194	0.0	24.2	26.3	20.1	18.6	10.8	4.12
	학생	121	0.8	17.4	19.8	29.8	24.8	7.4	3.66
	기타	109	0.0	12.8	17.4	26.6	26.6	16.5	2.86
가구 소득	200만원 미만	143	0.0	11.9	19.6	23.1	25.2	20.3	2.79
	200~400만원 미만	455	0.9	17.8	23.7	20.7	25.5	11.4	3.72
	400~600만원 미만	476	0.4	18.3	26.7	21.8	23.7	9.0	3.74
	600만원 이상	597	0.8	21.8	26.8	19.8	23.5	7.4	4.17

주: 온라인으로 가공식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

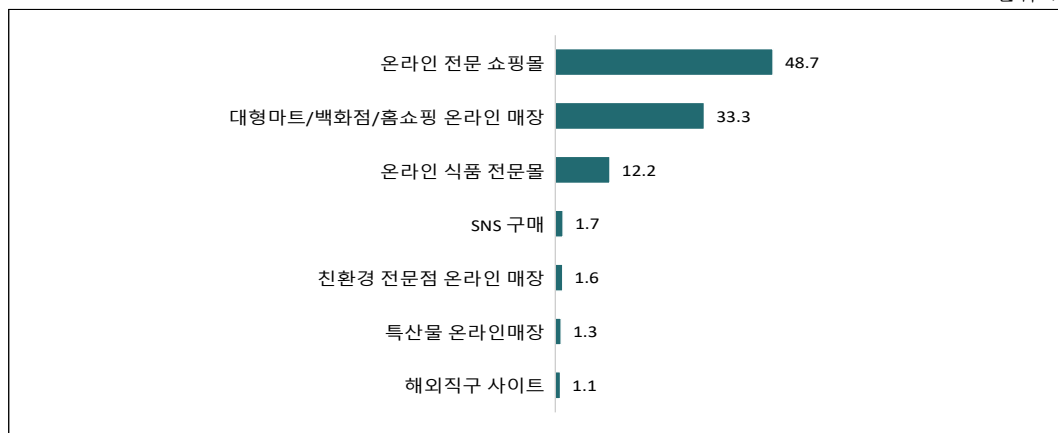
1.5. 온라인으로 식품을 구매하는 장소

○ 온라인으로 식품을 구매하는 장소는 ‘온라인 전문 쇼핑몰’(48.7%)이 가장 높으며 ‘대형마트/백화점/홈쇼핑 온라인 매장’(33.3%), ‘온라인 식품 전문몰’(12.2%) 순임.

- 모든 응답자 특성에서 ‘온라인 전문쇼핑몰’, ‘대형마트/백화점/홈쇼핑 온라인매장’, ‘온라인 식품 전문몰’ 순

〈그림 5-5〉 온라인으로 식품을 구매하는 장소(1+2 가중평균)

단위: %



주: 온라인으로 가공식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-5〉 온라인으로 식품을 구매하는 장소(1+2 가중평균)

단위: 명, %

구분		사례수	온라인 전문 쇼핑몰	대형마트 /백화점/ 홈쇼핑 온라인 매장	온라인 식품 전문몰	SNS 구매	친환경 전문점 온라인 매장	특산물 온라인 매장	해외직구 사이트
전체		1671	48.7	33.3	12.2	1.7	1.6	1.3	1.1
지역	수도권	859	46.2	34.7	14.2	1.7	1.4	0.9	1.0
	충청권	180	52.8	32.6	9.8	1.1	2.0	0.7	0.9
	호남권	168	48.8	32.3	10.5	2.4	2.6	1.8	1.6
	대경권	166	55.6	31.3	7.8	1.6	1.4	1.8	0.4
	동남권	261	51.1	31.3	10.9	2.0	1.4	1.7	1.7
	강원권	37	37.8	33.3	15.3	1.8	4.5	5.4	1.8
가구원 수	1인	241	49.8	32.4	10.4	3.0	1.8	1.5	1.1
	2인	328	47.9	34.1	12.2	1.2	1.9	1.3	1.3
	3인	439	46.0	33.3	13.7	1.5	2.0	1.7	1.7
	4인 이상	663	50.4	33.3	11.9	1.7	1.2	1.0	0.6
성별	남성	826	50.9	31.9	11.2	1.9	1.6	1.5	1.0
	여성	845	46.5	34.8	13.2	1.6	1.7	1.1	1.2
연령	20대	270	45.6	32.2	16.5	2.1	1.5	1.0	1.1
	30대	342	46.2	36.5	13.2	1.4	0.4	0.8	1.6
	40대	453	46.6	34.5	13.3	1.9	1.5	0.8	1.4
	50대	257	53.2	31.1	10.9	1.3	1.4	1.6	0.5
	60대 이상	349	52.9	31.1	7.4	1.9	3.3	2.5	0.8
학력	고졸 이하	265	53.8	31.7	9.3	1.4	1.4	1.6	0.8
	대졸	1106	48.0	33.9	12.4	1.7	1.6	1.4	1.1
	대학원졸	179	44.7	34.5	14.0	2.2	2.4	0.7	1.5
직업	관리/전문/사무직	917	46.8	34.1	14.2	1.6	1.2	1.1	1.1
	서비스/판매직	165	51.1	27.1	12.3	2.6	3.0	2.0	1.8
	기계/농림어업/단순노무	165	52.3	34.3	5.7	3.0	1.4	2.0	1.2
	주부	194	48.1	36.9	9.3	0.9	2.9	1.2	0.7
	학생	121	49.3	30.3	14.3	2.5	1.1	0.6	1.9
	기타	109	55.4	31.8	8.0	0.3	2.1	2.1	0.3
가구 소득	200만원 미만	143	56.4	28.0	8.6	1.2	2.6	1.6	1.6
	200~400만원 미만	455	47.9	33.9	10.5	2.9	2.0	1.6	1.2
	400~600만원 미만	476	48.4	34.7	12.7	1.1	1.3	1.0	0.9
	600만원 이상	597	47.6	33.1	14.0	1.6	1.5	1.2	1.1

주: 온라인으로 가공식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

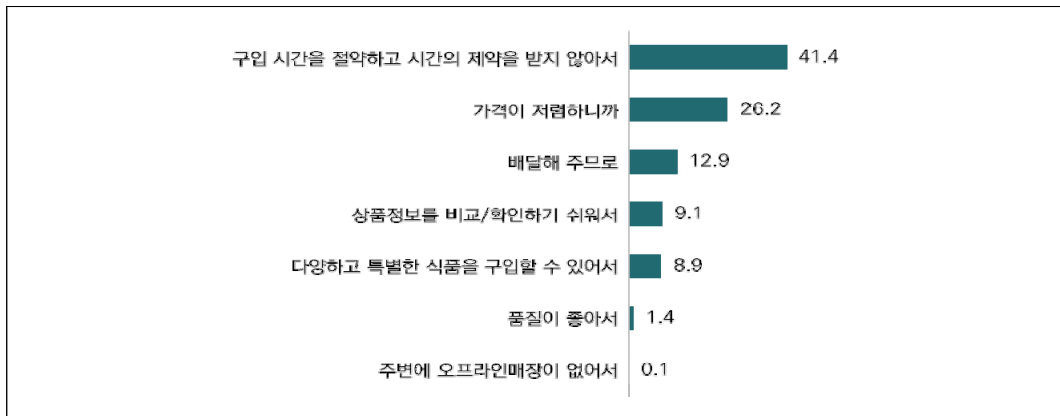
1.6. 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유

○ 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유는 ‘구입 시간을 절약하고 시간의 제약을 받지 않아서’가 41.4%로 가장 높으며, ‘저렴한 가격’(26.2%), ‘배달해 주므로’(12.9%) 순으로 높게 나타남.

- 가구소득이 높을수록 ‘구입 시간을 절약하고 시간의 제약을 받지 않아서’라는 응답 비중이 높으며, ‘가격이 저렴하니까’ 응답비중은 낮아지는 경향

〈그림 5-6〉 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유

단위: %



주: 온라인으로 가공식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-6〉 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유

단위: 명, %

구분	사례수	구입 시간 절약/ 시간의 제약을 받지 않아서	가격이 저렴 하니까	배달해 주므로	상품 정보를 비교·확인 하기 쉬워서	다양하고 특별한 식품을 구입할 수 있어서	품질이 좋아서	기타	
전체	1671	41.4	26.2	12.9	9.1	8.9	1.4	0.1	
권역	수도권	859	43.9	24.1	14.3	7.8	8.6	1.3	0.0
	충청권	180	37.8	30.0	8.9	11.7	9.4	2.2	0.0
	호남권	168	38.1	26.2	11.3	11.3	10.1	2.4	0.6
	대경권	166	39.2	26.5	12.0	12.7	9.0	0.6	0.0
	동남권	261	39.8	29.5	13.0	7.7	8.4	1.5	0.0
	강원권	37	35.1	32.4	10.8	10.8	8.1	0.0	2.7

(계속)

구분		사례수	구입 시간 절약/ 시간의 제약을 받지 않아서	가격이 저렴 하니까	배달해 주므로	상품 정보를 비교·확인 하기 쉬워서	다양하고 특별한 식품을 구입할 수 있어서	품질이 좋아서	기타
가구원수	1인	241	32.4	31.5	19.1	8.3	7.5	1.2	0.0
	2인	328	41.8	23.2	10.7	12.8	10.1	1.5	0.0
	3인	439	46.9	22.8	10.0	9.3	8.9	1.8	0.2
	4인 이상	663	40.7	28.1	13.7	7.4	8.7	1.2	0.2
성별	남성	826	44.9	27.1	9.0	8.6	8.6	1.6	0.2
	여성	845	37.9	25.3	16.8	9.6	9.1	1.3	0.0
연령	20대	270	34.1	28.5	14.8	11.1	9.6	1.9	0.0
	30대	342	36.8	31.9	13.5	7.3	9.1	1.5	0.0
	40대	453	48.1	25.8	11.3	7.1	6.0	1.3	0.4
	50대	257	47.9	24.9	10.5	10.1	5.8	0.8	0.0
	60대 이상	349	37.8	20.3	14.9	11.2	14.0	1.7	0.0
학력	고졸 이하	265	34.3	24.2	18.1	11.7	10.2	1.5	0.0
	대졸	1106	42.9	27.2	11.8	8.2	8.4	1.4	0.1
	대학원졸	179	48.6	17.9	11.2	10.6	8.9	2.2	0.6
직업	관리/전문/사무직	917	45.7	25.4	10.9	8.3	8.2	1.3	0.2
	서비스/판매직	165	38.2	26.1	14.5	10.3	8.5	2.4	0.0
	기계/농림어업/단순노무	165	41.2	27.9	7.9	13.3	8.5	1.2	0.0
	주부	194	37.6	23.7	18.6	10.3	8.2	1.5	0.0
	학생	121	31.4	33.9	14.9	9.1	9.9	0.8	0.0
	기타	109	27.5	26.6	22.9	5.5	15.6	1.8	0.0
가구 소득	200만원 미만	143	26.6	30.1	18.9	12.6	8.4	2.8	0.7
	200~400만원 미만	455	37.1	29.0	13.2	9.2	10.3	1.1	0.0
	400~600만원 미만	476	42.0	27.3	11.8	9.2	8.6	1.1	0.0
	600만원 이상	597	47.6	22.3	12.2	8.0	8.0	1.7	0.2

주: 온라인으로 가공식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

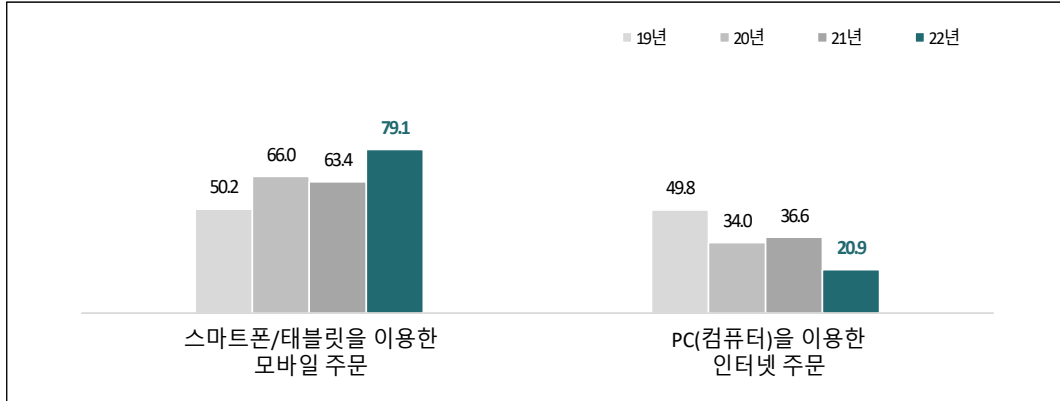
1.7. 온라인 가공식품 주문 방법

○ 온라인으로 가공식품을 주문하는 방법은 ‘스마트/태블릿을 이용한 모바일 주문’이 79.1%로 높은 수치를 보이며 ‘PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문’이 20.9%로 나타남.

- 모든 응답자 특성에서 ‘모바일 주문’이 많은 가운데, 가구원 수가 적을수록, 연령별로 50대 이상, 가구소득이 낮을수록 ‘PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문’이 높은 특징

〈그림 5-7〉 온라인 가공식품 주문 방법

단위: %



주: 온라인으로 가공식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-7〉 온라인 가공식품 주문 방법

단위: 명, %

구분		사례수	PC(컴퓨터)을 이용한 인터넷 주문	스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문
전체		1671	20.9	79.1
권역	수도권	859	18.0	82.0
	충청권	180	22.8	77.2
	호남권	168	27.4	72.6
	대경권	166	22.9	77.1
	동남권	261	23.4	76.6
	강원권	37	24.3	75.7
가구원 수	1인	241	25.7	74.3
	2인	328	21.6	78.4
	3인	439	19.8	80.2
	4인 이상	663	19.6	80.4
성별	남성	826	24.1	75.9
	여성	845	17.9	82.1
연령	20대	270	14.1	85.9
	30대	342	18.1	81.9
	40대	453	15.0	85.0
	50대	257	28.8	71.2
	60대 이상	349	30.9	69.1
학력	고졸 이하	265	20.4	79.6
	대졸	1106	22.5	77.5
	대학원졸	179	15.6	84.4

(계속)

구분		사례수	PC(컴퓨터)을 이용한 인터넷 주문	스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문
직업	관리/전문/사무직	917	21.3	78.7
	서비스/판매직	165	24.8	75.2
	기계/농림어업/단순노무	165	21.2	78.8
	주부	194	14.9	85.1
	학생	121	15.7	84.3
	기타	109	28.4	71.6
가구 소득	200만원 미만	143	28.0	72.0
	200~400만원 미만	455	22.4	77.6
	400~600만원 미만	476	21.2	78.8
	600만원 이상	597	17.9	82.1

주: 온라인으로 가공식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

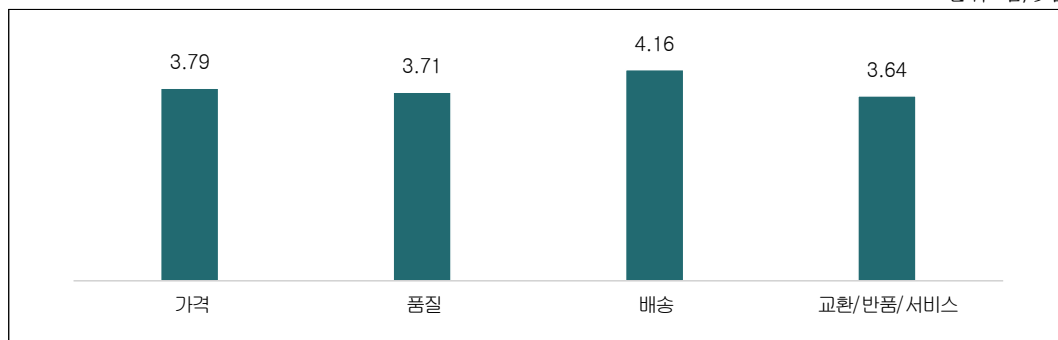
1.8. 온라인 구입 가공식품의 만족도

○ 온라인으로 구입한 가공식품에 대한 만족도는 ‘배송’(4.16점), ‘가격’(3.79점), ‘품질’(3.71점) 순이며, 전반적으로 높은 만족도 수준을 보임.

- 모든 응답자 특성에서 ‘배송’에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며, 지역별로 수도권, 연령별로 20대, 1인 가구에서 다른 경우 대비 높은 특징

〈그림 5-8〉 온라인 구입 가공식품의 만족도

단위: 점/5점



주 1) 온라인으로 가공식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

2) ‘매우 불만족’ 응답을 1점~‘매우 만족’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-8〉 온라인 구입 가공식품의 만족도

단위: 명, 점/5점

구분		사례수	가격	품질	배송	교환/반품/서비스
전체		1671	3.79	3.71	4.16	3.64
지역	수도권	859	3.80	3.73	4.21	3.67
	충청권	180	3.78	3.62	4.06	3.55
	호남권	168	3.77	3.75	4.10	3.54
	대경권	166	3.81	3.76	4.10	3.67
	동남권	261	3.77	3.64	4.14	3.65
	강원권	37	3.97	3.73	4.08	3.68
가구원 수	1인	241	3.81	3.72	4.18	3.59
	2인	328	3.80	3.69	4.14	3.67
	3인	439	3.76	3.71	4.16	3.65
	4인 이상	663	3.81	3.72	4.15	3.63
성별	남성	826	3.81	3.67	4.08	3.57
	여성	845	3.78	3.75	4.23	3.70
연령	20대	270	3.81	3.74	4.24	3.65
	30대	342	3.75	3.73	4.18	3.58
	40대	453	3.85	3.75	4.15	3.67
	50대	257	3.77	3.67	4.08	3.60
	60대 이상	349	3.77	3.64	4.14	3.69
학력	고졸 이하	265	3.78	3.60	4.06	3.63
	대졸	1106	3.80	3.72	4.16	3.63
	대학원졸	179	3.79	3.79	4.23	3.74
직업	관리/전문/사무직	917	3.81	3.73	4.17	3.64
	서비스/판매직	165	3.80	3.69	4.13	3.60
	기계/농림어업/단순노무	165	3.75	3.60	4.04	3.55
	주부	194	3.82	3.73	4.22	3.80
	학생	121	3.74	3.79	4.25	3.57
	기타	109	3.72	3.65	4.06	3.59
가구 소득	200만원 미만	143	3.69	3.57	3.97	3.50
	200~400만원 미만	455	3.75	3.65	4.15	3.60
	400~600만원 미만	476	3.82	3.74	4.15	3.68
	600만원 이상	597	3.83	3.77	4.21	3.67

주 1) 온라인으로 가공식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

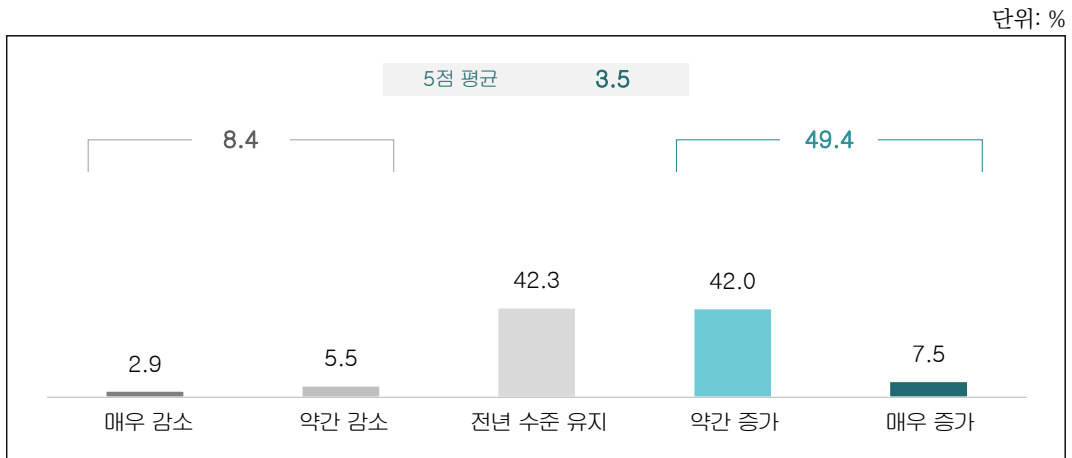
2) '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

1.9. 최근 1년 온라인 가공식품 구입변화

○ 최근 1년 온라인 가공식품 구입변화는 ‘1년 전과 비교 시 변화 없다’가 42.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘약간 증가했다’가 42.0%, ‘매우 증가’가 7.5%로 나타나, 온라인을 통한 가공식품 구입은 꾸준히 증가하고 있음을 알 수 있음.

- 수도권(3.52점), 여성(3.50점)인 경우 온라인 가공식품 구입이 더욱 증가하는 특징
- 가구소득이 높을수록 온라인 가공식품 구입이 더욱 증가하는 경향

〈그림 5-9〉 최근 1년 온라인 가공식품 구입변화



주: 평균은 ‘매우 감소’ 응답을 1점~‘매우 증가’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-9〉 최근 1년 온라인 가공식품 구입변화

단위: 명, %, 점/5점

구분	사례수	매우 감소했다	약간 감소했다	전년 수준 유지	약간 증가했다	매우 증가했다	평균(점)	
전체	2000	2.9	5.5	42.3	42.0	7.5	3.46	
권역	수도권	1017	2.4	4.7	39.9	44.3	8.7	3.52
	충청권	211	3.3	5.2	43.6	43.1	4.7	3.41
	호남권	214	2.8	7.9	47.2	33.6	8.4	3.37
	대경권	194	4.1	6.7	42.8	41.2	5.2	3.37
	동남권	305	2.6	6.2	43.6	40.0	7.5	3.44
	강원권	59	8.5	1.7	50.8	39.0	0.0	3.20

(계속)

구분		사례수	매우 감소했다	약간 감소했다	전년 수준 유지	약간 증가했다	매우 증가했다	평균(점)
가구원수	1인	300	5.0	5.7	45.7	37.3	6.3	3.34
	2인	380	2.6	5.0	46.3	39.7	6.3	3.42
	3인	537	3.0	5.6	38.4	45.3	7.8	3.49
	4인 이상	783	2.2	5.5	41.6	42.5	8.2	3.49
성별	남성	1013	3.3	5.0	45.4	39.9	6.4	3.41
	여성	987	2.5	5.9	39.0	44.1	8.5	3.50
연령	20대	313	1.3	4.8	39.3	47.0	7.7	3.55
	30대	411	2.4	5.6	41.1	42.8	8.0	3.48
	40대	522	2.7	4.8	36.6	45.2	10.7	3.57
	50대	324	5.6	7.7	41.7	39.5	5.6	3.32
	60대 이상	430	2.8	4.9	52.8	35.3	4.2	3.33
학력	고졸 이하	348	6.3	8.9	46.6	32.8	5.5	3.22
	대졸	1312	2.4	4.7	42.5	42.8	7.5	3.48
	대학원졸	201	1.0	4.0	35.3	49.3	10.4	3.64
직업	관리/전문/사무직	1076	1.9	4.6	40.1	45.5	7.9	3.53
	서비스/판매직	203	4.9	5.4	46.3	34.0	9.4	3.37
	기계/농림어업/단순노무	206	5.8	8.7	42.2	35.9	7.3	3.30
	주부	230	3.0	6.1	42.2	42.2	6.5	3.43
	학생	139	2.2	5.8	38.8	46.0	7.2	3.50
	기타	146	4.1	6.2	55.5	30.8	3.4	3.23
가구 소득	200만원 미만	188	6.4	5.3	56.4	27.1	4.8	3.19
	200~400만원 미만	561	3.4	8.6	42.8	39.4	5.9	3.36
	400~600만원 미만	567	2.1	4.4	42.3	43.4	7.8	3.50
	600만원 이상	684	2.2	3.8	37.9	46.9	9.2	3.57

주: 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

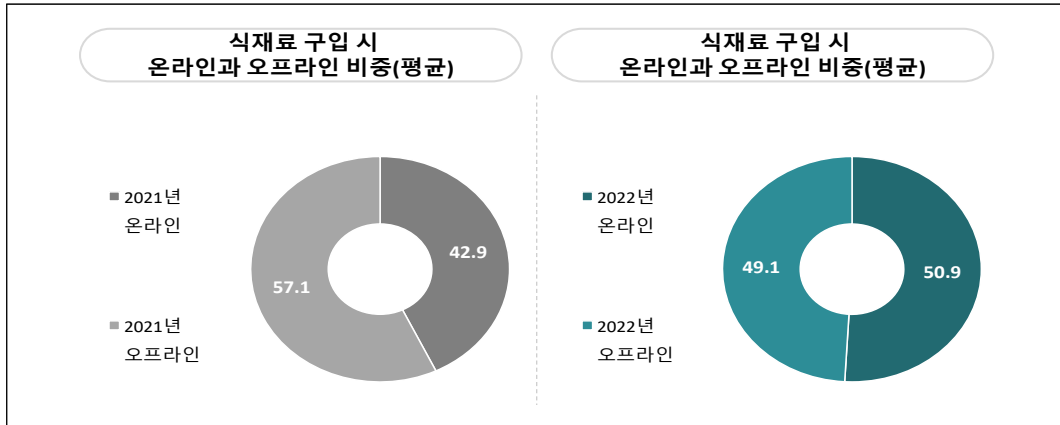
1.10. 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중

○ 식재료 구입 시 온라인과 오프라인의 비중은 2021년 기준 '오프라인'이 57.1%, '온라인'이 42.9%로 오프라인의 비중이 더 높게 나타났으나, 2022년 기준 '온라인'은 50.9%, '오프라인'은 49.1%로 '온라인 구매'의 비중이 더 커짐.

- 2022년 기준, 충청권과 호남권, 대경권, 강원권의 경우 '오프라인 구매' 비중이 더 크며, 남성은 '오프라인', 여성은 '온라인' 비중이 더 높은 특징
- 1인 가구의 '온라인 구매' 비중이 상대적으로 높은 특징

〈그림 5-10〉 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중

단위: %



〈표 5-10〉 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중

단위: 명, %

구분	사례수	2021년		2022년		
		온라인	오프라인	온라인	오프라인	
전체	1671	42.9	57.1	50.9	49.1	
권역	수도권	859	44.3	55.8	53.3	46.7
	충청권	180	42.9	57.1	49.4	50.6
	호남권	168	39.4	60.6	46.9	53.1
	대경권	166	40.6	59.4	46.9	53.1
	동남권	261	42.9	57.1	50.0	50.0
	강원권	37	37.0	63.0	45.2	54.8
가구원 수	1인	241	48.0	52.0	56.3	43.7
	2인	328	44.2	55.8	50.2	49.8
	3인	439	43.7	56.3	52.4	47.6
	4인 이상	663	39.9	60.1	48.3	51.7
성별	남성	826	42.4	57.6	49.3	50.7
	여성	845	43.4	56.6	52.5	47.5
연령	20대	270	38.8	61.2	48.6	51.5
	30대	342	44.7	55.3	53.4	46.6
	40대	453	45.7	54.3	55.1	45.0
	50대	257	43.3	56.7	50.3	49.7
	60대 이상	349	40.3	59.7	45.3	54.7
학력	고졸 이하	265	44.5	55.5	51.7	48.4
	대졸	1106	42.6	57.4	50.5	49.5
	대학원졸	179	46.2	53.8	55.5	44.5

(계속)

구분		사례수	2021년		2022년	
			온라인	오프라인	온라인	오프라인
직업	관리/전문/사무직	917	43.1	56.9	51.6	48.4
	서비스/판매직	165	44.3	55.7	51.1	48.9
	기계/농림어업/단순노무	165	43.2	56.8	50.2	49.8
	주부	194	43.3	56.7	52.1	48.0
	학생	121	37.0	63.0	46.3	53.7
	기타	109	44.2	55.8	49.1	50.9
가구 소득	200만원 미만	143	46.7	53.3	52.5	47.5
	200~400만원 미만	455	42.9	57.1	50.7	49.3
	400~600만원 미만	476	43.1	56.9	51.3	48.8
	600만원 이상	597	41.8	58.2	50.4	49.6

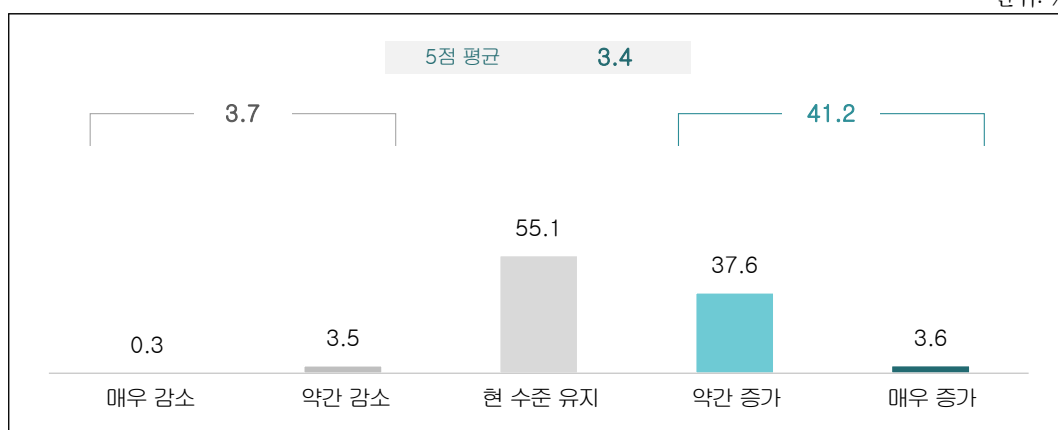
1.11. 향후 1년 온라인을 이용한 가공식품 구입 의향

○ 향후 1년 온라인을 이용하여 가공식품을 구입할 의향은 ‘현 수준 유지’가 55.1%로 가장 높으며, ‘약간 증가’할 것이라는 예상이 37.6%로 나타나, 온라인을 이용한 가공식품 구입은 향후 증가할 것으로 예상됨.

- 소득이 높을수록 향후 온라인을 이용한 가공식품 구입은 더욱 증가할 것으로 예상

<그림 5-11> 향후 1년 온라인을 이용한 가공식품 구입 의향

단위: %



주: 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-11〉 향후 1년 온라인을 이용한 가공식품 구입 의향

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	매우 감소할 것	약간 감소할 것	현 수준을 유지	약간 증가할 것	매우 증가할 것	평균(점)
전체		2000	0.3	3.5	55.1	37.6	3.6	3.41
권역	수도권	1017	0.1	2.9	53.6	39.2	4.1	3.44
	충청권	211	0.5	6.2	54.0	37.0	2.4	3.35
	호남권	214	0.0	2.3	62.6	31.3	3.7	3.36
	대경권	194	1.0	5.7	57.7	33.5	2.1	3.30
	동남권	305	0.3	3.0	53.1	40.0	3.6	3.44
	강원권	59	0.0	1.7	59.3	35.6	3.4	3.41
가구원 수	1인	300	0.0	3.3	62.3	32.0	2.3	3.33
	2인	380	0.5	5.3	57.4	33.7	3.2	3.34
	3인	537	0.2	2.2	50.7	42.5	4.5	3.49
	4인 이상	783	0.3	3.4	54.3	38.3	3.7	3.42
성별	남성	1013	0.1	3.0	54.9	39.3	2.8	3.42
	여성	987	0.4	4.0	55.3	35.9	4.5	3.40
연령	20대	313	0.0	2.2	56.9	36.7	4.2	3.43
	30대	411	0.0	3.4	58.2	34.3	4.1	3.39
	40대	522	0.4	2.3	50.2	42.3	4.8	3.49
	50대	324	0.6	4.9	52.5	39.2	2.8	3.39
	60대 이상	430	0.2	4.7	58.8	34.4	1.9	3.33
학력	고졸 이하	348	0.3	7.8	59.2	30.2	2.6	3.27
	대졸	1312	0.3	2.8	54.4	38.8	3.7	3.43
	대학원졸	201	0.0	0.0	47.8	47.8	4.5	3.57
직업	관리/전문/사무직	1076	0.4	2.3	52.4	41.4	3.5	3.45
	서비스/판매직	203	0.0	5.4	60.6	32.0	2.0	3.31
	기계/농림어업/단순노무	206	0.0	5.8	54.4	36.4	3.4	3.37
	주부	230	0.4	3.9	53.9	35.7	6.1	3.43
	학생	139	0.0	3.6	61.9	30.2	4.3	3.35
	기타	146	0.0	4.8	63.7	29.5	2.1	3.29
가구 소득	200만원 미만	188	0.0	5.9	64.4	26.6	3.2	3.27
	200~400만원 미만	561	0.4	5.9	57.0	32.8	3.9	3.34
	400~600만원 미만	567	0.4	2.1	54.7	39.0	3.9	3.44
	600만원 이상	684	0.1	1.9	51.3	43.4	3.2	3.48

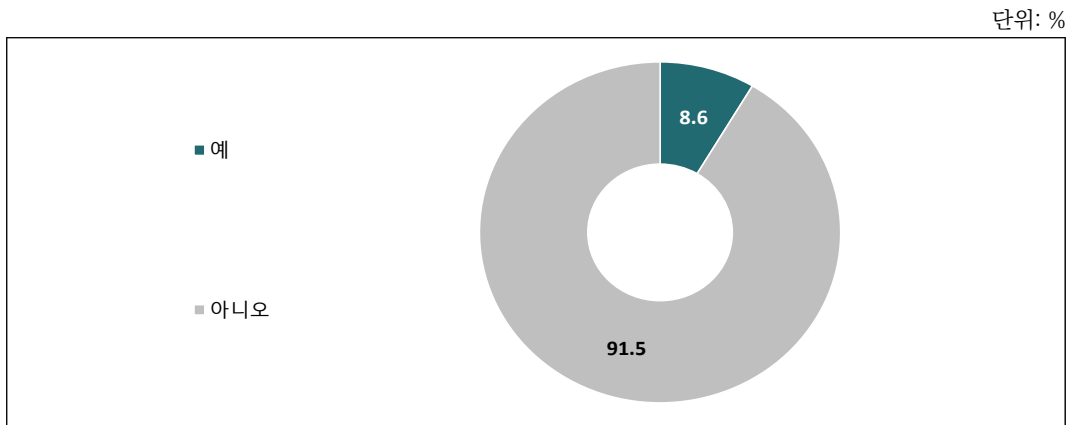
주: 평균은 '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

1.12. 가공식품 정기 배송 여부

○ 가공식품을 정기 배송하는 비율은 8.6%로 나타남.

- 동남권에서 정기 배송을 이용하는 경우가 10.2%로 가장 높고, 강원권에서 3.4%로 가장 낮은 수준
- 가구소득이 높을수록 가공식품 정기 구독 비율도 증가하는 경향

〈그림 5-12〉 가공식품 정기 배송 여부



〈표 5-12〉 가공식품 정기 배송 여부

단위: 명, %

구분		사례수	예	아니오
전체		2000	8.6	91.5
권역	수도권	1017	8.4	91.6
	충청권	211	9.0	91.0
	호남권	214	7.0	93.0
	대경권	194	9.8	90.2
	동남권	305	10.2	89.8
	강원권	59	3.4	96.6
가구원 수	1인	300	4.7	95.3
	2인	380	7.4	92.6
	3인	537	11.2	88.8
	4인 이상	783	8.8	91.2
성별	남성	1013	8.4	91.6
	여성	987	8.7	91.3

(계속)

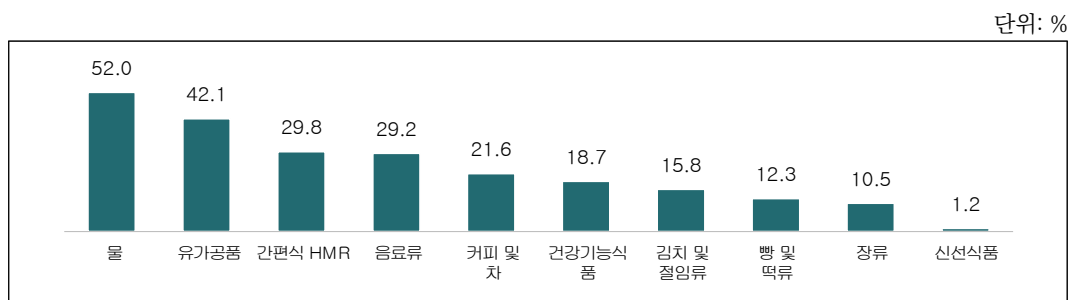
구분		사례수	예	아니오
연령	20대	313	11.5	88.5
	30대	411	7.3	92.7
	40대	522	10.3	89.7
	50대	324	7.7	92.3
	60대 이상	430	6.0	94.0
학력	고졸 이하	348	7.2	92.8
	대졸	1312	8.8	91.2
	대학원졸	201	10.4	89.6
직업	관리/전문/사무직	1076	10.1	89.9
	서비스/판매직	203	9.9	90.1
	기계/농림어업/단순노무	206	7.3	92.7
	주부	230	5.7	94.3
	학생	139	6.5	93.5
	기타	146	3.4	96.6
가구 소득	200만원 미만	188	4.8	95.2
	200~400만원 미만	561	5.9	94.1
	400~600만원 미만	567	8.6	91.4
	600만원 이상	684	11.7	88.3

1.13. 정기적으로 배송 받는 가공식품

○ 정기적으로 배송 받는 가공식품으로는 ‘물’이 52.0%로 가장 높게 나타났으며, 유가공품(42.1%), 간편식(29.8%), 음료류(29.2%) 순으로 나타남.

- 연령별로 보았을 때, 20대와 30대는 ‘물’의 정기배송 비율이 다른 연령대보다 높으며, 40대와 50대는 ‘유가공품’의 정기배송 비율이 상대적으로 높은 특징

〈그림 5-13〉 정기적으로 배송 받는 가공식품(복수 응답)



주: 가공식품을 정기적으로 배송받는다는 응답자 대상임.

〈표 5-13〉 정기적으로 배송 받는 가공식품(복수 응답) [1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	물	유가공품	간편식	음료류	커피 및 차
전체		171	52.0	42.1	29.8	29.2	21.6
권역	수도권	85	54.1	42.4	32.9	29.4	21.2
	충청권	19	68.4	36.8	21.1	15.8	36.8
	호남권	15	40.0	26.7	33.3	33.3	13.3
	대경권	19	52.6	42.1	21.1	47.4	21.1
	동남권	31	41.9	48.4	29.0	22.6	16.1
	강원권	2	50.0	100.0	50.0	50.0	50.0
가구원 수	1인	14	64.3	28.6	21.4	50.0	21.4
	2인	28	39.3	32.1	35.7	35.7	21.4
	3인	60	53.3	43.3	33.3	16.7	21.7
	4인 이상	69	53.6	47.8	26.1	33.3	21.7
성별	남성	85	47.1	50.6	30.6	30.6	27.1
	여성	86	57.0	33.7	29.1	27.9	16.3
연령	20대	36	63.9	27.8	30.6	38.9	13.9
	30대	30	60.0	43.3	10.0	30.0	13.3
	40대	54	46.3	53.7	27.8	33.3	31.5
	50대	25	44.0	48.0	44.0	12.0	28.0
	60대 이상	26	46.2	30.8	42.3	23.1	15.4
학력	고졸 이하	25	44.0	28.0	20.0	32.0	24.0
	대졸	116	51.7	44.8	32.8	31.0	22.4
	대학원졸	21	66.7	52.4	23.8	19.0	19.0
직업	관리/전문/사무직	109	53.2	45.9	27.5	28.4	20.2
	서비스/판매직	20	50.0	35.0	25.0	40.0	15.0
	기계/농림어업/단순노무	15	53.3	60.0	33.3	20.0	40.0
	주부	13	38.5	23.1	38.5	30.8	23.1
	학생	9	44.4	22.2	33.3	22.2	11.1
	기타	5	80.0	20.0	60.0	40.0	40.0
가구 소득	200만원 미만	9	44.4	33.3	22.2	44.4	22.2
	200~400만원 미만	33	54.5	39.4	30.3	33.3	21.2
	400~600만원 미만	49	42.9	38.8	34.7	30.6	22.4
	600만원 이상	80	57.5	46.3	27.5	25.0	21.3

주: 가공식품을 정기적으로 배송받는다는 응답자 대상임.

〈표 5-13〉 정기적으로 배송 받는 가공식품(복수 응답) [2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	건강기능식품	김치 및 절임류	빵 및 떡류	장류	신선식품
전체		171	18.7	15.8	12.3	10.5	1.2
권역	수도권	85	20.0	14.1	9.4	7.1	1.2
	충청권	19	15.8	26.3	15.8	15.8	0.0
	호남권	15	6.7	26.7	13.3	13.3	0.0
	대경권	19	10.5	10.5	10.5	15.8	0.0
	동남권	31	25.8	9.7	16.1	9.7	3.2
	강원권	2	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0
가구원 수	1인	14	0.0	14.3	0.0	7.1	0.0
	2인	28	21.4	21.4	17.9	21.4	3.6
	3인	60	18.3	20.0	15.0	10.0	1.7
	4인 이상	69	21.7	10.1	10.1	7.2	0.0
성별	남성	85	20.0	14.1	12.9	8.2	1.2
	여성	86	17.4	17.4	11.6	12.8	1.2
연령	20대	36	16.7	8.3	8.3	2.8	0.0
	30대	30	6.7	3.3	3.3	3.3	0.0
	40대	54	18.5	20.4	18.5	13.0	1.9
	50대	25	24.0	24.0	8.0	20.0	0.0
	60대 이상	26	30.8	23.1	19.2	15.4	3.8
학력	고졸 이하	25	32.0	16.0	12.0	4.0	4.0
	대졸	116	15.5	15.5	13.8	12.9	0.9
	대학원졸	21	19.0	14.3	9.5	9.5	0.0
직업	관리/전문/사무직	109	16.5	14.7	11.9	6.4	0.9
	서비스/판매직	20	10.0	10.0	5.0	25.0	0.0
	기계/농림어업/단순노무	15	13.3	13.3	13.3	20.0	0.0
	주부	13	46.2	23.1	23.1	15.4	7.7
	학생	9	22.2	22.2	0.0	0.0	0.0
	기타	5	40.0	40.0	40.0	20.0	0.0
가구 소득	200만원 미만	9	22.2	44.4	22.2	22.2	0.0
	200~400만원 미만	33	15.2	15.2	15.2	18.2	0.0
	400~600만원 미만	49	18.4	8.2	14.3	10.2	2.0
	600만원 이상	80	20.0	17.5	8.8	6.3	1.3

주: 가공식품을 정기적으로 배송받는다는 응답자 대상임.

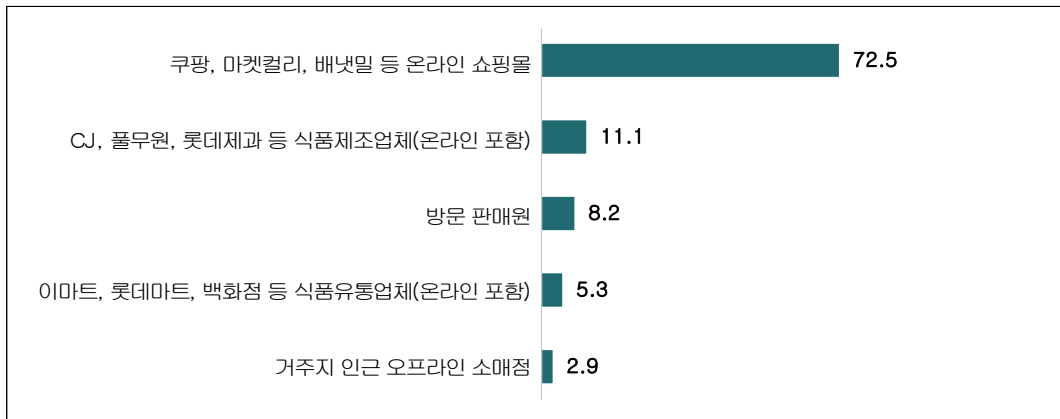
1.14. 정기 배송 신청/주문처

○ 정기 배송을 신청하거나 주문하는 곳으로는 ‘온라인 쇼핑몰’이 72.5%로 가장 높으며 ‘식품 제조업체’(11.1%), ‘방문 판매원’(8.2%) 순으로 나타남.

- 권역별로 호남권과 동남권에서 ‘식품 제조업체’, 대경권에서 ‘방문 판매원’이 상대적으로 높은 특징

〈그림 5-14〉 정기 배송 신청/주문처(복수 응답)

단위: %



주: 가공식품을 정기적으로 배송받는다는 응답자 대상임.

〈표 5-14〉 정기 배송 신청/주문처(복수 응답)

단위: 명, %

구분		사례수	온라인 쇼핑몰	식품 제조업체	방문 판매원	식품 유통업체	거주지 인근 오프라인 소매점
전체		171	72.5	11.1	8.2	5.3	2.9
권역	수도권	85	81.2	8.2	5.9	2.4	2.4
	충청권	19	73.7	10.5	5.3	10.5	0.0
	호남권	15	46.7	20.0	6.7	20.0	6.7
	대경권	19	73.7	5.3	21.1	0.0	0.0
	동남권	31	61.3	19.4	9.7	6.5	3.2
	강원권	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
가구원 수	1인	14	85.7	0.0	14.3	0.0	0.0
	2인	28	67.9	7.1	7.1	10.7	7.1
	3인	60	71.7	10.0	10.0	6.7	1.7
	4인 이상	69	72.5	15.9	5.8	2.9	2.9

(계속)

구분		사례수	온라인 쇼핑몰	식품 제조업체	방문 판매원	식품 유통업체	거주지 인근 오프라인 소매점
성별	남성	85	72.9	11.8	7.1	4.7	3.5
	여성	86	72.1	10.5	9.3	5.8	2.3
연령	20대	36	77.8	8.3	5.6	2.8	5.6
	30대	30	63.3	16.7	10.0	6.7	3.3
	40대	54	74.1	11.1	9.3	3.7	1.9
	50대	25	72.0	16.0	8.0	4.0	0.0
	60대 이상	26	73.1	3.8	7.7	11.5	3.8
학력	고졸 이하	25	56.0	12.0	12.0	16.0	4.0
	대졸	116	74.1	9.5	9.5	4.3	2.6
	대학원졸	21	81.0	19.0	0.0	0.0	0.0
직업	관리/전문/사무직	109	76.1	9.2	10.1	1.8	2.8
	서비스/판매직	20	60.0	25.0	0.0	10.0	5.0
	기계/농림어업/단순노무	15	53.3	13.3	13.3	20.0	0.0
	주부	13	69.2	7.7	7.7	15.4	0.0
	학생	9	77.8	11.1	0.0	0.0	11.1
	기타	5	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
가구 소득	200만원 미만	9	66.7	11.1	11.1	11.1	0.0
	200~400만원 미만	33	60.6	12.1	15.2	12.1	0.0
	400~600만원 미만	49	67.3	14.3	6.1	6.1	6.1
	600만원 이상	80	81.3	8.8	6.3	1.3	2.5

주: 가공식품을 정기적으로 배송받는다는 응답자 대상임.

2. 신성장 식품 구입 행태

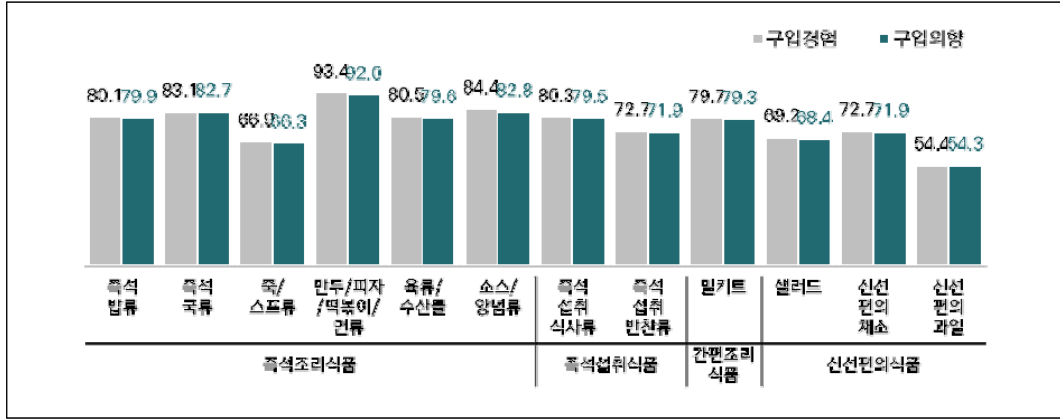
2.1. 최근 1년 간편식 품목별 구입 경험률

○ 최근 1년 간편식 품목별 구입 경험률은 ‘만두/피자/떡볶이/면류’가 93.4%로 가장 높았으며, 그다음으로 ‘소스/양념류’(84.4%), ‘즉석국류’(83.1%) 등의 순으로 나타남.

- 가구소득이 높을수록 구입 경험률이 높아지는 경향

〈그림 5-15〉 최근 1년 간편식 품목별 구입 경험률

단위: %



〈표 5-15〉 최근 1년 간편식 품목별 구입 경험률 - 즉석조리식품

단위: 명, %

구분		사례수	즉석 밥류	즉석 국류	즉/스프류	만두/피자/떡볶이/면류	육류/수산물	소스/양념류
전체		2000	80.1	83.1	66.9	93.4	80.5	84.4
권역	수도권	1017	83.5	86.1	69.3	94.9	83.1	85.3
	충청권	211	78.2	82.9	69.7	92.9	80.1	84.8
	호남권	214	73.8	79.9	60.7	92.5	74.3	84.6
	대경권	194	75.8	78.4	67.5	89.7	78.9	86.6
	동남권	305	77.7	79.3	61.3	93.1	79.0	81.6
	강원권	59	76.3	78.0	64.4	86.4	71.2	72.9
가구원 수	1인	300	78.7	80.0	62.3	91.0	77.7	79.7
	2인	380	74.7	85.5	68.7	92.1	81.6	83.7
	3인	537	80.6	81.8	68.5	93.5	78.4	84.7
	4인 이상	783	82.8	84.0	66.7	94.9	82.4	86.2
성별	남성	1013	77.8	82.1	68.5	92.3	80.3	82.3
	여성	987	82.4	84.1	65.2	94.5	80.6	86.4
연령	20대	313	83.4	78.3	56.9	92.0	72.8	85.3
	30대	411	82.0	83.7	60.6	93.2	79.3	83.7
	40대	522	86.2	86.2	71.8	95.2	84.7	87.4
	50대	324	75.9	84.3	72.2	96.6	82.7	86.1
	60대 이상	430	71.4	81.4	70.2	90.0	80.2	79.3
학력	고졸 이하	348	72.7	82.5	63.2	91.1	79.3	80.5
	대졸	1312	81.0	83.2	67.7	93.8	81.0	84.6
	대학원졸	201	84.1	88.1	75.6	95.5	84.1	89.6

(계속)

구분		사례수	즉석 밥류	즉석 국류	죽/스프류	만두/피자/ 떡볶이/ 면류	육류/ 수산물	소스/ 양념류
직업	관리/전문/사무직	1076	82.2	84.1	68.4	95.0	81.0	85.1
	서비스/판매직	203	82.8	83.3	61.6	87.2	81.3	84.7
	기계/농림어업/단순노무	206	80.1	82.5	70.9	92.7	79.1	83.0
	주부	230	76.1	85.7	70.4	94.8	85.2	86.5
	학생	139	83.5	76.3	56.1	92.8	72.7	84.2
	기타	146	63.0	78.8	62.3	89.7	76.7	76.7
가구 소득	200만원 미만	188	63.8	75.0	56.4	86.7	73.4	76.6
	200~400만원 미만	561	78.1	79.7	64.2	93.6	77.9	81.5
	400~600만원 미만	567	83.6	85.4	66.8	95.1	83.1	86.9
	600만원 이상	684	83.2	86.3	72.1	93.7	82.3	86.7

〈표 5-16〉 최근 1년 간편식 품목별 구입 경험률 - 즉석섭취·간편조리·신선편의식품

단위: 명, %

구분		사례수	즉석섭취식품		간편 조리식품	신선편의식품		
			즉석섭취 식사류	즉석섭취 반찬류	밀키트	샐러드	신선편의 채소	신선편의 과일
전체		2000	80.3	72.7	79.7	69.2	72.7	54.4
권역	수도권	1017	81.6	75.2	82.7	72.5	75.9	56.4
	충청권	211	75.4	73.0	83.4	66.4	70.1	52.6
	호남권	214	80.4	71.5	72.9	65.0	70.1	51.9
	대경권	194	80.9	69.6	77.3	63.9	70.6	55.2
	동남권	305	78.7	68.9	74.4	68.2	68.9	51.1
	강원권	59	79.7	62.7	74.6	59.3	61.0	47.5
가구원 수	1인	300	81.7	74.0	77.0	66.0	73.7	55.0
	2인	380	80.8	76.1	77.4	69.5	72.9	56.6
	3인	537	79.1	71.1	80.8	70.9	74.7	54.0
	4인 이상	783	80.2	71.6	81.1	69.0	70.8	53.3
성별	남성	1013	77.8	71.4	76.2	63.3	72.0	55.6
	여성	987	82.8	74.1	83.3	75.2	73.4	53.1
연령	20대	313	77.3	66.5	82.1	70.9	67.1	46.3
	30대	411	80.0	70.3	82.0	69.3	71.5	50.9
	40대	522	82.2	76.8	83.0	73.6	74.1	58.2
	50대	324	83.0	75.6	80.9	68.8	77.2	57.1
	60대 이상	430	78.1	72.3	70.9	62.6	72.6	56.7
학력	고졸 이하	348	82.2	70.4	73.6	63.5	71.3	56.3
	대졸	1312	80.4	74.2	81.0	70.4	72.7	54.5
	대학원졸	201	78.6	75.6	84.6	71.1	78.6	57.2

(계속)

구분		사례수	즉석섭취식품		간편 조리식품	신선편의식품		
			즉석섭취 식사류	즉석섭취 반찬류	밀키트	샐러드	신선편의 채소	신선편의 과일
직업	관리/전문/사무직	1076	79.7	73.3	82.4	72.6	74.0	55.4
	서비스/판매직	203	81.3	72.9	79.3	65.5	69.5	55.7
	기계/농림어업/단순노무	206	83.0	73.8	76.2	62.6	73.8	61.7
	주부	230	85.7	79.1	80.4	69.1	74.8	53.5
	학생	139	76.3	59.7	75.5	68.3	66.9	43.9
	기타	146	74.0	68.5	67.8	58.9	67.8	45.9
가구 소득	200만원 미만	188	76.1	66.0	67.0	59.6	68.1	49.5
	200~400만원 미만	561	79.7	70.1	76.3	64.9	69.9	52.0
	400~600만원 미만	567	81.1	76.5	82.9	70.5	73.5	56.3
	600만원 이상	684	81.1	73.5	83.3	74.1	75.4	56.0

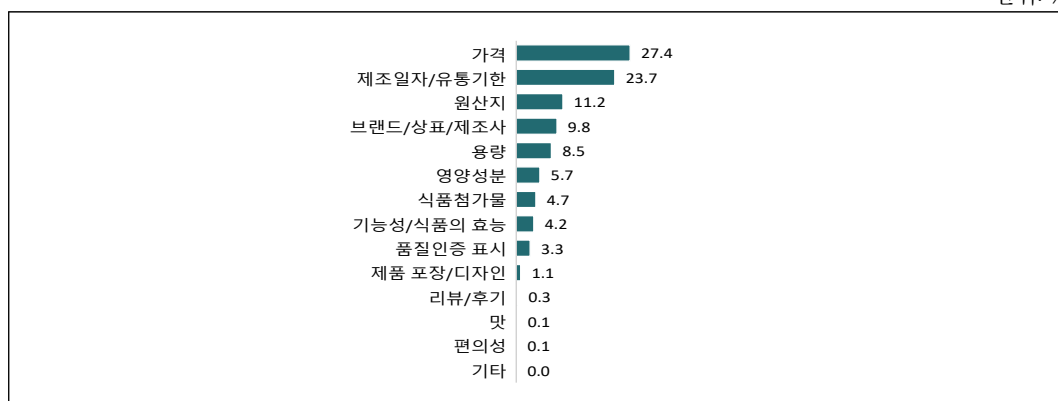
2.2. 간편식 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항

○ 간편식 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항으로는 ‘가격’(27.4%), ‘제조일자/유통기한’(23.7%), ‘원산지’(11.2%) 순이며, ‘제품 포장/디자인’이 1.1%로 가장 낮게 나타남.

- 강원권의 경우 ‘제조일자/유통기한’, 호남권의 경우 ‘원산지’, 수도권의 경우 ‘브랜드/상표/제조사’를 비교적 중요하게 생각

〈그림 5-16〉 간편식 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)

단위: %



주: 간편식을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-17〉 간편식 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) [1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	가격	제조일자/ 유통기한	원산지	브랜드/ 상표/ 제조사	용량	영양 성분
전체		1963	27.4	23.7	11.2	9.8	8.5	5.7
권역	수도권	1001	28.2	21.9	10.7	11.2	8.5	5.9
	충청권	205	27.6	25.0	11.1	9.0	8.8	5.0
	호남권	210	25.2	25.9	14.7	6.6	8.2	5.2
	대경권	192	26.8	24.1	12.6	7.3	8.5	5.5
	동남권	299	26.3	25.9	10.0	10.0	8.5	5.7
	강원권	56	27.7	29.5	9.8	6.8	7.7	6.0
가구원 수	1인	296	29.2	23.3	10.0	7.2	10.0	5.3
	2인	371	25.0	24.9	12.8	9.3	8.0	5.3
	3인	526	27.4	23.4	11.6	10.4	8.0	5.6
	4인 이상	770	27.7	23.4	10.7	10.6	8.4	6.1
성별	남성	986	28.2	24.1	11.2	9.5	8.1	5.9
	여성	977	26.5	23.3	11.3	10.0	8.8	5.4
연령	20대	309	35.1	18.6	4.9	10.9	13.9	5.3
	30대	400	32.9	21.5	10.4	10.1	9.2	5.5
	40대	516	26.0	23.7	11.3	10.0	7.9	7.2
	50대	319	23.4	25.4	14.1	10.4	7.2	4.6
	60대 이상	419	21.1	28.1	14.5	7.8	5.4	5.2
학력	고졸 이하	340	25.5	27.5	13.3	7.2	7.4	4.1
	대졸	1286	27.1	23.9	11.0	10.0	8.6	5.7
	대학원졸	199	25.9	20.9	12.5	12.4	5.1	8.9
직업	관리/전문/사무직	1059	27.7	22.8	10.6	10.5	8.2	6.4
	서비스/판매직	198	24.2	26.2	11.3	9.6	8.5	5.6
	기계/농림어업/단순노무	199	29.2	26.4	12.5	7.0	7.8	4.7
	주부	228	20.2	26.1	15.5	9.8	7.3	5.1
	학생	138	36.6	16.5	6.9	10.9	14.4	5.1
	기타	141	29.2	26.1	11.8	7.8	7.6	3.5
가구 소득	200만원 미만	180	31.1	23.9	11.3	5.8	9.7	4.4
	200~400만원 미만	553	28.8	25.2	9.9	8.3	8.8	5.1
	400~600만원 미만	559	26.2	24.3	12.8	9.7	8.1	6.0
	600만원 이상	671	26.2	21.8	11.0	12.1	8.2	6.3

주: 간편식을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-17〉 간편식(HMR) 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) [2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	식품첨가물	기능성/ 식품의 효능	품질인증 표시	제품 포장/ 디자인	기타
전체		1963	4.7	4.2	3.3	1.1	0.5
권역	수도권	1001	4.4	4.3	3.3	1.1	0.4
	충청권	205	4.1	5.0	2.8	1.2	0.3
	호남권	210	4.9	4.6	3.3	1.0	0.5
	대경권	192	5.1	4.1	4.0	1.2	0.8
	동남권	299	5.4	3.6	3.3	0.8	0.5
	강원권	56	5.1	2.7	4.5	0.3	0.0
가구원 수	1인	296	5.6	4.5	2.8	1.5	0.6
	2인	371	5.1	4.6	3.5	0.9	0.6
	3인	526	4.3	4.8	3.3	0.8	0.4
	4인 이상	770	4.4	3.5	3.5	1.2	0.4
성별	남성	986	3.8	4.7	3.3	0.9	0.2
	여성	977	5.5	3.8	3.3	1.2	0.7
연령	20대	309	3.2	2.8	2.4	2.0	1.0
	30대	400	3.5	2.7	2.5	1.0	0.8
	40대	516	5.8	3.6	3.1	1.1	0.3
	50대	319	4.6	6.1	2.7	1.0	0.5
	60대 이상	419	5.5	6.2	5.7	0.5	0.0
학력	고졸 이하	340	5.5	5.0	3.7	0.8	0.0
	대졸	1286	4.3	4.4	3.5	1.1	0.6
	대학원졸	199	7.5	3.3	2.8	0.7	0.1
직업	관리/전문/사무직	1059	4.9	4.2	3.3	0.9	0.6
	서비스/판매직	198	4.9	4.4	4.0	1.0	0.3
	기계/농림어업/단순노무	199	3.2	5.3	2.5	1.2	0.3
	주부	228	6.1	4.8	4.0	1.0	0.1
	학생	138	2.3	2.2	1.9	2.4	0.8
	기타	141	4.8	4.1	4.0	0.9	0.0
가구소득	200만원 미만	180	6.1	4.0	2.7	0.8	0.2
	200~400만원 미만	553	4.6	4.6	3.0	1.4	0.5
	400~600만원 미만	559	4.4	3.9	3.3	0.8	0.4
	600만원 이상	671	4.6	4.3	3.8	1.1	0.6

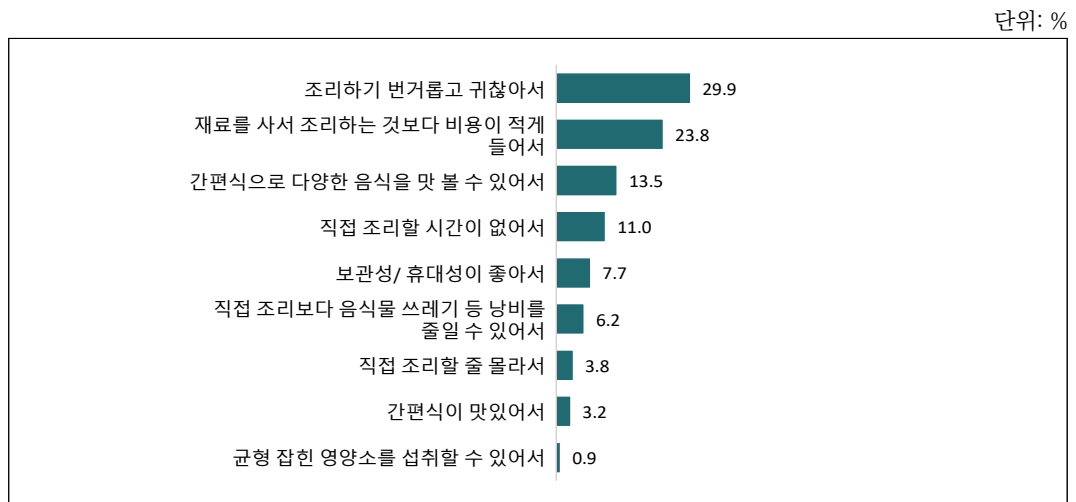
주: 간편식을 구입한다고 응답한 자 대상임.

2.3. 간편식 구입 이유

○ 간편식 구입 이유로는 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’가 29.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘재료를 구매해서 조리하는 것보다 비용이 절감된다’(23.8%), ‘간편식으로 다양한 음식을 맛볼 수 있어서’(13.5%) 순임.

- 동남권을 제외한 모든 권역에서 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’ 응답 비중이 높은 특징

〈그림 5-17〉 간편식 구입 이유(1+2 가중평균)



주: 간편식을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-18〉 간편식 구입 이유(1+2 가중평균)

단위: 명, %

구분	사례수	조리하기 번거롭고 귀찮아서	재료 구매·조리보다 비용 절감	간편식으로 다양한 음식을 체험	직접 조리할 시간이 없어서	보관성/ 휴대성이 좋아서	음식물 쓰레기 낭비 절감	직접 조리할 줄 몰라서	간편식이 맛있어서	균형 잡힌 영양소 섭취	
전체	1963	29.9	23.8	13.5	11.0	7.7	6.2	3.8	3.2	0.9	
권역	수도권	1001	31.6	23.0	13.1	10.4	7.4	7.1	3.7	3.0	0.8
	충청권	205	28.3	26.5	13.3	11.2	7.6	6.0	3.3	2.9	0.8
	호남권	210	28.6	22.2	11.1	13.3	9.8	4.6	3.5	4.6	2.2
	대경권	192	30.0	22.0	14.1	10.6	9.9	4.9	4.7	3.3	0.5
	동남권	299	26.4	26.5	16.8	10.1	5.5	5.8	4.7	3.5	0.7
	강원권	56	27.4	25.0	11.9	17.3	8.9	4.2	1.2	3.0	1.2

(계속)

구분		사례수	조리하기 번거롭고 귀찮아서	재료 구매· 조리보다 비용 절감	간편식 으로 다양한 음식을 체험	직접 조리할 시간이 없어서	보관성/ 휴대성이 좋아서	음식물 쓰레기 낭비 절감	직접 조리할 줄 몰라서	간편식이 맛있어서	균형 잡힌 영양소 섭취
가구원 수	1인	296	31.9	25.9	8.1	11.4	7.9	7.0	5.0	1.9	1.0
	2인	371	29.9	26.4	14.5	8.9	6.0	6.7	3.3	3.2	1.0
	3인	526	29.8	23.9	15.0	10.9	7.7	5.3	3.7	3.2	0.6
	4인 이상	770	29.1	21.7	14.2	11.8	8.4	6.3	3.6	3.8	1.1
성별	남성	986	28.8	23.6	13.9	12.1	8.2	5.4	3.6	3.3	1.0
	여성	977	30.9	24.0	13.2	9.8	7.1	7.0	4.0	3.1	0.9
연령	20대	309	35.1	18.8	12.4	9.4	7.8	6.3	5.3	4.2	0.9
	30대	400	28.5	23.9	13.4	11.5	8.3	5.7	5.3	3.3	0.2
	40대	516	28.1	27.8	11.7	11.2	7.8	6.1	3.0	3.8	0.5
	50대	319	30.1	24.8	11.4	12.6	7.1	7.3	2.3	3.0	1.4
	60대 이상	419	29.4	21.7	18.4	10.0	7.2	5.9	3.4	2.0	2.0
학력	고졸 이하	340	27.7	23.9	13.7	10.9	9.4	5.7	3.4	3.4	1.8
	대졸	1286	30.8	23.8	12.9	11.1	7.0	6.5	3.9	3.1	0.8
	대학원졸	199	27.1	27.5	16.6	9.9	8.5	5.9	2.3	1.7	0.5
직업	관리/전문/사무직	1059	30.0	24.7	12.4	11.8	7.4	5.9	3.9	3.1	0.8
	서비스/판매직	198	30.5	22.1	12.1	14.8	6.7	6.1	4.2	2.7	0.8
	기계/농림어업/단순노무	199	27.6	26.3	15.1	9.5	7.4	5.4	3.5	3.5	1.7
	주부	228	29.2	25.6	15.2	6.6	8.8	9.4	2.0	2.2	1.0
	학생	138	30.0	17.9	14.3	11.6	8.0	5.3	6.0	6.0	1.0
	기타	141	32.2	19.1	18.2	7.6	9.0	5.2	3.5	4.0	1.2
가구 소득	200만원 미만	180	27.2	23.9	13.7	9.4	9.1	5.9	5.0	5.4	0.4
	200~400만원 미만	553	30.4	24.7	12.2	10.4	6.8	6.0	5.2	3.1	1.3
	400~600만원 미만	559	28.9	24.4	14.0	11.4	8.2	6.5	2.6	3.2	0.8
	600만원 이상	671	31.0	22.6	14.2	11.4	7.6	6.2	3.4	2.8	0.9

주: 간편식을 구입한다고 응답한 자 대상임.

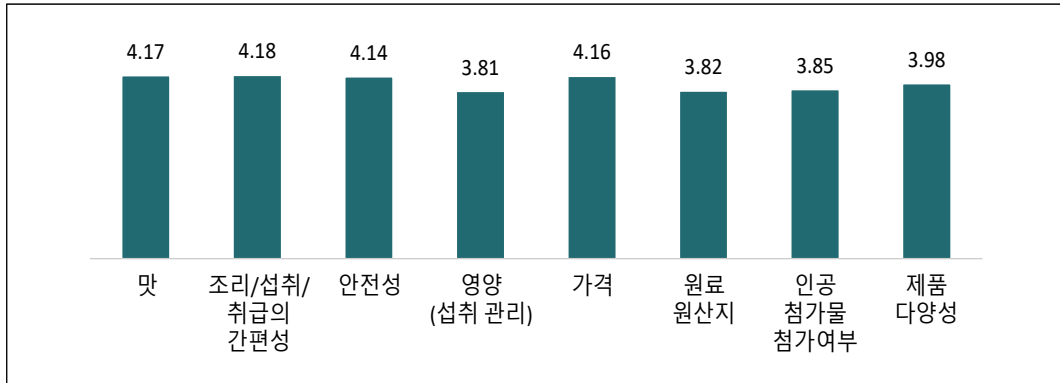
2.4. 간편식 요소별 중요도

○ 간편식 요소별 중요도로는 ‘조리 섭취와 취급의 간편성’(4.18점)이 가장 높게 나타났으며, ‘맛’(4.17점), ‘가격’(4.16점), ‘안전성’(4.14점) 순으로 나타남.

- 1인 가구의 경우 ‘가격’(4.21점)을 가장 중요하게 인식

〈그림 5-18〉 간편식 요소별 중요도

단위: 점/5점



주: '전혀 중요하지 않음' 응답을 1점~'매우 중요함' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-19〉 간편식 요소별 중요도

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양 (섭취 관리)	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품 다양성	
전체	2000	4.17	4.18	4.14	3.81	4.16	3.82	3.85	3.98	
지역	수도권	1017	4.19	4.20	4.13	3.79	4.15	3.81	3.83	4.01
	충청권	211	4.07	4.16	4.06	3.74	4.19	3.78	3.77	3.97
	호남권	214	4.15	4.18	4.25	3.93	4.16	3.95	3.97	3.96
	대경권	194	4.09	4.09	4.08	3.73	4.10	3.73	3.87	3.88
	동남권	305	4.19	4.14	4.13	3.85	4.15	3.80	3.85	3.99
	강원권	59	4.19	4.22	4.32	3.98	4.25	4.05	4.10	4.03
가구원 수	1인	300	4.13	4.20	4.09	3.81	4.21	3.81	3.81	4.03
	2인	380	4.15	4.16	4.13	3.86	4.17	3.86	3.92	4.00
	3인	537	4.17	4.18	4.15	3.81	4.14	3.80	3.84	3.94
	4인 이상	783	4.19	4.17	4.16	3.78	4.14	3.82	3.84	3.99
성별	남성	1013	4.09	4.11	4.11	3.78	4.15	3.76	3.78	3.91
	여성	987	4.24	4.24	4.17	3.84	4.16	3.88	3.93	4.06
연령	20대	313	4.30	4.35	3.97	3.73	4.28	3.62	3.62	4.13
	30대	411	4.18	4.23	4.01	3.63	4.14	3.66	3.63	3.98
	40대	522	4.16	4.16	4.14	3.81	4.12	3.81	3.81	3.95
	50대	324	4.14	4.08	4.29	3.91	4.11	3.98	4.07	3.98
	60대 이상	430	4.08	4.09	4.28	3.95	4.15	4.01	4.12	3.93
	학력	고졸 이하	348	4.10	4.10	4.19	3.91	4.11	3.90	3.95
대졸		1312	4.17	4.18	4.13	3.79	4.16	3.81	3.83	3.98
대학원졸		201	4.14	4.17	4.22	3.85	4.12	3.86	3.99	3.98

(계속)

구분		사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양 (섭취 관리)	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품 다양성
직업	관리/전문/사무직	1076	4.19	4.20	4.12	3.78	4.14	3.80	3.82	4.00
	서비스/판매직	203	4.07	4.13	4.15	3.88	4.21	3.90	3.93	4.01
	기계/농림어업/단순노무	206	4.02	4.00	4.02	3.79	4.09	3.72	3.77	3.88
	주부	230	4.22	4.21	4.33	3.93	4.13	4.04	4.11	4.01
	학생	139	4.27	4.30	4.04	3.71	4.30	3.65	3.60	4.04
	기타	146	4.10	4.15	4.23	3.82	4.18	3.84	3.90	3.88
가구 소득	200만원 미만	188	4.06	4.07	4.14	3.86	4.25	3.86	3.94	3.90
	200~400만원 미만	561	4.15	4.16	4.12	3.83	4.17	3.78	3.83	3.97
	400~600만원 미만	567	4.17	4.19	4.12	3.81	4.17	3.87	3.88	4.01
	600만원 이상	684	4.20	4.21	4.17	3.77	4.11	3.81	3.82	4.00

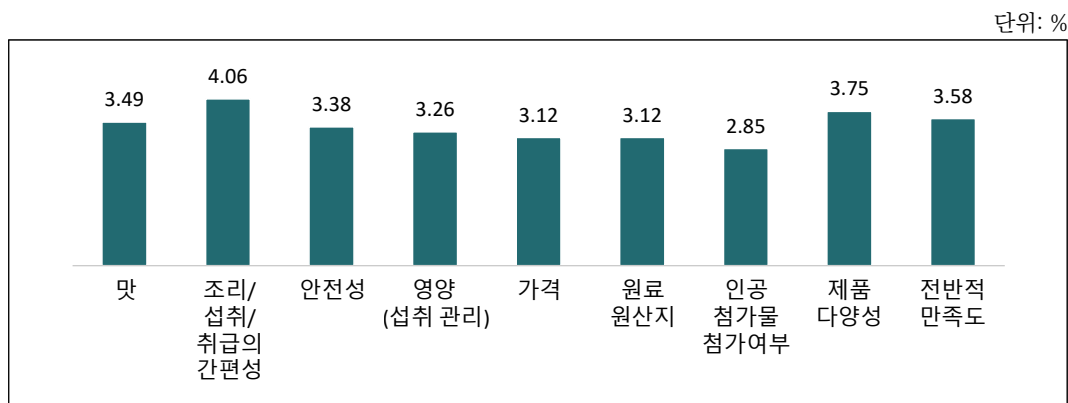
주: '전혀 중요하지 않음' 응답을 1점~'매우 중요함' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

2.5. 간편식 요소별 만족도

○ 간편식 요소별 만족도는 '조리/섭취/취급의 간편성'(4.06점)으로 가장 높게 나타났으며, '제품 다양성'(3.75점), '맛'(3.49점)의 순으로 나타남.

- 가구원 수별로 보았을 때, 가구원 수가 많을수록 전반적 만족도가 높아지는 경향
- 연령이 낮을수록, 가구소득이 높을수록 전반적 만족도가 높아지는 경향

〈그림 5-19〉 간편식 요소별 만족도



주 1) 간편식을 구입한다고 응답한 자 대상임.

2) '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-20〉 간편식 요소별 만족도

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	맛	조리/섭취/취급 간편성	안전성	영양 (섭취 관리)	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품 다양성	전반적 만족도	
전체	1963	3.49	4.06	3.38	3.26	3.12	3.12	2.85	3.75	3.58	
권역	수도권	1001	3.52	4.09	3.40	3.25	3.11	3.12	2.89	3.79	3.61
	충청권	205	3.54	4.09	3.38	3.29	3.17	3.11	2.84	3.77	3.60
	호남권	210	3.48	4.03	3.36	3.29	3.10	3.12	2.77	3.75	3.54
	대경권	192	3.37	3.94	3.28	3.17	3.08	3.08	2.79	3.63	3.45
	동남권	299	3.45	4.03	3.36	3.25	3.13	3.08	2.78	3.74	3.55
	강원권	56	3.52	4.00	3.54	3.45	3.20	3.30	3.02	3.68	3.61
가구원수	1인	296	3.43	3.99	3.31	3.18	3.03	3.09	2.85	3.61	3.48
	2인	371	3.46	4.02	3.36	3.29	3.08	3.06	2.77	3.73	3.55
	3인	526	3.50	4.08	3.40	3.23	3.09	3.11	2.85	3.76	3.59
	4인 이상	770	3.52	4.09	3.40	3.29	3.18	3.15	2.89	3.82	3.62
성별	남성	986	3.44	3.98	3.40	3.27	3.13	3.15	2.88	3.72	3.56
	여성	977	3.55	4.14	3.36	3.24	3.10	3.08	2.82	3.79	3.60
연령	20대	309	3.71	4.30	3.53	3.37	3.19	3.19	3.00	3.90	3.77
	30대	400	3.56	4.07	3.38	3.20	3.06	3.08	2.83	3.72	3.56
	40대	516	3.49	4.06	3.35	3.22	3.13	3.12	2.88	3.76	3.55
	50대	319	3.34	3.97	3.34	3.24	3.12	3.08	2.79	3.73	3.55
	60대 이상	419	3.38	3.94	3.34	3.28	3.09	3.11	2.77	3.69	3.52
학력	고졸 이하	340	3.38	3.91	3.33	3.22	3.08	3.05	2.76	3.65	3.49
	대졸	1286	3.50	4.08	3.37	3.25	3.13	3.12	2.86	3.77	3.58
	대학원졸	199	3.49	4.09	3.42	3.29	3.04	3.10	2.79	3.83	3.60
직업	관리/전문/사무직	1059	3.50	4.11	3.41	3.25	3.12	3.13	2.86	3.77	3.59
	서비스/판매직	198	3.40	3.99	3.39	3.23	3.10	3.14	2.87	3.78	3.57
	기계/농림어업/단순노무	199	3.46	3.87	3.34	3.31	3.16	3.10	2.81	3.72	3.52
	주부	228	3.46	4.03	3.20	3.20	3.03	3.04	2.71	3.74	3.52
	학생	138	3.70	4.22	3.51	3.37	3.20	3.21	3.05	3.78	3.77
	기타	141	3.45	3.96	3.35	3.23	3.12	3.06	2.82	3.63	3.52
가구 소득	200만원 미만	180	3.33	3.84	3.27	3.16	3.01	2.99	2.77	3.50	3.41
	200~400만원 미만	553	3.50	4.03	3.35	3.25	3.06	3.12	2.82	3.71	3.53
	400~600만원 미만	559	3.49	4.08	3.39	3.26	3.10	3.12	2.85	3.78	3.60
	600만원 이상	671	3.53	4.13	3.42	3.28	3.20	3.14	2.90	3.84	3.65

주 1) 간편식을 구입한다고 응답한 자 대상임.

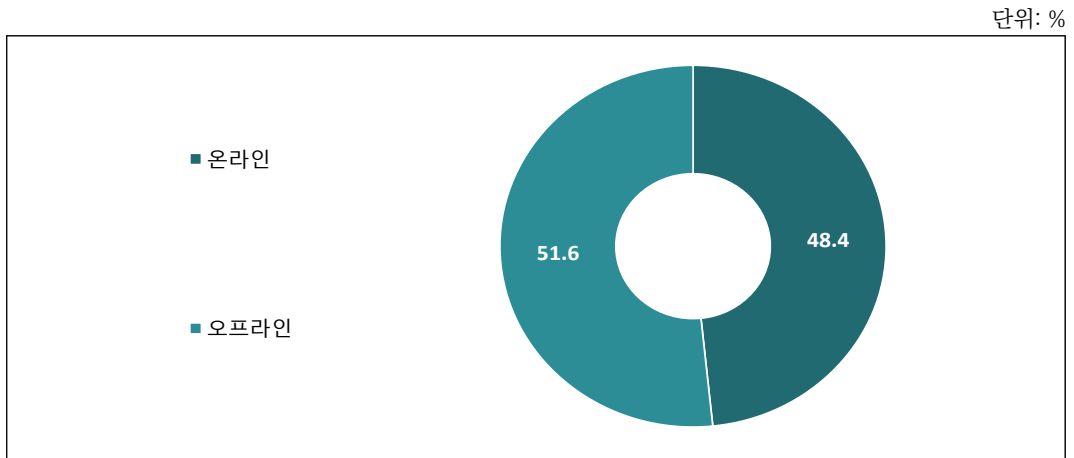
2) '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

2.6. 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중

○ 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 구입 비중을 살펴보면, ‘온라인’이 48.4%, ‘오프라인’이 51.6%로 오프라인이 높게 나타남.

- 대부분의 권역에서 ‘오프라인’ 비중이 높은 가운데 수도권의 경우 ‘온라인’ 비중이 다소 높은 특징
- 1인 가구에서, 가구소득이 높을수록 ‘온라인’ 비중이 상대적으로 높은 특징

〈그림 5-20〉 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중



주: 간편식을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-21〉 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중

단위: 명, %

구분	사례수	온라인	오프라인	
전체	1963	48.4	51.6	
권역	수도권	1001	51.0	49.0
	충청권	205	48.3	51.7
	호남권	210	44.0	56.0
	대경권	192	43.1	56.9
	동남권	299	46.6	53.4
	강원권	56	44.8	55.2

(계속)

구분		사례수	온라인	오프라인
가구원 수	1인	296	51.6	48.4
	2인	371	48.7	51.3
	3인	526	48.9	51.1
	4인 이상	770	46.6	53.4
성별	남성	986	46.4	53.6
	여성	977	50.3	49.7
연령	20대	309	47.8	52.2
	30대	400	51.2	48.8
	40대	516	55.1	44.9
	50대	319	44.1	55.9
	60대 이상	419	40.9	59.1
학력	고졸 이하	340	43.2	56.8
	대졸	1286	48.6	51.4
	대학원졸	199	57.0	43.0
직업	관리/전문/사무직	1059	50.8	49.2
	서비스/판매직	198	47.6	52.4
	기계/농림어업/단순노무	199	44.8	55.2
	주부	228	47.2	52.8
	학생	138	46.8	53.2
	기타	141	39.8	60.2
가구 소득	200만원 미만	180	43.8	56.2
	200~400만원 미만	553	46.1	53.9
	400~600만원 미만	559	47.6	52.4
	600만원 이상	671	52.1	47.9

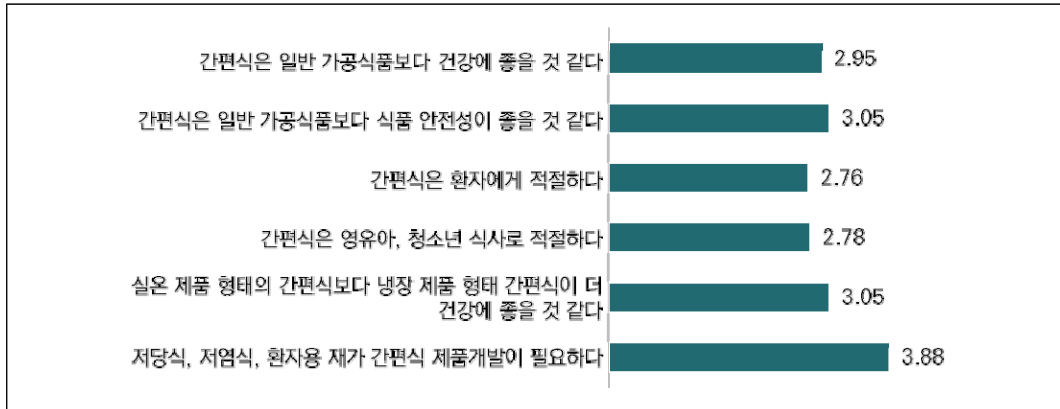
주: 간편식을 구입한다고 응답한 자 대상임.

2.7. 간편식에 대한 인식

○ 간편식에 대한 인식은 ‘저당식/저염식/환자용 재가 간편식 제품 개발이 필요하다’라는 의견이 3.88점으로 가장 높으며, ‘간편식은 일반 가공식품보다 식품 안전성이 좋을 것 같다’는 의견과 ‘실은 제품 간편식 보다 냉장 제품 형태 간편식이 더 건강에 유익하다’라는 인식이 3.05점으로 나타남.

〈그림 5-21〉 간편식에 대한 인식

단위: 점/5점



주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-22〉 간편식에 대한 인식

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	간편식은 일반 가공 식품보다 건강에 좋을 것 같다	간편식은 일반 가공 식품보다 식품 안전성이 좋을 것 같다	간편식은 환자에게 적절하다	간편식은 영유아, 청소년 식사로 적절하다	실온 제품 간편식보다 냉장 제품 형태 간편식이 더 건강에 유익하다	저당식, 저염식, 환자용 재가 간편식 제품 개발이 필요하다	
전체	2000	2.95	3.05	2.76	2.78	3.05	3.88	
지역	수도권	1017	2.96	3.06	2.73	2.76	3.04	3.90
	충청권	211	2.91	3.04	2.74	2.79	3.08	3.91
	호남권	214	3.01	3.06	2.82	2.79	3.06	3.88
	대경권	194	2.85	2.95	2.81	2.79	2.98	3.76
	동남권	305	2.93	3.06	2.76	2.84	3.10	3.84
	강원권	59	3.03	3.14	2.85	2.83	3.12	3.92
가구원수	1인	300	2.93	3.00	2.71	2.73	3.02	3.84
	2인	380	2.99	3.04	2.81	2.79	3.02	3.87
	3인	537	2.91	3.01	2.73	2.73	3.03	3.90
	4인 이상	783	2.97	3.09	2.77	2.84	3.10	3.87
성별	남성	1013	2.92	3.05	2.82	2.83	3.00	3.80
	여성	987	2.97	3.05	2.69	2.74	3.10	3.95
연령	20대	313	2.95	3.07	2.57	2.84	3.11	3.95
	30대	411	2.95	2.98	2.55	2.65	3.00	3.86
	40대	522	2.96	3.08	2.76	2.75	3.05	3.82
	50대	324	2.91	3.07	2.83	2.82	3.03	3.86
	60대 이상	430	2.96	3.05	3.03	2.87	3.08	3.91

(계속)

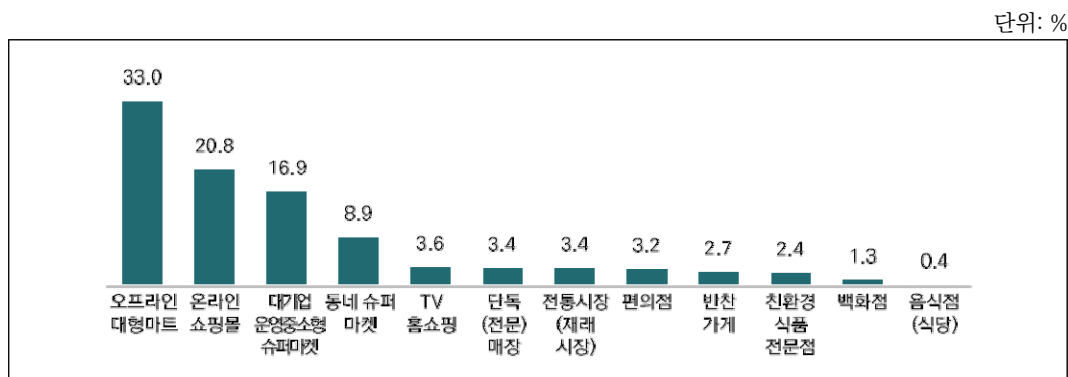
구분	사례수	간편식은 일반 가공 식품보다 건강에 좋을 것 같다	간편식은 일반 가공 식품보다 식품 안전성이 좋을 것 같다	간편식은 환자에게 적절하다	간편식은 영유아, 청소년 식사로 적절하다	실은 제품 간편식보다 냉장 제품 형태 간편식이 더 건강에 유익하다	저당식, 저염식, 환자용 재가 간편식 제품 개발이 필요하다	
학력	고졸 이하	348	3.02	3.11	2.87	2.84	3.07	3.82
	대졸	1312	2.92	3.03	2.75	2.75	3.04	3.87
	대학원졸	201	2.99	3.09	2.76	2.80	3.00	3.99
직업	관리/전문/사무직	1076	2.93	3.04	2.71	2.73	3.02	3.89
	서비스/판매직	203	2.98	3.08	2.84	2.86	2.97	3.79
	기계/농림어업/단순노무	206	2.92	3.05	2.93	2.90	3.09	3.80
	주부	230	3.00	3.08	2.83	2.76	3.20	3.94
	학생	139	3.00	3.08	2.53	2.91	3.18	3.94
	기타	146	2.95	3.03	2.84	2.86	3.02	3.82
가구 소득	200만원 미만	188	2.93	2.99	2.71	2.81	3.05	3.79
	200~400만원 미만	561	2.93	3.04	2.74	2.79	3.02	3.84
	400~600만원 미만	567	2.98	3.06	2.78	2.77	3.04	3.88
	600만원 이상	684	2.94	3.07	2.76	2.79	3.09	3.92

주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

2.8. 간편식 주 구입처

○ 간편식 주 구입처로는 '오프라인 대형마트'(33.0%)가 가장 높게 나타났으며, '온라인 쇼핑몰'(20.8%), '대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓'(16.9%) 순으로 나타남.

