

발간등록번호

11-1543000-000676-10



2018년 가공식품 소비자태도조사 기초분석 보고서

식품산업정보분석 전문기관
한국농촌경제연구원



C2018-59-1

2018년 가공식품 소비자태도조사 기초분석 보고서

등 록 | 제6-0007호(1979. 5. 25.)

발 행 | 2018. 12.

발 행 인 | 김창길

발 행 처 | 한국농촌경제연구원
우) 58217 전라남도 나주시 빛가람로 601
대표전화 1833-5500

인 쇄 처 | 크리커뮤니케이션

- 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

본 보고서를 「2018년 가공식품 소비자태도조사 기초분석 보고서」
의 최종보고서로 제출합니다.

2018년 12월

연구 기관: 한국농촌경제연구원
연구 담당: 이 계 임 책임연구원
박 미 성 연구원
김 상 호 연구원
허 성 윤 연구보조원

차 례

제1장 서 론

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

제2장 조사 설계

- 1. 주 구입자 대상(가계부 조사 포함) 조사 표본 설계 12
- 2. 표본가중치 22
- 3. 분산추정 32
- 4. 일반 소비자 대상 표본 설계 35

제3장 조사 내용과 방법

- 1. 조사 구성 및 조사 문항 37
- 2. 실사 준비 및 진행 38
- 3. 자료 입력, 검증 및 데이터 처리 43
- 4. 응답자 특성 46

제4장 가구 내 식품 구입자 대상 조사 결과

- 1. 가공식품 구매 및 소비 행태 52
- 2. 가공식품 품목별 구입현황 91
- 3. 간편식 구입 현황 95
- 4. 건강기능식품 및 건강식품 구입 현황 125
- 5. 유기가공식품 구입 현황 153
- 6. 식품 소비 라이프스타일 및 인식 179

제5장 일반 소비자 대상 조사 결과

1. 가공식품 구매 및 소비 행태	199
2. 가공식품 품목별 구입 현황	240
3. 가공식품 안전성	246
4. 가공식품 표시/정보	255
5. 식품 소비 라이프스타일 및 인식	277

부 록 조사표

1. 가구내 식품 주 구입자용 설문	297
2. 일반 소비자용 설문	331

표 차례

제1장

표 1-1.	조사 설계 - 주 구입자 대상	3
표 1-2.	조사 설계 - 가계부 조사	4
표 1-3.	조사 설계 - 일반 소비자 대상	4
표 1-4.	조사 내용 - 주 구입자 대상	6
표 1-5.	조사 내용 - 가계부 조사	7
표 1-6.	조사 내용 - 일반 소비자 조사	7

제2장

표 2-1.	권역별 동·읍면 지역별 가구 분포	15
표 2-2.	권역별 동·읍면 지역별 가구비율 분포	15
표 2-3.	표본층별 표본조사구 할당	18
표 2-4.	표본층별 표본가구 할당	19
표 2-5.	권역별 조사구 최종가중치 분포	24
표 2-6.	보조변수별 조정 전·후 가구 총합 비교	27
표 2-7.	가중치 종류별 분포	28
표 2-8.	권역별 가구 최종가중치 분포	28
표 2-9.	일반 소비자 대상 표본 할당	36

제3장

표 3-1.	지역별 면접원 교육 일시 및 장소	40
표 3-2.	주 구입자 대상 가구 특성	47
표 3-3.	가계부 조사 가구 특성	49
표 3-4.	일반 소비자 조사 가구 특성	51

제4장

표 4-1.	평소 가공식품 구입 주기	53
표 4-2.	가공식품 구입 시 고려 기준	56
표 4-3.	가공식품 주 구입처	58
표 4-4.	가공식품 주 구입처 구입 이유	60
표 4-5.	지출액 기준 구입 많은 품목군	62
표 4-6.	지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도	64
표 4-7.	최근 1년 식품지출 변화	66
표 4-8.	최근 1년 가공식품 지출 변화 원인	68
표 4-9.	향후 1년간 가공식품 지출 변화	70
표 4-10.	최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부	72
표 4-11.	평소 온라인으로 가공식품 구입하지 않는 이유	74
표 4-12.	온라인 가공식품 구입 주기	76
표 4-13.	온라인 가공식품 구입 이유	78
표 4-14.	지출액 기준 구입 많은 품목군	80
표 4-15.	온라인 주 이용방법	82
표 4-16.	온라인 구입 가공식품 가격만족도	84
표 4-17.	온라인 구입 가공식품 품질만족도	86
표 4-18.	최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화	88
표 4-19.	향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화	90
표 4-20.	최근 1년 품목별 구입 경험률	92
표 4-21.	가공식품 주 구입처 구입 이유	94
표 4-22.	최근 1년 품목별 구입 경험률 및 구입 변화	96
표 4-23.	간편식 제품 구입 시 중요 요소	98
표 4-24.	간편식 구입 주 이유	100
표 4-25.	간편식 구입 주기 (신선편의식품)	104
표 4-25.	간편식 구입 주기 (즉석섭취식품)	103

표 4-25.	간편식 구입 주기 (즉석조리식품)	102
표 4-26.	간편식 구입 월평균 지출액	106
표 4-27.	간편식 구입 장소 (신선편의식품)	110
표 4-27.	간편식 구입 장소 (즉석섭취식품)	109
표 4-27.	간편식 구입 장소 (즉석조리식품)	108
표 4-28.	간편식 주 구입처 구입 이유 (신선편의식품)	114
표 4-28.	간편식 주 구입처 구입 이유 (즉석섭취식품)	113
표 4-28.	간편식 주 구입처 구입 이유 (즉석조리식품)	112
표 4-29.	가공식품 주 구입처 구입 이유	118
표 4-29.	간편식 주 구입 용도 (즉석섭취식품)	117
표 4-29.	간편식 주 구입 용도 (즉석조리식품)	116
표 4-30.	지출액 기준 구입 많은 간편식 품목	120
표 4-31.	간편식 요소별 만족도	122
표 4-32.	향후 1년 간편식 구입 변화	124
표 4-33.	최근 1년 구입 경험 및 구입 변화	126
표 4-34.	건강기능식품 및 건강식품 구입 시 중요 요소	128
표 4-35.	건강기능식품 및 건강식품 용도별 구입 개수	130
표 4-36.	많이 구입하는 건강기능식품 및 건강식품	132
표 4-37.	건강기능식품 및 건강식품 최근 1년 지출액	134
표 4-38.	건강기능식품 및 건강식품 주 구입 장소	136
표 4-39.	건강기능식품 및 건강식품 주 구입 장소 이용 이유	138
표 4-40.	건강기능식품 및 건강식품 필요 정보	140
표 4-41.	국내 생산 제품 구입 및 이용 시 불편사항	142
표 4-42.	현재 가족구성원 복용 여부	144
표 4-43.	건강기능식품 및 건강식품 복용 이유	146
표 4-44.	건강기능식품 및 건강식품 복용 하지 않는 이유	148
표 4-45.	건강기능식품 및 건강식품 요소별 만족도	150
표 4-46.	향후 1년간 기능성 식품 구입 변화	152

표 4-47.	유기가공식품 인증 마크 인지 여부	154
표 4-48.	유기가공식품 인지도	156
표 4-49.	유기가공식품 자가 인지도	158
표 4-50.	유기가공식품 구입 경험	160
표 4-51.	유기가공식품 인증 마크 확인	162
표 4-52.	유기가공식품 인증품질 신뢰도	164
표 4-53.	유기가공식품 최근 1년 구입 경험 및 구입 변화	166
표 4-54.	유기가공식품 구입 이유	168
표 4-55.	유기가공식품 구매 시 중요 요소	170
표 4-56.	유기가공식품 주 구입처	172
표 4-57.	유기가공식품 주 구입처 이용 이유	174
표 4-58.	유기가공식품 요소별 만족도	176
표 4-59.	향후 1년 유기가공식품 구입 변화	178
표 4-60.	평소 식품 소비 상황 일치도	180
표 4-61.	평소 식품 소비 인식	182
표 4-62.	가격에 대한 인식	184
표 4-63.	같은 상품 가장 저렴한 구입처	186
표 4-64.	가격 변화가 가장 심한 품목	188
표 4-65.	장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목	190
표 4-66.	건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목	192
표 4-67.	건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목	194
표 4-68.	가공식품 맛 선호도	196
표 4-69.	가공식품 품목별 선호도	198

제5장

표 5-1.	평소 가공식품 구입 주기	200
표 5-2.	가공식품 구매 이유	203
표 5-3.	가공식품 주 구입처	205

표 5-4.	가공식품 주 구입처 이용 이유	207
표 5-5.	주로 구입하는 가공식품 품목군	209
표 5-6.	가공식품 만족도	211
표 5-7.	가공식품 구입 시 고려 기준	213
표 5-8.	작년대비 올해 식품 지출 변화	215
표 5-9.	작년대비 올해 식품 지출이 변화한 이유	217
표 5-10.	올해 대비 내년 가공식품 지출 예상	219
표 5-11.	최근 1년간 온라인으로 가공식품 구입 빈도	221
표 5-12.	품목에 따른 온라인 가공식품 구매 여부	223
표 5-13.	온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유	225
표 5-14.	온라인 가공식품 구입 주기	227
표 5-15.	온라인으로 가공식품을 구입하는 이유	229
표 5-16.	온라인으로 많이 구입하는 가공식품 품목군	231
표 5-17.	온라인 가공식품 주문방법	233
표 5-18.	온라인 구입의 만족도	235
표 5-19.	전년대비 올해 온라인 구입 변화	237
표 5-20.	올해대비 내년 온라인 구입 예상	239
표 5-21.	최근 1년 가공식품 품목별 구입 경험률	241
표 5-22.	최근 1년간 가공식품 품목별 소비 현황	243
표 5-23.	향후 1년간 가공식품 품목별 소비 의향	245
표 5-24.	평소 가공식품 안전성 문제에 대한 관심 정도	247
표 5-25.	체감하는 우리나라 가공식품의 안전성 정도	249
표 5-26.	안전성 우려 정도	251
표 5-27.	안전관리를 위해 각 주체들이 차지하는 중요도	252
표 5-28.	안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격 지불할 용의	254
표 5-29.	가공식품 구매 시 포장지에 표시된 내용 확인 정도	256
표 5-30.	가공식품 구입 시 실제로 확인하는 사항	258
표 5-31.	식품표시 만족도	260

표 5-32.	식품표시 신뢰도	262
표 5-33.	식품표시 신뢰하지 않는 이유	264
표 5-34.	작년 대비 표시 이용도 변화	266
표 5-35.	작년 대비 신뢰도 변화	268
표 5-36.	식품 인증/주요표시 제도 인지도	270
표 5-37.	식품 인증/주요 표시 제도 구입 시 확인 여부	272
표 5-38.	가공식품에 대한 정보를 얻는 곳	274
표 5-39.	식료품 관련 정보를 얻는 프로그램	276
표 5-40.	라이프스타일 문항별 자가 평가	278
표 5-41.	식품 이슈별 자가 평가	280
표 5-42.	가공식품 가격에 대한 인식	282
표 5-43.	가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처 인식	284
표 5-44.	가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식	286
표 5-45.	장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식	288
표 5-46.	맛에 대한 기호도	290
표 5-47.	건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목 인식	292
표 5-48.	건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목	294
표 5-49.	식품소비 품목별 선호도	296

그림 차례

제2장

그림 2-1. 가공식품 소비자 태도조사 표본구성	13
----------------------------------	----

제3장

그림 3-1. 주 구입자 대상 조사 진행률	42
그림 3-2. 일반 소비자 대상 조사 진행률	43
그림 3-3. 주 구입자 대상 자료 검증 단계	44
그림 3-4. 일반 소비자 대상 자료 검증 단계	45

제4장

그림 4-1. 평소 가공식품 구입 주기	53
그림 4-2. 가공식품 구입 시 고려 기준	55
그림 4-3. 가공식품 주 구입처	57
그림 4-4. 가공식품 주 구입처 구입 이유	59
그림 4-5. 지출액 기준 구입 많은 품목군	61
그림 4-6. 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도	63
그림 4-7. 최근 1년 식품지출 변화	65
그림 4-8. 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인	67
그림 4-9. 향후 1년간 가공식품 지출 변화	69
그림 4-10. 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부	71
그림 4-11. 평소 온라인으로 가공식품 구입하지 않는 이유	73
그림 4-12. 온라인 가공식품 구입 주기	75
그림 4-13. 온라인 가공식품 구입 이유	77
그림 4-14. 지출액 기준 구입 많은 품목군	79

그림 4-15.	온라인 주 이용방법	81
그림 4-16.	온라인 구입 가공식품 가격만족도	83
그림 4-17.	온라인 구입 가공식품 품질만족도	85
그림 4-18.	최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화	87
그림 4-19.	향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화	89
그림 4-20.	최근 1년 품목별 구입 경험률	91
그림 4-21.	가공식품 품목별 제품 구입 시 중요 요소	93
그림 4-22.	최근 1년 품목별 구입 경험률	95
그림 4-23.	간편식 제품 구입 시 중요요소	97
그림 4-24.	간편식 구입 주 이유	99
그림 4-25.	간편식 구입 주기	101
그림 4-26.	간편식 구입 월평균 지출액	105
그림 4-27.	간편식 구입 장소	107
그림 4-28.	간편식 주 구입처 구입 이유	111
그림 4-29.	간편식 주 구입 용도	115
그림 4-30.	지출액 기준 구입 많은 간편식 품목	119
그림 4-31.	간편식 요소별 만족도	121
그림 4-32.	향후 1년 간편식 구입 변화	123
그림 4-33.	최근 1년 품목별 구입 경험률	125
그림 4-34.	건강기능식품 및 건강식품 구입 시 중요 요소	127
그림 4-35.	건강기능식품 및 건강식품 용도별 구입 개수	129
그림 4-36.	많이 구입하는 건강기능식품 및 건강식품	131
그림 4-37.	건강기능식품 및 건강식품 최근 1년 지출액	133
그림 4-38.	건강기능식품 및 건강식품 주 구입 장소	135
그림 4-39.	건강기능식품 및 건강식품 주 구입 장소 이용 이유	137
그림 4-40.	건강기능식품 및 건강식품 필요 정보	139
그림 4-41.	국내 생산 건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항	141
그림 4-42.	현재 가족구성원 복용 여부	143

그림 4-43.	건강기능식품 및 건강식품 복용 이유	145
그림 4-44.	건강기능식품 및 건강식품 복용 하지 않는 이유	147
그림 4-45.	건강기능식품 및 건강식품 요소별 만족도	149
그림 4-46.	향후 1년간 기능성 식품 구입 변화	151
그림 4-47.	유기가공식품 인증 마크 인지 여부	153
그림 4-48.	유기가공식품 인지도	155
그림 4-49.	유기가공식품 자가 인지도	157
그림 4-50.	유기가공식품 구입 경험	159
그림 4-51.	유기가공식품 인증 마크 확인	161
그림 4-52.	유기가공식품 인증품질 신뢰도	163
그림 4-53.	유기가공식품 최근 1년 구입 경험	165
그림 4-54.	유기가공식품 구입 이유	167
그림 4-55.	유기가공식품 구매 시 중요 요소	169
그림 4-56.	유기가공식품 주 구입처	171
그림 4-57.	유기가공식품 주 구입처 이용 이유	173
그림 4-58.	유기가공식품 요소별 만족도	175
그림 4-59.	향후 1년 유기가공식품 구입 변화	177
그림 4-60.	평소 식품 소비 상황 일치도	179
그림 4-61.	평소 식품 소비 인식	181
그림 4-62.	가격에 대한 인식	183
그림 4-63.	같은 상품 가장 저렴한 구입처	185
그림 4-64.	가격 변화가 가장 심한 품목	187
그림 4-65.	장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목	189
그림 4-66.	건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목	191
그림 4-67.	건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목	193
그림 4-68.	가공식품 맛 선호도	195

제5장

그림 5-1.	평소 가공식품 구입 주기	200
그림 5-2.	가공식품 구매 이유	202
그림 5-3.	가공식품 주 구입처	204
그림 5-4.	가공식품 주 구입처 이용 이유	206
그림 5-5.	주로 구입하는 가공식품 품목군	208
그림 5-6.	가공식품 만족도	210
그림 5-7.	가공식품 구입 시 고려 기준	212
그림 5-8.	작년대비 올해 식품 지출 변화	214
그림 5-9.	작년대비 올해 식품 지출이 변화한 이유	216
그림 5-10.	올해 대비 내년 가공식품 지출 예상	218
그림 5-11.	최근 1년간 온라인으로 가공식품 구입 빈도	220
그림 5-12.	품목에 따른 온라인 가공식품 구매 여부	222
그림 5-13.	온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유	224
그림 5-14.	온라인 가공식품 구입 주기	226
그림 5-15.	온라인으로 가공식품을 구입하는 이유	228
그림 5-16.	온라인으로 많이 구입하는 가공식품 품목군	230
그림 5-17.	온라인 가공식품 주문방법	232
그림 5-18.	온라인 구입의 만족도	234
그림 5-19.	전년대비 올해 온라인 구입 변화	236
그림 5-20.	올해대비 내년 온라인 구입 예상	238
그림 5-21.	최근 1년 가공식품 품목별 구입 경험률	240
그림 5-22.	최근 1년간 가공식품 품목별 소비 현황	242
그림 5-23.	향후 1년간 가공식품 품목별 소비 의향	244
그림 5-24.	평소 가공식품 안전성 문제에 대한 관심 정도	246
그림 5-25.	체감하는 우리나라 가공식품의 안전성 정도	248
그림 5-26.	안전성 평가	250

그림 5-27. 안전관리를 위해 각 주체들이 차지하는 중요도 252

그림 5-28. 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격 지불할 용의 253

그림 5-29. 가공식품 구매 시 포장지에 표시된 내용 확인 정도 255

그림 5-30. 가공식품 구입 시 실제로 확인하는 사항 257

그림 5-31. 식품표시 만족도 259

그림 5-32. 식품표시 신뢰도 261

그림 5-33. 식품표시 신뢰하지 않는 이유 263

그림 5-34. 작년 대비 표시 이용도 변화 265

그림 5-35. 작년 대비 신뢰도 변화 267

그림 5-36. 식품 인증/주요표시 제도 인지도 269

그림 5-37. 식품 인증/주요 표시 제도 구입 시 확인 여부 271

그림 5-38. 가공식품에 대한 정보를 얻는 곳 273

그림 5-39. 식료품 관련 정보를 얻는 프로그램 275

그림 5-40. 라이프스타일 문항별 자가 평가 277

그림 5-41. 식품 이슈별 자가 평가 279

그림 5-42. 가공식품 가격에 대한 인식 281

그림 5-43. 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처 인식 ... 283

그림 5-44. 가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식 285

그림 5-45. 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식 287

그림 5-46. 맛에 대한 기호도 289

그림 5-47. 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목 인식 291

그림 5-48. 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목 293

제 1 장

서 론

1. 조사 배경과 목적

1.1. 가공식품 소비자 태도조사 구축 배경

- 인구 구조와 경제, 유통 환경 변화에 따라 식품소비의 다양성 추구, 간편화, 소량화, 건강 및 안전 추구 등 소비자들의 식품 소비 태도가 변화하고 있음.
- 1인 가구 확대, 가격 경쟁력과 편의성을 통한 저가 외식 대체 효과 등에 힘입어 꾸준한 성장이 기대되고 있음.
- 변화하는 소비자의 식품 소비태도와 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.
- 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 태도조사」 최초 실시
- 2012년 : 가공식품 분류 확대(12대 분류, 45대 중분류), 2차년도 조사 실시
- 2013년 : 표본 규모 확대(남녀 4,000명), 가공식품 분류 확대(12대 분류, 46대 중분류), 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(12대 분류, 46대 중분류), 국가승인 지정통계로 승인(승인번호 : 114053호), 6차년도 조사 실시
- 2017년 : 7차년도 조사 실시
- 2018년 : 조사관리 기관 ‘한국농수산식품유통공사’에서 ‘한국농촌경제연구원’으로 변경, 8차년도 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 실시

1.4 조사 주기 : 1년(매년)

1.5 조사 설계

- 가공식품에 대한 소비자 태도를 면밀히 파악하기 위해 식품 주 구입자를 대상으로 하는 가구조사(통계청 승인통계) 뿐만 아니라, 가구조사 대상 가구 중 500가구를 추출하여 4주간 가계부조사를 실시, 일반 소비자 2,000명 대상 온라인조사를 실시함.

표 1-1. 조사 설계 - 주 구입자 대상

구분	내 용
목표 모집단	- 우리나라 전국 17개 시도 일반가구
조사 모집단	- 2015년 등록센서스 '인구주택총조사' 조사구에 속한 일반가구 · 특수사회시설, 기숙사 등의 집단 가구와 외국인 가구 제외 · 가구 : 1인 또는 2인 이상이 모여 취사, 취침 등 생계를 같이 하는 생활 단위
조사대상	- 만 19세 ~ 74세의 식품 주 구입자 (또는 가정주부)
표본 수	- 전국 2,000 가구
조사기간	- 2018년 7월 16일(월) ~ 8월 24일(금)
조사방법	- 가구방문 면접조사
표본틀	- 지리적으로 인접한 일반 가구를 블록화한 2015년 등록센서스 '인구주택총조사' 조사구
표본추출	- 2단계 층화집락 확률비례 계통추출법 · 1차 층화 : 17개 시도별, 조사구 추출 2015년 '인구주택총조사' 결과 17개 시도별 조사구 내 가구수에 비례하여 조사구 추출 · 2차 층화 : 주택 유형별 조사구 추출 (아파트 조사구, 일반조사구) - 총 250개 조사구 추출(1개 조사구당 8개 가구 추출)

표 1-2. 조사 설계 - 가계부 조사

구분	내 용
목표 모집단	- 우리나라 전국 17개 시도 일반가구
조사 표본	- 주 구입자 2,000가구
조사대상	- 만 19세 ~ 74세의 식품 주 구입자(또는 가정주부)
표본 수	- 주 구입자 2,000가구 중 500가구
조사기간	- 2018년 8월 13일(월) ~ 9월 11일(화), 4주간 매일
조사방법	- 영수증 포함 기장조사(온라인 기장조사 병행)
조사설계	- 지역별, 연령별 할당 고려

표 1-3. 조사 설계 - 일반 소비자 대상

구분	내 용
모집단	- 우리나라 전국 17개 시도 일반가구
조사대상	- 만 14세 ~ 74세의 성인 남성 및 여성, 청소년
표본수	- 총 2,000명
표본 구성	- 지역별, 연령별 할당 고려
조사기간	- 2018년 8월 1일(수) ~ 9월 7일(금)
조사방법	- 온라인 조사
자료 수집	- 응답대상 온라인 소비자 정보를 별도로 제공하지 않으므로 자체 패널 등을 이용

2. 조사 개요

2.1. 조사 대상

- 주 구입자 조사와 가계부 조사의 조사 대상은 만 18세 이상에서 만 75세 미만인 식품 주 구입자(주부)로 진행하였으며, 일반 소비자 조사는 만 13세 이상에서 만 75세 미만인 청소년과 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 조사표와 주 구입자 대상 가계부 조사표, 일반 소비자 대상 조사표로 구성됨. 주 구입자 대상 조사표는 가구 내 식품의 주 구입자를 대상으로 가공식품 소비 현황이나 구입 행태 등에 대한 설문을 조사하는 내용으로 구성됨. 주 구입자 조사대상 중 500가구를 선정하여 해당 가구의 주 구입자를 대상으로 총 4주간에 걸쳐 진행된 가계부 조사의 조사표는 신선과 가공식품을 포함한 식료품 구입현황 및 지출액과 관련된 문항으로 구성됨. 일반 소비자 조사표는 가공식품 구매 및 품목별 구입 현황 등에 대한 문항으로 구성됨.

표 1-4. 조사 내용 - 주 구입자 대상

구분	항 목	
가공식품 구매 및 소비 행태 일반	<ul style="list-style-type: none"> - 평소 가공식품 구입 주기 - 가공식품 구입 시 중요요소 - 가공식품 주 구입처 - 가공식품 주 구입처 이용 이유 - 지출액 기준 많이 구입하는 품목군 - 지출액 규모가 큰 가공식품 만족도 - 최근 1년 식품 지출 비교 - 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인 - 향후 1년간 가공식품 지출 변화 	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 1년 온라인 가공식품 구입 여부 - 온라인으로 가공식품 구입 하지 않는 이유 - 온라인 가공식품 구입 주기 - 온라인 통한 가공식품 구입 이유 - 지출액 기준 온라인 구입 구입하는 품목군 - 온라인 가공식품 구입 시 이용방법 - 온라인 구입 가공식품 가격, 품질 만족도 - 최근 1년 동안 가공식품 구입 변화 - 향후 1년간 온라인 통한 가공식품 구입 변화
가공식품 품목별 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> - 가공식품 품목별 구입 변화 - 가공식품 품목별 구입 시 중요하게 생각하는 요소 	
간편식 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> - 간편식 품목별 구입 변화 - 간편식 제품 구매 시 중요요소 - 간편식 주 구입 이유 - 간편식 구입 주기 - 간편식 월평균 지출액 - 간편식 구입 장소 	<ul style="list-style-type: none"> - 간편식 구입 장소 이용 이유 - 간편식 주 용도 - 주로 구입하는 간편식 품목 - 간편식 요소별 만족도 - 향후 1년간 간편식 구입 변화
건강기능식품 및 건강식품 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> - 건강기능식품 및 건강식품 구입 변화 - 건강기능식품 및 건강식품 구입 시 중요 요소 - 건강기능식품 및 건강식품 구입 용도 - 많이 구입하는 건강기능식품 및 건강식품 - 건강기능식품 및 건강식품 구입 지출액 - 건강기능식품 및 건강식품 복용 이유 - 평소 건강기능식품 및 건강식품 먹지 않는 이유 	<ul style="list-style-type: none"> - 건강기능식품 및 건강식품 주 구입처 - 주 구입처 이용 이유 - 건강기능식품 및 건강식품 정보 획득경로 - 국내 생산 건강기능식품 이용 시 불편사항 - 현재 건강식품 또는 건강식품 복용여부 - 건강기능식품 및 건강식품 요소별 만족도 - 향후 1년간 건강기능식품 및 건강식품 구입 변화
유기농 식품 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> - 유기농식품 인증 마크 인지 여부 - 유기농식품 인지 여부 - 유기농식품 자가 인지도 - 유기농식품 구입 경험 - 유기농 구입 시 유기농식품 마크 확인 - 유기농 구입 시 인증품질 신뢰도 - 최근 1년 유기농식품 구입 변화 	<ul style="list-style-type: none"> - 유기농식품 구입 이유 - 유기농식품 구매 시 중요요소 - 유기농식품 주 구입처 - 유기농식품 구입 장소 이용 이유 - 유기농식품 요소별 만족도 - 향후 1년간 유기농식품 구입 변화

구분	항 목
식품 소비 라이프 스타일 및 인식	<ul style="list-style-type: none"> - 평소 식품 소비 상황 일치 정도 - 평소 식품 소비 인식 동의 정도 - 가격에 대한 인식도 - 같은 상품 구매 시 가장 저렴하게 구입 할 수 있는 구매처 - 가격변화가 가장 심한 품목 - 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 주는 품목 - 맛에 대한 기호 - 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목 - 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목 - 품목별 선호도
가구 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 가족 구성 형태 - 현재 맞벌이 여부 - 월평균 가구 소득 - 월평균 식료품 구매액 - 현재 주거 형태 - 자동차 보유 여부 - 식품 구입 또는 조달 시 차량 이용 여부 - 건강에 대한 관심 - 가구원/동거인 중 증상/병증 여부 - 사회적 지원 경험 여부 - 작년 가공식품 실태조사 응답 여부 - 직업, 학력, 결혼 여부

표 1-5. 조사 내용 - 가계부 조사

구분	항 목
조사범위	신선농수축산물과 가공식품을 포함한 식료품 지출액 조사
조사주기	4주 기준 매일 기장조사(온라인입력 가능)
조사항목	구입일자, 구입시간, 구입처(온라인, 오프라인 포함), 품목명(육류는 부위까지 기록), 브랜드/제품명, 단위, 단위당 중량, 수량, 구입액, 원산지, 인증표시, 할인여부 등

표 1-6. 조사 내용 - 일반 소비자 조사

구분	항 목
가공식품 구매 및 소비 행태 일반	<ul style="list-style-type: none"> - 평소 가공식품 구입 주기 - 가공식품 구매 가장 주된 이유 - 가공식품 주 구입처 - 가공식품 주 구입처 이용 이유 - 지출액 기준 많이 구입하는 품목군 - 지출액 규모가 큰 가공식품 만족도 - 가공식품 구입 시 중요 고려 기준 - 최근 1년 식품 지출 비교 - 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인 - 향후 1년간 가공식품 지출 변화 - 최근 1년 온라인 가공식품 구입 여부 - 온라인으로 가공식품 구입 하지 않는 이유 - 온라인 가공식품 구입 주기 - 온라인 통한 가공식품 구입 이유 - 지출액 기준 온라인 구입 구입하는 품목군 - 온라인 가공식품 구입 시 이용방법 - 온라인 구입 가공식품 가격, 품질, 배송 만족도 - 최근 1년 동안 가공식품 구입 변화 - 향후 1년간 온라인 통한 가공식품 구입 변화

구분	항 목	
가공식품 품목별 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 1년 동안 가공식품 품목별 소비 현황 - 최근 1년 동안 가공식품 품목별 향후 의향 	
가공식품 안전성	<ul style="list-style-type: none"> - 평소 가공식품 안정성 문제점 관심 - 우리나라 가공식품 안정성 체감도 - 가공식품 품목별 안정성 우려 정도 	<ul style="list-style-type: none"> - 가공식품 안전관리를 위한 각 주체 중요도 - 안전한 가공식품 위한 높은 가격 지불 용의
가공식품 표시/정보	<ul style="list-style-type: none"> - 가공식품 구매 시 포장지 표시내용 확인 - 가공식품 품목별 구입 시 실제 확인하는 품목 - 식품표시 만족도 - 식품표시 신뢰도 	<ul style="list-style-type: none"> - 식품표시 신뢰하지 않는 이유 - 표시 이용도 및 신뢰도 평가 - 표시 및 인증 인지도 - 표시 및 인증 구입 시 확인여부 - 가공식품 정보 획득 경로
식품 소비 라이프 스타일 및 인식	<ul style="list-style-type: none"> - 평소 식품 소비 상황 일치 정도 - 평소 식품 소비 인식 동의 정도 - 가격에 대한 인식도 - 같은 상품 구매 시 가장 저렴하게 구입 할 수 있는 구매처 - 가격변화가 가장 심한 품목 	<ul style="list-style-type: none"> - 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 주는 품목 - 맛에 대한 기호 - 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목 - 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목 - 품목별 선호도
가구 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 직업 학력, 월평균 개인소득 - 가공식품 구입액 - 외식 및 배달/테이크아웃 구입액 - 가족 구성 형태 - 식품 직접 구입 여부 - 건강에 대한 관심도 - 증상/병증 여부 - 키, 몸무게 - 체중 조절(다이어트) 관심 여부 	<ul style="list-style-type: none"> - 체중 조절 위한 식수량 조절 여부 - 규칙적인 운동 여부 - 결혼 여부 - 혼밥 여부 및 주기 - SNS 사용여부 - 먹방, 쿡방 등 음식 프로그램 시청 여부 - 차량 보유 여부 - 식품 구입 시 차량 조달 여부

2.3. 조사 수행

- 본 조사는 1년 주기로 매년 조사되고 있으며, 2018년 주 구입자 대상 조사는 7월 16일부터 8월 24일까지 진행되었으며, 가계부 조사는 8월 13일부터 9월 11일까지 총 4주간 진행됨. 일반 소비자 대상 조사는 8월 1일부터 9월 7일까지 진행됨.
- 본 조사에서 식품 주 구입자 대상 조사는 대면면접조사, 가계부 조사는 영수증을 포함한 기장조사, 일반 소비자 대상 조사는 온라인 설문조사 방식으로 진행되었음.
 - 대면면접조사는 면접원이 조사를 위해 사전 할당된 가구로 방문한 후, 응답자에게 질문하고 응답자가 응답한 내용을 그대로 입력하는 방식의 조사
 - 온라인 설문조사는 자체 패널을 대상으로 URL 주소를 알려주면 응답자 스스로 사이트에 접속하여 설문에 응답하는 방식의 조사

3. 조사의 특징 및 기대효과

3.1. 조사표 수정 및 변경승인

- 가공업체, 소비자, 학계, 협회 등 관련 분야 전문가를 대상으로 2017년 조사표에 대한 검토회의를 거쳐 조사 문항을 수정·보완하였음. 2017년 조사표 검토 시 2017년 분석결과와 유사 통계자료의 조사결과를 비교 분석하여 조사결과의 대표성과 객관성을 검증하였음.
- 전문가 및 식품업계 담당자, 정책담당자들과 설문지 개선사항 논의

- 전년도 실사업체와 간담회(2월 23일)
 - 1차 전문가 간담회(2월 23일)
 - 2차 전문가 간담회(3월 2일)
- 전년도 실사업체와 전문가 간담회 내용을 반영하여 조사표 변경
- 가구용(승인통계) 및 가구원용(미승인통계) 조사표 확정
 - 가구용(승인통계) 조사표는 기존 구성 체제를 유지하되, 조사대상 품목 카테고리 축소, 건강기능식품 및 온라인 구입행태 조사 강화, 가공식품에 대한 태도·소비행태 측면 보완, 2차 분석의 활용도 제고를 위한 배경질문을 강화
 - 가구원용(미승인통계) 조사표는 가구용 조사와의 차별성 확보하기 위해 조사대상 품목 카테고리 축소, 식품관련 정책에 대한 인식·태도 조사 추가, 라이프스타일 문항 재구성, 가공식품에 대한 태도·트렌드 문항을 강화
- 조사문항 검토과정에서 KREI ‘식품소비행태조사’와의 중복성을 체크하여 조정함으로써 조사의 효율성을 제고시키고 필요한 신규 조사문항을 확대하여 조사 내용을 확충하였음. ‘가공식품 소비자 태도조사’와 KREI의 ‘식품소비행태조사’는 조사대상이 전국단위 가구조사로 동일하며 조사목적도 유사하여 중복성 해소 시 보다 효과적인 조사가 가능할 것으로 사료됨.
- 가구특성 등 일반 문항은 동일한 보기를 갖도록 배치함으로써 KREI의 ‘식품소비행태조사’와 ‘가공식품 소비자 태도조사’의 연계분석이 가능하도록 문항을 조정
- 수정된 조사문항은 통계청에 조사문항 변경승인을 요청하는 절차를 밟음.
- 통계청 승인통계인 가구용 조사표 변경승인 신청(4월 18일) → 통계작성 변경승인(협의)신청서(통계법 시행규칙 별지 제8호 서식) → 통계의 작성 기획서 → 변경사항 신규대비표 작성
 - 통계청 1차 검토사항 답변서 작성(4월 25일)
 - 통계청 2차 검토사항 답변서 작성(4월 27일)

- 통계 개요 및 변경현황 관련 통계청 요구사항 작성(5월 2일)
- 가공식품 소비자 태도조사 통계청 변경승인 완료(5월 4일)

3.2. 조사의 기대효과

- 가공식품 소비자 태도조사 통계는 정부의 정책 수립 및 식품기업의 마케팅 전략 수립에 필수적인 기초자료로 활용될 것으로 기대됨.
- 소비자의 식품 소비 태도와 니즈 변화를 파악하고 적극적으로 대응함으로써 식품산업의 경쟁력 제고와 식품 수요자인 소비자의 니즈 부응에 기여할 것으로 기대됨.

제 2 장

조사 설계

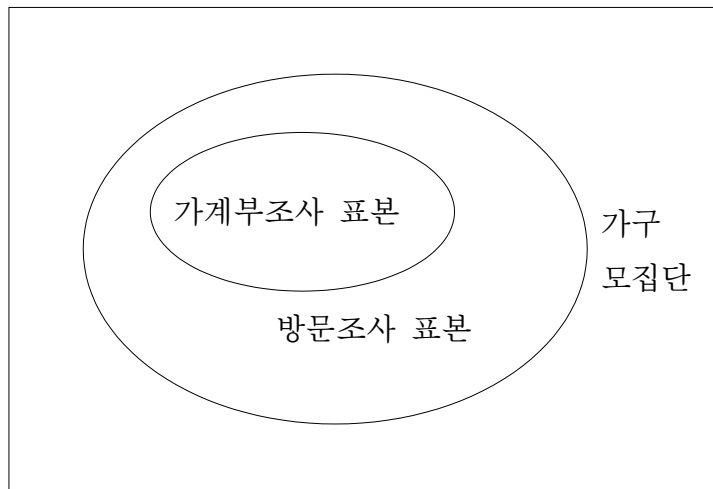
1. 주 구입자 대상(가계부 조사 포함) 조사 표본 설계

1.1. 기본 방향

- 가공식품 소비자 태도조사는 변화하는 소비자의 라이프스타일과 식품 소비 태도 및 니즈(needs) 변화를 파악하기 위해 2011년 한국농수산물유통공사(이하 aT) 주관 하에 최초로 작성된 이래 매년 수행되었고, 2018년부터 주관 기관이 한국농촌경제연구원(이하 KREI)으로 변경됨. 올해 표본조사는 다음의 2가지 조사를 고려함.
 - (i) 전국 및 권역별 분석이 가능한 가구 내 만 19~74세의 식품 주 구입자에 대한 방문조사
 - (ii) 방문조사 응답가구 중 일부에 대해 4주간 가공식품 구입에 관한 가계부 기장조사
- 본 연구는 식품류 주구입자들에 대한 (i) 방문조사를 위한 표본설계를 수행하고, (ii) 가계부 기장조사를 위한 표본규모의 가이드를 제공함.
 - 식품 주 구입자 방문조사는 전국과 6개 권역(수도권, 충청권, 호남권, 대

- 경권, 동남권, 강원권)별 분석이 가능한 약 2,000개의 표본(응답)가구 구성 필요
- 식품 주 구입자 대상 가계부조사는 방문조사 응답가구 중 일부인 약 500개의 표본(응답)가구로 구성하되, 가급적 1인 가구 여부(1인, 2인 이상), 지역(수도권·비수도권), 연령대(20-30대, 40-50대, 60대 이상)별 특성집단을 대표할 수 있는 있도록 구성, 표본규모 및 주요 조사특성에 대한 추정 안정성을 고려하여 혼합표본을 구성하는 등 세 가지 요소를 함께 고려
 - 2016 식품소비행태조사의 조사구 표본 내 1,917개 응답가구와 가구 내 성인·청소년 구성원 모두를 대상으로 반복조사를 실시하여 식품소비행태의 트렌드 분석 효율성을 제고
 - 집계구 및 신규아파트 영역의 표본조사 안정성을 강화하기 위해 2017년 조사를 위해 새롭게 표본을 추출하되 2016년에 조사된 집계구와 신규아파트를 가급적 많이 중복하도록 하여 트렌드 분석의 효율성을 제고하는 동시에 2017년도 모집단의 횡단면 특성의 파악을 강화

그림 2-1. 가공식품 소비자 태도조사 표본구성



1.2. 모집단

- 가공식품 소비자 태도조사의 대상은 우리나라의 일반가구 내 식품 구입을 주로 하는 주부 및 세대주임.¹
- 표본추출틀로는 통계청의 2015년 등록센서스 조사구 명부를 사용함.
 - 조사구란 지리적으로 인접한 일반 가구를 블록화한 지역단위
 - 2015년에 구축된 기본 조사구는 행정자료를 기반으로 동읍면 단위에서 평균 30가구를 포함하도록 하였고, 최근에는 인접한 조사구를 결합하여 평균 60가구를 포함하는 병합 조사구를 구축하여 제공
 - 참고로 2017년 가공식품 소비자 태도조사에서는 병합 조사구가 제공되지 이전에 수행되어 평균 30가구를 포함하는 기본 조사구 사용
 - 2015년 조사구는 이전 인총조사의 조사기반 자료가 아닌 등록기반 자료를 사용하여 조사구 내 가구 및 가구원, 주택 등에 대한 집계 자료만을 제공하므로 가구 단위의 연계가 불가능하고 조사구 특성만을 파악할 수 있는 제한적 정보를 보유
- <표 2-1>과 <표 2-2>는 권역별 동·읍면 구분에 따른 일반가구 분포를 보여줌.
 - 전국의 총 18,560,738가구 중 49.5%인 9,196,688가구가 수도권에 있고 나머지 50.5%인 9,364,050가구가 비수도권에 위치
 - 비수도권의 권역별로는 동남권이 가장 많은 2,888,918가구를 포함하며 강원권이 가장 적은 546,630가구를 포함
 - 권역별 동·읍면 가구 구성비는 수도권과 동남권이 가장 차이가 많아 읍면의 규모는 각각 8.33%와 18.00%
 - 강원권의 동·읍면은 각각 335,257가구와 211,373가구로 가장 소규모

¹ 부가조사에서는 가구원도 포함

표 2-1. 권역별 동·읍면 지역별 가구 분포

(단위: 가구)

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

표 2-2. 권역별 동·읍면 지역별 가구비율 분포

(단위: 열%, 행%)

분류	권역	일반가구 (열%)	지역구분(행%)	
			동지역	읍면지역
수도권	수도권	49.5	91.67	8.33
비수도권	충청권	10.5	65.09	34.91
	호남권	11.2	69.91	30.09
	대경권	10.2	72.01	27.99
	동남권	15.6	82.00	18.00
	강원권	2.9	61.33	38.67
	소계	50.5	72.57	27.43
전국	총계	100.0	82.03	17.97

1.3. 표본설계 및 추출

- 표본은 기본적으로 조사운영 및 주요 분석 영역별로 안정적인 분석이 가능할 수 있도록 설계함.
 - 전국단위는 물론 권역별 분석이 안정적일 수 있도록 표본할당을 고려
 - 추가로 가급적 시·도 단위별 추정의 안정성을 간접적으로 고려하였고 동·읍면 구성은 비례적으로 구성비를 갖출 수 있도록 함. 단, 부산과 인천의 읍면은 상대적으로 규모가 작아 경기·경남의 읍면 분류로 편입시켜 분석의 안정성을 지향
 - 병합 조사구를 일차추출단위로 사용하여 조사운영 및 정도평가가 안정적일 수 있도록 하였고 조사구 내 대략 8개의 응답가구를 목표

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

- 표본추출은 층화이단 확률비례 계통추출법을 적용함.
 - 표본층별로 먼저 조사구를 가구수 기준의 크기비례로 추출하고 선택된 조사구 내 동일한 수의 가구를 계통추출로 선택하여 층별로 가구추출확률이 균등하도록 표본추출, 즉 균등확률추출(equal probability selection method, 이후 epsem)이 되도록 수행

- 표본할당은 다음과 같은 세 단계로 구성된 절충할당 고려함.
 - ① 권역별 가구수의 제공근에 비례하는 절충할당
 - ② 권역 내 시도별 가구수의 제공근에 비례하는 절충할당
 - ③ 시도 내 동·읍면 가구수 기준의 비례할당

- <표 2-3>과 <표 2-4>는 각각 권역별 구분은 물론 시도 내 동·읍면 지역구분에 따른 조사구 및 가구 표본할당을 정리함.
 - 전국 가구의 절반을 차지하는 수도권에 대해 전체 250개 표본조사구 중 78개 조사구인 약 31.2%의 표본을 할당
 - 전국 가구의 2.5%를 포함하는 강원권은 전체 250개 표본조사구 중 19개 조사구인 약 7.6%의 표본을 할당

- 표본조사구는 표본층별로 크기비례확률추출에 의해 선택함.
 - 시·도 및 동·읍면 구분에 의해 정의되는 총 29개의 표본층별로 (병합) 조사구를 다음의 기준으로 정렬하여 내재적 층화(implicit stratification)²의 효과 추구
 - 조사구 구분(아파트·비아파트)
 - 시군구 코드
 - 동읍면 코드
 - 병합조사구 ID
 - 더불어 지나치게 작은 조사구의 추출을 방지하기 위해 가구수 31개 이하를 제외하는 절사추출(cut-off sampling)을 적용

² 선택된 특성에 따라 개체를 나열한 뒤 계통추출하므로 표본개체는 해당 특성에 대한 균형을 갖추게 되어 마치 층화추출과 유사한 효과를 갖게 되므로 이를 내재적 층화라 함.

표 2-3. 표본층별 표본조사구 할당

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

표 2-4. 표본층별 표본가구 할당

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

- 조사구 내 표본가구의 선택은 기대 응답률의 가정 하에 계통확률추출로 표본가구를 추출함.
 - 응답률 50%를 가정하여 조사구 당 16개 표본가구 추출
 - 조사구 내 가구추출은 계통확률방식에 따라 조사구 가구명단의 순서에 따라 16개의 연속된 가구 묶음을 형성하고 첫 번째 가구 묶음 중 한 가구를 확률추출한 뒤 다른 가구 묶음별로 동일한 위치의 가구를 표본조사 대상가구로 선택

- 조사기간이 짧음을 감안하여 조사운영의 안정성을 확보하기 위해 조사구 및 표본가구 대체를 제한적으로 허용함.
 - 조사기간은 7월15일~8월31일까지 약 1.5개월로 매우 짧아 가급적 지리적으로 인접한³ 조사구로 대체하고자 2배수의 예비표본 조사구 마련
 - 원표본 조사구에 대한 대체 가능사유로 접근불가(관리사무소 불허), 조사불응(5가구 미만 포함), 재개발, 기숙사, 직원숙소 등의 일부 부적격 사유 허용⁴
 - 조사구 내 16개 표본가구를 모두 접촉한 후에도 응답가구수가 4개 이하인 경우에는 조사구 가구명부의 순서를 기준으로 전·후 가구를 조사하는 것을 허용. 단, 가구당 5회 방문 (혹은 강력거절 2회 등)으로 최종적 무응답을 결정하도록 하였으며 조사보고(파라데이터)에 명시하도록 하여 표본가구 대체를 가급적 제한

- 가계부조사를 위한 표본선택은 방문조사의 응답가구 중 일부를 선택하되 세 가지 인구학적 특성인 권역, 가구주 연령(19~20세, 40~59세, 60~74세), 1인 가구 여부(1인, 기타)에 따른 소프트할당을 제시함.
 - 가급적 확률(무작위) 선택이 가능하도록 하되 촉박한 섭외기간(7월15

³ 표본층별 조사구 추출시 고려한 내재적 층화특성이 지리적 인접성에 해당

⁴ 재개발 등의 부적격은 원칙적으로 대체사유로는 바람직하지 못하나 조사여건상 허용

일~7월31일)을 감안하여 조사초기 접촉 기간 중 기간대별로 균등하게 분할하여 특성별 가구선택 권고

- 예를 들면, 첫 2주간을 1주차-주중, 1주차-주말, 2주차-주중, 2주차-주말로 구분한 뒤 할당특성별 2배수 정도로 가계부조사의 참여 독려
- 가급적 요청대상 가구와 참여 동의 가구를 파라미터로 구분하여 기록하도록 권유

2. 표본가중치

2.1. 가중치 산출 개요

- 복합표본설계(complex sampling design)에 의한 조사자료를 분석할 때, 개별 응답개체의 조사값 y_{hik} 은 표본가중치 w_{hik} 와 곱한 가중합 형태로 모총합을 추정함.

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

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

- 여기서 hik 는 각각 표본층, 집락, 가구에 대한 식별기호이고, U 와 s 는 각각 모집단과 표본을 표기

- 표본가중치(sampling weight)는 표본개체가 대표하는 모집단 개체수의 추정량. 따라서 표본가중치의 산출에 다음의 요소를 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).

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

- 가공식품 소비자 태도조사의 기본적인 표본추출단위는 조사구와 조사구 내 가구이고 조사대상은 가구 내 주구입자(또는 가정주부)임. 따라서 조사단위

는 물론 분석단위별 모집단을 대표할 수 있는 표본가중치를 산출하여 관련된 통계분석이 가능하도록 함.

- 가공식품 소비자 태도조사의 표본추출단위는 조사구와 가구로 이루어짐. 따라서 조사단위별로 모집단을 대표하는 표본가중치를 각각 산출하여 관련된 통계분석이 가능하도록 함.

2.2. 조사구 가중치

- 조사구 가중치는 기본적으로 설계가중치로 조사구의 포함확률의 역수로 정의됨. 조사구 대체를 제한적이거나 허용함으로 실질적으로 무응답 조정이 반영됨.

- 조사구 설계가중치는 표본 포함확률의 역수로 다음과 같이 정의

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

여기서 π_{hi} 는 표본층 h 내에서 i 번째 조사구가 표본에 포함될 확률로 이는 표본층에 할당된 표본수 n_h 와 조사구 내 가구수 M_{hi} , 그리고 N_h 의 조사구로 이루어진 표본층의 총 가구수 $M_{h+} = \sum_{i=1}^{N_h} M_{hi}$ 로 정의

- 조사구 설계가중치는 표본조사구(hi)가 대표하는 모집단 내 총 조사구수
- 더불어 강원권에서 교체된 조사구에 대한 규모변동에 따른 추가적 조정을 거쳐 최종가중치를 산출함. 즉, 원표본 조사구를 대신한 대체표본 조사구의 가구수로 조정

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

여기서 $M_{hi'}$ 는 대체조사구 내 가구수를 표기

○ <표 2-5>는 조사구 설계가중치 분포를 권역별로 정리함.

- (병합) 조사구 크기에 비례한 포함확률의 역수의 변동
- 수도권 조사구 가중치는 최소 431.8에서 3,373.2의 가장 많은 변동을 갖는 반면, 강원권은 142.1에서 768.9의 비교적 작은 변동
- 불균등한 표본가중치를 사용한 가중평균을 사용하면 이로 인해 추정량의 분산이 증가하는데 이는 다음과 같은 식으로 표현(Kish, 1987)

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

여기서 $\bar{y}_w = \sum_s w_k y_k / \sum_s w_k$ 와 $\bar{y} = \sum_s y_k / m$ 는 각각 가중평균과 단순평균이며, $cv_w^2 = m^{-1} \sum_s (w_k - \bar{w})^2 / \bar{w}^2$ 은 가중치 상대분산, $\bar{w} = m^{-1} \sum_s w_k$ 는 가중치 평균

- 분산증가분은 1.084~1.296의 범위

표 2-5. 권역별 조사구 최종가중치 분포

권역	조사구	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	L_w
수도권	78	143,132.8	1,835.0	431.8	1,823.5	3,373.2	1.118
충청권	36	31,122.3	864.5	149.2	819.1	1,762.7	1.213
호남권	37	33,831.4	914.4	484.3	836.0	1,508.3	1.084
대경권	36	30,583.7	849.5	298.9	858.8	1,524.7	1.094
동남권	44	47,062.6	1,069.6	462.4	985.9	1,784.5	1.118
강원권	19	8,279.1	435.7	142.1	403.3	768.9	1.125
전 국	250	294,011.9	1,176.0	142.1	993.8	3,373.2	1.296

2.3. 가구 가중치

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

$$w_{hik}^d = w_{hi}^F \left(\frac{M_{hi}}{m_{hi}^F} \right)$$

여기서 m_{hi}^F 는 조사구 내 전체 표본가구

- 조사구 내 무응답 가구에 대한 조정을 통해 가구 무응답가중치를 산출함.
 - 조사구 내 응답 가구수와 무응답 가구수를 각각 m_{hi}^{CO} 와 m_{hi}^{NR} 로 정의하면, 가구 무응답조정 가중치는 다음과 같이 정의

$$w_{hik}^{NR} = \begin{cases} w_{hik}^d \left(\frac{m_{hi}^{CO} + m_{hi}^{NR}}{m_{hi}^{CO}} \right) & \text{응답가구} \\ 0 & \text{무응답가구} \\ w_{hik}^d & \text{부적격가구} \end{cases}$$

- 자료분석은 최종적으로 응답가구만을 대상으로 하므로 응답가구에 대한 무응답조정 가중치만 고려
- 마지막으로, 인구사회학적 보조정보를 이용하여 해당특성의 모집단 총합과 표본가중 총합이 같도록 일치시키는 칼리브레이션 조정을 고려하여 가구 최종가중치를 산출함.
 - 칼리브레이션 조정은 다음과 같이 가구 무응답가중치에 인구사회학적 특

성별로 반복적으로 조정하여 해당 특성별 가중총합이 모집단 총합과 일치할 수 있도록 하는 레이킹-비 조정을 고려

- 레이킹-비 조정을 위해 16개 특별·광역시·도, 가구주 성별, 가구주 연령대(20~29세, 30~39세, 40~49세, 50~59세, 60~69세, 70~74세)를 사용
- 레이킹-비 조정가중치는 보조정보 특성별로 반복적으로 벤치마킹하여 다음과 같이 정의

$$w_{hik}^F = w_{hik}^{NR} \exp(\lambda' x_{hik})$$

여기서 x_{hik} 는 보조정보 특성을 나타내며, λ 는 특성별로 다음의 칼리브리이션 조정을 만족케 하는 해(solution)

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

- <표 2-6>은 레이킹-비 조정을 위해 고려한 보조변수별 조정 전·후의 가중총합을 비교하고 있음.
 - 보조변수로 고려한 인구사회학적 특성의 모집단 총합은 2017년 등록센서스의 가구총합 정보를 사용
 - 전체적으로 5.7%의 과대포함을 나타내는데 이는 조사구 표본 포함확률의 계산 시 가구주 연령범위 (즉, 20~74세) 내 가구수 정보를 사용할 수 없음에 따른 (일종의 축소)조정
 - 레이킹-비 조정전 조사구별 가구수 기준의 무응답 조정을 통해 반영되지 않은 포함오차를 살펴보면, 여성 가구주와 70-74세 가구주가 각각 20.2%와 149.2%로 과대하게 포함

표 2-6. 보조변수별 조정 전·후 가구 총합 비교

특성	지역	가구수	조정전 총합	조정후 총합	비포함률(%)	조정비
지역	서울	243	3,781,085	3,523,783	-7.3	0.932
	부산	145	1,234,888	1,228,783	-0.5	0.995
	대구	144	919,856	866,325	-6.2	0.942
	인천	141	1,044,158	1,007,384	-3.7	0.965
	광주	80	572,844	532,144	-7.6	0.929
	대전	80	561,934	553,166	-1.6	0.984
	울산	80	351,603	406,401	13.5	1.156
	경기	260	4,662,922	4,297,380	-8.5	0.922
	강원	152	548,954	545,067	-0.7	0.993
	충북	80	621,042	560,629	-10.8	0.903
	충남	128	862,549	828,983	-4.0	0.961
	전북	88	729,516	626,333	-16.5	0.859
	전남	80	680,702	608,613	-11.8	0.894
	경북	144	969,043	937,786	-3.3	0.968
	경남	128	1,158,072	1,159,211	0.1	1.001
제주	48	220,457	218,292	-1.0	0.990	
가구주 성별	남	1,388	12,695,136	12,722,080	0.2	1.002
	여	633	6,224,489	5,178,200	-20.2	0.832
가구주 연령	20대	132	1,361,928	1,353,796	-0.6	0.994
	30대	323	2,950,888	3,193,759	7.6	1.082
	40대	447	4,179,049	4,429,210	5.6	1.060
	50대	505	4,722,604	4,709,866	-0.3	0.997
	60대	337	3,128,366	3,179,749	1.6	1.016
	70-74세	277	2,576,790	1,033,900	-149.2	0.401
전체		2,021	18,919,624	17,900,280	-5.7	0.946

○ <표 2-7>은 가중치 종류별 분포를 정리하고 있음.

- 조사구 최종가중치를 기반으로 계산된 가구 기초가중치에서 가장 변동량이 심하여 분산증가분이 1.876으로 최대
- 반면 가구 무응답조정 가중치와 가구 최종가중치는 변동량이 줄어 분산증가분이 각각 1.262와 1.314로 축소
- 가구 최종가중치는 평균 8,867.1이고 최소값 851.4와 최대값 32,525.2로 레이킹-비 조정에 의해 최대값이 많이 증가

표 2-7. 가중치 종류별 분포

가중치	개체수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	L_w
조사구-최종	250	294,011.9	1,176.0	142.1	993.8	3,373.2	1.296
가구-기초	12,548	19,137,758.3	1,525.2	306.5	977.8	9,217.7	1.876
가구-무응답	2,021	18,919,624.4	1,361.5	2,359.3	7,772.1	2,446.9	1.262
가구-최종	2,021	17,900,280.0	8,857.1	851.4	7,570.6	32,525.2	1.314

○ <표 2-8>은 권역별 가구 최종가중치 분포를 정리함.

- 평균값은 수도권이 가장 큰 13,708.9의 값을 갖고 강원권이 가장 작은 3,586.0의 값
- 전국에 비해 권역수준별로는 분산증가분은 다소 작은 값을 보여 대경권은 1.068로 작았고 수도권에서 1.156

표 2-8. 권역별 가구 최종가중치 분포

권역	조사구	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	L_w
수도권	644	8,828,547	13,708.9	2,226.4	15,118.0	32,525.2	1.156
충청권	288	1,942,778	6,745.8	851.4	7,487.3	14,251.8	1.141
호남권	296	1,985,382	6,707.4	1,697.8	7,155.1	12,359.1	1.099
대경권	288	1,804,111	6,264.3	1,733.2	6,807.7	8,922.0	1.068
동남권	353	2,794,395	7,916.1	1,796.4	8,654.5	13,818.6	1.110
강원권	152	545,067	3,586.0	1,338.7	3,680.8	5,935.5	1.083
전 국	2,021	17,900,280	8,857.1	851.4	7,570.6	32,525.2	1.314

2.4. 모수 추정

- 본 조사의 조사대상은 가구수준의 주구입자로 해당 모수추정 및 자료분석이 가능함.
- 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 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.

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

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

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

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

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

- 따라서 비가중추정량은 분산이 작더라도 편향이 크다면 평균제곱오차가 상당히 커질 수 있게 되는 반면 표본가중치를 이용한 가중추정량 \hat{Y} 는 불

편추정량이기 때문에 평균제곱오차와 분산이 $mse(\hat{Y}) = v(\hat{Y})$ 으로 서로동일

2.5. 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 산출

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

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

- 조사단위별로 총합추정량이 계산되어지며, 가구 가중치와 조사값이 선택되어 사용되어야 함.

2.6. 영역총합추정

- 가공식품 소비자 태도조사를 권역별, 성별, 연령별 등의 세부 영역으로 나누는 통계를 구하는 것은 영역추정(domain estimation)이라 칭함.
- 영역 총합추정을 위해서는 식품 소비자의 행태가 특정한 영역에 포함되는지의 여부를 나타내는 지시자(indicator)를 먼저 정의한 후 총합을 추정함.
 - 영역 지시자와 새로운 변수를 다음과 같이 정의

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

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

여기서 $U_d (\subset U)$ 는 특정 세부영역 d 를 표기

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

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

2.7. 총합함수추정

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

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

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

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

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

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

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

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

3. 분산추정

3.1. 총합추정

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

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

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

3.2. 영역총합 추정

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

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

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

3.3. 총합함수 추정

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

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

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

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

- 하지만, 실제 추정시에는 모총합 \hat{Y} 를 미지
- 따라서 $\tilde{l}_q = \partial\theta/\partial\hat{Y}|_{\hat{Y}=\hat{Y}}$ 을 대신하여 사용 가능

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

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

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

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

3.4. 상대표준오차 추정

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

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

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

4. 일반 소비자 대상 표본 설계

4.1. 모집단

- 일반 소비자 대상은 우리나라에 거주하는 만 14세 ~ 74세의 성인 남성 및 여성임.
- 표본추출틀로는 행정안전부의 2018년 6월 기준 주민등록통계를 사용함.

4.2. 표본설계 및 추출

- 표본설계는 기본적으로 조사운영 및 주요 분석 영역별로 안정적인 분석이 가능할 수 있도록 고려함.
 - 전국단위는 물론 권역별 분석이 안정적일 수 있도록 표본할당을 고려
- 표본조사 및 자료분석의 효율성을 고려하여 모집단 층화를 고려함.
 - 통계 공표 범위는 물론 표본 대표성 및 조사운영의 편리성을 확보할 수 있도록 권역구분을 1차 층화의 기준으로 고려
 - 더불어 조사운영 및 추가적 안정성을 확보하기 위해 성, 연령 분포에 따라 2차 층화를 고려
- 표본추출은 제곱근 비례할당을 적용함.
 - 표본층별로 권역, 성, 연령 분포를 제곱근 크기 비례로 추출하여, 층별로 추출확률이 균등하도록 할당
- 표본할당은 다음과 세 단계로 구성된 절층할당 고려함.

- ① 권역별 인구수의 제공근에 비례하는 절충할당
- ② 권역 내 성별 인구의 제공근에 비례하는 절충할당
- ③ 연령별 인구의 제공근에 비례하는 절충할당

○ <표 2-9>는 각각 권역별 구분은 물론 성, 연령 구분에 따른 표본할당을 정리한 결과임.

표 2-9. 일반 소비자 대상 표본 할당

지역		10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상	합계
서울/인천/경기	남성	41	87	95	105	98	61	18	505
	여성	37	83	92	105	98	65	21	501
대전/세종/충북 /충남	남성	9	17	18	21	22	15	4	106
	여성	5	15	17	20	21	15	5	98
광주/전북/ 전남/제주	남성	10	18	17	23	23	16	6	113
	여성	10	16	17	22	21	17	6	109
대구/경북	남성	8	17	16	20	21	14	4	100
	여성	8	13	14	19	21	16	5	96
부산/울산/경남	남성	13	25	26	32	33	23	7	159
	여성	11	21	25	31	33	24	8	153
강원	남성	3	5	4	6	7	5	2	32
	여성	2	4	4	5	6	5	2	28
합계		157	321	345	409	404	276	88	2,000

제 3 장

조사 내용과 방법

1. 조사 구성 및 조사 문항

1.1. 조사 기간

- 본 조사는 1년 주기로 매년 조사되고 있으며, 2018년 조사에서는 주 구입자 대상 조사는 7월 16일부터 8월 24일까지, 가계부 조사는 8월 13일부터 9월 11일까지 총 4주간 진행하였음. 일반 소비자 대상 조사는 8월 1일부터 9월 7일까지 조사가 진행됨.

- 조사 주기 : 1년

- 조사 기간

- ① 주 구입자 대상 조사 : 2018년 7월 16일~8월 24일
- ② 주 구입자 대상 가계부 조사 : 2018년 8월 13일~9월 11일(총 4주)
- ③ 일반 소비자 대상 조사 : 2018년 8월 1일~9월 7일

1.2. 조사 대상

- 조사대상은 주 구입자 조사와 가계부 조사인 경우는 만 18세 이상에서 만 75세 미만인 식품 주 구입자(주부) 대상으로 진행하였으며, 일반 소비자 조사는 만 13세 이상에서 만 75세 미만인 성인과 청소년을 대상으로 함.

1.3. 조사 방법

- 본 조사는 식품 주 구입자의 경우 대면면접조사, 가계부 조사는 영수증을 포함한 기장조사, 일반 소비자 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 설문조사는 자체 패널을 대상으로 URL 주소를 알려주면 응답자 스스로 사이트에 접속하여 설문에 응답하는 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 역할

을 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)메트릭스코퍼레이션의 본사 및 직영 사무소(대전), 협력업체 사무소(부산, 광주, 대구, 강원, 제주)에서 조사 지역별 최소 1명 이상의 지역 전담 슈퍼바이저를 배정하여 면접원 교육을 진행함.
- 면접원 교육에 참여한 슈퍼바이저의 수는 총 10명
 - 조사구의 수가 많이 할당된 서울 및 경기 지역은 지역별로 2명의 슈퍼바이저(과장급 이상)가, 그 외 지역은 1명의 슈퍼바이저(팀장급 이상)가 참여하여 면접원 교육을 진행

2.1.2. 면접원 선발, 교육 및 관리

- 본 조사에 투입되는 면접원은 면접원 선발 기준에 따라 적격 여부를 심사하여 선발함.
 - 최근 6개월 이내 가구 방문조사 경험이 있는 면접원, 식품 관련 조사 경험이 있는 면접원, 최소 경력 5년 이상인 여성 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 최소 4시간 이상).
 - 면접원 교육은 (주)메트릭스코퍼레이션 본사 및 직영사무소, 협력업체 사무소에서 조사에 참여하는 모든 면접원들을 대상으로 진행

표 3-1. 지역별 면접원 교육 일시 및 장소

구분	일시	장소
① 서울/인천/경기/강원	7/4(수)	플립사이드 회의실
② 대구/경북권	7/5(목)	대구역 KTX 회의실
③ 광주/전라권	7/5(목)	카네비즈니스센터
④ 부산/경남권	7/6(금)	부산 KTX 회의실
⑤ 대전/충청권	7/6(금)	계룡스파텔

- 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)
 - 가구원 명부 작성·등록: 접촉된 가구의 가구원 명부를 우선 작성하도록 하여 조사 진행의 기초자료로 활용
 - 실시간 정보 공유: 공지사항 및 실사 진행 특이사항을 공지하여 실시간 공유함으로써 실사의 효율성을 제고

2.2. 실사 진행

2.2.1. 실사 진행 과정

- 적격 응답자 확인 및 조사 협조 구하기
 - 가구 내에서 조사 대상인 식품 주 구입자가 집에 있는지 확인하고 조사에 대해 설명
 - 적격 대상자가 집에 있을 경우에는 조사 협조를 구한 후 조사를 진행, 만일 적격 대상자가 부재중일 경우에는 조사 시행에 대한 안내문 및 협조 공문, 메모를 남겨두고 추후에 다시 방문함을 고지함으로써 응답률을 제고
- 조사 시행
 - 조사를 시작하기에 앞서 조사에 소요되는 시간을 설명하고, 조사 매뉴얼에 기초하여 설문조사를 실시
 - 가구 내 식품 주 구입자의 설문조사를 종료한 후, 완성된 가구 구성원 설문을 자가 검증한 후 회수
- 완성
 - 상식적으로 어긋난 부분이 발견된 경우에는 해당 면접원을 통해 내용을 전달한 후 보완조사를 실시함으로써 응답 데이터의 완성도를 제고
- 사례품 증정
 - 조사에 협조해 준 주 구입자와 가계부 조사에 협조해 준 가구에게 사례품 증정과 함께 감사의 뜻을 전달하고, 2019년 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

- 면접원별 진행 현황 실시간 모니터링
 - 가구 방문 이력 및 가구원 명부를 통해 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 한 번 조사 참여 유도를 위해 방문

2.2.3. 조사 진행률

- 가공식품 소비자 태도조사는 총 6주간 진행됨. 조사에 소요된 시간은 가구 내 식품 주 구입자 설문 의 경우 평균 60분임. 일반 소비자 대상인 경우 평균 45분(온라인 설문조사 응답시간 기준)으로 나타남.

그림 3-1. 주 구입자 대상 조사 진행률

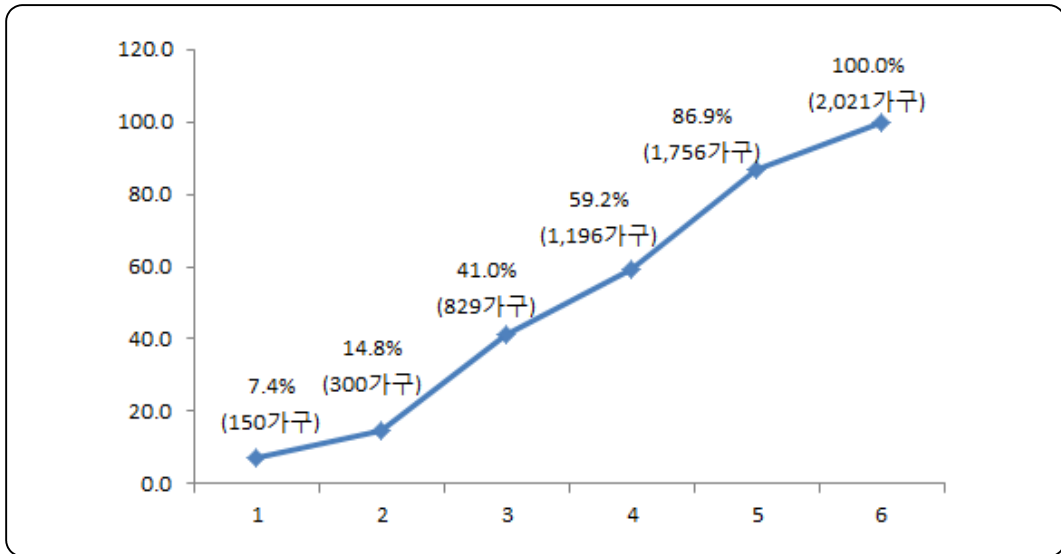
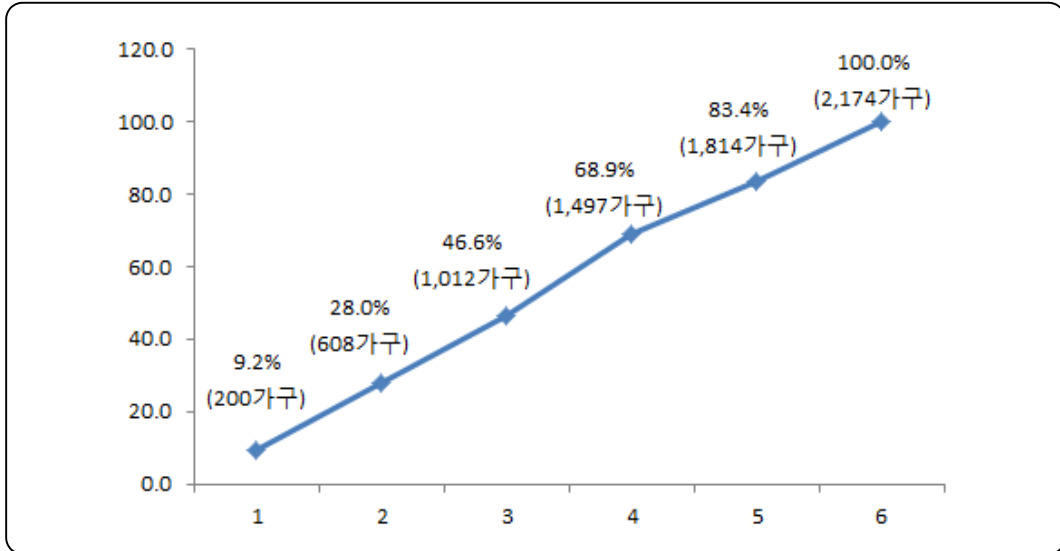


그림 3-2. 일반 소비자 대상 조사 진행률



3. 자료 입력, 검증 및 데이터 처리

3.1. 자료 입력

- 데이터 입력 프로그램을 통해 종이 설문지 데이터를 입력함.
 - 종이 설문지로 회수된 응답 설문지는 지역별 슈퍼바이저가 취합하여 (주)메트릭스코퍼레이션 본사로 전달, 전산처리팀이 입력을 담당
 - 전산 로직 프로그램을 활용하여 설문 응답의 이상치 또는 로직상의 에러를 확인하고 체크하여 DATA 오입력을 최소화
 - 전담 입력원이 설문지와 입력된 DATA를 확인하며 입력
 - 각 문항간 Cross Check를 실시하여 논리적 일관성이 없는 DATA를 추출하고, 조사표 확인 후 최종 데이터 확정

3.2. 자료 검증

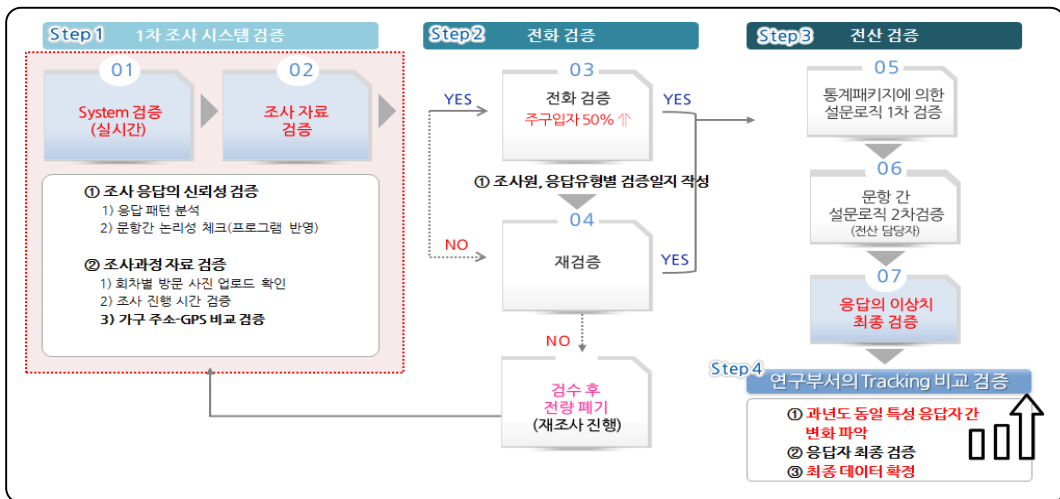
3.2.1. 실사 진행 중간 점검

- 주 구입자 응답 데이터 중 주요 통계치를 수시로 산출하여 조사 담당기관 (KREI)과 조사 실사기관의 연구진, 전문가 그룹이 모여 실사 과정 점검을 위한 중간 점검 회의(8/17)를 진행함.
 - 실사 기간 중 각 지방사무소 방문을 통해 실사 진행 상황을 점검하여, 진행이 부진한 지역의 구체적인 이유를 파악한 후 조치
 - 조사기간 내 별도의 콜센터 팀을 운영하여, 자주 발생하는 문의사항에 대한 해결을 통한 실사 진행의 애로사항 해결

3.2.2. 자료 검증 단계

- 주 구입자 대상 조사된 자료의 품질을 유지하기 위해, 다음과 같은 7단계에 걸쳐 검증을 실시함. 각 검증 단계마다 주요 검증 내용을 설정하고, 해당 사항을 검증함.

그림 3-3. 주 구입자 대상 자료 검증 단계



- 일반 소비자 대상 온라인으로 조사된 자료의 품질을 유지하기 위해, 다음과 같은 5가지 프로세스를 걸쳐 검증을 실시함.

그림 3-4. 일반 소비자 대상 자료 검증 단계



3.3. 자료 처리 및 분석

- 자료는 검증, 코딩, 자료 입력, 통계 처리 과정을 거침.
 - 종이 설문지는 면접원이 슈퍼바이저에게 제출하면 누락된 내용이 있거나 오류가 있는지 1차 검증하여 재조사 여부를 결정하고, 필요시에는 면접원이 재조사 후 다시 제출
 - 시스템 검증, 전화 검증을 통해 오류가 발견될 시 재조사하거나 불가피한 경우 오류 설문지를 폐기
 - 온라인으로 저장된 데이터 및 종이 설문지로 응답된 설문지에 대해 코딩을 진행하고, 이상이 있는 설문지는 재조사하거나 불가피한 경우 오류 설문지를 폐기
 - 검증, 코딩이 완료된 설문지 입력 중 논리적 오류 발생 시 재조사하거나

불가피한 경우 오류 설문지를 폐기

- 파일화된 응답데이터는 빈도표 산출 후 이상 값이 있는지 확인하고, 이상 값이 있는 설문지가 있다면 재조사하거나 불가피한 경우 오류 설문지 및 입력값을 삭제

○ 자료 분석

- 수집된 자료는 통계 프로그램을 활용하여 분석을 실시한 후 결과를 제시

4. 응답자 특성

4.1. 주 구입자 대상 조사의 표본가구 특성

- 2018년도 주 구입자 대상 가공식품 소비자 태도조사는 2,021가구가 조사에 참여하여 최종 분석에 사용됨.
- 가구의 권역별 분포를 살펴보면 수도권이 31.9%, 동남권 17.5%, 호남권 14.6%, 대경권, 충청권 14.3%, 강원권이 7.5%로 나타남.
 - 행정구역별로는 동 지역이 78.6%, 읍·면 지역이 21.4%
- 가구원 수에 의한 가구 규모별 분포를 살펴보면 1인 가구 및 2인 가구가 각각 28.9%, 27.6%로 높은 비중을 차지하며, 3인 가구 20.8%, 4인 가구 21.4%, 5인 이상 가구는 1.3%로 절반 이상이 2인 이하 가구로 나타남.
- 가구주 성별 분포를 살펴보면, 남성이 68.7%, 여성이 31.3%로 나타남.
- 가구주 연령대별로 살펴보면, 60대 이상이 30.4%, 50대 25.0%, 40대 22.1%, 30대 16.0%, 20대 6.5%로 나타남.

표 3-2. 주 구입자 대상 가구 특성

구분		응답자수(가구)	비중
전체		2,021	100.0
거주 지역	수도권	644	31.9
	충청권	288	14.3
	호남권	296	14.6
	대경권	288	14.3
	동남권	353	17.5
	강원권	152	7.5
행정구역	동	1,589	78.6
	읍면	432	21.4
가구원 수	1인	584	28.9
	2인	558	27.6
	3인	420	20.8
	4인	433	21.4
	5인 이상	26	1.3
가구주 성별	남성	1,389	68.7
	여성	632	31.3
가구주 연령대	20대	132	6.5
	30대	324	16.0
	40대	446	22.1
	50대	505	25.0
	60대 이상	614	30.4
가구주 최종 학력	중졸 이하	279	13.8
	고졸	864	42.8
	전문대졸 이상	878	43.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	648	32.1
	서비스/판매직	569	28.2
	기계/농림어업/단순노무	566	28.0
	주부	107	5.3
	기타	131	6.5
가구 소득	200만원 미만	432	21.4
	200~300만원 미만	437	21.6
	300~400만원 미만	396	19.6
	400~500만원 미만	329	16.3
	500~600만원 미만	271	13.4
	600만원 이상	156	7.7

4.2. 주 구입자 대상 가계부 조사 참여가구 특성

- 2018년도 가계부 조사는 주 구입자 2,021가구 중 501가구가 조사에 참여하였고, 최종 분석에 사용됨.
- 가구의 권역별 분포를 살펴보면 수도권이 49.3%, 동남권 15.4%, 호남권 11.2%, 충청권 11.0%, 대경권 10.0%, 강원권이 3.2%로 나타남.
 - 행정구역별로는 동 지역이 91.8%, 읍·면 지역이 8.2%
- 가구원 수에 의한 가구 규모별 분포를 살펴보면 1인 가구 및 2인 가구가 각각 28.1%로 높은 비중을 차지하며, 3인 가구 21.4%, 4인 가구 20.2%, 5인 이상 가구는 2.2%로 절반 이상이 2인 이하 가구로 나타남.
- 가구주 성별 분포를 살펴보면, 남성이 66.5%, 여성이 33.5%로 나타남.
- 가구주 연령대별로 살펴보면, 50대 27.3%, 60대 이상이 25.4%, 40대 22.2%, 30대 16.6%, 20대 8.6%로 나타남.

표 3-3. 가계부 조사 가구 특성

구분		응답자수(가구)	비중
전체		501	100.0
거주 지역	수도권	247	49.3
	충청권	55	11.0
	호남권	56	11.2
	대경권	50	10.0
	동남권	77	15.4
	강원권	16	3.2
행정구역	동	460	91.8
	읍면	41	8.2
가구원 수	1인	141	28.1
	2인	141	28.1
	3인	107	21.4
	4인	101	20.2
	5인 이상	11	2.2
가구주 성별	남성	333	66.5
	여성	168	33.5
가구주 연령대	20대	43	8.6
	30대	83	16.6
	40대	111	22.2
	50대	137	27.3
	60대 이상	127	25.4
가구주 최종 학력	중졸 이하	40	8.0
	고졸	201	40.1
	전문대졸 이상	260	51.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	201	40.1
	서비스/판매직	143	28.5
	기계/농림어업/단순노무	108	21.6
	주부	1	0.2
	기타	48	9.6
가구 소득	200만원 미만	81	16.2
	200~300만원 미만	106	21.2
	300~400만원 미만	100	20.0
	400~500만원 미만	79	15.8
	500~600만원 미만	74	14.8
	600만원 이상	61	12.2

4.3. 일반 소비자 대상 조사 응답자 특성

- 2018년도 일반 소비자 대상 가공식품 소비자 태도조사는 2,174명이 조사에 참여하고, 분석에 사용됨.
- 소비자의 권역별 분포를 살펴보면 수도권이 50.5%, 동남권 15.6%, 호남권 11.1%, 충청권 10.0%, 대경권 9.7%, 강원권이 3.0%로 나타남.
- 성별 분포를 살펴보면, 남성이 50.7%, 여성이 49.3%로 나타남.
- 연령대별로 살펴보면, 40대 20.9%, 50대 20.0%, 60대 이상이 17.9%, 30대 17.7%, 20대 15.8%, 10대 7.6%로 나타남.
- 최종학력별로 분포를 살펴보면 전문대졸 이상 71.6%, 고졸 18.4%, 중졸 이하 2.4%로 나타남.
- 직업별로 분포를 살펴보면 관리/전문/사무직이 49.9%, 주부 15.3%, 서비스/판매직 9.2%, 기계/농림어업/단순노무 8.2%, 기타 17.5%로 나타남.

표 3-4. 일반 소비자 조사 가구 특성

구분		응답자수	비중
전체		2,174	100.0
거주 지역	수도권	1,098	50.5
	충청권	218	10.0
	호남권	242	11.1
	대경권	210	9.7
	동남권	340	15.6
	강원권	66	3.0
가구원 수	1인	604	27.8
	2인	372	17.1
	3인	439	20.2
	4인	589	27.1
	5인 이상	170	7.8
성별	남성	1,102	50.7
	여성	1,072	49.3
연령대	10대	166	7.6
	20대	344	15.8
	30대	384	17.7
	40대	454	20.9
	50대	435	20.0
	60대 이상	391	17.9
최종 학력	중졸 이하	53	2.4
	고졸	399	18.4
	전문대졸 이상	1,556	71.6
직업	관리/전문/사무직	1,084	49.9
	서비스/판매직	200	9.2
	기계/농림어업/단순노무	178	8.2
	주부	332	15.3
	기타	380	17.5
	없음	213	9.8
개인 소득	200만원 미만	464	21.3
	200~300만원 미만	422	19.4
	300~400만원 미만	323	14.9
	400~500만원 미만	193	8.9
	500만원 이상	393	18.1

제 4 장

가구 내 식품 주 구입자 대상 조사 결과

1. 가공식품 구매 및 소비 행태

1) 평소 가공식품 구입 주기

- 평소 가공식품을 구입하는 주기로는 ‘주 1회(43.7%)’가 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘주 2~3회(28.7%)’, ‘2주 1회(20.1%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 대경권과 동남권에서 ‘주 2~3회’ 구입 주기가 다른 권역에 비해 상대적으로 높은 것으로 조사
 - 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 많을수록 ‘주 2~3회’ 주기가 높아지는 경향을 보이고 있으며, 가구원수가 적을수록 ‘2주 1회’ 주기가 높아지는 경향을 보이고 있어, 가구원수에 따라 가공식품을 구입하는 주기는 차이가 있는 것으로 분석

그림 4-1. 평소 가공식품 구입 주기

단위: %

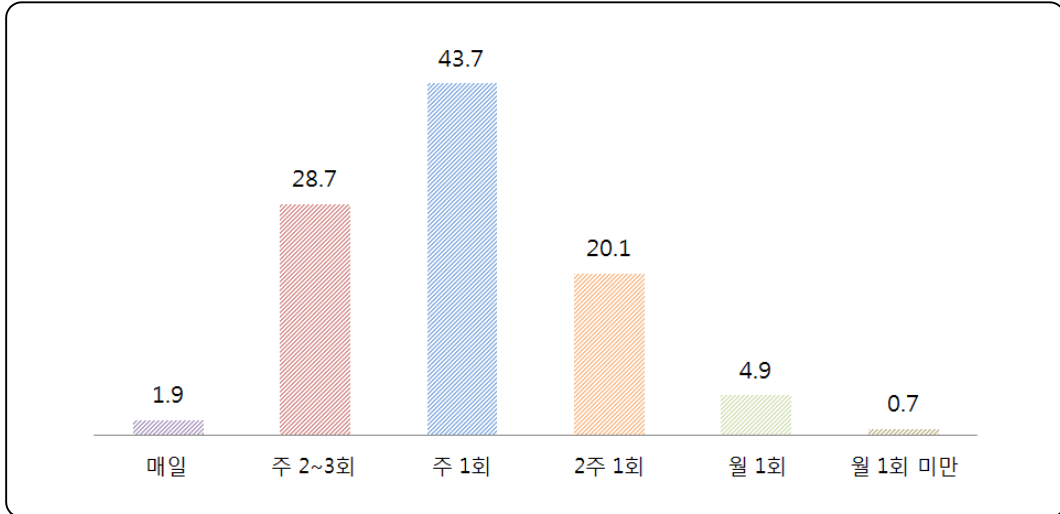


표 4-1. 평소 가공식품 구입 주기

단위: %

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만
전체		1.9	28.7	43.7	20.1	4.9	0.7
거주 지역	수도권	0.7	29.1	44.4	20.1	5.2	0.4
	충청권	0.8	24.7	50.2	21.5	2.8	0.0
	호남권	0.4	18.7	43.9	26.4	8.1	2.4
	대경권	0.9	34.9	37.1	20.1	5.8	1.1
	동남권	7.5	32.9	41.2	16.1	2.2	0.1
	강원권	3.2	29.4	43.8	13.0	6.5	4.1
행정구역	동	2.1	29.2	43.9	19.8	4.5	0.5
	읍면	0.8	26.2	42.9	21.6	6.7	1.7
가구원 수	1인	1.0	21.1	41.6	27.4	7.5	1.4
	2인	1.3	20.3	45.9	23.8	8.2	0.5
	3인	2.8	33.6	43.3	17.3	2.6	0.5
	4인	2.6	39.9	44.8	11.2	0.9	0.6
	5인 이상	0.0	61.1	28.7	10.3	0.0	0.0
가구주 성별	남성	2.3	30.5	44.7	18.0	4.0	0.4
	여성	0.7	24.0	41.4	25.4	7.1	1.4

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만
가구주 연령	20대	1.8	27.9	43.6	24.0	2.7	0.0
	30대	3.2	37.9	39.0	18.0	1.7	0.3
	40대	1.9	33.2	47.5	14.9	2.2	0.3
	50대	2.2	27.4	47.5	17.8	4.5	0.6
	60대 이상	0.5	18.6	39.1	28.5	11.4	1.9
가구주 최종 학력	중졸 이하	1.6	16.0	31.8	35.7	12.2	2.7
	고졸	0.9	25.4	44.8	21.0	6.7	1.2
	전문대졸 이상	2.6	33.2	44.7	17.1	2.4	0.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	2.3	33.6	44.7	16.7	2.4	0.2
	서비스/판매직	1.3	27.2	43.2	21.4	6.1	0.9
	기계/농림어업/단순노무	1.8	24.1	44.2	23.5	5.7	0.8
	주부	0.0	23.0	38.0	24.8	10.5	3.6
	기타	3.6	21.9	39.7	20.4	12.5	1.9
월평균 가구 소득	200만원 미만	1.6	19.5	35.1	29.8	12.2	1.8
	200~300만원 미만	1.8	21.0	43.9	25.3	7.4	0.6
	300~400만원 미만	2.6	29.7	45.1	18.5	3.4	0.7
	400~500만원 미만	2.2	34.1	44.4	16.4	2.7	0.2
	500~600만원 미만	1.0	27.7	51.6	16.3	2.5	0.9
	600만원 이상	1.9	46.7	38.5	12.4	0.6	0.0

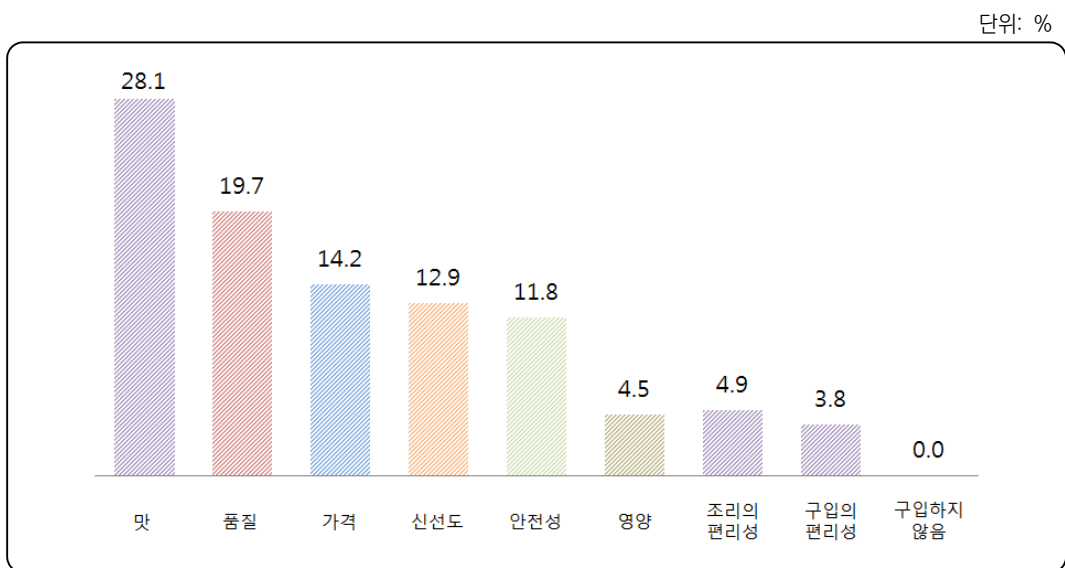
2) 가공식품 구입 시 고려 기준

- 가공식품 구입 시 가장 중요하게 고려하는 기준으로는 ‘맛’이 28.1%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘품질(19.7%)’, ‘가격’(14.2%)’, ‘신선도’(12.9%)’, ‘안전성(11.8%)’ 등의 순으로 나타남.

- 거주지역별로 살펴보면, 충청권과 강원권에서는 ‘맛’을 호남권과 대경권에서는 ‘품질’, 강원권에서는 ‘가격’이 다른 권역에 비해 상대적으로 높은 특징
- 행정구역별로 살펴보면, 읍면지역에서 ‘맛’과 ‘품질’이 동지역보다 상대적으로 높게 나타났으며, ‘가격’과 ‘신선도’는 동지역에서 읍면지역보다 높은 편

- 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 증가할수록 ‘품질’ 고려 기준이 높아지는 경향
- 가구주 연령대별로 살펴보면, 20대는 ‘맛’이 다른 연령에 비해 상대적으로 높게 나타난 반면, 60대 이상은 ‘가격’이 다른 연령대보다 높게 나타나, 연령대별로 가공식품 구입 시 고려 기준은 차이가 존재

그림 4-2. 가공식품 구입 시 고려 기준



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-2. 가공식품 구입 시 고려 기준

단위: %

구분		맛	품질	가격	신선도	안전성	영양	조리의 편리성	구입의 편리성
전체		28.1	19.7	14.2	12.9	11.8	4.5	4.9	3.8
거주 지역	수도권	27.7	19.6	13.0	13.9	16.3	3.9	2.5	3.1
	충청권	32.3	19.4	11.6	11.6	7.6	7.2	6.9	3.4
	호남권	29.7	26.7	15.1	9.2	8.0	2.7	4.1	4.4
	대경권	23.8	23.9	13.4	16.2	9.5	5.2	4.3	3.8
	동남권	27.5	14.5	18.8	10.6	5.1	5.2	12.3	6.0
	강원권	32.0	10.1	20.3	14.8	9.6	6.0	3.8	3.3
행정구역	동	27.1	19.3	14.8	13.6	11.6	4.2	5.3	4.0
	읍면	32.7	21.4	11.8	9.8	12.6	5.8	3.1	2.9
가구원 수	1인 가구	29.5	18.5	14.6	12.6	10.0	4.2	6.0	4.7
	2인 가구	28.1	18.7	15.2	13.6	12.6	4.4	4.6	2.7
	3인 가구	28.3	20.1	13.5	12.3	13.1	4.2	4.9	3.8
	4인 가구	26.5	21.7	13.2	13.1	12.0	5.3	4.0	4.2
	5인 가구 이상	29.0	23.0	19.8	11.8	4.4	7.2	3.6	1.2
가구주 성별	남성	27.6	20.3	13.7	13.0	12.2	4.4	5.1	3.7
	여성	29.5	18.3	15.5	12.5	10.9	4.9	4.5	4.0
가구주 연령	20대	36.6	18.4	8.3	14.2	8.2	2.6	7.4	4.3
	30대	28.3	21.2	12.5	11.5	13.2	5.5	5.2	2.6
	40대	26.9	20.4	14.4	12.6	11.1	5.3	4.5	4.8
	50대	28.6	19.6	13.6	14.2	12.4	4.3	3.7	3.5
	60대 이상	26.1	18.4	17.9	12.3	12.1	3.8	5.6	3.8
가구주 최종 학력	중졸 이하	27.8	14.7	24.5	10.0	7.2	6.1	5.2	4.6
	고졸	27.6	20.2	15.6	13.5	10.9	3.8	4.6	3.8
	전문대졸 이상	28.6	20.1	11.6	12.9	13.2	4.9	5.1	3.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	28.2	20.3	12.1	13.0	14.2	4.8	4.6	2.9
	서비스/판매직	27.2	20.7	13.4	13.8	12.3	3.6	4.3	4.6
	기계/농림어업/단순노무	29.1	19.1	16.5	12.2	8.8	4.8	5.6	3.9
	주부	28.0	16.1	23.4	12.2	7.9	4.9	4.4	3.1
	기타	28.9	13.4	19.7	9.5	5.7	6.1	8.8	8.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	29.2	16.3	20.5	10.7	8.8	4.5	4.4	5.5
	200~300만원 미만	27.4	17.7	14.3	14.5	9.7	4.9	7.8	3.7
	300~400만원 미만	29.6	19.2	13.9	13.1	12.5	4.5	4.6	2.7
	400~500만원 미만	28.2	22.1	14.3	10.8	11.1	3.9	5.2	4.5
	500~600만원 미만	26.6	19.2	11.1	15.5	16.2	4.1	3.5	3.7
	600만원 이상	27.3	26.3	11.3	11.5	12.6	5.8	2.4	2.8

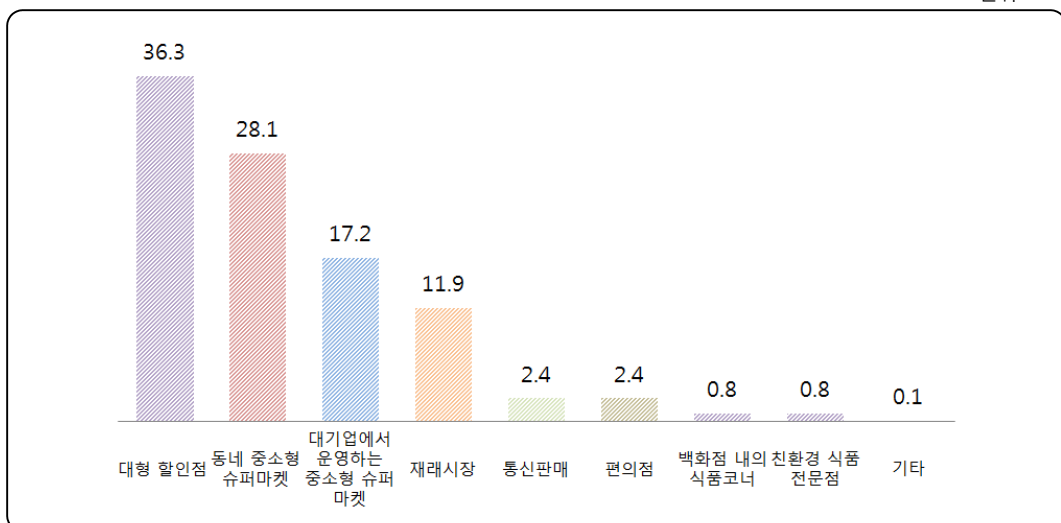
주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

3) 가공식품 주 구입처

- 가족을 위해 가공식품을 구입하는 주 구입처로는 ‘대형 할인점’이 36.3%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘동네 중소형 슈퍼마켓’(28.1%), ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(17.2%), ‘재래시장’(11.9%) 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 동남권에서는 대형할인점이, 호남권에서는 동네 중소형 슈퍼마켓이 다른 권역에 비해 구입 비중이 상대적으로 높은 편
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역에서 대형할인점, 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓이 읍면 지역보다 높았으며, 동네 중소형 슈퍼마켓, 재래시장은 읍면 지역에서 구입 비중이 높은 것으로 조사
 - 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 많을수록 대형 할인점 구입 비중이 높아지는 경향
 - 가구주 연령대별로 살펴보면, 연령이 높을수록 재래시장 비중이 높아지는 경향을 보이고 있으며, 낮을수록 통신판매와 편의점 비중이 높아지는 경향을 보이는 것으로 나타나, 연령대별로 가공식품 주 구입처는 차이 발생

그림 4-3. 가공식품 주 구입처

단위: %



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-3. 가공식품 주 구입처

단위: %

구분	대형 할인점	동네 중소형 슈퍼 마켓	대기업운영 중소형 슈퍼 마켓	재래 시장	통신 판매	편의점	백화점 내 식품 코너	친환경 식품 전문점	기타	
전체	36.3	28.1	17.2	11.9	2.4	2.4	0.8	0.8	0.1	
거주 지역	수도권	38.1	26.9	19.8	8.8	2.5	1.8	1.1	1.0	0.0
	충청권	28.6	37.7	12.8	16.3	1.0	2.4	0.5	0.6	0.0
	호남권	28.1	40.4	10.5	15.6	1.5	3.5	0.0	0.2	0.1
	대경권	36.3	23.0	18.6	16.3	2.4	1.7	0.7	0.6	0.3
	동남권	41.5	19.4	17.3	13.8	3.2	3.4	1.0	0.5	0.0
	강원권	38.4	29.5	9.6	9.1	5.0	5.4	0.5	2.0	0.5
행정구역	동	37.6	26.5	18.0	11.0	2.6	2.6	0.8	0.9	0.0
	읍면	30.5	34.9	13.9	15.9	1.8	1.6	0.8	0.5	0.2
가구원 수	1인 가구	30.0	31.4	16.4	10.7	4.1	6.1	0.5	0.8	0.0
	2인 가구	35.1	30.0	14.7	15.0	2.4	1.7	0.5	0.6	0.0
	3인 가구	38.3	26.3	18.4	12.0	2.0	0.9	1.5	0.5	0.1
	4인 가구	42.3	23.9	20.0	9.9	1.0	0.6	0.8	1.3	0.1
	5인 가구 이상	43.8	30.0	11.3	9.4	1.3	0.0	2.2	2.1	0.0
가구주 성별	남성	38.7	26.3	17.7	11.8	2.0	1.8	1.0	0.7	0.1
	여성	30.5	32.6	16.0	12.2	3.5	3.8	0.5	0.9	0.1
가구주 연령	20대	39.6	22.6	17.3	1.5	8.8	9.0	0.5	0.7	0.0
	30대	39.3	25.9	17.8	5.2	5.0	4.7	1.3	0.8	0.1
	40대	39.3	24.7	20.6	8.0	2.7	2.1	1.3	1.0	0.2
	50대	37.4	27.2	17.8	14.8	0.6	0.9	0.4	0.9	0.0
	60대 이상	28.6	36.0	12.5	21.2	0.1	0.5	0.6	0.5	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	23.4	38.9	7.6	29.3	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0
	고졸	34.0	31.1	15.8	15.0	1.2	1.6	0.5	0.6	0.1
	전문대졸 이상	40.1	24.0	19.8	6.8	3.8	3.2	1.2	1.1	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	41.0	23.3	20.2	6.1	3.8	3.1	1.3	1.1	0.1
	서비스/판매직	34.5	29.2	18.5	11.9	1.9	2.9	0.7	0.5	0.0
	기계/농림어업/단순노무	32.5	31.3	13.1	19.5	1.3	1.1	0.4	0.7	0.1
	주부	29.9	44.0	8.7	16.3	0.0	0.1	0.0	1.0	0.0
	기타	30.8	34.4	10.4	21.1	1.2	2.1	0.0	0.0	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	24.2	34.3	12.8	22.6	1.9	3.2	0.1	0.7	0.2
	200~300만원 미만	32.0	29.7	16.4	12.0	3.5	5.4	0.4	0.4	0.0
	300~400만원 미만	37.7	27.0	17.6	10.4	3.5	2.0	1.0	0.7	0.0
	400~500만원 미만	39.5	27.7	17.5	10.8	2.2	1.3	0.3	0.7	0.1
	500~600만원 미만	43.2	25.0	17.4	9.0	1.5	0.5	2.2	1.1	0.0
	600만원 이상	41.9	24.2	23.3	6.3	0.8	1.2	1.0	1.4	0.0

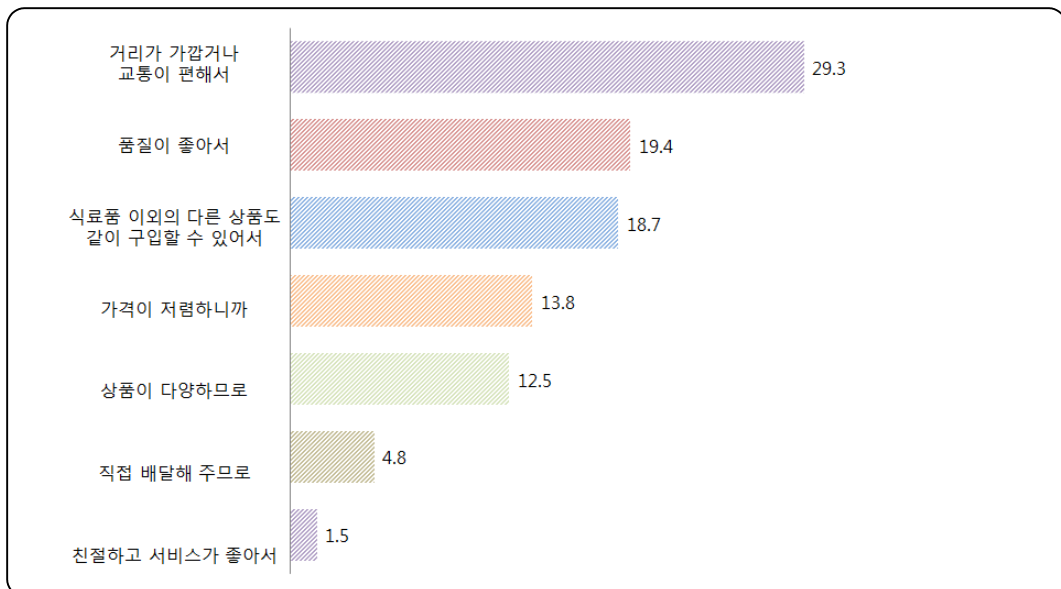
주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

4) 가공식품 주 구입처 구입 이유

- 가공식품 주 구입처를 주로 이용하는 이유로는 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’가 29.3%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘품질이 좋아서’ 19.4%, ‘식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서’ 18.7%, ‘가격이 저렴하니까’ 13.8% 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’는 대경권과 강원권이 다른 권역에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, ‘가격이 저렴하니까’는 동남권에서 다른 권역에 비해 높은 것으로 조사
 - 가구원수별 살펴보면, 가구원수가 적을수록 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’라는 이유가 높아지는 경향
 - 가구주 연령대별로 살펴보면, 연령이 높아질수록 ‘가격이 저렴하니까’라는 이유가 높아지는 경향

그림 4-4. 가공식품 주 구입처 구입 이유

단위: %



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-4. 가공식품 주 구입처 구입 이유

단위: %

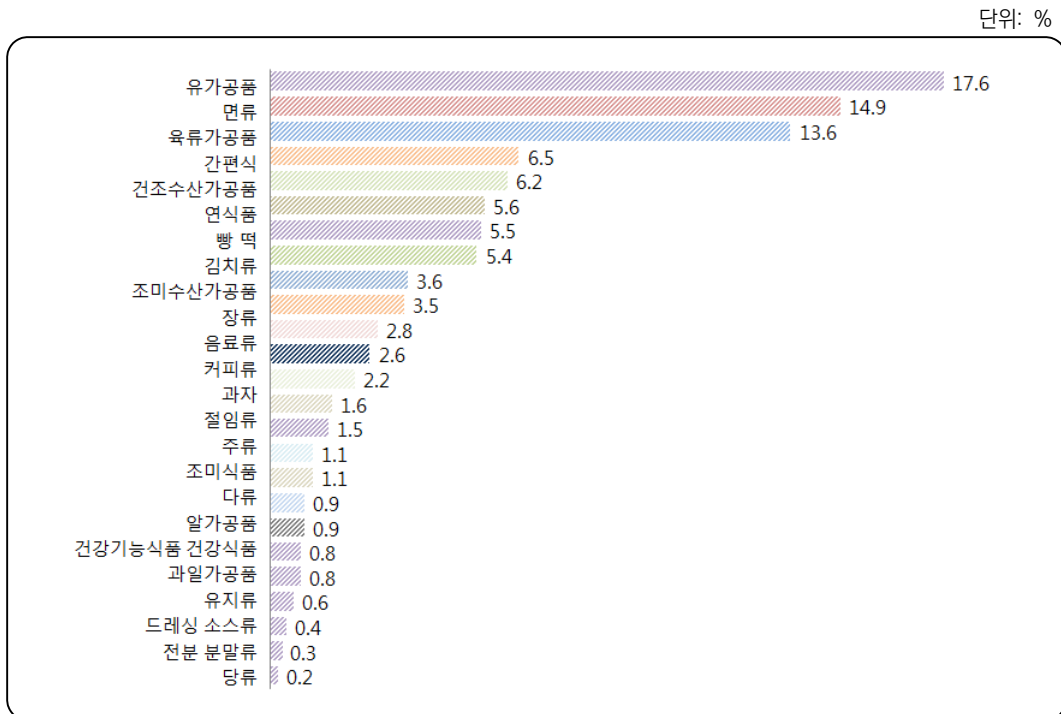
구분		거리가 가깝거나 교통이 편해서	품질이 좋아서	식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서	가격이 저렴 하니까	상품이 다양 하므로	직접 배달해 주므로	친절하고 서비스가 좋아서
전체		29.3	19.4	18.7	13.8	12.5	4.8	1.5
거주 지역	수도권	28.2	22.9	19.9	11.5	11.9	4.2	1.5
	충청권	28.1	13.8	22.9	7.5	20.1	5.7	1.9
	호남권	29.4	26.4	14.3	14.0	9.8	4.6	1.5
	대경권	38.1	18.5	9.9	19.3	9.7	3.7	0.9
	동남권	25.9	9.9	21.6	21.7	12.2	7.5	1.3
	강원권	39.2	9.3	16.0	13.7	16.0	4.0	1.7
행정구역	동	29.7	19.3	17.8	14.1	12.3	5.2	1.6
	읍면	27.5	19.7	22.8	12.4	13.3	3.2	1.1
가구원 수	1인	31.9	18.0	16.4	14.5	11.9	5.7	1.6
	2인	31.2	18.7	19.6	13.8	10.0	4.9	1.8
	3인	27.1	21.2	19.9	13.1	13.6	3.9	1.2
	4인	26.8	20.3	19.2	13.5	14.4	4.6	1.3
	5인 이상	24.5	11.9	20.0	13.1	20.6	8.9	0.9
가구주 성별	남성	28.8	19.3	19.5	14.1	12.5	4.4	1.4
	여성	30.5	19.6	16.9	13.0	12.5	5.8	1.6
가구주 연령	20대	29.0	13.5	23.0	10.1	15.8	7.1	1.5
	30대	29.4	22.3	17.2	10.9	12.5	6.2	1.5
	40대	28.9	18.7	19.5	12.7	13.7	5.1	1.4
	50대	26.5	20.1	20.5	14.3	13.6	3.9	1.2
	60대 이상	33.0	19.0	15.7	17.6	9.0	3.8	1.8
가구주 최종 학력	중졸 이하	38.2	17.2	11.3	21.8	7.1	2.8	1.4
	고졸	28.4	18.3	19.7	14.8	12.6	4.6	1.6
	전문대졸 이상	28.7	20.6	19.1	11.7	13.2	5.3	1.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	28.4	22.0	18.3	11.6	12.4	6.0	1.4
	서비스/판매직	29.7	20.0	19.5	12.7	12.7	4.0	1.4
	기계/농림어업/단순노무	28.4	15.1	19.7	17.8	12.9	4.4	1.7
	주부	35.9	12.5	18.2	13.1	14.8	4.0	1.5
	기타	35.9	22.5	10.4	19.8	6.5	3.5	1.4
월평균 가구 소득	200만원 미만	33.5	18.1	12.2	20.5	10.3	3.2	2.2
	200~300만원 미만	32.0	17.3	17.5	14.2	11.9	5.2	1.9
	300~400만원 미만	25.6	18.6	21.9	14.4	12.7	6.0	0.8
	400~500만원 미만	28.9	18.3	19.1	12.8	13.6	5.8	1.5
	500~600만원 미만	29.6	20.3	23.1	8.1	14.3	3.4	1.2
	600만원 이상	26.0	27.1	16.0	13.2	11.3	5.0	1.4

주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

5) 지출액 기준 구입 많은 품목군

- 지출액 기준으로 많이 구입하는 품목군은 ‘유가공품’이 17.6%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘면류(14.9%)’, ‘육류 가공품(13.6%)’, ‘간편식(6.5%)’ 등의 순으로 조사됨.
 - 가구원수별로 살펴보면, 1인 가구인 경우 간편식이 다른 가구원수에 비해 상대적으로 구입 비율이 높은 특징
 - 가구주 연령대별로 살펴보면, 20대는 면류와 간편식 구입 비율이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높게 나타난 반면, 60대 이상에서는 연식품 구입 비율이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높은 것으로 조사

그림 4-5. 지출액 기준 구입 많은 품목군



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-5. 지출액 기준 구입 많은 품목군

단위: %

구분		유가공품	면류	육류 가공품	간편식	건조 수산 가공품	연식품	빵/떡
전체		17.6	14.9	13.6	6.5	6.2	5.6	5.5
거주 지역	수도권	19.2	14.4	14.3	5.8	5.7	4.5	6.8
	충청권	12.8	7.4	16.8	7.4	10.9	10.0	2.6
	호남권	16.4	21.4	8.4	4.1	6.5	6.1	4.2
	대경권	20.0	14.6	8.6	6.1	7.1	6.8	6.7
	동남권	15.6	17.1	15.9	9.3	4.1	5.0	3.2
	강원권	15.8	16.3	13.3	9.9	3.9	4.6	5.0
행정구역	동	17.9	14.3	13.6	6.5	6.2	5.7	5.4
	읍면	16.4	17.7	13.3	6.4	5.9	5.0	5.8
가구원 수	1인	14.4	16.6	10.2	11.8	6.5	5.7	5.8
	2인	17.8	14.2	9.8	5.1	8.2	7.5	5.2
	3인	19.7	14.6	16.8	4.5	5.3	5.0	3.9
	4인	18.9	13.9	18.2	4.0	4.4	4.2	6.6
	5인 이상	19.5	18.8	16.9	6.9	5.0	0.9	10.0
가구주 성별	남성	18.0	14.7	14.7	5.9	5.8	5.1	5.0
	여성	16.6	15.3	10.7	7.9	7.0	6.9	6.5
가구주 연령	20대	16.7	19.3	12.7	18.8	2.6	0.6	6.2
	30대	18.1	14.6	17.5	10.2	4.6	3.2	5.8
	40대	17.9	16.4	17.9	5.5	4.9	3.5	5.2
	50대	17.6	14.6	13.3	5.1	5.9	5.9	5.0
	60대 이상	17.4	12.6	6.6	2.2	10.0	10.9	5.7
가구주 최종 학력	중졸 이하	15.1	16.1	5.6	3.2	8.9	13.0	3.2
	고졸	17.8	13.7	10.8	4.8	7.9	7.1	5.3
	전문대졸 이상	17.9	15.7	17.0	8.3	4.4	3.3	5.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	18.0	15.6	18.0	8.5	3.9	3.2	5.8
	서비스/판매직	19.0	14.5	11.1	5.6	7.1	5.7	6.1
	기계/농림어업/단순노무	15.5	14.4	11.6	4.6	7.9	7.1	4.2
	주부	20.7	11.3	6.6	4.9	10.9	15.2	6.5
	기타	14.1	17.3	4.1	5.3	7.8	11.3	2.9
월평균 가구 소득	200만원 미만	16.0	16.2	7.3	6.2	7.8	10.6	4.7
	200~300만원 미만	14.9	15.6	12.2	9.1	7.3	5.6	5.8
	300~400만원 미만	17.6	14.7	13.8	6.3	7.4	5.7	3.6
	400~500만원 미만	19.1	14.4	13.8	7.6	4.5	4.3	5.5
	500~600만원 미만	21.2	14.3	17.5	4.3	4.7	4.3	5.5
	600만원 이상	16.7	14.1	17.7	4.0	4.3	2.8	9.5

주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

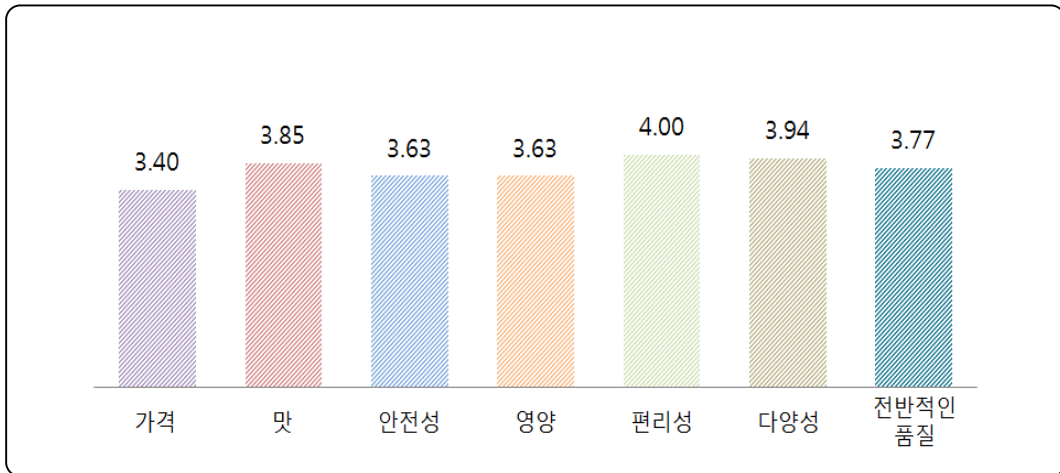
2. 지출액 기준 구입이 많은 품목 7개를 제시한 결과임.

