

발간등록번호

11-1543000-000676-10

# 2023년 가공식품 소비자태도조사 기초분석 보고서

식품산업정보분석 전문기관  
한국농촌경제연구원



※ 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 「2023년 가공식품 소비자태도조사 기초분석 보고서」의 최종 보고서로 제출합니다.

2023년 12월

연구 기관: 한국농촌경제연구원

연구책임자: 이 계 임 (책임연구원)

연구참여자: 최 윤 영 ( 연구 원 )

임 지 은 ( 연구 원 )

주 준 형 (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. 표본설계 .....	11
2. 가중치 산출 및 추정 .....	22
3. 모수추정 .....	29
4. 식품 구입 영수증 온라인 조사 소프트 할당 .....	33

**제3장 조사 내용과 방법**

1. 조사 구성 및 조사 문항 .....	37
2. 실사 준비 및 진행 .....	38
3. 자료 검증 및 데이터 처리 .....	42
4. 응답자 특성 .....	44

**제4장 가구 내 식품 주 구입자 대상 조사 결과**

1. 가공식품 구매 및 소비 행태 .....	47
2. 가공식품 품목별 구입현황 .....	92
3. 간편식 구입현황 .....	96
4. 건강기능식품 구입현황 .....	136
5. 유기가공식품 구입현황 .....	177
6. 식품 소비 라이프스타일 및 인식 .....	198

## 제5장 일반소비자 대상 조사 결과

1. 가공식품 온라인 구매 행태 .....	221
2. 신성장 식품 구입 행태 .....	251
3. 가공식품의 안전성 .....	446
4. 가공식품 표시/정보 .....	459
5. 소상공인 생계형 적합업종제도 .....	471
6. 기업의 사회적 책임 .....	477
7. 포장재/탄소중립 .....	491
8. 식품산업 관련 인식 .....	507
9. 식품 소비 라이프스타일 및 인식 .....	512
10. 응답자 및 가구 특성 .....	534

## 부록

설문조사표 .....	569
-------------	-----

## 표 차례

### 제1장

〈표 1-1〉 조사설계 - 주 구입자 대상 .....	4
〈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 - 일반소비자조사 .....	7

### 제2장

〈표 2-1〉 권역별 동·읍면 지역별 가구 분포 .....	13
〈표 2-2〉 권역별 동·읍면 지역별 가구비율 분포 .....	13
〈표 2-3〉 표본층 번호 .....	14
〈표 2-4〉 표본층별 목표 표본조사구 할당 .....	16
〈표 2-5〉 표본층별 목표 표본가구 할당 .....	17
〈표 2-6〉 설문분할에 따른 목표 표본조사구 분포 .....	20
〈표 2-7〉 최종적으로 조사에 사용된 조사구의 설문유형별 분포 .....	24
〈표 2-8〉 권역별 조사구 (공통문항에 대한) 최종가중치 $w_{hi}^d$ 분포 .....	25
〈표 2-9〉 표본응답가구 가중치 종류별 분포 .....	28
〈표 2-10〉 설문문항A 표본의 권역별 응답가구 최종가중치 분포 .....	28
〈표 2-11〉 설문문항 B표본의 권역별 응답가구 최종가중치 분포 .....	28
〈표 2-12〉 공통문항에 대한 권역별 응답가구 최종가중치 분포 .....	29
〈표 2-13〉 권역·가구주 연령·1인 가구 여부별 가계부조사 표본가구 소프트할당 .....	33
〈표 2-14〉 가구주 연령대 및 소득구간별 가계부조사 표본가구 소프트할당 .....	34
〈표 2-15〉 1인 가구의 소득구간별 가계부조사 표본가구 소프트할당 .....	34
〈표 2-16〉 가구소득구간별 주 구입자 표본가구 소프트 할당 .....	35

〈표 2-17〉 가구원수별 주구입자 표본가구 소프트 할당 .....	35
〈표 2-18〉 가구주 연령대별 주 구입자 표본가구 소프트 할당 .....	35

### 제3장

〈표 3-1〉 지역별 면접원 교육 일시 및 장소 .....	40
〈표 3-2〉 면접원 교육 진행방식 및 내용 .....	40
〈표 3-3〉 주 구입자 대상 가구 특성 .....	44
〈표 3-4〉 일반소비자 대상 가구 특성 .....	45
〈표 3-5〉 가계부 조사 가구 특성 .....	46

### 제4장

〈표 4-1〉 평소 가공식품 구입 주기 .....	48
〈표 4-2〉 가공식품 구입 시 고려기준 .....	50
〈표 4-3〉 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균) .....	52
〈표 4-4〉 가공식품 주 구입처 구입이유(1+2 가중평균) .....	54
〈표 4-5〉 지출액 기준 구입 많은 품목군 .....	56
〈표 4-6〉 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도 .....	58
〈표 4-7〉 최근 1년 식품 지출 변화 .....	60
〈표 4-8〉 최근 1년 가공식품 지출 변화원인 .....	62
〈표 4-9〉 향후 1년간 가공식품 지출 변화 .....	64
〈표 4-10〉 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부 .....	66
〈표 4-11〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유 .....	68
〈표 4-12〉 온라인 가공식품 구입 주기 .....	71
〈표 4-13〉 온라인 가공식품 주 구매처(1+2 가중평균) .....	73
〈표 4-14〉 온라인 지출액 기준 구입 많은 품목군(1+2+3 가중평균) .....	75
〈표 4-15〉 온라인 가공식품 구입 이유(1+2 가중평균) .....	77



〈표 4-16〉 가공식품 온라인 주 이용방법 .....	79
〈표 4-17〉 온라인 구입 가공식품 가격 만족도 .....	81
〈표 4-18〉 온라인 구입 가공식품 품질 만족도 .....	83
〈표 4-19〉 온라인 구입 가공식품 배송 만족도 .....	85
〈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 변화 .....	91
〈표 4-23〉 가공식품 최근 1년 품목별 구입 경험률 .....	93
〈표 4-24〉 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항 .....	95
〈표 4-25〉 간편식 최근 1년 구입경험 .....	97
〈표 4-26〉 간편식 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균) .....	99
〈표 4-27〉 간편식 주 구입 이유(1+2 가중평균) .....	101
〈표 4-28〉 즉석 조리 식품 구입 주기 .....	103
〈표 4-29〉 즉석 섭취 식품 구입 주기 .....	104
〈표 4-30〉 신선 편의 식품 구입 주기 .....	105
〈표 4-31〉 간편 조리 세트 구입 주기 .....	106
〈표 4-32〉 간편식 구입 지출액(월평균) .....	108
〈표 4-33〉 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품 .....	111
〈표 4-34〉 간편식 주 구입처 - 즉석섭취식품 .....	114
〈표 4-35〉 간편식 주 구입처 - 신선편의식품 .....	116
〈표 4-36〉 간편식 주 구입처 - 간편조리식품 .....	118
〈표 4-37〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품 .....	121
〈표 4-38〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품 .....	123
〈표 4-39〉 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품 .....	125
〈표 4-40〉 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트 .....	127
〈표 4-41〉 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목(1+2+3 가중평균) .....	129

〈표 4-42〉 간편식 요소별 만족도 .....	131
〈표 4-43〉 간편식을 구입하지 않는 이유 .....	133
〈표 4-44〉 향후 1년 간편식 구입 변화 예상 .....	135
〈표 4-45〉 건강기능식품 인지 여부 및 차이점 인지 여부 .....	137
〈표 4-46〉 건강기능식품 구입경험 .....	139
〈표 4-47〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균) .....	141
〈표 4-48〉 건강기능식품 구입 금액(연평균) .....	143
〈표 4-49〉 건강기능식품 용도별 구입 비중 .....	145
〈표 4-50〉 많이 구입하는 건강기능식품(1+2 가중평균) .....	147
〈표 4-51〉 건강기능식품 주 구입 장소(1+2 가중평균) .....	149
〈표 4-52〉 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유(1+2 가중평균) .....	151
〈표 4-53〉 건강기능식품 필요 정보 획득처 .....	153
〈표 4-54〉 국내 생산건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항 .....	155
〈표 4-55〉 가구내 건강기능식품 복용 여부 .....	157
〈표 4-56〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 갯수 .....	158
〈표 4-57〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류 .....	160
〈표 4-58〉 건강기능식품 복용 이유(복수응답) .....	162
〈표 4-59〉 건강기능식품 복용하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	164
〈표 4-60〉 건강기능식품 요소별 만족도 .....	166
〈표 4-61〉 향후 1년 건강기능식품 구입 의향 .....	168
〈표 4-62〉 건강기능식품 비인증 식품 섭취 여부 .....	170
〈표 4-63〉 섭취 중인 비인증 건강기능식품 .....	172
〈표 4-64〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도 .....	174
〈표 4-65〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입의향 .....	176
〈표 4-66〉 유기가공식품 인지도 .....	178
〈표 4-67〉 유기가공식품 구입 경험 .....	180

〈표 4-68〉 유기가공식품 인증품질 신뢰도 .....	182
〈표 4-69〉 유기가공식품의 최근 1년 구입 경험 .....	184
〈표 4-70〉 유기가공식품 구입 이유(1+2 가중평균) .....	186
〈표 4-71〉 유기가공식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균) .....	188
〈표 4-72〉 유기가공식품 주 구입처(1+2 가중평균) .....	191
〈표 4-73〉 유기가공식품 주 구입처 이용 이유(1+2 가중평균) .....	193
〈표 4-74〉 유기가공식품 요소별 만족도 .....	195
〈표 4-75〉 향후 1년 유기가공식품 구입변화 .....	197
〈표 4-76〉 평소 식품 소비 라이프스타일 .....	199
〈표 4-77〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도 .....	202
〈표 4-78〉 가공식품 가격 수준에 대한 인식 .....	205
〈표 4-79〉 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처(1+2 가중평균) .....	207
〈표 4-80〉 가격 변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균) .....	209
〈표 4-81〉 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식(1+2+3 가중평균) .....	212
〈표 4-82〉 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) .....	215
〈표 4-83〉 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) .....	218
〈표 4-84〉 품목별 선호 특성 .....	220

## 제5장

〈표 5-1〉 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험 .....	222
〈표 5-2〉 온라인으로 구입하는 가공식품 유형 .....	224
〈표 5-3〉 온라인 가공식품 구입 주기 .....	226
〈표 5-4〉 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유 .....	228
〈표 5-5〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	230
〈표 5-6〉 온라인으로 식품을 구매하는 장소(1+2가중평균) .....	233
〈표 5-7〉 온라인 가공식품 주문 방법 .....	235

〈표 5-8〉 온라인 구입 가공식품의 만족도 .....	237
〈표 5-9〉 최근 1년간 온라인 가공식품 구입 변화 .....	239
〈표 5-10〉 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중 .....	241
〈표 5-11〉 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 구입 변화 예상 .....	243
〈표 5-12〉 가공식품 정기 배송 여부 .....	245
〈표 5-13〉 정기 배송 신청/주문처(복수응답) .....	247
〈표 5-14〉 정기적으로 배송 받는 가공식품(복수응답) .....	249
〈표 5-15〉 신성장 식품 인지도 - 간편식 .....	252
〈표 5-16〉 신성장 식품 인지도 - 특수의료용도식품 .....	253
〈표 5-17〉 신성장 식품 인지도 - 고령친화식품 .....	254
〈표 5-18〉 신성장 식품 인지도 - 기능성식품 .....	255
〈표 5-19〉 신성장 식품 인지도 - 대체단백질식품 .....	256
〈표 5-20〉 신성장 식품 인지도 - 식물성고기 .....	257
〈표 5-21〉 신성장 식품 인지도 - 곤충식품 .....	258
〈표 5-22〉 신성장 식품 인지도 - 세포배양식품 .....	259
〈표 5-23〉 푸드테크 인지도 .....	261
〈표 5-24〉 푸드테크 관련성 - 간편식 .....	263
〈표 5-25〉 푸드테크 관련성 - 특수의료용도식품 .....	264
〈표 5-26〉 푸드테크 관련성 - 고령친화식품 .....	265
〈표 5-27〉 푸드테크 관련성 - 기능성식품 .....	266
〈표 5-28〉 푸드테크 관련성 - 대체단백질식품 .....	267
〈표 5-29〉 푸드테크 관련성 - 식물성고기 .....	268
〈표 5-30〉 푸드테크 관련성 - 곤충식품 .....	269
〈표 5-31〉 푸드테크 관련성 - 세포배양식품 .....	270
〈표 5-32〉 최근 1년간 간편식(HMR) 품목별 구입 경험률 .....	272
〈표 5-33〉 간편식 구입 주기 - 즉석조리식품 .....	275

〈표 5-34〉 간편식 구입 주기 - 즉석섭취식품 .....	276
〈표 5-35〉 간편식 구입 주기 - 간편조리세트 .....	277
〈표 5-36〉 간편식 구입 주기 - 신선편의식품 .....	278
〈표 5-37〉 간편식(HMR) 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	280
〈표 5-38〉 간편식(HMR) 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	282
〈표 5-39〉 간편식(HMR) 구입 이유(1+2 가중평균) .....	285
〈표 5-40〉 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중 .....	287
〈표 5-41〉 간편식(HMR) 주 구입처(1+2 가중평균) .....	289
〈표 5-42〉 간편식 요소별 만족도 .....	292
〈표 5-43〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 맛의 개선 .....	294
〈표 5-44〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 조리/섭취/취급의 간편성 .....	295
〈표 5-45〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 안전성 제고 .....	296
〈표 5-46〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 영양(섭취관리) 개선 .....	297
〈표 5-47〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 가격 인하 .....	298
〈표 5-48〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 국산 원료 사용 확대 .....	299
〈표 5-49〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 인공첨가물 감소 .....	300
〈표 5-50〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 제품의 다양성 향상 .....	301
〈표 5-51〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 품질의 균일성 제고 .....	302
〈표 5-52〉 간편식 요소별 중요도 .....	304
〈표 5-53〉 간편식에 대한 인식 .....	306
〈표 5-54〉 간편식 보관형태별 선호도 .....	308
〈표 5-55〉 동거가족 중 환자 여부 .....	310
〈표 5-56〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 여부 .....	312
〈표 5-57〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 방법 .....	314
〈표 5-58〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리를 하지 않는 이유(1+2 가중평균) ...	316
〈표 5-59〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 환자용 식단형 식사관리식품 .....	319

〈표 5-60〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 맞춤형 영양조제식품 ...	321
〈표 5-61〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 표준형 영양조제식품 ...	323
〈표 5-62〉 특수의료용도식품 구입 주기 .....	325
〈표 5-63〉 특수의료용도식품 주 구입처(1+2 가중평균) .....	327
〈표 5-64〉 특수의료용도식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	330
〈표 5-65〉 특수의료용도식품 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	333
〈표 5-66〉 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품 요소별 중요도 .....	336
〈표 5-67〉 푸드테크로 인한 기대(특수의료용도식품) - 맛의 개선 .....	338
〈표 5-68〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 조리/섭취/취급의 간편성 .....	339
〈표 5-69〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 안전성 제고 .....	340
〈표 5-70〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 영양(섭취관리) 개선 .....	341
〈표 5-71〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 가격 인하 .....	342
〈표 5-72〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 국산 원료 사용 확대 .....	343
〈표 5-73〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 인공첨가물 감소 .....	344
〈표 5-74〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 제품의 다양성 향상 .....	345
〈표 5-75〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 품질의 균일성 제고 .....	346
〈표 5-76〉 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도 .....	348
〈표 5-77〉 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법 .....	350
〈표 5-78〉 가정 내 환자(고령자)를 위해 별도의 식단관리를 하지 않는 이유 (1+2 가중평균) .....	352
〈표 5-79〉 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 .....	354
〈표 5-80〉 고령친화식품 구입 주기 .....	356
〈표 5-81〉 특수의료용도식품 주 구입처(1+2 가중평균) .....	358
〈표 5-82〉 고령친화식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	361
〈표 5-83〉 고령친화식품 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	364
〈표 5-84〉 고령친화식품 요소별 중요도 .....	367

〈표 5-85〉 고령친화식품별 푸드테크로 인한 기대 .....	369
〈표 5-86〉 고령친화식품 개발 및 제품 품질 관리를 위한 별도의 인증 필요성 .....	373
〈표 5-87〉 건강기능식품 인지도 .....	375
〈표 5-88〉 건강기능식품 품목별 구입 경험률 .....	377
〈표 5-89〉 건강기능식품 품목별 구입 의향 .....	378
〈표 5-90〉 건강기능식품을 먹는 주된 이유(복수응답) .....	380
〈표 5-91〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	382
〈표 5-92〉 건강기능식품 요소별 중요도 .....	385
〈표 5-93〉 건강기능식품 요소별 푸드테크 관련 기대 효과 .....	387
〈표 5-94〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도 .....	391
〈표 5-95〉 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향 .....	393
〈표 5-96〉 일반식품 기능성 표시제품 주 구입처 .....	395
〈표 5-97〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입하지 않는 이유 .....	398
〈표 5-98〉 대체식품 인지도 및 구입 경험, 의향 - 식물성고기제품 .....	400
〈표 5-99〉 대체식품 인지도 및 구입 경험, 의향 - 식물성계란제품 .....	401
〈표 5-100〉 대체식품 인지도 및 구입 경험, 의향 - 식물성우유제품 .....	402
〈표 5-101〉 대체식품 인지도 및 구입 경험, 의향 - 곤충식품 .....	403
〈표 5-102〉 대체식품 인지도 및 구입 경험, 의향 - 세포배양식품 .....	404
〈표 5-103〉 대체단백질식품 주 구입처 .....	406
〈표 5-104〉 대체식품 섭취 이유 .....	408
〈표 5-105〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	410
〈표 5-106〉 대체식품별 만족도 - 식물성고기제품 .....	413
〈표 5-107〉 대체식품별 만족도 - 식물성계란제품 .....	414
〈표 5-108〉 대체식품별 만족도 - 곤충식품 .....	415
〈표 5-109〉 대체식품을 구입하지 않는 이유(1+2+3 가중평균) .....	417
〈표 5-110〉 대체식품 분야별 영향도 .....	419

〈표 5-111〉 대체식품 요소별 중요도 .....	421
〈표 5-112〉 대체식품 속성별 영향도 .....	423
〈표 5-113〉 신기술 인지도 .....	427
〈표 5-114〉 신기술을 활용한 가공식품 생산 필요성 .....	430
〈표 5-115〉 신기술을 활용한 가공식품 구매 의향 .....	432
〈표 5-116〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 식품프린팅 .....	434
〈표 5-117〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 스마트 생산제조 및 안전 관리 .....	436
〈표 5-118〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 스마트팜 또는 식물공장 .....	438
〈표 5-119〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 푸드업사이클링 .....	440
〈표 5-120〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 친환경 포장 .....	442
〈표 5-121〉 신기술 관련 가공식품 가격 인상 영향 .....	444
〈표 5-122〉 가공식품 안전성 문제 관심도 .....	447
〈표 5-123〉 식품 안전성 정도 체감 정도(100점 만점 기준) .....	449
〈표 5-124〉 가공식품 종류별 안전성 평가 .....	451
〈표 5-125〉 가공식품 안전관리를 위한 각 주체별 중요도 .....	454
〈표 5-126〉 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향 .....	456
〈표 5-127〉 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동(복수응답) .....	458
〈표 5-128〉 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부 .....	460
〈표 5-129〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수응답) .....	463
〈표 5-130〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도 .....	465
〈표 5-131〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬성 의향 .....	467
〈표 5-132〉 식품 폐기 기준 .....	469
〈표 5-133〉 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도 .....	472
〈표 5-134〉 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요도 .....	474
〈표 5-135〉 소상공인 생계형 적합업종 생산 제품 구입 의향 .....	476
〈표 5-136〉 ESG 경영 인지도 .....	478



〈표 5-137〉 ESG 경영 활동의 필요도 .....	480
〈표 5-138〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화 .....	482
〈표 5-139〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향 .....	484
〈표 5-140〉 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화 .....	486
〈표 5-141〉 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부 .....	488
〈표 5-142〉 갑질 이슈 발생 식품제조업체의 구입 축소 의향 .....	490
〈표 5-143〉 포장재 구매 만족도 .....	492
〈표 5-144〉 포장재 관련 불만 .....	494
〈표 5-145〉 이중포장금지 인지도 .....	496
〈표 5-146〉 이중포장금지 필요도 .....	498
〈표 5-147〉 탄소 중립 용어 인지도 .....	500
〈표 5-148〉 탄소 중립 필요도 .....	502
〈표 5-149〉 탄소 중립 활동 필요도 .....	504
〈표 5-150〉 탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향 .....	506
〈표 5-151〉 국민 삶의 질 향상과 국가 경제 발전을 위한 식품산업 발전 필요성 .....	508
〈표 5-152〉 향후 5년간 식품산업에서 가장 추진되어야 할 정책 방향 (1+2+3 가중평균) .....	510
〈표 5-153〉 라이프 스타일 .....	513
〈표 5-154〉 가공식품 가격에 대한 인식 .....	516
〈표 5-155〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 농축산물 .....	518
〈표 5-156〉 최근 1년 가공식품과 신선농산물 대비 가격 비교 .....	520
〈표 5-157〉 최근 1년 가공식품과 외식 대비 가격 비교 .....	522
〈표 5-158〉 하반기 물가 상승 우려 종류(1+2+3+4 가중평균) .....	524
〈표 5-159〉 하반기 가격 상승 우려 가공품 품목군(1+2 가중평균) .....	526
〈표 5-160〉 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향 .....	528
〈표 5-161〉 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유 .....	530

〈표 5-162〉 식품 이슈별 자가 평가 .....	532
〈표 5-163〉 건강 관심도 .....	535
〈표 5-164〉 보유 증상/병증 - 본인(복수응답) .....	537
〈표 5-165〉 보유 증상/병증 - 가족(복수응답) .....	540
〈표 5-166〉 체중 조절 관심도 .....	543
〈표 5-167〉 체중 조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답) .....	545
〈표 5-168〉 체중 조절을 위한 식사량 조절 경험 여부 .....	548
〈표 5-169〉 규칙적 운동 여부 .....	550
〈표 5-170〉 혼밥 빈도 .....	552
〈표 5-171〉 SNS 사용 빈도 .....	554
〈표 5-172〉 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도 .....	556
〈표 5-173〉 해외 여행정보 관련 미디어 시청 빈도 .....	558
〈표 5-174〉 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부 .....	560
〈표 5-175〉 채식주의 관련 식생활 태도 .....	562
〈표 5-176〉 식품소비 지출액 변화 - 전체 식품 소비지출액 .....	564
〈표 5-177〉 식품소비 지출액 변화 - 가공식품 소비지출액 .....	565
〈표 5-178〉 식품소비 지출액 변화 - 가정간편식(HMR) 지출액 .....	566
〈표 5-179〉 식품소비 지출액 변화 - 외식비 .....	567

제3장

<그림 3-1> 주 구입자 및 일반소비자 대상 자료 검증 단계 ..... 43

제4장

<그림 4-1> 평소 가공식품 구입 주기 ..... 48

<그림 4-2> 가공식품 구입 시 고려기준 ..... 49

<그림 4-3> 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균) ..... 51

<그림 4-4> 가공식품 주 구입처 구입이유(1+2 가중평균) ..... 53

<그림 4-5> 지출액 기준 구입 많은 품목군 ..... 55

<그림 4-6> 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도 ..... 57

<그림 4-7> 최근 1년 식품 지출 변화 ..... 59

<그림 4-8> 최근 1년 가공식품 지출 변화원인 ..... 61

<그림 4-9> 향후 1년간 가공식품 지출 변화 ..... 63

<그림 4-10> 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부 ..... 65

<그림 4-11> 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유 ..... 67

<그림 4-12> 온라인 가공식품 구입 주기 ..... 70

<그림 4-13> 온라인 가공식품 주 구매처(1+2 가중평균) ..... 72

<그림 4-14> 온라인 지출액 기준 구입 많은 품목군(1+2+3 가중평균) ..... 74

<그림 4-15> 온라인 가공식품 구입 이유(1+2 가중평균) ..... 76

<그림 4-16> 가공식품 온라인 주 이용방법 ..... 78

<그림 4-17> 온라인 구입 가공식품 가격 만족도 ..... 80

<그림 4-18> 온라인 구입 가공식품 품질 만족도 ..... 82

<그림 4-19> 온라인 구입 가공식품 배송 만족도 ..... 84

<그림 4-20> 온라인 구입 가공식품 교환·반품 만족도 ..... 86

<그림 4-21> 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화 ..... 88

<그림 4-22> 향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화 ..... 90

<그림 4-23> 가공식품 최근 1년 품목별 구입 경험률 .....	92
<그림 4-24> 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항 .....	94
<그림 4-25> 간편식 최근 1년 구입경험 .....	96
<그림 4-26> 간편식 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균) .....	98
<그림 4-27> 간편식 주 구입 이유(1+2 가중평균) .....	100
<그림 4-28> 간편식 구입 주기 .....	102
<그림 4-29> 간편식 구입 지출액(월평균) .....	107
<그림 4-30> 간편식 주 구입처 .....	109
<그림 4-31> 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품 .....	110
<그림 4-32> 간편식 주 구입처 - 즉석섭취식품 .....	113
<그림 4-33> 간편식 주 구입처 - 신선편의식품 .....	115
<그림 4-34> 간편식 주 구입처 - 간편조리식품 .....	117
<그림 4-35> 간편식 주 구입 용도 .....	119
<그림 4-36> 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품 .....	120
<그림 4-37> 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품 .....	122
<그림 4-38> 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품 .....	124
<그림 4-39> 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트 .....	126
<그림 4-40> 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목(1+2+3 가중평균) .....	128
<그림 4-41> 간편식 요소별 만족도 .....	130
<그림 4-42> 간편식을 구입하지 않는 이유 .....	132
<그림 4-43> 향후 1년 간편식 구입 변화 예상 .....	134
<그림 4-44> 건강기능식품 인지 여부 및 차이점 인지 여부 .....	136
<그림 4-45> 건강기능식품 구입경험 .....	138
<그림 4-46> 건강기능식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균) .....	140
<그림 4-47> 건강기능식품 구입 금액(연평균) .....	142
<그림 4-48> 건강기능식품 용도별 구입 비중 .....	144

〈그림 4-49〉 많이 구입하는 건강기능식품(1+2+3 가중평균) .....	146
〈그림 4-50〉 건강기능식품 주 구입 장소(1+2 가중평균) .....	148
〈그림 4-51〉 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유(1+2 가중평균) .....	150
〈그림 4-52〉 건강기능식품 필요 정보 획득처 .....	152
〈그림 4-53〉 국내 생산건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항 .....	154
〈그림 4-54〉 가구내 건강기능식품 복용 여부 .....	156
〈그림 4-55〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 개수 .....	158
〈그림 4-56〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류 .....	159
〈그림 4-57〉 건강기능식품 복용 이유(복수 응답) .....	161
〈그림 4-58〉 건강기능식품 복용하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	163
〈그림 4-59〉 건강기능식품 요소별 만족도 .....	165
〈그림 4-60〉 향후 1년 건강기능식품 구입 의향 .....	167
〈그림 4-61〉 건강기능식품 비인증 식품 섭취 여부 .....	169
〈그림 4-62〉 섭취 중인 비인증 건강기능식품 .....	171
〈그림 4-63〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도 .....	173
〈그림 4-64〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입의향 .....	175
〈그림 4-65〉 유기가공식품 인지도 .....	177
〈그림 4-66〉 유기가공식품 구입 경험 .....	179
〈그림 4-67〉 유기가공식품 인증품질 신뢰도 .....	181
〈그림 4-68〉 유기가공식품의 최근 1년 구입 경험 .....	183
〈그림 4-69〉 유기가공식품 구입 이유(1+2 가중평균) .....	185
〈그림 4-70〉 유기가공식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균) .....	187
〈그림 4-71〉 유기가공식품 주 구입처(1+2 가중평균) .....	190
〈그림 4-72〉 유기가공식품 주 구입처 이용 이유(1+2 가중평균) .....	192
〈그림 4-73〉 유기가공식품 요소별 만족도 .....	194
〈그림 4-74〉 향후 1년 유기가공식품 구입변화 .....	196

〈그림 4-75〉 평소 식품 소비 라이프스타일(5점 평균) .....	198
〈그림 4-76〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도 .....	201
〈그림 4-77〉 가공식품 가격 수준에 대한 인식 .....	204
〈그림 4-78〉 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처(1+2 가중평균) .....	206
〈그림 4-79〉 가격 변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균) .....	208
〈그림 4-80〉 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식(1+2+3 가중평균) .....	211
〈그림 4-81〉 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) .....	214
〈그림 4-82〉 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) .....	217

## 제5장

〈그림 5-1〉 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험 .....	221
〈그림 5-2〉 온라인으로 구입하는 가공식품 유형 .....	223
〈그림 5-3〉 온라인 가공식품 구입 주기 .....	225
〈그림 5-4〉 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유 .....	227
〈그림 5-5〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	229
〈그림 5-6〉 온라인으로 식품을 구매하는 장소(1+2 가중평균) .....	232
〈그림 5-7〉 온라인 가공식품 주문 방법 .....	234
〈그림 5-8〉 온라인 구입 가공식품의 만족도 .....	236
〈그림 5-9〉 최근 1년 온라인 가공식품 구입 경험 .....	238
〈그림 5-10〉 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중 .....	240
〈그림 5-11〉 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 구입 변화 예상 .....	242
〈그림 5-12〉 가공식품 정기 배송 여부 .....	244
〈그림 5-13〉 정기 배송 신청/주문처(복수응답) .....	246
〈그림 5-14〉 정기적으로 배송 받는 가공식품(복수응답) .....	248
〈그림 5-15〉 신성장 식품 인지도 .....	251
〈그림 5-16〉 푸드테크 인지도 .....	260

<그림 5-17> 푸드테크 관련성 .....	262
<그림 5-18> 최근 1년간 간편식(HMR) 품목별 구입 경험률 .....	271
<그림 5-19> 간편식 구입 주기 .....	274
<그림 5-20> 간편식(HMR) 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	279
<그림 5-21> 간편식(HMR) 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	281
<그림 5-22> 간편식(HMR) 구입 이유(1+2 가중평균) .....	284
<그림 5-23> 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중 .....	286
<그림 5-24> 간편식(HMR) 주 구입처(1+2 가중평균) .....	288
<그림 5-25> 간편식 요소별 만족도 .....	291
<그림 5-26> 푸드테크 인한 기대(간편식, HMR) .....	293
<그림 5-27> 간편식 요소별 중요도 .....	303
<그림 5-28> 간편식에 대한 인식 .....	305
<그림 5-29> 간편식 보관형태별 선호도 .....	307
<그림 5-30> 동거가족 중 환자 여부 .....	309
<그림 5-31> 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 여부 .....	311
<그림 5-32> 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 방법 .....	313
<그림 5-33> 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리를 하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	315
<그림 5-34> 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향	
- 환자용 식단형 식사관리식품 .....	318
<그림 5-35> 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향	
- 맞춤형 영양조제식품 .....	320
<그림 5-36> 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향	
- 표준형 영양조제식품 .....	322
<그림 5-37> 특수의료용도식품 구입 주기 .....	324
<그림 5-38> 특수의료용도식품 주 구입처 .....	326
<그림 5-39> 특수의료용도식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	329

〈그림 5-40〉 특수의료용도식품 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	332
〈그림 5-41〉 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품 요소별 중요도 .....	335
〈그림 5-42〉 푸드테크 인한 기대(특수의료용도식품) .....	337
〈그림 5-43〉 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도 .....	347
〈그림 5-44〉 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법 .....	349
〈그림 5-45〉 가정 내 환자(고령자)를 위해 별도의 식단관리를 하지 않는 이유 (1+2 가중평균) .....	351
〈그림 5-46〉 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 .....	354
〈그림 5-47〉 고령친화식품 구입 주기 .....	355
〈그림 5-48〉 고령친화식품 주 구입처(1+2 가중평균) .....	357
〈그림 5-49〉 고령친화식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	360
〈그림 5-50〉 고령친화식품 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	363
〈그림 5-51〉 고령자용 식품 요소별 중요도 .....	366
〈그림 5-52〉 고령친화식품별 푸드테크를 통한 기대 .....	368
〈그림 5-53〉 고령친화식품 개발 및 제품 품질 관리를 위한 별도의 인증 필요성 .....	372
〈그림 5-54〉 건강기능식품 인지도 .....	374
〈그림 5-55〉 건강기능식품 품목별 구입 경험률 .....	376
〈그림 5-56〉 건강기능식품을 먹는 주된 이유(복수응답) .....	379
〈그림 5-57〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	381
〈그림 5-58〉 건강기능식품 요소별 중요도 .....	384
〈그림 5-59〉 건강기능식품 요소별 푸드테크 관련 기대 효과 .....	386
〈그림 5-60〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도 .....	390
〈그림 5-61〉 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향 .....	392
〈그림 5-62〉 일반식품 기능성 표시제품 주 구입처 .....	394
〈그림 5-63〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입하지 않는 이유 .....	397
〈그림 5-64〉 대체식품 인지도 .....	399



<그림 5-65> 대체단백질식품 주 구입처 .....	405
<그림 5-66> 대체식품 섭취 이유 .....	407
<그림 5-67> 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	409
<그림 5-68> 대체식품별 만족도 .....	412
<그림 5-69> 대체식품 구입하지 않는 이유(1+2+3 가중평균) .....	416
<그림 5-70> 대체식품 분야별 영향도 .....	418
<그림 5-71> 대체식품 요소별 중요도 .....	420
<그림 5-72> 대체식품 속성별 영향도 .....	422
<그림 5-73> 신기술 인지도 .....	426
<그림 5-74> 신기술을 활용한 가공식품 생산 필요성 .....	429
<그림 5-75> 신기술을 활용한 가공식품 구매 의향 .....	431
<그림 5-76> 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 식품프린팅 .....	433
<그림 5-77> 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 스마트 생산제조 및 안전 관리 .....	435
<그림 5-78> 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 스마트 팜 또는 식물공장 .....	437
<그림 5-79> 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 푸드업사이클링 .....	439
<그림 5-80> 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 친환경 포장 .....	441
<그림 5-81> 신기술 관련 가공식품 가격 인상 영향 .....	443
<그림 5-82> 가공식품 안전성 문제 관심도 .....	446
<그림 5-83> 식품 안전성 정도 체감 정도(100점 만점 기준) .....	448
<그림 5-84> 가공식품 종류별 안전성 평가 .....	450
<그림 5-85> 가공식품 안전관리를 위한 각 주체별 중요도 .....	453
<그림 5-86> 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향 .....	455
<그림 5-87> 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동(복수응답) .....	457
<그림 5-88> 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부 .....	459
<그림 5-89> 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수응답) .....	461
<그림 5-90> 유통기한이 소비기한으로의 바뀌는 것에 대한 인지도 .....	464

〈그림 5-91〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬성 의향 .....	466
〈그림 5-92〉 식품 폐기 기준 .....	468
〈그림 5-93〉 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도 .....	471
〈그림 5-94〉 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요도 .....	473
〈그림 5-95〉 소상공인 생계형 적합업종 생산 제품 구입 의향 .....	475
〈그림 5-96〉 ESG 경영 인지도 .....	477
〈그림 5-97〉 ESG 경영 활동의 필요도 .....	479
〈그림 5-98〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화 .....	481
〈그림 5-99〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향 .....	483
〈그림 5-100〉 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화 .....	485
〈그림 5-101〉 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부 .....	487
〈그림 5-102〉 갑질 이슈 발생 식품제조업체의 구입 축소 의향 .....	489
〈그림 5-103〉 포장재 구매 만족도 .....	491
〈그림 5-104〉 포장재 관련 불만 .....	493
〈그림 5-105〉 이중포장금지 인지도 .....	495
〈그림 5-106〉 이중포장금지 필요도 .....	497
〈그림 5-107〉 탄소 중립 용어 인지도 .....	499
〈그림 5-108〉 탄소 중립 필요도 .....	501
〈그림 5-109〉 탄소 중립 활동 필요도 .....	503
〈그림 5-110〉 탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향 .....	505
〈그림 5-111〉 국민 삶의 질 향상과 국가 경제 발전을 위한 식품산업 발전 필요성 .....	507
〈그림 5-112〉 향후 5년간 식품산업에서 가장 추진되어야 할 정책 방향 (1+2+3 가중평균) .....	509
〈그림 5-113〉 라이프 스타일 .....	512
〈그림 5-114〉 가공식품 가격에 대한 인식 .....	515
〈그림 5-115〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 .....	517

〈그림 5-116〉 최근 1년 가공식품과 신선농산물 대비 가격 비교 .....	519
〈그림 5-117〉 최근 1년 가공식품과 외식 대비 가격 비교 .....	521
〈그림 5-118〉 하반기 물가 상승 우려 종류(1+2+3+4 가중평균) .....	523
〈그림 5-119〉 하반기 가격 상승 우려 가공품 품목군(1+2 가중평균) .....	525
〈그림 5-120〉 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향 .....	527
〈그림 5-121〉 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유 .....	529
〈그림 5-122〉 식품 이슈별 자가 평가 .....	531
〈그림 5-123〉 건강 관심도 .....	534
〈그림 5-124〉 보유 증상/병증 - 본인(복수응답) .....	536
〈그림 5-125〉 보유 증상/병증 - 가족(복수응답) .....	539
〈그림 5-126〉 체중 조절 관심도 .....	542
〈그림 5-127〉 체중 조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답) .....	544
〈그림 5-128〉 체중 조절을 위한 식사량 조절 경험 여부 .....	547
〈그림 5-129〉 규칙적 운동 여부 .....	549
〈그림 5-130〉 혼밥 빈도 .....	551
〈그림 5-131〉 SNS 사용 빈도 .....	553
〈그림 5-132〉 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도 .....	555
〈그림 5-133〉 해외 여행정보 관련 미디어 시청 빈도 .....	557
〈그림 5-134〉 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부 .....	559
〈그림 5-135〉 채식주의 관련 식생활 태도 .....	561
〈그림 5-136〉 식품소비 지출액 변화 .....	563



# 1

## 서론

### 1. 조사 배경과 목적<sup>1)</sup>

#### 1.1. 가공식품 소비자태도조사 구축 배경

- 인구 고령화와 1인 가구 증가, 경기 불확실성 증대와 물가 상승, 이상기후 등 인구·사회·경제 여건 변화에 따라 식품 소비의 다양성 추구, 편리화, 소량화, 건강 및 안전 추구 등 소비자들의 식품 소비 태도가 변화하고 있음.
- 가공식품은 일반적으로 편의성과 가격 경쟁력이 높으며, 식품소비트렌드 변화에 대응하여 경쟁력을 갖춰나감에 따라 꾸준히 성장해 옴.
- 변화하는 소비자의 식품 소비 태도와 니즈 변화를 파악하는 것이 식품 정책과 식품 기업 마케팅 전략 수립에 필수 요소가 되고 있음. 이에 따라 소비자의 라이프스타일과 식품 소비 태도에 대한 기초자료가 필요함.

<sup>1)</sup> 본 보고서의 일반적인 주요 서술방식은 2019년도 가공식품 소비자태도조사 기초분석 보고서를 기초로 함.

- 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
- 2023년 : 13차년도 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

- 가공식품 소비자태도를 면밀히 파악하기 위해 식품 주 구입자 2,000명을 대상으로 하는 가구조사(통계청 승인통계)를 실시할 뿐만 아니라, 주 구입자 500명 대상 식품 구입 빅데이터 분석, 일반소비자 2,000명 대상 온라인 조사를 병행하여 실시함.

〈표 1-1〉 조사설계 - 주 구입자 대상

구분	내용
목표 모집단	- 우리나라 전국 17개 시도 일반가구
조사 모집단	- 등록센서스 '인구주택총조사(2015, 2020)' 조사구에 속한 일반가구 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 특수사회시설, 기숙사 등의 집단 가구와 외국인 가구 제외</li> <li>• 가구 : 1인 또는 2인 이상이 모여 취사, 취침 등 생계를 같이 하는 생활 단위</li> </ul>
조사대상	- 만 19세~74세의 식품 주 구입자(또는 가정주부)
표본수	- 전국 2,000 가구
조사기간	- 2023년 8월 10일(목) ~ 10월 10일(화)
조사방법	- 가구방문면접조사
표본틀	- 지리적으로 인접한 일반 가구를 블록화한 2015년 등록센서스 '인구주택총조사(2015, 2020)' 조사구
표본추출	- 2단계 층화집락 확률비례 계통추출법 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1차 층화 : 17개 시도별, 조사구 추출</li> <li>2015년 '인구주택총조사(2015, 2020)' 결과 17개 시도별 조사구 내 가구수에 비례하여 조사구 추출</li> <li>• 2차 층화 : 주택 유형별 조사구 추출(아파트 조사구, 일반조사구)</li> </ul> - 총 250개 조사구 추출(1개 조사구 당 8개 가구 추출)

〈표 1-2〉 조사설계 - 식품 구입 영수증 조사

구분	내용
목표 모집단	- 우리나라 전국 17개 시도 일반가구
조사 표본	- 주 구입자
조사대상	- 만 19세~74세의 식품 주 구입자(또는 가정주부)
표본수	- 주 구입자 500가구
조사기간	- 2023년 6월 7일(수) ~ 7월 31일(월)
조사방법	- 식품 구입 영수증
조사설계	- 지역별, 연령별 할당 고려

〈표 1-3〉 조사설계 - 일반소비자 대상

구분	내용
모집단	- 우리나라 전국 17개 시도 일반가구
조사대상	- 만 19세~74세의 성인 남성 및 여성
표본수	- 총 2,000명
표본 구성	- 지역별, 연령별 할당 고려
조사기간	- 2023년 9월 15일(금) ~ 9월 22일(금)
조사방법	- 온라인 패널 조사
자료 수집	- 응답대상 소비자 정보를 별도로 제공하지 않으므로 자체 패널 등을 이용



## 2. 조사 개요

### 2.1. 조사 대상

- 조사대상은 주 구입자 조사와 가계부 조사인 경우는 만 19세 이상에서 만 74세 미만인 식품 주 구입자(주부) 대상으로 진행하였으며, 일반 소비자 조사는 만 19세 이상에서 만 74세 미만인 성인을 대상으로 함.

### 2.2. 조사 내용

- 가공식품 소비자 태도조사의 조사 항목은 기초연구에서 수행된 ① 국내외 관련 문헌 검토, ② 전문가 자문회의, ③ 전문가 대상 통계수요조사를 거쳐 초안이 작성되었으며, ④ 예비조사를 통해 문항을 수정하고 확정함.
- 조사표는 주 구입자 대상 조사표, 주 구입자 대상 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 500 가구를 선정하여 가구 내 식품의 주 구입자를 대상으로 하며, 총 8주간에 걸쳐 신선과 가공식품을 포함한 식품 구입 영수증 내역으로 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"> <li>- 평소 가공식품 구입 주기</li> <li>- 가공식품 구입 시 중요요소</li> <li>- 가공식품 주 구입처</li> <li>- 가공식품 주 구입처 이용 이유</li> <li>- 지출액 기준 많이 구입하는 품목군</li> <li>- 지출액 규모가 큰 가공식품 만족도</li> <li>- 최근 1년 식품 지출 비교</li> <li>- 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인</li> <li>- 향후 1년간 가공식품 지출 변화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 1년 온라인 가공식품 구입 여부</li> <li>- 온라인으로 가공식품 구입 하지 않는 이유</li> <li>- 온라인 가공식품 구입 주기</li> <li>- 온라인 통한 가공식품 구입 이유</li> <li>- 가공식품 온라인 주 구입처</li> <li>- 지출액 기준 온라인 구입 구입하는 품목군</li> <li>- 온라인 가공식품 구입 시 이용방법</li> <li>- 온라인 구입 가공식품 가격, 품질 만족도</li> <li>- 최근 1년 동안 가공식품 구입 변화</li> <li>- 향후 1년간 온라인 통한 가공식품 구입 변화</li> </ul>
가공식품 품목별 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가공식품 품목별 구입 변화</li> <li>- 가공식품 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항</li> </ul>	
간편식 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 간편식 품목별 구입 변화</li> <li>- 간편식 제품 구매 시 중요요소</li> <li>- 간편식 주 구입 이유</li> <li>- 간편식 구입 주기</li> <li>- 간편식 월평균 지출액</li> <li>- 간편식 구입 장소</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 간편식 구입 장소 이용 이유</li> <li>- 간편식 주 용도</li> <li>- 주로 구입하는 간편식 품목</li> <li>- 간편식 요소별 만족도</li> <li>- 간편식 구입하지 않는 이유</li> <li>- 향후 1년간 간편식 구입 변화</li> </ul>
건강기능식품 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강기능식품 구입 변화</li> <li>- 건강기능식품 구입 시 중요 요소</li> <li>- 건강기능식품 구입 용도별 지출비중</li> <li>- 많이 구입하는 건강기능식품</li> <li>- 건강기능식품 구입 지출액</li> <li>- 건강기능식품 복용 이유</li> <li>- 평소 건강기능식품 먹지 않는 이유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강기능식품 주 구입처</li> <li>- 주 구입처 이용 이유</li> <li>- 건강기능식품 정보 획득경로</li> <li>- 국내 생산 건강기능식품 이용 시 불편사항</li> <li>- 현재 건강기능식품 복용여부</li> <li>- 건강기능식품 요소별 만족도</li> <li>- 향후 1년간 건강기능식품 구입 변화</li> </ul>
유기가공식품 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기가공식품 인지 여부</li> <li>- 유기가공식품 자가 인지도</li> <li>- 유기가공식품 구입 경험</li> <li>- 유기가공 구입 시 유기가공식품 마크 확인</li> <li>- 유기가공 구입 시 인증품질 신뢰도</li> <li>- 최근 1년 유기가공식품 구입 변화</li> <li>- 유기가공식품 구입 이유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기가공식품 구매 시 중요요소</li> <li>- 유기가공식품 주 구입처</li> <li>- 유기가공식품 구입 장소 이용 이유</li> <li>- 유기가공식품 요소별 만족도</li> <li>- 향후 1년간 유기가공식품 구입 변화</li> <li>- 일반식품 기능성 표시제도 인지 여부</li> <li>- 일반식품 기능성 표시제도 구입 의향</li> </ul>
식품 소비 라이프 스타일 및 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 평소 식품 소비 상황 일치 정도</li> <li>- 평소 식품 소비 인식 동의 정도</li> <li>- 가격에 대한 인식도</li> <li>- 같은 상품 구매 시 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구매처</li> <li>- 가격변화가 가장 심한 품목</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 주는 품목</li> <li>- 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목</li> <li>- 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목</li> <li>- 품목별 선호도</li> </ul>
가구 특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가족 구성 형태</li> <li>- 현재 맞벌이 여부</li> <li>- 월평균 가구소득</li> <li>- 월평균 식료품 구매액</li> <li>- 현재 주거 형태</li> <li>- 자동차 보유 여부</li> <li>- 식품 구입 또는 조달 시 차량 이용 여부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강에 대한 관심</li> <li>- 가구원/동거인 중 증상/병증 여부</li> <li>- 사회적 지원 경험 여부</li> <li>- 가구주 성별, 연령, 학력, 직업</li> <li>- 작년 가공식품 실태조사 응답 여부</li> <li>- 내년 가공식품 실태조사 응답 의향</li> <li>- 직업, 학력, 결혼 여부</li> </ul>

〈표 1-5〉 조사 내용 - 식품 구입 영수증

구분	항 목
조사범위	신선과 가공식품을 포함한 식품 지출액 조사
조사주기	8주 기준 매일 모바일 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 - 일반소비자조사

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

(계속)

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

## 2.3. 조사 수행

- 본 조사는 식품 주 구입자의 경우 대면면접조사로 진행되었으며, 식품 구입 영수증 조사는 패널의 주 구입자 영수증 기반 식품별 구입 정보를 분석함. 일반소비자 대상 조사는 온라인 설문조사 방식으로 진행되었음.
  - 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 2022년 조사표에 대한 검토회의를 거쳐 조사 문항을 수정·보완하였음. 2022년 조사표 검토 시 2020년 통계청 정기품질진단 결과를 반영하여 조사표를 수정함. 통계청 정기품질진단에서 개선사항을 바탕으로 조사표에 대한 전문가 간담회를 거쳐 조사문항 및 통계표를 일부 수정 보완하였음.
- 전문가 및 식품업계 담당자, 관련 협회 관계자들과 설문지 개선사항 논의
  - 전문가 간담회 2차 진행(3월 25일 전일)
- 전문가 간담회 내용을 반영하여 조사표 변경
  - 가구용(승인통계) 및 가구원용(미승인통계) 조사표 확정

- 가구용(승인통계) 조사표는 기존 구성 체제를 유지하되, 문항 및 보기를 일부 수정하고 용어에 대한 설명 등을 보완
- 가구원용(미승인통계) 조사표는 문항 및 보기를 일부 수정
- 일반소비자대상 온라인조사에 식품산업 인식 관련 문항 추가

○ 조사표본 분리

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

### 3.2. 조사의 기대효과

- 가공식품 소비자 태도조사 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 설계<sup>2)</sup>

### 1. 표본설계

#### 1.1. 2023년 표본설계 기본방향

○ 가공식품 소비자 태도조사는 3가지 조사로 구성됨.

- (i) 전국 및 권역별 분석이 가능한 만 19~74세의 가구 내 식품류 주구입자에 대한 방문조사
- (ii) 주구입자 대상 8주간 식품 구입 영수증 조사
- (iii) 온라인 소비자 조사

○ 본 연구는 식품류 주구입자 방문조사를 위한 (i)표본설계를 마련하고, (ii)표본순환계획에 맞추어 노후조사구를 보충하며, (iii)표본가구를 분리하여 조사문항을 부분별로 적용함.

- 전국과 통합권역(수도권, 충청권, 호남권, 대경권, 동남권, 강원권)별 분석이 가능한 약 2,000개의 표본(응답)가구 구성 마련

<sup>2)</sup> 신시내티대학교 김향준 교수님의 위탁원고 내용을 정리한 것임.

- 조사문항을 부분별로 적용할 수 있는 표본가구의 확률적 분할

○ 식품 구입 영수증 조사와 온라인 조사의 표본추출 가이드라인을 제공함(부록 참조).

- 식품 구입 영수증 조사는 1인 가구 여부(1인, 2인 이상), 지역(수도권·비수도권), 연령대(20~30대, 40~50대, 60대 이상), 소득구간별 특성집단을 대표할 수 있도록 구성
- 온라인 소비자 조사의 경우 소득구간별, 가구원수별, 가구주 연령대별로 특정 집단을 대표할 수 있도록 구성

## 1.2. 모집단

○ 목표 모집단은 가공식품 소비자 태도조사의 대상은 2023년 현재 우리나라의 일반가구 내 식품 구입을 주로 하는 가구주 및 주부임.<sup>3)</sup>

○ 표본추출틀은 표본가구의 대표성 확보를 위해 2022년 조사의 표본추출틀인 2015년 등록센서스 조사구 명부에서 80%, 2021년 인구주택총조사에서 추출한 신규 조사구 명부로 나머지 20%를 구성함.

○ <표 2-1>과 <표 2-2>는 권역별 동·읍면 구분에 따른 조사구내 가구 분포<sup>4)</sup>를 정리함.

- 전국의 총 21,895,478가구 중 49.6%인 10,849,058가구가 수도권에 있고 나머지 50.4%인 11,046,420가구가 비수도권 거주
- 비수도권의 권역별로는 동남권이 가장 많은 3,296,614가구를 포함하며 강원권이 가장 적은 679,642가구 포함

3) 부가조사에서는 가구원도 포함

4) 통계청은 전통적인 인구주택총조사 방식을 수정하여 2015년부터 행정정보를 활용한 등록센서스 인구주택총조사를 실시하고 있으며, 매년 수정된 행정정보를 반영한 통계량을 제공하고 있음. 등록센서스 전환으로 인하여 조사구 내 가구 및 가구원, 주택 등에 대한 집계 자료만을 제공하므로 가구 단위의 연계가 불가능하고 조사구 특성만을 파악할 수 있는 제한적 정보를 갖게 됨.



- 권역별 동·읍면 지역별 가구 구성비는 수도권과 동남권이 가장 차이가 많아 읍면지역이 차지하는 비중이 각각 8.9%와 20.4%임.

〈표 2-1〉 2020년 권역별<sup>5)</sup> 동·읍면지역별 가구 분포

단위: 가구

분류	권역	합계	동지역	읍면지역
수도권	수도권	10,849,058	9,882,635	966,423
비수도권	충청권	2,444,245	1,587,118	857,127
	호남권	2,443,273	1,703,160	740,113
	대경권	2,182,646	1,513,583	669,063
	동남권	3,296,614	2,624,879	671,735
	강원권	679,642	407,629	272,013
전국	총계	21,895,478	17,719,004	4,176,474

〈표 2-2〉 2020년 권역별 동·읍면 지역별 가구비율 분포

단위: %

분류	권역	일반가구 (%)	지역구분(%)	
			동지역	읍면지역
수도권	수도권	49.6	91.1	8.9
비수도권	충청권	11.2	64.9	35.1
	호남권	11.2	69.7	30.3
	대경권	10.0	69.4	30.7
	동남권	15.1	79.6	20.4
	강원권	3.1	60.0	40.0
전국	총계	100.0	80.9	19.1

### 1.3. 표본설계 및 추출

○ 주요 분석 영역별로 분석 가능성 및 조사 운영의 수월성을 고려한 표본설계를 진행함.

- 전국단위는 물론 통합권역별 분석이 안정적인 수 있도록 표본할당

<sup>5)</sup> 수도권 (서울, 인천, 경기), 충청권 (대전, 충남, 충북), 호남권 (광주, 전남, 전북, 제주), 대경권 (대구, 경북), 동남권 (부산, 울산, 경남), 강원권 (강원)

- 추가로 시·도 단위별 추정의 안정성을 간접적으로 고려
- 표본의 동·읍면 구성비가 모집단내 구성비와 비례적이 되도록 구성. 단, 부산과 인천의 읍면은 상대적으로 규모가 작아 각각 경남과 경기의 읍면 분류로 편입시켜 분석의 안정성 지향
- (병합)조사구<sup>6)</sup>를 일차추출단위로 사용
- 조사구 내 대략 8개의 응답가구를 목표

○ 표본조사 및 자료분석의 효율성을 고려하여 모집단 층화를 고려함.

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

〈표 2-3〉 표본층 번호

권역	시도	동지역	읍면지역
수도권	서울	111	112
	인천	231	232
	경기	311	312
충청권	대전	251	252
	세종	291	292
	충북	331	332
	충남	341	342
호남권	광주	241	242
	전북	351	352
	전남	361	362
	제주	391	392
대경권	대구	221	222
	경북	371	372
동남권	부산	211	212
	울산	261	262
	경남	381	382
강원권	강원	321	322

6) 병합 조사구: 인접한 기본 조사구를 결합하여 평균 60가구를 포함하도록 구축된 조사구

○ 표본추출은 층화 2단 확률비례 계통추출법을 적용함.

- 250개의 조사구를 표본층별 배분. 표본할당은 다음의 세 단계로 구성된 절층할당 고려

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

- 각 표본층에 할당된 조사구 숫자만큼 계통추출로 조사구를 추출, 지나치게 작은 조사구의 추출을 방지하기 위해 가구수 31개 이하를 제외하는 절사추출(cut-off sampling) 적용

○ <표 2-4>와 <표 2-5>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 79개 표본 조사구를 할당
- 전국 가구의 3.1%를 포함하는 강원권은 전체 250개 표본조사구 중 20개 표본 조사구를 할당

○ 표본조사구는 다음의 과정을 이용하여 표본층별로 크기비례 계통확률추출에 의해 선택하여, 내재적 층화(implicit stratification)<sup>7)</sup>의 효과를 얻음.

- 시도 및 동·읍면 구분에 의해 정의되는 총 29개의 표본층 별로 (병합) 조사구를 다음의 기준으로 정렬함.

- ① 일반·아파트 조사구 구분
- ② 시군구 코드
- ③ 중위주택 공시가격

---

7) 선택된 특성에 따라 개체를 나열한 뒤 계통추출 하므로, 표본 구성이 해당 특성에 대한 균형을 갖추게 되어 마치 층화추출과 유사한 효과를 갖게 되므로, 이를 내재적 층화라 함.

④ 동·읍면 구분

- 정렬된 조사구들의 총 가구수를 더하여 누적합 테이블 작성
- 일정한 간격으로 누적합 테이블에서 번호를 뽑아서, 해당 번호를 포함하고 있는 조사구 추출

〈표 2-4〉 표본층별 목표 표본조사구 할당

권역	시도	동지역	읍면지역	소계
수도권	서울	30	-	30
	인천	15	-	15
	경기	23	11	34
	소계	68	11	79
충청권	대전	10	-	10
	세종	3	2	5
	충북	5	5	10
	충남	6	6	12
	소계	24	13	37
호남권	광주	9	-	9
	전북	7	4	11
	전남	5	6	11
	제주	4	2	6
	소계	25	12	37
대경권	대구	13	4	17
	경북	9	9	18
	소계	22	13	35
동남권	부산	16	-	16
	울산	6	3	9
	경남	9	8	17
	소계	31	11	42
강원권	강원	11	9	20
전국	총계	181	69	250

〈표 2-5〉 표본층별 목표 표본가구 할당

권역	시도	동지역	읍면지역	소계
수도권	서울	240	-	240
	인천	120	-	120
	경기	184	88	272
	소계	544	88	632
충청권	대전	80	-	80
	세종	24	16	40
	충북	40	40	80
	충남	48	48	96
	소계	192	104	296
호남권	광주	72	-	72
	전북	56	32	88
	전남	40	48	88
	제주	32	16	48
	소계	200	96	296
대경권	대구	104	32	136
	경북	72	72	144
	소계	176	104	280
동남권	부산	128	-	128
	울산	48	24	72
	경남	72	64	136
	소계	248	88	336
강원권	강원	88	72	160
전국	총계	1,448	552	2,000

○ 조사구 내 표본가구의 선택은 기대 응답률의 가정 하에 계통확률추출로 표본가구를 추출함.

- 응답률 50%를 가정하여, 조사구 내 목표 표본수(8가구)의 2배인 16가구를 계통확률 추출. 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 불가피한 경우, 목표 조사구를 대체할 2배수의 예비표본 조사구 마련<sup>8)</sup>
- 원표본 조사구에 대한 대체 가능사유로 접근불가(관리사무소 불허), 조사 불응(5가구 미만 포함), 재개발, 기숙사, 직원숙소 등의 일부 부적격 사유 허용<sup>9)</sup>
- 조사구 내 16개 가구를 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

○ 주구입자 500명을 대상으로 한 식품 구입 영수증 조사와 2,000명 대상 온라인 소비자 조사를 실시함.

- 응답가구 중 일부를 선택하되 세 가지 인구학적 특성인 권역, 가구주 연령(19~20세, 40~59세, 60~74세), 1인 가구 여부(1인, 기타 등)에 따른 소프트할당 제시
- 가급적 확률(무작위) 선택이 가능하도록 하되 촉박한 섭외기간을 감안하여 조사초기 접촉 기간 중 기간대별로 균등하게 분할하여 특성별 가구선택 권고
- 가급적 요청대상 가구와 참여 동의 가구를 파라데이터로 구분하여 기록하도록 권유

#### 1.4. 설문분할에 따른 표본배정

○ 2018년 가공식품 소비자 태도조사에서는, 가공식품 품목(BA1~BJ2)별 구입변화와 구입시 고려하는 요인에 대한 모든 항목을 모든 가구에 질문함.

- 수많은 품목류에 대해 동일한 질문을 반복적으로 조사함에 따라 조사품질에도 영향을 미친다는 우려 제기

<sup>8)</sup> 표본층별 조사구 추출시 고려한 내재적 층화특성이 지리적 인접성에 해당

<sup>9)</sup> 재개발 등의 부적격은 원칙적으로 대체사유로는 바람직하지 못하나 조사여건상 허용

○ 2019~2023년 표본설계에서는 조사 품질 향상을 위해 총 2,000개의 표본가구를 1,000개 가구씩 2개 그룹으로 구분하여 가공식품 품목별 구입현황의 약 50%씩 나누어 응답하도록 설계하였음.

○ 이에 따라서 총 2,000명의 응답수를 갖는 기존안과 대비하여 각각 1,000명의 두 그룹으로 나눈 후 예상되는 항목별 표준오차와 상대표준오차를 다음의 식 (2-1)을 사용하여 예측함.

$$se_{new}(cv_{new}) = \sqrt{\frac{n_{old}}{n_{new}}} se_{new}(cv_{old}) \quad (2-1)$$

- 2022년 계산 기준으로, 식품가공품(BA1)에 대한 평균점수는 2.95로 모든 항목에 물어보던 2018년 조사방법 하에서는 표준오차와 상대표준오차가 각각 0.024와 0.82%이지만 2019년 설문분할 방법 하에서는 표준오차와 상대표준오차는 각각 0.034와 1.16%로 약간 상승, 이는 표본수 감소에 따른 자연스러운 정도 수준의 하락으로 판단

○ 응답자 부담 경감 및 정확한 조사자료 수집을 위한 분할설문표본(split-questionnaire sample)을 적용함.

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

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

- 층별 표본 조사구를 일반·아파트 조사구 구분, 주소에 따라 나열한 후, 계통적으로 설문지 형태 지정

- 설문 분할 결과는 <표 2-6> 참고

〈표 2-6〉 설문분할에 따른 목표 표본조사구 분포

시도	표본총	조사구분류					
		일반			아파트		
		설문A	설문B	합	설문A	설문B	합
서울	111	9	9	18	6	6	12
부산	211	5	4	9	5	4	9
대구	221	3	4	7	5	4	9
	222	-	-	-	1	1	2
인천	231	3	4	7	5	4	9
광주	241	2	1	3	3	4	7
대전	251	3	2	5	2	3	5
울산	261	2	1	3	2	3	5
	262	-	1	1	1	-	1
세종	291	-	-	-	1	1	2
	292	1	-	1	-	1	1
경기	311	6	6	12	8	7	15
	312	1	2	3	1	1	2
강원	321	2	3	5	4	3	7
	322	3	2	5	1	1	2
충북	331	1	2	3	2	1	3
	332	2	1	3	-	1	1
충남	341	1	1	2	1	2	3
	342	3	2	5	1	1	2
전북	351	2	2	4	2	2	4
	352	2	1	3	-	-	-
전남	361	1	1	2	1	1	2
	362	3	2	5	-	1	1
경북	371	2	3	5	3	2	5
	372	3	3	6	1	1	2
경남	381	3	2	5	3	3	6
	382	1	2	3	1	1	2
제주	391	2	1	3	-	1	1
	392	1	1	2	-	-	-



## 1.5. 표본순환

### ○ 순환표본조사(Rotational sampling)

- 정기적인 반복조사에서 일정 비율의 부표본을 정해진 규칙에 따라 신규표본으로 대체
- 순환표본의 중복성(반복조사되는 가구수)이 높을수록 표본추정량의 안정성 상승
- 순환표본의 중복성(반복조사되는 가구수)이 높을수록 반복조사로 인한 피로감으로 조사 불성실로 인한 조사 품질 저하(무응답 항목의 증가, 반복적으로 한가지 답에 표기) 발생
- 동일한 응답자가 반복적으로 포함되는 표본 조사에서는 실제 표본조사의 용이성, 표본추정의 안정성, 조사피로도의 감소를 고려한 순환표본조사 필요

### ○ 이에 따라, 2023년부터 표본이탈 및 노후화로 인한 문제를 줄이기 위한 표본순환을 실시함.

- 매년 전체 표본의 1/5 (50개 조사구)을 신규 표본으로 대체
- 대체 대상 표본과 신규 표본의 특성이 유사하도록, 설계변수가 같거나 유사한 모집단에서 신규 표본 추출

### ○ 2023년에서 순환표본조사는 다음의 과정으로 진행됨.

- 기존 조사구 중 50개의 '노후화'한 조사구를 다음의 기준으로 선정
  - ① : 조사구 내 전체 가구 중 활용 가능한 것으로 예상되는 가구 수가 8개 이하인 조사구
  - ② : 활용 가능 가구 수 = 조사구 내 전체 가구수 - 조사 부적격 가구수(조사 대상 아님) - 방문하였으나 응답거절한 가구수
- 각 노후 조사구에 대하여, 노후 조사구와 다음의 조건이 같은 조사구를 10개 무작위 추출 : 시·도 + 동·읍면 구분 + 일반·아파트 조사구 구분
- 10개의 조사구 중 노후 조사구와 중위 중위주택 공시가격이 가장 비슷한 조사구 추출
- 신규 조사구는 대체 대상인 노후 조사구의 표본층 및 설문타입(A/B)을 승계

## 2. 가중치 산출 및 추정

### 2.1. 가중치 산출 개요

○ 본 조사에 적용된 복합표본설계(complex sampling design) 하에서의 모집단의 총합은 개별 가구의 조사값과 표본가중치를 곱한 가중합 형태로 추정함.

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

$$\hat{Y} = \sum_{hik \in s} w_{hik} y_{hik} \quad (2-2)$$

- 여기서  $h, i, k$ 는 각각 표본층, 조사구, 가구에 대한 식별기호,  $U$ 와  $s$ 는 각각 모집단과 표본가구의 집합,  $y_{hik}$ 는 표본가구의 조사값,  $w_{hik}$ 는 표본가중치

○ 표본가중치(Sampling weight)는 표본개체가 대표하는 모집단 개체수의 추정량임. 따라서 표본가중치의 산출에 표본설계 및 무응답 등을 적절히 반영한다면, 표본가중합  $\hat{Y}$ 이 동일한 표본설계 하에서 반복적으로 추출될 때 갖는 기댓값인 모총합과 일치되는 설계기반 불편추정량(design-based unbiased estimator)이 됨(Valliant, 2004).

○ 본 조사의 표본추출단위는 조사구와 조사구 내 가구이고 조사대상은 가구 내 주구입자(또는 가정주부)임. 조사단위는 물론 분석단위별 모집단을 대표할 수 있는 표본가중치를 산출하여 관련된 통계분석이 가능하도록 함.

### 2.2. 가중치 산출식

○ 본 조사의 모수 추정을 위한 가중치는 다음의 요소를 반영하여 계산됨.

① 표본설계에 따른 조사구별 포함확률 반영

- ② 설문분할에 따른 조사구에 대한 확률적 표본배정
- ③ 조사구 내 가구 포함확률 및 응답률 반영
- ④ 캘리브레이션 조정

### 2.2.1. 조사구 가중치: 표본설계에 따른 조사구 포함확률의 역수로 정의되는 기본적 설계 가중치

○ 조사구 설계가중치는 표본설계에 따른 표본 포함확률의 역수로 다음과 같이 정의됨.

$$w_{hi}^d = \frac{1}{\pi_{hi}} = \frac{M_{h+}}{n_h M_{hi}} \quad (2-3)$$

- 여기서  $\pi_{hi}$ 는 표본층  $h$  조사구  $i$ 가 표본에 포함될 확률이고,  $n_h$ 는 표본층  $h$ 에 할당된 표본조사구수,  $M_{hi}$ 는 표본층  $h$  조사구  $i$  내의 총 가구수, 그리고  $M_{h+} = \sum_{i=1}^{N_h} M_{hi}$ 는  $N_h$ 개의 조사구로 이루어진 표본층  $h$  내의 총 가구수

### 2.2.2. 설문분할에 따른 조사구에 대한 확률적 표본배정

- <표 2-7>은 최종적으로 조사에 사용된 조사구 개수를 조사층별 설문유형별로 정리한 표임.
- 조사구 최종가중치는 표본설계에 적용된 설문분할을 반영한 조사구 선택확률을 반영하여 다음과 같이 정의됨.

$$w_{hiq} = w_{hi}^d cw_{hiq} \quad (2-4)$$

- 여기서  $cw_{hiq}$ 는 표본분할 조건부 가중치이며, 표본층별로 할당된 설문지 종류별 표본조사구 비율의 역수로 다음과 같이 정의됨.

- 조사층  $h$  내에서  $q$ 형 설문지를 받은 조사구가 총  $n_{hq}$ 개이고, 조사구  $hi$ 가 이에 속할 경우,

$$cw_{hiq} = \frac{n_h}{n_{hq}} \quad (2-5)$$

- 본 조사에서는 A형과 B형 두가지 설문지 사용. 즉,  $q = A, B$ .
- 만약 두 설문지 유형에 공통적으로 들어가 있는 문항에 대한 모집단 추정을 하는 경우에는,  $n_{hq} = n_h \Rightarrow cw_{hiq} = 1$ , 즉  $w_{hiq} = w_{hi}^d$ 로 정의

〈표 2-7〉 최종적으로 조사에 사용된 조사구의 설문유형별 분포

시도	표본층	조사구분류					
		일반			아파트		
		설문A	설문B	합	설문A	설문B	합
서울	111	9	9	18	6	6	12
부산	211	5	4	9	4	4	8
대구	221	3	4	7	5	4	9
	222	0	0	0	1	1	2
인천	231	3	4	7	5	4	9
광주	241	2	1	3	3	4	7
대전	251	3	2	5	2	3	5
울산	261	2	1	3	2	3	5
	262	0	1	1	1	0	1
세종	291	0	0	0	2	0	2
	292	1	0	1	1	0	1
경기	311	6	6	12	8	7	15
	312	1	2	3	1	1	2
강원	321	2	3	5	4	3	7
	322	3	2	5	1	1	2
충북	331	1	2	3	2	1	3
	332	2	1	3	0	1	1
충남	341	1	1	2	1	2	3
	342	3	2	5	1	1	2
전북	351	2	2	4	2	2	4
	352	3	0	3	0	0	0
전남	361	1	1	2	1	1	2
	362	3	2	5	0	1	1
경북	371	2	3	5	3	2	5
	372	3	3	6	1	1	2
경남	381	3	2	5	3	3	6
	382	1	2	3	2	1	3
제주	391	2	1	3	0	1	1
	392	1	1	2	0	0	0

○ <표 2-8>은 조사구 최종가중치 분포를 권역별로 정리함.

- 조사구 크기에 비례한 포함확률 및 설문분할에 따른 선택확률 곱의 역수의 변동을 의미함. 단, 주의할 것은 분할된 설문에 대한 조사구 최종가중치  $w_{hi}$ 는 공통설문문항에 대한 가중치의 약 두 배 정도의 크기와 변동
- 전국 기준 조사구 가중치는 94에서 4,059의 범위를 갖는데, 이 중 강원권은 168에서 1,052로 비교적 작은 변동
- 불균등한 표본가중치를 사용한 가중평균을 사용하면 이로 인해 추정량의 분산이 증가(Kish, 1987).

$$L_h^w = \frac{var(\bar{y}_h^w)}{var(\bar{y}_h)} = \frac{n_h \sum_{hi \in s} w_{hi}^2}{\left(\sum_{hi \in s} w_{hi}\right)^2} \quad (2-6)$$

- 여기서  $\bar{y}_h^w = \frac{\sum_{hi \in s} w_{hi} y_{hi}}{\sum_{hi \in s} w_{hi}}$  와  $\bar{y}_h = \frac{\sum_{hi \in s} y_{hi}}{n_h}$  는 각각 가중평균과 단순평균이며,

$$cv_w^2 = \frac{1}{\bar{w}_h^2} \frac{\sum_{hi \in s} (w_{hi} - \bar{w}_h)^2}{n_h} \text{ 는 가중치 상대분산, } \bar{w}_h = \frac{\sum_{hi \in s} w_{hi}}{n_h} \text{ 는 가중치 평균}$$

- 분산증가분은 전국 및 권역별로 1.08~1.29의 범위

<표 2-8> 권역별 조사구 (공통문항에 대한) 최종가중치  $w_{hi}^d$  분포

권역	조사구	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	$L_w$
수도권	78	163,009	2,090	488	2,082	4,059	1.12
충청권	36	36,810	1,023	94	937	2,011	1.18
호남권	37	36,776	994	565	955	1,672	1.08
대경권	36	36,251	1,007	434	982	1,751	1.09
동남권	44	51,532	1,171	508	1,072	2,146	1.16
강원권	19	10,124	533	168	526	1,052	1.15
전 국	250	334,502	1,338	94	1,135	4,059	1.29

### 2.2.3. 조사구내 가구 포함확률 및 응답률 반영

○ 표본가구의 가중치는 조사구 최종가중치  $w_{hi}$ 에 조사구 내 가구 포함확률의 역수가 곱하여 정의됨.

- 표본설계에서 각 조사구 당 8개의 응답가구를 목표로 하지만, 이후 응답 및 접촉 저조로 인해 조사구 당 실제 응답가구수는 목표 응답가구수와 약간의 차이 존재
- 표본응답가구 기본가중치는 다음과 같이 정의

$$w_{hikq}^d = w_{hiq} \times \frac{M_{hi}}{m_{hi}} \quad (2-7)$$

- $w_{hikq}^d$ 는 조사구 설계가중치에 (a) 가구  $hik$ 가  $m_{hi}^d$ 개의 목표표본에 포함될 확률의 역수  $M_{hi}/m_{hi}^d$ 와 (b) 가구 무응답조정 가중치  $m_{hi}^d/m_{hi}$ 를 곱하여 계산됨. 위의 수식에서 생략되었던 계산과정을 표현하면 다음과 같음.

$$w_{hikq}^d = w_{hiq} \times \frac{M_{hi}}{m_{hi}^d} \times \frac{m_{hi}^d}{m_{hi}} = w_{hiq} \times \frac{M_{hi}}{m_{hi}} \quad (2-8)$$

○ 여기서  $w_{hiq}$ 는 위에서 계산한 조사구 설계가중치,  $M_{hi}$ 는 표본층  $h$  조사구  $i$  내의 총 가구수,  $m_{hi}$ 는 표본층  $h$  조사구  $i$  내 전체 응답가구수. 분할설문문항에 대한 분석의 경우,  $q = A$  또는  $B$ 이며, 공통문항의 경우,  $w_{hiq} = w_{hi}^d$  사용

- 위 계산을 이용하면, 위에서 정의된 표본응답가구 기본가중치는 다음과 같이 간단하게 표현 가능

$$w_{hikq}^d = \frac{M_{h+}}{n_{hq} m_{hi}} \quad (2-9)$$

## 2.2.4. 캘리브레이션 조정

- 마지막으로, 인구사회학적 보조정보를 이용하여 해당특성의 모집단 총합과 표본가중 총합이 같도록 일치시키는 캘리브레이션 조정을 통하여 표본응답가구 최종가중치를 산출함.
  - 캘리브레이션 조정은 다음과 같이 가구 무응답가중치에 인구사회학적 특성별로 반복적으로 조정하여 해당 특성별 가중총합이 모집단 총합과 일치할 수 있도록 하는 레이킹-비 조정 고려
  - 레이킹-비 조정을 위해 6개 권역 및 동·읍면지역 구분 사용
  - 레이킹-비 조정가중치는 보조정보 특성별로 반복적으로 벤치마킹하여 다음과 같이 정의

$$w_{hikq} = w_{hikq}^d \exp(\lambda' x_{hik}). \quad (2-10)$$

- 여기서  $x_{hik}$ 는 보조정보 특성을 나타내며,  $\lambda$ 는 특성별로 다음의 벤치마킹 조정을 만족케 하는 해(solution)를 나타냄.

$$\sum_{hik \in s_q} w_{hikq} x_{hik} = \sum_{hik \in U} x_{hik} \quad (2-11)$$

- 여기서  $U$ 는 모집단을 나타내며,  $s_q$ 는  $q$ 형 설문지를 받은 최종응답가구(공통문항의 경우 모든 응답가구)의 집합을 나타냄.
- 레이킹-비 조정은 표본종류(설문종류)별로 수행하여, A형 설문지만으로 추정되는 설문문항, B형 설문지만으로 추정되는 설문문항, 공통으로 추정되는 설문문항에 대해 가구 최종가중치를 각각 산출함.
- <표 2-9>는 표본응답가구에 대한 가중치 종류별 분포를 정리하고 있음.
  - 가중치 증가분  $L_w = 1 + cv_w^2$ 은 약 1.277~1.289임.

〈표 2-9〉 표본응답가구 가중치 종류별 분포

가중치	가구수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	$L_w$
기초-설문A	1,106	21,547,998	19,483	4,762	1,7069	59,543	1.289
기초-설문B	1,097	21,547,998	19,643	5,556	1,6749	43,200	1.289
기초-공동문항	2,203	21,547,998	9,781	2,381	8,535	23,817	1.281
최종-설문A	1,106	21,895,478	19,797	4,853	17,560	60,401	1.285
최종-설문B	1,097	21,895,478	19,959	5,662	17,146	43,668	1.284
최종-공동문항	2,203	21,895,478	9,939	2,426	8,679	24,161	1.277

○ 〈표 2-10〉~〈표 2-12〉는 권역별 가구 최종가중치 분포를 분할표본 A, 분할표본 B 및 전체표본에 대해 각각 정리하고 있음.

〈표 2-10〉 설문문항 A 표본의 권역별 응답가구 최종가중치 분포

권역	가구수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	$L_w$
수도권	354	10,849,058	30,647	15,430	32,439	60,401	1.14
충청권	159	2,444,245	15,373	5,806	14,985	27,157	1.11
호남권	162	2,443,273	15,082	10,507	15,337	20,545	1.05
대경권	151	2,182,646	14,455	9,484	14,226	26,787	1.05
동남권	190	3,296,614	17,351	11,441	18,480	24,162	1.05
강원권	90	679,642	7,552	4,853	8,492	8,500	1.03
전 국	1,106	21,895,478	19,797	4,853	17,560	60,401	1.28

〈표 2-11〉 설문문항 B 표본의 권역별 응답가구 최종가중치 분포

권역	가구수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	$L_w$
수도권	341	10,849,058	31,815	14,689	34,717	43,668	1.11
충청권	163	2,444,245	14,995	7,741	16,858	21,112	1.07
호남권	166	2,443,273	14,719	9,595	12,011	28,861	1.10
대경권	162	2,182,646	13,473	9,484	14,226	17,560	1.03
동남권	184	3,296,614	17,916	9,153	19,052	24,162	1.07
강원권	81	679,642	8,391	5,662	8,492	11,334	1.05
전 국	1,097	21,895,478	19,959	5,662	17,146	43,668	1.28



〈표 2-12〉 공통문항에 대한 권역별 응답가구 최중가중치 분포

권역	가구수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	$L_w$
수도권	695	10,849,058	15,610	7,344	17,359	24,161	1.12
충청권	322	2,444,245	7,591	2,903	8,104	10,863	1.08
호남권	328	2,443,273	7,449	4,797	7,337	12,827	1.07
대경권	313	2,182,646	6,973	4,742	7,113	13,394	1.04
동남권	374	3,296,614	8,814	4,577	10,080	12,081	1.06
강원권	171	679,642	3,975	2,426	4,246	4,857	1.04
전 국	2,203	21,895,478	9,939	2,426	8,679	24,161	1.28

### 3. 모수추정

#### 3.1. 모수추정 개요

- 본 조사의 조사대상은 가구수준의 주구입자로 해당 모수추정 및 자료분석이 가능함.<sup>10)</sup>
- 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 고려 없이 조사 자료를 분석한다면 추정량에 편향(bias)이 발생함은 물론 추정량의 정도(precision) 수준이 과소평가되어 자료분석의 통계적 유의성이 왜곡될 수 있음.
- 비가중추정량(unweighted estimator)은 일반적으로 편향(bias)을 갖게 됨.

$$\hat{Y}_u = M \times \left( \frac{1}{m} \sum_{hik \in s} y_{hik} \right) = M \bar{y}_u \quad (2-10)$$

<sup>10)</sup> 본 조사는 한국농촌경제연구원에서 주관하는 식품소비행태조사와 유사한 방식을 따르고 있어서, 4~6절의 표본추정, 분산추정, SAS 프로그램 예시는 해당 과제의 보고서(박인호 외 2인, 2018)를 기초로 작성함.

○ 이때,  $m$ 은 표본에 포함된 모든 가구수,  $M$ 은 모집단 내 총 가구수

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

$$bias(\hat{Y}_u) = \hat{Y}_u - \hat{Y} \quad (2-11)$$

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

$$mse(\hat{Y}_u) = v(\hat{Y}_u) + bias^2(\hat{Y}_u) \quad (2-12)$$

- 따라서 비가중추정량은 분산이 작더라도 편향이 크다면 평균제곱오차가 상당히 커질 수 있게 됨. 반면 표본가중치를 이용한 가중추정량  $\hat{Y}$ 는 불편추정량이기 때문에 평균제곱오차와 분산이 서로 같게 됨. 즉,  $mse(\hat{Y}) = v(\hat{Y})$

### 3.2. 총합 추정

○ 본 조사를 통해 얻게 되는 대부분의 모수는 총합추정량(total estimator)에 기초하여 산출됨. 특성치  $y$ 에 대한 총합추정량  $\hat{Y}$ 은 다음과 같이 나타낼 수 있음.

$$\hat{Y} = \sum_{h=1}^H \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{k=1}^{m_{hi}} w_{hik} y_{hik} \quad (2-13)$$

- 여기서  $w_{hik}$ 와  $y_{hik}$ 는 각각  $h$ 층  $i$ 번째 조사구내  $k$ 번째 표본응답 가구의 표본가중치와 조사값을 나타내며,  $H$ 는 총 표본층 수,  $n_h$ 는 표본층  $h$ 에 할당된 표본조사구 수,  $m_{hi}$ 는 조사구 내 표본응답 가구수

○ 조사단위별로 총합추정량이 계산되며, 가구 가중치와 조사값이 선택되어 사용되어야 함.

### 3.3. 영역총합 추정

- 가공식품 소비자태도조사를 권역별, 성별, 연령별 등의 세부 영역으로 나눈 통계를 구하는 것을 영역추정(domain estimation)이라 칭함.
- 영역 총합추정을 위해서는 식품소비자행태가 특정한 영역에 포함되는지의 여부를 나타내는 지시자(indicator)를 먼저 정의한 후 총합을 추정함.
  - 영역지시자와 새로운 변수를 다음과 같이 정의 가능

$$d_{hik} = I_{hik}(U_d) = \begin{cases} 1, & hik \in U_d \\ 0, & hik \notin U_d \end{cases} \quad (2-14)$$

$$y_{hik}^{(d)} = d_{hik} y_{hik} \quad (2-15)$$

- 여기서  $U_d (\subset U)$ 는 특정 세부영역  $d$
- 영역총합추정량(Domain total estimator)은 위의 변수로 정의되는 가중합 형태로 다음과 같이 추정

$$\hat{Y}^{(d)} = \sum_{h=1}^H \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{k=1}^{m_i} w_{hik} y_{hik}^{(d)} \quad (2-16)$$

### 3.4. 분산추정

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

$$v(\hat{Y}) = \sum_{h=1}^H v(\bar{y}_h) = \sum_{h=1}^H \frac{1-f_h}{n_h(n_h-1)} \sum_{i=1}^{n_h} (y_{hi} - \bar{y}_h)^2 = v(y_{hi}) \quad (2-17)$$

-  $y_{hi} = \sum_{k=1}^{m_{hi}} n_h w_{hik} y_{hik}$ 는 조사변수  $y$ 의 조사층 총합  $Y_h = \sum_{i=1}^{N_h} \sum_{k=1}^{M_{hi}} y_{hi}$ 의 불편추정량이고,  $f_h = n_h/N_h$ 는 조사층 내 표본추출률

- 본 조사의 경우, 층내 표본추출률  $f_h$ 은 매우 작아 위의 식에서 생략 가능

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

$$v(\hat{Y}^{(d)}) = v(y_{hi}^{(d)}) \quad (2-18)$$

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

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

$$cv(\hat{\theta}) = \sqrt{v(\hat{\theta})} / \hat{\theta} \quad (2-19)$$

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

## 4. 식품 구입 영수증 온라인 조사 소프트 할당

### ○ 식품 구입 영수증 조사 소프트 할당

- 소프트 할당은 대표성 확보의 차원에서 제시하는 기준
- <표 2-13>은 권역·가구주 연령·1인 가구 여부별 표본가구 할당
  - 통계청 「장래가구추계(2022년)」 통계 적용, KOSIS 내 가구주 연령 구분이 24세 이하로 하한값이 변경됨에 따라 19-30세 분류에 19세 미만 가구주도 일부 포함
- <표 2-14>는 가구주 연령대 및 소득구간별 표본가구 할당
  - 소득자료는 한국은행 「2021년 가계금융복지조사」 자료 사용, 가구주 연령 구분 중 60세 이상에 대해 75세 이상을 단순비로 조정
- <표 2-15>은 1인 가구의 소득구간별 표본가구 할당
  - 소득자료는 한국은행 「2021년 가계금융복지조사」 자료 사용, 1인 가구 수는 <표 2-13>에서 참고한 자료를 사용

<표 2-13> 권역·가구주 연령·1인 가구 여부별 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	
참고	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
총계	57	117	52	239	41	144	150	500	

〈표 2-14〉 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
합계	116	240	144	500

〈표 2-15〉 1인 가구의 소득구간별 가계부조사 표본가구 소프트할당

소득구간	가구수
1천만 원 미만	36
1천만 원 이상~3천만 원 미만	74
3천만 원 이상	40
총합계	150

○ 온라인조사 소프트 할당

- 소프트 할당은 대표성 확보의 차원에서 제시하는 기준
- 〈표 2-16〉은 가구당 월평균 소득구간별 주 구입자 소프트 할당
  - 한국농촌경제연구원(KREI)의 요청에 따라 소득자료는 통계청 「2021년 가계동향조사」를 사용
  - 전국 10분위 경제값을 바탕으로 보간법을 활용하여 소득구간에 대한 추정비율을 산출
  - 주의할 점은 〈표 2-14〉와 〈표 2-15〉는 한국은행 「2020년 가계금융복지조사」 자료에 기준
- 〈표 2-17〉은 가구원수별 표본가구 할당
  - 통계청 「장래가구추계(2022년)」 통계 적용, KOSIS 내 가구주 연령 구분이 24세 이하로 하한값이 변경됨에 따라 19-30세 분류에 19세 미만 가구주도 일부 포함
- 〈표 2-18〉은 가구주 연령대별 표본가구 할당
  - 통계청 「장래가구추계(2022년)」 통계 적용, KOSIS 내 가구주 연령 구분이 24세 이하로 하한값이 변경됨에 따라 19-30세 분류에 19세 미만 가구주도 일부 포함

〈표 2-16〉 가구소득구간별 주 구입자 표본가구 소프트 할당

구분	최소	기준	최대	추정비율
200만 원 미만	378	421	463	21.0
200~399만 원	544	604	665	30.2
400~599만 원	402	447	491	22.3
600만 원 이상	476	529	582	26.4
계		2,000		100

〈표 2-17〉 가구원수별 주구입자 표본가구 소프트 할당

구분		최소	기준	최대
1인	30대 이하	217	241	265
	40~50대	95	105	116
	60대 이상	151	168	185
	계	463	515	566
2인		529	588	647
3인		417	464	510
4인 이상		390	434	477
계			2,000	

〈표 2-18〉 가구주 연령대별 주 구입자 표본가구 소프트 할당

구분	최소	기준	최대
30대 이하	418	465	511
40대	400	444	488
50대	463	514	566
60대	397	441	485
70대 이상	122	136	149
합계		2,000	





# 3

## 조사 내용과 방법

### 1. 조사 구성 및 조사 문항

#### 1.1. 조사 기간

○ 본 조사는 1년 주기로 매년 조사되고 있으며, 2023년 조사에서는 주 구입자 대상 조사는 8월 10일부터 10월 10일까지, 일반소비자 대상 조사는 9월 15일부터 9월 22일까지 조사가 진행됨. 식품구입 영수증 조사는 6월 1일부터 7월 31일까지(응답자별 작성 기간 총 8주간) 진행하였음.

- 조사 주기: 1년

- 조사 기간

① 주 구입자 대상 조사 : 2023년 8월 10일~10월 10일

② 일반소비자 대상 조사 : 2023년 9월 15일~9월 22일

③ 식품구입 영수증 조사 : 2023년 6월 1일~7월 31일(응답자별 작성 기간: 8주)

## 1.2. 조사 대상

- 주 구입자 조사는 만 18세 이상에서 만 75세 미만인 식품 주 구입자(주부) 대상으로 진행하였으며, 일반 소비자 조사 및 식품 구입 영수증 조사는 만 19세 이상에서 만 75세 미만인 성인을 대상으로 함.

## 1.3. 조사 방법

- 본 조사는 식품 주 구입자의 경우 대면면접조사, 일반소비자 대상 조사는 온라인 패널조사 방식으로 진행되었음. 식품 구입 영수증 조사는 주구입자 500명의 영수증 기반 식품 구입정보를 분석함.
  - 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 소비자 태도조사에 대한 사전 교육

○ (주)엠브레인리서치 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 교육 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 내용들을 교육함(1회 교육시간은 3시간 내외).

- 면접원 교육은 (주)엠브레인리서치 본사 및 협력업체 사무소에서 조사에 참여하는 모든 면접원들을 대상으로 집체교육 실시
- 교육 이후에는 교육 내용에 대한 점검을 통해 주요 개념 및 유의사항 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	8월 2일(수) 오후 1시 ~ 3시	(주)엠브레인퍼블릭 본사
부산/경남권	8월 3일(목) 오후 1시 ~ 3시	부산 부전동 토즈모임센터
광주/전라권	8월 3일(목) 오후 1시 ~ 3시	광주 치평동 카네기비즈니스 센터
대구/경북권	8월 4일(금) 오후 1시 ~ 3시	대구 원대동 협력업체 본사
대전/충청권	8월 4일(금) 오후 1시 ~ 3시	대전 괴정동 토즈멤버십라운지

〈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 방문 횟수는 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 효율성 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 응답률 제고

#### ○ 조사 시행

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

#### ○ 완성

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

#### ○ 사례품 증정

- 조사에 협조해 준 주 구입자에게 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

- 2022년 응답가구 1,831명의 응답자의 연락처를 이용하여 사전에 전화 접촉하여 2023년 조사에 대해 설명하고 조사 협조 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

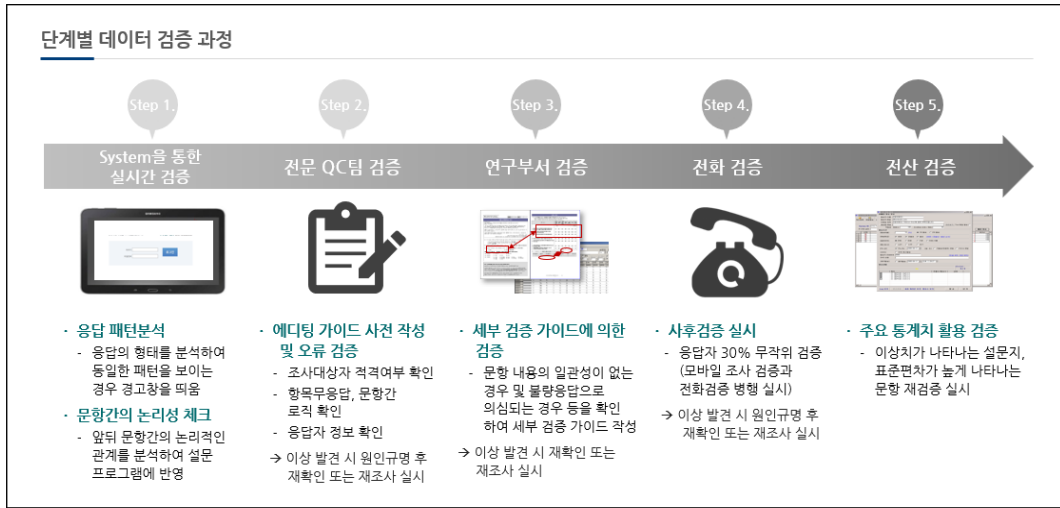
## 3. 자료 검증 및 데이터 처리

### 3.1. 자료 입력 및 검증

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

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

〈그림 3-1〉 주 구입자 및 일반소비자 대상 자료 검증 단계



### 3.2. 자료 처리 및 분석

○ 자료는 검증, 코딩, 자료 입력, 통계 처리 과정을 거침.

- 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, 이상값이 있는 설문지가 있다면 재조사하거나 불가피한 경우 오류 설문지 및 입력값을 삭제

○ 수집된 자료는 통계 프로그램을 활용하여 분석을 실시한 후 결과를 제시

## 4. 응답자 특성

### 4.1. 주 구입자 대상 가구 특성

○ 2023년도 주 구입자 대상 가공식품 소비자 태도조사는 2,203가구가 조사에 참여하고, 분석에 사용됨. 이 중에서, 전년도 동일가구(주소 기준)는 1,578가구임.

- 기존 가구(동일 응답자)는 1,426가구

〈표 3-3〉 주 구입자 대상 가구 특성

단위: 가구, %

구분		응답자 수(가구)	비중
전체		2,203	100.0
거주 지역	수도권	695	31.5
	충청권	322	14.6
	호남권	328	14.9
	대경권	313	14.2
	동남권	374	17.0
	강원권	171	7.8
행정구역	동	1,767	80.2
	읍면	436	19.8
가구원 수	1인	452	20.5
	2인	842	38.2
	3인	475	21.6
	4인 이상	434	19.7
가구주 성별	남성	1,676	76.1
	여성	527	23.9
가구주 연령대	20대	66	3.0
	30대	285	12.9
	40대	375	17.0
	50대	673	30.5
	60대 이상	804	36.5
가구주 최종학력	중졸 이하	148	6.7
	고졸	937	42.5
	전문대졸 이상	1,118	50.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	818	37.8
	서비스/판매직	712	32.9
	기계/농림어업/단순노무	551	25.5
	기타	84	3.9
가구소득	200만 원 미만	314	14.3
	200~400만 원 미만	678	30.8
	400~600만 원 미만	757	34.4
	600만 원 이상	454	20.6



## 4.2. 일반소비자 대상 가구 특성

○ 2023년도 일반소비자 대상 가공식품 소비자 태도조사는 2,338명이 조사에 참여하고, 분석에 사용됨.

〈표 3-4〉 일반소비자 대상 가구 특성

단위: 가구, %

구분		응답자 수	비중
전체		2,000	100.0
거주 지역	수도권	1,004	50.2
	충청권	224	11.2
	호남권	218	10.9
	대경권	193	9.7
	동남권	298	14.9
	강원권	63	3.2
가구원 수	1인	327	16.4
	2인	455	22.8
	3인	526	26.3
	4인 이상	692	34.6
성별	남성	1,058	52.9
	여성	942	47.1
연령대	20대	249	12.5
	30대	364	18.2
	40대	513	25.7
	50대	328	16.4
	60대 이상	546	27.3
최종학력	중졸 이하	455	22.8
	고졸	1,323	66.2
	전문대졸 이상	222	11.1
직업	관리/전문/사무직	1,089	54.5
	서비스/판매직	193	9.7
	기계/농림어업/단순노무	233	11.7
	주부	208	10.4
	학생	83	4.2
	기타	194	9.7
	가구 소득	200만 원 미만	160
200~400만 원 미만	597	29.9	
400~600만 원 미만	579	29.0	
600만 원 이상	664	33.2	

### 4.3. 식품 구입 영수증 조사 가구 특성

○ 주 구입자 500명의 8주간 식품 구입 영수증을 분석에 사용함.

〈표 3-5〉 식품 구입 영수증 조사 가구 특성

단위: 가구, %

구분		응답자 수(가구)	비중
전체		500	100.0
거주 지역	수도권	250	50.0
	충청권	61	12.2
	호남권	51	10.2
	대경권	48	9.6
	동남권	70	14.0
	강원권	20	4.0
가구원 수	1인	163	32.6
	2인 이상	337	67.4
가구주 연령대	30대 이하	130	26.0
	40~50대	231	46.2
	60대 이상	139	27.8
가구소득	3천만 원 미만	139	27.8
	3천만 원 이상~5천만 원 미만	107	21.4
	5천만 원 이상	254	50.8

# 4

## 가구 내 식품 주 구입자 대상 조사 결과

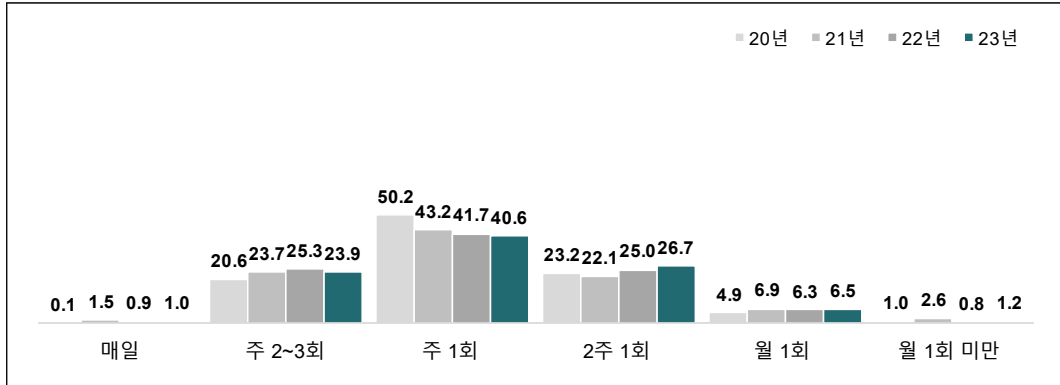
### 1. 가공식품 구매 및 소비 행태

#### 1.1. 평소 가공식품 구입 주기

- 가구 내 식품 주구입자를 대상으로 가구의 가공식품 구입 주기를 조사한 결과 가구의 40.6%가 '주 1회' 가공식품을 구입하는 것으로 조사되었으며, 다음으로 '2주 1회' 가공식품을 구입하는 가구가 26.7%를 차지함.
  - 거주 지역별로는 동남권, 강원권에서 '주 2~3회' 구입 주기가 다른 권역에 비해 상대적으로 높게 나타남.
  - 가구원 수가 많을수록 '주 2~3회' 구입 비율이 높게 나타남.
- 전년 대비 '주 1회' 구입과 '주 2~3회' 구입 비율이 감소하고 '2주 1회' 비율이 증가한 특징을 보임.

〈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		1.0	23.9	40.6	26.7	6.5	1.2
거주지역	수도권	0.7	17.9	40.4	31.9	8.4	0.8
	충청권	0.7	22.7	53.9	18.6	1.8	2.2
	호남권	0.0	26.4	33.8	29.9	6.2	3.7
	대경권	0.6	30.4	49.0	17.2	1.9	0.8
	동남권	2.7	36.7	32.9	21.1	6.2	0.4
	강원권	4.8	30.5	32.5	20.8	10.0	1.4
행정구역	동	1.1	24.0	39.1	27.7	6.9	1.2
	읍면	0.9	23.4	47.0	22.6	4.7	1.3
가구원수	1인 가구	1.3	19.0	41.5	26.8	9.2	2.2
	2인 가구	0.4	22.1	37.2	28.3	10.3	1.6
	3인 가구	1.1	25.4	43.2	28.1	1.3	0.8
	4인 이상 가구	1.7	29.9	43.1	22.3	2.9	0.1
가구주 성별	남	1.0	25.1	40.0	26.6	6.4	1.0
	여	1.1	19.6	43.0	27.1	7.1	2.1
가구주 연령	20대	4.6	38.3	48.0	7.2	1.9	0.0
	30대	0.6	19.5	41.2	27.2	10.6	1.0
	40대	0.9	20.9	44.4	31.2	2.6	0.2
	50대	1.5	31.2	39.6	24.6	2.8	0.3
	60대 이상	0.6	19.9	38.6	27.5	10.6	2.8
가구주 최종학력	중졸 이하	0.4	19.0	40.0	23.1	13.0	4.6
	고졸	0.8	24.9	39.4	25.4	7.5	2.0
	전문대졸 이상	1.3	23.6	41.7	28.2	5.1	0.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.7	23.7	41.2	27.4	5.4	0.7
	서비스/판매직	0.7	24.1	39.9	26.6	7.7	1.0
	기계/농림어업/단순노무	0.2	25.9	39.7	26.4	6.3	1.4
	기타	2.0	13.5	47.2	23.9	7.9	5.4

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만
월평균 가구소득	200만 원 미만	1.4	16.5	44.3	23.3	11.1	3.5
	200~400만 원 미만	1.1	26.7	38.6	24.4	7.8	1.5
	400~600만 원 미만	0.6	25.4	40.3	27.5	5.1	1.0
	600만 원 이상	1.4	22.0	41.6	30.4	4.6	0.1

## 1.2. 가공식품 구입 시 고려기준

○ 가공식품 구입 시 가장 고려하는 기준은 ‘맛’(27.4%)으로 확인됨. 다음으로, ‘가격’(19.6%), ‘품질’(16.5%), ‘안전성’(11.0%), ‘신선도’(9.5%), ‘영양’(7.1%), ‘구입의 편리성’(4.8%), ‘조리의 편리성’(4.0%)의 순으로 나타남.

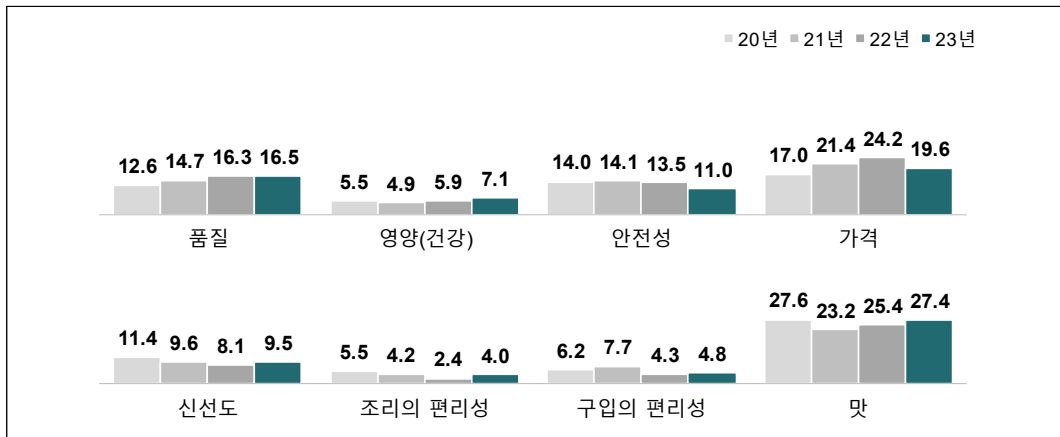
- 거주 지역에 따라 살펴보면, 충청권과 대경권을 제외한 모든 지역에서 ‘맛’이 가장 중요한 고려요인인 가운데, 충청권과 대경권의 경우 ‘맛’보다 ‘가격’이 더욱 중요한 고려요인으로 나타남.

- 가구원 수별로 살펴보면, 가구원 수가 적을수록 ‘맛’에 대한 응답이 높게 나타남.

○ ‘맛’이 가장 중요한 고려요인으로 전년의 25.4%에서 금년 27.4%로 상승한 반면 ‘가격’에 대한 응답이 4.6%p 감소한 19.6%로 나타남.

〈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		19.6	27.4	11.0	16.5	7.1	9.5	4.8	4.0
거주지역	수도권	17.8	28.0	10.6	18.5	8.3	10.8	4.4	1.8
	충청권	30.4	22.9	8.9	12.7	2.7	7.6	5.4	9.3
	호남권	17.5	25.8	17.0	12.6	7.7	6.8	6.2	6.4
	대경권	27.3	26.0	8.6	14.0	6.9	9.3	3.3	4.5
	동남권	13.1	30.9	11.4	18.2	6.0	9.9	5.5	5.1
	강원권	24.6	28.8	7.9	13.9	7.9	4.7	6.8	5.4
행정구역	동	19.1	27.9	11.1	16.3	7.8	9.3	5.1	3.4
	읍면	22.0	25.4	10.2	17.6	4.1	10.4	3.6	6.7
가구원수	1인 가구	24.8	28.6	9.0	14.3	7.7	6.8	5.1	3.7
	2인 가구	20.8	28.0	11.0	16.3	4.9	9.5	4.7	4.9
	3인 가구	14.5	26.6	13.5	16.8	8.8	11.5	5.3	3.0
	4인 이상 가구	18.3	26.3	9.8	18.8	8.7	9.9	4.4	3.8
가구주 성별	남	19.3	27.4	11.1	17.0	7.0	9.5	4.9	3.8
	여	20.9	27.7	10.5	15.0	7.3	9.4	4.5	4.8
가구주 연령	20대	22.6	30.4	8.6	11.9	4.1	8.1	10.0	4.3
	30대	13.9	29.1	8.7	20.6	8.0	10.0	5.6	4.0
	40대	19.0	26.4	11.4	17.3	7.8	10.1	4.5	3.4
	50대	19.7	26.0	12.1	15.3	7.7	10.0	4.9	4.2
	60대 이상	22.0	28.3	10.9	15.8	6.0	8.6	4.2	4.2
가구주 최종학력	중졸 이하	29.8	23.4	11.9	10.3	3.6	5.8	6.7	8.5
	고졸	21.5	29.2	9.4	16.0	6.3	9.8	4.0	3.7
	전문대졸 이상	17.1	26.5	12.0	17.6	8.1	9.7	5.3	3.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	18.2	25.7	11.3	18.5	8.1	8.9	5.6	3.8
	서비스/판매직	19.2	30.4	10.3	15.9	6.6	10.5	3.3	3.7
	기계/농림어업/단순노무	22.0	26.3	11.5	15.2	6.6	9.4	5.0	4.1
	기타	24.6	28.5	9.7	11.3	4.9	8.0	7.1	6.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	28.5	28.7	8.7	12.8	3.8	6.8	4.8	5.8
	200~400만 원 미만	21.2	27.7	10.1	17.0	6.9	9.0	4.9	3.2
	400~600만 원 미만	18.3	27.3	11.5	17.0	8.2	9.6	3.6	4.6
	600만 원 이상	14.9	26.7	12.5	17.3	7.5	11.4	6.5	3.2

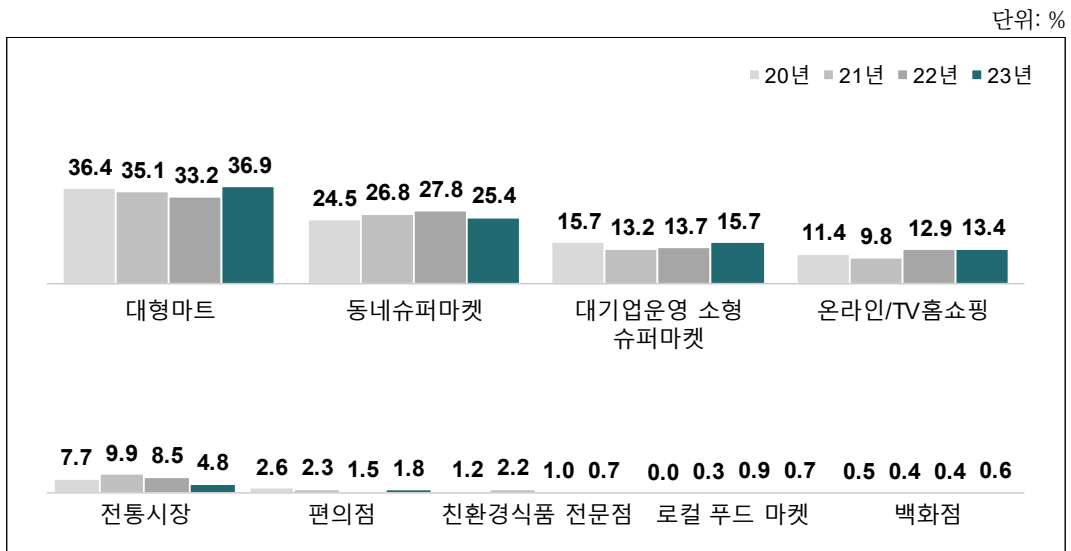
### 1.3. 가공식품 주 구입처

○ 가공식품을 주로 구입하는 장소는 ‘대형마트’가 36.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(25.4%), ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(15.7%), ‘온라인 쇼핑몰’(12.6%) 등의 순으로 나타남.

- 거주지역별로, 호남권과 강원권을 제외한 모든 지역에서 ‘대형마트’에서 주로 구입한다는 응답이 높게 나타난 가운데, 호남권과 강원권의 경우 ‘동네 슈퍼마켓’에서 주로 구입한다는 응답이 높게 나타남.
- 가구원수별로 1인 가구에서는 ‘동네 슈퍼마켓’, 2인 이상 가구는 ‘대형 마트’ 구입이 높은 경향을 보임.

○ 전년 대비 ‘대형마트’의 비중은 높아지고, ‘동네 슈퍼마켓’의 비중은 낮아짐.

〈그림 4-3〉 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 4-3〉 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)

단위: %

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓
전체		25.4	15.7	36.9	4.8	0.6	0.7	12.6	0.8	1.8	0.7
거주지역	수도권	20.4	20.0	36.6	1.5	0.7	0.8	17.8	0.8	1.2	0.2
	충청권	25.5	14.1	35.9	6.2	0.0	0.3	12.7	0.1	4.6	0.6
	호남권	40.8	13.0	28.6	9.5	0.7	0.2	1.3	0.4	0.9	4.6
	대경권	24.2	9.2	45.2	9.3	0.6	1.5	7.5	1.2	1.4	0.0
	동남권	28.4	11.3	41.8	8.1	0.3	0.4	6.0	0.9	2.6	0.3
	강원권	40.6	5.2	24.7	5.7	0.3	0.6	18.6	1.7	2.3	0.3
행정구역	동	25.2	17.5	35.2	3.6	0.6	0.6	13.9	0.7	2.0	0.7
	읍면	26.4	8.3	44.0	10.0	0.4	0.8	7.2	1.0	1.1	0.9
가구원수	1인 가구	29.6	11.4	23.7	6.1	0.0	0.5	20.6	0.1	7.5	0.4
	2인 가구	30.9	15.8	34.4	6.6	0.5	0.6	8.6	0.6	0.9	1.1
	3인 가구	19.0	19.2	44.4	2.0	0.9	1.0	11.6	1.2	0.1	0.7
	4인 이상 가구	18.9	15.7	45.2	3.5	0.9	0.7	13.5	1.1	0.1	0.3
가구주 성별	남	24.3	16.5	38.7	4.3	0.7	0.7	11.6	0.9	1.6	0.8
	여	29.6	13.1	30.4	6.7	0.1	0.5	16.2	0.3	2.7	0.5
가구주 연령	20대	24.3	7.8	16.8	1.6	1.2	0.0	24.7	0.7	21.7	1.2
	30대	13.1	10.2	30.8	1.1	0.7	0.9	37.0	0.7	4.9	0.6
	40대	13.9	18.2	41.5	1.7	0.6	0.8	21.4	0.6	1.2	0.2
	50대	26.1	16.9	42.8	4.0	0.5	0.8	6.6	1.4	0.5	0.4
	60대 이상	36.5	16.2	33.2	9.0	0.5	0.4	1.9	0.3	0.5	1.4
가구주 최종학력	중졸 이하	37.3	4.0	33.6	22.3	0.4	0.2	1.2	0.6	0.2	0.2
	고졸	35.0	17.4	33.3	5.7	0.4	0.8	5.2	0.4	1.0	0.9
	전문대졸 이상	16.8	15.7	40.0	2.3	0.7	0.6	19.6	1.1	2.6	0.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	15.4	16.7	39.1	1.4	0.8	0.7	21.4	1.2	2.7	0.6
	서비스/판매직	29.6	14.7	37.8	4.9	0.5	0.7	9.4	0.3	1.4	0.7
	기계/농림어업/단순노무	35.2	16.1	33.0	8.9	0.2	0.5	3.9	0.5	0.8	0.9
	기타	39.1	9.0	31.5	14.6	0.0	0.8	0.9	0.5	3.7	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	38.9	11.5	29.4	12.8	0.1	0.5	3.2	0.4	2.1	1.2
	200~400만 원 미만	30.3	16.0	31.4	4.8	0.5	0.7	11.9	0.4	3.3	0.7
	400~600만 원 미만	22.6	16.2	41.1	4.1	0.7	0.6	12.0	0.7	1.4	0.7
	600만 원 이상	16.3	16.9	41.6	1.8	0.7	0.9	19.4	1.5	0.4	0.5

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.



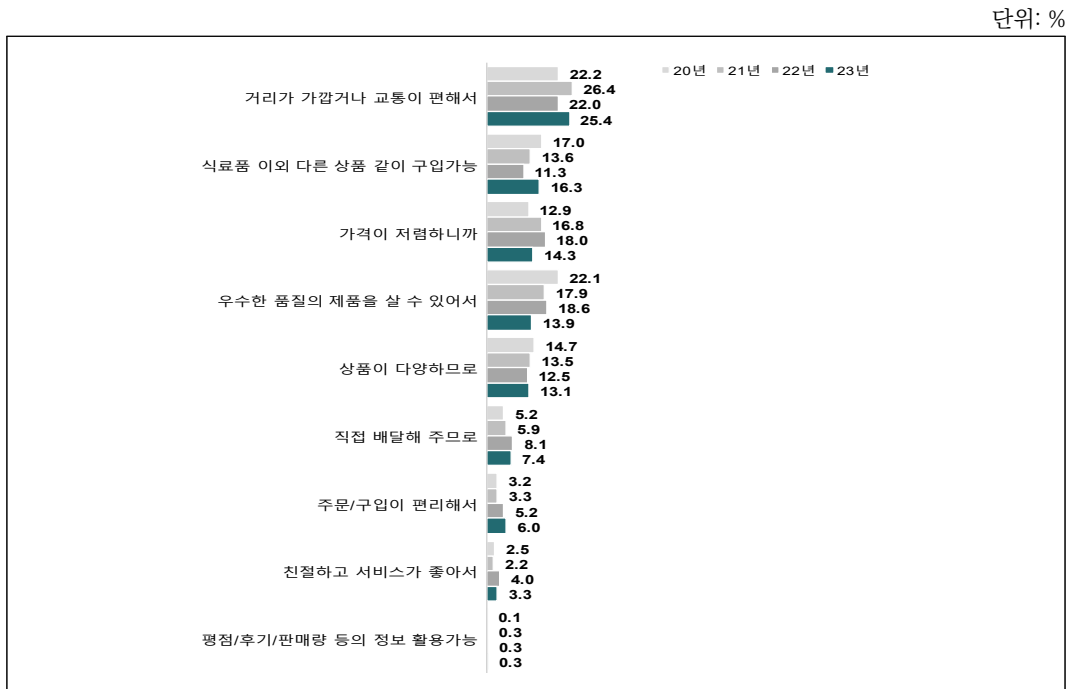
## 1.4. 가공식품 주 구입처 구입 이유

○ 해당 구입처를 주로 이용하는 이유로는 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’가 25.4%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘식료품 이외 다른 상품 같이 구입 가능’(16.3%), ‘가격이 저렴하니깐’(14.3%), ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’(13.9%), ‘상품이 다양하므로’(13.1%) 등의 순으로 나타남.

- 거주지역별로 살펴보면, 호남권에서 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’의 응답이 다른 지역보다 상대적으로 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’의 응답 비중이 높아진 반면, ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’와 ‘가격이 저렴하니깐’과 같은 실용적 이유들의 중요성이 상대적으로 낮아진 것을 알 수 있음.

〈그림 4-4〉 가공식품 주 구입처 구입이유(1+2 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 4-4〉 가공식품 주 구입처 구입이유(1+2 가중평균)

단위: %

구분		우수한 품질의 제품을 살 수 있어서	가격이 저렴 하니까	거리가 가깝거나 교통이 편해서	직접 배달해 주므로	식료품 이외 다른 상품 같이 구입가능	상품이 다양 하므로	친절하고 서비스가 좋아서	주문/구입이 편리 해서	평점/후기/판매량 등의 정보 활용가능
전체		13.9	14.3	25.4	7.4	16.3	13.1	3.3	6.0	0.3
거주지역	수도권	13.3	11.5	23.3	9.5	18.0	11.8	3.4	8.8	0.4
	충청권	13.4	16.9	21.3	6.2	16.2	15.2	3.7	6.0	1.0
	호남권	24.0	17.8	25.6	4.0	12.9	12.8	1.3	1.5	0.0
	대경권	13.0	20.2	29.3	4.5	13.8	13.1	3.1	3.0	0.0
	동남권	11.0	15.4	29.4	4.9	15.6	17.3	4.2	2.0	0.1
행정구역	강원권	5.3	13.2	39.6	11.5	13.4	6.8	3.3	6.1	0.8
	동	13.1	13.9	25.7	8.3	15.7	13.0	3.3	6.6	0.4
가구원수	읍면	17.2	15.8	24.0	3.6	19.0	13.6	3.3	3.3	0.1
	1인 가구	13.5	16.2	28.7	8.5	10.5	8.5	2.9	10.4	0.7
가구주 성별	2인 가구	12.2	14.9	28.9	6.6	16.1	12.7	2.9	5.6	0.1
	3인 가구	16.1	11.2	21.8	8.1	18.9	15.3	3.2	4.7	0.5
	4인 이상 가구	14.8	14.8	19.7	7.1	19.2	15.7	4.5	4.0	0.2
가구주 연령	남	13.7	13.8	25.1	7.1	17.2	13.9	3.5	5.5	0.3
	여	14.4	16.1	26.4	8.4	13.2	10.4	2.7	7.9	0.5
	20대	7.0	13.1	27.5	8.4	13.8	12.1	4.1	12.4	1.6
	30대	13.0	13.0	15.7	14.9	13.8	10.0	2.2	16.7	0.7
	40대	13.2	12.2	19.5	10.6	18.4	14.4	3.3	7.6	0.8
가구주 최종학력	50대	16.7	14.7	23.7	4.6	17.8	15.0	3.6	3.8	0.1
	60대 이상	12.7	15.7	33.9	4.9	15.1	12.1	3.4	2.1	0.1
	중졸 이하	12.4	18.6	39.0	4.2	11.0	10.0	2.5	2.2	0.0
가구주 직업	고졸	14.2	15.1	32.1	5.7	13.3	12.3	3.6	3.4	0.3
	전문대졸 이상	13.8	13.2	18.7	9.0	19.2	14.0	3.1	8.4	0.4
	관리/전문/사무직	14.2	13.1	18.0	10.7	18.3	12.4	3.3	9.5	0.6
	서비스/판매직	14.5	14.2	29.3	5.7	17.5	12.2	2.5	3.9	0.2
월평균 가구소득	기계/농림어업/단순노무	13.7	15.1	30.7	5.0	12.5	15.2	4.2	3.5	0.2
	기타	8.5	23.4	36.8	2.0	8.0	15.0	4.0	2.3	0.0
	200만 원 미만	11.2	19.1	40.0	2.7	11.4	10.5	2.8	2.0	0.1
	200~400만 원 미만	13.4	14.8	29.8	6.7	14.9	10.6	2.6	6.9	0.4
월평균 가구소득	400~600만 원 미만	15.8	13.5	23.4	8.0	16.4	13.5	4.1	5.1	0.3
	600만 원 이상	13.2	12.3	14.9	9.9	20.5	17.0	3.3	8.4	0.5

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

### 1.5. 지출액 기준 구입 많은 품목군

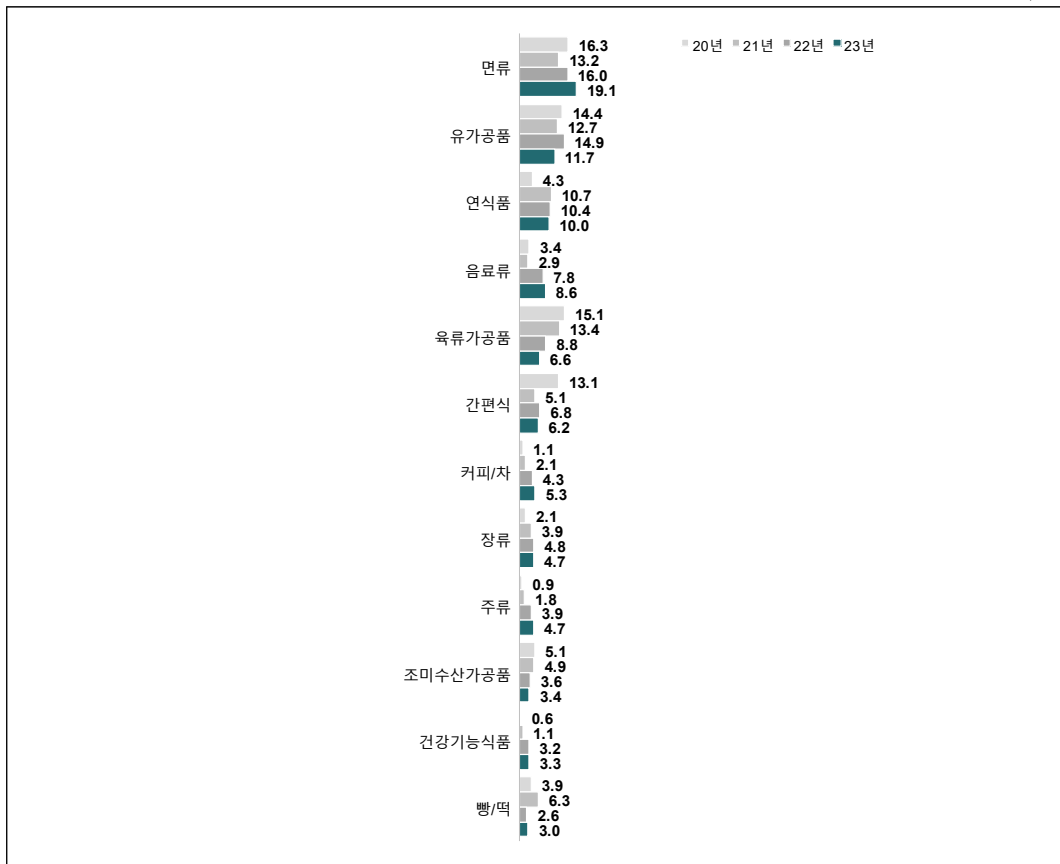
○ 지출액 기준으로 가장 구입을 많이 하는 품목은 '면류'(19.1%), '유가공품'(11.7%)이며, 다음으로 '연식품'(10.0%), '음료류'(8.6%) 등의 순으로 나타남.

- 가구원 수에 따라 살펴보면, '면류'의 경우 모든 가구에서 소비가 가장 높게 나타났으며, 그 중 '유가공품'의 구입비율은 3인 이상 가구에서 상대적으로 높게 나타남.

○ 전년 대비 '면류'와 '음료류'의 구입 비중은 높아진 반면, '유가공품'과 '육류가공품'의 구입 비중은 하락함.

〈그림 4-5〉 지출액 기준 구입 많은 품목군

단위: %



\* 상위 12개만 제시

〈표 4-5〉 지출액 기준 구입 많은 품목군

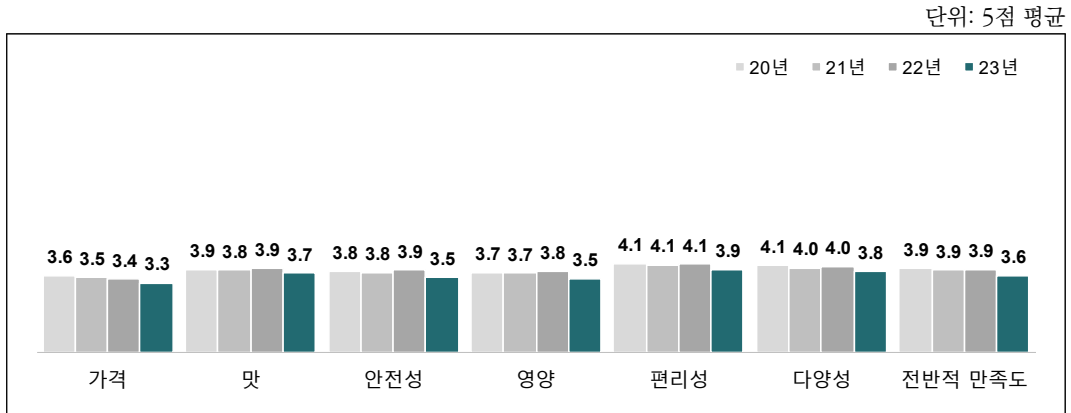
단위: %

	전체	가구원수			
		1인 가구	2인 가구	3인 가구	4인 가구 이상
육류가공품	6.6	5.7	3.6	8.6	10.6
알가공품	1.7	2.5	2.0	1.2	0.9
조미수산가공품	3.4	1.9	3.0	3.7	4.9
염건수산가공품	1.7	1.4	2.1	1.2	2.0
김치및절임류	1.1	1.1	1.2	0.9	1.1
과일채소가공품	0.5	0.6	0.4	0.5	0.3
장류	4.7	2.8	6.8	4.5	3.0
조미식품	2.4	1.7	2.8	2.2	2.6
유지류	2.4	1.0	3.6	1.9	2.0
유가공품	11.7	11.8	9.9	13.0	13.6
빵/떡	3.0	2.3	2.3	4.1	3.8
과자	1.7	1.2	1.6	1.6	2.4
면류	19.1	21.9	17.9	18.2	19.7
연식품	10.0	8.0	12.5	9.4	8.2
곡물가공품	1.9	1.5	1.9	2.1	2.1
커피/차	5.3	6.3	6.8	3.6	3.4
음료류	8.6	10.4	7.4	8.9	8.6
주류	4.7	5.6	5.4	4.8	2.3
간편식	6.2	9.5	4.7	5.9	6.1
건강기능식품	3.3	2.8	3.9	3.9	2.4

## 1.6. 지출액 규모가 큰 가공식품 요소별 만족도

- 가공식품에 대한 전반적 만족도는 3.60점으로 전년 3.89점보다 하락하였으며, 모든 요소에서 전년 대비 하락함.
  - ‘가격’에 대한 만족도는 ’20년도 이후 지속적으로 하락하여 물가 상승에 대한 소비자의 체감을 반영하는 것을 알 수 있음.
  - 강원권의 경우 전반적 만족도 3.18점으로 다른 지역과 비교하여 상대적으로 낮은 만족도를 보임.
- 요소별 만족도 중 ‘편리성’이 3.90점으로 가장 높으며, 그 다음으로 ‘다양성’(3.79점), ‘맛’(3.71점), ‘안전성’(3.52점) 등의 순으로 나타남.
  - 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘편리성’에 대한 만족도가 가장 높게 나타남.

〈그림 4-6〉 지출액 규모가 큰 가공식품 요소별 만족도



〈표 4-6〉 지출액 규모가 큰 가공식품 요소별 만족도

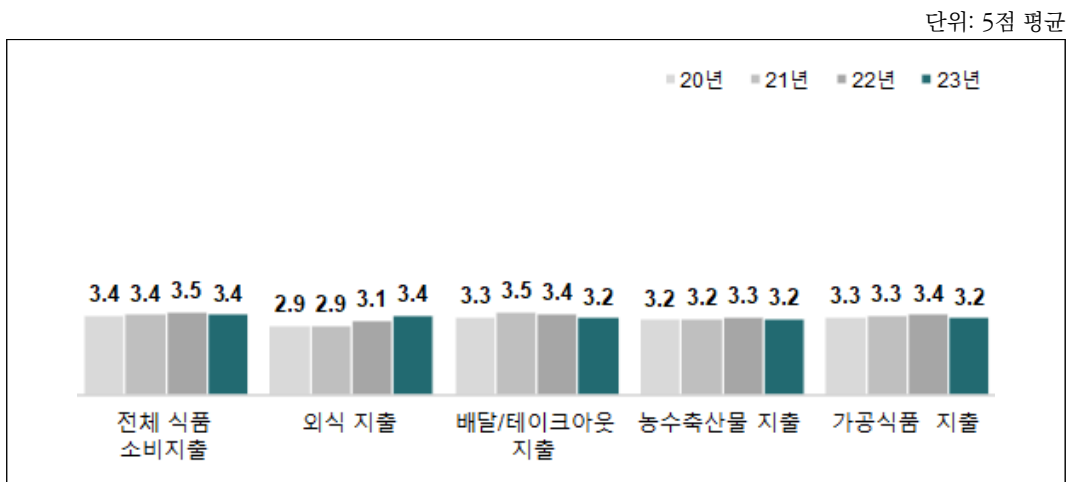
단위: 5점 평균

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
전체		3.27	3.71	3.52	3.47	3.90	3.79	3.60
거주지역	수도권	3.24	3.62	3.36	3.34	3.77	3.66	3.44
	충청권	3.26	3.73	3.68	3.64	4.01	3.95	3.85
	호남권	3.40	3.79	3.69	3.67	3.99	3.94	3.72
	대경권	3.18	3.85	3.74	3.57	4.09	3.97	3.72
	동남권	3.35	3.89	3.75	3.61	4.12	3.97	3.86
	강원권	3.26	3.42	3.16	3.10	3.45	3.32	3.18
행정구역	동	3.28	3.69	3.52	3.46	3.88	3.78	3.59
	읍면	3.22	3.79	3.55	3.48	3.95	3.84	3.67
가구원수	1인 가구	3.32	3.69	3.50	3.46	3.86	3.74	3.56
	2인 가구	3.26	3.72	3.54	3.44	3.86	3.74	3.59
	3인 가구	3.28	3.72	3.50	3.47	3.93	3.85	3.64
	4인 이상 가구	3.24	3.70	3.54	3.52	3.97	3.86	3.63
가구주 성별	남	3.27	3.70	3.52	3.46	3.89	3.79	3.60
	여	3.28	3.73	3.54	3.50	3.93	3.80	3.61
가구주 연령	20대	3.48	3.80	3.80	3.59	4.05	3.87	3.76
	30대	3.29	3.72	3.41	3.38	3.92	3.73	3.53
	40대	3.27	3.72	3.46	3.42	3.92	3.84	3.60
	50대	3.28	3.76	3.60	3.55	3.94	3.87	3.66
	60대 이상	3.25	3.65	3.51	3.45	3.82	3.72	3.57
가구주 최종학력	중졸 이하	3.30	3.79	3.60	3.58	3.93	3.73	3.65
	고졸	3.26	3.68	3.55	3.49	3.85	3.78	3.63
	전문대졸 이상	3.28	3.72	3.50	3.44	3.93	3.81	3.57
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.28	3.72	3.49	3.44	3.91	3.80	3.59
	서비스/판매직	3.30	3.67	3.50	3.44	3.85	3.72	3.55
	기계/농림어업/단순노무	3.24	3.74	3.62	3.54	3.94	3.88	3.70
	기타	3.08	3.65	3.50	3.56	3.84	3.77	3.61
월평균 가구소득	200만 원 미만	3.20	3.61	3.45	3.43	3.76	3.62	3.51
	200~400만 원 미만	3.27	3.70	3.55	3.44	3.87	3.80	3.60
	400~600만 원 미만	3.25	3.73	3.53	3.50	3.95	3.82	3.62
	600만 원 이상	3.34	3.75	3.51	3.47	3.94	3.84	3.63

## 1.7. 최근 1년 식품 지출 변화

- 최근 1년 동안 ‘전체 식품 소비 지출’ 수준은 전년 대비 소폭 감소한 것으로 나타남.
  - 거주 지역에 따라 살펴보면, 대경권의 경우 모든 지출 항목에서 증가했다는 응답이 상대적으로 높은 것으로 나타남.
  - 가구원 수에 따라 살펴보면, 3인 가구, 4인 이상 가구에서 ‘전체 식품 소비 지출’이 2인 이하 가구 대비 증가한 것으로 나타남.
- ‘외식 지출’은 전년에 이어 상승 추세를 보였으며, ‘배달/테이크 아웃 지출’의 경우 ‘외식’과 상반되어 감소 추세를 보임.
- ‘농수축산물 지출’과 ‘가공식품 지출’ 모두 지속 상승 추세에서 감소로 전환됨.

〈그림 4-7〉 최근 1년 식품 지출 변화



〈표 4-7〉 최근 1년 식품 지출 변화

단위: 5점 평균

구분		소득	전체 식품 소비 지출	외식 지출	배달/ 테이크아웃 지출	농수축산물 지출	가공식품 지출
전체		3.11	3.37	3.35	3.23	3.22	3.23
거주지역	수도권	3.18	3.38	3.42	3.26	3.19	3.21
	충청권	3.02	3.16	3.16	3.07	3.08	3.05
	호남권	3.12	3.40	3.20	3.19	3.29	3.24
	대경권	3.07	3.58	3.47	3.28	3.48	3.43
	동남권	2.97	3.32	3.30	3.25	3.20	3.28
	강원권	3.11	3.37	3.37	3.22	3.15	3.24
행정구역	동	3.12	3.38	3.37	3.27	3.24	3.24
	읍면	3.08	3.33	3.29	3.08	3.13	3.17
가구원수	1인 가구	3.05	3.31	3.32	3.21	3.11	3.20
	2인 가구	3.08	3.31	3.30	3.22	3.24	3.21
	3인 가구	3.15	3.41	3.41	3.21	3.20	3.26
	4인 이상 가구	3.17	3.48	3.43	3.30	3.28	3.24
가구주 성별	남	3.13	3.39	3.38	3.24	3.24	3.23
	여	3.03	3.30	3.28	3.19	3.15	3.20
가구주 연령	20대	3.21	3.28	3.45	3.27	3.15	3.38
	30대	3.25	3.40	3.55	3.43	3.15	3.25
	40대	3.19	3.49	3.47	3.35	3.21	3.28
	50대	3.10	3.40	3.37	3.22	3.25	3.23
	60대 이상	3.01	3.27	3.19	3.10	3.22	3.17
가구주 최종학력	중졸 이하	2.94	3.26	3.06	2.96	3.34	3.20
	고졸	3.04	3.32	3.25	3.15	3.22	3.18
	전문대졸 이상	3.18	3.42	3.46	3.32	3.19	3.27
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.20	3.43	3.50	3.38	3.20	3.22
	서비스/판매직	3.07	3.35	3.30	3.20	3.22	3.23
	기계/농림어업/단순노무	3.04	3.34	3.22	3.05	3.25	3.25
	기타	2.96	3.14	3.11	3.15	3.12	3.23
월평균 가구소득	200만 원 미만	2.97	3.26	3.14	3.05	3.19	3.16
	200~400만 원 미만	3.09	3.35	3.30	3.19	3.21	3.24
	400~600만 원 미만	3.09	3.36	3.38	3.24	3.20	3.20
	600만 원 이상	3.24	3.47	3.49	3.38	3.25	3.29

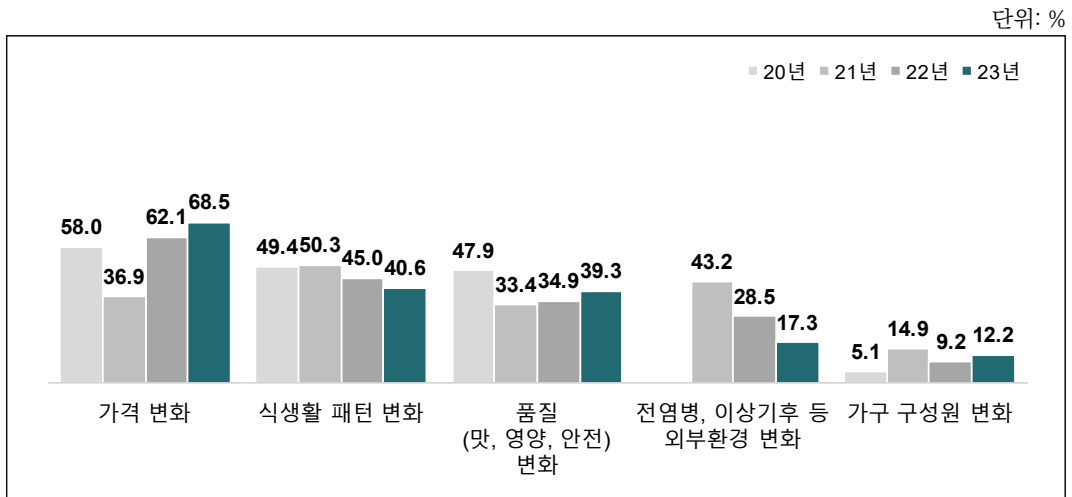


## 1.8. 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인

○ 최근 1년 가공식품 지출이 변화한 주요 원인으로 ‘가격 변화’(68.5%)가 가장 많았으며, 다음으로 ‘식생활 패턴 변화’(40.6%), ‘품질’(39.3%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라, 충청권은 ‘식생활 패턴 변화’가 가장 높게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 1인 가구는 ‘가격 변화’, 2인 이상 가구의 경우 ‘식생활 패턴 변화’에 대한 응답이 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 4-8〉 최근 1년 가공식품 지출 변화원인



〈표 4-8〉 최근 1년 가공식품 지출 변화원인

단위: %

구분		가격 변화	품질 (맛, 영양, 안전) 변화	식생활 패턴 변화	가구 구성원 변화	전염병, 이상 기후 등 외부 환경 변화
전체		68.5	39.3	40.6	12.2	17.3
거주지역	수도권	68.9	37.1	39.4	10.3	25.3
	충청권	33.8	51.6	61.2	13.5	2.9
	호남권	67.7	67.2	35.6	12.1	1.8
	대경권	83.4	14.9	16.4	5.1	19.2
	동남권	68.0	40.3	59.7	22.4	5.0
	강원권	86.6	39.9	20.3	7.4	67.9
행정구역	동	67.9	42.3	38.9	12.6	18.3
	읍면	71.3	26.1	48.3	10.5	12.5
가구원수	1인 가구	66.9	35.2	36.8	9.7	20.1
	2인 가구	69.8	41.9	40.1	12.2	13.7
	3인 가구	66.2	37.0	44.2	12.9	20.5
	4인 이상 가구	70.3	40.9	40.1	13.1	16.8
가구주 성별	남	69.2	39.0	40.6	12.2	17.4
	여	65.9	40.6	40.8	12.3	16.7
가구주 연령	20대	65.8	47.1	49.0	15.4	10.6
	30대	65.6	40.5	35.6	12.7	25.8
	40대	70.5	34.7	38.8	10.4	25.1
	50대	64.4	41.1	45.7	14.6	11.7
	60대 이상	72.9	39.5	37.8	10.6	14.8
가구주 최종학력	중졸 이하	77.2	26.6	24.6	8.2	22.5
	고졸	69.1	36.9	42.7	11.6	14.6
	전문대졸 이상	67.6	41.7	40.3	12.9	18.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	68.8	44.0	39.1	11.9	21.8
	서비스/판매직	69.9	34.8	38.5	11.2	18.1
	기계/농림어업/단순노무	64.5	39.2	46.6	15.1	9.8
	기타	78.7	21.5	38.7	5.0	10.5
월평균 가구소득	200만 원 미만	73.2	34.8	32.5	5.2	15.3
	200~400만 원 미만	70.6	35.9	45.3	10.2	16.3
	400~600만 원 미만	69.6	44.5	44.3	15.6	8.6
	600만 원 이상	63.0	37.4	32.3	12.1	31.8

### 1.9. 향후 1년간 가공식품 지출 변화

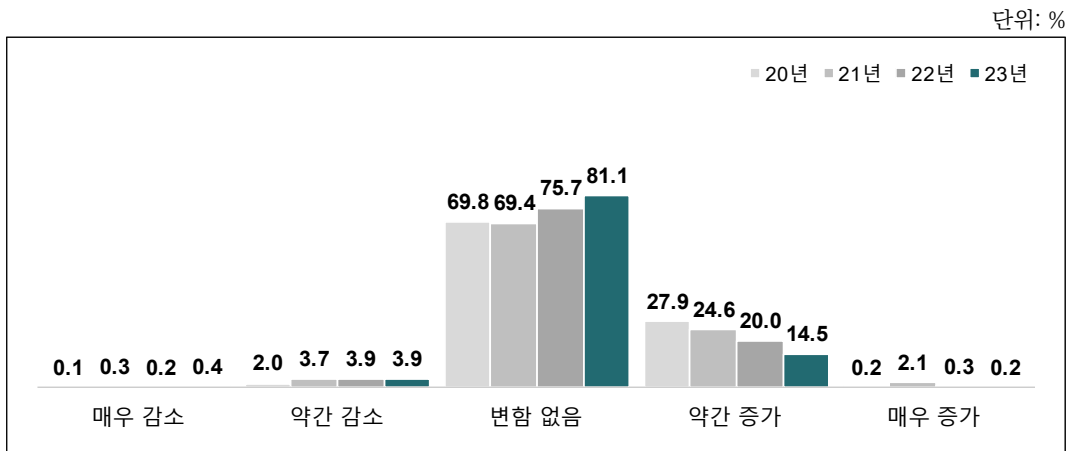
○ 향후 1년간 가공식품 지출 변화에 대하여 ‘변화 없음’이 81.1%로 나타났고, 증가 14.7% (매우 증가 0.2% + 약간 증가 14.5%)로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 강원권이 5점 평균 기준 3.25점으로 가장 높았으며, 충청권과 호남권은 각각 3.02점으로 타지역 대비 낮게 나타남.

- 가구주 연령에 따라 살펴보면, 20대에서 3.24점으로 가장 높고, 60대 이상에서 3.05점으로 가장 낮음.

○ 향후 변화가 없을 것이라는 의견은 전년에 이어 큰 폭으로 증가함.

〈그림 4-9〉 향후 1년간 가공식품 지출 변화



〈표 4-9〉 향후 1년간 가공식품 지출 변화

단위: %, 5점 평균

구분		매우 감소 (1)	약간 감소 (2)	변함 없음 (3)	약간 증가 (4)	매우 증가 (5)	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균
전체		0.4	3.9	81.1	14.5	0.2	14.7	81.1	4.3	3.10
거주지역	수도권	0.4	4.3	80.4	14.8	0.2	14.9	80.4	4.7	3.10
	충청권	0.2	5.9	85.9	8.0	0.0	8.0	85.9	6.1	3.02
	호남권	1.3	4.6	84.5	9.6	0.0	9.6	84.5	5.9	3.02
	대경권	0.0	2.9	78.2	18.5	0.3	18.9	78.2	2.9	3.16
	동남권	0.0	1.7	81.0	17.0	0.3	17.3	81.0	1.7	3.16
	강원권	0.0	1.5	72.4	26.1	0.0	26.1	72.4	1.5	3.25
행정구역	동	0.3	4.4	79.6	15.4	0.2	15.6	79.6	4.7	3.11
	읍면	0.6	1.7	87.2	10.6	0.0	10.6	87.2	2.3	3.08
가구원수	1인 가구	0.1	2.5	82.3	14.9	0.2	15.1	82.3	2.6	3.13
	2인 가구	0.8	3.5	82.8	12.9	0.0	12.9	82.8	4.3	3.08
	3인 가구	0.2	5.6	78.4	15.2	0.6	15.8	78.4	5.8	3.10
	4인 이상 가구	0.1	3.9	79.8	16.2	0.0	16.2	79.8	4.0	3.12
가구주 성별	남	0.4	4.0	80.9	14.4	0.2	14.7	80.9	4.4	3.10
	여	0.3	3.3	81.7	14.7	0.0	14.7	81.7	3.6	3.11
가구주 연령	20대	0.0	0.0	75.6	24.4	0.0	24.4	75.6	0.0	3.24
	30대	0.0	1.4	81.2	17.4	0.0	17.4	81.2	1.4	3.16
	40대	0.7	3.7	80.4	14.7	0.5	15.2	80.4	4.3	3.11
	50대	0.0	5.1	78.4	16.2	0.3	16.5	78.4	5.1	3.12
	60대 이상	0.7	4.3	84.0	10.9	0.0	10.9	84.0	5.0	3.05
가구주 최종학력	중졸 이하	0.5	1.3	89.6	8.7	0.0	8.7	89.6	1.8	3.06
	고졸	0.8	4.6	82.7	11.7	0.2	11.9	82.7	5.4	3.06
	전문대졸 이상	0.0	3.6	78.9	17.3	0.2	17.4	78.9	3.6	3.14
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.3	4.1	79.5	15.8	0.2	16.1	79.5	4.4	3.12
	서비스/판매직	0.4	2.9	82.8	13.8	0.0	13.8	82.8	3.3	3.10
	기계/농림어업/단순노무	0.5	5.0	79.8	14.4	0.3	14.7	79.8	5.5	3.09
	기타	0.0	2.8	86.4	10.8	0.0	10.8	86.4	2.8	3.08
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.2	2.3	87.0	10.1	0.3	10.5	87.0	2.5	3.08
	200~400만 원 미만	0.5	3.6	80.4	15.5	0.0	15.5	80.4	4.1	3.11
	400~600만 원 미만	0.6	4.6	81.5	13.3	0.0	13.3	81.5	5.2	3.08
	600만 원 이상	0.0	4.1	78.2	17.2	0.5	17.7	78.2	4.1	3.14

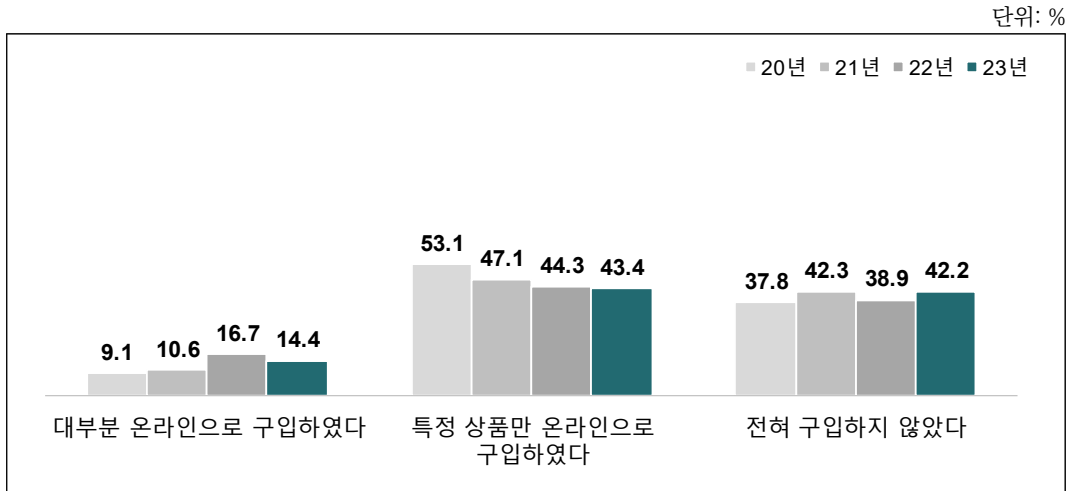
### 1.10. 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부

○ 최근 1년간 온라인을 통한 가공식품 구입 경험은 57.8%로 과반 이상이 온라인을 통해 가공식품을 구입해 본 것으로 나타남.

○ 이 중 ‘대부분 온라인 구입’은 14.4%로 전년 대비 소폭 하락한 것으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 수도권과 충청권, 동남권을 제외한 타지역의 경우 온라인 구입 경험이 과반 이하로 나타났으며, 수도권의 경우 상대적으로 높은 63.9%가 온라인으로 가공식품을 구입해 본 것으로 나타남.
- 가구원 수에 따라, 2인 이하 가구의 구입 경험이 상대적으로 낮게 나타남.
- 온라인 구입 경험은 연령대에 따라 큰 차이를 보이며, 60대 이상 응답자의 73.8%는 오프라인으로만 가공식품을 구입하는 것으로 나타남.

〈그림 4-10〉 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부



〈표 4-10〉 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부

단위: %

구분		대부분 온라인으로 구입하였다	특정 상품만 온라인으로 구입하였다	전혀 구입하지 않았다
전체		14.4	43.4	42.2
거주지역	수도권	20.1	43.8	36.2
	충청권	12.5	45.7	41.8
	호남권	6.7	29.9	63.4
	대경권	7.4	34.6	58.0
	동남권	7.8	57.8	34.4
	강원권	13.8	35.3	50.9
행정구역	동	15.0	44.5	40.5
	읍면	11.9	38.5	49.6
가구원수	1인 가구	23.9	29.0	47.1
	2인 가구	10.6	31.1	58.2
	3인 가구	13.6	57.0	29.4
	4인 이상 가구	13.4	63.8	22.8
가구주 성별	남	13.5	45.4	41.1
	여	17.7	36.4	46.0
가구주 연령	20대	40.9	48.8	10.3
	30대	39.1	50.8	10.2
	40대	27.9	58.2	13.9
	50대	5.3	52.8	41.9
	60대 이상	2.6	23.5	73.8
가구주 최종학력	중졸 이하	4.6	7.8	87.6
	고졸	4.4	35.0	60.6
	전문대졸 이상	23.2	53.6	23.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	25.1	54.2	20.8
	서비스/판매직	9.9	38.9	51.2
	기계/농림/어업/단순노무	4.3	35.1	60.6
	기타	2.3	23.1	74.7
월평균 가구소득	200만 원 미만	4.4	16.5	79.1
	200~400만 원 미만	13.7	40.7	45.6
	400~600만 원 미만	14.2	51.4	34.4
	600만 원 이상	21.0	49.3	29.7

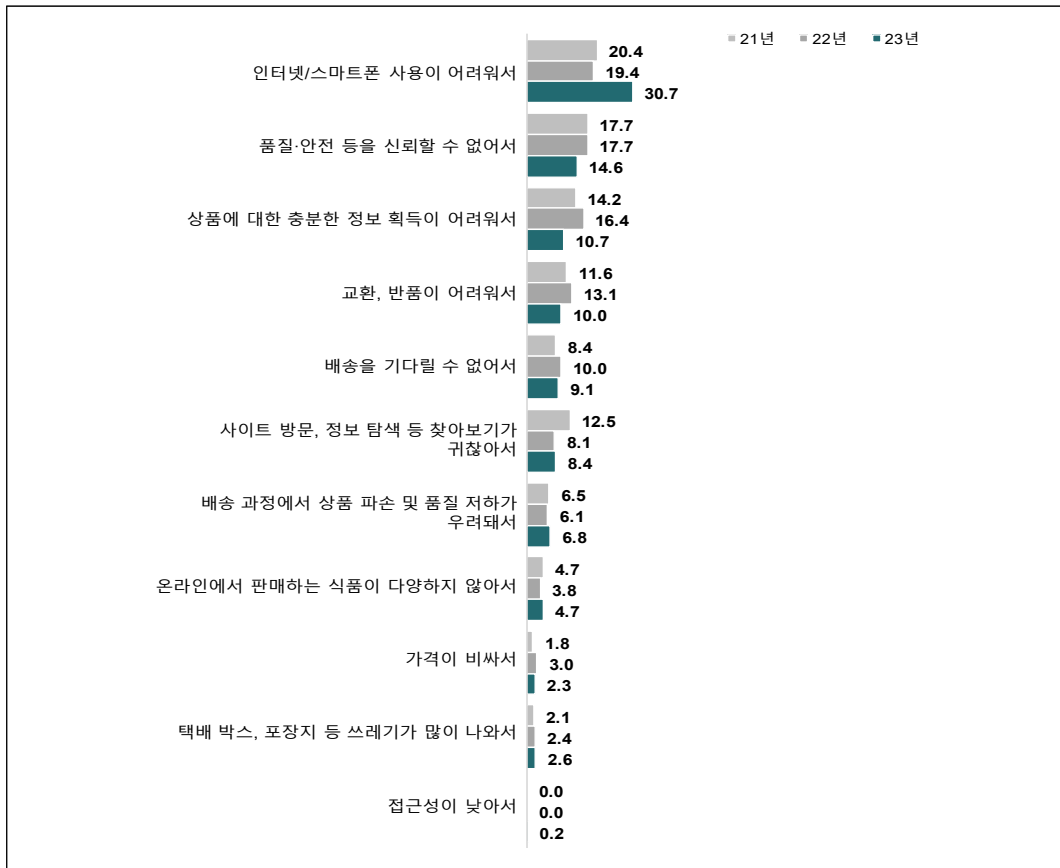
### 1.11. 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

○ 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유는 ‘인터넷/스마트폰 사용이 어려워서’가 30.7%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서’(14.6%), ‘상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서’(10.7%) 등의 순으로 나타남.

- 연령별로 60대 이상에서 ‘인터넷/스마트폰 사용이 어려워서’가 44.6%로 다른 연령층보다 높게 나타남.
- 거주 지역별로 강원권에서 ‘인터넷/스마트폰 사용이 어려워서’가 74.8%로 타지역 대비 높게 나타났고, 호남권은 ‘품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서’가 가장 높게 나타남.

〈그림 4-11〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

단위: %



〈표 4-11〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유(1/2)

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	
전체	14.6	10.7	10.0	9.1	6.8	30.7	
거주지역	수도권	15.4	8.8	8.8	7.7	5.1	35.1
	충청권	6.8	11.6	5.5	7.8	7.0	23.0
	호남권	22.0	16.7	14.5	12.4	8.4	15.5
	대경권	14.1	5.5	10.7	12.4	10.5	36.7
	동남권	13.2	15.6	14.0	8.8	7.1	23.1
	강원권	2.9	4.7	1.7	2.0	3.4	74.8
행정구역	동	14.4	10.5	10.4	9.3	6.6	29.9
	읍면	15.6	11.1	8.9	8.1	7.4	33.4
가구원수	1인 가구	11.2	9.9	5.9	11.4	4.7	37.0
	2인 가구	13.4	9.3	10.1	7.1	6.4	37.7
	3인 가구	19.4	12.0	13.4	8.9	10.8	14.6
	4인 이상 가구	20.1	16.4	13.0	14.1	6.8	9.4
가구주 성별	남	15.8	10.8	10.2	8.3	7.2	29.5
	여	11.1	10.1	9.4	11.5	5.6	34.6
가구주 연령	20대	5.8	22.2	15.0	15.4	2.7	19.3
	30대	14.1	15.0	10.8	14.8	12.2	0.0
	40대	22.8	12.5	11.0	9.0	13.2	2.9
	50대	19.8	13.8	13.3	11.4	8.4	12.1
	60대 이상	11.4	8.5	8.2	7.5	5.1	44.6
가구주 최종학력	중졸 이하	8.2	5.9	3.2	5.6	3.1	61.9
	고졸	13.0	9.6	9.7	9.6	6.0	34.0
	전문대졸 이상	20.5	14.7	13.5	9.3	9.7	11.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	19.1	14.3	15.4	9.1	10.4	7.4
	서비스/판매직	12.4	9.3	9.9	7.8	5.4	41.5
	기계/농림어업/단순노무	16.2	11.1	7.6	10.5	6.7	27.1
	기타	7.8	3.2	3.9	6.4	5.9	56.1
월평균 가구소득	200만 원 미만	9.9	5.9	6.5	7.2	3.8	57.3
	200~400만 원 미만	13.0	11.6	10.4	9.7	7.1	31.9
	400~600만 원 미만	16.3	12.1	10.3	9.6	7.4	17.0
	600만 원 이상	21.5	13.2	13.7	9.6	9.4	13.5



〈표 4-11〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유(2/2)

단위: %

구분		가격이 비싸서	온라인에서 판매하는 식품이 다양하지 않아서	사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서	택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서	접근성이 낮아서
전체		2.3	4.7	8.4	2.6	0.2
거주지역	수도권	1.7	7.6	7.6	2.3	0.0
	충청권	1.7	0.8	25.9	9.9	0.0
	호남권	2.8	1.7	4.9	0.4	0.5
	대경권	2.6	2.8	2.5	2.2	0.0
	동남권	4.5	5.0	6.6	1.3	0.9
	강원권	1.1	1.6	7.8	0.0	0.0
행정구역	동	2.3	4.9	8.7	2.7	0.2
	읍면	2.4	3.9	7.2	2.0	0.0
가구원수	1인 가구	2.1	5.2	9.8	2.3	0.5
	2인 가구	2.7	3.5	7.2	2.4	0.1
	3인 가구	0.7	7.4	10.7	2.2	0.0
	4인 이상 가구	3.2	5.0	7.3	4.3	0.4
가구주 성별	남	2.4	4.8	8.2	2.7	0.1
	여	2.2	4.3	8.7	2.1	0.5
가구주 연령	20대	14.0	5.7	0.0	0.0	0.0
	30대	0.0	11.1	15.8	5.0	1.2
	40대	1.7	6.3	13.8	5.0	1.7
	50대	2.4	6.1	9.4	3.2	0.1
	60대 이상	2.4	3.4	6.9	1.9	0.0
가구주 최종학력	중졸 이하	0.6	1.7	6.6	3.1	0.0
	고졸	3.0	5.1	7.8	1.9	0.2
	전문대졸 이상	1.5	5.0	10.1	3.7	0.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.2	5.7	12.4	4.5	0.4
	서비스/판매직	2.3	3.9	5.7	1.7	0.3
	기계/농림어업/단순노무	3.5	5.0	9.6	2.7	0.0
	기타	0.0	7.0	8.4	1.2	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	1.1	1.8	4.9	1.1	0.5
	200~400만 원 미만	3.3	3.7	7.5	1.8	0.0
	400~600만 원 미만	2.9	6.5	12.6	5.1	0.2
	600만 원 이상	1.2	7.6	7.9	2.1	0.2

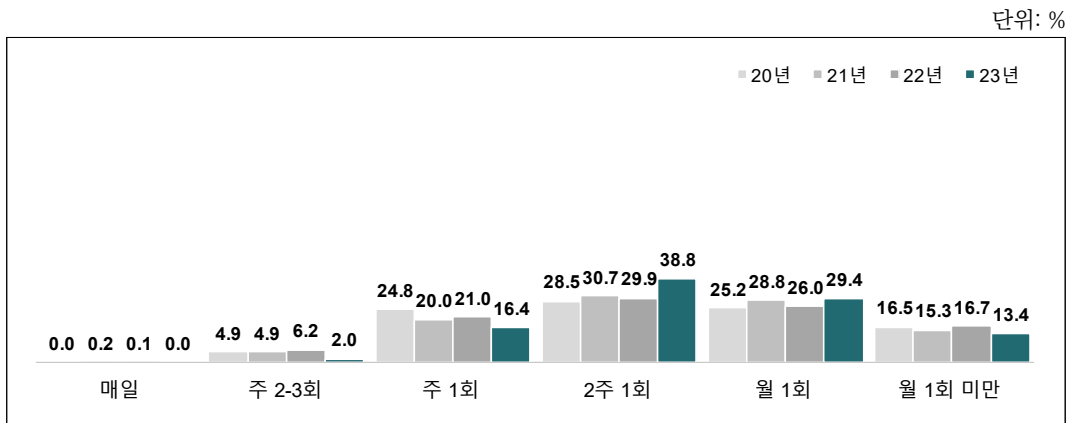
## 1.12. 온라인 가공식품 구입 주기

○ 온라인으로 가공식품을 구입하는 주기는 '2주 1회'가 38.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '월 1회'(29.4%), '주 1회'(16.4%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 충청권과 강원권은 '월 1회', 호남권은 '월 1회 미만'이 가장 많이 응답됨.
- 가구원 수에 따라 2인 이하 가구는 '월 1회', 3인 이상 가구의 경우 '2주 1회'가 가장 많이 응답됨.

○ 전년 대비 '2주 1회'의 비율이 큰 폭으로 증가하였고, '주 1회', '월 1회 미만'의 비율이 감소한 것으로 나타남.

〈그림 4-12〉 온라인 가공식품 구입 주기



\* Base: 가공식품을 온라인으로 구매한 사람

〈표 4-12〉 온라인 가공식품 구입 주기

단위: %

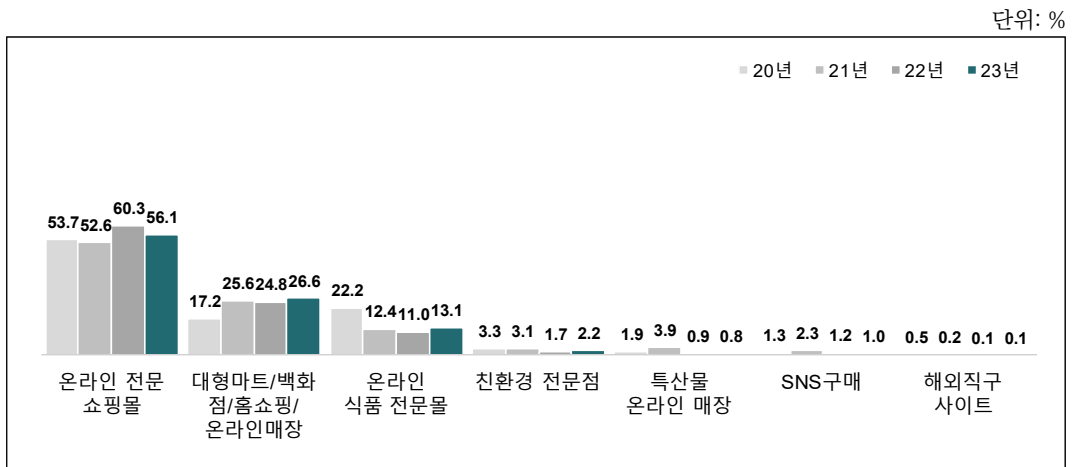
구분		주 2-3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	한달 평균
전체		2.0	16.4	38.8	29.4	13.4	1.99
거주지역	수도권	2.2	18.8	45.9	28.7	4.5	2.19
	충청권	1.4	16.7	24.5	34.3	23.0	1.76
	호남권	0.0	11.4	28.5	21.2	38.9	1.43
	대경권	2.8	17.2	42.7	23.5	13.8	2.12
	동남권	2.5	11.3	31.5	30.0	24.8	1.75
	강원권	0.0	10.1	14.4	59.7	15.8	1.37
행정구역	동	2.4	16.4	39.4	29.6	12.2	2.04
	읍면	0.0	16.2	35.5	28.5	19.8	1.74
가구원수	1인 가구	1.6	19.0	30.6	36.6	12.2	1.96
	2인 가구	1.7	12.3	33.1	33.5	19.4	1.75
	3인 가구	2.0	18.0	42.4	24.8	12.7	2.09
	4인 이상 가구	2.4	17.1	45.7	25.6	9.2	2.14
가구주 성별	남	1.8	16.0	40.6	28.4	13.1	1.99
	여	2.4	17.8	31.8	33.3	14.7	2.00
가구주 연령	20대	2.7	38.7	31.9	20.4	6.2	2.70
	30대	0.3	22.6	38.0	33.2	6.0	2.05
	40대	1.6	12.6	46.9	32.9	6.0	1.96
	50대	3.6	16.3	37.0	23.3	19.8	2.08
	60대 이상	1.7	8.9	29.9	31.9	27.5	1.58
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	10.2	23.4	44.8	21.6	1.43
	고졸	3.1	11.7	32.2	29.7	23.3	1.84
	전문대졸 이상	1.5	18.4	41.6	29.1	9.4	2.06
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.4	17.5	42.0	31.5	7.7	2.03
	서비스/판매직	3.2	14.2	37.0	27.9	17.8	2.00
	기계/농림어업/단순노무	2.0	15.8	30.4	26.3	25.6	1.83
	기타	0.0	23.3	35.7	16.2	24.8	1.93
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.0	18.9	28.8	30.9	21.4	1.75
	200~400만 원 미만	3.0	18.6	36.4	26.2	15.8	2.11
	400~600만 원 미만	2.0	17.6	38.8	28.0	13.6	2.03
	600만 원 이상	1.2	12.3	42.5	34.3	9.8	1.85

### 1.13. 온라인 가공식품 주 구매처

○ 온라인을 통한 가공식품 주 구매처는 ‘온라인 전문 쇼핑몰’로 56.1%이며, ‘대형마트/백화점/홈쇼핑/온라인매장’(26.6%), ‘온라인 식품 전문몰’(13.1%)의 순으로 나타남.

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

〈그림 4-13〉 온라인 가공식품 주 구매처(1+2 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 4-13〉 온라인 가공식품 주 구매처(1+2 가중평균)

단위: %

구분		대형마트 /백화점/ 홈쇼핑/ 온라인 매장	온라인 전문 쇼핑몰	온라인 식품 전문몰	친환경 전문점	특산물 온라인 매장	SNS구매	해외직구 사이트
전체		26.6	56.1	13.1	2.2	0.8	1.0	0.1
거주지역	수도권	31.3	49.2	17.2	1.4	0.4	0.5	0.0
	충청권	15.7	68.9	10.1	0.8	0.5	2.9	1.1
	호남권	19.5	64.0	10.5	3.6	2.0	0.3	0.0
	대경권	25.1	61.4	9.1	2.7	1.2	0.5	0.0
	동남권	20.2	65.6	5.7	4.8	1.6	2.1	0.0
	강원권	42.9	48.0	3.9	1.5	2.8	0.9	0.0
행정구역	동	25.6	56.8	13.3	2.2	0.8	1.0	0.1
	읍면	31.7	52.6	11.6	2.2	0.8	1.1	0.0
가구원수	1인 가구	23.4	60.8	13.0	1.5	0.9	0.5	0.0
	2인 가구	28.4	55.9	12.4	1.8	0.8	0.6	0.1
	3인 가구	28.0	53.0	13.5	3.0	0.7	1.6	0.2
	4인 이상 가구	25.7	56.4	13.3	2.2	0.9	1.3	0.1
가구주 성별	남	27.3	55.4	12.7	2.2	0.8	1.3	0.2
	여	24.2	58.7	14.2	2.0	0.8	0.1	0.0
가구주 연령	20대	15.5	69.4	12.4	0.9	0.0	1.7	0.0
	30대	25.1	53.8	16.9	1.7	0.6	1.7	0.2
	40대	29.6	53.6	14.1	1.8	0.4	0.4	0.2
	50대	24.5	58.5	11.9	2.2	1.4	1.4	0.1
	60대 이상	30.4	56.0	8.0	3.9	1.1	0.6	0.0
가구주 최종학력	중졸 이하	29.2	68.7	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	고졸	24.9	59.0	8.9	3.5	1.7	1.7	0.3
	전문대졸 이상	27.3	54.7	14.9	1.7	0.5	0.8	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	27.3	53.0	16.7	1.8	0.4	0.9	0.1
	서비스/판매직	27.0	58.2	10.5	1.8	1.2	1.3	0.0
	기계/농림어업/단순노무	23.8	62.1	5.9	4.4	1.9	1.5	0.5
	기타	23.1	75.1	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	20.6	65.9	10.8	0.8	0.6	1.3	0.0
	200~400만 원 미만	25.2	58.0	11.4	2.8	1.3	1.1	0.1
	400~600만 원 미만	27.5	56.1	12.0	2.3	0.5	1.3	0.2
	600만 원 이상	27.8	52.7	16.4	1.7	0.8	0.7	0.0

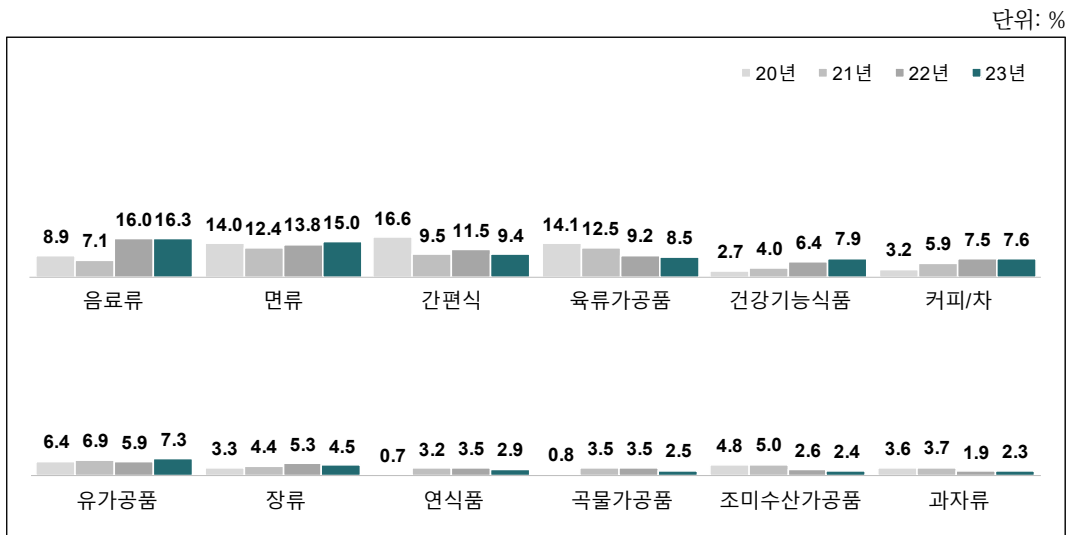
주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

### 1.14. 지출액 기준 구입 많은 품목군(온라인)

○ 온라인을 이용하여 구입한 품목에 대하여 지출액 기준으로 품목을 보면, ‘음료류’가 16.3%로 가장 높게 나타남. 다음으로 ‘면류’(15.0%), ‘간편식’(9.4%), ‘육류가공품’(8.5%) 등의 순임.

○ 가구원 수에 따라 살펴보면, 4인 이상 가구의 경우 ‘면류’가 ‘음료류’보다 높게 나타남.

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



주 1) 온라인 지출액 기준 구입 많은 품목 상위 12개만 제시함.

주 2) 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

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

단위: %

	전체	가구원수			
		1인 가구	2인 가구	3인 가구	4인 이상 가구
육류가공품	8.5	8.9	7.2	10.1	7.9
알가공품	1.3	1.0	2.0	1.6	0.6
조미수산가공품	2.4	2.1	2.8	1.6	2.8
염건수산가공품	2.2	1.8	2.9	2.0	1.8
김치및절임류	2.0	1.9	2.3	1.4	2.3
과일채소가공품	0.8	1.6	0.3	0.3	1.3
장류	4.5	1.3	3.7	7.4	4.4
조미식품	1.8	1.4	1.4	2.5	1.6
유지류	1.7	1.1	1.6	2.5	1.2
유가공품	7.3	6.4	5.6	7.3	9.7
빵/떡	2.1	2.7	2.6	2.0	1.2
과자	2.3	2.3	1.7	1.9	3.2
면류	15.0	17.3	15.0	13.2	15.3
연식품	2.9	2.2	2.4	3.2	3.5
곡물가공품	2.5	2.3	2.7	2.4	2.5
커피/차	7.6	5.6	8.1	8.1	8.0
음료류	16.3	19.9	17.1	15.2	14.2
주류	1.7	1.0	2.1	1.9	1.7
간편식	9.4	13.9	7.5	9.1	8.6
건강기능식품	7.9	5.1	11.0	6.3	8.2

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

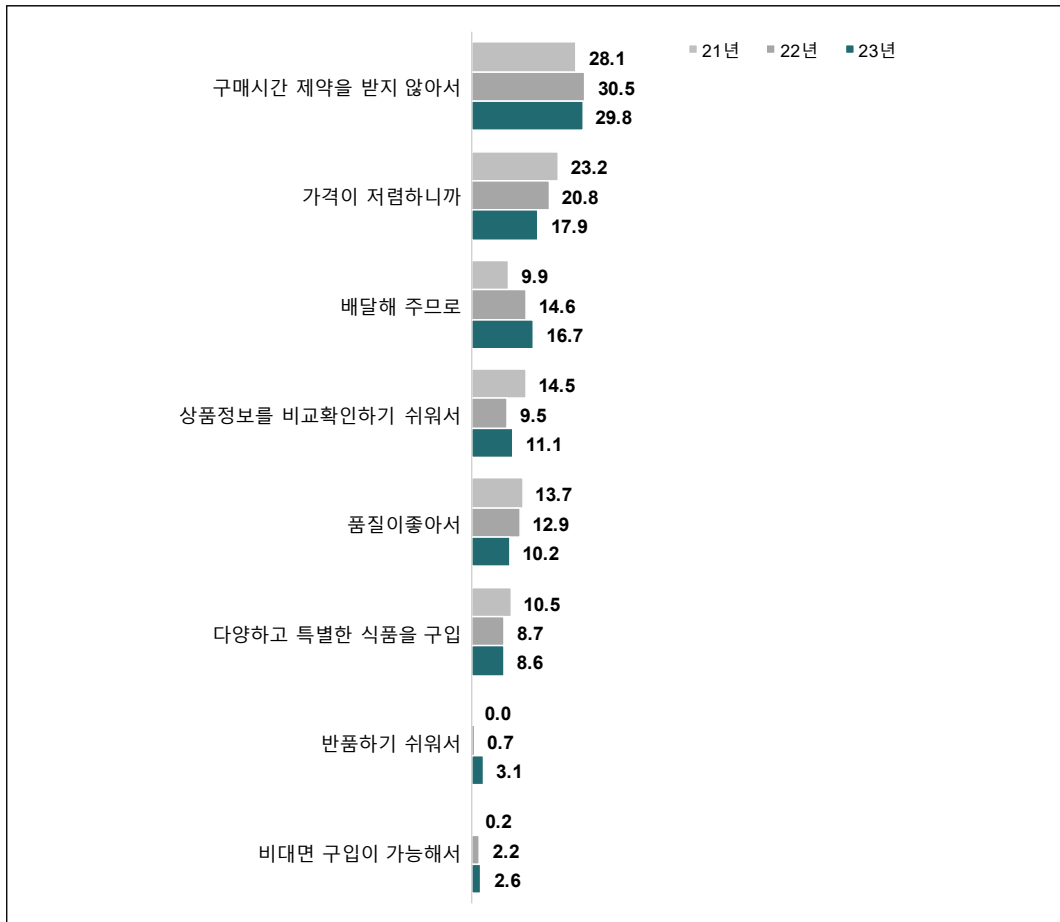
### 1.15. 온라인 가공식품 구입 이유

○ 온라인을 통해 가공식품을 구입하는 이유는 ‘구매시간 제약을 받지 않아서’가 29.8%로 가장 높게 나타났으며, ‘가격이 저렴하니까’(17.9%), ‘배달해 주므로’(16.7%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 동남권과 강원권은 ‘가격이 저렴하니까’가 상대적으로 높게 나타남.
- 가구주 연령에 따라 60대 이상의 경우 ‘가격이 저렴하니까’가 가장 높게 나타남.

〈그림 4-15〉 온라인 가공식품 구입 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.



〈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 구입	배달해 주므로	반품하기 쉬워서	비대면 구입이 가능해서
전체		29.8	17.9	10.2	11.1	8.6	16.7	3.1	2.6
거주지역	수도권	35.2	14.6	8.3	9.4	7.9	17.0	4.3	3.4
	충청권	29.5	19.3	7.0	13.2	7.2	17.3	2.7	3.8
	호남권	22.2	13.7	20.8	19.0	10.1	9.1	3.2	2.0
	대경권	26.2	22.0	6.5	9.4	14.0	21.2	0.0	0.8
	동남권	19.6	26.0	15.1	12.8	9.1	16.2	1.1	0.2
	강원권	15.7	28.8	12.8	10.5	8.0	20.9	1.4	2.0
행정구역	동	29.8	17.3	10.0	10.9	8.7	16.8	3.5	3.0
	읍면	29.7	20.8	11.1	11.9	8.5	16.1	1.2	0.7
가구원수	1인 가구	27.5	16.6	8.9	9.6	8.2	21.1	3.6	4.4
	2인 가구	28.4	19.1	9.6	11.2	9.5	16.6	3.1	2.5
	3인 가구	32.8	18.0	10.6	10.3	8.4	14.0	3.4	2.5
	4인 이상 가구	29.6	17.5	11.1	12.7	8.2	16.7	2.5	1.7
가구주 성별	남	30.3	18.0	9.8	11.2	8.5	16.8	3.0	2.5
	여	28.0	17.5	11.6	10.8	9.1	16.5	3.7	2.9
가구주 연령	20대	31.8	16.9	5.2	8.6	7.0	23.5	3.2	3.7
	30대	33.0	16.6	8.5	10.0	6.6	18.4	2.8	4.0
	40대	33.8	15.9	8.9	9.5	7.8	18.6	2.8	2.7
	50대	27.7	18.1	12.0	13.8	8.5	13.7	3.8	2.3
	60대 이상	21.4	23.2	12.5	10.9	13.6	14.9	2.7	0.8
가구주 최종학력	중졸 이하	12.6	16.9	24.2	26.7	4.9	6.6	8.2	0.0
	고졸	27.4	19.2	12.0	11.5	9.4	15.1	3.3	2.1
	전문대졸 이상	31.0	17.4	9.2	10.7	8.4	17.5	2.9	2.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	32.0	16.7	9.3	9.7	8.1	18.7	2.9	2.8
	서비스/판매직	27.5	16.8	12.1	13.2	9.8	14.3	4.2	2.0
	기계/농림어업/단순노무	27.1	22.7	9.6	12.3	8.8	14.6	1.9	3.1
	기타	16.7	28.4	10.5	12.9	6.8	15.4	7.5	1.8
월평균 가구소득	200만 원 미만	21.8	24.2	15.5	14.8	10.6	9.0	3.2	1.0
	200~400만 원 미만	29.1	17.1	8.6	10.3	10.0	18.5	3.9	2.5
	400~600만 원 미만	28.4	19.3	10.8	12.2	8.2	16.0	2.4	2.7
	600만 원 이상	33.6	15.8	9.9	9.8	7.5	17.2	3.4	2.8

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

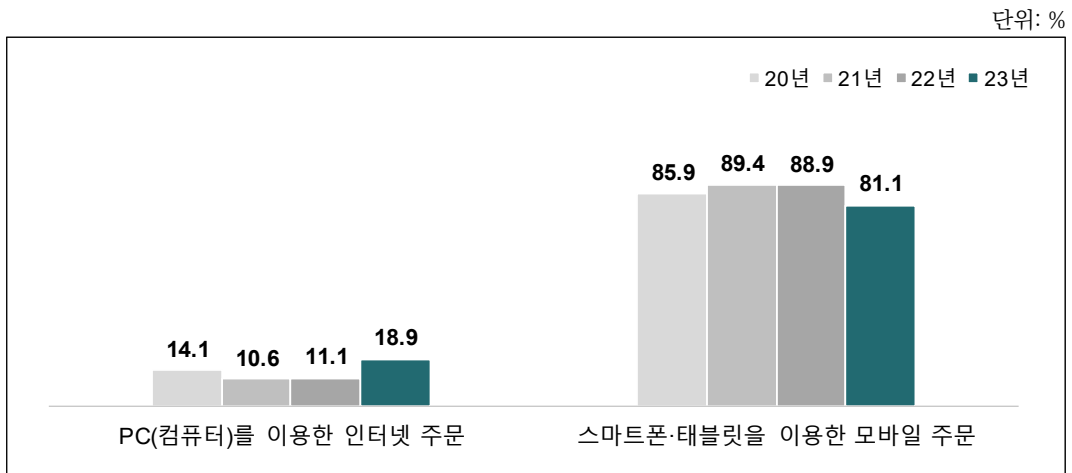
## 1.16. 온라인 주 이용방법

○ 온라인 구입 시 ‘스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문’이 81.1%로 가장 높게 나타남.

- 거주 지역별로 살펴보면, 모든 지역에서 ‘스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문’이 가장 높은 응답을 보였고, 수도권에서 ‘PC를 이용한 인터넷 주문’ 비율이 상대적으로 높은 26.1%로 나타남.
- 가구주 연령별로 20대의 경우 ‘스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문’이 96.5%로 대부분 스마트폰과 태블릿을 통해 주문한다는 것을 알 수 있음.

○ 모바일 주문의 비율은 전년 대비 하락함.

〈그림 4-16〉 가공식품 온라인 주 이용방법



〈표 4-16〉 가공식품 온라인 주 이용방법

단위: %

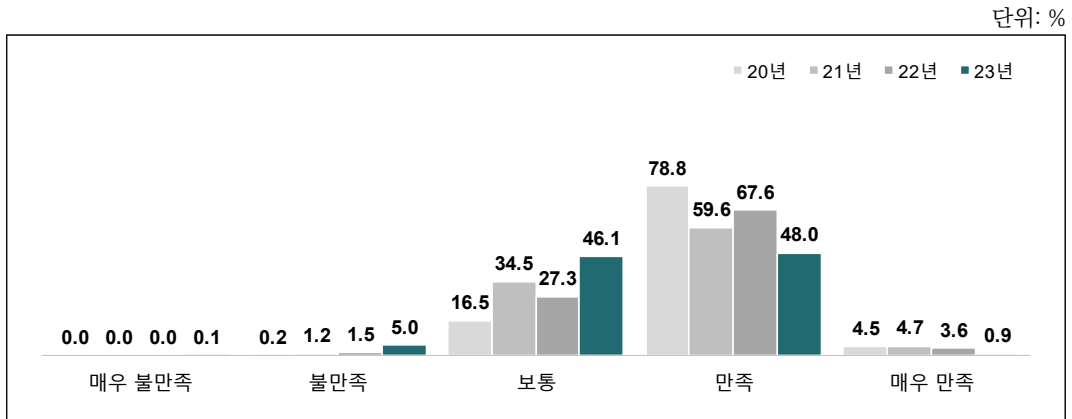
구분		PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문	스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문
전체		18.9	81.1
거주지역	수도권	26.1	73.9
	충청권	7.6	92.4
	호남권	22.9	77.1
	대경권	1.6	98.4
	동남권	8.5	91.5
	강원권	20.7	79.3
행정구역	동	18.0	82.0
	읍면	23.4	76.6
가구원수	1인 가구	13.5	86.5
	2인 가구	24.4	75.6
	3인 가구	18.6	81.4
	4인 이상 가구	17.2	82.8
가구주 성별	남	19.9	80.1
	여	14.9	85.1
가구주 연령	20대	3.5	96.5
	30대	20.3	79.7
	40대	19.1	80.9
	50대	18.1	81.9
	60대 이상	21.8	78.2
가구주 최종학력	중졸 이하	24.4	75.6
	고졸	13.7	86.3
	전문대졸 이상	20.8	79.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	22.9	77.1
	서비스/판매직	14.2	85.8
	기계/농림/어업/단순노무	13.3	86.7
	기타	14.9	85.1
월평균 가구소득	200만 원 미만	14.7	85.3
	200~400만 원 미만	16.7	83.3
	400~600만 원 미만	17.9	82.1
	600만 원 이상	22.9	77.1

### 1.17. 온라인 구입 가공식품 가격 만족도

○ 온라인을 통한 가공식품의 가격에 대한 만족도는 3.45점으로 전년(3.73점) 대비 하락하였으며, 만족한다는 응답 비중 또한 48.9%(만족 48.0% + 매우 만족 0.9%)로 전년 대비 22.3%p 하락하였음.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 동남권의 만족도가 가장 높았으며, 수도권의 만족도가 가장 낮음.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 가구원 수가 적을수록 만족도가 높게 나타남.