〈그림 5-22〉 간편식 주 구입처(1+2 가중평균)



주: 간편식을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-23〉 간편식 주 구입처(1+2 가중평균) [1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	오프라인 대형마트	온라인 쇼핑몰	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	동네 슈퍼마켓	TV 홈쇼핑	단독 (전문)매장
전체		1963	33.0	20.8	16.9	8.9	3.6	3.4
권역	수도권	1001	32.8	21.3	17.7	8.1	3.6	2.9
	충청권	205	30.9	22.0	16.3	8.6	5.0	4.1
	호남권	210	34.6	18.4	14.3	14.4	3.3	4.1
	대경권	192	34.2	20.5	15.5	7.6	4.0	5.0
	동남권	299	31.9	21.2	18.3	8.4	2.8	2.9
	강원권	56	38.7	16.1	12.5	9.5	3.0	4.8
가구원 수	1인	296	31.0	20.9	14.4	10.5	4.1	2.6
	2인	371	35.7	20.2	14.9	8.9	4.0	2.9
	3인	526	32.2	22.2	16.6	8.4	3.5	3.4
	4인 이상	770	32.9	20.1	19.0	8.6	3.3	4.1
성별	남성	986	33.3	20.2	17.0	9.4	3.4	3.4
	여성	977	32.7	21.4	16.8	8.4	3.8	3.4
연령	20대	309	30.6	21.3	22.4	10.2	1.5	3.7
	30대	400	33.3	25.0	15.3	8.3	1.9	4.2
	40대	516	31.3	25.3	16.3	7.4	3.0	4.1
	50대	319	34.4	17.6	14.3	9.0	5.1	3.2
	60대 이상	419	35.2	13.4	16.9	10.2	6.3	1.8
학력	고졸 이하	340	30.1	17.6	14.5	11.9	5.9	1.9
	대졸	1286	34.1	20.9	17.5	8.1	3.2	3.6
	대학원졸	199	32.0	25.5	15.1	6.9	3.4	4.4
직업	관리/전문/사무직	1059	33.2	23.2	16.8	7.3	3.1	4.2
	서비스/판매직	198	31.0	18.5	15.8	12.0	2.9	3.0
	기계/농림어업/단순노무	199	31.0	17.8	17.4	14.6	5.2	0.7
	주부	228	34.8	17.3	17.3	5.0	6.3	2.3
	학생	138	30.9	21.5	19.6	11.6	1.7	4.6
	기타	141	35.5	15.6	15.1	12.1	3.3	2.8
가구 소득	200만원 미만	180	29.4	16.9	13.3	16.7	4.6	1.1
	200~400만원 미만	553	31.4	19.0	18.4	11.4	2.7	2.5
	400~600만원 미만	559	35.4	20.9	15.4	7.2	3.9	4.4
	600만원 이상	671	33.1	23.2	17.8	6.2	3.8	4.0

주: 간편식을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-23〉 간편식 주 구입처(1+2 가중평균) [2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	전통시장	편의점	반찬가게	친환경 식품 전문점	백화점	음식점 (식당)
전체		1963	3.4	3.2	2.7	2.4	1.3	0.4
권역	수도권	1001	3.2	3.1	2.6	2.5	1.7	0.4
	충청권	205	3.1	2.9	3.6	2.1	1.3	0.2
	호남권	210	2.9	1.6	3.8	2.4	0.0	0.2
	대경권	192	4.2	4.7	1.7	2.3	0.0	0.3
	동남권	299	4.6	3.0	2.1	2.6	1.9	0.4
	강원권	56	0.6	7.1	3.0	3.6	0.0	1.2
가구원 수	1인	296	3.4	5.1	3.3	2.7	1.8	0.3
	2인	371	4.2	2.6	2.7	2.2	1.2	0.6
	3인	526	3.5	3.1	2.2	3.2	1.3	0.4
	4인 이상	770	2.9	2.8	2.8	1.9	1.2	0.3
성별	남성	986	3.5	3.3	2.4	2.6	1.4	0.1
	여성	977	3.3	3.0	3.0	2.3	1.2	0.6
연령	20대	309	1.4	4.2	1.5	1.1	1.8	0.2
	30대	400	2.6	5.1	1.4	1.3	0.9	0.6
	40대	516	3.1	2.4	2.7	2.5	1.5	0.3
	50대	319	5.1	2.6	4.4	3.1	0.8	0.3
	60대 이상	419	4.7	2.1	3.4	4.0	1.4	0.5
학력	고졸 이하	340	6.0	3.8	4.2	2.8	0.6	0.7
	대졸	1286	3.0	3.0	2.6	2.3	1.3	0.4
	대학원졸	199	2.8	2.2	1.8	3.5	2.3	0.2
직업	관리/전문/사무직	1059	2.9	2.7	2.3	2.5	1.4	0.3
	서비스/판매직	198	3.2	5.2	4.0	2.0	1.7	0.7
	기계/농림어업/단순노무	199	5.5	2.8	2.2	2.0	0.5	0.3
	주부	228	3.8	2.3	4.2	4.5	1.5	0.7
	학생	138	1.4	4.6	1.2	1.2	1.7	0.0
	기타	141	5.4	4.7	3.3	1.2	0.5	0.5
가구 소득	200만원 미만	180	5.9	3.9	3.7	3.1	0.2	1.1
	200~400만원 미만	553	4.6	4.6	2.5	1.6	0.9	0.2
	400~600만원 미만	559	2.8	2.6	3.6	2.4	1.2	0.1
	600만원 이상	671	2.2	2.3	1.8	3.0	2.0	0.5

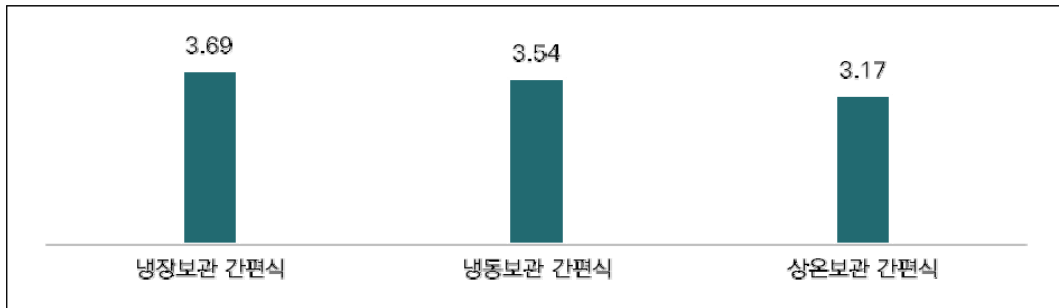
주: 간편식을 구입한다고 응답한 자 대상임.

2.9. 간편식 보관형태별 선호도

○ 간편식 보관형태별 선호도는 ‘냉장보관 간편식’이 3.69점으로 가장 높으며, ‘냉동보관 간편식’이 3.54점, ‘상온보관 간편식’이 3.17점의 순으로 나타남.

〈그림 5-23〉 간편식 보관형태별 선호도

단위: 점/5점



주: ‘매우 비선호’ 응답을 1점~‘매우 선호’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-24〉 간편식 보관형태별 선호도

단위: 명, 점/5점

구분		사례수	냉장보관 간편식	냉동보관 간편식	상온보관 간편식
전체		2000	3.69	3.54	3.17
권역	수도권	1017	3.68	3.55	3.18
	충청권	211	3.60	3.58	3.24
	호남권	214	3.76	3.51	3.18
	대경권	194	3.67	3.43	3.07
	동남권	305	3.72	3.58	3.16
	강원권	59	3.76	3.47	3.29
가구원 수	1인	300	3.67	3.59	3.21
	2인	380	3.69	3.47	3.10
	3인	537	3.65	3.56	3.12
	4인 이상	783	3.73	3.55	3.24
성별	남성	1013	3.67	3.44	3.15
	여성	987	3.71	3.65	3.20
연령	20대	313	3.79	3.70	3.30
	30대	411	3.64	3.60	3.19
	40대	522	3.68	3.55	3.07
	50대	324	3.66	3.51	3.18
	60대 이상	430	3.70	3.39	3.18

(계속)

구분		사례수	냉장보관 간편식	냉동보관 간편식	상온보관 간편식
학력	고졸 이하	348	3.68	3.51	3.15
	대졸	1312	3.68	3.55	3.18
	대학원졸	201	3.67	3.47	3.08
직업	관리/전문/사무직	1076	3.68	3.53	3.17
	서비스/판매직	203	3.61	3.55	3.17
	기계/농림어업/단순노무	206	3.67	3.45	3.17
	주부	230	3.77	3.60	3.12
	학생	139	3.82	3.68	3.32
	기타	146	3.66	3.53	3.17
가구 소득	200만원 미만	188	3.55	3.54	3.22
	200~400만원 미만	561	3.66	3.57	3.14
	400~600만원 미만	567	3.75	3.56	3.14
	600만원 이상	684	3.70	3.51	3.21

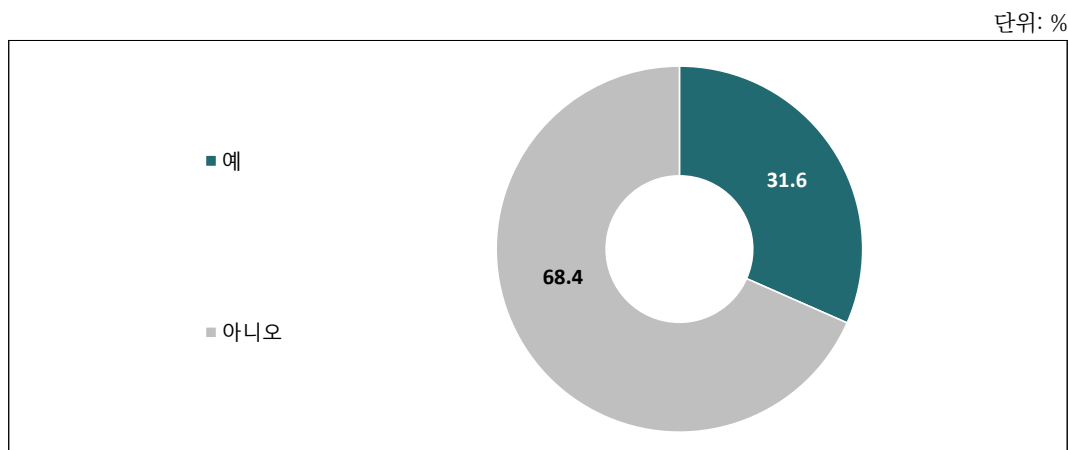
주: '매우 비선호' 응답을 1점~'매우 선호' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

2.10. 가정 내 환자 별도 식단관리 여부

○ 가정 내 환자를 위한 별도의 식단관리를 하고 있다는 응답은 31.6%로 나타남.

- 모든 응답자 특성에서 '식단관리를 한다'라는 응답이 '하지 않는다' 응답보다 낮은 특징

〈그림 5-24〉 가정 내 환자 별도 식단관리 여부



주: 동거가족 중 환자가 있다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-25〉 가정 내 환자 별도 식단관리 여부

단위: 명, %

구분		사례수	예	아니오
전체		933	31.6	68.4
권역	수도권	457	33.5	66.5
	충청권	113	31.9	68.1
	호남권	102	22.5	77.5
	대경권	101	29.7	70.3
	동남권	131	31.3	68.7
	강원권	29	41.4	58.6
가구원 수	1인	108	32.4	67.6
	2인	197	31.0	69.0
	3인	258	29.1	70.9
	4인 이상	370	33.5	66.5
성별	남성	447	28.9	71.1
	여성	486	34.2	65.8
연령	20대	137	32.1	67.9
	30대	163	29.4	70.6
	40대	215	32.6	67.4
	50대	157	28.7	71.3
	60대 이상	261	33.7	66.3
학력	고졸 이하	191	31.9	68.1
	대졸	581	30.5	69.5
	대학원졸	91	41.8	58.2
직업	관리/전문/사무직	458	33.4	66.6
	서비스/판매직	84	29.8	70.2
	기계/농림어업/단순노무	103	27.2	72.8
	주부	139	31.7	68.3
	학생	70	27.1	72.9
	기타	79	32.9	67.1
가구 소득	200만원 미만	97	28.9	71.1
	200~400만원 미만	257	30.0	70.0
	400~600만원 미만	265	30.2	69.8
	600만원 이상	314	35.0	65.0

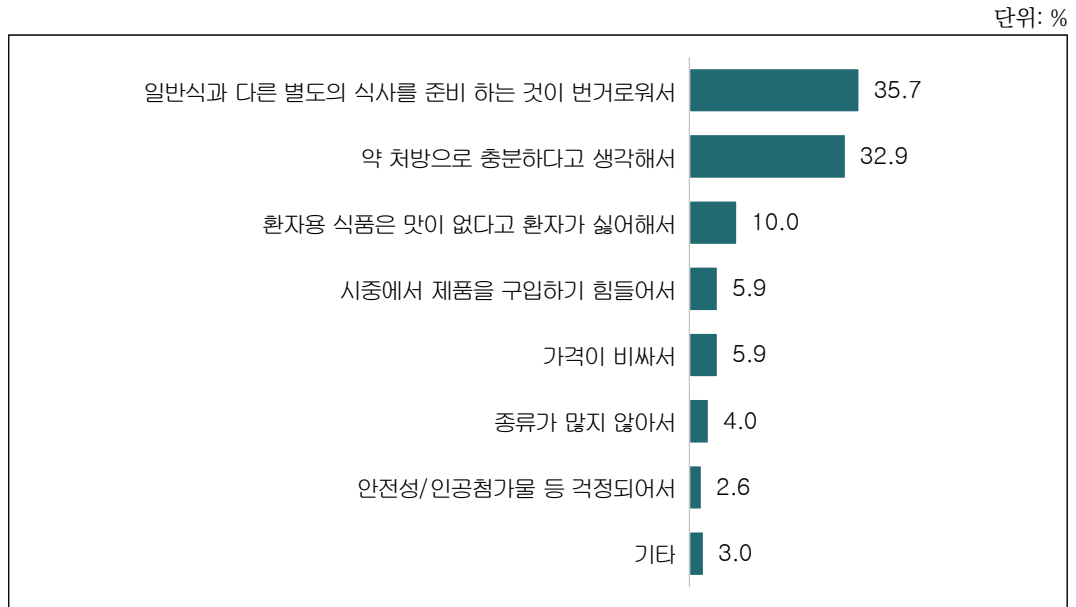
주: 동거가족 중 환자가 있다고 응답한 자 대상임.

2.11. 가정 내 환자 별도 식단관리 않는 이유

○ 가정 내 환자를 위한 별도의 식단관리를 하지 않는 이유에 대해서는 ‘일반식과 다른 별도의 식사 준비가 번거롭다’가 35.7%로 가장 높으며 ‘약 처방으로 충분하다고 생각해서’라는 의견이 32.9%로 나타남.

- 수도권과 호남권은 ‘약 처방으로 충분하다고 생각해서’가 높게 나타났고, 강원권의 경우 ‘일반식과 다른 별도의 식사 준비가 번거롭다’(52.9%)는 상대적으로 높은 수준
- 4인 이상 가구에서 ‘약 처방으로 충분하다고 생각해서’라는 응답이 높은 특징

〈그림 5-25〉 가정 내 환자 별도 식단관리 않는 이유(1+2 가중평균)



주: 동거가족 중 환자가 있으나 별도 식단관리를 하지 않는다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-26〉 가정 내 환자 별도 식단관리 않는 이유(1+2 가중평균) [1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	일반식과 다른 별도의 식사 준비가 번거로워서	약 처방으로 충분하다고 생각해서	환자용 식품은 맛이 없다고 환자가 싫어해서	시중에서 제품을 구입하기 힘들어서	가격이 비싸서
전체		638	35.7	32.9	10.0	5.9	5.9
권역	수도권	304	34.3	34.5	9.4	6.8	5.6
	충청권	77	30.7	32.5	13.9	8.7	6.9
	호남권	79	37.6	36.3	8.9	5.1	2.1
	대경권	71	37.6	28.6	7.5	3.8	8.9
	동남권	90	38.5	29.6	11.9	3.3	7.0
	강원권	17	52.9	23.5	7.8	3.9	5.9
가구원 수	1인	73	33.3	28.3	5.9	12.3	11.4
	2인	136	37.5	33.8	9.6	4.9	5.1
	3인	183	39.5	32.6	10.0	4.9	3.8
	4인 이상	246	32.7	33.9	11.4	5.3	6.2
성별	남성	318	35.1	33.5	9.0	6.3	6.4
	여성	320	36.4	32.2	10.9	5.5	5.4
연령	20대	93	35.5	25.8	8.6	6.1	6.8
	30대	115	32.5	34.5	13.0	5.8	5.2
	40대	145	33.6	30.3	13.3	5.5	7.1
	50대	112	37.5	33.6	7.4	6.3	6.5
	60대 이상	173	38.7	37.2	7.5	6.0	4.4
학력	고졸 이하	130	37.4	28.5	10.8	4.4	8.5
	대졸	404	36.8	33.5	10.1	6.2	5.0
	대학원졸	53	33.3	39.6	7.5	6.9	5.0
직업	관리/전문/사무직	305	36.4	33.0	10.8	6.1	5.1
	서비스/판매직	59	38.4	28.8	14.7	5.6	4.0
	기계/농림어업/단순노무	75	34.7	30.2	8.0	5.3	11.1
	주부	95	36.5	36.8	9.1	4.6	4.2
	학생	51	25.5	32.0	9.2	6.5	7.2
	기타	53	39.0	34.0	5.0	7.5	6.9
가구 소득	200만원 미만	69	39.6	18.8	10.1	4.8	14.5
	200~400만원 미만	180	35.6	33.7	8.1	6.7	5.6
	400~600만원 미만	185	34.1	37.3	11.9	4.3	6.3
	600만원 이상	204	36.1	32.8	9.8	7.0	2.9

주: 동거가족 중 환자가 있으나 별도 식단관리를 하지 않는다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-26〉 가정 내 환자 별도 식단관리 않는 이유(1+2 가중평균) [2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	종류가 많지 않아서	안전성/인공 첨가물 등 걱정되어서	식단관리가 필요치 않아서	증상이 심하지 않아서	운동으로 충분하다고 생각해서
전체		638	4.0	2.6	1.6	1.3	0.2
권역	수도권	304	4.1	2.5	1.5	1.2	0.0
	충청권	77	3.0	1.7	0.0	1.3	1.3
	호남권	79	3.0	1.7	4.2	1.3	0.0
	대경권	71	7.0	3.8	1.4	1.4	0.0
	동남권	90	3.7	3.7	0.4	1.9	0.0
	강원권	17	2.0	0.0	3.9	0.0	0.0
가구원 수	1인	73	5.9	2.7	0.0	0.0	0.0
	2인	136	3.9	1.7	2.0	1.5	0.0
	3인	183	3.3	3.1	1.3	0.9	0.5
	4인 이상	246	4.1	2.6	2.0	1.9	0.0
성별	남성	318	4.7	2.6	0.9	1.0	0.3
	여성	320	3.3	2.5	2.2	1.6	0.0
연령	20대	93	7.2	3.2	4.7	2.2	0.0
	30대	115	2.0	2.0	3.2	0.9	0.9
	40대	145	4.8	2.5	1.1	1.6	0.0
	50대	112	4.2	2.1	0.0	2.4	0.0
	60대 이상	173	2.9	2.9	0.2	0.2	0.0
학력	고졸 이하	130	4.6	3.1	0.3	2.6	0.0
	대졸	404	3.7	1.9	1.3	1.2	0.2
	대학원졸	53	1.9	3.8	1.9	0.0	0.0
직업	관리/전문/사무직	305	3.8	2.0	1.1	1.3	0.3
	서비스/판매직	59	4.5	0.6	0.0	3.4	0.0
	기계/농림어업/단순노무	75	5.3	2.7	1.3	1.3	0.0
	주부	95	3.5	2.1	2.1	1.1	0.0
	학생	51	7.2	5.2	6.5	0.7	0.0
	기타	53	0.6	6.3	0.6	0.0	0.0
가구 소득	200만원 미만	69	3.9	4.3	3.9	0.0	0.0
	200~400만원 미만	180	4.8	2.6	1.7	1.3	0.0
	400~600만원 미만	185	3.1	2.2	0.4	0.5	0.0
	600만원 이상	204	4.2	2.3	1.8	2.5	0.5

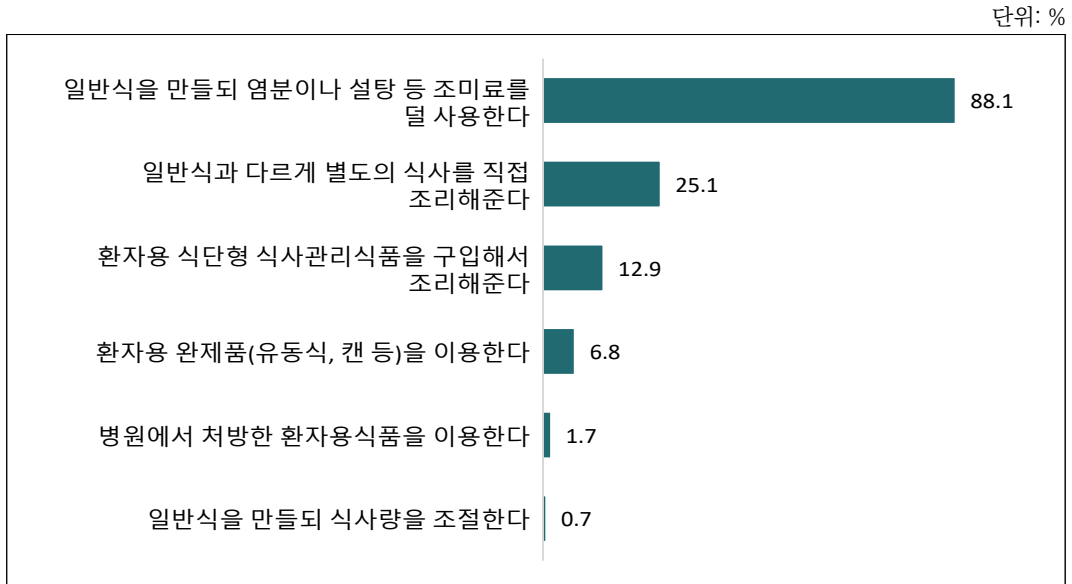
주: 동거가족 중 환자가 있으나 별도 식단관리를 하지 않는다고 응답한 자 대상임.

2.12. 가정 내 환자 별도 식단관리 방법

○ 가정 내 환자를 위한 별도의 식단관리 방법은 ‘일반식을 만들되 염분이나 설탕 등 조미료를 덜 사용한다’는 의견이 88.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘일반식을 만들되 식사량을 조절한다’는 의견이 1.0%로 매우 낮게 나타남.

- 4인 이상 가구와 40대에서 ‘일반식과 다르게 별도의 식사를 직접 조리해 준다’는 비율이 상대적으로 높은 특징

〈그림 5-26〉 가정 내 환자 별도 식단관리 방법



주: 동거가족 중 환자가 있으면서 별도 식단관리를 한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-27〉 가정 내 환자 별도 식단관리 방법

단위: 명, %

구분		사례수	일반식을 만들되 염분이나 설탕 등 조미료를 덜 사용한다	일반식과 다르게 별도의 식사를 직접 조리해 준다	환자용 식단형 식사관리 식품을 구입해서 조리해 준다	환자용 완제품 (유동식, 캔 등)을 이용한다	병원에서 처방한 환자용 식품을 이용한다	기타
전체		295	88.1	25.1	12.9	6.8	1.7	0.7
권역	수도권	153	87.6	23.5	13.1	6.5	0.7	0.7
	충청권	36	91.7	27.8	11.1	5.6	2.8	0.0
	호남권	23	87.0	26.1	13.0	4.3	0.0	0.0
	대경권	30	86.7	33.3	6.7	6.7	6.7	0.0
	동남권	41	85.4	19.5	17.1	9.8	0.0	0.0
	강원권	12	100.0	33.3	16.7	8.3	8.3	8.3
가구원 수	1인	35	91.4	11.4	11.4	5.7	0.0	0.0
	2인	61	88.5	24.6	19.7	4.9	3.3	0.0
	3인	75	89.3	21.3	12.0	8.0	0.0	1.3
	4인 이상	124	86.3	31.5	10.5	7.3	2.4	0.8
성별	남성	129	82.9	23.3	16.3	8.5	0.8	0.8
	여성	166	92.2	26.5	10.2	5.4	2.4	0.6
연령	20대	44	86.4	27.3	2.3	9.1	2.3	2.3
	30대	48	83.3	16.7	4.2	6.3	0.0	2.1
	40대	70	90.0	32.9	12.9	5.7	1.4	0.0
	50대	45	91.1	22.2	13.3	8.9	2.2	0.0
	60대 이상	88	88.6	23.9	22.7	5.7	2.3	0.0
학력	고졸 이하	61	86.9	27.9	13.1	9.8	1.6	0.0
	대졸	177	88.1	26.0	14.1	6.8	2.3	1.1
	대학원졸	38	86.8	15.8	13.2	2.6	0.0	0.0
직업	관리/전문/사무직	153	86.9	24.2	10.5	6.5	1.3	0.7
	서비스/판매직	25	80.0	36.0	4.0	12.0	0.0	4.0
	기계/농림어업/단순노무	28	82.1	28.6	28.6	14.3	0.0	0.0
	주부	44	93.2	20.5	15.9	2.3	4.5	0.0
	학생	19	94.7	26.3	0.0	5.3	0.0	0.0
	기타	26	96.2	23.1	23.1	3.8	3.8	0.0
가구 소득	200만원 미만	28	89.3	25.0	17.9	7.1	3.6	0.0
	200~400만원 미만	77	87.0	29.9	14.3	7.8	1.3	0.0
	400~600만원 미만	80	86.3	25.0	15.0	8.8	1.3	0.0
	600만원 이상	110	90.0	21.8	9.1	4.5	1.8	1.8

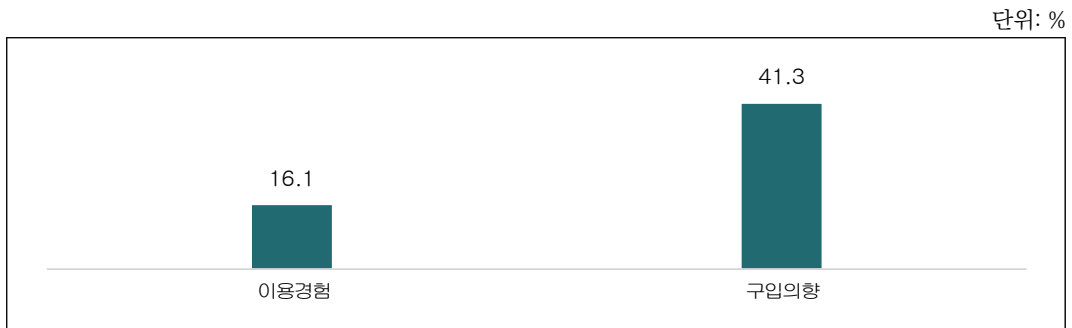
주: 동거가족 중 환자가 있으면서 별도 식단관리를 한다고 응답한 자 대상임.

2.13. 최근 1년 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향

○ 최근 1년 환자용 식품 중 환자용 식단형 식단 관리식품 이용 경험 및 구입 의향에 대해서는 이용 경험률이 16.1%에 그쳤으며, 구입 의향은 41.3%로 나타남.

- 이용 경험은 동남권, 구입 의향은 강원권이 가장 높은 특징
- 60대의 이용 경험이 가장 많았으며, 구입 의향은 50대에서 가장 높은 특징

〈그림 5-27〉 최근 1년 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 환자용 식단형 식사관리식품



주: 동거가족 중 환자가 있다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-28〉 최근 1년 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 환자용 식단형 식사관리식품

단위: 명, %

구분	사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화			
		없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
전체	933	83.9	16.1	58.7	41.3	5.5	19.5	75.1	
권역	수도권	457	83.4	16.6	59.3	40.7	7.0	19.9	73.1
	충청권	113	84.1	15.9	64.6	35.4	10.0	20.0	70.0
	호남권	102	86.3	13.7	59.8	40.2	2.4	19.5	78.0
	대경권	101	88.1	11.9	55.4	44.6	0.0	13.3	86.7
	동남권	131	80.9	19.1	55.0	45.0	3.4	23.7	72.9
	강원권	29	82.8	17.2	51.7	48.3	7.1	14.3	78.6
가구원 수	1인	108	83.3	16.7	55.6	44.4	0.0	20.8	79.2
	2인	197	81.2	18.8	62.4	37.6	10.8	23.0	66.2
	3인	258	86.4	13.6	58.1	41.9	5.6	13.0	81.5
	4인 이상	370	83.8	16.2	58.1	41.9	4.5	21.9	73.5
성별	남성	447	82.3	17.7	60.6	39.4	6.3	23.3	70.5
	여성	486	85.4	14.6	57.0	43.0	4.8	16.3	78.9

(계속)

구분		사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화		
			없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가
연령	20대	137	89.1	10.9	62.8	37.2	5.9	13.7	80.4
	30대	163	92.0	8.0	67.5	32.5	1.9	15.1	83.0
	40대	215	84.7	15.3	56.7	43.3	7.5	16.1	76.3
	50대	157	80.9	19.1	52.2	47.8	5.3	18.7	76.0
	60대 이상	261	77.4	22.6	56.7	43.3	5.3	27.4	67.3
학력	고졸 이하	191	81.2	18.8	60.2	39.8	7.9	19.7	72.4
	대졸	581	83.3	16.7	58.0	42.0	4.9	19.7	75.4
	대학원졸	91	83.5	16.5	54.9	45.1	4.9	26.8	68.3
직업	관리/전문/사무직	458	84.7	15.3	56.6	43.4	6.0	17.1	76.9
	서비스/판매직	84	81.0	19.0	53.6	46.4	2.6	23.1	74.4
	기계/농림어업/단순노무	103	74.8	25.2	54.4	45.6	6.4	19.1	74.5
	주부	139	84.9	15.1	61.9	38.1	5.7	18.9	75.5
	학생	70	97.1	2.9	65.7	34.3	4.2	4.2	91.7
	기타	79	81.0	19.0	70.9	29.1	4.3	52.2	43.5
가구 소득	200만원 미만	97	77.3	22.7	59.8	40.2	10.3	30.8	59.0
	200~400만원 미만	257	84.0	16.0	62.3	37.7	3.1	23.7	73.2
	400~600만원 미만	265	84.9	15.1	58.5	41.5	5.5	12.7	81.8
	600만원 이상	314	85.0	15.0	55.7	44.3	5.8	18.7	75.5

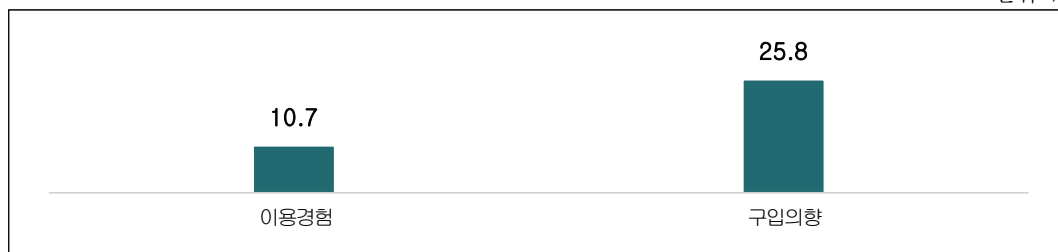
주: 동거가족 중 환자가 있다고 응답한 자 대상임.

○ 최근 1년 이내 환자용 식품 중 맞춤형 영양조제식품 이용 경험 및 구입 의향에 대해서는 이용 경험률이 10.7%에 그쳤으며, 구입 의향은 25.8%로 나타남.

- 이용 경험은 강원권이 가장 높고, 동남권이 7.6%로 가장 낮은 수준
- 구입 의향은 호남권이 31.4%로 가장 높고, 충청권이 22.1%로 가장 낮은 수준

〈그림 5-28〉 최근 1년 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 맞춤형 영양조제식품

단위: %



주: 동거가족 중 환자가 있다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-29〉 최근 1년 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 맞춤형 영양조제식품

단위: 명, %

구분	사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화			
		없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
전체	933	89.3	10.7	74.2	25.8	5.8	21.2	73.0	
권역	수도권	457	90.4	9.6	75.7	24.3	3.6	18.0	78.4
	충청권	113	85.8	14.2	77.9	22.1	20.0	24.0	56.0
	호남권	102	87.3	12.7	68.6	31.4	0.0	31.3	68.8
	대경권	101	88.1	11.9	72.3	27.7	7.1	25.0	67.9
	동남권	131	92.4	7.6	72.5	27.5	5.6	16.7	77.8
	강원권	29	82.8	17.2	69.0	31.0	11.1	22.2	66.7
가구원 수	1인	108	91.7	8.3	76.9	23.1	4.0	12.0	84.0
	2인	197	87.8	12.2	75.6	24.4	8.3	25.0	66.7
	3인	258	88.4	11.6	70.5	29.5	3.9	19.7	76.3
	4인 이상	370	90.0	10.0	75.1	24.9	6.5	22.8	70.7
성별	남성	447	87.9	12.1	73.8	26.2	6.0	25.6	68.4
	여성	486	90.5	9.5	74.5	25.5	5.6	16.9	77.4
연령	20대	137	90.5	9.5	79.6	20.4	0.0	25.0	75.0
	30대	163	93.9	6.1	77.3	22.7	2.7	16.2	81.1
	40대	215	87.9	12.1	70.7	29.3	4.8	22.2	73.0
	50대	157	89.2	10.8	70.7	29.3	8.7	13.0	78.3
	60대 이상	261	87.0	13.0	74.3	25.7	9.0	26.9	64.2
학력	고졸 이하	191	86.4	13.6	71.2	28.8	7.3	25.5	67.3
	대졸	581	89.2	10.8	74.7	25.3	5.4	21.1	73.5
	대학원졸	91	92.3	7.7	72.5	27.5	8.0	12.0	80.0
직업	관리/전문/사무직	458	88.6	11.4	72.7	27.3	5.6	20.8	73.6
	서비스/판매직	84	89.3	10.7	70.2	29.8	4.0	20.0	76.0
	기계/농림어업/단순노무	103	82.5	17.5	65.0	35.0	5.6	22.2	72.2
	주부	139	92.8	7.2	78.4	21.6	10.0	13.3	76.7
	학생	70	94.3	5.7	80.0	20.0	0.0	21.4	78.6
	기타	79	91.1	8.9	86.1	13.9	9.1	45.5	45.5
가구 소득	200만원 미만	97	90.7	9.3	81.4	18.6	16.7	16.7	66.7
	200~400만원 미만	257	87.9	12.1	74.3	25.7	4.5	25.8	69.7
	400~600만원 미만	265	90.9	9.1	76.6	23.4	3.2	16.1	80.6
	600만원 이상	314	88.5	11.5	69.7	30.3	6.3	22.1	71.6

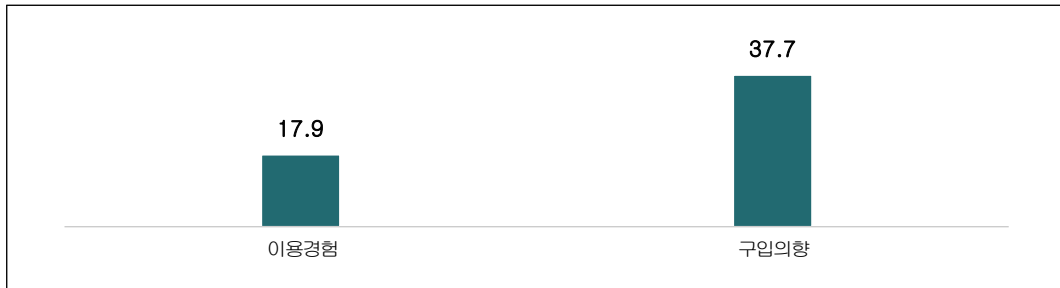
주: 동거가족 중 환자가 있다고 응답한 자 대상임.

○ 최근 1년 환자용 식품 중 표준형 영양조제식품 이용 경험 및 구입 의향에 대해서는 이용 경험률이 17.9%이며, 구입 의향은 37.7%로 나타남

- 권역별로 보았을 때, 이용 경험과 구입 의향 모두 대경권에서 가장 높은 특징
- 50대에서 이용 경험과 구입 의향 모두 가장 높은 특징

〈그림 5-29〉 최근 1년 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 표준형 영양조제식품

단위: %



주: 동거가족 중 환자가 있다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-30〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 표준형 영양조제식품

단위: 명, %

구분	사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화			
		없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
전체	933	82.1	17.9	62.3	37.7	6.8	23.6	69.6	
권역	수도권	457	82.1	17.9	62.4	37.6	8.1	20.3	71.5
	충청권	113	82.3	17.7	69.9	30.1	11.8	23.5	64.7
	호남권	102	82.4	17.6	60.8	39.2	2.5	32.5	65.0
	대경권	101	79.2	20.8	57.4	42.6	0.0	32.6	67.4
	동남권	131	84.7	15.3	61.1	38.9	7.8	19.6	72.5
	강원권	29	79.3	20.7	58.6	41.4	8.3	25.0	66.7
가구원 수	1인	108	83.3	16.7	56.5	43.5	4.3	23.4	72.3
	2인	197	80.7	19.3	66.0	34.0	11.9	23.9	64.2
	3인	258	85.3	14.7	62.0	38.0	5.1	15.3	79.6
	4인 이상	370	80.3	19.7	62.2	37.8	6.4	29.3	64.3
성별	남성	447	81.9	18.1	63.5	36.5	5.5	25.8	68.7
	여성	486	82.3	17.7	61.1	38.9	7.9	21.7	70.4
연령	20대	137	86.1	13.9	71.5	28.5	10.3	15.4	74.4
	30대	163	89.0	11.0	66.3	33.7	3.6	21.8	74.5
	40대	215	81.4	18.6	59.1	40.9	9.1	22.7	68.2
	50대	157	75.2	24.8	55.4	44.6	4.3	31.4	64.3
	60대 이상	261	80.5	19.5	61.7	38.3	7.0	23.0	70.0
학력	고졸 이하	191	80.1	19.9	61.8	38.2	12.3	24.7	63.0
	대졸	581	81.8	18.2	62.3	37.7	3.7	25.1	71.2
	대학원졸	91	79.1	20.9	54.9	45.1	9.8	24.4	65.9

(계속)

구분	사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화			
		없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
직업	관리/전문/사무직	458	81.9	18.1	60.5	39.5	5.0	23.8	71.3
	서비스/판매직	84	76.2	23.8	59.5	40.5	5.9	29.4	64.7
	기계/농림어업/단순노무	103	74.8	25.2	55.3	44.7	13.0	21.7	65.2
	주부	139	84.2	15.8	64.7	35.3	8.2	20.4	71.4
	학생	70	94.3	5.7	72.9	27.1	15.8	0.0	84.2
	기타	79	84.8	15.2	70.9	29.1	0.0	43.5	56.5
가구 소득	200만원 미만	97	80.4	19.6	66.0	34.0	15.2	27.3	57.6
	200~400만원 미만	257	83.7	16.3	66.1	33.9	6.9	24.1	69.0
	400~600만원 미만	265	83.4	16.6	63.8	36.2	4.2	24.0	71.9
	600만원 이상	314	80.3	19.7	56.7	43.3	6.6	22.1	71.3

주: 동거가족 중 환자가 있다고 응답한 자 대상임.

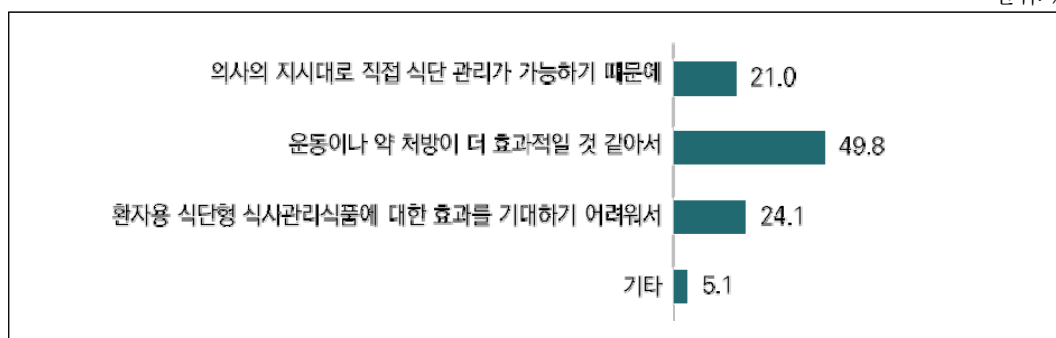
2.14. 환자용 식단형 식사관리식품 구입 의향이 없는 이유

○ 환자용 식단형 식사관리식품 구입 의향이 없는 이유로는 ‘운동이나 약 처방이 더 효과적 일 것 같다’라는 의견이 49.8%로 가장 높게 나타남.

- 60대 이상에서 ‘의사의 지시대로 직접 식단 관리가 가능하기 때문에’라는 응답이 다른 연령 대비 비교적 높은 특징

〈그림 5-30〉 환자용 식단형 식사관리식품 구입 의향이 없는 이유

단위: %



주: 환자용 식단형 식사관리식품을 구입할 의향이 없다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-31〉 환자용 식단형 식사관리식품 구입 의향이 없는 이유

단위: 명, %

구분		사례수	의사의 지시대로 직접 식단 관리가 가능하기 때문에	운동이나 약 처방이 더 효과적일 것 같아서	환자용 식단형 식사관리식품에 대한 효과를 기대 하기 어려워서	기타
전체		548	21.0	49.8	24.1	5.1
지역	수도권	271	19.6	49.8	24.7	5.9
	충청권	73	27.4	49.3	19.2	4.1
	호남권	61	21.3	55.7	13.1	9.8
	대경권	56	25.0	48.2	26.8	0.0
	동남권	72	19.4	44.4	31.9	4.2
	강원권	15	6.7	60.0	33.3	0.0
가구원 수	1인	60	20.0	51.7	26.7	1.7
	2인	123	17.9	50.4	26.8	4.9
	3인	150	24.0	53.3	18.7	4.0
	4인 이상	215	20.9	46.5	25.6	7.0
성별	남성	271	19.6	52.0	25.5	3.0
	여성	277	22.4	47.7	22.7	7.2
연령	20대	86	16.3	48.8	27.9	7.0
	30대	110	18.2	59.1	18.2	4.5
	40대	122	17.2	48.4	29.5	4.9
	50대	82	15.9	51.2	26.8	6.1
	60대 이상	148	31.8	43.9	20.3	4.1
학력	고졸 이하	115	25.2	47.8	25.2	1.7
	대졸	337	19.9	49.6	24.0	6.5
	대학원졸	50	12.0	58.0	26.0	4.0
직업	관리/전문/사무직	259	17.0	52.1	25.5	5.4
	서비스/판매직	45	15.6	57.8	24.4	2.2
	기계/농림어업/단순노무	56	25.0	41.1	32.1	1.8
	주부	86	24.4	51.2	15.1	9.3
	학생	46	28.3	47.8	19.6	4.3
	기타	56	28.6	41.1	26.8	3.6
가구 소득	200만원 미만	58	22.4	50.0	24.1	3.4
	200~400만원 미만	160	23.1	50.0	22.5	4.4
	400~600만원 미만	155	20.6	51.0	24.5	3.9
	600만원 이상	175	18.9	48.6	25.1	7.4

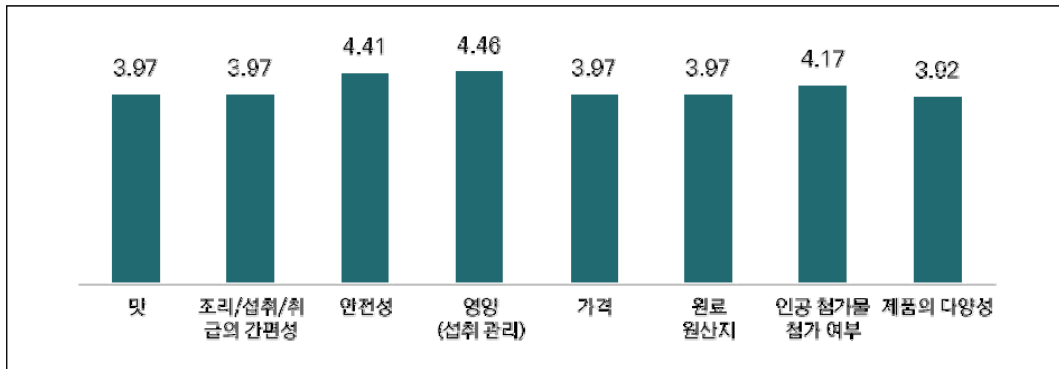
주: 환자용 식단형 식사관리식품을 구입할 의향이 없다고 응답한 자 대상임.

2.15. 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품 요소별 중요도

○ 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품의 요소별 중요도는 '영양(섭취 관리)'이 4.46점으로 가장 높고, '안전성'이 4.41점, '맛', '조리 섭취 취급의 간편성', '가격', '원료 원산지'(각각 3.97점) 순으로 나타남.

〈그림 5-31〉 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품 요소별 중요도

단위: 점/5점



주: '전혀 중요하지 않다' 응답을 1점~'매우 중요하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-32〉 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품 요소별 중요도

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성	
전체	2000	3.97	3.97	4.41	4.46	3.97	3.97	4.17	3.92	
권역	수도권	1017	3.98	3.97	4.45	4.50	3.97	3.99	4.20	3.95
	충청권	211	3.96	3.95	4.38	4.42	3.90	3.91	4.10	3.88
	호남권	214	3.98	4.04	4.39	4.38	4.03	3.99	4.11	3.89
	대경권	194	3.87	3.88	4.32	4.34	3.95	3.89	4.13	3.81
	동남권	305	4.01	4.01	4.39	4.47	3.96	3.97	4.19	3.94
	강원권	59	3.90	3.90	4.44	4.49	4.12	4.15	4.27	3.92
가구원 수	1인	300	4.02	3.97	4.46	4.49	3.99	3.99	4.20	3.95
	2인	380	3.97	3.99	4.38	4.44	4.00	3.97	4.17	3.93
	3인	537	3.94	3.96	4.39	4.43	3.94	3.94	4.14	3.86
	4인 이상	783	3.97	3.96	4.43	4.47	3.97	3.98	4.19	3.95
성별	남성	1013	3.91	3.91	4.35	4.36	3.89	3.82	4.03	3.81
	여성	987	4.03	4.03	4.48	4.56	4.05	4.13	4.32	4.03

(계속)

구분		사례수	맛	조리/섭취/취급 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성
연령	20대	313	3.99	3.93	4.46	4.55	3.97	3.98	4.19	3.95
	30대	411	3.97	3.98	4.40	4.47	3.89	3.95	4.15	3.90
	40대	522	3.93	3.97	4.37	4.40	3.92	3.96	4.12	3.87
	50대	324	3.96	3.98	4.42	4.44	4.01	3.98	4.13	3.95
	60대 이상	430	4.00	3.99	4.44	4.46	4.08	4.00	4.28	3.96
학력	고졸 이하	348	3.95	3.94	4.34	4.43	3.98	4.00	4.20	3.93
	대졸	1312	3.97	3.99	4.43	4.45	3.97	3.97	4.16	3.92
	대학원졸	201	3.94	3.99	4.43	4.52	3.99	3.97	4.19	3.94
직업	관리/전문/사무직	1076	3.97	3.98	4.41	4.47	3.93	3.97	4.16	3.92
	서비스/판매직	203	3.98	3.95	4.36	4.40	4.03	4.05	4.20	3.96
	기계/농림어업/단순노무	206	3.88	3.89	4.33	4.33	4.00	3.80	4.01	3.85
	주부	230	4.05	4.08	4.52	4.53	4.06	4.13	4.36	4.01
	학생	139	3.99	3.86	4.47	4.51	3.95	3.88	4.15	3.91
	기타	146	3.93	4.00	4.44	4.43	4.01	3.96	4.23	3.82
가구 소득	200만원 미만	188	3.90	3.93	4.40	4.36	4.07	3.95	4.11	3.83
	200~400만원 미만	561	3.98	3.94	4.38	4.43	3.98	3.93	4.17	3.90
	400~600만원 미만	567	3.99	4.01	4.40	4.47	4.00	4.02	4.18	3.94
	600만원 이상	684	3.96	3.97	4.45	4.49	3.91	3.96	4.19	3.94

주: '전혀 중요하지 않다' 응답을 1점~'매우 중요하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

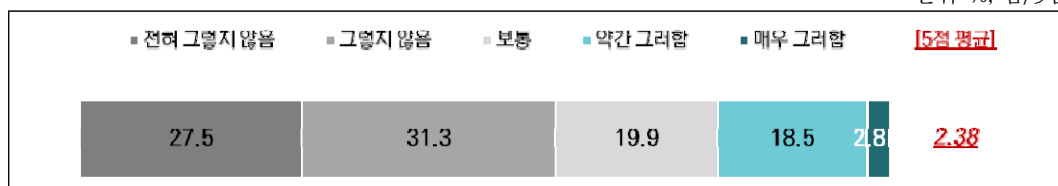
2.16. 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도

○ 만 65세 이상 가구원의 식사 시 '불편하지 않다'가 31.3%로 높게 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 수도권에서 불편함이나 어려움을 느낀다는 응답이 평균 2.44점으로 가장 높았고, 호남권에서 2.22점으로 가장 낮은 수준

〈그림 5-32〉 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도

단위: %, 점/5점



주 1) 가구 내 만 65세 이상 가구원이 있다고 응답한 자 대상임.

2) '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-33〉 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	전혀 불편 하지 않다	불편하지 않다	보통이다	불편하다	매우 불편하다	평균(점)
전체		422	27.5	31.3	19.9	18.5	2.8	2.38
권역	수도권	195	25.6	29.7	22.6	19.5	2.6	2.44
	충청권	29	27.6	24.1	27.6	20.7	0.0	2.41
	호남권	46	32.6	34.8	13.0	17.4	2.2	2.22
	대경권	56	28.6	30.4	23.2	16.1	1.8	2.32
	동남권	81	28.4	37.0	11.1	19.8	3.7	2.33
	강원권	15	26.7	26.7	26.7	6.7	13.3	2.53
가구원 수	1인	26	26.9	23.1	38.5	11.5	0.0	2.35
	2인	114	29.8	41.2	18.4	6.1	4.4	2.14
	3인	149	30.9	28.2	15.4	22.1	3.4	2.39
	4인 이상	133	21.8	27.8	22.6	26.3	1.5	2.58
성별	남성	221	26.7	31.2	19.5	19.5	3.2	2.41
	여성	201	28.4	31.3	20.4	17.4	2.5	2.34
연령	20대	20	25.0	40.0	5.0	30.0	0.0	2.40
	30대	81	32.1	30.9	18.5	18.5	0.0	2.23
	40대	77	23.4	26.0	19.5	27.3	3.9	2.62
	50대	35	11.4	25.7	25.7	28.6	8.6	2.97
	60대 이상	209	30.1	33.5	21.1	12.4	2.9	2.24
학력	고졸 이하	113	29.2	25.7	24.8	15.0	5.3	2.42
	대졸	251	27.9	31.5	17.5	20.7	2.4	2.38
	대학원졸	45	22.2	44.4	20.0	13.3	0.0	2.24
직업	관리/전문/사무직	175	27.4	32.6	16.6	20.6	2.9	2.39
	서비스/판매직	42	21.4	35.7	21.4	19.0	2.4	2.45
	기계/농림어업/단순노무	59	20.3	30.5	25.4	23.7	0.0	2.53
	주부	62	38.7	22.6	16.1	17.7	4.8	2.27
	학생	13	23.1	30.8	23.1	23.1	0.0	2.46
	기타	71	28.2	33.8	25.4	8.5	4.2	2.27
가구 소득	200만원 미만	66	16.7	27.3	33.3	13.6	9.1	2.71
	200~400만원 미만	141	31.9	29.8	18.4	17.7	2.1	2.28
	400~600만원 미만	113	31.0	34.5	13.3	19.5	1.8	2.27
	600만원 이상	102	24.5	32.4	20.6	21.6	1.0	2.42

주 1) 가구 내 만 65세 이상 가구원이 있다고 응답한 자 대상임.

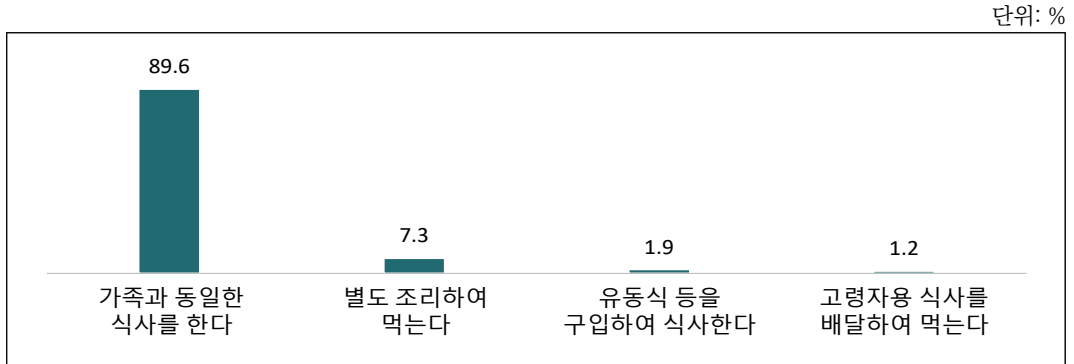
2) '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

2.17. 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법

○ 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법은 '가족과 동일한 식사를 한다'(89.6%)로 나타남.

- 50대 이상에서 '가족과 동일한 식사를 한다'라는 비율이 높은 특징

〈그림 5-33〉 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법



주: 가구 내 만 65세 이상 가구원이 있다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-34〉 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법

단위: 명, %

구분		사례수	가족과 동일한 식사를 한다	별도 조리하여 먹는다	유동식 등을 구입하여 식사한다	고령자용 식사를 배달하여 먹는다
전체		422	89.6	7.3	1.9	1.2
권역	수도권	195	88.2	9.7	2.1	0.0
	충청권	29	100.0	0.0	0.0	0.0
	호남권	46	89.1	6.5	2.2	2.2
	대경권	56	96.4	3.6	0.0	0.0
	동남권	81	85.2	7.4	3.7	3.7
	강원권	15	86.7	6.7	0.0	6.7
가구원 수	1인	26	84.6	15.4	0.0	0.0
	2인	114	93.9	2.6	1.8	1.8
	3인	149	87.2	7.4	3.4	2.0
	4인 이상	133	89.5	9.8	0.8	0.0
성별	남성	221	90.0	6.3	1.8	1.8
	여성	201	89.1	8.5	2.0	0.5
연령	20대	20	80.0	15.0	5.0	0.0
	30대	81	87.7	4.9	3.7	3.7
	40대	77	87.0	9.1	2.6	1.3
	50대	35	91.4	5.7	2.9	0.0
	60대 이상	209	91.9	7.2	0.5	0.5
학력	고졸 이하	113	88.5	8.8	0.9	1.8
	대졸	251	89.6	6.8	2.4	1.2
	대학원졸	45	91.1	6.7	2.2	0.0

(계속)

구분		사례수	가족과 동일한 식사를 한다	별도 조리하여 먹는다	유동식 등을 구입하여 식사한다	고령자용 식사를 배달하여 먹는다
직업	관리/전문/사무직	175	90.9	5.7	2.9	0.6
	서비스/판매직	42	90.5	2.4	0.0	7.1
	기계/농림어업/단순노무	59	88.1	8.5	1.7	1.7
	주부	62	85.5	12.9	1.6	0.0
	학생	13	92.3	7.7	0.0	0.0
	기타	71	90.1	8.5	1.4	0.0
가구 소득	200만원 미만	66	87.9	12.1	0.0	0.0
	200~400만원 미만	141	93.6	2.8	2.1	1.4
	400~600만원 미만	113	87.6	8.8	1.8	1.8
	600만원 이상	102	87.3	8.8	2.9	1.0

주: 가구 내 만 65세 이상 가구원이 있다고 응답한 자 대상임.

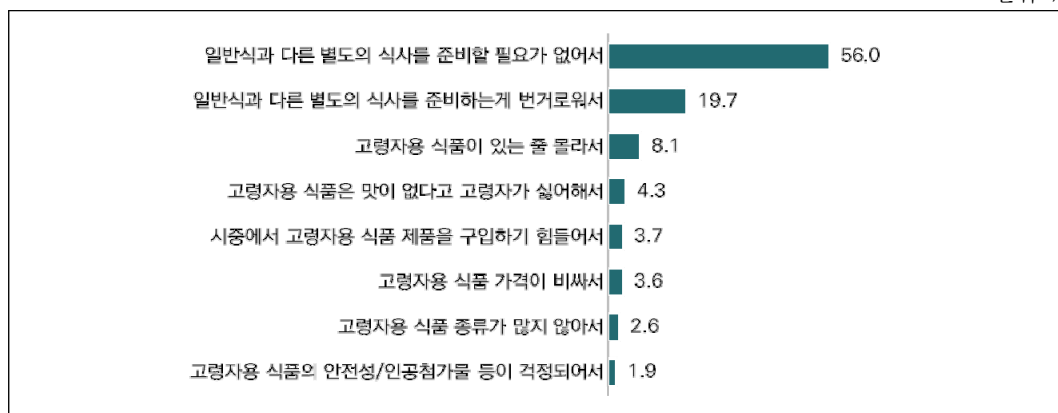
2.18. 가구 내 고령자 별도 식단관리 않는 이유

○ 가구 내 고령자를 위해 별도의 식단관리를 하지 않는 이유는 ‘별도의 식사를 준비할 필요가 없어서’라는 의견이 56.0%로 가장 높았으며, ‘별도의 식사 준비가 번거로워서’(19.7%), ‘고령자용 식품이 있는 줄 몰라서’(8.1%)의 순으로 나타나고 있음.

- 가구원 수가 3인 이상인 경우 ‘별도의 식사 준비가 번거로워서’, 가구소득 200만 원 미만인 경우 ‘고령자용 식품이 있는 줄 몰라서’ 응답이 상대적으로 높은 특징

〈그림 5-34〉 가구 내 고령자 별도 식단관리 않는 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 가구 내 만 65세 이상 가구원이 있으나 별도 식단관리를 하지 않는다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-35〉 가구 내 고령자 별도 식단관리 않는 이유(1+2 가중평균) [1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	별도의 식사를 준비할 필요가 없어서	별도의 식사 준비가 번거로워서	고령자용 식품이 있는 줄 몰라서	맛을 이유로 고령자가 싫어해서
전체		378	56.0	19.7	8.1	4.3
권역	수도권	172	52.5	20.7	8.9	5.4
	충청권	29	58.6	19.5	6.9	5.7
	호남권	41	63.4	17.1	8.9	1.6
	대경권	54	52.5	19.1	6.8	4.3
	동남권	69	61.8	19.3	6.8	2.4
	강원권	13	56.4	17.9	10.3	5.1
가구원 수	1인	22	54.5	15.2	4.5	4.5
	2인	107	63.2	14.3	6.9	2.5
	3인	130	51.8	22.6	8.5	5.6
	4인 이상	119	54.3	22.1	9.5	4.5
성별	남성	199	54.4	22.6	7.7	3.4
	여성	179	57.7	16.4	8.6	5.4
연령	20대	16	60.4	16.7	14.6	4.2
	30대	71	50.2	22.5	12.2	3.8
	40대	67	45.3	22.9	14.4	8.0
	50대	32	55.2	12.5	10.4	4.2
	60대 이상	192	61.6	18.9	3.5	3.3
학력	고졸 이하	100	56.3	22.0	5.7	4.3
	대졸	225	54.5	18.5	9.9	4.1
	대학원졸	41	65.9	19.5	3.3	4.1
직업	관리/전문/사무직	159	57.9	18.2	10.1	3.1
	서비스/판매직	38	46.5	27.2	8.8	6.1
	기계/농림어업/단순노무	52	53.2	24.4	4.5	5.8
	주부	53	61.6	11.9	4.4	5.0
	학생	12	47.2	22.2	11.1	8.3
	기타	64	56.3	20.8	8.3	3.6
가구 소득	200만원 미만	58	42.0	21.3	14.4	5.7
	200~400만원 미만	132	58.6	18.2	5.6	4.5
	400~600만원 미만	99	60.9	20.5	7.1	2.7
	600만원 이상	89	55.8	19.9	9.0	4.9

주: 가구 내 만 65세 이상 가구원이 있으나 별도 식단관리를 하지 않는다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-35〉 가구 내 고령자 별도 식단관리 않는 이유(1+2 가중평균) [2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	시중에서 고령자 식품을 구입하기 힘들어서	고령자용 식품 가격이 비싸서	고령자용 식품 종류가 많지 않아서	고령자용 식품의 안전성/인공 첨가물이 걱정되어서
전체		378	3.7	3.6	2.6	1.9
권역	수도권	172	4.8	2.7	3.5	1.4
	충청권	29	2.3	5.7	1.1	0.0
	호남권	41	4.9	1.6	0.8	1.6
	대경권	54	4.9	5.6	3.1	3.7
	동남권	69	0.5	4.3	1.4	3.4
	강원권	13	0.0	5.1	5.1	0.0
가구원 수	1인	22	6.1	9.1	6.1	0.0
	2인	107	4.7	2.5	2.2	3.7
	3인	130	3.8	3.1	2.6	2.1
	4인 이상	119	2.2	4.2	2.5	0.6
성별	남성	199	2.8	4.5	2.2	2.3
	여성	179	4.7	2.6	3.2	1.5
연령	20대	16	0.0	0.0	4.2	0.0
	30대	71	5.2	3.3	1.4	1.4
	40대	67	2.5	4.5	1.0	1.5
	50대	32	3.1	11.5	2.1	1.0
	60대 이상	192	4.0	2.4	3.6	2.6
학력	고졸 이하	100	3.3	4.3	2.3	1.7
	대졸	225	4.0	4.0	2.8	2.1
	대학원졸	41	2.4	0.8	1.6	2.4
직업	관리/전문/사무직	159	3.6	3.8	2.5	0.8
	서비스/판매직	38	1.8	3.5	1.8	4.4
	기계/농림어업/단순노무	52	3.8	3.2	1.9	3.2
	주부	53	4.4	3.8	6.3	2.5
	학생	12	5.6	0.0	5.6	0.0
	기타	64	4.2	4.2	0.5	2.1
가구소득	200만원 미만	58	5.2	7.5	1.1	2.9
	200~400만원 미만	132	4.8	4.3	2.3	1.8
	400~600만원 미만	99	3.4	1.3	3.0	1.0
	600만원 이상	89	1.5	2.6	3.7	2.6

주: 가구 내 만 65세 이상 가구원이 있으나 별도 식단관리를 하지 않는다고 응답한 자 대상임.

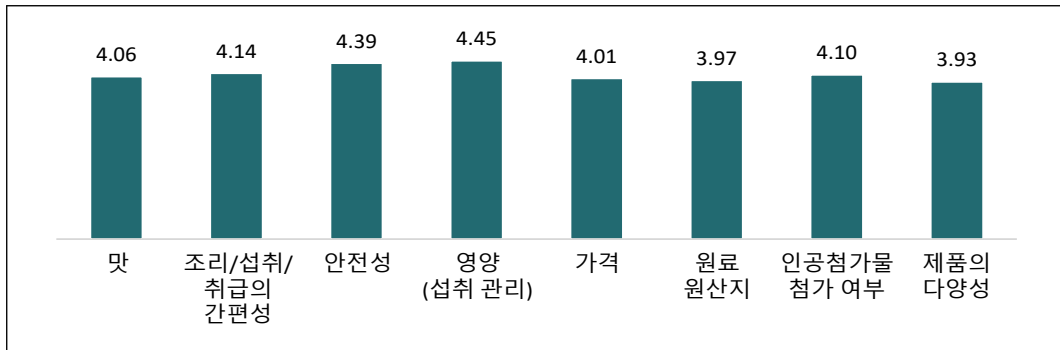
2.19. 고령자용 식품 요소별 중요도

○ 고령자용 식품 요소별 중요도는 '영양(섭취 관리)'이 4.45점으로 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 '안전성'(4.39점), '조리 섭취 취급의 간편성'(4.14점)의 순으로 나타남.

- 모든 응답자 특성에서 '영양(섭취 관리)'의 중요도가 높은 특징

〈그림 5-35〉 고령자용 식품 요소별 중요도

단위: 점/5점



주: '전혀 중요하지 않다' 응답을 1점~'매우 중요하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-36〉 고령자용 식품 요소별 중요도

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양 (섭취 관리)	가격	원료 원산지	인공첨가물 첨가 여부	제품의 다양성	
전체	2000	4.06	4.14	4.39	4.45	4.01	3.97	4.10	3.93	
권역	수도권	1017	4.07	4.17	4.42	4.47	4.02	4.00	4.13	3.94
	충청권	211	4.01	4.12	4.40	4.42	3.93	3.90	4.03	3.90
	호남권	214	4.11	4.14	4.37	4.47	4.08	4.03	4.08	3.93
	대경권	194	3.98	4.04	4.29	4.39	3.96	3.86	4.03	3.88
	동남권	305	4.06	4.14	4.38	4.44	4.00	3.91	4.10	3.94
	강원권	59	3.95	4.15	4.39	4.44	4.02	4.05	4.22	3.97
가구원 수	1인	300	4.11	4.21	4.37	4.45	4.05	3.98	4.11	3.92
	2인	380	4.07	4.14	4.42	4.44	4.05	3.97	4.13	4.00
	3인	537	4.00	4.11	4.37	4.44	3.96	3.93	4.04	3.85
	4인 이상	783	4.07	4.14	4.40	4.47	4.02	3.99	4.13	3.95
성별	남성	1013	4.00	4.06	4.33	4.36	3.94	3.82	3.96	3.82
	여성	987	4.11	4.24	4.46	4.55	4.08	4.12	4.25	4.04
연령	20대	313	4.03	4.24	4.47	4.55	4.02	3.96	4.11	3.96
	30대	411	4.01	4.17	4.35	4.40	3.93	3.91	4.03	3.85
	40대	522	4.03	4.14	4.37	4.42	3.95	3.95	4.06	3.91
	50대	324	4.10	4.13	4.39	4.44	4.05	4.02	4.12	4.01
	60대 이상	430	4.11	4.07	4.40	4.48	4.12	4.00	4.21	3.95

(계속)

구분		사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양 (섭취 관리)	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성
학력	고졸 이하	348	4.10	4.06	4.34	4.42	4.04	3.99	4.15	3.96
	대졸	1312	4.05	4.16	4.39	4.45	4.00	3.97	4.10	3.93
	대학원졸	201	4.04	4.11	4.45	4.50	4.00	3.96	4.12	3.93
직업	관리/전문/사무직	1076	4.04	4.16	4.39	4.46	3.99	3.96	4.09	3.93
	서비스/판매직	203	4.04	4.11	4.37	4.42	3.98	4.04	4.12	3.99
	기계/농림어업/단순노무	206	4.03	4.02	4.26	4.31	3.95	3.78	3.94	3.84
	주부	230	4.17	4.22	4.46	4.54	4.17	4.19	4.33	4.07
	학생	139	4.04	4.22	4.47	4.50	4.06	3.88	4.00	3.88
	기타	146	4.02	4.09	4.44	4.48	4.04	3.90	4.12	3.82
가구 소득	200만원 미만	188	4.03	4.07	4.33	4.38	4.18	3.88	4.02	3.88
	200~400만원 미만	561	4.04	4.13	4.38	4.42	4.02	3.92	4.09	3.90
	400~600만원 미만	567	4.07	4.14	4.38	4.45	4.02	4.01	4.11	3.96
	600만원 이상	684	4.06	4.18	4.43	4.50	3.95	4.00	4.13	3.94

주: '전혀 중요하지 않다' 응답을 1점~'매우 중요하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

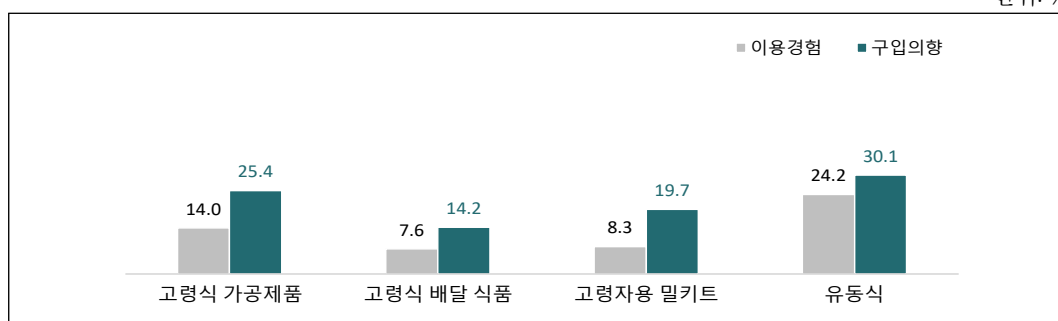
2.20. 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향

○ 고령자용 식품 이용 경험 중 '유동식' 이용경험이 24.2%로 가장 높았고, 구입 의향도 '유동식'이 30.1%로 가장 높게 나타남. '구입 의향 변화'는 대부분 증가할 것이라고 예측함.

- 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향에 대해 '고령식 배달 식품'의 이용 경험이 가장 낮고 '구입 의향'도 가장 낮은 것으로 나타남.

〈그림 5-36〉 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향

단위: %



주: 가구 내 만 65세 이상 가구원이 있다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-37〉 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향

단위: 명, %

구분	사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화		
		없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가
고령식 가공제품	422	86.0	14.0	74.6	25.4	5.6	32.7	61.7
고령식 배달 식품	422	92.4	7.6	85.8	14.2	6.7	33.3	60.0
고령자용 밀키트	422	91.7	8.3	80.3	19.7	4.8	27.7	67.5
유동식	422	75.8	24.2	69.9	30.1	7.9	38.6	53.5

주: 가구 내 만 65세 이상 가구원이 있다고 응답한 자 대상임.

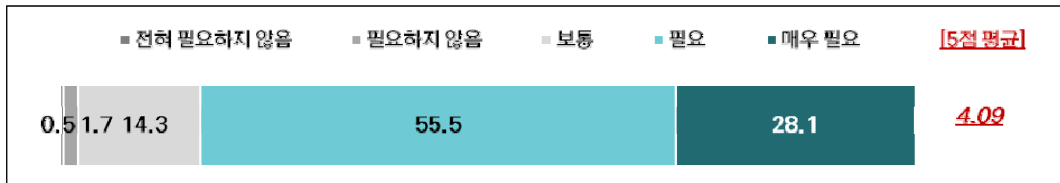
2.21. 고령친화식품 개발 및 제품 품질관리를 위한 별도의 인증 필요성

○ 고령친화식품 개발 및 제품 품질을 위한 별도의 인증 필요성에 대해서는 ‘필요하다’와 ‘매우 필요하다’ 응답이 각 55.5%와 28.1%로 높게 나타남.

- 권역별로는 수도권이 4.11점으로 가장 높고, 다음으로는 동남권(4.10점) 순
- 연령별로는 20대와 50대에서 필요성 인식이 높은 특징

〈그림 5-37〉 고령친화식품 개발 및 제품 품질관리를 위한 별도의 인증 필요성

단위: %



주: ‘전혀 필요하지 않다’ 응답을 1점~‘매우 필요하다’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-38〉 고령친화식품 개발 및 제품 품질관리를 위한 별도의 인증 필요성

단위: 명, %, 점/5점

구분	사례수	전혀 필요 하지 않다	필요하지 않다	보통	필요하다	매우 필요하다	평균(점)	
전체	2000	0.5	1.7	14.3	55.5	28.1	4.09	
권역	수도권	1017	0.5	1.8	13.4	55.3	29.1	4.11
	충청권	211	0.5	1.4	17.5	53.1	27.5	4.06
	호남권	214	0.0	1.9	16.8	53.7	27.6	4.07
	대경권	194	0.0	2.6	16.0	54.6	26.8	4.06
	동남권	305	1.0	0.7	13.1	58.0	27.2	4.10
	강원권	59	0.0	3.4	8.5	64.4	23.7	4.08

(계속)

구분		사례수	전혀 필요 하지 않다	필요하지 않다	보통	필요하다	매우 필요하다	평균(점)
가구원 수	1인	300	1.0	0.7	15.3	49.7	33.3	4.14
	2인	380	0.5	2.1	13.9	54.5	28.9	4.09
	3인	537	0.4	2.2	14.3	57.0	26.1	4.06
	4인 이상	783	0.3	1.5	13.9	57.2	27.1	4.09
성별	남성	1013	0.3	1.9	16.7	56.7	24.5	4.03
	여성	987	0.6	1.5	11.8	54.3	31.8	4.15
연령	20대	313	0.0	1.3	13.1	56.9	28.8	4.13
	30대	411	0.7	2.2	19.0	48.7	29.4	4.04
	40대	522	0.6	1.3	14.4	53.8	29.9	4.11
	50대	324	0.3	1.2	10.8	60.2	27.5	4.13
	60대 이상	430	0.5	2.3	13.0	59.5	24.7	4.06
학력	고졸 이하	348	0.9	1.4	16.1	52.9	28.7	4.07
	대졸	1312	0.5	1.8	14.4	55.7	27.7	4.08
	대학원졸	201	0.0	1.5	10.9	56.7	30.8	4.17
직업	관리/전문/사무직	1076	0.2	1.5	13.7	57.1	27.6	4.10
	서비스/판매직	203	0.0	2.5	16.3	51.2	30.0	4.09
	기계/농림어업/단순노무	206	1.0	2.4	18.0	50.5	28.2	4.02
	주부	230	1.3	0.9	10.4	57.8	29.6	4.13
	학생	139	0.0	2.2	12.9	58.3	26.6	4.09
	기타	146	1.4	2.1	17.8	50.7	28.1	4.02
가구 소득	200만원 미만	188	1.6	2.1	21.3	50.0	25.0	3.95
	200~400만원 미만	561	0.9	1.8	13.2	55.1	29.1	4.10
	400~600만원 미만	567	0.0	1.6	14.6	57.7	26.1	4.08
	600만원 이상	684	0.1	1.6	12.9	55.6	29.8	4.13

주: '전혀 필요하지 않다' 응답을 1점~'매우 필요하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

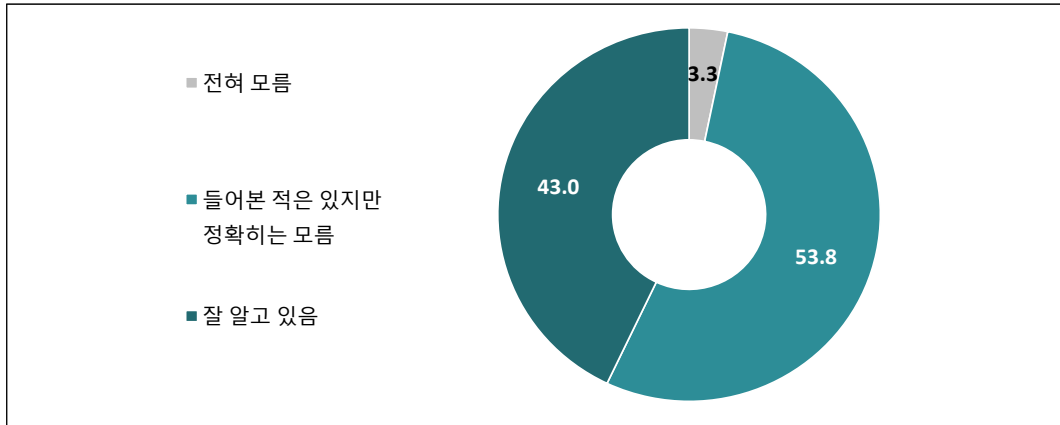
2.22. 건강기능식품 인지도

○ 건강기능식품에 대해 43.0%가 알고 있으며, 53.8%는 들어본 적이 있다고 응답함.

- 충청권에서 인지도가 높고, 동남권에서 가장 낮은 특징을 보이며, 연령별로 20대는 '알고 있다'라는 응답이 33.9%로 다른 연령층 대비 낮은 수준
- 가구소득이 높을수록 건강기능식품 인지도가 높아지는 경향

〈그림 5-38〉 건강기능식품 인지도

단위: %



〈표 5-39〉 건강기능식품 인지도

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 모른다	들어본 적은 있다	알고 있다
전체		2000	3.3	53.8	43.0
권역	수도권	1017	3.5	54.0	42.5
	충청권	211	0.9	47.9	51.2
	호남권	214	3.3	56.1	40.7
	대경권	194	3.6	51.5	44.8
	동남권	305	3.9	58.0	38.0
	강원권	59	1.7	49.2	49.2
가구원 수	1인	300	4.3	53.3	42.3
	2인	380	3.9	51.6	44.5
	3인	537	3.0	53.4	43.6
	4인 이상	783	2.7	55.3	42.0
성별	남성	1013	4.0	53.5	42.4
	여성	987	2.4	54.1	43.5
연령	20대	313	2.6	63.6	33.9
	30대	411	5.4	54.0	40.6
	40대	522	2.3	54.2	43.5
	50대	324	2.2	50.0	47.8
	60대 이상	430	3.7	48.8	47.4
학력	고졸 이하	348	4.0	56.0	39.9
	대졸	1312	3.4	52.8	43.8
	대학원졸	201	2.0	44.3	53.7

(계속)

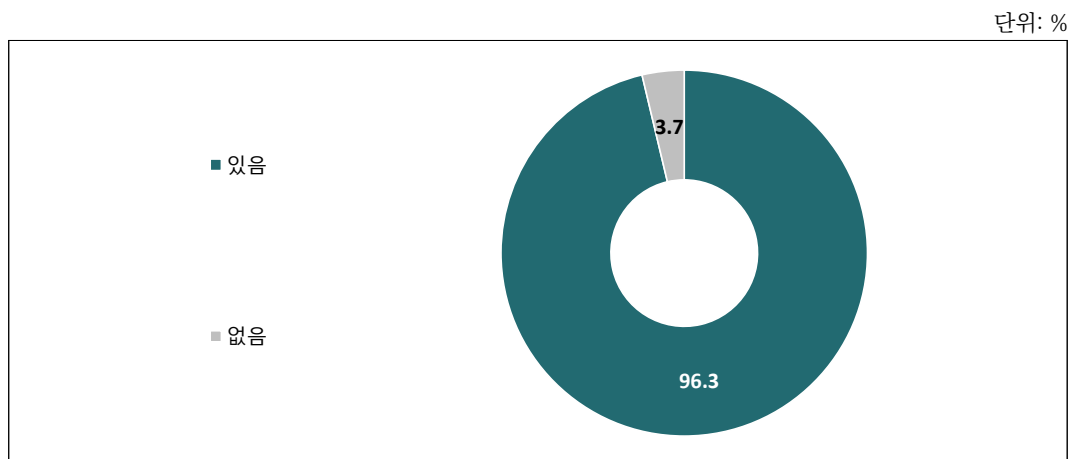
구분		사례수	전혀 모른다	들어본 적은 있다	알고 있다
직업	관리/전문/사무직	1076	2.9	51.2	45.9
	서비스/판매직	203	3.9	55.2	40.9
	기계/농림어업/단순노무	206	3.4	57.3	39.3
	주부	230	3.0	51.3	45.7
	학생	139	2.2	71.2	26.6
	기타	146	6.2	53.4	40.4
가구 소득	200만원 미만	188	6.9	60.6	32.4
	200~400만원 미만	561	2.9	55.1	42.1
	400~600만원 미만	567	3.2	53.4	43.4
	600만원 이상	684	2.6	51.2	46.2

2.23. 최근 1년 건강기능식품 구입 경험

○ 건강기능식품 구입 경험은 96.3%로 매우 높음.

- 수도권(97.0%)이 가장 높고 강원권(94.9%)이 가장 낮으며, 연령별로 30~40대의 구입 경험은 95.4%로 다른 연령층 대비 상대적으로 낮은 수준
- 가구소득이 높을수록 건강기능식품 구입 경험은 높아지는 경향

〈그림 5-39〉 최근 1년 건강기능식품 구입 경험



〈표 5-40〉 최근 1년 건강기능식품 구입 경험

단위: 명, %

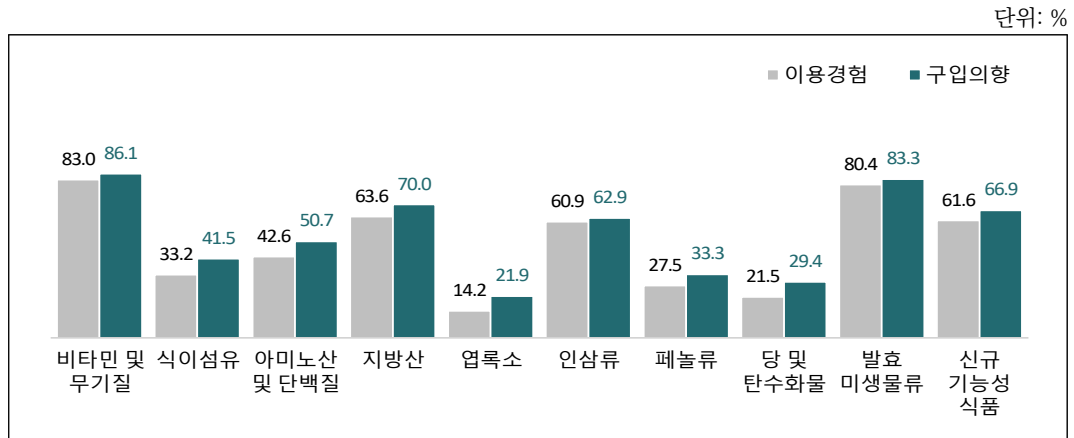
구분		사례수	구입경험 있음	구입경험 없음
전체		2000	96.3	3.7
권역	수도권	1017	97.0	3.0
	충청권	211	96.2	3.8
	호남권	214	96.3	3.7
	대경권	194	95.4	4.6
	동남권	305	95.1	4.9
	강원권	59	94.9	5.1
가구원 수	1인	300	93.3	6.7
	2인	380	97.6	2.4
	3인	537	95.9	4.1
	4인 이상	783	97.1	2.9
성별	남성	1013	95.5	4.5
	여성	987	97.2	2.8
연령	20대	313	97.8	2.2
	30대	411	95.4	4.6
	40대	522	95.4	4.6
	50대	324	96.6	3.4
	60대 이상	430	97.0	3.0
학력	고졸 이하	348	93.7	6.3
	대졸	1312	96.9	3.1
	대학원졸	201	96.5	3.5
직업	관리/전문/사무직	1076	96.7	3.3
	서비스/판매직	203	98.0	2.0
	기계/농림어업/단순노무	206	94.2	5.8
	주부	230	97.0	3.0
	학생	139	97.1	2.9
	기타	146	91.8	8.2
가구 소득	200만원 미만	188	89.9	10.1
	200~400만원 미만	561	95.9	4.1
	400~600만원 미만	567	97.2	2.8
	600만원 이상	684	97.7	2.3

2.24. 건강기능식품 품목별 이용 경험 및 구입 의향

○ 건강기능식품 품목별 이용 경험은 '비타민 및 무기질'(83.0%)이 가장 높고, '발효 미생 물류'(80.4%), '지방산'(63.6%), '신규 기능성 식품'(61.6%), '인삼류'(60.9%) 순으로

나타남. ‘식이섬유’의 경우 이용 경험과 구입 의향 간 8.3%p로 큰 차이를 보였고, ‘아미노산 및 단백질’, ‘엽록소’, ‘당 및 탄수화물’도 이용 경험 대비 구입 의향이 상대적으로 높음.