6) 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도

- 지출액 규모가 큰 가공식품 요소별 만족도는 ‘편리성’이 4.00점으로 가장 높고, 다음으로 ‘다양성’ 3.94점, ‘맛’ 3.85점, ‘전반적인 품질’ 3.77점 순으로 나타났으며, ‘가격’에 대한 만족도가 3.40점으로 가장 낮은 것으로 조사됨.
 - 거주지역별로 살펴보면, 편리성에 대한 만족도는 수도권에서 가장 높았으며, 가격에 대한 만족도는 대경권에서 가장 낮은 특징
 - 행정구역별로 살펴보면, 동 지역이 읍면 지역보다 가공식품에 대한 모든 요소에서 만족도 점수가 높은 것으로 조사
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 20대에서 편리성에 대한 만족도가 다른 연령에 비해 상대적으로 높은 것으로 분석

그림 4-6. 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도

단위: 점



주: 5점 척도 평균값임.

표 4-6. 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도

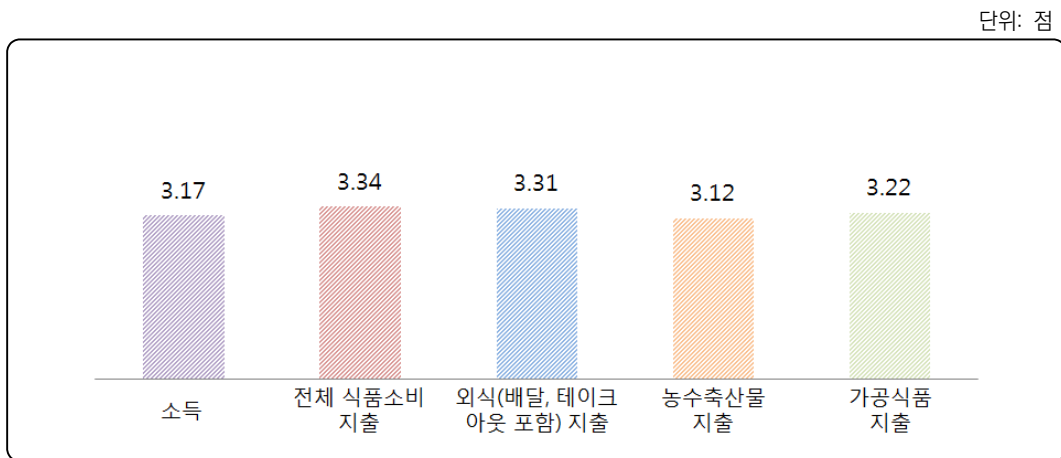
단위: 점

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적인 품질
전체		3.40	3.85	3.63	3.63	4.00	3.94	3.77
거주 지역	수도권	3.46	3.96	3.69	3.74	4.14	4.08	3.87
	충청권	3.47	3.80	3.61	3.57	3.85	3.80	3.69
	호남권	3.28	3.89	3.65	3.56	4.02	3.96	3.80
	대경권	3.19	3.67	3.57	3.57	3.90	3.81	3.72
	동남권	3.37	3.67	3.47	3.44	3.75	3.73	3.54
	강원권	3.40	3.67	3.50	3.43	3.76	3.71	3.61
행정구역	동	3.42	3.87	3.65	3.66	4.02	3.97	3.80
	읍면	3.30	3.75	3.52	3.51	3.91	3.82	3.65
가구원 수	1인	3.43	3.85	3.61	3.61	4.03	3.94	3.80
	2인	3.40	3.83	3.63	3.67	3.99	3.93	3.78
	3인	3.36	3.85	3.68	3.67	4.00	3.96	3.78
	4인	3.40	3.86	3.59	3.57	3.98	3.92	3.72
	5인 이상	3.29	3.84	3.66	3.42	4.00	4.05	3.58
가家主 성별	남성	3.38	3.82	3.60	3.61	3.96	3.92	3.74
	여성	3.45	3.93	3.70	3.68	4.09	3.99	3.83
가家主 연령	20대	3.38	3.79	3.52	3.58	4.15	4.04	3.78
	30대	3.41	3.82	3.65	3.62	4.01	3.92	3.83
	40대	3.33	3.87	3.59	3.60	3.99	3.95	3.74
	50대	3.42	3.85	3.63	3.62	3.99	3.90	3.75
	60대 이상	3.44	3.86	3.67	3.69	3.97	3.97	3.77
가家主 최종 학력	중졸 이하	3.36	3.77	3.62	3.60	3.92	3.83	3.69
	고졸	3.40	3.84	3.61	3.65	3.95	3.94	3.76
	전문대졸 이상	3.40	3.87	3.64	3.62	4.05	3.96	3.79
가家主 직업	관리/전문/사무직	3.37	3.84	3.61	3.60	4.05	3.95	3.78
	서비스/판매직	3.45	3.91	3.67	3.68	3.99	3.99	3.81
	기계/농림어업/단순노무	3.35	3.77	3.57	3.60	3.90	3.86	3.70
	주부	3.57	4.15	3.88	3.86	4.19	4.10	3.95
	기타	3.37	3.70	3.60	3.56	4.01	3.83	3.64
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.36	3.78	3.58	3.58	3.92	3.86	3.75
	200~300만원 미만	3.46	3.88	3.65	3.64	4.01	3.97	3.79
	300~400만원 미만	3.38	3.85	3.61	3.65	4.00	3.90	3.77
	400~500만원 미만	3.40	3.83	3.53	3.54	4.01	3.98	3.72
	500~600만원 미만	3.28	3.83	3.65	3.71	3.97	3.98	3.82
600만원 이상	3.55	3.94	3.78	3.65	4.13	3.94	3.77	

7) 최근 1년 식품지출 변화

- 최근 1년 동안 식품과 관련된 지출 변화는 ‘전체 식품소비 지출 변화’가 3.34점으로 증가 폭이 가장 높았으며, 다음으로 ‘외식(배달, 테이크 아웃 포함)지출(3.31점)’, ‘가공식품 지출(3.22점)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권에서 소득, 외식(배달, 테이크 아웃 포함) 지출, 가공식품 지출 변화가 다른 권역에 비해 증가 폭이 높은 특징
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 최근 1년 식품지출 변화는 읍면지역보다 많이 증가한 것으로 조사
 - 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 증가할수록 전체 식품 소비 지출은 증가하는 경향

그림 4-7. 최근 1년 식품지출 변화



주: 5점 척도 평균값임.

표 4-7. 최근 1년 식품지출 변화

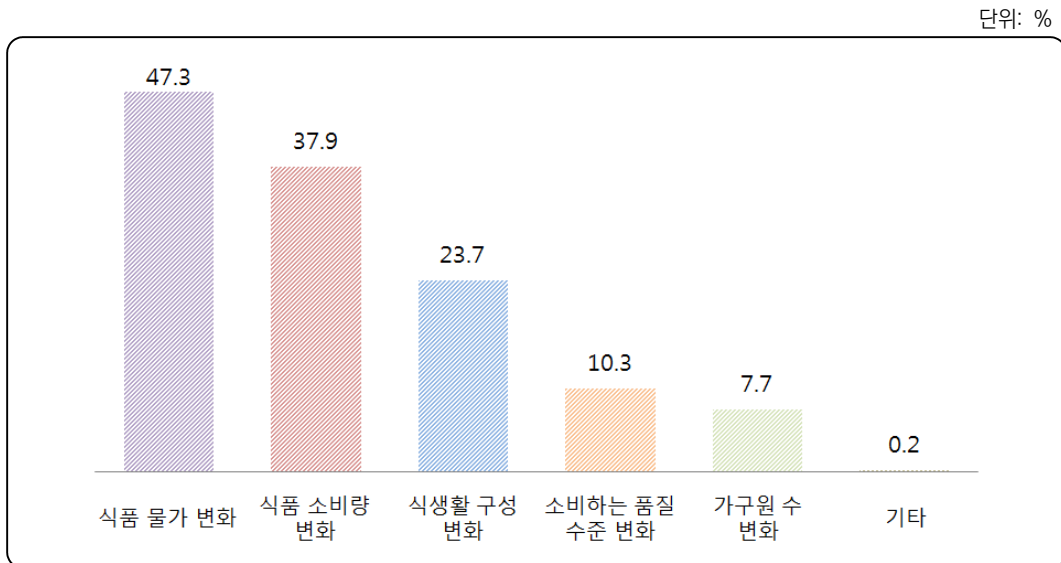
단위: 점

구분		소득	전체 식품소비 지출	외식(배달, 테이크 아웃) 지출	농수축산물 지출	가공식품 지출
전체		3.17	3.34	3.31	3.12	3.22
거주 지역	수도권	3.23	3.44	3.43	3.14	3.27
	충청권	3.08	3.18	3.24	3.04	3.09
	호남권	3.15	3.55	3.32	3.28	3.26
	대경권	3.10	3.23	3.19	3.09	3.25
	동남권	3.11	3.06	3.04	3.03	3.06
	강원권	3.18	3.31	3.31	3.20	3.21
행정구역	동	3.19	3.37	3.34	3.14	3.24
	읍면	3.06	3.20	3.15	3.04	3.11
가구원 수	1인	3.09	3.25	3.24	3.02	3.15
	2인	3.12	3.23	3.18	3.11	3.10
	3인	3.19	3.40	3.39	3.15	3.27
	4인	3.29	3.49	3.45	3.23	3.36
	5인 이상	3.06	3.53	3.38	3.21	3.29
가구주 성별	남성	3.19	3.36	3.34	3.16	3.24
	여성	3.11	3.29	3.22	3.03	3.16
가구주 연령	20대	3.21	3.37	3.48	2.94	3.24
	30대	3.24	3.46	3.53	3.12	3.33
	40대	3.21	3.40	3.43	3.17	3.28
	50대	3.20	3.35	3.24	3.16	3.22
	60대 이상	3.03	3.16	3.03	3.08	3.05
가구주 최종 학력	중졸 이하	2.93	3.10	2.96	3.10	3.01
	고졸	3.14	3.29	3.18	3.12	3.16
	전문대졸 이상	3.23	3.42	3.46	3.13	3.29
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.24	3.45	3.49	3.14	3.33
	서비스/판매직	3.17	3.35	3.29	3.14	3.20
	기계/농림어업/단순노무	3.09	3.21	3.12	3.09	3.10
	주부	3.12	3.24	2.99	3.16	3.04
	기타	2.99	3.05	2.98	2.99	3.05
월평균 가구 소득	200만원 미만	2.98	3.12	3.03	3.03	3.03
	200~300만원 미만	3.10	3.26	3.24	3.09	3.15
	300~400만원 미만	3.20	3.33	3.30	3.12	3.20
	400~500만원 미만	3.19	3.42	3.36	3.18	3.29
	500~600만원 미만	3.31	3.51	3.50	3.17	3.34
	600만원 이상	3.25	3.42	3.43	3.17	3.30

8) 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인

- 최근 1년 가공식품 지출이 변화한 원인으로는 ‘식품 물가 변화’가 47.3%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘식품 소비량 변화(37.9%)’, ‘식생활 구성 변화(23.7%)’, ‘소비하는 품질 수준 변화(10.3%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권과 호남권에서는 식품물가 변화 원인이 다른 권역에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, 충청권과 강원권에서는 식생활 구성 변화 원인이 다른 권역에 비해 상대적으로 높은 상황
 - 행정구역별로 살펴보면, 읍면지역에서 식품물가 변화 원인이 동 지역에 비해 높은 편

그림 4-8. 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인



주: 복수응답이므로 합이 100을 넘음.

표 4-8. 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인

단위: %

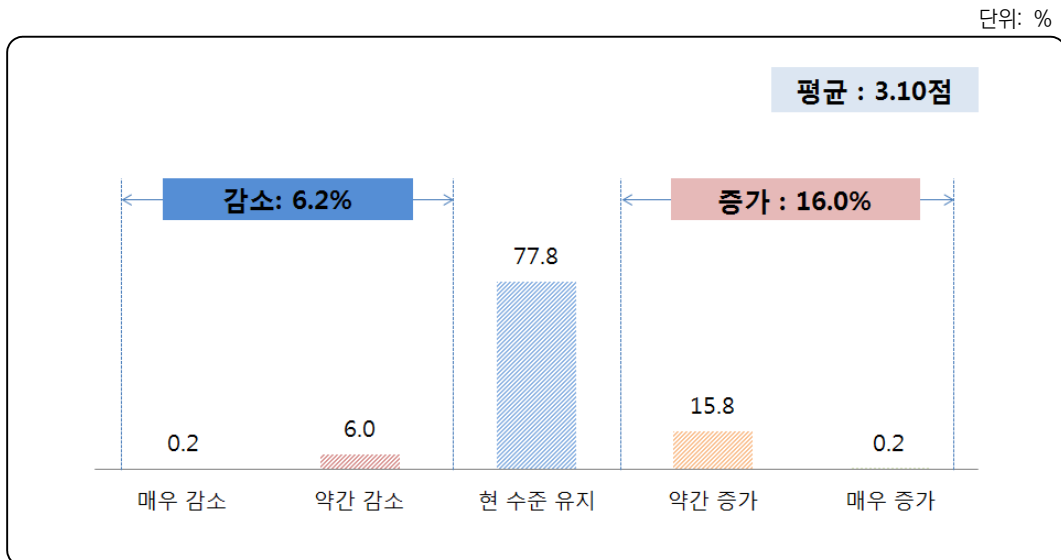
구분		식품 물가 변화	식품 소비량 변화	식생활 구성 변화	소비하는 품질 수준 변화	가구원 수 변화	기타
전체		47.3	37.9	23.7	10.3	7.7	0.2
거주 지역	수도권	54.6	41.2	26.1	7.0	2.8	0.0
	충청권	15.5	27.2	48.3	23.4	9.0	0.0
	호남권	56.9	29.2	10.5	11.5	13.3	0.7
	대경권	37.2	39.6	21.2	19.4	12.2	0.0
	동남권	36.7	39.6	18.2	9.3	12.4	0.5
	강원권	38.8	26.5	44.4	11.4	16.3	0.0
행정구역	동	45.4	39.9	24.3	10.4	7.5	0.2
	읍면	56.7	27.6	20.6	9.9	8.8	0.0
가구원 수	1인	48.6	32.8	26.5	10.8	8.7	0.0
	2인	42.9	34.7	23.9	12.7	12.1	0.4
	3인	50.9	37.5	24.5	7.4	8.6	0.0
	4인	46.2	44.5	21.3	10.3	2.9	0.3
	5인 이상	58.5	43.1	17.0	9.8	4.4	0.0
가구주 성별	남성	44.9	41.2	24.4	10.6	7.7	0.3
	여성	53.9	28.7	21.9	9.6	7.7	0.0
가구주 연령	20대	61.5	22.3	25.3	6.3	7.8	0.0
	30대	39.0	44.6	28.9	9.8	3.7	0.0
	40대	46.6	43.1	22.5	13.1	3.5	0.0
	50대	49.5	36.5	20.2	8.4	9.4	0.4
	60대 이상	47.5	32.6	24.5	11.4	14.7	0.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	43.4	32.4	19.6	11.3	10.6	1.5
	고졸	49.0	33.5	23.5	8.9	11.0	0.0
	전문대졸 이상	46.6	41.4	24.4	11.1	5.2	0.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	48.7	41.6	23.2	10.0	3.7	0.0
	서비스/판매직	46.7	35.6	22.9	12.4	10.0	0.0
	기계/농림어업/단순노무	44.0	34.9	28.8	11.1	10.2	0.4
	주부	55.7	24.3	15.2	4.7	19.5	0.0
	기타	44.1	39.0	12.0	1.9	16.3	2.9
월평균 가구 소득	200만원 미만	46.4	31.5	18.6	9.5	14.8	0.8
	200~300만원 미만	44.8	38.0	23.6	9.2	11.3	0.0
	300~400만원 미만	49.0	32.1	28.3	11.3	9.8	0.0
	400~500만원 미만	45.4	42.9	23.9	12.7	4.9	0.5
	500~600만원 미만	50.4	42.2	25.1	8.9	3.9	0.0
	600만원 이상	46.0	40.0	18.0	9.5	1.0	0.0

주: 복수응답이므로 합이 100을 넘음.

9) 향후 1년간 가공식품 지출 변화

- 향후 1년간 가공식품 지출 변화는 현 수준 유지가 77.8%로 10가구 중 대략 7~8가구 정도가 현 수준을 유지할 것이라고 예상하고 있음.
 - 거주지역별로 살펴보면, 호남권, 동남권, 강원권에서 다른 권역에 비해 향후 1년간 가공식품 지출 증가 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타남
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 향후 1년간 가공식품 지출 변화가 읍면 지역보다 더 증가할 것이라고 예상
 - 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 증가할수록 향후 1년간 가공식품 지출 증가 비율이 높아지는 경향을 보이며, 가구원수가 적을수록 현 수준을 유지하겠다는 비율이 높아지는 경향을 보이고 있는 것으로 조사되어, 가구원수에 따라 향후 1년간 가공식품 지출 변화는 차이가 발생

그림 4-9. 향후 1년간 가공식품 지출 변화



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 4-9. 향후 1년간 가공식품 지출 변화

단위: %

구분		매우 감소	약간 감소	현 수준 유지	약간 증가	매우 증가	평균 (5점 만점)
전체		0.2	6.0	77.8	15.8	0.2	3.10
거주 지역	수도권	0.0	4.9	83.6	11.5	0.0	3.07
	충청권	0.0	2.3	90.3	7.4	0.0	3.05
	호남권	0.0	6.4	69.4	24.2	0.0	3.18
	대경권	0.7	6.9	74.6	17.3	0.5	3.10
	동남권	0.6	11.9	60.6	26.5	0.4	3.14
	강원권	0.2	3.6	67.4	25.5	3.2	3.28
행정구역	동	0.1	6.0	76.6	17.1	0.1	3.11
	읍면	0.3	6.1	82.9	10.0	0.6	3.05
가구원 수	1인	0.0	6.3	80.2	13.2	0.3	3.07
	2인	0.3	9.4	78.7	11.5	0.1	3.02
	3인	0.2	3.7	78.2	18.0	0.0	3.14
	4인	0.0	3.4	75.1	21.1	0.4	3.19
	5인 이상	5.1	22.9	46.7	23.4	1.9	2.94
가구주 성별	남성	0.2	5.7	76.9	17.0	0.2	3.11
	여성	0.2	6.9	79.9	12.9	0.1	3.06
가구주 연령	20대	0.0	8.5	71.1	20.4	0.0	3.12
	30대	0.0	3.9	74.2	21.4	0.5	3.19
	40대	0.1	3.4	79.1	17.2	0.1	3.14
	50대	0.1	7.5	77.2	15.0	0.1	3.07
	60대 이상	0.4	8.0	81.8	9.5	0.3	3.01
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	8.3	80.0	11.5	0.2	3.04
	고졸	0.3	7.0	77.7	14.7	0.3	3.07
	전문대졸 이상	0.1	4.9	77.5	17.4	0.2	3.13
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	5.0	76.6	18.0	0.3	3.13
	서비스/판매직	0.1	3.7	81.3	14.8	0.1	3.11
	기계/농림어업/단순노무	0.4	9.6	75.9	13.8	0.3	3.04
	주부	0.2	8.0	77.8	14.0	0.0	3.06
	기타	0.0	9.8	75.0	14.5	0.7	3.06
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.2	8.4	80.5	10.3	0.5	3.03
	200~300만원 미만	0.0	7.5	78.0	14.0	0.5	3.07
	300~400만원 미만	0.0	6.6	75.7	17.6	0.0	3.11
	400~500만원 미만	0.6	5.0	72.4	22.0	0.0	3.16
	500~600만원 미만	0.0	3.7	79.9	16.1	0.2	3.13
	600만원 이상	0.3	4.4	82.5	12.8	0.0	3.08

10) 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부

- 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)을 통한 가공식품 구입여부는 ‘전혀 구입하지 않았다’ 58.4%, ‘특정 상품만 온라인으로 구입하였다’ 40.2%, ‘대부분 온라인으로 구입 하였다’ 1.4%로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권이 다른 지역에 비해 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구입한 경험이 더 많은 것으로 조사
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 읍면 지역에 비해 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구입한 경험이 더 많은 편
 - 가구주 연령대별로 살펴보면, 가구주 연령이 낮을수록, 가구주 최종학력이 높을수록 최근 1년간 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구입한 경험 비율이 높아지는 경향

그림 4-10. 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부

단위: %

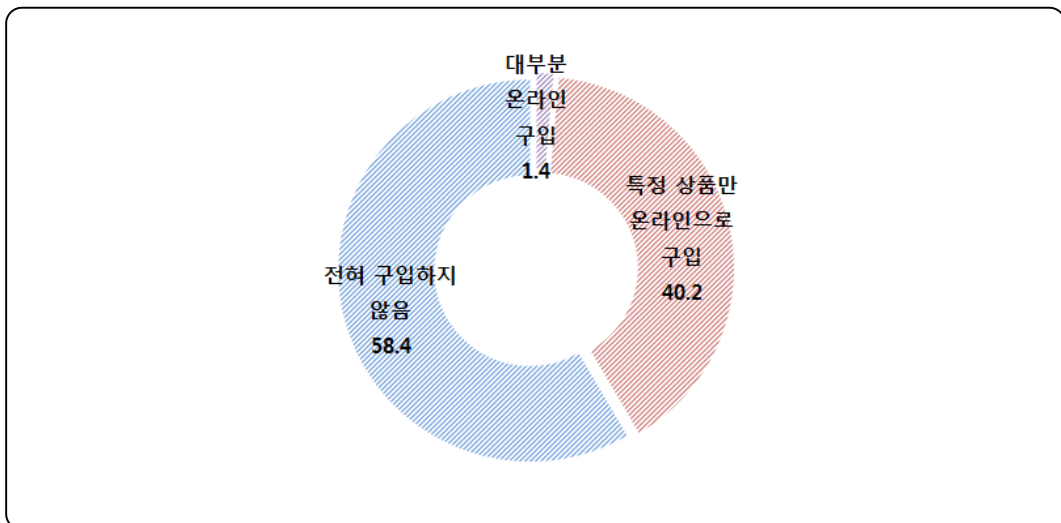


표 4-10. 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부

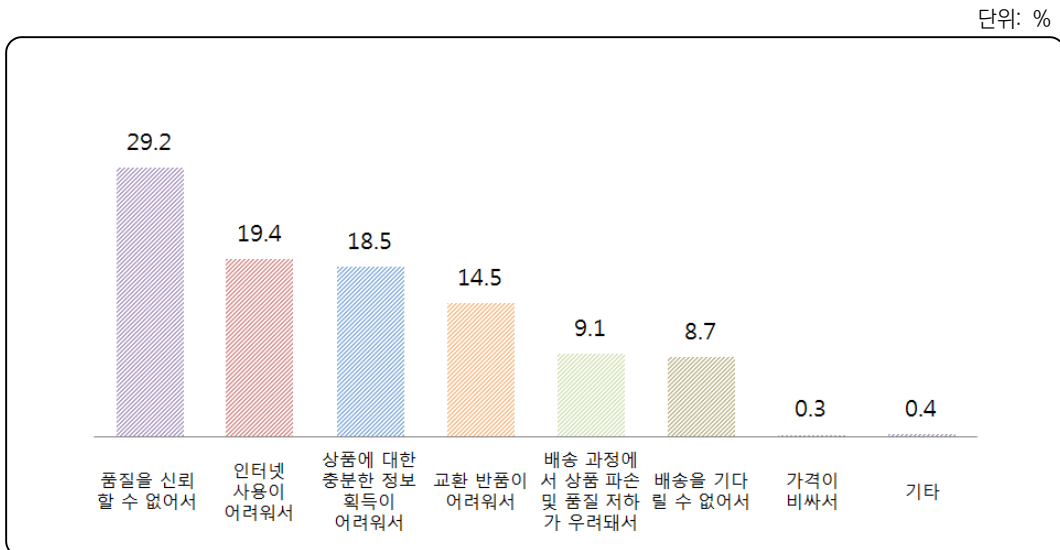
단위: %

구분		대부분 온라인 구입	특정상품만 온라인 구입	전혀 구입하지 않음
전체		1.4	40.2	58.4
거주 지역	수도권	1.6	48.1	50.3
	충청권	0.4	32.2	67.4
	호남권	0.7	22.5	76.8
	대경권	1.5	33.2	65.3
	동남권	1.6	37.7	60.7
	강원권	2.9	40.3	56.8
행정구역	동	1.6	42.3	56.1
	읍면	0.5	30.8	68.7
가구원 수	1인	3.4	37.1	59.5
	2인	0.9	30.5	68.6
	3인	0.8	44.4	54.8
	4인	0.3	51.2	48.5
	5인 이상	1.9	22.3	75.7
가구주 성별	남성	0.8	41.8	57.4
	여성	3.0	36.1	60.9
가구주 연령	20대	7.2	66.1	26.6
	30대	2.4	66.5	31.2
	40대	1.4	51.6	47.0
	50대	0.3	32.3	67.4
	60대 이상	0.0	8.6	91.4
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	4.0	96.0
	고졸	0.8	25.5	73.7
	전문대졸 이상	2.1	57.3	40.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	2.3	60.3	37.4
	서비스/판매직	1.2	34.3	64.5
	기계/농림어업/단순노무	0.5	22.2	77.3
	주부	0.0	14.6	85.4
	기타	0.7	11.4	88.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	1.2	15.4	83.4
	200~300만원 미만	3.2	34.1	62.7
	300~400만원 미만	2.6	37.8	59.6
	400~500만원 미만	0.0	47.6	52.4
	500~600만원 미만	0.1	56.5	43.4
	600만원 이상	0.4	51.9	47.8

11) 평소 온라인으로 가공식품 구입하지 않는 이유

- 평소 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유로는 ‘품질을 신뢰할 수 없어서’가 29.2%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘인터넷 사용이 어려워’(19.4%), ‘상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워’(18.5%) 등의 순으로 나타남.
- 거주지역별로 살펴보면, 수도권, 호남권, 동남권에서는 ‘품질을 신뢰할 수 없어서’가 충청권, 대경권, 강원권에서는 ‘인터넷 사용이 어려워’가 다른 지역에 비해 높은 편
- 가구원수별 살펴보면, 4인 가구 이상에서 ‘품질을 신뢰할 수 없어서’가 다른 가구원수에 비해 상대적으로 높은 편
- 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 높을수록 ‘인터넷 사용이 어려워’라는 이유가 높아지는 경향

그림 4-11. 평소 온라인으로 가공식품 구입하지 않는 이유



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-11. 평소 온라인으로 가공식품 구입하지 않는 이유

단위: %

구분		품질을 신뢰할 수 없어서	인터넷 사용이 어려워서	상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서	교환 반품이 어려워서	배송 과정에 상품 파손 및 품질 저하가 우려해서	배송을 기다릴 수 없어서	가격이 비싸서	기타
전체		29.2	19.4	18.5	14.5	9.1	8.7	0.3	0.4
거주 지역	수도권	31.7	16.4	19.3	14.3	10.2	8.2	0.0	0.0
	충청권	20.2	24.9	16.5	19.9	8.7	9.9	0.0	0.0
	호남권	31.0	15.7	19.2	15.5	8.3	9.9	0.5	0.0
	대경권	20.0	26.1	17.1	14.0	7.9	14.2	0.2	0.5
	동남권	36.9	21.6	18.6	10.2	7.4	3.6	1.1	0.6
	강원권	16.4	19.6	15.3	16.7	11.8	11.9	0.9	7.4
행정구역	동	29.2	18.6	18.8	15.4	8.5	8.9	0.3	0.3
	읍면	29.5	22.2	17.3	11.3	11.0	7.7	0.2	0.6
가구원 수	1인	28.3	20.2	19.2	14.9	7.1	9.1	0.4	0.6
	2인	26.3	27.7	17.3	12.7	9.1	6.3	0.3	0.3
	3인	29.6	16.8	18.5	13.5	12.7	8.5	0.1	0.3
	4인	34.4	9.1	18.9	17.2	7.9	11.9	0.3	0.2
	5인 이상	32.1	7.7	22.5	23.5	4.7	9.5	0.0	0.0
가구주 성별	남성	28.6	18.8	18.5	14.5	10.4	8.6	0.3	0.4
	여성	30.8	20.6	18.4	14.7	6.0	8.9	0.3	0.3
가구주 연령	20대	34.2	1.3	18.2	19.3	8.7	16.4	0.9	0.9
	30대	34.3	4.0	18.8	15.6	12.6	13.6	0.0	1.0
	40대	34.0	5.4	19.5	15.7	11.6	12.6	0.4	0.6
	50대	32.5	15.9	17.9	15.6	7.9	9.8	0.3	0.1
	60대 이상	22.1	35.7	18.3	12.3	7.7	3.5	0.2	0.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	16.1	49.0	16.6	8.5	5.2	4.0	0.1	0.5
	고졸	28.9	19.8	18.4	15.1	9.0	8.2	0.5	0.1
	전문대졸 이상	34.3	8.3	19.2	15.9	10.5	11.0	0.2	0.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	35.4	8.4	19.4	16.3	12.3	7.4	0.4	0.5
	서비스/판매직	33.1	15.6	18.2	14.8	6.9	10.5	0.4	0.5
	기계/농림어업/단순노무	22.2	26.4	18.8	13.5	10.4	8.5	0.1	0.2
	주부	27.1	36.7	15.1	15.1	2.3	3.6	0.0	0.0
	기타	21.0	35.0	17.1	10.6	4.9	10.7	0.5	0.2
월평균 가구 소득	200만원 미만	23.3	34.8	18.5	11.3	5.4	5.6	0.4	0.6
	200~300만원 미만	25.6	21.3	17.9	17.6	6.8	10.2	0.3	0.3
	300~400만원 미만	33.9	16.0	17.9	11.8	11.8	8.1	0.2	0.3
	400~500만원 미만	32.7	14.7	16.0	16.2	10.5	8.8	0.5	0.6
	500~600만원 미만	29.3	9.3	25.1	12.3	12.0	11.7	0.2	0.1
	600만원 이상	34.6	10.0	15.5	21.8	9.4	8.8	0.0	0.0

주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

12) 온라인 가공식품 구입 주기

- 온라인으로 가공식품을 구입하는 주기로는 ‘월 1회’가 48.1%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘월 1회 미만(27.6%)’, ‘2주 1회(17.6%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권에서 월 1회 비율이 다른 지역에 비해 상대적으로 높은 편
 - 가구원수별로 살펴보면, 5인 이상에서 월 1회 비율이 다른 가구원수에 비해 상대적으로 높은 특징

그림 4-12. 온라인 가공식품 구입 주기

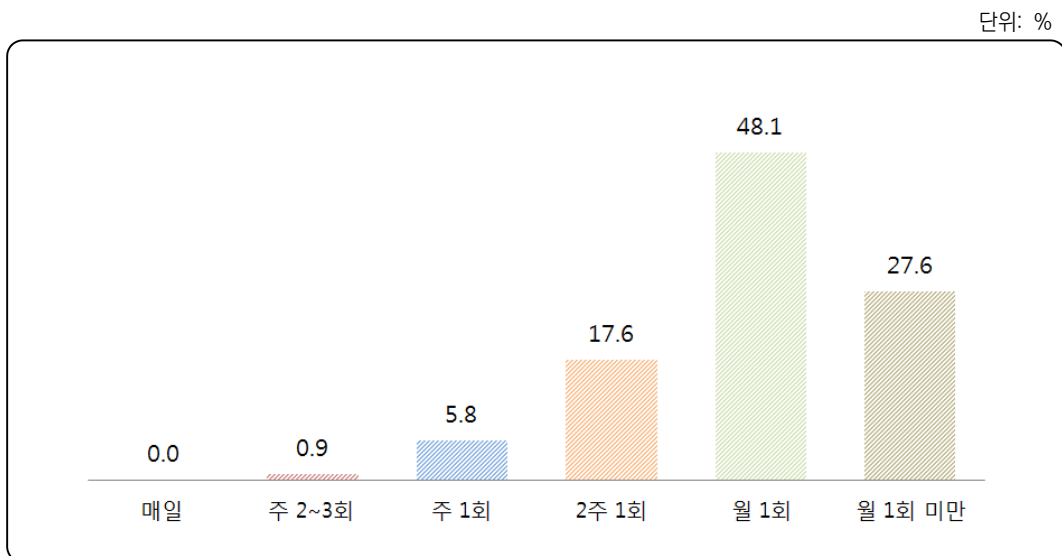


표 4-12. 온라인 가공식품 구입 주기

단위: %

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만
전체		0.0	0.9	5.8	17.6	48.1	27.6
거주 지역	수도권	0.0	0.0	2.9	16.5	53.5	27.1
	충청권	0.0	0.0	7.3	34.8	44.0	13.9
	호남권	0.0	0.0	1.4	6.5	26.6	65.4
	대경권	0.0	0.8	6.0	14.1	38.0	41.2
	동남권	0.0	4.3	15.1	18.4	46.2	16.0
	강원권	0.0	5.7	19.9	20.5	35.4	18.5
행정구역	동	0.0	0.9	4.5	17.6	49.4	27.5
	읍면	0.0	0.5	13.6	17.5	40.2	28.3
가구원 수	1인	0.0	1.1	7.7	20.5	43.5	27.1
	2인	0.0	0.0	6.4	14.8	52.3	26.5
	3인	0.0	1.0	5.2	17.3	57.2	19.3
	4인	0.0	1.0	4.2	17.1	41.2	36.6
	5인 이상	0.0	8.0	6.5	24.7	60.8	0.0
가구주 성별	남성	0.0	1.0	5.4	17.1	50.0	26.6
	여성	0.0	0.6	6.7	19.1	43.1	30.4
가구주 연령	20대	0.0	1.8	6.6	23.9	48.5	19.2
	30대	0.0	1.2	9.4	22.9	45.9	20.7
	40대	0.0	0.4	5.6	15.2	50.5	28.3
	50대	0.0	0.8	1.7	8.6	50.9	38.0
	60대 이상	0.0	0.0	0.0	22.7	32.8	44.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	0.0	0.0	0.0	54.6	45.4
	고졸	0.0	0.7	3.4	13.5	50.9	31.6
	전문대졸 이상	0.0	1.0	6.7	19.2	47.1	26.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	0.7	6.6	19.5	50.8	22.4
	서비스/판매직	0.0	0.9	4.8	12.1	43.2	39.0
	기계/농림어업/단순노무	0.0	1.5	4.7	22.1	47.1	24.7
	주부	0.0	0.0	0.0	0.0	13.9	86.1
	기타	0.0	5.6	0.0	4.5	64.5	25.4
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	4.9	8.4	24.3	38.0	24.4
	200~300만원 미만	0.0	2.2	8.4	19.2	38.8	31.5
	300~400만원 미만	0.0	0.6	10.0	17.5	50.8	21.1
	400~500만원 미만	0.0	0.0	6.1	24.3	43.3	26.3
	500~600만원 미만	0.0	0.0	0.5	13.3	62.1	24.1
600만원 이상	0.0	0.5	3.6	10.8	42.8	42.3	

13) 온라인 가공식품 구입 이유

- 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유로는 ‘직접 방문하지 않아 시간이 절약된다’가 47.2%로 높게 나타났으며, 다음으로 ‘가격을 비교하고 살 수 있어서 유익하다(24.4%)’, ‘구매시간에 제약을 받지 않아 편리하다(24.2%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 동남권과 강원권에서 ‘직접 방문하지 않아 시간이 절약된다’가 다른 지역에 비해 높은 상황
 - 가구주 성별로 살펴보면, 여성인 경우 ‘직접 방문하지 않아 시간이 절약된다’가 남성보다 높은 것으로 조사
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 20대는 ‘직접 방문하지 않아 시간이 절약된다’가 다른 연령에 비해 높게 나타난 반면, 60대 이상은 ‘가격을 비교하고 살 수 있어서’가 다른 연령에 비해 상대적으로 높은 것으로 조사

그림 4-13. 온라인 가공식품 구입 이유

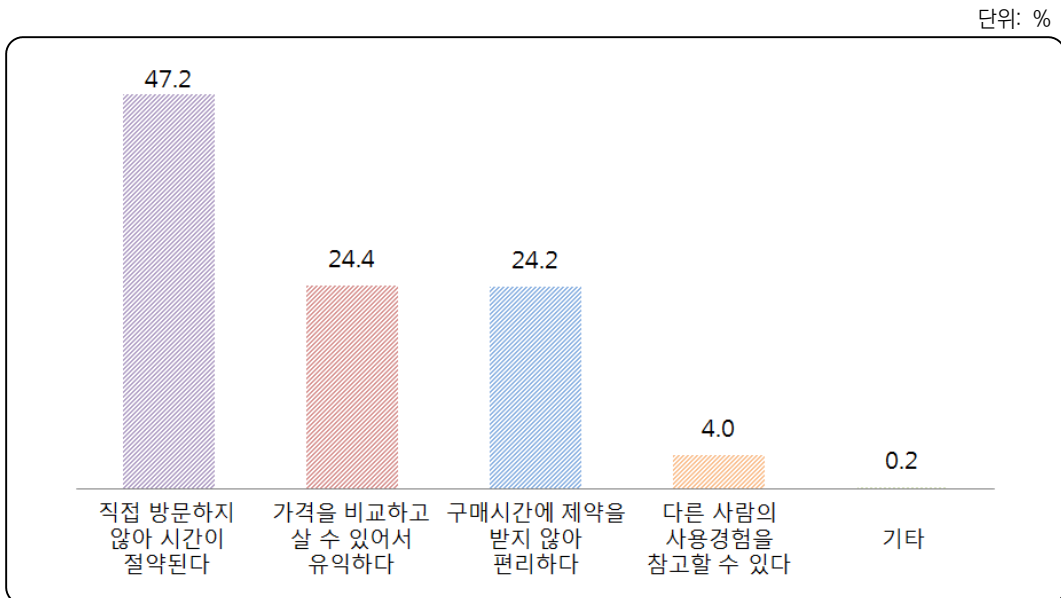


표 4-13. 온라인 가공식품 구입 이유

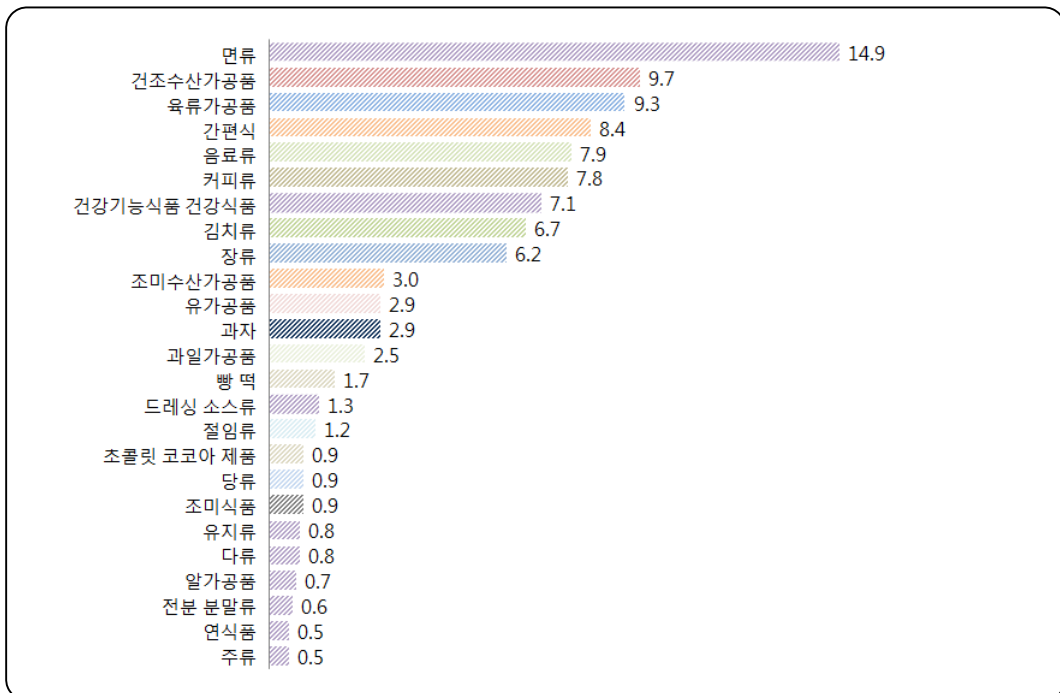
구분		직접 방문 하지 않아 시간이 절약된다	가격을 비교하고 살 수 있어서 유익하다	구매시간에 제약을 받지 않아 편리하다	다른 사람의 사용경험을 참고할 수 있다	기타
전체		47.2	24.4	24.2	4.0	0.2
거주 지역	수도권	43.8	25.8	26.1	3.9	0.3
	충청권	50.3	20.2	20.3	9.2	0.0
	호남권	45.2	32.7	21.1	1.1	0.0
	대경권	53.9	18.7	25.1	2.4	0.0
	동남권	54.6	21.4	20.9	3.1	0.0
	강원권	54.7	21.7	18.0	5.6	0.0
행정구역	동	48.0	22.8	25.2	3.8	0.2
	읍면	42.4	34.3	18.3	5.0	0.0
가구원 수	1인	48.0	22.4	26.7	2.1	0.7
	2인	45.8	28.0	24.2	2.0	0.0
	3인	52.3	22.7	20.2	4.8	0.0
	4인	43.5	24.8	26.0	5.6	0.0
	5인 이상	32.7	34.9	0.0	32.4	0.0
가구주 성별	남성	46.1	25.2	23.9	4.6	0.3
	여성	50.4	22.2	25.2	2.2	0.0
가구주 연령	20대	60.0	21.5	16.6	0.6	1.4
	30대	48.2	25.9	23.7	2.3	0.0
	40대	50.1	23.2	21.4	5.4	0.0
	50대	40.8	21.7	31.2	6.3	0.0
	60대 이상	16.1	41.7	37.3	4.9	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	95.0	5.0	0.0	0.0
	고졸	41.1	23.1	32.1	3.1	0.7
	전문대졸 이상	49.9	24.1	21.7	4.4	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	50.4	25.5	19.9	4.2	0.0
	서비스/판매직	42.1	22.0	32.3	3.5	0.0
	기계/농림어업/단순노무	43.8	22.1	29.4	4.8	0.0
	주부	36.8	37.0	26.2	0.0	0.0
	기타	42.3	25.9	13.7	0.0	18.1
월평균 가구 소득	200만원 미만	29.8	31.0	32.9	3.2	3.2
	200~300만원 미만	50.3	18.0	28.1	3.6	0.0
	300~400만원 미만	45.0	25.9	24.0	5.1	0.0
	400~500만원 미만	53.8	15.7	26.6	3.9	0.0
	500~600만원 미만	53.0	24.0	21.1	1.8	0.0
	600만원 이상	34.1	41.2	17.4	7.3	0.0

14) 지출액 기준 구입 많은 품목군

- 온라인으로 가공식품을 구매하는 품목 중 지출액을 기준으로 많이 구입하는 품목군은 면류가 14.9%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘건조 수산가공품(9.7%)’, ‘육류 가공품(9.3%)’, ‘간편식(8.4%)’ 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권, 대경권, 동남권에서는 면류, 충청권에서는 육류가공품, 강원권과 호남권은 건강기능식품/건강식품 구입이 다른 지역에 비해 높은 편
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 20대는 간편식 구입 비율이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높게 나타난 반면, 60대 이상에서는 커피류 구입 비율이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높은 것으로 조사

그림 4-14. 지출액 기준 구입 많은 품목군

단위: %



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-14. 지출액 기준 구입 많은 품목군

단위: %

구분		면류	건조수산 가공품	육류 가공품	간편식	음료류	커피류	건강기능 식품/ 건강식품
전체		14.9	9.7	9.3	8.4	7.9	7.8	7.1
거주 지역	수도권	16.5	10.8	8.8	6.0	8.5	8.1	5.1
	충청권	11.5	13.8	14.0	13.5	2.8	6.2	4.9
	호남권	9.7	9.8	7.4	8.9	8.8	10.7	16.0
	대경권	12.9	8.1	9.9	6.2	11.1	7.6	10.6
	동남권	14.9	5.0	9.1	14.8	6.7	6.2	9.2
	강원권	8.1	4.7	9.9	13.5	5.4	6.2	15.5
행정구역	동	14.9	9.0	9.1	7.7	8.7	7.8	7.3
	읍면	14.8	14.5	10.7	12.5	2.9	7.2	6.2
가구원 수	1인	15.1	9.4	10.3	9.3	8.9	7.4	5.3
	2인	14.9	9.4	8.6	8.5	6.9	8.7	8.8
	3인	14.3	8.2	10.9	8.3	7.6	8.6	7.1
	4인	15.0	11.7	7.7	7.3	8.0	6.3	7.5
	5인 이상	23.2	2.7	0.0	13.4	3.5	24.6	10.7
가구주 성별	남성	14.8	9.5	9.2	8.4	7.8	8.1	7.9
	여성	15.2	10.2	9.4	8.4	8.0	6.9	4.9
가구주 연령	20대	14.5	9.1	9.8	14.0	10.9	8.0	3.2
	30대	12.7	8.6	10.3	7.7	6.5	7.1	6.5
	40대	17.0	9.9	10.2	7.7	8.1	7.1	6.2
	50대	15.5	11.7	6.4	7.6	7.7	7.8	11.7
	60대 이상	13.2	8.4	7.6	4.6	6.6	14.8	8.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	4.2	13.9	23.2	2.0	4.8	0.0	30.9
	고졸	16.9	9.4	7.5	6.9	6.4	8.4	10.3
	전문대졸 이상	14.3	9.8	9.8	8.9	8.4	7.6	5.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	15.6	9.3	9.4	8.9	8.2	7.5	5.5
	서비스/판매직	14.8	11.8	9.8	6.9	6.5	7.9	8.8
	기계/농림어업/단순노무	12.7	7.1	8.6	8.6	8.2	7.6	9.9
	주부	9.3	17.4	3.9	7.6	8.2	15.7	6.2
	기타	10.8	8.9	8.2	9.8	17.9	12.5	27.2
월평균 가구 소득	200만원 미만	11.7	6.8	9.3	9.4	11.8	7.5	10.0
	200~300만원 미만	13.0	7.1	10.2	10.0	9.4	9.6	5.9
	300~400만원 미만	17.3	11.4	9.3	10.9	4.5	3.7	5.1
	400~500만원 미만	11.9	9.0	6.9	10.7	8.0	8.2	8.7
	500~600만원 미만	19.2	9.5	13.5	3.6	7.8	8.2	7.7
	600만원 이상	11.9	13.6	3.9	6.9	9.0	10.0	7.1

주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

2. 지출액 기준 온라인으로 구입이 많은 품목 7개를 제시한 결과임.

15) 온라인 주 이용방법

- 온라인으로 가공식품을 구매할 때 주로 이용하는 방법으로는 ‘스마트폰·테블릿을 이용한 모바일 주문’이 82.2%로 조사되어, 온라인을 이용하여 구매하는 사람 10명 중 8명이 온라인으로 가공식품 구매 시 스마트폰 또는 테블릿을 이용하여 구매하고 있는 것으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 호남권과 동남권역은 다른 권역에 비해 온라인으로 가공식품 구매 시 PC를 이용한 인터넷 주문 비율이 상대적으로 높은 것으로 조사
 - 가구원수별로 살펴보면, 3인 가구인 경우 PC를 이용한 인터넷 주문 비율이 다른 가구에 비해 높은 편
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 20대가 다른 연령에 비해 스마트폰·테블릿을 이용한 모바일 주문이 다른 연령에 비해 가장 많았으며, 40대는 PC를 이용한 인터넷 주문 비율이 다른 연령에 비해 높은 특징

그림 4-15. 온라인 주 이용방법

단위: %

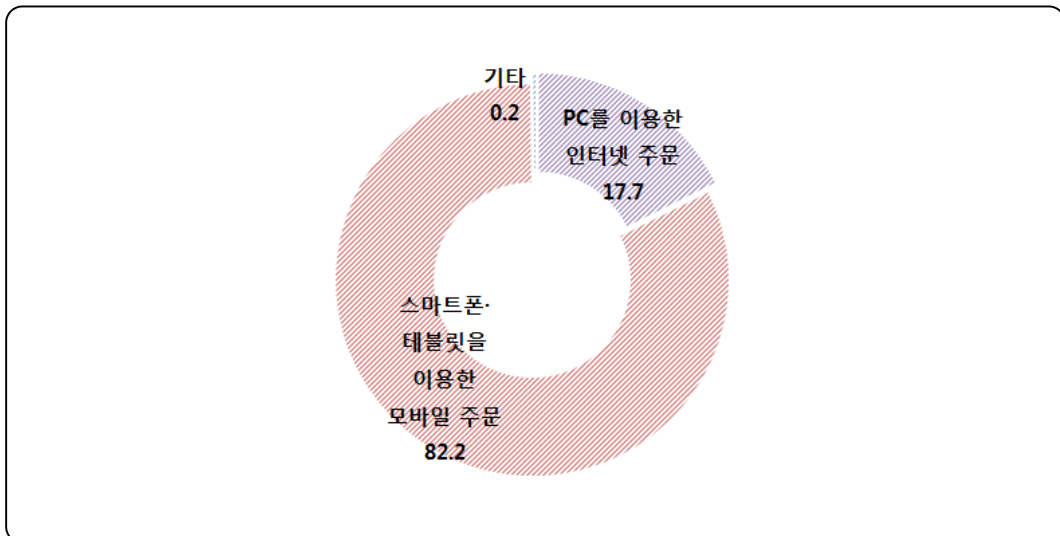


표 4-15. 온라인 주 이용방법

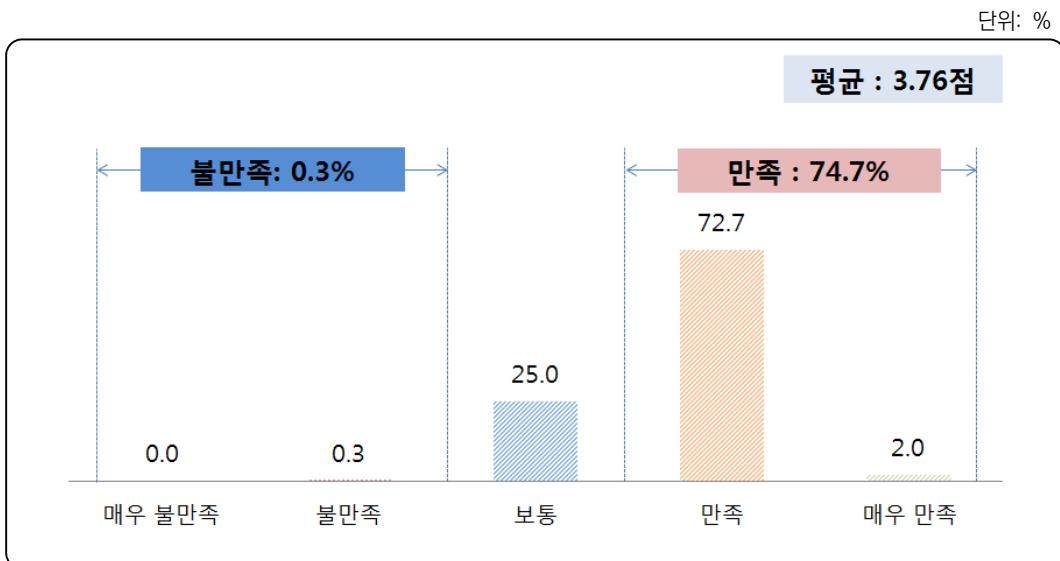
단위: %

구분		PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문	스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문	기타
전체		17.7	82.2	0.2
거주 지역	수도권	10.5	89.5	0.0
	충청권	19.0	81.0	0.0
	호남권	38.6	60.1	1.3
	대경권	27.3	72.7	0.0
	동남권	32.8	67.2	0.0
	강원권	10.7	86.1	3.2
행정구역	동	17.6	82.2	0.2
	읍면	18.0	82.0	0.0
가구원 수	1인	14.6	85.4	0.0
	2인	14.5	85.1	0.4
	3인	21.4	78.6	0.0
	4인	19.2	80.4	0.4
	5인 이상	17.6	82.4	0.0
가구주 성별	남성	18.3	81.4	0.3
	여성	15.9	84.1	0.0
가구주 연령	20대	14.0	86.0	0.0
	30대	15.6	84.1	0.3
	40대	21.0	79.0	0.0
	50대	17.8	81.9	0.3
	60대 이상	17.9	81.5	0.6
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	100.0	0.0
	고졸	21.3	78.4	0.3
	전문대졸 이상	16.6	83.3	0.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	13.9	85.9	0.3
	서비스/판매직	24.4	75.5	0.1
	기계/농림어업/단순노무	22.3	77.7	0.0
	주부	29.6	70.4	0.0
	기타	6.6	93.4	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	17.1	82.9	0.0
	200~300만원 미만	15.8	84.2	0.0
	300~400만원 미만	16.4	82.9	0.8
	400~500만원 미만	24.7	75.1	0.2
	500~600만원 미만	16.0	84.0	0.0
	600만원 이상	15.1	84.9	0.0

16) 온라인 구입 가공식품 가격 만족도

- 온라인으로 구입한 가공식품에 대한 가격 만족도는 ‘만족’ 74.7%, ‘불만족’ 0.3%로 10가구 중 7가구는 온라인으로 구입한 가공식품 가격에 대하여 만족하고 있음.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권에서 다른 지역에 비해 온라인으로 구입한 가공식품 가격 만족도가 높은 것으로 조사
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 읍면지역보다 가격에 대한 만족도가 조금 더 높은 상황
 - 가구원수가 5인 이상, 가구주 연령이 50대에서 온라인으로 구입한 가공식품 가격에 대한 만족도가 가장 높은 것으로 조사

그림 4-16. 온라인 구입 가공식품 가격만족도



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 4-16. 온라인 구입 가공식품 가격만족도

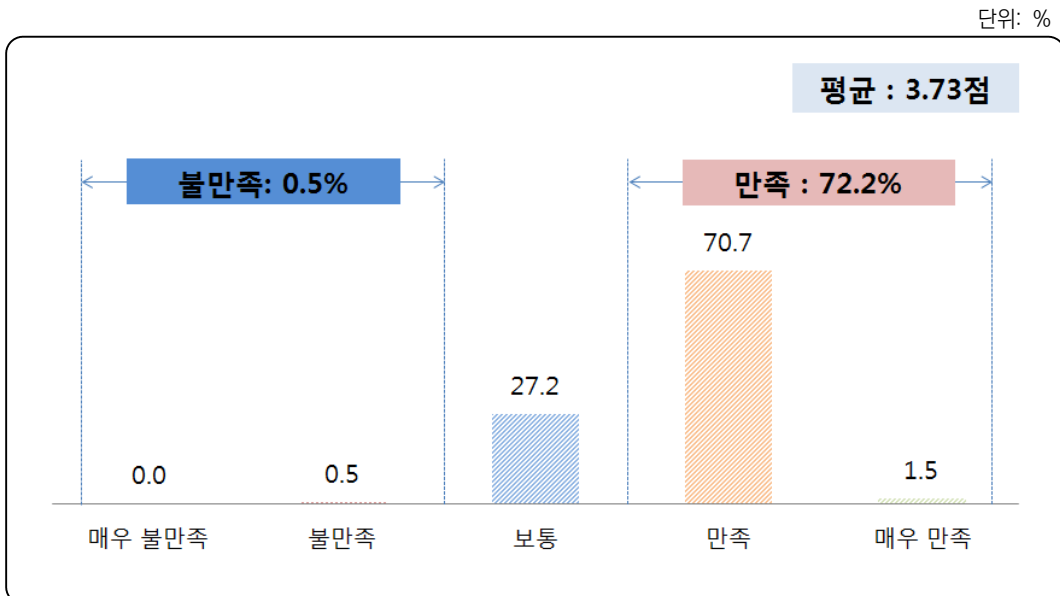
단위: %, 점

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균 (5점 만점)
전체		0.0	0.3	25.0	72.7	2.0	3.76
거주 지역	수도권	0.0	0.0	18.5	80.6	0.9	3.82
	충청권	0.0	1.3	26.2	72.6	0.0	3.71
	호남권	0.0	0.0	44.6	55.4	0.0	3.55
	대경권	0.0	0.9	38.1	56.4	4.6	3.65
	동남권	0.0	0.9	31.9	60.9	6.3	3.73
	강원권	0.0	0.0	35.8	59.5	4.7	3.69
행정구역	동	0.0	0.4	24.6	72.9	2.2	3.77
	읍면	0.0	0.0	27.0	72.0	1.0	3.74
가구원 수	1인	0.0	0.7	18.1	78.4	2.8	3.83
	2인	0.0	0.7	28.1	71.2	0.0	3.71
	3인	0.0	0.0	28.7	69.6	1.7	3.73
	4인	0.0	0.0	26.1	71.3	2.6	3.77
	5인 이상	0.0	0.0	8.0	78.9	13.1	4.05
가家主 성별	남성	0.0	0.3	26.7	70.8	2.2	3.75
	여성	0.0	0.3	20.1	78.0	1.6	3.81
가家主 연령	20대	0.0	0.6	21.9	75.6	1.9	3.79
	30대	0.0	0.0	21.8	76.5	1.7	3.80
	40대	0.0	0.3	33.2	64.7	1.8	3.68
	50대	0.0	0.6	19.8	76.3	3.3	3.82
	60대 이상	0.0	0.0	21.0	79.0	0.0	3.79
가家主 최종 학력	중졸 이하	0.0	0.0	15.9	84.1	0.0	3.84
	고졸	0.0	0.0	26.8	71.8	1.4	3.75
	전문대졸 이상	0.0	0.4	24.4	72.9	2.2	3.77
가家主 직업	관리/전문/사무직	0.0	0.5	23.1	74.6	1.8	3.78
	서비스/판매직	0.0	0.0	27.0	71.2	1.8	3.75
	기계/농림어업/단순노무	0.0	0.0	29.6	67.0	3.5	3.74
	주부	0.0	0.0	28.6	67.7	3.7	3.75
	기타	0.0	0.0	18.8	81.2	0.0	3.81
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	0.0	36.7	62.4	0.9	3.64
	200~300만원 미만	0.0	0.4	16.9	77.2	5.5	3.88
	300~400만원 미만	0.0	0.5	20.6	76.2	2.7	3.81
	400~500만원 미만	0.0	0.0	24.7	75.0	0.3	3.76
	500~600만원 미만	0.0	0.5	37.8	61.1	0.7	3.62
600만원 이상	0.0	0.0	14.7	83.7	1.6	3.87	

17) 온라인 구입 가공식품 품질만족도

- 온라인으로 구입한 가공식품에 대한 품질 만족도는 ‘만족’ 72.2%, ‘불만족’ 0.5%로 10가구 중 7가구는 온라인으로 구입한 가공식품 품질에 대하여 만족하고 있음.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권에서 다른 지역에 비해 온라인으로 구입한 가공식품 품질 만족도가 가장 높은 반면, 충청권은 품질에 대한 만족도가 가장 낮은 상황
 - 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 5인 이상에서 품질 만족도가 가장 높게 나타난 반면, 2인 가구에서 품질 만족도가 가장 낮은 수준
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 20대가 품질에 대한 만족도가 가장 높은 반면, 40대는 다른 연령에 비해 만족도가 가장 낮은 수준

그림 4-17. 온라인 구입 가공식품 품질만족도



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 4-17. 온라인 구입 가공식품 품질만족도

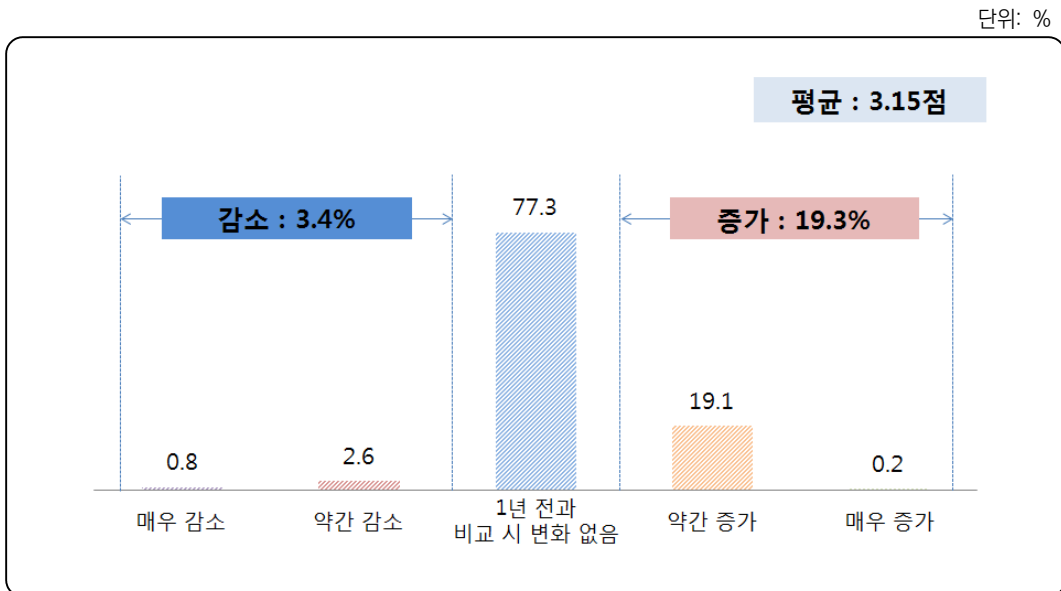
단위: %, 점

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균 (5점 만점)
전체		0.0	0.5	27.2	70.7	1.5	3.73
거주 지역	수도권	0.0	0.4	17.0	81.3	1.3	3.84
	충청권	0.0	0.0	49.2	50.8	0.0	3.51
	호남권	0.0	0.0	32.8	67.2	0.0	3.67
	대경권	0.0	1.2	30.0	64.4	4.4	3.72
	동남권	0.0	1.6	46.5	49.7	2.2	3.53
	강원권	0.0	0.0	49.7	47.1	3.2	3.53
행정구역	동	0.0	0.6	27.2	70.3	1.8	3.73
	읍면	0.0	0.0	27.2	72.8	0.0	3.73
가구원 수	1인	0.0	0.0	21.3	77.2	1.5	3.80
	2인	0.0	1.6	32.8	64.3	1.3	3.65
	3인	0.0	0.9	26.5	72.0	0.5	3.72
	4인	0.0	0.0	29.3	68.8	1.9	3.73
	5인 이상	0.0	0.0	25.5	42.0	32.4	4.07
가家主 성별	남성	0.0	0.5	29.1	69.1	1.4	3.71
	여성	0.0	0.8	22.1	75.1	2.0	3.78
가家主 연령	20대	0.0	0.9	21.1	77.4	0.6	3.78
	30대	0.0	1.1	25.6	71.5	1.8	3.74
	40대	0.0	0.4	30.5	66.5	2.6	3.71
	50대	0.0	0.0	28.3	71.3	0.5	3.72
	60대 이상	0.0	0.0	27.9	72.1	0.0	3.72
가家主 최종 학력	중졸 이하	0.0	0.0	26.5	73.5	0.0	3.74
	고졸	0.0	0.8	31.0	66.7	1.5	3.69
	전문대졸 이상	0.0	0.4	25.9	72.1	1.6	3.75
가家主 직업	관리/전문/사무직	0.0	0.4	25.8	72.3	1.5	3.75
	서비스/판매직	0.0	0.5	27.2	71.2	1.1	3.73
	기계/농림어업/단순노무	0.0	1.6	32.9	63.0	2.5	3.66
	주부	0.0	0.0	27.3	69.1	3.7	3.76
	기타	0.0	0.0	33.6	66.4	0.0	3.66
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	2.0	32.5	64.7	0.9	3.64
	200~300만원 미만	0.0	1.2	21.3	74.7	2.8	3.79
	300~400만원 미만	0.0	0.5	30.5	66.9	2.1	3.71
	400~500만원 미만	0.0	0.6	30.5	67.7	1.3	3.70
	500~600만원 미만	0.0	0.0	28.2	70.4	1.4	3.73
600만원 이상	0.0	0.0	21.1	78.9	0.0	3.79	

18) 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화

- 최근 1년간 온라인을 이용한 가공식품 지출 변화는 현 수준 유지가 77.3%로 10가구 중 대략 7~8가구 정도가 1년 전과 비교 시 변화가 없는 것으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권에서 다른 지역에 비해 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 지출 증가 비율이 상대적으로 높은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 읍면지역보다 온라인을 이용한 가공식품 지출 증가 비율이 높은 것으로 조사
 - 가구원수별로 살펴보면, 3인 가구인 경우 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 지출 증가 비율이 다른 가구에 비해 높은 편
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 지출 증가 비율이 높아지는 경향

그림 4-18. 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 4-18. 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화

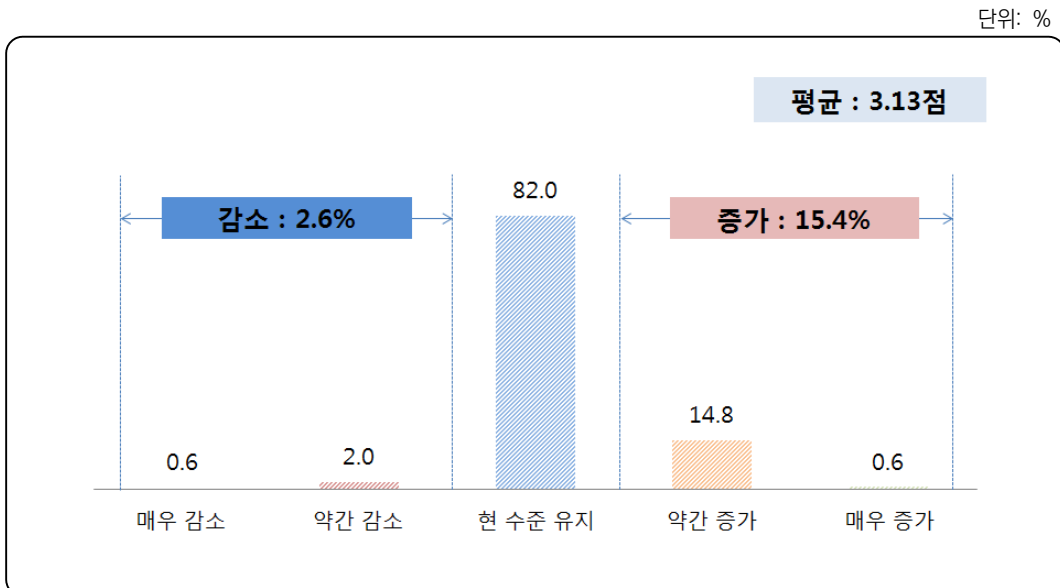
단위: %, 점

구분		매우 감소	약간 감소	1년 전과 비교 시 변화 없음	약간 증가	매우 증가	평균 (5점 만점)
전체		0.8	2.6	77.3	19.1	0.2	3.15
거주 지역	수도권	0.5	3.2	71.0	25.2	0.1	3.21
	충청권	0.1	2.0	85.5	12.0	0.4	3.11
	호남권	1.8	2.9	88.1	7.3	0.0	3.01
	대경권	0.9	0.6	85.1	13.4	0.0	3.11
	동남권	0.8	2.1	78.1	18.5	0.4	3.16
	강원권	3.1	4.2	80.1	10.3	2.3	3.04
행정구역	동	0.9	2.8	75.1	21.0	0.3	3.17
	읍면	0.2	1.8	87.0	11.0	0.0	3.09
가구원 수	1인	0.7	3.7	77.8	17.5	0.2	3.13
	2인	1.4	2.3	83.2	13.1	0.0	3.08
	3인	0.7	1.3	74.2	23.9	0.0	3.21
	4인	0.3	3.1	72.8	23.1	0.6	3.21
	5인 이상	0.0	0.0	82.7	15.3	1.9	3.19
가구주 성별	남성	0.9	2.3	75.9	20.7	0.2	3.17
	여성	0.6	3.3	80.7	15.1	0.2	3.11
가구주 연령	20대	0.0	2.1	65.6	32.0	0.3	3.30
	30대	0.5	2.2	66.0	30.7	0.6	3.29
	40대	0.5	3.7	70.5	24.8	0.4	3.21
	50대	0.4	2.3	81.7	15.6	0.0	3.13
	60대 이상	2.0	2.2	91.6	4.1	0.0	2.98
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.2	3.3	94.1	2.4	0.0	2.99
	고졸	1.4	2.0	86.8	9.7	0.1	3.05
	전문대졸 이상	0.4	3.0	67.2	29.1	0.4	3.26
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.3	3.0	63.4	33.1	0.3	3.30
	서비스/판매직	1.3	2.7	82.8	13.0	0.2	3.08
	기계/농림어업/단순노무	1.1	2.4	88.7	7.6	0.1	3.03
	주부	0.4	0.4	98.5	0.8	0.0	3.00
	기타	1.1	1.2	87.8	9.3	0.7	3.07
월평균 가구 소득	200만원 미만	1.4	1.2	90.1	7.0	0.3	3.04
	200~300만원 미만	1.4	3.2	78.4	16.6	0.4	3.12
	300~400만원 미만	0.7	4.9	77.4	16.8	0.2	3.11
	400~500만원 미만	0.7	2.9	73.9	22.5	0.0	3.18
	500~600만원 미만	0.1	0.6	68.4	30.7	0.2	3.30
600만원 이상	0.3	1.8	77.1	20.8	0.0	3.18	

19) 향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화

- 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 지출 변화는 현 수준 유지가 82.0%로 10가구 중 대략 8가구 정도가 현 수준을 유지할 것이라고 예상하고 있음.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권에서 다른 권역에 비해 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 지출 증가 비율이 상대적으로 높은 편
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 읍면지역보다 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 지출 증가 비율이 높을 것으로 예상
 - 가구주 성별로 살펴보면, 남성인 경우가 여성보다 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 지출 이 더 증가할 것이라고 예상
 - 가구원수별로 살펴보면, 4인 가구인 경우 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 지출 증가 비율이 다른 가구에 비해 높은 것으로 조사

그림 4-19. 향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 4-19. 향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화

단위: %, 점

구분		매우 감소	약간 감소	현 수준 유지	약간 증가	매우 증가	평균 (5점 만점)
전체		0.6	2.0	82.0	14.8	0.6	3.13
거주 지역	수도권	0.5	2.1	77.9	18.8	0.8	3.17
	충청권	0.1	1.5	92.5	6.0	0.0	3.04
	호남권	0.0	2.4	89.7	8.0	0.0	3.06
	대경권	0.9	1.2	83.4	14.4	0.0	3.11
	동남권	0.8	2.6	81.7	13.6	1.3	3.12
	강원권	3.6	1.3	78.8	14.7	1.7	3.09
행정구역	동	0.6	2.2	80.1	16.3	0.8	3.14
	읍면	0.4	1.4	90.1	8.1	0.0	3.06
가구원 수	1인	0.5	1.4	85.6	11.5	1.1	3.11
	2인	1.1	2.6	84.4	11.5	0.4	3.08
	3인	0.7	1.8	81.2	16.0	0.2	3.13
	4인	0.1	2.3	75.6	21.3	0.7	3.20
	5인 이상	0.0	0.0	90.6	7.4	1.9	3.11
가구주 성별	남성	0.7	2.2	80.0	16.5	0.6	3.14
	여성	0.5	1.6	86.9	10.5	0.6	3.09
가구주 연령	20대	0.0	1.7	79.1	16.7	2.5	3.20
	30대	0.5	0.8	74.8	22.9	1.0	3.23
	40대	0.1	2.7	80.4	15.9	0.9	3.15
	50대	0.3	1.8	81.0	16.7	0.2	3.15
	60대 이상	1.7	2.6	90.9	4.8	0.0	2.99
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.4	3.5	94.5	1.6	0.0	2.97
	고졸	1.1	1.7	85.5	11.3	0.4	3.08
	전문대졸 이상	0.2	2.1	77.3	19.6	0.9	3.19
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.2	2.3	76.0	20.5	1.0	3.20
	서비스/판매직	0.9	1.5	81.8	15.3	0.5	3.13
	기계/농림어업/단순노무	0.9	2.3	88.2	8.3	0.3	3.05
	주부	0.4	1.1	96.5	2.0	0.0	3.00
	기타	1.0	2.3	91.5	4.5	0.7	3.01
월평균 가구 소득	200만원 미만	1.2	1.2	91.1	5.7	0.8	3.04
	200~300만원 미만	1.4	2.3	82.8	12.2	1.3	3.10
	300~400만원 미만	0.4	2.7	83.2	13.6	0.0	3.10
	400~500만원 미만	0.1	2.3	79.7	17.5	0.3	3.16
	500~600만원 미만	0.0	2.0	74.9	21.8	1.3	3.22
600만원 이상	0.3	0.6	80.5	18.6	0.0	3.17	

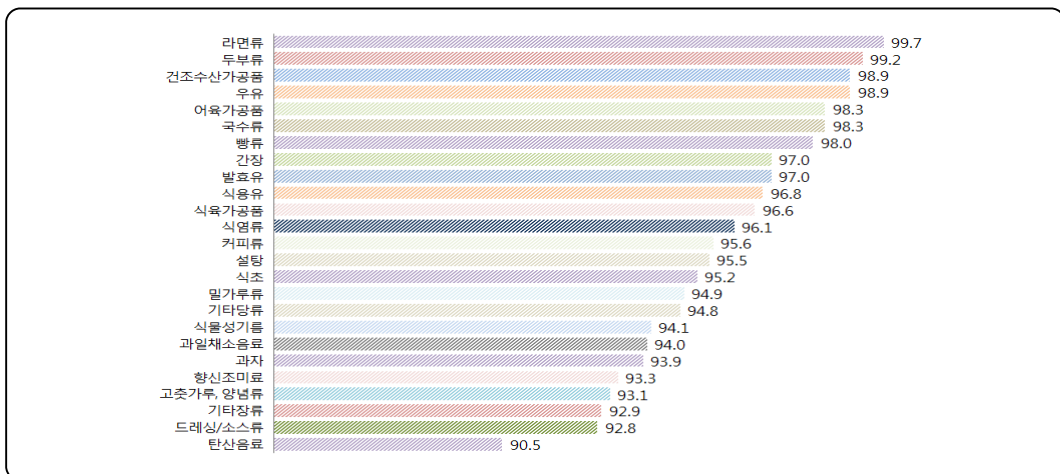
2. 가공식품 품목별 구입현황

1) 최근 1년 품목별 구입 경험률

- 최근 1년 동안 구입한 경험이 있는 품목으로는 ‘라면류’가 99.7%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘두부류(99.2%)’, ‘건조수산가공품’, ‘우유’ (각 98.9%) 등의 순으로 나타남.
 - 1인 가구인 경우 최근 1년 품목별 구입 경험은 라면류가 가장 많았으며, 다음으로 우유, 건조수산가공품, 어육가공품 등의 순
 - 2인 가구인 경우 최근 1년 품목별 구입 경험은 두부류가 가장 많았으며, 다음으로 건조수산가공품, 우유, 라면류 등의 순
 - 3인 가구의 경우 최근 1년 품목별 구입 경험은 라면류가 가장 많았으며, 다음으로 두부류, 건조수산가공품, 어육가공품, 국수류 등의 순
 - 4인 가구의 경우 최근 1년 품목별 구입 경험은 라면류, 빵류가 가장 많았으며, 다음으로 두부/국수류, 어육가공품 등의 순

그림 4-20. 최근 1년 품목별 구입 경험률

단위: %



주: 최근 1년 내 구입 경험률 상위 25개 품목만 제시한 결과임.

표 4-20. 최근 1년 품목별 구입 경험률

단위: %

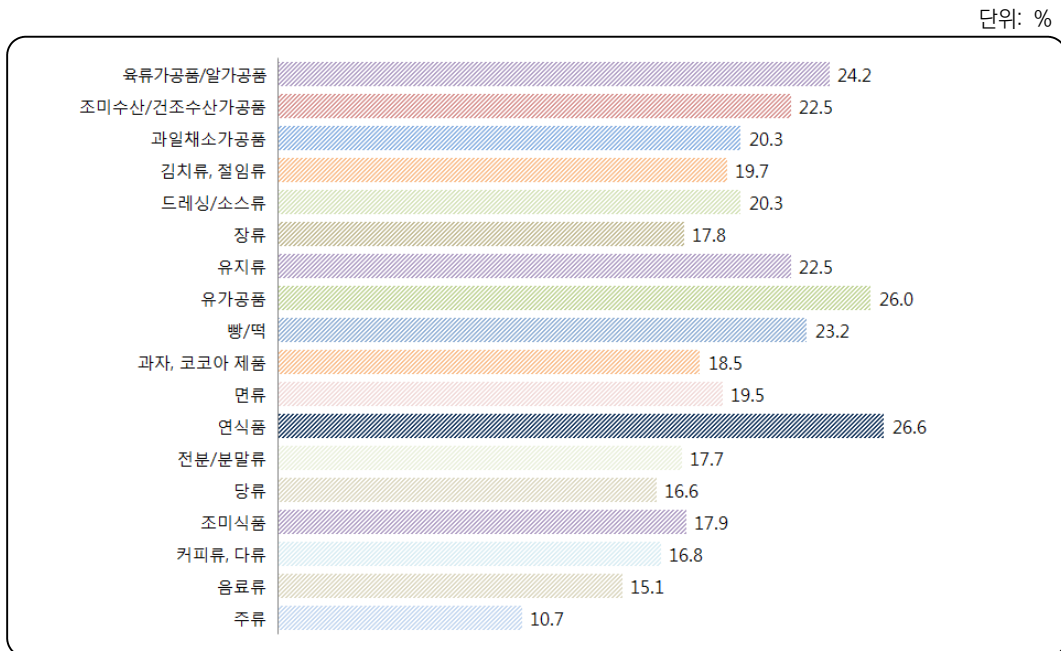
순위	품목	전체	1인 가구	2인 가구	3인 가구	4인 가구	5인 가구 이상
1	라면류	99.7	99.7	99.1	100.0	100.0	100.0
2	두부류	99.2	97.4	100.0	99.8	99.8	100.0
3	건조수산가공품	98.9	97.8	99.5	99.3	99.2	98.4
4	우유	98.9	98.5	99.2	99.1	98.7	100.0
5	어육가공품	98.3	97.0	97.9	99.2	99.3	100.0
6	국수류	98.3	96.2	98.1	99.2	99.8	100.0
7	빵류	98.0	96.8	96.8	98.7	100.0	100.0
8	간장	97.0	95.2	97.8	97.4	97.8	100.0
9	발효유	97.0	96.3	95.4	97.8	98.8	94.1
10	식용유	96.8	95.5	96.9	97.0	98.7	85.5
11	식육가공품	96.6	95.5	95.0	97.3	98.8	100.0
12	식염류	96.1	93.6	97.2	96.4	97.6	89.9
13	커피류	95.6	95.6	93.5	97.1	96.4	97.7
14	설탕	95.5	92.9	94.5	97.2	98.1	91.8
15	식초	95.2	91.1	95.8	97.2	96.9	97.7
16	밀가루류	94.9	89.4	94.8	97.4	99.0	85.5
17	기타당류	94.8	90.7	95.1	97.5	96.5	91.8
18	식물성기름	94.1	91.4	93.8	95.9	96.1	86.4
19	과일채소음료	94.0	91.4	93.4	95.8	96.0	87.4
20	과자	93.9	92.4	90.6	95.4	97.4	100.0
21	향신조미료	93.3	90.9	92.3	94.3	96.2	90.5
22	고춧가루, 양념류	93.1	89.8	93.3	94.5	95.3	95.5
23	기타장류	92.9	88.2	93.3	94.6	96.1	95.5
24	드레싱/소스류	92.8	90.4	90.2	95.4	96.0	87.4
25	탄산음료	90.5	89.5	85.4	92.1	95.3	94.9

주: 최근 1년 내 구입 경험률 상위 25개 품목만 제시한 결과임.

2) 가공식품 품목별 제품 구입 시 중요 요소

- 가공식품을 구입 할 때 고려하는 중요 요소를 품목별로 살펴보면, ‘제조일자, 유통기한’은 전 품목에서 공통적으로 중요하게 생각하고 있는 것으로 조사됨.
 - 육류 가공품/알가공품, 과일채소가공품, 김치류/절임류 등 가공도가 비교적 낮고, 식재료로 많이 쓰이는 품목은 중요 요소로 원산지가 타 품목 대비 상대적으로 높은 수준
 - 면류, 유지류, 유가공품, 드레싱/소스류, 장류, 전분/분말류, 당류, 조미식품은 중요 요소로 브랜드가 타 품목 대비 상대적으로 높은 편
 - 음료류, 주류, 당류는 중요 요소로 용량이 타 품목대비 상대적으로 높은 수준

그림 4-21. 가공식품 품목별 제품 구입 시 중요 요소



주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

2. 제품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 ‘제조일자/유통기한’ 비율을 제시한 결과임.

표 4-21. 가공식품 주 구입처 구입 이유

단위: %

중요요소	육류 가공품/ 알가공품	조미 수산/건조 수산 가공품	과일 채소 가공품	김치류, 절임류	드레싱/ 소스류	장류	유지류	유 가공품	빵/떡
용량	11.7	10.8	11.5	14.8	14.5	12.5	13.0	13.2	12.7
제조일자/ 유통기한	24.2	22.5	20.3	19.7	20.3	17.8	22.5	26.0	23.2
원산지	14.5	15.7	16.0	19.8	11.8	15.9	14.9	11.3	12.2
영양성분	8.9	8.3	8.6	6.1	7.6	7.4	7.7	10.2	8.1
식품첨가물	9.7	9.6	10.5	9.4	10.1	11.5	7.3	8.2	8.4
브랜드 상표 제조사	13.4	16.0	14.3	12.9	19.0	17.4	18.0	15.4	16.4
가격	11.5	11.1	13.0	12.1	12.1	11.8	10.3	10.2	12.2
제품 포장 디자인	1.6	2.1	1.3	1.3	1.6	1.5	1.8	1.1	2.4
품질인증 표시	1.9	1.8	2.1	1.7	1.3	1.6	1.4	1.8	2.0
기능성 식품의 효능	2.6	2.0	2.4	2.3	1.5	2.6	3.2	2.5	2.2

중요요소	과자, 코코아 제품	면류	연식품	전분/ 분말류	당류	조미 식품	커피류, 다류	음료류	주류
용량	16.2	11.8	13.0	14.7	17.3	15.5	14.9	15.1	19.5
제조일자/ 유통기한	18.5	19.5	26.6	17.7	16.6	17.9	16.8	15.1	10.7
원산지	10.6	10.0	14.3	16.1	11.5	16.5	10.0	10.0	10.4
영양성분	7.3	7.8	8.6	6.0	6.7	7.4	7.6	8.0	4.4
식품첨가물	8.8	8.7	9.7	8.3	8.3	9.5	8.6	9.6	5.2
브랜드 상표 제조사	18.9	21.8	12.5	18.3	18.5	16.0	21.3	21.2	25.3
가격	13.7	13.9	10.0	12.8	14.6	11.8	13.2	14.1	17.6
제품 포장 디자인	2.9	3.1	1.5	1.8	2.1	1.5	2.0	2.1	2.7
품질인증 표시	1.3	1.1	1.6	1.7	2.2	1.6	1.6	2.0	1.1
기능성 식품의 효능	1.8	2.3	2.1	2.5	2.2	2.3	3.8	2.7	3.0

주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

3. 간편식 구입 현황

1) 최근 1년 구입 경험 및 구입 변화

- 최근 1년 간편식(즉석섭취식품 + 즉석조리식품 + 신선편의식품) 품목별 구입 경험은 ‘만두/피자류’가 93.9%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘면류(93.6%)’, ‘김밥류(87.2%)’, ‘육류(85.1%)’ 등의 순으로 나타남. 구입 경험이 가장 적은 품목은 ‘신선편의과일’이 61.0%로 가장 낮았으며, ‘찌개/탕류(62.8%)’, ‘죽/스프류(64.6%)’ 등의 순으로 구입률이 낮은 것으로 조사됨.
- 최근 1년 간 간편식(즉석섭취식품 + 즉석조리식품 + 신선편의식품) 품목별 구입 변화는 ‘면류’가 28.1%로 증가율이 가장 높았으며, 다음으로 ‘만두/피자류(27.0%)’, ‘밥류(26.3%)’ 등의 순임.

그림 4-22. 최근 1년 품목별 구입 경험률

단위: %

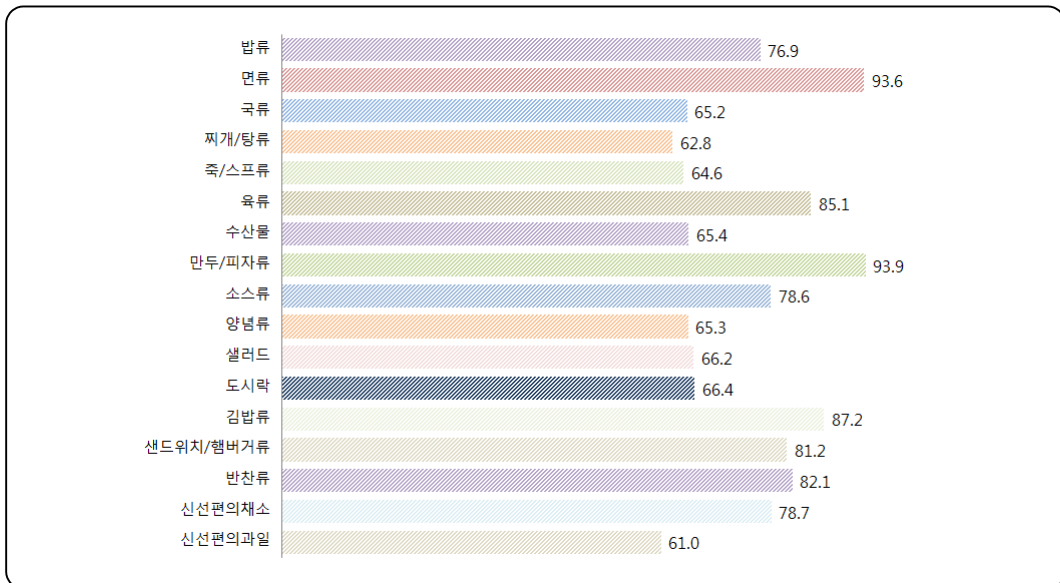


표 4-22. 최근 1년 품목별 구입 경험률 및 구입 변화

단위: %

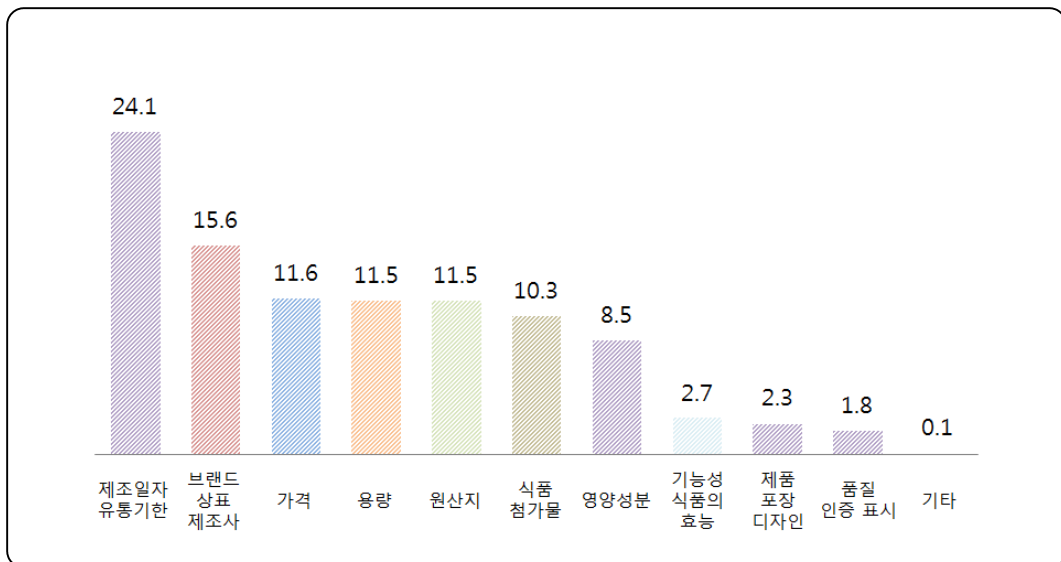
분류	품목	구입 변화			
		구입 경험 있음	감소	비슷	증가
즉석 조리 식품	1. 밥류 (즉석밥, 볶음밥, 덮밥류, 냉동볶음밥/ 비빔밥류 등)	76.9	14.6	59.1	26.3
	2. 면류 (라면, 짜장면, 파스타, 냉면 등)	93.6	13.3	58.6	28.1
	3. 국류 (미역국, 복어국, 해장국 등)	65.2	25.2	57.5	17.3
	4. 찌개/탕류 (갈비탕, 삼계탕, 육개장, 김치찌개, 냉동탕/국/찌개류 등)	62.8	25.2	56.5	18.3
	5. 죽/스프류 (단팥죽, 전복죽, 양송이스프 등)	64.6	30.0	58.5	11.4
	6. 육류 (편육, 순대, 훈제오리, 치킨, (냉동)돈까스, 떡갈비 등)	85.1	18.0	61.9	20.1
	7. 수산물 (낙지볶음, 게장, 해물찜, 생선조림류 등)	65.4	24.3	60.1	15.5
	8. 만두/피자류 (냉동만두/딴살류, 냉동피자류/ 핫도그류)	93.9	14.9	58.1	27.0
	9. 소스류(떡볶이 소스, 스파게티 소스, 3분카레, 3분짜장 등)	78.6	25.5	57.8	16.7
	10. 양념류(찌개양념, 볶음 양념)	65.3	26.5	59.0	14.5
즉석 섭취 식품	1. 샐러드	66.2	22.8	55.2	22.0
	2. 도시락	66.4	24.1	56.7	19.3
	3. 김밥류	87.2	19.2	62.7	18.1
	4. 샌드위치/햄버거류	81.2	21.3	56.4	22.3
	5. 반찬류	82.1	18.3	56.8	24.9
신선 편의 식품	1. 신선편의채소(절단채소, 깎마늘, 세척당근, 간양파 등)	78.7	23.5	59.2	17.3
	2. 신선편의과일(컵과일, 컷과일, 과일파우치 등)	61.0	23.7	62.7	13.5

2) 간편식 구입 시 중요 요소

- 간편식을 구입 할 때 중요하게 생각하는 요소로는 ‘제조일자, 유통기한’이 24.1%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘브랜드 상표 제조사(15.6%)’, ‘가격(11.6%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 동남권에서 ‘제조일자, 유통기한’ 요소가, 대경권에서는 ‘브랜드 상표 제조사’ 요소, 강원권에서는 ‘가격’ 요소가 다른 지역에 비해 높은 수준
 - 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 증가할수록 ‘브랜드 상표 제조사’ 요소가 높아지는 경향
 - 가구주 성별로 살펴보면, 남성이 ‘제조일자, 유통기한’, ‘브랜드 상표 제조사’ 요소가 여성보다 높은 반면, 여성은 ‘가격’, ‘용량’ 요소가 남성보다 높은 편

그림 4-23. 간편식 제품 구입 시 중요요소

단위: %



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-23. 간편식 제품 구입 시 중요 요소

단위: %

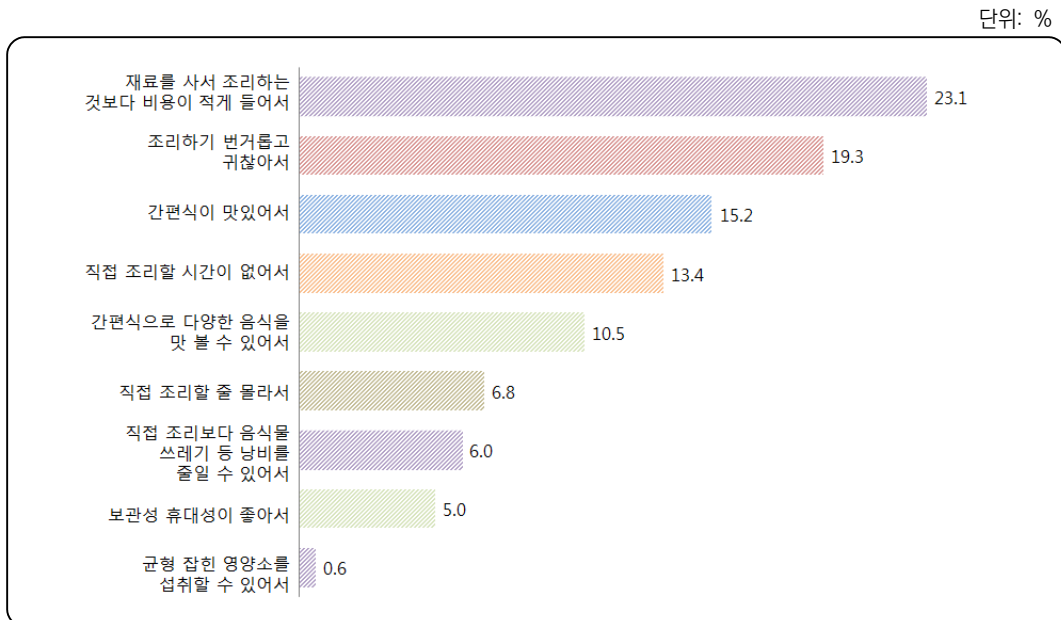
구분	제조일자 유통기한	브랜드 상표 제조사	가격	용량	원산지	식품 첨가물	영양 성분	기능성 식품 효능	제품 포장 디자인	품질 인증 표시	기타	
전체	24.1	15.6	11.6	11.5	11.5	10.3	8.5	2.7	2.3	1.8	0.1	
거주 지역	수도권	24.0	14.3	10.6	10.8	13.0	12.0	7.8	3.2	1.9	2.3	0.1
	충청권	23.1	13.7	10.9	11.4	8.0	13.5	12.2	1.8	3.9	1.5	0.0
	호남권	20.0	19.5	12.7	14.2	10.8	6.9	8.2	3.4	3.0	1.3	0.0
	대경권	23.2	20.3	12.4	13.4	9.1	7.5	7.3	2.6	2.2	2.0	0.0
	동남권	28.4	14.6	12.6	10.9	12.1	7.2	9.5	1.4	2.3	1.0	0.0
	강원권	25.1	18.1	17.5	9.0	7.5	8.5	6.9	2.7	2.7	0.5	1.6
행정구역	동	23.7	15.3	11.8	11.8	11.4	10.3	8.4	2.9	2.5	1.8	0.1
	읍면	25.7	16.8	10.6	9.9	12.1	10.5	8.9	1.8	1.8	1.9	0.0
가구원 수	1인	24.2	14.8	12.4	13.5	11.9	7.8	8.8	2.0	2.7	1.8	0.1
	2인	22.4	15.2	12.1	11.4	13.0	10.8	8.7	1.9	2.2	2.1	0.1
	3인	25.5	15.7	9.8	10.9	11.3	11.0	9.5	2.7	1.8	1.9	0.0
	4인	23.9	16.5	11.9	9.8	9.9	12.0	7.2	4.6	2.6	1.6	0.1
	5인 이상	35.4	19.8	10.8	10.9	8.1	9.6	2.6	0.0	2.7	0.1	0.0
가구주 성별	남성	25.1	15.9	10.5	10.1	11.5	11.2	8.8	2.8	2.1	1.9	0.0
	여성	21.6	14.8	14.1	14.8	11.6	8.1	7.8	2.5	2.9	1.5	0.3
가구주 연령	20대	25.9	17.7	11.1	10.8	11.0	8.4	7.9	1.6	3.2	2.4	0.0
	30대	24.7	16.3	10.0	10.9	11.8	11.5	9.6	1.9	1.3	1.9	0.1
	40대	24.7	16.5	10.6	10.3	10.5	11.3	7.4	4.2	2.5	2.1	0.0
	50대	23.2	15.3	12.4	11.5	10.7	11.3	8.9	2.8	2.4	1.2	0.2
	60대 이상	23.5	13.6	13.0	13.3	13.6	7.9	8.5	2.0	2.6	2.0	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	23.6	17.2	14.8	13.7	8.7	7.3	8.8	1.7	2.7	1.5	0.0
	고졸	22.9	15.0	13.3	12.1	11.7	9.7	8.3	2.8	2.5	1.6	0.1
	전문대졸 이상	25.1	15.8	9.7	10.6	11.8	11.2	8.6	2.8	2.1	2.1	0.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	25.3	15.7	9.9	9.9	12.2	11.5	8.3	3.0	2.3	2.0	0.0
	서비스/판매직	22.4	16.4	11.2	12.2	11.4	10.7	7.8	2.8	2.8	2.1	0.2
	기계/농림어업/단순노무	24.9	14.4	12.7	11.7	10.9	9.7	9.8	2.6	1.9	1.3	0.0
	주부	21.6	16.8	15.9	18.9	11.6	5.8	5.8	1.1	2.0	0.4	0.0
	기타	20.8	14.5	21.4	13.3	8.3	3.7	10.6	1.7	3.1	2.5	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	21.0	15.9	16.7	14.2	9.8	6.8	8.5	2.0	3.3	1.8	0.1
	200~300만원 미만	25.4	14.7	11.3	13.3	11.9	8.4	9.7	2.0	1.9	1.4	0.1
	300~400만원 미만	27.0	15.2	10.9	10.4	11.2	10.9	7.4	1.9	2.4	2.7	0.0
	400~500만원 미만	23.1	16.2	9.8	10.6	10.8	11.6	9.4	3.8	2.7	1.7	0.1
	500~600만원 미만	22.2	18.6	10.4	8.9	11.6	13.8	7.7	3.6	1.4	1.7	0.2
	600만원 이상	25.0	11.5	11.2	12.1	14.8	9.7	8.1	3.5	2.7	1.3	0.0

주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

3) 간편식 구입 주 이유

- 간편식을 구입하는 주 이유로는 ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서’가 23.1%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서 (19.3%)’, ‘간편식이 맛있어서(15.2%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권, 호남권, 대경권, 동남권에서는 ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서’가 높게 나타난 반면, 충청권, 강원권은 ‘조리하기 번거롭게 귀찮아서’가 높게 나타나, 지역별로 간편식 주 구입 이유는 차이가 있는 것으로 조사
 - 가구원수별로 살펴보면, 1인 가구인 경우 ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서’가 다른 가구에 비해 높게 나타나는 특징
 - 가구주 성별로 살펴보면, 여성인 경우 ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서’와 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’가 남성보다 높은 편

그림 4-24. 간편식 구입 주 이유



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-24. 간편식 구입 주 이유

단위: %

구분		재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서	조리하기 번거롭고 귀찮아서	간편식이 맛있어서	직접 조리할 시간이 없어서	간편식으로 다양한 음식을 맛 볼 수 있어서	직접 조리할 줄 몰라서	직접 조리보다 음식물 쓰레기 낭비를 줄일 수 있어서	보관성이 좋아서	균형 잡힌 영양소를 섭취할 수 있어서
전체		23.1	19.3	15.2	13.4	10.5	6.8	6.0	5.0	0.6
거주 지역	수도권	26.3	19.7	13.9	11.7	10.9	6.6	5.9	4.4	0.6
	충청권	10.1	19.8	16.0	16.7	13.3	9.6	7.7	6.0	0.7
	호남권	23.3	18.1	19.2	15.6	5.8	9.0	5.3	3.3	0.4
	대경권	21.6	16.2	20.9	14.6	11.3	6.7	5.1	3.3	0.4
	동남권	24.4	19.7	13.3	14.6	9.8	4.6	6.1	6.6	1.0
	강원권	16.7	24.0	11.9	11.1	13.2	3.7	4.7	14.8	0.0
행정구역	동	23.2	19.2	15.0	13.2	10.8	6.8	6.3	5.0	0.7
	읍면	23.0	19.6	16.4	14.6	9.6	7.0	4.6	5.0	0.2
가구원 수	1인	25.1	18.6	15.7	11.7	9.5	9.4	5.6	4.1	0.3
	2인	22.3	19.7	15.5	12.7	10.6	7.2	5.9	5.4	0.8
	3인	21.0	21.1	15.0	14.2	11.0	5.4	6.5	5.3	0.7
	4인	23.9	17.7	15.0	15.5	11.0	5.2	6.1	4.9	0.7
	5인 이상	23.3	23.0	9.8	13.0	13.3	2.8	2.9	11.8	0.0
가구주 성별	남성	22.2	19.1	15.3	14.1	10.9	6.2	5.9	5.5	0.7
	여성	25.3	19.7	15.2	11.8	9.6	8.2	6.0	3.8	0.4
가구주 연령	20대	25.5	18.5	14.9	11.6	9.4	9.6	6.8	3.6	0.0
	30대	22.4	17.8	17.7	12.7	11.0	8.9	4.4	4.2	0.8
	40대	22.2	18.6	13.3	16.5	11.5	5.7	6.6	5.2	0.4
	50대	23.6	20.5	16.1	12.8	9.9	5.7	5.6	5.0	0.8
	60대 이상	23.5	20.0	14.6	12.0	10.3	6.7	6.5	5.8	0.7
가구주 최종 학력	중졸 이하	20.3	18.2	18.1	11.9	11.8	7.2	5.8	5.8	0.8
	고졸	22.8	20.6	14.7	13.1	10.4	6.7	5.9	5.2	0.6
	전문대졸 이상	23.8	18.4	15.2	13.9	10.4	6.8	6.1	4.7	0.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	24.1	18.2	14.0	14.0	10.7	7.0	6.2	5.1	0.6
	서비스/판매직	24.0	18.0	16.5	12.9	10.2	7.6	5.7	4.5	0.7
	기계/농림어업/단순노무	20.4	21.3	15.3	14.3	10.5	5.8	6.1	5.5	0.7
	주부	24.6	25.0	15.2	8.1	13.5	5.0	5.2	2.9	0.4
	기타	22.1	22.0	18.4	11.1	8.4	7.0	4.4	6.4	0.2
월평균 가구 소득	200만원 미만	23.1	18.9	17.1	11.4	8.2	8.0	6.6	6.0	0.7
	200~300만원 미만	21.5	19.7	15.9	12.1	11.0	8.8	5.8	4.7	0.4
	300~400만원 미만	25.8	20.0	14.7	11.8	10.5	6.8	5.1	4.7	0.6
	400~500만원 미만	18.9	20.6	14.1	15.6	12.5	5.3	6.8	5.5	0.7
	500~600만원 미만	24.7	17.6	14.8	13.3	11.8	6.0	5.6	5.2	0.8
	600만원 이상	25.1	18.1	15.1	18.5	7.5	5.4	6.3	3.5	0.5

주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

4) 간편식 구입 주기

- 즉석조리식품을 구입하는 주기로는 ‘2주 1회’가 30.7%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘월 1회(23.2%)’, ‘주 1회(19.9%)’ 등의 순으로 나타남.
- 즉석섭취식품을 구입하는 주기로는 ‘월 1회’가 24.6%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘2주 1회(24.3%)’, ‘주 1회(19.4%)’ 등의 순으로 나타남.
- 신선편의식품을 구입하는 주기로는 ‘2주 1회’가 19.1%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘월 1회 미만(18.6%)’, ‘월 1회(17.7%)’ 등의 순이었으며, ‘구입하지 않는다’도 20.3%로 즉석조리식품, 즉석섭취식품 보다 구입을 덜 하는 것으로 파악됨.