〈그림 4-17〉 온라인 구입 가공식품 가격 만족도



〈표 4-17〉 온라인 구입 가공식품 가격 만족도

단위: %, 5점 평균

구분		매우 불만족 (1)	불만족 (2)	보통 (3)	만족 (4)	매우 만족 (5)	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균
전체		0.1	5.0	46.1	48.0	0.9	48.9	46.1	5.0	3.45
거주지역	수도권	0.0	6.2	52.3	41.1	0.5	41.6	52.3	6.2	3.36
	충청권	0.7	6.3	40.4	52.1	0.5	52.6	40.4	7.0	3.45
	호남권	0.0	1.6	46.1	50.0	2.3	52.3	46.1	1.6	3.53
	대경권	0.0	1.5	42.7	51.7	4.0	55.7	42.7	1.5	3.58
	동남권	0.0	3.7	30.2	65.7	0.4	66.1	30.2	3.7	3.63
	강원권	0.0	1.0	54.9	42.9	1.3	44.1	54.9	1.0	3.44
행정구역	동	0.1	4.8	45.2	49.0	0.9	50.0	45.2	4.9	3.46
	읍면	0.0	5.9	50.8	42.7	0.6	43.3	50.8	5.9	3.38
가구원수	1인 가구	0.0	4.3	41.6	52.9	1.2	54.1	41.6	4.3	3.51
	2인 가구	0.1	2.8	47.7	48.9	0.4	49.3	47.7	3.0	3.47
	3인 가구	0.0	6.5	45.7	47.1	0.7	47.8	45.7	6.5	3.42
	4인 이상 가구	0.1	6.0	47.8	44.9	1.2	46.1	47.8	6.1	3.41
가구주 성별	남	0.1	5.6	47.0	46.5	0.9	47.3	47.0	5.7	3.42
	여	0.0	2.6	42.7	53.8	0.9	54.7	42.7	2.6	3.53
가구주 연령	20대	0.0	0.8	40.9	58.3	0.0	58.3	40.9	0.8	3.57
	30대	0.0	4.0	42.9	52.5	0.5	53.1	42.9	4.0	3.50
	40대	0.0	4.3	49.1	45.4	1.1	46.5	49.1	4.3	3.43
	50대	0.3	5.8	44.4	48.6	1.0	49.6	44.4	6.0	3.44
	60대 이상	0.0	7.1	49.6	42.3	1.0	43.3	49.6	7.1	3.37
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.0	38.4	61.6	0.0	61.6	38.4	0.0	3.62
	고졸	0.1	5.0	42.1	51.9	0.8	52.7	42.1	5.2	3.48
	전문대졸 이상	0.1	5.0	47.8	46.2	0.9	47.1	47.8	5.1	3.43
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	6.0	47.6	45.8	0.5	46.4	47.6	6.0	3.41
	서비스/판매직	0.0	3.6	45.3	49.3	1.8	51.1	45.3	3.6	3.49
	기계/농림어업/단순노무	0.3	3.8	41.7	54.0	0.2	54.2	41.7	4.0	3.50
	기타	0.0	0.0	53.6	41.9	4.5	46.4	53.6	0.0	3.51
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.0	1.8	41.7	55.3	1.3	56.5	41.7	1.8	3.56
	200~400만 원 미만	0.0	6.9	45.3	46.8	1.0	47.8	45.3	6.9	3.42
	400~600만 원 미만	0.1	5.1	47.9	46.3	0.6	46.9	47.9	5.2	3.42
	600만 원 이상	0.1	3.4	45.2	50.3	1.0	51.3	45.2	3.6	3.49

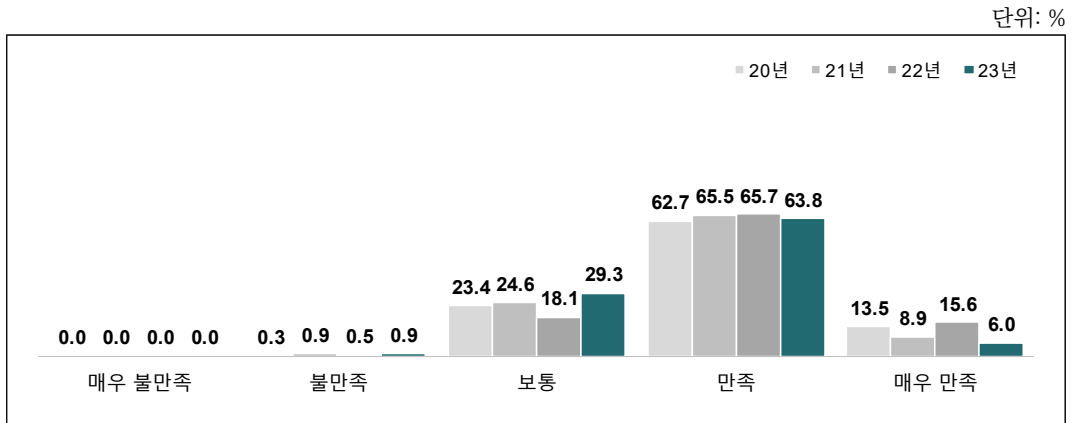
### 1.18. 온라인 구입 가공식품 품질 만족도

○ 온라인으로 구입한 가공식품의 품질에 대해 만족도는 3.75점으로 전년(3.95점) 대비 낮아졌으며, 만족한다는 응답은 69.8%(만족 63.8% + 매우 만족 6.0%)로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 호남권과 강원권의 만족도가 가장 높게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 가구원 수가 적을수록의 만족도가 높음.

○ 전년 대비 ‘매우 만족’의 응답은 9.6%p 하락했고, ‘보통’ 응답은 11.2%p 상승함.

〈그림 4-18〉 온라인 구입 가공식품 품질 만족도



〈표 4-18〉 온라인 구입 가공식품 품질 만족도

단위: %, 5점 평균

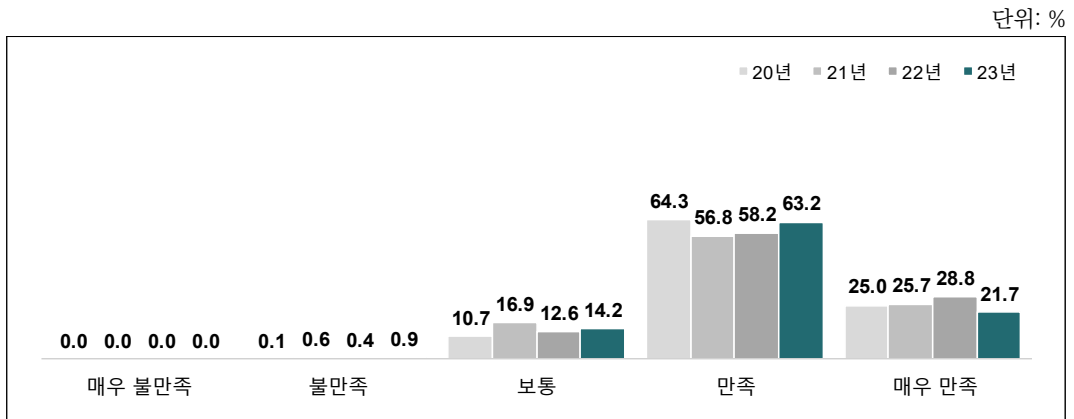
구분		불만족 (2)	보통 (3)	만족 (4)	매우 만족(5)	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균
전체		0.9	29.3	63.8	6.0	69.8	29.3	0.9	3.75
거주지역	수도권	0.1	32.3	62.1	5.5	67.6	32.3	0.1	3.73
	충청권	2.2	31.8	59.7	6.3	66.1	31.8	2.2	3.70
	호남권	5.2	18.8	60.6	15.4	76.0	18.8	5.2	3.86
	대경권	0.0	22.0	75.7	2.2	78.0	22.0	0.0	3.80
	동남권	1.5	27.2	65.7	5.6	71.3	27.2	1.5	3.75
	강원권	0.0	17.8	78.2	4.0	82.2	17.8	0.0	3.86
행정구역	동	1.0	28.8	64.2	6.0	70.2	28.8	1.0	3.75
	읍면	0.6	31.8	61.8	5.9	67.7	31.8	0.6	3.73
가구원수	1인 가구	0.0	24.0	71.3	4.7	76.0	24.0	0.0	3.81
	2인 가구	1.2	29.6	62.7	6.6	69.3	29.6	1.2	3.75
	3인 가구	1.2	30.3	61.9	6.6	68.4	30.3	1.2	3.74
	4인 이상 가구	1.0	31.2	62.0	5.8	67.8	31.2	1.0	3.73
가구주 성별	남	0.7	30.4	63.2	5.8	69.0	30.4	0.7	3.74
	여	2.0	25.0	65.9	7.1	73.0	25.0	2.0	3.78
가구주 연령	20대	0.0	22.2	70.5	7.3	77.8	22.2	0.0	3.85
	30대	0.4	21.2	72.1	6.3	78.4	21.2	0.4	3.84
	40대	0.9	31.3	61.2	6.6	67.8	31.3	0.9	3.74
	50대	0.9	33.8	58.7	6.6	65.3	33.8	0.9	3.71
	60대 이상	2.1	30.1	64.7	3.1	67.8	30.1	2.1	3.69
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	30.3	55.0	14.7	69.7	30.3	0.0	3.84
	고졸	1.1	30.2	62.3	6.4	68.7	30.2	1.1	3.74
	전문대졸 이상	0.9	28.9	64.5	5.7	70.2	28.9	0.9	3.75
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.8	28.7	65.0	5.5	70.5	28.7	0.8	3.75
	서비스/판매직	0.9	26.2	64.8	8.0	72.9	26.2	0.9	3.80
	기계/농림어업/단순노무	1.3	36.2	57.4	5.2	62.5	36.2	1.3	3.66
	기타	2.8	22.8	74.4	0.0	74.4	22.8	2.8	3.72
월평균 가구소득	200만 원 미만	1.9	34.1	57.0	7.0	64.0	34.1	1.9	3.69
	200~400만 원 미만	0.6	29.4	66.7	3.4	70.1	29.4	0.6	3.73
	400~600만 원 미만	1.2	31.6	60.9	6.3	67.2	31.6	1.2	3.72
	600만 원 이상	0.8	25.3	65.8	8.1	73.9	25.3	0.8	3.81

### 1.19. 배송 만족도

○ 온라인으로 구입 시 가공식품 배송에 대한 만족도는 4.06점으로 전년(4.15점) 대비 소폭 하락하였으나 여전히 매우 높은 수준임. 만족한다는 응답은 84.9%(만족 63.2%+매우 만족 21.7%)로 10명 중 8명 이상이 만족하는 것으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 호남권을 제외한 모든 지역에서 만족도 4점 이상으로 높은 만족도를 보임.

〈그림 4-19〉 온라인 구입 가공식품 배송 만족도





〈표 4-19〉 온라인 구입 가공식품 배송 만족도

단위: %, 5점 평균

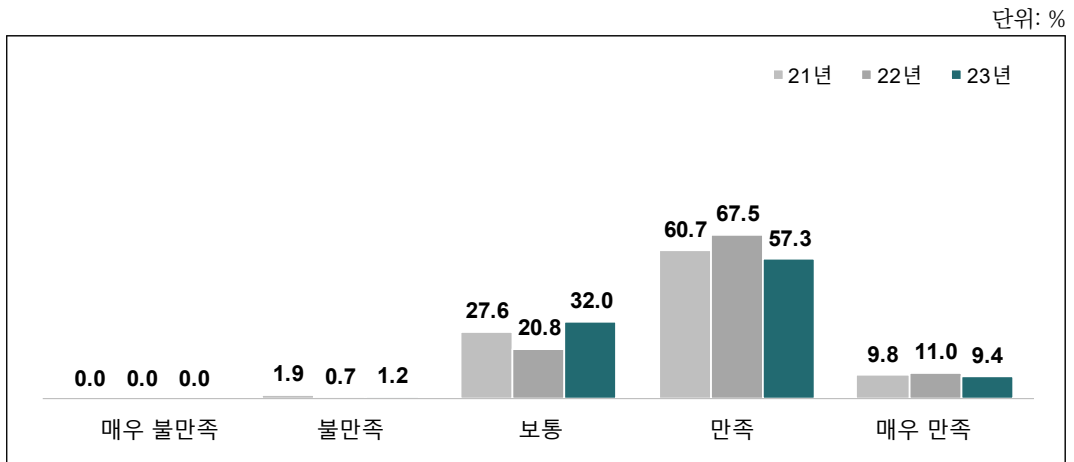
구분		불만족	보통	만족	매우 만족	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균
전체		0.9	14.2	63.2	21.7	84.9	14.2	0.9	4.06
거주지역	수도권	0.9	11.8	68.0	19.3	87.3	11.8	0.9	4.06
	충청권	2.3	20.6	44.7	32.4	77.1	20.6	2.3	4.07
	호남권	1.1	23.9	50.5	24.5	75.0	23.9	1.1	3.98
	대경권	0.8	6.2	68.1	24.9	93.0	6.2	0.8	4.17
	동남권	0.0	17.6	62.7	19.7	82.4	17.6	0.0	4.02
	강원권	1.0	10.3	65.9	22.8	88.7	10.3	1.0	4.10
행정구역	동	1.1	14.4	64.7	19.8	84.5	14.4	1.1	4.03
	읍면	0.0	13.2	55.7	31.1	86.8	13.2	0.0	4.18
가구원수	1인 가구	0.5	13.0	65.1	21.4	86.5	13.0	0.5	4.07
	2인 가구	0.8	12.8	59.7	26.7	86.4	12.8	0.8	4.12
	3인 가구	0.8	16.0	65.1	18.2	83.2	16.0	0.8	4.01
	4인 이상 가구	1.6	14.3	63.5	20.6	84.1	14.3	1.6	4.03
가구주 성별	남	1.0	14.3	62.6	22.1	84.7	14.3	1.0	4.06
	여	0.7	13.5	65.5	20.3	85.8	13.5	0.7	4.05
가구주 연령	20대	0.0	20.4	49.3	30.2	79.6	20.4	0.0	4.10
	30대	0.4	10.8	71.5	17.3	88.8	10.8	0.4	4.06
	40대	0.8	13.9	66.2	19.1	85.3	13.9	0.8	4.03
	50대	1.1	15.3	60.6	23.0	83.6	15.3	1.1	4.05
	60대 이상	1.8	15.7	54.4	28.1	82.5	15.7	1.8	4.09
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	9.0	62.9	28.1	91.0	9.0	0.0	4.19
	고졸	0.7	16.7	59.5	23.1	82.6	16.7	0.7	4.05
	전문대졸 이상	1.0	13.3	64.6	21.1	85.7	13.3	1.0	4.06
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.9	12.8	64.1	22.1	86.3	12.8	0.9	4.07
	서비스/판매직	0.8	16.5	63.3	19.4	82.7	16.5	0.8	4.01
	기계/농림어업/단순노무	1.4	14.1	60.3	24.1	84.4	14.1	1.4	4.07
	기타	0.0	27.4	47.4	25.2	72.6	27.4	0.0	3.98
월평균 가구소득	200만 원 미만	1.3	15.8	59.0	24.0	82.9	15.8	1.3	4.06
	200~400만 원 미만	0.2	14.2	63.0	22.6	85.6	14.2	0.2	4.08
	400~600만 원 미만	0.5	14.1	63.7	21.7	85.4	14.1	0.5	4.07
	600만 원 이상	2.1	14.0	63.4	20.5	83.9	14.0	2.1	4.02

## 1.20. 교환·반품 만족도

○ 온라인으로 구입 시 교환·반품 대한 만족도는 3.75점으로 전년(3.89점) 대비 소폭 하락하였으며, 만족한다는 응답은 66.8%(만족 57.3% + 매우 만족 9.4%)로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 동남권에서 만족도가 높게 나타났으며, 강원권의 만족도가 가장 낮게 나타남.
- 가구주 연령에 따라 살펴보면, 연령이 높을수록 만족도가 높게 나타남.

〈그림 4-20〉 온라인 구입 가공식품 교환·반품 만족도



〈표 4-20〉 온라인 구입 가공식품 교환·반품 만족도

단위: %, 5점 평균

구분		불만족 (2)	보통 (3)	만족 (4)	매우 만족(5)	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균
전체		1.2	32.0	57.3	9.4	66.8	1.2	32.0	3.75
거주지역	수도권	1.2	32.7	54.6	11.5	66.1	1.2	32.7	3.76
	충청권	1.9	26.4	63.5	8.2	71.7	1.9	26.4	3.78
	호남권	3.6	34.3	55.1	7.0	62.1	3.6	34.3	3.66
	대경권	0.8	39.6	56.9	2.7	59.6	0.8	39.6	3.62
	동남권	0.0	27.2	65.0	7.8	72.8	0.0	27.2	3.81
	강원권	0.0	48.0	44.7	7.3	52.0	0.0	48.0	3.59
행정구역	동	1.2	32.7	58.8	7.3	66.1	1.2	32.7	3.72
	읍면	1.1	29.0	49.7	20.2	69.9	1.1	29.0	3.89
가구원수	1인 가구	2.2	28.4	63.1	6.3	69.4	2.2	28.4	3.74
	2인 가구	0.8	31.7	55.3	12.3	67.5	0.8	31.7	3.79
	3인 가구	0.5	34.2	58.1	7.2	65.3	0.5	34.2	3.72
	4인 이상 가구	1.8	32.5	54.8	10.9	65.8	1.8	32.5	3.75
가구주 성별	남	1.2	33.1	56.3	9.4	65.7	1.2	33.1	3.74
	여	1.0	28.2	61.4	9.4	70.8	1.0	28.2	3.79
가구주 연령	20대	6.2	32.1	54.0	7.7	61.7	6.2	32.1	3.63
	30대	0.4	35.3	57.3	7.0	64.3	0.4	35.3	3.71
	40대	0.7	32.4	58.9	8.0	66.9	0.7	32.4	3.74
	50대	1.7	30.0	59.1	9.2	68.3	1.7	30.0	3.76
	60대 이상	1.1	30.6	52.1	16.2	68.3	1.1	30.6	3.83
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	26.8	54.8	18.4	73.2	0.0	26.8	3.92
	고졸	1.3	28.4	58.5	11.8	70.4	1.3	28.4	3.81
	전문대졸 이상	1.2	33.6	56.9	8.3	65.2	1.2	33.6	3.72
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.7	31.9	56.4	11.0	67.3	0.7	31.9	3.78
	서비스/판매직	0.6	34.4	59.6	5.4	65.0	0.6	34.4	3.70
	기계/농림어업/단순노무	4.0	28.7	55.9	11.5	67.4	4.0	28.7	3.75
	기타	0.0	24.6	68.3	7.1	75.4	0.0	24.6	3.82
월평균 가구소득	200만 원 미만	1.0	28.6	54.9	15.4	70.3	1.0	28.6	3.85
	200~400만 원 미만	1.4	31.5	58.3	8.7	67.1	1.4	31.5	3.74
	400~600만 원 미만	1.1	31.2	57.8	10.0	67.8	1.1	31.2	3.77
	600만 원 이상	1.2	34.2	56.1	8.4	64.5	1.2	34.2	3.72

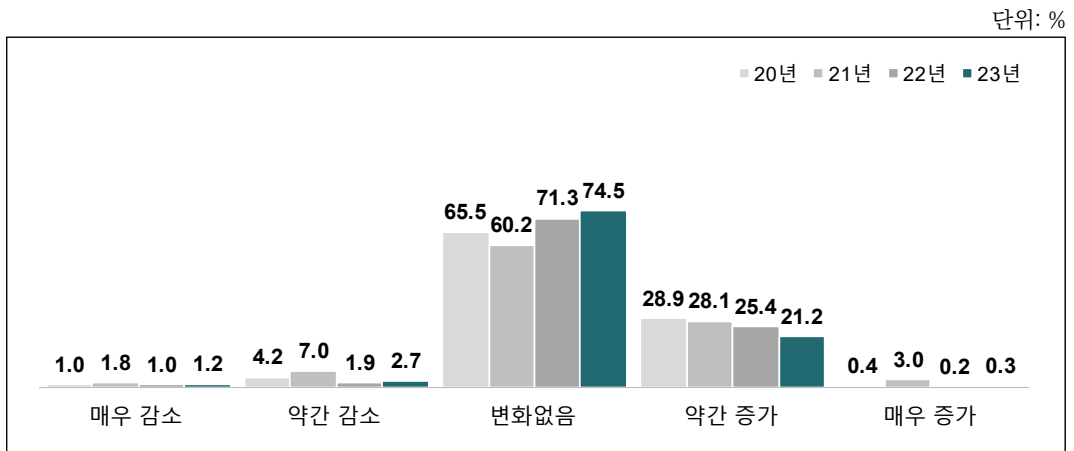
### 1.21. 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화

○ 최근 1년 온라인 가공식품에 대한 지출 변화에 대해 묻는 질문에 대하여 증가했다는 응답은 21.5%(약간 증가 21.2%+매우 증가 0.3%)로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권과 강원권에서 증가했다는 비율이 상대적으로 높았으며, 대경권에서 상대적으로 낮게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 3인 이상 가구에서 증가했다는 응답이 2인 이하 가구 대비 높게 나타남.

○ ‘변화없다’는 응답은 ‘22년 71.3%에 이어 74.5%로 증가 추세를 보임.

〈그림 4-21〉 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화



〈표 4-21〉 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화

단위: %, 5점 평균

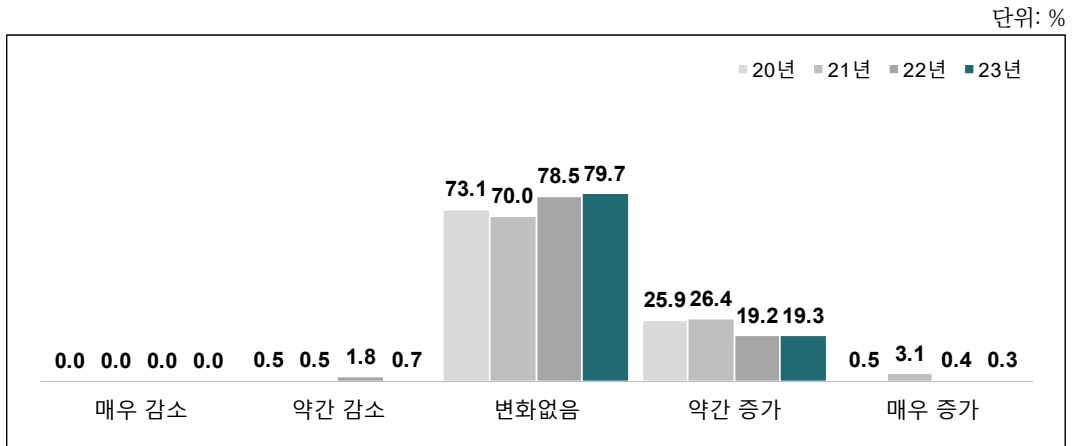
구분		약간 감소	변화 없음	약간 증가	매우 증가	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균
전체		2.7	74.5	21.2	0.3	21.5	74.5	4.0	3.17
거주지역	수도권	3.7	70.7	24.0	0.5	24.5	70.7	4.8	3.19
	충청권	0.7	81.7	17.6	0.0	17.6	81.7	0.7	3.17
	호남권	2.6	79.4	16.1	0.0	16.1	79.4	4.6	3.10
	대경권	3.1	78.8	13.8	0.3	14.2	78.8	7.0	3.04
	동남권	1.4	76.2	21.7	0.0	21.7	76.2	2.0	3.19
	강원권	0.5	70.8	27.7	1.0	28.7	70.8	0.5	3.29
행정구역	동	2.4	74.4	21.4	0.4	21.8	74.4	3.9	3.17
	읍면	4.1	75.2	20.3	0.0	20.3	75.2	4.5	3.15
가구원수	1인 가구	2.4	77.9	18.1	0.7	18.8	77.9	3.4	3.15
	2인 가구	2.8	78.7	16.6	0.2	16.8	78.7	4.6	3.11
	3인 가구	3.5	70.0	25.4	0.0	25.4	70.0	4.6	3.20
	4인 이상 가구	2.0	68.9	27.7	0.6	28.3	68.9	2.8	3.25
가구주 성별	남	3.0	74.0	21.7	0.2	21.8	74.0	4.1	3.17
	여	1.9	76.3	19.4	0.8	20.2	76.3	3.5	3.16
가구주 연령	20대	0.0	59.5	40.5	0.0	40.5	59.5	0.0	3.41
	30대	2.8	64.7	31.5	0.6	32.1	64.7	3.2	3.29
	40대	0.7	71.5	27.0	0.3	27.3	71.5	1.2	3.26
	50대	3.2	72.4	22.8	0.7	23.5	72.4	4.1	3.19
	60대 이상	3.7	83.3	10.7	0.0	10.7	83.3	6.0	3.02
가구주 최종학력	중졸 이하	0.9	92.1	6.0	0.0	6.0	92.1	2.0	3.03
	고졸	2.9	81.7	13.1	0.2	13.3	81.7	5.0	3.06
	전문대졸 이상	2.8	67.1	29.0	0.5	29.5	67.1	3.4	3.26
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.8	68.0	29.2	0.4	29.5	68.0	2.4	3.27
	서비스/판매직	3.3	76.8	17.8	0.6	18.4	76.8	4.8	3.13
	기계/농림어업/단순노무	3.4	80.4	14.4	0.0	14.4	80.4	5.1	3.08
	기타	4.0	82.4	10.6	0.0	10.6	82.4	7.1	3.00
월평균 가구소득	200만 원 미만	1.2	88.6	9.1	0.0	9.1	88.6	2.2	3.06
	200~400만 원 미만	2.4	73.9	20.6	0.6	21.1	73.9	5.0	3.14
	400~600만 원 미만	4.1	73.3	21.9	0.1	22.0	73.3	4.7	3.17
	600만 원 이상	2.0	69.7	27.2	0.5	27.8	69.7	2.5	3.25

## 1.22. 향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화

○ 향후 1년 온라인을 통한 가공식품 지출 변화에 대해 물어보는 질문에 대하여 79.7%가 ‘변화없음’으로 응답하여, '22년 78.5%에 이어 증가 추세를 보임. 증가한다는 응답은 19.6%(약간 증가 19.3% + 매우 증가 0.3%)임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권과 강원권에서 지출에 대해 평점이 높게 나타났으며, 대경권이 가장 평점이 낮은 것으로 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 4인 이상 가구에서 가장 높게 평가함.

〈그림 4-22〉 향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화



〈표 4-22〉 향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화

단위: %, 5점 평균

구분		약간 감소(2)	변화 없음(3)	약간 증가(4)	매우 증가(5)	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균
전체		0.7	79.7	19.3	0.3	19.6	79.7	0.7	3.19
거주지역	수도권	1.1	74.2	24.2	0.5	24.7	74.2	1.1	3.24
	충청권	0.3	85.5	14.2	0.0	14.2	85.5	0.3	3.14
	호남권	0.8	84.1	15.0	0.2	15.2	84.1	0.8	3.15
	대경권	0.0	90.0	10.0	0.0	10.0	90.0	0.0	3.10
	동남권	0.0	85.3	14.7	0.0	14.7	85.3	0.0	3.15
	강원권	0.0	71.6	27.9	0.5	28.4	71.6	0.0	3.29
행정구역	동	0.8	78.9	20.1	0.2	20.3	78.9	0.8	3.20
	읍면	0.2	83.2	16.0	0.7	16.7	83.2	0.2	3.17
가구원수	1인 가구	0.2	82.1	17.5	0.2	17.7	82.1	0.2	3.18
	2인 가구	0.4	84.2	15.4	0.0	15.4	84.2	0.4	3.15
	3인 가구	2.0	74.8	22.8	0.4	23.3	74.8	2.0	3.22
	4인 이상 가구	0.2	74.8	24.3	0.7	25.0	74.8	0.2	3.25
가구주 성별	남	0.8	79.0	19.9	0.3	20.2	79.0	0.8	3.20
	여	0.4	82.2	17.4	0.1	17.5	82.2	0.4	3.17
가구주 연령	20대	2.5	64.4	33.1	0.0	33.1	64.4	2.5	3.31
	30대	2.1	68.0	29.8	0.1	30.0	68.0	2.1	3.28
	40대	0.4	74.1	24.8	0.7	25.5	74.1	0.4	3.26
	50대	0.6	80.3	19.1	0.0	19.1	80.3	0.6	3.19
	60대 이상	0.2	88.4	11.0	0.4	11.4	88.4	0.2	3.12
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	96.4	3.6	0.0	3.6	96.4	0.0	3.04
	고졸	0.2	87.1	12.4	0.3	12.7	87.1	0.2	3.13
	전문대졸 이상	1.1	72.3	26.3	0.3	26.7	72.3	1.1	3.26
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.4	71.2	27.1	0.3	27.4	71.2	1.4	3.26
	서비스/판매직	0.1	84.2	15.5	0.2	15.7	84.2	0.1	3.16
	기계/농림어업/단순노무	0.3	85.9	13.3	0.5	13.7	85.9	0.3	3.14
	기타	0.0	89.1	10.9	0.0	10.9	89.1	0.0	3.11
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.3	91.4	8.3	0.0	8.3	91.4	0.3	3.08
	200~400만 원 미만	0.5	80.3	18.9	0.4	19.3	80.3	0.5	3.19
	400~600만 원 미만	1.1	79.2	19.6	0.1	19.7	79.2	1.1	3.19
	600만 원 이상	0.5	73.6	25.3	0.5	25.9	73.6	0.5	3.26

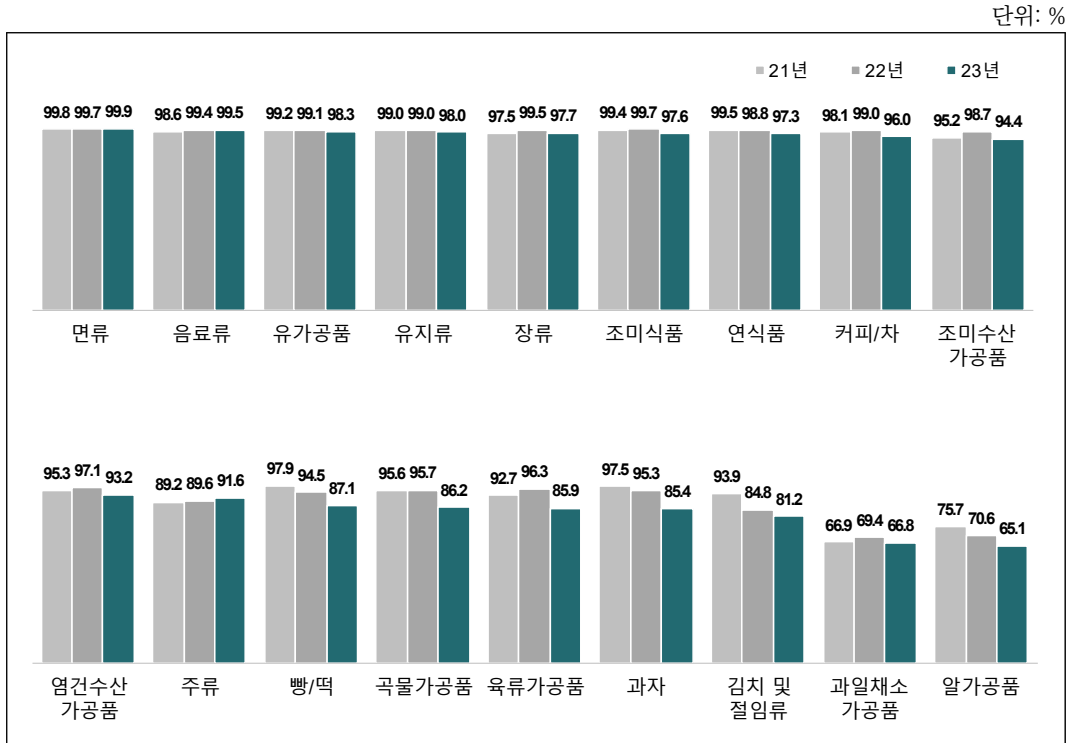
## 2. 가공식품 품목별 구입현황

### 2.1. 최근 1년 품목별 구입 경험률

○ 최근 1년 품목별 구입 경험에 대하여 '면류'가 가장 높은 응답을 보임(99.9%).

- 대부분의 품목에서 가구원수 간에 큰 차이를 보이지 않지만, 구입 경험이 낮은 품목 일수록 2인 이하 가구와 3인 이상 가구의 경험률에 차이를 보이고 있으며, '주류'의 경우 1인 가구에서 구입 경험률이 상대적으로 낮게 나타남.

〈그림 4-23〉 가공식품 최근 1년 품목별 구입 경험률





〈표 4-23〉 가공식품 최근 1년 품목별 구입 경험률

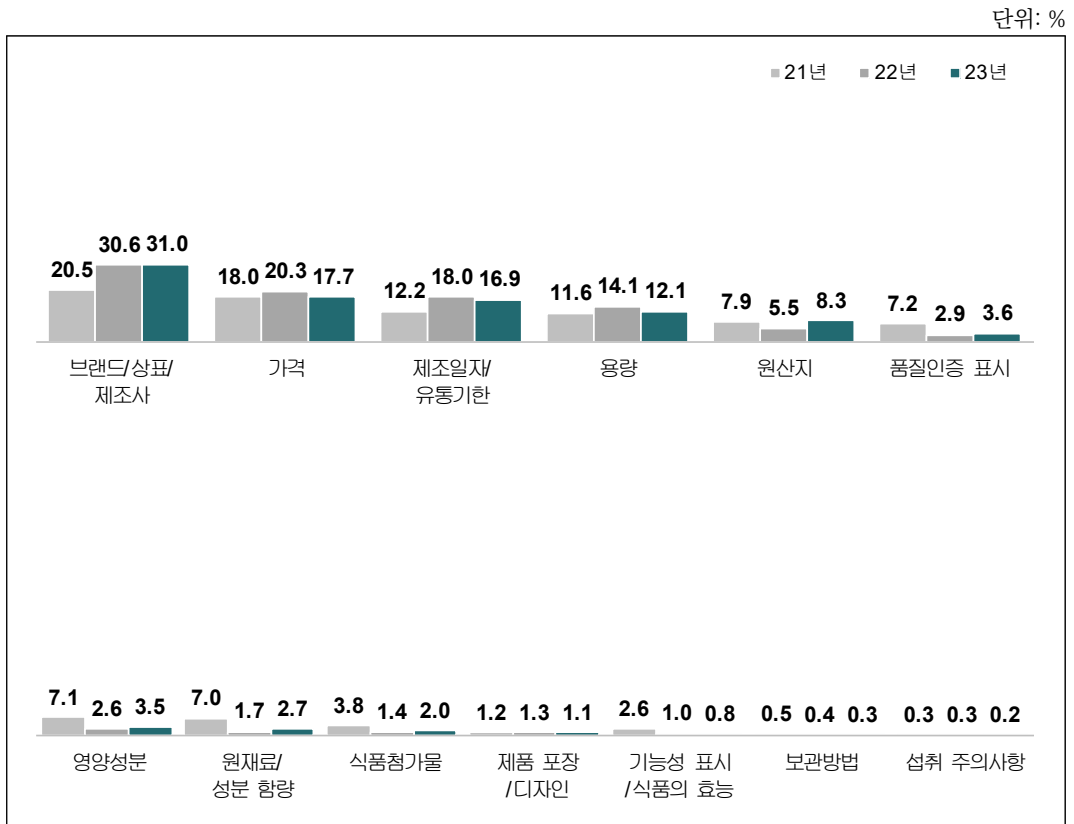
단위: %

	전체	가구원 수			
		1인 가구	2인	3인	4인 이상
육류가공품	85.9	81.1	77.4	94.5	95.6
알가공품	65.1	65.0	58.8	73.6	66.8
조미수산가공품	94.4	84.0	94.2	99.3	98.8
염건수산가공품	93.2	80.1	94.6	97.6	97.5
김치및절임류	81.2	81.1	75.7	87.6	83.5
과일채소가공품	66.8	63.8	58.0	77.1	73.6
장류	97.7	89.6	99.0	100.0	100.0
조미식품	97.6	89.6	98.9	100.0	99.7
유지류	98.0	94.6	97.9	99.7	99.8
유가공품	98.3	96.5	98.0	99.2	99.8
빵/떡	87.1	81.4	82.8	94.7	91.7
과자	85.4	76.9	80.9	94.4	91.7
면류	99.9	99.8	100.0	99.7	100.0
연식품	97.3	91.1	98.3	99.2	99.6
곡물가공품	86.2	78.9	85.5	90.6	89.8
커피/차	96.0	87.5	97.4	99.0	97.4
음료류	99.5	99.5	99.4	99.6	99.5
주류	91.6	78.1	94.2	95.3	96.1

## 2.2. 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항

○ 가공식품 구입 시 우선 확인사항에 대해 살펴보면, 대다수 품목에서 ‘브랜드/상표/제조사’, ‘가격’을 우선적으로 응답함. 그 다음으로는 ‘제조일자/유통기한’과 ‘용량’을 확인한다는 응답이 높음.

〈그림 4-24〉 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항



〈표 4-24〉 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항[1/2]

단위: %

	전체	육류 가공품/ 알가공품	조미수산 가공품	김치류/ 절임류	과일채소 가공품	장류	조미식품	유지류	유가공품
가격	17.7	18.0	20.4	6.9	19.2	19.0	19.1	16.2	16.9
용량	12.1	11.8	11.8	8.1	13.2	12.2	13.0	10.6	11.4
브랜드/상표/제조사	31.0	26.5	23.9	59.0	22.3	27.7	24.0	31.6	28.9
제조일자/유통기한	16.9	22.2	16.9	8.4	18.0	14.7	15.4	22.5	22.8
품질인증 표시	3.6	4.9	3.8	4.2	5.2	4.1	3.7	3.9	3.5
원산지	8.3	7.4	14.3	6.1	10.0	11.6	12.5	7.4	7.3
영양성분	3.5	3.0	3.1	2.5	3.9	3.3	3.5	2.7	3.5
식품첨가물	2.0	1.7	1.5	1.5	2.1	2.6	3.1	1.2	1.5
원재료/성분함량	2.7	2.9	2.6	1.7	3.0	3.7	3.6	2.1	2.2
제품포장/디자인	1.1	0.8	0.7	0.7	1.4	0.8	0.7	0.9	0.9
기능성표시/식품의효능	0.8	0.6	0.7	0.8	0.7	0.5	0.9	0.5	0.9
섭취주의사항	0.2	0.1	0.2	0.2	0.3	0.0	0.1	0.2	0.2
보관방법	0.3	0.2	0.2	0.1	0.6	0.2	0.3	0.1	0.2

〈표 4-24〉 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항[2/2]

단위: %

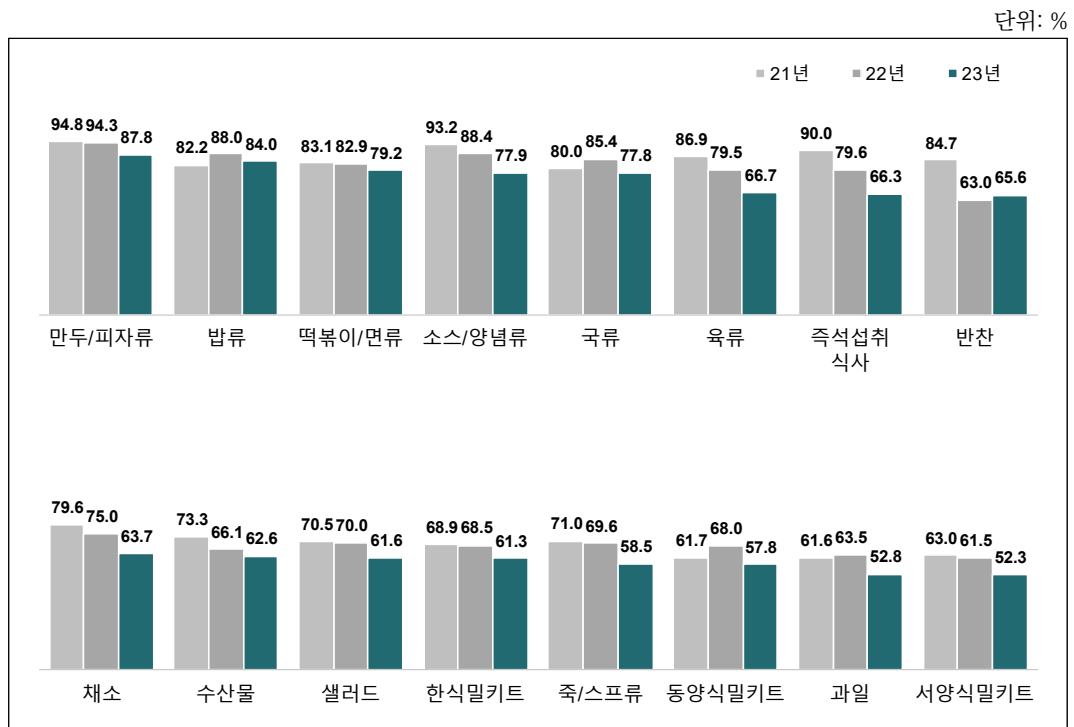
	빵/떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피/차	음료류	주류
가격	18.6	19.8	17.1	16.7	17.0	20.0	19.5	19.1
용량	9.1	12.5	14.1	14.0	14.6	12.2	12.8	12.9
브랜드/상표/제조사	27.0	30.3	32.1	27.1	26.2	33.1	31.3	44.4
제조일자/유통기한	23.0	15.6	16.0	20.1	15.9	15.6	14.5	9.2
품질인증 표시	3.6	2.5	3.1	3.2	3.8	2.8	3.1	1.4
원산지	7.7	5.3	7.9	9.8	10.0	5.7	5.1	4.7
영양성분	3.7	5.1	3.1	4.0	4.5	3.5	4.0	2.3
식품첨가물	2.0	2.9	2.1	1.5	1.9	2.0	3.1	1.0
원재료/성분함량	2.6	2.2	2.9	2.3	3.3	2.5	3.0	2.2
제품포장/디자인	1.6	2.2	0.7	0.7	1.1	1.5	1.8	1.6
기능성표시/식품의효능	1.0	0.9	0.6	0.6	0.8	0.9	1.3	0.7
섭취주의사항	0.1	0.5	0.2	0.1	0.2	0.2	0.3	0.4
보관방법	0.2	0.2	0.2	0.1	0.7	0.2	0.3	0.2

### 3. 간편식 구입현황

#### 3.1. 최근 1년 구입 경험 및 구입변화

○ 최근 1년 동안 구입한 경험이 있는 간편식 품목에 대한 질문에 ‘만두/피자류’(87.8%)의 응답 비중이 가장 높았으며, 다음으로 ‘밥류’(84.0%), ‘떡볶이/면류’(79.2%), ‘소스/양념류’(77.9%), ‘국류’(77.8%) 등의 순임.

〈그림 4-25〉 간편식 최근 1년 품목별 구입경험



〈표 4-25〉 가구원 수별 간편식 최근 1년 품목별 구입경험

단위: %

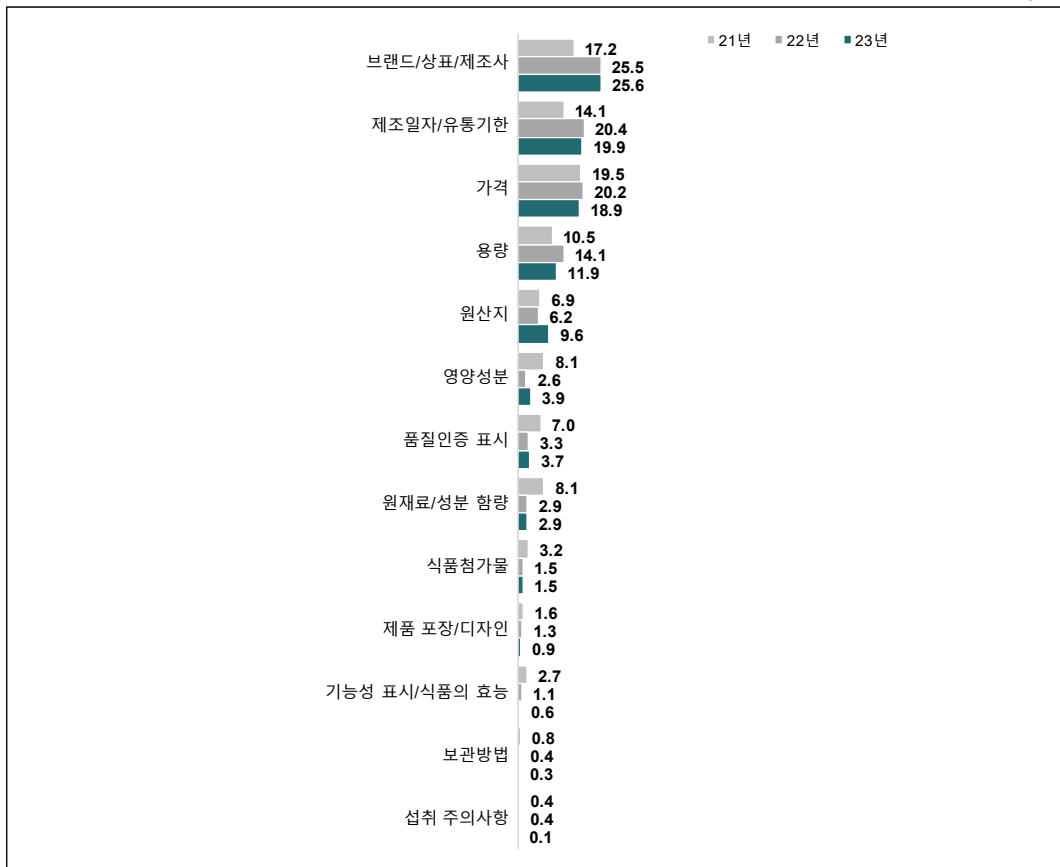
		구입경험	가구원수			
			1인 가구	2인 가구	3인 가구	4인 이상
즉석조리식품	밥류	84.0	84.7	75.2	89.8	92.6
	국류	77.8	79.4	67.0	85.4	87.4
	죽/스프류	58.5	62.6	50.6	64.3	62.4
	만두/피자류	87.8	86.4	81.6	93.2	94.3
	육류	66.7	65.2	58.6	73.4	75.5
	수산물	62.6	59.8	53.1	73.3	70.7
	소스/양념류	77.9	70.2	69.9	88.7	87.8
	떡볶이/면류	79.2	78.5	69.2	87.8	88.2
즉석섭취식품	식사	66.3	62.9	56.8	76.8	74.9
	반찬	65.6	59.8	59.1	76.0	71.4
간편조리세트	한식밀키트	61.3	52.9	51.5	74.3	72.7
	동양식밀키트	57.8	48.3	47.6	73.6	67.6
	서양식밀키트	52.3	44.3	43.3	64.0	63.2
신선편의식품	샐러드	61.6	56.8	53.1	70.9	71.0
	채소	63.7	57.7	57.4	74.0	69.4
	과일	52.8	50.4	45.4	62.9	57.0

### 3.2. 간편식 구입 시 우선 확인사항

- 간편식 구입 시 우선 확인사항은 ‘브랜드/상표/제조사’가 25.6%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘제조일자/유통기한’(19.9%), ‘가격’(18.9%), ‘용량’(11.9%) 등의 순으로 나타남.
- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권과 동남권은 ‘제조일자/유통기한’에 대한 응답이 상대적으로 높았으며, 대경권은 ‘가격’에 대해 상대적으로 높은 응답을 보임.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 1인 가구에서 ‘브랜드/상표/제조사’를 우선 확인한다는 응답이 높게 나타남.

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

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈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	18.9	11.9	25.6	19.9	3.7	9.6	3.9	1.5	2.9	0.9	0.6	0.1	0.3	
거주 지역	수도권	20.0	10.8	21.6	21.5	5.6	10.8	4.5	1.6	2.8	0.3	0.2	0.0	0.3
	충청권	20.3	14.7	26.1	15.8	2.1	11.0	2.2	0.6	4.1	2.6	0.5	0.0	0.0
	호남권	13.0	16.7	35.0	16.9	1.5	6.6	3.7	0.8	2.7	0.9	1.9	0.1	0.2
	대경권	25.2	9.6	26.4	19.0	1.7	6.9	5.7	1.1	3.1	0.6	0.2	0.0	0.4
	동남권	15.4	11.2	30.6	22.4	1.6	7.7	2.7	2.5	1.4	1.9	1.4	0.5	0.7
	강원권	17.1	11.4	24.7	10.7	3.5	17.3	3.2	2.1	9.0	0.9	0.0	0.0	0.0
행정 구역	동	18.7	12.2	26.3	19.4	3.5	9.9	4.1	1.4	2.4	1.0	0.6	0.1	0.4
	읍면	20.0	10.4	23.0	22.4	4.5	8.3	3.2	1.8	4.7	0.7	0.7	0.0	0.2
가구원 수	1인 가구	20.2	14.5	29.3	16.0	2.7	7.6	3.4	1.3	2.5	1.2	0.8	0.1	0.6
	2인 가구	17.9	11.3	26.5	19.5	3.9	10.2	3.5	1.4	3.4	1.1	1.0	0.1	0.3
	3인 가구	18.4	10.6	22.3	22.7	5.3	10.2	5.1	1.9	2.3	0.5	0.3	0.1	0.3
	4인 이상 가구	20.2	11.9	24.6	21.1	2.3	9.8	3.9	1.3	3.1	1.1	0.1	0.2	0.3
가구주 성별	남자	19.3	11.2	25.2	20.4	3.8	9.7	4.0	1.5	3.0	0.9	0.5	0.1	0.4
	여자	17.8	14.1	27.2	18.3	3.3	9.2	3.7	1.3	2.5	1.2	0.9	0.2	0.3
가구주 연령	20대	18.5	11.0	27.8	20.6	0.9	10.0	2.2	1.3	2.7	3.0	1.5	0.0	0.5
	30대	15.7	11.1	27.5	20.4	4.2	10.8	4.0	1.7	3.1	0.6	0.4	0.0	0.6
	40대	20.3	12.1	23.9	20.4	4.0	9.7	3.7	1.3	3.2	0.7	0.3	0.0	0.4
	50대	18.3	12.0	26.2	20.1	4.1	9.0	4.2	1.5	2.6	1.3	0.5	0.1	0.2
	60대	20.3	12.1	25.2	19.3	3.1	9.5	4.0	1.5	2.9	0.7	0.9	0.2	0.3
가구주 최종 학력	중졸 이하	26.7	13.2	25.9	14.9	1.4	7.5	5.1	1.3	2.5	0.4	0.5	0.6	0.1
	고졸	18.5	13.2	27.4	19.8	3.2	8.5	3.3	1.2	2.3	1.1	1.0	0.1	0.2
	전문대졸 이상	18.4	10.8	24.3	20.6	4.2	10.6	4.3	1.7	3.4	0.9	0.4	0.0	0.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	19.7	10.8	23.9	20.2	4.4	10.4	4.4	1.6	3.1	0.8	0.3	0.0	0.3
	서비스/판매직	16.2	11.9	27.7	20.7	3.2	9.2	3.9	1.7	3.0	1.3	0.7	0.1	0.3
	기계/농림어업/단순노무	20.3	13.2	25.9	19.2	3.2	9.1	3.3	1.1	2.7	0.6	0.9	0.2	0.4
	기타	23.2	15.0	28.6	16.1	2.3	6.0	3.0	0.4	1.2	2.0	1.6	0.5	0.0
월평균 가구 소득	200만 원 미만	23.3	14.6	26.4	15.3	1.7	8.6	4.5	1.0	2.1	1.1	1.0	0.2	0.2
	200~400만 원 미만	18.4	13.1	25.8	20.5	3.0	8.2	3.9	1.9	2.5	1.2	0.8	0.1	0.6
	400~600만 원 미만	19.1	9.9	26.1	20.4	4.0	10.2	4.0	1.8	2.4	1.0	0.7	0.1	0.3
	600만 원 이상	17.4	12.0	24.5	20.7	4.8	11.0	3.6	0.8	4.3	0.5	0.1	0.1	0.2

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

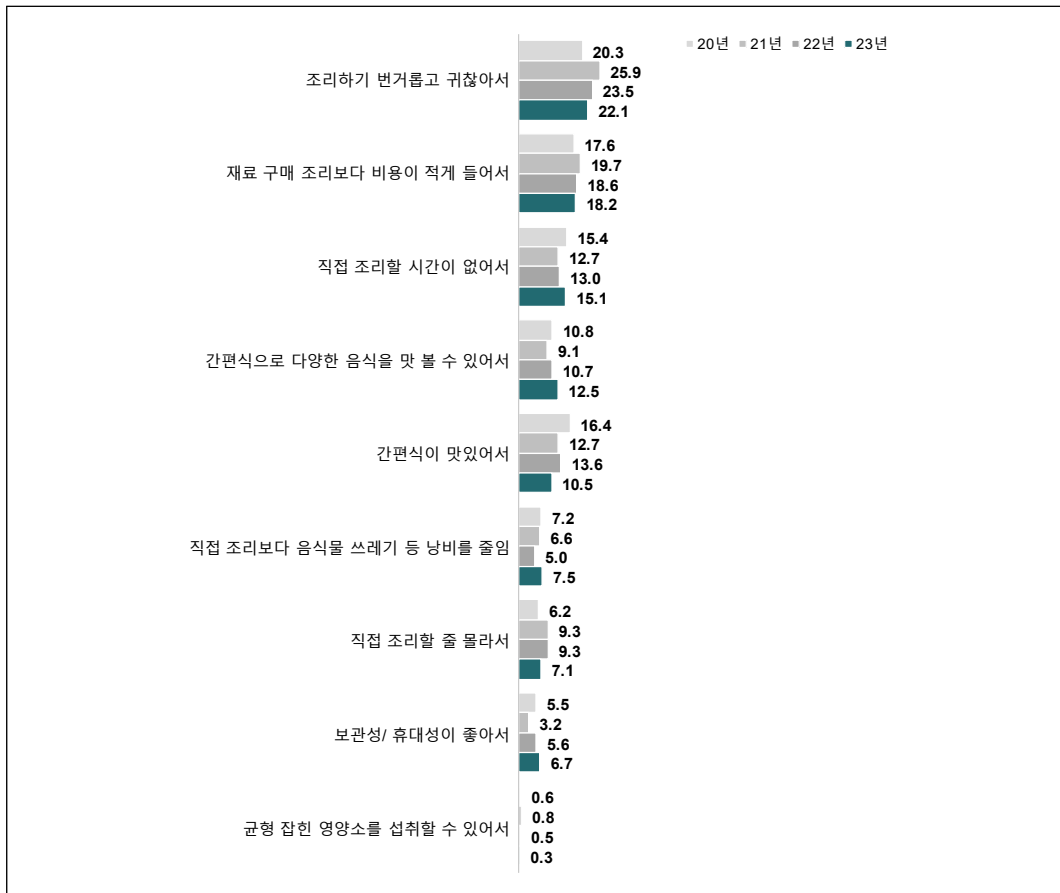
### 3.3. 간편식 구입 주 이유

○ 간편식을 구입하고자 하는 이유는 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’가 22.1%로 가장 높게 나타남. 다음으로 ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서’(18.2%)의 순으로 나타남.

○ 전년 대비 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’(▼1.4%p), ‘재료를 사서 요리하는 것보다 비용이 적게 들어서’(▼0.4%p)라는 이유가 하락세를 보임.

〈그림 4-27〉 간편식 주 구입 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.



〈표 4-27〉 간편식 주 구입 이유(1+2 가중평균)

단위: %

구분		재료 구매 조리보다 비용이 적게 들어서	간편식이 맛있어서	직접 조리 할 줄 몰라서	직접 조리할 시간이 없어서	조리하기 번거롭고 귀찮아서	간편식으로 다양한 음식을 맛 볼 수 있어서	직접 조리보다 음식물 쓰레기 등 낭비를 줄임	보관성/휴대성이 좋아서	균형 잡힌 영양소를 섭취할 수 있어서
전체		18.2	10.5	7.1	15.1	22.1	12.5	7.5	6.7	0.3
거주지역	수도권	21.3	8.0	4.5	15.8	21.6	11.9	8.1	8.5	0.2
	충청권	17.3	10.4	6.4	13.7	24.3	16.7	6.3	4.8	0.2
	호남권	11.0	14.5	9.6	15.7	19.6	14.8	8.6	5.4	0.8
	대경권	22.1	11.8	6.9	13.6	25.5	10.5	4.2	5.3	0.1
	동남권	12.8	14.0	14.1	14.9	21.2	11.5	7.7	3.5	0.3
	강원권	12.3	11.4	7.3	10.3	25.6	10.0	10.1	12.9	0.0
행정구역	동	18.5	9.3	7.0	14.7	22.3	12.6	8.2	7.1	0.3
	읍면	16.8	15.3	7.7	16.8	21.3	12.3	4.7	5.0	0.1
가구원수	1인 가구	17.7	10.6	9.7	15.0	23.4	8.9	7.6	6.8	0.1
	2인 가구	17.5	10.8	7.2	13.0	21.3	13.5	8.5	7.8	0.3
	3인 가구	18.7	9.4	5.9	16.4	22.0	13.3	8.1	5.9	0.4
	4인 이상 가구	19.0	10.9	6.1	17.1	22.2	13.4	5.2	5.9	0.2
가구주 성별	남자	18.8	10.2	6.6	15.0	21.9	13.3	7.3	6.6	0.3
	여자	15.8	11.4	8.9	15.2	22.9	9.9	8.3	7.2	0.3
가구주 연령	20대	16.5	12.8	14.1	13.7	24.8	8.4	3.9	5.8	0.0
	30대	21.2	7.8	8.3	17.3	20.0	10.8	8.7	5.9	0.0
	40대	20.4	8.7	5.6	18.3	22.4	10.9	7.2	6.4	0.2
	50대	16.8	11.8	7.9	15.0	21.9	13.1	6.9	6.2	0.5
	60대	16.7	11.4	6.2	12.1	22.8	14.2	8.1	8.0	0.3
가구주 최종학력	중졸 이하	15.9	13.1	9.7	12.4	19.2	13.5	8.3	7.9	0.0
	고졸	15.6	11.1	6.7	13.7	23.7	13.1	7.6	8.1	0.5
	전문대졸 이상	20.2	9.8	7.2	16.3	21.2	12.1	7.4	5.6	0.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	21.9	8.7	7.3	15.7	20.9	11.7	8.3	5.4	0.2
	서비스/판매직	14.9	12.3	6.8	14.6	24.4	12.3	5.3	9.0	0.5
	기계/농림어업/단순노무	15.7	11.5	7.2	14.9	20.6	14.8	8.8	6.2	0.3
	기타	16.8	11.3	7.7	13.8	26.1	6.1	9.8	8.3	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	14.5	12.9	9.8	12.2	23.1	12.8	5.7	9.0	0.0
	200~400만 원 미만	17.6	11.1	7.5	13.3	20.9	13.8	8.3	7.3	0.2
	400~600만 원 미만	19.1	10.5	6.5	13.5	23.1	13.0	8.2	5.6	0.6
	600만 원 이상	19.2	8.6	6.5	20.7	21.7	10.3	6.5	6.6	0.0

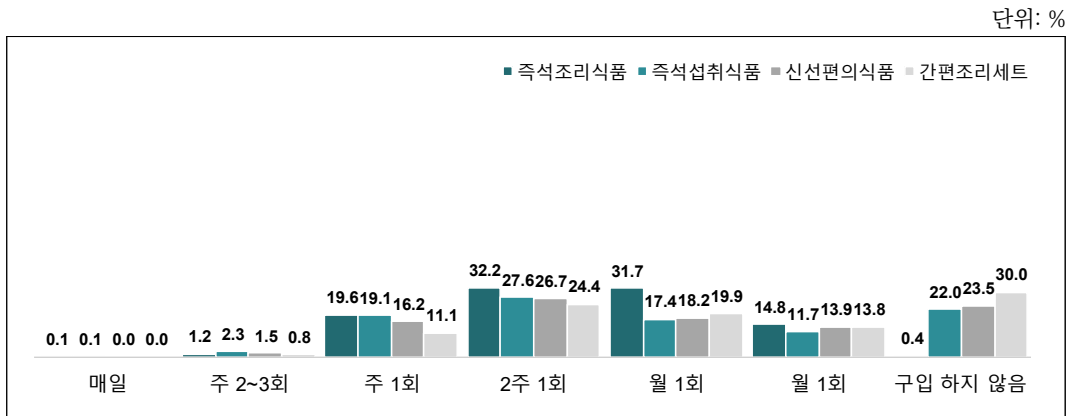
주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

### 3.4. 간편식 구입 주기

○ 간편식을 구입하는 주기는 간편식 형태와 관계없이 대체로 ‘2주 1회’ 응답이 높게 나타남.

- 즉석 조리 식품은 ‘2주 1회’(32.2%) > ‘월 1회’(31.7%) > ‘주 1회’(19.6%) 등의 순임.
- 즉석 섭취 식품은 ‘2주 1회’(27.6%) > ‘주 1회’(19.1%) > ‘월 1회’(17.4%) 등의 순임.
- 신선 편의 식품은 ‘2주 1회’(26.7%) > ‘월 1회’(18.2%) > ‘주 1회’(16.2%) 등의 순임.
- 간편 조리 세트는 ‘2주 1회’(24.4%) > ‘월 1회’(19.1%) > ‘월 1회 미만’(13.8%) 등의 순임.

〈그림 4-28〉 간편식 구입 주기



〈표 4-28〉 즉석 조리 식품 구입 주기

단위: %

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		0.1	1.2	19.6	32.2	31.7	14.8	0.4
거주지역	수도권	0.0	2.0	21.0	31.8	33.2	11.9	0.2
	충청권	0.5	0.5	29.1	41.1	19.3	9.5	0.0
	호남권	0.0	0.0	11.8	31.2	31.7	23.4	2.0
	대경권	0.0	0.6	19.4	36.5	26.1	16.3	1.0
	동남권	0.0	0.8	16.2	27.5	34.9	20.6	0.0
	강원권	0.0	0.0	6.2	15.5	64.5	13.8	0.0
행정구역	동	0.1	1.4	18.2	30.0	33.7	16.1	0.5
	읍면	0.0	0.6	25.2	41.5	23.1	9.4	0.2
가구원수	1인 가구	0.3	0.6	17.0	30.6	36.5	14.5	0.5
	2인 가구	0.0	0.7	17.1	31.0	31.5	18.8	0.8
	3인 가구	0.0	1.4	23.2	34.2	27.5	13.6	0.0
	4인 이상 가구	0.0	2.3	22.0	33.6	32.1	9.8	0.2
가구주 성별	남자	0.1	1.4	20.2	32.3	30.8	14.9	0.3
	여자	0.0	0.6	17.4	31.9	34.9	14.3	0.9
가구주 연령	20대	0.0	1.3	54.0	25.5	19.2	0.0	0.0
	30대	0.3	0.7	25.1	32.8	34.0	7.0	0.0
	40대	0.0	1.1	19.3	36.0	34.9	8.6	0.2
	50대	0.0	2.0	21.0	32.6	30.8	13.3	0.2
	60대	0.0	0.7	12.7	29.8	30.5	25.2	1.0
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.0	9.5	34.3	31.3	22.3	2.6
	고졸	0.0	1.1	18.2	26.9	33.2	20.3	0.4
	전문대졸 이상	0.1	1.4	21.6	35.9	30.6	10.1	0.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	1.9	22.7	34.7	32.3	8.0	0.3
	서비스/판매직	0.0	1.0	17.1	32.3	35.2	14.2	0.2
	기계/농림어업/단순노무	0.0	0.5	18.7	27.8	27.5	24.8	0.7
	기타	0.0	0.0	15.1	33.1	23.4	26.0	2.4
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.0	0.2	12.2	32.7	30.4	22.8	1.6
	200~400만 원 미만	0.2	1.1	21.4	29.9	32.0	15.1	0.3
	400~600만 원 미만	0.0	1.9	21.5	31.5	30.2	14.5	0.5
	600만 원 이상	0.0	0.9	18.0	35.9	34.0	11.3	0.0

〈표 4-29〉 즉석 섭취 식품 구입 주기

단위: %

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		0.1	2.3	19.1	27.6	17.4	11.7	22.0
거주지역	수도권	0.0	2.6	20.1	31.1	14.3	8.7	23.3
	충청권	0.5	3.0	24.6	26.9	10.2	6.2	28.7
	호남권	0.0	0.2	9.6	25.1	20.3	19.6	25.2
	대경권	0.0	1.5	20.5	29.0	22.9	15.3	10.8
	동남권	0.0	3.4	19.8	20.6	27.3	17.3	11.7
	강원권	0.0	0.0	7.2	10.5	11.0	10.0	61.3
행정구역	동	0.1	2.1	17.4	26.8	18.4	12.8	22.4
	읍면	0.0	2.9	26.1	30.8	12.9	7.2	20.1
가구원수	1인 가구	0.3	3.1	14.9	26.0	18.1	9.7	27.9
	2인 가구	0.0	2.0	15.5	26.1	17.4	13.5	25.4
	3인 가구	0.0	1.7	22.9	32.4	16.7	12.5	13.7
	4인 이상 가구	0.0	2.6	24.6	26.0	17.3	9.7	19.9
가구주 성별	남자	0.1	2.1	20.4	27.3	16.4	12.1	21.6
	여자	0.0	3.0	14.6	28.2	20.5	10.5	23.2
가구주 연령	20대	0.0	8.1	42.6	32.4	11.1	1.2	4.6
	30대	0.3	3.3	19.8	34.4	14.5	7.9	19.6
	40대	0.0	0.8	20.2	32.9	16.3	7.8	22.0
	50대	0.0	3.1	20.9	25.8	21.0	12.2	16.8
	60대	0.0	1.4	14.1	22.1	16.3	16.4	29.6
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.9	11.9	24.5	23.1	15.8	23.9
	고졸	0.0	2.1	16.3	21.5	17.5	15.2	27.4
	전문대졸 이상	0.1	2.6	21.8	32.2	16.7	8.8	17.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	2.6	20.3	34.4	15.4	7.9	19.2
	서비스/판매직	0.0	2.2	18.6	24.9	20.7	10.8	22.8
	기계/농림어업/단순노무	0.0	2.1	19.0	18.9	17.1	18.5	24.3
	기타	0.0	1.6	12.1	28.0	15.0	17.3	26.1
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.0	1.8	12.7	18.6	19.8	14.2	32.8
	200~400만 원 미만	0.2	3.0	18.3	28.2	19.7	12.0	18.6
	400~600만 원 미만	0.0	2.7	21.5	27.8	15.9	12.0	20.2
	600만 원 이상	0.0	1.1	19.5	30.4	15.5	10.0	23.5

〈표 4-30〉 신선 편의 식품 구입 주기

단위: %

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		0.0	1.5	16.2	26.7	18.2	13.9	23.5
거주지역	수도권	0.0	1.5	18.9	28.8	16.5	9.3	25.0
	충청권	0.0	1.4	20.6	30.3	15.0	9.0	23.8
	호남권	0.0	0.0	5.3	16.0	23.7	20.5	34.5
	대경권	0.0	0.7	14.8	32.8	16.1	15.0	20.6
	동남권	0.3	3.5	15.1	24.8	23.3	25.4	7.6
	강원권	0.0	0.0	5.3	5.7	14.6	20.3	54.1
행정구역	동	0.1	1.5	15.6	25.3	19.8	15.2	22.5
	읍면	0.0	1.7	18.4	32.7	11.3	8.4	27.4
가구원수	1인 가구	0.2	1.4	13.2	23.5	17.6	12.9	31.2
	2인 가구	0.0	1.8	12.3	25.3	19.3	16.2	25.1
	3인 가구	0.0	1.1	20.8	32.2	16.9	12.9	16.1
	4인 이상 가구	0.0	1.6	20.1	25.9	18.2	12.3	21.9
가구주 성별	남자	0.1	1.5	16.6	26.7	18.2	13.8	23.1
	여자	0.0	1.6	14.6	26.6	18.2	14.4	24.6
가구주 연령	20대	1.8	4.5	27.7	40.6	11.8	4.7	8.9
	30대	0.0	1.0	21.7	29.8	21.2	8.4	17.9
	40대	0.0	1.2	17.4	28.8	18.6	9.2	24.8
	50대	0.0	2.1	16.9	28.3	19.5	14.6	18.5
	60대	0.0	1.1	11.0	21.1	15.7	19.8	31.3
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	0.0	6.7	15.3	13.2	25.2	39.6
	고졸	0.0	2.3	15.3	21.5	18.2	17.5	25.3
	전문대졸 이상	0.1	1.1	17.7	31.5	18.7	10.3	20.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	1.7	19.7	30.4	17.8	9.8	20.6
	서비스/판매직	0.0	1.5	12.5	28.4	19.2	13.6	24.8
	기계/농림어업/단순노무	0.0	1.3	15.6	19.4	18.6	19.9	25.2
	기타	0.0	1.6	14.9	18.5	11.3	22.5	31.2
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.0	0.9	9.7	21.2	16.0	18.3	33.9
	200~400만 원 미만	0.2	2.9	15.5	25.0	18.2	16.1	22.2
	400~600만 원 미만	0.0	1.3	18.8	27.8	18.5	12.1	21.5
	600만 원 이상	0.0	0.4	16.2	29.7	18.6	12.0	23.1

〈표 4-31〉 간편 조리 세트 구입 주기

단위: %

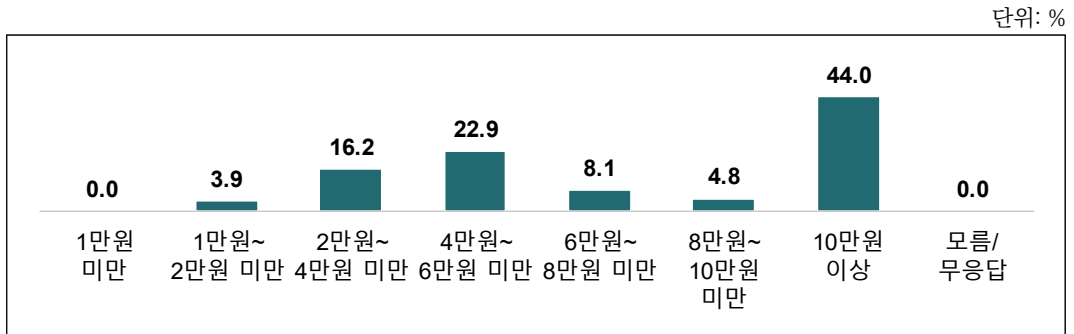
구분		주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		0.8	11.1	24.4	19.9	13.8	30.0
거주지역	수도권	1.4	14.1	28.5	20.8	9.3	25.9
	충청권	0.5	11.3	20.6	16.8	13.2	37.7
	호남권	0.0	5.4	17.1	19.5	18.8	39.2
	대경권	0.6	5.4	26.4	17.2	16.7	33.7
	동남권	0.3	9.8	22.0	22.1	21.6	24.2
	강원권	0.0	8.3	2.9	14.7	19.5	54.6
행정구역	동	0.9	10.4	23.9	20.9	15.0	28.8
	읍면	0.6	13.7	26.6	15.7	8.5	35.0
가구원수	1인 가구	0.6	9.9	21.3	15.4	10.3	42.6
	2인 가구	0.8	7.4	19.4	21.5	14.7	36.2
	3인 가구	0.7	15.2	30.9	21.9	13.9	17.3
	4인 이상 가구	1.2	13.7	28.5	19.1	15.3	22.3
가구주 성별	남자	0.9	11.7	24.4	20.8	14.1	28.1
	여자	0.6	8.9	24.6	16.6	12.6	36.7
가구주 연령	20대	1.0	23.6	42.0	10.2	7.3	15.8
	30대	1.0	16.8	30.4	21.2	10.8	19.8
	40대	0.3	12.6	30.3	24.4	9.8	22.7
	50대	1.5	10.9	25.3	20.6	15.7	25.9
	60대	0.4	6.5	15.5	16.5	16.4	44.8
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	4.2	13.6	10.6	16.5	55.1
	고졸	0.6	9.5	17.7	17.1	16.3	38.7
	전문대졸 이상	1.1	12.9	30.3	22.8	11.7	21.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.4	13.4	30.4	22.4	11.1	21.2
	서비스/판매직	0.7	8.7	21.7	21.5	13.0	34.4
	기계/농림어업/단순노무	0.1	11.0	18.8	13.5	19.1	37.6
	기타	0.0	6.9	19.7	14.1	16.0	43.3
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.0	4.7	16.8	15.8	13.1	49.6
	200~400만 원 미만	1.5	13.1	21.3	19.9	13.1	31.2
	400~600만 원 미만	0.8	12.7	26.9	19.2	15.6	24.8
	600만 원 이상	0.4	9.2	28.2	22.5	12.3	27.3

### 3.5. 간편식 구입 지출액

○ 간편식을 구입하는 지출액은 월평균 95,533원으로 나타남.

- 거주 지역별로 보았을 때 대경권이 104,226원으로 가장 높았으며, 강원권이 50,319원으로 가장 낮게 나타남.
- 가구소득이 증가할수록 간편식 구입 지출액도 같이 증가하여, 가구소득이 600만 원 이상인 경우는 110,248원으로 200만 원 이하 가구의 지출액인 61,724원보다 2배에 가까운 차이를 보임.

〈그림 4-29〉 간편식 구입 지출액(월평균)



〈표 4-32〉 간편식 구입 지출액(월평균)

단위: %

구분		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	평균
전체		3.9	16.2	22.9	8.1	4.8	44.0	95,533
거주지역	수도권	3.3	13.7	26.1	8.0	6.8	42.2	97,326
	충청권	2.4	17.4	16.5	6.1	2.4	55.2	98,799
	호남권	3.7	26.5	21.2	9.2	5.1	34.2	78,888
	대경권	2.8	8.7	21.3	9.6	2.9	54.7	104,226
	동남권	7.4	17.8	19.1	7.5	1.3	46.9	101,149
	강원권	7.6	33.5	28.7	12.1	7.8	10.3	50,319
행정구역	동	4.4	15.9	23.4	7.9	5.0	43.4	95,270
	읍면	2.2	17.5	20.6	9.2	4.1	46.5	96,629
가구원수	1인 가구	8.4	23.1	18.2	9.6	5.5	35.1	75,235
	2인 가구	4.5	23.1	24.2	8.3	3.3	36.5	79,973
	3인 가구	2.0	6.7	23.6	7.7	5.7	54.3	117,040
	4인 이상 가구	1.1	8.9	24.2	7.0	5.8	53.1	116,133
가구주 성별	남자	3.2	14.6	24.1	8.3	4.8	45.1	99,025
	여자	6.5	21.9	18.6	7.7	5.1	40.3	83,641
가구주 연령	20대	0.0	5.6	19.8	8.2	2.0	64.5	117,224
	30대	1.7	13.7	21.2	8.9	5.4	49.2	108,050
	40대	1.7	9.8	24.9	7.2	6.9	49.4	98,634
	50대	3.3	15.0	20.5	7.1	4.1	50.1	107,778
	60대	7.4	23.6	25.0	9.3	4.3	30.4	73,811
가구주 최종학력	중졸 이하	8.1	30.4	29.0	6.9	2.5	23.1	58,074
	고졸	5.6	20.4	23.4	8.1	5.5	37.1	84,608
	전문대졸 이상	2.4	11.8	21.9	8.3	4.6	51.0	107,038
가구주 직업	관리/전문/사무직	2.9	10.4	24.3	7.4	4.6	50.4	109,088
	서비스/판매직	5.3	18.7	20.5	7.6	7.8	40.1	86,555
	기계/농림어업/단순노무	3.5	20.9	23.9	10.3	1.7	39.8	87,262
	기타	2.0	30.9	18.2	8.4	4.6	35.8	79,621
월평균 가구소득	200만 원 미만	8.9	27.9	25.9	9.0	2.3	26.0	61,724
	200~400만 원 미만	4.2	18.6	19.3	7.5	4.9	45.4	91,172
	400~600만 원 미만	3.5	14.6	25.1	7.1	4.3	45.2	99,456
	600만 원 이상	2.0	10.4	22.6	9.8	6.7	48.6	110,248

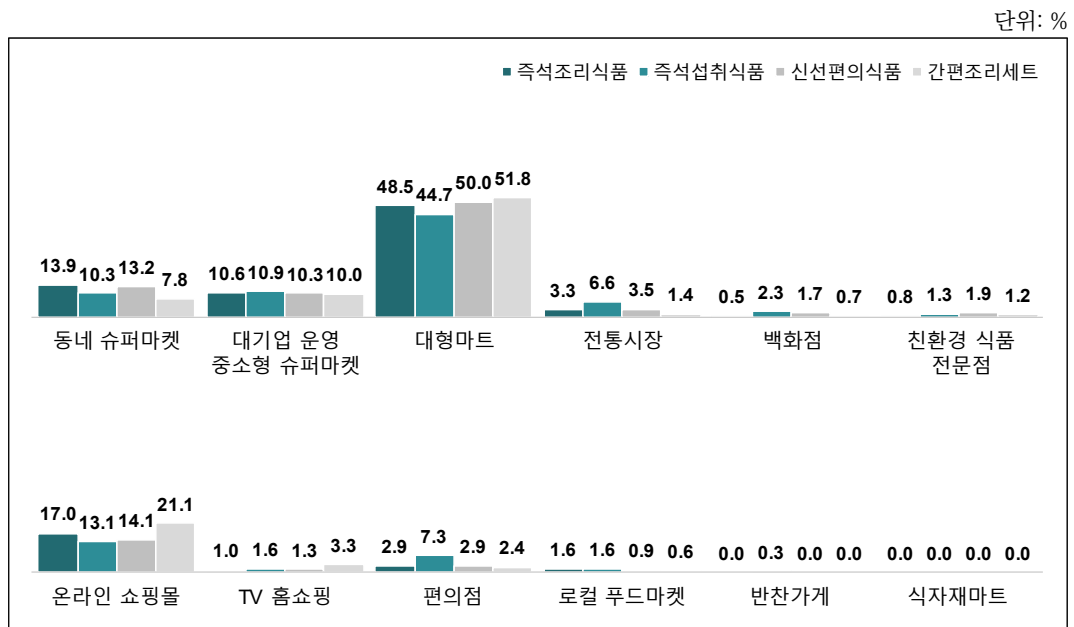


### 3.6. 간편식 구입 장소

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

- 즉석 조리 식품은 ‘대형마트’ 48.5%로 ‘온라인 쇼핑몰’(17.0%) > ‘동네 슈퍼마켓’(13.9%) 등의 순임.
- 즉석 섭취 식품은 ‘대형마트’ 44.7%로 ‘온라인 쇼핑몰’(13.1%) > ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(10.9%) 등의 순임.
- 신선 편의 식품은 ‘대형마트’ 50.0%로 ‘온라인 쇼핑몰’(14.1%) > ‘동네 슈퍼마켓’(13.2%) 등의 순임.
- 간편 조리 세트는 ‘대형마트’ 51.8%로 ‘온라인 쇼핑몰’(21.1%) > ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(10.0%)의 순임.

〈그림 4-30〉 간편식 주 구입처



### 3.6.1. 간편식 구입 장소 - 즉석조리식품

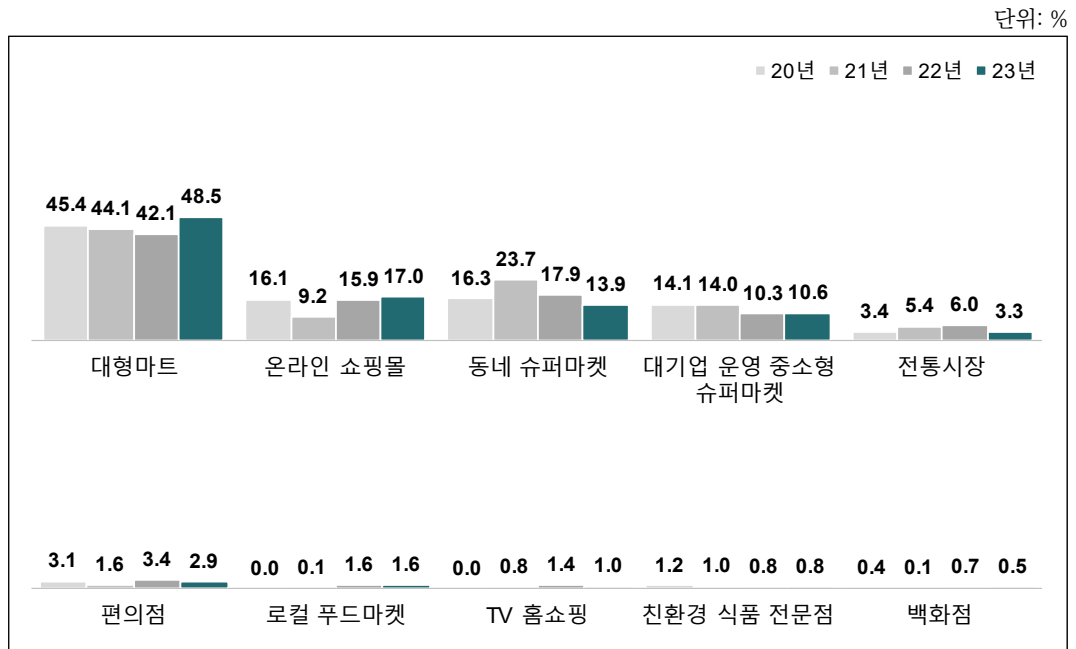
○ 즉석조리식품의 구입장소는 전년 대비 ‘대형마트’는 증가하였으나, ‘동네 슈퍼마켓’의 비율이 하락함.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘대형마트’가 가장 높게 나타났으며, 수도권과 강원권은 ‘온라인 쇼핑몰’, 호남권과 동남권은 ‘동네 슈퍼마켓’의 비율이 상대적으로 높게 나타남.

- 가구원 수에 따라 살펴보면, 3인 가구에서 ‘대형마트’의 비율이 50% 이상으로 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘대형마트’(▲6.4%p)는 상승한 것으로 나타났고, ‘동네 슈퍼마켓’의 비율이 4.0%p 하락한 것으로 나타남.

〈그림 4-31〉 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품



〈표 4-33〉 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품[1/2]

단위: %

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점
전체		13.9	10.6	48.5	3.3	0.5	0.8
거주지역	수도권	8.4	12.4	48.4	1.7	0.9	0.9
	충청권	12.2	10.7	50.1	4.1	0.7	0.0
	호남권	25.3	11.7	40.6	7.3	0.0	0.4
	대경권	14.9	4.7	57.7	3.9	0.0	0.9
	동남권	22.5	8.9	48.5	4.4	0.0	1.3
	강원권	16.8	5.4	39.2	0.6	0.0	0.9
행정구역	동	13.5	11.3	47.4	2.6	0.4	0.7
	읍면	15.6	7.9	52.8	6.0	1.2	1.0
가구원수	1인 가구	18.5	8.9	33.6	3.9	0.6	0.1
	2인 가구	18.1	14.5	44.5	5.0	0.9	1.2
	3인 가구	8.5	7.9	61.5	1.2	0.0	0.7
	4인 이상 가구	8.7	8.7	54.1	2.1	0.5	0.7
가구주 성별	남자	12.6	10.8	51.2	2.7	0.5	0.9
	여자	18.3	10.1	38.9	5.3	0.7	0.2
가구주 연령	20대	17.6	9.2	27.8	0.0	1.5	0.0
	30대	5.8	4.8	39.8	0.3	0.3	0.3
	40대	4.8	9.4	52.0	1.3	1.2	0.7
	50대	15.2	10.2	54.7	2.5	0.0	1.2
	60대	22.1	14.8	46.0	7.0	0.7	0.6
가구주 최종학력	중졸 이하	27.2	0.6	48.7	15.1	0.0	1.9
	고졸	19.8	14.3	45.5	4.4	0.6	1.0
	전문대졸 이상	8.4	9.0	50.6	1.3	0.5	0.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	6.2	8.2	50.2	1.3	1.0	1.0
	서비스/판매직	16.6	11.5	47.2	4.2	0.2	0.8
	기계/농림어업/단순노무	23.0	13.3	47.4	4.9	0.2	0.4
	기타	18.7	10.9	48.3	9.4	0.0	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	24.2	10.1	46.4	9.2	0.0	0.0
	200~400만 원 미만	18.9	11.3	41.3	4.0	0.9	0.3
	400~600만 원 미만	12.6	11.9	49.5	2.1	0.8	1.0
	600만 원 이상	5.2	8.3	56.4	1.3	0.0	1.3

〈표 4-33〉 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품[2/2]

단위: %

구분		온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓	반찬가게	식자재마트
전체		17.0	1.0	2.9	1.6	0.0	0.0
거주지역	수도권	23.9	0.6	1.9	0.9	0.0	0.0
	충청권	15.3	0.9	5.0	0.8	0.2	0.0
	호남권	1.0	0.2	6.0	7.2	0.0	0.3
	대경권	13.6	1.7	2.0	0.7	0.0	0.0
	동남권	8.7	2.2	2.6	0.9	0.0	0.0
	강원권	29.2	0.0	6.1	1.9	0.0	0.0
행정구역	동	18.8	1.0	3.0	1.3	0.0	0.0
	읍면	9.2	0.6	2.6	2.9	0.0	0.1
가구원수	1인 가구	24.5	0.0	8.0	1.8	0.0	0.1
	2인 가구	11.9	0.6	1.4	2.0	0.1	0.0
	3인 가구	16.2	2.5	1.1	0.3	0.0	0.0
	4인 이상 가구	19.2	0.7	2.9	2.2	0.0	0.0
가구주 성별	남자	16.1	0.9	2.8	1.4	0.0	0.0
	여자	19.9	1.1	3.3	2.2	0.0	0.1
가구주 연령	20대	28.0	4.7	11.3	0.0	0.0	0.0
	30대	42.9	0.2	5.1	0.6	0.0	0.0
	40대	24.9	1.1	3.0	1.6	0.0	0.1
	50대	11.6	1.7	2.0	1.0	0.0	0.0
	60대	3.7	0.2	2.0	2.7	0.1	0.0
가구주 최종학력	중졸 이하	3.2	1.0	2.0	0.4	0.0	0.0
	고졸	8.4	1.1	2.8	2.1	0.0	0.1
	전문대졸 이상	24.4	0.9	3.1	1.3	0.0	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	26.9	1.2	2.7	1.3	0.0	0.0
	서비스/판매직	13.1	1.0	3.5	1.6	0.1	0.1
	기계/농림어업/단순노무	6.2	0.4	2.4	1.7	0.0	0.0
	기타	5.7	0.0	4.8	2.2	0.0	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	5.5	0.2	2.1	2.3	0.0	0.0
	200~400만 원 미만	15.8	1.0	4.3	2.0	0.0	0.1
	400~600만 원 미만	16.0	1.6	3.2	1.2	0.0	0.0
	600만 원 이상	24.6	0.3	1.2	1.3	0.1	0.0

### 3.6.2. 간편식 구입 장소 - 즉석섭취식품

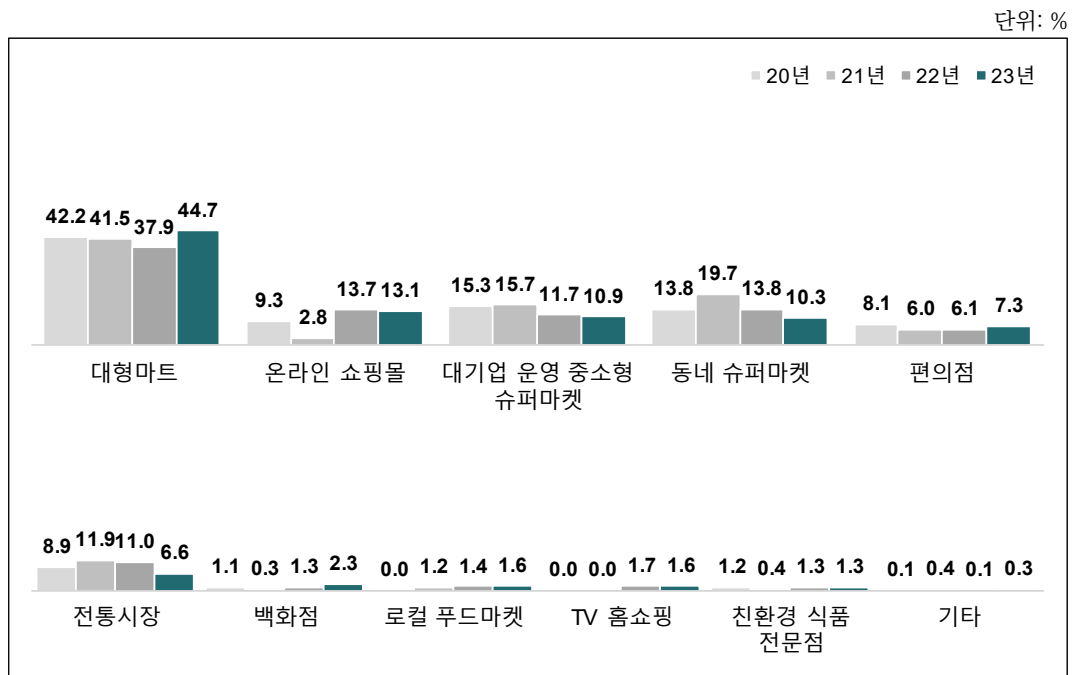
○ 즉석섭취식품은 ‘대형마트’가 44.7%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그 다음으로 ‘온라인 쇼핑몰’(13.1%), ‘대기업 운영 중소형 슈퍼마켓’(10.9%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘대형마트’에 대한 구매율이 높은 것으로 나타났고, 특히 대경권의 경우 상대적으로 높은 65.1%로 나타남.

- 가구원 수에 따라 살펴보면, 3인 가구에서 ‘대형마트’의 비율이 50% 이상으로 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘대형마트’(▲6.8%p)는 상승한 것으로 나타났고, ‘온라인 쇼핑몰’의 비율이 0.6%p 하락한 것으로 나타남.

〈그림 4-32〉 간편식 주 구입처 - 즉석섭취식품



〈표 4-34〉 간편식 주 구입처 - 즉석섭취식품

단위: %

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓	반찬 가게
전체		10.3	10.9	44.7	6.6	2.3	1.3	13.1	1.6	7.3	1.6	0.3
거주지역	수도권	6.9	14.1	39.4	4.8	4.2	1.5	19.5	1.7	5.9	2.0	0.0
	충청권	6.6	7.8	40.2	10.7	0.0	0.4	11.1	1.1	18.4	1.3	2.4
	호남권	20.7	11.0	45.2	10.9	0.5	0.9	1.2	0.0	7.2	2.4	0.0
	대경권	9.7	3.0	65.1	6.2	0.0	1.0	9.7	0.6	3.4	1.3	0.0
	동남권	16.4	9.8	47.6	7.1	1.0	1.3	5.8	3.4	7.2	0.4	0.0
	강원권	2.6	3.4	50.6	1.5	1.5	6.7	27.5	0.0	6.2	0.0	0.0
행정구역	동	10.3	11.5	45.3	4.9	2.1	1.3	15.1	1.3	6.9	1.1	0.2
	읍면	10.7	8.6	42.2	13.6	3.0	1.1	4.8	2.7	9.0	3.6	0.6
가구원수	1인 가구	14.7	6.3	33.9	7.8	1.2	0.7	16.0	0.0	18.4	0.9	0.0
	2인 가구	12.2	12.2	42.4	10.4	2.1	1.5	8.9	1.8	5.7	2.5	0.4
	3인 가구	6.3	12.4	50.8	4.2	3.3	1.2	14.4	2.2	3.7	1.2	0.3
	4인 이상 가구	8.7	10.9	50.0	3.0	2.2	1.7	15.6	1.9	4.8	1.2	0.1
가구주 성별	남자	9.3	11.8	46.3	6.1	2.6	1.2	13.2	1.6	5.7	1.7	0.3
	여자	13.9	7.7	39.0	8.5	1.3	1.6	12.5	1.6	12.8	1.1	0.0
가구주 연령	20대	8.9	9.0	16.8	0.0	0.0	0.0	19.0	2.0	40.3	4.0	0.0
	30대	4.3	5.2	45.4	1.7	1.8	0.5	27.1	0.0	10.7	2.6	0.7
	40대	4.6	11.1	49.8	2.2	3.0	0.9	20.0	2.4	4.4	1.8	0.0
	50대	13.4	13.3	46.6	3.8	1.9	1.5	9.6	2.0	6.8	0.9	0.1
	60대	14.3	11.3	41.9	16.5	2.7	1.9	3.9	1.4	4.1	1.4	0.4
가구주 최종학력	중졸 이하	19.3	0.9	40.3	27.7	0.0	2.5	3.0	0.6	5.8	0.0	0.0
	고졸	15.5	14.6	43.0	9.2	0.9	1.4	6.9	2.2	4.4	2.0	0.1
	전문대졸 이상	6.2	9.5	46.2	3.1	3.4	1.1	17.9	1.3	9.3	1.5	0.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	4.2	10.5	47.1	1.7	3.6	1.1	19.1	1.4	8.6	2.3	0.3
	서비스/판매직	12.9	10.3	43.5	8.7	1.2	2.1	10.0	1.9	8.1	1.0	0.3
	기계/농림어업/단순노무	18.4	13.0	41.0	12.2	1.5	0.6	6.8	1.7	3.5	1.4	0.0
	기타	10.2	6.8	54.2	13.9	0.0	0.0	4.9	0.0	9.9	0.0	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	17.7	2.3	42.1	19.7	0.7	0.6	6.1	1.0	9.1	0.5	0.3
	200~400만 원 미만	14.6	12.1	38.9	6.8	2.6	1.0	9.9	0.8	11.4	1.8	0.0
	400~600만 원 미만	9.0	10.8	47.5	4.5	1.8	1.6	12.8	2.8	6.3	2.3	0.6
	600만 원 이상	4.0	13.0	49.0	4.5	3.3	1.5	20.3	1.0	2.7	0.7	0.1

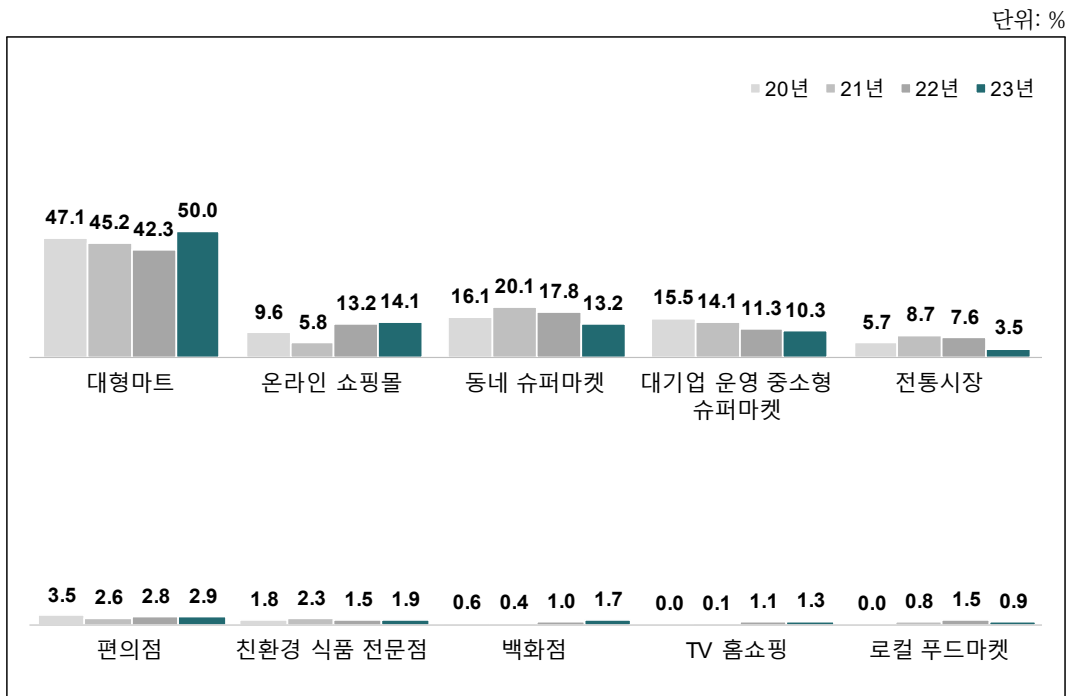
### 3.6.3. 간편식 구입 장소 - 신선편의식품

○ 신선편의식품은 ‘대형마트’가 50.0%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그 다음으로 ‘온라인 쇼핑몰’(14.1%), ‘동네 슈퍼마켓’(13.2%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘대형마트’에 대한 구매율이 가장 높게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 가구원 수가 많을수록 ‘대형마트’에서 구매하는 비율이 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘대형마트’는 7.7%p 상승했고, ‘동네 슈퍼마켓’의 경우 4.6%p 하락하였음.

〈그림 4-33〉 간편식 주 구입처 - 신선편의식품



〈표 4-35〉 간편식 주 구입처 - 신선편의식품

단위: %

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
전체		13.2	10.3	50.0	3.5	1.7	1.9	14.1	1.3	2.9	0.9
거주지역	수도권	7.7	12.5	47.7	1.9	3.1	2.9	20.8	1.0	1.3	1.1
	충청권	12.1	9.6	51.6	3.7	0.0	0.7	14.2	0.5	6.3	1.4
	호남권	24.6	12.1	48.6	6.1	0.0	0.0	1.2	0.0	5.6	1.7
	대경권	14.9	3.3	65.5	5.1	0.0	1.4	7.3	0.0	2.0	0.4
	동남권	20.9	8.6	46.4	5.4	1.0	1.4	8.0	4.0	3.9	0.4
	강원권	7.9	4.3	58.7	2.2	1.3	4.1	16.7	1.5	3.4	0.0
행정구역	동	12.7	11.1	49.0	2.8	1.6	1.9	15.6	1.1	3.2	1.0
	읍면	15.2	6.7	54.5	6.7	2.0	2.2	7.9	2.4	1.6	0.8
가구원수	1인 가구	15.8	7.6	40.0	4.6	0.3	0.2	21.3	1.4	8.1	0.8
	2인 가구	16.5	13.0	48.6	4.8	1.1	2.1	10.4	0.7	2.0	0.8
	3인 가구	9.9	10.8	54.6	1.5	2.6	3.2	13.7	1.8	0.5	1.3
	4인 이상 가구	9.6	7.7	55.0	3.1	2.7	1.5	14.9	1.7	3.0	0.9
가구주 성별	남자	12.4	11.0	51.0	3.3	2.0	2.1	14.2	1.0	2.2	1.0
	여자	15.9	8.1	46.8	4.3	0.8	1.4	13.8	2.5	5.4	0.9
가구주 연령	20대	18.4	7.6	22.2	0.0	0.0	1.0	27.0	3.3	20.4	0.0
	30대	3.3	5.1	47.9	0.0	3.1	2.6	31.9	0.8	5.2	0.2
	40대	6.2	10.5	49.3	1.6	2.7	3.2	20.5	1.7	2.1	2.2
	50대	15.6	10.5	54.6	3.0	1.5	1.7	8.9	1.6	2.0	0.6
	60대	20.2	13.3	49.8	7.9	0.5	1.0	4.1	0.9	1.3	1.0
가구주 최종학력	중졸 이하	25.4	2.6	54.4	12.5	0.0	0.0	4.5	0.0	0.7	0.0
	고졸	17.9	11.7	51.2	4.7	0.6	1.7	6.3	2.3	3.0	0.8
	전문대졸 이상	9.0	10.0	48.9	2.1	2.6	2.2	20.2	0.8	3.0	1.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	7.0	9.9	49.0	1.2	3.2	3.0	21.3	0.9	3.2	1.2
	서비스/판매직	14.2	10.0	52.5	4.9	0.4	1.4	11.2	1.4	3.5	0.4
	기계/농림어업/단순노무	21.7	12.4	49.4	5.7	0.7	0.4	5.6	1.8	1.4	0.9
	기타	21.4	4.1	51.7	7.0	0.0	3.1	5.8	1.8	5.1	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	21.7	4.6	51.3	11.1	0.0	0.3	5.9	1.3	2.7	1.0
	200~400만 원 미만	18.0	11.7	42.4	3.6	1.7	1.1	13.3	1.5	5.6	1.3
	400~600만 원 미만	11.7	10.9	51.0	2.9	1.8	2.9	13.1	2.0	2.4	1.3
	600만 원 이상	6.2	10.1	57.4	1.4	2.3	2.1	19.8	0.3	0.5	0.0

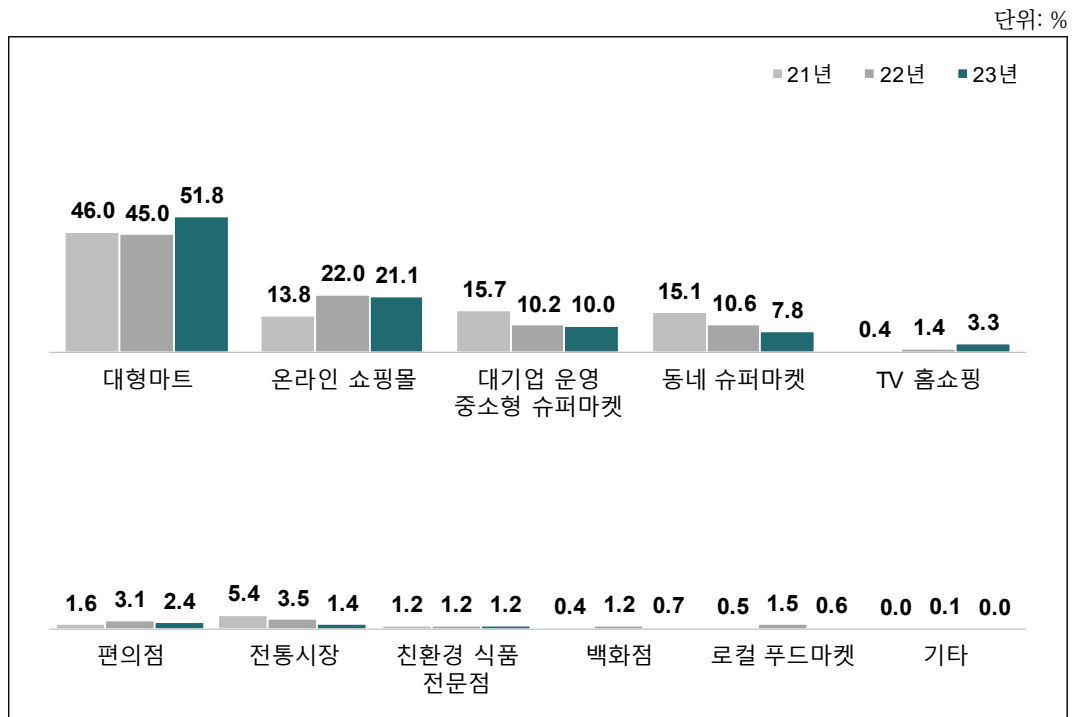


### 3.6.4. 간편식 구입 장소 - 간편조리식품

○ 간편조리세트는 ‘대형 할인점’이 51.8%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그 다음으로 ‘온라인 쇼핑몰’(21.1%), ‘대기업 운영 중소형 슈퍼마켓’(10.0%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면 모든 지역에서 ‘대형마트’에 대한 구매율이 가장 높게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면 가구원 수가 많을수록 ‘대형마트’에서 구매하는 비율이 높게 나타남.

〈그림 4-34〉 간편식 주 구입처 - 간편조리식품



〈표 4-36〉 간편식 주 구입처 - 간편조리식품

단위: %

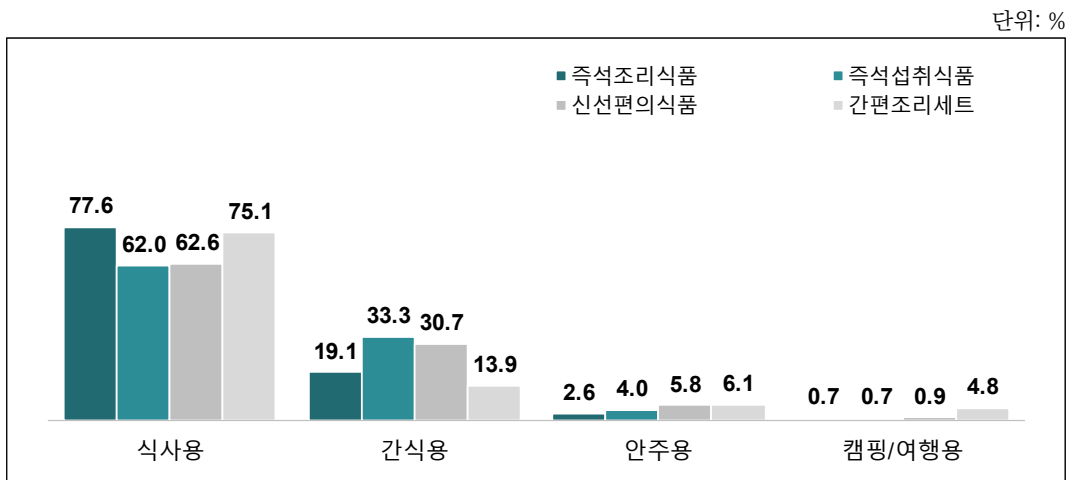
구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓
전체		7.8	10.0	51.8	1.4	0.7	1.2	21.1	3.3	2.4	0.6
거주지역	수도권	2.8	11.0	51.7	0.5	0.3	1.3	26.3	4.7	1.1	0.2
	충청권	10.2	10.0	41.7	4.5	0.5	0.0	27.4	0.0	5.4	0.3
	호남권	21.7	9.6	54.7	2.2	0.6	0.0	3.2	0.7	5.3	2.1
	대경권	8.1	2.1	67.5	0.0	1.3	1.4	16.5	2.0	1.1	0.0
	동남권	13.3	12.0	46.7	2.5	1.6	1.5	14.3	3.7	3.3	1.0
	강원권	2.2	4.5	57.6	0.0	0.0	6.0	26.2	0.0	1.5	1.9
행정구역	동	7.2	10.5	50.3	0.9	0.6	1.2	22.7	3.4	2.6	0.7
	읍면	10.2	7.5	58.6	3.4	0.9	0.9	14.0	3.0	1.5	0.0
가구원수	1인 가구	10.1	6.5	39.5	2.0	0.0	1.2	30.6	2.3	7.2	0.6
	2인 가구	10.6	14.5	53.2	2.4	0.8	0.4	13.3	1.7	2.1	0.9
	3인 가구	5.2	9.0	53.6	0.5	1.1	2.2	22.3	4.8	1.0	0.3
	4인 이상 가구	5.3	7.4	55.9	0.6	0.5	0.8	23.8	4.3	1.1	0.3
가구주 성별	남자	7.1	10.5	53.0	1.2	0.8	1.3	20.6	3.1	1.8	0.6
	여자	10.4	7.8	47.1	1.8	0.2	0.8	23.1	3.9	4.5	0.5
가구주 연령	20대	8.6	5.9	24.7	0.0	0.0	0.0	39.3	5.0	9.6	6.9
	30대	1.7	8.2	47.2	0.0	0.3	2.2	33.5	2.1	4.4	0.4
	40대	3.9	8.7	53.8	0.0	0.2	0.7	24.9	5.7	1.8	0.2
	50대	9.2	9.5	52.9	1.1	0.5	1.8	20.4	3.2	1.2	0.2
	60대	13.4	13.6	55.2	4.0	1.6	0.1	7.5	1.9	2.1	0.6
가구주 최종학력	중졸 이하	28.7	4.6	61.8	0.0	0.9	0.0	4.0	0.0	0.0	0.0
	고졸	11.9	12.2	51.8	2.9	1.0	1.0	12.3	4.5	1.8	0.5
	전문대졸 이상	4.3	9.0	51.2	0.6	0.5	1.3	27.0	2.8	2.8	0.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.4	9.6	50.6	0.1	0.8	1.4	28.1	2.8	2.7	0.5
	서비스/판매직	10.1	6.3	51.8	2.9	0.2	1.7	18.9	4.6	2.9	0.6
	기계/농림어업/단순노무	12.8	14.8	54.6	2.0	1.0	0.0	11.3	2.3	0.6	0.6
	기타	17.6	14.3	55.1	0.0	0.0	0.0	2.1	4.7	4.7	1.6
월평균 가구소득	200만 원 미만	18.3	5.3	58.0	6.7	0.4	0.4	6.5	1.4	3.0	0.0
	200~400만 원 미만	10.8	10.0	45.3	1.4	0.6	1.9	21.1	3.7	4.3	1.0
	400~600만 원 미만	6.5	11.3	52.6	0.9	1.1	1.1	20.1	3.9	1.9	0.5
	600만 원 이상	2.9	9.5	55.8	0.4	0.2	0.6	27.1	2.5	0.8	0.3

### 3.7. 간편식 주 구입 용도

○ 간편식 구입 용도는 ‘식사용’이 가장 높게 나타남.

- 즉석조리식품은 ‘식사용’으로 구입한다는 응답이 77.6%로 가장 높게 나타났으며, ‘간식용’으로 구입한다는 응답은 19.1%임.
- 즉석섭취식품은 ‘식사용’으로 구입한다는 응답이 62.0%로 나타났으며, ‘간식용’으로 구입한다는 응답은 33.3%임.
- 신선편의식품의 경우, ‘식사용’으로 구입한다는 의견은 62.6%였으며, ‘간식용’으로 구입한다는 응답은 30.7%임.
- 간편조리세트의 경우, ‘식사용’으로 구입한다는 의견은 75.1%였으며, ‘간식용’으로 구입한다는 응답은 13.9%임.

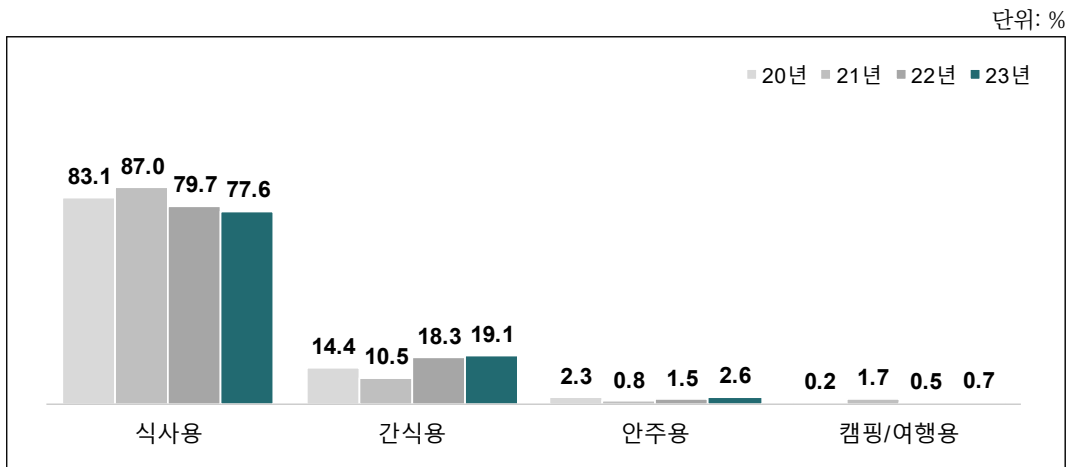
〈그림 4-35〉 간편식 주 구입 용도



### 3.7.1. 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품

- 즉석 조리 식품은 ‘식사용’으로 구입한다는 응답이 77.6%로 높은 응답을 보임.
  - 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘식사용’이 가장 높게 나타났으며, 호남권의 경우 ‘간식용’의 비율도 28.9%로 상대적으로 높게 나타남.
  - 가구원수에 따라 살펴보면, 1인 가구의 ‘식사용’ 응답이 가장 높은 경향을 보임.
- 전년 대비 ‘간식용’을 제외한 모든 용도에서 하락하였으며, ‘간식용’은 0.8%p 증가함.

〈그림 4-36〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품



〈표 4-37〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품

단위: %

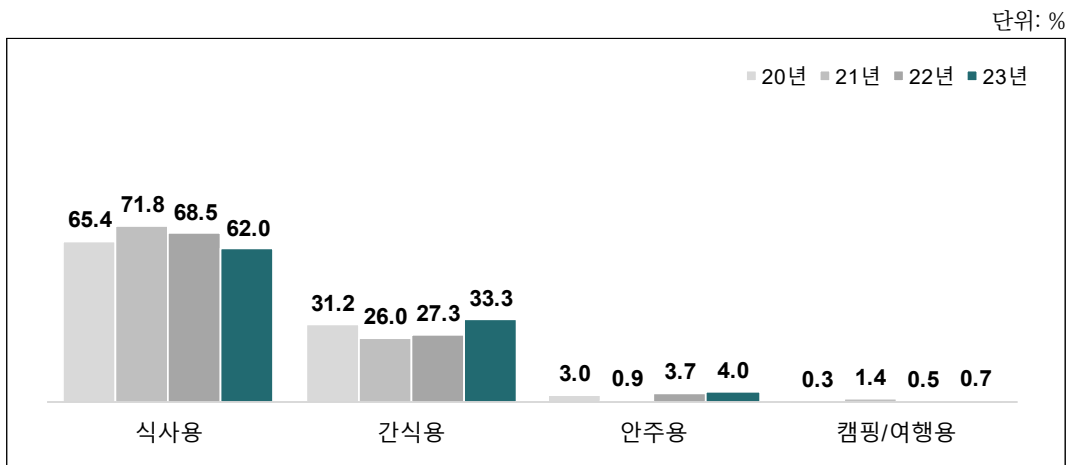
구분		식사용	간식용	안주용	캠핑/여행용
전체		77.6	19.1	2.6	0.7
거주지역	수도권	80.8	16.3	2.1	0.8
	충청권	79.8	18.7	1.1	0.4
	호남권	67.5	28.9	3.0	0.5
	대경권	71.9	21.5	5.6	1.0
	동남권	75.2	20.8	3.4	0.5
	강원권	91.7	8.3	0.0	0.0
행정구역	동	79.6	17.6	2.1	0.7
	읍면	69.4	25.3	4.8	0.5
가구원수	1인 가구	85.2	10.3	4.0	0.5
	2인 가구	76.0	20.8	2.7	0.5
	3인 가구	71.9	23.5	3.1	1.5
	4인 이상 가구	79.8	19.6	0.5	0.2
가구주 성별	남	77.4	19.6	2.2	0.7
	여	78.3	17.4	3.9	0.4
가구주 연령	20대	86.2	10.9	1.3	1.6
	30대	81.1	15.3	3.2	0.4
	40대	82.0	16.2	0.7	1.1
	50대	72.3	23.3	3.6	0.8
	60대 이상	77.6	19.4	2.6	0.3
가구주 최종학력	중졸 이하	72.7	22.3	3.8	1.2
	고졸	75.1	21.8	3.0	0.1
	전문대졸 이상	79.9	16.9	2.2	1.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	80.9	16.0	2.4	0.8
	서비스/판매직	75.2	20.8	3.3	0.6
	기계/농림/어업/단순노무	75.2	22.3	2.1	0.4
	기타	77.8	17.1	3.6	1.5
월평균 가구소득	200만 원 미만	75.6	19.6	4.2	0.6
	200~400만 원 미만	81.3	14.6	3.6	0.5
	400~600만 원 미만	71.5	25.5	1.7	1.2
	600만 원 이상	82.7	15.3	1.9	0.1

### 3.7.2. 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품

○ 즉석 섭취 식품을 ‘식사용’으로 구입한다는 응답은 62.0%로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 대경권, 강원권에서 ‘식사용’이라는 응답이 다른 지역에 비해 상대적으로 높게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 1인 가구에서 ‘식사용’이라는 응답이 가장 높게 나타남.

〈그림 4-37〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품



〈표 4-38〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품

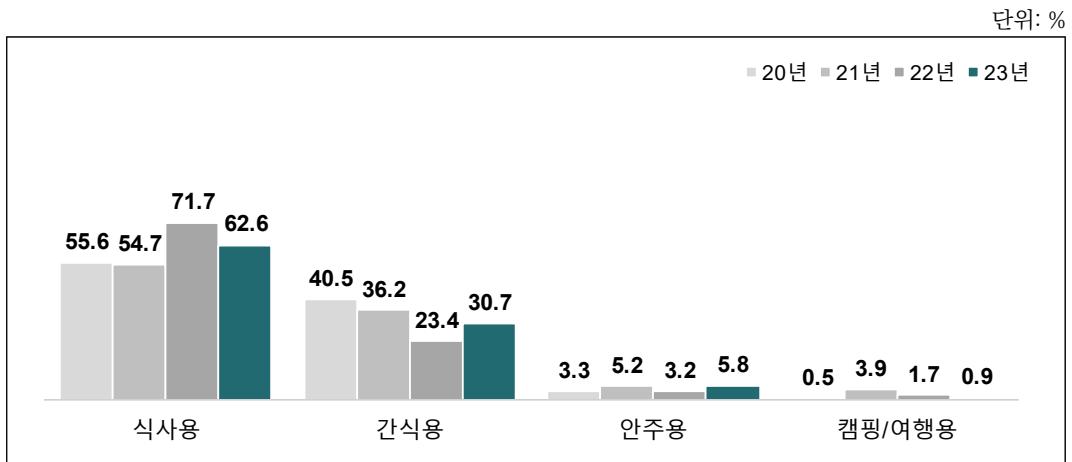
단위: %

구분		식사용	간식용	안주용	캠핑/여행용
전체		62.0	33.3	4.0	0.7
거주지역	수도권	57.2	37.6	4.1	1.1
	충청권	67.6	30.6	1.8	0.0
	호남권	57.2	38.4	4.0	0.4
	대경권	72.2	21.6	5.0	1.2
	동남권	67.2	28.1	4.7	0.0
	강원권	74.9	23.6	1.5	0.0
행정구역	동	62.8	32.3	4.1	0.9
	읍면	59.1	37.2	3.8	0.0
가구원수	1인 가구	70.4	25.1	4.5	0.0
	2인 가구	63.6	31.3	3.9	1.1
	3인 가구	56.5	38.6	4.2	0.8
	4인 이상 가구	59.2	36.7	3.6	0.5
가구주 성별	남	62.3	33.3	3.5	0.9
	여	61.3	33.0	5.8	0.0
가구주 연령	20대	51.9	42.4	5.8	0.0
	30대	61.5	31.8	4.8	1.9
	40대	64.6	33.3	2.1	0.0
	50대	59.5	35.9	4.0	0.6
	60대 이상	64.6	29.9	4.8	0.7
가구주 최종학력	중졸 이하	75.0	21.3	3.1	0.6
	고졸	62.7	31.6	5.6	0.1
	전문대졸 이상	60.4	35.4	3.1	1.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	61.4	34.5	3.2	0.8
	서비스/판매직	60.8	33.6	4.6	1.0
	기계/농림/어업/단순노무	63.9	30.6	5.3	0.1
	기타	71.6	28.4	0.0	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	69.8	26.5	3.4	0.3
	200~400만 원 미만	60.3	33.5	5.2	1.0
	400~600만 원 미만	59.2	36.0	4.0	0.7
	600만 원 이상	65.3	31.6	2.7	0.4

### 3.7.3. 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품

- 신선편의식품을 구입하는 용도는 ‘식사용’으로 구입한다는 응답이 62.6%로 나타남.
  - 거주 지역에 따라 살펴보면, 호남권에서 ‘간식용’이라는 응답이 다른 지역에 비해 상대적으로 높게 나타남.
  - 가구원 수에 따라 살펴보면, 모든 가구원 수에서 ‘식사용’이 높게 나타났으며, 그 중 1인 가구가 가장 높게 나타남.
  
- 전년 대비 ‘식사용’에 대한 응답이 9.1%p로 큰 폭으로 하락하였고, ‘간식용’은 7.3%p 증가함.

〈그림 4-38〉 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품





〈표 4-39〉 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품

단위: %

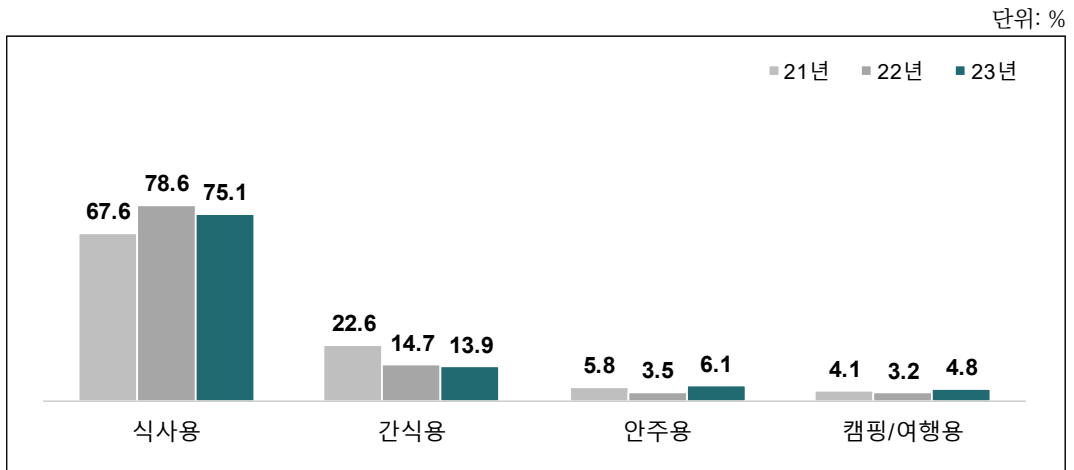
구분		식사용	간식용	안주용	캠핑/여행용
전체		62.6	30.7	5.8	0.9
거주지역	수도권	57.0	34.5	7.6	0.9
	충청권	73.5	24.8	0.0	1.8
	호남권	48.6	43.6	7.8	0.0
	대경권	64.0	28.5	7.1	0.3
	동남권	75.3	20.0	3.3	1.3
	강원권	79.4	19.4	1.3	0.0
행정구역	동	61.7	31.6	5.7	0.9
	읍면	66.2	26.6	6.2	1.0
가구원수	1인 가구	66.7	24.6	8.2	0.4
	2인 가구	61.6	31.1	6.3	1.0
	3인 가구	62.6	31.7	4.4	1.2
	4인 이상 가구	60.6	33.9	4.8	0.8
가구주 성별	남	62.9	30.3	5.6	1.2
	여	61.2	32.2	6.6	0.0
가구주 연령	20대	60.9	28.8	10.3	0.0
	30대	68.2	25.4	4.3	2.2
	40대	61.9	33.0	4.9	0.1
	50대	58.0	34.9	6.5	0.6
	60대 이상	65.2	27.5	6.0	1.2
가구주 최종학력	중졸 이하	69.2	19.5	11.3	0.0
	고졸	64.8	30.0	4.6	0.7
	전문대졸 이상	60.5	32.1	6.2	1.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	62.5	30.6	5.9	1.0
	서비스/판매직	59.6	33.5	6.4	0.6
	기계/농림어업/단순노무	66.7	26.6	5.4	1.3
	기타	60.5	36.0	3.5	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	65.7	25.0	7.6	1.7
	200~400만 원 미만	60.0	32.9	6.8	0.3
	400~600만 원 미만	61.3	31.7	5.6	1.5
	600만 원 이상	66.2	28.9	4.3	0.5

### 3.7.4. 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트

○ 간편조리세트를 구입하는 용도는 '식사용'으로 구입한다는 응답이 75.1%로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 강원권에서 '식사용'이라는 응답이 86.3%로 다른 지역에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, 호남권에서 '간식용'으로 구입한다는 응답이 상대적으로 높음.

〈그림 4-39〉 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트



〈표 4-40〉 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트

단위: %

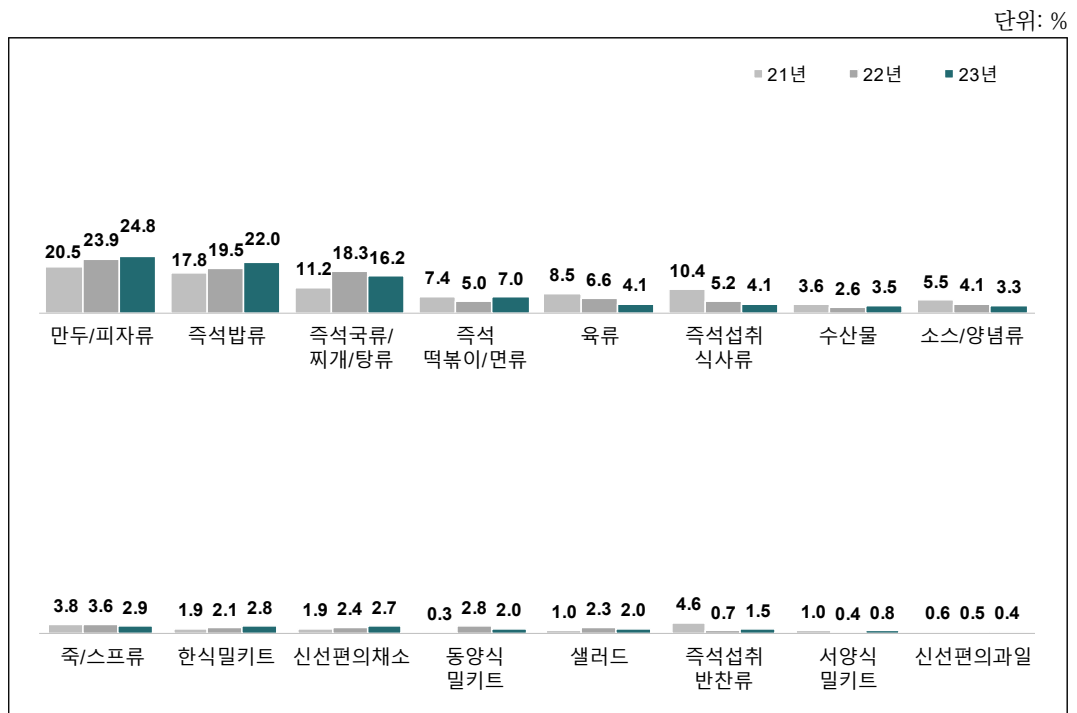
구분		식사용	간식용	안주용	캠핑/여행용
전체		75.1	13.9	6.1	4.8
거주지역	수도권	75.1	11.4	7.3	6.3
	충청권	78.8	14.8	1.7	4.7
	호남권	61.9	32.3	5.5	0.4
	대경권	72.9	12.5	10.6	4.0
	동남권	81.3	11.4	3.5	3.8
	강원권	86.3	10.4	0.0	3.3
행정구역	동	76.6	13.3	4.5	5.6
	읍면	68.4	16.9	13.2	1.5
가구원수	1인 가구	76.9	13.5	5.9	3.6
	2인 가구	72.4	16.9	5.2	5.4
	3인 가구	74.9	12.8	7.3	5.0
	4인 이상 가구	78.0	11.5	5.9	4.6
가구주 성별	남	75.8	13.3	5.9	5.0
	여	72.6	16.6	6.7	4.1
가구주 연령	20대	83.2	6.7	1.5	8.6
	30대	76.4	13.9	5.4	4.4
	40대	77.4	10.4	7.9	4.3
	50대	73.4	14.4	6.5	5.7
	60대 이상	73.4	17.6	5.0	4.0
가구주 최종학력	중졸 이하	69.4	14.3	11.6	4.8
	고졸	76.8	13.9	4.4	4.8
	전문대졸 이상	74.6	13.9	6.7	4.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	77.5	12.3	5.3	4.9
	서비스/판매직	68.8	17.9	8.4	4.9
	기계/농림어업/단순노무	79.1	12.1	4.9	3.9
	기타	71.1	11.4	6.7	10.8
월평균 가구소득	200만 원 미만	73.7	16.0	6.6	3.7
	200~400만 원 미만	74.1	14.3	5.5	6.1
	400~600만 원 미만	73.0	14.0	7.8	5.2
	600만 원 이상	79.9	12.9	4.1	3.2

### 3.8. 지출액 기준 구입이 많은 간편식 품목

○ 주로 구입하는 간편식 품목은 ‘만두/피자류’가 24.8%로 가장 높게 나타남. 다음으로 ‘즉석밥류’(22.0%), ‘즉석 국/찌개/탕류’(16.2%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 대경권에서 ‘만두/피자류’의 응답이 상대적으로 높게 나타났고, 수도권과 강원권은 ‘즉석밥류’가 가장 높음.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 1인 가구의 ‘즉석밥류’에 대한 응답이 가장 높게 나타남.

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



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

단위: %

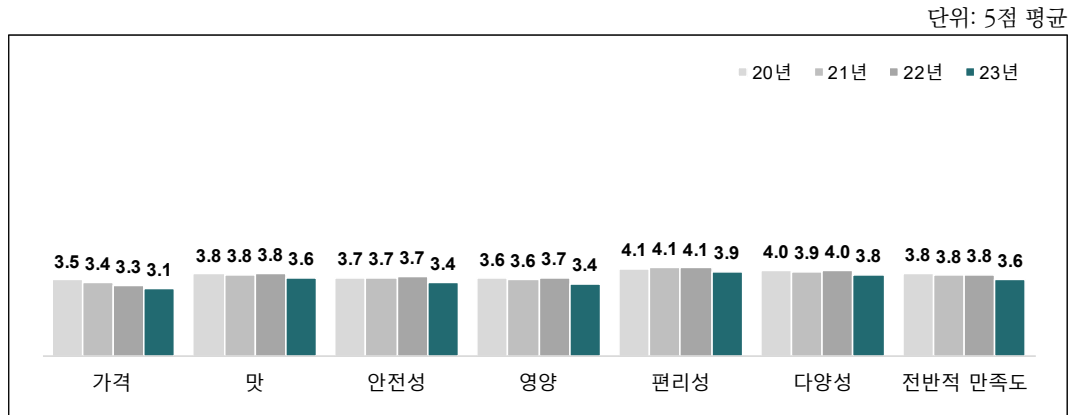
구분		만두/ 피자류	즉석밥류	즉석국류	즉석 떡볶이/ 면류	식사류	육류	소스/ 양념류
전체		24.8	22.0	16.2	7.0	4.1	4.1	3.3
거주지역	수도권	21.4	29.2	14.7	8.1	3.8	3.3	1.6
	충청권	29.6	10.0	20.7	4.6	6.7	6.4	5.5
	호남권	24.7	12.4	19.5	2.2	2.7	6.2	7.7
	대경권	33.1	16.3	11.0	6.4	6.5	3.9	5.6
	동남권	26.7	17.5	18.7	9.0	3.2	3.2	2.6
	강원권	22.3	32.7	14.0	9.9	1.6	4.8	1.2
행정구역	동	23.6	24.0	17.2	7.1	3.8	3.8	2.5
	읍면	29.4	13.4	12.2	6.5	5.2	5.3	6.5
가구원수	1인 가구	19.0	28.3	17.5	7.0	4.8	3.8	3.3
	2인 가구	27.3	19.2	14.1	6.5	3.3	3.9	4.6
	3인 가구	23.2	20.8	17.4	7.5	4.9	4.0	2.4
	4인 이상 가구	27.6	21.9	17.2	7.2	4.1	4.6	2.2
가구주 성별	남	25.7	21.5	16.1	7.0	4.1	4.2	3.0
	여	21.7	23.4	16.5	7.0	4.3	3.6	4.3
가구주 연령	20대	16.8	26.2	20.0	6.2	10.5	2.3	1.8
	30대	18.9	29.6	17.0	8.0	4.2	3.9	2.3
	40대	24.4	26.3	17.1	7.3	3.7	4.3	2.0
	50대	25.2	18.4	18.2	6.8	4.3	4.2	2.8
	60대 이상	28.0	18.6	13.0	6.6	3.7	4.0	5.3
가구주 최종학력	중졸 이하	31.0	12.7	10.2	7.8	3.3	6.1	6.7
	고졸	26.8	21.0	16.5	6.0	3.0	3.6	4.0
	전문대졸 이상	22.7	23.5	16.6	7.6	5.0	4.2	2.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	22.0	25.5	16.2	8.7	4.5	3.8	1.9
	서비스/판매직	24.2	22.6	16.6	6.3	4.0	4.5	4.4
	기계/농림어업/단순노무	30.0	15.4	16.5	4.8	3.7	4.4	4.1
	기타	25.6	18.0	10.4	9.1	3.7	1.0	5.2
월평균 가구소득	200만 원 미만	26.1	20.3	12.4	6.8	3.5	6.2	5.0
	200~400만 원 미만	23.6	20.1	16.8	6.2	5.0	3.5	3.8
	400~600만 원 미만	25.3	21.2	17.4	6.5	4.2	3.3	3.1
	600만 원 이상	24.8	26.0	15.5	8.8	3.2	4.8	2.2

\* 상위 7개 응답만 제시

### 3.9. 간편식 요소별 만족도

- 간편식에 대한 만족도는 ‘편리성’이 3.93점으로 가장 높게 나타남. 그 다음으로 ‘다양성’ (3.79점), ‘맛’(3.65점), ‘전반적 만족도’(3.57점), ‘안전성’(3.43점) 등의 순으로 나타남.
- 거주 지역에 따라 살펴보면, 대체로 모두가 ‘편리성’에 대한 만족도가 가장 큰 가운데, ‘가격’에 대한 만족도는 가장 낮게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 모든 가구원 수에서 ‘편리성’에 대한 만족도가 높고, ‘가격’에 대한 만족도는 상대적으로 낮게 나타남.

〈그림 4-41〉 간편식 요소별 만족도



〈표 4-42〉 간편식 요소별 만족도

단위: 5점 평균

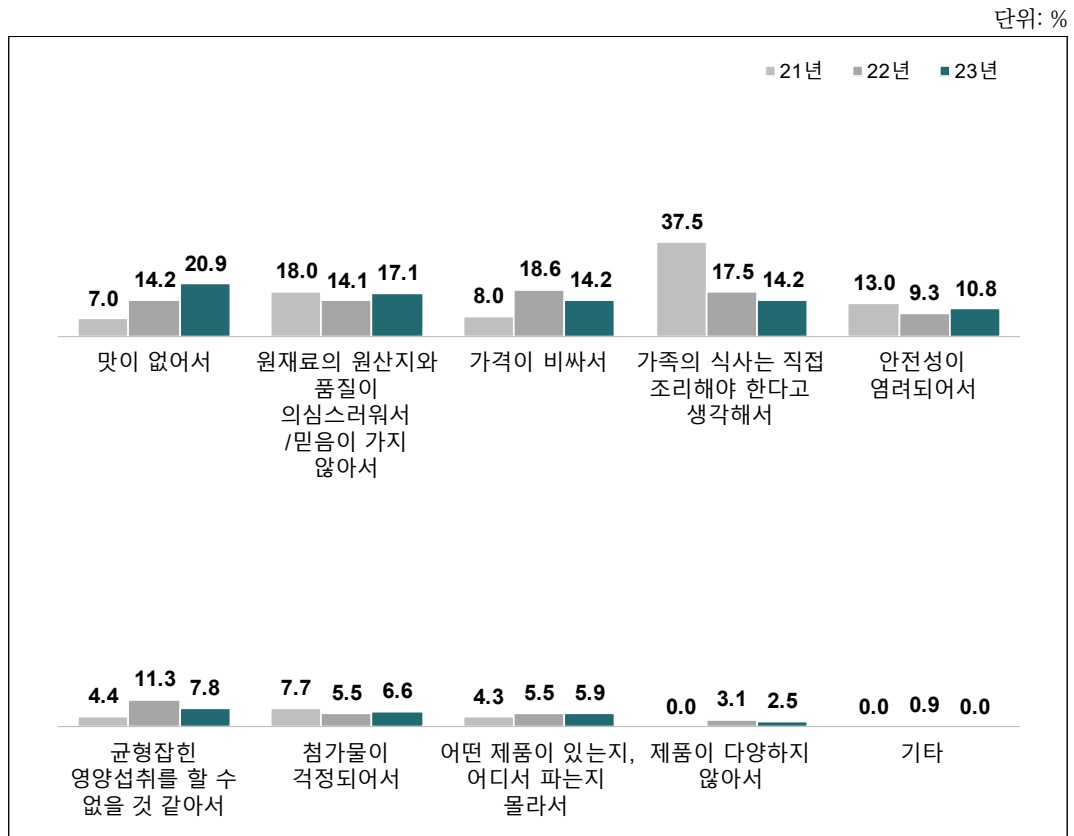
구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
전체		3.14	3.65	3.43	3.38	3.93	3.79	3.57
거주지역	수도권	3.06	3.56	3.26	3.20	3.84	3.72	3.45
	충청권	3.19	3.68	3.55	3.64	3.98	3.88	3.76
	호남권	3.32	3.68	3.63	3.61	3.94	3.84	3.61
	대경권	3.11	3.82	3.61	3.48	4.16	3.90	3.65
	동남권	3.28	3.78	3.62	3.56	4.09	3.89	3.77
	강원권	3.09	3.48	3.23	3.05	3.56	3.46	3.22
행정구역	동	3.16	3.62	3.42	3.36	3.91	3.76	3.55
	읍면	3.09	3.77	3.49	3.45	4.03	3.92	3.66
가구원수	1인 가구	3.22	3.64	3.47	3.43	3.86	3.73	3.55
	2인 가구	3.13	3.64	3.42	3.41	3.93	3.76	3.57
	3인 가구	3.09	3.67	3.39	3.34	3.97	3.86	3.58
	4인 이상 가구	3.15	3.64	3.45	3.33	3.96	3.83	3.58
가구주 성별	남자	3.12	3.65	3.42	3.36	3.94	3.81	3.56
	여자	3.21	3.64	3.47	3.44	3.91	3.74	3.59
가구주 연령	20대	3.28	3.73	3.63	3.63	4.04	3.92	3.77
	30대	3.09	3.66	3.32	3.28	3.95	3.79	3.50
	40대	3.14	3.65	3.37	3.24	3.89	3.83	3.52
	50대	3.19	3.65	3.48	3.46	3.96	3.79	3.61
	60대	3.11	3.63	3.45	3.42	3.92	3.76	3.58
가구주 최종학력	중졸 이하	3.23	3.81	3.69	3.55	4.04	3.83	3.71
	고졸	3.17	3.61	3.45	3.42	3.88	3.76	3.60
	전문대졸 이상	3.11	3.66	3.39	3.33	3.96	3.81	3.53
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.11	3.66	3.38	3.31	3.94	3.82	3.55
	서비스/판매직	3.16	3.58	3.41	3.38	3.89	3.74	3.55
	기계/농림어업/단순노무	3.19	3.69	3.54	3.48	3.98	3.81	3.62
	기타	3.02	3.72	3.50	3.60	3.99	3.83	3.66
월평균 가구소득	200만 원 미만	3.18	3.64	3.52	3.48	3.87	3.70	3.59
	200~400만 원 미만	3.11	3.65	3.47	3.41	3.91	3.83	3.58
	400~600만 원 미만	3.14	3.65	3.40	3.37	3.97	3.80	3.56
	600만 원 이상	3.17	3.64	3.39	3.31	3.93	3.79	3.57

### 3.10. 간편식을 구입하지 않는 이유

○ 간편식을 구입하지 않는 가장 큰 이유는 ‘맛이 없어서’(20.9%)이며, 그 다음으로 ‘원재료의 원산지와 품질이 의심스러워서/믿음이 가지 않아서’(17.1%), ‘가격이 비싸서’, ‘가족의 식사는 직접 조리해야 한다고 생각해서’(각각 14.2%) 등의 순으로 나타남.

- 가구주 연령에 따라 살펴보면, 20대의 경우 ‘원재료의 원산지와 품질이 의심스러워서/믿음이 가지 않아서’의 응답이 다른 이유 대비 높게 나타남.

〈그림 4-42〉 간편식을 구입하지 않는 이유





〈표 4-43〉 간편식을 구입하지 않는 이유

단위: %

구분	가격이 비싸서	가족의 식사는 직접 조리 해야 한다고 생각 해서	맛이 없어서	원재료의 원산지과 품질이 의심스러워서/ 믿음이 가지 않아서	균형잡힌 영양 섭취를 할 수 없을 것 같아서	어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서	안전성이 염려 되어서	첨가물이 걱정 되어서	제품이 다양 하지 않아서	
전체	14.2	14.2	20.9	17.1	7.8	5.9	10.8	6.6	2.5	
거주지역	수도권	12.7	12.4	28.7	16.5	5.2	5.0	12.0	4.9	2.6
	충청권	20.5	20.5	11.9	15.7	7.7	5.5	8.3	8.8	1.0
	호남권	9.0	17.8	9.1	20.6	13.8	10.0	9.3	5.5	4.8
	대경권	20.6	9.5	7.6	18.3	7.7	5.5	14.1	13.3	3.2
	동남권	17.1	16.0	11.4	17.3	12.9	4.7	9.6	9.4	1.6
	강원권	2.7	13.4	43.3	16.0	7.4	12.2	3.0	0.4	1.6
행정구역	동	13.2	14.4	22.8	16.1	7.7	6.2	11.0	5.8	2.8
	읍면	18.0	13.5	13.7	20.7	8.0	4.7	10.0	9.9	1.5
가구원수	1인 가구	13.6	6.2	28.8	17.2	7.3	7.9	10.6	4.4	4.0
	2인 가구	16.4	17.3	20.8	16.6	6.8	4.4	10.0	6.0	1.8
	3인 가구	10.9	15.1	14.7	16.4	9.9	7.6	12.8	8.6	4.0
	4인 이상 가구	13.7	14.6	19.8	18.9	8.0	5.4	10.5	8.1	1.1
가구주 성별	남자	14.4	14.9	20.8	17.2	7.7	5.6	10.2	6.9	2.3
	여자	13.5	11.4	21.2	16.8	8.2	6.9	13.1	5.6	3.3
가구주 연령	20대	14.1	9.4	8.9	22.2	9.3	9.5	12.8	8.3	5.6
	30대	8.9	5.3	28.4	17.7	5.4	7.9	16.5	7.5	2.4
	40대	13.2	8.6	23.4	21.3	8.2	5.1	10.9	8.2	1.1
	50대	13.8	17.2	15.2	17.8	9.3	6.5	9.8	6.1	4.2
	60대 이상	16.7	17.8	22.1	14.1	7.1	5.0	9.5	5.9	1.8
가구주 최종학력	중졸 이하	22.8	18.5	9.4	16.6	6.0	7.3	9.5	5.2	4.7
	고졸	15.2	15.6	21.3	15.3	8.2	5.0	10.8	5.6	3.0
	전문대졸 이상	12.3	12.3	21.9	18.8	7.6	6.5	10.9	7.8	1.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	14.5	10.7	23.1	17.5	7.7	6.3	11.3	6.6	2.2
	서비스/판매직	10.5	15.7	26.1	15.2	8.3	5.6	10.5	6.0	2.1
	기계/농림어업/단순노무	15.7	17.7	11.8	19.6	7.6	5.6	10.6	7.7	3.6
	기타	28.5	14.5	12.4	14.1	5.4	8.8	8.8	3.6	3.9
월평균 가구소득	200만 원 미만	16.3	16.9	23.6	15.7	5.4	6.3	6.7	6.1	3.1
	200~400만 원 미만	17.6	13.4	17.9	15.1	8.1	6.7	11.5	6.8	2.9
	400~600만 원 미만	15.5	14.7	19.2	17.8	8.9	4.0	10.5	7.0	2.4
	600만 원 이상	6.8	12.7	25.3	19.5	7.1	7.4	12.8	6.3	2.0

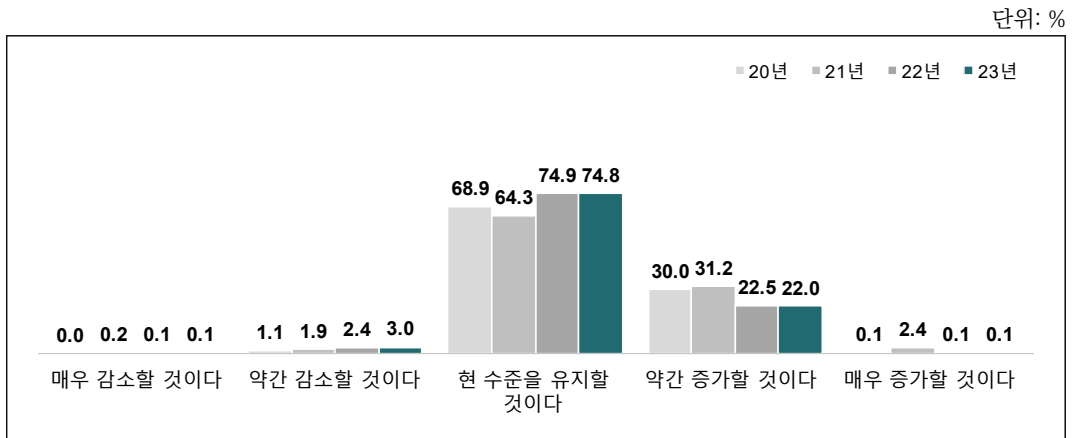
\*Base : 간편식 미구입가구

### 3.11. 향후 1년 간편식 구입 의향

○ 향후 1년 간편식 구입에 대해 ‘현 수준을 유지할 것이다’는 응답이 74.8%로 나타남. ‘증가’한다는 응답은 22.1%, ‘감소’한다는 응답은 3.1%임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 향후 구입증가의 측면에서 수도권과 호남권, 강원권에서 상대적으로 높게 나타난 반면, 대경권에서 가장 부정적으로 응답함.
- 가구소득별로는 월평균 가구소득이 높을수록 긍정적으로 응답함.

〈그림 4-43〉 향후 1년 간편식 구입 의향



〈표 4-44〉 향후 1년 간편식 구입 의향

단위: %, 5점 평균

구분		매우 감소할 것이다 (1)	약간 감소할 것이다 (2)	현 수준을 유지할 것이다 (3)	약간 증가할 것이다 (4)	매우 증가할 것이다 (5)	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균 (5점 평균)
전체		0.1	3.0	74.8	22.0	0.1	22.1	74.8	3.0	3.19
거주지역	수도권	0.0	4.0	70.6	25.1	0.3	25.4	70.6	4.0	3.22
	충청권	0.0	2.3	79.9	17.8	0.0	17.8	79.9	2.3	3.16
	호남권	0.5	2.0	72.5	25.0	0.0	25.0	72.5	2.5	3.22
	대경권	0.0	2.2	86.1	11.7	0.0	11.7	86.1	2.2	3.10
	동남권	0.0	1.8	79.1	19.1	0.0	19.1	79.1	1.8	3.17
	강원권	0.0	0.5	75.4	24.1	0.0	24.1	75.4	0.5	3.24
행정구역	동	0.1	3.0	73.8	23.0	0.0	23.1	73.8	3.1	3.20
	읍면	0.0	2.7	79.1	17.6	0.6	18.2	79.1	2.7	3.16
가구원수	1인 가구	0.1	1.4	79.8	18.7	0.0	18.7	79.8	1.5	3.17
	2인 가구	0.1	3.2	76.1	20.5	0.0	20.5	76.1	3.3	3.17
	3인 가구	0.0	3.1	72.3	24.1	0.5	24.6	72.3	3.1	3.22
	4인 이상 가구	0.0	3.8	70.8	25.3	0.2	25.5	70.8	3.8	3.22
가구주 성별	남	0.1	3.4	74.1	22.3	0.1	22.5	74.1	3.4	3.19
	여	0.1	1.5	77.4	20.9	0.2	21.0	77.4	1.6	3.20
가구주 연령	20대	0.0	0.0	60.9	39.1	0.0	39.1	60.9	0.0	3.39
	30대	0.0	3.5	74.4	22.1	0.0	22.1	74.4	3.5	3.19
	40대	0.0	2.6	74.6	22.8	0.0	22.8	74.6	2.6	3.20
	50대	0.1	2.9	71.0	25.5	0.5	26.0	71.0	3.0	3.23
	60대 이상	0.1	3.2	79.6	17.2	0.0	17.2	79.6	3.3	3.14
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	4.4	88.0	7.6	0.0	7.6	88.0	4.4	3.03
	고졸	0.1	2.3	79.9	17.7	0.0	17.7	79.9	2.4	3.15
	전문대졸 이상	0.0	3.3	69.5	26.9	0.3	27.1	69.5	3.3	3.24
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	3.6	68.2	28.2	0.0	28.2	68.2	3.6	3.25
	서비스/판매직	0.1	1.9	79.7	18.3	0.0	18.3	79.7	2.0	3.16
	기계/농림어업/단순노무	0.2	3.2	78.2	18.0	0.5	18.5	78.2	3.3	3.15
	기타	0.0	2.8	83.0	13.0	1.1	14.1	83.0	2.8	3.12
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.3	1.8	86.6	11.2	0.0	11.2	86.6	2.1	3.09
	200~400만 원 미만	0.1	3.7	75.6	20.6	0.0	20.6	75.6	3.8	3.17
	400~600만 원 미만	0.0	2.8	74.0	22.8	0.4	23.3	74.0	2.8	3.21
	600만 원 이상	0.0	2.9	68.9	28.2	0.0	28.2	68.9	2.9	3.25

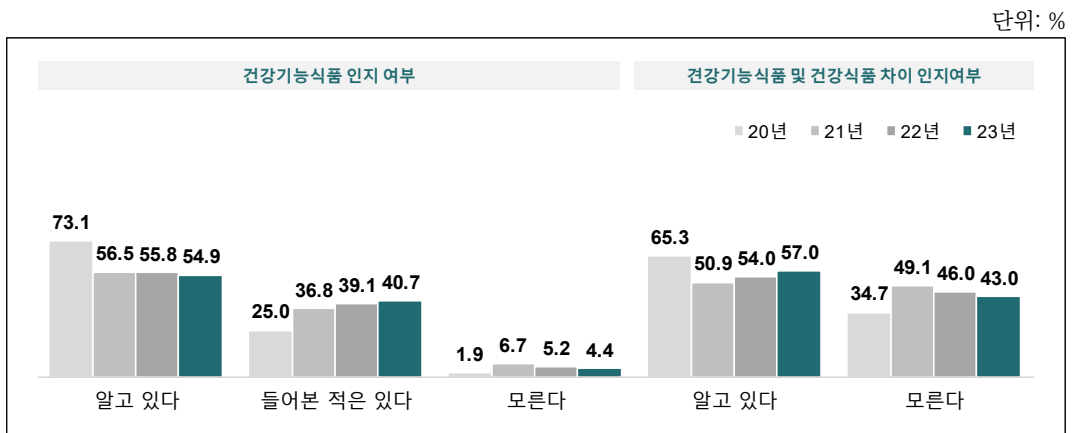
## 4. 건강기능식품 구입현황

### 4.1. 인지도 및 차이점 인식

○ 건강기능식품에 대한 인지도는 95.6%가 ‘인지’한다고 응답함(알고 있다 54.9% + 들어본 적은 있다 40.7%). 그 중 건강기능식품 및 건강식품의 차이점에 대해 알고 있는지에 대한 질문에 응답자의 절반이 넘는 57.0%가 ‘알고 있다’고 응답함.

○ 거주 지역에 따라 살펴보면, 호남권에서 건강기능식품에 대한 인지도가 98.3%로 가장 높았으며, 반면 대경권과 강원권은 건강기능식품 및 건강식품의 차이에 대한 인지도가 상대적으로 낮게 나타남.

〈그림 4-44〉 건강기능식품 인지 여부 및 차이점 인지 여부



〈표 4-45〉 건강기능식품 인지 여부 및 차이점 인지 여부

단위: %

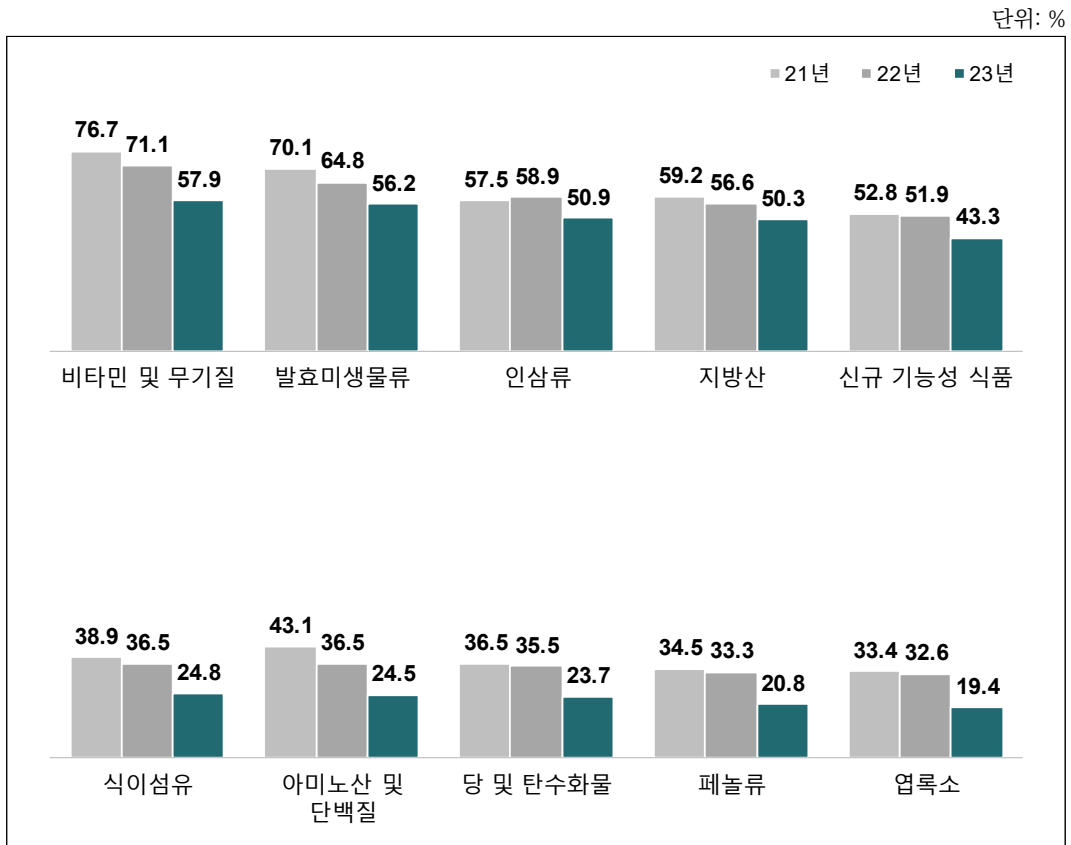
구분		건강기능식품 인지 여부			건강기능식품 및 건강식품 차이점 인지 여부	
		알고 있다	들어본 적은 있다	모른다	알고 있다	모른다
전체		54.9	40.7	4.4	57.0	43.0
거주지역	수도권	49.9	45.7	4.4	59.3	40.7
	충청권	66.9	29.1	3.9	59.4	40.6
	호남권	58.1	40.3	1.7	56.6	43.4
	대경권	55.6	38.3	6.2	42.7	57.3
	동남권	65.2	30.3	4.6	61.4	38.6
	강원권	29.5	62.7	7.8	38.2	61.8
행정구역	동	53.5	41.9	4.6	57.0	43.0
	읍면	60.9	35.6	3.4	57.2	42.8
가구원수	1인 가구	48.0	47.5	4.5	45.8	54.2
	2인 가구	52.5	42.2	5.3	52.1	47.9
	3인 가구	60.4	36.0	3.6	64.3	35.7
	4인 이상 가구	59.7	36.9	3.5	68.4	31.6
가구주 성별	남자	56.1	39.9	4.0	59.0	41.0
	여자	50.8	43.6	5.6	50.1	49.9
가구주 연령	20대	49.2	46.2	4.6	49.4	50.6
	30대	57.7	38.2	4.1	60.8	39.2
	40대	57.0	38.2	4.8	64.5	35.5
	50대	60.7	35.9	3.5	63.0	37.0
	60대	48.1	46.9	5.0	46.7	53.3
가구주 최종학력	중졸 이하	44.6	44.5	10.9	34.8	65.2
	고졸	53.6	42.8	3.6	55.2	44.8
	전문대졸 이상	57.1	38.7	4.2	60.7	39.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	56.8	38.7	4.6	62.2	37.8
	서비스/판매직	50.0	46.4	3.7	52.0	48.0
	기계/농림어업/단순노무	58.7	36.9	4.4	55.9	44.1
	기타	52.3	40.6	7.0	47.4	52.6
월평균 가구소득	200만 원 미만	45.8	47.8	6.3	42.4	57.6
	200~400만 원 미만	53.8	40.6	5.5	50.8	49.2
	400~600만 원 미만	58.4	38.2	3.4	61.8	38.2
	600만 원 이상	56.2	40.7	3.2	65.8	34.2

## 4.2. 건강기능식품 구입경험

○ 건강기능식품별 구입 경험은 ‘비타민 및 무기질’(57.9%), ‘발효 미생물류’(56.2%), ‘인삼류’(50.9%), ‘지방산’(50.3%) 등의 순으로 나타남.

- 가구주 연령별로 40대와 50대에서 다양한 건강기능식품에 대한 구입경험이 상대적으로 많은 것을 알 수 있음.

〈그림 4-45〉 건강기능식품별 구입경험



〈표 4-46〉 건강기능식품별 구입경험

단위: %

구분		비타민 및 무기질	식이 섬유	아미 노산 및 단백질	지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수 화물	발효 미생 물류	신규 기능성 식품
전체		57.9	24.8	24.5	50.3	19.4	50.9	20.8	23.7	56.2	43.3
거주지역	수도권	52.1	21.7	21.0	46.4	16.9	46.7	17.5	22.2	53.3	43.6
	충청권	52.3	11.1	14.9	32.5	7.7	38.2	6.6	7.3	42.0	26.5
	호남권	76.9	39.4	31.7	67.7	31.0	70.4	31.7	28.0	70.9	55.1
	대경권	56.4	28.3	35.4	47.3	25.6	48.4	26.2	27.1	57.1	35.5
	동남권	71.4	33.6	34.2	68.0	25.1	64.2	32.5	37.2	71.0	53.4
	강원권	41.2	16.0	7.9	36.8	11.7	35.6	10.1	13.6	27.3	31.7
행정구역	동	55.1	26.0	24.8	50.7	20.3	50.3	21.8	24.1	56.4	44.2
	읍면	69.7	19.4	23.1	48.4	15.4	53.1	16.5	21.7	55.3	39.4
가구원수	1인 가구	41.2	19.2	20.2	35.9	15.3	35.7	15.8	20.0	47.1	36.9
	2인 가구	55.7	22.5	23.1	50.7	18.1	57.5	19.9	22.6	52.0	39.5
	3인 가구	68.2	30.8	29.4	57.7	23.2	54.0	24.6	27.4	62.6	48.4
	4인 이상 가구	65.9	27.4	25.7	54.7	21.3	49.5	22.8	24.9	65.1	50.4
가구주 성별	남자	59.4	24.5	23.9	50.2	19.1	52.3	20.1	22.7	55.0	42.3
	여자	52.3	25.9	26.6	50.4	20.4	45.7	23.1	27.0	60.4	46.8
가구주 연령	20대	43.5	18.7	21.9	32.7	20.5	30.0	21.2	14.9	59.1	31.1
	30대	54.1	20.2	25.5	36.0	12.8	33.0	15.8	18.5	55.2	38.2
	40대	62.8	25.7	25.2	46.2	20.9	44.3	23.9	22.1	61.3	48.8
	50대	65.4	30.6	29.5	57.5	22.8	54.8	22.6	28.4	62.5	52.2
	60대	51.3	21.6	19.6	53.5	18.2	60.1	19.5	23.3	48.1	35.5
가구주 최종학력	중졸 이하	49.2	24.2	27.3	51.3	20.9	54.5	21.1	32.0	37.4	33.4
	고졸	55.8	22.1	20.4	50.0	18.6	55.5	19.1	21.7	53.3	40.8
	전문대졸 이상	60.4	26.9	27.4	50.3	19.8	46.9	22.1	24.3	60.4	46.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	60.0	26.6	25.4	49.4	17.8	44.4	20.6	22.8	61.8	45.1
	서비스/판매직	54.4	23.7	25.8	48.7	20.9	55.3	22.6	24.5	53.4	44.3
	기계/농림어업/단순노무	60.6	23.2	21.5	53.8	20.2	55.1	18.5	22.7	52.6	40.5
	기타	49.3	25.5	22.4	52.8	19.8	53.6	21.2	32.3	48.2	36.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	45.6	23.3	23.3	42.9	18.6	53.6	21.5	24.9	40.8	32.3
	200~400만 원 미만	53.2	21.9	20.9	46.1	17.9	50.5	19.4	22.1	55.6	38.7
	400~600만 원 미만	63.9	27.9	29.4	56.1	21.8	53.4	23.7	27.1	60.5	49.0
	600만 원 이상	61.6	24.8	22.7	51.1	18.3	46.2	18.1	20.2	59.1	46.8

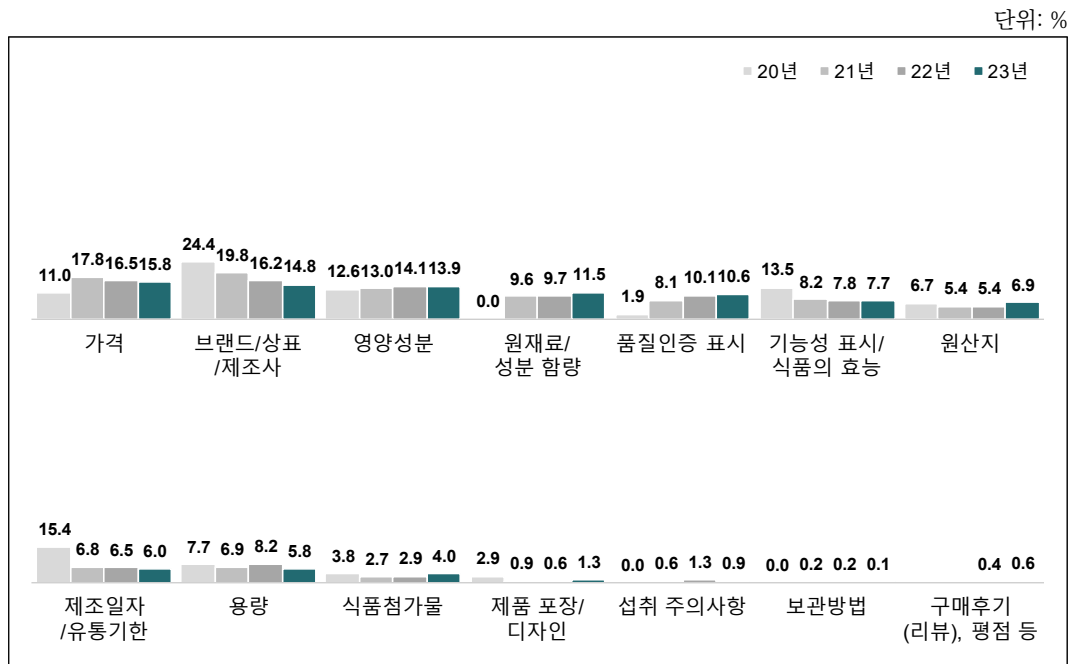
### 4.3. 건강기능식품 구입 시 우선 확인사항

○ 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항은 ‘가격’이 15.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘브랜드/상표/제조사’(14.8%), ‘영양 성분’(13.9%), ‘원재료/성분함량’(11.5%), 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 대경권은 ‘브랜드/상표/제조사’의 비율이 가장 높게 나타났고, 강원권은 ‘원재료/성분함량’의 비율이 상대적으로 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘가격’과 ‘브랜드/상표/제조사’의 응답은 하락한 반면, ‘원재료/성분함량’과 ‘품질인증 표시’의 응답이 증가하여 제품 성분/품질에 대한 관심이 증가한 것으로 보임.

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



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.



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

단위: %

구분	가격	용량	브랜드/상표/제조사	제조일자/유통기한	품질인증 표시	원산지	영양 성분	식품 첨가물	원재료/성분 함량	제품 포장/디자인	기능성 표시/식품의 효능	섭취 주의 사항	보관 방법	구매 후기	
전체	15.8	5.8	14.8	6.0	10.6	6.9	13.9	4.0	11.5	1.3	7.7	0.9	0.1	0.6	
거주 지역	수도권	17.2	3.7	14.6	5.3	11.9	7.2	16.2	2.6	12.7	0.7	7.0	0.5	0.2	0.2
	충청권	17.3	9.9	13.8	4.6	10.0	2.0	9.4	2.2	11.8	1.7	11.4	3.6	0.1	2.2
	호남권	12.5	8.6	11.6	7.8	10.0	8.6	11.9	8.6	9.8	4.4	4.6	0.9	0.0	0.5
	대경권	19.9	5.9	21.8	5.9	6.7	4.9	10.2	3.2	6.0	0.6	12.7	0.3	0.0	2.0
	동남권	12.5	7.3	15.5	8.0	9.5	8.8	12.2	6.3	10.1	0.9	7.4	1.0	0.1	0.4
	강원권	7.4	3.4	11.2	2.8	14.1	3.7	21.8	1.9	22.8	1.1	8.6	0.0	0.2	1.1
행정 구역	동	16.3	5.8	15.5	6.0	10.5	6.8	14.4	3.9	10.8	1.1	7.0	1.1	0.1	0.7
	읍면	13.7	5.8	12.2	6.1	11.2	7.1	11.8	4.6	13.9	2.0	10.6	0.5	0.0	0.6
가구원 수	1인 가구	18.7	6.4	12.9	6.2	11.4	5.4	14.0	4.6	10.3	1.4	6.9	0.8	0.2	0.9
	2인 가구	15.1	6.4	16.5	5.2	10.0	7.0	12.3	4.6	11.2	1.5	8.1	1.1	0.2	0.6
	3인 가구	15.3	4.3	13.6	7.0	11.0	6.6	16.1	3.3	12.0	0.9	8.6	1.0	0.0	0.4
	4인 이상 가구	15.2	5.7	14.7	6.2	10.8	8.2	13.9	3.4	12.3	1.4	6.7	0.7	0.1	0.8
가구주 성별	남자	15.9	5.7	15.7	5.8	10.5	6.7	14.2	3.7	11.5	1.0	7.7	0.9	0.1	0.6
	여자	15.5	6.0	11.9	6.7	11.1	7.3	12.8	5.2	11.5	2.4	7.9	1.2	0.0	0.6
가구주 연령	20대	17.9	5.5	17.4	6.1	7.7	3.5	11.5	6.3	4.7	1.3	13.2	1.5	0.8	2.5
	30대	16.3	3.9	12.9	6.8	11.3	5.9	15.6	4.8	12.7	0.5	8.0	0.7	0.0	0.7
	40대	16.7	4.5	12.9	7.4	9.3	7.6	14.5	4.1	14.3	1.3	5.9	0.9	0.1	0.6
	50대	16.4	7.0	15.3	5.5	10.5	7.4	13.8	3.5	10.1	1.5	7.3	0.9	0.0	0.7
	60대	14.4	6.0	15.8	5.6	11.4	6.5	13.2	4.1	11.2	1.4	8.6	1.1	0.2	0.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	19.3	7.8	10.9	8.2	7.4	8.1	10.4	6.5	7.4	3.5	7.6	1.7	0.0	1.0
	고졸	15.1	6.3	15.4	5.7	11.2	6.2	13.5	4.2	11.6	1.5	7.4	1.1	0.2	0.6
	전문대졸 이상	16.0	5.1	14.8	6.1	10.5	7.3	14.5	3.7	11.7	1.0	8.0	0.7	0.1	0.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	17.2	5.3	13.1	5.7	9.8	8.0	14.9	3.7	12.4	1.1	7.2	0.9	0.1	0.6
	서비스/판매직	12.3	6.4	18.6	5.6	12.6	5.7	15.1	3.6	10.6	1.0	7.0	0.8	0.1	0.6
	기계/농림어업/단순노무	17.5	5.3	13.1	6.9	9.8	6.3	10.6	5.3	11.4	2.0	9.6	1.4	0.2	0.6
	기타	17.9	7.2	9.2	8.7	7.4	10.4	15.4	2.7	10.8	1.7	7.9	0.0	0.0	0.7
월평균 가구 소득	200만 원 미만	16.7	8.0	15.2	5.9	11.4	4.6	13.4	5.4	8.7	1.4	7.4	1.1	0.1	0.8
	200~400만 원 미만	18.1	5.7	14.8	5.3	11.7	6.9	11.4	4.9	10.1	1.0	8.5	0.6	0.1	0.8
	400~600만 원 미만	14.7	5.8	15.1	6.2	9.5	7.7	14.4	4.1	11.1	1.8	7.4	1.3	0.3	0.8
	600만 원 이상	13.9	4.7	14.2	6.7	10.7	6.7	16.4	2.2	15.2	0.9	7.4	0.8	0.0	0.2

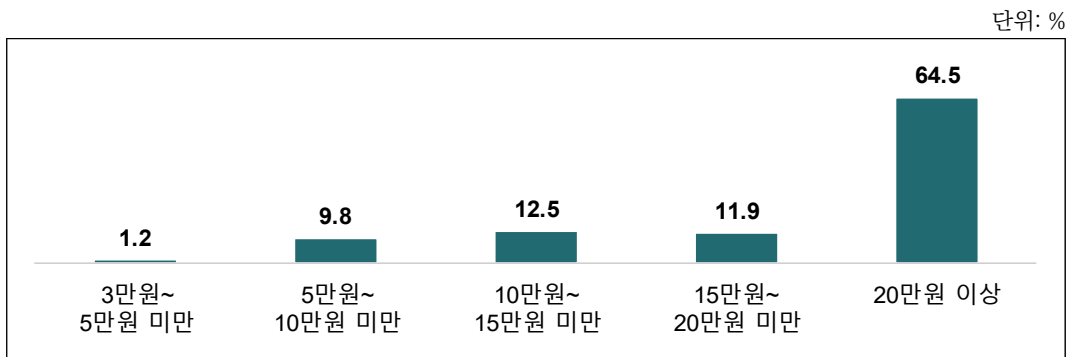
주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

#### 4.4. 건강기능식품 구입 금액 (연평균)

○ 건강기능식품 구입금액은 연평균 304,051원으로 나타남.

- 거주 지역별로 수도권에서 337,396원으로 가장 높게 나타남.
- 또한 월평균 가구소득이 높을수록 구입금액이 높게 나타남.

〈그림 4-47〉 건강기능식품 구입 금액(연평균)



〈표 4-48〉 건강기능식품 구입 금액(연평균)

단위: %, 원

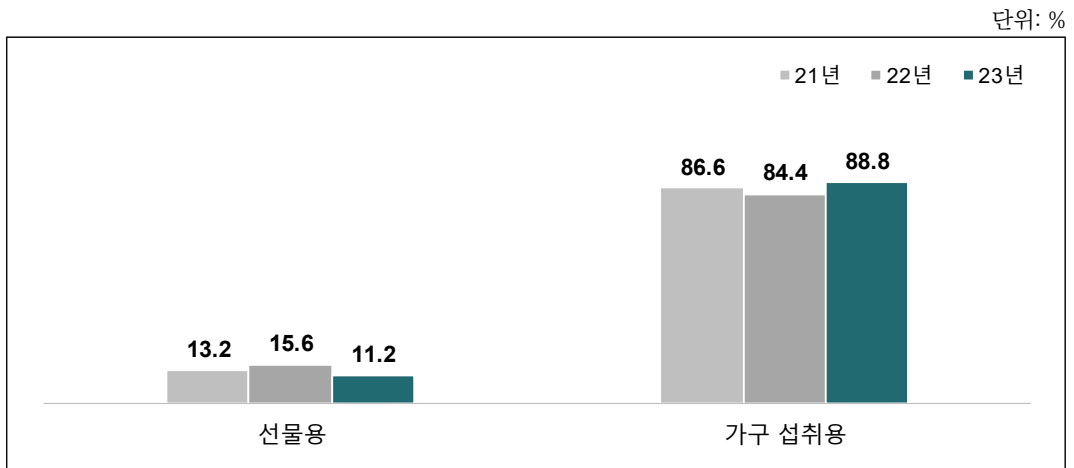
구분		3만 원~ 5만 원 미만	5만 원~ 10만 원 미만	10만 원~ 15만 원 미만	15만 원~ 20만 원 미만	20만 원 이상	평균
전체		1.2	9.8	12.5	11.9	64.5	304,051
거주지역	수도권	0.7	11.1	7.9	12.5	67.9	337,396
	충청권	0.5	15.9	19.9	9.5	54.2	203,725
	호남권	0.0	4.1	18.2	13.5	64.2	272,368
	대경권	3.3	10.3	19.6	17.0	49.8	317,125
	동남권	2.8	9.1	14.5	5.7	67.9	286,327
	강원권	0.0	3.4	4.2	23.1	69.3	271,845
행정구역	동	1.4	10.8	11.3	10.9	65.6	317,386
	읍면	0.8	6.8	16.3	14.9	61.2	260,688
가구원수	1인 가구	2.4	18.3	23.1	9.3	46.9	237,044
	2인 가구	0.4	8.4	15.4	13.0	62.8	300,208
	3인 가구	1.8	8.9	5.7	9.5	74.1	354,460
	4인 이상 가구	1.0	6.5	6.5	14.8	71.2	307,372
가구주 성별	남자	1.0	8.4	9.8	13.5	67.2	312,683
	여자	1.8	14.5	21.0	6.7	56.0	276,705
가구주 연령	20대	0.0	24.2	30.0	4.3	41.5	252,501
	30대	2.9	8.2	9.9	15.9	63.1	335,742
	40대	1.4	8.3	7.6	12.9	69.9	312,890
	50대	1.1	9.2	12.4	10.3	67.1	309,443
	60대	0.7	11.1	15.3	12.0	60.9	284,551
가구주 최종학력	중졸 이하	1.0	9.5	21.7	14.3	53.5	211,205
	고졸	1.2	11.3	15.0	12.7	59.9	266,446
	전문대졸 이상	1.3	8.7	9.7	11.0	69.3	342,819
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.9	8.7	8.8	12.5	69.0	349,860
	서비스/판매직	1.7	7.9	17.6	13.0	59.9	280,818
	기계/농림어업/단순노무	1.0	13.5	12.2	10.3	63.0	255,144
	기타	1.7	14.0	21.2	8.0	55.1	243,188
월평균 가구소득	200만 원 미만	1.6	12.3	20.8	13.4	51.9	241,095
	200~400만 원 미만	1.4	9.5	19.4	9.2	60.5	293,358
	400~600만 원 미만	1.2	10.8	9.1	13.3	65.7	305,175
	600만 원 이상	0.9	7.8	5.8	12.3	73.3	343,074

#### 4.5. 건강기능식품 용도별 구입 비중

○ 건강기능식품 구입 용도는 가구 섭취용이 88.8%이며, 선물용이 11.2%로 나타남.

- 거주 지역별로 충청권과 강원권에서 '가구 섭취용'의 비율이 90% 이상으로 높게 나타남.

〈그림 4-48〉 건강기능식품 용도별 구입 비중



〈표 4-49〉 건강기능식품 용도별 구입 비중

단위: %

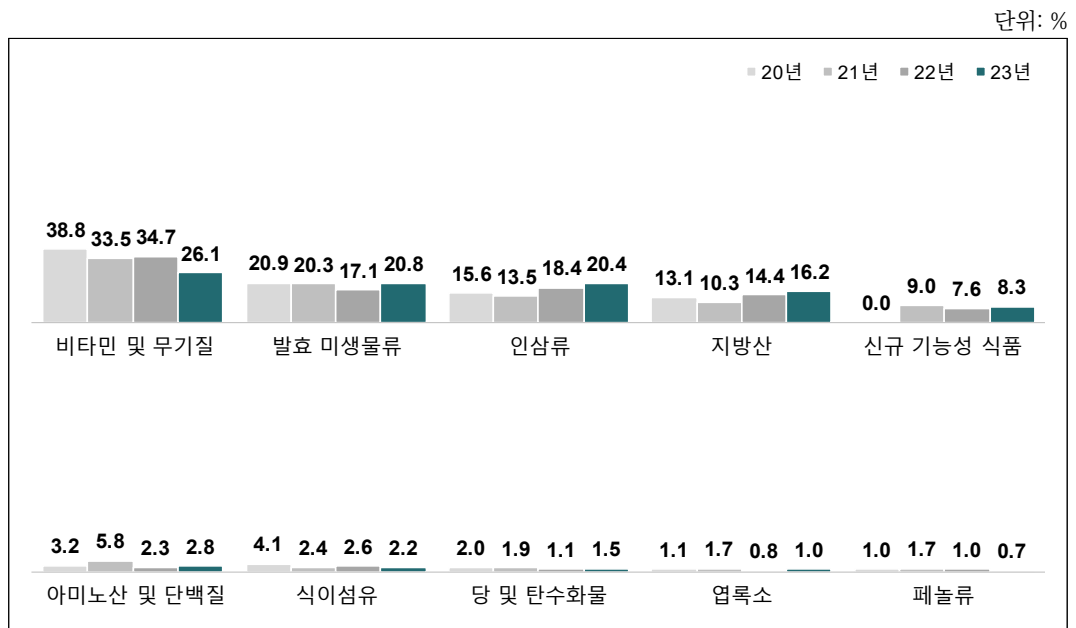
구분		선물용	가구 섭취용
전체		11.2	88.8
거주지역	수도권	10.2	89.8
	충청권	6.3	93.7
	호남권	13.1	86.9
	대경권	10.3	89.8
	동남권	16.8	83.2
	강원권	4.4	95.6
행정구역	등	11.8	88.2
	읍면	8.7	91.3
가구원수	1인 가구	11.8	88.2
	2인 가구	10.0	90.1
	3인 가구	12.3	87.7
	4인 이상 가구	11.7	88.3
가구주 성별	남자	11.2	88.8
	여자	11.1	88.9
가구주 연령	20대	18.0	82.0
	30대	14.5	85.5
	40대	12.6	87.4
	50대	11.4	88.7
	60대	8.8	91.3
가구주 최종학력	중졸 이하	8.8	91.2
	고졸	10.4	89.7
	전문대졸 이상	12.1	87.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	12.5	87.5
	서비스/판매직	10.5	89.6
	기계/농림어업/단순노무	10.3	89.7
	기타	11.7	88.3
월평균 가구소득	200만 원 미만	9.8	90.2
	200~400만 원 미만	11.1	88.9
	400~600만 원 미만	12.2	87.8
	600만 원 이상	10.5	89.5

#### 4.6. 많이 구입하는 건강기능식품

○ 가장 많이 구입하는 건강기능식품의 종류는 ‘비타민 및 무기질’(26.1%)이었으며, 다음으로 ‘발효미생물류’(20.8%), ‘인삼류’(20.4%), ‘지방산’(16.2%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권은 ‘인삼류’가 가장 높게 나타났고, 충청권과 대경권에서 ‘비타민 및 무기질’을 구입하는 비율이 35% 이상으로 높게 나타남.

〈그림 4-49〉 많이 구입하는 건강기능식품(1+2+3 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 4-50〉 많이 구입하는 건강기능식품(1+2+3 가중평균)

단위: %

구분		비타민 및 무기질	식이 섬유	아미 노산 및 단백질	지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수 화물	발효 미생 물류	신규 기능성 식품
전체		26.1	2.2	2.8	16.2	1.0	20.4	0.7	1.5	20.8	8.3
거주지역	수도권	22.2	1.8	2.2	17.2	1.1	22.4	0.6	1.5	21.2	9.8
	충청권	35.8	1.0	3.5	13.7	0.3	17.4	0.1	0.6	20.2	7.5
	호남권	26.8	6.2	2.8	13.5	1.7	23.4	1.5	1.7	17.2	5.3
	대경권	37.1	1.9	6.5	8.9	0.7	16.6	0.4	1.3	23.9	2.7
	동남권	25.5	1.2	2.8	20.0	0.8	15.6	0.6	1.8	22.4	9.3
	강원권	27.2	1.9	0.9	17.3	0.0	27.0	0.0	2.7	10.8	12.1
행정구역	동	24.5	2.3	2.9	17.0	1.1	20.3	0.8	1.5	20.6	9.1
	읍면	32.2	1.9	2.8	12.9	0.5	21.2	0.3	1.6	21.2	5.4
가구원수	1인 가구	22.7	2.3	4.1	12.5	1.0	18.7	0.4	2.8	23.5	12.1
	2인 가구	23.9	2.7	3.0	17.4	1.1	26.9	0.7	1.4	17.3	5.7
	3인 가구	29.1	2.1	2.1	16.4	0.9	18.3	0.9	1.2	20.2	8.8
	4인 이상 가구	29.3	1.3	2.3	16.6	0.9	12.6	0.5	1.2	25.5	9.7
가구주 성별	남자	26.9	2.2	2.9	15.9	1.1	21.6	0.7	1.3	19.9	7.6
	여자	23.3	2.3	2.6	17.0	0.5	16.5	0.5	2.5	23.8	11.0
가구주 연령	20대	17.9	0.0	5.2	10.0	2.5	18.3	0.7	0.0	39.3	6.0
	30대	32.9	1.2	5.6	8.8	0.5	11.7	0.1	0.1	27.7	11.2
	40대	30.9	1.0	1.8	11.2	0.3	15.0	0.8	1.0	27.3	10.8
	50대	27.5	2.9	2.8	18.1	0.8	15.5	0.8	2.3	19.0	10.4
	60대	20.6	2.7	2.3	19.9	1.5	31.0	0.6	1.7	15.4	4.4
가구주 최종학력	중졸 이하	26.0	3.8	3.9	18.1	0.6	26.5	0.0	4.9	11.7	4.5
	고졸	24.2	1.9	1.6	18.2	1.3	25.6	0.5	1.5	18.0	7.0
	전문대졸 이상	27.6	2.3	3.7	14.3	0.7	15.6	0.9	1.2	23.9	9.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	27.1	1.8	3.4	14.4	0.8	14.1	0.9	1.0	25.9	10.6
	서비스/판매직	23.6	2.7	3.0	15.5	0.5	26.7	0.7	1.6	17.8	8.0
	기계/농림어업/단순노무	28.3	2.1	1.8	19.9	2.0	20.8	0.3	1.8	17.0	6.0
	기타	23.3	2.0	1.2	15.0	1.7	31.5	0.0	4.9	16.8	3.7
월평균 가구소득	200만 원 미만	21.0	3.5	4.0	15.7	0.6	31.6	0.4	1.4	15.3	6.7
	200~400만 원 미만	24.2	2.0	3.5	14.7	1.2	23.2	0.4	1.9	21.7	7.2
	400~600만 원 미만	28.2	1.6	2.5	17.0	0.6	17.7	0.7	1.5	20.5	9.7
	600만 원 이상	27.9	2.7	2.0	17.0	1.4	15.6	1.1	1.1	22.7	8.7

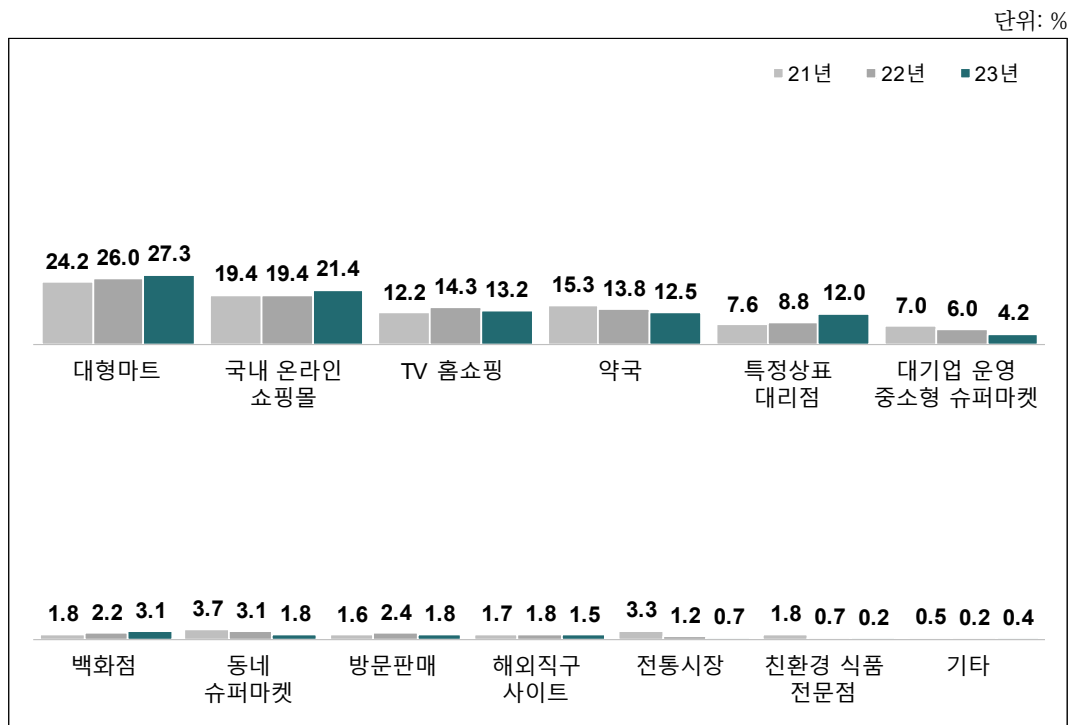
주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

#### 4.7. 건강기능식품 주 구입 장소

○ 건강기능식품을 주로 구입하는 장소는 ‘대형마트’가 27.3%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘국내 온라인 쇼핑몰’(21.4%), ‘TV홈쇼핑’(13.2%), ‘약국’(12.5%) 등의 순으로 나타남. 거주 지역별로 살펴보면, 충청권과 강원권은 ‘국내 온라인 쇼핑몰’, 호남권은 ‘약국’의 응답이 가장 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘대형마트’와 ‘국내 온라인 쇼핑몰’은 소폭 상승, ‘TV홈쇼핑’과 ‘약국’은 소폭 하락한 것으로 나타남.

〈그림 4-50〉 건강기능식품 주 구입 장소(1+2 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.