〈그림 5-40〉 건강기능식품 품목별 이용 경험 및 구입 의향



〈표 5-41〉 건강기능식품 품목별 이용 경험

단위: 명, %

구분	사례수	비타민 및 무기질	식이 섬유	아미노산 및 단백질	지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수화물	발효 생물류	신규 기능성 식품	
전체	2000	83.0	33.2	42.6	63.6	14.2	60.9	27.5	21.5	80.4	61.6	
권역	수도권	1017	85.3	32.5	41.9	64.7	12.5	61.8	28.0	19.7	81.4	61.8
	충청권	211	78.7	35.5	41.2	63.5	18.5	59.7	24.6	24.2	83.9	63.0
	호남권	214	79.9	27.6	41.6	66.4	13.6	63.6	24.8	19.6	75.7	63.1
	대경권	194	80.9	34.0	43.8	62.4	16.0	57.7	28.9	27.3	77.3	62.9
	동남권	305	83.0	35.4	44.9	60.3	15.7	57.7	28.9	23.9	79.3	59.0
	강원권	59	78.0	40.7	47.5	54.2	15.3	66.1	27.1	18.6	81.4	54.2
가구원 수	1인	300	76.7	31.3	41.0	56.3	12.0	52.0	23.7	16.7	71.3	55.3
	2인	380	83.9	32.9	45.3	67.6	15.5	66.3	27.6	24.2	81.8	60.3
	3인	537	83.8	33.1	41.3	62.2	14.2	59.6	28.7	24.8	81.9	62.8
	4인 이상	783	84.4	34.0	42.8	65.3	14.3	62.5	28.1	19.8	82.0	63.7
성별	남성	1013	81.2	31.7	41.3	62.0	12.9	63.3	23.9	23.6	74.5	56.1
	여성	987	84.8	34.7	44.0	65.1	15.4	58.4	31.2	19.4	86.3	67.2
연령	20대	313	84.0	31.6	45.4	57.8	10.5	45.7	24.9	13.7	85.0	59.4
	30대	411	82.2	26.3	39.2	59.4	10.9	53.8	28.7	15.3	78.1	60.3
	40대	522	82.8	35.1	38.3	63.8	14.2	57.9	25.7	22.0	80.5	63.4
	50대	324	85.2	34.6	45.7	64.5	16.7	68.2	26.9	22.8	76.9	61.1
	60대 이상	430	81.6	37.4	46.7	70.7	17.9	76.7	30.9	31.4	81.6	62.3

(계속)

구분		사례수	비타민 및 무기질	식이 섬유	아미 노산 및 단백질	지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수 화물	발효 생물류	신규 기능성 식품
학력	고졸 이하	348	79.3	37.6	43.1	63.8	15.8	60.1	25.6	25.0	75.9	58.6
	대졸	1312	83.6	32.8	41.8	63.4	13.9	61.6	28.1	21.3	81.7	62.6
	대학원졸	201	87.1	30.8	45.3	68.2	15.4	66.2	29.9	21.9	77.6	64.7
직업	관리/전문/사무직	1076	85.1	30.7	41.4	64.2	13.4	61.2	27.2	19.4	80.1	63.5
	서비스/판매직	203	83.3	39.4	44.3	63.1	17.2	55.7	29.1	21.7	80.8	57.1
	기계/농림어업/단순노무	206	77.2	45.1	48.5	61.2	15.0	64.6	21.8	31.1	72.8	58.7
	주부	230	85.2	37.4	42.6	69.1	17.8	69.1	36.1	25.7	89.1	70.4
	학생	139	80.6	28.8	44.6	57.6	10.8	48.2	23.0	14.4	82.7	54.7
	기타	146	74.0	23.3	38.4	59.6	11.6	58.9	26.0	23.3	76.0	50.0
	가구 소득	200만원 미만	188	69.1	29.3	34.0	48.9	14.9	46.3	19.7	19.7	68.6
200~400만원 미만	561	81.8	34.0	41.9	60.2	12.1	58.1	24.1	21.0	76.6	58.1	
400~600만원 미만	567	85.2	33.0	42.2	66.0	14.6	62.3	27.3	21.9	82.9	62.4	
600만원 이상	684	86.0	33.6	45.9	68.3	15.2	65.9	32.6	22.1	84.5	67.5	

〈표 5-42〉 건강기능식품 품목별 구입 의향

단위: 명, %

구분		사례수	비타민 및 무기질	식이 섬유	아미 노산 및 단백질	지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수 화물	발효 생물류	신규 기능성 식품
전체		2000	86.1	41.5	50.7	70.0	21.9	62.9	33.3	29.4	83.3	66.9
권역	수도권	1017	87.8	41.1	49.2	70.7	20.1	63.5	34.3	27.8	84.3	67.2
	충청권	211	82.5	43.6	48.8	69.2	22.7	61.6	29.4	25.6	85.8	66.8
	호남권	214	86.4	36.4	50.5	74.8	23.4	65.0	29.0	29.9	80.8	71.5
	대경권	194	82.0	42.8	52.1	70.6	25.8	63.4	37.1	36.1	82.5	70.1
	동남권	305	85.6	43.9	55.7	65.9	23.3	59.0	33.4	33.4	80.3	62.6
	강원권	59	83.1	42.4	52.5	61.0	25.4	66.1	32.2	23.7	84.7	57.6
가구원 수	1인	300	79.7	40.3	48.3	64.7	18.0	51.3	27.0	21.0	76.3	59.3
	2인	380	86.1	40.0	51.6	72.1	21.3	66.3	31.3	29.2	82.6	64.7
	3인	537	87.9	42.6	51.8	69.8	23.6	63.3	37.2	33.3	85.3	69.1
	4인 이상	783	87.2	41.9	50.3	71.0	22.5	65.3	34.0	29.9	84.9	69.3
성별	남성	1013	84.4	38.6	48.2	66.6	18.6	65.2	28.9	29.6	77.6	60.6
	여성	987	87.7	44.5	53.2	73.4	25.3	60.5	37.8	29.1	89.2	73.4
연령	20대	313	87.5	39.0	51.1	66.1	15.7	48.9	31.0	22.0	87.2	65.5
	30대	411	85.6	36.0	48.2	69.1	18.5	56.0	36.0	22.9	80.0	67.2
	40대	522	85.6	43.5	47.7	70.5	22.6	59.4	31.2	31.8	83.1	68.2
	50대	324	87.7	44.8	53.1	69.1	26.5	71.9	33.0	31.8	82.1	67.3
	60대 이상	430	84.7	43.7	54.4	73.5	25.3	77.0	35.1	36.0	84.7	65.8
학력	고졸 이하	348	83.9	45.4	52.3	70.7	23.0	61.2	31.9	31.6	78.7	63.5
	대졸	1312	86.1	40.7	49.4	69.3	21.6	63.4	33.9	29.4	84.2	67.6
	대학원졸	201	90.5	43.3	55.7	74.6	25.9	69.2	34.8	30.8	82.6	71.1

(계속)

구분		사례수	비타민 및 무기질	식이 섬유	아미 노산 및 단백질	지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수 화물	발효 생물류	신규 기능성 식품
직업	관리/전문/사무직	1076	87.5	39.9	49.3	70.7	20.6	63.2	33.4	27.4	83.1	69.1
	서비스/판매직	203	87.7	46.3	54.2	70.9	25.1	56.7	35.0	32.0	81.8	64.0
	기계/농림어업/단순노무	206	80.1	50.0	56.3	66.5	23.8	67.5	30.6	35.0	76.2	63.1
	주부	230	87.8	44.8	51.7	74.3	28.3	70.9	39.1	35.7	92.2	72.6
	학생	139	84.9	36.7	51.1	67.6	15.8	52.5	28.8	20.9	87.1	62.6
	기타	146	79.5	34.2	45.2	63.0	19.9	59.6	29.5	30.1	79.5	54.8
가구 소득	200만원 미만	188	73.9	38.3	46.8	59.0	19.7	50.5	26.1	26.1	72.9	51.6
	200~400만원 미만	561	85.2	41.2	50.3	67.4	20.3	59.4	31.2	28.0	80.4	63.5
	400~600만원 미만	567	86.9	40.9	49.4	70.9	22.6	64.0	31.4	29.3	85.5	67.2
	600만원 이상	684	89.3	43.1	53.1	74.3	23.2	68.1	38.6	31.4	86.7	73.7

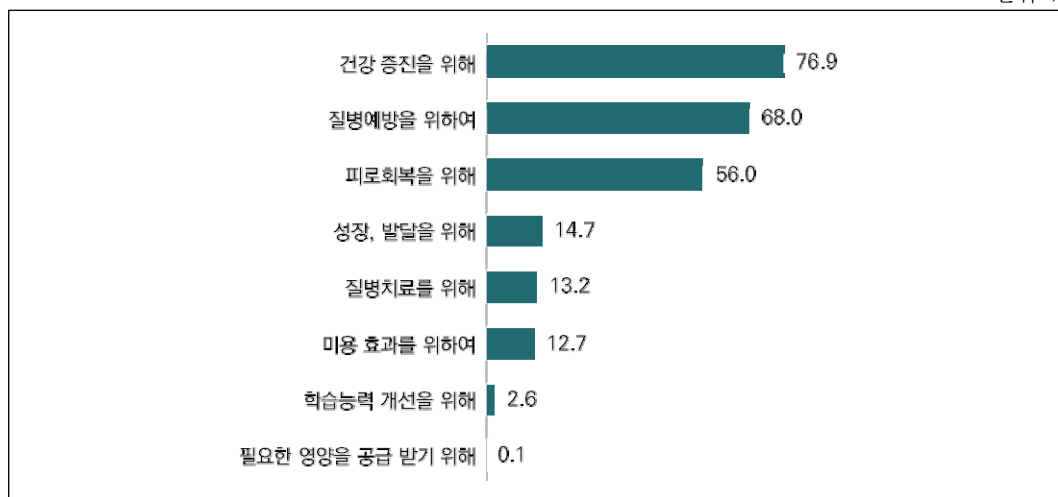
2.25. 건강기능식품을 먹는 주된 이유

○ 건강기능식품을 먹는 주된 이유는 ‘건강 증진’이 76.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘질병 예방’이 68.0%, ‘피로회복’이 56.0% 순으로 나타남.

- 모든 응답자에서 ‘건강 증진’이 가장 높게 나타났으며, 특히 50대 이상에서 높게 나타나는 특징

〈그림 5-41〉 건강기능식품을 먹는 주된 이유(복수 응답)

단위: %



주: 건강기능식품을 먹는다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-43〉 건강기능식품을 먹는 주된 이유(복수 응답)

단위: 명, %

구분		사례수	건강 증진을 위해	질병 예방을 위하여	피로 회복을 위해	성장, 발달을 위해	질병 치료를 위해	미용 효과를 위하여	학습능력 개선을 위해	기타
전체		1926	76.9	68.0	56.0	14.7	13.2	12.7	2.6	0.1
권역	수도권	986	77.7	68.9	57.6	14.1	12.3	13.3	2.1	0.1
	충청권	203	73.9	65.0	50.2	15.3	11.3	8.9	3.9	0.0
	호남권	206	78.6	69.4	57.3	13.6	14.6	7.8	2.9	0.0
	대경권	185	77.3	70.8	51.4	13.5	15.7	15.7	4.3	0.0
	동남권	290	74.8	66.2	55.5	18.6	15.2	14.8	1.7	0.0
	강원권	56	76.8	57.1	60.7	10.7	14.3	12.5	3.6	0.0
가구원 수	1인	280	77.9	61.4	51.4	5.4	11.1	12.1	1.4	0.4
	2인	371	79.2	72.0	48.0	8.9	14.3	11.6	2.2	0.0
	3인	515	77.9	70.1	57.3	16.5	13.8	11.5	2.5	0.0
	4인 이상	760	74.7	67.0	60.7	19.7	13.2	14.2	3.3	0.0
성별	남성	967	75.5	67.6	53.2	16.2	13.5	7.5	3.3	0.1
	여성	959	78.3	68.3	58.8	13.1	12.9	17.8	1.9	0.0
연령	20대	306	77.5	62.4	67.0	16.0	11.8	18.3	4.2	0.0
	30대	392	70.7	64.0	64.3	16.1	10.5	14.5	1.8	0.0
	40대	498	73.9	64.5	58.8	23.9	12.2	13.1	3.8	0.2
	50대	313	80.2	71.9	54.6	10.9	18.2	11.8	2.9	0.0
	60대 이상	417	83.5	77.0	37.6	4.3	14.4	7.0	0.5	0.0
학력	고졸 이하	326	78.2	66.0	54.3	11.7	17.2	12.0	2.1	0.0
	대졸	1271	76.2	68.3	55.4	15.0	12.0	12.0	2.0	0.1
	대학원졸	194	76.8	74.7	53.6	16.5	16.0	14.9	3.6	0.0
직업	관리/전문/사무직	1041	75.6	68.3	57.0	15.2	11.9	12.2	1.9	0.0
	서비스/판매직	199	73.4	65.3	56.3	16.1	18.6	14.6	4.0	0.5
	기계/농림어업/단순노무	194	76.3	66.5	52.1	13.4	17.0	7.2	2.6	0.0
	주부	223	79.4	73.1	53.4	15.7	12.6	16.6	1.3	0.0
	학생	135	80.7	60.0	68.9	16.3	11.1	17.8	7.4	0.0
	기타	134	85.1	70.9	44.8	7.5	13.4	9.7	3.0	0.0
가구 소득	200만원 미만	169	80.5	65.7	44.4	9.5	20.7	10.1	3.6	0.0
	200~400만원 미만	538	74.9	63.8	52.0	13.9	12.8	12.3	2.6	0.2
	400~600만원 미만	551	79.9	69.9	57.7	15.1	12.9	12.0	2.4	0.0
	600만원 이상	668	75.1	70.4	60.6	16.3	12.0	14.2	2.5	0.0

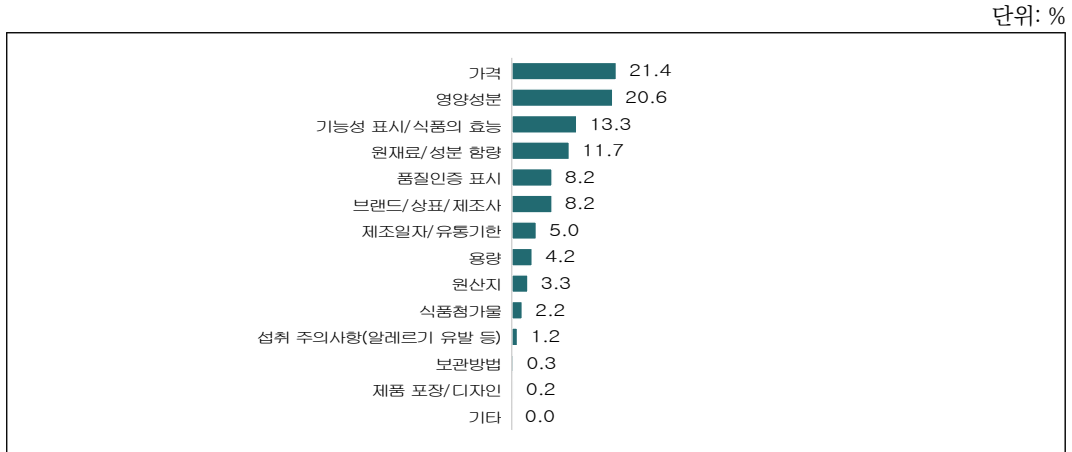
주: 건강기능식품을 먹는다고 응답한 자 대상임.

2.26. 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항

○ 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항으로는 ‘가격’이 21.4%로 가장 높게 나타났으며 ‘영양성분’이 20.6%, ‘기능성 표시/식품의 효능’이 13.3%, ‘원재료/성분 함량’이 11.7% 순으로 나타남.

- 1인 가구와 남성은 '가격', 3인 이상 가구와 여성은 '영양성분'을 더 중요하게 고려

〈그림 5-42〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)



주: 건강기능식품을 먹는다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-44〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) [1/2]

단위: 명, %

구분	사례수	가격	영양성분	기능성 표시/식품의 효능	원재료/성분 함량	품질인증 표시	브랜드/상표/제조사	제조일자/유통기한	
전체	1926	21.4	20.6	13.3	11.7	8.2	8.2	5.0	
권역	수도권	986	20.7	20.8	13.4	12.1	8.0	9.1	4.6
	충청권	203	21.6	21.1	14.0	13.2	8.3	5.7	6.3
	호남권	206	20.9	22.0	11.6	10.4	8.7	7.7	5.9
	대경권	185	22.9	18.7	13.4	11.9	9.0	6.1	5.6
	동남권	290	23.3	20.1	12.8	10.7	8.1	8.9	3.9
	강원권	56	20.2	19.0	17.3	9.8	8.3	7.7	8.6
가구원 수	1인	280	25.3	15.5	11.5	12.9	8.0	8.0	5.6
	2인	371	19.8	19.9	13.7	11.2	9.0	8.5	4.3
	3인	515	20.4	22.1	12.6	12.2	8.9	8.3	4.7
	4인 이상	760	21.4	21.8	14.2	11.3	7.5	8.1	5.4
성별	남성	967	23.1	21.3	13.4	10.4	7.6	7.8	5.6
	여성	959	19.7	20.0	13.2	13.1	8.9	8.6	4.5
연령	20대	306	24.3	20.9	11.3	10.9	8.0	8.3	4.4
	30대	392	21.3	19.5	10.2	12.8	7.7	9.4	4.8
	40대	498	19.7	23.4	12.9	12.3	7.6	9.0	4.2
	50대	313	21.1	21.2	14.6	11.4	9.2	7.2	5.3
	60대 이상	417	21.7	17.7	16.9	11.0	9.0	6.9	6.4

(계속)

구분		사례수	가격	영양성분	기능성 표시/ 식품의 효능	원재료/ 성분 함량	품질인증 표시	브랜드/ 상표/ 제조사	제조일자/ 유통 기한
학력	고졸 이하	326	24.5	18.9	12.0	9.8	10.3	7.1	5.5
	대졸	1271	21.1	20.9	13.3	12.4	7.7	8.4	5.3
	대학원졸	194	17.3	21.5	15.6	13.5	7.6	8.4	4.0
직업	관리/전문/사무직	1041	20.1	22.4	13.0	12.6	7.6	8.6	4.5
	서비스/판매직	199	22.0	19.8	12.6	10.7	9.7	7.5	4.7
	기계/농림어업/단순노무	194	27.4	20.4	12.2	8.5	7.1	6.4	7.2
	주부	223	17.9	16.2	13.8	14.9	10.8	9.0	5.5
	학생	135	22.6	20.7	12.8	8.3	9.4	8.9	3.1
	기타	134	26.5	15.8	17.4	9.3	7.6	7.3	7.2
	가구 소득	200만원 미만	169	31.8	15.2	11.0	8.0	8.7	5.3
200~400만원 미만	538	22.3	20.2	13.3	11.1	8.2	8.3	5.2	
400~600만원 미만	551	21.3	20.2	13.1	12.0	8.2	7.8	5.1	
600만원 이상	668	18.2	22.6	13.9	13.0	8.2	9.2	4.3	

주: 건강기능식품을 구입한다고 응답한 가구 대상임.

〈표 5-44〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) [2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	용량	원산지	식품 첨가물	섭취 주의사항	보관방법	제품 포장 /디자인	기타
전체		1926	4.2	3.3	2.2	1.2	0.3	0.2	0.0
지역	수도권	986	4.1	3.4	1.8	1.2	0.4	0.2	0.1
	충청권	203	3.7	2.5	1.9	0.9	0.4	0.2	0.0
	호남권	206	3.3	4.4	3.3	1.5	0.2	0.2	0.0
	대경권	185	5.0	3.7	2.3	0.9	0.2	0.3	0.0
	동남권	290	5.3	2.7	2.4	1.1	0.2	0.5	0.0
	강원권	56	2.4	1.5	3.3	1.5	0.3	0.0	0.0
가구원 수	1인	280	5.1	4.3	2.1	0.8	0.2	0.4	0.1
	2인	371	5.1	3.3	2.6	1.7	0.4	0.3	0.2
	3인	515	3.6	3.1	2.4	1.4	0.3	0.1	0.0
	4인 이상	760	3.8	3.1	1.8	0.9	0.4	0.2	0.0
성별	남성	967	4.0	3.1	1.9	1.3	0.4	0.2	0.0
	여성	959	4.4	3.5	2.4	1.1	0.3	0.3	0.1
연령	20대	306	6.4	2.0	1.8	0.9	0.4	0.3	0.0
	30대	392	7.1	3.3	1.9	1.2	0.5	0.3	0.1
	40대	498	3.1	3.0	2.9	1.6	0.1	0.3	0.0
	50대	313	2.6	4.2	1.9	0.4	0.5	0.2	0.2
	60대 이상	417	2.5	4.0	2.0	1.4	0.4	0.1	0.0
학력	고졸 이하	326	4.2	3.8	2.2	1.3	0.4	0.1	0.1
	대졸	1271	4.1	3.2	2.0	1.0	0.3	0.2	0.1
	대학원졸	194	2.7	3.8	3.4	1.6	0.3	0.3	0.0

(계속)

구분		사례수	용량	원산지	식품 첨가물	섭취 주의사항	보관방법	제품 포장 /디자인	기타
직업	관리/전문/사무직	1041	3.7	3.3	2.3	1.1	0.4	0.3	0.1
	서비스/판매직	199	6.3	2.8	2.5	1.1	0.0	0.4	0.0
	기계/농림어업/단순노무	194	3.4	3.4	1.9	1.5	0.6	0.0	0.0
	주부	223	3.6	5.2	2.1	1.0	0.0	0.1	0.0
	학생	135	7.8	2.5	1.7	1.5	0.4	0.4	0.0
	기타	134	3.9	1.4	1.2	1.6	0.7	0.0	0.0
가구 소득	200만원 미만	169	5.2	4.1	2.0	1.2	0.6	0.1	0.0
	200~400만원 미만	538	5.2	2.7	1.7	1.2	0.2	0.2	0.0
	400~600만원 미만	551	3.9	4.2	2.4	1.1	0.3	0.4	0.0
	600만원 이상	668	3.4	2.9	2.4	1.1	0.4	0.2	0.1

주: 건강기능식품을 구입한다고 응답한 가구 대상임.

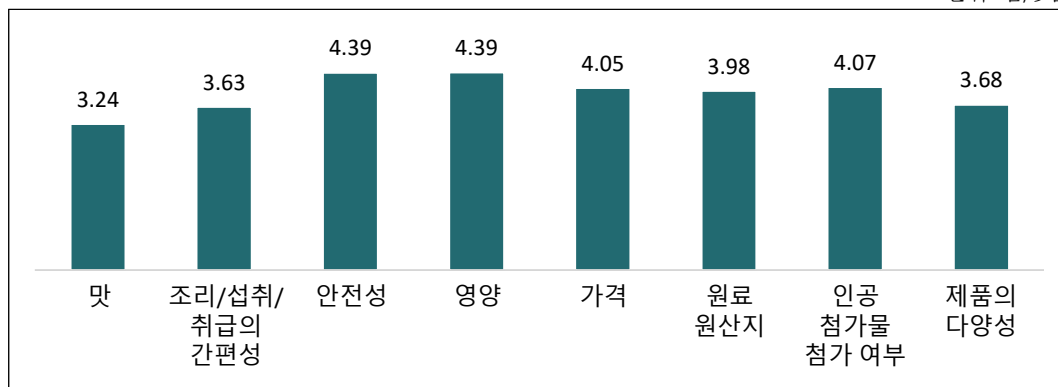
2.27. 건강기능식품 요소별 중요도

○ 건강기능식품의 요소별 중요도는 ‘안전성’과 ‘영양’이 각각 4.39점으로 가장 높았으며, ‘인공 첨가물 첨가여부’ 4.07점, ‘가격’ 4.05점, ‘원료 원산지’ 3.98점, ‘제품의 다양성’ 3.68점의 순으로 높게 나타남.

- 충청권과 동남권, 강원권은 ‘영양’, 호남권은 ‘안전성’의 중요도가 높은 특징
- 연령별로 30대 이하는 ‘영양’, 50대 이상은 ‘가격’을 더 중요하게 생각

〈그림 5-43〉 건강기능식품 요소별 중요도

단위: 점/5점



주: ‘전혀 중요하지 않다’ 응답을 1점~‘매우 중요하다’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-45〉 건강기능식품 요소별 중요도

단위: 명, 점/5점

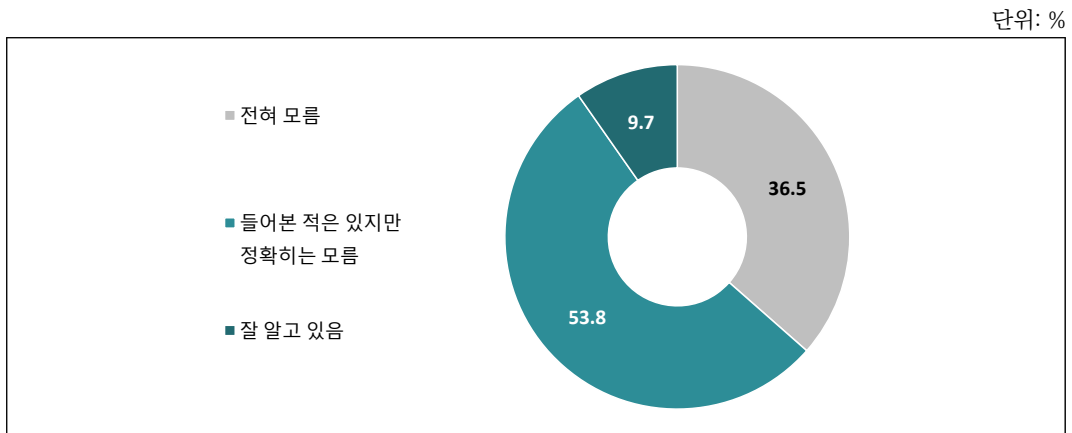
구분		사례수	맛	조리/ 섭취/ 취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성
전체		2000	3.24	3.63	4.39	4.39	4.05	3.98	4.07	3.68
권역	수도권	1017	3.23	3.62	4.42	4.42	4.06	4.00	4.09	3.69
	충청권	211	3.18	3.53	4.31	4.37	4.09	3.96	3.99	3.61
	호남권	214	3.40	3.73	4.44	4.39	4.08	4.00	4.02	3.77
	대경권	194	3.21	3.62	4.30	4.30	4.00	3.90	4.01	3.57
	동남권	305	3.25	3.63	4.35	4.39	4.02	3.98	4.08	3.68
	강원권	59	3.22	3.76	4.39	4.39	3.98	3.98	4.20	3.68
가구원 수	1인	300	3.23	3.64	4.32	4.39	4.14	3.99	4.06	3.66
	2인	380	3.29	3.69	4.38	4.34	4.08	4.01	4.09	3.71
	3인	537	3.24	3.59	4.39	4.41	3.98	3.97	4.02	3.67
	4인 이상	783	3.23	3.62	4.41	4.41	4.05	3.98	4.09	3.67
성별	남성	1013	3.19	3.53	4.32	4.32	4.01	3.85	3.93	3.60
	여성	987	3.30	3.73	4.45	4.47	4.09	4.12	4.21	3.76
연령	20대	313	3.01	3.56	4.37	4.51	4.11	3.84	3.96	3.54
	30대	411	3.03	3.54	4.30	4.35	4.02	4.01	3.99	3.58
	40대	522	3.25	3.60	4.41	4.41	3.97	4.00	4.07	3.71
	50대	324	3.43	3.71	4.41	4.36	4.05	4.03	4.13	3.76
	60대 이상	430	3.48	3.73	4.43	4.36	4.13	4.02	4.17	3.77
학력	고졸 이하	348	3.40	3.73	4.35	4.39	4.06	4.01	4.11	3.76
	대졸	1312	3.22	3.62	4.40	4.39	4.05	3.99	4.06	3.67
	대학원졸	201	3.26	3.55	4.43	4.40	4.06	4.00	4.14	3.68
직업	관리/전문/사무직	1076	3.17	3.58	4.39	4.40	4.03	4.01	4.07	3.68
	서비스/판매직	203	3.28	3.67	4.31	4.42	4.08	3.99	4.08	3.82
	기계/농림어업/단순노무	206	3.32	3.57	4.29	4.19	4.03	3.81	3.86	3.60
	주부	230	3.58	3.90	4.53	4.53	4.11	4.19	4.31	3.86
	학생	139	3.06	3.55	4.34	4.47	4.04	3.81	3.90	3.49
	기타	146	3.32	3.64	4.42	4.34	4.10	3.90	4.05	3.50
가구 소득	200만원 미만	188	3.38	3.74	4.35	4.30	4.18	3.89	3.97	3.65
	200~400만원 미만	561	3.28	3.60	4.35	4.36	4.05	3.98	4.06	3.67
	400~600만원 미만	567	3.27	3.68	4.40	4.41	4.05	4.00	4.09	3.70
	600만원 이상	684	3.15	3.58	4.42	4.43	4.01	4.00	4.08	3.67

주: '전혀 중요하지 않다' 응답을 1점~'매우 중요하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

2.28. 일반식품 기능성 표시제도 인지도

- 일반식품 기능성 표시제도 인지도는 ‘들어본 적은 있지만 정확히 모른다’라는 의견이 53.8%로 높고, ‘전혀 몰랐다’는 36.5%, ‘잘 알고 있다’는 9.7%에 불과함.
- 권역별로 충청권 거주자의 인지도가 높은 편이며, 대경권이 가장 낮은 특징
- 연령별로 60대 이상의 인지도가 14.7%로 상대적으로 높은 수준

〈그림 5-44〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도



〈표 5-46〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 몰랐다	들어본 적은 있지만, 정확히는 몰랐다	잘 알고 있다
전체		2000	36.5	53.8	9.7
권역	수도권	1017	39.1	51.9	8.9
	충청권	211	34.6	53.1	12.3
	호남권	214	34.1	53.7	12.1
	대경권	194	34.5	57.2	8.2
	동남권	305	33.4	57.4	9.2
	강원권	59	28.8	59.3	11.9
가구원 수	1인	300	38.3	54.0	7.7
	2인	380	38.7	50.5	10.8
	3인	537	35.6	55.7	8.8
	4인 이상	783	35.4	54.0	10.6

(계속)

구분		사례수	전혀 몰랐다	들어본 적은 있지만, 정확히는 몰랐다	잘 알고 있다
성별	남성	1013	33.1	57.7	9.2
	여성	987	40.0	49.7	10.2
연령	20대	313	44.7	46.0	9.3
	30대	411	48.4	44.8	6.8
	40대	522	37.2	54.8	8.0
	50대	324	28.7	61.4	9.9
	60대 이상	430	24.2	61.2	14.7
학력	고졸 이하	348	30.2	60.9	8.9
	대졸	1312	37.7	52.7	9.6
	대학원졸	201	31.8	54.7	13.4
직업	관리/전문/사무직	1076	37.6	53.3	9.0
	서비스/판매직	203	35.0	53.2	11.8
	기계/농림어업/단순노무	206	30.6	59.2	10.2
	주부	230	33.0	54.8	12.2
	학생	139	47.5	45.3	7.2
	기타	146	33.6	56.8	9.6
가구 소득	200만원 미만	188	35.1	57.4	7.4
	200~400만원 미만	561	39.2	52.9	7.8
	400~600만원 미만	567	36.3	54.0	9.7
	600만원 이상	684	34.8	53.4	11.8

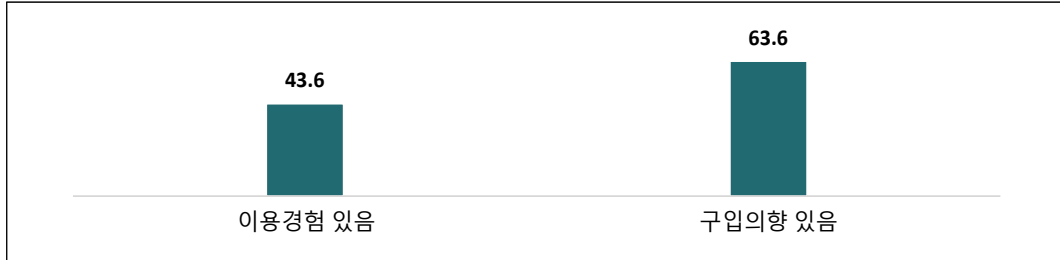
2.29. 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향

○ 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험은 43.6%로 다소 낮은 편이며 구입 의향은 63.6%로 높게 나타남.

- 강원권 거주자의 이용 경험률(49.2%)이 가장 높고 호남권(41.1%)은 가장 낮은 수준
- 연령별로는 60대 이상에서 이용 경험률이 가장 높은 특징
- 구입 의향의 경우 강원권이 가장 높고 충청권에서 가장 낮은 특징

〈그림 5-45〉 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향

단위: %



〈표 5-47〉 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향

단위: 명, %

구분	사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화			
		없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
전체	2000	56.5	43.6	36.4	63.6	4.4	51.2	44.4	
권역	수도권	1017	57.0	43.0	37.1	62.9	4.1	51.4	44.5
	충청권	211	56.9	43.1	38.4	61.6	6.9	53.1	40.0
	호남권	214	58.9	41.1	35.0	65.0	2.9	45.3	51.8
	대경권	194	56.7	43.3	36.1	63.9	5.6	51.6	42.7
	동남권	305	53.4	46.6	35.1	64.9	4.5	52.0	43.4
	강원권	59	50.8	49.2	30.5	69.5	2.4	56.1	41.5
가구원 수	1인	300	58.3	41.7	40.7	59.3	9.0	47.8	43.3
	2인	380	56.8	43.2	38.7	61.3	6.0	56.2	37.8
	3인	537	58.5	41.5	37.2	62.8	2.4	49.9	47.8
	4인 이상	783	54.2	45.8	33.1	66.9	3.4	51.0	45.6
성별	남성	1013	57.8	42.2	40.5	59.5	5.1	53.2	41.6
	여성	987	55.0	45.0	32.2	67.8	3.7	49.3	46.9
연령	20대	313	59.1	40.9	39.0	61.0	5.2	51.8	42.9
	30대	411	65.7	34.3	47.2	52.8	3.2	51.6	45.2
	40대	522	58.0	42.0	33.3	66.7	5.5	46.3	48.3
	50대	324	50.6	49.4	34.3	65.7	3.3	53.1	43.7
	60대 이상	430	48.1	51.9	29.5	70.5	4.3	54.8	40.9
학력	고졸 이하	348	50.6	49.4	35.6	64.4	6.7	55.8	37.5
	대졸	1312	58.2	41.8	37.3	62.7	3.9	50.3	45.8
	대학원졸	201	53.2	46.8	30.3	69.7	4.3	46.4	49.3
직업	관리/전문/사무직	1076	58.9	41.1	37.5	62.5	3.7	48.5	47.8
	서비스/판매직	203	45.3	54.7	32.5	67.5	8.8	58.4	32.8
	기계/농림어업/단순노무	206	59.7	40.3	42.7	57.3	9.3	47.5	43.2
	주부	230	48.3	51.7	26.5	73.5	1.2	54.4	44.4
	학생	139	59.7	40.3	38.8	61.2	3.5	55.3	41.2
	기타	146	58.9	41.1	37.7	62.3	3.3	54.9	41.8

(계속)

구분		사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화		
			없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가
가구 소득	200만원 미만	188	62.2	37.8	46.8	53.2	10.0	51.0	39.0
	200~400만원 미만	561	58.5	41.5	36.7	63.3	4.8	50.1	45.1
	400~600만원 미만	567	55.2	44.8	56.7	36.0	64.0	5.0	51.2
	600만원 이상	684	54.2	45.8	68.4	33.6	66.4	2.4	52.0

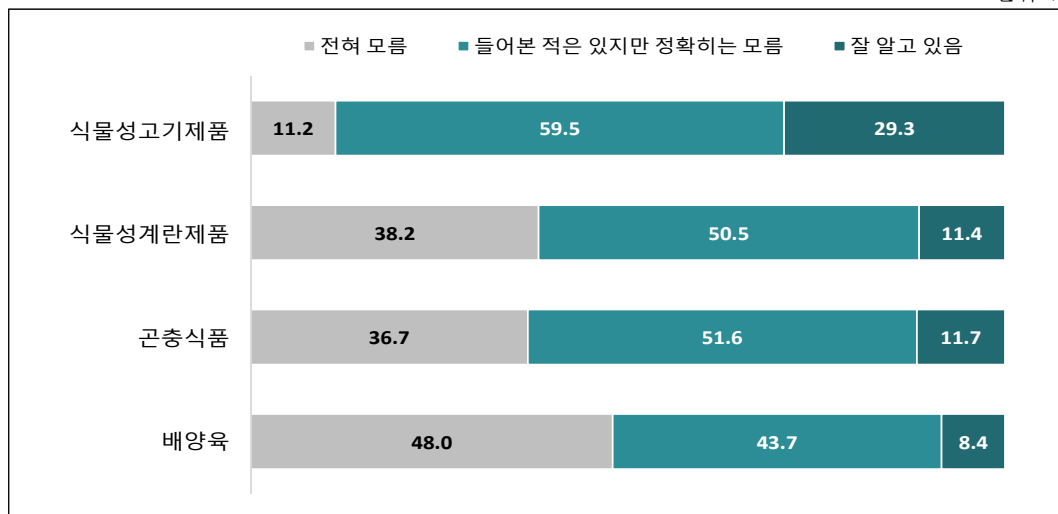
2.30. 대체식품 인지도

○ 대체식품 인지도는 ‘식물성 고기 제품’의 경우 들어본 적 있다는 의견이 59.5%, 알고 있다는 의견은 29.3%로 가장 높게 나타남.

- 대체식품의 인지도는 모든 품목에서 충청권, 20대에서 높은 특징

〈그림 5-46〉 대체식품 인지도

단위: %



〈표 5-48〉 대체식품 인지도, 이용경험 및 구입의향 변화 - 식물성 고기제품

단위: 명, %

구분	사례수	인지도			이용 경험	구입 의향	구입의향 변화			
		모른다	들어본적 있다	알고 있다			감소	비슷	증가	
전체	2000	11.2	59.5	29.3	23.5	35.9	10.3	37.6	52.1	
권역	수도권	1017	9.9	59.4	30.7	24.4	35.2	10.3	39.7	50.0
	충청권	211	10.0	59.2	30.8	24.6	35.1	13.5	36.5	50.0
	호남권	214	14.5	57.0	28.5	22.9	37.9	4.9	43.2	51.9
	대경권	194	11.9	62.9	25.3	19.1	35.6	14.5	23.2	62.3
	동남권	305	12.8	60.7	26.6	22.0	36.7	8.0	37.5	54.5
	강원권	59	15.3	54.2	30.5	28.8	40.7	16.7	33.3	50.0
가구원 수	1인	300	11.7	58.0	30.3	20.0	32.7	7.1	36.7	56.1
	2인	380	8.9	61.8	29.2	24.7	35.3	10.4	38.8	50.7
	3인	537	11.9	60.7	27.4	22.7	35.2	12.2	34.4	53.4
	4인 이상	783	11.6	58.1	30.3	24.8	37.9	10.1	39.4	50.5
성별	남성	1013	13.0	62.7	24.3	21.9	31.2	11.7	42.1	46.2
	여성	987	9.3	56.2	34.4	25.1	40.7	9.2	34.1	56.7
연령	20대	313	8.9	52.7	38.3	28.8	43.5	13.2	35.3	51.5
	30대	411	13.4	55.7	30.9	21.2	30.7	15.9	41.3	42.9
	40대	522	13.2	60.9	25.9	21.5	31.2	10.4	36.8	52.8
	50대	324	11.1	63.9	25.0	21.3	38.3	7.3	30.6	62.1
	60대 이상	430	8.4	63.0	28.6	26.0	39.3	5.9	42.6	51.5
학력	고졸 이하	348	14.9	62.4	22.7	26.7	37.1	13.2	38.0	48.8
	대졸	1312	11.4	60.0	28.7	22.0	34.6	10.6	37.0	52.4
	대학원졸	201	8.0	55.2	36.8	26.9	36.8	4.1	43.2	52.7
직업	관리/전문/사무직	1076	9.9	59.4	30.7	23.2	35.0	10.6	37.4	52.0
	서비스/판매직	203	16.3	59.1	24.6	27.6	33.5	13.2	48.5	38.2
	기계/농림어업/단순노무	206	13.1	69.4	17.5	27.2	39.8	9.8	40.2	50.0
	주부	230	10.9	55.7	33.5	23.5	38.3	9.1	33.0	58.0
	학생	139	5.0	54.0	41.0	25.2	43.9	9.8	34.4	55.7
	기타	146	17.1	58.2	24.7	13.0	28.8	7.1	31.0	61.9
가구 소득	200만원 미만	188	19.1	60.6	20.2	20.2	31.9	5.0	48.3	46.7
	200~400만원 미만	561	10.5	59.9	29.6	21.4	33.7	13.8	33.9	52.4
	400~600만원 미만	567	12.9	58.2	28.9	22.8	35.4	11.9	33.3	54.7
	600만원 이상	684	8.2	59.9	31.9	26.8	39.2	7.8	41.0	51.1

〈표 5-49〉 대체식품 인지도, 이용경험 및 구입의향 변화 - 식물성 계란제품

단위: 명, %

구분	사례수	인지도			이용 경험	구입 의향	구입의향 변화			
		모른다	들어본적 있다	알고 있다			감소	비슷	증가	
전체	2000	38.2	50.5	11.4	11.7	23.8	6.5	29.3	64.2	
권역	수도권	1017	37.2	51.1	11.7	11.5	22.8	5.2	32.3	62.5
	충청권	211	33.2	50.2	16.6	12.8	22.7	6.3	35.4	58.3
	호남권	214	40.2	50.5	9.3	10.7	23.8	3.9	31.4	64.7
	대경권	194	41.8	48.5	9.8	12.4	22.2	9.3	23.3	67.4
	동남권	305	41.0	49.2	9.8	11.1	27.2	8.4	20.5	71.1
	강원권	59	39.0	52.5	8.5	15.3	30.5	16.7	22.2	61.1
가구원 수	1인	300	44.7	46.3	9.0	10.0	22.3	6.0	25.4	68.7
	2인	380	35.5	53.4	11.1	10.5	22.1	7.1	26.2	66.7
	3인	537	39.9	47.7	12.5	13.2	22.9	8.1	30.1	61.8
	4인 이상	783	35.8	52.5	11.7	11.9	25.7	5.5	31.3	63.2
성별	남성	1013	39.3	51.3	9.4	11.5	21.2	8.4	32.1	59.5
	여성	987	37.0	49.5	13.5	12.0	26.3	5.0	26.9	68.1
연령	20대	313	32.3	49.2	18.5	13.7	28.1	5.7	27.3	67.0
	30대	411	38.9	48.2	12.9	10.0	19.0	5.1	41.0	53.8
	40대	522	41.2	49.0	9.8	11.7	23.6	5.7	28.5	65.9
	50대	324	39.5	52.8	7.7	11.4	24.4	6.3	25.3	68.4
	60대 이상	430	37.0	53.5	9.5	12.1	24.9	9.3	26.2	64.5
학력	고졸 이하	348	37.9	53.7	8.3	17.2	27.9	8.2	39.2	52.6
	대졸	1312	38.5	50.3	11.2	11.1	22.8	7.0	28.1	64.9
	대학원졸	201	39.8	47.8	12.4	8.5	21.4	4.7	23.3	72.1
직업	관리/전문/사무직	1076	38.4	49.5	12.1	11.6	22.5	6.6	31.4	62.0
	서비스/판매직	203	34.0	57.1	8.9	14.8	25.1	11.8	33.3	54.9
	기계/농림어업/단순노무	206	35.4	57.3	7.3	15.5	28.2	6.9	32.8	60.3
	주부	230	42.2	45.2	12.6	10.9	23.5	7.4	25.9	66.7
	학생	139	33.1	47.5	19.4	8.6	25.9	0.0	19.4	80.6
	기타	146	44.5	49.3	6.2	6.8	23.3	2.9	17.6	79.4
가구 소득	200만원 미만	188	42.6	47.9	9.6	12.2	23.9	4.4	35.6	60.0
	200~400만원 미만	561	40.5	49.9	9.6	10.9	22.1	5.6	28.2	66.1
	400~600만원 미만	567	38.8	51.3	9.9	12.0	25.0	8.5	26.1	65.5
	600만원 이상	684	34.5	50.9	14.6	12.0	24.0	6.1	31.1	62.8

〈표 5-50〉 대체식품 인지도, 이용경험 및 구입의향 변화 - 곤충 식품

단위: 명, %

구분	사례수	인지도			이용 경험	구입 의향	구입의향 변화			
		모른다	들어본적 있다	알고 있다			감소	비슷	증가	
전체	2000	36.7	51.6	11.7	4.6	8.7	12.1	24.9	63.0	
권역	수도권	1017	37.7	51.6	10.7	3.8	6.4	13.8	26.2	60.0
	충청권	211	31.8	50.2	18.0	5.2	9.0	5.3	15.8	78.9
	호남권	214	40.2	49.5	10.3	4.2	9.8	4.8	28.6	66.7
	대경권	194	35.1	53.1	11.9	6.2	12.9	12.0	28.0	60.0
	동남권	305	36.4	52.5	11.1	5.6	11.8	13.9	22.2	63.9
	강원권	59	32.2	54.2	13.6	6.8	11.9	28.6	28.6	42.9
가구원 수	1인	300	35.7	49.7	14.7	4.3	7.7	17.4	26.1	56.5
	2인	380	33.4	56.6	10.0	2.9	7.4	7.1	25.0	67.9
	3인	537	38.4	51.8	9.9	3.7	7.3	2.6	28.2	69.2
	4인 이상	783	37.5	49.8	12.6	6.1	10.6	16.9	22.9	60.2
성별	남성	1013	36.9	51.6	11.5	5.0	9.0	11.0	26.4	62.6
	여성	987	36.5	51.6	12.0	4.2	8.3	13.4	23.2	63.4
연령	20대	313	40.9	44.1	15.0	3.5	5.8	11.1	22.2	66.7
	30대	411	40.1	47.9	11.9	3.9	6.6	11.1	40.7	48.1
	40대	522	35.8	53.1	11.1	5.4	9.4	12.2	20.4	67.3
	50대	324	36.7	53.1	10.2	3.7	10.2	9.1	12.1	78.8
	60대 이상	430	31.4	57.7	10.9	5.8	10.7	15.2	30.4	54.3
학력	고졸 이하	348	42.2	49.4	8.3	3.4	6.6	8.7	34.8	56.5
	대졸	1312	36.4	52.3	11.3	4.6	8.8	12.9	20.7	66.4
	대학원졸	201	29.9	52.7	17.4	7.5	12.4	12.0	32.0	56.0
직업	관리/전문/사무직	1076	38.5	49.6	11.9	4.5	7.8	11.9	21.4	66.7
	서비스/판매직	203	36.9	50.2	12.8	5.9	10.3	14.3	38.1	47.6
	기계/농림어업/단순노무	206	34.5	55.3	10.2	5.8	11.7	8.3	25.0	66.7
	주부	230	29.6	59.6	10.9	4.3	8.7	20.0	20.0	60.0
	학생	139	35.3	48.9	15.8	3.6	6.5	11.1	33.3	55.6
	기타	146	39.0	52.7	8.2	3.4	10.3	6.7	26.7	66.7
가구 소득	200만원 미만	188	36.7	57.4	5.9	4.3	8.5	6.3	31.3	62.5
	200~400만원 미만	561	35.5	52.0	12.5	4.6	7.8	6.8	29.5	63.6
	400~600만원 미만	567	37.6	49.9	12.5	4.8	9.3	17.0	22.6	60.4
	600만원 이상	684	37.0	51.0	12.0	4.5	8.8	13.3	21.7	65.0

〈표 5-51〉 대체식품 인지도 - 배양육

단위: 명, %

구분		사례수	인지도		
			모른다	들어본적 있다	알고 있다
전체		2000	48.0	43.7	8.4
권역	수도권	1017	50.1	41.8	8.1
	충청권	211	43.1	44.1	12.8
	호남권	214	48.6	43.9	7.5
	대경권	194	42.8	46.9	10.3
	동남권	305	47.9	45.6	6.6
	강원권	59	42.4	52.5	5.1
가구원 수	1인	300	51.7	38.3	10.0
	2인	380	41.6	50.5	7.9
	3인	537	50.8	41.9	7.3
	4인 이상	783	47.6	43.6	8.8
성별	남성	1013	44.1	47.0	8.9
	여성	987	51.9	40.2	7.9
연령	20대	313	51.8	34.8	13.4
	30대	411	49.1	41.8	9.0
	40대	522	51.1	41.4	7.5
	50대	324	45.7	48.8	5.6
	60대 이상	430	41.9	50.7	7.4
학력	고졸 이하	348	53.2	42.2	4.6
	대졸	1312	48.1	43.8	8.2
	대학원졸	201	40.8	47.8	11.4
직업	관리/전문/사무직	1076	49.3	41.4	9.2
	서비스/판매직	203	48.3	47.3	4.4
	기계/농림어업/단순노무	206	41.7	51.5	6.8
	주부	230	46.1	46.1	7.8
	학생	139	43.9	40.3	15.8
	기타	146	52.7	43.2	4.1
가구 소득	200만원 미만	188	51.6	44.1	4.3
	200~400만원 미만	561	48.5	41.7	9.8
	400~600만원 미만	567	49.6	43.0	7.4
	600만원 이상	684	45.2	45.6	9.2

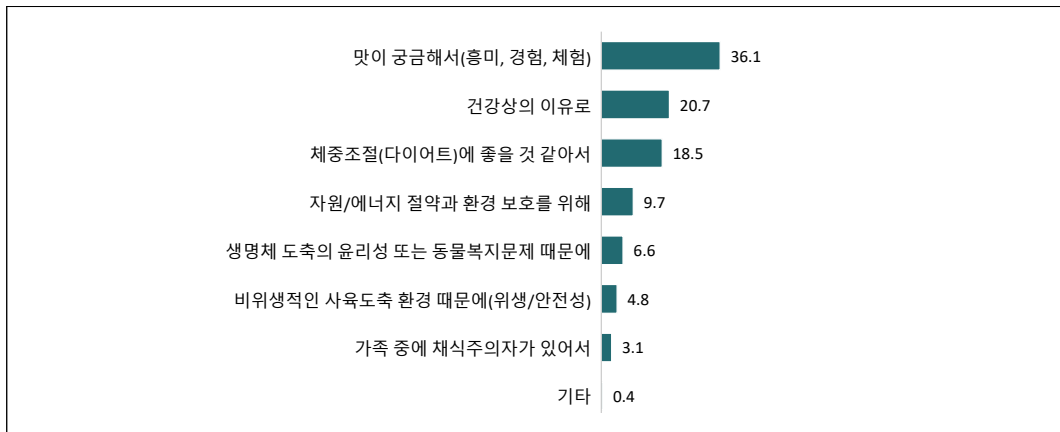
2.31. 대체식품 섭취 이유

○ 대체식품 섭취 이유는 ‘맛이 궁금해서’라는 의견이 36.1%로 가장 높고, ‘건강상의 이유’가 20.7%, ‘체중조절에 좋을 것 같아서’가 18.5%, ‘자원/에너지 절약과 환경 보호를 위해’에 대한 이유가 9.7%로 나타남.

- 대경권 거주자는 ‘자원에너지 절약과 환경 보호를 위해서’가 28.9%로 가장 높게 나타났고, 충청권과 동남권은 ‘체중조절에 좋을 것 같아서’의 비율이 비교적 높은 수준

〈그림 5-47〉 대체식품 섭취 이유

단위: %



주: 대체식품을 섭취한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-52〉 대체식품 섭취 이유

단위: 명, %

구분	사례수	맛이 궁금해서	자원· 에너지 절약과 환경 보호	체중 조절에 좋을 것 같아서	건강상의 이유로	생명체 도축의 윤리성 또는 동물복지	비 위생적인 사육도축 환경	가족 중에 채식 주의자가 있어서	기타	
전체	545	36.1	20.7	18.5	9.7	6.6	4.8	3.1	0.4	
권역	수도권	284	41.5	18.0	17.6	9.2	8.5	3.5	1.8	0.0
	충청권	58	25.9	20.7	22.4	12.1	8.6	6.9	1.7	1.7
	호남권	56	30.4	25.0	16.1	16.1	0.0	3.6	7.1	1.8
	대경권	45	26.7	28.9	15.6	13.3	6.7	6.7	2.2	0.0
	동남권	81	34.6	19.8	23.5	3.7	4.9	7.4	6.2	0.0
	강원권	21	33.3	33.3	14.3	9.5	0.0	4.8	4.8	0.0

구분		사례수	맛이 궁금해서	자원· 에너지 절약과 환경 보호	체중 조절에 좋을 것 같아서	건강상의 이유로	생명체 도축의 윤리성 또는 동물복지	비 위생적인 사육도축 환경	가족 중에 채식 주의자가 있어서	기타
가구원 수	1인	68	38.2	14.7	11.8	13.2	10.3	4.4	5.9	1.5
	2인	108	34.3	26.9	15.7	9.3	4.6	4.6	4.6	0.0
	3인	148	35.8	27.0	17.6	7.4	8.1	2.0	1.4	0.7
	4인 이상	221	36.7	15.4	22.6	10.4	5.4	6.8	2.7	0.0
성별	남성	256	40.2	21.1	18.0	9.0	3.9	4.7	3.1	0.0
	여성	289	32.5	20.4	19.0	10.4	9.0	4.8	3.1	0.7
연령	20대	101	37.6	12.9	17.8	7.9	14.9	6.9	1.0	1.0
	30대	95	47.4	8.4	22.1	11.6	3.2	4.2	2.1	1.1
	40대	131	37.4	18.3	17.6	13.7	3.8	5.3	3.8	0.0
	50대	84	23.8	27.4	21.4	11.9	6.0	4.8	4.8	0.0
	60대 이상	134	33.6	33.6	15.7	4.5	6.0	3.0	3.7	0.0
학력	고졸 이하	114	29.8	26.3	22.8	6.1	5.3	5.3	4.4	0.0
	대졸	333	38.1	20.4	18.3	9.9	6.6	4.2	2.1	0.3
	대학원졸	59	33.9	20.3	11.9	13.6	6.8	6.8	6.8	0.0
직업	관리/전문/사무직	282	38.7	17.4	17.0	11.0	7.8	5.7	2.1	0.4
	서비스/판매직	65	33.8	21.5	27.7	4.6	4.6	6.2	1.5	0.0
	기계/농림어업/단순노무	67	29.9	31.3	16.4	13.4	4.5	0.0	4.5	0.0
	주부	67	35.8	20.9	22.4	7.5	3.0	6.0	4.5	0.0
	학생	39	41.0	7.7	17.9	12.8	10.3	5.1	2.6	2.6
	기타	25	24.0	48.0	8.0	0.0	8.0	0.0	12.0	0.0
가구 소득	200만원 미만	45	24.4	44.4	11.1	6.7	4.4	2.2	4.4	2.2
	200~400만원 미만	141	36.9	20.6	15.6	9.9	9.2	3.5	4.3	0.0
	400~600만원 미만	157	38.2	17.8	20.4	8.9	3.8	7.6	3.2	0.0
	600만원 이상	202	36.6	17.8	20.8	10.9	7.4	4.0	2.0	0.5

주: 대체식품을 섭취한다고 응답한 가구 대상임.

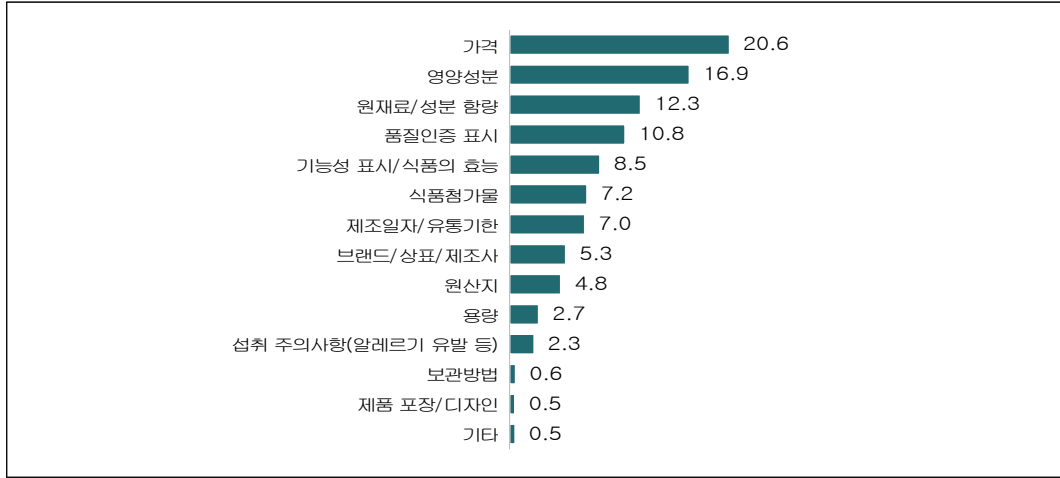
2.32. 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항

○ 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항으로는 ‘가격’이 20.6%로 가장 높고, ‘영양성분’이 16.9%, ‘원재료/성분 함량’이 12.3%, ‘품질 인증 표시’가 10.8% 순으로 나타남.

- 권역별로 호남권 거주자는 ‘영양성분’이 20.8%로 가장 높은 수준
- 40대와 50대에서 ‘가격’보다 ‘영양성분’을 더 우선시

〈그림 5-48〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)

단위: %



주: 대체식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-53〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) [1/2]

단위: 명, %

구분	사례수	가격	영양성분	원재료/성분 함량	품질인증 표시	기능성 표시/식품의 효능	식품 첨가물	제조일자/유통 기한	
전체	545	20.6	16.9	12.3	10.8	8.5	7.2	7.0	
권역	수도권	284	21.8	16.5	12.4	10.9	9.8	7.3	6.3
	충청권	58	23.9	14.9	8.6	8.9	10.1	9.2	6.9
	호남권	56	14.6	20.8	11.0	11.3	5.1	7.4	10.7
	대경권	45	16.7	10.0	13.3	13.7	9.3	6.3	7.4
	동남권	81	20.0	19.8	13.4	10.3	5.6	6.0	7.4
	강원권	21	23.0	19.8	17.5	9.5	4.8	7.9	4.8
가구원 수	1인	68	25.0	15.2	9.8	9.8	9.6	6.9	7.1
	2인	108	19.9	17.9	12.7	13.0	8.8	7.3	5.6
	3인	148	17.7	17.9	12.6	9.9	8.3	8.9	8.1
	4인 이상	221	21.6	16.2	12.7	10.7	8.1	6.3	7.0
성별	남성	256	21.8	16.7	10.2	10.0	9.0	6.7	8.3
	여성	289	19.6	17.0	14.2	11.5	8.0	7.7	5.9
연령	20대	101	25.7	14.0	10.7	11.9	5.1	5.8	8.7
	30대	95	21.1	14.0	15.6	8.9	6.3	7.5	6.8
	40대	131	18.8	19.7	12.0	9.8	10.7	7.9	5.0
	50대	84	16.3	17.7	10.5	11.3	9.7	9.5	7.7
	60대 이상	134	21.0	17.8	12.6	12.1	9.6	6.1	7.5

(계속)

구분		사례수	가격	영양성분	원재료/ 성분 함량	품질인증 표시	기능성 표시/ 식품의 효능	식품 첨가물	제조일자 /유통 기한
학력	고졸 이하	114	22.7	18.0	8.2	12.1	8.9	6.7	10.5
	대졸	333	20.8	16.4	13.4	10.2	7.7	7.4	6.5
	대학원졸	59	14.4	18.9	13.6	8.8	13.0	7.9	5.1
직업	관리/전문/사무직	282	20.0	18.4	12.6	9.9	7.9	7.2	7.4
	서비스/판매직	65	21.8	14.9	11.3	11.5	7.4	10.0	5.6
	기계/농림어업/단순노무	67	22.4	17.2	5.5	12.2	8.5	5.2	9.7
	주부	67	17.2	13.4	17.9	12.7	11.4	7.2	5.2
	학생	39	22.6	15.0	13.2	15.4	6.8	6.8	4.3
	기타	25	26.0	16.7	13.3	4.0	12.0	6.7	8.7
	가구 소득	200만원 미만	45	28.5	15.2	5.2	15.6	4.8	4.1
200~400만원 미만	141	21.5	15.2	12.3	9.0	10.2	8.0	6.9	
400~600만원 미만	157	19.6	18.6	13.3	12.7	8.0	7.6	7.2	
600만원 이상	202	19.1	17.1	13.1	9.6	8.5	7.1	6.4	

주: 대체식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-53〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) [2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	브랜드/ 상표/ 제조사	원산지	용량	섭취 주의사항	보관방법	제품 포장/ 디자인	기타
전체		545	5.3	4.8	2.7	2.3	0.6	0.5	0.5
권역	수도권	284	6.5	3.3	1.9	1.8	0.2	0.6	0.6
	충청권	58	4.6	6.0	4.0	1.7	0.9	0.3	0.0
	호남권	56	5.1	4.5	4.8	3.6	0.3	0.0	0.9
	대경권	45	3.7	11.5	3.0	1.9	2.2	0.0	1.1
	동남권	81	3.5	6.0	3.1	3.9	0.4	0.8	0.0
	강원권	21	1.6	3.2	3.2	2.4	2.4	0.0	0.0
가구원 수	1인	68	3.7	7.1	3.2	1.5	0.5	0.7	0.0
	2인	108	4.8	4.5	2.5	2.6	0.5	0.2	0.0
	3인	148	5.0	4.8	2.7	2.3	0.6	0.5	0.8
	4인 이상	221	6.2	4.2	2.7	2.4	0.6	0.6	0.7
성별	남성	256	4.5	4.8	3.3	3.3	0.8	0.3	0.5
	여성	289	5.9	4.8	2.2	1.4	0.3	0.7	0.5
연령	20대	101	7.8	2.3	4.6	2.0	0.2	0.3	0.8
	30대	95	5.4	6.3	3.3	2.5	0.4	1.2	0.5
	40대	131	5.9	4.3	2.3	1.7	1.0	0.5	0.5
	50대	84	5.8	6.5	2.6	1.4	0.2	0.6	0.2
	60대 이상	134	2.4	5.0	1.4	3.6	0.7	0.0	0.4

(계속)

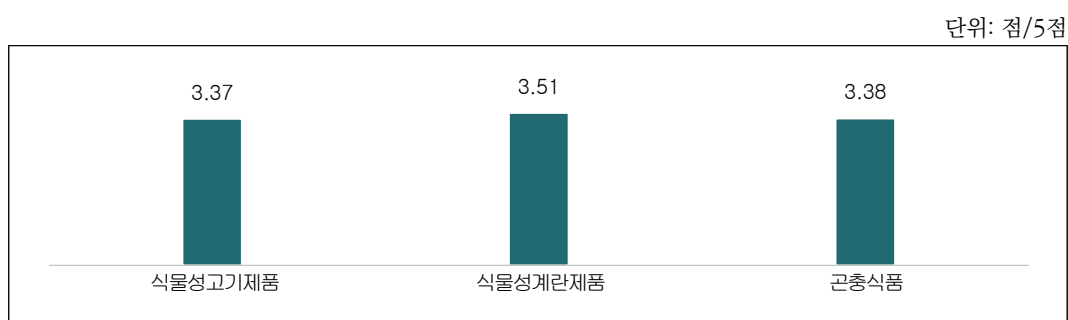
구분		사례수	브랜드/ 상표/ 제조사	원산지	용량	섭취 주의사항	보관방법	제품 포장/ 디자인	기타
학력	고졸 이하	114	4.5	4.8	1.3	1.0	0.4	0.7	0.0
	대졸	333	5.7	4.7	3.4	2.4	0.6	0.5	0.6
	대학원졸	59	3.4	7.3	0.8	4.8	0.8	0.3	0.8
직업	관리/전문/사무직	282	5.6	4.6	2.2	2.4	0.6	0.4	0.8
	서비스/판매직	65	3.8	4.9	5.1	3.1	0.0	0.5	0.0
	기계/농림어업/단순노무	67	6.0	6.2	2.5	2.5	1.5	0.7	0.0
	주부	67	4.2	6.7	1.7	1.0	0.2	1.0	0.0
	학생	39	6.8	2.1	4.3	1.7	0.0	0.0	0.9
	기타	25	4.0	2.7	2.7	2.7	0.7	0.0	0.0
가구 소득	200만원 미만	45	2.6	9.3	5.2	0.0	0.0	0.0	0.0
	200~400만원 미만	141	4.7	4.4	3.8	1.5	1.5	0.9	0.0
	400~600만원 미만	157	4.1	4.7	1.3	2.4	0.1	0.1	0.2
	600만원 이상	202	7.1	4.2	2.6	3.2	0.3	0.6	1.2

주: 대체식품을 구입한다고 응답한 자 대상임.

2.33. 대체식품 종류별 만족도

○ 대체식품 중 ‘식물성 계란제품’(3.51점)의 만족도가 가장 높으며 ‘곤충식품’(3.38점)과 ‘식물성 고기제품’(3.37점)의 만족도는 큰 차이를 보이지는 않음.

〈그림 5-49〉 대체식품 종류별 만족도



주 1) 대체식품을 섭취한다고 응답한 자 대상임.

2) ‘전혀 만족하지 않는다’ 응답을 1점~‘매우 만족한다’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-54〉 대체식품 종류별 만족도 - 식물성 고기제품

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않는다	보통	만족한다	매우 만족한다	평균(점)
전체		470	1.7	7.9	48.3	36.2	6.0	3.37
권역	수도권	248	2.0	10.9	47.2	35.1	4.8	3.30
	충청권	52	0.0	1.9	51.9	36.5	9.6	3.54
	호남권	49	0.0	8.2	46.9	40.8	4.1	3.41
	대경권	37	8.1	2.7	56.8	29.7	2.7	3.16
	동남권	67	0.0	6.0	41.8	41.8	10.4	3.57
	강원권	17	0.0	0.0	64.7	29.4	5.9	3.41
가구원 수	1인	60	0.0	6.7	43.3	36.7	13.3	3.57
	2인	94	2.1	7.4	47.9	39.4	3.2	3.34
	3인	122	1.6	6.6	51.6	36.9	3.3	3.34
	4인 이상	194	2.1	9.3	47.9	34.0	6.7	3.34
성별	남성	222	2.7	8.6	50.0	34.2	4.5	3.29
	여성	248	0.8	7.3	46.8	37.9	7.3	3.44
연령	20대	90	1.1	6.7	45.6	36.7	10.0	3.48
	30대	87	5.7	13.8	48.3	28.7	3.4	3.10
	40대	112	1.8	5.4	46.4	41.1	5.4	3.43
	50대	69	0.0	7.2	55.1	29.0	8.7	3.39
	60대 이상	112	0.0	7.1	48.2	41.1	3.6	3.41
학력	고졸 이하	93	0.0	5.4	58.1	33.3	3.2	3.34
	대졸	288	2.1	7.6	46.2	38.2	5.9	3.38
	대학원졸	54	3.7	13.0	42.6	33.3	7.4	3.28
직업	관리/전문/사무직	250	2.4	8.8	46.4	36.0	6.4	3.35
	서비스/판매직	56	1.8	10.7	44.6	35.7	7.1	3.36
	기계/농림어업/단순노무	56	0.0	7.1	55.4	33.9	3.6	3.34
	주부	54	1.9	3.7	55.6	37.0	1.9	3.33
	학생	35	0.0	8.6	48.6	31.4	11.4	3.46
	기타	19	0.0	0.0	42.1	52.6	5.3	3.63
가구 소득	200만원 미만	38	0.0	5.3	60.5	31.6	2.6	3.32
	200~400만원 미만	120	0.8	4.2	42.5	45.0	7.5	3.54
	400~600만원 미만	129	2.3	11.6	48.1	32.6	5.4	3.27
	600만원 이상	183	2.2	8.2	49.7	33.9	6.0	3.33

주 1) 대체식품 중 식물성 고기제품을 섭취한다고 응답한 자 대상임.

2) '전혀 만족하지 않는다' 응답을 1점~'매우 만족한다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-55〉 대체식품 종류별 만족도 - 식물성 계란제품

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않는다	보통	만족한다	매우 만족한다	평균(점)
전체		234	0.9	3.8	49.6	35.0	10.7	3.51
권역	수도권	117	1.7	6.0	47.0	35.0	10.3	3.46
	충청권	27	0.0	0.0	51.9	29.6	18.5	3.67
	호남권	23	0.0	4.3	56.5	21.7	17.4	3.52
	대경권	24	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	3.50
	동남권	34	0.0	2.9	50.0	38.2	8.8	3.53
	강원권	9	0.0	0.0	55.6	33.3	11.1	3.56
가구원 수	1인	30	0.0	6.7	60.0	16.7	16.7	3.43
	2인	40	0.0	5.0	52.5	35.0	7.5	3.45
	3인	71	0.0	2.8	45.1	39.4	12.7	3.62
	4인 이상	93	2.2	3.2	48.4	37.6	8.6	3.47
성별	남성	116	1.7	5.2	51.7	32.8	8.6	3.41
	여성	118	0.0	2.5	47.5	37.3	12.7	3.60
연령	20대	43	0.0	2.3	34.9	39.5	23.3	3.84
	30대	41	4.9	4.9	56.1	26.8	7.3	3.27
	40대	61	0.0	1.6	47.5	41.0	9.8	3.59
	50대	37	0.0	10.8	45.9	32.4	10.8	3.43
	60대 이상	52	0.0	1.9	61.5	32.7	3.8	3.38
학력	고졸 이하	60	0.0	5.0	53.3	36.7	5.0	3.42
	대졸	145	1.4	3.4	47.6	35.9	11.7	3.53
	대학원졸	17	0.0	5.9	64.7	5.9	23.5	3.47
직업	관리/전문/사무직	125	1.6	3.2	48.0	35.2	12.0	3.53
	서비스/판매직	30	0.0	6.7	53.3	30.0	10.0	3.43
	기계/농림어업/단순노무	32	0.0	6.3	46.9	37.5	9.4	3.50
	주부	25	0.0	4.0	60.0	28.0	8.0	3.40
	학생	12	0.0	0.0	33.3	58.3	8.3	3.75
	기타	10	0.0	0.0	60.0	30.0	10.0	3.50
가구소득	200만원 미만	23	0.0	0.0	65.2	26.1	8.7	3.43
	200~400만원 미만	61	0.0	3.3	47.5	36.1	13.1	3.59
	400~600만원 미만	68	1.5	7.4	44.1	39.7	7.4	3.44
	600만원 이상	82	1.2	2.4	51.2	32.9	12.2	3.52

주 1) 대체식품 중 식물성 계란제품을 섭취한다고 응답한 자 대상임.

2) '전혀 만족하지 않는다' 응답을 1점~'매우 만족한다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-56〉 대체식품 종류별 만족도 - 곤충식품

단위: 명, %, 점/5점

구분	사례수	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않는다	보통	만족한다	매우 만족한다	평균(점)	
전체	92	1.1	12.0	43.5	34.8	8.7	3.38	
권역	수도권	39	2.6	12.8	48.7	30.8	5.1	3.23
	충청권	11	0.0	0.0	45.5	27.3	27.3	3.82
	호남권	9	0.0	22.2	33.3	33.3	11.1	3.33
	대경권	12	0.0	16.7	16.7	58.3	8.3	3.58
	동남권	17	0.0	11.8	47.1	35.3	5.9	3.35
	강원권	4	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	3.25
가구원 수	1인	13	7.7	15.4	38.5	38.5	0.0	3.08
	2인	11	0.0	9.1	45.5	36.4	9.1	3.45
	3인	20	0.0	20.0	35.0	40.0	5.0	3.30
	4인 이상	48	0.0	8.3	47.9	31.3	12.5	3.48
성별	남성	51	2.0	11.8	39.2	35.3	11.8	3.43
	여성	41	0.0	12.2	48.8	34.1	4.9	3.32
연령	20대	11	0.0	0.0	63.6	36.4	0.0	3.36
	30대	16	0.0	25.0	43.8	25.0	6.3	3.13
	40대	28	3.6	7.1	32.1	42.9	14.3	3.57
	50대	12	0.0	8.3	41.7	33.3	16.7	3.58
	60대 이상	25	0.0	16.0	48.0	32.0	4.0	3.24
학력	고졸 이하	12	0.0	41.7	41.7	16.7	0.0	2.75
	대졸	60	1.7	6.7	48.3	35.0	8.3	3.42
	대학원졸	15	0.0	13.3	40.0	33.3	13.3	3.47
직업	관리/전문/사무직	48	0.0	10.4	45.8	31.3	12.5	3.46
	서비스/판매직	12	0.0	16.7	50.0	33.3	0.0	3.17
	기계/농림어업/단순노무	12	8.3	25.0	50.0	8.3	8.3	2.83
	주부	10	0.0	10.0	40.0	50.0	0.0	3.40
	학생	5	0.0	0.0	0.0	80.0	20.0	4.20
	기타	5	0.0	0.0	40.0	60.0	0.0	3.60
가구소득	200만원 미만	8	12.5	12.5	37.5	37.5	0.0	3.00
	200~400만원 미만	26	0.0	15.4	34.6	42.3	7.7	3.42
	400~600만원 미만	27	0.0	7.4	51.9	33.3	7.4	3.41
	600만원 이상	31	0.0	12.9	45.2	29.0	12.9	3.42

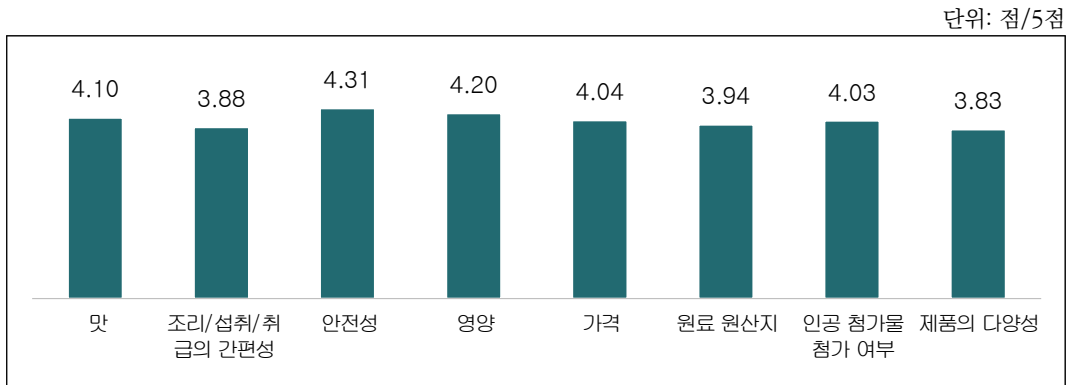
주 1) 대체식품 중 곤충식품을 섭취한다고 응답한 자 대상임.

2) '전혀 만족하지 않는다' 응답을 1점~'매우 만족한다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

2.34. 대체식품 요소별 중요도

○ 대체식품 요소별 중요도는 ‘안전성’이 4.31점으로 가장 높게 나타남. 그다음으로 ‘영양’ 4.20점, ‘맛’ 4.10점 순으로 나타났으며, ‘제품의 다양성’이 3.83점으로 가장 낮게 나타남.

〈그림 5-50〉 대체식품 요소별 중요도



주: ‘전혀 중요하지 않다’ 응답을 1점~‘매우 중요하다’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-57〉 대체식품 요소별 중요도

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성	
전체	2000	4.10	3.88	4.31	4.20	4.04	3.94	4.03	3.83	
권역	수도권	1017	4.12	3.87	4.31	4.20	4.03	3.95	4.02	3.86
	충청권	211	4.09	3.85	4.34	4.21	4.04	3.85	4.02	3.76
	호남권	214	4.11	3.93	4.35	4.19	4.05	3.94	4.05	3.76
	대경권	194	4.01	3.89	4.27	4.16	4.04	3.92	3.96	3.76
	동남권	305	4.10	3.86	4.29	4.21	4.02	3.97	4.04	3.86
	강원권	59	3.98	3.98	4.31	4.22	4.10	4.03	4.17	3.88
가구원 수	1인	300	4.10	3.89	4.29	4.21	4.06	3.91	4.03	3.80
	2인	380	4.11	3.98	4.36	4.22	4.12	4.01	4.09	3.89
	3인	537	4.08	3.81	4.29	4.16	3.96	3.90	3.97	3.77
	4인 이상	783	4.10	3.88	4.31	4.21	4.04	3.95	4.04	3.85
성별	남성	1013	4.03	3.82	4.25	4.13	3.98	3.78	3.89	3.70
	여성	987	4.17	3.95	4.37	4.28	4.09	4.10	4.17	3.97

(계속)

구분		사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성
연령	20대	313	4.23	3.81	4.25	4.20	4.08	3.87	3.92	3.91
	30대	411	4.15	3.80	4.22	4.12	4.00	3.91	3.94	3.76
	40대	522	4.05	3.91	4.31	4.16	3.98	3.93	4.04	3.83
	50대	324	4.05	3.93	4.37	4.24	4.02	3.99	4.10	3.85
	60대 이상	430	4.05	3.94	4.39	4.30	4.12	3.98	4.13	3.82
학력	고졸 이하	348	4.04	3.93	4.30	4.24	4.05	3.98	4.03	3.82
	대졸	1312	4.10	3.88	4.31	4.18	4.02	3.94	4.03	3.83
	대학원졸	201	4.12	3.86	4.39	4.28	4.07	3.93	4.09	3.80
직업	관리/전문/사무직	1076	4.12	3.87	4.30	4.19	4.01	3.94	4.03	3.83
	서비스/판매직	203	4.02	3.86	4.25	4.22	4.03	3.94	4.00	3.77
	기계/농림어업/단순노무	206	3.99	3.85	4.26	4.10	4.03	3.77	3.91	3.70
	주부	230	4.15	4.03	4.45	4.34	4.13	4.17	4.28	4.04
	학생	139	4.22	3.81	4.22	4.19	4.09	3.86	3.87	3.92
	기타	146	4.03	3.82	4.36	4.22	4.06	3.89	4.01	3.69
가구 소득	200만원 미만	188	4.01	3.91	4.29	4.18	4.20	3.92	4.05	3.77
	200~400만원 미만	561	4.09	3.82	4.26	4.17	4.02	3.90	3.98	3.80
	400~600만원 미만	567	4.12	3.92	4.33	4.22	4.06	3.99	4.07	3.85
	600만원 이상	684	4.11	3.88	4.33	4.21	3.98	3.93	4.03	3.85

주: '전혀 중요하지 않다' 응답을 1점~'매우 중요하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

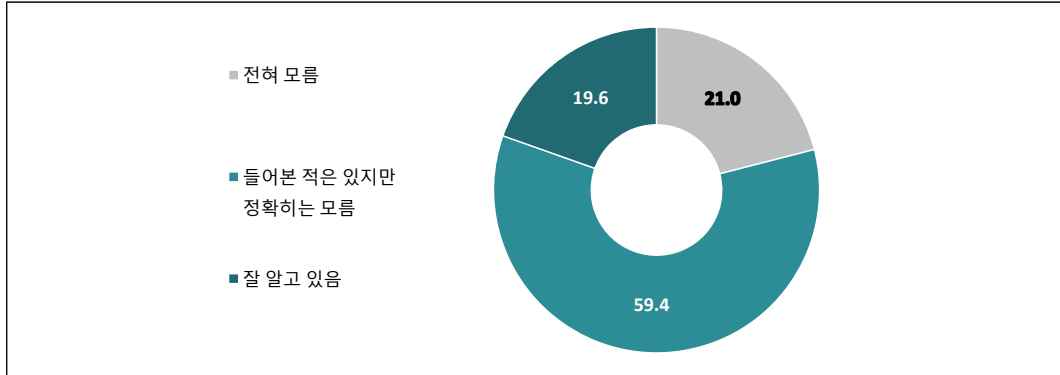
2.35. 유기 가공식품 인지 여부

○ 유기 가공식품 인지도를 살펴보면, '들어본 적은 있다'라는 의견이 59.4%로 가장 높고 '알고 있다'는 19.6%로, 전반적으로 높은 인지 수준을 보임.

- 권역별로 보았을 때, 충청권의 인지도가 가장 높고, 대경권의 인지도가 가장 낮은 편
- 1~2인 가구의 인지도가 3인 이상 가구에 비해 낮은 편
- 연령별로 50대 이상에서 인지도 높으며, 가구소득이 높을수록 높은 인지도

〈그림 5-51〉 유기농식품 인지 여부

단위: %



〈표 5-58〉 유기농식품 인지 여부

단위: 명, %

구분		사례수	모른다	들어본 적은 있다	알고 있다
전체		2000	21.0	59.4	19.6
권역	수도권	1017	22.4	57.7	19.9
	충청권	211	18.5	60.2	21.3
	호남권	214	22.9	57.5	19.6
	대경권	194	19.1	62.9	18.0
	동남권	305	18.4	63.0	18.7
	강원권	59	18.6	62.7	18.6
가구원 수	1인	300	27.3	58.0	14.7
	2인	380	17.6	64.2	18.2
	3인	537	20.7	57.2	22.2
	4인 이상	783	20.4	59.1	20.4
성별	남성	1013	19.9	61.2	18.9
	여성	987	22.1	57.5	20.4
연령	20대	313	31.6	52.7	15.7
	30대	411	31.4	55.7	12.9
	40대	522	19.7	61.9	18.4
	50대	324	14.2	63.6	22.2
	60대 이상	430	10.0	61.6	28.4
학력	고졸 이하	348	17.5	62.6	19.8
	대졸	1312	22.5	58.2	19.3
	대학원졸	201	11.9	61.7	26.4
직업	관리/전문/사무직	1076	21.9	58.3	19.8
	서비스/판매직	203	20.2	63.1	16.7
	기계/농림어업/단순노무	206	18.0	63.6	18.4
	주부	230	12.2	58.3	29.6
	학생	139	28.8	59.0	12.2
	기타	146	26.0	58.9	15.1

(계속)

구분		사례수	모른다	들어본 적은 있다	알고 있다
가구 소득	200만원 미만	188	26.6	60.1	13.3
	200~400만원 미만	561	24.6	57.0	18.4
	400~600만원 미만	567	19.0	61.7	19.2
	600만원 이상	684	18.1	59.2	22.7

2.36. 최근 1년 많이 구입하는 유기 가공식품 품목군

○ 최근 1년 많이 구입하는 유기 가공식품은 ‘육류가공품’이 22.7%로 가장 높고 ‘유가공품’ 14.0%, ‘알가공품’ 10.0%로 높게 나타남.

- 모든 응답자 특성에서 ‘육류가공품’의 구입 비중이 가장 높은 특징
- 가구소득별로 200만 원 미만에서 ‘알가공품’이 ‘유가공품’ 구입보다 많은 특징

〈그림 5-52〉 최근 1년 많이 구입하는 유기 가공식품 품목군(1+2+3 가중평균)

단위: %



주: 유기 가공식품을 구입한 경험이 있는 자 대상임.

〈표 5-59〉 최근 1년 많이 구입하는 유기가공식품 품목군(1+2+3 가중평균) [1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	육류 가공품	유 가공품	알 가공품	연식품	장류	과일 채소 가공품	빵 및 떡류	김치 및 절임류	조미 수산 가공품
전체		728	22.7	14.0	10.0	7.9	5.9	5.0	4.9	4.5	4.4
권역	수도권	353	21.4	15.3	11.3	8.8	5.9	4.6	4.7	4.8	4.9
	충청권	81	25.9	12.1	10.3	5.6	6.8	3.5	4.7	6.0	3.3
	호남권	78	23.1	9.0	11.3	7.7	7.3	6.2	7.5	2.4	3.0
	대경권	73	25.1	10.7	3.7	7.5	4.1	5.7	4.6	4.8	5.7
	동남권	125	22.9	16.3	7.9	7.3	6.0	5.3	4.5	4.4	3.7
	강원권	18	21.3	15.7	16.7	7.4	3.7	11.1	1.9	0.9	3.7
가구원 수	1인	87	18.8	18.0	10.5	5.2	9.8	4.6	3.3	6.3	3.4
	2인	142	23.2	11.3	9.0	8.5	6.6	9.5	5.8	2.9	4.5
	3인	207	22.3	15.5	10.0	7.9	6.1	3.7	3.5	3.9	5.8
	4인 이상	292	24.0	13.1	10.3	8.5	4.3	3.9	5.9	5.1	3.6
성별	남성	363	24.9	13.5	8.0	6.1	6.1	4.7	5.1	5.1	5.1
	여성	365	20.5	14.6	12.0	9.8	5.8	5.4	4.7	3.8	3.6
연령	20대	90	25.7	14.8	11.1	5.4	4.4	2.4	7.0	6.3	3.3
	30대	104	26.8	13.8	13.6	7.4	4.0	6.7	3.0	3.8	1.0
	40대	199	21.5	15.2	11.5	9.3	3.9	6.0	5.6	2.0	3.6
	50대	131	24.0	13.2	10.3	5.7	6.7	3.7	5.0	5.1	6.0
	60대 이상	204	19.7	13.2	6.0	9.4	9.0	5.2	4.1	6.0	6.3
학력	고졸 이하	137	20.4	11.6	7.3	7.8	9.0	5.7	4.0	4.7	4.7
	대졸	471	24.0	13.8	10.8	7.0	5.8	5.1	4.6	4.5	4.3
	대학원졸	85	19.0	19.2	9.4	12.4	3.3	4.5	5.7	3.3	4.5
직업	관리/전문/사무직	401	23.2	14.8	10.7	7.9	5.4	4.9	5.1	4.1	3.9
	서비스/판매직	62	25.0	13.2	12.4	3.8	7.3	4.0	2.4	4.3	3.8
	기계/농림어업/단순노무	73	23.1	12.6	5.7	5.7	8.7	7.8	2.5	6.4	9.4
	주부	111	19.1	11.7	10.7	12.2	6.5	6.5	4.4	4.1	3.6
	학생	35	23.3	14.3	11.0	10.5	1.9	2.4	9.5	5.7	3.8
	기타	46	23.9	15.9	4.7	4.7	6.5	1.8	7.6	5.4	4.0
가구 소득	200만원 미만	56	21.7	10.4	11.6	4.5	8.9	3.9	5.4	5.1	4.2
	200~400만원 미만	176	25.7	12.8	8.7	5.9	6.3	6.3	4.5	4.1	5.1
	400~600만원 미만	223	21.8	15.2	8.7	10.5	5.8	5.5	5.3	4.2	2.5
	600만원 이상	273	21.8	14.5	11.5	7.8	5.3	4.2	4.7	4.9	5.4

주: 유기가공식품을 구입한 경험이 있는 자 대상임.