그림 4-25. 간편식 구입 주기

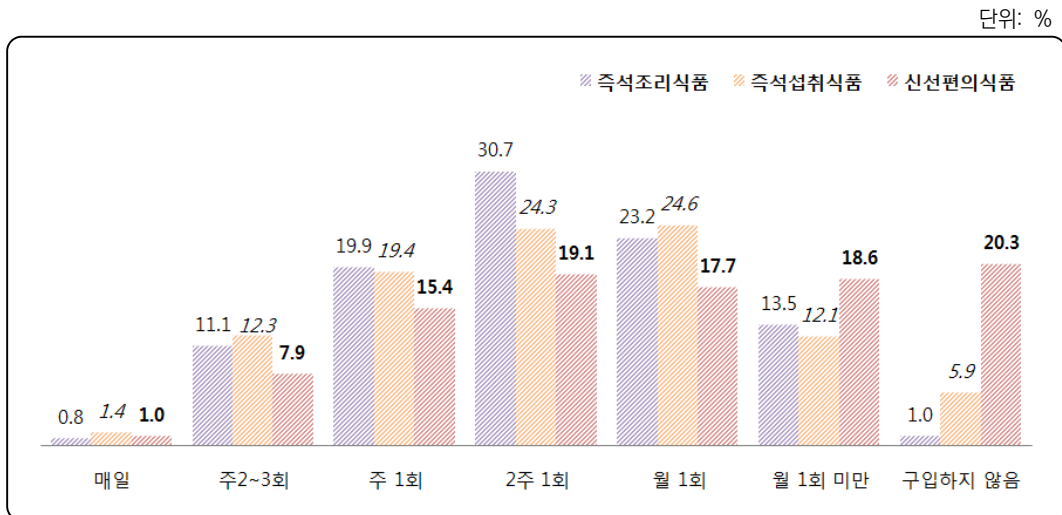


표 4-25. 간편식 구입 주기 (즉석조리식품)

단위: %

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		0.8	11.1	19.9	30.7	23.2	13.5	1.0
거주 지역	수도권	0.9	8.9	15.9	32.4	27.8	13.9	0.3
	충청권	0.0	3.3	23.9	42.6	25.2	4.9	0.0
	호남권	0.7	2.3	13.0	28.3	27.5	27.5	0.7
	대경권	0.6	11.6	28.7	23.0	13.3	17.9	4.9
	동남권	0.7	27.4	27.5	25.5	12.6	4.9	1.3
	강원권	2.3	20.2	27.2	20.3	13.3	14.7	2.1
행정구역	동	0.9	12.1	18.4	31.1	23.0	13.6	0.8
	읍면	0.2	6.4	26.3	28.8	23.8	12.9	1.6
가구원 수	1인	0.9	14.2	20.4	33.2	20.5	9.4	1.3
	2인	0.6	8.1	14.2	29.0	28.7	18.1	1.3
	3인	0.1	9.4	22.5	30.5	25.1	11.7	0.6
	4인	1.4	11.5	22.2	30.8	19.0	14.5	0.7
	5인 이상	3.2	27.4	37.3	13.8	6.7	11.7	0.0
가구주 성별	남성	0.8	11.1	21.1	28.3	23.8	14.0	0.9
	여성	0.8	11.0	16.8	36.7	21.6	12.1	1.2
가구주 연령	20대	0.0	17.8	20.2	46.2	10.8	5.0	0.0
	30대	1.3	13.3	29.1	30.5	18.1	7.3	0.4
	40대	0.6	12.7	23.6	31.5	19.9	11.3	0.4
	50대	0.7	10.7	17.7	28.8	26.6	15.1	0.4
	60대 이상	0.8	5.9	11.3	27.1	30.6	21.4	2.9
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.8	2.4	10.1	27.9	33.1	22.2	3.5
	고졸	0.4	9.7	18.8	30.1	25.9	13.6	1.3
	전문대졸 이상	1.0	13.4	22.2	31.5	19.5	12.0	0.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.9	12.9	22.2	31.1	21.5	11.3	0.3
	서비스/판매직	0.9	10.8	18.9	29.3	24.2	15.3	0.7
	기계/농림어업/단순노무	0.5	9.0	20.0	31.7	23.5	13.8	1.6
	주부	0.8	8.2	4.4	37.2	29.2	19.7	0.4
	기타	0.2	10.2	18.3	23.5	25.6	14.7	7.5
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.5	10.6	14.6	25.9	29.8	15.4	3.1
	200~300만원 미만	1.2	13.9	22.1	29.6	20.8	11.6	0.8
	300~400만원 미만	0.3	11.3	19.6	33.3	21.4	13.5	0.6
	400~500만원 미만	1.2	11.1	20.6	33.3	20.4	12.7	0.7
	500~600만원 미만	0.2	8.2	23.6	31.8	25.1	10.4	0.7
	600만원 이상	1.4	10.6	16.1	27.9	23.4	20.6	0.0

표 4-25. 간편식 구입 주기 (즉석섭취식품)

단위: %

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		1.4	12.3	19.4	24.3	24.6	12.1	5.9
거주 지역	수도권	1.3	8.7	19.5	25.7	30.5	11.4	2.9
	충청권	0.4	4.7	15.3	28.7	21.9	5.2	23.8
	호남권	0.0	3.3	10.2	23.4	29.6	29.4	4.2
	대경권	3.0	10.8	26.6	23.8	17.0	13.8	5.0
	동남권	2.6	33.2	23.0	19.3	11.4	6.8	3.8
	강원권	1.8	26.7	24.0	15.6	14.2	7.8	9.9
행정구역	동	1.6	12.3	19.6	23.6	25.2	12.8	5.0
	읍면	0.8	12.2	18.3	27.4	22.0	9.4	9.9
가구원 수	1인	1.6	18.7	18.4	24.9	22.4	8.8	5.2
	2인	1.2	7.7	15.2	23.0	26.1	16.6	10.3
	3인	0.5	11.6	20.4	19.5	28.1	14.1	5.8
	4인	2.4	10.6	23.5	29.7	22.6	9.2	2.0
	5인 이상	0.0	17.3	32.4	24.4	14.2	9.8	1.9
가구주 성별	남성	1.6	11.8	20.2	23.3	25.0	12.0	6.1
	여성	1.1	13.3	17.5	26.7	23.7	12.3	5.4
가구주 연령	20대	1.9	27.4	25.0	26.7	13.8	5.3	0.0
	30대	2.0	19.2	24.8	28.4	18.9	6.0	0.8
	40대	1.7	12.8	24.0	25.9	24.4	8.7	2.5
	50대	0.9	10.0	17.5	23.4	27.8	14.6	5.8
	60대 이상	1.2	4.1	10.9	19.8	29.1	19.8	15.3
가구주 최종 학력	중졸 이하	1.5	3.1	8.0	11.7	31.0	21.3	23.4
	고졸	0.8	9.4	17.7	23.6	28.0	13.1	7.3
	전문대졸 이상	1.9	15.9	22.5	26.7	20.9	10.0	2.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.7	14.4	23.4	25.1	24.6	8.6	2.1
	서비스/판매직	1.2	11.2	19.1	25.2	24.2	13.3	5.8
	기계/농림어업/단순노무	1.3	11.0	15.5	22.8	25.6	13.8	10.1
	주부	1.6	6.7	6.2	25.3	27.6	22.0	10.5
	기타	0.9	11.4	17.6	16.9	18.0	20.5	14.6
월평균 가구 소득	200만원 미만	1.1	11.0	10.5	18.7	27.4	16.7	14.7
	200~300만원 미만	1.9	14.1	21.6	23.1	21.7	12.2	5.4
	300~400만원 미만	2.1	15.1	18.1	27.4	20.0	12.3	4.9
	400~500만원 미만	1.0	12.2	19.9	25.0	25.8	11.8	4.3
	500~600만원 미만	0.6	9.8	26.2	21.9	28.0	10.0	3.6
	600만원 이상	1.7	9.2	17.9	31.0	27.8	9.4	2.9

표 4-25. 간편식 구입 주기 (신선편의식품)

단위: %

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		1.0	7.9	15.4	19.1	17.7	18.6	20.3
거주 지역	수도권	1.2	7.5	14.2	21.0	20.8	19.2	16.2
	충청권	0.0	0.0	15.0	31.0	20.7	11.5	21.8
	호남권	0.0	1.5	9.2	12.3	18.5	29.2	29.3
	대경권	3.2	6.0	19.0	16.1	8.5	14.3	33.0
	동남권	0.5	19.1	21.3	13.5	12.8	18.2	14.5
	강원권	1.5	15.8	16.3	9.7	7.6	12.9	36.2
행정구역	동	0.9	8.1	15.3	20.0	18.4	19.6	17.7
	읍면	1.4	7.0	15.8	15.0	14.4	14.5	31.9
가구원 수	1인	0.7	8.1	15.2	17.4	17.2	18.3	23.1
	2인	1.1	5.0	13.6	18.1	19.5	17.4	25.4
	3인	0.4	9.4	17.4	19.1	17.8	18.7	17.4
	4인	1.7	9.4	15.6	21.5	16.7	20.4	14.7
	5인 이상	6.9	13.3	17.6	28.8	4.6	14.6	14.2
가구주 성별	남성	1.3	8.3	16.3	20.3	16.9	16.9	20.0
	여성	0.4	7.1	13.0	16.1	19.6	22.8	21.0
가구주 연령	20대	0.8	9.1	12.9	27.7	13.3	21.7	14.6
	30대	1.0	11.4	18.8	18.8	22.0	15.3	12.8
	40대	0.3	12.7	17.4	20.2	13.7	19.8	16.0
	50대	2.1	5.9	16.1	16.8	18.8	18.4	21.8
	60대 이상	0.6	2.3	10.7	17.8	18.6	19.1	30.8
가구주 최종 학력	중졸 이하	1.3	1.4	6.7	14.1	16.5	18.3	41.8
	고졸	0.6	5.4	15.3	16.9	18.2	18.8	24.8
	전문대졸 이상	1.3	11.0	16.8	21.6	17.4	18.5	13.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.1	12.3	17.1	23.2	18.1	16.7	11.6
	서비스/판매직	1.0	5.8	17.3	16.9	14.3	19.9	24.8
	기계/농림어업/단순노무	1.0	5.0	13.2	16.1	20.3	17.9	26.6
	주부	1.2	1.4	2.2	14.2	27.4	36.3	17.2
	기타	0.0	3.7	10.2	16.1	11.2	15.1	43.7
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.6	3.7	8.5	11.7	16.8	21.3	37.5
	200~300만원 미만	0.7	6.1	17.6	20.6	18.3	15.3	21.4
	300~400만원 미만	0.6	11.0	14.0	18.0	20.4	17.4	18.6
	400~500만원 미만	1.4	3.8	17.6	17.3	19.1	22.5	18.3
	500~600만원 미만	0.5	16.0	17.6	20.5	17.4	13.8	14.2
	600만원 이상	3.4	4.5	16.2	29.1	10.2	25.4	11.1

5) 간편식 구입 월평균 지출액

- 간편식 구입을 위해 지출하는 월평균 금액은 평균 78,875원으로 추정됨.
 - 거주지역별로 살펴보면, 강원권은 평균 123,370원으로 다른 지역에 비해 월평균 지출액이 가장 높은 반면, 호남권은 평균 50,743원으로 월평균 지출액이 가장 낮은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 평균 80,667원, 읍면지역이 70,973원으로 동지역이 더 지출을 많이 하고 있는 것으로 조사
 - 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 증가할수록 월평균 지출액은 증가하는 경향을 보이고 있으나, 1인 가구는 평균 71,517원으로 2인 가구 (62,451원) 보다 더 많이 지출하고 있는 것으로 조사
 - 가구주 성별로 살펴보면, 남성이 평균 84,945원으로 여성(63,884원) 보다 많이 지출
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 40대가 평균 95,116원으로 가장 많이 지출하고 있는 반면, 60대 이상은 평균 51,592원으로 가장 적게 지출하고 있는 것으로 조사

그림 4-26. 간편식 구입 월평균 지출액

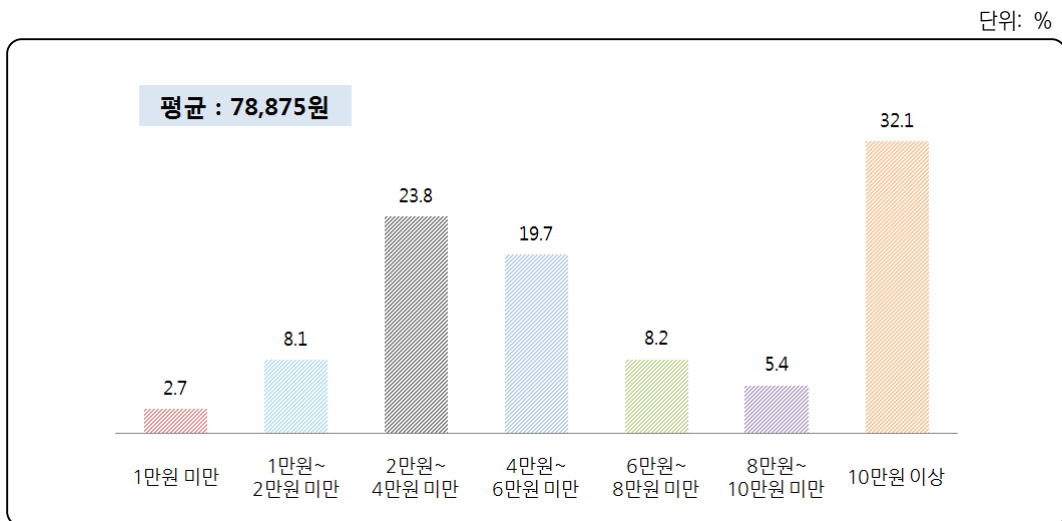


표 4-26. 간편식 구입 월평균 지출액

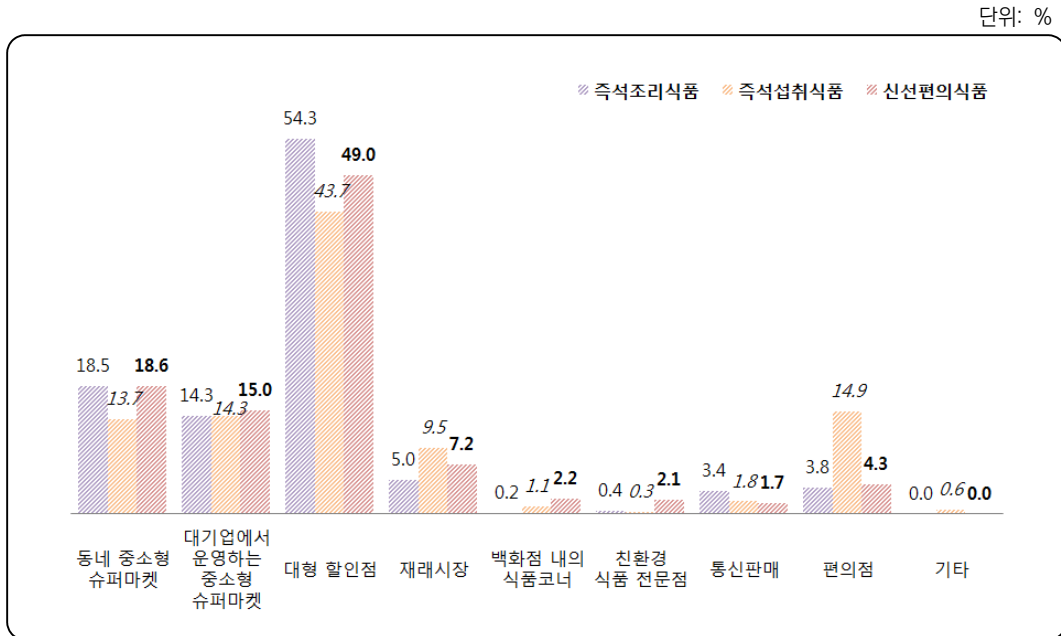
단위: %, 원

구분		1만원 미만	1만원 ~ 2만원 미만	2만원 ~ 4만원 미만	4만원 ~ 6만원 미만	6만원 ~ 8만원 미만	8만원 ~ 10만원 미만	10만원 이상	평균 (원)
전체		2.7	8.1	23.8	19.7	8.2	5.4	32.1	78,875
거주 지역	수도권	2.4	5.8	25.6	16.6	9.9	6.9	32.7	80,415
	충청권	1.6	11.5	28.1	31.3	10.1	5.4	12.0	52,938
	호남권	7.6	19.6	27.6	20.4	4.7	1.8	18.2	50,743
	대경권	2.2	6.6	22.8	19.7	1.8	4.3	42.6	107,401
	동남권	1.2	5.4	15.7	21.8	9.1	4.4	42.5	84,930
	강원권	2.3	10.2	12.0	15.3	1.9	2.0	56.4	123,370
행정구역	동	2.4	7.7	22.7	19.6	8.2	5.6	33.7	80,667
	읍면	3.9	10.0	28.7	20.1	7.8	4.5	25.0	70,973
가구원 수	1인	3.3	10.9	23.9	19.9	8.1	5.2	28.6	71,517
	2인	2.8	12.0	29.3	19.5	7.6	3.2	25.6	62,451
	3인	3.1	3.8	24.5	21.5	7.8	6.1	33.2	83,047
	4인	1.2	5.1	17.8	18.8	9.5	6.9	40.6	98,535
	5인 이상	8.3	3.2	10.2	3.4	2.9	10.1	62.0	132,547
가구주 성별	남성	2.0	6.1	23.2	18.8	8.7	5.6	35.5	84,954
	여성	4.4	13.0	25.4	21.9	6.8	4.8	23.7	63,884
가구주 연령	20대	1.6	4.2	13.0	24.9	7.4	8.5	40.4	87,412
	30대	1.7	6.9	17.6	20.2	9.7	4.9	38.9	93,353
	40대	1.9	4.5	20.1	19.9	8.3	6.4	38.9	95,116
	50대	2.6	7.5	24.8	19.5	9.2	4.8	31.5	75,739
	60대 이상	4.7	14.7	34.8	17.7	5.9	4.3	17.8	51,592
가구주 최종 학력	중졸 이하	7.9	21.1	37.5	12.3	5.0	2.7	13.5	43,768
	고졸	2.9	8.1	26.0	19.7	7.9	4.9	30.4	73,262
	전문대졸 이상	1.8	6.1	20.0	20.8	8.9	6.1	36.3	88,694
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.5	5.0	19.5	20.5	8.5	7.9	37.1	91,388
	서비스/판매직	2.9	9.0	26.2	20.7	8.8	3.2	29.2	70,250
	기계/농림어업/단순노무	2.7	9.9	25.0	19.6	7.1	4.5	31.3	77,394
	주부	9.4	15.3	36.4	12.4	7.4	3.4	15.7	45,977
	기타	7.2	16.6	33.3	11.2	6.7	2.8	22.3	52,042
월평균 가구 소득	200만원 미만	7.1	16.5	30.3	16.6	4.2	3.8	21.4	53,802
	200~300만원 미만	2.7	10.9	23.7	20.1	7.8	5.9	28.9	72,135
	300~400만원 미만	2.7	7.3	21.2	20.7	9.5	4.2	34.4	80,506
	400~500만원 미만	0.9	5.8	20.4	23.6	8.3	4.5	36.6	89,509
	500~600만원 미만	2.0	3.0	22.5	17.4	7.4	6.9	40.7	98,202
	600만원 이상	0.9	4.8	28.1	18.7	12.8	7.8	26.9	73,904

6) 간편식 구입 장소

- 즉석조리식품을 주로 구입하는 장소로는 ‘대형할인점’이 54.3%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘동네 중소형 슈퍼마켓(18.5%)’, ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(14.3%)’ 등의 순으로 나타남.
- 즉석섭취식품을 주로 구입하는 장소로는 ‘대형할인점’이 43.7%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘편의점(14.9%)’, ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(14.3%)’, ‘동네 중소형 슈퍼마켓(13.7%)’ 등의 순으로 나타남.
- 신선편의식품을 주로 구입하는 장소로는 ‘대형할인점’이 49.0%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘동네 중소형 슈퍼마켓(18.6%)’, ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(15.0%)’ 등의 순으로 나타남.

그림 4-27. 간편식 구입 장소



주: 간편식을 구입하지 않는 경우를 제외하고 산출한 결과임.

표 4-27. 간편식 구입 장소 (즉석조리식품)

단위: %

구분	동네 중소형 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 할인점	재래시장	백화점 내 식품코너	친환경 식품 전문점	통신 판매	편의점	기타	
전체	18.5	14.3	54.3	5.0	0.2	0.4	3.4	3.8	0.0	
거주 지역	수도권	15.1	17.0	57.6	2.5	0.4	0.8	2.9	3.7	0.0
	충청권	33.7	10.2	40.6	8.0	0.0	0.0	5.0	2.4	0.0
	호남권	32.6	9.1	41.8	6.6	0.0	0.0	3.7	6.1	0.0
	대경권	12.6	12.1	49.6	18.1	0.0	0.0	4.3	2.8	0.5
	동남권	10.0	14.5	66.5	2.5	0.2	0.2	3.2	2.8	0.0
	강원권	28.1	8.4	48.4	0.6	0.0	0.8	3.8	9.9	0.0
행정구역	동	17.2	13.5	56.5	4.6	0.3	0.5	3.4	4.0	0.0
	읍면	24.1	17.6	44.7	7.1	0.0	0.0	3.6	2.7	0.2
가구원 수	1인	22.5	13.3	42.0	5.0	0.3	0.6	7.2	9.1	0.0
	2인	22.1	11.8	54.0	7.1	0.1	0.0	3.0	1.9	0.0
	3인	16.7	13.9	59.1	5.6	0.2	0.8	1.0	2.7	0.0
	4인	12.2	18.4	63.1	2.2	0.4	0.4	2.2	1.0	0.2
	5인 이상	9.5	14.6	66.5	3.2	0.0	1.9	0.0	4.3	0.0
가구주 성별	남성	16.0	14.4	58.6	5.2	0.2	0.4	2.5	2.7	0.1
	여성	24.6	14.1	43.8	4.5	0.3	0.5	5.8	6.5	0.0
가구주 연령	20대	10.7	11.4	54.1	1.5	0.0	0.0	11.1	11.3	0.0
	30대	13.9	12.6	55.7	1.9	0.3	0.1	7.2	8.3	0.0
	40대	13.0	16.9	60.0	2.8	0.3	0.6	2.5	3.7	0.2
	50대	18.1	15.2	55.1	6.8	0.4	0.8	2.1	1.6	0.0
	60대 이상	30.8	12.7	46.3	9.0	0.1	0.3	0.4	0.4	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	35.7	12.2	34.2	16.7	0.0	0.0	0.0	1.2	0.0
	고졸	24.2	10.9	53.9	6.5	0.0	0.3	1.7	2.4	0.1
	전문대졸 이상	11.4	17.2	57.6	2.1	0.4	0.6	5.3	5.3	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	10.4	16.7	60.0	1.8	0.3	0.5	5.6	4.8	0.0
	서비스/판매직	19.5	13.9	53.7	4.5	0.3	0.2	3.3	4.5	0.0
	기계/농림어업/단순노무	25.4	13.2	48.7	10.3	0.0	0.3	1.0	0.9	0.2
	주부	42.2	1.5	46.5	6.9	0.0	2.0	0.0	1.0	0.0
	기타	29.4	10.8	41.1	8.5	0.6	0.7	0.0	8.7	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	31.2	12.1	37.6	12.2	0.0	0.0	2.4	4.1	0.3
	200~300만원 미만	22.0	11.4	47.8	4.3	0.7	1.0	4.7	7.9	0.0
	300~400만원 미만	15.3	14.9	55.3	5.5	0.0	0.0	6.3	2.6	0.0
	400~500만원 미만	14.4	16.3	58.0	4.2	0.0	0.9	4.3	2.0	0.0
	500~600만원 미만	14.1	11.6	68.8	2.2	0.0	0.0	0.5	2.6	0.0
	600만원 이상	14.3	22.5	57.2	1.5	0.9	0.9	0.0	2.6	0.0

주: 간편식을 구입하지 않는 경우를 제외하고 산출한 결과임.

표 4-27. 간편식 구입 장소 (즉석섭취식품)

단위: %

구분	동네 중소형 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 할인점	재래시장	백화점 내 식품코너	친환경 식품 전문점	통신 판매	편의점	기타	
전체	13.7	14.3	43.7	9.5	1.1	0.3	1.8	14.9	0.6	
거주 지역	수도권	14.4	18.1	45.5	5.1	1.3	0.6	1.3	12.8	0.8
	충청권	13.0	13.6	30.6	9.5	1.0	0.0	3.5	28.9	0.0
	호남권	16.9	6.3	32.5	19.2	0.4	0.0	0.0	23.4	1.3
	대경권	11.0	11.6	48.0	21.0	0.5	0.0	2.3	4.8	0.9
	동남권	10.3	11.1	50.3	10.9	1.3	0.0	3.5	12.7	0.0
	강원권	18.9	7.0	45.0	1.5	0.6	0.6	2.3	23.4	0.7
행정구역	동	13.8	14.0	45.7	9.0	1.2	0.2	1.7	13.8	0.6
	읍면	13.5	15.5	34.7	11.9	0.5	0.7	2.5	20.1	0.6
가구원 수	1인	16.9	14.5	33.7	9.0	1.0	0.6	2.4	21.0	0.9
	2인	15.0	14.1	42.8	12.8	0.8	0.1	1.9	11.8	0.8
	3인	11.3	11.1	49.8	9.5	1.1	0.0	1.5	15.5	0.2
	4인	11.8	16.6	50.1	6.5	0.9	0.6	1.6	11.4	0.6
	5인 이상	1.6	25.8	41.5	14.5	10.3	0.0	2.0	4.3	0.0
가구주 성별	남성	11.2	14.1	46.5	10.4	0.9	0.2	1.9	14.3	0.5
	여성	19.7	14.7	37.0	7.3	1.5	0.6	1.8	16.5	1.0
가구주 연령	20대	12.9	11.9	37.9	2.5	0.7	0.0	6.1	25.7	2.4
	30대	12.2	8.2	46.2	4.4	1.2	0.3	2.4	25.1	0.0
	40대	11.8	15.7	43.8	6.8	1.3	1.0	1.7	16.9	1.1
	50대	12.5	16.2	47.5	9.5	1.4	0.1	1.8	10.9	0.2
	60대 이상	19.1	16.5	39.1	20.0	0.5	0.0	0.0	4.3	0.6
가구주 최종 학력	중졸 이하	19.8	11.3	32.9	30.2	0.0	0.0	0.0	4.8	0.9
	고졸	16.1	13.7	43.1	13.0	0.8	0.0	1.5	11.3	0.5
	전문대졸 이상	11.2	15.0	45.5	4.4	1.4	0.6	2.3	18.8	0.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	11.2	14.7	47.0	3.8	0.7	0.8	2.4	19.1	0.5
	서비스/판매직	11.6	15.9	43.7	11.3	0.9	0.0	1.7	13.8	1.1
	기계/농림어업/단순노무	17.7	13.9	38.9	15.2	1.4	0.0	1.4	11.2	0.5
	주부	31.6	4.1	46.4	10.1	5.8	0.0	0.5	1.6	0.0
	기타	15.1	9.4	33.9	26.7	0.0	0.0	0.8	12.6	1.5
월평균 가구 소득	200만원 미만	17.3	13.4	29.7	20.7	0.1	0.0	2.5	15.1	1.3
	200~300만원 미만	16.2	12.0	38.2	9.6	1.6	0.0	1.3	20.3	0.9
	300~400만원 미만	12.9	14.1	47.9	9.0	0.8	0.7	1.4	12.6	0.5
	400~500만원 미만	12.6	12.7	49.3	9.8	1.4	0.1	3.2	9.8	1.1
	500~600만원 미만	14.0	12.5	45.2	4.9	0.3	0.8	2.4	19.8	0.0
	600만원 이상	7.2	25.4	51.8	3.8	2.4	0.0	0.0	9.2	0.0

주: 간편식을 구입하지 않는 경우를 제외하고 산출한 결과임.

표 4-27. 간편식 구입 장소 (신선편의식품)

단위: %

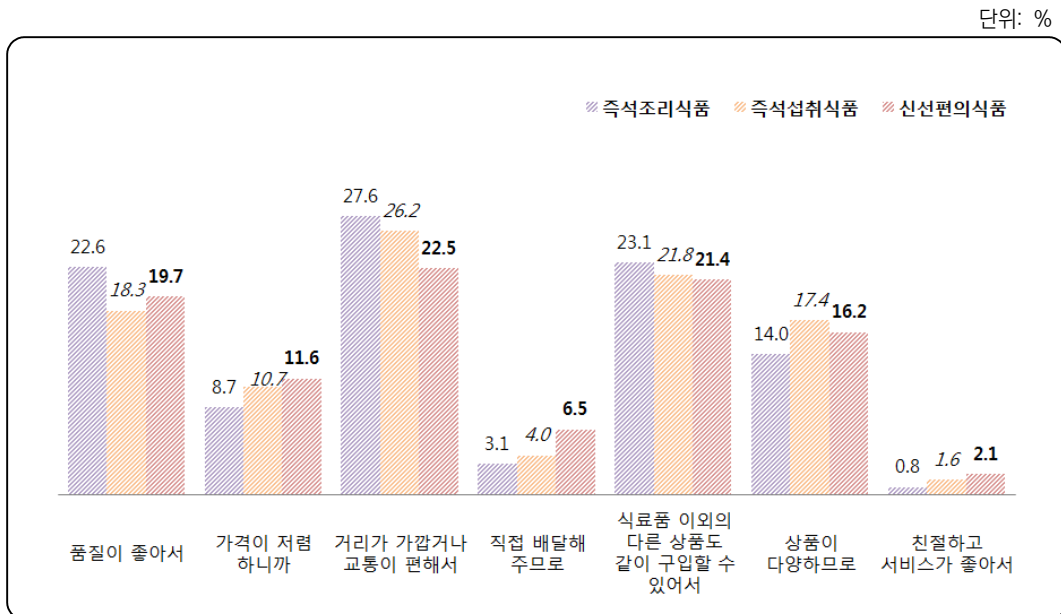
구분	동네 중소형 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 할인점	재래시장	백화점 내 식품코너	친환경 식품 전문점	통신 판매	편의점	기타	
전체	18.6	15.0	49.0	7.2	2.2	2.1	1.7	4.3	0.0	
거주 지역	수도권	18.2	19.2	46.5	3.4	4.1	3.0	1.9	3.7	0.0
	충청권	27.7	12.6	45.3	8.5	0.0	0.0	3.5	2.5	0.0
	호남권	28.4	6.6	47.4	7.8	0.0	2.0	0.6	7.2	0.0
	대경권	11.5	9.5	52.2	18.8	0.4	1.1	1.1	5.3	0.0
	동남권	11.0	12.0	57.9	12.4	0.2	0.9	0.8	4.8	0.0
	강원권	21.8	11.5	54.0	4.8	0.0	1.7	0.9	5.3	0.0
행정구역	동	18.6	14.3	50.3	6.8	2.2	1.9	1.6	4.3	0.0
	읍면	18.6	18.9	42.4	9.1	2.3	2.8	1.8	4.1	0.0
가구원 수	1인	25.5	14.4	44.3	6.7	0.5	0.9	1.8	5.9	0.0
	2인	20.3	13.7	49.8	8.9	0.9	1.4	1.4	3.6	0.0
	3인	16.1	13.8	49.9	8.4	5.2	2.6	1.6	2.4	0.0
	4인	12.4	18.1	52.3	5.0	2.0	3.5	1.5	5.2	0.0
	5인 이상	14.9	16.0	47.3	6.0	7.8	0.0	8.0	0.0	0.0
가구주 성별	남성	16.4	14.7	50.2	7.9	2.5	2.6	1.7	4.1	0.0
	여성	24.0	15.8	46.2	5.5	1.3	0.8	1.7	4.7	0.0
가구주 연령	20대	19.1	11.4	56.4	2.2	0.0	0.0	4.0	6.9	0.0
	30대	20.4	12.0	48.5	3.4	3.6	2.5	2.7	6.8	0.0
	40대	15.5	14.9	51.4	6.4	4.5	2.4	1.1	3.8	0.0
	50대	17.4	17.2	48.5	6.8	0.9	3.2	1.9	4.1	0.0
	60대 이상	22.0	16.9	44.2	14.3	0.4	0.5	0.2	1.5	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	29.7	12.2	27.4	28.8	0.0	0.0	0.7	1.1	0.0
	고졸	21.7	12.8	50.3	8.7	0.6	1.8	0.2	4.0	0.0
	전문대졸 이상	15.3	16.9	50.4	3.9	3.5	2.5	2.8	4.8	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	15.3	16.7	50.5	3.8	3.4	2.4	3.3	4.7	0.0
	서비스/판매직	21.6	15.5	48.2	7.7	1.0	2.0	0.4	3.6	0.0
	기계/농림어업/단순노무	20.3	13.1	48.2	11.1	0.6	2.0	0.2	4.4	0.0
	주부	24.9	10.6	45.7	9.4	7.2	0.0	1.0	1.2	0.0
	기타	18.8	5.1	43.8	24.7	0.0	0.0	0.0	7.5	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	29.2	13.6	36.7	12.6	0.3	0.1	1.7	5.7	0.0
	200~300만원 미만	24.4	12.5	44.9	10.0	0.4	1.3	1.9	4.7	0.0
	300~400만원 미만	15.6	12.7	54.2	8.9	0.8	2.1	0.7	5.0	0.0
	400~500만원 미만	16.6	15.7	56.5	4.6	1.7	0.5	1.6	2.8	0.0
	500~600만원 미만	16.9	13.8	46.3	4.9	6.2	5.3	2.5	4.1	0.0
	600만원 이상	9.3	26.1	51.6	1.8	3.7	2.5	1.8	3.3	0.0

주: 간편식을 구입하지 않는 경우를 제외하고 산출한 결과임.

7) 간편식 주 구입처 구입 이유

- 즉석조리식품 구입 장소를 주로 이용하는 이유로는 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’가 27.6%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서(23.1%)’, ‘품질이 좋아서(22.6%)’ 등의 순으로 나타남.
- 즉석섭취식품 구입 장소를 주로 이용하는 이유로는 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’가 26.2%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서(21.8%)’, ‘품질이 좋아서(18.3%)’ 등의 순으로 나타남.
- 신선편의식품 구입 장소를 주로 이용하는 이유로는 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’가 22.5%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서(21.4%)’, ‘품질이 좋아서(19.7%)’ 등의 순으로 나타남.
- 즉석조리식품, 즉석섭취식품, 신선편의식품 모두 동일한 이유로 주 구입 장소를 이용하고 있는 것으로 나타남.

그림 4-28. 간편식 주 구입처 구입 이유



주: 간편식을 구입하지 않는 경우를 제외하고 산출한 결과임.

표 4-28. 간편식 주 구입처 구입 이유 (즉석조리식품)

단위: %

구분	품질이 좋아서	가격이 저렴하니까	거리가 가깝거나 교통이 편해서	직접 배달해 주므로	식품 이외의 다른 상품구입할 수 있어서	상품이 다양하므로	친절하고 서비스가 좋아서	
전체	22.6	8.7	27.6	3.1	23.1	14.0	0.8	
거주 지역	수도권	28.1	6.0	22.1	2.5	23.0	17.3	1.0
	충청권	9.8	2.5	46.3	8.9	24.1	7.8	0.6
	호남권	31.4	7.7	25.8	1.3	19.9	12.8	1.0
	대경권	25.0	13.0	35.4	2.6	15.2	7.8	1.0
	동남권	10.3	20.0	23.2	3.0	30.0	13.0	0.3
	강원권	3.2	9.0	54.9	0.0	21.5	10.7	0.7
행정구역	동	22.4	8.9	26.2	3.1	23.7	14.7	1.0
	읍면	23.9	7.9	33.9	3.3	20.3	10.7	0.1
가구원 수	1인	18.5	9.7	33.7	5.3	15.2	16.7	0.9
	2인	24.3	9.1	27.2	2.7	23.4	11.8	1.5
	3인	24.1	9.1	25.1	1.5	28.1	11.8	0.2
	4인	24.6	7.0	23.2	2.8	26.7	15.1	0.6
	5인 이상	11.1	5.1	37.4	0.0	23.2	23.2	0.0
가구주 성별	남성	23.2	9.0	26.4	2.4	25.4	12.8	0.8
	여성	21.4	8.0	30.5	4.9	17.3	17.0	0.9
가구주 연령	20대	14.4	9.1	22.0	10.5	23.3	19.5	1.0
	30대	23.6	7.5	26.4	5.4	22.2	14.1	0.8
	40대	24.8	9.5	23.5	2.4	25.8	13.0	1.1
	50대	25.5	7.9	26.1	2.2	23.2	14.8	0.3
	60대 이상	19.1	9.8	36.6	0.6	20.6	12.2	1.1
가구주 최종 학력	중졸 이하	16.5	11.9	43.1	1.1	18.7	7.1	1.6
	고졸	19.5	9.2	31.6	1.8	22.8	14.0	1.1
	전문대졸 이상	26.0	7.9	22.2	4.4	24.0	15.0	0.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	27.2	7.2	22.4	5.0	23.4	14.3	0.6
	서비스/판매직	21.4	9.9	27.7	2.0	24.3	14.5	0.2
	기계/농림어업/단순노무	17.4	10.3	34.5	1.9	21.6	12.7	1.6
	주부	17.2	5.1	32.1	1.3	29.9	14.0	0.4
	기타	22.2	10.5	35.4	0.0	12.0	15.9	4.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	18.0	12.0	38.3	1.4	19.1	9.6	1.6
	200~300만원 미만	17.0	7.8	32.8	4.6	18.2	18.3	1.3
	300~400만원 미만	24.6	12.7	22.1	3.5	20.1	16.1	0.9
	400~500만원 미만	24.8	7.7	24.7	5.4	25.3	12.1	0.0
	500~600만원 미만	19.6	4.4	26.6	1.5	34.9	12.1	0.8
	600만원 이상	37.2	6.9	20.7	0.7	20.4	13.8	0.2

주: 간편식을 구입하지 않는 경우를 제외하고 산출한 결과임.

표 4-28. 간편식 주 구입처 구입 이유 (즉석섭취식품)

단위: %

구분	품질이 좋아서	가격이 저렴하니까	거리가 가깝거나 교통이 편해서	직접 배달해 주므로	식료품 이외의 다른 상품구입할 수 있어서	상품이 다양하므로	친절하고 서비스가 좋아서
전체	18.3	10.7	26.2	4.0	21.8	17.4	1.6
거주 지역	수도권	19.3	8.4	23.8	4.5	22.8	19.8
	충청권	16.4	4.8	26.5	9.6	28.2	13.9
	호남권	28.6	7.6	30.7	0.7	16.8	13.5
	대경권	17.2	17.1	34.8	3.0	16.7	9.1
	동남권	11.9	20.1	21.1	2.4	22.3	20.4
	강원권	5.8	7.9	48.7	2.1	20.3	12.9
행정구역	동	19.3	11.4	26.1	3.1	22.4	16.3
	읍면	13.5	7.8	27.0	8.1	19.4	22.3
가구원 수	1인	14.9	9.2	33.1	3.9	19.4	17.9
	2인	18.2	14.3	22.9	4.6	21.5	17.0
	3인	20.4	9.3	24.8	0.7	25.8	17.6
	4인	20.1	9.5	23.2	6.5	22.3	17.1
	5인 이상	19.7	24.0	29.6	2.0	1.6	16.1
가구주 성별	남성	19.3	11.9	24.3	4.2	21.8	17.1
	여성	15.9	8.0	30.9	3.3	22.0	18.0
가구주 연령	20대	8.6	4.1	28.4	7.2	25.5	25.3
	30대	16.8	9.5	28.2	2.8	22.5	18.9
	40대	19.9	9.3	26.2	4.0	22.3	17.0
	50대	18.0	11.6	25.6	4.3	22.9	16.2
	60대 이상	21.7	15.1	24.5	3.4	18.1	14.9
가구주 최종 학력	중졸 이하	19.3	15.7	28.6	2.8	20.3	9.9
	고졸	17.9	13.2	26.1	3.5	20.6	17.0
	전문대졸 이상	18.4	8.3	26.1	4.4	23.0	18.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	17.9	7.8	27.0	5.2	22.8	18.5
	서비스/판매직	19.3	8.2	25.6	3.4	22.4	18.8
	기계/농림어업/단순노무	16.7	18.8	25.6	2.2	19.9	14.5
	주부	19.2	11.1	25.0	3.4	26.1	15.1
	기타	24.9	13.0	26.9	5.7	13.2	13.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	14.6	16.5	28.6	4.5	17.8	14.2
	200~300만원 미만	20.1	7.4	30.5	2.8	21.6	17.0
	300~400만원 미만	14.0	13.9	26.4	2.9	21.2	20.9
	400~500만원 미만	19.1	10.8	19.6	5.0	23.7	20.1
	500~600만원 미만	22.0	6.9	30.6	2.0	24.7	13.3
	600만원 이상	20.4	10.1	18.7	9.2	20.7	17.6

주: 간편식을 구입하지 않는 경우를 제외하고 산출한 결과임.

표 4-28. 간편식 주 구입처 구입 이유 (신선편의식품)

단위: %

구분	품질이 좋아서	가격이 저렴하니까	거리가 가깝거나 교통이 편해서	직접 배달해 주므로	식품 이외의 다른 상품구입할 수 있어서	상품이 다양하므로	친절하고 서비스가 좋아서	
전체	19.7	11.6	22.5	6.5	21.4	16.2	2.1	
거주 지역	수도권	21.7	7.7	20.9	8.9	20.9	17.4	2.5
	충청권	11.6	14.2	29.6	4.4	28.8	10.9	0.6
	호남권	20.0	13.1	19.2	3.6	24.3	17.2	2.6
	대경권	23.2	12.7	31.9	6.5	14.3	10.5	0.8
	동남권	18.0	20.9	17.8	3.2	20.2	17.5	2.5
	강원권	11.0	8.2	38.7	0.0	21.1	20.9	0.0
행정구역	동	21.0	11.4	23.2	5.1	21.1	16.0	2.2
	읍면	12.7	12.6	18.5	14.1	23.1	17.2	1.8
가구원 수	1인	18.4	8.7	25.0	5.1	25.7	14.9	2.3
	2인	22.6	13.0	23.0	7.7	16.0	14.9	2.7
	3인	17.3	12.7	22.8	8.7	19.3	16.2	2.9
	4인	20.1	11.4	20.0	4.8	24.2	18.8	0.8
	5인 이상	26.6	23.7	5.0	8.0	22.4	14.4	0.0
가구주 성별	남성	20.3	12.6	21.9	6.7	20.2	16.1	2.1
	여성	18.1	9.0	23.9	6.2	24.4	16.3	2.0
가구주 연령	20대	10.0	7.5	25.1	6.4	24.4	25.6	0.9
	30대	20.9	11.1	23.7	6.6	20.8	15.0	2.0
	40대	19.0	9.8	22.8	5.3	26.7	15.4	1.1
	50대	23.6	12.0	19.9	6.5	20.9	15.7	1.4
	60대 이상	18.4	15.5	23.2	8.0	14.7	15.2	5.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	15.2	21.5	24.4	4.7	19.5	11.3	3.3
	고졸	20.5	12.4	22.3	6.9	19.0	16.3	2.6
	전문대졸 이상	19.6	10.0	22.4	6.5	23.3	16.6	1.7
가구주 직업	관리/전문/사무직	18.9	9.5	22.9	7.5	23.8	16.0	1.3
	서비스/판매직	23.2	11.0	21.3	6.8	21.3	15.0	1.5
	기계/농림어업/단순노무	17.8	15.7	22.5	5.4	17.4	16.9	4.4
	주부	20.8	11.4	23.0	4.2	21.9	17.3	1.4
	기타	11.3	18.7	26.5	0.0	16.4	23.4	3.8
월평균 가구 소득	200만원 미만	18.3	14.7	26.6	4.9	21.8	10.5	3.3
	200~300만원 미만	18.3	12.1	26.4	3.1	18.0	19.4	2.6
	300~400만원 미만	17.7	15.6	16.0	10.1	24.0	14.7	1.9
	400~500만원 미만	19.0	12.2	23.9	3.2	18.7	19.8	3.2
	500~600만원 미만	24.3	6.4	25.2	6.9	22.0	15.3	0.0
	600만원 이상	20.6	7.9	17.1	12.1	25.1	14.9	2.3

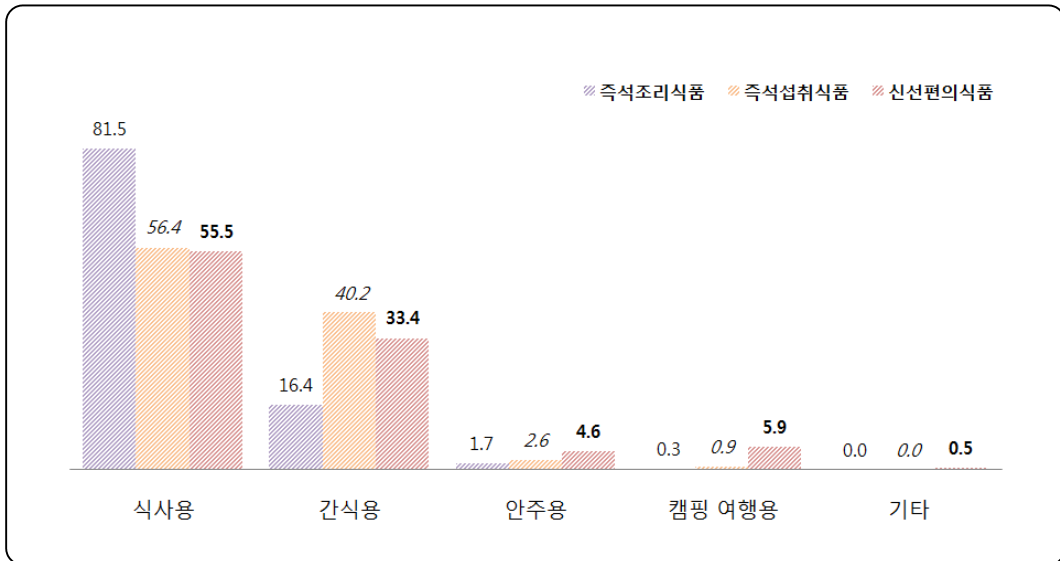
주: 간편식을 구입하지 않는 경우를 제외하고 산출한 결과임.

8) 간편식 주 구입 용도

- 즉석조리식품은 ‘식사용(81.5%)’과 ‘간식용(16.4%)’으로 대부분 사용하고 있는 것으로 조사됨.
- 즉석섭취식품은 ‘식사용(56.4%)’과 ‘간식용(40.2%)’으로 대부분 사용하고 있는 것으로 조사됨.
- 신선편의식품은 ‘식사용(55.5%)’과 ‘간식용(33.4%)’으로 대부분 사용하고 있으며, ‘캠핑 여행용(5.9%)’과 ‘안주용(4.6%)’으로 즉석조리식품과 즉석섭취식품 보다 상대적으로 높게 사용하고 있는 것으로 나타남.

그림 4-29. 간편식 주 구입 용도

단위: %



주: 간편식을 구입하지 않는 경우를 제외하고 산출한 결과임.

표 4-29. 간편식 주 구입 용도 (즉석조리식품)

단위: %

구분		식사용	간식용	안주용	캠핑 여행용	기타
전체		81.5	16.4	1.7	0.3	0.0
거주 지역	수도권	83.5	15.3	0.9	0.3	0.0
	충청권	93.6	5.6	0.8	0.0	0.0
	호남권	59.3	40.7	0.0	0.0	0.0
	대경권	81.4	12.9	5.3	0.4	0.0
	동남권	82.9	13.0	3.8	0.3	0.0
	강원권	80.7	13.3	3.0	3.1	0.0
행정구역	동	82.3	15.6	1.8	0.3	0.0
	읍면	77.9	20.3	1.2	0.7	0.0
가구원 수	1인	87.5	10.3	1.8	0.4	0.0
	2인	81.7	16.2	1.8	0.2	0.0
	3인	80.3	17.7	1.6	0.3	0.0
	4인	75.9	22.2	1.6	0.2	0.0
	5인 이상	79.9	17.5	0.0	2.6	0.0
가구주 성별	남성	80.0	17.7	1.9	0.3	0.0
	여성	85.2	13.2	1.2	0.3	0.0
가구주 연령	20대	85.1	12.0	1.6	1.3	0.0
	30대	85.5	12.5	1.8	0.1	0.0
	40대	78.2	19.2	2.3	0.2	0.0
	50대	81.7	16.1	1.9	0.3	0.0
	60대 이상	80.5	18.3	0.8	0.3	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	79.1	20.5	0.3	0.0	0.0
	고졸	82.8	14.8	2.2	0.3	0.0
	전문대졸 이상	80.9	17.1	1.6	0.4	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	82.5	15.6	1.7	0.2	0.0
	서비스/판매직	80.8	17.5	1.3	0.4	0.0
	기계/농림어업/단순노무	80.1	16.7	2.7	0.5	0.0
	주부	84.5	15.5	0.0	0.0	0.0
	기타	83.3	16.7	0.0	0.0	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	86.6	11.8	1.6	0.0	0.0
	200~300만원 미만	85.3	13.0	1.6	0.1	0.0
	300~400만원 미만	80.8	16.9	1.6	0.7	0.0
	400~500만원 미만	76.1	20.8	2.9	0.2	0.0
	500~600만원 미만	84.1	14.2	1.0	0.7	0.0
600만원 이상	73.4	25.0	1.6	0.0	0.0	

주: 간편식을 구입하지 않는 경우를 제외하고 산출한 결과임.

표 4-29. 간편식 주 구입 용도 (즉석섭취식품)

단위: %

구분		식사용	간식용	안주용	캠핑 여행용	기타
전체		56.4	40.2	2.6	0.9	0.0
거주 지역	수도권	48.0	49.4	2.0	0.6	0.0
	충청권	58.9	39.5	1.6	0.0	0.0
	호남권	60.3	36.7	2.0	1.0	0.0
	대경권	68.8	25.6	3.7	1.8	0.0
	동남권	69.1	25.5	4.4	1.0	0.0
	강원권	66.1	26.2	3.1	4.6	0.0
행정구역	동	56.3	40.1	2.8	0.8	0.0
	읍면	56.8	40.3	1.6	1.2	0.0
가구원 수	1인	68.3	29.0	2.5	0.2	0.0
	2인	56.5	39.1	3.3	1.2	0.0
	3인	49.6	46.7	2.7	1.0	0.0
	4인	49.0	48.1	1.9	1.1	0.0
	5인 이상	71.2	26.1	0.0	2.7	0.0
가구주 성별	남성	53.7	43.0	2.3	1.0	0.0
	여성	63.0	33.3	3.2	0.5	0.0
가구주 연령	20대	60.3	35.6	3.2	1.0	0.0
	30대	61.9	34.0	2.8	1.3	0.0
	40대	52.6	44.4	2.3	0.7	0.0
	50대	52.5	43.6	2.9	1.0	0.0
	60대 이상	59.4	38.1	2.1	0.5	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	72.4	23.5	3.5	0.6	0.0
	고졸	57.5	39.5	1.9	1.0	0.0
	전문대졸 이상	53.6	42.7	2.9	0.8	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	53.1	43.8	2.5	0.6	0.0
	서비스/판매직	57.4	40.6	1.9	0.1	0.0
	기계/농림어업/단순노무	57.6	36.6	3.7	2.1	0.0
	주부	63.7	33.6	2.7	0.0	0.0
	기타	73.3	22.9	0.7	3.1	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	69.9	27.0	2.4	0.7	0.0
	200~300만원 미만	65.5	31.5	2.4	0.6	0.0
	300~400만원 미만	54.4	41.2	3.1	1.3	0.0
	400~500만원 미만	55.7	40.2	3.2	0.9	0.0
	500~600만원 미만	43.8	53.9	1.8	0.5	0.0
	600만원 이상	48.5	47.9	2.3	1.3	0.0

주: 간편식을 구입하지 않는 경우를 제외하고 산출한 결과임.

표 4-29. 가공식품 주 구입처 구입 이유

단위: %

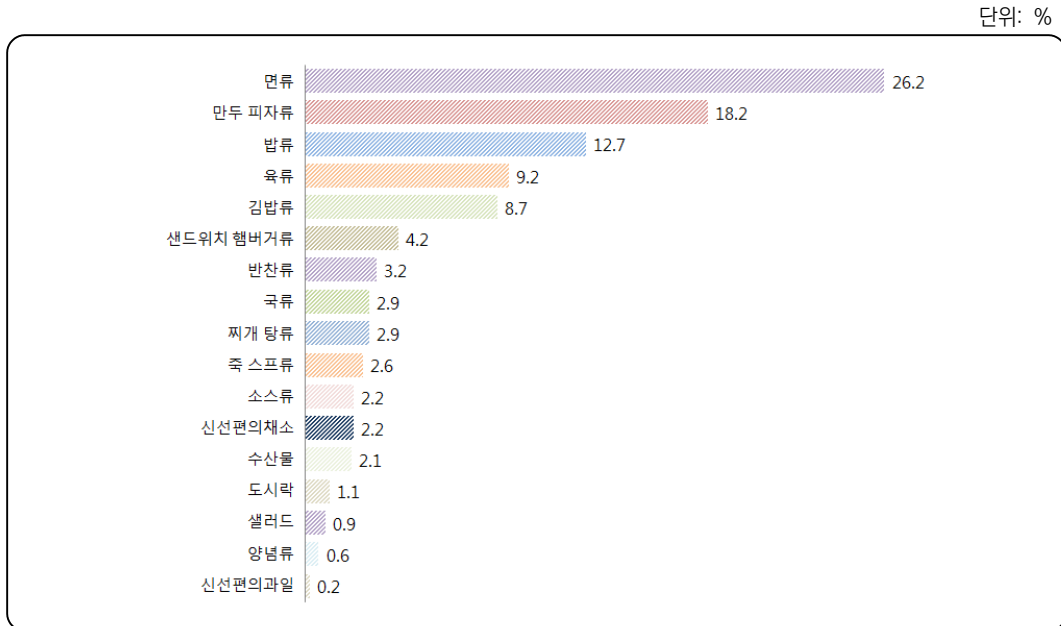
구분		식사용	간식용	안주용	캠핑 여행용	기타
전체		55.5	33.4	4.6	5.9	0.5
거주 지역	수도권	46.8	41.3	4.0	7.6	0.3
	충청권	82.0	16.0	1.4	0.6	0.0
	호남권	62.8	21.8	8.9	4.8	1.7
	대경권	50.4	34.6	5.4	8.8	0.8
	동남권	65.5	25.5	5.5	3.5	0.0
	강원권	44.8	40.1	6.4	4.1	4.7
행정구역	동	53.4	35.1	4.5	6.6	0.4
	읍면	66.9	24.6	5.4	2.1	1.0
가구원 수	1인	56.6	34.5	4.5	4.2	0.3
	2인	57.2	31.7	4.8	5.0	1.3
	3인	55.6	31.8	4.3	8.3	0.0
	4인	53.6	35.1	5.1	5.9	0.4
	5인 이상	39.0	42.9	4.0	14.1	0.0
가구주 성별	남성	54.9	34.8	4.8	5.1	0.5
	여성	57.0	30.1	4.3	7.9	0.6
가구주 연령	20대	52.7	38.6	7.4	1.3	0.0
	30대	54.5	35.6	3.0	6.5	0.4
	40대	51.5	36.8	4.2	7.4	0.0
	50대	60.5	26.8	5.4	6.3	1.0
	60대 이상	56.4	33.3	4.8	4.7	0.8
가구주 최종 학력	중졸 이하	67.8	25.5	4.5	0.3	1.9
	고졸	61.2	29.5	4.6	4.3	0.5
	전문대졸 이상	50.3	37.0	4.7	7.6	0.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	52.3	38.2	3.3	6.1	0.1
	서비스/판매직	56.8	30.9	4.6	6.4	1.3
	기계/농림어업/단순노무	58.9	29.8	7.3	3.9	0.2
	주부	64.9	15.6	3.6	15.1	0.9
	기타	53.9	37.6	6.1	1.6	0.9
월평균 가구 소득	200만원 미만	63.0	31.6	3.3	1.7	0.3
	200~300만원 미만	59.0	29.3	5.9	4.5	1.2
	300~400만원 미만	57.5	30.8	6.0	5.4	0.3
	400~500만원 미만	53.0	33.7	5.6	7.7	0.0
	500~600만원 미만	50.8	41.0	2.6	5.1	0.5
	600만원 이상	50.1	34.2	3.3	12.0	0.4

주: 간편식을 구입하지 않는 경우를 제외하고 산출한 결과임.

9) 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목

- 지출액을 기준으로 가장 많이 구입하는 간편식 품목군은 ‘면류’가 26.2%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘만두/피자류(18.2%)’, ‘밥류(12.7%)’, ‘육류(9.2%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 대경권을 제외한 모든 지역에서 ‘면류’ 구입이 가장 많았으며, 대경권에서는 ‘만두/피자류’의 구입이 가장 많은 것으로 조사
 - 가구원수별 살펴보면, 1인 가구인 경우 ‘밥류’, ‘김밥류’, ‘샌드위치/햄버거류’ 구입이 다른 가구에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타나, 다른 가구에 비해 간편하게 데워먹을 수 있는 제품을 더 선호
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 증가할수록 ‘만두/피자류’ 구입 비율이 높아지는 경향을 보이는 반면, 연령이 낮을수록 ‘밥류’ 구입 비율이 높아지는 경향

그림 4-30. 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-30. 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목

단위: %

구분		면류	만두/ 피자류	밥류	육류	김밥류	샌드위치 / 햄버거류	반찬류
전체		26.2	18.2	12.7	9.2	8.7	4.2	3.2
거주 지역	수도권	24.7	19.1	14.9	8.8	8.1	4.9	2.8
	충청권	30.9	20.7	5.6	13.6	5.4	4.5	1.1
	호남권	31.3	16.6	9.3	8.4	11.0	3.3	4.9
	대경권	19.5	20.6	10.3	10.3	16.2	4.0	3.9
	동남권	27.6	14.5	14.7	7.4	6.4	2.6	4.0
	강원권	29.0	11.9	11.1	8.9	10.3	3.6	5.7
행정구역	동	26.2	17.7	12.5	8.7	8.1	4.3	3.5
	읍면	25.8	20.7	13.1	11.2	11.4	3.8	2.1
가구원 수	1인	27.7	15.0	15.4	6.6	10.0	4.7	3.7
	2인	26.5	20.8	8.7	11.0	7.8	3.1	3.8
	3인	27.2	17.7	12.3	9.3	9.0	4.5	2.4
	4인	23.0	19.7	14.5	9.4	7.8	4.4	3.0
	5인 이상	28.8	16.5	9.0	19.0	10.1	4.1	0.5
가구주 성별	남성	25.8	18.9	12.6	9.9	8.4	3.8	3.2
	여성	27.2	16.7	12.7	7.5	9.5	5.2	3.4
가구주 연령	20대	25.6	14.9	18.6	6.2	11.3	7.6	3.4
	30대	27.1	16.4	15.3	9.0	7.9	4.1	2.2
	40대	25.5	17.3	14.4	8.8	8.0	5.7	2.8
	50대	25.2	19.0	12.8	9.4	9.0	4.0	3.2
	60대 이상	27.5	20.9	6.5	10.4	9.0	1.6	4.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	26.7	23.2	4.3	10.9	10.1	1.2	6.2
	고졸	27.0	18.9	10.7	9.1	9.2	3.8	3.0
	전문대졸 이상	25.4	17.0	15.4	9.0	8.1	4.9	3.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	27.1	17.0	15.9	8.8	7.1	4.8	2.9
	서비스/판매직	24.7	18.5	12.0	8.9	10.5	5.2	2.8
	기계/농림어업/단순노무	26.4	20.7	9.4	10.5	8.7	2.3	3.5
	주부	24.5	17.6	7.3	7.9	8.9	3.9	4.3
	기타	27.8	14.2	8.0	8.4	12.9	1.9	7.3
월평균 가구 소득	200만원 미만	27.0	18.1	7.9	9.1	10.9	3.2	4.6
	200~300만원 미만	28.5	16.1	13.5	6.5	10.3	4.8	3.3
	300~400만원 미만	26.0	18.4	12.5	9.4	8.1	3.2	3.5
	400~500만원 미만	24.8	22.2	11.3	10.8	7.5	4.0	2.7
	500~600만원 미만	27.0	17.4	16.2	9.4	7.5	5.1	2.8
	600만원 이상	21.9	17.3	14.2	11.1	7.8	4.9	2.4

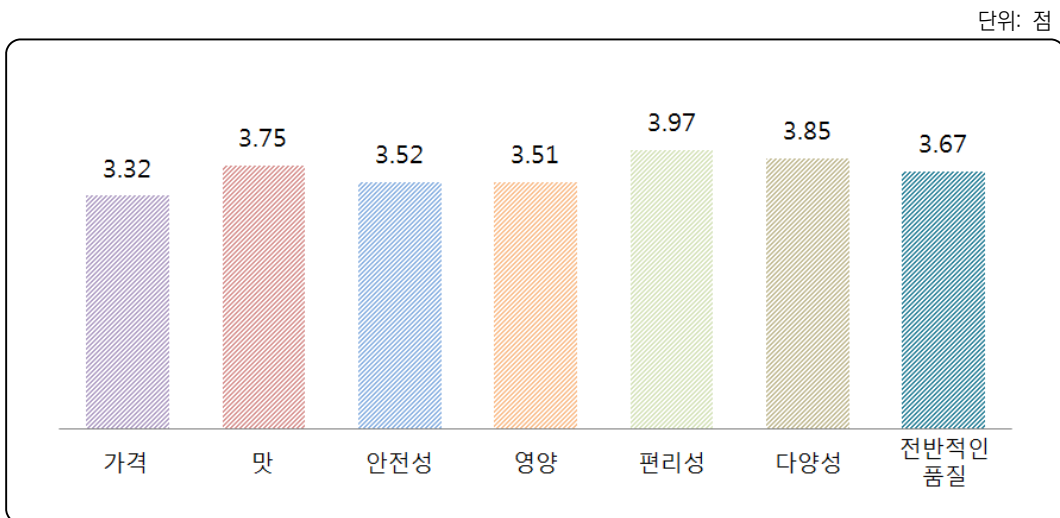
주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

2. 지출액 기준 온라인으로 구입이 많은 품목 7개를 제시한 결과임.

10) 간편식 요소별 만족도

- 간편식에 대한 요소별 만족도는 편리성이 3.97점으로 가장 높고, 다음으로 다양성 3.85점, 맛 3.75점, 전반적인 품질 3.67점 순으로 나타났으며, 가격에 대한 만족도가 3.32점으로 가장 낮은 것으로 조사됨.
 - 거주지역별로 살펴보면, 편리성에 대한 만족도는 수도권에서 가장 높았으며, 가격에 대한 만족도는 대경권에서 가장 낮은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 동 지역이 읍면 지역보다 가공식품에 대한 모든 요소에서 만족도 점수가 높은 편
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 20대에서 편리성에 대한 만족도가 다른 연령에 비해 상대적으로 높은 편

그림 4-31. 간편식 요소별 만족도



주: 5점 척도 평균값임.

표 4-31. 간편식 요소별 만족도

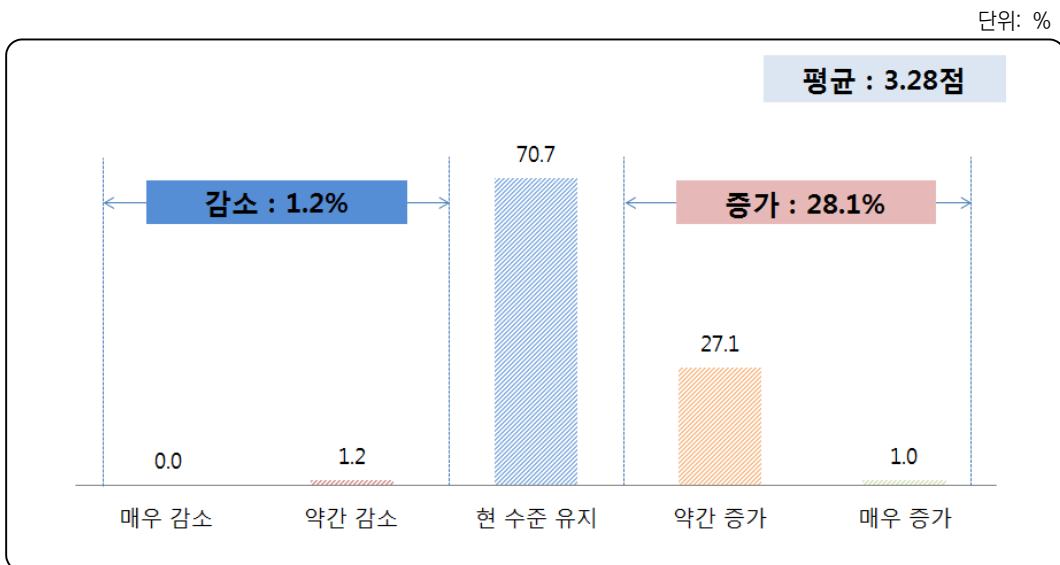
단위: 점

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적인 품질
전체		3.32	3.75	3.52	3.51	3.97	3.85	3.67
거주 지역	수도권	3.33	3.86	3.56	3.59	4.12	3.97	3.75
	충청권	3.44	3.77	3.58	3.43	3.68	3.64	3.59
	호남권	3.27	3.72	3.56	3.52	3.95	3.77	3.68
	대경권	3.18	3.62	3.50	3.52	3.81	3.75	3.62
	동남권	3.28	3.52	3.36	3.31	3.80	3.78	3.49
	강원권	3.45	3.64	3.46	3.39	3.87	3.80	3.60
행정구역	동	3.32	3.77	3.55	3.53	4.00	3.88	3.69
	읍면	3.29	3.67	3.42	3.41	3.81	3.75	3.59
가구원 수	1인	3.31	3.76	3.58	3.54	3.98	3.87	3.70
	2인	3.31	3.74	3.47	3.47	3.91	3.82	3.62
	3인	3.31	3.76	3.51	3.53	3.99	3.85	3.67
	4인	3.34	3.75	3.54	3.49	3.99	3.87	3.69
	5인 이상	3.37	3.71	3.24	3.36	3.83	3.98	3.50
가구주 성별	남성	3.32	3.73	3.47	3.46	3.94	3.83	3.65
	여성	3.32	3.82	3.64	3.61	4.03	3.92	3.71
가구주 연령	20대	3.25	3.80	3.53	3.54	4.14	3.98	3.72
	30대	3.40	3.85	3.58	3.63	4.00	3.95	3.72
	40대	3.31	3.74	3.52	3.50	3.99	3.85	3.68
	50대	3.34	3.75	3.55	3.46	3.95	3.81	3.66
	60대 이상	3.26	3.68	3.45	3.46	3.88	3.79	3.61
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.19	3.67	3.45	3.42	3.81	3.71	3.55
	고졸	3.32	3.71	3.46	3.43	3.88	3.81	3.61
	전문대졸 이상	3.34	3.80	3.58	3.57	4.06	3.91	3.73
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.30	3.79	3.54	3.55	4.06	3.92	3.72
	서비스/판매직	3.34	3.77	3.55	3.52	3.95	3.85	3.68
	기계/농림어업/단순노무	3.31	3.65	3.45	3.41	3.82	3.75	3.57
	주부	3.31	3.97	3.65	3.65	4.18	3.95	3.78
	기타	3.39	3.75	3.47	3.32	3.85	3.69	3.53
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.30	3.71	3.46	3.48	3.90	3.76	3.58
	200~300만원 미만	3.38	3.74	3.53	3.50	3.98	3.91	3.67
	300~400만원 미만	3.29	3.69	3.49	3.50	3.91	3.82	3.64
	400~500만원 미만	3.27	3.72	3.54	3.45	3.94	3.84	3.67
	500~600만원 미만	3.25	3.82	3.55	3.53	4.07	3.91	3.71
600만원 이상	3.47	3.91	3.59	3.63	4.02	3.87	3.76	

11) 향후 1년 간편식 구입 변화

- 향후 1년간 간편식 구입 지출 변화는 현 수준 유지가 70.7%로 10가구 중 대략 7가구 정도가 현 수준을 유지할 것이라고 예상하고 있음. 증가할 것이라고 예상한 가구는 27.1%로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 동남권에서 향후 1년 간편식 구입 증가가 다른 지역에 비해 상대적으로 높았으며, 충청권은 현 수준 유지가 다른 지역에 비해 높은 편
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 읍면지역보다 향후 1년 간편식 구입을 ‘더 늘리겠다’라는 예상
 - 가구원수별로 살펴보면, 1인 가구에서 다른 가구에 비해 향후 1년 간편식 구입 증가 비율이 높을 것으로 예상
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 2~30대에서 향후 1년간 간편식 구입 증가율이 다른 연령에 비해 높은 것으로 조사

그림 4-32. 향후 1년 간편식 구입 변화



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 4-32. 향후 1년 간편식 구입 변화

단위: %

구분		매우 감소	약간 감소	현 수준 유지	약간 증가	매우 증가	평균 (5점 만점)
전체		0.0	1.2	70.7	27.1	1.0	3.28
거주 지역	수도권	0.0	0.2	71.5	27.4	0.8	3.29
	충청권	0.0	0.6	82.9	16.0	0.4	3.16
	호남권	0.0	2.9	69.0	27.4	0.6	3.26
	대경권	0.0	2.1	78.0	19.5	0.4	3.18
	동남권	0.0	2.4	55.2	39.7	2.7	3.43
	강원권	1.0	2.0	74.9	20.7	1.4	3.19
행정구역	동	0.0	1.1	68.5	29.3	1.2	3.30
	읍면	0.1	1.4	80.5	17.6	0.3	3.17
가구원 수	1인	0.0	1.2	66.5	30.9	1.3	3.32
	2인	0.0	2.0	76.8	21.0	0.2	3.19
	3인	0.1	0.2	71.1	27.1	1.4	3.29
	4인	0.0	1.0	68.3	29.5	1.3	3.31
	5인 이상	0.0	2.9	66.7	30.4	0.0	3.27
가구주 성별	남성	0.0	1.1	71.3	26.5	1.1	3.28
	여성	0.0	1.4	69.1	28.6	0.8	3.29
가구주 연령	20대	0.0	0.5	61.4	37.5	0.7	3.38
	30대	0.1	0.9	58.3	38.6	2.0	3.41
	40대	0.0	0.6	71.7	26.2	1.5	3.29
	50대	0.0	1.4	71.8	26.5	0.3	3.26
	60대 이상	0.0	1.9	80.7	16.7	0.6	3.16
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	3.4	81.0	15.6	0.0	3.12
	고졸	0.0	1.6	73.0	24.9	0.4	3.24
	전문대졸 이상	0.0	0.5	67.2	30.6	1.6	3.33
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	0.7	65.8	32.4	1.1	3.34
	서비스/판매직	0.0	0.9	75.3	22.5	1.3	3.24
	기계/농림어업/단순노무	0.0	1.5	70.4	27.2	0.8	3.27
	주부	0.2	2.5	87.9	9.4	0.0	3.07
	기타	0.0	5.8	72.4	21.8	0.0	3.16
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	2.4	74.1	23.0	0.5	3.22
	200~300만원 미만	0.0	1.4	69.3	28.1	1.3	3.29
	300~400만원 미만	0.0	1.5	67.7	29.2	1.6	3.31
	400~500만원 미만	0.1	0.5	71.2	27.0	1.1	3.28
	500~600만원 미만	0.0	0.5	74.0	24.9	0.6	3.26
600만원 이상	0.0	0.6	68.3	30.6	0.5	3.31	

4. 건강기능식품 및 건강식품 구입 현황

1) 최근 1년 구입 경험 및 구입 변화

- 최근 1년 동안 건강기능식품 및 건강식품 구입 경험은 ‘비타민 및 무기질’이 56.0%로 가장 높았고, 다음으로 ‘인삼류’, ‘건강즙/엑기스’ 각 44.1%, ‘필수지방산’ 38.4% 등의 순으로 나타남. 반면, ‘페놀류’는 9.5%로 구입 경험이 가장 낮았으며, ‘동물성원료 건강식품’ 12.5%, ‘아미노산 및 단백질’ 14.7% 등의 순으로 구입 경험이 낮은 것으로 조사됨.
- 건강기능식품 및 건강식품 구입 변화는 ‘클로렐라/엽록소’가 29.9%로 증가율이 가장 높았으며, 다음으로 ‘발효미생물류’ 28.5%. ‘필수지방산’ 19.7% 등의 순으로 나타남. 반면, ‘동물성원료건강식품’은 5.9%로 증가율이 가장 낮았으며, 다음으로 ‘기타원료’ 6.3%, ‘아미노산 및 단백질’ 8.3% 등의 순으로 조사됨

그림 4-33. 최근 1년 품목별 구입 경험률

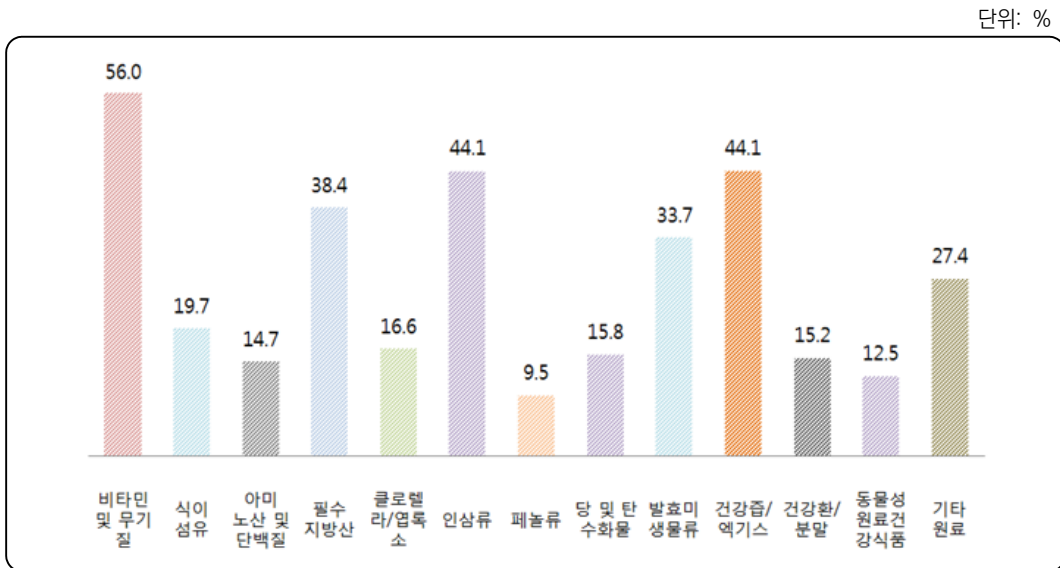


표 4-33. 최근 1년 구입 경험 및 구입 변화

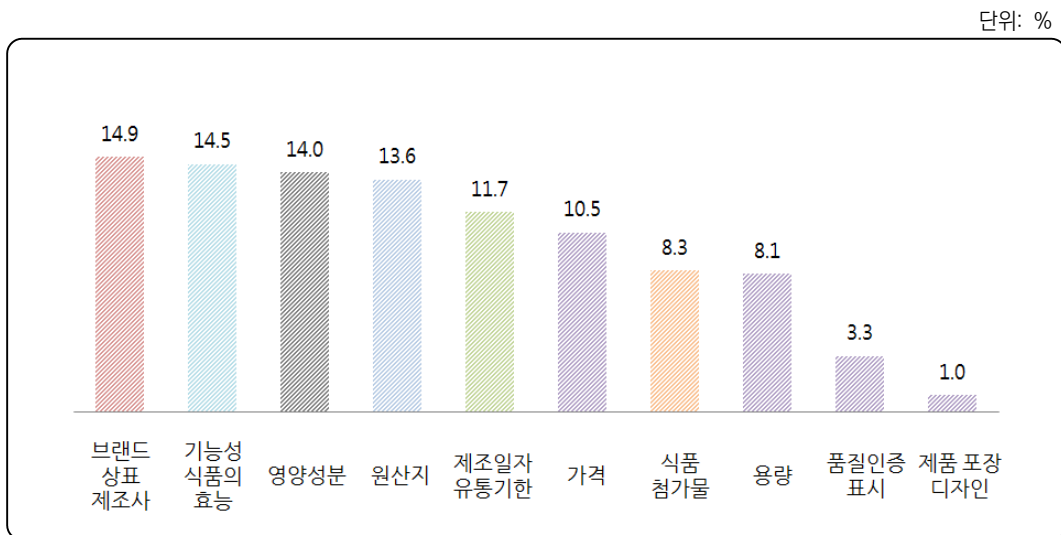
단위: %

분류	품목	세분류	구입 변화			
			구입 경험 있음	감소	비슷	증가
건강 기능 식품	비타민 및 무기질	비타민, 무기질(또는미네랄)	56.0	7.8	79.6	12.7
	식이섬유	식이섬유	19.7	19.8	71.3	8.8
	아미노산 및 단백질	단백질, 대두단백, 아미노산	14.7	18.4	73.3	8.3
	필수지방산	필수 지방산, 오메가3	38.4	11.0	69.3	19.7
	클로렐라/엽록소	스피루리나/클로렐라, 엽록소함유식품	16.6	12.8	57.3	29.9
	인삼류	인삼, 홍삼	44.1	13.7	72.1	14.3
	페놀류	녹차추출물, 알로에전잎, 프로폴리스추출물	9.5	13.5	75.7	10.8
	당 및 탄수화물	글루코사민, N-아세틸글루코사민, 알로에겔, 영지버섯자실체추출물, 키토산/키토올리고당	15.8	13.6	67.6	18.8
	발효미생물류	유산균, 프로바이오틱스 제품	33.7	9.6	61.8	28.5
건강 식품	건강즙/엑기스	과일즙, 과채즙, 가시오가피즙 등	44.1	13.6	71.9	14.4
	건강환/분말	양배추환, 울금환, 청국장환, 선식 등	15.2	18.1	72.6	9.3
	동물성원료건강식품	녹용, 동충하초, 흑염소즙 등	12.5	11.2	82.9	5.9
	기타원료	벌꿀, 로얄젤리, 효모, 효소, 화분 등	27.4	13.0	80.7	6.3

2) 건강기능식품 및 건강식품 구입 시 중요 요소

- 건강기능식품 및 건강식품 구입 시 가장 중요하게 생각하는 요소는 ‘브랜드 상표 제조사’가 14.9%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘기능성 식품의 효능’ 14.5%, ‘영양성분’ 14.0% 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권은 ‘원산지’, 충청권은 ‘영양성분’, 호남권, 동남권, 강원권은 ‘기능성 식품의 효능’, 대경권은 ‘브랜드 상표 제조사’를 가장 중요하다고 생각하는 것으로 나타나, 지역별로 건강기능식품 및 건강식품 구입 시 중요 요소가 차이
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역은 ‘기능성 식품의 효능’, 읍면지역은 ‘브랜드 상표 제조사’를 가장 중요한 요소로 생각
 - 가구주 성별로 살펴보면, 여성이 남성보다 ‘브랜드 상표 제조사’, ‘기능성 식품의 효능’ 요소가 높은 편
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 ‘브랜드 상표 제조사’의 요소가 높아지는 경향

그림 4-34. 건강기능식품 및 건강식품 구입 시 중요 요소



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-34. 건강기능식품 및 건강식품 구입 시 중요 요소

단위: %

구분	브랜드 상표 제조사	기능성 식품의 효능	영양 성분	원산지	제조 일자 유통 기한	가격	식품 첨가물	용량	품질 인증 표시	제품 포장 디자인	
전체	14.9	14.5	14.0	13.6	11.7	10.5	8.3	8.1	3.3	1.0	
거주 지역	수도권	14.9	12.1	13.5	15.4	11.6	10.8	8.0	8.4	4.6	0.8
	충청권	16.7	10.7	17.1	10.1	11.1	9.9	16.3	5.6	0.7	2.0
	호남권	13.1	19.7	13.5	11.0	12.4	9.5	5.7	11.4	2.1	1.6
	대경권	16.6	14.2	12.8	11.0	13.0	11.3	8.3	9.8	2.1	0.8
	동남권	13.3	20.9	13.7	14.4	13.3	9.3	6.0	5.9	2.5	0.7
	강원권	17.5	23.1	19.4	7.8	4.5	12.7	6.1	5.0	3.0	0.9
행정구역	동	14.1	14.7	14.0	13.8	11.5	11.2	8.7	7.9	3.1	1.0
	읍면	18.7	13.6	14.4	12.4	12.7	7.2	6.8	8.9	4.5	0.9
가구원 수	1인	15.1	15.7	12.9	12.4	10.5	12.7	8.6	8.1	3.0	1.1
	2인	13.8	14.8	14.8	14.0	10.5	10.1	8.3	9.8	2.8	1.1
	3인	15.8	13.3	14.9	13.3	14.5	9.5	7.7	6.8	3.0	1.3
	4인	15.3	14.4	13.3	13.9	11.5	9.7	8.9	7.6	4.8	0.5
	5인 이상	11.2	9.9	18.3	25.9	16.1	8.2	5.8	3.7	0.3	0.7
가구주 성별	남성	14.5	14.3	14.5	13.7	12.7	9.0	8.7	8.2	3.6	0.8
	여성	16.0	15.1	12.7	13.3	9.4	14.2	7.4	7.7	2.6	1.6
가구주 연령	20대	17.9	15.5	15.7	13.8	8.2	11.3	7.2	6.6	3.4	0.4
	30대	16.5	12.4	15.8	12.9	13.4	10.0	7.9	7.5	2.5	0.9
	40대	16.8	15.2	13.1	12.2	12.3	10.3	7.7	7.2	4.2	0.8
	50대	13.1	14.8	14.2	14.2	10.5	10.6	9.3	8.6	3.7	0.9
	60대 이상	13.1	14.7	13.1	14.7	12.2	10.6	8.5	9.2	2.6	1.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	14.4	16.7	14.5	11.1	11.2	11.2	9.4	9.4	1.2	1.0
	고졸	13.8	15.5	13.7	14.4	11.5	10.7	8.1	8.3	2.8	1.3
	전문대졸 이상	15.8	13.5	14.3	13.3	12.0	10.1	8.4	7.8	4.0	0.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	16.6	13.0	14.5	13.1	11.4	10.4	7.7	8.4	4.2	0.7
	서비스/판매직	14.5	15.2	13.5	13.8	10.8	10.2	9.3	7.9	3.5	1.3
	기계/농림어업/단순노무	12.3	15.7	14.1	14.8	14.2	9.6	8.7	7.3	2.1	1.2
	주부	17.3	11.8	12.6	13.8	9.3	16.1	5.9	9.7	1.8	1.6
	기타	13.4	21.9	13.3	8.2	10.0	13.2	7.9	10.1	1.6	0.4
월평균 가구 소득	200만원 미만	12.5	19.1	12.6	12.2	8.7	14.0	9.1	8.9	2.0	0.8
	200~300만원 미만	16.2	14.6	13.7	11.9	11.5	11.4	8.5	8.4	2.6	1.3
	300~400만원 미만	12.5	15.7	15.5	13.2	13.9	8.3	7.4	8.1	3.9	1.5
	400~500만원 미만	14.8	14.4	16.9	14.4	10.8	9.7	7.8	7.6	2.9	0.7
	500~600만원 미만	19.0	10.4	11.5	15.6	13.4	10.3	9.9	6.0	3.2	0.7
	600만원 이상	13.5	13.6	13.3	14.4	10.4	10.3	7.4	10.5	5.8	0.8

주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

3) 건강기능식품 및 건강식품 용도별 구입 개수

- 최근 1년 동안 구입한 건강기능식품 및 건강식품은 평균 총 3.36개이며, 선물용은 평균 1.04개, 본인 섭취용은 평균 2.32개로 조사됨.
 - 거주지역별로 살펴보면, 본인 섭취용으로 강원권이 평균 4.02개로 다른 지역에 비해 높았으며, 호남권이 평균 1.52개로 가장 낮은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 본인 섭취용으로 동지역이 평균 2.34개로 읍면지역(평균 2.22개) 보다 많이 섭취
 - 가구원수별 살펴보면, 가구원수가 많을수록 본인 섭취용 개수는 증가하는 경향
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 50대에서 본인 섭취용으로 평균 2.41개로 가장 많았으며, 2~30대가 다른 연령에 비해 가장 적게 섭취하고 있는 것으로 조사

그림 4-35. 건강기능식품 및 건강식품 용도별 구입 개수

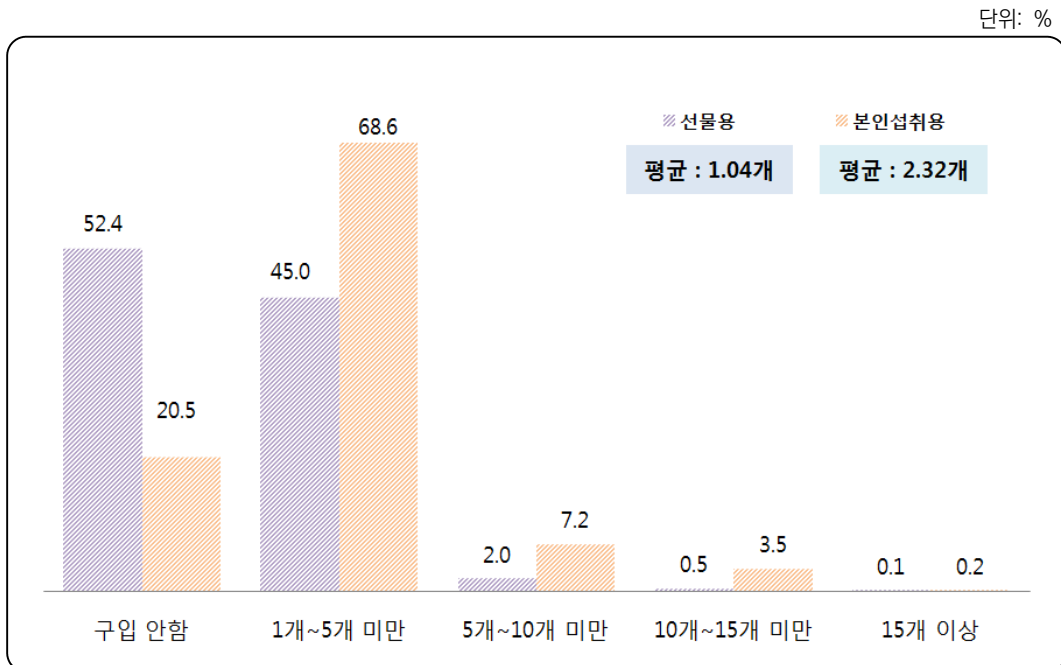


표 4-35. 건강기능식품 및 건강식품 용도별 구입 개수

단위: 개

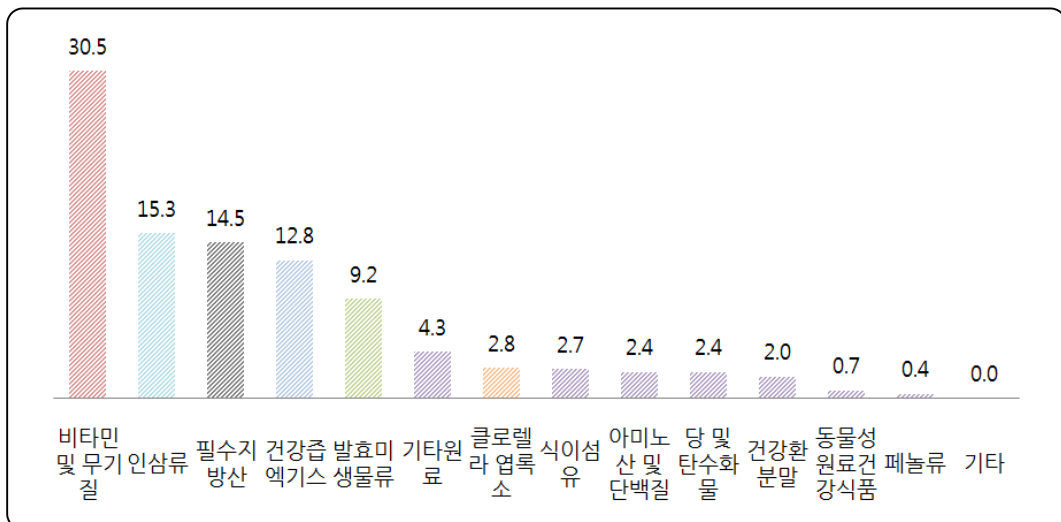
구분		선물용 구입 개수	본인 섭취용 구입 개수	합계
전체		1.04	2.32	3.36
거주 지역	수도권	1.18	2.73	3.91
	충청권	0.75	1.57	2.32
	호남권	0.48	1.52	2.00
	대경권	0.82	1.90	2.72
	동남권	1.34	2.05	3.39
	강원권	1.01	4.02	5.03
행정구역	동	1.07	2.34	3.41
	읍면	0.90	2.22	3.12
가구원 수	1인	0.65	2.22	2.87
	2인	0.97	2.31	3.28
	3인	1.22	2.29	3.51
	4인	1.35	2.45	3.80
	5인 이상	1.46	2.49	3.95
가구주 성별	남성	1.19	2.34	3.53
	여성	0.67	2.26	2.93
가구주 연령	20대	0.69	2.11	2.80
	30대	1.01	2.10	3.11
	40대	1.26	2.37	3.63
	50대	1.12	2.41	3.53
	60대 이상	0.86	2.39	3.25
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.57	1.92	2.49
	고졸	1.07	2.43	3.50
	전문대졸 이상	1.08	2.29	3.37
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.14	2.49	3.63
	서비스/판매직	0.99	2.28	3.27
	기계/농림어업/단순노무	1.03	2.12	3.15
	주부	0.63	2.04	2.67
	기타	0.77	2.23	3.00
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.67	1.90	2.57
	200~300만원 미만	0.68	2.00	2.68
	300~400만원 미만	1.14	2.62	3.76
	400~500만원 미만	1.06	2.12	3.18
	500~600만원 미만	1.47	3.09	4.56
	600만원 이상	1.28	1.93	3.21

4) 많이 구입하는 건강기능식품 및 건강식품

- 건강기능식품 및 건강식품 중 구입을 많이 한 품목은 ‘비타민 및 무기질’이 30.5%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘인삼류(15.3%)’, ‘필수지방산 (14.5%)’, ‘건강즙 엑기스(12.8%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권은 ‘비타민 및 무기질’, 충청권은 ‘필수 지방산’, 호남권은 ‘건강즙 엑기스’ 구입이 다른 지역에 비해 높은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역에서 읍면지역보다 ‘비타민 및 무기질’ 구입이 더 많은 편
 - 가구주 성별로 살펴보면, 여성이 남성보다 ‘비타민 및 무기질’ 구입이 더 많은 것으로 조사
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 높을수록 ‘건강즙 엑기스’ 구매 비율이 높아지는 경향을 보이는 반면, 연령이 낮을수록 ‘발효 미생물류’ 구매 비율이 높아지는 경향

그림 4-36. 많이 구입하는 건강기능식품 및 건강식품

단위: %



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-36. 많이 구입하는 건강기능식품 및 건강식품

단위: %

구분		비타민 및 무기질	인삼류	필수 지방산	건강증 액기스	발효 미생물류	기타 원료	클로렐라 엽록소
전체		30.5	15.3	14.5	12.8	9.2	4.3	2.8
거주 지역	수도권	33.3	15.4	14.8	8.1	10.2	4.6	4.0
	충청권	22.9	15.5	21.1	17.6	11.6	1.4	1.1
	호남권	21.8	16.6	15.8	23.7	4.2	5.7	1.1
	대경권	31.6	16.1	7.5	20.1	7.6	4.8	1.7
	동남권	31.3	13.1	12.0	15.7	7.5	4.4	2.0
	강원권	30.2	17.0	11.1	10.0	11.9	4.5	0.5
행정구역	동	31.1	15.8	14.3	11.8	9.3	4.6	2.8
	읍면	27.6	12.7	15.2	17.5	9.0	2.8	2.6
가구원 수	1인	32.8	13.8	14.0	11.2	11.3	3.0	2.5
	2인	28.2	17.7	15.3	13.5	6.8	4.4	2.0
	3인	30.3	14.6	14.9	13.0	9.0	4.8	3.3
	4인	31.0	15.0	13.7	13.0	9.9	4.9	3.5
	5인 이상	28.4	15.6	16.4	16.8	11.9	6.1	1.6
가구주 성별	남성	29.6	16.2	14.7	13.4	8.5	4.2	2.9
	여성	32.9	13.0	14.0	11.1	11.2	4.8	2.5
가구주 연령	20대	37.9	9.6	7.2	9.9	17.7	2.2	4.2
	30대	34.0	14.8	10.1	10.5	13.5	3.8	2.4
	40대	34.2	12.9	13.8	12.0	9.6	4.3	3.7
	50대	29.1	16.7	17.4	12.8	8.3	4.3	3.0
	60대 이상	24.4	17.8	16.3	15.6	5.3	5.3	1.6
가구주 최종 학력	중졸 이하	17.9	16.7	14.6	25.4	5.8	5.6	1.5
	고졸	28.1	16.4	18.0	13.0	6.2	4.2	2.4
	전문대졸 이상	34.1	14.3	11.6	10.9	12.1	4.2	3.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	33.2	14.7	11.5	10.6	12.3	4.8	3.5
	서비스/판매직	32.2	15.0	16.3	12.8	7.6	3.4	2.6
	기계/농림어업/단순노무	26.4	16.1	17.5	15.4	5.9	3.9	1.9
	주부	24.4	17.0	18.1	11.0	8.5	8.5	2.2
	기타	17.9	19.2	7.5	22.6	11.9	5.6	2.5
월평균 가구 소득	200만원 미만	26.3	17.5	14.6	16.6	7.1	5.3	1.5
	200~300만원 미만	30.9	12.9	13.8	14.7	10.4	2.9	2.4
	300~400만원 미만	28.6	15.4	15.1	13.3	9.2	4.3	2.6
	400~500만원 미만	33.2	14.9	13.1	13.1	9.3	3.2	1.6
	500~600만원 미만	28.1	14.0	18.7	9.5	10.7	5.4	5.9
	600만원 이상	37.6	19.0	9.6	9.6	7.3	5.4	1.9

주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

2. 구입이 많은 품목 7개를 제시한 결과임.