〈표 4-51〉 건강기능식품 주 구입 장소(1+2 가중평균)

단위: %

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	국내 온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	약국	특정 상표 대리점	방문 판매	해외 직구 사이트	드럭 스토어	자녀가 구매	지인
전체		1.8	4.2	27.3	0.7	3.1	0.2	21.4	13.2	12.5	12.0	1.8	1.5	0.1	0.3	0.1
거주지역	수도권	0.6	4.1	28.7	0.2	2.6	0.0	21.8	13.3	11.2	13.9	1.2	2.3	0.1	0.0	0.0
	충청권	0.0	1.8	17.9	1.4	1.6	0.0	37.0	12.1	8.9	15.3	1.7	0.7	0.0	1.0	0.5
	호남권	7.8	7.5	22.0	0.5	0.8	0.2	7.0	18.1	24.6	9.1	1.8	0.1	0.0	0.6	0.0
	대경권	0.0	1.9	41.8	0.8	3.5	0.9	21.7	6.7	10.4	7.3	3.2	1.8	0.0	0.0	0.0
	동남권	2.5	5.0	28.5	2.0	7.0	0.3	21.0	12.7	8.9	9.1	2.1	0.4	0.0	0.5	0.0
	강원권	0.9	0.5	9.6	1.1	0.0	0.0	29.9	13.7	20.3	17.0	5.8	1.3	0.0	0.0	0.0
행정구역	동	1.7	4.9	27.5	0.3	3.3	0.1	22.4	13.5	10.5	11.9	2.0	1.6	0.1	0.1	0.0
	읍면	1.8	1.4	26.8	2.5	2.1	0.2	17.6	11.7	20.1	12.5	1.0	1.0	0.0	1.1	0.3
가구원수	1인 가구	0.9	3.2	22.3	1.1	2.1	0.3	30.1	10.1	17.6	9.0	1.6	1.4	0.0	0.4	0.0
	2인 가구	2.2	3.5	27.1	1.1	1.7	0.1	13.7	14.1	15.6	17.6	1.8	0.7	0.1	0.5	0.1
	3인 가구	1.6	4.6	28.5	0.3	4.9	0.1	23.3	15.6	8.8	9.9	1.7	0.9	0.0	0.0	0.0
	4인 이상 가구	1.8	6.0	30.5	0.2	4.1	0.3	26.1	11.2	7.1	7.1	1.9	3.5	0.1	0.0	0.0
가구주 성별	남자	1.5	3.9	28.2	0.6	3.3	0.2	20.9	13.2	11.5	13.0	1.7	1.7	0.1	0.2	0.1
	여자	2.8	5.2	24.5	1.2	2.2	0.2	23.3	13.0	16.0	8.6	1.9	0.7	0.0	0.4	0.0
가구주 연령	20대	1.3	5.2	12.4	0.0	1.5	1.7	59.7	5.9	2.6	6.8	1.4	1.6	0.0	0.0	0.0
	30대	0.4	3.0	26.1	0.1	3.1	0.3	42.0	10.2	8.1	3.8	0.1	2.8	0.0	0.0	0.0
	40대	1.1	6.0	30.5	0.2	3.3	0.0	32.1	10.4	6.3	6.8	1.3	1.8	0.0	0.1	0.0
	50대	2.7	3.9	27.5	0.5	4.0	0.1	19.5	15.8	11.6	9.1	2.4	2.3	0.2	0.2	0.2
	60대	1.8	3.9	27.0	1.5	2.1	0.1	8.0	13.7	18.6	20.6	2.1	0.1	0.0	0.5	0.0
가구주 최종학력	중졸 이하	1.5	2.0	31.1	4.7	0.5	0.0	2.6	14.8	26.0	12.7	1.2	0.0	0.0	2.8	0.0
	고졸	2.3	4.4	24.5	0.8	3.0	0.2	14.0	14.0	15.9	17.7	2.6	0.4	0.0	0.2	0.1
	전문대졸 이상	1.3	4.3	29.3	0.3	3.3	0.2	29.3	12.4	8.4	7.3	1.2	2.5	0.1	0.1	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.7	3.9	31.2	0.2	4.2	0.2	30.3	12.6	6.7	6.4	0.9	2.8	0.0	0.0	0.0
	서비스/판매직	2.6	4.2	26.6	1.0	2.2	0.1	17.9	12.1	13.0	17.1	2.0	1.0	0.2	0.2	0.0
	기계/농림어업/단순노무	2.7	4.7	22.7	0.9	2.6	0.1	13.1	14.9	20.1	14.0	2.9	0.3	0.0	0.8	0.2
	기타	0.4	3.3	22.2	3.9	2.0	0.0	12.9	13.8	23.3	15.3	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	1.1	2.5	23.4	3.1	1.6	0.4	9.8	11.1	21.3	22.1	2.6	0.3	0.0	0.8	0.0
	200~400만 원 미만	2.4	5.1	22.7	0.7	2.8	0.3	22.3	13.0	14.3	13.5	1.8	0.8	0.0	0.4	0.0
	400~600만 원 미만	1.9	4.7	28.0	0.3	4.2	0.1	21.9	14.4	10.4	10.6	1.5	1.6	0.0	0.2	0.2
	600만 원 이상	1.1	3.3	34.2	0.2	2.4	0.0	25.3	12.6	9.0	7.3	1.7	2.8	0.2	0.0	0.0

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

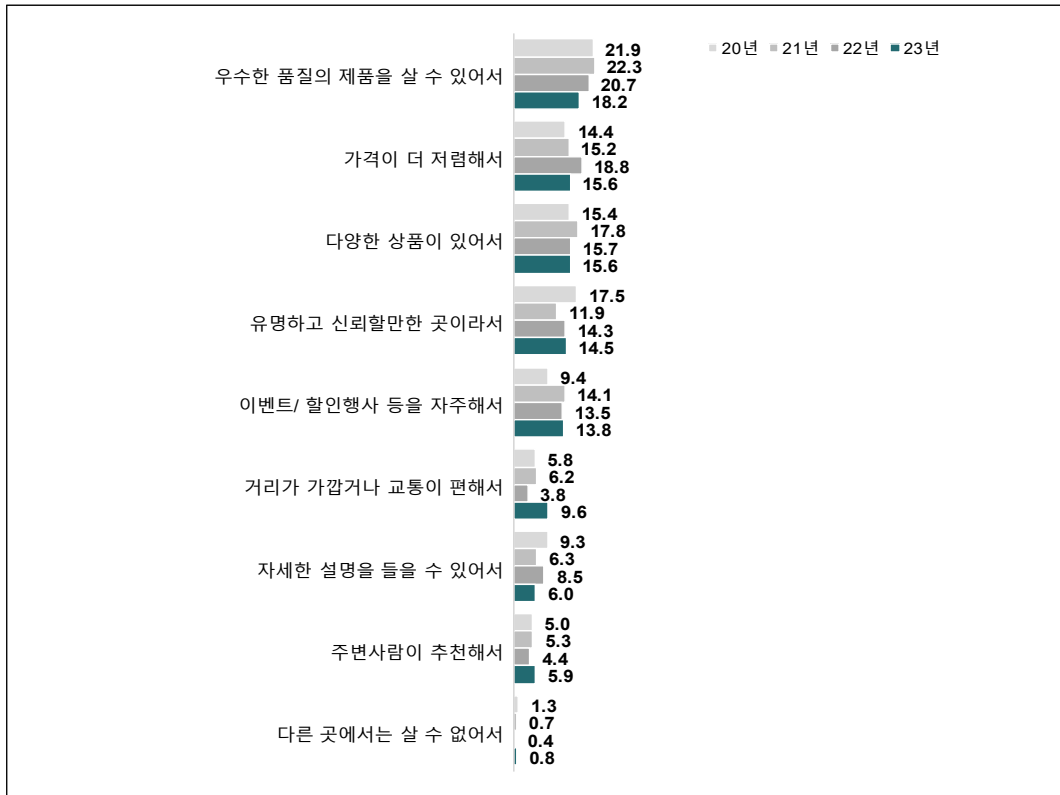
#### 4.8. 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유

○ 건강기능식품 구입 장소 이용 이유는 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 18.2%로 가장 높았으며, ‘가격이 더 저렴해서’와 ‘이벤트/할인행사 등을 자주해서’(각각 15.6%), ‘유명하고 신뢰할 만한 곳이라서’(14.5%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권과 충청권, 호남권은 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 높게 나타났고, 대경권의 경우 ‘이벤트/할인행사 등을 자주해서’가 상대적으로 높게 나타남.
- 가구주 연령에 따라 살펴보면, 20대는 ‘이벤트/할인행사 등을 자주해서’, 30대는 ‘가격이 저렴해서’의 응답이 상대적으로 높게 나타남.

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

단위: %



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

단위: %

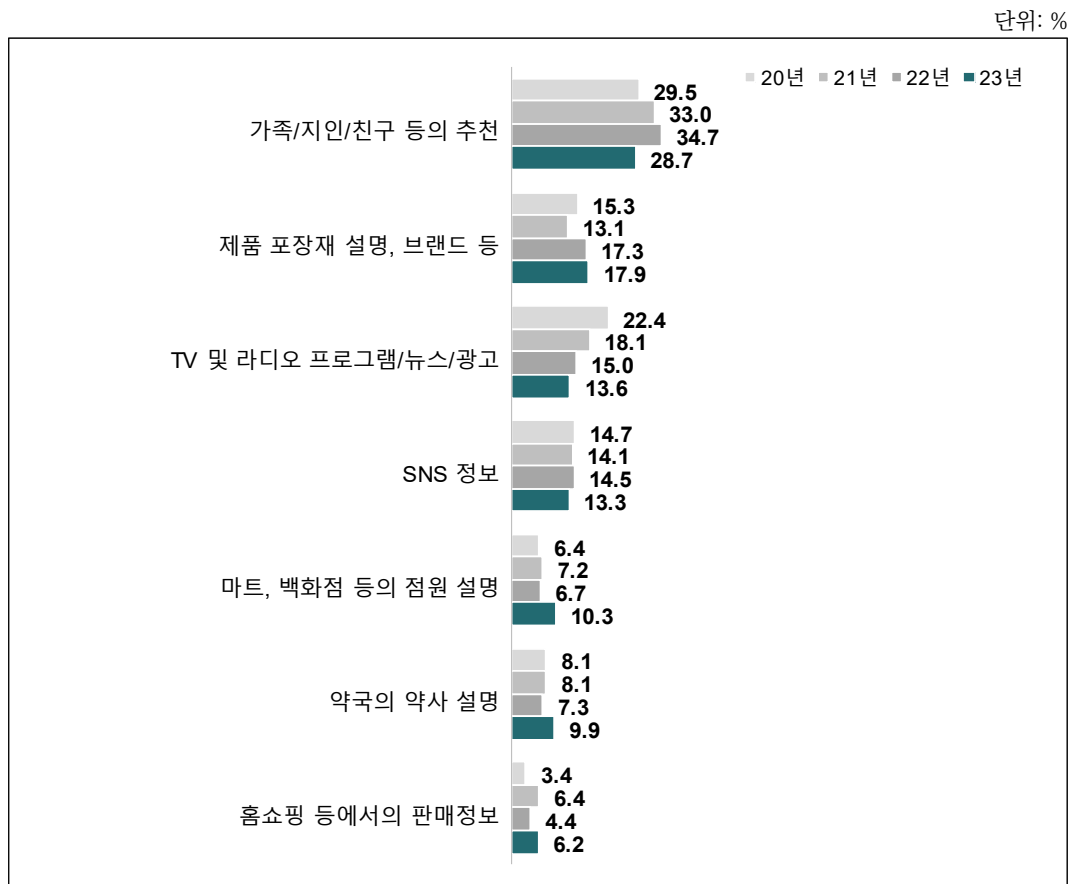
구분		우수한 품질의 제품을 살 수 있어서	가격이 더 저렴해서	이벤트/할인행사 등을 자주해서	유명하고 신뢰할 만한 곳이라서	다양한 상품이 있어서	거리가 가깝거나 교통이 편해서	주변 사람이 추천해서	자세한 설명을 들을 수 있어서	다른 곳에서는 살 수 없어서
전체		18.2	15.6	15.6	14.5	13.8	6.0	5.9	9.6	0.8
거주지역	수도권	17.1	13.7	16.2	15.2	11.6	5.8	6.4	13.3	0.7
	충청권	21.4	17.7	17.9	9.9	14.5	5.0	4.2	8.7	0.8
	호남권	22.0	14.7	9.7	14.0	18.2	7.0	7.0	7.0	0.5
	대경권	19.4	19.7	20.3	10.9	14.4	5.7	2.7	5.1	1.7
	동남권	16.9	17.9	15.0	17.1	16.1	6.6	5.3	4.2	0.9
	강원권	11.4	17.6	13.3	17.6	11.4	6.9	10.1	9.8	1.7
행정구역	동	18.7	14.8	15.4	14.8	13.1	6.2	6.0	10.3	0.7
	읍면	16.2	18.8	16.2	13.5	16.1	5.3	5.5	7.1	1.3
가구원수	1인 가구	20.5	15.9	14.7	11.6	13.8	7.4	5.0	10.4	0.8
	2인 가구	17.8	15.6	14.3	17.2	11.5	5.6	5.7	11.5	0.9
	3인 가구	16.9	15.9	17.0	13.4	15.7	4.8	6.7	9.0	0.6
	4인 이상 가구	18.6	15.0	16.9	13.3	15.5	7.1	6.0	6.5	1.1
가구주 성별	남자	17.9	15.8	15.6	15.1	13.4	5.6	6.0	9.7	0.9
	여자	19.1	15.0	15.6	12.3	15.1	7.6	5.4	9.3	0.6
가구주 연령	20대	13.8	19.5	20.1	11.9	15.8	11.2	4.2	3.5	0.0
	30대	16.9	20.9	18.1	12.0	13.2	4.6	5.1	8.2	1.1
	40대	19.2	16.1	19.9	12.2	15.9	5.1	5.3	5.4	0.9
	50대	17.6	15.6	14.7	12.4	14.7	6.1	6.8	11.5	0.5
	60대	18.9	13.3	13.0	18.7	11.9	6.6	5.7	11.0	1.0
가구주 최종학력	중졸 이하	22.4	13.0	10.6	13.1	10.2	9.7	8.4	11.0	1.6
	고졸	18.6	12.7	14.1	17.2	13.3	6.1	6.5	10.7	0.7
	전문대졸 이상	17.5	18.2	17.3	12.4	14.4	5.7	5.1	8.6	0.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	17.3	17.9	19.5	12.0	14.1	5.4	5.0	8.2	0.6
	서비스/판매직	19.2	15.2	12.9	18.3	13.2	6.0	5.5	8.9	0.8
	기계/농림어업/단순노무	17.8	12.3	12.9	13.7	14.0	6.7	8.4	13.2	1.0
	기타	24.9	13.6	16.2	11.1	13.5	7.9	3.7	8.5	0.6
월평균 가구소득	200만 원 미만	20.6	13.3	10.7	21.2	11.8	8.0	4.2	9.0	1.2
	200~400만 원 미만	16.9	15.3	16.3	15.2	12.3	6.1	6.3	10.8	0.9
	400~600만 원 미만	18.5	15.1	16.0	12.3	15.5	5.9	6.0	9.9	0.7
	600만 원 이상	18.2	17.9	16.4	13.7	14.0	5.2	5.9	8.0	0.6

#### 4.9. 건강기능식품 필요정보 획득처

○ 건강기능식품에 대한 정보는 ‘가족/지인/친구 등의 추천’을 통해 얻는다는 응답이 28.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘제품 포장재 설명, 브랜드 등’(17.9%), ‘TV 및 라디오 프로그램/뉴스/광고’(13.6%), ‘SNS 정보’(13.3%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘가족/지인/친구 등의 추천’의 응답이 상대적으로 높음.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 모든 가구원수에서 ‘가족/지인/친구 등의 추천’의 응답이 상대적으로 높음.

〈그림 4-52〉 건강기능식품 필요 정보 획득처



〈표 4-53〉 건강기능식품 필요 정보 획득처

단위: %

구분	SNS 정보	제품 포장재 설명, 브랜드 등	가족/지인/친구 등의 추천	TV 및 라디오 프로그램/뉴스/광고	마트, 백화점 등의 점원 설명	약국의 약사 설명	홈쇼핑 등에서의 판매 정보	
전체	13.3	17.9	28.7	13.6	10.3	9.9	6.2	
거주지역	수도권	14.5	19.8	24.4	11.1	12.1	10.0	7.9
	충청권	20.5	18.4	28.5	13.4	5.0	7.2	6.9
	호남권	4.5	15.2	28.6	20.4	7.3	18.2	5.8
	대경권	11.2	9.4	45.2	11.8	12.2	7.2	3.1
	동남권	12.5	19.1	32.0	17.6	10.0	5.9	3.1
	강원권	19.0	15.0	34.5	4.6	8.5	12.2	6.2
행정구역	등	12.8	19.1	28.1	13.5	10.8	9.5	6.2
	읍면	15.0	13.3	31.3	13.9	8.3	11.6	6.6
가구원수	1인 가구	15.5	15.9	30.4	12.0	10.0	12.9	3.2
	2인 가구	9.6	18.0	30.5	12.1	11.1	12.3	6.3
	3인 가구	16.3	16.9	25.8	16.4	10.6	6.8	7.0
	4인 이상 가구	14.7	20.5	27.5	14.3	8.7	6.7	7.7
가구주 성별	남	12.8	18.7	28.1	13.7	10.7	9.4	6.7
	여	14.8	15.3	31.0	13.4	9.1	11.7	4.7
가구주 연령	20대	28.9	20.2	22.7	8.5	11.6	4.2	4.0
	30대	24.7	21.5	24.7	11.3	6.0	6.0	5.7
	40대	19.0	18.7	26.6	12.2	9.1	7.8	6.6
	50대	12.2	18.5	26.3	16.1	9.6	9.7	7.6
	60대 이상	6.3	15.6	33.7	13.2	13.0	13.0	5.2
가구주 최종학력	중졸 이하	1.9	10.2	39.0	19.0	9.2	16.7	4.0
	고졸	10.2	17.7	29.3	13.0	11.8	12.2	5.8
	전문대졸 이상	16.8	18.8	27.3	13.6	9.2	7.4	6.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	18.2	20.6	27.2	12.5	7.6	6.3	7.6
	서비스/판매직	10.9	17.3	30.0	12.5	13.8	11.0	4.5
	기계/농림어업/단순노무	9.4	14.5	28.5	15.9	10.6	14.3	6.8
	기타	7.5	16.0	33.7	19.7	8.8	11.0	3.3
월평균 가구소득	200만 원 미만	5.8	13.1	33.0	12.9	17.4	14.8	3.0
	200~400만 원 미만	13.1	17.3	29.6	13.2	9.2	11.3	6.3
	400~600만 원 미만	13.9	17.1	27.4	15.2	8.9	10.3	7.1
	600만 원 이상	16.2	22.4	27.4	12.1	10.3	5.0	6.5

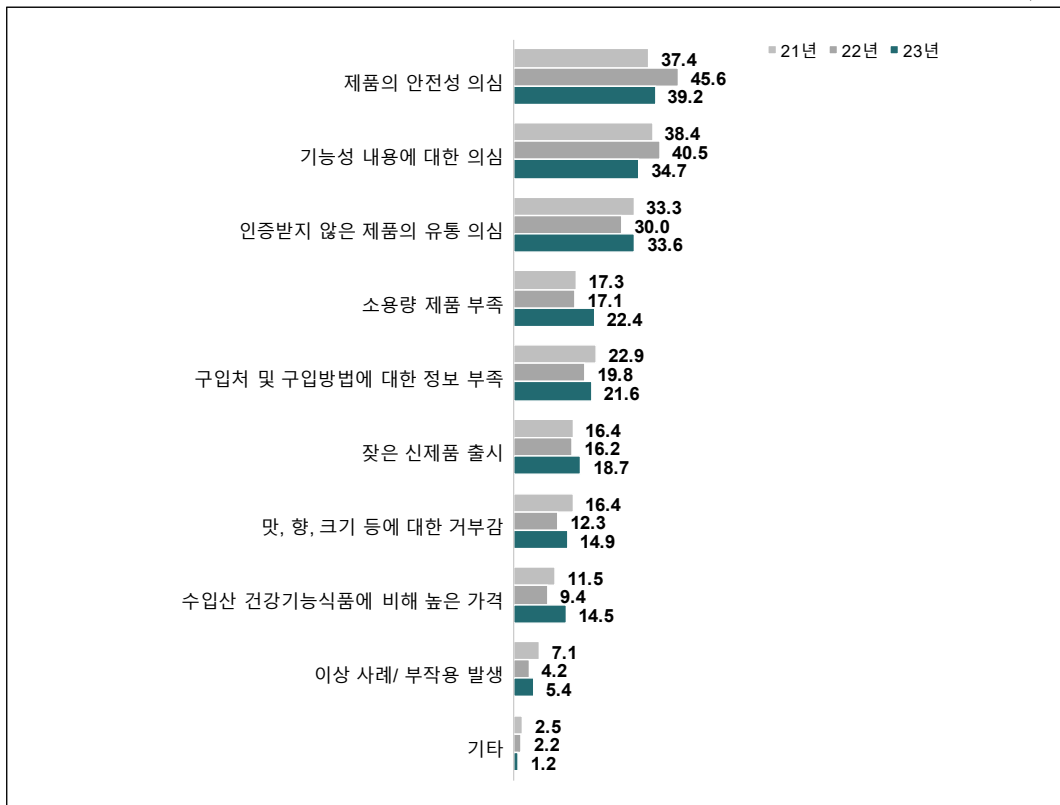
#### 4.10. 국내 생산 건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항

○ 국내에서 생산하는 건강기능식품 구입 시 불편사항에 대해서 ‘제품의 안전성 의심’이 39.2%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘기능성 내용에 대한 의심’(34.7%), ‘인증 받지 않은 제품의 유통 의심’(33.6%) 등의 순임.

- 거주 지역별로 살펴보면, 충청권과 대경권에서 ‘기능성 내용에 대한 의심’에 대한 응답이 상대적으로 높았으며, 동남권의 경우 ‘인증받지 않은 제품의 유통 의심’에 대한 응답도 높게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 모든 가구원 수에서 ‘제품의 안전성 의심’이 가장 높게 나타남.

〈그림 4-53〉 국내 생산 건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항

단위: %



〈표 4-54〉 국내 생산 건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항

단위: %

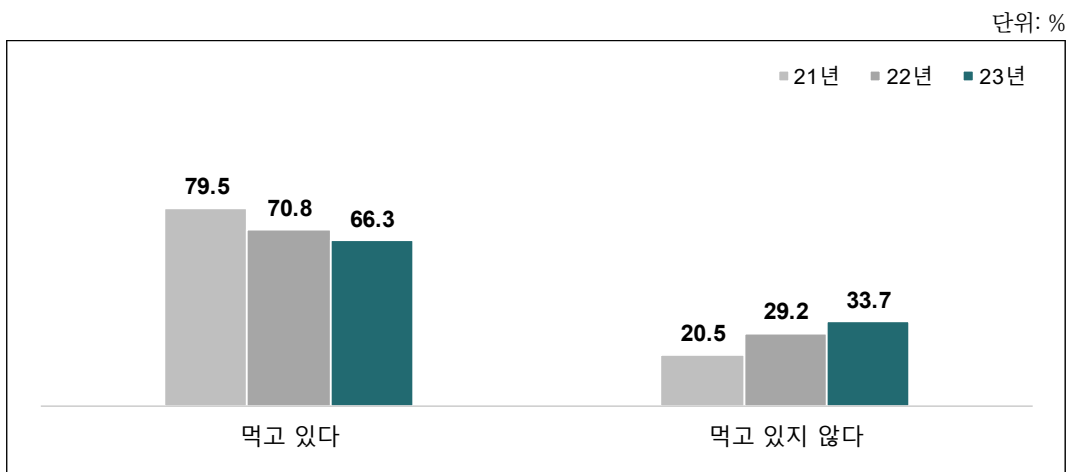
구분		가능성 내용에 대한 의심	제품의 안전성 의심	인증 받지 않은 제품의 유통 의심	구입처 및 구입 방법에 대한 정보 부족	잘은 신제품 출시	소용량 제품 부족	맛, 향, 크기 등에 대한 거부감	수입산 건강 기능 식품에 비해 높은 가격	이상 사례/ 부작용 발생	기타
전체		34.7	39.2	33.6	21.6	18.7	22.4	14.9	14.5	5.4	1.2
거주지역	수도권	30.0	32.9	32.8	18.3	15.3	24.6	13.9	17.4	5.9	0.0
	충청권	43.4	36.7	31.4	27.4	16.5	21.4	15.1	8.3	2.4	4.9
	호남권	31.8	45.0	31.1	28.7	29.0	25.1	19.2	8.7	3.5	3.9
	대경권	57.6	46.4	21.4	14.9	10.2	8.5	6.7	13.6	8.2	2.0
	동남권	36.1	49.0	44.5	26.5	25.0	21.3	17.4	14.5	4.9	0.0
	강원권	18.7	47.8	35.9	14.7	22.1	22.1	22.1	16.2	11.7	0.0
행정구역	동	34.4	40.1	35.0	21.8	17.8	22.3	15.8	14.3	5.4	0.8
	읍면	36.0	35.7	27.9	20.9	22.2	22.4	11.5	15.0	5.6	2.5
가구원수	1인 가구	37.0	38.7	31.1	18.8	17.5	20.0	13.2	12.6	6.0	1.5
	2인 가구	31.6	38.8	29.9	23.9	17.8	22.8	15.6	15.7	5.1	1.8
	3인 가구	36.4	38.8	36.2	20.5	20.1	23.5	12.3	12.8	5.5	0.5
	4인 이상 가구	36.5	40.8	39.1	21.1	19.4	22.1	18.2	15.8	5.4	0.4
가구주 성별	남자	34.6	38.7	33.8	21.3	18.4	21.8	14.4	15.5	5.0	1.1
	여자	35.2	40.9	32.6	22.8	19.4	24.4	16.8	11.0	7.0	1.5
가구주 연령	20대	31.4	28.0	40.1	19.4	15.4	24.7	15.0	22.1	10.8	2.3
	30대	37.2	41.9	34.2	21.2	15.4	20.1	14.7	16.5	5.3	1.4
	40대	33.0	36.1	34.8	22.6	19.3	25.9	13.4	15.4	5.3	0.4
	50대	37.9	40.3	34.4	22.5	19.0	23.0	16.7	14.7	5.7	0.5
	60대	32.0	39.6	31.6	20.6	19.3	20.6	14.2	12.7	4.9	2.1
가구주 최종학력	중졸 이하	40.9	36.5	34.3	20.6	16.9	20.6	8.6	7.2	8.6	0.5
	고졸	34.9	39.7	34.2	20.7	19.3	23.4	15.1	12.7	4.8	1.5
	전문대졸 이상	34.0	39.1	33.0	22.5	18.3	21.6	15.3	16.7	5.6	1.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	33.5	37.1	34.8	22.6	18.0	22.7	14.6	16.4	5.2	1.0
	서비스/판매직	35.4	38.7	32.3	20.1	18.8	24.0	15.8	12.0	5.4	1.3
	기계/농림어업/단순노무	35.0	43.5	33.3	20.9	20.5	20.2	14.7	15.7	5.8	1.1
	기타	42.1	32.9	38.9	25.3	11.6	21.7	10.7	9.7	7.1	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	33.1	44.3	32.8	22.1	15.8	18.6	12.5	6.7	3.4	2.0
	200~400만 원 미만	35.4	38.1	32.4	22.7	19.8	20.2	14.5	14.9	5.8	1.3
	400~600만 원 미만	36.0	39.8	32.7	21.1	19.0	23.5	16.7	16.5	6.2	1.4
	600만 원 이상	32.7	37.1	36.7	20.8	18.1	25.3	14.0	14.7	4.7	0.3

#### 4.11. 가구내 건강기능식품 복용 여부

○ 건강기능식품을 복용하고 있는 가구는 전체의 66.3%를 차지하는 것으로 나타남.

- 거주 지역별로 동남권이 76.7%로 높은 반면, 대경권은 51.0%로 낮음.
- 가구주 연령이 높을수록 복용하는 비율은 높았음.

〈그림 4-54〉 가구내 건강기능식품 복용 여부





〈표 4-55〉 가구내 건강기능식품 복용 여부

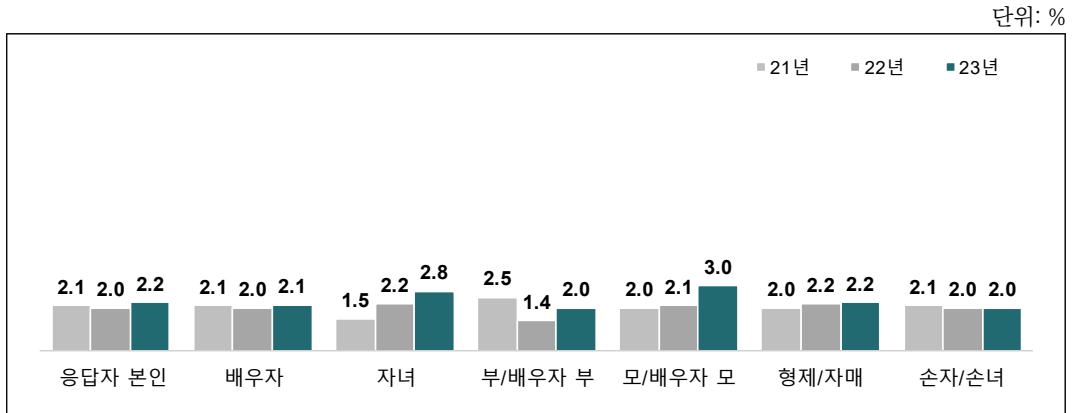
단위: %

구분		먹고 있다	먹고 있지 않다
전체		66.3	33.7
거주지역	수도권	65.0	35.0
	충청권	64.3	35.7
	호남권	75.5	24.5
	대경권	51.0	49.0
	동남권	76.7	23.3
	강원권	59.9	40.1
행정구역	동	64.1	35.9
	읍면	75.9	24.1
가구원수	1인 가구	53.4	46.6
	2인 가구	70.7	29.3
	3인 가구	69.8	30.2
	4인 이상 가구	66.6	33.4
가구주 성별	남	67.1	32.9
	여	63.6	36.4
가구주 연령	20대	39.5	60.5
	30대	55.8	44.2
	40대	60.7	39.3
	50대	71.5	28.5
	60대 이상	71.5	28.5
가구주 최종학력	중졸 이하	57.6	42.4
	고졸	70.0	30.0
	전문대졸 이상	64.4	35.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	63.6	36.4
	서비스/판매직	68.8	31.2
	기계/농림/어업/단순노무	69.0	31.0
	기타	57.3	42.7
월평균 가구소득	200만 원 미만	63.1	36.9
	200~400만 원 미만	63.6	36.4
	400~600만 원 미만	69.9	30.1
	600만 원 이상	66.3	33.7

#### 4.12. 동거가족의 건강기능식품 섭취 개수

○ 동거가족 중 ‘자녀’가 건강기능식품을 평균 2.78개 섭취하고 있으며, ‘응답자 본인’과 ‘배우자’보다 ‘자녀’의 평균 섭취 개수가 많은 것으로 나타남.

〈그림 4-55〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 개수



〈표 4-56〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 개수

단위: %, 개

구분	1개	2개	3개	4개	5개 이상	평균(개)	
전체	25.6	42.7	19.8	8.5	2.5	2.25	
동거가족	응답자 본인	21.8	45.0	23.0	7.8	2.4	2.24
	배우자	30.1	41.0	18.5	8.0	13.1	2.12
	자녀	28.8	36.9	7.1	14.0	0.0	2.78
	부/배우자 부	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	2.00
	모/배우자 모	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	3.00
	형제/자매	21.8	32.6	45.5	0.0	0.0	2.24
	손자/손녀	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	2.00

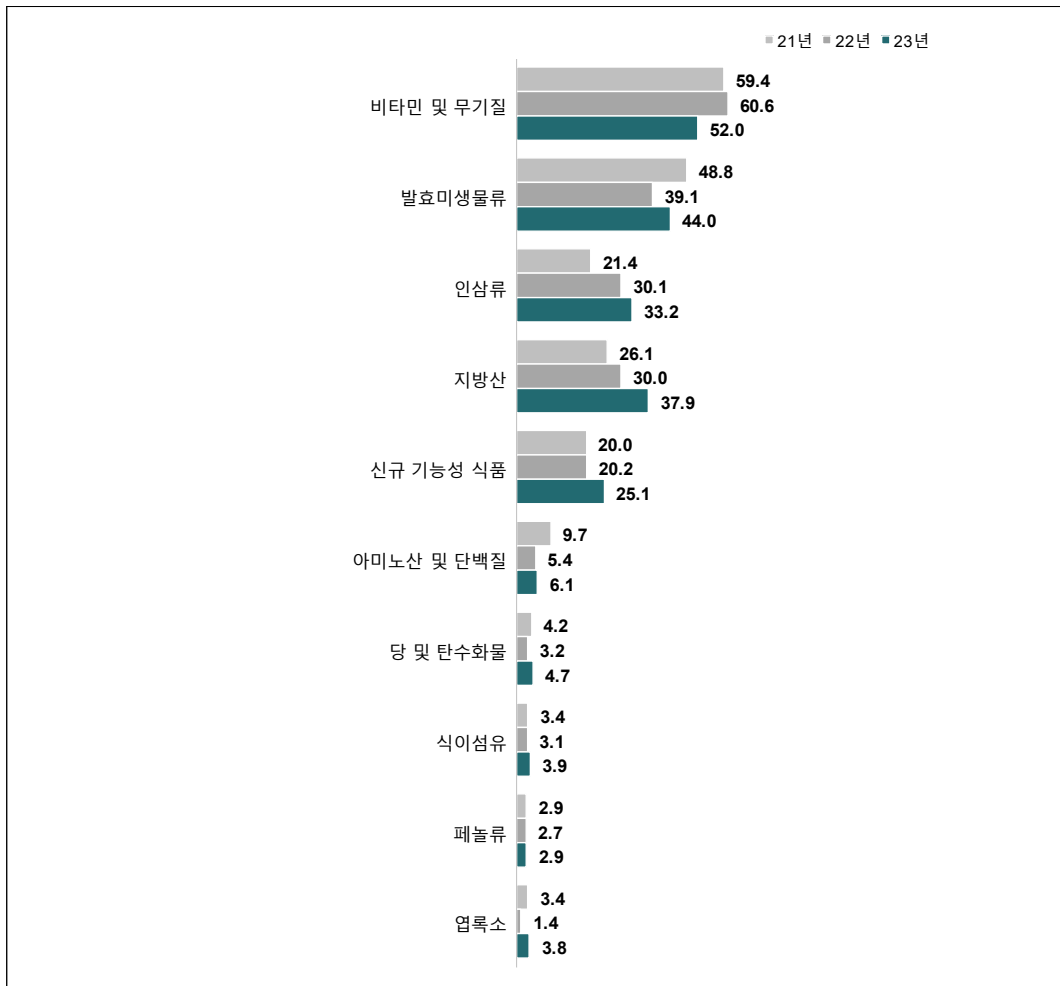
#### 4.13. 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류

○ 동거가족이 섭취하고 있는 건강기능식품으로 ‘비타민 및 무기질’이 52.0%로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘발효 미생물류’(44.0%), ‘지방산’(37.9%), ‘인삼류’(33.2%), ‘신규기능성 식품’(25.1%)의 순으로 나타남.

- 전반적으로 ‘비타민 및 무기질’ 섭취율이 가장 높지만, 자녀의 경우 ‘발효미생물류’ 섭취 비율이 상대적으로 높음.

〈그림 4-56〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류

단위: %



〈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	52.0	3.9	6.1	37.9	3.8	33.2	2.9	4.7	44.0	25.1	
동거 가족	응답자 본인	52.3	4.9	5.7	40.9	3.4	25.4	2.7	4.8	48.1	33.6
	배우자	49.8	3.1	5.7	40.0	4.8	45.6	3.6	5.4	34.3	16.7
	자녀	59.0	2.1	9.0	12.8	1.7	25.4	1.5	1.7	60.8	13.7
	부/배우자 부	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	모/배우자 모	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	형제/자매	34.6	0.0	0.0	65.4	19.9	45.5	0.0	0.0	58.3	0.0
	손자/손녀	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

#### 4.14. 건강기능식품 복용 이유

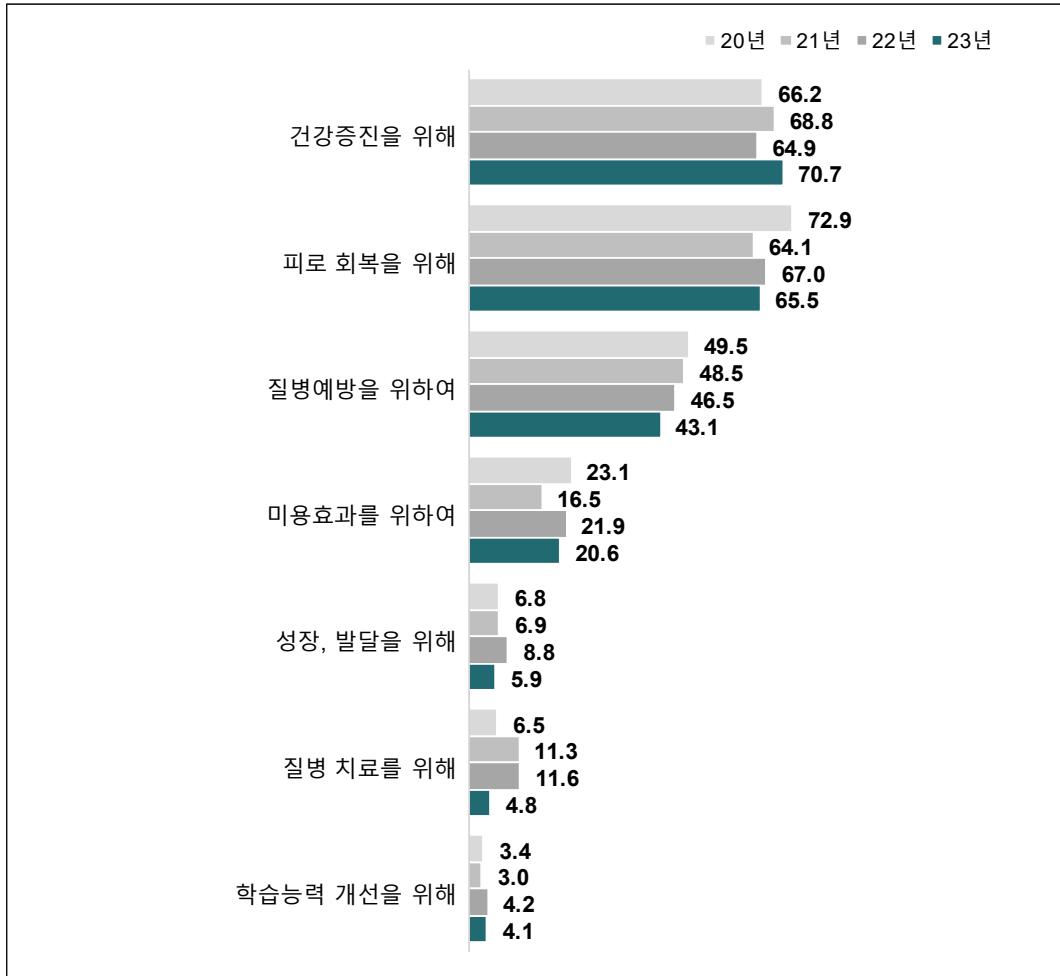
○ 건강기능식품을 복용하는 이유에 대한 질문에 ‘건강 증진을 위해’ 복용한다는 응답이 70.7%로 가장 높게 나타남. 다음으로 ‘피로 회복을 위해’(65.5%), ‘질병예방을 위해’(43.1%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 동남권을 제외한 모든 지역에서 ‘건강 증진을 위해’가 높게 나타났고, 동남권은 ‘피로 회복을 위해’ 복용한다는 응답이 높게 나타남.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 모든 유형의 가구에서 ‘건강증진을 위해’가 상대적으로 높게 나타남.

○ 또한 ‘건강증진을 위해’ 건강기능식품을 복용한다는 응답은 전년 대비 증가한 것으로 나타남.

〈그림 4-57〉 건강기능식품 복용 이유(복수응답)

단위: %



〈표 4-58〉 건강기능식품 복용 이유(복수응답)

단위: %

구분		성장, 발달을 위해	질병 치료를 위해	학습 능력 개선을 위해	질병 예방을 위하여	미용 효과를 위하여	피로 회복을 위해	건강 증진을 위해
전체		5.9	4.8	4.1	43.1	20.6	65.5	70.7
거주지역	수도권	5.7	1.4	4.0	33.9	23.0	64.6	71.7
	충청권	1.9	1.1	0.5	48.9	21.0	67.3	70.1
	호남권	5.6	7.9	5.2	40.6	16.7	71.5	71.8
	대경권	12.5	6.0	3.0	53.3	12.6	53.5	71.9
	동남권	6.6	14.8	6.2	62.9	19.8	66.2	64.3
	강원권	2.4	0.0	5.1	39.3	22.6	75.3	86.2
행정구역	동	4.8	5.7	4.3	43.0	20.1	66.5	70.1
	읍면	9.7	1.8	3.4	43.3	22.5	62.0	72.8
가구원수	1인 가구	3.1	4.1	2.3	40.6	27.1	60.3	66.5
	2인 가구	0.8	6.2	2.0	46.8	18.5	66.5	73.1
	3인 가구	8.3	5.0	5.7	41.8	20.0	65.5	70.7
	4인 이상 가구	14.9	2.7	7.6	39.2	20.5	67.5	69.0
가구주 성별	남	5.8	4.8	4.0	42.9	18.0	66.7	71.9
	여	5.9	5.2	4.4	43.8	30.4	61.1	66.3
가구주 연령	20대	7.4	5.6	0.0	35.3	41.2	72.6	67.5
	30대	7.0	0.3	2.7	38.7	38.4	69.8	72.3
	40대	11.5	0.5	6.7	40.1	21.4	64.4	67.9
	50대	7.3	5.2	5.4	42.0	23.3	65.1	70.5
	60대 이상	1.5	8.1	2.3	47.0	11.3	64.7	71.8
가구주 최종학력	중졸 이하	1.2	11.8	2.5	56.3	7.0	51.8	76.9
	고졸	3.7	5.9	3.3	40.8	16.0	64.4	70.9
	전문대졸 이상	8.1	3.3	5.0	43.7	25.7	67.7	69.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	7.5	2.6	4.0	40.9	27.6	68.8	71.0
	서비스/판매직	6.0	4.8	3.6	43.1	18.7	64.5	70.9
	기계/농림어업/단순노무	3.7	7.5	4.7	44.1	13.9	64.1	70.7
	기타	3.5	13.5	7.3	58.1	10.3	42.7	72.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	3.0	6.3	2.0	45.3	14.0	58.0	71.4
	200~400만 원 미만	4.8	5.7	4.0	42.1	21.5	63.0	68.4
	400~600만 원 미만	8.6	5.0	3.2	41.5	19.1	69.1	69.0
	600만 원 이상	4.5	2.9	6.7	45.5	25.1	66.8	75.6

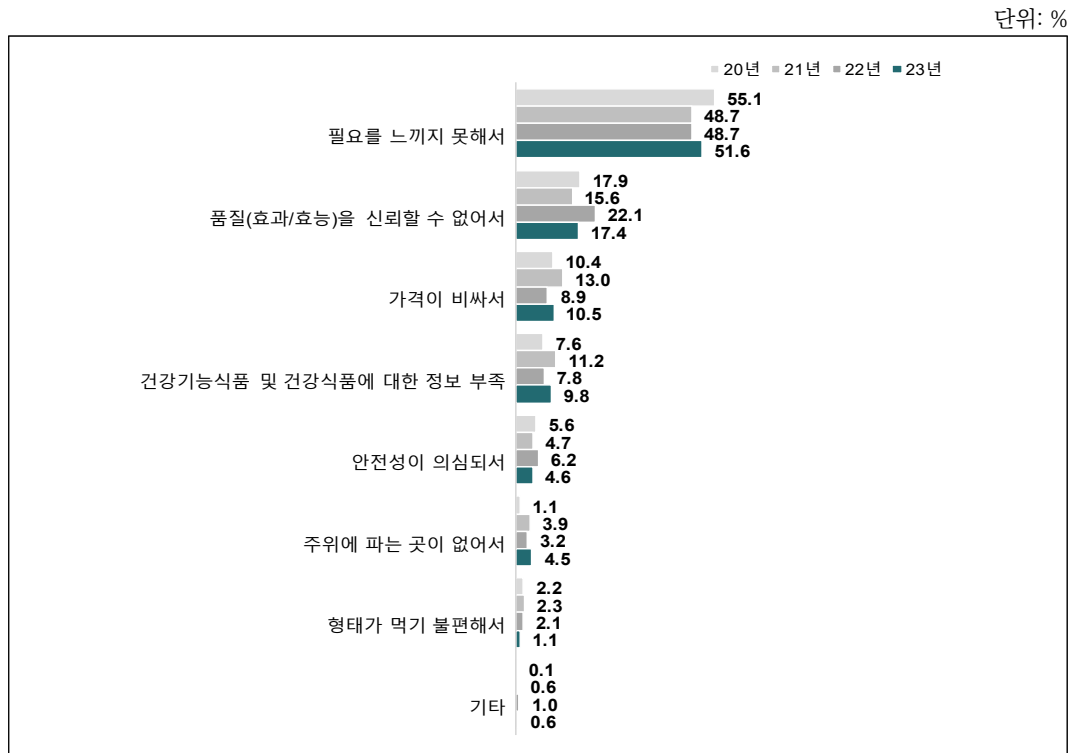
#### 4.15. 건강기능식품 복용하지 않는 이유

○ 건강기능식품을 복용하지 않는 가장 큰 이유는 ‘필요를 느끼지 못해서’(51.6%)이며, ‘품질(효과/효능)을 신뢰할 수 없어서’(17.4%)도 주요 이유임.

- 거주 지역별로 살펴보면, 모든 지역에서 ‘필요를 느끼지 못해서’의 응답이 가장 높게 나타났으며, 대경권의 경우 ‘품질(효과/효능)을 신뢰할 수 없어서’의 비율도 상대적으로 높음.

○ 건강기능식품을 복용하지 않는 이유로 전년 대비 ‘품질(효과/효능)을 신뢰할 수 없어서’라고 응답한 비율은 하락하였으나, ‘필요를 느끼지 못해서’와 ‘가격이 비싸서’, ‘건강기능식품 및 건강식품에 대한 정보 부족’의 비율이 상승함.

〈그림 4-58〉 건강기능식품 복용하지 않는 이유(1+2 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 4-59〉 건강기능식품 복용하지 않는 이유(1+2 가중평균)

단위: %

구분		필요를 느끼지 못해서	품질(효과/효능)을 신뢰할 수 없어서	건강기능식품 및 건강식품 정보 부족	주위에 파는 곳이 없어서	가격이 비싸서	안전성이 의심되서	형태가 먹기 불편해서	기타
전체		51.6	17.4	9.8	4.5	10.5	4.6	1.1	0.6
거주지역	수도권	59.9	15.2	8.3	4.1	6.2	4.7	1.0	0.7
	충청권	58.1	17.8	7.2	1.9	8.0	5.9	1.1	0.0
	호남권	33.8	19.4	15.1	7.8	18.1	5.5	0.3	0.0
	대경권	37.9	24.2	8.4	5.3	19.4	2.2	2.0	0.7
	동남권	33.0	20.1	16.7	3.4	18.5	6.6	1.7	0.0
	강원권	62.0	9.5	11.5	11.4	2.7	0.0	0.0	2.8
행정구역	동	52.0	17.5	9.5	4.7	9.9	4.8	1.1	0.6
	읍면	49.5	17.2	11.3	3.1	14.2	3.1	1.3	0.4
가구원수	1인 가구	56.6	17.1	8.4	3.2	10.4	3.3	0.4	0.5
	2인 가구	46.1	18.3	11.7	4.1	12.2	5.6	0.7	1.3
	3인 가구	48.9	15.5	12.1	6.2	10.2	5.3	1.7	0.0
	4인 이상 가구	56.5	18.4	6.1	5.0	8.0	3.9	2.1	0.0
가구주 성별	남	51.8	17.9	10.1	4.5	9.5	4.2	1.5	0.5
	여	51.1	16.0	8.6	4.5	13.4	5.8	0.0	0.6
가구주 연령	20대	50.5	23.3	14.5	2.3	6.4	2.9	0.0	0.0
	30대	71.7	12.1	4.8	1.8	6.1	2.8	0.5	0.2
	40대	61.9	15.6	5.8	4.1	3.9	6.8	1.8	0.0
	50대	41.8	22.2	10.6	6.5	12.7	4.4	0.9	0.9
	60대 이상	39.5	17.2	14.4	5.1	17.1	4.4	1.4	1.0
가구주 최종학력	중졸 이하	34.5	18.1	15.8	5.5	24.1	1.1	0.0	0.8
	고졸	45.8	16.9	10.2	5.6	14.4	5.6	1.4	0.0
	전문대졸 이상	57.6	17.7	8.7	3.6	6.2	4.3	1.0	0.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	59.6	17.9	8.1	3.6	5.8	3.7	0.8	0.6
	서비스/판매직	48.2	14.7	13.1	5.5	10.5	5.7	1.5	0.8
	기계/농림어업/단순노무	45.7	20.1	8.2	4.7	15.1	4.7	1.5	0.0
	기타	27.4	18.8	13.6	8.4	25.9	4.5	0.0	1.5
월평균 가구소득	200만 원 미만	38.6	19.5	13.3	5.6	19.6	2.8	0.7	0.0
	200~400만 원 미만	49.1	17.2	11.4	3.9	11.3	5.3	0.6	1.3
	400~600만 원 미만	52.9	17.4	8.1	4.6	8.3	6.2	2.0	0.5
	600만 원 이상	61.0	16.6	7.6	4.6	6.7	2.5	1.0	0.0

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.



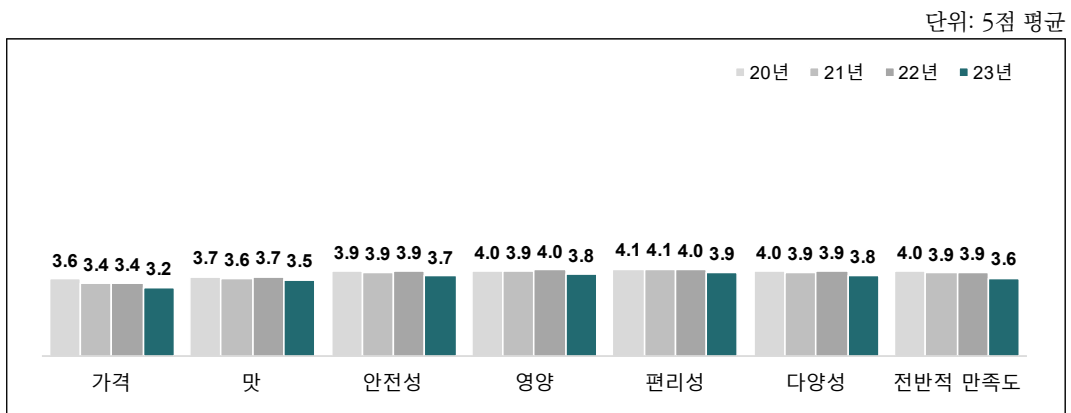
#### 4.16. 건강기능식품 요소별 만족도

○ 건강기능식품에 대한 만족도는 ‘편리성’(3.91점)에 대한 부분이 가장 높음. 다음으로 ‘영양’(3.81점), ‘다양성’(3.77점), ‘안전성’(3.72점), ‘전반적인 만족도’(3.64점), ‘맛’(3.54점), ‘가격’(3.16점)의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 충청권은 ‘영양’에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며, 그 외 지역에서는 ‘편리성’에 대한 만족도가 가장 높게 나타남.

○ 전년과 비교했을 때 모든 요소별 만족도가 하락함.

〈그림 4-59〉 건강기능식품 요소별 만족도



〈표 4-60〉 건강기능식품 요소별 만족도

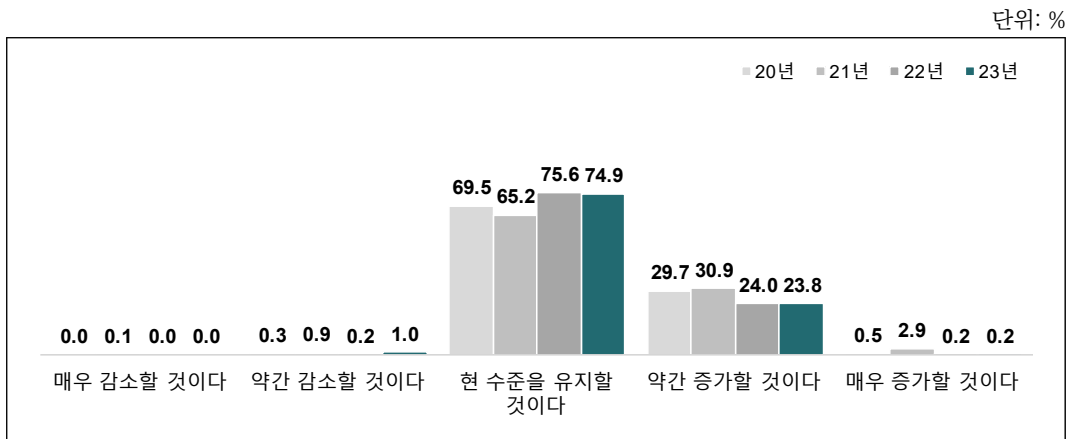
단위: 5점 평균

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
전체		3.16	3.54	3.72	3.81	3.91	3.77	3.64
거주지역	수도권	3.01	3.46	3.59	3.69	3.78	3.60	3.47
	충청권	3.20	3.54	3.86	4.05	4.04	3.93	3.90
	호남권	3.32	3.60	3.68	3.80	3.96	3.93	3.69
	대경권	3.13	3.61	3.87	3.93	4.08	3.86	3.82
	동남권	3.50	3.72	3.96	3.99	4.09	4.02	3.88
	강원권	3.07	3.43	3.63	3.50	3.68	3.46	3.28
행정구역	동	3.18	3.55	3.69	3.78	3.88	3.74	3.61
	읍면	3.09	3.52	3.80	3.92	4.01	3.88	3.74
가구원수	1인 가구	3.23	3.55	3.71	3.81	3.82	3.67	3.60
	2인 가구	3.12	3.52	3.73	3.81	3.93	3.77	3.63
	3인 가구	3.19	3.57	3.66	3.79	3.91	3.75	3.65
	4인 이상 가구	3.17	3.56	3.76	3.82	3.92	3.85	3.65
가구주 성별	남	3.14	3.53	3.72	3.81	3.92	3.77	3.63
	여	3.24	3.57	3.73	3.80	3.87	3.74	3.67
가구주 연령	20대	3.23	3.50	3.83	3.96	3.85	3.79	3.67
	30대	3.22	3.64	3.78	3.87	3.97	3.79	3.68
	40대	3.11	3.57	3.73	3.82	3.94	3.83	3.65
	50대	3.26	3.57	3.72	3.82	3.90	3.80	3.68
	60대 이상	3.08	3.48	3.69	3.77	3.88	3.70	3.58
가구주 최종학력	중졸 이하	3.04	3.56	3.68	3.89	3.80	3.71	3.65
	고졸	3.14	3.47	3.70	3.78	3.89	3.76	3.64
	전문대졸 이상	3.20	3.60	3.74	3.83	3.93	3.78	3.63
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.22	3.64	3.74	3.82	3.95	3.80	3.65
	서비스/판매직	3.11	3.45	3.67	3.79	3.85	3.69	3.57
	기계/농림어업/단순노무	3.15	3.53	3.76	3.83	3.91	3.82	3.68
	기타	3.13	3.36	3.56	3.60	3.79	3.60	3.73
월평균 가구소득	200만 원 미만	3.07	3.39	3.66	3.83	3.86	3.70	3.58
	200~400만 원 미만	3.13	3.52	3.74	3.80	3.87	3.71	3.62
	400~600만 원 미만	3.16	3.57	3.74	3.79	3.91	3.79	3.62
	600만 원 이상	3.24	3.61	3.70	3.84	3.97	3.83	3.70

#### 4.17. 향후 1년간 건강기능식품 구입 의향

- 향후 1년 건강기능식품 구입 의향에 대해서 ‘현 수준을 유지할 것이다’는 74.9%로 나타났으며, ‘증가’는 24.0%(매우 증가 0.2% + 약간 증가 23.8%)로 나타남.
  - 거주 지역에 따라 살펴보면, 강원권이 가장 높았으며, 대경권이 가장 낮은 의향을 보임.
  - 가구원 수에 따라 살펴보면, 가구원 수가 많을수록 구입 의향이 긍정적으로 나타남.

〈그림 4-60〉 향후 1년 건강기능식품 구입 의향



〈표 4-61〉 향후 1년 건강기능식품 구입 의향

단위: %, 5점 평균

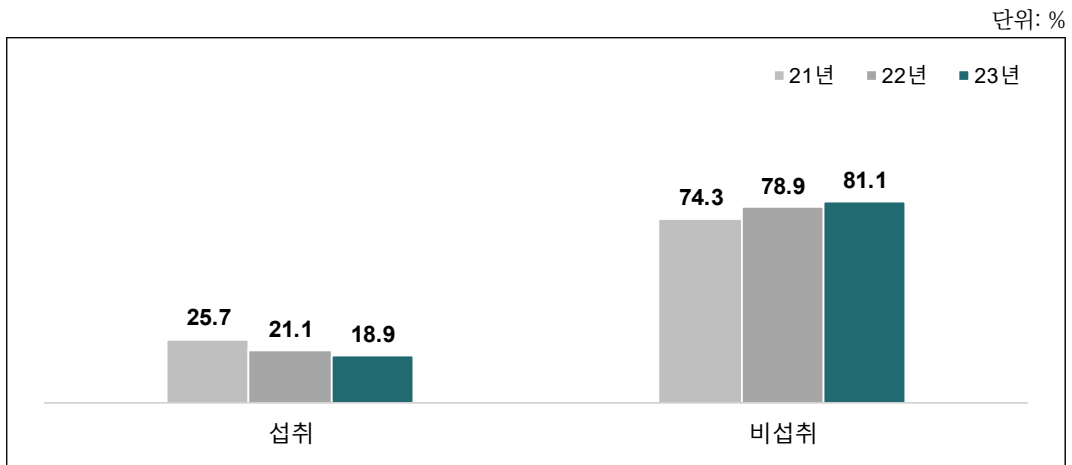
구분		매우 감소할 것이다 (1)	약간 감소할 것이다 (2)	현 수준을 유지할 것이다 (3)	약간 증가할 것이다 (4)	매우 증가할 것이다 (5)	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균
전체		0.1	1.0	74.9	23.8	0.2	24.0	74.9	1.1	3.23
거주지역	수도권	0.0	0.9	71.4	27.4	0.2	27.7	71.4	0.9	3.27
	충청권	0.0	0.0	76.5	23.2	0.3	23.5	76.5	0.0	3.24
	호남권	0.2	1.1	74.4	24.1	0.2	24.3	74.4	1.3	3.23
	대경권	0.0	1.9	84.0	14.0	0.0	14.0	84.0	1.9	3.12
	동남권	0.3	1.5	80.9	17.2	0.0	17.2	80.9	1.9	3.15
	강원권	0.0	0.6	67.9	31.5	0.0	31.5	67.9	0.6	3.31
행정구역	동	0.1	1.0	75.4	23.5	0.0	23.5	75.4	1.1	3.22
	읍면	0.0	1.1	72.8	25.4	0.7	26.1	72.8	1.1	3.26
가구원수	1인 가구	0.0	0.9	79.5	19.4	0.2	19.6	79.5	0.9	3.19
	2인 가구	0.1	1.0	74.8	23.8	0.3	24.1	74.8	1.0	3.23
	3인 가구	0.2	0.9	73.2	25.6	0.1	25.7	73.2	1.1	3.25
	4인 이상 가구	0.0	1.4	72.6	26.0	0.0	26.0	72.6	1.4	3.25
가구주 성별	남	0.1	0.9	73.8	25.0	0.2	25.2	73.8	1.0	3.24
	여	0.1	1.4	78.7	19.8	0.0	19.8	78.7	1.5	3.18
가구주 연령	20대	0.0	1.8	67.3	30.9	0.0	30.9	67.3	1.8	3.29
	30대	0.0	0.2	75.6	24.2	0.0	24.2	75.6	0.2	3.24
	40대	0.0	0.8	77.6	21.5	0.1	21.6	77.6	0.8	3.21
	50대	0.2	1.3	70.0	28.5	0.0	28.5	70.0	1.4	3.27
	60대 이상	0.1	1.2	77.9	20.4	0.4	20.8	77.9	1.3	3.20
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	2.3	89.4	8.2	0.0	8.2	89.4	2.3	3.06
	고졸	0.2	0.9	77.2	21.6	0.1	21.7	77.2	1.1	3.20
	전문대졸 이상	0.0	1.0	71.6	27.2	0.2	27.5	71.6	1.0	3.27
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	0.9	72.1	26.6	0.3	26.9	72.1	1.0	3.26
	서비스/판매직	0.0	0.8	75.6	23.6	0.1	23.7	75.6	0.8	3.23
	기계/농림어업/단순노무	0.2	0.8	78.3	20.7	0.0	20.7	78.3	1.0	3.20
	기타	0.0	6.7	78.3	15.0	0.0	15.0	78.3	6.7	3.08
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.0	1.2	84.6	14.2	0.0	14.2	84.6	1.2	3.13
	200~400만 원 미만	0.0	0.9	73.8	24.7	0.6	25.3	73.8	0.9	3.25
	400~600만 원 미만	0.1	1.4	73.5	25.0	0.0	25.0	73.5	1.5	3.23
	600만 원 이상	0.2	0.5	73.1	26.2	0.0	26.2	73.1	0.7	3.25

#### 4.18. 건강기능식품 비인증 식품 섭취 여부

○ 건강기능식품으로 인증받지 않았지만 건강 유지를 위해 섭취하는 비중은 18.9%로 나타남.

- 거주 지역별로 동남권과 호남권에서 각각 30.0%, 29.7%로 상대적으로 높게 나타남.
- 가구주 연령 60대 이상에서 24.1%로 섭취율이 가장 높게 나타남.

〈그림 4-61〉 건강기능식품 비인증 식품 섭취 여부



〈표 4-62〉 건강기능식품 비인증 식품 섭취 여부

단위: %

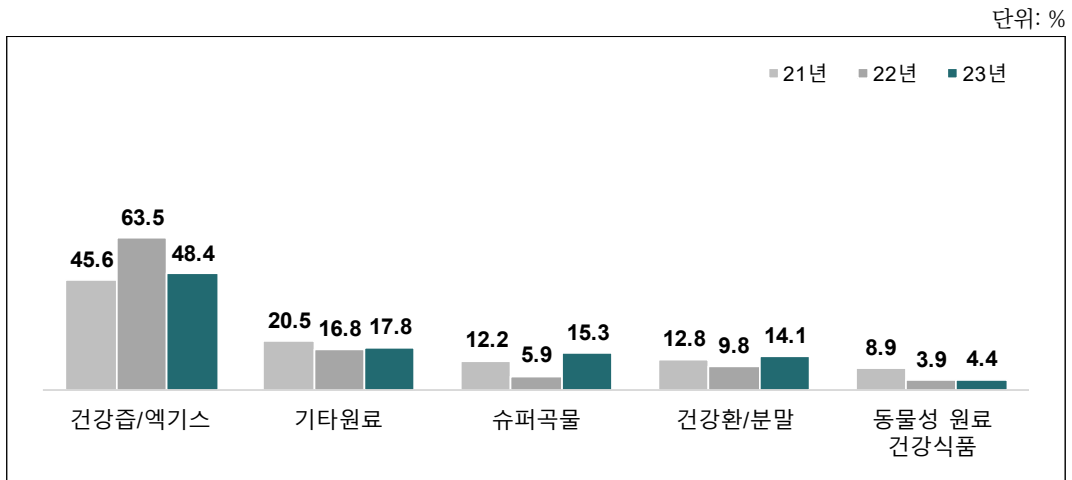
구분		섭취	비섭취
전체		18.9	81.1
거주지역	수도권	15.0	85.0
	충청권	16.3	83.7
	호남권	29.7	70.3
	대경권	13.5	86.5
	동남권	30.0	70.0
	강원권	15.0	85.0
행정구역	동	17.4	82.6
	읍면	25.1	74.9
가구원수	1인 가구	15.0	85.0
	2인 가구	21.3	78.7
	3인 가구	21.0	79.0
	4인 이상 가구	15.9	84.1
가구주 성별	남	19.5	80.5
	여	16.8	83.2
가구주 연령	20대	14.9	85.1
	30대	12.0	88.0
	40대	18.4	81.6
	50대	16.9	83.1
	60대 이상	24.1	75.9
가구주 최종학력	중졸 이하	32.8	67.2
	고졸	20.4	79.6
	전문대졸 이상	16.2	83.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	14.7	85.3
	서비스/판매직	16.9	83.1
	기계/농림/어업/단순노무	26.3	73.7
	기타	30.7	69.3
월평균 가구소득	200만 원 미만	20.6	79.4
	200~400만 원 미만	18.1	81.9
	400~600만 원 미만	21.4	78.6
	600만 원 이상	15.4	84.6

#### 4.19. 섭취 중인 비인증 건강기능식품 유형

○ 건강기능식품으로 인증받지 않은 식품 중 ‘건강즙/엑기스’의 섭취율이 48.4%로 가장 높았으며, 그 외에 ‘기타원료’(17.8%), ‘슈퍼곡물’(15.3%), ‘건강환/분말’(14.1%), ‘동물성 원료 건강식품’(4.4%)의 순으로 응답됨.

- 거주 지역별로, 모든 지역에서 ‘건강즙/엑기스’의 비율이 가장 높게 나타났으며, 강원권은 ‘기타원료’와 ‘동물성 원료 건강식품’의 비율도 높게 나타남.

〈그림 4-62〉 섭취 중인 비인증 건강기능식품



〈표 4-63〉 섭취 중인 비인증 건강기능식품

단위: %

구분		건강증/엑기스	건강환/분말	동물성 원료 건강식품	슈퍼곡물	기타원료
전체		48.4	14.1	4.4	15.3	17.8
거주지역	수도권	43.7	12.7	3.3	20.4	20.0
	충청권	48.6	11.6	4.2	16.0	19.6
	호남권	52.5	15.5	6.3	5.4	20.3
	대경권	57.9	15.1	1.7	7.4	17.9
	동남권	51.9	15.8	3.8	17.6	10.9
	강원권	30.3	19.0	20.3	4.2	26.2
행정구역	동	48.1	14.2	3.8	14.8	19.2
	읍면	49.2	13.9	6.1	17.0	13.8
가구원수	1인 가구	45.5	22.7	2.4	10.6	18.8
	2인 가구	47.2	16.5	5.9	11.9	18.5
	3인 가구	47.8	10.5	4.3	18.5	19.0
	4인 이상 가구	54.6	6.1	2.6	23.1	13.6
가구주 성별	남	49.2	11.7	5.1	17.6	16.4
	여	44.8	24.1	1.2	6.3	23.7
가구주 연령	20대	47.2	16.6	0.0	10.5	25.6
	30대	36.4	8.8	3.8	27.4	23.6
	40대	53.9	9.3	4.4	20.4	11.9
	50대	42.6	16.7	3.2	15.8	21.7
	60대 이상	52.0	15.6	5.3	10.6	16.4
가구주 최종학력	중졸 이하	57.1	20.1	7.8	4.4	10.7
	고졸	53.8	15.8	3.6	9.9	17.0
	전문대졸 이상	41.2	11.2	4.4	23.0	20.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	44.9	10.4	3.0	24.2	17.6
	서비스/판매직	41.3	19.9	3.8	11.5	23.4
	기계/농림/어업/단순노무	56.5	10.7	6.2	11.4	15.2
	기타	58.5	21.2	0.0	13.3	6.9
월평균 가구소득	200만 원 미만	59.0	15.7	5.4	5.4	14.5
	200~400만 원 미만	49.6	19.4	2.8	10.9	17.2
	400~600만 원 미만	45.6	15.4	4.9	17.0	17.1
	600만 원 이상	44.4	2.7	5.0	25.6	22.4

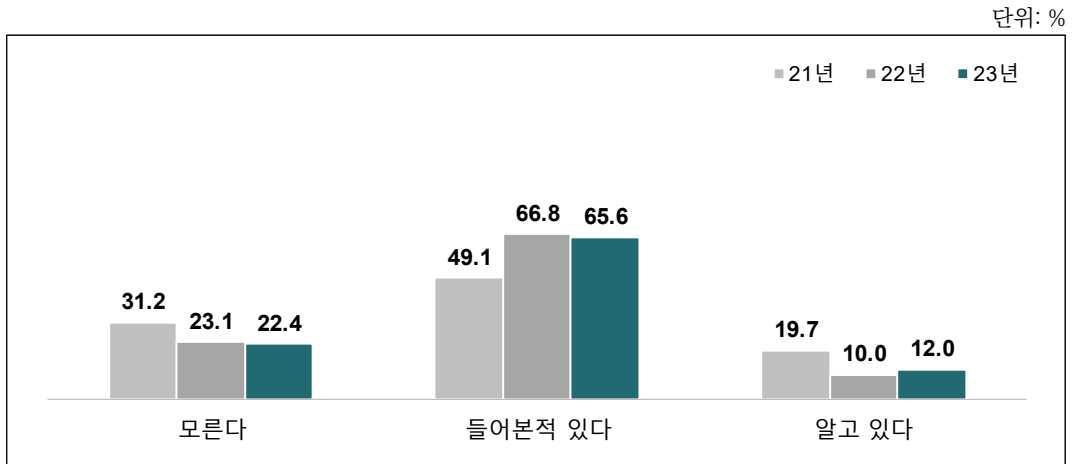


#### 4.20. 일반식품 기능성 표시제도 인지도

○ 일반식품 기능성 표시제도에 대해 12.0%는 ‘알고 있다’고 응답하였으며, 65.6%는 ‘들어본 적은 있지만 정확히는 모른다’고 응답하고 있음.

- 거주 지역별로 ‘알고 있다’는 응답은 강원권에서 5.1%로 다른 지역보다 낮게 나타남.

〈그림 4-63〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도



〈표 4-64〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도

단위: %

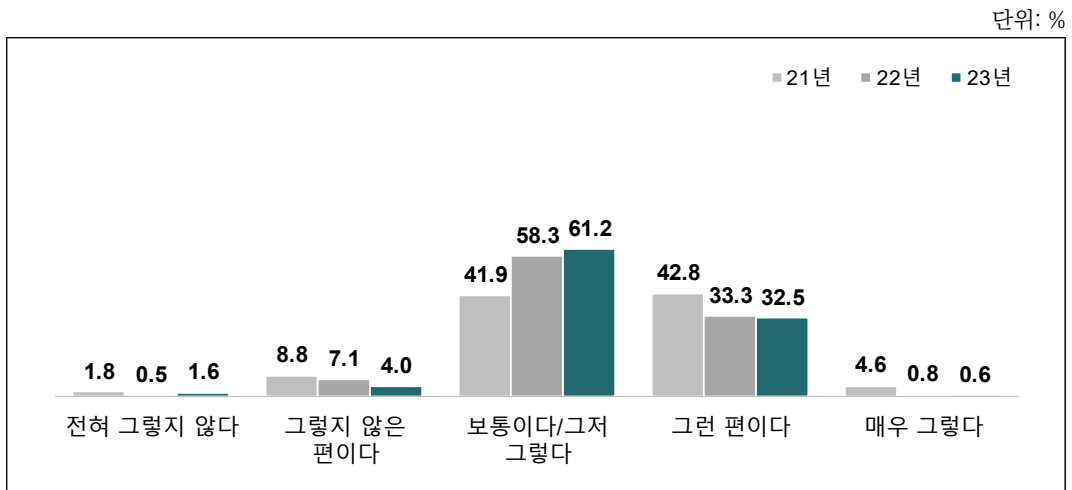
구분		모른다	들어본적 있다	알고 있다
전체		22.4	65.6	12.0
거주지역	수도권	24.2	63.8	12.0
	충청권	14.6	73.2	12.2
	호남권	11.2	75.3	13.5
	대경권	24.7	65.0	10.2
	동남권	23.6	63.3	13.2
	강원권	49.7	45.2	5.1
행정구역	동	22.2	66.5	11.3
	읍면	23.5	61.9	14.6
가구원수	1인 가구	30.1	64.3	5.6
	2인 가구	27.3	61.0	11.7
	3인 가구	15.8	69.9	14.3
	4인 이상 가구	13.7	70.5	15.8
가구주 성별	남	21.7	65.7	12.6
	여	25.1	65.4	9.6
가구주 연령	20대	23.5	65.2	11.3
	30대	23.3	57.2	19.5
	40대	14.8	72.2	12.9
	50대	17.7	69.7	12.5
	60대 이상	30.2	61.9	7.8
가구주 최종학력	중졸 이하	44.5	52.1	3.4
	고졸	22.1	68.9	9.1
	전문대졸 이상	20.4	64.5	15.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	18.6	67.1	14.3
	서비스/판매직	26.6	62.7	10.7
	기계/농림/어업/단순노무	22.1	67.5	10.3
	기타	27.1	64.9	8.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	35.4	57.9	6.6
	200~400만 원 미만	25.8	65.4	8.8
	400~600만 원 미만	18.3	65.8	15.9
	600만 원 이상	17.2	69.6	13.2

#### 4.21. 일반식품 기능성 표시 제품 구입의향

○ 일반식품 기능성 표시 제품의 구입의향은 33.2%이며, 구입하지 않겠다는 응답은 5.7%로 나타남.

- 거주 지역별로 구입의향은 대경권에서 20.3%로 다른 지역보다 낮음.
- 가구주 연령별로는 20대에서 가장 높고, 60대 이상에서 구입의향이 가장 낮게 나타남.

〈그림 4-64〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입의향



〈표 4-65〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입의향

단위: %, 5점 평균

구분		전혀 그렇지 않다 (1)	그렇지 않은 편이다 (2)	보통 이다/ 그저 그렇다 (3)	그런 편이다 (4)	매우 그렇다 (5)	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균
전체		1.6	4.0	61.2	32.5	0.6	33.2	61.2	5.7	3.26
거주지역	수도권	2.9	3.2	67.5	25.4	1.1	26.5	67.5	6.0	3.19
	충청권	0.0	2.9	50.7	46.2	0.2	46.4	50.7	2.9	3.44
	호남권	0.7	5.9	58.5	34.6	0.2	34.8	58.5	6.7	3.28
	대경권	0.3	7.8	71.6	20.3	0.0	20.3	71.6	8.1	3.12
	동남권	0.8	4.2	41.1	53.9	0.0	53.9	41.1	5.0	3.48
	강원권	0.0	0.9	72.0	26.1	1.0	27.1	72.0	0.9	3.27
행정구역	등	2.0	4.2	61.9	31.5	0.5	32.0	61.9	6.2	3.24
	읍면	0.2	3.1	58.4	37.1	1.2	38.2	58.4	3.4	3.36
가구원수	1인 가구	2.9	4.6	64.8	27.6	0.1	27.7	64.8	7.5	3.17
	2인 가구	1.1	4.9	61.1	32.4	0.5	32.9	61.1	6.0	3.26
	3인 가구	0.6	3.3	60.9	33.9	1.3	35.2	60.9	3.9	3.32
	4인 이상 가구	2.6	2.7	58.3	35.9	0.5	36.4	58.3	5.3	3.29
가구주 성별	남	1.7	3.9	60.7	33.0	0.7	33.7	60.7	5.6	3.27
	여	1.3	4.5	63.1	30.9	0.2	31.1	63.1	5.8	3.24
가구주 연령	20대	0.0	4.7	53.0	41.3	1.0	42.3	53.0	4.7	3.39
	30대	1.0	4.5	59.3	34.7	0.6	35.2	59.3	5.5	3.29
	40대	2.4	3.2	63.4	30.4	0.7	31.0	63.4	5.6	3.24
	50대	1.6	3.2	57.6	36.4	1.2	37.6	57.6	4.8	3.32
	60대 이상	1.6	4.9	64.5	28.9	0.1	28.9	64.5	6.6	3.21
가구주 최종학력	중졸 이하	2.5	11.7	63.2	22.6	0.0	22.6	63.2	14.2	3.06
	고졸	1.0	4.1	63.8	31.0	0.1	31.1	63.8	5.2	3.25
	전문대졸 이상	2.0	3.1	59.0	34.8	1.1	35.9	59.0	5.1	3.30
가구주 직업	관리/전문/사무직	2.2	3.1	60.1	33.7	0.9	34.6	60.1	5.3	3.28
	서비스/판매직	0.9	3.9	65.8	29.0	0.4	29.4	65.8	4.8	3.24
	기계/농림/어업/단순노무	1.1	5.3	58.1	35.0	0.5	35.5	58.1	6.4	3.28
	기타	3.1	7.3	56.2	32.6	0.8	33.4	56.2	10.4	3.21
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.8	7.3	66.8	25.1	0.0	25.1	66.8	8.0	3.16
	200~400만 원 미만	1.6	5.0	59.7	33.3	0.3	33.6	59.7	6.6	3.26
	400~600만 원 미만	2.3	3.0	57.5	35.9	1.3	37.2	57.5	5.3	3.31
	600만 원 이상	1.2	2.4	65.3	30.7	0.3	31.0	65.3	3.6	3.27

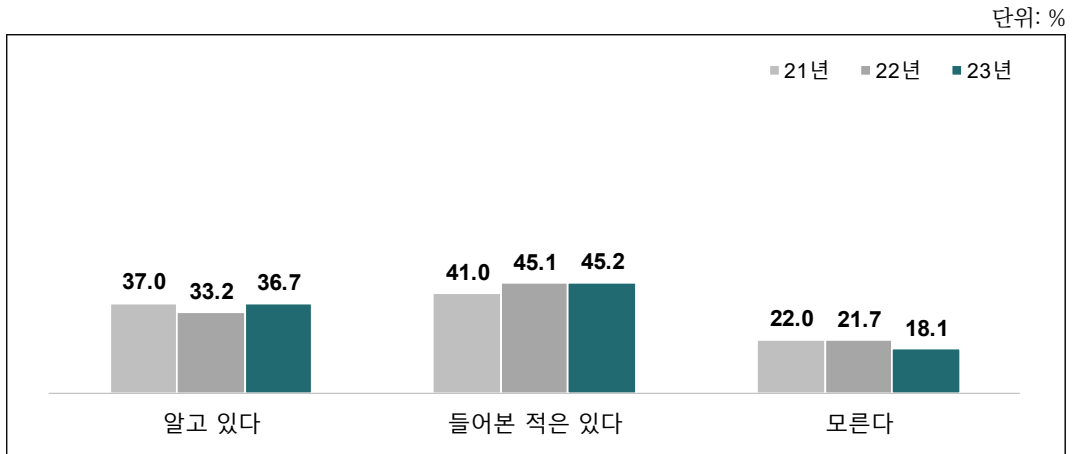
## 5. 유기 가공식품 구입 현황

### 5.1. 유기 가공식품 인지도

○ 유기 가공식품에 대해 36.7%가 ‘알고 있다’고 응답하였으며, 45.2%는 ‘들어본 적이 있다’고 응답함.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 강원권에서 ‘알고 있다’는 응답이 10.6%로 가장 낮으며, ‘모른다’는 응답이 43.5%로 나타남.

〈그림 4-65〉 유기 가공식품 인지도



〈표 4-66〉 유기가공식품 인지도

단위: %

구분		알고 있다	들어본 적은 있다	모른다
전체		36.7	45.2	18.1
거주지역	수도권	39.5	44.7	15.8
	충청권	38.8	47.6	13.6
	호남권	35.0	52.1	12.9
	대경권	32.1	40.2	27.8
	동남권	35.9	43.1	21.0
	강원권	10.6	45.9	43.5
행정구역	동	36.7	45.9	17.4
	읍면	36.8	42.1	21.1
가구원수	1인 가구	27.2	46.0	26.8
	2인 가구	32.8	44.4	22.9
	3인 가구	42.6	46.9	10.5
	4인 이상 가구	46.2	44.0	9.8
가구주 성별	남자	39.6	43.4	17.0
	여자	26.5	51.5	22.0
가구주 연령	20대	23.2	54.5	22.3
	30대	44.8	38.9	16.3
	40대	44.7	43.4	11.9
	50대	37.8	52.1	10.1
	60대	29.0	42.2	28.9
가구주 최종학력	중졸 이하	12.2	44.5	43.2
	고졸	32.7	46.2	21.1
	전문대졸 이상	42.4	44.5	13.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	42.1	45.1	12.8
	서비스/판매직	35.3	43.1	21.6
	기계/농림어업/단순노무	31.4	48.6	20.0
	기타	20.6	43.0	36.4
월평균 가구소득	200만 원 미만	22.1	36.7	41.2
	200~400만 원 미만	33.4	49.2	17.4
	400~600만 원 미만	43.0	42.7	14.3
	600만 원 이상	39.6	48.2	12.2

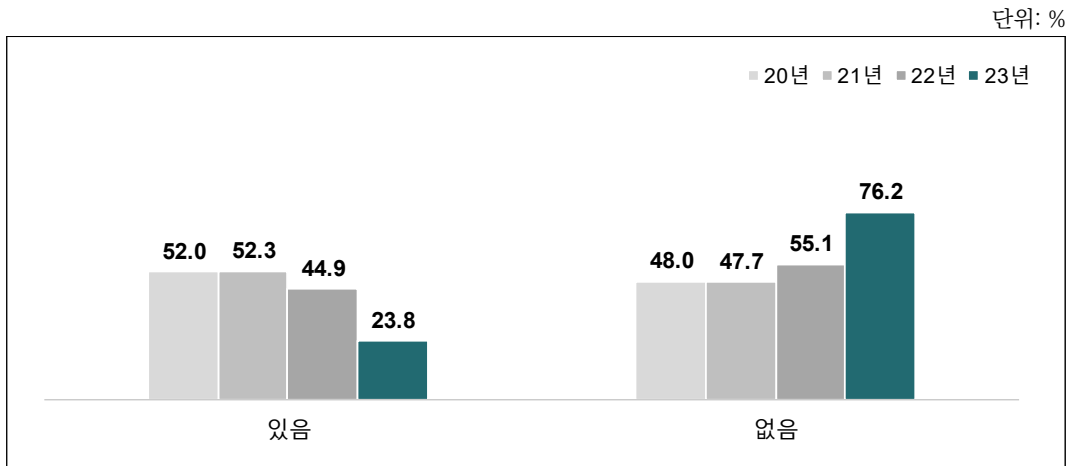
## 5.2. 유기농식품 구입 경험

○ 유기농식품을 구입한 경험에 대하여 23.8%가 ‘있다’고 응답함.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 충청권(29.6%)의 경험률이 가장 높고, 강원권(10.2%)에서 가장 낮게 나타남.

○ 전년 대비 구입 경험이 ‘있다’는 응답은 21.1%p 하락함.

〈그림 4-66〉 유기농식품 구입 경험



〈표 4-67〉 유기가공식품 구입 경험

단위: %

구분		있음	없음
전체		23.8	76.2
거주지역	수도권	24.6	75.4
	충청권	29.6	70.4
	호남권	23.0	77.0
	대경권	12.7	87.3
	동남권	27.3	72.7
	강원권	10.2	89.8
행정구역	동	22.1	77.9
	읍면	31.1	68.9
가구원수	1인 가구	15.9	84.1
	2인 가구	20.8	79.2
	3인 가구	31.6	68.4
	4인 이상 가구	27.8	72.2
가구주 성별	남자	23.9	76.1
	여자	23.4	76.6
가구주 연령	20대	14.5	85.5
	30대	33.3	66.7
	40대	27.3	72.7
	50대	24.9	75.1
	60대	17.6	82.4
가구주 최종학력	중졸 이하	6.1	93.9
	고졸	21.5	78.5
	전문대졸 이상	27.4	72.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	27.2	72.8
	서비스/판매직	22.4	77.6
	기계/농림어업/단순노무	20.8	79.2
	기타	17.4	82.6
월평균 가구소득	200만 원 미만	11.3	88.7
	200~400만 원 미만	22.2	77.8
	400~600만 원 미만	28.4	71.6
	600만 원 이상	25.7	74.3



### 5.3. 유기농식품 품질인증 신뢰도

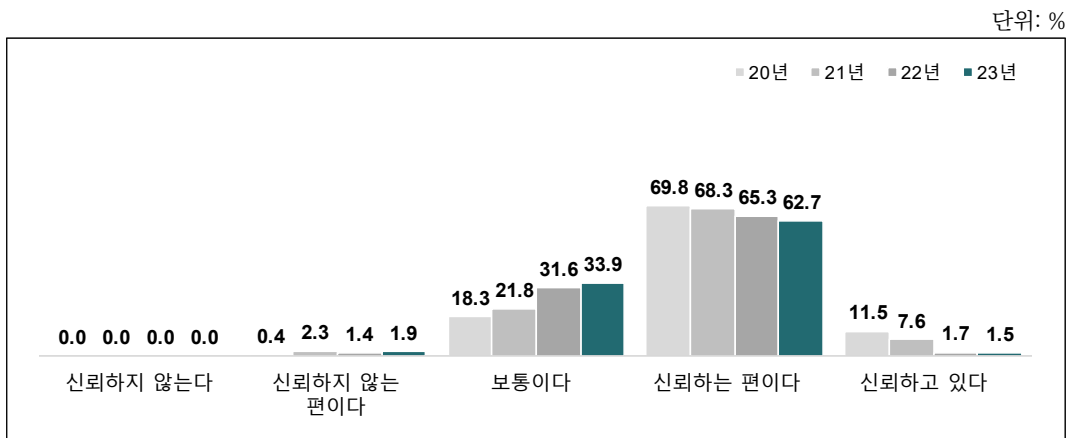
○ 유기농식품의 품질인증에 대한 신뢰도는 ‘신뢰한다’가 64.2%(신뢰하는 편이다 62.7%+ 신뢰하고 있다 1.5%)로 높은 수준임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 충청권(3.79점)에서 가장 높은 점수를 보였으며, 호남권(3.37점)에서 가장 낮게 나타남.

- 가구원수에 따라 살펴보면, 4인 이상 가구에서 3.73점으로 가장 높은 점수를 보임.

○ 유기농식품 인증품질에 대한 신뢰도는 매년 소폭 하락함.

〈그림 4-67〉 유기농식품 품질인증 신뢰도



〈표 4-68〉 유기가공식품 품질인증 신뢰도

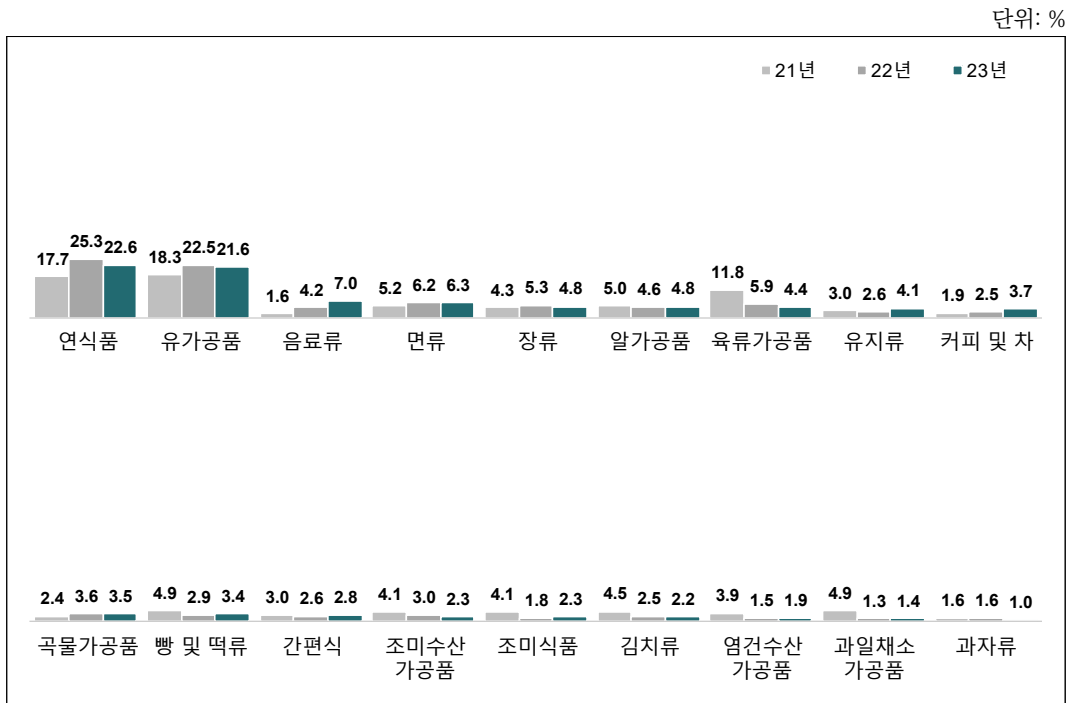
단위: %, 5점 평균

구분		신뢰 하지 않는 편이다 (2)	보통 이다 (3)	신뢰 하는 편이다 (4)	신뢰 하고 있다 (5)	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균
전체		1.9	33.9	62.7	1.5	64.2	33.9	1.9	3.64
거주지역	수도권	1.4	36.9	60.4	1.2	61.7	36.9	1.4	3.61
	충청권	0.0	21.3	78.1	0.6	78.7	21.3	0.0	3.79
	호남권	5.3	52.3	42.4	0.0	42.4	52.3	5.3	3.37
	대경권	2.6	46.2	49.0	2.3	51.3	46.2	2.6	3.51
	동남권	2.2	20.7	73.7	3.4	77.0	20.7	2.2	3.78
	강원권	4.9	26.5	64.2	4.5	68.6	26.5	4.9	3.68
행정구역	등	2.3	33.2	62.5	2.0	64.5	33.2	2.3	3.64
	읍면	0.6	36.1	63.3	0.0	63.3	36.1	0.6	3.63
가구원수	1인 가구	2.6	34.8	62.7	0.0	62.7	34.8	2.6	3.60
	2인 가구	2.4	37.4	59.0	1.2	60.2	37.4	2.4	3.59
	3인 가구	2.6	34.3	60.7	2.4	63.1	34.3	2.6	3.63
	4인 이상 가구	0.0	28.4	70.2	1.4	71.6	28.4	0.0	3.73
가구주 성별	남자	1.8	31.9	64.6	1.7	66.3	31.9	1.8	3.66
	여자	2.2	41.3	55.9	0.6	56.5	41.3	2.2	3.55
가구주 연령	20대	0.0	60.1	39.9	0.0	39.9	60.1	0.0	3.40
	30대	0.7	28.8	68.1	2.5	70.6	28.8	0.7	3.72
	40대	2.5	29.8	67.8	0.0	67.8	29.8	2.5	3.65
	50대	1.2	33.5	62.9	2.3	65.2	33.5	1.2	3.66
	60대	3.3	40.4	55.1	1.1	56.3	40.4	3.3	3.54
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	49.3	50.7	0.0	50.7	49.3	0.0	3.51
	고졸	2.4	41.8	54.9	0.9	55.8	41.8	2.4	3.54
	전문대졸 이상	1.6	28.8	67.7	1.9	69.6	28.8	1.6	3.70
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.8	26.5	69.6	2.0	71.7	26.5	1.8	3.72
	서비스/판매직	3.0	36.0	60.1	0.8	61.0	36.0	3.0	3.59
	기계/농림어업/단순노무	0.8	45.6	52.7	1.0	53.6	45.6	0.8	3.54
	기타	0.0	57.3	42.7	0.0	42.7	57.3	0.0	3.43
월평균 가구소득	200만 원 미만	5.8	44.1	48.6	1.5	50.0	44.1	5.8	3.46
	200~400만 원 미만	1.5	35.8	60.5	2.2	62.7	35.8	1.5	3.63
	400~600만 원 미만	0.9	33.7	64.2	1.1	65.3	33.7	0.9	3.65
	600만 원 이상	2.9	29.8	66.0	1.3	67.3	29.8	2.9	3.66

#### 5.4. 유기농식품 최근 1년 구입 경험 및 구입 변화

- 최근 1년간 구입해 본 유기농식품은 ‘연식품’이 22.6%로 가장 높게 나타남. 다음으로 ‘유기농식품’(21.6%), ‘음료’(7.0%), ‘면류’(6.3%) 등의 순임.
- 거주 지역에 따라 살펴보면, 충청권, 대경권, 강원권에서 ‘연식품’에 대한 구입 경험이 30% 이상으로 높게 나타났으며, 대경권과 수도권은 ‘유기농식품’의 구매율이 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 4-68〉 유기농식품의 최근 1년 구입 경험



〈표 4-69〉 유기가공식품의 최근 1년 구입 경험

단위: %

구분		연식품	유기가공품	음료류	면류	장류	알가공품	육류 가공품
전체		22.6	21.6	7.0	6.3	4.8	4.8	4.4
거주지역	수도권	17.5	25.4	7.4	6.2	5.4	5.7	5.0
	충청권	44.2	15.4	5.3	6.0	2.2	3.6	1.9
	호남권	18.5	15.0	5.6	5.2	8.2	1.6	3.2
	대경권	33.2	26.5	4.9	2.1	2.6	10.3	3.9
	동남권	18.6	18.5	8.9	8.5	3.9	3.2	5.3
	강원권	35.3	16.2	0.0	6.6	2.3	2.8	5.1
행정구역	동	21.7	21.2	5.7	6.9	4.8	5.8	5.2
	읍면	25.2	22.9	10.7	4.5	4.8	1.5	1.9
가구원수	1인 가구	17.7	23.9	8.6	4.7	1.6	3.3	10.0
	2인 가구	21.4	16.3	7.8	6.7	6.3	7.5	2.6
	3인 가구	25.3	23.2	7.1	7.8	3.4	3.9	3.2
	4인 이상 가구	23.4	25.7	4.7	4.6	6.2	3.0	5.2
가구주 성별	남자	24.5	21.1	7.5	6.8	5.5	4.6	2.9
	여자	15.8	23.5	5.1	4.4	2.2	5.4	9.6
가구주 연령	20대	33.6	24.1	5.5	1.5	1.9	3.7	0.0
	30대	21.8	25.3	4.6	4.9	0.6	7.3	7.9
	40대	22.0	27.6	6.1	5.3	4.1	2.4	4.0
	50대	23.3	19.4	6.8	5.2	4.6	4.7	4.4
	60대	22.1	16.2	9.9	9.8	9.1	5.0	2.2
가구주 최종학력	중졸 이하	39.8	0.0	3.2	3.8	9.3	0.0	6.3
	고졸	21.9	20.9	7.4	9.0	5.9	3.1	3.4
	전문대졸 이상	22.6	22.6	6.8	4.7	4.0	5.9	4.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	20.6	23.7	7.1	5.4	4.2	5.5	4.8
	서비스/판매직	23.1	20.3	7.4	6.7	2.3	5.1	5.0
	기계/농림어업/단순노무	25.1	20.0	6.7	7.6	10.2	1.5	3.1
	기타	22.8	18.6	3.9	5.3	0.0	11.4	0.8
월평균 가구소득	200만 원 미만	19.7	28.1	3.1	4.8	4.4	6.5	1.5
	200~400만 원 미만	21.5	19.6	8.1	8.3	4.4	3.6	6.6
	400~600만 원 미만	25.2	20.9	8.1	5.2	4.8	5.1	2.9
	600만 원 이상	20.2	23.4	4.8	6.2	5.3	5.0	4.9

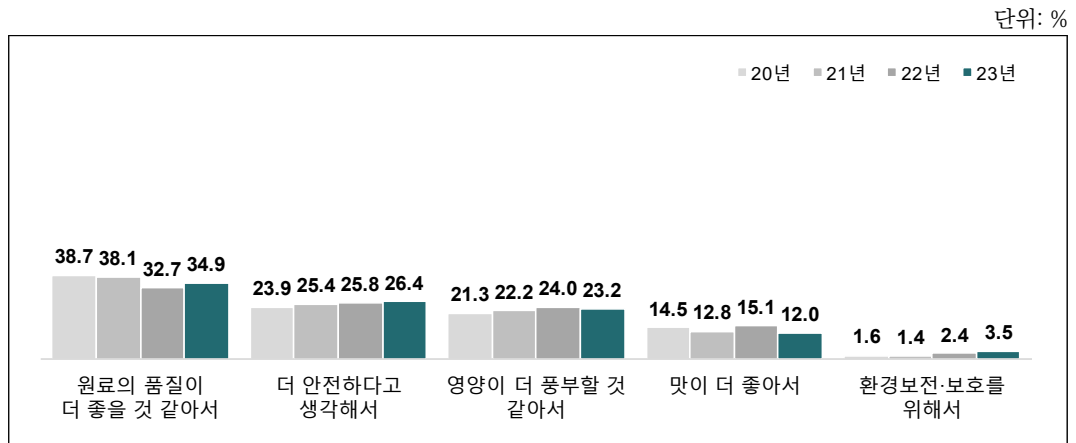
\* 상위7개 만 제시

## 5.5. 유기농식품 구입 이유

○ 유기농식품을 구입하는 이유는 ‘원료의 품질이 더 좋을 것 같아서’가 34.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘더 안전하다고 생각해서’(26.4%), ‘영양이 더 풍부할 것 같아서’(23.2%), ‘맛이 더 좋아서’(12.0%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 충청권과 강원권을 제외한 대부분 지역에서 ‘원료의 품질이 더 좋을 것 같아서’가 가장 높게 나타났고, 충청권과 강원권은 ‘더 안전하다고 생각해서’의 응답이 높았음.

〈그림 4-69〉 유기농식품 구입 이유(1+2 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 4-70〉 유기가공식품 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		12.0	34.9	23.2	26.4	3.5
거주지역	수도권	13.4	34.7	19.3	27.4	5.3
	충청권	3.3	30.5	32.1	32.9	1.2
	호남권	13.3	32.2	24.4	27.1	3.0
	대경권	20.0	37.3	24.5	17.4	0.9
	동남권	12.0	40.7	26.1	19.7	1.5
	강원권	6.1	28.3	25.7	39.9	0.0
행정구역	동	13.4	34.8	24.0	23.9	4.0
	읍면	7.8	35.4	20.6	34.1	2.1
가구원수	1인 가구	15.1	35.2	23.0	24.0	2.7
	2인 가구	13.4	32.9	24.1	26.9	2.7
	3인 가구	11.3	34.6	24.8	25.9	3.3
	4인 이상 가구	9.3	37.9	19.9	27.7	5.2
가구주 성별	남	12.0	35.0	22.9	26.3	3.8
	여	11.9	34.7	24.2	26.7	2.5
가구주 연령	20대	24.1	47.0	14.6	14.3	0.0
	30대	11.6	36.4	21.3	25.9	4.8
	40대	10.7	37.6	21.8	26.1	3.9
	50대	13.0	34.6	25.0	23.4	4.0
	60대 이상	11.4	31.1	24.2	31.5	1.9
가구주 최종학력	중졸 이하	14.0	36.2	23.3	26.5	0.0
	고졸	12.6	31.1	24.9	28.4	3.1
	전문대졸 이상	11.6	37.2	22.1	25.2	3.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	11.8	35.6	22.7	26.4	3.6
	서비스/판매직	13.1	34.9	22.9	26.1	3.0
	기계/농림어업/단순노무	12.3	32.0	24.2	27.5	4.0
	기타	0.0	47.6	31.1	19.6	1.7
월평균 가구소득	200만 원 미만	10.7	39.1	25.1	23.3	1.7
	200~400만 원 미만	13.8	29.6	22.7	31.1	2.8
	400~600만 원 미만	10.9	36.1	21.6	27.9	3.5
	600만 원 이상	12.0	37.9	25.7	19.8	4.6

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

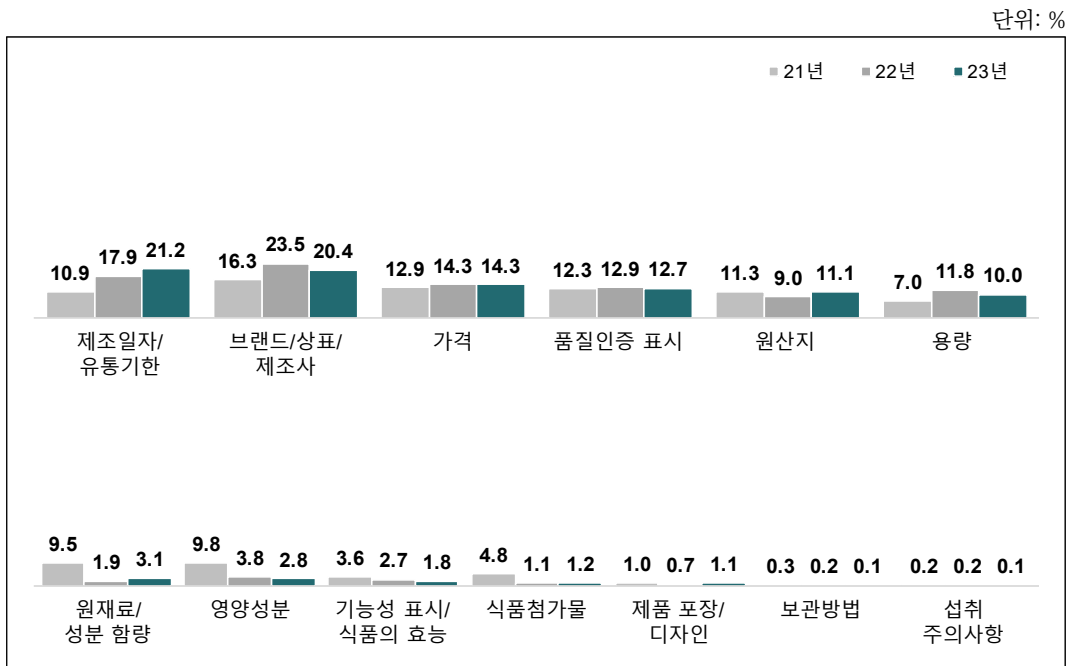
## 5.6. 유기농식품 구매 시 우선 확인사항

○ 유기농식품 구매 시 우선 확인하는 사항은 ‘제조일자/유통기한’(21.2%)이며, 다음으로 ‘브랜드/상표/제조사’(20.4%), ‘가격’(14.3%), ‘품질인증 표시’(12.7%) 등의 순임.

- 거주 지역별로 살펴보면, 수도권과 강원권을 제외한 모든 지역에서 ‘브랜드/상표/제조사’ 응답이 가장 높게 나타났고, 수도권은 ‘제조일자/유통기한’, 강원권의 경우 ‘원산지’가 가장 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘제조일자/유통기한’(▲3.3%p)이 상승했고, ‘브랜드/상표/제조사’(▼3.1%p)는 하락함.

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



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

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

단위: %

구분		가격	용량	브랜드/ 상표/ 제조사	제조일자/ 유통기한	품질 인증 표시	원산지	영양 성분
전체		14.3	10.0	20.4	21.2	12.7	11.1	2.8
거주지역	수도권	18.7	10.2	13.1	24.2	14.9	11.0	1.5
	충청권	11.6	13.8	21.1	9.1	16.1	16.8	3.7
	호남권	5.8	15.0	36.2	14.4	5.1	11.2	4.2
	대경권	18.6	5.9	29.5	17.5	10.8	6.2	8.4
	동남권	7.0	5.4	30.2	27.9	8.0	7.0	3.5
	강원권	19.2	0.0	3.9	14.4	22.4	22.8	2.4
행정구역	동	15.8	11.5	20.7	19.2	12.3	10.6	2.7
	읍면	9.8	5.6	19.6	27.2	13.9	12.4	3.1
가구원수	1인 가구	14.1	12.6	18.5	20.1	10.2	12.1	2.9
	2인 가구	12.8	11.8	23.0	18.7	12.6	10.5	2.9
	3인 가구	15.6	7.4	17.1	22.0	15.3	13.3	2.2
	4인 이상 가구	14.8	9.7	22.1	24.3	10.7	8.4	3.5
가구주 성별	남자	14.5	9.6	20.3	21.3	13.8	10.9	2.7
	여자	13.8	11.8	20.7	20.8	8.8	11.6	3.2
가구주 연령	20대	25.3	20.2	15.8	7.0	7.4	10.6	1.9
	30대	13.0	8.7	19.0	19.5	16.0	14.7	2.5
	40대	18.4	9.6	20.5	21.1	13.9	9.4	2.8
	50대	12.9	11.6	20.6	22.0	10.8	10.0	2.1
	60대	12.8	9.0	21.5	22.5	11.6	11.0	4.1
가구주 최종학력	중졸 이하	8.5	2.1	21.0	16.6	18.2	17.2	6.0
	고졸	13.1	12.4	22.5	22.7	10.2	9.1	3.0
	전문대졸 이상	15.2	8.8	19.1	20.4	14.1	12.1	2.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	17.8	8.5	19.2	20.0	13.7	11.7	2.4
	서비스/판매직	10.8	11.9	20.8	23.2	12.2	11.3	2.5
	기계/농림어업/단순노무	11.7	11.7	20.6	21.5	11.5	9.7	4.4
	기타	15.0	4.3	36.3	20.1	3.6	5.8	2.6
월평균 가구소득	200만 원 미만	14.8	6.1	17.9	22.4	11.7	9.7	7.5
	200~400만 원 미만	13.7	12.0	21.2	22.4	11.7	9.0	1.8
	400~600만 원 미만	12.5	8.4	21.9	20.8	13.7	11.7	3.1
	600만 원 이상	17.8	11.5	17.8	20.2	12.4	12.5	2.4



〈표 4-71〉 유기 가공식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)[2/2]

단위: %

구분		식품 첨가물	원재료/ 성분 함량	제품 포장/ 디자인	기능성 표시/ 식품의 효능	섭취 주의 사항	보관 방법
전체		1.2	3.1	1.1	1.8	0.1	0.1
거주지역	수도권	0.8	3.3	0.6	1.4	0.1	0.1
	충청권	1.0	3.4	0.4	3.0	0.0	0.0
	호남권	0.9	3.0	2.7	1.4	0.0	0.0
	대경권	0.9	0.6	1.6	0.0	0.0	0.0
	동남권	2.7	2.4	2.3	3.3	0.2	0.2
	강원권	0.7	13.1	0.0	1.0	0.0	0.0
행정구역	동	1.1	2.8	1.4	1.6	0.1	0.1
	읍면	1.4	4.0	0.4	2.7	0.0	0.0
가구원수	1인 가구	1.4	3.4	2.3	2.4	0.0	0.1
	2인 가구	1.3	3.6	1.1	1.7	0.0	0.0
	3인 가구	1.2	3.4	0.8	1.6	0.1	0.1
	4인 이상 가구	1.0	1.9	1.0	2.1	0.2	0.3
가구주 성별	남자	1.1	3.2	0.6	1.9	0.1	0.0
	여자	1.5	2.8	3.0	1.7	0.0	0.4
가구주 연령	20대	2.3	1.1	8.4	0.0	0.0	0.0
	30대	0.8	4.1	0.8	0.9	0.0	0.0
	40대	1.4	1.1	0.6	0.8	0.1	0.3
	50대	1.6	4.0	1.5	2.6	0.2	0.1
	60대	0.7	3.1	0.9	2.7	0.1	0.1
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	3.5	3.2	3.7	0.0	0.0
	고졸	0.8	2.8	0.8	2.7	0.0	0.1
	전문대졸 이상	1.5	3.3	1.3	1.3	0.1	0.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.3	2.4	1.2	1.5	0.1	0.1
	서비스/판매직	1.3	3.2	1.5	1.2	0.1	0.0
	기계/농림어업/단순노무	0.9	4.5	0.3	3.1	0.0	0.0
	기타	0.0	3.6	2.7	5.1	0.0	0.8
월평균 가구소득	200만 원 미만	1.2	2.6	1.4	4.8	0.0	0.0
	200~400만 원 미만	1.0	2.6	2.4	2.2	0.0	0.1
	400~600만 원 미만	1.3	3.7	0.6	1.9	0.2	0.2
	600만 원 이상	1.2	2.9	0.6	0.6	0.1	0.0

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

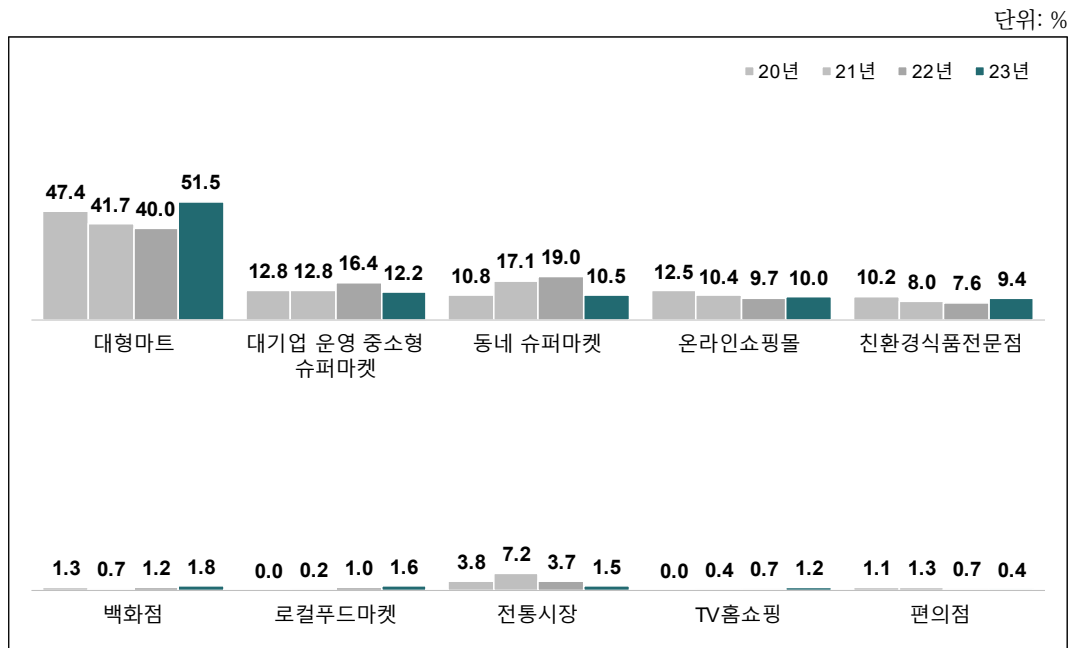
## 5.7. 유기 가공식품 주 구입처

○ 유기 가공식품 주 구입처는 ‘대형마트’가 51.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘대기업 운영 중소형 슈퍼마켓’(12.2%), ‘동네 슈퍼마켓’(10.5%), ‘온라인 쇼핑몰’(10.0%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역별로 살펴보면, 강원권을 제외한 모든 지역에서 ‘대형마트’를 주로 이용하는 응답이 가장 높게 나타났고 강원권은 ‘온라인 쇼핑몰’이 가장 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘대형마트’(▲11.5%p)가 큰 폭으로 상승했고, ‘동네 슈퍼마켓’과 ‘대기업 운영 중소형 슈퍼마켓’은 하락함.

〈그림 4-71〉 유기 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 4-72〉 유기가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)

단위: %

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓
전체		10.5	12.2	51.5	1.5	1.8	9.4	10.0	1.2	0.4	1.6
거주지역	수도권	5.2	9.9	52.8	1.0	3.1	11.1	14.2	0.9	0.4	1.3
	충청권	20.9	15.1	51.1	0.4	0.0	5.9	6.3	0.0	0.0	0.4
	호남권	21.9	10.6	53.7	5.5	1.1	2.4	0.6	0.4	0.7	3.1
	대경권	9.6	10.3	44.8	0.0	0.8	23.3	7.9	0.8	0.0	2.6
	동남권	11.1	18.0	50.3	1.7	0.4	7.2	4.8	3.7	0.5	2.2
	강원권	8.9	12.2	28.6	0.0	0.0	6.4	40.8	0.0	1.6	1.5
행정구역	동	9.3	13.1	50.9	1.7	0.9	8.4	12.4	1.0	0.5	1.7
	읍면	14.0	9.4	53.2	0.8	4.7	12.3	2.7	1.7	0.0	1.2
가구원수	1인 가구	17.1	11.1	28.2	4.6	0.0	7.8	29.1	0.5	1.6	0.0
	2인 가구	13.8	12.4	50.6	1.8	2.2	8.3	5.0	1.3	0.4	4.3
	3인 가구	7.8	12.3	57.4	0.2	0.6	11.5	8.1	1.5	0.0	0.6
	4인 이상 가구	5.9	12.4	57.6	1.0	3.9	9.0	9.1	1.0	0.2	0.0
가구주 성별	남자	9.3	11.9	53.9	0.9	2.3	9.8	8.8	1.0	0.4	1.7
	여자	14.8	13.2	42.6	3.4	0.2	7.8	14.5	1.9	0.3	1.4
가구주 연령	20대	37.8	19.5	20.9	0.0	0.0	2.7	15.4	3.7	0.0	0.0
	30대	8.5	7.8	42.2	0.9	0.3	11.9	25.4	0.2	1.1	1.8
	40대	3.9	12.7	57.5	1.1	4.0	8.7	11.0	1.0	0.2	0.0
	50대	11.4	13.4	54.4	0.0	1.7	10.7	4.7	2.6	0.0	1.2
	60대	14.9	13.3	51.8	4.2	1.5	6.9	3.2	0.3	0.5	3.4
가구주 최종학력	중졸 이하	25.5	4.1	28.6	13.3	0.0	10.0	4.3	0.0	2.7	11.5
	고졸	16.2	11.7	54.2	2.3	1.3	6.8	4.5	1.6	0.0	1.5
	전문대졸 이상	6.7	12.7	50.3	0.7	2.2	10.9	13.5	1.0	0.6	1.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	6.0	13.0	49.5	0.9	3.2	9.6	15.0	1.2	0.5	1.1
	서비스/판매직	10.4	7.7	57.8	2.1	0.5	9.6	8.6	0.7	0.2	2.4
	기계/농림어업/단순노무	18.1	16.9	49.6	2.1	1.0	8.3	2.1	0.7	0.2	1.1
	기타	30.2	17.9	31.1	0.0	0.0	5.8	1.8	12.0	1.3	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	19.3	9.2	35.2	11.3	0.0	14.8	1.0	0.0	0.0	9.2
	200~400만 원 미만	15.8	10.8	46.1	1.5	0.7	7.0	14.4	1.1	0.8	1.8
	400~600만 원 미만	8.9	12.7	52.9	0.8	3.1	12.1	7.1	1.8	0.2	0.4
	600만 원 이상	5.2	13.6	58.8	0.3	1.6	6.4	11.8	0.6	0.3	1.4

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

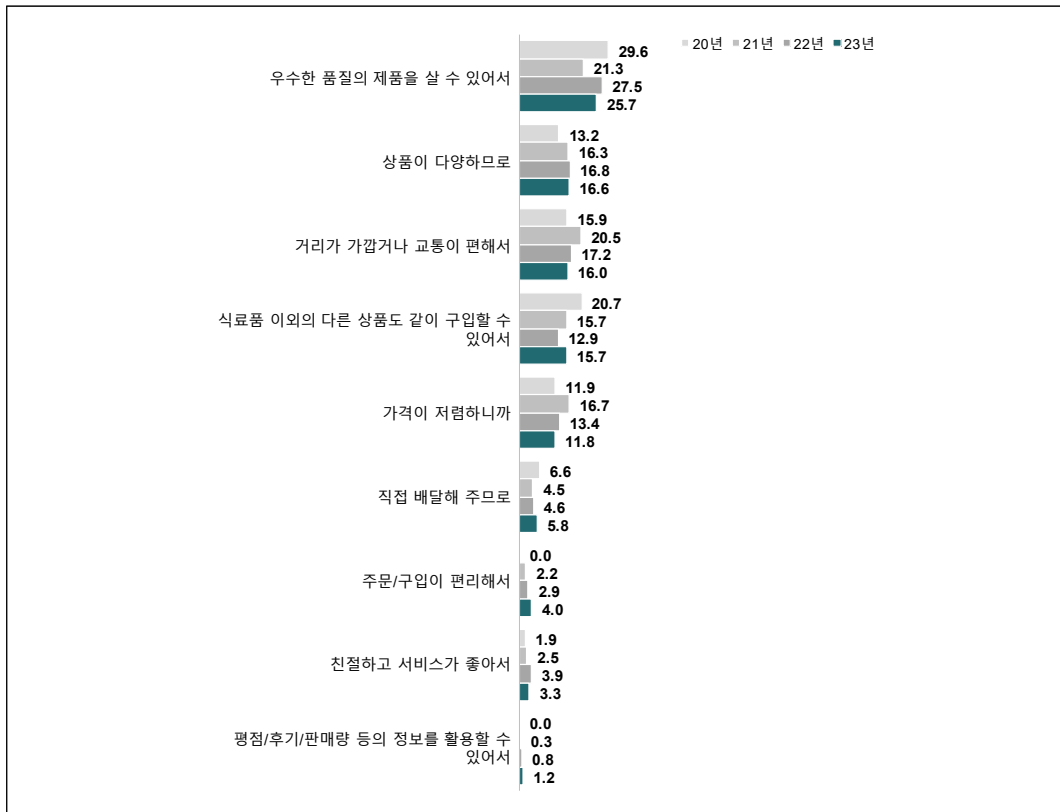
## 5.8. 유기농식품 주 구입처 이용 이유

○ 유기농식품 구입처를 주로 이용하는 이유는 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 25.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘상품이 다양하므로’(16.6%), ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’(16.0%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역별로 살펴보면, 충청권, 호남권, 동남권은 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’, 그 외 지역에서는 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 높은 응답을 보임.
- 가구주 연령대별로 살펴보면, 20대를 제외한 모든 연령대에서 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 높게 나타남.

〈그림 4-72〉 유기농식품 주 구입처 이용 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 4-73〉 유기농식품 주 구입처 이용 이유(1+2 가중평균)

단위: %

구분		우수한 품질의 제품을 살 수 있어서	가격이 저렴 하니까	거리가 가깝거나 교통이 편해서	직접 배달해 주므로	식품 이외의 다른 상품도 같이 구입 할 수 있어서	상품이 다양 하므로	친절 하고 서비스가 좋아서	주문/구입이 편리해서	평점/ 후기/ 판매량 등의 정보를 활용 할 수 있어서
전체		25.7	11.8	16.0	5.8	15.7	16.6	3.3	4.0	1.2
거주지역	수도권	30.3	14.5	9.5	4.8	13.4	15.4	4.6	6.1	1.5
	충청권	17.2	7.1	25.0	7.3	17.5	20.3	0.8	3.5	1.3
	호남권	23.1	11.6	26.3	5.7	15.1	15.0	2.9	0.3	0.0
	대경권	34.3	10.7	14.8	8.8	19.0	9.1	0.0	2.6	0.6
	동남권	17.7	8.1	22.0	6.5	20.0	21.2	2.3	1.0	1.1
	강원권	24.8	9.7	13.6	10.6	19.2	11.1	4.7	4.0	2.3
행정구역	동	26.0	12.2	15.1	6.6	14.9	15.5	3.7	4.7	1.3
	읍면	24.6	10.3	18.6	3.5	18.1	20.2	2.0	2.1	0.7
가구원수	1인 가구	27.6	16.6	19.0	9.5	9.5	11.2	1.6	4.4	0.5
	2인 가구	21.3	14.3	18.4	4.6	15.0	16.3	4.3	3.3	2.5
	3인 가구	28.1	7.1	15.2	4.4	17.6	19.3	2.7	4.9	0.6
	4인 이상 가구	27.4	11.7	12.0	7.3	17.4	16.5	3.4	3.7	0.6
가구주 성별	남	25.9	10.9	14.7	5.7	16.0	17.3	3.8	4.5	1.1
	여	25.0	14.7	20.3	6.4	14.3	14.4	1.2	2.3	1.5
가구주 연령	20대	6.8	13.8	44.1	0.0	19.8	10.1	1.9	3.6	0.0
	30대	22.9	10.2	15.4	7.0	13.8	16.6	4.9	9.1	0.2
	40대	33.5	10.2	12.9	4.3	18.6	14.8	3.7	2.1	0.0
	50대	24.5	10.7	16.0	7.9	15.7	16.0	3.1	4.2	1.9
	60대 이상	23.7	15.5	17.3	4.1	14.4	19.4	1.9	1.5	2.2
가구주 최종학력	중졸 이하	28.2	7.4	34.0	0.0	8.0	18.1	4.3	0.0	0.0
	고졸	23.3	14.8	18.3	5.6	14.4	18.5	1.1	2.8	1.2
	전문대졸 이상	27.0	10.0	14.1	6.1	16.6	15.5	4.5	4.9	1.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	30.1	11.7	13.6	5.6	14.5	14.3	3.6	6.0	0.7
	서비스/판매직	22.7	11.8	16.6	6.4	17.5	17.7	2.6	2.8	2.0
	기계/농림어업/단순노무	22.1	12.8	18.1	4.8	15.2	20.9	3.9	1.4	0.7
	기타	11.7	3.4	27.7	14.0	19.8	12.6	1.3	2.6	6.8
월평균 가구소득	200만 원 미만	15.6	15.6	25.6	6.1	14.6	17.1	0.0	3.7	1.8
	200~400만 원 미만	28.0	12.9	15.9	7.8	13.1	15.6	2.6	2.7	1.3
	400~600만 원 미만	22.0	12.2	17.6	4.6	15.5	18.0	5.0	3.9	1.3
	600만 원 이상	31.2	8.9	11.2	5.6	19.0	15.5	2.0	5.8	0.8

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

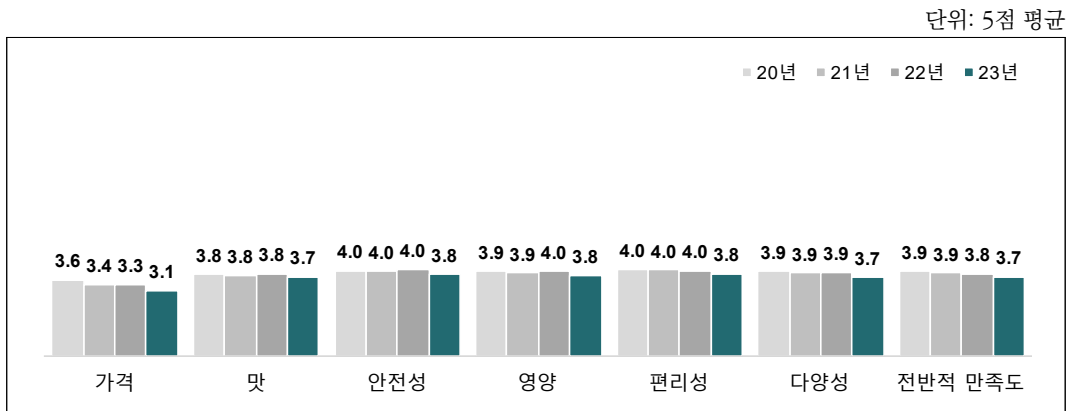
## 5.9. 유기농식품 요소별 만족도

○ 유기농식품 요소별로 ‘편리성’에 대한 만족도가 3.84점으로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘안전성’(3.80점), ‘영양’(3.76점), ‘맛’(3.71점), ‘전반적인 만족도’(3.68점) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권과 대경권은 ‘안전성’, 충청권과 동남권은 ‘편리성’, 호남권은 ‘다양성’, 강원권은 ‘맛’에 대한 만족도가 높음.
- 가구주 연령에 따라 살펴보면, 30대 이하는 ‘안전성’, 50대 이상은 ‘편리성’에 대한 만족도가 높음.

○ 전년 대비 모든 요소별 만족도가 소폭 하락함.

〈그림 4-73〉 유기농식품 요소별 만족도



〈표 4-74〉 유기농식품 요소별 만족도

단위: 5점 평균

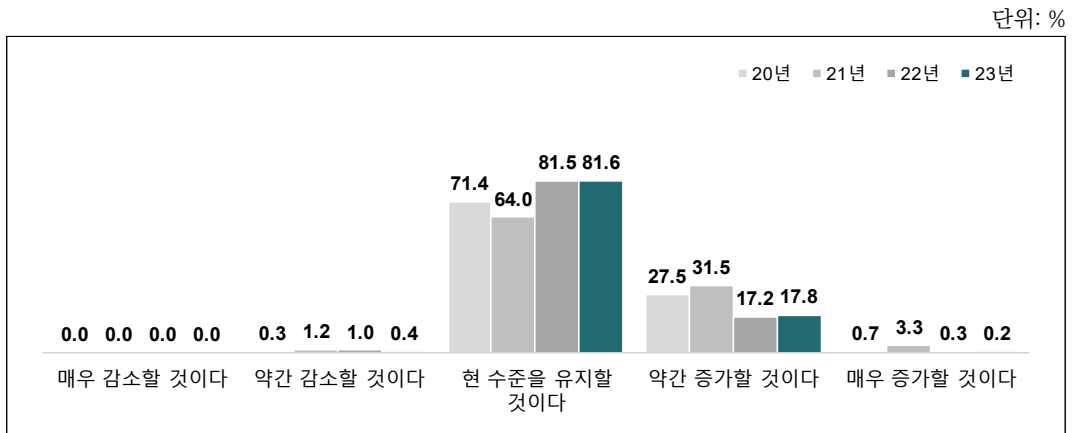
구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
전체		3.07	3.71	3.80	3.76	3.84	3.67	3.68
거주지역	수도권	2.95	3.72	3.79	3.74	3.76	3.52	3.59
	충청권	3.12	3.72	3.91	3.90	3.99	3.79	3.90
	호남권	3.30	3.46	3.67	3.58	3.70	3.80	3.57
	대경권	2.77	3.96	4.09	4.02	3.88	3.74	3.81
	동남권	3.33	3.72	3.73	3.79	4.07	3.92	3.83
	강원권	3.09	3.69	3.67	3.62	3.53	3.60	3.49
행정구역	동	3.10	3.69	3.79	3.79	3.84	3.68	3.69
	읍면	2.97	3.76	3.84	3.69	3.86	3.65	3.67
가구원수	1인 가구	3.04	3.78	3.76	3.81	3.82	3.73	3.80
	2인 가구	3.03	3.67	3.82	3.81	3.87	3.67	3.63
	3인 가구	3.17	3.63	3.81	3.70	3.86	3.63	3.74
	4인 이상 가구	3.02	3.81	3.77	3.76	3.80	3.68	3.62
가구주 성별	남	3.04	3.70	3.81	3.78	3.83	3.65	3.66
	여	3.16	3.73	3.76	3.72	3.89	3.73	3.75
가구주 연령	20대	3.30	3.94	3.90	3.89	3.74	3.68	3.90
	30대	3.06	3.77	3.82	3.72	3.75	3.41	3.66
	40대	3.02	3.78	3.87	3.93	3.90	3.74	3.71
	50대	3.08	3.66	3.73	3.68	3.86	3.69	3.67
	60대 이상	3.09	3.63	3.79	3.75	3.85	3.78	3.68
가구주 최종학력	중졸 이하	3.07	3.41	3.68	3.70	3.74	3.88	3.91
	고졸	3.07	3.59	3.69	3.66	3.92	3.76	3.68
	전문대졸 이상	3.07	3.78	3.87	3.83	3.80	3.61	3.68
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.06	3.76	3.88	3.87	3.85	3.65	3.72
	서비스/판매직	3.08	3.69	3.76	3.69	3.85	3.63	3.67
	기계/농림어업/단순노무	3.06	3.63	3.67	3.64	3.83	3.80	3.60
	기타	3.08	3.43	3.59	3.59	3.65	3.42	3.86
월평균 가구소득	200만 원 미만	3.17	3.60	3.84	3.62	3.76	3.57	3.64
	200~400만 원 미만	3.02	3.68	3.81	3.77	3.90	3.72	3.71
	400~600만 원 미만	3.03	3.65	3.81	3.77	3.80	3.72	3.66
	600만 원 이상	3.17	3.84	3.77	3.79	3.88	3.57	3.70

## 5.10. 향후 1년 유기가공식품 구입의향

○ 향후 1년 유기가공식품 구입 변화에 대하여 ‘현 수준을 유지할 것이다’는 응답이 81.6%로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 충청권과 동남권에서 향후 유기가공식품 구입에 가장 긍정적인 것으로 나타남.

〈그림 4-74〉 향후 1년 유기가공식품 구입의향





〈표 4-75〉 향후 1년 유기 가공식품 구입의향

단위: %, 5점 평균

구분		약간 감소할 것이다 (2)	현 수준을 유지할 것이다 (3)	약간 증가할 것이다 (4)	매우 증가할 것이다 (5)	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균
전체		0.4	81.6	17.8	0.2	18.0	81.6	0.4	3.18
거주지역	수도권	0.7	80.8	18.2	0.3	18.5	80.8	0.7	3.18
	충청권	0.0	78.6	21.4	0.0	21.4	78.6	0.0	3.21
	호남권	0.2	83.6	16.2	0.0	16.2	83.6	0.2	3.16
	대경권	0.0	91.1	8.9	0.0	8.9	91.1	0.0	3.09
	동남권	0.3	78.6	20.8	0.3	21.1	78.6	0.3	3.21
	강원권	0.5	81.4	18.1	0.0	18.1	81.4	0.5	3.18
행정구역	동	0.4	81.2	18.2	0.3	18.4	81.2	0.4	3.18
	읍면	0.6	83.2	16.3	0.0	16.3	83.2	0.6	3.16
가구원수	1인 가구	0.0	86.8	13.2	0.0	13.2	86.8	0.0	3.13
	2인 가구	0.2	82.0	17.6	0.2	17.8	82.0	0.2	3.18
	3인 가구	0.7	78.6	20.7	0.0	20.7	78.6	0.7	3.20
	4인 이상 가구	1.1	79.1	19.2	0.6	19.8	79.1	1.1	3.19
가구주 성별	남	0.5	80.7	18.5	0.3	18.8	80.7	0.5	3.19
	여	0.3	84.5	15.2	0.0	15.2	84.5	0.3	3.15
가구주 연령	20대	0.0	71.4	28.6	0.0	28.6	71.4	0.0	3.29
	30대	0.7	74.4	25.0	0.0	25.0	74.4	0.7	3.24
	40대	0.0	84.2	15.8	0.0	15.8	84.2	0.0	3.16
	50대	0.8	78.6	19.9	0.7	20.6	78.6	0.8	3.21
	60대 이상	0.4	86.4	13.2	0.0	13.2	86.4	0.4	3.13
가구주 최종학력	중졸 이하	0.0	97.0	3.0	0.0	3.0	97.0	0.0	3.03
	고졸	0.3	86.2	13.3	0.2	13.5	86.2	0.3	3.13
	전문대졸 이상	0.6	76.4	22.8	0.2	23.0	76.4	0.6	3.23
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.6	76.7	22.4	0.2	22.6	76.7	0.6	3.22
	서비스/판매직	0.0	82.5	17.2	0.2	17.5	82.5	0.0	3.18
	기계/농림어업/단순노무	0.5	86.8	12.4	0.2	12.6	86.8	0.5	3.12
	기타	2.0	90.1	7.8	0.0	7.8	90.1	2.0	3.06
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.1	91.6	8.3	0.0	8.3	91.6	0.1	3.08
	200~400만 원 미만	0.9	79.8	19.3	0.0	19.3	79.8	0.9	3.18
	400~600만 원 미만	0.1	80.7	19.0	0.2	19.2	80.7	0.1	3.19
	600만 원 이상	0.5	79.8	19.2	0.5	19.7	79.8	0.5	3.20

## 6. 식품 소비 라이프스타일 및 인식

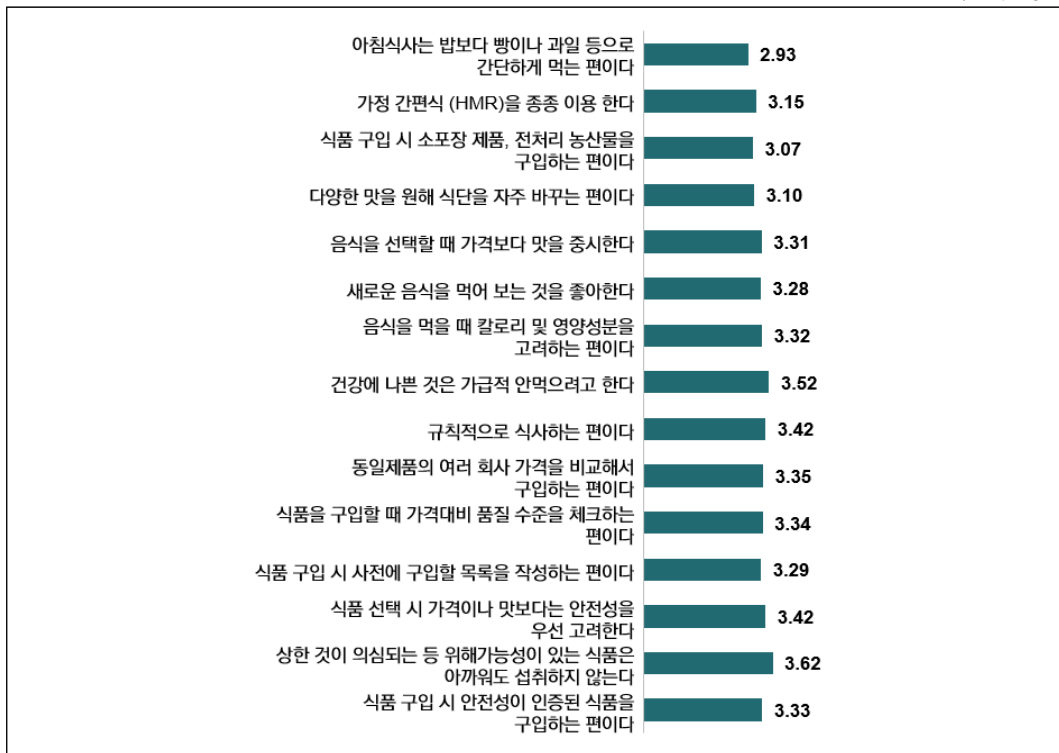
### 6.1. 평소 식품 소비 라이프스타일

○ 평소 식품 소비 시 ‘상한 것이 의심되는 식품은 섭취하지 않는다’(3.62점), ‘건강에 나쁜 것은 가급적 안먹으려고 한다’(3.52점), ‘식품 선택 시 가격이나 맛보다는 안전성을 우선 고려한다’, ‘규칙적으로 식사하는 편이다’(3.42점)과 같이 건강 라이프스타일에 있어 중요한 것으로 나타남.

- ‘상한 것이 의심되는 식품은 섭취하지 않는다’는 40대, 50대에서 상대적으로 더 중요했으며, ‘건강에 나쁜 것은 가급적 안먹으려고 한다’는 60대 이상, ‘규칙적으로 식사하는 편이다’는 50대 이상에서 중요한 요인으로 생각하는 것으로 나타남.

〈그림 4-75〉 평소 식품 소비 라이프스타일(5점 평균)

단위: 5점 평균



〈표 4-76〉 평소 식품 소비 라이프스타일[1/2]

단위: 5점 평균

구분		아침 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		2.93	3.15	3.07	3.10	3.31	3.28	3.32	3.52
거주지역	수도권	2.98	3.21	3.11	3.09	3.23	3.22	3.29	3.49
	충청권	2.90	3.01	3.01	2.96	3.13	3.16	3.34	3.43
	호남권	2.79	2.94	2.84	3.12	3.41	3.38	3.31	3.54
	대경권	2.67	3.12	2.92	3.04	3.40	3.30	3.32	3.66
	동남권	3.08	3.26	3.23	3.29	3.59	3.54	3.44	3.57
	강원권	2.82	3.10	3.07	3.00	3.20	3.10	3.18	3.41
행정구역	동	2.98	3.18	3.12	3.12	3.31	3.29	3.35	3.51
	읍면	2.70	3.05	2.83	3.01	3.29	3.28	3.21	3.54
가구원수	1인 가구	3.19	3.32	3.22	3.08	3.28	3.33	3.34	3.46
	2인 가구	2.74	2.94	2.89	3.00	3.30	3.21	3.29	3.54
	3인 가구	2.95	3.26	3.15	3.19	3.35	3.27	3.34	3.54
	4인 이상 가구	3.00	3.27	3.15	3.21	3.31	3.38	3.35	3.50
가구주 성별	남자	2.88	3.15	3.05	3.10	3.31	3.27	3.32	3.53
	여자	3.09	3.17	3.14	3.10	3.31	3.33	3.35	3.47
가구주 연령	20대	3.61	3.63	3.77	3.26	3.60	3.63	3.49	3.42
	30대	3.43	3.60	3.31	3.21	3.39	3.31	3.40	3.50
	40대	3.14	3.37	3.23	3.26	3.35	3.38	3.32	3.53
	50대	2.93	3.15	3.14	3.16	3.32	3.34	3.35	3.48
	60대 이상	2.55	2.81	2.76	2.91	3.23	3.15	3.25	3.56
가구주 최종학력	중졸 이하	2.39	2.65	2.58	2.86	3.20	2.94	3.01	3.60
	고졸	2.78	2.93	2.95	3.04	3.29	3.25	3.30	3.51
	전문대졸 이상	3.10	3.38	3.21	3.18	3.34	3.35	3.38	3.51
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.15	3.37	3.21	3.22	3.33	3.33	3.38	3.50
	서비스/판매직	2.90	3.08	3.06	3.04	3.32	3.30	3.34	3.51
	기계/농림어업/단순노무	2.66	2.95	2.89	3.03	3.26	3.23	3.21	3.56
	기타	2.56	2.92	2.94	2.94	3.35	3.08	3.15	3.57
월평균 가구소득	200만 원 미만	2.65	2.80	2.75	2.89	3.18	3.09	3.17	3.49
	200~400만 원 미만	2.93	3.17	3.09	3.07	3.32	3.33	3.32	3.48
	400~600만 원 미만	2.93	3.17	3.05	3.08	3.29	3.27	3.33	3.54
	600만 원 이상	3.08	3.29	3.23	3.28	3.38	3.36	3.39	3.55

〈표 4-76〉 평소 식품 소비 라이프스타일[2/2]

단위: 5점 평균

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 가능성이 있는 식품은 아까워도 섭취하지 않는다	식품 구입 시 안전성이 인증된 식품을 구입하는 편이다
전체		3.42	3.35	3.34	3.29	3.42	3.62	3.33
거주지역	수도권	3.30	3.33	3.28	3.38	3.40	3.56	3.33
	충청권	3.47	3.36	3.44	3.30	3.43	3.67	3.52
	호남권	3.59	3.40	3.29	3.22	3.42	3.64	3.16
	대경권	3.44	3.31	3.44	3.09	3.48	3.76	3.22
	동남권	3.66	3.46	3.43	3.22	3.48	3.72	3.36
	강원권	3.32	3.15	3.23	3.07	3.28	3.36	3.39
행정구역	동	3.42	3.37	3.35	3.33	3.41	3.60	3.34
	읍면	3.40	3.26	3.29	3.15	3.45	3.68	3.29
가구원수	1인 가구	3.34	3.30	3.27	3.25	3.36	3.55	3.27
	2인 가구	3.49	3.32	3.32	3.27	3.41	3.57	3.32
	3인 가구	3.36	3.42	3.39	3.29	3.43	3.73	3.34
	4인 이상 가구	3.43	3.40	3.38	3.38	3.47	3.65	3.39
가구주 성별	남자	3.43	3.35	3.33	3.28	3.42	3.62	3.34
	여자	3.40	3.36	3.38	3.33	3.41	3.61	3.30
가구주 연령	20대	3.38	3.28	3.36	3.35	3.36	3.55	3.31
	30대	3.19	3.30	3.27	3.38	3.40	3.58	3.45
	40대	3.33	3.39	3.42	3.41	3.44	3.61	3.38
	50대	3.45	3.43	3.38	3.28	3.44	3.69	3.33
	60대 이상	3.54	3.29	3.28	3.20	3.41	3.58	3.25
가구주 최종학력	중졸 이하	3.67	3.18	3.11	3.01	3.27	3.45	2.96
	고졸	3.48	3.35	3.38	3.31	3.45	3.62	3.33
	전문대졸 이상	3.35	3.37	3.33	3.31	3.41	3.63	3.37
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.34	3.36	3.33	3.34	3.41	3.61	3.36
	서비스/판매직	3.41	3.38	3.36	3.32	3.44	3.59	3.36
	기계/농림어업/단순노무	3.51	3.32	3.31	3.19	3.41	3.67	3.27
	기타	3.63	3.34	3.35	3.21	3.40	3.69	3.03
월평균 가구소득	200만 원 미만	3.52	3.20	3.22	3.12	3.37	3.54	3.13
	200~400만 원 미만	3.43	3.30	3.30	3.26	3.38	3.57	3.31
	400~600만 원 미만	3.45	3.39	3.36	3.28	3.45	3.66	3.36
	600만 원 이상	3.30	3.44	3.42	3.45	3.46	3.66	3.42

## 6.2. 평소 식품 관련 인식 및 선호도

- 식품 관련해서 ‘국내산 원료로 만든 제품’, ‘국내 회사에서 제조된 국내 브랜드’(3.50점)에 대한 선호가 가장 높았으며, ‘당 함량이 적은 제품을 선택한다’(3.39점)에 대한 선호 역시 높게 나타나고 있음.
- ‘유기가공인증제품’(1.60점)에 대한 선호도는 상대적으로 낮게 나타남.

〈그림 4-76〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도

단위: 5점 평균



〈표 4-77〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도[1/2]

단위: 5점 평균

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		3.13	3.22	3.26	3.16	3.28	3.50	3.36	3.50
거주지역	수도권	3.12	3.22	3.27	3.17	3.27	3.49	3.31	3.46
	충청권	3.13	3.11	3.18	3.04	3.25	3.40	3.41	3.55
	호남권	3.18	3.32	3.38	3.37	3.45	3.53	3.53	3.45
	대경권	3.10	3.17	3.24	3.08	3.23	3.59	3.28	3.53
	동남권	3.20	3.30	3.27	3.16	3.31	3.53	3.39	3.63
	강원권	2.96	3.04	3.07	3.02	3.10	3.45	3.48	3.55
행정구역	동	3.14	3.24	3.29	3.18	3.29	3.49	3.35	3.50
	읍면	3.13	3.15	3.14	3.08	3.25	3.57	3.38	3.53
가구원수	1인 가구	3.03	3.12	3.16	3.08	3.19	3.45	3.27	3.40
	2인 가구	3.10	3.21	3.27	3.15	3.31	3.50	3.39	3.49
	3인 가구	3.20	3.26	3.33	3.21	3.31	3.53	3.41	3.57
	4인 이상 가구	3.21	3.28	3.29	3.20	3.28	3.52	3.33	3.55
가구주 성별	남자	3.14	3.23	3.27	3.17	3.29	3.50	3.37	3.52
	여자	3.10	3.20	3.26	3.12	3.27	3.51	3.33	3.44
가구주 연령	20대	3.11	2.96	3.13	2.85	3.16	3.30	2.99	3.30
	30대	2.91	3.10	3.16	3.05	3.17	3.37	3.13	3.40
	40대	3.18	3.28	3.31	3.16	3.30	3.54	3.31	3.57
	50대	3.20	3.26	3.32	3.23	3.31	3.50	3.35	3.48
	60대 이상	3.14	3.22	3.24	3.17	3.30	3.55	3.51	3.54
가구주 최종학력	중졸 이하	2.94	3.10	3.08	3.05	3.26	3.61	3.53	3.36
	고졸	3.19	3.25	3.30	3.23	3.28	3.51	3.41	3.52
	전문대졸 이상	3.11	3.21	3.26	3.12	3.28	3.49	3.30	3.51
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.12	3.22	3.29	3.12	3.28	3.51	3.26	3.50
	서비스/판매직	3.16	3.23	3.24	3.20	3.29	3.47	3.39	3.50
	기계/농림어업/단순노무	3.16	3.22	3.25	3.19	3.27	3.52	3.46	3.54
	기타	2.94	3.10	3.25	3.12	3.27	3.64	3.56	3.34
월평균 가구소득	200만 원 미만	3.08	3.17	3.24	3.17	3.31	3.56	3.46	3.49
	200~400만 원 미만	3.10	3.18	3.23	3.09	3.21	3.43	3.29	3.49
	400~600만 원 미만	3.14	3.20	3.27	3.18	3.28	3.50	3.36	3.54
	600만 원 이상	3.20	3.32	3.32	3.22	3.36	3.56	3.39	3.48

〈표 4-77〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도[2/2]

단위: 5점 평균

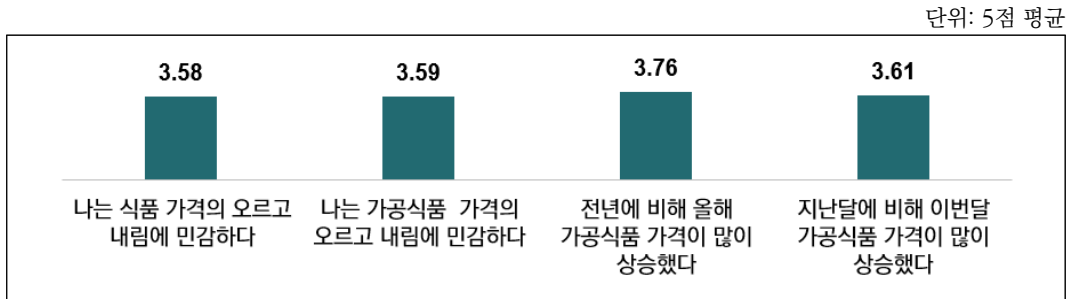
구분		유기가공 인증제품을 선호한다	식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한기업 제품을 선호한다	나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	당 함량이 적은 제품을 선택한다	칼로리가 낮은 제품을 선택한다	지방 함량이 적은 제품을 선택한다	탄수화물 위주의 식단을 피한다
전체		1.60	3.36	3.35	3.39	3.33	3.33	3.21
거주지역	수도권	1.64	3.35	3.32	3.37	3.31	3.31	3.23
	충청권	1.75	3.41	3.44	3.53	3.46	3.43	3.32
	호남권	1.55	3.38	3.40	3.45	3.45	3.42	3.21
	대경권	1.30	3.33	3.25	3.28	3.22	3.18	3.01
	동남권	1.65	3.38	3.40	3.38	3.35	3.34	3.25
	강원권	1.21	3.21	3.28	3.23	3.23	3.30	3.16
행정구역	동	1.54	3.37	3.36	3.39	3.36	3.35	3.23
	읍면	1.83	3.29	3.28	3.35	3.23	3.24	3.17
가구원수	1인 가구	1.40	3.32	3.35	3.36	3.23	3.28	3.17
	2인 가구	1.50	3.33	3.32	3.40	3.34	3.31	3.20
	3인 가구	1.81	3.39	3.34	3.39	3.37	3.38	3.26
	4인 이상 가구	1.72	3.41	3.41	3.39	3.39	3.34	3.24
가구주 성별	남자	1.61	3.36	3.35	3.39	3.35	3.32	3.22
	여자	1.56	3.35	3.35	3.37	3.29	3.35	3.21
가구주 연령	20대	1.33	3.25	3.35	3.36	3.30	3.14	3.09
	30대	1.82	3.21	3.28	3.33	3.25	3.29	3.16
	40대	1.74	3.40	3.40	3.41	3.41	3.38	3.23
	50대	1.59	3.37	3.37	3.42	3.36	3.32	3.27
	60대 이상	1.46	3.38	3.33	3.38	3.31	3.33	3.19
가구주 최종학력	중졸 이하	1.16	3.23	3.18	3.14	3.03	3.14	2.93
	고졸	1.52	3.37	3.35	3.41	3.33	3.35	3.25
	전문대졸 이상	1.70	3.36	3.36	3.40	3.37	3.33	3.22
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.70	3.37	3.36	3.40	3.35	3.32	3.22
	서비스/판매직	1.55	3.36	3.35	3.39	3.37	3.37	3.27
	기계/농림어업/단순노무	1.52	3.32	3.32	3.38	3.28	3.31	3.17
	기타	1.35	3.33	3.29	3.28	3.24	3.14	2.98
월평균 가구소득	200만 원 미만	1.27	3.30	3.31	3.29	3.18	3.22	3.15
	200~400만 원 미만	1.56	3.33	3.31	3.39	3.29	3.29	3.20
	400~600만 원 미만	1.70	3.37	3.30	3.36	3.35	3.32	3.19
	600만 원 이상	1.66	3.39	3.47	3.47	3.45	3.44	3.30

### 6.3. 가공식품 가격 수준에 대한 인식

○ 가공식품 가격이 많이 상승했다는 응답이 5점 평균에 3.76점으로 가장 높았음.

- 전년과 전월 대비 가공식품 가격 인상에 대한 인식도는 4인 이상 가구와 가구주 연령이 60대 이상인 가구에서 가장 높게 나타남.

〈그림 4-77〉 가공식품 가격 수준에 대한 인식





〈표 4-78〉 가공식품 가격 수준에 대한 인식

단위: 5점 평균

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	3.59	3.76	3.61
거주지역	수도권	3.64	3.61	3.76	3.65
	충청권	3.55	3.46	3.79	3.50
	호남권	3.56	3.64	3.75	3.56
	대경권	3.48	3.51	3.70	3.48
	동남권	3.52	3.61	3.75	3.65
	강원권	3.56	3.58	3.97	3.80
행정구역	동	3.59	3.61	3.77	3.64
	읍면	3.56	3.48	3.74	3.49
가구원수	1인 가구	3.49	3.49	3.71	3.56
	2인 가구	3.60	3.60	3.78	3.60
	3인 가구	3.63	3.63	3.73	3.61
	4인 이상 가구	3.59	3.61	3.82	3.67
가구주 성별	남자	3.59	3.60	3.76	3.62
	여자	3.58	3.56	3.76	3.59
가구주 연령	20대	3.14	3.26	3.53	3.39
	30대	3.50	3.54	3.75	3.61
	40대	3.60	3.63	3.77	3.64
	50대	3.58	3.55	3.75	3.60
	60대 이상	3.65	3.64	3.80	3.62
가구주 최종학력	중졸 이하	3.59	3.49	3.78	3.31
	고졸	3.63	3.61	3.74	3.62
	전문대졸 이상	3.55	3.58	3.78	3.63
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.59	3.59	3.80	3.67
	서비스/판매직	3.62	3.60	3.78	3.64
	기계/농림어업/단순노무	3.53	3.56	3.68	3.48
	기타	3.61	3.61	3.74	3.38
월평균 가구소득	200만 원 미만	3.59	3.60	3.75	3.53
	200~400만 원 미만	3.56	3.55	3.74	3.58
	400~600만 원 미만	3.60	3.62	3.81	3.66
	600만 원 이상	3.59	3.59	3.73	3.61

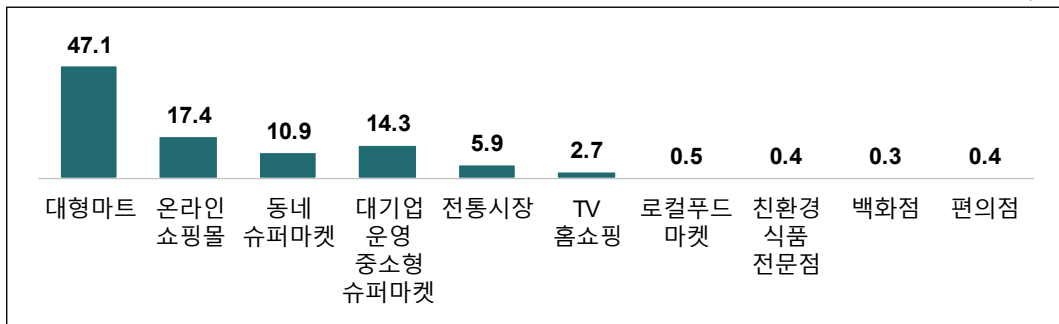
## 6.4. 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처

○ 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처로 ‘대형마트’(47.1%)가 압도적으로 높게 나타나고 있으며, 그 다음으로 ‘온라인 쇼핑몰’(17.4%), ‘대기업 운영 중소형 슈퍼마켓’(14.3%), ‘동네 슈퍼마켓’(10.9%), ‘전통시장’(5.9%) 등의 순으로 높게 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 강원권과 대경권에서는 ‘대형마트’가 저렴하다는 인식이 50% 이상으로 높았으며, 호남의 경우 ‘동네 슈퍼마켓’이 가장 저렴하다는 인식이 28.4%로 전체 평균인 10.9% 대비 약 2배 이상 높게 나타남.
- 가구주 연령 측면에서, 온라인 쇼핑몰이 가장 저렴하다는 인식은 30대 이하에서 높게 나타났으며, 특히 30대 응답률이 40%로 다른 연령대 대비 높게 나타남.

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

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

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

단위: %

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	식자재 마트
전체		10.9	14.3	47.1	5.9	0.3	0.4	17.4	2.7	0.4	0.5	0.0
거주지역	수도권	7.8	17.3	47.2	2.7	0.2	0.3	21.1	3.1	0.3	0.0	0.0
	충청권	9.1	14.9	47.4	6.4	0.5	0.3	18.1	1.5	0.8	1.0	0.0
	호남권	28.4	16.8	39.0	7.3	0.6	0.7	2.4	1.2	0.2	3.2	0.2
	대경권	9.6	7.1	54.7	9.5	0.2	0.9	15.8	1.5	0.6	0.1	0.0
	동남권	11.4	9.4	45.9	13.0	0.3	0.4	15.3	4.0	0.2	0.1	0.0
	강원권	7.0	3.6	55.5	3.1	0.0	0.2	25.3	4.6	0.5	0.2	0.0
행정구역	동	10.4	16.1	46.0	5.3	0.3	0.4	18.0	2.7	0.4	0.4	0.0
	읍면	13.2	6.9	51.7	8.6	0.2	0.6	14.8	2.8	0.2	0.8	0.1
가구원수	1인 가구	11.1	11.9	39.9	7.2	0.1	0.6	24.1	2.7	1.3	0.9	0.1
	2인 가구	14.5	15.9	45.9	7.3	0.4	0.5	12.2	2.3	0.2	0.8	0.0
	3인 가구	7.0	15.0	52.1	3.6	0.3	0.3	18.1	3.4	0.1	0.1	0.0
	4인 이상 가구	8.7	13.0	50.4	4.6	0.3	0.3	19.8	2.7	0.1	0.1	0.0
가구주 성별	남자	10.6	15.1	47.9	5.2	0.3	0.4	17.0	2.7	0.4	0.5	0.0
	여자	12.1	11.7	44.3	8.5	0.3	0.5	18.8	2.7	0.3	0.7	0.1
가구주 연령	20대	11.9	14.2	29.5	6.1	0.0	0.0	34.3	1.0	2.3	0.6	0.0
	30대	5.9	10.4	37.0	1.6	0.2	0.7	40.0	3.0	0.8	0.4	0.0
	40대	5.5	12.8	46.4	2.4	0.1	0.3	27.6	4.0	0.6	0.1	0.1
	50대	12.1	14.0	52.0	5.3	0.4	0.4	12.5	2.9	0.0	0.4	0.0
	60대	15.0	17.1	48.8	10.2	0.3	0.4	5.3	1.8	0.2	0.9	0.0
가구주 최종학력	중졸 이하	21.7	4.5	47.2	20.0	0.0	0.5	3.5	2.4	0.2	0.0	0.0
	고졸	13.8	17.8	48.7	7.1	0.3	0.4	9.0	1.9	0.2	0.7	0.1
	전문대졸 이상	7.6	12.7	45.9	3.5	0.3	0.4	25.4	3.4	0.5	0.4	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	6.6	12.6	45.1	2.5	0.2	0.6	27.6	4.0	0.6	0.3	0.0
	서비스/판매직	11.4	14.1	51.4	6.4	0.1	0.4	13.1	2.1	0.2	0.7	0.1
	기계/농림어업/단순노무	16.5	17.2	46.2	9.1	0.5	0.2	7.9	1.6	0.3	0.7	0.0
	기타	17.7	17.0	42.2	16.4	0.0	1.3	3.9	1.6	0.0	0.0	0.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	18.3	11.7	46.0	14.3	0.4	0.2	7.1	1.2	0.2	0.5	0.0
	200~400만 원 미만	12.8	16.1	44.0	6.4	0.3	0.5	16.1	2.1	0.7	0.9	0.1
	400~600만 원 미만	9.6	15.9	48.6	4.4	0.3	0.3	17.3	2.9	0.4	0.3	0.0
	600만 원 이상	6.6	11.3	49.4	3.0	0.2	0.6	24.7	4.0	0.0	0.3	0.0

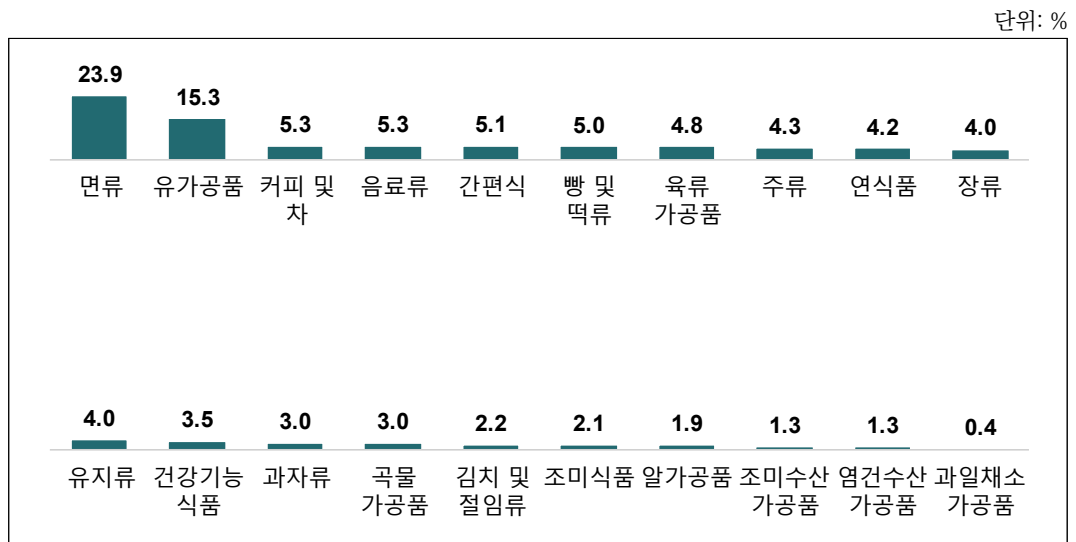
주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

## 6.5. 가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식

○ 가격변화가 심한 가공식품으로 ‘면류’(23.9%), ‘유가공품’(15.3%), ‘음료류’, ‘커피 및 차’(5.3%), ‘간편식’(5.1%), ‘빵 및 떡류’(5.0%) 등의 순으로 높게 나타남.

- 거주 지역별로 호남권을 제외한 모든 지역에서 ‘면류’의 가격변화가 가장 심하다고 느끼는 것으로 나타났고, 호남권은 ‘유가공품’이 가장 높게 나타남.

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



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 4-80〉 가격 변화가 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		4.8	1.9	1.3	1.3	2.2	0.4	4.0	2.1	4.0	15.3
거주지역	수도권	4.7	1.8	0.7	0.5	2.3	0.0	2.8	0.9	4.2	16.7
	충청권	4.1	4.4	1.2	1.5	2.8	2.1	7.8	1.8	4.3	12.0
	호남권	6.1	1.7	3.1	1.6	2.2	0.6	5.8	3.8	3.1	14.8
	대경권	4.1	2.0	2.4	1.3	1.5	0.5	2.7	1.5	3.0	18.0
	동남권	6.1	0.6	1.7	3.6	2.7	0.1	5.2	5.5	2.6	14.2
	강원권	0.0	2.3	0.5	0.7	0.0	0.0	0.9	0.7	14.4	2.7
행정구역	동	5.0	1.9	1.4	1.3	2.4	0.4	4.3	1.9	4.1	14.9
	읍면	3.9	2.2	1.0	1.2	1.6	0.2	2.9	2.9	3.7	17.1
가구원수	1인 가구	1.6	1.6	0.7	0.4	2.0	0.8	1.7	1.8	3.5	15.8
	2인 가구	4.4	2.0	1.6	1.6	2.7	0.5	4.8	2.4	4.2	14.4
	3인 가구	6.8	2.3	1.0	1.2	2.5	0.1	5.1	1.5	4.0	13.9
	4인 이상 가구	6.1	1.7	1.9	1.7	1.3	0.1	3.4	2.3	4.4	18.0
가구주 성별	남자	5.4	2.0	1.5	1.5	2.2	0.3	4.1	1.8	4.2	14.8
	여자	2.7	1.7	0.9	0.5	2.5	0.8	3.5	3.0	3.3	17.0
가구주 연령	20대	8.1	0.8	0.0	0.0	4.2	1.5	0.0	0.0	1.0	17.4
	30대	4.8	1.3	1.2	0.6	3.0	0.0	2.0	0.7	1.1	18.0
	40대	7.0	2.5	1.1	1.3	1.9	0.1	3.6	1.6	2.8	16.2
	50대	5.4	1.8	1.3	1.6	2.8	0.3	3.6	1.6	4.5	14.7
	60대 이상	2.8	2.0	1.7	1.4	1.5	0.6	5.6	3.5	5.8	14.0
가구주 최종학력	중졸 이하	2.2	3.7	2.3	0.7	1.2	1.6	7.0	4.9	5.6	12.3
	고졸	3.9	1.1	1.0	1.6	2.3	0.4	4.5	3.3	5.0	16.0
	전문대졸 이상	5.7	2.4	1.5	1.1	2.3	0.2	3.2	0.8	3.2	15.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	5.5	1.9	1.7	1.4	2.8	0.3	2.7	0.7	3.5	14.8
	서비스/판매직	4.2	1.5	1.4	0.8	1.7	0.3	3.0	2.4	5.2	17.3
	기계/농림어업/단순노무	4.0	2.5	0.7	1.9	1.5	0.2	7.9	3.5	3.5	14.8
	기타	8.7	1.4	1.1	1.5	3.1	3.0	2.6	4.2	3.4	7.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	2.3	1.6	0.4	0.9	1.4	1.2	5.4	3.5	4.6	10.7
	200~400만 원 미만	3.7	2.0	1.6	1.7	2.5	0.2	3.5	2.8	4.4	15.9
	400~600만 원 미만	6.9	1.7	1.4	1.0	1.9	0.4	4.3	1.5	3.4	16.2
	600만 원 이상	4.4	2.3	1.4	1.4	2.8	0.1	3.3	1.1	4.3	15.7

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 4-80〉 가격 변화가 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		5.0	3.0	23.9	4.2	3.0	5.3	5.3	4.3	5.1	3.5
거주지역	수도권	4.7	1.8	28.2	4.3	2.4	4.7	6.1	4.2	6.1	3.0
	충청권	9.1	3.9	26.2	1.7	3.9	1.6	3.1	1.6	5.3	1.3
	호남권	4.5	2.6	11.4	4.4	4.0	6.7	4.6	5.8	2.9	10.2
	대경권	6.1	3.3	19.0	6.9	2.0	8.6	5.1	4.3	5.7	2.0
	동남권	3.4	6.5	16.7	4.2	4.0	6.4	5.1	4.6	3.4	3.1
	강원권	1.7	0.6	43.5	2.3	4.1	6.8	2.5	9.9	3.7	2.6
행정구역	동	4.4	2.8	24.1	4.4	3.1	5.0	5.1	4.3	5.9	3.5
	읍면	7.9	3.6	23.3	3.5	2.6	6.5	5.8	4.3	2.0	3.7
가구원수	1인 가구	4.6	3.6	26.8	2.8	3.4	6.0	5.9	6.1	7.2	3.4
	2인 가구	4.4	2.3	22.1	5.3	2.6	6.5	5.3	5.2	3.5	4.2
	3인 가구	5.5	3.4	24.2	4.2	3.1	2.9	4.9	3.6	6.0	3.9
	4인 이상 가구	6.1	3.0	24.3	3.5	3.1	5.2	4.9	1.8	5.2	2.0
가구주 성별	남자	4.9	2.9	24.3	4.4	2.9	5.1	5.2	4.4	5.2	3.0
	여자	5.7	3.2	22.5	3.5	3.2	6.1	5.3	3.9	4.9	5.5
가구주 연령	20대	12.6	7.0	16.0	0.9	5.4	9.9	4.4	1.8	9.0	0.0
	30대	5.9	3.6	27.0	4.6	2.2	1.6	4.9	4.7	9.7	3.1
	40대	6.0	2.4	27.5	3.5	1.3	4.0	6.9	3.0	5.2	2.2
	50대	5.4	3.8	21.3	5.1	4.2	4.8	4.5	4.4	4.3	4.6
	60대 이상	3.3	2.0	23.5	3.9	3.0	7.7	5.2	5.0	3.6	3.8
가구주 최종학력	중졸 이하	2.7	4.2	18.6	6.1	6.5	7.6	3.0	5.2	1.6	2.9
	고졸	3.8	2.7	24.8	4.3	3.3	5.4	5.2	4.6	2.7	4.0
	전문대졸 이상	6.2	3.0	23.8	4.0	2.4	5.0	5.5	4.0	7.4	3.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	4.6	2.3	25.7	4.9	2.9	4.9	6.5	3.6	6.3	3.0
	서비스/판매직	4.9	3.6	24.2	3.6	2.0	6.1	4.4	4.5	5.3	3.8
	기계/농림어업/단순노무	6.2	3.2	20.3	4.1	3.9	4.8	4.8	4.9	3.5	3.8
	기타	3.6	3.1	26.0	1.9	8.7	7.1	2.0	4.7	2.1	4.8
월평균 가구소득	200만 원 미만	4.2	4.4	26.0	4.6	4.2	10.2	2.9	5.8	2.4	3.3
	200~400만 원 미만	5.6	3.8	21.4	3.4	2.5	4.4	5.4	6.6	5.6	3.0
	400~600만 원 미만	5.2	2.9	23.4	4.1	2.6	4.2	5.4	2.9	5.3	5.2
	600만 원 이상	4.6	1.2	26.9	5.2	3.5	5.4	6.0	2.7	5.7	1.9

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

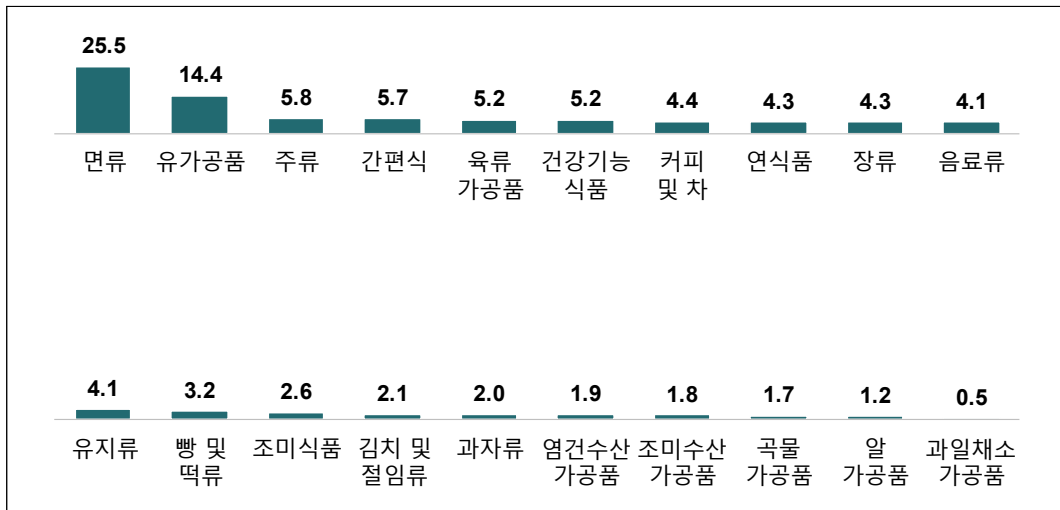
## 6.6. 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식

○ 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 가공식품으로 ‘면류’(25.5%), ‘유가공품’(14.4%), ‘주류’(5.8%), ‘간편식’(5.7%) 등의 순으로 높게 나타남.

- 거주 지역별로 대경권을 제외한 모든 지역에서 ‘면류’가 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미친다고 인식하는 것으로 나타났고, 대경권은 ‘유가공품’이 가장 높게 나타남.

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

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 4-81〉 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 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		5.2	1.2	1.8	1.9	2.1	0.5	4.3	2.6	4.1	14.4
거주지역	수도권	5.0	0.8	1.5	2.4	2.2	0.0	4.1	1.3	4.4	15.6
	충청권	6.9	1.7	0.8	2.0	1.8	1.2	6.2	2.4	3.5	12.2
	호남권	5.8	3.3	3.5	0.4	2.3	2.0	6.2	4.7	2.3	11.8
	대경권	4.1	1.4	1.1	0.0	1.9	0.3	2.1	1.4	1.8	24.5
	동남권	4.8	0.6	3.2	2.7	2.1	0.6	3.8	7.0	3.2	10.1
	강원권	4.7	0.0	0.0	0.5	1.4	0.6	2.3	0.7	17.3	2.7
행정구역	동	5.2	1.3	2.0	2.2	2.2	0.5	4.4	2.7	4.0	13.9
	읍면	5.0	0.7	0.8	0.5	1.6	0.5	3.8	2.3	4.2	16.9
가구원수	1인 가구	3.6	2.0	0.8	1.1	1.8	0.5	2.6	1.6	2.8	13.9
	2인 가구	4.2	1.2	1.9	2.4	2.5	0.6	6.3	2.8	6.5	12.3
	3인 가구	5.3	0.8	2.5	1.6	2.0	0.1	2.3	2.8	2.4	16.8
	4인 이상 가구	8.2	0.7	1.8	1.9	1.7	0.7	4.3	3.1	2.6	16.3
가구주 성별	남자	4.9	1.0	1.9	2.1	2.2	0.4	4.1	2.5	4.3	14.6
	여자	5.9	1.7	1.3	0.9	1.7	0.8	4.7	3.0	3.2	14.0
가구주 연령	20대	6.9	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	1.5	0.0	4.5	13.6
	30대	7.2	0.0	2.6	2.4	2.6	0.4	1.2	1.6	1.8	19.1
	40대	7.6	1.3	1.5	3.0	2.5	0.5	2.1	2.7	2.2	14.4
	50대	4.4	0.9	2.0	1.6	2.3	0.5	5.8	2.6	2.8	13.6
	60대	3.5	2.0	1.6	1.3	1.6	0.6	5.6	3.3	7.0	13.3
가구주 최종학력	중졸 이하	3.1	4.9	1.7	0.3	1.3	0.0	2.5	4.4	7.7	14.0
	고졸	3.4	1.2	0.9	1.8	2.5	0.4	5.8	2.9	4.8	15.2
	전문대졸 이상	6.8	0.7	2.5	2.1	1.8	0.6	3.2	2.2	3.1	13.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	7.4	0.6	2.3	2.5	2.0	0.4	3.2	1.8	2.7	14.3
	서비스/판매직	4.3	0.6	2.3	1.3	1.6	0.9	4.8	1.8	5.9	15.9
	기계/농림어업/단순노무	2.9	1.9	0.5	1.5	2.2	0.3	5.6	4.7	3.9	13.1
	기타	3.1	6.8	1.2	1.5	5.6	0.0	1.1	7.7	3.6	15.8
월평균 가구소득	200만 원 미만	2.4	2.9	1.5	1.1	1.5	0.8	3.5	3.8	5.9	11.2
	200~400만 원 미만	4.7	0.9	1.5	1.4	3.1	0.6	5.5	2.4	4.5	15.5
	400~600만 원 미만	5.6	1.0	2.0	2.2	2.1	0.5	4.2	2.6	3.4	13.3
	600만 원 이상	6.5	0.9	2.0	2.5	1.1	0.2	3.1	2.4	3.5	16.3

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.



〈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		3.2	2.0	25.5	4.3	1.7	4.4	4.1	5.8	5.7	5.2
거주지역	수도권	2.5	0.8	30.1	4.2	1.0	2.5	3.8	6.7	6.1	5.2
	충청권	6.2	3.1	24.0	3.5	4.4	1.9	3.9	3.0	7.2	4.0
	호남권	2.6	2.5	15.2	5.2	2.9	5.3	5.5	6.4	3.0	9.1
	대경권	5.3	2.6	22.3	3.9	0.9	9.9	4.5	4.7	5.5	1.9
	동남권	3.0	4.6	20.1	5.0	2.0	8.3	4.3	4.0	5.6	4.9
	강원권	0.0	1.7	32.9	2.8	0.7	4.7	3.5	12.9	5.3	5.4
행정구역	동	3.0	1.8	25.9	4.6	1.7	4.0	3.8	6.5	5.8	4.6
	읍면	4.2	3.0	23.8	3.2	1.6	6.5	5.7	3.0	5.4	7.3
가구원수	1인 가구	3.3	1.8	24.7	4.3	2.0	5.6	5.2	9.4	9.5	3.3
	2인 가구	2.6	2.0	23.0	5.4	1.3	6.3	3.3	5.5	4.0	5.7
	3인 가구	4.1	2.6	27.8	3.8	1.6	2.7	4.5	4.4	6.5	5.6
	4인 이상 가구	3.3	1.5	28.3	2.9	2.1	1.9	4.3	4.8	4.4	5.4
가구주 성별	남자	3.3	1.9	26.6	4.2	1.3	4.1	3.8	5.9	5.3	5.3
	여자	2.8	2.2	21.7	4.8	2.9	5.8	5.2	5.6	7.3	4.6
가구주 연령	20대	9.0	6.3	12.4	4.3	0.0	4.2	5.6	5.9	24.1	0.8
	30대	4.6	1.9	22.5	3.3	1.6	3.1	5.3	5.4	8.8	4.5
	40대	2.8	2.2	29.2	2.6	1.8	1.8	4.7	4.5	6.7	5.9
	50대	3.7	2.2	24.4	4.8	2.5	3.5	3.9	6.9	6.2	5.4
	60대	2.0	1.4	26.8	5.2	1.2	7.2	3.4	5.8	2.1	5.1
가구주 최종학력	중졸 이하	2.6	3.9	18.8	7.5	1.2	10.1	4.4	5.1	2.0	4.3
	고졸	2.3	1.7	27.2	5.1	1.6	4.9	3.2	6.2	2.7	6.3
	전문대졸 이상	4.0	2.0	24.9	3.4	1.9	3.5	4.8	5.7	8.4	4.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	4.1	2.3	24.5	3.7	2.0	3.2	5.1	5.2	7.5	5.3
	서비스/판매직	2.1	1.3	26.5	4.0	1.0	5.5	3.4	6.2	5.7	5.0
	기계/농림어업/단순노무	3.1	2.4	26.2	5.7	2.1	4.6	3.9	6.8	3.4	5.4
	기타	3.7	2.5	21.8	4.4	2.8	7.4	2.5	1.3	3.8	3.5
월평균 가구소득	200만 원 미만	2.2	2.7	26.0	4.4	1.4	10.3	4.3	5.2	4.7	4.0
	200~400만 원 미만	4.1	1.7	23.6	3.3	1.5	3.8	2.7	7.8	6.9	4.3
	400~600만 원 미만	3.4	1.6	26.0	5.3	1.3	3.9	4.1	5.4	5.7	6.5
	600만 원 이상	2.4	2.5	27.0	4.2	2.7	2.8	5.9	4.2	4.8	4.9

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

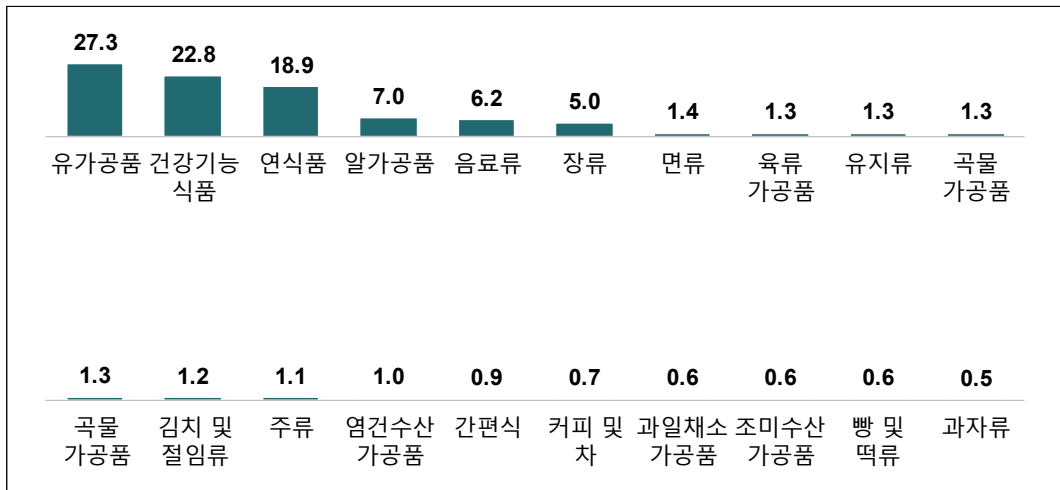
## 6.7. 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목

○ 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목으로 '유가공품'(27.3%), '건강기능식품'(22.8%), '연식품'(18.9%) 등이 주로 응답됨

- 거주 지역별로 살펴보면, 호남권과 강원권은 '건강기능식품', 그 외 지역에서는 '유가공품'이 건강에 좋은 영향을 줄 것 같다는 응답이 상대적으로 높게 나타남.

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

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈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		1.3	7.0	0.6	1.0	1.2	0.6	5.0	0.5	1.3	27.3
거주지역	수도권	1.4	6.8	0.3	0.6	0.8	0.2	4.9	0.5	1.5	30.8
	충청권	0.1	8.8	0.5	1.0	1.6	0.8	5.9	0.5	1.0	26.2
	호남권	2.4	4.0	1.5	2.0	1.5	1.0	4.7	1.2	0.9	17.7
	대경권	0.4	8.0	0.7	1.9	0.7	1.0	4.5	0.1	1.2	28.6
	동남권	1.6	7.5	0.8	1.1	2.1	1.3	5.9	0.8	1.4	22.2
	강원권	0.4	7.7	0.2	0.2	0.3	0.4	0.9	0.0	1.7	29.7
행정구역	동	1.3	7.0	0.6	0.8	1.3	0.6	5.1	0.7	1.5	26.8
	읍면	1.3	6.9	0.4	2.0	0.4	0.6	4.6	0.1	0.6	29.1
가구원수	1인 가구	1.5	7.1	0.6	0.6	1.0	0.7	2.6	0.3	0.5	29.9
	2인 가구	0.9	6.6	0.7	0.9	1.2	0.5	6.1	0.7	1.5	24.0
	3인 가구	1.9	7.8	0.4	0.9	1.0	0.6	4.7	0.8	1.5	27.1
	4인 이상 가구	0.9	6.6	0.6	1.6	1.4	0.7	5.6	0.2	1.5	30.9
가구주 성별	남자	0.9	7.1	0.5	1.0	1.2	0.6	5.5	0.5	1.5	27.3
	여자	2.5	6.6	0.8	0.9	1.1	0.7	3.3	0.5	0.8	27.2
가구주 연령	20대	0.0	18.5	0.0	0.6	1.7	0.3	1.1	1.8	0.2	21.7
	30대	1.5	6.6	0.1	0.3	1.5	0.4	4.1	0.2	0.5	33.0
	40대	1.3	7.9	0.4	1.3	1.4	0.4	3.8	0.5	1.3	34.7
	50대	1.8	6.1	0.8	1.2	1.2	0.7	5.7	0.5	1.5	23.6
	60대 이상	0.8	6.5	0.7	1.0	0.7	0.7	5.7	0.7	1.6	24.4
가구주 최종학력	중졸 이하	0.5	7.6	1.1	1.9	0.2	1.6	5.4	0.8	0.8	24.6
	고졸	1.0	5.9	0.6	0.9	1.0	0.4	4.8	0.5	1.7	24.5
	전문대졸 이상	1.6	7.7	0.5	1.0	1.3	0.6	5.1	0.5	1.0	29.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.3	7.7	0.3	0.8	1.4	0.5	5.1	0.4	0.7	30.4
	서비스/판매직	1.4	5.7	0.9	1.3	0.7	0.6	4.3	0.7	1.9	26.4
	기계/농림어업/단순노무	0.9	6.7	0.8	1.0	1.5	0.7	5.8	0.5	1.6	23.7
	기타	2.7	10.0	0.3	1.0	0.0	0.4	4.9	2.2	0.7	25.8
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.9	8.1	0.6	1.2	0.8	0.3	4.8	1.1	0.3	24.5
	200~400만 원 미만	1.8	6.8	0.5	1.0	1.4	0.7	4.4	0.4	1.6	26.3
	400~600만 원 미만	0.9	6.2	0.8	1.0	1.2	0.8	5.8	0.6	1.3	26.5
	600만 원 이상	1.2	7.7	0.4	0.8	1.0	0.5	4.7	0.3	1.5	31.1

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈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		0.6	0.5	1.4	18.9	1.3	0.7	6.2	1.1	0.9	22.8
거주지역	수도권	0.4	0.2	0.9	19.2	1.1	0.3	5.3	0.8	0.7	23.2
	충청권	0.4	0.3	1.8	18.6	1.3	0.4	7.8	1.1	1.6	20.2
	호남권	1.7	1.0	2.4	13.9	2.5	1.2	6.4	1.5	0.9	31.7
	대경권	0.8	1.1	1.3	20.5	1.2	1.6	6.9	1.5	0.3	17.6
	동남권	0.6	0.7	2.2	19.4	1.1	1.6	8.2	1.5	1.5	18.7
	강원권	0.0	0.4	0.8	24.4	1.1	0.1	1.1	0.5	0.2	29.9
행정구역	동	0.6	0.4	1.4	18.9	1.3	0.7	6.4	1.1	1.0	22.5
	읍면	0.5	0.8	1.2	18.5	1.5	0.8	5.1	0.9	0.4	24.2
가구원수	1인 가구	0.7	0.8	1.6	17.4	1.2	1.0	6.6	0.8	1.4	23.5
	2인 가구	0.8	0.5	1.5	20.4	1.2	0.5	6.2	1.1	0.4	24.4
	3인 가구	0.4	0.4	1.1	18.2	1.7	0.5	6.3	1.1	0.8	22.9
	4인 이상 가구	0.4	0.3	1.3	18.3	1.2	1.2	5.5	1.4	1.5	19.1
가구주 성별	남자	0.5	0.4	1.3	19.2	1.3	0.6	6.0	1.1	0.7	22.9
	여자	0.9	0.6	1.7	17.8	1.5	1.1	6.8	1.1	1.6	22.5
가구주 연령	20대	1.9	0.6	1.7	14.7	5.5	0.6	8.4	0.3	2.0	18.5
	30대	0.8	0.0	0.6	20.6	1.7	0.5	6.0	1.0	0.9	19.6
	40대	0.5	0.5	1.0	19.4	1.0	0.5	5.0	1.4	1.1	16.6
	50대	0.3	0.7	1.9	19.2	1.6	1.1	6.6	1.5	1.4	22.7
	60대 이상	0.7	0.5	1.4	17.9	0.8	0.6	6.3	0.7	0.3	28.0
가구주 최종학력	중졸 이하	0.7	1.0	1.9	17.1	0.4	1.2	5.8	0.9	0.3	26.2
	고졸	0.6	0.6	1.7	19.3	1.3	0.7	6.2	0.9	0.7	26.6
	전문대졸 이상	0.6	0.3	1.1	18.7	1.4	0.7	6.2	1.3	1.1	19.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.6	0.2	1.0	19.4	1.4	0.7	6.8	1.2	0.9	19.4
	서비스/판매직	0.6	0.7	1.1	18.1	1.4	0.7	4.5	1.4	1.1	26.4
	기계/농림어업/단순노무	0.6	0.7	2.1	18.6	1.2	0.9	6.9	0.6	0.8	24.4
	기타	0.0	0.0	2.8	19.2	1.0	0.5	5.5	1.0	0.0	22.0
월평균 가구소득	200만 원 미만	0.5	0.8	1.6	20.2	1.0	0.8	5.9	0.7	0.6	25.3
	200~400만 원 미만	0.8	0.6	2.0	18.7	1.2	0.6	6.1	1.1	0.8	23.1
	400~600만 원 미만	0.6	0.3	1.0	17.4	1.2	1.0	6.3	1.4	0.8	25.0
	600만 원 이상	0.4	0.3	1.1	20.5	1.8	0.6	6.2	0.8	1.3	17.9

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

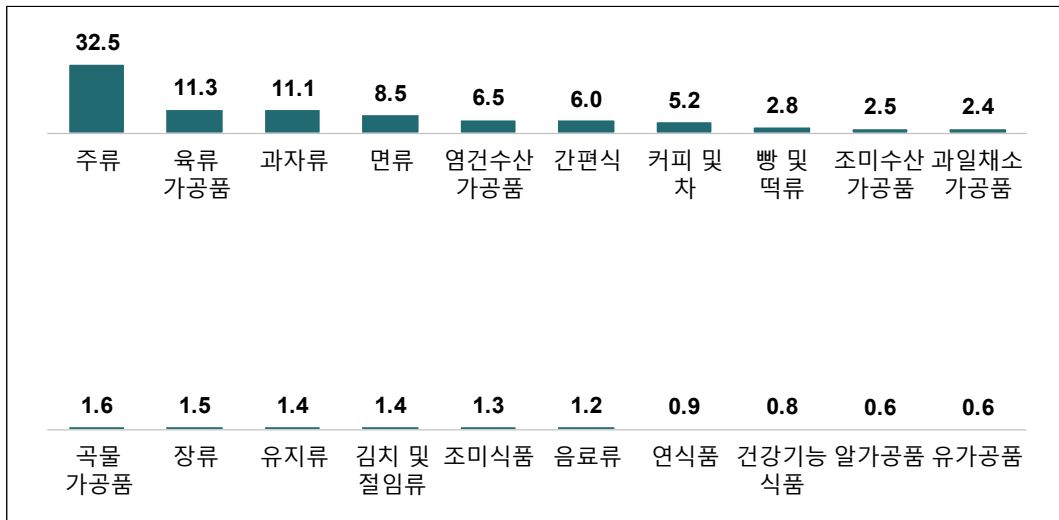
## 6.8. 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목

○ 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목으로 ‘주류’(32.5%), ‘육류가공품’(11.3%), ‘과자류’(11.1%), ‘면류’(8.5%) 등의 순으로 응답됨.