〈표 5-59〉 최근 1년 많이 구입하는 유기가공식품 품목군(1+2+3 가중평균) [2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	면류	염건 수산 가공품	유지류	조미 식품	곡물 가공품	커피 및 차	과자류	간편식	음료류
전체		728	3.7	3.3	3.0	2.6	2.1	2.0	1.7	1.4	0.9
권역	수도권	353	3.5	2.4	2.7	2.2	1.9	1.5	1.7	1.6	0.8
	충청권	81	2.3	4.1	2.9	2.9	2.3	2.5	2.1	1.2	1.6
	호남권	78	3.6	4.1	4.5	2.1	2.1	2.8	2.6	0.9	0.0
	대경권	73	7.1	3.4	3.0	3.7	3.0	2.7	1.4	2.3	1.6
	동남권	125	3.5	4.0	2.9	3.3	1.7	2.8	1.2	1.2	0.9
	강원권	18	0.9	7.4	2.8	3.7	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0
가구원 수	1인	87	2.7	4.8	2.5	1.7	1.5	3.4	1.5	1.7	0.2
	2인	142	3.6	2.6	3.3	2.8	1.4	1.5	1.9	0.9	0.7
	3인	207	3.5	3.7	2.9	2.9	2.5	1.6	1.9	1.9	0.2
	4인 이상	292	4.1	2.8	3.0	2.6	2.2	2.2	1.4	1.3	1.7
성별	남성	363	4.1	3.3	3.0	3.0	2.1	2.2	1.7	0.9	1.2
	여성	365	3.2	3.2	2.9	2.3	2.0	1.9	1.7	2.0	0.6
연령	20대	90	4.1	1.7	1.3	2.2	1.1	2.2	4.1	1.5	1.3
	30대	104	3.5	4.2	2.4	1.9	2.2	1.0	1.9	2.2	0.5
	40대	199	4.9	1.8	3.5	2.9	2.7	1.3	2.1	1.3	0.7
	50대	131	3.2	3.6	1.9	2.8	2.4	3.8	0.5	0.9	1.1
	60대 이상	204	2.6	4.7	4.2	2.8	1.6	2.0	0.8	1.5	1.1
학력	고졸 이하	137	3.8	4.0	3.2	4.5	1.8	3.4	2.6	0.7	0.7
	대졸	471	3.6	3.5	3.0	2.3	2.3	1.6	1.2	1.5	1.0
	대학원졸	85	3.9	1.4	3.5	1.8	1.2	2.5	2.2	1.4	0.8
직업	관리/전문/사무직	401	3.8	2.9	3.2	2.2	2.1	1.7	1.7	1.5	0.9
	서비스/판매직	62	4.0	3.2	2.7	3.8	3.2	4.0	2.2	0.3	0.5
	기계/농림어업/단순노무	73	3.4	2.1	3.0	2.7	1.1	2.1	1.6	1.1	1.1
	주부	111	3.9	4.8	2.0	2.6	2.1	2.4	1.2	1.5	1.1
	학생	35	3.3	1.0	0.5	1.9	1.4	1.9	2.9	3.3	1.4
	기타	46	2.2	6.2	5.4	5.1	1.8	1.4	1.1	1.4	0.7
가구 소득	200만원 미만	56	2.7	3.9	4.2	3.3	2.1	4.5	1.2	1.8	0.9
	200~400만원 미만	176	3.6	4.0	2.6	1.7	1.8	2.6	1.8	2.2	0.7
	400~600만원 미만	223	3.9	3.0	3.1	3.1	2.2	1.6	1.9	0.5	1.0
	600만원 이상	273	3.7	2.9	2.9	2.7	2.1	1.5	1.5	1.6	1.0

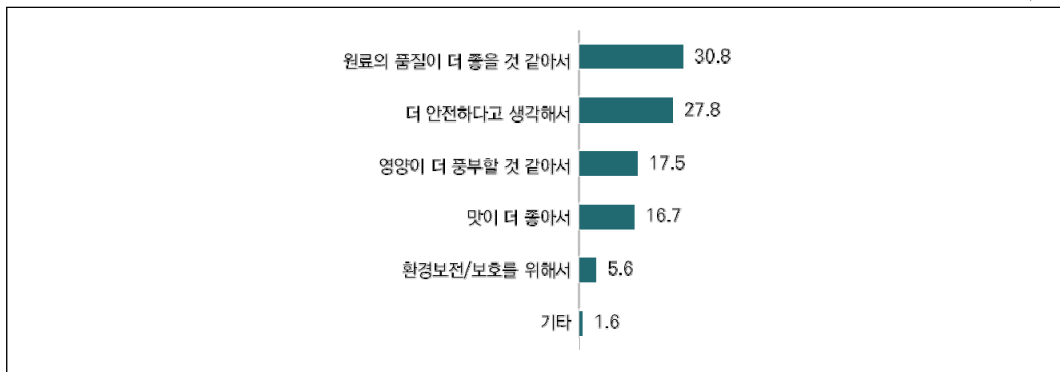
주: 유기가공식품을 구입한 경험이 있는 자 대상임.

2.37. 유기농식품을 구입하는 이유

- 유기농식품을 구입하는 이유는 ‘원료의 품질이 더 좋을 것 같아서’가 30.8%로 가장 높고, ‘더 안전하다고 생각해서’(27.8%), ‘영양이 더 풍부할 것 같아서’(17.5%) 순임.
- 호남권 거주자는 ‘더 안전하다고 생각해서’라는 이유가 30.8%로 가장 높은 수준
- 가구원 수별로 보았을 때, 3인 가구의 구입이유 역시 ‘더 안전하다고 생각해서’가 32.0%로 높은 수준
- 연령별로 60대 이상에서도 ‘더 안전하다고 생각해서’가 28.8%로 높은 수준

〈그림 5-53〉 유기농식품을 구입하는 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 유기농식품을 구입한 경험이 있는 자 대상임.

〈표 5-60〉 유기농식품을 구입하는 이유(1+2 가중평균)

단위: 명, %

구분	사례수	원료의 품질이 더 좋을 것 같아서	더 안전하다고 생각해서	영양이 더 풍부할 것 같아서	맛이 더 좋아서	환경보전·보호를 위해서	기타	
전체	728	30.8	27.8	17.5	16.7	5.6	1.6	
권역	수도권	353	30.8	28.4	17.4	15.0	6.5	1.9
	충청권	81	31.7	20.2	19.3	19.3	7.0	2.5
	호남권	78	24.8	30.8	20.9	15.8	4.7	3.0
	대경권	73	31.5	26.9	14.6	24.2	2.7	0.0
	동남권	125	32.5	28.8	16.8	16.8	4.5	0.5
	강원권	18	38.9	35.2	13.0	9.3	3.7	0.0

(계속)

구분		사례수	원료의 품질이 더 좋을 것 같아서	더 안전 하다고 생각해서	영양이 더 풍부할 것 같아서	맛이 더 좋아서	환경보전· 보호를 위해서	기타
가구원 수	1인	87	28.0	27.2	16.1	19.5	7.3	1.9
	2인	142	28.9	25.8	22.1	14.3	6.8	2.1
	3인	207	31.6	32.0	15.9	14.7	5.2	0.6
	4인 이상	292	32.1	26.0	16.8	18.4	4.8	1.9
성별	남성	363	30.5	26.1	18.6	17.9	5.2	1.7
	여성	365	31.1	29.6	16.3	15.4	5.9	1.6
연령	20대	90	26.7	22.2	11.9	27.0	7.4	4.8
	30대	104	27.6	27.2	19.2	18.3	5.1	2.6
	40대	199	34.2	31.0	13.2	15.2	5.5	0.8
	50대	131	34.9	26.0	18.6	16.0	3.8	0.8
	60대 이상	204	28.4	28.8	22.5	13.1	6.2	1.0
학력	고졸 이하	137	23.8	29.9	16.8	21.9	5.4	2.2
	대졸	471	31.5	28.0	18.1	15.4	5.2	1.8
	대학원졸	85	42.7	27.1	16.9	7.8	5.5	0.0
직업	관리/전문/사무직	401	33.7	26.8	17.1	14.4	5.9	2.2
	서비스/판매직	62	26.9	27.4	15.1	24.2	3.2	3.2
	기계/농림어업/단순노무	73	22.4	22.4	27.9	21.9	4.6	0.9
	주부	111	32.4	37.8	15.6	9.3	4.8	0.0
	학생	35	20.0	20.0	13.3	34.3	11.4	1.0
	기타	46	29.0	28.3	15.2	22.5	5.1	0.0
가구 소득	200만원 미만	56	27.4	20.8	23.2	21.4	5.4	1.8
	200~400만원 미만	176	27.8	24.4	19.5	21.0	5.9	1.3
	400~600만원 미만	223	29.9	33.6	15.4	14.1	5.1	1.9
	600만원 이상	273	34.2	26.7	16.7	15.0	5.9	1.5

주: 유기가공식품을 구입한 경험이 있는 자 대상임.

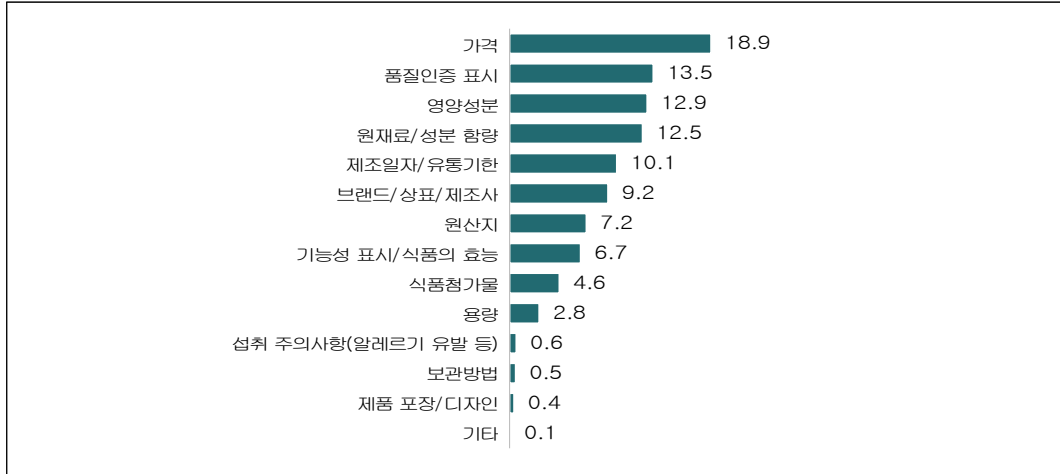
2.38. 유기가공식품 구입 시 우선 확인하는 사항

○ 유기가공식품 구입 시 우선 확인하는 사항으로는 ‘가격’이 18.9%로 가장 높고 ‘품질 인증 표시’가 13.5%, ‘영양성분’이 12.9%로 높게 나타남.

- 권역별로 강원권 거주자는 ‘품질인증 표시’의 응답이 23.1%로 가장 높은 수준
- 가구소득 200만 원 미만인 경우 ‘가격’을 우선 확인한다는 응답이 비교적 높은 수준

〈그림 5-54〉 유기농식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)

단위: %



주: 유기농식품을 구입한 경험이 있는 자 대상임.

〈표 5-61〉 유기농식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) [1/2]

단위: 명, %

구분	사례수	가격	품질인증 표시	영양성분	원재료/ 성분 함량	제조일자/ 유통기한	브랜드/ 상표/ 제조사	원산지	
전체	728	18.9	13.5	12.9	12.5	10.1	9.2	7.2	
권역	수도권	353	18.6	14.9	12.5	13.4	8.8	10.0	6.5
	충청권	81	17.1	13.2	15.2	11.5	13.6	5.3	7.8
	호남권	78	20.1	6.6	15.2	10.9	12.6	8.8	9.2
	대경권	73	20.1	12.6	10.3	10.5	9.6	11.0	8.4
	동남권	125	20.4	13.2	12.7	11.6	10.4	10.0	6.7
	강원권	18	13.9	23.1	13.0	19.4	7.4	0.9	9.3
가구원 수	1인	87	27.4	10.3	9.6	10.7	10.0	9.2	7.1
	2인	142	18.7	15.0	14.1	11.4	9.4	8.9	7.2
	3인	207	16.7	14.3	12.6	13.8	9.7	9.3	6.7
	4인 이상	292	18.1	13.1	13.5	12.6	10.6	9.3	7.6
성별	남성	363	20.6	11.2	14.1	11.8	9.5	9.2	7.1
	여성	365	17.3	15.8	11.7	13.2	10.6	9.3	7.4
연령	20대	90	23.7	12.4	10.2	10.7	11.7	13.5	4.1
	30대	104	22.8	14.7	12.0	10.3	8.3	10.1	9.0
	40대	199	18.8	12.2	13.7	13.1	9.4	9.8	6.0
	50대	131	15.9	13.7	14.0	12.5	9.4	7.5	9.3
	60대 이상	204	16.9	14.4	13.1	13.8	11.3	7.4	7.5
학력	고졸 이하	137	20.6	11.7	15.7	10.7	11.2	7.7	7.3
	대졸	471	18.2	14.3	11.8	13.1	9.5	9.6	7.1
	대학원졸	85	15.7	13.5	15.9	14.3	9.4	9.4	7.8

(계속)

구분		사례수	가격	품질인증 표시	영양성분	원재료/ 성분 함량	제조일자/ 유통기한	브랜드/ 상표/ 제조사	원산지
직업	관리/전문/사무직	401	17.5	13.8	14.9	12.9	8.5	8.9	6.9
	서비스/판매직	62	19.6	11.0	9.4	13.2	11.3	8.6	8.1
	기계/농림어업/단순노무	73	24.4	11.0	13.7	9.6	11.9	8.9	6.2
	주부	111	14.4	16.7	9.0	14.7	12.5	11.3	9.5
	학생	35	30.0	10.0	10.0	6.2	14.3	10.5	6.2
	기타	46	23.9	13.4	10.5	12.0	10.1	7.6	5.8
가구 소득	200만원 미만	56	31.5	11.9	9.5	8.9	11.0	8.0	6.3
	200~400만원 미만	176	19.4	11.9	12.3	11.9	10.8	9.7	6.5
	400~600만원 미만	223	19.5	13.8	12.4	12.0	9.9	9.0	8.1
	600만원 이상	273	15.5	14.6	14.4	14.0	9.5	9.3	7.1

주: 유기 가공식품을 구입한 경험이 있는 자 대상임.

〈표 5-61〉 유기 가공식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) [2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	기능성 표시/ 식품의 효능	식품 첨가물	용량	섭취 주의사항	보관방법	제품 포장 /디자인	기타
전체		728	6.7	4.6	2.8	0.6	0.5	0.4	0.1
권역	수도권	353	6.8	4.2	2.8	0.7	0.7	0.1	0.1
	충청권	81	7.4	5.1	1.9	0.8	0.2	0.8	0.0
	호남권	78	6.0	3.4	3.8	1.3	0.6	1.5	0.0
	대경권	73	8.0	4.6	3.7	0.0	1.1	0.2	0.0
	동남권	125	5.1	6.8	2.4	0.3	0.0	0.5	0.0
	강원권	18	9.3	2.8	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0
가구원 수	1인	87	4.4	4.6	4.4	1.0	1.3	0.0	0.0
	2인	142	6.1	3.8	3.6	0.7	0.0	1.2	0.0
	3인	207	8.3	5.7	1.3	1.0	0.4	0.2	0.0
	4인 이상	292	6.4	4.3	2.9	0.2	0.7	0.3	0.2
성별	남성	363	7.6	4.5	3.0	0.8	0.4	0.5	0.0
	여성	365	5.8	4.8	2.6	0.5	0.7	0.3	0.1
연령	20대	90	2.6	2.8	4.8	0.7	1.5	0.7	0.6
	30대	104	3.4	4.5	2.7	0.3	1.1	0.8	0.0
	40대	199	7.5	5.1	2.8	0.8	0.5	0.3	0.0
	50대	131	9.2	5.2	2.5	0.4	0.4	0.0	0.0
	60대 이상	204	7.7	4.7	2.0	0.7	0.0	0.5	0.0
학력	고졸 이하	137	5.8	4.7	2.7	1.1	0.1	0.7	0.0
	대졸	471	7.1	5.1	2.4	0.6	0.8	0.4	0.1
	대학원졸	85	7.1	3.5	2.9	0.2	0.2	0.0	0.0

(계속)

구분		사례수	기능성 표시/ 식품의 효능	식품 첨가물	용량	섭취 주의사항	보관방법	제품 포장 /디자인	기타
직업	관리/전문/사무직	401	7.4	5.0	2.5	0.6	0.7	0.2	0.1
	서비스/판매직	62	6.2	5.1	2.7	1.3	0.8	2.7	0.0
	기계/농림어업/단순노무	73	5.7	4.3	2.3	1.6	0.5	0.0	0.0
	주부	111	5.1	4.8	2.0	0.0	0.2	0.0	0.0
	학생	35	2.9	1.4	8.1	0.0	0.0	0.5	0.0
	기타	46	8.7	3.6	4.0	0.0	0.0	0.4	0.0
가구 소득	200만원 미만	56	3.0	2.4	6.5	0.6	0.0	0.3	0.0
	200~400만원 미만	176	6.5	4.6	4.6	0.2	1.1	0.3	0.0
	400~600만원 미만	223	7.5	4.5	1.7	0.7	0.2	0.7	0.0
	600만원 이상	273	6.8	5.3	1.6	0.8	0.5	0.3	0.2

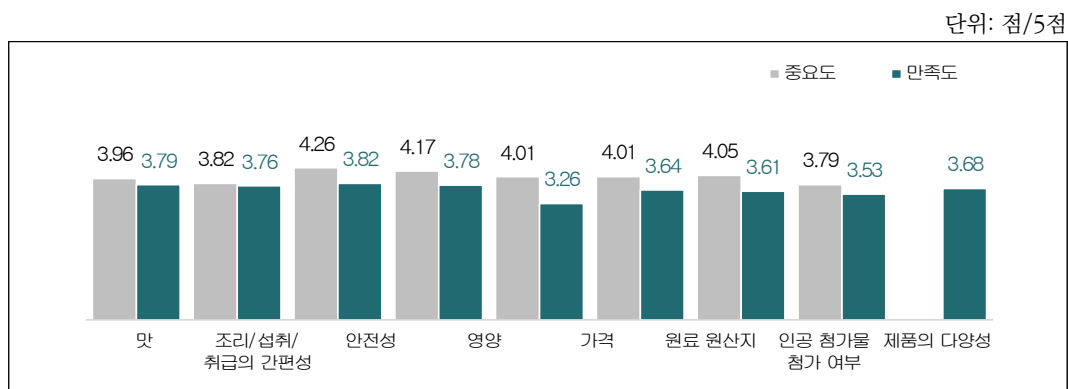
주: 유기가공식품을 구입한 경험이 있는 자 대상임.

2.39. 유기가공식품 요소별 중요도 및 만족도

○ 유기가공식품 요소별 중요도는 ‘안전성’이 4.26점으로 가장 높고, ‘영양’이 4.17점, ‘인공첨가물 첨가 여부’가 4.05점 순으로 나타남. 유기가공식품 요소별 만족도는 ‘안전성’이 3.82점으로 가장 높고, ‘맛’이 3.79점, ‘영양’이 3.78점 순으로 높게 나타남

- 유기가공식품에 대한 전반적 만족도는 3.68점으로, 강원권(3.89점), 가구원 수가 많을수록, 20대, 가구소득이 높을수록 만족

〈그림 5-55〉 유기가공식품 요소별 중요도 및 만족도



주: '전혀 중요(만족)하지 않다' 응답을 1점~'매우 중요(만족)하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-62〉 유기 가공식품 요소별 중요도

단위: 명, 점/5점

구분		사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성
전체		2000	3.96	3.82	4.26	4.17	4.01	4.01	4.05	3.79
권역	수도권	1017	3.96	3.80	4.27	4.18	4.02	4.04	4.07	3.83
	충청권	211	3.95	3.79	4.22	4.13	3.95	3.95	4.03	3.67
	호남권	214	3.98	3.90	4.33	4.21	4.07	4.01	4.02	3.84
	대경권	194	3.88	3.79	4.25	4.12	3.95	3.95	3.99	3.66
	동남권	305	4.00	3.87	4.24	4.15	3.99	3.99	4.03	3.79
	강원권	59	3.90	3.86	4.25	4.20	4.15	4.12	4.24	3.85
가구원 수	1인	300	3.92	3.81	4.25	4.19	4.09	4.01	4.10	3.84
	2인	380	3.99	3.90	4.32	4.20	4.07	4.08	4.12	3.84
	3인	537	3.91	3.77	4.23	4.14	3.92	3.98	4.01	3.71
	4인 이상	783	3.98	3.82	4.27	4.17	4.02	4.01	4.03	3.81
성별	남성	1013	3.93	3.78	4.23	4.11	3.98	3.89	3.93	3.69
	여성	987	3.98	3.87	4.30	4.23	4.04	4.14	4.17	3.89
연령	20대	313	4.00	3.75	4.14	4.08	4.00	3.94	3.90	3.74
	30대	411	3.87	3.69	4.14	4.05	3.87	3.95	3.98	3.69
	40대	522	3.96	3.88	4.29	4.18	3.96	4.02	4.04	3.84
	50대	324	3.98	3.88	4.32	4.25	4.10	4.04	4.10	3.85
	60대 이상	430	3.98	3.89	4.40	4.27	4.15	4.10	4.20	3.82
학력	고졸 이하	348	3.95	3.84	4.28	4.17	4.03	4.01	4.08	3.79
	대졸	1312	3.95	3.82	4.27	4.17	3.99	4.00	4.03	3.79
	대학원졸	201	3.96	3.83	4.32	4.27	4.07	4.13	4.21	3.82
직업	관리/전문/사무직	1076	3.95	3.81	4.25	4.18	3.97	4.01	4.05	3.78
	서비스/판매직	203	3.95	3.87	4.25	4.15	4.02	4.00	4.00	3.80
	기계/농림어업/단순노무	206	3.90	3.78	4.23	4.05	4.00	3.85	3.94	3.70
	주부	230	4.01	3.98	4.38	4.32	4.11	4.22	4.30	3.98
	학생	139	4.04	3.73	4.13	4.06	4.07	3.92	3.88	3.76
	기타	146	3.93	3.75	4.35	4.18	4.08	4.04	4.06	3.68
가구 소득	200만원 미만	188	3.95	3.87	4.24	4.12	4.20	3.98	4.03	3.78
	200~400만원 미만	561	3.94	3.80	4.23	4.14	4.02	4.00	4.06	3.80
	400~600만원 미만	567	3.97	3.84	4.29	4.18	4.02	4.02	4.05	3.80
	600만원 이상	684	3.96	3.81	4.27	4.20	3.94	4.02	4.05	3.79

주: '전혀 중요하지 않다' 응답을 1점~'매우 중요하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-63〉 유기 가공식품 요소별 만족도

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성	
전체	728	3.79	3.76	3.82	3.78	3.26	3.64	3.61	3.53	
권역	수도권	353	3.81	3.73	3.82	3.80	3.28	3.69	3.67	3.54
	충청권	81	3.73	3.74	3.79	3.75	3.21	3.64	3.57	3.37
	호남권	78	3.77	3.85	3.86	3.74	3.31	3.65	3.65	3.60
	대경권	73	3.67	3.68	3.75	3.60	3.14	3.41	3.44	3.45
	동남권	125	3.84	3.83	3.86	3.83	3.32	3.64	3.54	3.59
	강원권	18	3.83	3.78	3.94	3.89	3.17	3.72	3.72	3.56
가구원 수	1인	87	3.67	3.71	3.63	3.74	3.29	3.55	3.62	3.49
	2인	142	3.71	3.65	3.82	3.75	3.25	3.64	3.55	3.52
	3인	207	3.77	3.73	3.83	3.77	3.15	3.60	3.61	3.52
	4인 이상	292	3.87	3.84	3.88	3.81	3.35	3.70	3.63	3.55
성별	남성	363	3.77	3.74	3.80	3.74	3.23	3.58	3.53	3.50
	여성	365	3.81	3.78	3.84	3.82	3.30	3.71	3.69	3.56
연령	20대	90	3.99	3.84	3.84	3.87	3.43	3.76	3.71	3.61
	30대	104	3.65	3.60	3.70	3.67	3.12	3.60	3.51	3.39
	40대	199	3.84	3.83	3.82	3.77	3.27	3.63	3.59	3.55
	50대	131	3.74	3.79	3.85	3.81	3.34	3.63	3.66	3.60
	60대 이상	204	3.75	3.70	3.86	3.78	3.21	3.64	3.61	3.49
학력	고졸 이하	137	3.71	3.72	3.80	3.72	3.21	3.68	3.65	3.52
	대졸	471	3.81	3.77	3.84	3.79	3.28	3.66	3.60	3.53
	대학원졸	85	3.74	3.71	3.78	3.76	3.12	3.49	3.56	3.49
직업	관리/전문/사무직	401	3.80	3.75	3.80	3.77	3.23	3.59	3.57	3.49
	서비스/판매직	62	3.76	3.81	3.92	3.82	3.37	3.69	3.65	3.58
	기계/농림어업/단순노무	73	3.70	3.71	3.82	3.78	3.34	3.66	3.56	3.56
	주부	111	3.79	3.81	3.86	3.77	3.14	3.80	3.73	3.57
	학생	35	3.94	3.83	3.80	3.86	3.54	3.69	3.74	3.60
	기타	46	3.74	3.67	3.80	3.72	3.37	3.59	3.57	3.59
가구소득	200만원 미만	56	3.63	3.64	3.70	3.57	3.23	3.45	3.63	3.50
	200~400만원 미만	176	3.69	3.67	3.74	3.73	3.21	3.61	3.59	3.49
	400~600만원 미만	223	3.80	3.76	3.84	3.76	3.26	3.66	3.57	3.52
	600만원 이상	273	3.88	3.83	3.89	3.86	3.31	3.69	3.65	3.57

주 1) 유기 가공식품을 구입한 경험이 있는 자 대상임.

2) '전혀 만족하지 않는다' 응답을 1점~'매우 만족한다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-64〉 유기농식품 전반적 만족도

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않다	보통	만족한다	매우 만족한다	평균(점)
전체		728	0.0	1.6	36.0	55.2	7.1	3.68
권역	수도권	353	0.0	1.1	34.0	58.4	6.5	3.70
	충청권	81	0.0	3.7	42.0	44.4	9.9	3.60
	호남권	78	0.0	1.3	37.2	55.1	6.4	3.67
	대경권	73	0.0	2.7	39.7	57.5	0.0	3.55
	동남권	125	0.0	1.6	36.8	50.4	11.2	3.71
	강원권	18	0.0	0.0	22.2	66.7	11.1	3.89
가구원 수	1인	87	0.0	2.3	42.5	47.1	8.0	3.61
	2인	142	0.0	2.8	34.5	57.0	5.6	3.65
	3인	207	0.0	1.9	36.7	54.6	6.8	3.66
	4인 이상	292	0.0	0.7	34.2	57.2	7.9	3.72
성별	남성	363	0.0	2.2	39.7	51.8	6.3	3.62
	여성	365	0.0	1.1	32.3	58.6	7.9	3.73
연령	20대	90	0.0	1.1	28.9	56.7	13.3	3.82
	30대	104	0.0	1.9	47.1	49.0	1.9	3.51
	40대	199	0.0	2.5	33.7	56.3	7.5	3.69
	50대	131	0.0	2.3	36.6	51.9	9.2	3.68
	60대 이상	204	0.0	0.5	35.3	58.8	5.4	3.69
학력	고졸 이하	137	0.0	0.7	41.6	51.8	5.8	3.63
	대졸	471	0.0	2.1	33.8	56.7	7.4	3.69
	대학원졸	85	0.0	1.2	41.2	52.9	4.7	3.61
직업	관리/전문/사무직	401	0.0	2.2	37.4	53.9	6.5	3.65
	서비스/판매직	62	0.0	3.2	38.7	48.4	9.7	3.65
	기계/농림어업/단순노무	73	0.0	1.4	35.6	54.8	8.2	3.70
	주부	111	0.0	0.0	27.9	66.7	5.4	3.77
	학생	35	0.0	0.0	31.4	54.3	14.3	3.83
	기타	46	0.0	0.0	43.5	50.0	6.5	3.63
가구소득	200만원 미만	56	0.0	5.4	46.4	42.9	5.4	3.48
	200~400만원 미만	176	0.0	2.8	39.8	50.0	7.4	3.62
	400~600만원 미만	223	0.0	0.0	35.0	58.3	6.7	3.72
	600만원 이상	273	0.0	1.5	32.2	58.6	7.7	3.73

주 1) 유기농식품을 구입한 경험이 있는 자 대상임.

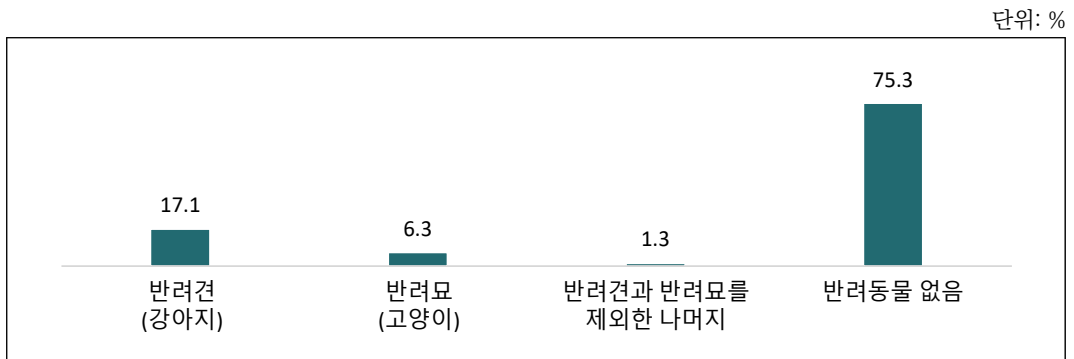
2) '전혀 만족하지 않는다' 응답을 1점~'매우 만족한다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

2.40. 가구 내 반려동물 유무

○ 가구 내 반려동물이 없는 가구가 75.3%이며, ‘반려견’이 있는 경우가 17.1%, ‘반려묘’가 있는 경우가 6.3%로 나타남.

- 반려동물이 있는 가구는 충청권(32.2%), 강원권(28.8%) 등 순
- 연령별로 살펴보면 20대에서 반려동물을 키우는 비중이 비교적 큰 수준(31.3%)

〈그림 5-56〉 가구 내 반려동물 유무



〈표 5-65〉 가구 내 반려동물 유무

단위: 명, %

구분		사례수	예, 반려견 (강아지)	예, 반려묘 (고양이)	예, 반려견과 반려묘를 제외한 나머지	아니오, 반려동물 없음
전체		2000	17.1	6.3	1.3	75.3
권역	수도권	1017	16.5	5.4	1.5	76.6
	충청권	211	20.4	10.4	1.4	67.8
	호남권	214	18.7	6.1	0.9	74.3
	대경권	194	18.6	6.2	0.5	74.7
	동남권	305	13.4	7.2	1.3	78.0
	강원권	59	23.7	3.4	1.7	71.2
가구원 수	1인	300	14.0	6.7	1.0	78.3
	2인	380	16.1	8.2	0.3	75.5
	3인	537	18.2	6.3	1.1	74.3
	4인 이상	783	18.0	5.2	2.0	74.7
성별	남성	1013	15.6	5.0	1.6	77.8
	여성	987	18.6	7.6	1.0	72.7

(계속)

구분		사례수	예, 반려견 (강아지)	예, 반려묘 (고양이)	예, 반려견과 반려묘를 제외한 나머지	아니오, 반려동물 없음
연령	20대	313	21.4	8.6	1.3	68.7
	30대	411	15.1	5.1	1.0	78.8
	40대	522	16.1	6.5	1.5	75.9
	50대	324	14.5	5.2	1.5	78.7
	60대 이상	430	19.1	6.3	1.2	73.5
학력	고졸 이하	348	16.4	7.5	1.4	74.7
	대졸	1312	17.8	6.2	0.9	75.1
	대학원졸	201	11.9	5.0	2.5	80.6
직업	관리/전문/사무직	1076	16.7	5.7	1.4	76.2
	서비스/판매직	203	17.2	9.9	0.0	72.9
	기계/농림어업/단순노무	206	22.8	5.3	0.5	71.4
	주부	230	15.2	6.1	0.4	78.3
	학생	139	19.4	6.5	2.9	71.2
	기타	146	12.3	7.5	3.4	76.7
가구 소득	200만원 미만	188	11.7	4.8	0.5	83.0
	200~400만원 미만	561	16.4	7.7	0.7	75.2
	400~600만원 미만	567	18.9	3.9	1.6	75.7
	600만원 이상	684	17.7	7.6	1.8	73.0

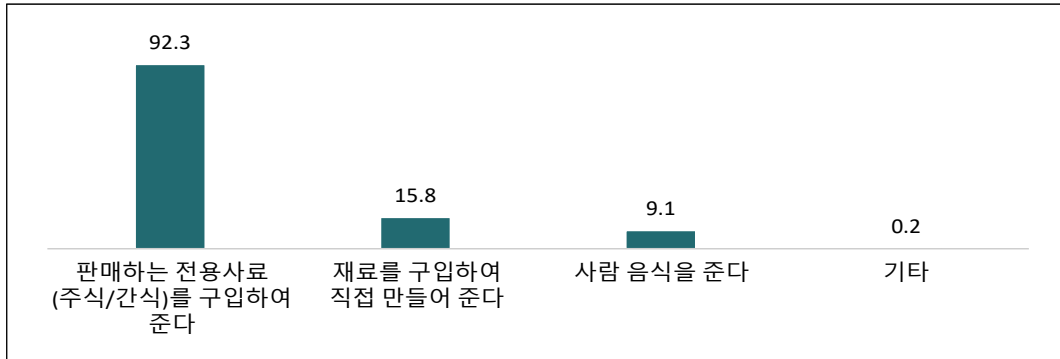
2.41. 반려동물 급여 방법

○ 반려동물 급여 방법은 '전용 사료(주식/간식)'를 준다는 의견이 92.3%로 높게 나타남.

- 강원권 거주자는 모든 응답자가 '전용사료' 급식을 한다고 응답했고, 대경권은 '사람 음식을 준다'는 응답이 12.2%로 상대적으로 높은 수준
- 연령별로 40대에서 '전용사료' 급식률이 88.1%로 상대적으로 낮았으며, 30대에서 '사람 음식을 준다'는 응답이 상대적으로 높은 수준

〈그림 5-57〉 반려동물 급여 방법(중복응답)

단위: %



주: 반려동물을 키우는 가구 대상임.

〈표 5-66〉 반려동물 급여 방법(중복응답)

단위: 명, %

구분		사례수	전용사료를 준다	재료를 구입하여 직접 만들어준다	사람 음식을 준다	기타
전체		494	92.3	15.8	9.1	0.2
권역	수도권	238	93.7	18.1	9.2	0.0
	충청권	68	92.6	20.6	7.4	1.5
	호남권	55	89.1	12.7	9.1	0.0
	대경권	49	93.9	10.2	12.2	0.0
	동남권	67	86.6	13.4	9.0	0.0
	강원권	17	100.0	0.0	5.9	0.0
가구원 수	1인	65	90.8	16.9	10.8	0.0
	2인	93	92.5	17.2	9.7	0.0
	3인	138	94.2	13.0	5.8	0.7
	4인 이상	198	91.4	16.7	10.6	0.0
성별	남성	225	92.0	14.7	9.3	0.4
	여성	269	92.6	16.7	8.9	0.0
연령	20대	98	94.9	20.4	9.2	0.0
	30대	87	95.4	16.1	14.9	0.0
	40대	126	88.1	15.1	8.7	0.8
	50대	69	92.8	18.8	5.8	0.0
	60대 이상	114	92.1	10.5	7.0	0.0
학력	고졸 이하	88	96.6	6.8	5.7	0.0
	대졸	327	91.4	16.8	10.1	0.3
	대학원졸	39	89.7	23.1	7.7	0.0

(계속)

구분		사례수	전용사료를 준다	재료를 구입하여 직접 만들어준다	사람 음식을 준다	기타
직업	관리/전문/사무직	256	94.1	14.8	11.3	0.0
	서비스/판매직	55	85.5	23.6	5.5	0.0
	기계/농림어업/단순노무	59	86.4	16.9	8.5	1.7
	주부	50	94.0	10.0	4.0	0.0
	학생	40	92.5	20.0	10.0	0.0
	기타	34	97.1	11.8	5.9	0.0
가구 소득	200만원 미만	32	93.8	12.5	9.4	0.0
	200~400만원 미만	139	89.9	16.5	7.2	0.0
	400~600만원 미만	138	92.8	16.7	13.8	0.0
	600만원 이상	185	93.5	15.1	7.0	0.5

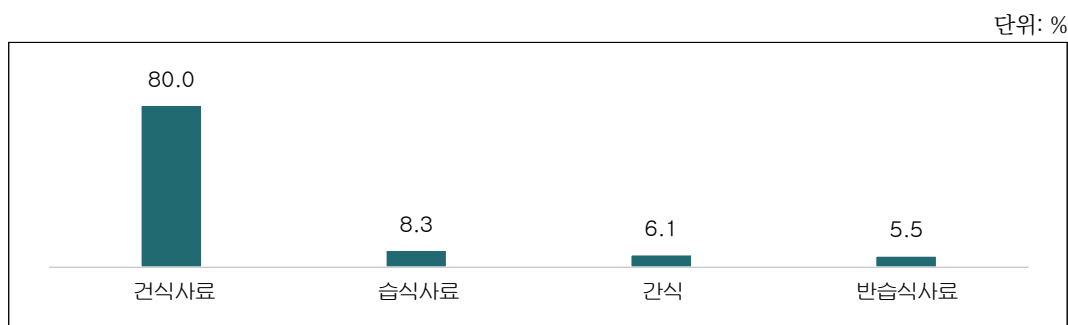
주: 반려동물을 키우는 자 대상임.

2.42. 펫푸드(전용 사료) 주 구입 종류

○ 펫푸드(전용 사료) 주 구입 종류는 '건식사료'가 80.0%로 높고, '습식사료'가 8.3%, '간식'이 6.1%로 나타남.

- 권역별로 충청권에서 '습식사료'의 비율이 15.9% 상대적으로 높은 수준
- 가구소득 200만 원 미만에서 '건식사료' 구입 비율이 비교적 낮은 반면, '간식' 구입은 상대적으로 높은 특징

〈그림 5-58〉 펫푸드(전용 사료) 주 구입 종류



주: 반려동물을 키우는 자 대상임.

〈표 5-67〉 펫푸드(전용 사료) 주 구입 종류

단위: 명, %

구분		사례수	건식사료	습식사료	간식	반습식사료
전체		456	80.0	8.3	6.1	5.5
권역	수도권	223	80.3	8.1	5.8	5.8
	충청권	63	77.8	15.9	3.2	3.2
	호남권	49	81.6	6.1	4.1	8.2
	대경권	46	82.6	6.5	8.7	2.2
	동남권	58	79.3	6.9	8.6	5.2
	강원권	17	76.5	0.0	11.8	11.8
가구원 수	1인	59	83.1	8.5	0.0	8.5
	2인	86	77.9	10.5	5.8	5.8
	3인	130	79.2	9.2	6.2	5.4
	4인 이상	181	80.7	6.6	8.3	4.4
성별	남성	207	80.7	8.7	4.8	5.8
	여성	249	79.5	8.0	7.2	5.2
연령	20대	93	76.3	8.6	8.6	6.5
	30대	83	85.5	4.8	4.8	4.8
	40대	111	81.1	9.9	2.7	6.3
	50대	64	78.1	6.3	10.9	4.7
	60대 이상	105	79.0	10.5	5.7	4.8
학력	고졸 이하	85	81.2	4.7	8.2	5.9
	대졸	299	79.6	9.7	5.4	5.4
	대학원졸	35	82.9	5.7	5.7	5.7
직업	관리/전문/사무직	241	82.2	9.1	3.7	5.0
	서비스/판매직	47	83.0	10.6	6.4	0.0
	기계/농림어업/단순노무	51	78.4	3.9	11.8	5.9
	주부	47	68.1	8.5	12.8	10.6
	학생	37	78.4	8.1	8.1	5.4
	기타	33	81.8	6.1	3.0	9.1
가구 소득	200만원 미만	30	63.3	10.0	16.7	10.0
	200~400만원 미만	125	82.4	8.0	4.8	4.8
	400~600만원 미만	128	83.6	4.7	7.8	3.9
	600만원 이상	173	78.6	11.0	4.0	6.4

주: 반려동물을 키우는 자 대상임.

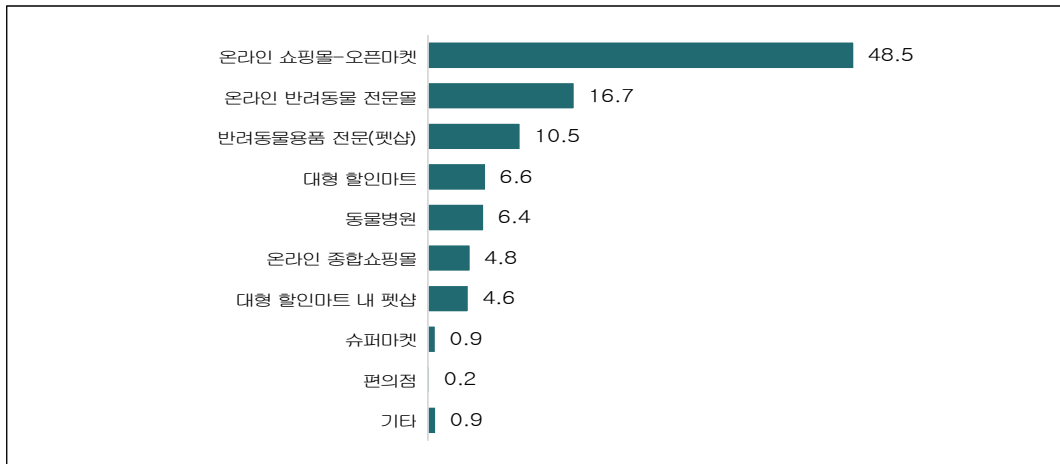
2.43. 펫푸드(사료/간식) 주 구입처

○ 펫푸드(사료/간식) 주 구입처로 ‘온라인 쇼핑몰/오픈마켓’ 이용률이 48.5%로 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 ‘온라인 반려동물 전문몰’(16.7%), ‘반려동물용품 전문(펫샵)’(10.5%), ‘대형 할인마트’(6.6%) 등의 순으로 나타남.

- 연령별로 보았을 때, 40대 이상에서 '오픈마켓' 이용률이 다른 연령대보다 높았으며, 20대는 '반려동물용품 전문(펫샵)'의 이용이 상대적으로 높은 특징

〈그림 5-59〉 펫푸드(사료/간식) 주 구입처

단위: %



주: 반려동물을 키우는 자 대상임.

〈표 5-68〉 펫푸드(사료/간식) 주 구입처

단위: 명, %

구분	사례수	온라인 쇼핑몰-오픈 마켓	온라인 반려 동물 전문몰	반려 동물 용품 전문 (펫샵)	대형 할인 마트	동물 병원	온라인 종합 쇼핑몰	대형 할인 마트 내 펫샵	슈퍼 마켓	편의점	기타
전체	456	48.5	16.7	10.5	6.6	6.4	4.8	4.6	0.9	0.2	0.4
권역	수도권	223	46.6	21.1	10.8	5.4	5.8	5.4	3.1	0.9	0.0
	충청권	63	52.4	19.0	7.9	6.3	3.2	4.8	6.3	0.0	0.0
	호남권	49	42.9	12.2	12.2	12.2	12.2	0.0	6.1	2.0	0.0
	대경권	46	50.0	4.3	13.0	6.5	8.7	8.7	4.3	2.2	0.0
	동남권	58	55.2	12.1	6.9	6.9	5.2	5.2	6.9	0.0	1.7
	강원권	17	47.1	11.8	17.6	5.9	5.9	0.0	5.9	0.0	0.0
가구원 수	1인	59	45.8	15.3	6.8	8.5	8.5	6.8	6.8	1.7	0.0
	2인	86	54.7	20.9	4.7	3.5	7.0	3.5	3.5	1.2	0.0
	3인	130	46.2	15.4	11.5	7.7	6.9	6.2	4.6	1.5	0.0
	4인 이상	181	48.1	16.0	13.8	6.6	5.0	3.9	4.4	0.0	0.6
성별	남성	207	49.3	12.6	11.1	8.2	3.9	6.3	6.3	1.0	0.5
	여성	249	47.8	20.1	10.0	5.2	8.4	3.6	3.2	0.8	0.0

(계속)

구분		사례수	온라인 쇼핑몰 -오픈 마켓	온라인 반려 동물 전문몰	반려 동물 용품 전문 (펫샵)	대형 할인 마트	동물 병원	온라인 종합 쇼핑몰	대형 할인 마트 내 펫샵	수퍼 마켓	편의점	기타
연령	20대	93	34.4	16.1	18.3	8.6	8.6	5.4	5.4	1.1	0.0	0.0
	30대	83	48.2	24.1	7.2	6.0	8.4	0.0	6.0	0.0	0.0	0.0
	40대	111	54.1	15.3	7.2	7.2	6.3	7.2	1.8	0.9	0.0	0.0
	50대	64	51.6	10.9	9.4	6.3	4.7	6.3	9.4	0.0	0.0	1.6
	60대 이상	105	53.3	16.2	10.5	4.8	3.8	4.8	2.9	1.9	1.0	1.0
학력	고졸 이하	85	51.8	16.5	8.2	7.1	5.9	4.7	3.5	1.2	0.0	1.2
	대졸	299	49.5	15.7	10.0	7.0	6.0	4.7	5.4	0.7	0.3	0.3
	대학원졸	35	48.6	20.0	11.4	5.7	5.7	5.7	0.0	2.9	0.0	0.0
직업	관리/전문/사무직	241	51.9	16.2	10.4	6.2	6.2	5.8	1.7	0.8	0.4	0.0
	서비스/판매직	47	46.8	21.3	10.6	4.3	6.4	4.3	6.4	0.0	0.0	0.0
	기계/농림어업/단순노무	51	47.1	13.7	3.9	9.8	5.9	5.9	13.7	0.0	0.0	0.0
	주부	47	46.8	17.0	14.9	10.6	6.4	0.0	2.1	2.1	0.0	0.0
	학생	37	32.4	21.6	18.9	2.7	10.8	5.4	5.4	0.0	0.0	0.0
	기타	33	48.5	12.1	6.1	6.1	3.0	3.0	12.1	3.0	0.0	6.1
가구 소득	200만원 미만	30	46.7	10.0	16.7	6.7	3.3	3.3	10.0	0.0	0.0	0.0
	200~400만원 미만	125	46.4	16.0	4.8	8.0	10.4	3.2	9.6	1.6	0.0	0.0
	400~600만원 미만	128	50.0	13.3	13.3	4.7	7.8	6.3	3.1	0.8	0.0	0.8
	600만원 이상	173	49.1	20.8	11.6	6.9	2.9	5.2	1.2	0.6	0.6	1.2

주: 반려동물을 키우는 자 대상임.

2.44. 펫푸드(사료/간식) 원산지

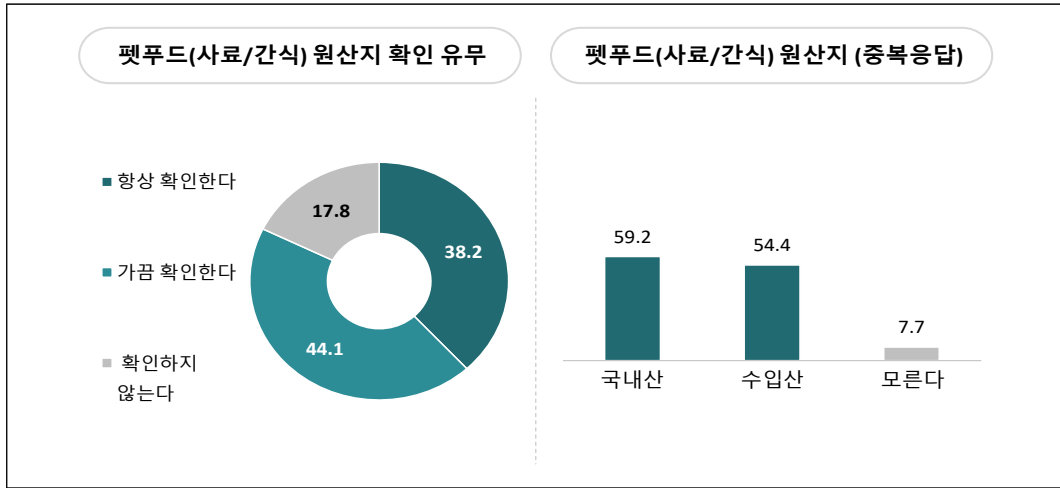
○ 펫푸드(사료/간식) 구입 시 원산지 확인 유무에 대해 44.1%가 ‘가끔 확인한다’고 응답했고, 38.2%는 ‘항상 확인한다’, 17.8%는 ‘확인하지 않는다’고 응답함.

○ 펫푸드(사료/간식) 원산지를 확인할 경우 국내산이 59.2%, 수입산이 54.4%로 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 강원권 거주자의 ‘국내산’ 이용률이 높으며, 충청권의 ‘국내산’ 이용률이 가장 낮은 특징
- 성별로 남성은 ‘국내산’, 여성은 ‘수입산’의 비중이 더 높은 특징
- 연령별로 60대 이상에서 ‘국내산’ 이용 비율이 상대적으로 높은 특징

〈그림 5-60〉 펫푸드(사료/간식) 원산지

단위: %



주: 반려동물을 키우는 자 대상임.

〈표 5-69〉 펫푸드(사료/간식) 원산지 확인 유무

단위: 명, %

구분		사례수	항상 확인한다	가끔 확인한다	확인하지 않는다
전체		456	38.2	44.1	17.8
지역	수도권	223	37.2	45.7	17.0
	충청권	63	44.4	42.9	12.7
	호남권	49	44.9	40.8	14.3
	대경권	46	32.6	39.1	28.3
	동남권	58	31.0	48.3	20.7
	강원권	17	47.1	35.3	17.6
가구원 수	1인	59	35.6	40.7	23.7
	2인	86	46.5	39.5	14.0
	3인	130	33.8	47.7	18.5
	4인 이상	181	38.1	44.8	17.1
성별	남성	207	36.7	45.4	17.9
	여성	249	39.4	43.0	17.7
연령	20대	93	32.3	44.1	23.7
	30대	83	34.9	41.0	24.1
	40대	111	38.7	45.9	15.3
	50대	64	43.8	40.6	15.6
	60대 이상	105	41.9	46.7	11.4
학력	고졸 이하	85	41.2	48.2	10.6
	대졸	299	36.1	44.1	19.7
	대학원졸	35	54.3	34.3	11.4

(계속)

구분		사례수	항상 확인한다	가끔 확인한다	확인하지 않는다
직업	관리/전문/사무직	241	39.4	43.6	17.0
	서비스/판매직	47	36.2	57.4	6.4
	기계/농림어업/단순노무	51	31.4	49.0	19.6
	주부	47	46.8	31.9	21.3
	학생	37	32.4	43.2	24.3
	기타	33	36.4	39.4	24.2
가구 소득	200만원 미만	30	26.7	53.3	20.0
	200~400만원 미만	125	39.2	36.8	24.0
	400~600만원 미만	128	39.1	45.3	15.6
	600만원 이상	173	38.7	46.8	14.5

주: 반려동물을 키우는 자 대상임.

〈표 5-70〉 펫푸드(사료/간식) 원산지

단위: 명, %

구분		사례수	국내산	수입산	모른다
전체		375	59.2	54.4	7.7
권역	수도권	185	59.5	59.5	8.1
	충청권	55	45.5	49.1	16.4
	호남권	42	61.9	42.9	7.1
	대경권	33	60.6	63.6	3.0
	동남권	46	63.0	54.3	2.2
	강원권	14	85.7	21.4	0.0
가구원 수	1인	45	51.1	60.0	8.9
	2인	74	56.8	56.8	5.4
	3인	106	66.0	51.9	5.7
	4인 이상	150	58.0	53.3	10.0
성별	남성	170	63.5	48.2	8.2
	여성	205	55.6	59.5	7.3
연령	20대	71	50.7	56.3	19.7
	30대	63	50.8	66.7	4.8
	40대	94	61.7	59.6	1.1
	50대	54	59.3	50.0	5.6
	60대 이상	93	68.8	41.9	8.6
학력	고졸 이하	76	60.5	52.6	5.3
	대졸	240	61.3	53.8	6.7
	대학원졸	31	61.3	61.3	3.2
직업	관리/전문/사무직	200	55.0	58.5	7.5
	서비스/판매직	44	77.3	56.8	0.0
	기계/농림어업/단순노무	41	56.1	46.3	7.3
	주부	37	70.3	45.9	2.7
	학생	28	35.7	57.1	28.6
	기타	25	76.0	40.0	8.0

(계속)

구분		사례수	국내산	수입산	모른다
가구 소득	200만원 미만	24	62.5	58.3	0.0
	200~400만원 미만	95	52.6	52.6	8.4
	400~600만원 미만	108	63.0	49.1	11.1
	600만원 이상	148	60.1	58.8	6.1

주: 반려동물을 키우는 자 대상임.

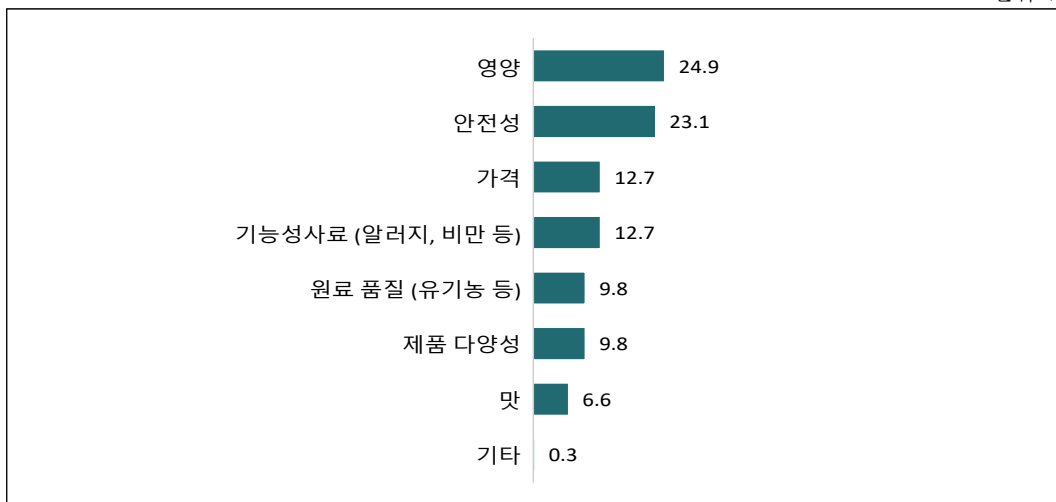
2.45. 수입산 펫푸드 주 이용 이유

○ 수입산 펫푸드를 주로 이용하는 이유는 ‘영양’이 24.9%로 가장 높았으며, ‘안전성’ 23.1%, ‘가격’과 ‘기능성 사료’가 12.7% 등의 순으로 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 수도권과 강원권 거주자는 ‘영양’에 대한 이유가 가장 높게 나타났고, 호남권과 동남권에서 ‘안전성’에 대한 이유가 높은 특징
- 가구소득별로 보았을 때, 200만 원 미만인 경우 ‘가격’이 33.3%로 평균 대비 2배 이상의 비율로 높은 수준

〈그림 5-61〉 수입산 펫푸드 주 이용 이유

단위: %



주: 반려동물을 키우는 자 대상임.

〈표 5-71〉 수입산 펫푸드 주 이용 이유

단위: 명, %

구분		사례수	영양	안전성	가격	기능성 사료	원료 품질	제품 다양성	맛	기타
전체		346	24.9	23.1	12.7	12.7	9.8	9.8	6.6	0.3
권역	수도권	170	26.5	22.4	12.9	13.5	8.8	9.4	6.5	0.0
	충청권	46	26.1	26.1	19.6	8.7	4.3	10.9	4.3	0.0
	호남권	39	20.5	23.1	2.6	15.4	15.4	12.8	10.3	0.0
	대경권	32	21.9	21.9	9.4	9.4	18.8	9.4	6.3	3.1
	동남권	45	22.2	24.4	20.0	15.6	6.7	4.4	6.7	0.0
	강원권	14	28.6	21.4	0.0	7.1	14.3	21.4	7.1	0.0
가구원 수	1인	41	26.8	14.6	22.0	14.6	12.2	7.3	0.0	2.4
	2인	70	27.1	25.7	5.7	20.0	11.4	7.1	2.9	0.0
	3인	100	23.0	24.0	13.0	11.0	9.0	9.0	11.0	0.0
	4인 이상	135	24.4	23.7	13.3	9.6	8.9	12.6	7.4	0.0
성별	남성	156	25.0	25.6	17.3	6.4	11.5	7.1	7.1	0.0
	여성	190	24.7	21.1	8.9	17.9	8.4	12.1	6.3	0.5
연령	20대	57	24.6	19.3	17.5	10.5	7.0	14.0	7.0	0.0
	30대	60	30.0	18.3	5.0	16.7	11.7	10.0	8.3	0.0
	40대	93	20.4	23.7	15.1	12.9	10.8	9.7	6.5	1.1
	50대	51	27.5	23.5	9.8	19.6	7.8	9.8	2.0	0.0
	60대 이상	85	24.7	28.2	14.1	7.1	10.6	7.1	8.2	0.0
학력	고졸 이하	72	25.0	15.3	20.8	16.7	5.6	6.9	9.7	0.0
	대졸	224	24.1	26.3	9.4	12.1	11.2	9.8	6.7	0.4
	대학원졸	30	33.3	20.0	20.0	10.0	6.7	10.0	0.0	0.0
직업	관리/전문/사무직	185	23.2	23.8	13.0	13.5	9.2	10.8	6.5	0.0
	서비스/판매직	44	25.0	20.5	13.6	11.4	15.9	6.8	4.5	2.3
	기계/농림어업/단순노무	38	28.9	13.2	18.4	5.3	13.2	7.9	13.2	0.0
	주부	36	25.0	25.0	2.8	25.0	5.6	8.3	8.3	0.0
	학생	20	20.0	20.0	10.0	10.0	15.0	20.0	5.0	0.0
	기타	23	34.8	39.1	17.4	4.3	0.0	4.3	0.0	0.0
가구 소득	200만원 미만	24	16.7	20.8	33.3	16.7	0.0	4.2	8.3	0.0
	200~400만원 미만	87	29.9	18.4	11.5	17.2	11.5	6.9	3.4	1.1
	400~600만원 미만	96	19.8	20.8	9.4	12.5	12.5	14.6	10.4	0.0
	600만원 이상	139	26.6	28.1	12.2	9.4	8.6	9.4	5.8	0.0

주: 반려동물을 키우는 자 대상임.

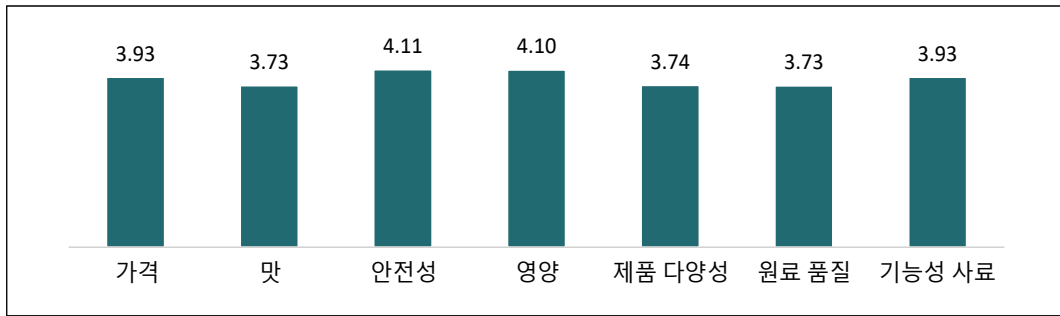
2.46. 펫푸드 구입 시 요소별 중요도

○ 펫푸드 구입시 요소별 중요도는 ‘안전성’이 4.11점으로 가장 높고, ‘영양’이 4.10점, ‘가격’과 ‘기능성 사료’가 3.93점 순으로 높게 나타남.

- 권역별로 호남권과 대경권에서 '안전성'이 가장 높게 나타났고, 충청권과 강원권에서 '영양'이 가장 높은 특징

〈그림 5-62〉 펫푸드 구입 시 요소별 중요도

단위: 점/5점



주: '전혀 중요하지 않다' 응답을 1점~'매우 중요하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-72〉 펫푸드 구입 시 요소별 중요도

단위: 명, 점/5점

구분		사례수	가격	맛	안전성	영양	제품 다양성	원료 품질	기능성 사료
전체		2000	3.93	3.73	4.11	4.10	3.74	3.73	3.93
권역	수도권	1017	3.93	3.74	4.11	4.11	3.75	3.74	3.95
	충청권	211	3.96	3.75	4.17	4.19	3.77	3.82	3.99
	호남권	214	3.98	3.79	4.16	4.09	3.74	3.70	3.97
	대경권	194	3.77	3.62	4.02	3.94	3.63	3.68	3.81
	동남권	305	3.90	3.73	4.04	4.04	3.71	3.64	3.83
	강원권	59	4.15	3.80	4.22	4.25	3.90	3.88	4.10
가구원 수	1인	300	3.98	3.73	4.14	4.10	3.77	3.78	3.98
	2인	380	3.93	3.81	4.12	4.14	3.79	3.79	3.96
	3인	537	3.84	3.68	4.04	4.03	3.66	3.66	3.86
	4인 이상	783	3.96	3.74	4.13	4.11	3.75	3.73	3.94
성별	남성	1013	3.86	3.55	3.95	3.92	3.58	3.53	3.71
	여성	987	3.99	3.92	4.26	4.27	3.90	3.94	4.15
연령	20대	313	4.06	3.85	4.34	4.36	3.83	3.92	4.14
	30대	411	3.94	3.68	4.14	4.10	3.73	3.73	3.97
	40대	522	3.86	3.69	3.99	4.01	3.71	3.66	3.88
	50대	324	3.94	3.70	4.04	4.02	3.75	3.69	3.85
	60대 이상	430	3.88	3.78	4.10	4.05	3.69	3.69	3.85
학력	고졸 이하	348	3.85	3.78	4.12	4.14	3.75	3.78	3.96
	대졸	1312	3.94	3.73	4.08	4.07	3.75	3.71	3.91
	대학원졸	201	3.88	3.64	4.03	4.03	3.63	3.65	3.84

(계속)

구분		사례수	가격	맛	안전성	영양	제품 다양성	원료 품질	기능성 사료
직업	관리/전문/사무직	1076	3.93	3.71	4.09	4.07	3.74	3.72	3.93
	서비스/판매직	203	3.94	3.73	4.09	4.12	3.74	3.69	3.88
	기계/농림어업/단순노무	206	3.82	3.67	3.90	3.95	3.64	3.55	3.78
	주부	230	3.95	3.96	4.20	4.19	3.89	3.90	4.06
	학생	139	4.04	3.80	4.36	4.33	3.73	3.86	4.10
	기타	146	3.87	3.61	4.14	4.05	3.59	3.71	3.84
가구소득	200만원 미만	188	4.01	3.77	4.12	4.06	3.70	3.73	3.94
	200~400만원 미만	561	3.90	3.73	4.10	4.09	3.75	3.75	3.93
	400~600만원 미만	567	3.94	3.75	4.11	4.10	3.74	3.73	3.92
	600만원 이상	684	3.92	3.71	4.11	4.11	3.73	3.71	3.93

주: '전혀 중요하지 않다' 응답을 1점~'매우 중요하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

3. 가공식품의 안전성

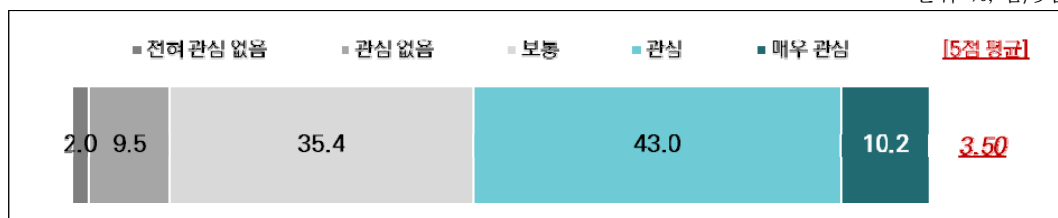
3.1. 가공식품 안전성 문제 관심도

○ 가공식품의 안전성 문제에 대해 '관심이 있는 편'이라는 의견이 43.0%, '보통'이라는 의견이 35.4%로 나타남.

- 동남권이 3.56점으로 가장 높고, 대경권이 3.46점으로 가장 낮은 수준
- 50대에서 3.71점으로 상대적으로 높게 나타났으며, 20대에서 가장 낮은 3.20점

〈그림 5-63〉 가공식품 안전성 문제 관심도

단위: %, 점/5점



주: '전혀 관심없다' 응답을 1점~'매우 관심있다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-73〉 가공식품 안전성 문제 관심도

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	전혀 관심없다	관심없는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	관심있는 편이다	매우 관심있다	평균(점)
전체		2000	2.0	9.5	35.4	43.0	10.2	3.50
권역	수도권	1017	2.5	10.2	34.6	42.6	10.1	3.48
	충청권	211	1.4	7.1	36.0	45.5	10.0	3.55
	호남권	214	0.9	7.5	40.7	42.1	8.9	3.50
	대경권	194	2.1	10.3	36.6	41.8	9.3	3.46
	동남권	305	1.3	9.8	32.8	43.9	12.1	3.56
	강원권	59	3.4	6.8	37.3	44.1	8.5	3.47
가구원 수	1인	300	2.3	10.3	38.7	38.7	10.0	3.44
	2인	380	1.1	6.3	32.1	46.1	14.5	3.67
	3인	537	2.4	10.8	35.8	41.3	9.7	3.45
	4인 이상	783	2.0	9.7	35.5	44.3	8.4	3.47
성별	남성	1013	2.6	9.1	36.7	42.3	9.4	3.47
	여성	987	1.4	9.8	34.0	43.8	10.9	3.53
연령	20대	313	3.5	16.6	40.9	33.9	5.1	3.20
	30대	411	2.4	16.5	40.1	34.1	6.8	3.26
	40대	522	1.9	8.4	38.9	42.7	8.0	3.47
	50대	324	1.2	3.1	33.0	48.8	13.9	3.71
	60대 이상	430	1.2	3.5	24.4	54.2	16.7	3.82
학력	고졸 이하	348	2.6	8.6	41.1	37.4	10.3	3.44
	대졸	1312	1.8	9.3	34.5	44.4	10.0	3.51
	대학원졸	201	1.5	5.5	28.9	48.3	15.9	3.72
직업	관리/전문/사무직	1076	2.0	9.0	36.3	43.7	8.9	3.48
	서비스/판매직	203	3.0	10.8	34.5	38.9	12.8	3.48
	기계/농림어업/단순노무	206	1.9	8.7	37.4	41.3	10.7	3.50
	주부	230	0.9	7.0	28.3	48.7	15.2	3.70
	학생	139	2.9	18.7	39.6	36.0	2.9	3.17
	기타	146	1.4	6.8	34.2	43.8	13.7	3.62
가구 소득	200만원 미만	188	3.2	9.0	36.2	39.9	11.7	3.48
	200~400만원 미만	561	1.6	12.1	36.0	41.5	8.7	3.44
	400~600만원 미만	567	1.9	8.3	36.3	43.9	9.5	3.51
	600만원 이상	684	2.0	8.3	33.9	44.3	11.4	3.55

주: '전혀 관심없다' 응답을 1점~'매우 관심있다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

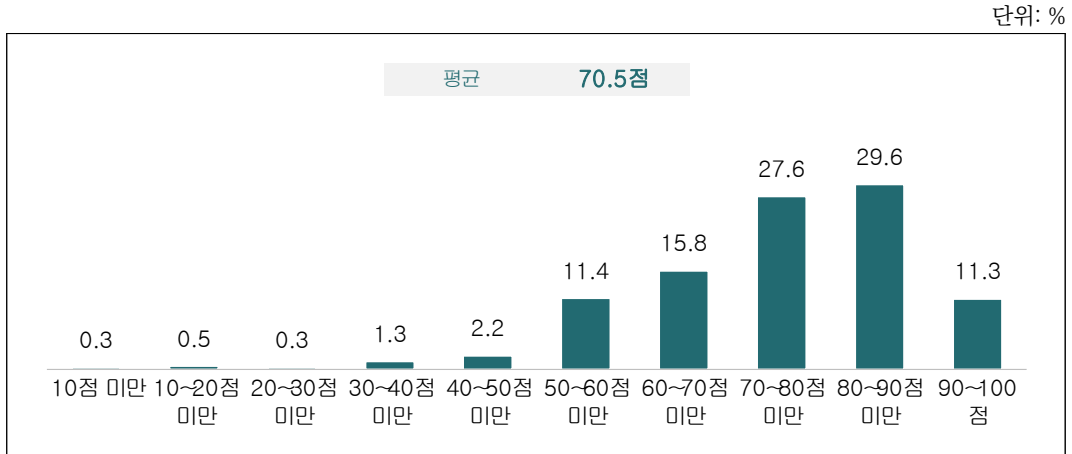
3.2. 식품 안전성 체감 정도

○ 식품 안전성을 체감하는 정도는 전체 평균 70.46점으로 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 수도권이 71.25점으로 가장 높고, 그다음으로 동남권이 70.39 점, 호남권이 70.30점의 순으로 나타남. 대경권이 68.41점으로 가장 낮은 수준

- 연령별로 50대 이상에서 72점 이상으로 높았으며, 30대인 경우 비교적 낮은 66.16점

〈그림 5-64〉 식품 안전성 체감 정도(100점 만점 기준)



〈표 5-74〉 식품 안전성 체감 정도(100점 만점 기준)

단위: 명, %

구분	사례수	10점 미만	10~20점	20~30점	30~40점	40~50점	50~60점	60~70점	70~80점	80~90점	90~100점	평균	
전체	2000	0.3	0.5	0.3	1.3	2.2	11.4	15.8	27.6	29.6	11.3	70.46	
지역	수도권	1017	0.1	0.5	0.1	1.4	2.4	10.1	15.4	27.1	30.1	12.8	71.25
	충청권	211	0.5	0.5	1.4	0.9	1.9	12.8	15.2	28.4	30.3	8.1	69.04
	호남권	214	0.0	0.0	0.0	1.4	1.4	13.1	18.2	27.6	26.6	11.7	70.30
	대경권	194	1.0	1.5	1.0	1.5	1.5	9.3	20.6	25.3	28.9	9.3	68.41
	동남권	305	0.7	0.3	0.0	0.3	3.0	14.1	12.5	28.2	31.1	9.8	70.39
	강원권	59	0.0	0.0	0.0	3.4	0.0	13.6	15.3	37.3	22.0	8.5	69.47
가구원 수	1인	300	0.7	0.3	0.7	0.7	5.0	13.3	17.0	23.0	28.7	10.7	68.67
	2인	380	0.3	0.8	0.5	0.8	1.3	11.8	15.3	26.8	27.4	15.0	71.17
	3인	537	0.4	0.6	0.4	1.9	1.9	10.4	18.6	31.3	25.7	8.9	69.09
	4인 이상	783	0.1	0.4	0.0	1.3	1.7	11.0	13.5	27.2	33.6	11.2	71.74
성별	남성	1013	0.1	0.6	0.0	1.2	1.8	9.9	13.5	26.5	34.1	12.4	72.21
	여성	987	0.5	0.4	0.6	1.3	2.5	12.9	18.0	28.8	24.9	10.0	68.66
연령	20대	313	0.0	0.0	0.6	1.3	3.5	7.0	15.3	29.7	31.0	11.5	71.88
	30대	411	0.7	1.5	0.7	2.7	3.2	17.5	15.8	26.5	22.1	9.2	66.16
	40대	522	0.2	0.8	0.0	1.3	1.7	13.2	14.2	27.4	30.8	10.3	70.21
	50대	324	0.0	0.0	0.3	0.6	1.2	7.1	17.9	29.0	31.5	12.3	72.50
	60대 이상	430	0.5	0.0	0.0	0.2	1.4	9.5	16.3	26.3	32.6	13.3	72.30

(계속)

구분		사례수	10점 미만	10~20점	20~30점	30~40점	40~50점	50~60점	60~70점	70~80점	80~90점	90~100점	평균
학력	고졸 이하	348	0.0	0.3	0.6	0.6	3.4	10.3	17.2	27.0	29.9	10.6	70.30
	대졸	1312	0.2	0.5	0.2	1.2	1.9	12.1	16.9	27.5	28.4	11.1	70.24
	대학원졸	201	1.5	1.5	0.5	3.0	1.5	10.4	9.5	25.9	32.8	13.4	70.04
직업	관리/전문/사무직	1076	0.5	0.7	0.3	1.6	2.4	11.7	15.2	27.5	29.1	11.1	69.95
	서비스/판매직	203	0.0	0.0	0.0	1.0	3.0	15.8	15.8	19.2	31.5	13.8	70.77
	기계/농림어업/단순노무	206	0.0	0.5	0.0	1.5	1.9	11.7	17.0	26.2	30.6	10.7	70.49
	주부	230	0.0	0.4	0.9	0.9	1.3	9.1	19.6	30.9	27.0	10.0	70.12
	학생	139	0.0	0.0	0.7	0.7	2.2	7.9	10.1	32.4	34.5	11.5	73.49
	기타	146	0.7	0.7	0.0	0.0	0.7	8.9	17.1	32.2	28.1	11.6	71.40
	가구 소득	200만원 미만	188	1.1	0.5	0.5	0.0	2.7	13.3	18.1	26.6	26.6	10.6
200~400만원 미만	561	0.2	0.4	0.4	1.2	3.0	13.4	15.3	25.3	29.4	11.4	69.93	
400~600만원 미만	567	0.2	0.5	0.2	1.9	1.8	11.1	14.8	29.5	30.9	9.2	70.38	
600만원 이상	684	0.3	0.6	0.3	1.0	1.6	9.4	16.2	28.2	29.4	13.0	71.37	

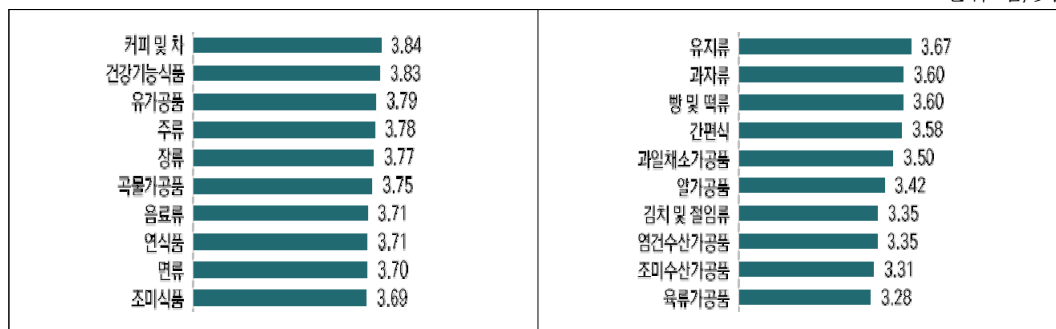
3.3. 가공식품 종류별 안전성 평가

○ 가공식품 종류별 안전성 평가는 ‘커피 및 차’가 3.84점으로 가장 높았으며, ‘건강기능식품’이 3.83점, ‘유가공품’이 3.79점, ‘주류’ 3.78점 순으로 높게 나타남. 반면, ‘육류가공품’과 ‘조미수산가공품’, ‘염건수산가공품’, ‘김치 및 절임류’, ‘알가공품’에서 3.5점 미만으로 상대적으로 낮음.

- 대체로 고소득 가구에서 안전성에 대해 긍정적으로 평가

〈그림 5-65〉 가공식품 종류별 안전성 평가

단위: 점/5점



주: ‘매우 안전하지 않음’ 응답을 1점~‘매우 안전함’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-75〉 가공식품 종류별 안전성 평가 [1/2]

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	육류 가공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유가공품	
전체	2000	3.28	3.42	3.31	3.35	3.35	3.50	3.77	3.69	3.67	3.79	
권역	수도권	1017	3.29	3.43	3.31	3.34	3.37	3.54	3.80	3.74	3.75	3.82
	충청권	211	3.33	3.41	3.37	3.39	3.36	3.50	3.72	3.68	3.57	3.76
	호남권	214	3.22	3.48	3.30	3.40	3.42	3.42	3.78	3.67	3.62	3.77
	대경권	194	3.20	3.34	3.26	3.33	3.25	3.42	3.64	3.61	3.53	3.70
	동남권	305	3.30	3.41	3.32	3.32	3.31	3.50	3.76	3.65	3.65	3.77
	강원권	59	3.35	3.39	3.29	3.24	3.21	3.47	3.66	3.50	3.46	3.76
가구원 수	1인	300	3.11	3.30	3.16	3.27	3.23	3.44	3.65	3.63	3.52	3.69
	2인	380	3.26	3.42	3.31	3.35	3.37	3.50	3.77	3.66	3.62	3.76
	3인	537	3.28	3.39	3.27	3.28	3.36	3.46	3.72	3.65	3.68	3.78
	4인 이상	783	3.35	3.49	3.40	3.42	3.38	3.55	3.84	3.76	3.75	3.84
성별	남성	1013	3.46	3.52	3.43	3.45	3.41	3.59	3.80	3.74	3.72	3.84
	여성	987	3.09	3.32	3.19	3.24	3.29	3.41	3.73	3.64	3.62	3.73
연령	20대	313	3.32	3.63	3.35	3.45	3.57	3.64	3.92	3.89	3.86	3.79
	30대	411	3.18	3.32	3.20	3.22	3.20	3.35	3.65	3.59	3.55	3.61
	40대	522	3.19	3.36	3.21	3.20	3.23	3.43	3.64	3.62	3.63	3.75
	50대	324	3.43	3.45	3.40	3.41	3.41	3.56	3.78	3.74	3.69	3.84
	60대 이상	430	3.34	3.41	3.45	3.52	3.43	3.59	3.90	3.70	3.68	3.96
학력	고졸 이하	348	3.27	3.41	3.37	3.39	3.41	3.53	3.80	3.68	3.64	3.75
	대졸	1312	3.26	3.40	3.28	3.30	3.31	3.48	3.74	3.68	3.66	3.79
	대학원졸	201	3.33	3.38	3.30	3.38	3.30	3.48	3.73	3.68	3.67	3.77
직업	관리/전문/사무직	1076	3.27	3.42	3.29	3.31	3.29	3.48	3.73	3.68	3.66	3.77
	서비스/판매직	203	3.23	3.35	3.23	3.33	3.34	3.44	3.73	3.72	3.62	3.77
	기계/농림어업/단순노무	206	3.34	3.44	3.42	3.39	3.41	3.54	3.76	3.67	3.63	3.77
	주부	230	3.14	3.27	3.28	3.23	3.31	3.49	3.80	3.64	3.69	3.89
	학생	139	3.42	3.71	3.52	3.64	3.70	3.70	3.98	3.92	3.88	3.86
	기타	146	3.41	3.44	3.33	3.46	3.43	3.56	3.86	3.68	3.67	3.73
가구 소득	200만원 미만	188	3.10	3.33	3.15	3.34	3.28	3.36	3.61	3.52	3.41	3.59
	200~400만원 미만	561	3.32	3.42	3.32	3.36	3.42	3.52	3.75	3.67	3.69	3.77
	400~600만원 미만	567	3.30	3.45	3.34	3.34	3.33	3.48	3.79	3.70	3.66	3.80
	600만원 이상	684	3.29	3.42	3.33	3.34	3.32	3.54	3.80	3.76	3.73	3.84

주: '매우 안전하지 않음' 응답을 1점~'매우 안전함' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-75〉 가공식품 종류별 안전성 평가 [2/2]

단위: 명, 점/5점

구분		사례수	빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 기능 식품
전체		2000	3.60	3.60	3.70	3.71	3.75	3.84	3.71	3.78	3.58	3.83
지역	수도권	1017	3.64	3.62	3.72	3.75	3.76	3.86	3.75	3.80	3.63	3.85
	충청권	211	3.56	3.60	3.70	3.72	3.79	3.84	3.76	3.78	3.60	3.85
	호남권	214	3.58	3.54	3.65	3.63	3.69	3.80	3.65	3.74	3.53	3.84
	대경권	194	3.42	3.53	3.59	3.58	3.66	3.73	3.50	3.64	3.44	3.68
	동남권	305	3.60	3.62	3.78	3.70	3.76	3.85	3.72	3.82	3.56	3.80
	강원권	59	3.57	3.60	3.69	3.66	3.72	3.81	3.66	3.75	3.56	3.80
가구원 수	1인	300	3.52	3.53	3.67	3.61	3.69	3.77	3.70	3.74	3.48	3.74
	2인	380	3.58	3.61	3.73	3.69	3.74	3.84	3.71	3.80	3.60	3.87
	3인	537	3.55	3.57	3.67	3.68	3.73	3.79	3.66	3.74	3.53	3.79
	4인 이상	783	3.66	3.63	3.73	3.77	3.79	3.89	3.74	3.80	3.66	3.86
성별	남성	1013	3.65	3.71	3.80	3.72	3.80	3.90	3.78	3.86	3.63	3.86
	여성	987	3.54	3.48	3.60	3.69	3.69	3.77	3.63	3.69	3.54	3.79
연령	20대	313	3.66	3.59	3.70	3.87	3.75	3.82	3.81	3.71	3.64	3.86
	30대	411	3.42	3.51	3.57	3.57	3.63	3.65	3.55	3.64	3.47	3.65
	40대	522	3.55	3.52	3.61	3.65	3.67	3.77	3.61	3.69	3.54	3.75
	50대	324	3.69	3.73	3.83	3.75	3.81	3.94	3.77	3.85	3.68	3.88
	60대 이상	430	3.69	3.69	3.85	3.75	3.90	4.02	3.85	4.01	3.64	4.02
학력	고졸 이하	348	3.57	3.60	3.78	3.70	3.74	3.85	3.72	3.81	3.54	3.83
	대졸	1312	3.59	3.58	3.67	3.69	3.74	3.82	3.68	3.76	3.59	3.81
	대학원졸	201	3.62	3.68	3.81	3.71	3.75	3.91	3.77	3.82	3.59	3.87
직업	관리/전문/사무직	1076	3.60	3.58	3.67	3.69	3.74	3.82	3.69	3.73	3.59	3.80
	서비스/판매직	203	3.52	3.64	3.77	3.69	3.64	3.81	3.76	3.77	3.61	3.78
	기계/농림어업/단순노무	206	3.57	3.65	3.74	3.63	3.74	3.83	3.66	3.85	3.52	3.76
	주부	230	3.62	3.54	3.74	3.80	3.79	3.90	3.70	3.83	3.59	3.95
	학생	139	3.63	3.66	3.74	3.90	3.81	3.84	3.88	3.79	3.64	3.91
	기타	146	3.58	3.63	3.76	3.61	3.80	3.88	3.71	3.91	3.56	3.90
가구 소득	200만원 미만	188	3.43	3.45	3.52	3.50	3.53	3.70	3.55	3.62	3.45	3.68
	200~400만원 미만	561	3.56	3.60	3.75	3.65	3.74	3.80	3.70	3.79	3.55	3.80
	400~600만원 미만	567	3.59	3.59	3.68	3.75	3.76	3.83	3.67	3.76	3.59	3.82
	600만원 이상	684	3.66	3.65	3.74	3.77	3.80	3.90	3.79	3.82	3.64	3.89

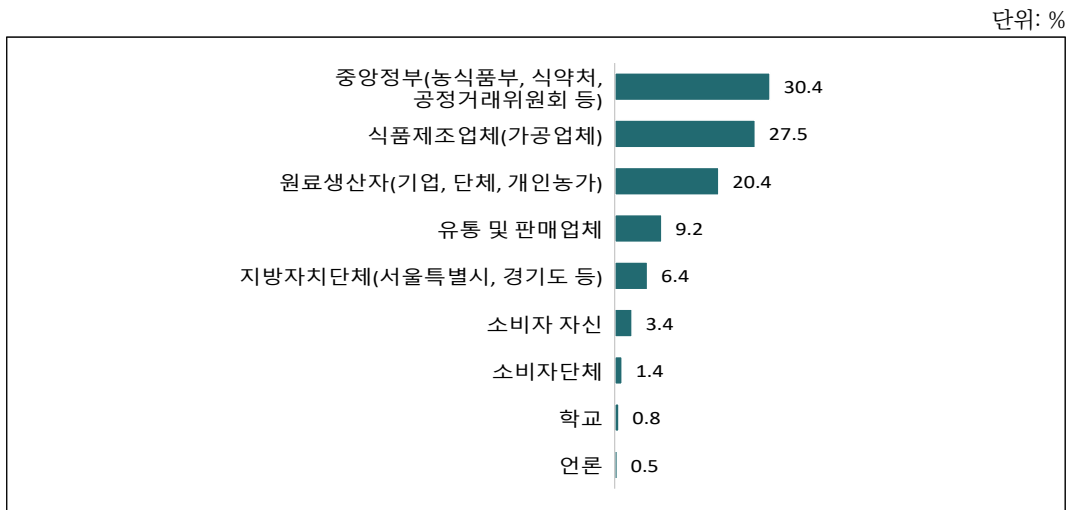
주: '매우 안전하지 않음' 응답을 1점~'매우 안전함' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

3.4. 가공식품 안전관리를 위한 주체별 중요도

○ 가공식품 안전관리를 위한 주체별 중요도는 '중앙정부'가 30.4%로 가장 높고 '식품 제조업체'가 27.5%, '원료 생산자'가 20.4% 순으로 나타남.

- 모든 응답자 특성에서 '중앙정부'의 중요도가 가장 높은 수준

〈그림 5-66〉 가공식품 안전관리를 위한 주체별 중요도(1+2+3 가중평균)



〈표 5-76〉 가공식품 안전관리를 위한 주체별 중요도(1+2+3 가중평균)

단위: %

구분	사례수	중앙 정부	식품 제조 업체	원료 생산자	유통 및 판매 업체	지방 자치 단체	소비자 자신	소비자 단체	학교	언론	
전체	2000	30.4	27.5	20.4	9.2	6.4	3.4	1.4	0.8	0.5	
권역	수도권	1017	29.8	27.1	20.8	8.7	7.4	3.7	1.3	0.8	0.5
	충청권	211	30.8	27.5	21.6	7.9	6.2	3.1	1.7	0.9	0.3
	호남권	214	29.1	28.0	21.2	10.0	5.8	2.6	2.3	0.9	0.1
	대경권	194	33.9	28.3	16.6	9.7	5.0	3.3	0.9	1.1	1.2
	동남권	305	29.3	29.0	19.8	10.9	5.2	3.2	1.1	0.8	0.7
	강원권	59	36.7	22.6	21.8	8.8	3.1	4.0	3.1	0.0	0.0
가구원 수	1인	300	31.8	26.7	20.1	8.8	4.8	3.6	2.3	1.4	0.5
	2인	380	31.1	28.8	20.0	8.4	5.8	3.4	1.5	0.4	0.7
	3인	537	29.2	28.0	20.5	9.5	6.8	3.6	1.3	0.7	0.4
	4인 이상	783	30.3	26.8	20.6	9.5	7.1	3.2	1.1	1.0	0.5

(계속)

구분		사례수	중앙 정부	식품 제조 업체	원료 생산자	유통 및 판매 업체	지방 자치 단체	소비자 자신	소비자 단체	학교	언론
성별	남성	1013	30.7	26.3	19.7	9.3	7.8	3.5	1.6	0.8	0.3
	여성	987	30.1	28.7	21.1	9.1	5.0	3.3	1.2	0.9	0.6
연령	20대	313	30.6	27.1	19.0	10.4	6.1	2.8	1.2	1.6	1.3
	30대	411	29.8	27.0	21.6	9.0	5.6	4.1	0.9	1.3	0.5
	40대	522	30.3	27.2	20.2	8.4	8.1	3.0	1.5	0.9	0.2
	50대	324	28.4	26.8	22.5	10.2	5.9	3.5	1.8	0.4	0.4
	60대 이상	430	32.2	29.0	18.8	8.6	5.8	3.4	1.7	0.1	0.3
	고졸 이하	348	31.0	27.4	20.0	10.6	4.2	3.8	1.6	0.7	0.7
학력	대졸	1312	29.9	27.4	20.5	9.1	6.8	3.6	1.4	0.8	0.4
	대학원졸	201	31.2	28.4	22.2	6.2	7.6	2.3	1.4	0.3	0.2
직업	관리/전문/사무직	1076	29.8	27.8	21.5	8.6	6.5	3.2	1.2	0.8	0.5
	서비스/판매직	203	30.4	25.9	17.5	10.7	7.1	4.5	1.6	1.6	0.7
	기계/농림어업/단순노무	206	30.7	24.5	19.3	10.4	7.9	4.0	2.5	0.5	0.2
	주부	230	31.5	28.6	22.0	8.9	3.5	3.7	1.4	0.3	0.1
	학생	139	32.3	26.9	17.6	10.6	6.4	1.9	1.1	2.2	1.2
	기타	146	30.4	30.1	17.6	8.8	7.4	3.2	1.4	0.5	0.7
가구 소득	200만원 미만	188	33.3	25.6	17.6	7.7	5.6	4.4	2.4	2.2	1.1
	200~400만원 미만	561	29.2	28.1	20.7	9.4	6.2	3.6	1.8	0.9	0.3
	400~600만원 미만	567	31.9	26.5	20.3	10.2	6.2	2.6	1.0	0.7	0.6
	600만원 이상	684	29.3	28.3	20.9	8.6	7.0	3.6	1.2	0.6	0.4

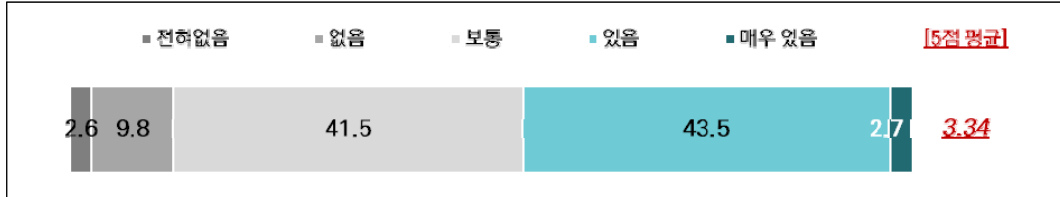
3.5. 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향

○ 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향이 있는지 질문한 결과, 과반에 가까운 46.2%가 지불 의향을 보임('있음' 43.5%, '매우 있음' 2.7%).