5) 건강기능식품 및 건강식품 최근 1년 지출액

- 건강기능식품 및 건강식품 구입을 위해 최근 1년 동안 지출한 금액은 평균 228,487원으로 추정됨.
 - 거주지역별로 살펴보면, 강원권에서 다른 지역보다 건강기능식품 및 건강식품을 구매하는 지출액이 상대적으로 높은 편
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 읍면지역보다 건강기능식품 및 건강식품을 위해 더 많이 지출하고 있는 것으로 조사
 - 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 많을수록 건강기능식품 및 건강식품을 위해 지출하는 비용이 더 많은 편
 - 가구주 성별로는 남성이 여성보다 건강기능식품 및 건강식품을 위해 더 많이 지출하고 있는 것으로 조사
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 50대가 건강기능식품 및 건강식품을 위해 지출하는 금액이 가장 높았으며, 20대가 가장 적은 수준

그림 4-37. 건강기능식품 및 건강식품 최근 1년 지출액

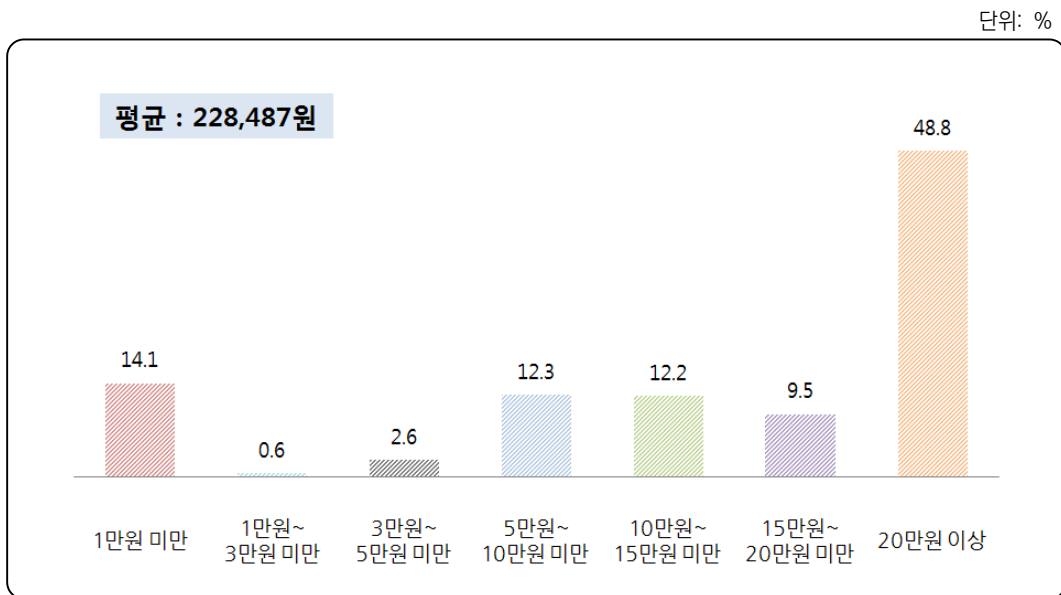


표 4-37. 건강기능식품 및 건강식품 최근 1년 지출액

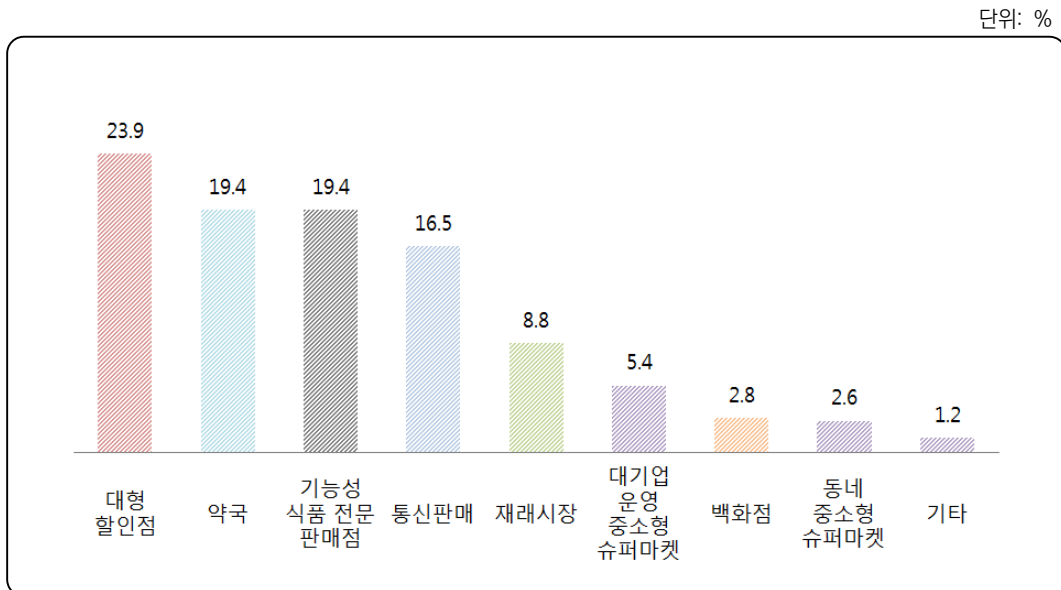
단위: %, 원

구분		1만원 미만	1만원~3만원 미만	3만원~5만원 미만	5만원~10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원~20만원 미만	20만원 이상	평균 (원)
전체		14.1	0.6	2.6	12.3	12.2	9.5	48.8	228,487
거주 지역	수도권	8.0	0.5	2.4	11.4	8.5	8.3	60.9	271,653
	충청권	15.6	1.3	3.0	20.0	24.5	12.2	23.3	121,794
	호남권	15.9	0.1	2.5	16.8	21.4	13.8	29.5	159,326
	대경권	24.6	1.0	4.9	14.8	11.7	9.3	33.6	186,188
	동남권	24.9	0.4	1.5	6.6	8.3	9.8	48.5	202,903
	강원권	9.5	0.0	0.8	5.4	15.6	3.8	64.9	432,689
행정구역	동	13.0	0.6	2.8	11.7	11.8	9.5	50.6	235,493
	읍면	18.9	0.5	1.5	15.1	13.6	9.8	40.5	197,596
가구원 수	1인	20.3	0.9	4.2	16.8	14.1	8.1	35.8	163,652
	2인	13.3	0.3	2.1	9.7	13.9	12.2	48.5	232,449
	3인	11.1	0.9	2.4	12.4	10.4	8.8	54.0	255,078
	4인	10.6	0.2	1.4	10.5	10.1	9.3	57.7	266,667
	5인 이상	18.8	0.0	3.2	6.1	6.6	0.0	65.3	311,453
가구주 성별	남성	13.3	0.4	2.3	10.8	11.7	10.0	51.5	241,430
	여성	15.9	0.9	3.1	16.2	13.4	8.4	42.2	196,573
가구주 연령	20대	33.0	1.1	3.9	19.5	11.1	7.0	24.4	126,482
	30대	16.9	0.5	4.3	13.4	12.8	11.2	40.8	197,163
	40대	13.4	0.5	2.0	11.5	10.0	9.8	52.7	240,282
	50대	9.6	0.7	2.1	10.7	12.8	8.7	55.5	274,338
	60대 이상	11.6	0.4	1.9	11.8	13.6	9.7	51.0	221,412
가구주 최종 학력	중졸 이하	20.9	0.0	1.8	16.8	15.1	9.6	35.8	163,631
	고졸	12.9	0.4	2.0	11.3	14.1	10.6	48.6	239,701
	전문대졸 이상	14.0	0.8	3.1	12.5	10.1	8.7	50.9	229,588
가구주 직업	관리/전문/사무직	14.5	0.8	3.4	12.2	9.9	10.5	48.7	229,354
	서비스/판매직	10.8	0.2	1.8	15.1	13.8	8.2	50.1	240,238
	기계/농림어업/단순노무	16.2	0.7	2.5	9.4	13.4	10.4	47.4	218,005
	주부	11.4	0.0	1.9	16.5	11.7	5.4	53.1	235,899
	기타	24.0	0.0	0.5	7.1	16.5	7.9	44.0	188,200
월평균 가구 소득	200만원 미만	21.5	0.8	1.8	15.7	15.9	10.9	33.4	159,190
	200~300만원 미만	17.7	0.9	5.1	14.2	13.8	8.6	39.7	180,660
	300~400만원 미만	12.5	0.6	1.9	10.4	13.5	11.0	50.1	222,891
	400~500만원 미만	14.9	0.3	2.4	10.9	10.2	13.2	48.1	222,949
	500~600만원 미만	9.6	0.3	2.1	13.0	10.3	5.5	59.3	287,900
	600만원 이상	6.1	0.3	1.4	9.1	7.4	7.3	68.3	337,869

6) 건강기능식품 및 건강식품 주 구입 장소

- 건강기능식품 및 건강식품을 주로 구입하는 장소로는 ‘대형할인점’ 이 23.9%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘약국(19.4%)’, ‘기능성 식품 전문 판매점 (19.4%)’, ‘통신 판매(16.5%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권, 대경권, 동남권에서는 ‘대형할인점’, 충청권, 호남권은 ‘약국’, 강원권은 ‘통신판매’를 통한 구입이 높은 편
 - 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 적을수록 ‘약국’에서 구매하는 비율이 높아지는 경향
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 ‘통신판매’ 비율이 높아지는 경향을 보이는 반면, 높을수록 ‘재래시장’ 비율이 높아지는 경향을 보이는 것으로 조사

그림 4-38. 건강기능식품 및 건강식품 주 구입 장소



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-38. 건강기능식품 및 건강식품 주 구입 장소

단위: %

구분		대형 할인점	약국	기능성 식품 전문 판매점	통신 판매	재래 시장	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	백화점	동네 중소형 슈퍼마켓	기타
전체		23.9	19.4	19.4	16.5	8.8	5.4	2.8	2.6	1.2
거주 지역	수도권	23.7	17.4	22.7	17.4	5.7	6.4	3.7	2.3	0.6
	충청권	23.9	29.5	13.8	14.0	11.4	3.9	0.4	2.7	0.3
	호남권	18.4	22.2	18.1	14.3	15.1	1.0	1.6	5.6	3.6
	대경권	28.2	17.9	12.0	10.2	15.3	8.7	1.4	3.2	3.2
	동남권	26.4	18.9	16.6	17.2	11.2	4.5	3.4	1.2	0.7
	강원권	24.2	15.1	17.7	30.0	4.2	2.5	1.8	1.8	2.6
행정구역	동	24.0	19.9	19.9	17.1	7.7	5.6	3.0	1.9	0.9
	읍면	23.5	16.8	16.9	13.4	14.3	4.3	2.3	5.9	2.4
가구원 수	1인	21.1	22.5	18.4	18.7	7.9	5.4	2.5	2.1	1.2
	2인	24.0	20.2	19.3	14.6	10.4	5.3	2.3	2.6	1.3
	3인	25.8	17.3	18.5	16.2	10.5	4.0	4.1	1.6	2.0
	4인	25.1	17.8	21.3	16.3	6.4	6.1	2.6	4.0	0.4
	5인 이상	18.4	14.1	15.6	24.4	9.6	14.9	0.0	3.0	0.0
가구주 성별	남성	24.7	18.4	19.8	16.2	8.6	5.4	2.9	2.9	1.1
	여성	22.0	22.1	18.3	17.3	9.4	5.2	2.6	1.8	1.4
가구주 연령	20대	18.2	25.6	18.0	27.3	2.7	6.3	1.6	0.3	0.0
	30대	23.0	14.9	14.8	26.9	4.1	7.7	6.0	1.6	1.0
	40대	24.2	18.4	18.5	19.7	6.5	5.4	3.4	2.7	1.2
	50대	25.6	19.1	20.9	13.9	10.3	4.2	1.9	3.4	0.7
	60대 이상	23.6	22.5	22.0	6.2	14.2	4.8	1.5	2.9	2.3
가구주 최종 학력	중졸 이하	19.3	21.1	14.9	4.1	24.5	4.8	1.0	4.7	5.7
	고졸	25.3	22.0	20.3	12.0	10.8	4.2	1.7	2.9	0.8
	전문대졸 이상	23.4	17.1	19.2	21.7	5.1	6.3	4.1	2.1	0.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	23.9	16.2	18.0	22.6	5.0	7.5	4.2	2.0	0.6
	서비스/판매직	24.9	20.8	21.2	14.5	8.6	3.9	1.6	3.2	1.3
	기계/농림어업/단순노무	23.7	22.5	18.0	11.6	13.3	4.8	2.2	2.4	1.5
	주부	17.7	25.5	26.5	6.6	14.7	1.4	3.1	2.9	1.7
	기타	24.9	14.7	20.9	6.9	18.9	1.7	1.8	6.0	4.1
월평균 가구 소득	200만원 미만	19.0	22.4	20.0	10.9	16.0	4.4	1.3	3.4	2.6
	200~300만원 미만	23.7	25.4	16.4	14.7	10.2	3.9	2.9	1.3	1.5
	300~400만원 미만	22.6	22.0	18.6	17.7	6.9	5.5	2.0	3.2	1.4
	400~500만원 미만	25.5	16.3	16.5	19.4	10.4	5.8	2.6	2.3	1.0
	500~600만원 미만	25.5	13.6	22.1	19.1	5.7	7.1	5.5	1.4	0.1
600만원 이상	27.3	15.2	24.6	14.9	5.1	5.1	2.0	5.1	0.8	

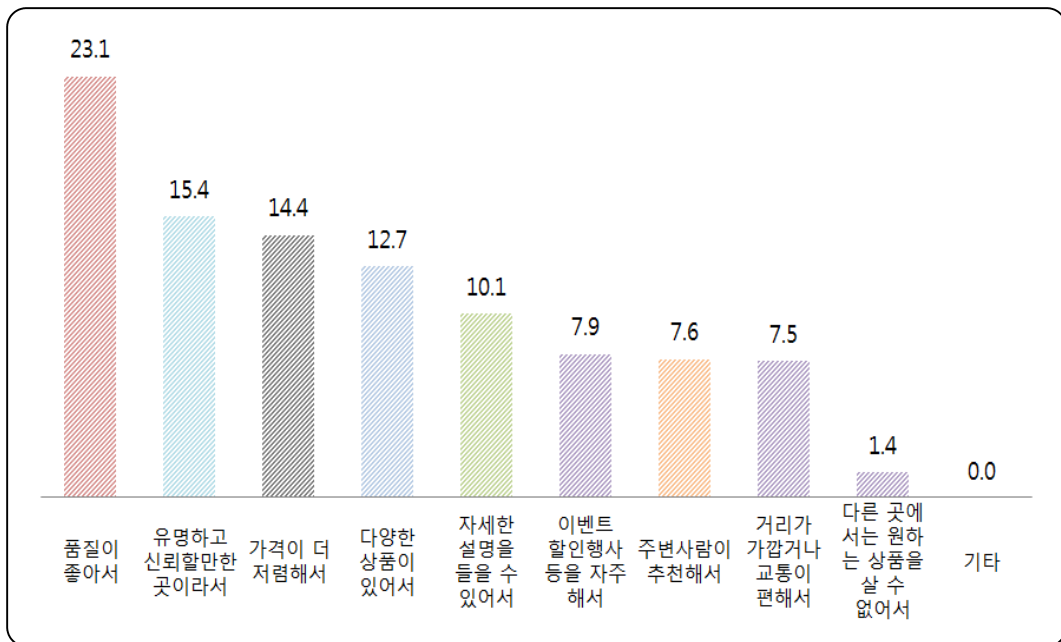
주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

7) 건강기능식품 및 건강식품 주 구입 장소 이용 이유

- 건강기능식품 및 건강식품을 주로 구입하는 장소를 이용하는 이유는 ‘품질이 좋아서’가 23.1%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘유명하고 신뢰할만한 곳이라서(15.4%)’, ‘가격이 더 저렴해서(14.4%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 적을수록 ‘자세한 설명을 들을 수 있어서’라는 이유가 높아지는 경향
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 ‘가격이 저렴해서’ 라는 이유가 높아지는 경향을 보이고 있어, 연령이 낮을수록 가격에 더 민감한 것으로 판단

그림 4-39. 건강기능식품 및 건강식품 주 구입 장소 이용 이유

단위: %



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-39. 건강기능식품 및 건강식품 주 구입 장소 이용 이유

단위: %

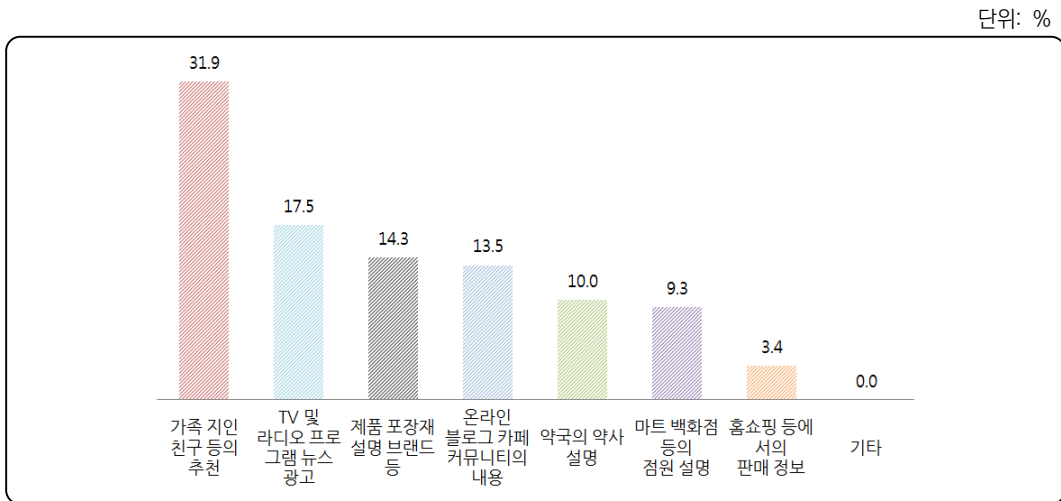
구분	품질이 좋아서	유명하고 신뢰할 만한 곳	가격이 저렴 해서	다양한 상품이 있어서	자세한 설명을 들을 수 있어서	할인행사 등을 자주 해서	주변 사람 추천	거리가 가깝거나 교통이 편해서	다른 곳에서는 원하는 상품을 살 수 없어서	기타	
전체	23.1	15.4	14.4	12.7	10.1	7.9	7.6	7.5	1.4	0.0	
거주 지역	수도권	26.3	15.6	13.1	12.9	8.5	8.5	7.5	6.2	1.5	0.0
	충청권	12.6	13.4	14.5	13.7	18.2	6.3	7.3	13.4	0.6	0.0
	호남권	28.1	14.8	15.1	14.4	8.5	4.4	7.4	6.7	0.5	0.0
	대경권	24.2	15.7	15.9	12.0	7.8	6.6	5.7	10.4	1.3	0.3
	동남권	16.6	16.5	18.5	10.1	12.1	9.8	8.5	6.0	2.0	0.0
	강원권	11.6	15.7	11.4	12.7	13.4	9.6	11.3	11.1	3.1	0.0
행정구역	동	23.0	15.9	14.2	12.5	10.3	8.2	7.2	7.2	1.5	0.0
	읍면	23.2	13.2	15.2	13.6	8.9	6.3	9.5	9.2	0.7	0.1
가구원 수	1인	21.2	14.6	15.4	12.5	11.0	6.8	8.6	7.8	1.8	0.2
	2인	25.3	16.2	12.5	12.0	10.6	7.1	7.0	8.3	1.1	0.0
	3인	20.8	16.2	15.1	12.8	9.3	9.5	7.6	7.3	1.4	0.0
	4인	24.9	14.3	14.6	13.1	9.7	8.1	7.3	6.9	1.1	0.0
	5인 이상	16.0	21.7	16.1	19.6	2.7	9.4	6.0	5.0	3.5	0.0
가구주 성별	남성	23.2	16.0	14.0	12.7	10.0	8.1	7.3	7.5	1.3	0.0
	여성	22.8	14.0	15.3	12.6	10.2	7.3	8.4	7.8	1.6	0.1
가구주 연령	20대	16.5	13.9	19.4	12.1	7.9	9.3	10.3	7.5	2.9	0.3
	30대	23.2	13.0	19.1	12.5	8.1	9.4	7.2	6.6	0.9	0.0
	40대	20.1	14.1	15.6	15.1	11.1	10.5	5.9	6.6	1.1	0.0
	50대	25.3	16.0	12.5	12.9	9.1	6.8	7.8	7.7	1.9	0.0
	60대 이상	25.0	18.1	10.6	10.2	12.2	5.0	8.8	9.1	1.0	0.1
가구주 최종 학력	중졸 이하	24.3	15.3	12.2	9.6	12.4	4.1	10.2	10.2	1.2	0.3
	고졸	22.7	17.5	12.7	10.8	11.5	6.8	7.6	8.8	1.5	0.1
	전문대졸 이상	23.2	13.7	16.0	14.6	8.7	9.2	7.2	6.1	1.3	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	23.8	13.6	16.0	13.9	8.0	9.4	7.2	6.6	1.3	0.0
	서비스/판매직	25.2	15.9	13.2	12.7	10.5	6.8	6.7	7.7	1.3	0.0
	기계/농림어업/단순노무	19.2	17.4	13.4	11.2	12.8	7.1	8.5	8.4	1.8	0.1
	주부	26.2	17.9	10.6	9.8	10.9	7.6	8.9	7.0	1.1	0.0
기타	17.8	15.4	16.6	10.4	10.8	4.1	11.9	11.8	0.8	0.5	
월평균 가구 소득	200만원 미만	23.2	16.7	12.3	8.6	12.4	5.5	9.3	10.8	0.9	0.3
	200~300만원 미만	21.3	16.0	15.4	12.2	11.4	6.9	7.3	7.9	1.6	0.0
	300~400만원 미만	23.0	16.0	14.5	13.5	11.0	5.1	8.3	6.7	2.0	0.0
	400~500만원 미만	22.4	13.8	15.5	11.2	9.3	11.7	8.0	7.2	0.9	0.0
	500~600만원 미만	21.7	14.1	13.6	15.6	8.8	11.1	6.6	7.7	0.8	0.0
600만원 이상	29.0	16.3	14.4	14.1	6.7	6.7	5.6	5.0	2.1	0.0	

주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

8) 건강기능식품 및 건강식품 필요 정보

- 건강기능식품 및 건강식품과 관련하여 구입에 필요한 정보를 주로 얻는 곳은 ‘가족 지인 등의 추천’이 31.9%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘TV 및 라디오 프로그램 뉴스 광고(17.5%)’, ‘제품 포장재 설명 브랜드 등(14.3%)’의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권, 호남권, 대경권, 동남권, 강원권에서는 ‘가족, 지인, 친구 등의 추천’을, 충청권에서는 ‘TV 및 라디오 프로그램 뉴스 광고’에서 정보를 많이 얻고 있는 것으로 조사
 - 행정구역별로 살펴보면, 읍면지역은 ‘가족, 지인, 친구 등의 추천’이 동지역보다 높은 반면, ‘온라인 블로그 카페 커뮤니티 내용’은 동지역이 읍면지역 보다 높은 편
 - 거주구 연령별로 살펴보면, 연령이 증가할수록 ‘TV 및 라디오 프로그램 뉴스 광고’를 통한 정보 획득이 높은 반면, 낮을수록 ‘온라인 블로그 카페 커뮤니티 내용’을 통한 정보 획득이 많은 것으로 나타나, 연령에 따라 정보 획득 경로는 차이가 있는 것으로 조사

그림 4-40. 건강기능식품 및 건강식품 필요 정보



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-40. 건강기능식품 및 건강식품 필요 정보

단위: %

구분	가족, 지인, 친구 등의 추천	TV 및 라디오 프로그램 뉴스 광고	제품 포장재 설명 브랜드 등	온라인 블로그 카페 커뮤니티 내용	약국의 약사 설명	마트 백화점 등 점원 설명	홈쇼핑 등 판매 정보	기타	
전체	31.9	17.5	14.3	13.5	10.0	9.3	3.4	0.0	
거주 지역	수도권	29.9	15.8	15.5	17.5	7.0	11.9	2.5	0.0
	충청권	22.2	23.4	15.3	3.8	22.9	8.8	3.8	0.0
	호남권	34.5	21.0	17.4	4.3	13.1	4.8	5.0	0.0
	대경권	39.6	18.6	11.8	13.5	10.5	5.0	0.9	0.0
	동남권	39.4	15.7	8.9	13.1	9.3	6.6	6.8	0.2
	강원권	33.1	20.8	9.8	14.4	8.9	7.3	5.1	0.5
행정구역	동	31.5	17.7	13.6	14.7	9.5	9.5	3.5	0.0
	읍면	33.7	16.7	17.6	8.2	12.4	8.4	2.9	0.1
가구원 수	1인	32.8	14.6	13.4	16.5	10.2	8.6	4.0	0.0
	2인	31.9	18.6	13.6	10.3	12.7	11.0	2.1	0.0
	3인	31.5	20.1	13.1	13.5	8.0	10.2	3.4	0.2
	4인	30.9	16.8	17.0	14.0	9.2	7.4	4.6	0.0
	5인 이상	38.4	20.6	13.5	16.2	4.5	6.8	0.0	0.0
가구주 성별	남성	31.3	18.2	14.3	12.8	10.5	9.7	3.1	0.1
	여성	33.1	15.7	14.1	15.4	8.9	8.3	4.4	0.0
가구주 연령	20대	29.2	9.7	12.2	27.0	10.8	6.9	4.1	0.0
	30대	25.2	14.2	14.4	23.0	8.8	10.6	3.8	0.0
	40대	27.6	17.0	16.4	18.1	8.2	8.9	3.7	0.1
	50대	36.6	18.8	13.7	9.8	9.2	8.0	3.8	0.0
	60대 이상	36.2	21.0	13.0	3.1	13.5	10.9	2.3	0.1
가구주 최종 학력	중졸 이하	40.6	21.5	9.4	2.8	14.3	8.6	2.8	0.0
	고졸	33.5	20.5	13.3	8.0	12.2	9.4	3.0	0.1
	전문대졸 이상	29.3	14.6	15.7	19.5	7.7	9.3	3.9	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	29.3	13.6	15.5	20.5	7.7	10.2	3.1	0.1
	서비스/판매직	33.7	20.5	13.7	10.0	10.4	8.4	3.3	0.0
	기계/농림어업/단순노무	32.3	19.8	12.6	8.3	13.4	9.2	4.2	0.1
	주부	36.0	16.5	15.2	6.4	10.0	11.6	4.3	0.0
	기타	39.0	23.3	15.3	6.7	9.6	4.0	2.3	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	37.8	20.2	11.8	8.2	11.9	7.0	3.1	0.0
	200~300만원 미만	30.8	17.8	12.5	12.3	14.5	8.2	3.9	0.0
	300~400만원 미만	31.9	16.4	16.8	10.8	10.9	10.4	2.6	0.2
	400~500만원 미만	30.0	19.3	13.2	15.2	7.8	10.0	4.5	0.0
	500~600만원 미만	27.8	15.6	12.9	19.5	8.6	11.8	3.7	0.0
	600만원 이상	36.0	16.5	19.2	14.8	4.1	6.7	2.7	0.0

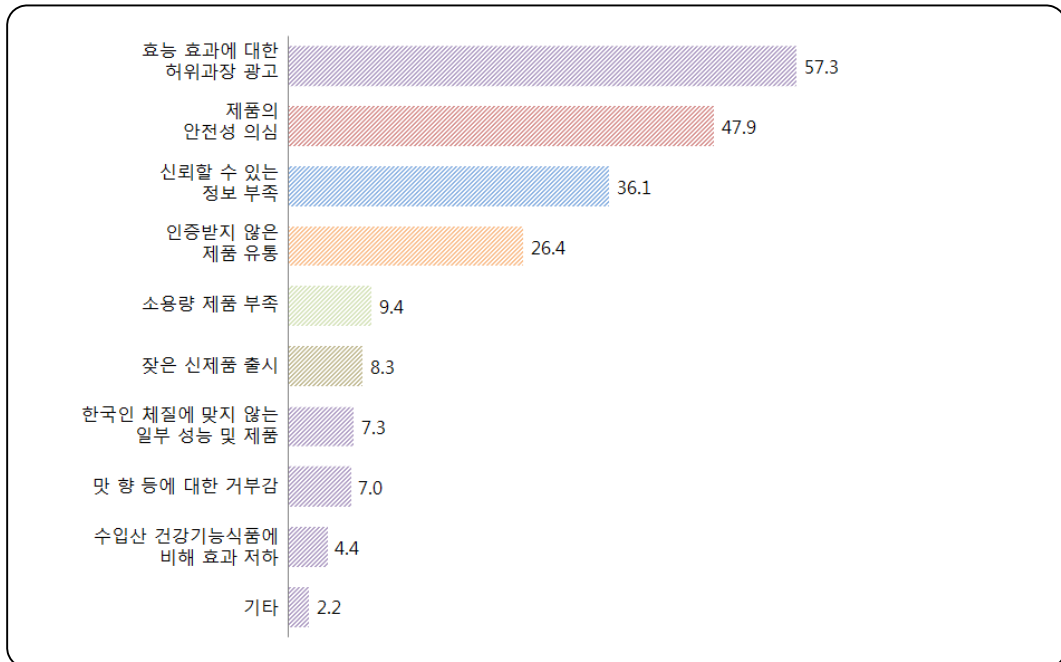
주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

9) 국내 생산제품 구입 및 이용 시 불편사항

- 국내에서 생산되는 건강기능식품 및 건강식품 구입 및 이용 시 불편사항으로는 ‘효능 효과에 대한 허위과장 광고’가 57.3%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘제품의 안전성 의심(47.9%)’, ‘신뢰할 수 있는 정보 부족(36.1%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 대경권에서 ‘효능 효과에 대한 허위과장 광고’가 다른 지역에 상대적으로 높게 나타났으며, 호남권에서는 ‘제품의 안전성 의심’이 다른 지역에 비해 매우 높게 나타남.
 - 가구주 성별로 살펴보면, 여성인 경우 허위광고, 제품의 안전성 의심이 남성보다 높은 것으로 조사됨.

그림 4-41. 국내 생산 건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항

단위: %



주 1. 복수응답이므로 합이 100을 넘음.

2. 건강기능식품 및 건강식품 구매가 없는 경우는 제외하고 산출한 결과임.

표 4-41. 국내 생산 제품 구입 및 이용 시 불편사항

단위: %

구분		효능 효과에 대한 허위 과장 광고	제품의 안전성 의심	신뢰할 수 있는 정보 부족	인증 받지 않은 제품 유통	소용량 제품 부족	잘못 신제품 출시	한국인 체질에 맞지 않는 성능	맛 향 등에 대한 거부감	수입산 건강기능식 품에 비해 효과 저하	기타
전체		57.3	47.9	36.1	26.4	9.4	8.3	7.3	7.0	4.4	2.2
거주 지역	수도권	57.9	52.0	42.4	28.7	11.0	7.5	7.0	6.7	4.9	1.2
	충청권	53.0	33.3	19.1	26.6	6.7	8.6	6.6	9.9	4.4	9.9
	호남권	53.2	60.0	32.1	21.4	6.2	12.8	9.9	7.2	2.6	0.0
	대경권	74.4	39.3	32.6	33.0	7.2	15.0	4.5	3.9	1.1	1.6
	동남권	52.4	41.8	31.5	20.6	9.6	3.7	8.1	7.5	4.1	0.3
	강원권	48.2	37.4	31.9	12.6	7.3	7.5	9.8	7.3	11.4	11.0
행정구역	동	57.5	48.8	36.7	26.1	9.7	8.9	7.7	7.0	4.9	1.9
	읍면	55.9	43.9	33.1	27.9	7.9	5.9	5.1	6.9	1.6	3.8
가구원 수	1인	58.4	50.6	30.2	26.5	10.2	9.3	5.7	7.2	3.1	2.4
	2인	61.0	46.6	39.0	25.9	9.8	7.2	8.3	8.5	5.5	1.6
	3인	52.6	44.4	42.5	25.5	9.6	7.1	10.3	6.9	3.7	3.2
	4인	56.4	50.4	32.3	27.8	8.0	9.8	4.8	5.3	5.2	1.8
	5인 이상	60.2	41.2	41.8	28.2	10.6	9.7	8.7	7.8	0.9	0.0
가구주 성별	남성	55.9	46.7	36.8	26.4	9.5	8.7	8.2	7.5	4.8	2.2
	여성	60.8	51.0	34.2	26.6	9.1	7.4	5.0	5.7	3.2	2.2
가구주 연령	20대	64.7	44.8	27.7	24.8	11.2	10.7	8.0	8.6	3.5	3.8
	30대	53.5	44.8	40.1	25.9	7.9	5.8	9.0	8.5	2.6	2.2
	40대	55.5	50.5	36.7	25.8	10.2	8.1	6.1	6.0	6.7	2.3
	50대	56.9	47.1	36.3	29.6	10.2	9.5	7.7	6.9	3.4	2.5
	60대 이상	60.4	49.1	34.3	24.3	8.2	8.5	6.7	6.6	4.5	1.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	66.1	48.3	29.5	18.3	6.1	9.5	5.4	6.4	3.1	3.6
	고졸	55.0	46.2	38.0	25.6	9.3	8.9	7.8	7.2	4.4	2.4
	전문대졸 이상	57.8	49.2	35.5	28.2	9.9	7.8	7.2	6.9	4.5	1.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	57.6	48.4	34.1	29.4	8.4	8.1	8.2	7.1	4.9	2.2
	서비스/판매직	53.1	49.0	38.0	24.4	11.9	8.7	7.0	7.2	4.9	2.0
	기계/농림어업/단순노무	59.3	46.1	35.8	26.5	8.7	9.2	6.6	7.3	3.3	2.5
	주부	69.0	52.4	44.8	17.7	5.7	7.9	4.0	5.7	4.2	1.8
	기타	62.4	39.2	34.4	18.0	8.3	1.5	8.2	3.3	0.9	3.2
월평균 가구 소득	200만원 미만	54.2	52.4	30.0	21.2	11.0	7.6	7.3	7.8	2.8	4.0
	200~300만원 미만	60.6	46.6	29.7	29.5	6.5	13.1	4.4	6.7	4.9	1.7
	300~400만원 미만	57.1	44.9	38.0	22.9	12.9	7.3	7.8	7.2	5.4	2.3
	400~500만원 미만	52.5	47.1	36.5	22.4	10.0	8.4	9.0	10.4	6.9	1.8
	500~600만원 미만	57.2	45.0	47.6	33.8	6.2	6.4	8.1	3.8	2.3	1.9
	600만원 이상	62.8	56.4	31.3	28.2	10.0	6.4	7.3	6.1	2.9	2.1

주 1. 복수응답이므로 합이 100을 넘음.

2. 건강기능식품 및 건강식품 구매가 없는 경우는 제외하고 산출한 결과임.

10) 현재 가족구성원 복용 여부

- 현재 가족 구성원 중 건강기능식품 및 건강식품 복용 여부는 ‘먹고 있다’ 89.3%, ‘먹고 있지 않다’ 10.7%로 대부분의 가족 구성원 중 적어도 한 명 이상은 복용을 하고 있는 것으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 강원권이 다른 지역에 비해 건강기능식품 및 건강식품 복용이 가장 많았으며, 동남권이 복용률이 가장 낮은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 읍면지역이 동지역보다 건강기능식품 및 건강식품 복용률이 높은 것으로 조사
 - 가구원수별로 살펴보면, 3인 가구가 다른 가구에 비해 건강기능식품 및 건강식품 복용률이 높은 편
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 높을수록 건강기능식품 및 건강식품 복용률이 높아지는 경향을 보이고 있어, 연령이 높은 가구일수록 더 많이 복용하고 있는 것으로 조사

그림 4-42. 현재 가족구성원 복용 여부

단위: %

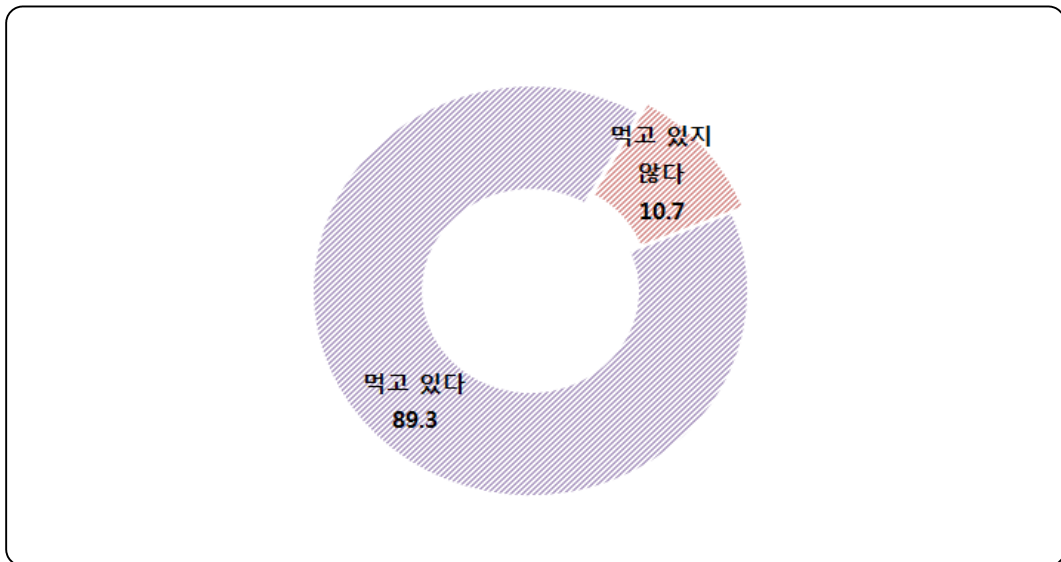


표 4-42. 현재 가족구성원 복용 여부

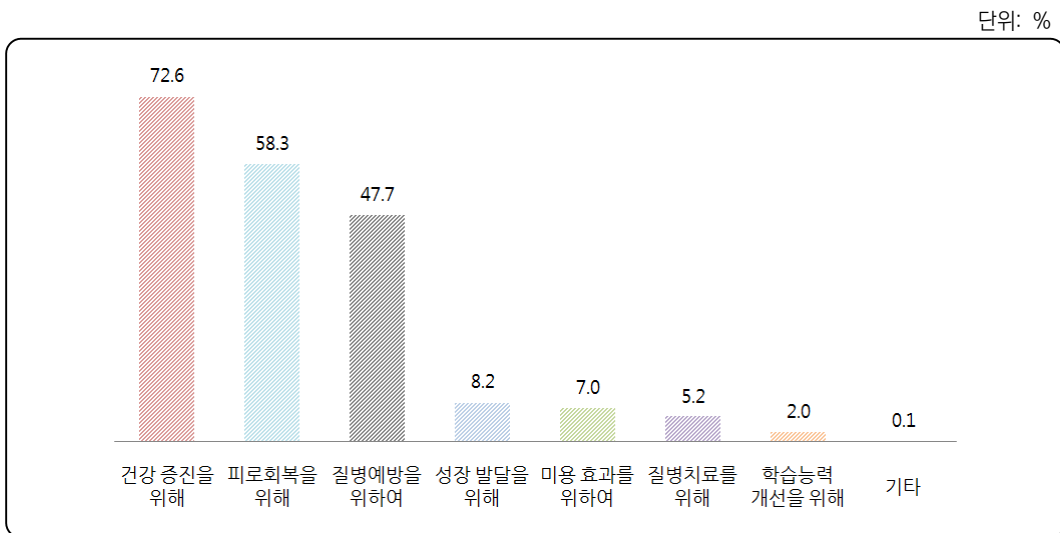
단위: %

구분		먹고 있다	먹고 있지 않다
전체		89.3	10.7
거주 지역	수도권	91.5	8.5
	충청권	85.9	14.1
	호남권	90.0	10.0
	대경권	91.4	8.6
	동남권	81.0	19.0
	강원권	92.7	7.3
행정구역	동	88.3	11.7
	읍면	94.2	5.8
가구원 수	1인	89.7	10.3
	2인	89.9	10.1
	3인	90.5	9.5
	4인	87.6	12.4
	5인 이상	81.5	18.5
가구주 성별	남성	88.7	11.3
	여성	91.0	9.0
가구주 연령	20대	82.3	17.7
	30대	82.5	17.5
	40대	90.3	9.7
	50대	91.2	8.8
	60대 이상	92.8	7.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	92.5	7.5
	고졸	89.9	10.1
	전문대졸 이상	88.5	11.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	89.2	10.8
	서비스/판매직	91.3	8.7
	기계/농림어업/단순노무	87.5	12.5
	주부	88.8	11.2
	기타	87.2	12.8
월평균 가구 소득	200만원 미만	90.2	9.8
	200~300만원 미만	89.9	10.1
	300~400만원 미만	89.0	11.0
	400~500만원 미만	85.3	14.7
	500~600만원 미만	90.7	9.3
	600만원 이상	91.8	8.2

11) 건강기능식품 및 건강식품 복용 이유

- 건강기능식품 및 건강식품을 복용하고 있는 이유로는 ‘건강 증진을 위해’가 72.6%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘피로회복을 위해(58.3%)’, ‘질병 예방을 위하여(47.7%)’ 등의 순으로 조사되어, 10가구 중 7가구는 건강 증진을 위해 복용하고 있는 것으로 나타남
 - 거주지역별로 살펴보면, 강원권에서 ‘질병 예방을 위해’와 ‘질병 치료를 위해’가 다른 지역에 비해 높게 나타나, 질병 관리를 위해 복용을 하고 있는 것으로 판단
 - 가구주 성별로 살펴보면, 남성은 ‘건강 증진을 위하여’ 와 ‘피로회복을 위해’가 여성 보다 높은 반면, ‘질병 예방을 위하여’는 여성이 남성보다 높은 편
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 높을수록 ‘건강 증진을 위하여’가 높아지는 경향을 보이고 있으며, 2~30대는 ‘미용 효과를 위하여’ 복용한다는 이유가 다른 연령에 비해 상대적으로 높은 수준

그림 4-43. 건강기능식품 및 건강식품 복용 이유



주: 복수응답이므로 합이 100을 넘음.

표 4-43. 건강기능식품 및 건강식품 복용 이유

단위: %

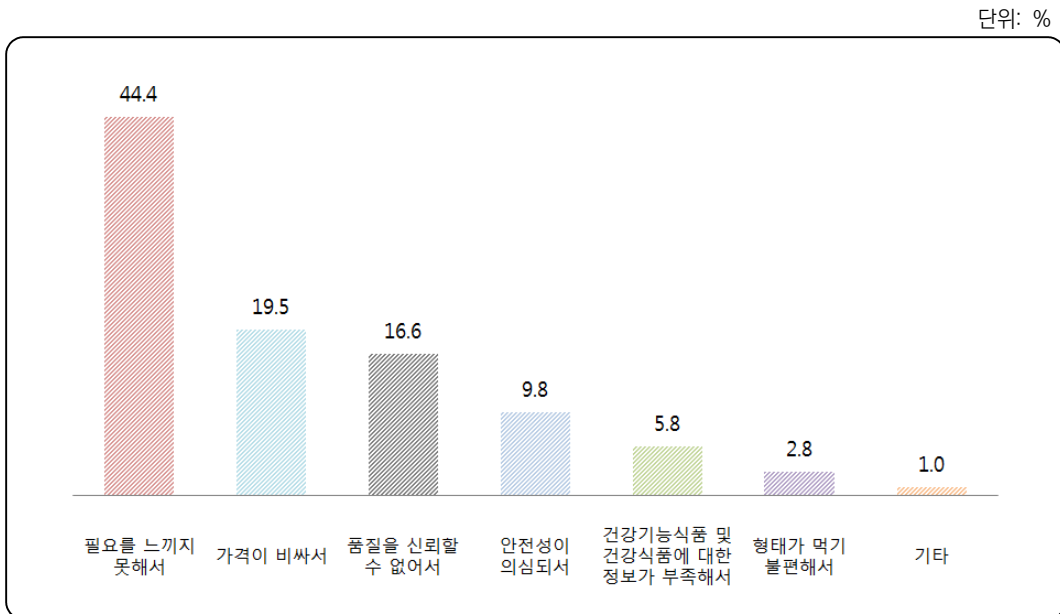
구분		건강 증진을 위하여	피로회복을 위하여	질병예방을 위하여	성장 발달을 위하여	미용 효과를 위하여	질병치료를 위하여	학습 능력 개선을 위하여	기타
전체		72.6	58.3	47.7	8.2	7.0	5.2	2.0	0.1
거주 지역	수도권	71.4	65.1	46.9	8.9	6.0	3.3	1.3	0.0
	충청권	76.2	57.4	39.6	3.5	10.7	6.8	0.7	0.0
	호남권	79.2	45.8	52.7	5.6	8.5	6.2	0.8	0.0
	대경권	62.1	53.2	52.7	9.3	5.0	6.6	5.0	0.0
	동남권	74.8	47.1	45.5	10.5	8.6	8.4	5.1	0.0
	강원권	79.1	47.9	63.3	8.1	6.6	12.2	2.8	2.3
행정구역	동	72.2	58.1	49.4	8.9	6.7	5.5	1.8	0.1
	읍면	74.5	59.5	40.1	4.9	8.3	3.8	2.9	0.1
가구원 수	1인	74.0	51.0	47.3	1.7	9.4	5.5	0.6	0.1
	2인	74.7	58.0	51.5	2.4	4.9	6.9	0.2	0
	3인	69.2	64.1	45.6	12.2	7.4	2.9	2.3	0.1
	4인	72.0	61.5	45.7	16.9	6.7	5.2	5.0	0.1
	5인 이상	80.4	35.7	49.3	14.4	4.8	4.8	6.6	0
가구주 성별	남성	74.1	60.5	46.0	9.3	5.9	5.6	2.5	0.1
	여성	68.8	52.9	51.7	5.5	9.8	4.3	0.7	0.1
가구주 연령	20대	61.4	55.9	47.9	2.2	14.4	1.4	0	0.5
	30대	70.2	62.6	38.9	14.3	10.8	4.1	1.2	0
	40대	69.9	64.8	44.6	16.2	7.0	3.8	5.4	0
	50대	73.0	60.5	47.4	3.7	8.1	5.9	1.2	0.1
	60대 이상	78.8	47.3	56.4	2.7	1.8	7.4	0.5	0.1
가구주 최종 학력	중졸 이하	75.0	39.8	53.6	2.8	1.8	7.3	0.6	0.0
	고졸	77.6	51.6	51.6	3.3	5.4	6.8	2.0	0.1
	전문대졸 이상	68.2	66.5	43.6	13.0	9.1	3.6	2.2	0.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	70.1	67.8	42.6	13.0	8.9	4.3	2.5	0.0
	서비스/판매직	70.1	54.9	47.0	4.8	6.6	3.8	1.4	0.1
	기계/농림어업/단순노무	80.1	53.2	50.3	4.5	4.0	8.2	2.6	0.0
	주부	76.6	40.2	75.3	10.6	9.1	3.8	0.0	0.0
	기타	68.5	31.9	64.1	4.5	6.4	9.6	0.7	1.7
월평균 가구 소득	200만원 미만	76.6	43.4	56.3	2.4	5.7	6.1	0.6	0.0
	200~300만원 미만	69.0	50.6	47.4	3.9	8.7	8.0	1.1	0.1
	300~400만원 미만	73.2	58.3	52.3	5.7	5.2	6.8	2.1	0.0
	400~500만원 미만	76.9	58.4	45.9	9.1	8.3	2.3	0.9	0.2
	500~600만원 미만	75.1	70.0	41.8	18.1	5.5	3.3	4.3	0.1
	600만원 이상	63.1	69.6	41.6	9.4	9.8	3.7	3.1	0.0

주: 복수응답이므로 합이 100을 넘음.

12) 건강기능식품 및 건강식품 복용하지 않는 이유

- 평소 건강기능식품 및 건강식품을 복용하지 않는 이유로는 ‘필요를 느끼지 못해서’가 44.4%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘가격이 비싸서(19.5%)’, ‘품질을 신뢰할 수 없어서(16.6%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 강원권에서는 ‘필요를 느끼지 못해서’가, 대경권에서는 ‘안전성의 의심되서’라는 이유가 다른 지역에 비해 높은 편
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역은 ‘품질을 신뢰할 수 없어서’가 읍면지역보다 상대적으로 높은 반면, 읍면지역은 ‘정보가 부족해서’가 동지역보다 상대적으로 높은 것으로 조사
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 ‘필요를 느끼지 못해서’가 높아지는 경향을 보이는 반면, 연령이 높을수록 ‘품질을 신뢰할 수 없어서’가 높아지는 경향

그림 4-44. 건강기능식품 및 건강식품 복용 하지 않는 이유



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-44. 건강기능식품 및 건강식품 복용 하지 않는 이유

단위: %

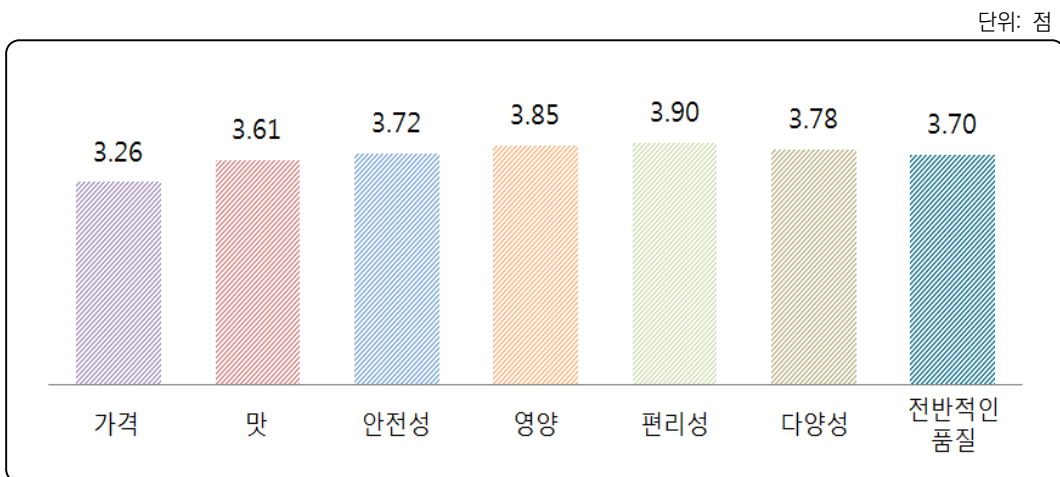
구분		필요를 느끼지 못해서	가격이 비싸서	품질을 신뢰할 수 없어서	안전성이 의심되서	정보가 부족해서	형태가 먹기 불편해서	기타
전체		44.4	19.5	16.6	9.8	5.8	2.8	1.0
거주 지역	수도권	42.3	18.8	23.1	6.6	4.2	3.9	1.1
	충청권	43.4	27.0	6.2	7.5	14.9	0.9	0.0
	호남권	43.4	23.4	9.7	13.2	6.5	3.8	0.0
	대경권	46.2	12.9	3.8	33.1	1.9	0.0	2.1
	동남권	46.9	17.1	19.4	8.5	4.7	2.4	1.1
	강원권	64.7	13.3	3.0	10.9	0.0	0.0	8.1
행정구역	동	43.9	19.7	18.3	9.8	4.6	2.7	1.0
	읍면	49.2	17.9	0.7	9.7	17.7	3.1	1.8
가구원 수	1인	47.1	17.4	14.9	12.1	4.0	2.4	2.0
	2인	44.6	17.6	18.2	11.7	5.9	1.6	0.3
	3인	43.6	20.7	20.9	7.5	3.6	3.7	0.0
	4인	44.5	20.7	14.8	7.2	8.9	2.3	1.7
	5인 이상	16.3	38.1	0.0	19.2	7.4	19.0	0.0
가구주 성별	남성	44.7	19.8	16.1	9.5	6.2	2.8	0.9
	여성	43.6	18.6	18.5	10.7	4.6	2.7	1.4
가구주 연령	20대	63.1	14.4	6.3	12.1	2.8	0.0	1.4
	30대	50.1	15.9	11.3	9.8	7.3	3.9	1.7
	40대	48.9	20.8	13.8	8.2	5.2	3.2	0.0
	50대	37.0	20.6	23.3	10.4	5.4	1.8	1.4
	60대 이상	26.8	25.7	27.4	9.7	6.7	3.2	0.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	43.1	10.3	30.4	7.6	3.6	5.1	0.0
	고졸	35.9	23.2	20.6	8.2	6.5	3.7	1.8
	전문대졸 이상	50.3	17.8	12.8	11.0	5.6	2.0	0.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	52.8	14.6	12.9	10.8	5.6	2.5	0.8
	서비스/판매직	46.7	21.9	13.6	8.7	3.6	4.2	1.3
	기계/농림어업/단순노무	34.8	24.4	22.1	9.0	7.2	1.3	1.2
	주부	4.9	31.6	37.1	9.7	7.0	9.7	0.0
	기타	52.2	9.4	13.7	11.2	11.3	0.0	2.2
월평균 가구 소득	200만원 미만	43.8	18.0	20.8	12.5	2.1	2.1	0.7
	200~300만원 미만	46.3	12.9	19.8	9.9	8.2	1.2	1.7
	300~400만원 미만	38.4	25.8	15.0	13.1	1.4	5.7	0.7
	400~500만원 미만	42.6	19.2	20.6	6.7	6.5	2.8	1.4
	500~600만원 미만	50.1	25.4	3.1	8.3	12.2	0.0	1.1
	600만원 이상	50.7	9.7	22.7	8.6	3.8	4.6	0.0

주: 1+2순위 기중평균하여 산출한 수치임.

13) 건강기능식품 및 건강식품 요소별 만족도

- 건강기능식품 및 건강식품에 대한 요소별 만족도는 ‘편리성’이 3.90점으로 가장 높았으며, 다음으로 ‘영양’ 3.85점, ‘다양성’ 3.78점, ‘안전성’ 3.72점, ‘전반적인 품질’ 3.70점 등의 순으로 나타났으며, ‘가격’에 대한 만족도는 3.26점으로 가장 낮은 것으로 조사됨.
 - 거주지역별로 살펴보면, 편리성에 대한 만족도는 수도권이 가장 높은 반면, 동남권과 강원권은 만족도가 가장 낮은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 모든 요소에서 읍면지역보다 만족도가 높은 것으로 조사
 - 가구원수별 살펴보면, 가구원수가 증가할수록 가격에 대한 만족도는 낮아지는 경향
 - 가구주 성별로 살펴보면, 여성이 남성 보다 모든 요소에서 만족도가 높은 것으로 조사
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 증가할수록 안전성에 대한 만족도가 증가하는 경향

그림 4-45. 건강기능식품 및 건강식품 요소별 만족도



주: 5점 척도 평균값임.

표 4-45. 건강기능식품 및 건강식품 요소별 만족도

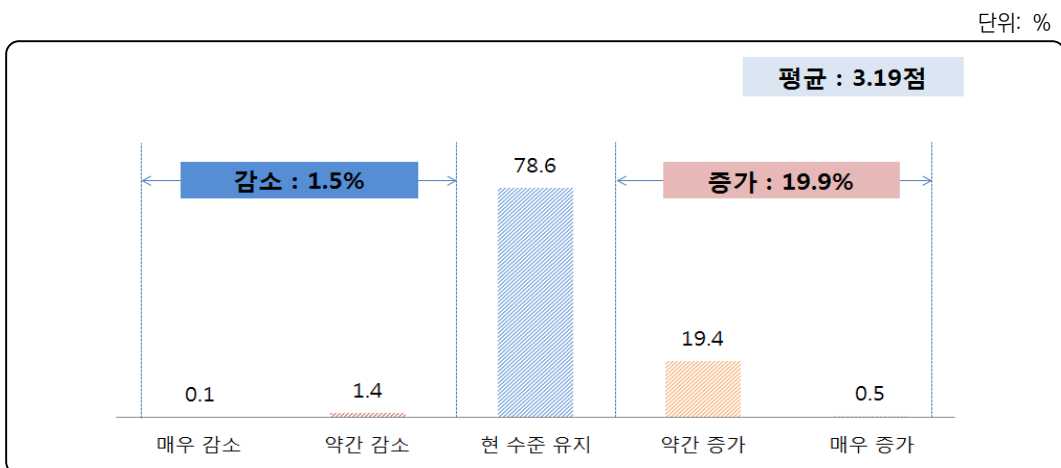
단위: 점

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적인 품질
전체		3.26	3.61	3.72	3.85	3.90	3.78	3.70
거주 지역	수도권	3.29	3.64	3.79	3.98	4.00	3.86	3.74
	충청권	3.45	3.70	3.71	3.64	3.75	3.63	3.64
	호남권	3.31	3.70	3.74	3.86	3.88	3.78	3.78
	대경권	3.05	3.56	3.64	3.75	3.83	3.67	3.71
	동남권	3.10	3.45	3.51	3.63	3.72	3.64	3.51
	강원권	3.40	3.51	3.60	3.63	3.72	3.72	3.66
행정구역	동	3.28	3.64	3.72	3.86	3.92	3.80	3.72
	읍면	3.22	3.51	3.69	3.83	3.81	3.67	3.59
가구원 수	1인	3.33	3.61	3.74	3.81	3.92	3.75	3.70
	2인	3.27	3.62	3.72	3.84	3.88	3.80	3.70
	3인	3.23	3.61	3.74	3.91	3.92	3.83	3.73
	4인	3.23	3.63	3.69	3.87	3.88	3.74	3.67
	5인 이상	3.12	3.34	3.49	3.50	3.82	3.93	3.56
가구주 성별	남성	3.24	3.59	3.69	3.85	3.87	3.75	3.68
	여성	3.32	3.68	3.78	3.86	3.97	3.85	3.73
가구주 연령	20대	3.28	3.41	3.64	3.77	3.91	3.75	3.66
	30대	3.32	3.64	3.70	3.83	3.87	3.74	3.67
	40대	3.24	3.64	3.72	3.84	3.91	3.82	3.73
	50대	3.26	3.62	3.73	3.91	3.91	3.75	3.68
	60대 이상	3.26	3.61	3.74	3.83	3.89	3.79	3.71
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.16	3.65	3.74	3.73	3.74	3.70	3.69
	고졸	3.29	3.58	3.66	3.82	3.91	3.78	3.70
	전문대졸 이상	3.26	3.64	3.76	3.89	3.91	3.78	3.70
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.26	3.61	3.76	3.92	3.92	3.80	3.70
	서비스/판매직	3.29	3.64	3.69	3.81	3.92	3.77	3.71
	기계/농림어업/단순노무	3.23	3.54	3.66	3.79	3.83	3.72	3.66
	주부	3.30	3.85	3.94	3.95	4.09	4.08	3.84
	기타	3.36	3.62	3.65	3.76	3.79	3.65	3.65
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.21	3.58	3.68	3.72	3.81	3.67	3.66
	200~300만원 미만	3.34	3.64	3.75	3.79	3.84	3.78	3.71
	300~400만원 미만	3.26	3.55	3.74	3.82	3.91	3.80	3.72
	400~500만원 미만	3.23	3.58	3.63	3.86	3.90	3.75	3.70
	500~600만원 미만	3.25	3.66	3.74	4.00	3.98	3.85	3.73
	600만원 이상	3.28	3.70	3.78	3.92	3.94	3.77	3.63

14) 향후 1년간 기능성 식품 구입 변화

- 향후 1년간 기능성 식품 구입 변화는 ‘현 수준 유지’가 78.6%로 10가구 중 대략 8가구 정도가 현 수준을 유지할 것으로 예상하고 있음. ‘증가’는 19.9%로 10가구 중 2가구는 향후 1년간 기능성 식품 구입이 증가할 것이라고 예상하고 있음.
 - 거주지역별로 살펴보면, 충청권에서 ‘현 수준 유지’가 다른 지역에 비해 상대적으로 높았으며, 호남권은 다른 지역에 비해 구입 증가 비율이 높은 편
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 읍면지역보다 향후 1년간 기능성 식품 구입 증가가 더 많을 것으로 예상
 - 가구원수별 살펴보면, 4인 가구에서 향후 1년간 기능성 식품 구입 증가가 다른 가구에 비해 높은 것으로 조사
 - 가구주 성별로 살펴보면, 남성이 여성보다 향후 1년간 기능성 식품 구입 증가 예상이 더 높은 수준
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 40대에서 다른 연령에 비해 향후 1년간 기능성 식품 구입 증가 예상이 가장 높은 것으로 조사

그림 4-46. 향후 1년간 기능성 식품 구입 변화



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 4-46. 향후 1년간 기능성 식품 구입 변화

단위: %, 점

구분		매우 감소	약간 감소	현 수준 유지	약간 증가	매우 증가	평균 (5점 만점)
전체		0.1	1.4	78.6	19.4	0.5	3.19
거주 지역	수도권	0.0	1.3	78.9	19.6	0.2	3.19
	충청권	0.1	1.6	86.2	12.0	0.1	3.10
	호남권	0.0	1.0	73.9	24.9	0.2	3.24
	대경권	0.0	1.1	82.5	16.4	0.0	3.15
	동남권	0.4	2.0	74.7	20.9	2.1	3.22
	강원권	1.5	0.5	72.9	23.4	1.6	3.23
행정구역	동	0.1	1.4	77.7	20.3	0.5	3.19
	읍면	0.0	1.1	82.9	15.3	0.8	3.16
가구원 수	1인	0.1	1.4	82.9	15.6	0.0	3.14
	2인	0.1	1.0	80.9	17.8	0.1	3.17
	3인	0.2	1.7	78.5	19.0	0.6	3.18
	4인	0.0	1.1	72.1	25.3	1.4	3.27
	5인 이상	1.9	8.3	65.6	24.3	0.0	3.12
가구주 성별	남성	0.1	1.7	77.3	20.1	0.7	3.19
	여성	0.1	0.4	82.0	17.5	0.0	3.17
가구주 연령	20대	0.0	1.4	83.4	15.2	0.0	3.14
	30대	0.1	1.5	81.0	17.1	0.4	3.16
	40대	0.2	1.6	74.8	22.8	0.7	3.22
	50대	0.1	1.1	77.1	20.8	0.9	3.21
	60대 이상	0.1	1.4	81.2	17.1	0.2	3.16
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.3	0.7	85.1	13.9	0.0	3.13
	고졸	0.1	1.4	79.1	18.9	0.5	3.18
	전문대졸 이상	0.1	1.5	77.3	20.5	0.6	3.20
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	1.6	78.3	19.6	0.4	3.19
	서비스/판매직	0.0	1.6	77.4	20.7	0.3	3.20
	기계/농림어업/단순노무	0.2	1.0	78.7	19.1	1.0	3.20
	주부	0.0	0.0	86.0	14.0	0.0	3.14
	기타	0.7	1.1	83.8	13.7	0.7	3.13
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.4	0.8	83.1	15.4	0.3	3.14
	200~300만원 미만	0.1	2.0	81.7	16.0	0.2	3.14
	300~400만원 미만	0.1	1.8	77.4	19.7	1.0	3.20
	400~500만원 미만	0.1	1.2	73.8	24.1	0.8	3.24
	500~600만원 미만	0.0	1.0	82.4	16.1	0.6	3.16
	600만원 이상	0.0	0.9	70.7	28.3	0.0	3.27

5. 유기농식품 구입 현황

1) 유기농식품 인증 마크 인지 여부

- 유기농식품 인증 마크는 ‘본 적이 있다’ 59.1%, ‘본 적이 없다’ 40.9%로 10가구 중 6가구는 유기농식품 인증 마크를 본 적이 있는 것으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 동남권에서 인증 마크를 본 경험이 가장 높은 반면, 충청권은 가장 낮은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 읍면지역보다 유기농식품 인증 마크를 본 경험이 더 높은 것으로 조사
 - 가구주 성별로 살펴보면, 남성이 여성보다 유기농식품 인증 마크를 본 경험이 더 많은 편
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 30대에서 유기농식품 인증 마크를 본 경험이 가장 높은 반면, 60대 이상은 다른 연령에 비해 본 경험이 낮은 것으로 조사

그림 4-47. 유기농식품 인증 마크 인지 여부

단위: %

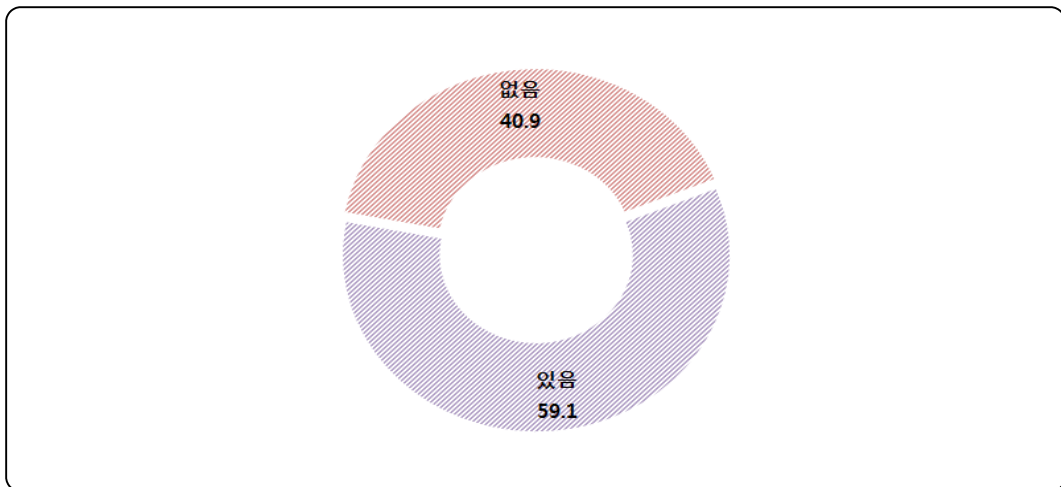


표 4-47. 유기가공식품 인증 마크 인지 여부

단위: %

구분		있음	없음
전체		59.1	40.9
거주 지역	수도권	64.2	35.8
	충청권	38.0	62.0
	호남권	44.8	55.2
	대경권	60.5	39.5
	동남권	66.9	33.1
	강원권	59.1	40.9
행정구역	동	63.2	36.8
	읍면	40.7	59.3
가구원 수	1인	52.6	47.4
	2인	52.2	47.8
	3인	66.6	33.4
	4인	65.9	34.1
	5인 이상	75.1	24.9
가구주 성별	남성	60.4	39.6
	여성	55.7	44.3
가구주 연령	20대	61.4	38.6
	30대	74.3	25.7
	40대	68.7	31.3
	50대	61.4	38.6
	60대 이상	34.0	66.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	21.1	78.9
	고졸	52.4	47.6
	전문대졸 이상	70.2	29.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	70.0	30.0
	서비스/판매직	55.6	44.4
	기계/농림어업/단순노무	51.7	48.3
	주부	43.7	56.3
	기타	30.4	69.6
월평균 가구 소득	200만원 미만	33.4	66.6
	200~300만원 미만	55.5	44.5
	300~400만원 미만	60.2	39.8
	400~500만원 미만	62.8	37.2
	500~600만원 미만	74.5	25.5
	600만원 이상	67.8	32.2

2) 유기농식품 인지도

- 유기농식품에 대하여 ‘들어본 적 있다’ 55.8%, ‘들어본 적 없다’ 44.2%로 10가구 중 5가구는 유기농식품에 대하여 들어본 적이 있는 것으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권과 대경권에서 유기농식품 인지도가 가장 높은 반면, 충청권은 유기농식품에 대한 인지도가 가장 낮은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 읍면지역보다 유기농식품 인지도가 더 높은 편
 - 가구주 성별로 살펴보면, 남성이 여성보다 유기농식품 인지도가 더 높은 것으로 조사
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 30대에서 유기농식품 인지도가 가장 높은 반면, 60대 이상은 다른 연령에 비해 인지도가 낮은 수준

그림 4-48. 유기농식품 인지도

단위: %

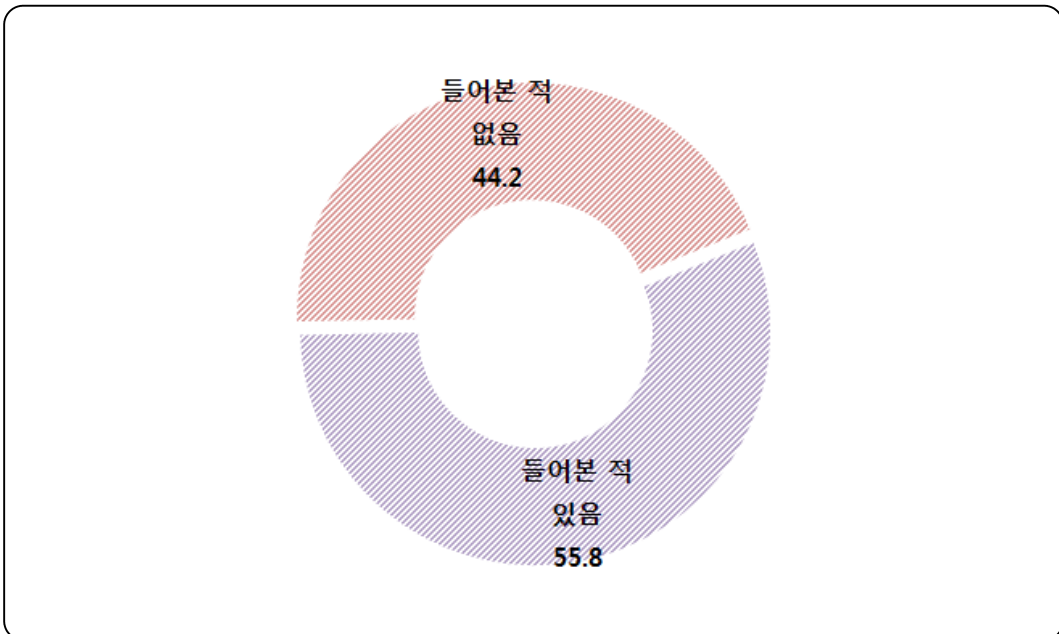


표 4-48. 유기가공식품 인지도

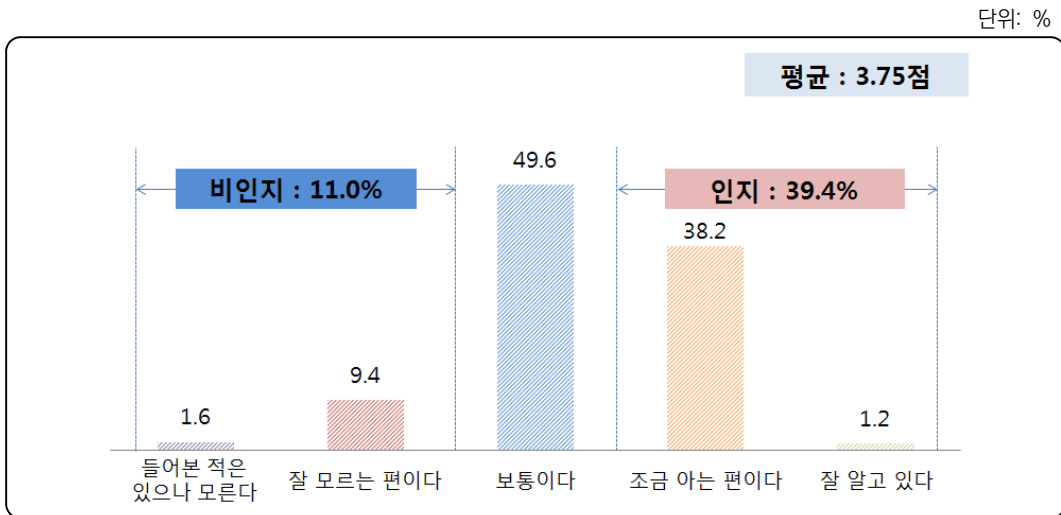
단위: %

구분		들어본 적 있음	들어본 적 없음
전체		55.8	44.2
거주 지역	수도권	61.6	38.4
	충청권	36.5	63.5
	호남권	46.9	53.1
	대경권	61.7	38.3
	동남권	56.1	43.9
	강원권	43.2	56.8
행정구역	동	58.2	41.8
	읍면	45.6	54.4
가구원 수	1인	46.7	53.3
	2인	50.1	49.9
	3인	64.7	35.3
	4인	63.4	36.6
	5인 이상	66.9	33.1
가구주 성별	남성	57.2	42.8
	여성	52.5	47.5
가구주 연령	20대	61.8	38.2
	30대	66.3	33.7
	40대	63.9	36.1
	50대	57.7	42.3
	60대 이상	35.4	64.6
가구주 최종 학력	중졸 이하	23.8	76.2
	고졸	49.0	51.0
	전문대졸 이상	66.1	33.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	65.5	34.5
	서비스/판매직	54.7	45.3
	기계/농림어업/단순노무	47.7	52.3
	주부	43.6	56.4
	기타	24.5	75.5
월평균 가구 소득	200만원 미만	33.7	66.3
	200~300만원 미만	46.2	53.8
	300~400만원 미만	56.9	43.1
	400~500만원 미만	61.6	38.4
	500~600만원 미만	71.2	28.8
	600만원 이상	68.0	32.0

3) 유기농식품 자가 인지도

- 유기농식품에 대해 ‘스스로 잘 알고 있다’ 39.4%, ‘잘 모른다’ 11.0%로 10가구 중 4가구는 유기농식품에 대하여 스스로 잘 알고 있다고 생각하고 있는 것으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권이 다른 지역보다 유기농식품 자가 인지도가 상대적으로 높았으며, 충청권이 가장 낮은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 읍면지역보다 유기농식품 자가 인지도가 높은 것으로 조사
 - 가구원수별로 살펴보면, 2인 가구에서 다른 가구에 비해 유기농식품 자가 인지도가 높은 것으로 조사
 - 가구주 성별로 살펴보면, 남성이 여성보다 유기농식품 자가 인지도가 높은 편
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 20대에서 유기농식품 자가 인지도가 가장 높은 반면, 60대 이상에서 가장 낮은 것으로 나타나, 연령이 낮을수록 유기농식품에 대해 자가 인지도가 높은 것으로 조사

그림 4-49. 유기농식품 자가 인지도



주 1. 유기농식품에 대하여 들어본 적 있는 응답자 대상
 2. 평균은 5점 척도 평균값임.

표 4-49. 유기농식품 자가 인지도

단위: %

구분		들어본 적은 있으나 모른다	잘 모르는 편이다	보통이다	조금 아는 편이다	잘 알고 있다
전체		1.6	9.4	49.6	38.2	1.2
거주 지역	수도권	0.3	3.8	49.4	44.9	1.6
	충청권	2.9	25.2	49.6	21.2	1.2
	호남권	3.2	17.1	51.0	28.6	0.0
	대경권	1.4	11.4	58.3	28.4	0.6
	동남권	3.1	13.6	45.3	36.9	1.1
	강원권	12.9	24.7	36.1	26.3	0.0
행정구역	동	1.5	9.3	48.7	39.1	1.4
	읍면	1.9	10.2	55.0	32.9	0.0
가구원 수	1인	3.6	12.0	52.3	32.1	0.0
	2인	1.4	10.1	45.9	42.6	0.0
	3인	0.6	9.8	48.8	38.7	2.2
	4인	1.3	6.3	51.0	39.3	2.2
	5인 이상	0.0	11.3	60.1	28.6	0.0
가구주 성별	남성	1.2	9.2	49.1	39.3	1.1
	여성	2.7	9.9	51.0	35.1	1.3
가구주 연령	20대	3.6	5.8	38.2	52.4	0.0
	30대	1.0	7.5	47.0	44.0	0.7
	40대	0.9	9.7	53.0	34.3	2.1
	50대	1.6	10.0	49.6	37.2	1.6
	60대 이상	2.7	12.8	53.3	31.2	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	5.0	16.6	58.5	19.9	0.0
	고졸	2.5	13.3	50.2	33.5	0.5
	전문대졸 이상	0.9	6.8	48.8	41.9	1.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.0	7.2	48.2	41.9	1.8
	서비스/판매직	2.3	8.9	50.7	37.3	0.8
	기계/농림어업/단순노무	2.1	14.7	49.9	32.7	0.5
	주부	0.9	4.6	64.6	29.9	0.0
	기타	2.8	26.5	40.3	30.5	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	7.2	15.6	44.0	33.2	0.0
	200~300만원 미만	1.9	12.2	54.1	30.7	1.0
	300~400만원 미만	1.2	11.8	47.7	38.4	0.9
	400~500만원 미만	0.5	11.0	50.5	37.2	0.8
	500~600만원 미만	0.5	4.6	50.8	42.6	1.5
	600만원 이상	1.5	3.8	47.6	44.6	2.5

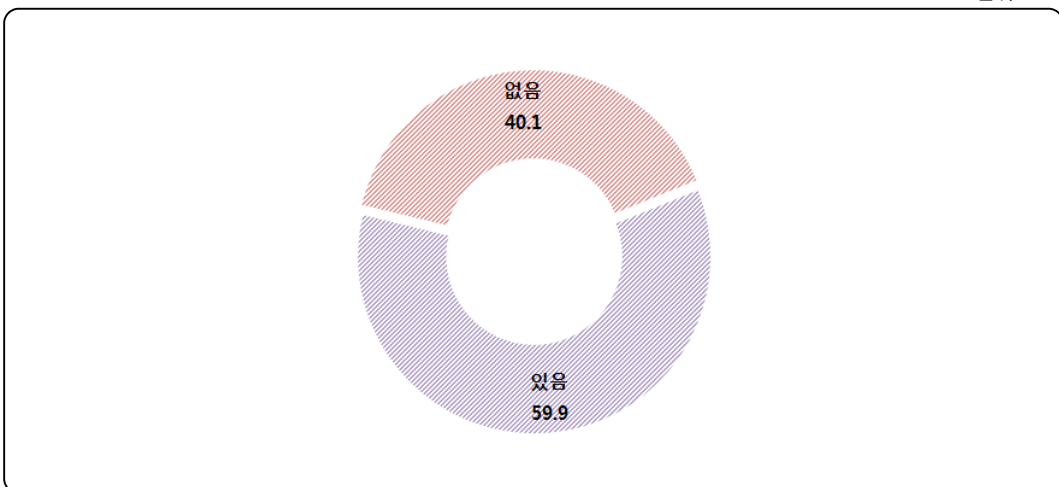
주: 유기농식품에 대하여 들어본 적 있는 응답자 대상

4) 유기농식품 구입 경험

- 유기농식품을 구입한 경험은 ‘있다’ 59.9%, ‘없다’ 40.1%로 유기농식품에 대하여 들어본 적이 있는 가구 중 절반 이상이 유기농식품을 구입한 경험이 있는 것으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권에서 유기농식품 구입 경험이 다른 지역에 비해 높은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역에서 유기농식품 구입 경험이 읍면지역에 비해 높은 편
 - 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 증가할수록 유기농식품 구입 경험 비율이 높아지는 경향
 - 가구주 최종학력별로 살펴보면, 학력이 높을수록 유기농식품 구입 경험 비율이 높은 편
 - 월평균 가구소득별로 살펴보면, 가구 소득이 높을수록 유기농식품 구입 경험 비율이 높은 것으로 조사

그림 4-50. 유기농식품 구입 경험

단위: %



주: 유기농식품에 대하여 들어본 적 있는 응답자 대상

표 4-50. 유기가공식품 구입 경험

단위: %

구분		있음	없음
전체		59.9	40.1
거주 지역	수도권	68.8	31.2
	충청권	33.2	66.8
	호남권	64.7	35.3
	대경권	43.4	56.6
	동남권	49.6	50.4
	강원권	63.9	36.1
행정구역	동	62.7	37.3
	읍면	44.4	55.6
가구원 수	1인	49.2	50.8
	2인	59.0	41.0
	3인	63.9	36.1
	4인	64.5	35.5
	5인 이상	79.4	20.6
가구주 성별	남성	59.9	40.1
	여성	60.0	40.0
가구주 연령	20대	54.0	46.0
	30대	66.8	33.2
	40대	62.1	37.9
	50대	61.3	38.7
	60대 이상	46.5	53.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	24.6	75.4
	고졸	54.4	45.6
	전문대졸 이상	65.1	34.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	65.3	34.7
	서비스/판매직	58.5	41.5
	기계/농림어업/단순노무	48.5	51.5
	주부	79.6	20.4
	기타	35.2	64.8
월평균 가구 소득	200만원 미만	42.3	57.7
	200~300만원 미만	48.3	51.7
	300~400만원 미만	60.2	39.8
	400~500만원 미만	54.8	45.2
	500~600만원 미만	71.4	28.6
	600만원 이상	74.1	25.9

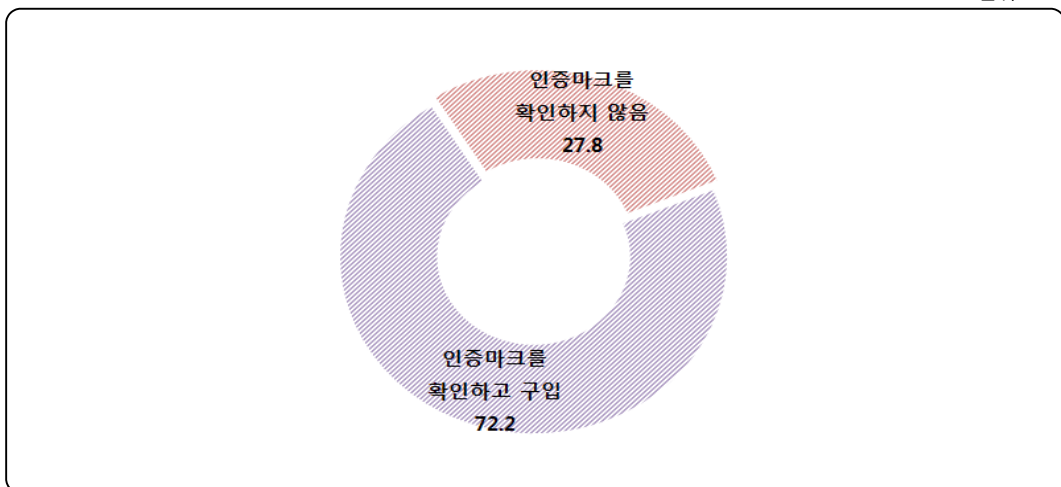
주: 유기가공식품에 대하여 들어본 적 있는 응답자 대상

5) 유기농식품 인증 마크 확인

- 유기농식품 구입 시 유기농식품 인증 마크 확인 여부는 ‘유기농식품 인증마크를 확인하고 구입하였다’가 72.2%, ‘유기농식품 인증마크를 확인하지는 않았다’ 27.8%로, 10가구 중 7가구는 유기농식품 인증 마크를 확인하고 구매하고 있는 것으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 동남권에서 다른 지역에 비해 유기농식품 인증 마크를 확인하고 구매하는 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타남. 반면, 대경권은 인증 마크를 확인하는 비율이 가장 낮은 것으로 조사
 - 행정구역별로 살펴보면, 읍면지역에서 유기농식품 인증 마크를 확인하고 구매하는 비율이 동지역 보다 높은 편
 - 가구주 성별로 살펴보면, 남성이 여성보다 유기농식품 인증 마크를 확인하고 구매를 더 많이 하는 것으로 조사
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 유기농식품 인증 마크를 확인하고 구매하는 비율이 높아지는 경향

그림 4-51. 유기농식품 인증 마크 확인

단위: %



주: 유기농식품 구입 경험이 있는 응답자 대상

표 4-51. 유기농식품 인증 마크 확인

단위: %

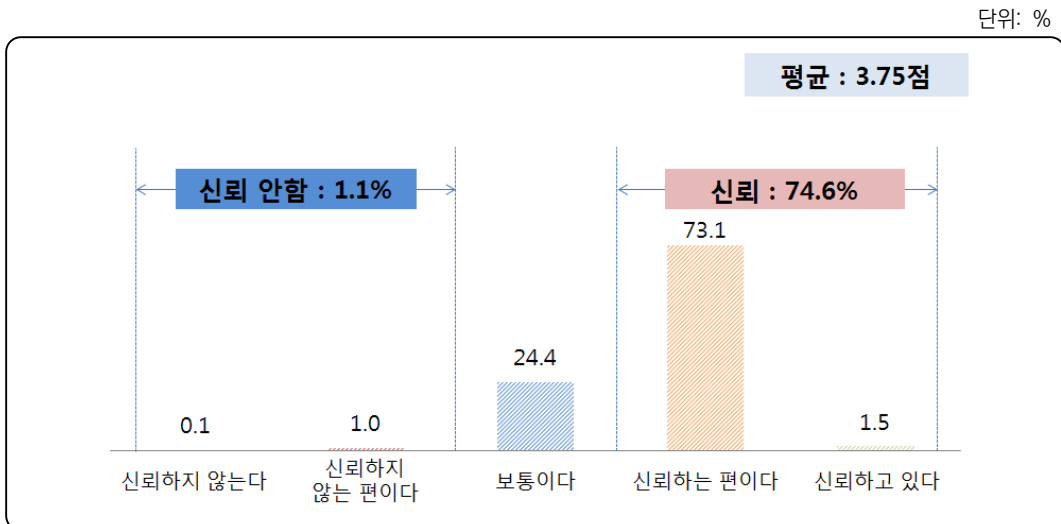
구분		네, 유기농식품 인증마크를 확인하고 구입하였다	아니오, 유기농식품 인증마크를 확인하지는 않았다
전체		72.2	27.8
거주 지역	수도권	72.5	27.5
	충청권	67.1	32.9
	호남권	67.8	32.2
	대경권	57.5	42.5
	동남권	85.6	14.4
	강원권	69.7	30.3
행정구역	동	71.7	28.3
	읍면	76.6	23.4
가구원 수	1인	71.6	28.4
	2인	73.3	26.7
	3인	71.8	28.2
	4인	73.3	26.7
	5인 이상	55.4	44.6
가구주 성별	남성	74.2	25.8
	여성	66.9	33.1
가구주 연령	20대	83.9	16.1
	30대	79.4	20.6
	40대	73.3	26.7
	50대	66.2	33.8
	60대 이상	62.0	38.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	85.3	14.7
	고졸	65.8	34.2
	전문대졸 이상	75.1	24.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	78.9	21.1
	서비스/판매직	61.7	38.3
	기계/농림어업/단순노무	73.5	26.5
	주부	55.1	44.9
	기타	62.0	38.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	55.1	44.9
	200~300만원 미만	77.0	23.0
	300~400만원 미만	81.5	18.5
	400~500만원 미만	78.2	21.8
	500~600만원 미만	70.8	29.2
	600만원 이상	58.4	41.6

주: 유기농식품 구입 경험이 있는 응답자 대상

6) 유기농식품 인증품질 신뢰도

- 유기농식품 구입 시 유기농식품의 인증품질에 대한 신뢰여부는 ‘신뢰한다’ 74.6%, ‘신뢰하지 않는다’ 1.1%로 대부분 유기농식품 인증품질에 대하여 신뢰하고 있는 것으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권에서 유기농식품 인증품질 신뢰도가 다른 지역에 비해 높았으며, 호남권은 신뢰도가 가장 낮은 것으로 조사
 - 행정구역별로 살펴보면, 유기농식품 인증품질 신뢰도는 동지역이 읍면 지역보다 높은 편
 - 가구원수별로 살펴보면, 3인 가구가 다른 가구보다 유기농식품 인증품질 신뢰도가 높았으며, 5인이상 가구의 신뢰도가 가장 낮은 수준
 - 가구주 성별로 살펴보면, 여성이 남성보다 유기농식품 인증품질 신뢰도가 높은 수준
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 30대가 유기농식품 인증품질 신뢰도가 가장 높은 반면, 60대 이상에서 신뢰도가 가장 낮은 편

그림 4-52. 유기농식품 인증품질 신뢰도



주 1. 유기농식품 구입 경험이 있는 응답자 대상
 2. 평균은 5점 척도 평균값임.

표 4-52. 유기 가공식품 인증품질 신뢰도

단위: %, 점

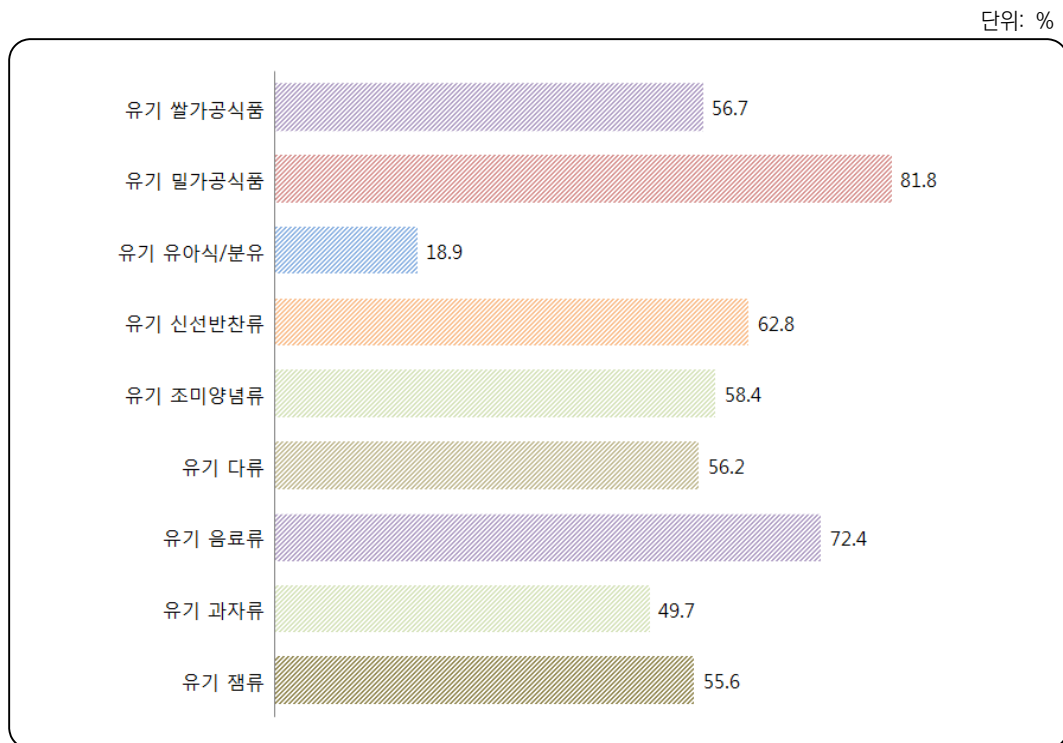
구분		신뢰하지 않는다	신뢰하지 않는 편이다	보통이다	신뢰하는 편이다	신뢰하고 있다	평균 (5점 만점)
전체		0.1	1.0	24.4	73.1	1.5	3.75
거주 지역	수도권	0.0	0.0	16.1	82.5	1.4	3.85
	충청권	0.0	0.0	28.9	71.1	0.0	3.71
	호남권	0.0	5.8	42.2	51.1	0.9	3.47
	대경권	0.0	0.0	46.8	53.2	0.0	3.53
	동남권	0.0	2.7	34.8	59.6	2.8	3.63
	강원권	2.8	2.3	24.9	64.9	5.1	3.67
행정구역	동	0.1	0.8	22.4	75.1	1.6	3.77
	읍면	0.0	2.5	39.6	58.0	0.0	3.56
가구원 수	1인	0.0	0.0	25.0	73.7	1.3	3.76
	2인	0.0	0.8	30.1	68.4	0.7	3.69
	3인	0.0	0.0	19.8	78.5	1.7	3.82
	4인	0.2	1.8	23.6	72.6	1.8	3.74
	5인 이상	0.0	14.4	27.3	54.6	3.7	3.47
가구주 성별	남성	0.1	1.3	26.5	70.5	1.6	3.72
	여성	0.0	0.2	18.5	80.2	1.1	3.82
가구주 연령	20대	0.0	0.0	22.4	75.4	2.2	3.80
	30대	0.0	1.2	18.7	79.4	0.7	3.80
	40대	0.2	0.7	22.8	73.8	2.5	3.78
	50대	0.0	1.4	24.6	73.5	0.5	3.73
	60대 이상	0.0	1.1	40.6	56.3	2.0	3.59
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	0.0	59.4	40.6	0.0	3.41
	고졸	0.0	0.4	36.1	63.3	0.2	3.63
	전문대졸 이상	0.1	1.3	17.9	78.6	2.1	3.81
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	1.1	18.1	78.7	1.9	3.81
	서비스/판매직	0.0	0.5	26.8	71.6	1.1	3.73
	기계/농림어업/단순노무	0.0	1.3	41.0	57.1	0.6	3.57
	주부	0.0	1.5	7.4	91.2	0.0	3.90
	기타	0.0	0.0	68.7	23.5	7.9	3.39
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	0.0	40.0	60.0	0.0	3.60
	200~300만원 미만	0.0	0.8	34.4	61.1	3.8	3.68
	300~400만원 미만	0.0	0.9	20.2	75.4	3.4	3.81
	400~500만원 미만	0.4	2.4	29.9	66.3	1.0	3.65
	500~600만원 미만	0.0	1.1	14.2	84.8	0.0	3.84
	600만원 이상	0.0	0.0	26.4	73.3	0.4	3.74

주: 유기 가공식품 구입 경험이 있는 응답자 대상

7) 유기농식품 최근 1년 구입 경험 및 구입 변화

- 유기농식품 중 최근 1년 동안 구입한 식품으로는 ‘유기 밀가공식품’이 81.8%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘유기 음료류(72.4%)’, ‘유기 신선반찬류(62.8%)’ 등의 순으로 나타남. 반면, ‘유아 유아식/분유’ 구입은 18.9%로 가장 낮은 것으로 조사됨.
- 전년 대비 최근 1년간 구입 변화를 살펴보면, ‘유기 음료류’의 증가가 29.3%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘유기 유아식/분유(24.1%)’, ‘유기 다류(22.8%)’ 등의 순으로 나타남.

그림 4-53. 유기농식품 최근 1년 구입 경험



주: 유기농식품 구입 경험이 있는 응답자 대상

표 4-53. 유기가공식품 최근 1년 구입 경험 및 구입 변화

단위: %

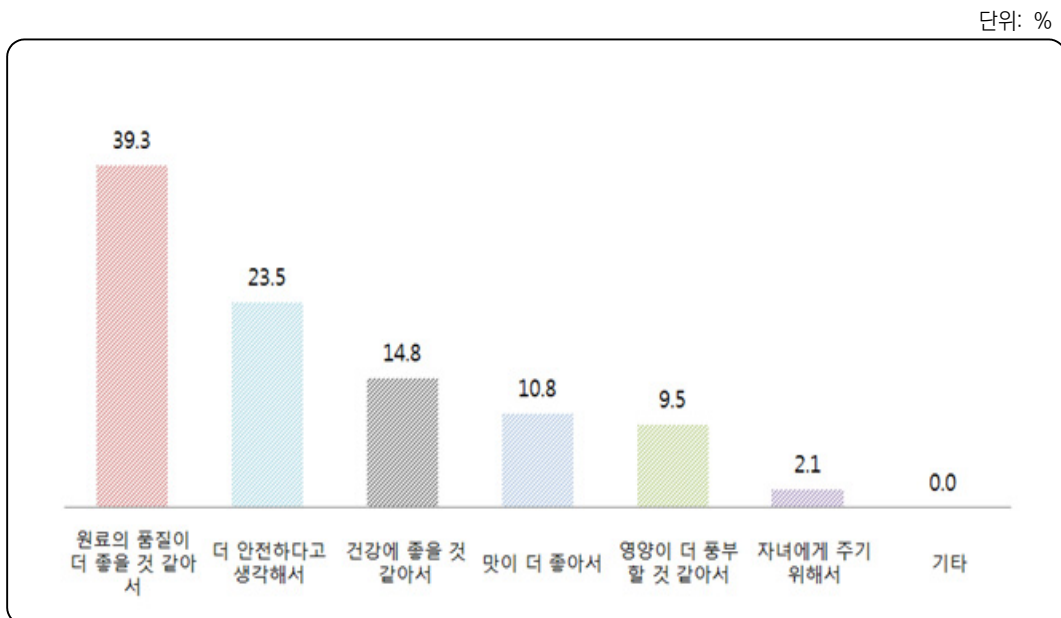
분류	품목	구입 변화			
		구입 경험 있음	감소	비슷	증가
유기 가공 식품	1. 유기 쌀가공식품 (떡류, 죽류 등)	56.7	11.3	74.1	14.6
	2. 유기 밀가공식품 (밀가루, 면류, 빵류 등)	81.8	10.8	70.1	19.1
	3. 유기 유아식/분유	18.9	16.3	59.6	24.1
	4. 유기 신선반찬류 (김치, 두부, 장아찌 등)	62.8	10.0	71.8	18.3
	5. 유기 조미양념류 (조미료, 장류, 기름류 등)	58.4	13.0	64.9	22.1
	6. 유기 다류 (녹차, 등글레차 등)	56.2	24.1	53.1	22.8
	7. 유기 음료류 (사과주스, 포도즙, 양파주스 등)	72.4	9.9	60.8	29.3
	8. 유기 과자류 (쿠키, 스낵, 씨리얼 등)	49.7	15.3	71.0	13.7
	9. 유기 잼류	55.6	27.7	58.6	13.7

주: 유기가공식품 구입 경험이 있는 응답자 대상

8) 유기농식품 구입 이유

- 유기농식품을 구입하는 이유로는 ‘원료의 품질이 더 좋을 것 같아서’가 39.3%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘더 안전하다고 생각해서(23.5%)’, ‘건강에 좋을 것 같아서(14.8%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권, 호남권, 대경권, 동남권, 강원권에서는 ‘원료의 품질이 더 좋을 것 같아서’가 가장 높았고, 충청권에서는 ‘더 안전하다고 생각해서’가 가장 높은 것으로 조사
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역은 원료의 품질, 안전성 고려가 읍면지역 보다 높게 나온 반면, 건강, 맛, 영양 고려는 읍면지역이 동지역 보다 높은 상황

그림 4-54. 유기농식품 구입 이유



- 주 1. 유기농식품 구입 경험이 있는 응답자 대상
 2. 1+2순위 기준 평균하여 산출한 수치임.

표 4-54. 유기가공식품 구입 이유

단위: %

구분		원료의 품질이 더 좋을 것 같아서	더 안전 하다고 생각해서	건강에 좋을 것 같아서	맛이 더 좋아서	영양이 더 풍부 할 것 같아서	자녀에게 주기 위해서	기타
전체		39.3	23.5	14.8	10.8	9.5	2.1	0.0
거주 지역	수도권	41.8	22.3	15.3	11.2	8.7	0.8	0.0
	충청권	27.5	36.4	13.3	12.3	9.1	1.4	0.0
	호남권	30.8	17.0	12.9	20.0	12.4	7.0	0.0
	대경권	45.9	29.5	8.9	6.8	8.9	0.0	0.0
	동남권	33.3	25.1	17.8	5.9	12.2	5.6	0.0
	강원권	38.3	32.2	18.6	0.0	7.3	3.6	0.0
행정구역	동	40.2	23.7	14.3	10.7	9.0	2.1	0.0
	읍면	31.5	22.2	18.8	11.1	14.0	2.3	0.0
가구원 수	1인	37.3	25.4	16.3	12.6	7.7	0.8	0.0
	2인	41.3	22.6	12.0	12.5	11.5	0.2	0.0
	3인	34.0	26.8	15.9	8.5	11.3	3.6	0.0
	4인	43.1	20.6	15.2	11.3	7.2	2.6	0.0
	5인 이상	52.8	10.9	14.5	0.0	14.0	7.8	0.0
가구주 성별	남성	39.8	24.3	15.3	8.2	9.5	2.8	0.0
	여성	37.7	21.3	13.5	17.6	9.6	0.2	0.0
가구주 연령	20대	44.2	19.1	19.7	8.3	7.3	1.4	0.0
	30대	37.2	24.8	12.2	10.2	11.3	4.3	0.0
	40대	40.9	24.8	14.2	9.9	7.9	2.2	0.0
	50대	40.0	21.0	15.1	12.1	10.8	0.9	0.0
	60대 이상	34.3	26.3	18.1	12.5	8.4	0.3	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	31.9	23.1	5.5	27.0	12.6	0.0	0.0
	고졸	38.5	22.7	15.1	12.7	9.1	1.9	0.0
	전문대졸 이상	39.8	23.9	14.9	9.5	9.7	2.2	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	41.0	23.6	15.0	9.0	9.7	1.7	0.0
	서비스/판매직	38.7	20.7	13.7	14.9	9.5	2.4	0.0
	기계/농림어업/단순노무	35.9	29.5	17.8	6.8	6.6	3.4	0.0
	주부	36.9	16.6	6.1	22.6	17.8	0.0	0.0
	기타	29.9	18.5	24.5	7.0	20.1	0.0	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	26.6	22.8	11.2	25.3	13.3	0.8	0.0
	200~300만원 미만	39.5	22.1	15.6	11.0	9.0	2.8	0.0
	300~400만원 미만	35.3	23.1	19.1	10.5	9.4	2.5	0.0
	400~500만원 미만	41.4	23.8	9.6	11.5	11.0	2.7	0.0
	500~600만원 미만	43.3	22.9	17.0	5.8	9.5	1.5	0.0
	600만원 이상	40.3	26.1	11.9	12.9	7.1	1.6	0.0

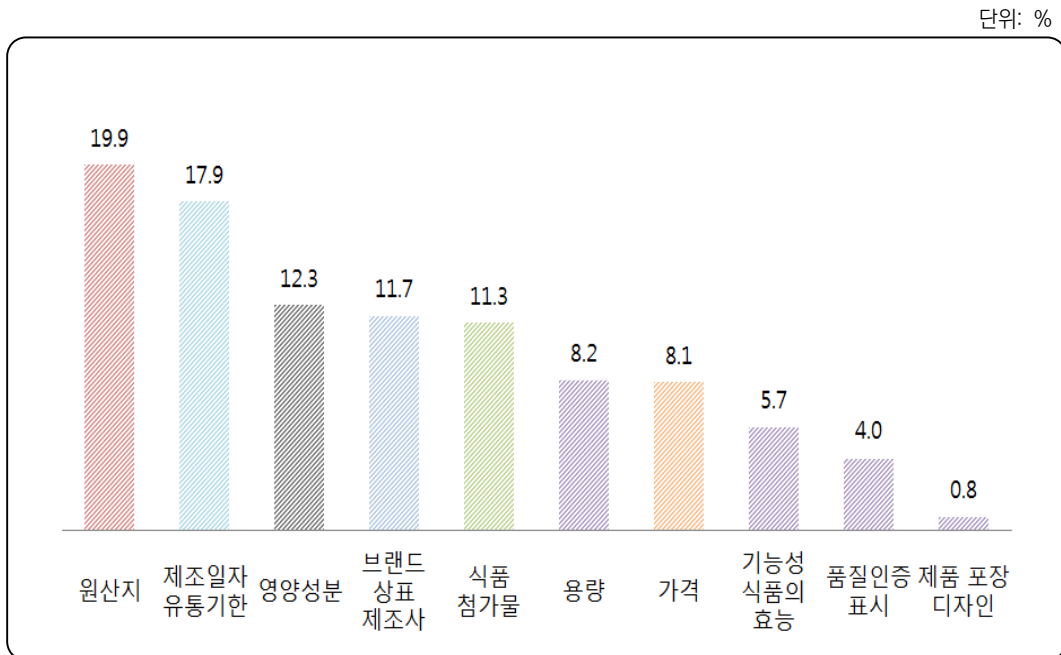
주 1. 유기가공식품 구입 경험이 있는 응답자 대상

2. 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

9) 유기농식품 구매 시 중요 요소

- 유기농식품 구입 시 중요하게 생각하는 요소는 ‘원산지’가 19.9%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘제조일자 유통기한(17.9%)’, ‘영양성분(12.3%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권, 강원권에서는 ‘원산지’, 동남권, 대경권은 ‘제조일자 유통기한’, 충청권은 ‘영양성분’, 호남권은 ‘브랜드 상표 제조사’가 가장 중요한 요소로 꼽고 있어, 지역별로 유기농식품 구매 시 중요요소는 차이가 존재
 - 가구주 연령대별로 살펴보면, 20대는 유기농식품 구입 시 ‘영양성분’을 제일 중요하게 생각하는 반면, 4~50대는 ‘원산지’를 중요하게 생각

그림 4-55. 유기농식품 구매 시 중요 요소



주 1. 유기농식품 구입 경험이 있는 응답자 대상
 2. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-55. 유기농식품 구매 시 중요 요소

단위: %

구분	원산지	제조 일자 유통 기한	영양 성분	브랜드 상표 제조사	식품 첨가물	용량	가격	기능성 식품의 효능	품질 인증 표시	제품 포장 디자인
전체	19.9	17.9	12.3	11.7	11.3	8.2	8.1	5.7	4.0	0.8
거주 지역	수도권	22.1	17.8	12.5	9.8	11.9	8.2	9.1	5.2	0.6
	충청권	10.7	15.2	15.8	14.9	15.7	10.1	6.3	3.7	5.3
	호남권	8.7	11.4	12.2	18.5	10.5	11.9	7.8	13.0	4.3
	대경권	17.8	21.1	7.1	17.2	10.8	12.4	5.2	4.6	2.5
	동남권	22.0	23.9	13.1	10.4	7.0	3.8	6.4	3.3	9.8
	강원권	21.2	8.3	16.5	14.0	15.7	0.4	6.3	9.5	7.7
행정구역	동	20.1	18.1	12.4	11.0	11.4	8.2	8.5	5.6	4.0
	읍면	18.6	16.4	11.8	17.2	10.2	8.8	5.3	6.8	4.1
가구원 수	1인	17.8	14.4	14.8	10.9	15.5	7.1	9.9	3.9	4.6
	2인	18.4	19.4	13.2	10.0	13.8	8.7	6.5	5.4	4.4
	3인	19.7	20.3	12.1	13.0	9.1	7.4	7.6	6.4	3.8
	4인	23.0	16.3	10.5	12.0	8.9	9.3	8.8	6.6	3.4
	5인 이상	15.6	20.6	8.9	14.4	8.7	9.7	7.7	4.5	7.9
가구주 성별	남성	20.7	19.3	12.5	11.4	10.5	7.5	6.3	6.4	4.5
	여성	17.8	14.1	11.9	12.3	13.3	10.1	12.9	4.0	2.8
가구주 연령	20대	17.4	17.7	17.9	8.2	15.5	2.0	9.1	5.3	6.1
	30대	16.8	16.7	15.6	13.9	11.7	8.4	5.9	5.2	5.6
	40대	22.7	15.5	11.0	11.7	9.4	9.3	8.9	5.7	4.5
	50대	21.6	19.2	10.0	11.1	11.5	6.9	9.4	7.0	2.7
	60대 이상	16.9	23.2	11.0	10.5	11.7	12.8	6.7	4.1	1.6
가구주 최종 학력	중졸 이하	19.1	7.8	8.0	22.7	9.1	16.8	5.5	7.5	3.6
	고졸	21.0	18.8	10.5	9.4	10.9	9.3	8.7	7.0	3.7
	전문대졸 이상	19.4	17.6	13.3	12.6	11.5	7.5	7.9	5.1	4.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	20.9	18.7	14.1	11.8	10.7	5.8	7.9	6.0	3.6
	서비스/판매직	19.5	12.9	9.6	13.2	12.5	11.6	9.4	5.3	4.5
	기계/농림어업/단순노무	18.1	24.2	11.7	9.1	11.9	6.8	5.7	5.8	5.4
	주부	20.8	14.7	6.9	10.6	7.4	23.5	13.3	2.0	0.7
	기타	5.8	17.4	29.9	10.1	13.7	1.7	2.4	16.3	2.5
월평균 가구 소득	200만원 미만	18.9	12.1	13.6	12.6	9.8	6.0	12.6	4.5	5.5
	200~300만원 미만	16.2	13.7	13.0	11.6	15.3	12.3	8.2	4.2	4.9
	300~400만원 미만	19.2	19.7	10.4	13.3	11.5	7.0	7.5	5.3	5.3
	400~500만원 미만	19.4	21.0	12.3	8.6	10.9	8.2	6.1	8.5	4.5
	500~600만원 미만	23.7	17.6	12.2	13.6	10.0	6.2	7.6	5.1	3.5
	600만원 이상	18.6	18.2	14.0	9.1	10.8	11.0	10.2	6.1	1.5

주 1. 유기농식품 구입 경험이 있는 응답자 대상

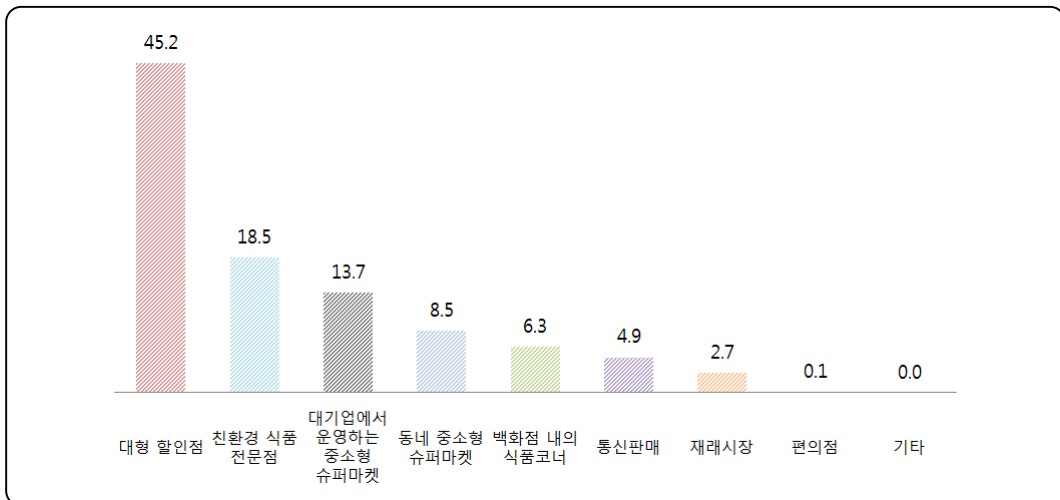
2. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

10) 유기 가공식품 주 구입처

- 유기 가공식품을 주로 구입하는 장소로는 ‘대형할인점’이 45.2%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘친환경 식품 전문점(18.5%)’, ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(13.7%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 모든 지역에서 ‘대형할인점’이 전반적으로 높았으며, 호남권은 ‘동네 중소형 슈퍼마켓’, 동남권은 ‘백화점 내 식품코너’, 강원권은 ‘친환경 식품 전문점’, ‘통신판매’를 통한 구입이 다른 지역에 비해 상대적으로 높은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역은 ‘대형할인점’, ‘친환경 식품 전문점’, ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’을 통한 구매가 읍면지역보다 높은 반면, 읍면지역은 ‘동네 중소형 슈퍼마켓’, ‘통신판매’, ‘재래시장’ 구입 비율이 동지역보다 높은 것으로 조사
 - 가구원수별 살펴보면, 가구원수가 적을수록 ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’ 구매 비율이 높아지는 경향

그림 4-56. 유기 가공식품 주 구입처

단위: %



- 주 1. 유기 가공식품 구입 경험이 있는 응답자 대상
 2. 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-56. 유기가공식품 주 구입처

단위: %

구분	대형 할인점	친환경 식품 전문점	대기업 운영 중소형 슈퍼 마켓	동네 중소형 슈퍼 마켓	백화점 내 식품 코너	통신 판매	재래 시장	편의점	기타
전체	45.2	18.5	13.7	8.5	6.3	4.9	2.7	0.1	0.0
거주 지역	수도권	46.7	18.8	14.7	8.2	6.8	3.9	1.1	0.0
	충청권	44.0	14.4	15.2	7.5	1.1	7.6	10.2	0.0
	호남권	34.5	23.4	9.3	19.2	2.7	2.4	7.8	0.3
	대경권	45.8	12.3	19.7	10.3	1.1	3.9	7.0	0.0
	동남권	48.0	15.5	9.0	2.9	12.7	9.4	1.7	0.8
	강원권	33.6	35.3	9.9	2.1	1.6	13.8	3.7	0.0
행정구역	동	45.9	19.6	14.1	7.4	6.2	4.7	1.9	0.2
	읍면	39.0	10.0	10.3	18.1	7.4	6.0	9.1	0.0
가구원 수	1인	40.8	15.2	17.4	11.5	4.4	5.3	5.0	0.2
	2인	43.2	17.5	16.8	9.5	7.7	2.5	2.7	0.2
	3인	47.9	17.2	12.5	7.7	6.9	5.4	2.3	0.2
	4인	47.2	21.9	10.6	7.1	5.8	5.5	1.9	0.0
	5인 이상	40.2	31.0	6.3	3.1	7.9	11.6	0.0	0.0
가구주 성별	남성	47.0	18.9	11.3	7.6	6.8	5.6	2.6	0.1
	여성	40.1	17.5	20.0	11.2	5.0	3.0	2.9	0.1
가구주 연령	20대	51.4	10.4	18.4	6.6	8.4	4.9	0.0	0.0
	30대	44.3	16.7	17.2	5.3	8.3	5.8	2.3	0.1
	40대	47.8	20.1	10.4	5.3	8.0	5.6	2.8	0.0
	50대	44.5	22.8	11.5	9.3	3.1	5.2	3.3	0.2
	60대 이상	37.7	13.4	17.2	22.8	4.6	0.3	3.6	0.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	30.7	3.7	21.2	32.7	1.2	0.0	10.4	0.0
	고졸	43.9	19.0	11.8	13.2	3.0	3.9	4.7	0.3
	전문대졸 이상	46.1	18.6	14.4	5.8	8.1	5.4	1.6	0.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	49.2	16.7	14.9	5.1	7.5	5.2	1.2	0.1
	서비스/판매직	43.1	20.0	12.6	10.3	4.0	5.0	4.7	0.1
	기계/농림어업/단순노무	40.4	19.5	12.1	14.6	4.6	4.6	3.9	0.3
	주부	25.9	27.3	13.8	16.3	15.3	0.0	1.4	0.0
	기타	51.4	18.5	9.0	2.7	1.8	5.1	11.5	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	39.9	16.2	18.9	11.8	1.1	3.0	8.5	0.5
	200~300만원 미만	37.5	20.4	16.4	11.3	5.6	3.2	5.2	0.0
	300~400만원 미만	46.1	14.5	13.6	14.0	5.3	4.4	2.0	0.0
	400~500만원 미만	46.0	16.4	11.0	5.8	9.1	8.0	3.3	0.3
	500~600만원 미만	48.6	19.9	11.7	5.2	7.7	5.3	1.7	0.0
	600만원 이상	45.6	23.2	15.7	6.2	5.1	3.5	0.3	0.3

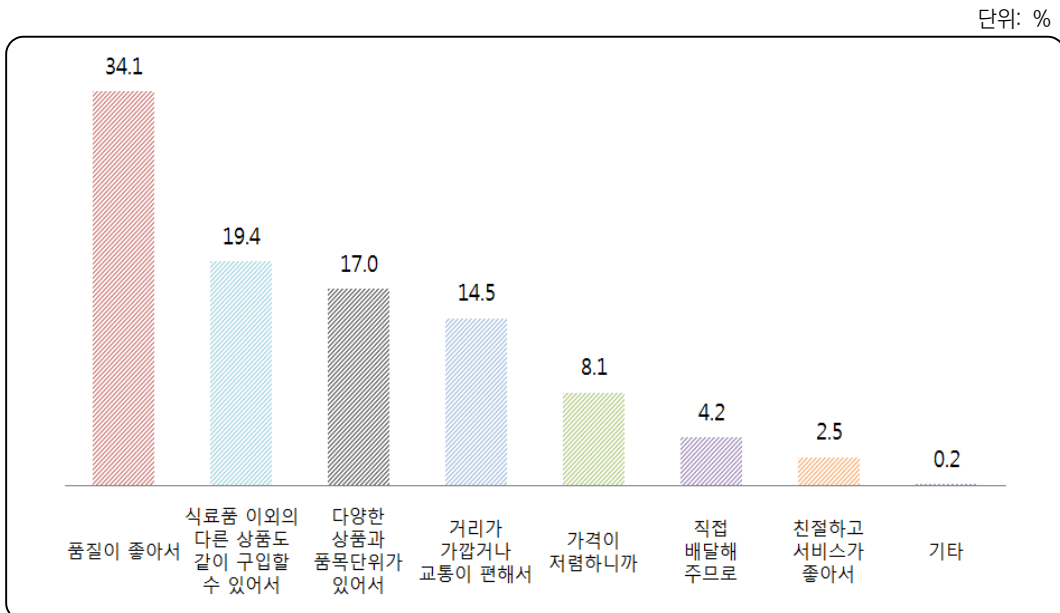
주 1. 유기가공식품 구입 경험이 있는 응답자 대상

2. 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

11) 유기농식품 주 구입처 이용 이유

- 유기농식품을 구입하는 장소를 주로 이용하는 이유는 ‘품질이 좋아서’가 34.1%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서(19.4%)’, ‘다양한 상품과 품목단위가 있어서(17.0%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 호남권에서 ‘품질이 좋아서’가 다른 지역에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, 대경권은 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’, 강원권은 ‘다양한 상품과 품목단위가 있어서’가 다른 지역에 비해 높게 조사
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역은 ‘품질이 좋아서’가 읍면지역보다 높은 반면, 읍면지역은 ‘식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서’, ‘다양한 상품과 품목단위가 있어서’, ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’가 동지역보다 높게 조사되어, 편의성과 접근성을 중요시 하고 있는 것으로 조사

그림 4-57. 유기농식품 주 구입처 이용 이유



- 주 1. 유기농식품 구입 경험이 있는 응답자 대상
 2. 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-57. 유기가공식품 주 구입처 이용 이유

단위: %

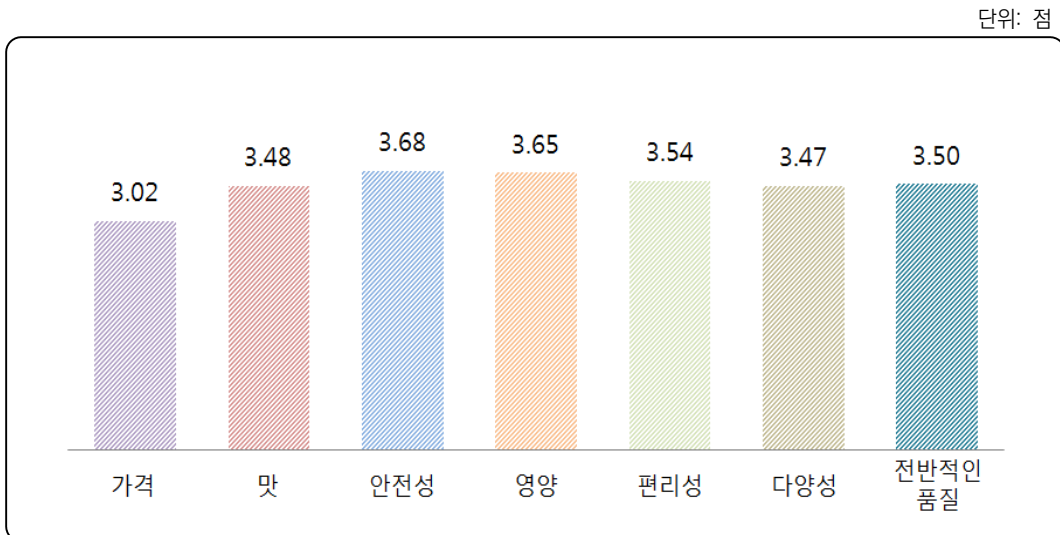
구분		품질이 좋아서	식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서	다양한 상품과 품목단위가 있어서	거리가 가깝거나 교통이 편해서	가격이 저렴하니까	직접 배달해 주므로	친절하고 서비스가 좋아서	기타
전체		34.1	19.4	17.0	14.5	8.1	4.2	2.5	0.2
거주 지역	수도권	36.0	20.2	18.1	13.4	7.0	2.5	2.6	0.3
	충청권	23.5	19.2	21.2	17.9	7.0	10.0	1.1	0.0
	호남권	40.4	12.9	12.1	14.4	11.4	5.6	3.2	0.0
	대경권	31.2	12.4	10.3	22.3	14.8	5.5	3.4	0.0
	동남권	27.8	25.5	16.3	13.2	7.0	8.6	1.3	0.3
	강원권	22.6	18.0	26.8	19.1	8.0	3.1	2.5	0.0
행정구역	동	35.3	18.9	16.4	14.1	8.2	4.2	2.6	0.2
	읍면	25.1	23.3	21.2	18.1	6.7	3.9	1.6	0.0
가구원 수	1인	27.6	22.8	24.2	11.2	7.7	4.1	1.5	0.9
	2인	38.1	20.4	13.4	14.0	8.4	2.5	3.2	0.0
	3인	33.3	17.8	14.8	16.4	9.9	4.9	2.9	0.0
	4인	36.5	18.3	16.9	14.8	6.5	4.9	2.0	0.1
	5인 이상	25.9	16.2	25.2	21.6	4.3	2.7	4.1	0.0
가구주 성별	남성	33.7	19.8	16.2	15.4	7.7	4.4	2.7	0.0
	여성	35.3	18.4	18.9	12.3	9.1	3.6	1.8	0.6
가구주 연령	20대	20.1	31.9	28.9	11.2	3.0	3.0	2.1	0.0
	30대	20.1	31.9	28.9	11.2	3.0	3.0	2.1	0.0
	40대	34.9	16.6	17.4	14.1	8.9	6.5	1.6	0.0
	50대	30.1	21.1	17.4	16.2	8.0	3.4	3.7	0.1
가구주 최종 학력	50대	42.8	15.5	14.5	13.6	8.5	3.8	1.3	0.0
	60대 이상	31.3	22.2	12.9	16.0	9.0	3.1	4.1	1.4
	중졸 이하	18.3	5.8	1.7	37.2	18.9	13.1	5.1	0.0
가구주 직업	고졸	35.9	18.6	17.3	15.2	7.0	3.5	2.1	0.5
	전문대졸 이상	33.6	20.1	17.1	13.8	8.4	4.3	2.6	0.1
	관리/전문/사무직	31.5	21.8	18.0	15.1	7.6	3.2	2.7	0.1
	서비스/판매직	40.0	15.1	15.0	13.9	9.1	5.9	1.0	0.0
	기계/농림어업/단순노무	31.0	20.4	18.8	12.2	8.0	5.3	3.4	1.0
월평균 가구 소득	주부	38.7	14.4	9.6	21.2	7.7	1.5	7.0	0.0
	기타	44.7	18.1	12.6	18.9	5.7	0.0	0.0	0.0
	200만원 미만	33.6	21.6	11.6	14.8	9.1	4.0	2.7	2.7
	200~300만원 미만	32.7	22.5	17.3	13.5	8.8	3.3	1.6	0.3
	300~400만원 미만	33.1	20.8	24.2	11.3	5.2	4.3	1.1	0.0
400~500만원 미만	31.0	19.0	15.0	12.8	12.1	7.3	2.7	0.0	

주 1. 유기가공식품 구입 경험이 있는 응답자 대상
 2. 1+2순위 기준평균하여 산출한 수치임.