- ‘주류’의 건강에 대한 안 좋은 인식이 압도적으로 높아, 거주지역, 가구원 수, 가구주 연령 등 모든 특성에서 높게 나타남.

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

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

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

단위: %

구분		육류가 공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유 가공품
전체		11.3	0.6	2.5	6.5	1.4	2.4	1.5	1.3	1.4	0.6
거주지역	수도권	11.6	0.6	2.2	7.1	1.0	2.2	0.9	1.2	1.2	0.3
	충청권	9.7	0.3	2.6	6.4	0.9	1.6	2.6	1.7	0.8	0.2
	호남권	11.2	1.1	4.2	3.3	0.8	1.7	2.5	1.8	0.7	1.6
	대경권	11.3	1.2	3.7	5.1	2.5	4.2	1.3	0.4	1.5	0.7
	동남권	12.7	0.4	1.4	6.9	2.7	3.5	2.2	1.5	2.9	1.6
	강원권	6.6	0.0	1.3	12.3	0.2	0.4	0.5	2.0	0.6	0.0
행정구역	동	11.1	0.7	2.7	7.0	1.5	2.2	1.6	1.2	1.4	0.6
	읍면	12.2	0.3	1.5	4.4	0.9	3.2	0.9	1.7	1.4	1.0
가구원수	1인 가구	10.1	0.6	2.0	6.0	1.0	1.3	1.4	0.8	1.0	0.5
	2인 가구	10.7	0.8	1.9	7.3	1.5	2.4	1.4	1.2	1.7	0.7
	3인 가구	13.3	0.8	2.9	6.1	1.2	2.2	1.5	1.6	1.1	0.6
	4인 이상 가구	11.2	0.2	3.4	6.2	1.5	3.7	1.8	1.5	1.3	0.7
가구주 성별	남자	11.3	0.5	2.6	6.7	1.3	2.5	1.5	1.4	1.4	0.6
	여자	11.3	1.0	1.9	5.9	1.5	2.1	1.4	0.9	1.4	0.7
가구주 연령	20대	7.3	1.3	1.7	4.7	0.0	2.2	1.9	0.0	0.3	1.0
	30대	12.3	0.7	3.1	7.8	1.2	1.6	1.2	0.8	0.9	0.2
	40대	11.3	0.2	2.5	6.6	1.3	3.8	1.6	1.9	0.9	0.8
	50대	11.4	0.6	2.7	5.4	1.7	2.2	2.0	2.0	2.1	0.8
	60대	11.2	0.9	2.0	7.1	1.3	2.1	1.1	0.7	1.3	0.5
가구주 최종학력	중졸 이하	12.0	0.0	3.9	4.1	0.8	3.9	0.9	0.6	1.8	1.0
	고졸	11.6	1.0	2.3	6.5	1.5	2.2	1.4	1.3	1.4	0.7
	전문대졸 이상	11.1	0.4	2.4	6.8	1.3	2.4	1.6	1.3	1.3	0.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	11.4	0.4	2.5	6.1	1.1	2.3	1.2	1.5	1.2	0.6
	서비스/판매직	10.8	1.0	1.8	8.2	1.1	1.8	1.6	1.3	0.9	0.6
	기계/농림어업/단순노무	11.8	0.7	3.4	4.7	2.0	3.3	1.8	1.0	2.0	0.9
	기타	11.2	0.3	1.2	9.7	1.6	1.4	0.5	1.0	3.0	0.7
월평균 가구소득	200만 원 미만	10.3	0.1	2.4	7.8	1.4	2.4	0.6	0.6	1.7	0.5
	200~400만 원 미만	11.1	1.0	2.0	5.1	1.0	1.6	2.2	1.1	1.1	0.8
	400~600만 원 미만	12.0	0.7	3.2	6.6	1.7	3.2	1.7	1.3	1.3	0.8
	600만 원 이상	11.2	0.4	2.1	7.5	1.3	2.3	0.7	1.9	1.6	0.3

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈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		2.8	11.1	8.5	0.9	1.6	5.2	1.2	32.5	6.0	0.8
거주지역	수도권	2.9	11.7	8.9	0.5	1.5	4.5	0.7	31.9	8.4	0.8
	충청권	3.7	14.9	11.1	0.3	2.4	6.0	1.2	28.4	5.1	0.3
	호남권	3.9	8.5	5.9	0.9	1.1	9.0	2.1	36.0	2.9	0.9
	대경권	2.3	8.9	6.4	1.6	0.8	5.9	1.9	38.5	1.3	0.4
	동남권	1.7	9.5	9.4	2.0	2.3	4.2	1.6	29.4	2.7	1.5
	강원권	1.3	12.0	3.1	0.1	1.0	3.5	0.2	41.4	13.5	0.0
행정구역	동	2.8	10.4	8.9	0.8	1.6	5.2	1.1	32.1	6.2	0.9
	읍면	2.6	13.9	6.7	1.1	1.5	5.2	1.4	34.5	5.1	0.4
가구원수	1인 가구	3.3	10.6	5.7	1.2	1.1	5.6	1.6	38.8	6.9	0.2
	2인 가구	2.7	11.4	7.4	0.5	1.6	5.1	1.0	34.2	5.6	1.0
	3인 가구	3.5	11.9	10.7	0.8	1.5	5.0	1.1	27.1	6.3	0.7
	4인 이상 가구	1.7	10.1	10.3	1.1	2.1	5.4	1.0	29.8	5.7	1.1
가구주 성별	남자	2.6	11.4	8.8	0.8	1.5	5.4	0.9	31.8	6.1	0.8
	여자	3.5	9.8	7.2	1.2	1.8	4.6	2.2	35.0	5.8	0.9
가구주 연령	20대	3.0	15.2	10.1	0.0	0.0	5.9	2.4	38.9	4.2	0.0
	30대	3.5	10.5	8.6	0.6	1.3	5.4	0.4	28.2	11.4	0.3
	40대	2.3	10.5	8.1	0.6	1.8	4.1	1.3	30.9	8.7	0.8
	50대	3.4	11.1	9.9	1.6	1.6	5.6	1.5	29.6	4.0	0.9
	60대	2.2	11.3	7.2	0.6	1.6	5.4	1.0	37.3	4.2	1.0
가구주 최종학력	중졸 이하	1.4	10.4	6.6	1.2	0.6	4.6	0.2	40.6	4.7	0.8
	고졸	2.4	9.4	7.7	1.2	2.1	5.5	1.3	34.7	5.0	0.8
	전문대졸 이상	3.2	12.5	9.3	0.5	1.3	5.1	1.2	30.0	7.0	0.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.1	12.7	9.6	0.4	1.4	4.9	1.2	29.6	8.0	0.8
	서비스/판매직	2.9	9.3	7.3	1.5	1.5	5.3	1.4	36.2	5.0	0.5
	기계/농림어업/단순노무	2.4	11.6	7.8	0.8	2.2	6.2	0.7	31.8	4.3	0.9
	기타	2.0	8.0	8.7	1.3	0.4	2.9	1.0	41.2	3.0	0.9
월평균 가구소득	200만 원 미만	1.8	10.0	6.3	1.1	0.9	4.8	1.2	38.7	6.3	1.0
	200~400만 원 미만	3.2	11.3	7.4	0.8	1.5	6.5	1.0	37.1	3.2	0.9
	400~600만 원 미만	2.4	9.7	9.3	1.1	1.9	4.6	1.2	30.4	6.4	0.6
	600만 원 이상	3.4	13.3	9.7	0.4	1.5	4.7	1.3	26.6	8.8	1.0

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

## 6.9. 품목별 선호 특성

- 제시된 20가지 품목 중 육류가공품, 유지류, 유가공품, 과자류, 커피 및 차를 제외한 14개 품목에서 '원료의 품질과 안전성이 확보된 제품을 구입하겠다'는 응답이 높게 나타남.
- 육류가공품, 유지류, 유가공품, 과자류, 커피 및 차는 '다양하고 새로운 맛을 낸 제품을 구입하겠다'는 응답이 높게 나타남.
  - 건강기능식품의 경우 '건강(영양)에 좋은 제품을 구입하겠다'는 응답이 다른 품목에 비해 상대적으로 높음.

〈표 4-84〉 품목별 선호 특성

단위: %

품목	건강(영양)에 좋은 제품을 구입하겠다	원료의 품질과 안전성이 확보된 제품 구입하겠다	다양하고 새로운 맛을 낸 제품을 구입하겠다	소포장, 사용 및 취식·조리 간편화된 제품 구입하겠다	제품의 업그레이드·신제품 개발과 관계없이 가격만 저렴하면 구입하겠다
육류가공품	18.9	29.5	29.7	18.3	3.6
알가공품	23.3	31.4	20.8	19.5	5.1
조미수산가공품	14.1	37.2	26.3	17.1	5.4
염건수산가공품	16.6	34.3	29.1	16.8	3.2
김치 및 절임류	12.8	36.5	27.6	18.6	4.5
과일채소가공품	12.6	33.4	27.2	19.3	7.5
장류	13.7	37.5	29.8	16.2	2.7
조미식품	9.3	35.3	31.7	19.2	4.6
유지류	11.2	33.1	33.3	17.8	4.6
유가공품	21.8	26.3	31.6	17.1	3.1
빵 및 떡류	13.4	35.7	31.6	15.7	3.5
과자류	8.8	29.3	36.0	16.8	9.2
면류	9.2	34.4	31.5	18.6	6.3
연식품	18.3	33.2	29.4	16.2	2.9
곡물가공품	11.1	33.7	32.1	17.8	5.2
커피 및 차	8.5	30.5	37.3	17.5	6.1
음료류	11.6	33.4	30.7	18.1	6.2
주류	11.9	27.0	33.7	18.2	9.2
간편식	14.6	35.2	32.4	14.1	3.7
건강기능식품	25.2	32.4	28.3	12.6	1.4



# 5

## 일반소비자 대상 조사 결과

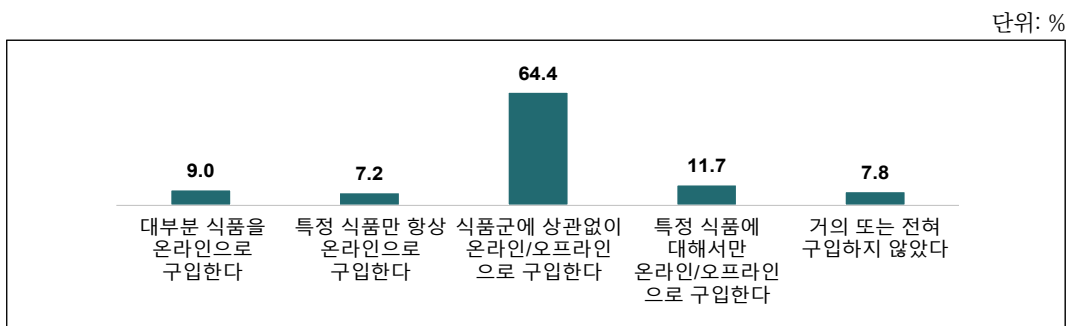
### 1. 가공식품 온라인 구매 행태

#### 1.1. 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험

○ 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험을 살펴보면 ‘식품군에 상관없이 온라인으로 구입할 때도 있고, 오프라인으로 구입할 때도 있다’고 한 경우가 64.4%로 가장 많았고, ‘특정 식품에 대해서만 온라인으로 구입할 때도 있고, 오프라인으로 구입할 때도 있다’고 한 경우는 11.7%, ‘대부분 식품을 온라인으로 구입한다’가 9.0%로 나타남.

- 지역과 가구원 수, 가구주 연령에 상관없이 식품군에 ‘식품군에 상관없이 온라인으로 구입할 때도 있고, 오프라인으로 구입할 때도 있다’가 가장 높게 나타남.

〈그림 5-1〉 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험



〈표 5-1〉 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험

단위: 명, %

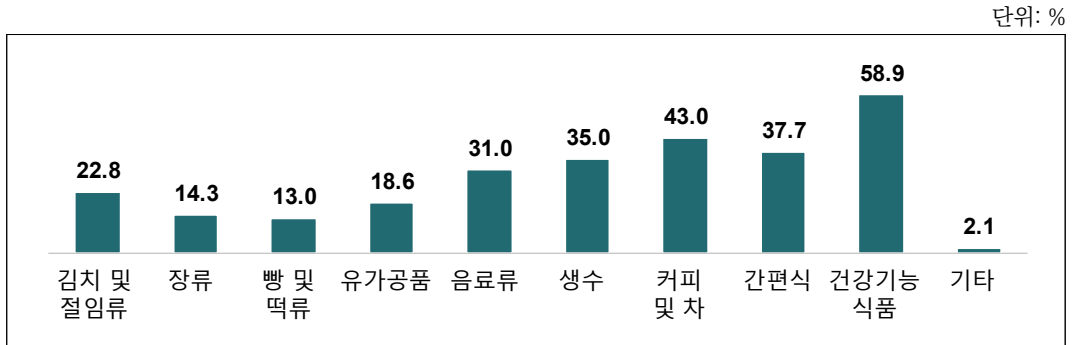
구분		사례수	대부분 식품을 온라인으로 구입한다	특정 식품만 항상 온라인 으로 구입한다	식품군에 상관없이 온라인으로 구입할 때도 있고, 오프라인으로 구입할 때도 있다	특정 식품에 대해서만 온라인으로 구입할 때도 있고, 오프라인으로 구입할 때도 있다	거의 또는 전혀 구입하지 않았다
전체		2,000	9.0	7.2	64.4	11.7	7.8
거주지역	수도권	1,004	10.0	6.9	64.4	11.7	7.1
	충청권	224	8.5	7.6	66.1	9.8	8.0
	호남권	218	6.4	6.4	61.0	14.7	11.5
	대경권	193	6.7	6.7	65.3	11.9	9.3
	동남권	298	10.4	8.1	64.4	11.1	6.0
	강원권	63	3.2	9.5	66.7	11.1	9.5
가구원수	1인 가구	327	14.1	4.6	63.6	8.3	9.5
	2인 가구	455	10.1	7.5	61.8	12.7	7.9
	3인 가구	526	8.6	8.0	62.5	12.5	8.4
	4인 이상 가구	692	6.1	7.5	67.9	12.0	6.5
가구주 성별	남성	1,058	8.1	7.9	61.7	12.9	9.3
	여성	942	9.9	6.3	67.4	10.3	6.2
가구주 연령	20대	249	10.0	7.2	65.1	11.6	6.0
	30대	364	12.1	7.7	65.1	8.8	6.3
	40대	513	11.1	6.8	66.3	9.0	6.8
	50대	328	5.5	7.6	66.2	12.8	7.9
	60대 이상	546	6.4	6.8	60.8	15.6	10.4
가구주 최종학력	고졸 이하	455	8.6	9.9	59.8	12.3	9.5
	대졸	1,323	9.0	6.0	66.2	11.7	7.1
	대학원졸	222	9.5	8.6	63.1	10.4	8.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	1,089	9.9	6.2	66.7	10.0	7.3
	서비스/판매직	193	7.3	9.8	64.8	13.0	5.2
	기계/농림어업/단순노무	233	8.6	9.0	59.2	13.3	9.9
	주부	208	8.7	5.8	68.3	13.9	3.4
	학생	83	9.6	10.8	56.6	16.9	6.0
	기타	194	5.7	7.7	56.7	13.4	16.5
월평균 가구소득	200만 원 미만	160	9.4	8.8	53.1	15.6	13.1
	200~400만 원 미만	597	10.6	6.4	63.7	11.2	8.2
	400~600만 원 미만	579	7.6	7.1	65.6	12.1	7.6
	600만 원 이상	664	8.6	7.5	66.7	10.8	6.3

## 1.2. 온라인으로 구입하는 가공식품 유형

○ 온라인으로 구입하는 가공식품의 유형으로는 ‘건강기능식품’이 58.9%로 가장 많았고, 다음으로 ‘커피 및 차’(43.0%), ‘간편식’(37.7%), ‘생수’(35.0%), ‘음료류’(31.0%) 등의 순으로 많음.

- 권역별로 보면, 강원권을 제외한 모든 권역에서 ‘건강기능식품’을 온라인으로 가장 많이 구입하는 것으로 나타났고, 강원권의 경우 ‘커피 및 차’가 가장 높게 나타남.

〈그림 5-2〉 온라인으로 구입하는 가공식품 유형



〈표 5-2〉 온라인으로 구입하는 가공식품 유형

단위: 명, %

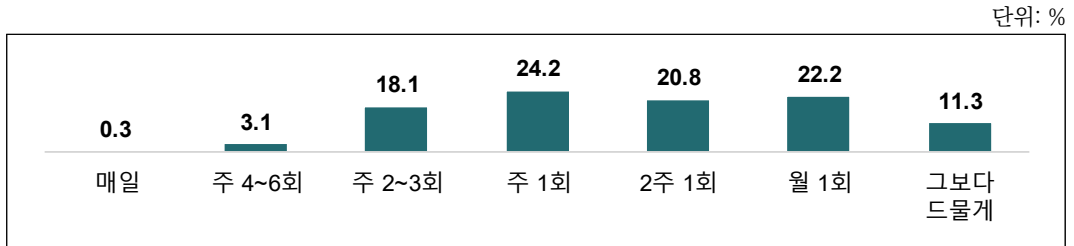
구분		사례수	김치 및 절임류	장류	빵 및 떡류	유 가공품	음료류	생수	커피 및 차	간편식	건강 기능 식품	기타
전체		377	22.8	14.3	13.0	18.6	31.0	35.0	43.0	37.7	58.9	2.1
지역	수도권	186	26.3	15.1	14.0	19.9	33.3	35.5	42.5	37.6	60.2	1.6
	충청권	39	20.5	25.6	15.4	17.9	28.2	25.6	38.5	38.5	48.7	0.0
	호남권	46	17.4	13.0	10.9	15.2	32.6	47.8	47.8	39.1	63.0	8.7
	대경권	36	11.1	11.1	13.9	11.1	25.0	33.3	27.8	38.9	47.2	0.0
	동남권	57	22.8	7.0	10.5	22.8	26.3	35.1	49.1	36.8	66.7	0.0
	강원권	13	30.8	15.4	7.7	15.4	38.5	15.4	61.5	30.8	53.8	7.7
가구원 수	1인 가구	42	31.0	16.7	16.7	21.4	38.1	28.6	33.3	40.5	52.4	2.4
	2인 가구	92	25.0	16.3	6.5	9.8	25.0	30.4	46.7	26.1	67.4	2.2
	3인 가구	108	22.2	13.0	13.0	19.4	28.7	35.2	43.5	47.2	55.6	1.9
	4인 이상 가구	135	19.3	13.3	16.3	23.0	34.8	40.0	43.0	37.0	57.8	2.2
성별	남성	221	19.9	13.1	13.1	15.8	27.6	34.8	35.7	35.7	58.4	1.8
	여성	156	26.9	16.0	12.8	22.4	35.9	35.3	53.2	40.4	59.6	2.6
연령	20대	47	14.9	6.4	17.0	25.5	38.3	34.0	36.2	46.8	55.3	6.4
	30대	60	16.7	11.7	8.3	13.3	41.7	43.3	36.7	51.7	56.7	1.7
	40대	81	28.4	16.0	14.8	22.2	40.7	38.3	53.1	42.0	53.1	1.2
	50대	67	20.9	14.9	17.9	20.9	26.9	44.8	41.8	29.9	52.2	1.5
	60대 이상	122	26.2	17.2	9.8	14.8	18.9	23.8	42.6	28.7	68.9	1.6
학력	고졸 이하	101	31.7	16.8	15.8	18.8	35.6	31.7	41.6	38.6	51.5	4.0
	대졸	234	17.1	13.2	11.5	20.5	27.8	36.3	44.4	40.2	61.1	1.7
	대학원졸	42	33.3	14.3	14.3	7.1	38.1	35.7	38.1	21.4	64.3	0.0
직업	관리/전문/사무직	176	18.8	10.8	11.9	17.0	33.0	35.8	39.8	40.9	58.5	1.7
	서비스/판매직	44	38.6	22.7	13.6	22.7	31.8	36.4	54.5	31.8	68.2	0.0
	기계/농림어업/단순노무	52	21.2	7.7	17.3	11.5	23.1	38.5	32.7	34.6	55.8	1.9
	주부	41	34.1	31.7	14.6	24.4	31.7	36.6	65.9	34.1	61.0	0.0
	학생	23	13.0	4.3	8.7	34.8	47.8	34.8	21.7	52.2	52.2	4.3
	기타	41	19.5	17.1	12.2	14.6	22.0	24.4	46.3	29.3	56.1	7.3
가구 소득	200만 원 미만	39	30.8	12.8	12.8	17.9	28.2	25.6	48.7	35.9	48.7	7.7
	200~400만 원 미만	105	21.9	17.1	13.3	18.1	24.8	31.4	41.9	36.2	60.0	0.0
	400~600만 원 미만	111	25.2	11.7	12.6	14.4	35.1	29.7	43.2	37.8	63.1	1.8
	600만 원 이상	122	18.9	14.8	13.1	23.0	33.6	45.9	41.8	39.3	57.4	2.5

### 1.3. 온라인 가공식품 구입 주기

○ 온라인으로 가공식품을 구입하는 주기는 월평균 4.17회이며, '주 1회'가 24.2%로 가장 많았고, '월 1회'(22.2%), '2주 1회'(20.8%) 순으로 나타남.

- 권역별로 보면, 수도권과 충청권, 대경권, 동남권에서 월평균 4회 이상으로 높은 반면, 호남권과 강원권은 월평균 4회 미만으로 낮게 나타남.
- 가구원 수로 살펴보면, 가구원 수가 많을수록 평균 구입 횟수가 많음.
- 연령별로 보면, 60대는 월평균 2.99회로 다른 연령 대비 낮게 나타남.

〈그림 5-3〉 온라인 가공식품 구입 주기



〈표 5-3〉 온라인 가공식품 구입 주기

단위: 명, %, 회

구분		사례수	매일	주 4~6회	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	그보다 드물게	평균 (회)
전체		1,844	0.3	3.1	18.1	24.2	20.8	22.2	11.3	4.17
권역	수도권	933	0.3	2.8	18.6	27.0	20.4	21.2	9.6	4.27
	충청권	206	0.0	3.4	21.4	19.4	23.8	20.4	11.7	4.33
	호남권	193	0.5	2.6	16.6	16.1	20.7	29.5	14.0	3.75
	대경권	175	0.6	3.4	16.6	27.4	17.1	18.3	16.6	4.22
	동남권	280	0.0	4.6	15.4	24.6	21.8	23.2	10.4	4.17
	강원권	57	0.0	0.0	19.3	12.3	24.6	26.3	17.5	3.26
가구원수	1인	296	0.0	4.1	16.6	23.0	21.3	21.3	13.9	4.09
	2인	419	0.5	1.7	12.4	22.0	22.2	28.2	13.1	3.39
	3인	482	0.2	3.5	19.1	25.7	21.4	20.1	10.0	4.38
	4인 이상	647	0.3	3.2	21.6	25.2	19.3	20.2	10.0	4.55
성별	남성	960	0.0	2.5	17.6	26.5	19.9	22.5	11.0	4.00
	여성	884	0.6	3.7	18.6	21.8	21.8	21.8	11.7	4.36
연령	20대	234	0.9	6.4	16.2	20.1	23.9	23.1	9.4	4.72
	30대	341	0.0	4.4	26.1	26.1	17.3	17.0	9.1	5.10
	40대	478	0.0	2.7	21.5	25.5	21.5	20.9	7.7	4.40
	50대	302	0.7	2.6	17.5	27.2	20.5	22.2	9.3	4.25
	60대 이상	489	0.2	1.2	10.2	21.9	21.3	26.6	18.6	2.99
학력	고졸 이하	412	0.5	4.1	16.0	20.9	21.6	23.8	13.1	4.14
	대졸	1229	0.2	2.8	18.7	25.3	20.3	21.6	11.0	4.18
	대학원졸	203	0.5	2.5	18.2	24.6	22.2	22.2	9.9	4.16
직업	관리/전문/사무직	1010	0.4	3.3	20.3	25.0	21.0	20.9	9.1	4.48
	서비스/판매직	183	0.0	3.3	20.2	23.0	24.0	21.3	8.2	4.33
	기계/농림어업/단순노무	210	0.0	1.9	17.1	24.8	15.2	27.6	13.3	3.73
	주부	201	0.0	2.5	15.4	23.9	21.9	21.9	14.4	3.72
	학생	78	1.3	7.7	12.8	21.8	25.6	20.5	10.3	4.85
	기타	162	0.0	1.9	8.6	21.6	19.8	25.3	22.8	2.86
가구소득	200만 원 미만	139	0.0	5.8	7.9	23.7	22.3	22.3	18.0	3.65
	200~400만 원 미만	548	0.2	2.9	19.2	21.5	19.3	24.1	12.8	4.11
	400~600만 원 미만	535	0.0	1.9	16.8	24.9	22.2	22.1	12.1	3.78
	600만 원 이상	622	0.6	3.7	20.4	26.2	20.6	20.6	7.9	4.68

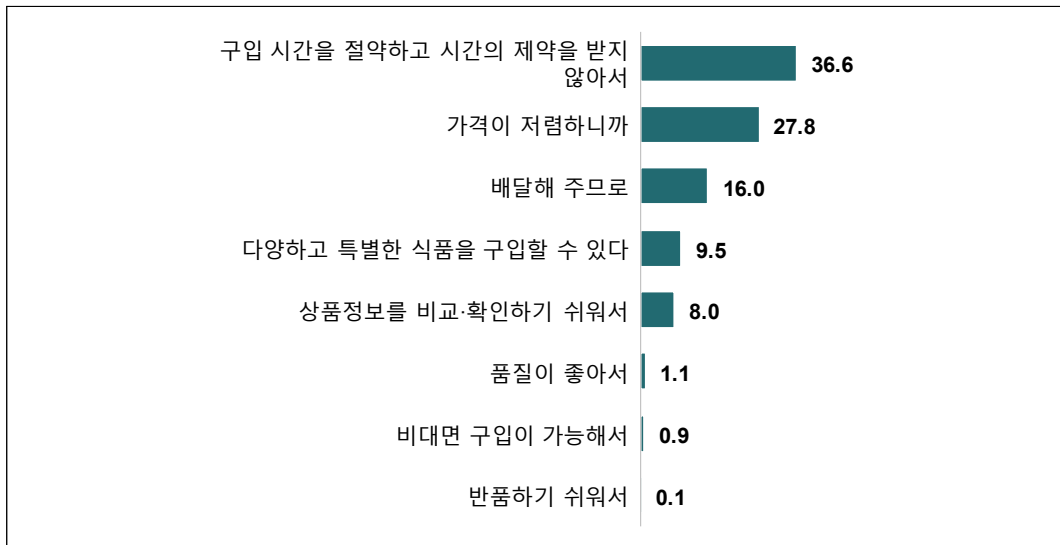
#### 1.4. 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유

○ 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유는 ‘구입 시간을 절약하고 시간의 제약을 받지 않아서’가 36.6%로 가장 높으며, ‘가격이 저렴하니까’(27.8%), ‘배달해 주므로’(16.0%) 순으로 높게 나타남.

- 권역별로 살펴보면, 강원권의 경우 ‘가격이 저렴하니까’가 가장 높게 나타남.

〈그림 5-4〉 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-4〉 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유(1+2 가중평균)

단위: 명, %

구분		사례수	구입 시간을 절약하고 시간의 제약을 받지 않아서	가격이 저렴 하니까	품질이 좋아서	상품 정보를 비교· 확인하기 쉬워서	다양하고 특별한 식품을 구입할 수 있다	배달해 주므로	반품하기 쉬워서	비대면 구입이 가능해서
전체		1,844	36.6	27.8	1.1	8.0	9.5	16.0	0.1	0.9
권역	수도권	933	38.5	25.7	1.0	8.2	8.6	17.0	0.1	0.9
	충청권	206	37.7	28.3	1.0	10.0	8.3	13.8	0.0	1.0
	호남권	193	33.3	33.3	1.6	6.0	11.1	14.0	0.2	0.5
	대경권	175	30.9	29.1	2.1	8.8	13.5	14.3	0.6	0.8
	동남권	280	36.5	28.6	0.8	5.8	10.2	17.0	0.0	1.0
	강원권	57	32.2	33.9	0.6	11.1	7.0	13.5	0.0	1.8
가구원수	1인 가구	296	39.1	27.7	1.0	6.0	9.2	16.0	0.1	0.9
	2인 가구	419	36.6	27.6	0.4	9.2	10.7	14.7	0.1	0.6
	3인 가구	482	34.9	27.4	1.5	9.1	10.4	15.4	0.2	1.2
	4인 이상 가구	647	36.8	28.3	1.4	7.2	8.2	17.2	0.1	0.8
성별	남성	960	37.7	28.5	1.3	7.3	9.6	14.9	0.1	0.8
	여성	884	35.5	27.1	1.0	8.7	9.4	17.2	0.2	1.0
연령	20대	234	37.3	30.2	1.6	6.3	6.0	17.2	0.1	1.3
	30대	341	33.3	32.4	1.2	7.0	6.8	18.4	0.3	0.6
	40대	478	38.5	29.9	1.3	6.1	7.7	14.9	0.1	1.4
	50대	302	40.7	26.4	0.8	7.8	9.1	14.8	0.0	0.4
	60대 이상	489	34.3	22.4	1.0	11.2	15.1	15.4	0.0	0.7
학력	고졸 이하	412	33.3	28.2	1.8	9.3	12.3	14.4	0.0	0.6
	대졸	1,229	37.2	28.2	0.8	7.7	8.8	16.3	0.2	0.9
	대학원졸	203	40.1	25.0	1.8	6.7	8.0	17.1	0.0	1.3
직업	관리/전문/사무직	1,010	39.4	27.0	1.2	6.7	8.2	16.3	0.0	1.2
	서비스/판매직	183	34.2	30.6	1.3	6.0	11.5	14.9	0.2	1.3
	기계/농림어업/단순노무	210	37.8	26.3	1.0	7.6	12.5	14.3	0.5	0.0
	주부	201	30.0	26.5	1.0	16.4	12.6	12.9	0.2	0.3
	학생	78	35.0	34.2	0.4	7.3	4.7	17.1	0.0	1.3
	기타	162	29.6	30.0	1.4	8.4	10.1	20.2	0.0	0.2
가구소득	200만 원 미만	139	36.9	24.2	1.9	9.6	9.6	16.8	0.5	0.5
	200~400만 원 미만	548	33.3	30.8	0.9	8.3	8.9	16.7	0.2	1.0
	400~600만 원 미만	535	36.0	27.8	1.2	8.8	10.6	15.0	0.1	0.6
	600만 원 이상	622	40.1	26.0	1.1	6.6	9.1	15.9	0.0	1.1

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.



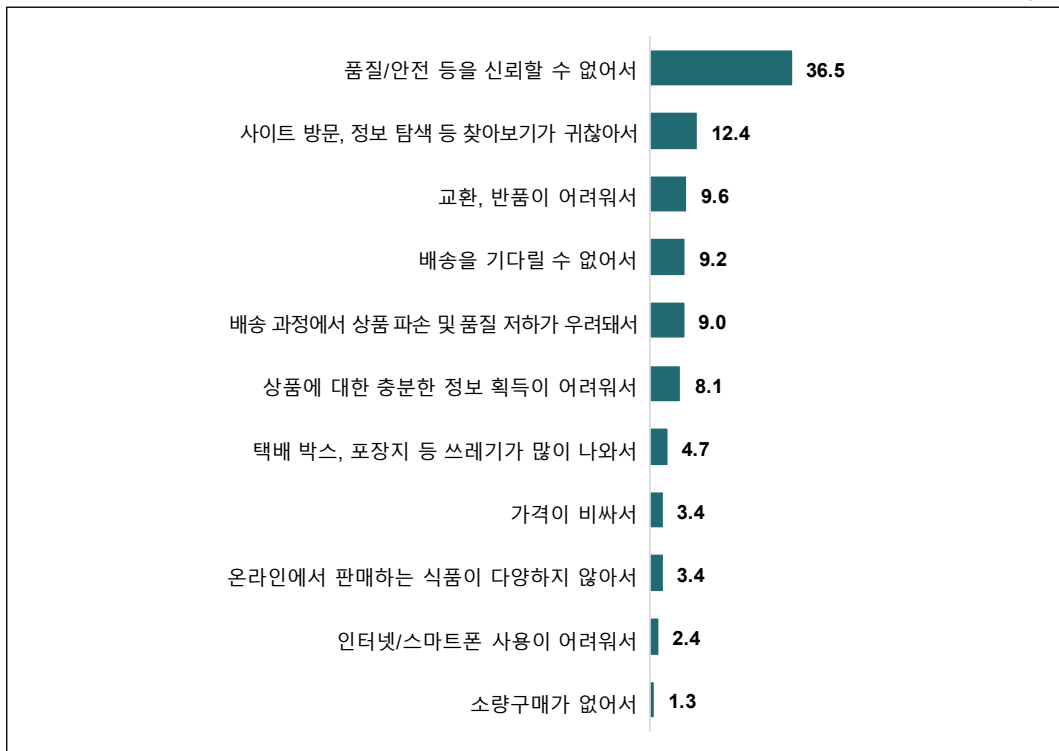
## 1.5. 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

○ 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유는 ‘품질·안전 등에 대한 불신’이 36.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 ‘사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서’ (12.4%), ‘교환, 반품이 어려워서’(9.6%), ‘배송을 기다릴 수 없어서’(9.2%) 등의 순으로 높게 나타남.

- 지역별로 보았을 때, 모든 지역에서 ‘품질·안전에 대한 불신’이 높게 나타났고, 호남권은 ‘교환, 반품이 어려워서’의 응답도 높게 나타남.
- 연령별로 20대에서 ‘사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서’가 상대적으로 높게 나타남.

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

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

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

단위: 명, %

구분		사례수	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
전체		156	36.5	8.1	9.6	9.2	9.0	2.4
권역	수도권	71	36.6	6.1	7.5	5.6	7.0	3.8
	충청권	18	63.0	3.7	5.6	5.6	9.3	1.9
	호남권	25	24.0	9.3	24.0	12.0	10.7	0.0
	대경권	18	31.5	7.4	7.4	14.8	5.6	3.7
	동남권	18	24.1	20.4	5.6	16.7	16.7	0.0
	강원권	6	61.1	5.6	5.6	11.1	11.1	0.0
가구원수	1인 가구	31	25.8	5.4	11.8	17.2	4.3	3.2
	2인 가구	36	37.0	10.2	7.4	10.2	8.3	2.8
	3인 가구	44	39.4	14.4	6.1	3.8	6.8	3.8
	4인 이상 가구	45	40.7	2.2	13.3	8.1	14.8	0.0
성별	남성	98	33.3	9.5	7.1	8.8	9.5	3.1
	여성	58	42.0	5.7	13.8	9.8	8.0	1.1
연령	20대	15	22.2	6.7	13.3	8.9	17.8	0.0
	30대	23	33.3	4.3	11.6	8.7	4.3	4.3
	40대	35	35.2	2.9	9.5	19.0	9.5	0.0
	50대	26	35.9	3.8	15.4	7.7	9.0	0.0
	60대 이상	57	42.7	15.2	5.3	4.1	8.2	4.7
학력	고졸 이하	43	39.5	6.2	7.0	8.5	12.4	2.3
	대졸	94	34.8	8.2	11.7	9.9	7.1	2.8
	대학원졸	19	38.6	12.3	5.3	7.0	10.5	0.0
직업	관리/전문/사무직	79	35.9	8.4	12.7	11.0	6.3	2.1
	서비스/판매직	10	33.3	3.3	6.7	13.3	16.7	0.0
	기계/농림어업/단순노무	23	24.6	5.8	8.7	7.2	11.6	4.3
	주부	7	38.1	14.3	9.5	9.5	9.5	0.0
	학생	5	26.7	0.0	0.0	0.0	13.3	0.0
	기타	32	49.0	10.4	5.2	6.3	10.4	3.1
가구소득	200만 원 미만	21	34.9	3.2	14.3	11.1	4.8	7.9
	200~400만 원 미만	49	31.3	11.6	9.5	10.2	11.6	2.7
	400~600만 원 미만	44	35.6	4.5	9.1	9.1	12.1	0.0
	600만 원 이상	42	44.4	10.3	7.9	7.1	4.8	1.6

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

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

단위: 명, %

구분		사례수	가격이 비싸서	온라인에서 판매하는 식품이 다양하지 않아서	사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서	택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서	소량구매가 없어서
전체		156	3.4	3.4	12.4	4.7	1.3
권역	수도권	71	5.6	4.7	15.5	4.7	2.8
	충청권	18	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0
	호남권	25	1.3	4.0	8.0	6.7	0.0
	대경권	18	5.6	0.0	13.0	11.1	0.0
	동남권	18	0.0	5.6	9.3	1.9	0.0
	강원권	6	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0
가구원수	1인 가구	31	5.4	5.4	18.3	3.2	0.0
	2인 가구	36	4.6	0.0	16.7	2.8	0.0
	3인 가구	44	3.0	2.3	8.3	7.6	4.5
	4인 이상 가구	45	1.5	5.9	8.9	4.4	0.0
성별	남성	98	4.4	4.8	13.9	5.4	0.0
	여성	58	1.7	1.1	9.8	3.4	3.4
연령	20대	15	2.2	0.0	24.4	4.4	0.0
	30대	23	4.3	5.8	15.9	2.9	4.3
	40대	35	2.9	5.7	10.5	4.8	0.0
	50대	26	3.8	2.6	15.4	6.4	0.0
	60대 이상	57	3.5	2.3	7.6	4.7	1.8
학력	고졸 이하	43	1.6	6.2	10.9	3.1	2.3
	대졸	94	3.5	2.8	12.8	5.3	1.1
	대학원졸	19	7.0	0.0	14.0	5.3	0.0
직업	관리/전문/사무직	79	4.2	4.2	11.4	3.8	0.0
	서비스/판매직	10	0.0	0.0	10.0	6.7	10.0
	기계/농림어업/단순노무	23	7.2	4.3	15.9	10.1	0.0
	주부	7	4.8	0.0	0.0	0.0	14.3
	학생	5	0.0	0.0	60.0	0.0	0.0
	기타	32	0.0	3.1	8.3	4.2	0.0
가구소득	200만 원 미만	21	3.2	4.8	11.1	4.8	0.0
	200~400만 원 미만	49	7.5	0.0	12.2	3.4	0.0
	400~600만 원 미만	44	0.0	4.5	12.9	7.6	4.5
	600만 원 이상	42	2.4	5.6	12.7	3.2	0.0

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

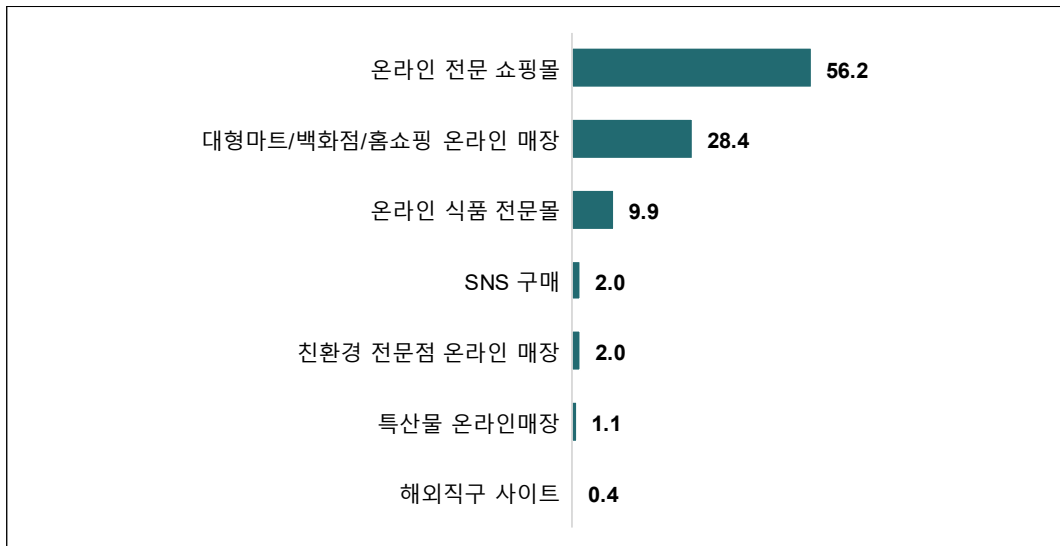
## 1.6. 온라인으로 식품을 구매하는 장소

○ 온라인으로 식품을 구매하는 장소는 ‘온라인 전문 쇼핑몰’이 56.2%로 가장 높으며 ‘대형마트/백화점/홈쇼핑 온라인 매장’(28.4%), ‘온라인 식품 전문몰’(9.9%) 순으로 높게 나타남.

- 모든 응답자 특성에서 ‘온라인 전문쇼핑몰’, ‘대형마트/백화점/홈쇼핑 온라인 매장’, ‘온라인 식품 전문몰’의 순서가 유지됨.

〈그림 5-6〉 온라인으로 식품을 구매하는 장소(1+2 가중평균)

단위: %



〈표 5-6〉 온라인으로 식품을 구매하는 장소(1+2 가중평균)

단위: 명, %

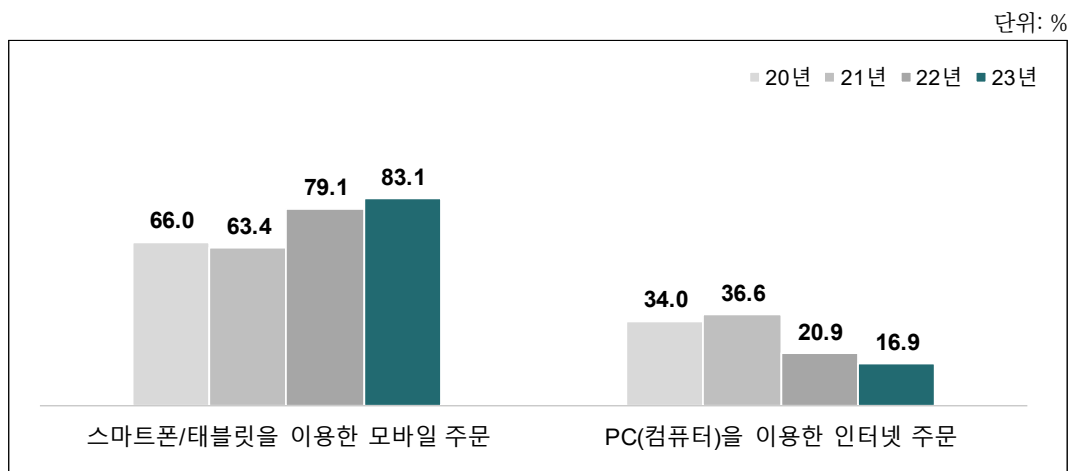
구분		사례수	대형마트 /백화점/ 홈쇼핑 온라인 매장	온라인 전문 쇼핑몰	온라인 식품 전문몰	친환경 전문점 온라인 매장	특산물 온라인 매장	SNS 구매	해외직구 사이트
전체		1,844	28.4	56.2	9.9	2.0	1.1	2.0	0.4
권역	수도권	933	29.0	54.9	10.6	2.4	1.0	1.7	0.4
	충청권	206	26.2	56.8	12.5	1.3	0.8	1.8	0.6
	호남권	193	26.1	57.0	7.6	3.5	2.8	2.8	0.3
	대경권	175	28.2	58.3	8.4	2.3	0.6	2.1	0.2
	동남권	280	29.2	59.8	6.8	0.5	1.1	2.5	0.2
	강원권	57	30.4	50.3	15.2	0.6	0.0	2.9	0.6
가구원수	1인 가구	296	24.8	60.9	9.8	1.6	0.8	1.5	0.7
	2인 가구	419	27.1	58.7	8.0	2.1	1.8	1.6	0.6
	3인 가구	482	29.3	53.2	12.7	1.5	0.9	2.2	0.3
	4인 이상 가구	647	30.2	54.8	9.0	2.5	0.9	2.4	0.3
성별	남성	960	28.5	55.5	10.0	2.6	1.1	1.9	0.4
	여성	884	28.2	57.1	9.7	1.4	1.1	2.1	0.4
연령	20대	234	29.5	54.7	12.0	1.1	0.7	1.9	0.1
	30대	341	28.3	55.9	12.3	0.7	1.0	1.8	0.1
	40대	478	30.5	54.3	10.5	1.8	0.3	2.0	0.5
	50대	302	26.7	58.4	9.3	2.1	1.0	2.0	0.6
	60대 이상	489	26.9	57.7	7.0	3.5	2.1	2.2	0.5
학력	고졸 이하	412	28.6	58.4	6.1	1.7	1.9	2.6	0.7
	대졸	1,229	28.3	56.1	10.7	1.9	0.9	1.8	0.3
	대학원졸	203	28.2	52.5	12.3	3.4	0.8	2.1	0.5
직업	관리/전문/사무직	1,010	28.2	55.1	11.1	1.9	1.1	2.2	0.3
	서비스/판매직	183	28.1	57.0	10.0	2.0	0.2	2.2	0.5
	기계/농림어업/단순노무	210	27.5	58.3	7.5	1.9	2.4	2.1	0.5
	주부	201	31.8	56.4	7.0	2.0	0.7	1.5	0.7
	학생	78	31.6	53.8	10.3	0.9	0.0	2.6	0.9
	기타	162	25.1	60.7	8.6	3.3	1.2	0.8	0.2
가구소득	200만 원 미만	139	22.5	64.7	6.7	2.6	0.7	1.7	1.0
	200~400만 원 미만	548	26.6	59.9	8.8	1.8	1.0	1.8	0.1
	400~600만 원 미만	535	28.6	54.0	11.2	2.2	1.6	1.9	0.7
	600만 원 이상	622	31.0	53.1	10.4	2.0	0.8	2.4	0.3

## 1.7. 온라인 가공식품 주문 방법

○ 온라인으로 가공식품을 주문하는 방법은 ‘스마트/태블릿을 이용한 모바일 주문’이 83.1%로 높은 수치를 보였으며, ‘PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문’이 16.9%로 나타남.

- 모든 응답자 특성에서 ‘모바일 주문’이 많은 가운데, 대체로 연령이 높을수록 ‘PC 인터넷 주문’의 비중이 높게 나타남.

〈그림 5-7〉 온라인 가공식품 주문 방법



〈표 5-7〉 온라인 가공식품 주문 방법

단위: 명, %

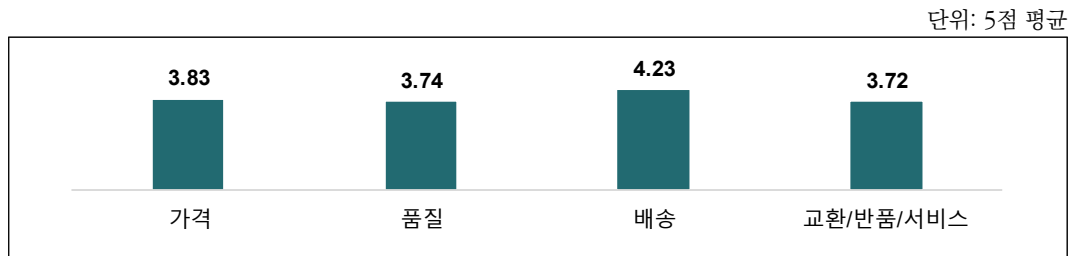
구분		사례수	PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문	스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문
전체		1,844	16.9	83.1
지역	수도권	933	15.5	84.5
	충청권	206	12.6	87.4
	호남권	193	23.3	76.7
	대경권	175	21.7	78.3
	동남권	280	15.7	84.3
	강원권	57	22.8	77.2
가구원수	1인 가구	296	17.9	82.1
	2인 가구	419	20.5	79.5
	3인 가구	482	15.4	84.6
	4인 이상 가구	647	15.1	84.9
성별	남성	960	19.4	80.6
	여성	884	14.1	85.9
연령	20대	234	9.8	90.2
	30대	341	8.8	91.2
	40대	478	14.6	85.4
	50대	302	16.2	83.8
	60대 이상	489	28.4	71.6
학력	고졸 이하	412	19.9	80.1
	대졸	1,229	15.9	84.1
	대학원졸	203	16.7	83.3
직업	관리/전문/사무직	1,010	15.7	84.3
	서비스/판매직	183	13.1	86.9
	기계/농림어업/단순노무	210	18.6	81.4
	주부	201	17.4	82.6
	학생	78	6.4	93.6
	기타	162	30.2	69.8
가구소득	200만 원 미만	139	21.6	78.4
	200~400만 원 미만	548	21.0	79.0
	400~600만 원 미만	535	13.5	86.5
	600만 원 이상	622	15.1	84.9

## 1.8. 온라인 구입 가공식품의 만족도

○ 온라인으로 구입한 가공식품에 대한 만족도는 ‘배송’(4.23점), ‘가격’(3.83점), ‘품질’(3.74점) 순이며, 전반적으로 높은 만족도 수준을 보임.

- 모든 응답자 특성에서 ‘배송’에 대한 만족도가 가장 높게 나타남.

〈그림 5-8〉 온라인 구입 가공식품의 만족도





〈표 5-8〉 온라인 구입 가공식품의 만족도

단위: 명, 5점 평균

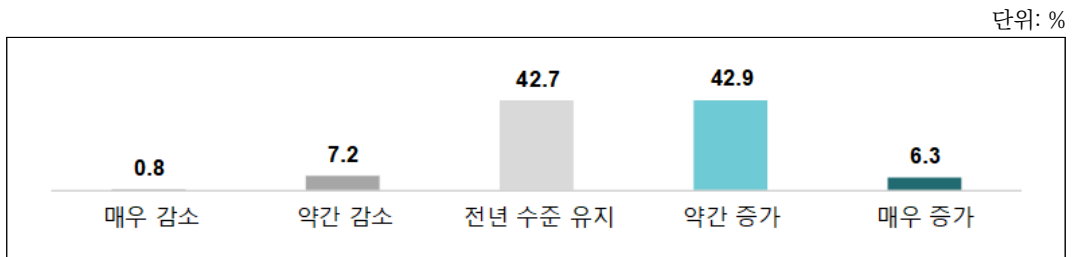
구분		사례수	가격	품질	배송	교환/반품/서비스
전체		1,844	3.83	3.74	4.23	3.72
권역	수도권	933	3.85	3.76	4.26	3.75
	충청권	206	3.83	3.73	4.17	3.63
	호남권	193	3.84	3.71	4.16	3.67
	대경권	175	3.71	3.66	4.14	3.63
	동남권	280	3.84	3.72	4.30	3.79
	강원권	57	3.82	3.79	4.21	3.65
가구원수	1인 가구	296	3.78	3.74	4.25	3.72
	2인 가구	419	3.90	3.75	4.26	3.75
	3인 가구	482	3.82	3.73	4.19	3.72
	4인 이상 가구	647	3.81	3.73	4.24	3.70
성별	남성	960	3.79	3.67	4.15	3.62
	여성	884	3.87	3.81	4.32	3.83
연령	20대	234	3.78	3.76	4.27	3.69
	30대	341	3.85	3.72	4.29	3.75
	40대	478	3.87	3.82	4.22	3.75
	50대	302	3.82	3.70	4.19	3.69
	60대 이상	489	3.81	3.68	4.21	3.71
학력	고졸 이하	412	3.73	3.69	4.14	3.72
	대졸	1,229	3.85	3.74	4.26	3.72
	대학원졸	203	3.90	3.78	4.27	3.75
직업	관리/전문/사무직	1,010	3.84	3.74	4.24	3.69
	서비스/판매직	183	3.83	3.76	4.21	3.78
	기계/농림어업/단순노무	210	3.74	3.62	4.12	3.67
	주부	201	3.94	3.84	4.37	3.97
	학생	78	3.68	3.69	4.18	3.47
	기타	162	3.81	3.76	4.19	3.76
가구소득	200만 원 미만	139	3.68	3.63	4.16	3.71
	200~400만 원 미만	548	3.79	3.70	4.20	3.66
	400~600만 원 미만	535	3.85	3.75	4.23	3.70
	600만 원 이상	622	3.88	3.78	4.28	3.79

### 1.9. 최근 1년 온라인 가공식품 구입 변화

○ 최근 1년간 온라인 가공식품 구입 변화는 ‘약간 증가했다’가 42.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘전년 수준 유지’가 42.7%, ‘매우 증가’가 6.3%로 나타나, 온라인을 통한 가공식품 구입은 꾸준히 증가하고 있음을 알 수 있음.

- 권역별로는 동남권(3.53점)에서 증가가 높게 나타남.
- 성별로는 여성의 온라인 가공식품 구입이 더욱 증가하고 있음.
- 가구소득별로 보았을 때, 가구소득이 높을수록 온라인 가공식품 구입이 증가하고 있는 것으로 나타남.

〈그림 5-9〉 최근 1년 온라인 가공식품 구입 경험



〈표 5-9〉 최근 1년간 온라인 가공식품 구입 변화

단위: 명, %, 5점 평균

구분		사례수	매우 감소했다	약간 감소했다	전년 수준 유지	약간 증가했다	매우 증가했다	5점 평균
전체		1,844	0.8	7.2	42.7	42.9	6.3	3.47
권역	수도권	933	0.5	7.1	44.9	41.2	6.3	3.46
	충청권	206	0.5	8.3	41.7	46.6	2.9	3.43
	호남권	193	1.0	5.7	45.1	40.9	7.3	3.48
	대경권	175	2.3	6.3	38.3	47.4	5.7	3.48
	동남권	280	0.7	7.9	36.4	47.5	7.5	3.53
	강원권	57	1.8	10.5	47.4	28.1	12.3	3.39
가구원수	1인 가구	296	1.4	8.4	43.6	39.2	7.4	3.43
	2인 가구	419	1.0	8.8	44.4	41.5	4.3	3.39
	3인 가구	482	0.8	7.5	40.5	44.8	6.4	3.49
	4인 이상 가구	647	0.5	5.4	43.0	44.0	7.1	3.52
성별	남성	960	0.6	5.3	48.5	41.3	4.3	3.43
	여성	884	1.0	9.3	36.4	44.7	8.6	3.51
연령	20대	234	0.9	5.6	37.6	46.2	9.8	3.59
	30대	341	1.5	8.5	40.2	41.9	7.9	3.46
	40대	478	0.8	7.3	43.3	41.2	7.3	3.47
	50대	302	0.7	6.0	42.1	45.0	6.3	3.50
	60대 이상	489	0.4	7.8	46.8	42.3	2.7	3.39
학력	고졸 이하	412	0.7	9.5	41.3	41.3	7.3	3.45
	대졸	1,229	0.7	6.8	43.5	42.6	6.3	3.47
	대학원졸	203	1.5	5.4	40.9	47.8	4.4	3.48
직업	관리/전문/사무직	1,010	0.5	5.6	43.1	44.2	6.6	3.51
	서비스/판매직	183	1.1	6.0	39.3	44.8	8.7	3.54
	기계/농림어업/단순노무	210	1.9	9.0	47.1	39.0	2.9	3.32
	주부	201	1.0	11.4	38.3	42.3	7.0	3.43
	학생	78	1.3	9.0	37.2	44.9	7.7	3.49
	기타	162	0.6	9.9	46.9	37.7	4.9	3.36
가구소득	200만 원 미만	139	1.4	12.2	45.3	33.8	7.2	3.33
	200~400만 원 미만	548	1.1	8.4	44.5	39.2	6.8	3.42
	400~600만 원 미만	535	0.9	6.2	43.9	43.9	5.0	3.46
	600만 원 이상	622	0.3	5.9	39.5	47.3	6.9	3.55

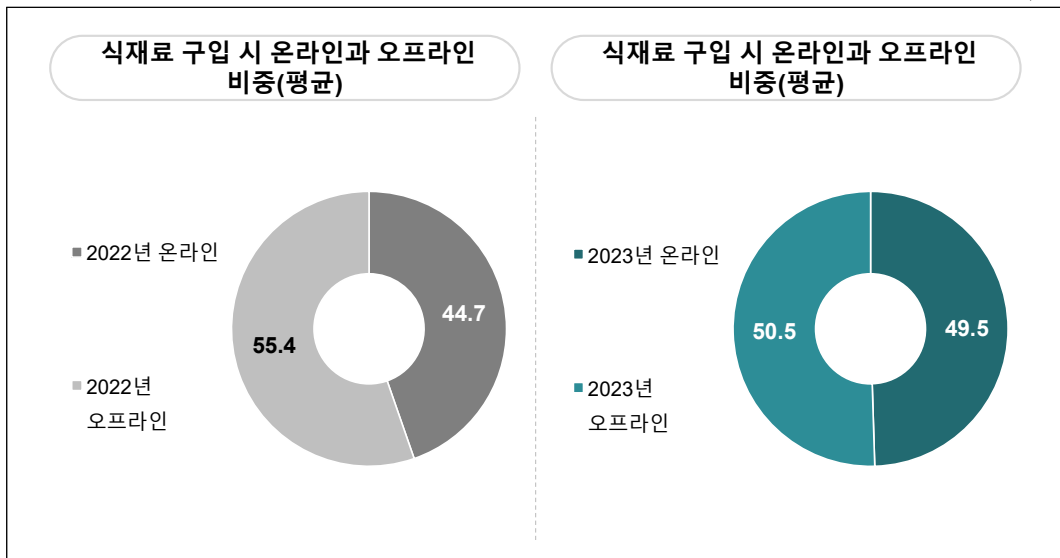
### 1.10. 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중

○ 식재료 구입 시 온라인과 오프라인의 비중은 2022년 기준 ‘오프라인’이 55.4%, ‘온라인’이 44.7%로 오프라인의 비중이 더 높게 나타났으나, 2023년 기준 ‘온라인’은 49.5%, ‘오프라인’은 50.5%로 ‘온라인 구매’의 비중이 점차 증가하는 것을 볼 수 있음.

- 수도권의 경우, 2023년 기준 ‘온라인’의 비중이 더 높게 나타남.
- 2023년 기준 남성은 ‘오프라인’, 여성은 ‘온라인’ 비중이 더 높게 나타남.
- 1인 가구의 ‘온라인 구매’ 비중이 상대적으로 높음.

〈그림 5-10〉 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중

단위: %



〈표 5-10〉 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중

단위: 명, %

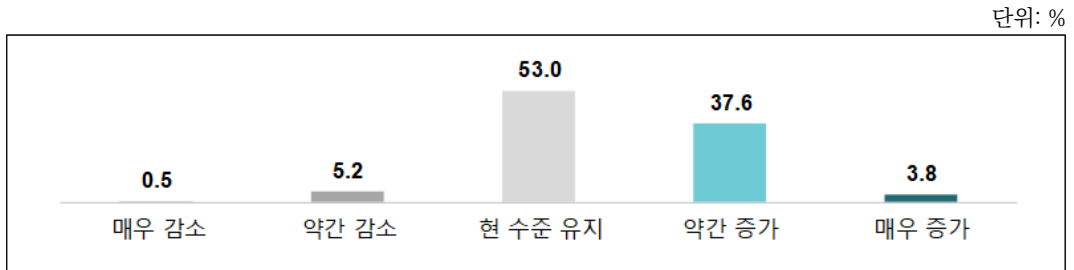
구분		사례수	2022년		2023년	
			온라인	오프라인	온라인	오프라인
전체		1,610	44.7	55.4	49.5	50.5
권역	수도권	816	46.9	53.1	51.7	48.3
	충청권	184	41.7	58.3	45.8	54.2
	호남권	161	42.6	57.5	47.9	52.1
	대경권	152	42.0	58.0	46.4	53.6
	동남권	247	43.4	56.6	49.1	50.9
	강원권	50	40.1	59.9	44.8	55.2
가구원수	1인 가구	269	52.1	47.9	56.9	43.1
	2인 가구	361	42.5	57.5	46.9	53.1
	3인 가구	416	44.6	55.4	50.4	49.6
	4인 이상 가구	564	42.4	57.6	47.0	53.0
성별	남성	823	42.3	57.7	46.7	53.3
	여성	787	47.1	52.9	52.5	47.5
연령	20대	205	45.0	55.0	52.6	47.4
	30대	309	47.6	52.4	53.6	46.4
	40대	432	48.5	51.5	53.5	46.5
	50대	260	42.3	57.7	46.5	53.5
	60대 이상	404	39.6	60.4	42.5	57.5
학력	고졸 이하	356	44.1	55.9	48.5	51.5
	대졸	1,074	45.2	54.8	50.2	49.8
	대학원졸	180	42.7	57.3	47.5	52.5
직업	관리/전문/사무직	901	45.5	54.5	51.2	48.8
	서비스/판매직	158	45.1	54.9	51.1	48.9
	기계/농림어업/단순노무	179	42.7	57.3	45.3	54.7
	주부	172	44.7	55.3	48.1	51.9
	학생	64	45.6	54.5	52.1	47.9
	기타	136	40.2	59.8	42.7	57.3
가구소득	200만 원 미만	114	45.8	54.2	48.9	51.1
	200~400만 원 미만	481	47.7	52.3	51.0	49.0
	400~600만 원 미만	465	42.9	57.1	47.8	52.2
	600만 원 이상	550	43.3	56.7	49.8	50.2

### 1.11. 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 구입 의향

○ 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 구입 의향은 ‘현 수준 유지’가 53.0%로 가장 높으며, ‘약간 증가’할 것이라는 예상이 37.6%로 나타나 온라인을 이용한 가공식품 구입은 지속 증가가 예상됨.

- 20대에서 향후 온라인을 이용한 가공식품 구입이 증가할 것이라는 응답이 높게 나타남.
- 향후 온라인을 이용한 가공식품 구입은 가구소득별로는 소득이 높을수록 더욱 증가할 것으로 예상됨.

〈그림 5-11〉 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 구입 의향



〈표 5-11〉 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 구입 의향

단위: 명, %, 5점 평균

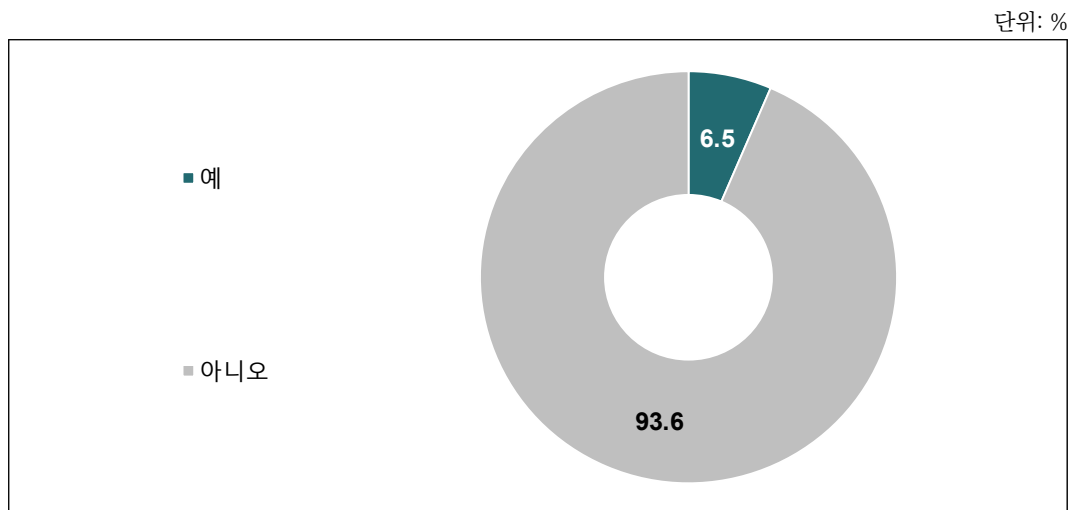
구분		사례수	매우 감소	약간 감소	현 수준 유지	약간 증가	매우 증가	5점 평균
전체		2,000	0.5	5.2	53.0	37.6	3.8	3.39
권역	수도권	1,004	0.3	4.2	55.8	36.3	3.5	3.38
	충청권	224	0.9	5.8	50.0	39.7	3.6	3.39
	호남권	218	0.5	5.0	50.9	39.4	4.1	3.42
	대경권	193	1.0	10.9	48.7	35.2	4.1	3.31
	동남권	298	0.3	4.0	49.3	43.3	3.0	3.45
	강원권	63	1.6	6.3	57.1	25.4	9.5	3.35
가구원수	1인 가구	327	1.2	4.3	56.6	34.3	3.7	3.35
	2인 가구	455	0.2	6.4	54.3	35.8	3.3	3.36
	3인 가구	526	0.4	6.3	50.6	39.4	3.4	3.39
	4인 이상 가구	692	0.4	3.9	52.3	39.0	4.3	3.43
성별	남성	1,058	0.3	4.5	55.4	37.5	2.3	3.37
	여성	942	0.7	5.8	50.3	37.7	5.4	3.41
연령	20대	249	0.8	3.2	51.8	36.9	7.2	3.47
	30대	364	0.8	4.7	54.7	36.3	3.6	3.37
	40대	513	0.6	4.9	52.4	39.0	3.1	3.39
	50대	328	0.3	5.8	51.8	38.4	3.7	3.39
	60대 이상	546	0.2	6.2	53.7	37.0	2.9	3.36
학력	고졸 이하	455	0.2	7.3	52.5	34.1	5.9	3.38
	대졸	1,323	0.5	4.8	52.6	38.9	3.2	3.39
	대학원졸	222	0.9	2.7	56.3	37.4	2.7	3.38
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.4	3.3	52.5	40.7	3.1	3.43
	서비스/판매직	193	0.0	5.7	49.7	37.8	6.7	3.46
	기계/농림어업/단순노무	233	1.3	7.3	54.5	35.2	1.7	3.29
	주부	208	0.5	7.7	49.5	36.5	5.8	3.39
	학생	83	1.2	4.8	54.2	32.5	7.2	3.40
	기타	194	0.5	9.8	60.3	26.3	3.1	3.22
가구소득	200만 원 미만	160	1.3	8.8	62.5	23.8	3.8	3.20
	200~400만 원 미만	597	0.5	6.5	52.9	35.8	4.2	3.37
	400~600만 원 미만	579	0.5	4.1	52.7	39.9	2.8	3.40
	600만 원 이상	664	0.3	3.9	51.1	40.5	4.2	3.44

## 1.12. 가공식품 정기 배송 여부

○ 가공식품 정기 배송하는 비율은 6.5%로 나타남.

- 가구원 수가 많을수록 정기 배송 비율이 높게 나타남.
- 가구소득별로 보았을 때, 소득이 높을수록 가공식품 정기 구독 비율도 증가하는 경향을 보임.

〈그림 5-12〉 가공식품 정기 배송 여부





〈표 5-12〉 가공식품 정기 배송 여부

단위: 명, %

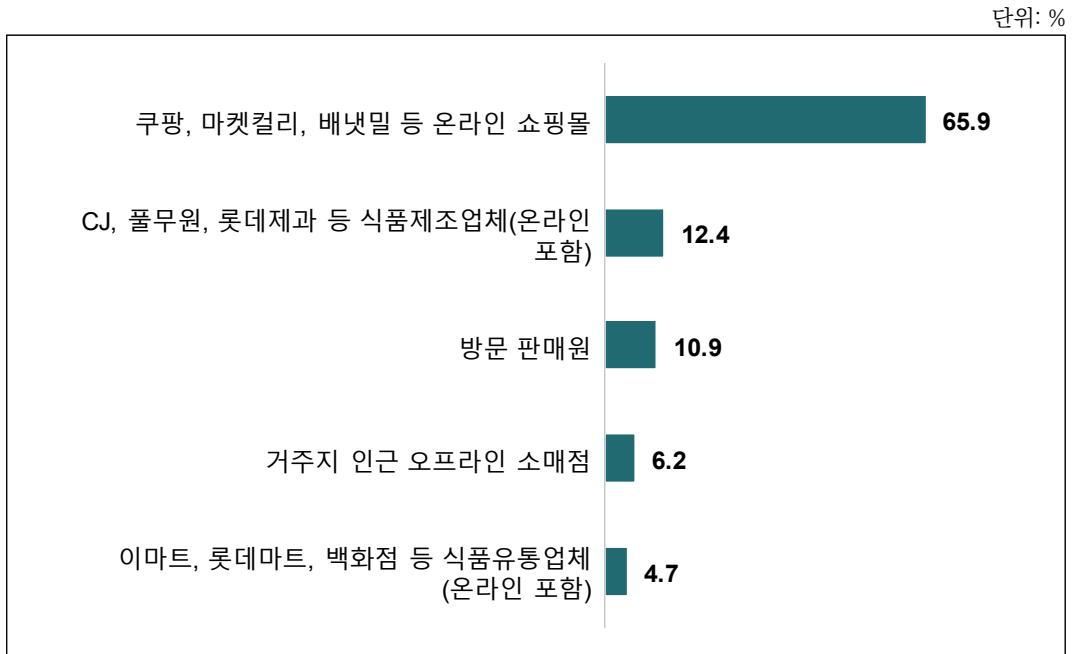
구분		사례수	예	아니오
전체		2,000	6.5	93.6
권역	수도권	1,004	6.1	93.9
	충청권	224	7.6	92.4
	호남권	218	6.4	93.6
	대경권	193	6.2	93.8
	동남권	298	7.4	92.6
	강원권	63	4.8	95.2
가구원수	1인 가구	327	4.6	95.4
	2인 가구	455	4.8	95.2
	3인 가구	526	6.8	93.2
	4인 이상 가구	692	8.1	91.9
성별	남성	1,058	6.4	93.6
	여성	942	6.5	93.5
연령	20대	249	6.8	93.2
	30대	364	7.7	92.3
	40대	513	6.6	93.4
	50대	328	6.4	93.6
	60대 이상	546	5.3	94.7
학력	고졸 이하	455	7.3	92.7
	대졸	1,323	6.3	93.7
	대학원졸	222	5.9	94.1
직업	관리/전문/사무직	1,089	7.1	92.9
	서비스/판매직	193	10.4	89.6
	기계/농림어업/단순노무	233	5.6	94.4
	주부	208	4.8	95.2
	학생	83	4.8	95.2
	기타	194	2.6	97.4
가구소득	200만 원 미만	160	5.6	94.4
	200~400만 원 미만	597	5.7	94.3
	400~600만 원 미만	579	6.4	93.6
	600만 원 이상	664	7.4	92.6

### 1.13. 정기 배송 신청/주문처

○ 정기 배송을 신청하거나 주문하는 곳으로는 ‘온라인 쇼핑몰’이 65.9%로 가장 높으며 식품 제조업체(12.4%), 방문 판매원(10.9%) 순으로 나타남.

- 권역별로 충청권과 호남권에서 ‘방문 판매원’이 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 5-13〉 정기 배송 신청/주문처(복수응답)



〈표 5-13〉 정기 배송 신청/주문처(복수응답)

단위: 명, %

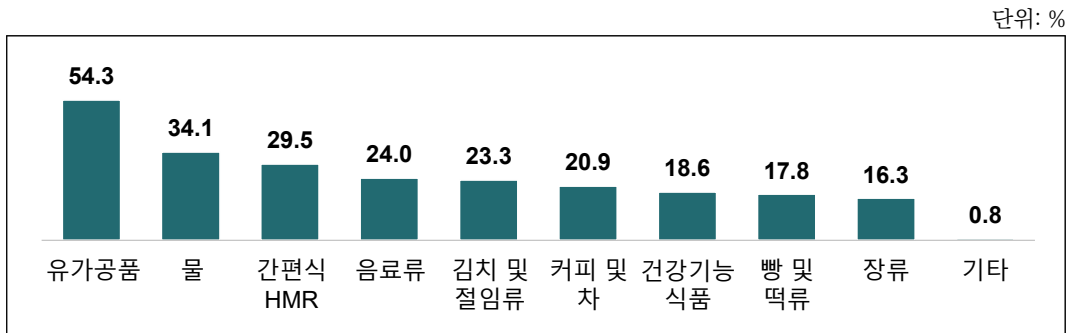
구분		사례수	쿠팡, 마켓컬리, 배넷밀 등 온라인 쇼핑몰	CJ, 풀무원, 롯데제과 등 식품제조업체 (온라인 포함)	거주지 인근 오프라인 소매점	이마트, 롯데마트, 백화점 등 식품유통업체 (온라인 포함)	방문 판매원
전체		129	65.9	12.4	6.2	4.7	10.9
권역	수도권	61	75.4	13.1	4.9	1.6	4.9
	충청권	17	58.8	0.0	5.9	11.8	23.5
	호남권	14	42.9	14.3	7.1	7.1	28.6
	대경권	12	50.0	16.7	8.3	16.7	8.3
	동남권	22	72.7	13.6	9.1	0.0	4.5
	강원권	3	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3
가구원수	1인 가구	15	80.0	13.3	0.0	6.7	0.0
	2인 가구	22	54.5	9.1	4.5	13.6	18.2
	3인 가구	36	50.0	13.9	16.7	0.0	19.4
	4인 이상 가구	56	76.8	12.5	1.8	3.6	5.4
성별	남성	68	63.2	13.2	8.8	5.9	8.8
	여성	61	68.9	11.5	3.3	3.3	13.1
연령	20대	17	76.5	11.8	5.9	5.9	0.0
	30대	28	57.1	10.7	7.1	3.6	21.4
	40대	34	73.5	14.7	8.8	0.0	2.9
	50대	21	66.7	14.3	0.0	9.5	9.5
	60대 이상	29	58.6	10.3	6.9	6.9	17.2
학력	고졸 이하	33	75.8	6.1	6.1	6.1	6.1
	대졸	83	65.1	12.0	7.2	3.6	12.0
	대학원졸	13	46.2	30.8	0.0	7.7	15.4
직업	관리/전문/사무직	77	58.4	16.9	6.5	3.9	14.3
	서비스/판매직	20	85.0	5.0	0.0	5.0	5.0
	기계/농림어업/단순노무	13	69.2	0.0	15.4	15.4	0.0
	주부	10	70.0	10.0	0.0	0.0	20.0
	학생	4	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	기타	5	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0
가구소득	200만 원 미만	9	66.7	0.0	11.1	11.1	11.1
	200~400만 원 미만	34	64.7	14.7	5.9	8.8	5.9
	400~600만 원 미만	37	70.3	5.4	10.8	2.7	10.8
	600만 원 이상	49	63.3	18.4	2.0	2.0	14.3

### 1.14. 정기적으로 배송 받는 가공식품

○ 정기적으로 배송 받는 가공식품으로는 ‘유가공품’이 54.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘물’(34.1%), ‘간편식’(29.5%), ‘음료류’(24.0%) 순으로 나타남.

- 권역별로 호남권에서 ‘유가공품’의 비율이 80% 이상으로 높게 나타남.
- 연령별로 보았을 때, 60대 이상에서 ‘김치 및 절임류’의 정기배송 비율이 41.4%로 상대적으로 높음.

〈그림 5-14〉 정기적으로 배송 받는 가공식품(복수응답)



〈표 5-14〉 정기적으로 배송 받는 가공식품(복수응답)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	김치 및 절임류	장류	빵 및 떡류	유가공품	음료류
전체		129	23.3	16.3	17.8	54.3	24.0
권역	수도권	61	26.2	19.7	19.7	57.4	24.6
	충청권	17	17.6	11.8	17.6	52.9	29.4
	호남권	14	28.6	14.3	28.6	85.7	21.4
	대경권	12	8.3	8.3	25.0	16.7	25.0
	동남권	22	27.3	18.2	4.5	40.9	22.7
	강원권	3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
가구원수	1인 가구	15	33.3	20.0	13.3	60.0	20.0
	2인 가구	22	18.2	22.7	22.7	50.0	18.2
	3인 가구	36	19.4	8.3	13.9	66.7	19.4
	4인 이상 가구	56	25.0	17.9	19.6	46.4	30.4
성별	남성	68	22.1	16.2	17.6	51.5	20.6
	여성	61	24.6	16.4	18.0	57.4	27.9
연령	20대	17	35.3	17.6	17.6	47.1	23.5
	30대	28	10.7	7.1	14.3	60.7	25.0
	40대	34	17.6	11.8	14.7	55.9	23.5
	50대	21	14.3	23.8	23.8	38.1	28.6
	60대 이상	29	41.4	24.1	20.7	62.1	20.7
학력	고졸 이하	33	36.4	18.2	9.1	36.4	21.2
	대졸	83	16.9	15.7	21.7	60.2	27.7
	대학원졸	13	30.8	15.4	15.4	61.5	7.7
직업	관리/전문/사무직	77	16.9	14.3	20.8	59.7	22.1
	서비스/판매직	20	40.0	25.0	5.0	45.0	30.0
	기계/농림어업/단순노무	13	46.2	7.7	15.4	38.5	30.8
	주부	10	0.0	10.0	0.0	70.0	10.0
	학생	4	25.0	25.0	50.0	25.0	25.0
	기타	5	40.0	40.0	40.0	40.0	40.0
가구소득	200만 원 미만	9	55.6	33.3	33.3	77.8	22.2
	200~400만 원 미만	34	17.6	23.5	14.7	38.2	32.4
	400~600만 원 미만	37	24.3	8.1	16.2	59.5	21.6
	600만 원 이상	49	20.4	14.3	18.4	57.1	20.4

〈표 5-14〉 정기적으로 배송 받는 가공식품(복수응답)[2/2]

단위: 명, %

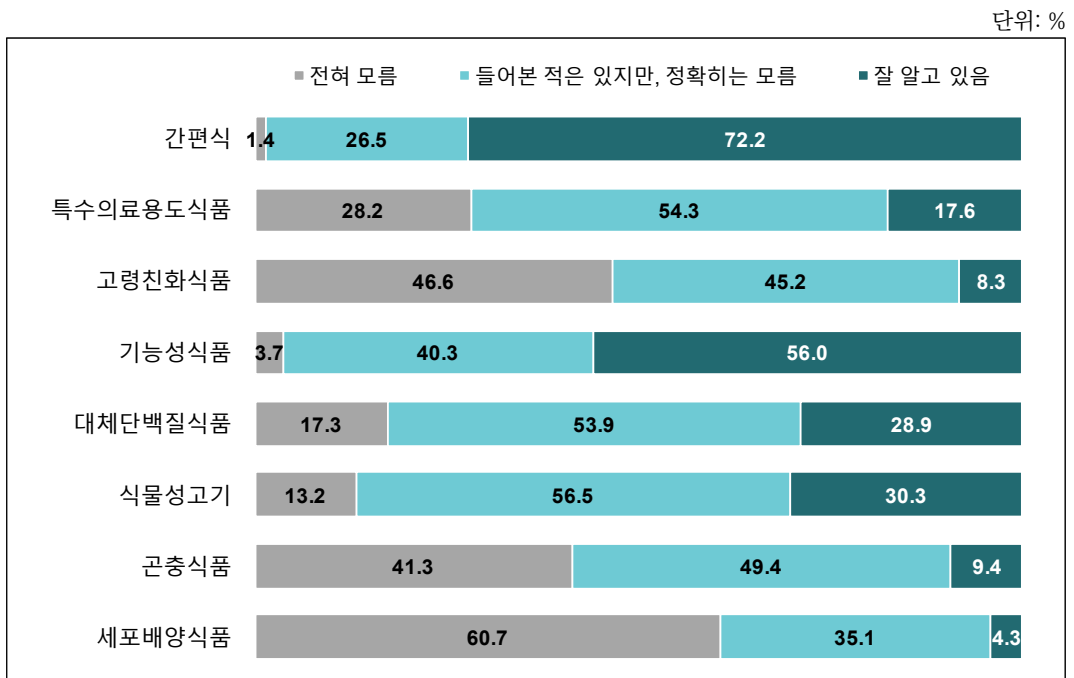
구분		사례수	물 (생수/탄산수)	커피 및 차	간편식 HMR	건강기능 식품	기타
전체		129	34.1	20.9	29.5	18.6	0.8
지역	수도권	61	36.1	19.7	26.2	18.0	1.6
	충청권	17	35.3	23.5	23.5	0.0	0.0
	호남권	14	28.6	35.7	28.6	7.1	0.0
	대경권	12	33.3	16.7	33.3	33.3	0.0
	동남권	22	36.4	18.2	36.4	36.4	0.0
	강원권	3	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0
가구원수	1인 가구	15	40.0	13.3	33.3	26.7	0.0
	2인 가구	22	36.4	27.3	27.3	18.2	4.5
	3인 가구	36	27.8	16.7	16.7	8.3	0.0
	4인 이상 가구	56	35.7	23.2	37.5	23.2	0.0
성별	남성	68	36.8	17.6	33.8	16.2	1.5
	여성	61	31.1	24.6	24.6	21.3	0.0
연령	20대	17	23.5	11.8	23.5	17.6	5.9
	30대	28	39.3	17.9	21.4	14.3	0.0
	40대	34	32.4	20.6	38.2	11.8	0.0
	50대	21	38.1	23.8	23.8	28.6	0.0
	60대 이상	29	34.5	27.6	34.5	24.1	0.0
학력	고졸 이하	33	36.4	27.3	15.2	15.2	3.0
	대졸	83	34.9	19.3	32.5	19.3	0.0
	대학원졸	13	23.1	15.4	46.2	23.1	0.0
직업	관리/전문/사무직	77	33.8	15.6	33.8	15.6	0.0
	서비스/판매직	20	45.0	35.0	30.0	20.0	5.0
	기계/농림어업/단순노무	13	38.5	30.8	23.1	15.4	0.0
	주부	10	20.0	40.0	10.0	20.0	0.0
	학생	4	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0
	기타	5	20.0	0.0	20.0	80.0	0.0
가구소득	200만 원 미만	9	33.3	22.2	22.2	22.2	0.0
	200~400만 원 미만	34	35.3	17.6	29.4	23.5	2.9
	400~600만 원 미만	37	32.4	24.3	27.0	16.2	0.0
	600만 원 이상	49	34.7	20.4	32.7	16.3	0.0

## 2. 신성장 식품 구입 행태

### 2.1. 신성장 식품 인지도

○ 신성장 식품에 대한 인지도는 간편식과 기능성식품이 각각 ‘잘 알고 있음’에 대한 응답 비중이 72.2%와 56.0%로 높게 나타남.

〈그림 5-15〉 신성장 식품 인지도



○ 신성장 식품 중 간편식의 인지도는 ‘잘 알고 있음’이 72.2%, ‘들어본 적은 있지만 정확히는 모름’이 26.5%로 높은 인지도를 보임.

〈표 5-15〉 신성장 식품 인지도 - 간편식

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	1.4	26.5	72.2
권역	수도권	1,004	0.7	23.9	75.4
	충청권	224	3.6	29.9	66.5
	호남권	218	0.9	27.1	72.0
	대경권	193	3.1	31.6	65.3
	동남권	298	1.0	27.9	71.1
	강원권	63	1.6	31.7	66.7
가구원수	1인 가구	327	1.5	26.3	72.2
	2인 가구	455	1.8	28.4	69.9
	3인 가구	526	0.2	26.6	73.2
	4인 이상 가구	692	1.9	25.3	72.8
성별	남성	1,058	2.1	33.2	64.7
	여성	942	0.5	19.0	80.5
연령	20대	249	1.2	13.3	85.5
	30대	364	0.3	18.1	81.6
	40대	513	0.6	20.9	78.6
	50대	328	1.5	30.2	68.3
	60대 이상	546	2.7	41.2	56.0
학력	고졸 이하	455	2.6	30.8	66.6
	대졸	1,323	1.0	24.7	74.3
	대학원졸	222	0.9	28.4	70.7
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.8	22.8	76.4
	서비스/판매직	193	1.0	30.1	68.9
	기계/농림어업/단순노무	233	3.9	40.8	55.4
	주부	208	0.5	21.6	77.9
	학생	83	1.2	12.0	86.7
	기타	194	2.6	38.1	59.3
가구소득	200만 원 미만	160	1.9	38.1	60.0
	200~400만 원 미만	597	1.3	27.6	71.0
	400~600만 원 미만	579	1.0	27.1	71.8
	600만 원 이상	664	1.5	22.1	76.4



○ 특수의료용도식품 인지도는 ‘들어본 적은 있지만 정확히는 모름’이 54.3%로 가장 높으나, ‘전혀 모름’의 비중도 28.2%로 높은 편임.

〈표 5-16〉 신성장 식품 인지도 - 특수의료용도식품

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	28.2	54.3	17.6
권역	수도권	1,004	28.0	54.6	17.4
	충청권	224	28.6	55.8	15.6
	호남권	218	24.8	51.8	23.4
	대경권	193	33.2	53.4	13.5
	동남권	298	28.5	53.4	18.1
	강원권	63	25.4	58.7	15.9
가구원수	1인 가구	327	33.3	50.2	16.5
	2인 가구	455	27.0	54.7	18.2
	3인 가구	526	25.3	55.3	19.4
	4인 이상 가구	692	28.8	55.1	16.2
성별	남성	1,058	32.5	54.5	12.9
	여성	942	23.4	53.9	22.7
연령	20대	249	40.6	43.8	15.7
	30대	364	35.2	47.8	17.0
	40대	513	27.3	53.8	18.9
	50대	328	21.6	62.2	16.2
	60대 이상	546	22.7	59.0	18.3
학력	고졸 이하	455	30.1	53.4	16.5
	대졸	1,323	28.7	54.1	17.2
	대학원졸	222	21.2	56.8	22.1
직업	관리/전문/사무직	1,089	29.1	53.7	17.2
	서비스/판매직	193	26.4	59.1	14.5
	기계/농림어업/단순노무	233	29.6	56.2	14.2
	주부	208	15.9	55.3	28.8
	학생	83	43.4	44.6	12.0
	기타	194	29.9	53.1	17.0
가구소득	200만 원 미만	160	30.6	52.5	16.9
	200~400만 원 미만	597	32.0	52.8	15.2
	400~600만 원 미만	579	27.5	56.6	15.9
	600만 원 이상	664	24.8	53.9	21.2

○ 고령친화식품 인지도는 '전혀 모름'이 46.6%로 낮게 나타남.

〈표 5-17〉 신성장 식품 인지도 - 고령친화식품

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	46.6	45.2	8.3
권역	수도권	1,004	46.7	45.9	7.4
	충청권	224	50.4	42.9	6.7
	호남권	218	44.0	41.7	14.2
	대경권	193	45.1	49.7	5.2
	동남권	298	46.0	44.6	9.4
	강원권	63	47.6	41.3	11.1
가구원수	1인 가구	327	56.6	35.8	7.6
	2인 가구	455	43.5	47.7	8.8
	3인 가구	526	47.7	44.5	7.8
	4인 이상 가구	692	43.1	48.4	8.5
성별	남성	1,058	46.7	45.6	7.8
	여성	942	46.5	44.7	8.8
연령	20대	249	60.6	34.5	4.8
	30대	364	59.9	33.2	6.9
	40대	513	50.5	43.1	6.4
	50대	328	38.1	54.0	7.9
	60대 이상	546	32.8	54.6	12.6
학력	고졸 이하	455	45.5	47.5	7.0
	대졸	1,323	49.2	42.6	8.2
	대학원졸	222	33.3	55.4	11.3
직업	관리/전문/사무직	1,089	48.2	43.5	8.3
	서비스/판매직	193	40.4	52.3	7.3
	기계/농림어업/단순노무	233	48.1	46.4	5.6
	주부	208	35.6	53.8	10.6
	학생	83	61.4	33.7	4.8
	기타	194	47.4	41.2	11.3
가구소득	200만 원 미만	160	48.8	42.5	8.8
	200~400만 원 미만	597	49.6	44.1	6.4
	400~600만 원 미만	579	48.5	43.4	8.1
	600만 원 이상	664	41.7	48.3	9.9

○ 기능성식품의 인지도는 ‘잘 알고 있음’이 56.0%, ‘들어본 적은 있지만 정확히는 모름’이 40.3%로 간편식 다음으로 높은 인지도를 보임.

〈표 5-18〉 신성장 식품 인지도 - 기능성식품

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	3.7	40.3	56.0
권역	수도권	1,004	4.1	40.3	55.6
	충청권	224	3.1	46.4	50.4
	호남권	218	3.7	32.1	64.2
	대경권	193	2.6	48.2	49.2
	동남권	298	4.0	35.2	60.7
	강원권	63	1.6	46.0	52.4
가구원수	1인 가구	327	2.4	43.4	54.1
	2인 가구	455	4.4	40.2	55.4
	3인 가구	526	4.6	37.3	58.2
	4인 이상 가구	692	3.2	41.2	55.6
성별	남성	1,058	3.9	43.3	52.8
	여성	942	3.5	36.9	59.6
연령	20대	249	4.0	33.3	62.7
	30대	364	3.6	39.3	57.1
	40대	513	4.7	40.9	54.4
	50대	328	3.0	43.9	53.0
	60대 이상	546	3.1	41.4	55.5
학력	고졸 이하	455	2.9	44.6	52.5
	대졸	1,323	4.4	39.5	56.2
	대학원졸	222	1.4	36.5	62.2
직업	관리/전문/사무직	1,089	2.9	40.2	56.8
	서비스/판매직	193	4.1	31.6	64.2
	기계/농림어업/단순노무	233	2.6	47.2	50.2
	주부	208	3.4	36.5	60.1
	학생	83	6.0	36.1	57.8
	기타	194	8.2	46.9	44.8
가구소득	200만 원 미만	160	6.9	43.1	50.0
	200~400만 원 미만	597	3.4	41.5	55.1
	400~600만 원 미만	579	4.7	40.4	54.9
	600만 원 이상	664	2.4	38.4	59.2

○ 대체단백질식품 인지도는 ‘들어본 적은 있지만 정확히는 모름’이 53.9%로 가장 높고, ‘잘 알고 있음’의 비중이 28.9%로 다음으로 높았음.

〈표 5-19〉 신성장 식품 인지도 - 대체단백질식품

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	17.3	53.9	28.9
권역	수도권	1,004	17.7	53.6	28.7
	충청권	224	21.0	55.8	23.2
	호남권	218	15.6	49.1	35.3
	대경권	193	15.5	56.5	28.0
	동남권	298	15.8	52.7	31.5
	강원권	63	15.9	65.1	19.0
가구원수	1인 가구	327	16.2	53.8	30.0
	2인 가구	455	16.3	55.8	27.9
	3인 가구	526	20.5	50.8	28.7
	4인 이상 가구	692	16.0	54.9	29.0
성별	남성	1,058	19.8	57.0	23.3
	여성	942	14.5	50.3	35.1
연령	20대	249	17.3	45.0	37.8
	30대	364	21.4	50.0	28.6
	40대	513	19.1	54.6	26.3
	50대	328	16.2	55.2	28.7
	60대 이상	546	13.6	59.0	27.5
학력	고졸 이하	455	17.4	51.9	30.8
	대졸	1,323	17.8	54.8	27.4
	대학원졸	222	14.0	52.3	33.8
직업	관리/전문/사무직	1,089	17.2	55.8	27.0
	서비스/판매직	193	19.7	48.2	32.1
	기계/농림어업/단순노무	233	19.3	53.6	27.0
	주부	208	9.1	51.0	39.9
	학생	83	16.9	44.6	38.6
	기타	194	22.2	55.7	22.2
가구소득	200만 원 미만	160	16.3	58.8	25.0
	200~400만 원 미만	597	17.4	54.1	28.5
	400~600만 원 미만	579	20.6	50.9	28.5
	600만 원 이상	664	14.6	55.0	30.4

○ 식물성고기 인지도는 ‘들어본 적은 있지만 정확히는 모름’이 56.5%로 가장 높고, ‘잘 알고 있음’의 비중은 30.3%였음.

〈표 5-20〉 신성장 식품 인지도 - 식물성고기

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	13.2	56.5	30.3
권역	수도권	1,004	12.6	56.5	30.9
	충청권	224	14.7	55.4	29.9
	호남권	218	11.9	52.3	35.8
	대경권	193	16.1	58.0	25.9
	동남권	298	13.1	58.4	28.5
	강원권	63	12.7	61.9	25.4
가구원수	1인 가구	327	13.8	52.9	33.3
	2인 가구	455	12.3	58.0	29.7
	3인 가구	526	13.5	56.7	29.8
	4인 이상 가구	692	13.3	57.1	29.6
성별	남성	1,058	14.9	61.0	24.1
	여성	942	11.3	51.5	37.3
연령	20대	249	12.0	48.6	39.4
	30대	364	13.2	54.1	32.7
	40대	513	14.6	56.7	28.7
	50대	328	12.2	60.4	27.4
	60대 이상	546	13.0	59.2	27.8
학력	고졸 이하	455	15.4	55.4	29.2
	대졸	1,323	13.5	56.5	30.1
	대학원졸	222	7.2	59.0	33.8
직업	관리/전문/사무직	1,089	13.1	57.8	29.1
	서비스/판매직	193	15.0	52.8	32.1
	기계/농림어업/단순노무	233	15.9	59.2	24.9
	주부	208	9.6	50.0	40.4
	학생	83	9.6	45.8	44.6
	기타	194	13.9	61.3	24.7
가구소득	200만 원 미만	160	11.3	58.8	30.0
	200~400만 원 미만	597	13.7	56.6	29.6
	400~600만 원 미만	579	13.5	58.7	27.8
	600만 원 이상	664	13.0	53.9	33.1

○ 곤충식품은 ‘들어본 적은 있지만 정확히는 모름’이 49.4%로 가장 높으나, ‘전혀 모름’의 비중도 41.3%로 높게 나타남.

〈표 5-21〉 신성장 식품 인지도 - 곤충식품

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	41.3	49.4	9.4
권역	수도권	1,004	42.4	49.6	8.0
	충청권	224	39.3	52.2	8.5
	호남권	218	33.5	48.6	17.9
	대경권	193	43.0	48.2	8.8
	동남권	298	42.3	48.7	9.1
	강원권	63	47.6	44.4	7.9
가구원수	1인 가구	327	41.0	47.7	11.3
	2인 가구	455	39.3	51.4	9.2
	3인 가구	526	43.0	49.4	7.6
	4인 이상 가구	692	41.5	48.7	9.8
성별	남성	1,058	40.6	50.9	8.5
	여성	942	42.0	47.7	10.3
연령	20대	249	34.1	51.0	14.9
	30대	364	42.6	48.1	9.3
	40대	513	46.2	47.8	6.0
	50대	328	41.5	48.8	9.8
	60대 이상	546	39.0	51.3	9.7
학력	고졸 이하	455	43.1	47.3	9.7
	대졸	1,323	42.0	49.2	8.8
	대학원졸	222	33.3	54.5	12.2
직업	관리/전문/사무직	1,089	42.3	49.3	8.4
	서비스/판매직	193	35.8	53.4	10.9
	기계/농림어업/단순노무	233	45.9	45.1	9.0
	주부	208	41.8	48.6	9.6
	학생	83	26.5	51.8	21.7
	기타	194	41.2	50.5	8.2
가구소득	200만 원 미만	160	35.0	53.1	11.9
	200~400만 원 미만	597	42.5	47.9	9.5
	400~600만 원 미만	579	43.7	47.3	9.0
	600만 원 이상	664	39.6	51.5	8.9

○ 세포배양식품 인지도는 '전혀 모름'이 60.7%로 가장 낮은 인지도를 보였음.

〈표 5-22〉 신성장 식품 인지도 - 세포배양식품

단위: 명, %

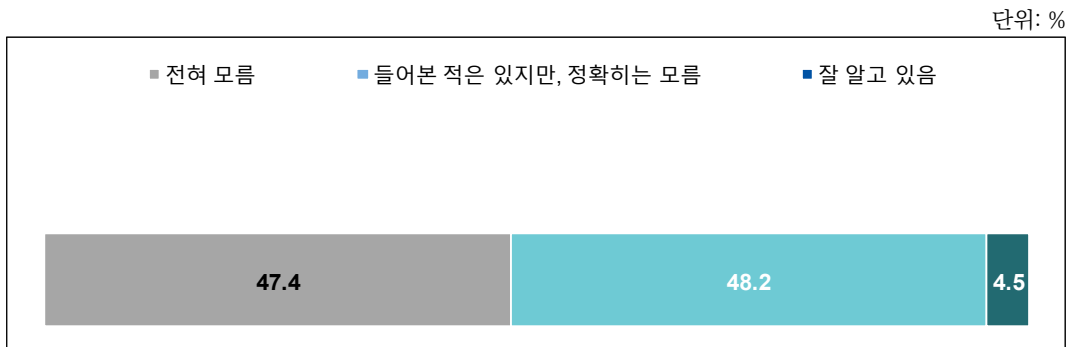
구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	60.7	35.1	4.3
권역	수도권	1,004	64.0	32.6	3.4
	충청권	224	56.7	41.1	2.2
	호남권	218	54.6	36.2	9.2
	대경권	193	61.1	35.2	3.6
	동남권	298	57.4	37.6	5.0
	강원권	63	57.1	36.5	6.3
가구원수	1인 가구	327	60.2	34.6	5.2
	2인 가구	455	56.5	40.2	3.3
	3인 가구	526	64.8	31.2	4.0
	4인 이상 가구	692	60.5	34.8	4.6
성별	남성	1,058	58.3	36.4	5.3
	여성	942	63.4	33.5	3.1
연령	20대	249	51.8	39.8	8.4
	30대	364	67.6	28.0	4.4
	40대	513	68.6	29.0	2.3
	50대	328	58.2	38.1	3.7
	60대 이상	546	54.2	41.4	4.4
학력	고졸 이하	455	55.6	38.2	6.2
	대졸	1,323	64.2	32.7	3.2
	대학원졸	222	50.5	42.8	6.8
직업	관리/전문/사무직	1,089	63.1	33.2	3.7
	서비스/판매직	193	56.0	38.9	5.2
	기계/농림어업/단순노무	233	58.4	36.5	5.2
	주부	208	59.6	37.0	3.4
	학생	83	53.0	33.7	13.3
	기타	194	59.3	38.1	2.6
가구소득	200만 원 미만	160	53.1	40.0	6.9
	200~400만 원 미만	597	62.3	33.7	4.0
	400~600만 원 미만	579	61.7	34.0	4.3
	600만 원 이상	664	60.2	36.0	3.8

## 2.2. 푸드테크 인지도

○ 푸드테크 인지도에 대해 4.5%가 잘 알고 있으며, 48.2%는 들어본 적이 있다고 응답함.

- 권역별로는 강원권, 연령별로는 20대, 가구소득 600만 원 이상에서 인지도가 높게 나타남.

〈그림 5-16〉 푸드테크 인지도





〈표 5-23〉 푸드테크 인지도

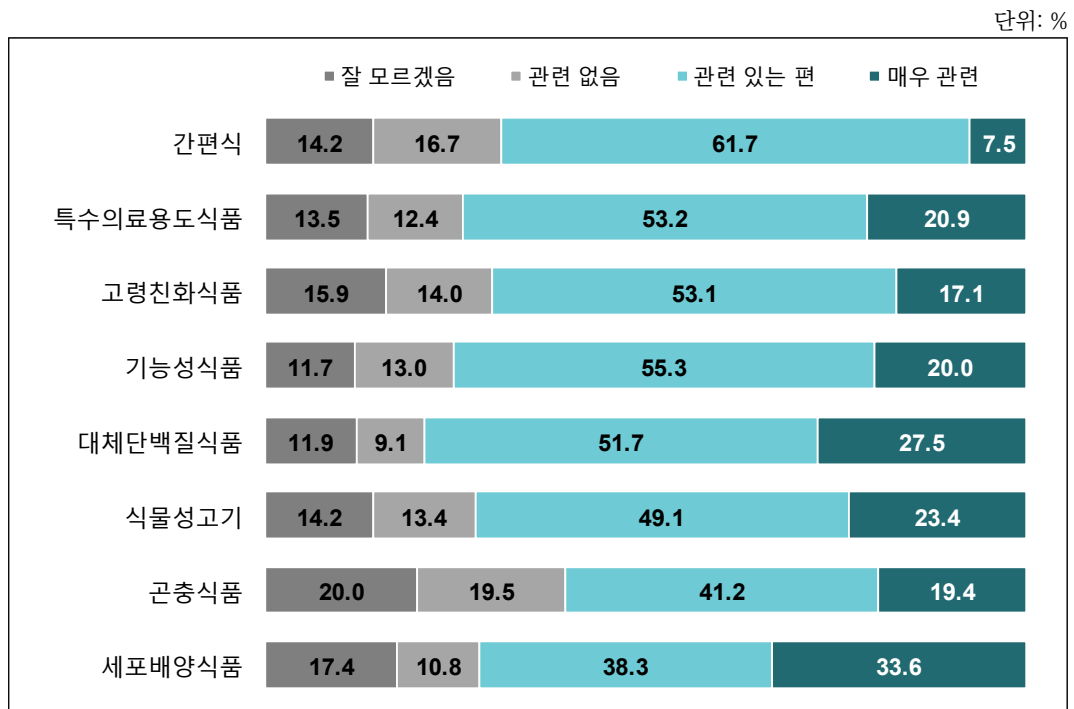
단위: 명, %

구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	47.4	48.2	4.5
권역	수도권	1,004	47.8	47.6	4.6
	충청권	224	47.8	48.2	4.0
	호남권	218	47.2	47.2	5.5
	대경권	193	49.2	47.2	3.6
	동남권	298	44.6	52.0	3.4
	강원권	63	47.6	44.4	7.9
가구원수	1인 가구	327	49.2	45.6	5.2
	2인 가구	455	47.5	48.6	4.0
	3인 가구	526	48.7	46.4	4.9
	4인 이상 가구	692	45.5	50.4	4.0
성별	남성	1,058	42.6	52.7	4.6
	여성	942	52.8	43.0	4.2
연령	20대	249	54.2	39.0	6.8
	30대	364	57.1	38.5	4.4
	40대	513	49.9	47.2	2.9
	50대	328	50.0	47.6	2.4
	60대 이상	546	33.9	60.1	6.0
학력	고졸 이하	455	49.7	45.1	5.3
	대졸	1,323	48.1	48.2	3.6
	대학원졸	222	38.3	54.1	7.7
직업	관리/전문/사무직	1,089	47.8	48.1	4.0
	서비스/판매직	193	44.6	49.2	6.2
	기계/농림어업/단순노무	233	42.5	54.1	3.4
	주부	208	47.6	47.6	4.8
	학생	83	48.2	42.2	9.6
	기타	194	53.1	43.3	3.6
가구소득	200만 원 미만	160	50.0	45.6	4.4
	200~400만 원 미만	597	52.4	43.4	4.2
	400~600만 원 미만	579	46.3	49.9	3.8
	600만 원 이상	664	43.2	51.5	5.3

### 2.3. 푸드테크 관련성

○ 푸드테크와의 관련성으로는 ‘대체단백질식품’이 79.2%(관련 있는 편 51.7% + 매우 관련 27.5%)로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘기능성식품’ 75.3%(관련 있는 편 55.3% + 매우 관련 20.0%)로 높게 나타남.

〈그림 5-17〉 푸드테크 관련성



〈표 5-24〉 푸드테크 관련성 - 간편식

단위: 명, %

구분		사례수	잘 모르겠음	관련없음	관련 있는 편	매우 관련
전체		2,000	14.2	16.7	61.7	7.5
권역	수도권	1,004	14.1	18.6	60.1	7.2
	충청권	224	13.8	18.8	60.7	6.7
	호남권	218	18.3	12.4	61.9	7.3
	대경권	193	13.5	15.0	63.7	7.8
	동남권	298	12.4	13.4	65.4	8.7
	강원권	63	12.7	12.7	66.7	7.9
가구원수	1인 가구	327	14.1	16.2	59.6	10.1
	2인 가구	455	14.9	15.4	62.0	7.7
	3인 가구	526	13.9	18.8	60.8	6.5
	4인 이상 가구	692	14.0	16.0	63.2	6.8
성별	남성	1,058	14.2	17.2	61.4	7.2
	여성	942	14.2	16.0	62.0	7.7
연령	20대	249	12.4	20.1	59.0	8.4
	30대	364	13.7	17.0	59.3	9.9
	40대	513	14.2	19.1	58.1	8.6
	50대	328	11.9	13.7	68.0	6.4
	60대 이상	546	16.7	14.3	64.1	4.9
학력	고졸 이하	455	21.8	14.5	57.1	6.6
	대졸	1,323	12.5	17.6	61.8	8.0
	대학원졸	222	8.6	15.3	70.3	5.9
직업	관리/전문/사무직	1,089	12.5	17.4	62.4	7.8
	서비스/판매직	193	14.0	20.2	58.0	7.8
	기계/농림어업/단순노무	233	18.5	13.7	61.4	6.4
	주부	208	13.9	12.0	68.3	5.8
	학생	83	10.8	24.1	51.8	13.3
	기타	194	20.6	14.4	59.3	5.7
가구소득	200만 원 미만	160	20.6	16.3	56.9	6.3
	200~400만 원 미만	597	15.6	16.8	59.6	8.0
	400~600만 원 미만	579	12.8	18.1	61.5	7.6
	600만 원 이상	664	12.7	15.4	64.9	7.1

〈표 5-25〉 푸드테크 관련성 - 특수의료용도식품

단위: 명, %

구분		사례수	잘 모르겠음	관련없음	관련 있는 편	매우 관련
전체		2,000	13.5	12.4	53.2	20.9
권역	수도권	1,004	12.6	11.3	55.5	20.6
	충청권	224	16.5	15.6	47.8	20.1
	호남권	218	14.7	16.5	49.5	19.3
	대경권	193	15.5	13.5	51.8	19.2
	동남권	298	12.8	11.1	52.3	23.8
	강원권	63	9.5	7.9	57.1	25.4
가구원수	1인 가구	327	13.8	10.7	56.3	19.3
	2인 가구	455	16.5	12.3	51.4	19.8
	3인 가구	526	11.6	12.5	56.5	19.4
	4인 이상 가구	692	12.9	13.2	50.4	23.6
성별	남성	1,058	14.2	14.2	51.1	20.5
	여성	942	12.7	10.4	55.5	21.3
연령	20대	249	14.1	14.1	48.6	23.3
	30대	364	12.6	11.0	57.7	18.7
	40대	513	14.0	11.9	51.1	23.0
	50대	328	12.8	12.5	51.8	22.9
	60대 이상	546	13.7	13.0	55.1	18.1
학력	고졸 이하	455	18.5	17.1	47.3	17.1
	대졸	1,323	12.8	11.0	54.5	21.6
	대학원졸	222	7.2	10.8	57.7	24.3
직업	관리/전문/사무직	1,089	12.5	11.9	53.2	22.4
	서비스/판매직	193	14.5	17.1	49.2	19.2
	기계/농림어업/단순노무	233	17.2	12.4	54.9	15.5
	주부	208	10.1	7.2	60.6	22.1
	학생	83	12.0	15.7	48.2	24.1
	기타	194	18.0	14.4	49.5	18.0
가구소득	200만 원 미만	160	16.9	18.8	48.8	15.6
	200~400만 원 미만	597	15.9	12.6	55.4	16.1
	400~600만 원 미만	579	14.7	11.2	53.5	20.6
	600만 원 이상	664	9.5	11.7	52.0	26.8

〈표 5-26〉 푸드테크 관련성 - 고령친화식품

단위: 명, %

구분		사례수	잘 모르겠음	관련없음	관련 있는 편	매우 관련
전체		2,000	15.9	14.0	53.1	17.1
권역	수도권	1,004	15.6	14.4	53.5	16.4
	충청권	224	19.6	16.1	47.8	16.5
	호남권	218	18.8	15.1	51.4	14.7
	대경권	193	13.5	15.5	54.4	16.6
	동남권	298	14.4	10.7	54.0	20.8
	강원권	63	11.1	4.8	63.5	20.6
가구원수	1인 가구	327	15.3	13.1	55.7	15.9
	2인 가구	455	17.4	14.1	51.0	17.6
	3인 가구	526	14.4	16.0	54.2	15.4
	4인 이상 가구	692	16.3	12.7	52.5	18.5
성별	남성	1,058	15.3	15.6	52.3	16.8
	여성	942	16.6	12.1	54.0	17.3
연령	20대	249	19.3	18.1	43.4	19.3
	30대	364	17.3	15.4	54.4	12.9
	40대	513	16.8	13.6	50.9	18.7
	50대	328	12.5	12.2	57.0	18.3
	60대 이상	546	14.7	12.5	56.4	16.5
학력	고졸 이하	455	20.7	17.6	48.4	13.4
	대졸	1,323	15.5	12.7	54.2	17.6
	대학원졸	222	8.6	14.0	56.3	21.2
직업	관리/전문/사무직	1,089	15.5	13.8	52.8	17.9
	서비스/판매직	193	13.5	14.5	53.4	18.7
	기계/농림어업/단순노무	233	16.7	15.5	53.6	14.2
	주부	208	14.4	9.6	59.1	16.8
	학생	83	16.9	20.5	48.2	14.5
	기타	194	20.6	14.4	49.5	15.5
가구소득	200만 원 미만	160	18.1	16.9	51.3	13.8
	200~400만 원 미만	597	18.1	15.4	52.9	13.6
	400~600만 원 미만	579	15.2	15.2	50.3	19.3
	600만 원 이상	664	14.0	10.8	56.2	19.0

〈표 5-27〉 푸드테크 관련성 - 기능성식품

단위: 명, %

구분		사례수	잘 모르겠음	관련없음	관련 있는 편	매우 관련
전체		2,000	11.7	13.0	55.3	20.0
권역	수도권	1,004	11.5	14.1	54.1	20.3
	충청권	224	16.1	10.3	53.6	20.1
	호남권	218	14.7	11.9	57.8	15.6
	대경권	193	8.3	16.6	52.8	22.3
	동남권	298	9.4	10.4	59.7	20.5
	강원권	63	11.1	9.5	58.7	20.6
가구원수	1인 가구	327	14.1	9.2	56.0	20.8
	2인 가구	455	11.9	11.0	54.9	22.2
	3인 가구	526	11.0	16.0	55.5	17.5
	4인 이상 가구	692	11.0	13.9	55.1	20.1
성별	남성	1,058	11.5	13.6	53.8	21.1
	여성	942	11.9	12.3	57.0	18.8
연령	20대	249	13.3	14.5	53.0	19.3
	30대	364	12.9	16.5	54.4	16.2
	40대	513	12.1	15.4	51.3	21.2
	50대	328	10.4	9.1	59.8	20.7
	60대 이상	546	10.6	10.1	58.1	21.2
학력	고졸 이하	455	16.3	13.4	54.1	16.3
	대졸	1,323	11.3	13.2	56.0	19.4
	대학원졸	222	4.5	10.8	53.6	31.1
직업	관리/전문/사무직	1,089	10.7	13.3	56.1	19.8
	서비스/판매직	193	11.9	14.5	56.0	17.6
	기계/농림어업/단순노무	233	13.3	11.6	54.9	20.2
	주부	208	10.6	7.2	58.7	23.6
	학생	83	14.5	12.0	55.4	18.1
	기타	194	14.9	18.0	46.9	20.1
가구소득	200만 원 미만	160	16.3	14.4	45.0	24.4
	200~400만 원 미만	597	14.4	10.9	58.8	15.9
	400~600만 원 미만	579	10.2	15.0	55.1	19.7
	600만 원 이상	664	9.5	12.8	54.8	22.9

〈표 5-28〉 푸드테크 관련성 - 대체단백질식품

단위: 명, %

구분		사례수	잘 모르겠음	관련없음	관련 있는 편	매우 관련
전체		2,000	11.9	9.1	51.7	27.5
권역	수도권	1,004	10.5	9.1	51.9	28.6
	충청권	224	15.6	8.9	49.1	26.3
	호남권	218	14.7	7.3	57.3	20.6
	대경권	193	11.9	13.0	47.2	28.0
	동남권	298	12.1	7.7	50.7	29.5
	강원권	63	9.5	9.5	55.6	25.4
가구원수	1인 가구	327	11.3	4.6	53.5	30.6
	2인 가구	455	13.2	9.2	50.8	26.8
	3인 가구	526	11.0	10.3	53.0	25.7
	4인 이상 가구	692	11.8	10.1	50.3	27.7
성별	남성	1,058	12.1	10.2	50.2	27.5
	여성	942	11.6	7.7	53.3	27.4
연령	20대	249	11.6	8.0	49.8	30.5
	30대	364	12.1	8.5	51.6	27.7
	40대	513	11.9	10.9	47.0	30.2
	50대	328	10.4	8.2	54.9	26.5
	60대 이상	546	12.6	8.6	54.9	23.8
학력	고졸 이하	455	18.0	10.1	50.5	21.3
	대졸	1,323	10.8	9.1	52.5	27.6
	대학원졸	222	5.4	6.8	48.6	39.2
직업	관리/전문/사무직	1,089	10.7	9.1	51.3	28.9
	서비스/판매직	193	11.4	9.8	53.9	24.9
	기계/농림어업/단순노무	233	15.0	8.6	55.4	21.0
	주부	208	12.0	6.7	51.9	29.3
	학생	83	9.6	10.8	48.2	31.3
	기타	194	16.0	10.3	47.9	25.8
가구소득	200만 원 미만	160	16.3	8.8	47.5	27.5
	200~400만 원 미만	597	12.9	8.0	55.9	23.1
	400~600만 원 미만	579	11.6	9.8	51.8	26.8
	600만 원 이상	664	10.1	9.3	48.6	31.9

〈표 5-29〉 푸드테크 관련성 - 식물성고기

단위: 명, %

구분		사례수	잘 모르겠음	관련없음	관련 있는 편	매우 관련
전체		2,000	14.2	13.4	49.1	23.4
권역	수도권	1,004	13.0	13.0	50.0	23.9
	충청권	224	16.5	12.5	47.8	23.2
	호남권	218	16.1	13.8	50.5	19.7
	대경권	193	15.0	18.1	45.1	21.8
	동남권	298	14.1	12.8	46.6	26.5
	강원권	63	14.3	7.9	58.7	19.0
가구원수	1인 가구	327	13.1	11.0	48.6	27.2
	2인 가구	455	14.5	13.6	48.4	23.5
	3인 가구	526	12.9	14.4	52.7	20.0
	4인 이상 가구	692	15.3	13.4	47.1	24.1
성별	남성	1,058	14.5	14.0	47.2	24.4
	여성	942	13.8	12.6	51.3	22.3
연령	20대	249	14.9	8.4	45.8	30.9
	30대	364	14.3	11.8	49.5	24.5
	40대	513	14.0	17.2	44.1	24.8
	50대	328	13.7	10.4	55.8	20.1
	60대 이상	546	14.1	14.8	51.1	20.0
학력	고졸 이하	455	20.9	14.3	47.7	17.1
	대졸	1,323	12.7	13.1	50.4	23.8
	대학원졸	222	9.0	13.1	44.1	33.8
직업	관리/전문/사무직	1,089	12.9	13.5	48.5	25.1
	서비스/판매직	193	13.5	17.6	47.2	21.8
	기계/농림어업/단순노무	233	18.5	12.4	48.9	20.2
	주부	208	13.9	10.1	56.3	19.7
	학생	83	14.5	8.4	43.4	33.7
	기타	194	16.5	14.9	49.5	19.1
가구소득	200만 원 미만	160	16.9	18.1	43.8	21.3
	200~400만 원 미만	597	15.4	12.7	51.6	20.3
	400~600만 원 미만	579	14.5	13.8	47.8	23.8
	600만 원 이상	664	12.0	12.3	49.2	26.4



〈표 5-30〉 푸드테크 관련성 - 곤충식품

단위: 명, %

구분		사례수	잘 모르겠음	관련없음	관련 있는 편	매우 관련
전체		2,000	20.0	19.5	41.2	19.4
권역	수도권	1,004	19.7	19.3	40.5	20.4
	충청권	224	25.0	20.1	37.1	17.9
	호남권	218	21.6	20.2	42.2	16.1
	대경권	193	17.1	24.4	40.4	18.1
	동남권	298	18.5	16.1	45.0	20.5
	강원권	63	17.5	17.5	46.0	19.0
가구원수	1인 가구	327	19.0	18.3	42.8	19.9
	2인 가구	455	21.1	18.7	41.1	19.1
	3인 가구	526	19.6	22.8	38.6	19.0
	4인 이상 가구	692	20.1	17.9	42.3	19.7
성별	남성	1,058	18.1	21.5	41.0	19.4
	여성	942	22.1	17.2	41.3	19.4
연령	20대	249	18.9	21.7	39.4	20.1
	30대	364	20.1	15.7	44.5	19.8
	40대	513	19.9	20.9	37.4	21.8
	50대	328	19.5	16.5	46.0	18.0
	60대 이상	546	20.9	21.4	40.3	17.4
학력	고졸 이하	455	28.4	22.0	36.0	13.6
	대졸	1,323	18.3	19.2	41.9	20.6
	대학원졸	222	13.1	15.8	47.3	23.9
직업	관리/전문/사무직	1,089	18.4	18.9	42.6	20.1
	서비스/판매직	193	22.3	19.7	37.3	20.7
	기계/농림어업/단순노무	233	21.5	21.5	41.6	15.5
	주부	208	22.1	14.9	43.3	19.7
	학생	83	15.7	28.9	30.1	25.3
	기타	194	24.7	20.6	38.7	16.0
가구소득	200만 원 미만	160	23.8	26.3	34.4	15.6
	200~400만 원 미만	597	21.1	19.6	43.6	15.7
	400~600만 원 미만	579	20.2	19.2	40.4	20.2
	600만 원 이상	664	17.9	17.9	41.3	22.9

〈표 5-31〉 푸드테크 관련성 - 세포배양식품

단위: 명, %

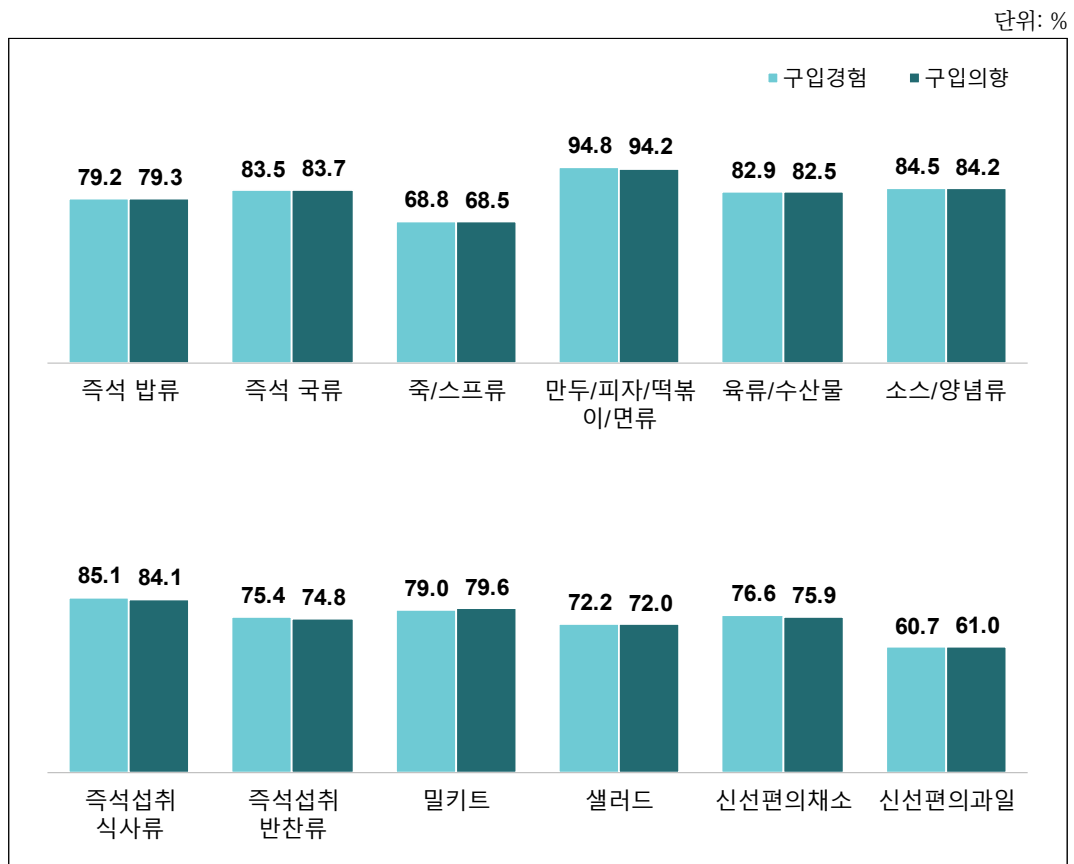
구분		사례수	잘 모르겠음	관련없음	관련 있는 편	매우 관련
전체		2,000	17.4	10.8	38.3	33.6
권역	수도권	1,004	16.6	10.4	37.4	35.7
	충청권	224	23.7	10.3	37.1	29.0
	호남권	218	19.7	8.7	43.6	28.0
	대경권	193	14.5	17.6	35.8	32.1
	동남권	298	15.8	9.7	40.3	34.2
	강원권	63	14.3	11.1	38.1	36.5
가구원수	1인 가구	327	15.9	8.0	39.1	37.0
	2인 가구	455	19.8	9.9	38.5	31.9
	3인 가구	526	17.1	12.5	38.0	32.3
	4인 이상 가구	692	16.6	11.4	38.0	34.0
성별	남성	1,058	16.1	12.4	38.8	32.8
	여성	942	18.8	9.0	37.8	34.4
연령	20대	249	13.3	8.8	35.7	42.2
	30대	364	17.6	7.4	42.3	32.7
	40대	513	15.8	11.7	35.5	37.0
	50대	328	18.9	10.1	39.9	31.1
	60대 이상	546	19.6	13.6	38.5	28.4
학력	고졸 이하	455	25.3	13.4	37.4	24.0
	대졸	1,323	15.7	10.4	38.5	35.3
	대학원졸	222	10.8	7.7	38.7	42.8
직업	관리/전문/사무직	1,089	15.2	10.6	38.1	36.1
	서비스/판매직	193	18.7	15.0	35.2	31.1
	기계/농림어업/단순노무	233	21.0	12.0	40.3	26.6
	주부	208	20.7	8.2	40.4	30.8
	학생	83	9.6	10.8	33.7	45.8
	기타	194	23.2	9.3	39.7	27.8
가구소득	200만 원 미만	160	21.3	13.1	36.3	29.4
	200~400만 원 미만	597	19.9	10.6	41.4	28.1
	400~600만 원 미만	579	17.1	11.2	38.3	33.3
	600만 원 이상	664	14.3	10.1	36.0	39.6

## 2.4. 최근 1년간 간편식(HMR) 품목별 구입 경험률

○ 최근 1년간 간편식 품목별 구입 경험률은 ‘만두/피자/떡볶이/면류’가 94.8%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘즉석접취 식사류’(85.1%), ‘소스/양념류’(84.5%), ‘즉석 국류’(83.5%) 등의 순임. ‘신선편의과일’의 구입 경험률은 60.7%로 가장 낮게 나타남.

- 가구소득별로 보면, 전체적으로 가구소득이 높은 가구에서 구입 경험률이 높게 나타남.

〈그림 5-18〉 최근 1년간 간편식(HMR) 품목별 구입 경험률



〈표 5-32〉 최근 1년간 간편식(HMR) 품목별 구입 경험률[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	즉석 밥류		즉석 국류		죽/스프류		만두/피자/떡볶이/면류		육류/수산물		소스/양념류	
			경험	의향	경험	의향	경험	의향	경험	의향	경험	의향	경험	의향
전체		2,000	79.2	79.3	83.5	83.7	68.8	68.5	94.8	94.2	82.9	82.5	84.5	84.2
권역	수도권	1,004	80.8	80.7	84.3	86.1	71.6	70.1	95.5	95.5	82.9	83.3	85.6	85.8
	충청권	224	80.8	77.9	83.9	81.2	65.6	66.9	93.8	92.9	85.7	81.7	84.4	82.5
	호남권	218	73.9	81.2	81.7	84.5	67.4	71.4	95.0	94.9	79.8	82.5	81.7	85.1
	대경권	193	76.2	77.4	81.3	82.8	66.3	65.6	93.3	93.5	81.3	82.5	82.4	83.2
	동남권	298	80.9	81.2	81.9	84.5	65.8	71.4	94.3	94.9	84.6	82.5	84.2	85.1
	강원권	63	68.3	78.6	88.9	84.4	60.3	66.5	93.7	93.3	79.4	84.8	85.7	82.6
가구원수	1인 가구	327	78.3	75.7	83.5	82.6	61.2	66.5	93.3	93.1	76.5	80.3	79.5	81.2
	2인 가구	455	73.6	77.2	78.5	80.8	66.6	64.2	92.5	93.3	80.0	81.3	80.0	82.9
	3인 가구	526	81.4	79.5	84.2	82.2	71.7	65.8	96.2	93.6	86.1	83.6	87.5	84.6
	4인 이상 가구	692	81.6	69.8	86.1	87.3	71.5	61.9	96.0	95.2	85.3	81.0	87.6	87.3
성별	남성	1,058	78.5	78.0	84.2	83.2	69.0	60.6	94.5	91.7	83.9	75.5	83.7	78.3
	여성	942	79.9	73.8	82.6	79.3	68.5	68.4	95.1	92.3	81.6	79.8	85.4	80.0
연령	20대	249	82.7	81.7	79.1	84.2	63.1	70.5	92.4	95.2	75.5	85.4	81.9	87.1
	30대	364	84.3	81.6	85.4	86.3	69.2	70.8	94.2	95.8	83.0	85.4	86.5	87.4
	40대	513	83.8	78.3	86.5	84.3	71.5	69.0	96.7	93.9	87.1	83.5	88.9	83.2
	50대	328	81.4	80.5	82.3	82.9	71.6	67.9	97.0	94.6	87.5	81.4	86.3	85.2
	60대 이상	546	68.5	85.5	81.9	79.5	66.7	61.4	93.2	91.2	79.3	74.7	79.1	81.5
학력	고졸 이하	455	74.7	83.5	79.3	84.6	65.7	69.0	93.0	93.7	79.1	82.4	79.3	85.7
	대졸	1,323	80.4	82.5	84.2	86.2	68.9	70.4	95.4	96.5	83.4	86.5	85.6	89.1
	대학원졸	222	81.1	81.4	87.4	82.9	74.3	71.3	95.0	96.0	86.9	86.9	88.7	85.1
직업	관리/전문/사무직	1,089	83.5	69.4	84.9	83.0	71.3	67.9	96.1	92.7	85.4	79.7	87.1	79.1
	서비스/판매직	193	77.7	76.5	84.5	77.8	75.6	65.1	94.8	93.0	85.0	78.9	86.5	79.3
	기계/농림어업/단순노무	233	76.8	80.0	80.3	85.1	61.4	68.8	93.1	94.6	81.1	83.1	78.5	85.0
	주부	208	78.4	80.6	87.0	86.9	72.1	73.9	96.2	94.6	83.7	86.5	89.9	88.7
	학생	83	85.5	83.2	79.5	85.0	59.0	71.4	90.4	95.3	69.9	85.0	79.5	86.7
	기타	194	57.7	77.7	75.8	86.0	56.7	73.6	90.2	93.8	73.2	84.5	71.6	85.0
가구소득	200만 원 미만	160	65.0	75.5	78.1	80.3	60.6	60.9	93.1	91.8	73.8	80.3	75.0	78.5
	200~400만 원 미만	597	74.7	80.8	81.4	86.1	67.2	72.1	93.1	96.2	79.9	83.7	82.7	90.4
	400~600만 원 미만	579	81.9	88.0	85.3	78.3	68.7	55.4	95.2	90.4	83.8	71.1	84.3	78.3
	600만 원 이상	664	84.3	58.2	84.9	77.3	72.1	57.7	96.4	90.7	86.9	72.7	88.6	71.6

〈표 5-32〉 최근 1년간 간편식(HMR) 품목별 구입 경험률[2/2]

단위: 명, %

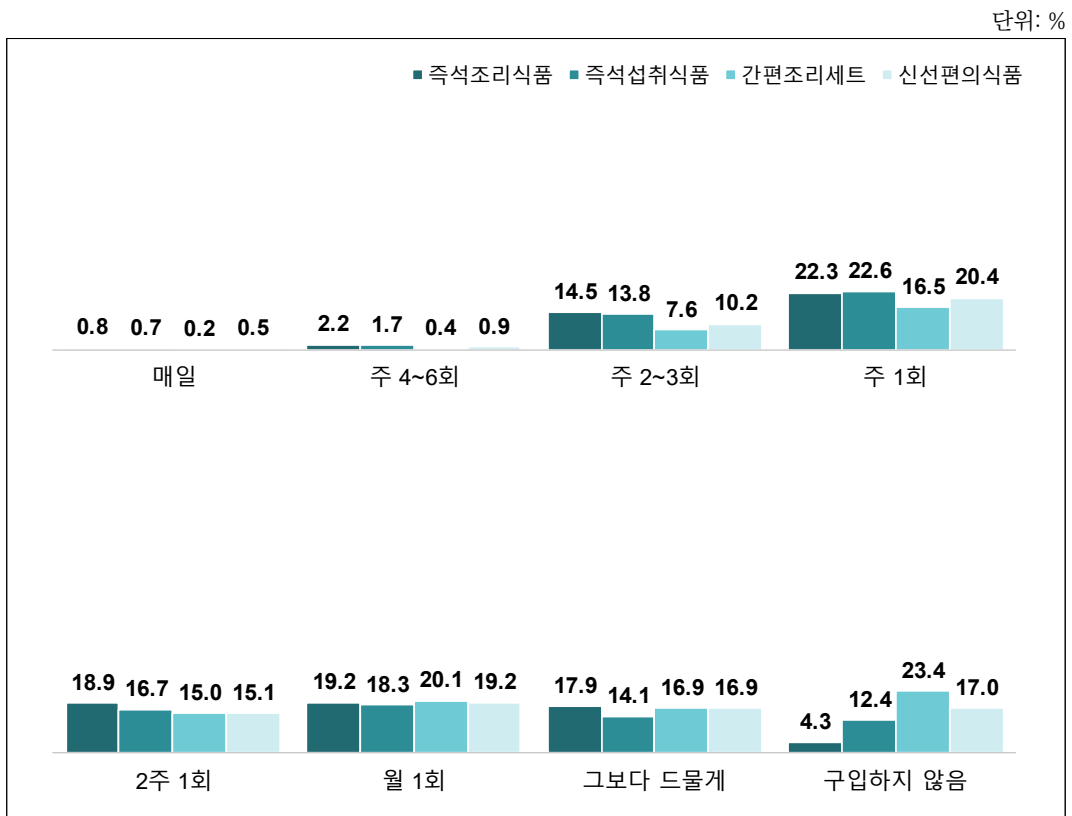
구분	사례수	즉석섭취 식사류		즉석섭취 반찬류		밀키트		샐러드		신선편의 채소		신선편의 과일		
		경험	의향	경험	의향	경험	의향	경험	의향	경험	의향	경험	의향	
전체	2,000	85.1	84.1	75.4	74.8	79.0	79.6	72.2	72.0	76.6	75.9	60.7	61.0	
권역	수도권	1,004	86.4	87.6	77.8	78.3	81.1	82.9	76.1	74.7	78.5	78.5	62.6	62.3
	충청권	224	86.2	80.6	72.8	71.3	79.5	76.3	72.8	69.2	75.4	73.2	58.5	59.6
	호남권	218	83.5	85.4	71.6	76.4	76.6	81.1	71.1	75.6	75.7	78.0	60.6	62.9
	대경권	193	85.5	82.8	72.5	73.2	72.0	78.1	63.7	68.3	76.2	73.7	58.0	58.9
	동남권	298	82.2	85.4	75.5	76.4	78.2	81.1	66.8	75.6	73.8	78.0	59.1	62.9
	강원권	63	77.8	85.3	66.7	72.8	77.8	81.3	63.5	72.8	68.3	74.1	54.0	58.0
가구원수	1인 가구	327	87.5	82.1	76.5	71.6	79.5	76.1	67.9	70.2	77.4	72.5	56.6	60.1
	2인 가구	455	81.5	85.5	71.2	74.1	73.8	73.6	70.5	64.8	77.1	77.2	57.8	58.0
	3인 가구	526	83.7	80.5	77.6	74.5	80.0	79.9	74.0	66.4	77.0	72.8	62.0	59.4
	4인 이상 가구	692	87.3	79.4	75.9	71.4	81.4	79.4	74.0	65.1	75.6	69.8	63.6	58.7
성별	남성	1,058	84.0	86.9	76.4	74.6	76.7	80.4	69.8	70.0	76.2	77.4	62.8	58.1
	여성	942	86.2	80.4	74.2	71.4	81.6	74.5	74.8	69.0	77.1	75.8	58.4	58.5
연령	20대	249	81.5	83.3	70.3	77.6	79.5	81.2	73.9	73.6	74.7	76.4	57.8	62.0
	30대	364	86.5	85.8	75.3	75.0	83.0	81.4	77.7	73.6	77.2	74.7	62.1	63.2
	40대	513	91.0	82.9	79.3	75.9	84.2	77.4	73.7	69.6	77.8	75.8	62.0	62.5
	50대	328	86.3	85.5	76.2	73.6	79.0	82.1	75.9	74.6	75.0	75.9	62.5	59.2
	60대 이상	546	79.3	81.1	73.4	68.7	71.2	79.9	64.1	72.7	76.9	72.3	58.8	58.2
학력	고졸 이하	455	81.1	84.9	71.9	73.9	73.8	83.0	65.7	76.1	74.7	76.4	59.6	62.6
	대졸	1,323	85.4	88.9	75.4	79.3	80.3	84.4	72.9	73.9	76.1	77.4	60.2	61.6
	대학원졸	222	91.0	86.0	82.4	75.9	81.5	79.9	81.5	75.6	83.3	75.0	66.2	63.1
직업	관리/전문/사무직	1,089	88.6	79.3	78.1	73.3	82.6	72.5	76.2	64.8	79.1	76.2	63.7	59.2
	서비스/판매직	193	85.5	80.2	80.8	71.6	78.2	74.3	69.9	65.1	78.8	72.1	65.8	58.7
	기계/농림어업/단순노무	233	78.1	84.5	71.7	74.8	71.7	81.1	67.4	72.9	69.1	76.0	59.7	60.9
	주부	208	87.5	89.6	76.4	81.5	83.7	81.5	73.6	80.6	77.4	82.9	60.6	65.8
	학생	83	78.3	87.1	62.7	77.3	74.7	83.0	69.9	76.1	73.5	78.5	53.0	64.1
	기타	194	73.2	85.0	62.9	79.8	64.9	79.3	57.2	69.9	70.1	76.7	43.3	66.3
가구소득	200만 원 미만	160	75.6	77.7	65.6	71.2	66.9	72.1	58.8	67.8	69.4	69.1	55.0	59.2
	200~400만 원 미만	597	83.6	87.0	73.9	78.4	78.6	84.1	68.8	74.0	74.7	76.0	58.6	60.1
	400~600만 원 미만	579	85.3	79.5	75.1	62.7	78.1	74.7	70.8	66.3	76.7	72.3	57.9	53.0
	600만 원 이상	664	88.4	72.7	79.2	61.3	83.1	67.0	79.7	55.7	80.0	69.6	66.4	44.3

## 2.5. 간편식 구입 주기

○ 간편식을 구입하는 주기는 종류에 따라 다음과 같음.

- 즉석조리식품은 ‘주 1회’(22.3%) > ‘월 1회’(19.2%) > ‘2주 1회’(18.9%)
- 즉석섭취식품은 ‘주 1회’(22.6%) > ‘월 1회’(18.3%) > ‘2주 1회’(16.7%)
- 간편조리세트는 ‘구입하지 않음’(23.4%) > ‘월 1회’(20.1%) > ‘월 1회 미만’(16.9%)
- 신선편의식품은 ‘주 1회’(20.4%) > ‘월 1회’(19.2%) > ‘구입하지 않음’(17.0%)

〈그림 5-19〉 간편식 구입 주기



〈표 5-33〉 간편식 구입 주기 - 즉석조리식품

단위: %

구분		사례수	매일	주 4~6회	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	그보다 드물게	구입하지 않음
전체		2,000	0.8	2.2	14.5	22.3	18.9	19.2	17.9	4.3
권역	수도권	1,004	0.6	2.6	15.5	23.2	19.5	18.3	16.3	3.9
	충청권	224	0.4	1.8	12.9	23.7	21.4	21.9	15.2	2.7
	호남권	218	0.9	1.8	15.6	17.0	20.6	17.4	21.1	5.5
	대경권	193	1.0	2.1	14.0	24.4	10.9	18.7	21.2	7.8
	동남권	298	1.7	1.3	13.4	21.5	17.8	20.5	19.5	4.4
	강원권	63	0.0	1.6	6.3	19.0	23.8	23.8	23.8	1.6
가구원수	1인 가구	327	0.3	3.4	13.5	22.6	18.3	18.3	19.0	4.6
	2인 가구	455	0.7	1.1	9.7	18.2	19.3	22.2	21.3	7.5
	3인 가구	526	1.0	1.3	17.1	24.0	18.8	16.9	17.3	3.6
	4인 이상 가구	692	1.0	2.9	16.2	23.6	18.9	19.2	15.6	2.6
성별	남성	1,058	0.8	1.5	14.0	24.2	19.1	18.7	16.3	5.5
	여성	942	0.8	2.9	15.1	20.2	18.7	19.6	19.7	3.0
연령	20대	249	1.2	4.8	17.7	19.7	18.5	21.7	13.3	3.2
	30대	364	1.4	1.6	16.8	23.9	20.9	16.8	16.5	2.2
	40대	513	0.8	2.5	17.7	24.8	15.6	20.5	15.2	2.9
	50대	328	0.6	2.4	14.0	21.6	22.0	18.0	18.6	2.7
	60대 이상	546	0.4	0.7	8.8	20.5	19.0	19.0	23.1	8.4
학력	고졸 이하	455	0.9	3.1	13.6	23.7	14.1	18.7	20.0	5.9
	대졸	1,323	0.8	1.9	15.0	21.5	20.6	19.1	17.2	3.9
	대학원졸	222	0.5	1.8	13.5	23.9	18.9	20.3	17.6	3.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	1.1	2.0	15.9	23.0	18.9	20.3	15.4	3.4
	서비스/판매직	193	1.0	1.6	20.2	23.8	16.6	18.1	17.1	1.6
	기계/농림어업/단순노무	233	0.9	1.7	12.9	24.5	18.0	18.9	15.9	7.3
	주부	208	0.0	4.8	9.1	23.1	20.2	15.9	24.0	2.9
	학생	83	0.0	3.6	16.9	15.7	19.3	20.5	20.5	3.6
	기타	194	0.0	0.5	7.7	16.5	20.6	17.0	27.3	10.3
가구소득	200만 원 미만	160	0.0	1.9	8.8	15.0	18.8	21.3	27.5	6.9
	200~400만 원 미만	597	0.3	2.5	14.1	21.1	18.1	19.3	19.3	5.4
	400~600만 원 미만	579	1.0	1.2	13.0	24.7	20.6	18.8	17.1	3.6
	600만 원 이상	664	1.2	2.7	17.6	23.0	18.2	18.8	15.1	3.3

〈표 5-34〉 간편식 구입 주기 - 즉석섭취식품

단위: %

구분		사례수	매일	주 4~6회	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	그보다 드물게	구입하지 않음
전체		2,000	0.7	1.7	13.8	22.6	16.7	18.3	14.1	12.4
권역	수도권	1,004	0.4	2.1	15.4	23.9	16.9	18.8	12.3	10.2
	충청권	224	0.0	1.8	10.7	21.9	20.5	17.9	14.7	12.5
	호남권	218	0.5	0.5	16.1	15.6	17.0	18.8	17.0	14.7
	대경권	193	1.0	1.6	12.4	22.8	13.0	16.1	17.6	15.5
	동남권	298	2.0	1.0	12.1	24.5	14.4	16.8	14.1	15.1
	강원권	63	0.0	1.6	3.2	19.0	19.0	22.2	19.0	15.9
가구원수	1인 가구	327	1.2	2.4	12.5	21.1	17.7	15.9	17.7	11.3
	2인 가구	455	0.2	0.9	9.2	17.8	17.4	21.1	16.9	16.5
	3인 가구	526	0.8	1.0	14.8	26.0	16.3	18.1	11.8	11.2
	4인 이상 가구	692	0.6	2.3	16.6	23.8	15.9	17.6	12.1	11.0
성별	남성	1,058	0.6	1.4	12.9	24.3	16.8	17.6	12.9	13.4
	여성	942	0.7	1.9	14.8	20.7	16.5	19.0	15.3	11.1
연령	20대	249	1.2	3.6	17.7	21.7	16.1	17.7	8.0	14.1
	30대	364	0.8	1.6	17.9	23.4	17.9	15.1	12.9	10.4
	40대	513	0.8	1.9	17.0	25.3	13.6	20.3	12.9	8.2
	50대	328	0.0	1.8	13.4	22.9	17.1	18.9	14.6	11.3
	60대 이상	546	0.5	0.4	6.6	19.8	18.7	18.3	18.3	17.4
학력	고졸 이하	455	0.4	2.0	13.2	23.1	14.3	17.1	14.3	15.6
	대졸	1,323	0.8	1.6	14.5	22.4	16.9	18.5	13.2	12.2
	대학원졸	222	0.5	1.4	10.8	23.0	20.3	18.9	18.9	6.3
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.8	1.5	15.2	23.9	15.8	20.0	13.3	9.5
	서비스/판매직	193	1.6	1.6	16.6	28.0	16.6	12.4	11.9	11.4
	기계/농림어업/단순노무	233	0.4	2.6	11.2	20.6	18.0	15.5	11.6	20.2
	주부	208	0.0	2.4	13.0	21.6	17.3	19.2	16.8	9.6
	학생	83	0.0	2.4	15.7	18.1	16.9	15.7	14.5	16.9
	기타	194	0.0	0.5	6.2	15.5	19.1	17.5	20.1	21.1
가구소득	200만 원 미만	160	0.0	1.9	7.5	11.9	16.9	21.3	18.8	21.9
	200~400만 원 미만	597	0.7	1.5	13.9	20.6	16.2	17.9	15.4	13.7
	400~600만 원 미만	579	0.5	1.0	13.0	25.2	18.1	18.0	12.6	11.6
	600만 원 이상	664	0.9	2.3	16.0	24.7	15.7	18.1	13.0	9.5



〈표 5-35〉 간편식 구입 주기 - 간편조리세트

단위: %

구분		사례수	매일	주 4~6회	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	그보다 드물게	구입하지 않음
전체		2,000	0.2	0.4	7.6	16.5	15.0	20.1	16.9	23.4
권역	수도권	1,004	0.2	0.2	8.5	17.3	16.1	20.3	15.8	21.5
	충청권	224	0.0	1.3	7.1	12.5	17.4	20.1	20.1	21.4
	호남권	218	0.0	0.0	7.8	15.6	11.9	22.0	16.5	26.1
	대경권	193	0.5	0.5	8.8	16.6	8.8	17.1	17.6	30.1
	동남권	298	0.3	0.7	5.7	17.4	14.8	19.5	17.4	24.2
	강원권	63	0.0	0.0	0.0	15.9	19.0	20.6	17.5	27.0
가구원수	1인 가구	327	0.3	0.0	6.1	12.8	15.6	19.6	21.7	23.9
	2인 가구	455	0.0	0.4	4.4	11.9	15.2	20.4	18.0	29.7
	3인 가구	526	0.2	0.4	8.4	18.8	16.9	18.6	15.4	21.3
	4인 이상 가구	692	0.3	0.6	9.8	19.5	13.2	21.1	14.9	20.7
성별	남성	1,058	0.1	0.6	7.1	18.0	14.9	20.2	13.8	25.3
	여성	942	0.3	0.2	8.2	14.9	15.1	19.9	20.3	21.2
연령	20대	249	0.4	0.8	6.8	11.6	15.3	22.5	19.3	23.3
	30대	364	0.3	0.3	8.8	17.6	17.0	19.8	18.1	18.1
	40대	513	0.2	0.6	10.9	19.3	13.3	22.2	15.8	17.7
	50대	328	0.0	0.6	7.3	18.6	18.0	16.8	14.6	24.1
	60대 이상	546	0.2	0.0	4.2	14.1	13.4	19.0	17.2	31.9
학력	고졸 이하	455	0.0	0.7	6.4	16.9	13.0	18.9	15.6	28.6
	대졸	1,323	0.3	0.3	7.9	16.6	15.6	19.9	17.2	22.3
	대학원졸	222	0.0	0.5	8.6	14.9	15.8	23.4	17.6	19.4
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.4	0.4	8.1	17.1	16.0	20.7	17.5	19.9
	서비스/판매직	193	0.0	0.0	9.8	22.8	11.9	17.6	13.5	24.4
	기계/농림어업/단순노무	233	0.0	0.9	6.4	16.7	15.5	19.7	10.3	30.5
	주부	208	0.0	0.0	9.6	15.9	15.4	21.2	19.2	18.8
	학생	83	0.0	2.4	4.8	14.5	7.2	21.7	21.7	27.7
	기타	194	0.0	0.0	3.1	8.2	14.9	17.5	19.6	36.6
가구소득	200만 원 미만	160	0.0	0.0	6.9	10.0	8.1	18.1	22.5	34.4
	200~400만 원 미만	597	0.2	0.7	5.4	16.2	16.1	17.9	18.9	24.6
	400~600만 원 미만	579	0.2	0.3	8.1	15.9	15.2	22.3	14.3	23.7
	600만 원 이상	664	0.3	0.3	9.3	18.8	15.5	20.5	15.8	19.4

〈표 5-36〉 간편식 구입 주기 - 신선편의식품

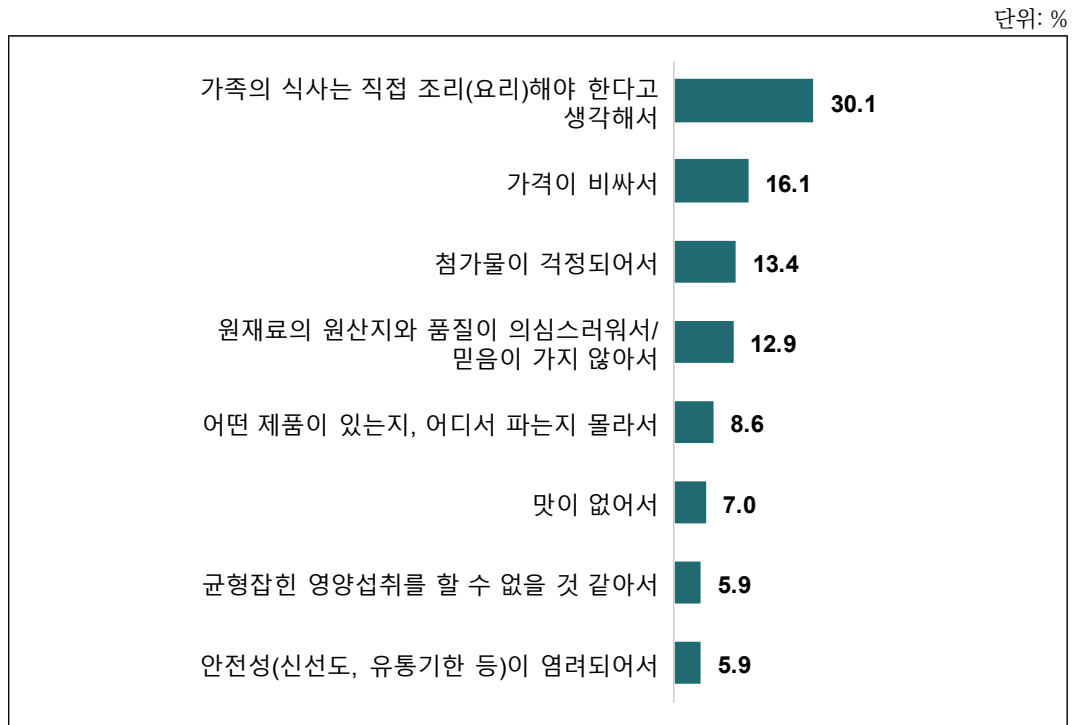
단위: %

구분		사례수	매일	주 4~6회	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	그보다 드물게	구입하지 않음
전체		2,000	0.5	0.9	10.2	20.4	15.1	19.2	16.9	17.0
권역	수도권	1,004	0.4	1.4	11.5	20.9	15.5	19.7	16.6	13.9
	충청권	224	0.4	0.9	8.9	17.4	18.8	21.0	15.6	17.0
	호남권	218	0.5	0.5	9.2	21.6	11.9	18.8	16.5	21.1
	대경권	193	0.5	0.5	10.4	19.2	10.4	17.1	18.7	23.3
	동남권	298	0.7	0.0	7.7	21.8	16.1	18.5	16.1	19.1
	강원권	63	0.0	0.0	9.5	14.3	15.9	14.3	25.4	20.6
가구원수	1인 가구	327	0.9	0.9	8.0	18.3	17.7	20.8	16.5	16.8
	2인 가구	455	0.2	0.2	7.7	16.3	15.4	21.5	19.6	19.1
	3인 가구	526	0.6	0.8	11.8	20.3	14.4	18.4	17.1	16.5
	4인 이상 가구	692	0.3	1.4	11.7	24.0	14.2	17.3	15.2	15.9
성별	남성	1,058	0.4	0.7	10.0	20.9	14.1	18.2	16.3	19.5
	여성	942	0.5	1.2	10.4	19.7	16.2	20.2	17.6	14.1
연령	20대	249	0.8	2.0	10.8	19.3	16.5	22.9	10.8	16.9
	30대	364	0.5	0.5	9.9	24.7	16.5	17.0	15.9	14.8
	40대	513	0.6	1.2	13.1	19.9	15.4	19.3	16.0	14.6
	50대	328	0.3	0.9	11.3	21.0	14.9	17.1	16.5	18.0
	60대 이상	546	0.2	0.4	6.8	17.9	13.4	20.0	21.4	20.0
학력	고졸 이하	455	0.7	0.9	10.1	16.9	15.4	17.1	18.0	20.9
	대졸	1,323	0.4	1.0	9.9	21.5	15.0	20.0	15.9	16.3
	대학원졸	222	0.5	0.5	12.2	20.7	15.3	18.0	20.3	12.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.6	0.7	10.7	20.8	15.5	20.6	16.6	14.5
	서비스/판매직	193	0.5	0.5	12.4	23.8	15.0	15.0	17.1	15.5
	기계/농림어업/단순노무	233	0.4	0.9	9.0	21.0	13.3	16.3	15.0	24.0
	주부	208	0.0	1.9	10.6	23.1	17.3	17.8	16.3	13.0
	학생	83	0.0	3.6	9.6	19.3	10.8	21.7	15.7	19.3
	기타	194	0.5	0.0	6.7	10.8	14.4	19.1	21.6	26.8
가구소득	200만 원 미만	160	0.6	1.3	6.9	11.9	13.8	20.6	20.6	24.4
	200~400만 원 미만	597	0.5	0.3	8.9	21.1	14.2	18.8	17.3	18.9
	400~600만 원 미만	579	0.2	0.9	10.4	20.4	14.3	20.6	16.1	17.3
	600만 원 이상	664	0.6	1.4	12.0	21.7	16.9	17.9	16.4	13.1

## 2.6. 간편식(HMR) 구입하지 않는 이유

- 간편식을 구입하지 않는 이유로는 ‘가족의 식사는 직접 조리해야 한다고 생각해서’가 30.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘가격이 비싸서’라는 의견이 16.1%, ‘첨가물이 걱정되어서’라는 의견이 13.4% 순으로 높게 나타남.

〈그림 5-20〉 간편식(HMR) 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-37〉 간편식(HMR) 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균)

단위: 명, %

구분		사례수	가격이 비싸서	가족의 식사는 직접 조리(요리)해야 한다고 생각해서	맛이 없어서	원재료의 원산지와 품질이 의심스러워서/ 믿음이 가지 않아서	균형잡힌 영양 섭취를 할 수 없을 것 같아서	어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서	안전성(신선도, 유통기한 등)이 염려 되어서	첨가물이 걱정 되어서
전체		62	16.1	30.1	7.0	12.9	5.9	8.6	5.9	13.4
권역	수도권	33	22.2	24.2	7.1	14.1	7.1	8.1	7.1	10.1
	충청권	3	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
	호남권	10	16.7	43.3	3.3	10.0	6.7	6.7	0.0	13.3
	대경권	6	16.7	38.9	11.1	5.6	5.6	11.1	5.6	5.6
	동남권	9	0.0	22.2	11.1	14.8	3.7	14.8	7.4	25.9
	강원권	1	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0
가구원수	1인 가구	13	15.4	20.5	0.0	10.3	5.1	17.9	2.6	28.2
	2인 가구	23	17.4	34.8	5.8	5.8	5.8	13.0	7.2	10.1
	3인 가구	15	8.9	37.8	11.1	17.8	11.1	0.0	8.9	4.4
	4인 이상 가구	11	24.2	21.2	12.1	24.2	0.0	0.0	3.0	15.2
성별	남성	42	18.3	24.6	7.9	13.5	7.1	11.1	7.9	9.5
	여성	20	11.7	41.7	5.0	11.7	3.3	3.3	1.7	21.7
연령	20대	6	61.1	11.1	11.1	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	30대	8	20.8	29.2	4.2	12.5	8.3	0.0	8.3	16.7
	40대	9	14.8	25.9	11.1	7.4	7.4	7.4	7.4	18.5
	50대	4	0.0	58.3	8.3	8.3	0.0	0.0	8.3	16.7
	60대 이상	35	9.5	31.4	5.7	17.1	3.8	13.3	5.7	13.3
학력	고졸 이하	19	8.8	50.9	3.5	8.8	10.5	7.0	5.3	5.3
	대졸	38	17.5	21.9	9.6	14.9	1.8	10.5	6.1	17.5
	대학원졸	5	33.3	13.3	0.0	13.3	20.0	0.0	6.7	13.3
직업	관리/전문/사무직	22	16.7	33.3	9.1	10.6	7.6	1.5	4.5	16.7
	서비스/판매직	2	0.0	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	33.3
	기계/농림어업/단순노무	14	14.3	26.2	4.8	16.7	11.9	4.8	11.9	9.5
	주부	6	5.6	33.3	5.6	22.2	0.0	11.1	0.0	22.2
	학생	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타	16	12.5	31.3	6.3	12.5	2.1	22.9	4.2	8.3
가구소득	200만 원 미만	11	21.2	33.3	3.0	6.1	6.1	21.2	0.0	9.1
	200~400만 원 미만	25	12.0	29.3	12.0	13.3	5.3	9.3	6.7	12.0
	400~600만 원 미만	14	21.4	16.7	4.8	21.4	7.1	0.0	9.5	19.0
	600만 원 이상	12	13.9	44.4	2.8	8.3	5.6	5.6	5.6	13.9

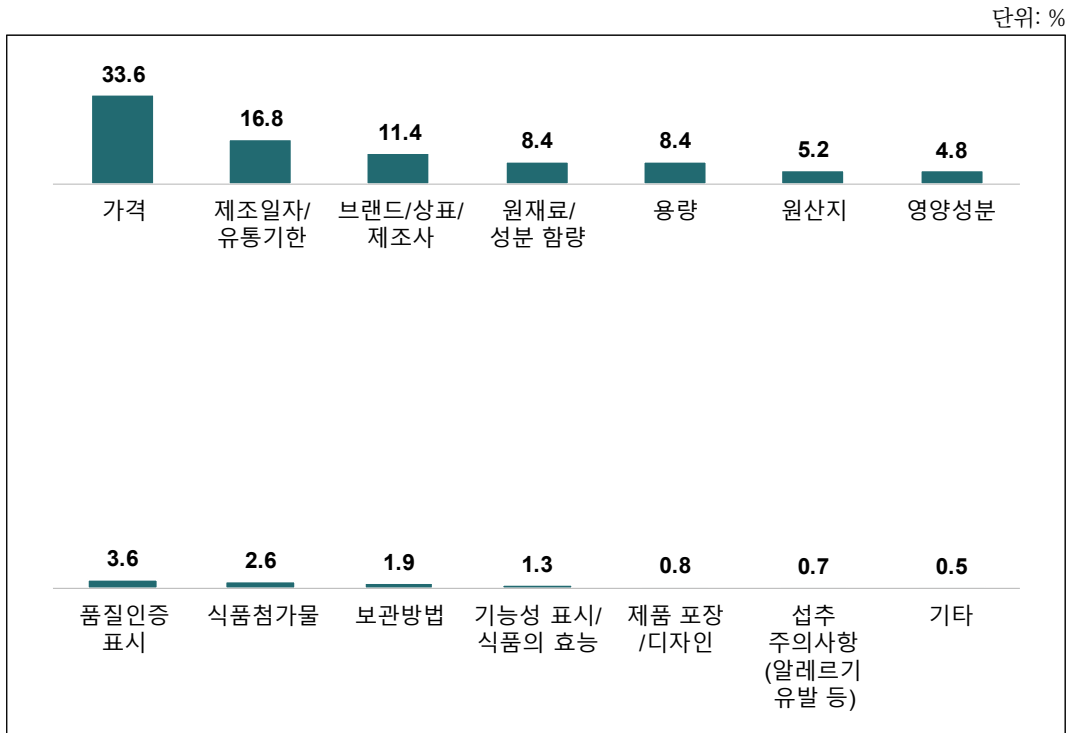
주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

## 2.7. 간편식(HMR) 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)

○ 간편식 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항으로는 ‘가격’이 33.6%로 가장 높게 나타났으며, ‘제조일자/유통기한’(16.8%), ‘브랜드/상표/제조사’(11.4%) 등의 순으로 높음.

- 연령별로 연령이 낮을수록 ‘가격’을 우선 확인하는 것으로 나타남.

〈그림 5-21〉 간편식(HMR) 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)



〈표 5-38〉 간편식(HMR) 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분	사례수	가격	제조일자/ 유통기한	브랜드/ 상표/ 제조사	용량	원재료/ 성분 함량	원산지	영양성분	품질인증 표시	
전체	1,938	33.6	16.8	11.4	8.4	8.4	5.2	4.8	3.6	
권역	수도권	971	33.0	16.5	12.9	8.6	8.9	4.3	5.1	3.3
	충청권	221	34.9	19.5	10.7	7.4	5.8	4.2	4.8	2.9
	호남권	208	31.7	19.2	8.5	6.6	7.9	7.4	5.6	4.9
	대경권	187	34.8	16.5	7.8	9.8	7.8	7.3	4.0	4.7
	동남권	289	35.4	14.7	11.3	9.0	8.8	5.3	4.1	3.8
	강원권	62	34.1	14.2	11.3	9.7	10.5	7.5	3.5	2.2
가구원수	1인 가구	314	36.1	17.6	10.1	10.2	7.0	3.2	4.1	2.3
	2인 가구	432	32.2	17.1	10.4	8.5	9.0	6.3	5.0	3.9
	3인 가구	511	32.6	15.6	12.6	8.4	8.8	5.4	4.5	3.7
	4인 이상 가구	681	34.2	17.0	11.7	7.6	8.3	5.2	5.3	4.0
성별	남성	1,016	35.1	16.4	11.3	7.6	7.9	5.3	5.1	3.9
	여성	922	32.0	17.2	11.5	9.4	8.9	5.1	4.5	3.4
연령	20대	243	41.7	14.7	10.6	13.6	3.4	1.4	4.2	3.6
	30대	356	38.1	14.4	13.3	10.2	5.4	3.3	4.6	2.3
	40대	504	33.2	16.1	11.9	9.4	9.1	5.1	4.7	3.1
	50대	324	32.7	17.4	12.0	5.5	10.3	5.8	4.8	3.7
	60대 이상	511	27.8	19.6	9.5	5.8	10.9	8.0	5.4	5.1
학력	고졸 이하	436	35.5	18.4	8.0	9.6	7.5	5.5	4.1	4.1
	대졸	1,285	33.3	16.2	12.6	8.2	8.3	5.1	4.8	3.4
	대학원졸	217	31.7	16.6	11.1	7.8	10.6	5.0	6.8	3.9
직업	관리/전문/사무직	1,067	34.2	16.5	12.3	8.2	9.0	4.1	5.2	3.5
	서비스/판매직	191	37.7	14.6	10.1	9.0	5.7	6.9	4.1	3.8
	기계/농림어업/단순노무	219	34.0	16.5	8.8	9.7	7.2	6.0	5.1	3.8
	주부	202	26.2	20.5	12.1	8.1	9.5	7.4	4.5	3.2
	학생	81	39.5	15.0	11.9	11.7	3.3	3.5	4.5	4.1
	기타	178	31.2	17.6	9.4	6.6	10.5	6.9	3.2	4.5
가구소득	200만 원 미만	149	35.8	18.8	8.7	10.4	7.0	4.5	2.8	4.6
	200~400만 원 미만	572	37.1	16.7	9.5	9.3	7.1	4.4	4.3	3.8
	400~600만 원 미만	565	32.8	17.8	11.5	8.6	8.5	5.5	4.2	3.5
	600만 원 이상	652	30.9	15.4	13.6	7.1	9.8	5.8	6.2	3.3

〈표 5-38〉 간편식(HMR) 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

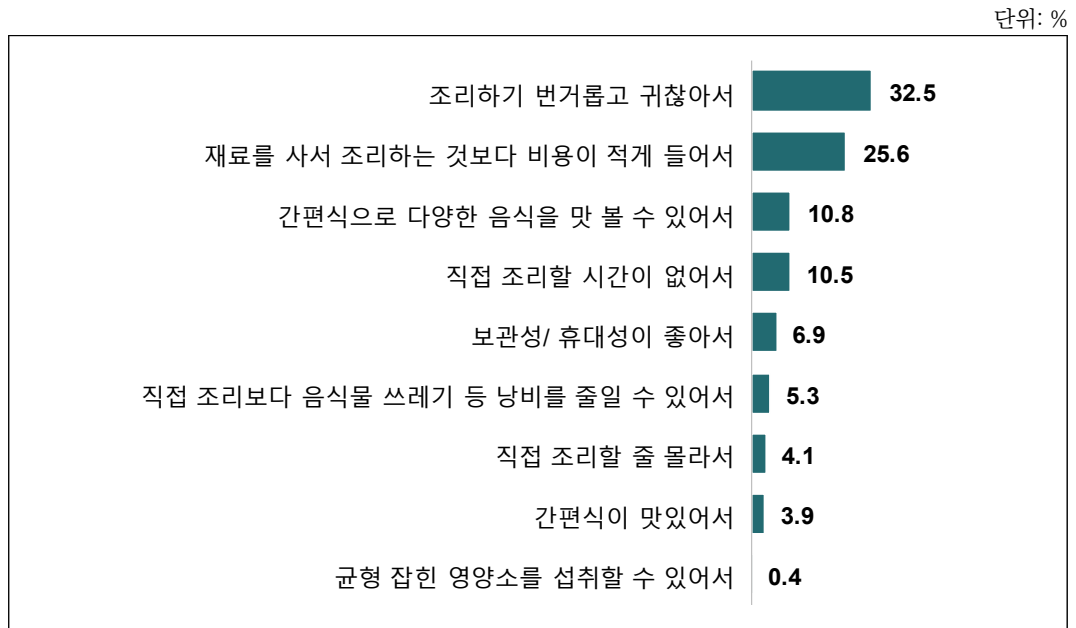
구분		사례수	식품 첨가물	원재료/ 성분 함량	제품 포장/ 디자인	기능성 표시/ 식품의 효능	섭취 주의사항 (알레르기 유발 등)	보관방법	기타
전체		1,938	2.6	8.4	0.8	1.3	0.7	1.9	0.5
권역	수도권	971	2.7	8.9	0.6	1.0	0.6	2.1	0.4
	충청권	221	2.9	5.8	1.3	1.7	1.0	2.3	0.5
	호남권	208	3.0	7.9	0.6	1.8	0.6	1.3	1.0
	대경권	187	2.0	7.8	0.8	1.4	1.6	1.4	0.1
	동남권	289	2.1	8.8	1.2	1.4	0.5	1.7	0.7
	강원권	62	4.3	10.5	0.5	0.8	0.0	1.3	0.0
가구원수	1인 가구	314	2.9	7.0	0.5	0.9	0.6	4.0	0.5
	2인 가구	432	2.6	9.0	0.7	1.5	0.7	1.7	0.2
	3인 가구	511	2.9	8.8	0.8	1.3	0.9	1.5	0.8
	4인 이상 가구	681	2.3	8.3	0.9	1.2	0.5	1.3	0.4
성별	남성	1,016	2.1	7.9	0.8	1.7	0.6	1.7	0.5
	여성	922	3.2	8.9	0.8	0.8	0.7	2.1	0.5
연령	20대	243	1.4	3.4	1.6	0.3	1.0	1.9	0.3
	30대	356	2.1	5.4	1.3	0.6	0.8	2.4	1.3
	40대	504	2.5	9.1	0.6	0.5	0.9	2.5	0.4
	50대	324	3.5	10.3	0.7	1.2	0.4	1.7	0.4
	60대 이상	511	3.1	10.9	0.2	2.9	0.5	1.0	0.1
학력	고졸 이하	436	2.6	7.5	0.7	1.0	0.6	1.9	0.5
	대졸	1,285	2.7	8.3	0.8	1.1	0.8	2.0	0.6
	대학원졸	217	2.1	10.6	0.5	2.5	0.2	1.2	0.1
직업	관리/전문/사무직	1,067	2.0	9.0	0.8	1.2	0.6	1.9	0.4
	서비스/판매직	191	3.1	5.7	1.1	1.0	0.3	2.5	0.1
	기계/농림어업/단순노무	219	2.9	7.2	0.9	1.4	1.1	1.8	0.8
	주부	202	4.5	9.5	0.2	1.6	0.3	1.0	0.8
	학생	81	2.3	3.3	1.0	0.2	1.4	1.4	0.0
	기타	178	3.6	10.5	0.7	1.6	1.0	2.4	0.7
가구소득	200만 원 미만	149	2.3	7.0	0.9	0.6	1.6	2.0	0.0
	200~400만 원 미만	572	3.1	7.1	0.6	1.0	0.6	2.3	0.2
	400~600만 원 미만	565	2.2	8.5	0.9	1.4	0.2	2.2	0.6
	600만 원 이상	652	2.7	9.8	0.8	1.5	0.9	1.2	0.7

## 2.8. 간편식(HMR) 구입 이유

○ 간편식 구입 이유로는 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’가 32.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서’라는 의견이 25.6%, ‘간편식으로 다양한 음식을 맛볼 수 있어서’라는 의견이 10.8% 순으로 높게 나타남. 반면 ‘균형 잡힌 영양소를 섭취하기 위해서’는 0.4%로 매우 낮게 나타남.

- 권역별로는 강원권을 제외한 모든 권역에서 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’가 가장 높게 나타났고, 강원권은 ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서’가 높게 나타남.

〈그림 5-22〉 간편식(HMR) 구입 이유(1+2 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.



〈표 5-39〉 간편식(HMR) 구입 이유(1+2 가중평균)

단위: 명, %

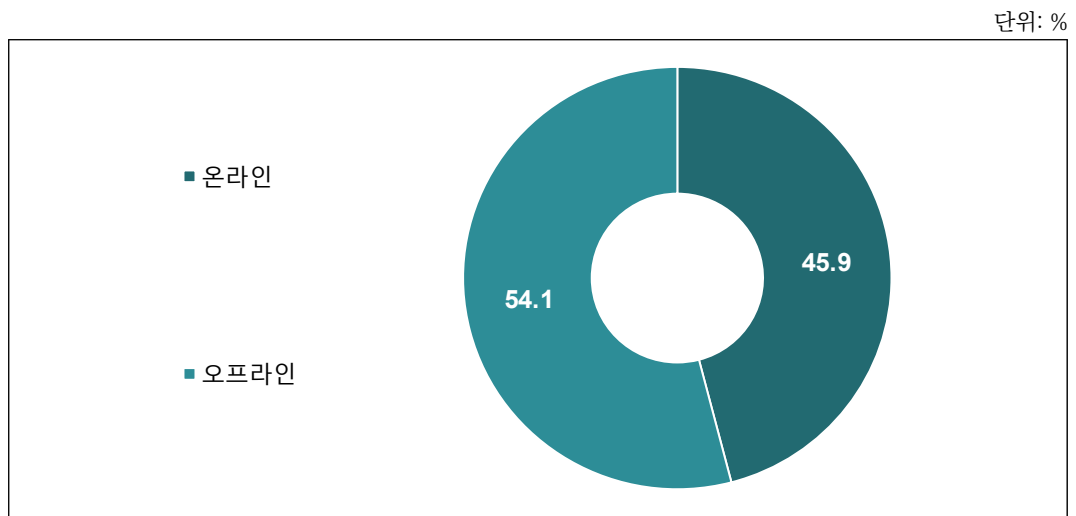
구분	사례수	재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서	간편식이 맛있어서	직접 조리할 줄 몰라서	직접 조리할 시간이 없어서	조리하기 번거롭고 귀찮아서	간편식으로 다양한 음식을 맛 볼 수 있어서	직접 조리보다 음식물 쓰레기 등 낭비를 줄일 수 있어서	보관성/휴대성이 좋아서	균형 잡힌 영양소를 섭취할 수 있어서	
전체	1,938	25.6	3.9	4.1	10.5	32.5	10.8	5.3	6.9	0.4	
권역	수도권	971	26.0	3.3	4.5	11.6	32.7	9.9	5.1	6.5	0.4
	충청권	221	22.8	5.1	3.8	7.5	34.8	11.2	5.3	8.9	0.6
	호남권	208	26.1	5.6	5.0	10.1	29.6	13.6	3.2	6.3	0.5
	대경권	187	24.4	3.6	3.6	8.4	33.7	13.5	5.0	7.3	0.5
	동남권	289	25.7	4.4	2.9	10.5	33.1	9.7	6.1	7.3	0.3
	강원권	62	29.6	1.1	4.8	10.2	24.2	10.2	12.4	6.5	1.1
가구원수	1인 가구	314	28.1	3.2	5.6	10.0	34.2	7.2	6.1	5.4	0.2
	2인 가구	432	26.9	3.3	3.0	8.4	33.7	10.4	6.3	7.6	0.5
	3인 가구	511	24.2	4.6	3.8	10.3	31.2	12.5	5.5	7.3	0.6
	4인 이상 가구	681	24.6	4.0	4.4	12.1	31.9	11.4	4.2	7.0	0.4
성별	남성	1,016	23.7	4.0	4.0	10.6	32.6	11.7	5.1	7.6	0.7
	여성	922	27.6	3.8	4.2	10.4	32.4	9.7	5.5	6.2	0.2
연령	20대	243	21.3	5.6	6.0	11.8	33.1	10.3	5.2	6.6	0.1
	30대	356	26.4	6.0	6.3	9.5	30.2	7.3	6.5	7.8	0.1
	40대	504	27.6	3.8	4.2	11.8	32.1	9.9	4.2	6.4	0.0
	50대	324	23.5	3.6	4.3	11.2	34.6	11.9	5.3	5.0	0.5
	60대 이상	511	26.4	1.9	1.6	8.7	32.9	13.6	5.5	8.2	1.2
학력	고졸 이하	436	25.5	4.5	3.7	10.2	30.5	12.0	6.0	7.2	0.4
	대졸	1,285	25.9	3.9	4.4	10.1	32.7	10.7	4.9	7.0	0.4
	대학원졸	217	23.7	2.5	3.4	12.9	35.5	8.8	6.1	6.3	0.9
직업	관리/전문/사무직	1,067	25.1	4.0	4.3	10.6	33.6	10.4	5.4	6.2	0.5
	서비스/판매직	191	29.8	3.5	3.5	10.5	28.8	10.1	5.2	8.2	0.3
	기계/농림어업/단순노무	219	22.1	4.0	4.6	12.3	28.8	12.5	5.5	9.7	0.6
	주부	202	29.4	3.5	3.3	9.9	31.4	11.2	5.1	5.9	0.3
	학생	81	18.9	6.2	8.6	9.5	37.9	8.6	4.5	5.8	0.0
	기타	178	27.0	3.2	2.1	8.8	33.5	12.0	4.9	8.1	0.6
가구소득	200만 원 미만	149	26.4	5.4	5.6	9.4	29.5	11.4	6.3	6.0	0.0
	200~400만 원 미만	572	28.6	3.0	4.4	9.3	31.6	9.1	5.8	7.8	0.3
	400~600만 원 미만	565	26.4	4.4	3.5	10.1	31.6	11.2	5.7	6.8	0.3
	600만 원 이상	652	22.0	3.9	4.0	12.1	34.8	11.7	4.2	6.5	0.8

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

## 2.9. 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중

- 지출액 기준 간편식의 온라인과 오프라인 비중은 ‘온라인’이 45.9%, ‘오프라인’이 54.1%로 오프라인이 높게 나타남.
  - 가구원 수별로 1인 가구의 ‘온라인’ 비중이 상대적으로 높음.
  - 또한, 남성보다 여성의 ‘온라인’ 비중이 높게 나타남.

〈그림 5-23〉 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중



〈표 5-40〉 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중

단위: 명, %

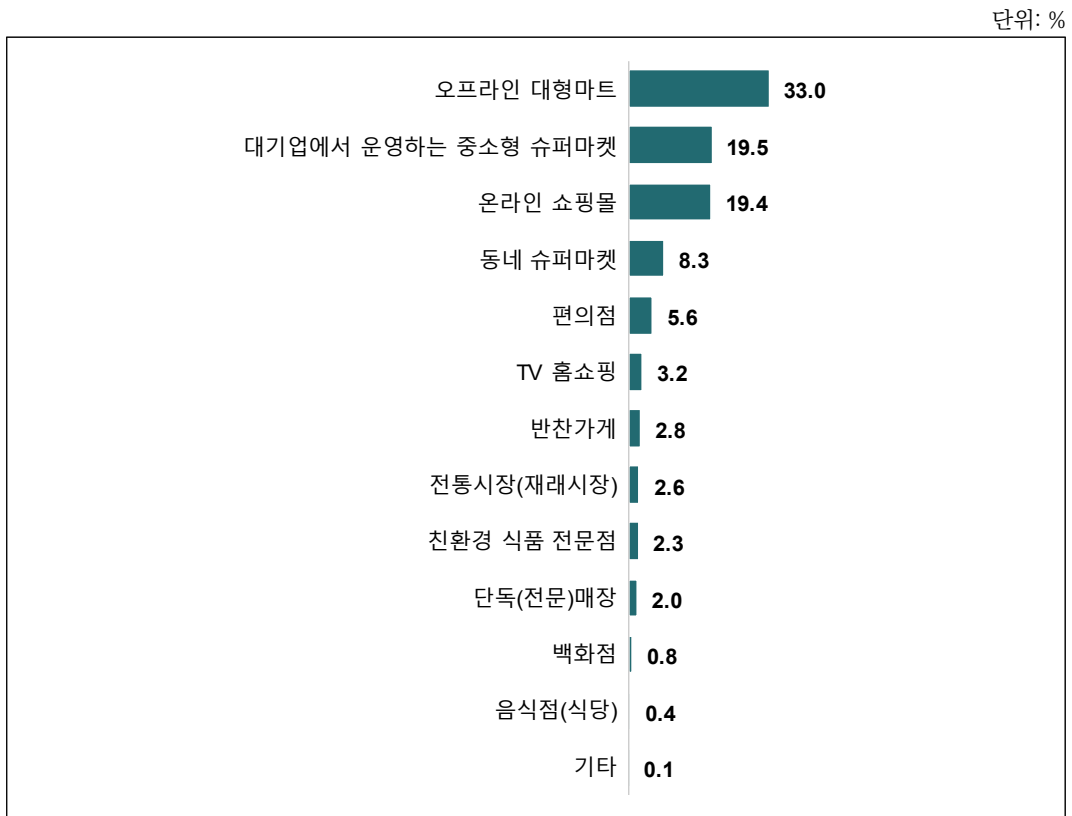
구분		사례수	온라인	오프라인
전체		1,938	45.9	54.1
권역	수도권	971	48.0	52.0
	충청권	221	42.6	57.4
	호남권	208	40.8	59.2
	대경권	187	41.3	58.7
	동남권	289	49.1	50.9
	강원권	62	41.5	58.5
가구원수	1인 가구	314	52.0	48.0
	2인 가구	432	44.4	55.6
	3인 가구	511	46.8	53.2
	4인 이상 가구	681	43.4	56.6
성별	남성	1,016	43.0	57.0
	여성	922	49.2	50.8
연령	20대	243	48.8	51.2
	30대	356	50.9	49.1
	40대	504	49.4	50.6
	50대	324	42.6	57.4
	60대 이상	511	39.8	60.2
학력	고졸 이하	436	44.5	55.5
	대졸	1,285	46.7	53.4
	대학원졸	217	44.6	55.4
직업	관리/전문/사무직	1,067	47.5	52.5
	서비스/판매직	191	47.7	52.3
	기계/농림어업/단순노무	219	42.9	57.1
	주부	202	45.5	54.5
	학생	81	50.1	49.9
	기타	178	36.7	63.3
가구소득	200만 원 미만	149	45.5	54.5
	200~400만 원 미만	572	48.0	52.0
	400~600만 원 미만	565	42.8	57.2
	600만 원 이상	652	46.9	53.1

## 2.10. 간편식(HMR) 주 구입처

○ 간편식에 주 구입처로는 ‘오프라인 대형마트’가 33.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(19.5%), ‘온라인 쇼핑몰’(19.4%) 순으로 나타남.

- 연령이 낮을수록 ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’의 비중이 높게 나타남.

〈그림 5-24〉 간편식(HMR) 주 구입처(1+2 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-41〉 간편식(HMR) 주 구입처(1+2 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	동네 슈퍼마켓	대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓	오프라인 대형마트	전통시장 (재래시장)	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰
전체		1,938	8.3	19.5	33.0	2.6	0.8	2.3	19.4
권역	수도권	971	7.4	18.8	31.8	2.6	1.1	2.6	20.6
	충청권	221	8.0	21.4	36.5	2.0	1.1	0.9	19.3
	호남권	208	10.4	17.9	33.7	2.9	0.3	3.5	14.3
	대경권	187	11.6	23.5	32.4	2.9	0.5	1.2	15.5
	동남권	289	6.7	18.7	34.6	1.8	0.5	2.0	21.9
	강원권	62	12.9	21.0	30.6	5.9	0.0	2.2	18.8
가구원수	1인 가구	314	10.1	18.9	27.7	2.7	0.4	1.6	23.6
	2인 가구	432	7.9	21.0	33.9	2.5	0.8	2.1	18.8
	3인 가구	511	7.1	19.2	34.1	2.2	1.2	2.3	18.9
	4인 이상 가구	681	8.6	19.2	34.0	2.9	0.8	2.7	18.3
성별	남성	1,016	8.8	19.9	33.7	3.1	0.8	2.4	18.0
	여성	922	7.7	19.2	32.1	2.0	0.9	2.2	21.0
연령	20대	243	11.7	22.2	27.6	1.0	1.4	0.5	20.6
	30대	356	7.2	21.0	32.2	1.1	1.3	1.3	21.7
	40대	504	6.3	18.8	33.6	1.9	0.4	2.8	21.0
	50대	324	8.8	18.7	36.0	3.5	0.7	2.5	16.4
	60대 이상	511	9.0	18.5	33.5	4.4	0.7	3.2	17.6
학력	고졸 이하	436	11.7	19.1	31.0	3.7	1.3	1.3	16.5
	대졸	1,285	7.3	19.5	33.6	2.2	0.7	2.3	20.1
	대학원졸	217	7.4	20.6	33.2	2.3	0.6	4.1	20.9
직업	관리/전문/사무직	1,067	7.4	19.4	33.6	2.1	0.9	2.5	20.1
	서비스/판매직	191	8.7	21.3	34.0	3.0	0.7	2.1	18.0
	기계/농림어업/단순노무	219	11.1	19.8	30.6	4.0	1.2	0.6	17.0
	주부	202	5.9	16.7	35.5	3.0	0.7	3.3	20.1
	학생	81	12.8	29.2	23.9	0.8	0.4	0.8	20.6
	기타	178	10.3	17.0	32.0	3.4	0.2	2.6	18.2
가구소득	200만 원 미만	149	12.5	19.0	27.3	4.3	0.4	1.6	19.2
	200~400만 원 미만	572	10.0	18.7	31.1	2.6	0.7	2.0	20.6
	400~600만 원 미만	565	7.5	21.1	35.0	2.4	0.8	3.1	16.9
	600만 원 이상	652	6.5	19.1	34.2	2.2	1.1	2.0	20.5

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-41〉 간편식(HMR) 주 구입처(1+2 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	TV 홈쇼핑	편의점	단독(전문) 매장	반찬가게	음식점 (식당)	기타
전체		1,938	3.2	5.6	2.0	2.8	0.4	0.1
권역	수도권	971	3.6	5.8	2.2	3.1	0.3	0.2
	충청권	221	2.9	5.4	1.8	2.6	0.6	0.0
	호남권	208	3.6	5.8	2.2	3.1	0.3	0.2
	대경권	187	1.5	4.2	1.8	2.7	0.6	0.0
	동남권	289	3.8	6.3	3.0	3.7	0.2	0.0
	강원권	62	1.4	6.2	0.9	3.4	0.4	0.0
가구원수	1인 가구	314	3.9	6.0	1.5	1.4	1.0	0.0
	2인 가구	432	3.8	2.2	1.1	1.1	0.5	0.0
	3인 가구	511	3.3	8.7	1.0	1.9	0.2	0.0
	4인 이상 가구	681	2.9	5.6	1.5	2.8	0.5	0.0
성별	남성	1,016	3.3	5.2	2.8	3.6	0.2	0.0
	여성	922	3.3	4.5	2.2	2.6	0.7	0.2
연령	20대	243	2.6	5.2	2.3	2.8	0.4	0.1
	30대	356	3.9	6.0	1.6	2.9	0.5	0.1
	40대	504	0.5	11.2	1.5	1.8	0.0	0.0
	50대	324	2.1	8.0	1.8	2.2	0.1	0.0
	60대 이상	511	3.0	5.9	2.5	3.1	0.5	0.1
학력	고졸 이하	436	4.6	2.7	2.4	2.9	0.8	0.0
	대졸	1,285	4.6	2.9	1.6	3.3	0.6	0.2
	대학원졸	217	4.0	6.6	1.2	2.4	0.7	0.4
직업	관리/전문/사무직	1,067	3.2	5.4	2.3	2.9	0.4	0.0
	서비스/판매직	191	1.5	4.9	1.5	2.8	0.2	0.0
	기계/농림어업/단순노무	219	2.9	5.9	1.9	2.7	0.4	0.1
	주부	202	3.5	5.4	1.6	1.2	0.5	0.0
	학생	81	3.7	6.5	2.1	2.4	0.5	0.5
	기타	178	4.6	1.2	2.8	5.3	1.0	0.0
가구소득	200만 원 미만	149	0.4	8.6	1.6	0.8	0.0	0.0
	200~400만 원 미만	572	3.9	6.6	2.1	3.6	0.2	0.0
	400~600만 원 미만	565	3.8	6.5	0.2	4.5	0.7	0.0
	600만 원 이상	652	1.9	7.9	1.5	2.5	0.4	0.0

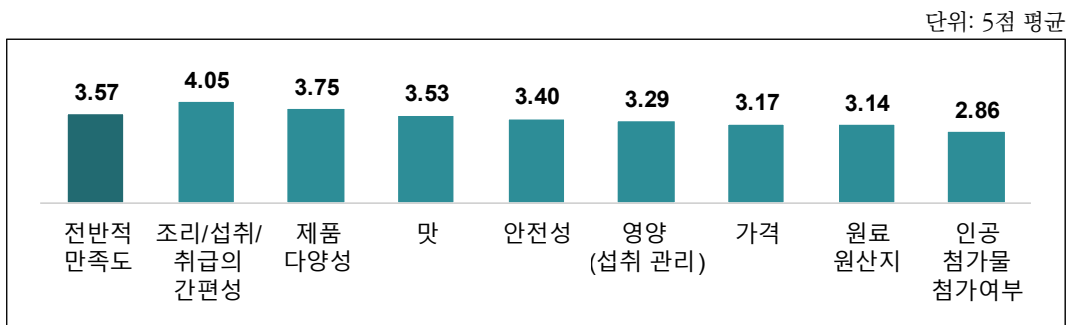
주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

## 2.11. 간편식 요소별 만족도

○ 간편식 요소별 만족도는 ‘조리/섭취/취급의 간편성’이 4.05점으로 가장 높게 나타났으며, ‘제품 다양성’(3.75점), ‘맛’(3.53점)의 순으로 나타남.