- 가구원 수별로 1인 가구에서 상대적으로 낮은 39.4%가 지불 의향 존재
- 성별로 보았을 때, 남성보다는 여성에서 높은 지불 의향 존재
- 가구소득별로 보았을 때, 소득이 높을수록 높은 지불 의향 가지는 경향

〈그림 5-67〉 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향

단위: %, 점/5점



주: '전혀 없음' 응답을 1점~'매우 있음' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-77〉 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	전혀 없음	없음	보통이다	있음	매우 있음	평균(점)
전체		2000	2.6	9.8	41.5	43.5	2.7	3.34
권역	수도권	1017	1.5	9.9	41.2	44.6	2.8	3.37
	충청권	211	3.3	7.6	43.1	43.6	2.4	3.34
	호남권	214	1.9	13.1	40.7	41.1	3.3	3.31
	대경권	194	6.2	6.2	46.9	40.2	0.5	3.23
	동남권	305	3.6	10.8	38.4	43.3	3.9	3.33
	강원권	59	3.4	8.5	42.4	44.1	1.7	3.32
가구원 수	1인	300	4.3	13.0	43.3	36.7	2.7	3.20
	2인	380	2.6	8.7	41.1	46.3	1.3	3.35
	3인	537	2.6	9.9	40.0	45.3	2.2	3.35
	4인 이상	783	1.8	8.9	42.0	43.6	3.7	3.38
성별	남성	1013	3.8	10.4	43.0	39.6	3.2	3.28
	여성	987	1.2	9.1	39.9	47.5	2.2	3.40
연령	20대	313	2.2	13.7	41.2	40.3	2.6	3.27
	30대	411	3.4	11.4	43.3	38.7	3.2	3.27
	40대	522	3.1	8.0	35.4	49.8	3.6	3.43
	50대	324	1.5	9.3	43.5	42.9	2.8	3.36
	60대 이상	430	2.1	7.7	45.8	43.3	1.2	3.34
학력	고졸 이하	348	2.3	11.8	48.9	34.5	2.6	3.23
	대졸	1312	2.9	9.3	40.4	45.0	2.4	3.35
	대학원졸	201	1.5	8.5	34.3	51.2	4.5	3.49
직업	관리/전문/사무직	1076	1.9	9.2	38.9	47.3	2.7	3.40
	서비스/판매직	203	2.5	13.3	44.3	35.5	4.4	3.26
	기계/농림어업/단순노무	206	6.3	11.2	50.5	29.6	2.4	3.11
	주부	230	1.7	7.0	42.2	47.0	2.2	3.41
	학생	139	1.4	10.8	43.9	41.0	2.9	3.33
	기타	146	4.8	10.3	40.4	43.2	1.4	3.26

(계속)

구분		사례수	전혀 없음	없음	보통이다	있음	매우 있음	평균(점)
가구 소득	200만원 미만	188	6.4	14.4	46.8	31.4	1.1	3.06
	200~400만원 미만	561	3.4	11.6	44.2	39.2	1.6	3.24
	400~600만원 미만	567	1.4	8.8	42.3	44.6	2.8	3.39
	600만원 이상	684	1.8	7.7	37.1	49.4	3.9	3.46

주: '전혀 없음' 응답을 1점~'매우 있음' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

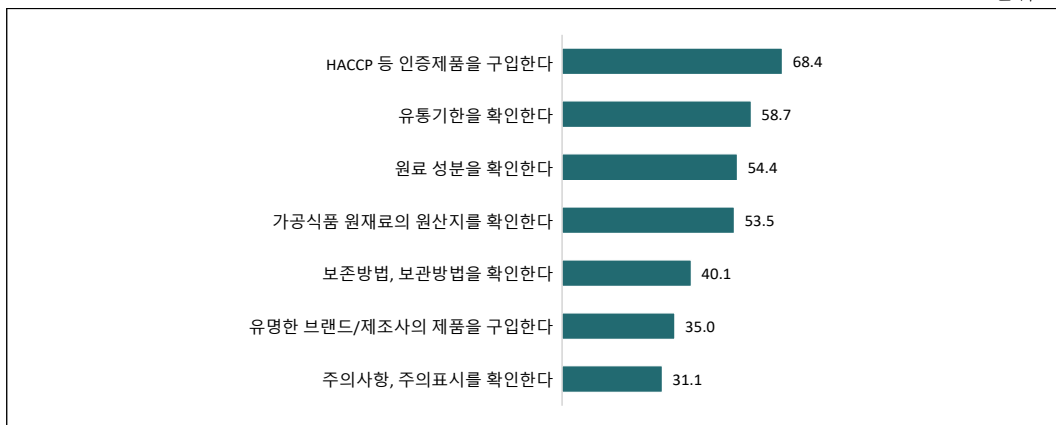
3.6. 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동

○ 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동은 'HACCP 등 인증제품을 구입'한다는 의견이 68.4%로 가장 높았으며, '유통기한을 확인'하겠다는 의견이 58.7%, '원료 성분을 확인'한다는 의견이 54.4%로 높게 나타남.

- 강원권을 제외한 모든 권역에서 'HACCP 등 인증제품을 구입한다'라는 의견이 가장 많았고, 강원권 거주자는 '유통기한을 확인한다'라는 의견이 가장 많은 특징

〈그림 5-68〉 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동(복수 응답)

단위: %



〈표 5-78〉 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동(복수 응답)

단위: 명, %

구분		사례수	HACCP 등 인증 제품을 구입	유통 기한을 확인	원료 성분을 확인	가공식품 원재료의 원산지를 확인	보존방법, 보관 방법을 확인	유명한 브랜드/ 제조사의 제품을 구입	주의사항, 주의 표시를 확인
전체		2000	68.4	58.7	54.4	53.5	40.1	35.0	31.1
권역	수도권	1017	69.4	58.1	55.4	53.7	40.2	39.4	31.3
	충청권	211	67.8	56.4	51.2	55.5	34.6	25.1	30.3
	호남권	214	70.1	58.9	51.4	51.9	39.3	27.1	29.0
	대경권	194	65.5	63.4	55.7	54.1	41.8	41.2	34.5
	동남권	305	65.9	56.7	54.1	50.5	41.0	30.5	29.8
	강원권	59	67.8	69.5	57.6	61.0	49.2	25.4	32.2
가구원 수	1인	300	66.7	57.0	54.3	48.0	45.0	33.7	34.3
	2인	380	69.5	56.6	57.4	57.9	41.8	33.7	32.9
	3인	537	70.2	61.6	54.4	54.2	39.1	35.9	30.9
	4인 이상	783	67.2	58.2	53.0	52.9	37.9	35.5	29.0
성별	남성	1013	64.0	62.4	47.1	49.1	36.9	36.8	28.2
	여성	987	72.8	54.8	61.9	58.0	43.3	33.1	33.9
연령	20대	313	71.9	45.7	53.4	45.4	37.4	40.9	35.5
	30대	411	64.5	56.4	52.6	50.9	38.0	33.6	32.6
	40대	522	69.9	56.7	57.5	51.5	40.6	34.5	28.7
	50대	324	65.7	61.1	51.5	58.0	39.8	35.5	29.0
	60대 이상	430	69.5	70.7	55.3	60.7	43.5	32.3	30.7
학력	고졸 이하	348	58.3	62.6	49.4	55.7	42.2	31.6	29.6
	대졸	1312	68.8	58.2	55.1	53.7	39.3	34.4	31.3
	대학원졸	201	77.6	59.2	61.2	53.7	40.3	37.8	29.4
직업	관리/전문/사무직	1076	68.9	55.8	56.5	52.7	37.7	35.6	28.8
	서비스/판매직	203	64.0	55.7	52.7	51.7	38.4	33.0	35.5
	기계/농림어업/단순노무	206	57.3	65.5	39.8	47.1	42.7	33.0	28.6
	주부	230	72.2	61.7	64.8	66.1	43.0	32.2	32.2
	학생	139	76.3	52.5	50.4	44.6	41.0	45.3	34.5
	기타	146	72.6	75.3	49.3	58.9	50.0	30.8	39.7
가구 소득	200만원 미만	188	58.5	62.2	52.7	54.8	45.7	25.5	36.7
	200~400만원 미만	561	66.3	57.8	51.5	51.0	42.8	34.0	32.4
	400~600만원 미만	567	71.1	59.8	54.3	54.9	35.6	36.0	26.8
	600만원 이상	684	70.5	57.5	57.3	53.9	39.9	37.6	31.9

4. 가공식품 표시/정보

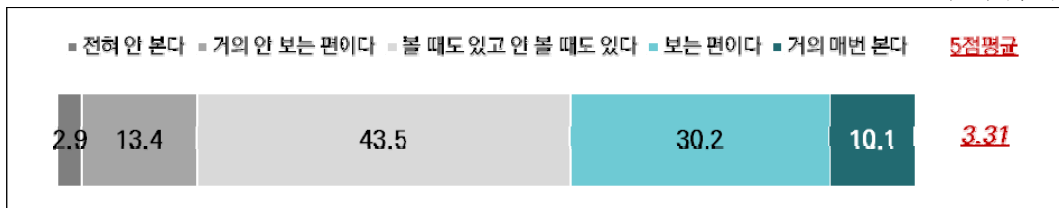
4.1. 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부

○ 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부는 ‘볼 때도 있고 안 볼 때도 있다’라는 의견이 43.5%로 가장 높게 나타났지만, 보지 않는 비율보다는 보는 비율이 2배 이상 높음.

- 충청권 거주자의 표시 내용 확인율이 가장 높게 나타났으며, 호남권이 가장 낮은 수준
- 2인 가구에서 확인 여부가 가장 높았으며, 4인 이상에서 가장 낮은 특징
- 연령이 높을수록 확인 여부가 높게 나타나는 경향

〈그림 5-69〉 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부

단위: %, 점/5점



주: '전혀 안 본다' 응답을 1점~'거의 매번 본다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-79〉 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부

단위: 명, %, 점/5점

구분	사례수	전혀 안 본다	거의 안 보는 편이다	볼 때도 있고 안 볼 때도 있다	보는 편이다	거의 매번 본다	평균(점)	
전체	2000	2.9	13.4	43.5	30.2	10.1	3.31	
권역	수도권	1017	3.1	13.5	43.3	31.6	8.6	3.29
	충청권	211	2.4	11.8	40.3	31.8	13.7	3.43
	호남권	214	1.9	17.3	42.5	29.0	9.3	3.27
	대경권	194	3.6	11.9	44.3	28.4	11.9	3.33
	동남권	305	2.6	12.8	46.9	25.2	12.5	3.32
	강원권	59	3.4	11.9	40.7	37.3	6.8	3.32
가구원 수	1인	300	5.3	13.3	39.0	29.3	13.0	3.31
	2인	380	2.4	9.5	42.9	34.7	10.5	3.42
	3인	537	2.2	14.3	43.6	29.1	10.8	3.32
	4인 이상	783	2.7	14.7	45.3	29.1	8.2	3.25

(계속)

구분		사례수	전혀 안 본다	거의 안 보는 편이다	볼 때도 있고 안 볼 때도 있다	보는 편이다	거의 매번 본다	평균(점)
성별	남성	1013	3.7	14.8	42.6	28.8	10.1	3.27
	여성	987	2.1	12.0	44.3	31.6	10.0	3.35
연령	20대	313	6.1	17.3	47.3	21.7	7.7	3.08
	30대	411	3.6	15.8	46.0	25.3	9.2	3.21
	40대	522	3.3	13.6	44.1	30.8	8.2	3.27
	50대	324	0.6	13.0	40.7	34.3	11.4	3.43
	60대 이상	430	1.2	8.4	39.5	37.2	13.7	3.54
학력	고졸 이하	348	3.4	13.2	40.5	33.3	9.5	3.32
	대졸	1312	2.8	13.7	44.8	29.0	9.6	3.29
	대학원졸	201	0.5	9.5	36.3	36.8	16.9	3.60
직업	관리/전문/사무직	1076	2.6	13.8	44.1	29.7	9.9	3.30
	서비스/판매직	203	2.5	16.3	43.8	26.1	11.3	3.28
	기계/농림어업/단순노무	206	5.3	13.6	45.6	27.7	7.8	3.19
	주부	230	2.2	8.7	36.5	39.6	13.0	3.53
	학생	139	5.8	16.5	48.2	23.7	5.8	3.07
	기타	146	0.7	11.0	41.8	34.2	12.3	3.47
가구 소득	200만원 미만	188	4.3	16.0	41.5	27.1	11.2	3.25
	200~400만원 미만	561	3.9	13.0	44.0	29.9	9.1	3.27
	400~600만원 미만	567	2.6	12.7	46.0	29.6	9.0	3.30
	600만원 이상	684	1.9	13.6	41.4	31.7	11.4	3.37

주: '전혀 안 본다' 응답을 1점~'거의 매번 본다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

4.2. 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용 (복수 응답)

○ 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용은 '유통기한', '가격' 순으로 높게 조사됨.

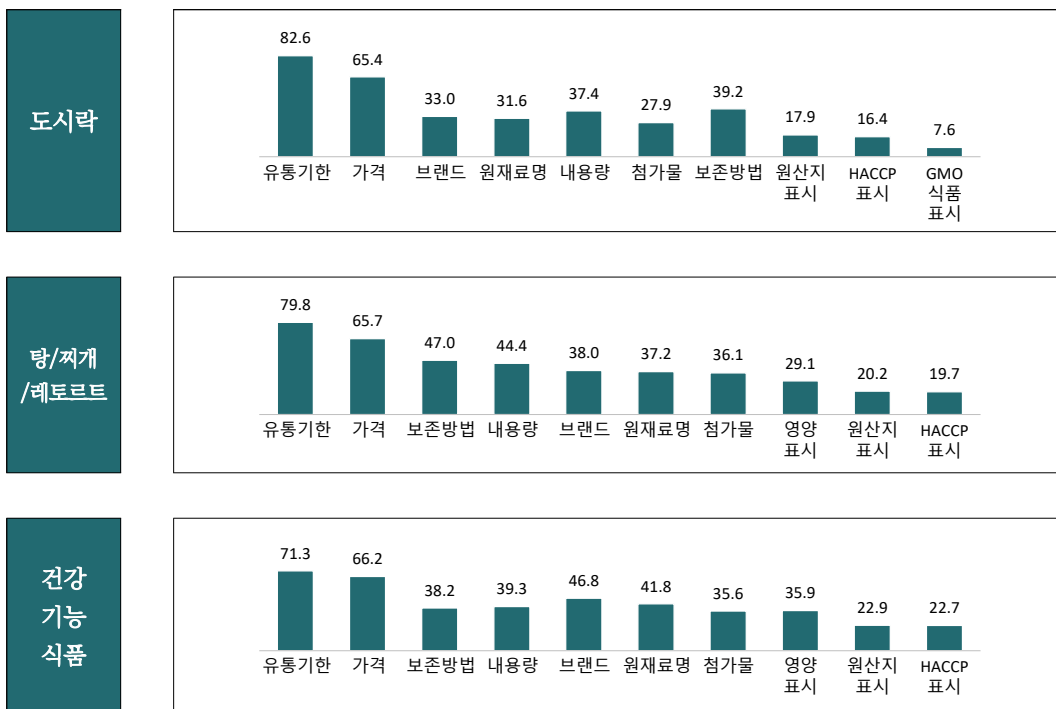
- 탕/찌개/레토르트, 건강기능식품을 제외한 모든 품목에서 '유통기한', '가격', '브랜드' 순으로 확인하는 것으로 나타났으나, 탕/찌개/레토르트, 건강기능식품의 경우 '브랜드'보다 '보존방법'이 더 높은 특징

〈그림 5-70〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수 응답)

단위: %



(계속)



〈표 5-80〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수 응답) [1/3]

단위: 명, %

구분	사례수	유통기한	가격	브랜드	내용량	보존방법	원재료명	첨가물	영양 표시	원산지 표시
전체	17478	77.7	62.4	43.4	35.8	34.2	31.9	31.4	27.9	20.8
우유	1942	93.0	58.7	48.6	34.7	40.5	26.8	21.9	29.0	28.9
과자	1942	63.2	62.9	43.7	37.2	25.5	25.5	29.3	31.8	19.4
햄	1942	82.5	60.9	43.2	34.6	42.0	35.2	38.3	25.4	23.0
오렌지주스	1942	77.2	59.9	43.0	37.5	31.5	34.9	40.9	27.5	19.5
두부	1942	85.9	59.3	38.2	33.4	30.9	34.2	31.0	18.8	27.5
라면	1942	63.9	62.8	55.8	23.4	13.1	19.5	21.4	23.4	7.9
도시락	1942	82.6	65.4	33.0	37.4	39.2	31.6	27.9	30.1	17.9
탕/찌개/레토르트	1942	79.8	65.7	38.0	44.4	47.0	37.2	36.1	29.1	20.2
건강기능식품	1942	71.3	66.2	46.8	39.3	38.2	41.8	35.6	35.9	22.9

〈표 5-80〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수 응답) [2/3]

단위: 명, %

구분	사례수	HACCP 표시	제조업자명	나트륨 함량 비교표시	GMO 식품표시	가공식품 KS 표시	재활용 분리배출 표시	건강기능 식품 인증표시	유기가공 식품인증 표시	알레르기 주의표시
전체	17478	19.8	16.6	13.8	10.5	9.3	6.6	6.5	6.3	5.2
우유	1942	27.8	16.9	12.3	14.8	10.1	10.2	9.1	9.7	8.1
과자	1942	17.9	15.7	19.8	10.8	8.9	8.2	5.5	6.2	7.5
햄	1942	24.4	16.6	20.7	10.9	12.6	6.6	4.9	7.4	5.9
오렌지주스	1942	15.7	14.1	6.5	7.3	7.6	7.2	3.7	4.8	3.7
두부	1942	23.0	17.3	6.4	18.9	8.4	5.0	3.9	8.8	3.0
라면	1942	10.6	16.4	19.4	6.1	7.0	3.9	2.9	3.7	2.9
도시락	1942	16.4	15.7	15.3	7.6	9.0	6.7	3.7	4.9	4.7
탕/찌개/레토르트	1942	19.7	16.4	18.9	8.0	10.5	6.3	3.5	4.9	4.0
건강기능식품	1942	22.7	20.3	5.1	9.7	9.9	4.8	21.4	6.4	7.0

〈표 5-80〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수 응답) [3/3]

구분	사례수	전통식품 인증표시	방사선 조사식품 표시	식품명인 표시	이력추적 관리표시	어린이 기호식품 인증표시	지리적 표시	지자체 등 기타인증 표시	무글루텐 표시	기타
전체	17478	3.0	2.3	2.2	2.2	1.8	1.6	1.5	1.4	0.2
우유	1942	3.6	2.6	2.2	3.1	2.4	1.5	2.1	2.3	0.0
과자	1942	2.7	2.3	2.5	2.2	3.0	1.9	1.8	2.2	0.2
햄	1942	2.8	2.8	2.3	2.6	2.2	1.7	1.6	1.8	0.2
오렌지주스	1942	2.3	1.9	2.4	1.7	1.6	1.8	1.5	1.1	0.4
두부	1942	5.7	2.0	1.7	1.7	1.4	2.1	1.5	1.2	0.0
라면	1942	2.2	1.9	1.4	1.6	1.5	1.1	1.0	1.2	0.1
도시락	1942	2.3	1.9	2.2	2.5	1.5	1.3	1.3	0.9	0.5
탕/찌개/레토르트	1942	2.7	2.4	2.1	2.1	1.3	1.2	1.3	1.1	0.3
건강기능식품	1942	2.8	2.7	3.0	2.2	1.4	2.1	1.8	1.1	0.2

4.3. 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도

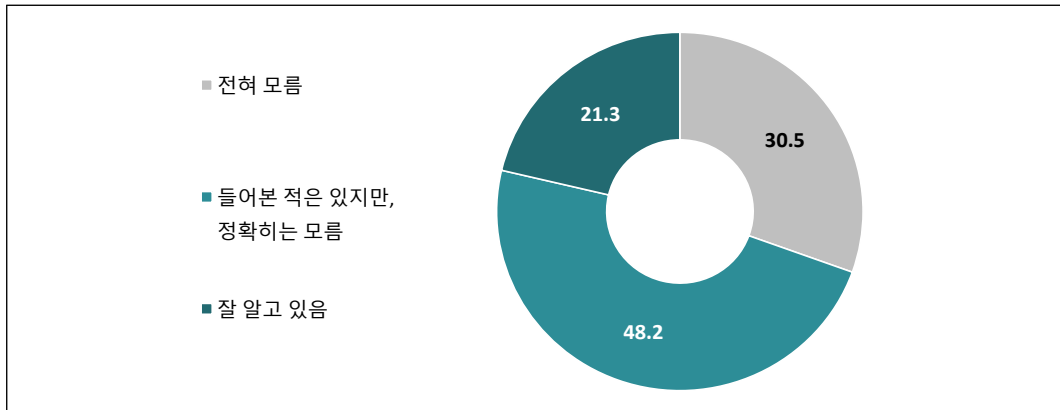
○ 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도는 ‘들어본 적은 있지만 정확히 몰랐다’는 의견이 48.2%로 절반 정도로 나타남.

- 권역별로 충청권 거주자의 인지도가 가장 높고, 강원권이 가장 낮은 특징

- 성별로 여성의 인지도가 남성보다 높은 특징
- 연령별로 20대의 인지도가 가장 높고, 40대가 가장 낮은 특징

〈그림 5-71〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도

단위: %



〈표 5-81〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 몰랐다	들어본 적은 있지만, 정확히는 몰랐다	잘 알고 있다
전체		2000	30.5	48.2	21.3
권역	수도권	1017	31.4	46.2	22.4
	충청권	211	26.5	48.3	25.1
	호남권	214	26.2	53.3	20.6
	대경권	194	29.9	52.1	18.0
	동남권	305	34.1	46.9	19.0
	강원권	59	28.8	57.6	13.6
가구원 수	1인	300	32.3	46.3	21.3
	2인	380	33.2	44.5	22.4
	3인	537	31.3	49.0	19.7
	4인 이상	783	28.0	50.2	21.8
성별	남성	1013	31.6	50.5	17.9
	여성	987	29.4	45.8	24.8
연령	20대	313	33.9	39.9	26.2
	30대	411	33.1	45.0	21.9
	40대	522	32.0	51.0	17.0
	50대	324	27.2	55.2	17.6
	60대 이상	430	26.3	48.6	25.1

(계속)

구분		사례수	전혀 몰랐다	들어본 적은 있지만, 정확히는 몰랐다	잘 알고 있다
학력	고졸 이하	348	31.6	52.3	16.1
	대졸	1312	31.3	47.8	21.0
	대학원졸	201	22.4	48.3	29.4
직업	관리/전문/사무직	1076	29.6	47.9	22.5
	서비스/판매직	203	32.5	48.8	18.7
	기계/농림어업/단순노무	206	28.6	56.8	14.6
	주부	230	27.4	47.8	24.8
	학생	139	32.4	41.7	25.9
	기타	146	39.7	44.5	15.8
가구 소득	200만원 미만	188	35.6	44.7	19.7
	200~400만원 미만	561	33.7	48.0	18.4
	400~600만원 미만	567	29.6	49.9	20.5
	600만원 이상	684	27.2	48.0	24.9

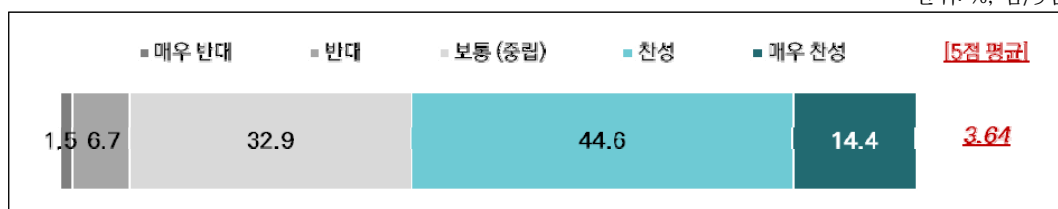
4.4. 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬반 의견

○ 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 ‘찬성’ 의견(찬성 + 매우 찬성)은 과반이 넘는 59.0%로 나타났고, ‘보통이다’라는 의견이 32.9%로 나타남.

- 권역별로 충청권과 호남권 거주자의 찬성도가 가장 높고, 동남권에서 가장 낮은 특징
- 4인 이상, 20대 가구에서 가장 높은 ‘찬성’ 의견

〈그림 5-72〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬반 의견

단위: %, 점/5점



주: ‘매우 반대’ 응답을 1점~‘매우 찬성’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-82〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬반 의견

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	매우 반대	반대	보통(중립)	찬성	매우 찬성	평균(점)
전체		2000	1.5	6.7	32.9	44.6	14.4	3.64
권역	수도권	1017	1.8	7.1	32.1	45.7	13.4	3.62
	충청권	211	0.5	5.7	33.2	43.6	17.1	3.71
	호남권	214	0.9	5.1	34.1	41.6	18.2	3.71
	대경권	194	2.1	6.7	34.5	40.7	16.0	3.62
	동남권	305	1.3	6.9	34.1	45.9	11.8	3.60
	강원권	59	1.7	6.8	30.5	45.8	15.3	3.66
가구원 수	1인	300	1.7	5.3	33.7	44.0	15.3	3.66
	2인	380	1.8	6.1	35.8	41.8	14.5	3.61
	3인	537	1.3	9.1	31.3	46.2	12.1	3.59
	4인 이상	783	1.4	5.7	32.3	45.1	15.5	3.67
성별	남성	1013	1.7	7.3	35.8	42.3	12.8	3.57
	여성	987	1.3	6.0	29.9	46.9	15.9	3.70
연령	20대	313	1.9	5.1	28.8	41.2	23.0	3.78
	30대	411	1.7	8.5	37.7	36.0	16.1	3.56
	40대	522	1.5	6.7	33.3	46.9	11.5	3.60
	50대	324	0.9	8.0	33.0	48.8	9.3	3.57
	60대 이상	430	1.4	4.9	30.7	49.3	13.7	3.69
학력	고졸 이하	348	2.0	8.3	36.5	43.4	9.8	3.51
	대졸	1312	1.5	6.4	33.0	45.0	14.0	3.64
	대학원졸	201	0.5	5.5	29.9	46.3	17.9	3.76
직업	관리/전문/사무직	1076	1.5	7.2	31.0	45.3	15.1	3.65
	서비스/판매직	203	2.5	6.4	37.9	40.9	12.3	3.54
	기계/농림어업/단순노무	206	0.0	4.4	40.8	43.2	11.7	3.62
	주부	230	1.3	6.1	29.6	50.4	12.6	3.67
	학생	139	1.4	6.5	27.3	41.0	23.7	3.79
	기타	146	2.7	7.5	39.0	41.1	9.6	3.47
가구 소득	200만원 미만	188	1.1	6.4	44.7	35.1	12.8	3.52
	200~400만원 미만	561	1.8	6.2	34.0	44.4	13.5	3.62
	400~600만원 미만	567	1.4	6.9	34.9	44.1	12.7	3.60
	600만원 이상	684	1.5	6.9	27.0	47.8	16.8	3.72

주: '매우 반대' 응답을 1점~'매우 찬성' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

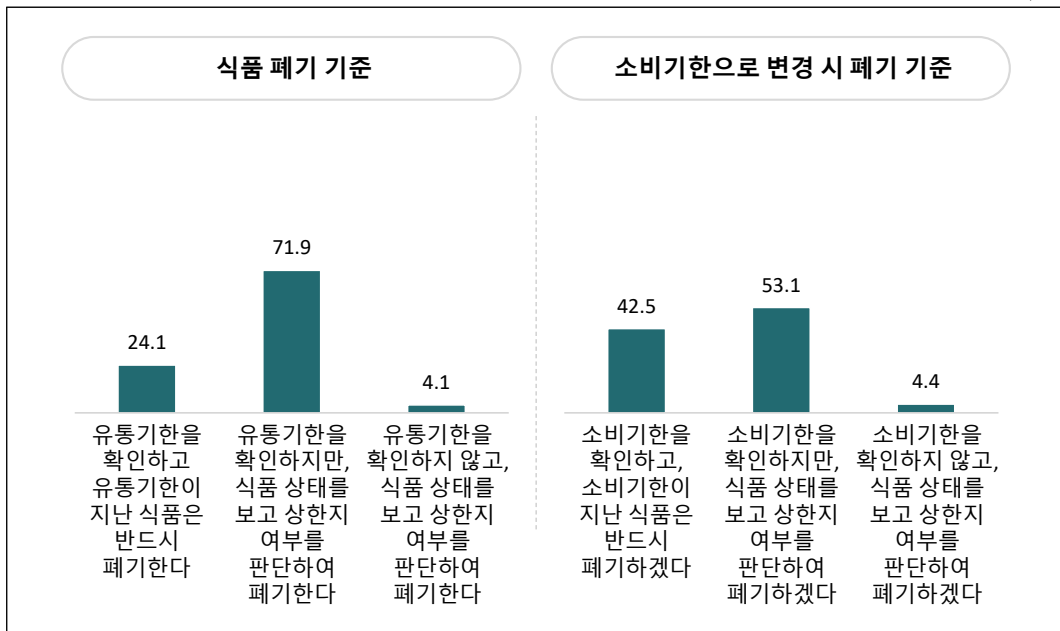
4.5. 식품 폐기 기준

○ 식품 폐기 기준에 대해 ‘유통기한을 확인하지만, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기한다’라는 의견이 71.9%로 가장 높고, 소비기한으로 변경 시 폐기 기준에 대해서도 ‘소비기한을 확인하지만, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기하겠다’라는 의견이 53.1%로 가장 높게 나타남.

- ‘유통기한을 확인하지만, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기한다’라는 응답은 동남권, 가구원 수 2인, 30대인 경우 가장 높은 특징
- ‘소비기한을 확인하지만, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기하겠다’라는 응답은 동남권, 가구원 수 3인, 60대 이상인 경우 가장 높은 특징

〈그림 5-73〉 식품 폐기 기준

단위: %



〈표 5-83〉 식품 폐기 기준

단위: 명, %

구분	사례수	식품 폐기 기준			소비기한으로 변경 시 폐기 기준			
		유통기한을 확인하고 유통기한이 지난 식품은 반드시 폐기한다	유통기한을 확인하지만, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기한다	유통기한을 확인하지 않고, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기한다	소비기한을 확인하고, 소비기한이 지난 식품은 반드시 폐기하겠다	소비기한을 확인하지만, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기하겠다	소비기한을 확인하지 않고, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기하겠다	
전체	2000	24.1	71.9	4.1	42.5	53.1	4.4	
지역	수도권	1017	22.9	73.4	3.7	43.2	52.5	4.3
	충청권	211	28.4	64.9	6.6	40.3	53.6	6.2
	호남권	214	27.6	68.7	3.7	48.6	48.1	3.3
	대경권	194	24.7	73.7	1.5	40.2	56.7	3.1
	동남권	305	21.0	74.1	4.9	36.7	58.0	5.2
	강원권	59	30.5	64.4	5.1	54.2	42.4	3.4
가구원 수	1인	300	24.7	71.0	4.3	42.0	54.0	4.0
	2인	380	23.7	72.6	3.7	43.4	51.6	5.0
	3인	537	23.8	72.3	3.9	40.8	55.3	3.9
	4인 이상	783	24.3	71.5	4.2	43.4	52.0	4.6
성별	남성	1013	25.9	70.0	4.1	43.8	50.8	5.3
	여성	987	22.3	73.8	4.0	41.1	55.4	3.4
연령	20대	313	23.0	72.8	4.2	43.8	51.8	4.5
	30대	411	23.6	73.0	3.4	42.6	52.6	4.9
	40대	522	24.3	72.8	2.9	44.8	51.3	3.8
	50대	324	24.4	71.3	4.3	42.0	54.0	4.0
	60대 이상	430	24.9	69.3	5.8	39.1	56.0	4.9
학력	고졸 이하	348	27.9	66.7	5.5	37.9	55.7	6.3
	대졸	1312	24.5	72.0	3.4	43.2	53.1	3.7
	대학원졸	201	16.4	78.1	5.5	41.8	52.2	6.0
직업	관리/전문/사무직	1076	23.4	73.8	2.8	44.5	52.2	3.3
	서비스/판매직	203	25.1	70.0	4.9	37.9	57.1	4.9
	기계/농림어업/단순노무	206	30.6	61.7	7.8	40.3	53.9	5.8
	주부	230	20.9	73.9	5.2	37.4	57.8	4.8
	학생	139	21.6	74.1	4.3	48.2	47.5	4.3
	기타	146	26.0	69.2	4.8	39.7	50.7	9.6
가구 소득	200만원 미만	188	26.1	66.5	7.4	35.6	56.9	7.4
	200~400만원 미만	561	24.2	70.8	5.0	41.5	53.8	4.6
	400~600만원 미만	567	26.3	71.4	2.3	44.6	52.2	3.2
	600만원 이상	684	21.6	74.6	3.8	43.4	52.2	4.4

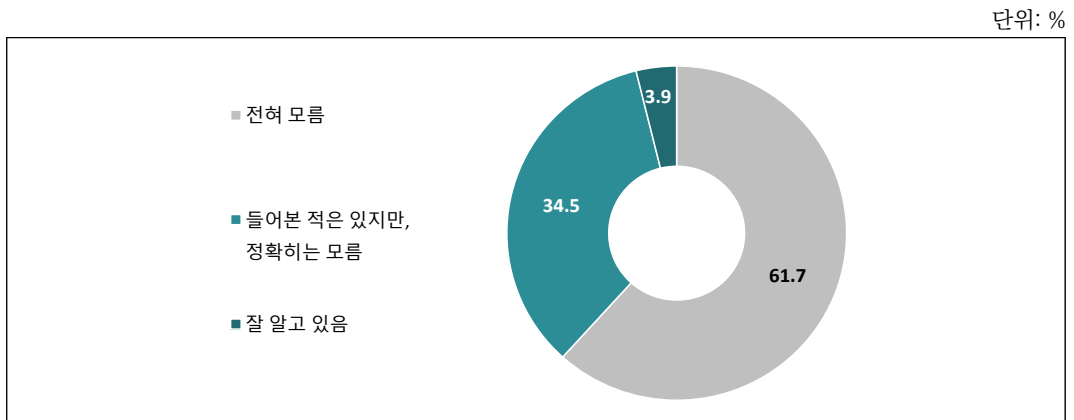
5. 소상공인 생계형 적합업종제도

5.1. 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도

○ 소상공인 생계형 적합업종제도에 대해 ‘전혀 들어보지 못했다’는 의견이 61.7%인 가운데, 잘 알고 있다는 응답은 3.9%로 낮은 인지도를 보임.

- 연령대가 높을수록 높은 인지도

〈그림 5-74〉 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도



〈표 5-84〉 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다
전체		2000	61.7	34.5	3.9
권역	수도권	1017	63.2	33.4	3.3
	충청권	211	63.5	32.7	3.8
	호남권	214	62.6	32.2	5.1
	대경권	194	54.1	42.3	3.6
	동남권	305	59.3	35.4	5.2
	강원권	59	62.7	35.6	1.7
가구원 수	1인	300	64.7	32.7	2.7
	2인	380	61.3	34.7	3.9
	3인	537	60.3	36.1	3.5
	4인 이상	783	61.7	33.8	4.5

(계속)

구분		사례수	전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다
성별	남성	1013	56.5	38.2	5.3
	여성	987	67.1	30.6	2.3
연령	20대	313	73.8	24.0	2.2
	30대	411	74.0	23.4	2.7
	40대	522	64.6	32.2	3.3
	50대	324	54.9	40.1	4.9
	60대 이상	430	42.8	51.2	6.0
학력	고졸 이하	348	60.1	38.8	1.1
	대졸	1312	62.3	33.7	4.0
	대학원졸	201	52.2	39.3	8.5
직업	관리/전문/사무직	1076	64.2	31.2	4.6
	서비스/판매직	203	55.7	41.9	2.5
	기계/농림어업/단순노무	206	51.9	44.7	3.4
	주부	230	59.6	37.0	3.5
	학생	139	74.1	23.7	2.2
	기타	146	56.8	39.7	3.4
가구 소득	200만원 미만	188	58.5	39.4	2.1
	200~400만원 미만	561	65.8	31.0	3.2
	400~600만원 미만	567	63.5	33.7	2.8
	600만원 이상	684	57.7	36.5	5.7

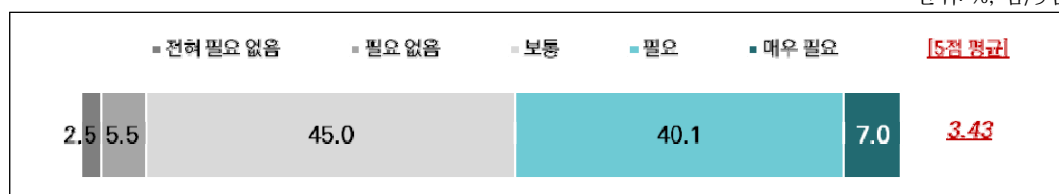
5.2. 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요성

○ 소상공인 생계형 적합업종제도가 필요한가에 대해 ‘보통이다’라는 의견이 45.0%, ‘필요하다’라는 의견이 40.1%로 전반적으로 필요하다고 인식하고 있음.

- 강원권 거주자의 필요성 인식이 가장 높게 나타났으며, 대경권이 가장 낮은 특징
- 연령별로 보았을 때, 50대와 60대에서 필요성 인식이 다른 연령대보다 높은 특징

〈그림 5-75〉 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요성

단위: %, 점/5점



주: '전혀 필요 없음' 응답을 1점~'매우 필요' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-85〉 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요성

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	전혀 필요 하지 않다	별로 필요 하지 않다	보통이다	약간 필요하다	매우 필요하다	평균(점)
전체		2000	2.5	5.5	45.0	40.1	7.0	3.43
권역	수도권	1017	2.7	5.5	45.2	40.3	6.3	3.42
	충청권	211	2.8	6.6	48.8	36.5	5.2	3.35
	호남권	214	3.7	6.1	38.3	42.5	9.3	3.48
	대경권	194	2.1	4.1	50.5	38.7	4.6	3.40
	동남권	305	1.6	5.6	42.3	41.0	9.5	3.51
	강원권	59	0.0	3.4	47.5	39.0	10.2	3.56
가구원 수	1인	300	2.7	5.3	49.7	36.3	6.0	3.38
	2인	380	3.9	5.5	41.8	41.1	7.6	3.43
	3인	537	1.9	5.6	44.7	41.2	6.7	3.45
	4인 이상	783	2.2	5.5	45.0	40.2	7.2	3.45
성별	남성	1013	3.4	7.0	43.2	39.0	7.4	3.40
	여성	987	1.6	4.0	46.8	41.1	6.5	3.47
연령	20대	313	0.6	6.1	47.6	40.9	4.8	3.43
	30대	411	4.1	5.8	57.9	28.7	3.4	3.21
	40대	522	2.9	6.1	46.4	38.1	6.5	3.39
	50대	324	2.2	4.6	40.1	44.1	9.0	3.53
	60대 이상	430	2.1	4.7	32.8	49.5	10.9	3.63
학력	고졸 이하	348	2.6	6.9	46.6	38.2	5.7	3.38
	대졸	1312	2.5	5.3	45.4	39.2	7.6	3.44
	대학원졸	201	3.0	4.0	38.8	46.3	8.0	3.52
직업	관리/전문/사무직	1076	2.8	6.0	45.8	38.3	7.1	3.41
	서비스/판매직	203	2.5	5.9	46.3	37.4	7.9	3.42
	기계/농림어업/단순노무	206	3.4	4.4	49.0	37.9	5.3	3.37
	주부	230	0.4	5.2	41.7	44.8	7.8	3.54
	학생	139	1.4	5.8	46.8	43.9	2.2	3.40
	기타	146	3.4	2.7	34.9	48.6	10.3	3.60
가구 소득	200만원 미만	188	3.7	5.3	49.5	33.0	8.5	3.37
	200~400만원 미만	561	2.7	6.1	45.6	40.6	5.0	3.39
	400~600만원 미만	567	2.5	4.1	45.3	41.1	7.1	3.46
	600만원 이상	684	2.0	6.3	43.0	40.6	8.0	3.46

주: '전혀 필요 없음' 응답을 1점~'매우 필요' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

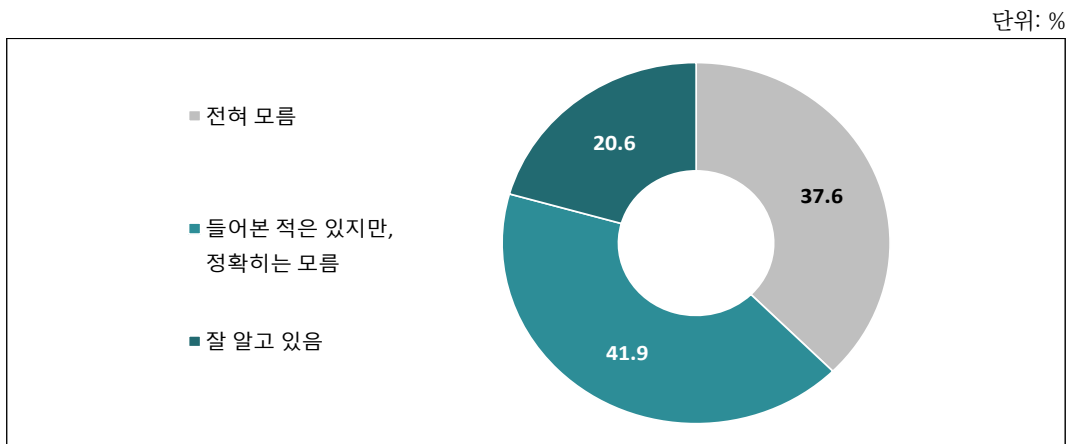
6. 기업의 사회적 책임

6.1. ESG 경영 인지도

○ ESG 경영 인지도는 ‘들어본 적은 있지만 정확히는 모른다’라는 의견이 41.9%인 반면, ‘잘 알고 있다’는 응답은 20.6%로 전반적으로 낮은 인지도를 보임.

- 수도권 거주자의 인지도가 가장 높게 나타났으며 강원권이 가장 낮은 인지도
- 가구원 수가 3인 이상의 경우 상대적으로 인지도가 높은 특징
- 연령이 낮을수록 인지도가 높아지는 경향

〈그림 5-76〉 ESG 경영 인지도



〈표 5-86〉 ESG 경영 인지도

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다
전체		2000	37.6	41.9	20.6
권역	수도권	1017	36.9	40.0	23.1
	충청권	211	37.9	43.1	19.0
	호남권	214	37.9	43.9	18.2
	대경권	194	38.1	42.3	19.6
	동남권	305	37.7	44.6	17.7
	강원권	59	44.1	45.8	10.2

(계속)

구분		사례수	전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다
가구원 수	1인	300	39.0	45.3	15.7
	2인	380	41.6	39.5	18.9
	3인	537	36.3	40.6	23.1
	4인 이상	783	35.9	42.5	21.6
성별	남성	1013	29.4	45.9	24.7
	여성	987	45.9	37.7	16.4
연령	20대	313	41.2	33.5	25.2
	30대	411	41.6	36.0	22.4
	40대	522	34.3	45.2	20.5
	50대	324	37.0	45.1	17.9
	60대 이상	430	35.3	47.0	17.7
학력	고졸 이하	348	48.3	43.7	8.0
	대졸	1312	36.7	41.8	21.5
	대학원졸	201	21.9	44.3	33.8
직업	관리/전문/사무직	1076	34.1	40.1	25.8
	서비스/판매직	203	42.9	47.3	9.9
	기계/농림어업/단순노무	206	35.0	52.9	12.1
	주부	230	49.1	36.1	14.8
	학생	139	41.0	34.5	24.5
	기타	146	37.7	47.9	14.4
가구 소득	200만원 미만	188	45.2	45.7	9.0
	200~400만원 미만	561	44.9	40.3	14.8
	400~600만원 미만	567	36.3	44.6	19.0
	600만원 이상	684	30.4	39.8	29.8

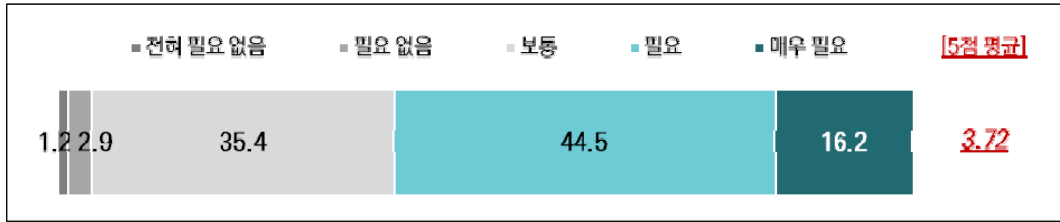
6.2. ESG 경영 활동의 필요성

○ ESG 경영 활동의 필요성은 ‘필요하다’가 44.5%, ‘매우 필요하다’가 16.2%로 높은 필요도를 보이고 있음.

- 동남권 거주자의 필요성에 대한 인식이 가장 높게 나타났으며, 대경권에서 가장 낮은 특징
- 4인 이상 가구인 경우, 학력 및 가구소득이 높을수록 필요성 인식이 높아지는 경향

〈그림 5-77〉 ESG 경영 활동의 필요성

단위: %, 점/5점



주: '전혀 필요하지 않다' 응답을 1점~'매우 필요하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-87〉 ESG 경영 활동의 필요성

단위: 명, %, 점/5점

구분	사례수	전혀 필요하지 않다	별로 필요하지 않다	보통이다	약간 필요하다	매우 필요하다	평균(점)	
전체	2000	1.2	2.9	35.4	44.5	16.2	3.72	
권역	수도권	1017	1.1	2.8	34.5	45.2	16.4	3.73
	충청권	211	1.4	3.8	34.1	46.4	14.2	3.68
	호남권	214	1.4	3.3	34.1	46.3	15.0	3.70
	대경권	194	1.5	2.1	45.4	35.6	15.5	3.61
	동남권	305	1.0	3.0	33.8	43.3	19.0	3.76
	강원권	59	0.0	1.7	35.6	52.5	10.2	3.71
가구원 수	1인	300	0.7	3.0	36.0	46.0	14.3	3.70
	2인	380	1.6	3.4	36.8	41.1	17.1	3.69
	3인	537	1.7	2.8	36.5	42.3	16.8	3.70
	4인 이상	783	0.8	2.6	33.7	47.0	16.0	3.75
성별	남성	1013	1.4	3.4	33.9	44.5	16.9	3.72
	여성	987	0.9	2.3	37.0	44.4	15.4	3.71
연령	20대	313	1.0	2.6	33.9	41.2	21.4	3.80
	30대	411	1.7	2.9	40.4	41.1	13.9	3.63
	40대	522	1.3	2.1	35.4	44.3	16.9	3.73
	50대	324	0.3	4.3	35.8	47.5	12.0	3.67
	60대 이상	430	1.2	2.8	31.4	47.9	16.7	3.76
학력	고졸 이하	348	1.7	5.2	44.5	38.2	10.3	3.50
	대졸	1312	0.9	2.7	35.2	44.7	16.5	3.73
	대학원졸	201	1.5	0.5	21.9	55.2	20.9	3.94

(계속)

구분		사례수	전혀 필요하지 않다	별로 필요하지 않다	보통이다	약간 필요하다	매우 필요하다	평균(점)
직업	관리/전문/사무직	1076	0.8	2.3	32.8	46.2	17.8	3.78
	서비스/판매직	203	2.5	4.4	43.3	39.9	9.9	3.50
	기계/농림어업/단순노무	206	1.5	3.9	43.2	39.8	11.7	3.56
	주부	230	0.4	2.6	36.1	47.4	13.5	3.71
	학생	139	1.4	2.2	33.8	41.7	20.9	3.78
	기타	146	2.1	4.1	32.9	42.5	18.5	3.71
가구 소득	200만원 미만	188	1.6	5.3	41.0	41.5	10.6	3.54
	200~400만원 미만	561	1.1	3.7	39.8	40.6	14.8	3.64
	400~600만원 미만	567	1.2	1.8	37.7	43.7	15.5	3.71
	600만원 이상	684	1.0	2.3	28.4	49.0	19.3	3.83

주: '전혀 필요하지 않다' 응답을 1점~'매우 필요하다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

6.3. 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화

○ 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화는 '개선될 것 같다'는 의견이 56.6%, '많이 개선될 것 같다'는 의견이 12.0%로 나타나, 기업의 ESG 경영은 매우 긍정적인 효과가 있을 것으로 판단됨.

- 권역별로 보았을 때, 호남권 거주자의 이미지 변화 가능성이 가장 높으며, 충청권과 대경권 거주자의 경우 가장 낮은 가능성
- 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 이미지 변화가 클 것이라고 응답

〈그림 5-78〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화

단위: %, 점/5점



주: '매우 나빠질 것 같다' 응답을 1점~'크게 개선될 것 같다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-88〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	매우 나빠질 것 같다	나빠질 것 같다	보통이다	조금 개선될 것 같다	크게 개선될 것 같다	평균(점)
전체		2000	0.4	0.8	30.3	56.6	12.0	3.79
권역	수도권	1017	0.3	0.8	30.7	55.3	13.0	3.80
	충청권	211	0.0	0.9	33.2	55.5	10.4	3.75
	호남권	214	0.9	0.5	25.7	60.3	12.6	3.83
	대경권	194	0.5	0.5	33.0	55.7	10.3	3.75
	동남권	305	0.3	1.0	28.2	59.7	10.8	3.80
	강원권	59	0.0	1.7	30.5	57.6	10.2	3.76
가구원 수	1인	300	0.0	1.3	32.0	55.3	11.3	3.77
	2인	380	0.5	1.3	28.7	56.3	13.2	3.80
	3인	537	0.6	0.6	31.5	55.7	11.7	3.77
	4인 이상	783	0.3	0.5	29.5	57.9	11.9	3.81
성별	남성	1013	0.5	0.8	31.6	54.8	12.3	3.78
	여성	987	0.2	0.8	28.9	58.5	11.7	3.81
연령	20대	313	0.0	0.6	31.0	53.4	15.0	3.83
	30대	411	1.2	1.0	36.5	52.3	9.0	3.67
	40대	522	0.2	0.4	33.1	53.3	13.0	3.79
	50대	324	0.0	0.9	26.9	62.3	9.9	3.81
	60대 이상	430	0.2	1.2	22.8	62.8	13.0	3.87
학력	고졸 이하	348	0.6	1.7	38.8	52.0	6.9	3.63
	대졸	1312	0.2	0.8	29.9	56.2	13.0	3.81
	대학원졸	201	1.0	0.0	18.9	66.2	13.9	3.92
직업	관리/전문/사무직	1076	0.2	0.8	28.2	57.4	13.4	3.83
	서비스/판매직	203	1.5	2.0	36.5	51.7	8.4	3.64
	기계/농림어업/단순노무	206	0.5	0.0	39.3	51.5	8.7	3.68
	주부	230	0.0	0.9	28.3	59.6	11.3	3.81
	학생	139	0.0	0.0	28.8	58.3	12.9	3.84
	기타	146	0.7	0.7	28.8	58.2	11.6	3.79
가구 소득	200만원 미만	188	0.5	1.6	39.4	51.1	7.4	3.63
	200~400만원 미만	561	0.4	0.9	34.9	53.1	10.7	3.73
	400~600만원 미만	567	0.5	0.9	28.9	57.7	12.0	3.80
	600만원 이상	684	0.1	0.4	25.0	60.1	14.3	3.88

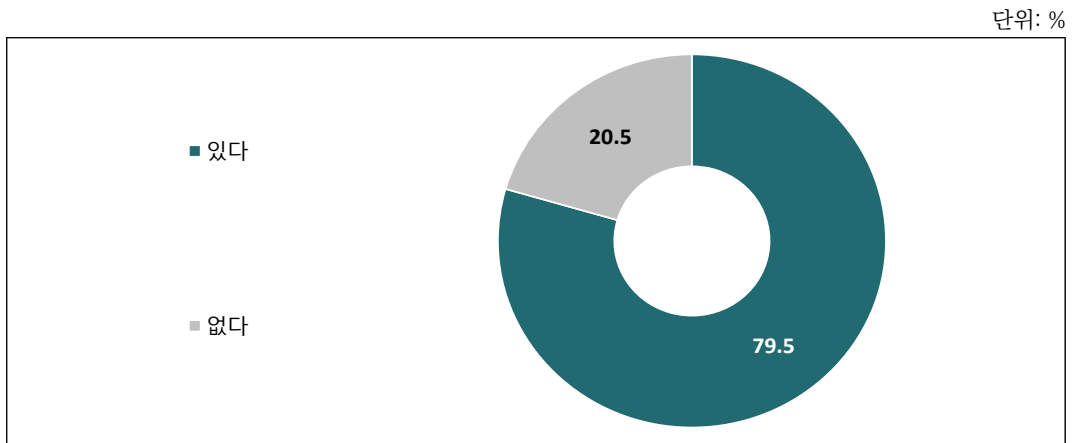
주: '매우 나빠질 것 같다' 응답을 1점~'크게 개선될 것 같다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

6.4. 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향

○ 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, '제품 구매를 증대하겠다'라는 의견이 79.5%로 매우 높게 나타남.

- 강원권에서 증대 의향이 가장 높게 나타났으며, 충청권에서 가장 낮은 의향
- 2인 가구에서 증대하겠다는 의향이 높으며, 연령별로 60대 이상에서 가장 높은 의향

〈그림 5-79〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향



〈표 5-89〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향

단위: 명, %

구분		사례수	있다	없다
전체		2000	79.5	20.5
권역	수도권	1017	78.1	21.9
	충청권	211	76.8	23.2
	호남권	214	83.6	16.4
	대경권	194	82.0	18.0
	동남권	305	80.7	19.3
	강원권	59	84.7	15.3
가구원 수	1인	300	78.0	22.0
	2인	380	82.1	17.9
	3인	537	77.8	22.2
	4인 이상	783	79.9	20.1
성별	남성	1013	77.0	23.0
	여성	987	82.1	17.9

(계속)

구분		사례수	있다	없다
연령	20대	313	76.7	23.3
	30대	411	74.0	26.0
	40대	522	82.0	18.0
	50대	324	79.6	20.4
	60대 이상	430	83.7	16.3
학력	고졸 이하	348	73.9	26.1
	대졸	1312	80.8	19.2
	대학원졸	201	81.6	18.4
직업	관리/전문/사무직	1076	80.4	19.6
	서비스/판매직	203	75.4	24.6
	기계/농림어업/단순노무	206	73.8	26.2
	주부	230	86.5	13.5
	학생	139	78.4	21.6
	기타	146	76.7	23.3
가구 소득	200만원 미만	188	67.0	33.0
	200~400만원 미만	561	78.3	21.7
	400~600만원 미만	567	83.2	16.8
	600만원 이상	684	80.8	19.2

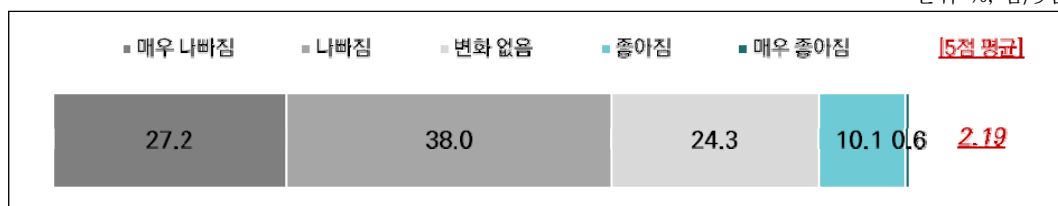
6.5. 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화

○ 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화는 '나빠짐'이라는 의견이 38.0%, '매우 나빠짐'이라는 의견이 27.2%로 나타남.

- 대경권 거주자인 경우 개선 정도가 가장 높고, 수도권에서 가장 낮은 특징
- 가구원 수가 많을수록, 가구소득이 낮을수록, 학력이 낮을수록 개선 정도가 높아지는 경향

〈그림 5-80〉 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화

단위: %, 점/5점



주: '매우 나빠졌다' 응답을 1점~'매우 개선되었다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-90〉 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	매우 나빠졌다	약간 나빠졌다	보통이다	약간 개선되었다	매우 개선되었다	평균(점)
전체		2000	27.2	38.0	24.3	10.1	0.6	2.19
권역	수도권	1017	29.1	37.8	23.5	9.3	0.3	2.14
	충청권	211	22.3	41.7	25.6	9.5	0.9	2.25
	호남권	214	29.4	35.5	24.3	9.3	1.4	2.18
	대경권	194	25.3	34.0	28.4	11.3	1.0	2.29
	동남권	305	25.2	38.0	23.6	12.8	0.3	2.25
	강원권	59	20.3	49.2	22.0	8.5	0.0	2.19
가구원 수	1인	300	28.3	37.7	26.3	7.3	0.3	2.14
	2인	380	28.2	38.9	21.3	10.5	1.1	2.17
	3인	537	28.5	36.1	25.9	8.8	0.7	2.17
	4인 이상	783	25.4	38.8	23.8	11.7	0.3	2.23
성별	남성	1013	28.3	34.4	26.4	10.0	1.0	2.21
	여성	987	26.0	41.6	22.1	10.1	0.1	2.17
연령	20대	313	25.6	39.3	24.6	10.2	0.3	2.20
	30대	411	31.6	35.0	25.8	7.1	0.5	2.10
	40대	522	29.7	35.2	23.9	10.7	0.4	2.17
	50대	324	25.0	40.4	22.2	11.4	0.9	2.23
	60대 이상	430	22.8	41.2	24.4	10.9	0.7	2.26
학력	고졸 이하	348	20.7	37.6	34.5	7.2	0.0	2.28
	대졸	1312	28.6	37.4	22.6	10.6	0.8	2.18
	대학원졸	201	31.8	37.8	19.4	10.9	0.0	2.09
직업	관리/전문/사무직	1076	30.7	38.2	20.9	9.9	0.4	2.11
	서비스/판매직	203	24.1	30.5	34.0	10.8	0.5	2.33
	기계/농림어업/단순노무	206	20.9	30.1	36.4	11.2	1.5	2.42
	주부	230	21.7	47.8	20.9	9.6	0.0	2.18
	학생	139	23.7	43.9	21.6	10.8	0.0	2.19
	기타	146	26.7	36.3	26.0	8.9	2.1	2.23
가구 소득	200만원 미만	188	20.2	34.6	37.2	6.9	1.1	2.34
	200~400만원 미만	561	24.4	38.9	27.8	8.0	0.9	2.22
	400~600만원 미만	567	29.8	37.0	20.8	12.2	0.2	2.16
	600만원 이상	684	29.2	38.9	20.6	10.8	0.4	2.14

주: '매우 나빠졌다' 응답을 1점~'매우 개선되었다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

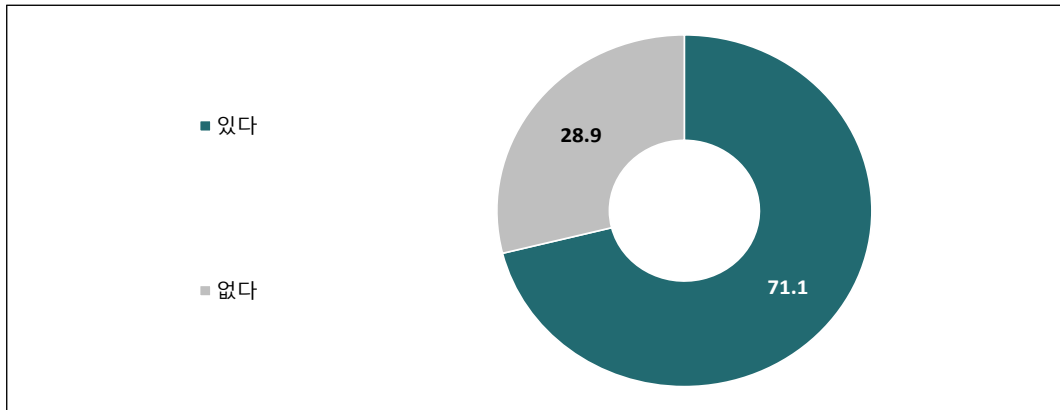
6.6. 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부

○ 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험에 대해서는 '경험이 있다'는 의견이 71.1%로 나타남.

- 호남권 거주자의 경우 구매를 줄인 경험률이 가장 높고, 동남권은 가장 낮은 수치
- 가구소득별로 보았을 때, 가구소득이 높을수록 구매를 줄인 경험이 많은 경향

〈그림 5-81〉 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부

단위: %



〈표 5-91〉 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부

단위: 명, %

구분		사례수	있다	없다
전체		2000	71.1	28.9
권역	수도권	1017	71.7	28.3
	충청권	211	70.6	29.4
	호남권	214	73.8	26.2
	대경권	194	71.6	28.4
	동남권	305	67.5	32.5
	강원권	59	69.5	30.5
가구원 수	1인	300	68.3	31.7
	2인	380	73.9	26.1
	3인	537	70.6	29.4
	4인 이상	783	71.1	28.9
성별	남성	1013	68.5	31.5
	여성	987	73.8	26.2
연령	20대	313	70.6	29.4
	30대	411	72.0	28.0
	40대	522	72.4	27.6
	50대	324	75.0	25.0
	60대 이상	430	66.0	34.0

(계속)

구분		사례수	있다	없다
학력	고졸 이하	348	65.8	34.2
	대졸	1312	72.5	27.5
	대학원졸	201	70.6	29.4
직업	관리/전문/사무직	1076	75.1	24.9
	서비스/판매직	203	64.0	36.0
	기계/농림어업/단순노무	206	64.1	35.9
	주부	230	67.0	33.0
	학생	139	71.9	28.1
	기타	146	67.1	32.9
가구 소득	200만원 미만	188	58.5	41.5
	200~400만원 미만	561	69.5	30.5
	400~600만원 미만	567	72.8	27.2
	600만원 이상	684	74.4	25.6

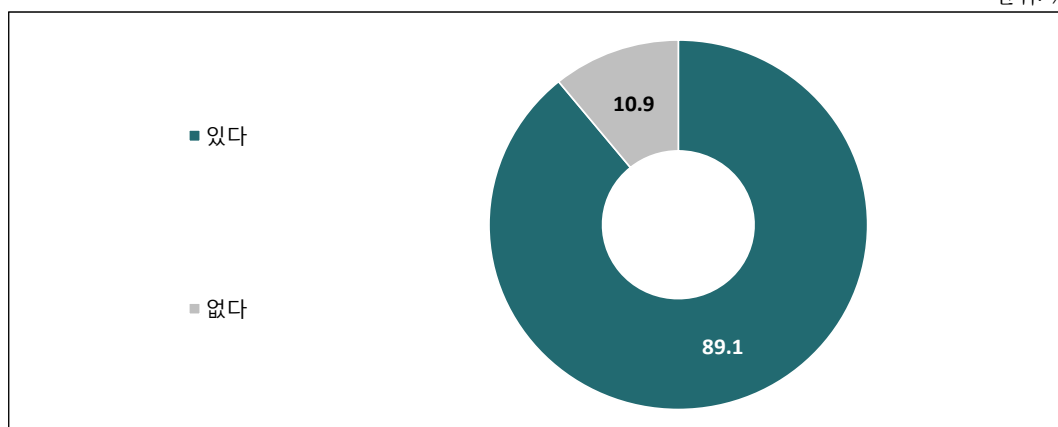
6.7. 갑질 이슈 발생 식품제조업체의 구입 축소 의향

○ 갑질 이슈 발생 식품제조업체의 구입을 축소하겠다는 의견이 89.1%로 높게 나타남.

- 수도권 거주자의 경우 구매를 줄이겠다는 의향이 가장 높은 특징
- 1인 가구의 구입 축소 의향이 가장 적고, 2인 가구에서 가장 높은 축소 의향
- 대체로 연령이 높을수록, 가구소득이 높을수록 구입 축소 의향이 높은 특징

〈그림 5-82〉 갑질 이슈 발생 식품제조업체의 구입 축소 의향

단위: %



〈표 5-92〉 갑질 이슈 발생 식품제조업체의 구입 축소 의향

단위: 명, %

구분		사례수	있다	없다
전체		2000	89.1	10.9
권역	수도권	1017	89.5	10.5
	충청권	211	87.2	12.8
	호남권	214	89.7	10.3
	대경권	194	88.7	11.3
	동남권	305	89.2	10.8
	강원권	59	88.1	11.9
	가구원 수	1인	300	87.0
2인		380	90.0	10.0
3인		537	89.0	11.0
4인 이상		783	89.5	10.5
성별	남성	1013	88.2	11.8
	여성	987	90.1	9.9
연령	20대	313	86.9	13.1
	30대	411	86.1	13.9
	40대	522	88.3	11.7
	50대	324	91.7	8.3
	60대 이상	430	92.6	7.4
학력	고졸 이하	348	87.9	12.1
	대졸	1312	89.6	10.4
	대학원졸	201	88.1	11.9
직업	관리/전문/사무직	1076	90.2	9.8
	서비스/판매직	203	85.7	14.3
	기계/농림어업/단순노무	206	85.9	14.1
	주부	230	88.7	11.3
	학생	139	89.2	10.8
	기타	146	90.4	9.6
가구 소득	200만원 미만	188	85.1	14.9
	200~400만원 미만	561	85.9	14.1
	400~600만원 미만	567	89.9	10.1
	600만원 이상	684	92.1	7.9

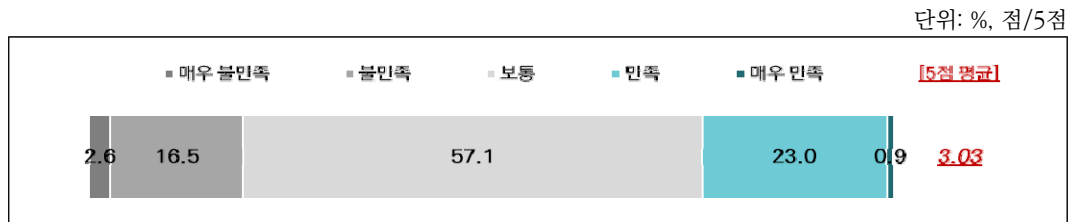
7. 포장재/ 탄소중립

7.1. 포장재 만족도

○ 포장재 만족도는 '보통'이 57.1%, '만족'이라는 의견이 23.0%로 나타남.

- 강원권 거주자가 가장 높은 만족도를, 충청권 거주자가 가장 낮은 만족도
- 여성보다 남성의 만족도가 높게 나타났으며, 연령별로 20대의 만족도가 가장 높은 특징

〈그림 5-83〉 포장재 만족도



주: '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-93〉 포장재 만족도

단위: 명, %, 점/5점

구분	사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균(점)	
전체	2000	2.6	16.5	57.1	23.0	0.9	3.03	
권역	수도권	1017	3.1	16.8	56.6	22.7	0.7	3.01
	충청권	211	2.4	19.0	56.4	20.9	1.4	3.00
	호남권	214	1.4	15.9	59.3	22.4	0.9	3.06
	대경권	194	2.1	16.0	58.2	23.2	0.5	3.04
	동남권	305	2.6	16.1	55.7	23.9	1.6	3.06
	강원권	59	0.0	8.5	61.0	30.5	0.0	3.22
가구원 수	1인	300	3.3	15.7	58.7	21.3	1.0	3.01
	2인	380	2.6	18.4	58.9	19.7	0.3	2.97
	3인	537	3.2	16.9	59.0	20.1	0.7	2.98
	4인 이상	783	1.9	15.6	54.2	27.1	1.3	3.10
성별	남성	1013	2.0	15.0	58.2	24.0	0.8	3.07
	여성	987	3.2	18.0	55.8	21.9	1.0	2.99
연령	20대	313	3.5	14.7	50.5	28.1	3.2	3.13
	30대	411	2.7	16.5	60.6	20.0	0.2	2.99
	40대	522	3.1	17.6	55.4	23.6	0.4	3.01
	50대	324	2.2	17.0	57.7	22.2	0.9	3.03
	60대 이상	430	1.6	16.0	60.0	21.9	0.5	3.03

(계속)

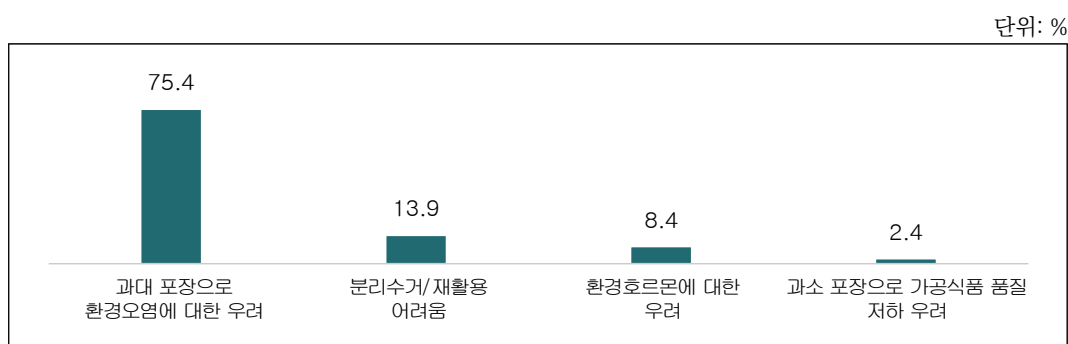
구분		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균(점)
학력	고졸 이하	348	1.1	11.8	64.9	21.3	0.9	3.09
	대졸	1312	2.7	17.1	57.3	22.1	0.8	3.01
	대학원졸	201	3.0	23.9	46.3	26.4	0.5	2.98
직업	관리/전문/사무직	1076	2.7	18.8	56.3	21.5	0.7	2.99
	서비스/판매직	203	3.0	7.9	62.1	26.1	1.0	3.14
	기계/농림어업/단순노무	206	3.9	11.7	58.3	25.7	0.5	3.07
	주부	230	1.3	15.7	59.1	23.5	0.4	3.06
	학생	139	4.3	12.2	50.4	30.2	2.9	3.15
	기타	146	0.0	24.0	56.8	17.8	1.4	2.97
	가구 소득	200만원 미만	188	1.6	12.2	67.6	18.1	0.5
200~400만원 미만	561	3.0	16.8	56.3	23.2	0.7	3.02	
400~600만원 미만	567	1.6	16.8	57.7	23.1	0.9	3.05	
600만원 이상	684	3.4	17.3	54.2	24.0	1.2	3.02	

주: '매우 불만족' 응답을 1점~'매우 만족' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

7.2. 포장재 관련 불만

- 포장재 관련 불만으로는 '과대 포장으로 환경 오염에 대한 우려'(75.4%)가 가장 컸으며, '분리수거와 재활용 어려움'(13.9%), '환경호르몬에 대한 우려'(8.4%) 등 순으로 나타남.
 - '과대 포장으로 환경 오염에 대한 우려'는 호남권, 가구원 수 4인 이상, 가구소득이 높을수록 많아지는 경향

〈그림 5-84〉 포장재 관련 불만



주: 포장재 관련 불만이 있다는 응답자 대상임.

〈표 5-94〉 포장재 관련 불만

단위: 명, %

구분		사례수	과대 포장으로 환경오염에 대한 우려	분리수거·재활용 어려움	환경호르몬에 대한 우려	과소 포장으로 가공식품 품질 저하 우려
전체		382	75.4	13.9	8.4	2.4
권역	수도권	203	73.9	13.8	10.3	2.0
	충청권	45	66.7	20.0	6.7	6.7
	호남권	37	89.2	5.4	2.7	2.7
	대경권	35	77.1	8.6	11.4	2.9
	동남권	57	80.7	15.8	3.5	0.0
	강원권	5	40.0	40.0	20.0	0.0
가구원 수	1인	57	66.7	21.1	8.8	3.5
	2인	80	77.5	13.8	8.8	0.0
	3인	108	66.7	14.8	14.8	3.7
	4인 이상	137	84.7	10.2	2.9	2.2
성별	남성	172	69.8	18.0	8.7	3.5
	여성	210	80.0	10.5	8.1	1.4
연령	20대	57	70.2	21.1	3.5	5.3
	30대	79	72.2	17.7	8.9	1.3
	40대	108	76.9	10.2	10.2	2.8
	50대	62	79.0	12.9	6.5	1.6
	60대 이상	76	77.6	10.5	10.5	1.3
학력	고졸 이하	45	68.9	13.3	13.3	4.4
	대졸	260	75.4	15.0	7.3	2.3
	대학원졸	54	77.8	9.3	13.0	0.0
직업	관리/전문/사무직	231	77.1	12.6	7.8	2.6
	서비스/판매직	22	54.5	22.7	18.2	4.5
	기계/동림어업/단순노무	32	68.8	25.0	6.3	0.0
	주부	39	76.9	7.7	12.8	2.6
	학생	23	82.6	13.0	0.0	4.3
	기타	35	77.1	14.3	8.6	0.0
가구소득	200만원 미만	26	61.5	19.2	19.2	0.0
	200~400만원 미만	111	73.9	16.2	5.4	4.5
	400~600만원 미만	104	76.9	12.5	8.7	1.9
	600만원 이상	141	78.0	12.1	8.5	1.4

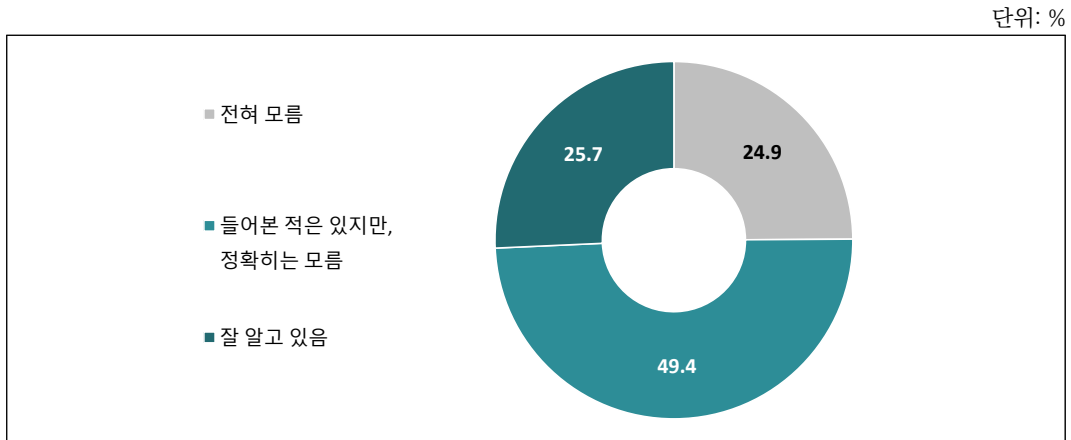
주: 포장재 관련 불만이 있다는 응답자 대상임.

7.3. 이중포장 금지 인지도

- 이중포장 금지에 대한 인지도는 ‘들어본 적은 있지만 정확히는 모른다’는 의견이 49.4%, ‘잘 알고 있다’는 응답자가 25.7%로 나타남.

- 권역별로 충청권의 인지도가 가장 높게 나타났으며 강원권에서 가장 낮은 인지도
- 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 이중포장 금지에 대한 인지도는 높은 특징

〈그림 5-85〉 이중포장 금지 인지도



〈표 5-95〉 이중포장 금지 인지도

단위: 명, %

구분	사례수	전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다	
전체	2000	24.9	49.4	25.7	
권역	수도권	1017	27.1	47.0	25.9
	충청권	211	22.7	48.8	28.4
	호남권	214	23.8	50.5	25.7
	대경권	194	26.3	50.0	23.7
	동남권	305	20.3	53.4	26.2
	강원권	59	16.9	66.1	16.9
가구원 수	1인	300	25.3	47.7	27.0
	2인	380	26.1	48.4	25.5
	3인	537	26.6	51.6	21.8
	4인 이상	783	23.0	49.0	28.0
성별	남성	1013	26.3	52.7	21.0
	여성	987	23.5	46.0	30.5
연령	20대	313	34.5	42.5	23.0
	30대	411	28.2	45.5	26.3
	40대	522	24.7	49.2	26.1
	50대	324	21.3	50.9	27.8
	60대 이상	430	17.7	57.2	25.1

(계속)

구분		사례수	전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다
학력	고졸 이하	348	27.0	51.1	21.8
	대졸	1312	24.1	49.6	26.3
	대학원졸	201	23.9	47.3	28.9
직업	관리/전문/사무직	1076	25.4	48.1	26.5
	서비스/판매직	203	24.1	49.8	26.1
	기계/농림어업/단순노무	206	19.9	64.6	15.5
	주부	230	18.3	47.0	34.8
	학생	139	28.8	46.0	25.2
	기타	146	36.3	43.8	19.9
가구소득	200만원 미만	188	29.3	50.5	20.2
	200~400만원 미만	561	25.5	49.6	25.0
	400~600만원 미만	567	24.9	49.7	25.4
	600만원 이상	684	23.2	48.7	28.1

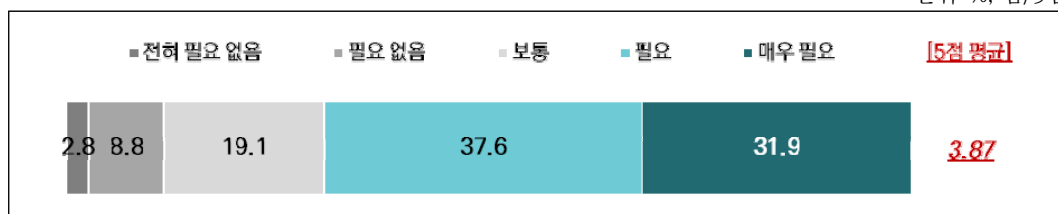
7.4. 이중포장 금지 필요성

○ 이중포장 금지가 필요한가에 대한 질문에 ‘필요’하다는 의견이 37.6%, ‘매우 필요’하다는 의견이 31.9%로, 이중포장 금지가 필요하다는 인식이 높은 것으로 나타남.

- 호남권의 경우 이중포장 금지가 ‘필요’하다는 의견이 가장 많고, 동남권이 가장 적은 수준
- 연령이 낮을수록 ‘필요’하다는 의견이 많아지는 경향

〈그림 5-86〉 이중포장 금지 필요성

단위: %, 점/5점



주: ‘전혀 필요 없음’ 응답을 1점~‘매우 필요’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-96〉 이중포장 금지 필요성

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	평균(점)
전체		2000	2.8	8.8	19.1	37.6	31.9	3.87
권역	수도권	1017	2.9	7.8	17.9	38.5	32.9	3.91
	충청권	211	2.4	8.5	18.0	37.4	33.6	3.91
	호남권	214	3.3	7.9	21.5	35.5	31.8	3.85
	대경권	194	4.6	12.4	20.1	37.6	25.3	3.66
	동남권	305	1.3	10.8	21.3	33.1	33.4	3.87
	강원권	59	1.7	6.8	18.6	50.8	22.0	3.85
가구원 수	1인	300	2.7	8.7	20.3	34.0	34.3	3.89
	2인	380	2.4	7.4	22.1	36.8	31.3	3.87
	3인	537	3.9	10.1	19.6	38.0	28.5	3.77
	4인 이상	783	2.2	8.6	16.7	39.0	33.6	3.93
성별	남성	1013	3.1	10.5	22.4	39.4	24.7	3.72
	여성	987	2.4	7.0	15.6	35.7	39.3	4.02
연령	20대	313	2.6	6.7	16.0	33.5	41.2	4.04
	30대	411	2.4	7.8	19.7	34.5	35.5	3.93
	40대	522	2.5	8.6	20.1	37.7	31.0	3.86
	50대	324	3.1	9.9	19.8	40.7	26.5	3.78
	60대 이상	430	3.3	10.5	18.8	40.7	26.7	3.77
학력	고졸 이하	348	2.0	13.5	23.3	36.5	24.7	3.68
	대졸	1312	2.7	7.9	18.5	37.4	33.5	3.91
	대학원졸	201	3.0	9.5	15.4	40.8	31.3	3.88
직업	관리/전문/사무직	1076	3.1	8.1	15.9	39.3	33.6	3.92
	서비스/판매직	203	2.5	12.8	24.6	31.5	28.6	3.71
	기계/농림어업/단순노무	206	1.0	10.2	26.2	36.9	25.7	3.76
	주부	230	2.6	9.6	19.1	33.9	34.8	3.89
	학생	139	5.0	4.3	18.7	36.7	35.3	3.93
	기타	146	1.4	8.9	24.7	40.4	24.7	3.78
가구 소득	200만원 미만	188	3.7	12.8	28.2	37.2	18.1	3.53
	200~400만원 미만	561	2.0	7.8	20.5	36.4	33.3	3.91
	400~600만원 미만	567	3.0	10.6	17.1	36.5	32.8	3.86
	600만원 이상	684	2.9	6.9	17.0	39.5	33.8	3.94

주: '전혀 필요 없음' 응답을 1점~'매우 필요' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

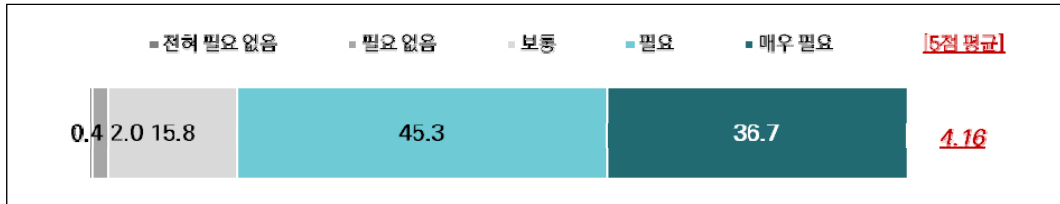
7.5. 친환경 포장재 사용 필요성

○ 친환경 포장재 사용이 필요한가에 대한 질문에 '필요한 편'이라는 의견이 45.3%로 높게 나타났으며 '매우 필요하다'라는 의견도 36.7%로 필요도가 높은 것으로 나타남.

- 권역별로 동남권에서 가장 높은 필요성 인식을 보이고, 대경권이 가장 낮은 특징
- 연령별로 20대에서 가장 높은 필요성 인식을 보이고, 학력이 높을수록 필요성에 대한 인식이 증가하는 경향

〈그림 5-87〉 친환경 포장재 사용 필요성

단위: %, 점/5점



주: '전혀 필요 없음' 응답을 1점~'매우 필요' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-97〉 친환경 포장재 사용 필요성

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	평균(점)
전체		2000	0.4	2.0	15.8	45.3	36.7	4.16
권역	수도권	1017	0.4	2.1	14.7	45.8	37.1	4.17
	충청권	211	0.0	2.4	19.0	42.2	36.5	4.13
	호남권	214	0.5	1.9	16.8	42.1	38.8	4.17
	대경권	194	1.0	2.6	19.6	48.5	28.4	4.01
	동남권	305	0.0	1.0	14.1	45.6	39.3	4.23
	강원권	59	0.0	3.4	15.3	45.8	35.6	4.14
가구원 수	1인	300	0.0	2.7	15.7	40.3	41.3	4.20
	2인	380	0.8	1.3	15.8	44.5	37.6	4.17
	3인	537	0.6	2.2	16.4	46.4	34.5	4.12
	4인 이상	783	0.1	1.9	15.3	46.7	35.9	4.16
성별	남성	1013	0.6	3.1	19.0	47.0	30.4	4.04
	여성	987	0.1	0.9	12.5	43.5	43.1	4.28
연령	20대	313	0.3	1.6	13.1	40.3	44.7	4.27
	30대	411	0.5	1.9	18.5	41.1	38.0	4.14
	40대	522	0.0	2.7	15.3	43.9	38.1	4.17
	50대	324	0.3	2.2	16.7	49.4	31.5	4.10
	60대 이상	430	0.7	1.4	14.9	51.4	31.6	4.12
학력	고졸 이하	348	0.6	3.4	20.1	48.6	27.3	3.99
	대졸	1312	0.2	1.8	15.4	44.4	38.2	4.19
	대학원졸	201	0.5	2.0	11.9	45.3	40.3	4.23

(계속)

구분		사례수	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	평균(점)
직업	관리/전문/사무직	1076	0.4	2.0	13.7	45.1	38.8	4.20
	서비스/판매직	203	0.5	2.0	23.2	42.9	31.5	4.03
	기계/농림어업/단순노무	206	0.0	3.9	23.8	43.7	28.6	3.97
	주부	230	0.4	1.3	13.0	48.3	37.0	4.20
	학생	139	0.7	0.7	13.7	44.6	40.3	4.23
	기타	146	0.0	1.4	15.8	47.9	34.9	4.16
가구 소득	200만원 미만	188	0.0	2.1	22.3	47.3	28.2	4.02
	200~400만원 미만	561	0.2	2.3	16.4	43.1	38.0	4.16
	400~600만원 미만	567	0.7	2.5	15.7	46.6	34.6	4.12
	600만원 이상	684	0.3	1.3	13.5	45.3	39.6	4.23

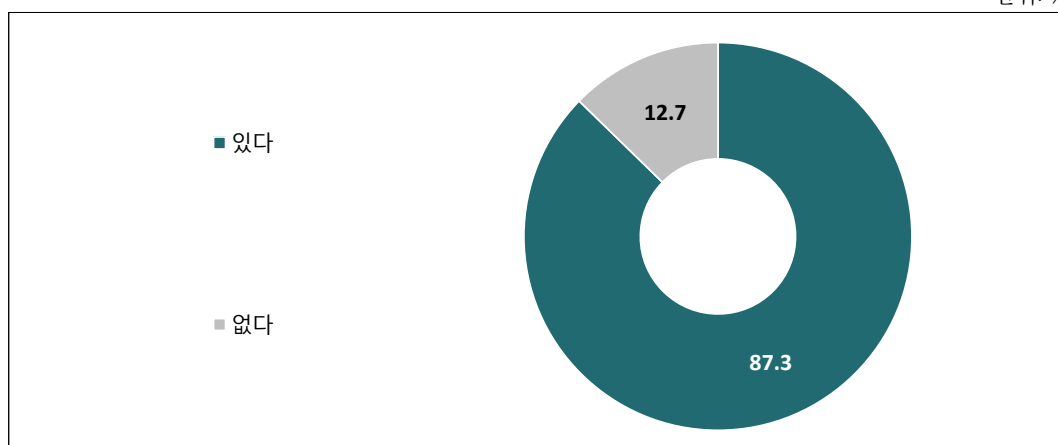
7.6. 친환경 포장재 가공식품 구매 의향

○ 친환경 포장재를 사용한 가공식품 구매가 증가할 것이라는 질문에 대해 ‘구매 증대 의향 있다’라는 의견이 87.3%로 나타남.