12) 유기농식품 요소별 만족도

- 유기농식품에 대한 요소별 만족도는 안전성이 3.68점으로 가장 높았으며, 다음으로 영양 3.65점, 편리성 3.54점, 전반적인 품질 3.50점 등의 순으로 나타났다으며, 가격에 대한 만족도는 3.02점으로 가장 낮은 것으로 조사됨.
 - 거주지역별로 살펴보면, 안전성에 대한 만족도는 수도권이 가장 높은 반면, 강원권은 만족도가 가장 낮은 수준
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 모든 요소에서 읍면지역보다 만족도가 높은 편
 - 가구원수별로 살펴보면, 가구원수가 증가할수록 안전성에 대한 만족도는 높아지는 경향
 - 가구주 성별로 살펴보면, 여성 가구주가 남성 가구주 보다 모든 요소에서 만족도가 높은 수준

그림 4-58. 유기농식품 요소별 만족도



주: 5점 척도 평균값임.

표 4-58. 유기농식품 요소별 만족도

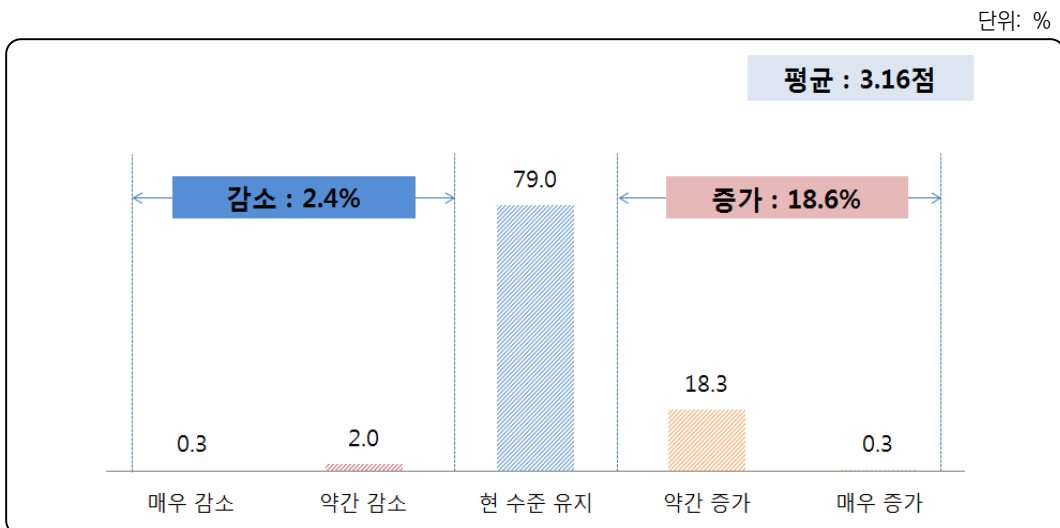
단위: 점

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적인 품질
전체		3.02	3.48	3.68	3.65	3.54	3.47	3.50
거주 지역	수도권	3.05	3.57	3.85	3.85	3.69	3.64	3.66
	충청권	3.15	3.61	3.50	3.43	3.49	3.41	3.37
	호남권	3.05	3.46	3.72	3.55	3.54	3.39	3.46
	대경권	2.83	3.44	3.51	3.58	3.39	3.41	3.42
	동남권	2.94	3.20	3.40	3.39	3.26	3.11	3.20
	강원권	3.02	3.17	3.27	3.30	3.27	3.25	3.21
행정구역	동	3.03	3.50	3.72	3.69	3.57	3.49	3.53
	읍면	2.99	3.42	3.47	3.50	3.40	3.37	3.36
가구원 수	1인	3.00	3.41	3.63	3.62	3.50	3.41	3.47
	2인	3.04	3.49	3.66	3.69	3.50	3.45	3.49
	3인	3.02	3.52	3.70	3.65	3.58	3.51	3.54
	4인	3.05	3.51	3.72	3.65	3.61	3.52	3.51
	5인 이상	2.84	3.53	3.77	3.66	3.36	3.48	3.41
가구주 성별	남성	3.02	3.47	3.65	3.64	3.51	3.45	3.47
	여성	3.04	3.52	3.74	3.69	3.63	3.50	3.55
가구주 연령	20대	2.98	3.42	3.70	3.64	3.53	3.53	3.56
	30대	3.11	3.50	3.69	3.71	3.55	3.46	3.51
	40대	2.99	3.48	3.73	3.67	3.55	3.48	3.51
	50대	3.02	3.50	3.65	3.65	3.57	3.47	3.48
	60대 이상	3.01	3.46	3.64	3.61	3.51	3.44	3.46
가구주 최종 학력	중졸 이하	2.96	3.40	3.57	3.50	3.33	3.24	3.35
	고졸	3.00	3.42	3.60	3.62	3.51	3.43	3.46
	전문대졸 이상	3.05	3.54	3.75	3.71	3.60	3.53	3.55
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.05	3.53	3.72	3.70	3.61	3.55	3.56
	서비스/판매직	3.05	3.49	3.74	3.70	3.55	3.45	3.51
	기계/농림어업/단순노무	2.93	3.38	3.52	3.54	3.41	3.36	3.38
	주부	3.26	3.77	4.03	3.85	3.93	3.77	3.80
	기타	2.95	3.20	3.43	3.35	3.14	3.09	3.19
월평균 가구 소득	200만원 미만	2.99	3.39	3.54	3.56	3.39	3.33	3.39
	200~300만원 미만	3.03	3.46	3.67	3.63	3.52	3.44	3.49
	300~400만원 미만	3.00	3.43	3.67	3.66	3.53	3.47	3.48
	400~500만원 미만	3.01	3.51	3.71	3.63	3.49	3.44	3.49
	500~600만원 미만	2.99	3.54	3.72	3.75	3.66	3.61	3.63
	600만원 이상	3.18	3.61	3.76	3.70	3.71	3.50	3.48

13) 향후 1년 유기 가공식품 구입 변화

- 향후 1년간 유기 가공식품 구입 변화는 ‘현 수준 유지’가 79.0%로 10가구 중 대략 8가구 정도가 현 수준을 유지할 것으로 예상하고 있음. ‘증가’는 18.6%로 10가구 중 2가구는 향후 1년간 유기 가공식품 구입이 증가할 것이라고 예상하고 있음.
 - 거주지역별로 살펴보면, 충청권에서 ‘현 수준 유지’가 다른 지역에 비해 상대적으로 높았으며, 수도권은 다른 지역에 비해 구입 증가 비율이 높은 편
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 읍면지역보다 향후 1년간 유기 가공식품 구입 증가가 더 많을 것으로 예상
 - 가구원수별 살펴보면, 3~4인 가구에서 향후 1년간 유기 가공식품 구입 증가가 다른 가구에 비해 높은 수준
 - 가구주 성별로 살펴보면, 남성이 여성보다 향후 1년간 유기 가공식품 구입 증가 예상이 더 높은 것으로 조사
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 30대에서 다른 연령에 비해 향후 1년간 유기 가공식품 구입 증가 예상이 가장 높은 것으로 조사

그림 4-59. 향후 1년 유기 가공식품 구입 변화



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 4-59. 향후 1년 유기가공식품 구입 변화

단위: %, 점

구분		매우 감소	약간 감소	현 수준 유지	약간 증가	매우 증가	평균 (5점 만점)
전체		0.3	2.0	79.0	18.3	0.3	3.16
거주 지역	수도권	0.2	2.0	75.9	21.3	0.7	3.20
	충청권	0.0	0.9	92.7	6.4	0.0	3.06
	호남권	1.0	1.0	77.3	20.7	0.0	3.18
	대경권	0.0	1.3	82.1	16.6	0.0	3.15
	동남권	0.4	4.1	77.5	18.0	0.0	3.13
	강원권	2.3	3.2	83.4	10.5	0.6	3.04
행정구역	동	0.3	2.1	78.1	19.1	0.4	3.17
	읍면	0.4	2.0	82.8	14.7	0.1	3.12
가구원 수	1인	0.6	3.5	82.7	13.2	0.0	3.09
	2인	0.6	2.2	81.2	15.2	0.8	3.14
	3인	0.1	0.9	75.8	22.8	0.5	3.23
	4인	0.1	1.4	75.3	23.1	0.1	3.22
	5인 이상	0.0	0.0	81.2	18.8	0.0	3.19
가구주 성별	남성	0.2	1.6	78.2	19.5	0.5	3.19
	여성	0.7	3.1	80.9	15.3	0.0	3.11
가구주 연령	20대	1.1	2.2	83.0	13.7	0.0	3.09
	30대	0.8	2.2	74.5	20.7	1.8	3.21
	40대	0.3	0.8	79.8	19.2	0.0	3.18
	50대	0.0	2.5	76.6	20.8	0.1	3.18
	60대 이상	0.2	2.8	82.9	14.2	0.0	3.11
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.5	2.9	86.3	10.3	0.0	3.06
	고졸	0.2	2.3	81.7	15.7	0.0	3.13
	전문대졸 이상	0.4	1.7	75.7	21.6	0.6	3.20
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.5	2.0	75.8	21.3	0.5	3.19
	서비스/판매직	0.1	1.4	81.4	17.2	0.0	3.16
	기계/농림어업/단순노무	0.3	2.6	80.5	16.0	0.5	3.14
	주부	0.4	2.1	78.3	19.1	0.0	3.16
	기타	0.6	4.5	85.8	9.1	0.0	3.03
월평균 가구 소득	200만원 미만	1.3	3.2	84.7	10.9	0.0	3.05
	200~300만원 미만	0.2	3.3	81.0	15.4	0.0	3.12
	300~400만원 미만	0.1	1.1	79.3	19.5	0.0	3.18
	400~500만원 미만	0.5	2.4	78.5	17.9	0.7	3.16
	500~600만원 미만	0.0	1.4	76.6	21.4	0.6	3.21
	600만원 이상	0.0	0.4	71.4	27.2	1.0	3.29

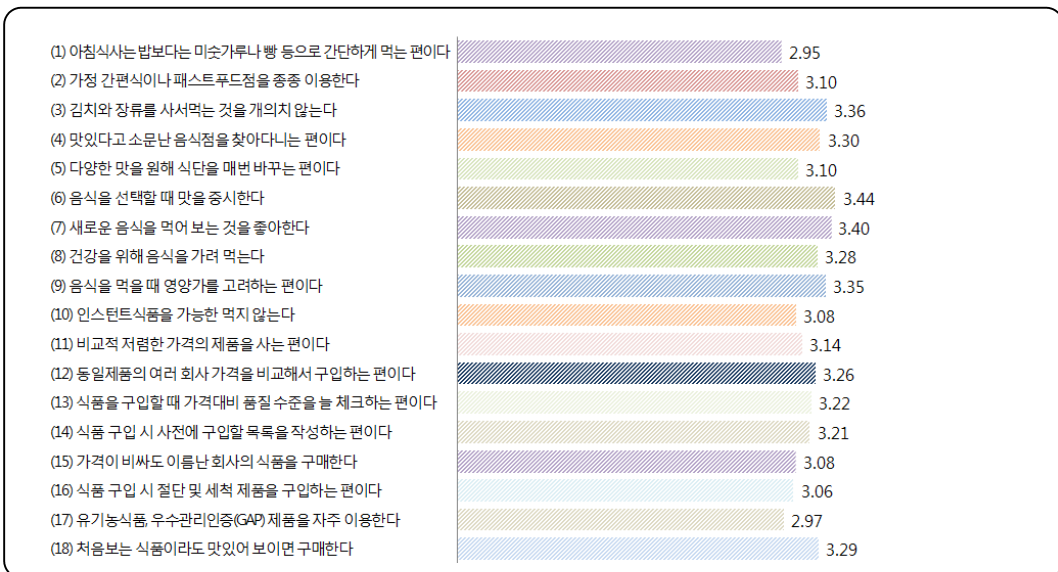
6. 식품 소비 라이프스타일 및 인식

1) 평소 식품 소비 상황 일치도

- 평소 식품 소비 상황에 따라 일치하는 정도는 ‘음식을 선택할 때 맛을 중시한다’가 3.44점으로 가장 높았으며, 다음으로 ‘새로운 음식을 먹어보는 것을 좋아한다(3.40점)’, ‘음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이다(3.35점)’ 등의 순으로 조사되어, 평소 식품을 소비할 때 맛, 새로운 음식, 영양 등을 고려하고 있는 것으로 나타남.
- 반면, ‘아침식사는 밥보다는 미숫가루나 빵 등으로 간단하게 먹는 편이다’가 2.95점으로 가장 낮았으며, 다음으로 ‘유기농식품, 우수관리인증(GAP) 제품을 자주 이용한다(2.97점)’, ‘인스턴트 식품을 가능한 먹지 않는다 (3.08 점)’ 등의 순으로 나타남.

그림 4-60. 평소 식품 소비 상황 일치도

단위: 점



주: 5점 척도 평균값임.

표 4-60. 평소 식품 소비 상황 일치도

단위: %, 점

라이프스타일	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다	평균 (5점 만점)
(1) 아침식사는 밥보다는 미숫가루나 빵 등으로 간단하게 먹는 편이다	6.8	27.9	30.6	32.6	2.1	2.95
(2) 가정 간편식이나 패스트푸드점을 종종 이용한다	5.0	20.7	36.1	35.5	2.7	3.10
(3) 김치와 장류를 사서먹는 것을 개먹지 않는다	2.8	13.4	35.1	42.0	6.6	3.36
(4) 맛있다고 소문난 음식점을 찾아다니는 편이다	1.8	12.8	43.2	37.8	4.4	3.30
(5) 다양한 맛을 위해 식단을 매번 바꾸는 편이다	2.2	22.2	42.3	29.9	3.4	3.10
(6) 음식을 선택할 때 맛을 중시한다	0.7	11.0	35.9	48.2	4.2	3.44
(7) 새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다	1.4	10.2	40.6	42.3	5.5	3.40
(8) 건강을 위해 음식을 가려 먹는다	0.9	15.2	42.1	37.9	3.8	3.28
(9) 음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이다	0.9	13.7	40.6	39.5	5.4	3.35
(10) 인스턴트식품을 가능한 먹지 않는다	0.8	19.6	52.2	26.3	1.2	3.08
(11) 비교적 저렴한 가격의 제품을 사는 편이다	1.1	17.8	49.2	29.5	2.3	3.14
(12) 동일제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	1.2	15.9	42.5	36.5	3.8	3.26
(13) 식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 늘 체크하는 편이다	1.1	16.3	44.5	35.5	2.7	3.22
(14) 식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	1.4	17.2	44.0	34.2	3.3	3.21
(15) 가격이 비싸도 이름난 회사의 식품을 구매한다	0.3	21.4	48.9	28.4	0.9	3.08
(16) 식품 구입 시 절단 및 세척 제품을 구입하는 편이다	3.9	19.2	46.3	27.9	2.7	3.06
(17) 유기농식품, 우수관리인증(GAP) 제품을 자주 이용한다	4.1	23.3	46.0	24.9	1.6	2.97
(18) 처음보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매한다	1.1	7.6	54.0	35.7	1.6	3.29

2) 평소 식품 소비 인식

- 평소 식품 소비 인식에 일치하는 정도는 ‘국내산 원료로 만든 제품을 선호한다’가 3.56점으로 가장 높았으며, 다음으로 ‘국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다(3.54점)’, ‘나트륨 함량이 적은 제품을 선호한다(3.46점)’ 등의 순으로 조사되어, 평소 식품 소비에 대한 인식은 해외산 보다는 국내산을 더 선호하는 것으로 나타남.
- 반면, ‘기름에 튀긴 가공식품은 먹지 않는다’가 2.99점으로 가장 낮았으며, 다음으로 ‘인공감미료가 들어있는 가공식품은 먹지 않는다(3.03점)’, ‘MSG는 몸에 좋지 않으므로 먹지 않는다(3.07점)’ 등의 순으로 나타남.

그림 4-61. 평소 식품 소비 인식

단위: 점



주: 5점 척도 평균값임.

표 4-61. 평소 식품 소비 인식

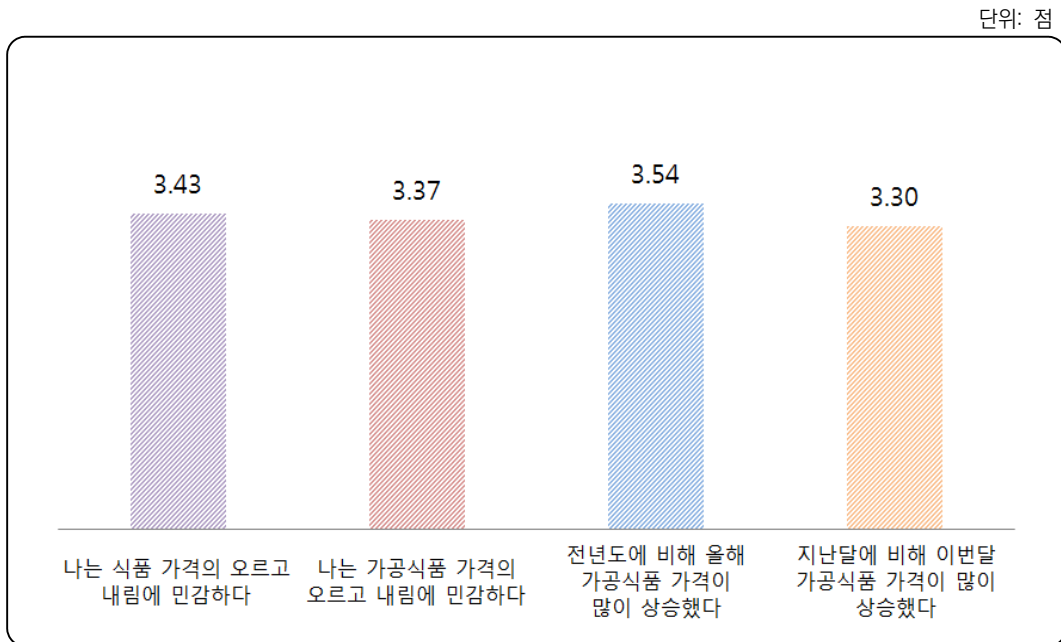
단위: %, 점

라이프스타일	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다	평균 (5점 만점)
(1) 인공감미료가 들어있는 가공식품은 먹지 않는다	2.0	28.2	36.6	31.2	2.0	3.03
(2) MSG는 몸에 좋지 않으므로 먹지 않는다	1.7	25.0	42.1	26.6	4.6	3.07
(3) 트랜스지방이 포함된 가공식품은 먹지 않는다	1.3	22.6	39.4	32.9	3.8	3.15
(4) 기름에 튀긴 가공식품은 먹지 않는다	2.1	27.4	43.2	24.4	2.9	2.99
(5) GMO 원료가 들어있는 가공식품을 먹지 않겠다	1.1	16.6	41.4	34.1	6.8	3.29
(6) 국내산 원료로 만든 제품을 선호한다	0.6	9.2	35.5	43.2	11.5	3.56
(7) 전통방식으로 만들어진 제품을 선호한다	0.7	10.8	40.3	40.9	7.3	3.43
(8) 국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다	0.5	8.5	35.4	47.9	7.7	3.54
(9) 완제품형태로 수입된 제품을 선호한다	2.5	22.3	41.1	30.3	3.7	3.10
(10) 유기농인증제품을 선호한다	2.8	18.8	48.3	27.2	3.0	3.09
(11) 식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한기업 제품을 선호한다	1.1	11.8	40.1	42.2	4.8	3.38
(12) 나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	0.8	11.4	36.0	44.9	6.8	3.46
(13) 당 함량이 적은 제품을 선택한다	0.9	10.0	41.0	42.6	5.5	3.42
(14) 칼로리 함량이 적은 제품을 선택한다	0.7	8.6	45.7	40.1	4.9	3.40
(15) 지방 함량이 적은 제품(저지방, 무지방 제품)을 선택한다	0.6	8.1	50.2	38.0	3.1	3.35

3) 가격에 대한 인식

- 가격에 대한 인식 정도는 ‘전년도에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다’가 3.54점으로 가장 높았으며, 다음으로 ‘나는 식품 가격의 오르고 내림에 민감하다(3.43점)’, ‘나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다(3.37점)’ 등의 순으로 나타났으며, ‘지난달에 비해 이번달 가공식품 가격이 많이 상승했다’에 대한 인식은 가장 낮은 것으로 조사됨.
 - 거주지역별로 살펴보면, ‘전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다’에 대한 인식은 수도권에서 가장 높았으며, 동남권에서 가장 낮은 것으로 조사
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역이 읍면지역보다 대부분 가격에 대하여 민감도가 높은 편

그림 4-62. 가격에 대한 인식



주: 5점 척도 평균값임.

표 4-62. 가격에 대한 인식

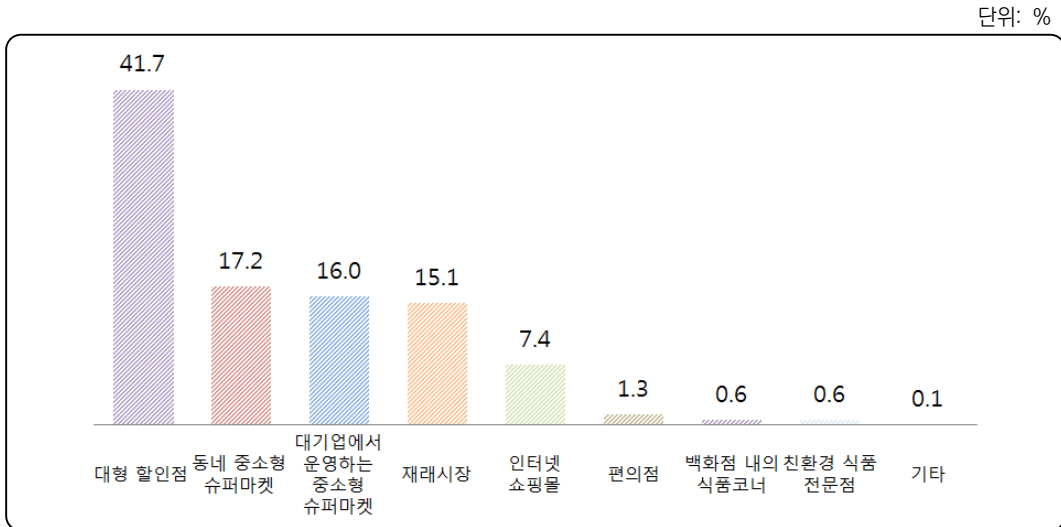
단위: 점

구분		나는 가격의 오르고 내림에 민감하다	나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다	지난달에 비해 이번달 가공식품 가격이 많이 상승 했다
전체		3.43	3.37	3.54	3.30
거주 지역	수도권	3.60	3.46	3.76	3.42
	충청권	3.51	3.49	3.30	3.28
	호남권	3.42	3.45	3.58	3.37
	대경권	3.27	3.25	3.26	3.19
	동남권	3.00	3.06	3.22	2.98
	강원권	3.25	3.18	3.39	3.15
행정구역	동	3.44	3.37	3.55	3.31
	읍면	3.41	3.38	3.51	3.27
가구원 수	1인	3.33	3.30	3.47	3.23
	2인	3.45	3.37	3.57	3.31
	3인	3.49	3.47	3.56	3.36
	4인	3.46	3.37	3.57	3.32
	5인 이상	3.38	3.27	3.53	3.21
가구주 성별	남성	3.44	3.37	3.54	3.31
	여성	3.41	3.38	3.55	3.28
가구주 연령	20대	3.27	3.33	3.57	3.18
	30대	3.41	3.37	3.46	3.32
	40대	3.45	3.41	3.57	3.31
	50대	3.49	3.40	3.57	3.34
	60대 이상	3.42	3.31	3.54	3.28
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.38	3.29	3.40	3.21
	고졸	3.43	3.34	3.53	3.29
	전문대졸 이상	3.44	3.41	3.57	3.33
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.45	3.41	3.56	3.32
	서비스/판매직	3.44	3.36	3.54	3.32
	기계/농림어업/단순노무	3.39	3.33	3.51	3.26
	주부	3.53	3.45	3.75	3.34
	기타	3.24	3.24	3.37	3.17
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.38	3.34	3.47	3.28
	200~300만원 미만	3.37	3.31	3.45	3.24
	300~400만원 미만	3.40	3.32	3.53	3.16
	400~500만원 미만	3.45	3.44	3.51	3.36
	500~600만원 미만	3.48	3.39	3.67	3.37
	600만원 이상	3.56	3.49	3.69	3.51

4) 같은 상품 가장 저렴한 구입처

- 가공식품만을 놓고 보았을 때, 같은 상품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 곳은 ‘대형할인점’이 41.7%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘동네 중소형 슈퍼마켓(17.2%)’, ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(16.0%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 동남권에서 ‘대형할인점’, 충청권에서는 ‘동네 중소형 슈퍼마켓’, 대경권에서는 ‘재래시장’이 다른 지역에 비해 상대적으로 높은 편
 - 행정구역별로 살펴보면, 동지역은 ‘대형할인점’이 읍면지역은 ‘동네 중소형 슈퍼마켓’이 상대적으로 높은 것으로 조사
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 높을수록 재래시장에 대한 비율이 높아지는 반면, 낮을수록 인터넷 쇼핑몰 비율이 높아지는 경향을 보이고 있어, 가구주 연령별로 저렴하다고 생각하는 구입처간 차이가 있는 것으로 나타남.

그림 4-63. 같은 상품 가장 저렴한 구입처



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-63. 같은 상품 가장 저렴한 구입처

단위: %

구분		대형 할인점	동네 중소형 슈퍼 마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼 마켓	재래 시장	인터넷 쇼핑몰	편의점	백화점 내 식품 코너	친환경 식품 전문점	기타
전체		41.7	17.2	16.0	15.1	7.4	1.3	0.6	0.6	0.1
거주 지역	수도권	42.3	15.1	17.3	14.1	8.7	1.0	0.8	0.7	0.1
	충청권	34.6	32.5	12.7	14.0	4.3	1.6	0.3	0.0	0.0
	호남권	36.5	28.7	12.1	16.8	2.9	2.1	0.5	0.3	0.0
	대경권	43.0	16.2	16.1	19.1	2.9	0.5	0.8	1.0	0.3
	동남권	47.1	6.8	17.9	15.7	9.7	2.2	0.3	0.3	0.0
	강원권	43.9	10.7	11.4	13.5	18.0	0.3	0.7	1.2	0.2
행정구역	동	43.5	15.7	15.6	14.4	8.1	1.5	0.6	0.6	0.1
	읍면	33.9	23.7	17.8	18.4	4.5	0.6	0.9	0.2	0.0
가구원 수	1인	39.4	17.4	14.9	15.0	9.6	2.8	0.3	0.5	0.0
	2인	40.1	18.1	15.5	18.5	5.9	0.9	0.7	0.2	0.0
	3인	44.5	14.6	16.6	15.0	6.6	0.5	0.8	1.1	0.3
	4인	42.9	18.5	17.4	11.9	7.5	0.9	0.7	0.3	0.0
	5인 이상	49.3	15.8	11.1	10.4	7.5	2.8	0.0	2.9	0.0
가구주 성별	남성	42.2	17.1	15.8	15.7	7.0	0.9	0.7	0.5	0.0
	여성	40.4	17.5	16.6	13.7	8.4	2.3	0.4	0.7	0.1
가구주 연령	20대	42.3	11.2	19.0	7.0	15.5	4.6	0.4	0.0	0.0
	30대	44.6	15.5	14.7	9.2	11.9	2.3	1.3	0.4	0.2
	40대	45.6	13.9	16.8	11.7	9.4	1.0	0.9	0.6	0.0
	50대	40.2	19.4	15.8	16.8	5.6	0.9	0.3	1.1	0.0
	60대 이상	36.9	21.5	15.4	23.9	1.4	0.3	0.2	0.2	0.1
가구주 최종 학력	중졸 이하	33.2	22.6	13.0	29.6	1.4	0.1	0.1	0.0	0.0
	고졸	39.5	21.0	14.3	18.8	4.7	1.0	0.4	0.3	0.1
	전문대졸 이상	44.7	13.4	17.8	10.0	10.5	1.8	0.9	0.8	0.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	45.5	13.0	17.4	9.7	10.9	1.7	1.1	0.7	0.0
	서비스/판매직	41.8	19.5	15.1	16.4	4.7	1.5	0.3	0.5	0.1
	기계/농림어업/단순노무	36.6	20.4	16.1	20.6	5.3	0.5	0.1	0.1	0.1
	주부	37.2	28.5	7.5	18.2	5.2	0.0	1.3	2.0	0.0
	기타	36.7	11.9	15.6	25.1	6.7	3.0	0.2	0.9	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	34.4	18.7	13.9	25.0	5.5	2.2	0.2	0.1	0.0
	200~300만원 미만	40.1	17.9	16.1	15.0	8.7	1.4	0.4	0.4	0.0
	300~400만원 미만	41.8	19.9	14.7	14.6	6.9	1.2	0.3	0.4	0.2
	400~500만원 미만	43.6	13.8	17.2	14.5	9.0	1.1	0.5	0.3	0.0
	500~600만원 미만	44.9	16.4	15.6	12.1	7.1	1.3	1.8	0.5	0.1
	600만원 이상	46.2	15.3	20.1	8.4	7.0	0.4	0.3	2.2	0.0

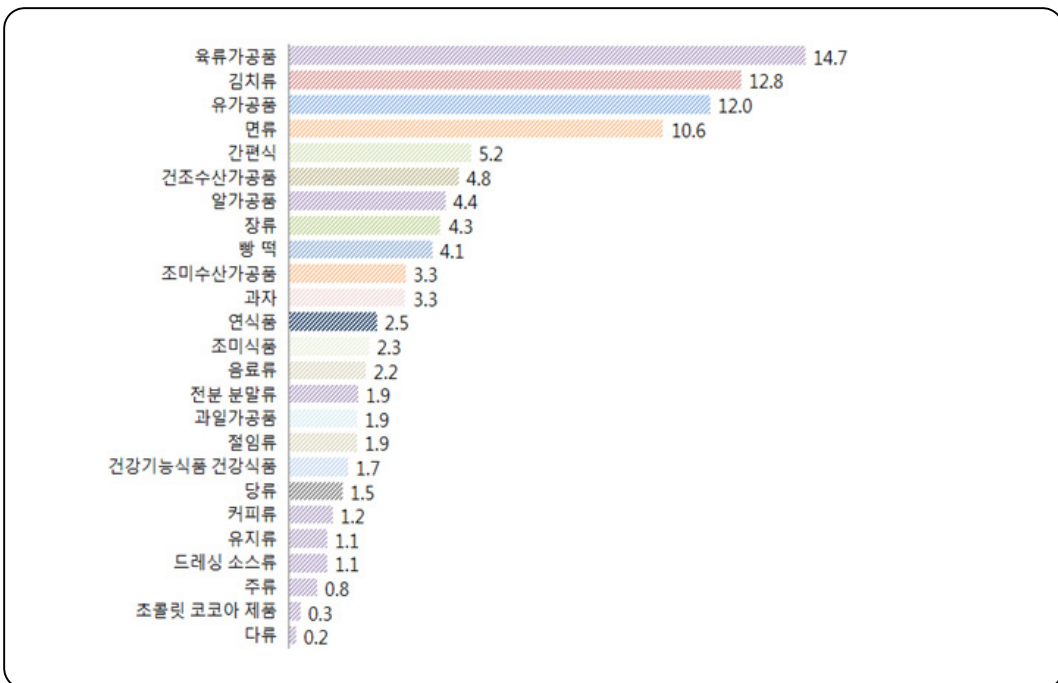
주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

5) 가격 변화가 가장 심한 품목

- 가공식품 중 지난 1년 동안 가격변화가 심하다고 생각하는 품목은 ‘육류가공품’이 14.7%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘김치류’ 12.8%, ‘유가공품’ 12.0%, ‘면류’ 10.6% 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권과 충청권은 ‘육류가공품’, 대경권과 동남권은 ‘김치류’, 호남권과 강원권은 ‘면류’ 품목을 가격 변화가 가장 심한 품목이라고 인식
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 ‘간편식’ 품목 비율이 높아지는 경향

그림 4-64. 가격 변화가 가장 심한 품목

단위: %



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-64. 가격 변화가 가장 심한 품목

단위: %

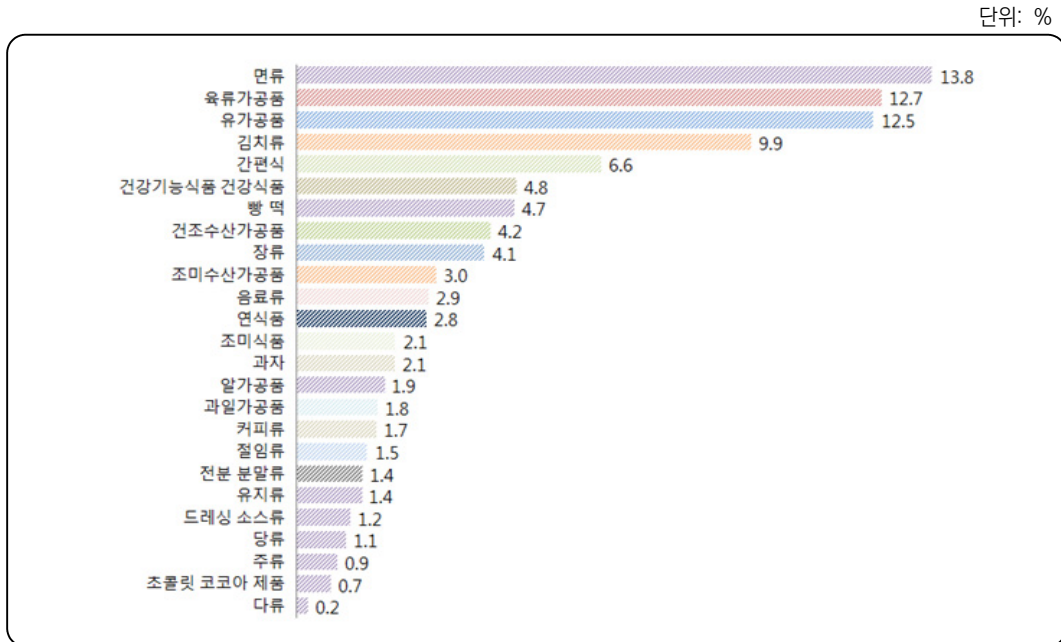
구분		육류 가공품	김치류	유가공품	면류	간편식	건조수산 가공품	알가공품
전체		14.7	12.8	12.0	10.6	5.2	4.8	4.4
거주 지역	수도권	16.3	11.7	11.4	10.7	5.0	4.0	5.3
	충청권	20.1	11.7	9.6	8.2	4.4	7.3	5.6
	호남권	9.7	10.4	12.4	14.4	5.1	6.7	4.3
	대경권	9.3	18.9	17.3	7.5	4.4	4.8	1.7
	동남권	13.5	15.4	11.7	10.5	6.6	4.4	2.4
	강원권	10.7	11.3	11.3	14.9	5.9	4.2	6.9
행정구역	동	14.7	13.0	12.2	11.2	5.5	4.7	4.5
	읍면	14.3	12.2	11.0	8.2	3.7	5.6	4.0
가구원 수	1인	16.8	14.1	11.3	8.8	6.7	5.8	3.4
	2인	11.7	13.0	12.5	11.2	4.7	5.2	3.8
	3인	16.6	11.9	12.2	12.0	4.2	4.2	6.0
	4인	13.8	12.4	11.7	10.7	5.0	3.8	4.7
	5인 이상	11.0	6.1	16.2	11.3	3.1	7.7	4.2
가구주 성별	남성	13.5	13.0	11.6	11.3	5.3	4.5	4.4
	여성	17.5	12.3	12.8	9.0	4.7	5.6	4.5
가구주 연령	20대	19.3	11.5	11.5	10.3	11.2	5.9	2.4
	30대	15.5	12.8	12.5	9.0	6.2	5.2	5.4
	40대	16.4	12.1	12.0	11.7	5.7	3.0	5.8
	50대	14.4	13.4	12.4	10.4	4.0	3.9	4.5
	60대 이상	11.0	13.3	11.2	11.0	3.1	7.0	2.9
가구주 최종 학력	중졸 이하	11.1	14.2	13.7	8.4	4.0	7.7	2.6
	고졸	13.4	13.3	11.8	10.9	4.2	4.7	4.1
	전문대졸 이상	16.2	12.3	11.8	10.8	6.1	4.5	5.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	15.5	12.0	12.0	11.5	6.4	4.3	4.9
	서비스/판매직	14.4	12.8	10.6	10.6	4.4	4.8	4.7
	기계/농림어업/단순노무	14.3	14.4	13.0	9.4	4.1	5.0	3.2
	주부	15.1	8.3	14.8	9.1	3.6	6.9	4.7
	기타	8.7	16.6	12.0	10.5	6.7	7.3	5.7
월평균 가구 소득	200만원 미만	12.3	13.0	13.3	10.0	4.9	6.2	2.6
	200~300만원 미만	16.9	13.7	10.4	8.8	6.1	5.8	4.5
	300~400만원 미만	14.4	14.5	10.2	10.8	4.2	5.3	4.1
	400~500만원 미만	14.8	12.6	15.5	12.1	5.5	4.0	3.0
	500~600만원 미만	14.1	12.7	10.3	11.0	4.9	3.9	7.7
	600만원 이상	14.7	8.2	13.3	11.6	5.2	2.9	4.4

- 주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.
2. 가격 변화가 가장 심한 품목 7개를 제시한 결과임.

6) 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목

- 가공식품 중 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목은 ‘면류’가 13.8%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘육류가공품’ 12.7%, ‘유가공품’ 12.5%, ‘김치류’ 9.9% 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권, 호남권, 동남권에서는 ‘면류’, 충청권, 강원권에서는 ‘육류가공품’, 대경권에서는 ‘유가공품’ 품목이 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목이라고 인식
 - 가구원수별로 살펴보면, 1인 가구에서 ‘간편식’ 품목이 다른 가구에 비해 상대적으로 높은 편
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 ‘간편식’ 품목 비율이 높아지는 경향

그림 4-65. 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-65. 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목

단위: %

구분		면류	육류 가공품	유가공품	김치류	간편식	건강기능 식품/ 건강식품	빵/떡
전체		13.8	12.7	12.5	9.9	6.6	4.8	4.7
거주 지역	수도권	14.5	13.9	11.8	8.0	6.5	5.2	4.5
	충청권	9.0	14.7	12.0	9.8	4.9	2.3	4.8
	호남권	16.2	6.7	12.5	9.9	6.9	2.0	6.6
	대경권	11.4	10.3	15.9	13.2	4.2	7.5	6.2
	동남권	14.6	12.6	13.3	14.1	9.1	4.8	2.5
	강원권	15.0	16.0	10.0	7.9	8.6	6.6	7.5
행정구역	동	13.8	12.9	12.4	10.1	6.8	4.8	4.5
	읍면	13.9	11.8	13.1	8.9	6.0	4.6	5.9
가구원 수	1인	13.6	12.2	10.9	8.3	10.6	3.7	5.4
	2인	14.0	11.4	12.7	9.7	5.6	6.1	5.1
	3인	12.4	13.3	13.8	12.1	5.1	3.5	4.6
	4인	14.7	14.0	12.5	9.7	4.8	5.9	3.8
	5인 이상	21.1	16.1	18.8	8.2	4.9	2.8	1.5
가구주 성별	남성	14.1	13.1	12.8	10.9	6.0	4.8	4.2
	여성	13.0	11.7	11.9	7.3	8.0	4.6	5.9
가구주 연령	20대	14.2	15.6	11.5	8.2	17.7	2.3	5.3
	30대	13.3	13.6	12.2	9.7	8.9	4.1	5.5
	40대	15.2	13.9	12.6	10.4	6.2	5.2	3.5
	50대	13.1	12.6	13.0	9.6	4.8	4.9	4.7
	60대 이상	13.2	9.9	12.4	10.3	3.8	5.5	5.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	13.1	7.8	14.7	9.4	4.0	5.3	5.1
	고졸	13.3	11.3	12.4	10.1	4.8	5.0	5.0
	전문대졸 이상	14.3	14.6	12.3	9.8	8.4	4.5	4.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	14.7	14.4	12.3	9.3	9.1	4.8	3.9
	서비스/판매직	13.2	11.3	11.8	9.5	5.4	5.1	6.1
	기계/농림어업/단순노무	13.7	12.4	13.5	11.6	4.4	4.4	4.5
	주부	9.7	11.6	13.6	6.5	3.5	6.1	3.4
	기타	12.5	8.2	13.5	11.0	7.2	3.1	5.9
월평균 가구 소득	200만원 미만	12.4	9.3	11.6	9.8	6.6	4.9	5.7
	200~300만원 미만	12.7	12.7	12.1	9.0	8.1	4.0	5.9
	300~400만원 미만	15.1	11.8	12.6	11.0	7.8	4.7	3.3
	400~500만원 미만	15.2	13.9	14.4	9.5	7.1	4.0	4.1
	500~600만원 미만	12.5	15.8	12.2	10.7	5.6	3.8	5.1
	600만원 이상	14.9	11.9	11.8	8.6	2.5	9.2	4.4

주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

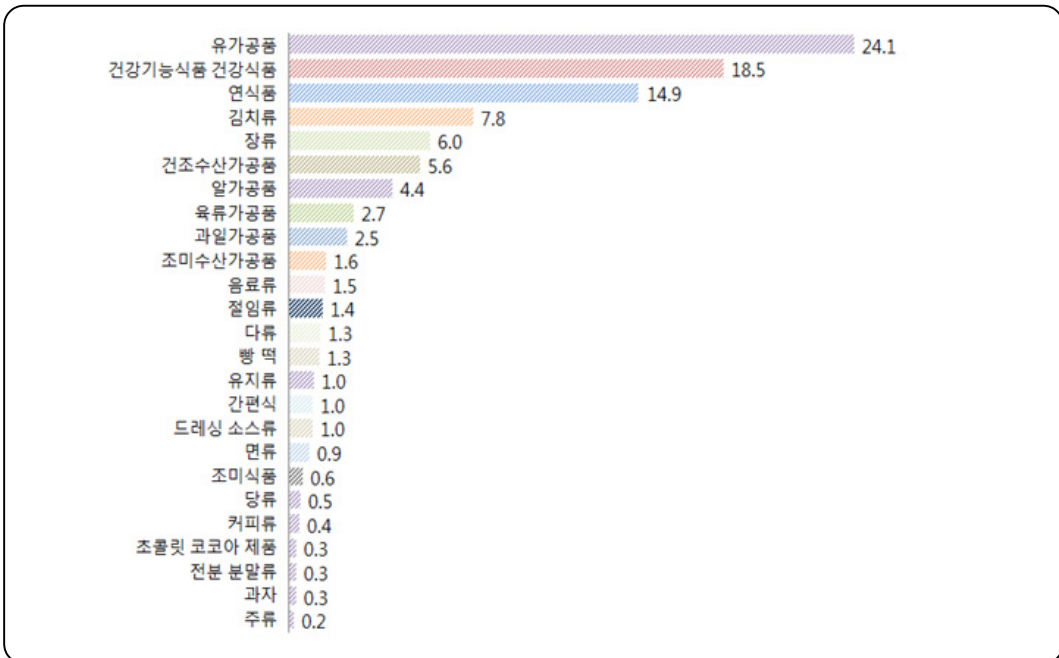
2. 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 7개를 제시한 결과임.

7) 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목

- 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목은 ‘유가공품’이 24.1%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘건강기능식품, 건강식품’ 18.5%, ‘연식품’ 14.9%, ‘김치류’ 7.8% 등의 순으로 나타남.
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권, 충청권, 대경권, 동남권에서는 ‘유가공품’ 품목, 호남권, 강원권에서는 ‘건강기능식품, 건강식품’ 품목이 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목이라고 인식
 - 가구원수별 살펴보면, 가구원수가 증가할수록 ‘연식품’ 품목 비율이 높아지는 경향
 - 가구주 연령별로 살펴보면, 60대 이상에서 ‘건강기능식품, 건강식품’ 품목이 다른 연령에 비해 상대적으로 높은 편

그림 4-66. 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목

단위: %



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-66. 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목

단위: %

구분		유가공품	건강기능 식품 건강식품	연식품	김치류	장류	건조수산 가공품	알가공품
전체		24.1	18.5	14.9	7.8	6.0	5.6	4.4
거주 지역	수도권	24.9	19.2	14.3	6.1	4.8	5.7	5.2
	충청권	16.7	12.2	15.2	9.4	7.7	11.0	1.7
	호남권	22.8	24.3	15.0	10.4	6.7	3.1	3.3
	대경권	27.2	12.3	19.4	8.9	3.4	5.3	3.1
	동남권	25.6	18.1	14.0	9.5	9.6	3.6	5.6
	강원권	23.0	30.9	11.6	7.9	6.7	5.4	3.4
행정구역	동	24.0	18.6	14.1	7.9	5.6	5.8	4.6
	읍면	24.3	17.9	18.2	7.6	7.7	4.8	3.7
가구원 수	1인	24.0	17.3	14.1	9.0	6.1	5.4	4.0
	2인	23.8	19.2	14.6	8.0	6.2	5.6	4.0
	3인	24.0	17.6	15.3	7.1	6.9	6.2	4.2
	4인	24.3	19.9	15.4	6.7	4.8	5.5	5.6
	5인 이상	29.1	17.8	19.3	12.8	6.7	0.9	3.4
가구주 성별	남성	24.0	18.6	15.2	7.9	6.1	5.5	4.4
	여성	24.3	18.1	14.1	7.6	5.8	5.7	4.4
가구주 연령	20대	26.5	16.7	15.4	7.0	8.2	5.1	4.9
	30대	24.8	17.0	13.1	9.1	4.7	6.4	4.1
	40대	23.4	19.1	14.9	8.1	5.6	6.2	4.6
	50대	24.7	17.7	15.9	6.9	6.4	4.7	5.3
	60대 이상	22.6	20.5	14.9	7.9	6.3	5.4	3.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	22.5	17.3	17.1	8.3	7.6	4.6	3.0
	고졸	24.0	20.1	14.3	7.3	6.5	4.8	4.7
	전문대졸 이상	24.4	17.4	15.0	8.2	5.4	6.3	4.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	25.0	17.9	15.4	7.9	5.5	6.1	4.4
	서비스/판매직	24.3	18.8	14.6	7.2	5.6	4.9	4.9
	기계/농림어업/단순노무	22.2	18.9	14.9	8.9	7.1	5.0	3.6
	주부	26.0	19.8	12.9	5.2	4.3	6.8	4.0
	기타	22.1	17.7	14.1	7.3	8.7	7.2	5.9
월평균 가구 소득	200만원 미만	23.1	19.4	16.8	7.7	7.2	4.7	3.0
	200~300만원 미만	23.2	16.8	13.7	8.4	7.3	6.5	3.9
	300~400만원 미만	25.4	19.6	12.1	9.7	4.8	5.2	4.3
	400~500만원 미만	24.8	17.5	14.9	7.9	7.0	5.7	4.7
	500~600만원 미만	24.3	19.5	16.2	6.0	4.8	5.6	6.7
	600만원 이상	22.8	18.2	17.7	6.2	4.7	5.7	3.1

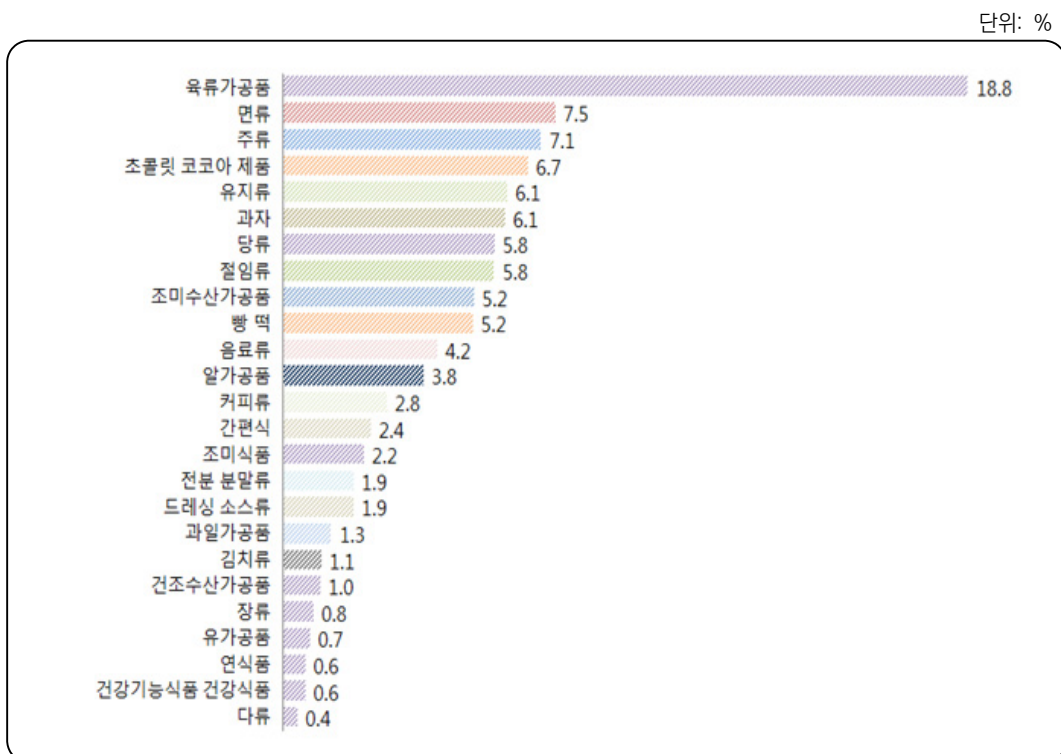
주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

2. 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목 7개를 제시한 결과임.

8) 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목

- 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목은 ‘육류가공품’이 18.8%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘면류’ 7.5%, ‘주류’ 7.1%, ‘초콜릿 코코아 제품’ 6.7% 등의 순으로 나타남.
- 거주지역별로 살펴보면, ‘육류가공품’은 모든 지역에서 전반적으로 높게 나타났으며, 동남권에서는 ‘면류’, 충청권과 강원권에서는 ‘주류’ 품목이 다른 지역에 비해 상대적으로 높은 편
- 가구주 연령별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 ‘면류’ 품목 비율이 높아지는 경향

그림 4-67. 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 4-67. 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목

단위: %

구분		육류가공품	면류	주류	초콜릿 코코아 제품	유지류	과자	당류
전체		18.8	7.5	7.1	6.7	6.1	6.1	5.8
거주 지역	수도권	20.7	5.9	4.9	5.5	8.4	6.4	4.8
	충청권	14.1	5.3	13.0	13.4	4.8	5.7	7.6
	호남권	22.9	3.7	8.9	4.0	4.9	4.3	4.3
	대경권	14.3	7.5	6.8	3.2	4.7	6.4	9.0
	동남권	17.2	16.3	7.2	9.0	2.2	5.6	6.1
	강원권	12.0	8.1	14.0	11.7	3.5	9.3	8.2
행정구역	동	18.6	7.2	6.7	6.8	5.9	6.0	6.0
	읍면	19.4	8.4	8.7	6.4	7.0	6.2	4.7
가구원 수	1인	18.8	7.5	7.3	7.2	5.8	4.7	5.4
	2인	18.8	7.0	7.3	6.8	5.4	6.0	4.7
	3인	18.7	8.2	7.4	5.5	6.1	6.1	6.9
	4인	18.3	6.9	6.6	7.4	7.1	7.7	6.1
	5인 이상	27.9	11.7	0.9	5.4	9.8	5.3	8.8
가구주 성별	남성	18.4	7.8	7.5	6.3	6.3	6.3	6.2
	여성	19.7	6.5	6.1	7.9	5.6	5.5	4.7
가구주 연령	20대	15.6	9.0	6.3	5.8	7.7	5.3	7.2
	30대	18.5	8.0	7.3	6.4	6.1	5.1	6.4
	40대	19.2	7.5	7.6	7.4	7.1	5.9	5.5
	50대	18.6	7.2	6.5	5.5	5.9	7.9	5.8
	60대 이상	19.7	6.8	7.2	7.9	4.9	5.1	5.1
가구주 최종 학력	중졸 이하	19.5	5.5	8.4	8.0	4.9	4.3	6.2
	고졸	19.2	7.5	7.6	7.1	5.5	5.6	4.9
	전문대졸 이상	18.3	7.7	6.5	6.2	6.8	6.7	6.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	19.4	8.1	6.9	6.2	7.6	7.0	5.7
	서비스/판매직	17.7	6.5	6.5	6.3	5.7	6.0	5.5
	기계/농림어업/단순노무	18.5	7.9	8.1	7.3	4.8	5.0	6.0
	주부	23.1	4.9	3.7	11.4	5.0	5.6	4.1
	기타	17.8	7.9	10.6	6.6	2.9	4.0	9.2
월평균 가구 소득	200만원 미만	16.5	5.9	8.4	7.5	5.3	5.5	5.1
	200~300만원 미만	18.2	7.4	7.5	8.4	4.4	5.2	6.0
	300~400만원 미만	19.2	6.7	7.2	5.5	6.4	5.6	5.2
	400~500만원 미만	17.5	9.0	7.3	7.2	6.0	6.2	7.5
	500~600만원 미만	21.5	7.8	5.9	5.2	9.1	6.7	4.8
	600만원 이상	19.7	8.0	5.6	6.5	5.2	8.3	6.2

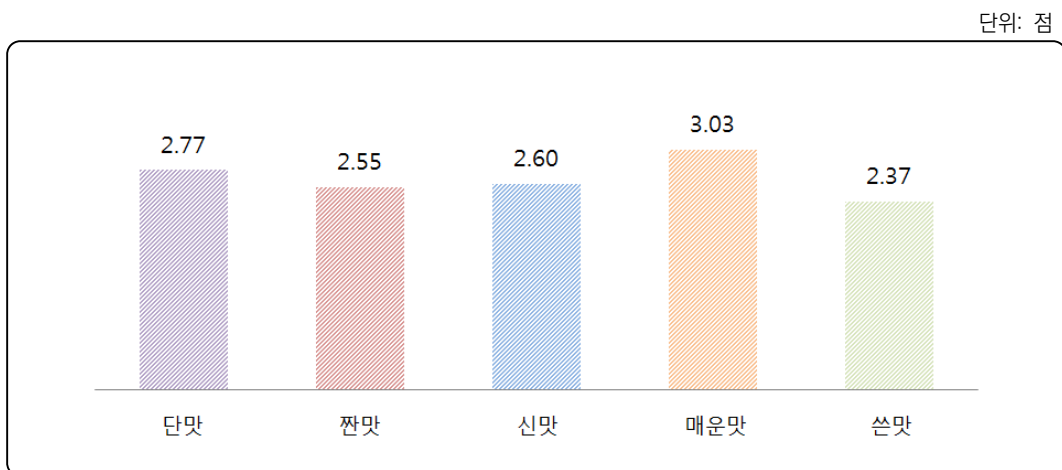
주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

2. 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목 7개를 제시한 결과임.

9) 가공식품 맛 선호도

- 단맛에 대한 선호하는 정도는 평균 2.77점으로 단맛이 강한 것 보다 약한 맛을 더 선호하는 것으로 나타남.
- 짠맛에 대한 선호하는 정도는 평균 2.55점으로 짠맛이 강한 것 보다 약한 맛을 더 선호하는 것으로 나타남.
- 신맛에 대한 선호하는 정도는 평균 2.60점으로 신맛이 강한 것 보다 약한 맛을 더 선호하는 것으로 나타남.
- 매운맛에 대한 선호하는 정도는 평균 3.03점으로 매운맛이 약한 것 보다 강한 맛을 더 선호하는 것으로 나타남.
- 쓴맛에 대한 선호하는 정도는 평균 2.37점으로 쓴맛이 강한 것 보다 약한 맛을 더 선호하는 것으로 나타남.

그림 4-68. 가공식품 맛 선호도



주: 단맛이 강한 것이 좋을수록 5점, 단맛이 약한 것이 좋을수록 1점에 가까운 것으로 해석

표 4-68. 가공식품 맛 선호도

단위: 점

구분		단맛	짠맛	신맛	매운맛	쓴맛
전체		2.77	2.55	2.60	3.03	2.37
거주 지역	수도권	2.73	2.45	2.63	3.04	2.24
	충청권	2.79	2.80	2.55	3.04	2.77
	호남권	2.69	2.45	2.65	3.11	2.53
	대경권	2.85	2.68	2.56	3.03	2.50
	동남권	2.84	2.62	2.49	2.92	2.28
	강원권	2.95	2.75	2.77	3.00	2.57
행정구역	동	2.77	2.53	2.62	3.04	2.36
	읍면	2.76	2.62	2.50	2.98	2.43
가구원 수	1인	2.82	2.64	2.64	3.06	2.38
	2인	2.74	2.55	2.54	2.98	2.38
	3인	2.77	2.48	2.59	3.03	2.34
	4인	2.73	2.50	2.61	3.04	2.37
	5인 이상	2.84	2.59	2.63	3.03	2.40
가구주 성별	남성	2.76	2.53	2.55	3.03	2.38
	여성	2.77	2.59	2.72	3.02	2.35
가구주 연령	20대	2.93	2.55	2.78	3.28	2.25
	30대	2.89	2.58	2.78	3.14	2.31
	40대	2.80	2.50	2.61	3.14	2.37
	50대	2.66	2.52	2.58	2.96	2.40
	60대 이상	2.71	2.61	2.40	2.82	2.42
가구주 최종 학력	중졸 이하	2.73	2.72	2.40	2.86	2.47
	고졸	2.69	2.54	2.51	2.92	2.42
	전문대졸 이상	2.83	2.53	2.70	3.13	2.32
가구주 직업	관리/전문/사무직	2.82	2.49	2.69	3.14	2.32
	서비스/판매직	2.71	2.55	2.59	2.97	2.41
	기계/농림어업/단순노무	2.74	2.60	2.45	2.96	2.43
	주부	2.68	2.58	2.69	2.80	2.27
	기타	2.87	2.71	2.49	2.91	2.39
월평균 가구 소득	200만원 미만	2.75	2.66	2.44	2.89	2.46
	200~300만원 미만	2.81	2.63	2.61	3.05	2.39
	300~400만원 미만	2.78	2.59	2.60	3.07	2.40
	400~500만원 미만	2.75	2.46	2.68	3.12	2.36
	500~600만원 미만	2.76	2.44	2.60	3.09	2.25
	600만원 이상	2.73	2.47	2.64	2.82	2.37

주: 단맛이 강한 것이 좋을수록 5점, 단맛이 약한 것이 좋을수록 1점에 가까운 것으로 해석

10) 가공식품 품목별 선호도

- ‘가격이 비싸도 프리미엄(고급) 제품을 구입하겠다’의 품목별 선호도를 살펴보면, 유가공품이 61.6%로 가장 선호도가 높았으며, 다음으로 육류가공품(58.5%), 건강기능식품, 건강식품(58.3%), 연식품(56.3%), 장류(53.6%) 등의 순으로 나타남.
- ‘가격이 비싸도 다양하고 새로운 맛을 첨가한 제품 구입하겠다’의 품목별 선호도를 살펴보면, 드레싱/소스류가 54.6%로 가장 선호도가 높았으며, 다음으로 간편식(52.9%), 유가공품(52.2%), 면류(51.0%), 빵/떡(49.3%) 등의 순으로 나타남.
- ‘가격이 비싸도 건강에 좋은 원료, 안전성이 확보된 제품 구입하겠다’의 품목별 선호도를 살펴보면, 육류가공품이 74.6%로 가장 선호도가 높았으며, 유가공품(72.9%), 장류(71.3%), 김치류(70.1%), 건강기능식품, 건강식품(69.9%) 등의 순으로 나타남.
- ‘가격이 비싸도 소포장, 사용 및 취식·조리 간편화된 제품 구입하겠다’의 품목별 선호도를 살펴보면, 육류가공품이 65.7%로 가장 선호도가 높았으며, 다음으로 유가공품(63.2%), 간편식(62.7%), 드레싱/소스류(62.5%), 연식품(62.3%) 등의 순으로 나타남.
- ‘제품의 업그레이드·신제품 개발과 관계없이 가격만 저렴하면 구입하겠다’의 품목별 선호도를 살펴보면, 절임류, 전분/분말류가 각 44.3%로 가장 선호도가 높았으며, 다음으로 건조수산가공품(43.4%), 드레싱/소스류(43.2%) 등의 순으로 나타남.

표 4-69. 가공식품 품목별 선호도

단위: %

품목별 선호	가격이 비싸도				제품의 업그레이드· 신제품 개발과 관계 없이 가격만 저렴하면 구입 하겠다
	프리 미엄 (고급) 제품 구입 하겠다	다양 하고 새로운 맛을 첨가한 제품 구입 하겠다	건강에 좋은 원료, 안전성 확보된 제품 구입 하겠다	소포장, 사용 및 취식·조리 간편화된 제품 구입 하겠다	
1.육류가공품(소시지, 햄, 베이컨)	58.5	47.5	74.6	65.7	37.2
2.알가공품(삶은 메추리알, 삶은 계란)	44.7	37.6	69.8	61.2	36.8
3.조미수산가공품(어묵, 젓갈, 콩치·고등어 통조림)	44.0	42.9	68.4	58.6	39.6
4.건조수산가공품(조미김, 미역가공품, 조미건어포류)	49.6	39.2	67.3	59.3	43.4
5.과일가공품(잼류, 마말레이드, 건조과일, 건조채소)	43.6	47.2	65.9	57.8	38.5
6.김치류(배추김치, 무김치, 깻잎·추 김치, 절임배추)	47.5	40.8	70.1	59.2	37.2
7.절임류(장아찌, 단무지, 오이피클)	37.9	36.1	65.1	60.8	44.3
8.드레싱/소스류(마요네즈, 한식소스류, 토마토케첩)	48.7	54.6	64.8	62.5	43.2
9.장류(간장, 된장, 고추장, 쌀장, 청국장)	53.6	42.5	71.3	56.9	40.1
10.유지류(동물성유지, 식물성유지)	43.0	35.5	60.3	52.3	42.2
11.유가공품(우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유)	61.6	52.2	72.9	63.2	38.0
12.빵/떡	48.5	49.3	62.8	61.1	37.8
13.과자(과자, 한과, 캔디, 추잉껌)	36.9	48.5	57.4	54.2	40.9
14.초콜릿/코코아 제품	40.0	45.3	60.0	54.1	41.0
15.간편식(즉석조리, 즉석섭취, 신선편의식품)	50.6	52.9	66.0	62.7	37.7
16.면류(라면, 국수, 냉면, 당면, 파스타)	46.4	51.0	66.2	60.7	41.2
17.연식품(두부, 묵류 등)	56.3	48.2	68.0	62.3	35.7
18.전분/분말류(밀가루, 감자전분, 옥수수전분)	36.4	34.5	58.0	50.3	44.3
19.당류(설탕, 올리고당, 시럽, 엿류)	35.4	34.8	59.2	49.1	42.8
20.조미식품(식염, 식초, 고춧가루, 향신료, 조미료)	39.7	37.6	58.2	50.8	39.8
21.커피류	45.8	47.3	62.0	54.6	38.4
22.다류	38.5	44.6	59.9	53.8	38.3
23.음료류(탄산, 과일채소음료, 기능성음료, 생수, 두유)	41.0	48.5	59.3	57.4	42.8
24.주류	32.7	37.2	55.9	50.3	42.6
25.건강기능식품, 건강식품	58.3	44.6	69.9	59.0	35.4

주: 각 품목별 선호사항에 대하여 '제품을 구입하겠다'의 비율을 제시한 결과임.

제 5 장

일반 소비자 대상 조사 결과

1. 가공식품 구매 및 소비 행태

1) 평소 가공식품 구입 주기

- 평소 가공식품 구입 주기로는 ‘주 2~3회’라는 응답이 39.1%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘주 1회(29.4%)’, ‘2주 1회(10.3%)’, ‘매일(10.1%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남성, 여성 모두 평소 가공식품 구입 주기는 ‘주 2~3회’가 가장 높은 것으로 조사
 - 연령대별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 가공식품 구입 주기가 ‘주 2~3회’가 높아지는 경향
 - 거주지역별로 살펴보면, 강원권을 제외한 모든 지역에서 가공식품 구입 주기가 ‘주 2~3회’ 비율이 가장 높은 것으로 나타났으며, 강원권은 ‘주 1회’가 가장 높은 편

그림 5-1. 평소 가공식품 구입 주기

단위: %

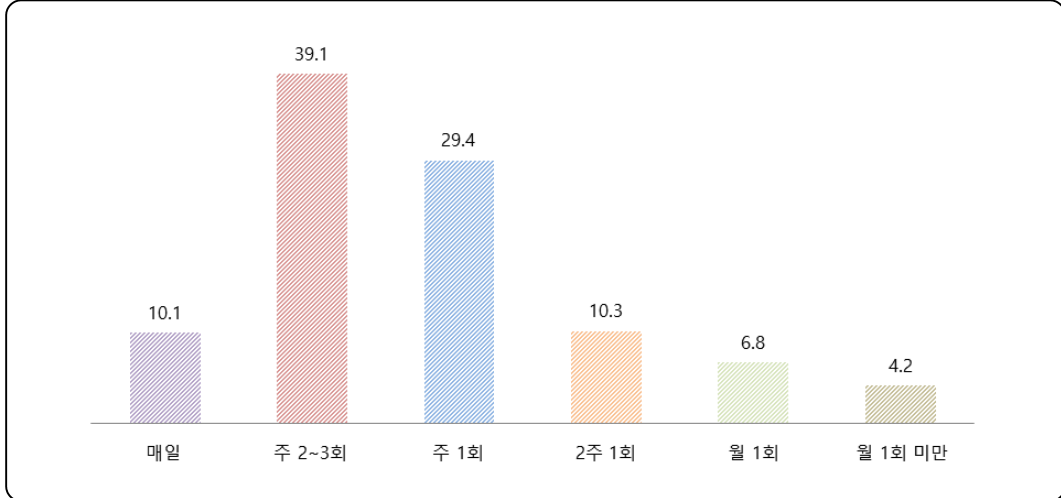


표 5-1. 평소 가공식품 구입 주기

단위: 명, %

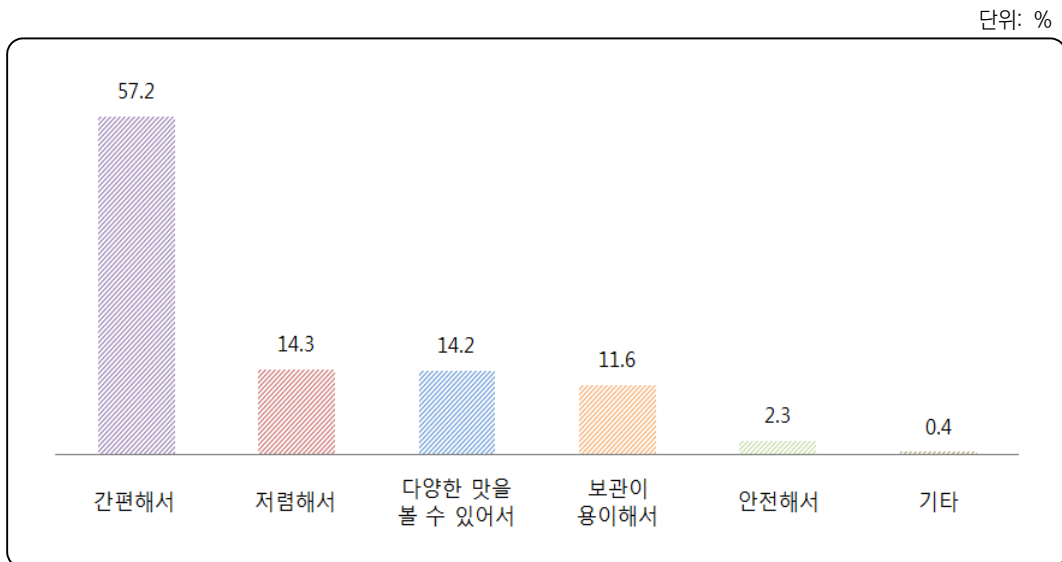
구분		사례수	매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만
전체		2,174	10.1	39.1	29.4	10.3	6.8	4.2
성별	남성	1,102	11.1	39.7	29.9	8.9	5.6	4.8
	여성	1,072	9.1	38.5	28.9	11.8	7.9	3.6
연령	10대	166	11.4	56.0	19.3	6.6	5.4	1.2
	20대	344	16.9	44.2	22.4	8.4	4.1	4.1
	30대	384	15.4	46.6	24.5	6.5	4.7	2.3
	40대	454	11.0	41.2	29.5	8.1	6.4	3.7
	50대	435	4.8	30.6	38.2	14.0	8.0	4.4
	60대	301	3.3	27.6	34.6	16.9	10.6	7.0
	70대 이상	90	3.3	26.7	35.6	12.2	11.1	11.1
거주 지역	수도권	1,098	11.8	41.5	28.1	9.7	5.9	2.9
	충청권	218	10.6	33.9	29.4	13.3	9.2	3.7
	호남권	242	8.3	36.4	27.7	12.0	7.9	7.9
	대경권	210	6.2	42.4	29.0	11.4	6.2	4.8
	동남권	340	9.7	35.0	32.4	9.4	7.6	5.9
	강원권	66	1.5	37.9	42.4	7.6	6.1	4.5

구분		사례수	매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만
개인소득	없음	213	6.6	33.8	29.6	12.7	8.0	9.4
	200만원 미만	464	6.7	34.7	30.2	12.5	8.4	7.5
	200~300만원 미만	422	10.0	39.3	30.8	11.4	5.7	2.8
	300~400만원 미만	324	12.7	38.3	29.6	9.6	8.0	1.9
	400~500만원 미만	194	10.3	37.1	29.9	11.9	8.2	2.6
	500만원 이상	391	13.6	41.7	30.7	6.9	4.1	3.1
최종 학력	중졸 이하	53	5.7	20.8	37.7	15.1	17.0	3.8
	고졸	399	7.0	39.8	27.8	8.5	8.3	8.5
	대학교 졸업	1,378	11.4	38.8	29.5	11.0	6.0	3.3
	대학교 졸업 이상	178	7.3	29.8	38.8	11.8	7.3	5.1
직업	관리/전문/사무직	1,084	12.7	41.1	30.1	8.6	5.4	2.1
	서비스/판매직	200	9.0	37.5	26.5	14.5	5.5	7.0
	기계/농림어업/단순노무	178	6.7	33.1	30.9	11.2	10.7	7.3
	주부	332	3.9	33.4	34.0	13.3	9.6	5.7
	기타	380	10.3	42.4	24.2	10.3	6.8	6.1

2) 가공식품 구매 이유

- 가공식품을 구매하는 이유로는 ‘간편해서’라는 응답이 57.2%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘저렴해서(14.3%)’, ‘다양한 맛을 볼 수 있어서(14.2%)’, ‘보관이 용이해서(11.6%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남성, 여성 모두 ‘간편해서’라는 응답이 가장 많은 수준
 - 연령대 및 거주지역별 조사 결과 역시 모든 집단에서 ‘간편해서’라는 응답이 과반 이상으로 가장 높은 수준

그림 5-2. 가공식품 구매 이유



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 5-2. 가공식품 구매 이유

단위: 명, %

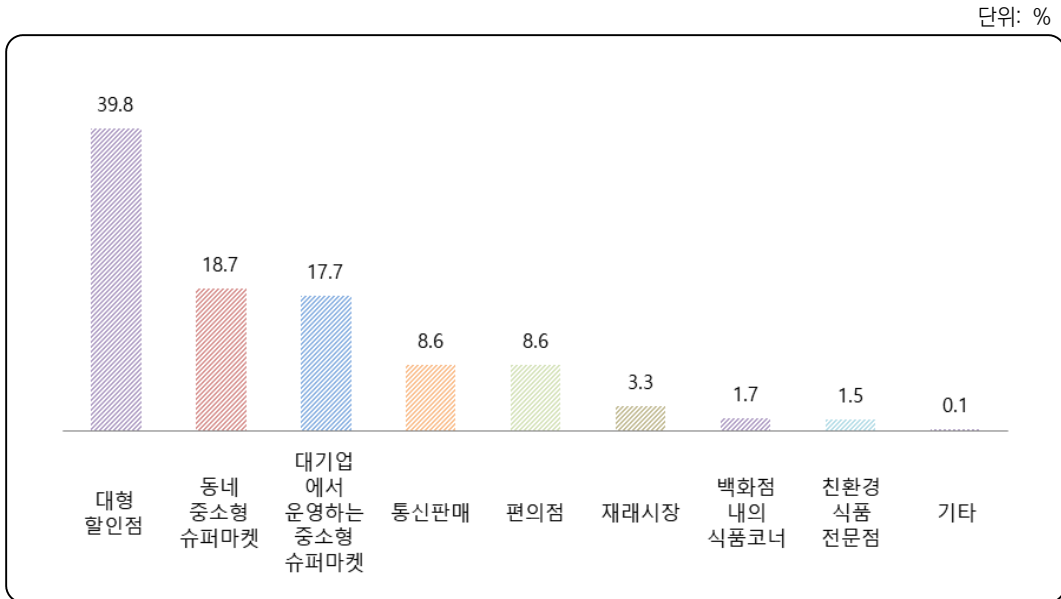
구분		사례수	간편해서	저렴해서	다양한 맛을 볼 수 있어서	보관이 용이해서	안전해서	기타
전체		2,174	57.2	14.3	14.2	11.6	2.3	0.4
성별	남성	1,102	57.0	15.6	12.9	11.8	2.4	0.3
	여성	1,072	57.5	12.9	15.6	11.3	2.2	0.4
연령	10대	166	54.8	24.3	14.1	3.2	3.0	0.6
	20대	344	56.5	21.7	11.4	6.4	3.7	0.3
	30대	384	59.1	16.1	12.7	9.9	2.1	0.1
	40대	454	59.0	11.9	14.2	12.6	2.0	0.3
	50대	435	56.6	9.4	16.4	15.1	2.1	0.4
	60대	301	56.6	9.1	16.3	16.4	1.2	0.4
	70대 이상	90	52.2	13.0	14.8	15.6	3.0	1.5
거주 지역	수도권	1,098	57.4	14.0	14.7	11.6	2.1	0.2
	충청권	218	58.7	12.8	13.3	12.4	2.1	0.6
	호남권	242	53.3	17.1	14.7	10.7	3.4	0.7
	대경권	210	59.4	12.5	13.5	12.4	1.9	0.3
	동남권	340	56.8	15.8	13.9	10.8	2.5	0.2
	강원권	66	58.1	12.6	12.6	13.1	2.0	1.5
	없음	213	56.7	13.8	15.2	12.4	2.0	0.0
개인소득	200만원 미만	464	57.1	13.9	13.8	12.5	2.2	0.5
	200~300만원 미만	422	58.1	14.0	14.2	11.3	2.0	0.5
	300~400만원 미만	324	58.8	14.4	12.7	11.6	2.0	0.5
	400~500만원 미만	194	57.7	11.4	16.1	13.6	1.0	0.2
	500만원 이상	391	56.1	12.5	14.8	12.9	3.6	0.2
최종 학력	중졸 이하	53	49.1	17.0	16.4	11.3	6.3	0.0
	고졸	399	56.6	14.3	15.3	11.4	1.8	0.6
	대학교 졸업	1,378	57.8	13.6	14.0	12.0	2.3	0.2
	대학교 졸업 이상	178	58.6	9.4	13.5	16.3	1.5	0.7
직업	관리/전문/사무직	1,084	58.1	13.6	14.0	11.6	2.5	0.2
	서비스/판매직	200	59.7	13.0	12.8	12.7	1.3	0.5
	기계/농림어업/단순노무	178	52.6	17.8	13.3	11.8	4.5	0.0
	주부	332	56.4	8.9	17.4	14.9	1.5	0.9
	기타	380	56.1	20.0	13.5	8.0	2.0	0.4

주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

3) 가공식품 주 구입처

- 가공식품을 구입하는 주 구입처는 ‘대형 할인점’이라는 응답이 39.8%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘동네 중소형 슈퍼마켓’이 18.7%, ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’ 17.7%, ‘통신판매’, ‘편의점’ 각 8.6% 등의 순으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남성과 여성 모두 ‘대형 할인점’ 비중이 가장 높은 상황
 - 연령별로 살펴보면, 40대와 50대에서 ‘대형 할인점’이라는 응답이 가장 많고, 연령대가 낮아질수록 편의점 사용 비율이 높아지는 경향
 - 거주지역별로 살펴보면, 모든 거주지역에서 ‘대형 할인점’에서 가공식품을 주로 구입한다는 응답이 가장 높은 비중을 차지

그림 5-3. 가공식품 주 구입처



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 5-3. 가공식품 주 구입처

단위: 명, %

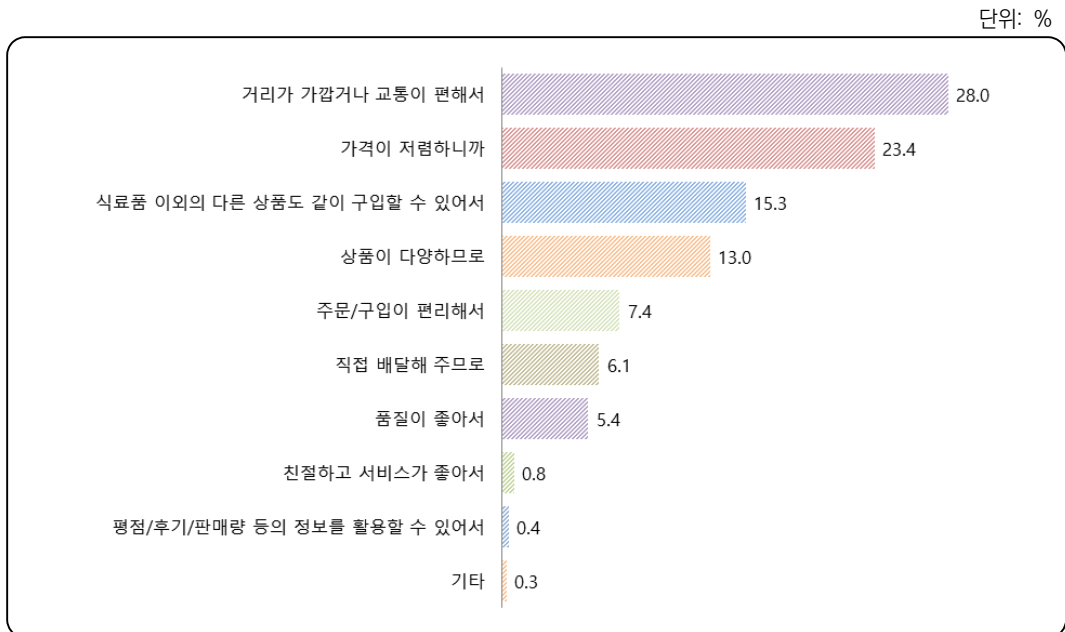
구분	사례수	대형 할인점	동네 중소형 슈퍼 마켓	대기업에 서 운영 하는 중소형 슈퍼 마켓	통신 판매	편의점	재래 시장	백화점 내의 식품 코너	친환경 식품 전문점	기타	
전체	2,174	39.8	18.7	17.7	8.6	8.6	3.3	1.7	1.5	0.1	
성별	남성	1,102	38.8	19.5	17.5	7.5	9.5	3.8	1.7	1.6	0.1
	여성	1,072	40.9	17.8	18.0	9.8	7.8	2.7	1.6	1.4	0.1
	연령	10대	166	30.7	23.3	18.1	1.6	22.5	1.6	2.0	0.2
연령	20대	344	35.5	15.9	19.3	5.9	17.4	3.7	2.0	0.3	0.0
	30대	384	39.3	14.8	19.0	9.8	11.8	2.6	1.6	1.0	0.1
	40대	454	42.7	18.6	18.3	10.2	5.1	2.4	1.5	1.3	0.0
	50대	435	44.4	19.1	16.1	10.2	3.1	2.7	1.6	2.3	0.5
	60대	301	40.8	20.3	16.7	11.3	2.1	4.1	1.3	3.3	0.1
	70대 이상	90	35.9	30.7	13.7	1.9	2.2	11.5	2.2	1.9	0.0
거주 지역	수도권	1,098	39.4	16.8	18.8	8.7	9.6	2.9	1.9	1.8	0.1
	충청권	218	37.5	21.7	19.6	8.0	8.0	3.2	0.8	1.4	0.0
	호남권	242	39.4	23.1	13.4	7.2	9.6	4.1	1.5	1.4	0.3
	대경권	210	41.3	21.4	13.3	11.1	7.0	3.8	1.3	0.6	0.2
	동남권	340	40.9	18.2	19.4	8.6	5.9	3.4	2.1	1.5	0.0
	강원권	66	47.0	16.7	14.1	5.6	11.1	2.5	1.0	1.5	0.5
	없음	213	41.8	21.4	16.1	9.9	6.6	2.3	1.1	0.8	0.0
개인소득	200만원 미만	464	36.5	24.4	15.2	9.0	8.5	4.0	1.1	1.2	0.0
	200~300만원 미만	422	39.7	15.0	17.9	10.1	10.5	4.2	1.5	0.8	0.2
	300~400만원 미만	324	41.2	18.3	17.1	9.1	7.7	2.5	2.0	1.9	0.3
	400~500만원 미만	194	44.6	15.5	19.9	9.0	4.5	2.6	1.7	2.2	0.0
	500만원 이상	391	43.3	14.3	20.5	8.2	4.7	3.5	2.3	3.0	0.2
최종 학력	중졸 이하	53	36.5	32.7	13.2	6.3	0.6	9.4	0.0	1.3	0.0
	고졸	399	37.4	22.5	16.0	7.9	9.2	3.8	1.5	1.3	0.4
	대학교 졸업	1,378	41.4	17.0	18.3	9.6	7.3	3.1	1.6	1.6	0.1
	대학교 졸업 이상	178	42.7	14.6	18.2	9.6	6.9	2.6	2.6	2.8	0.0
직업	관리/전문/사무직	1,084	41.5	15.3	19.1	9.0	8.5	3.0	1.8	1.7	0.1
	서비스/판매직	200	40.2	20.8	17.5	9.7	5.2	3.7	1.2	1.8	0.0
	기계/농림어업/단순노무	178	35.8	24.0	15.2	9.4	7.5	5.2	1.7	1.1	0.2
	주부	332	43.4	20.4	16.7	11.3	2.0	3.0	1.2	1.8	0.2
	기타	380	33.8	23.2	16.1	4.0	17.0	3.1	1.8	0.9	0.2

주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

3-1) 가공식품 주 구입처 이용 이유

- 가공식품 주 구입처를 이용하는 이유로는, ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’라는 응답이 28.0%로 가장 많았고, 다음으로 ‘가격이 저렴하니까(23.4%)’, ‘식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서(15.3%)’ 등의 순으로 나타남.
- 성별로 살펴보면, 남성의 경우 ‘가격이 저렴하니까’라는 응답이, 여성의 경우 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’라는 응답이 가장 많은 비중을 차지
- 연령대별로는 모든 연령대에서 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’라는 응답이 가장 높은 비중
- 거주지역별로 살펴보면, 강원권에서는 ‘가격이 저렴하니까’라는 응답이, 그 외 모든 지역에서는 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’라는 응답이 가장 높은 수준

그림 5-4. 가공식품 주 구입처 이용 이유



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 5-4. 가공식품 주 구입처 이용 이유

단위: 명, %

구분	사례수	거리가 가깝다 고통이 편해서	가격이 저렴 하니까	식료품의 이외의 다른 상품도 다들 구입 할 수 있어서	상품이 다양 하므로	주문/ 구매 편리 해서	직접 배달 해주 므로	품질이 좋아서	친절 하고 서비스 가 좋아서	평점/ 판매 등의 정보를 활용 수 있어서	기타	
전체	2,174	28.0	23.4	15.3	13.0	7.4	6.1	5.4	0.8	0.4	0.3	
성별	남성	1,102	26.9	27.4	13.4	12.7	7.1	5.0	6.3	0.8	0.3	0.3
	여성	1,072	29.1	19.3	17.3	13.4	7.7	7.2	4.5	0.7	0.5	0.3
연령	10대	166	31.1	31.1	6.6	14.1	7.4	1.4	6.4	0.8	0.6	0.4
	20대	344	29.8	25.0	10.2	11.9	7.8	6.5	7.4	1.0	0.3	0.2
	30대	384	27.6	26.8	12.2	13.1	7.6	6.9	4.5	0.5	0.3	0.4
	40대	454	25.8	21.2	18.2	13.0	6.8	7.9	5.5	0.9	0.7	0.0
	50대	435	27.4	20.2	18.9	13.5	8.0	6.5	4.2	0.5	0.4	0.4
	60대	301	27.5	22.1	19.4	14.2	6.9	4.4	4.3	0.7	0.3	0.2
	70대 이상	90	31.9	18.9	17.8	9.6	6.7	3.7	8.9	1.5	0.4	0.7
거주 지역	수도권	1,098	28.0	23.1	15.4	12.8	7.9	6.5	5.1	0.7	0.4	0.3
	충청권	218	29.1	20.8	14.8	16.7	5.0	5.5	5.7	1.7	0.6	0.2
	호남권	242	29.2	21.3	17.1	12.5	7.3	6.2	5.5	0.6	0.1	0.1
	대경권	210	29.2	25.9	14.4	10.6	8.4	5.1	4.9	1.0	0.5	0.0
	동남권	340	26.2	25.3	14.5	12.9	7.1	6.3	6.4	0.4	0.6	0.4
	강원권	66	25.3	25.8	15.7	16.2	5.6	2.5	6.6	1.0	0.5	1.0
	없음	213	28.8	20.5	18.5	11.4	7.2	7.2	4.9	0.5	0.5	0.6
개인소득	200만원 미만	464	30.9	20.5	15.2	11.9	8.5	5.9	5.2	1.2	0.3	0.4
	200~300만원 미만	422	27.4	23.6	15.2	13.8	7.7	6.4	4.9	0.4	0.6	0.1
	300~400만원 미만	324	26.4	25.4	16.3	14.8	6.9	4.2	4.6	0.8	0.2	0.3
	400~500만원 미만	194	24.0	25.9	16.9	12.3	6.6	7.3	6.6	0.5	0.0	0.0
	500만원 이상	391	26.6	21.9	15.9	13.0	6.5	8.2	6.2	0.8	0.7	0.3
최종 학력	중졸 이하	53	28.3	22.6	15.7	10.7	3.8	5.0	11.3	1.9	0.6	0.0
	고졸	399	31.2	21.2	14.1	12.4	7.5	5.8	5.8	1.0	0.3	0.7
	대학교 졸업	1,378	27.1	23.4	16.2	13.1	7.4	6.6	5.0	0.6	0.4	0.2
	대학교 졸업 이상	178	24.7	21.2	18.7	13.5	7.9	7.7	4.9	0.7	0.7	0.0
직업	관리/전문/사무직	1,084	26.4	24.8	15.1	13.0	7.3	7.2	5.3	0.4	0.4	0.2
	서비스/판매직	200	26.3	22.8	13.8	15.2	6.7	5.5	7.5	1.5	0.3	0.3
	기계/농림어업/단순노무	178	28.8	24.5	14.0	11.4	9.4	5.1	5.4	0.9	0.4	0.0
	주부	332	29.9	16.0	23.0	12.0	6.6	6.5	4.0	0.9	0.4	0.6
	기타	380	31.4	25.6	10.4	13.6	7.6	3.3	5.9	1.2	0.5	0.4

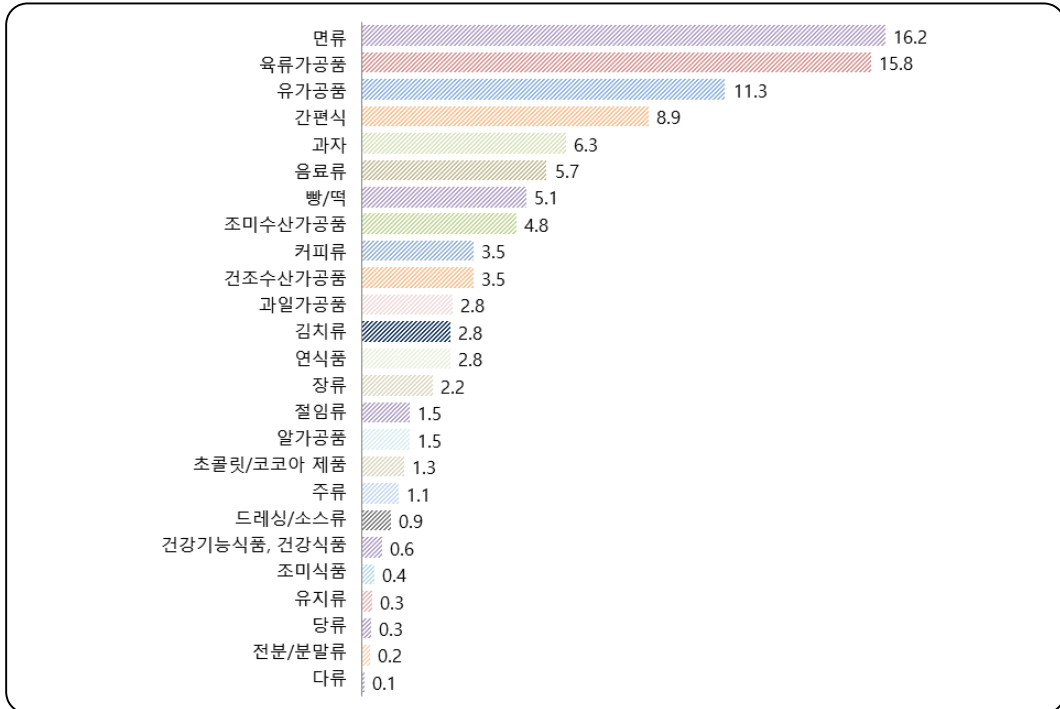
주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

4) 주로 구입하는 가공식품 품목군

- 주로 구입하는 가공식품 품목군을 살펴보면, ‘면류’가 16.2%로 가장 많았고 다음으로 ‘육류가공품(15.8%)’, ‘유가공품(11.3%)’, ‘간편식(8.9%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남성의 경우 ‘육류가공품’ 구입 비율이, 여성의 경우 ‘면류’ 구입 비율이 가장 많은 비중을 차지
 - 연령별로 살펴보면, 20대와 30대에서는 ‘육류가공품’, 그 외 모든 연령대에서는 ‘면류’라는 응답이 가장 많은 비중을 차지
 - 개인소득별로 살펴보면, 소득이 높아질수록 육류가공품 구입 비율이 높아지는 경향

그림 5-5. 주로 구입하는 가공식품 품목군

단위: %



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 5-5. 주로 구입하는 가공식품 품목군

단위: 명, %

구분		사례수	면류	육류 가공품	유가공품	간편식	과자	음료류	빵/떡
전체		2,174	16.2	15.8	11.3	8.9	6.3	5.7	5.1
성별	남성	1,102	16.7	17.6	9.5	9.0	5.6	6.2	4.7
	여성	1,072	15.8	14.0	13.1	8.8	7.1	5.2	5.5
연령	10대	166	21.7	15.5	5.7	7.3	14.0	11.6	8.5
	20대	344	13.4	17.0	9.6	11.3	8.0	7.7	5.9
	30대	384	14.8	19.2	11.3	10.1	7.7	6.5	3.3
	40대	454	17.1	17.0	10.8	9.1	5.8	4.9	4.3
	50대	435	15.9	15.0	12.0	8.3	4.6	4.9	5.0
	60대	301	17.9	11.1	15.6	6.7	2.9	3.2	5.3
	70대 이상	90	15.0	10.7	12.4	6.5	2.8	1.3	7.4
거주 지역	수도권	1,098	16.1	16.3	11.3	9.8	6.5	5.5	4.9
	충청권	218	15.9	15.1	10.2	9.0	5.4	6.3	5.9
	호남권	242	17.0	14.3	10.7	7.5	6.5	6.7	5.5
	대경권	210	16.9	16.7	13.8	8.3	5.3	5.7	3.4
	동남권	340	16.5	15.5	9.5	8.0	7.3	4.9	5.6
	강원권	66	13.4	13.6	17.7	5.3	5.1	8.3	6.8
	없음	213	16.0	11.9	13.3	7.9	7.1	6.1	6.8
개인소득	200만원 미만	464	17.5	12.4	11.5	9.0	5.5	6.2	6.6
	200~300만원 미만	422	17.3	16.0	12.1	10.0	6.3	6.0	4.4
	300~400만원 미만	324	15.9	17.9	12.2	10.3	6.0	4.7	3.4
	400~500만원 미만	194	13.2	17.4	11.2	8.4	4.7	4.6	4.0
	500만원 이상	391	13.3	19.4	10.6	7.9	4.8	3.7	3.6
최종 학력	중졸 이하	53	15.1	6.6	15.4	4.7	3.5	2.8	6.0
	고졸	399	16.5	14.2	11.0	9.8	5.6	6.1	5.4
	대학교 졸업	1,378	15.7	16.5	11.6	9.2	5.9	5.2	4.6
	대학교 졸업 이상	178	15.4	16.7	13.7	7.4	5.1	4.9	5.0
직업	관리/전문/사무직	1,084	15.4	18.1	12.1	9.7	5.9	4.8	3.8
	서비스/판매직	200	14.3	16.5	10.3	11.0	4.4	6.6	4.4
	기계/농림어업/단순노무	178	17.6	12.0	8.7	7.7	6.3	4.9	5.1
	주부	332	15.0	12.2	13.8	6.4	5.3	3.7	6.8
	기타	380	20.1	13.7	8.4	8.2	9.7	10.2	7.5

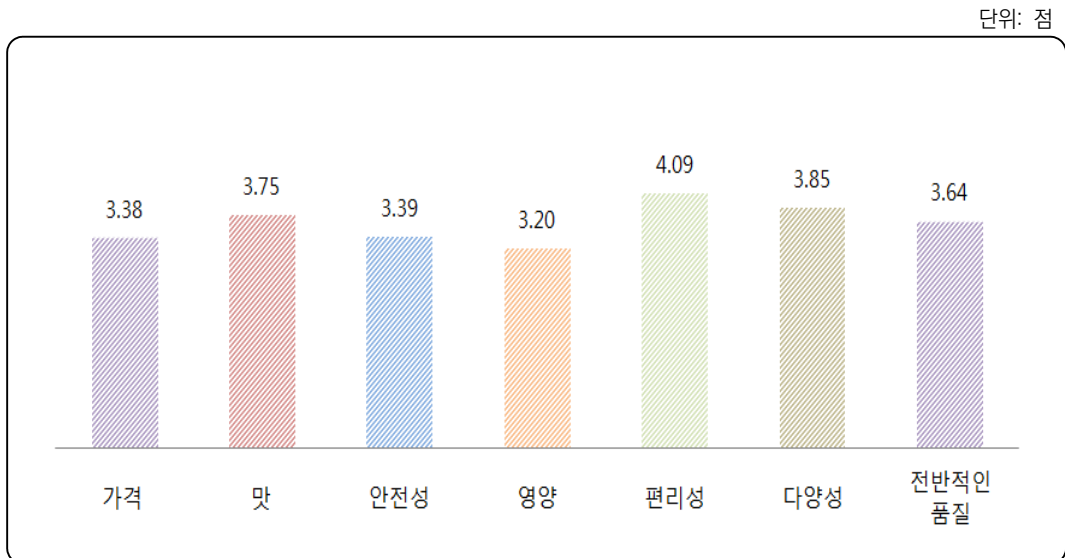
주 1. 1+2+3순위 기중평균하여 산출한 수치임.

2. 주로 구입하는 가공식품 품목군 상위 7개를 제시한 결과임.

5) 가공식품 만족도

- 가공식품의 만족도에 대해 살펴보면, ‘편리성’에 대한 만족도가 4.09점으로 가장 높았으며, 다음으로 ‘다양성’ 3.85점, ‘맛’ 3.75점, ‘전반적인 품질’ 3.64 점 등의 순으로 높은 만족도를 보임. 반면 ‘영양’은 3.20점으로 가장 낮은 만족도를 보이고 있음.
 - 성별로 살펴보면, 남녀 모두 ‘편리성’에 대한 만족도가 가장 높고 ‘다양성’에 대한 만족도가 두 번째 높은 것으로 집계
 - 연령별로 살펴보면, 모든 연령대에서 ‘편리성’에 대한 만족도가 가장 높고 ‘다양성’에 대한 만족도가 두 번째로 높은 수준
 - 개인소득별로 살펴보면, 소득수준이 높아질수록 ‘가격’에 대한 만족도도 높아지는 경향

그림 5-6. 가공식품 만족도



주: 5점 척도 평균값임.