- 전반적 만족도는 3.57점으로 나타남.
- 가구원 수별로 보았을 때 가구원 수가 많을수록 요소별 만족도가 대체로 높음.
- 가구소득별로는 가구소득이 높을수록 요소별 만족도가 대체로 높음.

〈그림 5-25〉 간편식 요소별 만족도



〈표 5-42〉 간편식 요소별 만족도

단위: 명, 5점 평균

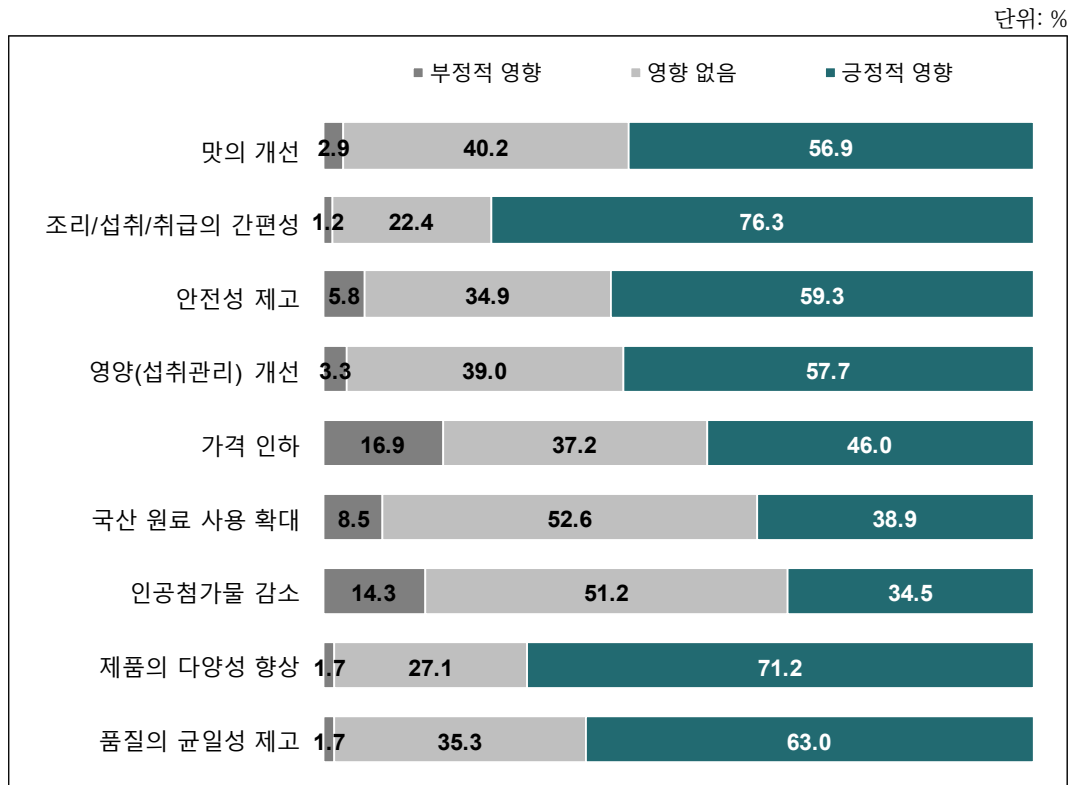
구분	사례수	맛	조리/섭취/취급 간편성	안전성	영양 (섭취 관리)	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품 다양성	전반적인 만족도	
전체	1,938	3.53	4.05	3.40	3.29	3.17	3.14	2.86	3.75	3.57	
권역	수도권	971	3.53	4.05	3.38	3.28	3.16	3.14	2.84	3.76	3.59
	충청권	221	3.52	4.06	3.41	3.29	3.22	3.16	2.91	3.79	3.58
	호남권	208	3.53	3.99	3.43	3.37	3.27	3.16	2.93	3.76	3.55
	대경권	187	3.50	4.00	3.37	3.26	3.11	3.13	2.88	3.69	3.48
	동남권	289	3.53	4.10	3.44	3.29	3.12	3.13	2.83	3.72	3.56
	강원권	62	3.58	4.13	3.40	3.34	3.31	3.06	2.81	3.81	3.60
가구원수	1인 가구	314	3.53	4.03	3.43	3.36	3.13	3.14	2.94	3.76	3.61
	2인 가구	432	3.50	4.06	3.42	3.28	3.13	3.12	2.82	3.75	3.56
	3인 가구	511	3.52	4.03	3.35	3.25	3.19	3.15	2.80	3.73	3.54
	4인 이상 가구	681	3.55	4.07	3.40	3.29	3.21	3.15	2.88	3.78	3.59
성별	남성	1,016	3.49	3.99	3.39	3.27	3.19	3.14	2.87	3.73	3.55
	여성	922	3.57	4.12	3.40	3.31	3.16	3.14	2.84	3.78	3.60
연령	20대	243	3.63	4.18	3.47	3.35	3.12	3.23	2.98	3.92	3.71
	30대	356	3.59	4.11	3.33	3.22	3.16	3.14	2.85	3.79	3.60
	40대	504	3.59	4.06	3.41	3.28	3.21	3.13	2.86	3.77	3.59
	50대	324	3.44	3.98	3.33	3.23	3.19	3.07	2.78	3.66	3.46
	60대 이상	511	3.44	3.99	3.44	3.36	3.17	3.15	2.86	3.70	3.54
학력	고졸 이하	436	3.53	4.00	3.42	3.35	3.14	3.16	2.92	3.72	3.52
	대졸	1,285	3.53	4.07	3.38	3.27	3.17	3.13	2.84	3.76	3.58
	대학원졸	217	3.54	4.03	3.42	3.30	3.27	3.19	2.87	3.78	3.61
직업	관리/전문/사무직	1,067	3.53	4.06	3.37	3.26	3.18	3.13	2.85	3.76	3.58
	서비스/판매직	191	3.53	4.09	3.48	3.39	3.21	3.19	2.89	3.80	3.65
	기계/농림어업/단순노무	219	3.45	3.90	3.34	3.33	3.17	3.14	2.85	3.68	3.49
	주부	202	3.58	4.14	3.42	3.30	3.22	3.14	2.85	3.75	3.57
	학생	81	3.63	4.19	3.52	3.31	3.02	3.16	2.89	3.93	3.64
	기타	178	3.50	3.99	3.42	3.29	3.12	3.12	2.85	3.71	3.54
가구소득	200만 원 미만	149	3.44	3.88	3.40	3.39	3.10	3.11	2.81	3.64	3.54
	200~400만 원 미만	572	3.52	4.05	3.38	3.25	3.12	3.14	2.85	3.73	3.56
	400~600만 원 미만	565	3.53	4.06	3.39	3.30	3.24	3.13	2.88	3.76	3.58
	600만 원 이상	652	3.55	4.09	3.42	3.30	3.18	3.15	2.86	3.80	3.58



## 2.12. 푸드테크에 대한 기대(간편식, HMR)

○ 푸드테크로 인한 간편식의 속성별 영향에 대해 ‘조리/섭취/취급의 간편성’에서 긍정적 영향을 기대한다는 응답이 76.3%로 가장 높았고, 다음으로 ‘제품의 다양성 향상’이 71.2%로 높게 나타남.

〈그림 5-26〉 푸드테크에 대한 기대(간편식, HMR)



〈표 5-43〉 푸드테크에 대한 기대(간편식, HMR) - 맛의 개선

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		1,938	2.9	40.2	56.9
권역	수도권	971	3.0	40.3	56.7
	충청권	221	2.3	41.6	56.1
	호남권	208	1.0	43.3	55.8
	대경권	187	4.3	41.2	54.5
	동남권	289	3.1	37.7	59.2
	강원권	62	4.8	32.3	62.9
가구원수	1인 가구	314	2.5	41.1	56.4
	2인 가구	432	2.3	37.7	60.0
	3인 가구	511	3.7	42.7	53.6
	4인 이상 가구	681	2.8	39.5	57.7
성별	남성	1,016	3.1	41.3	55.6
	여성	922	2.7	38.9	58.4
연령	20대	243	2.1	42.0	56.0
	30대	356	4.5	44.9	50.6
	40대	504	3.6	42.3	54.2
	50대	324	1.5	37.7	60.8
	60대 이상	511	2.3	35.6	62.0
학력	고졸 이하	436	3.0	42.7	54.4
	대졸	1,285	2.7	40.1	57.2
	대학원졸	217	3.7	35.9	60.4
직업	관리/전문/사무직	1,067	2.3	43.0	54.6
	서비스/판매직	191	3.1	41.9	55.0
	기계/농림어업/단순노무	219	5.9	37.9	56.2
	주부	202	3.0	28.7	68.3
	학생	81	1.2	35.8	63.0
	기타	178	2.8	39.3	57.9
가구소득	200만 원 미만	149	4.7	42.3	53.0
	200~400만 원 미만	572	3.0	39.7	57.3
	400~600만 원 미만	565	2.8	39.6	57.5
	600만 원 이상	652	2.5	40.6	56.9

〈표 5-44〉 푸드테크에 대한 기대(간편식, HMR) - 조리/섭취/취급의 간편성

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		1,938	1.2	22.4	76.3
권역	수도권	971	1.5	22.5	76.0
	충청권	221	0.9	25.8	73.3
	호남권	208	1.0	18.8	80.3
	대경권	187	0.5	27.3	72.2
	동남권	289	0.7	20.1	79.2
	강원권	62	3.2	19.4	77.4
가구원수	1인 가구	314	0.0	22.9	77.1
	2인 가구	432	1.6	19.7	78.7
	3인 가구	511	1.4	23.9	74.8
	4인 이상 가구	681	1.5	22.9	75.6
성별	남성	1,016	1.5	25.1	73.4
	여성	922	1.0	19.5	79.5
연령	20대	243	1.2	20.2	78.6
	30대	356	1.7	27.8	70.5
	40대	504	0.8	19.4	79.8
	50대	324	2.2	21.6	76.2
	60대 이상	511	0.8	23.3	75.9
학력	고졸 이하	436	1.4	25.2	73.4
	대졸	1,285	1.3	22.1	76.6
	대학원졸	217	0.5	18.9	80.6
직업	관리/전문/사무직	1,067	1.3	21.8	76.9
	서비스/판매직	191	1.0	25.7	73.3
	기계/농림어업/단순노무	219	1.8	31.5	66.7
	주부	202	0.0	16.3	83.7
	학생	81	0.0	13.6	86.4
	기타	178	2.2	22.5	75.3
가구소득	200만 원 미만	149	2.0	23.5	74.5
	200~400만 원 미만	572	1.4	21.2	77.4
	400~600만 원 미만	565	0.9	22.1	77.0
	600만 원 이상	652	1.2	23.6	75.2

〈표 5-45〉 푸드테크에 대한 기대(간편식, HMR) - 안전성 제고

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		1,938	5.8	34.9	59.3
권역	수도권	971	5.6	33.5	61.0
	충청권	221	5.0	37.1	57.9
	호남권	208	4.8	34.6	60.6
	대경권	187	8.0	38.5	53.5
	동남권	289	5.9	37.4	56.7
	강원권	62	8.1	27.4	64.5
가구원수	1인 가구	314	4.1	38.9	57.0
	2인 가구	432	4.4	36.6	59.0
	3인 가구	511	7.2	32.1	60.7
	4인 이상 가구	681	6.3	34.1	59.6
성별	남성	1,016	5.7	36.2	58.1
	여성	922	5.9	33.4	60.7
연령	20대	243	7.0	36.2	56.8
	30대	356	7.0	39.0	53.9
	40대	504	6.3	33.7	59.9
	50대	324	4.3	30.6	65.1
	60대 이상	511	4.7	35.2	60.1
학력	고졸 이하	436	6.2	38.3	55.5
	대졸	1,285	5.5	34.4	60.1
	대학원졸	217	6.5	30.9	62.7
직업	관리/전문/사무직	1,067	5.7	34.6	59.7
	서비스/판매직	191	6.3	39.8	53.9
	기계/농림어업/단순노무	219	5.5	41.6	53.0
	주부	202	5.0	27.2	67.8
	학생	81	8.6	28.4	63.0
	기타	178	5.6	34.8	59.6
가구소득	200만 원 미만	149	7.4	36.9	55.7
	200~400만 원 미만	572	6.3	37.2	56.5
	400~600만 원 미만	565	6.7	31.9	61.4
	600만 원 이상	652	4.1	35.0	60.9

〈표 5-46〉 푸드테크에 대한 기대(간편식, HMR) - 영양(섭취관리) 개선

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		1,938	3.3	39.0	57.7
권역	수도권	971	2.6	37.2	60.2
	충청권	221	5.4	37.1	57.5
	호남권	208	1.4	43.3	55.3
	대경권	187	5.3	40.1	54.5
	동남권	289	3.1	43.3	53.6
	강원권	62	8.1	37.1	54.8
가구원수	1인 가구	314	2.5	38.9	58.6
	2인 가구	432	2.5	35.2	62.3
	3인 가구	511	4.7	40.9	54.4
	4인 이상 가구	681	3.1	40.1	56.8
성별	남성	1,016	3.4	41.5	55.0
	여성	922	3.1	36.2	60.6
연령	20대	243	2.5	37.4	60.1
	30대	356	4.2	42.1	53.7
	40대	504	4.0	39.7	56.3
	50대	324	2.5	38.3	59.3
	60대 이상	511	2.9	37.4	59.7
학력	고졸 이하	436	2.8	40.6	56.7
	대졸	1,285	3.5	39.1	57.4
	대학원졸	217	3.2	35.0	61.8
직업	관리/전문/사무직	1,067	3.4	40.6	56.0
	서비스/판매직	191	4.2	40.3	55.5
	기계/농림어업/단순노무	219	2.7	40.6	56.6
	주부	202	5.0	30.2	64.9
	학생	81	0.0	28.4	71.6
	기타	178	2.2	41.0	56.7
가구소득	200만 원 미만	149	0.7	40.3	59.1
	200~400만 원 미만	572	4.7	39.3	55.9
	400~600만 원 미만	565	4.2	39.3	56.5
	600만 원 이상	652	1.8	38.2	60.0

〈표 5-47〉 푸드테크에 대한 기대(간편식, HMR) - 가격 인하

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		1,938	16.9	37.2	46.0
권역	수도권	971	17.8	35.5	46.7
	충청권	221	16.3	42.1	41.6
	호남권	208	13.9	39.4	46.6
	대경권	187	11.8	43.3	44.9
	동남권	289	19.0	33.9	47.1
	강원권	62	19.4	33.9	46.8
가구원수	1인 가구	314	16.9	36.6	46.5
	2인 가구	432	15.0	41.9	43.1
	3인 가구	511	18.2	35.6	46.2
	4인 이상 가구	681	17.0	35.5	47.4
성별	남성	1,016	16.8	36.5	46.7
	여성	922	16.9	37.9	45.2
연령	20대	243	25.9	27.6	46.5
	30대	356	18.3	36.2	45.5
	40대	504	16.7	35.5	47.8
	50대	324	14.8	38.6	46.6
	60대 이상	511	13.1	43.1	43.8
학력	고졸 이하	436	12.6	43.1	44.3
	대졸	1,285	17.7	35.5	46.8
	대학원졸	217	20.3	35.0	44.7
직업	관리/전문/사무직	1,067	17.7	35.2	47.0
	서비스/판매직	191	14.1	33.5	52.4
	기계/농림어업/단순노무	219	16.4	41.6	42.0
	주부	202	10.9	42.6	46.5
	학생	81	28.4	27.2	44.4
	기타	178	16.9	45.5	37.6
가구소득	200만 원 미만	149	14.1	38.3	47.7
	200~400만 원 미만	572	17.0	40.2	42.8
	400~600만 원 미만	565	18.1	34.5	47.4
	600만 원 이상	652	16.4	36.5	47.1

〈표 5-48〉 푸드테크에 대한 기대(간편식, HMR) - 국산 원료 사용 확대

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		1,938	8.5	52.6	38.9
권역	수도권	971	8.4	54.6	37.0
	충청권	221	8.1	52.0	39.8
	호남권	208	8.2	47.6	44.2
	대경권	187	7.5	48.1	44.4
	동남권	289	9.0	54.7	36.3
	강원권	62	12.9	43.5	43.5
가구원수	1인 가구	314	11.1	48.4	40.4
	2인 가구	432	7.9	56.5	35.6
	3인 가구	511	8.0	52.3	39.7
	4인 이상 가구	681	8.1	52.3	39.6
성별	남성	1,016	8.3	56.4	35.3
	여성	922	8.8	48.4	42.8
연령	20대	243	13.2	46.9	39.9
	30대	356	9.3	59.6	31.2
	40대	504	8.9	51.2	39.9
	50대	324	6.8	52.8	40.4
	60대 이상	511	6.5	51.7	41.9
학력	고졸 이하	436	8.5	47.2	44.3
	대졸	1,285	8.6	53.6	37.8
	대학원졸	217	8.3	57.1	34.6
직업	관리/전문/사무직	1,067	8.1	56.7	35.2
	서비스/판매직	191	9.9	49.7	40.3
	기계/농림어업/단순노무	219	9.1	48.4	42.5
	주부	202	4.5	42.6	53.0
	학생	81	14.8	42.0	43.2
	기타	178	10.7	52.2	37.1
가구소득	200만 원 미만	149	8.1	48.3	43.6
	200~400만 원 미만	572	10.0	50.7	39.3
	400~600만 원 미만	565	8.8	52.4	38.8
	600만 원 이상	652	7.1	55.4	37.6

〈표 5-49〉 푸드테크에 대한 기대(간편식, HMR) - 인공첨가물 감소

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		1,938	14.3	51.2	34.5
권역	수도권	971	14.6	51.2	34.2
	충청권	221	10.9	56.6	32.6
	호남권	208	13.0	50.0	37.0
	대경권	187	10.2	51.3	38.5
	동남권	289	17.3	49.5	33.2
	강원권	62	25.8	43.5	30.6
가구원수	1인 가구	314	13.4	51.9	34.7
	2인 가구	432	15.7	53.0	31.3
	3인 가구	511	14.7	48.3	37.0
	4인 이상 가구	681	13.7	51.8	34.5
성별	남성	1,016	14.4	54.5	31.1
	여성	922	14.3	47.5	38.2
연령	20대	243	17.3	44.4	38.3
	30대	356	14.6	54.5	30.9
	40대	504	13.5	50.0	36.5
	50대	324	11.1	53.7	35.2
	60대 이상	511	15.7	51.7	32.7
학력	고졸 이하	436	13.8	50.7	35.6
	대졸	1,285	14.6	51.8	33.6
	대학원졸	217	14.3	48.4	37.3
직업	관리/전문/사무직	1,067	13.5	53.0	33.6
	서비스/판매직	191	12.6	49.2	38.2
	기계/농림어업/단순노무	219	15.5	53.9	30.6
	주부	202	11.4	45.5	43.1
	학생	81	27.2	29.6	43.2
	기타	178	17.4	55.6	27.0
가구소득	200만 원 미만	149	14.8	48.3	36.9
	200~400만 원 미만	572	15.2	49.8	35.0
	400~600만 원 미만	565	16.1	50.8	33.1
	600만 원 이상	652	12.0	53.4	34.7



〈표 5-50〉 푸드테크에 대한 기대(간편식, HMR) - 제품의 다양성 향상

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		1,938	1.7	27.1	71.2
권역	수도권	971	1.5	26.6	71.9
	충청권	221	1.8	30.8	67.4
	호남권	208	1.4	26.0	72.6
	대경권	187	1.6	26.7	71.7
	동남권	289	2.1	27.7	70.2
	강원권	62	3.2	24.2	72.6
가구원수	1인 가구	314	1.6	29.6	68.8
	2인 가구	432	1.4	24.3	74.3
	3인 가구	511	2.3	26.8	70.8
	4인 이상 가구	681	1.5	27.9	70.6
성별	남성	1,016	2.2	29.9	67.9
	여성	922	1.2	24.0	74.8
연령	20대	243	2.5	27.2	70.4
	30대	356	2.2	30.1	67.7
	40대	504	2.2	23.4	74.4
	50대	324	0.6	29.0	70.4
	60대 이상	511	1.2	27.4	71.4
학력	고졸 이하	436	1.8	29.4	68.8
	대졸	1,285	1.6	26.6	71.8
	대학원졸	217	2.3	25.3	72.4
직업	관리/전문/사무직	1,067	1.9	26.4	71.7
	서비스/판매직	191	1.0	31.4	67.5
	기계/농림어업/단순노무	219	1.4	32.9	65.8
	주부	202	1.0	20.3	78.7
	학생	81	1.2	22.2	76.5
	기타	178	2.8	29.2	68.0
가구소득	200만 원 미만	149	1.3	33.6	65.1
	200~400만 원 미만	572	2.1	27.1	70.8
	400~600만 원 미만	565	2.1	25.5	72.4
	600만 원 이상	652	1.1	27.0	71.9

〈표 5-51〉 푸드테크에 대한 기대(간편식, HMR) - 품질의 균일성 제고

단위: 명, %

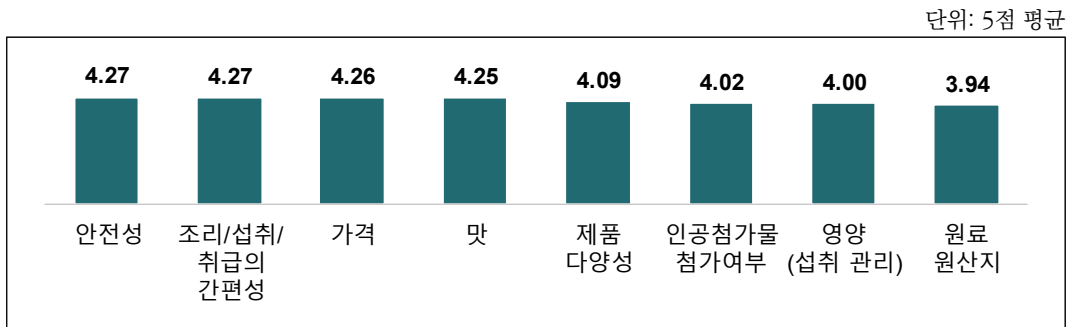
구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		1,938	1.7	35.3	63.0
권역	수도권	971	1.6	33.7	64.7
	충청권	221	2.3	37.6	60.2
	호남권	208	1.4	40.4	58.2
	대경권	187	2.1	38.5	59.4
	동남권	289	1.0	34.9	64.0
	강원권	62	1.6	29.0	69.4
가구원수	1인 가구	314	0.6	33.4	65.9
	2인 가구	432	1.6	37.7	60.6
	3인 가구	511	1.8	35.2	63.0
	4인 이상 가구	681	2.1	34.8	63.1
성별	남성	1,016	1.9	38.8	59.4
	여성	922	1.4	31.6	67.0
연령	20대	243	2.5	32.1	65.4
	30대	356	1.7	39.3	59.0
	40대	504	2.8	33.1	64.1
	50대	324	0.6	36.7	62.7
	60대 이상	511	0.8	35.4	63.8
학력	고졸 이하	436	3.0	38.5	58.5
	대졸	1,285	1.2	34.9	63.9
	대학원졸	217	1.8	31.3	66.8
직업	관리/전문/사무직	1,067	1.1	34.5	64.4
	서비스/판매직	191	3.7	37.7	58.6
	기계/농림어업/단순노무	219	2.7	46.1	51.1
	주부	202	1.0	26.2	72.8
	학생	81	2.5	28.4	69.1
	기타	178	1.7	38.2	60.1
가구소득	200만 원 미만	149	3.4	34.9	61.7
	200~400만 원 미만	572	1.7	38.1	60.1
	400~600만 원 미만	565	1.9	32.2	65.8
	600만 원 이상	652	0.9	35.7	63.3

### 2.13. 간편식 요소별 중요도

○ 간편식 요소별 중요도로는 ‘조리 섭취와 취급의 간편성’과 ‘안전성’이 각각 4.27점으로 가장 높게 나타났으며, ‘가격’(4.26점), ‘맛’(4.25점) 순으로 나타남.

- 1인 가구와 저소득일수록 ‘가격’이 가장 중요한 요소로 나타남.

〈그림 5-27〉 간편식 요소별 중요도



〈표 5-52〉 간편식 요소별 중요도

단위: 명, 5점 평균

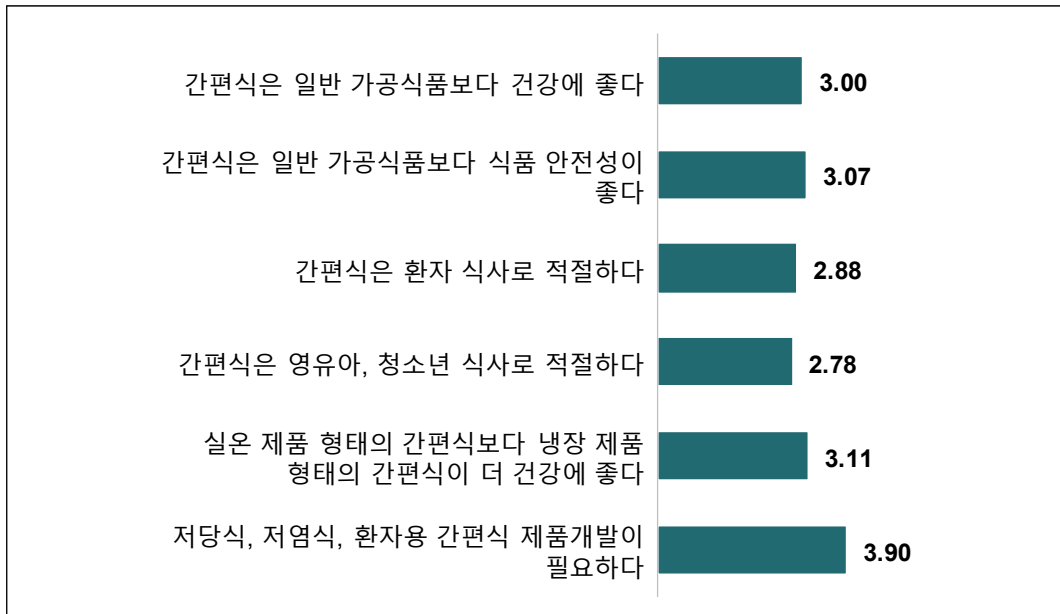
구분		사례수	맛	조리/ 섭취/ 취급의 간편성	안전성	영양 (섭취 관리)	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품 다양성
전체		2,000	4.25	4.27	4.27	4.00	4.26	3.94	4.02	4.09
권역	수도권	1,004	4.26	4.29	4.26	3.98	4.24	3.92	4.02	4.10
	충청권	224	4.21	4.21	4.30	4.03	4.29	3.92	3.96	4.05
	호남권	218	4.18	4.22	4.28	4.04	4.25	4.06	4.11	4.03
	대경권	193	4.26	4.25	4.31	4.05	4.22	3.96	4.06	4.11
	동남권	298	4.23	4.25	4.23	3.94	4.29	3.89	3.94	4.07
	강원권	63	4.49	4.37	4.46	4.22	4.49	4.17	4.16	4.22
가구원수	1인 가구	327	4.28	4.35	4.18	3.97	4.32	3.84	3.97	4.09
	2인 가구	455	4.29	4.27	4.29	4.03	4.23	3.96	4.06	4.12
	3인 가구	526	4.21	4.23	4.21	3.95	4.24	3.91	3.96	4.04
	4인 이상 가구	692	4.25	4.26	4.35	4.03	4.26	4.00	4.06	4.11
성별	남성	1,058	4.17	4.18	4.23	3.93	4.22	3.85	3.91	4.00
	여성	942	4.35	4.36	4.32	4.08	4.30	4.05	4.14	4.18
연령	20대	249	4.39	4.43	4.08	3.84	4.35	3.74	3.77	4.17
	30대	364	4.29	4.34	4.14	3.88	4.23	3.78	3.84	4.15
	40대	513	4.26	4.32	4.31	4.00	4.29	3.96	4.00	4.11
	50대	328	4.14	4.16	4.28	4.03	4.22	4.02	4.13	4.06
	60대 이상	546	4.22	4.16	4.41	4.15	4.22	4.07	4.21	4.01
학력	고졸 이하	455	4.24	4.18	4.27	4.08	4.23	3.97	4.06	4.06
	대졸	1,323	4.27	4.30	4.26	3.96	4.26	3.92	4.00	4.09
	대학원졸	222	4.20	4.27	4.35	4.09	4.28	3.99	4.05	4.10
직업	관리/전문/사무직	1,089	4.24	4.29	4.24	3.96	4.25	3.89	3.97	4.08
	서비스/판매직	193	4.27	4.30	4.31	4.04	4.21	3.98	4.06	4.12
	기계/농림어업/단순노무	233	4.14	4.11	4.20	3.94	4.23	3.92	3.96	4.03
	주부	208	4.38	4.29	4.45	4.23	4.31	4.21	4.30	4.15
	학생	83	4.36	4.40	4.16	3.88	4.31	3.73	3.78	4.20
	기타	194	4.26	4.21	4.39	4.10	4.26	4.02	4.14	4.08
가구소득	200만 원 미만	160	4.23	4.21	4.26	4.01	4.33	3.96	4.03	4.06
	200~400만 원 미만	597	4.24	4.27	4.24	4.01	4.27	3.89	4.02	4.07
	400~600만 원 미만	579	4.25	4.24	4.27	3.96	4.27	3.98	4.03	4.10
	600만 원 이상	664	4.27	4.30	4.30	4.03	4.22	3.95	4.00	4.10

## 2.14. 간편식에 대한 인식

- 간편식에 대한 인식은 ‘저당식/저염식/재가 환자용 간편식 제품 개발이 필요하다’는 의견이 3.90점으로 가장 높으며, ‘실온 제품 간편식보다 냉장 제품 형태 간편식이 더 건강에 유익하다’가 3.11점으로 나타남.

〈그림 5-28〉 간편식에 대한 인식

단위: 5점 평균



〈표 5-53〉 간편식에 대한 인식

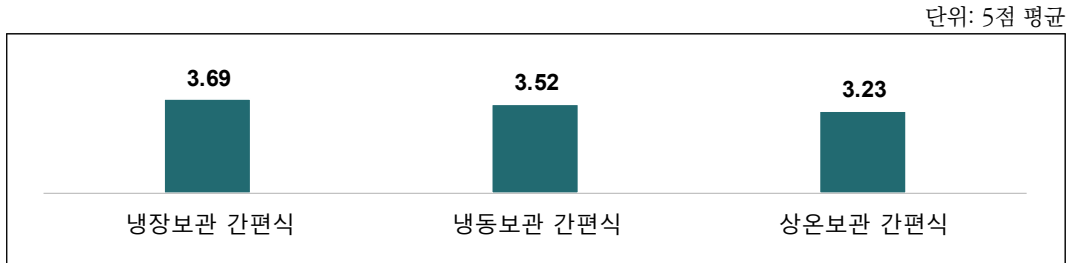
단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	간편식은 일반 가공 식품보다 건강에 좋다	간편식은 일반 가공 식품보다 식품 안전성이 좋다	간편식은 환자 식사로 적절하다	간편식은 영유아, 청소년 식사 적절하다	실은 제품 형태의 간편식보다 냉장 제품 형태의 간편식이 더 건강에 좋다	저당식, 저염식, 환자용 간편식 제품개발이 필요하다
전체		2,000	3.00	3.07	2.88	2.78	3.11	3.90
권역	수도권	1,004	3.00	3.04	2.88	2.74	3.14	3.92
	충청권	224	3.03	3.13	2.87	2.79	3.15	3.91
	호남권	218	3.02	3.17	2.94	2.89	3.05	3.85
	대경권	193	2.94	3.07	2.88	2.81	3.18	3.88
	동남권	298	2.94	3.01	2.80	2.77	3.01	3.86
	강원권	63	3.05	3.16	3.05	2.84	2.98	3.98
가구원수	1인 가구	327	3.09	3.08	2.80	2.77	3.09	3.88
	2인 가구	455	2.96	3.05	2.87	2.79	3.07	3.95
	3인 가구	526	2.97	3.05	2.90	2.72	3.10	3.86
	4인 이상 가구	692	3.00	3.09	2.89	2.81	3.15	3.90
성별	남성	1,058	2.95	3.05	2.93	2.82	3.07	3.84
	여성	942	3.05	3.09	2.81	2.72	3.15	3.96
연령	20대	249	3.00	3.05	2.62	2.67	3.12	3.98
	30대	364	2.96	3.00	2.63	2.59	3.17	3.84
	40대	513	3.00	3.06	2.81	2.75	3.12	3.88
	50대	328	3.01	3.07	3.01	2.84	3.08	3.85
	60대 이상	546	3.00	3.13	3.14	2.93	3.07	3.95
학력	고졸 이하	455	3.07	3.10	2.96	2.89	3.11	3.87
	대졸	1,323	2.97	3.05	2.83	2.72	3.11	3.91
	대학원졸	222	2.99	3.11	3.00	2.87	3.10	3.91
직업	관리/전문/사무직	1,089	2.99	3.04	2.85	2.74	3.12	3.88
	서비스/판매직	193	3.07	3.17	2.84	2.82	3.12	3.90
	기계/농림어업/단순노무	233	2.98	3.12	2.99	2.92	3.06	3.85
	주부	208	3.10	3.10	3.01	2.75	3.22	4.07
	학생	83	2.81	3.01	2.41	2.55	3.04	3.96
	기타	194	2.94	3.05	2.96	2.90	2.99	3.86
가구소득	200만 원 미만	160	3.00	3.01	2.91	2.88	3.02	3.84
	200~400만 원 미만	597	3.02	3.08	2.84	2.79	3.07	3.90
	400~600만 원 미만	579	2.93	3.06	2.84	2.72	3.10	3.91
	600만 원 이상	664	3.02	3.08	2.94	2.80	3.17	3.91

## 2.15. 간편식 보관형태별 선호도

- 간편식 보관형태별 선호도는 ‘냉장보관 간편식’이 3.69점으로 가장 높으며, ‘냉동보관 간편식’이 3.52점, ‘상온보관 간편식’이 3.23점의 순으로 나타남.

〈그림 5-29〉 간편식 보관형태별 선호도



〈표 5-54〉 간편식 보관형태별 선호도

단위: 명, 5점 평균

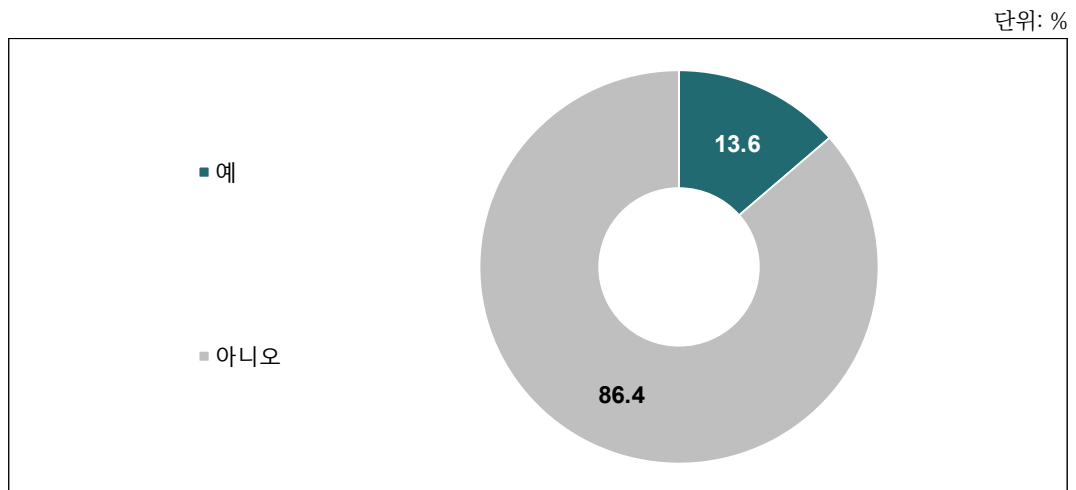
구분		사례수	냉장보관 간편식	냉동보관 간편식	상온보관 간편식
전체		2,000	3.69	3.52	3.23
권역	수도권	1,004	3.70	3.55	3.20
	충청권	224	3.66	3.53	3.21
	호남권	218	3.73	3.48	3.27
	대경권	193	3.64	3.39	3.27
	동남권	298	3.66	3.52	3.26
	강원권	63	3.75	3.57	3.38
가구원수	1인 가구	327	3.70	3.68	3.26
	2인 가구	455	3.68	3.43	3.22
	3인 가구	526	3.64	3.47	3.21
	4인 이상 가구	692	3.73	3.54	3.23
성별	남성	1,058	3.63	3.42	3.22
	여성	942	3.76	3.63	3.25
연령	20대	249	3.80	3.68	3.34
	30대	364	3.70	3.60	3.19
	40대	513	3.69	3.58	3.18
	50대	328	3.67	3.44	3.19
	60대 이상	546	3.65	3.38	3.28
학력	고졸 이하	455	3.67	3.53	3.28
	대졸	1,323	3.70	3.51	3.21
	대학원졸	222	3.67	3.55	3.27
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.68	3.53	3.21
	서비스/판매직	193	3.70	3.64	3.36
	기계/농림어업/단순노무	233	3.64	3.43	3.15
	주부	208	3.83	3.46	3.21
	학생	83	3.75	3.67	3.33
	기타	194	3.63	3.44	3.29
가구소득	200만 원 미만	160	3.59	3.59	3.36
	200~400만 원 미만	597	3.71	3.50	3.27
	400~600만 원 미만	579	3.66	3.55	3.18
	600만 원 이상	664	3.73	3.49	3.20



## 2.16. 동거가족 중 환자 여부

○ 동거 가족 중 환자 여부는 '있다'가 13.6%, '없다'가 86.4%로 나타남.

〈그림 5-30〉 동거가족 중 환자 여부



〈표 5-55〉 동거가족 중 환자 여부

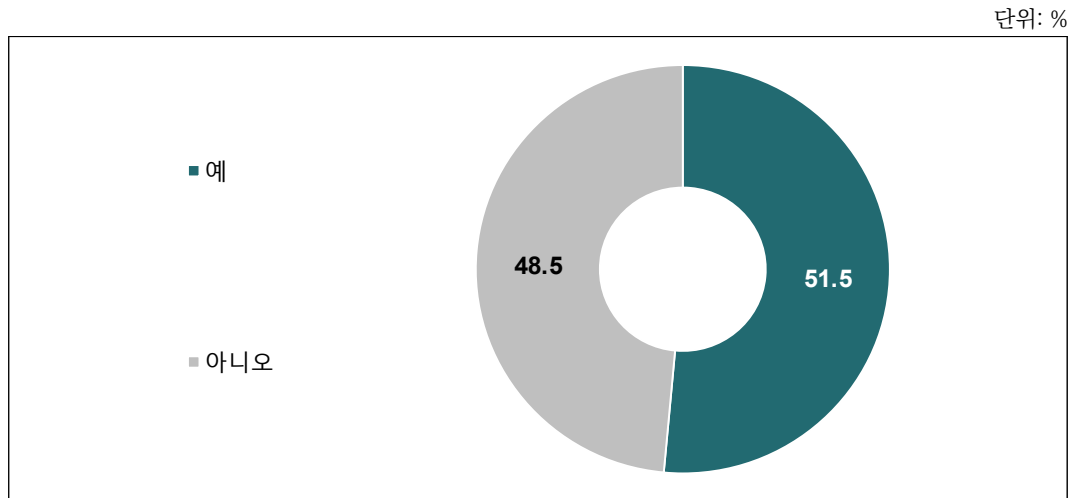
단위: 명, %

구분		사례수	예	아니오
전체		2,000	13.6	86.4
권역	수도권	1,004	12.8	87.2
	충청권	224	14.7	85.3
	호남권	218	15.6	84.4
	대경권	193	15.5	84.5
	동남권	298	13.4	86.6
	강원권	63	9.5	90.5
가구원수	1인 가구	327	10.7	89.3
	2인 가구	455	12.3	87.7
	3인 가구	526	14.1	85.9
	4인 이상 가구	692	15.5	84.5
성별	남성	1,058	12.7	87.3
	여성	942	14.6	85.4
연령	20대	249	14.9	85.1
	30대	364	10.4	89.6
	40대	513	13.6	86.4
	50대	328	15.5	84.5
	60대 이상	546	13.9	86.1
학력	고졸 이하	455	16.0	84.0
	대졸	1,323	12.9	87.1
	대학원졸	222	12.6	87.4
직업	관리/전문/사무직	1,089	12.2	87.8
	서비스/판매직	193	16.1	83.9
	기계/농림어업/단순노무	233	14.2	85.8
	주부	208	17.3	82.7
	학생	83	8.4	91.6
	기타	194	16.5	83.5
가구소득	200만 원 미만	160	20.6	79.4
	200~400만 원 미만	597	13.7	86.3
	400~600만 원 미만	579	11.1	88.9
	600만 원 이상	664	14.0	86.0

## 2.17. 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 여부

○ 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리를 하고 있다는 응답은 51.5%로 나타남.

〈그림 5-31〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 여부



〈표 5-56〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 여부

단위: 명, %

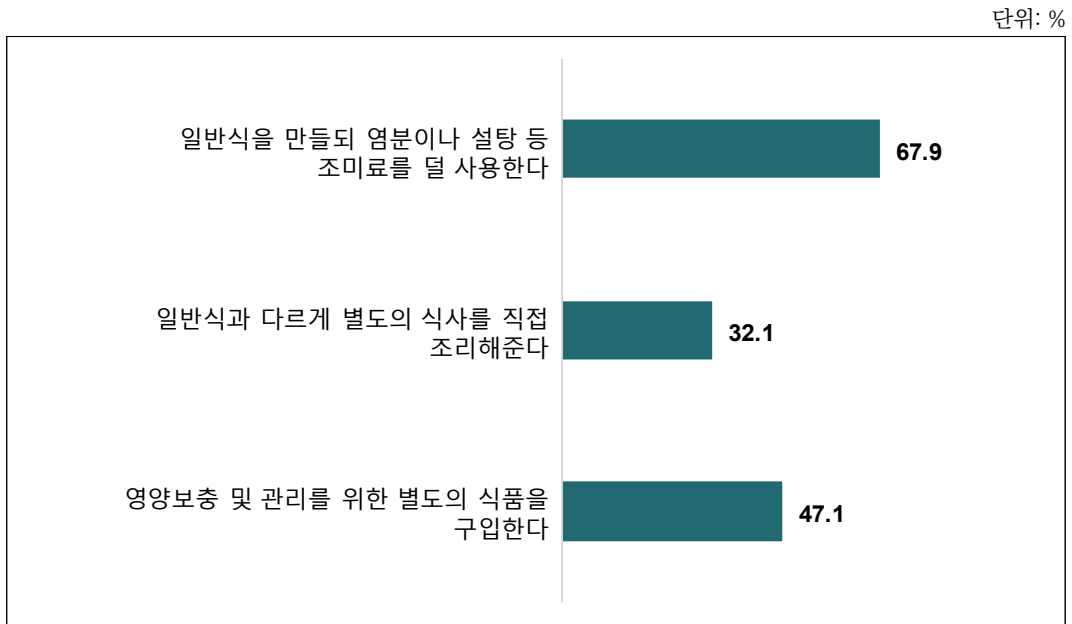
구분		사례수	예	아니오
전체		272	51.5	48.5
권역	수도권	129	55.8	44.2
	충청권	33	48.5	51.5
	호남권	34	61.8	38.2
	대경권	30	50.0	50.0
	동남권	40	32.5	67.5
	강원권	6	50.0	50.0
가구원수	1인 가구	35	62.9	37.1
	2인 가구	56	57.1	42.9
	3인 가구	74	37.8	62.2
	4인 이상 가구	107	54.2	45.8
성별	남성	134	51.5	48.5
	여성	138	51.4	48.6
연령	20대	37	51.4	48.6
	30대	38	63.2	36.8
	40대	70	51.4	48.6
	50대	51	41.2	58.8
	60대 이상	76	52.6	47.4
학력	고졸 이하	73	47.9	52.1
	대졸	171	53.2	46.8
	대학원졸	28	50.0	50.0
직업	관리/전문/사무직	133	52.6	47.4
	서비스/판매직	31	64.5	35.5
	기계/농림어업/단순노무	33	45.5	54.5
	주부	36	47.2	52.8
	학생	7	57.1	42.9
	기타	32	43.8	56.3
가구소득	200만 원 미만	33	60.6	39.4
	200~400만 원 미만	82	45.1	54.9
	400~600만 원 미만	64	48.4	51.6
	600만 원 이상	93	55.9	44.1

## 2.18. 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 방법

○ 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 방법은 ‘일반식을 만들되 염분이나 설탕 등 조미료를 덜 사용한다’는 의견이 67.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘영양보충 및 관리를 위한 별도의 식품을 구입한다’는 의견이 47.1%로 나타남.

- 권역별로 강원권을 제외한 대경권에서는 ‘영양보충 및 관리를 위한 별도의 식품을 구입한다’는 응답이 높게 나타남.

〈그림 5-32〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 방법



〈표 5-57〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 방법

단위: 명, %

구분		사례수	일반식을 만들되 염분이나 설탕 등 조미료를 덜 사용한다	일반식과 다르게 별도의 식사를 직접 조리해준다	영양보충 및 관리를 위한 별도의 식품을 구입한다
전체		140	67.9	32.1	47.1
지역	수도권	72	75.0	30.6	41.7
	충청권	16	62.5	43.8	37.5
	호남권	21	71.4	33.3	57.1
	대경권	15	40.0	26.7	60.0
	동남권	13	53.8	38.5	53.8
	강원권	3	100.0	0.0	66.7
가구원수	1인 가구	22	68.2	31.8	68.2
	2인 가구	32	62.5	37.5	46.9
	3인 가구	28	78.6	25.0	28.6
	4인 이상 가구	58	65.5	32.8	48.3
성별	남성	69	65.2	40.6	55.1
	여성	71	70.4	23.9	39.4
연령	20대	19	63.2	36.8	36.8
	30대	24	75.0	20.8	41.7
	40대	36	63.9	30.6	50.0
	50대	21	71.4	38.1	42.9
	60대 이상	40	67.5	35.0	55.0
학력	고졸 이하	35	77.1	31.4	40.0
	대졸	91	63.7	27.5	49.5
	대학원졸	14	71.4	64.3	50.0
직업	관리/전문/사무직	70	71.4	38.6	52.9
	서비스/판매직	20	45.0	30.0	70.0
	기계/농림어업/단순노무	15	60.0	33.3	53.3
	주부	17	70.6	17.6	17.6
	학생	4	50.0	25.0	25.0
	기타	14	92.9	21.4	21.4
가구소득	200만 원 미만	20	65.0	25.0	55.0
	200~400만 원 미만	37	70.3	24.3	43.2
	400~600만 원 미만	31	58.1	29.0	45.2
	600만 원 이상	52	73.1	42.3	48.1

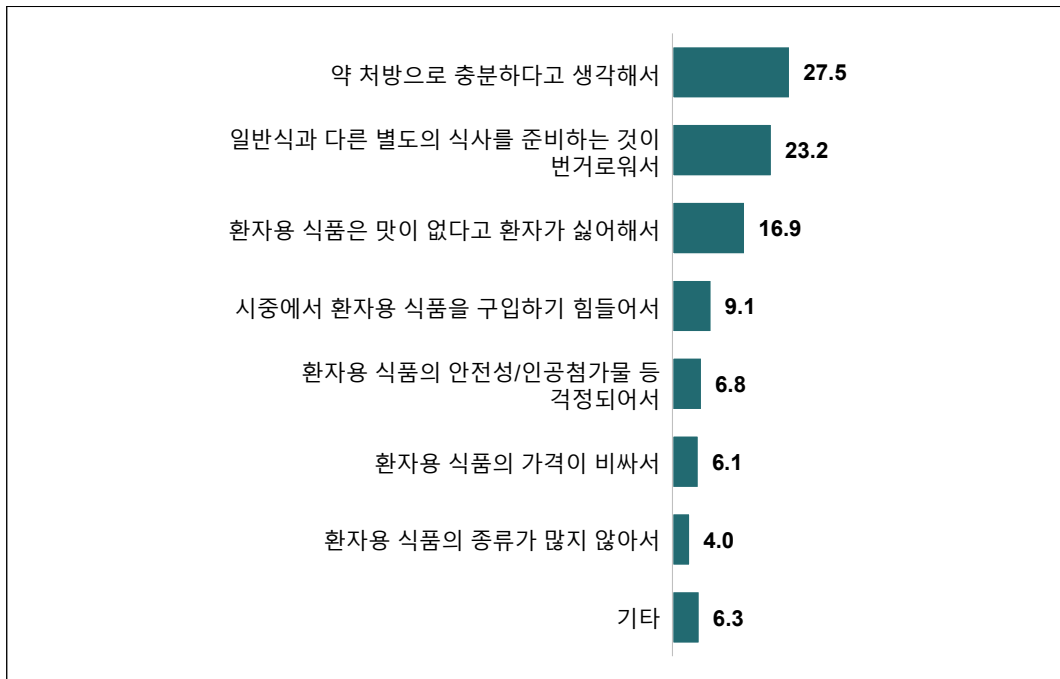
## 2.19. 가정 내 환자를 위한 별도의 식단을 관리하지 않는 이유(1+2가중평균)

○ 가정 내 환자를 위한 별도의 식단을 관리하지 않는 이유에 대해서는 ‘약 처방으로 충분하다고 생각해서’가 27.5%로 가장 높으며, ‘일반식과 다른 별도의 식사를 준비하는 것이 번거로워서’라는 의견이 23.2%로 나타남.

- 권역별로 동남권과 대경권은 ‘일반식과 다른 별도의 식사 준비가 번거롭다’는 의견이 높게 나타남.

〈그림 5-33〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단을 관리하지 않는 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-58〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리를 하지 않는 이유(1+2 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	일반식과 다른 별도의 식사를 준비 하는 것이 번거로워서	환자용 식품은 맛이 없다고 환자가 싫어해서	약 처방으로 충분하다고 생각해서	환자용 식품의 가격이 비싸서
전체		132	23.2	16.9	27.5	6.1
권역	수도권	57	16.4	16.4	28.1	11.1
	충청권	17	27.5	15.7	27.5	3.9
	호남권	13	23.1	5.1	35.9	2.6
	대경권	15	26.7	22.2	20.0	0.0
	동남권	27	35.8	19.8	25.9	2.5
	강원권	3	0.0	33.3	33.3	0.0
가구원수	1인 가구	13	10.3	15.4	38.5	7.7
	2인 가구	24	20.8	20.8	23.6	9.7
	3인 가구	46	27.5	13.8	34.1	3.6
	4인 이상 가구	49	23.8	18.4	20.4	6.1
성별	남성	65	30.3	16.9	27.2	6.2
	여성	67	16.4	16.9	27.9	6.0
연령	20대	18	20.4	20.4	27.8	9.3
	30대	14	14.3	11.9	45.2	0.0
	40대	34	27.5	13.7	27.5	2.9
	50대	30	23.3	18.9	22.2	10.0
	60대 이상	36	24.1	18.5	25.0	6.5
학력	고졸 이하	38	29.8	17.5	26.3	1.8
	대졸	80	22.1	17.9	27.1	5.8
	대학원졸	14	11.9	9.5	33.3	19.0
직업	관리/전문/사무직	63	19.0	14.8	33.3	7.9
	서비스/판매직	11	18.2	27.3	12.1	3.0
	기계/농림어업/단순노무	18	40.7	18.5	14.8	3.7
	주부	19	26.3	19.3	26.3	0.0
	학생	3	55.6	22.2	0.0	0.0
	기타	18	14.8	13.0	35.2	11.1
가구소득	200만 원 미만	13	25.6	25.6	25.6	2.6
	200~400만 원 미만	45	20.0	12.6	37.0	10.4
	400~600만 원 미만	33	27.3	14.1	20.2	4.0
	600만 원 이상	41	22.8	21.1	23.6	4.1

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.



〈표 5-58〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리를 하지 않는 이유(1+2 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

		사례수	환자용 식품의 안전성/인공첨가물 등 걱정되어서	시중에서 환자용 식품을 구입하기 힘들어서	환자용 식품의 종류가 많지 않아서	기타
전체		132	6.8	9.1	4.0	6.3
지역	수도권	57	6.4	10.5	7.6	3.5
	충청권	17	2.0	7.8	2.0	13.7
	호남권	13	7.7	10.3	0.0	15.4
	대경권	15	13.3	13.3	2.2	2.2
	동남권	27	3.7	4.9	1.2	6.2
	강원권	3	33.3	0.0	0.0	0.0
가구원수	1인 가구	13	15.4	0.0	7.7	5.1
	2인 가구	24	4.2	11.1	4.2	5.6
	3인 가구	46	3.6	10.1	2.9	4.3
	4인 이상 가구	49	8.8	9.5	4.1	8.8
성별	남성	65	2.1	7.7	5.6	4.1
	여성	67	11.4	10.4	2.5	8.5
연령	20대	18	9.3	11.1	0.0	1.9
	30대	14	0.0	16.7	7.1	4.8
	40대	34	6.9	8.8	2.0	10.8
	50대	30	5.6	7.8	5.6	6.7
	60대 이상	36	9.3	6.5	5.6	4.6
학력	고졸 이하	38	9.6	4.4	3.5	7.0
	대졸	80	6.3	10.8	2.9	7.1
	대학원졸	14	2.4	11.9	11.9	0.0
직업	관리/전문/사무직	63	4.8	9.5	5.3	5.3
	서비스/판매직	11	21.2	9.1	0.0	9.1
	기계/농림어업/단순노무	18	5.6	9.3	7.4	0.0
	주부	19	8.8	10.5	1.8	7.0
	학생	3	0.0	22.2	0.0	0.0
	기타	18	5.6	3.7	1.9	14.8
	가구소득	200만 원 미만	13	20.5	0.0	0.0
200~400만 원 미만	45	2.2	8.1	4.4	5.2	
400~600만 원 미만	33	11.1	12.1	5.1	6.1	
600만 원 이상	41	4.1	10.6	4.1	9.8	

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임

## 2.20. 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 식단형 식사관리식품

○ 최근 1년 이내 환자용 식품 중 환자용 식단형 식사관리식품 이용 경험률은 11.9%에 그쳤으며, 구입 의향도 17.8%로 나타남.

- 이용 경험과 구입 의향 모두 호남권에서 가장 높게 나타남.
- 구입 의향은 40대 이상이 30대 이하에서 차이를 보임.

〈그림 5-34〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 환자용 식단형 식사관리식품



〈표 5-59〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 환자용 식단형 식사관리식품

단위: 명, %

	사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화			
		없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
전체	2,000	88.2	11.9	82.2	17.8	10.7	31.5	57.9	
권역	수도권	1,004	89.5	10.5	82.3	17.7	9.0	32.0	59.0
	충청권	224	85.3	14.7	81.3	18.8	4.8	47.6	47.6
	호남권	218	83.5	16.5	78.4	21.6	4.3	29.8	66.0
	대경권	193	86.5	13.5	82.4	17.6	23.5	29.4	47.1
	동남권	298	89.6	10.4	84.2	15.8	19.1	19.1	61.7
	강원권	63	90.5	9.5	87.3	12.7	12.5	25.0	62.5
가구원수	1인 가구	327	90.2	9.8	86.9	13.1	11.6	37.2	51.2
	2인 가구	455	88.1	11.9	82.0	18.0	9.8	32.9	57.3
	3인 가구	526	89.5	10.5	81.0	19.0	12.0	21.0	67.0
	4인 이상 가구	692	86.1	13.9	81.1	18.9	9.9	36.6	53.4
성별	남성	1,058	88.3	11.7	82.6	17.4	10.9	35.3	53.8
	여성	942	88.0	12.0	81.7	18.3	10.5	27.3	62.2
연령	20대	249	87.1	12.9	85.9	14.1	8.6	31.4	60.0
	30대	364	90.4	9.6	86.0	14.0	13.7	27.5	58.8
	40대	513	88.7	11.3	80.5	19.5	11.0	26.0	63.0
	50대	328	87.2	12.8	80.2	19.8	10.8	35.4	53.8
	60대 이상	546	87.2	12.8	80.8	19.2	9.5	36.2	54.3
학력	고졸 이하	455	86.6	13.4	80.2	19.8	14.4	33.3	52.2
	대졸	1,323	88.5	11.5	83.1	16.9	9.4	30.5	60.1
	대학원졸	222	89.2	10.8	80.6	19.4	9.3	32.6	58.1
직업	관리/전문/사무직	1,089	89.1	10.9	82.4	17.6	8.3	31.3	60.4
	서비스/판매직	193	86.0	14.0	78.2	21.8	4.8	33.3	61.9
	기계/농림어업/단순노무	233	85.4	14.6	80.7	19.3	17.8	33.3	48.9
	주부	208	88.5	11.5	79.3	20.7	14.0	23.3	62.8
	학생	83	90.4	9.6	91.6	8.4	14.3	57.1	28.6
	기타	194	87.1	12.9	86.1	13.9	18.5	33.3	48.1
가구소득	200만 원 미만	160	83.8	16.3	80.0	20.0	15.6	34.4	50.0
	200~400만 원 미만	597	90.6	9.4	84.1	15.9	7.4	26.3	66.3
	400~600만 원 미만	579	88.8	11.2	83.2	16.8	13.4	34.0	52.6
	600만 원 이상	664	86.4	13.6	80.1	19.9	9.8	32.6	57.6

## 2.21. 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 맞춤형 영양조제식품

- 최근 1년 이내 환자용 식품 중 맞춤형 영양조제식품 이용 경험 및 구입 의향에 대해서는 이용 경험률이 9.7%에 그쳤으며, 구입 의향은 13.6%로 나타남.
- 이용 경험과 구입 의향 모두 호남권에서 가장 높게 나타남.
  - 이용 경험과 구입 의향 모두 대체로 가구원 수가 많을수록 높게 나타남.

〈그림 5-35〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 맞춤형 영양조제식품



〈표 5-60〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 맞춤형 영양조제식품

단위: 명, %

	사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화			
		없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
전체	2,000	90.4	9.7	86.5	13.6	9.6	34.7	55.7	
권역	수도권	1,004	90.9	9.1	85.8	14.2	9.1	32.9	58.0
	충청권	224	90.2	9.8	88.8	11.2	4.0	52.0	44.0
	호남권	218	87.2	12.8	84.9	15.1	9.1	33.3	57.6
	대경권	193	91.2	8.8	86.0	14.0	11.1	29.6	59.3
	동남권	298	90.6	9.4	88.3	11.7	14.3	37.1	48.6
	강원권	63	88.9	11.1	87.3	12.7	12.5	25.0	62.5
가구원수	1인 가구	327	93.9	6.1	90.8	9.2	3.3	46.7	50.0
	2인 가구	455	91.2	8.8	85.9	14.1	6.3	28.1	65.6
	3인 가구	526	89.7	10.3	85.0	15.0	11.4	32.9	55.7
	4인 이상 가구	692	88.6	11.4	85.8	14.2	12.2	36.7	51.0
성별	남성	1,058	89.5	10.5	85.8	14.2	11.3	35.3	53.3
	여성	942	91.3	8.7	87.2	12.8	7.4	33.9	58.7
연령	20대	249	86.7	13.3	84.7	15.3	13.2	42.1	44.7
	30대	364	91.2	8.8	86.3	13.7	16.0	22.0	62.0
	40대	513	91.0	9.0	87.9	12.1	11.3	32.3	56.5
	50대	328	91.8	8.2	86.0	14.0	8.7	30.4	60.9
	60대 이상	546	89.9	10.1	86.3	13.7	2.7	44.0	53.3
학력	고졸 이하	455	88.1	11.9	84.0	16.0	13.7	28.8	57.5
	대졸	1,323	91.5	8.5	87.7	12.3	8.6	36.8	54.6
	대학원졸	222	88.3	11.7	84.2	15.8	5.7	37.1	57.1
직업	관리/전문/사무직	1,089	90.5	9.5	87.0	13.0	9.2	38.0	52.8
	서비스/판매직	193	88.6	11.4	81.9	18.1	5.7	31.4	62.9
	기계/농림어업/단순노무	233	88.8	11.2	85.8	14.2	15.2	30.3	54.5
	주부	208	91.8	8.2	86.1	13.9	6.9	20.7	72.4
	학생	83	90.4	9.6	89.2	10.8	22.2	33.3	44.4
	기타	194	91.2	8.8	88.1	11.9	8.7	43.5	47.8
가구소득	200만 원 미만	160	91.3	8.8	87.5	12.5	15.0	35.0	50.0
	200~400만 원 미만	597	91.5	8.5	87.6	12.4	8.1	31.1	60.8
	400~600만 원 미만	579	89.8	10.2	86.7	13.3	11.7	36.4	51.9
	600만 원 이상	664	89.6	10.4	84.9	15.1	8.0	36.0	56.0

## 2.22. 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 표준형 영양조제식품

○ 최근 1년 이내 환자용 식품 중 표준형 영양조제식품 이용 경험 및 구입 의향에 대해서는 이용 경험률이 16.6%이며, 구입 의향은 21.5%로 나타남.

- 50대에서 이용 경험과 구입 의향 모두 가장 높게 나타남.

〈그림 5-36〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 표준형 영양조제식품



〈표 5-61〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 표준형 영양조제식품

단위: 명, %

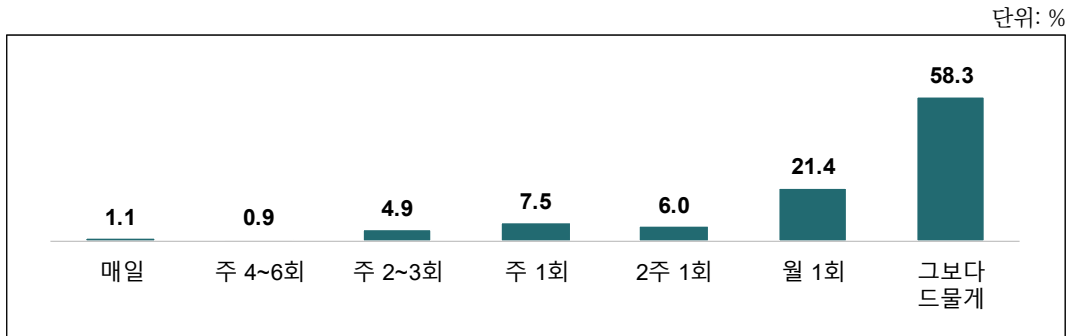
	사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화			
		없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
전체	2,000	83.4	16.6	78.6	21.5	10.7	33.8	55.5	
권역	수도권	1,004	85.3	14.7	79.1	20.9	8.6	31.9	59.5
	충청권	224	83.9	16.1	80.4	19.6	9.1	45.5	45.5
	호남권	218	76.1	23.9	74.3	25.7	7.1	33.9	58.9
	대경권	193	82.9	17.1	78.8	21.2	22.0	34.1	43.9
	동남권	298	82.2	17.8	78.5	21.5	14.1	32.8	53.1
	강원권	63	84.1	15.9	77.8	22.2	14.3	28.6	57.1
가구원수	1인 가구	327	86.2	13.8	83.2	16.8	16.4	30.9	52.7
	2인 가구	455	82.9	17.1	78.7	21.3	10.3	43.3	46.4
	3인 가구	526	85.4	14.6	77.8	22.2	11.1	23.9	65.0
	4인 이상 가구	692	80.9	19.1	76.9	23.1	8.8	36.3	55.0
성별	남성	1,058	84.8	15.2	80.2	19.8	12.0	35.4	52.6
	여성	942	81.8	18.2	76.6	23.4	9.5	32.3	58.2
연령	20대	249	81.5	18.5	79.9	20.1	14.0	42.0	44.0
	30대	364	88.2	11.8	84.1	15.9	10.3	22.4	67.2
	40대	513	84.6	15.4	78.2	21.8	11.6	29.5	58.9
	50대	328	79.9	20.1	74.7	25.3	8.4	38.6	53.0
	60대 이상	546	82.1	17.9	76.9	23.1	10.3	36.5	53.2
학력	고졸 이하	455	81.5	18.5	76.5	23.5	12.1	30.8	57.0
	대졸	1,323	84.1	15.9	79.4	20.6	10.6	35.2	54.2
	대학원졸	222	82.9	17.1	77.9	22.1	8.2	32.7	59.2
직업	관리/전문/사무직	1,089	84.6	15.4	79.9	20.1	9.6	32.0	58.4
	서비스/판매직	193	80.8	19.2	72.5	27.5	9.4	32.1	58.5
	기계/농림어업/단순노무	233	80.3	19.7	78.1	21.9	15.7	41.2	43.1
	주부	208	81.3	18.8	72.1	27.9	6.9	29.3	63.8
	학생	83	89.2	10.8	85.5	14.5	8.3	50.0	41.7
	기타	194	83.0	17.0	81.4	18.6	19.4	38.9	41.7
가구소득	200만 원 미만	160	81.9	18.1	80.0	20.0	18.8	31.3	50.0
	200~400만 원 미만	597	83.6	16.4	78.6	21.4	10.9	32.8	56.3
	400~600만 원 미만	579	84.6	15.4	78.4	21.6	11.2	33.6	55.2
	600만 원 이상	664	82.5	17.5	78.3	21.7	8.3	35.4	56.3

### 2.23. 특수의료용도식품 구입 주기

○ 특수의료용도식품을 구입하는 주기는 월평균 1.92회이며, ‘그보다 드물게’의 절반이 넘는 58.3%로 가장 높으며, 월 1회(21.4%), 주 1회(7.5%) 순으로 나타남.

- 권역별로 보면, 호남권에서 월평균 2.58회 이상으로 높은 반면, 동남권은 월평균 1.10회로 낮게 나타남.
- 모든 특성에 ‘월 1회 미만’이 가장 높게 나타났으며, 가구원 수가 많을수록 구입빈도가 높은 것으로 나타남.

〈그림 5-37〉 특수의료용도식품 구입 주기





〈표 5-62〉 특수의료용도식품 구입 주기

단위: 명, %, 회

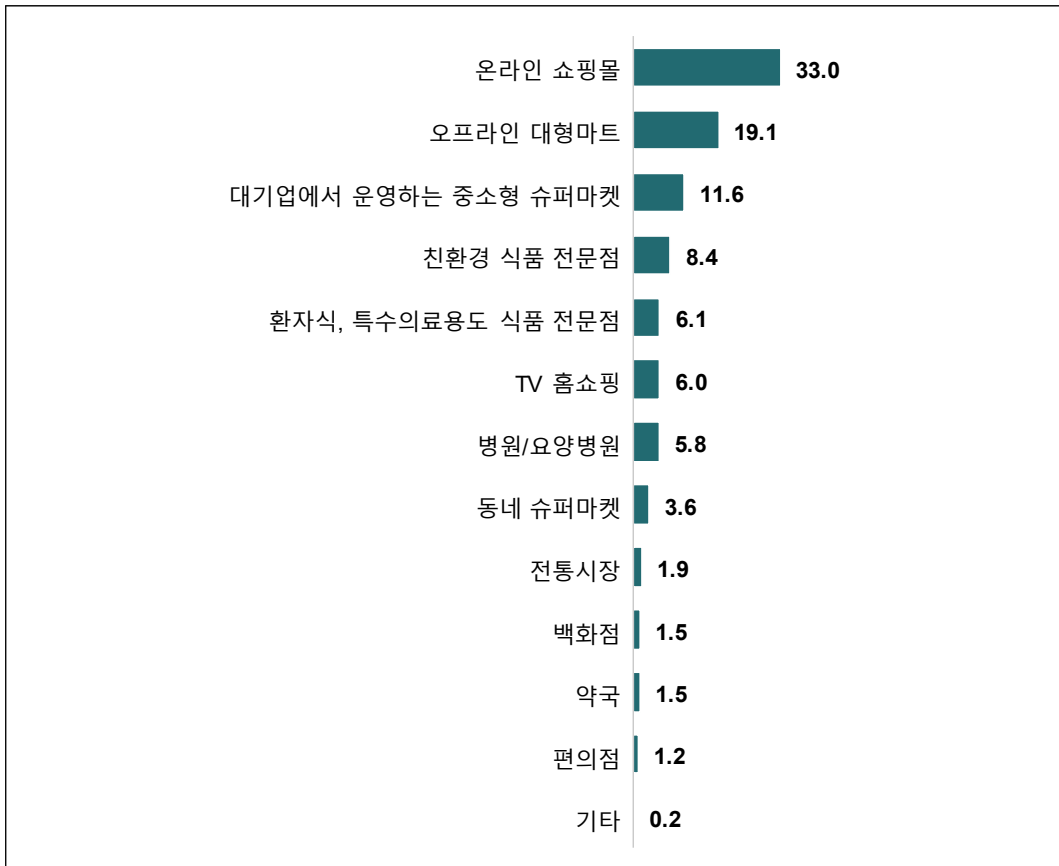
구분		사례수	매일	주 4~6회	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	그보다 드물게	평균
전체		453	1.1	0.9	4.9	7.5	6.0	21.4	58.3	1.92
권역	수도권	212	0.9	1.4	6.1	8.0	8.5	18.4	56.6	2.14
	충청권	50	2.0	0.0	0.0	8.0	4.0	26.0	60.0	1.56
	호남권	60	3.3	1.7	3.3	6.7	6.7	23.3	55.0	2.58
	대경권	45	0.0	0.0	8.9	11.1	2.2	28.9	48.9	1.91
	동남권	70	0.0	0.0	2.9	5.7	1.4	21.4	68.6	1.10
	강원권	16	0.0	0.0	6.3	0.0	6.3	18.8	68.8	1.28
가구원수	1인 가구	60	0.0	0.0	1.7	5.0	10.0	21.7	61.7	1.09
	2인 가구	97	0.0	0.0	7.2	7.2	4.1	24.7	56.7	1.62
	3인 가구	117	2.6	0.0	4.3	8.5	5.1	17.9	61.5	2.13
	4인 이상 가구	179	1.1	2.2	5.0	7.8	6.1	21.8	55.9	2.22
성별	남성	229	0.9	0.4	5.7	9.6	6.6	22.7	54.1	1.93
	여성	224	1.3	1.3	4.0	5.4	5.4	20.1	62.5	1.91
연령	20대	63	1.6	1.6	7.9	6.3	6.3	15.9	60.3	2.43
	30대	69	1.4	2.9	4.3	7.2	7.2	14.5	62.3	2.34
	40대	107	0.0	0.9	2.8	8.4	7.5	27.1	53.3	1.49
	50대	87	1.1	0.0	0.0	5.7	2.3	28.7	62.1	1.22
	60대 이상	127	1.6	0.0	8.7	8.7	6.3	18.1	56.7	2.28
학력	고졸 이하	118	2.5	0.8	4.2	8.5	5.1	24.6	54.2	2.31
	대졸	287	0.7	0.7	5.2	7.0	6.6	20.6	59.2	1.78
	대학원졸	48	0.0	2.1	4.2	8.3	4.2	18.8	62.5	1.75
직업	관리/전문/사무직	229	0.4	0.9	5.2	7.0	6.6	22.3	57.6	1.75
	서비스/판매직	48	4.2	2.1	8.3	8.3	6.3	14.6	56.3	3.39
	기계/농림어업/단순노무	60	3.3	0.0	6.7	13.3	3.3	28.3	45.0	2.78
	주부	50	0.0	2.0	2.0	6.0	8.0	22.0	60.0	1.52
	학생	18	0.0	0.0	5.6	0.0	5.6	11.1	77.8	1.17
	기타	48	0.0	0.0	0.0	6.3	4.2	18.8	70.8	.88
가구소득	200만 원 미만	43	0.0	0.0	7.0	7.0	0.0	27.9	58.1	1.55
	200~400만 원 미만	124	1.6	0.0	4.8	8.1	6.5	17.7	61.3	1.90
	400~600만 원 미만	129	0.8	0.8	3.1	7.0	6.2	24.8	57.4	1.64
	600만 원 이상	157	1.3	1.9	5.7	7.6	7.0	19.7	56.7	2.26

## 2.24. 특수의료용도식품 주 구입처

- 특수의료용도식품의 주 구입처로는 ‘온라인 쇼핑몰’이 33.0%로 가장 높으며 ‘오프라인 대형마트’(19.1%), ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(11.6%) 순으로 높게 나타남.

〈그림 5-38〉 특수의료용도식품 주 구입처

단위: %



〈표 5-63〉 특수의료용도식품 주 구입처(1+2 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	동네 슈퍼마켓	대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓	오프라인 대형마트	전통시장 (재래시장)	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰
전체		453	3.6	11.6	19.1	1.9	1.5	8.4	33.0
권역	수도권	212	3.9	11.5	17.5	2.0	1.7	7.7	34.3
	충청권	50	2.7	12.7	21.3	3.3	2.0	4.7	32.7
	호남권	60	3.3	10.6	20.0	1.7	2.8	14.4	30.6
	대경권	45	3.7	13.3	20.7	3.7	0.0	9.6	28.1
	동남권	70	3.8	11.0	19.5	0.0	1.0	8.6	34.3
	강원권	16	2.1	10.4	25.0	0.0	0.0	2.1	33.3
가구원수	1인 가구	60	6.7	7.8	18.9	1.7	0.0	8.9	30.0
	2인 가구	97	3.1	13.7	17.5	3.1	1.4	9.3	28.2
	3인 가구	117	2.6	10.3	19.9	1.4	1.1	6.8	39.3
	4인 이상 가구	179	3.5	12.5	19.6	1.7	2.4	8.8	32.4
성별	남성	229	3.5	13.7	19.5	2.8	1.2	8.0	30.1
	여성	224	3.7	9.4	18.8	1.0	1.9	8.8	35.9
연령	20대	63	8.5	10.6	19.6	0.5	5.3	8.5	30.2
	30대	69	2.9	15.5	19.3	0.0	1.0	7.7	34.8
	40대	107	1.6	11.2	15.0	1.2	0.9	8.7	37.7
	50대	87	1.9	9.2	19.2	2.7	1.9	6.9	37.2
	60대 이상	127	4.5	11.8	22.3	3.7	0.3	9.4	26.5
학력	고졸 이하	118	4.2	14.7	20.6	2.5	2.8	5.1	30.5
	대졸	287	3.7	10.0	18.1	1.6	0.9	9.6	34.4
	대학원졸	48	1.4	13.2	21.5	2.1	2.1	9.0	30.6
직업	관리/전문/사무직	229	2.6	12.1	17.6	1.3	1.5	9.6	34.4
	서비스/판매직	48	4.9	9.7	18.1	3.5	1.4	3.5	31.3
	기계/농림어업/단순노무	60	2.8	18.9	22.8	1.7	4.4	8.9	18.9
	주부	50	2.7	10.7	20.0	1.3	0.0	6.0	42.7
	학생	18	11.1	11.1	27.8	0.0	0.0	11.1	31.5
	기타	48	6.3	2.8	18.8	4.9	0.7	8.3	36.1
가구소득	200만 원 미만	43	7.8	10.9	16.3	7.0	0.0	7.8	30.2
	200~400만 원 미만	124	4.6	11.0	21.0	2.4	0.3	8.6	30.9
	400~600만 원 미만	129	2.8	12.4	22.5	1.0	1.8	7.0	33.3
	600만 원 이상	157	2.3	11.5	15.7	0.8	2.8	9.6	35.0

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-63〉 특수의료용도식품 주 구입처(1+2 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

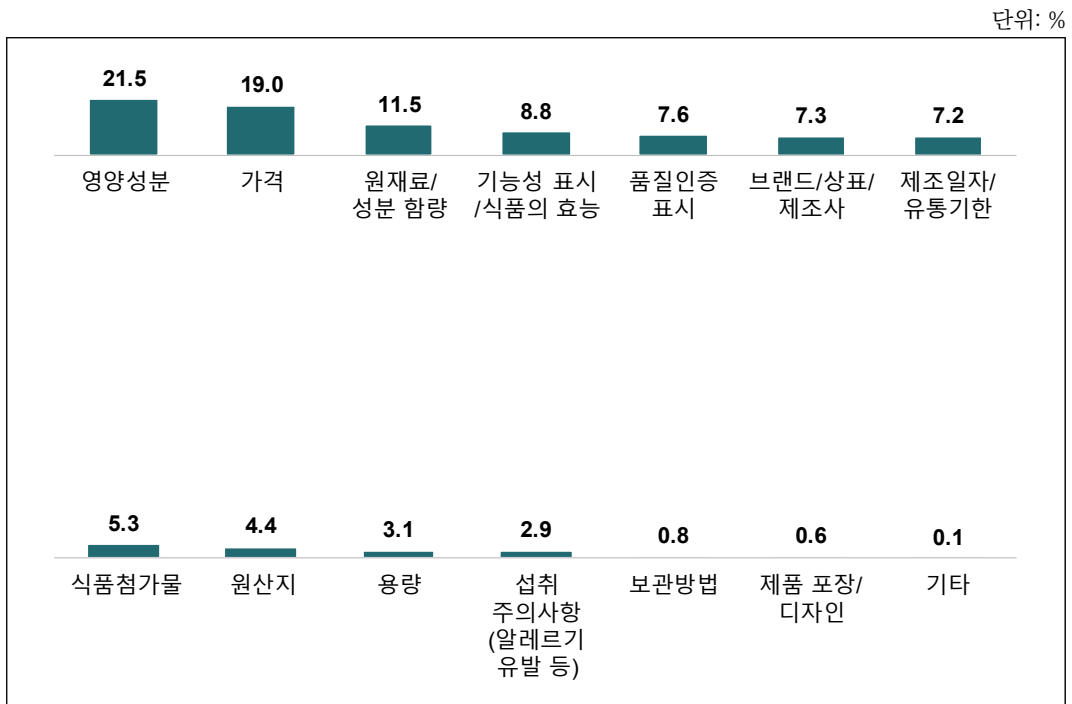
구분		사례수	TV 흡소핑	편의점	병원/ 요양병원	환자식, 특수 의료용도 식품 전문점	약국	기타
전체		453	6.0	1.2	5.8	6.1	1.5	0.2
권역	수도권	212	6.6	1.3	4.1	6.9	2.0	0.5
	충청권	50	7.3	3.3	2.0	5.3	2.7	0.0
	호남권	60	5.0	0.0	9.4	2.2	0.0	0.0
	대경권	45	7.4	0.7	8.9	3.0	0.7	0.0
	동남권	70	2.4	1.0	9.0	8.1	1.4	0.0
	강원권	16	10.4	0.0	4.2	12.5	0.0	0.0
가구원수	1인 가구	60	8.3	1.1	6.1	7.2	3.3	0.0
	2인 가구	97	7.6	1.0	6.5	7.6	1.0	0.0
	3인 가구	117	5.7	2.3	4.8	4.6	1.1	0.0
	4인 이상 가구	179	4.7	0.6	6.0	6.0	1.5	0.6
성별	남성	229	6.4	1.0	6.4	6.1	0.9	0.4
	여성	224	5.7	1.3	5.2	6.1	2.2	0.0
연령	20대	63	3.7	0.5	7.4	4.8	0.5	0.0
	30대	69	3.9	3.4	8.2	1.9	1.4	0.0
	40대	107	7.8	0.0	5.0	6.9	4.0	0.0
	50대	87	5.0	0.8	6.1	8.8	0.4	0.0
	60대 이상	127	7.6	1.6	4.2	6.6	0.8	0.8
학력	고졸 이하	118	6.5	1.4	4.0	4.2	2.5	0.8
	대졸	287	6.0	1.2	6.5	7.0	0.9	0.0
	대학원졸	48	4.9	0.7	6.3	5.6	2.8	0.0
직업	관리/전문/사무직	229	6.0	0.9	5.2	6.8	2.0	0.0
	서비스/판매직	48	6.9	3.5	7.6	9.0	0.7	0.0
	기계/농림어업/단순노무	60	6.1	1.1	7.8	3.3	1.7	1.7
	주부	50	6.0	0.0	2.7	8.0	0.0	0.0
	학생	18	5.6	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0
	기타	48	5.6	2.1	9.0	3.5	2.1	0.0
가구소득	200만 원 미만	43	2.3	1.6	6.2	5.4	4.7	0.0
	200~400만 원 미만	124	5.9	0.3	7.5	7.3	0.3	0.0
	400~600만 원 미만	129	6.2	1.6	3.4	6.2	1.0	0.8
	600만 원 이상	157	7.0	1.5	6.4	5.3	2.1	0.0

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

## 2.25. 특수의료용도식품 구입 시 우선 확인하는 사항

- 특수의료용도식품 구입 시 우선 확인하는 사항으로는 ‘영양성분’이 21.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘가격’(19.0%), ‘원재료/성분 함량’(11.5%) 등의 순으로 높게 나타남.
- 60대 이상의 경우 ‘가격’을 우선 확인하는 것으로 나타남.
  - 가구소득 400만 원 미만은 ‘가격’, 400만 원 이상은 ‘영양성분’이 높게 나타남.

〈그림 5-39〉 특수의료용도식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-64〉 특수의료용도식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	가격	용량	브랜드/ 상표/ 제조사	제조일자 /유통 기한	품질인증 표시	원산지	영양성분
전체		453	19.0	3.1	7.3	7.2	7.6	4.4	21.5
권역	수도권	212	17.1	3.4	8.9	6.2	8.1	4.0	21.4
	충청권	50	22.3	1.7	7.0	9.0	3.3	5.3	23.7
	호남권	60	18.6	1.9	6.7	8.3	5.8	5.8	22.2
	대경권	45	20.7	2.2	6.3	4.8	8.9	5.9	20.7
	동남권	70	20.2	3.8	4.3	6.7	10.0	3.1	21.9
	강원권	16	24.0	6.3	5.2	20.8	7.3	2.1	14.6
가구원수	1인 가구	60	18.3	1.7	3.3	8.6	6.9	2.2	19.7
	2인 가구	97	16.7	2.7	6.5	8.4	10.0	4.8	20.8
	3인 가구	117	22.8	2.7	8.5	7.0	7.4	3.8	20.8
	4인 이상 가구	179	18.0	3.9	8.2	6.3	6.7	5.2	23.0
성별	남성	229	20.4	2.4	6.7	7.8	8.2	5.2	21.5
	여성	224	17.6	3.7	7.9	6.7	7.1	3.6	21.6
연령	20대	63	20.6	5.0	8.2	6.1	6.9	2.1	21.7
	30대	69	15.9	3.4	9.9	3.4	6.5	1.9	23.2
	40대	107	18.1	2.5	6.2	7.0	6.5	6.1	20.9
	50대	87	19.9	1.9	7.1	7.7	6.3	4.8	27.6
	60대 이상	127	19.9	3.1	6.4	9.8	10.4	5.1	16.9
학력	고졸 이하	118	23.9	4.1	7.2	8.1	7.3	4.5	19.5
	대졸	287	17.6	2.7	7.5	7.2	7.6	4.7	21.4
	대학원졸	48	15.3	2.4	5.9	5.6	8.3	2.1	27.1
직업	관리/전문/사무직	229	15.4	3.3	7.7	7.0	7.8	3.7	22.2
	서비스/판매직	48	20.8	3.5	5.6	6.9	8.0	6.3	20.1
	기계/농림어업/단순노무	60	26.1	2.8	5.0	6.1	6.9	6.4	17.8
	주부	50	22.7	1.7	12.3	9.0	5.3	4.7	22.0
	학생	18	20.4	3.7	11.1	5.6	12.0	3.7	25.9
	기타	48	20.8	3.1	3.1	9.0	8.0	3.1	22.2
가구소득	200만 원 미만	43	22.5	3.1	1.9	11.6	8.1	5.0	17.8
	200~400만 원 미만	124	21.4	3.0	6.9	9.0	7.0	4.7	20.2
	400~600만 원 미만	129	22.1	3.1	7.1	4.7	6.2	3.2	22.7
	600만 원 이상	157	13.6	3.1	9.2	6.8	9.1	4.9	22.6

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-64〉 특수의료용도식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	식품 첨가물	원재료/ 성분 함량	제품 포장/ 디자인	기능성 표시/ 식품의 효능	섭취 주의사항 (알레르기 유발 등)	보관방법	기타
전체		453	5.3	11.5	0.6	8.8	2.9	0.8	0.1
권역	수도권	212	5.0	13.0	0.5	8.4	3.0	0.9	0.2
	충청권	50	6.7	7.7	1.0	8.0	2.7	1.7	0.0
	호남권	60	5.3	10.6	1.4	10.0	2.8	0.6	0.0
	대경권	45	7.4	13.0	0.0	7.0	3.0	0.0	0.0
	동남권	70	4.5	10.7	0.5	10.7	3.3	0.2	0.0
	강원권	16	2.1	6.3	0.0	8.3	1.0	2.1	0.0
가구원수	1인 가구	60	6.7	14.7	0.0	12.2	3.9	1.7	0.0
	2인 가구	97	4.8	10.8	0.2	10.3	2.6	1.4	0.0
	3인 가구	117	6.1	10.7	0.9	6.7	1.7	0.6	0.3
	4인 이상 가구	179	4.6	11.3	0.8	8.2	3.5	0.3	0.0
성별	남성	229	4.4	10.3	0.9	9.2	2.3	0.8	0.0
	여성	224	6.2	12.7	0.3	8.3	3.5	0.7	0.1
연령	20대	63	8.2	9.5	1.3	6.3	3.2	0.8	0.0
	30대	69	6.0	14.7	1.9	9.9	3.1	0.0	0.0
	40대	107	4.8	14.0	0.3	6.9	4.0	2.3	0.3
	50대	87	4.0	9.6	0.0	9.0	2.1	0.0	0.0
	60대 이상	127	4.7	9.8	0.1	10.9	2.2	0.4	0.0
학력	고졸 이하	118	5.5	8.5	1.1	5.9	3.1	1.0	0.3
	대졸	287	4.9	12.8	0.3	9.5	3.0	0.7	0.0
	대학원졸	48	7.3	11.1	1.0	11.5	1.7	0.7	0.0
직업	관리/전문/사무직	229	5.1	14.7	0.3	9.3	2.6	0.7	0.1
	서비스/판매직	48	5.6	10.4	0.3	8.3	3.5	0.7	0.0
	기계/농림어업/단순노무	60	7.8	5.8	2.8	9.7	2.5	0.3	0.0
	주부	50	4.0	8.3	0.0	5.0	4.7	0.3	0.0
	학생	18	2.8	10.2	0.9	0.9	2.8	0.0	0.0
	기타	48	5.2	8.0	0.0	12.5	2.4	2.4	0.0
가구소득	200만 원 미만	43	6.6	12.4	1.6	6.2	1.9	1.2	0.0
	200~400만 원 미만	124	5.0	9.5	0.0	10.3	1.7	1.3	0.0
	400~600만 원 미만	129	5.4	11.2	0.6	8.0	4.8	0.5	0.3
	600만 원 이상	157	5.1	13.0	0.7	8.9	2.5	0.4	0.0

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

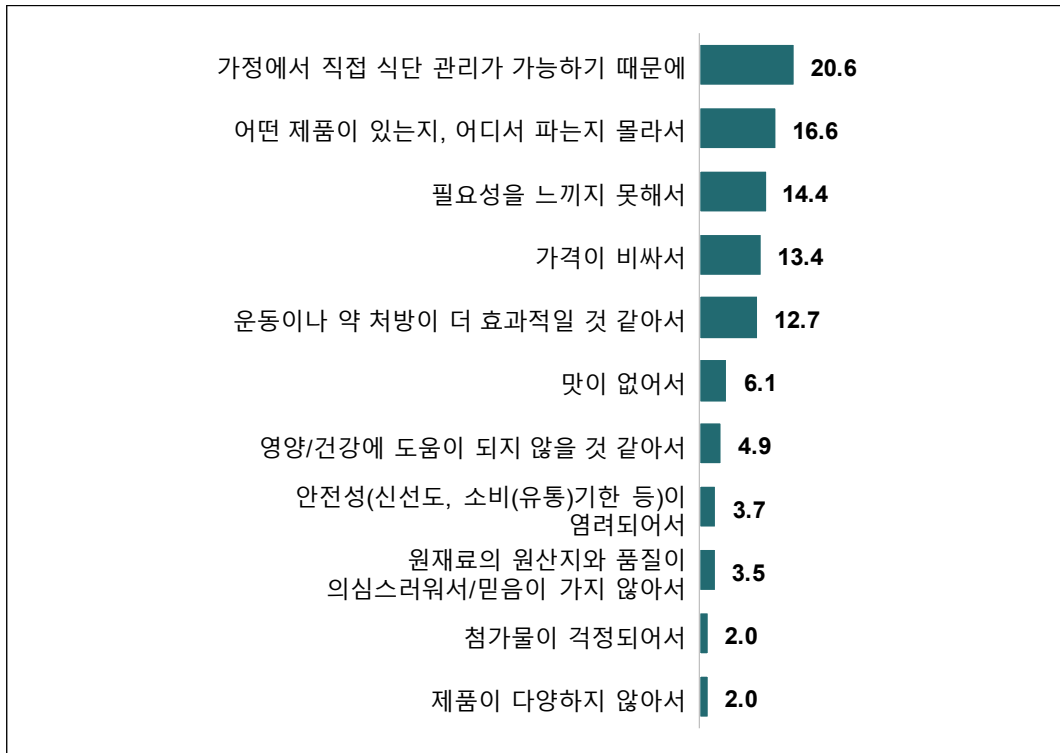
## 2.26. 특수의료용도식품 구입하지 않는 이유

○ 특수의료용도식품을 구입하지 않는 이유로는 ‘가정에서 직접 식단 관리가 가능하기 때문에’라는 의견이 20.6%로 가장 높게 나타났고, ‘어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서’(16.6%), ‘필요성을 느끼지 못해서’(14.4%), ‘가격이 비싸서’(13.4%) 등의 순으로 나타남.

- 연령별로 20대와 40대는 ‘어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서’가 가장 높게 나타남.

〈그림 5-40〉 특수의료용도식품 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.



〈표 5-65〉 특수의료용도식품 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	가정에서 직접 식단을 관리가 가능하기 때문에	운동이나 약 처방이 더 효과적일 것 같아서	가격이 비싸서	맛이 없어서	원재료의 원산지과 품질이 의심스러워서 / 믿음이 가지 않아서	영양/건강에 도움이 되지 않을 것 같아서
전체		1,901	20.6	12.7	13.4	6.1	3.5	4.9
지역	수도권	964	20.0	12.4	13.0	6.0	3.2	4.9
	충청권	209	19.3	11.5	16.1	7.3	3.2	5.6
	호남권	198	19.2	13.0	15.2	4.7	5.7	5.1
	대경권	184	19.7	14.3	12.3	9.1	2.5	2.5
	동남권	286	23.8	13.4	12.0	4.9	3.6	5.5
	강원권	60	27.2	13.9	16.7	5.0	3.9	5.0
가구원수	1인 가구	315	19.8	14.3	13.3	7.1	2.6	5.1
	2인 가구	432	22.9	11.5	12.0	4.4	4.9	6.4
	3인 가구	507	18.9	12.3	12.8	6.8	3.7	4.5
	4인 이상 가구	647	20.8	13.1	15.0	6.3	2.7	4.0
성별	남성	999	20.4	13.7	13.8	6.1	3.5	4.4
	여성	902	20.8	11.7	13.0	6.1	3.4	5.4
연령	20대	232	21.6	14.7	14.8	6.3	1.9	4.9
	30대	352	18.0	10.5	12.3	8.0	3.6	7.7
	40대	490	16.3	13.1	14.4	7.1	3.6	4.3
	50대	313	21.0	14.2	13.7	6.1	3.4	4.3
	60대 이상	514	25.8	12.1	12.6	3.8	4.1	3.9
학력	고졸 이하	430	22.8	14.2	13.8	5.5	3.9	4.0
	대졸	1,263	20.3	12.5	13.3	6.4	3.3	4.9
	대학원졸	208	17.8	10.9	13.6	5.6	3.8	6.6
직업	관리/전문/사무직	1,037	19.2	13.1	13.2	6.7	3.5	5.2
	서비스/판매직	179	18.2	14.0	12.1	6.0	3.4	4.5
	기계/농림어업/단순노무	217	19.7	11.8	16.1	6.3	4.1	4.1
	주부	201	24.2	12.1	12.3	3.3	4.1	4.6
	학생	81	25.9	13.2	16.9	7.0	0.8	2.9
	기타	186	25.6	11.3	12.9	5.7	3.2	5.4
가구소득	200만 원 미만	153	21.1	11.1	18.5	6.8	4.8	5.0
	200~400만 원 미만	576	20.4	12.8	14.9	5.4	3.3	4.8
	400~600만 원 미만	547	19.7	12.6	13.3	6.4	3.3	5.3
	600만 원 이상	625	21.4	13.1	11.0	6.3	3.5	4.5

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-65〉 특수의료용도식품 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

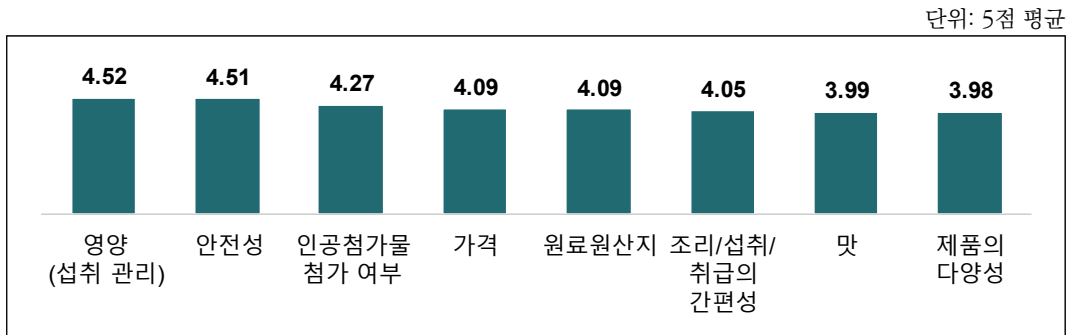
구분		사례수	어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서	안전성(신선도, 소비(유통) 기한 등)이 염려되어서	첨가물이 걱정되어서	제품이 다양하지 않아서	필요성을 느끼지 못해서
전체		1,901	16.6	3.7	2.0	2.0	14.4
권역	수도권	964	16.7	3.7	2.0	2.5	15.7
	충청권	209	15.0	2.4	1.8	1.6	16.3
	호남권	198	16.3	2.7	1.7	1.7	14.8
	대경권	184	19.2	5.4	3.1	1.6	10.1
	동남권	286	16.1	4.4	2.0	1.5	12.8
	강원권	60	17.2	2.2	1.1	0.0	7.8
가구원수	1인 가구	315	18.7	2.2	1.6	1.5	13.8
	2인 가구	432	14.0	3.9	2.1	1.9	16.0
	3인 가구	507	17.2	5.1	2.2	1.4	15.0
	4인 이상 가구	647	16.9	3.2	2.0	2.7	13.2
성별	남성	999	16.8	3.8	1.5	1.8	14.1
	여성	902	16.5	3.5	2.5	2.2	14.8
연령	20대	232	23.4	2.7	0.9	1.9	7.0
	30대	352	17.5	2.2	1.1	1.3	17.7
	40대	490	19.3	3.2	2.3	2.2	14.1
	50대	313	12.5	3.8	3.0	3.0	15.1
	60대 이상	514	12.9	5.6	2.2	1.7	15.4
학력	고졸 이하	430	14.9	3.6	1.9	1.9	13.5
	대졸	1,263	17.0	3.7	2.1	2.1	14.4
	대학원졸	208	17.9	4.0	1.6	1.6	16.5
직업	관리/전문/사무직	1,037	17.3	3.6	1.8	1.9	14.6
	서비스/판매직	179	14.3	3.9	3.2	3.4	17.1
	기계/농림어업/단순노무	217	20.0	2.5	1.2	1.4	12.7
	주부	201	14.8	4.5	3.6	2.5	13.9
	학생	81	21.0	4.1	0.8	1.6	5.8
	기타	186	11.3	4.3	1.4	1.4	17.4
가구소득	200만 원 미만	153	17.2	3.7	2.0	1.1	8.7
	200~400만 원 미만	576	17.7	3.8	1.5	1.7	13.7
	400~600만 원 미만	547	16.8	3.0	2.4	1.5	15.8
	600만 원 이상	625	15.4	4.3	2.1	2.9	15.3

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

## 2.27. 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품의 요소별 중요도

○ 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품의 요소별 중요도는 ‘영양(섭취 관리)’이 4.52점으로 가장 높고, ‘안전성’이 (4.51점), ‘인공첨가물 첨가 여부’(4.27점) 순으로 나타남.

〈그림 5-41〉 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품의 요소별 중요도



〈표 5-66〉 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품의 요소별 중요도

단위: 명, 5점 평균

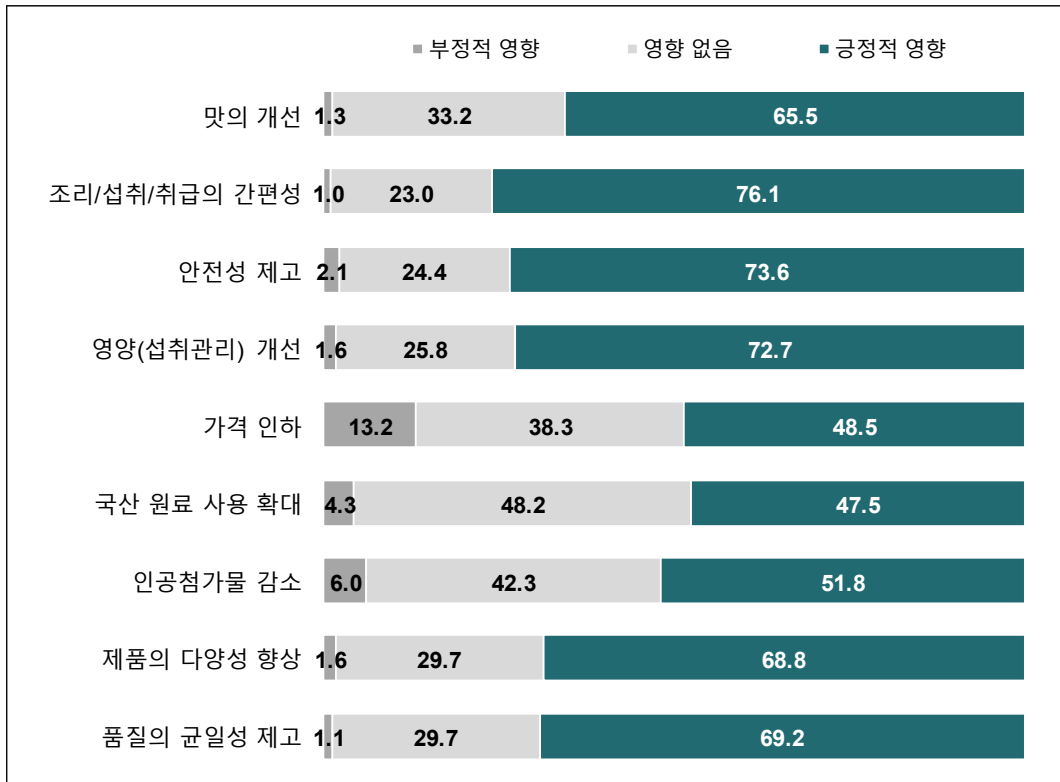
구분		사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양(섭취관리)	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성
전체		2,000	3.99	4.05	4.51	4.52	4.09	4.09	4.27	3.98
권역	수도권	1,004	3.98	4.04	4.53	4.53	4.08	4.08	4.29	3.97
	충청권	224	3.94	4.05	4.43	4.50	4.06	4.04	4.23	4.03
	호남권	218	4.03	4.04	4.47	4.49	4.12	4.07	4.22	4.00
	대경권	193	3.94	4.04	4.49	4.49	4.06	4.11	4.24	3.94
	동남권	298	4.00	4.04	4.51	4.54	4.10	4.10	4.29	3.94
	강원권	63	4.17	4.17	4.63	4.59	4.29	4.21	4.27	4.14
가구원수	1인 가구	327	4.00	4.05	4.54	4.57	4.14	4.07	4.24	3.99
	2인 가구	455	4.05	4.09	4.54	4.56	4.15	4.10	4.29	4.04
	3인 가구	526	3.95	4.03	4.47	4.48	4.03	4.08	4.30	3.91
	4인 이상 가구	692	3.97	4.02	4.51	4.50	4.07	4.10	4.25	3.99
성별	남성	1,058	3.92	3.96	4.45	4.44	4.01	3.93	4.14	3.87
	여성	942	4.07	4.14	4.58	4.62	4.18	4.26	4.42	4.10
연령	20대	249	3.90	3.99	4.50	4.53	4.04	4.11	4.23	3.96
	30대	364	3.98	4.01	4.51	4.51	4.02	4.08	4.31	4.00
	40대	513	3.99	4.07	4.50	4.53	4.11	4.11	4.27	3.95
	50대	328	3.94	4.00	4.44	4.43	4.09	4.06	4.25	3.99
	60대 이상	546	4.06	4.09	4.58	4.58	4.14	4.07	4.28	3.99
학력	고졸 이하	455	4.01	4.07	4.46	4.47	4.13	4.11	4.27	4.01
	대졸	1,323	4.00	4.05	4.52	4.54	4.08	4.09	4.28	3.98
	대학원졸	222	3.89	3.98	4.55	4.54	4.05	4.02	4.24	3.93
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.97	4.01	4.52	4.52	4.07	4.05	4.25	3.94
	서비스/판매직	193	3.92	4.08	4.44	4.48	4.06	4.13	4.27	4.02
	기계/농림어업/단순노무	233	3.90	4.00	4.39	4.39	4.09	3.99	4.15	3.97
	주부	208	4.18	4.24	4.64	4.70	4.25	4.33	4.52	4.18
	학생	83	3.90	4.02	4.54	4.55	3.96	4.13	4.27	3.98
	기타	194	4.09	4.05	4.55	4.52	4.13	4.10	4.25	3.94
가구소득	200만 원 미만	160	4.03	4.10	4.49	4.50	4.19	4.07	4.19	3.98
	200~400만 원 미만	597	4.00	4.05	4.48	4.50	4.10	4.07	4.30	3.96
	400~600만 원 미만	579	4.01	4.04	4.51	4.48	4.12	4.11	4.26	4.02
	600만 원 이상	664	3.95	4.03	4.55	4.58	4.03	4.09	4.28	3.96

## 2.28. 푸드테크로 인한 기대(특수의료용도식품)

- 푸드테크의 특수의료용도식품 속성별 영향에 대해 ‘조리/섭취/취급의 간편성’에서 긍정적 영향을 기대한다는 응답이 76.1%로 가장 높았고, 다음으로 ‘안전성 제고’(73.6%), ‘영양(섭취관리) 개선’(72.7%) 등의 순으로 높게 나타남.

〈그림 5-42〉 푸드테크로 인한 기대(특수의료용도식품)

단위: %



〈표 5-67〉 푸드테크로 인한 기대(특수의료용도식품) - 맛의 개선

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	1.3	33.2	65.5
권역	수도권	1,004	1.4	34.7	63.9
	충청권	224	1.3	33.5	65.2
	호남권	218	0.5	31.7	67.9
	대경권	193	2.1	35.8	62.2
	동남권	298	1.3	29.9	68.8
	강원권	63	0.0	22.2	77.8
가구원수	1인 가구	327	1.5	33.3	65.1
	2인 가구	455	1.3	30.8	67.9
	3인 가구	526	1.3	34.8	63.9
	4인 이상 가구	692	1.2	33.5	65.3
성별	남성	1,058	1.3	34.4	64.3
	여성	942	1.3	31.8	66.9
연령	20대	249	1.2	35.3	63.5
	30대	364	1.4	43.4	55.2
	40대	513	2.3	35.9	61.8
	50대	328	0.6	29.9	69.5
	60대 이상	546	0.7	24.9	74.4
학력	고졸 이하	455	0.9	32.1	67.0
	대졸	1,323	1.5	35.0	63.5
	대학원졸	222	0.9	24.8	74.3
직업	관리/전문/사무직	1,089	1.3	34.9	63.8
	서비스/판매직	193	1.0	36.8	62.2
	기계/농림어업/단순노무	233	2.6	28.8	68.7
	주부	208	0.5	25.5	74.0
	학생	83	1.2	32.5	66.3
	기타	194	1.0	34.0	64.9
가구소득	200만 원 미만	160	1.9	36.9	61.3
	200~400만 원 미만	597	1.5	30.0	68.5
	400~600만 원 미만	579	1.7	35.1	63.2
	600만 원 이상	664	0.6	33.6	65.8

〈표 5-68〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 조리/섭취/취급의 간편성

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	1.0	23.0	76.1
권역	수도권	1,004	1.0	24.4	74.6
	충청권	224	1.3	23.2	75.4
	호남권	218	0.9	22.9	76.1
	대경권	193	2.1	21.2	76.7
	동남권	298	0.3	20.8	78.9
	강원권	63	0.0	14.3	85.7
가구원수	1인 가구	327	0.9	22.6	76.5
	2인 가구	455	1.1	23.1	75.8
	3인 가구	526	1.7	22.8	75.5
	4인 이상 가구	692	0.4	23.1	76.4
성별	남성	1,058	1.1	26.3	72.6
	여성	942	0.8	19.2	79.9
연령	20대	249	0.8	27.3	71.9
	30대	364	0.8	28.3	70.9
	40대	513	1.6	22.8	75.6
	50대	328	0.6	18.9	80.5
	60대 이상	546	0.9	20.0	79.1
학력	고졸 이하	455	0.9	25.5	73.6
	대졸	1,323	1.2	22.5	76.3
	대학원졸	222	0.0	20.3	79.7
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.7	23.1	76.1
	서비스/판매직	193	1.0	24.4	74.6
	기계/농림어업/단순노무	233	2.6	28.3	69.1
	주부	208	0.5	14.4	85.1
	학생	83	0.0	25.3	74.7
	기타	194	1.5	22.2	76.3
가구소득	200만 원 미만	160	2.5	26.9	70.6
	200~400만 원 미만	597	0.7	22.8	76.5
	400~600만 원 미만	579	1.2	23.3	75.5
	600만 원 이상	664	0.8	21.8	77.4

〈표 5-69〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 안전성 제고

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	2.1	24.4	73.6
권역	수도권	1,004	1.9	23.5	74.6
	충청권	224	1.8	30.4	67.9
	호남권	218	0.5	24.3	75.2
	대경권	193	5.2	23.3	71.5
	동남권	298	2.7	24.5	72.8
	강원권	63	0.0	19.0	81.0
가구원수	1인 가구	327	1.5	23.2	75.2
	2인 가구	455	1.8	28.1	70.1
	3인 가구	526	2.7	24.5	72.8
	4인 이상 가구	692	2.2	22.3	75.6
성별	남성	1,058	2.0	27.8	70.2
	여성	942	2.2	20.5	77.3
연령	20대	249	2.8	24.5	72.7
	30대	364	1.9	29.1	69.0
	40대	513	3.3	25.0	71.7
	50대	328	1.8	18.6	79.6
	60대 이상	546	0.9	24.0	75.1
학력	고졸 이하	455	1.8	29.7	68.6
	대졸	1,323	2.0	23.8	74.1
	대학원졸	222	3.2	16.7	80.2
직업	관리/전문/사무직	1,089	2.2	23.1	74.7
	서비스/판매직	193	1.6	29.0	69.4
	기계/농림어업/단순노무	233	3.4	32.2	64.4
	주부	208	1.0	17.3	81.7
	학생	83	1.2	24.1	74.7
	기타	194	2.1	24.7	73.2
가구소득	200만 원 미만	160	3.1	23.8	73.1
	200~400만 원 미만	597	2.3	27.8	69.8
	400~600만 원 미만	579	2.6	24.9	72.5
	600만 원 이상	664	1.2	20.9	77.9



〈표 5-70〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 영양(섭취관리) 개선

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	1.6	25.8	72.7
권역	수도권	1,004	1.3	24.2	74.5
	충청권	224	1.8	28.6	69.6
	호남권	218	0.9	26.6	72.5
	대경권	193	2.6	31.1	66.3
	동남권	298	2.0	24.8	73.2
	강원권	63	3.2	25.4	71.4
가구원수	1인 가구	327	1.8	25.7	72.5
	2인 가구	455	1.3	26.8	71.9
	3인 가구	526	1.9	26.2	71.9
	4인 이상 가구	692	1.4	24.7	73.8
성별	남성	1,058	1.6	29.3	69.1
	여성	942	1.6	21.8	76.6
연령	20대	249	1.2	25.3	73.5
	30대	364	1.4	28.6	70.1
	40대	513	2.5	26.7	70.8
	50대	328	2.1	18.6	79.3
	60대 이상	546	0.7	27.5	71.8
학력	고졸 이하	455	1.5	28.4	70.1
	대졸	1,323	1.7	25.7	72.6
	대학원졸	222	0.9	20.7	78.4
직업	관리/전문/사무직	1,089	1.9	24.7	73.4
	서비스/판매직	193	1.6	30.1	68.4
	기계/농림어업/단순노무	233	2.1	31.8	66.1
	주부	208	0.5	18.3	81.3
	학생	83	0.0	25.3	74.7
	기타	194	1.0	28.4	70.6
가구소득	200만 원 미만	160	1.9	28.1	70.0
	200~400만 원 미만	597	2.8	28.8	68.3
	400~600만 원 미만	579	1.4	25.7	72.9
	600만 원 이상	664	0.6	22.4	77.0

〈표 5-71〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 가격 인하

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	13.2	38.3	48.5
권역	수도권	1,004	13.5	38.0	48.4
	충청권	224	13.4	40.2	46.4
	호남권	218	11.5	37.2	51.4
	대경권	193	10.9	39.9	49.2
	동남권	298	15.1	36.6	48.3
	강원권	63	11.1	42.9	46.0
가구원수	1인 가구	327	13.8	35.2	51.1
	2인 가구	455	11.9	40.4	47.7
	3인 가구	526	13.5	39.2	47.3
	4인 이상 가구	692	13.6	37.7	48.7
성별	남성	1,058	12.7	38.6	48.8
	여성	942	13.8	38.0	48.2
연령	20대	249	20.9	37.8	41.4
	30대	364	15.4	38.2	46.4
	40대	513	14.4	36.3	49.3
	50대	328	9.1	36.3	54.6
	60대 이상	546	9.5	41.8	48.7
학력	고졸 이하	455	11.0	37.8	51.2
	대졸	1,323	13.6	38.9	47.5
	대학원졸	222	15.3	35.6	49.1
직업	관리/전문/사무직	1,089	14.8	36.9	48.3
	서비스/판매직	193	13.0	40.9	46.1
	기계/농림어업/단순노무	233	8.6	37.8	53.6
	주부	208	6.7	40.4	52.9
	학생	83	24.1	37.3	38.6
	기타	194	12.4	42.3	45.4
가구소득	200만 원 미만	160	11.9	41.9	46.3
	200~400만 원 미만	597	13.1	38.7	48.2
	400~600만 원 미만	579	13.0	34.9	52.2
	600만 원 이상	664	13.9	40.1	46.1

〈표 5-72〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 국산 원료 사용 확대

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	4.3	48.2	47.5
권역	수도권	1,004	4.0	49.5	46.5
	충청권	224	3.1	54.0	42.9
	호남권	218	4.6	42.2	53.2
	대경권	193	4.1	46.1	49.7
	동남권	298	5.4	47.3	47.3
	강원권	63	7.9	38.1	54.0
가구원수	1인 가구	327	6.7	44.3	48.9
	2인 가구	455	4.4	51.2	44.4
	3인 가구	526	3.2	49.8	47.0
	4인 이상 가구	692	3.9	46.8	49.3
성별	남성	1,058	4.9	51.6	43.5
	여성	942	3.6	44.4	52.0
연령	20대	249	2.8	50.6	46.6
	30대	364	6.3	53.0	40.7
	40대	513	4.7	50.1	45.2
	50대	328	3.4	45.1	51.5
	60대 이상	546	3.8	44.0	52.2
학력	고졸 이하	455	3.1	41.8	55.2
	대졸	1,323	5.0	50.3	44.7
	대학원졸	222	2.7	48.6	48.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	4.4	51.6	44.0
	서비스/판매직	193	3.6	47.2	49.2
	기계/농림어업/단순노무	233	6.0	38.6	55.4
	주부	208	2.4	35.1	62.5
	학생	83	1.2	53.0	45.8
	기타	194	5.7	53.6	40.7
가구소득	200만 원 미만	160	7.5	45.6	46.9
	200~400만 원 미만	597	5.5	46.7	47.7
	400~600만 원 미만	579	3.5	47.3	49.2
	600만 원 이상	664	3.2	50.9	45.9

〈표 5-73〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 인공첨가물 감소

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	6.0	42.3	51.8
권역	수도권	1,004	6.1	42.4	51.5
	충청권	224	2.7	46.9	50.4
	호남권	218	5.5	39.4	55.0
	대경권	193	7.3	43.0	49.7
	동남권	298	8.1	40.9	51.0
	강원권	63	3.2	36.5	60.3
가구원수	1인 가구	327	7.6	43.4	48.9
	2인 가구	455	4.8	43.3	51.9
	3인 가구	526	6.3	40.9	52.9
	4인 이상 가구	692	5.6	42.1	52.3
성별	남성	1,058	6.6	45.1	48.3
	여성	942	5.2	39.1	55.7
연령	20대	249	5.6	40.2	54.2
	30대	364	6.0	48.1	45.9
	40대	513	6.8	40.9	52.2
	50대	328	5.2	39.9	54.9
	60대 이상	546	5.7	41.9	52.4
학력	고졸 이하	455	4.6	40.7	54.7
	대졸	1,323	6.5	42.9	50.6
	대학원졸	222	5.4	41.4	53.2
직업	관리/전문/사무직	1,089	6.2	43.5	50.3
	서비스/판매직	193	5.7	41.5	52.8
	기계/농림어업/단순노무	233	6.4	40.8	52.8
	주부	208	3.4	34.6	62.0
	학생	83	3.6	43.4	53.0
	기타	194	8.2	45.4	46.4
가구소득	200만 원 미만	160	6.9	43.8	49.4
	200~400만 원 미만	597	7.4	40.4	52.3
	400~600만 원 미만	579	5.9	40.4	53.7
	600만 원 이상	664	4.5	45.2	50.3

〈표 5-74〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 제품의 다양성 향상

단위: 명, %

구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	1.6	29.7	68.8
권역	수도권	1,004	2.1	29.7	68.2
	충청권	224	0.4	31.3	68.3
	호남권	218	1.4	24.3	74.3
	대경권	193	2.1	36.3	61.7
	동남권	298	1.0	27.5	71.5
	강원권	63	0.0	31.7	68.3
가구원수	1인 가구	327	1.8	29.1	69.1
	2인 가구	455	1.1	29.2	69.7
	3인 가구	526	2.1	30.6	67.3
	4인 이상 가구	692	1.4	29.5	69.1
성별	남성	1,058	1.8	33.2	65.0
	여성	942	1.4	25.7	72.9
연령	20대	249	1.6	29.3	69.1
	30대	364	0.8	36.5	62.6
	40대	513	2.1	31.0	66.9
	50대	328	1.8	25.9	72.3
	60대 이상	546	1.5	26.2	72.3
학력	고졸 이하	455	2.0	31.4	66.6
	대졸	1,323	1.5	30.1	68.4
	대학원졸	222	1.4	23.4	75.2
직업	관리/전문/사무직	1,089	1.6	30.9	67.5
	서비스/판매직	193	1.6	31.1	67.4
	기계/농림어업/단순노무	233	2.6	32.6	64.8
	주부	208	1.0	18.8	80.3
	학생	83	0.0	28.9	71.1
	기타	194	2.1	29.4	68.6
가구소득	200만 원 미만	160	2.5	38.1	59.4
	200~400만 원 미만	597	1.7	30.2	68.2
	400~600만 원 미만	579	1.7	27.5	70.8
	600만 원 이상	664	1.2	29.1	69.7

〈표 5-75〉 푸드테크로 인한 기대(간편식, HMR) - 품질의 균일성 제고

단위: 명, %

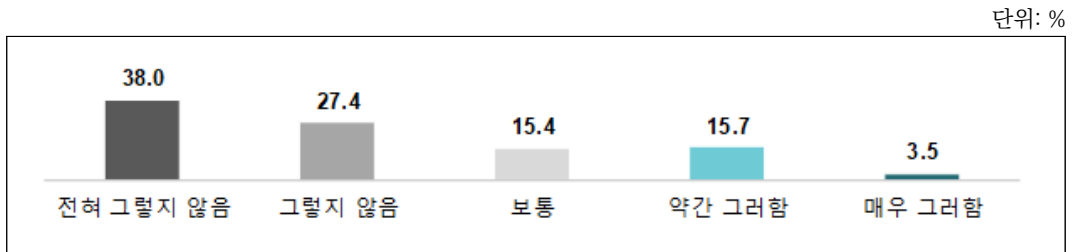
구분		사례수	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	1.1	29.7	69.2
권역	수도권	1,004	1.4	29.2	69.4
	충청권	224	0.0	31.7	68.3
	호남권	218	0.9	27.1	72.0
	대경권	193	2.1	33.7	64.2
	동남권	298	0.7	29.9	69.5
	강원권	63	0.0	27.0	73.0
가구원수	1인 가구	327	0.6	29.4	70.0
	2인 가구	455	0.7	31.9	67.5
	3인 가구	526	1.3	28.9	69.8
	4인 이상 가구	692	1.4	29.0	69.5
성별	남성	1,058	1.5	33.5	65.0
	여성	942	0.6	25.5	73.9
연령	20대	249	1.2	31.3	67.5
	30대	364	1.1	33.2	65.7
	40대	513	1.6	26.9	71.5
	50대	328	0.9	26.8	72.3
	60대 이상	546	0.7	31.0	68.3
학력	고졸 이하	455	1.1	33.8	65.1
	대졸	1,323	1.2	29.2	69.6
	대학원졸	222	0.5	24.3	75.2
직업	관리/전문/사무직	1,089	1.3	28.1	70.6
	서비스/판매직	193	0.0	34.7	65.3
	기계/농림어업/단순노무	233	2.1	37.3	60.5
	주부	208	0.0	22.6	77.4
	학생	83	1.2	28.9	69.9
	기타	194	1.0	32.5	66.5
가구소득	200만 원 미만	160	1.3	35.0	63.8
	200~400만 원 미만	597	1.3	33.3	65.3
	400~600만 원 미만	579	1.2	28.3	70.5
	600만 원 이상	664	0.8	26.4	72.9

## 2.29. 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도

○ 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움을 느끼는지에 대해 ‘전혀 그렇지 않음’이 38.0%로 가장 높았으며, ‘그렇지 않음’으로 응답한 비율은 27.4%로 나타남.

- 연령별로 60대 이상에서 2.07점으로 불편하거나 어려움을 느끼는 정도가 가장 낮은 것으로 나타남.

〈그림 5-43〉 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도



〈표 5-76〉 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 그렇지 않음	그렇지 않음	보통	약간 그러함	매우 그러함	5점 평균
전체		434	38.0	27.4	15.4	15.7	3.5	2.19
권역	수도권	208	38.9	26.9	15.9	15.4	2.9	2.16
	충청권	42	28.6	33.3	16.7	19.0	2.4	2.33
	호남권	52	40.4	19.2	19.2	15.4	5.8	2.27
	대경권	39	35.9	23.1	15.4	17.9	7.7	2.38
	동남권	76	40.8	30.3	11.8	14.5	2.6	2.08
	강원권	17	35.3	41.2	11.8	11.8	0.0	2.00
가구원수	1인 가구	33	39.4	21.2	21.2	9.1	9.1	2.27
	2인 가구	150	44.0	32.0	12.0	10.0	2.0	1.94
	3인 가구	136	36.8	25.7	16.9	16.9	3.7	2.25
	4인 이상 가구	115	31.3	25.2	16.5	23.5	3.5	2.43
성별	남성	247	35.2	30.4	15.8	15.0	3.6	2.21
	여성	187	41.7	23.5	15.0	16.6	3.2	2.16
연령	20대	14	28.6	7.1	35.7	21.4	7.1	2.71
	30대	37	37.8	18.9	16.2	18.9	8.1	2.41
	40대	90	31.1	35.6	14.4	17.8	1.1	2.22
	50대	44	29.5	31.8	6.8	27.3	4.5	2.45
	60대 이상	249	42.6	26.1	16.1	12.0	3.2	2.07
학력	고졸 이하	123	33.3	30.1	18.7	13.0	4.9	2.26
	대졸	257	39.3	25.7	15.2	16.7	3.1	2.19
	대학원졸	54	42.6	29.6	9.3	16.7	1.9	2.06
직업	관리/전문/사무직	182	34.1	29.1	12.6	20.9	3.3	2.30
	서비스/판매직	38	26.3	34.2	13.2	18.4	7.9	2.47
	기계/농림어업/단순노무	67	32.8	26.9	16.4	16.4	7.5	2.39
	주부	48	56.3	20.8	14.6	8.3	0.0	1.75
	학생	7	28.6	0.0	57.1	14.3	0.0	2.57
	기타	92	45.7	27.2	18.5	7.6	1.1	1.91
가구소득	200만 원 미만	62	29.0	30.6	19.4	14.5	6.5	2.39
	200~400만 원 미만	151	39.7	24.5	15.9	15.9	4.0	2.20
	400~600만 원 미만	108	39.8	27.8	13.0	16.7	2.8	2.15
	600만 원 이상	113	38.9	29.2	15.0	15.0	1.8	2.12

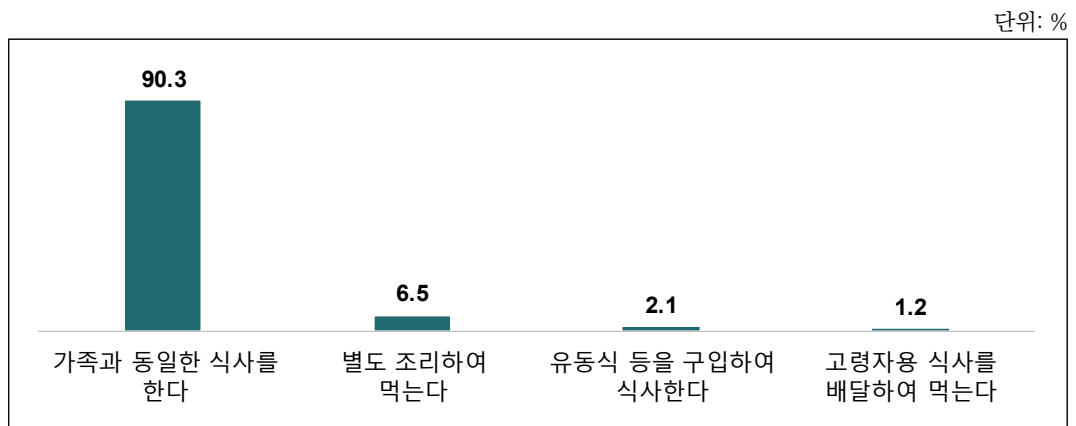


### 2.30. 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법

○ 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법은 ‘가족과 동일한 식사를 한다’는 의견이 90.3%로 가장 높게 나타남.

- 모든 특성에서 ‘가족과 동일한 식사를 한다’는 비율이 높게 나타남.

〈그림 5-44〉 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법



〈표 5-77〉 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		434	90.3	6.5	2.1	1.2
권역	수도권	208	89.4	7.2	1.9	1.4
	충청권	42	95.2	4.8	0.0	0.0
	호남권	52	88.5	7.7	1.9	1.9
	대경권	39	94.9	5.1	0.0	0.0
	동남권	76	86.8	6.6	5.3	1.3
	강원권	17	100.0	0.0	0.0	0.0
가구원수	1인 가구	33	81.8	12.1	3.0	3.0
	2인 가구	150	95.3	3.3	0.7	0.7
	3인 가구	136	89.7	7.4	2.2	0.7
	4인 이상 가구	115	87.0	7.8	3.5	1.7
성별	남성	247	89.1	7.3	2.4	1.2
	여성	187	92.0	5.3	1.6	1.1
연령	20대	14	64.3	28.6	7.1	0.0
	30대	37	83.8	13.5	0.0	2.7
	40대	90	93.3	3.3	2.2	1.1
	50대	44	88.6	6.8	2.3	2.3
	60대 이상	249	92.0	5.2	2.0	0.8
학력	고졸 이하	123	86.2	10.6	1.6	1.6
	대졸	257	93.0	4.3	1.6	1.2
	대학원졸	54	87.0	7.4	5.6	0.0
직업	관리/전문/사무직	182	89.6	6.6	2.7	1.1
	서비스/판매직	38	84.2	7.9	5.3	2.6
	기계/농림어업/단순노무	67	88.1	7.5	1.5	3.0
	주부	48	100.0	0.0	0.0	0.0
	학생	7	57.1	42.9	0.0	0.0
	기타	92	93.5	5.4	1.1	0.0
가구소득	200만 원 미만	62	87.1	9.7	1.6	1.6
	200~400만 원 미만	151	93.4	3.3	2.0	1.3
	400~600만 원 미만	108	89.8	8.3	1.9	0.0
	600만 원 이상	113	88.5	7.1	2.7	1.8

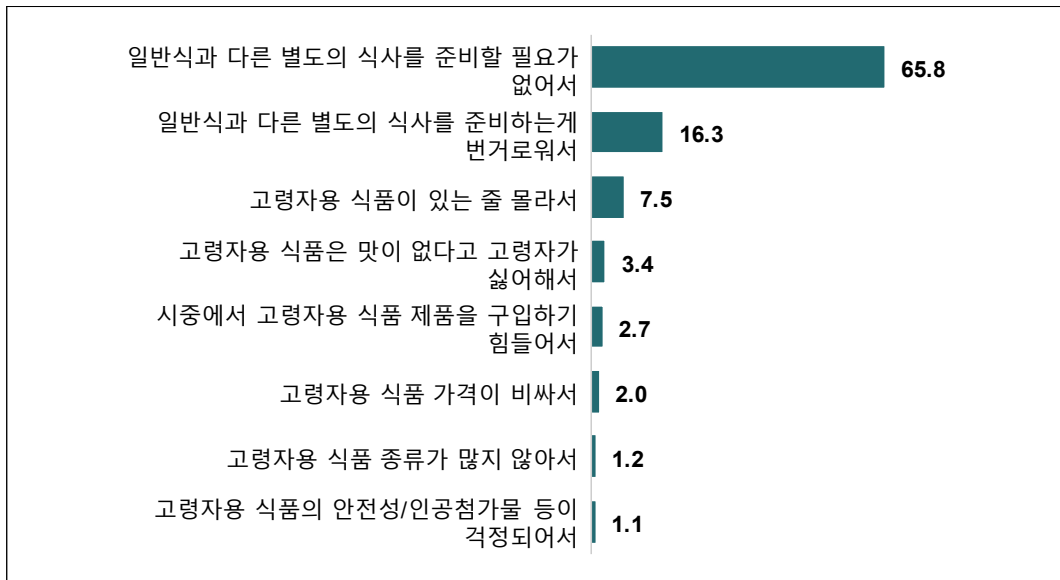
### 2.31. 가정 내 고령자를 위해 별도의 식단을 관리하지 않는 이유

○ 가정 내 고령자를 위해 별도의 식단을 관리하지 않는 이유는 ‘별도의 식사를 준비할 필요가 없어서’라는 의견이 65.8%로 가장 높았으며, ‘별도의 식사 준비가 번거로워서’(16.3%), ‘고령자용 식품이 있는 줄 몰라서’(7.5%)의 순으로 나타나고 있음.

- 권역별로 충청권에서 ‘별도의 식사를 준비하는 게 번거로워서’의 응답이 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 5-45〉 가정 내 고령자를 위해 별도의 식단을 관리하지 않는 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-78〉 가정 내 고령자를 위해 별도의 식단관리를 하지 않는 이유(1+2 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	일반식과 다른 별도의 식사를 준비하는 게 번거로워서	고령자용 식품이 있는 줄 몰라서	고령자용 식품은 맛이 없다고 고령자가 싫어해서	고령자용 식품 가격이 비싸서
전체		392	16.3	7.5	3.4	2.0
권역	수도권	186	14.3	7.5	2.7	1.6
	충청권	40	25.8	10.0	0.8	3.3
	호남권	46	13.0	9.4	5.1	2.9
	대경권	37	21.6	7.2	7.2	2.7
	동남권	66	16.7	4.5	2.5	1.0
	강원권	17	11.8	7.8	7.8	2.0
가구원수	1인 가구	27	2.5	6.2	3.7	3.7
	2인 가구	143	16.6	5.6	2.8	1.9
	3인 가구	122	19.7	9.8	4.1	1.6
	4인 이상 가구	100	15.7	7.7	3.3	2.0
성별	남성	220	19.2	8.6	3.8	2.7
	여성	172	12.6	6.0	2.9	1.0
연령	20대	9	18.5	18.5	0.0	0.0
	30대	31	19.4	10.8	3.2	0.0
	40대	84	17.9	10.7	4.4	2.4
	50대	39	13.7	10.3	5.1	1.7
	60대 이상	229	15.7	4.9	2.9	2.2
학력	고졸 이하	106	14.5	6.9	3.1	2.8
	대졸	239	16.6	8.2	3.5	1.5
	대학원졸	47	19.1	5.0	3.5	2.1
직업	관리/전문/사무직	163	17.4	8.6	3.5	1.4
	서비스/판매직	32	8.3	15.6	4.2	3.1
	기계/농림어업/단순노무	59	23.7	8.5	5.1	5.1
	주부	48	7.6	2.1	2.8	0.7
	학생	4	8.3	16.7	0.0	0.0
	기타	86	17.4	4.3	2.3	1.2
가구소득	200만 원 미만	54	17.3	5.6	6.8	4.3
	200~400만 원 미만	141	18.2	8.3	3.3	1.7
	400~600만 원 미만	97	15.5	7.9	3.4	1.7
	600만 원 이상	100	14.0	7.0	1.7	1.3

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-78〉 가정 내 고령자를 위해 별도의 식단관리를 하지 않는 이유(1+2 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

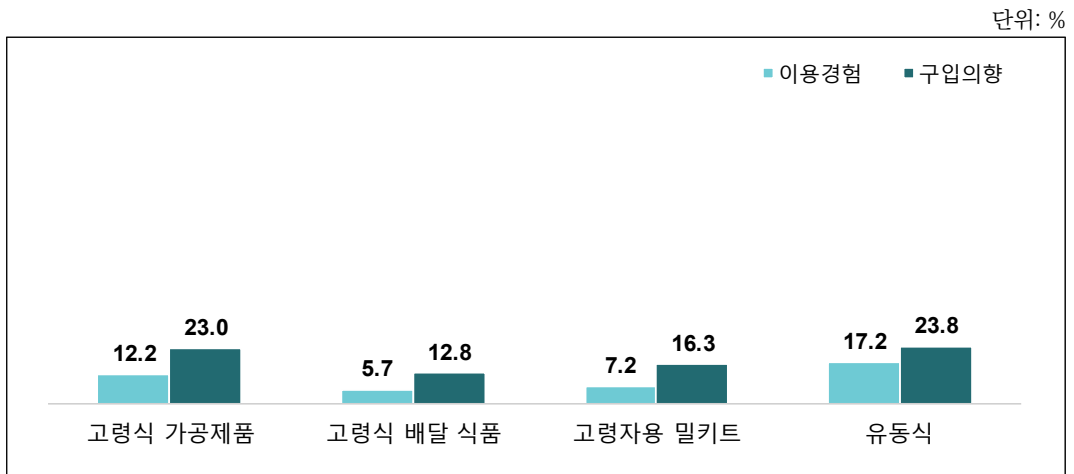
구분		사례수	고령자용 식품의 안전성/인공첨가물 등이 걱정되어서	시중에서 고령자용 식품 제품을 구입하기 힘들어서	고령자용 식품 종류가 많지 않아서	일반식과 다른 별도의 식사를 준비할 필요가 없어서
전체		392	1.1	2.7	1.2	65.8
권역	수도권	186	1.6	1.8	1.1	69.4
	충청권	40	0.0	1.7	1.7	56.7
	호남권	46	0.0	6.5	2.9	60.1
	대경권	37	0.0	5.4	0.0	55.9
	동남권	66	1.5	1.0	1.0	71.7
	강원권	17	2.0	5.9	0.0	62.7
가구원수	1인 가구	27	0.0	4.9	0.0	79.0
	2인 가구	143	0.5	1.4	0.9	70.4
	3인 가구	122	1.1	3.6	1.6	58.5
	4인 이상 가구	100	2.3	3.0	1.3	64.7
성별	남성	220	0.8	2.6	1.1	61.2
	여성	172	1.6	2.9	1.4	71.7
연령	20대	9	0.0	3.7	0.0	59.3
	30대	31	0.0	2.2	1.1	63.4
	40대	84	2.4	2.0	2.8	57.5
	50대	39	0.9	0.9	0.0	67.5
	60대 이상	229	0.9	3.3	0.9	69.1
학력	고졸 이하	106	1.9	2.2	1.3	67.3
	대졸	239	0.8	2.4	1.3	65.7
	대학원졸	47	0.7	5.7	0.7	63.1
직업	관리/전문/사무직	163	0.6	2.2	2.0	64.2
	서비스/판매직	32	6.3	4.2	0.0	58.3
	기계/농림어업/단순노무	59	0.6	2.3	0.0	54.8
	주부	48	0.0	2.1	0.7	84.0
	학생	4	0.0	8.3	0.0	66.7
	기타	86	1.2	3.5	1.2	69.0
가구소득	200만 원 미만	54	1.9	3.7	1.9	58.6
	200~400만 원 미만	141	0.9	2.6	1.2	63.8
	400~600만 원 미만	97	0.3	3.8	1.7	65.6
	600만 원 이상	100	1.7	1.3	0.3	72.7

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임

## 2.32. 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향

- 고령자용 식품 이용 경험 중 ‘유동식 이용 경험’이 17.2%로 가장 높았고, 구입 의향도 ‘유동식’이 23.8%로 가장 높게 나타남.
- 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향에 대해 ‘고령식 배달 식품’의 이용 경험이 가장 낮고 ‘구입 의향’도 가장 낮은 것으로 나타남.

〈그림 5-46〉 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향



〈표 5-79〉 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향

단위: 명, %

	사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화		
		없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가
고령식 가공제품	2,000	87.8	12.2	77.1	23.0	6.3	30.7	63.0
고령식 배달 식품	2,000	94.3	5.7	87.2	12.8	7.8	23.4	68.8
고령자용 밀키트	2,000	92.9	7.2	83.8	16.3	5.5	25.5	68.9
유동식	2,000	82.9	17.2	76.2	23.8	10.7	34.0	55.3

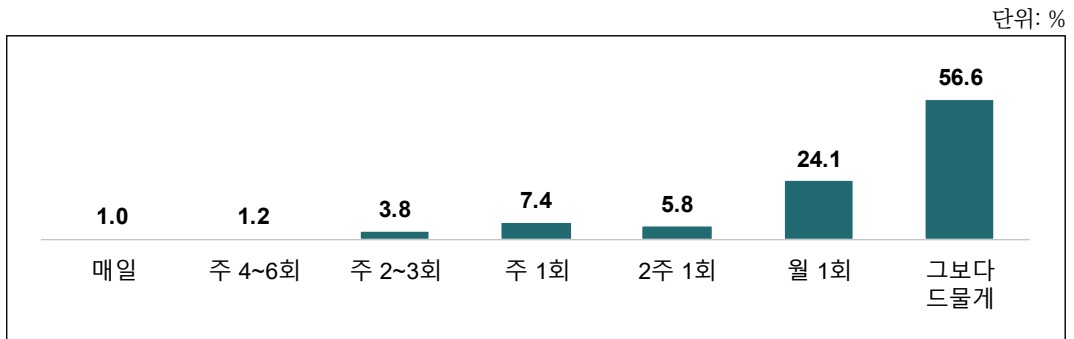
### 2.33. 고령친화식품 구입 주기

○ 고령친화식품의 구입 주기는 월평균 1.86회이며, '월 1회 미만' 주기로 구입한다는 응답이 56.6%로 가장 높으며, '월 1회'(24.1%), '주 1회'(7.4%) 순으로 나타남.

- 권역별로 보면, 충청권과 호남권에서 월평균 2회 이상으로 높게 나타났고, 강원권은 월평균 1회 미만으로 낮게 나타남.

- 가구원 수로 살펴보면, 가구원 수가 많을수록 평균 구입 횟수가 많음.

〈그림 5-47〉 고령친화식품 구입 주기



〈표 5-80〉 고령친화식품 구입 주기

단위: 명, %, 회

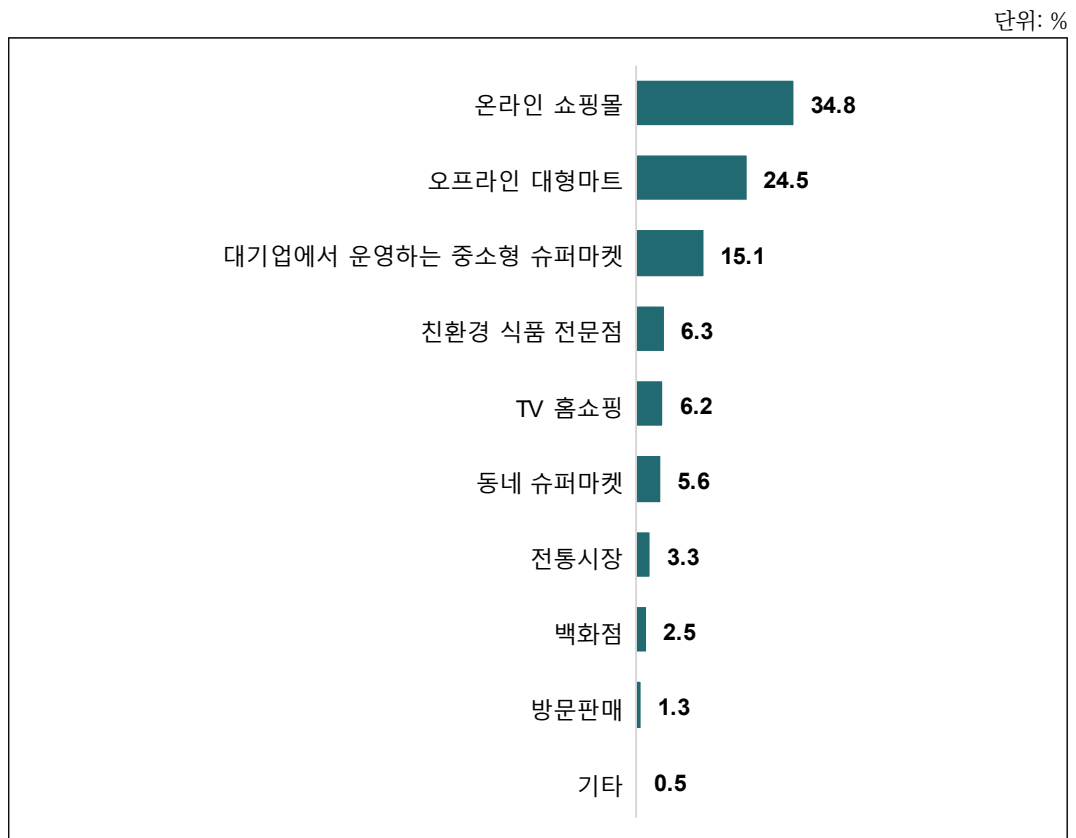
구분		사례수	매일	주 4~6회	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	그보다 드물게	평균
전체		498	1.0	1.2	3.8	7.4	5.8	24.1	56.6	1.86
권역	수도권	244	0.8	1.2	4.1	7.0	8.2	23.4	55.3	1.85
	충청권	50	2.0	2.0	6.0	2.0	2.0	34.0	52.0	2.32
	호남권	64	1.6	3.1	1.6	9.4	4.7	23.4	56.3	2.23
	대경권	48	0.0	0.0	6.3	12.5	4.2	20.8	56.3	1.70
	동남권	75	1.3	0.0	2.7	8.0	2.7	24.0	61.3	1.59
	강원권	17	0.0	0.0	0.0	5.9	5.9	17.6	70.6	0.88
가구원수	1인 가구	75	0.0	0.0	4.0	5.3	8.0	14.7	68.0	1.26
	2인 가구	100	1.0	1.0	4.0	6.0	7.0	20.0	61.0	1.79
	3인 가구	136	1.5	2.2	2.2	6.6	2.2	33.1	52.2	2.00
	4인 이상 가구	187	1.1	1.1	4.8	9.6	7.0	23.5	52.9	2.04
성별	남성	225	1.3	0.9	4.4	10.2	8.9	24.9	49.3	2.10
	여성	273	0.7	1.5	3.3	5.1	3.3	23.4	62.6	1.66
연령	20대	61	1.6	3.3	4.9	11.5	3.3	18.0	57.4	2.63
	30대	86	0.0	2.3	2.3	4.7	4.7	16.3	69.8	1.49
	40대	129	0.8	0.0	3.1	4.7	8.5	24.8	58.1	1.44
	50대	95	1.1	1.1	1.1	9.5	4.2	27.4	55.8	1.65
	60대 이상	127	1.6	0.8	7.1	8.7	6.3	29.1	46.5	2.33
학력	고졸 이하	139	0.0	2.9	5.0	9.4	5.8	20.9	56.1	2.06
	대졸	308	1.6	0.3	3.6	6.5	5.5	26.9	55.5	1.83
	대학원졸	51	0.0	2.0	2.0	7.8	7.8	15.7	64.7	1.54
직업	관리/전문/사무직	245	1.2	0.4	4.1	5.7	7.8	22.9	58.0	1.76
	서비스/판매직	53	1.9	1.9	7.5	7.5	7.5	22.6	50.9	2.63
	기계/농림어업/단순노무	59	1.7	5.1	1.7	18.6	5.1	27.1	40.7	3.02
	주부	72	0.0	1.4	2.8	2.8	2.8	29.2	61.1	1.32
	학생	26	0.0	0.0	3.8	7.7	0.0	23.1	65.4	1.25
	기타	43	0.0	0.0	2.3	9.3	2.3	20.9	65.1	1.19
가구소득	200만 원 미만	45	0.0	0.0	2.2	8.9	0.0	24.4	64.4	1.14
	200~400만 원 미만	150	1.3	1.3	4.7	7.3	6.0	17.3	62.0	2.03
	400~600만 원 미만	152	0.0	2.6	2.6	7.9	6.6	25.0	55.3	1.76
	600만 원 이상	151	2.0	0.0	4.6	6.6	6.6	29.8	50.3	2.01



## 2.34. 고령친화식품 주 구입처

○ 고령친화식품 주 구입처로는 ‘온라인 쇼핑몰’이 34.8%로 가장 높게 나타났으며, ‘오프라인 대형마트’(24.5%), ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(15.1%) 등의 순으로 나타남.

〈그림 5-48〉 고령친화식품 주 구입처(1+2 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-81〉 고령친화식품 주 구입처(1+2 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	동네 슈퍼마켓	대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓	오프라인 대형마트	전통시장 (재래시장)	백화점
전체		498	5.6	15.1	24.5	3.3	2.5
권역	수도권	244	4.6	16.8	24.7	2.0	2.6
	충청권	50	2.7	16.7	26.7	4.7	4.0
	호남권	64	8.9	10.4	21.4	5.2	1.0
	대경권	48	9.7	11.8	27.1	7.6	0.7
	동남권	75	4.9	15.6	26.2	3.1	3.6
	강원권	17	5.9	9.8	11.8	0.0	2.0
가구원수	1인 가구	75	6.7	11.6	29.3	4.0	1.8
	2인 가구	100	5.7	16.3	23.7	3.3	2.0
	3인 가구	136	3.2	18.1	22.1	2.5	2.9
	4인 이상 가구	187	6.8	13.5	24.8	3.7	2.7
성별	남성	225	3.9	15.6	26.5	4.1	3.6
	여성	273	7.0	14.7	22.8	2.7	1.6
연령	20대	61	10.4	10.9	23.5	6.0	6.0
	30대	86	6.2	18.2	29.5	3.1	5.0
	40대	129	6.7	14.7	22.7	2.8	1.0
	50대	95	1.8	15.1	20.4	1.4	2.1
	60대 이상	127	4.5	15.2	26.5	4.2	0.8
학력	고졸 이하	139	7.0	14.4	19.4	6.2	3.8
	대졸	308	5.2	14.8	26.6	1.9	1.7
	대학원졸	51	3.9	18.3	25.5	3.9	3.3
직업	관리/전문/사무직	245	4.4	18.4	26.8	0.8	1.9
	서비스/판매직	53	4.4	13.2	25.8	6.9	3.1
	기계/농림어업/단순노무	59	4.0	11.3	25.4	11.3	4.5
	주부	72	5.1	17.1	17.6	0.0	1.4
	학생	26	16.7	6.4	24.4	2.6	6.4
	기타	43	10.1	5.4	20.2	8.5	1.6
가구소득	200만 원 미만	45	9.6	8.1	24.4	9.6	4.4
	200~400만 원 미만	150	5.8	12.9	26.0	3.8	2.2
	400~600만 원 미만	152	4.4	17.5	25.9	3.9	3.1
	600만 원 이상	151	5.3	16.8	21.6	0.4	1.5

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-81〉 고령친화식품 주 구입처(1+2 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	방문판매	기타
전체		498	6.3	34.8	6.2	1.3	0.5
지역	수도권	244	6.3	35.0	6.0	1.1	0.8
	충청권	50	4.0	32.7	5.3	3.3	0.0
	호남권	64	11.5	31.3	10.4	0.0	0.0
	대경권	48	3.5	34.7	2.8	2.1	0.0
	동남권	75	5.3	34.7	4.4	1.3	0.9
	강원권	17	5.9	52.9	11.8	0.0	0.0
가구원수	1인 가구	75	4.9	33.3	7.6	0.9	0.0
	2인 가구	100	7.0	36.3	5.0	0.7	0.0
	3인 가구	136	4.9	37.3	7.8	0.7	0.5
	4인 이상 가구	187	7.5	32.8	5.0	2.1	1.1
성별	남성	225	7.6	31.6	5.3	1.0	0.9
	여성	273	5.3	37.5	6.8	1.5	0.2
연령	20대	61	1.1	35.5	4.9	1.6	0.0
	30대	86	2.7	29.1	3.1	3.1	0.0
	40대	129	7.2	38.0	5.4	1.3	0.0
	50대	95	4.6	44.6	9.1	0.4	0.7
	60대 이상	127	11.5	27.8	7.3	0.5	1.6
학력	고졸 이하	139	5.8	33.1	9.6	0.0	0.7
	대졸	308	6.2	35.6	5.3	2.1	0.5
	대학원졸	51	8.5	34.6	2.0	0.0	0.0
직업	관리/전문/사무직	245	6.4	34.0	5.4	1.8	0.1
	서비스/판매직	53	6.9	30.2	7.5	0.0	1.9
	기계/농림어업/단순노무	59	7.3	27.1	5.6	1.7	1.7
	주부	72	6.5	43.5	6.9	1.4	0.5
	학생	26	1.3	32.1	10.3	0.0	0.0
	기타	43	6.2	42.6	5.4	0.0	0.0
가구소득	200만 원 미만	45	5.9	31.1	6.7	0.0	0.0
	200~400만 원 미만	150	4.2	36.0	7.6	1.6	0.0
	400~600만 원 미만	152	6.8	31.1	5.3	1.1	0.9
	600만 원 이상	151	7.9	38.4	5.5	1.5	0.9

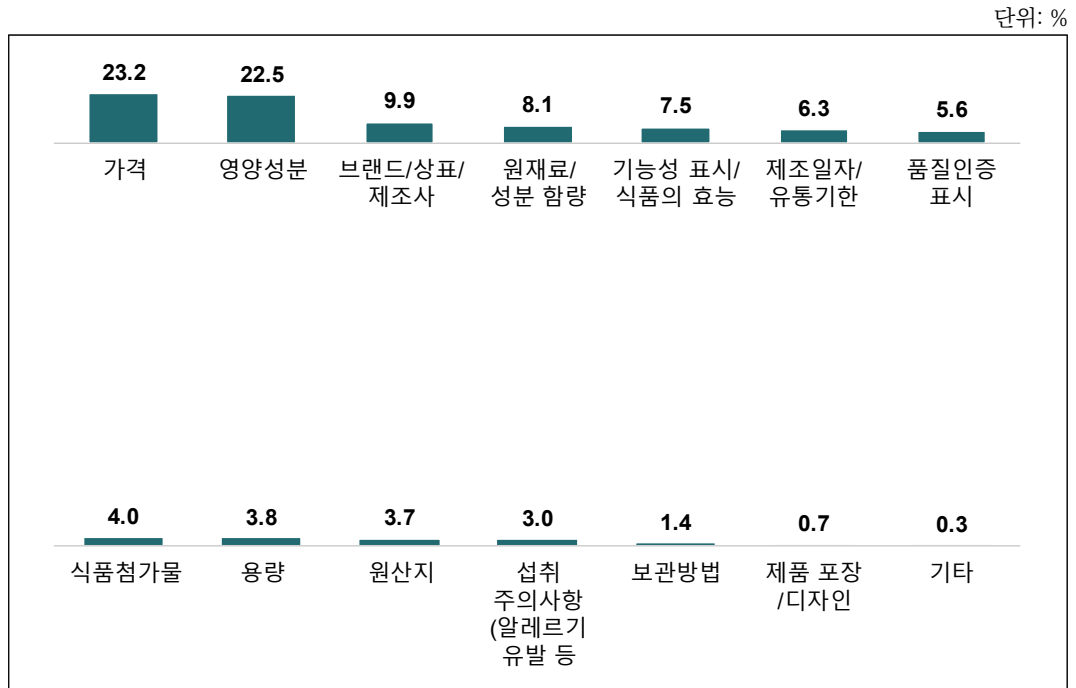
주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

### 2.35. 고령친화식품 구입 시 우선 확인하는 사항

○ 고령친화식품 구입 시 우선 확인하는 사항으로는 ‘가격’이 23.2%로 가장 높게 나타났으며, ‘영양성분’(22.5%), ‘브랜드/상표/제조사’(9.9%), ‘원재료/성분 함량’(8.1%) 등의 순으로 나타남.

- 50대에서는 ‘영양성분’을 우선 확인하고 나머지 연령에서는 ‘가격’을 우선 확인하는 것으로 나타남.
- 600만 원 미만 가구소득에서는 ‘가격’, 600만 원 이상은 ‘영양 성분’이 높게 나타남.

〈그림 5-49〉 고령친화식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-82〉 고령친화식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분	사례수	가격	용량	브랜드/ 상표/ 제조사	제조일자 /유통 기한	품질인증 표시	원산지	영양성분	
전체	498	23.2	3.8	9.9	6.3	5.6	3.7	22.5	
권역	수도권	244	21.4	3.8	11.5	5.4	5.9	3.1	23.8
	충청권	50	26.3	1.7	6.3	6.0	4.0	2.7	21.3
	호남권	64	24.0	3.9	10.2	8.1	4.7	5.7	20.3
	대경권	48	25.0	7.3	9.0	7.3	4.9	4.2	25.3
	동남권	75	23.1	3.1	7.6	6.4	7.8	4.9	20.2
	강원권	17	31.4	2.9	9.8	9.8	2.9	1.0	15.7
가구원수	1인 가구	75	29.1	4.7	6.9	7.3	4.4	3.3	20.9
	2인 가구	100	20.0	3.7	7.2	5.7	5.7	4.8	23.7
	3인 가구	136	21.4	3.1	13.4	5.6	5.8	3.7	22.1
	4인 이상 가구	187	23.8	4.1	10.1	6.7	6.0	3.2	22.7
성별	남성	225	24.1	2.8	9.3	5.6	7.1	4.1	22.7
	여성	273	22.4	4.6	10.4	6.8	4.4	3.4	22.2
연령	20대	61	23.0	4.1	9.8	4.1	5.2	1.6	19.9
	30대	86	26.9	4.7	9.5	5.6	6.2	2.3	20.5
	40대	129	23.3	4.0	12.5	5.9	3.7	4.7	20.7
	50대	95	21.4	2.6	8.8	7.0	5.3	3.2	29.3
	60대 이상	127	22.0	3.8	8.4	7.6	7.6	5.0	21.7
학력	고졸 이하	139	27.1	5.9	9.2	6.5	4.9	2.6	19.7
	대졸	308	22.7	3.0	10.9	5.7	5.2	3.7	23.6
	대학원졸	51	15.7	2.9	5.9	9.2	9.8	6.2	22.9
직업	관리/전문/사무직	245	21.4	2.9	10.2	4.5	4.9	3.6	25.8
	서비스/판매직	53	24.5	6.6	7.9	6.0	7.5	4.4	15.7
	기계/농림어업/단순노무	59	30.5	4.8	8.2	9.6	4.8	4.5	18.1
	주부	72	17.8	3.2	14.1	11.6	4.9	3.2	24.8
	학생	26	28.2	3.2	9.0	1.9	11.5	0.0	18.6
	기타	43	27.9	5.8	6.6	6.2	6.2	5.0	16.3
가구소득	200만 원 미만	45	29.6	6.3	8.1	6.3	7.0	3.7	17.4
	200~400만 원 미만	150	26.6	3.9	6.6	5.8	4.4	5.1	21.9
	400~600만 원 미만	152	23.0	3.6	11.7	5.9	6.4	3.1	22.3
	600만 원 이상	151	18.1	3.2	11.9	7.2	5.6	2.9	24.7

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-82〉 고령친화식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	식품 첨가물	원재료/ 성분 함량	제품 포장/ 디자인	기능성 표시/ 식품의 효능	섭취 주의사항 (알레르기 유발 등)	보관방법	기타
전체		498	4.0	8.1	0.7	7.5	3.0	1.4	0.3
권역	수도권	244	4.0	8.6	0.5	7.0	2.7	1.7	0.5
	충청권	50	6.3	5.0	1.7	10.7	3.3	4.7	0.0
	호남권	64	2.9	6.5	0.5	9.6	3.6	0.0	0.0
	대경권	48	2.8	6.3	0.0	5.6	1.7	0.7	0.0
	동남권	75	3.3	13.1	1.3	6.2	2.9	0.0	0.0
	강원권	17	6.9	0.0	0.0	8.8	8.8	2.0	0.0
가구원수	1인 가구	75	2.9	7.8	0.2	6.2	1.8	4.4	0.0
	2인 가구	100	3.7	10.2	0.3	9.8	3.7	1.2	0.5
	3인 가구	136	4.4	7.5	0.1	8.8	3.4	0.5	0.2
	4인 이상 가구	187	4.3	7.7	1.4	5.9	2.9	1.1	0.3
성별	남성	225	3.9	7.2	0.6	7.9	3.2	1.1	0.4
	여성	273	4.1	8.9	0.7	7.3	2.9	1.7	0.1
연령	20대	61	4.6	10.1	3.3	7.7	3.6	3.0	0.0
	30대	86	3.9	7.4	0.0	6.0	3.3	3.1	0.6
	40대	129	4.0	8.5	0.5	6.6	3.5	1.4	0.6
	50대	95	4.9	6.3	0.4	8.4	2.1	0.4	0.0
	60대 이상	127	3.0	8.7	0.3	8.8	2.8	0.4	0.0
학력	고졸 이하	139	5.2	5.8	0.6	7.0	2.5	2.5	0.6
	대졸	308	3.4	8.2	0.6	8.0	3.6	1.1	0.2
	대학원졸	51	4.2	14.4	1.0	6.5	1.0	0.3	0.0
직업	관리/전문/사무직	245	4.5	9.7	0.4	7.5	3.1	1.2	0.3
	서비스/판매직	53	3.8	9.1	2.2	6.9	3.1	2.2	0.0
	기계/농림어업/단순노무	59	5.4	4.2	0.3	7.1	1.7	0.0	0.8
	주부	72	3.7	5.8	0.0	6.0	3.9	0.9	0.0
	학생	26	0.6	2.6	3.2	10.3	5.8	5.1	0.0
	기타	43	1.9	10.5	0.4	10.1	0.8	2.3	0.0
	가구소득	200만 원 미만	45	6.3	9.6	0.4	4.4	0.0	0.7
200~400만 원 미만	150	4.4	7.8	0.3	6.8	3.7	2.8	0.0	
400~600만 원 미만	152	3.2	7.9	1.1	7.5	3.0	1.2	0.2	
600만 원 이상	151	3.6	8.3	0.7	9.3	3.3	0.6	0.7	

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

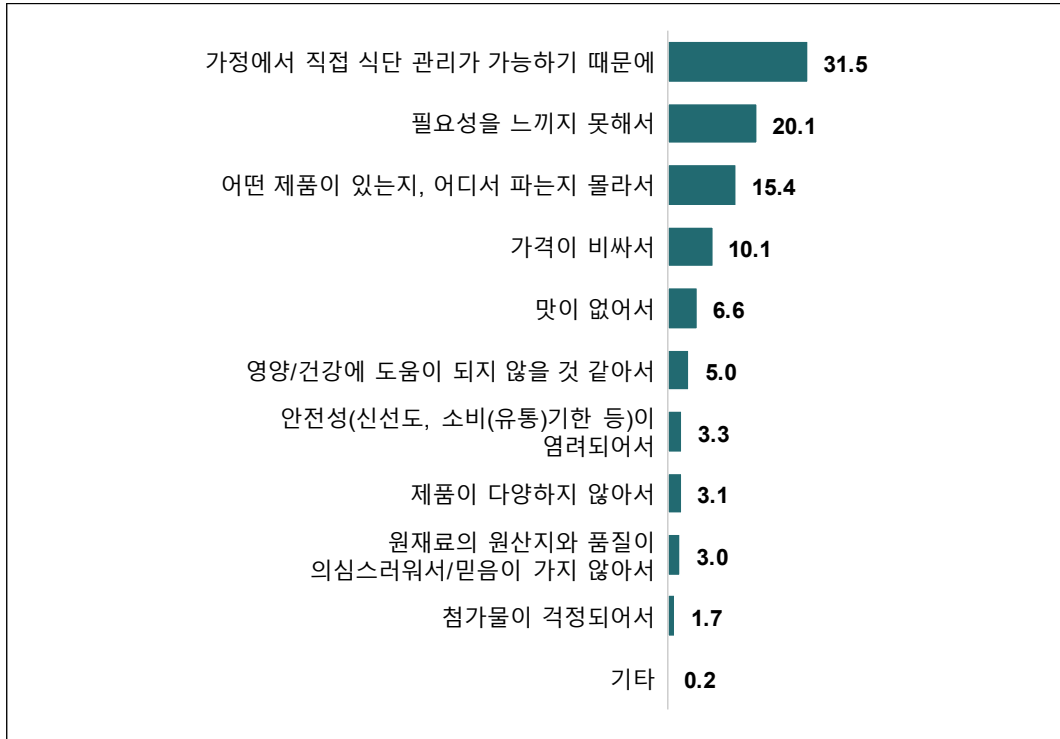
## 2.36. 고령친화식품 구입하지 않는 이유(1+2가중평균)

○ 고령친화식품을 구입하지 않는 이유로는 ‘가정에서 직접 식단 관리가 가능하기 때문에’가 31.5%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘필요성을 느끼지 못해서’(20.1%), ‘어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서’(15.4%), ‘가격이 비싸서’(10.1%) 등의 순으로 높게 나타남.

- 60대 이상에서 ‘가정에서 직접 식단 관리가 가능하기 때문에’라는 응답이 다른 연령 대비 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 5-50〉 고령친화식품 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균)

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-83〉 고령친화식품 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	가정에서 직접 식단 관리가 가능하기 때문에	어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서	가격이 비싸서	맛이 없어서	원재료의 원산지와 품질이 의심스러워서/ 믿음이 가지 않아서
전체		1,946	31.5	15.4	10.1	6.6	3.0
지역	수도권	980	30.5	16.3	9.7	6.5	2.5
	충청권	217	28.9	15.5	11.7	6.3	2.0
	호남권	213	31.8	12.1	12.1	7.5	3.9
	대경권	187	33.9	17.8	9.6	7.3	4.8
	동남권	287	34.3	13.4	8.5	5.8	3.7
	강원권	62	34.9	16.1	13.4	7.5	2.7
가구원수	1인 가구	324	26.3	16.0	10.6	7.5	2.0
	2인 가구	444	40.6	14.7	8.5	4.8	3.2
	3인 가구	513	28.7	15.7	8.8	7.6	2.8
	4인 이상 가구	665	30.1	15.4	12.0	6.6	3.5
성별	남성	1026	31.8	16.0	10.6	6.0	3.4
	여성	920	31.2	14.7	9.6	7.2	2.5
연령	20대	243	26.9	20.3	9.6	11.2	2.1
	30대	355	22.5	19.7	9.0	7.2	2.3
	40대	500	24.4	17.7	10.9	7.9	2.9
	50대	321	30.8	10.7	11.9	6.2	4.0
	60대 이상	527	46.8	11.0	9.3	3.0	3.3
학력	고졸 이하	444	36.1	13.4	10.4	6.1	3.8
	대졸	1288	30.2	15.7	10.4	6.9	2.7
	대학원졸	214	29.9	18.2	7.8	5.6	3.3
직업	관리/전문/사무직	1060	27.5	16.4	10.3	6.5	3.0
	서비스/판매직	183	32.6	14.0	8.0	8.7	3.6
	기계/농림어업/단순노무	224	33.6	18.9	10.6	6.7	2.8
	주부	205	38.0	11.2	9.9	6.3	3.3
	학생	81	28.8	17.7	10.3	11.5	2.9
	기타	193	44.0	10.9	10.7	3.1	2.4
가구소득	200만 원 미만	160	32.9	16.9	11.0	8.8	3.3
	200~400만 원 미만	581	34.2	15.9	11.4	6.3	2.2
	400~600만 원 미만	558	31.2	14.7	10.2	5.0	4.7
	600만 원 이상	647	29.0	15.2	8.8	7.7	2.2

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.



〈표 5-83〉 고령친화식품 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

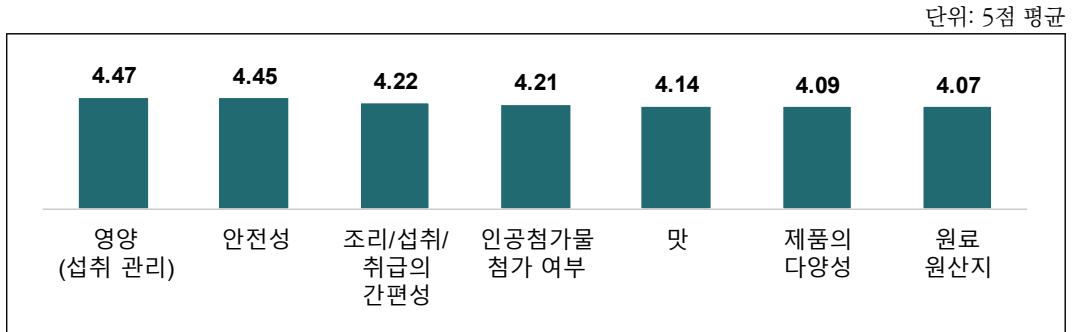
구분		사례수	영양/ 건강에 도움이 되지 않을 것 같아서	안전성 (신선도, 소비 (유통)기한 등)이 염려되어서	첨가물이 걱정되어서	제품이 다양하지 않아서	필요성을 느끼지 못해서	기타
전체		1,946	5.0	3.3	1.7	3.1	20.1	0.2
권역	수도권	980	4.7	3.8	1.5	2.9	21.4	0.2
	충청권	217	4.6	1.7	2.2	3.7	23.5	0.0
	호남권	213	6.6	2.5	0.8	4.1	18.8	0.0
	대경권	187	3.9	3.2	2.3	2.3	13.7	1.1
	동남권	287	5.6	2.9	2.3	3.8	19.7	0.0
	강원권	62	4.8	4.3	2.7	0.5	12.9	0.0
가구원수	1인 가구	324	4.1	3.5	2.6	3.8	23.5	0.1
	2인 가구	444	5.0	3.1	1.3	2.8	15.9	0.1
	3인 가구	513	5.3	3.8	2.2	3.1	22.0	0.0
	4인 이상 가구	665	5.0	2.9	1.3	3.0	19.8	0.5
성별	남성	1026	4.4	3.5	1.4	3.0	19.6	0.2
	여성	920	5.5	2.9	2.1	3.3	20.7	0.1
연령	20대	243	6.0	1.9	1.1	2.7	18.1	0.0
	30대	355	5.4	3.1	1.5	3.4	25.7	0.0
	40대	500	4.9	3.2	1.3	3.5	23.0	0.2
	50대	321	6.1	2.9	2.3	3.7	20.8	0.4
	60대 이상	527	3.4	4.2	2.3	2.3	14.1	0.3
학력	고졸 이하	444	4.8	3.2	2.0	3.0	17.0	0.2
	대졸	1288	5.3	3.3	1.8	3.4	20.2	0.1
	대학원졸	214	3.3	3.0	0.6	1.6	26.3	0.5
직업	관리/전문/사무직	1060	5.2	3.1	1.2	3.3	23.4	0.2
	서비스/판매직	183	5.8	3.6	1.3	2.0	19.7	0.5
	기계/농림어업/단순노무	224	4.9	3.9	2.1	3.4	13.1	0.0
	주부	205	3.7	1.6	2.9	3.7	19.2	0.0
	학생	81	3.7	2.9	2.1	2.1	18.1	0.0
	기타	193	4.8	5.0	3.5	2.8	12.6	0.2
가구소득	200만 원 미만	160	4.4	5.0	4.0	3.3	10.4	0.0
	200~400만 원 미만	581	4.7	2.8	1.8	3.2	17.3	0.2
	400~600만 원 미만	558	4.7	3.3	1.5	2.3	22.0	0.4
	600만 원 이상	647	5.6	3.2	1.3	3.7	23.3	0.1

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

### 2.37. 고령친화식품 요소별 중요도

○ 고령자용 식품 요소별 중요도는 ‘영양(섭취 관리)’이 4.47점으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘안전성’(4.45점), ‘조리/섭취/취급의 간편성’(4.22점) 순임.

〈그림 5-51〉 고령자용 식품 요소별 중요도



〈표 5-84〉 고령친화식품 요소별 중요도

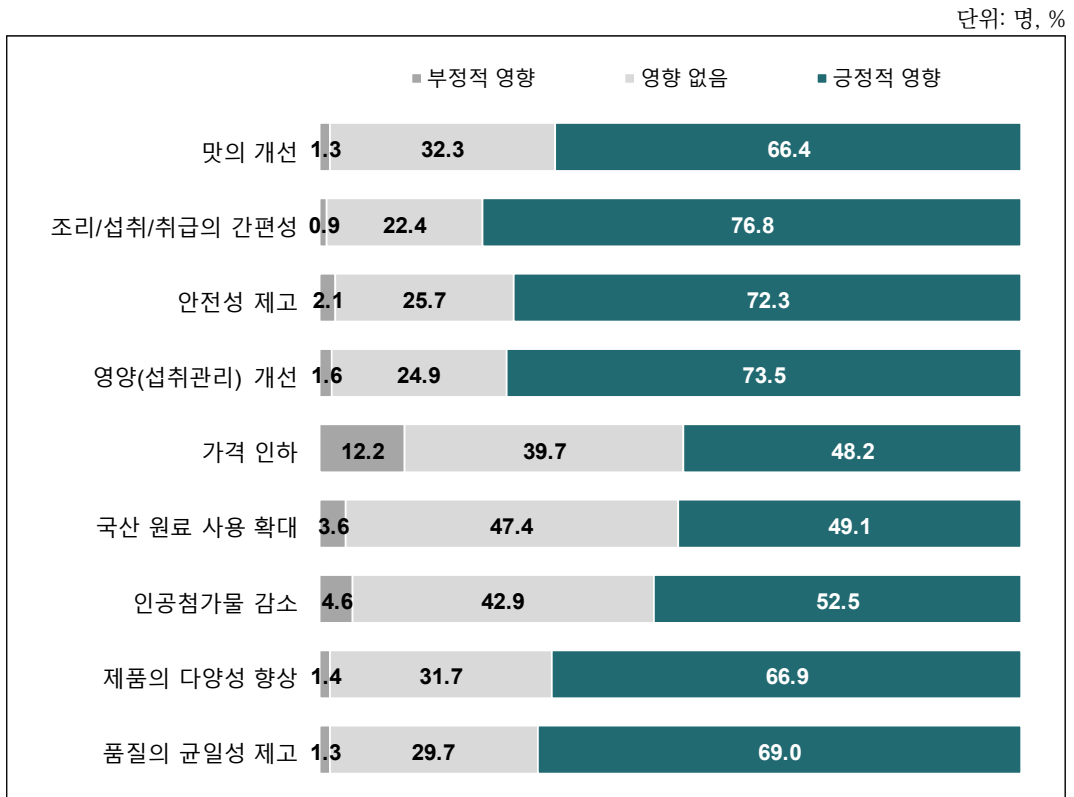
단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성
전체		2,000	4.14	4.22	4.45	4.47	4.17	4.07	4.21	4.09
권역	수도권	1,004	4.13	4.23	4.47	4.50	4.18	4.08	4.24	4.10
	충청권	224	4.08	4.19	4.37	4.44	4.11	3.98	4.07	4.06
	호남권	218	4.17	4.21	4.41	4.44	4.18	4.13	4.20	4.13
	대경권	193	4.08	4.19	4.41	4.41	4.12	4.08	4.20	4.07
	동남권	298	4.17	4.22	4.45	4.46	4.19	4.06	4.17	4.06
	강원권	63	4.33	4.43	4.60	4.57	4.38	4.22	4.33	4.24
가구원수	1인 가구	327	4.17	4.23	4.44	4.48	4.20	4.06	4.17	4.10
	2인 가구	455	4.19	4.25	4.47	4.52	4.23	4.09	4.21	4.12
	3인 가구	526	4.11	4.22	4.44	4.47	4.16	4.07	4.22	4.07
	4인 이상 가구	692	4.10	4.20	4.44	4.44	4.13	4.08	4.21	4.09
성별	남성	1,058	4.05	4.14	4.38	4.38	4.10	3.93	4.08	4.00
	여성	942	4.23	4.31	4.52	4.58	4.25	4.23	4.34	4.20
연령	20대	249	4.04	4.22	4.37	4.45	4.10	4.06	4.11	4.08
	30대	364	4.13	4.27	4.43	4.49	4.17	4.04	4.20	4.09
	40대	513	4.17	4.23	4.42	4.43	4.17	4.10	4.21	4.09
	50대	328	4.10	4.18	4.43	4.47	4.17	4.07	4.23	4.12
	60대 이상	546	4.17	4.22	4.52	4.51	4.21	4.08	4.23	4.10
학력	고졸 이하	455	4.16	4.18	4.37	4.42	4.20	4.10	4.22	4.11
	대졸	1,323	4.13	4.23	4.46	4.49	4.17	4.07	4.20	4.09
	대학원졸	222	4.12	4.25	4.54	4.52	4.17	4.03	4.18	4.10
직업	관리/전문/사무직	1,089	4.13	4.22	4.46	4.49	4.15	4.04	4.19	4.06
	서비스/판매직	193	4.10	4.21	4.39	4.37	4.17	4.13	4.21	4.17
	기계/농림어업/단순노무	233	4.07	4.11	4.33	4.34	4.13	3.99	4.12	4.02
	주부	208	4.31	4.40	4.61	4.67	4.30	4.33	4.46	4.32
	학생	83	4.02	4.19	4.33	4.43	4.17	4.11	4.17	4.10
	기타	194	4.11	4.19	4.45	4.44	4.24	4.04	4.15	4.06
가구소득	200만 원 미만	160	4.09	4.16	4.41	4.38	4.34	4.04	4.16	4.06
	200~400만 원 미만	597	4.12	4.20	4.40	4.45	4.15	4.04	4.17	4.07
	400~600만 원 미만	579	4.14	4.25	4.47	4.48	4.17	4.11	4.24	4.12
	600만 원 이상	664	4.15	4.24	4.48	4.52	4.16	4.08	4.22	4.10

## 2.38. 고령친화식품별 푸드테크로 인한 기대

- 푸드테크로 인한 고령친화식품의 속성별 영향에 대해 ‘조리/섭취/취급의 간편성’에서 긍정적 영향을 기대한다는 응답이 76.8%로 가장 높았고, 다음으로 ‘영양(섭취관리) 개선’(73.5%), ‘안전성 제고’(72.3%) 등의 순으로 높게 나타남.

〈그림 5-52〉 고령친화식품별 푸드테크로 인한 기대



〈표 5-85〉 고령친화식품별 푸드테크로 인한 기대[1/3]

단위: 명, %

구분		사례수	맛의 개선			조리·섭취·취급의 간편성			안전성 제고		
			부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	1.3	32.3	66.4	0.9	22.4	76.8	2.1	25.7	72.3
권역	수도권	1,004	1.5	33.3	65.2	1.0	22.2	76.8	1.9	26.3	71.8
	충청권	224	0.0	36.2	63.8	0.0	24.6	75.4	2.7	28.6	68.8
	호남권	218	0.9	29.8	69.3	1.8	20.6	77.5	1.4	20.6	78.0
	대경권	193	2.6	33.2	64.2	1.0	27.5	71.5	2.6	28.5	68.9
	동남권	298	1.3	29.2	69.5	0.7	20.5	78.9	2.3	24.2	73.5
	강원권	63	0.0	23.8	76.2	0.0	15.9	84.1	1.6	20.6	77.8
가구원수	1인 가구	327	1.2	33.0	65.7	1.2	22.6	76.1	1.2	27.8	70.9
	2인 가구	455	1.3	30.1	68.6	0.4	21.5	78.0	1.8	27.5	70.8
	3인 가구	526	1.9	33.8	64.3	1.0	24.1	74.9	2.9	26.4	70.7
	4인 이상 가구	692	0.9	32.2	66.9	1.0	21.4	77.6	2.0	22.8	75.1
성별	남성	1,058	1.0	33.7	65.2	0.9	24.9	74.2	2.1	29.1	68.8
	여성	942	1.6	30.7	67.7	0.8	19.5	79.6	2.0	21.8	76.2
연령	20대	249	0.8	37.3	61.8	1.6	24.1	74.3	2.8	23.7	73.5
	30대	364	1.4	41.2	57.4	0.3	28.6	71.2	1.9	34.1	64.0
	40대	513	2.5	32.9	64.5	1.8	22.2	76.0	3.3	25.9	70.8
	50대	328	0.9	27.7	71.3	0.6	16.8	82.6	2.1	21.6	76.2
	60대 이상	546	0.5	26.2	73.3	0.4	20.9	78.8	0.5	23.1	76.4
학력	고졸 이하	455	1.1	30.1	68.8	0.9	23.1	76.0	2.2	27.5	70.3
	대졸	1,323	1.4	34.6	63.9	0.9	22.6	76.5	2.0	25.9	72.1
	대학원졸	222	0.9	23.0	76.1	0.9	19.4	79.7	2.3	20.3	77.5
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.9	33.3	65.7	0.3	22.8	77.0	2.2	25.2	72.6
	서비스/판매직	193	2.6	34.2	63.2	2.1	24.4	73.6	2.6	28.0	69.4
	기계/농림어업/단순노무	233	2.1	30.0	67.8	1.7	26.6	71.7	3.4	31.8	64.8
	주부	208	1.9	23.1	75.0	1.0	13.9	85.1	0.5	16.8	82.7
	학생	83	1.2	30.1	68.7	2.4	21.7	75.9	2.4	20.5	77.1
	기타	194	0.5	38.1	61.3	1.5	22.2	76.3	0.5	30.4	69.1
가구소득	200만 원 미만	160	2.5	33.8	63.8	2.5	23.8	73.8	0.6	31.3	68.1
	200~400만 원 미만	597	1.3	33.8	64.8	1.2	22.8	76.0	2.3	29.1	68.5
	400~600만 원 미만	579	1.4	31.6	67.0	0.9	21.8	77.4	3.1	23.5	73.4
	600만 원 이상	664	0.9	31.2	67.9	0.3	22.1	77.6	1.2	23.0	75.8

〈표 5-85〉 고령친화식품별 푸드테크로 인한 기대[2/3]

단위: 명, %

구분		사례수	영양(섭취 관리) 개선			가격 인하			국산 원료 사용 확대		
			부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	1.6	24.9	73.5	12.2	39.7	48.2	3.6	47.4	49.1
권역	수도권	1,004	1.6	24.4	74.0	11.4	40.7	47.9	3.1	49.4	47.5
	충청권	224	1.8	24.6	73.7	12.1	42.0	46.0	4.9	48.2	46.9
	호남권	218	1.4	26.1	72.5	10.6	33.9	55.5	3.7	41.3	55.0
	대경권	193	3.1	28.5	68.4	11.4	39.4	49.2	3.1	45.1	51.8
	동남권	298	0.7	26.2	73.2	16.1	38.6	45.3	4.7	47.3	48.0
	강원권	63	1.6	12.7	85.7	14.3	41.3	44.4	3.2	39.7	57.1
가구원수	1인 가구	327	1.8	25.1	73.1	12.8	38.8	48.3	4.3	47.7	48.0
	2인 가구	455	1.5	24.4	74.1	11.6	41.8	46.6	4.8	49.0	46.2
	3인 가구	526	1.5	26.4	72.1	13.1	40.7	46.2	2.5	48.3	49.2
	4인 이상 가구	692	1.6	24.0	74.4	11.4	38.0	50.6	3.3	45.4	51.3
성별	남성	1,058	1.6	29.3	69.1	11.3	42.7	45.9	3.5	51.2	45.3
	여성	942	1.6	20.0	78.5	13.1	36.3	50.6	3.7	43.0	53.3
연령	20대	249	1.6	22.9	75.5	17.7	36.9	45.4	4.4	46.2	49.4
	30대	364	2.2	29.9	67.9	13.5	42.9	43.7	4.4	54.4	41.2
	40대	513	2.5	26.7	70.8	13.1	38.4	48.5	3.5	49.5	47.0
	50대	328	0.6	21.6	77.7	8.8	39.6	51.5	3.0	43.6	53.4
	60대 이상	546	0.9	22.7	76.4	9.9	40.1	50.0	3.1	43.4	53.5
학력	고졸 이하	455	0.9	26.4	72.7	10.3	37.6	52.1	2.6	41.5	55.8
	대졸	1,323	1.8	25.3	72.9	12.3	41.0	46.7	4.0	49.2	46.8
	대학원졸	222	1.8	19.4	78.8	14.9	36.5	48.6	3.2	48.2	48.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	1.7	25.0	73.3	13.4	40.4	46.2	3.5	50.4	46.1
	서비스/판매직	193	1.6	28.0	70.5	11.4	39.9	48.7	3.1	45.1	51.8
	기계/농림어업/단순노무	233	2.6	30.9	66.5	8.6	39.9	51.5	3.0	41.6	55.4
	주부	208	0.5	13.0	86.5	7.2	36.5	56.3	2.4	36.5	61.1
	학생	83	0.0	20.5	79.5	22.9	34.9	42.2	4.8	41.0	54.2
	기타	194	1.5	28.9	69.6	10.8	40.7	48.5	6.2	53.6	40.2
가구소득	200만 원 미만	160	1.3	26.9	71.9	12.5	40.0	47.5	3.8	48.8	47.5
	200~400만 원 미만	597	2.3	28.8	68.8	13.1	39.7	47.2	5.7	48.2	46.1
	400~600만 원 미만	579	1.7	22.6	75.6	10.7	37.3	52.0	1.9	45.9	52.2
	600만 원 이상	664	0.9	22.9	76.2	12.5	41.7	45.8	3.2	47.4	49.4

〈표 5-85〉 고령친화식품별 푸드테크로 인한 기대[3/3]

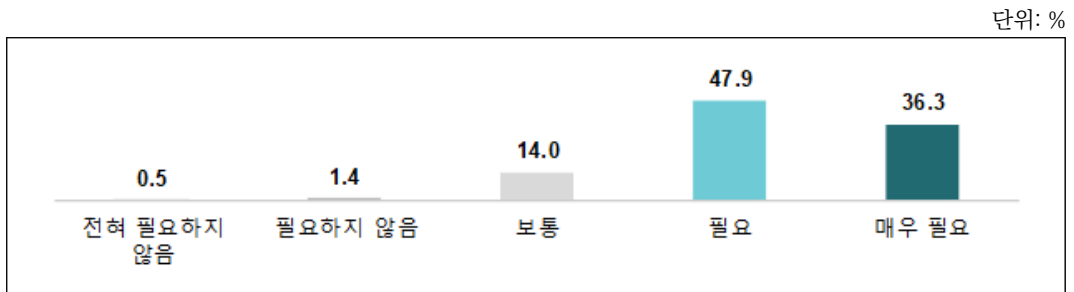
단위: 명, %

구분		사례수	인공첨가물 감소			제품의 다양성 향상			품질의 균일성 제고		
			부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	4.6	42.9	52.5	1.4	31.7	66.9	1.3	29.7	69.0
권역	수도권	1,004	4.2	43.0	52.8	1.4	32.1	66.5	1.2	28.6	70.2
	충청권	224	4.5	43.8	51.8	0.9	36.2	62.9	2.2	33.0	64.7
	호남권	218	2.8	39.0	58.3	0.5	24.8	74.8	0.9	29.4	69.7
	대경권	193	6.7	42.5	50.8	3.1	34.7	62.2	2.1	33.2	64.8
	동남권	298	6.4	46.0	47.7	1.7	31.9	66.4	1.0	30.2	68.8
	강원권	63	3.2	38.1	58.7	0.0	23.8	76.2	0.0	23.8	76.2
가구원수	1인 가구	327	6.4	43.1	50.5	1.8	30.9	67.3	1.8	29.1	69.1
	2인 가구	455	3.7	45.3	51.0	1.8	32.1	66.2	1.3	33.4	65.3
	3인 가구	526	4.8	43.2	52.1	1.3	31.9	66.7	1.0	28.1	70.9
	4인 이상 가구	692	4.2	41.0	54.8	1.0	31.6	67.3	1.3	28.8	69.9
성별	남성	1,058	5.0	48.2	46.8	1.8	35.4	62.8	1.6	33.2	65.2
	여성	942	4.1	36.9	58.9	1.0	27.5	71.5	1.0	25.8	73.2
연령	20대	249	4.4	39.0	56.6	2.8	30.5	66.7	1.2	30.9	67.9
	30대	364	5.5	48.1	46.4	1.1	42.3	56.6	1.1	32.7	66.2
	40대	513	6.2	41.7	52.0	1.6	32.0	66.5	2.3	28.1	69.6
	50대	328	2.4	39.9	57.6	1.5	24.7	73.8	1.2	25.9	72.9
	60대 이상	546	3.8	44.1	52.0	0.7	29.1	70.1	0.5	31.0	68.5
학력	고졸 이하	455	3.3	40.4	56.3	1.3	31.4	67.3	1.3	34.7	64.0
	대졸	1,323	4.8	44.0	51.2	1.4	32.3	66.4	1.1	28.6	70.2
	대학원졸	222	5.9	41.4	52.7	1.8	28.8	69.4	2.3	25.7	72.1
직업	관리/전문/사무직	1,089	5.2	43.3	51.4	1.2	32.3	66.5	1.5	28.0	70.5
	서비스/판매직	193	4.1	44.6	51.3	2.6	35.2	62.2	2.1	34.2	63.7
	기계/농림어업/단순노무	233	5.2	43.8	51.1	2.1	32.2	65.7	2.1	36.9	60.9
	주부	208	2.4	31.3	66.3	0.0	21.2	78.8	0.0	22.1	77.9
	학생	83	1.2	42.2	56.6	1.2	31.3	67.5	0.0	26.5	73.5
	기타	194	4.6	50.5	44.8	2.1	35.6	62.4	0.5	35.6	63.9
가구소득	200만 원 미만	160	5.6	44.4	50.0	1.3	36.9	61.9	1.9	35.6	62.5
	200~400만 원 미만	597	6.4	42.5	51.1	2.3	33.8	63.8	1.7	34.5	63.8
	400~600만 원 미만	579	3.6	41.8	54.6	1.4	29.9	68.7	1.2	26.4	72.4
	600만 원 이상	664	3.6	43.8	52.6	0.6	30.1	69.3	0.9	26.8	72.3

### 2.39. 고령친화식품 개발 및 제품 품질 관리를 위한 별도의 인증 필요성

- 고령친화식품 개발 및 제품 품질을 위한 별도의 인증 필요성에 대해서는 ‘필요’와 ‘매우 필요’ 응답률이 각각 47.9%와 36.3%로 높게 나타남.
  - 권역별로는 강원권이 4.35점으로 가장 높고, 다음으로는 수도권이 높게 나타남.
  - 가구소득이 높을수록 필요성이 높게 나타남.