- 호남권에서 가장 높은 의향을 보이고, 대경권이 가장 낮은 특징
- 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 친환경 포장재를 사용한 가공식품 구매 의향이 높아지는 경향

〈그림 5-88〉 친환경 포장재 가공식품 구매 의향

단위: %



〈표 5-98〉 친환경 포장재 가공식품 구매 의향

단위: 명, %

구분		사례수	있다	없다
전체		2000	87.3	12.7
권역	수도권	1017	87.4	12.6
	충청권	211	86.3	13.7
	호남권	214	88.8	11.2
	대경권	194	83.0	17.0
	동남권	305	89.5	10.5
	강원권	59	86.4	13.6
가구원 수	1인	300	86.0	14.0
	2인	380	89.5	10.5
	3인	537	85.7	14.3
	4인 이상	783	87.9	12.1
성별	남성	1013	84.8	15.2
	여성	987	89.9	10.1
연령	20대	313	87.5	12.5
	30대	411	84.9	15.1
	40대	522	89.3	10.7
	50대	324	84.9	15.1
	60대 이상	430	88.8	11.2
학력	고졸 이하	348	84.5	15.5
	대졸	1312	88.0	12.0
	대학원졸	201	88.6	11.4
직업	관리/전문/사무직	1076	89.2	10.8
	서비스/판매직	203	84.2	15.8
	기계/농림어업/단순노무	206	81.1	18.9
	주부	230	90.0	10.0
	학생	139	86.3	13.7
	기타	146	82.9	17.1
가구 소득	200만원 미만	188	77.7	22.3
	200~400만원 미만	561	86.8	13.2
	400~600만원 미만	567	88.7	11.3
	600만원 이상	684	89.2	10.8

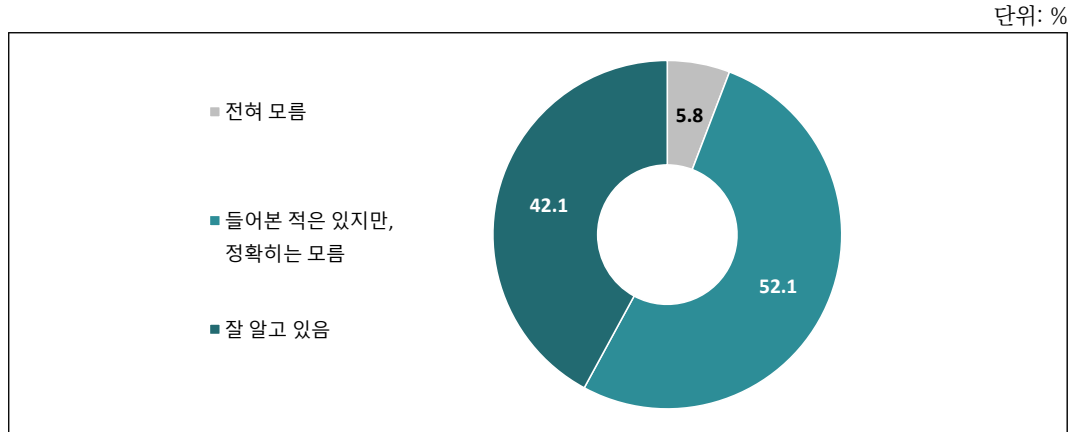
7.7. 탄소중립 용어 인지도

○ 탄소중립 용어 인지도는 ‘잘 알고 있다’라는 의견이 42.1%로, 높은 인지도를 보임.

- 권역별로 충청권의 인지도가 가장 높고, 대경권의 인지도가 가장 낮은 특징

- 가구원 수가 많을수록, 가구소득이 높을수록 탄소중립 용어 인지도가 높아지는 경향

〈그림 5-89〉 탄소중립 용어 인지도



〈표 5-99〉 탄소중립 용어 인지도

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다
전체		2000	5.8	52.1	42.1
권역	수도권	1017	6.4	51.3	42.3
	충청권	211	7.1	46.4	46.4
	호남권	214	3.7	52.8	43.5
	대경권	194	5.2	57.2	37.6
	동남권	305	5.2	54.8	40.0
	강원권	59	3.4	52.5	44.1
가구원 수	1인	300	8.3	52.0	39.7
	2인	380	5.3	54.5	40.3
	3인	537	5.8	53.4	40.8
	4인 이상	783	5.1	50.1	44.8
성별	남성	1013	3.7	52.1	44.2
	여성	987	8.0	52.1	39.9
연령	20대	313	9.6	45.4	45.0
	30대	411	9.0	52.8	38.2
	40대	522	4.0	55.0	41.0
	50대	324	3.7	56.2	40.1
	60대 이상	430	3.7	49.8	46.5
학력	고졸 이하	348	10.9	60.9	28.2
	대졸	1312	4.6	52.7	42.8
	대학원졸	201	3.0	38.8	58.2

(계속)

구분		사례수	전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다
직업	관리/전문/사무직	1076	4.2	49.6	46.2
	서비스/판매직	203	13.3	58.1	28.6
	기계/농림어업/단순노무	206	4.9	61.7	33.5
	주부	230	6.1	50.0	43.9
	학생	139	8.6	43.9	47.5
	기타	146	5.5	59.6	34.9
가구 소득	200만원 미만	188	12.8	61.2	26.1
	200~400만원 미만	561	6.8	55.4	37.8
	400~600만원 미만	567	5.3	53.4	41.3
	600만원 이상	684	3.5	45.8	50.7

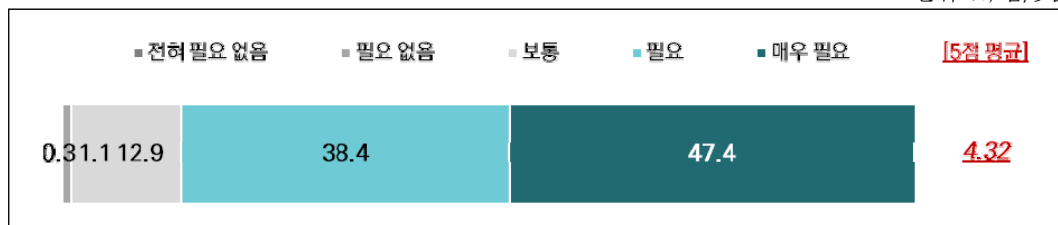
7.8. 탄소중립 필요성

○ 탄소중립이 필요한가에 대해서는 매우 필요'가 47.4%이며, 필요한 편이라는 의견이 38.4%로 탄소중립의 필요성에 대해 강한 공감대가 형성되어 있다는 것을 알 수 있음.

- 권역별로 동남권에서 필요성에 대한 인식이 가장 높고, 대경권 거주자의 경우 필요성 인식 정도가 낮은 특징
- 20대의 필요성 인식이 가장 높게 나타났으며, 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 필요성에 대한 인식 증가

〈그림 5-90〉 탄소중립 필요성

단위: %, 점/5점



주: '전혀 필요 없음' 응답을 1점~'매우 필요' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-100〉 탄소중립 필요성

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	평균(점)
전체		2000	0.3	1.1	12.9	38.4	47.4	4.32
권역	수도권	1017	0.4	1.0	12.4	38.1	48.2	4.33
	충청권	211	0.0	0.5	15.6	36.5	47.4	4.31
	호남권	214	0.5	0.9	12.1	37.9	48.6	4.33
	대경권	194	0.5	2.1	17.5	38.7	41.2	4.18
	동남권	305	0.0	1.3	9.8	40.3	48.5	4.36
	강원권	59	0.0	0.0	13.6	42.4	44.1	4.31
가구원 수	1인	300	0.0	1.0	12.3	39.7	47.0	4.33
	2인	380	0.0	0.8	14.2	37.1	47.9	4.32
	3인	537	0.6	1.1	13.4	38.4	46.6	4.29
	4인 이상	783	0.4	1.1	12.0	38.6	47.9	4.32
성별	남성	1013	0.6	1.4	15.8	38.6	43.6	4.23
	여성	987	0.0	0.7	9.8	38.2	51.3	4.40
연령	20대	313	0.3	1.0	10.2	35.5	53.0	4.40
	30대	411	1.2	1.2	14.8	39.4	43.3	4.22
	40대	522	0.0	1.0	13.8	36.2	49.0	4.33
	50대	324	0.0	0.9	12.7	40.1	46.3	4.32
	60대 이상	430	0.0	1.2	11.9	40.9	46.0	4.32
학력	고졸 이하	348	0.0	1.1	17.2	42.8	38.8	4.19
	대졸	1312	0.2	1.1	12.2	37.8	48.6	4.33
	대학원졸	201	1.0	0.5	11.9	35.8	50.7	4.35
직업	관리/전문/사무직	1076	0.3	1.1	11.3	37.5	49.7	4.35
	서비스/판매직	203	0.0	2.0	18.7	37.4	41.9	4.19
	기계/농림어업/단순노무	206	0.5	0.0	21.4	35.4	42.7	4.20
	주부	230	0.0	0.9	8.3	44.3	46.5	4.37
	학생	139	0.7	0.7	9.4	36.7	52.5	4.40
	기타	146	0.7	1.4	14.4	42.5	41.1	4.22
가구 소득	200만원 미만	188	0.5	1.6	22.9	38.3	36.7	4.09
	200~400만원 미만	561	0.2	1.1	13.2	38.5	47.1	4.31
	400~600만원 미만	567	0.0	1.1	12.3	39.5	47.1	4.33
	600만원 이상	684	0.6	0.9	10.2	37.4	50.9	4.37

주: '전혀 필요 없음' 응답을 1점~'매우 필요' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

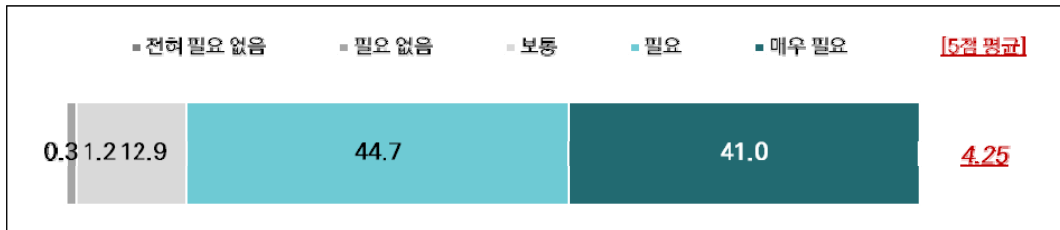
7.9. 가공식품 제조업체의 탄소중립 활동 필요성

○ 가공식품 제조업체의 탄소중립 활동의 필요성은 5점 평균 기준 4.25점으로 매우 높은 동의를 보임.

- 대경권에서 상대적으로 낮은 4.13점으로 나타났으나, 대체로 모든 권역에서 높은 동의
- 20대에서 필요성에 대한 인식이 가장 높았으며, 40대 이상에서도 높은 동의
- 200만 원 미만 저소득 가구보다 600만 원 이상 고소득 가구에서 필요하다고 응답한 비중이 상대적으로 높은 특징

〈그림 5-91〉 가공식품 제조업체의 탄소중립 활동 필요성

단위: %



주: '전혀 필요 없음' 응답을 1점~'매우 필요' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-101〉 가공식품 제조업체의 탄소중립 활동 필요성

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	평균(점)
전체		2000	0.3	1.2	12.9	44.7	41.0	4.25
권역	수도권	1017	0.4	0.8	12.8	44.1	41.9	4.26
	충청권	211	0.0	1.4	13.3	42.7	42.7	4.27
	호남권	214	0.5	0.5	12.1	43.9	43.0	4.29
	대경권	194	0.5	2.1	16.5	45.9	35.1	4.13
	동남권	305	0.0	2.3	11.1	45.9	40.7	4.25
	강원권	59	0.0	0.0	11.9	54.2	33.9	4.22
가구원 수	1인	300	0.0	2.0	14.7	40.3	43.0	4.24
	2인	380	0.5	0.5	12.9	42.9	43.2	4.28
	3인	537	0.6	1.1	14.9	46.2	37.2	4.18
	4인 이상	783	0.1	1.1	10.7	46.2	41.8	4.28
성별	남성	1013	0.6	1.2	16.3	46.5	35.4	4.15
	여성	987	0.0	1.1	9.3	42.9	46.7	4.35
연령	20대	313	0.3	1.3	8.6	41.2	48.6	4.36
	30대	411	0.7	1.2	17.3	39.9	40.9	4.19
	40대	522	0.0	0.8	14.4	42.0	42.9	4.27
	50대	324	0.0	0.9	12.0	49.7	37.3	4.23
	60대 이상	430	0.5	1.6	10.5	51.4	36.0	4.21

(계속)

구분		사례수	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	평균(점)
학력	고졸 이하	348	0.3	1.4	15.5	48.6	34.2	4.15
	대졸	1312	0.1	1.1	13.0	44.0	41.9	4.27
	대학원졸	201	1.5	1.0	10.0	46.3	41.3	4.25
직업	관리/전문/사무직	1076	0.3	1.0	12.2	43.5	43.0	4.28
	서비스/판매직	203	0.5	1.0	16.7	42.9	38.9	4.19
	기계/농림어업/단순노무	206	0.0	1.5	19.9	47.1	31.6	4.09
	주부	230	0.0	1.7	8.3	50.0	40.0	4.28
	학생	139	0.7	1.4	9.4	39.6	48.9	4.35
	기타	146	0.7	0.7	13.0	49.3	36.3	4.20
가구 소득	200만원 미만	188	0.0	2.1	23.4	38.8	35.6	4.08
	200~400만원 미만	561	0.0	1.4	13.4	44.4	40.8	4.25
	400~600만원 미만	567	0.5	0.7	12.5	46.2	40.0	4.25
	600만원 이상	684	0.4	1.0	9.8	45.3	43.4	4.30

주: '전혀 필요 없음' 응답을 1점~'매우 필요' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

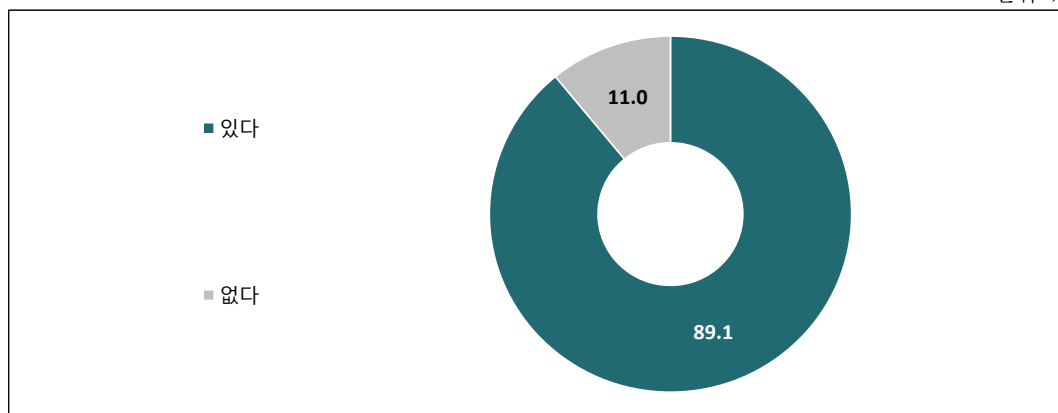
7.10. 탄소중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향

○ 탄소중립 활동 가공식품업체의 제품 구입을 '증대하겠다'는 의향은 89.1%로 나타남.

- 모든 응답자 특성에서 탄소중립 활동 가공식품업체의 제품 구입을 늘리겠다는 응답이 높게 나타났으며, 특히 권역별로 호남권에서 93.5%로 높은 수준

〈그림 5-92〉 탄소중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향

단위: %



〈표 5-102〉 탄소중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향

단위: 명, %

구분		사례수	있다	없다
전체		2000	89.1	11.0
권역	수도권	1017	88.8	11.2
	충청권	211	88.6	11.4
	호남권	214	93.5	6.5
	대경권	194	85.1	14.9
	동남권	305	89.5	10.5
	강원권	59	89.8	10.2
가구원 수	1인	300	88.3	11.7
	2인	380	90.5	9.5
	3인	537	88.5	11.5
	4인 이상	783	89.0	11.0
성별	남성	1013	87.7	12.3
	여성	987	90.5	9.5
연령	20대	313	89.5	10.5
	30대	411	86.1	13.9
	40대	522	90.2	9.8
	50대	324	88.9	11.1
	60대 이상	430	90.2	9.8
학력	고졸 이하	348	85.9	14.1
	대졸	1312	89.5	10.5
	대학원졸	201	90.0	10.0
직업	관리/전문/사무직	1076	90.9	9.1
	서비스/판매직	203	83.7	16.3
	기계/농림어업/단순노무	206	84.0	16.0
	주부	230	89.6	10.4
	학생	139	91.4	8.6
	기타	146	87.0	13.0
가구 소득	200만원 미만	188	78.7	21.3
	200~400만원 미만	561	87.9	12.1
	400~600만원 미만	567	91.9	8.1
	600만원 이상	684	90.5	9.5

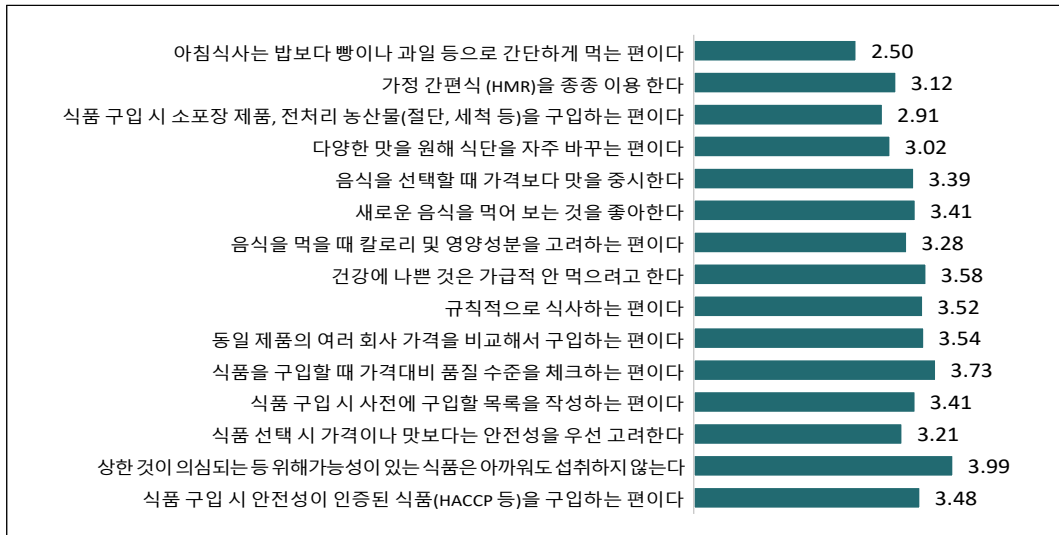
8. 식품 소비 라이프스타일 및 인식

8.1. 라이프스타일

○ 식품 구입 및 섭취 관련 라이프스타일 항목 중 ‘상한 것이 의심되는 등 위해 가능성이 있는 식품은 아까워도 섭취하지 않는다’가 3.99점으로 가장 높았으며, ‘건강에 나쁜 것은 가급적 안 먹으려고 한다’가 3.58점 3위로 나타나 건강 관련 항목을 중요시 함을 알 수 있음.

〈그림 5-93〉 라이프스타일

단위: 점/5점



주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-103〉 라이프스타일 [1/2]

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	아침식사는 밥보다 빵이나 과일 등으로 간단히 먹는 편이다	가정 간편식 (HMR)을 종종 이용한다	식품 구입 시 소포장 제품, 전처리 농산물을 구입하는 편이다	다양한 맛을 위해 식단을 자주 바꾸는 편이다	음식을 선택할 때 가격보다 맛을 중시한다	새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다	음식을 먹을 때 칼로리 및 영양성분을 고려하는 편이다	건강에 나쁜 것은 가급적 안 먹으려고 한다
전체	2000	2.50	3.12	2.91	3.02	3.39	3.41	3.28	3.58
지역	수도권	1017	2.57	3.18	2.94	3.05	3.40	3.45	3.56
	충청권	211	2.58	3.16	2.93	3.05	3.41	3.36	3.59
	호남권	214	2.25	2.96	2.85	2.95	3.39	3.35	3.68
	대경권	194	2.47	2.98	2.82	3.00	3.32	3.30	3.57
	동남권	305	2.47	3.08	2.86	3.00	3.39	3.46	3.59
	강원권	59	2.22	3.03	2.97	2.90	3.19	3.31	3.47
가구원 수	1인	300	2.45	3.19	3.02	2.94	3.24	3.32	3.55
	2인	380	2.52	3.06	2.96	3.03	3.39	3.43	3.67
	3인	537	2.53	3.10	2.86	3.02	3.41	3.44	3.55
	4인 이상	783	2.50	3.12	2.87	3.05	3.42	3.42	3.56
성별	남성	1013	2.40	3.02	2.99	2.97	3.34	3.34	3.59
	여성	987	2.61	3.21	2.82	3.08	3.43	3.48	3.56
연령	20대	313	2.65	3.29	2.81	3.15	3.32	3.50	3.29
	30대	411	2.63	3.24	2.92	3.00	3.29	3.45	3.28
	40대	522	2.47	3.19	2.93	3.08	3.45	3.46	3.57
	50대	324	2.50	2.99	3.03	2.94	3.41	3.34	3.72
	60대 이상	430	2.31	2.87	2.85	2.95	3.43	3.30	3.97
학력	고졸 이하	348	2.30	2.94	2.83	2.89	3.39	3.29	3.68
	대졸	1312	2.52	3.14	2.92	3.04	3.39	3.42	3.54
	대학원졸	201	2.61	3.13	3.02	3.03	3.39	3.53	3.82
직업	관리/전문/사무직	1076	2.53	3.14	2.94	3.05	3.42	3.44	3.56
	서비스/판매직	203	2.46	3.05	2.99	2.93	3.34	3.30	3.57
	기계/농림어업/단순노무	206	2.45	3.12	3.01	2.95	3.34	3.33	3.65
	주부	230	2.49	3.10	2.70	3.11	3.49	3.55	3.77
	학생	139	2.68	3.33	2.78	3.16	3.31	3.50	3.28
	기타	146	2.27	2.82	2.83	2.76	3.18	3.21	3.60
가구 소득	200만원 미만	188	2.45	2.96	2.90	2.87	3.13	3.23	3.53
	200~400만원 미만	561	2.47	3.08	2.86	2.96	3.27	3.31	3.52
	400~600만원 미만	567	2.48	3.12	2.95	3.05	3.46	3.43	3.60
	600만원 이상	684	2.56	3.18	2.91	3.09	3.49	3.53	3.62

주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-103〉 라이프스타일 [2/2]

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	규칙적으로 식사하는 편이다	동일 제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 체크하는 편이다	식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	식품 선택 시 가격이나 맛보다는 안전성을 우선 고려한다	상한 것이 의심되는 등 위해 가능성이 있는 식품은 아까워도 섭취하지 않는다	식품 구입 시 안전성이 인증된 식품 (HACCP 등)을 구입하는 편이다	
전체	2000	3.52	3.54	3.73	3.41	3.21	3.99	3.48	
지역	수도권	1017	3.50	3.54	3.76	3.42	3.19	4.02	3.47
	충청권	211	3.48	3.50	3.66	3.38	3.24	3.91	3.53
	호남권	214	3.60	3.55	3.71	3.45	3.31	3.98	3.60
	대경권	194	3.48	3.47	3.72	3.36	3.16	3.92	3.39
	동남권	305	3.61	3.63	3.72	3.42	3.23	3.99	3.48
	강원권	59	3.53	3.47	3.58	3.27	3.14	4.14	3.53
가구원 수	1인	300	3.34	3.64	3.79	3.36	3.08	3.91	3.35
	2인	380	3.62	3.51	3.71	3.47	3.32	3.97	3.48
	3인	537	3.56	3.51	3.71	3.36	3.20	3.99	3.49
	4인 이상	783	3.52	3.54	3.73	3.43	3.21	4.03	3.54
성별	남성	1013	3.54	3.47	3.68	3.31	3.20	3.97	3.45
	여성	987	3.51	3.62	3.77	3.50	3.22	4.02	3.52
연령	20대	313	3.39	3.62	3.71	3.33	2.91	3.95	3.26
	30대	411	3.31	3.53	3.66	3.32	2.99	3.91	3.32
	40대	522	3.49	3.57	3.74	3.37	3.24	4.02	3.47
	50대	324	3.56	3.47	3.77	3.46	3.43	4.00	3.63
	60대 이상	430	3.83	3.51	3.75	3.55	3.44	4.06	3.72
학력	고졸 이하	348	3.42	3.47	3.66	3.32	3.30	3.97	3.50
	대졸	1312	3.54	3.54	3.72	3.41	3.20	3.99	3.47
	대학원졸	201	3.73	3.61	3.87	3.57	3.33	4.10	3.67
직업	관리/전문/사무직	1076	3.59	3.53	3.73	3.42	3.20	4.02	3.48
	서비스/판매직	203	3.25	3.50	3.72	3.29	3.15	3.98	3.44
	기계/농림어업/단순노무	206	3.48	3.43	3.52	3.20	3.27	3.82	3.49
	주부	230	3.57	3.71	3.94	3.68	3.44	4.10	3.68
	학생	139	3.36	3.66	3.74	3.40	2.91	3.93	3.30
	기타	146	3.58	3.51	3.62	3.34	3.23	3.97	3.47
가구 소득	200만원 미만	188	3.32	3.50	3.60	3.41	3.27	3.74	3.39
	200~400만원 미만	561	3.43	3.49	3.68	3.36	3.17	3.92	3.40
	400~600만원 미만	567	3.56	3.53	3.72	3.36	3.19	4.06	3.54
	600만원 이상	684	3.62	3.61	3.81	3.48	3.24	4.07	3.53

주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

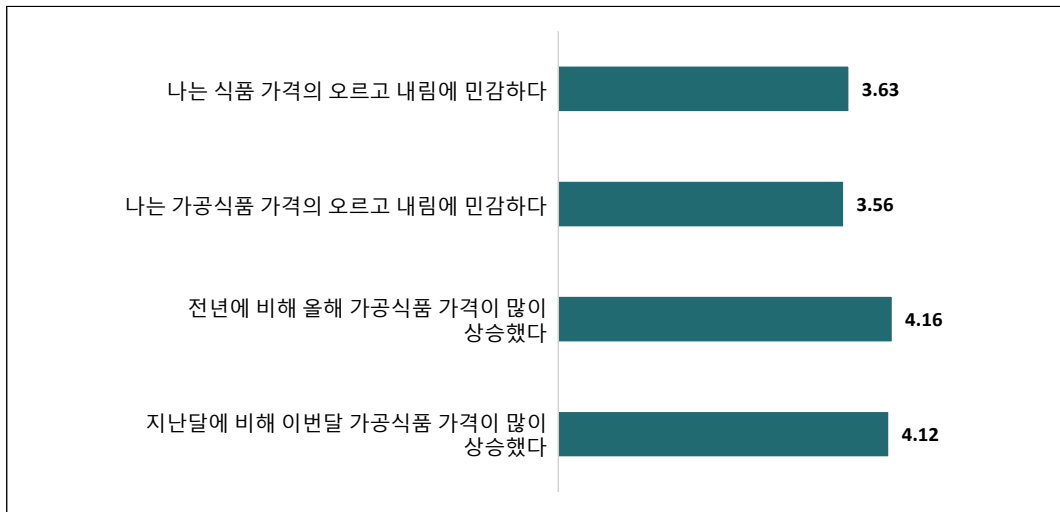
8.2. 가공식품 가격에 대한 인식

○ 전반적으로 ‘식품 가격’과 ‘가공식품’의 가격 변동보다는 ‘전년’과 ‘전월’ 대비 가공식품 가격이 많이 상승했다고 인식하고 있음.

- 조사 시점 기준 대부분 응답자 특성에서 ‘전월 대비 가공식품 가격 상승’보다는 ‘전년 대비 올해 가공식품 가격 상승’을 더 크게 체감

〈그림 5-94〉 가공식품 가격에 대한 인식

단위: 점/5점



주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-104〉 가공식품 가격에 대한 인식

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	나는 식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다	지난 달에 비해 이번 달 가공 식품 가격이 많이 상승했다	
전체	2000	3.63	3.56	4.16	4.12	
지역	수도권	1017	3.63	3.56	4.18	4.14
	충청권	211	3.64	3.56	4.20	4.18
	호남권	214	3.63	3.57	4.12	4.09
	대경권	194	3.59	3.55	4.10	4.06
	동남권	305	3.64	3.58	4.19	4.10
	강원권	59	3.53	3.44	4.08	4.02

(계속)

구분		사례수	나는 식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다	지난 달에 비해 이번 달 가공 식품 가격이 많이 상승했다
가구원 수	1인	300	3.68	3.60	4.19	4.17
	2인	380	3.58	3.50	4.12	4.08
	3인	537	3.62	3.55	4.17	4.12
	4인 이상	783	3.63	3.57	4.18	4.12
성별	남성	1013	3.59	3.57	4.16	4.12
	여성	987	3.66	3.54	4.17	4.12
연령	20대	313	3.68	3.61	4.16	4.07
	30대	411	3.66	3.58	4.16	4.12
	40대	522	3.62	3.56	4.14	4.11
	50대	324	3.52	3.49	4.12	4.09
	60대 이상	430	3.63	3.55	4.23	4.20
학력	고졸 이하	348	3.61	3.51	4.08	4.09
	대졸	1312	3.64	3.57	4.18	4.14
	대학원졸	201	3.50	3.50	4.16	4.09
직업	관리/전문/사무직	1076	3.58	3.51	4.16	4.11
	서비스/판매직	203	3.63	3.59	4.03	4.04
	기계/농림어업/단순노무	206	3.65	3.63	4.13	4.14
	주부	230	3.69	3.55	4.28	4.22
	학생	139	3.72	3.67	4.22	4.12
	기타	146	3.73	3.64	4.21	4.15
가구 소득	200만원 미만	188	3.80	3.68	4.16	4.13
	200~400만원 미만	561	3.69	3.60	4.13	4.09
	400~600만원 미만	567	3.58	3.56	4.19	4.14
	600만원 이상	684	3.56	3.49	4.18	4.13

주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

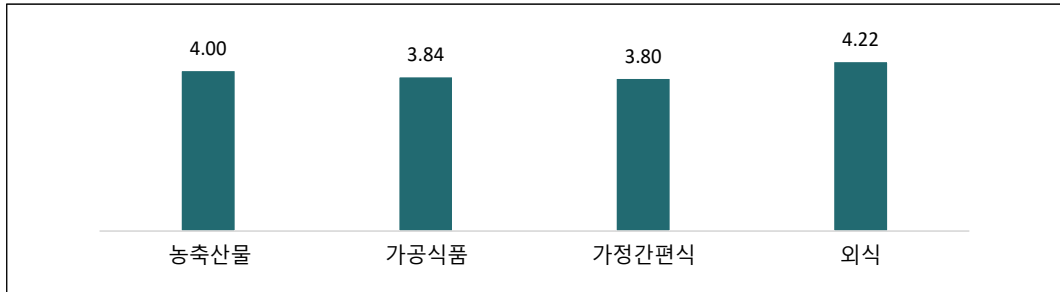
8.3. 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식

○ 식품 종류별 물가 수준 인식에서 '외식'(4.22점), '농축산물'(4.00점), '가공식품'(3.84점), '가정간편식'(3.80점) 순으로 물가가 높다고 인식하고 있음.

- 모든 응답자 특성에서 '외식' 물가 수준이 가장 비싸다고 인식

〈그림 5-95〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식

단위: 점/5점



주: '매우 낮다' 응답을 1점~'매우 높다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-105〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 농축산물

단위: 명, %, 점/5점

구분	사례수	매우 낮다	낮다	비슷하다	높다	매우 높다	평균(점)	
전체	2000	0.6	1.0	17.8	59.1	21.6	4.00	
권역	수도권	1017	0.5	0.6	17.8	58.0	23.1	4.03
	충청권	211	0.5	1.4	13.7	61.6	22.7	4.05
	호남권	214	0.5	3.3	18.2	57.9	20.1	3.94
	대경권	194	0.0	0.5	22.2	56.7	20.6	3.97
	동남권	305	1.0	1.0	17.4	62.6	18.0	3.96
	강원권	59	1.7	0.0	18.6	61.0	18.6	3.95
가구원 수	1인	300	2.0	1.0	17.3	56.7	23.0	3.98
	2인	380	0.3	1.1	16.8	62.9	18.9	3.99
	3인	537	0.6	1.3	17.1	59.6	21.4	4.00
	4인 이상	783	0.1	0.8	18.9	57.7	22.5	4.02
성별	남성	1013	0.8	1.5	19.0	57.0	21.8	3.98
	여성	987	0.3	0.5	16.6	61.2	21.4	4.03
연령	20대	313	1.0	0.3	18.8	59.4	20.4	3.98
	30대	411	0.7	0.7	18.7	56.4	23.4	4.01
	40대	522	0.6	1.3	18.0	57.5	22.6	4.00
	50대	324	0.6	2.2	18.2	61.7	17.3	3.93
	60대 이상	430	0.0	0.5	15.6	61.2	22.8	4.06
학력	고졸 이하	348	0.3	1.1	21.0	56.0	21.6	3.97
	대졸	1312	0.6	1.1	17.3	59.3	21.7	4.00
	대학원졸	201	0.5	0.5	13.9	65.2	19.9	4.03
직업	관리/전문/사무직	1076	0.5	0.9	17.0	60.2	21.4	4.01
	서비스/판매직	203	0.5	1.5	21.7	52.7	23.6	3.98
	기계/농림어업/단순노무	206	1.0	2.9	21.8	56.3	18.0	3.87
	주부	230	0.4	0.0	13.5	61.7	24.3	4.10
	학생	139	0.7	0.7	20.1	55.4	23.0	3.99
	기타	146	0.7	0.0	17.1	62.3	19.9	4.01
가구 소득	200만원 미만	188	1.6	0.5	18.6	51.1	28.2	4.04
	200~400만원 미만	561	0.2	1.6	19.1	59.7	19.4	3.97
	400~600만원 미만	567	0.2	0.9	17.8	59.3	21.9	4.02
	600만원 이상	684	0.9	0.7	16.5	60.5	21.3	4.01

주: '매우 낮다' 응답을 1점~'매우 높다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-106〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 가공식품

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	매우 낮다	낮다	비슷하다	높다	매우 높다	평균(점)
전체		2000	0.4	1.9	24.2	60.2	13.4	3.84
권역	수도권	1017	0.3	1.8	24.4	59.8	13.8	3.85
	충청권	211	0.0	0.9	24.2	58.8	16.1	3.90
	호남권	214	0.5	2.3	23.4	61.2	12.6	3.83
	대경권	194	0.5	2.1	24.2	60.3	12.9	3.83
	동남권	305	0.7	2.3	24.3	60.7	12.1	3.81
	강원권	59	1.7	1.7	23.7	64.4	8.5	3.76
가구원수	1인	300	1.0	2.7	22.3	57.3	16.7	3.86
	2인	380	0.0	1.3	24.2	63.9	10.5	3.84
	3인	537	0.7	2.6	23.1	61.3	12.3	3.82
	4인 이상	783	0.1	1.3	25.7	58.6	14.3	3.86
성별	남성	1013	0.5	2.4	23.9	59.9	13.3	3.83
	여성	987	0.3	1.3	24.5	60.4	13.5	3.85
연령	20대	313	0.6	2.6	31.0	51.1	14.7	3.77
	30대	411	0.5	1.5	24.1	58.4	15.6	3.87
	40대	522	0.6	1.7	24.3	59.6	13.8	3.84
	50대	324	0.3	2.5	22.2	64.8	10.2	3.82
	60대 이상	430	0.0	1.4	20.7	65.6	12.3	3.89
학력	고졸 이하	348	0.3	3.2	25.9	58.6	12.1	3.79
	대졸	1312	0.5	1.4	23.9	60.7	13.5	3.85
	대학원졸	201	0.5	2.0	17.9	64.2	15.4	3.92
직업	관리/전문/사무직	1076	0.4	1.1	23.6	61.4	13.5	3.87
	서비스/판매직	203	0.5	3.9	23.6	59.6	12.3	3.79
	기계/농림어업/단순노무	206	0.5	3.4	23.8	56.3	16.0	3.84
	주부	230	0.4	1.7	23.9	61.7	12.2	3.83
	학생	139	0.0	2.2	32.4	52.5	12.9	3.76
	기타	146	0.7	2.1	22.6	61.6	13.0	3.84
가구소득	200만원 미만	188	1.1	1.6	20.2	58.0	19.1	3.93
	200~400만원 미만	561	0.2	2.7	25.1	59.4	12.7	3.82
	400~600만원 미만	567	0.2	1.8	24.9	60.5	12.7	3.84
	600만원 이상	684	0.6	1.3	24.0	61.1	13.0	3.85

주: '매우 낮다' 응답을 1점~'매우 높다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-107〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 가정간편식

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	매우 낮다	낮다	비슷하다	높다	매우 높다	평균(점)
전체		2000	0.6	1.5	28.5	56.3	13.3	3.80
권역	수도권	1017	0.3	1.1	28.8	55.8	14.1	3.82
	충청권	211	0.0	1.4	27.0	55.0	16.6	3.87
	호남권	214	0.9	2.8	26.6	58.9	10.7	3.76
	대경권	194	0.5	3.1	28.9	55.2	12.4	3.76
	동남권	305	1.3	1.0	29.8	55.4	12.5	3.77
	강원권	59	1.7	0.0	25.4	67.8	5.1	3.75
가구원수	1인	300	1.7	2.3	28.3	53.0	14.7	3.77
	2인	380	0.0	1.1	27.4	59.2	12.4	3.83
	3인	537	0.9	1.9	26.6	57.4	13.2	3.80
	4인 이상	783	0.1	1.0	30.3	55.3	13.3	3.81
성별	남성	1013	0.7	1.6	28.7	56.0	13.0	3.79
	여성	987	0.4	1.3	28.2	56.5	13.6	3.82
연령	20대	313	0.6	1.9	33.9	51.4	12.1	3.73
	30대	411	0.5	0.7	34.3	49.9	14.6	3.77
	40대	522	0.6	1.5	26.8	56.9	14.2	3.83
	50대	324	0.6	1.9	28.1	59.0	10.5	3.77
	60대 이상	430	0.5	1.4	21.2	63.0	14.0	3.89
학력	고졸 이하	348	1.1	2.6	31.6	54.0	10.6	3.70
	대졸	1312	0.5	1.4	28.0	56.2	14.0	3.82
	대학원졸	201	0.5	0.0	20.4	64.2	14.9	3.93
직업	관리/전문/사무직	1076	0.5	1.2	27.7	57.9	12.7	3.81
	서비스/판매직	203	0.5	2.5	27.6	57.1	12.3	3.78
	기계/농림어업/단순노무	206	0.5	1.5	32.0	51.5	14.6	3.78
	주부	230	0.9	1.7	27.0	55.2	15.2	3.82
	학생	139	0.0	1.4	36.7	51.1	10.8	3.71
	기타	146	1.4	1.4	24.7	56.2	16.4	3.85
가구소득	200만원 미만	188	1.6	2.1	26.1	51.6	18.6	3.84
	200~400만원 미만	561	0.4	2.5	28.9	55.4	12.8	3.78
	400~600만원 미만	567	0.4	0.9	28.6	57.8	12.3	3.81
	600만원 이상	684	0.6	0.9	28.7	56.9	13.0	3.81

주: '매우 낮다' 응답을 1점~'매우 높다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-108〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 외식

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	매우 낮다	낮다	비슷하다	높다	매우 높다	평균(점)
전체		2000	0.7	1.9	14.3	40.6	42.6	4.22
권역	수도권	1017	0.5	1.7	13.8	41.0	43.1	4.24
	충청권	211	0.5	3.3	12.8	37.0	46.4	4.26
	호남권	214	0.9	3.3	15.0	39.3	41.6	4.17
	대경권	194	0.5	2.1	13.9	43.8	39.7	4.20
	동남권	305	1.3	1.0	16.7	40.0	41.0	4.18
	강원권	59	1.7	0.0	15.3	42.4	40.7	4.20
가구원수	1인	300	1.7	1.7	12.7	38.0	46.0	4.25
	2인	380	0.0	2.6	16.1	42.1	39.2	4.18
	3인	537	1.1	1.9	13.4	39.9	43.8	4.23
	4인 이상	783	0.4	1.7	14.7	41.3	42.0	4.23
성별	남성	1013	0.9	2.4	15.5	38.6	42.6	4.20
	여성	987	0.5	1.4	13.1	42.6	42.5	4.25
연령	20대	313	0.6	0.6	11.5	43.1	44.1	4.29
	30대	411	0.7	0.7	16.5	41.8	40.1	4.20
	40대	522	0.6	1.9	15.5	39.3	42.7	4.22
	50대	324	1.2	3.4	14.2	41.4	39.8	4.15
	60대 이상	430	0.5	2.8	12.8	38.4	45.6	4.26
학력	고졸 이하	348	1.4	4.0	18.7	39.7	36.2	4.05
	대졸	1312	0.6	1.5	13.9	40.3	43.7	4.25
	대학원졸	201	0.5	1.0	10.4	41.8	46.3	4.32
직업	관리/전문/사무직	1076	0.6	1.4	13.3	41.6	43.1	4.25
	서비스/판매직	203	1.0	3.9	16.3	36.0	42.9	4.16
	기계/농림어업/단순노무	206	0.5	3.4	20.4	40.3	35.4	4.07
	주부	230	0.9	1.3	13.9	39.6	44.3	4.25
	학생	139	0.0	1.4	12.9	43.2	42.4	4.27
	기타	146	2.1	2.1	12.3	38.4	45.2	4.23
가구소득	200만원 미만	188	2.1	3.2	17.0	31.9	45.7	4.16
	200~400만원 미만	561	0.7	2.3	16.2	39.4	41.4	4.18
	400~600만원 미만	567	0.2	1.9	13.2	41.3	43.4	4.26
	600만원 이상	684	0.7	1.2	12.9	43.3	42.0	4.25

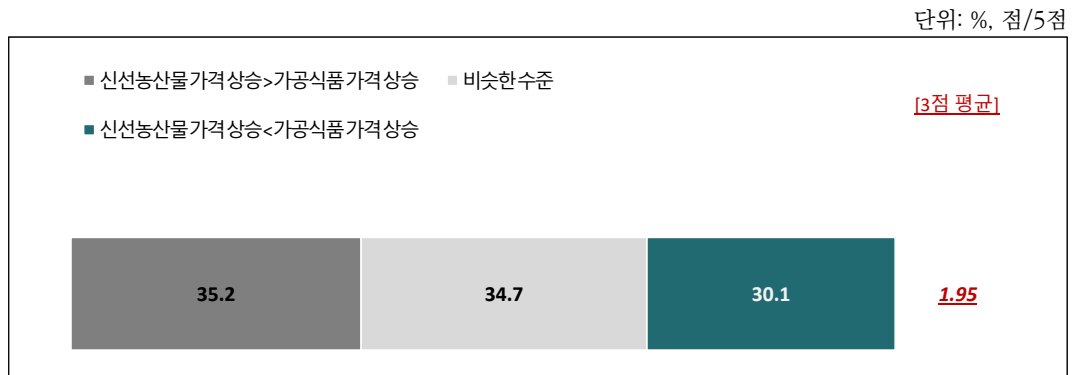
주: '매우 낮다' 응답을 1점~'매우 높다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

8.4. 최근 1년 가공식품과 신선농산물 가격 상승 비교

○ 가공식품과 신선농산물의 가격 상승과 관련하여 ‘신선농산물의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다’라는 의견이 35.2%, ‘비슷한 수준’이라는 의견이 34.7%로, ‘가공식품의 가격이 신선농산물에 비해 더 많이 상승했다’(30.1%)는 의견보다 높게 나타남.

- 충청권과 강원권을 제외한 모든 권역에서 ‘신선농산물의 가격 상승’이 가공식품 가격 상승보다 더 컸다고 응답
- 50대에서 ‘가공식품의 가격 상승’이 더 컸다는 응답이 상대적으로 높은 특징

〈그림 5-96〉 최근 1년 가공식품과 신선농산물 가격 상승 비교



주: 평균이 1.00점에 가까울수록 ‘신선농산물 가격상승 > 가공식품 가격상승’에 대한 의견이 많은 것으로 해석함.

〈표 5-109〉 최근 1년 가공식품과 신선농산물 가격 상승 비교

단위: 명, %, 점/3점

구분	사례수	신선농산물의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다	비슷한 수준이다	가공식품의 가격이 신선농산물에 비해 더 많이 상승했다	평균(점)	
전체	2000	35.2	34.7	30.1	1.95	
권역	수도권	1017	37.9	33.6	28.5	1.91
	충청권	211	36.5	25.6	37.9	2.01
	호남권	214	32.7	36.0	31.3	1.99
	대경권	194	29.4	42.8	27.8	1.98
	동남권	305	33.4	35.4	31.1	1.98
	강원권	59	22.0	50.8	27.1	2.05

(계속)

구분		사례수	신선농산물의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다	비슷한 수준이다	가공식품의 가격이 신선농산물에 비해 더 많이 상승했다	평균(점)
가구원 수	1인	300	38.3	35.0	26.7	1.88
	2인	380	35.8	34.5	29.7	1.94
	3인	537	36.3	35.0	28.7	1.92
	4인 이상	783	33.0	34.5	32.6	2.00
성별	남성	1013	33.1	35.2	31.7	1.99
	여성	987	37.4	34.1	28.5	1.91
연령	20대	313	43.5	35.8	20.8	1.77
	30대	411	35.5	37.7	26.8	1.91
	40대	522	33.5	35.4	31.0	1.98
	50대	324	29.6	31.5	38.9	2.09
	60대 이상	430	35.1	32.6	32.3	1.97
학력	고졸 이하	348	30.2	33.0	36.8	2.07
	대졸	1312	35.5	34.4	30.1	1.95
	대학원졸	201	38.8	32.8	28.4	1.90
직업	관리/전문/사무직	1076	38.4	33.4	28.3	1.90
	서비스/판매직	203	30.0	33.5	36.5	2.06
	기계/농림어업/단순노무	206	20.9	41.3	37.9	2.17
	주부	230	37.4	28.3	34.3	1.97
	학생	139	39.6	44.6	15.8	1.76
	기타	146	31.5	37.7	30.8	1.99
가구소득	200만원 미만	188	27.7	41.5	30.9	2.03
	200~400만원 미만	561	37.1	34.8	28.2	1.91
	400~600만원 미만	567	34.9	32.3	32.8	1.98
	600만원 이상	684	36.0	34.8	29.2	1.93

주: 평균이 1.00점에 가까울수록 '신선농산물 가격상승 > 가공식품 가격상승'에 대한 의견이 많은 것으로 해석함.

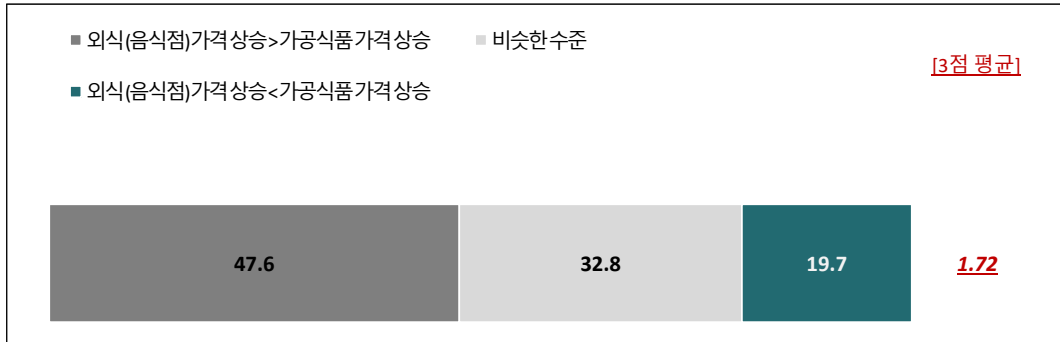
8.5. 최근 1년 가공식품과 외식 가격 상승 비교

○ 가공식품과 외식 가격의 상승 정도와 관련하여 '외식의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다'라는 의견이 47.6%로 가장 많으며, '비슷한 수준'이라는 의견이 32.8%, '가공식품의 가격이 외식에 비해 더 많이 상승했다'라는 의견이 19.7% 순으로 높게 응답됨.

- 모든 응답자 특성에서 '외식 가격 상승'이 가공식품 가격 상승보다 더 크다고 느끼는 응답 비중이 높게 나타남.

〈그림 5-97〉 최근 1년 가공식품과 외식 가격 상승 비교

단위: %, 점/3점



주: 평균이 1.00점에 가까울수록 '외식 가격상승 > 가공식품 가격상승'에 대한 의견이 많은 것으로 해석함.

〈표 5-110〉 최근 1년 가공식품과 외식 가격 상승 비교

단위: 명, %, 점/3점

구분	사례수	외식(음식점)의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다	비슷한 수준이다	가공식품의 가격이 외식 (음식점)에 비해 더 많이 상승했다	평균(점)	
전체	2000	47.6	32.8	19.7	1.72	
권역	수도권	1017	48.3	33.3	18.4	1.70
	충청권	211	51.2	26.1	22.7	1.72
	호남권	214	46.3	31.8	22.0	1.76
	대경권	194	44.3	33.0	22.7	1.78
	동남권	305	46.9	34.4	18.7	1.72
	강원권	59	40.7	40.7	18.6	1.78
가구원 수	1인	300	48.7	32.3	19.0	1.70
	2인	380	47.4	31.8	20.8	1.73
	3인	537	48.2	32.6	19.2	1.71
	4인 이상	783	46.7	33.5	19.8	1.73
성별	남성	1013	47.7	32.1	20.2	1.73
	여성	987	47.4	33.4	19.1	1.72
연령	20대	313	53.0	34.2	12.8	1.60
	30대	411	45.3	39.4	15.3	1.70
	40대	522	45.8	33.9	20.3	1.75
	50대	324	47.5	28.1	24.4	1.77
	60대 이상	430	47.9	27.4	24.7	1.77
학력	고졸 이하	348	37.6	31.3	31.0	1.93
	대졸	1312	49.5	33.0	17.5	1.68
	대학원졸	201	53.2	26.9	19.9	1.67

(계속)

구분		사례수	외식(음식점)의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다	비슷한 수준이다	가공식품의 가격이 외식 (음식점)에 비해 더 많이 상승했다	평균(점)
직업	관리/전문/사무직	1076	51.7	31.4	16.9	1.65
	서비스/판매직	203	39.9	35.0	25.1	1.85
	기계/농림어업/단순노무	206	34.0	35.9	30.1	1.96
	주부	230	48.7	29.6	21.7	1.73
	학생	139	45.3	42.4	12.2	1.67
	기타	146	47.3	30.8	21.9	1.75
가구소득	200만원 미만	188	37.2	37.2	25.5	1.88
	200~400만원 미만	561	47.1	31.4	21.6	1.75
	400~600만원 미만	567	49.0	31.0	19.9	1.71
	600만원 이상	684	49.6	34.1	16.4	1.67

주: 평균이 1.00점에 가까울수록 '외식 가격상승 > 가공식품 가격상승'에 대한 의견이 많은 것으로 해석함.

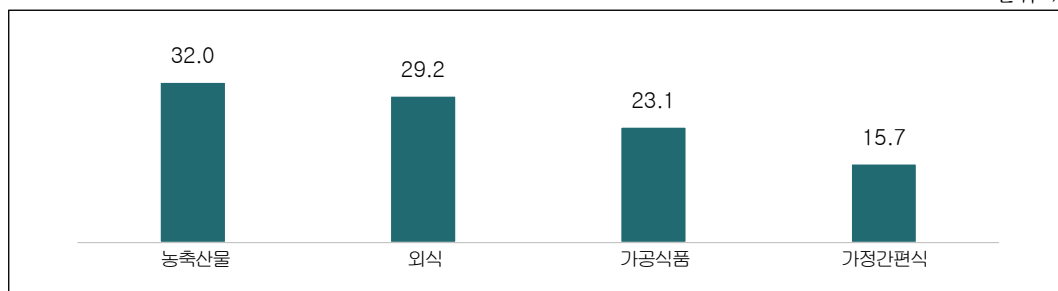
8.6. 하반기 물가 상승 우려 식품

○ 하반기 가격 상승이 우려되는 품목으로 '농축산물'(32.0%), '외식'(29.2%), '가공식품'(23.1%), '가정간편식'(15.7%)의 순으로 나타남.

- 가구소득이 높을수록 '외식', 낮을수록 '농축산물'의 상승 우려가 커지는 경향

〈그림 5-98〉 하반기 물가 상승 우려 식품(1+2+3+4 가중평균)

단위: %



〈표 5-111〉 하반기 물가 상승 우려 식품(1+2+3+4 가중평균)

단위: 명, %

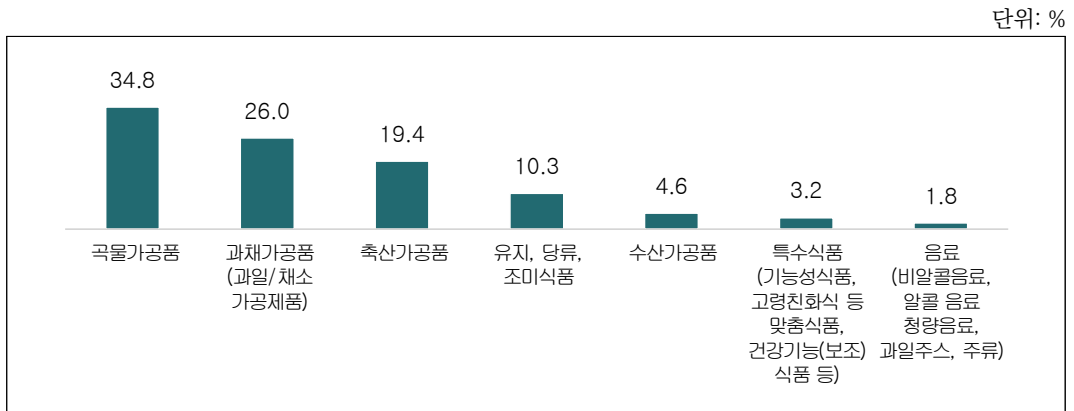
구분		사례수	농축산물	외식	가공식품	가정간편식
전체		2000	32.0	29.2	23.1	15.7
권역	수도권	1017	31.8	29.8	22.6	15.8
	충청권	211	32.7	28.6	23.7	14.9
	호남권	214	32.1	28.9	22.9	16.1
	대경권	194	32.6	27.2	23.9	16.3
	동남권	305	31.5	29.1	23.8	15.6
	강원권	59	32.2	29.5	23.6	14.7
가구원 수	1인	300	31.5	30.0	22.1	16.4
	2인	380	32.7	28.9	22.0	16.3
	3인	537	31.9	29.2	22.8	16.0
	4인 이상	783	31.8	29.1	24.1	14.9
성별	남성	1013	31.6	29.3	23.5	15.6
	여성	987	32.3	29.1	22.7	15.9
연령	20대	313	31.3	30.1	22.8	15.8
	30대	411	32.0	29.5	23.2	15.3
	40대	522	31.8	29.0	23.7	15.6
	50대	324	31.7	29.2	23.3	15.7
	60대 이상	430	32.8	28.7	22.2	16.3
학력	고졸 이하	348	33.1	26.8	24.0	16.1
	대졸	1312	31.6	29.8	22.9	15.6
	대학원졸	201	31.7	30.5	22.2	15.6
직업	관리/전문/사무직	1076	32.0	30.1	22.7	15.3
	서비스/판매직	203	32.1	27.9	23.9	16.2
	기계/농림어업/단순노무	206	30.7	27.5	24.5	17.2
	주부	230	33.2	28.7	22.3	15.8
	학생	139	32.9	28.2	23.2	15.7
	기타	146	31.1	29.2	23.8	15.8
가구소득	200만원 미만	188	32.3	25.8	24.8	17.1
	200~400만원 미만	561	32.2	28.7	22.8	16.3
	400~600만원 미만	567	32.0	29.6	23.0	15.3
	600만원 이상	684	31.7	30.2	22.9	15.2

8.7. 하반기 가격 상승 우려 가공식품 품목군

○ 하반기 가격 상승이 우려되는 가공식품 품목으로 ‘곡물가공품’(34.8%), ‘과채가공품’(26.0%), ‘축산가공품’(19.4%) 등이 주로 응답됨.

- 모든 응답자 특성에서 ‘곡물가공품’, ‘과채가공품’, ‘축산가공품’의 순으로 가격 상승 우려가 큰 특징

〈그림 5-99〉 하반기 가격 상승 우려 가공식품 품목군(1+2 가중평균)



〈표 5-112〉 하반기 가격 상승 우려 가공식품 품목군(1+2 가중평균)

단위: 명, %

구분		사례수	곡물가공품	과·채가공품	축산가공품	유지, 당류, 조미식품	수산가공품	특수식품	음료
전체		2000	34.8	26.0	19.4	10.3	4.6	3.2	1.8
권역	수도권	1017	34.7	26.9	19.6	9.6	4.8	2.9	1.6
	충청권	211	33.2	25.8	21.2	12.8	3.9	1.3	1.9
	호남권	214	36.1	25.2	19.3	9.3	5.1	3.7	1.1
	대경권	194	33.5	25.9	19.6	8.4	5.2	4.3	3.1
	동남권	305	36.2	25.5	17.3	12.6	3.2	3.6	1.7
	강원권	59	35.6	17.5	19.8	9.6	6.8	8.5	2.3
가구원수	1인	300	33.1	28.0	18.8	9.0	5.6	3.7	1.9
	2인	380	36.4	25.3	18.9	11.1	4.5	2.6	1.2
	3인	537	33.3	25.7	21.0	10.7	4.4	3.0	1.9
	4인 이상	783	35.8	25.8	18.8	10.0	4.4	3.4	1.8

(계속)

구분		사례수	곡물 가공품	과·채 가공품	축산 가공품	유지, 당류, 조미식품	수산 가공품	특수식품	음료
성별	남성	1013	34.3	23.5	21.7	10.7	4.9	2.9	2.0
	여성	987	35.4	28.6	17.1	9.8	4.2	3.5	1.5
연령	20대	313	31.9	29.0	18.0	8.6	6.3	3.5	2.7
	30대	411	36.4	27.7	19.5	9.0	4.1	1.5	1.7
	40대	522	35.2	27.1	20.1	9.3	3.7	2.9	1.8
	50대	324	38.6	21.0	18.5	13.0	3.5	3.5	2.0
	60대 이상	430	32.1	24.7	20.2	11.7	5.7	4.7	0.9
학력	고졸 이하	348	31.1	25.6	20.9	11.1	4.8	3.5	3.0
	대졸	1312	36.0	25.5	19.3	10.3	4.4	3.0	1.4
	대학원졸	201	31.8	29.0	20.7	8.6	4.8	3.6	1.3
직업	관리/전문/사무직	1076	35.6	26.7	19.4	10.0	4.8	2.4	1.1
	서비스/판매직	203	33.7	23.3	20.2	11.8	4.6	4.6	1.8
	기계/농림어업/단순노무	206	31.9	26.1	21.2	10.5	4.0	3.2	3.1
	주부	230	35.5	27.1	16.7	9.4	4.3	4.3	2.6
	학생	139	36.9	27.1	14.9	10.1	5.0	3.1	2.9
	기타	146	32.0	21.7	24.4	11.2	3.7	5.0	2.1
가구소득	200만원 미만	188	28.9	27.8	20.7	11.7	4.4	3.7	2.7
	200~400만원 미만	561	35.4	26.1	18.8	9.6	4.8	3.7	1.6
	400~600만원 미만	567	35.7	26.3	19.4	9.5	4.7	2.9	1.5
	600만원 이상	684	35.2	25.1	19.5	11.1	4.3	2.9	1.8

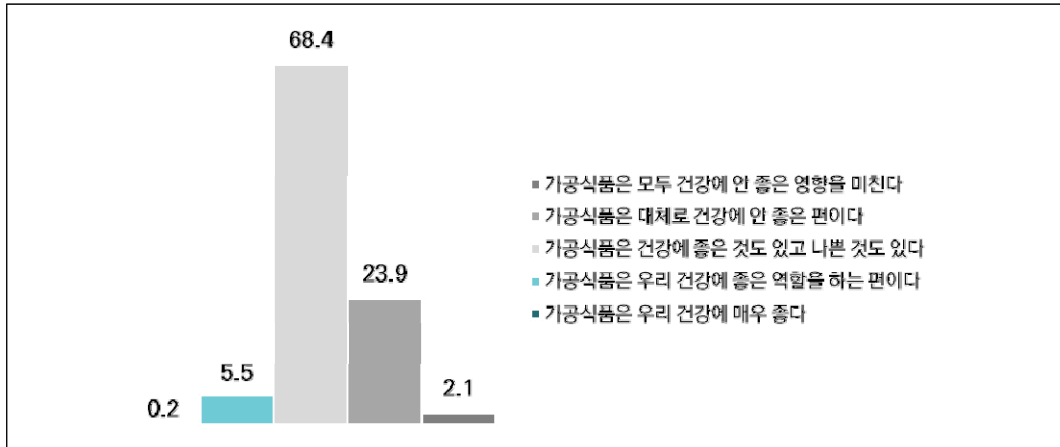
8.8. 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향

○ 가공식품이 ‘건강에 좋은 것도 있고 나쁜 것도 있다’라는 의견이 68.4%로 가장 높게 나타났고, ‘대체로 건강에 안 좋은 영향을 미칠 것’이라는 의견의 23.9%로 높게 나타남.

- 모든 응답자 특성에서 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미친다는 의견 다수

〈그림 5-100〉 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향

단위: %



〈표 5-113〉 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	모두 건강에 안 좋은 영향을 미친다	대체로 건강에 안 좋은 편이다	건강에 좋은 것도 있고 나쁜 것도 있다	우리 건강에 좋은 역할을 하는 편이다	우리 건강에 매우 좋다	평균(점)
전체		2000	2.1	23.9	68.4	5.5	0.2	2.78
권역	수도권	1017	1.6	26.2	67.1	5.2	0.0	2.76
	충청권	211	2.4	19.0	71.6	6.6	0.5	2.84
	호남권	214	3.7	23.4	67.3	5.1	0.5	2.75
	대경권	194	2.6	21.6	70.1	5.7	0.0	2.79
	동남권	305	2.3	23.0	68.2	6.2	0.3	2.79
	강원권	59	1.7	15.3	79.7	3.4	0.0	2.85
가구원 수	1인	300	4.0	28.7	62.3	4.7	0.3	2.69
	2인	380	2.1	23.2	68.9	5.5	0.3	2.79
	3인	537	1.7	25.7	67.4	5.2	0.0	2.76
	4인 이상	783	1.7	21.1	71.1	6.0	0.1	2.82
성별	남성	1013	2.0	19.2	72.0	6.7	0.1	2.84
	여성	987	2.2	28.6	64.7	4.3	0.2	2.72
연령	20대	313	2.6	19.5	71.2	6.4	0.3	2.82
	30대	411	1.0	28.2	65.9	4.9	0.0	2.75
	40대	522	2.5	27.8	63.2	6.1	0.4	2.74
	50대	324	2.8	18.2	72.5	6.5	0.0	2.83
	60대 이상	430	1.9	22.3	71.9	4.0	0.0	2.78
학력	고졸 이하	348	2.6	19.8	73.9	3.7	0.0	2.79
	대졸	1312	2.0	24.8	67.6	5.6	0.1	2.77
	대학원졸	201	2.0	27.4	63.7	6.5	0.5	2.76

(계속)

구분		사례수	모두 건강에 안 좋은 영향을 미친다	대체로 건강에 안 좋은 편이다	건강에 좋은 것도 있고 나쁜 것도 있다	우리 건강에 좋은 역할을 하는 편이다	우리 건강에 매우 좋다	평균(점)
직업	관리/전문/사무직	1076	1.8	25.0	67.2	5.9	0.2	2.78
	서비스/판매직	203	3.9	23.6	68.0	4.4	0.0	2.73
	기계/농림어업/단순노무	206	1.5	18.4	73.8	6.3	0.0	2.85
	주부	230	3.0	27.0	67.4	2.6	0.0	2.70
	학생	139	2.2	20.1	69.1	7.9	0.7	2.85
	기타	146	1.4	21.9	71.2	5.5	0.0	2.81
가구소득	200만원 미만	188	3.7	21.3	70.2	4.8	0.0	2.76
	200~400만원 미만	561	2.1	23.9	67.7	6.1	0.2	2.78
	400~600만원 미만	567	1.9	22.8	70.0	5.3	0.0	2.79
	600만원 이상	684	1.8	25.4	67.1	5.4	0.3	2.77

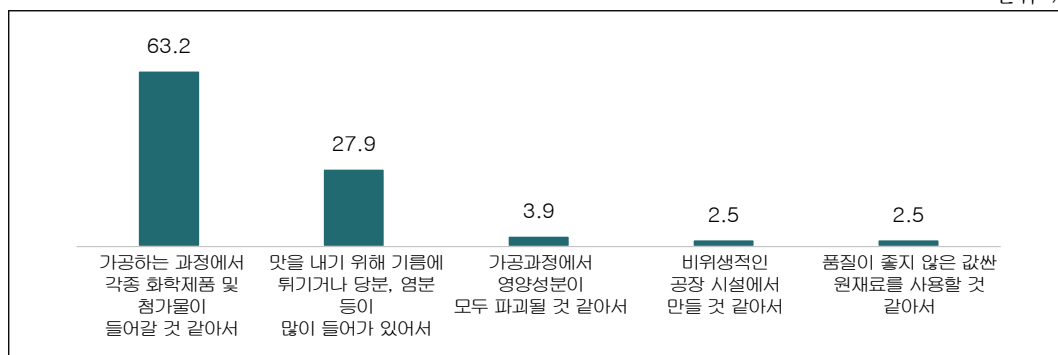
8.9. 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유

○ 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유로 '가공하는 과정에서 각종 화학제품 및 첨가물이 들어갈 것 같아서'가 63.2%로 압도적으로 높았으며, 그다음으로 '맛을 내기 위해 기름에 튀기거나 당분, 염분 등이 많이 들어가 있어서'가 27.9%로 나타남.

- 모든 응답자 특성에서 '가공하는 과정에서 각종 화학제품 및 첨가물이 들어갈 것 같아서'가 가장 높은 특징
- 특히, 권역별로 호남권과 가구원 수별로 2인 가구에서 70% 이상으로 높은 수준

〈그림 5-101〉 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유

단위: %



주: 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미친다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-114〉 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유

단위: 명, %

구분	사례수	가공하는 과정에서 각종 화학제품 및 첨가물이 들어갈 것 같아서	맛을 내기 위해 기름에 튀기거나 당분, 염분 등이 많이 들어가 있어서	가공과정에서 영양성분이 모두 파괴될 것 같아서	비위생적인 공장 시설에서 만들 것 같아서	품질이 좋지 않은 값싼 원재료를 사용할 것 같아서	
전체	519	63.2	27.9	3.9	2.5	2.5	
권역	수도권	282	61.3	30.1	4.3	2.8	1.4
	충청권	45	68.9	17.8	8.9	2.2	2.2
	호남권	58	74.1	19.0	1.7	1.7	3.4
	대경권	47	53.2	29.8	6.4	4.3	6.4
	동남권	77	64.9	29.9	0.0	1.3	3.9
	강원권	10	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0
가구원 수	1인	98	53.1	33.7	7.1	3.1	3.1
	2인	96	72.9	21.9	0.0	2.1	3.1
	3인	147	66.0	25.9	4.1	2.0	2.0
	4인 이상	178	61.2	29.8	3.9	2.8	2.2
성별	남성	215	60.9	30.2	2.8	3.7	2.3
	여성	304	64.8	26.3	4.6	1.6	2.6
연령	20대	69	59.4	26.1	7.2	1.4	5.8
	30대	120	63.3	29.2	4.2	2.5	0.8
	40대	158	65.8	24.1	3.2	3.8	3.2
	50대	68	67.6	25.0	2.9	2.9	1.5
	60대 이상	104	58.7	35.6	2.9	1.0	1.9
학력	고졸 이하	78	55.1	35.9	2.6	1.3	5.1
	대졸	351	64.7	27.1	3.4	2.8	2.0
	대학원졸	59	67.8	20.3	8.5	1.7	1.7
직업	관리/전문/사무직	288	64.9	25.7	4.5	2.8	2.1
	서비스/판매직	56	64.3	26.8	5.4	0.0	3.6
	기계/농림어업/단순노무	41	53.7	34.1	2.4	4.9	4.9
	주부	69	62.3	34.8	1.4	1.4	0.0
	학생	31	58.1	32.3	3.2	3.2	3.2
	기타	34	64.7	23.5	2.9	2.9	5.9
가구소득	200만원 미만	47	55.3	31.9	6.4	0.0	6.4
	200~400만원 미만	146	63.0	29.5	3.4	1.4	2.7
	400~600만원 미만	140	67.9	26.4	2.9	1.4	1.4
	600만원 이상	186	61.8	26.9	4.3	4.8	2.2

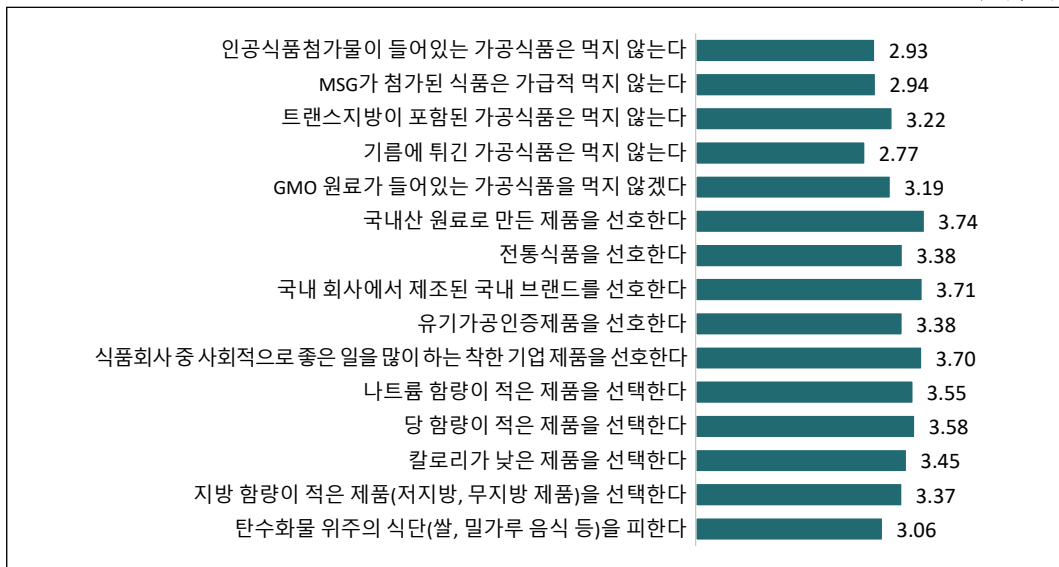
주: 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미친다고 응답한 자 대상임.

8.10. 가공식품 이슈별 평가

- 가공식품 이슈와 관련하여, ‘국내산 원료에 대한 선호’(3.74점)가 가장 높았으며, 그다음으로 ‘국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다’(3.71점)가 높은 평가 점수를 보여 국내 제품에 대한 선호가 높은 것으로 보임.
- 건강이나 좋은 재료보다 ‘사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한 기업제품을 선호한다(3.70점)’라는 응답이 3번째로 중요한 것으로 나타나 기업의 사회적 책임이 매우 중요한 것을 알 수 있음.

〈그림 5-102〉 가공식품 이슈별 평가

단위: 점/5점



주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-115〉 가공식품 이슈별 평가 [1/2]

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	인공식품 첨가물이 들어있는 가공 식품은 먹지 않는다	MSG가 첨가된 식품은 가급적 먹지 않는다	트랜스 지방이 포함된 가공 식품은 먹지 않는다	기름에 튀긴 가공 식품은 먹지 않는다	GMO 원료가 들어있는 가공 식품을 먹지 않겠다	국내산 원료로 만든 제품을 선호한다	전통 식품을 선호한다	국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다	
전체	2000	2.93	2.94	3.22	2.77	3.19	3.74	3.38	3.71	
지역	수도권	1017	2.94	2.92	3.23	2.76	3.19	3.73	3.33	3.70
	충청권	211	2.87	2.85	3.18	2.81	3.23	3.78	3.39	3.73
	호남권	214	2.89	3.04	3.23	2.79	3.27	3.85	3.57	3.83
	대경권	194	3.04	2.97	3.25	2.80	3.12	3.63	3.35	3.55
	동남권	305	2.92	2.98	3.17	2.76	3.14	3.73	3.39	3.69
	강원권	59	2.90	2.93	3.17	2.58	3.15	3.90	3.49	3.83
가구원 수	1인	300	2.81	2.78	3.17	2.83	3.08	3.71	3.33	3.60
	2인	380	3.11	3.14	3.36	2.87	3.27	3.76	3.41	3.77
	3인	537	2.88	2.93	3.18	2.71	3.15	3.72	3.36	3.67
	4인 이상	783	2.92	2.91	3.19	2.74	3.21	3.76	3.40	3.74
성별	남성	1013	2.97	2.95	3.25	2.78	3.16	3.68	3.37	3.68
	여성	987	2.89	2.93	3.18	2.76	3.21	3.80	3.39	3.74
연령	20대	313	2.56	2.47	2.88	2.44	2.80	3.56	3.15	3.56
	30대	411	2.79	2.69	3.00	2.55	3.10	3.62	3.20	3.51
	40대	522	2.91	2.89	3.15	2.69	3.17	3.71	3.28	3.68
	50대	324	3.06	3.22	3.44	2.99	3.38	3.81	3.58	3.83
	60대 이상	430	3.28	3.38	3.58	3.14	3.43	3.97	3.70	3.94
학력	고졸 이하	348	3.03	2.95	3.24	2.82	3.08	3.77	3.49	3.77
	대졸	1312	2.91	2.95	3.20	2.75	3.21	3.73	3.36	3.68
	대학원졸	201	3.14	3.17	3.49	3.00	3.51	3.90	3.53	3.84
직업	관리/전문/사무직	1076	2.94	2.93	3.20	2.76	3.22	3.75	3.35	3.69
	서비스/판매직	203	2.92	2.84	3.20	2.80	3.10	3.66	3.36	3.66
	기계/농림어업/단순노무	206	3.01	3.04	3.30	2.87	3.25	3.71	3.55	3.70
	주부	230	3.07	3.18	3.38	2.95	3.33	3.90	3.53	3.90
	학생	139	2.55	2.50	2.88	2.43	2.80	3.54	3.10	3.58
	기타	146	2.94	3.05	3.29	2.66	3.13	3.79	3.40	3.73
가구 소득	200만원 미만	188	2.95	3.01	3.22	2.94	3.07	3.65	3.36	3.57
	200~400만원 미만	561	2.90	2.87	3.18	2.75	3.12	3.71	3.35	3.68
	400~600만원 미만	567	2.92	2.94	3.21	2.74	3.17	3.76	3.41	3.74
	600만원 이상	684	2.96	2.98	3.25	2.76	3.29	3.77	3.39	3.74

주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-115〉 가공식품 이슈별 평가 [2/2]

단위: 명, 점/5점

구분	사례수	유기가공 인증 제품을 선호한다	식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한기업 제품을 선호한다	나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	당 함량이 적은 제품을 선택한다	칼로리가 낮은 제품을 선택한다	지방 함량이 적은 제품 (저지방, 무지방 제품)을 선택한다	탄수화물 위주의 식단(쌀, 밀가루 음식 등)을 피한다	
전체	2000	3.38	3.70	3.55	3.58	3.45	3.37	3.06	
권역	수도권	1017	3.37	3.71	3.58	3.63	3.48	3.38	3.05
	충청권	211	3.40	3.71	3.56	3.53	3.45	3.41	3.07
	호남권	214	3.44	3.77	3.50	3.55	3.50	3.41	3.15
	대경권	194	3.27	3.54	3.49	3.49	3.36	3.34	3.09
	동남권	305	3.39	3.68	3.55	3.52	3.37	3.32	2.98
	강원권	59	3.46	3.83	3.58	3.73	3.47	3.44	3.14
가구원 수	1인	300	3.20	3.64	3.47	3.59	3.40	3.31	3.06
	2인	380	3.39	3.73	3.61	3.65	3.54	3.49	3.15
	3인	537	3.39	3.67	3.56	3.53	3.41	3.36	3.04
	4인 이상	783	3.43	3.73	3.55	3.58	3.45	3.35	3.03
성별	남성	1013	3.36	3.64	3.52	3.52	3.33	3.31	3.05
	여성	987	3.39	3.76	3.59	3.64	3.57	3.44	3.06
연령	20대	313	3.21	3.73	3.37	3.46	3.45	3.33	2.86
	30대	411	3.19	3.59	3.32	3.42	3.34	3.20	2.90
	40대	522	3.31	3.62	3.51	3.53	3.41	3.27	3.01
	50대	324	3.51	3.78	3.70	3.69	3.55	3.53	3.22
	60대 이상	430	3.67	3.82	3.86	3.81	3.53	3.59	3.29
학력	고졸 이하	348	3.43	3.72	3.51	3.53	3.41	3.38	3.04
	대졸	1312	3.35	3.68	3.55	3.59	3.44	3.36	3.04
	대학원졸	201	3.63	3.79	3.79	3.76	3.58	3.56	3.26
직업	관리/전문/사무직	1076	3.37	3.69	3.53	3.56	3.44	3.38	3.06
	서비스/판매직	203	3.29	3.63	3.56	3.63	3.49	3.33	3.04
	기계/농림어업/단순노무	206	3.40	3.69	3.58	3.60	3.34	3.30	3.04
	주부	230	3.64	3.87	3.76	3.77	3.63	3.53	3.22
	학생	139	3.19	3.72	3.37	3.43	3.46	3.27	2.94
	기타	146	3.29	3.58	3.55	3.51	3.31	3.36	2.92
가구 소득	200만원 미만	188	3.28	3.55	3.51	3.51	3.36	3.32	2.96
	200~400만원 미만	561	3.31	3.68	3.48	3.52	3.40	3.31	3.01
	400~600만원 미만	567	3.40	3.72	3.57	3.61	3.46	3.36	3.03
	600만원 이상	684	3.44	3.74	3.62	3.63	3.51	3.45	3.14

주: '전혀 그렇지 않다' 응답을 1점~'매우 그렇다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

9. 식생활 및 정보이용

9.1. 식생활

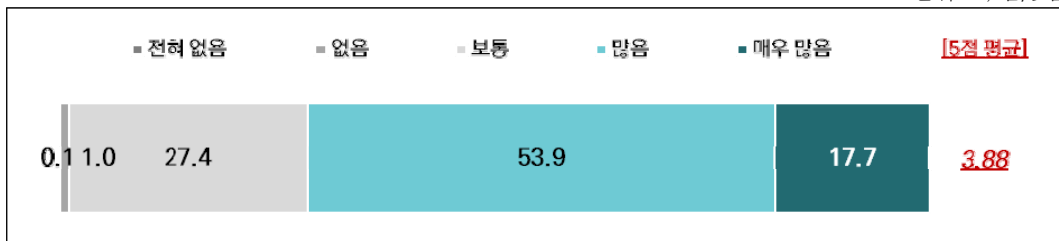
9.1.1. 건강 관심도

○ 응답자의 71.6%는 건강에 관심이 있다고 응답, 5점 평균 3.88의 높은 관심도를 보임.

- 상대적으로 50대 이상 고연령층의 관심도가 40대 미만보다 높은 특징
- 남성과 여성 간에 차이는 없는 반면, 고학력일수록 건강 관심도가 증가하는 경향

〈그림 5-103〉 건강 관심도

단위: %, 점/5점



주: '전혀 없음' 응답을 1점~'매우 많음' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-116〉 건강 관심도

단위: 명, %, 점/5점

구분	사례수	전혀 없음	없음	보통	많음	매우 많음	평균(점)	
전체	2000	0.1	1.0	27.4	53.9	17.7	3.88	
권역	수도권	1017	0.0	1.2	26.6	55.3	16.9	3.88
	충청권	211	0.0	0.9	25.6	55.5	18.0	3.91
	호남권	214	0.0	0.5	24.3	50.9	24.3	3.99
	대경권	194	0.0	0.5	32.0	51.5	16.0	3.83
	동남권	305	0.7	1.3	28.9	51.5	17.7	3.84
	강원권	59	0.0	0.0	35.6	54.2	10.2	3.75
가구원 수	1인	300	0.0	0.7	31.3	50.0	18.0	3.85
	2인	380	0.5	0.5	22.6	57.4	18.9	3.94
	3인	537	0.0	1.3	26.6	54.6	17.5	3.88
	4인 이상	783	0.0	1.1	28.7	53.1	17.0	3.86

(계속)

구분		사례수	전혀 없음	없음	보통	많음	매우 많음	평균(점)
성별	남성	1013	0.2	0.8	25.7	55.6	17.8	3.90
	여성	987	0.0	1.2	29.2	52.1	17.5	3.86
연령	20대	313	0.0	2.2	30.0	53.7	14.1	3.80
	30대	411	0.0	1.7	37.0	48.7	12.7	3.72
	40대	522	0.0	1.1	28.4	53.6	16.9	3.86
	50대	324	0.3	0.0	21.9	56.5	21.3	3.98
	60대 이상	430	0.2	0.0	19.3	57.2	23.3	4.03
학력	고졸 이하	348	0.3	0.6	32.5	50.6	16.1	3.82
	대졸	1312	0.1	1.1	27.5	53.9	17.5	3.88
	대학원졸	201	0.0	0.0	17.9	56.7	25.4	4.07
직업	관리/전문/사무직	1076	0.2	0.8	27.2	54.3	17.5	3.88
	서비스/판매직	203	0.0	0.5	30.5	49.3	19.7	3.88
	기계/농림어업/단순노무	206	0.0	1.0	26.7	55.3	17.0	3.88
	주부	230	0.0	0.4	23.5	55.7	20.4	3.96
	학생	139	0.0	2.9	27.3	57.6	12.2	3.79
	기타	146	0.0	2.1	31.5	48.6	17.8	3.82
가구소득	200만원 미만	188	0.5	1.6	36.2	44.1	17.6	3.77
	200~400만원 미만	561	0.0	1.4	28.9	51.9	17.8	3.86
	400~600만원 미만	567	0.0	0.9	28.4	56.6	14.1	3.84
	600만원 이상	684	0.1	0.6	23.0	55.8	20.5	3.96

주: '전혀 없음' 응답을 1점~'매우 많음' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

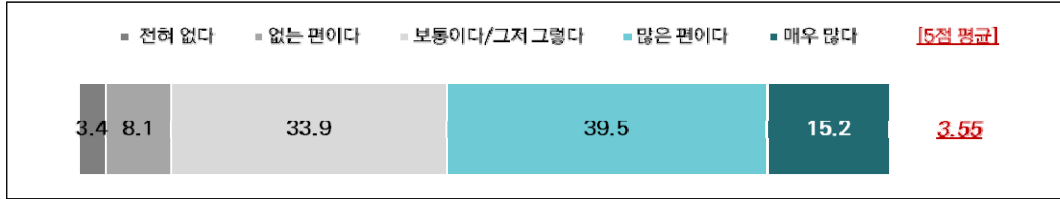
9.1.2. 체중조절 관심도

○ 체중조절에 대해 5점 평균 3.55의 높은 관심도를 보이고 있으며, 관심도가 없다는 응답은 11.5%로 낮게 나타남.