표 5-6. 가공식품 만족도

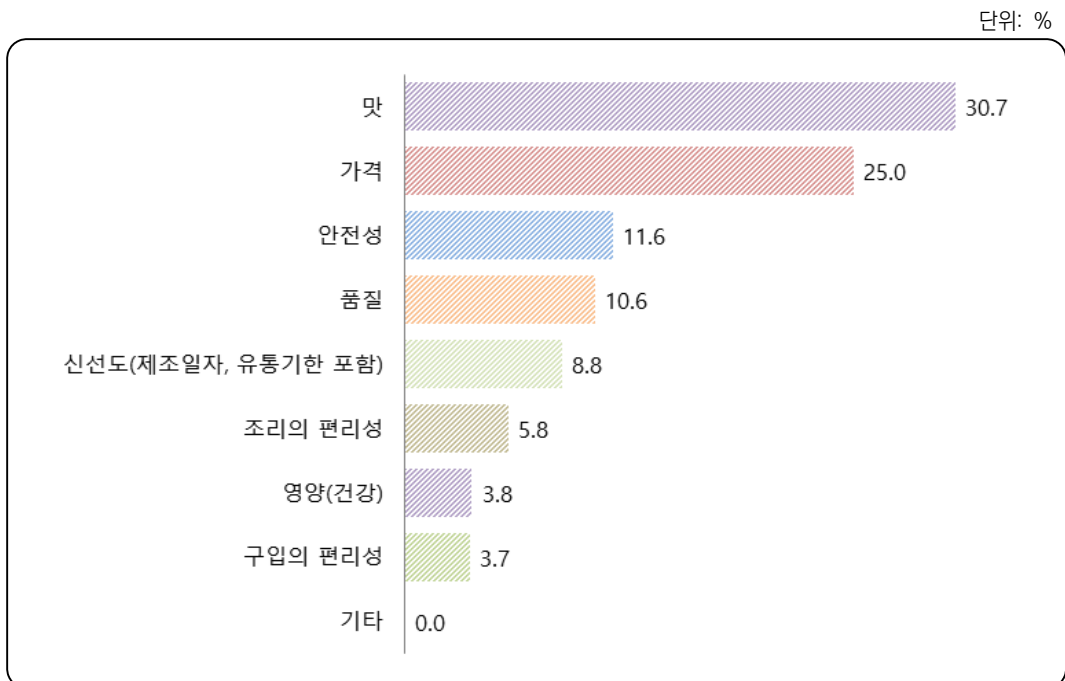
단위: 명, 점

구분		사례수	가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적인 품질
전체		2,174	3.38	3.75	3.39	3.20	4.09	3.85	3.64
성별	남성	1,102	3.41	3.70	3.44	3.21	4.05	3.83	3.64
	여성	1,072	3.35	3.79	3.35	3.19	4.14	3.87	3.64
연령	10대	166	3.60	3.99	3.27	2.98	4.24	3.99	3.73
	20대	344	3.38	3.74	3.33	3.12	3.98	3.81	3.55
	30대	384	3.32	3.73	3.39	3.14	4.06	3.83	3.60
	40대	454	3.32	3.68	3.39	3.17	4.12	3.84	3.65
	50대	435	3.42	3.77	3.46	3.31	4.12	3.89	3.69
	60대	301	3.34	3.73	3.42	3.31	4.11	3.80	3.65
	70대 이상	90	3.42	3.68	3.50	3.33	4.10	3.84	3.60
거주 지역	수도권	1,098	3.39	3.76	3.43	3.21	4.11	3.88	3.65
	충청권	218	3.34	3.73	3.28	3.17	4.12	3.82	3.60
	호남권	242	3.38	3.69	3.37	3.21	4.07	3.82	3.66
	대경권	210	3.30	3.76	3.34	3.16	4.09	3.83	3.63
	동남권	340	3.42	3.76	3.40	3.17	4.05	3.84	3.67
	강원권	66	3.30	3.73	3.47	3.33	4.00	3.70	3.50
	없음	213	3.23	3.66	3.28	3.14	4.00	3.72	3.51
개인소득	200만원 미만	464	3.28	3.69	3.32	3.12	4.06	3.77	3.56
	200~300만원 미만	422	3.36	3.71	3.41	3.19	4.09	3.82	3.65
	300~400만원 미만	324	3.41	3.81	3.45	3.24	4.15	3.97	3.68
	400~500만원 미만	194	3.44	3.73	3.40	3.27	4.04	3.81	3.70
	500만원 이상	391	3.45	3.75	3.53	3.35	4.10	3.91	3.70
최종 학력	중졸 이하	53	3.25	3.64	3.43	3.25	4.00	3.66	3.58
	고졸	399	3.35	3.75	3.37	3.17	4.07	3.82	3.61
	대학교 졸업	1,378	3.36	3.73	3.41	3.22	4.08	3.84	3.63
	대학교 졸업 이상	178	3.39	3.67	3.47	3.30	4.14	3.85	3.67
직업	관리/전문/사무직	1,084	3.36	3.74	3.41	3.23	4.12	3.88	3.67
	서비스/판매직	200	3.36	3.71	3.46	3.17	3.91	3.73	3.59
	기계/농림어업/단순노무	178	3.45	3.62	3.42	3.19	3.94	3.76	3.52
	주부	332	3.26	3.75	3.30	3.20	4.15	3.82	3.61
	기타	380	3.51	3.84	3.37	3.12	4.14	3.88	3.66

6) 가공식품 구입 시 고려 기준

- 가공식품을 구입할 때 고려하는 기준으로 ‘맛’이라는 응답을 보인 응답자가 30.7%로 가장 많았고, 다음으로 ‘가격(25.0%)’, ‘안전성(11.6%)’, ‘품질(10.6%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남성의 경우 ‘가격’을 고려한다는 비율이, 여성의 경우 ‘맛’을 고려한다는 비율이 가장 높은 것으로 나타나, 성별에 따라 가공식품 구입 시 고려 기준은 차이가 있는 것으로 조사
 - 연령별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 ‘맛’과 ‘가격’에 대한 고려 기준이 높아지는 경향을 보이고 있어, ‘맛’과 ‘가격’에 더 민감

그림 5-7. 가공식품 구입 시 고려 기준



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 5-7. 가공식품 구입 시 고려 기준

단위: 명, %

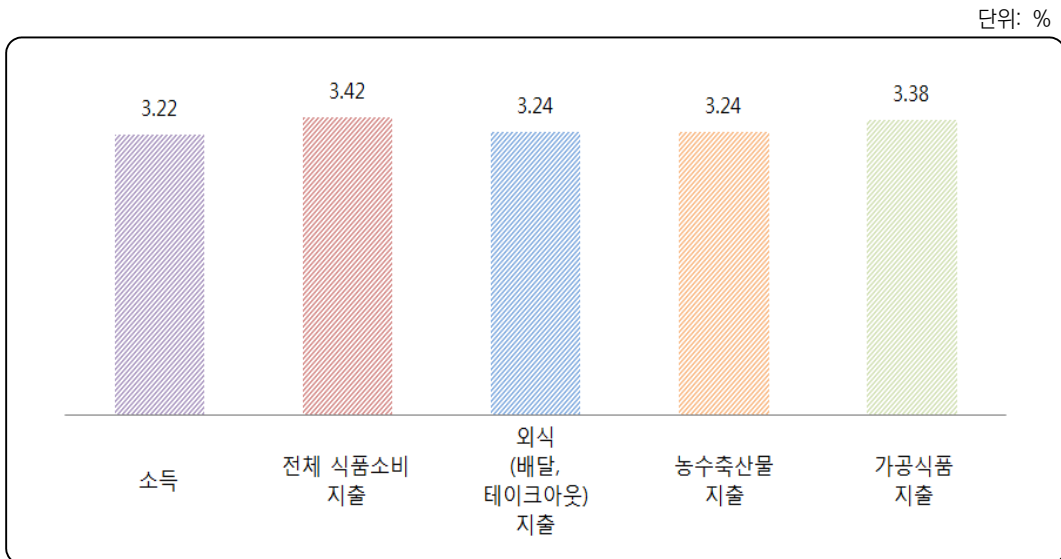
구분		사례수	맛	가격	안전성	품질	신선도 (제조 일자, 유통 기한 포함)	조리의 편리성	영양 (건강)	구입의 편리성	기타
전체		2,174	30.7	25.0	11.6	10.6	8.8	5.8	3.8	3.7	0.0
성별	남성	1,102	28.3	28.9	11.1	11.2	7.6	5.6	3.7	3.4	0.0
	여성	1,072	33.1	21.0	12.1	10.0	10.0	6.0	3.8	3.9	0.0
연령	10대	166	37.8	42.8	4.8	4.8	3.2	2.6	1.8	2.2	0.0
	20대	344	34.2	30.0	9.3	8.2	4.8	4.8	4.4	4.2	0.0
	30대	384	34.8	27.4	10.2	10.1	5.3	4.5	3.2	4.4	0.0
	40대	454	30.1	23.7	14.0	10.7	7.0	7.6	3.5	3.4	0.1
	50대	435	29.5	20.8	11.8	11.3	12.6	6.8	3.6	3.6	0.0
	60대	301	23.4	16.2	14.0	16.1	16.4	6.2	4.2	3.7	0.0
	70대 이상	90	20.0	19.3	18.5	11.1	14.4	5.2	8.5	3.0	0.0
거주 지역	수도권	1,098	33.2	23.3	11.2	10.8	8.3	6.0	3.7	3.5	0.0
	충청권	218	27.8	25.7	11.0	10.4	8.9	7.3	4.0	4.9	0.0
	호남권	242	26.4	25.9	13.2	10.1	9.9	5.6	4.8	4.0	0.0
	대경권	210	29.5	27.9	11.1	11.9	8.7	5.9	2.4	2.4	0.2
	동남권	340	29.1	25.9	12.8	9.9	9.2	5.1	3.6	4.3	0.0
	강원권	66	26.3	34.3	10.1	10.1	10.6	2.0	5.1	1.5	0.0
	없음	213	32.1	24.4	9.1	9.9	11.0	8.1	2.5	3.0	0.0
개인소득	200만원 미만	464	32.6	26.2	9.9	8.7	9.5	6.6	2.7	3.7	0.0
	200~300만원 미만	422	30.9	25.8	10.4	9.4	9.2	5.4	3.9	5.0	0.1
	300~400만원 미만	324	27.5	24.3	13.2	11.1	9.3	6.0	5.1	3.6	0.0
	400~500만원 미만	194	27.3	21.1	15.7	12.4	10.2	5.2	3.6	4.5	0.0
	500만원 이상	391	28.8	18.2	15.9	15.8	7.6	5.5	5.3	2.8	0.0
최종 학력	중졸 이하	53	21.4	22.6	15.7	8.2	11.9	7.5	6.3	6.3	0.0
	고졸	399	31.3	23.0	10.7	10.9	10.7	6.9	3.3	3.3	0.0
	대학교 졸업	1,378	30.7	24.0	11.9	10.8	8.7	5.8	4.1	4.0	0.0
	대학교 졸업 이상	178	25.1	21.3	16.5	15.0	9.7	6.2	3.7	2.4	0.0
직업	관리/전문/사무직	1,084	30.7	24.3	13.0	10.8	7.6	5.9	4.2	3.5	0.0
	서비스/판매직	200	25.7	26.2	10.8	11.5	9.8	6.7	3.7	5.5	0.2
	기계/농림어업/단순노무	178	27.3	27.7	11.2	10.5	10.1	4.1	4.1	4.9	0.0
	주부	332	33.0	14.3	12.8	11.6	14.3	6.5	4.3	3.2	0.0
	기타	380	33.0	34.6	7.4	8.8	6.2	5.2	1.8	3.1	0.0

주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

7) 작년대비 올해 식품 지출 변화

- 작년대비 올해 식품 지출의 변화를 살펴보면 5점 만점 기준 모두 3점 이상으로 식품 지출이 증가했음을 알 수 있으며, 특히 ‘전체 식품소비 지출’이 3.42점으로 가장 많이 증가한 것으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남성과 여성 모두 ‘전체 식품소비 지출’이 증가했다는 의견이 가장 많은 비중을 차지
 - 연령별로 살펴보면, 30대에서 ‘전체 식품소비 지출’이 가장 많이 증가했으며, 70대 이상 집단에서는 가장 적게 증가
 - 개인소득별로 살펴보면, 소득수준이 높아질수록 외식에 지출하는 비율이 늘어나는 경향

그림 5-8. 작년대비 올해 식품 지출 변화



주 1. 10대는 제외하고 산출한 수치임.
 2. 5점 척도 평균값임.

표 5-8. 작년대비 올해 식품 지출 변화

단위: 명, 점

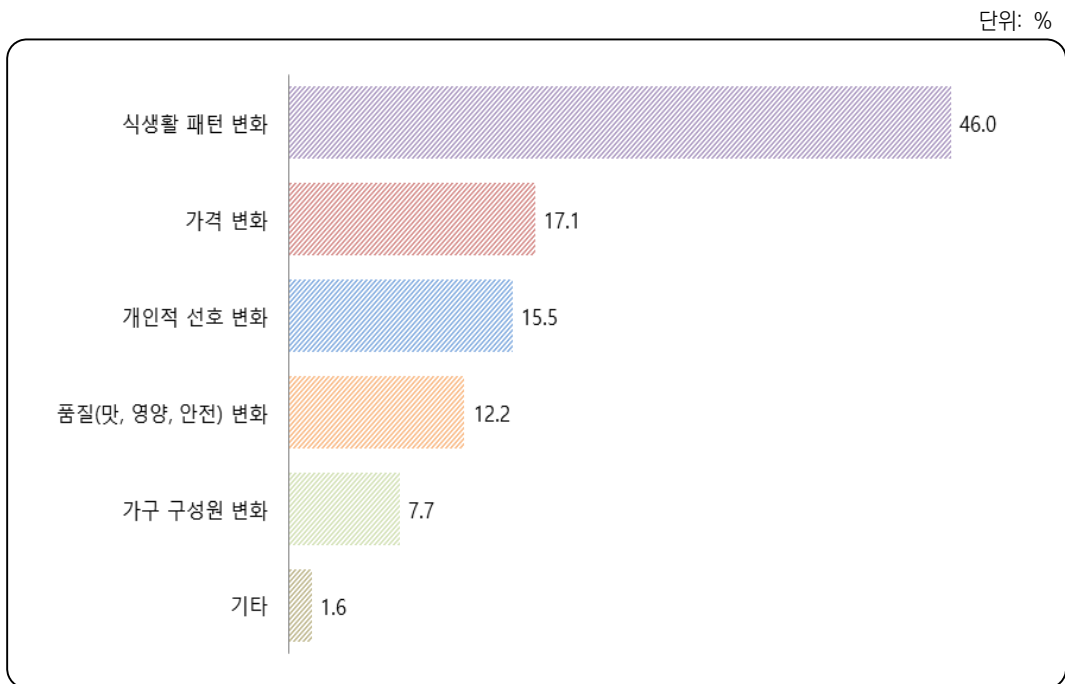
구분		사례수	소득	전체 식품소비 지출	외식 (배달, 테이크아웃) 지출	농수축산물 지출	가공식품 지출
전체		2,008	3.22	3.42	3.24	3.24	3.38
성별	남성	1,013	3.19	3.39	3.20	3.23	3.34
	여성	995	3.25	3.46	3.27	3.25	3.41
연령	20대	344	3.38	3.50	3.44	3.22	3.46
	30대	384	3.39	3.55	3.43	3.33	3.59
	40대	454	3.23	3.45	3.26	3.23	3.45
	50대	435	3.11	3.36	3.13	3.17	3.25
	60대	301	3.03	3.31	2.98	3.28	3.14
	70대 이상	90	3.08	3.21	2.87	3.19	3.18
거주 지역	수도권	1,013	3.26	3.45	3.25	3.25	3.44
	충청권	204	3.27	3.45	3.33	3.27	3.35
	호남권	222	3.16	3.47	3.26	3.27	3.40
	대경권	194	3.23	3.38	3.10	3.24	3.27
	동남권	314	3.10	3.32	3.23	3.20	3.26
	강원권	61	3.26	3.41	3.10	3.15	3.23
	없음	213	2.94	3.21	3.04	3.05	3.12
개인소득	200만원 미만	464	3.14	3.31	3.05	3.12	3.26
	200~300만원 미만	422	3.28	3.47	3.28	3.27	3.46
	300~400만원 미만	324	3.30	3.58	3.34	3.28	3.51
	400~500만원 미만	194	3.21	3.41	3.33	3.29	3.36
	500만원 이상	391	3.35	3.51	3.39	3.41	3.46
최종 학력	중졸 이하	53	3.02	3.17	2.91	3.04	3.06
	고졸	399	3.14	3.33	3.06	3.19	3.30
	대학교 졸업	1,378	3.25	3.46	3.30	3.26	3.42
	대학교 졸업 이상	178	3.27	3.42	3.25	3.25	3.31
직업	관리/전문/사무직	1,084	3.32	3.52	3.38	3.31	3.48
	서비스/판매직	200	3.15	3.33	3.09	3.19	3.32
	기계/농림어업/단순노무	178	3.11	3.26	3.04	3.15	3.26
	주부	332	3.11	3.37	3.11	3.24	3.26
	기타	214	3.06	3.26	3.00	3.04	3.16

주: 10대는 제외하고 산출한 수치임.

7-1) 작년대비 올해 식품 지출이 변화한 이유

- 최근 1년 가공식품 지출이 변화한 이유로는 ‘식생활 패턴 변화’가 46.0%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘가격 변화(17.1%)’, ‘개인적 선호 변화(15.5%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남성과 여성 모두 ‘식생활 패턴 변화’라는 응답이 가장 높은 수준
 - 연령별로 살펴보면, ‘개인적 선호 변화’라는 이유는 20대에서 다른 연령에 비해 상대적으로 높은 편
 - 거주지역별로 살펴보면, 강원권에서 ‘가격 변화’ 이유가 다른 지역에 비해 상대적으로 높은 비중을 차지

그림 5-9. 작년대비 올해 식품 지출이 변화한 이유



주: 10대는 제외하고 산출한 수치임.

표 5-9. 작년대비 올해 식품 지출이 변화한 이유

단위: 명, %

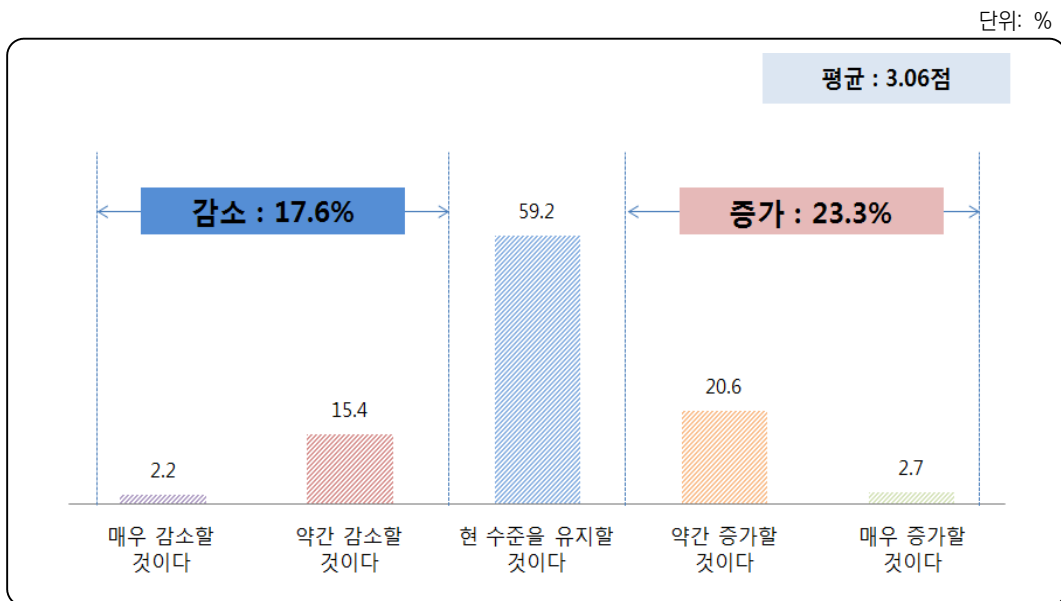
구분		사례수	식생활 패턴 변화	가격 변화	개인적 선호 변화	품질(맛, 영양, 안전) 변화	가구 구성원 변화	기타
전체		1,077	46.0	17.1	15.5	12.2	7.7	1.6
성별	남성	508	42.3	19.9	17.5	12.8	6.7	0.8
	여성	569	49.2	14.6	13.7	11.6	8.6	2.3
연령	20대	188	46.3	17.6	21.3	9.0	5.3	0.5
	30대	238	45.0	17.2	13.4	10.9	12.2	1.3
	40대	255	46.3	20.4	13.3	11.8	5.9	2.4
	50대	214	47.7	14.0	15.4	13.1	8.4	1.4
	60대	141	46.1	14.2	16.3	14.9	7.1	1.4
	70대 이상	41	39.0	19.5	12.2	22.0	2.4	4.9
거주 지역	수도권	571	46.6	16.1	17.2	11.7	6.8	1.6
	충청권	107	44.9	13.1	15.9	13.1	10.3	2.8
	호남권	122	47.5	15.6	18.0	11.5	6.6	0.8
	대경권	97	46.4	17.5	12.4	12.4	10.3	1.0
	동남권	152	44.7	21.7	10.5	13.2	8.6	1.3
	강원권	28	35.7	32.1	7.1	14.3	7.1	3.6
	없음	101	44.6	17.8	14.9	9.9	9.9	3.0
개인소득	200만원 미만	224	45.5	20.1	16.1	7.1	8.9	2.2
	200~300만원 미만	237	46.4	20.3	14.3	8.9	8.0	2.1
	300~400만원 미만	187	43.3	18.7	17.6	11.8	8.0	0.5
	400~500만원 미만	109	55.0	9.2	15.6	13.8	5.5	0.9
	500만원 이상	219	44.3	12.8	14.6	21.5	5.9	0.9
최종 학력	중졸 이하	14	35.7	14.3	21.4	21.4	7.1	0.0
	고졸	219	46.1	18.7	16.0	11.0	6.8	1.4
	대학교 졸업	751	44.9	16.6	16.4	12.4	7.9	1.9
	대학교 졸업 이상	93	55.9	17.2	6.5	11.8	8.6	0.0
직업	관리/전문/사무직	619	48.6	15.3	15.3	13.1	6.5	1.1
	서비스/판매직	100	43.0	15.0	14.0	15.0	13.0	0.0
	기계/농림어업/단순노무	88	35.2	29.5	14.8	9.1	8.0	3.4
	주부	171	45.0	18.1	12.3	10.5	11.7	2.3
	기타	99	43.4	17.2	24.2	9.1	3.0	3.0

주: 10대는 제외하고 산출한 수치임.

8) 올해 대비 내년 가공식품 지출 예상

- 올해 대비 내년 가공식품 지출 예상에 대한 조사 결과, ‘현 수준을 유지할 것이다’라는 응답이 59.2%로 나타나 10명 중 대략 6명 정도가 올해와 비슷한 수준일 것으로 예상하고 있음.
 - 연령별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 가공식품 지출이 증가할 것이라는 예상이 높아지는 경향
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권이 내년 가공식품 지출 증가 예상이 가장 높은 반면, 강원권은 내년 가공식품 지출이 가장 적을 것으로 예상

그림 5-10. 올해 대비 내년 가공식품 지출 예상



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 5-10. 올해 대비 내년 가공식품 지출 예상

단위: 명, %, 점

구분		사례수	매우감소	약간 감소	변함없음	약간 증가	매우 증가	평균 (5점 만점)
전체		2,174	2.2	15.4	59.2	20.6	2.7	3.06
성별	남성	1,102	2.3	14.5	61.3	19.1	2.7	3.06
	여성	1,072	2.1	16.3	56.9	22.1	2.6	3.07
연령	10대	166	1.2	12.7	56.6	24.7	4.8	3.19
	20대	344	3.2	12.2	58.1	23.5	2.9	3.11
	30대	384	2.3	12.5	57.6	24.2	3.4	3.14
	40대	454	2.0	15.4	55.5	23.3	3.7	3.11
	50대	435	1.1	19.3	62.1	15.9	1.6	2.97
	60대	301	1.7	20.3	61.8	15.6	0.7	2.93
	70대 이상	90	6.7	10.0	70.0	12.2	1.1	2.91
거주 지역	수도권	1,098	2.0	15.2	58.2	21.8	2.8	3.08
	충청권	218	0.5	17.0	60.6	18.3	3.7	3.08
	호남권	242	3.7	15.7	57.4	21.5	1.7	3.02
	대경권	210	3.3	14.8	59.5	19.0	3.3	3.04
	동남권	340	2.4	14.7	60.3	20.6	2.1	3.05
	강원권	66	0.0	18.2	69.7	10.6	1.5	2.95
개인소득	없음	213	3.8	18.8	62.9	12.2	2.3	2.91
	200만원 미만	464	3.4	18.3	59.9	17.2	1.1	2.94
	200~300만원 미만	422	2.6	12.6	60.9	19.7	4.3	3.10
	300~400만원 미만	324	0.6	13.3	57.7	26.5	1.9	3.16
	400~500만원 미만	194	0.5	18.0	58.8	21.1	1.5	3.05
	500만원 이상	391	1.8	14.8	56.8	23.3	3.3	3.12
최종 학력	중졸 이하	53	0.0	7.5	83.0	5.7	3.8	3.06
	고졸	399	3.0	19.5	58.1	17.3	2.0	2.96
	대학교 졸업	1,378	2.2	15.1	58.8	21.4	2.5	3.07
	대학교 졸업 이상	178	1.7	13.5	59.6	22.5	2.8	3.11
직업	관리/전문/사무직	1,084	1.5	15.0	56.5	24.2	2.8	3.12
	서비스/판매직	200	3.5	12.0	61.0	20.5	3.0	3.08
	기계/농림어업/단순노무	178	1.7	20.8	61.2	12.9	3.4	2.96
	주부	332	2.4	18.4	61.1	16.6	1.5	2.96
	기타	380	3.4	13.2	62.9	17.6	2.9	3.03

9) 최근 1년간 온라인으로 가공식품 구입 빈도

- 최근 1년간 온라인으로 가공식품을 얼마나 자주 구매했는지에 대한 조사 결과, ‘가끔 구입하였다’는 응답이 56.4%로 과반수를 차지하며 가장 높은 것으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남녀 모든 집단에서 ‘가끔 구입하였다’는 응답이 가장 많은 비중을 차지
 - 연령별로 살펴보면, ‘자주 구입하였다’는 응답은 20대와 30대에서 다른 연령에 비해 높은 편
 - 거주지역별로 살펴보면, 온라인 가공식품 구입 빈도는 수도권에서 타 지역 대비 높은 것으로 확인

그림 5-11. 최근 1년간 온라인으로 가공식품 구입 빈도

단위: %

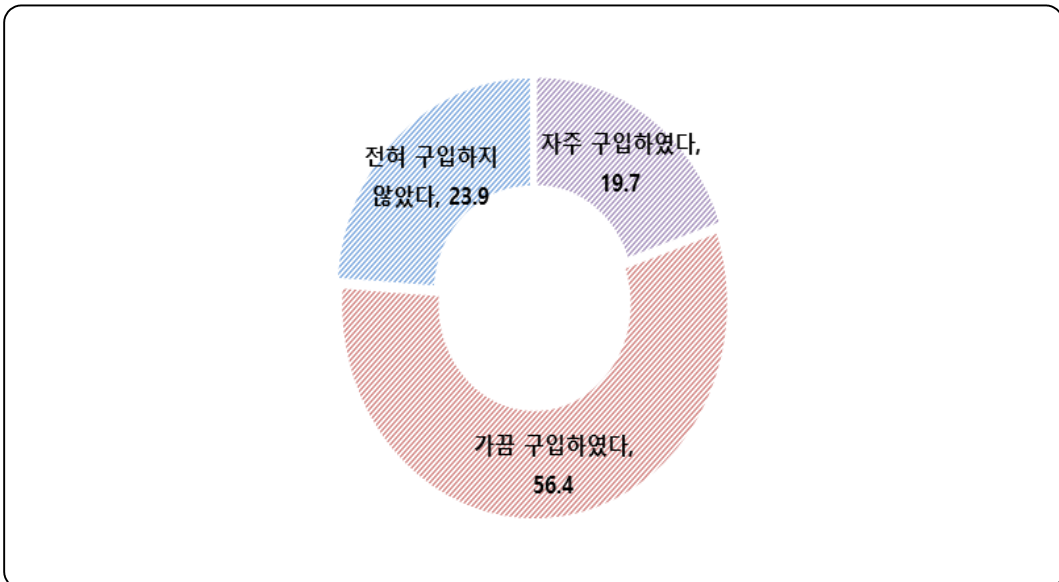


표 5-11. 최근 1년간 온라인으로 가공식품 구입 빈도

단위: 명, %

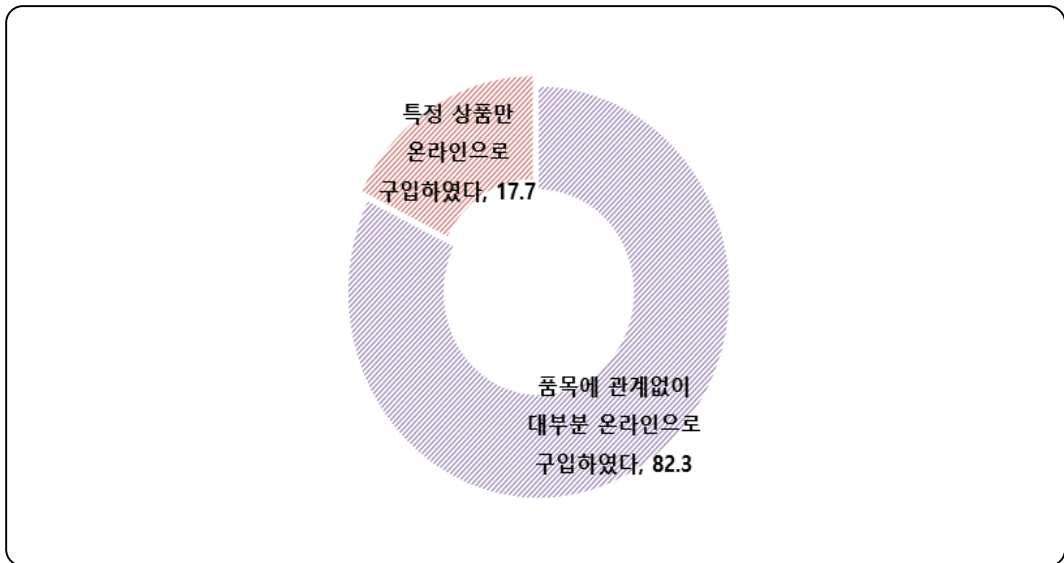
구분		사례수	자주 구입하였다	가끔 구입하였다	전혀 구입하지 않았다
전체		2,174	19.7	56.4	23.9
성별	남성	1,102	18.9	54.7	26.4
	여성	1,072	20.5	58.2	21.3
연령	10대	166	12.7	48.2	39.2
	20대	344	28.2	50.9	20.9
	30대	384	28.1	59.1	12.8
	40대	454	20.5	61.9	17.6
	50대	435	15.9	57.7	26.4
	60대	301	12.6	57.8	29.6
	70대 이상	90	2.2	43.3	54.4
거주 지역	수도권	1,098	22.7	56.5	20.9
	충청권	218	19.3	50.0	30.7
	호남권	242	15.3	56.6	28.1
	대경권	210	19.5	59.0	21.4
	동남권	340	15.3	60.0	24.7
	강원권	66	10.6	50.0	39.4
개인소득	없음	213	15.5	53.1	31.5
	200만원 미만	464	16.6	56.9	26.5
	200~300만원 미만	422	21.8	57.3	20.9
	300~400만원 미만	324	22.8	60.5	16.7
	400~500만원 미만	194	17.5	60.3	22.2
	500만원 이상	391	24.8	55.0	20.2
최종 학력	중졸 이하	53	7.5	30.2	62.3
	고졸	399	16.3	58.4	25.3
	대학교 졸업	1,378	22.1	57.9	20.0
	대학교 졸업 이상	178	18.5	56.2	25.3
직업	관리/전문/사무직	1,084	24.1	56.7	19.2
	서비스/판매직	200	21.5	60.0	18.5
	기계/농림어업/단순노무	178	12.4	62.4	25.3
	주부	332	15.7	60.2	24.1
	기타	380	13.2	47.6	39.2

9-1) 품목에 따른 온라인 가공식품 구매 여부

- 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품 구매 시, ‘품목에 관계없이 대부분 온라인으로 구입하였다’고 응답한 비율이 전체의 82.3%로 대다수를 차지하는 것으로 나타남.
 - 성별, 연령별, 거주지역별 모든 집단에서 ‘품목에 관계없이 대부분 온라인으로 구입하였다’는 비율이 70% 이상으로 매우 높게 나타나는 특징

그림 5-12. 품목에 따른 온라인 가공식품 구매 여부

단위: %



주: 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구매한 적이 있는 응답자 대상

표 5-12. 품목에 따른 온라인 가공식품 구매 여부

단위: 명, %

구분		사례수	품목에 관계없이 대부분 온라인으로 구입하였다	특정 상품만 온라인으로 구입하였다
전체		1,655	82.3	17.7
성별	남성	811	82.5	17.5
	여성	844	82.1	17.9
연령	10대	101	82.2	17.8
	20대	272	89.0	11.0
	30대	335	83.0	17.0
	40대	374	82.4	17.6
	50대	320	80.9	19.1
	60대	212	76.9	23.1
	70대 이상	41	70.7	29.3
거주 지역	수도권	869	82.9	17.1
	충청권	151	85.4	14.6
	호남권	174	84.5	15.5
	대경권	165	78.8	21.2
	동남권	256	80.5	19.5
	강원권	40	75.0	25.0
개인소득	없음	146	84.2	15.8
	200만원 미만	341	80.1	19.9
	200~300만원 미만	334	80.2	19.8
	300~400만원 미만	270	78.1	21.9
	400~500만원 미만	151	81.5	18.5
	500만원 이상	312	90.1	9.9
최종 학력	중졸 이하	20	95.0	5.0
	고졸	399	16.3	58.4
	고졸	298	81.5	18.5
	대학교 졸업	1,103	82.6	17.4
직업	대학교 졸업 이상	133	79.7	20.3
	관리/전문/사무직	876	84.2	15.8
	서비스/판매직	163	82.2	17.8
	기계/농림어업/단순노무	133	78.9	21.1
	주부	252	81.3	18.7

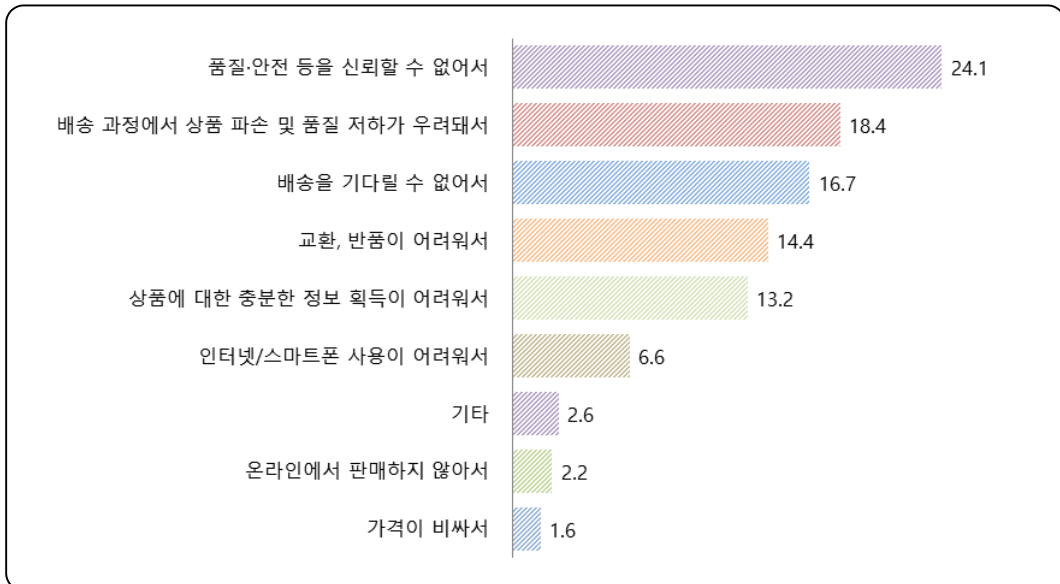
주: 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구매한 적이 있는 응답자 대상

10) 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

- 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유로는 ‘품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서’라는 응답이 24.1%로 가장 많았고, 다음으로 ‘배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려돼서(18.4%)’, ‘배송을 기다릴 수 없어서(16.7%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남녀 모두 ‘품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서’라는 응답이 가장 많은 비중을 차지
 - 연령별로 살펴보면, ‘배송을 기다릴 수 없어서’라는 응답은 10대에서 가장 높게 나타났으며, ‘인터넷/스마트폰 사용이 어려워져서’라는 응답은 70대 이상 집단에서 가장 높은 것으로 조사

그림 5-13. 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

단위: %



주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 5-13. 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

단위: 명, %

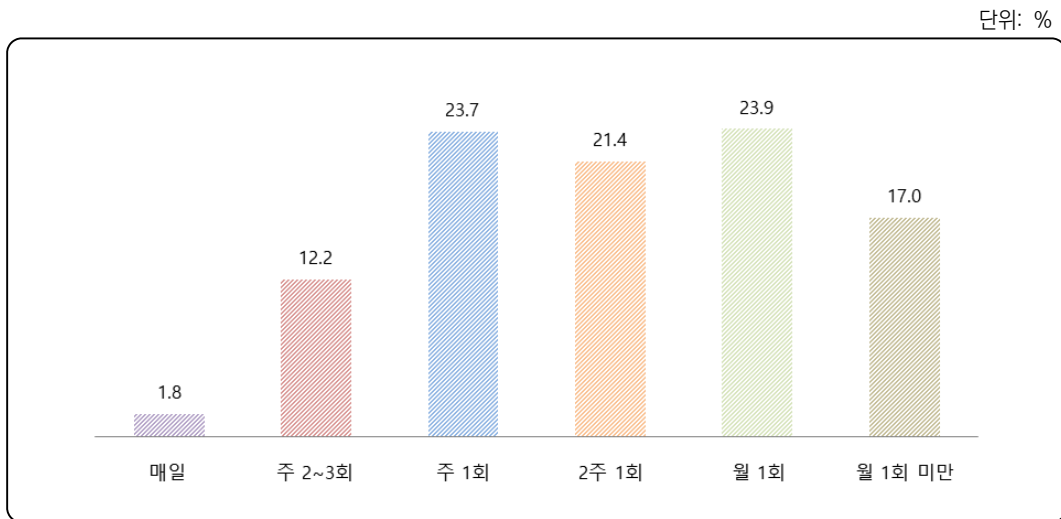
구분	사례수	품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서	상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서	교환·반품이 어려워서	배송을 기다릴 수 없어서	배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려 돼서	인터넷/스마트 폰 사용이 어려워서	가격이 비싸서	온라인에서 판매하지 않아서	기타	
전체	519	24.1	13.2	14.4	16.7	18.4	6.6	1.6	2.2	2.6	
성별	남성	291	26.1	13.9	13.4	16.5	19.9	4.4	1.5	2.3	2.1
	여성	228	21.6	12.4	15.6	17.0	16.5	9.5	1.8	2.2	3.4
연령	10대	65	15.9	13.8	8.2	32.3	16.4	3.1	1.0	1.0	8.2
	20대	72	18.5	7.4	17.1	27.8	22.2	0.9	1.4	2.8	1.9
	30대	49	31.3	11.6	13.6	19.0	19.0	2.7	1.4	0.7	0.7
	40대	80	22.1	10.8	19.2	17.5	19.6	2.1	3.8	2.5	2.5
	50대	115	30.4	15.7	16.2	8.4	21.2	4.1	0.6	1.4	2.0
	60대	89	25.1	16.9	13.1	12.0	15.4	11.2	1.9	1.9	2.6
	70대 이상	49	23.1	14.3	9.5	4.1	12.2	28.6	1.4	6.8	0.0
거주 지역	수도권	229	24.7	13.8	16.0	16.7	18.9	3.6	1.7	1.7	2.6
	충청권	67	19.4	12.4	17.4	13.4	20.9	9.5	2.0	3.0	2.0
	호남권	68	26.5	12.7	9.8	14.7	22.1	4.9	2.0	3.4	3.9
	대경권	45	21.5	12.6	12.6	21.5	13.3	12.6	0.7	3.7	1.5
	동남권	84	23.8	13.9	11.5	19.0	16.3	9.5	1.2	1.6	3.2
	강원권	26	30.8	10.3	16.7	14.1	14.1	10.3	1.3	1.3	1.3
개인소득	없음	67	23.9	13.4	16.9	11.4	19.4	8.5	1.0	2.5	3.0
	200만원 미만	123	23.0	12.2	15.2	16.5	17.1	8.7	2.7	3.8	0.8
	200~300만원 미만	88	21.2	15.9	15.5	15.9	18.9	5.3	0.8	3.4	3.0
	300~400만원 미만	54	34.0	14.8	11.1	15.4	15.4	6.2	1.2	1.2	0.6
	400~500만원 미만	43	23.3	7.8	20.9	17.1	21.7	3.1	2.3	0.0	3.9
	500만원 이상	79	30.0	13.1	13.5	10.1	21.1	8.4	1.7	1.3	0.8
최종 학력	중졸 이하	33	18.2	14.1	9.1	3.0	10.1	34.3	3.0	6.1	2.0
	고졸	101	23.8	12.5	17.8	16.2	15.5	9.6	2.3	1.7	0.7
	대학교 졸업	275	25.9	12.8	15.3	16.2	20.5	3.3	1.3	2.1	2.5
	대학교 졸업 이상	45	30.4	15.6	14.1	8.1	21.5	5.2	1.5	3.7	0.0
직업	관리/전문/사무직	208	26.9	12.5	15.1	17.6	20.5	3.2	1.0	1.6	1.6
	서비스/판매직	37	23.4	15.3	11.7	17.1	12.6	9.9	2.7	3.6	3.6
	기계/농림어업/단순노무	45	24.4	17.0	20.0	8.9	16.3	9.6	0.0	2.2	1.5
	주부	80	22.1	14.6	15.4	7.5	14.2	17.5	3.8	2.5	2.5
	기타	149	21.5	11.9	11.9	22.6	19.9	3.8	1.6	2.7	4.3

주: 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

11) 온라인 가공식품 구입 주기

- 온라인으로 가공식품을 구입하는 주기로는 ‘월 1회’가 23.9%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘주 1회(23.7%)’, ‘2주 1회(21.4%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남성은 ‘주 1회’라는 응답이 여성은 ‘월 1회’라는 응답이 가장 많은 비중을 차지
 - 연령별로 살펴보면, ‘매일’이라는 응답은 10대에서 가장 많았으며, 연령대가 증가할수록 응답 비율이 낮아지는 경향

그림 5-14. 온라인 가공식품 구입 주기



주: 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구매한 적이 있는 응답자 대상

표 5-14. 온라인 가공식품 구입 주기

단위: 명, %

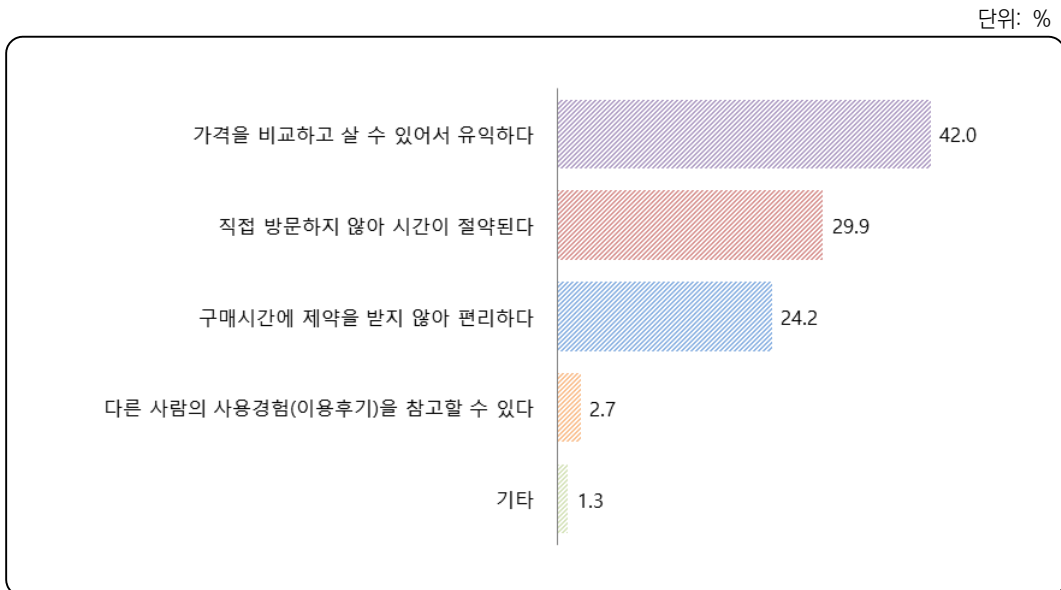
구분		사례수	매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만
전체		1,655	1.8	12.2	23.7	21.4	23.9	17.0
성별	남성	811	2.1	12.7	27.0	21.1	21.3	15.8
	여성	844	1.4	11.7	20.5	21.7	26.4	18.2
연령	10대	101	3.0	13.9	18.8	18.8	23.8	21.8
	20대	272	2.6	16.9	26.1	21.7	18.8	14.0
	30대	335	2.4	16.4	26.3	18.8	25.4	10.7
	40대	374	2.4	12.3	25.4	21.7	23.0	15.2
	50대	320	0.3	6.6	24.7	25.9	24.4	18.1
	60대	212	0.5	8.0	16.0	18.9	30.7	25.9
	70대 이상	41	0.0	7.3	14.6	22.0	17.1	39.0
거주 지역	수도권	869	1.8	12.9	25.3	21.9	23.5	14.6
	충청권	151	2.0	12.6	24.5	18.5	25.8	16.6
	호남권	174	0.6	10.9	22.4	20.1	23.6	22.4
	대경권	165	3.0	9.7	23.0	18.2	26.7	19.4
	동남권	256	1.6	12.5	19.5	25.8	21.1	19.5
	강원권	40	0.0	10.0	20.0	12.5	35.0	22.5
	없음	146	0.0	9.6	15.1	19.9	32.2	23.3
개인소득	200만원 미만	341	1.5	9.1	19.4	22.3	24.6	23.2
	200~300만원 미만	334	1.2	15.9	25.1	22.2	20.4	15.3
	300~400만원 미만	270	2.6	9.6	24.4	21.9	26.3	15.2
	400~500만원 미만	151	1.3	11.3	27.8	19.9	25.2	14.6
	500만원 이상	312	2.6	15.1	29.8	21.5	20.5	10.6
최종 학력	중졸 이하	20	5.0	10.0	20.0	10.0	25.0	30.0
	고졸	298	1.0	10.1	22.1	19.8	25.5	21.5
	대학교 졸업	1,103	1.8	13.0	24.9	22.2	23.2	14.9
	대학교 졸업 이상	133	1.5	9.8	21.1	21.8	26.3	19.5
직업	관리/전문/사무직	876	2.1	13.6	27.4	21.6	23.1	12.3
	서비스/판매직	163	1.8	14.1	17.2	30.7	16.0	20.2
	기계/농림어업/단순노무	133	1.5	11.3	24.1	15.0	27.8	20.3
	주부	252	0.8	7.9	19.0	20.6	31.0	20.6
	기타	231	1.7	10.8	19.0	18.6	22.9	26.8

주: 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구매한 적이 있는 응답자 대상

12) 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유

- 온라인으로 가공식품을 구입하는 주된 이유로는 ‘가격을 비교하고 살 수 있어서 유익하다’가 42.0%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘직접 방문하지 않아 시간이 절약된다(29.9%)’, ‘구매시간에 제약을 받지 않아 편리하다(24.2%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남녀 모두 ‘가격을 비교하고 살 수 있어서 유익하다’라는 응답이 가장 높은 비중
 - 연령별로 살펴보면, ‘구매시간에 제약을 받지 않아 편리하다’라는 응답은 10대에서 가장 낮았으며, 연령대가 증가할수록 높아지는 경향
 - 거주지역별로 살펴보면, ‘직접 방문하지 않아 시간이 절약 된다’는 응답은 강원권에서 다른 지역에 비해 높은 편

그림 5-15. 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유



주: 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구매한 적이 있는 응답자 대상

표 5-15. 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유

단위: 명, %

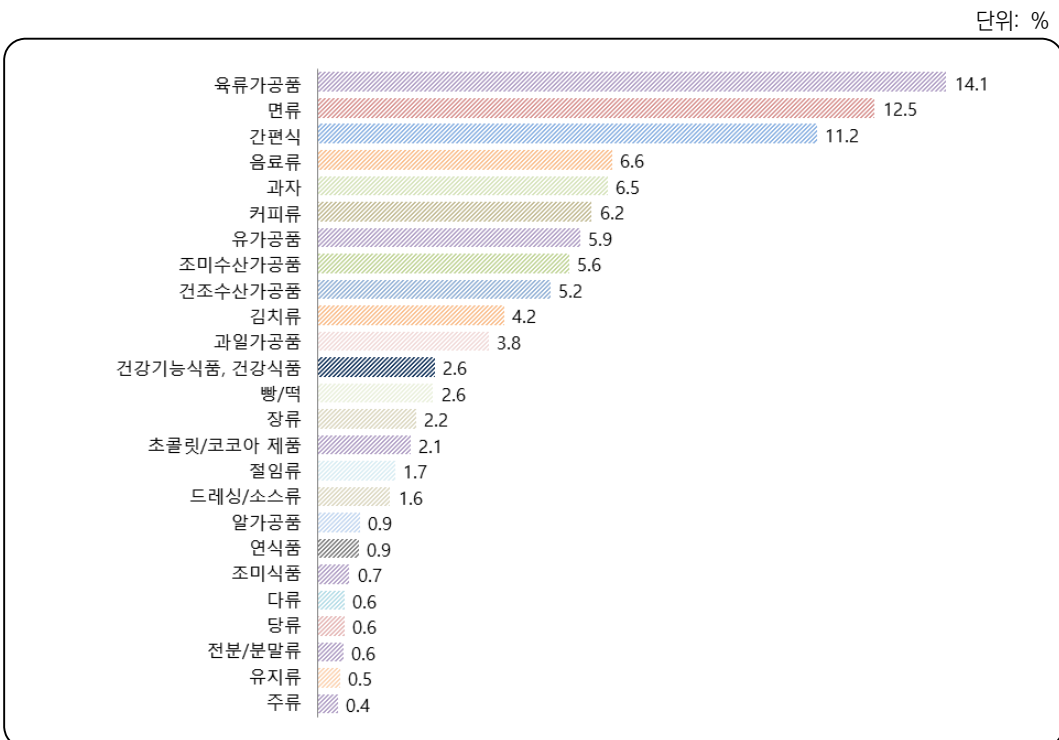
구분		사례수	가격을 비교하고 살 수 있어서 유익하다	직접 방문하지 않아 시간이 절약된다	구매시간에 제약을 받지 않아 편리하다	다른 사람의 사용경험(이용후기)을 참고할 수 있다	기타
전체		1,655	42.0	29.9	24.2	2.7	1.3
성별	남성	811	41.9	29.7	25.2	2.3	0.9
	여성	844	42.1	30.1	23.2	3.0	1.7
연령	10대	101	37.6	34.7	16.8	5.0	5.9
	20대	272	44.5	30.9	21.3	2.2	1.1
	30대	335	43.0	31.9	20.9	3.3	0.9
	40대	374	46.8	27.0	23.0	2.1	1.1
	50대	320	35.6	32.8	28.8	1.9	0.9
	60대	212	41.0	25.5	29.2	3.3	0.9
	70대 이상	41	39.0	22.0	36.6	2.4	0.0
거주 지역	수도권	869	41.7	30.7	23.2	3.0	1.4
	충청권	151	49.7	25.2	21.9	2.6	0.7
	호남권	174	44.8	23.6	28.2	2.9	0.6
	대경권	165	42.4	30.3	23.6	1.2	2.4
	동남권	256	38.7	32.0	25.8	2.3	1.2
	강원권	40	27.5	42.5	27.5	2.5	0.0
	없음	146	42.5	27.4	23.3	4.8	2.1
개인소득	200만원 미만	341	44.0	26.7	25.5	2.6	1.2
	200~300만원 미만	334	45.2	27.8	24.0	1.8	1.2
	300~400만원 미만	270	39.6	32.2	24.1	2.6	1.5
	400~500만원 미만	151	41.1	28.5	29.1	1.3	0.0
	500만원 이상	312	40.1	34.0	23.4	2.6	0.0
최종 학력	중졸 이하	20	55.0	40.0	5.0	0.0	0.0
	고졸	298	40.3	27.5	26.8	3.4	2.0
	대학교 졸업	1,103	43.6	29.8	23.6	2.2	0.8
	대학교 졸업 이상	133	33.8	30.8	31.6	3.8	0.0
직업	관리/전문/사무직	876	41.4	30.9	25.1	1.9	0.6
	서비스/판매직	163	42.3	31.9	20.9	2.5	2.5
	기계/농림어업/단순노무	133	48.9	26.3	21.1	3.8	0.0
	주부	252	43.7	26.2	24.6	4.8	0.8
	기타	231	38.1	30.7	24.2	2.6	4.3

주: 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구매한 적이 있는 응답자 대상

13) 온라인으로 많이 구입하는 가공식품 품목군

- 온라인으로 많이 구입하는 가공식품 품목군은 ‘육류가공품’이 14.1%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘면류(12.5%)’, ‘간편식(11.2%)’, ‘음료류(6.6%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남성의 경우 ‘육류가공품’, 여성의 경우 ‘면류’라는 응답이 가장 높은 비율
 - 연령별로 살펴보면, 40대와 70대의 경우 ‘면류’를 가장 많이 구매하고 있으며, 그 외 모든 연령대는 ‘육류가공품’을 가장 많이 구매

그림 5-16. 온라인으로 많이 구입하는 가공식품 품목군



주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.
 2. 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구매한 적이 있는 응답자 대상

표 5-16. 온라인으로 많이 구입하는 가공식품 품목군

단위: 명, %

구분		사례수	육류 가공품	면류	간편식	음료류	과자	커피류	유가공품
전체		1,655	14.1	12.5	11.2	6.6	6.5	6.2	5.9
성별	남성	811	15.4	12.0	10.7	6.8	6.4	5.3	5.3
	여성	844	12.9	13.0	11.7	6.4	6.7	7.0	6.5
연령	10대	101	15.8	12.2	7.8	8.9	15.7	4.1	4.1
	20대	272	15.2	10.8	12.4	7.4	10.2	3.6	5.8
	30대	335	15.9	12.8	12.9	7.5	7.5	5.5	5.3
	40대	374	14.0	14.1	10.5	6.2	4.6	6.9	5.8
	50대	320	11.8	12.0	11.9	4.9	3.8	7.4	5.9
	60대	212	13.5	11.2	8.6	7.0	3.7	7.9	8.0
	70대 이상	41	11.0	18.3	12.6	3.3	4.5	8.5	5.3
거주 지역	수도권	869	14.7	12.5	11.9	6.6	6.0	6.0	6.0
	충청권	151	14.5	12.7	10.4	6.5	8.4	5.8	6.7
	호남권	174	11.5	12.5	10.3	7.9	6.9	6.0	4.6
	대경권	165	13.3	12.8	11.3	7.1	6.8	7.0	7.1
	동남권	256	14.8	12.3	9.6	6.0	6.9	6.3	4.9
	강원권	40	10.4	13.3	12.1	4.2	6.3	7.1	6.7
	없음	146	9.9	13.7	11.1	8.2	6.8	7.9	6.3
개인소득	200만원 미만	341	11.1	14.8	12.4	6.7	6.4	7.7	5.6
	200~300만원 미만	334	15.5	12.3	12.0	7.4	6.7	6.1	6.0
	300~400만원 미만	270	14.3	12.0	12.3	6.4	5.7	6.1	6.3
	400~500만원 미만	151	16.3	8.9	9.9	6.8	5.8	5.2	6.2
	500만원 이상	312	16.1	11.9	10.0	4.2	4.4	4.9	6.0
최종 학력	중졸 이하	20	13.3	19.2	12.5	5.0	5.8	2.5	11.7
	고졸	298	13.0	12.9	11.9	6.4	6.7	7.8	5.1
	대학교 졸업	1,103	14.4	12.3	11.1	6.4	6.1	5.9	5.9
	대학교 졸업 이상	133	13.4	12.4	12.7	7.6	2.9	6.3	8.1
직업	관리/전문/사무직	876	15.8	11.7	11.4	6.4	6.3	5.2	6.3
	서비스/판매직	163	14.9	14.8	12.4	5.3	5.1	8.2	5.9
	기계/농림어업/단순노무	133	11.0	11.5	10.4	5.5	6.3	5.6	5.8
	주부	252	11.0	13.4	10.3	6.6	4.0	9.2	5.1
	기타	231	12.3	13.4	11.1	8.9	11.4	5.5	5.3

주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

2. 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구매한 적이 있는 응답자 대상

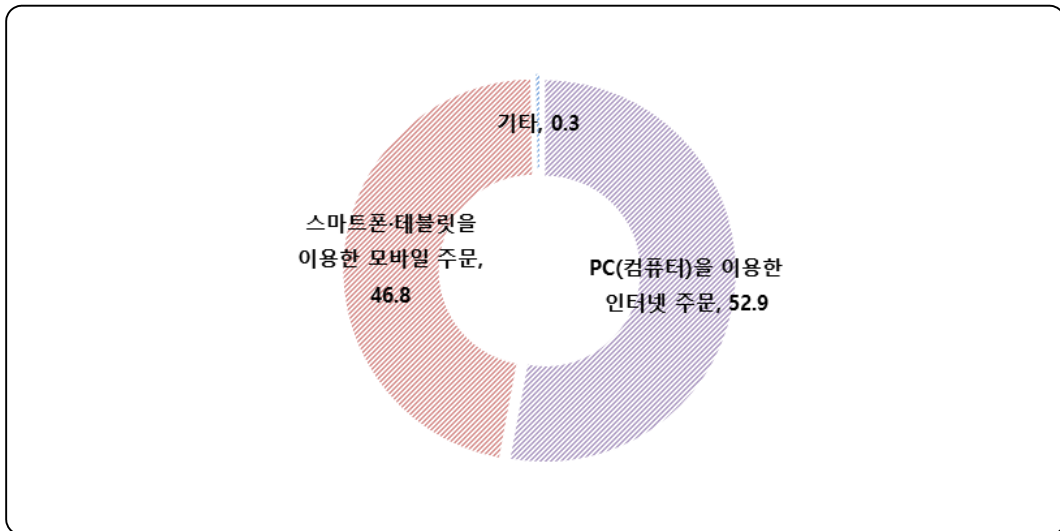
3. 온라인으로 많이 구입하는 가공식품 품목군 상위 7개를 제시한 결과임.

14) 온라인 가공식품 주문방법

- 온라인으로 가공식품을 구입할 때 주로 이용하는 방법으로는 ‘PC(컴퓨터)을 이용한 인터넷 주문’이 52.9%, 과반수 이상을 차지하였으며, 다음으로 ‘스마트폰·테블릿을 이용한 모바일 주문(46.8%)’ 등의 순임.
 - 성별로 살펴보면, 온라인 가공식품 주문 시 남성의 경우 PC, 여성의 경우 모바일 기기를 더 많이 이용
 - 연령별로 살펴보면, 연령이 높아질수록 PC 주문 비율이 높아지고, 연령이 낮아질수록 모바일 주문 비율이 높아지는 경향

그림 5-17. 온라인 가공식품 주문방법

단위: %



주: 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구매한 적이 있는 응답자 대상

표 5-17. 온라인 가공식품 주문방법

단위: 명, %

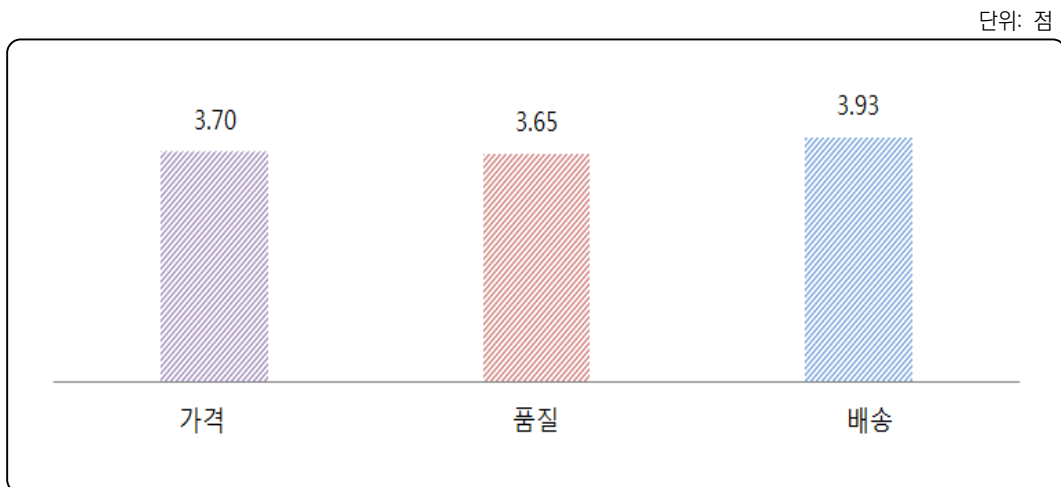
구분		사례수	PC(컴퓨터)을 이용한 인터넷 주문	스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문	기타
전체		1,655	52.9	46.8	0.3
성별	남성	811	58.2	41.3	0.5
	여성	844	47.9	52.0	0.1
연령	10대	101	41.6	58.4	0.0
	20대	272	45.6	54.4	0.0
	30대	335	42.1	57.3	0.6
	40대	374	53.7	46.0	0.3
	50대	320	62.2	37.2	0.6
	60대	212	65.1	34.9	0.0
	70대 이상	41	75.6	24.4	0.0
거주 지역	수도권	869	51.8	47.8	0.5
	충청권	151	55.6	43.7	0.7
	호남권	174	52.3	47.7	0.0
	대경권	165	58.8	41.2	0.0
	동남권	256	52.0	48.0	0.0
	강원권	40	52.5	47.5	0.0
	없음	146	50.0	50.0	0.0
개인소득	200만원 미만	341	59.5	40.5	0.0
	200~300만원 미만	334	46.7	52.7	0.6
	300~400만원 미만	270	57.4	41.9	0.7
	400~500만원 미만	151	53.0	47.0	0.0
	500만원 이상	312	53.5	46.2	0.3
최종 학력	중졸 이하	20	70.0	30.0	0.0
	고졸	298	59.4	40.3	0.3
	대학교 졸업	1,103	51.6	48.1	0.4
	대학교 졸업 이상	133	55.6	44.4	0.0
직업	관리/전문/사무직	876	51.9	47.8	0.2
	서비스/판매직	163	59.5	39.3	1.2
	기계/농림어업/단순노무	133	63.9	36.1	0.0
	주부	252	49.2	50.8	0.0
	기타	231	49.8	49.8	0.4

주: 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구매한 적이 있는 응답자 대상

15) 온라인 구입의 만족도

- 온라인으로 구입한 가공식품의 만족도는 ‘배송’이 3.93점으로 가장 높았고, 다음으로 ‘가격’이 3.70점, ‘품질’ 3.65점 순으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 여성이 남성보다 가격, 품질, 배송에 대한 만족도가 높은 수준
 - 연령별로 살펴보면, 가격 만족도는 10대, 50대에서, 품질 만족도는 10대, 배송에 대한 만족도는 50대에서 다른 연령에 비해 만족도가 높은 편
 - 거주지역별로 살펴보면, 가격과 배송에 대한 만족도는 강원권에서 다른 지역에 비해 높았으며, 품질에 대한 만족도는 대경권에서 다른 지역에 비해 가장 높은 것으로 조사

그림 5-18. 온라인 구입의 만족도



- 주 1. 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구매한 적이 있는 응답자 대상
 2. 5점 척도 평균값임.

표 5-18. 온라인 구입의 만족도

단위: 명, 점

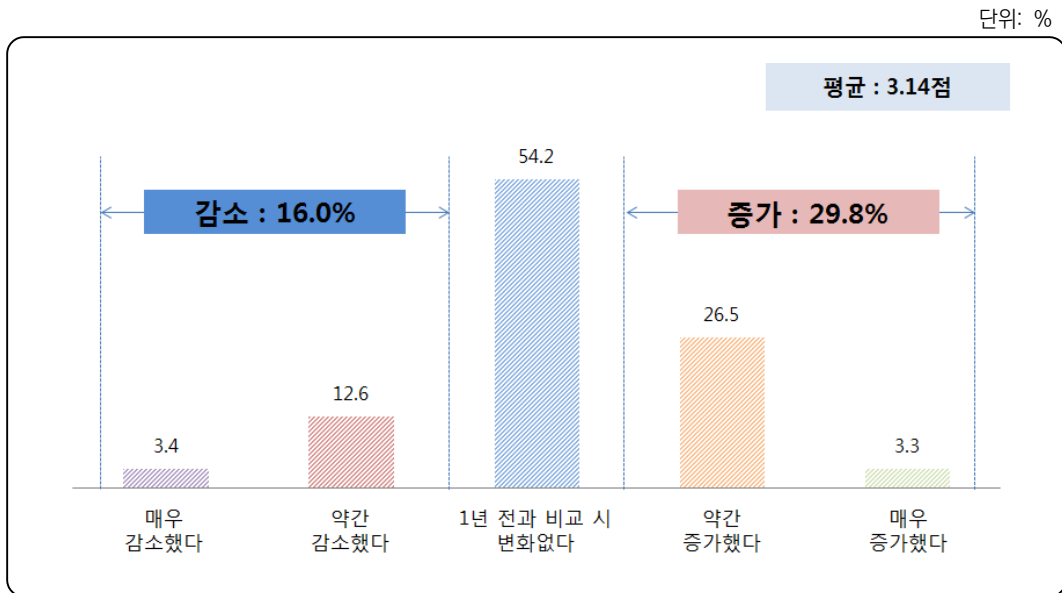
구분		사례수	가격	품질	배송
전체		1,655	3.70	3.65	3.93
성별	남성	811	3.66	3.62	3.88
	여성	844	3.74	3.68	3.97
연령	10대	101	3.74	3.77	3.85
	20대	272	3.70	3.65	3.85
	30대	335	3.72	3.67	3.91
	40대	374	3.68	3.65	3.95
	50대	320	3.74	3.66	4.00
	60대	212	3.66	3.59	3.97
	70대 이상	41	3.63	3.44	3.78
거주 지역	수도권	869	3.70	3.67	3.96
	충청권	151	3.70	3.68	3.80
	호남권	174	3.69	3.56	3.95
	대경권	165	3.72	3.70	3.92
	동남권	256	3.71	3.63	3.84
	강원권	40	3.73	3.53	4.00
	없음	146	3.68	3.60	3.90
개인소득	200만원 미만	341	3.66	3.58	3.85
	200~300만원 미만	334	3.70	3.63	3.96
	300~400만원 미만	270	3.73	3.65	3.98
	400~500만원 미만	151	3.75	3.68	3.92
	500만원 이상	312	3.71	3.71	3.97
최종 학력	중졸 이하	20	3.70	3.55	3.70
	고졸	298	3.74	3.60	3.94
	대학교 졸업	1,103	3.70	3.65	3.93
	대학교 졸업 이상	133	3.62	3.68	3.99
직업	관리/전문/사무직	876	3.69	3.67	3.96
	서비스/판매직	163	3.79	3.60	3.83
	기계/농림어업/단순노무	133	3.61	3.52	3.71
	주부	252	3.71	3.67	4.04
	기타	231	3.73	3.68	3.85

주: 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구매한 적이 있는 응답자 대상

16) 전년대비 올해 온라인 구입 변화

- 올해 온라인 구입이 ‘1년 전과 비교 시 변화없다’가 전체의 54.2%로, 응답자 10명 중 5명 이상이 큰 변화가 없다고 응답함.
 - 성별, 연령별, 거주지역별 및 개인소득별 모든 집단에 대해 ‘1년 전과 비교 시 변화없다’는 응답이 가장 많은 것으로 확인
 - 성별로 살펴보면, 여성이 남성보다 온라인 구입 증가 비율이 높았고, 연령별로는 40대에서 가장 많은 비중
 - 개인소득별로 살펴보면, 소득이 증가할수록 최근 1년 동안 온라인을 이용한 전체 가공식품 지출액이 증가하는 경향

그림 5-19. 전년대비 올해 온라인 구입 변화



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 5-19. 전년대비 올해 온라인 구입 변화

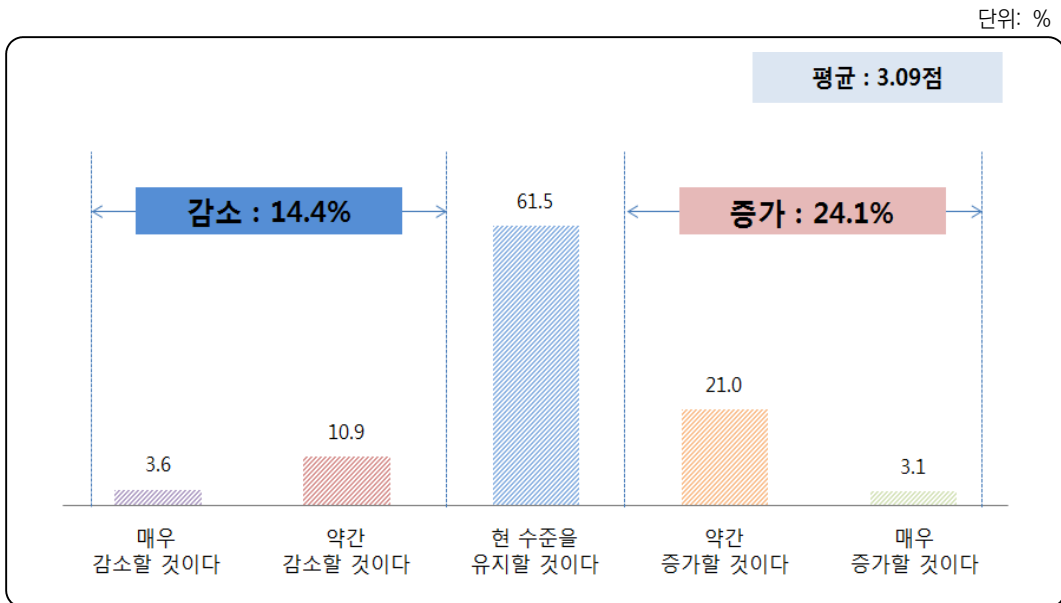
단위: 명, %

구분		사례수	매우 감소했다	약간 감소했다	1년 전과 비교 시 변화없다	약간 증가했다	매우 증가했다	평균 (5점 만점)
전체		2,174	3.4	12.6	54.2	26.5	3.3	3.14
성별	남성	1,102	4.3	12.6	56.6	24.4	2.1	3.07
	여성	1,072	2.6	12.5	51.7	28.6	4.6	3.20
연령	10대	166	7.2	15.1	58.4	17.5	1.8	2.92
	20대	344	4.4	12.8	53.2	25.6	4.1	3.12
	30대	384	2.3	9.9	53.1	29.4	5.2	3.25
	40대	454	0.9	12.1	49.8	32.6	4.6	3.28
	50대	435	3.0	13.1	54.7	26.2	3.0	3.13
	60대	301	5.0	16.3	55.5	22.9	0.3	2.97
	70대 이상	90	7.8	5.6	70.0	16.7	0.0	2.96
거주 지역	수도권	1,098	2.7	11.6	53.6	29.2	2.9	3.18
	충청권	218	4.1	13.8	56.0	21.6	4.6	3.09
	호남권	242	6.2	13.6	53.7	23.1	3.3	3.04
	대경권	210	1.4	16.2	50.0	28.1	4.3	3.18
	동남권	340	4.7	11.8	56.5	23.5	3.5	3.09
	강원권	66	3.0	13.6	62.1	19.7	1.5	3.03
	없음	213	6.6	15.5	58.2	16.9	2.8	2.94
개인소득	200만원 미만	464	3.7	14.0	55.4	24.6	2.4	3.08
	200~300만원 미만	422	2.6	12.6	52.8	27.3	4.7	3.19
	300~400만원 미만	324	2.2	11.4	52.2	32.1	2.2	3.21
	400~500만원 미만	194	1.5	9.8	58.8	26.3	3.6	3.21
	500만원 이상	391	2.8	10.5	49.6	32.5	4.6	3.26
최종 학력	중졸 이하	53	1.9	13.2	73.6	7.5	3.8	2.98
	고졸	399	6.0	15.0	52.6	24.3	2.0	3.01
	대학교 졸업	1,378	2.1	12.3	53.5	28.2	3.8	3.19
	대학교 졸업 이상	178	5.1	6.2	53.4	32.0	3.4	3.22
직업	관리/전문/사무직	1,084	2.1	10.7	52.8	29.9	4.5	3.24
	서비스/판매직	200	2.0	16.5	52.5	26.5	2.5	3.11
	기계/농림어업/단순노무	178	6.2	15.7	55.6	20.8	1.7	2.96
	주부	332	2.7	12.3	54.8	28.3	1.8	3.14
	기타	380	7.4	14.5	57.9	17.9	2.4	2.93

17) 올해대비 내년 온라인 구입 예상

- 내년 온라인을 이용한 전체 가공식품 지출액 변화에 대한 조사 결과, ‘현 수준을 유지할 것이다’라는 응답이 61.5%로, 응답자 10명 중 6명 이상이 현 수준을 유지할 것이라고 예상하고 있음.
 - 성별, 연령별, 거주지역별 및 개인소득별 모든 집단에서 ‘현 수준을 유지할 것이다’는 응답이 가장 많은 상황
 - 성별로 살펴보면, 여성이 남성보다 내년 온라인 구입 예상 비율이 높은 상황
 - 연령별로 살펴보면, 30대에서 내년 온라인 구입 예상 비율이 다른 연령에 비해 가장 높은 수준

그림 5-20. 올해대비 내년 온라인 구입 예상



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 5-20. 올해대비 내년 온라인 구입 예상

단위: 명, %

구분		사례수	매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다	평균 (5점 만점)
전체		2,174	3.6	10.9	61.5	21.0	3.1	3.09
성별	남성	1,102	4.8	10.7	62.6	19.3	2.5	3.04
	여성	1,072	2.3	11.0	60.3	22.7	3.7	3.14
연령	10대	166	7.8	10.8	60.2	18.1	3.0	2.98
	20대	344	3.5	9.0	62.2	21.2	4.1	3.13
	30대	384	1.3	8.1	59.4	26.6	4.7	3.25
	40대	454	1.8	9.5	59.0	25.3	4.4	3.21
	50대	435	3.7	14.3	64.1	16.1	1.8	2.98
	60대	301	5.0	14.3	61.5	18.6	0.7	2.96
	70대 이상	90	10.0	8.9	68.9	11.1	1.1	2.84
거주 지역	수도권	1,098	3.1	10.7	60.7	22.6	2.9	3.11
	충청권	218	3.7	13.8	60.6	16.5	5.5	3.06
	호남권	242	5.4	9.9	62.0	20.7	2.1	3.04
	대경권	210	4.3	11.0	59.0	23.8	1.9	3.08
	동남권	340	3.5	10.6	64.1	17.6	4.1	3.08
	강원권	66	3.0	7.6	69.7	18.2	1.5	3.08
	없음	213	5.6	13.1	66.2	13.1	1.9	2.92
개인소득	200만원 미만	464	3.7	11.9	64.0	18.1	2.4	3.04
	200~300만원 미만	422	3.8	10.4	61.8	19.4	4.5	3.10
	300~400만원 미만	324	2.2	10.2	62.7	22.5	2.5	3.13
	400~500만원 미만	194	2.1	11.9	61.9	21.1	3.1	3.11
	500만원 이상	391	2.3	9.0	54.7	30.2	3.8	3.24
최종 학력	중졸 이하	53	3.8	9.4	79.2	3.8	3.8	2.94
	고졸	399	5.8	11.8	64.9	15.0	2.5	2.97
	대학교 졸업	1,378	2.3	11.1	60.4	22.7	3.4	3.14
	대학교 졸업 이상	178	4.5	7.3	57.3	28.7	2.2	3.17
직업	관리/전문/사무직	1,084	2.1	10.8	58.1	25.1	3.9	3.18
	서비스/판매직	200	1.5	11.0	63.0	21.5	3.0	3.14
	기계/농림어업/단순노무	178	6.2	10.1	68.0	14.0	1.7	2.95
	주부	332	3.0	12.7	66.0	16.6	1.8	3.02
	기타	380	8.2	9.7	63.2	16.1	2.9	2.96

2. 가공식품 품목별 구입 현황

1) 최근 1년간 가공식품 품목별 구입 경험률

- 최근 1년 동안 구입한 적 있는 가공식품 품목으로는 ‘라면’이 96.0%로 가장 높은 비율을 보였고, 다음으로 ‘즉석조리식품-면류’ (92.8%), ‘과자’ (92.5%), ‘국수류’ (91.6%), ‘식육가공품’ (91.5%) 등의 순으로 나타남.
- ‘라면류’의 경우 40대에서 가장 높은 구입 경험률
- 즉석조리식품-면류의 경우 30대에서 최근 1년 가장 높은 구입 경험률
- 과자의 경우 30대에서 최근 1년 구입 경험률이 가장 높은 것으로 조사

그림 5-21. 최근 1년 가공식품 품목별 구입 경험률

단위: %

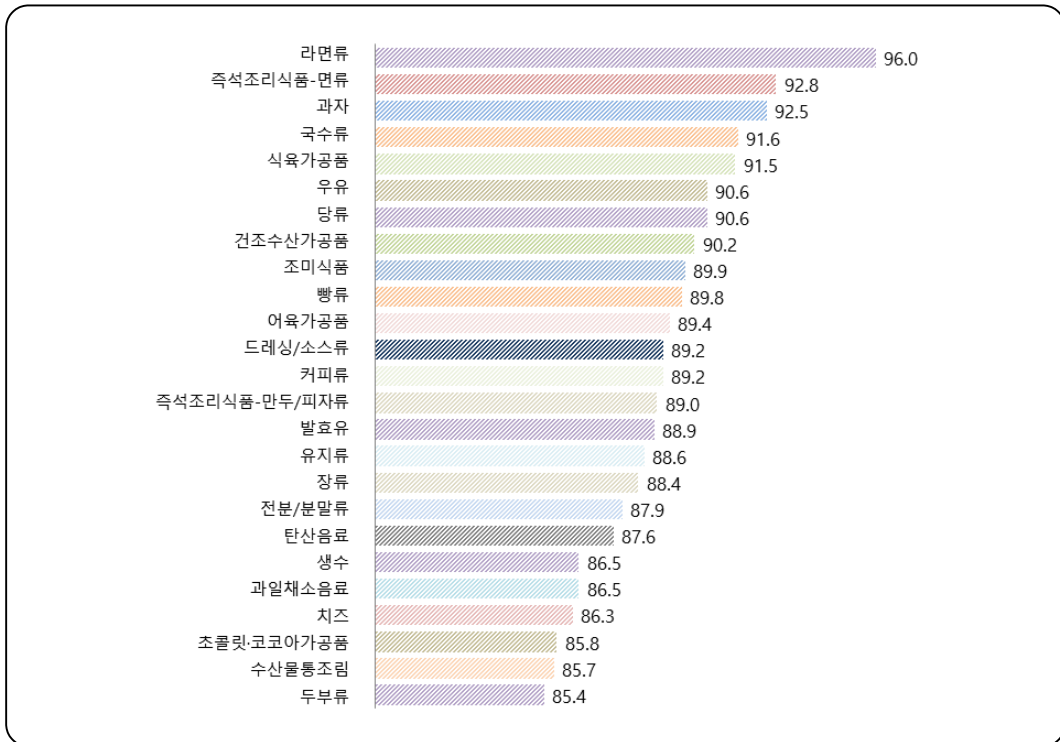


표 5-21. 최근 1년 가공식품 품목별 구입 경험률

단위: %

순위	품목	전체	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
1	라면류	96.0	95.8	95.1	97.1	97.8	95.4	93.4	96.7
2	즉석조리식품-면류	92.8	88.6	92.4	95.6	93.6	94.5	89.7	87.8
3	과자	92.5	94.6	93.9	96.4	93.4	92.0	86.0	86.7
4	국수류	91.6	86.7	88.4	91.9	93.4	93.3	92.4	91.1
5	식육가공품	91.5	85.5	90.4	95.6	93.4	94.0	84.4	92.2
6	우유	90.6	90.4	91.0	91.1	91.9	89.7	88.4	93.3
6	당류	90.6	-	83.4	89.3	90.5	94.9	92.4	96.7
8	건조수산가공품	90.2	75.9	84.9	90.6	92.5	94.9	92.4	93.3
9	조미식품	89.9	-	84.9	89.8	91.0	91.7	90.7	92.2
10	빵류	89.8	91.0	91.9	92.2	88.1	89.4	85.7	94.4
11	어육가공품	89.4	81.3	84.6	91.1	92.1	92.4	88.0	92.2
12	드레싱/소스류	89.2	-	85.5	88.3	89.9	91.5	90.0	90.0
12	커피류	89.2	75.9	81.4	91.1	92.1	94.3	90.4	92.2
14	즉석조리식품-만두/피자류	89.0	80.1	86.9	92.4	91.9	91.3	85.4	84.4
15	발효유	88.9	88.6	87.8	90.1	91.0	88.3	85.4	93.3
16	유지류	88.6	-	84.0	87.2	91.0	89.9	89.4	91.1
17	장류	88.4	-	82.6	88.0	89.9	90.3	90.7	87.8
18	전분/분말류	87.9	-	80.8	88.0	88.3	91.5	89.0	92.2
19	탄산음료	87.6	94.0	90.1	91.9	89.4	86.9	79.1	71.1
20	생수	86.5	79.5	86.9	88.3	89.6	89.0	81.4	80.0
20	과일채소음료	86.5	84.9	87.5	90.4	87.0	87.4	81.4	78.9
22	치즈	86.3	78.9	86.3	89.6	88.5	86.4	83.1	85.6
23	초콜릿·코코아가공품	85.8	86.1	88.1	90.6	87.7	84.1	79.1	77.8
24	수산물통조림	85.7	72.9	80.8	86.5	89.9	89.9	84.4	88.9
25	두부류	85.4	77.7	83.7	87.0	87.0	86.2	83.7	92.2

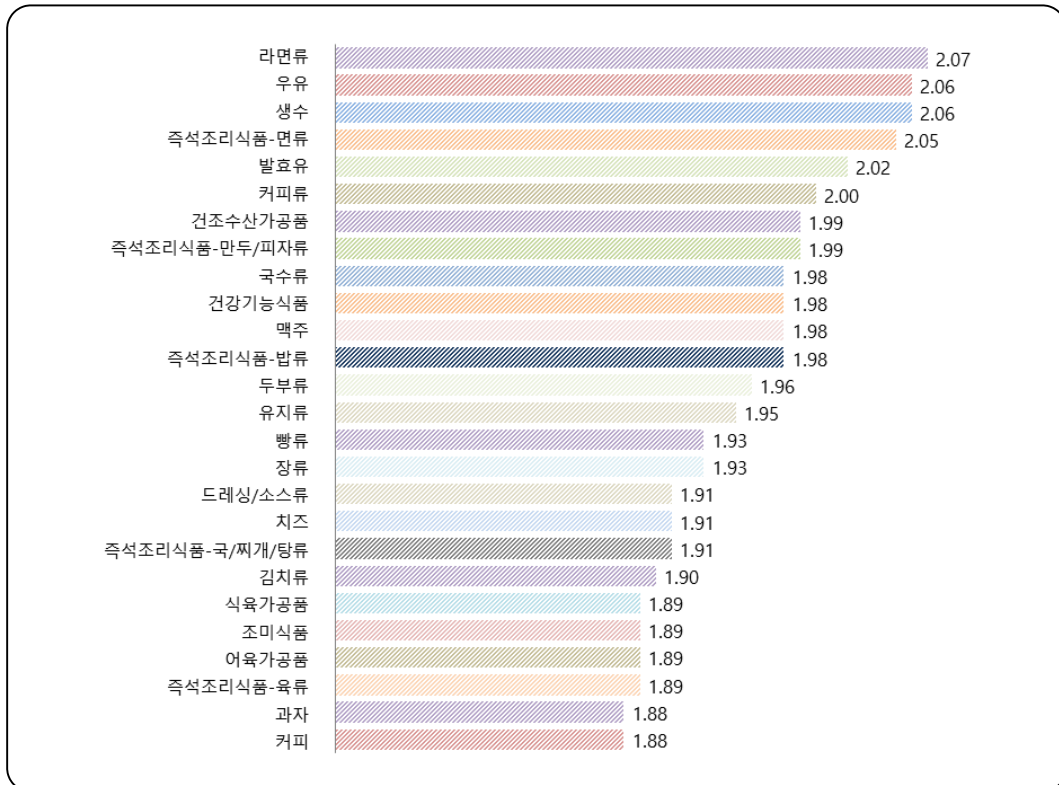
주: 최근 1년 내 구입 경험률 상위 25개 품목만 제시한 결과임.

2) 최근 1년간 가공식품 품목별 소비 현황

- 최근 1년간 가공식품 품목별 소비 증감에 대해 살펴보면, ‘라면류’가 가장 큰 증가 현황을 보였으며 그 외에 ‘우유’, ‘생수’, ‘즉석조리식품-면류’, ‘발효유’도 소비가 증가한 것으로 나타남.
 - 라면류의 소비는 10대와 20대에서 가장 많았으며, 60대와 70대 이상 연령대에서 가장 낮은 것으로 조사
 - 우유 소비는 20대와 30대에서 가장 많은 편

그림 5-22. 최근 1년간 가공식품 품목별 소비 현황

단위: 점



주: (1)감소, (2)비슷, (3)증가의 3점 평균값임.

표 5-22. 최근 1년간 가공식품 품목별 소비 현황

단위: 점

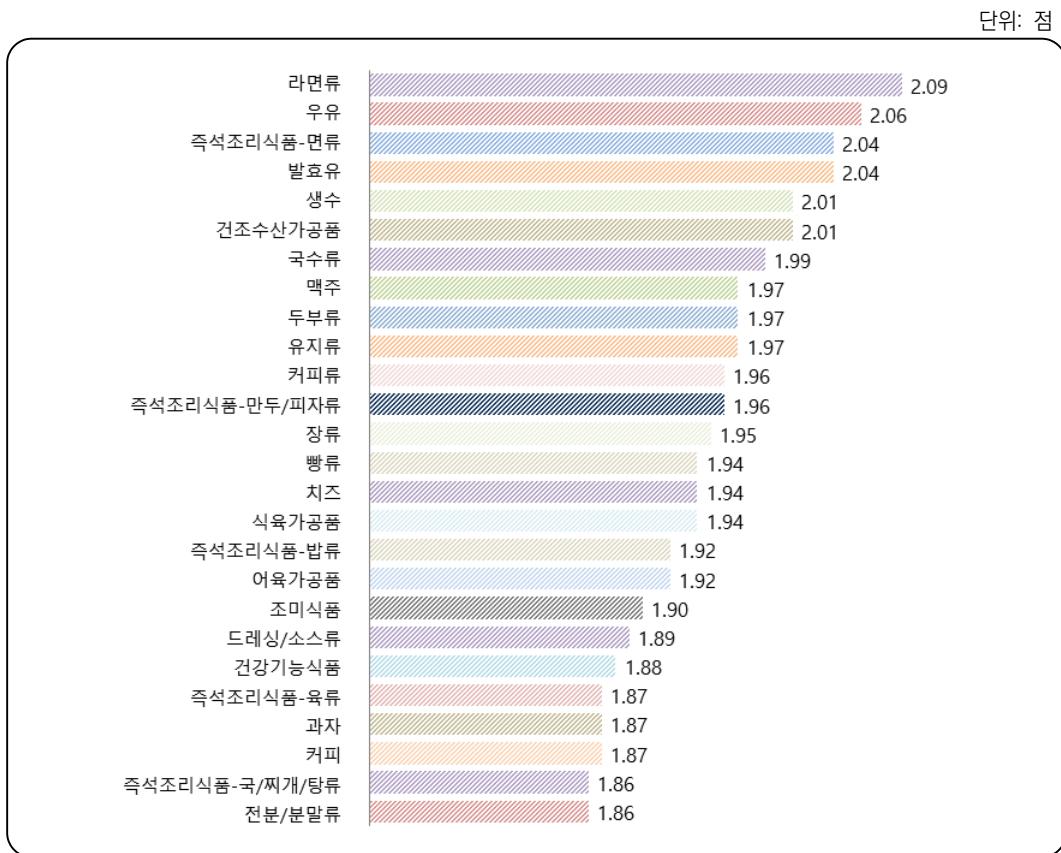
순위	품목	전체	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
1	라면류	2.07	2.21	2.15	2.16	2.09	1.99	1.92	1.93
2	우유	2.06	2.07	2.13	2.14	2.06	1.99	1.99	1.99
2	생수	2.06	2.22	2.06	2.11	2.04	2.03	2.03	2.04
4	즉석조리식품-면류	2.05	2.12	2.10	2.12	2.11	1.99	1.93	1.90
5	발효유	2.02	1.98	2.03	2.08	2.01	1.98	2.00	2.00
6	커피류	2.00	1.98	1.97	2.02	2.06	1.99	1.96	1.95
7	건조수산가공품	1.99	1.87	2.02	2.05	2.00	1.98	1.95	1.99
7	즉석조리식품-만두/피자류	1.99	1.95	2.05	2.07	2.01	1.96	1.85	1.84
9	국수류	1.98	1.94	2.00	2.01	2.02	1.97	1.93	1.90
9	건강기능식품	1.98	-	2.02	2.00	1.95	1.96	1.97	1.97
9	맥주	1.98	-	2.01	2.05	1.98	1.94	1.92	1.93
9	즉석조리식품-밥류	1.98	2.05	2.08	2.06	1.99	1.91	1.77	1.89
9	두부류	1.96	1.89	1.91	1.97	1.91	2.05	1.98	1.93
14	유지류	1.95	-	1.94	1.95	1.92	1.93	1.97	2.07
15	빵류	1.93	2.03	1.97	2.03	1.93	1.88	1.76	1.98
15	장류	1.93	-	1.93	1.91	1.89	1.96	1.93	2.00
17	드레싱/소스류	1.91	-	1.91	1.99	1.91	1.88	1.86	1.88
17	치즈	1.91	1.93	1.94	1.94	1.90	1.89	1.89	1.79
17	즉석조리식품-국/찌개/탕류	1.91	1.85	2.03	2.00	1.90	1.88	1.76	1.89
20	김치류	1.90	1.86	1.94	1.92	1.93	1.96	1.81	1.66
21	식육가공품	1.89	1.98	1.97	1.95	1.92	1.81	1.80	1.73
22	조미식품	1.89	-	1.92	1.90	1.86	1.88	1.87	2.01
22	어육가공품	1.89	1.86	1.87	1.97	1.91	1.85	1.80	1.93
22	즉석조리식품-육류	1.89	1.91	1.96	2.03	1.93	1.80	1.75	1.61
25	과자	1.88	2.10	1.99	2.04	1.93	1.73	1.63	1.67

주: 최근 1년 내 소비현황 상위 25개 품목만 제시한 결과임.

3) 향후 1년간 가공식품 품목별 소비 의향

- 향후 1년간 가공식품 소비 의향을 품목별로 살펴본 결과 ‘라면류’의 소비가 증가할 것이라는 의견이 가장 많았으며, 다음으로 ‘우유’, ‘즉석조리식품-면류’, ‘발효유’, ‘생수’, ‘건조수산가공품’의 소비도 증가될 의향이 있는 것으로 나타남.
 - 라면류 소비 의향은 10대에서 가장 높고, 60대에서 가장 낮은 수준
 - 우유 소비 의향은 30대와 70대에서 가장 높은 수준
 - 즉석조리식품-면류 소비 의향은 20대에서 가장 높은 수준

그림 5-23. 향후 1년간 가공식품 품목별 소비 의향



주: (1)감소, (2)비슷, (3)증가의 3점 평균값임.

표 5-23. 향후 1년간 가공식품 품목별 소비 의향

단위: 점

순위	품목	전체	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
1	라면류	2.09	2.34	2.08	2.13	2.17	2.00	1.94	2.04
2	우유	2.06	2.07	2.06	2.11	2.09	2.02	2.03	2.11
3	즉석조리식품-면류	2.04	2.08	2.12	2.10	2.07	1.98	1.90	1.96
3	발효유	2.04	2.08	2.10	2.08	2.01	1.99	2.03	2.03
5	생수	2.01	2.08	2.05	2.05	2.02	1.98	1.94	1.86
5	건조수산가공품	2.01	1.87	1.99	2.09	2.02	2.03	1.95	2.03
7	국수류	1.99	1.95	1.97	2.05	2.06	1.95	1.94	1.99
8	맥주	1.97	0.0	2.00	2.01	1.99	1.92	1.91	2.09
8	두부류	1.97	1.83	1.94	2.00	1.97	1.99	1.97	2.07
8	유지류	1.97	0.0	2.00	1.95	1.97	1.96	2.00	1.94
11	커피류	1.96	1.93	1.90	1.99	2.03	1.98	1.87	1.90
11	즉석조리식품-만두/피자류	1.96	1.98	2.03	2.06	2.00	1.90	1.77	1.93
13	장류	1.95	0.0	1.97	1.98	1.92	1.94	1.94	1.94
14	빵류	1.94	2.04	1.98	2.03	1.94	1.88	1.81	1.94
14	치즈	1.94	1.92	1.99	2.02	1.93	1.89	1.92	1.83
14	식육가공품	1.94	2.05	2.03	2.11	1.97	1.83	1.71	1.81
17	즉석조리식품-밥류	1.92	1.94	2.03	2.02	1.97	1.85	1.72	1.74
17	어육가공품	1.92	1.87	1.91	2.01	1.98	1.89	1.77	1.97
19	조미식품	1.90	0.0	1.92	1.91	1.91	1.87	1.86	1.97
20	드레싱/소스류	1.89	0.0	1.94	1.91	1.89	1.87	1.83	1.90
21	건강기능식품	1.88	0.0	1.87	1.92	1.91	1.86	1.82	1.92
22	즉석조리식품-육류	1.87	1.91	2.01	1.95	1.89	1.80	1.68	1.74
22	과자	1.87	2.16	2.01	2.02	1.88	1.73	1.59	1.78
22	커피	1.87	1.87	1.88	1.96	1.93	1.86	1.65	1.82
25	즉석조리식품-국/찌개/탕류	1.86	1.80	1.91	1.98	1.91	1.82	1.67	1.76

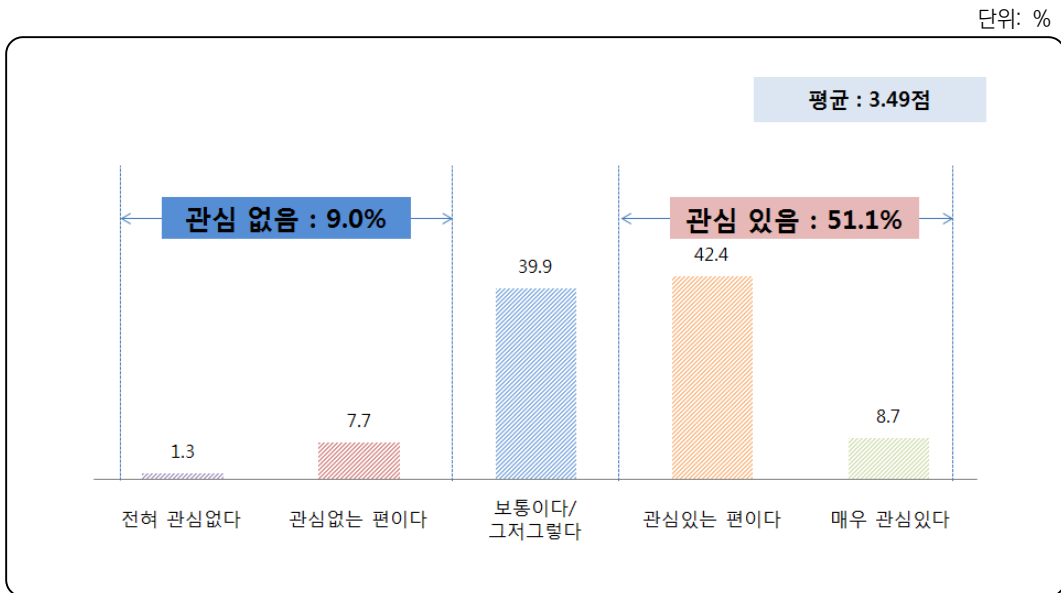
주: 향후 1년간 소비의향 상위 26개 품목만 제시한 결과임.

3. 가공식품 안전성

1) 평소 가공식품 안전성 문제에 대한 관심 정도

- 평소 가공식품의 안전성 문제에 대한 관심 정도 조사 결과 평균은 5점 만점에 3.49점으로 나타났으며 ‘관심 있다’는 51.1%로 나타나, 10명 중 5명은 평소 가공식품 안전성 문제에 관심이 있는 것으로 조사됨.
 - 성별로 살펴보면, 여성, 연령대별로는 60대, 거주지역별로는 호남권에서 평소 가공식품 안전성 문제에 대한 관심이 가장 높은 수준

그림 5-24. 평소 가공식품 안전성 문제에 대한 관심 정도



주: 평균은 5점 척도 점수 평균값을 의미함.

표 5-24. 평소 가공식품 안전성 문제에 대한 관심 정도

단위: 명, %, 점

구분		사례수	전혀 관심없다	관심없는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	관심있는 편이다	매우 관심있다	평균 (5점만점)
전체		2,174	1.3	7.7	39.9	42.4	8.7	3.49
성별	남성	1,102	1.6	8.9	43.9	37.9	7.6	3.41
	여성	1,072	1.0	6.4	35.8	46.9	9.8	3.58
연령	10대	166	4.8	18.1	55.4	16.9	4.8	2.99
	20대	344	2.6	11.0	45.6	34.0	6.7	3.31
	30대	384	0.5	6.8	48.7	39.8	4.2	3.40
	40대	454	1.1	5.1	38.1	46.9	8.8	3.57
	50대	435	0.7	5.7	31.0	51.7	10.8	3.66
	60대	301	0.3	6.6	29.6	47.2	16.3	3.72
	70대 이상	90	1.1	5.6	38.9	47.8	6.7	3.53
거주 지역	수도권	1,098	1.6	7.3	38.3	43.7	9.0	3.51
	충청권	218	0.9	9.6	42.7	36.2	10.6	3.46
	호남권	242	0.4	8.3	38.4	43.0	9.9	3.54
	대경권	210	1.9	5.7	44.8	41.4	6.2	3.44
	동남권	340	1.2	8.8	40.6	41.2	8.2	3.46
	강원권	66	0.0	6.1	43.9	47.0	3.0	3.47
	없음	213	1.9	7.0	38.0	42.7	10.3	3.53
개인소득	200만원 미만	464	1.7	8.4	41.4	39.9	8.6	3.45
	200~300만원 미만	422	0.9	6.6	41.5	43.1	7.8	3.50
	300~400만원 미만	324	0.9	6.8	38.3	47.8	6.2	3.52
	400~500만원 미만	194	0.0	6.7	33.5	48.5	11.3	3.64
	500만원 이상	391	0.5	5.1	35.5	47.6	11.3	3.64
최종 학력	중졸 이하	53	0.0	1.9	47.2	45.3	5.7	3.55
	고졸	399	2.0	8.8	39.1	42.4	7.8	3.45
	대학교 졸업	1,378	0.9	6.3	39.6	44.9	8.3	3.53
	대학교 졸업 이상	178	0.0	7.9	28.1	45.5	18.5	3.75
직업	관리/전문/사무직	1,084	0.7	7.4	39.7	43.9	8.3	3.52
	서비스/판매직	200	1.5	5.5	44.0	41.5	7.5	3.48
	기계/농림어업/단순노무	178	1.1	8.4	48.9	35.4	6.2	3.37
	주부	332	0.3	2.7	26.8	56.0	14.2	3.81
	기타	380	3.9	13.7	45.8	29.7	6.8	3.22

2) 체감하는 우리나라 가공식품의 안전성 정도

- 우리나라 가공식품 안전성의 체감 정도에 대한 조사 결과, 전체 평균은 100 점 만점 기준 66.75점의 약간 높은 수준으로 나타남.
 - 안정성에 대한 체감 정도는 성별로는 남성, 연령대별로는 10대에서 가장 높은 상황
 - 거주지역별로 살펴보면, 대경권에서 가공식품 안전성 체감도가 가장 높은 반면, 호남권은 다른 지역에 비해 안정성 체감도가 가장 낮은 상황
 - 최종학력별로 살펴보면, 학력이 높아질수록 안정성에 대한 체감 정도도 높아지는 경향

그림 5-25. 체감하는 우리나라 가공식품의 안전성 정도

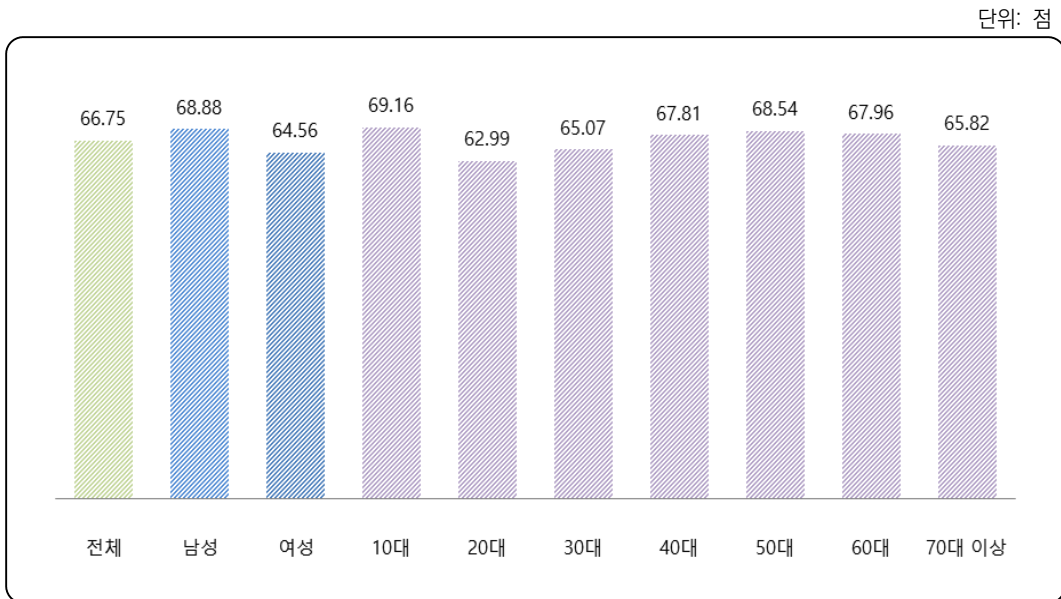


표 5-25. 체감하는 우리나라 가공식품의 안전성 정도

단위: 명, 점

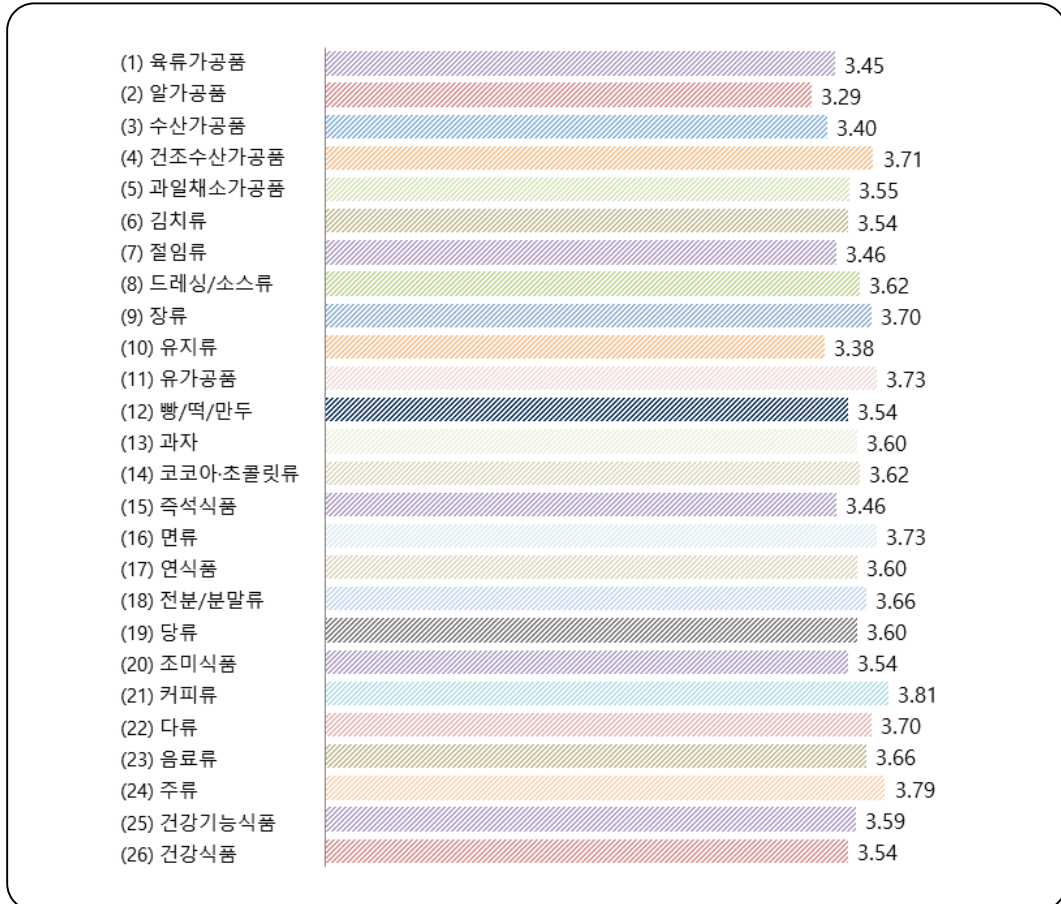
구분		사례수	평균
전체		2,174	66.75
성별	남성	1,102	68.88
	여성	1,072	64.56
연령	10대	166	69.16
	20대	344	62.99
	30대	384	65.07
	40대	454	67.81
	50대	435	68.54
	60대	301	67.96
	70대 이상	90	65.82
거주 지역	수도권	1,098	66.87
	충청권	218	67.36
	호남권	242	65.22
	대경권	210	67.99
	동남권	340	66.19
	강원권	66	67.29
개인소득	없음	213	63.74
	200만원 미만	464	64.92
	200~300만원 미만	422	66.53
	300~400만원 미만	324	68.20
	400~500만원 미만	194	67.93
최종 학력	500만원 이상	391	68.00
	중졸 이하	53	60.45
	고졸	399	64.41
	대학교 졸업	1,378	67.03
직업	대학교 졸업 이상	178	69.46
	관리/전문/사무직	1,084	67.72
	서비스/판매직	200	67.22
	기계/농림어업/단순노무	178	65.83
	주부	332	63.51

3) 안전성 평가

- 가공식품의 종류별로 5점 만점으로 안전성을 평가한 결과, 알가공품이 3.29 점으로 안전성이 가장 낮은 것으로 인식하고 있는 반면, 커피류가 3.81점으로 다른 품목에 비해 가장 안전하다고 인식하고 있는 것으로 나타남.