〈그림 5-53〉 고령친화식품 개발 및 제품 품질 관리를 위한 별도의 인증 필요성





〈표 5-86〉 고령친화식품 개발 및 제품 품질 관리를 위한 별도의 인증 필요성

단위: 명, %, 5점 평균

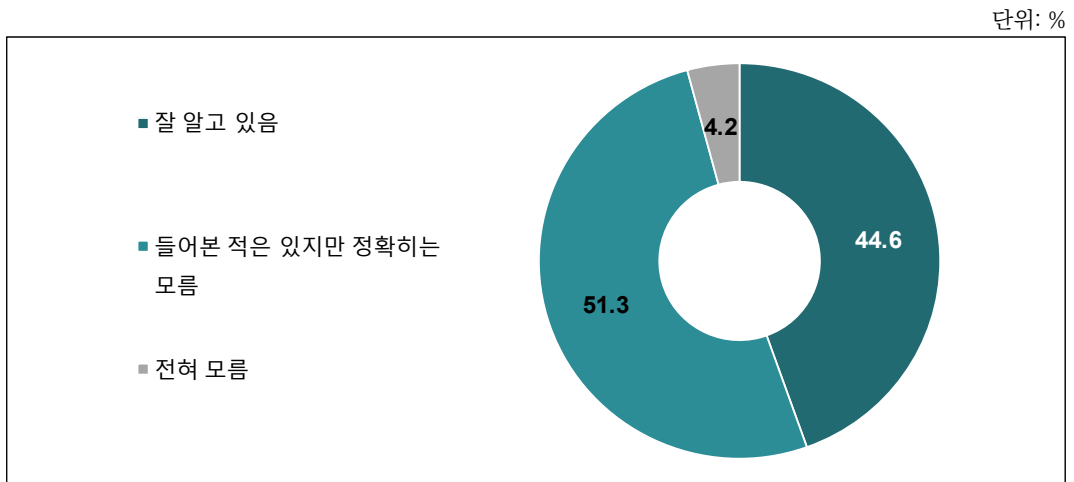
구분		사례수	전혀 필요 하지 않음	필요하지 않음	보통	필요	매우 필요	5점 평균
전체		2,000	0.5	1.4	14.0	47.9	36.3	4.18
권역	수도권	1,004	0.5	1.2	13.4	47.3	37.5	4.20
	충청권	224	0.9	1.8	15.6	48.2	33.5	4.12
	호남권	218	0.5	0.9	16.1	46.3	36.2	4.17
	대경권	193	0.5	1.6	14.5	53.4	30.1	4.11
	동남권	298	0.0	1.0	14.8	48.7	35.6	4.19
	강원권	63	0.0	4.8	4.8	41.3	49.2	4.35
가구원수	1인 가구	327	0.6	1.2	16.5	48.0	33.6	4.13
	2인 가구	455	0.9	0.9	13.4	48.8	36.0	4.18
	3인 가구	526	0.2	2.5	14.4	46.8	36.1	4.16
	4인 이상 가구	692	0.3	0.9	12.9	48.1	37.9	4.22
성별	남성	1,058	0.8	1.9	15.7	48.8	32.9	4.11
	여성	942	0.1	0.7	12.1	46.9	40.1	4.26
연령	20대	249	0.4	0.8	18.5	46.2	34.1	4.13
	30대	364	1.6	1.6	16.2	40.1	40.4	4.16
	40대	513	0.2	1.9	13.6	47.4	36.8	4.19
	50대	328	0.0	0.9	13.1	49.7	36.3	4.21
	60대 이상	546	0.2	1.1	11.4	53.3	34.1	4.20
학력	고졸 이하	455	0.0	2.2	16.7	43.3	37.8	4.17
	대졸	1,323	0.6	1.1	13.2	49.1	35.9	4.19
	대학원졸	222	0.5	0.9	13.1	50.0	35.6	4.19
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.6	1.1	14.3	49.0	34.9	4.16
	서비스/판매직	193	0.5	2.6	14.0	45.1	37.8	4.17
	기계/농림어업/단순노무	233	0.4	1.7	17.2	47.6	33.0	4.11
	주부	208	0.0	0.0	8.2	44.7	47.1	4.39
	학생	83	0.0	1.2	16.9	41.0	41.0	4.22
	기타	194	0.0	2.6	13.4	51.0	33.0	4.14
가구소득	200만 원 미만	160	0.0	1.9	16.3	51.9	30.0	4.10
	200~400만 원 미만	597	0.7	0.8	17.1	45.9	35.5	4.15
	400~600만 원 미만	579	0.5	1.9	13.0	46.1	38.5	4.20
	600만 원 이상	664	0.3	1.2	11.6	50.3	36.6	4.22

## 2.40. 건강기능식품 인지도

○ 건강기능식품에 대해 44.6%가 알고 있으며, 51.3%는 들어본 적이 있다고 응답함.

- 권역별로는 강원권에서 인지도가 높고, 충청권과 대경권에서 가장 낮음.
- 연령별로는 연령이 높을수록 인지도가 높게 나타남.
- 가구소득이 높을수록 건강기능식품 인지도가 높은 특성을 보임.

〈그림 5-54〉 건강기능식품 인지도



〈표 5-87〉 건강기능식품 인지도

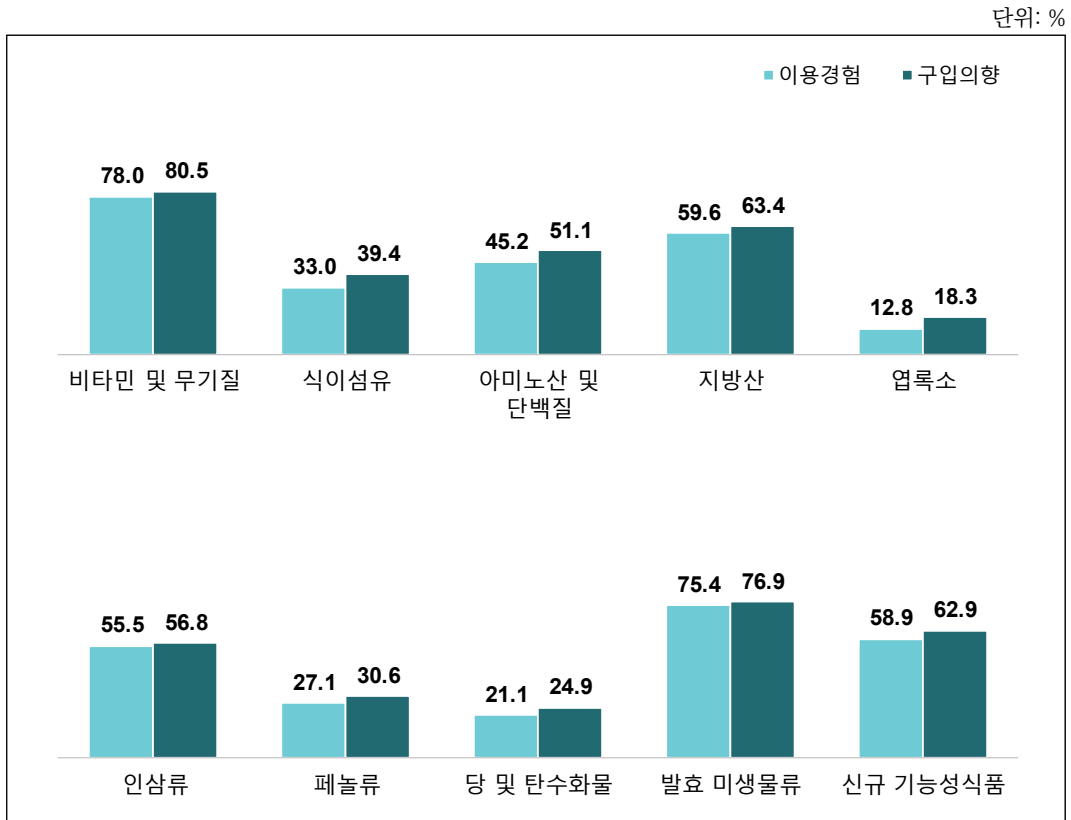
단위: 명, %

구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	4.2	51.3	44.6
권역	수도권	1,004	4.3	51.6	44.1
	충청권	224	5.8	52.2	42.0
	호남권	218	2.3	49.1	48.6
	대경권	193	6.2	51.8	42.0
	동남권	298	2.3	53.4	44.3
	강원권	63	6.3	38.1	55.6
가구원수	1인 가구	327	2.8	54.1	43.1
	2인 가구	455	3.7	48.6	47.7
	3인 가구	526	4.2	48.9	47.0
	4인 이상 가구	692	5.2	53.5	41.3
성별	남성	1,058	4.9	53.0	42.1
	여성	942	3.4	49.3	47.3
연령	20대	249	8.8	52.6	38.6
	30대	364	4.9	55.2	39.8
	40대	513	3.9	51.7	44.4
	50대	328	2.4	50.0	47.6
	60대 이상	546	2.9	48.4	48.7
학력	고졸 이하	455	3.7	52.3	44.0
	대졸	1,323	4.9	52.2	42.9
	대학원졸	222	0.9	43.7	55.4
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.9	53.3	42.9
	서비스/판매직	193	1.6	47.2	51.3
	기계/농림어업/단순노무	233	7.3	54.5	38.2
	주부	208	1.4	42.3	56.3
	학생	83	10.8	55.4	33.7
	기타	194	5.2	47.9	46.9
가구소득	200만 원 미만	160	4.4	57.5	38.1
	200~400만 원 미만	597	5.2	51.9	42.9
	400~600만 원 미만	579	3.8	52.3	43.9
	600만 원 이상	664	3.6	48.2	48.2

## 2.41. 최근 1년간 건강기능식품 품목별 구입 경험률

- 건강기능식품 품목별 구입 경험률은 ‘비타민 및 무기질’이 78.0%로 가장 높고, ‘발효 미생물류’(75.4%), ‘지방산’(59.6%), ‘신규 기능성식품’(58.9%) 순으로 나타남.
- 향후 구입의향은 ‘식이섬유’와 ‘아미노산 및 단백질’, ‘엽록소’에서 이용 경험과 구입 의향의 차이가 상대적으로 크게 나타남.

〈그림 5-55〉 건강기능식품 품목별 구입 경험률



〈표 5-88〉 건강기능식품 품목별 구입 경험률

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		2,000	78.0	33.0	45.2	59.6	12.8	55.5	27.1	21.1	75.4	58.9
권역	수도권	1,004	79.4	32.2	43.0	60.0	12.2	54.1	25.6	20.0	76.7	58.4
	충청권	224	71.0	28.6	44.2	56.7	10.3	54.5	25.0	21.0	69.2	56.3
	호남권	218	81.2	39.9	54.1	60.1	13.8	64.2	27.5	24.3	78.4	69.3
	대경권	193	71.5	32.1	44.0	61.7	15.0	56.5	32.1	20.2	69.9	51.8
	동남권	298	80.2	34.9	47.3	59.7	14.4	55.0	30.5	21.8	77.9	59.7
	강원권	63	79.4	30.2	46.0	55.6	14.3	50.8	25.4	25.4	69.8	57.1
가구원수	1인 가구	327	75.5	30.6	43.7	52.9	11.0	45.9	22.9	11.3	71.6	54.1
	2인 가구	455	77.8	29.9	43.5	55.6	9.7	54.3	25.1	21.8	73.4	53.8
	3인 가구	526	78.7	34.2	46.4	62.4	13.9	57.4	28.7	25.5	76.4	61.8
	4인 이상 가구	692	78.8	35.1	46.1	63.3	14.9	59.4	29.2	21.8	77.6	62.1
성별	남성	1,058	73.5	30.8	43.7	57.8	12.3	57.3	24.2	23.2	68.3	54.0
	여성	942	83.0	35.4	46.9	61.6	13.4	53.5	30.4	18.7	83.2	64.3
연령	20대	249	76.7	27.7	41.4	49.8	12.0	36.5	22.5	12.4	72.7	54.2
	30대	364	81.0	31.6	45.9	56.3	11.0	44.2	25.5	14.3	75.8	58.5
	40대	513	79.3	35.5	40.2	62.2	12.5	54.8	27.9	18.7	78.6	61.6
	50대	328	76.8	35.1	48.8	61.3	13.1	63.4	30.5	24.7	77.1	62.8
	60대 이상	546	76.0	32.6	49.1	62.8	14.5	67.6	27.5	29.5	72.2	56.2
학력	고졸 이하	455	76.3	36.0	46.2	62.4	14.5	54.5	27.0	25.7	75.8	61.3
	대졸	1,323	78.8	32.0	44.7	58.4	12.4	54.7	27.1	19.5	75.0	58.0
	대학원졸	222	76.6	32.0	46.4	60.8	11.7	62.2	27.0	20.7	76.6	59.0
직업	관리/전문/사무직	1,089	79.2	32.4	43.6	59.5	11.8	55.2	25.9	19.9	76.8	60.2
	서비스/판매직	193	79.3	41.5	52.3	67.4	20.7	57.5	35.2	26.9	74.6	60.1
	기계/농림어업/단순노무	233	70.0	33.5	48.1	56.7	15.0	56.7	26.6	26.2	63.5	54.1
	주부	208	86.5	38.9	52.4	67.8	14.4	65.4	37.0	24.0	89.9	69.2
	학생	83	77.1	21.7	42.2	50.6	10.8	37.3	19.3	14.5	78.3	48.2
	기타	194	70.6	25.3	37.1	51.0	6.7	51.0	19.1	14.9	65.5	49.0
가구소득	200만 원 미만	160	65.0	25.0	30.0	44.4	11.9	39.4	21.9	15.6	61.9	40.0
	200~400만 원 미만	597	74.5	32.5	45.2	56.6	11.2	50.6	23.8	18.1	73.4	56.4
	400~600만 원 미만	579	79.4	33.2	45.3	59.9	13.0	58.2	28.5	20.0	75.8	57.9
	600만 원 이상	664	83.0	35.1	48.8	65.7	14.3	61.4	30.1	25.9	80.0	66.4

〈표 5-89〉 건강기능식품 품목별 구입 의향

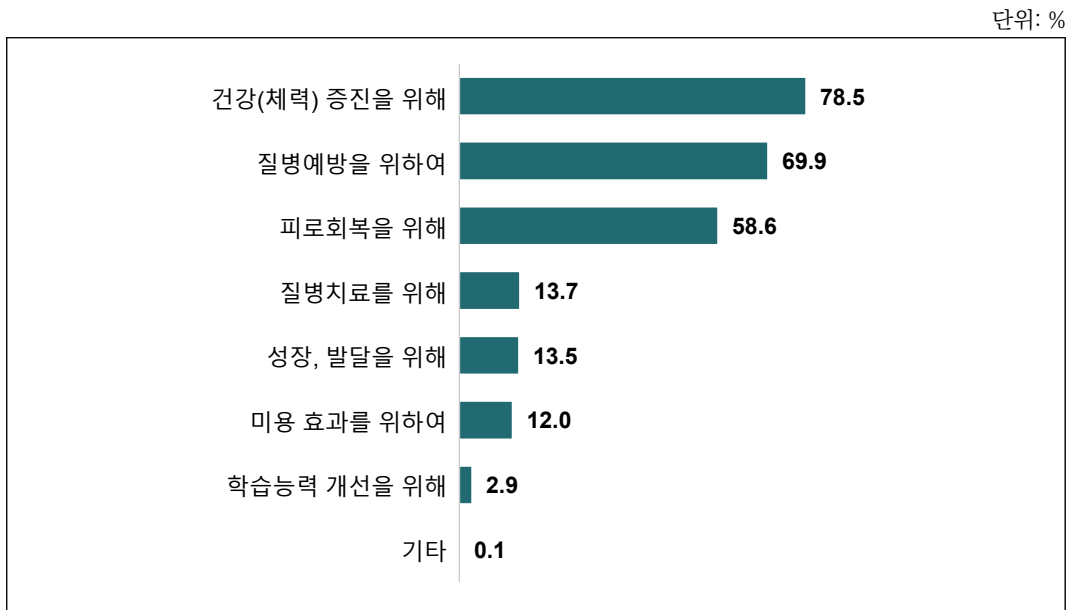
단위: 명, %

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		2,000	80.5	39.4	51.1	63.4	18.3	56.8	30.6	24.9	76.9	62.9
권역	수도권	1,004	82.0	39.0	49.5	63.7	17.4	56.3	30.0	25.7	78.8	63.9
	충청권	224	73.2	36.2	50.9	61.2	16.5	53.6	27.7	21.9	70.5	59.4
	호남권	218	83.5	46.8	56.9	63.8	21.1	65.1	31.2	26.6	79.4	68.8
	대경권	193	75.6	36.8	51.3	64.8	20.2	55.4	33.2	21.8	72.5	57.0
	동남권	298	81.2	39.6	51.3	63.4	18.8	56.0	32.6	24.5	77.5	60.7
	강원권	63	82.5	36.5	54.0	58.7	19.0	55.6	30.2	28.6	71.4	65.1
가구원수	1인 가구	327	80.1	39.8	50.5	58.1	17.4	47.1	27.2	15.9	73.7	62.1
	2인 가구	455	80.2	36.0	51.4	61.3	17.1	54.9	28.8	25.7	76.0	59.6
	3인 가구	526	80.0	40.1	48.9	64.3	17.3	57.8	31.9	29.1	78.1	65.0
	4인 이상 가구	692	81.1	40.8	52.7	66.5	20.1	61.8	32.2	25.4	78.0	63.7
성별	남성	1,058	76.1	35.7	47.6	60.9	16.3	58.7	27.0	26.4	69.7	57.0
	여성	942	85.4	43.4	54.9	66.1	20.5	54.7	34.5	23.2	85.0	69.4
연령	20대	249	78.7	31.7	46.6	54.2	12.9	35.3	22.9	12.4	73.9	57.0
	30대	364	82.1	38.5	49.2	60.2	14.3	45.3	28.0	16.5	78.3	63.5
	40대	513	81.5	42.1	47.4	66.1	17.2	56.5	31.4	24.6	79.7	64.7
	50대	328	79.6	41.5	54.3	64.0	20.4	66.2	34.8	29.9	76.5	67.1
	60대 이상	546	79.7	39.6	55.9	66.7	23.1	68.9	32.4	33.5	74.9	60.8
학력	고졸 이하	455	78.5	41.8	52.5	66.2	20.2	56.3	30.3	27.3	77.4	63.5
	대졸	1,323	81.4	38.7	50.5	62.1	17.8	55.9	30.4	23.9	76.3	62.7
	대학원졸	222	78.8	38.3	51.4	64.9	17.1	63.5	32.0	26.1	79.3	62.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	81.6	38.2	48.8	62.7	16.5	56.6	28.7	23.0	77.3	64.0
	서비스/판매직	193	79.8	48.7	58.5	70.5	26.4	58.0	38.3	31.1	78.2	65.3
	기계/농림어업/단순노무	233	73.4	38.2	53.2	60.9	18.9	59.2	30.0	30.0	66.5	57.9
	주부	208	90.4	48.6	61.5	74.0	26.0	69.2	44.7	32.7	91.8	74.5
	학생	83	77.1	28.9	47.0	55.4	13.3	38.6	21.7	16.9	78.3	48.2
	기타	194	73.7	32.5	44.3	54.6	12.9	48.5	22.7	18.6	69.1	53.6
가구소득	200만 원 미만	160	67.5	33.8	35.6	46.3	16.3	42.5	24.4	17.5	63.8	44.4
	200~400만 원 미만	597	76.7	39.4	51.6	61.3	16.8	51.4	27.1	21.3	76.4	61.6
	400~600만 원 미만	579	81.9	39.4	50.8	64.1	17.3	58.9	31.4	24.5	76.9	62.7
	600만 원 이상	664	85.7	40.7	54.5	68.7	20.9	63.3	34.3	30.3	80.6	68.5

## 2.42. 건강기능식품을 먹는 주된 이유

- 건강기능식품을 먹는 주된 이유는 ‘건강(체력)증진’이 78.5%로 가장 높게 나타났으며, ‘질병 예방’이 69.9%, ‘피로 회복’이 58.6% 순으로 나타남.
- 가구원 수가 작을수록 ‘건강(체력)증진’의 비율이 높게 나타남.
  - 가구소득이 높을수록 ‘질병 예방’ 응답이 높게 나타남.

〈그림 5-56〉 건강기능식품을 먹는 주된 이유(복수응답)



〈표 5-90〉 건강기능식품을 먹는 주된 이유(복수응답)

단위: 명, %

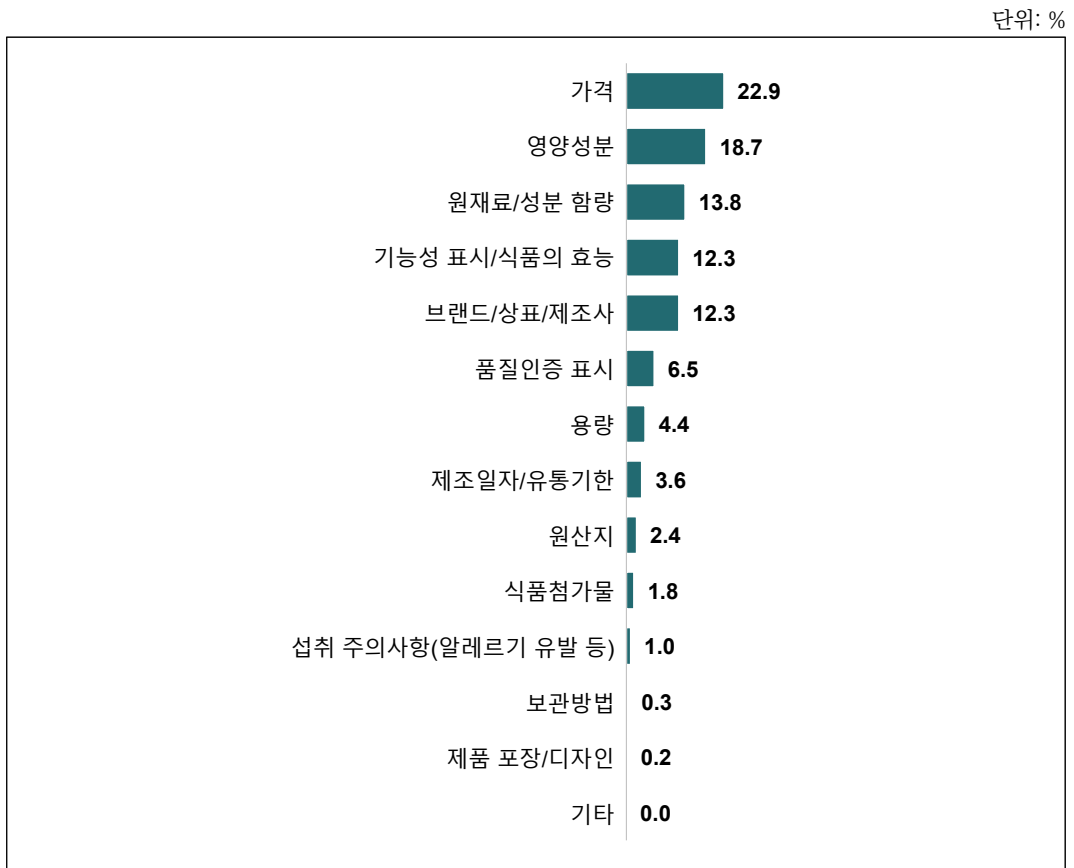
구분		사례수	성장, 발달을 위해	질병 치료를 위해	학습 능력 개선을 위해	질병 예방을 위하여	미용 효과를 위하여	피로 회복을 위해	건강 (체력) 증진을 위해	기타
전체		1,812	13.5	13.7	2.9	69.9	12.0	58.6	78.5	0.1
권역	수도권	906	14.5	14.0	3.5	70.8	13.1	60.7	77.9	0.0
	충청권	193	14.5	15.5	2.6	71.0	9.8	60.6	80.8	0.5
	호남권	206	14.1	14.1	2.4	64.6	12.1	53.9	80.6	0.0
	대경권	173	13.9	15.0	1.2	65.3	8.7	57.2	75.7	0.0
	동남권	276	10.1	9.8	2.5	75.0	11.6	54.7	79.0	0.4
	강원권	58	6.9	15.5	1.7	60.3	13.8	56.9	77.6	0.0
가구원수	1인 가구	292	5.1	11.0	1.0	63.0	15.4	63.4	82.9	0.0
	2인 가구	402	5.2	13.9	1.2	73.9	9.0	50.2	79.6	0.2
	3인 가구	482	16.4	13.1	3.7	71.8	12.4	60.2	78.2	0.0
	4인 이상 가구	636	20.3	15.3	4.1	69.0	12.1	60.4	75.9	0.2
성별	남성	925	15.5	15.7	2.8	70.2	7.8	55.8	75.4	0.2
	여성	887	11.4	11.6	2.9	69.6	16.5	61.4	81.7	0.0
연령	20대	220	10.0	10.5	4.1	55.5	22.3	65.9	79.1	0.0
	30대	325	19.7	9.8	3.1	65.8	15.4	73.2	77.5	0.0
	40대	472	22.2	11.9	3.6	69.1	12.7	63.1	75.8	0.4
	50대	304	11.2	16.1	3.0	70.7	9.5	59.2	74.7	0.0
	60대 이상	491	3.9	17.9	1.4	79.2	6.1	40.7	83.7	0.0
학력	고졸 이하	410	11.7	12.9	2.9	71.7	12.2	53.2	77.8	0.0
	대졸	1,198	13.9	13.6	2.8	69.6	12.4	60.0	78.6	0.2
	대학원졸	204	14.2	15.7	3.4	67.6	9.8	60.8	78.9	0.0
직업	관리/전문/사무직	996	14.6	12.0	2.7	68.6	12.4	62.7	77.4	0.2
	서비스/판매직	180	11.7	13.9	4.4	68.3	13.9	58.9	76.1	0.0
	기계/농림어업/단순노무	193	12.4	18.1	2.6	72.5	8.8	52.8	74.6	0.0
	주부	201	18.4	14.4	3.0	80.1	10.9	50.2	83.6	0.0
	학생	76	13.2	13.2	3.9	57.9	21.1	68.4	82.9	0.0
	기타	166	4.2	17.5	1.8	69.3	8.4	45.8	83.7	0.0
가구소득	200만 원 미만	132	7.6	20.5	1.5	63.6	12.1	50.0	81.1	0.0
	200~400만 원 미만	528	11.6	13.6	1.1	68.8	13.4	57.0	76.9	0.2
	400~600만 원 미만	530	14.7	11.9	3.2	69.2	9.4	58.9	80.2	0.0
	600만 원 이상	622	15.3	13.8	4.3	72.7	13.0	61.4	77.8	0.2



## 2.43. 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항

- 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항으로는 ‘가격’이 22.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘영양성분’(18.7%), ‘원재료/성분 함량’(13.8%) 등의 순으로 높게 나타남.
- 가구소득이 높을수록 ‘영양성분’, 가구소득이 낮을수록 ‘가격’의 비율이 높게 나타남.

〈그림 5-57〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-91〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분	사례수	가격	용량	브랜드/ 상표/ 제조사	제조일자 /유통 기한	품질인증 표시	원산지	영양성분	
전체	1,812	22.9	4.4	12.3	3.6	6.5	2.4	18.7	
권역	수도권	906	21.5	4.5	14.4	3.6	6.1	2.5	17.7
	충청권	193	22.5	3.5	10.7	2.9	6.6	2.2	20.7
	호남권	206	24.8	4.3	10.1	2.1	7.5	2.3	21.7
	대경권	173	26.0	4.7	8.0	6.0	6.7	2.1	20.5
	동남권	276	24.0	4.3	11.8	3.3	6.6	2.5	17.9
	강원권	58	23.9	6.3	7.5	4.9	8.3	0.6	13.5
가구원 수	1인 가구	292	26.2	5.2	11.9	4.3	5.7	1.7	16.6
	2인 가구	402	22.7	3.6	11.8	4.1	6.3	2.6	19.4
	3인 가구	482	21.2	4.4	12.8	3.7	6.6	2.4	18.8
	4인 이상 가구	636	22.7	4.6	12.4	2.9	6.9	2.5	19.1
성별	남성	925	24.5	4.3	11.3	3.8	5.8	2.4	19.9
	여성	887	21.1	4.5	13.4	3.3	7.3	2.3	17.4
연령	20대	220	25.0	6.8	12.9	2.7	9.2	0.6	18.4
	30대	325	23.9	5.6	14.2	2.9	5.8	1.0	18.7
	40대	472	22.6	4.9	12.4	2.4	6.2	3.0	18.9
	50대	304	23.7	2.9	13.7	3.3	5.8	2.3	18.0
	60대 이상	491	21.0	3.0	9.9	5.8	6.5	3.5	19.0
학력	고졸 이하	410	24.5	4.9	11.1	4.6	7.5	2.1	17.4
	대졸	1,198	22.5	4.3	13.0	2.9	6.2	2.4	19.2
	대학원졸	204	22.0	3.9	10.8	5.6	6.0	2.5	18.1
직업	관리/전문/사무직	996	22.8	4.2	13.4	2.9	6.1	1.9	19.5
	서비스/판매직	180	23.5	5.6	11.3	4.1	8.4	2.2	17.6
	기계/농림어업/단순노무	193	25.5	5.4	8.9	3.4	6.0	2.9	21.3
	주부	201	17.9	3.3	13.2	5.6	7.5	3.6	15.4
	학생	76	25.0	5.7	12.7	1.5	11.4	1.1	18.2
	기타	166	24.8	3.7	9.5	5.6	4.3	3.6	16.1
가구소 득	200만 원 미만	132	28.5	3.8	9.8	4.9	6.6	1.8	16.5
	200~400만 원 미만	528	25.5	5.3	11.4	4.0	6.8	2.5	16.9
	400~600만 원 미만	530	23.0	4.0	12.8	3.7	6.3	1.9	18.4
	600만 원 이상	622	19.3	4.1	13.2	2.8	6.4	2.8	20.8

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-91〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	식품 첨가물	원재료/ 성분 함량	제품 포장/디 자인	기능성 표시/ 식품의 효능	섭취 주의사항	보관방법	기타
전체		1,812	1.8	13.8	0.2	12.3	1.0	0.3	0.0
권역	수도권	906	1.8	13.8	0.2	12.5	1.0	0.4	0.1
	충청권	193	2.1	14.2	0.0	13.1	1.0	0.3	0.0
	호남권	206	1.0	12.8	0.1	11.8	1.4	0.2	0.0
	대경권	173	1.9	12.4	0.2	10.6	0.8	0.0	0.0
	동남권	276	1.8	14.8	0.3	12.0	0.7	0.1	0.0
	강원권	58	2.9	14.7	0.3	13.8	2.3	1.1	0.0
가구원수	1인 가구	292	1.4	13.3	0.1	12.7	0.5	0.4	0.0
	2인 가구	402	1.0	13.7	0.2	12.9	1.2	0.5	0.0
	3인 가구	482	2.6	13.2	0.1	12.4	1.2	0.4	0.1
	4인 이상 가구	636	1.8	14.4	0.2	11.5	0.9	0.1	0.0
성별	남성	925	1.5	12.1	0.1	13.2	0.9	0.3	0.0
	여성	887	2.0	15.5	0.2	11.3	1.1	0.4	0.1
연령	20대	220	1.7	9.9	0.2	10.9	1.4	0.2	0.0
	30대	325	1.6	15.4	0.4	8.8	1.1	0.5	0.2
	40대	472	2.3	14.9	0.1	11.3	0.4	0.7	0.0
	50대	304	1.8	13.9	0.0	13.4	1.2	0.2	0.0
	60대 이상	491	1.4	13.2	0.1	15.5	1.2	0.0	0.0
학력	고졸 이하	410	2.3	11.7	0.4	11.9	1.3	0.4	0.0
	대졸	1,198	1.6	14.4	0.1	12.1	0.9	0.3	0.0
	대학원졸	204	1.7	14.0	0.2	14.1	0.8	0.3	0.1
직업	관리/전문/사무직	996	1.9	13.9	0.1	12.1	0.9	0.4	0.1
	서비스/판매직	180	1.7	12.5	0.3	11.0	1.6	0.3	0.0
	기계/농림어업/단순노무	193	2.3	10.7	0.2	12.4	0.9	0.1	0.0
	주부	201	1.4	18.7	0.2	11.7	1.3	0.2	0.0
	학생	76	1.3	10.5	0.2	10.5	1.8	0.0	0.0
	기타	166	1.2	13.5	0.6	15.9	0.6	0.6	0.0
가구소득	200만 원 미만	132	2.3	12.2	0.4	11.7	0.9	0.5	0.0
	200~400만 원 미만	528	1.3	12.7	0.1	11.9	1.0	0.5	0.0
	400~600만 원 미만	530	2.2	13.4	0.1	12.8	1.1	0.3	0.1
	600만 원 이상	622	1.7	15.3	0.3	12.3	0.9	0.1	0.0

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임

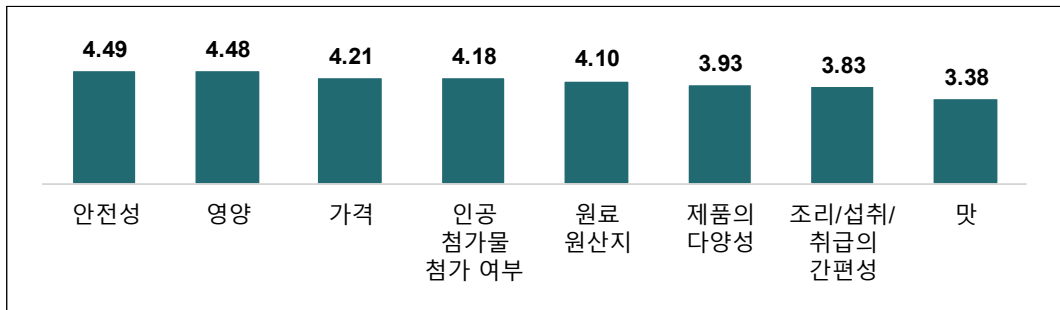
## 2.44. 건강기능식품 요소별 중요도

○ 건강기능식품의 요소별 중요도는 ‘안전성’이 4.49점으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘영양’(4.48점), ‘가격’(4.21점), ‘인공첨가물 첨가 여부’(4.18점), ‘원료 원산지’(4.10점) 등의 순으로 높게 나타남.

- ‘맛’에 대한 중요도는 3.38점으로 상대적으로 낮게 나타남.

〈그림 5-58〉 건강기능식품 요소별 중요도

단위: 5점 평균



〈표 5-92〉 건강기능식품 요소별 중요도

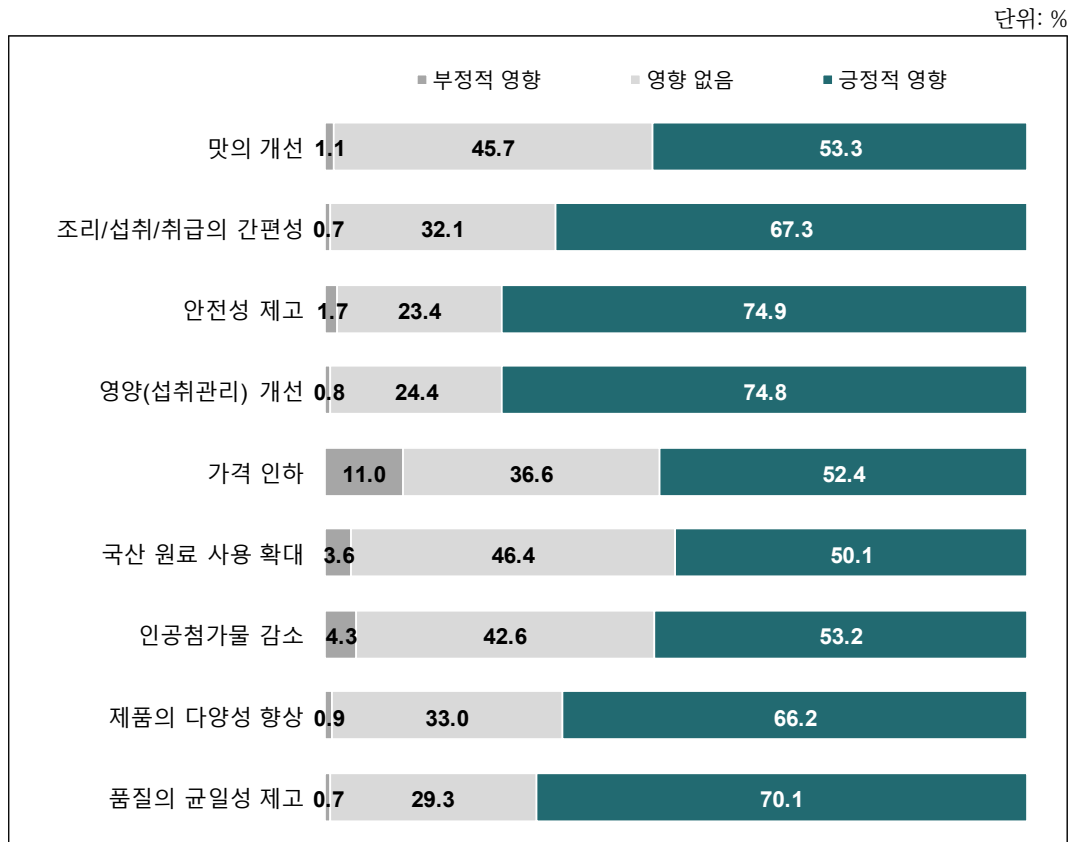
단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	맛	조리/ 섭취/ 취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부
전체		2,000	3.38	3.83	4.49	4.48	4.21	4.10	4.18
권역	수도권	1,004	3.32	3.82	4.50	4.49	4.19	4.10	4.19
	충청권	224	3.37	3.83	4.40	4.43	4.13	4.02	4.11
	호남권	218	3.55	3.89	4.49	4.47	4.18	4.11	4.17
	대경권	193	3.53	3.87	4.45	4.44	4.25	4.15	4.25
	동남권	298	3.29	3.79	4.52	4.51	4.25	4.10	4.15
	강원권	63	3.62	3.97	4.67	4.67	4.44	4.30	4.38
가구원수	1인 가구	327	3.26	3.89	4.47	4.50	4.27	4.03	4.10
	2인 가구	455	3.38	3.80	4.48	4.50	4.20	4.11	4.17
	3인 가구	526	3.36	3.78	4.47	4.44	4.21	4.09	4.18
	4인 이상 가구	692	3.44	3.87	4.52	4.50	4.18	4.13	4.24
성별	남성	1,058	3.38	3.73	4.43	4.40	4.15	3.96	4.05
	여성	942	3.38	3.94	4.56	4.58	4.27	4.26	4.33
연령	20대	249	3.18	3.89	4.43	4.53	4.22	4.03	4.07
	30대	364	3.11	3.75	4.43	4.50	4.18	4.04	4.14
	40대	513	3.38	3.86	4.51	4.47	4.21	4.15	4.21
	50대	328	3.52	3.86	4.50	4.47	4.25	4.19	4.27
	60대 이상	546	3.56	3.82	4.53	4.47	4.19	4.08	4.20
학력	고졸 이하	455	3.51	3.87	4.45	4.49	4.22	4.13	4.18
	대졸	1,323	3.34	3.82	4.50	4.49	4.21	4.10	4.20
	대학원졸	222	3.31	3.80	4.50	4.43	4.15	4.02	4.13
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.30	3.80	4.49	4.49	4.19	4.07	4.16
	서비스/판매직	193	3.39	3.91	4.44	4.47	4.26	4.17	4.22
	기계/농림어업/단순노무	233	3.56	3.80	4.36	4.34	4.15	4.01	4.12
	주부	208	3.60	3.98	4.65	4.62	4.28	4.35	4.43
	학생	83	3.27	3.96	4.49	4.54	4.24	4.02	4.14
	기타	194	3.39	3.79	4.49	4.47	4.22	4.06	4.14
가구소득	200만 원 미만	160	3.46	3.81	4.39	4.42	4.31	4.07	4.13
	200~400만 원 미만	597	3.39	3.89	4.45	4.46	4.22	4.07	4.17
	400~600만 원 미만	579	3.40	3.82	4.49	4.49	4.21	4.12	4.20
	600만 원 이상	664	3.32	3.79	4.55	4.52	4.17	4.12	4.20

## 2.45. 건강기능식품 요소별 기대

○ 푸드테크로 인한 건강기능식품의 속성별 영향에 대해 ‘안전성 제고’에서 긍정적 영향을 기대한다는 응답이 74.9%로 가장 높았고, 다음으로 ‘영양(섭취관리) 개선’(74.8%), ‘품질의 균일성 제고’(70.1%) 등의 순으로 높게 나타남.

〈그림 5-59〉 건강기능식품 요소별 푸드테크 관련 기대 효과



〈표 5-93〉 건강기능식품 요소별 푸드테크 관련 기대 효과[1/3]

단위: 명, %

구분	사례수	맛의 개선			조리·섭취·취급의 간편성			안전성 제고			
		부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	
전체	2,000	1.1	45.7	53.3	0.7	32.1	67.3	1.7	23.4	74.9	
권역	수도권	1,004	1.2	47.3	51.5	0.7	32.4	66.9	1.6	23.7	74.7
	충청권	224	0.9	49.6	49.6	0.9	36.6	62.5	1.8	29.5	68.8
	호남권	218	0.9	37.2	61.9	0.5	28.4	71.1	2.3	20.2	77.5
	대경권	193	1.6	43.0	55.4	1.0	31.6	67.4	2.6	26.4	71.0
	동남권	298	0.3	46.0	53.7	0.3	33.2	66.4	1.3	20.1	78.5
	강원권	63	1.6	41.3	57.1	0.0	19.0	81.0	0.0	14.3	85.7
가구원수	1인 가구	327	1.2	48.6	50.2	1.2	31.5	67.3	1.2	27.8	70.9
	2인 가구	455	0.9	45.7	53.4	0.2	32.7	67.0	1.8	27.3	71.0
	3인 가구	526	1.3	45.8	52.9	0.4	34.0	65.6	2.1	21.5	76.4
	4인 이상 가구	692	0.9	44.1	55.1	0.9	30.3	68.8	1.6	20.2	78.2
성별	남성	1,058	1.4	47.2	51.4	0.8	36.2	63.0	1.5	26.3	72.2
	여성	942	0.6	43.9	55.4	0.5	27.4	72.1	1.9	20.2	77.9
연령	20대	249	0.8	47.8	51.4	0.8	32.9	66.3	3.6	23.7	72.7
	30대	364	0.5	58.2	41.2	1.1	39.0	59.9	1.4	33.0	65.7
	40대	513	1.8	46.0	52.2	1.2	32.9	65.9	2.3	22.6	75.0
	50대	328	1.5	41.5	57.0	0.3	25.6	74.1	1.2	16.2	82.6
	60대 이상	546	0.5	38.5	61.0	0.0	30.0	70.0	0.7	22.0	77.3
학력	고졸 이하	455	1.3	40.7	58.0	0.4	31.6	67.9	2.0	27.0	71.0
	대졸	1,323	1.0	47.5	51.5	0.8	32.1	67.1	1.5	23.2	75.3
	대학원졸	222	0.9	44.6	54.5	0.5	32.4	67.1	2.3	17.1	80.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	1.1	48.6	50.3	0.6	34.2	65.2	1.5	23.0	75.5
	서비스/판매직	193	1.6	45.6	52.8	1.6	32.1	66.3	2.1	24.9	73.1
	기계/농림어업/단순노무	233	2.1	41.6	56.2	0.9	35.6	63.5	3.4	30.0	66.5
	주부	208	0.0	33.7	66.3	0.0	17.8	82.2	0.0	15.9	84.1
	학생	83	0.0	37.3	62.7	1.2	24.1	74.7	3.6	21.7	74.7
	기타	194	0.5	50.5	49.0	0.0	34.5	65.5	1.5	24.7	73.7
가구소득	200만 원 미만	160	0.6	42.5	56.9	0.6	33.1	66.3	1.9	28.1	70.0
	200~400만 원 미만	597	1.5	46.6	51.9	1.2	32.8	66.0	2.0	28.1	69.8
	400~600만 원 미만	579	1.0	46.3	52.7	0.3	31.6	68.0	1.9	21.2	76.9
	600만 원 이상	664	0.8	45.0	54.2	0.5	31.5	68.1	1.2	19.9	78.9

〈표 5-93〉 건강기능식품 요소별 푸드테크 관련 기대 효과[2/3]

단위: 명, %

구분	사례수	영양 개선			가격 인하			국산 원료 사용 확대			
		부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	
전체	2,000	0.8	24.4	74.8	11.0	36.6	52.4	3.6	46.4	50.1	
권역	수도권	1,004	0.9	22.8	76.3	10.7	36.9	52.5	3.4	45.8	50.8
	충청권	224	0.9	30.4	68.8	11.2	42.4	46.4	3.1	52.2	44.6
	호남권	218	0.5	22.0	77.5	9.6	36.7	53.7	2.8	43.6	53.7
	대경권	193	1.0	30.6	68.4	8.8	38.3	52.8	2.1	48.7	49.2
	동남권	298	0.7	23.8	75.5	13.8	30.9	55.4	5.4	46.3	48.3
	강원권	63	0.0	20.6	79.4	14.3	33.3	52.4	6.3	36.5	57.1
가구원수	1인 가구	327	0.3	24.5	75.2	13.5	35.8	50.8	4.0	48.9	47.1
	2인 가구	455	0.9	25.9	73.2	12.1	38.2	49.7	3.7	48.8	47.5
	3인 가구	526	1.1	25.9	73.0	9.3	36.5	54.2	2.9	46.4	50.8
	4인 이상 가구	692	0.7	22.3	77.0	10.4	36.0	53.6	3.8	43.5	52.7
성별	남성	1,058	0.8	28.1	71.2	10.3	37.7	52.0	3.9	50.9	45.3
	여성	942	0.8	20.3	78.9	11.8	35.4	52.9	3.2	41.3	55.5
연령	20대	249	1.2	24.1	74.7	13.3	36.9	49.8	3.2	46.2	50.6
	30대	364	0.8	31.3	67.9	12.4	37.1	50.5	3.6	53.6	42.9
	40대	513	1.0	25.3	73.7	11.1	34.9	54.0	3.9	47.2	48.9
	50대	328	1.2	18.0	80.8	10.1	36.0	54.0	4.0	39.3	56.7
	60대 이상	546	0.2	22.9	76.9	9.5	38.1	52.4	3.1	45.1	51.8
학력	고졸 이하	455	0.7	23.7	75.6	9.5	34.9	55.6	2.4	41.5	56.0
	대졸	1,323	0.8	24.9	74.3	11.1	36.9	52.0	3.9	47.5	48.6
	대학원졸	222	0.9	23.0	76.1	13.5	38.3	48.2	3.6	49.5	46.8
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.7	25.1	74.2	11.8	36.3	52.0	3.8	48.9	47.3
	서비스/판매직	193	1.6	26.9	71.5	11.9	33.7	54.4	2.1	44.6	53.4
	기계/농림어업/단순노무	233	0.9	33.5	65.7	8.2	36.5	55.4	3.0	47.2	49.8
	주부	208	0.0	11.5	88.5	6.7	38.5	54.8	2.9	28.8	68.3
	학생	83	1.2	15.7	83.1	19.3	38.6	42.2	2.4	50.6	47.0
	기타	194	1.0	24.7	74.2	10.3	38.7	51.0	5.7	49.5	44.8
가구소득	200만 원 미만	160	0.6	23.8	75.6	8.8	34.4	56.9	6.3	46.9	46.9
	200~400만 원 미만	597	1.8	28.1	70.0	13.2	36.3	50.4	5.0	47.6	47.4
	400~600만 원 미만	579	0.2	24.5	75.3	9.5	35.6	54.9	1.9	44.9	53.2
	600만 원 이상	664	0.5	21.1	78.5	10.8	38.3	50.9	3.0	46.4	50.6



〈표 5-93〉 건강기능식품 요소별 푸드테크 관련 기대 효과[3/3]

단위: 명, %

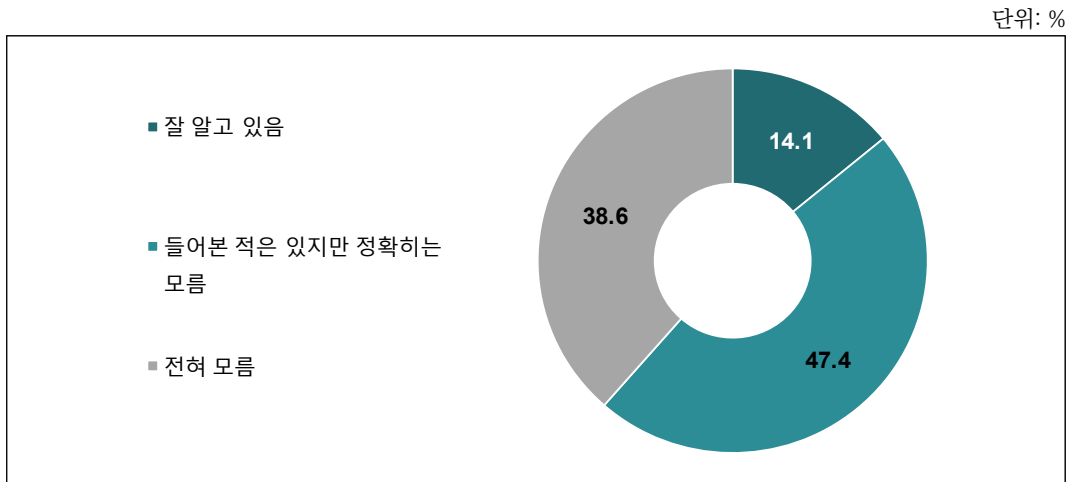
구분	사례수	인공첨가물 감소			제품의 다양성 향상			품질의 균일성 제고			
		부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	
전체	2,000	4.3	42.6	53.2	0.9	33.0	66.2	0.7	29.3	70.1	
권역	수도권	1,004	4.6	41.0	54.4	1.1	33.7	65.2	0.8	28.3	70.9
	충청권	224	3.6	45.1	51.3	0.0	36.6	63.4	0.4	35.7	63.8
	호남권	218	1.8	43.6	54.6	0.9	26.1	72.9	0.5	27.1	72.5
	대경권	193	3.6	44.0	52.3	1.6	33.2	65.3	1.0	27.5	71.5
	동남권	298	6.4	45.3	48.3	0.3	33.2	66.4	0.0	30.2	69.8
	강원권	63	3.2	36.5	60.3	0.0	30.2	69.8	1.6	31.7	66.7
가구원수	1인 가구	327	4.3	45.3	50.5	1.2	33.3	65.4	0.9	29.7	69.4
	2인 가구	455	4.4	46.6	49.0	0.4	37.1	62.4	0.7	33.2	66.2
	3인 가구	526	4.9	40.9	54.2	1.1	29.7	69.2	1.0	27.0	72.1
	4인 이상 가구	692	3.8	39.9	56.4	0.7	32.5	66.8	0.3	28.3	71.4
성별	남성	1,058	4.8	47.6	47.5	0.9	37.0	62.1	0.6	34.2	65.2
	여성	942	3.7	36.8	59.4	0.7	28.5	70.8	0.7	23.8	75.5
연령	20대	249	3.2	37.8	59.0	1.6	30.5	67.9	1.2	23.7	75.1
	30대	364	5.8	49.7	44.5	0.8	40.4	58.8	1.1	33.2	65.7
	40대	513	4.7	41.5	53.8	1.0	34.1	64.9	0.8	26.7	72.5
	50대	328	4.0	37.2	58.8	0.6	25.0	74.4	0.3	25.9	73.8
	60대 이상	546	3.7	44.1	52.2	0.5	32.8	66.7	0.2	33.7	66.1
학력	고졸 이하	455	2.4	40.2	57.4	1.3	31.4	67.3	0.7	34.9	64.4
	대졸	1,323	4.6	43.3	52.1	0.8	33.6	65.7	0.6	27.7	71.7
	대학원졸	222	6.3	42.8	50.9	0.5	32.4	67.1	0.9	27.5	71.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	5.2	42.5	52.2	0.7	35.0	64.3	0.6	28.1	71.3
	서비스/판매직	193	2.6	43.0	54.4	0.5	36.8	62.7	1.0	31.1	67.9
	기계/농림어업/단순노무	233	4.7	46.8	48.5	2.1	31.3	66.5	0.9	39.1	60.1
	주부	208	1.9	31.3	66.8	0.0	19.2	80.8	0.5	21.2	78.4
	학생	83	1.2	45.8	53.0	1.2	28.9	69.9	1.2	24.1	74.7
	기타	194	4.1	47.9	47.9	1.0	36.1	62.9	0.5	33.5	66.0
가구소득	200만 원 미만	160	5.0	45.6	49.4	1.3	34.4	64.4	0.6	35.6	63.8
	200~400만 원 미만	597	5.5	43.7	50.8	1.3	33.7	65.0	1.7	32.2	66.2
	400~600만 원 미만	579	3.6	41.6	54.7	0.9	31.4	67.7	0.3	27.6	72.0
	600만 원 이상	664	3.6	41.6	54.8	0.3	33.3	66.4	0.0	26.7	73.3

## 2.46. 일반식품 기능성 표시제도 인지도

○ 일반식품 기능성 표시제도에 관한 인지도는 ‘들어본 적은 있지만 정확히 알지 못한다’라는 의견이 47.4%로 가장 높고, ‘전혀 몰랐다’는 의견이 38.6%였으며, ‘잘 알고 있다’는 14.1%로 나타남.

- 권역별로 충청권과 호남권 거주자의 인지도가 가장 높으며, 대경권이 가장 낮게 나타남.
- 연령별로는 60대 이상의 인지도가 16.8%로 가장 높음.

〈그림 5-60〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도



〈표 5-94〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도

단위: 명, %

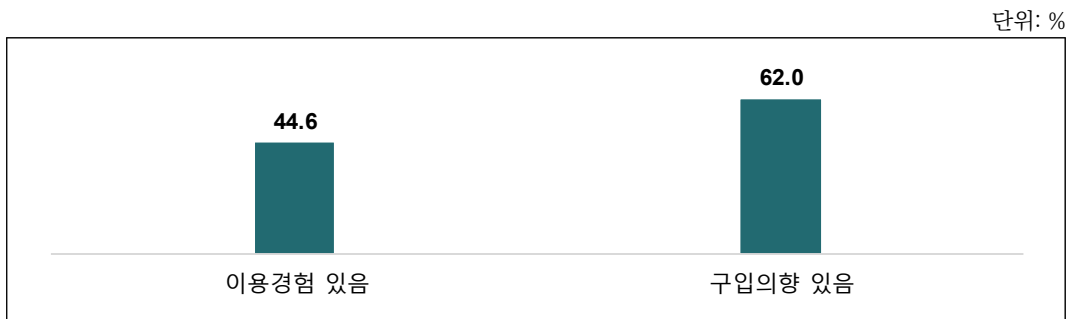
구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	38.6	47.4	14.1
권역	수도권	1,004	40.6	46.3	13.0
	충청권	224	33.5	48.7	17.9
	호남권	218	32.6	49.1	18.3
	대경권	193	39.9	48.2	11.9
	동남권	298	38.6	48.3	13.1
	강원권	63	39.7	47.6	12.7
가구원수	1인 가구	327	41.3	46.8	11.9
	2인 가구	455	37.4	48.4	14.3
	3인 가구	526	35.9	49.0	15.0
	4인 이상 가구	692	40.0	45.8	14.2
성별	남성	1,058	38.2	49.1	12.8
	여성	942	39.0	45.5	15.5
연령	20대	249	48.2	37.3	14.5
	30대	364	46.4	41.8	11.8
	40대	513	39.8	47.4	12.9
	50대	328	38.7	47.9	13.4
	60대 이상	546	27.7	55.5	16.8
학력	고졸 이하	455	37.6	45.9	16.5
	대졸	1,323	39.8	46.8	13.5
	대학원졸	222	33.3	54.1	12.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	38.8	47.8	13.5
	서비스/판매직	193	34.2	50.3	15.5
	기계/농림어업/단순노무	233	39.1	48.9	12.0
	주부	208	31.7	46.6	21.6
	학생	83	56.6	30.1	13.3
	기타	194	40.7	49.0	10.3
가구소득	200만 원 미만	160	38.8	48.1	13.1
	200~400만 원 미만	597	42.0	45.9	12.1
	400~600만 원 미만	579	39.6	44.9	15.5
	600만 원 이상	664	34.5	50.8	14.8

## 2.47. 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향

○ 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험은 44.6%로 다소 낮은 편이며, 구입 의향은 62.0%로 높게 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 이용 경험률과 구입의향 모두 호남권에서 가장 높고, 수도권에서는 가장 낮게 나타남.
- 연령이 높을수록 이용 경험률이 높게 나타남.

〈그림 5-61〉 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향



〈표 5-95〉 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향

단위: 명, %, 5점 평균

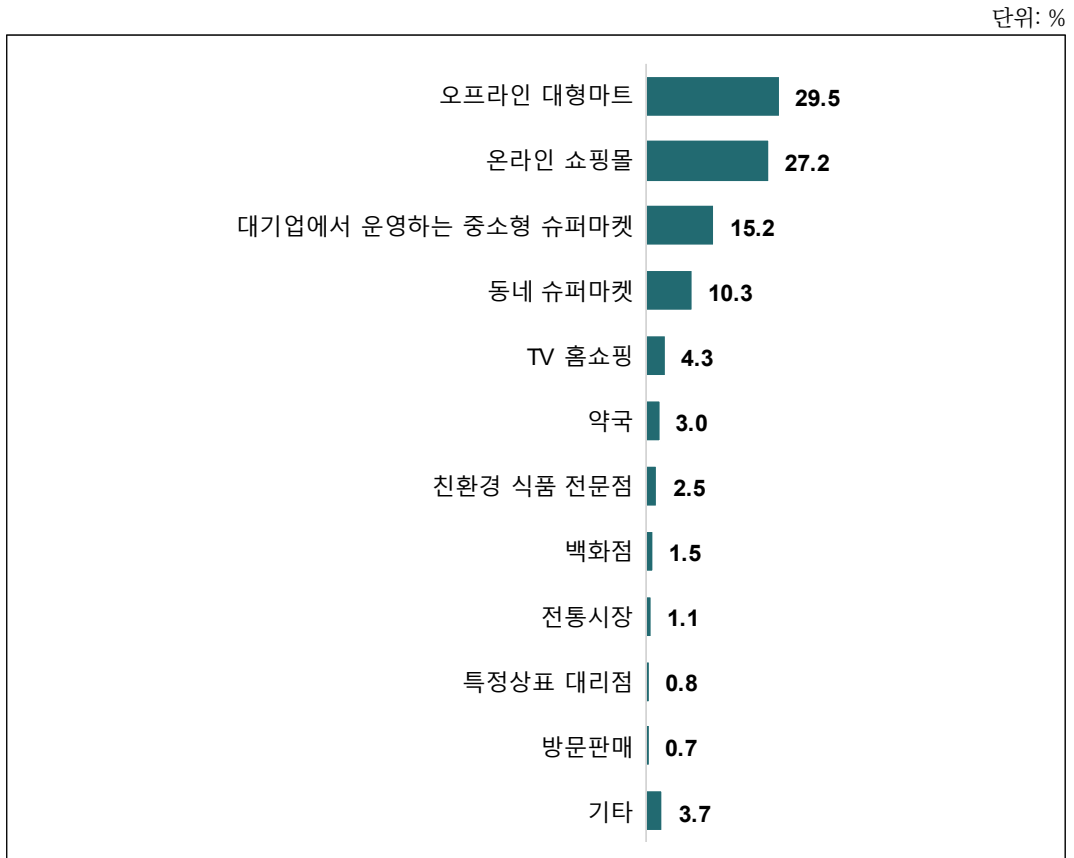
	사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화			5점 평균	
		없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가		
전체	2,000	55.5	44.6	38.0	62.0	3.7	56.0	40.3	2.37	
권역	수도권	1,004	58.3	41.7	40.1	59.9	2.8	55.9	41.3	2.38
	충청권	224	50.0	50.0	36.2	63.8	2.1	66.4	31.5	2.29
	호남권	218	50.9	49.1	33.0	67.0	5.5	52.1	42.5	2.37
	대경권	193	53.9	46.1	33.2	66.8	4.7	51.2	44.2	2.40
	동남권	298	54.0	46.0	38.9	61.1	4.9	56.6	38.5	2.34
	강원권	63	57.1	42.9	38.1	61.9	7.7	46.2	46.2	2.38
가구원수	1인 가구	327	58.4	41.6	38.8	61.2	5.0	53.5	41.5	2.37
	2인 가구	455	55.8	44.2	40.0	60.0	3.3	56.8	39.9	2.37
	3인 가구	526	53.2	46.8	37.1	62.9	3.9	59.5	36.6	2.33
	4인 이상 가구	692	55.5	44.5	37.0	63.0	3.2	53.9	42.9	2.40
성별	남성	1,058	58.0	42.0	41.9	58.1	4.6	56.1	39.3	2.35
	여성	942	52.5	47.5	33.7	66.3	2.9	55.8	41.3	2.38
연령	20대	249	59.4	40.6	43.0	57.0	5.6	56.3	38.0	2.32
	30대	364	59.3	40.7	43.1	56.9	3.9	61.8	34.3	2.30
	40대	513	56.9	43.1	38.8	61.2	5.1	53.2	41.7	2.37
	50대	328	55.5	44.5	37.2	62.8	1.5	52.4	46.1	2.45
	60대 이상	546	49.6	50.4	32.1	67.9	3.0	56.9	40.2	2.37
학력	고졸 이하	455	53.8	46.2	33.6	66.4	4.0	55.0	41.1	2.37
	대졸	1,323	56.4	43.6	39.4	60.6	3.0	56.2	40.8	2.38
	대학원졸	222	53.2	46.8	38.7	61.3	7.4	56.6	36.0	2.29
직업	관리/전문/사무직	1,089	55.1	44.9	39.7	60.3	4.1	58.1	37.7	2.34
	서비스/판매직	193	53.9	46.1	35.2	64.8	1.6	53.6	44.8	2.43
	기계/농림어업/단순노무	233	61.8	38.2	43.3	56.7	5.3	49.2	45.5	2.40
	주부	208	44.2	55.8	20.7	79.3	3.0	53.9	43.0	2.40
	학생	83	62.7	37.3	42.2	57.8	2.1	58.3	39.6	2.38
	기타	194	60.3	39.7	41.8	58.2	3.5	55.8	40.7	2.37
가구소득	200만 원 미만	160	58.8	41.3	41.9	58.1	4.3	55.9	39.8	2.35
	200~400만 원 미만	597	59.6	40.4	40.7	59.3	4.0	53.1	42.9	2.39
	400~600만 원 미만	579	54.9	45.1	36.8	63.2	3.6	55.5	41.0	2.37
	600만 원 이상	664	51.4	48.6	35.7	64.3	3.5	58.8	37.7	2.34

## 2.48. 일반식품 기능성 표시제품의 주 구입처

○ 일반식품 기능성 표시제품의 주 구입처로는 ‘오프라인 대형마트’가 29.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘온라인 쇼핑몰’(27.2%), ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(15.2%) 등의 순으로 나타남.

- 권역별로 동남권과 강원권은 ‘온라인 쇼핑몰’이 비중이 가장 높게 나타남.
- 1인 가구를 제외한 모든 가구에서 ‘오프라인 대형마트’가 높게 나타났고, 1인 가구는 ‘온라인 쇼핑몰’이 가장 높게 나타남.

〈그림 5-62〉 일반식품 기능성 표시제품 주 구입처



〈표 5-96〉 일반식품 기능성 표시제품 주 구입처[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	동네 슈퍼 마켓	대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓	오프라인 대형마트	전통시장	백화점	친환경 식품 전문점
전체		2,000	10.3	15.2	29.5	1.1	1.5	2.5
지역	수도권	1,004	10.0	15.2	29.5	1.0	1.8	2.6
	충청권	224	7.9	19.5	29.1	1.0	1.3	1.9
	호남권	218	14.7	11.3	33.8	1.6	0.8	3.1
	대경권	193	15.3	18.8	25.9	1.9	0.4	3.3
	동남권	298	7.4	13.6	29.3	1.0	2.1	2.0
	강원권	63	6.9	10.3	27.6	0.6	0.6	1.7
가구원수	1인 가구	327	11.8	13.3	23.6	0.8	1.7	1.6
	2인 가구	455	9.7	14.3	29.4	1.5	1.2	2.5
	3인 가구	526	9.9	16.4	31.5	1.0	1.9	2.6
	4인 이상 가구	692	10.4	15.7	30.7	1.2	1.4	3.0
성별	남성	1,058	9.5	15.1	30.4	1.6	1.5	3.1
	여성	942	11.2	15.2	28.6	0.7	1.6	1.9
연령	20대	249	17.3	16.5	29.5	1.0	1.8	0.9
	30대	364	11.8	17.9	28.4	1.1	1.9	0.8
	40대	513	10.3	17.1	29.1	0.8	1.1	2.6
	50대	328	8.4	13.2	33.0	0.8	1.0	2.7
	60대 이상	546	7.3	12.1	28.4	1.8	2.0	4.3
학력	고졸 이하	455	11.8	15.1	30.0	1.5	1.5	2.2
	대졸	1,323	10.0	15.8	29.5	1.0	1.3	2.5
	대학원졸	222	9.6	11.4	28.4	1.1	2.9	3.7
직업	관리/전문/사무직	1,089	9.5	16.3	29.3	1.2	1.8	2.4
	서비스/판매직	193	11.8	14.5	29.3	1.6	1.3	2.9
	기계/농림어업/단순노무	233	10.4	13.6	28.6	1.7	1.4	2.0
	주부	208	8.7	17.7	33.0	0.7	1.2	3.3
	학생	83	16.5	15.6	32.1	0.4	2.1	0.8
	기타	194	12.7	7.8	26.7	0.8	0.8	3.4
가구소득	200만 원 미만	160	14.8	14.1	26.7	1.5	1.0	1.2
	200~400만 원 미만	597	11.0	14.1	29.3	1.4	1.4	2.4
	400~600만 원 미만	579	11.5	14.8	30.0	1.1	1.1	2.7
	600만 원 이상	664	7.8	16.6	29.9	0.9	2.2	2.8

〈표 5-96〉 일반식품 기능성 표시제품 주 구입처[2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	방문판매	특정상표 대리점	약국	기타
전체		2,000	27.2	4.3	0.7	0.8	3.0	3.7
권역	수도권	1,004	27.9	3.7	0.4	0.4	3.5	3.8
	충청권	224	27.6	3.0	0.7	1.9	1.5	4.5
	호남권	218	22.3	6.6	1.0	1.5	2.3	1.0
	대경권	193	23.0	4.2	0.8	0.6	2.7	3.3
	동남권	298	30.8	3.9	1.7	1.1	2.7	4.4
	강원권	63	28.7	11.5	0.0	0.0	5.2	6.9
가구원수	1인 가구	327	31.2	6.0	0.2	1.0	4.3	4.5
	2인 가구	455	28.3	4.2	1.2	1.1	2.5	4.0
	3인 가구	526	25.7	3.7	0.5	0.7	2.0	4.1
	4인 이상 가구	692	25.9	4.0	0.8	0.6	3.5	2.9
성별	남성	1,058	25.2	4.4	0.8	1.2	2.9	4.3
	여성	942	29.4	4.2	0.6	0.4	3.2	3.0
연령	20대	249	23.7	0.6	0.4	1.5	3.4	3.5
	30대	364	26.9	1.4	0.4	0.1	3.6	5.8
	40대	513	28.1	3.6	0.6	0.6	3.5	2.5
	50대	328	28.0	6.0	1.0	0.4	2.6	2.9
	60대 이상	546	27.8	7.6	1.0	1.3	2.3	4.0
학력	고졸 이하	455	24.5	5.2	0.6	1.4	2.2	3.9
	대졸	1,323	27.9	4.2	0.9	0.6	3.1	3.2
	대학원졸	222	28.7	3.0	0.2	0.6	4.2	6.3
직업	관리/전문/사무직	1,089	27.4	3.8	0.7	0.6	3.0	4.2
	서비스/판매직	193	24.5	6.2	0.9	0.7	3.1	3.3
	기계/농림어업/단순노무	233	28.2	4.8	0.7	1.9	3.2	3.6
	주부	208	27.7	4.8	0.5	0.7	1.3	0.5
	학생	83	23.6	0.0	0.4	0.8	3.8	3.8
	기타	194	29.1	6.0	1.2	1.2	4.8	5.4
가구소득	200만 원 미만	160	24.2	7.4	0.2	1.5	3.5	4.0
	200~400만 원 미만	597	28.8	4.0	0.5	1.0	3.3	2.8
	400~600만 원 미만	579	24.2	4.8	0.7	1.1	2.5	5.5
	600만 원 이상	664	29.2	3.4	1.1	0.2	3.2	2.9



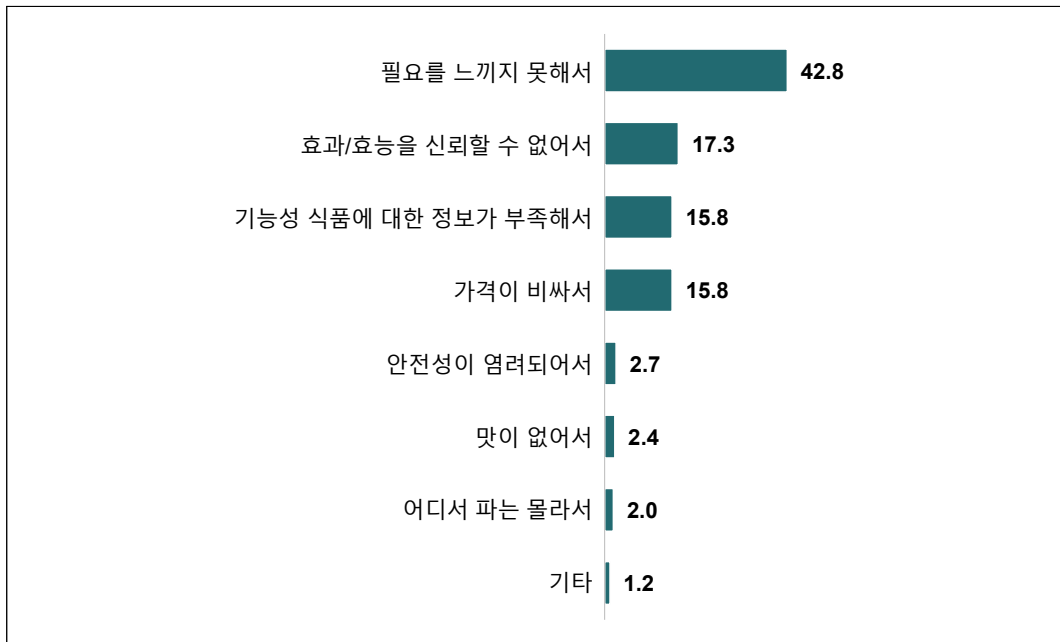
## 2.49. 일반식품 기능성 표시 제품 구입하지 않는 이유

○ 일반식품 기능성 표시 제품을 구입하지 않는 이유로는 ‘필요를 느끼지 못해서’가 42.8%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘효과/효능을 신뢰할 수 없어서’가 17.3%로 높게 나타남.

- 모든 가구 특성에서 ‘필요를 느끼지 못해서’의 비중이 높게 나타남.

〈그림 5-63〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입하지 않는 이유

단위: %



〈표 5-97〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입하지 않는 이유

단위: 명, %

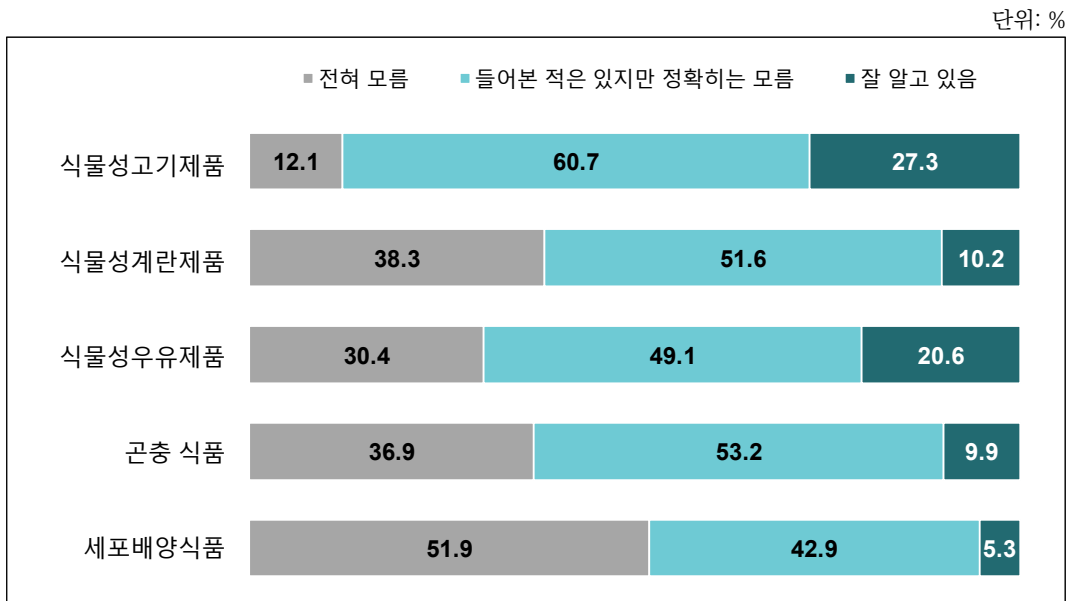
구분		사례수	필요를 느끼지 못해서	가격이 비싸서	맛이 없어서	효과/효능을 신뢰할 수 없어서	기능성 식품에 대한 정보가 부족해서	어디서 파는지 몰라서	안전성이 염려 되어서	기타
전체		2,000	42.8	15.8	2.4	17.3	15.8	2.0	2.7	1.2
권역	수도권	1,004	43.0	14.0	2.5	17.7	17.0	2.1	2.7	1.0
	충청권	224	46.8	18.3	2.0	15.0	13.6	0.5	2.3	1.4
	호남권	218	37.3	18.7	2.7	20.6	12.2	2.2	3.8	2.4
	대경권	193	42.7	18.3	1.8	15.1	14.9	4.7	1.8	0.9
	동남권	298	43.8	15.1	2.7	16.6	16.1	1.4	2.8	1.4
	강원권	63	41.1	20.6	0.0	17.2	18.3	1.7	1.1	0.0
가구원수	1인 가구	327	43.7	14.5	2.2	17.3	15.6	2.2	3.6	0.9
	2인 가구	455	44.9	14.0	2.0	17.6	14.6	2.0	3.1	1.7
	3인 가구	526	43.5	15.3	3.1	15.1	16.2	1.9	2.6	2.4
	4인 이상 가구	692	40.6	18.0	2.1	18.7	16.5	2.1	2.0	0.1
성별	남성	1,058	45.3	15.4	2.5	16.6	14.4	2.1	2.7	1.0
	여성	942	40.0	16.2	2.2	18.0	17.5	2.0	2.6	1.4
연령	20대	249	46.5	13.6	4.3	11.5	18.2	4.6	1.3	0.0
	30대	364	43.3	15.9	3.8	14.0	16.6	2.5	2.0	2.0
	40대	513	40.3	17.2	2.7	20.0	15.7	1.5	1.3	1.3
	50대	328	40.8	16.9	1.0	17.7	16.2	2.0	4.5	1.0
	60대 이상	546	44.4	14.8	1.0	19.3	14.1	1.1	4.0	1.3
학력	고졸 이하	455	43.9	16.4	1.3	18.2	14.4	2.2	2.6	0.9
	대졸	1,323	42.2	15.9	2.6	17.2	16.5	2.0	2.3	1.3
	대학원졸	222	44.5	13.8	2.8	16.1	14.6	1.9	5.0	1.4
직업	관리/전문/사무직	1,089	42.6	15.9	2.4	17.4	15.6	1.9	3.1	1.1
	서비스/판매직	193	39.6	14.5	2.2	21.2	17.1	1.8	1.3	2.2
	기계/농림어업/단순노무	233	47.7	16.4	2.7	17.0	14.0	1.7	0.6	0.0
	주부	208	35.3	16.8	1.2	21.0	16.5	1.8	4.1	3.3
	학생	83	52.3	13.6	7.0	5.3	15.2	5.3	1.2	0.0
	기타	194	45.5	15.5	1.0	14.3	17.3	2.4	3.3	0.5
가구소득	200만 원 미만	160	43.1	16.7	2.8	16.0	13.2	2.4	5.2	0.6
	200~400만 원 미만	597	44.9	16.1	2.0	17.2	14.5	2.4	2.1	0.8
	400~600만 원 미만	579	39.2	16.9	2.6	16.3	18.1	2.0	3.1	2.0
	600만 원 이상	664	44.1	14.3	2.4	18.6	15.7	1.7	2.2	1.1

## 2.50. 대체식품 인지도

○ 대체식품 인지도는 ‘식물성 고기 제품’의 경우 ‘들어본 적 있다’는 의견이 60.7%, ‘알고 있다’는 의견은 27.3%로 가장 높게 나타남.

- 대체식품의 인지도는 모든 품목에서 호남권과 20대에서 높은 것으로 나타남.

〈그림 5-64〉 대체식품 인지도



〈표 5-98〉 대체식품 인지도 및 구입 경험, 의향 - 식물성고기제품

단위: 명, %

구분	사례수	인지도			이용경험		구입 의향		구입의향 변화			
		모른다	들어 본 적 있다	알고 있다	없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
전체	2,000	12.1	60.7	27.3	82.9	17.1	75.5	24.6	15.1	40.9	44.0	
권역	수도권	1,004	13.1	60.8	26.1	83.3	16.7	74.2	25.8	12.7	41.3	45.9
	충청권	224	11.6	63.8	24.6	83.0	17.0	78.6	21.4	22.9	35.4	41.7
	호남권	218	8.3	58.3	33.5	81.7	18.3	76.1	23.9	17.3	40.4	42.3
	대경권	193	14.5	59.1	26.4	79.8	20.2	72.0	28.0	16.7	42.6	40.7
	동남권	298	10.1	61.1	28.9	83.6	16.4	78.5	21.5	14.1	45.3	40.6
	강원권	63	11.1	58.7	30.2	87.3	12.7	77.8	22.2	21.4	28.6	50.0
가구원수	1인 가구	327	10.4	60.2	29.4	84.4	15.6	75.2	24.8	17.3	37.0	45.7
	2인 가구	455	10.5	63.1	26.4	83.1	16.9	74.3	25.7	12.8	44.4	42.7
	3인 가구	526	13.9	58.0	28.1	82.5	17.5	77.2	22.8	11.7	48.3	40.0
	4인 이상 가구	692	12.4	61.3	26.3	82.4	17.6	75.0	25.0	17.9	35.3	46.8
성별	남성	1,058	13.6	65.9	20.5	86.2	13.8	79.2	20.8	13.6	39.5	46.8
	여성	942	10.3	54.8	34.9	79.2	20.8	71.2	28.8	16.2	42.1	41.7
연령	20대	249	11.6	51.8	36.5	84.7	15.3	79.5	20.5	25.5	31.4	43.1
	30대	364	14.0	57.7	28.3	81.6	18.4	78.3	21.7	17.7	54.4	27.8
	40대	513	15.6	61.0	23.4	81.7	18.3	75.4	24.6	22.2	40.5	37.3
	50대	328	9.8	64.0	26.2	84.1	15.9	74.7	25.3	8.4	33.7	57.8
	60대 이상	546	9.0	64.3	26.7	83.3	16.7	72.2	27.8	7.9	41.4	50.7
학력	고졸 이하	455	13.8	58.5	27.7	80.0	20.0	72.1	27.9	13.4	44.1	42.5
	대졸	1,323	12.1	61.4	26.5	84.2	15.8	77.2	22.8	16.3	39.9	43.9
	대학원졸	222	8.1	60.8	31.1	81.1	18.9	71.6	28.4	12.7	39.7	47.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	12.6	61.0	26.4	83.9	16.1	77.8	22.2	16.1	41.7	42.1
	서비스/판매직	193	11.9	59.6	28.5	78.2	21.8	69.4	30.6	11.9	50.8	37.3
	기계/농림어업/단순노무	233	16.7	64.4	18.9	85.4	14.6	80.7	19.3	22.2	44.4	33.3
	주부	208	8.2	55.8	36.1	73.1	26.9	62.5	37.5	16.7	39.7	43.6
	학생	83	7.2	49.4	43.4	85.5	14.5	81.9	18.1	20.0	26.7	53.3
	기타	194	9.8	65.5	24.7	88.1	11.9	73.2	26.8	3.8	28.8	67.3
가구소득	200만 원 미만	160	10.0	60.0	30.0	88.1	11.9	78.1	21.9	11.4	31.4	57.1
	200~400만 원 미만	597	12.9	62.6	24.5	82.9	17.1	72.4	27.6	13.3	45.5	41.2
	400~600만 원 미만	579	13.5	60.3	26.3	83.1	16.9	78.2	21.8	18.3	38.9	42.9
	600만 원 이상	664	10.5	59.3	30.1	81.5	18.5	75.2	24.8	15.2	40.0	44.8

〈표 5-99〉 대체식품 인지도 및 구입 경험, 의향 - 식물성계란제품

단위: 명, %

구분	사례수	인지도			이용경험		구입 의향		구입의향 변화			
		모른다	들어 본 적 있다	알고 있다	없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
전체	2,000	38.3	51.6	10.2	90.5	9.6	82.8	17.3	9.3	30.4	60.3	
권역	수도권	1,004	40.0	50.7	9.3	91.5	8.5	82.8	17.2	8.1	28.3	63.6
	충청권	224	35.7	55.4	8.9	91.5	8.5	88.4	11.6	7.7	42.3	50.0
	호남권	218	33.5	50.5	16.1	87.6	12.4	79.8	20.2	9.1	36.4	54.5
	대경권	193	37.3	51.3	11.4	88.6	11.4	81.9	18.1	11.4	31.4	57.1
	동남권	298	38.6	52.3	9.1	88.6	11.4	81.5	18.5	10.9	30.9	58.2
	강원권	63	36.5	54.0	9.5	93.7	6.3	81.0	19.0	16.7	8.3	75.0
가구원수	1인 가구	327	35.2	55.4	9.5	93.3	6.7	84.4	15.6	5.9	21.6	72.5
	2인 가구	455	38.5	51.2	10.3	91.2	8.8	83.3	16.7	9.2	32.9	57.9
	3인 가구	526	40.3	48.5	11.2	89.5	10.5	83.7	16.3	10.5	37.2	52.3
	4인 이상 가구	692	38.0	52.5	9.5	89.3	10.7	80.9	19.1	9.8	28.0	62.1
성별	남성	1,058	40.2	51.3	8.5	91.6	8.4	85.5	14.5	8.5	29.4	62.1
	여성	942	36.1	51.9	12.0	89.2	10.8	79.6	20.4	9.9	31.3	58.9
연령	20대	249	33.7	53.4	12.9	90.8	9.2	81.1	18.9	8.5	34.0	57.4
	30대	364	39.0	48.9	12.1	89.0	11.0	85.7	14.3	11.5	44.2	44.2
	40대	513	41.7	49.7	8.6	93.0	7.0	86.5	13.5	10.1	30.4	59.4
	50대	328	37.8	53.0	9.1	88.4	11.6	78.0	22.0	8.3	27.8	63.9
	60대 이상	546	36.8	53.5	9.7	90.1	9.9	80.8	19.2	8.6	23.8	67.6
학력	고졸 이하	455	37.1	51.4	11.4	86.2	13.8	76.9	23.1	12.4	36.2	51.4
	대졸	1,323	39.5	51.1	9.4	91.5	8.5	84.5	15.5	9.3	29.3	61.5
	대학원졸	222	33.3	55.0	11.7	93.2	6.8	84.2	15.8	0.0	20.0	80.0
직업	관리/전문/사무직	1,089	38.6	51.3	10.1	91.5	8.5	84.8	15.2	8.5	31.5	60.0
	서비스/판매직	193	36.8	51.3	11.9	85.5	14.5	77.2	22.8	13.6	36.4	50.0
	기계/농림어업/단순노무	233	35.6	56.2	8.2	90.1	9.9	84.5	15.5	8.3	38.9	52.8
	주부	208	32.2	54.3	13.5	84.6	15.4	76.0	24.0	14.0	28.0	58.0
	학생	83	33.7	53.0	13.3	94.0	6.0	84.3	15.7	15.4	23.1	61.5
	기타	194	49.5	44.3	6.2	94.8	5.2	80.9	19.1	0.0	16.2	83.8
가구소득	200만 원 미만	160	43.1	48.8	8.1	91.3	8.8	82.5	17.5	3.6	28.6	67.9
	200~400만 원 미만	597	38.4	52.4	9.2	91.3	8.7	81.6	18.4	7.3	28.2	64.5
	400~600만 원 미만	579	38.9	49.9	11.2	90.2	9.8	84.3	15.7	7.7	36.3	56.0
	600만 원 이상	664	36.4	53.0	10.5	89.8	10.2	82.5	17.5	13.8	28.4	57.8

〈표 5-100〉 대체식품 인지도 및 구입 경험, 의향 - 식물성우유제품

단위: 명, %

구분	사례수	인지도			이용경험		구입 의향		구입의향 변화			
		모른다	들어 본 적 있다	알고 있다	없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
전체	2,000	30.4	49.1	20.6	78.5	21.5	69.4	30.7	9.6	42.1	48.3	
권역	수도권	1,004	31.0	49.6	19.4	79.3	20.7	69.0	31.0	9.3	37.3	53.4
	충청권	224	30.4	51.8	17.9	79.5	20.5	74.6	25.4	12.3	45.6	42.1
	호남권	218	26.1	48.6	25.2	75.2	24.8	65.1	34.9	9.2	46.1	44.7
	대경권	193	31.6	47.2	21.2	73.1	26.9	64.8	35.2	10.3	51.5	38.2
	동남권	298	29.5	48.0	22.5	79.9	20.1	72.1	27.9	7.2	51.8	41.0
	강원권	63	36.5	42.9	20.6	84.1	15.9	71.4	28.6	16.7	16.7	66.7
가구원수	1인 가구	327	30.9	48.0	21.1	81.3	18.7	70.6	29.4	8.3	33.3	58.3
	2인 가구	455	29.9	50.1	20.0	78.5	21.5	69.5	30.5	10.8	46.8	42.4
	3인 가구	526	31.0	48.9	20.2	79.3	20.7	69.2	30.8	7.4	43.8	48.8
	4인 이상 가구	692	30.1	49.0	21.0	76.6	23.4	68.8	31.2	11.1	41.7	47.2
성별	남성	1,058	33.5	49.6	16.9	81.4	18.6	73.8	26.2	10.1	46.9	43.0
	여성	942	27.0	48.4	24.6	75.3	24.7	64.3	35.7	9.2	38.1	52.7
연령	20대	249	24.9	50.2	24.9	77.5	22.5	69.1	30.9	13.0	36.4	50.6
	30대	364	31.3	48.9	19.8	78.0	22.0	73.9	26.1	12.6	49.5	37.9
	40대	513	34.1	46.8	19.1	80.1	19.9	71.2	28.8	12.8	41.9	45.3
	50대	328	32.0	48.2	19.8	80.8	19.2	70.4	29.6	4.1	36.1	59.8
	60대 이상	546	27.8	51.3	20.9	76.4	23.6	64.1	35.9	7.1	43.9	49.0
학력	고졸 이하	455	29.9	48.4	21.8	73.8	26.2	65.7	34.3	9.6	44.2	46.2
	대졸	1,323	31.5	48.7	19.8	80.0	20.0	70.6	29.4	9.3	42.7	48.1
	대학원졸	222	24.8	52.7	22.5	78.8	21.2	69.4	30.6	11.8	33.8	54.4
직업	관리/전문/사무직	1,089	30.9	49.1	19.9	79.0	21.0	70.6	29.4	6.9	46.9	46.3
	서비스/판매직	193	29.5	47.7	22.8	75.6	24.4	67.9	32.1	12.9	48.4	38.7
	기계/농림어업/단순노무	233	32.6	51.9	15.5	81.1	18.9	74.7	25.3	18.6	39.0	42.4
	주부	208	22.6	49.0	28.4	71.2	28.8	59.1	40.9	16.5	32.9	50.6
	학생	83	24.1	47.0	28.9	81.9	18.1	74.7	25.3	0.0	47.6	52.4
	기타	194	36.6	47.4	16.0	82.0	18.0	66.0	34.0	6.1	25.8	68.2
가구소득	200만 원 미만	160	31.9	48.1	20.0	77.5	22.5	66.9	33.1	9.4	37.7	52.8
	200~400만 원 미만	597	32.0	49.9	18.1	80.7	19.3	70.2	29.8	9.6	38.8	51.7
	400~600만 원 미만	579	29.4	47.8	22.8	76.5	23.5	69.6	30.4	10.2	50.6	39.2
	600만 원 이상	664	29.5	49.5	20.9	78.5	21.5	69.0	31.0	9.2	38.8	51.9

〈표 5-101〉 대체식품 인지도 및 구입 경험, 의향 - 곤충식품

단위: 명, %

구분	사례수	인지도			이용경험		구입 의향		구입의향 변화			
		모른다	들어 본 적 있다	알고 있다	없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
전체	2,000	36.9	53.2	9.9	96.8	3.3	93.8	6.2	5.6	26.6	67.7	
권역	수도권	1,004	37.4	54.6	8.1	97.3	2.7	93.9	6.1	1.6	27.9	70.5
	충청권	224	30.8	61.6	7.6	96.0	4.0	95.5	4.5	10.0	30.0	60.0
	호남권	218	33.5	49.5	17.0	94.5	5.5	91.7	8.3	11.1	33.3	55.6
	대경권	193	37.3	48.7	14.0	95.9	4.1	92.7	7.3	7.1	21.4	71.4
	동남권	298	40.9	49.7	9.4	97.7	2.3	95.0	5.0	6.7	20.0	73.3
	강원권	63	42.9	44.4	12.7	96.8	3.2	90.5	9.5	16.7	16.7	66.7
가구원수	1인 가구	327	33.9	55.7	10.4	97.6	2.4	95.4	4.6	6.7	13.3	80.0
	2인 가구	455	35.2	54.3	10.5	97.1	2.9	92.3	7.7	2.9	22.9	74.3
	3인 가구	526	41.3	51.5	7.2	96.6	3.4	93.9	6.1	3.1	37.5	59.4
	4인 이상 가구	692	36.1	52.6	11.3	96.2	3.8	93.9	6.1	9.5	26.2	64.3
성별	남성	1,058	34.1	56.1	9.7	96.2	3.8	92.7	7.3	6.5	31.2	62.3
	여성	942	40.0	49.9	10.1	97.3	2.7	95.0	5.0	4.3	19.1	76.6
연령	20대	249	33.7	52.6	13.7	96.8	3.2	96.4	3.6	22.2	22.2	55.6
	30대	364	41.2	49.2	9.6	95.9	4.1	94.8	5.2	5.3	47.4	47.4
	40대	513	42.5	49.3	8.2	97.3	2.7	95.7	4.3	4.5	40.9	54.5
	50대	328	32.6	58.2	9.1	96.6	3.4	93.0	7.0	4.3	21.7	73.9
	60대 이상	546	32.8	56.8	10.4	96.9	3.1	90.7	9.3	3.9	15.7	80.4
학력	고졸 이하	455	39.1	49.9	11.0	95.8	4.2	92.7	7.3	3.0	36.4	60.6
	대졸	1,323	37.9	53.2	8.9	97.3	2.7	94.5	5.5	6.8	19.2	74.0
	대학원졸	222	26.6	59.9	13.5	95.5	4.5	91.9	8.1	5.6	38.9	55.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	37.9	53.7	8.4	97.6	2.4	95.5	4.5	4.1	28.6	67.3
	서비스/판매직	193	34.2	52.3	13.5	92.7	7.3	88.6	11.4	4.5	36.4	59.1
	기계/농림어업/단순노무	233	36.9	51.5	11.6	93.6	6.4	89.3	10.7	12.0	32.0	56.0
	주부	208	43.3	46.6	10.1	97.6	2.4	94.7	5.3	0.0	18.2	81.8
	학생	83	21.7	60.2	18.1	98.8	1.2	98.8	1.2	0.0	0.0	100.0
	기타	194	33.5	57.2	9.3	97.9	2.1	91.8	8.2	6.3	6.3	87.5
가구소득	200만 원 미만	160	30.0	57.5	12.5	96.9	3.1	93.8	6.3	20.0	0.0	80.0
	200~400만 원 미만	597	40.4	51.4	8.2	97.0	3.0	93.8	6.2	5.4	21.6	73.0
	400~600만 원 미만	579	38.2	50.4	11.4	96.2	3.8	93.8	6.2	5.6	36.1	58.3
	600만 원 이상	664	34.3	56.2	9.5	97.0	3.0	93.8	6.2	2.4	29.3	68.3

〈표 5-102〉 대체식품 인지도 및 구입 경험, 의향 - 세포배양식품

단위: 명, %

구분	사례수	인지도			이용경험		구입 의향		구입의향 변화			
		모른다	들어 본 적 있다	알고 있다	없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가	
전체	2,000	51.9	42.9	5.3	95.7	4.3	90.7	9.4	5.3	28.3	66.3	
권역	수도권	1,004	54.4	41.0	4.6	96.3	3.7	90.8	9.2	4.3	25.0	70.7
	충청권	224	46.4	48.2	5.4	96.0	4.0	92.0	8.0	0.0	27.8	72.2
	호남권	218	42.2	47.7	10.1	94.0	6.0	88.5	11.5	4.0	40.0	56.0
	대경권	193	52.3	42.0	5.7	93.3	6.7	89.1	10.9	9.5	33.3	57.1
	동남권	298	54.0	41.6	4.4	96.0	4.0	91.3	8.7	11.5	26.9	61.5
	강원권	63	52.4	44.4	3.2	96.8	3.2	92.1	7.9	0.0	20.0	80.0
가구원수	1인 가구	327	53.5	41.6	4.9	97.6	2.4	92.0	8.0	0.0	23.1	76.9
	2인 가구	455	49.0	46.6	4.4	97.1	2.9	90.1	9.9	4.4	17.8	77.8
	3인 가구	526	56.1	38.0	5.9	94.7	5.3	90.9	9.1	6.3	37.5	56.3
	4인 이상 가구	692	49.7	44.7	5.6	94.7	5.3	90.2	9.8	7.4	30.9	61.8
성별	남성	1,058	48.5	45.3	6.2	95.2	4.8	90.4	9.6	3.9	34.3	61.8
	여성	942	55.6	40.1	4.2	96.3	3.7	91.0	9.0	7.1	21.2	71.8
연령	20대	249	49.0	41.8	9.2	93.6	6.4	90.8	9.2	21.7	39.1	39.1
	30대	364	56.9	37.6	5.5	96.7	3.3	94.8	5.2	5.3	36.8	57.9
	40대	513	60.2	36.5	3.3	97.5	2.5	93.6	6.4	3.0	30.3	66.7
	50대	328	48.2	46.3	5.5	94.8	5.2	89.0	11.0	2.8	22.2	75.0
	60대 이상	546	44.1	50.7	5.1	94.9	5.1	86.1	13.9	2.6	25.0	72.4
학력	고졸 이하	455	47.5	45.5	7.0	93.0	7.0	87.5	12.5	8.8	35.1	56.1
	대졸	1,323	54.7	41.3	3.9	96.6	3.4	91.8	8.2	4.6	25.0	70.4
	대학원졸	222	43.7	46.4	9.9	95.9	4.1	90.1	9.9	0.0	27.3	72.7
직업	관리/전문/사무직	1,089	54.4	41.1	4.5	96.6	3.4	92.7	7.3	6.3	26.6	67.1
	서비스/판매직	193	50.3	44.6	5.2	93.8	6.2	85.5	14.5	3.6	32.1	64.3
	기계/농림어업/단순노무	233	44.6	47.2	8.2	92.3	7.7	87.1	12.9	6.7	43.3	50.0
	주부	208	50.0	47.1	2.9	95.7	4.3	89.4	10.6	0.0	27.3	72.7
	학생	83	50.6	37.3	12.0	96.4	3.6	94.0	6.0	20.0	20.0	60.0
	기타	194	50.5	43.3	6.2	96.4	3.6	88.1	11.9	4.3	13.0	82.6
가구소득	200만 원 미만	160	50.0	43.1	6.9	100.0	0.0	92.5	7.5	0.0	0.0	100.0
	200~400만 원 미만	597	54.6	41.9	3.5	95.8	4.2	91.5	8.5	5.9	27.5	66.7
	400~600만 원 미만	579	50.8	42.8	6.4	95.2	4.8	91.2	8.8	2.0	45.1	52.9
	600만 원 이상	664	50.8	43.7	5.6	95.0	5.0	89.0	11.0	8.2	21.9	69.9

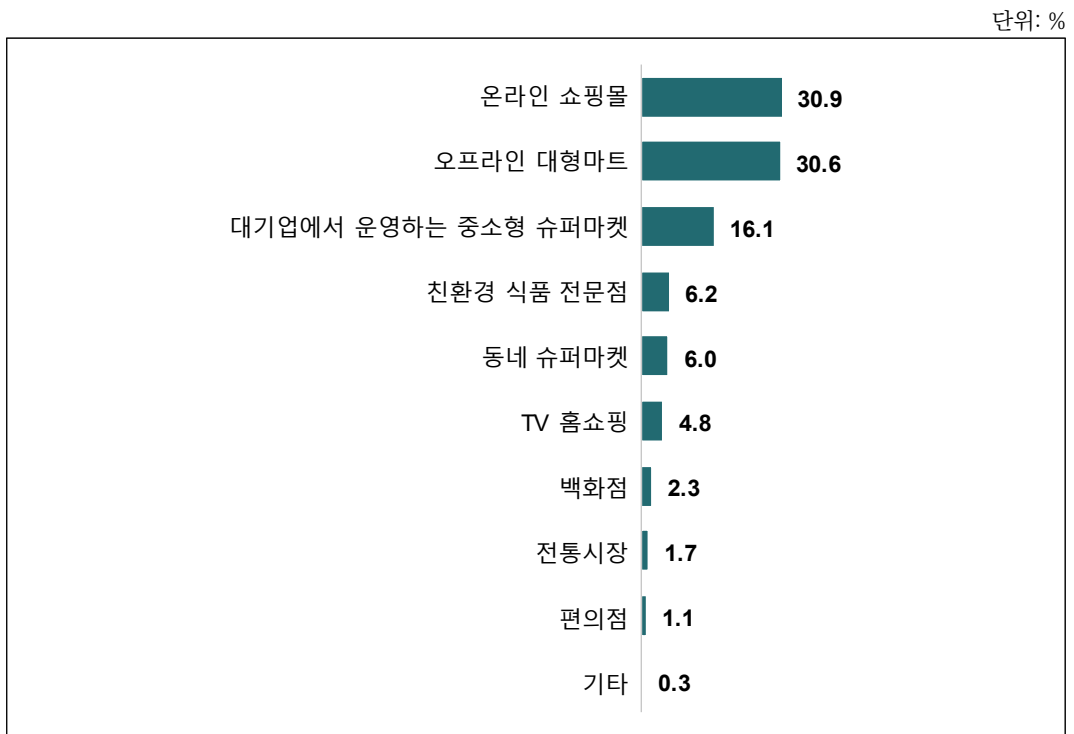


## 2.51. 대체단백질식품 주 구입처

○ 대체단백질식품의 주 구입처로는 ‘온라인 쇼핑몰’이 30.9%로 가장 높고, 다음으로 ‘오프라인 대형마트’가 30.6%, ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’이 16.1%의 순으로 높게 나타남.

- 권역별로 수도권, 동남권, 강원권은 ‘온라인 쇼핑몰’, 충청권, 호남권, 대경권은 ‘오프라인 대형마트’가 높게 나타남.
- 연령별로 40대 이하에서 ‘온라인 쇼핑몰’, 50대 이상은 ‘오프라인 대형마트’가 높게 나타남.

〈그림 5-65〉 대체단백질식품 주 구입처



〈표 5-103〉 대체단백질식품 주 구입처

단위: 명, %

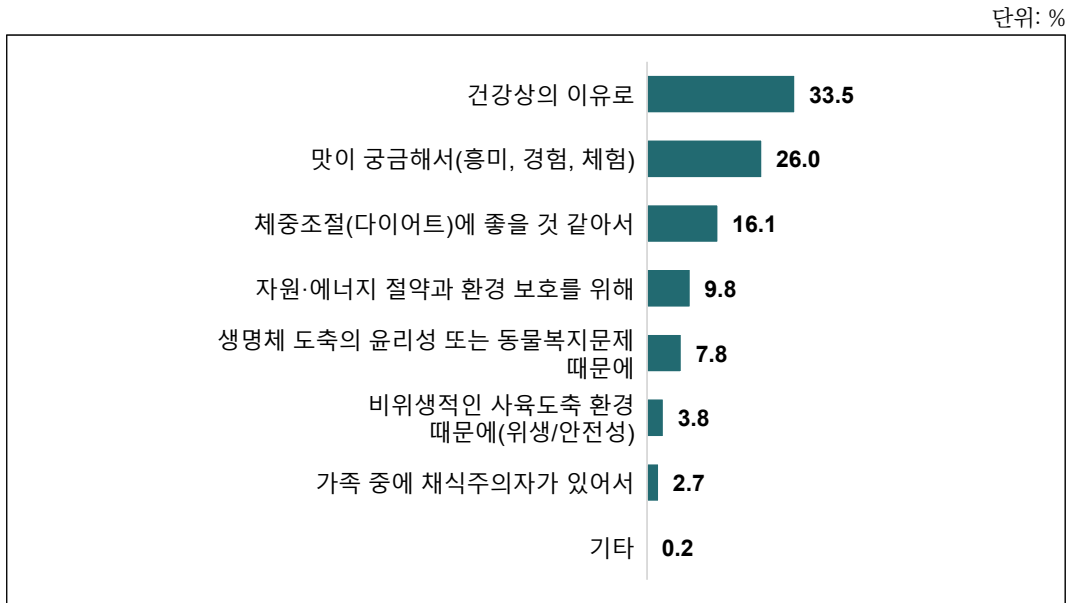
구분	사례수	동네 슈퍼마켓	대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓	오프라인 대형마트	전통시장	백화점	친환경식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	기타	
전체	620	6.0	16.1	30.6	1.7	2.3	6.2	30.9	4.8	1.1	0.3	
권역	수도권	304	6.4	16.8	29.5	1.6	2.0	4.9	31.7	5.2	1.6	0.3
	충청권	71	3.3	17.4	33.3	0.5	1.4	5.6	31.9	6.6	0.0	0.0
	호남권	71	7.5	13.1	35.7	1.4	2.3	9.4	24.9	3.8	1.9	0.0
	대경권	69	9.2	19.3	26.6	3.9	3.9	7.7	25.1	3.4	0.5	0.5
	동남권	88	2.3	15.2	31.4	1.5	3.4	7.6	34.1	3.8	0.4	0.4
	강원권	17	11.8	2.0	29.4	0.0	0.0	3.9	45.1	7.8	0.0	0.0
가구원수	1인 가구	92	9.1	11.2	27.9	0.4	1.4	4.3	37.7	5.1	2.5	0.4
	2인 가구	143	6.5	16.3	30.1	3.0	2.6	4.9	29.8	5.8	0.9	0.0
	3인 가구	161	5.4	15.3	31.3	1.0	1.4	7.0	31.5	5.8	1.2	0.0
	4인 이상 가구	224	4.9	18.5	31.5	1.8	3.1	7.1	28.4	3.4	0.6	0.6
성별	남성	283	6.0	14.1	33.5	1.4	1.6	6.9	29.8	5.8	0.5	0.4
	여성	337	6.0	17.7	28.2	1.9	2.9	5.5	31.8	4.1	1.7	0.2
연령	20대	76	9.2	17.1	27.6	1.8	2.6	3.9	33.8	1.8	2.2	0.0
	30대	117	6.3	12.3	33.3	1.7	1.1	4.0	36.2	2.6	1.4	1.1
	40대	153	3.9	20.3	30.5	0.4	2.4	4.6	32.5	3.7	1.7	0.0
	50대	92	7.2	14.5	33.3	2.5	2.9	5.4	25.7	8.3	0.0	0.0
	60대 이상	182	5.7	15.4	28.8	2.2	2.6	10.3	27.7	6.8	0.5	0.2
학력	고졸 이하	158	8.4	17.5	26.4	3.2	1.7	5.5	28.5	7.2	1.7	0.0
	대졸	397	5.0	16.3	31.7	1.3	2.4	6.0	32.5	3.6	1.0	0.4
	대학원졸	65	6.7	11.3	34.4	0.5	3.6	9.2	27.2	6.7	0.5	0.0
직업	관리/전문/사무직	329	4.4	17.2	29.1	0.9	2.6	6.1	33.3	4.6	1.4	0.4
	서비스/판매직	69	6.8	13.0	35.3	1.9	1.0	6.8	29.0	5.8	0.5	0.0
	기계/농림어업/단순노무	60	12.8	11.7	26.7	6.1	2.2	6.1	29.4	5.0	0.0	0.0
	주부	87	6.1	21.5	27.6	1.5	3.4	8.8	24.5	6.1	0.0	0.4
	학생	24	0.0	16.7	40.3	0.0	1.4	0.0	36.1	0.0	5.6	0.0
	기타	51	10.5	8.5	39.2	2.0	0.7	4.6	28.1	5.2	1.3	0.0
가구소득	200만 원 미만	47	15.6	14.2	26.2	1.4	1.4	5.0	31.2	2.8	2.1	0.0
	200~400만 원 미만	168	7.3	12.9	30.4	2.0	1.8	4.8	33.1	5.2	2.2	0.4
	400~600만 원 미만	190	6.0	15.3	31.8	2.1	1.4	6.1	32.8	4.0	0.5	0.0
	600만 원 이상	215	2.9	19.7	30.7	1.1	3.7	7.6	27.4	5.7	0.6	0.5

## 2.52. 대체식품 섭취 이유

○ 대체식품 섭취 이유는 ‘건강상의 이유’라는 의견이 33.5%로 가장 높고, ‘맛이 궁금해서’가 26.0%, ‘체중조절에 좋을 것 같아서’가 16.1%, ‘자원·에너지 절약과 환경 보호를 위해’가 9.8%로 나타남.

- 동남권 거주자는 ‘맛이 궁금해서’가 32.6%로 가장 높게 나타났고, 그 외 지역은 ‘건강상의 이유’의 비율이 높게 나타남.
- 연령이 높을수록 ‘건강상의 이유’에 대한 응답이 높게 나타남.

〈그림 5-66〉 대체식품 섭취 이유



〈표 5-104〉 대체식품 섭취 이유

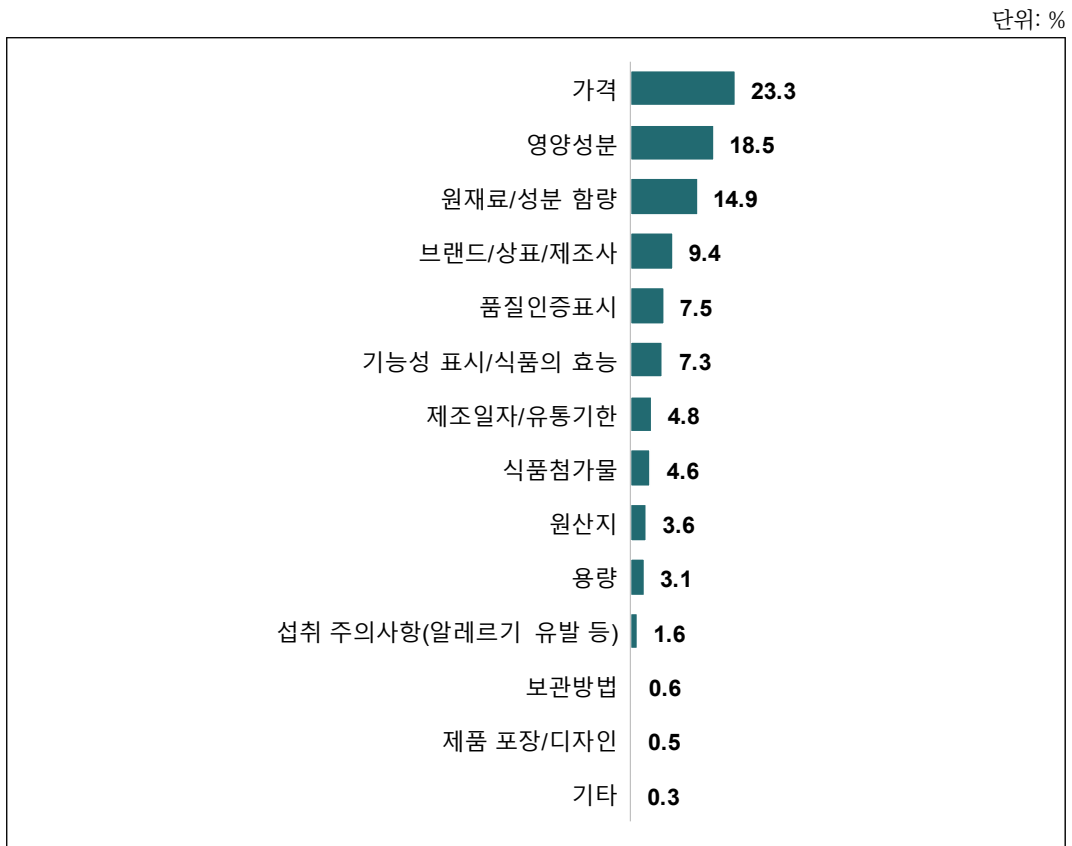
단위: 명, %

구분	사례수	건강상의 이유로	비위생 적인 사육 도축 환경 때문에	생명체 도축의 윤리성 또는 동물복지 문제 때문에	자원· 에너지 절약과 환경 보호를 위해	가족 중에 채식 주의자가 있어서	맛이 궁금 해서	체중 조절에 좋을 것 같아서	기타	
전체	620	33.5	3.8	7.8	9.8	2.7	26.0	16.1	0.2	
권역	수도권	304	34.1	3.7	8.1	7.8	2.6	27.1	16.6	0.0
	충청권	71	34.3	2.3	7.0	10.8	2.3	25.4	16.4	1.4
	호남권	71	35.2	3.3	7.5	12.7	4.2	19.2	17.8	0.0
	대경권	69	28.0	6.8	8.7	17.4	3.4	20.3	15.5	0.0
	동남권	88	30.3	3.8	7.6	9.5	0.4	32.6	15.9	0.0
	강원권	17	52.9	0.0	5.9	2.0	7.8	27.5	3.9	0.0
가구원수	1인 가구	92	34.1	2.9	5.8	9.4	1.8	27.5	17.4	1.1
	2인 가구	143	41.0	3.0	5.8	10.5	2.3	27.5	9.8	0.0
	3인 가구	161	28.0	2.5	11.0	10.4	1.7	28.8	17.8	0.0
	4인 이상 가구	224	32.6	5.5	7.7	9.2	4.0	22.5	18.5	0.0
성별	남성	283	35.5	4.2	6.9	10.6	3.3	24.6	14.8	0.0
	여성	337	31.9	3.4	8.6	9.2	2.2	27.2	17.2	0.3
연령	20대	76	11.8	6.1	14.9	14.0	2.6	32.5	18.0	0.0
	30대	117	26.5	2.3	10.5	10.0	2.6	34.8	12.5	0.9
	40대	153	30.5	3.3	6.1	7.6	2.8	30.5	19.2	0.0
	50대	92	44.2	4.3	4.7	6.2	5.4	19.2	15.9	0.0
	60대 이상	182	44.3	3.8	6.2	11.7	1.3	17.4	15.2	0.0
학력	고졸 이하	158	39.0	2.7	4.4	10.1	2.3	24.3	17.1	0.0
	대졸	397	31.8	3.9	8.0	9.9	2.4	28.0	15.8	0.3
	대학원졸	65	30.8	5.6	15.4	8.7	5.6	17.9	15.9	0.0
직업	관리/전문/사무직	329	33.7	4.6	7.8	8.8	2.7	25.0	17.0	0.3
	서비스/판매직	69	30.0	2.4	11.1	11.1	2.4	25.6	17.4	0.0
	기계/농림어업/단순노무	60	35.0	3.3	3.3	17.8	5.6	23.3	11.7	0.0
	주부	87	36.8	1.9	5.4	7.3	1.9	26.1	20.7	0.0
	학생	24	15.3	8.3	13.9	13.9	0.0	41.7	6.9	0.0
	기타	51	38.6	2.0	10.5	7.8	2.0	28.8	10.5	0.0
가구소득	200만 원 미만	47	39.7	3.5	6.4	6.4	2.8	28.4	12.8	0.0
	200~400만 원 미만	168	33.1	4.6	6.9	11.7	2.6	26.6	13.9	0.6
	400~600만 원 미만	190	34.6	3.2	9.3	8.2	2.6	24.9	17.2	0.0
	600만 원 이상	215	31.6	3.7	7.6	10.5	2.8	26.0	17.7	0.0

### 2.53. 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항

- 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항으로는 ‘가격’이 23.3%로 가장 높고, ‘영양성분’이 18.5%, ‘원재료/성분 함량’이 14.9%, ‘브랜드/상표/제조사’가 9.4% 순으로 나타남.
- 권역별로 호남권 거주자는 ‘영양성분’이 23.2%로 가장 높게 나타남.
- 50대에서 ‘영양성분’을 ‘가격’보다 더 우선시 하는 것으로 나타남.

〈그림 5-67〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-105〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	가격	용량	브랜드/ 상표/ 제조사	제조일자 /유통 기한	품질인증 표시	원산지	영양성분
전체		620	23.3	3.1	9.4	4.8	7.5	3.6	18.5
권역	수도권	304	23.2	3.2	10.8	4.4	7.0	3.8	17.9
	충청권	71	23.5	1.9	7.0	5.9	9.2	1.4	18.8
	호남권	71	20.4	6.1	7.0	3.1	7.7	6.3	23.2
	대경권	69	27.5	1.4	5.8	8.2	7.7	3.4	19.3
	동남권	88	22.3	2.7	11.6	3.6	7.4	2.8	16.1
	강원권	17	24.5	2.9	7.8	5.9	7.8	2.9	19.6
가구원수	1인 가구	92	27.0	4.3	6.5	5.1	4.5	2.7	21.0
	2인 가구	143	26.6	3.3	8.7	5.2	6.9	3.4	19.5
	3인 가구	161	20.0	3.3	9.4	4.5	10.1	3.7	16.3
	4인 이상 가구	224	22.1	2.3	11.0	4.5	7.1	4.1	18.6
성별	남성	283	23.7	2.8	8.5	4.2	8.4	3.4	18.4
	여성	337	23.0	3.4	10.1	5.2	6.7	3.9	18.7
연령	20대	76	28.3	6.1	11.2	3.9	10.1	2.4	14.7
	30대	117	25.1	3.3	11.4	6.0	4.8	0.7	16.4
	40대	153	21.8	2.6	10.1	2.8	7.5	4.0	17.2
	50대	92	21.7	1.6	8.0	3.4	7.1	4.3	25.7
	60대 이상	182	22.2	2.8	7.5	6.6	8.2	5.3	19.0
학력	고졸 이하	158	26.2	3.9	8.3	5.9	7.1	3.2	18.9
	대졸	397	22.8	3.2	10.4	4.5	7.8	3.4	17.9
	대학원졸	65	19.2	0.5	5.9	3.8	6.4	5.9	21.8
직업	관리/전문/사무직	329	22.5	2.1	9.7	3.9	7.4	3.0	19.7
	서비스/판매직	69	29.0	7.0	7.0	5.6	7.7	4.1	14.5
	기계/농림어업/단순노무	60	25.6	4.2	6.9	5.8	3.9	5.6	19.4
	주부	87	19.0	2.5	13.0	5.7	8.8	5.0	18.6
	학생	24	21.5	3.5	16.7	7.6	15.3	0.0	14.6
	기타	51	26.5	3.9	4.2	4.9	5.6	4.2	17.6
가구소득	200만 원 미만	47	25.5	2.8	6.7	5.3	6.4	3.9	15.2
	200~400만 원 미만	168	27.0	6.0	6.9	4.8	5.7	3.3	18.4
	400~600만 원 미만	190	24.0	2.6	9.6	4.5	8.6	2.9	17.5
	600만 원 이상	215	19.3	1.3	11.7	4.9	8.1	4.5	20.4

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-105〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

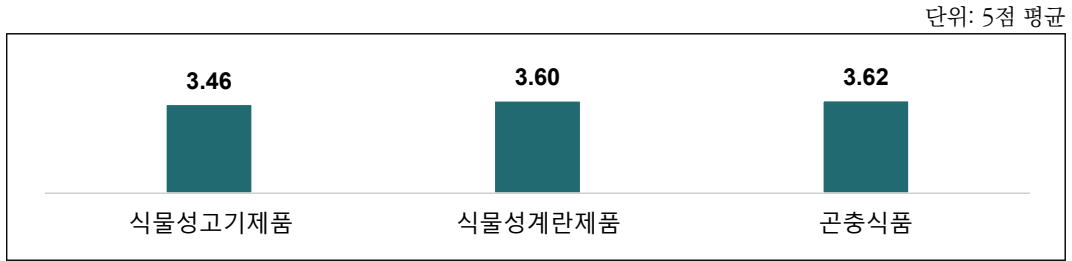
구분		사례수	식품 첨가물	원재료/ 성분 함량	제품 포장/ 디자인	기능성 표시/ 식품의 효능	섭취 주의사항	보관방법	기타
전체		620	4.6	14.9	0.5	7.3	1.6	0.6	0.3
권역	수도권	304	4.6	16.1	0.3	6.0	1.8	0.5	0.4
	충청권	71	4.2	13.8	0.7	8.5	2.8	1.4	0.9
	호남권	71	6.1	12.7	0.5	5.2	1.2	0.5	0.0
	대경권	69	3.1	14.7	0.2	7.7	0.5	0.2	0.0
	동남권	88	5.1	15.7	1.1	10.4	1.1	0.0	0.0
	강원권	17	2.0	2.9	0.0	16.7	2.9	3.9	0.0
가구원수	1인 가구	92	3.3	17.0	0.7	5.6	0.9	1.3	0.0
	2인 가구	143	4.2	14.1	0.2	5.9	0.9	0.3	0.7
	3인 가구	161	5.2	15.0	0.6	8.3	2.5	0.5	0.6
	4인 이상 가구	224	4.9	14.4	0.4	8.1	1.7	0.6	0.0
성별	남성	283	3.7	14.3	0.4	9.8	1.6	0.6	0.4
	여성	337	5.3	15.4	0.6	5.1	1.6	0.6	0.3
연령	20대	76	4.2	9.4	1.5	4.4	2.0	0.4	1.3
	30대	117	5.4	15.0	0.3	6.8	3.1	0.9	0.9
	40대	153	6.3	18.4	0.4	6.1	1.3	1.3	0.0
	50대	92	2.9	15.9	0.4	8.3	0.2	0.4	0.0
	60대 이상	182	3.6	13.6	0.3	9.2	1.5	0.1	0.0
학력	고졸 이하	158	4.0	12.3	0.4	7.5	0.8	1.5	0.0
	대졸	397	4.4	15.4	0.5	7.5	1.6	0.3	0.3
	대학원졸	65	7.2	17.9	0.5	5.6	3.8	0.3	1.0
직업	관리/전문/사무직	329	4.5	16.1	0.5	8.2	1.6	0.7	0.3
	서비스/판매직	69	3.1	12.1	0.5	6.0	1.2	0.7	1.4
	기계/농림어업/단순노무	60	5.3	10.6	0.6	9.2	3.1	0.0	0.0
	주부	87	4.8	15.3	0.0	4.8	2.3	0.2	0.0
	학생	24	6.3	12.5	0.7	1.4	0.0	0.0	0.0
	기타	51	5.2	16.7	1.3	7.8	0.0	2.0	0.0
가구소득	200만 원 미만	47	3.9	17.0	0.7	9.2	1.1	2.1	0.0
	200~400만 원 미만	168	3.9	15.3	0.4	5.6	1.5	0.9	0.6
	400~600만 원 미만	190	5.7	12.5	0.8	9.2	1.7	0.4	0.0
	600만 원 이상	215	4.3	16.2	0.2	6.5	1.8	0.3	0.5

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

## 2.54. 대체식품별 만족도

- 대체식품 중 ‘곤충식품’의 만족도가 가장 높으며 ‘식물성계란제품’ 차이는 크지 않으나, ‘식물성 고기제품’의 만족도는 다소 떨어지는 것으로 나타남.

〈그림 5-68〉 대체식품별 만족도





〈표 5-106〉 대체식품별 만족도 - 식물성고기제품

단위: 명, %, 5점 평균

구분		사례수	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않다	보통	만족한다	매우 만족한다	5점 평균
전체		342	0.9	7.6	42.4	42.4	6.7	3.46
지역	수도권	168	0.0	7.1	47.0	39.9	6.0	3.45
	충청권	38	5.3	10.5	42.1	42.1	0.0	3.21
	호남권	40	0.0	10.0	35.0	47.5	7.5	3.53
	대경권	39	2.6	10.3	28.2	56.4	2.6	3.46
	동남권	49	0.0	4.1	44.9	36.7	14.3	3.61
	강원권	8	0.0	0.0	37.5	37.5	25.0	3.88
가구원수	1인 가구	51	2.0	11.8	35.3	39.2	11.8	3.47
	2인 가구	77	0.0	6.5	45.5	42.9	5.2	3.47
	3인 가구	92	1.1	5.4	43.5	46.7	3.3	3.46
	4인 이상 가구	122	0.8	8.2	42.6	40.2	8.2	3.47
성별	남성	146	1.4	9.6	41.1	42.5	5.5	3.41
	여성	196	0.5	6.1	43.4	42.3	7.7	3.51
연령	20대	38	5.3	10.5	28.9	47.4	7.9	3.42
	30대	67	0.0	7.5	43.3	41.8	7.5	3.49
	40대	94	1.1	10.6	46.8	35.1	6.4	3.35
	50대	52	0.0	5.8	44.2	42.3	7.7	3.52
	60대 이상	91	0.0	4.4	41.8	48.4	5.5	3.55
학력	고졸 이하	91	2.2	5.5	46.2	37.4	8.8	3.45
	대졸	209	0.5	7.7	39.7	46.9	5.3	3.49
	대학원졸	42	0.0	11.9	47.6	31.0	9.5	3.38
직업	관리/전문/사무직	175	0.0	8.6	43.4	41.7	6.3	3.46
	서비스/판매직	42	0.0	7.1	40.5	45.2	7.1	3.52
	기계/농림어업/단순노무	34	2.9	8.8	44.1	41.2	2.9	3.32
	주부	56	0.0	3.6	41.1	44.6	10.7	3.63
	학생	12	16.7	8.3	33.3	33.3	8.3	3.08
	기타	23	0.0	8.7	43.5	43.5	4.3	3.43
가구소득	200만 원 미만	19	0.0	10.5	36.8	47.4	5.3	3.47
	200~400만 원 미만	102	0.0	8.8	46.1	40.2	4.9	3.41
	400~600만 원 미만	98	2.0	8.2	40.8	40.8	8.2	3.45
	600만 원 이상	123	0.8	5.7	41.5	44.7	7.3	3.52

〈표 5-107〉 대체식품별 만족도 - 식물성계란제품

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않다	보통	만족한다	매우 만족한다	5점 평균
전체		191	0.5	1.6	44.5	44.5	8.9	3.60
권역	수도권	85	1.2	2.4	44.7	42.4	9.4	3.56
	충청권	19	0.0	5.3	36.8	52.6	5.3	3.58
	호남권	27	0.0	0.0	55.6	33.3	11.1	3.56
	대경권	22	0.0	0.0	27.3	72.7	0.0	3.73
	동남권	34	0.0	0.0	52.9	35.3	11.8	3.59
	강원권	4	0.0	0.0	25.0	50.0	25.0	4.00
가구원수	1인 가구	22	0.0	4.5	59.1	22.7	13.6	3.45
	2인 가구	40	0.0	0.0	42.5	47.5	10.0	3.68
	3인 가구	55	0.0	0.0	47.3	47.3	5.5	3.58
	4인 이상 가구	74	1.4	2.7	39.2	47.3	9.5	3.61
성별	남성	89	1.1	2.2	41.6	47.2	7.9	3.58
	여성	102	0.0	1.0	47.1	42.2	9.8	3.61
연령	20대	23	0.0	0.0	43.5	43.5	13.0	3.70
	30대	40	2.5	2.5	47.5	40.0	7.5	3.48
	40대	36	0.0	5.6	36.1	52.8	5.6	3.58
	50대	38	0.0	0.0	44.7	44.7	10.5	3.66
	60대 이상	54	0.0	0.0	48.1	42.6	9.3	3.61
학력	고졸 이하	63	0.0	0.0	52.4	36.5	11.1	3.59
	대졸	113	0.9	2.7	42.5	46.9	7.1	3.57
	대학원졸	15	0.0	0.0	26.7	60.0	13.3	3.87
직업	관리/전문/사무직	93	0.0	2.2	45.2	43.0	9.7	3.60
	서비스/판매직	28	0.0	3.6	53.6	35.7	7.1	3.46
	기계/농림어업/단순노무	23	4.3	0.0	30.4	56.5	8.7	3.65
	주부	32	0.0	0.0	46.9	43.8	9.4	3.63
	학생	5	0.0	0.0	20.0	60.0	20.0	4.00
	기타	10	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	3.50
가구소득	200만 원 미만	14	7.1	0.0	42.9	50.0	0.0	3.36
	200~400만 원 미만	52	0.0	1.9	42.3	46.2	9.6	3.63
	400~600만 원 미만	57	0.0	3.5	49.1	35.1	12.3	3.56
	600만 원 이상	68	0.0	0.0	42.6	50.0	7.4	3.65

〈표 5-108〉 대체식품별 만족도 - 곤충식품

단위: 명, %

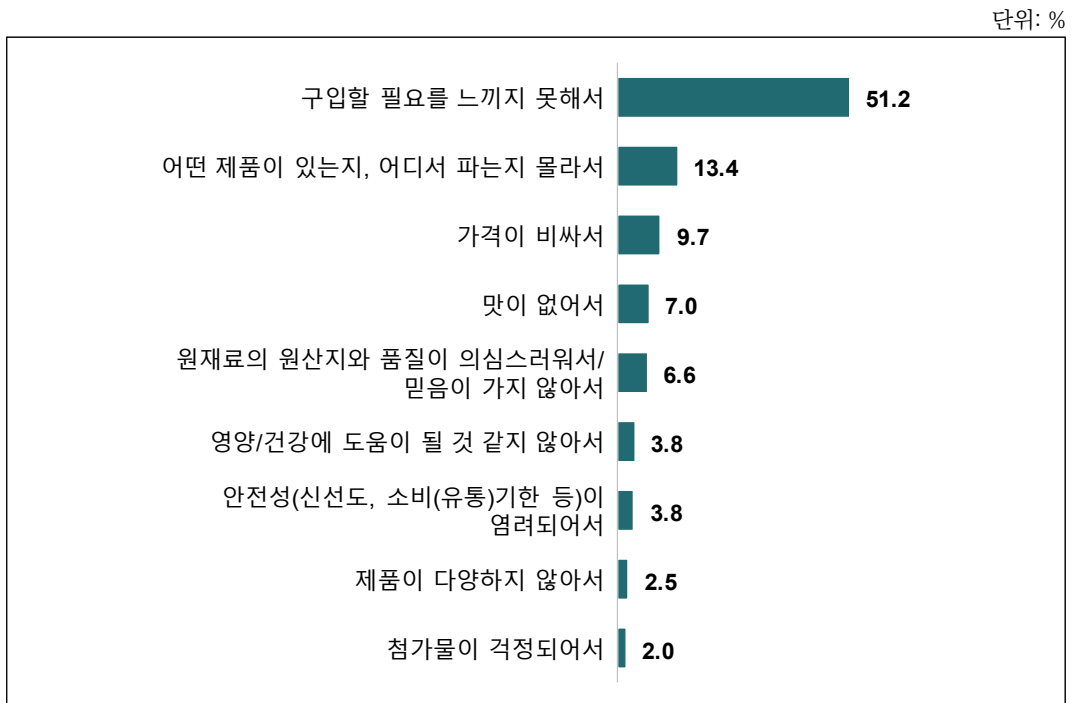
구분		사례수	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않다	보통	만족한다	매우 만족한다	5점 평균
전체		65	1.5	3.1	41.5	40.0	13.8	3.62
권역	수도권	27	3.7	7.4	44.4	33.3	11.1	3.41
	충청권	9	0.0	0.0	33.3	55.6	11.1	3.78
	호남권	12	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	3.50
	대경권	8	0.0	0.0	37.5	37.5	25.0	3.88
	동남권	7	0.0	0.0	28.6	42.9	28.6	4.00
	강원권	2	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	4.00
가구원수	1인 가구	8	0.0	0.0	12.5	62.5	25.0	4.13
	2인 가구	13	0.0	0.0	53.8	23.1	23.1	3.69
	3인 가구	18	5.6	5.6	33.3	50.0	5.6	3.44
	4인 이상 가구	26	0.0	3.8	50.0	34.6	11.5	3.54
성별	남성	40	2.5	5.0	35.0	45.0	12.5	3.60
	여성	25	0.0	0.0	52.0	32.0	16.0	3.64
연령	20대	8	0.0	0.0	37.5	37.5	25.0	3.88
	30대	15	6.7	6.7	33.3	33.3	20.0	3.53
	40대	14	0.0	0.0	57.1	42.9	0.0	3.43
	50대	11	0.0	0.0	36.4	63.6	0.0	3.64
	60대 이상	17	0.0	5.9	41.2	29.4	23.5	3.71
학력	고졸 이하	19	0.0	0.0	63.2	31.6	5.3	3.42
	대졸	36	2.8	5.6	33.3	41.7	16.7	3.64
	대학원졸	10	0.0	0.0	30.0	50.0	20.0	3.90
직업	관리/전문/사무직	26	3.8	0.0	30.8	42.3	23.1	3.81
	서비스/판매직	14	0.0	0.0	35.7	50.0	14.3	3.79
	기계/농림어업/단순노무	15	0.0	13.3	46.7	40.0	0.0	3.27
	주부	5	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	3.00
	학생	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	3.00
	기타	4	0.0	0.0	25.0	50.0	25.0	4.00
가구소득	200만 원 미만	5	0.0	20.0	60.0	0.0	20.0	3.20
	200~400만 원 미만	18	0.0	5.6	27.8	55.6	11.1	3.72
	400~600만 원 미만	22	0.0	0.0	54.5	40.9	4.5	3.50
	600만 원 이상	20	5.0	0.0	35.0	35.0	25.0	3.75

## 2.55. 대체식품을 구입하지 않는 이유

○ 대체식품을 구입하지 않는 이유로는 ‘구입할 필요를 느끼지 못해서’가 절반이 넘는 51.2%로 가장 높게 나타남.

- 모든 특성에서 ‘구입할 필요를 느끼지 못해서’가 가장 높게 나타남.

〈그림 5-69〉 대체식품을 구입하지 않는 이유(1+2+3 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-109〉 대체식품을 구입하지 않는 이유(1+2+3 가중평균)

단위: 명, %

구분	사례수	구입할 필요를 느끼지 못해서	어떤 제품이 있는지 어디서 파는지 몰라서	가격이 비싸서	맛이 없어서	원재료의 원산지과 품질이 의심스러워서/믿음이 가지 않아서	영양/건강에 도움이 될 것 같지 않아서	안전성(신선도, 소비(유통)기한 등)이 염려되어서	첨가물이 걱정되어서	제품이 다양하지 않아서	
전체	620	51.2	13.4	9.7	7.0	6.6	3.8	3.8	2.0	2.5	
권역	수도권	304	50.5	12.9	9.8	8.3	6.4	3.6	3.3	2.4	2.9
	충청권	71	51.3	14.6	10.6	5.7	5.0	4.5	3.9	1.7	2.7
	호남권	71	50.3	14.6	8.5	5.5	7.4	5.7	4.9	1.6	1.6
	대경권	69	46.7	13.4	9.2	6.9	10.2	3.8	4.2	1.9	3.6
	동남권	88	54.8	12.7	10.2	5.5	6.4	3.2	4.3	1.4	1.5
	강원권	17	61.3	14.0	7.5	4.8	3.8	2.7	3.8	1.1	1.1
가구원수	1인 가구	92	50.1	13.0	9.8	8.5	6.2	2.9	3.6	3.2	2.8
	2인 가구	143	51.3	14.5	9.2	6.1	6.0	4.7	4.0	2.3	2.0
	3인 가구	161	51.2	11.8	9.9	6.8	8.1	4.1	4.0	1.7	2.3
	4인 이상 가구	224	51.6	14.0	9.7	7.1	6.2	3.6	3.5	1.3	2.9
성별	남성	283	53.1	13.2	9.0	6.1	7.0	4.2	4.1	1.6	1.7
	여성	337	49.0	13.5	10.4	8.1	6.3	3.4	3.4	2.4	3.5
연령	20대	76	54.2	11.5	9.8	11.7	2.6	3.3	2.6	1.4	2.9
	30대	117	50.3	13.0	13.9	9.8	4.8	2.6	1.8	1.8	2.1
	40대	153	51.6	12.5	8.7	8.1	7.9	2.2	4.1	1.5	3.4
	50대	92	50.3	18.4	8.3	5.0	5.4	4.9	3.6	1.8	2.4
	60대 이상	182	50.4	12.3	8.5	3.3	9.3	5.8	5.4	2.9	2.0
학력	고졸 이하	158	53.0	13.0	10.0	5.5	5.8	3.7	3.5	1.9	3.5
	대졸	397	51.0	13.5	9.9	7.1	6.5	3.9	3.8	1.8	2.3
	대학원졸	65	48.4	13.2	7.5	9.7	9.1	3.4	4.1	2.8	1.8
직업	관리/전문/사무직	329	52.0	12.2	9.7	7.8	7.2	3.4	3.4	1.9	2.3
	서비스/판매직	69	48.4	13.1	12.2	5.5	8.5	2.5	5.0	0.9	3.9
	기계/농림어업/단순노무	60	52.3	16.0	8.9	5.5	5.3	5.0	4.1	1.6	1.2
	주부	87	43.6	16.6	9.9	6.0	6.8	4.2	4.9	3.1	4.9
	학생	24	53.3	10.2	8.9	13.4	2.0	5.7	1.2	1.6	3.7
	기타	51	55.3	14.9	7.8	4.5	5.2	4.8	4.1	2.4	1.0
가구소득	200만 원 미만	47	49.6	12.9	13.1	6.3	4.0	5.4	4.6	2.3	1.9
	200~400만 원 미만	168	51.5	13.2	10.2	7.2	7.0	3.7	3.5	1.6	2.0
	400~600만 원 미만	190	50.5	14.4	10.1	6.3	7.6	2.8	3.6	2.5	2.3
	600만 원 이상	215	51.9	12.7	8.0	7.7	6.2	4.5	4.0	1.7	3.4

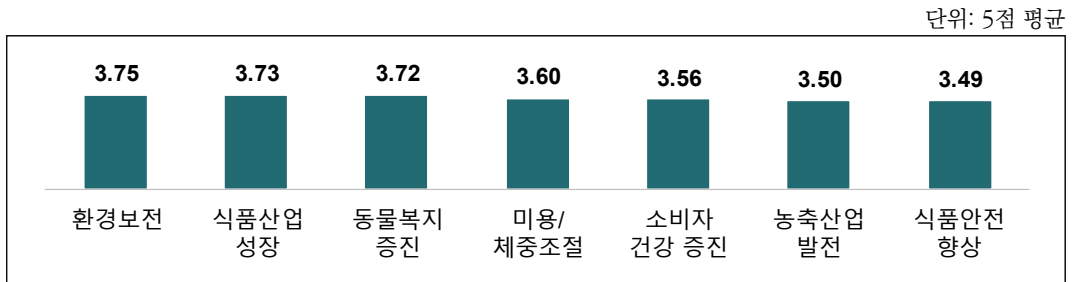
주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임

## 2.56. 대체식품별 분야별 영향도

○ 대체식품 분야별 영향도는 ‘환경보전’이 3.75점으로 가장 높게 나타남. 그 다음으로 ‘식품산업 성장’(3.73점), ‘동물복지 증진’(3.72점) 등의 순으로 높게 나타났으며, ‘식품안전 향상’ 분야에서 3.49점으로 가장 낮게 나타남.

- 남성은 ‘식품산업 성장’, 여성은 ‘환경보전’에서 높게 나타남.
- 연령별로 50대 이하는 ‘환경보전’, 60대 이상은 ‘식품산업 성장’에서 높게 나타남.

〈그림 5-70〉 대체식품 분야별 영향도



〈표 5-110〉 대체식품 분야별 영향도

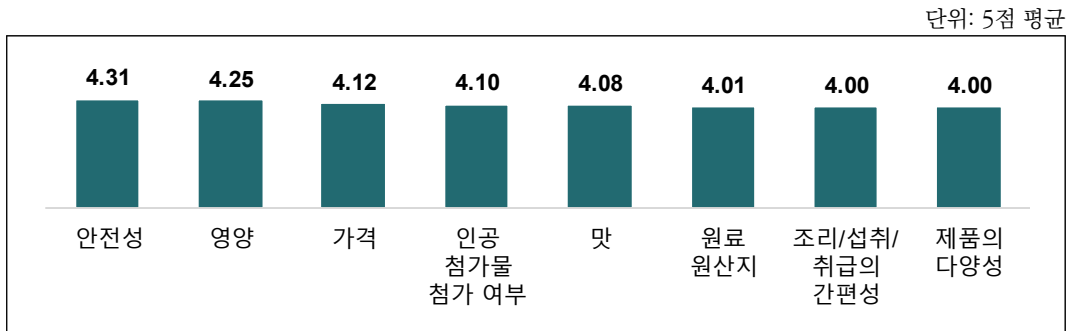
단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	소비자 건강 증진	식품안전 향상	미용/ 체중조절	환경보전	식품산업 성장	농축산업 발전	동물복지 증진
전체		2,000	3.56	3.49	3.60	3.75	3.73	3.50	3.72
권역	수도권	1,004	3.54	3.47	3.60	3.76	3.73	3.52	3.74
	충청권	224	3.54	3.49	3.54	3.73	3.68	3.40	3.65
	호남권	218	3.56	3.50	3.56	3.72	3.74	3.48	3.74
	대경권	193	3.58	3.53	3.63	3.80	3.77	3.56	3.73
	동남권	298	3.61	3.52	3.69	3.76	3.77	3.47	3.73
	강원권	63	3.68	3.65	3.60	3.67	3.65	3.30	3.70
가구원수	1인 가구	327	3.60	3.55	3.67	3.87	3.80	3.52	3.83
	2인 가구	455	3.58	3.54	3.58	3.74	3.74	3.43	3.68
	3인 가구	526	3.53	3.46	3.59	3.68	3.70	3.53	3.71
	4인 이상 가구	692	3.55	3.47	3.60	3.76	3.73	3.50	3.72
성별	남성	1,058	3.48	3.44	3.50	3.62	3.65	3.42	3.56
	여성	942	3.65	3.56	3.72	3.90	3.83	3.58	3.91
연령	20대	249	3.57	3.46	3.65	3.88	3.80	3.49	3.93
	30대	364	3.48	3.41	3.59	3.73	3.63	3.41	3.70
	40대	513	3.55	3.48	3.65	3.74	3.73	3.49	3.72
	50대	328	3.57	3.51	3.65	3.74	3.73	3.53	3.67
	60대 이상	546	3.61	3.57	3.53	3.73	3.78	3.53	3.68
학력	고졸 이하	455	3.61	3.58	3.59	3.72	3.73	3.56	3.69
	대졸	1,323	3.54	3.47	3.61	3.77	3.73	3.46	3.75
	대학원졸	222	3.59	3.45	3.59	3.72	3.75	3.55	3.67
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.54	3.46	3.60	3.73	3.72	3.45	3.71
	서비스/판매직	193	3.62	3.62	3.70	3.83	3.76	3.61	3.76
	기계/농림어업/단순노무	233	3.55	3.49	3.54	3.62	3.69	3.52	3.61
	주부	208	3.70	3.63	3.75	3.92	3.85	3.64	3.88
	학생	83	3.41	3.40	3.59	3.92	3.82	3.49	3.89
	기타	194	3.57	3.44	3.47	3.69	3.68	3.42	3.66
가구소득	200만 원 미만	160	3.44	3.44	3.48	3.63	3.69	3.39	3.63
	200~400만 원 미만	597	3.58	3.50	3.58	3.77	3.72	3.51	3.76
	400~600만 원 미만	579	3.59	3.50	3.64	3.76	3.72	3.49	3.72
	600만 원 이상	664	3.55	3.50	3.63	3.76	3.77	3.52	3.72

## 2.57. 대체식품 요소별 중요도

○ 대체식품 요소별 중요도는 ‘안전성’이 4.31점으로 가장 높게 나타남. 그 다음으로 ‘영양’(4.25점), ‘가격’(4.12점), ‘인공첨가물 첨가여부’(4.10점)의 순으로 높게 나타났으며, ‘제품의 다양성’, ‘조리/섭취/취급의 간편성’ 부분이 각각 4.00점으로 가장 낮았음.

〈그림 5-71〉 대체식품 요소별 중요도





〈표 5-111〉 대체식품 요소별 중요도

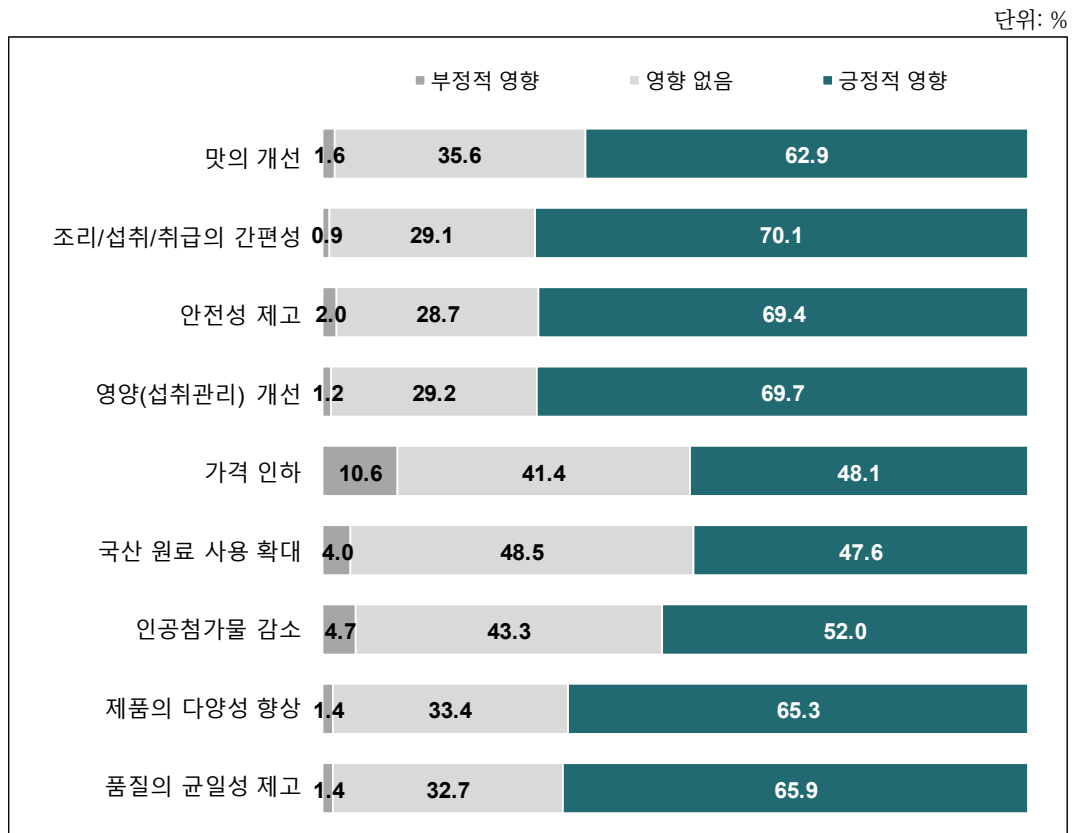
단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	맛	조리/ 섭취/ 취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성
전체		2,000	4.08	4.00	4.31	4.25	4.12	4.01	4.10	4.00
권역	수도권	1,004	4.08	4.00	4.34	4.27	4.11	4.00	4.14	4.02
	충청권	224	4.06	4.04	4.26	4.23	4.10	3.92	4.01	3.98
	호남권	218	4.03	3.98	4.26	4.23	4.07	4.06	4.04	3.96
	대경권	193	4.06	3.99	4.22	4.20	4.14	3.94	4.05	3.94
	동남권	298	4.12	3.97	4.33	4.27	4.16	4.06	4.13	4.01
	강원권	63	4.19	3.98	4.38	4.30	4.24	4.16	4.08	4.06
가구원수	1인 가구	327	4.16	4.02	4.34	4.28	4.23	4.02	4.11	4.06
	2인 가구	455	4.06	4.01	4.32	4.31	4.13	3.99	4.11	4.02
	3인 가구	526	4.03	3.94	4.26	4.21	4.06	3.98	4.07	3.95
	4인 이상 가구	692	4.09	4.02	4.32	4.23	4.10	4.03	4.13	4.01
성별	남성	1,058	3.98	3.90	4.24	4.16	4.05	3.85	3.97	3.87
	여성	942	4.19	4.11	4.39	4.36	4.20	4.17	4.25	4.15
연령	20대	249	4.26	4.05	4.33	4.24	4.18	4.00	4.07	4.14
	30대	364	4.09	4.00	4.25	4.20	4.05	3.91	4.06	3.98
	40대	513	4.10	3.99	4.28	4.23	4.12	4.04	4.12	4.00
	50대	328	4.04	4.00	4.34	4.30	4.16	4.08	4.17	4.03
	60대 이상	546	4.00	3.98	4.35	4.29	4.12	3.99	4.10	3.95
학력	고졸 이하	455	4.08	4.03	4.26	4.27	4.14	4.03	4.12	4.08
	대졸	1,323	4.09	3.99	4.32	4.24	4.12	4.01	4.10	3.97
	대학원졸	222	4.00	3.98	4.35	4.28	4.06	3.92	4.08	4.03
직업	관리/전문/사무직	1,089	4.08	3.99	4.29	4.24	4.09	3.96	4.08	3.97
	서비스/판매직	193	4.02	4.02	4.32	4.28	4.15	4.08	4.13	4.07
	기계/농림어업/단순노무	233	3.96	3.94	4.19	4.12	4.06	3.90	4.01	3.94
	주부	208	4.20	4.16	4.45	4.45	4.23	4.27	4.38	4.18
	학생	83	4.36	3.99	4.40	4.33	4.25	4.08	4.17	4.20
	기타	194	4.01	3.96	4.35	4.25	4.13	3.96	4.03	3.93
가구소득	200만 원 미만	160	4.00	3.96	4.32	4.21	4.23	3.97	4.03	4.00
	200~400만 원 미만	597	4.07	3.99	4.27	4.24	4.12	3.99	4.11	4.00
	400~600만 원 미만	579	4.09	4.01	4.31	4.23	4.11	4.00	4.09	4.00
	600만 원 이상	664	4.09	4.01	4.34	4.30	4.10	4.04	4.13	4.01

## 2.58. 대체식품별 속성별 영향도

○ 대체식품의 긍정적 영향도는 속성별로 '조리/섭취/취급의 간편성'에서 70.1%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 '영양(섭취관리) 개선'(69.7%), '안전성 제고'(69.4%), '품질의 균일성 제고'(65.9%), '제품의 다양성 향상'(65.3%)의 순으로 높게 나타났으며, '국산 원료 사용 확대'와 '가격 인하'의 경우 긍정적 영향도 50% 미만으로 낮게 나타남.

〈그림 5-72〉 대체식품 속성별 영향도



〈표 5-112〉 대체식품 속성별 영향도[1/3]

단위: 명, %

구분		사례수	맛의 개선			조리·섭취·취급의 간편성			안정성 제고		
			부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	1.6	35.6	62.9	0.9	29.1	70.1	2.0	28.7	69.4
권역	수도권	1,004	1.5	35.9	62.6	0.9	30.0	69.1	1.7	28.0	70.3
	충청권	224	1.3	37.5	61.2	0.4	32.1	67.4	0.9	33.9	65.2
	호남권	218	0.9	35.3	63.8	0.5	29.4	70.2	2.3	30.3	67.4
	대경권	193	1.6	37.3	61.1	2.1	30.1	67.9	3.1	28.0	68.9
	동남권	298	1.7	34.9	63.4	0.7	24.2	75.2	3.0	26.8	70.1
	강원권	63	4.8	22.2	73.0	0.0	23.8	76.2	1.6	25.4	73.0
가구원수	1인 가구	327	1.5	32.4	66.1	1.2	28.7	70.0	1.2	30.3	68.5
	2인 가구	455	1.3	36.5	62.2	0.9	29.0	70.1	2.0	29.0	69.0
	3인 가구	526	1.9	36.5	61.6	1.1	29.3	69.6	2.1	28.9	69.0
	4인 이상 가구	692	1.4	35.7	62.9	0.4	29.2	70.4	2.3	27.5	70.2
성별	남성	1,058	1.4	38.8	59.8	1.0	32.9	66.1	1.9	31.5	66.6
	여성	942	1.7	32.0	66.3	0.6	24.8	74.5	2.1	25.5	72.4
연령	20대	249	2.0	33.7	64.3	0.4	31.7	67.9	3.6	28.1	68.3
	30대	364	1.6	43.4	54.9	0.5	34.3	65.1	1.9	38.7	59.3
	40대	513	2.1	36.6	61.2	1.9	28.1	70.0	2.1	29.6	68.2
	50대	328	0.9	32.9	66.2	0.6	22.6	76.8	1.2	22.3	76.5
	60대 이상	546	1.1	31.7	67.2	0.4	29.3	70.3	1.6	25.1	73.3
학력	고졸 이하	455	1.8	35.6	62.6	0.9	30.8	68.4	2.4	32.1	65.5
	대졸	1,323	1.6	36.9	61.5	0.9	29.3	69.8	1.9	28.3	69.8
	대학원졸	222	0.9	27.5	71.6	0.5	24.8	74.8	1.8	23.4	74.8
직업	관리/전문/사무직	1,089	1.3	37.2	61.5	0.9	29.8	69.3	2.0	28.7	69.2
	서비스/판매직	193	1.6	37.8	60.6	1.0	30.1	68.9	1.6	29.0	69.4
	기계/농림어업/단순노무	233	2.6	38.6	58.8	1.3	33.9	64.8	3.4	36.9	59.7
	주부	208	1.0	22.6	76.4	0.0	19.7	80.3	0.0	19.2	80.8
	학생	83	2.4	25.3	72.3	0.0	32.5	67.5	6.0	26.5	67.5
	기타	194	2.1	38.7	59.3	1.0	27.3	71.6	1.0	28.9	70.1
가구소득	200만 원 미만	160	3.8	35.6	60.6	1.3	33.8	65.0	3.1	35.0	61.9
	200~400만 원 미만	597	1.8	36.9	61.3	1.5	29.6	68.8	2.2	30.8	67.0
	400~600만 원 미만	579	1.0	34.4	64.6	0.7	28.7	70.6	1.2	29.2	69.6
	600만 원 이상	664	1.2	35.4	63.4	0.3	27.9	71.8	2.3	24.7	73.0

〈표 5-112〉 대체식품 속성별 영향도[2/3]

단위: 명, %

구분	사례수	영양 개선			가격 인하			국산 원료 사용 확대			
		부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	
전체	2,000	1.2	29.2	69.7	10.6	41.4	48.1	4.0	48.5	47.6	
권역	수도권	1,004	1.1	28.0	70.9	11.2	41.3	47.5	3.9	49.8	46.3
	충청권	224	0.4	33.9	65.6	9.4	44.2	46.4	2.7	51.8	45.5
	호남권	218	0.9	28.0	71.1	8.7	37.6	53.7	3.7	42.2	54.1
	대경권	193	1.6	32.6	65.8	8.8	43.0	48.2	3.1	50.8	46.1
	동남권	298	2.0	29.9	68.1	11.7	41.6	46.6	5.0	47.3	47.7
	강원권	63	0.0	20.6	79.4	12.7	38.1	49.2	7.9	36.5	55.6
가구원수	1인 가구	327	0.9	32.4	66.7	11.9	39.4	48.6	5.2	47.7	47.1
	2인 가구	455	1.5	29.0	69.5	9.0	42.6	48.4	4.4	50.3	45.3
	3인 가구	526	1.1	28.9	70.0	10.6	42.8	46.6	3.4	49.6	47.0
	4인 이상 가구	692	1.0	27.9	71.1	11.0	40.3	48.7	3.5	46.8	49.7
성별	남성	1,058	1.0	32.6	66.4	9.5	43.3	47.3	3.8	53.3	42.9
	여성	942	1.3	25.3	73.5	11.9	39.2	48.9	4.1	43.1	52.8
연령	20대	249	1.2	28.9	69.9	14.5	38.6	47.0	5.2	48.2	46.6
	30대	364	1.4	37.1	61.5	13.2	44.8	42.0	4.1	56.3	39.6
	40대	513	2.1	28.1	69.8	10.9	41.9	47.2	4.5	48.9	46.6
	50대	328	0.9	21.6	77.4	9.5	37.8	52.7	3.4	43.9	52.7
	60대 이상	546	0.2	29.5	70.3	7.5	41.9	50.5	3.1	45.8	51.1
학력	고졸 이하	455	1.1	31.9	67.0	8.6	41.8	49.7	1.5	43.3	55.2
	대졸	1,323	1.1	29.6	69.4	10.9	41.3	47.8	4.8	49.3	45.9
	대학원졸	222	1.8	21.2	77.0	13.1	41.0	45.9	3.6	54.5	41.9
직업	관리/전문/사무직	1,089	1.0	28.8	70.2	12.5	41.2	46.3	4.5	51.5	44.0
	서비스/판매직	193	1.6	32.1	66.3	8.3	40.9	50.8	3.6	43.5	52.8
	기계/농림어업/단순노무	233	1.7	34.8	63.5	7.7	42.9	49.4	2.6	48.5	48.9
	주부	208	0.0	19.7	80.3	6.3	39.4	54.3	1.9	34.6	63.5
	학생	83	2.4	26.5	71.1	15.7	39.8	44.6	4.8	45.8	49.4
	기타	194	1.5	32.5	66.0	8.2	43.3	48.5	4.6	52.6	42.8
가구소득	200만 원 미만	160	2.5	34.4	63.1	10.0	43.1	46.9	5.6	50.6	43.8
	200~400만 원 미만	597	1.3	32.5	66.2	10.7	40.4	48.9	5.5	47.9	46.6
	400~600만 원 미만	579	0.7	29.0	70.3	8.8	42.5	48.7	2.9	48.2	48.9
	600만 원 이상	664	1.1	25.0	73.9	12.2	40.8	47.0	3.0	48.8	48.2

〈표 5-112〉 대체식품 속성별 영향도[3/3]

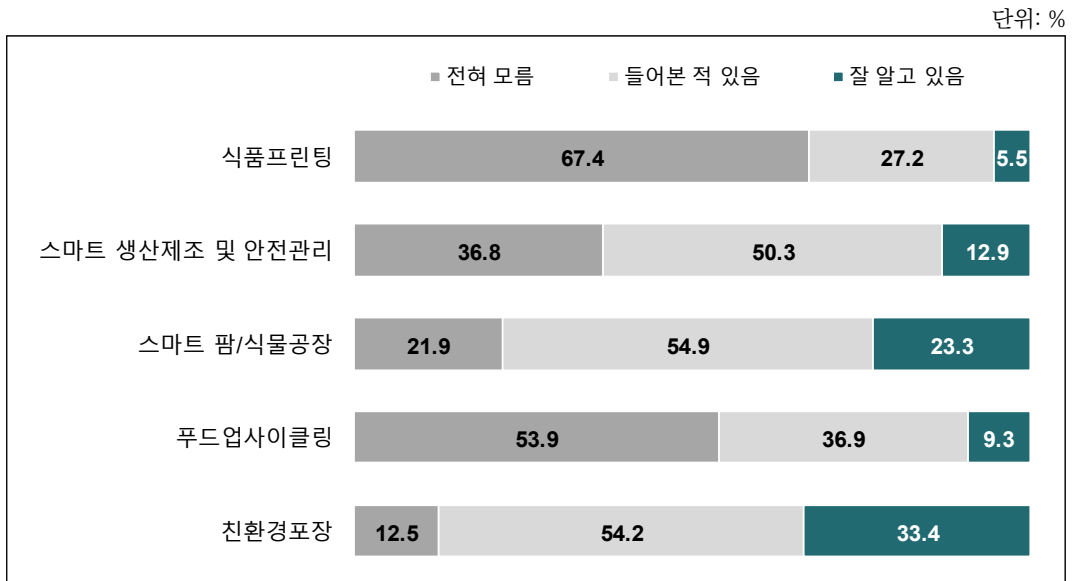
단위: 명, %

구분		사례수	인공첨가물 감소			제품의 다양성 향상			품질의 균일성 제고		
			부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향	부정적 영향	영향 없음	긍정적 영향
전체		2,000	4.7	43.3	52.0	1.4	33.4	65.3	1.4	32.7	65.9
권역	수도권	1,004	4.8	41.7	53.5	1.2	33.1	65.7	1.3	32.4	66.3
	충청권	224	2.7	48.7	48.7	0.9	37.1	62.1	0.4	35.7	63.8
	호남권	218	3.7	40.8	55.5	1.4	32.1	66.5	0.5	31.7	67.9
	대경권	193	3.6	47.2	49.2	3.1	34.7	62.2	3.1	33.7	63.2
	동남권	298	7.0	44.6	48.3	1.0	32.6	66.4	1.7	33.9	64.4
	강원권	63	6.3	39.7	54.0	1.6	28.6	69.8	3.2	22.2	74.6
가구원수	1인 가구	327	5.5	42.5	52.0	2.1	31.5	66.4	1.8	31.2	67.0
	2인 가구	455	5.1	45.5	49.5	1.5	33.6	64.8	1.5	35.4	63.1
	3인 가구	526	4.0	44.5	51.5	0.8	33.5	65.8	1.5	31.7	66.7
	4인 이상 가구	692	4.6	41.3	54.0	1.3	34.0	64.7	1.0	32.4	66.6
성별	남성	1,058	4.9	48.7	46.4	1.6	38.5	59.9	1.7	37.0	61.3
	여성	942	4.5	37.3	58.3	1.1	27.6	71.3	1.1	27.9	71.0
연령	20대	249	6.0	41.4	52.6	1.2	29.3	69.5	1.6	30.1	68.3
	30대	364	4.1	51.6	44.2	1.1	39.6	59.3	1.4	37.4	61.3
	40대	513	5.3	40.7	54.0	1.9	32.6	65.5	1.9	29.2	68.8
	50대	328	3.4	40.5	56.1	1.2	27.7	71.0	0.9	27.7	71.3
	60대 이상	546	4.8	42.7	52.6	1.1	35.2	63.7	1.1	37.0	61.9
학력	고졸 이하	455	2.2	42.2	55.6	0.7	33.6	65.7	1.5	37.6	60.9
	대졸	1,323	5.3	43.7	51.0	1.7	33.6	64.7	1.4	31.2	67.3
	대학원졸	222	6.3	43.2	50.5	0.9	31.1	68.0	0.9	31.5	67.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	5.4	45.0	49.6	1.2	34.7	64.1	1.2	32.2	66.6
	서비스/판매직	193	4.1	40.4	55.4	2.1	34.2	63.7	1.6	32.1	66.3
	기계/농림어업/단순노무	233	4.7	43.8	51.5	2.1	35.6	62.2	2.1	39.9	57.9
	주부	208	1.9	28.8	69.2	0.0	22.6	77.4	0.5	25.5	74.0
	학생	83	4.8	44.6	50.6	0.0	22.9	77.1	2.4	27.7	69.9
	기타	194	4.1	51.0	44.8	2.6	38.1	59.3	2.1	37.1	60.8
가구소득	200만 원 미만	160	8.8	45.0	46.3	2.5	37.5	60.0	3.8	39.4	56.9
	200~400만 원 미만	597	5.0	43.9	51.1	2.3	32.0	65.7	2.2	35.0	62.8
	400~600만 원 미만	579	3.1	43.2	53.7	0.9	31.6	67.5	0.3	29.5	70.1
	600만 원 이상	664	4.8	42.5	52.7	0.6	35.1	64.3	1.1	31.8	67.2

## 2.59. 신기술 인지도

○ 식품산업 신기술에 대한 인지도는 ‘친환경 포장’을 잘 알고 있다는 응답이 33.4%로 가장 높고, 그 다음으로 ‘스마트 팜/식물공장’이 23.3%로 높게 나타남. ‘식품프린팅’에 대해 알고 있다는 응답은 5.5%에 불과함.

〈그림 5-73〉 신기술 인지도



〈표 5-113〉 신기술 인지도[1/2]

단위: 명, %

구분	사례수	식품프린팅			스마트 생산제조 및 안전관리			스마트 팜 또는 식물공장			
		전혀 모름	들어 본 적 있음	알고 있음	전혀 모름	들어 본 적 있음	알고 있음	전혀 모름	들어 본 적 있음	알고 있음	
전체	2,000	67.4	27.2	5.5	36.8	50.3	12.9	21.9	54.9	23.3	
권역	수도권	1,004	69.3	26.1	4.6	38.1	49.2	12.6	22.9	53.9	23.2
	충청권	224	62.9	31.3	5.8	36.6	50.0	13.4	21.9	54.9	23.2
	호남권	218	64.2	28.9	6.9	33.9	52.3	13.8	18.8	55.5	25.7
	대경권	193	66.3	29.0	4.7	38.3	47.7	14.0	25.9	50.8	23.3
	동남권	298	66.1	26.2	7.7	32.6	54.4	13.1	20.1	58.7	21.1
	강원권	63	73.0	22.2	4.8	41.3	50.8	7.9	12.7	61.9	25.4
가구원수	1인 가구	327	67.9	28.4	3.7	40.4	45.9	13.8	25.1	51.4	23.5
	2인 가구	455	68.1	27.0	4.8	38.7	50.3	11.0	24.0	54.5	21.5
	3인 가구	526	67.7	27.0	5.3	35.4	51.9	12.7	19.4	57.2	23.4
	4인 이상 가구	692	66.5	26.7	6.8	35.0	51.2	13.9	21.0	54.9	24.1
성별	남성	1,058	65.8	28.1	6.1	34.6	51.6	13.8	20.9	56.0	23.2
	여성	942	69.2	26.1	4.7	39.3	48.8	11.9	23.0	53.6	23.4
연령	20대	249	61.0	27.3	11.6	38.6	42.6	18.9	20.5	47.4	32.1
	30대	364	66.8	26.6	6.6	38.5	49.5	12.1	22.0	55.2	22.8
	40대	513	69.6	25.0	5.5	35.1	51.9	13.1	21.6	54.4	24.0
	50대	328	66.5	28.7	4.9	33.2	55.5	11.3	24.4	55.5	20.1
	60대 이상	546	69.2	28.6	2.2	38.6	49.8	11.5	21.2	58.1	20.7
학력	고졸 이하	455	66.6	27.5	5.9	39.3	47.7	13.0	26.4	54.9	18.7
	대졸	1,323	68.8	26.0	5.2	37.4	50.6	12.0	21.3	55.0	23.7
	대학원졸	222	60.8	33.3	5.9	27.9	54.1	18.0	16.2	54.1	29.7
직업	관리/전문/사무직	1,089	67.1	27.5	5.3	35.8	50.6	13.6	21.7	54.6	23.7
	서비스/판매직	193	69.9	25.9	4.1	38.3	49.7	11.9	26.4	53.4	20.2
	기계/농림어업/단순노무	233	67.0	27.5	5.6	37.3	50.2	12.4	24.0	57.9	18.0
	주부	208	71.2	25.0	3.8	33.2	53.4	13.5	17.3	56.3	26.4
	학생	83	54.2	27.7	18.1	39.8	37.3	22.9	18.1	45.8	36.1
	기타	194	68.6	27.8	3.6	42.8	51.5	5.7	22.7	56.2	21.1
가구소득	200만 원 미만	160	66.9	29.4	3.8	37.5	52.5	10.0	23.8	51.3	25.0
	200~400만 원 미만	597	67.7	27.8	4.5	41.0	47.2	11.7	23.8	56.1	20.1
	400~600만 원 미만	579	69.4	26.3	4.3	37.1	51.3	11.6	25.0	53.9	21.1
	600만 원 이상	664	65.5	26.8	7.7	32.5	51.7	15.8	17.0	55.4	27.6

〈표 5-113〉 신기술 인지도[2/2]

단위: 명, %

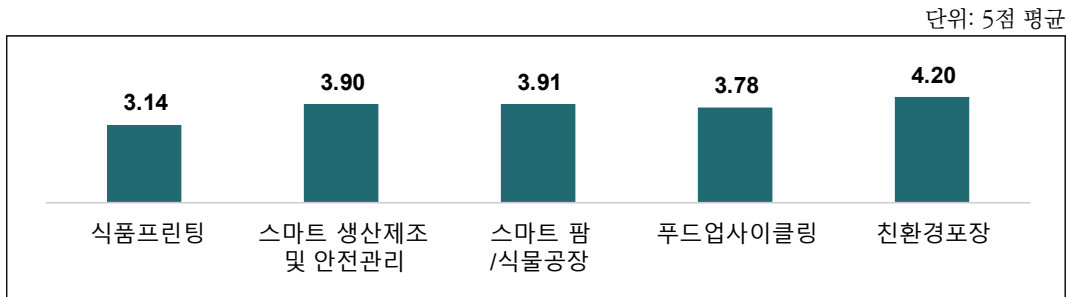
구분		사례수	푸드업사이클링			친환경 포장		
			전혀 모름	들어본 적 있음	알고 있음	전혀 모름	들어본 적 있음	알고 있음
전체		2,000	53.9	36.9	9.3	12.5	54.2	33.4
권역	수도권	1,004	54.5	36.4	9.2	13.0	53.3	33.7
	충청권	224	50.0	42.0	8.0	11.2	57.6	31.3
	호남권	218	52.8	35.8	11.5	11.0	55.0	33.9
	대경권	193	54.4	35.2	10.4	13.5	51.8	34.7
	동남권	298	52.3	38.9	8.7	11.7	55.4	32.9
	강원권	63	68.3	25.4	6.3	12.7	55.6	31.7
가구원수	1인 가구	327	54.1	35.2	10.7	14.1	48.3	37.6
	2인 가구	455	56.3	37.4	6.4	13.2	55.4	31.4
	3인 가구	526	53.2	36.3	10.5	12.0	56.1	31.9
	4인 이상 가구	692	52.7	37.7	9.5	11.6	54.8	33.7
성별	남성	1,058	55.5	36.4	8.1	15.3	57.0	27.7
	여성	942	52.1	37.4	10.5	9.2	51.1	39.7
연령	20대	249	51.0	36.1	12.9	12.4	39.0	48.6
	30대	364	54.7	35.7	9.6	12.9	51.9	35.2
	40대	513	51.7	37.8	10.5	12.5	55.6	32.0
	50대	328	56.1	34.1	9.8	10.4	61.9	27.7
	60대 이상	546	55.5	38.6	5.9	13.4	56.8	29.9
학력	고졸 이하	455	57.1	33.8	9.0	16.3	52.7	31.0
	대졸	1,323	54.6	36.9	8.5	11.4	55.3	33.3
	대학원졸	222	43.2	42.8	14.0	10.8	50.9	38.3
직업	관리/전문/사무직	1,089	52.4	38.5	9.1	12.4	54.5	33.1
	서비스/판매직	193	53.9	34.7	11.4	9.8	55.4	34.7
	기계/농림어업/단순노무	233	57.9	33.9	8.2	20.6	52.8	26.6
	주부	208	50.0	38.0	12.0	4.3	54.8	40.9
	학생	83	50.6	37.3	12.0	8.4	44.6	47.0
	기타	194	62.9	32.0	5.2	16.0	56.2	27.8
가구소득	200만 원 미만	160	56.9	34.4	8.8	18.1	50.6	31.3
	200~400만 원 미만	597	56.1	34.2	9.7	12.6	54.1	33.3
	400~600만 원 미만	579	56.5	35.8	7.8	13.6	57.2	29.2
	600만 원 이상	664	48.9	40.8	10.2	9.9	52.6	37.5



## 2.60. 신기술을 활용한 가공식품 생산 필요성

○ 가공식품 생산 시 필요한 신기술로는 ‘친환경 포장’이 4.20점으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘스마트 팜/식물공장’이 3.91점, ‘스마트 생산제조 및 안전관리’가 3.90점 순으로 나타남. ‘식품프린팅’의 경우 상대적으로 낮은 3.14점으로 나타남.

〈그림 5-74〉 신기술을 활용한 가공식품 생산 필요성



〈표 5-114〉 신기술을 활용한 가공식품 생산 필요성

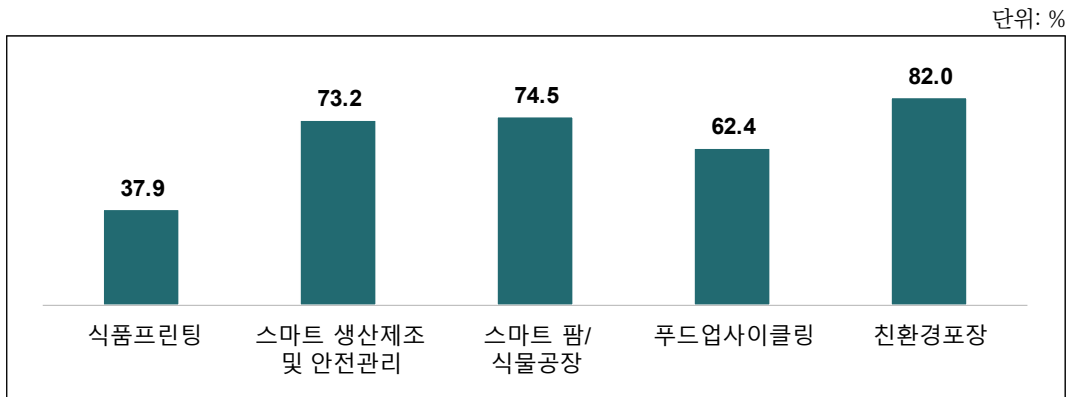
단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	식품프린팅	스마트 생산제조 및 안전관리	스마트 팜 또는 식물공장	푸드업 사이클링	친환경 포장
전체		2,000	3.14	3.90	3.91	3.78	4.20
권역	수도권	1,004	3.10	3.91	3.92	3.80	4.22
	충청권	224	2.99	3.81	3.79	3.61	4.05
	호남권	218	3.21	3.91	3.96	3.82	4.20
	대경권	193	3.20	3.91	3.93	3.70	4.18
	동남권	298	3.23	3.92	3.92	3.82	4.20
	강원권	63	3.29	3.97	4.03	3.89	4.33
가구원수	1인 가구	327	3.10	3.86	3.86	3.82	4.24
	2인 가구	455	3.13	3.87	3.94	3.77	4.18
	3인 가구	526	3.10	3.91	3.92	3.77	4.21
	4인 이상 가구	692	3.18	3.94	3.92	3.77	4.18
성별	남성	1,058	3.13	3.86	3.87	3.63	4.08
	여성	942	3.14	3.95	3.96	3.95	4.33
연령	20대	249	3.12	3.88	3.92	3.85	4.19
	30대	364	2.92	3.74	3.79	3.70	4.10
	40대	513	3.10	3.93	3.90	3.79	4.22
	50대	328	3.17	3.94	3.92	3.75	4.21
	60대 이상	546	3.29	3.97	4.00	3.80	4.23
학력	고졸 이하	455	3.26	3.83	3.89	3.70	4.15
	대졸	1,323	3.08	3.91	3.91	3.79	4.20
	대학원졸	222	3.18	3.96	3.99	3.86	4.26
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.06	3.89	3.89	3.77	4.19
	서비스/판매직	193	3.20	3.88	3.89	3.75	4.25
	기계/농림어업/단순노무	233	3.23	3.79	3.84	3.60	4.00
	주부	208	3.34	4.15	4.14	4.06	4.40
	학생	83	3.08	3.93	4.00	3.80	4.27
	기타	194	3.19	3.85	3.88	3.78	4.16
가구소득	200만 원 미만	160	3.06	3.78	3.79	3.69	4.09
	200~400만 원 미만	597	3.12	3.83	3.87	3.74	4.17
	400~600만 원 미만	579	3.14	3.91	3.91	3.75	4.19
	600만 원 이상	664	3.16	4.00	3.99	3.86	4.25

## 2.61. 신기술을 활용한 가공식품 구매 의향

- 신기술을 활용한 가공식품의 구매 의향으로는 ‘친환경 포장’ 기술을 활용한 제품의 구매 의향이 82.0%로 가장 높고, 다음으로 ‘스마트 팜/식물농장’(74.5%), ‘스마트 생산제조 및 안전관리’(73.2%)의 순으로 높음. ‘식품프린팅’의 경우 구매 의향이 37.9%에 불과함.

〈그림 5-75〉 신기술을 활용한 가공식품 구매 의향



〈표 5-115〉 신기술을 활용한 가공식품 구매 의향

단위: 명, %

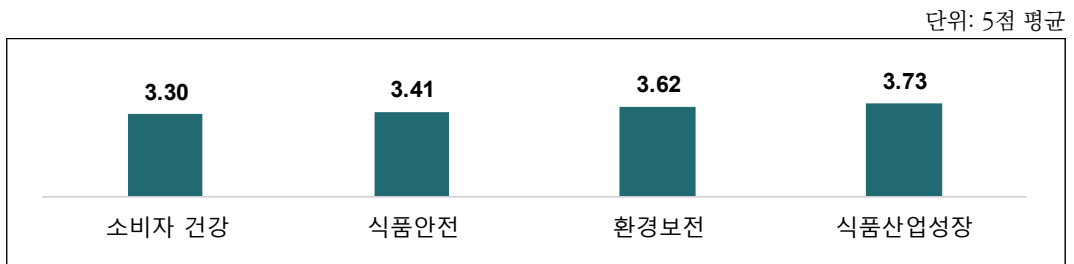
구분		사례수	식품프린팅	스마트 생산제조 및 안전관리	스마트 팜 또는 식물공장	푸드업 사이클링	친환경 포장
전체		2,000	37.9	73.2	74.5	62.4	82.0
권역	수도권	1,004	37.4	73.2	74.7	62.4	81.7
	충청권	224	29.9	69.2	69.6	55.4	77.7
	호남권	218	39.4	70.6	74.8	64.7	85.8
	대경권	193	42.0	75.1	74.6	64.2	83.9
	동남권	298	39.6	75.5	75.8	63.4	82.2
	강원권	63	47.6	79.4	79.4	68.3	81.0
가구원수	1인 가구	327	37.0	72.2	70.9	63.6	83.5
	2인 가구	455	40.0	70.3	75.6	60.9	81.8
	3인 가구	526	35.9	74.5	75.7	62.9	80.6
	4인 이상 가구	692	38.3	74.6	74.4	62.3	82.4
성별	남성	1,058	36.3	70.7	72.2	55.7	78.8
	여성	942	39.6	76.0	77.0	69.9	85.5
연령	20대	249	34.9	72.3	71.5	64.3	83.5
	30대	364	31.6	68.1	72.8	58.0	77.7
	40대	513	37.6	75.0	74.7	66.1	82.7
	50대	328	36.3	75.0	76.8	64.0	84.5
	60대 이상	546	44.5	74.2	75.3	59.9	81.9
학력	고졸 이하	455	41.8	69.9	71.6	57.1	79.3
	대졸	1,323	36.8	73.9	74.8	64.2	82.8
	대학원졸	222	36.0	75.7	78.4	61.7	82.4
직업	관리/전문/사무직	1,089	33.7	74.5	75.6	62.7	83.2
	서비스/판매직	193	39.9	70.5	66.8	58.5	81.9
	기계/농림어업/단순노무	233	39.5	65.7	70.0	53.6	72.1
	주부	208	51.4	82.7	85.6	74.0	87.5
	학생	83	36.1	73.5	73.5	62.7	88.0
	기타	194	43.3	67.5	69.6	61.9	78.4
가구소득	200만 원 미만	160	29.4	61.3	62.5	53.8	75.6
	200~400만 원 미만	597	39.0	70.4	72.5	61.0	81.4
	400~600만 원 미만	579	40.2	75.5	76.9	63.7	84.3
	600만 원 이상	664	36.7	76.7	77.0	64.5	81.9

## 2.62. 신기술 관련 가공식품 소비 영향

### 2.62.1. 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 식품프린팅

○ 식품프린팅 기술을 활용한 가공식품 소비의 분야별 영향으로는 ‘식품산업성장’이 3.73점으로 가장 긍정적으로 나타났고, 다음으로 ‘환경보전’이 3.62점으로 높게 나타남.

〈그림 5-76〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 식품프린팅



〈표 5-116〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 식품프린팅

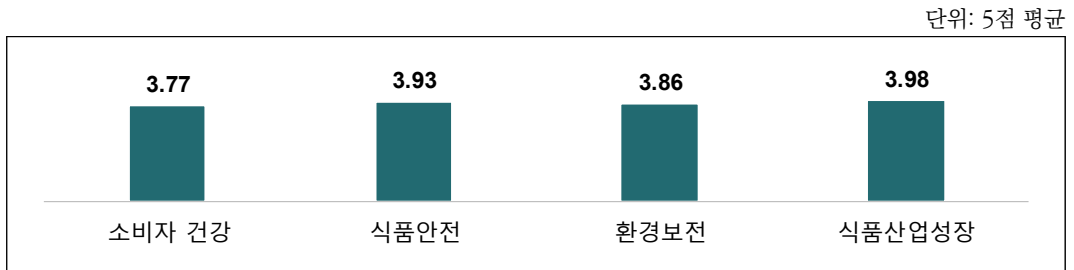
단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	소비자 건강	식품안전	환경보전	식품산업성장
전체		2,000	3.30	3.41	3.62	3.73
권역	수도권	1,004	3.27	3.38	3.63	3.76
	충청권	224	3.25	3.34	3.50	3.55
	호남권	218	3.36	3.44	3.64	3.75
	대경권	193	3.31	3.41	3.58	3.68
	동남권	298	3.35	3.49	3.68	3.77
	강원권	63	3.37	3.49	3.70	3.81
가구원수	1인 가구	327	3.30	3.42	3.61	3.71
	2인 가구	455	3.33	3.44	3.65	3.71
	3인 가구	526	3.28	3.36	3.58	3.74
	4인 이상 가구	692	3.28	3.41	3.63	3.75
성별	남성	1,058	3.28	3.40	3.58	3.68
	여성	942	3.31	3.41	3.66	3.78
연령	20대	249	3.22	3.29	3.57	3.73
	30대	364	3.17	3.21	3.42	3.61
	40대	513	3.29	3.39	3.60	3.69
	50대	328	3.33	3.47	3.65	3.75
	60대 이상	546	3.40	3.57	3.78	3.83
학력	고졸 이하	455	3.42	3.52	3.73	3.78
	대졸	1,323	3.25	3.37	3.59	3.70
	대학원졸	222	3.31	3.40	3.54	3.79
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.26	3.36	3.57	3.70
	서비스/판매직	193	3.38	3.52	3.64	3.73
	기계/농림어업/단순노무	233	3.35	3.49	3.70	3.78
	주부	208	3.42	3.50	3.77	3.83
	학생	83	3.18	3.29	3.60	3.86
	기타	194	3.26	3.40	3.61	3.66
가구소득	200만 원 미만	160	3.21	3.27	3.53	3.57
	200~400만 원 미만	597	3.29	3.40	3.61	3.67
	400~600만 원 미만	579	3.34	3.44	3.63	3.77
	600만 원 이상	664	3.29	3.42	3.63	3.78

### 2.62.2. 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 스마트 생산제조 및 안전 관리

○ 스마트 생산제조 및 안전 관리 기술을 활용한 가공식품 소비의 분야별 영향으로는 ‘식품 산업성장’이 3.98점으로 가장 긍정적으로 나타났고, 다음으로 ‘식품안전’이 3.93점으로 높게 나타남.

〈그림 5-77〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 스마트 생산제조 및 안전 관리



〈표 5-117〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 스마트 생산제조 및 안전 관리

단위: 명, 5점 평균

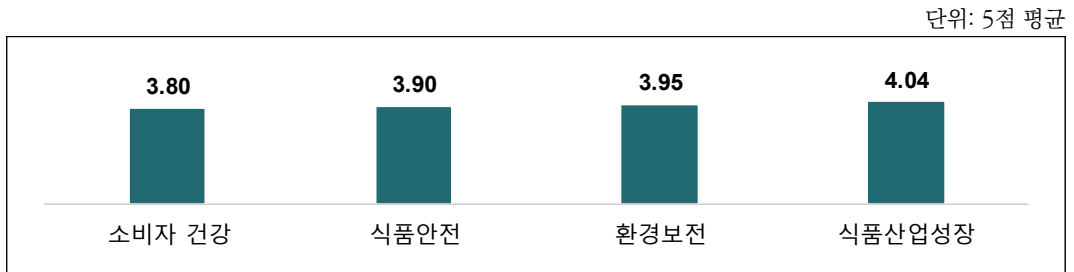
구분		사례수	소비자 건강	식품안전	환경보전	식품산업성장
전체		2,000	3.77	3.93	3.86	3.98
권역	수도권	1,004	3.79	3.94	3.87	4.02
	충청권	224	3.67	3.85	3.75	3.86
	호남권	218	3.79	3.91	3.84	3.92
	대경권	193	3.78	3.88	3.84	3.90
	동남권	298	3.80	3.98	3.93	4.04
	강원권	63	3.78	3.94	3.87	4.02
가구원수	1인 가구	327	3.76	3.89	3.83	3.96
	2인 가구	455	3.78	3.92	3.85	3.96
	3인 가구	526	3.77	3.93	3.85	3.98
	4인 이상 가구	692	3.78	3.95	3.89	4.01
성별	남성	1,058	3.74	3.89	3.83	3.92
	여성	942	3.81	3.96	3.90	4.05
연령	20대	249	3.68	3.85	3.65	3.94
	30대	364	3.73	3.88	3.68	3.92
	40대	513	3.81	3.95	3.89	3.99
	50대	328	3.79	3.95	3.93	4.00
	60대 이상	546	3.80	3.95	4.00	4.02
학력	고졸 이하	455	3.79	3.91	3.92	3.97
	대졸	1,323	3.75	3.92	3.83	3.98
	대학원졸	222	3.89	4.01	3.92	4.06
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.78	3.93	3.84	3.98
	서비스/판매직	193	3.77	3.90	3.89	3.95
	기계/농림어업/단순노무	233	3.68	3.84	3.82	3.91
	주부	208	3.95	4.11	4.07	4.17
	학생	83	3.67	3.84	3.59	3.95
	기타	194	3.74	3.88	3.87	3.94
가구소득	200만 원 미만	160	3.63	3.88	3.76	3.89
	200~400만 원 미만	597	3.77	3.88	3.85	3.95
	400~600만 원 미만	579	3.79	3.92	3.85	3.96
	600만 원 이상	664	3.80	3.98	3.90	4.06



### 2.62.3. 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 스마트팜 또는 식물공장

○ 스마트 팜 또는 식물공장 기술을 활용한 가공식품 소비의 분야별 영향으로는 ‘식품산업 성장’이 4.04점으로 가장 긍정적으로 나타났고, 다음으로 ‘환경보전’이 3.95점으로 높게 나타남.