- 권역별로, 수도권에서 관심도가 가장 높았으며, 호남권에서 관심도가 낮은 특징
- 성별로 여성의 관심도가 3.72점으로 남성의 3.39점보다 높은 수준
- 20대~40대에 높고 50대와 60대 이상에서 상대적으로 낮으며, 가구소득이 높을수록 관심도가 높아지는 경향

〈그림 5-104〉 체중조절 관심도

단위: %



주: '전혀 없다' 응답을 1점~'매우 많다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-117〉 체중조절 관심도

단위: 명, %, 점/5점

구분	사례수	전혀 없다	없는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	많은 편이다	매우 많다	평균(점)	
전체	2000	3.4	8.1	33.9	39.5	15.2	3.55	
권역	수도권	1017	2.8	7.3	32.8	41.5	15.6	3.60
	충청권	211	3.3	8.5	34.6	37.9	15.6	3.54
	호남권	214	4.2	11.7	36.4	35.0	12.6	3.40
	대경권	194	3.1	5.7	37.6	39.7	13.9	3.56
	동남권	305	4.9	8.5	32.8	38.4	15.4	3.51
	강원권	59	3.4	13.6	33.9	32.2	16.9	3.46
가구원 수	1인	300	4.3	10.3	34.3	31.0	20.0	3.52
	2인	380	3.7	7.6	37.4	38.7	12.6	3.49
	3인	537	2.8	7.4	33.3	40.8	15.6	3.59
	4인 이상	783	3.2	7.9	32.4	42.3	14.2	3.56
성별	남성	1013	4.9	9.8	37.7	36.9	10.7	3.39
	여성	987	1.7	6.4	30.0	42.1	19.8	3.72
연령	20대	313	3.5	9.9	24.3	42.8	19.5	3.65
	30대	411	2.7	6.1	33.3	37.7	20.2	3.67
	40대	522	2.9	6.7	29.5	44.6	16.3	3.65
	50대	324	2.2	9.0	36.7	40.7	11.4	3.50
	60대 이상	430	5.3	9.8	44.7	31.6	8.6	3.28
학력	고졸 이하	348	4.6	10.1	39.9	33.6	11.8	3.38
	대졸	1312	3.2	7.5	33.5	39.9	15.9	3.58
	대학원졸	201	2.0	5.5	31.3	44.3	16.9	3.69
직업	관리/전문/사무직	1076	2.5	7.1	31.6	42.6	16.3	3.63
	서비스/판매직	203	5.4	7.9	34.5	35.0	17.2	3.51
	기계/농림어업/단순노무	206	4.4	10.2	42.7	29.6	13.1	3.37
	주부	230	1.7	7.4	33.9	41.3	15.7	3.62
	학생	139	3.6	12.9	25.9	43.2	14.4	3.52
	기타	146	7.5	9.6	45.2	30.8	6.8	3.20
가구 소득	200만원 미만	188	5.9	10.1	45.7	22.3	16.0	3.32
	200~400만원 미만	561	4.5	8.4	35.5	36.0	15.7	3.50
	400~600만원 미만	567	2.8	9.7	31.6	43.2	12.7	3.53
	600만원 이상	684	2.2	6.0	31.3	44.0	16.5	3.67

주: '전혀 없다' 응답을 1점~'매우 많다' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

9.1.3. 체중조절을 위해 먹는 특정 식품

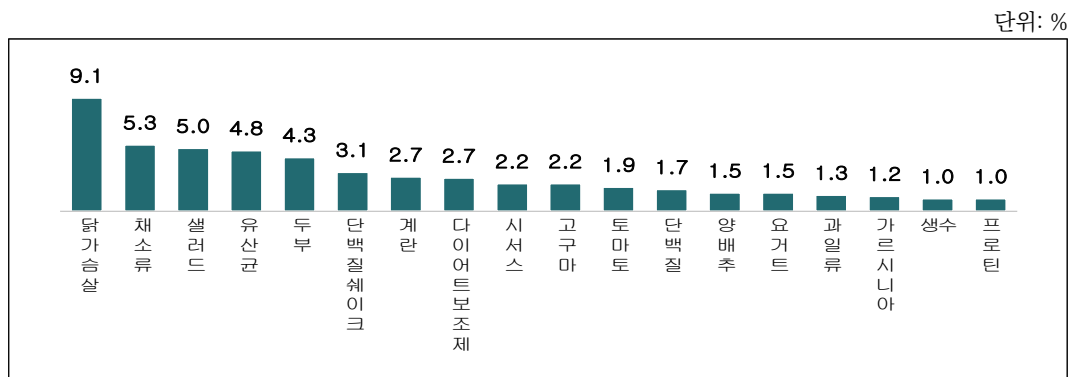
○ 체중조절을 위해 닭가슴살을 가장 많이 먹고 있으며, 그다음으로 채소류, 샐러드, 유산균, 두부, 단백질쉐이크 등을 주로 먹음.

- 연령별로는 20대~30대는 닭가슴살과 샐러드를 주로 먹으며, 40대 이상에서는 채소와 유산균을 주로 먹고 있어 연령별 차이 존재

○ 체중조절을 위해 특별히 먹는 음식이 없다는 응답도 43.2%로 나타남.

- 남성의 경우 체중조절을 위해 특별히 먹는 음식이 없다는 응답이 51.7%로 여성 36.5%와 큰 차이

〈그림 5-105〉 체중조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답)



주: 체중조절을 위해 특정 식품을 섭취한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-118〉 체중조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답) [1/2]

단위: 명, %

구분	사례수	없음	닭가슴살	채소류	샐러드	유산균	두부	단백질쉐이크	계란	다이어트보조제	시서스	
전체	1093	43.2	9.1	5.3	5.0	4.8	4.3	3.1	2.7	2.7	2.2	
권역	수도권	581	42.7	10.0	5.2	5.7	4.3	4.3	3.8	2.9	2.8	2.1
	충청권	113	48.7	6.2	6.2	2.7	4.4	5.3	1.8	1.8	3.5	1.8
	호남권	102	46.1	11.8	2.0	3.9	4.9	0.0	4.9	3.9	3.9	3.9
	대경권	104	50.0	5.8	6.7	6.7	7.7	3.8	1.9	0.0	1.9	2.9
	동남권	164	36.6	7.3	6.1	2.4	4.9	4.9	1.8	3.7	1.8	1.2
	강원권	29	34.5	13.8	6.9	13.8	6.9	13.8	0.0	3.4	0.0	3.4

(계속)

구분		사례수	없음	닭 가슴살	채소류	샐러드	유산균	두부	단백질 쉐이크	계란	다이 어트 보조제	시서스
가구원 수	1인	153	37.9	9.8	7.2	5.9	5.9	5.2	3.9	2.6	4.6	3.3
	2인	195	45.1	9.2	7.2	3.6	5.1	5.6	2.1	1.5	3.1	1.5
	3인	303	46.5	7.9	4.0	4.3	5.6	4.3	4.6	2.3	1.7	2.0
	4인 이상	442	41.9	9.5	4.8	5.9	3.8	3.4	2.3	3.6	2.5	2.3
성별	남성	482	51.7	6.4	4.8	2.9	2.3	4.1	1.5	2.3	1.5	1.0
	여성	611	36.5	11.1	5.7	6.7	6.9	4.4	4.4	3.1	3.6	3.1
연령	20대	195	32.3	23.1	3.1	10.8	2.6	5.1	5.6	3.1	4.1	0.5
	30대	238	34.5	14.7	2.5	7.1	4.2	5.0	5.0	3.4	3.8	1.3
	40대	318	48.1	3.8	6.3	3.1	4.7	4.7	2.8	3.5	2.5	3.1
	50대	169	52.7	1.8	6.5	1.8	7.1	3.0	0.0	1.8	1.2	4.7
	60대 이상	173	49.1	2.3	8.7	2.3	6.4	2.9	1.2	1.2	1.2	1.2
학력	고졸 이하	158	45.6	7.0	8.2	2.5	6.3	1.9	3.8	1.9	3.8	2.5
	대졸	732	43.2	8.9	4.6	4.8	5.1	5.2	3.3	2.9	2.6	2.2
	대학원졸	123	45.5	5.7	6.5	5.7	4.1	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4
직업	관리/전문/사무직	633	43.9	10.1	5.2	6.2	4.7	4.1	3.8	2.8	2.8	2.4
	서비스/판매직	106	41.5	3.8	2.8	2.8	5.7	7.5	2.8	2.8	3.8	2.8
	기계/농림어업/단순노무	88	44.3	10.2	10.2	1.1	1.1	5.7	2.3	2.3	3.4	1.1
	주부	131	45.0	2.3	6.1	2.3	9.2	1.5	3.1	3.1	1.5	3.1
	학생	80	35.0	20.0	3.8	11.3	1.3	3.8	1.3	3.8	1.3	1.3
	기타	55	43.6	5.5	3.6	0.0	5.5	5.5	0.0	0.0	1.8	0.0
가구 소득	200만원 미만	72	44.4	8.3	8.3	5.6	6.9	6.9	4.2	2.8	2.8	1.4
	200~400만원 미만	290	41.4	10.3	7.2	3.8	3.8	2.8	2.4	1.4	3.1	1.4
	400~600만원 미만	317	44.5	9.1	4.1	5.7	3.8	3.5	4.4	2.8	1.9	2.5
	600만원 이상	414	43.2	8.2	4.3	5.3	6.0	5.6	2.4	3.6	2.9	2.7

주: 체중조절을 위해 특정 식품을 섭취한다고 응답한 자 대상임.

〈표 5-118〉 체중조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답) [2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	고구마	토마토	단백질	양배추	요거트	과일류	가르 시니아	생수	프로틴	비타민
전체		1093	2.2	1.9	1.7	1.5	1.5	1.3	1.2	1.0	1.0	0.9
권역	수도권	581	2.1	2.4	1.2	2.2	2.4	1.5	1.2	1.2	1.5	0.9
	충청권	113	1.8	0.9	2.7	0.0	0.9	0.9	1.8	0.0	0.9	0.0
	호남권	102	2.0	2.9	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	대경권	104	1.9	1.9	1.0	1.0	1.0	1.9	1.9	0.0	0.0	1.9
	동남권	164	3.0	0.6	2.4	1.2	0.0	0.6	1.2	1.8	0.6	1.2
	강원권	29	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	0.0	3.4	0.0	0.0
가구원 수	1인	153	2.0	1.3	2.0	0.7	0.7	0.7	2.0	0.7	0.7	0.7
	2인	195	4.1	1.5	0.0	1.0	0.5	1.5	1.0	1.0	1.0	0.0
	3인	303	1.3	4.0	1.3	3.3	2.6	0.7	1.0	0.7	1.0	1.0
	4인 이상	442	2.0	0.9	2.7	0.7	1.4	1.8	1.1	1.4	1.1	1.4

(계속)

구분		사례수	고구마	토마토	단백질	양배추	요거트	과일류	가르 시니아	생수	프로틴	비타민
성별	남성	482	1.9	1.7	2.5	1.2	0.8	1.2	0.4	1.0	0.6	1.2
	여성	611	2.5	2.1	1.1	1.6	2.0	1.3	1.8	1.0	1.3	0.7
연령	20대	195	4.1	0.5	1.5	1.0	4.1	0.0	1.5	0.5	2.6	1.0
	30대	238	3.4	2.9	2.1	1.3	0.8	0.8	1.7	0.4	1.7	0.8
	40대	318	0.3	1.9	2.5	2.2	1.6	1.6	1.6	1.9	0.3	0.9
	50대	169	0.6	1.8	0.6	1.2	0.6	0.6	0.0	0.6	0.6	1.2
	60대 이상	173	3.5	2.3	1.2	1.2	0.0	3.5	0.6	1.2	0.0	0.6
학력	고졸 이하	158	1.3	2.5	0.6	0.6	1.9	3.2	0.6	1.9	1.9	0.6
	대졸	732	2.6	2.0	1.5	1.8	0.8	1.2	1.5	0.8	1.1	0.7
	대학원졸	123	0.8	1.6	3.3	1.6	2.4	0.0	0.8	1.6	0.0	1.6
직업	관리/전문/사무직	633	2.1	2.1	1.7	0.9	1.6	0.9	1.1	0.6	1.4	1.1
	서비스/판매직	106	1.9	0.0	1.9	1.9	0.9	0.0	0.9	2.8	0.9	0.9
	기계/농림어업/단순노무	88	3.4	4.5	1.1	0.0	1.1	4.5	1.1	1.1	0.0	0.0
	주부	131	2.3	3.1	0.8	3.1	0.0	3.1	2.3	1.5	0.0	0.0
	학생	80	2.5	0.0	3.8	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5
	기타	55	1.8	0.0	1.8	7.3	0.0	0.0	1.8	1.8	1.8	0.0
가구소득	200만원 미만	72	1.4	4.2	1.4	2.8	5.6	2.8	1.4	0.0	0.0	0.0
	200~400만원 미만	290	2.4	1.4	1.4	1.4	0.3	0.7	1.0	1.4	0.3	0.3
	400~600만원 미만	317	1.6	2.2	1.3	0.9	1.6	0.9	0.6	0.6	1.6	1.9
	600만원 이상	414	2.7	1.7	2.4	1.7	1.4	1.7	1.7	1.2	1.2	0.7

주: 체중조절을 위해 특정 식품을 섭취한다고 응답한 자 대상임.

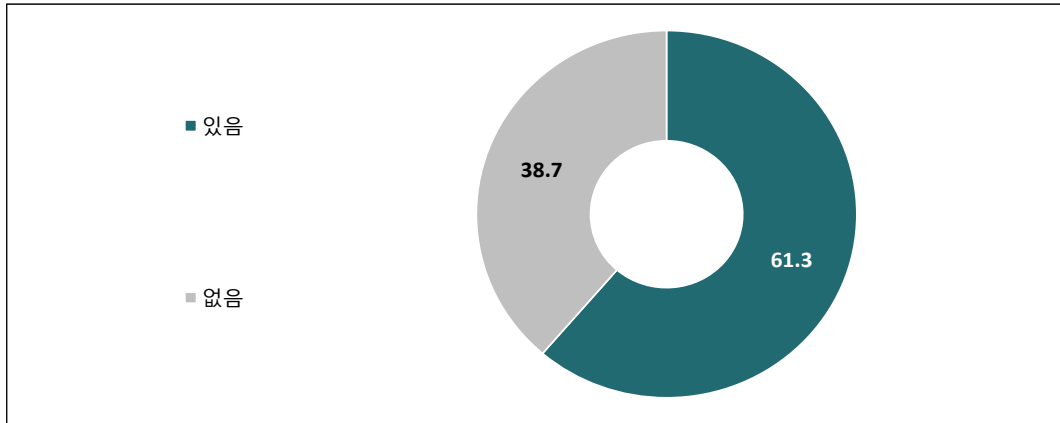
9.1.4. 체중조절을 위한 식사량 조절 경험 여부

○ 응답자의 61.3%는 체중조절을 위한 식사량 조절 경험이 있는 것으로 나타남.

- 권역별로 수도권에서 64.1%로 다른 지역보다 높은 경험률
- 성별로 여성의 경험률이 72.5%로 남성의 50.3%보다 높은 수준
- 20대와 30대에서 70% 이상으로 높았으며, 60대 이상에서 44.2%로 낮은 수준
- 가구소득 측면에서 200만 원 미만 저소득층에서 경험률이 상대적으로 낮은 특징

〈그림 5-106〉 체중조절을 위한 식사량 조절 경험 여부

단위: %



〈표 5-119〉 체중조절을 위한 식사량 조절 경험 여부

단위: 명, %

구분		사례수	예	아니오
전체		2000	61.3	38.7
권역	수도권	1017	64.1	35.9
	충청권	211	63.5	36.5
	호남권	214	53.7	46.3
	대경권	194	59.8	40.2
	동남권	305	59.0	41.0
	강원권	59	49.2	50.8
가구원 수	1인	300	61.0	39.0
	2인	380	59.7	40.3
	3인	537	63.1	36.9
	4인 이상	783	60.9	39.1
성별	남성	1013	50.3	49.7
	여성	987	72.5	27.5
연령	20대	313	70.3	29.7
	30대	411	70.6	29.4
	40대	522	67.4	32.6
	50대	324	53.7	46.3
	60대 이상	430	44.2	55.8
학력	고졸 이하	348	50.3	49.7
	대졸	1312	63.2	36.8
	대학원졸	201	65.2	34.8

(계속)

구분		사례수	예	아니오
직업	관리/전문/사무직	1076	65.7	34.3
	서비스/판매직	203	55.7	44.3
	기계/농림어업/단순노무	206	49.0	51.0
	주부	230	67.0	33.0
	학생	139	65.5	34.5
	기타	146	41.1	58.9
가구소득	200만원 미만	188	48.9	51.1
	200~400만원 미만	561	60.6	39.4
	400~600만원 미만	567	61.7	38.3
	600만원 이상	684	64.9	35.1

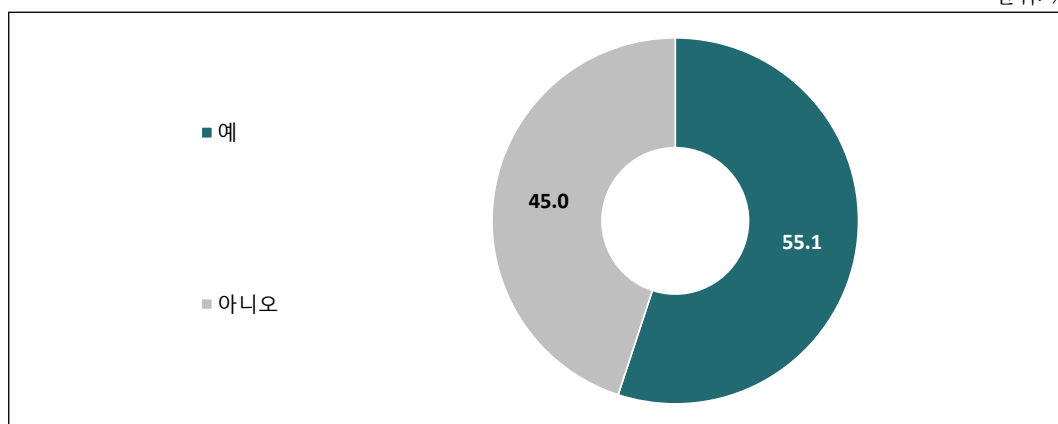
9.1.5. 규칙적 운동 여부

○ 응답자의 55.1%는 규칙적인 운동을 하는 것으로 나타남.

- 연령별로는 60대 이상에서 66.0%로 가장 높았으며, 그다음으로 20대에서도 58.1%로 높은 특징
- 가구소득 측면에서 200만 원 미만 저소득 가구의 운동 비율이 600만 원 이상 고소득 가구 대비 상대적으로 낮은 특징

〈그림 5-107〉 규칙적 운동 여부

단위: %



〈표 5-120〉 규칙적 운동 여부

단위: 명, %

구분		사례수	예	아니오
전체		2000	55.1	45.0
권역	수도권	1017	55.2	44.8
	충청권	211	55.0	45.0
	호남권	214	55.6	44.4
	대경권	194	60.3	39.7
	동남권	305	51.1	48.9
	강원권	59	54.2	45.8
가구원 수	1인	300	55.3	44.7
	2인	380	58.7	41.3
	3인	537	53.8	46.2
	4인 이상	783	54.0	46.0
	성별	남성	1013	56.8
	여성	987	53.3	46.7
연령	20대	313	58.1	41.9
	30대	411	49.1	50.9
	40대	522	48.1	51.9
	50대	324	56.2	43.8
	60대 이상	430	66.0	34.0
학력	고졸 이하	348	48.3	51.7
	대졸	1312	55.3	44.7
	대학원졸	201	63.2	36.8
직업	관리/전문/사무직	1076	55.4	44.6
	서비스/판매직	203	51.7	48.3
	기계/농림어업/단순노무	206	50.5	49.5
	주부	230	54.3	45.7
	학생	139	58.3	41.7
	기타	146	61.6	38.4
가구소득	200만원 미만	188	45.2	54.8
	200~400만원 미만	561	53.3	46.7
	400~600만원 미만	567	52.7	47.3
	600만원 이상	684	61.1	38.9

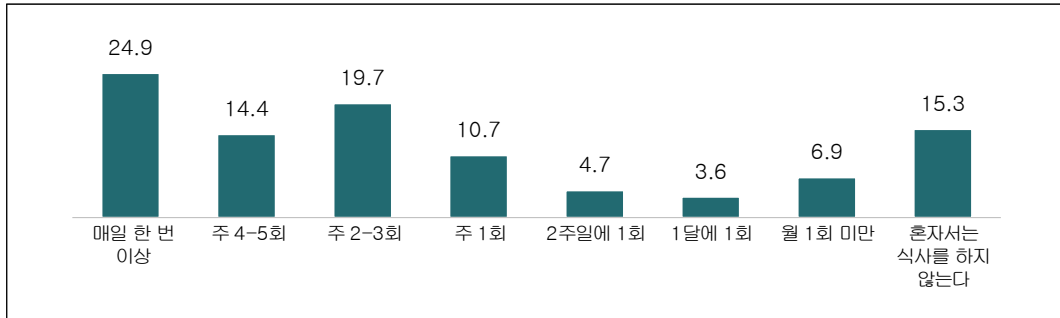
9.1.6. 혼밥 빈도

○ 월평균 12.60회의 혼밥을 하는 가운데, 혼밥을 전혀 하지 않는 비율은 15.3%로 낮으며, 24.9%는 매일 한 번 이상 혼밥을 하고 있다고 응답함.

- 1인 가구는 월평균 21.50회 혼밥을 해 2인 이상 가구의 2배에 가까운 수준으로 혼밥을 하며, 가구소득 측면에서 소득이 낮을수록 혼밥 빈도는 높아지는 경향

〈그림 5-108〉 혼밥 빈도

단위: %



〈표 5-121〉 혼밥 빈도

단위: 명, %, 회

구분	사례수	매일 한 번 이상	주 4~5회	주 2~3회	주 1회	2주일에 1회	1달에 1회	월 1회 미만	혼자서는 식사를 하지 않는다	월평균	
전체	2000	24.9	14.4	19.7	10.7	4.7	3.6	6.9	15.3	12.60	
지역	수도권	1017	25.1	14.8	19.8	11.3	4.3	3.7	6.8	14.2	12.76
	충청권	211	27.0	13.3	21.8	9.0	5.2	3.8	4.3	15.6	13.18
	호남권	214	24.3	14.5	18.7	8.4	5.1	2.8	9.8	16.4	12.25
	대경권	194	25.3	10.3	26.3	9.8	4.1	3.1	6.7	14.4	12.59
	동남권	305	24.3	16.1	14.8	11.1	4.9	4.3	6.9	17.7	12.26
	강원권	59	18.6	13.6	18.6	15.3	6.8	0.0	8.5	18.6	10.64
가구원 수	1인	300	55.7	18.3	13.3	3.0	1.7	0.7	1.7	5.7	21.50
	2인	380	22.1	15.3	21.1	11.1	3.9	2.1	9.5	15.0	12.05
	3인	537	21.0	12.3	21.2	12.3	5.2	4.1	7.1	16.8	11.28
	4인 이상	783	17.1	13.8	20.4	12.4	5.7	5.0	7.5	18.0	10.32
성별	남성	1013	23.0	12.2	21.0	12.8	4.9	3.0	7.8	15.2	11.84
	여성	987	26.8	16.5	18.3	8.5	4.4	4.2	6.0	15.3	13.32
연령	20대	313	26.2	16.9	22.7	8.0	5.8	5.1	5.1	10.2	13.66
	30대	411	23.1	16.3	20.4	8.3	4.4	4.1	8.0	15.3	12.37
	40대	522	22.6	13.2	17.8	11.9	4.8	3.4	7.3	19.0	11.55
	50대	324	27.8	13.0	21.3	12.3	4.3	2.8	4.6	13.9	13.42
	60대 이상	430	26.3	13.0	17.9	12.3	4.2	2.6	8.4	15.3	12.63
학력	고졸 이하	348	31.0	15.2	15.2	10.9	4.3	4.3	5.7	13.2	14.13
	대졸	1312	23.7	13.9	20.5	10.8	4.7	3.7	7.4	15.3	12.23
	대학원졸	201	22.4	12.4	19.4	11.9	6.0	2.0	6.0	19.9	11.51

(계속)

구분		사례수	매일 한 번 이상	주 4~5회	주 2~3회	주 1회	2주일에 1회	1달에 1회	월 1회 미만	혼자서는 식사를 하지 않는다	월평균
직업	관리/전문/사무직	1076	21.7	12.5	21.4	11.7	5.4	4.0	7.2	16.0	11.52
	서비스/판매직	203	30.0	17.7	16.7	12.3	3.9	3.0	3.4	12.8	14.46
	기계/농림어업/단순노무	206	26.7	17.5	16.5	8.7	4.9	2.4	7.3	16.0	13.29
	주부	230	26.1	18.7	18.3	8.3	3.9	3.0	6.5	15.2	13.47
	학생	139	24.5	19.4	23.7	7.2	2.9	2.9	6.5	12.9	13.59
	기타	146	37.0	6.8	14.4	11.0	2.7	4.1	9.6	14.4	14.31
가구소득	200만원 미만	188	47.9	13.8	11.2	4.3	4.3	1.6	5.3	11.7	18.25
	200~400만원 미만	561	30.5	15.7	16.8	9.3	3.6	3.4	6.6	14.3	14.14
	400~600만원 미만	567	17.6	15.9	22.8	11.8	5.6	3.0	6.5	16.8	11.04
	600만원 이상	684	20.0	12.1	21.9	12.7	4.8	4.7	7.9	15.8	11.03

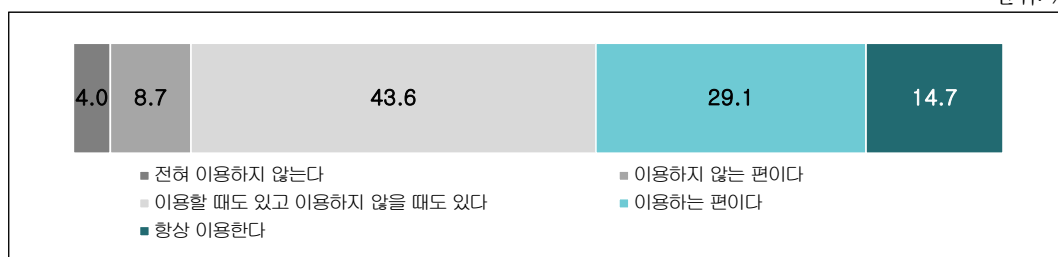
9.1.7. 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부

○ 가구의 식품 구입 및 조달 시 72.7%가 차량을 이용하고 있는 것으로 나타남.

- 가구소득이 높을수록 차량을 이용하는 비율이 높으며, 권역별로 보았을 때 호남권에서, 연령별로 50대에서 차량 이용 비율이 높은 특징

〈그림 5-109〉 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부

단위: %



주: 차량을 보유한 가구 대상임.

〈표 5-122〉 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 이용하지 않는다	이용하지 않는 편이다	이용할 때도 있고 이용 하지 않을 때도 있다	이용하는 편이다	항상 이용한다
전체		1690	4.0	8.7	43.6	29.1	14.7
권역	수도권	826	4.6	9.9	45.0	27.2	13.2
	충청권	182	2.2	4.9	43.4	34.1	15.4
	호남권	193	2.1	8.3	37.8	33.7	18.1
	대경권	169	6.5	8.3	40.2	29.0	16.0
	동남권	268	3.7	9.0	46.3	26.9	14.2
	강원권	52	0.0	3.8	38.5	34.6	23.1
가구원 수	1인	167	6.0	8.4	46.1	25.1	14.4
	2인	315	1.0	10.8	42.9	28.9	16.5
	3인	481	5.4	7.7	47.0	28.1	11.9
	4인 이상	727	3.9	8.5	41.0	30.7	16.0
성별	남성	888	2.8	8.4	43.6	31.1	14.1
	여성	802	5.2	9.0	43.5	26.8	15.5
연령	20대	253	7.9	9.5	39.9	27.7	15.0
	30대	322	5.6	13.0	41.3	23.3	16.8
	40대	468	2.8	6.8	45.9	29.7	14.7
	50대	284	1.8	6.0	43.0	36.3	13.0
	60대 이상	363	3.0	8.8	45.5	28.7	14.0
학력	고졸 이하	263	5.3	9.9	43.0	28.9	12.9
	대졸	1127	3.3	8.1	44.1	29.7	14.8
	대학원졸	182	1.6	7.7	46.2	27.5	17.0
직업	관리/전문/사무직	925	3.4	7.6	44.8	29.2	15.1
	서비스/판매직	163	5.5	11.7	37.4	29.4	16.0
	기계/농림어업/단순노무	166	4.2	9.6	41.6	31.3	13.3
	주부	202	3.0	6.4	47.0	28.2	15.3
	학생	118	11.0	13.6	35.6	25.4	14.4
	기타	116	0.9	11.2	47.4	29.3	11.2
가구소득	200만원 미만	105	10.5	12.4	41.9	24.8	10.5
	200~400만원 미만	426	5.9	10.3	45.3	26.5	12.0
	400~600만원 미만	512	2.7	9.2	41.8	31.1	15.2
	600만원 이상	647	2.6	6.6	44.0	29.8	16.8

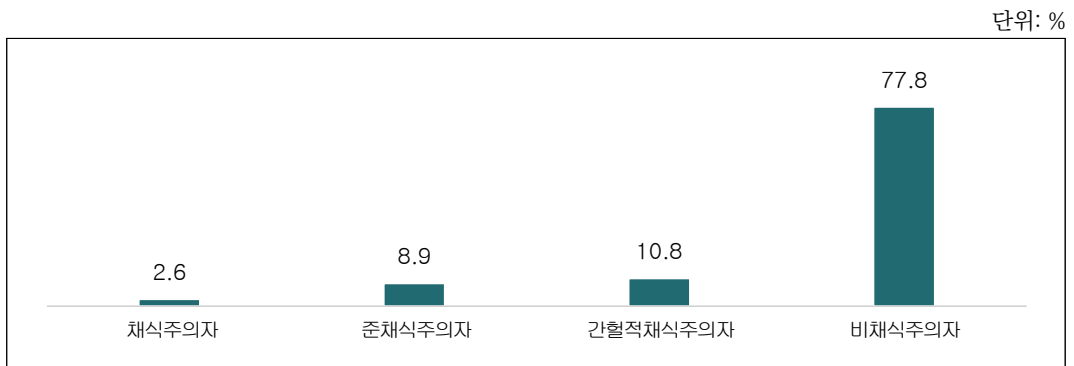
주: 차량을 보유한 가구 대상임.

9.1.8. 채식주의 관련 식생활 태도

○ 응답자 중 22.3%는 채식을 하고 있으며, 간헐적 채식주의자가 10.8%, 준채식주의자가 8.9%, 채식주의자는 2.6%로 나타남.

- 권역별로 강원권에서 채식주의자 비율이 상대적으로 낮은 특징
- 고학력일수록, 가구소득이 높을수록 채식주의자의 비율이 높아지는 경향

〈그림 5-110〉 채식주의 관련 식생활 태도



〈표 5-123〉 채식주의 관련 식생활 태도

단위: 명, %

구분		사례수	육류는 먹지 않고, 오직 식물성 재료로만 만든 것을 먹는다 (채식주의자)	식물성 재료로 만든 것을 먹지만, 계란과 우유 또는 어패류는 먹는다 (준채식주의자)	가급적 동물성 보다는 채식 위주로 먹는다 (간헐적 채식주의자)	식물성, 동물성을 가리지 않고 먹는다 (비채식주의자)
전체		2000	2.6	8.9	10.8	77.8
권역	수도권	1017	2.6	8.4	10.7	78.4
	충청권	211	2.4	10.0	9.5	78.2
	호남권	214	2.8	7.9	11.2	78.0
	대경권	194	4.1	10.8	8.8	76.3
	동남권	305	2.3	9.5	13.1	75.1
	강원권	59	0.0	6.8	8.5	84.7
가구원 수	1인	300	1.0	9.3	13.7	76.0
	2인	380	2.1	9.7	11.3	76.8
	3인	537	3.0	6.5	9.1	81.4
	4인 이상	783	3.2	9.8	10.5	76.5
성별	남성	1013	3.1	9.2	9.0	78.8
	여성	987	2.1	8.5	12.6	76.8

(계속)

구분		사례수	육류는 먹지 않고, 오직 식물성 재료로만 만든 것을 먹는다 (채식주의자)	식물성 재료로 만든 것을 먹지만, 계란과 우유 또는 어패류는 먹는다 (준채식주의자)	가급적 동물성 보다는 채식 위주로 먹는다 (간헐적 채식주의자)	식물성, 동물성을 가리지 않고 먹는다 (비채식주의자)
연령	20대	313	1.9	4.5	9.3	84.3
	30대	411	2.4	4.6	5.4	87.6
	40대	522	2.9	9.0	10.9	77.2
	50대	324	4.0	12.7	15.1	68.2
	60대 이상	430	1.9	13.0	13.5	71.6
학력	고졸 이하	348	5.2	14.7	9.8	70.4
	대졸	1312	2.1	8.1	11.1	78.7
	대학원졸	201	1.5	7.0	11.4	80.1
직업	관리/전문/사무직	1076	2.0	7.6	10.0	80.3
	서비스/판매직	203	3.9	11.3	7.4	77.3
	기계/농림어업/단순노무	206	6.8	15.0	13.1	65.0
	주부	230	2.2	10.9	15.7	71.3
	학생	139	2.2	4.3	8.6	84.9
	기타	146	0.0	6.8	11.6	81.5
가구소득	200만원 미만	188	3.7	15.4	12.2	68.6
	200~400만원 미만	561	2.7	8.9	11.2	77.2
	400~600만원 미만	567	2.5	8.5	11.5	77.6
	600만원 이상	684	2.3	7.3	9.4	81.0

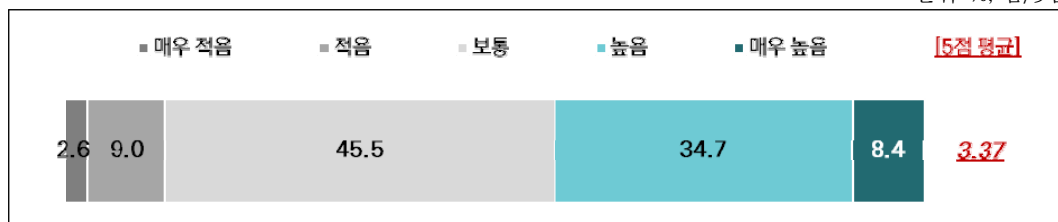
9.1.9. 코로나19에 대한 불안감

○ 코로나19에 대한 불안감은 ‘보통이다’라는 응답이 45.5%로 가장 높고, ‘높다’(34.7%), ‘적다’(9.0%) 순으로 높게 나타남.

- 충청권(3.48점)에서 불안감이 가장 높고, 연령이 높을수록 불안감을 크게 느끼는 경향

〈그림 5-111〉 코로나19에 대한 불안감

단위: %, 점/5점



주: ‘매우 적음’ 응답을 1점~‘매우 높음’ 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-124〉 코로나19에 대한 불안감

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	매우 적다	적은 편이다	보통이다	높은 편이다	매우 높다	평균(점)
전체		2000	2.6	9.0	45.5	34.7	8.4	3.37
권역	수도권	1017	2.9	8.0	46.7	34.0	8.4	3.37
	충청권	211	0.9	9.0	43.6	33.6	12.8	3.48
	호남권	214	2.8	11.2	39.7	36.9	9.3	3.39
	대경권	194	2.1	11.3	46.4	35.6	4.6	3.29
	동남권	305	2.3	8.9	44.9	36.4	7.5	3.38
	강원권	59	3.4	10.2	50.8	30.5	5.1	3.24
가구원 수	1인	300	4.3	8.3	50.0	28.7	8.7	3.29
	2인	380	1.3	8.9	46.1	36.1	7.6	3.40
	3인	537	2.8	8.0	42.6	37.8	8.8	3.42
	4인 이상	783	2.3	9.8	45.3	34.2	8.3	3.36
성별	남성	1013	3.8	9.6	45.6	32.6	8.4	3.32
	여성	987	1.2	8.3	45.3	36.9	8.3	3.43
연령	20대	313	5.1	14.4	46.0	27.2	7.3	3.17
	30대	411	4.6	11.2	41.8	33.1	9.2	3.31
	40대	522	1.5	8.2	48.7	31.8	9.8	3.40
	50대	324	0.9	6.8	45.4	39.2	7.7	3.46
	60대 이상	430	1.2	5.3	44.7	41.9	7.0	3.48
학력	고졸 이하	348	1.7	8.0	48.3	35.3	6.6	3.37
	대졸	1312	2.7	8.8	45.2	34.8	8.5	3.38
	대학원졸	201	1.5	8.0	44.8	33.8	11.9	3.47
직업	관리/전문/사무직	1076	2.6	9.1	45.4	34.3	8.6	3.37
	서비스/판매직	203	2.5	10.3	47.8	30.5	8.9	3.33
	기계/농림어업/단순노무	206	3.4	8.3	44.7	34.0	9.7	3.38
	주부	230	0.4	4.3	45.2	42.2	7.8	3.53
	학생	139	4.3	14.4	41.7	33.8	5.8	3.22
	기타	146	2.7	8.9	47.3	33.6	7.5	3.34
가구소득	200만원 미만	188	1.6	6.4	43.6	38.8	9.6	3.48
	200~400만원 미만	561	3.2	9.3	43.7	36.5	7.3	3.35
	400~600만원 미만	567	2.5	7.9	48.3	34.0	7.2	3.36
	600만원 이상	684	2.3	10.2	45.0	32.6	9.8	3.37

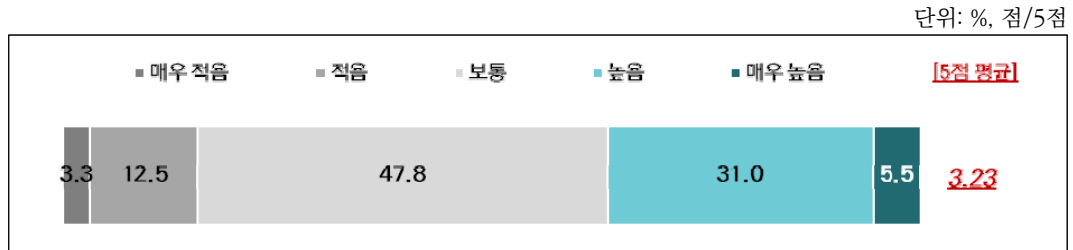
주: '매우 적음' 응답을 1점~'매우 높음' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

9.1.10. 코로나19 확산으로 인한 식생활/식품 소비 불안도

○ 코로나19 확산으로 인한 식생활/식품 소비 불안은 ‘보통이다’라는 응답이 47.8%로 가장 높고, ‘높다’(31.0%), ‘적다’(12.5%) 순으로 높게 나타남.

- 충청권(3.34점)에서 가장 높았으며, 대경권(3.15점)에서 가장 낮은 수준
- 가구원 수가 적을수록 불안감이 상대적으로 낮아, 1인 가구는 3.14점 반면, 4인 이상 가구는 3.26점
- 다른 연령 대비 20대의 불안감이 3.03점으로 상대적으로 낮은 수준

〈그림 5-112〉 코로나19 확산으로 인한 식생활/식품 소비 불안도



주: '매우 적음' 응답을 1점~'매우 높음' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-125〉 코로나19 확산으로 인한 식생활/식품 소비 불안도

단위: 명, %, 점/5점

구분	사례수	매우 적다	적은 편이다	보통이다	높은 편이다	매우 높다	평균(점)	
전체	2000	3.3	12.5	47.8	31.0	5.5	3.23	
권역	수도권	1017	3.1	11.6	48.3	31.2	5.8	3.25
	충청권	211	0.9	11.8	47.9	31.3	8.1	3.34
	호남권	214	5.1	12.6	45.3	32.7	4.2	3.18
	대경권	194	2.6	14.9	51.0	27.8	3.6	3.15
	동남권	305	3.3	15.1	46.6	29.5	5.6	3.19
	강원권	59	8.5	8.5	42.4	39.0	1.7	3.17
가구원 수	1인	300	7.0	10.0	49.7	28.7	4.7	3.14
	2인	380	2.6	13.2	49.2	31.3	3.7	3.20
	3인	537	2.8	11.9	47.1	32.6	5.6	3.26
	4인 이상	783	2.4	13.5	46.7	30.7	6.6	3.26
성별	남성	1013	4.3	12.8	48.8	28.6	5.4	3.18
	여성	987	2.1	12.2	46.7	33.4	5.6	3.28

(계속)

구분		사례수	매우 적다	적은 편이다	보통이다	높은 편이다	매우 높다	평균(점)
연령	20대	313	5.8	21.7	42.2	24.6	5.8	3.03
	30대	411	5.4	14.1	44.8	29.2	6.6	3.18
	40대	522	2.7	10.2	50.2	30.8	6.1	3.28
	50대	324	1.2	8.0	50.3	35.5	4.9	3.35
	60대 이상	430	1.6	10.5	49.8	34.2	4.0	3.28
학력	고졸 이하	348	2.9	9.8	51.7	29.3	6.3	3.26
	대졸	1312	3.1	12.4	47.4	31.8	5.3	3.24
	대학원졸	201	3.0	10.4	46.8	33.3	6.5	3.30
직업	관리/전문/사무직	1076	3.5	11.9	47.8	31.9	4.9	3.23
	서비스/판매직	203	2.5	10.3	53.2	27.1	6.9	3.26
	기계/농림어업/단순노무	206	3.4	11.2	49.5	27.2	8.7	3.27
	주부	230	0.9	9.1	46.1	39.1	4.8	3.38
	학생	139	5.8	23.0	42.4	24.5	4.3	2.99
	기타	146	3.4	17.1	45.2	28.8	5.5	3.16
가구소득	200만원 미만	188	1.6	8.5	50.5	33.0	6.4	3.34
	200~400만원 미만	561	5.0	12.3	47.8	29.2	5.7	3.18
	400~600만원 미만	567	2.5	12.9	49.2	30.7	4.8	3.22
	600만원 이상	684	2.9	13.5	45.8	32.2	5.7	3.24

주: '매우 적음' 응답을 1점~'매우 높음' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

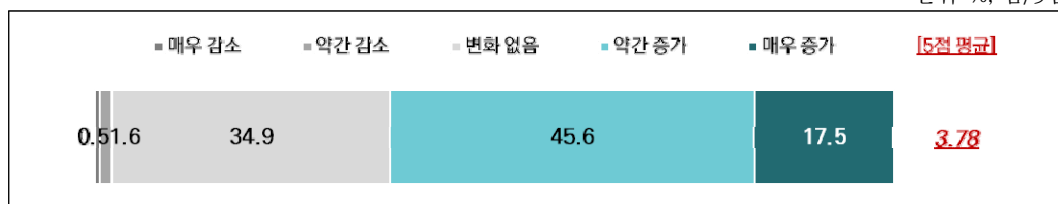
9.1.11. 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리 중요도

○ 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리에 대한 중요도 인식이 증가했다는 응답이 과반을 넘음(매우 증가 17.5%, 약간 증가 45.6%).

- 충청권에서 중요도가 가장 높게 나타났고, 대경권에서 가장 낮은 특징
- 가구원 수가 많을수록, 가구소득이 높을수록 증가했다는 응답이 높은 특징

〈그림 5-113〉 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리 중요도

단위: %, 점/5점



주: '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-126〉 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리 중요도

단위: 명, %, 점/5점

구분		사례수	매우 감소했다	약간 감소했다	변화 없다	약간 증가했다	매우 증가했다	평균(점)
전체		2000	0.5	1.6	34.9	45.6	17.5	3.78
권역	수도권	1017	0.6	1.3	36.0	45.1	17.0	3.77
	충청권	211	0.0	0.9	29.9	46.9	22.3	3.91
	호남권	214	0.5	0.9	33.6	46.7	18.2	3.81
	대경권	194	0.0	3.1	38.7	41.2	17.0	3.72
	동남권	305	0.7	2.6	34.4	46.9	15.4	3.74
	강원권	59	1.7	1.7	27.1	50.8	18.6	3.83
가구원 수	1인	300	1.3	2.0	36.7	44.7	15.3	3.71
	2인	380	0.3	1.6	37.9	44.7	15.5	3.74
	3인	537	0.7	2.2	32.2	47.9	16.9	3.78
	4인 이상	783	0.1	1.0	34.5	44.7	19.7	3.83
성별	남성	1013	0.8	1.6	36.7	43.5	17.4	3.75
	여성	987	0.2	1.6	32.9	47.6	17.6	3.81
연령	20대	313	1.0	3.2	38.3	42.8	14.7	3.67
	30대	411	1.0	2.9	38.7	39.2	18.2	3.71
	40대	522	0.2	1.1	35.1	46.9	16.7	3.79
	50대	324	0.6	0.3	31.8	48.8	18.5	3.84
	60대 이상	430	0.0	0.7	30.7	49.5	19.1	3.87
학력	고졸 이하	348	0.3	1.4	39.4	44.0	14.9	3.72
	대졸	1312	0.5	1.7	35.1	45.0	17.7	3.78
	대학원졸	201	0.5	1.0	27.9	49.3	21.4	3.90
직업	관리/전문/사무직	1076	0.5	1.5	35.9	45.9	16.3	3.76
	서비스/판매직	203	1.0	2.5	37.9	38.9	19.7	3.74
	기계/농림어업/단순노무	206	0.5	1.9	38.3	41.7	17.5	3.74
	주부	230	0.0	0.4	24.8	54.3	20.4	3.95
	학생	139	0.7	2.2	31.7	48.9	16.5	3.78
	기타	146	0.7	2.1	37.0	40.4	19.9	3.77
가구소득	200만원 미만	188	1.1	1.6	39.9	41.0	16.5	3.70
	200~400만원 미만	561	0.7	2.3	33.7	47.1	16.2	3.76
	400~600만원 미만	567	0.2	0.7	37.7	44.3	17.1	3.77
	600만원 이상	684	0.4	1.8	32.0	46.6	19.2	3.82

주: '매우 감소' 응답을 1점~'매우 증가' 응답을 5점으로 환산하여 평균한 값임.

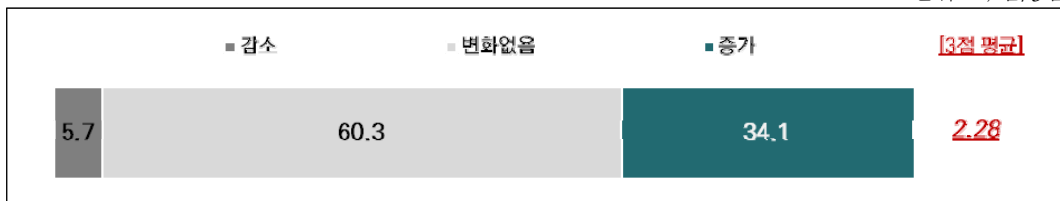
9.1.12. 코로나19 전 대비 현재 식품 소비 지출액 변화

○ 코로나19 이전 대비 현재 식품 소비 지출액이 ‘증가했다’라는 응답이 34.1%로 ‘감소했다’(5.7%)보다 5배 이상 높게 나타남.

- 지역별로 보았을 때, 대경권에서 식품 소비 지출액이 증가하였다는 응답이 38.1%로 다른 지역보다 높은 특징
- 가구원 수별로 3인 이상 가구에서 ‘증가했다’라는 응답이 증가하여 2인 이하 가구보다 상대적으로 높은 특징
- 가구소득에 따라서도 큰 차이를 보여 가구소득이 높을수록 증가하는 경향

〈그림 5-114〉 코로나19 전 대비 현재 식품 소비 지출액 변화

단위: %, 점/3점



주: '감소' 응답을 1점~'증가' 응답을 3점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-127〉 코로나19 전 대비 현재 식품 소비 지출액 변화

단위: 명, %, 점/3점

구분		사례수	감소하였다	비슷하다 (변화없음)	증가하였다	평균(점)
전체		2000	5.7	60.3	34.1	2.28
권역	수도권	1017	5.1	59.1	35.8	2.31
	충청권	211	5.7	59.2	35.1	2.29
	호남권	214	6.5	65.0	28.5	2.22
	대경권	194	6.2	55.7	38.1	2.32
	동남권	305	5.9	63.6	30.5	2.25
	강원권	59	8.5	64.4	27.1	2.19
가구원 수	1인	300	6.3	63.7	30.0	2.24
	2인	380	6.8	66.6	26.6	2.20
	3인	537	5.0	57.9	37.1	2.32
	4인 이상	783	5.2	57.5	37.3	2.32
성별	남성	1013	6.7	63.8	29.5	2.23
	여성	987	4.6	56.6	38.8	2.34

(계속)

구분		사례수	감소하였다	비슷하다 (변화없음)	증가하였다	평균(점)
연령	20대	313	3.8	55.9	40.3	2.36
	30대	411	4.6	61.1	34.3	2.30
	40대	522	5.6	56.7	37.7	2.32
	50대	324	6.5	59.9	33.6	2.27
	60대 이상	430	7.4	67.2	25.3	2.18
학력	고졸 이하	348	10.3	60.6	29.0	2.19
	대졸	1312	4.9	60.9	34.2	2.29
	대학원졸	201	5.0	60.7	34.3	2.29
직업	관리/전문/사무직	1076	4.4	59.7	36.0	2.32
	서비스/판매직	203	8.9	65.5	25.6	2.17
	기계/농림어업/단순노무	206	9.7	65.5	24.8	2.15
	주부	230	6.1	54.3	39.6	2.33
	학생	139	2.2	52.5	45.3	2.43
	기타	146	7.5	66.4	26.0	2.18
가구소득	200만원 미만	188	8.0	68.1	23.9	2.16
	200~400만원 미만	561	6.8	63.1	30.1	2.23
	400~600만원 미만	567	5.6	57.5	36.9	2.31
	600만원 이상	684	4.1	58.0	37.9	2.34

주: '감소' 응답을 1점~'증가' 응답을 3점으로 환산하여 평균한 값임.

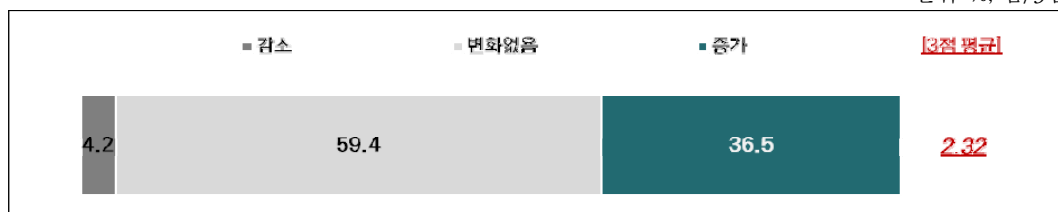
9.1.13. 코로나19 유행 이후 대비 현재 식품 소비 지출액 변화

○ 코로나19 유행 이후 대비 현재 식품 소비 지출액은 '변화없다'는 응답이 59.4%로 가장 높지만, '감소했다'(4.2%)라는 응답보다는 '증가했다'(36.5%)가 더 높음.

- 대경권에서 식품 소비 지출액이 증가하였다는 응답이 40.7%로 다른 지역보다 높은 수준이며, 연령별로 20대에서, 가구소득별로는 소득이 높을수록 식품 소비 지출액이 증가했다는 응답이 높은 특징

〈그림 5-115〉 코로나19 유행 이후 대비 현재 식품 소비 지출액 변화

단위: %, 점/3점



주: '감소' 응답을 1점~'증가' 응답을 3점으로 환산하여 평균한 값임.

〈표 5-128〉 코로나19 유행 이후 대비 현재 식품 소비 지출액 변화

단위: 명, %, 점/3점

구분		사례수	감소하였다	비슷하다 (변화없음)	증가하였다	평균(점)
전체		2000	4.2	59.4	36.5	2.32
권역	수도권	1017	3.9	59.3	36.8	2.33
	충청권	211	1.9	63.0	35.1	2.33
	호남권	214	5.1	59.3	35.5	2.30
	대경권	194	5.2	54.1	40.7	2.36
	동남권	305	4.9	59.7	35.4	2.30
	강원권	59	6.8	62.7	30.5	2.24
가구원 수	1인	300	4.0	63.7	32.3	2.28
	2인	380	3.7	71.6	24.7	2.21
	3인	537	4.1	57.0	38.9	2.35
	4인 이상	783	4.6	53.4	42.0	2.37
성별	남성	1013	4.1	62.9	33.0	2.29
	여성	987	4.3	55.7	40.0	2.36
연령	20대	313	3.8	54.0	42.2	2.38
	30대	411	3.2	58.6	38.2	2.35
	40대	522	3.6	55.2	41.2	2.38
	50대	324	4.9	59.6	35.5	2.31
	60대 이상	430	5.6	68.8	25.6	2.20
학력	고졸 이하	348	8.9	59.2	31.9	2.23
	대졸	1312	3.0	59.8	37.2	2.34
	대학원졸	201	4.0	60.7	35.3	2.31
직업	관리/전문/사무직	1076	2.9	57.9	39.2	2.36
	서비스/판매직	203	6.4	65.0	28.6	2.22
	기계/농림어업/단순노무	206	6.3	63.6	30.1	2.24
	주부	230	4.8	54.8	40.4	2.36
	학생	139	3.6	54.0	42.4	2.39
	기타	146	7.5	68.5	24.0	2.16
가구소득	200만원 미만	188	5.3	66.5	28.2	2.23
	200~400만원 미만	561	6.4	59.4	34.2	2.28
	400~600만원 미만	567	2.6	60.3	37.0	2.34
	600만원 이상	684	3.4	56.6	40.1	2.37

주: '감소' 응답을 1점~'증가' 응답을 3점으로 환산하여 평균한 값임.

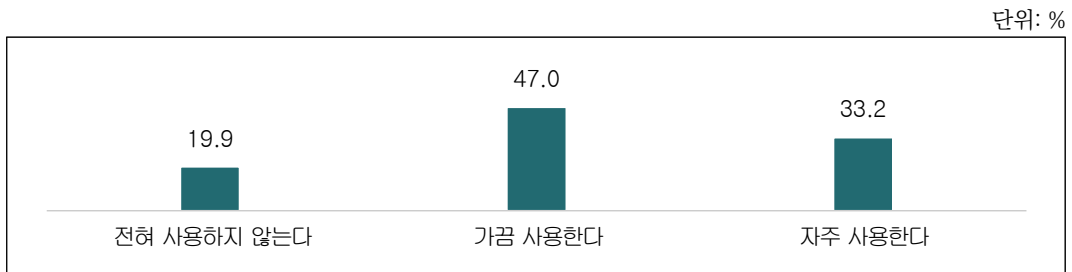
9.2. 이용 정보

9.2.1. SNS 사용 빈도

○ SNS를 가끔 사용하는 비율은 47.0%이며, 자주 사용하는 비율은 33.2%로 응답자의 80.2%가 SNS를 사용하고 있는 것으로 나타남.

- 성별로는 여성, 연령별로는 20대에서 ‘자주 사용한다’라는 응답 비율이 높은 특징

〈그림 5-116〉 SNS 사용 빈도



〈표 5-129〉 SNS 사용 빈도

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 사용하지 않는다	가끔 사용한다	자주 사용한다
전체		2000	19.9	47.0	33.2
권역	수도권	1017	20.2	45.5	34.3
	충청권	211	22.3	44.5	33.2
	호남권	214	19.2	50.0	30.8
	대경권	194	19.6	54.1	26.3
	동남권	305	16.7	48.2	35.1
	강원권	59	25.4	40.7	33.9
가구원 수	1인	300	24.0	44.3	31.7
	2인	380	18.4	48.9	32.6
	3인	537	18.6	48.4	33.0
	4인 이상	783	19.8	46.1	34.1
성별	남성	1013	21.5	50.3	28.1
	여성	987	18.1	43.6	38.3
연령	20대	313	6.4	31.3	62.3
	30대	411	20.9	47.7	31.4
	40대	522	22.4	52.7	24.9
	50대	324	24.1	50.6	25.3
	60대 이상	430	22.3	48.1	29.5

(계속)

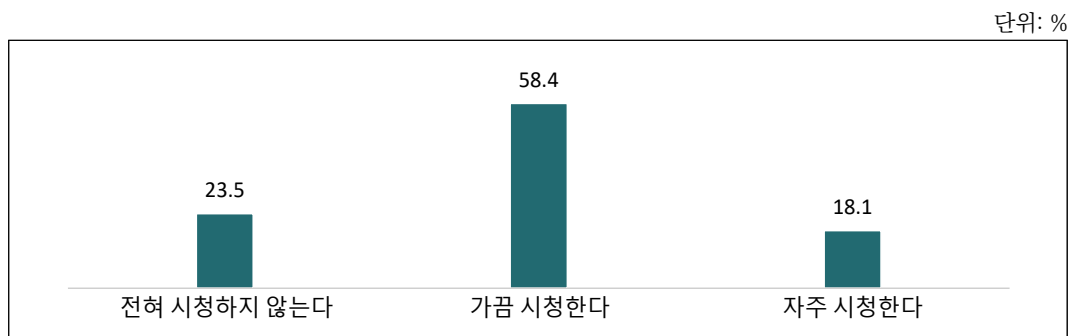
구분		사례수	전혀 사용하지 않는다	가끔 사용한다	자주 사용한다
학력	고졸 이하	348	24.7	46.0	29.3
	대졸	1312	20.0	48.6	31.4
	대학원졸	201	18.4	50.2	31.3
직업	관리/전문/사무직	1076	19.8	46.8	33.4
	서비스/판매직	203	19.2	52.2	28.6
	기계/농림어업/단순노무	206	22.3	53.4	24.3
	주부	230	25.2	48.3	26.5
	학생	139	7.9	30.2	61.9
	기타	146	20.5	45.9	33.6
가구 소득	200만원 미만	188	18.6	53.2	28.2
	200~400만원 미만	561	22.1	45.1	32.8
	400~600만원 미만	567	21.7	46.4	31.9
	600만원 이상	684	16.8	47.4	35.8

9.2.2. 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도

○ 음식/요리 관련 미디어를 시청하는 비율은 76.5%이며, 23.5%는 전혀 시청하지 않음.

- 가구원 수별로 1인 가구에서 '자주 시청한다'는 비율이 높은 특징
- 성별로는 여성, 연령별로는 20대와 30대에서 '자주 시청한다'는 비율이 높은 특징

〈그림 5-117〉 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도



〈표 5-130〉 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도

단위: 명, %

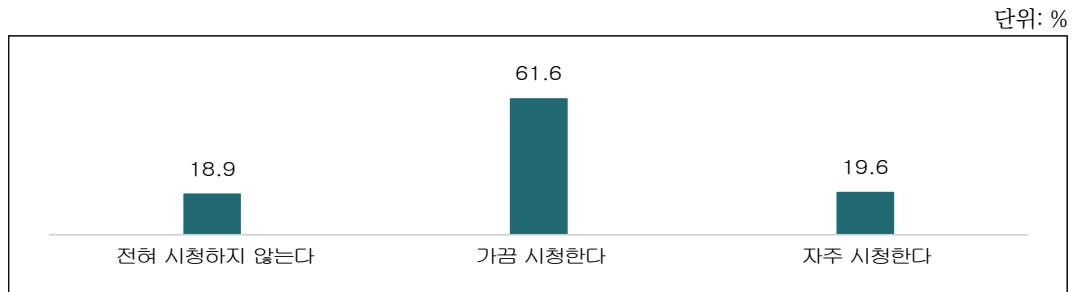
구분		사례수	전혀 시청하지 않는다	가끔 시청한다	자주 시청한다
전체		2000	23.5	58.4	18.1
권역	수도권	1017	21.3	61.1	17.6
	충청권	211	25.6	54.0	20.4
	호남권	214	28.0	53.3	18.7
	대경권	194	25.8	55.2	19.1
	동남권	305	23.9	58.7	17.4
	강원권	59	27.1	55.9	16.9
가구원 수	1인	300	24.3	55.7	20.0
	2인	380	22.1	61.8	16.1
	3인	537	25.0	57.2	17.9
	4인 이상	783	22.9	58.6	18.5
성별	남성	1013	25.7	58.7	15.6
	여성	987	21.3	58.1	20.7
연령	20대	313	14.7	53.0	32.3
	30대	411	25.3	52.6	22.1
	40대	522	23.6	61.3	15.1
	50대	324	25.0	60.2	14.8
	60대 이상	430	27.0	63.0	10.0
학력	고졸 이하	348	22.7	61.5	15.8
	대졸	1312	24.2	57.9	17.9
	대학원졸	201	26.4	60.2	13.4
직업	관리/전문/사무직	1076	25.3	55.5	19.2
	서비스/판매직	203	26.1	57.6	16.3
	기계/농림어업/단순노무	206	24.3	62.6	13.1
	주부	230	18.7	68.3	13.0
	학생	139	15.1	52.5	32.4
	기타	146	21.2	65.1	13.7
가구 소득	200만원 미만	188	25.0	59.0	16.0
	200~400만원 미만	561	23.4	58.1	18.5
	400~600만원 미만	567	23.5	59.1	17.5
	600만원 이상	684	23.2	57.9	18.9

9.2.3. 해외여행 정보 관련 미디어 시청 빈도

○ 해외여행 정보 관련 미디어를 ‘시청하지 않는다’라는 비율은 18.9%로 낮은 편이며, 61.6%가 ‘가끔 시청’하며, 19.6%는 ‘자주 시청’하는 것으로 나타남.

- 권역별로 동남권에서 '자주 시청한다'라는 비율이 다른 지역보다 높은 특징
- 성별로는 여성, 연령별로는 20대와 30대에서 '자주 시청한다'는 비율이 높은 특징
- 학력별로는 대학원졸 이상의 고학력, 가구소득 측면에서는 소득이 높을수록 '자주 시청한다'는 비율이 높은 특징

〈그림 5-118〉 해외여행 정보 관련 미디어 시청 빈도



〈표 5-131〉 해외여행 정보 관련 미디어 시청 빈도

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 시청하지 않는다	가끔 시청한다	자주 시청한다
전체		2000	18.9	61.6	19.6
권역	수도권	1017	18.0	63.2	18.8
	충청권	211	18.5	60.7	20.9
	호남권	214	17.8	63.1	19.2
	대경권	194	21.1	59.8	19.1
	동남권	305	20.3	57.4	22.3
	강원권	59	23.7	57.6	18.6
가구원 수	1인	300	19.0	61.7	19.3
	2인	380	15.8	65.0	19.2
	3인	537	19.6	59.6	20.9
	4인 이상	783	19.8	61.2	19.0
성별	남성	1013	18.4	64.2	17.5
	여성	987	19.4	58.9	21.8
연령	20대	313	18.8	54.3	26.8
	30대	411	21.9	57.9	20.2
	40대	522	20.1	63.6	16.3
	50대	324	15.7	68.2	16.0
	60대 이상	430	16.7	62.8	20.5

(계속)

구분		사례수	전혀 시청하지 않는다	가끔 시청한다	자주 시청한다
학력	고졸 이하	348	26.7	58.9	14.4
	대졸	1312	17.4	63.0	19.6
	대학원졸	201	13.9	63.7	22.4
직업	관리/전문/사무직	1076	17.3	61.8	20.9
	서비스/판매직	203	19.2	63.5	17.2
	기계/농림어업/단순노무	206	21.8	66.0	12.1
	주부	230	20.9	60.4	18.7
	학생	139	20.1	51.1	28.8
	기타	146	21.2	62.3	16.4
가구소득	200만원 미만	188	25.5	60.6	13.8
	200~400만원 미만	561	21.6	60.1	18.4
	400~600만원 미만	567	16.4	64.7	18.9
	600만원 이상	684	16.8	60.4	22.8

부 록 A

설문조사표



2022 가공식품 소비자 태도조사(가구용)

- 가구내 식품 주 구입자용 설문 -

가구 ID -

※ 조사명부 상에 해당ID 기록

안녕하십니까?

농림축산식품부와 한국농촌경제연구원은 우리나라 가공식품에 대한 소비자 의견을 알아보고 향후 식품기업의 마케팅 전략 수립에 활용하고자 가공식품에 대한 소비자 이용 실태에 관한 조사를 매년 실시하고 있습니다. 이번 조사 수행은 조사전문업체 ㈜엠브레인퍼블릭이 담당하고 있사오니 많은 협조 부탁드립니다.
본 설문에서 응답해 주신 내용은 단지 통계적으로 처리될 뿐이며, 통계법 제 33조 및 34조에 의거하여 통계 분석 이외의 다른 목적으로 이용되지 않습니다.

* 주관 기관 : 농림축산식품부 · 한국농촌경제연구원

* 조사 기관 : ㈜엠브레인퍼블릭

응답자 선정 질문

SQ1. 귀하의 출생년도는 어떻게 되시나요? _____년 → 1947년도 이후 2002년 이전 출생자만 조사를 진행할 것

SQ2. 쿠폰에서 드시는 식품의 대부분을 주로 누가 구입하시나요?

1. 집에서 먹는 식품의 대부분을 내가 직접 구입한다
2. 집에서 먹는 식품의 대부분을 구입하는 가구원이 따로 있다 → **응답자 교체 또는 면접 중단**

[면접원 : SQ2 문항에서 2번을 선택한 경우, 가구 내 식품의 대부분을 직접 구매하는 분으로 다시 선정하세요.]

A. 가공식품 구매 및 소비 행태 일반

▶▶ 이제부터 쿠폰의 식품 주 구입자 입장에서 가공식품 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

농수축산물이란?

농작물 재배, 축산업, 어업 등을 통해 생산되어 사람이 직접 먹거나 마실 수 있는 것으로 식품의 원료가 되는 품목
예) 마늘, 당근, 양파, 배추, 쌈채소 고등어, 돼지고기 등

가공식품이란?

식품의 원료인 농수축산물 등을 **가열·발효 등의 요리단계**를 거쳐 맛있고, 먹기 편하며, 저장이 쉽도록 가공한 모든 식품
예) 파자, 빵, 통조림, 각종 냉동식품, 음료, 유제품 등

외식이란?

가정 밖에서 직접 조리하지 않은 음식을 먹는 행위로 일반적으로 음식점에서 식사하는 것을 의미하지만, 집에서 음식을 주문해서 먹거나(배달) 식당에서 포장해서 가져다 먹는 경우(테이크아웃)를 포함함.

<가이드> 본 조사는 각 가정에서 이루어지는 구매 및 소비 행태조사로서, 주 구입자를 대상으로 이루어지는 것이며, 가구 구성원 개개인이 소비하는 것을 모두 조사하는 것은 아님을 분명히 하도록 함.

전체 가공식품 구입 행태

본 조사는 특별한 사건/사고/이슈 등의 영향으로 특정 기간 동안 이루어진 구입 행태가 아닌, 평소 귀하께서 가공식품을 구입하시는 행태를 기준으로 응답하여 주십시오.

A1. 쿠폰에서는 평소 가공식품을 얼마나 자주 구입하시나요?

한 두가지 부족한 재료를 구입하기 위해 가는 경우는 제외하고 응답해 주세요.

[면접원 : 응답자가 계절적 요인 등으로 인해 구입 빈도가 기간/시기에 따라 차이가 난다고 할 경우에는 조사 참여 시점으로부터 "최근 1년"을 기준으로 응답을 받으세요.]

- | | |
|---------|------------|
| 1. 매일 | 2. 주 2~3회 |
| 3. 주 1회 | 4. 2주 1회 |
| 5. 월 1회 | 6. 월 1회 미만 |

A2. 쿠폰에서는 가공식품을 구입하실 때 가장 중요하게 고려하는 기준은 무엇인가요?

중요하게 고려하는 기준을 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- | | |
|---------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 맛 |
| 3. 안전성 | 4. 품질 |
| 5. 영양(건강) | 6. 신선도 (제조일자, 유통기한 포함) |
| 7. 구입의 편리성 | 8. 조리 편리성 |
| 9. 기타 (기록 :) | 10. 구입하지 않는다 |

A3. 쿠폰에서는 가족을 위해 가공식품 구입을 주로 어디에서 하시나요?

주로 구입하는 곳 부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요. (-View card 1 참조)

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 전통시장(재래시장)
5. 백화점
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
7. 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)
8. TV 홈쇼핑
9. 편의점
10. 로컬푸드 마켓
11. 기타(기록 :)

A3-1. 가공식품 구입 장소로 (A3의 1순위 응답)을 주로 이용하시는 이유는 무엇인가요?

주로 이용하시는 이유를 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- | | |
|--------------------------------|----------------|
| 1. 우수한 품질의 제품을 살 수 있어서 | 2. 가격이 저렴하니까 |
| 3. 거리가 가까거나 교통이 편해서 | 4. 직접 배달해 주므로 |
| 5. 식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서 | 6. 상품이 다양하므로 |
| 7. 친절하고 서비스가 좋아서 | 8. 주문/구입이 편리해서 |
| 9. 평점/후기/판매량 등의 정보를 활용할 수 있어서 | 10. 기타 (기록 :) |

A4. 쿠키에서 지출액 기준 많이 구입하는 품목군은 어떤 것인가요? 가공식품 지출액 규모가 큰 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요. (->View card 2 참조)

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

<조사자 참고용 보기>

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. 육류가공품(소시지, 햄 및 베이컨, 육가공품 등) | 2. 알가공품(삶은 계란, 삶은 메추리알 등) |
| 3. 조미수산가공품(어육, 맛살, 수산물통조림 등) | 4. 염건수산가공품(갯갈류, 김, 미역, 복어, 굴비 등) |
| 5. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등) | 6. 과일채소가공품(과일-채소통조림, 푸레-페이스트 등) |
| 7. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등) | 8. 조미식품(드레싱/소스류, 소금, 설탕, 식초, 고춧가루 등) |
| 9. 유제품(참기름 및 들기름, 식용유, 버터 등) | 10. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등) |
| 11. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등) | 12. 파자류(파자, 한과, 초콜릿가공품, 사탕, 빙과류 등) |
| 13. 면류(인스턴트 라면, 국수, 칼국수, 당면, 우동 등) | 14. 연식품(두부류, 순두부, 유부, 묵류, 곤약 등) |
| 15. 곡물가공품(밀가루류, 전분, 쌀가루, 씨리얼 등) | 16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 일차, 티백, 곡물차 등) |
| 17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, 우유 등) | 18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등) |
| 19. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석섭취, 밀키트, 신선편의) | 20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등) |

A5. 지출액 규모가 큰 (A4의 1순위 응답)가공식품에 대해 얼마나 만족하시나요? 아래의 요소별로 만족하시는 정도를 말씀해 주세요.

항목	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다	만족하는 편이다	매우 만족한다
1. 가격	①	②	③	④	⑤
2. 맛	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양/건강	①	②	③	④	⑤
5. 편리성	①	②	③	④	⑤
6. 다양성	①	②	③	④	⑤
7. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

A6. 쿠키의 최근 1년 동안 식품과 관련된 지출은 전년에 비해 어떻게 변화했나요? 전체 식품소비 지출은 식료품비(농수축산물+가공식품), 외식, 배달, 테이크아웃을 포함합니다.

항목	매우 감소	약간 감소	변함없음	약간 증가	매우 증가
1. 소득	①	②	③	④	⑤
2. 전체 식품소비 지출	①	②	③	④	⑤
3. 외식(음식점) 지출	①	②	③	④	⑤
4. 배달, 테이크아웃 지출	①	②	③	④	⑤
5. 농수축산물 지출	①	②	③	④	⑤
6. 가공식품 지출	①	②	③	④	⑤

A6-1. (A6. 6. 가공식품 지출이 감소 또는 증가한 경우) 쿠키의 최근 1년 가공식품 지출이 변화한 원인은 무엇입니까? (복수 응답 가능)

- | | |
|------------------------|---------------------|
| 1. 가격 변화 | 2. 품질(맛, 영양, 안전) 변화 |
| 3. 식생활 패턴 변화 | 4. 가구 구성원 변화 |
| 5. 전염병, 이상기후 등 외부환경 변화 | 6. 기타(기특 :) |

A7. 쿠키의 향후 1년간 가공식품 지출은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하시나요?

구분	매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다
가공식품 지출	①	②	③	④	⑤

온라인을 통한 가공식품 구입 형태

A8. 쿠팡에서는 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구입하셨나요?

- 1. 대부분 온라인으로 구입하였다. → [A9로 가세요]
- 2. 특정 상품만 온라인으로 구입하였다. → [A9로 가세요]
- 3. 전혀 구입하지 않았다. → [A8-1로 가세요]

A8-1. (A8에서 3을 선택한 경우만) 평소 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유는 무엇인가요? 중요한 이유부터 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- 1. 품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서
- 2. 상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서
- 3. 교환, 반품이 어려워서
- 4. 배송을 기다릴 수 없어서
- 5. 배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려돼서
- 6. 인터넷/스마트폰 사용이 어려워서
- 7. 가격이 비싸서
- 8. 온라인에서 판매하는 식품이 다양하지 않아서
- 9. 사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서
- 10. 택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서
- 11. 기타(기록 :)

→ [응답 후 A15로 가세요]

A9. 쿠팡에서는 온라인으로 가공식품을 얼마나 자주 구입하시나요?

- 1. 매일
- 2. 주 2~3회
- 3. 주 1회
- 4. 2주 1회
- 5. 월 1회
- 6. 월 1회 미만

A10. 온라인으로 식품을 구입하실 경우에는 주로 어떤 곳에서 구매하시나요?

주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- 1. 대형마트/백화점/홈쇼핑 온라인 매장(이마트, SSG, 롯데, 현대, CJ, GS 등)
- 2. 온라인 전문 쇼핑몰(G마켓, 11번가, 쿠팡, 네이버쇼핑 등)
- 3. 온라인 식품 전문몰(더반찬, 마켓컬리, 헬로네이처 등)
- 4. 친환경 전문점 온라인 매장
- 5. 특산물 온라인매장
- 6. SNS 구매(온라인 카페, 블로그, 카카오, 인스타그램, 라이브커머스 등)
- 7. 해외직구 사이트(아마존, 이베이, 아이허브, 오픈 등)
- 8. 기타(기록 :)

A11. 쿠팡에서 구입하는 가공식품 가운데 지출액을 기준으로 온라인으로 많이 구입하는 품목군은 무엇인가요? 지출액이 큰 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요. (-View card 2 참조)

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

<조사자 참고용 보기>

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. 육류가공품(소시지, 햄 및 베이컨, 육가공품 등) | 2. 알가공품(삶은 계란, 삶은 메추리알 등) |
| 3. 조미수산가공품(어육, 맛살, 수산물통조림 등) | 4. 염건수산가공품(젓갈류, 김, 미역, 북어, 굴비 등) |
| 5. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등) | 6. 과일채소가공품(과일·채소통조림, 푸레·페이스트 등) |
| 7. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등) | 8. 조미식품(드레싱/소스류, 소금, 설탕, 식초, 고춧가루 등) |
| 9. 유제품(참기름 및 들기름, 식용유, 버터 등) | 10. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등) |
| 11. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등) | 12. 과자류(과자, 한과, 초콜릿가공품, 사탕, 빙과류 등) |
| 13. 면류(인스턴트 라면, 국수, 칼국수, 당면, 우동 등) | 14. 연식품(두부류, 순두부, 유부, 묵류, 곤약 등) |
| 15. 곡물가공품(밀가루류, 전분, 쌀가루, 씨리얼 등) | 16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 잎차, 티백, 곡물차 등) |
| 17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, 두유 등) | 18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등) |
| 19. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석섭취, 밀키트, 신선편의) | 20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등) |

A12. 쿠폰에서 온라인을 통하여 가공식품을 구입하는 이유는 무엇인가? 중요한 이유부터 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위	2순위
-----	-----

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. 구입 시간을 절약하고 시간의 제약을 받지 않아서 3. 품질이 좋아서 5. 다양하고 특별한 식품을 구입할 수 있다 7. 반품하기 쉬워서 9. 기타(기록 : _____) | <ul style="list-style-type: none"> 2. 가격이 저렴하니까 4. 상품정보를 비교·확인하기 쉬워서 6. 배달해 주므로 8. 비대면 구입이 가능해서 |
|--|---|

A13. 쿠폰에서는 온라인으로 가공식품을 구입하실 때 주로 이용하는 방법은 무엇인가?

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문 3. 기타(기록 : _____) | <ul style="list-style-type: none"> 2. 스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문 |
|--|---|

A14. 온라인으로 구입하신 가공식품에 대해 얼마나 만족하시나요?

구분	매우 불만족한다	불만족하는 편이다	보통이다/그저 그렇다	만족하는 편이다	매우 만족한다
가격만족도	①	②	③	④	⑤
품질만족도	①	②	③	④	⑤
배송만족도	①	②	③	④	⑤
교환·반품 서비스 만족도	①	②	③	④	⑤

A15. 쿠폰에서 최근 1년 동안 온라인을 이용한 전체 가공식품 구입은 전년에 비해 어떻게 변화했나요?

①	②	③	④	⑤
매우 감소했다	약간 감소했다	비슷하다	약간 증가했다	매우 증가했다

A16. 쿠폰의 향후 1년간 온라인을 이용한 전체 가공식품 구입이 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하시나요?

①	②	③	④	⑤
매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다

B. 가공식품 품목별 구입현황

▶ 지금부터 식품 주 구입자 입장에서 가공식품 품목별로 질문을 드리겠습니다.

▶ 먼저 [육류가공품], [알가공품]에 대한 질문입니다. **[A타입]**

BA1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (*-View card 3 참조*)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
1. 육류가공품	소시지, 햄 및 베이컨	내장 등에 다진 양념육을 혼연시키거나 육류를 소금에 절여 혼연 처리한 식품	①	②	③	④	⑤	⑥
	기타 육가공품	육포, 돈까스, 축산물 통조림 등 주원료가 육류인 기타 가공품	①	②	③	④	⑤	⑥
2. 알가공품	알가공품	삶은 메추리알, 삶은 계란 등	①	②	③	④	⑤	⑥

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BB1로 가세요]

BA2. 귀하께서 [육류가공품], [알가공품]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(**육류가공품 또는 알가공품 구입경험이 있는 경우에 한함**).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

▶ 다음은 [조미수산가공품], [염건수산가공품]에 대한 질문입니다. **[B타입]**

BB1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (*-View card 4 참조*)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
3. 조미수산가공품	어육가공품	어묵, 어육소시지, 어육반제품, 어육살, 연육, 맛살	①	②	③	④	⑤	⑥
	수산물통조림	꽂지, 고등어, 굴뱅이, 참치, 연어 통조림	①	②	③	④	⑤	⑥
4. 염건수산가공품	젓갈류	명란젓, 어리굴젓, 오징어젓, 새우젓, 멸치젓 등	①	②	③	④	⑤	⑥
	해조가공품	김, 미역, 기타 해조류	①	②	③	④	⑤	⑥
	염건수산동물	복어, 굴비, 마른멸치, 마른오징어, 기타 염건수산동물	①	②	③	④	⑤	⑥

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BC1로 가세요]

BB2. 귀하께서 [조미수산가공품], [염건수산가공품]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(**조미수산 가공품 염건수산가공품 구입경험이 있는 경우에 한함**).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

▶ 다음은 [김치 및 절임류], [과일채소가공품]에 대한 질문입니다. **[A타입]**

BC1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 5 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
5. 김치 및 절임류	김치류	배추김치, 무김치, 깻잎김치, 부추김치, 파김치, 절임배추	①	②	③	④	⑤	⑥
	절임류	장아찌, 단무지, 오이파클, 마늘절임, 기타절임	①	②	③	④	⑤	⑥
6. 과일채소가공품	채소가공품	채소통조림, 건조 퓨레-페이스트 등	①	②	③	④	⑤	⑥
	과일가공품	과일통조림, 건조 퓨레-페이스트 등	①	②	③	④	⑤	⑥

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BD1로 가세요]

BC2. 귀하께서 [김치 및 절임류] 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(김치 및 절임류 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | | | |
|---------------|--------------|--------------|------------------------|-----------|
| 1. 가격 | 4. 제조일자/유통기한 | 7. 영양성분 | 10. 제품 포장/디자인 | 13. 보관방법 |
| 2. 용량 | 5. 품질인증 표시 | 8. 식품첨가물 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 14. 기타() |
| 3. 브랜드/상표/제조사 | 6. 원산지 | 9. 원재료/성분 함량 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) | |

BC3. 귀하께서 [과일채소가공품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(과일채소가공품 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | | | |
|---------------|--------------|--------------|------------------------|-----------|
| 1. 가격 | 4. 제조일자/유통기한 | 7. 영양성분 | 10. 제품 포장/디자인 | 13. 보관방법 |
| 2. 용량 | 5. 품질인증 표시 | 8. 식품첨가물 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 14. 기타() |
| 3. 브랜드/상표/제조사 | 6. 원산지 | 9. 원재료/성분 함량 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) | |

▶ 다음은 [장류], [조미식품]에 대한 질문입니다. **[B타입]**

BD1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 6 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
7. 장류	간장	양조간장, 한식간장, 혼합간장, 기타간장	①	②	③	④	⑤	⑥
	된장	된장, 한식된장, 조미된장	①	②	③	④	⑤	⑥
	고추장	고추장, 조미고추장	①	②	③	④	⑤	⑥
	기타장류	쌈장, 춘장, 청국장, 기타장류	①	②	③	④	⑤	⑥
8. 조미식품	드레싱/소스류	드레싱, 마요네즈, 케첩, 한식소스류, 양식소스류, 기타소스류	①	②	③	④	⑤	⑥
	식염류	천일염, 가공소금, 기타소금	①	②	③	④	⑤	⑥
	식초	발효식초, 기타식초	①	②	③	④	⑤	⑥
	고춧가루	고춧가루	①	②	③	④	⑤	⑥
	향신·조미료	후추가루, 겨자, 계피, 와사비, 향신료조제품, 기타향신료, 조미료, 고추·마늘·생강·깨알가루, 기타조미식품	①	②	③	④	⑤	⑥
	설탕	백설탕, 갈색설탕(황설탕), 기타설탕	①	②	③	④	⑤	⑥
	기타당류	당시럽류, 올리고당류, 물엿, 엿류, 점, 꿀, 조청	①	②	③	④	⑤	⑥

[모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BE1로 가세요]

BD2. 귀하께서 [장류]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(장류 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

BD3. 귀하께서 [조미식품]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(조미식품 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

▶▶ 다음은 [유지류], [유가공품]에 대한 질문입니다. **[A타입]**

BE1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 7 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
9. 유지류	참기름 및 들기름	참기름, 들기름	①	①	②	③	④	⑤
	기타 식물성 식용유	콩기름(대두유), 옥수수기름(옥배유), 채종유(유채유 또는 카놀라유), 올리브유, 포도씨유	①	①	②	③	④	⑤
	버터 및 기타유지류	버터, 라드	①	①	②	③	④	⑤
10. 유가공품	우유	우유, 가공우유, 조제우유	①	①	②	③	④	⑤
	발효유	요구르트, 호상발효유, 액상발효유, 기타발효유	①	①	②	③	④	⑤
	치즈	치즈, 가공치즈	①	①	②	③	④	⑤
	분유	분유, 조제분유	①	①	②	③	④	⑤

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BF1로 가세요]

BE2. 귀하께서 [유지류]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(유지류 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

BE3. 귀하께서 [유가공품]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(유가공품 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

▶ 다음은 [빵 및 떡류, [과자류]에 대한 질문입니다. [B타입]

BF1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 8 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
11. 빵 및 떡류	빵류	식빵, 케이크, 일반빵류, 빵류(기타)	①	①	②	③	④	⑤
	떡류	시루떡류, 송편류, 인절미류, 절편류, 기타떡류	①	①	②	③	④	⑤
12. 과자류	과자 및 한과	비스킷류, 스낵과자류, 한과	①	①	②	③	④	⑤
	초콜릿·코코아가공품	초콜릿, 초콜릿가공품, 코코아가공품류	①	①	②	③	④	⑤
	사탕, 젤리, 껌	사탕, 캐러멜, 양갱, 젤리, 무설탕껌, 일반추잉껌, 풍선껌	①	①	②	③	④	⑤
	아이스크림, 빙과류	아이스크림, 사베트, 빙수, 얼린과자	①	①	②	③	④	⑤

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BG1로 가세요]

BF2. 귀하께서 [빵 및 떡류]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(빵 및 떡류 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

BF3. 귀하께서 [과자류]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(과자류구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

▶ 다음은 [면류], [연식품], [곡물가공품]에 대한 질문입니다. **[A타입]**

BG1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (-View card 9 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
13.면류	라면류	인스턴트 라면(유통면류), 봉지라면, 용기라면	①	②	③	④	⑤	⑥
	국수류	국수, 칼국수, 냉면, 당면, 파스타류, 우동, 기타면류	①	②	③	④	⑤	⑥
14.연식품	두부류	일반두부, 순두부, 연두부, 유부, 두부가공식품	①	②	③	④	⑤	⑥
	묵류	묵류, 곤약, 기타묵류	①	②	③	④	⑤	⑥
15.곡물가공품	밀가루류	밀가루, 밀가루가공품	①	②	③	④	⑤	⑥
	기타 곡물가공품	씨리얼, 감자전분, 고구마전분, 옥수수전분, 기타 전분류, 쌀가루, 기타 분말류	①	②	③	④	⑤	⑥

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BH1로 가세요]

BG2. 귀하께서 [면류]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요 (면류 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

BG3. 귀하께서 [연식품]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(연식품 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

BG4. 귀하께서 [곡물가공품]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(곡물가공품 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

▶ 다음은 [커피 및 차, [음료류]에 대한 질문입니다. [B타입]

BH1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 10 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
16. 커피/차	커피 및 커피음료	원두커피, 캡슐커피, 커피믹스, 액상커피, 커피음료 ※커피맛 우유 제외	①	①	②	③	④	⑤
	차 및 차음료	잎차, 티백, 매실차, 유자차, 곡물차, 차음료, 곡물음료	①	①	②	③	④	⑤
17. 음료류	탄산음료	콜라, 사이다, 탄산수, 과즙탄산음료, 기타탄산음료	①	①	②	③	④	⑤
	과일채소음료	과일주스, 과일음료, 채소주스, 채소음료, 기타과채류음료	①	①	②	③	④	⑤
	기능성음료	스포츠음료, 비타민음료, 에너지음료, 식이섬유음료, 숙취해소음료, 인삼홍삼음료, 한약재음료, 기타기능성음료	①	①	②	③	④	⑤
	생수	일반생수, 해양심층수	①	①	②	③	④	⑤
	두유류	두유류, 아몬드우유	①	①	②	③	④	⑤
	기타음료	식혜/수정과, 식초음료, 곡류음료, 기타음료	①	①	②	③	④	⑤

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 B1로 가세요]

BH2. 귀하께서 [커피 및 차]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(커피 및 차 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

BH3. 귀하께서 [음료류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요 (음료류 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

▶ 다음은 [주류]에 대한 질문입니다. [A타입]

BH1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 11 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
18. 주류	맥주	맥주	①	①	②	③	④	⑤
	소주	희석식소주(시판용)	①	①	②	③	④	⑤
	탁약주	탁주, 약주	①	①	②	③	④	⑤
	와인 및 과일주	와인, 과일주	①	①	②	③	④	⑤
	양주	위스키, 샴페인, 브랜디, 고동주, 꼬냑, 데킬라, 진, 보드카 등	①	①	②	③	④	⑤
	기타 주류	일반증류주, 청주	①	①	②	③	④	⑤

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 C1로 가세요]

B12. 귀하께서 [주류]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(주류 구입경험이 있는 경우에 한함).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

C. 간편식(HMR) 구입현황

▶ 이제부터 귀댁의 식품 주 구입자 입장에서 간편식(HMR) 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

간편식(HMR, Home Meal Replacement)이란?
 일정 공정을 거쳐 조리된 가열 등 간단한 조리 과정을 거치면 먹을 수 있도록 반조리 형태 또는 별도의 조리과정 없이 바로 섭취 가능한 완조리 형태의 음식입니다. 공장에서 제조되는 가공식품 형태이며, 음식점이나 매장 식품부에서 만들어 파는 음식은 포함되지 않습니다.