그림 5-26. 안전성 평가

단위: 점



주: 5점 만점 기준임.

표 5-26. 안전성 우려 정도

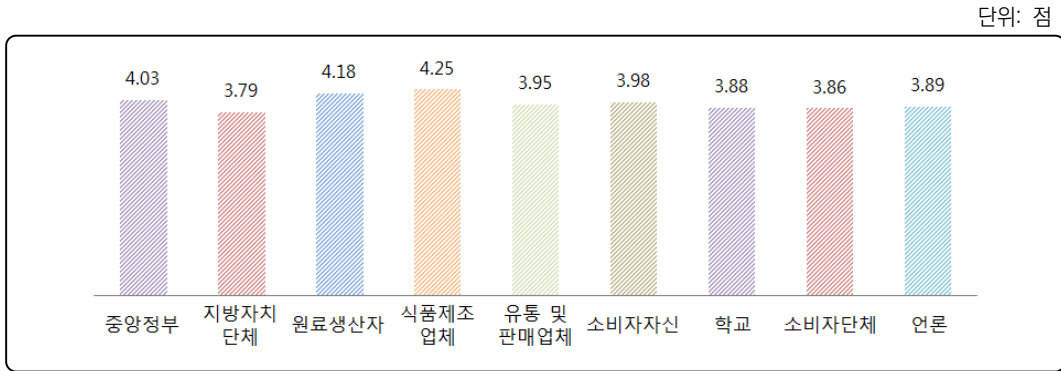
단위: %

가공식품 종류	전혀 안전하지 않다	안전하지 않은 편이다	보통이다	안전한 편이다	매우 안전하다	모르겠다/ 생각해 본 적 없다	평균 (5점 만점)
(1) 육류가공품	1.1	13.3	33.3	40.2	9.8	2.3	3.45
(2) 알가공품	1.6	14.8	42.6	30.3	7.8	2.9	3.29
(3) 수산가공품	1.7	13.8	35.4	36.4	9.6	3.1	3.40
(4) 건조수산가공품	0.9	7.0	28.6	42.8	17.2	3.4	3.71
(5) 과일채소가공품	1.3	7.4	36.2	40.6	11.6	3.0	3.55
(6) 김치류	1.0	7.6	37.1	39.3	11.4	3.7	3.54
(7) 절임류	1.2	10.5	38.2	36.1	10.8	3.3	3.46
(8) 드레싱/소스류	1.2	4.8	33.9	45.4	10.9	3.8	3.62
(9) 장류	0.6	5.9	27.9	49.1	12.7	3.7	3.70
(10) 유지류	2.6	11.6	38.3	35.1	9.1	3.3	3.38
(11) 유가공품	0.8	6.0	30.2	41.3	18.7	3.0	3.73
(12) 빵/떡/만두	1.1	8.8	36.1	39.2	12.0	2.9	3.54
(13) 과자	1.1	8.2	33.7	38.3	15.0	3.6	3.60
(14) 코코아·초콜릿류	0.9	6.6	34.3	40.4	13.7	4.1	3.62
(15) 즉석식품	1.2	10.9	37.1	36.8	10.6	3.2	3.46
(16) 면류	0.9	6.1	28.4	43.2	17.5	4.0	3.73
(17) 연식품	1.0	6.3	36.6	40.0	12.9	3.4	3.60
(18) 전분/분말류	0.5	5.5	35.3	40.4	15.1	3.2	3.66
(19) 당류	0.3	8.2	35.5	39.0	13.9	3.1	3.60
(20) 조미식품	0.7	10.7	35.5	37.4	13.6	2.2	3.54
(21) 커피류	0.9	5.0	26.9	42.4	20.9	4.0	3.81
(22) 다류	0.7	5.4	32.2	40.7	16.7	4.3	3.70
(23) 음료류	1.2	7.3	32.8	37.6	17.8	3.4	3.66
(24) 주류	0.8	3.9	30.5	39.8	20.6	4.4	3.79
(25) 건강기능식품	0.9	7.1	34.7	41.4	12.4	3.6	3.59
(26) 건강식품	0.9	8.1	36.0	42.0	10.5	2.5	3.54

4) 안전관리를 위해 각 주체들이 차지하는 중요도

- 안전관리를 위해 각 주체들이 차지하는 중요도를 살펴보면, ‘식품제조업체’에 대한 중요도가 5점 만점 기준 4.25점으로 가장 높았으며, 다음으로 ‘원료생산자’의 중요도가 4.18점으로 두 번째 높아, 소비자들이 식품과 원료의 생산/제조와 관련한 주체를 가장 중요하게 여기는 것으로 나타남.

그림 5-27. 안전관리를 위해 각 주체들이 차지하는 중요도



주: 5점 만점 기준임.

표 5-27. 안전관리를 위해 각 주체들이 차지하는 중요도

단위: %, 점

요인	전혀 중요하지 않다	중요하지 않은 편이다	보통이다/그저 그렇다	중요한 편이다	매우 중요하다	평균 (5점 만점)
(1) 중앙정부	0.6	2.4	20.8	45.4	30.7	4.03
(2) 지방자치단체	0.5	4.1	30.1	46.1	19.2	3.79
(3) 원료생산자	0.4	2.3	17.7	38.0	41.5	4.18
(4) 식품제조업체	0.2	1.8	17.0	34.0	46.9	4.25
(5) 유통 및 판매업체	0.5	2.6	23.6	47.7	25.6	3.95
(6) 소비자 자신	0.6	2.7	22.7	46.7	27.4	3.98
(7) 학교	0.8	3.2	28.0	43.2	24.8	3.88
(8) 소비자단체	0.6	3.3	26.8	48.2	21.1	3.86
(9) 언론	0.9	3.4	26.2	44.6	24.8	3.89

5) 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격 지불할 용의

- 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 용의는 ‘있음’ 34.4%, ‘없음’ 16.9%로 10명 중 3명 정도는 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 용의가 있는 것으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 여성이 남성보다 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 용의가 존재
 - 연령별로 살펴보면, 40대에서 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 용의가 가장 높은 반면, 10대가 다른 연령에 비해 지불 용의가 가장 낮은 상황
 - 거주지역별로 살펴보면, 대경권에서 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 용의가 가장 높은 반면, 강원권에서 다른 지역에 비해 지불 용의가 가장 낮은 것으로 조사

그림 5-28. 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격 지불할 용의

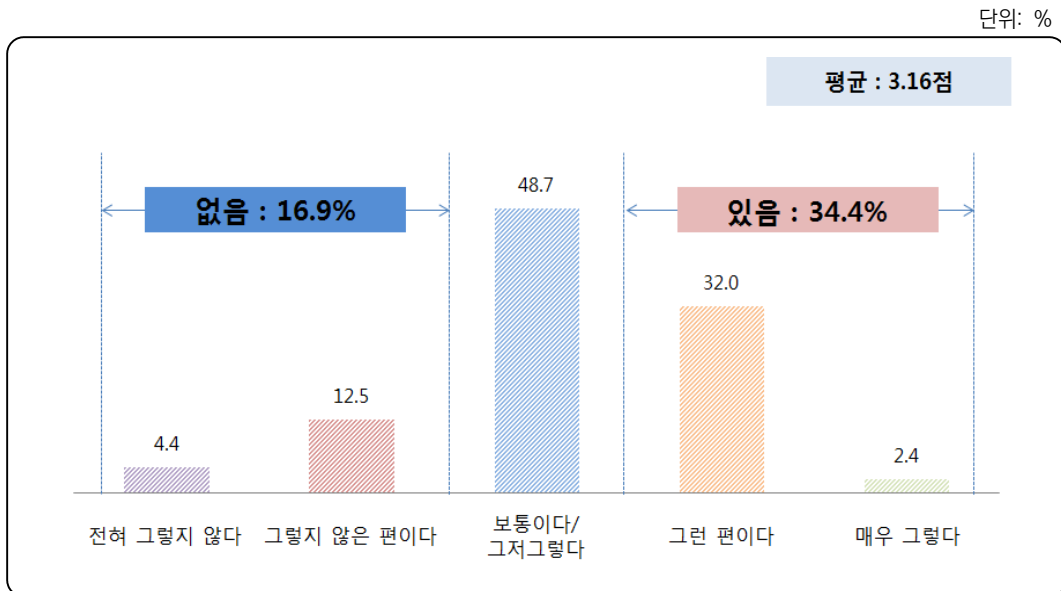


표 5-28. 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격 지불할 용의

단위: 명, %, 점

구분		사례수	전혀 중요하지 않다	중요하지 않은 편이다	보통이다/그 저그렇다	그런 편이다	매우 그렇다	평균 (5점 만점)
전체		2,174	4.4	12.5	48.7	32.0	2.4	3.16
성별	남성	1,102	5.2	13.2	50.1	28.9	2.7	3.11
	여성	1,072	3.6	11.8	47.3	35.3	2.1	3.20
연령	10대	166	6.6	21.7	47.0	21.7	3.0	2.93
	20대	344	5.5	12.8	48.8	29.4	3.5	3.13
	30대	384	4.4	9.6	52.3	32.0	1.6	3.17
	40대	454	2.4	12.3	48.2	34.1	2.9	3.23
	50대	435	3.9	11.5	47.4	35.2	2.1	3.20
	60대	301	5.3	13.3	45.8	33.2	2.3	3.14
	70대 이상	90	5.6	8.9	54.4	31.1	0.0	3.11
거주 지역	수도권	1,098	4.1	11.7	47.4	35.0	1.9	3.19
	충청권	218	3.7	16.5	45.0	33.0	1.8	3.13
	호남권	242	7.9	10.7	52.1	26.9	2.5	3.05
	대경권	210	1.4	11.0	53.3	31.0	3.3	3.24
	동남권	340	5.3	12.4	50.6	27.6	4.1	3.13
	강원권	66	4.5	24.2	47.0	24.2	0.0	2.91
개인소득	없음	213	6.6	14.6	52.6	25.4	0.9	3.00
	200만원 미만	464	5.8	13.1	51.7	28.2	1.1	3.06
	200~300만원 미만	422	4.3	11.1	52.6	29.9	2.1	3.14
	300~400만원 미만	324	3.1	9.9	51.5	33.0	2.5	3.22
	400~500만원 미만	194	2.6	8.8	39.2	45.4	4.1	3.40
	500만원 이상	391	2.8	12.0	41.9	39.4	3.8	3.29
최종 학력	중졸 이하	53	3.8	9.4	58.5	28.3	0.0	3.11
	고졸	399	5.3	14.8	50.9	27.8	1.3	3.05
	대학교 졸업	1,378	3.8	11.1	48.5	34.2	2.4	3.20
	대학교 졸업 이상	178	5.1	10.1	44.4	35.4	5.1	3.25
직업	관리/전문/사무직	1,084	3.7	10.2	47.2	35.7	3.1	3.24
	서비스/판매직	200	5.0	14.0	50.0	29.5	1.5	3.09
	기계/농림어업/단순노무	178	4.5	11.8	55.6	27.0	1.1	3.08
	주부	332	3.9	12.3	49.1	33.1	1.5	3.16
	기타	380	6.6	18.4	48.7	24.2	2.1	2.97

4. 가공식품 표시/정보

1) 가공식품 구매 시 포장지에 표시된 내용 확인 정도

- 가공식품 구매 시 포장지에 표시된 내용 확인 정도는 ‘확인 한다’ 36.6%, ‘확인하지 않는다’ 14.0%로 10명 중 3~4명 정도는 가공식품 구매 시 포장지에 표시된 내용을 확인하고 구매 하는 것으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 여성이 남성보다 가공식품 구매 시 포장지에 표시된 내용을 확인하고 구매하는 비율이 더 높은 상황
 - 연령별로 살펴보면, 60대에서 포장지에 표시된 내용을 확인하고 구매하는 비율이 가장 높은 반면, 10대는 다른 연령에 비해 가장 낮은 편
 - 거주지역별로 살펴보면, 수도권이 포장지에 표시된 내용을 확인하고 구매하는 비율이 가장 높은 반면, 충청권이 다른 지역에 비해 가장 낮은 것으로 조사

그림 5-29. 가공식품 구매 시 포장지에 표시된 내용 확인 정도

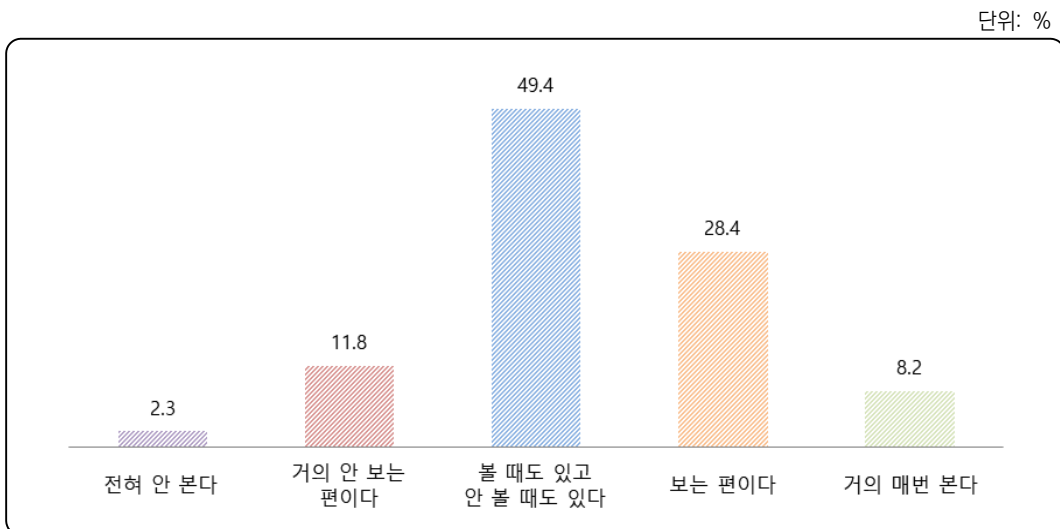


표 5-29. 가공식품 구매 시 포장지에 표시된 내용 확인 정도

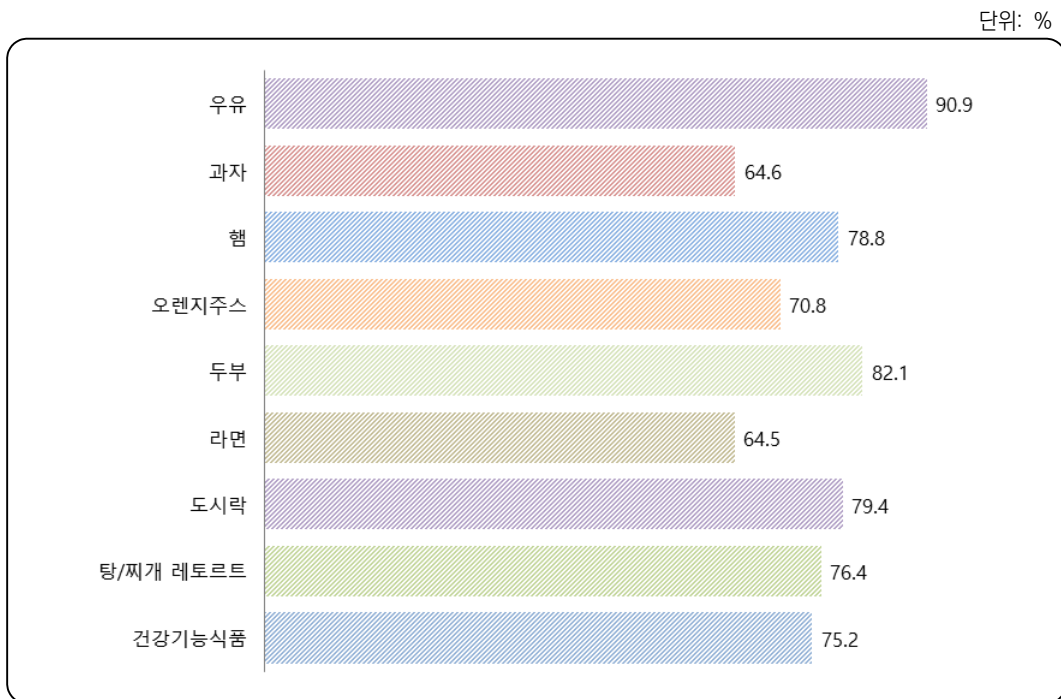
단위: 명, %

구분		사례수	전혀 안 본다	거의 안 보는 편이다	볼 때도 있고 안 볼 때도 있다	보는 편이다	거의 매번 본다	평균 (5점 만점)
전체		2,174	2.3	11.8	49.4	28.4	8.2	3.16
성별	남성	1,102	2.4	13.1	48.8	28.3	7.4	3.11
	여성	1,072	2.1	10.4	49.9	28.5	9.0	3.20
연령	10대	166	8.4	27.1	43.4	18.1	3.0	2.93
	20대	344	2.6	15.1	53.5	20.3	8.4	3.13
	30대	384	1.6	11.7	52.9	26.8	7.0	3.17
	40대	454	1.8	9.5	51.1	32.2	5.5	3.23
	50대	435	1.6	8.0	49.9	30.3	10.1	3.20
	60대	301	1.7	7.3	41.5	37.2	12.3	3.14
	70대 이상	90	0.0	15.6	44.4	27.8	12.2	3.11
거주 지역	수도권	1,098	2.1	10.7	49.6	29.7	7.9	3.19
	충청권	218	3.2	11.5	53.7	23.9	7.8	3.13
	호남권	242	2.9	14.9	46.7	28.1	7.4	3.05
	대경권	210	1.4	9.0	52.4	28.1	9.0	3.24
	동남권	340	2.1	15.6	45.0	27.6	9.7	3.13
	강원권	66	3.0	9.1	53.0	28.8	6.1	2.91
개인소득	없음	213	0.9	12.7	52.6	26.8	7.0	3.00
	200만원 미만	464	2.8	11.4	51.7	25.6	8.4	3.06
	200~300만원 미만	422	1.4	9.7	52.8	27.5	8.5	3.14
	300~400만원 미만	324	1.5	13.6	48.5	27.2	9.3	3.22
	400~500만원 미만	194	1.5	9.8	47.9	32.0	8.8	3.40
	500만원 이상	391	1.5	6.9	45.0	37.3	9.2	3.29
최종 학력	중졸 이하	53	0.0	18.9	49.1	28.3	3.8	3.11
	고졸	399	3.0	11.5	52.1	25.1	8.3	3.05
	대학교 졸업	1,378	1.5	10.5	49.6	29.6	8.8	3.20
	대학교 졸업 이상	178	1.1	5.6	47.2	36.5	9.6	3.25
직업	관리/전문/사무직	1,084	1.7	11.3	48.2	29.8	8.9	3.24
	서비스/판매직	200	1.0	8.5	52.0	30.5	8.0	3.09
	기계/농림어업/단순노무	178	4.5	9.6	57.3	23.6	5.1	3.08
	주부	332	0.6	7.2	50.3	32.2	9.6	3.16
	기타	380	5.0	19.7	46.6	22.4	6.3	2.97

2) 가공식품 구입 시 실제로 확인하는 사항

- 가공식품 구입 시 확인하는 사항을 품목별로 살펴본 결과, 전 항목에서 공통적으로 ‘유통기한’을 가장 많이 확인하고, 다음으로 ‘가격’ 등의 순으로 나타남.
- 가장 많이 확인하는 ‘유통기한’의 경우 ‘우유’ 구입 시에 90.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘두부(82.1%)’, ‘도시락(79.4%)’, ‘햄(78.8%)’ 등의 순으로 나타남.

그림 5-30. 가공식품 구입 시 실제로 확인하는 사항



주: 가공식품 구입 시 가장 많이 확인하는 ‘유통기한’ 비율을 제시한 결과임.

표 5-30. 가공식품 구입 시 실제로 확인하는 사항

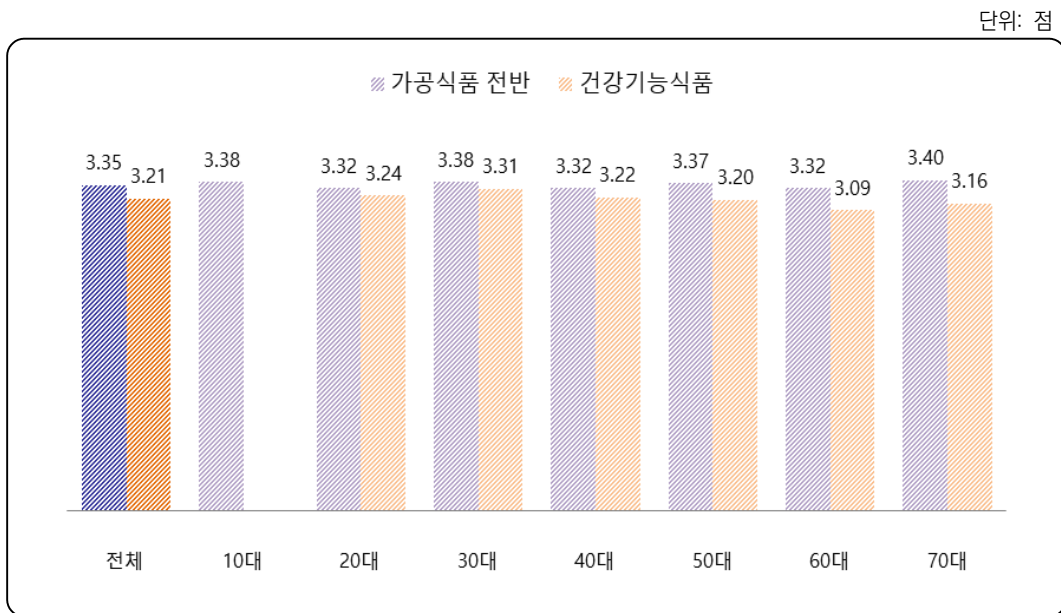
단위: %

확인사항	우유	과자	햄	오렌지 주스	두부	라면	도시락	탕/ 찌개 레토 르트	건강 기능 식품
(1) 유통기한	90.9	64.6	78.8	70.8	82.1	64.5	79.4	76.4	75.2
(2) 보존방법(예: 냉동보관 등)	31.0	16.8	35.0	25.0	24.1	10.1	27.6	36.4	34.4
(3) 첨가물	21.6	25.1	35.1	36.0	29.7	19.7	25.1	33.0	36.3
(4) 원재료명	24.7	23.1	35.9	34.9	32.1	18.6	29.9	36.4	47.9
(5) 내용량	35.1	35.4	34.4	32.5	30.0	22.9	35.9	37.8	38.5
(6) 가격	62.6	62.1	57.0	55.3	55.5	57.9	60.3	59.0	60.1
(7) 브랜드	47.5	43.1	38.8	41.4	36.4	48.4	33.4	40.4	46.8
(8) 제조업자명(판매업자명)	15.9	13.1	14.1	12.7	13.0	12.6	14.9	15.4	21.2
(9) 영양 표시(칼로리, 당분 등)	19.9	25.2	19.5	18.1	14.0	17.1	23.4	20.3	27.4
(10) 전통식품인증 표시	3.3	2.8	1.9	2.3	3.1	1.8	2.9	2.8	4.0
(11) 가공식품 KS 표시	9.9	6.2	8.3	7.2	6.8	5.7	6.1	6.4	7.5
(12) HACCP(안전관리인증기준) 표시	17.8	10.8	15.7	10.0	16.1	6.6	12.5	13.1	14.9
(13) 원산지표시	26.8	14.9	22.2	18.9	25.3	7.7	16.0	15.8	22.8
(14) 유기가공식품 인증 표시	6.2	3.3	5.5	4.3	5.4	3.1	3.6	3.1	4.4
(15) 지리적표시	2.0	0.9	1.8	1.6	1.4	1.2	1.4	1.3	1.6
(16) 이력추적관리 표시	2.0	1.3	1.8	1.4	1.2	1.0	1.9	1.1	2.7
(17) GMO(유전자변형)식품 표시	10.0	8.7	9.3	5.9	17.1	5.8	6.5	6.9	7.7
(18) 방사선조사식품 표시	2.6	2.1	1.7	1.8	2.4	1.2	1.7	2.4	3.0
(19) 나트륨 함량 비교표시	8.9	16.6	15.6	5.5	3.5	14.8	11.9	12.6	5.6
(20) 재활용 분리배출 표시	6.8	6.3	4.3	4.6	3.2	3.2	4.3	3.8	3.6
(21) 건강기능식품 인증 표시	3.9	2.4	2.2	2.3	1.8	1.8	2.2	1.8	14.8
(22) 어린이 기호식품 인증 표시	2.1	2.5	1.3	1.4	1.0	0.5	1.1	1.1	1.0
(23) 식품명인 표시	2.0	1.4	1.6	1.7	1.5	1.8	2.2	2.1	2.3
(24) 무글루텐(Gluten Free) 표시	1.2	1.3	1.5	1.2	0.8	1.0	1.8	1.1	1.7
(25) 알레르기 주의표시	4.4	3.6	2.1	1.3	0.7	1.1	2.3	1.5	4.2
(26) 지사체 등 기타인증 표시	1.7	0.8	0.6	0.6	0.6	0.5	0.9	0.7	2.7
(27) 기타	0.1	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0

3) 식품표시 만족도

- 식품표시 만족도는 ‘가공식품 전반’이 3.35점, ‘건강기능식품’이 3.21점으로 나타났으며, 모든 연령에서 ‘가공식품 전반’에 대한 만족도가 건강기능식품 만족도 보다 높은 것으로 나타남.
 - 가공식품 전반에 대한 식품표시 만족도는 성별로는 남성, 연령별로는 70대 이상, 거주지역별로는 수도권과 동남권에서 가장 높은 상황
 - 건강기능식품에 대한 식품표시 만족도는 성별로는 남성, 연령별로는 30대, 거주지역별로는 대경권에서 가장 높은 수준

그림 5-31. 식품표시 만족도



주: 5점 만점 기준임.

표 5-31. 식품표시 만족도

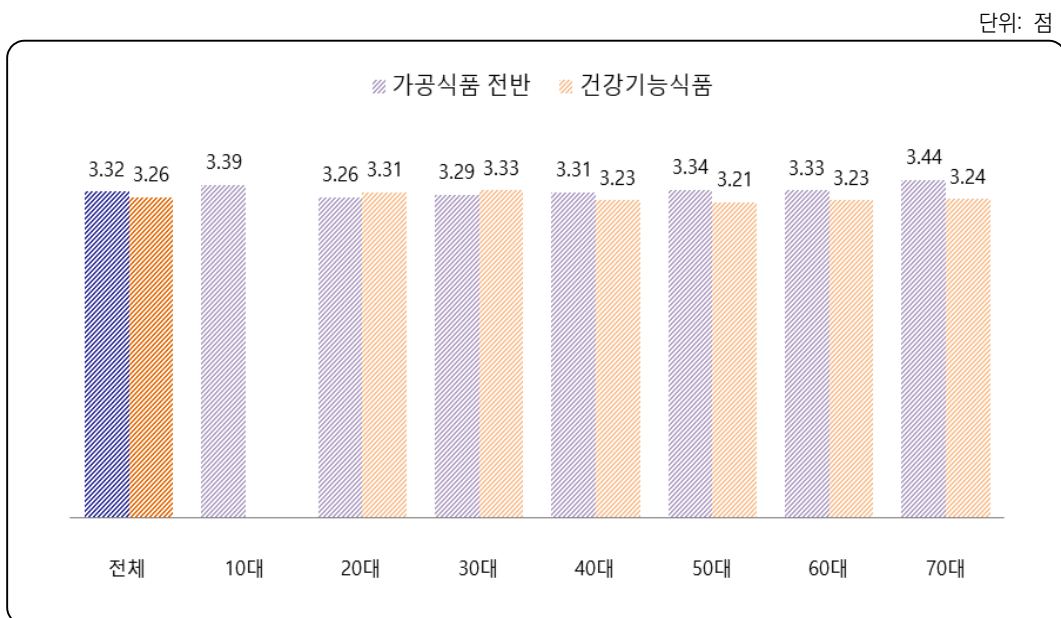
단위: 명, 점

구분		가공식품 전반		건강기능식품	
		사례수	평균(5점 만점)	사례수	평균(5점 만점)
전체		2,174	3.35	2,008	3.21
성별	남성	1,102	3.38	1,013	3.24
	여성	1,072	3.32	995	3.19
연령	10대	166	3.38	-	-
	20대	344	3.32	344	3.24
	30대	384	3.38	384	3.31
	40대	454	3.32	454	3.22
	50대	435	3.37	435	3.20
	60대	301	3.32	301	3.09
	70대 이상	90	3.40	90	3.16
거주 지역	수도권	1,098	3.36	1,013	3.24
	충청권	218	3.33	204	3.21
	호남권	242	3.32	222	3.16
	대경권	210	3.35	194	3.28
	동남권	340	3.36	314	3.18
	강원권	66	3.26	61	3.02
개인소득	없음	213	3.23	213	3.08
	200만원 미만	464	3.28	464	3.11
	200~300만원 미만	422	3.36	422	3.30
	300~400만원 미만	324	3.43	324	3.25
	400~500만원 미만	194	3.40	194	3.29
최종 학력	500만원 이상	391	3.38	391	3.25
	중졸 이하	53	3.21	53	2.94
	고졸	399	3.36	399	3.10
	대학교 졸업	1,378	3.35	1,378	3.26
직업	대학교 졸업 이상	178	3.31	178	3.20
	관리/전문/사무직	1,084	3.39	1,084	3.29
	서비스/판매직	200	3.34	200	3.20
	기계/농림어업/단순노무	178	3.32	178	3.11
	주부	332	3.24	332	3.14

4) 식품표시 신뢰도

- 식품표시 신뢰도는 ‘가공식품 전반’이 3.32점, ‘건강기능식품’이 3.26점으로 나타났으며, 20대와 30대를 제외한 모든 연령에서 ‘가공식품 전반’에 대한 신뢰도가 더 높은 것으로 나타남.
 - 가공식품 전반에 대한 식품표시 신뢰도는 성별로는 남성, 연령별로는 70대 이상, 거주지역별로는 대경권에서 가장 높은 상황
 - 건강기능식품에 대한 식품표시 만족도는 성별로는 남성, 연령별로는 30대, 거주지역별로는 대경권과 동남권에서 가장 높은 수준

그림 5-32. 식품표시 신뢰도



주: 5점 만점 기준임.

표 5-32. 식품표시 신뢰도

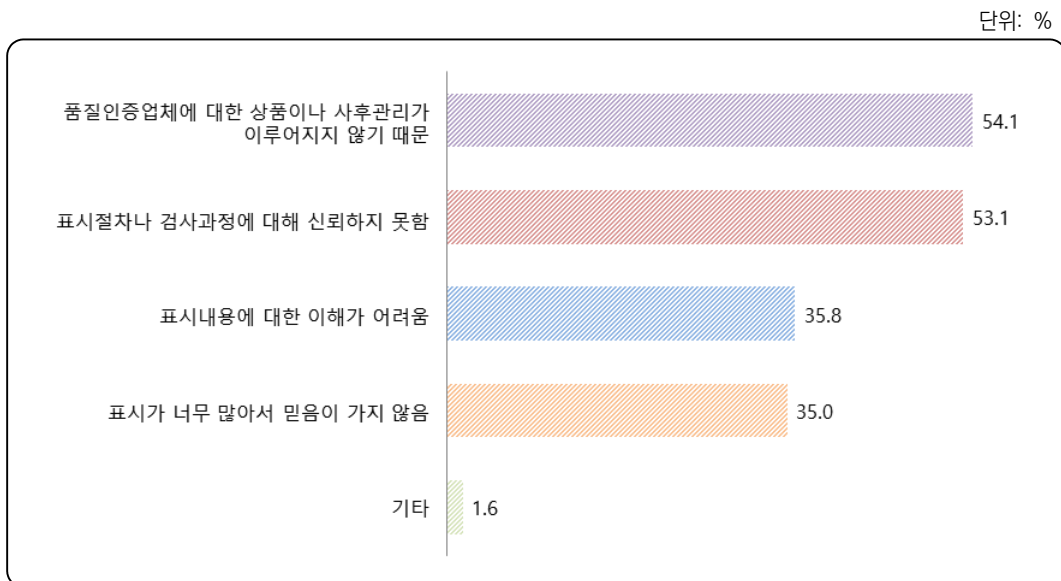
단위: 명, 점

구분		가공식품 전반		건강기능식품	
		사례수	평균(5점 만점)	사례수	평균(5점 만점)
전체		2,174	3.32	2,008	3.26
성별	남성	1,102	3.37	1,013	3.28
	여성	1,072	3.27	995	3.24
연령	10대	166	3.39	0.0	0.0
	20대	344	3.26	344	3.31
	30대	384	3.29	384	3.33
	40대	454	3.31	454	3.23
	50대	435	3.34	435	3.21
	60대	301	3.33	301	3.23
	70대 이상	90	3.44	90	3.24
거주 지역	수도권	1,098	3.33	1,013	3.27
	충청권	218	3.27	204	3.22
	호남권	242	3.28	222	3.22
	대경권	210	3.36	194	3.28
	동남권	340	3.33	314	3.28
	강원권	66	3.27	61	3.13
	없음	213	3.16	213	3.19
개인소득	200만원 미만	464	3.25	464	3.22
	200~300만원 미만	422	3.27	422	3.28
	300~400만원 미만	324	3.43	324	3.27
	400~500만원 미만	194	3.36	194	3.16
	500만원 이상	391	3.41	391	3.36
최종 학력	중졸 이하	53	3.36	53	3.42
	고졸	399	3.27	399	3.22
	대학교 졸업	1,378	3.33	1,378	3.27
	대학교 졸업 이상	178	3.30	178	3.20
직업	관리/전문/사무직	1,084	3.33	1,084	3.30
	서비스/판매직	200	3.39	200	3.25
	기계/농림어업/단순노무	178	3.30	178	3.23
	주부	332	3.25	332	3.20
	기타	380	3.32	214	3.17

4-1) 식품표시 신뢰하지 않는 이유

- 식품표시를 신뢰하지 않는 이유로는 ‘품질인증업체에 대한 상품이나 사후 관리가 이루어지지 않기 때문’이 54.1%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘표시절차나 검사과정에 대해 신뢰하지 못함(53.1%)’, ‘표시내용에 대한 이해가 어려움(35.8%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 남성은 ‘품질인증업체에 대한 상품이나 사후관리가 이루어지지 않기 때문’이라는 의견이, 여성은 ‘표시절차나 검사과정에 대해 신뢰하지 못함’이라는 의견이 가장 많은 비중을 차지
 - 최종학력별로 살펴보면, 학력이 높아질수록 ‘품질인증업체에 대한 상품이나 사후관리가 이루어지지 않기 때문’이라는 응답 비율이 높아지는 경향

그림 5-33. 식품표시 신뢰하지 않는 이유



- 주 1. 식품표시에 대하여 신뢰하지 않는다고 응답한 대상자
 2. 복수응답이므로 합이 100을 넘음.

표 5-33. 식품표시 신뢰하지 않는 이유

단위: 명, %

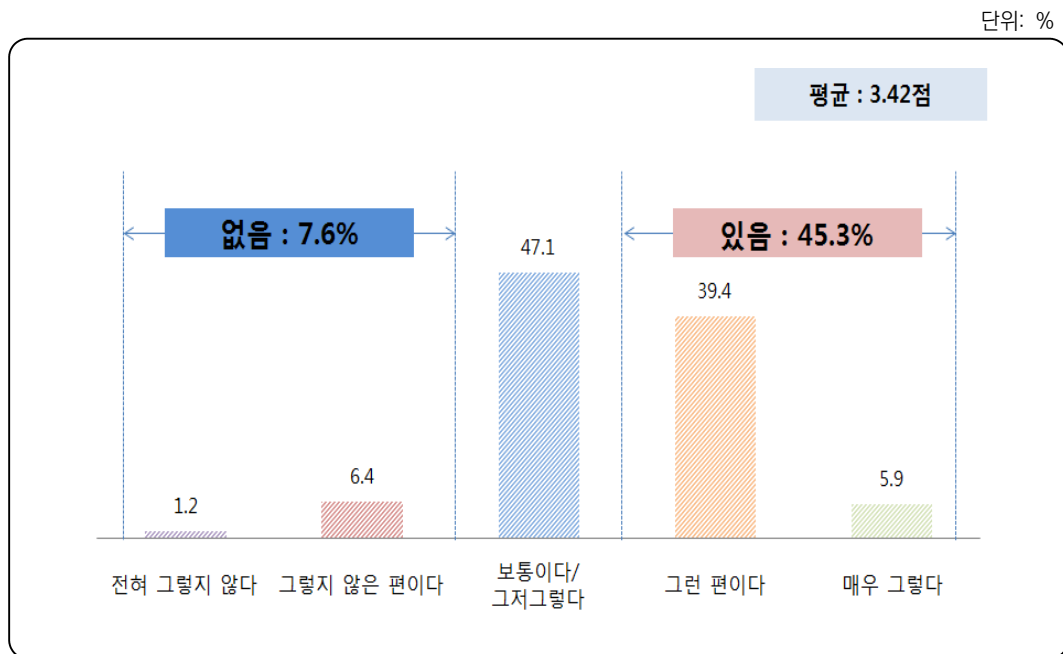
구분		사례수	품질인증 업체에 대한 상품이나 사후관리가 이루어지지 않기 때문	표시절차나 검사과정에 대해 신뢰하지 못함	표시내용에 대한 이해가 어려움	표시가 너무 많아서 믿음이 가지 않음	기타
전체		386	54.1	53.1	35.8	35.0	1.6
성별	남성	186	54.8	49.5	35.5	36.0	2.2
	여성	200	53.5	56.5	36.0	34.0	1.0
연령	10대	11	45.5	63.6	54.5	18.2	0.0
	20대	69	46.4	47.8	34.8	37.7	1.4
	30대	58	63.8	56.9	41.4	29.3	1.7
	40대	71	63.4	60.6	31.0	31.0	0.0
	50대	98	50.0	49.0	37.8	35.7	1.0
	60대	59	45.8	52.5	33.9	44.1	3.4
	70대 이상	20	70.0	50.0	25.0	35.0	5.0
거주 지역	수도권	182	61.0	56.0	35.2	30.8	1.1
	충청권	42	47.6	38.1	38.1	40.5	0.0
	호남권	55	50.9	56.4	27.3	38.2	5.5
	대경권	32	34.4	62.5	40.6	53.1	0.0
	동남권	58	58.6	51.7	34.5	31.0	1.7
	강원권	17	29.4	35.3	58.8	35.3	0.0
	없음	45	44.4	55.6	46.7	37.8	4.4
개인소득	200만원 미만	91	51.6	57.1	34.1	39.6	1.1
	200~300만원 미만	80	60.0	43.8	35.0	38.8	2.5
	300~400만원 미만	58	51.7	55.2	31.0	27.6	1.7
	400~500만원 미만	36	50.0	58.3	27.8	27.8	0.0
	500만원 이상	65	63.1	50.8	36.9	35.4	0.0
최종 학력	중졸 이하	7	42.9	42.9	42.9	0.0	0.0
	고졸	96	46.9	51.0	32.3	50.0	4.2
	대학교 졸업	240	55.8	54.2	37.5	30.8	0.8
	대학교 졸업 이상	32	68.8	50.0	25.0	34.4	0.0
직업	관리/전문/사무직	195	57.4	57.9	35.9	33.3	0.5
	서비스/판매직	29	41.4	51.7	27.6	62.1	0.0
	기계/농림어업/단순노무	33	57.6	39.4	24.2	33.3	0.0
	주부	63	46.0	54.0	38.1	34.9	3.2
	기타	66	56.1	45.5	42.4	28.8	4.5

주 1. 식품표시에 대하여 신뢰하지 않는다고 응답한 대상자
 2. 복수응답이므로 합이 100을 넘음.

5-1) 작년 대비 표시 이용도 변화

- 작년 대비 표시 이용도 변화에 대한 조사 결과, 평균은 5점 만점 기준 3.42 점으로 나타났으며, ‘그렇다’ 45.3%, ‘그렇지 않다’ 7.6%로 10명 중 4명은 작년 대비 표시 이용도 변화가 있는 것으로 나타남.
 - 성별로 살펴보면, 여성, 연령대별로는 60대, 거주지역별로는 수도권과 호남권에서 작년 대비 표시 이용도 변화가 가장 큰 편
 - 최종학력별로 살펴보면, 학력이 높을수록 작년 대비 표시 이용도 변화도는 증가하는 경향

그림 5-34. 작년 대비 표시 이용도 변화



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 5-34. 작년 대비 표시 이용도 변화

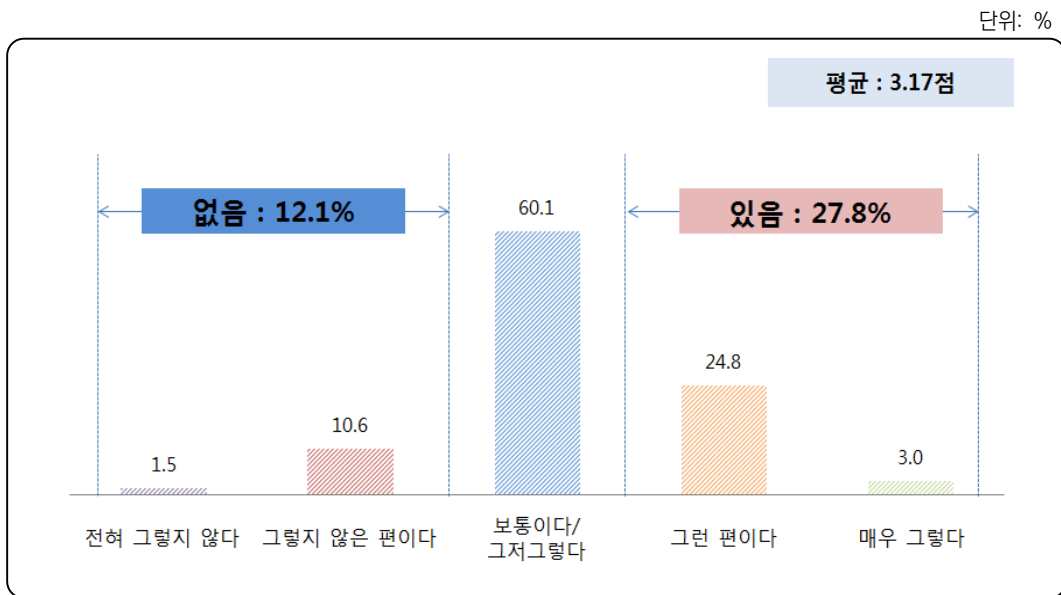
단위: 명, %

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/ 그저그렇다	그런 편이다	매우 그렇다	평균 (5점 만점)
전체		2,174	1.2	6.4	47.1	39.4	5.9	3.42
성별	남성	1,102	1.5	5.8	49.5	36.8	6.3	3.40
	여성	1,072	0.8	7.1	44.5	42.0	5.6	3.44
연령	10대	166	4.2	10.2	51.2	25.9	8.4	3.24
	20대	344	3.5	8.4	47.7	33.7	6.7	3.32
	30대	384	0.5	7.8	47.9	38.5	5.2	3.40
	40대	454	0.4	5.1	48.0	41.4	5.1	3.46
	50대	435	0.2	6.2	43.0	44.4	6.2	3.50
	60대	301	0.7	3.3	45.2	44.9	6.0	3.52
	70대 이상	90	0.0	4.4	54.4	36.7	4.4	3.41
거주 지역	수도권	1,098	1.2	6.0	46.6	40.6	5.6	3.43
	충청권	218	0.9	6.0	48.6	39.0	5.5	3.42
	호남권	242	1.2	7.4	44.6	40.9	5.8	3.43
	대경권	210	1.4	7.6	45.7	39.0	6.2	3.41
	동남권	340	1.2	7.4	48.5	35.3	7.6	3.41
	강원권	66	1.5	3.0	54.5	36.4	4.5	3.39
	없음	213	1.4	4.7	58.2	31.5	4.2	3.32
개인소득	200만원 미만	464	2.6	7.5	45.5	39.4	5.0	3.37
	200~300만원 미만	422	0.5	7.1	47.6	38.6	6.2	3.43
	300~400만원 미만	324	0.3	6.5	46.9	40.1	6.2	3.45
	400~500만원 미만	194	0.0	5.7	43.8	45.9	4.6	3.49
	500만원 이상	391	0.3	4.1	42.2	46.3	7.2	3.56
최종 학력	중졸 이하	53	1.9	3.8	60.4	32.1	1.9	3.28
	고졸	399	2.3	7.8	49.1	33.8	7.0	3.36
	대학교 졸업	1,378	0.7	5.8	46.2	41.8	5.5	3.46
	대학교 졸업 이상	178	0.0	5.6	41.0	47.8	5.6	3.53
직업	관리/전문/사무직	1,084	0.6	6.4	45.3	40.8	7.0	3.47
	서비스/판매직	200	0.5	5.5	51.0	39.0	4.0	3.41
	기계/농림어업/단순노무	178	2.8	7.9	49.4	35.4	4.5	3.31
	주부	332	0.9	5.4	46.1	43.7	3.9	3.44
	기타	380	2.9	7.4	49.7	33.7	6.3	3.33

5-2) 작년 대비 신뢰도 변화

- 작년 대비 신뢰도 변화에 대한 조사 결과, 평균은 3.17점의 보통 수준인 것으로 나타났으며, ‘그렇다’ 27.8%, ‘그렇지 않다’ 12.1%로 10명 중 2명은 작년 대비 표시 신뢰도에 대한 변화가 있는 것으로 나타남.
 - 성별로는 남성, 연령대별로는 70대 이상, 거주지역별로는 충청권에서 작년 대비 신뢰도 변화가 가장 큰 상황
 - 개인소득별로 살펴보면, 소득이 증가할수록 작년 대비 신뢰도 변화도 커지는 경향

그림 5-35. 작년 대비 신뢰도 변화



주: 평균은 5점 척도 평균값임.

표 5-35. 작년 대비 신뢰도 변화

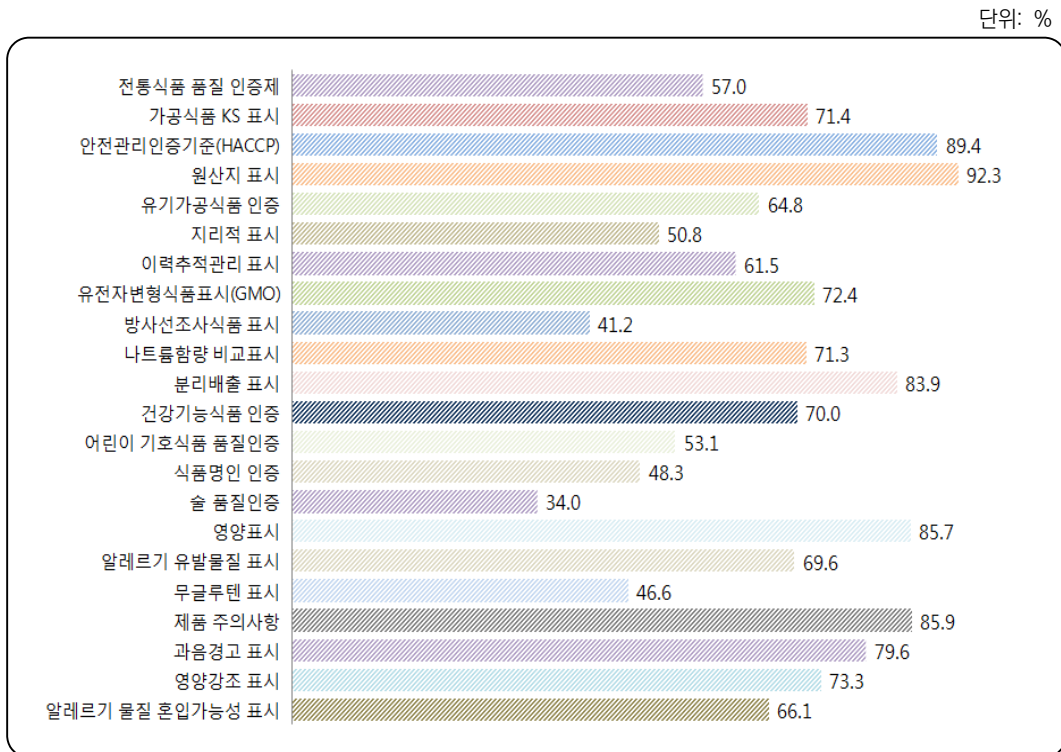
단위: 명, %

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/그저그렇다	그런 편이다	매우 그렇다	평균 (5점 만점)
전체		2,174	1.5	10.6	60.1	24.8	3.0	3.17
성별	남성	1,102	1.5	8.7	62.0	24.2	3.5	3.20
	여성	1,072	1.5	12.5	58.1	25.5	2.4	3.15
연령	10대	166	2.4	13.9	60.8	21.7	1.2	3.05
	20대	344	3.8	11.3	57.0	23.0	4.9	3.14
	30대	384	1.0	12.8	57.8	25.0	3.4	3.17
	40대	454	0.4	11.0	61.0	23.6	4.0	3.20
	50대	435	1.4	7.4	60.5	29.4	1.4	3.22
	60대	301	1.3	11.0	62.1	23.3	2.3	3.14
	70대 이상	90	0.0	4.4	66.7	26.7	2.2	3.27
거주 지역	수도권	1,098	1.4	11.2	58.2	26.6	2.6	3.18
	충청권	218	0.9	8.7	62.4	24.8	3.2	3.21
	호남권	242	1.7	12.0	59.1	24.0	3.3	3.15
	대경권	210	1.4	8.1	67.6	20.5	2.4	3.14
	동남권	340	2.1	11.2	57.6	25.0	4.1	3.18
	강원권	66	3.0	6.1	75.8	12.1	3.0	3.06
	없음	213	1.4	14.6	64.3	18.8	0.9	3.03
개인소득	200만원 미만	464	3.0	11.6	59.3	24.8	1.3	3.10
	200~300만원 미만	422	1.7	13.3	60.4	21.6	3.1	3.11
	300~400만원 미만	324	0.3	8.0	63.0	25.3	3.4	3.23
	400~500만원 미만	194	1.0	9.3	58.2	27.8	3.6	3.24
	500만원 이상	391	0.5	5.6	56.5	31.2	6.1	3.37
최종 학력	중졸 이하	53	3.8	1.9	67.9	26.4	0.0	3.17
	고졸	399	3.0	11.0	58.1	24.3	3.5	3.14
	대학교 졸업	1,378	1.0	10.6	59.6	25.5	3.3	3.19
	대학교 졸업 이상	178	0.6	9.0	65.2	23.0	2.2	3.17
직업	관리/전문/사무직	1,084	1.1	9.7	58.0	26.9	4.2	3.24
	서비스/판매직	200	1.5	10.0	68.0	18.0	2.5	3.10
	기계/농림어업/단순노무	178	3.9	11.8	60.1	21.9	2.2	3.07
	주부	332	0.9	11.4	62.0	25.0	0.6	3.13
	기타	380	2.1	12.1	60.0	23.7	2.1	3.12

6-1) 식품 인증/주요표시 제도 인지도

- 식품 인증/ 주요표시 제도에 대한 인지도는 ‘원산지 표시’가 92.3%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘안전관리인증기준(HACCP)’ 89.4%, ‘제품 주의사항’ 85.9%, ‘영양 표시’ 85.7% 등의 순으로 나타난 반면, ‘술 품질인증’은 34.0%로 인지도가 가장 낮은 것으로 조사됨.

그림 5-36. 식품 인증/주요표시 제도 인지도



주: '잘 알고 있다 + 들어본 적이 있다'의 비율을 산출한 결과임.

표 5-36. 식품 인증/주요표시 제도 인지도

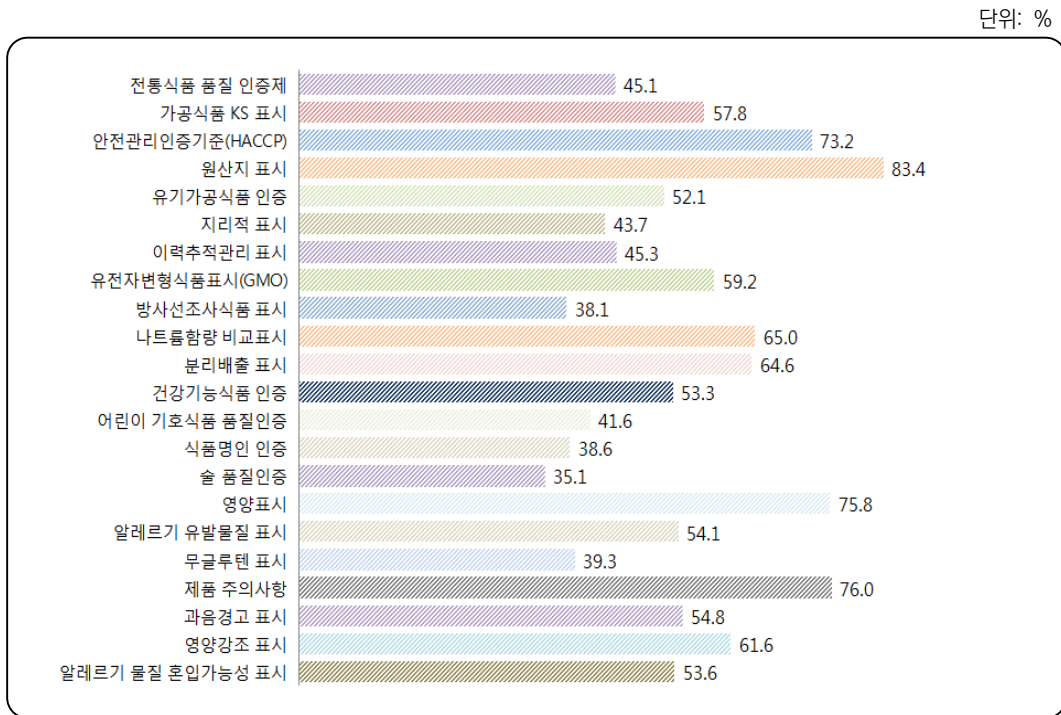
단위: %

표시 및 인증	잘 알고 있다	들어본 적이 있다	모른다
(1) 전통식품인증	9.4	47.6	43.0
(2) 가공식품 KS	25.2	46.2	28.6
(3) HACCP	47.5	42.0	10.6
(4) 원산지 표시	54.3	38.0	7.7
(5) 유기가공식품	19.3	45.4	35.2
(6) 지리적표시	13.5	37.3	49.2
(7) 이력추적관리	15.9	45.6	38.5
(8) GMO표시	26.4	46.0	27.6
(9) 방사선조사식품	8.5	32.7	58.8
(10) 나트륨 비교표시	25.7	45.6	28.7
(11) 분리배출 표시	48.9	35.0	16.1
(12) 건강기능식품	24.2	45.8	30.0
(13) 어린이기호식품	15.8	37.3	46.9
(14) 식품명인	11.1	37.2	51.7
(15) 솔품질	8.0	26.0	66.0
(16) 영양표시	45.2	40.5	14.3
(17) 알레르기 유발표시	27.9	41.8	30.4
(18) 무글루텐	10.7	35.9	53.4
(19) 제품 주의사항	46.5	39.4	14.1
(20) 과음경고표시	48.1	31.5	20.4
(21) 영양강조표시	33.1	40.2	26.7
(22) 알레르기물질 혼입가능성 표시	28.6	37.5	33.9

6-2) 식품 인증/주요 표시 제도 구입 시 확인 여부

- 식품 인증/주요 표시 제도를 제품 구입 시 확인하는 정도는 ‘원산지 표시’가 83.4%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘제품 주의사항’ 76.0%, ‘영양 표시’ 75.8%, ‘안전관리인증(HACCP)’ 73.2% 등의 순으로 나타난 반면, ‘술 품질 인증’은 35.1%로 가장 낮은 것으로 조사됨.

그림 5-37. 식품 인증/주요 표시 제도 구입 시 확인 여부



주: '항상 확인한다' + '가끔 확인하다'의 비율을 산출한 결과임.

표 5-37. 식품 인증/주요 표시 제도 구입 시 확인 여부

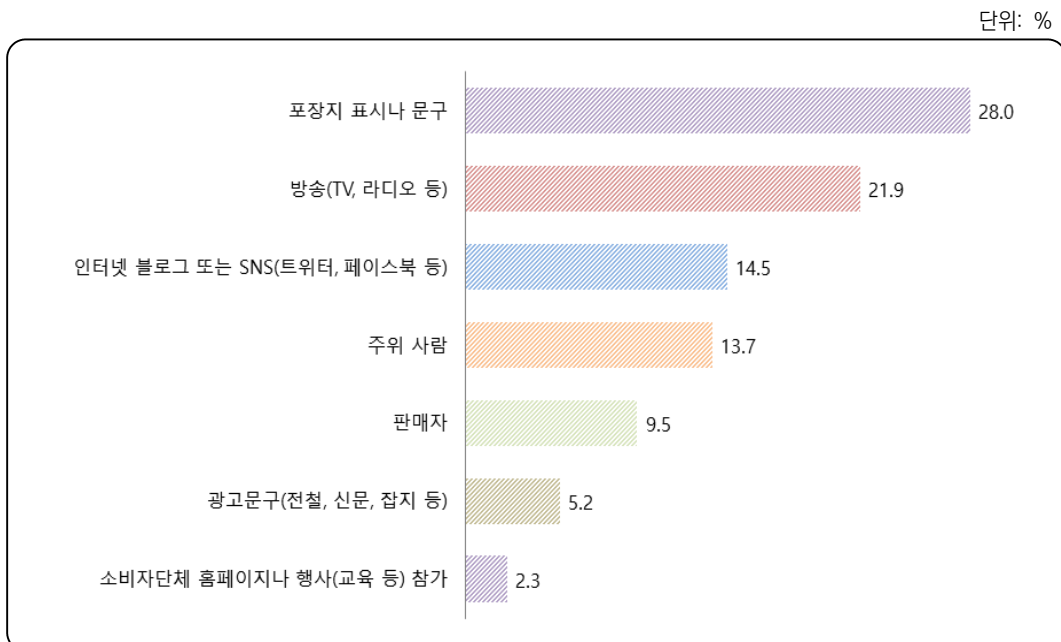
단위: %

가공식품 종류	항상 확인한다	가끔 확인한다	확인하지 않는다
(1) 전통식품인증	6.4	38.7	54.9
(2) 가공식품 KS	15.5	42.4	42.2
(3) HACCP	29.2	44.0	26.8
(4) 원산지 표시	45.1	38.3	16.6
(5) 유기가공식품	14.1	37.9	47.9
(6) 지리적표시	9.2	34.5	56.3
(7) 이력추적관리	7.8	37.4	54.7
(8) GMO표시	17.3	41.9	40.8
(9) 방사선조사식품	7.6	30.5	61.9
(10) 나트륨 비교표시	20.8	44.2	35.0
(11) 분리배출 표시	22.7	41.9	35.4
(12) 건강기능식품	14.8	38.5	46.7
(13) 어린이기호식품	9.9	31.7	58.4
(14) 식품명인	6.9	31.8	61.4
(15) 술품질	5.5	29.6	64.9
(16) 영양 표시	28.9	46.9	24.2
(17) 알레르기 유발표시	13.8	40.3	45.9
(18) 무글루텐	7.2	32.2	60.7
(19) 제품 주의사항	32.0	44.0	24.0
(20) 과음경고표시	14.7	40.0	45.2
(21) 영양강조표시	19.1	42.5	38.4
(22) 알레르기물질 혼입가능성 표시	13.8	39.8	46.4

7) 가공식품에 대한 정보를 얻는 곳

- 가공식품에 대한 정보를 주로 얻는 곳은 ‘포장지 표시나 문구’가 28.0%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘방송(TV,라디오 등)(21.9%)’, ‘인터넷 블로그 또는 SNS(14.5%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 70대 이상 연령 및 최종학력 중졸 이하 집단에서는 ‘방송(TV, 라디오 등)’을 통해 정보를 얻는다는 응답이 가장 많았고, 그 외 모든 응답자 집단에서는 ‘포장지 표시나 문구’를 통해 정보를 얻는다는 응답이 가장 많은 상황
 - ‘인터넷 블로그 또는 SNS(트위터, 페이스북 등)’을 통해 정보를 얻는다는 응답은 30대에서 가장 많았으며, ‘주위 사람’을 통해 정보를 얻는다는 응답은 70대 이상에서 가장 높은 상황

그림 5-38. 가공식품에 대한 정보를 얻는 곳



- 주 1. 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.
 2. 가공식품에 대한 정보를 얻는 곳 상위 7개를 제시한 결과임.

표 5-38. 가공식품에 대한 정보를 얻는 곳

단위: 명, %

구분		사례수	포장지 표시나 문구	방송(TV, 라디오 등)	인터넷 블로그 또는 SNS(트위터, 페이스북 등)	주위 사람	판매자	광고문구 (전철, 신문, 잡지 등)	소비자 단체 홈페이지나 행사(교육 등) 참가
전체		2,174	28.0	21.9	14.5	13.7	9.5	5.2	2.3
성별	남성	1,102	26.5	21.9	15.1	12.3	10.3	6.2	2.5
	여성	1,072	29.5	21.9	13.9	15.1	8.6	4.2	2.1
연령	10대	166	22.3	15.9	14.9	18.5	10.8	3.8	1.8
	20대	344	25.7	18.2	17.2	13.6	10.7	5.7	2.2
	30대	384	27.6	20.5	18.0	13.0	8.9	5.6	2.2
	40대	454	29.1	20.5	16.1	13.4	9.2	6.2	2.2
	50대	435	31.9	26.2	10.1	11.6	9.4	4.8	2.6
	60대	301	28.5	26.1	12.6	12.9	8.9	4.1	2.8
	70대 이상	90	23.7	25.2	7.8	21.9	8.9	5.6	2.2
거주 지역	수도권	1,098	28.3	20.0	15.5	14.0	9.3	5.4	2.4
	충청권	218	30.3	23.4	15.9	12.1	9.8	2.9	1.5
	호남권	242	26.5	24.1	12.7	14.5	9.7	4.3	3.2
	대경권	210	23.7	24.4	13.8	15.1	9.7	5.6	1.7
	동남권	340	28.9	22.5	12.6	12.3	9.2	6.9	2.8
	강원권	66	30.3	28.8	10.1	12.6	12.1	3.5	0.5
	없음	213	28.3	23.5	12.2	13.5	11.7	4.1	1.9
개인소득	200만원 미만	464	30.6	24.7	13.8	12.1	9.9	4.5	1.8
	200~300만원 미만	422	27.4	23.3	16.3	13.0	8.2	5.5	1.7
	300~400만원 미만	324	26.9	23.3	14.8	14.3	8.2	5.5	3.0
	400~500만원 미만	194	31.3	18.7	12.6	15.5	7.6	6.6	3.3
	500만원 이상	391	27.3	19.2	15.1	12.7	10.5	6.1	3.1
최종 학력	중졸 이하	53	22.8	34.8	6.3	24.1	8.2	2.5	0.6
	고졸	399	27.3	26.3	14.2	11.8	9.2	4.2	2.2
	대학교 졸업	1,378	29.0	20.9	15.0	13.4	9.5	5.7	2.3
	대학교 졸업 이상	178	29.0	21.2	13.1	12.5	9.4	6.0	3.7
직업	관리/전문/사무직	1,084	27.9	20.8	16.1	13.4	8.7	5.9	2.4
	서비스/판매직	200	26.6	23.4	15.7	12.5	13.0	2.5	2.8
	기계/농림어업/단순노무	178	30.5	24.9	11.6	11.2	8.6	6.7	2.6
	주부	332	30.1	25.8	10.9	15.4	9.3	3.2	1.5
	기타	380	26.2	19.2	13.6	14.5	10.4	5.7	2.5

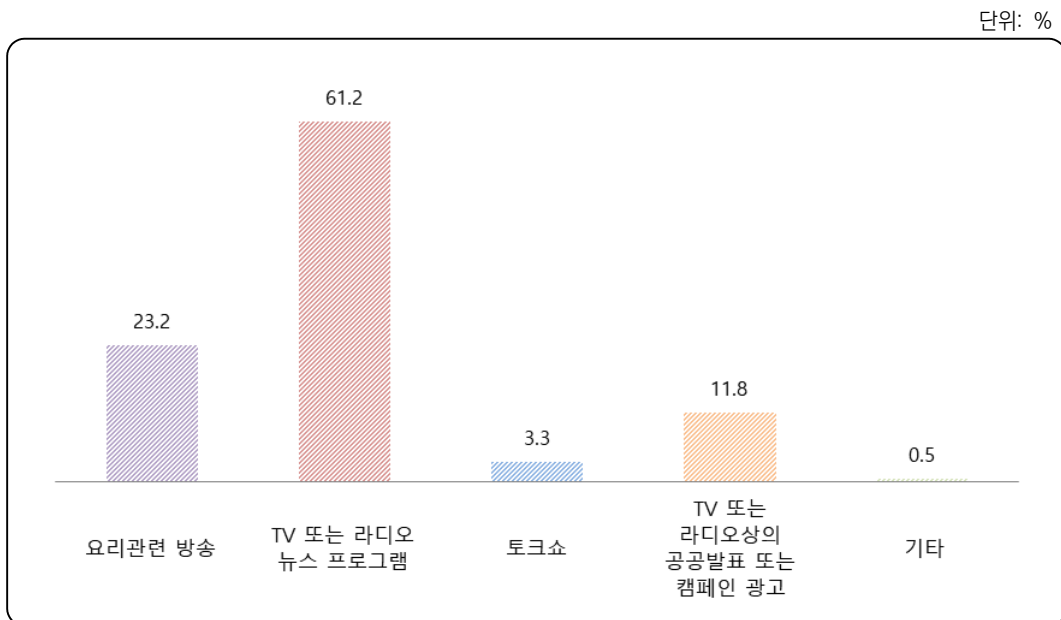
주 1. 1+2순위 가중평균하여 산출한 수치임.

2. 가공식품에 대한 정보를 얻는 곳 상위 7개를 제시한 결과임.

7-1) 식료품 관련 정보를 얻는 프로그램

- TV나 라디오 등의 방송 중 주로 식료품 관련 정보를 얻는 프로그램으로는 ‘TV 또는 라디오 뉴스 프로그램’이 61.2%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘요리 관련 방송(23.2%)’, ‘TV 또는 라디오상의 공공발표 또는 캠페인 광고(11.8%)’ 등의 순으로 나타남.
 - 성별, 연령별, 거주지역별 및 개인소득별에서 대부분 ‘TV 또는 라디오 뉴스 프로그램’을 통해 정보를 얻는다는 응답이 가장 많은 상황
 - ‘요리관련 방송’을 통해 정보를 얻는 비율은 여성 및 10대에서 가장 높은 것으로 조사
 - ‘TV 또는 라디오상의 공공발표 또는 캠페인 광고’를 통해 정보를 얻는다고 답한 비율은 남성 및 10대에서 상대적으로 높은 수준

그림 5-39. 식료품 관련 정보를 얻는 프로그램



주: 가공식품에 대한 정보를 방송(TV, 라디오 등)을 통해서 얻는 응답자 대상

표 5-39. 식료품 관련 정보를 얻는 프로그램

단위: 명, %

구분		사례수	요리관련 방송	TV 또는 라디오 뉴스 프로그램	토크쇼	TV 또는 라디오상의 공공발표 또는 캠페인 광고	기타
전체		922	23.2	61.2	3.3	11.8	0.5
성별	남성	468	19.4	63.5	3.4	13.5	0.2
	여성	454	27.1	58.8	3.1	10.1	0.9
연령	10대	54	38.9	35.2	9.3	16.7	0.0
	20대	125	19.2	60.0	8.8	10.4	1.6
	30대	154	27.9	61.0	2.6	7.8	0.6
	40대	181	23.8	63.0	1.7	10.5	1.1
	50대	217	19.4	63.6	2.3	14.7	0.0
	60대	148	21.6	65.5	0.7	12.2	0.0
	70대 이상	43	20.9	62.8	2.3	14.0	0.0
거주 지역	수도권	427	22.0	62.8	2.8	11.2	1.2
	충청권	100	22.0	64.0	5.0	9.0	0.0
	호남권	111	28.8	58.6	2.7	9.9	0.0
	대경권	99	25.3	57.6	4.0	13.1	0.0
	동남권	148	21.6	62.2	3.4	12.8	0.0
	강원권	37	24.3	48.6	2.7	24.3	0.0
	없음	98	25.5	60.2	3.1	11.2	0.0
개인소득	200만원 미만	221	28.5	58.4	3.6	9.5	0.0
	200~300만원 미만	182	22.0	63.7	2.7	11.0	0.5
	300~400만원 미만	142	20.4	66.2	0.0	11.3	2.1
	400~500만원 미만	75	18.7	66.7	4.0	10.7	0.0
	500만원 이상	150	14.7	64.7	4.0	16.0	0.7
최종 학력	중졸 이하	33	21.2	63.6	3.0	12.1	0.0
	고졸	199	26.1	57.3	2.5	14.1	0.0
	대학교 졸업	560	22.0	64.1	3.0	10.2	0.7
	대학교 졸업 이상	76	14.5	67.1	2.6	14.5	1.3
직업	관리/전문/사무직	436	20.0	64.7	2.8	11.7	0.9
	서비스/판매직	95	25.3	61.1	3.2	10.5	0.0
	기계/농림어업/단순노무	84	17.9	60.7	4.8	16.7	0.0
	주부	155	25.8	60.6	1.9	11.6	0.0
	기타	152	31.6	52.0	5.3	10.5	0.7

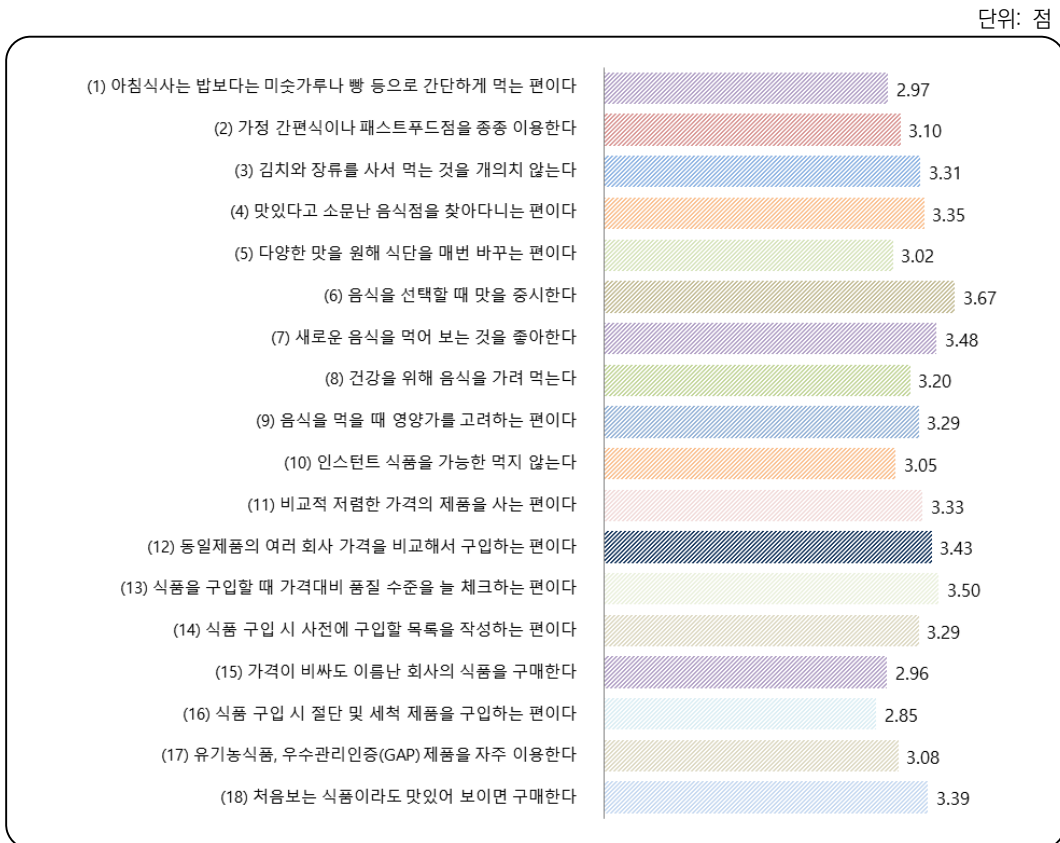
주: 가공식품에 대한 정보를 방송(TV, 라디오 등)을 통해서 얻는 응답자 대상

5. 식품 소비 라이프스타일 및 인식

1) 라이프스타일 문항별 자가 평가

- 라이프스타일 문항별 자가 평가 결과 ‘음식을 선택할 때 맛을 중시한다’ 문항이 3.67점으로 가장 높은 점수를 보였고, 그 외 ‘식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 늘 체크하는 편이다(3.50점)’, ‘새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다(3.48점)’ 등의 순으로 나타남.

그림 5-40. 라이프스타일 문항별 자가 평가



주: 5점 척도 평균값임.

표 5-40. 라이프스타일 문항별 자가 평가

단위: %, 점

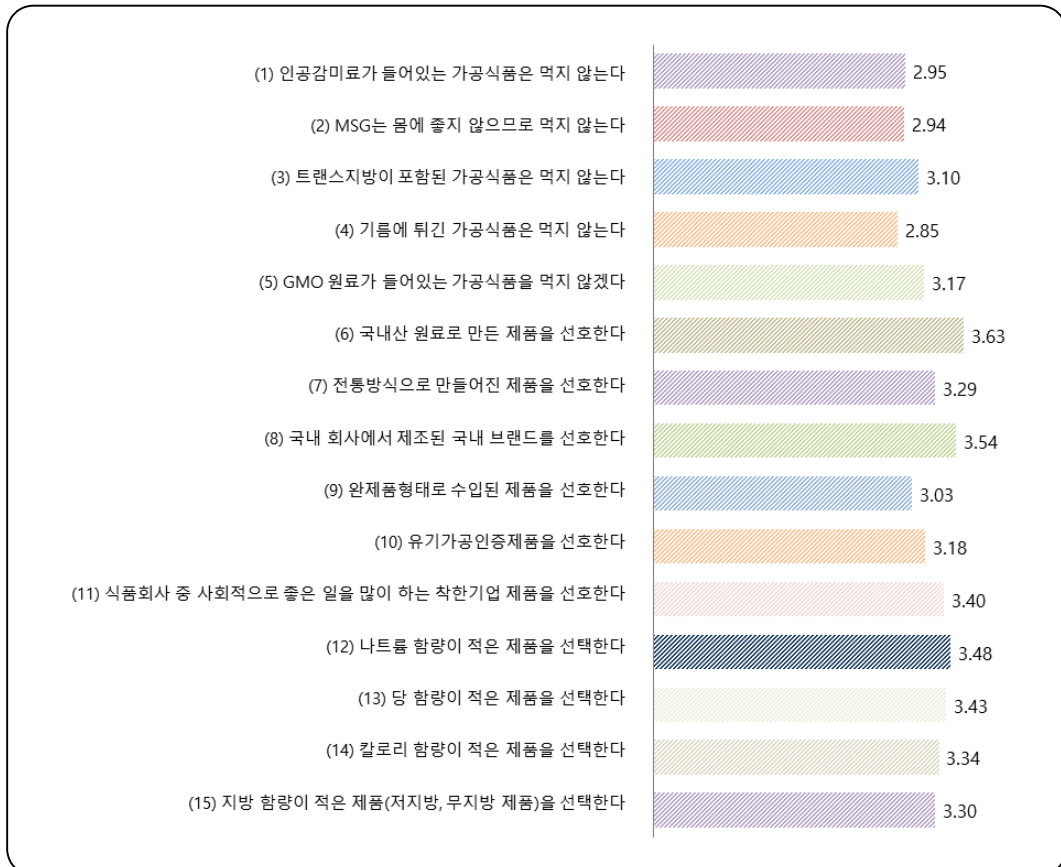
라이프스타일	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다	평균 (5점 만점)
(1) 아침식사는 밥보다는 미숫가루나 빵 등으로 간단하게 먹는 편이다	14.9	20.9	24.2	32.2	7.7	2.97
(2) 가정 간편식이나 패스트푸드점을 종종 이용한다	8.0	18.7	35.2	32.2	5.9	3.10
(3) 김치와 장류를 사서 먹는 것을 개의치 않는다	6.3	14.7	30.8	37.8	10.4	3.31
(4) 맛있다고 소문난 음식점을 찾아다니는 편이다	3.2	7.7	48.1	32.7	8.3	3.35
(5) 다양한 맛을 위해 식단을 매번 바꾸는 편이다	5.0	22.5	41.8	26.4	4.2	3.02
(6) 음식을 선택할 때 맛을 중시한다	0.9	5.2	30.9	51.5	11.5	3.67
(7) 새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다	1.6	10.1	38.6	38.8	10.9	3.48
(8) 건강을 위해 음식을 가려 먹는다	3.4	17.4	42.0	30.0	7.1	3.20
(9) 음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이다	2.3	13.1	44.4	33.8	6.4	3.29
(10) 인스턴트 식품을 가능한 먹지 않는다	2.9	13.0	64.0	17.1	3.1	3.05
(11) 비교적 저렴한 가격의 제품을 사는 편이다	1.6	12.2	44.4	35.1	6.6	3.33
(12) 동일제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	1.0	10.5	41.6	38.2	8.6	3.43
(13) 식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 늘 체크하는 편이다	1.1	7.5	40.8	41.5	9.1	3.50
(14) 식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	3.3	14.1	39.7	36.1	6.9	3.29
(15) 가격이 비싸도 이름난 회사의 식품을 구매한다	3.4	16.5	63.3	14.9	2.0	2.96
(16) 식품 구입 시 절단 및 세척 제품을 구입하는 편이다	6.5	27.5	43.1	19.7	3.1	2.85
(17) 유기농식품, 우수관리인증(GAP) 제품을 자주 이용한다	3.8	17.9	49.1	24.9	4.3	3.08
(18) 처음보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매한다	1.2	6.7	50.6	35.2	6.3	3.39

2) 식품 이슈별 자가 평가

- 식품 이슈별 자가 평가 결과를 항목별로 살펴보면, ‘국내산 원료로 만든 제품을 선호한다(3.63점)’ 및 ‘국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다(3.54점)’가 상대적으로 높은 점수를 보이고 있어, 국내산 원료 및 국내 제조사/브랜드를 소비자들이 중요하게 여기는 것으로 파악됨.

그림 5-41. 식품 이슈별 자가 평가

단위: 점



주: 5점 척도 평균값임.

표 5-41. 식품 이슈별 자가 평가

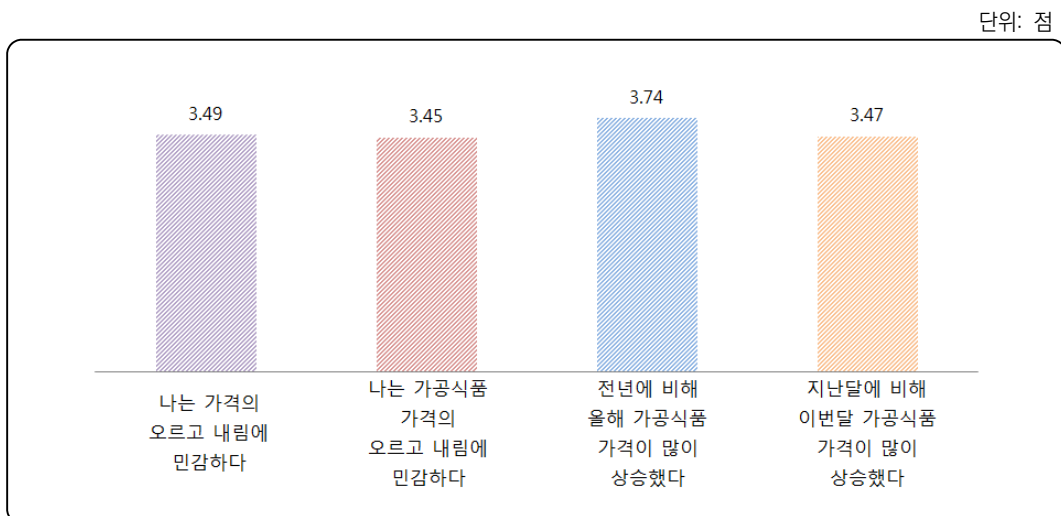
단위: %, 점

라이프스타일	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다	평균 (5점 만점)
(1) 인공감미료가 들어있는 가공식품은 먹지 않는다	6.0	25.6	39.3	26.0	3.1	2.95
(2) MSG는 몸에 좋지 않으므로 먹지 않는다	7.3	25.5	38.1	24.1	5.1	2.94
(3) 트랜스지방이 포함된 가공식품은 먹지 않는다	4.7	19.8	41.7	27.8	5.9	3.10
(4) 기름에 튀긴 가공식품은 먹지 않는다	7.7	28.7	38.2	21.5	3.8	2.85
(5) GMO 원료가 들어있는 가공식품을 먹지 않겠다	4.6	17.3	42.4	27.6	8.1	3.17
(6) 국내산 원료로 만든 제품을 선호한다	1.8	7.9	31.0	44.4	14.8	3.63
(7) 전통방식으로 만들어진 제품을 선호한다	2.5	12.1	46.8	31.4	7.3	3.29
(8) 국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다	1.9	7.7	35.1	45.0	10.3	3.54
(9) 완제품형태로 수입된 제품을 선호한다	3.6	19.1	51.2	22.5	3.4	3.03
(10) 유기농인증제품을 선호한다	3.2	14.1	50.6	26.1	6.0	3.18
(11) 식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한기업 제품을 선호한다	2.3	9.9	42.5	36.5	8.8	3.40
(12) 나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	2.0	8.9	38.3	40.4	10.4	3.48
(13) 당 함량이 적은 제품을 선택한다	2.3	10.1	39.9	37.4	10.2	3.43
(14) 칼로리 함량이 적은 제품을 선택한다	2.1	11.4	44.9	34.0	7.6	3.34
(15) 지방 함량이 적은 제품(저지방, 무지방 제품)을 선택한다	2.7	12.4	44.6	32.3	8.0	3.30

3) 가공식품 가격에 대한 인식

- 가공식품 가격에 대한 인식은 ‘전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다’ 문항이 3.74점의 가장 높은 점수를 보였고, 반면 ‘나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다(3.45점)’은 4개 항목 중 상대적으로 가장 낮은 점수를 보임.
 - ‘나는 가격의 오르고 내림에 민감하다’ 문항의 경우 성별로는 여성, 연령별로는 60대, 거주지역별로는 수도권에서 가장 높은 점수
 - ‘나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다’ 문항의 경우 성별로는 여성, 연령별로는 20대, 거주지역별로는 수도권에서 가장 높은 점수
 - ‘전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다’ 문항의 경우 성별로는 여성, 연령별로는 60대, 거주지역별로는 수도권에서 가장 높은 점수
 - ‘지난달에 비해 이번달 가공식품 가격이 많이 상승했다’ 문항의 경우 성별로는 여성, 연령별로는 60대, 거주지역별로는 수도권과 강원권, 호남권에서 가장 높은 점수

그림 5-42. 가공식품 가격에 대한 인식



주: 5점 척도 평균값임.

표 5-42. 가공식품 가격에 대한 인식

단위: 명, 점

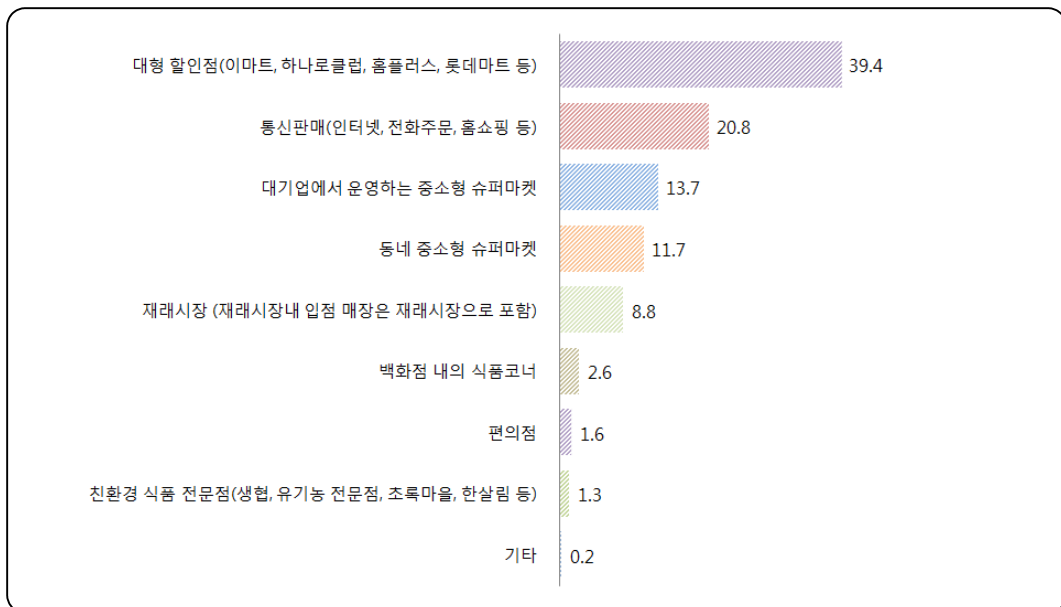
구분		사례수	나는 가격의 오르고 내림에 민감하다	나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다	지난달에 비해 이번달 가공식품 가격이 많이 상승했다
전체		2,174	3.49	3.45	3.74	3.47
성별	남성	1,102	3.45	3.42	3.70	3.45
	여성	1,072	3.54	3.48	3.79	3.48
연령	10대	166	3.40	3.34	3.54	3.25
	20대	344	3.55	3.51	3.71	3.47
	30대	384	3.48	3.46	3.71	3.45
	40대	454	3.48	3.46	3.80	3.50
	50대	435	3.46	3.43	3.77	3.49
	60대	301	3.57	3.45	3.82	3.51
	70대 이상	90	3.51	3.38	3.72	3.48
거주 지역	수도권	1,098	3.52	3.47	3.79	3.48
	충청권	218	3.48	3.46	3.73	3.43
	호남권	242	3.51	3.44	3.74	3.48
	대경권	210	3.42	3.33	3.67	3.43
	동남권	340	3.45	3.43	3.66	3.45
	강원권	66	3.48	3.45	3.74	3.48
	없음	213	3.73	3.57	3.82	3.50
개인소득	200만원 미만	464	3.55	3.46	3.76	3.47
	200~300만원 미만	422	3.48	3.45	3.71	3.42
	300~400만원 미만	324	3.50	3.47	3.77	3.48
	400~500만원 미만	194	3.37	3.30	3.70	3.47
	500만원 이상	391	3.40	3.46	3.79	3.57
최종 학력	중졸 이하	53	3.62	3.40	3.43	3.25
	고졸	399	3.54	3.47	3.78	3.48
	대학교 졸업	1,378	3.51	3.47	3.76	3.49
	대학교 졸업 이상	178	3.33	3.32	3.79	3.52
직업	관리/전문/사무직	1,084	3.46	3.47	3.77	3.52
	서비스/판매직	200	3.42	3.35	3.64	3.39
	기계/농림어업/단순노무	178	3.43	3.38	3.69	3.47
	주부	332	3.67	3.56	3.86	3.49
	기타	380	3.49	3.37	3.65	3.34

4) 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처 인식

- 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처로는 ‘대형 할인점’이라는 응답이 39.4%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘통신판매(20.8%)’, ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(13.7%)’ 등의 순으로 나타남
 - 응답자 특성에 관계없이 대부분 ‘대형 할인점(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)’이라는 응답이 공통적으로 가장 많은 특징
 - ‘통신판매(인터넷, 전화주문, 홈쇼핑 등)’의 경우 여성 및 20대, 대경권과 강원권에서 가장 응답 비율이 높은 상황
 - ‘재래시장 (재래시장 내 입점 매장은 재래시장으로 포함)’의 경우 응답자 연령대가 높아질수록 응답도 많아지는 경향
 - ‘친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)’이라는 응답은 개인소득 500만 원 이상에서 가장 많은 상황

그림 5-43. 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처 인식

단위: %



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 5-43. 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처 인식

단위: 명, %

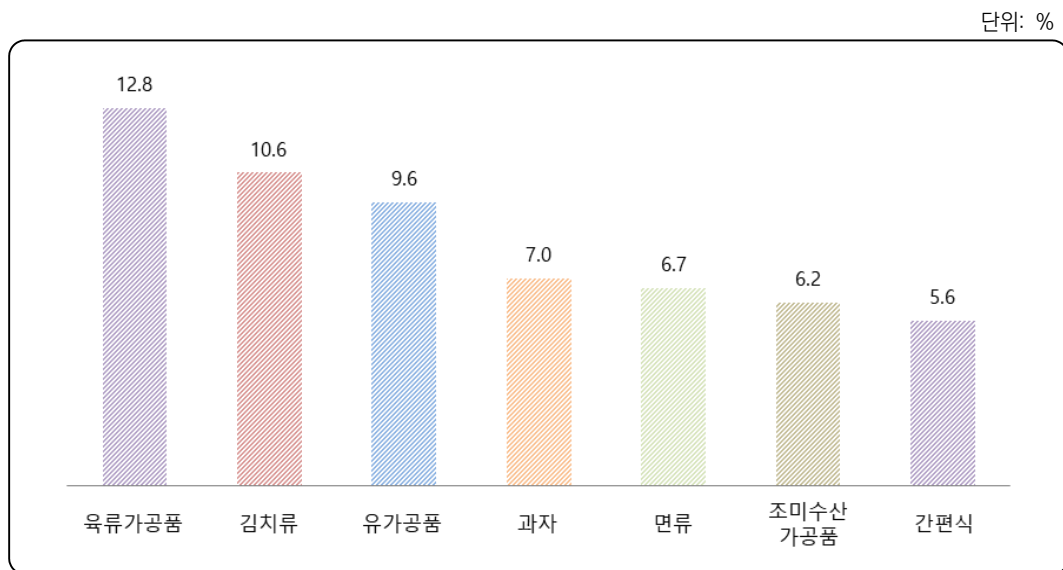
구분		사례수	대형 할인점	통신 판매	대기업 에서 운영 중소형 슈퍼 마켓	동네 중소형 슈퍼 마켓	재래 시장	백화점 내의 식품 코너	편의점	친환경 식품 전문점	기타
전체		2,174	39.4	20.8	13.7	11.7	8.8	2.6	1.6	1.3	0.2
성별	남성	1,102	40.7	18.5	14.0	10.8	9.5	3.1	1.8	1.4	0.1
	여성	1,072	38.0	23.1	13.4	12.5	8.0	2.1	1.4	1.2	0.3
연령	10대	166	34.1	11.8	14.5	19.9	7.4	3.8	6.6	1.4	0.4
	20대	344	36.5	19.7	15.1	10.9	7.5	4.8	3.3	1.9	0.2
	30대	384	38.1	25.6	14.4	9.6	7.4	2.4	1.5	1.0	0.1
	40대	454	41.0	22.9	12.8	11.1	7.7	2.1	0.7	1.7	0.1
	50대	435	43.2	20.6	13.0	11.8	8.1	1.5	0.8	0.7	0.3
	60대	301	40.3	21.5	13.5	8.9	12.1	2.5	0.2	0.9	0.1
	70대 이상	90	35.6	8.9	13.0	20.0	19.3	0.7	0.0	2.6	0.0
거주 지역	수도권	1,098	38.9	21.6	13.7	11.4	8.6	2.9	1.6	1.4	0.1
	충청권	218	39.0	20.0	14.2	12.5	8.7	2.9	0.8	1.5	0.3
	호남권	242	40.0	17.2	13.4	10.9	11.6	2.5	2.3	1.9	0.1
	대경권	210	37.1	24.0	12.9	16.0	5.7	1.4	1.3	1.4	0.2
	동남권	340	42.1	18.8	14.3	9.9	9.2	2.8	1.9	0.7	0.3
	강원권	66	39.9	23.7	13.6	11.1	9.1	0.0	2.0	0.0	0.5
	없음	213	39.1	24.3	11.6	13.9	7.5	1.4	1.3	0.5	0.5
개인소득	200만원 미만	464	36.6	23.2	12.0	15.9	7.6	2.2	1.7	0.8	0.0
	200~300만원 미만	422	39.0	23.8	14.9	8.1	9.1	2.7	1.0	1.3	0.1
	300~400만원 미만	324	41.3	19.9	13.2	11.5	8.9	1.9	1.5	1.5	0.3
	400~500만원 미만	194	42.5	18.7	15.9	9.2	8.1	3.3	1.0	1.4	0.0
	500만원 이상	391	42.3	18.4	14.8	7.2	11.2	3.3	0.5	2.1	0.2
최종 학력	중졸 이하	53	31.4	13.8	13.2	27.7	11.3	1.9	0.0	0.6	0.0
	고졸	399	37.8	20.1	13.1	14.6	8.7	2.3	1.8	1.4	0.2
	대학교 졸업	1,378	40.4	21.9	13.9	9.9	8.8	2.6	1.1	1.3	0.1
	대학교 졸업 이상	178	41.8	24.2	13.5	6.2	9.4	2.4	0.6	1.5	0.6
직업	관리/전문/사무직	1,084	41.2	21.0	14.4	9.4	8.7	2.7	1.3	1.2	0.1
	서비스/판매직	200	38.0	23.8	12.5	11.8	9.2	2.8	1.2	0.7	0.0
	기계/농림어업/단순노무	178	36.3	18.4	13.5	14.4	11.2	3.0	0.6	2.4	0.2
	주부	332	39.0	25.8	12.2	13.0	6.9	1.4	0.3	1.0	0.4
	기타	380	36.7	15.4	13.9	15.7	9.0	3.0	4.4	1.7	0.2

주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

5) 가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식

- 가격변화가 가장 심한 것으로 인식되는 가공식품은 ‘육류가공품(12.8%)’로 나타났으며, 다음으로 ‘김치류(10.6%)’, ‘유가공품(9.6%)’ 순으로 나타남.
 - 연령별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 가격변화가 가장 심한 가공식품으로 ‘유가공품’이 증가하는 경향
 - 거주지역별로 살펴보면, 모든 지역에서 ‘육류가공품’이 가장 높게 나타났으며, ‘김치류’는 대경권에서 다른 지역에 비해 상대적으로 높은 수준

그림 5-44. 가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치이며, 10대를 제외하고 산출한 수치임.

표 5-44. 가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식

단위: 명, %

구분		사례수	육류 가공품	김치류	유 가공품	과자	면류	조미 수산 가공품	간편식
전체		2,008	12.8	10.6	9.6	7.0	6.7	6.2	5.6
성별	남성	1,013	13.5	10.9	8.6	6.8	6.3	7.1	5.7
	여성	995	12.2	10.4	10.7	7.2	7.2	5.3	5.4
연령	20대	344	13.3	6.0	9.4	11.2	4.7	5.8	5.3
	30대	384	14.6	7.5	12.0	7.7	7.0	5.4	5.3
	40대	454	11.3	11.0	10.0	7.5	8.2	6.1	6.9
	50대	435	13.3	13.8	8.4	6.1	6.6	5.7	4.9
	60대	301	12.1	14.3	9.0	3.3	6.1	9.0	5.5
	70대 이상	90	10.9	12.0	6.9	2.8	8.3	5.0	4.8
거주 지역	수도권	1,013	13.2	11.2	10.2	6.8	6.4	6.3	5.5
	충청권	204	12.2	10.5	9.1	6.8	7.7	6.5	5.0
	호남권	222	12.6	8.0	8.6	9.2	5.9	6.6	6.6
	대경권	194	12.5	12.5	9.4	6.4	6.1	5.6	5.9
	동남권	314	11.9	9.7	8.9	7.0	8.1	6.3	5.6
	강원권	61	13.9	9.8	11.2	5.7	6.8	3.3	3.8
	없음	213	12.8	10.3	10.2	8.6	8.5	4.5	4.8
개인소득	200만원 미만	464	13.3	9.9	8.4	7.6	8.0	5.0	5.4
	200~300만원 미만	422	12.9	10.6	11.3	7.5	7.5	6.4	4.9
	300~400만원 미만	323	13.5	9.4	10.0	6.1	4.9	6.2	6.0
	400~500만원 미만	193	11.8	11.5	9.2	8.5	4.7	8.2	6.9
	500만원 이상	393	12.2	12.2	8.9	5.1	6.1	7.4	5.9
최종 학력	중졸 이하	53	6.3	8.2	10.1	2.8	10.4	7.5	1.9
	고졸	399	14.0	10.3	7.1	7.1	7.8	5.6	4.8
	대학교 졸업	1,378	12.9	10.9	10.0	7.3	5.9	6.3	5.7
	대학교 졸업 이상	178	11.5	10.1	12.7	6.4	9.5	6.0	7.2
직업	관리/전문/사무직	1,084	13.4	10.1	10.1	7.7	6.3	6.1	6.0
	서비스/판매직	200	11.8	9.8	9.7	6.5	7.6	7.1	6.3
	기계/농림어업/단순노무	178	12.3	11.4	7.6	5.0	7.6	7.6	4.3
	주부	332	12.2	13.1	9.5	5.4	7.1	4.8	3.7
	기타	214	12.3	9.7	9.3	8.5	6.5	6.9	6.8

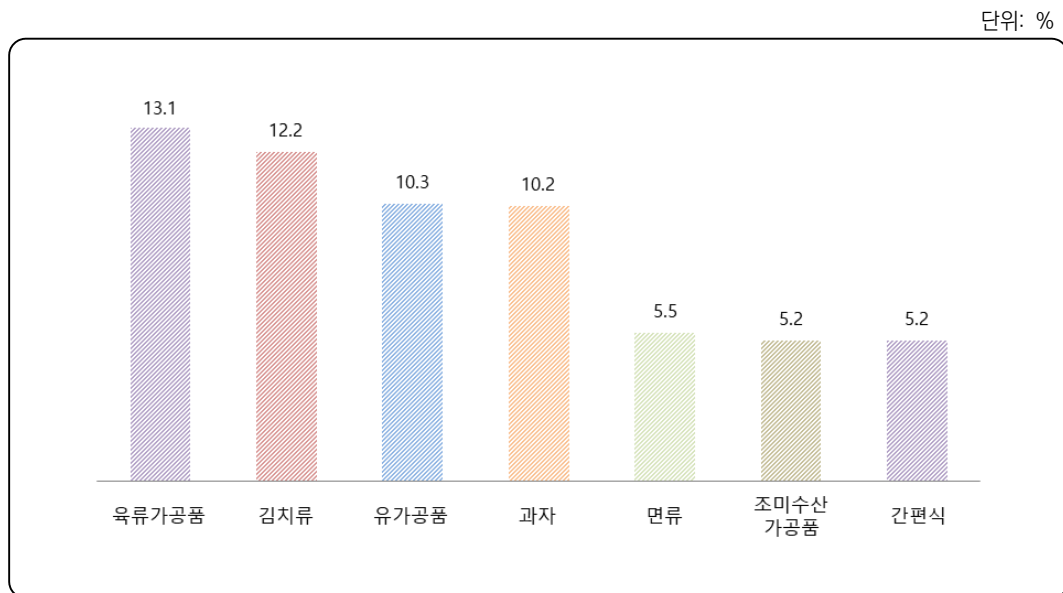
주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치이며, 10대를 제외하고 산출한 수치임.

2. 가격변화가 가장 심하다고 인지하는 품목 상위 7개를 제시한 결과임.

6) 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식

- 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 인식되는 품목은 ‘육류가공품’ 13.1%인 것으로 확인됨.
 - 성별로 살펴보면, 남성은 ‘육류가공품’이라는 응답이, 여성은 ‘유가공품’이라는 응답이 가장 많은 비중을 차지
 - 연령별로 살펴보면, 50대 이하에서는 ‘육류가공품’이라는 응답이, 60대 연령대에서는 ‘유가공품’이라는 응답이 가장 많았고, 70대 이상은 ‘김치류’가 많은 편

그림 5-45. 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치이며, 10대를 제외하고 산출한 수치임.

표 5-45. 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목 인식 단위: 명, %

구분		사례수	육류 가공품	유가공품	면류	김치류	간편식	조미 수산 가공품	장류
전체		2,008	13.1	12.2	10.3	10.2	5.5	5.2	5.2
성별	남성	1,013	14.2	11.2	11.3	10.2	5.3	5.8	4.5
	여성	995	12.0	13.2	9.2	10.2	5.6	4.5	5.9
연령	20대	344	13.6	11.3	7.8	4.8	7.3	5.1	4.9
	30대	384	13.0	13.0	11.6	7.3	5.9	5.4	4.6
	40대	454	13.2	11.9	12.2	10.9	5.1	5.3	3.2
	50대	435	13.4	11.8	9.7	13.5	4.9	4.8	7.0
	60대	301	13.5	13.6	10.1	13.5	4.5	5.4	6.0
	70대 이상	90	8.9	10.9	7.2	13.3	4.4	4.6	5.9
거주 지역	수도권	1,013	13.8	12.6	9.8	10.8	5.9	5.1	5.1
	충청권	204	11.7	13.1	10.7	9.4	4.1	6.6	6.5
	호남권	222	13.4	10.7	11.5	9.3	5.9	4.5	4.3
	대경권	194	13.1	13.4	9.8	9.2	3.4	4.6	6.0
	동남권	314	12.1	10.8	10.8	10.2	5.9	5.6	4.8
	강원권	61	11.2	11.2	10.1	10.4	7.1	2.7	4.4
	없음	213	12.4	13.9	10.2	7.7	6.1	4.5	5.0
개인소득	200만원 미만	464	11.6	10.8	11.3	9.4	6.2	3.4	5.1
	200~300만원 미만	422	13.7	13.3	11.7	9.9	5.6	5.2	4.1
	300~400만원 미만	323	14.7	12.3	9.8	10.8	7.1	5.4	5.7
	400~500만원 미만	193	13.1	13.7	8.3	13.2	3.5	6.0	5.4
	500만원 이상	393	13.2	10.9	8.9	10.9	3.9	6.9	5.9
최종 학력	중졸 이하	53	4.4	11.0	7.5	12.6	3.8	5.0	9.7
	고졸	399	13.7	11.0	10.9	9.4	5.1	4.7	4.9
	대학교 졸업	1,378	13.4	12.0	9.9	10.3	5.4	5.2	5.2
	대학교 졸업 이상	178	11.8	16.4	12.4	10.6	7.1	5.9	3.7
	관리/전문/사무직	1,084	13.9	12.1	10.6	9.6	5.7	6.2	5.1
직업	서비스/판매직	200	13.1	10.5	11.0	10.8	5.8	4.2	4.7
	기계/농림어업/단순노무	178	11.3	11.9	10.2	11.4	4.5	5.5	4.1
	주부	332	11.8	13.2	8.4	13.0	4.8	3.2	6.7
	기타	214	12.8	13.2	10.6	7.6	6.2	3.3	4.2

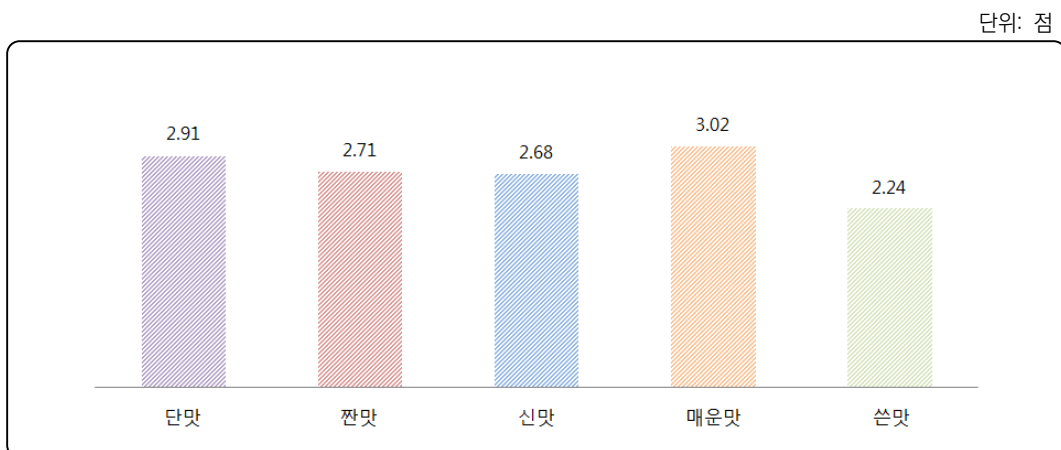
주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치이며, 10대를 제외하고 산출한 수치임.

2. 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미친다고 인지하는 품목 상위 7개를 제시한 결과임.