〈그림 5-78〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 스마트 팜 또는 식물공장



〈표 5-118〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 스마트팜 또는 식물공장

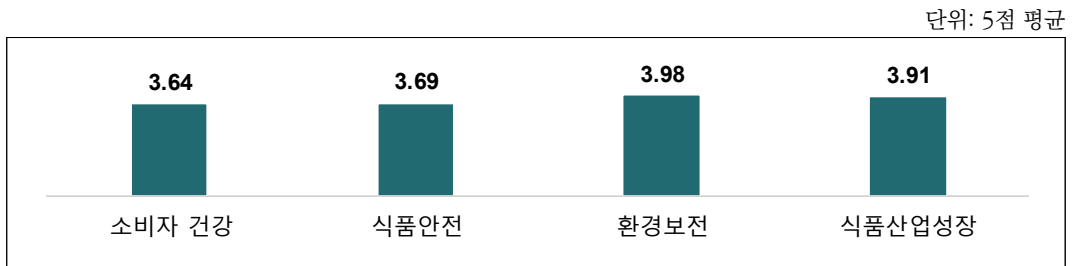
단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	소비자 건강	식품안전	환경보전	식품산업성장
전체		2,000	3.80	3.90	3.95	4.04
권역	수도권	1,004	3.81	3.90	3.98	4.05
	충청권	224	3.75	3.81	3.85	3.95
	호남권	218	3.80	3.94	3.92	4.02
	대경권	193	3.78	3.84	3.92	4.00
	동남권	298	3.82	3.92	3.97	4.09
	강원권	63	3.94	3.97	3.95	4.13
가구원수	1인 가구	327	3.75	3.86	3.90	4.02
	2인 가구	455	3.83	3.89	3.96	4.06
	3인 가구	526	3.81	3.90	3.95	4.03
	4인 이상 가구	692	3.81	3.91	3.96	4.05
성별	남성	1,058	3.77	3.87	3.93	4.00
	여성	942	3.85	3.92	3.97	4.09
연령	20대	249	3.69	3.79	3.84	4.01
	30대	364	3.76	3.79	3.81	3.95
	40대	513	3.80	3.92	3.96	4.07
	50대	328	3.88	3.95	3.98	4.03
	60대 이상	546	3.84	3.97	4.06	4.10
학력	고졸 이하	455	3.85	3.89	3.96	4.00
	대졸	1,323	3.78	3.89	3.95	4.04
	대학원졸	222	3.86	3.94	3.96	4.14
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.79	3.89	3.93	4.03
	서비스/판매직	193	3.84	3.97	3.97	4.05
	기계/농림어업/단순노무	233	3.74	3.82	3.91	4.00
	주부	208	3.97	4.06	4.13	4.19
	학생	83	3.67	3.71	3.72	4.02
	기타	194	3.78	3.86	3.96	4.02
가구소득	200만 원 미만	160	3.71	3.80	3.92	4.01
	200~400만 원 미만	597	3.75	3.85	3.93	3.98
	400~600만 원 미만	579	3.82	3.89	3.93	4.04
	600만 원 이상	664	3.86	3.96	3.99	4.10

#### 2.62.4. 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 푸드업사이클링

○ 푸드업사이클링 기술을 활용한 가공식품 소비의 분야별 영향으로는 ‘환경보전’이 3.98점으로 가장 긍정적으로 나타났고, 다음으로 ‘식품산업성장’이 3.91점으로 높게 나타남.

〈그림 5-79〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 푸드업사이클링



〈표 5-119〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 푸드업사이클링

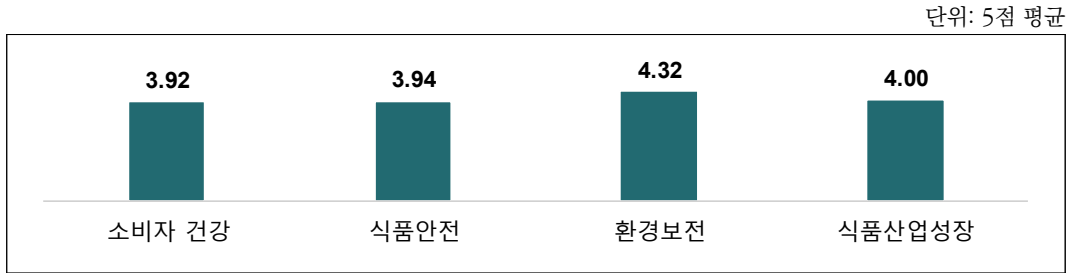
단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	소비자 건강	식품안전	환경보전	식품산업성장
전체		2,000	3.64	3.69	3.98	3.91
권역	수도권	1,004	3.62	3.67	4.02	3.92
	충청권	224	3.54	3.59	3.84	3.74
	호남권	218	3.66	3.76	3.93	3.87
	대경권	193	3.66	3.68	3.89	3.92
	동남권	298	3.70	3.73	4.03	3.97
	강원권	63	3.78	3.79	4.02	4.06
가구원수	1인 가구	327	3.60	3.65	3.99	3.93
	2인 가구	455	3.66	3.68	3.94	3.87
	3인 가구	526	3.61	3.68	4.00	3.92
	4인 이상 가구	692	3.66	3.71	3.98	3.91
성별	남성	1,058	3.58	3.64	3.87	3.82
	여성	942	3.70	3.74	4.10	4.01
연령	20대	249	3.54	3.57	4.04	3.96
	30대	364	3.56	3.56	3.93	3.79
	40대	513	3.66	3.74	4.00	3.91
	50대	328	3.67	3.73	3.94	3.91
	60대 이상	546	3.69	3.76	3.98	3.95
학력	고졸 이하	455	3.67	3.74	3.93	3.88
	대졸	1,323	3.62	3.66	3.98	3.91
	대학원졸	222	3.69	3.73	4.07	3.94
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.61	3.67	3.98	3.89
	서비스/판매직	193	3.71	3.76	3.94	3.94
	기계/농림어업/단순노무	233	3.59	3.67	3.83	3.77
	주부	208	3.79	3.83	4.14	4.07
	학생	83	3.53	3.55	3.99	3.93
	기타	194	3.65	3.65	3.98	3.92
가구소득	200만 원 미만	160	3.56	3.63	3.93	3.87
	200~400만 원 미만	597	3.60	3.66	3.92	3.86
	400~600만 원 미만	579	3.66	3.69	3.96	3.90
	600만 원 이상	664	3.67	3.72	4.06	3.97

### 2.62.5. 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 친환경 포장

○ 친환경 포장 기술을 활용한 가공식품 소비의 분야별 영향으로는 ‘환경보전’이 4.32점으로 가장 긍정적으로 나타났고, 다음으로 ‘식품산업성장’이 4.00점으로 높게 나타남.

〈그림 5-80〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 친환경 포장



〈표 5-120〉 신기술 관련 가공식품 소비 영향 - 친환경 포장

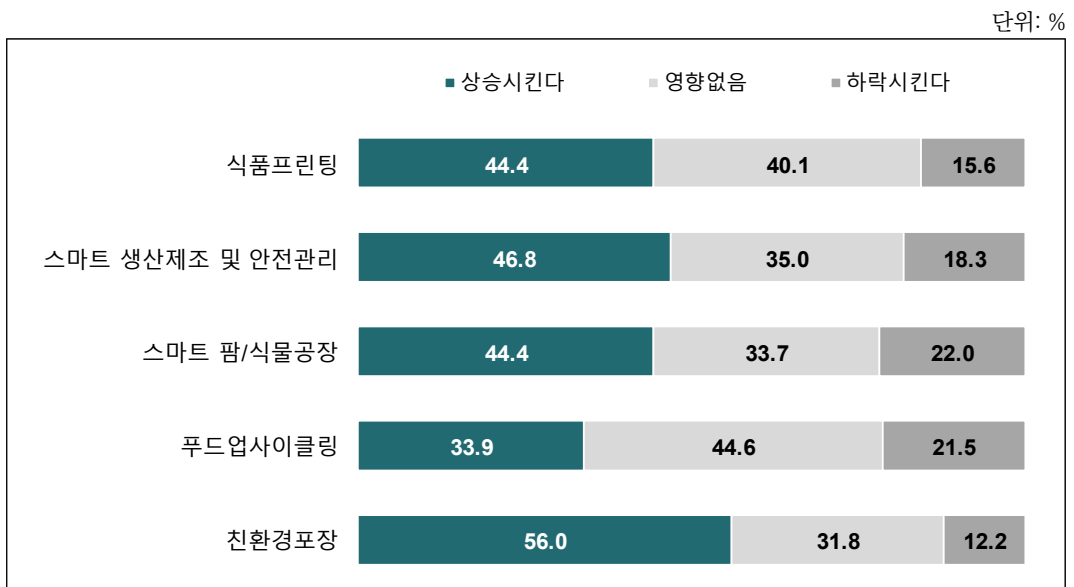
단위: 명, 5점 만점

구분		사례수	소비자 건강	식품안전	환경보전	식품산업성장
전체		2,000	3.92	3.94	4.32	4.00
권역	수도권	1,004	3.92	3.94	4.34	4.03
	충청권	224	3.85	3.83	4.25	3.89
	호남권	218	3.97	4.02	4.28	4.02
	대경권	193	3.87	3.97	4.32	3.99
	동남권	298	3.92	3.95	4.34	3.94
	강원권	63	4.14	4.03	4.41	4.06
가구원수	1인 가구	327	3.93	3.92	4.31	3.96
	2인 가구	455	3.93	3.94	4.33	4.01
	3인 가구	526	3.89	3.92	4.34	3.99
	4인 이상 가구	692	3.92	3.97	4.32	4.02
성별	남성	1,058	3.83	3.86	4.24	3.90
	여성	942	4.02	4.03	4.42	4.12
연령	20대	249	3.78	3.79	4.35	4.02
	30대	364	3.80	3.78	4.27	3.87
	40대	513	3.95	3.99	4.35	4.06
	50대	328	3.99	4.01	4.28	4.01
	60대 이상	546	3.99	4.04	4.35	4.01
학력	고졸 이하	455	4.00	4.02	4.29	4.01
	대졸	1,323	3.89	3.91	4.33	3.99
	대학원졸	222	3.95	3.98	4.36	4.01
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.88	3.90	4.32	3.99
	서비스/판매직	193	4.05	4.02	4.36	4.07
	기계/농림어업/단순노무	233	3.82	3.87	4.12	3.88
	주부	208	4.14	4.16	4.47	4.17
	학생	83	3.78	3.83	4.37	4.00
	기타	194	3.97	4.01	4.35	3.94
가구소득	200만 원 미만	160	3.83	3.87	4.24	3.88
	200~400만 원 미만	597	3.91	3.93	4.29	3.98
	400~600만 원 미만	579	3.94	3.95	4.33	4.01
	600만 원 이상	664	3.93	3.96	4.36	4.04

### 2.63. 신기술 관련 가공식품 가격 인상 영향

○ 신기술 관련 가공식품의 가격 인상 영향에 대해 ‘친환경 포장’이 가격을 상승시킬 것이라는 의견이 절반이 넘는 56.0%로 나타났고, 다음으로 ‘스마트 생산제조 및 안전관리’가 가격을 상승시킬 것이라는 의견이 46.8%로 나타남. ‘푸드업사이클링’은 가격 상승에 대해 33.9%로 크게 영향을 줄 것으로 생각하지는 않는 것으로 나타남.

〈그림 5-81〉 신기술 관련 가공식품 가격 인상 영향



〈표 5-121〉 신기술 관련 가공식품 가격 인상 영향[1/2]

단위: 명, %

구분	사례수	식품프린팅			스마트 생산제조 및 안전관리			스마트 팜 또는 식물공장			
		가격 상승	영향 없음	가격 하락	가격 상승	영향 없음	가격 하락	가격 상승	영향 없음	가격 하락	
전체	2,000	44.4	40.1	15.6	46.8	35.0	18.3	44.4	33.7	22.0	
권역	수도권	1,004	44.7	40.1	15.1	46.6	34.8	18.6	44.2	34.2	21.6
	충청권	224	44.6	40.2	15.2	51.3	31.7	17.0	50.4	29.5	20.1
	호남권	218	37.2	45.0	17.9	37.6	40.4	22.0	36.7	36.7	26.6
	대경권	193	46.1	42.0	11.9	51.3	36.3	12.4	46.1	36.3	17.6
	동남권	298	47.3	35.9	16.8	47.0	33.9	19.1	44.0	31.9	24.2
	강원권	63	42.9	34.9	22.2	50.8	31.7	17.5	47.6	31.7	20.6
가구원수	1인 가구	327	45.9	37.0	17.1	48.9	34.6	16.5	44.3	33.6	22.0
	2인 가구	455	44.8	40.7	14.5	48.6	34.9	16.5	44.4	34.7	20.9
	3인 가구	526	45.8	39.2	15.0	49.0	32.7	18.3	46.0	31.9	22.1
	4인 이상 가구	692	42.2	41.8	16.0	42.9	36.8	20.2	43.1	34.4	22.5
성별	남성	1,058	40.4	41.4	18.2	42.2	35.2	22.7	39.8	34.6	25.6
	여성	942	48.8	38.5	12.6	52.0	34.7	13.3	49.5	32.7	17.8
연령	20대	249	42.2	41.4	16.5	49.8	36.1	14.1	45.0	34.5	20.5
	30대	364	43.1	43.7	13.2	47.8	38.2	14.0	44.8	35.2	20.1
	40대	513	47.2	40.9	11.9	46.4	35.7	17.9	47.0	34.7	18.3
	50대	328	44.8	39.3	15.9	47.0	33.2	19.8	44.8	33.2	22.0
	60대 이상	546	43.2	36.6	20.1	45.1	32.6	22.3	41.0	31.7	27.3
학력	고졸 이하	455	42.0	44.2	13.8	43.1	40.9	16.0	43.7	37.4	18.9
	대졸	1,323	45.2	39.1	15.7	47.8	33.7	18.4	44.7	33.3	22.0
	대학원졸	222	44.1	37.4	18.5	48.2	30.2	21.6	43.7	28.4	27.9
직업	관리/전문/사무직	1,089	46.6	38.9	14.5	47.8	34.3	17.9	45.2	34.0	20.8
	서비스/판매직	193	39.9	43.5	16.6	40.9	38.3	20.7	43.0	33.7	23.3
	기계/농림어업/단순노무	233	35.6	47.2	17.2	41.6	40.3	18.0	38.2	39.1	22.7
	주부	208	53.4	35.1	11.5	55.3	32.7	12.0	51.9	28.4	19.7
	학생	83	48.2	33.7	18.1	54.2	28.9	16.9	57.8	26.5	15.7
	기타	194	35.6	42.3	22.2	41.2	33.5	25.3	34.5	34.5	30.9
가구소득	200만 원 미만	160	40.0	43.8	16.3	45.0	38.8	16.3	41.3	36.3	22.5
	200~400만 원 미만	597	44.2	39.7	16.1	47.7	35.7	16.6	45.4	34.3	20.3
	400~600만 원 미만	579	42.1	42.3	15.5	44.9	36.6	18.5	41.8	33.9	24.4
	600만 원 이상	664	47.4	37.5	15.1	48.0	31.9	20.0	46.4	32.4	21.2



〈표 5-121〉 신기술 관련 가공식품 가격 인상 영향[2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	푸드업사이클링			친환경 포장		
			가격상승	영향없음	가격 하락	가격상승	영향없음	가격하락
전체		2,000	33.9	44.6	21.5	56.0	31.8	12.2
권역	수도권	1,004	34.8	43.1	22.1	57.9	30.3	11.9
	충청권	224	34.8	48.2	17.0	55.8	32.6	11.6
	호남권	218	26.6	51.4	22.0	48.6	35.8	15.6
	대경권	193	36.3	48.2	15.5	54.9	33.7	11.4
	동남권	298	33.6	40.6	25.8	55.4	32.9	11.7
	강원권	63	36.5	39.7	23.8	58.7	28.6	12.7
가구원수	1인 가구	327	33.9	45.0	21.1	56.9	31.2	11.9
	2인 가구	455	34.1	44.8	21.1	57.8	30.8	11.4
	3인 가구	526	36.1	42.8	21.1	55.7	33.3	11.0
	4인 이상 가구	692	32.1	45.7	22.3	54.6	31.6	13.7
성별	남성	1,058	30.1	47.6	22.3	53.7	32.5	13.8
	여성	942	38.2	41.2	20.6	58.6	31.0	10.4
연령	20대	249	33.3	43.8	22.9	55.4	34.5	10.0
	30대	364	34.1	45.6	20.3	54.4	33.8	11.8
	40대	513	35.3	44.8	19.9	57.9	31.0	11.1
	50대	328	36.0	42.4	21.6	55.2	31.7	13.1
	60대 이상	546	31.5	45.4	23.1	56.0	30.0	13.9
학력	고졸 이하	455	32.3	49.2	18.5	51.2	36.0	12.7
	대졸	1,323	35.0	42.8	22.2	57.6	31.0	11.4
	대학원졸	222	30.6	45.9	23.4	56.3	27.9	15.8
직업	관리/전문/사무직	1,089	34.3	44.1	21.6	57.4	30.7	11.9
	서비스/판매직	193	34.2	39.9	25.9	49.2	32.6	18.1
	기계/농림어업/단순노무	233	29.6	53.6	16.7	46.8	41.2	12.0
	주부	208	42.8	36.1	21.2	64.9	25.5	9.6
	학생	83	37.3	43.4	19.3	63.9	27.7	8.4
	기타	194	25.3	51.0	23.7	53.1	34.5	12.4
가구소득	200만 원 미만	160	32.5	45.0	22.5	53.1	36.3	10.6
	200~400만 원 미만	597	34.5	45.6	19.9	54.3	33.2	12.6
	400~600만 원 미만	579	31.6	47.2	21.2	53.9	32.1	14.0
	600만 원 이상	664	35.7	41.4	22.9	60.1	29.2	10.7

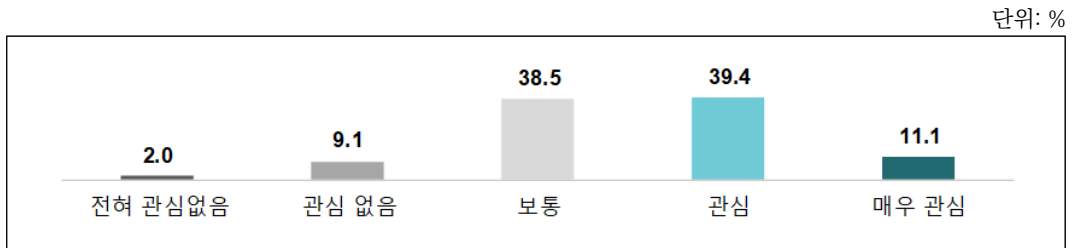
### 3. 가공식품의 안전성

#### 3.1. 가공식품 안전성 문제 관심도

○ 가공식품의 안전성 문제에 대한 관심도는 관심이 있는 편이라는 의견이 50.5%, 보통이라는 의견이 38.5%로 나타남.

- 연령이 높을수록 안전성 문제에 대한 관심도가 높게 나타남.
- 가구소득이 높을수록 안전성 문제에 대한 관심도가 높게 나타남.

〈그림 5-82〉 가공식품 안전성 문제 관심도



〈표 5-122〉 가공식품 안전성 문제 관심도

단위: 명, %, 5점 평균

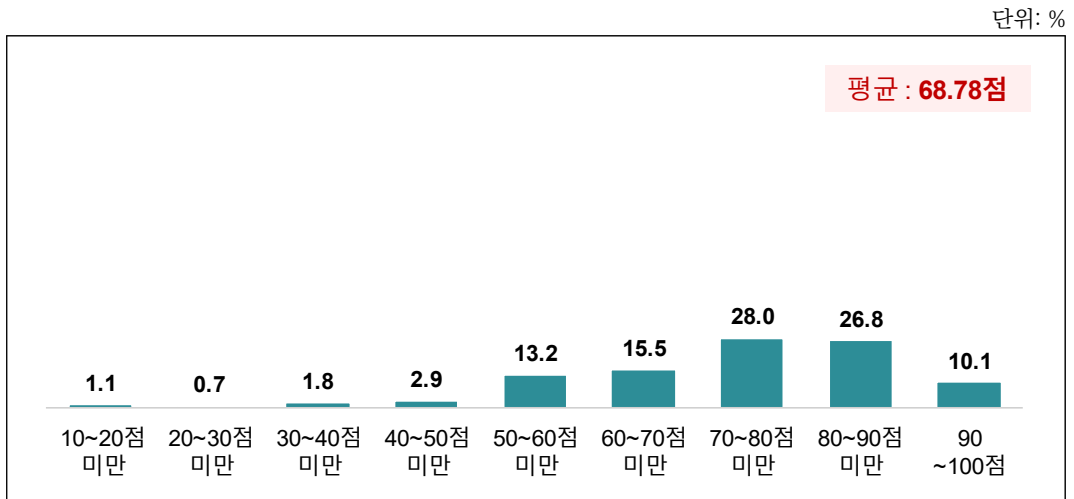
구분		사례수	전혀 관심 없음	관심 없음	보통	관심	매우 관심	5점 평균
전체		2,000	2.0	9.1	38.5	39.4	11.1	3.49
권역	수도권	1,004	1.9	9.5	37.3	40.0	11.4	3.50
	충청권	224	1.8	8.0	43.3	39.3	7.6	3.43
	호남권	218	1.8	6.9	38.5	41.7	11.0	3.53
	대경권	193	3.1	9.3	37.3	35.8	14.5	3.49
	동남권	298	0.7	8.7	40.6	38.9	11.1	3.51
	강원권	63	7.9	14.3	34.9	33.3	9.5	3.22
가구원수	1인 가구	327	4.0	10.1	44.0	30.6	11.3	3.35
	2인 가구	455	1.8	10.8	34.1	40.2	13.2	3.52
	3인 가구	526	1.9	7.8	37.5	44.3	8.6	3.50
	4인 이상 가구	692	1.3	8.4	39.6	39.2	11.6	3.51
성별	남성	1,058	2.2	8.8	37.5	40.5	11.0	3.49
	여성	942	1.8	9.3	39.6	38.0	11.3	3.48
연령	20대	249	4.4	20.5	43.4	28.1	3.6	3.06
	30대	364	3.8	14.6	41.2	33.5	6.9	3.25
	40대	513	1.4	6.0	44.1	36.1	12.5	3.52
	50대	328	0.9	4.9	39.3	46.3	8.5	3.57
	60대 이상	546	0.9	5.5	28.8	47.3	17.6	3.75
학력	고졸 이하	455	2.0	9.0	43.1	36.3	9.7	3.43
	대졸	1,323	2.0	9.8	37.6	39.8	10.9	3.48
	대학원졸	222	1.8	5.0	34.7	43.2	15.3	3.65
직업	관리/전문/사무직	1,089	1.4	10.5	38.3	40.1	9.7	3.46
	서비스/판매직	193	2.1	6.7	42.0	38.3	10.9	3.49
	기계/농림어업/단순노무	233	3.0	6.4	44.2	37.8	8.6	3.42
	주부	208	1.0	3.4	31.3	43.3	21.2	3.80
	학생	83	4.8	22.9	37.3	31.3	3.6	3.06
	기타	194	4.1	6.7	37.6	37.1	14.4	3.51
가구소득	200만 원 미만	160	3.1	12.5	43.1	31.3	10.0	3.33
	200~400만 원 미만	597	3.4	8.9	42.7	35.5	9.5	3.39
	400~600만 원 미만	579	1.4	9.2	35.1	42.8	11.6	3.54
	600만 원 이상	664	1.1	8.3	36.6	41.7	12.3	3.56

### 3.2. 식품 안전성 정도 체감 정도

○ 식품의 안전성을 체감하는 정도는 전체 평균 68.78점으로 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 호남권이 70.52점으로 가장 높고, 대경권에서 67.08점으로 가장 낮게 나타남.
- 연령별로 50대 이상에서 70점 이상으로 높았으며, 30대에서 상대적으로 낮은 63.85점으로 나타남.

〈그림 5-83〉 식품 안전성 정도 체감 정도(100점 만점 기준)



〈표 5-123〉 식품 안전성 정도 체감 정도(100점 만점 기준)

단위: 명, %

구분		사례수	10~20점 미만	20~30점 미만	30~40점 미만	40~50점 미만	50~60점 미만	60~70점 미만	70~80점 미만	80~90점 미만	90~100점	평균 (점)
전체		2,000	1.1	0.7	1.8	2.9	13.2	15.5	28.0	26.8	10.1	68.78
권역	수도권	1,004	1.1	1.1	1.5	2.3	13.3	15.1	27.9	28.4	9.3	68.88
	충청권	224	0.4	0.4	1.8	3.6	13.8	12.5	30.8	27.7	8.9	68.93
	호남권	218	0.5	0.0	1.8	4.1	11.9	13.3	26.1	30.7	11.5	70.52
	대경권	193	2.6	0.0	1.0	5.2	13.0	19.7	25.9	21.8	10.9	67.08
	동남권	298	1.0	0.7	2.7	2.3	13.4	16.8	28.9	23.2	11.1	68.27
	강원권	63	1.6	0.0	4.8	1.6	11.1	19.0	28.6	17.5	15.9	68.08
가구원수	1인 가구	327	0.9	0.9	4.3	4.3	15.6	15.0	25.7	22.3	11.0	66.56
	2인 가구	455	2.0	0.7	1.5	4.2	11.9	13.8	29.7	26.4	9.9	68.15
	3인 가구	526	1.3	1.0	1.9	2.5	14.4	15.6	26.6	28.3	8.4	68.12
	4인 이상 가구	692	0.4	0.4	0.7	1.7	11.8	16.6	29.0	28.0	11.1	70.73
성별	남성	1,058	1.3	0.5	1.4	2.2	11.0	13.9	30.0	28.1	11.7	70.23
	여성	942	0.8	1.0	2.2	3.7	15.6	17.2	25.8	25.4	8.3	67.14
연령	20대	249	0.4	1.2	2.4	4.0	16.1	12.0	23.3	28.5	12.0	69.08
	30대	364	3.8	1.9	2.5	4.1	17.6	16.5	25.0	20.6	8.0	63.85
	40대	513	0.4	0.8	1.8	1.4	13.3	16.4	30.8	25.7	9.6	69.11
	50대	328	0.3	0.0	0.6	3.4	11.6	14.6	28.4	30.2	11.0	70.82
	60대 이상	546	0.7	0.0	1.8	2.7	9.7	15.9	29.3	29.1	10.6	70.37
학력	고졸 이하	455	1.1	0.2	2.0	3.7	12.7	13.6	28.1	25.3	13.2	69.49
	대졸	1,323	1.1	1.0	1.7	2.7	13.5	16.6	27.7	26.9	8.8	68.30
	대학원졸	222	1.4	0.0	2.3	2.3	12.2	12.2	29.3	29.3	11.3	70.13
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.8	1.0	1.1	2.3	14.1	16.6	28.2	26.1	9.7	68.84
	서비스/판매직	193	1.6	0.5	3.1	4.7	11.9	11.9	24.9	34.2	7.3	68.05
	기계/농림어업/단순노무	233	1.7	0.0	3.0	3.0	12.4	13.3	29.6	25.3	11.6	68.67
	주부	208	0.5	0.0	1.9	4.3	11.5	14.4	30.3	26.0	11.1	69.33
	학생	83	1.2	1.2	3.6	4.8	14.5	10.8	20.5	32.5	10.8	68.47
	기타	194	2.1	0.5	2.1	2.1	10.8	18.0	28.9	23.7	11.9	68.79
가구소득	200만 원 미만	160	1.3	1.3	2.5	1.3	16.9	15.0	29.4	18.8	13.8	67.58
	200~400만 원 미만	597	1.7	0.3	2.3	4.4	12.9	16.6	27.3	26.0	8.5	67.47
	400~600만 원 미만	579	1.0	0.9	2.2	2.8	13.0	15.9	29.4	25.2	9.7	68.32
	600만 원 이상	664	0.6	0.8	0.8	2.1	12.7	14.2	27.1	30.9	11.0	70.64

### 3.3. 가공식품 종류별 안전성 평가

- 가공식품 종류별 안전성 평가는 ‘건강기능식품’이 3.85점으로 가장 높았으며, ‘커피 및 차’가 3.82점, ‘유가공품’이 3.76점, ‘장류’가 3.72점 순으로 높게 나타남.
- ‘육류가공품’과 ‘조미수산가공품’, ‘염건수산가공품’, ‘김치 및 절임류’, ‘알가공품’에서 는 평가점수가 3.4점 미만으로 상대적으로 낮음.
  - 대체로 고소득 가구에서 안전성에 대해 긍정적으로 평가하고 있음.

〈그림 5-84〉 가공식품 종류별 안전성 평가

단위: 5점 평균



〈표 5-124〉 가공식품 종류별 안전성 평가[1/2]

단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	육류 가공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유 가공품
전체		1,994	3.22	3.36	3.17	3.26	3.35	3.49	3.72	3.65	3.63	3.76
권역	수도권	1,001	3.21	3.34	3.16	3.25	3.32	3.47	3.70	3.66	3.65	3.75
	충청권	224	3.25	3.43	3.15	3.19	3.36	3.50	3.68	3.59	3.54	3.72
	호남권	216	3.31	3.40	3.27	3.36	3.42	3.53	3.83	3.68	3.64	3.84
	대경권	193	3.25	3.40	3.21	3.39	3.36	3.58	3.68	3.62	3.64	3.75
	동남권	297	3.14	3.35	3.16	3.23	3.34	3.42	3.72	3.66	3.62	3.74
	강원권	63	3.26	3.34	3.06	3.21	3.41	3.54	3.77	3.76	3.73	3.83
가구원수	1인 가구	325	3.08	3.31	3.03	3.22	3.32	3.42	3.73	3.61	3.57	3.72
	2인 가구	455	3.26	3.35	3.18	3.25	3.34	3.52	3.76	3.65	3.64	3.76
	3인 가구	525	3.27	3.39	3.23	3.28	3.39	3.51	3.70	3.67	3.62	3.75
	4인 이상 가구	689	3.21	3.38	3.19	3.28	3.34	3.48	3.69	3.66	3.66	3.78
성별	남성	1,057	3.33	3.45	3.24	3.31	3.39	3.56	3.73	3.67	3.65	3.78
	여성	937	3.10	3.27	3.10	3.22	3.30	3.41	3.70	3.64	3.61	3.73
연령	20대	244	3.22	3.46	3.21	3.35	3.51	3.55	3.88	3.77	3.78	3.73
	30대	363	3.15	3.33	3.00	3.09	3.23	3.37	3.62	3.60	3.51	3.55
	40대	513	3.14	3.33	3.07	3.18	3.25	3.42	3.61	3.58	3.54	3.72
	50대	328	3.24	3.34	3.21	3.28	3.34	3.50	3.68	3.69	3.68	3.87
	60대 이상	546	3.33	3.39	3.34	3.41	3.45	3.59	3.82	3.69	3.70	3.87
학력	고졸 이하	454	3.26	3.43	3.20	3.36	3.42	3.51	3.80	3.68	3.71	3.77
	대졸	1,318	3.21	3.34	3.16	3.23	3.32	3.48	3.69	3.64	3.60	3.75
	대학원졸	222	3.17	3.35	3.16	3.24	3.35	3.50	3.67	3.68	3.62	3.75
직업	관리/전문/사무직	1,088	3.21	3.36	3.13	3.23	3.33	3.48	3.70	3.65	3.63	3.75
	서비스/판매직	191	3.24	3.39	3.24	3.27	3.35	3.48	3.78	3.70	3.64	3.78
	기계/농림어업/단순노무	231	3.30	3.44	3.25	3.36	3.39	3.59	3.73	3.61	3.64	3.74
	주부	208	3.10	3.25	3.17	3.28	3.28	3.42	3.70	3.66	3.59	3.81
	학생	82	3.33	3.49	3.19	3.28	3.44	3.55	3.80	3.78	3.82	3.71
	기타	194	3.24	3.36	3.22	3.32	3.41	3.44	3.74	3.62	3.57	3.79
가구소득	200만 원 미만	159	3.13	3.30	3.14	3.31	3.39	3.42	3.70	3.56	3.55	3.72
	200~400만 원 미만	594	3.17	3.37	3.13	3.23	3.32	3.43	3.69	3.60	3.55	3.69
	400~600만 원 미만	578	3.23	3.33	3.17	3.30	3.35	3.52	3.80	3.69	3.68	3.78
	600만 원 이상	663	3.27	3.40	3.21	3.25	3.36	3.53	3.68	3.69	3.68	3.80

〈표 5-124〉 가공식품 종류별 안전성 평가[2/2]

단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 기능 식품
전체		1,994	3.57	3.58	3.67	3.67	3.75	3.82	3.66	3.74	3.56	3.85
권역	수도권	1,001	3.57	3.58	3.68	3.67	3.76	3.81	3.65	3.73	3.54	3.83
	충청권	224	3.61	3.58	3.62	3.63	3.71	3.74	3.62	3.74	3.57	3.81
	호남권	216	3.58	3.56	3.62	3.67	3.79	3.85	3.65	3.77	3.64	3.89
	대경권	193	3.54	3.66	3.73	3.69	3.81	3.92	3.74	3.80	3.62	3.95
	동남권	297	3.50	3.47	3.63	3.66	3.70	3.78	3.66	3.67	3.55	3.83
	강원권	63	3.68	3.79	3.77	3.79	3.77	3.94	3.79	3.94	3.54	3.82
가구원수	1인 가구	325	3.53	3.51	3.60	3.62	3.70	3.77	3.64	3.72	3.51	3.71
	2인 가구	455	3.52	3.61	3.69	3.67	3.79	3.83	3.67	3.81	3.58	3.86
	3인 가구	525	3.59	3.59	3.69	3.66	3.77	3.86	3.67	3.73	3.53	3.89
	4인 이상 가구	689	3.60	3.58	3.67	3.71	3.74	3.80	3.66	3.72	3.61	3.87
성별	남성	1,057	3.59	3.60	3.71	3.67	3.78	3.85	3.71	3.81	3.59	3.89
	여성	937	3.54	3.55	3.62	3.67	3.72	3.78	3.60	3.66	3.53	3.80
연령	20대	244	3.54	3.57	3.61	3.77	3.81	3.83	3.64	3.63	3.57	3.85
	30대	363	3.42	3.40	3.48	3.55	3.58	3.61	3.44	3.43	3.44	3.68
	40대	513	3.49	3.51	3.56	3.60	3.65	3.74	3.57	3.69	3.51	3.79
	50대	328	3.65	3.64	3.77	3.75	3.79	3.86	3.74	3.83	3.61	3.91
	60대 이상	546	3.70	3.72	3.85	3.73	3.92	4.00	3.85	4.00	3.66	3.97
학력	고졸 이하	454	3.59	3.60	3.71	3.73	3.79	3.86	3.71	3.79	3.60	3.91
	대졸	1,318	3.56	3.57	3.66	3.66	3.75	3.81	3.64	3.72	3.56	3.82
	대학원졸	222	3.55	3.59	3.63	3.64	3.71	3.81	3.66	3.78	3.54	3.86
직업	관리/전문/사무직	1,088	3.55	3.55	3.64	3.65	3.71	3.78	3.65	3.71	3.53	3.82
	서비스/판매직	191	3.61	3.60	3.71	3.68	3.77	3.84	3.64	3.81	3.64	3.93
	기계/농림어업/단순노무	231	3.56	3.61	3.65	3.69	3.77	3.84	3.71	3.77	3.62	3.87
	주부	208	3.62	3.67	3.77	3.69	3.81	3.87	3.68	3.80	3.62	3.89
	학생	82	3.40	3.62	3.65	3.84	3.87	3.94	3.72	3.74	3.71	3.92
	기타	194	3.63	3.55	3.70	3.69	3.83	3.87	3.67	3.74	3.52	3.84
가구소득	200만 원 미만	159	3.54	3.51	3.67	3.65	3.79	3.82	3.65	3.69	3.51	3.79
	200~400만 원 미만	594	3.50	3.52	3.59	3.61	3.70	3.74	3.57	3.69	3.54	3.80
	400~600만 원 미만	578	3.57	3.58	3.65	3.66	3.75	3.83	3.65	3.74	3.56	3.85
	600만 원 이상	663	3.63	3.64	3.74	3.74	3.78	3.88	3.75	3.80	3.61	3.90

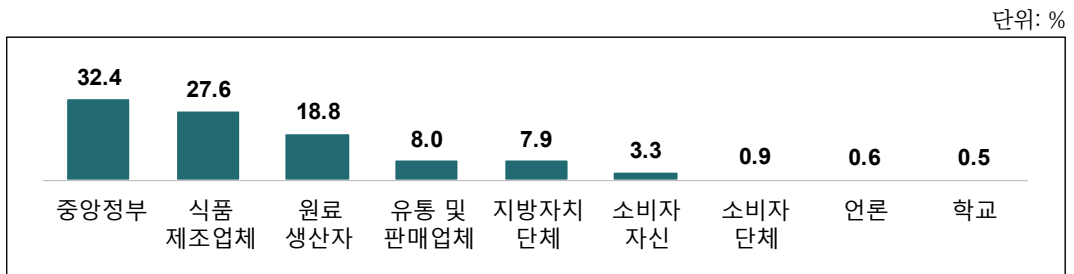


### 3.4. 가공식품 안전관리를 위한 각 주체별 중요도

○ 가공식품 안전관리를 위한 각 주체별 중요도는 ‘중앙정부’가 32.4%로 가장 높고 ‘식품 제조업체’가 27.6%, ‘원료 생산자’가 18.8% 순으로 나타남.

- 모든 응답자 특성에서 ‘중앙정부’의 중요도가 가장 높게 나타남.

〈그림 5-85〉 가공식품 안전관리를 위한 각 주체별 중요도



〈표 5-125〉 가공식품 안전관리를 위한 각 주체별 중요도

단위: 명, %

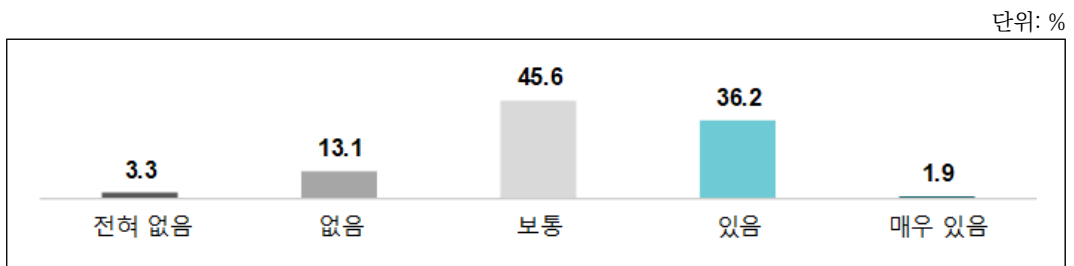
구분	사례수	중앙 정부	지방 자치 단체	원료 생산자	식품 제조 업체	유통 및 판매 업체	소비자 자신	학교	소비자 단체	언론
전체	2,000	32.4	7.9	18.8	27.6	8.0	3.3	0.5	0.9	0.6
권역	수도권	1,004	33.0	8.3	18.0	28.1	7.2	3.2	0.6	0.8
	충청권	224	34.3	8.8	18.5	26.9	7.4	3.1	0.2	0.4
	호남권	218	28.7	7.3	23.5	26.1	8.3	3.4	1.3	1.0
	대경권	193	32.2	7.5	18.8	28.3	8.8	2.3	0.3	1.6
	동남권	298	31.8	6.8	18.2	27.5	10.0	4.0	0.2	1.1
	강원권	63	32.3	6.9	18.8	27.5	8.2	5.0	0.0	1.3
가구원수	1인 가구	327	33.9	7.9	17.9	26.4	7.9	3.4	0.4	1.0
	2인 가구	455	33.8	7.7	20.2	27.4	6.8	2.6	0.5	0.9
	3인 가구	526	29.9	7.8	19.5	29.1	8.8	3.5	0.3	0.7
	4인 이상 가구	692	32.7	8.1	17.7	27.3	8.1	3.6	0.8	1.1
성별	남성	1,058	33.3	10.0	18.1	26.4	7.5	3.0	0.3	0.8
	여성	942	31.4	5.6	19.5	29.1	8.5	3.7	0.8	1.0
연령	20대	249	31.5	6.4	19.1	26.3	11.8	3.7	0.4	0.4
	30대	364	31.5	8.8	19.2	27.2	7.7	3.6	0.6	0.5
	40대	513	31.3	7.6	18.6	28.6	7.8	3.5	0.9	0.9
	50대	328	32.9	8.4	19.0	27.0	7.9	3.1	0.4	1.1
	60대 이상	546	34.2	8.1	18.3	28.0	6.5	2.8	0.3	1.4
학력	고졸 이하	455	31.2	7.0	19.3	26.8	9.6	3.8	0.7	0.9
	대졸	1,323	32.9	7.8	18.9	27.6	7.5	3.2	0.6	0.9
	대학원졸	222	31.9	10.3	16.5	29.9	7.3	2.7	0.0	0.9
직업	관리/전문/사무직	1,089	32.7	8.4	18.3	28.3	7.5	3.1	0.4	0.8
	서비스/판매직	193	34.5	7.0	18.1	26.7	8.9	3.9	0.2	0.5
	기계/농림어업/단순노무	233	31.5	9.4	19.2	24.5	10.2	2.9	0.6	1.1
	주부	208	30.3	4.6	20.4	29.6	8.3	3.1	1.8	1.7
	학생	83	32.5	6.2	19.1	27.7	8.8	4.4	0.0	0.4
	기타	194	31.9	8.8	19.8	26.5	6.3	3.8	0.3	1.4
가구소득	200만 원 미만	160	32.5	8.6	18.5	26.3	8.4	3.4	0.4	1.0
	200~400만 원 미만	597	32.9	7.4	17.8	27.9	8.3	3.1	0.6	1.0
	400~600만 원 미만	579	31.3	8.0	19.8	27.9	7.8	3.7	0.5	0.6
	600만 원 이상	664	32.9	8.2	18.8	27.5	7.7	3.0	0.6	1.0

### 3.5. 가공식품 안전성에 대한 지불의향

○ 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향이 있는가에 대해 38.1%가 지불의향을 보임('있음' 36.2%, '매우 있음' 1.9%).

- 가구원 수별로는 1인 가구의 지불의향이 상대적으로 낮음.
- 가구소득별로 보았을 때, 소득이 높을수록 높은 지불의향을 보임.
- 성별로는 남성보다는 여성이 높은 지불의향을 보임.

〈그림 5-86〉 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향



〈표 5-126〉 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향

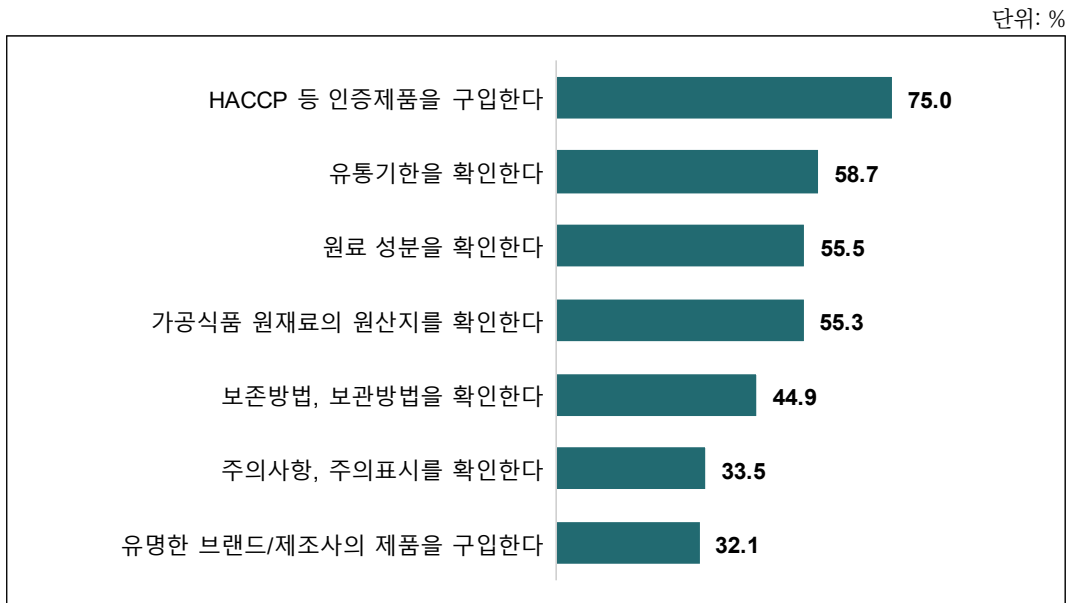
단위: 명, %, 5점 평균

구분		사례수	전혀 없음	없음	보통이다/ 그저 그렇다	있음	매우 있음	5점 평균
전체		2,000	3.3	13.1	45.6	36.2	1.9	3.20
지역	수도권	1,004	3.7	12.3	42.8	38.9	2.3	3.24
	충청권	224	3.1	13.4	49.1	34.4	0.0	3.15
	호남권	218	1.8	11.9	49.1	33.9	3.2	3.25
	대경권	193	4.7	15.0	45.1	33.7	1.6	3.12
	동남권	298	1.7	12.8	51.7	32.9	1.0	3.19
	강원권	63	4.8	23.8	38.1	30.2	3.2	3.03
가구원수	1인 가구	327	3.7	16.2	46.5	32.1	1.5	3.12
	2인 가구	455	4.2	11.2	46.2	36.3	2.2	3.21
	3인 가구	526	3.6	12.2	45.6	37.3	1.3	3.21
	4인 이상 가구	692	2.2	13.4	44.8	37.3	2.3	3.24
성별	남성	1,058	4.3	13.9	44.0	36.0	1.8	3.17
	여성	942	2.1	12.1	47.3	36.4	2.0	3.24
연령	20대	249	4.4	17.3	46.6	29.3	2.4	3.08
	30대	364	5.8	17.0	43.1	31.0	3.0	3.09
	40대	513	3.3	12.3	45.8	36.8	1.8	3.21
	50대	328	0.9	10.7	45.4	41.8	1.2	3.32
	60대 이상	546	2.4	10.6	46.7	38.8	1.5	3.26
학력	고졸 이하	455	4.8	14.5	53.0	25.9	1.8	3.05
	대졸	1,323	2.9	13.2	44.4	37.7	1.8	3.22
	대학원졸	222	2.3	9.0	37.8	48.2	2.7	3.40
직업	관리/전문/사무직	1,089	2.8	13.4	43.6	38.2	1.9	3.23
	서비스/판매직	193	2.1	11.9	52.8	30.1	3.1	3.20
	기계/농림어업/단순노무	233	6.0	15.9	45.9	29.6	2.6	3.07
	주부	208	1.9	8.7	50.5	38.0	1.0	3.27
	학생	83	4.8	14.5	39.8	39.8	1.2	3.18
	기타	194	4.1	12.9	46.4	35.6	1.0	3.16
가구소득	200만 원 미만	160	6.9	18.1	50.6	21.9	2.5	2.95
	200~400만 원 미만	597	3.9	14.2	49.1	32.3	0.5	3.11
	400~600만 원 미만	579	3.1	13.8	43.4	37.8	1.9	3.22
	600만 원 이상	664	2.0	10.1	43.2	41.7	3.0	3.34

### 3.6. 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동

○ 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동은 ‘HACCP 등 인증제품을 구입’한다는 의견이 75.0%로 가장 높았으며, ‘유통기한을 확인’하겠다는 의견이 58.7%, ‘원료 성분을 확인’한다는 의견이 55.5%로 높게 나타남.

〈그림 5-87〉 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동(복수응답)



〈표 5-127〉 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동(복수응답)

단위: 명, %

구분		사례수	유명한 브랜드/ 제조사의 제품을 구입한다	HACCP 등 인증제품을 구입한다	가공식품 원재료의 원산지를 확인한다	원료 성분을 확인한다	유통 기한을 확인한다	보존방법, 보관 방법을 확인한다	주의사항, 주의 표시를 확인한다
전체		2,000	32.1	75.0	55.3	55.5	58.8	44.9	33.5
권역	수도권	1,004	35.4	77.1	54.3	55.7	58.6	43.9	33.2
	충청권	224	30.4	73.7	54.9	55.8	64.3	50.0	36.2
	호남권	218	20.6	70.2	64.2	53.7	61.0	41.3	31.7
	대경권	193	28.0	66.8	53.9	57.0	56.5	50.3	34.7
	동남권	298	33.9	75.2	53.4	53.7	56.0	44.6	32.9
	강원권	63	30.2	87.3	55.6	60.3	55.6	38.1	34.9
가구원수	1인 가구	327	31.8	74.9	54.7	56.0	55.4	45.3	33.9
	2인 가구	455	33.0	75.4	53.6	54.1	60.4	44.2	34.3
	3인 가구	526	30.0	75.5	50.8	57.0	57.6	45.8	32.3
	4인 이상 가구	692	33.2	74.4	60.1	54.9	60.3	44.4	33.7
성별	남성	1,058	34.9	73.9	51.4	52.0	62.5	46.5	33.4
	여성	942	29.0	76.2	59.7	59.3	54.7	43.0	33.7
연령	20대	249	28.9	74.3	51.0	48.2	50.2	37.3	33.3
	30대	364	36.5	74.5	47.8	54.7	50.3	37.6	28.0
	40대	513	30.8	71.0	54.6	53.4	57.1	45.8	36.8
	50대	328	29.3	77.7	58.5	59.8	61.6	42.4	32.3
	60대 이상	546	33.5	77.8	61.0	58.6	68.3	53.7	34.8
학력	고졸 이하	455	27.7	71.0	56.5	54.9	59.6	46.4	33.0
	대졸	1,323	33.3	76.0	54.4	55.2	57.1	43.4	33.0
	대학원졸	222	34.2	77.5	58.1	58.1	67.1	50.5	37.8
직업	관리/전문/사무직	1,089	33.7	74.7	52.9	54.5	57.1	42.9	32.0
	서비스/판매직	193	33.2	68.9	52.8	51.3	55.4	44.0	33.7
	기계/농림어업/단순노무	233	27.0	71.7	52.8	51.9	59.7	46.4	29.6
	주부	208	29.8	80.3	67.8	67.8	62.5	51.4	36.1
	학생	83	36.1	81.9	55.4	49.4	54.2	41.0	36.1
	기타	194	28.9	78.4	60.8	58.2	68.6	49.5	42.8
가구소득	200만 원 미만	160	23.1	68.8	52.5	51.9	65.6	47.5	42.5
	200~400만 원 미만	597	32.8	73.4	52.8	54.1	58.6	44.1	31.0
	400~600만 원 미만	579	31.6	77.0	58.5	56.3	59.2	46.1	32.5
	600만 원 이상	664	34.0	76.2	55.4	56.8	56.9	43.8	34.5

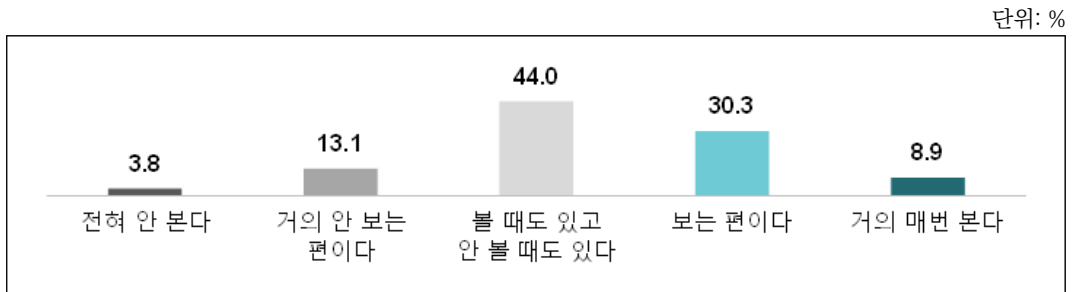
## 4. 가공식품 표시/정보

### 4.1. 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부

○ 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부는 ‘볼 때도 있고 안 볼 때도 있다’는 의견이 44.0%로 가장 높게 나타났지만, 보지 않는 비율보다는 보는 비율이 2배 이상 높음.

- 권역별로 충청권과 강원권 거주자의 표시 내용 확인 여부가 높게 나타났으며, 대경권이 가장 낮은 수치를 보임.
- 2인 가구에서 확인 여부가 가장 높았으며, 4인 이상 가구에서 가장 낮음.
- 연령이 높을수록 확인 여부가 높게 나타났으며, 20대에서 상대적으로 낮게 나타남.

〈그림 5-88〉 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부



〈표 5-128〉 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 안 본다	거의 안 보는 편이다	볼 때도 있고 안 볼 때도 있다	보는 편이다	거의 매번 본다
전체		2,000	3.8	13.1	44.0	30.3	8.9
권역	수도권	1,004	4.4	13.0	42.7	30.7	9.2
	충청권	224	4.5	9.4	42.9	36.6	6.7
	호남권	218	1.4	11.5	50.5	28.4	8.3
	대경권	193	3.6	18.7	44.0	24.9	8.8
	동남권	298	3.7	12.8	46.0	28.5	9.1
	강원권	63	1.6	15.9	36.5	31.7	14.3
가구원수	1인 가구	327	4.0	13.8	43.7	30.3	8.3
	2인 가구	455	3.7	13.8	41.8	30.5	10.1
	3인 가구	526	3.2	13.1	43.5	31.6	8.6
	4인 이상 가구	692	4.2	12.1	46.0	29.0	8.7
성별	남성	1,058	4.7	15.4	43.7	28.7	7.5
	여성	942	2.8	10.4	44.4	32.0	10.5
연령	20대	249	8.0	14.5	48.6	23.7	5.2
	30대	364	7.1	11.8	48.9	23.9	8.2
	40대	513	2.7	12.5	46.8	30.0	8.0
	50대	328	2.7	14.0	39.3	35.1	8.8
	60대 이상	546	1.3	13.2	38.8	34.8	11.9
학력	고졸 이하	455	4.6	12.1	42.0	33.6	7.7
	대졸	1,323	3.8	13.2	45.4	29.1	8.5
	대학원졸	222	2.3	14.0	40.1	30.2	13.5
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.7	13.9	45.5	28.7	8.3
	서비스/판매직	193	4.7	14.0	45.6	25.9	9.8
	기계/농림어업/단순노무	233	6.4	14.2	41.2	31.8	6.4
	주부	208	1.0	6.3	38.5	42.8	11.5
	학생	83	7.2	10.8	49.4	22.9	9.6
	기타	194	2.1	14.4	40.7	31.4	11.3
가구소득	200만 원 미만	160	5.6	10.6	46.9	27.5	9.4
	200~400만 원 미만	597	4.5	13.7	45.4	29.1	7.2
	400~600만 원 미만	579	3.5	14.0	42.0	32.1	8.5
	600만 원 이상	664	3.0	12.2	43.8	30.3	10.7



## 4.2. 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용 (복수응답)

○ 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용은 과자를 제외한 모든 품목에서 ‘유통기한’이 가장 높게 나타났고, 과자의 경우 ‘가격’이 가장 높게 나타남.

- 품목별로 과자를 제외한 모든 품목에서 ‘유통기한’, ‘가격’의 순으로 나타났고, 과자의 경우 ‘가격’, ‘유통기한’의 순으로 모든 품목에서 ‘유통기한’과 ‘가격’을 확인하는 비율이 높은 것을 알 수 있음.

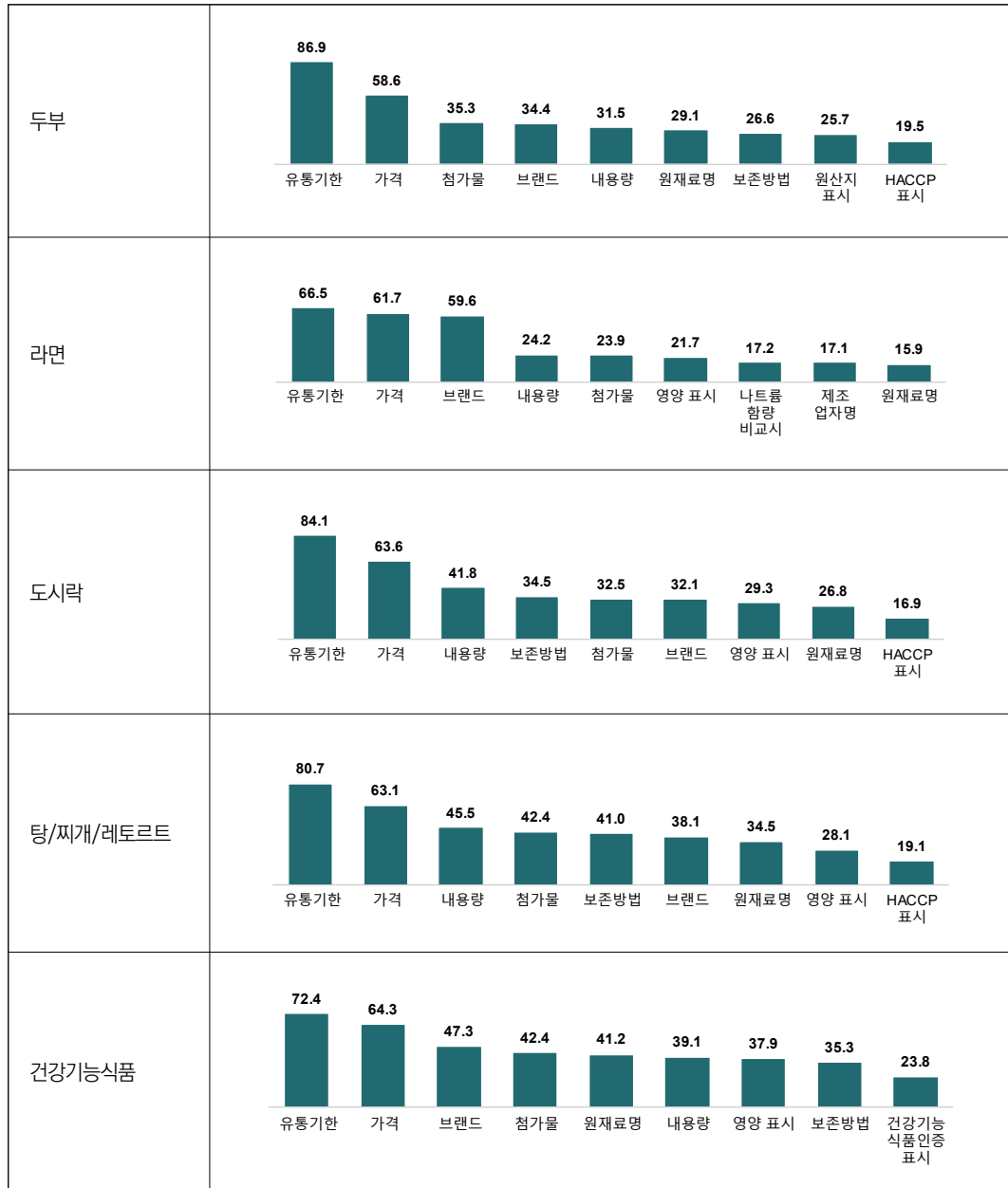
〈그림 5-89〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수응답)[1/2]

단위: %



〈그림 5-89〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수응답)[2/2]

단위: %



〈표 5-129〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수응답)

단위: 명, %

구분	유통기한	보존방법	첨가물	원재료명	내용량	가격	브랜드	제조업자명	영양 표시
전체	78.3	28.0	35.7	27.3	34.5	60.1	42.8	16.5	26.6
우유	94.8	27.7	19.2	18.1	28.1	55.6	49.9	18.0	24.5
과자	60.1	15.3	32.5	19.3	33.7	60.4	41.5	15.9	30.4
햄	82.3	34.7	44.6	28.5	31.0	56.7	41.1	16.1	24.1
오렌지주스	76.6	26.9	48.2	32.3	35.5	57.0	41.5	13.8	27.0
두부	86.9	26.6	35.3	29.1	31.5	58.6	34.4	16.0	16.4
라면	66.5	10.1	23.9	15.9	24.2	61.7	59.6	17.1	21.7
도시락	84.1	34.5	32.5	26.8	41.8	63.6	32.1	15.4	29.3
탕/찌개/레토르트	80.7	41.0	42.4	34.5	45.5	63.1	38.1	15.8	28.1
건강기능식품	72.4	35.3	42.4	41.2	39.1	64.3	47.3	20.7	37.9

구분	전통식품 인증 표시	가공식품 KS 표시	HACCP 표시	원산 지표시	유기가공 식품 인증 표시	지리적 표시	이력추적 관리 표시	GMO 식품 표시	방사선 조사식품 표시
전체	2.4	7.3	19.2	17.3	3.5	1.1	1.3	8.4	1.5
우유	2.2	6.1	26.8	22.7	5.9	1.1	2.2	9.8	1.7
과자	1.8	4.5	15.9	11.4	2.3	0.6	0.6	8.1	1.3
햄	1.8	9.8	23.8	17.6	4.7	1.4	1.7	9.6	1.9
오렌지주스	1.9	6.9	16.5	16.8	3.6	1.1	0.8	5.2	1.2
두부	4.0	7.2	19.5	25.7	3.6	1.3	0.9	15.8	1.4
라면	1.7	6.4	11.0	6.4	1.7	1.0	0.8	5.0	1.1
도시락	2.3	6.9	16.9	16.4	2.6	0.8	1.3	5.8	1.4
탕/찌개/레토르트	2.7	9.3	19.1	17.4	3.0	1.0	1.0	7.1	1.8
건강기능식품	3.4	8.4	23.2	21.6	3.9	1.4	2.0	9.5	2.0

구분	나트륨 함량 비교 표시	재활용 분리배출 표시	건강기능 식품 인증 표시	어린이 기호식품 인증 표시	식품명인 표시	무글루텐 표시	알레르기 주의표시	지자체 등 기타인증 표시	기타
전체	11.6	4.4	6.3	1.5	1.8	1.2	4.4	1.1	0.6
우유	6.3	7.7	7.0	2.0	1.7	1.5	6.4	1.2	0.3
과자	16.3	6.2	4.7	2.1	1.7	1.9	6.3	0.9	0.4
햄	17.9	3.7	4.9	1.8	1.8	1.2	5.4	1.2	0.6
오렌지주스	6.2	4.3	3.7	1.7	1.6	0.9	3.4	1.1	0.9
두부	4.8	2.6	4.0	1.0	1.8	0.9	2.9	1.1	0.2
라면	17.2	3.0	2.2	1.0	1.3	1.1	2.9	0.8	0.4
도시락	13.2	4.3	3.3	1.1	2.2	1.0	4.3	1.0	1.3
탕/찌개/레토르트	16.4	4.2	3.2	1.4	2.0	0.9	3.4	1.2	1.4
건강기능식품	5.7	3.6	23.8	1.3	1.9	1.5	5.0	1.6	0.1

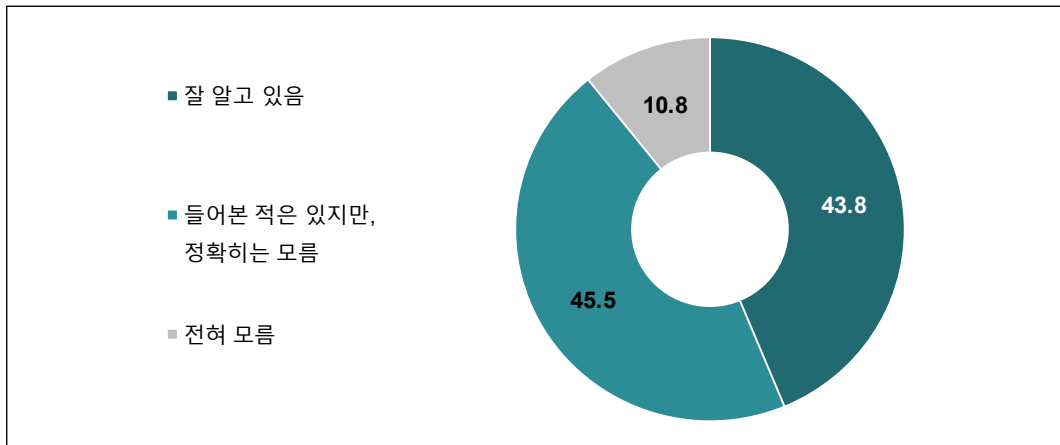
### 4.3. 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도

○ 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도는 ‘들어본 적은 있지만 정확히 몰랐다’는 의견이 45.5%로 가장 높았고 ‘잘 알고 있다’는 응답도 43.8%로 높게 나타남.

- 권역별로 강원권 거주자의 인지도가 가장 높고, 동남권이 가장 낮게 나타남.
- 성별로 여성의 인지도가 남성보다 높게 나타남.
- 연령별로 대체로 연령이 낮을수록 인지도 높게 나타남.

〈그림 5-90〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도

단위: %



〈표 5-130〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도

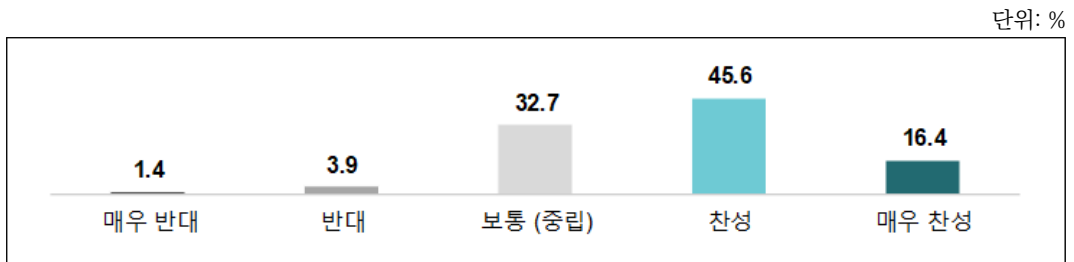
단위: 명, %

구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	10.8	45.5	43.8
권역	수도권	1,004	12.5	43.3	44.2
	충청권	224	8.5	50.0	41.5
	호남권	218	6.9	43.1	50.0
	대경권	193	14.0	46.6	39.4
	동남권	298	8.1	53.4	38.6
	강원권	63	7.9	31.7	60.3
가구원수	1인 가구	327	10.7	39.8	49.5
	2인 가구	455	10.1	47.0	42.9
	3인 가구	526	11.0	43.9	45.1
	4인 이상 가구	692	11.0	48.4	40.6
성별	남성	1,058	11.6	51.2	37.1
	여성	942	9.8	39.1	51.2
연령	20대	249	10.0	35.7	54.2
	30대	364	10.4	39.8	49.7
	40대	513	8.2	46.8	45.0
	50대	328	11.9	50.6	37.5
	60대 이상	546	13.0	49.5	37.5
학력	고졸 이하	455	14.1	47.3	38.7
	대졸	1,323	10.1	44.6	45.3
	대학원졸	222	7.7	47.3	45.0
직업	관리/전문/사무직	1,089	9.4	43.7	46.9
	서비스/판매직	193	10.9	51.8	37.3
	기계/농림어업/단순노무	233	17.2	53.2	29.6
	주부	208	9.6	42.3	48.1
	학생	83	8.4	36.1	55.4
	기타	194	12.9	47.4	39.7
가구소득	200만 원 미만	160	13.8	48.8	37.5
	200~400만 원 미만	597	9.9	47.6	42.5
	400~600만 원 미만	579	11.7	44.7	43.5
	600만 원 이상	664	9.9	43.5	46.5

#### 4.4. 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬성 의향

- 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 ‘찬성’ 의향(찬성 + 매우 찬성)은 과반이 넘는 62.0%로 나타났고, ‘보통이다’라는 의견이 32.7%로 나타남.
  - 권역별로 강원권의 찬성도가 상대적으로 높게 나타남.
  - 가구원수별로 2인 가구에서 가장 높은 ‘찬성’ 의향을 보임.

〈그림 5-91〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬성 의향



〈표 5-131〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬성 의향

단위: 명, %, 5점 평균

구분		사례수	매우 반대	반대	보통(중립)	찬성	매우 찬성	5점 평균
전체		2,000	1.4	3.9	32.7	45.6	16.4	3.72
권역	수도권	1,004	1.2	4.0	33.5	45.4	15.9	3.71
	충청권	224	0.9	4.0	30.4	45.5	19.2	3.78
	호남권	218	0.5	3.7	37.6	41.3	17.0	3.71
	대경권	193	2.6	2.1	33.2	48.2	14.0	3.69
	동남권	298	2.7	4.7	30.5	48.0	14.1	3.66
	강원권	63	0.0	4.8	20.6	44.4	30.2	4.00
가구원수	1인 가구	327	1.5	5.2	32.7	43.4	17.1	3.69
	2인 가구	455	0.9	2.4	32.5	46.4	17.8	3.78
	3인 가구	526	1.7	3.6	33.7	46.4	14.6	3.69
	4인 이상 가구	692	1.4	4.5	32.1	45.5	16.5	3.71
성별	남성	1,058	1.9	4.4	31.3	47.7	14.7	3.69
	여성	942	0.8	3.3	34.3	43.2	18.4	3.75
연령	20대	249	1.2	3.6	36.1	35.3	23.7	3.77
	30대	364	0.8	3.0	30.8	44.8	20.6	3.81
	40대	513	1.8	3.5	35.1	44.6	15.0	3.68
	50대	328	2.1	2.4	33.8	48.2	13.4	3.68
	60대 이상	546	1.1	5.9	29.5	50.2	13.4	3.69
학력	고졸 이하	455	0.9	4.6	40.0	40.2	14.3	3.62
	대졸	1,323	1.6	3.7	30.9	47.6	16.2	3.73
	대학원졸	222	1.4	3.6	28.4	44.6	22.1	3.82
직업	관리/전문/사무직	1,089	1.0	3.0	31.2	46.8	17.9	3.78
	서비스/판매직	193	4.1	3.1	35.2	39.9	17.6	3.64
	기계/농림어업/단순노무	233	2.1	8.2	37.3	42.9	9.4	3.49
	주부	208	0.0	2.9	32.7	48.6	15.9	3.77
	학생	83	3.6	1.2	30.1	38.6	26.5	3.83
	기타	194	0.5	6.7	34.0	47.4	11.3	3.62
가구소득	200만 원 미만	160	1.3	6.3	46.3	31.9	14.4	3.52
	200~400만 원 미만	597	1.8	3.9	32.5	46.7	15.1	3.69
	400~600만 원 미만	579	1.4	3.8	31.6	45.9	17.3	3.74
	600만 원 이상	664	1.1	3.5	30.6	47.6	17.3	3.77

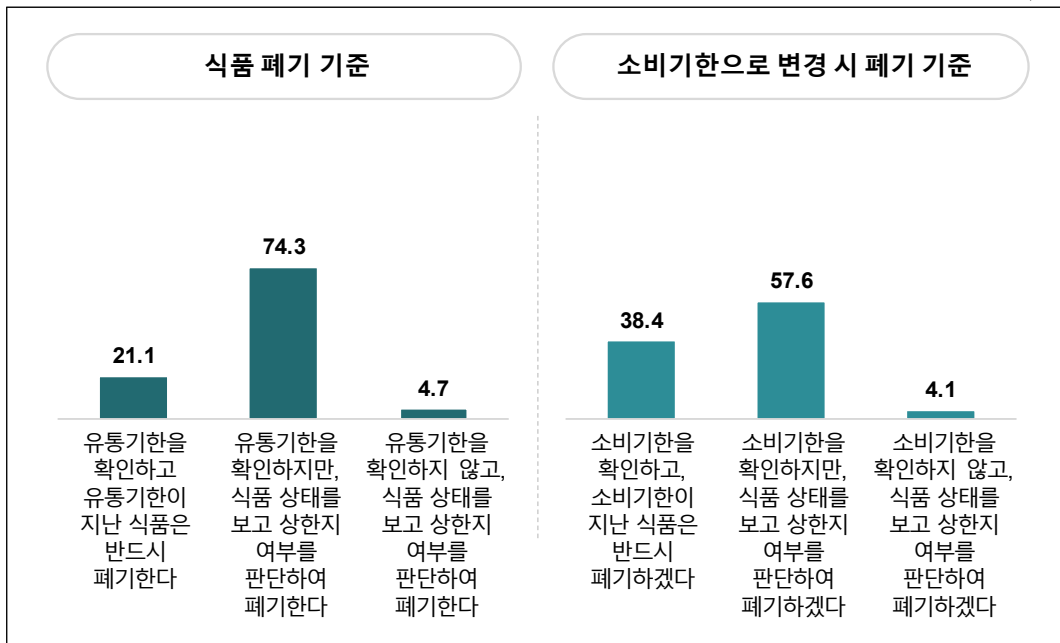
#### 4.5. 식품 폐기 기준

○ 식품 폐기 기준에 대해 ‘유통기한을 확인하지만 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기한다’라는 의견이 74.3%로 가장 높고, 소비기한으로 변경 시 폐기 기준에 대해서도 ‘소비기한을 확인하지만 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기하겠다’라는 의견이 57.6%로 가장 높게 나타남.

- ‘유통기한을 확인하지만, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기한다’는 응답은 권역별로 동남권, 여성, 연령대별로 20대에서 높게 나타남.
- ‘소비기한을 확인하지만, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기하겠다’는 응답은 권역별로 호남권, 여성에서 가장 높게 나타남.

〈그림 5-92〉 식품 폐기 기준

단위: %





〈표 5-132〉 식품 폐기 기준[1/2]

단위: 명, %

구분	사례수	유통기한			
		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	
전체	2,000	21.1	74.3	4.7	
권역	수도권	1,004	20.0	75.3	4.7
	충청권	224	25.4	70.1	4.5
	호남권	218	22.0	73.9	4.1
	대경권	193	20.7	73.6	5.7
	동남권	298	20.8	75.2	4.0
	강원권	63	20.6	71.4	7.9
가구원수	1인 가구	327	20.5	73.7	5.8
	2인 가구	455	20.4	74.7	4.8
	3인 가구	526	21.1	73.8	5.1
	4인 이상 가구	692	21.7	74.6	3.8
성별	남성	1,058	24.0	69.9	6.0
	여성	942	17.7	79.1	3.2
연령	20대	249	14.5	80.7	4.8
	30대	364	19.2	76.4	4.4
	40대	513	20.5	76.2	3.3
	50대	328	22.6	72.9	4.6
	60대 이상	546	24.9	68.9	6.2
학력	고졸 이하	455	24.2	68.6	7.3
	대졸	1,323	20.4	75.2	4.4
	대학원졸	222	18.5	80.2	1.4
직업	관리/전문/사무직	1,089	19.7	75.8	4.5
	서비스/판매직	193	24.4	69.4	6.2
	기계/농림어업/단순노무	233	26.6	66.1	7.3
	주부	208	16.8	81.3	1.9
	학생	83	14.5	81.9	3.6
	기타	194	25.8	69.6	4.6
가구소득	200만 원 미만	160	24.4	67.5	8.1
	200~400만 원 미만	597	22.8	73.0	4.2
	400~600만 원 미만	579	20.4	75.6	4.0
	600만 원 이상	664	19.3	75.8	5.0

〈표 5-132〉 식품 폐기 기준[2/2]

단위: 명, %

구분	사례수	소비기한			
		소비기한을 확인하고 유통기한이 지난 식품은 반드시 폐기한다	소비기한을 확인하지만, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기한다	소비기한을 확인하지 않고, 식품 상태를 보고 상한지 여부를 판단하여 폐기한다	
전체	2,000	38.4	57.6	4.1	
권역	수도권	1,004	38.3	57.9	3.8
	충청권	224	37.9	58.0	4.0
	호남권	218	36.2	59.2	4.6
	대경권	193	37.8	58.5	3.6
	동남권	298	40.9	55.0	4.0
	강원권	63	36.5	55.6	7.9
가구원수	1인 가구	327	36.7	59.6	3.7
	2인 가구	455	38.5	56.3	5.3
	3인 가구	526	38.4	57.6	4.0
	4인 이상 가구	692	39.0	57.5	3.5
성별	남성	1,058	41.0	54.3	4.7
	여성	942	35.4	61.4	3.3
연령	20대	249	36.1	59.8	4.0
	30대	364	38.2	57.4	4.4
	40대	513	37.4	60.2	2.3
	50대	328	37.2	59.1	3.7
	60대 이상	546	41.0	53.3	5.7
학력	고졸 이하	455	36.9	57.1	5.9
	대졸	1,323	39.1	57.4	3.5
	대학원졸	222	36.9	59.5	3.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	38.9	57.5	3.6
	서비스/판매직	193	37.8	58.0	4.1
	기계/농림어업/단순노무	233	38.6	54.1	7.3
	주부	208	32.7	64.9	2.4
	학생	83	42.2	55.4	2.4
	기타	194	39.7	55.2	5.2
가구소득	200만 원 미만	160	36.9	57.5	5.6
	200~400만 원 미만	597	40.9	55.4	3.7
	400~600만 원 미만	579	37.0	59.2	3.8
	600만 원 이상	664	37.7	58.1	4.2

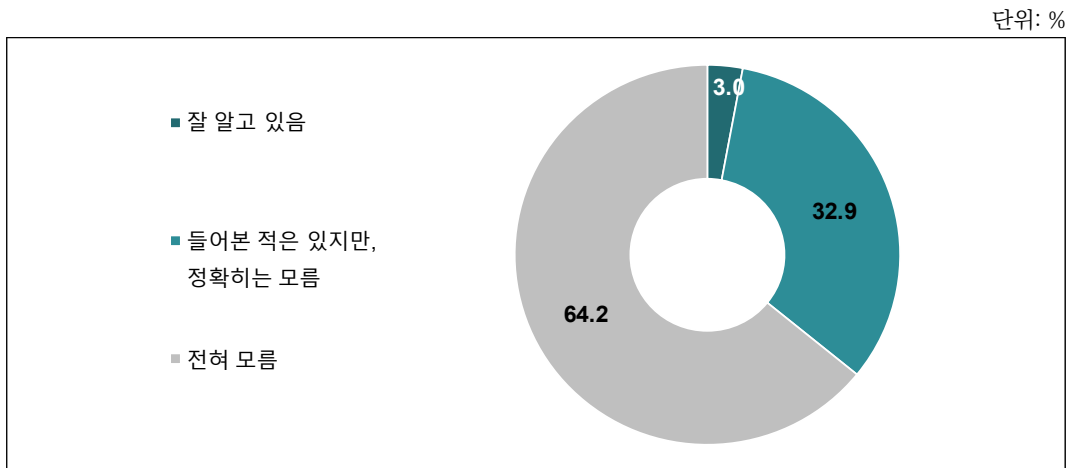
## 5. 소상공인 생계형 적합업종제도

### 5.1. 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도

○ 소상공인 생계형 적합업종제도에 대해 '전혀 들어보지 못했다'는 의견이 64.2%인 가운데, 잘 알고 있다는 응답은 3.0%로 낮은 인지도를 보임.

- 연령별로 연령대가 높을수록 인지도가 높게 나타남.

〈그림 5-93〉 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도



〈표 5-133〉 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도

단위: 명, %

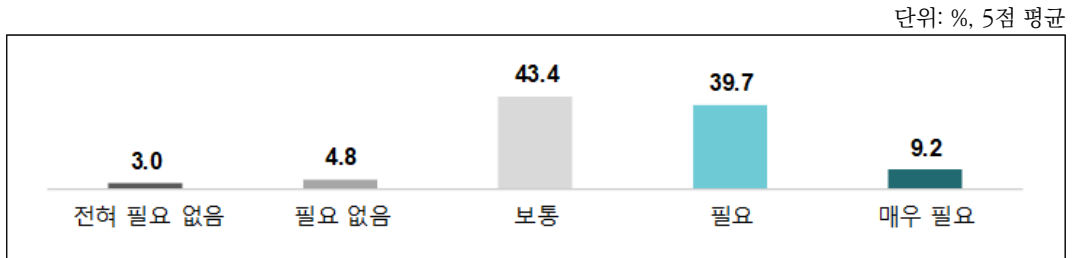
구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	64.2	32.9	3.0
권역	수도권	1,004	65.6	31.8	2.6
	충청권	224	68.8	28.1	3.1
	호남권	218	57.8	36.7	5.5
	대경권	193	62.2	35.2	2.6
	동남권	298	60.4	37.2	2.3
	강원권	63	69.8	27.0	3.2
가구원수	1인 가구	327	69.4	29.1	1.5
	2인 가구	455	62.9	33.4	3.7
	3인 가구	526	62.9	33.7	3.4
	4인 이상 가구	692	63.4	33.8	2.7
성별	남성	1,058	57.0	38.9	4.1
	여성	942	72.2	26.1	1.7
연령	20대	249	77.5	21.3	1.2
	30대	364	76.4	21.7	1.9
	40대	513	70.4	27.5	2.1
	50대	328	57.3	39.3	3.4
	60대 이상	546	48.2	46.9	4.9
학력	고졸 이하	455	64.4	32.5	3.1
	대졸	1,323	65.3	32.2	2.5
	대학원졸	222	56.8	37.8	5.4
직업	관리/전문/사무직	1,089	65.1	32.1	2.8
	서비스/판매직	193	63.7	34.2	2.1
	기계/농림어업/단순노무	233	58.8	36.5	4.7
	주부	208	63.0	33.7	3.4
	학생	83	78.3	21.7	0.0
	기타	194	60.8	35.6	3.6
가구소득	200만 원 미만	160	62.5	36.9	0.6
	200~400만 원 미만	597	68.5	28.5	3.0
	400~600만 원 미만	579	63.4	33.9	2.8
	600만 원 이상	664	61.3	35.1	3.6

## 5.2. 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요도

○ 소상공인 생계형 적합업종제도가 필요한가에 대해 ‘보통이다’라는 의견이 43.4%, ‘필요하다’라는 의견이 48.9%로 전반적으로 필요하다고 인식하고 있음.

- 권역별로 보았을 때 강원권 거주자의 필요도가 가장 높게 나타났으며, 대경권이 가장 낮게 나타남.
- 연령별로 보았을 때 50대와 60대 이상에서 필요도 인식이 다른 연령대보다 높게 나타남.

〈그림 5-94〉 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요도



〈표 5-134〉 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요도

단위: 명, %, 5점 평균

구분		사례수	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	5점 평균
전체		2,000	3.0	4.8	43.4	39.7	9.2	3.47
권역	수도권	1,004	3.2	4.3	43.7	40.3	8.5	3.47
	충청권	224	2.7	6.7	50.9	33.9	5.8	3.33
	호남권	218	3.2	6.0	38.1	40.4	12.4	3.53
	대경권	193	2.1	4.7	46.1	39.4	7.8	3.46
	동남권	298	3.0	3.7	41.6	39.6	12.1	3.54
	강원권	63	1.6	6.3	30.2	49.2	12.7	3.65
가구원수	1인 가구	327	3.4	2.4	48.3	37.6	8.3	3.45
	2인 가구	455	2.9	5.3	41.8	39.3	10.8	3.50
	3인 가구	526	2.7	5.3	44.5	39.0	8.6	3.45
	4인 이상 가구	692	3.0	5.1	41.3	41.5	9.1	3.49
성별	남성	1,058	3.7	5.6	41.1	39.4	10.2	3.47
	여성	942	2.1	3.8	46.0	40.0	8.1	3.48
연령	20대	249	4.0	3.6	49.0	36.5	6.8	3.39
	30대	364	3.3	7.4	56.3	27.7	5.2	3.24
	40대	513	3.3	4.7	46.4	37.2	8.4	3.43
	50대	328	1.8	4.3	40.5	44.8	8.5	3.54
	60대 이상	546	2.6	3.8	31.1	48.4	14.1	3.68
학력	고졸 이하	455	3.1	3.5	47.7	38.9	6.8	3.43
	대졸	1,323	2.9	5.4	43.2	39.1	9.5	3.47
	대학원졸	222	3.2	3.6	36.0	45.0	12.2	3.59
직업	관리/전문/사무직	1,089	2.6	5.4	43.7	39.7	8.6	3.46
	서비스/판매직	193	3.6	5.2	47.2	35.2	8.8	3.40
	기계/농림어업/단순노무	233	2.6	6.0	44.6	37.3	9.4	3.45
	주부	208	2.4	1.9	42.8	43.8	9.1	3.55
	학생	83	7.2	4.8	39.8	41.0	7.2	3.36
	기타	194	3.6	2.1	38.7	42.3	13.4	3.60
가구소득	200만 원 미만	160	5.0	3.1	47.5	36.9	7.5	3.39
	200~400만 원 미만	597	3.0	4.9	47.6	36.0	8.5	3.42
	400~600만 원 미만	579	2.9	4.7	41.6	40.8	10.0	3.50
	600만 원 이상	664	2.4	5.1	40.2	42.8	9.5	3.52

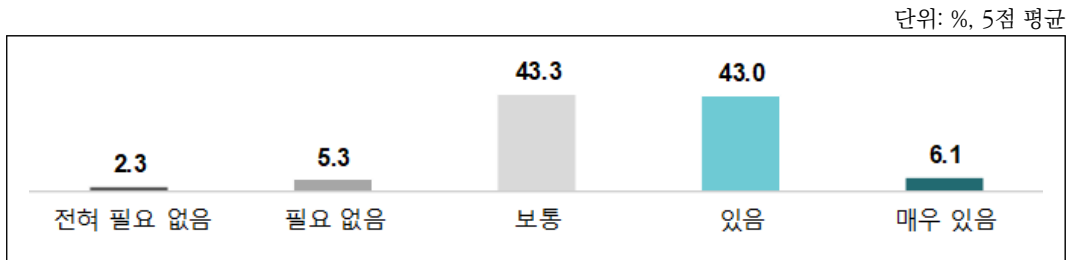
### 5.3. 소상공인 생계형 적합업종 생산 제품 구입 의향

○ 소상공인 생계형 적합업종 생산 제품 구입 의향에 대해 ‘보통이다’라는 의견이 43.3%, 구입하겠다는 의견이 49.1%로 전반적으로 구입 의향이 있는 것을 알 수 있음.

- 권역별로 보았을 때, 강원권 거주자의 구입 의향이 가장 높게 나타났으며, 충청권이 가장 낮게 나타남.

- 연령별로 보았을 때, 50대와 60대 이상에서 구입 의향이 다른 연령대보다 높게 나타남.

〈그림 5-95〉 소상공인 생계형 적합업종 생산 제품 구입 의향



〈표 5-135〉 소상공인 생계형 적합업종 생산 제품 구입 의향

단위: 명, %, 5점 평균

구분		사례수	없음	거의 없음	보통	있음	매우 있음	5점 평균
전체		2,000	2.3	5.3	43.3	43.0	6.1	3.45
권역	수도권	1,004	2.4	5.0	43.2	43.9	5.5	3.45
	충청권	224	2.7	7.1	46.4	39.7	4.0	3.35
	호남권	218	1.8	6.4	40.4	44.5	6.9	3.48
	대경권	193	2.6	2.6	48.7	40.4	5.7	3.44
	동남권	298	2.0	6.0	42.6	40.9	8.4	3.48
	강원권	63	1.6	4.8	30.2	52.4	11.1	3.67
가구원수	1인 가구	327	2.8	3.7	46.2	42.8	4.6	3.43
	2인 가구	455	2.2	7.0	41.1	42.6	7.0	3.45
	3인 가구	526	2.3	4.9	45.1	41.3	6.5	3.45
	4인 이상 가구	692	2.2	5.2	42.1	44.7	5.9	3.47
성별	남성	1,058	3.0	5.9	43.6	40.9	6.6	3.42
	여성	942	1.5	4.7	43.0	45.3	5.5	3.49
연령	20대	249	4.0	7.2	47.8	34.9	6.0	3.32
	30대	364	2.7	10.4	51.1	32.4	3.3	3.23
	40대	513	2.1	5.3	47.4	40.2	5.1	3.41
	50대	328	1.2	2.7	40.2	50.9	4.9	3.55
	60대 이상	546	2.0	2.6	34.1	51.6	9.7	3.64
학력	고졸 이하	455	2.2	4.2	45.1	43.5	5.1	3.45
	대졸	1,323	2.5	5.8	43.8	41.7	6.2	3.43
	대학원졸	222	1.4	4.5	36.9	49.5	7.7	3.58
직업	관리/전문/사무직	1,089	2.3	6.1	43.7	43.1	4.9	3.42
	서비스/판매직	193	2.1	4.7	46.1	40.4	6.7	3.45
	기계/농림어업/단순노무	233	2.6	5.6	45.5	39.5	6.9	3.42
	주부	208	1.9	2.9	37.5	50.5	7.2	3.58
	학생	83	2.4	7.2	48.2	33.7	8.4	3.39
	기타	194	2.6	3.1	39.7	45.4	9.3	3.56
가구소득	200만 원 미만	160	4.4	7.5	49.4	33.8	5.0	3.28
	200~400만 원 미만	597	2.2	5.9	45.2	41.5	5.2	3.42
	400~600만 원 미만	579	2.6	5.0	39.9	45.3	7.3	3.50
	600만 원 이상	664	1.7	4.5	43.1	44.6	6.2	3.49



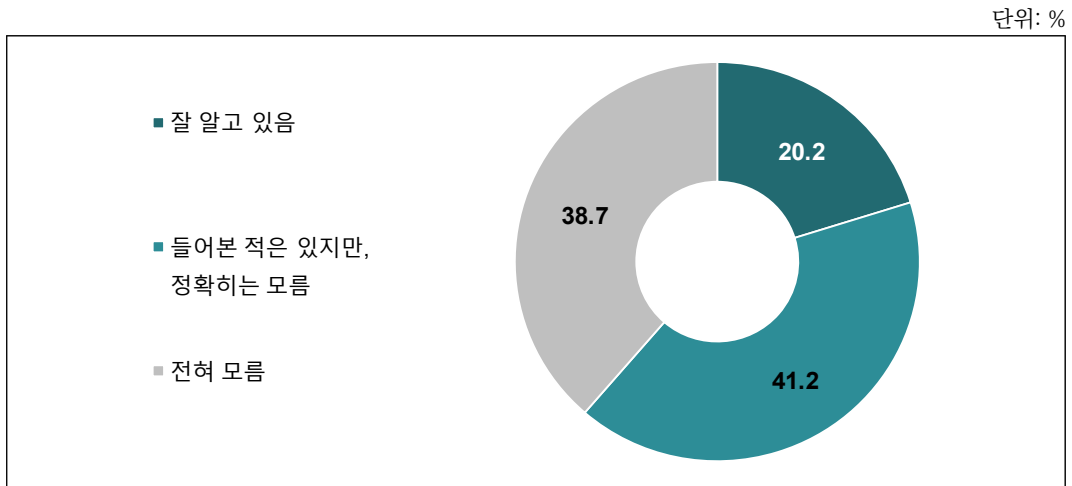
## 6. 기업의 사회적 책임

### 6.1. ESG 경영 인지도

○ ESG 경영 인지도는 ‘들어본 적은 있지만, 정확히는 모른다’라는 의견이 38.7%인 반면, ‘잘 알고 있다’는 응답은 20.2%로 전반적으로 낮은 인지도를 보임.

- 권역별로 보았을 때, 충청권과 호남권은 ‘전혀 모름’이 가장 높게 나타났고, 수도권과 대경권에서 ‘잘 알고 있음’이 가장 높게 나타남.
- 가구원 수 중에서 4인 이상 가구에서 상대적으로 인지도가 높음.
- 20대에서 인지도가 상대적으로 높은 27.3%로 나타남.

〈그림 5-96〉 ESG 경영 인지도



〈표 5-136〉 ESG 경영 인지도

단위: 명, %

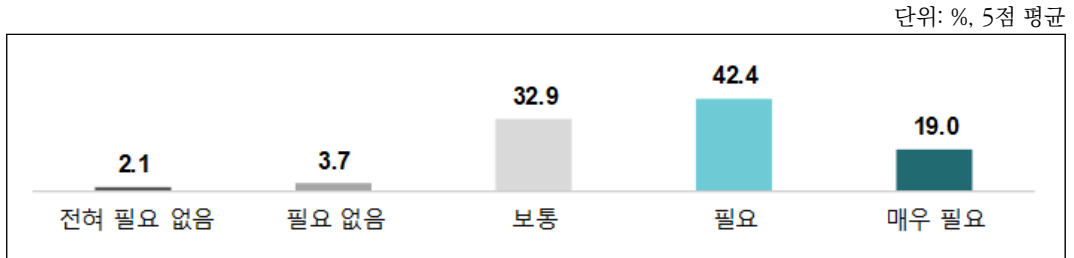
구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	38.7	41.2	20.2
지역	수도권	1,004	36.8	40.8	22.4
	충청권	224	44.2	40.2	15.6
	호남권	218	41.7	39.0	19.3
	대경권	193	36.3	42.0	21.8
	동남권	298	40.3	41.9	17.8
	강원권	63	38.1	50.8	11.1
가구원수	1인 가구	327	44.0	37.0	19.0
	2인 가구	455	42.4	42.0	15.6
	3인 가구	526	35.9	43.2	20.9
	4인 이상 가구	692	35.7	41.0	23.3
성별	남성	1,058	31.3	43.7	25.0
	여성	942	46.9	38.3	14.8
연령	20대	249	40.6	32.1	27.3
	30대	364	42.9	38.2	19.0
	40대	513	41.1	38.6	20.3
	50대	328	36.6	43.6	19.8
	60대 이상	546	33.9	48.2	17.9
학력	고졸 이하	455	50.1	39.3	10.5
	대졸	1,323	37.0	41.7	21.2
	대학원졸	222	24.8	41.4	33.8
직업	관리/전문/사무직	1,089	34.9	41.0	24.2
	서비스/판매직	193	42.5	44.6	13.0
	기계/농림어업/단순노무	233	45.1	40.3	14.6
	주부	208	48.1	39.9	12.0
	학생	83	39.8	34.9	25.3
	기타	194	37.6	43.8	18.6
가구소득	200만 원 미만	160	44.4	42.5	13.1
	200~400만 원 미만	597	44.4	39.7	15.9
	400~600만 원 미만	579	40.6	40.2	19.2
	600만 원 이상	664	30.4	42.9	26.7

## 6.2. ESG 경영 활동의 필요도

○ ESG 경영 활동의 필요도는 ‘필요’가 42.4%, ‘매우 필요’가 19.0%로 높은 필요도를 보이고 있음.

- 권역별로 보았을 때, 강원권 거주자의 필요도 인식이 가장 높게 나타났으며, 호남권에서 가장 낮게 나타남.
- 가구원 수별로 4인 이상 가구에서 필요도 인식이 높음.
- 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 필요도 인식이 높게 나타남.

〈그림 5-97〉 ESG 경영 활동의 필요도



〈표 5-137〉 ESG 경영 활동의 필요도

단위: 명, %, 5점 평균

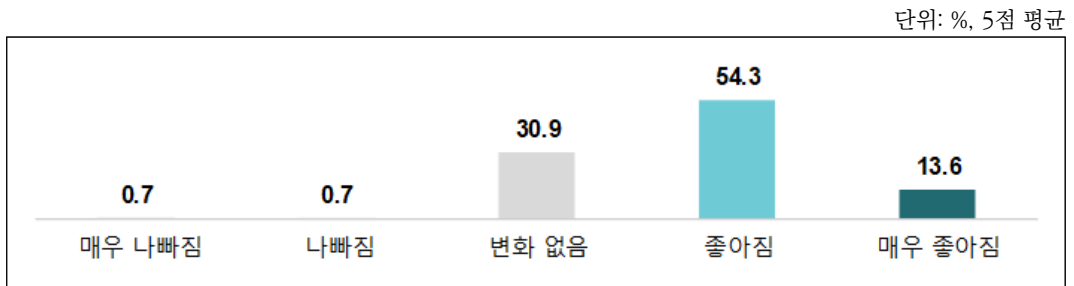
구분	사례수	전혀 필요하지 않음	별로 필요하지 않음	보통	필요	매우 필요	5점 평균	
전체	2,000	2.1	3.7	32.9	42.4	19.0	3.72	
권역	수도권	1,004	2.0	3.7	31.1	43.1	20.1	3.76
	충청권	224	2.7	3.1	37.9	40.2	16.1	3.64
	호남권	218	3.2	5.0	32.6	45.0	14.2	3.62
	대경권	193	1.0	5.2	37.8	34.7	21.2	3.70
	동남권	298	2.0	2.7	33.2	44.3	17.8	3.73
	강원권	63	1.6	1.6	28.6	42.9	25.4	3.89
가구원수	1인 가구	327	2.1	3.7	35.8	38.5	19.9	3.70
	2인 가구	455	2.9	4.0	31.6	45.5	16.0	3.68
	3인 가구	526	1.7	3.4	32.9	43.0	19.0	3.74
	4인 이상 가구	692	1.9	3.8	32.4	41.6	20.4	3.75
성별	남성	1,058	2.3	3.8	29.8	43.7	20.5	3.76
	여성	942	1.9	3.6	36.4	40.9	17.2	3.68
연령	20대	249	2.8	5.6	33.7	36.5	21.3	3.68
	30대	364	3.0	6.3	36.3	38.2	16.2	3.58
	40대	513	1.4	3.3	35.9	42.1	17.3	3.71
	50대	328	2.1	1.2	32.9	43.9	19.8	3.78
	60대 이상	546	1.8	2.9	27.5	47.1	20.7	3.82
학력	고졸 이하	455	1.8	3.7	44.0	38.5	12.1	3.55
	대졸	1,323	2.3	4.0	31.1	42.6	20.1	3.74
	대학원졸	222	1.8	1.8	21.2	49.1	26.1	3.96
직업	관리/전문/사무직	1,089	1.9	3.6	31.8	43.2	19.6	3.75
	서비스/판매직	193	3.1	3.6	37.8	37.3	18.1	3.64
	기계/농림어업/단순노무	233	1.7	3.9	38.2	38.6	17.6	3.67
	주부	208	1.4	4.3	34.1	43.8	16.3	3.69
	학생	83	4.8	6.0	26.5	43.4	19.3	3.66
	기타	194	2.1	2.6	29.4	45.4	20.6	3.80
가구소득	200만 원 미만	160	3.1	5.0	39.4	35.6	16.9	3.58
	200~400만 원 미만	597	1.7	4.5	37.4	38.7	17.8	3.66
	400~600만 원 미만	579	2.9	3.1	30.9	43.2	19.9	3.74
	600만 원 이상	664	1.5	3.2	29.1	46.5	19.7	3.80

### 6.3. 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시 업체에 대한 이미지 변화

○ 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화는 ‘좋아질 것 같다’는 의견이 54.3%, ‘매우 좋아질 것 같다’는 의견이 13.6%로 나타나 기업의 ESG 경영은 매우 긍정적인 효과가 있을 것으로 판단됨.

- 권역별로 보았을 때, 강원권 거주자의 변화 가능성이 가장 높으며, 충청권 거주자가 가장 낮은 가능성을 보임.
- 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 이미지 변화가 클 것이라고 응답함.

〈그림 5-98〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화



〈표 5-138〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시 업체에 대한 이미지 변화

단위: 명, %, 5점 평균

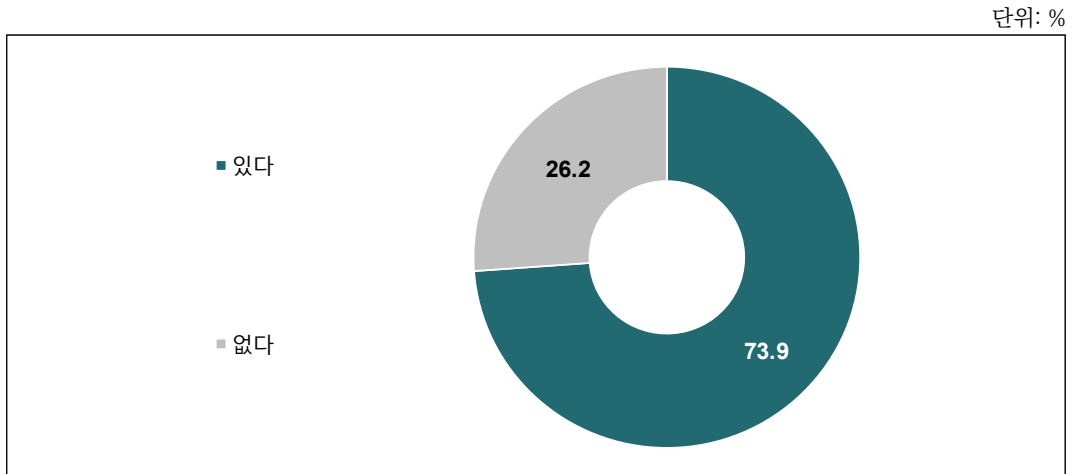
구분		사례수	매우 나빠짐	나빠짐	변화 없음	좋아짐	매우 좋아짐	5점 평균
전체		2,000	0.7	0.7	30.9	54.3	13.6	3.79
지역	수도권	1,004	0.5	0.5	30.3	54.2	14.5	3.82
	충청권	224	0.9	1.8	34.4	51.3	11.6	3.71
	호남권	218	0.5	0.9	30.7	58.3	9.6	3.76
	대경권	193	1.6	0.5	33.2	50.3	14.5	3.76
	동남권	298	0.7	0.3	30.5	55.4	13.1	3.80
	강원권	63	1.6	0.0	22.2	58.7	17.5	3.90
가구원수	1인 가구	327	0.3	0.3	35.5	50.8	13.1	3.76
	2인 가구	455	0.7	0.4	29.7	58.2	11.0	3.78
	3인 가구	526	0.8	0.6	30.8	54.2	13.7	3.79
	4인 이상 가구	692	0.9	1.0	29.5	53.3	15.3	3.81
성별	남성	1,058	0.9	0.7	29.9	54.0	14.6	3.81
	여성	942	0.4	0.6	32.0	54.6	12.4	3.78
연령	20대	249	0.8	1.6	36.5	45.8	15.3	3.73
	30대	364	1.4	1.4	38.7	45.1	13.5	3.68
	40대	513	0.6	0.2	34.7	52.4	12.1	3.75
	50대	328	0.6	0.6	26.2	58.5	14.0	3.85
	60대 이상	546	0.4	0.2	22.2	63.4	13.9	3.90
학력	고졸 이하	455	0.7	0.0	38.5	51.4	9.5	3.69
	대졸	1,323	0.8	0.9	30.2	53.9	14.3	3.80
	대학원졸	222	0.5	0.5	19.4	62.2	17.6	3.96
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.8	0.5	30.9	54.4	13.5	3.79
	서비스/판매직	193	1.0	1.0	32.1	50.3	15.5	3.78
	기계/농림어업/단순노무	233	0.9	0.9	36.1	49.8	12.4	3.72
	주부	208	0.0	0.5	28.4	59.1	12.0	3.83
	학생	83	0.0	2.4	32.5	49.4	15.7	3.78
	기타	194	0.5	0.5	25.3	59.8	13.9	3.86
가구소득	200만 원 미만	160	0.6	1.3	37.5	48.1	12.5	3.71
	200~400만 원 미만	597	0.2	0.8	35.3	51.8	11.9	3.74
	400~600만 원 미만	579	1.2	0.7	28.2	56.6	13.3	3.80
	600만 원 이상	664	0.8	0.3	27.6	55.9	15.5	3.85

#### 6.4. 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시 제품 구매 증대 의향

○ 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시 ‘제품 구매를 증대하겠다’는 의견이 73.9%로 매우 높게 나타남.

- 권역별로 보았을 때 동남권에서 증대 의향이 가장 높게 나타났으며, 충청권에서 가장 낮은 의향을 보임.
- 연령이 높을수록, 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 제품 구매 증대 의향이 높게 나타남.

〈그림 5-99〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향



〈표 5-139〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시 제품 구매 증대 의향

단위: 명, %

구분		사례수	있다	없다
전체		2,000	73.9	26.2
권역	수도권	1,004	74.4	25.6
	충청권	224	69.2	30.8
	호남권	218	72.9	27.1
	대경권	193	70.5	29.5
	동남권	298	77.9	22.1
	강원권	63	76.2	23.8
가구원수	1인 가구	327	70.3	29.7
	2인 가구	455	74.7	25.3
	3인 가구	526	74.9	25.1
	4인 이상 가구	692	74.1	25.9
성별	남성	1,058	75.1	24.9
	여성	942	72.4	27.6
연령	20대	249	65.1	34.9
	30대	364	66.5	33.5
	40대	513	75.0	25.0
	50대	328	76.2	23.8
	60대 이상	546	80.2	19.8
학력	고졸 이하	455	67.5	32.5
	대졸	1,323	74.5	25.5
	대학원졸	222	83.3	16.7
직업	관리/전문/사무직	1,089	74.7	25.3
	서비스/판매직	193	74.6	25.4
	기계/농림어업/단순노무	233	66.1	33.9
	주부	208	76.0	24.0
	학생	83	71.1	28.9
	기타	194	76.3	23.7
가구소득	200만 원 미만	160	65.0	35.0
	200~400만 원 미만	597	71.7	28.3
	400~600만 원 미만	579	74.4	25.6
	600만 원 이상	664	77.4	22.6

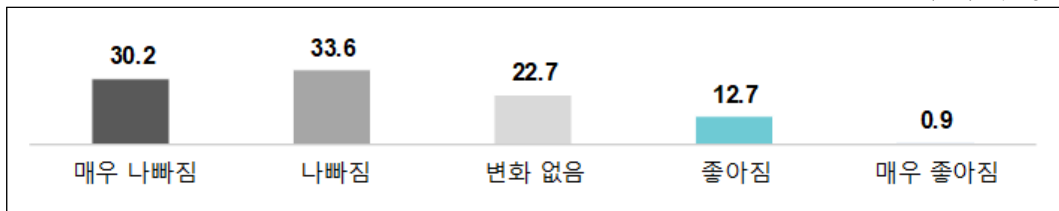


## 6.5. 가공식품업체 갑질 이슈 이후 업체에 대한 이미지 변화

- 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화는 ‘나빠짐’이라는 의견이 33.6%, ‘매우 나빠짐’라는 의견이 30.2%로 나타남.
- 권역별로 보았을 때, 강원권 거주자에서 이미지가 가장 나빠졌고, 호남권에서 가장 변화가 적은 것으로 나타남.
  - 가구원 수가 많을수록 개선 정도가 높은 것으로 나타남.
  - 학력별로 보았을 때, 학력이 높을수록 이미지가 나빠진 것으로 나타남.

〈그림 5-100〉 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화

단위: %, 5점 평균



〈표 5-140〉 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화

단위: 명, %, 5점 평균

구분		사례수	매우 나빠짐	나빠짐	변화 없음	좋아짐	매우 좋아짐	5점 평균
전체		2,000	30.2	33.6	22.7	12.7	0.9	2.20
권역	수도권	1,004	30.3	35.0	21.0	12.9	0.8	2.19
	충청권	224	30.8	31.3	26.3	10.7	0.9	2.20
	호남권	218	29.4	30.3	23.4	15.6	1.4	2.29
	대경권	193	28.5	31.1	28.5	10.9	1.0	2.25
	동남권	298	29.9	34.6	22.1	13.1	0.3	2.19
	강원권	63	36.5	33.3	19.0	9.5	1.6	2.06
가구원수	1인 가구	327	30.0	35.8	25.1	8.6	0.6	2.14
	2인 가구	455	30.3	35.4	21.3	12.7	0.2	2.17
	3인 가구	526	27.9	35.4	22.6	13.5	0.6	2.23
	4인 이상 가구	692	31.9	29.9	22.5	14.0	1.6	2.23
성별	남성	1,058	30.4	29.2	24.4	14.9	1.0	2.27
	여성	942	29.9	38.4	20.8	10.2	0.6	2.13
연령	20대	249	33.3	28.5	24.5	11.6	2.0	2.20
	30대	364	32.7	29.4	26.4	10.2	1.4	2.18
	40대	513	35.3	30.2	22.8	11.1	0.6	2.12
	50대	328	30.5	31.7	21.6	15.5	0.6	2.24
	60대 이상	546	22.2	42.9	20.0	14.7	0.4	2.28
학력	고졸 이하	455	25.5	32.7	29.2	11.2	1.3	2.30
	대졸	1,323	31.4	33.8	20.9	13.2	0.7	2.18
	대학원졸	222	32.9	33.8	19.8	12.6	0.9	2.15
직업	관리/전문/사무직	1,089	33.1	31.1	21.9	13.1	0.7	2.17
	서비스/판매직	193	25.4	32.1	27.5	14.0	1.0	2.33
	기계/농림어업/단순노무	233	27.0	26.6	29.6	15.5	1.3	2.37
	주부	208	23.1	51.4	15.9	8.7	1.0	2.13
	학생	83	34.9	28.9	18.1	16.9	1.2	2.20
	기타	194	28.4	39.7	23.2	8.2	0.5	2.13
가구소득	200만 원 미만	160	20.6	37.5	28.8	13.1	0.0	2.34
	200~400만 원 미만	597	31.7	32.0	25.1	10.2	1.0	2.17
	400~600만 원 미만	579	29.4	34.4	22.3	13.0	1.0	2.22
	600만 원 이상	664	31.9	33.3	19.4	14.6	0.8	2.19

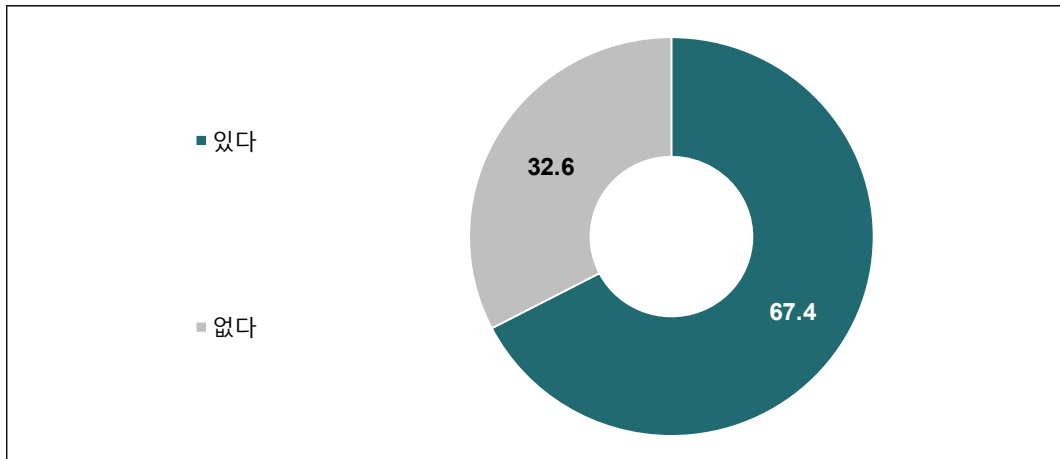
## 6.6. 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부

○ 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험에 대해서는 ‘경험이 있다’는 의견이 67.4%로 나타남.

- 권역별로 강원권 거주자의 경우 구매를 줄인 경험률이 가장 높고, 대경권은 가장 낮은 수치를 보임.
- 가구소득별로 보았을 때, 가구소득이 높을수록 구매를 줄인 경험이 많은 것으로 나타남.

〈그림 5-101〉 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부

단위: %



〈표 5-141〉 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부

단위: 명, %

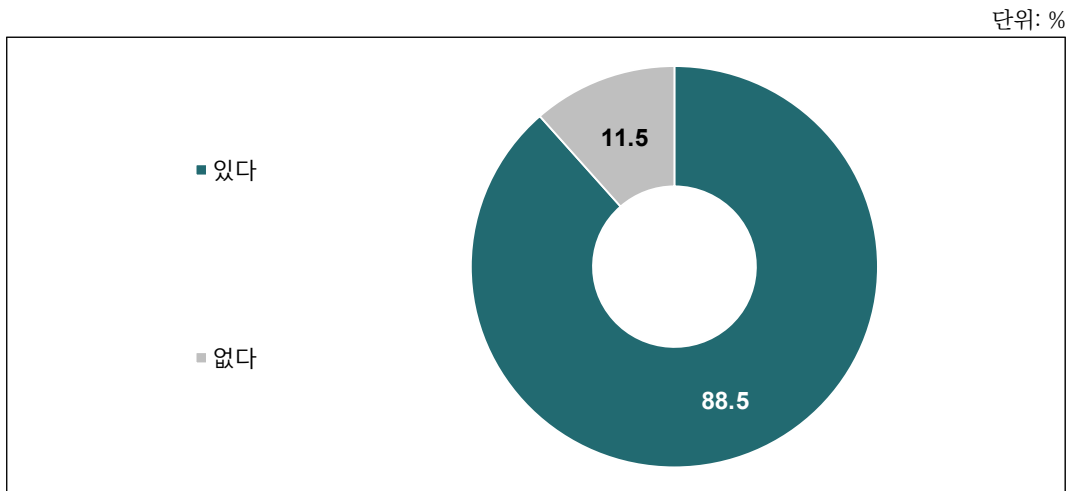
구분		사례수	있다	없다
전체		2,000	67.4	32.6
권역	수도권	1,004	67.4	32.6
	충청권	224	63.8	36.2
	호남권	218	68.8	31.2
	대경권	193	60.6	39.4
	동남권	298	70.1	29.9
	강원권	63	82.5	17.5
가구원수	1인 가구	327	67.0	33.0
	2인 가구	455	65.7	34.3
	3인 가구	526	66.9	33.1
	4인 이상 가구	692	69.1	30.9
성별	남성	1,058	64.1	35.9
	여성	942	71.1	28.9
연령	20대	249	69.9	30.1
	30대	364	68.7	31.3
	40대	513	71.3	28.7
	50대	328	68.0	32.0
	60대 이상	546	61.4	38.6
학력	고졸 이하	455	60.2	39.8
	대졸	1,323	70.0	30.0
	대학원졸	222	66.7	33.3
직업	관리/전문/사무직	1,089	69.9	30.1
	서비스/판매직	193	71.0	29.0
	기계/농림어업/단순노무	233	56.2	43.8
	주부	208	68.3	31.7
	학생	83	73.5	26.5
	기타	194	59.8	40.2
가구소득	200만 원 미만	160	51.3	48.8
	200~400만 원 미만	597	65.2	34.8
	400~600만 원 미만	579	68.6	31.4
	600만 원 이상	664	72.3	27.7

## 6.7. 갑질 이슈 발생 식품제조업체의 구입 축소 의향

○ 갑질 이슈 발생 식품제조업체의 구입을 축소하겠다는 의견이 88.5%로 높게 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 강원권 거주자의 경우 구매를 줄이겠다는 의향이 가장 많고 충청권은 가장 낮은 수치를 보임.
- 대체로 연령이 높을수록 구입 축소 의향이 높음.
- 가구소득이 높을수록 높은 구입 축소 의향을 보임.

〈그림 5-102〉 갑질 이슈 발생 식품제조업체의 구입 축소 의향



〈표 5-142〉 갑질 이슈 발생 식품제조업체의 구입 축소 의향

단위: 명, %

구분		사례수	예 (졸인다)	아니오
전체		2,000	88.5	11.5
권역	수도권	1,004	88.7	11.3
	충청권	224	85.7	14.3
	호남권	218	88.1	11.9
	대경권	193	87.0	13.0
	동남권	298	89.3	10.7
	강원권	63	96.8	3.2
가구원수	1인 가구	327	87.5	12.5
	2인 가구	455	89.5	10.5
	3인 가구	526	87.6	12.4
	4인 이상 가구	692	89.0	11.0
성별	남성	1,058	87.4	12.6
	여성	942	89.7	10.3
연령	20대	249	83.5	16.5
	30대	364	83.5	16.5
	40대	513	89.5	10.5
	50대	328	89.9	10.1
	60대 이상	546	92.3	7.7
학력	고졸 이하	455	86.4	13.6
	대졸	1,323	88.9	11.1
	대학원졸	222	90.5	9.5
직업	관리/전문/사무직	1,089	89.6	10.4
	서비스/판매직	193	85.0	15.0
	기계/농림어업/단순노무	233	83.7	16.3
	주부	208	94.7	5.3
	학생	83	86.7	13.3
	기타	194	85.6	14.4
가구소득	200만 원 미만	160	80.0	20.0
	200~400만 원 미만	597	87.4	12.6
	400~600만 원 미만	579	89.5	10.5
	600만 원 이상	664	90.7	9.3

## 7. 포장재/탄소중립

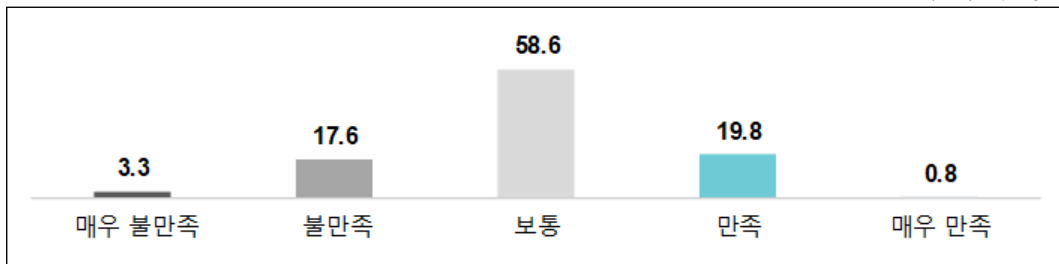
### 7.1. 포장재 구매 만족도

○ 포장재 구매 만족도는 '보통이다'가 58.6%, '만족'이라는 의견이 19.8%로 나타남.

- 권역별로 충청권 거주자가 가장 높은 만족도를 보이며, 강원권 거주자가 가장 낮은 만족도를 나타냄.
- 성별로 여성보다 남성의 만족도가 높게 나타났으며, 연령별로 20대의 만족도가 가장 높음.

〈그림 5-103〉 포장재 구매 만족도

단위: %, 5점 평균



〈표 5-143〉 포장재 구매 만족도

단위: 명, %, 5점 평균

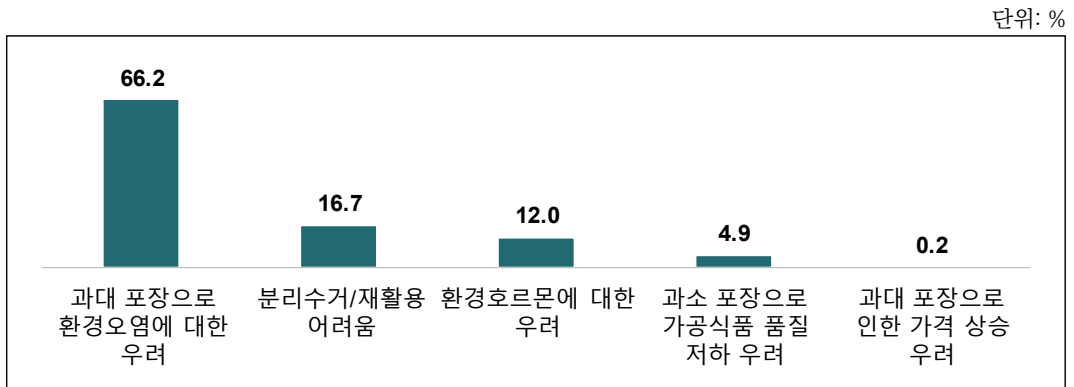
구분		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	5점 평균
전체		2,000	3.3	17.6	58.6	19.8	0.8	2.97
권역	수도권	1,004	4.1	18.7	57.5	18.9	0.8	2.94
	충청권	224	1.3	16.1	58.5	23.2	0.9	3.06
	호남권	218	2.8	13.3	64.2	18.8	0.9	3.02
	대경권	193	4.1	15.5	59.1	19.7	1.6	2.99
	동남권	298	1.7	18.8	58.1	21.5	0.0	2.99
	강원권	63	4.8	20.6	57.1	15.9	1.6	2.89
가구원수	1인 가구	327	2.1	21.7	57.8	18.0	0.3	2.93
	2인 가구	455	3.7	16.0	58.7	20.9	0.7	2.99
	3인 가구	526	2.9	18.3	59.5	18.3	1.1	2.97
	4인 이상 가구	692	3.9	16.2	58.1	21.0	0.9	2.99
성별	남성	1,058	3.2	15.2	60.1	20.9	0.6	3.00
	여성	942	3.4	20.3	56.8	18.5	1.1	2.94
연령	20대	249	2.4	16.1	53.8	25.7	2.0	3.09
	30대	364	3.6	17.3	60.2	17.9	1.1	2.96
	40대	513	4.5	18.3	60.2	16.4	0.6	2.90
	50대	328	1.8	21.6	57.0	19.5	0.0	2.94
	60대 이상	546	3.3	15.4	59.0	21.6	0.7	3.01
학력	고졸 이하	455	3.1	13.0	62.2	20.7	1.1	3.04
	대졸	1,323	3.3	18.5	58.5	19.0	0.7	2.95
	대학원졸	222	4.1	21.6	51.4	22.1	0.9	2.94
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.2	19.7	56.8	19.8	0.4	2.94
	서비스/판매직	193	2.1	14.5	64.8	18.1	0.5	3.01
	기계/농림어업/단순노무	233	3.0	14.6	59.2	21.9	1.3	3.04
	주부	208	3.8	18.3	57.2	19.2	1.4	2.96
	학생	83	3.6	12.0	56.6	24.1	3.6	3.12
	기타	194	4.6	13.9	63.4	17.0	1.0	2.96
가구소득	200만 원 미만	160	1.9	15.6	64.4	16.9	1.3	3.00
	200~400만 원 미만	597	3.0	17.4	61.8	17.3	0.5	2.95
	400~600만 원 미만	579	3.8	16.2	57.0	22.3	0.7	3.00
	600만 원 이상	664	3.5	19.4	55.6	20.5	1.1	2.96



## 7.2. 포장재 관련 불만

○ 포장재 관련 불만으로는 '과대 포장으로 환경오염에 대한 우려'가 가장 높은 66.2%를 기록했으며, '분리수거와 재활용이 어렵다'가 16.7%, '환경호르몬에 대한 우려'가 12.0%로 나타남.

〈그림 5-104〉 포장재 관련 불만



〈표 5-144〉 포장재 관련 불만

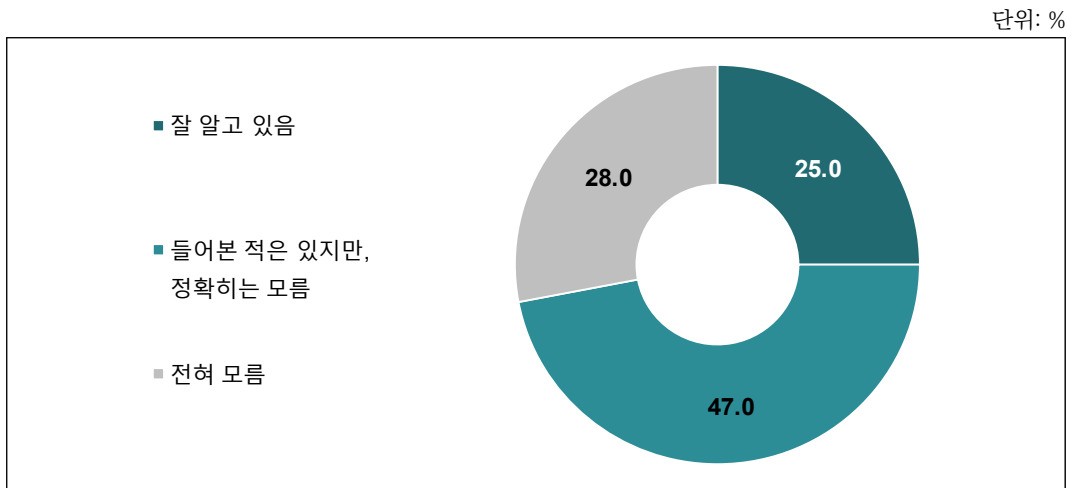
단위: 명, %

구분		사례수	과소 포장으로 가공식품 품질 저하 우려	과대 포장으로 자원낭비에 대한 우려	환경 호르몬 등 유해 물질에 대한 우려	분리수거·재활용 어려움	기타
전체		418	4.9	66.2	12.0	16.7	0.2
권역	수도권	229	4.1	67.4	11.8	16.4	0.3
	충청권	39	5.1	67.5	13.7	13.7	0.0
	호남권	35	9.5	61.0	12.4	17.1	0.0
	대경권	38	9.6	62.3	11.4	16.7	0.0
	동남권	61	1.1	67.2	10.9	20.8	0.0
	강원권	16	10.4	62.5	14.6	12.5	0.0
가구원수	1인 가구	78	6.8	65.8	12.8	14.5	0.0
	2인 가구	90	4.8	67.8	8.9	17.8	0.7
	3인 가구	111	4.8	66.1	13.5	15.6	0.0
	4인 이상 가구	139	4.1	65.5	12.2	18.2	0.0
성별	남성	195	5.3	65.3	9.4	19.7	0.3
	여성	223	4.6	67.0	14.2	14.2	0.0
연령	20대	46	5.8	64.5	8.7	21.0	0.0
	30대	76	7.0	64.0	9.6	19.3	0.0
	40대	117	4.8	65.5	11.7	17.4	0.6
	50대	77	3.9	67.1	14.3	14.7	0.0
	60대 이상	102	3.9	68.6	13.7	13.7	0.0
학력	고졸 이하	73	6.4	66.7	11.4	15.5	0.0
	대졸	288	3.6	65.6	12.6	17.9	0.2
	대학원졸	57	9.9	68.4	9.4	12.3	0.0
직업	관리/전문/사무직	250	6.0	67.1	11.3	15.3	0.3
	서비스/판매직	32	5.2	63.5	11.5	19.8	0.0
	기계/농림어업/단순노무	41	1.6	65.0	12.2	21.1	0.0
	주부	46	3.6	66.7	18.8	10.9	0.0
	학생	13	2.6	56.4	10.3	30.8	0.0
	기타	36	3.7	66.7	8.3	21.3	0.0
가구소득	200만 원 미만	28	4.8	64.3	11.9	19.0	0.0
	200~400만 원 미만	122	7.4	64.8	11.2	16.7	0.0
	400~600만 원 미만	116	4.0	67.5	12.1	15.8	0.6
	600만 원 이상	152	3.7	66.7	12.5	17.1	0.0

### 7.3. 이중포장금지 인지도

- 이중포장 금지에 대한 인지도는 ‘들어본 적은 있지만, 정확히는 모름’ 의견이 47.0%, ‘잘 알고 있다’는 응답자가 25.0%로 나타남.
  - 권역별로 충청권의 인지도가 가장 높게 나타났으며 대경권의 인지도가 가장 낮음.
  - 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 이중포장금지에 대한 인지도는 높게 나타남.

〈그림 5-105〉 이중포장금지 인지도



〈표 5-145〉 이중포장금지 인지도

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	28.0	47.0	25.0
권역	수도권	1,004	29.1	44.7	26.2
	충청권	224	24.1	53.1	22.8
	호남권	218	25.7	45.9	28.4
	대경권	193	30.6	48.7	20.7
	동남권	298	26.8	51.7	21.5
	강원권	63	30.2	38.1	31.7
가구원수	1인 가구	327	35.8	42.8	21.4
	2인 가구	455	28.6	48.6	22.9
	3인 가구	526	23.8	48.3	27.9
	4인 이상 가구	692	27.2	47.0	25.9
성별	남성	1,058	27.6	50.4	22.0
	여성	942	28.5	43.2	28.3
연령	20대	249	39.8	34.1	26.1
	30대	364	33.5	40.4	26.1
	40대	513	28.5	46.0	25.5
	50대	328	22.0	52.4	25.6
	60대 이상	546	22.2	54.9	22.9
학력	고졸 이하	455	29.9	48.1	22.0
	대졸	1,323	28.5	46.0	25.5
	대학원졸	222	21.2	50.5	28.4
직업	관리/전문/사무직	1,089	28.2	45.4	26.4
	서비스/판매직	193	23.8	52.3	23.8
	기계/농림어업/단순노무	233	29.2	52.8	18.0
	주부	208	21.6	48.1	30.3
	학생	83	45.8	30.1	24.1
	기타	194	28.9	50.0	21.1
가구소득	200만 원 미만	160	32.5	51.3	16.3
	200~400만 원 미만	597	29.0	47.7	23.3
	400~600만 원 미만	579	29.9	45.9	24.2
	600만 원 이상	664	24.4	46.2	29.4

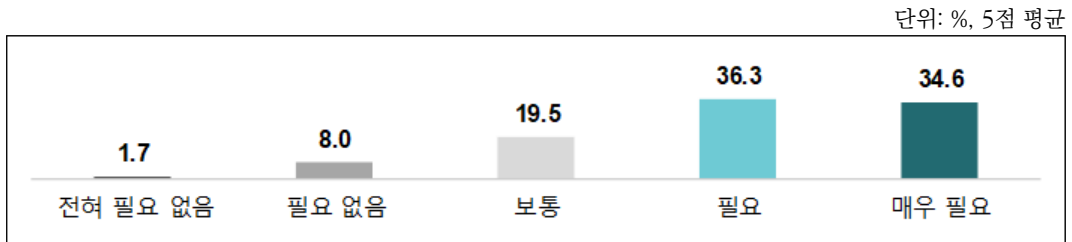
#### 7.4. 이중포장금지 필요도

○ 이중포장금지가 필요한가에 대한 질문에 ‘필요’하다는 의견이 36.3%, ‘매우 필요’하다는 의견이 34.6%로, 이중포장금지가 필요하다는 인식이 높은 것으로 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 강원권 거주자의 이중포장금지에 대한 ‘필요’가 가장 많고, 대경권이 가장 적게 나타남.

- 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 ‘필요 의견’ 많은 것으로 나타남.

〈그림 5-106〉 이중포장금지 필요도



〈표 5-146〉 이중포장금지 필요도

단위: 명, %, 5점 평균

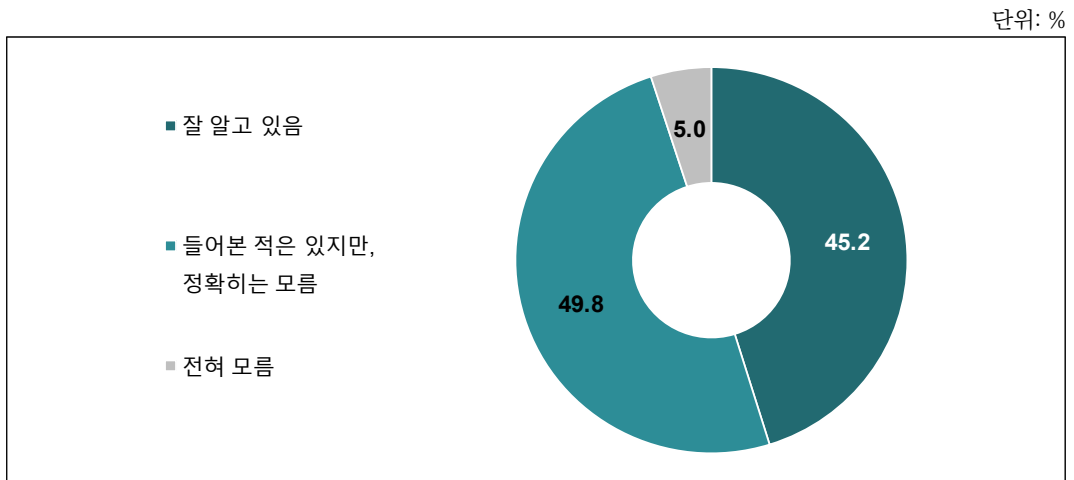
구분		사례수	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	5점 평균
전체		2,000	2,000	8.0	19.5	36.3	34.6	3.94
권역	수도권	1,004	1,004	7.2	18.8	36.3	35.5	3.95
	충청권	224	224	9.8	21.0	32.6	35.7	3.92
	호남권	218	218	8.3	22.0	38.5	30.7	3.91
	대경권	193	193	11.9	21.2	35.8	29.5	3.80
	동남권	298	298	6.7	18.8	39.3	33.9	3.98
	강원권	63	63	7.9	14.3	30.2	47.6	4.17
가구원수	1인 가구	327	327	9.5	20.8	34.9	32.4	3.85
	2인 가구	455	455	7.0	19.8	34.9	36.7	3.98
	3인 가구	526	526	7.4	18.8	37.5	35.6	4.00
	4인 이상 가구	692	692	8.4	19.2	37.0	33.4	3.91
성별	남성	1,058	1,058	8.2	20.7	37.7	31.5	3.89
	여성	942	942	7.7	18.2	34.7	38.0	4.00
연령	20대	249	249	5.2	18.1	35.3	40.6	4.10
	30대	364	364	9.6	19.8	33.2	34.9	3.88
	40대	513	513	8.8	19.9	33.7	34.9	3.89
	50대	328	328	7.6	21.0	40.2	30.2	3.91
	60대 이상	546	546	7.7	18.7	38.8	33.9	3.97
학력	고졸 이하	455	455	12.3	24.0	30.5	30.5	3.74
	대졸	1,323	1,323	6.8	19.1	37.2	35.5	3.99
	대학원졸	222	222	6.3	12.6	42.8	36.9	4.08
직업	관리/전문/사무직	1,089	1,089	7.6	17.5	38.3	35.0	3.98
	서비스/판매직	193	193	6.7	23.8	34.2	32.6	3.88
	기계/농림어업/단순노무	233	233	11.6	24.5	33.0	28.3	3.73
	주부	208	208	7.2	21.2	37.0	33.7	3.95
	학생	83	83	6.0	16.9	28.9	47.0	4.14
	기타	194	194	8.8	19.6	33.5	37.1	3.97
가구소득	200만 원 미만	160	160	8.8	29.4	31.3	29.4	3.79
	200~400만 원 미만	597	597	8.0	22.3	34.2	33.8	3.90
	400~600만 원 미만	579	579	9.8	16.1	37.3	34.7	3.93
	600만 원 이상	664	664	6.2	17.6	38.6	36.3	4.02

## 7.5. 탄소 중립 용어 인지도

○ 탄소 중립 용어 인지도는 ‘잘 알고 있다’는 의견이 45.2%로 높은 인지도를 보임.

- 권역별로 호남권의 인지도가 가장 높고, 강원권의 인지도가 가장 낮게 나타남.
- 가구원 수가 많을수록, 탄소 중립의 인지도가 높게 나타남.
- 학력이 높을수록 인지도가 높으며, 학력별로 큰 차이를 보임.

〈그림 5-107〉 탄소 중립 용어 인지도



〈표 5-147〉 탄소 중립 용어 인지도

단위: 명, %

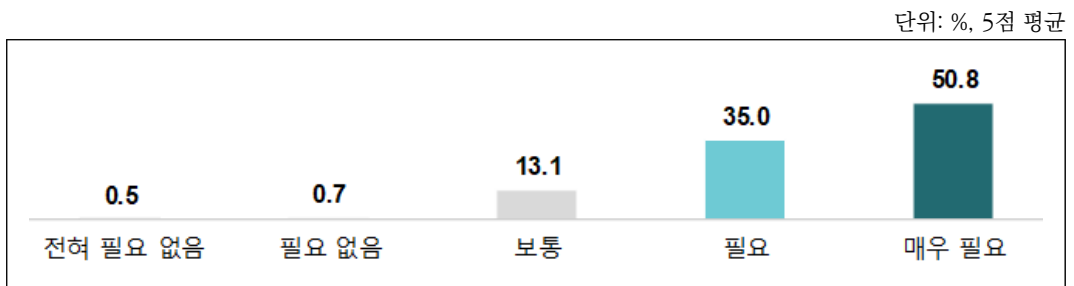
구분		사례수	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
전체		2,000	5.0	49.8	45.2
권역	수도권	1,004	5.8	49.9	44.3
	충청권	224	3.1	54.0	42.9
	호남권	218	5.5	42.7	51.8
	대경권	193	5.2	48.2	46.6
	동남권	298	3.4	50.7	46.0
	강원권	63	4.8	58.7	36.5
가구원수	1인 가구	327	6.7	50.5	42.8
	2인 가구	455	4.4	52.7	42.9
	3인 가구	526	4.9	50.4	44.7
	4인 이상 가구	692	4.6	47.1	48.3
성별	남성	1,058	3.4	48.6	48.0
	여성	942	6.8	51.2	42.0
연령	20대	249	13.7	39.8	46.6
	30대	364	6.3	52.7	40.9
	40대	513	3.7	49.9	46.4
	50대	328	2.4	50.6	47.0
	60대 이상	546	2.9	51.8	45.2
학력	고졸 이하	455	7.7	56.9	35.4
	대졸	1,323	4.6	49.2	46.2
	대학원졸	222	1.8	38.7	59.5
직업	관리/전문/사무직	1,089	4.7	47.1	48.2
	서비스/판매직	193	4.1	56.5	39.4
	기계/농림어업/단순노무	233	6.0	62.7	31.3
	주부	208	1.9	49.5	48.6
	학생	83	9.6	38.6	51.8
	기타	194	7.7	47.9	44.3
가구소득	200만 원 미만	160	6.3	60.6	33.1
	200~400만 원 미만	597	7.4	50.4	42.2
	400~600만 원 미만	579	4.5	51.6	43.9
	600만 원 이상	664	3.0	45.0	52.0



## 7.6. 탄소 중립 필요도

- 탄소 중립이 필요한가에 대해서는 ‘매우 필요’가 50.8%이며, ‘필요’한 편이라는 의견이 35.0%로 탄소 중립의 필요성에 대해 강한 공감대가 형성되어 있다는 것을 알 수 있음.
  - 권역별로 강원권의 필요도가 가장 높고, 대경권의 인지도가 가장 낮게 나타남.
  - 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 필요도가 높게 나타남.

〈그림 5-108〉 탄소 중립 필요도



〈표 5-148〉 탄소 중립 필요도

단위: 명, %, 5점 평균

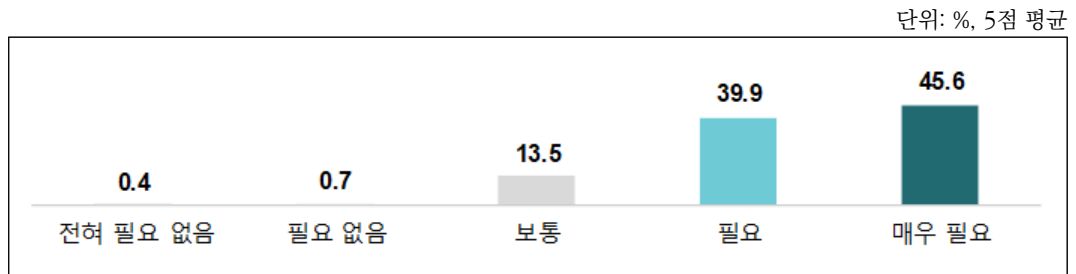
구분		사례수	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	5점 평균
전체		2,000	0.5	0.7	13.1	35.0	50.8	4.35
권역	수도권	1,004	0.6	0.8	13.3	34.9	50.4	4.34
	충청권	224	0.9	0.4	13.8	33.5	51.3	4.34
	호남권	218	0.5	0.0	14.7	35.8	49.1	4.33
	대경권	193	0.0	1.6	16.1	34.2	48.2	4.29
	동남권	298	0.3	0.3	10.1	37.2	52.0	4.40
	강원권	63	0.0	1.6	4.8	31.7	61.9	4.54
가구원수	1인 가구	327	0.9	0.6	11.3	35.8	51.4	4.36
	2인 가구	455	0.7	0.9	11.4	36.0	51.0	4.36
	3인 가구	526	0.2	1.0	14.6	34.0	50.2	4.33
	4인 이상 가구	692	0.4	0.4	13.7	34.7	50.7	4.35
성별	남성	1,058	0.9	0.9	13.7	37.1	47.4	4.29
	여성	942	0.0	0.4	12.3	32.7	54.6	4.41
연령	20대	249	0.8	0.8	18.9	30.5	49.0	4.26
	30대	364	0.5	1.1	17.0	33.5	47.8	4.27
	40대	513	0.0	0.8	11.9	33.1	54.2	4.41
	50대	328	0.0	0.3	9.8	41.2	48.8	4.38
	60대 이상	546	1.1	0.5	10.8	36.1	51.5	4.36
학력	고졸 이하	455	0.2	0.7	17.4	34.7	47.0	4.28
	대졸	1,323	0.5	0.8	12.2	35.0	51.5	4.36
	대학원졸	222	0.9	0.5	9.0	35.6	54.1	4.41
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.6	0.5	12.3	35.6	51.1	4.36
	서비스/판매직	193	0.0	0.0	15.0	36.8	48.2	4.33
	기계/농림어업/단순노무	233	0.4	0.9	19.3	37.8	41.6	4.19
	주부	208	0.0	0.5	10.1	29.8	59.6	4.49
	학생	83	0.0	4.8	8.4	32.5	54.2	4.36
	기타	194	1.5	1.0	12.9	33.0	51.5	4.32
가구소득	200만 원 미만	160	0.0	1.3	20.6	32.5	45.6	4.23
	200~400만 원 미만	597	0.7	0.7	14.9	36.5	47.2	4.29
	400~600만 원 미만	579	0.7	1.0	11.4	35.4	51.5	4.36
	600만 원 이상	664	0.3	0.3	11.0	33.9	54.5	4.42

## 7.7. 탄소 중립 활동 필요도

○ 탄소 중립 활동 필요도에 대해 5점 평균 4.30점으로 매우 높은 동의를 보임.

- 지역별로 강원권에서 상대적으로 높은 4.56점으로 나타났고, 대체로 모든 권역에서 높은 동의를 보임.

〈그림 5-109〉 탄소 중립 활동 필요도



〈표 5-149〉 탄소 중립 활동 필요도

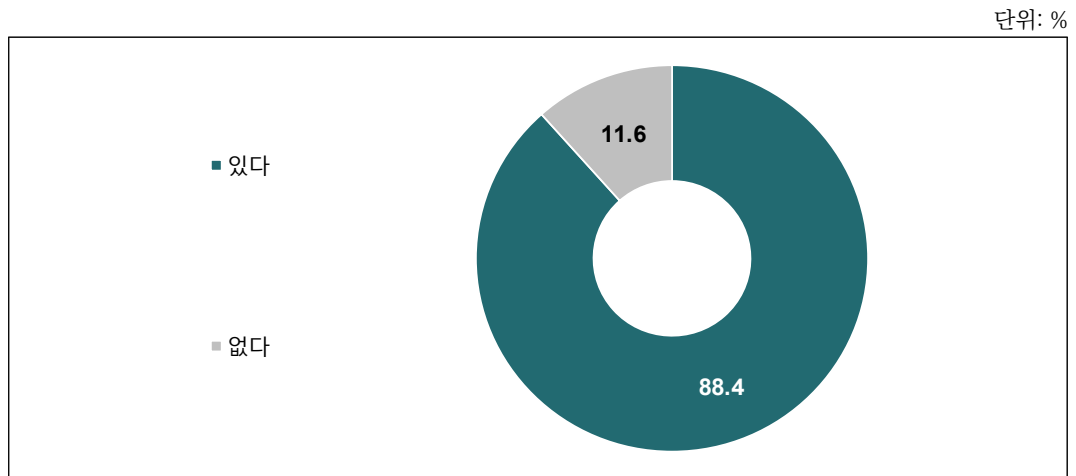
단위: 명, %, 5점 평균

구분		사례수	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	5점 평균
전체		2,000	0.4	0.7	13.5	39.9	45.6	4.30
권역	수도권	1,004	0.4	0.8	13.6	39.2	45.9	4.29
	충청권	224	0.9	0.0	13.8	41.5	43.8	4.27
	호남권	218	0.5	0.0	14.2	45.4	39.9	4.24
	대경권	193	0.0	2.1	16.6	37.3	44.0	4.23
	동남권	298	0.3	0.3	11.7	40.6	47.0	4.34
	강원권	63	0.0	1.6	4.8	30.2	63.5	4.56
가구원수	1인 가구	327	0.9	0.6	11.9	39.4	47.1	4.31
	2인 가구	455	0.4	0.9	12.5	41.1	45.1	4.29
	3인 가구	526	0.0	1.0	14.3	39.9	44.9	4.29
	4인 이상 가구	692	0.4	0.4	14.2	39.3	45.7	4.29
성별	남성	1,058	0.8	0.9	14.4	42.7	41.2	4.23
	여성	942	0.0	0.4	12.4	36.7	50.4	4.37
연령	20대	249	0.8	1.2	18.9	33.7	45.4	4.22
	30대	364	0.3	0.5	19.5	34.6	45.1	4.24
	40대	513	0.0	1.0	11.9	39.4	47.8	4.34
	50대	328	0.0	0.3	10.1	44.8	44.8	4.34
	60대 이상	546	0.9	0.5	10.4	43.8	44.3	4.30
학력	고졸 이하	455	0.0	0.7	16.9	39.3	43.1	4.25
	대졸	1,323	0.5	0.8	12.8	40.3	45.6	4.30
	대학원졸	222	0.5	0.5	9.9	38.7	50.5	4.38
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.5	0.6	12.4	39.7	46.8	4.32
	서비스/판매직	193	0.0	0.0	17.1	39.9	43.0	4.26
	기계/농림어업/단순노무	233	0.0	1.3	19.3	42.5	36.9	4.15
	주부	208	0.0	0.0	10.6	39.4	50.0	4.39
	학생	83	0.0	3.6	10.8	41.0	44.6	4.27
	기타	194	1.5	0.5	12.9	38.1	46.9	4.28
가구소득	200만 원 미만	160	0.0	1.9	18.8	34.4	45.0	4.23
	200~400만 원 미만	597	0.7	0.3	15.4	41.9	41.7	4.24
	400~600만 원 미만	579	0.3	0.9	12.1	40.6	46.1	4.31
	600만 원 이상	664	0.3	0.6	11.6	38.9	48.6	4.35

## 7.8. 탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향

- ‘탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구입을 증대하겠다’는 의향은 88.4%로 나타남.
  - 모든 응답자 특성에서 탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구입을 늘리겠다는 응답이 높게 나타났으며, 특히 권역별로 강원권에서 92.1%로 높게 나타남.

〈그림 5-110〉 탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향



〈표 5-150〉 탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향

단위: 명, %

구분		사례수	예 (늘린다)	아니오
전체		2,000	88.4	11.6
권역	수도권	1,004	88.8	11.2
	충청권	224	88.8	11.2
	호남권	218	88.5	11.5
	대경권	193	82.4	17.6
	동남권	298	89.6	10.4
	강원권	63	92.1	7.9
가구원수	1인 가구	327	89.0	11.0
	2인 가구	455	88.6	11.4
	3인 가구	526	87.3	12.7
	4인 이상 가구	692	88.9	11.1
성별	남성	1,058	86.7	13.3
	여성	942	90.3	9.7
연령	20대	249	83.9	16.1
	30대	364	84.3	15.7
	40대	513	90.1	9.9
	50대	328	93.0	7.0
	60대 이상	546	88.8	11.2
학력	고졸 이하	455	85.1	14.9
	대졸	1,323	89.0	11.0
	대학원졸	222	91.9	8.1
직업	관리/전문/사무직	1,089	89.3	10.7
	서비스/판매직	193	89.6	10.4
	기계/농림어업/단순노무	233	83.7	16.3
	주부	208	93.3	6.7
	학생	83	85.5	14.5
	기타	194	84.0	16.0
가구소득	200만 원 미만	160	78.1	21.9
	200~400만 원 미만	597	88.3	11.7
	400~600만 원 미만	579	88.4	11.6
	600만 원 이상	664	91.0	9.0

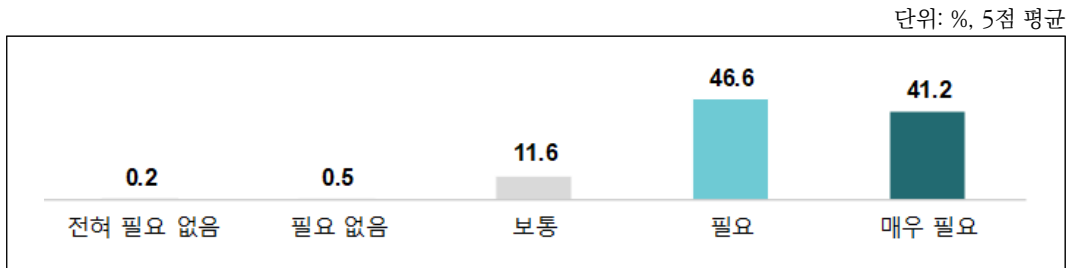
## 8. 식품산업 관련 인식

### 8.1. 국민 삶의 질 향상과 국가 경제 발전을 위한 식품산업 발전 필요성

○ 식품산업 발전의 필요성에 대해 ‘필요’가 46.6%, ‘매우 필요’가 41.2%로 매우 높은 필요성을 보임.

- 지역별로 강원권에서 상대적으로 높은 4.43점으로 나타남.
- 연령이 높을수록 대체로 높게 나타남.

〈그림 5-111〉 국민 삶의 질 향상과 국가 경제 발전을 위한 식품산업 발전 필요성



〈표 5-151〉 국민 삶의 질 향상과 국가 경제 발전을 위한 식품산업 발전 필요성

단위: 명, %, 5점 평균

구분		사례수	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	5점 평균
전체		2000	0.2	0.5	11.6	46.6	41.2	4.28
권역	수도권	1004	0.2	0.4	12.0	44.9	42.5	4.29
	충청권	224	0.0	0.4	11.6	46.4	41.5	4.29
	호남권	218	0.5	0.9	14.2	48.6	35.8	4.18
	대경권	193	0.0	1.0	14.5	49.2	35.2	4.19
	동남권	298	0.3	0.0	8.4	49.0	42.3	4.33
	강원권	63	0.0	1.6	3.2	46.0	49.2	4.43
가구원수	1인 가구	327	0.3	0.3	14.1	41.9	43.4	4.28
	2인 가구	455	0.4	0.7	11.2	48.1	39.6	4.26
	3인 가구	526	0.2	0.4	10.5	48.3	40.7	4.29
	4인 이상 가구	692	0.0	0.6	11.6	46.4	41.5	4.29
성별	남성	1058	0.4	0.8	11.7	47.4	39.8	4.25
	여성	942	0.0	0.2	11.5	45.6	42.7	4.31
연령	20대	249	0.0	0.8	17.7	42.6	39.0	4.20
	30대	364	0.3	0.8	16.8	39.8	42.3	4.23
	40대	513	0.0	0.6	12.5	44.4	42.5	4.29
	50대	328	0.0	0.0	8.5	54.0	37.5	4.29
	60대 이상	546	0.5	0.4	6.4	50.4	42.3	4.34
학력	고졸 이하	455	0.0	0.7	14.5	47.0	37.8	4.22
	대졸	1323	0.2	0.5	11.3	47.4	40.7	4.28
	대학원졸	222	0.9	0.5	7.7	40.5	50.5	4.39
직업	관리/전문/사무직	1089	0.0	0.4	11.5	45.6	42.5	4.30
	서비스/판매직	193	0.0	0.5	15.5	46.1	37.8	4.21
	기계/농림어업/단순노무	233	0.4	1.7	16.7	48.5	32.6	4.11
	주부	208	0.0	0.0	7.2	48.6	44.2	4.37
	학생	83	0.0	1.2	8.4	50.6	39.8	4.29
	기타	194	1.5	0.0	8.2	45.9	44.3	4.31
가구소득	200만 원 미만	160	0.0	1.3	16.9	45.6	36.3	4.17
	200~400만 원 미만	597	0.5	0.2	14.9	45.1	39.4	4.23
	400~600만 원 미만	579	0.0	0.7	9.2	48.9	41.3	4.31
	600만 원 이상	664	0.2	0.5	9.5	46.1	43.8	4.33



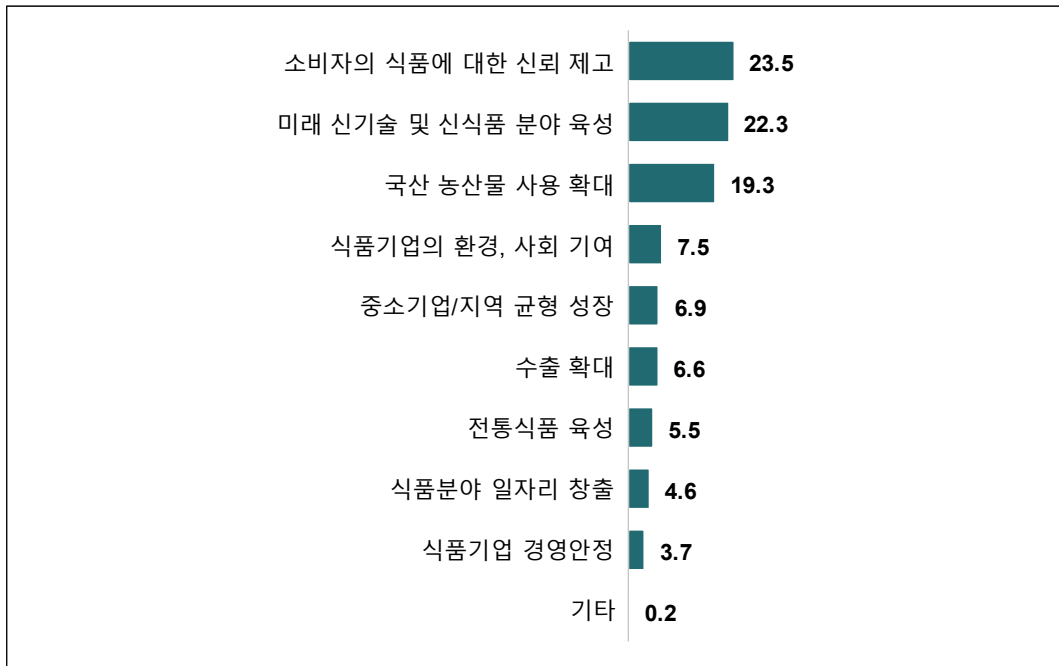
## 8.2. 향후 5년간 식품산업에서 가장 추진되어야 할 정책 방향

○ 향후 5년간 추진되어야 할 정책 방향으로는 ‘소비자의 식품에 대한 신뢰 제고’가 23.5%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘미래 신기술의 신식품 분야 육성’이 22.3%, ‘국산 농산물 사용 확대’가 19.3%로 높게 나타남.

- 권역별로 수도권을 제외한 모든 권역에서 ‘소비자의 식품에 대한 신뢰 제고’가 높게 나타났고, 수도권은 ‘미래 신기술 및 신식품 분야 육성’이 가장 높게 나타남.
- 남성은 ‘미래 신기술 및 신식품 분야 육성’이 가장 높게 나타났고, 여성은 ‘소비자의 식품에 대한 신뢰 제고’에 대한 응답이 상대적으로 높음.

〈그림 5-112〉 향후 5년간 식품산업에서 가장 추진되어야 할 정책 방향(1+2+3 가중평균)

단위: %



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-152〉 향후 5년간 식품산업에서 가장 추진되어야 할 정책 방향(1+2+3 가중평균)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	미래 신기술 및 신식품 분야 육성	수출 확대	국산 농산물 사용 확대	소비자의 식품에 대한 신뢰 제고	식품분야 일자리 창출
전체		2,000	22.3	6.6	19.3	23.5	4.6
권역	수도권	1,004	23.6	7.2	18.8	22.2	4.6
	충청권	224	21.1	6.7	19.0	25.1	4.8
	호남권	218	19.4	6.8	21.1	23.4	4.5
	대경권	193	20.9	6.1	17.9	25.6	6.1
	동남권	298	21.9	4.8	21.5	25.0	3.7
	강원권	63	23.0	5.6	16.4	25.4	4.5
가구원수	1인 가구	327	21.0	7.0	18.8	25.2	4.7
	2인 가구	455	24.6	5.3	19.2	22.7	4.0
	3인 가구	526	22.4	6.7	19.5	23.0	5.1
	4인 이상 가구	692	21.4	7.1	19.5	23.7	4.6
성별	남성	1,058	26.4	7.3	16.4	23.4	4.1
	여성	942	17.8	5.7	22.6	23.7	5.2
연령	20대	249	17.9	8.1	19.8	19.8	7.6
	30대	364	19.0	8.8	19.8	23.1	4.3
	40대	513	20.4	5.7	20.7	24.1	4.8
	50대	328	22.5	6.6	20.3	24.7	3.3
	60대 이상	546	28.2	5.3	16.9	24.2	4.2
학력	고졸 이하	455	20.0	7.1	20.3	23.0	5.6
	대졸	1,323	22.5	6.7	19.5	23.4	4.4
	대학원졸	222	26.2	5.1	16.6	25.3	3.9
직업	관리/전문/사무직	1,089	21.8	6.4	18.8	24.5	4.1
	서비스/판매직	193	23.1	8.5	19.7	19.9	4.4
	기계/농림어업/단순노무	233	26.0	7.7	19.8	19.0	5.7
	주부	208	19.1	4.9	23.1	24.6	4.4
	학생	83	19.7	8.2	19.9	19.7	9.0
	기타	194	24.6	5.6	17.0	27.5	4.7
가구소득	200만 원 미만	160	21.1	7.4	18.9	23.0	5.4
	200~400만 원 미만	597	22.8	5.9	20.5	23.2	4.9
	400~600만 원 미만	579	21.8	6.9	19.9	23.9	4.6
	600만 원 이상	664	22.5	6.7	17.9	23.6	4.2

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-152〉 향후 5년간 식품산업에서 가장 추진되어야 할 정책 방향(1+2+3 가중평균)[2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	중소기업/ 지역 균형 성장	전통식품 육성	식품기업 경영안정	식품기업의 환경, 사회 기여	기타
전체		2,000	6.9	5.5	3.7	7.5	0.2
권역	수도권	1,004	6.1	5.4	4.0	7.7	0.3
	충청권	224	7.1	5.1	2.7	7.8	0.4
	호남권	218	8.9	6.2	3.2	6.3	0.1
	대경권	193	6.9	5.9	3.0	7.6	0.0
	동남권	298	6.9	5.0	3.7	7.5	0.0
	강원권	63	10.1	5.0	4.2	5.8	0.0
가구원수	1인 가구	327	7.1	4.0	4.4	7.0	0.6
	2인 가구	455	7.0	7.1	3.3	6.6	0.0
	3인 가구	526	6.8	5.4	3.0	7.8	0.2
	4인 이상 가구	692	6.6	5.0	4.0	8.0	0.2
성별	남성	1,058	6.9	5.7	3.5	6.1	0.2
	여성	942	6.8	5.1	3.8	9.0	0.3
연령	20대	249	7.8	3.7	3.7	10.7	0.8
	30대	364	7.4	5.0	4.5	7.8	0.3
	40대	513	7.5	6.0	4.0	6.9	0.0
	50대	328	6.3	5.8	3.3	7.3	0.0
	60대 이상	546	5.9	5.8	3.0	6.4	0.2
학력	고졸 이하	455	7.5	5.8	3.3	7.0	0.6
	대졸	1,323	6.8	5.3	3.9	7.5	0.1
	대학원졸	222	5.9	5.8	2.8	8.4	0.0
직업	관리/전문/사무직	1,089	7.1	5.2	4.1	7.7	0.2
	서비스/판매직	193	6.9	7.2	4.7	5.0	0.5
	기계/농림어업/단순노무	233	6.9	6.0	3.9	5.1	0.0
	주부	208	6.3	5.3	3.0	9.4	0.0
	학생	83	7.6	3.0	1.8	10.2	0.8
	기타	194	5.8	5.4	1.4	8.0	0.0
가구소득	200만 원 미만	160	7.2	5.3	3.9	6.6	1.3
	200~400만 원 미만	597	7.2	5.2	3.4	6.8	0.0
	400~600만 원 미만	579	6.9	6.2	3.0	6.8	0.0
	600만 원 이상	664	6.5	5.0	4.3	8.9	0.3

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

## 9. 식품 소비 라이프스타일 및 인식

### 9.1. 라이프 스타일

- 식품 구입 및 섭취 관련 라이프 스타일 항목 중에서 '상한 것이 의심되는 등 위해 가능성이 있는 식품은 아까워도 섭취하지 않는다'가 3.95점으로 가장 높았으며, '건강에 나쁜 것은 가급적 안 먹으려고 한다'가 3.62점으로 3위로 나타나, 건강 관련 항목이 가장 중요한 것을 알 수 있음.

〈그림 5-113〉 라이프 스타일

단위: 5점 평균



〈표 5-153〉 라이프 스타일[1/2]

단위: 명, 5점 평균

구분	사례수	식사는 밥보다 빵이나 과일 등으로 간단하게 먹는 편이다	가정 간편식(HMR)을 종종 이용한다	식품 구입 시 소포장 제품, 전처리 농산물(절단, 세척 등)을 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 가급적 안 먹으려고 한다	
전체	2,000	2.57	3.03	2.90	3.01	3.35	3.39	3.27	3.62	
권역	수도권	1,004	2.61	3.04	2.94	3.00	3.36	3.39	3.27	3.66
	충청권	224	2.55	3.09	2.91	2.87	3.20	3.34	3.26	3.58
	호남권	218	2.50	2.95	2.86	3.06	3.42	3.36	3.30	3.65
	대경권	193	2.51	3.01	2.88	3.01	3.39	3.31	3.20	3.44
	동남권	298	2.57	3.01	2.83	3.08	3.36	3.45	3.31	3.56
	강원권	63	2.44	2.97	2.78	3.05	3.27	3.56	3.30	3.71
가구원수	1인 가구	327	2.61	3.14	3.09	2.96	3.30	3.34	3.27	3.54
	2인 가구	455	2.51	2.92	2.81	3.01	3.39	3.41	3.30	3.71
	3인 가구	526	2.59	3.02	2.92	3.02	3.36	3.39	3.24	3.58
	4인 이상 가구	692	2.57	3.06	2.85	3.02	3.34	3.39	3.28	3.62
성별	남성	1,058	2.48	2.96	2.97	2.94	3.34	3.35	3.18	3.63
	여성	942	2.67	3.10	2.82	3.08	3.36	3.42	3.38	3.60
연령	20대	249	2.80	3.20	3.01	3.19	3.24	3.47	3.36	3.26
	30대	364	2.65	3.17	3.02	3.03	3.37	3.45	3.25	3.34
	40대	513	2.60	3.16	2.86	3.00	3.35	3.41	3.19	3.55
	50대	328	2.55	2.96	2.78	2.89	3.32	3.33	3.30	3.74
	60대 이상	546	2.39	2.77	2.87	2.98	3.40	3.32	3.32	3.95
학력	고졸 이하	455	2.49	2.95	2.87	3.05	3.34	3.40	3.19	3.53
	대졸	1,323	2.59	3.06	2.90	3.00	3.36	3.38	3.28	3.61
	대학원졸	222	2.62	3.01	2.92	2.93	3.30	3.36	3.37	3.82
직업	관리/전문/사무직	1,089	2.60	3.09	2.94	2.99	3.38	3.39	3.28	3.59
	서비스/판매직	193	2.58	3.10	2.98	3.04	3.35	3.32	3.18	3.50
	기계/농림어업/단순노무	233	2.39	2.85	2.91	2.94	3.26	3.33	3.11	3.53
	주부	208	2.59	3.06	2.64	3.22	3.39	3.50	3.53	4.00
	학생	83	2.69	3.23	2.95	3.20	3.22	3.59	3.42	3.31
	기타	194	2.51	2.72	2.79	2.80	3.28	3.27	3.20	3.74
가구소득	200만 원 미만	160	2.65	2.88	2.94	2.96	3.18	3.23	3.16	3.54
	200~400만 원 미만	597	2.58	2.99	2.92	2.98	3.30	3.39	3.23	3.56
	400~600만 원 미만	579	2.49	3.02	2.83	3.04	3.37	3.38	3.24	3.63
	600만 원 이상	664	2.61	3.10	2.92	3.01	3.42	3.42	3.36	3.68

〈표 5-153〉 라이프 스타일[2/2]

단위: 명, 5점 평균

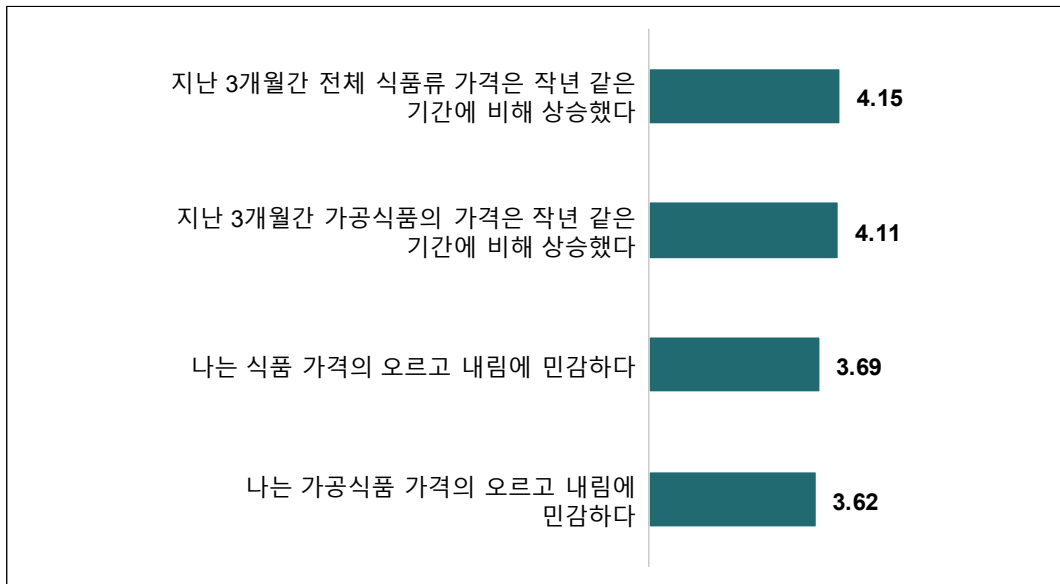
구분	사례수	규칙적으로 식사하는 편이다	동일 제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 체크하는 편이다	식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	식품 선택 시 가격이나 맛보다는 안전성을 우선 고려한다	상한 것이 의심되는 등 위해 가능성이 있는 식품은 아까워도 섭취하지 않는다	식품 구입 시 안전성이 인증된 식품을 구입하는 편이다	
전체	2,000	3.58	3.53	3.71	3.39	3.26	3.95	3.55	
권역	수도권	1,004	3.59	3.52	3.72	3.38	3.26	3.98	3.56
	충청권	224	3.53	3.57	3.67	3.35	3.25	3.96	3.50
	호남권	218	3.60	3.54	3.69	3.44	3.40	3.87	3.59
	대경권	193	3.47	3.43	3.67	3.36	3.27	3.97	3.51
	동남권	298	3.59	3.60	3.73	3.40	3.16	3.90	3.55
	강원권	63	3.60	3.68	3.76	3.59	3.17	3.98	3.67
가구원수	1인 가구	327	3.38	3.35	3.62	3.35	3.09	3.90	3.42
	2인 가구	455	3.66	3.57	3.74	3.44	3.29	4.01	3.58
	3인 가구	526	3.60	3.55	3.69	3.44	3.25	3.92	3.60
	4인 이상 가구	692	3.60	3.59	3.76	3.34	3.32	3.96	3.57
성별	남성	1,058	3.60	3.50	3.67	3.31	3.27	3.92	3.54
	여성	942	3.54	3.58	3.76	3.49	3.24	3.99	3.57
연령	20대	249	3.32	3.58	3.66	3.41	2.94	3.80	3.36
	30대	364	3.45	3.45	3.62	3.29	2.98	3.95	3.39
	40대	513	3.50	3.54	3.72	3.33	3.26	3.94	3.50
	50대	328	3.63	3.53	3.74	3.41	3.32	3.88	3.66
	60대 이상	546	3.81	3.57	3.77	3.49	3.54	4.08	3.74
학력	고졸 이하	455	3.47	3.58	3.65	3.40	3.19	3.91	3.50
	대졸	1,323	3.58	3.51	3.73	3.38	3.25	3.96	3.56
	대학원졸	222	3.76	3.54	3.73	3.45	3.44	3.99	3.60
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.60	3.49	3.72	3.34	3.24	3.96	3.51
	서비스/판매직	193	3.35	3.45	3.66	3.44	3.12	3.88	3.52
	기계/농림어업/단순노무	233	3.52	3.44	3.55	3.32	3.24	3.84	3.55
	주부	208	3.79	3.81	3.87	3.71	3.53	4.14	3.88
	학생	83	3.39	3.71	3.77	3.41	3.02	3.92	3.41
	기타	194	3.55	3.61	3.72	3.40	3.32	3.96	3.58
가구소득	200만 원 미만	160	3.31	3.58	3.63	3.40	3.14	3.88	3.53
	200~400만 원 미만	597	3.55	3.53	3.67	3.38	3.18	3.90	3.47
	400~600만 원 미만	579	3.56	3.50	3.72	3.37	3.28	3.96	3.55
	600만 원 이상	664	3.68	3.55	3.77	3.41	3.34	4.01	3.64

## 9.2. 가공식품 가격에 대한 인식

- 전반적으로 식품 가격, 가공식품 가격 변동보다는 전년 대비 가격이 많이 상승했다고 인식하고 있음.
  - 조사 시점 기준 대부분 응답자 특성에서 작년 대비 전체 식품류의 가격 상승을 가공식품의 가격 상승보다 더 크게 체감하는 것으로 나타남.

〈그림 5-114〉 가공식품 가격에 대한 인식

단위: 5점 평균



〈표 5-154〉 가공식품 가격에 대한 인식

단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	나는 식품 가격의 변화에 민감하다	나는 가공식품 가격의 변화에 민감하다	지난 3개월간 전체 식품류 가격은 작년 같은 기간에 비해 상승했다	지난 3개월간 가공식품의 가격은 작년 같은 기간에 비해 상승했다
전체		2,000	3.69	3.62	4.15	4.11
권역	수도권	1,004	3.69	3.62	4.14	4.10
	충청권	224	3.70	3.57	4.18	4.15
	호남권	218	3.75	3.68	4.11	4.06
	대경권	193	3.70	3.64	4.18	4.11
	동남권	298	3.63	3.58	4.11	4.10
	강원권	63	3.86	3.73	4.32	4.24
가구원수	1인 가구	327	3.71	3.62	4.15	4.12
	2인 가구	455	3.68	3.57	4.16	4.12
	3인 가구	526	3.67	3.58	4.10	4.07
	4인 이상 가구	692	3.72	3.68	4.17	4.13
성별	남성	1,058	3.64	3.59	4.12	4.10
	여성	942	3.75	3.65	4.18	4.12
연령	20대	249	3.80	3.80	4.12	4.10
	30대	364	3.69	3.59	4.06	4.05
	40대	513	3.68	3.60	4.16	4.12
	50대	328	3.66	3.60	4.13	4.10
	60대 이상	546	3.67	3.58	4.21	4.14
학력	고졸 이하	455	3.73	3.66	4.11	4.09
	대졸	1,323	3.69	3.62	4.16	4.11
	대학원졸	222	3.66	3.56	4.14	4.11
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.65	3.59	4.12	4.09
	서비스/판매직	193	3.76	3.72	4.18	4.17
	기계/농림어업/단순노무	233	3.56	3.50	4.03	3.99
	주부	208	3.87	3.68	4.31	4.23
	학생	83	3.90	3.89	4.17	4.17
	기타	194	3.75	3.68	4.20	4.16
가구소득	200만 원 미만	160	3.85	3.78	4.14	4.11
	200~400만 원 미만	597	3.68	3.61	4.14	4.10
	400~600만 원 미만	579	3.71	3.62	4.16	4.12
	600만 원 이상	664	3.66	3.59	4.14	4.11

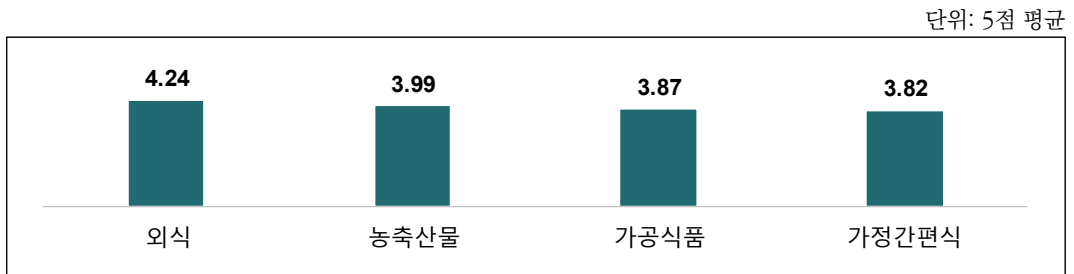


### 9.3. 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식

○ 식품 종류별 물가 수준 인식에서 '외식'(4.24점), '농축산물'(3.99점), '가공식품'(3.87점), '가정간편식'(3.82점) 순으로 물가가 높다고 인식하고 있음.

- 모든 응답자 특성에서 '외식' 물가 수준에 대해 가장 비싸다고 느끼는 것으로 나타남.

〈그림 5-115〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식



〈표 5-155〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 농축산물

단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	농축산물	가공식품	가정간편식	외식
전체		2,000	3.99	3.87	3.82	4.24
권역	수도권	1,004	3.99	3.87	3.82	4.28
	충청권	224	3.97	3.86	3.82	4.27
	호남권	218	3.93	3.83	3.80	4.18
	대경권	193	3.96	3.92	3.82	4.15
	동남권	298	4.05	3.85	3.83	4.23
	강원권	63	4.06	3.97	3.90	4.19
가구원수	1인 가구	327	4.00	3.88	3.84	4.31
	2인 가구	455	4.00	3.86	3.83	4.24
	3인 가구	526	3.96	3.86	3.80	4.23
	4인 이상 가구	692	4.00	3.88	3.82	4.23
성별	남성	1,058	3.96	3.87	3.80	4.23
	여성	942	4.02	3.87	3.85	4.26
연령	20대	249	3.92	3.79	3.80	4.20
	30대	364	4.01	3.85	3.79	4.20
	40대	513	4.04	3.93	3.83	4.29
	50대	328	3.98	3.86	3.82	4.18
	60대 이상	546	3.98	3.87	3.84	4.29
학력	고졸 이하	455	3.95	3.85	3.81	4.13
	대졸	1,323	4.00	3.88	3.82	4.28
	대학원졸	222	4.02	3.86	3.82	4.28
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.99	3.84	3.79	4.25
	서비스/판매직	193	4.01	3.92	3.90	4.28
	기계/농림어업/단순노무	233	3.89	3.83	3.78	4.12
	주부	208	4.09	3.98	3.91	4.28
	학생	83	3.90	3.84	3.81	4.18
	기타	194	4.05	3.93	3.87	4.32
가구소득	200만 원 미만	160	3.94	3.93	3.91	4.19
	200~400만 원 미만	597	3.96	3.84	3.81	4.21
	400~600만 원 미만	579	4.02	3.91	3.83	4.27
	600만 원 이상	664	4.01	3.85	3.80	4.27

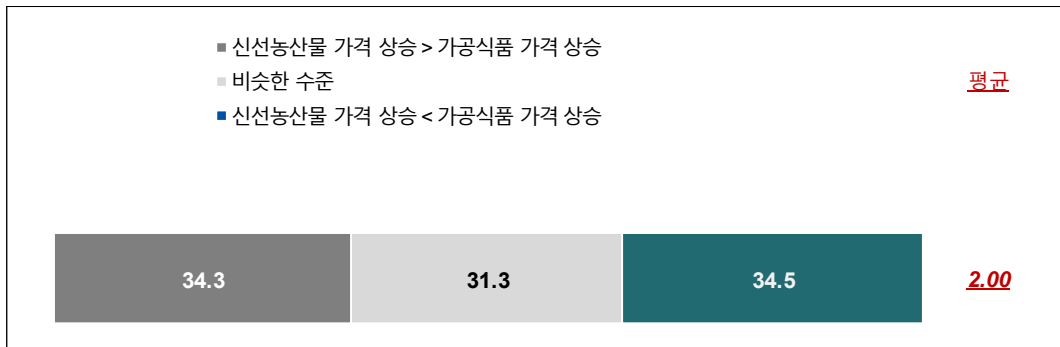
#### 9.4. 최근 1년 가공식품과 신선농산물 대비 가격 비교

○ 가공식품과 신선농산물의 가격 상승과 관련하여 ‘신선식품의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다’라는 의견과 ‘가공식품의 가격이 신선농산물에 비해 더 많이 상승했다’는 의견의 차이가 거의 없는 것으로 나타났고, 평균 점수도 2.00점으로 나타남.

- 권역별로 충청권과 호남권, 대경권은 가공식품의 가격이 더 많이 상승한 것으로 나타났고, 수도권과 동남권, 강원권은 신선농산물의 가격 상승이 크다고 응답함.

〈그림 5-116〉 최근 1년 가공식품과 신선농산물 대비 가격 비교

단위: %, 3점 평균



〈표 5-156〉 최근 1년 가공식품과 신선농산물 대비 가격 비교

단위: 명, %, 3점 평균

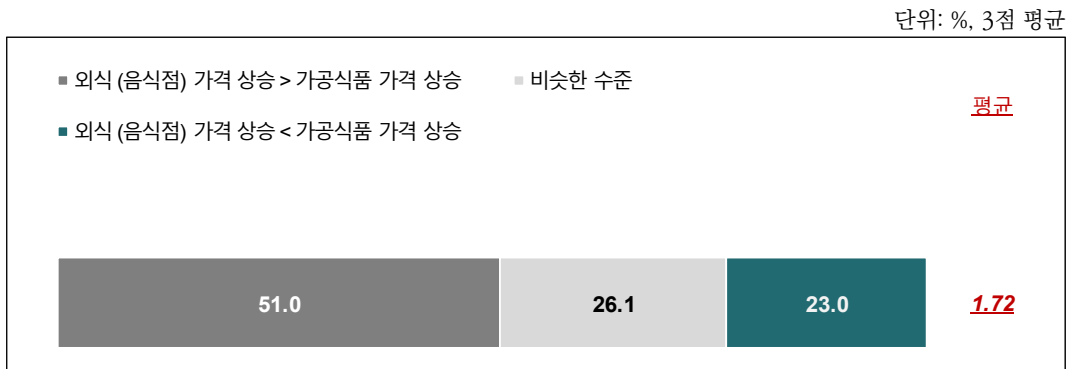
구분		사례수	신선농산물 가격 상승 > 가공식품 가격 상승	비슷한 수준	신선농산물 가격 상승 < 가공식품 가격 상승	평균
전체		2,000	34.3	31.3	34.5	2.00
권역	수도권	1,004	36.4	31.3	32.4	1.96
	충청권	224	26.8	34.4	38.8	2.12
	호남권	218	32.6	31.7	35.8	2.03
	대경권	193	28.0	33.2	38.9	2.11
	동남권	298	36.9	28.5	34.6	1.98
	강원권	63	41.3	25.4	33.3	1.92
가구원수	1인 가구	327	33.6	30.6	35.8	2.02
	2인 가구	455	36.5	29.5	34.1	1.98
	3인 가구	526	32.7	33.5	33.8	2.01
	4인 이상 가구	692	34.4	31.1	34.5	2.00
성별	남성	1,058	29.7	33.1	37.2	2.08
	여성	942	39.5	29.2	31.3	1.92
연령	20대	249	36.5	32.9	30.5	1.94
	30대	364	34.3	36.3	29.4	1.95
	40대	513	38.2	30.2	31.6	1.93
	50대	328	33.8	29.9	36.3	2.02
	60대 이상	546	29.9	28.9	41.2	2.11
학력	고졸 이하	455	28.1	32.5	39.3	2.11
	대졸	1,323	36.1	31.7	32.2	1.96
	대학원졸	222	36.5	25.7	37.8	2.01
직업	관리/전문/사무직	1,089	36.2	30.9	33.0	1.97
	서비스/판매직	193	30.1	30.1	39.9	2.10
	기계/농림어업/단순노무	233	21.5	41.2	37.3	2.16
	주부	208	41.8	24.0	34.1	1.92
	학생	83	37.3	31.3	31.3	1.94
	기타	194	34.0	30.4	35.6	2.02
가구소득	200만 원 미만	160	26.3	33.1	40.6	2.14
	200~400만 원 미만	597	34.2	33.2	32.7	1.98
	400~600만 원 미만	579	33.3	30.6	36.1	2.03
	600만 원 이상	664	37.2	29.7	33.1	1.96

\* 평균이 1.00점에 가까울수록 '신선농산물 가격상승 > 가공식품 가격상승'에 대한 의견이 많은 것으로 해석.

## 9.5. 최근 1년 가공식품과 외식 대비 가격 비교

○ 가공식품과 외식 가격의 상승 정도와 관련하여 ‘외식의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다’라는 의견이 절반이 넘는 51.0%로 가장 많으며, ‘비슷한 수준’이라는 의견이 26.1%로 ‘가공식품의 가격이 외식에 비해 더 많이 상승했다’는 의견이 23.0%의 순으로 높게 응답됨. 모든 응답자 특성에서 ‘외식 가격 상승’이 ‘가공식품 가격 상승’보다 높게 나타남.

〈그림 5-117〉 최근 1년 가공식품과 외식 대비 가격 비교



〈표 5-157〉 최근 1년 가공식품과 외식 대비 가격 비교

단위: 명, %, 3점 평균

구분		사례수	외식 (음식점) 가격 상승 가공식품 가격 상승	비슷한 수준	외식 (음식점) 가격 상승 < 가공식품 가격 상승	평균
전체		2,000	51.0	26.1	23.0	1.72
권역	수도권	1,004	53.7	26.3	20.0	1.66
	충청권	224	46.4	26.3	27.2	1.81
	호남권	218	43.1	28.4	28.4	1.85
	대경권	193	45.1	26.9	28.0	1.83
	동남권	298	53.7	23.8	22.5	1.69
	강원권	63	55.6	20.6	23.8	1.68
가구원수	1인 가구	327	52.0	23.5	24.5	1.72
	2인 가구	455	50.8	25.5	23.7	1.73
	3인 가구	526	50.0	27.9	22.1	1.72
	4인 이상 가구	692	51.3	26.2	22.5	1.71
성별	남성	1,058	49.2	25.7	25.0	1.76
	여성	942	52.9	26.4	20.7	1.68
연령	20대	249	56.2	29.3	14.5	1.58
	30대	364	51.9	31.0	17.0	1.65
	40대	513	54.2	26.9	18.9	1.65
	50대	328	49.7	25.6	24.7	1.75
	60대 이상	546	45.6	20.7	33.7	1.88
학력	고졸 이하	455	41.5	28.6	29.9	1.88
	대졸	1,323	53.5	25.9	20.6	1.67
	대학원졸	222	55.0	22.1	23.0	1.68
직업	관리/전문/사무직	1,089	55.0	25.8	19.2	1.64
	서비스/판매직	193	43.0	28.0	29.0	1.86
	기계/농림어업/단순노무	233	38.2	30.9	30.9	1.93
	주부	208	51.4	18.3	30.3	1.79
	학생	83	56.6	25.3	18.1	1.61
	기타	194	48.5	28.4	23.2	1.75
가구소득	200만 원 미만	160	41.3	26.3	32.5	1.91
	200~400만 원 미만	597	46.9	30.5	22.6	1.76
	400~600만 원 미만	579	50.6	24.5	24.9	1.74
	600만 원 이상	664	57.2	23.3	19.4	1.62

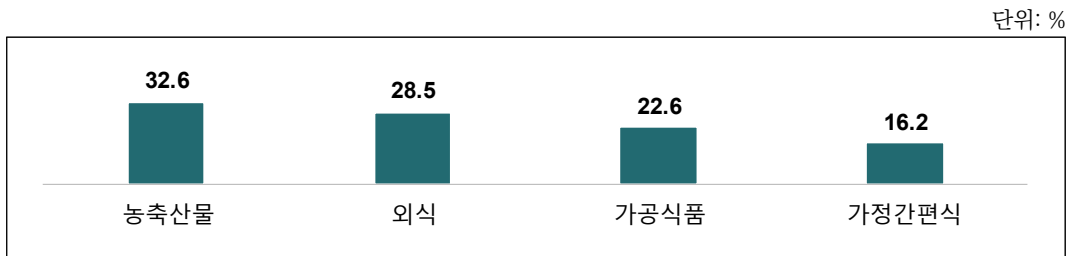
\* 평균이 1.00점에 가까울수록 '외식 가격상승 > 가공식품 가격상승'에 대한 의견이 많은 것으로 해석.

## 9.6. 하반기 물가 상승 우려 종류

○ 하반기 가격 상승이 우려되는 품목으로 '농축산물'(32.6%), '외식'(28.5%), '가공식품'(22.6%), '가정간편식'(16.2%)의 순으로 나타남.