즉석조리식품: 식품업체가 이미 조리하여 즉석에서 데우는 등의 처리를 통해 섭취할 수 있는 상품으로 냉동 또는 진공처리 레토르트 파우치로 포장된 식품(예: 즉석밥, 미역국, 죽 등)

즉석섭취식품: 별도의 조리과정 없이 바로 섭취가 가능한 식품(예: 김밥, 도시락, 반찬류 등)

간편조리세트(말키트): 손질된 야채 등 식재료 및 양념과 조리법을 동봉하여 소비자가 간편하게 직접 조리해 섭취할 수 있게 만들어진 제품

신선편의식품: 농산물을 세척, 박피, 절단 또는 세절 등의 가공공정을 거치거나 이에 단순히 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로서 그대로 섭취할 수 있는 등의 식품(샐러드, 새싹채소, 컵과일 등) ※ 신선편의식품은 가열·냉동 제외

C1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입 변화는 어떻게 변화했나요? (-View card 12 참조)

분류	품목	구입 변화					
		구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
즉석 조리 식품	1. 즉석 밥류 (즉석밥, 볶음밥, 덮밥류, 냉동볶음밥/ 비빔밥류 등)	①	①	②	③	④	⑤
	2. 즉석 국류/찌개/탕류(해장국, 갈비탕, 삼계탕, 육개장, 김치찌개, 냉동탕/국/찌개류 등)	①	①	②	③	④	⑤
	3. 죽/스프류 (단팥죽, 전복죽, 양송이스프 등) ※ 분말제외	①	①	②	③	④	⑤
	4. 만두/피자류 (냉동만두/담성류, 냉동피자류/ 핫도그류)	①	①	②	③	④	⑤
	5. 육류 (순대, 차진, 떡갈비 등)	①	①	②	③	④	⑤
	6. 수산물 (낙지볶음, 해물찜, 생선조림류 등)	①	①	②	③	④	⑤
	7. 소스/양념류(찌개양념, 볶음 양념, 떡볶이 소스, 스파게티 소스, 3분카레, 3분짜장 등)	①	①	②	③	④	⑤
	8. 즉석 떡볶이/면류 (떡볶이, 생라면, 생짜장면, 파스타, 냉면 등)	①	①	②	③	④	⑤
즉석 섭취 식품	1. 즉석섭취 식사류(도시락, 김밥류, 샌드위치/햄버거류 등)	①	①	②	③	④	⑤
	2. 즉석섭취 반찬류	①	①	②	③	④	⑤
간편 조리 세트(말키트)	1. 한식말키트	①	①	②	③	④	⑤
	2. 동양식말키트	①	①	②	③	④	⑤
	3. 서양식말키트	①	①	②	③	④	⑤
신선 편의 식품	1. 샐러드	①	①	②	③	④	⑤
	2. 신선편의채소(절단채소, 칸마늘, 세척당근, 간장파 등)	①	①	②	③	④	⑤
	3. 신선편의과일(컵과일, 컵과일, 과일파우치 등)	①	①	②	③	④	⑤

→ [모두 구입 경험이 없는 경우, 응답 후 C10로 가세요]

C2. 귀하께서 간편식 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답에 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

C. 간편식(HMR) 구입현황

▶ 이제부터 귀댁의 식품 주 구입자 입장에서 간편식(HMR) 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

간편식(HMR, Home Meal Replacement)이란?
 일정 공정을 거쳐 조리된 요리로서 가열 등 간단한 조리 과정을 거치면 먹을 수 있도록 반조리 형태 또는 별도의 조리과정 없이 바로 섭취 가능한 완조리 형태의 음식입니다. 공장에서 제조되는 가공식품 형태이며, 음식점이나 매장 식품부에서 만들어 파는 음식은 포함되지 않습니다.
즉석조리식품: 식품업체가 이미 조리하여 즉석에서 데우는 등의 처리를 통해 섭취할 수 있는 상품으로 냉동 또는 진공처리, 레토르트 파우치로 포장된 식품(예: 즉석밥, 미역국, 죽 등)
즉석섭취식품: 별도의 조리과정 없이 바로 섭취가 가능한 식품(예: 김밥, 도시락, 반찬류 등)
간편조리세트(믹키트): 손질된 야채 등 식재료 및 양념과 조리법을 동봉하여 소비자가 간편하게 직접 조리해 섭취할 수 있게 만들어진 제품
신선편의식품: 농·임산물을 세척, 박피, 절단 또는 세절 등의 가공공정을 거치거나 이에 단순히 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로서 그대로 섭취할 수 있는 등의 식품(샐러드, 새싹채소, 컵과일 등) ※ 신선편의식품은 가열·냉동 제외

C1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입 변화는 어떻게 변화했나요? (-View card 12 참조)

분류	품목	구입 변화					
		구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
즉석 조리 식품	1. 즉석 밥류 (즉석밥, 볶음밥, 덮밥류, 냉동볶음밥/ 비빔밥류 등)	①	①	②	③	④	⑤
	2. 즉석 국류/찌개/탕류(해장국, 갈비탕, 삼계탕, 육개장, 간짜찌개, 냉동탕/국/찌개류 등)	①	①	②	③	④	⑤
	3. 죽/스프류 (단발죽, 전복죽, 양송이스프 등) ※ 분말제외	①	①	②	③	④	⑤
	4. 만두/피자류 (냉동만두/임성류, 냉동피자류/ 핫도그류)	①	①	②	③	④	⑤
	5. 육류 (순대, 차킨, 떡갈비 등)	①	①	②	③	④	⑤
	6. 수산물 (낙지볶음, 해물짬, 생선조림류 등)	①	①	②	③	④	⑤
	7. 소스/양념류(찌개양념, 볶음 양념, 떡볶이 소스, 스파게티 소스, 3분카레, 3분짜장 등)	①	①	②	③	④	⑤
	8. 즉석 떡볶이/면류 (떡볶이, 생라면, 생짜장면, 파스타, 냉면 등)	①	①	②	③	④	⑤
즉석 섭취 식품	1. 즉석섭취 식사류(도시락, 김밥류, 샌드위치/햄버거류 등)	①	①	②	③	④	⑤
	2. 즉석섭취 반찬류	①	①	②	③	④	⑤
간편 조리 세트(믹키트)	1. 한식믹키트	①	①	②	③	④	⑤
	2. 동양식믹키트	①	①	②	③	④	⑤
	3. 서양식믹키트	①	①	②	③	④	⑤
신선 편의의 식품	1. 샐러드	①	①	②	③	④	⑤
	2. 신선편의채소(절단채소, 깎아늘, 세척당근, 간장파 등)	①	①	②	③	④	⑤
	3. 신선편의과일(컵과일, 컷과일, 과일파우치 등)	①	①	②	③	④	⑤

→ [모두 구입 경험이 없는 경우, 응답 후 C10로 가세요]

C2. 귀하께서 간편식 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

C8. 쿠키에서 주로 구입하시는 간편식 품목은 무엇인가요? 가장 자주 구입하시는 품목부터 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요. (→View card 14 참조)

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | |
|--|---|
| 1. 즉석밥류 (즉석밥, 볶음밥, 덮밥류, 냉동볶음밥 비빔밥류 등) | 2. 즉석 국류/찌개/탕류(해장국, 갈비탕, 삼계탕, 육개장, 김치찌개, 냉동탕/국/찌개류 등) |
| 3. 죽/스프류 (단말죽, 전복죽, 양송이스프 등) * 분말제외 | 4. 만두/피자류 (냉동만두/담심류, 냉동피자류/ 핫도그류) |
| 5. 육류 (순대, 치킨, (냉동)돈까스, 떡갈비 등) | 6. 수산물 (낙지볶음, 해물찜, 생선조림류 등) |
| 7. 소스/양념류(찌개양념, 볶음 양념, 떡볶이 소스, 스파게티 소스, 3분 카레, 3분짜장 등) | 8. 즉석 떡볶이/면류 (떡볶이, 생라면, 생짜장면, 파스타, 냉면 등) |
| 9. 즉석섭취 식사류(도시락, 김밥류, 샌드위치/햄버거류 등) | 10. 즉석섭취 반찬류 |
| 11. 한식밀키트 | 12. 동양식밀키트 |
| 13. 서양식밀키트 | 14. 샐러드 |
| 15. 신선편의채소(절단채소, 칸마늘, 세척당근, 간양파 등) | 16. 신선편의과일(껍과일, 컷과일, 과일파우치 등) |

C9. 간편식에 대해 얼마나 만족하시나요? 아래의 요소별로 만족하시는 정도를 말씀해 주세요.

항목	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다	만족하는 편이다	매우 만족한다
1. 가격	①	②	③	④	⑤
2. 맛	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양	①	②	③	④	⑤
5. 편리성	①	②	③	④	⑤
6. 다양성	①	②	③	④	⑤
7. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

C10. 간편식(HMR)을 구입하지 않는 이유는 무엇인가요? 우선 순위로 두 가지만 말씀해 주세요.(간편식 구입경험 없는 경우에 한함).

1순위	2순위

- | | |
|----------------------------|------------------------------------|
| 1. 가격이 비싸서 | 2. 가족의 식사는 직접 조리(요리)해야 한다고 생각해서 |
| 3. 맛이 없어서 | 4. 원재료의 원산지와 품질이 의심스러워서/믿음이 가지 않아서 |
| 5. 균형잡힌 영양섭취를 할 수 없을 것 같아서 | 6. 어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서 |
| 7. 안전성(신선도, 유통기한 등)이 열려되어서 | 8. 첨가물이 걱정되어서 |
| 9. 제품이 다양하지 않아서 | 10. 기타:) |

C11. 쿠키의 향후 1년간 간편식 구입이 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하시나요?

①	②	③	④	⑤
매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다

D4-1. 귀하께서는 선물용과 가구 섭취용 중 어떤 용도로 건강기능식품을 구입하셨나요? 구입 금액을 기준으로 비중을 나타내 주세요.

선물용 비중	가구 섭취용 비중	합계
()%	()%	100%

D5. 최근 1년동안 구입한 건강기능식품 중, 많이 구입하는 제품 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

(-View card 15 참조)

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1. 비타민 및 무기질 | 2. 식이섬유 |
| 3. 아미노산 및 단백질(단백질, 대두단백, 아미노산) | 4. 지방산(지방산, 오메가3) |
| 5. 엽록소 (엽록소함유식품, 스퍼투리나/글로렐라) | 6. 인삼류(인삼, 홍삼) |
| 7. 케놀류(녹차추출물, 알로레전입, 프로폴리스추출물) | 8. 당 및 탄수화물(글루코사민, 알로에겔, 키토산 등) |
| 9. 발효미생물류(유산균, 프로바이오틱스 제품) | 10. 신규기능성식품(폴라젠, 밀크시슬, 루테인 등) |

D6. 건강기능식품의 구입은 주로 어디에서 하시나요? 주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요.

(-View card 16 참조)

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
- 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
- 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
- 전통시장(재래시장, 약령시장)
- 백화점
- 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 조독마을, 한살림 등)
- 국내 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)
- TV 홈쇼핑
- 약국(백화점, 마트 내에 입점한 매장 포함)
- 특정상표 대리점(경관장, 한삼인, 암웨이 등 독립매장)
- 방문판매
- 해외직구 사이트(아마존, 이베이, 아이허브, 오픈 등)
- 기타(기록 :)

D6-1. 구입장소로 (D6의 1순위 응답)을 주로 이용하시는 이유는 무엇인가요? 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- | | |
|----------------------------|---------------------|
| 1. 우수한 품질의 제품을 살 수 있어서 | 2. 가격이 더 저렴해서 |
| 3. 이벤트/ 할인행사 등을 자주해서 | 4. 유명하고 신뢰할만한 곳이라서 |
| 5. 다양한 상품이 있어서 | 6. 거리가 가깝거나 교통이 편해서 |
| 7. 주변사람이 추천해서 | 8. 자세한 설명을 들을 수 있어서 |
| 9. 다른 곳에서는 원하는 상품을 살 수 없어서 | 10. 기타(기록 :) |

D9-2. 쿠택에서 건강기능식품을 드시는 주된 이유는 무엇인가요?

가구원/동거인이 기능성 식품을 드시는 이유를 모두 말씀해 주세요(복수 응답 가능).

- 1. 성장, 발달을 위해
- 2. 질병치료를 위해
- 3. 학습능력 개선을 위해
- 4. 질병예방을 위하여
- 5. 미용 효과(피부건강, 체중 조절 등)를 위해
- 6. 피로회복을 위해
- 7. 건강(체력) 증진을 위해
- 8. 기타(기록 :)

→ [응답 후 D10으로 가세요]

D9-3. 평소 건강기능식품을 먹지 않는 이유는 무엇인가요? 중요한 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- 1. 필요를 느끼지 못해서
- 2. 품질(효과/효능)을 신뢰할 수 없어서
- 3. 건강기능식품 및 건강식품에 대한 정보가 부족해서
- 4. 주위에 파는 곳이 없어서
- 5. 가격이 비싸서
- 6. 안전성이 의심되서
- 7. 형태가 먹기 불편해서
- 8. 기타(기록 :)

→ [응답 후 D11로 가세요]

D10. 건강기능식품에 대해 얼마나 만족하시나요? 아래의 요소별로 만족하시는 정도를 말씀해 주세요.

항목	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다	만족하는 편이다	매우 만족한다
1. 가격	①	②	③	④	⑤
2. 맛	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양/기능성	①	②	③	④	⑤
5. 편리성	①	②	③	④	⑤
6. 다양성	①	②	③	④	⑤
7. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

D11. 쿠택의 향후 1년간 건강기능식품 구입이 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하시나요?

①	②	③	④	⑤
매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다

D12. 쿠택에서는 건강기능식품으로 인중 반지는 않았으나 건강을 유지하기 위해 섭취하는 식품이 있습니까?

- 1. 예 (→ D12-1로 이동)
- 2. 아니오(→ D13으로 이동)


D12-1. 쿠택에서 건강을 유지하기 위해 섭취하는 식품은 다음 중 어떤 것입니까?


- 1. 건강즙/액기스(파일즙, 파채즙, 가시오가피즙 등)
- 2. 건강환/분말(양배추환, 울금환, 청국장환, 선식 등)
- 3. 동물성원료건강식품(녹용, 동충하초, 흑염소즙 등)
- 4. 슈퍼곡물(헵프씨드, 아마씨드, 병아리콩, 퀴노아 등)
- 5. 기타원료(벌꿀, 로얄젤리, 효모, 효소, 화분 등)
- 6. 기타 ()

우리나라는 2020년 부터 건강기능식품 인증과 관계없이, 일반식품이 충분한 과학적 근거를 갖춘 기능성 원료를 이용하는 경우 기능성 표시를 할 수 있는 '일반식품 기능성 표시제'가 시행되고 있습니다.

<예시>

기능성 원료 또는 성분	기능성 내용
인삼	면역력 증진·피로 개선·뼈건강 개선에 도움을 줄 수 있음
대두식이섬유	혈중 콜레스테롤 개선·식후 혈당상승 억제·배변활동 원활에 도움을 줄 수 있음
매실추출물	피로 개선에 도움을 줄 수 있음
마늘	혈중 콜레스테롤 개선에 도움을 줄 수 있음





D13. 귀하께서는 일반식품 기능성 표시제도에 대해 알고 계셨습니까?

①	②	③
모른다	들어본적 있다	알고 있다

D14. 귀하께서는 일반식품 기능성 표시 제품을 구입하실 의향이 있습니까?

①	②	③	④	⑤
전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다

E7. 귀하께서는 유기 가공식품 구입을 주로 어디에서 하시나요? 주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요.
 (→View card 19 참조)

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 전통시장(재래시장)
5. 백화점
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
7. 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)
8. TV 홈쇼핑
9. 편의점
10. 로컬푸드 마켓
11. 기타(기록 : _____)

E7-1. 유기 가공식품 구입 장소로 (E7의 1순위 응답)을 주로 이용하시는 이유는 무엇인가?
 주로 이용하시는 이유를 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- | | |
|--------------------------------|----------------------|
| 1. 우수한 품질의 제품을 살 수 있어서 | 2. 가격이 저렴하니까 |
| 3. 거리가 가깝거나 교통이 편해서 | 4. 직접 배달해 주므로 |
| 5. 식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서 | 6. 상품이 다양하므로 |
| 7. 친절하고 서비스가 좋아서 | 8. 주문/구입이 편리해서 |
| 9. 평점/후기/판매량 등의 정보를 활용할 수 있어서 | 10. 기타 (기록 : _____) |

E8. 유기 가공식품에 대해 얼마나 만족하시나요? 아래의 요소별로 만족하시는 정도를 말씀해 주세요.

항목	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다	만족하는 편이다	매우 만족한다
1. 가격	①	②	③	④	⑤
2. 맛	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양	①	②	③	④	⑤
5. 편리성	①	②	③	④	⑤
6. 다양성	①	②	③	④	⑤
7. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

E9. 귀댁의 향후 1년간 유기 가공식품 구입이 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하시나요?

①	②	③	④	⑤
매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다

F. 식품 소비 라이프스타일 및 인식

▶ 귀하의 식품 소비 라이프스타일에 대해 질문 드리겠습니다.

F1. 귀하의 평소 식품 소비 상황에 따라 다음 각 항목이 일치하는 정도를 '전혀 그렇지 않다 1점에서 '매우 그렇다 5점으로 응답해 주세요.

라이프 스타일	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통 이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 식사는 밥보다 빵이나 과일 등으로 간단하게 먹는 편이다	①	②	③	④	⑤
(2) 가정 간편식 (HMR)을 종종 이용 한다	①	②	③	④	⑤
(3) 식품 구입 시 소포장 제품, 전처리 농산물(절단, 세척 등)을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(4) 다양한 맛을 위해 식단을 자주 바꾸는 편이다	①	②	③	④	⑤
(5) 음식을 선택할 때 가격보다 맛을 중시한다	①	②	③	④	⑤
(6) 새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다	①	②	③	④	⑤
(7) 음식을 먹을 때 칼로리 및 영양성분을 고려하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(8) 건강에 나쁜 것은 가급적 안먹으려고 한다	①	②	③	④	⑤
(9) 규칙적으로 식사하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(10) 동일제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(11) 식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 체크하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(12) 식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(13) 식품 선택 시 가격이나 맛보다는 안전성을 우선 고려한다	①	②	③	④	⑤
(14) 상한 것이 의심되는 등 위해가능성이 있는 식품은 아끼워도 섭취하지 않는다	①	②	③	④	⑤
(15) 식품 구입 시 안전성이 인증된 식품(HACCP 등)을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤

▶ 안전관리인증기준(HACCP)은 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 상황을 과학적으로 분석하고 사전에 위해요인의 발생여건들을 차단한 시설에서 생산·제조된 제품

F2. 다음 물음에 대해 동의하시는 정도를 '전혀 그렇지 않다 1점에서 '매우 그렇다 5점으로 응답해 주세요.

인식 (선호도)	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통 이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 인공식품첨가물이 들어있는 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(2) MSG가 첨가된 식품은 가급적 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(3) 트랜스지방이 포함된 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(4) 기름에 튀긴 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(5) GMO 원료가 들어있는 가공식품을 먹지 않겠다	①	②	③	④	⑤
(6) 국내산 원료로 만든 제품을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(7) 전통식품을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(8) 국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(9) 유기농인증제품을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(10) 식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한기업 제품을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(11) 나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(12) 당 함량이 적은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(13) 칼로리가 낮은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(14) 지방 함량이 적은 제품(저지방, 무지방 제품)을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(15) 탄수화물 위주의 식단(쌀, 밀가루 음식 등)을 피한다	①	②	③	④	⑤

▶▶ 가공식품 가격에 대해 질문 드리겠습니다.

F3. 가공식품의 가격수준에 대하여 귀하께서 생각하시는 바를 다음 물음에 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 응답해 주세요.

가격에 대한 인식	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 나는 식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	①	②	③	④	⑤
(2) 나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	①	②	③	④	⑤
(3) 전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다	①	②	③	④	⑤
(4) 지난달에 비해 이번달 가공식품 가격이 많이 상승했다	①	②	③	④	⑤

F4. 가공식품만을 놓고 보았을 때, 같은 상품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 곳은 다음 중 어디라고 생각하십니까? 가장 저렴한 가격에 구입이 가능하다고 생각하시는 곳을 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요. (*-View card 19 참조*)

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 전통시장(재래시장)
5. 백화점
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초특마을, 한살림 등)
7. 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)
8. TV 홈쇼핑
9. 편의점
10. 로컬푸드 마켓
11. 기타(기타 :)

F5. 가공식품 중 지난 1년 동안 가장 가격변화(등락)가 심하다고 생각하시는 품목은 다음 중 무엇인가요? 또한 귀하에게 있어서 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 주는 품목은 무엇인가요? (*-View card 20 참조*)

가격변화가 가장 심한 품목	
장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목	

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. 육류가공품(소시지, 햄 및 베이컨, 육가공품 등) | 2. 알가공품(삶은 계란, 삶은 메추리알 등) |
| 3. 조미수산가공품(어육, 맛살, 수산물통조림 등) | 4. 염건수산가공품(젓갈류, 김, 미역, 복어, 굴비 등) |
| 5. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등) | 6. 과일채소가공품(과일·채소통조림, 푸레·페이스트 등) |
| 7. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등) | 8. 조미식품(드레싱/소스류, 소금, 설탕, 식초, 고춧가루 등) |
| 9. 유지류(참기름 및 들기름, 식용유, 버터 등) | 10. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등) |
| 11. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등) | 12. 파자류(파자, 한과, 조콜릿가공품, 사탕, 빙과류 등) |
| 13. 면류(인스턴트 라면, 국수, 칼국수, 당면, 우동 등) | 14. 연식품(두부류, 순두부, 유부, 목류, 곤약 등) |
| 15. 곡물가공품(밀가루류, 전분, 쌀가루, 씨리얼 등) | 16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 알차, 티백, 곡물차 등) |
| 17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, 두유 등) | 18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등) |
| 19. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석섭취, 밀키트, 신선편의) | 20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등) |

▶▶ 가공식품과 건강에 대해 질문 드리겠습니다.

F7. 귀하께서 생각하시기에 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 가공식품 품목은 다음 중 무엇인가요? 반대로 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 가공식품 품목은 무엇인가요? 1순위부터 3순위까지 답변하여 주세요
(-View card 20 참조)

건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목	1순위 :	2순위 :	3순위 :
건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목	1순위 :	2순위 :	3순위 :

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. 육류가공품(소시지, 햄 및 베이컨, 육가공품 등) | 2. 알가공품(삶은 계란, 삶은 메추리알 등) |
| 3. 조미수산가공품(어육, 맛살, 수산물통조림 등) | 4. 염건수산가공품(젓갈류, 김, 미역, 복어, 굴비 등) |
| 5. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등) | 6. 과일채소가공품(과일·채소통조림, 푸레·페이스트 등) |
| 7. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등) | 8. 조미식품(드레싱/소스류, 소금, 설탕, 식초, 고춧가루 등) |
| 9. 유지류(참기름 및 들기름, 식용유, 버터 등) | 10. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등) |
| 11. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등) | 12. 과자류(과자, 한과, 초콜릿가공품, 사탕, 빙과류 등) |
| 13. 면류(인스턴트 라면, 국수, 칼국수, 당면, 우동 등) | 14. 연식품(두부류, 순두부, 유부, 목류, 끈약 등) |
| 15. 곡물가공품(밀가루류, 전분, 쌀가루, 씨리얼 등) | 16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 잎차, 티백, 곡물차 등) |
| 17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, 두유 등) | 18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등) |
| 19. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석섭취, 밀키트, 신선편의) | 20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등) |

▶▶ 가공식품별 선호사항에 대해 질문 드리겠습니다.

F8. 다음의 품목별로 귀하께서 구매하고자 하시는 제품의 특징을 보기에서 한가지씩만 골라주세요
(-View card 20 참조)

품목별 선호	건강(영양)에 좋은 제품을 구입하겠다	원료의 품질과 안전성이 확보된 제품을 구입하겠다	다양하고 새로운 맛을 내는 제품을 구입하겠다	소포장 사용 및 취식·조리 간편화된 제품을 구입하겠다	제품의 브랜드, 가격, 품질과 관련 가격이 저렴한 제품을 구입하겠다
1. 육류가공품(소시지, 햄 및 베이컨, 육가공품 등)	①	②	③	④	⑤
2. 알가공품(삶은 계란, 삶은 메추리알 등)	①	②	③	④	⑤
3. 조미수산가공품(어육, 맛살, 수산물통조림 등)	①	②	③	④	⑤
4. 염건수산가공품(젓갈류, 김, 미역, 복어, 굴비 등)	①	②	③	④	⑤
5. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등)	①	②	③	④	⑤
6. 과일채소가공품(과일·채소통조림, 푸레·페이스트 등)	①	②	③	④	⑤
7. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등)	①	②	③	④	⑤
8. 조미식품(드레싱/소스류, 소금, 설탕, 식초, 고춧가루 등)	①	②	③	④	⑤
9. 유지류(참기름 및 들기름, 식용유, 버터 등)	①	②	③	④	⑤
10. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등)	①	②	③	④	⑤
11. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등)	①	②	③	④	⑤
12. 과자류(과자, 한과, 초콜릿가공품, 사탕, 빙과류 등)	①	②	③	④	⑤
13. 면류(인스턴트 라면, 국수, 칼국수, 당면, 우동 등)	①	②	③	④	⑤
14. 연식품(두부류, 순두부, 유부, 목류, 끈약 등)	①	②	③	④	⑤
15. 곡물가공품(밀가루류, 전분, 쌀가루, 씨리얼 등)	①	②	③	④	⑤
16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 잎차, 티백, 곡물차 등)	①	②	③	④	⑤
17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, 두유 등)	①	②	③	④	⑤
18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등)	①	②	③	④	⑤
19. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석섭취, 밀키트, 신선편의)	①	②	③	④	⑤
20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)	①	②	③	④	⑤

가구특성

DQ1. 귀댁의 가족 구성 형태는 어떻게 되시나요?

1. 1세대가족(예: 부부, 형제·자매만으로 구성)
2. 2세대가족(예: 부부+자녀로 구성)
3. 3세대가족(예: 부모+부부+자녀로 구성)
4. 4세대가족(예: 조부모+부모+부부+자녀로 구성)
5. 1인 가구
6. 기타(기특:)

DQ2. 귀댁의 가구원(동거인, 가구주 포함) 중 다음에 해당하는 연령대의 가족이 몇 명인가요?

만 6세 이하 (미취학)	만 7세~12세 (초등학생)	만 13세~18세 (중/고등학생)	만 19~29세 이하	만 30~39세 이하	합계
()명	()명	()명	()명	()명	()명
만 40~49세 이하	만 50~59세 이하	만 60~69세 이하	만 70~79세 이하	만 80세 이상	
()명	()명	()명	()명	()명	

DQ3. 귀하께서는 현재 결혼을 하셨나요?

1. 기혼 (→DQ3-1에 추가응답)
2. 미혼(사별·이혼 포함) (→DQ4로 이동)

DQ3-1. 귀댁은 현재 맞벌이를 하고 계신가요? (유배우자 가구인 경우에만)

1. 맞벌이 함
2. 맞벌이 하지 않음

DQ4. 귀댁의 월평균 가구 소득(세전)은 어느 정도 되시나요?

근로소득(월급에 상여금, 인센티브도 월 평균으로 합산), 사업소득, 임대수입, 재산소득(이자 및 배당금 등), 연금(공적연금, 개인연금, 퇴직연금 등), 이전소득(기초노령연금, 기초생활보장급여, 사회수혜금 등), 자녀/가족에게 받은 용돈, 경조소득, 빌린 돈 등 모든 수입을 포함하여 말씀해주세요.

1. 100만원 미만
2. 100~200만원 미만
3. 200~300만원 미만
4. 300~400만원 미만
5. 400~500만원 미만
6. 500~600만원 미만
7. 600~700만원 미만
8. 700~800만원 미만
9. 800~900만원 미만
10. 900~1,000만원 미만
11. 1,000만원 이상

DQ5. 귀댁의 월평균 식료품 구매액은 얼마인가요? 그 중 식재료비(농수축산물 및 가공식품)와 외식(배달, 테이크아웃 포함) 구매액의 비중은 어느 정도인가요?

식료품 구매액	식재료비		외식 및 배달/테이크아웃
	농·수·축산물	가공식품	
월평균()만원 (100%)	()%	()%	()%

DQ6. 귀댁의 현재 주거 형태는 어떻게 되시나요?

1. 아파트
2. 단독주택
3. 연립/다세대 주택
4. 오피스텔
5. 기타()

2022 가공식품 소비자 태도조사(일반소비자-온라인조사)

안녕하십니까?

농림축산식품부와 한국농촌경제연구원은 우리나라 가공식품에 대한 소비자 의견을 알아보고 향후 식품기업의 마케팅 전략 수립에 활용하고자 가공식품에 대한 소비자 이용 실태에 관한 조사를 매년 실시하고 있습니다. 이번 조사 수행은 조사전문업체 엠브레인 퍼블릭이 담당하고 있사오니 많은 협조 부탁드립니다.

본 설문에서 응답해 주신 내용은 단지 통계적으로 처리될 뿐이며, 통계법 제 33조 및 34조에 의거하여 통계 분석 이외의 다른 목적으로 이용되지 않습니다.

* 주관 기관 : 농림축산식품부 · 한국농촌경제연구원

* 조사 기관 : (주)엠브레인 퍼블릭

응답자 선정 질문

SQ1. 거주 지역 [퀴터 체크]

- | | | | |
|-------------|----------|----------|----------|
| 1. 서울특별시 | 2. 부산광역시 | 3. 인천광역시 | 4. 대구광역시 |
| 5. 대전광역시 | 6. 광주광역시 | 7. 울산광역시 | 8. 경기도 |
| 9. 경상북도 | 10. 경상남도 | 11. 전라북도 | 12. 전라남도 |
| 13. 충청북도 | 14. 충청남도 | 15. 강원도 | 16. 제주도 |
| 17. 세종특별자치시 | | | |

SQ2. 성별 [퀴터 체크]

1. 남성 2. 여성

SQ3. 귀하의 출생년도는 어떻게 되시나요? _____년 → 1947년도 이후 2002년 이전 출생자만 조사를 진행할 것

- | | | |
|-----------|----------|--------------------------|
| 1. 만19~29 | 2. 30~39 | 3. 40~49 |
| 4. 50~59 | 5. 60~74 | 6. 75세 이상(조사 중단) [퀴터 체크] |

SQ4. 귀덕에서 드시는 식품의 대부분을 주로 누가 구입하시나요? [주구입자 퀴터 체크]

1. 집에서 먹는 식품의 대부분을 내가 직접 구입한다
2. 집에서 먹는 식품의 대부분을 구입하는 가구원이 따로 있다

SQ5. (SQ3에서 선택한 응답자 연령은 반드시 들어감)귀덕의 가구원동거인, 가구주 포함 중 다음에 해당하는 연령대의 가족이 몇 명입니까? 응답자 본인을 포함하여 말씀해 주세요.

만 6세 이하 (미취학)	만 7세~12세 (초등학생)	만 13세~18세 (중/고등학생)	만 19~29세	만 30~39세	만 40~49세
()명	()명	()명	()명	()명	()명
만 50~59세	만 60~64세	만 65~69세	만 70~79세	만 80세 이상	합계(자동계산)
()명	()명	()명	()명	()명	()명

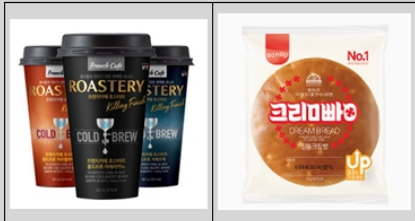
SQ6. 귀덕의 가구주 연령은 어떻게 되나요? [SQ5=1의 경우, SQ3문항 응답값 활용하여 오토코딩하여 SKIP]

1. 만19~39세 2. 만 40~59세 3. 만 60~74세

*** 이제부터 귀하의 가공식품 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

조사 대상 **가공식품**은 공장에서 제조·가공한 식품을 의미합니다. 예를 들어 커피믹스나 가공업체에서 생산하는 액상커피는 가공식품에 포함되지만, **커피숍에서 판매하는 커피는 포함되지 않습니다.**
또한 빵도 마트나 편의점에서 판매하는 공장 생산 빵은 포함되지만, **베이커리에서 판매하는 빵은 포함되지 않습니다.**

〈 가공식품 예 〉



〈 가공식품이 아닌 예 〉



A. 가공식품 온라인 구매 형태

온라인을 통한 가공식품 구입 형태

A1. 귀객에서는 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구입하셨나요?

- | | |
|------------------------------|---------------|
| 1. 대부분 식품을 주로 온라인으로 구입하였다. | → [A1-2로 가세요] |
| 2. 특정 상품의 경우 주로 온라인으로 구입하였다. | → [A1-2로 가세요] |
| 3. 일부 상품을 온라인으로 구입하였다. | → [A1-2로 가세요] |
| 4. 거의 구입하지 않았다. | → [A1-1로 가세요] |

A1-1. (A1에서 4를 선택한 경우만) 최근 1년 동안 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유는 무엇인가요? 중요한 이유부터 순서대로 두 가지만 적어주세요. (1순위: _____, 2순위: _____)

- | | |
|--------------------------------|------------------------------|
| 1. 품질 안전 등을 신뢰할 수 없어서 | 2. 상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서 |
| 3. 교환, 반품이 어려워서 | 4. 배송을 기다릴 수 없어서 |
| 5. 배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려돼서 | 6. 인터넷/스마트폰 사용이 어려워서 |
| 7. 가격이 비싸서 | 8. 온라인에서 판매하는 식품이 다양하지 않아서 |
| 9. 사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서 | 10. 택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서 |
| 11. 기타(_____) | |

→ [응답 후 A7로 가세요]

A1-2. 귀객에서 온라인으로 구입하시는 특정 상품은 다음 중 무엇입니까? 모두 말씀해 주세요.

구분	전혀 온라인을 사용하지 않음	가끔 온라인을 통해 구매	항상 온라인을 통해 구매
(1) 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등)	①	②	③
(2) 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등)	①	②	③
(3) 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 알면빵류, 떡류 등)	①	②	③
(4) 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등)	①	②	③
(5) 음료(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 두유 등)	①	②	③
(6) 밀(생수/탄산수)	①	②	③
(7) 커피 및 차(커피, 커피음료, 잎차, 티백, 곡물차 등)	①	②	③
(8) 간편식(HMR(즉석조리, 즉석섭취, 즉석가열, 말그릇, 신선편의, 반찬류 등)	①	②	③
(9) 간식(가공식품(바탕인, 사시미류, 오메가, 홍삼 등)	①	②	③
(10) 기타 (기록: _____)			

A2. 귀객에서는 최근 1년 동안 온라인으로 가공식품을 얼마나 자주 구입하시나요?

- | | | |
|----------|-----------|------------|
| 1. 매일 | 2. 주 2~3회 | 3. 주 1회 |
| 4. 2주 1회 | 5. 월 1회 | 6. 월 1회 미만 |

A3. 온라인으로 가공식품을 구입하실 경우에는 주로 어떤 곳에서 구매하시나요?

주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요. (1순위: _____, 2순위: _____)

1. 대형마트/백화점/홈쇼핑 온라인 매장(이마트, SSG, 롯데, 현대, CJ, GS 등)
2. 온라인 전문 쇼핑몰(G마켓, 11번가, 쿠팡, 네이버쇼핑 등)
3. 온라인 식품 전문몰(더반찬, 마켓컬리, 헬로네이처 등)
4. 친환경 전문점 온라인 매장
5. 특산물 온라인매장
6. SNS 구매(온라인 카페, 블로그, 카카오, 인스타마켓, 미디어커머스 등)
7. 해외직구 사이트(아마존, 이베이, 아이허브, 오픈 등)
8. 기타(_____)

A4. 귀댁에서 온라인을 통하여 가공식품을 구입하는 주된 이유는 무엇인가요?

- 1. 구입 시간을 절약하고 시간의 제약을 받지 않아서
- 2. 가격이 저렴하니까
- 3. 품질이 좋아서
- 4. 상품정보를 비교·확인하기 쉬워서
- 5. 다양하고 특별한 식품을 구입할 수 있다
- 6. 배달해 주므로
- 7. 반품하기 쉬워서
- 8. 기타()

A5. 귀댁에서 최근 1년 동안 온라인으로 가공식품을 구입하실 때 주로 이용한 방법은 다음중 무엇인가요?

- 1. PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문
- 2. 스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문
- 3. 기타()

A6. 온라인으로 구입하신 가공식품의 가격과 품질, 배송에 대해 얼마나 만족하시나요?

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
가격	①	②	③	④	⑤
품질	①	②	③	④	⑤
배송	①	②	③	④	⑤
교환·반품 서비스	①	②	③	④	⑤

A7. (A1에서 온라인 구매가 없는 경우 증가(4,5) 불가) 귀댁에서 최근 1년 동안 온라인을 이용한 전체 가공식품 지출액은 전년에 비해 어떻게 변화했나요?

매우 감소	약간 감소	전년 수준 유지	약간 증가	매우 증가
①	②	③	④	⑤

A8. (A1에서 온라인 구매를 한 응답자만) 귀댁에서는 식재료(신선식품+가공식품) 구입을 위해 온라인과 오프라인을 얼마나 이용하고 계신가요? 작년과 금년의 상황을 온라인과 오프라인 지출비중을 합이 100%가 되게 적어 주세요.

구분	식재료 구입비 (신선식품+가공식품)		합계
	온라인	오프라인	
작년 (2021년)	()%	()%	100%
금년 (2022년)	()%	()%	100%

A9. (A1에서 온라인 구매가 없는 경우 감소(1,2) 불가) 귀댁에서의 향후 1년 온라인을 이용한 전체 가공식품 지출액이 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하시나요?

매우 감소	약간 감소	현 수준 유지	약간 증가	매우 증가
①	②	③	④	⑤

A10. 귀댁에서는 가공식품을 정기적으로 배송받는 정기배송을 신청하여 받고 계신가요?

- 1. 예 → [A10-1로 가시오]
- 2. 아니요 → [B파트로 가시오]

A10-1. 귀댁에서 받고 계신 정기배송은 어디에서 신청 주문한 것 입니까?

- 1. 쿠팡, 마켓컬리, 배민 등 온라인 쇼핑몰
- 2. CJ, 풀무원, 롯데제과 등 식품제조업체(온라인 포함)
- 3. 거주지 인근 오프라인 소매점
- 4. 이마트, 롯데마트, 백화점 등 식품유통업체(온라인 포함)
- 5. 방문 판매원
- 6. 기타()

A10-2. 아래 보기에서 정기 배송 받으시는 가공식품을 모두 골라 말씀해 주세요 [모두선택]

- 1. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등)
- 2. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등)
- 3. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등)
- 4. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등)
- 5. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 두유 등)
- 6. 물(생수/탄산수)
- 7. 커피 및 차(커피, 커피음료, 일차, 티백, 과일차 등)
- 8. 간편식 HMR(즉석조리, 즉석섭취, 즉식/열 말기, 신선면의 변형류 등)
- 9. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)
- 10. 기타 ()

B~H. 신성장 식품 구입 행태

▶ 지금부터 최근 빠르게 소비가 늘고 향후 성장이 기대되어 '신성장 식품'으로 분류되고 있는 식품류에 대해 질문 드리겠습니다.

B1. 귀하는 다음 제시된 식품에 대해서 알고 계십니까?

구분	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
1. 간편식(HMR, 신선편이, 밀키트)	①	②	③
2. 메디푸드(환자용 식사관리식품)	①	②	③
3. 고령친화식품	①	②	③
4. 기능성 식품	①	②	③
5. 대체식품(식물성고기, 비건식품)	①	②	③
6. 유기가공식품	①	②	③
7. 팻푸드	①	②	③

B. 간편식(HMR, 신선편이, 밀키트)

간편식(HMR)은 짧은 시간에 쉽고 간편하게 조리해 섭취할 수 있는 가정식 대체식품이며, 밀키트는 간편식 중에서도 요리에 필요한 손질된 식재료와 양념, 조리법을 세트 구성해 제공하는 식품입니다.

B2. 귀댁에서는 간편식 유형별로 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 다음에 제시된 가공식품을 구입하셨다면 전년 동기대비 어떻게 변화했나요? 또한 향후 1년 간편식 구입은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하시나요? (지출액 기준으로 응답하여 주세요)

분류	품목	B2_1.구입현황 (최근 1년)				B2_2.구입의향 (향후 1년)			
		없음	감소	비슷	증가	없음	감소	비슷	증가
즉석 조리	1. 즉석 밥류 (즉석밥, 볶음밥, 덮밥류, 냉동볶음밥/ 비빔밥류 등)	①	②	③	④	①	②	③	
	2. 즉석 국/탕/찌개류 (해장국, 갈비탕, 삼계탕, 육개장, 김치찌개, 냉동탕/국/찌개류 등)	①	②	③	④	①	②	③	
	3. 즉/스프류 (단팥죽, 전복죽, 양송이소프 등) ※ 분말제외	①	②	③	④	①	②	③	
	4. 만두/피자/떡볶이/면류 (냉동만두/딤섬류, 냉동피자류/ 핫도그류, 떡볶이 생라면, 생짜장면 등)	①	②	③	④	①	②	③	
	5. 육류/수산물 (순대, 떡갈비, 낙지볶음, 해물찜, 생선조림류 등)	①	②	③	④	①	②	③	
	6. 소스/양념류 (찌개양념, 볶음 양념, 떡볶이 소스, 스파게티 소스, 3분짜레, 3분짜장 등)	①	②	③	④	①	②	③	
즉석 섭취	7. 즉석섭취 식사류(도시락, 김밥류, 샌드위치/햄버거류 등)	①	②	③	④	①	②	③	
	8. 즉석섭취 반찬류	①	②	③	④	①	②	③	
간편 조리	9. 간편조리식품(한식밀키트, 동양식밀키트, 서양식밀키트 등)	①	②	③	④	①	②	③	
신선 편의	10. 샐러드	①	②	③	④	①	②	③	
	11. 신선편의채소(절단채소, 깎마늘, 세척당근, 깎양파 등)	①	②	③	④	①	②	③	
	12. 신선편의과일(꺾과일 등)	①	②	③	④	①	②	③	

→ B2_1에서 모두 '없음'일 경우 B8로 이동

B3. 귀책에서는 간편식 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요.

(1순위: , 2순위: , 3순위:)

- | | | | |
|------------|----------------|-----------|--------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 | 4. 영양성분 |
| 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 | 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 |
| 9. 품질인증 표시 | 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

B4. 귀책에서는 간편식을 구입하시는 주 이유가 무엇입니까? 우선 순위로 두 가지만 말씀해 주세요.

(1순위: , 2순위:)

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------|
| 1. 재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서 | 2. 간편식이 맛있어서 |
| 3. 직접 조리할 줄 몰라서 | 4. 직접 조리할 시간이 없어서 |
| 5. 조리하기 번거롭고 귀찮아서 | 6. 간편식으로 다양한 음식을 맛 볼 수 있어서 |
| 7. 직접 조리보다 음식물 쓰레기 등 낭비를 줄일 수 있어서 | 8. 보관성/ 휴대성이 좋아서 |
| 9. 균형 잡힌 영양소를 섭취할 수 있어서 | 10. 기타() |

B5. 간편식(HMR, 신선편이, 밀키트)에 대해 얼마나 만족하시나요? 아래의 요소별로 만족하시는 정도를 적어주세요.

속성	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리-섭취-취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤
9. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

B6. 귀책에서 구입한 간편식은 지출액 기준 온라인과 오프라인 구입 비중이 어느 정도입니까?

온라인	오프라인	합계
() %	() %	100 %

B7. 최근 간편식 시장이 확대되면서 식품제조업체 뿐만 아니라 동네 반찬가게, 마트, 외식업체 등에서도 제조되어 판매되고 있습니다. 귀책에서는 넓은 의미의 간편식을 고려할 때, 간편식을 주로 어디에서 구입하시나요? 금액을 기준으로 가장 많이 구매하시는 순서대로 2순위까지 응답해 주세요.

(1순위: , 2순위:)

1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 오프라인 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 전통시장(재래시장)
5. 백화점
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
7. 온라인 쇼핑몰(인터넷, 모바일, 해외직구, 라이브커머스(라이브방송) 등)
8. TV 홈쇼핑(TV 시청 후 홈쇼핑 온라인몰 구입 포함)
9. 편의점
10. 단독(전문)매장
11. 반찬가게
12. 음식점(식당)
13. 기타()

B8. 간편식(HMR, 신선편이, 밀키트)과 관련하여 다음 요소에 대해 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 아래의 요소별로 중요도 정도를 적어주세요.

속성	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요	매우 중요
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤

B9. 간편식 (HMR, 신선편이, 밀키트)에 대한 다음 물음에 대해 동의하시는 정도를 응답해 주세요.

구분	매우 반대	반대	보통 (중립적)	동의	매우 동의
간편식은 일반 가공식품보다 건강에 좋다	①	②	③	④	⑤
간편식은 일반 가공식품보다 식품 안전성이 좋다	①	②	③	④	⑤
간편식은 환자(당뇨병, 신장질환, 고혈압 등) 식사로 적절하다	①	②	③	④	⑤
간편식은 영유아, 청소년 식사로 적절하다	①	②	③	④	⑤
실온제품 형태의 간편식보다 냉장제품 형태의 간편식(신선편이, 밀키트)이 더 건강에 좋다	①	②	③	④	⑤
저당식, 저염식, 환자용 간편식 제품 개발이 필요하다	①	②	③	④	⑤

B10. 간편식(HMR, 신선편이, 밀키트) 보관 형태별로 선호하시는 정도를 응답해 주세요.

구분	매우 비선호	비선호	보통	선호	매우 선호
냉장보관 간편식	①	②	③	④	⑤
냉동보관 간편식	①	②	③	④	⑤
상온보관 간편식	①	②	③	④	⑤

품목	C1_4_1.이용경험 (최근 1년)		C1_4_2.구입의향 (향후 1년)			
	없음	있음	없음	감소	비슷	증가
환자용 식단형 식사관리식품: 당뇨병, 신장병, 고혈압, 고지혈증, 암 등	①	①	①	①	②	③
맞춤형 영양조제식품: 선천성 대사질환자용, 영유아용 특수 조제, 기타 환자용	①	①	①	①	②	③
표준형 영양조제식품: 일반 환자용 균형영양조제, 당뇨환자용 영양조제, 신장질환자용 영양조제, 장질환자용 단백질수분해 영양조제, 열량 및 영양공급용 조제, 연하 곤란자용 점도조제	①	①	①	①	②	③

C1-2에서 3.환자용 식단형 식사관리식품을 선택하면 C1_4_1의 (1)은 있음으로 자동 반영
C1-2에서 4.환자용 완제품을 선택하면 C1_4_1의 (2) 또는 (3) 중 하나는 반드시 있음이어야 함

C1-5. (C1-4에서 환자용 식단형 식사관리식품 구입의향이 없는 응답자 대상) 환자 질환의 특성을 고려한 식단형 식사관리식품을 구입의향이 없는 이유는 무엇입니까?

1. 의사의 지시대로 직접 식단 관리가 가능하기 때문에
2. 운동이나 약 처방이 더 효과적인 것 같아서
3. 환자용 식단형 식사관리식품에 대한 효과를 기대하기 어려워
4. 기타()

C2. 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품과 관련하여 다음 요소가 얼마나 중요하다고 생각하십니까?
아래의 요소별로 중요도 정도를 적어주세요.

속성	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요	매우 중요
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤

D. 고령친화식품

고령친화식품은 섭취능력(삼킴, 씹기, 소화)이 저하된 고령자가 쉽게 섭취할 수 있도록 제조·가공한 식품입니다.
고령친화식품산업의 범위가 건강기능식품 및 급식서비스에서 전체 식품 및 급식서비스로 확대되었습니다. 고령자의 식품 섭취·소화·흡수·대사 등을 돕기 위해 제조·가공한 고령친화식품에 대한 질문입니다.

SQ5에서 본인 포함 65세 이상 가구원이 없는 경우 D3, D5만 응답

D1. 본인을 포함하여 귀댁의 동거가족 중 65세 이상 가구원이 식사하시는데 불편함이나 어려움이 있으십니까?

전혀 그렇지 않음	그렇지 않음	보통	약간 그러함	매우 그러함
①	②	③	④	⑤

D2 만 65세 이상 가구원은 주로 어떻게 식사를 하시고 계십니까?

- 1. 가족과 동일한 식사를 한다 (D1-4번으로)
- 2. 별도 조리하여 먹는다
- 3. 유동식 등을 구입하여 식사한다
- 4. 고령자용 식사를 배달하여 먹는다 (D3번으로)
- 5. 급식을 한다
- 6. 기타()

D2-1. (D2에서 1번 응답한 경우) 가정 내 고령자를 위해 별도의 식단 관리를 하지 않는 이유는 무엇입니까? 우선순위로 두 가지만 응답해 주세요.



(1순위: , 2순위:)

- 1. 일반식과 다른 별도의 식사를 준비하는게 번거로워서
- 2. 고령자용 식품이 있는 줄 몰라서
- 3. 고령자용 식품은 맛이 없다고 고령자가 싫어해서
- 4. 고령자용 식품 가격이 비싸서
- 5. 고령자용 식품의 안전성/인공첨가물 등이 걱정되어서
- 6. 시중에서 고령자용 식품 제품을 구입하기 힘들어서
- 7. 고령자용 식품 종류가 많지 않아서
- 8. 일반식과 다른 별도의 식사를 준비할 필요가 없어서
- 9. 기타()

D3. 고령자용 식품과 관련하여 다음 요소가 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 아래의 요소별로 중요도 정도를 적어주세요. [세부 1개 문항 응답 후 다른 문항 나타나는 형태로 작성]

속성	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요	매우 중요
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리-섭취-취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤

D4. 귀락에서는 최근 1년 동안 '고령자용 식품'을 이용한 경험이 있으십니까? 또한 향후 1년 고령자용 식품 구입은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하십니까? (지출액 기준으로 응답하여 주세요)

품목	고령자용 식품 예시	D4_1. 이용경험 (최근 1년)		D4_2. 구입의향 (향후 1년)			
		없음	있음	없음	감소	비슷	증가
고령식 가공제품 (뼈없는 생선조림 등)		①	①	①	①	②	③
고령식 배달식품		①	①	①	①	②	③

품목	세분류	E2_1.이용경험 (최근 1년)		E2_2.구입의향 (향후 1년)			
		없음	있음	없음	감소	비슷	증가
비타민 및 무기질	비타민A:B:C:D:E:K 등 비타민, 칼슘, 마그네슘 등 무기질	①	①	①	①	②	③
식이섭유	식이섭유 등	①	①	①	①	②	③
아미노산 및 단백질	단백질, 대두단백, 아미노산 등	①	①	①	①	②	③
지방산	지방산, 오메가3 등	①	①	①	①	②	③
엽록소	스피루리나, 클로렐라, 엽록소함유식품 등	①	①	①	①	②	③
인삼류	인삼, 홍삼 등	①	①	①	①	②	③
폐놀류	녹차추출물, 프로폴리스추출물 등	①	①	①	①	②	③
당 및 탄수화물	글루코사민, N-아세틸글루코사민, 알로에겔, 영지버섯자실체추출물 등	①	①	①	①	②	③
발효미생물류	유산균, 프로바이오틱스 계통 등	①	①	①	①	②	③
신규기능성식품	콜라겐, 밀크시슬, 루테인 등	①	①	①	①	②	③

-> E2_1에서 모두 '없음'일 경우 E5로 이동

E3. 귀택에서 건강기능식품을 드시는 주된 이유는 무엇인가요? 가구원/동거인이 기능성 식품을 드시는 이유를 모두 말씀해 주세요(복수 응답 가능).

1. 성장, 발달을 위해
2. 질병치료를 위해
3. 학습능력 개선을 위해
4. 질병예방을 위하여
5. 미용 효과를 위하여
6. 피로회복을 위해
7. 건강(체력) 증진을 위해
8. 기타()

E4. 귀택에서 건강기능식품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요.

(1순위: , 2순위: , 3순위:)

1. 가격
2. 용량
3. 브랜드/상표/제조사
4. 제조일자/유통기한
5. 품질인증 표시
6. 원산지
7. 영양성분
8. 식품첨가물
9. 원재료/성분 함량
10. 제품 포장/디자인
11. 기능성 표시/식품의 효능
12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등)
13. 보관방법
14. 기타()

E5. 건강기능식품과 관련하여 다음 요소에 대해 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 아래의 요소별로 중요도 정도를 적어주세요.

속성	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요	매우 중요
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤

F2. 다음 대체식품을 최근 1년동안 이용한 경험이 있으십니까? 향후 1년 대체식품 구입은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하십니까? (지출액 기준으로 응답하여 주세요)

전년(2020년) 동기 대비	F2_1.이용경험 (최근 1년)		F2_2.구입의향 (향후 1년)			
	없음	있음	없음	감소	비슷	증가
식물성고기제품	①	①	①	①	②	③
식물성계란제품	①	①	①	①	②	③
곤충식품	①	①	①	①	②	③

-> F2_1에서 모두 '없음'일 경우 F5로 이동

F3. (F2-에서 이용 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: 대체식품 섭취 경험이 있는 소비자 대상) 귀책에서 대체식품을 섭취한 이유는 무엇입니까?

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| 1. 건강상의 이유로 | 2. 비위생적인 사육도축 환경 때문에(위생/안전성) |
| 3. 생명체 도축의 윤리성 또는 동물복지문제 때문에 | 4. 자원-에너지 절약과 환경 보호를 위해 |
| 5. 가족 중에 채식주의자가 있어서 | 6. 맛이 궁금해서(흥미, 경험, 체험) |
| 7. 체중조절(다이어트)에 좋을 것 같아서 | 8. 기타() |

F4. 귀책에서 대체식품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요.

(1순위: , 2순위: , 3순위:)

- | | | |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 용량 | 3. 브랜드/상표/제조사 |
| 4. 제조일자/유통기한 | 5. 품질인증 표시 | 6. 원산지 |
| 7. 영양성분 | 8. 식품첨가물 | 9. 원재료/성분 함량 |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법 | 14. 기타() | |

F5. (대체식품 이용경험이 있는 소비자 대상) 귀책에서 구입 및 소비 경험이 있는 대체식품에 대한 만족도는 어떠하십니까?
[세부 1개 문항 응답 후 다른 문항 나타나는 형태로 작성]

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
1. 식물성고기제품	①	②	③	④	⑤
2. 식물성계란제품	①	②	③	④	⑤
3. 곤충식품	①	②	③	④	⑤

F6. 대체식품과 관련하여 다음 요소에 대해 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 아래의 요소별로 중요도 정도를 적어주세요.

속성	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요	매우 중요
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리-섭취-취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤

G6. 귀댁에서 최근 1년 동안 구입 및 소비하고 있는 유기가공식품에 대한 만족도는 어떠하십니까?

속성	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤
9. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

H. 펫푸드

펫푸드는 반려동물의 사료 및 간식입니다. 다음은 펫푸드에 대한 질문입니다.

H1. 귀 댁에 반려동물이 있습니까?

- 예, 반려견(강아지) → H2로 이동
- 예, 반려묘(고양이) → H2로 이동
- 예, 반려견과 반려묘를 제외한 나머지(직접 입력:) → H2로 이동
- 아니오, 반려동물 없음 → H3으로 이동

H2. 귀댁에서는 반려동물 주식/간식을 무엇으로 급여하십니까? 모두 선택해 주세요.

- 사람을 음식을 준다 → (H3번으로)
- 재료를 구입하여 직접 만들어 준다 → (H3번으로)
- 판매하는 전용사료(주식/간식)를 구입하여 준다 → (H2-1번으로)
- 기타() → (H3번으로)

H2-1. 귀댁의 반려동물을 위한 펫푸드(사료, 간식) 종류가 다양한데, 주로 어떤 것을 구입하고 계십니까?

- 건식사료(원재료를 가공 처리하여 단단한 형상으로 만든 알갱이 형태의 사료)
- 습식사료(원재료를 거의 그대로 보존하면서 단순 공정을 통해 수분함량을 높여 캔이나 파우치 등의 밀폐 용기에 담아 판매하는 사료)
- 반습식사료(수분함량이 25~35%로 건식사료보다는 부드러운 제형의 알갱이 사료)
- 간식(사료 외에 먹는 육포, 껌, 소시지 등이 반려동물 전용 간식)

H2-2. 귀댁에서는 반려동물을 위한 사료/간식을 주로 어디에서 구입하십니까?

- 온라인 종합쇼핑몰(롯데닷컴, SSG닷컴, 현대H몰 등)
- 온라인 쇼핑몰-오픈마켓(G마켓, 11번가, 인터파크, 네이버쇼핑), 소셜커머스(쿠팡, 위메프, 티몬 등)
- 온라인 반려동물 전문몰
- 대형 할인마트
- 대형 할인마트 내 펫샵
- 반려동물용품 전문(펫샵)
- 동물병원
- 편의점
- 슈퍼마켓
- 기타()

H2-3. 귀하께서는 반려동물의 사료/간식 구입 시 원산지를 확인하십니까?

- 항상 확인한다 → H2-4
- 가끔 확인한다 → H2-4
- 확인하지 않는다

H2-4 귀택의 반려동물용을 위한 사료/간식의 원산지는 어디입니까? 모두 선택해주세요.

1. 국내산 2. 수입산 3. 모른다

H2-5. H2-4에서 응답하신 원산지의 펫푸드(사료, 간식)를 주로 이용하시는 이유는 무엇입니까?

1. 가격 2. 맛 3. 안전성
4. 영양 5. 제품 다양성 6. 원료 품질(유기농 등)
7. 기능성사료(알러지, 비만 등) 8. 기타 ()

H3. 반려동물용을 위한 사료/간식을 구입하실 때, 다음 요소가 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 아래의 요소별로 중요도 정도를 적어주세요.

속성	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요	매우 중요
1. 가격	①	②	③	④	⑤
2. 맛	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양	①	②	③	④	⑤
5. 제품 다양성	①	②	③	④	⑤
6. 원료 품질(유기농 등)	①	②	③	④	⑤
7. 기능성사료(알러지, 비만 등)	①	②	③	④	⑤

I. 가공식품 안전성

11. 귀하께서는 평소 가공식품의 안전성 문제에 관심을 가지고 계십니까?

전혀 관심 없음	관심 없음	보통	관심	매우 관심
①	②	③	④	⑤

12. 식품안전이 완벽하게 관리되는 경우를 100점으로 할 때, 우리나라 가공식품의 안전성 정도에 대해 체감하시는 정도를 평가해 주세요. "최저 0점 ~ 최고 100점" 사이의 점수로 기록해 주세요.

_____ 점

13. 다음의 가공식품의 종류별로 식품의 안전성에 대해서 우려되는 정도를 기록해 주세요.

가공식품 종류	매우 안전하지 않음	안전하지 않음	보통	안전	매우 안전	모르겠음
1. 육류가공품(소시지, 햄 및 베이컨, 육가공품 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
2. 알가공품(삶은 계란, 삶은 메추리알 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
3. 조미수산가공품(어육, 맛살, 수산물통조림 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
4. 염건수산가공품(젓갈류, 김, 미역, 북어, 굴비 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
5. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
6. 과일채소가공품(과일-채소통조림, 퓨레, पे이스트 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
7. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
8. 조미식품(드레싱/소스류, 소금, 식염, 식초, 고춧가루 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
9. 유지류(참기름 및 들기름, 식용유, 버터 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
10. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
11. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
12. 과자류(과자, 한과, 초콜릿가공품, 사탕, 빙과류 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
13. 면류(인스턴트 라면, 국수, 칼국수, 당면, 우동 등)	①	②	③	④	⑤	⑥

14. 연식품(두부류, 순두부, 유부, 묵류, 곤약 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
15. 곡물가공품(밀가루류, 전분, 쌀가루, 씨리얼 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 알차, 타백, 곡물차 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, 두유 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
19. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석섭취, 말기트, 신산면의)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨

14. 귀하께서는 가공식품의 안전관리를 위해 다음 각 주체들이 차지하는 중요도는 어느 정도라고 생각하시나요?
중요하다고 생각하시는 순서로 1~3순위까지 응답해 주세요.

(1순위: , 2순위: , 3순위:)

- | | |
|-------------------------------|-------------------------|
| 1. 중앙정부(농식품부, 식약처, 공정거래위원회 등) | 2. 지방자치단체(서울특별시, 경기도 등) |
| 3. 원료생산자(기업, 단체, 개인농가) | 4. 식품제조업체(가공업체) |
| 5. 유통 및 판매업체 | 6. 소비자 자신 |
| 7. 학교 | 8. 소비자단체 |
| 9. 언론 | |

15. 귀하께서는 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 용의가 있으신가요?

전혀없음	없음	보통	있음	매우 있음
①	②	③	④	⑤

16. 다음 중 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하시는 행동을 모두 골라주세요.

- | | |
|------------------------|----------------------|
| 1. 유명한 브랜드/제조사 제품 구입한다 | 2. HACCP 등 인증제품 구입한다 |
| 3. 가공식품 원재료의 원산지를 확인한다 | 4. 원료 성분을 확인한다 |
| 5. 유통기한을 확인한다 | 6. 보존방법, 보관방법을 확인한다 |
| 7. 주의사항, 주의표시를 확인한다 | |

J. 가공식품 표시/정보

▶ 다음은 식품 표시사항에 대한 질문입니다.

J1. 귀하께서는 가공식품 구매 시 포장지에 표시된 내용을 보시나요?

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1. 전혀 안 본다 - (J3으로) | 3. 볼 때도 있고 안 볼 때도 있다 |
| 2. 거의 안 보는 편이다 | 5. 거의 매번 본다 |
| 4. 보는 편이다 | |

J2. 다음은 식품품의 표면이나 포장지에 표시된 사항입니다. 귀하께서 가공식품을 구입할 때 실제로 확인하는 사항들을 품목별로 아래 <보기>에서 골라 모두 표시해 주세요. (복수 응답 가능)


질문과 보기는 고정, 우유~건강기능식품까지 개별 페이지로 응답

우유	과자	햄	오렌지 주스	두부	라면	도시락	탕/찌개 레토르트	건강기능식품

[보기]

- | | | |
|--------------------|---------------------|--------------------------|
| 1. 유통기한 | 2. 보존방법(예: 냉동보관 등) | 3. 첨가물 |
| 4. 원재료명 | 5. 내용량 | 6. 가격 |
| 7. 브랜드 | 8. 제조업자명(판매업자명) | 9. 영양 표시(칼로리, 당분 등) |
| 10. 전통식품인증 표시 | 11. 가공식품 KS 표시 | 12. HACCP(안전관리인증기준) 표시 |
| 13. 원산지표시 | 14. 유기가공식품 인증 표시 | 15. 지리적표시 |
| 16. 이력추적관리 표시 | 17. GMO(유전자변형)식품 표시 | 18. 방사선조사식품 표시 |
| 19. 나트륨 함량 비교표시 | 20. 재활용 분리배출 표시 | 21. 건강기능식품 인증 표시 |
| 22. 어린이 기호식품 인증 표시 | 23. 식품명인 표시 | 24. 무글루텐(Gluten Free) 표시 |
| 25. 알레르기 주의표시 | 26. 지차체 등 기타인증 표시 | 27. 기타() |

2023년부터는 식품에 유통기한 대신 소비기한이 표시됩니다. 소비기한은 규정된 보관 조건에서 소비하면 안전에 이상이 없는 기한을 말하며, 현행 유통기한 보다는 기간이 긴 것이 특징입니다.

식품명	유통기한	소비기한	
슬라이스 치즈	6개월	+70일	
달걀	20일	+25일	
두부	14일	+90일	
식빵	3일	+20일	

J3. 귀하께서는 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것을 알고 계셨습니까?

전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
①	②	③

J4. 귀하께서는 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대해 찬성하십니까?

매우 반대	반대	보통 (중립)	찬성	매우 찬성
①	②	③	④	⑤

J5. 귀하께서는 식품을 폐기 시 무엇을 기준으로 하십니까?

1. 유통기한을 확인하고 유통기한이 지난 식품은 반드시 폐기한다
2. 유통기한을 확인하지만, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기한다
3. 유통기한을 확인하지 않고, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기한다
4. 기타()

J6. 식품에 유통기한 대신 소비기한이 표시된다면 귀하께서는 식품을 폐기 시 무엇을 기준으로 하시겠습니까?

1. 소비기한을 확인하고, 소비기한이 지난 식품은 반드시 폐기하겠다
2. 소비기한을 확인하지만, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기하겠다
3. 소비기한을 확인하지 않고, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기하겠다
4. 기타()

K. 소상공인 생계형 적합업종제도

정부는 소상공인을 보호하기 위하여 「소상공인 생계형 적합업종제도」를 시행하고 있습니다. 현재 소상공인 생계형 적합업종으로 지정된 업종은 (1) 두부 및 유사식품 제조업, (2) 간장, 고추장, 된장, 청국장 제조업, (3) 국수 제조업, (4) 냉면 제조업, (5) 떡국떡 떡볶이떡 제조업이며, 대기업은 지정된 기간 동안 해당 업종으로 관련 사업을 확대할 수 없습니다.

K1. 귀하께서는「소상공인 생계형 적합업종제도」에 대하여 알고 계십니까?

전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
①	②	③

K2. 귀하께서는 「소상공인 생계형 적합업종제도」가 우리 사회에 필요하다고 보십니까?

전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

K3. 귀하께서는 '생계형 적합업종'으로 지정된 소상공인 생산 제품을 구입할 의향이 있으십니까?

전혀 없음	없음	보통	있음	매우 있음
①	②	③	④	⑤

L. 기업의 사회적 책임

ESG (Environmental, Social and Governance) 경영은 친환경, 사회적 책임 경영, 지배구조 개선 등 투명 경영을 고려해야 지속 가능한 발전을 할 수 있다는 철학에 기반한 경영 활동을 의미합니다.

L1. 귀하께서는 ESG 경영에 대하여 알고 계십니까?

전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
①	②	③

L2. 귀하께서는 가공식품 제조업체들의 ESG 경영 활동이 필요하다고 보십니까?

전혀 필요하지 않음	별로 필요하지 않음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

L3. 귀하께서는 가공식품 제조업체가 ESG 경영을 하면, 해당 가공식품업체에 대한 이미지는 어떻게 변할 것 같으십니까?

매우 나빠짐	나빠짐	변화 없음	좋아짐	매우 좋아짐
①	②	③	④	⑤

L4. 귀하께서는 ESG 경영을 하는 가공식품 제조업체들의 제품 구매를 늘릴 의향이 있으십니까? (가격은 동일)

있다	없다
①	②

L5. 얼마 전 가공식품 제조업체인 A기업은 대리점의 물량 밀어내기, 반품 거절 등으로 식품업체의 갑질 이슈를 불러일으킨 바 있습니다. 또한 최근 B푸드는 협력업체에 거래 중단을 선언하면서 해당 협력업체가 부도를 맞는 등 갑질 문제로 국정감사에 오르기도 하였습니다.

가공식품업체의 갑질 이슈 전후를 비교할 때, 갑질 이슈 이후 귀하께서는 해당 가공식품업체에 대한 이미지가 어떻게 변화하였습니까?

매우 나빠짐	나빠짐	변화 없음	좋아짐	매우 좋아짐
①	②	③	④	⑤

L6. 귀하께서는 갑질 이슈를 겪었던 식품제조업체가 생산·출하한 가공식품 구매를 실제로 줄인 경험이 있으십니까?

있다	없다
①	②

L7. 귀하께서는 가공식품 제조업체에서 갑질 이슈가 발생한다면, 해당 업체가 생산한 가공식품에 대한 구입을 줄이시겠습니까?

예 (줄인다)	아니오
①	②

M. 포장재 / 탄소중립

M1. 귀하께서는 평소 가공식품 구매 시 포장재에 대해 어느 정도 만족하십니까?

매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
①	②	③	④	⑤

M1-1. (M1에서 불만족(1,2)한 응답자만) 귀하께서 가공식품 포장재 관련 불만이 있으시다면, 어느 부분에서 불만이 있으십니까?

1. 과소 포장으로 가공식품 품질 저하 우려
2. 과대 포장으로 환경오염에 대한 우려
3. 환경호르몬에 대한 우려
4. 분리수거·재활용 어려움
5. 기타 ()

정부는 자원절약과 재활용 촉진을 위해 2019년부터 이미 포장된 제품을 단순 제품 판촉을 위해 불필요하게 추가 포장하여 판매하는 것을 금지하고 있습니다.



M2. 귀하께서는 이러한 이중포장금지에 대해 알고 계십니까?

전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
①	②	③

M3. 귀하께서는 이중포장금지가 필요하다고 생각하십니까?

전혀 필요하지 않음	필요하지 않음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

친환경 포장재는 환경에 위해를 주는 요소를 최소화 시켜 환경 영향이 저감되도록 개발한 포장재를 의미합니다. (1) 종이 포장재, (2) 종이 테이프, (3) 라벨 제거 페트병, (4) 무색 페트병, (5) 유리병, (6) 재사용 배송박스, (7) 유리병, (8) 생분해 포장재, (9) 최소 포장 등을 포함합니다.

M4. 귀하께서는 가공식품의 친환경 포장재 사용이 필요하다고 생각하십니까?

전혀 필요하지 않음	필요하지 않음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

M5. 귀하께서는 친환경 포장재를 사용한 가공식품의 구매를 늘릴 생각이 있으십니까? (가격은 동일)

예 (늘린다)	아니오
①	②

탄소 중립은 인간 활동에 의한 온실가스 배출을 줄이고, 남은 온실가스는 흡수(산림 등), 제거(Carbon Capture, Utilization and Storage, CCUS)해서 실질적인 온실가스 배출량을 '0(zero)'으로 만든다는 개념입니다.

M6. 귀하께서는 탄소 중립에 대해 알고 계십니까?

전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
①	②	③

M7. 귀하께서는 기후변화에 대응한 탄소 중립이 필요하다고 생각하십니까?

전혀 필요하지 않음	필요하지 않음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

M8. 귀하께서는 가공식품 제조업체들의 탄소 중립 활동이 필요하다고 보십니까?

전혀 필요하지 않음	필요하지 않음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

M9. 귀하께서는 탄소 중립 활동을 하는 기업이 생산한 가공식품의 구매를 늘릴 생각이 있으십니까? (가격은 동일)

예 (늘린다)	아니오
①	②

N. 식품산업 관련 인식

N1. 귀하께서는 국민의 삶의 질 향상과 국가경제 발전을 위해 식품산업의 발전이 필요하다고 생각하십니까?

전혀 필요하지 않음	필요하지 않음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

N2. 귀하께서는 향후 5년간(2023~2027) 식품산업에서 가장 강조하여 추진되어야 할 정책방향은 무엇이라고 생각하십니까? 가장 중요하다고 생각하시는 순서대로 3가지를 말씀해주세요.

(1순위: , 2순위: , 3순위:)

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. 미래 신기술 및 신식품 분야 육성 | 2. 수출 확대 |
| 3. 국산 농산물 사용 확대 | 4. 소비자의 식품에 대한 신뢰 제고 |
| 5. 식품분야 일자리 창출 | 6. 중소기업/지역 균형 성장 |
| 7. 전통식품 육성 | 8. 식품기업 경영안정 |
| 9. 식품기업의 환경사회 기여 | 10. 기타 () |

O. 식품 소비 라이프 스타일 및 인식

▶ 귀하의 식품 소비 라이프 스타일에 대해 질문 드리겠습니다.

O1. 귀하의 평소 식품 소비 상황에 따라 다음 각 항목이 일치하는 정도를 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 응답해 주세요.

라이프 스타일	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 식사는 밥보다 빵이나 과일 등으로 간단하게 먹는 편이다	①	②	③	④	⑤
2. (B2에서 간편식 구입이 없으면 ①)가정 간편식 (HMR)을 종종 이용한다	①	②	③	④	⑤
3. 식품 구입 시 소포장 제품, 전처리 농산물(절단, 세척 등)을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
4. 다양한 맛을 위해 식단을 자주 바꾸는 편이다	①	②	③	④	⑤
5. 음식을 선택할 때 가격보다 맛을 중시한다	①	②	③	④	⑤
6. 새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다	①	②	③	④	⑤
7. 음식을 먹을 때 칼로리 및 영양성분을 고려하는 편이다	①	②	③	④	⑤
8. 건강에 나쁜 것은 가급적 안먹으려고 한다	①	②	③	④	⑤
9. 규칙적으로 식사하는 편이다	①	②	③	④	⑤
10. 동일제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
11. 식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 체크하는 편이다	①	②	③	④	⑤
12. 식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	①	②	③	④	⑤
13. 식품 선택 시 가격이나 맛보다는 안전성을 우선 고려한다	①	②	③	④	⑤
14. 상한 것이 의심되는 등 위해가능성이 있는 식품은 아예 구입도 섭취하지 않는다	①	②	③	④	⑤
15. 식품 구입 시 안전성이 인증된 식품(HACCP 등)을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤

▶ 안전관리인증기준(HACCP)은 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 상황을 과학적으로 분석하고 사전에 위해요인의 발생여건들을 차단한 시설에서 생산·제조된 제품입니다.

▶ 가공식품 가격에 대해 질문 드리겠습니다.

O2. 가공식품의 가격수준에 대하여 귀하께서 생각하시는 바를 다음 물음에 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 응답해 주세요.

가격에 대한 인식	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 나는 식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	①	②	③	④	⑤
2. 나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	①	②	③	④	⑤
3. 지난 3개월간(5~7월) 전체 식품류 가격은 작년 같은 기간에 비해 상승했다	①	②	③	④	⑤
4. 지난 3개월간(5~7월) 가공식품의 가격은 작년 같은 기간에 비해 상승했다	①	②	③	④	⑤

O3. 다음의 식품 종류별 물가 수준에 대해 어떻게 느끼셨는지 아래 문항에서 선택해 주십시오(작년과 유사한 품질 수준의 상품을 기준으로 판단해 주세요).

가격에 대한 인식	매우 낮음	낮음	비슷	높음	매우 높음
1. 농축산물	①	②	③	④	⑤
2. 가공식품	①	②	③	④	⑤
3. 가열편식 (HMR: 즉석참치식품, 즉석조리식품, 신선편의식품, 키트(간편조리세트) 등)	①	②	③	④	⑤
4. 외식	①	②	③	④	⑤

O4. 전년 (2021년)에 비해 금년 (2022년) 가공식품의 가격을 신선농산물과 외식(음식점) 가격과 비교하여 주세요.

신선농산물 가격 상승 > 가공식품 가격 상승	비슷한 수준	신선농산물 가격 상승 < 신선농산물 가격 상승
①	②	③

별도 페이지로 구분

외식 (음식점) 가격 상승 > 가공식품 가격 상승	비슷한 수준	외식 (음식점) 가격 상승 < 가공식품 가격 상승
①	②	③

O5. 올해 하반기 물가 상승이 우려되는 순서대로 말씀해 주세요. [4개 필수]

(1순위: , 2순위: , 3순위: , 4순위:)

1. 농축산물 2. 가공식품 3. 가정간편식 4. 외식

O6. 가공식품 중 하반기 가격 상승이 우려되는 식품(군)을 아래 보기에서 2가지를 선택해 주십시오. 높아질 것이라고 느끼는 순서대로 두 가지를 응답해 주세요.

(1순위: , 2순위:)

- 곡물가공품(곡물을 가공한 식품: 제분, 빵·떡류, 면류)
- 과·채가공품(과일·채소 가공제품: 김치, 통조림, 건조과일·채소)
- 축산가공품(축산물 가공제품: 햄, 소시지, 베이컨)
- 수산가공품(수산물 가공 제품: 통조림, 건어물)
- 유지, 당류, 조미식품(유지가공품, 당류식품, 조미료, 식용유, 참기름, 설탕, 꿀)
- 음료(비알콜음료, 알콜 음료 청량음료, 과일주스, 주류)
- 특수식품(기능성식품, 고령친화식 등 맞춤형식품, 건강기능(보조)식품 등)

▶ 가공식품이 건강에 미치는 영향에 대해 질문 드리겠습니다

O8. 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향에 대해 다음 중 귀하의 생각과 가장 가까운 것을 말씀해 주세요.

가공식품은 모두 건강에 안 좋은 영향을 미친다	가공식품은 대체로 건강에 안 좋은 편이다	가공식품은 건강에 좋은 것도 있고 나쁜 것도 있다	가공식품은 우리 건강에 좋은 역할을 하는 편이다	가공식품은 우리 건강에 매우 좋다
①	②	③	④	⑤

O8-1. (O8에서 안좋을 것 같다는 응답자만) 가공식품이 건강에 안좋은 영향을 미칠 것이라고 생각하시는 이유는 무엇입니까?

- 비위생적인 공장 시설에서 만들 것 같아서
- 가공하는 과정에서 각 중 화학제품 및 첨가물이 들어갈 것 같아서
- 가공과정에서 영양성분이 모두 파괴될 것 같아서
- 맛을 내기 위해 기름에 튀기거나 당분, 염분 등이 많이 들어가 있어서
- 품질이 좋지 않은 값싼 원재료를 사용할 것 같아서
- 기타()

O9. 다음 물음에 대해 동의하시는 정도를 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 응답해 주세요.

인식 (선호도)	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 인공식품첨가물이 들어있는 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
2. MSG가 첨가된 식품은 가끔씩 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
3. 트랜스지방이 포함된 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
4. 기름에 튀긴 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
5. GMO 원료가 들어있는 가공식품을 먹지 않겠다	①	②	③	④	⑤
6. 국내산 원료로 만든 제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
7. 전통식품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
8. 국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다	①	②	③	④	⑤
9. 유기농인증제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
10. 식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한기업 제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
11. 나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
12. 당 함량이 적은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
13. 칼로리가 낮은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
14. 지방 함량이 적은 제품(저지방, 무지방 제품)을 선택한다	①	②	③	④	⑤
15. 탄수화물 위주의 식단(쌀, 밀가루 음식 등)을 피한다	①	②	③	④	⑤

DQ. 응답자 및 가구 특성

DQ1. 귀하의 직업은 무엇인가요?

1. 관리자	→ 관리자, 전문가, 사무 종사자
2. 전문가 및 관련 종사자	
3. 사무 종사자	
4. 서비스 종사자	→ 서비스, 판매 종사자
5. 판매 종사자	
6. 농림어업 숙련 종사자	→ 장치기계 조작, 조립 및 농림어업 종사자, 단순노무
7. 기능원 및 관련 기능 종사자	
8. 장치, 기계 조작 및 조립 종사자	
9. 단순노무 종사자	
10. 주부	→ 주부
11. 중·고등학생	→ 학생 → 응답 후 DQ3로 이동
12. 대학생 이상	
13. 기타 (기록 : _____)	→ 기타

DQ2. 귀하께서는 학교를 어디까지 마치셨나요?

- | | |
|---------------------|----------------|
| 1. 중졸 이하 | 2. 고졸 (대학생 포함) |
| 3. 대졸(전문대졸/대학원생 포함) | 4. 대학원졸 |

DQ3. 귀댁의 가족 구성 형태는 어떻게 되십니까?

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| 1. 1세대가족(예: 부부, 형제-자매만으로 구성) | 2. 2세대가족(예: 부부+자녀로 구성) |
| 3. 3세대가족(예: 부모+부부+자녀로 구성) | 4. 4세대가족(예: 조부모+부모+부부+자녀로 구성) |
| 5. 1인 가구 | 6. 기타(기록: _____) |

DQ4. 실례지만, 귀하께서는 현재 결혼을 하셨습니까?

- | | |
|-------|------------------|
| 1. 기혼 | 2. 미혼(사별, 이혼 포함) |
|-------|------------------|

DQ4-1. 귀댁은 현재 맞벌이를 하고 계신가요?(복수의 가구원이 사업소득, 근로소득 등 경제 활동으로 인한 소득이 있는 경우)

- | | |
|----------|--------------|
| 1. 맞벌이 함 | 2. 맞벌이 하지 않음 |
|----------|--------------|

DQ5. 귀하의 월평균 가구 소득(세전은 어느 정도 되십니까? 가구의 근로 소득, 사업 소득, 임대 소득, 연금, 기초노령연금 등 모든 수입을 포함해 적어주세요. 근로소득(월급에 상여금, 인센티브도 월 평균으로 합산), 사업소득, 임대수입, 재산소득(이자 및 배당금 등), 연금(공적연금, 개인연금, 퇴직연금 등), 이전소득(기초노령연금, 기초생활보장급여, 사회수혜금 등), 자녀/가족에게 받은 용돈, 경조소득, 빌린 돈 등 모든 수입을 포함하여 적어주세요.

- | | | | |
|--------------|---------------|----------------|--------------|
| 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. 800~899만원 | 10. 900~999만원 | 11. 1,000만원 이상 | |

DQ6. 귀하에서 구입하신 식재료 구입비(신선식품+가공식품) 한 달 평균 금액은 얼마입니까? 구입하신 간편식 가공식품의 한달 평균 구입액은 얼마입니까?

월평균 식재료 구입비 (신선식품+가공식품)	월 평균 ()원	
월평균 간편식 가공식품 구입비	월 평균()원	전체 식재료 구입비의 ()%

※ 월평균 간편식 구입비를 정확히 모르는 경우, 전체 식재료 구입비의 몇 %가량인지 말씀해 주세요.

DQ7. 귀하께서는 건강에 대한 관심이 많으신가요?

전혀 없음	없음	보통	많음	매우 많음
①	②	③	④	⑤

DQ8. 귀하 또는 가족 중에서 다음의 증상/병증을 가지고 계시면 모두 적어주세요.(복수 응답 가능)

본인	
가족	

- | | | | | |
|----------|------------|-----------------|--------------|---------|
| 1. 고혈압 | 2. 고지혈증 | 3. 뇌졸중(중풍, 뇌경색) | 4. 심근경색, 협심증 | 5. 당뇨병 |
| 6. 갑상선질환 | 7. 암 | 8. 간염 | 9. 위, 십이지장궤양 | 10. 간경변 |
| 11. 빈혈 | 12. 아토피피부염 | 13. 식품 알레르기 | 14. 비만 | 15. 없음 |

DQ9. 현재 귀하의 키와 체중은 어떻게 되시나요?

(1) 키 _____ cm (2) 체중 _____ kg

DQ9-1. 현재 귀하의 체중은 1년 전인 지난해에 비해 어떻게 변화했나요?

지난해에 비해 현재 체중은 ()kg이 (증가/감소/변화 없음)하였다.

예시 : 지난해에 비해 현재 체중은 1kg이 (증가/감소/변화 없음) 하였다.

DQ10. 체중 조절(다이어트)에 관심이 있으신가요?

전혀 없다	없는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	많은 편이다	매우 많다
①	②	③	④	⑤

DQ10-1. (DQ10에서 4.5를 응답한 경우) 체중 조절(다이어트)을 위해 드시는 특정 식품이 있으신가요? 체중조절을 위해 드시는 식품을 모두 적어주세요.

()

DQ11. 체중 조절(다이어트)을 위해 식사량을 조절해 보신 적이 있으신가요?

1. 예 2. 아니오

DQ12. 일상생활에서 규칙적으로 하는 운동이 있으신가요?

1. 예 2. 아니오

DQ13. 귀하께서는 혼밥(혼자서 하는 식사)을 하십니까? 하신다면 얼마나 자주 하고 계십니까?
(가정 내 식사, 외식 포함, 급식은 포함하지 않음)

- | | | |
|--------------|--------------------|-----------|
| 1. 매일 한 번 이상 | 2. 주 4-5회 | 3. 주 2-3회 |
| 4. 주 1회 | 5. 2주일에 1회 | 6. 1달에 1회 |
| 7. 월 1회 미만 | 8. 혼자서는 식사를 하지 않는다 | |

DQ14. 귀하께서는 SNS(블로그, 페이스북, 트위터, 인스타그램, 카카오토리 등)를 사용하고 계신가요?

- | | | |
|----------------|------------|------------|
| 1. 전혀 사용하지 않는다 | 2. 가끔 사용한다 | 3. 자주 사용한다 |
|----------------|------------|------------|

DQ15. 귀하께서는 먹방, 쿡방 등 음식과 요리에 관한 TV프로그램이나 유튜브 등 미디어 매체를 시청하시나요?

- | | | |
|----------------|------------|------------|
| 1. 전혀 시청하지 않는다 | 2. 가끔 시청한다 | 3. 자주 시청한다 |
|----------------|------------|------------|

DQ16. 귀하께서는 해외 여행정보에 관한 TV프로그램이나 유튜브 등 미디어 매체를 시청하시나요?

- | | | |
|----------------|------------|------------|
| 1. 전혀 시청하지 않는다 | 2. 가끔 시청한다 | 3. 자주 시청한다 |
|----------------|------------|------------|

DQ17. 귀 택은 현재 차량(자동차)을 보유하고 계신가요? (귀하 명의가 아니더라도 귀하께서 사적으로 사용할 수 있는 차량을 모두 포함)

- | | | |
|----------|-------------|----------|
| 1. 없음 | 2. 1대 보유 | 3. 2대 보유 |
| 4. 3대 보유 | 5. 4대 이상 보유 | |

DQ18. (차량이 있는 경우) 귀하께서는 식품을 구입 또는 조달할 때 차량을 이용하시는 편이신가요?

- | | |
|----------------------------|----------------|
| 1. 전혀 이용하지 않는다 | 2. 이용하지 않는 편이다 |
| 3. 이용할 때도 있고 이용하지 않을 때도 있다 | |
| 4. 이용하는 편이다 | 5. 항상 이용한다 |

DQ19. 채식주의와 관련하여 평소 귀하의 식생활을 가장 잘 나타낸 것은 다음 중 무엇입니까?

1. 육류는 먹지 않고, 오직 식물성 재료로만 만든 것을 먹는다(채식주의자)
2. 식물성 재료로 만든 것을 먹지만, 계란과 우유 또는 어패류는 먹는다(준채식주의자)
3. 가급적 동물성보다는 채식위주로 먹는다(간헐적채식주의자)
4. 식물성, 동물성을 가리지 않고 먹는다(비채식주의자)

*** 2019년 12월, 중국 우한 지역에서 처음 발생한 뒤 현재 전 세계로 확산 중인 코로나19로 인한 소비자들의 태도 및 인식 수준을 조사하고자 합니다.

DQ20. 귀하께서는 현재 코로나19에 대해 어느 정도 불안감을 느끼십니까?

매우 적음	적음	보통	높음	매우 높음
①	②	③	④	⑤

DQ21. 귀하께서는 현재 코로나19 확산으로 식생활이나 식품 소비와 관련해 어느 정도 불안감을 느끼십니까?

매우 적음	적음	보통	높음	매우 높음
①	②	③	④	⑤

DQ22. 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리의 중요도에 대한 생각이 어떻게 변화하셨나요?

매우 감소	약간 감소	변화 없음	약간 증가	매우 증가
①	②	③	④	⑤

DQ23. 귀댁의 식품소비 지출액은 코로나19 발생 이전(2019년)에 비해 현재 어떻게 변화하였나요? 또한 지난해(2021년)에 비해서는 어떻게 변화하였나요? (식품소비 지출액은 신선식품(농수축산물), 가공식품, 외식비(매장내 식사, 배달/테이크아웃)를 모두 포함)

구분	감소	비슷 (변화없음)	증가
코로나19 전(2019년) 대비 현재(2022년)	①	②	③
코로나19 유행 이후(2021년) 대비 현재(2022년)	①	②	③

▶ 연락 정보는 응답하신 내용에 대해 추가 질문사항이 있는 경우 질의하기 위한 것으로 다른 목적으로는 사용되지 않습니다.

응답자	이름 : _____ 전화번호 : () _____ 핸드폰번호 _____
-----	---

*** 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다 ***