- 가구원 수가 많을수록 '농축산물'의 상승 우려가 큰 것으로 나타남.

〈그림 5-118〉 하반기 물가 상승 우려 종류(1+2+3+4 가중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×4+2순위×3+3순위×2+4순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-158〉 하반기 물가 상승 우려 종류(1+2+3+4 가중평균)

단위: 명, %

구분		사례수	농축산물	가공식품	가정간편식	외식
전체		2,000	32.6	22.6	16.2	28.5
권역	수도권	1,004	32.5	22.3	16.4	28.8
	충청권	224	30.9	22.5	16.4	30.2
	호남권	218	33.4	23.8	15.6	27.2
	대경권	193	32.4	23.5	16.1	28.0
	동남권	298	33.9	22.1	16.1	27.9
	강원권	63	32.5	23.0	16.5	27.9
가구원수	1인 가구	327	31.7	21.9	17.6	28.9
	2인 가구	455	32.5	23.0	16.3	28.2
	3인 가구	526	32.8	22.6	15.9	28.6
	4인 이상 가구	692	33.1	22.6	15.8	28.5
성별	남성	1,058	32.3	23.4	15.8	28.6
	여성	942	33.0	21.7	16.7	28.5
연령	20대	249	31.2	21.6	17.7	29.6
	30대	364	32.3	22.5	17.0	28.3
	40대	513	33.5	23.5	15.9	27.1
	50대	328	33.3	22.4	15.5	28.8
	60대 이상	546	32.3	22.4	15.8	29.5
학력	고졸 이하	455	32.2	23.4	17.2	27.2
	대졸	1,323	32.8	22.2	16.0	28.9
	대학원졸	222	32.1	23.1	15.5	29.3
직업	관리/전문/사무직	1,089	32.5	22.2	16.0	29.3
	서비스/판매직	193	32.2	23.6	17.2	26.9
	기계/농림어업/단순노무	233	32.4	24.8	16.6	26.2
	주부	208	33.9	21.6	16.5	28.0
	학생	83	33.5	21.8	15.9	28.8
	기타	194	32.5	22.4	15.8	29.3
가구소득	200만 원 미만	160	32.1	22.8	17.7	27.4
	200~400만 원 미만	597	32.1	23.1	16.8	28.0
	400~600만 원 미만	579	33.2	23.1	15.7	27.9
	600만 원 이상	664	32.7	21.6	15.8	29.8

주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×4+2순위×3+3순위×2+4순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

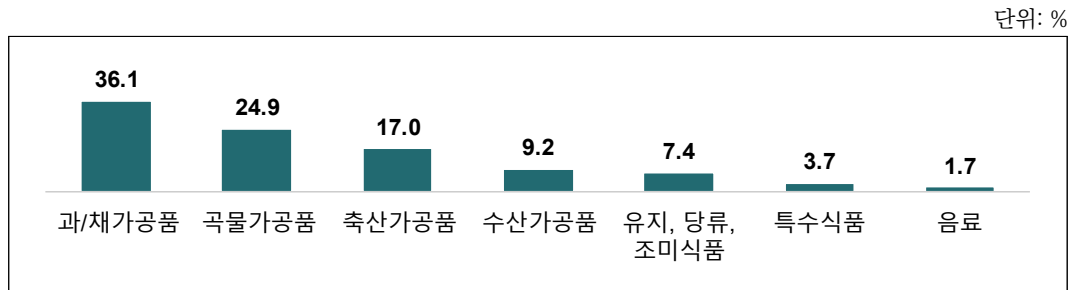


## 9.7. 하반기 가격 상승 우려 가공품 품목군

○ 하반기 가격 상승이 우려되는 가공품 품목으로 ‘과/채가공품’(36.1%), ‘곡물가공품’(24.9%), ‘축산가공품’(17.0%) 등이 주로 응답됨.

- 모든 응답자 특성에서 ‘과/채가공품’, ‘곡물가공품’, ‘축산가공품’의 순으로 가격 상승 우려가 큰 것으로 나타남.

〈그림 5-119〉 하반기 가격 상승 우려 가공품 품목군(1+2 기중평균)



주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

〈표 5-159〉 하반기 가격 상승 우려 가공품 품목군(1+2 가중평균)

단위: 명, %

구분		사례수	곡물 가공품	과/채 가공품	축산 가공품	수산 가공품	유지, 당류, 조미식품	음료	특수식품
전체		2,000	24.9	36.1	17.0	9.2	7.4	1.7	3.7
권역	수도권	1,004	25.9	35.9	16.7	9.6	6.5	1.7	3.8
	충청권	224	24.9	36.0	18.9	7.4	6.8	1.9	4.0
	호남권	218	23.7	36.5	16.8	8.7	7.8	2.3	4.1
	대경권	193	25.0	35.1	16.8	7.9	9.3	2.4	3.5
	동남권	298	22.7	37.4	16.8	9.7	9.3	1.0	3.1
	강원권	63	23.3	37.0	18.5	11.1	6.3	0.0	3.7
가구원수	1인 가구	327	23.9	37.8	16.5	10.2	6.0	1.8	3.8
	2인 가구	455	23.9	36.1	18.4	7.2	8.1	1.4	4.9
	3인 가구	526	23.7	35.6	16.4	10.7	7.8	2.2	3.7
	4인 이상 가구	692	27.0	35.8	16.9	8.8	7.1	1.5	2.9
성별	남성	1,058	26.6	34.2	18.0	8.9	7.2	1.8	3.4
	여성	942	23.0	38.3	15.9	9.5	7.6	1.6	4.1
연령	20대	249	22.5	37.5	15.8	11.5	7.2	2.4	3.1
	30대	364	24.4	36.2	17.9	10.8	6.0	2.7	2.2
	40대	513	25.6	35.7	18.2	9.2	7.1	1.6	2.6
	50대	328	26.8	38.4	16.3	7.5	6.1	1.2	3.7
	60대 이상	546	24.5	34.5	16.4	8.0	9.3	1.1	6.1
학력	고졸 이하	455	24.2	33.8	17.1	10.0	9.0	2.1	3.7
	대졸	1,323	25.0	37.0	17.0	9.1	6.8	1.7	3.5
	대학원졸	222	25.7	35.9	16.8	7.8	7.5	0.9	5.4
직업	관리/전문/사무직	1,089	24.9	36.4	17.4	9.3	6.9	1.6	3.4
	서비스/판매직	193	21.9	34.7	20.4	10.0	7.6	1.4	4.0
	기계/농림어업/단순노무	233	29.3	33.5	16.3	7.9	8.3	2.0	2.7
	주부	208	24.0	37.8	15.7	7.9	8.3	1.3	5.0
	학생	83	22.1	40.6	13.3	14.5	5.2	2.8	1.6
	기타	194	24.6	35.6	15.3	8.4	8.1	2.1	6.0
가구소득	200만 원 미만	160	24.8	32.1	18.1	10.4	7.5	3.3	3.8
	200~400만 원 미만	597	25.9	34.3	17.3	8.7	8.0	1.8	3.9
	400~600만 원 미만	579	26.4	37.1	16.4	9.0	6.5	1.6	2.9
	600만 원 이상	664	22.7	37.9	17.1	9.5	7.4	1.3	4.2

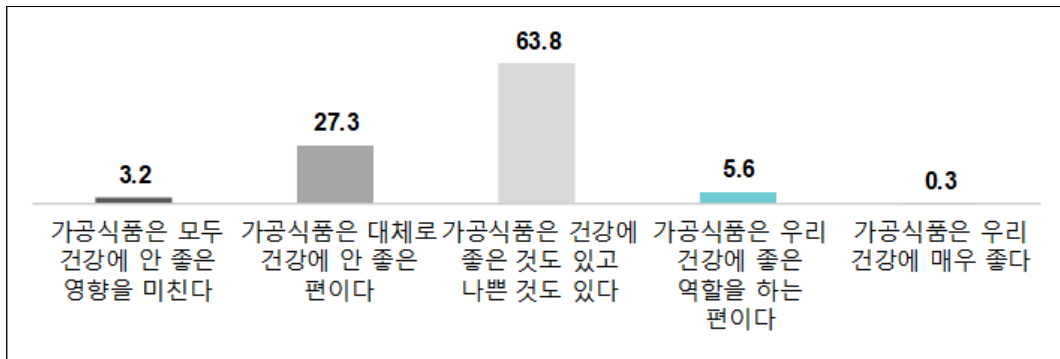
주: 우선순위(1순위)만 응답이 있는 경우 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

## 9.8. 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향

- 가공식품이 ‘건강에 좋은 것도 있고 나쁜 것도 있다’라는 의견이 63.8%로 가장 높게 나타났고, ‘대체로 건강에 안 좋은 영향을 미칠 것’이라는 의견이 27.3%로 높게 나타남.
- 모든 응답자 특성에서 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미친다는 의견이 많은 가운데, 가구원 수별로 1인 가구에서 2.67점으로 안 좋은 영향을 미친다는 인식이 더 큰 것을 알 수 있음.

〈그림 5-120〉 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향

단위: %, 5점 평균



〈표 5-160〉 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향

단위: 명, %, 5점 평균

구분		사례수	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	5점 평균
전체		2,000	3.2	27.3	63.8	5.6	0.3	2.73
권역	수도권	1,004	2.8	27.7	62.8	6.3	0.4	2.74
	충청권	224	1.8	23.2	71.4	3.6	0.0	2.77
	호남권	218	2.8	29.4	61.5	6.4	0.0	2.72
	대경권	193	4.7	22.3	66.3	6.2	0.5	2.76
	동남권	298	4.7	29.2	61.7	4.4	0.0	2.66
	강원권	63	3.2	33.3	60.3	3.2	0.0	2.63
가구원수	1인 가구	327	4.6	30.0	59.9	5.2	0.3	2.67
	2인 가구	455	4.0	25.7	65.7	4.6	0.0	2.71
	3인 가구	526	1.9	28.9	62.9	5.9	0.4	2.74
	4인 이상 가구	692	2.9	25.7	64.9	6.2	0.3	2.75
성별	남성	1,058	3.1	22.7	67.3	6.8	0.1	2.78
	여성	942	3.2	32.4	59.8	4.2	0.4	2.66
연령	20대	249	2.0	25.3	65.9	6.4	0.4	2.78
	30대	364	2.7	26.9	64.8	5.2	0.3	2.73
	40대	513	3.1	29.8	62.2	4.5	0.4	2.69
	50대	328	3.4	30.2	60.4	6.1	0.0	2.69
	60대 이상	546	3.8	24.2	65.6	6.2	0.2	2.75
학력	고졸 이하	455	2.4	22.6	67.9	6.4	0.7	2.80
	대졸	1,323	3.1	28.9	62.5	5.4	0.1	2.71
	대학원졸	222	5.0	27.0	62.6	5.0	0.5	2.69
직업	관리/전문/사무직	1,089	2.8	27.8	63.5	5.5	0.4	2.73
	서비스/판매직	193	3.1	21.2	69.9	5.7	0.0	2.78
	기계/농림어업/단순노무	233	2.6	24.0	66.5	6.9	0.0	2.78
	주부	208	5.3	32.2	59.1	3.4	0.0	2.61
	학생	83	0.0	28.9	62.7	8.4	0.0	2.80
	기타	194	5.2	27.8	60.8	5.7	0.5	2.69
가구소득	200만 원 미만	160	7.5	23.8	65.0	3.8	0.0	2.65
	200~400만 원 미만	597	3.2	31.2	61.1	4.4	0.2	2.67
	400~600만 원 미만	579	3.1	23.8	66.8	6.0	0.2	2.76
	600만 원 이상	664	2.1	27.6	63.1	6.8	0.5	2.76

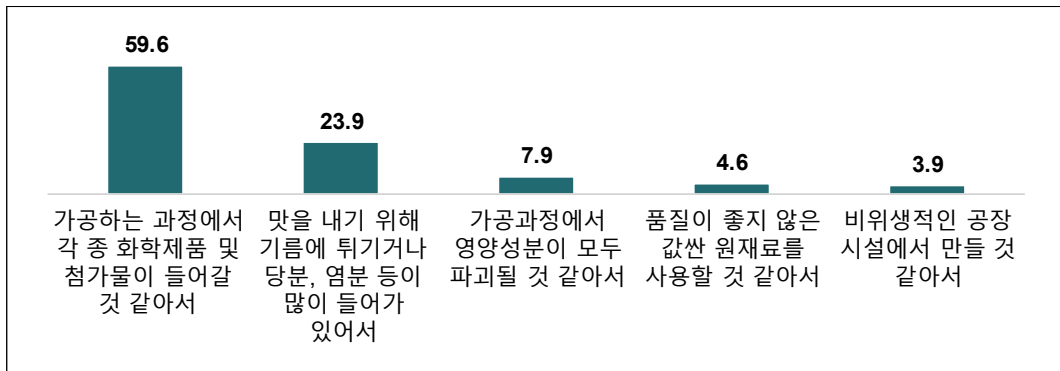
### 9.9. 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유

○ 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유로 ‘가공하는 과정에서 각종 화학제품 및 첨가물이 들어갈 것 같아서’가 59.6%로 압도적으로 높았으며, 그 다음으로 ‘맛을 내기 위해 기름에 튀기거나 당분, 염분 등이 많이 들어가 있어서’가 23.9%로 나타남.

- 모든 응답자 특성에서 ‘가공하는 과정에서 각종 화학제품 및 첨가물이 들어갈 것 같아서’가 가장 높게 나타나고 있음.

〈그림 5-121〉 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유

단위: %



〈표 5-161〉 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유

단위: 명, %

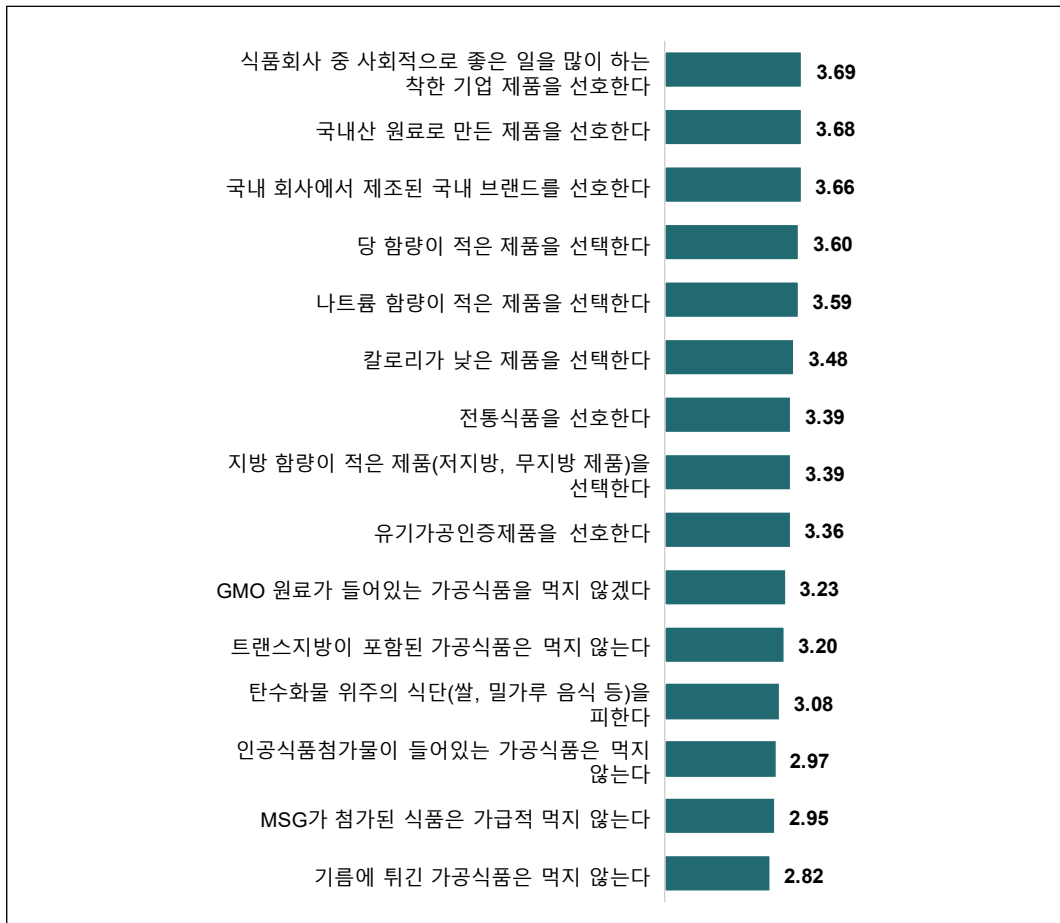
구분	사례수	비위생적인 공장 시설에서 만들 것 같아서	가공하는 과정에서 각종 화학제품 및 첨가물이 들어갈 것 같아서	가공과정에서 영양성분이 모두 파괴될 것 같아서	맛을 내기 위해 기름에 튀기거나 당분, 염분 등이 많이 들어가 있어서	품질이 좋지 않은 값싼 원재료를 사용할 것 같아서	
전체	608	3.9	59.6	7.9	23.9	4.6	
권역	수도권	306	4.1	57.6	9.4	24.9	3.9
	충청권	56	2.4	63.7	6.5	22.0	5.4
	호남권	70	4.8	64.3	5.2	19.5	6.2
	대경권	52	1.3	64.1	7.1	24.4	3.2
	동남권	101	4.3	58.7	6.6	26.1	4.3
	강원권	23	7.2	56.5	7.2	17.4	11.6
가구원수	1인 가구	113	5.3	59.0	5.0	27.4	3.2
	2인 가구	135	4.2	57.3	10.6	24.4	3.5
	3인 가구	162	2.5	58.0	7.2	25.7	6.6
	4인 이상 가구	198	4.2	63.0	8.2	20.0	4.5
성별	남성	273	3.8	56.2	8.4	26.3	5.4
	여성	335	4.1	62.5	7.5	22.0	4.0
연령	20대	68	6.4	52.5	7.4	28.9	4.9
	30대	108	4.3	63.6	9.3	20.1	2.8
	40대	169	3.9	57.6	8.5	25.0	4.9
	50대	110	2.4	63.9	7.3	23.0	3.3
	60대 이상	153	3.7	59.3	7.0	23.7	6.3
학력	고졸 이하	114	6.7	54.1	7.9	27.5	3.8
	대졸	423	3.3	61.9	7.8	22.4	4.6
	대학원졸	71	3.3	55.4	8.5	27.2	5.6
직업	관리/전문/사무직	333	3.6	61.0	8.1	23.4	3.9
	서비스/판매직	47	1.4	64.5	7.1	23.4	3.5
	기계/농림어업/단순노무	62	5.9	48.9	8.6	28.5	8.1
	주부	78	5.6	63.7	9.0	19.2	2.6
	학생	24	6.9	58.3	6.9	26.4	1.4
	기타	64	2.6	55.2	5.7	27.1	9.4
가구소득	200만 원 미만	50	3.3	56.0	4.0	32.0	4.7
	200~400만 원 미만	205	5.7	60.0	4.4	25.0	4.9
	400~600만 원 미만	156	4.3	58.8	11.8	22.0	3.2
	600만 원 이상	197	2.0	60.9	9.5	22.2	5.4

## 9.10. 식품 이슈별 자가 평가

- 식품 이슈와 관련하여, ‘식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한 기업 제품을 선호한다’(3.69점)가 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘국내산 원료로 만든 제품을 선호한다’(3.68점)로 국내 제품이 다른 품질을 대표하고 있는 것으로 보여짐.
- 건강이나 좋은 재료보다 ‘사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한 기업제품을 선호한다’는 응답이 제일 중요한 것으로 나타나 기업의 사회적 책임이 매우 중요한 것을 알 수 있음.

〈그림 5-122〉 식품 이슈별 자가 평가

단위: 5점 평균



〈표 5-162〉 식품 이슈별 자가 평가[1/2]

단위: 명, 5점 평균

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	2,000	2.97	2.95	3.20	2.82	3.23	3.68	3.39	3.66	
권역	수도권	1,004	2.98	2.94	3.22	2.82	3.23	3.67	3.37	3.64
	충청권	224	2.90	2.89	3.13	2.79	3.19	3.54	3.26	3.59
	호남권	218	3.06	3.03	3.21	2.87	3.32	3.82	3.49	3.70
	대경권	193	3.01	2.99	3.19	2.87	3.19	3.69	3.35	3.66
	동남권	298	2.91	2.97	3.19	2.78	3.22	3.65	3.44	3.67
	강원권	63	3.00	2.94	3.21	2.83	3.25	3.90	3.67	3.90
가구원수	1인 가구	327	2.88	2.84	3.07	2.74	3.15	3.63	3.30	3.63
	2인 가구	455	3.09	3.03	3.33	2.98	3.29	3.73	3.44	3.69
	3인 가구	526	2.93	2.93	3.15	2.73	3.21	3.61	3.33	3.61
	4인 이상 가구	692	2.97	2.98	3.22	2.82	3.24	3.71	3.44	3.68
성별	남성	1,058	3.00	3.00	3.25	2.84	3.26	3.64	3.38	3.60
	여성	942	2.94	2.90	3.15	2.80	3.20	3.72	3.40	3.72
연령	20대	249	2.65	2.53	2.78	2.42	2.84	3.45	3.12	3.49
	30대	364	2.76	2.64	2.91	2.57	3.00	3.43	3.09	3.40
	40대	513	2.93	2.93	3.14	2.70	3.22	3.60	3.27	3.65
	50대	328	3.14	3.14	3.35	3.04	3.36	3.79	3.55	3.72
	60대 이상	546	3.21	3.27	3.54	3.15	3.49	3.94	3.73	3.87
학력	고졸 이하	455	2.94	2.86	3.11	2.78	3.10	3.66	3.41	3.63
	대졸	1,323	2.96	2.95	3.20	2.80	3.24	3.67	3.38	3.66
	대학원졸	222	3.14	3.14	3.39	3.00	3.42	3.74	3.40	3.70
직업	관리/전문/사무직	1,089	2.94	2.92	3.17	2.78	3.21	3.61	3.34	3.62
	서비스/판매직	193	2.88	2.82	3.04	2.74	3.11	3.62	3.32	3.58
	기계/농림어업/단순노무	233	3.04	2.98	3.23	2.88	3.24	3.71	3.47	3.62
	주부	208	3.13	3.21	3.40	3.08	3.37	3.92	3.55	3.92
	학생	83	2.67	2.53	2.80	2.42	2.98	3.58	3.07	3.40
	기타	194	3.13	3.13	3.45	2.97	3.41	3.83	3.58	3.79
가구소득	200만 원 미만	160	3.01	3.01	3.21	2.83	3.24	3.71	3.38	3.69
	200~400만 원 미만	597	2.97	2.96	3.19	2.78	3.18	3.66	3.38	3.60
	400~600만 원 미만	579	2.96	2.92	3.16	2.84	3.25	3.67	3.40	3.67
	600만 원 이상	664	2.98	2.97	3.23	2.84	3.25	3.69	3.38	3.68



〈표 5-162〉 식품 이슈별 자가 평가[2/2]

단위: 명, 5점 평균

구분		사례수	유기가공 인증 제품을 선호한다	식품 회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한 기업 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		2,000	3.36	3.69	3.59	3.60	3.48	3.39	3.08
권역	수도권	1,004	3.36	3.69	3.59	3.64	3.50	3.41	3.09
	충청권	224	3.29	3.60	3.58	3.54	3.47	3.34	3.05
	호남권	218	3.34	3.77	3.53	3.55	3.47	3.38	3.20
	대경권	193	3.42	3.68	3.56	3.49	3.35	3.33	2.98
	동남권	298	3.40	3.68	3.58	3.61	3.48	3.41	3.09
	강원권	63	3.40	3.79	3.71	3.70	3.46	3.32	2.97
가구원수	1인 가구	327	3.29	3.71	3.48	3.59	3.42	3.35	3.04
	2인 가구	455	3.40	3.67	3.66	3.68	3.51	3.42	3.15
	3인 가구	526	3.36	3.70	3.55	3.54	3.43	3.36	3.05
	4인 이상 가구	692	3.38	3.67	3.61	3.60	3.51	3.40	3.08
성별	남성	1,058	3.36	3.66	3.54	3.53	3.35	3.33	3.12
	여성	942	3.36	3.72	3.63	3.68	3.62	3.46	3.04
연령	20대	249	3.17	3.64	3.32	3.34	3.42	3.23	2.80
	30대	364	3.11	3.52	3.36	3.41	3.32	3.20	2.94
	40대	513	3.27	3.65	3.52	3.54	3.42	3.29	3.04
	50대	328	3.45	3.75	3.72	3.73	3.61	3.53	3.24
	60대 이상	546	3.65	3.81	3.84	3.83	3.57	3.58	3.25
학력	고졸 이하	455	3.36	3.64	3.52	3.54	3.43	3.31	2.96
	대졸	1,323	3.36	3.70	3.58	3.59	3.47	3.39	3.09
	대학원졸	222	3.41	3.70	3.76	3.78	3.57	3.55	3.28
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.31	3.68	3.56	3.58	3.48	3.39	3.11
	서비스/판매직	193	3.30	3.63	3.47	3.53	3.44	3.40	3.01
	기계/농림어업/단순노무	233	3.39	3.67	3.57	3.57	3.29	3.28	3.02
	주부	208	3.61	3.76	3.84	3.89	3.79	3.57	3.22
	학생	83	3.07	3.67	3.43	3.35	3.34	3.16	2.76
	기타	194	3.56	3.71	3.62	3.62	3.41	3.37	3.08
가구소득	200만 원 미만	160	3.41	3.62	3.53	3.61	3.43	3.32	3.03
	200~400만 원 미만	597	3.32	3.67	3.52	3.56	3.42	3.31	3.04
	400~600만 원 미만	579	3.40	3.75	3.61	3.62	3.50	3.44	3.11
	600만 원 이상	664	3.35	3.67	3.63	3.63	3.52	3.42	3.12

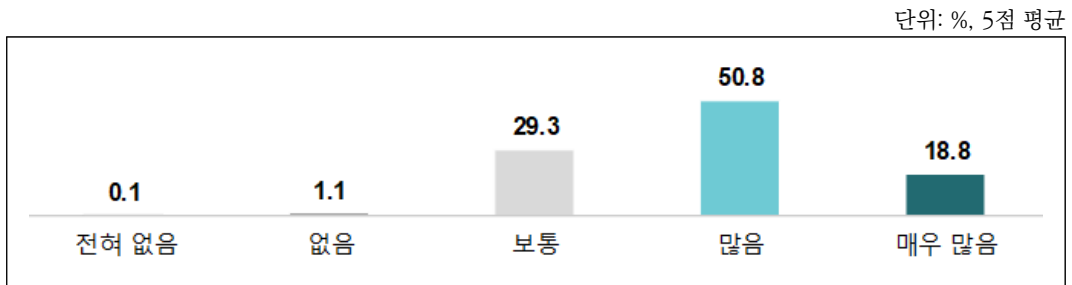
## 10. 응답자 및 가구 특성

### 10.1. 건강 관심도

○ 응답자의 69.6%는 건강에 관심이 있다고 응답, 5점 평균 3.87점의 높은 관심도를 보임.

- 연령이 높을수록 관심도가 높음.
- 학력별로 보았을 때 고학력일수록 건강에 대한 관심도가 증가함.

〈그림 5-123〉 건강 관심도



〈표 5-163〉 건강 관심도

단위: 명, %, 5점 평균

구분		사례수	전혀 없음	없음	보통	많음	매우 많음	5점 평균
전체		2,000	0.1	1.1	29.3	50.8	18.8	3.87
권역	수도권	1,004	0.1	1.4	26.6	52.6	19.3	3.90
	충청권	224	0.0	0.9	34.8	45.5	18.8	3.82
	호남권	218	0.0	0.9	27.5	54.6	17.0	3.88
	대경권	193	0.0	1.6	31.1	49.7	17.6	3.83
	동남권	298	0.0	0.3	33.2	49.3	17.1	3.83
	강원권	63	0.0	0.0	33.3	38.1	28.6	3.95
가구원수	1인 가구	327	0.0	2.1	31.5	46.5	19.9	3.84
	2인 가구	455	0.0	0.9	27.0	49.0	23.1	3.94
	3인 가구	526	0.2	1.0	29.5	53.0	16.3	3.84
	4인 이상 가구	692	0.0	0.9	29.5	52.3	17.3	3.86
성별	남성	1,058	0.0	0.9	28.3	51.2	19.6	3.89
	여성	942	0.1	1.3	30.4	50.3	17.9	3.85
연령	20대	249	0.0	4.8	38.2	43.4	13.7	3.66
	30대	364	0.3	0.8	36.0	46.4	16.5	3.78
	40대	513	0.0	0.8	33.9	50.7	14.6	3.79
	50대	328	0.0	0.3	25.9	55.2	18.6	3.92
	60대 이상	546	0.0	0.4	18.3	54.6	26.7	4.08
학력	고졸 이하	455	0.2	1.3	36.3	45.5	16.7	3.77
	대졸	1,323	0.0	1.2	27.7	52.5	18.6	3.88
	대학원졸	222	0.0	0.0	23.9	51.8	24.3	4.00
직업	관리/전문/사무직	1,089	0.1	0.8	28.1	53.2	17.8	3.88
	서비스/판매직	193	0.0	1.0	32.1	47.7	19.2	3.85
	기계/농림어업/단순노무	233	0.0	0.4	36.1	48.5	15.0	3.78
	주부	208	0.0	0.0	23.6	52.4	24.0	4.00
	학생	83	0.0	6.0	34.9	39.8	19.3	3.72
	기타	194	0.0	2.6	28.4	46.4	22.7	3.89
가구소득	200만 원 미만	160	0.0	1.9	35.0	40.6	22.5	3.84
	200~400만 원 미만	597	0.0	1.5	34.2	47.4	16.9	3.80
	400~600만 원 미만	579	0.2	1.0	29.2	52.5	17.1	3.85
	600만 원 이상	664	0.0	0.6	23.5	54.8	21.1	3.96

## 10.2. 보유 증상/병증 - 본인 (복수응답)

○ 전체 응답자의 55.4%는 병증이 있다고 응답함.

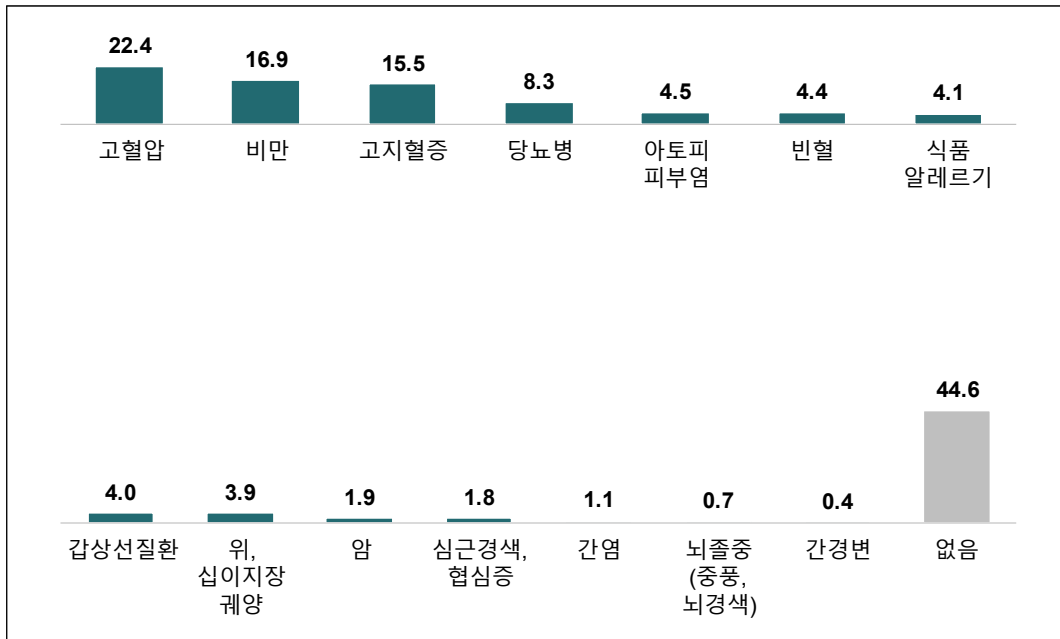
- 응답자 연령이 증가할수록 병증이 있는 비율이 증가하는 경향을 보임.
- 성별로 보았을 때, 남성의 병증 보유 비율이 여성보다 높게 나타남.

○ 보유 증상으로 고혈압, 비만, 고지혈증, 당뇨병의 순으로 많이 나타나고 있음.

- 성별로 남성은 고혈압이 가장 많은 반면, 여성은 비만이 가장 많다고 응답함.
- 연령별로 보았을 때, 20대와 30대는 비만이 가장 많은 반면, 40대 이상이 되면, 고혈압과 고지혈증이 많아짐.

〈그림 5-124〉 보유 증상/병증 - 본인(복수응답)

단위: %



〈표 5-164〉 보유 증상/병증 - 본인(복수응답)[1/2]

단위: 명, %

구분	사례수	고혈압	고지혈증	뇌졸중 (중풍, 뇌경색)	심근 경색, 협심증	당뇨병	갑상선 질환	암	간염	
전체	2,000	22.4	15.5	0.7	1.8	8.3	4.0	1.9	1.1	
권역	수도권	1,004	22.8	14.7	0.6	2.0	7.7	4.5	1.9	0.8
	충청권	224	22.3	13.4	0.4	1.3	7.6	3.1	2.7	0.4
	호남권	218	21.1	17.9	0.0	0.9	8.3	4.1	1.4	2.3
	대경권	193	25.4	14.5	1.0	3.1	8.3	4.1	1.0	2.1
	동남권	298	19.5	17.1	0.7	1.0	9.4	2.0	2.3	1.0
	강원권	63	23.8	22.2	3.2	3.2	15.9	7.9	1.6	1.6
가구원수	1인 가구	327	20.8	14.1	0.9	1.5	7.3	4.6	3.4	1.5
	2인 가구	455	26.2	17.8	0.2	4.0	10.3	5.1	1.5	1.3
	3인 가구	526	20.5	16.2	1.0	1.3	7.0	4.4	1.1	1.0
	4인 이상 가구	692	22.0	14.2	0.6	0.9	8.4	2.7	2.0	0.9
성별	남성	1,058	31.9	18.6	0.9	2.6	11.4	2.0	1.4	1.1
	여성	942	11.7	12.0	0.4	1.0	4.8	6.3	2.4	1.1
연령	20대	249	4.4	1.6	0.0	0.0	2.0	2.0	0.0	0.4
	30대	364	8.8	3.6	0.3	1.1	0.8	2.7	1.4	1.1
	40대	513	16.2	13.5	0.8	1.4	6.6	5.3	1.4	1.8
	50대	328	30.8	24.1	0.9	0.9	11.3	4.3	2.1	0.0
	60대 이상	546	40.3	26.6	0.9	4.0	15.9	4.4	3.5	1.5
학력	고졸 이하	455	23.5	15.6	0.7	2.0	9.7	5.3	2.6	0.9
	대졸	1,323	21.2	14.9	0.8	1.6	7.2	4.0	1.7	1.2
	대학원졸	222	26.6	18.9	0.0	2.7	12.2	1.4	1.4	0.9
직업	관리/전문/사무직	1,089	20.6	13.7	0.3	2.1	7.7	2.7	1.4	1.4
	서비스/판매직	193	22.8	14.5	0.5	1.6	9.8	5.2	3.1	0.5
	기계/농림어업/단순노무	233	31.8	17.2	1.7	1.7	10.7	2.6	1.3	0.9
	주부	208	20.2	22.6	0.5	1.0	8.7	10.6	2.9	0.5
	학생	83	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타	194	31.4	23.7	2.1	2.1	10.3	6.7	4.1	1.5
가구소득	200만 원 미만	160	23.8	19.4	2.5	3.1	11.9	3.8	4.4	1.9
	200~400만 원 미만	597	21.8	13.6	0.7	1.7	8.0	5.2	1.7	1.2
	400~600만 원 미만	579	23.0	16.1	0.5	2.1	8.8	5.2	1.6	1.0
	600만 원 이상	664	22.0	15.8	0.3	1.4	7.2	2.0	1.8	0.9

〈표 5-164〉 보유 증상/병증 - 본인(복수응답)[2/2]

단위: 명, %

구분		사례수	위, 십이지장 궤양	간경변	빈혈	아토피 피부염	식품 알레르기	비만	없음
전체		2,000	3.9	0.4	4.4	4.5	4.1	16.9	44.6
권역	수도권	1,004	3.9	0.2	4.2	5.5	3.9	17.0	45.7
	충청권	224	3.1	0.4	4.9	0.9	4.9	13.4	46.0
	호남권	218	2.8	0.9	6.0	6.9	3.7	17.9	42.2
	대경권	193	4.7	0.5	4.7	2.6	4.1	17.6	43.0
	동남권	298	4.0	0.0	4.0	4.0	4.4	16.8	44.0
	강원권	63	6.3	1.6	1.6	1.6	4.8	22.2	36.5
가구원수	1인 가구	327	2.8	0.3	4.6	4.9	4.3	19.0	46.5
	2인 가구	455	4.2	0.4	4.0	4.0	3.3	16.9	39.1
	3인 가구	526	5.1	0.0	4.8	4.9	4.2	16.0	45.8
	4인 이상 가구	692	3.2	0.6	4.3	4.3	4.5	16.6	46.2
성별	남성	1,058	3.8	0.4	1.0	2.7	2.3	16.8	41.5
	여성	942	3.9	0.3	8.2	6.5	6.2	17.0	48.0
연령	20대	249	0.4	0.0	8.4	10.4	9.6	18.5	61.0
	30대	364	2.5	0.0	4.9	6.9	5.5	19.5	58.5
	40대	513	4.9	0.4	5.3	3.3	3.9	19.5	47.8
	50대	328	4.9	0.3	4.3	3.0	3.4	14.9	38.1
	60대 이상	546	4.8	0.7	1.5	2.2	1.3	13.2	28.6
학력	고졸 이하	455	5.5	0.7	4.6	4.2	4.4	18.0	43.3
	대졸	1,323	3.4	0.3	4.6	4.6	4.2	16.6	45.3
	대학원졸	222	3.2	0.0	2.7	4.5	2.7	16.7	42.8
직업	관리/전문/사무직	1,089	4.0	0.2	4.6	5.5	4.1	17.5	46.0
	서비스/판매직	193	3.6	1.6	5.7	5.7	4.1	18.1	43.5
	기계/농림어업/단순노무	233	3.4	0.9	2.6	0.9	1.3	16.3	41.6
	주부	208	4.8	0.0	5.3	1.4	3.8	15.4	38.9
	학생	83	0.0	0.0	6.0	7.2	9.6	15.7	67.5
	기타	194	4.1	0.0	2.6	4.1	5.2	14.9	37.1
가구소득	200만 원 미만	160	3.1	0.0	6.9	3.8	4.4	15.6	39.4
	200~400만 원 미만	597	4.4	0.2	4.9	4.2	5.4	16.6	45.7
	400~600만 원 미만	579	4.0	0.9	4.0	4.8	3.5	19.9	41.8
	600만 원 이상	664	3.5	0.2	3.8	4.7	3.5	14.9	47.1

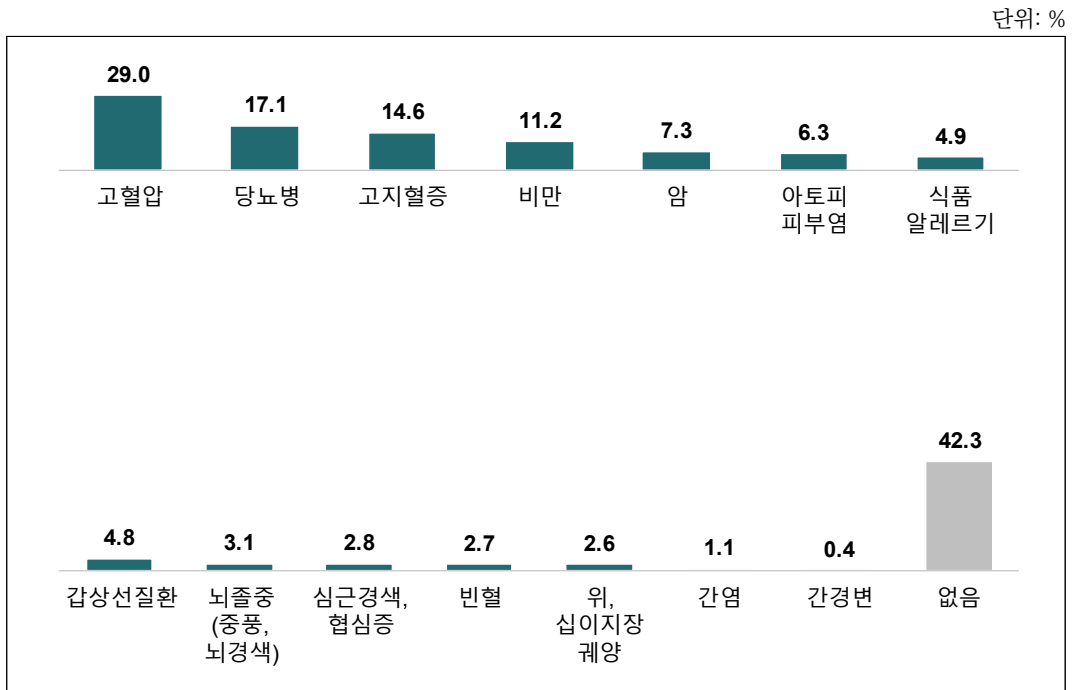
### 10.3. 보유 증상/병증 - 가족

○ 전체 응답자의 57.7%는 가족 중에 병증이 있는 가족이 있다고 응답함.

○ 가족의 보유 증상으로 고혈압, 당뇨병, 고지혈증, 비만 등이 많이 나타나고 있음.

- 응답자 연령과 관계없이 가족의 병증으로는 '고혈압'의 비율이 가장 높게 나타남.

〈그림 5-125〉 보유 증상/병증 - 가족(복수응답)



〈표 5-165〉 보유 증상/병증 - 가족(복수응답)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	고혈압	고지혈증	뇌졸중 (중풍, 뇌경색)	심근 경색, 협심증	당뇨병	갑상선 질환	암	간염
전체		2,000	29.0	14.6	3.1	2.8	17.1	4.8	7.3	1.1
지역	수도권	1,004	29.4	14.4	2.0	2.6	16.6	5.1	7.0	1.1
	충청권	224	26.8	14.7	4.0	2.2	16.1	5.8	6.7	0.9
	호남권	218	27.5	17.0	2.8	1.8	19.3	3.2	8.7	0.9
	대경권	193	31.6	15.0	3.1	3.6	16.1	2.6	6.7	1.6
	동남권	298	27.2	14.4	5.0	3.4	17.1	5.7	7.7	1.0
	강원권	63	34.9	7.9	7.9	6.3	22.2	3.2	7.9	0.0
가구원수	1인 가구	327	30.6	13.1	5.8	5.2	19.0	5.5	11.9	1.2
	2인 가구	455	30.1	18.7	2.2	2.4	14.5	5.3	6.2	0.7
	3인 가구	526	27.6	14.8	3.0	2.5	16.9	3.8	5.9	1.5
	4인 이상 가구	692	28.5	12.4	2.3	2.2	17.9	4.8	6.8	0.9
성별	남성	1,058	23.5	12.6	3.1	1.9	12.9	4.5	6.4	0.9
	여성	942	35.0	16.9	3.0	3.8	21.7	5.0	8.2	1.3
연령	20대	249	37.8	8.8	3.2	2.4	22.1	4.4	6.0	1.6
	30대	364	29.4	11.5	3.0	2.2	18.4	3.6	9.1	0.8
	40대	513	28.7	13.3	3.7	2.9	18.1	5.8	8.2	1.8
	50대	328	26.5	18.6	2.4	1.8	14.6	2.7	7.6	0.3
	60대 이상	546	26.4	18.1	2.7	3.8	14.3	5.9	5.5	0.7
학력	고졸 이하	455	29.5	13.4	2.6	3.3	20.4	3.7	6.6	0.9
	대졸	1,323	29.1	15.0	3.1	2.5	16.6	5.4	7.6	1.1
	대학원졸	222	27.0	14.4	3.6	3.6	13.1	3.2	6.8	0.9
직업	관리/전문/사무직	1,089	29.4	13.5	2.9	2.7	17.2	4.7	8.1	1.2
	서비스/판매직	193	33.7	17.1	7.3	4.1	21.8	7.3	7.3	0.5
	기계/농림어업/단순노무	233	21.5	11.2	1.7	2.1	15.9	4.3	7.3	1.3
	주부	208	32.2	24.0	2.4	3.8	18.3	3.8	4.8	0.5
	학생	83	32.5	6.0	3.6	1.2	16.9	2.4	2.4	1.2
	기타	194	25.8	16.0	1.5	2.6	11.9	5.2	7.2	1.0
가구소득	200만 원 미만	160	29.4	15.0	6.9	7.5	24.4	3.8	7.5	0.6
	200~400만 원 미만	597	32.0	15.6	4.5	2.7	16.9	5.7	7.4	0.7
	400~600만 원 미만	579	28.5	15.0	2.6	2.2	18.0	4.7	7.9	1.7
	600만 원 이상	664	26.5	13.3	1.2	2.3	14.6	4.2	6.5	0.9



〈표 5-165〉 보유 증상/병증 - 가족(복수응답)[2/2]

단위: 명, %

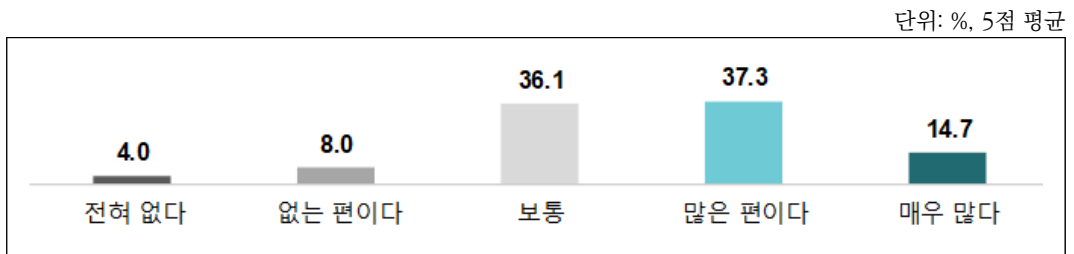
구분		사례수	위, 십이지장 궤양	간경변	빈혈	아토피 피부염	식품 알레르기	비만	없음
전체		2,000	2.6	0.4	2.7	6.3	4.9	11.2	42.3
권역	수도권	1,004	2.4	0.2	2.3	6.8	4.9	11.4	42.7
	충청권	224	1.8	1.3	3.6	5.8	5.4	11.6	42.9
	호남권	218	2.3	0.0	3.7	8.3	3.2	11.5	40.4
	대경권	193	2.6	0.5	2.6	4.7	4.1	13.0	39.9
	동남권	298	3.0	0.7	2.7	4.4	5.4	7.0	44.6
	강원권	63	7.9	0.0	1.6	6.3	7.9	19.0	34.9
가구원수	1인 가구	327	1.8	0.3	2.8	2.4	2.8	9.8	46.5
	2인 가구	455	2.4	0.4	2.4	4.4	3.7	9.2	40.4
	3인 가구	526	3.2	0.6	2.3	4.8	5.1	11.0	43.3
	4인 이상 가구	692	2.6	0.3	3.0	10.4	6.4	13.2	40.6
성별	남성	1,058	1.6	0.1	2.5	5.6	4.0	7.8	49.2
	여성	942	3.7	0.7	2.9	7.0	5.8	14.9	34.4
연령	20대	249	4.4	0.8	6.4	4.8	7.6	19.3	34.5
	30대	364	2.5	0.8	3.6	2.7	3.8	11.5	46.7
	40대	513	1.6	0.4	2.5	7.2	5.5	11.7	42.5
	50대	328	2.7	0.0	1.5	14.0	4.0	8.5	40.9
	60대 이상	546	2.7	0.2	1.1	3.7	4.2	8.2	43.4
학력	고졸 이하	455	2.0	0.2	1.8	5.7	4.6	12.3	42.2
	대졸	1,323	2.9	0.5	3.1	6.3	4.6	11.0	42.3
	대학원졸	222	2.3	0.5	1.8	6.8	6.8	9.9	42.3
직업	관리/전문/사무직	1,089	2.5	0.6	2.7	6.2	4.7	11.6	43.2
	서비스/판매직	193	3.6	0.0	1.6	7.8	3.6	12.4	38.3
	기계/농림어업/단순노무	233	1.3	0.4	3.4	4.3	2.6	9.0	49.8
	주부	208	4.8	0.0	1.0	10.1	6.3	12.0	30.8
	학생	83	3.6	0.0	8.4	3.6	13.3	12.0	36.1
	기타	194	1.0	0.0	2.1	4.1	4.6	8.8	46.9
가구소득	200만 원 미만	160	4.4	0.6	3.8	4.4	3.8	8.8	40.0
	200~400만 원 미만	597	2.3	0.8	3.0	4.4	3.7	10.9	41.5
	400~600만 원 미만	579	2.4	0.2	1.9	6.7	5.0	12.1	42.1
	600만 원 이상	664	2.6	0.2	2.7	8.0	6.0	11.1	43.5

#### 10.4. 체중 조절 관심도

○ 체중 조절에 대해 5점 평균 3.51점의 높은 관심도를 보이고 있으며, 관심도가 없다는 응답은 12.0%로 낮게 나타남.

- 권역별로 수도권에서 관심도가 가장 높았으며, 대경권에서 관심도가 낮음.
- 성별로 여성의 관심도가 3.68점으로 남성의 3.35점보다 높게 나타남.
- 연령별로는 20대~40대에 높고, 50대와 60대 이상에서 상대적으로 낮음.
- 가구소득이 높을수록 관심도가 높아지고 있음.

〈그림 5-126〉 체중 조절 관심도



〈표 5-166〉 체중 조절 관심도

단위: 명, %, 5점 평균

구분		사례수	전혀 없다	없는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	많은 편이다	매우 많다	5점 평균
전체		2,000	4.0	8.0	36.1	37.3	14.7	3.51
권역	수도권	1,004	3.4	7.9	33.5	40.4	14.8	3.55
	충청권	224	3.6	8.0	43.3	31.3	13.8	3.44
	호남권	218	4.6	6.0	39.0	36.2	14.2	3.50
	대경권	193	5.7	7.3	36.8	40.4	9.8	3.41
	동남권	298	4.0	10.4	36.9	32.6	16.1	3.46
	강원권	63	7.9	7.9	34.9	25.4	23.8	3.49
가구원수	1인 가구	327	5.2	6.7	33.9	34.9	19.3	3.56
	2인 가구	455	4.4	8.8	37.8	36.3	12.7	3.44
	3인 가구	526	3.2	7.0	37.1	38.0	14.6	3.54
	4인 이상 가구	692	3.8	8.8	35.1	38.6	13.7	3.50
성별	남성	1,058	5.2	9.6	40.1	34.9	10.2	3.35
	여성	942	2.7	6.2	31.5	40.0	19.6	3.68
연령	20대	249	3.6	9.2	27.7	39.0	20.5	3.63
	30대	364	2.2	6.6	34.6	36.5	20.1	3.66
	40대	513	3.3	4.9	34.5	40.2	17.2	3.63
	50대	328	3.4	9.1	36.3	40.9	10.4	3.46
	60대 이상	546	6.4	10.6	42.1	32.2	8.6	3.26
학력	고졸 이하	455	4.6	9.2	39.1	34.9	12.1	3.41
	대졸	1,323	3.9	7.6	34.9	37.6	15.9	3.54
	대학원졸	222	3.2	7.7	36.5	40.1	12.6	3.51
직업	관리/전문/사무직	1,089	2.9	7.3	33.6	39.5	16.6	3.60
	서비스/판매직	193	1.6	6.2	38.9	38.9	14.5	3.59
	기계/농림어업/단순노무	233	8.6	9.4	41.2	30.5	10.3	3.24
	주부	208	2.4	7.2	34.6	41.8	13.9	3.58
	학생	83	6.0	10.8	31.3	36.1	15.7	3.45
	기타	194	7.7	11.3	44.3	27.3	9.3	3.19
가구소득	200만 원 미만	160	6.9	6.3	48.8	25.6	12.5	3.31
	200~400만 원 미만	597	4.0	8.9	37.7	38.0	11.4	3.44
	400~600만 원 미만	579	3.8	8.6	33.0	38.9	15.7	3.54
	600만 원 이상	664	3.5	7.1	34.2	38.1	17.2	3.58

## 10.5. 체중 조절을 위해 먹는 특정 식품

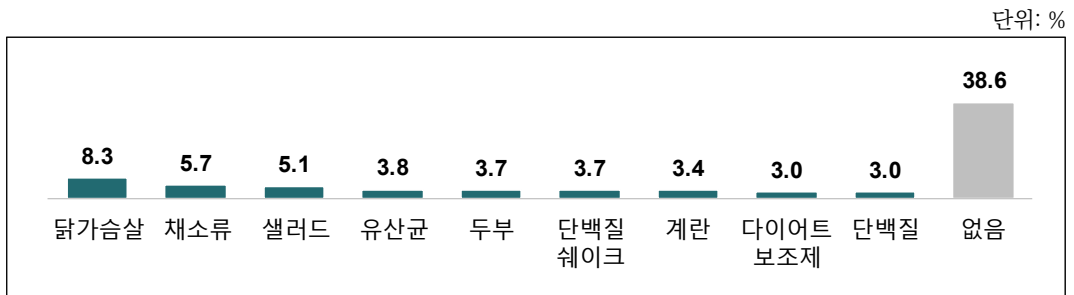
○ 체중 조절을 위해 ‘닭가슴살’을 가장 많이 먹고 있었으며, 그 다음으로 ‘채소류’, ‘샐러드’, ‘유산균’, ‘두부’, ‘단백질 셰이크’ 등을 주로 먹고 있음.

- 연령별로는 20대~30대는 ‘닭가슴살’과 ‘샐러드’를 주로 먹으며, 50대 이상에서는 ‘채소’와 ‘유산균’을 주로 먹고 있어 연령별 차이를 보임.

○ 체중 조절을 위해 특별히 먹는 음식이 ‘없다’는 응답도 38.6%로 나타남.

- 성별로 남성에서 특별히 먹는 음식이 없다는 응답이 51.7%로, 여성 36.5%와 큰 차이를 보임.

〈그림 5-127〉 체중 조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답)



\* 비율이 3% 이상인 항목만 제시함

〈표 5-167〉 체중 조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답)[1/2]

단위: 명, %

구분		사례수	과일	채소	계란	고구마	곤약	닭 가슴살	두부	샐러드	양배추	토마토	두유	요거트	가르 시니아
전체		1,039	2.9	5.7	3.4	1.5	1.2	8.3	3.7	5.1	2.1	1.3	1.0	1.6	1.9
권역	수도권	555	2.9	6.1	3.2	1.3	1.1	7.9	4.0	6.5	2.2	1.1	0.9	2.0	1.8
	충청권	101	2.0	5.0	4.0	3.0	2.0	6.9	0.0	5.0	3.0	2.0	1.0	1.0	1.0
	호남권	110	6.4	5.5	2.7	3.6	0.0	8.2	6.4	3.6	3.6	1.8	1.8	2.7	3.6
	대경권	97	3.1	4.1	1.0	0.0	3.1	8.2	4.1	4.1	1.0	2.1	1.0	1.0	0.0
	동남권	145	1.4	4.8	4.1	1.4	0.7	9.7	2.8	2.8	0.7	0.7	0.7	0.0	2.8
	강원권	31	0.0	9.7	9.7	0.0	0.0	12.9	3.2	0.0	3.2	0.0	0.0	3.2	3.2
가구원수	1인 가구	177	2.8	4.5	4.5	1.7	1.7	12.4	5.6	5.6	2.8	0.6	0.6	2.3	2.8
	2인 가구	223	3.6	6.7	1.8	0.9	1.3	6.7	4.0	1.8	1.8	1.8	0.4	1.8	0.9
	3인 가구	277	1.8	4.3	3.2	1.4	1.1	8.7	2.5	6.5	2.9	0.7	0.7	1.1	2.2
	4인 이상 가구	362	3.3	6.6	3.9	1.9	0.8	6.9	3.3	5.8	1.4	1.7	1.7	1.7	1.9
성별	남성	477	3.4	6.7	3.6	1.3	0.8	6.9	2.9	5.2	1.3	1.5	0.8	0.2	1.0
	여성	562	2.5	4.8	3.2	1.8	1.4	9.4	4.3	5.0	2.8	1.1	1.1	2.8	2.7
연령	20대	148	1.4	2.7	3.4	1.4	1.4	19.6	2.0	6.1	0.7	1.4	2.0	2.7	2.7
	30대	206	2.4	3.9	4.4	1.0	2.9	15.5	2.4	9.7	2.4	1.5	1.5	3.4	1.9
	40대	294	2.7	4.4	3.7	3.1	1.0	6.1	4.8	5.4	2.0	1.7	1.4	1.4	3.1
	50대	168	4.2	8.9	3.0	0.0	0.0	1.8	3.0	3.0	2.4	0.0	0.0	0.6	1.2
	60대 이상	223	3.6	8.5	2.2	1.3	0.4	1.8	4.9	1.3	2.7	1.3	0.0	0.4	0.4
학력	고졸 이하	214	1.4	4.2	2.8	1.4	0.9	5.6	3.7	4.2	2.3	0.0	0.0	1.4	2.3
	대졸	708	3.4	5.8	3.5	1.8	1.0	9.5	4.0	5.1	2.4	1.8	1.4	1.8	1.7
	대학원졸	117	2.6	7.7	3.4	0.0	2.6	6.0	1.7	6.8	0.0	0.0	0.0	0.9	2.6
직업	관리/전문/사무직	611	2.9	4.7	3.9	1.5	1.5	9.5	2.5	6.2	1.6	1.1	1.5	1.5	2.3
	서비스/판매직	103	1.0	7.8	1.0	1.9	1.0	5.8	5.8	2.9	1.9	1.9	0.0	1.0	1.0
	기계/농림어업/단순노무	95	2.1	4.2	3.2	1.1	1.1	8.4	3.2	4.2	2.1	1.1	0.0	1.1	0.0
	주부	116	4.3	10.3	4.3	1.7	0.0	5.2	6.9	2.6	6.0	1.7	0.0	3.4	2.6
	학생	43	2.3	4.7	2.3	2.3	0.0	14.0	2.3	7.0	0.0	2.3	2.3	4.7	2.3
	기타	71	4.2	5.6	1.4	1.4	1.4	2.8	7.0	2.8	1.4	0.0	0.0	0.0	1.4
가구소득	200만 원 미만	61	4.9	8.2	3.3	1.6	1.6	4.9	1.6	6.6	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3
	200~400만 원 미만	295	2.7	5.4	2.7	1.4	1.7	8.5	5.1	4.4	3.1	0.7	0.7	1.7	1.7
	400~600만 원 미만	316	2.2	5.4	2.2	1.6	0.6	8.2	2.2	3.5	3.2	1.9	1.6	1.3	2.2
	600만 원 이상	367	3.3	5.7	4.9	1.6	1.1	8.7	4.1	6.8	0.8	1.4	0.8	2.2	1.6

\* 비율이 1%이상인 항목만 제시함.

〈표 5-167〉 체중 조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답)[2/2]

단위: 명, %

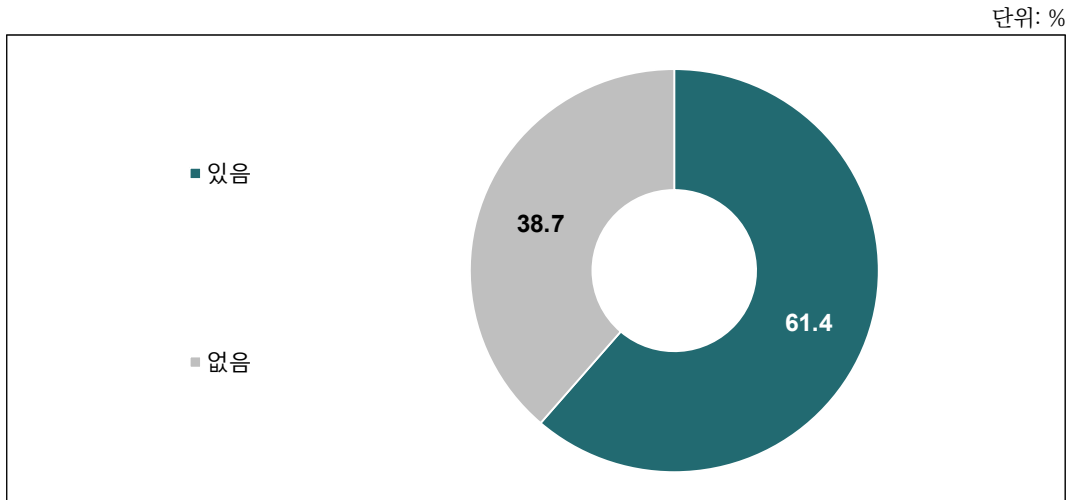
구분		사례수	다이 에트 보조제	단백질 쉐이크	비타민	유산균	프로틴	한약	효소	단백질 보충제	소식	운동	단백질 없음
전체		1,039	3.0	3.7	1.1	3.8	1.1	1.1	1.1	1.0	1.3	2.2	3.0
지역	수도권	555	2.9	4.1	0.7	3.6	0.7	1.4	1.3	0.7	1.6	2.7	2.3
	충청권	101	3.0	3.0	1.0	3.0	1.0	2.0	0.0	0.0	0.0	1.0	1.0
	호남권	110	1.8	0.0	0.9	3.6	1.8	0.0	0.9	1.8	1.8	0.9	5.5
	대경권	97	2.1	3.1	1.0	4.1	2.1	1.0	1.0	1.0	0.0	1.0	3.1
	동남권	145	4.1	6.2	2.8	4.1	1.4	0.0	1.4	1.4	1.4	2.8	4.8
	강원권	31	6.5	0.0	0.0	6.5	0.0	0.0	0.0	3.2	0.0	3.2	3.2
가구원수	1인 가구	177	1.7	5.6	1.1	1.7	1.1	0.0	1.7	0.6	1.1	2.3	1.7
	2인 가구	223	2.2	1.3	0.9	4.5	0.0	0.9	1.3	0.4	2.2	1.8	4.5
	3인 가구	277	3.2	4.3	1.1	3.6	1.4	1.4	0.7	0.7	0.4	3.6	3.2
	4인 이상 가구	362	3.9	3.6	1.1	4.4	1.4	1.4	0.8	1.7	1.4	1.4	2.5
성별	남성	477	0.8	1.9	1.7	1.7	1.7	0.4	0.4	1.5	1.5	1.9	2.7
	여성	562	4.8	5.2	0.5	5.5	0.5	1.6	1.6	0.5	1.1	2.5	3.2
연령	20대	148	2.7	9.5	0.7	4.7	2.0	0.7	2.0	3.4	0.0	2.7	0.7
	30대	206	2.9	8.3	1.0	0.0	1.0	1.0	1.0	0.5	0.5	2.9	4.9
	40대	294	4.8	1.7	1.0	4.8	2.0	1.0	0.7	0.3	0.7	0.7	3.1
	50대	168	2.4	0.6	0.6	5.4	0.0	3.0	1.8	1.2	3.0	3.6	3.0
	60대 이상	223	1.3	0.4	1.8	4.0	0.0	0.0	0.4	0.4	2.2	2.2	2.7
학력	고졸 이하	214	4.7	4.2	1.4	5.6	0.9	0.5	0.0	1.4	1.4	2.3	1.4
	대졸	708	2.8	3.8	1.0	3.4	1.1	1.4	1.6	0.8	0.8	2.4	3.8
	대학원졸	117	0.9	1.7	0.9	2.6	0.9	0.0	0.0	0.9	3.4	0.9	0.9
직업	관리/전문/사무직	611	3.1	3.9	0.8	3.1	1.0	0.8	1.3	1.5	1.0	2.3	3.3
	서비스/판매직	103	4.9	3.9	1.0	3.9	0.0	3.9	2.9	0.0	1.0	1.0	3.9
	기계/농림어업/단순노무	95	3.2	3.2	1.1	1.1	3.2	0.0	0.0	0.0	2.1	1.1	1.1
	주부	116	3.4	1.7	1.7	8.6	0.0	1.7	0.0	0.9	3.4	2.6	2.6
	학생	43	0.0	2.3	2.3	2.3	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0	4.7	4.7
	기타	71	0.0	5.6	1.4	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8	1.4
가구소득	200만 원 미만	61	1.6	0.0	1.6	8.2	0.0	0.0	1.6	0.0	1.6	1.6	0.0
	200~400만 원 미만	295	2.7	3.7	1.0	3.7	1.4	0.7	0.7	1.4	1.0	3.7	3.4
	400~600만 원 미만	316	4.4	2.2	1.3	3.2	0.9	1.3	0.9	0.6	1.6	1.6	3.5
	600만 원 이상	367	2.2	5.4	0.8	3.5	1.1	1.4	1.4	1.1	1.1	1.6	2.7

\* 비율이 1%이상인 항목만 제시함.

## 10.6. 체중 조절을 위한 식사량 조절 경험 여부

- 응답자의 61.4%는 체중 조절을 위한 식사량 조절 경험이 있는 것으로 나타남.
  - 권역별로 수도권에서 64.2%로 다른 지역보다 높은 경험률을 보임.
  - 성별로 여성의 경험률이 73.5%로 남성의 50.6%보다 높게 나타남.
  - 연령별로는 20대와 30대에서 높았으며, 60대 이상에서 47.6%로 낮게 나타남.

〈그림 5-128〉 체중 조절을 위한 식사량 조절 경험 여부



〈표 5-168〉 체중 조절을 위한 식사량 조절 경험 여부

단위: 명, %

구분		사례수	예	아니오
전체		2,000	61.4	38.7
권역	수도권	1,004	64.2	35.8
	충청권	224	54.5	45.5
	호남권	218	60.1	39.9
	대경권	193	60.1	39.9
	동남권	298	58.4	41.6
	강원권	63	61.9	38.1
가구원수	1인 가구	327	66.7	33.3
	2인 가구	455	59.1	40.9
	3인 가구	526	62.7	37.3
	4인 이상 가구	692	59.2	40.8
성별	남성	1,058	50.6	49.4
	여성	942	73.5	26.5
연령	20대	249	69.5	30.5
	30대	364	72.3	27.7
	40대	513	64.9	35.1
	50대	328	60.4	39.6
	60대 이상	546	47.6	52.4
학력	고졸 이하	455	57.6	42.4
	대졸	1,323	63.0	37.0
	대학원졸	222	59.5	40.5
직업	관리/전문/사무직	1,089	65.1	34.9
	서비스/판매직	193	60.6	39.4
	기계/농림어업/단순노무	233	43.3	56.7
	주부	208	72.6	27.4
	학생	83	61.4	38.6
	기타	194	50.5	49.5
가구소득	200만 원 미만	160	58.8	41.3
	200~400만 원 미만	597	61.0	39.0
	400~600만 원 미만	579	62.5	37.5
	600만 원 이상	664	61.3	38.7

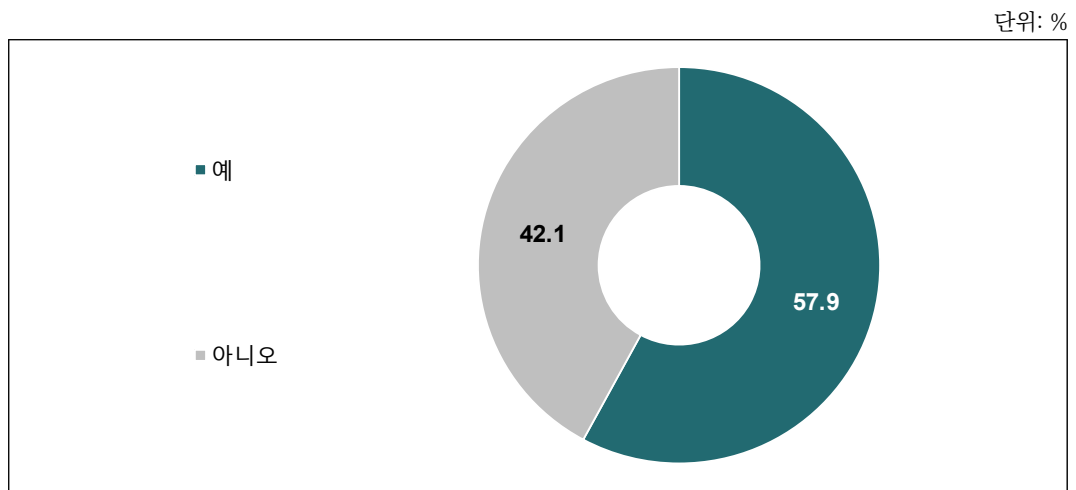


## 10.7. 규칙적 운동 여부

○ 응답자의 57.9%는 규칙적인 운동을 하는 것으로 나타남.

- 연령별로는 60대 이상에서 68.1%로 가장 높았던 반면 30대에서는 51.1%로 가장 낮게 나타남.
- 최종학력이 높을수록, 소득이 높을수록 규칙적으로 운동한다는 비율이 높게 나타남.

〈그림 5-129〉 규칙적 운동 여부



〈표 5-169〉 규칙적 운동 여부

단위: 명, %

구분		사례수	예	아니오
전체		2,000	57.9	42.1
권역	수도권	1,004	59.4	40.6
	충청권	224	51.3	48.7
	호남권	218	60.1	39.9
	대경권	193	53.4	46.6
	동남권	298	59.1	40.9
	강원권	63	58.7	41.3
가구원수	1인 가구	327	56.3	43.7
	2인 가구	455	60.0	40.0
	3인 가구	526	54.8	45.2
	4인 이상 가구	692	59.7	40.3
성별	남성	1,058	60.4	39.6
	여성	942	55.1	44.9
연령	20대	249	55.0	45.0
	30대	364	51.1	48.9
	40대	513	53.2	46.8
	50대	328	57.9	42.1
	60대 이상	546	68.1	31.9
학력	고졸 이하	455	52.5	47.5
	대졸	1,323	58.3	41.7
	대학원졸	222	66.7	33.3
직업	관리/전문/사무직	1,089	57.5	42.5
	서비스/판매직	193	59.1	40.9
	기계/농림어업/단순노무	233	52.4	47.6
	주부	208	64.9	35.1
	학생	83	51.8	48.2
	기타	194	60.8	39.2
가구소득	200만 원 미만	160	48.8	51.3
	200~400만 원 미만	597	53.9	46.1
	400~600만 원 미만	579	58.0	42.0
	600만 원 이상	664	63.6	36.4

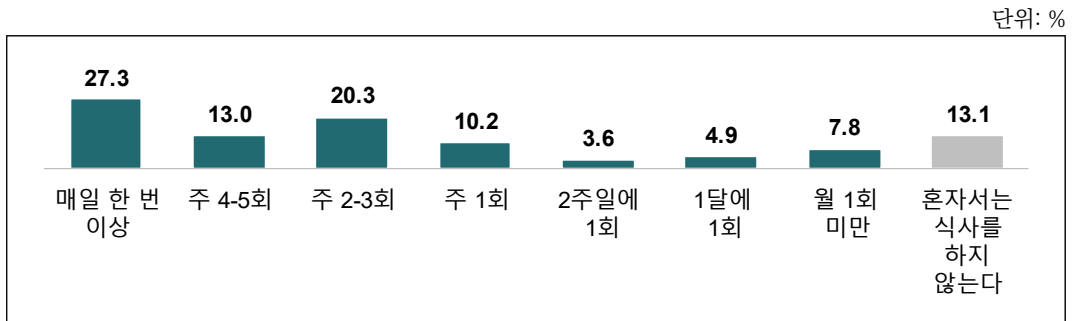
## 10.8. 혼밥 빈도

○ 혼밥을 전혀 하지 않는 비율은 13.1%로 낮으며, 27.3%는 ‘매일 한 번 이상’ 혼밥을 하고 있다고 응답함.

- 가구원 수 기준 1인 가구는 매일 한 번 이상 혼밥하는 비율이 52.6%로 2인 이상 가구의 2배가 넘는 수준으로 혼밥을 하고 있음.

- 가구소득 측면에서 소득이 낮을수록 혼밥하는 빈도는 높게 나타나고 있음.

〈그림 5-130〉 혼밥 빈도



〈표 5-170〉 혼밥 빈도

단위: 명, %

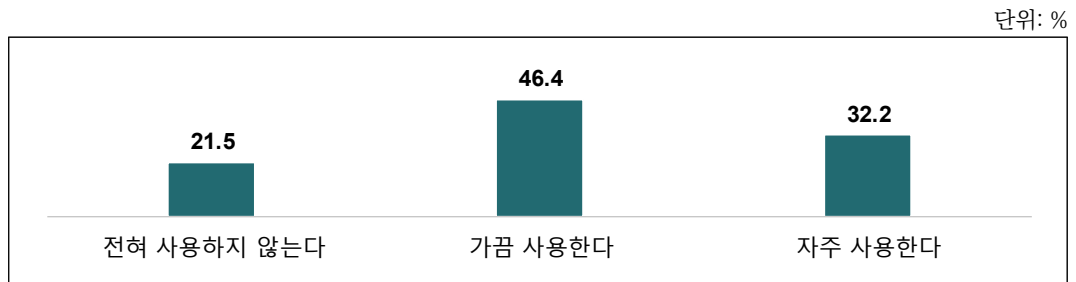
구분		사례수	매일 한 번 이상	주 4~5회	주 2~3회	주 1회	2주일에 1회	1달에 1회	월 1회 미만	혼자서는 식사를 하지 않는다
전체		2,000	27.3	13.0	20.3	10.2	3.6	4.9	7.8	13.1
권역	수도권	1,004	29.1	14.4	21.5	10.1	3.2	4.6	6.9	10.3
	충청권	224	21.9	14.3	15.6	10.3	4.9	6.7	10.3	16.1
	호남권	218	28.4	12.8	19.7	10.1	2.3	4.1	7.3	15.1
	대경권	193	26.9	11.9	20.7	9.3	6.2	3.6	6.2	15.0
	동남권	298	26.2	7.4	20.5	9.7	3.0	5.4	9.1	18.8
	강원권	63	20.6	15.9	17.5	15.9	3.2	6.3	12.7	7.9
가구원수	1인 가구	327	52.6	16.5	16.5	4.6	0.6	2.4	3.1	3.7
	2인 가구	455	23.1	11.6	17.6	11.9	3.5	5.7	10.1	16.5
	3인 가구	526	23.4	14.4	20.9	10.8	5.7	5.3	7.0	12.4
	4인 이상 가구	692	21.1	11.1	23.4	11.1	3.3	5.1	9.0	15.9
성별	남성	1,058	22.6	11.6	21.6	11.3	4.2	5.4	9.2	14.2
	여성	942	32.6	14.5	18.9	8.8	2.9	4.2	6.2	11.9
연령	20대	249	33.3	14.9	20.9	11.6	3.2	4.8	4.4	6.8
	30대	364	25.5	17.0	20.9	8.5	4.7	4.9	7.4	11.0
	40대	513	25.1	11.5	21.4	8.8	3.9	5.3	8.0	16.0
	50대	328	24.7	13.1	19.2	12.5	4.0	4.9	8.5	13.1
	60대 이상	546	29.3	10.8	19.2	10.4	2.4	4.4	8.8	14.7
학력	고졸 이하	455	33.0	11.9	18.0	9.9	2.2	4.6	6.2	14.3
	대졸	1,323	26.4	13.2	21.4	10.4	4.3	4.8	7.6	11.9
	대학원졸	222	21.2	14.0	18.5	9.5	1.8	5.9	11.7	17.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	20.9	13.5	22.2	11.8	4.4	5.5	8.7	12.9
	서비스/판매직	193	37.8	14.5	20.7	6.2	4.1	5.2	3.1	8.3
	기계/농림어업/단순노무	233	23.6	8.2	21.9	11.6	3.4	6.9	9.4	15.0
	주부	208	37.0	17.8	15.4	7.2	1.0	1.4	3.8	16.3
	학생	83	39.8	15.7	16.9	9.6	0.0	2.4	9.6	6.0
	기타	194	41.2	8.2	13.9	6.7	2.6	3.1	8.2	16.0
가구소득	200만 원 미만	160	48.1	11.3	10.6	8.1	1.3	3.1	3.8	13.8
	200~400만 원 미만	597	31.3	15.7	18.1	9.5	2.7	4.0	6.5	12.1
	400~600만 원 미만	579	24.2	11.4	23.3	9.7	3.6	5.4	8.6	13.8
	600만 원 이상	664	21.4	12.3	22.0	11.6	4.8	5.6	9.0	13.3

## 10.9. SNS 사용 빈도

○ SNS를 ‘가끔 사용’하는 비율은 46.4%이며, ‘자주 사용’하는 비율은 32.2%로 응답자의 78.6%가 SNS를 사용하고 있는 것으로 나타남.

- 성별로는 여성, 연령별로는 20대에서 ‘자주 사용한다’는 비율이 높음.

〈그림 5-131〉 SNS 사용 빈도



〈표 5-171〉 SNS 사용 빈도

단위: 명, %

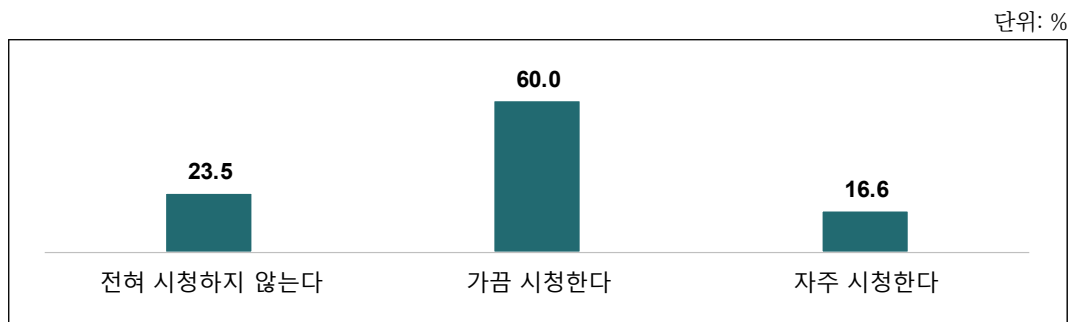
구분		사례수	전혀 사용하지 않는다	기금 사용한다	자주 사용한다
전체		2,000	21.5	46.4	32.2
권역	수도권	1,004	20.8	47.1	32.1
	충청권	224	23.2	43.3	33.5
	호남권	218	25.2	39.9	34.9
	대경권	193	19.7	49.7	30.6
	동남권	298	19.5	49.3	31.2
	강원권	63	27.0	42.9	30.2
가구원수	1인 가구	327	22.6	41.0	36.4
	2인 가구	455	24.8	42.9	32.3
	3인 가구	526	19.6	49.2	31.2
	4인 이상 가구	692	20.1	49.0	30.9
성별	남성	1,058	22.1	50.1	27.8
	여성	942	20.7	42.1	37.2
연령	20대	249	7.2	29.3	63.5
	30대	364	20.6	44.5	34.9
	40대	513	24.4	50.1	25.5
	50대	328	28.7	54.6	16.8
	60대 이상	546	21.4	46.9	31.7
학력	고졸 이하	455	24.0	45.1	31.0
	대졸	1,323	20.6	46.5	32.9
	대학원졸	222	21.2	48.2	30.6
직업	관리/전문/사무직	1,089	20.0	47.3	32.7
	서비스/판매직	193	20.2	45.1	34.7
	기계/농림어업/단순노무	233	21.9	51.5	26.6
	주부	208	27.4	49.5	23.1
	학생	83	6.0	24.1	69.9
	기타	194	30.4	42.3	27.3
가구소득	200만 원 미만	160	30.6	36.3	33.1
	200~400만 원 미만	597	22.4	45.9	31.7
	400~600만 원 미만	579	21.2	46.5	32.3
	600만 원 이상	664	18.5	49.1	32.4

## 10.10. 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도

○ 전체 응답자 수의 60.0%는 음식/요리 관련 미디어를 ‘가끔 시청’하며, 23.5%는 ‘전혀 시청하지 않는 것’으로 나타남.

- 가구원 수별로 1인 가구에서 ‘자주 시청한다’는 비율이 높음.
- 성별로는 여성, 연령별로는 20대에서 ‘자주 시청한다’는 비율이 높음.

〈그림 5-132〉 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도



〈표 5-172〉 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 시청하지 않는다	가끔 시청한다	자주 시청한다
전체		2,000	23.5	60.0	16.6
권역	수도권	1,004	24.0	61.3	14.7
	충청권	224	26.3	53.6	20.1
	호남권	218	20.2	61.5	18.3
	대경권	193	23.8	59.6	16.6
	동남권	298	21.1	60.7	18.1
	강원권	63	25.4	55.6	19.0
가구원수	1인 가구	327	19.9	61.2	19.0
	2인 가구	455	27.7	55.4	16.9
	3인 가구	526	19.4	64.1	16.5
	4인 이상 가구	692	25.4	59.4	15.2
성별	남성	1,058	27.2	61.8	11.0
	여성	942	19.2	58.0	22.8
연령	20대	249	16.1	49.4	34.5
	30대	364	22.0	61.3	16.8
	40대	513	22.8	60.8	16.4
	50대	328	23.8	66.8	9.5
	60대 이상	546	28.2	59.2	12.6
학력	고졸 이하	455	22.6	56.7	20.7
	대졸	1,323	22.4	60.9	16.7
	대학원졸	222	31.5	61.3	7.2
직업	관리/전문/사무직	1,089	23.0	62.5	14.5
	서비스/판매직	193	24.9	56.5	18.7
	기계/농림어업/단순노무	233	25.3	59.2	15.5
	주부	208	19.7	58.2	22.1
	학생	83	18.1	47.0	34.9
	기타	194	28.9	57.7	13.4
가구소득	200만 원 미만	160	18.1	62.5	19.4
	200~400만 원 미만	597	20.9	59.1	19.9
	400~600만 원 미만	579	26.6	61.1	12.3
	600만 원 이상	664	24.2	59.2	16.6

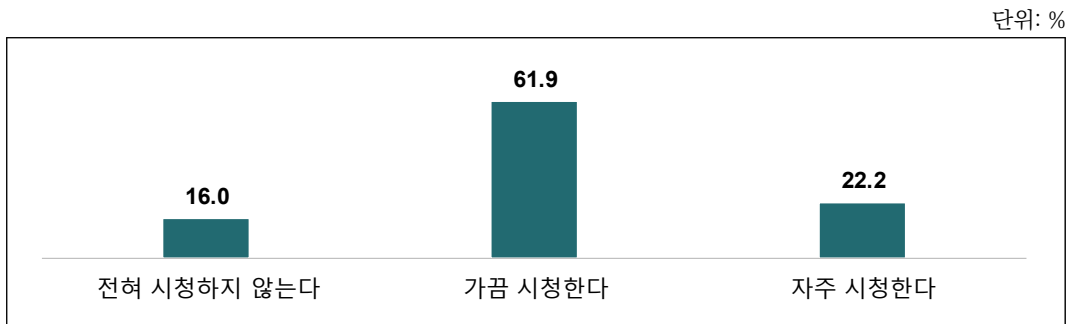


### 10.11. 해외 여행정보 관련 미디어 시청 빈도

○ 해외 여행정보 관련 미디어를 ‘전혀 시청하지 않는다’는 비율은 16.0%로 낮은 편이며, 61.9%가 ‘가끔 시청’하며, 22.2%는 ‘자주 시청’하는 것으로 나타남.

- 권역별로 강원권에서의 ‘자주 시청한다’는 비율이 다른 지역보다 높음.
- 성별로는 여성, 연령별로는 20대에서 ‘자주 시청한다’는 비율이 높음.

〈그림 5-133〉 해외 여행정보 관련 미디어 시청 빈도



〈표 5-173〉 해외 여행정보 관련 미디어 시청 빈도

단위: 명, %

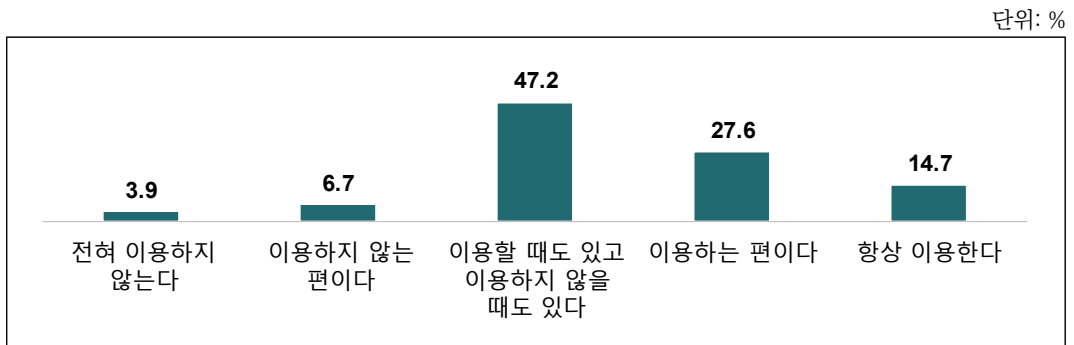
구분		사례수	전혀 시청하지 않는다	가끔 시청한다	자주 시청한다
전체		2,000	16.0	61.9	22.2
권역	수도권	1,004	15.7	61.4	22.9
	충청권	224	16.5	65.2	18.3
	호남권	218	19.3	61.5	19.3
	대경권	193	16.1	65.3	18.7
	동남권	298	13.1	61.7	25.2
	강원권	63	19.0	50.8	30.2
가구원수	1인 가구	327	15.9	59.6	24.5
	2인 가구	455	15.6	61.8	22.6
	3인 가구	526	15.2	64.3	20.5
	4인 이상 가구	692	16.8	61.3	22.0
성별	남성	1,058	16.0	63.9	20.1
	여성	942	15.9	59.7	24.4
연령	20대	249	14.9	54.2	30.9
	30대	364	18.7	60.7	20.6
	40대	513	17.9	61.4	20.7
	50대	328	15.9	65.9	18.3
	60대 이상	546	12.8	64.3	22.9
학력	고졸 이하	455	16.0	64.2	19.8
	대졸	1,323	16.0	61.1	22.9
	대학원졸	222	15.3	62.2	22.5
직업	관리/전문/사무직	1,089	17.1	60.9	22.0
	서비스/판매직	193	12.4	67.4	20.2
	기계/농림어업/단순노무	233	15.5	64.4	20.2
	주부	208	11.5	63.0	25.5
	학생	83	15.7	49.4	34.9
	기타	194	18.6	63.4	18.0
가구소득	200만 원 미만	160	22.5	61.3	16.3
	200~400만 원 미만	597	16.2	61.1	22.6
	400~600만 원 미만	579	15.7	64.8	19.5
	600만 원 이상	664	14.3	60.2	25.5

## 10.12. 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부

○ 가구의 식품 구입 및 조달 시 42.3%가 차량을 이용(‘이용하는 편이다’+‘항상 이용한다’)하고 있는 것으로 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 강원권에서 차량 이용 비율이 높게 나타남.

〈그림 5-134〉 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부



〈표 5-174〉 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부

단위: 명, %

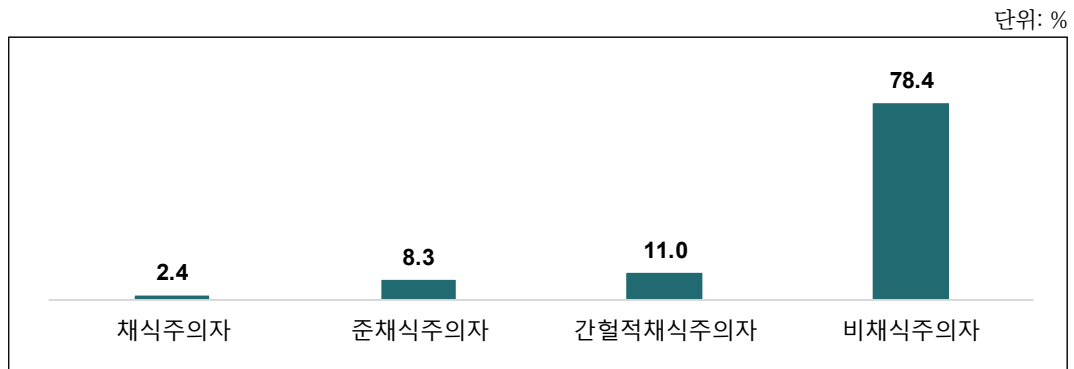
구분		사례수	전혀 이용하지 않는다	이용하지 않는 편이다	이용할 때도 있고 이용 하지 않을 때도 있다	이용하는 편이다	항상 이용한다
전체		1,695	3.9	6.7	47.2	27.6	14.7
권역	수도권	822	4.9	6.9	51.1	24.2	12.9
	충청권	206	1.5	5.3	41.7	35.9	15.5
	호남권	191	2.6	7.9	42.9	28.8	17.8
	대경권	170	2.9	6.5	48.8	26.5	15.3
	동남권	251	4.0	5.6	45.8	31.1	13.5
	강원권	55	5.5	9.1	25.5	29.1	30.9
가구원수	1인 가구	193	5.2	8.8	44.6	22.3	19.2
	2인 가구	383	3.4	8.9	44.1	28.2	15.4
	3인 가구	467	3.9	6.4	50.5	25.7	13.5
	4인 이상 가구	652	3.8	4.9	47.4	30.1	13.8
성별	남성	943	2.9	6.9	45.6	31.8	12.8
	여성	752	5.2	6.4	49.2	22.2	17.0
연령	20대	174	9.8	10.3	50.0	19.0	10.9
	30대	301	4.3	4.7	45.2	28.2	17.6
	40대	450	3.8	5.8	47.8	27.6	15.1
	50대	291	2.1	4.8	50.2	27.8	15.1
	60대 이상	479	2.7	8.6	45.1	30.1	13.6
학력	고졸 이하	372	6.7	7.0	47.3	25.0	14.0
	대졸	1,114	3.2	6.4	46.2	29.4	14.8
	대학원졸	209	2.4	7.7	52.2	22.5	15.3
직업	관리/전문/사무직	944	2.8	5.5	47.0	30.3	14.4
	서비스/판매직	154	3.9	7.8	47.4	24.7	16.2
	기계/농림어업/단순노무	199	3.5	7.5	45.2	31.7	12.1
	주부	191	5.8	8.4	51.8	18.8	15.2
	학생	63	11.1	9.5	44.4	22.2	12.7
	기타	144	6.3	8.3	45.8	20.8	18.8
가구소득	200만 원 미만	85	4.7	9.4	47.1	20.0	18.8
	200~400만 원 미만	449	5.6	6.9	46.8	26.7	14.0
	400~600만 원 미만	525	2.9	7.0	46.1	27.6	16.4
	600만 원 이상	636	3.5	5.8	48.4	29.1	13.2

### 10.13. 채식주의 관련 식생활 태도

○ 응답자 중 21.6%는 채식을 하고 있으며, 그 중 ‘간헐적 채식주의자’가 11.0%, ‘준채식주의자가’ 8.3%, ‘채식주의자’는 2.4%로 나타남.

- 연령이 높을수록 채식주의자 비율이 상대적으로 낮음.

〈그림 5-135〉 채식주의 관련 식생활 태도



〈표 5-175〉 채식주의 관련 식생활 태도

단위: 명, %

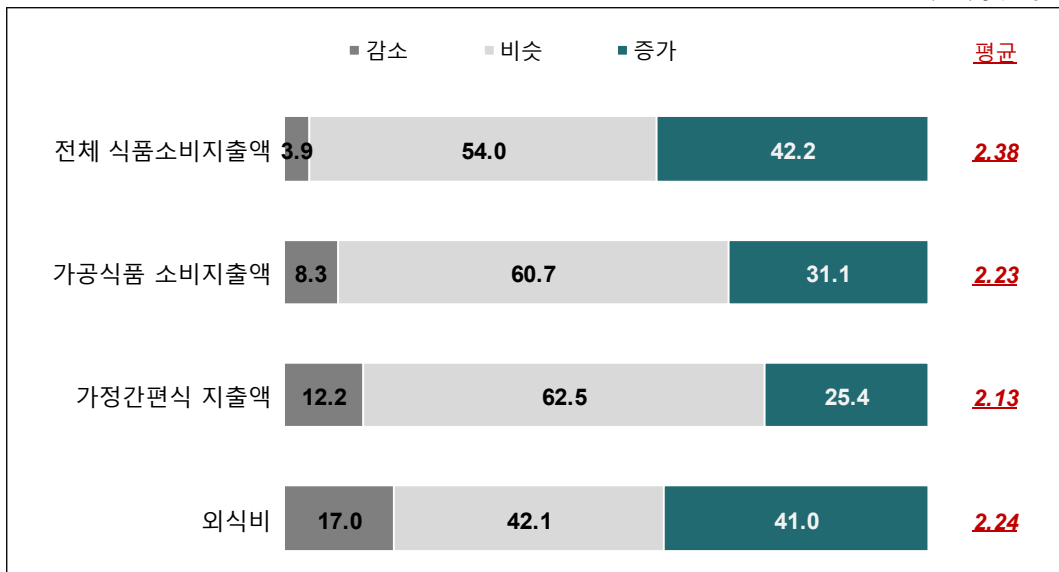
구분		사례수	육류는 먹지 않고, 오직 식물성 재료로만 만든 것을 먹는다 (채식주의자)	식물성 재료로 만든 것을 먹지만, 계란과 우유 또는 어패류는 먹는다 (준채식주의자)	가급적 동물성 보다는 채식 위주로 먹는다 (간헐적 채식주의자)	식물성, 동물성을 가리지 않고 먹는다 (비채식주의자)
전체		2,000	2.4	8.3	11.0	78.4
권역	수도권	1,004	2.5	8.5	10.7	78.4
	충청권	224	4.0	7.1	12.1	76.8
	호남권	218	1.4	8.7	11.5	78.4
	대경권	193	1.6	10.4	11.4	76.7
	동남권	298	1.7	7.7	9.7	80.9
	강원권	63	3.2	3.2	15.9	77.8
가구원수	1인 가구	327	1.8	8.9	11.9	77.4
	2인 가구	455	2.9	9.0	13.2	74.9
	3인 가구	526	2.1	8.0	8.9	81.0
	4인 이상 가구	692	2.5	7.7	10.7	79.2
성별	남성	1,058	2.4	7.8	11.1	78.7
	여성	942	2.3	8.7	10.9	78.0
연령	20대	249	1.2	8.4	6.0	84.3
	30대	364	2.7	5.5	7.4	84.3
	40대	513	2.1	4.9	9.0	84.0
	50대	328	3.7	10.7	12.5	73.2
	60대 이상	546	2.0	11.7	16.7	69.6
학력	고졸 이하	455	2.4	10.3	9.5	77.8
	대졸	1,323	2.4	7.0	11.1	79.5
	대학원졸	222	1.8	11.7	13.5	73.0
직업	관리/전문/사무직	1,089	2.1	6.4	9.0	82.5
	서비스/판매직	193	2.6	7.8	16.1	73.6
	기계/농림어업/단순노무	233	3.4	13.7	10.7	72.1
	주부	208	2.9	11.1	14.9	71.2
	학생	83	1.2	8.4	8.4	81.9
	기타	194	2.1	9.3	14.4	74.2
가구소득	200만 원 미만	160	3.8	11.9	11.9	72.5
	200~400만 원 미만	597	2.3	9.0	11.7	76.9
	400~600만 원 미만	579	2.1	7.8	9.3	80.8
	600만 원 이상	664	2.3	7.1	11.6	79.1

## 10.14. 식품소비 지출액 변화

- 전체 식품소비 지출액이 ‘증가’했다는 응답은 42.2%로 나타났고, 외식비가 증가했다는 응답은 41.0%, 가공식품은 31.1%, 가정간편식은 25.4%로 나타남
  - 권역별로 전체 식품소비 지출액은 연령이 낮을수록 ‘증가’ 응답이 높게 나타남.
  - 외식비의 경우 가구소득이 높을수록 ‘증가’ 응답이 높게 나타남.

〈그림 5-136〉 식품소비 지출액 변화

단위: %, 3점 평균



〈표 5-176〉 식품소비 지출액 변화 - 전체 식품 소비지출액

단위: 명, %, 3점 평균

구분		사례수	감소	비슷(변화 없음)	증가	3점 평균
전체		2,000	3.9	54.0	42.2	2.38
권역	수도권	1,004	4.0	56.0	40.0	2.36
	충청권	224	3.1	50.9	46.0	2.43
	호남권	218	2.3	56.0	41.7	2.39
	대경권	193	3.6	50.8	45.6	2.42
	동남권	298	5.4	50.7	44.0	2.39
	강원권	63	3.2	52.4	44.4	2.41
가구원수	1인 가구	327	5.2	56.3	38.5	2.33
	2인 가구	455	3.3	56.7	40.0	2.37
	3인 가구	526	5.1	52.5	42.4	2.37
	4인 이상 가구	692	2.6	52.3	45.1	2.42
성별	남성	1,058	4.3	57.6	38.2	2.34
	여성	942	3.4	50.0	46.6	2.43
연령	20대	249	4.0	46.6	49.4	2.45
	30대	364	3.0	51.6	45.3	2.42
	40대	513	3.3	52.6	44.1	2.41
	50대	328	5.2	52.1	42.7	2.38
	60대 이상	546	4.0	61.4	34.6	2.31
학력	고졸 이하	455	4.2	53.8	42.0	2.38
	대졸	1,323	3.6	53.6	42.8	2.39
	대학원졸	222	4.5	56.8	38.7	2.34
직업	관리/전문/사무직	1,089	3.1	54.5	42.3	2.39
	서비스/판매직	193	5.2	54.9	39.9	2.35
	기계/농림어업/단순노무	233	6.9	58.4	34.8	2.28
	주부	208	1.9	46.2	51.9	2.50
	학생	83	3.6	43.4	53.0	2.49
	기타	194	5.2	57.7	37.1	2.32
가구소득	200만 원 미만	160	8.8	59.4	31.9	2.23
	200~400만 원 미만	597	3.2	55.6	41.2	2.38
	400~600만 원 미만	579	3.1	50.1	46.8	2.44
	600만 원 이상	664	3.9	54.7	41.4	2.38



〈표 5-177〉 식품소비 지출액 변화 - 가공식품 소비지출액

단위: 명, %, 3점 평균

구분		사례수	감소	비슷(변화 없음)	증가	3점 평균
전체		2,000	8.3	60.7	31.1	2.23
권역	수도권	1,004	9.3	60.7	30.1	2.21
	충청권	224	6.7	62.5	30.8	2.24
	호남권	218	5.5	65.6	28.9	2.23
	대경권	193	6.7	57.5	35.8	2.29
	동남권	298	8.4	59.1	32.6	2.24
	강원권	63	11.1	54.0	34.9	2.24
가구원수	1인 가구	327	9.5	61.5	29.1	2.20
	2인 가구	455	9.0	63.1	27.9	2.19
	3인 가구	526	9.9	59.1	31.0	2.21
	4인 이상 가구	692	5.9	59.8	34.2	2.28
성별	남성	1,058	8.2	63.8	28.0	2.20
	여성	942	8.3	57.1	34.6	2.26
연령	20대	249	4.4	60.2	35.3	2.31
	30대	364	6.0	58.5	35.4	2.29
	40대	513	6.8	57.7	35.5	2.29
	50대	328	11.0	55.8	33.2	2.22
	60대 이상	546	11.2	67.9	20.9	2.10
학력	고졸 이하	455	9.0	59.6	31.4	2.22
	대졸	1,323	7.9	60.8	31.3	2.23
	대학원졸	222	9.0	61.7	29.3	2.20
직업	관리/전문/사무직	1,089	7.2	60.6	32.2	2.25
	서비스/판매직	193	9.8	57.0	33.2	2.23
	기계/농림어업/단순노무	233	9.4	65.2	25.3	2.16
	주부	208	9.6	55.3	35.1	2.25
	학생	83	2.4	59.0	38.6	2.36
	기타	194	12.4	65.5	22.2	2.10
가구소득	200만 원 미만	160	10.6	65.0	24.4	2.14
	200~400만 원 미만	597	9.0	61.1	29.8	2.21
	400~600만 원 미만	579	5.7	61.0	33.3	2.28
	600만 원 이상	664	9.2	58.9	31.9	2.23

〈표 5-178〉 식품소비 지출액 변화 - 가정간편식(HMR) 지출액

단위: 명, %, 3점 평균

구분		사례수	감소	비슷(변화 없음)	증가	3점 평균
전체		2,000	12.2	62.5	25.4	2.13
권역	수도권	1,004	11.9	62.5	25.7	2.14
	충청권	224	9.8	68.3	21.9	2.12
	호남권	218	13.3	63.8	22.9	2.10
	대경권	193	12.4	60.1	27.5	2.15
	동남권	298	12.8	60.1	27.2	2.14
	강원권	63	17.5	55.6	27.0	2.10
가구원수	1인 가구	327	15.0	64.5	20.5	2.06
	2인 가구	455	11.9	64.4	23.7	2.12
	3인 가구	526	12.9	59.1	27.9	2.15
	4인 이상 가구	692	10.4	62.7	26.9	2.16
성별	남성	1,058	11.3	66.6	22.0	2.11
	여성	942	13.1	57.7	29.2	2.16
연령	20대	249	8.8	62.7	28.5	2.20
	30대	364	10.2	61.5	28.3	2.18
	40대	513	10.9	59.3	29.8	2.19
	50대	328	15.9	58.2	25.9	2.10
	60대 이상	546	13.9	68.5	17.6	2.04
학력	고졸 이하	455	13.6	60.4	25.9	2.12
	대졸	1,323	11.9	62.8	25.2	2.13
	대학원졸	222	10.4	64.4	25.2	2.15
직업	관리/전문/사무직	1,089	10.3	62.8	26.9	2.17
	서비스/판매직	193	15.5	57.0	27.5	2.12
	기계/농림어업/단순노무	233	15.0	69.1	15.9	2.01
	주부	208	14.9	53.4	31.7	2.17
	학생	83	3.6	63.9	32.5	2.29
	기타	194	16.5	67.0	16.5	2.00
가구소득	200만 원 미만	160	22.5	63.1	14.4	1.92
	200~400만 원 미만	597	13.7	61.8	24.5	2.11
	400~600만 원 미만	579	8.8	66.1	25.0	2.16
	600만 원 이상	664	11.1	59.6	29.2	2.18


〈표 5-179〉 식품소비 지출액 변화 - 외식비

단위: 명, %, 3점 평균

구분		사례수	감소	비슷(변화 없음)	증가	3점 평균
전체		2,000	17.0	42.1	41.0	2.24
권역	수도권	1,004	16.9	41.7	41.3	2.24
	충청권	224	17.9	41.5	40.6	2.23
	호남권	218	16.1	40.8	43.1	2.27
	대경권	193	18.1	43.0	38.9	2.21
	동남권	298	15.1	43.6	41.3	2.26
	강원권	63	22.2	44.4	33.3	2.11
가구원수	1인 가구	327	20.5	40.1	39.4	2.19
	2인 가구	455	17.6	44.4	38.0	2.20
	3인 가구	526	17.1	40.1	42.8	2.26
	4인 이상 가구	692	14.7	43.1	42.2	2.27
성별	남성	1,058	17.6	43.8	38.7	2.21
	여성	942	16.2	40.2	43.5	2.27
연령	20대	249	14.9	39.8	45.4	2.31
	30대	364	13.2	43.7	43.1	2.30
	40대	513	12.9	42.5	44.6	2.32
	50대	328	18.0	42.1	39.9	2.22
	60대 이상	546	23.6	41.8	34.6	2.11
학력	고졸 이하	455	22.0	42.0	36.0	2.14
	대졸	1,323	15.1	42.0	42.9	2.28
	대학원졸	222	17.6	43.2	39.2	2.22
직업	관리/전문/사무직	1,089	13.4	42.2	44.4	2.31
	서비스/판매직	193	19.2	39.4	41.5	2.22
	기계/농림어업/단순노무	233	21.0	50.2	28.8	2.08
	주부	208	18.8	38.0	43.3	2.25
	학생	83	18.1	36.1	45.8	2.28
	기타	194	27.3	41.2	31.4	2.04
가구소득	200만 원 미만	160	32.5	42.5	25.0	1.93
	200~400만 원 미만	597	17.8	44.4	37.9	2.20
	400~600만 원 미만	579	13.6	43.0	43.4	2.30
	600만 원 이상	664	15.4	39.2	45.5	2.30



설문조사표



**2023 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 ㈜ 엠브레인리서치가 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 : ㈜ 엠브레인리서치

**응답자 선정 질문**

SQ1. 귀하의 출생년도는 어떻게 되시나요? \_\_\_\_\_년 → 1948년도 이후 2003년 이전 출생자만 조사를 진행할 것

SQ2. 귀덕에서 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 귀덕의 식품 주 구입자 입장에서 가공식품 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

**농·수축산물이란?**  
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 농·수축산물 등을 변형(분쇄, 절단)·가열·발효·혼합 등의 단계를 거쳐 제조·가공·포장한 모든 식품 예) 과자, 빵, 통조림, 각종 냉동식품, 음료, 유제품 등

**외식이란?**  
가정 밖에서 직접 조리하지 않은 음식을 먹는 행위로 일반적으로 음식점에서 식사하는 것을 의미하지만, 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.

1

전체 가공식품 구입 형태

본 조사는 특별한 사건/사고/이슈 등의 영향으로 특정 기간 이루어진 구입 행태가 아닌, 평소 귀하께서 가공식품을 구입하시는 행태를 기준으로 응답하여 주십시오.

A1. 귀택에서는 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. 귀택에서는 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, 소비(유통)기한 포함)
- 7. 구입의 편리성
- 8. 조리/편리성
- 9. 기타 (기록 : )
- 10. 구입하지 않는다

A3. 귀택에서는 가족을 위해 가공식품 구입을 주로 어디에서 하시나요?

주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요. (→View card 1 참조)

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- 1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
- 2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데슈퍼, 이마트에브리데이, No Brand 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(TV 시청 후 홈쇼핑 온라인몰 구입 포함)
- 9. 편의점
- 10. 로컬푸드 마켓(지역 특산물 판매점 포함, 매장 내 샵업샵 형태(통합계산) 제외)
- 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 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 : )

A4. 귀댁에서 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(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, 요구르트 등 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, 일차, 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)    |

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. 귀댁의 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) 귀댁의 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(기록 : )        |

A7. 귀댁의 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. 귀책에서는 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. 귀책에서는 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, 인스타마켓, 라이브커머스 등)
- 7. 해외직구 사이트(아마존, 이베이, 아이허브, 오픈 등)
- 8. 기타(기록 : )

A11. 귀책에서 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, 요거트 등 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, 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)    |



A12. 귀택에서 온라인을 통하여 가공식품을 구입하는 이유는 무엇인가요? 중요한 이유부터 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- |                               |                      |
|-------------------------------|----------------------|
| 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. 비대면 구입이 가능해서      |
| 9. 기타(기록 : )                  |                      |

A13. 귀택에서는 온라인으로 가공식품을 구입하실 때 주로 이용하는 방법은 무엇인가요?

- |                        |                         |
|------------------------|-------------------------|
| 1. PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문 | 2. 스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문 |
| 3. 기타(기록 : )           |                         |

A14. 온라인으로 구입하신 가공식품에 대해 얼마나 만족하시나요?

구분	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	만족하는 편이다	매우 만족한다
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

A15. 귀택에서 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. 귀택의 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	①	②	③	④	⑤
	기타 육가공품	육포, 돈까스, 축산물 통조림 등 주원료가 육류인 기타 가공품	①	①	②	③	④	⑤
2.알가공품	알가공품	삶은 메추리알, 삶은 계란 등	①	①	②	③	④	⑤

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BC1로 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/소비(유통)기한 | 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	①	②	③	④	⑤
	수산물통조림	꽂치, 고등어, 골뱅이, 참치, 연어 통조림	①	①	②	③	④	⑤
4. 염건수산가공품	젓갈류	명란젓, 어리굴젓, 오징어젓, 새우젓, 멸치젓 등	①	①	②	③	④	⑤
	해조가공품	김, 미역, 기타 해조류	①	①	②	③	④	⑤
	염건수산동물	복어, 굴비, 마른멸치, 마른오징어, 기타 염건수산동물	①	①	②	③	④	⑤

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BD1로 가세요]

BB2. 귀하께서 [조미수산가공품], [염건수산가공품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요.(**조미수산가공품, 염건수산가공품 구입경험이 있는 경우에 한함**).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- |                  |                   |                        |
|------------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격            | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/소비(유통)기한 | 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, 절인배추	①	①	②	③	④	⑤
	절임류	장아찌, 단무지, 오이피클, 마늘절임, 기타절임	①	①	②	③	④	⑤
6. 과일채소가공품	채소가공품	채소통조림, 건조-퓨레-페이스트 등	①	①	②	③	④	⑤
	과일가공품	과일통조림, 건조-퓨레-페이스트 등	①	①	②	③	④	⑤

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BE1로 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            | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/소비(유통)기한 | 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( )         |                        |

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            | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/소비(유통)기한 | 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 [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	①	②	③	④	⑤
	된장	된장, 한식된장, 조미된장	①	①	②	③	④	⑤
	고추장	고추장, 조미고추장	①	①	②	③	④	⑤
	기타장류	쌈장, 춘장, 청국장, 기타장류	①	①	②	③	④	⑤
8. 조미식품	드레싱/소스류	드레싱, 마요네즈, 케첩, 한식소스류, 양식소스류, 기타소스류	①	①	②	③	④	⑤
	식염류	천일염, 가공소금, 기타소금	①	①	②	③	④	⑤
	식초	발효식초, 기타식초	①	①	②	③	④	⑤
	고춧가루	고춧가루	①	①	②	③	④	⑤
	향신-조미료	후추가루, 겨자, 계피, 외사비, 향신료제품, 기타향신료, 조미료, 고추-미늘 생강-깨양념류, 기타조미식품	①	①	②	③	④	⑤
	설탕	백설탕, 갈색설탕(황설탕), 기타설탕	①	①	②	③	④	⑤
	기타당류	당시럽류, 올리고당류, 물엿, 엿류, 젤, 꿀, 조청	①	①	②	③	④	⑤

[모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BF1로 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/소비(유통)기한 | 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/소비(유통)기한 | 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	②	③	④	⑤	
	기타 식물성 식용유	콩기름(대두유), 옥수수기름(옥배유), 채종유(유채유 또는 카놀라유), 올리브유, 포도씨유	①	②	③	④	⑤	
	버터 및 기타유지류	버터, 라드	①	②	③	④	⑤	
10. 유가공품	우유	우유, 가공우유, 조제우유	①	②	③	④	⑤	
	발효유	요쿠르트, 호상발효유, 액상발효유, 기타발효유	①	②	③	④	⑤	
	치즈	치즈, 가공치즈	①	②	③	④	⑤	
	분유	분유, 조제분유	①	②	③	④	⑤	

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BG1로 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/소비(유통)기한 | 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/소비(유통)기한 | 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	②	③	④	⑤	
	떡류	시루떡류,송편류,인절미류,절편류,기타떡류	①	②	③	④	⑤	
12. 과자류	과자 및 한과	비스킷류, 스낵과자류, 한과	①	②	③	④	⑤	
	초콜릿 코코아가공품	초콜릿, 초콜릿가공품, 코코아가공품류	①	②	③	④	⑤	
	사탕, 젤리, 껌	사탕,캐러멜,양갱,젤리,무설탕껌,일반추잉껌,풍선껌	①	②	③	④	⑤	
	아이스크림, 빙과류	아이스크림, 사베트, 빙수, 얼린과자	①	②	③	④	⑤	

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BH1로 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/소비(유통)기한 | 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(**과자류 구입경험이 있는 경우에 한함**).

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- |                  |                   |                        |
|------------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격            | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/소비(유통)기한 | 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(유당면류), 봉지라면, 용기라면	①	①	②	③	④	⑤
	국수류	국수, 칼국수, 냉면, 당면, 파스타류, 우동, 기타면류	①	①	②	③	④	⑤
14.연식품	두부류	일반두부, 순두부, 연두부, 유부, 두부가공식품	①	①	②	③	④	⑤
	묵류	묵류, 곤약, 기타묵류	①	①	②	③	④	⑤
15.곡물/가공품	밀가루류	밀가루, 밀가루가공품	①	①	②	③	④	⑤
	기타 곡물/가공품	씨리얼, 감자전분, 고구마전분, 옥수수전분, 기타 전분류, 쌀가루, 기타 분말류	①	①	②	③	④	⑤

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BI1로 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/소비(유통)기한 | 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/소비(유통)기한 | 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/소비(유통)기한 | 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. 커피및차	커피 및 커피음료	원두커피, 캡슐커피, 커피믹스, 액상커피, 커피음료 ※커피맛 우유 제외	①	②	③	④	⑤	⑥
	차 및 차음료	인차, 티백, 매실차, 유자차, 곡물차, 차음료, 곡물음료	①	②	③	④	⑤	⑥
17. 음료류	탄산음료	콜라, 사이다, 탄산수, 과즙탄산음료, 기타탄산음료	①	②	③	④	⑤	⑥
	과일채소음료	과일주스, 과일음료, 채소주스, 채소음료, 기타과채류음료	①	②	③	④	⑤	⑥
	기능성음료	스포츠음료, 비타민음료, 에너지음료, 식이섬유음료, 숙취해소 음료, 인삼홍삼음료, 한약재음료, 기타기능성음료	①	②	③	④	⑤	⑥
	생수	일반생수, 해양심층수	①	②	③	④	⑤	⑥
	두유류	두유류, 아몬드우유	①	②	③	④	⑤	⑥
기타음료	식혜/수정과, 식초음료, 곡류음료, 기타음료	①	②	③	④	⑤	⑥	

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BI1로 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//소비(유통)기한 | 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/소비(유통)기한 | 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]**

BI1. 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	②	③	④	⑤	⑥
	소주	희석식소주(시판용)	①	②	③	④	⑤	⑥
	탁약주	탁주, 약주	①	②	③	④	⑤	⑥
	와인 및 과일주	와인, 과일주	①	②	③	④	⑤	⑥
	양주	위스키, 샴페인, 브랜디, 고령주, 교너, 데킬라, 진/보드카 등	①	②	③	④	⑤	⑥
	기타 주류	일반증류주, 청주	①	②	③	④	⑤	⑥

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 C1로 가세요.]

BI2. 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/소비(유통)기한 | 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 간편식(HMR) 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

**간편식(HMR, Home Meal Replacement)이란?**  
 일정 공정을 거쳐 조리가 된 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(밀키트):** 손질된 야채 등 식재료 및 양념과 조리법을 동봉하여 소비자가 간편하게 직접 조리해 섭취할 수 있게 만들어진 제품

**신선편의식품:** 농임산물을 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
즉석조리 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/김치류, 냉동피자류/ 핫도그류)	①	①	②	③	④	⑤
	5. 육류 (순대, 치킨, 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
즉석섭취 식품	1. 즉석섭취 식사류(도시락, 김밥류, 샌드위치/햄버거류 등)	①	①	②	③	④	⑤
	2. 즉석섭취 반찬류(대형마트 내 반찬가게에서 판매하는 반찬 포함)	①	①	②	③	④	⑤
간편조리 세트(밀키트)	1. 한식밀키트	①	①	②	③	④	⑤
	2. 동양식밀키트	①	①	②	③	④	⑤
	3. 서양식밀키트	①	①	②	③	④	⑤
신선편의 식품	1. 샐러드	①	①	②	③	④	⑤
	2. 신선편의채소(절단채소, 깐마늘, 세척당근, 깐양파 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/소비(유통)기한 | 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( )         |                        |

C3. 귀하께서 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( )                  |

C4. 귀택에서는 평소 다음의 간편식을 얼마나 자주 구입하시나요? 간편식 (1)~(4) 항목별로 말씀해 주세요.

(1) 즉석 조리 식품	(2) 즉석 섭취 식품	(3) 신선편의식품
(4) 간편조식세트(말기)		

- |            |           |            |
|------------|-----------|------------|
| 1. 매일      | 2. 주 2~3회 | 3. 주 1회    |
| 4. 2주 1회   | 5. 월 1회   | 6. 월 1회 미만 |
| 7. 구입하지 않음 |           |            |

C5. 귀택에서는 간편식 구입을 위해 월평균 얼마나 지출하시나요? 월평균 ( )원

C6. 간편식을 주로 어디서 구입하시나요? 간편식 (1)~(4) 항목별로 말씀해 주세요. (→View card 13 참조)

(1) 즉석 조리 식품	(2) 즉석 섭취 식품	(3) 신선편의식품
(4) 간편조식세트(말기)		

- 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
- 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이, No Brand 등)
- 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
- 전통시장(재래시장)
- 백화점
- 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
- 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)
- TV 홈쇼핑(TV 시청 후 홈쇼핑 온라인몰 구입 포함)
- 편의점
- 로컬푸드 마켓(지역 특산물 판매점 포함, 매장 내 샅입샵 형태(통합계산) 제외)
- 기타(기록 : )

C7. 귀택에서는 간편식을 주로 어떤 용도로 이용하시나요? 간편식 (1)~(4) 항목별로 말씀해 주세요.

(1) 즉석 조리 식품	(2) 즉석 섭취 식품	(3) 신선편의식품
(4) 간편조식세트(말기)		

- |           |           |
|-----------|-----------|
| 1. 일상 식사용 | 2. 일상 간식용 |
| 3. 안주용    | 4. 캠핑/여행용 |
| 5. 기타( )  |           |

C8. 귀택에서 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 (단팥죽, 전복죽, 양송이스프 등) ※ 분말제외                    | 4. 만두/피자류 (냉동만두/답십류, 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, 간마늘, 세척당근, 간양파 등)                     | 16. 신선편의과일(킥과일, 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 원산지과 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 염려되어서 | 8. 첨가물이 걱정되어서                      |
| 9. 제품이 다양하지 않아서            | 10. 기타( )                          |

C11. 귀택의 향후 1년간 간편식 구입이 최근 1년에 비해 어떠할 것으로 생각하시나요?

①	②	③	④	⑤
매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다

**D. 건강기능식품 구입현황**


▶ 이제부터 귀택의 건강기능식품 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

D1. 귀하께서는 건강기능식품이 무엇인지 알고 계십니까?

1. 알고 있다.                                  2. 들어본 적은 있다.                                  3. 모른다

\*D1 응답 후 안내문구 제시

**건강기능식품이란?**  
 인체에 유용한 기능성을 가진 원료 또는 성분을 사용하여 정제·캡슐·분말·과립·액상·환 등의 형태로 제조·가공한 것으로서 **정부로부터** 기능성을 인증받은 식품입니다.  
 대표적으로 홍삼과 비타민 및 무기질, 프로바이오틱스 등이 있습니다.



D1-1. 귀하께서는 건강기능식품과 건강식품의 차이를 알고 계십니까?

1. 알고 있다.                                  2. 모른다.

D2. 다음에 제시한 건강기능식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입 변화는 어떻게 변화했나요? (*->View card 15 참조*)

품목	세분류	구입 변화					
		구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
비타민 및 무기질	비타민A:B:C:D:E:K 등 비타민, 칼슘, 마그네슘 등 무기질	①	②	③	④	⑤	⑥
식이섬유	식이섬유 등	①	②	③	④	⑤	⑥
아미노산 및 단백질	단백질, 대두단백, 아미노산 등	①	②	③	④	⑤	⑥
지방산	지방산, 오메가3 등	①	②	③	④	⑤	⑥
엽록소	스피루리나, 클로렐라, 엽록소함유식품 등	①	②	③	④	⑤	⑥
인삼류	인삼, 홍삼 등	①	②	③	④	⑤	⑥
페놀류	녹차추출물, 프로폴리스추출물 등	①	②	③	④	⑤	⑥
당 및 탄수화물	글루코사민, N-아세틸글루코사민, 알로에겔, 영지버섯자실체추출물 등	①	②	③	④	⑤	⑥
발효미생물류	유산균, 프로바이오틱스 제품 등	①	②	③	④	⑤	⑥
신규기능성식품	콜라겐, 밀크시슬, 루테인 등	①	②	③	④	⑤	⑥

→ [모두 구입 경험이 없는 경우, D9로 가세요]

D3. 귀하께서 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/소비(유통)기한 | 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. 구매후기(리뷰), 평점 등 | 15. 기타(                                  ) |

D4. 귀택에서는 건강기능식품 구입을 위해 최근 1년 동안 또는 월평균 얼마나 지출하셨나요? 선물용과 가구 섭취용을 합해서 응답이 가능한 기준으로 한 가지만 말씀해 주세요.

최근 1년 기준 (                                  )원 또는 월 평균 기준 (                                  )원

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, 스피루리나/클로렐라)   | 6. 인삼류(인삼, 홍삼)                  |
| 7. 페놀류(녹차추출물, 알로레진, 프로폴리스추출물)  | 8. 당 및 탄수화물(글루코사민, 알로에겔, 키토산 등) |
| 9. 발효미생물류(유산균, 프로바이오틱스 제품)     | 10. 신규기능성식품(콜라겐, 밀크시슬, 루테인 등)   |

D6. 건강기능식품의 구입은 주로 어디에서 하시나요? 주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요.

(→View card 16 참조)

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이, No Brand 등)
3. 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 전통시장(재래시장, 약령시장)
5. 백화점
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
7. 국내 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)
8. TV 홈쇼핑(TV 시청 후 홈쇼핑 온라인몰 구입 포함)
9. 약국(백화점, 마트 내에 입점한 매장 포함)
10. 특정상표 대리점(정관장, 한삼인, 암웨이 등 독립매장)
11. 방문판매
12. 해외직구 사이트(아마존, 이베이, 아이허브, 오픈 등)
13. 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 : )       |

D7. 귀하께서는 건강기능식품과 관련하여 구입에 필요한 정보를 다음 중 어디에서 얻고 계신가요?

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- |                               |                        |
|-------------------------------|------------------------|
| 1. SNS 정보(온라인 블로그/카페/유튜브/인스타) | 2. 제품 포장재 설명, 브랜드 등    |
| 3. 가족/지인/친구 등의 추천             | 4. TV·라디오 프로그램/신문잡지 광고 |
| 5. 마트, 백화점 등의 점원 설명           | 6. 약국의 약사 설명           |
| 7. 홈쇼핑 등에서의 판매 정보             | 8. 기타(기록 : )           |

D8. 국내 생산 건강기능식품 구입 및 이용에 있어 불편한 사항은 무엇인가요? (복수 응답 가능)

- |                       |                         |
|-----------------------|-------------------------|
| 1. 기능성 내용에 대한 의심      | 2. 제품의 안전성 의심           |
| 3. 인증받지 않은 제품의 유통 의심  | 4. 구입처 및 구입방법에 대한 정보 부족 |
| 5. 잦은 신제품 출시          | 6. 소용량(1개월 미만 복용) 제품 부족 |
| 7. 맛, 향, 크기 등에 대한 거부감 | 8. 수입산 건강기능식품에 비해 높은 가격 |
| 9. 이상 사례/ 부작용 발생      | 10. 기타(기록 : )           |

D9. (함께 살고 있는 동거가족 기준) 귀택에서는 현재 건강기능식품을 드시고 계신가요?

- |           |                           |
|-----------|---------------------------|
| 1. 먹고 있다. | 2. 먹고 있지 않다 ( → D9-3로 이동) |
|-----------|---------------------------|

D9-1. (함께 살고 있는 동거가족 기준) 귀택에서 현재 건강기능식품을 드시는 경우에는 누가 어떤 종류의 건강기능식품을 몇 가지나 드시고 계신가요? 아래에 보기에서 모두 골라 주세요(복수 응답 가능).

구분	성별	나이(만)	건강기능식품	
			상품 가짓 수	섭취 종류
1. 응답자 본인			_____ (개)	, , ,
2. 배우자			_____ (개)	, , ,
3-1. 자녀 1			_____ (개)	, , ,
3-2. 자녀 2			_____ (개)	, , ,
3-3. 자녀 3			_____ (개)	, , ,
3-4. 자녀 4			_____ (개)	, , ,
4. 부/배우자 부			_____ (개)	, , ,
5. 모/배우자 모			_____ (개)	, , ,
6-1. 형제/자매 1			_____ (개)	, , ,
6-2. 형제/자매 2			_____ (개)	, , ,
6-3. 형제/자매 3			_____ (개)	, , ,
7-1. 손자/손녀 1			_____ (개)	, , ,
7-2. 손자/손녀 2			_____ (개)	, , ,
7-3. 손자/손녀 3			_____ (개)	, , ,
8. 기타(기록: )			_____ (개)	, , ,

<보기> (→View card 17 참조)

1. 비타민 및 무기질	2. 식이섬유
3. 아미노산 및 단백질(단백질, 대두단백, 아미노산)	4. 지방산(지방산, 오메가3)
5. 엽록소 (엽록소 함유식품, 스피루리나/클로렐라)	6. 인삼류(인삼, 홍삼)
7. 페놀류(녹차추출물, 알로레진입, 프로폴리스추출물)	8. 당 및 탄수화물(글루코사민, 알로에겔, 키토산 등)
9. 발효미생물류(유산균, 프로바이오틱스 제품)	10. 신규기능성식품(콜라겐, 밀크시슬, 루테인 등)

D9-2. 쿠택에서 건강기능식품을 드시는 주된 이유는 무엇인가요?

가무원/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 인증 받지는 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/엑기스(과일즙, 과채즙, 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(별꽃, 로얄젤리, 효모, 효소, 화분 등)
6. 기타 ( )

우리나라는 2020년부터 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, No Brand 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(TV 시청 후 홈쇼핑 온라인몰 구입 포함)
9. 편의점
10. 로컬푸드 마켓(지역 특산물 판매점 포함, 매장 내 삽입삽 형태(통합계산) 제외)
11. 기타(기록 : )

E7-1. 유기 가공식품 구입 장소로 (E7의 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 가깝거나 교통이 편해서
4. 직접 배달해 주므로
5. 식품품 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. 귀하의 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 가끔씩 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 아까워도 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 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 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, No Brand 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(TV 시청 후 홈쇼핑 온라인몰 구입 포함)
9. 편의점
10. 로컬푸드 마켓(지역 특산물 판매점 포함, 매장 내 샅입샵 형태(통합계산) 제외)
11. 기타(기록 : )

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, 북어, 굴비 등)     |
| 5. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등)        | 6. 과일채소가공품(과일·채소통조림, 퓨레·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, 목말차 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.

F6. 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, 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. 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, 묵류, 끈약 등)      |
| 15. 곡물가공품(밀가루류, 전분, 쌀가루, 씨리얼 등)      | 16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 일차, 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.

F7. 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 낸 제품을 구입하겠다	소포장, 사용 편의성, 간편화 된 제품을 구입하겠다	제품의 업그레이드, 신제품 개발, 가격 경쟁력 향상을 위하여 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, 북어, 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, 요구르트 등 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, 묵류, 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, 일차, 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. (함께 살고 있는 동거가족 기준) 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(기록: )

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	
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( )

DQ7. 귀 닥은 현재 차량(자동차)을 보유하고 계시나요?(함께 살고있는 동거인/가구원 명의가 아니더라도 가구에서 사적으로 사용할 수 있는 차량을 모두 포함)

- 1. 없음
- 2. 1대 보유
- 3. 2대 보유
- 4. 3대 보유
- 5. 4대 이상 보유

DQ8. 귀 닥에서는 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

DQ9. 귀 닥에서는 건강에 대한 관심이 많으신가요?

①	②	③	④	⑤
매우 적다	적은 편이다	보통이다	많은 편이다	매우 많다

DQ10. 귀하 또는 가구원/동거인들 중에 비만 또는 다음의 병증을 가지고 계신 분이 있으시면 모두 말씀해 주세요(복수 응답 가능)

- 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

DQ11. 귀닥에서는 지난 1년동안 기초생활보장급여, 복지관 무료급식, 도시락 지원, 급식비 지원, 무료급식 쿠폰, 보충영양지원 등과 같은 사회적인 지원을 받으신 경험이 있으신가요?

공적연금, 기초노령연금, 개인연금, 보험 등은 제외하고 말씀해 주세요.

- 1. 예(기초생활보장급여( ), 급식지원( ), 기타(무엇: ))
- 2. 아니오

**가구주 특성**

※ 가구주 : 호주 및 세대주와 관계없이 가구를 대표하고 가계운영에 관한 사항을 계획하고 결정하는 책임을 가진 사람을 말합니다. 혈연관계가 없는 사람끼리 모여 사는 경우는 그 중 대표자 1명을 말합니다.

HQ1. 가구주 성별

- 1. 남자
- 2. 여자

HQ2. 가구주 연령

- ① 20대
- ② 30대
- ③ 40대
- ④ 50대
- ⑤ 60대 이상

HQ3. 귀닥의 가구주께서는 정규 교육을 어디까지 받았습니까?

- ① 중졸 이하
- ② 고졸(대학생 재학 포함)
- ③ 대학교 졸업(전문대졸/대학원생 포함)
- ④ 대학원 졸업 이상

HQ4. 귀닥의 가구주의 직업은 무엇입니까?

있음	① 관리자 ④ 서비스 종사자 ⑦ 기능원 및 관련 기능 종사자 ⑩ 군인	② 전문가 및 관련 종사자 ⑤ 판매 종사자 ⑧ 정치·경제·조직 및 조립 종사자	③ 사무 종사자 ⑥ 농림어업 숙련 종사자 ⑨ 단순노무 종사자
없음	⑪ 학생 ⑭ 기타( )	⑫ 주부	⑬ 취업 준비 중

응답자 특성용

SQ3. 귀하의 성별은 무엇인가요?

1. 남성 2. 여성

SQ4. 귀하의 직업은 무엇인가요?

있음	① 관리자 ④ 서비스 종사자 ⑦ 기능원 및 관련 기능 종사자 ⑩ 군인	② 전문가 및 관련 종사자 ⑤ 판매 종사자 ⑧ 장기기계 조작 및 조립 종사자	③ 사무 종사자 ⑥ 농림어업 숙련 종사자 ⑨ 단순노무 종사자
없음	⑪ 학생 ⑭ 기타( )	⑫ 주부	⑬ 취업 준비 중

SQ5. 귀하께서는 학교를 어디까지 마치셨나요?

1. 중졸 이하 2. 고졸(대학생 포함)  
3. 대학교 졸업(전문대졸/대학원생 포함) 4. 대학원 졸업 이상

SQ6. 귀께서는 작년의 가공식품 소비자 태도조사에 응답해주셨나요?

1. 예 2. 아니오

SQ7. 귀께서는 내년에 가공식품 소비자 태도조사에 응답해주실 의향이 있으신가요?

1. 예 2. 아니오

SQ8. 거주지역 → 묻지말고 조사원 명부 확인 후 선택

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. 제주특별자치도  
17. 세종특별자치시

▶ 연락 정보는 응답하신 내용에 대해 추가 질문사항이 있는 경우 질의하기 위한 것으로 다른 목적으로는 사용되지 않습니다.

응답자	이름 : _____ 주소 : _____시/도 _____지구, 군 _____읍/면, 동 나머지 주소 : _____ 전화번호 : ( ) _____ 핸드폰번호 _____
면접원	이름 : _____ 면접일시 : 2023년 ____월 ____일 ____시 부터 ____분 동안
검증원	이름 : _____ 검증 일시 : 2023년 ____월 ____일 ____시 검증 결과 : 1. 합격 2. 보완 3. 불합격(이유: _____)

\*\*\* 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다 \*\*\*





**가공식품이란?**

식품의 원료인 농·수·축산물 등을 변형(분쇄, 절단)·가열·발효·혼합 등의 단계를 거쳐 제조·가공·포장한 모든 식품

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〉		〈가공식품 <b>아닌</b> 예〉	
			

**A. 가공식품 온라인 구매 행태**

온라인을 통한 가공식품 구입 행태

A1. 귀책에서는 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구입하셨나요?

- |   |               |
|---|---------------|
| 1. 대부분 식품을 온라인으로 구입한다.                            | → [A2로 가세요]   |
| 2. 특정 식품만 항상 온라인으로 구입한다.                          | → [A1-1로 가세요] |
| 3. 식품군에 상관없이 온라인으로 구입할 때도 있고, 오프라인으로 구입할 때도 있다.   | → [A2로 가세요]   |
| 4. 특정 식품에 대해서만 온라인으로 구입할 때도 있고, 오프라인으로 구입할 때도 있다. | → [A1-1로 가세요] |
| 5. 거의 또는 전혀 구입하지 않았다.                             | → [A2-2로 가세요] |

A1-1. (A1에서 2, 4를 선택한 경우만 질문) 귀책에서 특정 식품만 온라인으로 구입한다고 응답하셨는데, 다음 중 어떤 종류의 식품인가요? 온라인으로 구입하는 식품에 대해 **모두 응답해 주세요**. (단 1회성 구입은 제외해주세요) **(복수 응답)**

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| 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, 잎차, 티백, 곡물차 등) | 8. 간편식 HMR(즉석조리, 즉석섭취, 말기트, 신선편의 변천류 등) |
| 9. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)   | 10. 기타(기타: )                            |

A2. 귀책에서는 최근 1년 동안 온라인으로 가공식품을 얼마나 자주 구입하시나요?

- |         |            |           |            |
|---------|------------|-----------|------------|
| 1. 매일   | 2. 주 4~6회  | 3. 주 2~3회 |            |
| 4. 주 1회 | 5. 2주일에 1회 | 6. 1달에 1회 | 7. 그보다 드물게 |

A2-1. 귀책에서 온라인을 통하여 가공식품을 구입하는 주된 이유는 무엇인가요? **[2순위, 1순위 필수]**

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- |                               |                      |
|-------------------------------|----------------------|
| 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 있어서     | 6. 배달해 주므로           |
| 7. 반품하기 쉬워서                   | 8. 비대면 구입이 가능해서      |
| 9. 기타( )                      |                      |

A2-2. (A1에서 5, A2에서 8을 선택한 경우만 질문) 평소 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유는 무엇입니까?  
중요한 이유부터 순서대로 두 가지만 적어주세요. [2순위, 1순위 필수]

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 우려해서
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 : )

[prog : A2-2 응답 후 A8로 가세요]

A3. 온라인으로 가공식품을 구입하실 경우에는 주로 어떤 곳에서 자주 구입하시나요? [2순위, 1순위 필수]  
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, 미디어커머스 등)
7. 해외직구 사이트(아마존, 이베이, 아이허브, 오픈 등)
8. 기타( )

A4. 귀객에서 최근 1년 동안 온라인으로 가공식품을 구입하실 때 주로 이용한 방법은 다음 중 무엇인가요?

1. PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문
2. 스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문
3. 기타( )

A5. 온라인으로 구입하신 가공식품의 가격과 품질, 배송에 대해 얼마나 만족하시나요?

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
1. 가격	①	②	③	④	⑤
2. 품질	①	②	③	④	⑤
3. 배송	①	②	③	④	⑤
4. 교환·반품 서비스	①	②	③	④	⑤

A6. (A1에서 온라인 구매가 없는 경우 증가(4,5) 불가) 귀객에서 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

A7. (A1에서 온라인 구매를 한 응답자(1~4)만) 귀객에서는 식재료(신선식품+가공식품) 구입을 위해 온라인과 오프라인을 얼마나 이용하고 계시나요? 작년과 금년의 상황을 온라인과 오프라인 지출비중을 합이 100%가 되게 적어 주세요.

구분	식재료 구입비 (신선식품+가공식품)		합계
	온라인	오프라인	
작년 (2022년)	( )%	( )%	100%
금년 (2023년)	( )%	( )%	100%

[prog : A1=1,2,3,4인 경우, 금년(2023년) 온라인 0% 응답 불가]

A8. (A1에서 온라인 구매가 없는 경우 감소(1,2) 불가) 귀객에서의 향후 1년 온라인을 이용한 전체 가공식품 지출액이 최근 1년에 비해 어떻게 될 것으로 생각하시나요?

매우 감소	약간 감소	현 수준 유지	약간 증가	매우 증가
①	②	③	④	⑤

A9. 귀댁에서는 가공식품을 정기적으로 배송받는 정기배송을 신청하여 받고 계신가요?

1. 예 [→A9-1로 가세요] 2. 아니오 [→B파트로 가세요]

A9-1. 귀댁에서 받고 계신 정기배송은 어디에서 신청 주문한 것입니까?

1. 쿠팡, 마켓컬리, 배넷밀 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( )

A9-2. 아래 보기에서 정기 배송 받으시는 가공식품을 모두 골라 말씀해 주세요. (복수 응답)

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, 곡물차 등) 8. 간편식(HMR(즉석조리, 즉석섭취, 즉석가열 밀키트, 신선편의, 반찬류 등)  
 9. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등) 10. 기타 ( )

### B~F. 신성장 식품 구입 형태

B1. 귀하는 다음 제시된 식품에 대해서 알고 계십니까?

구분	전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	잘 알고 있음
1. 간편식(HMR, 신선편의, 밀키트)	①	②	③
2. 특수의료용도식품(환자용 식사관리식품)	①	②	③
3. 고령친화식품	①	②	③
4. 기능성식품(건강기능식품, 기능성표시식품)	①	②	③
5. 대체단백질식품	①	②	③
6. 식물성고기	①	②	③
7. 곤충식품	①	②	③
8. 세포배양식품	①	②	③

B2. 귀하는 푸드테크에 대해 알고 계십니까?

전혀 모름	들어본 적 있음	알고 있음
①	②	③

푸드테크란?

음식(Food)과 기술(Technology)의 합성어로, 식품산업에 바이오, 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 3D프린팅, 로봇과 같은 혁신기술이 접목된 신산업분야를 의미합니다. 푸드테크는 농축수산물의 생산과 유통, 음식료 제조와 관리, 배달 및 소비, 식당 운영 등 다양한 분야에서 혁신을 일으키고 있으며, 관련 시장 또한 급속도로 성장하고 있습니다.

B2-1. 귀하께서는 B1에 제시된 식품과 푸드테크 간 관련성이 있다고 생각하십니까?

구분	잘 모르겠음	관련 없음	관련 있는 편	매우 관련
1. 간편식(HMR, 신선편의, 밀키트)	④	①	②	③
2. 특수의료용도식품(환자용 식사관리식품)	④	①	②	③
3. 고령친화식품	④	①	②	③
4. 기능성식품(건강기능식품, 기능성표시식품)	④	①	②	③
5. 대체단백질식품	④	①	②	③
6. 식물성고기	④	①	②	③
7. 곤충식품	④	①	②	③
8. 세포배양식품	④	①	②	③

1. 간편식(HMR)은 별도의 조리과정 없이 그대로 또는 단순조리과정을 거쳐 섭취할 수 있도록 제조·가공·포장한 즉석섭취식품(도시락, 김밥, 햄버거 등), 즉석조리식품(국, 탕, 순대 등), 신선편의식품(샐러드 등), 간편조리세트(밀키트, 식재료와 양념 및 조리법 구성)를 포함합니다.
2. 특수의료용도식품은 정상적으로 섭취, 소화, 흡수 또는 대사할 수 있는 능력이 제한되거나 질병, 수술 등의 임상적 상태로 인해 일반인과 생리적으로 특별히 다른 영양요구량을 가진 사람에게 식사의 일부 또는 전부를 대신할 목적으로 제조·가공된 식품을 말합니다.
3. 고령친화식품은 섭취능력(삼킴, 씹기, 소화)이 저하된 고령자의 식품 섭취나 소화 등을 돕기 위해 식품의 물성을 조절하거나, 소화에 용이한 성분이나 형태가 되도록 처리, 영양성분을 조정하여 제조·가공한 식품입니다.
4. 기능성 식품은 인체에 유용한 기능성을 가진 원료 또는 성분을 사용하여 정제·캡슐·분말·과립·액상·환 등의 형태로 제조·가공한 것으로, 건강기능식품과 일반식품에 기능성 원료를 이용하는 기능성 표시 식품이 있습니다.
5. 대체단백질식품은 동물성 단백질을 대체한 식품으로 식물 유래 단백질식품(예: 식물성 고기·계란·치즈·음료), 미생물 유래 단백질식품(곰팡이, 효모 등을 배양해 추출한 단백질로 제조. 예: 치킨너겟, 소세지 등), 곤충 유래 단백질식품(식용 가능 곤충에서 추출한 단백질로 제조, 예: 통곤충, 단백질바, 곤충쿠키 등), 세포배양식품 등이 있습니다.

### B. 간편식

**간편식(HMR)**은 별도의 조리과정 없이 그대로 또는 단순조리과정을 거쳐 섭취할 수 있도록 제조·가공·포장한 즉석섭취식품(도시락, 김밥, 햄버거 등), 즉석조리식품(국, 탕, 순대 등), 신선편의식품(샐러드 등), 간편조리세트(밀키트, 식재료와 양념 및 조리법 구성)를 포함합니다.

B3. 귀책에서는 **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	B3_1.구입경험 (최근 1년)				B3_2.구입의향 (향후 1년)			
		없음	감소	비슷	증가	없음	감소	비슷	증가
즉석 조리	1. 즉석 밥류 (즉석밥, 볶음밥, 덮밥류, 냉동볶음밥/ 비빔밥류 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
	2. 즉석 국/탕/찌개류 (해장국, 갈비탕, 삼계탕, 육개장, 김치찌개, 냉동탕/국/찌개류 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
	3. 즉/스프류 (단팔죽, 진북죽, 양송이스프 등) ※ 분말제외	①	①	②	③	①	①	②	③
	4. 만두/피자/떡볶이/면류 (냉동만두/딤섬류, 냉동피자류/ 핫도그류, 떡볶이 생라면, 생짜장면 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
	5. 육류/수산물 (순대, 떡갈비, 낙지볶음, 해물찜, 생선조림류 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
	6. 소스/양념류 (찌개 양념, 볶음 양념, 떡볶이 소스, 스파게티 소스, 3분가래, 3분짜장 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
즉석 섭취	7. 즉석섭취 식사류(도시락, 김밥류, 샌드위치/햄버거류 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
	8. 즉석섭취 반찬류	①	①	②	③	①	①	②	③
간편 조리	9. 간편조리식품(한식밀키트, 동양식밀키트, 서양식밀키트 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
	10. 샐러드	①	①	②	③	①	①	②	③
신선 편의	11. 신선편의채소(절단채소, 깎마늘, 세척당근, 간양파 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
	12. 신선편의과일(킥과일 등)	①	①	②	③	①	①	②	③

[prog: B3-1. 구입경험=0 → B3-2. 구입의향=1,2 응답불가]

B4. 귀책에서는 평소 다음의 각 **간편식**을 종류별로 얼마나 자주 구입하시나요?

평소라는 의미는 사건/사고/이슈 등에 의한 일시적인 소비패턴이 아닌 정상적인 상황에서 평소 소비패턴을 말합니다.

(1) 즉석조리식품	(2) 즉석섭취식품
(3) 간편조리세트(밀키트)	(4) 신선편의식품

- |            |            |           |            |             |               |  |
|------------|------------|-----------|------------|-------------|---------------|--|
| 1. 매일      | 2. 주 4~6회  | 3. 주 2~3회 |            |             |               |  |
| 4. 주 1회    | 5. 2주일에 1회 | 6. 1달에 1회 | 7. 그보다 드물게 | → [B5로 가세요] |               |  |
| 8. 구입하지 않음 |            |           |            |             | → [B4-1로 가세요] |  |

[prog: B3-1.1]~6) 항목 응답이 모두 0인 경우, B4. 즉석조리식품=8 자동저장되어 skip처리  
 [prog: B3-1. 7) 항목 응답이 모두 0인 경우, B4. 즉석섭취식품=8. 자동저장되어 skip처리  
 [prog: B3-1. 9) 항목 응답이 0인 경우, B4.간편조리세트=8. 자동저장되어 skip처리  
 [prog: B3-1. 10)~12) 항목 응답이 모두 0인 경우, B4. 신선편의식품=8. 자동저장되어 skip처리

B4-1. 귀택에서 **간편식**을 구입하지 않는다고 응답한 이유는 무엇인가요? 우선순위로 두 가지만 말씀해주세요.  
 [2순위, 1순위 필수]

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 염려되어서 | 8. 첨가물이 걱정되어서                      |
| 9. 제품이 다양하지 않아서            | 10. 기타(기록: )                       |

[prog: B4. (1)~(4) 항목에 대해 모두 8로 응답한 경우에만, B4-1 질문 이후 B11로 이동]

B5. 귀택에서는 **간편식** 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요. [3순위, 1순위 필수]

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( )         |                        |

B6. 귀택에서는 **간편식**을 구입하시는 주 이유가 무엇입니까? 우선순위로 두 가지만 말씀해 주세요. [2순위, 1순위 필수]

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( )                  |

B7. 귀택에서 최근 1년동안 구입한 **간편식**은 자출액 기준 온라인과 오프라인 구입 비중이 어느 정도입니까?

온라인	오프라인	합계
( )%	( )%	100 %

[prog: A1=5 혹은 A2=8인 경우, 온라인 0% 자동응답]

[prog: A1-1=8인 경우, 온라인 0% 응답 불가]

B8. 최근 **간편식** 시장이 확대되면서 식품제조업체 뿐만 아니라 동네 반찬가게, 마트, 외식업체 등에서도 제조되어 판매되고 있습니다. 귀택에서는 넓은 의미의 **간편식**을 고려할 때, **간편식**을 주로 어디에서 구입하시나요? 금액을 기준으로 가장 많이 구매하시는 순서대로 2순위까지 응답해 주세요. [2순위, 1순위 필수]

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( )

B9. 간편식(HMR, 신선편의, 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

B10. 귀하께서는 간편식의 다음과 같은 속성이 푸드테크를 통해 더 좋아질 것이라고 기대하시나요?

**푸드테크란?**

음식(Food)과 기술(Technology)의 합성어로, 식품산업에 바이오, 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 3D프린팅, 로봇과 같은 혁신기술이 접목된 신산업분야를 의미합니다. 푸드테크는 농축수산물의 생산과 유통, 음식료 제조와 관리, 배달 및 소비, 식당 운영 등 다양한 분야에서 혁신을 일으키고 있으며, 관련 시장 또한 급속도로 성장하고 있습니다.

속성	좋아질 것을 기대하지 않음	영향 없음	좋아질 것으로 기대함
1. 맛	①	②	③
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③
3. 안전성	①	②	③
4. 영양(섭취관리)	①	②	③
5. 가격	①	②	③
6. 원료원산지	①	②	③
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③
8. 제품의 다양성	①	②	③
9. 품질의 균일성	①	②	③

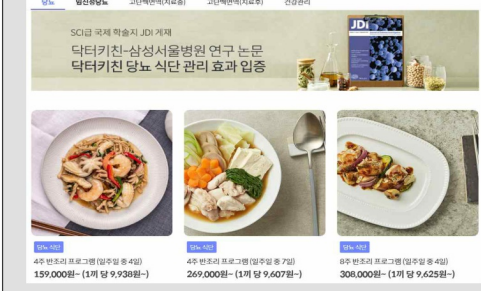


B11. 간편식과 관련하여 다음 요소에 대해 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 아래의 요소별로 중요도 정도를 적어주세요.

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





C2. 귀택에서는 다음과 같은 **특수의료용도식품**을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으십니까? 또한 향후 1년 **특수의료용도식품** 구입은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하십니까? (지출액 기준으로 응답하여 주세요)

〈식단형 식사관리식품〉	〈맞춤형 영양조제식품〉	〈표준형 영양조제식품〉
 <p>4주 반수야 저칼로리(당류무용 4주식) 159,000원~(1피 당 9,938원~)</p> <p>4주 환자와 호르몬(당류무용 4주식) 269,000원~(1피 당 9,677원~)</p> <p>8주 반수야 저칼로리(당류무용 4주식) 308,000원~(1피 당 9,625원~)</p>		

품목	C2_1.구입경험 (최근 1년)		C2_2.구입의향 (향후 1년)			
	없음	있음	없음	감소	비슷	증가
1. 식단형 식사관리식품: 당뇨병자용, 신장질환자용, 암환자용	①	①	①	①	②	③
2. 맞춤형 영양조제식품: 선천성 대사질환자용, 영유아용 특수 조제, 기타 환자용	①	①	①	①	②	③
3. 표준형 영양조제식품: 일반 환자용, 당뇨병자용, 신장질환자용, 장질환자용 단백질수분해, 암환자용, 열량 및 영양공급용, 연하 곤란자용 점도조절	①	①	①	①	②	③

[prog: C2\_1. 구입경험=0 → C2\_2. 구입의향=1,2 응답불가]  
 [prog: C1-2=3 응답 시, C2\_1\_1~C2\_1\_3 모두 0 응답 불가]

C3. (C2-1에서 구입 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: **특수의료용도식품** 구입경험이 있는 응답자 대상) 귀택에서는 평소 **특수의료용도식품**을 얼마나 자주 구입하시나요?  
 평소라는 의미는 사진/사건/이슈 등에 의한 일시적인 소비패턴이 아닌 정상적인 상황에서 평소 소비패턴을 말합니다.

- 매일
- 2주일에 1회
- 주 4~6회
- 1달에 1회
- 주 2~3회
- 그보다 드물게
- 주 1회

C4. (C2-1에서 구입 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: **특수의료용도식품** 구입경험이 있는 응답자 대상) **특수의료용도식품**을 구입해 본 경우, 주로 어디에서 구입하시나요? 금액을 기준으로 가장 많이 구매하시는 순서대로 2순위까지 응답해주세요. [2순위, 1순위 필수]

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
- 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
- 오프라인 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
- 전통시장(재래시장)
- 백화점
- 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
- 온라인 쇼핑몰(인터넷, 모바일, 해외직구, 라이브커머스(라이브방송) 등)
- TV 홈쇼핑(TV 시청 후 홈쇼핑 온라인몰 구입 포함)
- 편의점
- 병원/요양병원
- 환자식, 특수의료용도 식품 전문점
- 약국
- 기타( )

C5. (C2-1에서 구입 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: 특수의료용도식품 구입경험이 있는 응답자 대상) 귀책에서 **특수의료용도식품**을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요. [3순위, 1순위 필수]

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- |                  |                   |                        |
|------------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격            | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/소비(유통)기한 | 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( )         |                        |

C6. (C2-1.에서 구입 경험 한 개라도 '없음' 인 경우 질문) 특수의료용도식품을 구입하지 않는 이유는 무엇입니까?

1. 가정에서 직접 식단 관리가 가능하기 때문에
2. 운동이나 약 처방이 더 효과적일 것 같아서
3. 가격이 비싸서
4. 맛이 없어서
5. 원재료의 원산지와 품질이 의심스러워서/믿음이 가지 않아서
6. 영양/건강에 도움이 되지 않을 것 같아서
7. 어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서
8. 안전성(신선도, 소비(유통)기한 등)이 염려되어서
9. 첨가물이 걱정되어서
10. 제품이 다양하지 않아서
11. 기타( )

C7. **환자용 식단형 식사관리식품**이나 **환자용 완제품**과 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

C8. 귀하께서는 **특수의료용도식품**의 다음과 같은 속성이 푸드테크를 통해 더 좋아질 것으로 기대하시나요?

푸드테크란?

음식(Food)과 기술(Technology)의 합성어로, 식품산업에 바이오, 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 3D프린팅, 로봇과 같은 혁신기술이 접목된 신산업분야를 의미합니다. 푸드테크는 농축수산물의 생산과 유통, 음식료 제조와 관리, 배달 및 소비, 식당 운영 등 다양한 분야에서 혁신을 일으키고 있으며, 관련 시장 또한 급속도로 성장하고 있습니다.

속성	좋아질 것을 기대하지 않음	영향 없음	좋아질 것으로 기대함
1. 맛	①	②	③
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③
3. 안전성	①	②	③
4. 영양(섭취관리)	①	②	③
5. 가격	①	②	③
6. 원료원산지	①	②	③
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③
8. 제품의 다양성	①	②	③
9. 품질의 균일성	①	②	③

D. 고령친화식품

**고령친화식품**은 섭취능력(삼킴, 씹기, 소화)이 저하된 고령자의 식품 섭취나 소화 등을 돕기 위해 식품의 물성을 조절하거나, 소화에 용이한 성분이나 형태가 되도록 처리, 영양성분을 조정하여 제조·가공한 식품입니다.

[prog : SQ5에서 본인 포함 65세 이상 가구원이 없는 경우 D3부터 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    | (D2-1로 가세요) |
| 2. 별도 조리하여 먹는다       |             |
| 3. 유통식 등을 구입하여 식사한다  |             |
| 4. 고령자용 식사를 배달하여 먹는다 | (D3으로 가세요)  |
| 5. 기타( )             |             |

D2-1. (D2에서 1번 응답한 경우) 가정 내 고령자를 위해 별도의 식단 관리를 하지 않는 이유는 무엇입니까?  
우선순위대로 두 가지만 응답해 주세요. [2순위, 1순위 필수]

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- 일반식과 다른 별도의 식사를 준비하는게 번거로워서
- 고령자용 식품이 있는 줄 몰라서
- 고령자용 식품은 맛이 없다고 고령자가 싫어해서
- 고령자용 식품 가격이 비싸서
- 고령자용 식품의 안전성/인공첨가물 등이 걱정되어서
- 시중에서 고령자용 식품 제품을 구입하기 힘들어서
- 고령자용 식품 종류가 많지 않아서
- 일반식과 다른 별도의 식사를 준비할 필요가 없어서
- 기타( )

D3. 택에서는 최근 1년 동안 **고령친화식품**을 구입한 경험이 있으십니까? 또한 향후 1년 고령친화식품 구입은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하십니까? (지출액 기준으로 응답하여 주세요)

품목	예시	D3_1. 구입경험 (최근 1년)		D3_2. 구입의향 (향후 1년)			
		없음	있음	없음	감소	비슷	증가
1. 고령식 가공제품 (뼈없는 생선조림 등)		①	①	①	①	②	③
2. 고령식 배달식품		①	①	①	①	②	③
3. 고령자용 밀키트		①	①	①	①	②	③
4. 유동식		①	①	①	①	②	③

[prog: D3\_1. 구입경험=0 → D3\_2. 구입의향=1,2 응답불가]

D4. (D3-1.에서 구입 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: 고령친화식품 구입경험이 있는 응답자 대상) 귀택에서는 평소 **고령친화식품**을 얼마나 자주 구입하시나요?

평소라는 의미는 사건/사고/이슈 등에 의한 일시적인 소비패턴이 아닌 정상적인 상황에서 평소 소비패턴을 말합니다.

- |            |           |            |         |
|------------|-----------|------------|---------|
| 1. 매일      | 2. 주 4~6회 | 2. 주 2~3회  | 3. 주 1회 |
| 4. 2주일에 1회 | 5. 1달에 1회 | 6. 그보다 드물게 |         |

D5. (D3-1.에서 구입 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: 고령친화식품 구입경험이 있는 응답자 대상) **고령친화식품**을 구입해 본 경우, 주로 어디에서 구입하시나요? 금액을 기준으로 가장 많이 구매하시는 순서대로 2순위까지 응답해주세요. [2순위, 1순위 필수]

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. 방문판매
10. 기타( )

D6. (D3-1.에서 구입 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: 고령친화식품 구입경험이 있는 응답자 대상) 귀책에서 고령친화식품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요. [3순위, 1순위 필수]

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- |                  |                   |                        |
|------------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격            | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/소비(유통)기한 | 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( )         |                        |

D7. (D3-1에서 구입 경험 한 개라도 '없음'인 경우 질문) 귀책에서는 평소 고령친화식품을 구입하지 않는 이유는 무엇입니까?

1. 가정에서 직접 식단 관리가 가능하기 때문에
2. 어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서
3. 가격이 비싸서
4. 맛이 없어서
5. 원재료의 원산지와 품질이 의심스러워서/믿음이 가지 않아서
6. 영양/건강에 도움이 되지 않을 것 같아서
7. 안전성(신선도, 소비(유통)기한 등)이 염려되어서
8. 첨가물이 걱정되어서
9. 제품이 다양하지 않아서
10. 기타( )

D8. 고령친화식품과 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

D9. 귀하께서는 고령친화식품의 다음과 같은 속성이 푸드테크를 통해 더 좋아질 것으로 기대하시나요?

**푸드테크란?**  
음식(Food)과 기술(Technology)의 합성어로, 식품산업에 바이오, 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 3D프린팅, 로봇과 같은 혁신기술이 접목된 신산업분야를 의미합니다. 푸드테크는 농축수산물의 생산과 유통, 음식료 제조와 관리, 배달 및 소비, 식당 운영 등 다양한 분야에서 혁신을 일으키고 있으며, 관련 시장 또한 급속도로 성장하고 있습니다.

속성	좋아질 것을 기대하지 않음	영향 없음	좋아질 것으로 기대함
1. 맛	①	②	③
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③
3. 안전성	①	②	③
4. 영양(섭취관리)	①	②	③
5. 가격	①	②	③
6. 원료원산지	①	②	③
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③
8. 제품의 다양성	①	②	③
9. 품질의 균일성	①	②	③

D10. **고령친화식품산업**의 범위가 건강기능식품 및 급식서비스에서 전체 식품 및 급식서비스로 확대되었습니다. 고령자의 식품 섭취·소화·흡수 대사 등을 돕기 위해 제조·가공한 고령친화식품이 개발 및 제품화되어 판매하는 경우, **제품의 품질 관리를 위해 별도의 인증이 필요하다고** 생각하십니까?

전혀 필요하지 않음	필요하지 않음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤


**E. 기능성 식품(건강기능식품+기능성 표시식품)**

**기능성 식품**은 인체에 유용한 기능성을 가진 원료 또는 성분을 사용하여 정제·캡슐·분말·과립·액상·환 등의 형태로 제조·가공한 것으로, 건강기능식품과 일반식품에 기능성 원료를 이용하는 기능성 표시 식품이 있습니다.

E1. 귀하께서는 **건강기능식품**이 무엇인지 알고 계십니까?

1. 전혀 모름                                      2. 들은 적은 있지만 정확히는 모름                                      3. 알고 있음

**건강기능식품**이란 인체에 유용한 기능성을 가진 원료 또는 성분을 사용하여 정제·캡슐·분말·과립·액상·환 등의 형태로 제조·가공한 것으로서 **정부로부터** 기능성을 인증받은 식품을 말합니다. 대표적으로 홍삼과 비타민 및 무기질, 프로바이오틱스 등이 있습니다.



E2. 귀께서는 다음에 제시한 **건강기능식품**을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 또한 향후 1년 **건강기능식품** 구입은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하십니까? (지출액 기준으로 응답하여 주세요)

품목	세분류	E2_1.구입경험 (최근 1년)		E2_2.구입의향 (향후 1년)			
		없음	있음	없음	감소	비슷	증가
1. 비타민 및 무기질	비타민A;B:C;D;E;K 등 비타민, 칼슘, 마그네슘 등 무기질	①	②	①	②	③	④
2. 식이섬유	식이섬유 등	①	②	①	②	③	④
3. 아미노산 및 단백질	단백질, 대두단백, 아미노산 등	①	②	①	②	③	④
4. 지방산	지방산, 오메가3 등	①	②	①	②	③	④
5. 엽록소	스피루리나, 클로렐라, 엽록소함유식품 등	①	②	①	②	③	④
6. 인삼류	인삼, 홍삼 등	①	②	①	②	③	④
7. 폐놀류	녹차추출물, 프로폴리스추출물 등	①	②	①	②	③	④
8. 당 및 탄수화물	글루코사민, N-아세틸글루코사민, 알로에겔, 영지버섯자실체추출물 등	①	②	①	②	③	④
9. 발효미생물류	유산균, 프로바이오틱스 제품 등	①	②	①	②	③	④
10. 신규기능성식품	콜라겐, 밀크시슬, 루테인 등	①	②	①	②	③	④

[prog: E2\_1. 구입경험=0 → E2\_2. 구입의향=1,2 응답불가]

E3. (E2-1.에서 구입 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: 건강기능식품 구입 경험이 있는 응답자 대상) 귀하께서 **건강기능식품**을 드시는 주된 이유는 무엇인가요? 가구원/동거인이 기능성 식품을 드시는 이유를 모두 말씀해 주세요.(복수 응답)

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. (E2-1.에서 구입 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: 건강기능식품 구입경험이 있는 응답자 대상) 귀탁에서 건강기능식품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요. [3순위, 1순위 필수]

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- |                  |                   |                        |
|------------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격            | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/소비(유통)기한 | 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. 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

E6. 귀하께서는 기능성식품의 다음과 같은 속성이 푸드테크를 통해 더 좋아질 것으로 기대하시나요?

**푸드테크란?**  
음식(Food)과 기술(Technology)의 합성어로, 식품산업에 바이오, 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 3D프린팅, 로봇과 같은 혁신기술이 접목된 신산업분야를 의미합니다. 푸드테크는 농축수산물의 생산과 유통, 음식료 제조와 관리, 배달 및 소비, 식당 운영 등 다양한 분야에서 혁신을 일으키고 있으며, 관련 시장 또한 급속도로 성장하고 있습니다.

속성	좋아질 것을 기대하지 않음	영향 없음	좋아질 것으로 기대함
1. 맛	①	②	③
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③
3. 안전성	①	②	③
4. 영양(섭취관리)	①	②	③
5. 가격	①	②	③
6. 원료원산지	①	②	③
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③
8. 제품의 다양성	①	②	③
9. 품질의 균일성	①	②	③

우리나라는 2020년부터 건강기능식품 인증과 관계없이, 일반식품이 충분한 과학적 근거를 갖춘 기능성 원료를 이용하는 경우 기능성 표시를 할 수 있는 '일반식품 기능성 표시제'가 시행되고 있습니다. [아래 예시 참고]

기능성 원료 또는 성분	기능성 내용
인삼	면역력 증진·피로 개선·뼈건강 개선에 도움을 줄 수 있음
대두식이섬유	혈중 콜레스테롤 개선·시후 혈당상승 억제·배변활동 원활에 도움을 줄 수 있음
매실추출물	피로 개선에 도움을 줄 수 있음
마늘	혈중 콜레스테롤 개선에 도움을 줄 수 있음





F. 대체단백질식품

**대체단백질식품**은 동물성 단백질을 대체한 식품으로 식물 유래 단백질식품(예: 식물성 고기·계란·치즈·음료), 미생물 유래 단백질식품(곰팡이, 효모 등을 배양해 추출한 단백질로 제조, 예: 치킨너겟, 소세지 등), 곤충 유래 단백질식품(식용 가능 곤충에서 추출한 단백질로 제조, 예: 통곤충, 단백질바, 곤충쿠키 등), 세포배양식품 등이 있습니다.

F1. 기존의 육류(고기)나 계란 등 **동물성 단백질 식품**을 대체하기 위한 식품이나 소재를 얼마나 알고 있는지 체크해 주세요.

품목	전혀 모름	들어본 적은 있지만 정확히는 모름	잘 알고 있음
1. 식물성 고기제품	①	②	③
2. 식물성 계란제품	①	②	③
3. 식물성 우유제품	①	②	③
4. 곤충식품	①	②	③
5. 세포배양식품	①	②	③

F2. 다음 **대체단백질식품**을 최근 1년동안 구입한 경험이 있으십니까? 향후 1년 **대체단백질식품** 구입은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하십니까? (지출액 기준으로 응답하여 주세요)

품목	F2_1.구입경험 (최근 1년)		F2_2.구입의향 (향후 1년)			
	없음	있음	없음	감소	비슷	증가
1. 식물성고기제품	①	②	③	④	⑤	⑥
2. 식물성계란제품	①	②	③	④	⑤	⑥
3. 식물성우유제품	①	②	③	④	⑤	⑥
4. 곤충식품	①	②	③	④	⑤	⑥
5. 세포배양식품	①	②	③	④	⑤	⑥

[prog: F2\_1. 구입경험=0 → F2\_2. 구입의향=1,2 응답불가]

F3. (F2-1에서 구입 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: 대체단백질식품 구입 경험이 있는 소비자 대상) 대체단백질식품을 구입해 본 경우, 주로 어디에서 구입하시나요? 금액을 기준으로 가장 많이 구매하시는 순서대로 2순위까지 응답해주세요. [2순위, 1순위 필수]

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. 기타( )

F4. (F2-1에서 구입 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: 대체단백질식품 구입 경험이 있는 소비자 대상) 귀대에서 **대체단백질식품**을 구입하시는 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( )                     |

F5. (F2-1에서 구입 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: 대체단백질식품 구입 경험이 있는 소비자 대상) 귀택에서 대체단백질식품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요. [3순위, 1순위 필수]

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- |                  |                   |                        |
|------------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격            | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/소비(유통)기한 | 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( )         |                        |

F6. (F2-1에서 구입 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: 대체단백질식품 구입 경험이 있는 소비자 대상) 귀하께서 구입 및 소비 경험이 있는 대체단백질식품에 대한 만족도는 어떠하십니까?

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

[prog : F2\_1. 1], 2), 4) 구입경험=1인 경우만 F6. 1), 2), 3) 항목 응답 가능

F7. (F2-1에서 구입 경험 한 개라도 '없음'인 경우 질문) 귀택에서 대체단백질식품을 구입하지 않는 이유는 무엇입니까?

1. 구입할 필요를 느끼지 못해서
2. 어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서
3. 가격이 비싸서
4. 맛이 없어서
5. 원재료의 원산지와 품질이 의심스러워서/믿음이 가지 않아서
6. 영양/건강에 도움이 될 것 같지 않아서
7. 안전성(신선도, 소비(유통)기한 등)이 염려되어서
8. 첨가물이 걱정되어서
9. 제품이 다양하지 않아서
10. 기타(기록: )

F8. 대체단백질식품 소비가 다음 분야에 어떤 영향(부정/긍정)을 미친다고 인식하고 계십니까?

	매우 부정적이다	부정적이다	영향없다	긍정적이다	매우 긍정적이다
1. 소비자 건강 증진	①	②	③	④	⑤
2. 식품안전 향상	①	②	③	④	⑤
3. 미용/체중조절	①	②	③	④	⑤
4. 환경보전	①	②	③	④	⑤
5. 식품산업성장	①	②	③	④	⑤
6. 농축산업발전	①	②	③	④	⑤
7. 동물복지증진	①	②	③	④	⑤

F9. 대체단백질식품과 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

F10. 귀하께서는 **대체단백질식품**의 다음과 같은 속성이 푸드테크를 통해 더 좋아질 것이라고 기대하시나요?

속성	좋아질 것을 기대하지 않음	영향 없음	좋아질 것으로 기대함
1. 맛	①	②	③
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③
3. 안전성	①	②	③
4. 영양(섭취관리)	①	②	③
5. 가격	①	②	③
6. 원료원산지	①	②	③
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③
8. 제품의 다양성	①	②	③
9. 품질의 균일성	①	②	③

### G. 신기술 관련 구입 행태

G1. 귀하께서는 다음의 기술에 대해 들어본 적이 있으십니까?

기술 구분	전혀 모름	들어본 적 있음	알고 있음
1. 식품프린팅(3D프린팅)	①	②	③
2. 스마트 생산제조 및 안전관리	①	②	③
3. 스마트 팜 또는 식물공장	①	②	③
4. 푸드업사이클링	①	②	③
5. 친환경 포장	①	②	③

- \***식품프린팅(3D프린팅)**: 자동화된 출력장치를 통해 소비자가 원하는 모양으로 음식을 뽑아내는 기술
- \***스마트 생산제조 및 안전관리**: 로봇 등을 활용한 자동화 기술을 통한 생산성 증대 외에 IoT 기술과 접목해 생산제조 모니터링 및 사고예방, 사고재발 방지 등의 기능을 제공하며 생산제조와 관련된 데이터를 수집, 분석해 자동으로 위험요소를 모니터링하고 예방
- \***스마트팜**: 비닐하우스, 유리온실, 축사 등에 IoT, 빅데이터 인공지능, 로봇 등 기술을 접목해 작물과 가축의 생활환경을 원격 자동으로 적정하게 유지 관리할 수 있는 농장을 원격 자동으로 적정하게 유지 관리할 수 있는 농장
- \***식물공장**: 기후나 계절의 영향을 받지 않는 시설 내에서 빛, 온도, 수분 등을 조절해 작물에 최적의 조건을 제공하여 최대의 생산성을 얻는 새로운 농업 방식
- \***푸드업사이클링**: 식품의 생산과정에서 발생한 부산물을 활용해 신소재를 개발하는 것 예) 쌀겨나 왕겨, 맥주, 밀가루, 두부 등의 제조과정에서 나오는 깨진쌀, 맥주박, 밀기울, 콩박지, 커피찌꺼기를 활용한 신제품 개발



- \***친환경 포장**: 환경에 위해를 주는 요소를 최소화하여 환경에 미치는 영향이 저감되도록 개발한 포장이며, (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 포함

G2. 귀하께서는 다음의 기술을 활용한 가공식품 생산이 필요하다고 생각하십니까?

기술 구분	전혀 필요하지 않음	필요하지 않음	보통	필요	매우 필요
1. 식품프린팅(3D프린팅)	①	②	③	④	⑤
2. 스마트 생산제조 및 안전관리	①	②	③	④	⑤
3. 스마트 팜 또는 식물공장	①	②	③	④	⑤
4. 푸드업사이클링	①	②	③	④	⑤
5. 친환경 포장	①	②	③	④	⑤

G3. 귀하께서는 다음의 기술을 활용해 생산된 가공식품을 구매할 의향이 있으신가요?(가격은 동일)

기술 구분	있다	없다
1. 식품프린팅(3D프린팅)	①	②
2. 스마트 생산제조 및 안전관리	①	②
3. 스마트 팜 또는 식물공장	①	②
4. 푸드업사이클링	①	②
5. 친환경 포장	①	②

G4. 귀하께서는 식품프린팅, 스마트 생산제조 및 안전관리, 식물공장, 푸드업사이클링, 친환경 포장과 관련된 가공식품의 소비가 다음 분야에 어떤 영향(부정/긍정)을 미친다고 생각하시나요?

1. 식품프린팅	매우 부정적이다	부정적이다	영향없다	긍정적이다	매우 긍정적이다
소비자 건강	①	②	③	④	⑤
식품안전	①	②	③	④	⑤
환경보전	①	②	③	④	⑤
식품산업성장	①	②	③	④	⑤
2. 스마트 생산제조 및 안전관리	매우 부정적이다	부정적이다	영향없다	긍정적이다	매우 긍정적이다
소비자 건강	①	②	③	④	⑤
식품안전	①	②	③	④	⑤
환경보전	①	②	③	④	⑤
식품산업성장	①	②	③	④	⑤
3. 스마트 팜 또는 식물공장	매우 부정적이다	부정적이다	영향없다	긍정적이다	매우 긍정적이다
소비자 건강	①	②	③	④	⑤
식품안전	①	②	③	④	⑤
환경보전	①	②	③	④	⑤
식품산업성장	①	②	③	④	⑤
4. 푸드업사이클링	매우 부정적이다	부정적이다	영향없다	긍정적이다	매우 긍정적이다
소비자 건강	①	②	③	④	⑤
식품안전	①	②	③	④	⑤
환경보전	①	②	③	④	⑤
식품산업성장	①	②	③	④	⑤
5. 친환경 포장	매우 부정적이다	부정적이다	영향없다	긍정적이다	매우 긍정적이다
소비자 건강	①	②	③	④	⑤
식품안전	①	②	③	④	⑤
환경보전	①	②	③	④	⑤
식품산업성장	①	②	③	④	⑤

G4-1. 귀하께서는 식품프린팅, 스마트 생산제조 및 안전관리, 식물공장, 푸드업사이클링, 친환경 포장에 가공식품 가격의 인상 또는 하락에 어떠한 영향을 미친다고 생각하시나요?

기술 구분	가격을 상승시킨다	영향없다	가격을 하락시킨다
1. 식품프린팅(3D프린팅)	①	②	③
2. 스마트 생산제조 및 안전관리	①	②	③
3. 스마트 팜 또는 식물공장	①	②	③
4. 푸드업사이클링	①	②	③
5. 친환경 포장	①	②	③

## H. 가공식품 안전성

H1. 귀하께서는 평소 가공식품의 안전성 문제에 관심을 가지고 계시나요?

관심 없음	거의 관심 없음	보통	관심	매우 관심
①	②	③	④	⑤

H2. 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

H3. 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. 염전수산가공품(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-페이스트 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, 설탕, 식초, 고춧가루 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
9. 유제품(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, 일란빵류, 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
15. 곡물가공품(밀가루류, 전분, 쌀가루, 씨리얼 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 잎차, 티백, 곡물차 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, 두유 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
19. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석섭취, 말기트, 신선편의)	①	②	③	④	⑤	⑥
20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)	①	②	③	④	⑤	⑥

H4. 귀하께서는 가공식품의 안전관리를 위해 다음 각 주체들이 차지하는 중요도는 어느 정도라고 생각하시나요? 중요하다고 생각하시는 순서로 1~3순위까지 응답해 주세요. [3순위, 1순위 필수]

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                         |                         |

H5. 귀하께서는 안전한 가공식품을 구입하기 위해 더 높은 가격을 지불할 용의가 있으신가요?

없음	거의 없음	보통	있음	매우 있음
①	②	③	④	⑤

H6. 다음 중 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하시는 행동을 모두 골라주세요. (복수 응답)

- |                        |                      |
|------------------------|----------------------|
| 1. 유명한 브랜드/제조사 제품 구입한다 | 2. HACCP 등 인증제품 구입한다 |
| 3. 가공식품 원재료의 원산지를 확인한다 | 4. 원료 성분을 확인한다       |
| 5. 소비(유통)기한을 확인한다      | 6. 보존방법, 보관방법을 확인한다  |
| 7. 주의사항, 주의표시를 확인한다    |                      |

### I. 가공식품 표시/정보

▶ 다음은 식품 표시사항에 대한 질문입니다.

11. 귀하께서는 가공식품 구매 시 포장지에 표시된 내용을 보시나요?

- |                     |                      |
|---------------------|----------------------|
| 1. 전혀 안 본다 - (13으로) | 3. 볼 때도 있고 안 볼 때도 있다 |
| 2. 거의 안 보는 편이다      | 4. 거의 매번 본다          |
| 4. 보는 편이다           |                      |

12. 다음은 식료품의 표면이나 포장지에 표시된 사항입니다. 귀하께서 가공식품을 구입할 때 실제로 확인하는 사항들을 품목별로 아래 <보기>에서 골라 모두 표시해 주세요. (복수 응답)

[prog : 질문과 보기는 고정, 우유 - 건강기능식품까지 개별 페이지로 응답]

<일반소비자 응답>

우유	과자	햄	오렌지 주스	두부	라면	도시락	탕/찌개 레토르트	건강기능 식품

[보기]

- |                    |                     |                          |
|--------------------|---------------------|--------------------------|
| 1. 소비(유통)기한        | 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. 유기농식품 인증 표시     | 15. 지리적표시                |
| 16. 이력추적관리 표시      | 17. GMO(유전자변형)식품 표시 | 18. 방사선조사식품 표시           |
| 19. 나트륨 함량 비교 표시   | 20. 재활용 분리배출 표시     | 21. 건강기능식품 인증 표시         |
| 22. 어린이 기호식품 인증 표시 | 23. 식품명인 표시         | 24. 무글루텐(Gluten Free) 표시 |
| 25. 알레르기 주의 표시     | 26. 지차체 등 기타인증 표시   | 27. 기타( )                |

13. 귀하께서는 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것을 알고 계셨습니까?

전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	알고 있음
①	②	③

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



14. 귀하께서는 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대해 찬성하십니까?

매우 반대	반대	보통 (중립)	찬성	매우 찬성
①	②	③	④	⑤

15. 귀하께서는 식품을 폐기할 때 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( )

16. 식품에 유통기한 대신 소비기한이 표시된다면 귀하께서는 식품을 폐기할 때 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( )

### J. 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.

J1. 귀하께서는「소상공인 생계형 적합업종제도」에 대하여 알고 계십니까?

전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	알고 있음
①	②	③

J2. 귀하께서는 「소상공인 생계형 적합업종제도」가 우리 사회에 필요하다고 보십니까?

전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

J3. 귀하께서는 '생계형 적합업종'으로 지정된 소상공인 생산 제품을 구입할 의향이 있으십니까?

없음	거의 없음	보통	있음	매우 있음
①	②	③	④	⑤

### K. 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.

K1. 귀하께서는 ESG 경영에 대하여 알고 계십니까?

전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	알고 있음
①	②	③

K2. 귀하께서는 가공식품 제조업체들의 ESG 경영 활동이 필요하다고 보십니까?

전혀 필요하지 않음	별로 필요하지 않음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

K3. 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

K4. 귀하께서는 ESG 경영을 하는 가공식품 제조업체들의 제품 구매를 늘릴 의향이 있으십니까? (가격은 동일)

있다	없다
①	②

K5. 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 변화했습니까?

매우 나빠짐	나빠짐	변화 없음	좋아짐	매우 좋아짐
①	②	③	④	⑤

K6. 귀하께서는 갑질 이슈를 겪었던 식품제조업체가 생산·출하한 가공식품 구매를 실제로 줄인 경험이 있으십니까?

있다	없다
①	②

K7. 귀하께서는 가공식품 제조업체에서 갑질 이슈가 발생한다면, 해당 업체가 생산한 가공식품에 대한 구입을 줄이시겠습니까?

예 (줄인다)	아니오
①	②

#### L. 포장재 / 탄소중립

L1. 귀하께서는 평소 가공식품 구매 시 포장재에 대해 어느 정도 만족하십니까?

매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
①	②	③	④	⑤

L1-1. (L1에서 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 자원낭비에 대한 우려
3. 환경호르몬 등 유해물질에 대한 우려
4. 분리수거·재활용 어려움
5. 과대 포장으로 인한 불필요한 가격 상승
6. 과대 포장으로 인한 소비자의 합리적 선택 방해
7. 기타 ( )

정부는 자원절약과 재활용 촉진을 위해 2019년부터 이미 포장된 제품을 단순 제품 판촉을 위해 불필요하게 추가 포장하여 판매하는 것을 금지하고 있습니다.

		
유음 포장 사례	증정상품 재포장 사례	유음판매 재포장 개선 사례



L2. 귀하께서는 이러한 **이중포장금지**에 대해 알고 계십니까?

전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	알고 있음
①	②	③

L3. 귀하께서는 **이중포장금지**가 필요하다고 생각하십니까?

전혀 필요하지 않음	필요하지 않음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

**탄소 중립**은 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.

L4. 귀하께서는 **탄소 중립**에 대해 알고 계십니까?

전혀 모름	들어본 적은 있지만, 정확히는 모름	알고 있음
①	②	③

L5. 귀하께서는 기후변화에 대응한 **탄소 중립**이 필요하다고 생각하십니까?

전혀 필요하지 않음	필요하지 않음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

L6. 귀하께서는 가공식품 제조업체들의 **탄소 중립** 활동이 필요하다고 보십니까?

전혀 필요하지 않음	필요하지 않음	보통	필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

L7. 귀하께서는 **탄소 중립** 활동을 하는 기업이 생산한 가공식품의 구매를 늘릴 생각이 있으십니까? (가격은 동일)

예 (늘린다)	아니오
①	②

### M. 식품산업 관련 인식

M1. 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

M2. 귀하께서는 향후 5년간(2023~2027) 식품산업에서 가장 강조하여 추진되어야 할 정책 방향은 무엇이라고 생각하십니까? 가장 중요하다고 생각하시는 순서대로 3가지를 말씀해주시시오. **[3순위, 1순위 필수]**

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 환경·사회 기여
10. 기타 ( )

## N. 식품 소비 라이프 스타일 및 인식

▶ 귀하의 식품 소비 라이프 스타일에 대해 질문 드리겠습니다.

N1. 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. 가정 간편식 (HMR)을 종종 구입한다(B2에서 간편식 구입이 없으면 ①)	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 제품입니다.

▶ 가공식품 가격에 대해 질문 드리겠습니다.

N2. 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 변화에 민감하다	①	②	③	④	⑤
2. 나는 가공식품 가격의 변화에 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

N3. 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. 가정간편식 (HMR: 즉석섭취식품, 즉석조리식품, 신선편의식품, 키트(간편조리세트) 등)	①	②	③	④	⑤
4. 외식	①	②	③	④	⑤

N4-1. 전년 (2022년)에 비해 금년 (2023년) 가공식품의 가격을 신선농산물 가격과 비교하여 주세요.

신선농산물 가격 상승 > 가공식품 가격 상승	비슷한 수준	신선농산물 가격 상승 < 가공식품 가격 상승
①	②	③

N4-2. 전년 (2022년)에 비해 금년 (2023년) 가공식품의 가격을 외식(음식점) 가격과 비교하여 주세요.

외식 (음식점) 가격 상승 > 가공식품 가격 상승	비슷한 수준	외식 (음식점) 가격 상승 < 가공식품 가격 상승
①	②	③

N5. 올해 하반기 물가 상승이 우려되는 순서대로 말씀해 주세요. [4순위 필수]

1순위:	2순위:	3순위:	4순위:
------	------	------	------

1. 농축산물    2. 가공식품    3. 가정간편식    4. 외식

N6. 가공식품 중 하반기 가격 상승이 우려되는 식품(군)을 아래 보기에서 2가지를 선택해 주십시오. 높아질 것이라고 느끼는 순서대로 두 가지를 응답해 주세요. [2순위, 1순위 필수]

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

N7. 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

N7-1. (N7에서 안좋은 것 같다(1,2)는 응답자만) 가공식품이 건강에 안좋은 영향을 미칠 것이라고 생각하시는 이유는 무엇일까요?

- 비위생적인 공장 시설에서 만들 것 같아서
- 가공하는 과정에서 각종 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( )

N8. 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 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 않는다	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. 농업어업 축련 종사자	→ [장치기계 조작, 조립 및 농업어업 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 : )                  |

[prog : SQ4에서 함께 1인 경우 5로 자동코딩 후 Skip]

DQ4. 실례지만, 귀하께서는 현재 결혼을 하셨습니까?

- |       |                                |
|-------|--------------------------------|
| 1. 기혼 | 2. 미혼(사별, 이혼 포함) → [DQ4-2로 이동] |
|-------|--------------------------------|

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 |
|----------|--------------|

DQ4-2. 귀댁에서 귀하를 포함하여 소득이 생기는 경제활동을 하는 사람은 몇 명이신가요?

1. 0명(귀하께서 미취업 상태이거나, 모든 가구원이 미취업상태인 경우)      2. 1명      3. 2명 이상

[prog: DQ3=5인 경우, DQ4-2=3 응답 불가]

DQ5. 귀댁의 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. 귀댁에서 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 또는 전체 월 평균 식재료 구입비의 ( )%

※ 월평균 간편식 구입비를 정확히 모르는 경우, 전체 식재료 구입비의 몇 %가량인지 말씀해 주세요.

[prog: DQ5 응답값>DQ6. 월평균 식재료 구입비 > DQ6. 월평균 간편식 가공식품 구입비]

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)

본인			
가족			

1. 고혈압      2. 고지혈증      3. 뇌졸중(중풍, 뇌경색)      4. 심근경색, 협심증      5. 당뇨병  
 6. 갑상선질환      7. 압      8. 간염      9. 위, 십이지장궤양      10. 간경변  
 11. 빈혈      12. 아토피피부염      13. 식품 알레르기      14. 비만      15. 없음

[prog: DQ3=5인 경우, 가족관련 증상/병증 응답 불가]

DQ9. 현재 귀하의 키와 체중은 어떻게 되시나요?

(1) 키 \_\_\_\_\_ cm      (2) 체중 \_\_\_\_\_ kg

DQ9-1. 현재 귀하의 체중은 1년 전인 지난해에 비해 어떻게 변화하였나요?

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 조절을 위한 식이 조절(다이어트)을 위해 드시는 특정 식품이 있으신가요? 식이 조절을 위해 드시는 식품을 모두 적어주세요.

( )

DQ11. 식이 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, 카카오톡 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 책은 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)

DQ20. 귀력의 올해(2023년) 식품소비 지출액은 지난해(2022년)에 비해서는 어떻게 변화하였나요? (식품소비 지출액은 신선식품(농수축산물), 가공식품, 외식비(매장 내 식사, 배달/테이크아웃)를 모두 포함)

구분	감소	비슷 (변화없음)	증가
1. 전체 식품소비지출액	①	②	③
2. 가공식품 소비지출액	①	②	③
3. 가정간편식(HMR) 지출액	①	②	③
4. 외식비	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 \*\*\*