7) 맛에 대한 기호도

- 단맛에 대한 선호하는 정도는 평균 2.91점으로 단맛이 강한 것 보다 약한 맛을 더 선호하는 것으로 나타남.
- 짠맛에 대한 선호하는 정도는 평균 2.71점으로 짠맛이 강한 것 보다 약한 맛을 더 선호하는 것으로 나타남.
- 신맛에 대한 선호하는 정도는 평균 2.68점으로 신맛이 강한 것 보다 약한 맛을 더 선호하는 것으로 나타남.
- 매운맛에 대한 선호하는 정도는 평균 3.02점으로 매운맛이 약한 것 보다 강한 맛을 더 선호하는 것으로 나타남.
- 쓴맛에 대한 선호하는 정도는 평균 2.24점으로 쓴맛이 강한 것 보다 약한 맛을 더 선호하는 것으로 나타남.

그림 5-46. 맛에 대한 기호도



주: 5점 척도 평균값임.

표 5-46. 맛에 대한 기호도

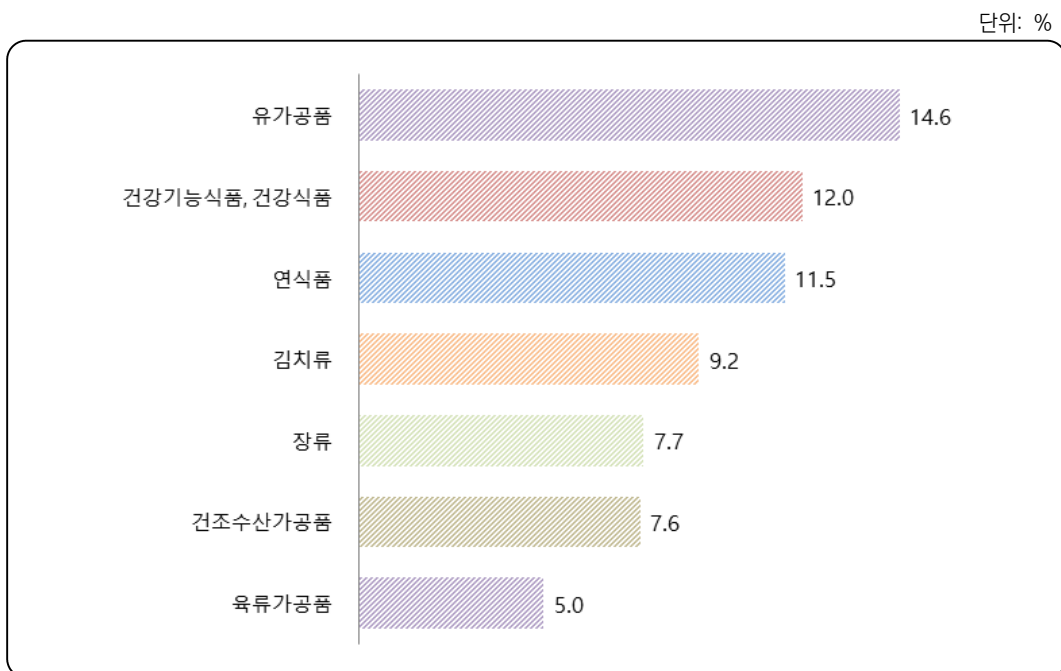
단위: 명, 점

구분		사례수	단맛	짠맛	신맛	매운맛	쓴맛
전체		2,174	2.91	2.71	2.68	3.02	2.24
성별	남성	1,102	2.95	2.75	2.70	3.03	2.32
	여성	1,072	2.87	2.66	2.67	3.02	2.17
연령	10대	166	3.30	3.10	2.69	3.17	2.05
	20대	344	3.24	3.10	2.79	3.09	2.31
	30대	384	3.07	2.91	2.72	3.15	2.36
	40대	454	2.89	2.66	2.64	3.01	2.27
	50대	435	2.67	2.47	2.69	2.98	2.22
	60대	301	2.58	2.31	2.61	2.89	2.16
	70대 이상	90	2.68	2.30	2.56	2.68	2.14
거주 지역	수도권	1,098	2.92	2.71	2.71	3.05	2.21
	충청권	218	2.92	2.70	2.73	2.94	2.27
	호남권	242	2.90	2.71	2.70	2.96	2.26
	대경권	210	2.93	2.72	2.56	3.12	2.33
	동남권	340	2.89	2.70	2.70	3.04	2.27
	강원권	66	2.91	2.62	2.39	2.79	2.26
	없음	213	2.90	2.64	2.54	2.90	2.07
개인소득	200만원 미만	464	2.80	2.60	2.56	2.91	2.16
	200~300만원 미만	422	2.90	2.71	2.74	3.00	2.15
	300~400만원 미만	324	2.94	2.65	2.65	3.01	2.35
	400~500만원 미만	194	2.80	2.66	2.84	3.09	2.33
	500만원 이상	391	2.94	2.76	2.80	3.17	2.49
최종 학력	중졸 이하	53	2.87	2.70	2.57	2.87	2.49
	고졸	399	2.89	2.67	2.69	2.95	2.14
	대학교 졸업	1,378	2.90	2.69	2.70	3.05	2.28
	대학교 졸업 이상	178	2.72	2.50	2.55	2.89	2.31
직업	관리/전문/사무직	1,084	2.91	2.74	2.75	3.08	2.35
	서비스/판매직	200	2.97	2.75	2.71	2.97	2.28
	기계/농림어업/단순노무	178	2.86	2.62	2.64	2.98	2.24
	주부	332	2.70	2.47	2.59	2.90	2.09
	기타	380	3.11	2.83	2.59	3.04	2.06

8) 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목 인식

- 건강에 가장 높은 영향을 줄 것으로 인식되는 품목은 ‘유가공품(14.6%)’이였으며, 다음으로 ‘건강기능식품, 건강식품(12.0%)’이 높은 비율을 보임.
 - 대부분의 응답자 특성별 집단에서 ‘유가공품’이라는 응답이 가장 많았으나, 강원권 및 중졸 이하, 기계/농림어업/단순노무 및 기타직업 집단에서는 ‘건강기능식품, 건강식품’이라는 응답이 가장 높은 것으로 집계
 - ‘건강기능식품, 건강식품’이라는 응답은 최종학력이 높아질수록 감소하는 경향

그림 5-47. 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목 인식



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 5-47. 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목 인식

단위: 명, %

구분		사례수	유가공품	건강기능 식품, 건강식품	연식품	김치류	장류	건조수산 가공품	육류 가공품
전체		2,174	14.6	12.0	11.5	9.2	7.7	7.6	5.0
성별	남성	1,102	13.2	11.6	9.7	9.7	7.1	6.6	6.2
	여성	1,072	16.0	12.3	13.2	8.7	8.4	8.6	3.7
연령	10대	166	11.0	15.6	9.4	6.7	6.6	4.5	4.9
	20대	344	10.0	13.3	9.2	9.8	7.2	6.3	3.9
	30대	384	14.5	11.8	12.8	8.3	7.1	5.7	5.3
	40대	454	15.4	12.7	11.7	9.8	7.0	9.0	5.5
	50대	435	15.4	9.4	11.5	10.0	9.2	8.2	5.3
	60대	301	18.4	12.1	13.2	8.6	8.7	9.4	4.7
	70대 이상	90	18.9	8.9	10.7	10.0	7.6	11.1	4.3
거주 지역	수도권	1,098	14.7	12.5	11.9	9.1	6.8	7.5	5.5
	충청권	218	14.5	12.5	12.5	8.6	9.9	8.6	4.4
	호남권	242	17.4	9.6	10.5	11.0	8.1	6.7	3.0
	대경권	210	15.2	11.6	11.3	6.8	9.0	8.7	6.0
	동남권	340	12.0	10.8	10.1	10.1	7.6	7.4	4.6
	강원권	66	14.9	16.9	11.4	9.3	9.3	6.1	4.3
	없음	213	19.3	13.5	15.4	7.5	6.3	7.0	3.7
개인소득	200만원 미만	464	14.4	13.3	12.4	9.3	7.8	7.9	5.1
	200~300만원 미만	422	15.2	12.2	11.1	9.0	8.6	7.4	4.0
	300~400만원 미만	324	13.7	12.1	11.5	8.2	7.1	8.8	6.1
	400~500만원 미만	194	14.9	10.2	9.3	12.4	10.0	7.7	4.8
	500만원 이상	391	13.8	8.5	10.4	10.4	7.2	8.1	5.7
최종 학력	중졸 이하	53	15.4	15.7	11.6	6.0	7.9	12.6	3.1
	고졸	399	14.3	12.5	11.8	10.1	8.2	6.6	4.9
	대학교 졸업	1,378	14.5	11.5	11.3	9.3	7.6	8.2	5.2
	대학교 졸업 이상	178	19.5	10.1	13.7	9.6	8.5	6.6	4.5
직업	관리/전문/사무직	1,084	14.1	10.7	11.0	9.5	7.8	8.0	5.4
	서비스/판매직	200	14.8	11.1	10.0	10.4	8.2	6.3	5.1
	기계/농림어업/단순노무	178	11.3	12.9	8.8	9.8	8.3	8.7	5.7
	주부	332	18.9	11.9	15.9	8.3	7.3	9.6	4.4
	기타	380	13.9	15.4	10.8	8.1	7.1	5.0	4.1

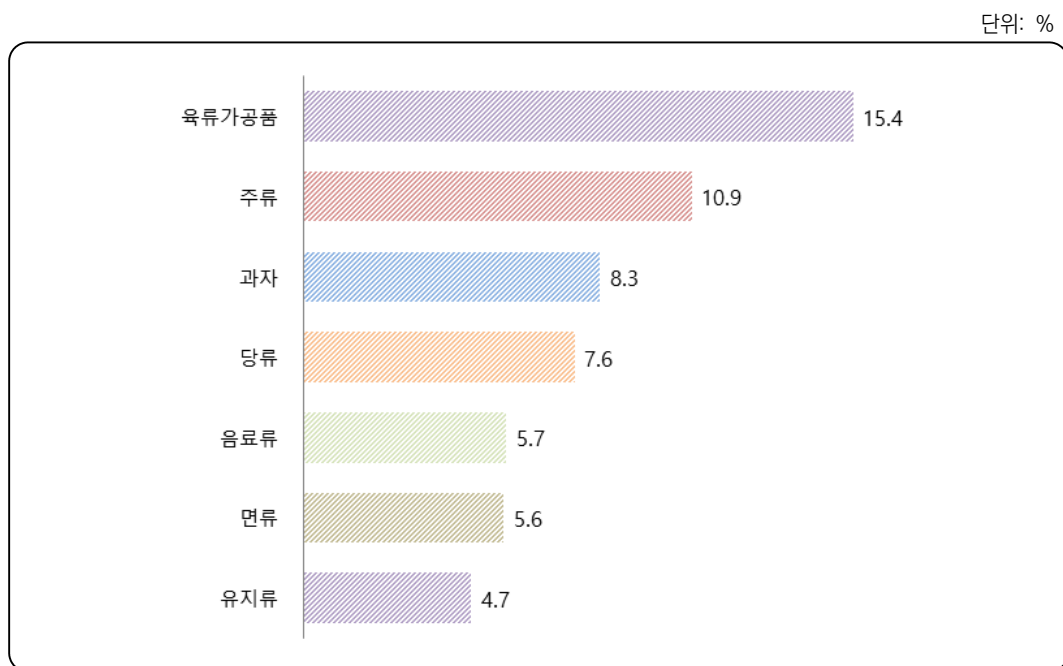
주 1. 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

2. 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같다고 인지하는 품목 상위 7개를 제시한 결과임.

9) 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목

- 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것으로 인식되는 품목은 ‘육류가공품’이 15.4%로 가장 높은 비율을 보였으며, 이어 ‘주류’가 10.9%로 두 번째 높은 비율을 보임.
 - 남녀 모든 집단에서 ‘육류가공품’이라는 응답이 가장 많은 것으로 조사
 - 연령별로 살펴보면 10대 집단에서는 ‘주류’라는 응답이 가장 많았고, 20대 이상의 모든 집단에서는 ‘육류가공품’이라는 응답이 가장 많은 특징

그림 5-48. 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목



주: 1+2+3순위 가중평균하여 산출한 수치임.

표 5-48. 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목

단위: 명, %

구분		사례수	육류 가공품	주류	과자	당류	음료류	면류	유지류
전체		2,174	15.4	10.9	8.3	7.6	5.7	5.6	4.7
성별	남성	1,102	13.1	11.9	7.5	8.2	5.7	6.0	4.7
	여성	1,072	17.7	9.8	9.1	6.9	5.8	5.3	4.8
연령	10대	166	14.0	14.4	10.9	6.6	5.9	7.6	1.5
	20대	344	10.9	10.3	9.7	5.5	4.7	5.2	3.0
	30대	384	14.8	11.8	8.1	7.7	4.8	6.3	3.9
	40대	454	16.9	11.2	8.4	7.3	6.2	6.9	4.5
	50대	435	16.4	9.8	8.0	9.4	6.7	3.5	6.6
	60대	301	17.9	9.2	5.9	8.4	5.8	5.7	6.4
	70대 이상	90	16.1	12.0	7.8	6.7	6.1	4.3	7.8
거주 지역	수도권	1,098	15.8	11.2	8.5	7.4	5.2	5.6	4.6
	충청권	218	16.4	12.7	9.1	8.0	4.1	6.3	4.8
	호남권	242	12.3	10.9	7.2	7.9	7.8	5.8	5.5
	대경권	210	15.1	10.0	8.2	7.7	7.1	6.5	3.7
	동남권	340	15.5	9.1	8.5	6.9	6.1	4.5	5.1
	강원권	66	15.4	12.1	5.8	10.4	5.8	6.3	6.3
	없음	213	19.5	11.0	9.1	7.0	6.2	3.8	4.2
개인소득	200만원 미만	464	17.5	11.2	8.5	6.8	6.0	5.9	4.2
	200~300만원 미만	422	14.0	10.6	8.0	7.7	5.7	5.6	6.0
	300~400만원 미만	324	15.1	9.7	9.4	8.3	6.0	5.6	5.3
	400~500만원 미만	194	14.8	10.5	6.0	8.1	5.7	5.2	4.9
	500만원 이상	391	13.1	10.3	7.1	8.2	5.0	5.6	5.2
최종 학력	중졸 이하	53	14.8	10.7	11.6	6.9	2.8	6.0	6.9
	고졸	399	15.3	9.6	7.9	6.7	6.0	5.7	5.0
	대학교 졸업	1,378	15.3	10.9	8.1	7.9	5.6	5.3	4.9
	대학교 졸업 이상	178	17.5	10.2	7.5	8.1	6.6	6.2	5.1
직업	관리/전문/사무직	1,084	14.6	10.6	7.7	7.9	5.3	5.8	4.7
	서비스/판매직	200	14.4	10.8	8.9	7.3	6.2	4.9	6.2
	기계/농림어업/단순노무	178	12.7	9.2	7.4	9.6	6.6	6.9	3.7
	주부	332	19.5	11.1	8.1	6.9	6.1	4.3	6.1
	기타	380	15.5	12.4	10.4	6.4	5.9	6.1	3.5

주 1. 1+2+3순위 기중평균하여 산출한 수치임.

2. 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같다고 인지하는 품목 상위 7개를 제시한 결과임.

10) 식품소비 품목별 선호도

- ‘가격이 비싸도 프리미엄(고급) 제품을 구입하겠다’의 품목별 선호도를 살펴보면, ‘유가공품’이 56.8%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘장류’(55.8%), ‘건강기능식품, 건강식품(54.6%)’, ‘연식품(54.0%)’, ‘김치류(53.6%)’ 등의 순으로 높은 선호도를 보임.
- ‘가격이 비싸도 다양하고 새로운 맛을 첨가한 제품 구입하겠다’의 품목별 선호도를 살펴보면, ‘빵/떡/만두’와 ‘즉석식품’이 각 51.7%의 가장 높은 선호도를 보였으며, 다음으로 ‘커피류(50.1%)’, ‘과자(49.8%)’, ‘면류(49.7%)’ 등의 순으로 선호도가 높게 나타남.
- ‘가격이 비싸도 건강에 좋은 원료, 안전성이 확보된 제품 구입하겠다’의 품목별 선호도를 살펴보면 ‘육류가공품이’ 75.0%로 가장 높았고, ‘유가공품(73.4%)’, ‘연식품(70.6%)’, ‘김치류(70.4%)’, ‘조미수산가공품(69.9%)’ 등의 순으로 나타남.
- ‘가격이 비싸도 소포장, 사용 및 취식·조리 간편화된 제품 구입하겠다’의 품목별 선호도를 살펴보면, ‘즉석식품’이 58.5%로 가장 높은 선호도를 보였고 다음으로 ‘육류가공품(57.4%)’, ‘조미수산가공품(56.4%)’, ‘면류(55.5%)’, ‘빵/떡/만두(55.4%)’ 등의 순으로 나타남.
- ‘제품의 업그레이드·신제품 개발과 관계없이 가격만 저렴하면 구입하겠다’의 품목별 선호도를 살펴보면, ‘육류가공품’이 53.9%로 가장 선호도가 높았으며 이어서 ‘면류(51.5%)’, ‘건조수산가공품(51.4%)’, ‘유가공품(50.8%)’ 등의 순으로 높은 선호도를 보임.

표 5-49. 식품소비 품목별 선호도

단위: %

품목별 선호	가격이 비싸도				제품의 업그레이드·신제품 개발과 관계 없이 가격만 저렴 하면 구입 하겠다
	프리미엄 (고급) 제품 구입 하겠다	다양하고 새로운 맛을 첨가한 제품 구입 하겠다	건강에 좋은 원료, 안전성 확보된 제품 구입 하겠다	소포장, 사용 및 취식·조리 간편화된 제품 구입 하겠다	
(1) 육류가공품	53.4	46.3	75.0	57.4	53.9
(2) 알가공품	44.1	39.4	66.9	53.6	49.1
(3) 조미수산가공품	49.6	44.0	69.9	56.4	50.4
(4) 건조수산가공품	48.4	44.5	68.6	54.9	51.4
(5) 과일가공품	48.6	46.2	66.7	52.4	50.7
(6) 김치류	53.6	44.4	70.4	54.0	47.7
(7) 절임류	43.2	40.9	63.5	50.4	48.2
(8) 드레싱/소스류	45.5	45.6	64.7	48.4	45.2
(9) 장류	55.8	36.4	65.4	51.0	39.4
(10) 유지류	48.6	34.1	63.6	45.5	41.6
(11) 유가공품	56.8	46.9	73.4	54.2	50.8
(12) 빵/떡/만두	50.7	51.7	68.4	55.4	49.3
(13) 과자	42.1	49.8	62.9	48.5	50.3
(14) 코코아·초콜릿류	47.8	48.8	63.8	50.9	49.2
(15) 즉석식품	48.3	51.7	69.0	58.5	47.7
(16) 면류	44.2	49.7	66.8	55.5	51.5
(17) 연식품	54.0	44.8	70.6	53.9	49.2
(18) 전분/분말류	41.1	34.8	66.9	48.7	46.1
(19) 당류	43.8	34.5	65.8	51.8	49.8
(20) 조미식품	45.1	42.1	66.4	45.6	48.2
(21) 커피류	49.2	50.1	64.6	52.9	49.0
(22) 다류	47.3	45.7	62.3	50.8	47.7
(23) 음료류	42.4	45.6	62.6	49.0	50.4
(24) 건강기능식품, 건강식품	54.6	39.7	67.4	49.0	39.2

농·수·축산물이란?

농작물 재배, 축산업, 어업 등을 통해 생산되어 사람이 직접 먹거나 마실 수 있는 것으로 식품의 원료가 되는 품목을 의미하며 **전처리(세척, 절단, 박피) 과정**만을 거친 농축수산품을 포함함.

예) 마늘, 당근, 양파, 배추, 세척 과일, 깐마늘, 세척 당근, 깐 양파, 절임배추, 쌈채소 등

가공식품이란?

식품의 원료인 농·수·축산물 등을 **가열·발효 등의 요리단계**를 거쳐 맛있고, 먹기 편하며, 저장이 쉽도록 가공한 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, 집에서 음식을 주문해서 먹거나(배달) 식당에서 포장해서 가져다 먹는 경우(테이크아웃)를 포함함.

전체 가공식품 구입 형태

A1. 귀댁에서는 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. 귀댁에서는 가공식품을 구입하실 때 가장 중요하게 고려하는 기준은 무엇인가요?

중요하게 고려하는 기준을 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- | | |
|---------------|------------------------|
| 1. 가격 | 2. 맛 |
| 3. 안전성 | 4. 품질 |
| 5. 영양(건강) | 6. 신선도 (제조일자, 유통기한 포함) |
| 7. 구입의 편리성 | 8. 조리의 편리성 |
| 9. 기타 (기록 :) | 10. 구입하지 않는다 |

A3. 귀댁에서는 가족을 위해 가공식품 구입을 주로 어디에서 하시나요?

주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 중소형 슈퍼마켓
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형 할인점(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 재래시장 (재래시장내 입점 매장은 재래시장으로 포함)
5. 백화점 내의 식품코너
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
7. 통신판매(인터넷, 전화주문, 홈쇼핑 등)

- 8. 편의점
- 9. 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 :
-------	-------

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. 품질이 좋아서 3. 거리가 가깝거나 교통이 편해서 5. 식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서 7. 친절하고 서비스가 좋아서 | <ul style="list-style-type: none"> 2. 가격이 저렴하니까 4. 직접 배달해 주므로 6. 상품이 다양하므로 8. 기타 (기록 :) |
|---|--|

A4. 귀덕에서 지출액 기준 많이 구입하는 품목군은 어떤 것인가요? 가공식품 지출액 규모가 큰 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

<조사자 참고용 보기>

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. 육류가공품(소시지, 햄, 베이컨) 3. 조미수산가공품(어묵, 젓갈, 콩치·고등어 통조림) 5. 과일가공품(잼류, 마말레이드, 건조과일, 건조채소) 7. 절임류(장아찌, 단무지, 오이피클) 9. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌀장, 청국장) 11. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유) 13. 과자(과자, 한과, 캔디, 추잉껌) 15. 간편식(즉석조리, 즉석섭취, 신선편의식품) 17. 연식품(두부, 묵류 등) 19. 당류(설탕, 올리고당, 시럽, 엿류) 21. 커피류 23. 음료류(탄산, 과일채소음료, 기능성음료, 생수, 두유) 25. 건강기능식품, 건강식품 | <ul style="list-style-type: none"> 2. 알가공품(삶은 메추리알, 삶은 계란) 4. 건조수산가공품(조미김, 미역가공품, 조미건어포류) 6. 김치류(배추김치, 무김치, 깻잎·추 김치, 절임배추) 8. 드레싱/소스류(마요네즈, 한식소스류, 토마토케첩) 10. 유지류(동물성유지, 식물성유지) 12. 빵/떡 14. 초콜릿/코코아 제품 16. 면류(라면, 국수, 냉면, 당면, 파스타) 18. 전분/분말류(밀가루, 감자전분, 옥수수전분) 20. 조미식품(식염, 식초, 고춧가루, 향신료, 조미료) 22. 다류 24. 주류 |
|--|--|

A5. 지출액 규모가 큰 (A4의 1순위 응답)가공식품에 대해 얼마나 만족하시나요? 아래의 요소별로 만족하시는 정도를 말씀해 주세요.

항목	매우 불만족한다	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 품질	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(배달, 테이크아웃 포함) 지출	①	②	③	④	⑤
4. 농수축산물 지출	①	②	③	④	⑤
5. 가공식품 지출	①	②	③	④	⑤

A6-1. (A6. 5. 가공식품 지출이 감소 또는 증가한 경우) 귀댁의 최근 1년 가공식품 지출이 변화한 원인은 무엇입니까? (복수 응답 가능)

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1. 가구원 수 변화(전입, 전출) | 2. 식품 소비량 변화 |
| 3. 식품 물가 변화 | 4. 식생활 구성 변화(신선·외식소비 증감) |
| 5. 소비하는 품질수준 변화(맛·영양·안전) | 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. 귀댁에서는 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. 품질을 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 사용이 어려워서 |
| 7. 가격이 비싸서 | 8. 기타(기록 :) |
- [응답 후 A14로 가세요]

A9. 귀댁에서는 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. 귀댁에서 온라인을 통하여 가공식품을 구입하는 이유는 무엇인가요?

- 1. 직접 방문하지 않아 시간이 절약된다
- 2. 가격을 비교하고 살 수 있어서 유익하다
- 3. 구매시간에 제약을 받지 않아 편리하다
- 4. 다른 사람의 사용경험(이용후기)을 참고할 수 있다
- 5. 기타(기록 :)

A11. 귀댁에서 구입하는 가공식품 가운데 지출액을 기준으로 온라인으로 많이 구입하는 품목군은 무엇인가요?

지출액이 큰 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

〈조사자 참고용 보기〉

1. 육류가공품(소시지, 햄, 베이컨)	2. 알가공품(삶은 메추리알, 삶은 계란)
3. 조미수산가공품(어묵, 젓갈, 콩치·고등어 통조림)	4. 건조수산가공품(조미김, 미역가공품, 조미건어포류)
5. 과일가공품(잼류, 마멀레이드, 건조과일, 건조채소)	6. 김치류(배추김치, 무김치, 깻잎·추 김치, 절임배추)
7. 절임류(장아찌, 단무지, 오이피클)	8. 드레싱/소스류(마요네즈, 한식소스류, 토마토케첩)
9. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌀장, 청국장)	10. 유지류(동물성유지, 식물성유지)
11. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유)	12. 빵/떡
13. 과자(과자, 한과, 캔디, 추잉껌)	14. 초콜릿/코코아 제품
15. 간편식(즉석조리, 즉석섭취, 신선편의식품)	16. 면류(라면, 국수, 냉면, 당면, 파스타)
17. 연식품(두부, 묵류 등)	18. 전분/분말류(밀가루, 감자전분, 옥수수전분)
19. 당류(설탕, 올리고당, 시럽, 엿류)	20. 조미식품(식염, 식초, 고춧가루, 향신료, 조미료)
21. 커피류	22. 다류
23. 음료류(탄산, 과일채소음료, 기능성음료, 생수, 두유)	24. 주류
25. 건강기능식품, 건강식품	

A12. 귀댁에서는 온라인으로 가공식품을 구입하실 때 주로 이용하는 방법은 무엇인가요?

- 1. PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문
- 2. 스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문
- 3. 기타(기록 :)

A13. 온라인으로 구입하신 가공식품의 가격과 품질에 대해 얼마나 만족하시나요?

구분	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	만족하는 편이다	매우 만족한다
가격만족도	①	②	③	④	⑤
품질만족도	①	②	③	④	⑤

A14. 귀댁에서 최근 1년 동안 온라인을 이용한 전체 가공식품 구입은 전년에 비해 어떻게 변화했나요?

①	②	③	④	⑤
매우 감소했다	약간 감소했다	1년 전과 비교 시 변화없다	약간 증가했다	매우 증가했다

A15. 귀댁의 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.

BA1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요?

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
[육류가공품]	식육가공품	소시지류, 햄류, 베이컨류, 육포, 양념육류, 기타 육가공품	①	①	②	③	④	⑤
	축산물조림	축산물통조림, 축산물병조림	①	①	②	③	④	⑤
[알가공품]	알가공품	삶은 메추리알, 삶은 계란 등	①	①	②	③	④	⑤

BA2. 귀하께서 [육류가공품], [알가공품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

▶ 다음은 [조미수산가공품], [건조수산가공품]에 대한 질문입니다.

BB1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요?

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
[조미 수산가공품]	어육가공품	어묵, 어육소시지, 어육반제품, 어육살, 연육	①	①	②	③	④	⑤
	수산물 통조림	공치, 고등어, 골뱅이, 참치, 연어 통조림	①	①	②	③	④	⑤
	젓갈류	젓갈, 양념젓갈, 액젓, 조미액젓	①	①	②	③	④	⑤
[건조수산가공품]		조미김, 김가공품, 미역가공품, 조미건조어포류	①	①	②	③	④	⑤

BB2. 귀하께서 [조미수산가공품], [건조수산가공품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3 순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

▶ 다음은 [과일채소가공품], [김치류], [절임류]에 대한 질문입니다.

BC1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요?

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
[과일채소가공품]	과일채소가공품	잼	①	①	②	③	④	⑤
		과일통조림, 채소통조림, 과채 퓨레·페이스트	①	①	②	③	④	⑤
		건조과일, 건조채소	①	①	②	③	④	⑤
[김치류]		배추김치, 무김치, 깻잎김치, 부추김치, 파김치	①	①	②	③	④	⑤
[절임류]		장아찌, 단무지, 오이피클, 마늘절임, 기타절임	①	①	②	③	④	⑤

BC2. 귀하께서 [과일채소 가공품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

BC3. 귀하께서 [김치류], [절임류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

▶ 다음은 [드레싱/소스류], [장류]에 대한 질문입니다.

BD1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요?

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
[드레싱/소스류]	드레싱/소스류	드레싱, 마요네즈, 한식소스류, 양식소스류, 기타소스류, 토마토케첩	①	①	②	③	④	⑤
[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

BD2. 귀하께서 [드레싱/소스류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

BD3. 귀하께서 [장류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

▶ 다음은 [유지류], [유가공품]에 대한 질문입니다.

BE1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요?

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
[유지류]	식물성기름	참기름, 들기름	①	①	②	③	④	⑤
	식용유	콩기름(대두유), 옥수수기름(옥배유), 채종유(유채유또는카놀라유), 올리브유, 포도씨유	①	①	②	③	④	⑤
[유가공품]	우유	우유,가공우유,조제우유	①	①	②	③	④	⑤
	발효유	요쿠르트, 호상발효유,액상발효유,기타발효유	①	①	②	③	④	⑤
	치즈	치즈,가공치즈	①	①	②	③	④	⑤
	버터	버터	①	①	②	③	④	⑤
	분유	분유,조제분유	①	①	②	③	④	⑤

BE2. 귀하께서 [유지류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

BE3. 귀하께서 [유가공품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

▶ 다음은 [빵/떡], [과자], [코코아제품]에 대한 질문입니다.

BF1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요?

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
[빵/떡]	빵류	식빵, 케이크, 일반빵류, 빵류(기타)	①	①	②	③	④	⑤
	떡류	시루떡류, 송편류, 인절미류, 절편류, 기타떡류	①	①	②	③	④	⑤
[과자]	과자	비스킷류, 스낵과자류, 기타	①	①	②	③	④	⑤
	한과	한과	①	①	②	③	④	⑤
	캔디,추잉껌	사탕, 캐러멜, 양갱, 젤리, 무설탕껌, 일반추잉껌, 풍선껌	①	①	②	③	④	⑤
[초콜릿/코코아 제품]	초콜릿·코코아가공품	초콜릿, 초콜릿가공품, 코코아가공품류	①	①	②	③	④	⑤

BF2. 귀하께서 [빵/떡]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

BF3. 귀하께서 [과자], [코코아제품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

▶ 다음은 [면류], [연식품]에 대한 질문입니다.

BG1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근

1년간 구입은 어떻게 변화했나요?

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
[면류]	라면류	봉지라면, 용기라면	①	①	②	③	④	⑤
	국수류	국수, 칼국수, 냉면, 당면, 파스타류, 우동, 기타면류	①	①	②	③	④	⑤
[연식품]	두부류	일반두부, 순두부, 연두부, 유부, 두부가공식품	①	①	②	③	④	⑤
	묵류	묵류, 곤약, 기타묵류	①	①	②	③	④	⑤

BG2. 귀하께서 [면류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

BG3. 귀하께서 [연식품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

▶ 다음은 [전분/분말류], [당류], [조미식품]에 대한 질문입니다.

BH1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요?

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
[전분/ 분말류]	밀가루류	밀가루, 밀가루가공품	①	②	③	④	⑤	
	전분	감자전분, 고구마전분, 옥수수전분, 기타전분	①	②	③	④	⑤	
	분말류	쌀가루, 곡물가루, 기타분말류	①	②	③	④	⑤	
[당류]	설탕	백설탕, 갈색설탕(황설탕), 기타설탕	①	②	③	④	⑤	
	기타당류	포도당, 과당, 당시럽류, 올리고당류, 물엿, 엿류	①	②	③	④	⑤	
[조미식품]	식염류	천일염, 가공소금, 기타소금	①	②	③	④	⑤	
	식초	발효식초, 기타식초	①	②	③	④	⑤	
	고춧가루, 양념류	고춧가루, 고추·마늘·생강양념류, 깨양념류	①	②	③	④	⑤	
	향신·조미료	후추가루, 겨자, 계피, 와사비, 향신료조제품, 기타향신료, 조미료, 기타조미식품	①	②	③	④	⑤	

BH2. 귀하께서 [전분/분말류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

BH3. 귀하께서 [당류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

BH4. 귀하께서 [조미식품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

▶ 다음은 [커피류], [다류], [음료류]에 대한 질문입니다.

BI1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요?

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
[커피류]	원두/조제/액상커피	원두커피, 캡슐/포드/핸드드립류 커피믹스, 인스턴트커피, 액상커피	①	①	②	③	④	⑤
[다류]	침출차, 액상차 고형차(고형/분말/과립)	잎차, 티백, 인삼·홍삼, 매실, 유자차, 모과차, 보리차, 울무차, 기타	①	①	②	③	④	⑤
[음료류]	탄산음료	콜라, 사이다, 탄산수, 과즙탄산음료, 기타탄산음료	①	①	②	③	④	⑤
	과일채소음료	과일주스, 과일음료, 채소주스, 채소음료, 기타과채류음료	①	①	②	③	④	⑤
	기능성음료	스포츠음료, 비타민음료, 에너지음료, 식이섬유음료, 숙취해소음료, 인삼홍삼음료, 한약재음료, 기타기능성음료	①	①	②	③	④	⑤
	생수	일반생수, 해양심층수	①	①	②	③	④	⑤
	두유류	두유류	①	①	②	③	④	⑤
	커피	커피음료	①	①	②	③	④	⑤
	차음료	차음료	①	①	②	③	④	⑤
	기타음료	식혜/수정과, 식초음료, 곡류음료, 기타음료	①	①	②	③	④	⑤

BI2. 귀하께서 [커피류], [다류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

BI3. 귀하께서 [음료류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

▶ 다음은 [주류]에 대한 질문입니다.

BJ1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요?

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
[주류]	맥주	맥주	①	①	②	③	④	⑤
	소주	희석식소주(시판용)	①	①	②	③	④	⑤
	청주	청주(사케)	①	①	②	③	④	⑤
	탁약주	탁주, 약주	①	①	②	③	④	⑤
	와인	와인	①	①	②	③	④	⑤
	양주	위스키, 샴페인, 브랜디, 고량주, 꼬냑, 데킬라, 진/보드카, 기타수입주류	①	①	②	③	④	⑤
	기타주류	과실주, 증류식소주, 일반증류주	①	①	②	③	④	⑤

BJ2. 귀하께서 [주류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

C. 간편식(HMR) 구입현황

▶ 이제부터 귀댁의 식품 주 구입자 입장에서 간편식(즉석섭취식품 + 즉석조리식품 + 신선편의식품) 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 형태로 판매되는 음식입니다. 제품의 상태가 냉동형태의 식품도 포함되며, 완조리 요리부로 매장 식품부에서 만들어 파는 돈가스, 꼬치 등은 포함되지 않습니다.

즉석조리식품: 가열 등 간단한 조리과정을 거쳐서 섭취하는 식품(예: 즉석밥, 라면, 미역국, 죽 등)

즉석섭취식품: 별도의 조리과정 없이 바로 섭취가 가능한 식품(예: 샐러드, 도시락, 반찬류 등)

신선편의식품: 채소나 과일의 껍질을 제거하거나 세척, 절단하는 등 전처리가 된 식품(간마늘, 세척당근, 컵과일 등)

C1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입 변화는 어떻게 변화했나요?

분류	품목	구입 변화					
		구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
즉석 조리 식품	1. 밥류 (즉석밥, 볶음밥, 덮밥류, 냉동볶음밥/ 비빔밥류 등)	①	②	③	④	⑤	
	2. 면류 (라면, 짜장면, 파스타, 냉면 등)	①	②	③	④	⑤	
	3. 국류 (미역국, 복어국, 해장국 등)	①	②	③	④	⑤	
	4. 찌개/탕류 (갈비탕, 삼계탕, 육개장, 김치찌개, 냉동탕/국/찌개류 등)	①	②	③	④	⑤	
	5. 죽/스프류 (단팥죽, 전복죽, 양송이소프 등)	①	②	③	④	⑤	
	6. 육류 (편육, 순대, 훈제오리, 치킨, (냉동)돈가스, 떡갈비 등)	①	②	③	④	⑤	
	7. 수산물 (낙지볶음, 게장, 해물찜, 생선조림류 등)	①	②	③	④	⑤	
	8. 만두/피자류 (냉동만두/담성류, 냉동피자류/ 핫도그류)	①	②	③	④	⑤	
	9. 소스류(떡볶이 소스, 스파게티 소스, 3분카레, 3분짜장 등)	①	②	③	④	⑤	
	10. 양념류(찌개양념, 볶음 양념)	①	②	③	④	⑤	
즉석 섭취 식품	1. 샐러드	①	②	③	④	⑤	
	2. 도시락	①	②	③	④	⑤	
	3. 김밥류	①	②	③	④	⑤	
	4. 샌드위치/햄버거류	①	②	③	④	⑤	
	5. 반찬류	①	②	③	④	⑤	
신선 편의 식품	1. 신선편의채소(절단채소, 간마늘, 세척당근, 간양파 등)	①	②	③	④	⑤	
	2. 신선편의과일(컵과일, 컷과일, 과일파우치 등)	①	②	③	④	⑤	

C2. 귀하께서 간편식 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

C3. 귀하께서 간편식을 구입하시는 주 이유가 무엇입니까? 우선 순위로 세 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------|
| 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. 귀덕에서는 평소 다음의 간편식을 얼마나 자주 구입하시나요?

(1) 즉석 조리 식품	(2) 즉석 섭취 식품	(3) 신선편의식품
--------------	--------------	------------

- | | | |
|------------|-----------|------------|
| 1. 매일 | 2. 주 2~3회 | 3. 주 1회 |
| 4. 2주 1회 | 5. 월 1회 | 6. 월 1회 미만 |
| 7. 구입하지 않음 | | |

C5. 귀덕에서는 간편식 구입을 위해 월평균 얼마나 지출하시나요? 월평균 ()원

C6. 간편식을 주로 어디서 구입하시나요?

(1) 즉석 조리 식품	(2) 즉석 섭취 식품	(3) 신선편의식품
--------------	--------------	------------

1. 동네 중소형 슈퍼마켓
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형 할인점(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 재래시장 (재래시장내 입점 매장은 재래시장으로 포함)
5. 백화점 내의 식품코너
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
7. 통신판매(인터넷, 전화주문, 홈쇼핑 등)
8. 편의점
9. 기타(기록 :)

C6-1. 간편식 구입 장소로 (C6의 응답)을 주로 이용하시는 이유는 무엇인가요?

(1) 즉석 조리 식품	(2) 즉석 섭취 식품	(3) 신선편의식품
--------------	--------------	------------

- | | |
|--------------------------------|---------------|
| 1. 품질이 좋아서 | 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. 기타(기록 :) |

C7. 귀댁에서는 간편식을 주로 어떤 용도로 이용하시나요?

(1) 즉석 조리 식품	(2) 즉석 섭취 식품	(3) 신선편의식품
--------------	--------------	------------

- | | |
|----------|-----------|
| 1. 식사용 | 2. 간식용 |
| 3. 안주용 | 4. 캠핑/여행용 |
| 5. 기타() | |

C8. 귀댁에서 주로 구입하시는 간편식 품목은 무엇인가요? 금액기준으로 가장 자주 구입하시는 품목부터 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

1. 밥류 (컵밥, 볶음밥, 덮밥, 냉동볶음밥 등)
2. 면류 (라면, 짜장면, 파스타, 냉면 등)
3. 국류 (미역국, 북어국, 해장국 등)
4. 찌개/탕류 (갈비탕, 삼계탕, 육개장, 김치찌개, 냉동탕/국/찌개류 등)
5. 죽/스프류 (단팥죽, 전복죽, 양송이스프 등)
6. 육류 (편육, 순대, 훈제오리, 치킨, (냉동)돈까스, 떡갈비 등)
7. 수산물 (낙지볶음, 게장, 해물찜, 생선조림류 등)
8. 만두/피자류 (냉동만두/딤섬류, 냉동피자류/ 핫도그류)
9. 소스류(떡볶이 소스, 스파게티 소스, 3분카레, 3분짜장 등)
10. 양념류(찌개양념, 볶음 양념)
11. 샐러드
12. 도시락
13. 김밥류(김밥, 삼각김밥 등)
14. 샌드위치/햄버거류
15. 반찬류
16. 신선편의채소(절단채소, 깐마늘, 세척당근, 깐양파 등)
17. 신선편의과일(컵과일, 컷과일, 과일파우치 등)
18. 기타(기록 :)

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 품질	①	②	③	④	⑤


C10. 귀댁의 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 및 건강식품 구입현황

▶▶ 이제부터 귀댁의 식품 주 구입자 입장에서 [건강기능식품], [건강식품] 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

건강기능식품이란?
 인체에 유용한 기능성을 가진 원료 또는 성분을 사용하여 정제·캡슐·분말·과립·액상·환 등의 형태로 제조·가공한 식품입니다.
 대표적으로 홍삼과 비타민 및 무기질, 프로바이오틱스 등이 있으며, 오른쪽 인증마크가 부착됩니다.



건강식품이란?
 건강을 유지하기 위해 섭취하는 식품(건강보조식품, 식이보충제 등 포함)으로 전통적으로 건강에 좋다고 여겨져 널리 섭취되어 온 식품입니다. 이는 식약처로부터 안전성과 기능성을 인증받지는 않은 제품입니다. 대표적으로 건장증·환, 벌꿀 등이 있습니다.

D1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입 변화는 어떻게 변화했나요?

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
건강 기능 식품	비타민 및 무기질	비타민, 무기질(또는미네랄)	①	①	②	③	④	⑤
	식이섬유	식이섬유	①	①	②	③	④	⑤
	아미노산 및 단백질	단백질, 대두단백, 아미노산	①	①	②	③	④	⑤
	필수지방산	필수 지방산, 오메가3	①	①	②	③	④	⑤
	클로렐라/엽록소	스피루리나/클로렐라, 엽록소함유식품	①	①	②	③	④	⑤
	인삼류	인삼, 홍삼	①	①	②	③	④	⑤
	페놀류	녹차추출물, 알로에전잎, 프로폴리스추출물	①	①	②	③	④	⑤
	당 및 탄수화물	글루코사민, N-아세틸글루코사민, 알로에겔, 영지버섯자실체추출물, 키토산/키토올리고당	①	①	②	③	④	⑤
건강 식품	발효미생물류	유산균, 프로바이오틱스 제품	①	①	②	③	④	⑤
	건강즙/엑기스	과일즙, 과채즙, 가시오가피즙 등	①	①	②	③	④	⑤
	건강환/분말	양배추환, 울금환, 청국장환, 선식 등	①	①	②	③	④	⑤
	동물성원료건강식품	녹용, 동충하초, 흑염소즙 등	①	①	②	③	④	⑤
	기타원료	벌꿀, 로얄젤리, 효모, 효소, 화분 등	①	①	②	③	④	⑤

D2. 귀하께서 건강기능식품 및 건강식품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

D3. 귀하께서는 최근 1년 동안 건강기능식품 및 건강식품을 어떤 용도로 몇 개나 구입하셨나요? 구입갯수는 포장단위를 의미하므로 박스에 2통이 들어있어도 1개로 적고, 구입한 개수가 없으면 0으로 적어주세요.

	선물용	본인 섭취용
구입 갯수	()개	()개

D4. 많이 구입하는 건강기능식품 및 건강식품은 무엇인가요? 주로 구입하는 제품 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

1. 비타민 및 무기질	2. 식이섬유
3. 아미노산 및 단백질(단백질, 대두단백, 아미노산)	4. 필수지방산(필수지방산, 오메가3)
5. 클로렐라/엽록소 (엽록소함유식품, 스피루리나/클로렐라)	6. 인삼류(인삼, 홍삼)
7. 페놀류(녹차추출물, 알로에전잎, 프로폴리스추출물)	8. 당 및 탄수화물(글루코사민, 알로에겔, 키토산 등)
9. 발효미생물류(유산균, 프로바이오틱스 제품)	10. 건강즙/엑기스(과일즙, 과채즙, 가시오가피즙 등)
11. 건강환/분말(양배추환, 울금환, 청국장환, 선식 등)	12. 동물성원료건강식품(녹용, 동충하초, 흑염소즙 등)
13. 기타원료(벌꿀, 로얄젤리, 효모, 효소, 화분 등)	14. 기타(기록:)

D5. 귀책에서는 건강기능식품 및 건강식품 구입을 위해 최근 1년 동안 얼마나 지출하셨나요?

최근 1년 기준 ()원

D6. 건강기능식품 및 건강식품의 구입은 주로 어디에서 하시나요? 주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 중소형 슈퍼마켓
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형 할인점(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 재래시장 (약령시장)
5. 백화점
6. 약국 (백화점, 마트 내에 입점한 약국 포함)
7. 통신판매(인터넷/온라인몰/해외직구/카페공구, 전화주문, 홈쇼핑 등)
8. 기능성 식품 전문판매점 (특정상표 대리점, 백화점 마트 내에 입점한 전문판매점을 포함)
9. 기타(기록 :)

D6-1. 구입장소로 (D6의 1순위 응답)을 주로 이용하시는 이유는 무엇인가요? 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | |
|----------------------------|---------------------|
| 1. 품질이 좋아서 | 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 건강기능식품 및 건강식품과 관련하여 구입에 필요한 정보를 다음 중 어디에서 얻고 계신가요?

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 1. 온라인 블로그/카페/커뮤니티의 내용" | 2. 제품 포장재 설명, 브랜드 등 |
| 3. 가족/지인/친구 등의 추천 | 4. TV 및 라디오 프로그램/뉴스/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. 효능, 효과에 대한 허위/과장 광고 | 2. 제품의 안전성 의심 |
| 3. 인증받지 않은 제품 유통 | 4. 신뢰할 수 있는 정보 부족 |
| 5. 잦은 신제품 출시 | 6. 소용량(1개월 미만 복용) 제품 부족 |
| 7. 맛, 향 등에 대한 거부감 | 8. 한국인 체질에 맞지 않는 일부 성분 및 제품 |
| 9. 수입산 건강기능식품에 비해 효과 저하 | 10. 기타(기록 :) |

D9. 귀책에서는 현재 건강기능식품 및 건강식품을 드시고 계신가요?

1. 먹고 있다.
2. 먹고 있지 않다 (→ D9-3로 이동)

D9-1. 귀책에서 현재 건강기능식품 및 건강식품을 드시는 경우에는 누가 어떤 종류의 건강기능식품을 몇 가지나 드시고 계신가요? 아래에 보기에서 모두 골라 주세요(복수 응답 가능).

구분	성별	나이(만)	건강기능식품 및 건강식품	
			섭취 갯수	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>

1. 비타민 및 무기질	2. 식이섬유
3. 아미노산 및 단백질(단백질, 대두단백, 아미노산)	4. 필수지방산(필수지방산, 오메가3)
5. 클로렐라/엽록소 (엽록소함유식품, 스피루리나/클로렐라)	6. 인삼류(인삼, 홍삼)
7. 페놀류(녹차추출물, 알로레전입, 프로폴리스추출물)	8. 당 및 탄수화물(글루코사민, 알로에겔, 키토산 등)
9. 발효미생물류(유산균, 프로바이오틱스 제품)	10. 건강즙/엑기스(과일즙, 과채즙, 가시오가피즙 등)
11. 건강환/분말(양배추환, 울금환, 청국장환, 선식 등)	12. 동물성원료건강식품(녹용, 동충하초, 흑염소즙 등)
13. 기타원료(별꽃, 로얄젤리, 효모, 효소, 화분 등)	14. 기타(기록: _____)

D9-2. 귀덕에서 건강기능식품 및 건강식품을 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 효과를 위하여
- 6. 피로회복을 위해
- 7. 건강(체력) 증진을 위해
- 8. 기타(기록 :)

→ [응답 후 D10으로 가세요]

D9-3. 평소 건강기능식품 및 건강식품을 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 D10으로 가세요]

D10. 건강기능식품 및 건강식품에 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 품질	①	②	③	④	⑤


D11. 귀덕의 향후 1년간 기능성 식품 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

E. 유기가공식품 구입현황

▶▶ 이제부터 귀덕의 식품 주 구입자 입장에서 유기가공식품 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

유기가공식품이란?
유기농 인증을 받은 농축산물을 95% 이상 사용한 가공식품 중에서 원료의 보관 및 취급, 제조 설비 및 공정, 위생, 포장, 사후관리 등 모든 제조 과정을 종합적으로 판단하여 농림축산식품부와 인증 전문기관이 검증한 가공식품을 의미합니다. 따라서 유기가공식품 인증을 받지 못한 제품은 '유기농', 'organic' 또는 이와 유사한 표시를 하는 것이 금지되어 있으며, 오른쪽에 위치한 유기가공식품 인증 마크가 포함된 식품만이 유기가공식품에 해당됩니다.



E1. 귀하께서는 위 유기가공식품 인증 마크를 보신 적 있으신가요?

- 1. 있음
- 2. 없음

E6. 귀하께서 유기 가공식품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중 중요하게 생각하는 요소를 1~3순위까지 응답해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | | |
|----------------|--------------|---------------|
| 1. 용량 | 2. 제조일자/유통기한 | 3. 원산지 |
| 4. 영양성분 | 5. 식품첨가물 | 6. 브랜드/상표/제조사 |
| 7. 가격 | 8. 제품 포장/디자인 | 9. 품질인증 표시 |
| 10. 기능성/식품의 효능 | 11. 기타() | |

E7. 귀하께서는 유기 가공식품 구입을 주로 어디에서 하시나요? 주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 중소형 슈퍼마켓
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형 할인점(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 재래시장
5. 백화점 내의 식품코너
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
7. 통신판매(인터넷, 전화주문, 홈쇼핑 등)
8. 편의점
9. 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. 품질이 좋아서 | 2. 가격이 저렴하니까 |
| 3. 거리가 가깝거나 교통이 편해서 | 4. 직접 배달해 주므로 |
| 5. 식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서 | 6. 다양한 상품과 품목단위가 있어서 |
| 7. 친절하고 서비스가 좋아서 | 8. 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 품질	①	②	③	④	⑤

E9. 귀댁의 향후 1년간 유기농식품 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

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.

라이프스타일	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통 이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 아침식사는 밥보다는 미숫가루나 빵 등으로 간단하게 먹는 편이다	①	②	③	④	⑤
(2) 가정 간편식이나 패스트푸드점을 종종 이용한다	①	②	③	④	⑤
(3) 김치와 장류를 사서먹는 것을 개의치 않는다	①	②	③	④	⑤
(4) 맛있다고 소문난 음식점을 찾아다니는 편이다	①	②	③	④	⑤
(5) 다양한 맛을 위해 식단을 매번 바꾸는 편이다	①	②	③	④	⑤
(6) 음식을 선택할 때 맛을 중시한다	①	②	③	④	⑤
(7) 새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다	①	②	③	④	⑤
(8) 건강을 위해 음식을 가려 먹는다	①	②	③	④	⑤
(9) 음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(10) 인스턴트식품을 가능한 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(11) 비교적 저렴한 가격의 제품을 사는 편이다	①	②	③	④	⑤
(12) 동일제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(13) 식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 늘 체크하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(14) 식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(15) 가격이 비싸도 이름난 회사의 식품을 구매한다	①	②	③	④	⑤
(16) 식품 구입 시 절단 및 세척 제품을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(17) 유기농식품, 우수관리인증(GAP) 제품을 자주 이용한다	①	②	③	④	⑤
(18) 처음보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매한다	①	②	③	④	⑤

F2. 다음 물음에 대해 동의하시는 정도를 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 응답해 주세요.

인식	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통 이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 인공감미료가 들어있는 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(2) MSG는 몸에 좋지 않으므로 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(3) 트랜스지방이 포함된 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(4) 기름에 튀긴 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(5) GMO 원료가 들어있는 가공식품을 먹지 않겠다	①	②	③	④	⑤
(6) 국내산 원료로 만든 제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(7) 전통방식으로 만들어진 제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(8) 국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다	①	②	③	④	⑤
(9) 완제품형태로 수입된 제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(10) 유기농인증제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(11) 식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한기업 제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(12) 나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(13) 당 함량이 적은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(14) 칼로리 함량이 적은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(15) 지방 함량이 적은 제품(저지방, 무지방 제품)을 선택한다	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	보통 이다/ 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
(2) 전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다	①	②	③	④	⑤
(3) 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 생각하신가요? 가장 저렴한 가격에 구입이 가능하다고 생각하시는 곳을 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 중소형 슈퍼마켓
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형 할인점(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 재래시장(재래시장내 입점 매장은 재래시장으로 포함)
5. 백화점 내의 식품코너
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
7. 인터넷 쇼핑몰
8. 편의점
9. 기타(기록 : _____)

F5. 가공식품 중 지난1년 동안, 가장 가격변화(등락)가 심하다고 생각하시는 품목은 다음 중 무엇인가요? 또한 귀하에게 있어서 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 주는 품목은 무엇인가요? 가장 큰 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요.

가격변화가 가장 심한 품목	1순위 :	2순위 :	3순위 :
장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목	1순위 :	2순위 :	3순위 :

- | | |
|------------------------------------|----------------------------------|
| 1. 육류가공품(소시지, 햄, 베이컨) | 2. 알가공품(삶은 메추리알, 삶은 계란) |
| 3. 조미수산가공품(어묵, 젓갈, 콩치·고등어 통조림) | 4. 건조수산가공품(조미김, 미역가공품, 조미건어포류) |
| 5. 과일가공품(잼류, 마말레이드, 건조과일, 건조채소) | 6. 김치류(배추김치, 무김치, 깻잎·추 김치, 절임배추) |
| 7. 절임류(장아찌, 단무지, 오이피클) | 8. 드레싱/소스류(마요네즈, 한식소스류, 토마토케첩) |
| 9. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌀장, 청국장) | 10. 유지류(동물성유지, 식물성유지) |
| 11. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유) | 12. 빵/떡 |
| 13. 과자(과자, 한과, 캔디, 추잉껌) | 14. 초콜릿/코코아 제품 |
| 15. 간편식(즉석조리, 즉석섭취, 신선편의식품) | 16. 면류(라면, 국수, 냉면, 당면, 파스타) |
| 17. 연식품(두부, 묵류 등) | 18. 전분/분말류(밀가루, 감자전분, 옥수수전분) |
| 19. 당류(설탕, 올리고당, 시럽, 엿류) | 20. 조미식품(식염, 식초, 고춧가루, 향신료, 조미료) |
| 21. 커피류 | 22. 다류 |
| 23. 음료류(탄산, 과일채소음료, 기능성음료, 생수, 두유) | 24. 주류 |
| 25. 건강기능식품, 건강식품 | |

▶▶ 맛에 대해 질문 드리겠습니다.

F6. 아래에 제시된 맛에 대해 귀하께서 가공식품 맛으로 선호하시는 정도를 표시하여 주세요
 (예컨대 단맛이 강한 것이 좋을수록 5번 방향으로 단맛이 약할수록 좋으시다면 1번 방향으로 응답해 주세요)

맛에 대한 기호	매우 약한 맛	약한 맛	보통 (중간)맛	강한 맛	매우 강한 맛
(1) 단맛	①	②	③	④	⑤
(2) 짠맛	①	②	③	④	⑤
(3) 신맛	①	②	③	④	⑤
(4) 매운맛	①	②	③	④	⑤
(5) 쓴맛	①	②	③	④	⑤

▶▶ 가공식품과 건강에 대해 질문 드리겠습니다.

F7. 귀하께서 생각하시기에 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 가공식품 품목은 다음 중 무엇인가요? 반대로 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 가공식품 품목은 무엇인가요? 1순위부터 3순위까지 답변하여 주세요

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, 베이컨) | 2. 알가공품(삶은 메추리알, 삶은 계란) |
| 3. 조미수산가공품(어묵, 젓갈, 콩치·고등어 통조림) | 4. 건조수산가공품(조미김, 미역가공품, 조미건어포류) |
| 5. 과일가공품(잼류, 마말레이드, 건조과일, 건조채소) | 6. 김치류(배추김치, 무김치, 깻잎·추 김치, 절임배추) |
| 7. 절임류(장아찌, 단무지, 오이피클) | 8. 드레싱/소스류(마요네즈, 한식소스류, 토마토케첩) |
| 9. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌀장, 청국장) | 10. 유지류(동물성유지, 식물성유지) |
| 11. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유) | 12. 빵/떡 |
| 13. 과자(과자, 한과, 캔디, 추잉껌) | 14. 초콜릿/코코아 제품 |
| 15. 간편식(즉석조리, 즉석섭취, 신선편의식품) | 16. 면류(라면, 국수, 냉면, 당면, 파스타) |
| 17. 연식품(두부, 묵류 등) | 18. 전분/분말류(밀가루, 감자전분, 옥수수전분) |
| 19. 당류(설탕, 올리고당, 시럽, 엿류) | 20. 조미식품(식염, 식초, 고춧가루, 향신료, 조미료) |
| 21. 커피류 | 22. 다류 |
| 23. 음료류(탄산, 과일채소음료, 기능성음료, 생수, 두유) | 24. 주류 |
| 25. 건강기능식품, 건강식품 | |

▶▶ 가공식품별 선호사항에 대해 질문 드리겠습니다.

F8. 다음 각 품목에 대하여 5가지에 물음에 대한 귀하의 의견을 말씀해 주세요.

품목별 선호	가격이 비싸도								제품의 업그레이드·신제품 개발과 관계없이 가격만 저렴하면 구입 하겠다	
	프리미엄 (고급) 제품 구입 하겠다		다양하고 새로운 맛을 첨가한 제품 구입 하겠다		건강에 좋은 원료, 안전성이 확보된 제품 구입 하겠다		소포장, 사용 및 취식·조리간 편화된 제품 구입 하겠다			
	그렇다	아니다	그렇다	아니다	그렇다	아니다	그렇다	아니다	그렇다	아니다
1.육류가공품(소시지, 햄, 베이컨)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
2.알가공품(삶은 메추리알, 삶은 계란)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
3.조미수산가공품(어묵, 젓갈, 콩치·고등어 통조림)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
4.건조수산가공품(조미김, 미역가공품, 조미건어포류)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
5.과일가공품(잼류, 마말레이드, 건조과일, 건조채소)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
6.김치류(배추김치, 무김치, 깻잎·추 김치, 절임배추)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
7.절임류(장아찌, 단무지, 오이피클)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
8.드레싱/소스류(마요네즈, 한식소스류, 토마토케첩)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
9.장류(간장, 된장, 고추장, 쌀장, 청국장)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
10.유지류(동물성유지, 식물성유지)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
11.유가공품(우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
12.빵/떡	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
13.과자(과자, 한과, 캔디, 추잉껌)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
14.초콜릿/코코아 제품	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
15.간편식(즉석조리, 즉석석취, 신선편의식품)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
16.면류(라면, 국수, 냉면, 당면, 파스타)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
17.연식품(두부, 묵류 등)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
18.전분/분말류(밀가루, 감자전분, 옥수수전분)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
19.당류(설탕, 올리고당, 시럽, 엿류)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
20.조미식품(식염, 식초, 고춧가루, 향신료, 조미료)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
21.커피류	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
22.다류	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
23.음료류(탄산, 과일채소음료, 기능성음료, 생수, 두유)	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
24.주류	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
25.건강기능식품, 건강식품	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②

가구특성

DQ1. 귀댁의 가족 구성 형태는 어떻게 되시나요?

- 1. 1세대가족(예: 부부만으로 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	()명	

DQ3. 귀댁은 현재 맞벌이를 하고 계신가요?

- 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, 벌린 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 댁은 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 댁에서는 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 댁에서는 건강에 대한 관심이 많으신가요?

①	②	③	④	⑤
매우 적다	적은 편이다	보통이다	많은 편이다	매우 많다

DQ10. 귀하 또는 가구원/동거인들 중에 다음의 증상/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

DQ11. 귀댁에서는 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
- 2. 아니오

DQ12. 귀댁에서는 작년에도 가공식품 소비자 태도조사에 응답해주셨나요?

- 1. 예
- 2. 아니오

응답자 특성용

DQ13. 귀하의 직업은 무엇인가요?

1. 관리자 2. 전문가 및 관련 종사자 3. 사무 종사자	→ [관리자, 전문가, 사무 종사자]
4. 서비스 종사자 5. 판매 종사자	→ [서비스, 판매 종사자]
6. 농림어업 숙련 종사자 7. 기능원 및 관련 기능 종사자 8. 장치, 기계 조작 및 조립 종사자 9. 단순노무 종사자	→ [장치기계 조작, 조립 및 농림어업 종사자, 단순노무]
10. 주부	→ [주부]
11. 군인 12. 초등학교 13. 중학생/고등학교 14. 대학생/대학원생 (휴학생 포함) 15. 무직(초등학교 입학 전 영유아, 재수생 포함) 16. 기타(기록 :)	→ [기타]

DQ14. 귀하께서는 학교를 어디까지 마치셨나요?

- 1. 중졸 이하
- 2. 고졸(대학생 포함)
- 3. 대학교 졸업(전문대졸/대학원생 포함)
- 4. 대학원 졸업 이상

DQ15. 귀하께서는 현재 결혼을 하셨나요?

- 1. 기혼
- 2. 미혼

▶▶ 연락 정보는 응답하신 내용에 대해 추가 질문사항이 있는 경우 질의하기 위한 것으로 다른 목적으로는 사용되지 않습니다.

응답자	이름 : 주소 : 시/도 시구, 군 읍/면, 동 나머지 주소 : 전화번호 : () 핸드폰번호
면접원	이름 : 면접일시 : 2018년 월 일 시 부터 분 동안
검증원	이름 : 검증 일시 : 2018년 월 일 시 검증 결과 : 1. 합격 2. 보완 3. 불합격(이유:)

*** 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다 ***

(# 부가조사)

2018 가공식품 소비자 태도조사(가구주용)

※ 가구주 : 호주 및 세대주와 관계없이 가구를 대표하고 가계운영에 관한 사항을 계획하고 결정하는 책임을 가진 사람을 말합니다. 혈연관계가 없는 사람*끼리 모여 사는 경우는 그 중 대표자 1명을 말합니다.

다음은 귀하 가구의 가구주에 관한 문항입니다.

※ 가구주 특성	
가구주 성 별	① 남 ② 여 가구주 연 령 만 () 세 ▶ ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상
학력	
귀댁의 가구주께서는 정규 교육을 어디까지 받았습니까?	
① 중졸 이하 ② 고졸(대학생 재학 포함) ③ 대학교 졸업(전문대졸/대학원생 포함) ④ 대학원 졸업 이상	
직업	
귀댁의 가구주의 직업은 무엇입니까? (한국표준직업분류 참조)	
있음	① 관리자 ② 전문가 및 관련 종사자 ③ 사무 종사자 ④ 서비스 종사자 ⑤ 판매 종사자 ⑥ 농림어업 숙련 종사자 ⑦ 기능원 및 관련 기능 종사자 ⑧ 장치·기계 조작 및 조립 종사자 ⑨ 단순노무 종사자 ⑩ 군인
없음	⑪ 학생 ⑫ 주부 ⑬ 취업 준비 중 ⑭ 기타()

개인정보 제공 및 활용 동의서

(주)메트릭스코퍼레이션은 주관기관인 한국농촌경제연구원의 위임을 받아 개인정보보호법(법률 제13423호) 제 15조(개인정보의 수집·이용) 3항(공공기관의 소관 업무 수행)과 제26조(업무위탁에 따른 개인정보의 처리제한)에 의거하여 귀하의 개인정보를 다음과 같이 수집 및 활용하고자 합니다.

읽어 보신 후, 반드시 동의 여부를 □에 체크(v)하여 주시기 바랍니다.

[개인정보 수집 · 이용에 대한 동의]

수집하는 개인정보 항목	성명, 주소, 전화번호, 핸드폰번호
개인정보의 수집 및 이용목적	제공하신 정보는 설문내용에 대한 검증 및 연구윤리 준수를 위한 보관, 조사 대상자 선정에 위해 사용됩니다. ① 응답자 확인 : 성명, 주소, 전화번호, 핸드폰번호 ② 의사소통 및 정보 전달 등에 이용 : 성명, 전화번호, 핸드폰번호 ③ 설문내용 검증 및 연구윤리 준수에 이용 : 성명, 전화번호, 핸드폰번호 ④ 조사대상자 선정에 위해 이용 : 성명, 주소, 전화번호, 핸드폰번호 ⑤ 그 외 국정감사 및 내·외부 감사 자료로 이용
개인정보의 보유 및 이용기간	수집된 개인정보의 보유기간은 사후 연구윤리 검증을 위해 개인정보가 보호된 상태로(코드화 등) 5년간 보존
※ 귀하는 이에 동의를 거부할 수 있으며, 다만, 동의가 없을 경우 이와 관련된 업무 진행이 불가능할 수 있음을 알려드립니다.	

개인정보 수집 및 이용에 동의함 개인정보 수집 및 이용에 동의하지 않음

[개인정보 제3자 (메트릭스코퍼레이션) 제공 동의]

개인정보를 제공받는 자	조사 위탁업체 : (주)메트릭스코퍼레이션
제공되는 개인정보 항목	성명, 주소, 전화번호, 핸드폰번호
제공받는 자의 개인정보 이용목적	(주)메트릭스코퍼레이션과 한국농촌경제연구원이 상호 계약한 개인정보 위탁계약에 의거하여 귀하의 개인정보는 (주)메트릭스코퍼레이션에 의해 수집되어 즉시 제공되며 위탁업무 수행 목적 외 개인정보 처리를 금합니다. ① 응답자 확인 : 성명, 주소, 전화번호, 핸드폰번호 ② 의사소통 및 정보 전달 등에 이용 : 성명, 전화번호, 핸드폰번호 ③ 설문내용 검증 및 연구윤리 준수에 이용 : 성명, 전화번호, 핸드폰번호 ④ 조사대상자 선정에 위해 이용 : 성명, 주소, 전화번호, 핸드폰번호
개인정보의 보유 및 이용기간	제공된 개인정보는 (주)메트릭스코퍼레이션과 계약종료 시점까지 보존되며, 추후 조사 위탁업체가 변경될 경우 개인정보 제공에 대해 공지
※ 귀하는 이에 동의를 거부할 수 있으며, 다만, 동의가 없을 경우 이와 관련된 업무 진행이 불가능할 수 있음을 알려드립니다.	

개인정보 3자 제공에 동의함 개인정보 3자 제공에 동의하지 않음

※ 개인정보의 이용을 거부하고자 할 때에는 개인정보 관리책임자를 통해 열람, 정정, 삭제를 요구할 수 있음. 「개인정보보호법」 등 관련 법규에 의거하여 상기 본인은 위와 같이 개인정보 수집 및 활용에 동의함.

2018년 월 일 신청인 본인 성명 : (인 또는 서명)
 한국농촌경제연구원장 귀하

2. 일반 소비자용 설문

2018 가공식품 소비자 태도조사(일반 소비자용)

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 ○○○가 담당하고 있사오니 많은 협조 부탁드립니다.

본 설문에서 응답해 주신 내용은 단지 통계적으로 처리될 뿐이며, 통계법 제 33조 및 34조에 의거하여 통계 분석 이외의 다른 목적으로 이용되지 않습니다.

* 주관 기관 : 농림축산식품부·한국농촌경제연구원

* 조사 기관 : (주)메트릭스코퍼레이션

응답자 선정 질문

SQ1. 거주 지역

- | | | | |
|-------------|----------|----------|----------|
| 1. 서울특별시 | 2. 부산광역시 | 3. 인천광역시 | 4. 대구광역시 |
| 5. 대전광역시 | 6. 광주광역시 | 7. 울산광역시 | 8. 경기도 |
| 9. 경상북도 | 10. 경상남도 | 11. 전라북도 | 12. 전라남도 |
| 13. 충청북도 | 14. 충청남도 | 15. 강원도 | 16. 제주도 |
| 17. 세종특별자치시 | | | |

SQ2. 성별

- | | |
|-------|-------|
| 1. 남성 | 2. 여성 |
|-------|-------|

SQ3. 귀하의 출생년도는 어떻게 되시나요? _____년 → 1943년도 이후 2004년 이전 출생자만 조사를 진행할 것

A. 가공식품 구매 및 소비 행태 일반

▶▶▶ 이제부터 귀하의 가공식품 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

농·수·축산물이란?

농작물 재배, 축산업, 어업 등을 통해 생산되어 사람이 직접 먹거나 마실 수 있는 것으로 식품의 원료가 되는 품목을 의미하며

전처리(세척, 절단, 박피) 과정을 거친 농축수산품을 포함함.

예) 마늘, 당근, 양파, 배추, 세척 과일, 깎마늘, 세척 당근, 깎 양파, 절임배추, 쌈채소 등

가공식품이란?

식품의 원료인 농·수·축산물 등을 가열·발효 등의 요리단계를 거쳐 맛있고, 먹기 편하며, 저장이 쉽도록 가공한 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, 집에서 음식을 주문해서 먹거나(배달) 식당에서 포장해서 가져다 먹는 경우(테이크아웃)를 포함함.

전체 가공식품 구입 형태

A1. 귀하는 평소 가공식품을 얼마나 자주 구입하시나요?

[면접원 : 응답자가 계절적 요인 등으로 인해 구입 빈도가 기간/시기에 따라 차이가 난다고 할 경우에는 조사 참여 시점으로 부터 "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. 귀하께서 가공식품을 구매하는 가장 주된 이유는 무엇입니까? 우선 순위로 두 가지만 선택해 주세요.

- 1. 간편해서
- 2. 저렴해서
- 3. 안전해서
- 4. 다양한 맛을 볼 수 있어서(맛있어서)
- 5. 보관이 용이해서
- 6. 기타()

A3. 귀하는 가공식품 구입을 주로 어디에서 구입 하시나요?

주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- 1. 동네 중소형 슈퍼마켓
- 2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
- 3. 대형 할인점(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
- 4. 재래시장 (재래시장내 입점 매장은 재래시장으로 포함)
- 5. 백화점 내의 식품코너
- 6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
- 7. 통신판매(인터넷, 전화주문, 홈쇼핑 등)
- 8. 편의점
- 9. 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. 품질이 좋아서
- 2. 가격이 저렴하니까
- 3. 거리가 가깝거나 교통이 편해서
- 4. 직접 배달해 주므로
- 5. 식품 외의 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. 귀하께서 주로 소비하는 품목군은 어떤 것인가? 가족이나 타인을 위한 것이 아닌 귀하를 위해 소비하신 것으로서 지출액이 많은 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| 1. 육류가공품(소시지, 햄, 베이컨) | 2. 알가공품(삶은 메추리알, 삶은 계란) |
| 3. 조미수산가공품(어묵, 젓갈, 콩치·고등어 통조림) | 4. 건조수산가공품(조미김, 미역가공품, 조미건어포류) |
| 5. 과일가공품(잼류, 마말레이드, 건조과일, 건조채소) | 6. 김치류(배추김치, 무김치, 깻잎·추 김치, 절임배추) |
| 7. 절임류(장아찌, 단무지, 오이피클) | 8. 드레싱/소스류(마요네즈, 한식소스류, 토마토케첩) |
| 9. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌀장, 청국장) | 10. 유지류(동물성유지, 식물성유지) |
| 11. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유) | 12. 빵/떡 |
| 13. 과자(과자, 한과, 캔디, 추잉껌) | 14. 초콜릿/코코아 제품 |
| 15. 간편식(즉석조리, 즉석섭취, 신선편의식품) | 16. 면류(라면, 국수, 냉면, 당면, 파스타) |
| 17. 연식품(두부, 묵류 등) | 18. 전분/분말류(밀가루, 감자전분, 옥수수전분) |
| 19. 당류(설탕, 올리고당, 시럽, 엿류) | 20. 조미식품(식염, 식초, 고춧가루, 향신료, 조미료) |
| 21. 커피류 | 22. 다류 |
| 23. 음료류(탄산, 과일체소음료, 기능성음료, 생수, দু유) | 24. 주류 |
| 25. 건강기능식품, 건강식품 | |

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	1	2	3	4	5
5. 편리성	1	2	3	4	5
6. 다양성	1	2	3	4	5
7. 전반적인 품질	1	2	3	4	5

A6. 가공식품을 구입하실 때 가장 중요하게 고려하는 기준은 무엇인가요?

중요하게 고려하는 기준을 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

(1) 1순위	
---------	--

1. 가격
4. 품질
7. 구입의 편리성
9. 기타(기록 :)

(2) 2순위	
---------	--

2. 맛
5. 영양(건강)
8. 조리의 편리성

3. 안전성
6. 신선도(제조일자, 유통기한 포함)
10. 구입하지 않는다

A7. 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(배달, 테이크아웃 포함) 지출	1	2	3	4	5
4. 농수축산물 지출	1	2	3	4	5
5. 가공식품 지출	1	2	3	4	5

A7-1. (A6. 5. 가공식품 지출이 감소 또는 증가한 경우) 귀댁의 최근 1년 가공식품 지출이 변화한 원인은 무엇입니까?

- | | |
|--------------|---------------------|
| 1. 가격 변화 | 2. 품질(맛, 영양, 안전) 변화 |
| 3. 식생활 패턴 변화 | 4. 개인적 선호 변화 |
| 5. 가구 구성원 변화 | 6. 기타(기록 :) |

A8. 귀댁의 향후 1년간 가공식품 지출은 최근 1년에 비해 어떠할 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

A9. 귀댁에서는 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구입하셨나요?

자주 구입하였다	가끔 구입하였다	전혀 구입하지 않았다.
1 → [A9-1로 가세요]	2 → [A9-1로 가세요]	3 → [A10로 가세요]

A9-1. 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구입하신다면, 어떤 식품을 구입하시나요?

- | | |
|--------------------------------|-------------------------|
| 1. 품목에 관계없이 대부분 온라인으로 구입하였다. → | [A11로 가세요] |
| 2. 특정 상품만 온라인으로 구입하였다. | (품목명 기재:) → [A11로 가세요] |

A10. (A9에서 3을 선택한 경우만)평소 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유는 무엇인가? 중요한 이유부터 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

(1) 1순위	(2) 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 판매하지 않아서
9. 기타(기록 :)

A11. 귀하는 온라인으로 가공식품을 얼마나 자주 구입하시나요?

- | | | |
|----------|-----------|------------|
| 1. 매일 | 2. 주 2~3회 | 3. 주 1회 |
| 4. 2주 1회 | 5. 월 1회 | 6. 월 1회 미만 |

A12. 귀하께서 온라인을 통하여 가공식품을 구입하는 주된 이유는 무엇인가?

1. 직접 방문하지 않아 시간이 절약된다
2. 가격을 비교하고 살 수 있어서 유익하다
3. 구매시간에 제약을 받지 않아 편리하다
4. 다른 사람의 사용경험(이용후기)을 참고할 수 있다
5. 기타(기록 :)

A13. 귀하께서 주로 온라인으로 구입하는 품목군은 어떤 것인가? 가족이나 타인을 위한 것이 아닌 귀하를 위해 구입하신 것으로서 지출액이 많은 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

<ol style="list-style-type: none"> 1. 육류가공품(소시지, 햄, 베이컨) 3. 조미수산가공품(어묵, 젓갈, 콩치·고등어 통조림) 5. 과일가공품(잼류, 마말레이드, 건조과일, 건조채소) 7. 절임류(장아찌, 단무지, 오이피클) 9. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌀장, 청국장) 11. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유) 13. 과자(과자, 한과, 캔디, 추잉껌) 15. 간편식(즉석조리, 즉석섭취, 신선편의식품) 17. 연식품(두부, 묵류 등) 19. 당류(설탕, 올리고당, 시럽, 엿류) 21. 커피류 23. 음료류(탄산, 과일채소음료, 기능성음료, 생수, 두유) 25. 건강기능식품, 건강식품 	<ol style="list-style-type: none"> 2. 알가공품(삶은 메추리알, 삶은 계란) 4. 건조수산가공품(조미김, 미역가공품, 조미건어포류) 6. 김치류(배추김치, 무김치, 깻잎·추 김치, 절임배추) 8. 드레싱/소스류(마요네즈, 한식소스류, 토마토케첩) 10. 유지류(동물성유지, 식물성유지) 12. 빵/떡 14. 초콜릿/코코아 제품 16. 면류(라면, 국수, 냉면, 당면, 파스타) 18. 전분/분말류(밀가루, 감자전분, 옥수수전분) 20. 조미식품(식염, 식초, 고춧가루, 향신료, 조미료) 22. 다류 24. 주류
--	--

A14. 귀하께서 온라인으로 가공식품을 구입하실 때 주로 이용하는 방법은 무엇인가?

1. PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문
2. 스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문

3. 기타(기록 :)

A15. 온라인으로 구입하신(A13의 1순위 응답 기준) 가공식품의 가격과 품질, 배송에 대해 얼마나 만족하시나요?

구분	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	만족하는 편이다	매우 만족한다
가격만족도	1	2	3	4	5
품질만족도	1	2	3	4	5
배송만족도	1	2	3	4	5

A16. 귀덕에서 최근 1년 동안 온라인을 이용한 전체 가공식품 지출액은 전년에 비해 어떻게 변화했나요?

1	2	3	4	5
매우 감소했다	약간 감소했다	1년 전과 비교 시 변화없다	약간 증가했다	매우 증가했다

A17. 귀덕의 향후 1년간 온라인을 이용한 전체 가공식품 지출액이 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 가공식품 품목별로 귀하의 소비현황과 향후 소비의향을 질문 드리겠습니다. 주부의 경우는 가족 전체의 식품 소비가 아닌 주부님 개인의 소비에 대해서 말씀해주세요.

B1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비최근 1년 간 구입은 어떻게 변화했나요?

또한 향후 1년 간 가공식품 구입은 어떠한 것으로 생각하시나요?(소비하신 양을 기준으로 응답하여 주세요)

분류	세분류	소비현황				향후 의향			
		없음	감소	비슷	증가	감소	비슷	증가	
육류 가공품	소시지류, 햄류, 베이컨류, 육포, 양념육류, 기타 육가공품	0	1	2	3	1	2	3	
	축산물통조림, 축산물병조림	0	1	2	3	1	2	3	
알가공품	삶은 메추리알, 삶은 계란 등	0	1	2	3	1	2	3	
수산 가공품	어묵, 어육소시지, 어육반제품, 어육살, 연육	0	1	2	3	1	2	3	
	꽂치, 고등어, 골뱅이, 참치, 연어 통조림	0	1	2	3	1	2	3	
	젓갈, 양념젓갈, 액젓, 조미액젓	0	1	2	3	1	2	3	
건조수산 가공품	조미김, 김가공품, 미역가공품, 조미건조어포류	0	1	2	3	1	2	3	
과일채소 가공품	잼	0	1	2	3	1	2	3	
	과일통조림, 채소통조림, 과채 퓨레·페이스트	0	1	2	3	1	2	3	
	건조과일, 건조채소	0	1	2	3	1	2	3	
김치류	배추김치, 무김치, 깻잎김치, 부추김치, 파김치	0	1	2	3	1	2	3	
절임류	장아찌, 단무지, 오이피클, 마늘절임, 기타절임	0	1	2	3	1	2	3	
드레싱/ 소스류	드레싱, 마요네즈, 한식소스류, 양식소스류, 기타소스류, 토마토케첩	0	1	2	3	1	2	3	
장류	간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장, 기타장류	0	1	2	3	1	2	3	
유지류	참기름, 들기름, 콩기름, 옥수수기름, 카놀라유, 올리브유 등	0	1	2	3	1	2	3	
유가공품	우유, 가공우유, 조제우유	0	1	2	3	1	2	3	
	요구르트, 호상발효유, 액상발효유, 기타발효유	0	1	2	3	1	2	3	
	치즈, 가공치즈	0	1	2	3	1	2	3	
	버터	0	1	2	3	1	2	3	
빵/떡	식빵, 케이크, 일반빵류, 빵류(기타)	0	1	2	3	1	2	3	
	시루떡류, 송편류, 인절미류, 절편류, 기타떡류	0	1	2	3	1	2	3	
과자	비스킷류, 스낵과자류, 기타	0	1	2	3	1	2	3	
	한과	0	1	2	3	1	2	3	
	사탕, 캐러멜, 양갱, 젤리, 무설당검, 일반추잉검, 풍선껌	0	1	2	3	1	2	3	
초콜릿/ 코코아제품	초콜릿, 초콜릿가공품, 코코아가공품류	0	1	2	3	1	2	3	
면류	봉지라면, 용기라면	0	1	2	3	1	2	3	
	국수, 칼국수, 냉면, 당면, 파스타류, 우동, 기타면류	0	1	2	3	1	2	3	
연식품	일반두부, 순두부, 연두부, 유부, 두부가공식품	0	1	2	3	1	2	3	
	묵류, 곤약, 기타묵류	0	1	2	3	1	2	3	
전분/ 분말류	밀가루, 프리믹스, 감자전분, 고구마 전분, 쌀가루, 곡물가루	0	1	2	3	1	2	3	

분류	세분류	소비현황				향후 의향			
		없음	감소	비슷	증가	감소	비슷	증가	
당류	백설탕, 갈색설탕(황설탕), 기타설탕 포도당, 과당, 당시럽류, 올리고당류, 물엿	0	1	2	3	1	2	3	
조미식품	소금, 식초, 고춧가루, 후추가루, 겨자, 와사비, 조미료, 향신료	0	1	2	3	1	2	3	
커피류	원두커피, 캡슐/포드/핸드드립류, 커피믹스, 인스턴트커피, 액상커피	0	1	2	3	1	2	3	
다류	잎차, 티백, 인삼·홍삼, 매실, 유자차, 모과차, 보리차, 울무차, 기타	0	1	2	3	1	2	3	
음료류	콜라, 사이다, 탄산수, 과즙탄산음료, 기타탄산음료	0	1	2	3	1	2	3	
	과일주스, 과일음료, 채소주스, 채소음료, 기타과채류음료	0	1	2	3	1	2	3	
	스포츠음료, 비타민음료, 에너지음료, 식이섬유음료, 숙취해소음료, 인삼홍삼음료, 한약재음료, 기타기능성음료	0	1	2	3	1	2	3	
	일반생수, 해양심층수	0	1	2	3	1	2	3	
	두유류	0	1	2	3	1	2	3	
	커피음료	0	1	2	3	1	2	3	
	차음료	0	1	2	3	1	2	3	
	식혜/수정과, 식초음료, 곡류음료, 기타음료	0	1	2	3	1	2	3	
	주류	맥주	0	1	2	3	1	2	3
	희석식소주(시판용)	0	1	2	3	1	2	3	
	청주(사계)	0	1	2	3	1	2	3	
	탁주, 약주	0	1	2	3	1	2	3	
	과실주, 증류식소주, 일반증류주	0	1	2	3	1	2	3	
	와인	0	1	2	3	1	2	3	
	위스키, 샴페인, 브랜디, 고량주, 꼬냑, 데킬라, 진/보드카, 기타수입주류	0	1	2	3	1	2	3	
즉석 조리 식품	밥류 (즉석밥, 볶음밥, 덮밥류, 냉동볶음밥/ 비빔밥류 등)	0	1	2	3	1	2	3	
	면류 (라면, 짜장면, 파스타, 냉면 등)	0	1	2	3	1	2	3	
	국/찌개/탕류 (미역국, 갈비탕, 삼계탕, 육개장, 김치찌개, 냉동탕/국/찌개류 등)	0	1	2	3	1	2	3	
	죽/스프류 (단팥죽, 전복죽, 양송이스프 등)	0	1	2	3	1	2	3	
	육류 (편육, 순대, 훈제오리, 치킨, (냉동)돈까스, 떡갈비 등)	0	1	2	3	1	2	3	
	수산물 (낙지볶음, 게장, 해물찜, 생선조림류 등)	0	1	2	3	1	2	3	
	만두/피자류 (냉동만두/담섬류, 냉동피자류/ 핫도그류)	0	1	2	3	1	2	3	
	소스·양념류(떡볶이 소스, 스파게티 소스, 3분소스, 찜양념, 볶음양념 등)	0	1	2	3	1	2	3	
즉석 섭취 식품	샐러드	0	1	2	3	1	2	3	
	도시락·김밥류	0	1	2	3	1	2	3	
	샌드위치/햄버거류	0	1	2	3	1	2	3	
	반찬류	0	1	2	3	1	2	3	
신선 편의 식품	신선편의채소(절단채소, 깎아늘, 세척당근, 깎양파 등)	0	1	2	3	1	2	3	
	신선편의과일(컵과일, 컷과일, 과일파우치 등)	0	1	2	3	1	2	3	
건강기능식품		0	1	2	3	1	2	3	
건강식품(기능성 인증을 받지 않은 각 종 좁 환이나 꿀 등)		0	1	2	3	1	2	3	

C. 가공식품 안전성

C1. 귀하께서는 평소 가공식품의 안전성 문제에 관심을 가지고 계시나요?

1	2	3	4	5
전혀 관심없다	관심없는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	관심있는 편이다	매우 관심있다

C2. 식품안전이 완벽하게 관리되는 경우를 100점으로 할 때, 우리나라 가공식품의 안전성 정도에 대해 체감하시는 정도를 평가해 주세요. "최저 0점 ~ 최고 100점" 사이의 점수로 기록해 주세요.

가공식품: _____ 점

C3. 다음의 가공식품의 종류별로 식품의 안전성에 대해서 우려되는 정도를 기록해 주세요.

가공식품 종류	전혀 안전 하지 않다	안전 하지 않은 편이다	보통 이다	안전한 편이다	매우 안전 하다	모르 겠다/생 각해 본 적 없다
(1) 육류가공품(소시지, 햄, 베이컨, 축산물통조림)	1	2	3	4	5	9
(2) 알가공품(삶은 메추리알, 삶은 계란)	1	2	3	4	5	9
(3) 수산가공품(어묵, 젓갈, 콩치·고등어 통조림)	1	2	3	4	5	9
(4) 건조수산가공품(조미김, 미역가공품, 조미건어포류)	1	2	3	4	5	9
(5) 과일채소가공품(잼류, 마멀레이드, 건조과일·채소)	1	2	3	4	5	9
(6) 김치류(배추김치, 무김치, 깻잎·추 김치, 절임배추)	1	2	3	4	5	9
(7) 절임류(장아찌, 단무지, 오이피클)	1	2	3	4	5	9
(8) 드레싱/소스류(마요네즈, 한식소스류, 토마토케첩)	1	2	3	4	5	9
(9) 장류(간장, 된장, 고추장, 쌀장, 청국장)	1	2	3	4	5	9
(10) 유지류(동물성유지, 식물성유지)	1	2	3	4	5	9
(11) 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유)	1	2	3	4	5	9
(12) 빵/떡/만두	1	2	3	4	5	9
(13) 과자(과자, 한과, 캔디, 추잉껌)	1	2	3	4	5	9
(14) 코코아·초콜릿류	1	2	3	4	5	9
(15) 즉석식품(즉석조리, 즉석섭취, 신선편의식품)	1	2	3	4	5	9
(16) 면류(라면, 국수, 냉면, 당면, 파스타)	1	2	3	4	5	9
(17) 연식품(두부, 묵류 등)	1	2	3	4	5	9
(18) 전분/분말류(밀가루, 감자전분, 옥수수전분)	1	2	3	4	5	9
(19) 당류(설탕, 올리고당, 시럽, 엿류)	1	2	3	4	5	9
(20) 조미식품(식염, 식초, 고춧가루, 향신료, 조미료)	1	2	3	4	5	9
(21) 커피류	1	2	3	4	5	9
(22) 다류	1	2	3	4	5	9
(23) 음료류(탄산, 과일채소음료, 기능성음료, 생수, 두유)	1	2	3	4	5	9
(24) 주류	1	2	3	4	5	9
(25) 건강기능식품	1	2	3	4	5	9
(26) 건강식품	1	2	3	4	5	9

C4. 귀하께서는 가공식품의 안전관리를 위해 다음 각 주체들이 차지하는 중요도는 어느 정도라고 생각하시나요?

요 인	전혀 중요하지 않다	중요하지 않은 편이다	보통이다/그저 그렇다	중요한 편이다	매우 중요하다
(1) 중앙정부(농식품부, 식약처, 공정거래위원회 등)	1	2	3	4	5
(2) 지방자치단체(서울시 등)	1	2	3	4	5
(3) 원료생산자(기업, 단체, 개인농가)	1	2	3	4	5
(4) 식품제조업체(가공업체)	1	2	3	4	5
(5) 유통 및 판매업체	1	2	3	4	5
(6) 소비자 자신	1	2	3	4	5
(7) 학교	1	2	3	4	5
(8) 소비자단체	1	2	3	4	5
(9) 언론	1	2	3	4	5

C5. 귀하께서는 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 용의가 있으신가요?

1	2	3	4	5
전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다

D. 가공식품 표시/정보

▶ 다음은 식품 표시사항에 대한 질문입니다.

D1. 귀하께서는 가공식품 구매 시 포장지에 표시된 내용을 보시나요?

- 1. 전혀 안 본다 → [D3으로 가세요]
- 2. 거의 안 보는 편이다
- 3. 볼 때도 있고 안 볼 때도 있다
- 4. 보는 편이다
- 5. 거의 매번 본다

D2. 다음은 식료품의 표면이나 포장지에 표시된 사항입니다. 귀하께서 가공식품을 구입할 때 실제로 확인하는 사항들을 품목별로 아래 <보기>에서 골라 모두 표시해 주세요. (복수 응답 가능) ※추후 그림으로 제시할 예정

우유	과자	햄	오렌지 주스	두부	라면	도시락	탕/찌개 레토르트	건강기능 식품

1. 유통기한	2. 보존방법(예: 냉동보관 등)	3. 첨가물
4. 원재료명	5. 내용량	6. 가격
7. 브랜드	8. 제조업자명(판매업자명)	9. 영양 표시(칼로리, 당분 등)
10. 전통식품인증 표시	11. 가공식품 KS 표시	12. HACCP(안전관리인증기준) 표시
13. 원산지표시	14. 유기가공식품 인증 표시	15. 지리적표시
16. 이력추적관리 표시	17. GMO(유전자변형)식품 표시	18. 방사선조사식품 표시
19. 나트륨 함량 비교표시	20. 재활용 분리배출 표시	21. 건강기능식품 인증 표시
22. 어린이 기호식품 인증 표시	23. 식품명인 표시	24. 무글루텐(Gluten Free) 표시
25. 알레르기 주의표시	26. 지자체 등 기타인증 표시	27. 기타(기록 :)

D3. 귀하께서는 식품표시에 대해 만족하시나요?

분류	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	만족하는 편이다	매우 만족한다
가공식품 전반	1	2	3	4	5
건강기능식품	1	2	3	4	5

D4. 귀하께서는 식품표시에 대해 신뢰하시나요?

분류	절대 신뢰하지 않는다	신뢰하지 않는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	신뢰하는 편이다	매우 신뢰한다
가공식품 전반	1	2	3	4	5
건강기능식품	1	2	3	4	5

(D4에서 "(1)~(2)"가 응답된 경우에만 기록해 주세요.)

D4-1. 귀하께서 식품표시를 신뢰하지 않는 이유는 무엇인가요? (복수 응답 가능)

1. 표시절차나 검사과정에 대해 신뢰하지 못함
2. 품질인증업체에 대한 상품이나 사후관리가 제대로 이루어지지 않기 때문
3. 표시가 너무 많아서 믿음이 가지 않음
4. 표시내용에 대한 이해가 어려움
5. 기타(기록 :)

D5. 다음의 각 보기에 대해 귀하의 의견과 가장 가까운 것을 기록해 주세요.

1년 전과 비교하여 변함이 없다면 (3)으로 응답해 주세요.

표시 이용도 및 신뢰도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 1년 전에 비해 식료품의 표면이나 포장에 표시된 내용을 더 많이 보게 되었다	1	2	3	4	5
(2) 1년 전에 비해 식료품의 표면이나 포장에 표시된 것을 더욱 신뢰하게 되었다	1	2	3	4	5

D6. 다음의 식품 인증/ 주요표시 제도에 대해서 알고 계시나요? 또한 제품 구입 시 해당 표시를 확인하시나요?

표시 및 인증	인지도			구입 시 확인여부		
	잘 알고 있다	들어본 적이 있다	모른다	항상 확인한다	가끔 확인한다	확인하지 않는다
(1) 전통식품 품질 인증제	1	2	3	1	2	3
(2) 가공식품 KS 표시	1	2	3	1	2	3
(3) 안전관리인증기준(HACCP)	1	2	3	1	2	3
(4) 원산지 표시	1	2	3	1	2	3
(5) 유기농식품 인증	1	2	3	1	2	3
(6) 지리적 표시	1	2	3	1	2	3
(7) 이력추적관리 표시	1	2	3	1	2	3
(8) 유전자변형식품표시(GMO)	1	2	3	1	2	3
(9) 방사선조사식품 표시	1	2	3	1	2	3
(10) 나트륨함량 비교표시	1	2	3	1	2	3
(11) 분리배출 표시	1	2	3	1	2	3
(12) 건강기능식품 인증	1	2	3	1	2	3
(13) 어린이 기호식품 품질인증	1	2	3	1	2	3
(14) 식품명인 인증	1	2	3	1	2	3
(15) 술 품질인증	1	2	3	1	2	3
(16) 영양표시	1	2	3	1	2	3
(17) 알레르기 유발물질 표시	1	2	3	1	2	3
(18) 무글루텐 표시	1	2	3	1	2	3
(19) 제품 주의사항	1	2	3	1	2	3
(20) 과음경고 표시	1	2	3	1	2	3
(21) 영양강조표시	1	2	3	1	2	3
(22) 알레르기 물질 혼입가능성 표시	1	2	3	1	2	3

※ 식품인증 및 주요표시 참고 (웹 화면에 구현)

1)전통식품인증 	2)가공식품 KS 	3)HACCP 	4)원산지 표시 ‘원산지: 국내산’ ‘정제소금(중국산)’	5)유기가공식품 
6) 지리적표시 	7) 이력추적관리 	8) GMO표시 “유전자변형 ○○(품목명)” “Non-GMO”	9) 방사선조사식품 	10)나트륨 비교표시 
11)분리배출 표시 	12)건강기능식품 	13) 어린이기호식품 	14)식품명인 	15)술품질 
16)영양표시 	17)알레르기 유발표시 계란, 우유, 새우 함유	18)무글루텐 ‘무글루텐(Gluten Free)’	19)제품 주의사항 “개봉 후 냉장보관하거나 빨리 드시기 바랍니다” 등	20)과음경고표시 “지나친 음주는 간암, 위암 등을 일으킵니다” 등
21)영양강조표시 	22)알레르기물질 혼입가능성 표시 “이 제품은 메밀을 사용한 제품과 같은 제조 시설에서 제조하고 있습니다”			

D7. 귀하께서는 가공식품에 대한 정보를 주로 어디서 얻으시나요?

우선순위로 두 곳을 말씀해 주세요.

(1) 1순위

1. 판매자
3. 포장지 표시나 문구
5. 광고문구(전철, 신문, 잡지 등)
7. 정부기관 홈페이지
9. 학교
11. 교회 등 종교단체
13. 식품전시회/박람회

(2) 2순위

2. 주위 사람
4. 방송(TV, 라디오 등) → [D7-1로 가세요]
6. 인터넷 블로그 또는 SNS(트위터, 페이스북 등)
8. 소비자단체 홈페이지나 행사(교육 등) 참가
10. 의학전문가(의사, 간호사 등)
12. 건강관련 단체
14. 기타(기록 :)

(D7에서 (4)가 응답된 경우에만 기록해 주세요.)

D7-1. TV나 라디오 등의 방송 중 주로 어떤 프로그램에서 식품 관련 정보를 얻으시나요?

- 1. 요리관련 방송
- 2. TV 또는 라디오 뉴스 프로그램
- 3. 토크쇼
- 4. TV 또는 라디오상의 공공발표 또는 캠페인 광고
- 5. 기타(기록 :)

E. 식품 소비 라이프스타일 및 인식

▶▶ 귀하의 식품 소비 라이프스타일에 대해 질문 드리겠습니다.

E1. 귀하의 평소 식품 소비 상황에 따라 다음 각 항목이 일치하는 정도를 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 응답해 주세요.

라이프스타일	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 아침식사는 밥보다는 미숫가루나 빵 등으로 간단하게 먹는 편이다	1	2	3	4	5
(2) 가정 간편식이나 패스트푸드점을 종종 이용한다	1	2	3	4	5
(3) 김치와 장류를 사서먹는 것을 개의치 않는다	1	2	3	4	5
(4) 맛있다고 소문난 음식점을 찾아다니는 편이다	1	2	3	4	5
(5) 다양한 맛을 위해 식단을 매번 바꾸는 편이다	1	2	3	4	5
(6) 음식을 선택할 때 맛을 중시한다	1	2	3	4	5
(7) 새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다	1	2	3	4	5
(8) 건강을 위해 음식을 가려 먹는다	1	2	3	4	5
(9) 음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편이다	1	2	3	4	5
(10) 인스턴트식품을 가능한 먹지 않는다	1	2	3	4	5
(11) 비교적 저렴한 가격의 제품을 사는 편이다	1	2	3	4	5
(12) 동일제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	1	2	3	4	5
(13) 식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 늘 체크하는 편이다	1	2	3	4	5
(14) 식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	1	2	3	4	5
(15) 가격이 비싸도 이름난 회사의 식품을 구매한다	1	2	3	4	5
(16) 식품 구입 시 절단 및 세척 제품을 구입하는 편이다	1	2	3	4	5
(17) 유기농식품, 우수관리인증(GAP) 제품을 자주 이용한다	1	2	3	4	5
(18) 처음보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매한다	1	2	3	4	5

E2. 다음 물음에 대해 동의하시는 정도 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 응답해 주세요.

인식	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 인공감미료가 들어있는 가공식품은 먹지 않는다	1	2	3	4	5
(2) MSG는 몸에 좋지 않으므로 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 원료를 만든 제품을 선호한다	1	2	3	4	5
(7) 전통방식으로 만들어진 제품을 선호한다	1	2	3	4	5
(8) 국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다	1	2	3	4	5
(9) 완제품형태로 수입된 제품을 선호한다	1	2	3	4	5
(10) 유기가공인증제품을 선호한다	1	2	3	4	5
(11) 식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한기업 제품을 선호한다	1	2	3	4	5
(12) 나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	1	2	3	4	5
(13) 당 함량이 적은 제품을 선택한다	1	2	3	4	5
(14) 칼로리 함량이 적은 제품을 선택한다	1	2	3	4	5
(15) 지방 함량이 적은 제품(저지방, 무지방 제품)을 선택한다	1	2	3	4	5

▶▶ 가공식품 가격에 대해 질문 드리겠습니다.

E3. 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
(2) 전년도(2017년)에 비해 올해(2018) 가공식품 가격이 많이 상승했다	1	2	3	4	5
(3) 지난달에 비해 이번달 가공식품 가격이 많이 상승했다	1	2	3	4	5

E4. 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.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 중소형 슈퍼마켓
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형 할인점(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 재래시장 (재래시장내 입점 매장은 재래시장으로 포함)
5. 백화점 내의 식품코너
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
7. 인터넷 쇼핑몰
8. 편의점
9. 기타(기록 :)

E5. 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? 가장 큰 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요.

가격변화가 가장 심한 품목	1순위 :	2순위 :	3순위 :
장바구니 물가에 가장 큰 영향을 미치는 품목	1순위 :	2순위 :	3순위 :

- | | |
|------------------------------------|----------------------------------|
| 1. 육류가공품(소시지, 햄, 베이컨) | 2. 알가공품(삶은 메추리알, 삶은 계란) |
| 3. 조미수산가공품(어묵, 젓갈, 콩치·고등어 통조림) | 4. 건조수산가공품(조미김, 미역가공품, 조미건어포류) |
| 5. 과일가공품(잼류, 마말레이드, 건조과일, 건조채소) | 6. 김치류(배추김치, 무김치, 깻잎·추 김치, 절임배추) |
| 7. 절임류(장아찌, 단무지, 오이피클) | 8. 드레싱/소스류(마요네즈, 한식소스류, 토마토케첩) |
| 9. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌀장, 청국장) | 10. 유지류(동물성유지, 식물성유지) |
| 11. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유) | 12. 빵/떡 |
| 13. 과자(과자, 한과, 캔디, 추잉껌) | 14. 초콜릿/코코아 제품 |
| 15. 간편식(즉석조리, 즉석섭취, 신선편의식품) | 16. 면류(라면, 국수, 냉면, 당면, 파스타) |
| 17. 연식품(두부, 묵류 등) | 18. 전분/분말류(밀가루, 감자전분, 옥수수전분) |
| 19. 당류(설탕, 올리고당, 시럽, 엿류) | 20. 조미식품(식염, 식초, 고춧가루, 향신료, 조미료) |
| 21. 커피류 | 22. 다류 |
| 23. 음료류(탄산, 과일채소음료, 기능성음료, 생수, 두유) | 24. 주류 |
| 25. 건강기능식품, 건강식품 | |

E6. 아래에 제시된 맛에 대해 귀하께서 가공식품 맛으로 선호하시는 정도를 표시하여 주세요

(예컨대 단맛이 강한 것이 좋을수록 5번 방향으로 단맛이 약할수록 좋지하다면 1번 방향으로 응답해 주세요)

맛에 대한 기호	아주 약한맛	약한 맛	보통 (중간)맛	강한 맛	매우 강한 맛
(1) 단맛	1	2	3	4	5
(2) 짠맛	1	2	3	4	5
(3) 신맛	1	2	3	4	5
(4) 매운맛	1	2	3	4	5
(5) 쓴맛	1	2	3	4	5

▶▶ 가공식품과 건강에 대해 질문 드리겠습니다.

E7. 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

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, 베이컨)	2. 알가공품(삶은 메추리알, 삶은 계란)
3. 조미수산가공품(어묵, 젓갈, 콩치·고등어 통조림)	4. 건조수산가공품(조미김, 미역가공품, 조미건어포류)
5. 과일가공품(잼류, 마말레이드, 건조과일, 건조채소)	6. 김치류(배추김치, 무김치, 깻잎·추 김치, 절임배추)
7. 절임류(장아찌, 단무지, 오이피클)	8. 드레싱/소스류(마요네즈, 한식소스류, 토마토케첩)
9. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌀장, 청국장)	10. 유지류(동물성유지, 식물성유지)
11. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유)	12. 빵/떡
13. 과자(과자, 한과, 캔디, 추잉검)	14. 초콜릿/코코아 제품
15. 간편식(즉석조리, 즉석섭취, 신선편의식품)	16. 면류(라면, 국수, 냉면, 당면, 파스타)
17. 연식품(두부, 묵류 등)	18. 전분/분말류(밀가루, 감자전분, 옥수수전분)
19. 당류(설탕, 올리고당, 시럽, 엿류)	20. 조미식품(식염, 식초, 고춧가루, 향신료, 조미료)
21. 커피류	22. 다류
23. 음료류(탄산, 과일채소음료, 기능성음료, 생수, 두유)	24. 주류
25. 건강기능식품, 건강식품	

▶▶ 가공식품별 선호사항에 대해 질문 드리겠습니다.

E8. 다음 각 품목에 대하여 5가지에 물음에 대한 귀하의 의견을 말씀해 주세요.

'품목별 번호	가격이 비싸도 프리미엄(고급)제품을 구입하겠다		가격이 비싸도 다양하고 새로운 맛을 첨가한 제품을 구입하겠다		가격이 비싸도 건강에 좋은 원료, 안전성이 확보된 제품을 구입하겠다		가격이 비싸도 소포장, 사용 및 취식·조리가 간편화된 제품을 구입하겠다		제품의 업그레이드·신제품 개발과 관계없이 가격만 저렴하면 구입하겠다	
	그렇다	아니다	그렇다	아니다	그렇다	아니다	그렇다	아니다	그렇다	아니다
1.육류가공품(소시지, 햄, 베이컨)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
2.알가공품(삶은 메추리알, 삶은 계란)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
3.조미수산가공품(어묵, 젓갈, 콩치·고등어 통조림)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
4.건조수산가공품(조미김, 미역가공품, 조미건어포류)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
5.과일가공품(잼류, 마말레이드, 건조과일, 건조채소)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
6.김치류(배추김치, 무김치, 깻잎·추 김치, 절임배추)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
7.절임류(장아찌, 단무지, 오이피클)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
8.드레싱/소스류(마요네즈, 한식소스류, 토마토케첩)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
9.장류(간장, 된장, 고추장, 쌀장, 청국장)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
10.유지류(동물성유지, 식물성유지)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
11.유가공품(우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
12.빵/떡/만두	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
13.과자(과자, 한과, 캔디, 추잉껌)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
14.코코아·초콜릿류	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
15.즉석식품(즉석조리, 즉석섭취, 신선편의식품)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
16.면류(라면, 국수, 냉면, 당면, 파스타)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
17.연식품(두부, 목류 등)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
18.전분/분말류(밀가루, 감자전분, 옥수수전분)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
19.당류(설탕, 올리고당, 시럽, 엿류)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
20.조미식품(식염, 식초, 고춧가루, 향신료, 조미료)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
21.커피류	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
22.다류	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
23.음료류(탄산, 과일채소음료, 생수, 두유)	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
24.건강기능식품, 건강식품	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
개인 특성										

DQ1. 귀하의 직업은 무엇인가요?

1. 관리자 2. 전문가 및 관련 종사자 3. 사무 종사자	→ [관리자, 전문가, 사무 종사자]
4. 서비스 종사자 5. 판매 종사자	→ [서비스, 판매 종사자]
6. 농림어업 숙련 종사자 7. 기능원 및 관련 기능 종사자 8. 장치, 기계 조작 및 조립 종사자 9. 단순노무 종사자	→ [장치기계 조작, 조립 및 농림어업 종사자, 단순노무]
10. 주부	→ [주부]
11. 기타(기록 :)	→ [기타]

DQ2. 귀하께서는 학교를 어디까지 마치셨나요?

1. 중졸 이하
2. 고졸(대학생 포함)
3. 대졸(전문대졸/대학원생 포함)
4. 대학원졸

DQ3. 귀하의 월평균 개인소득(또는 용돈)(세전)은 어느 정도 되십니까? 개인의 근로 소득, 사업 소득, 임대 소득, 연금, 기초 노령연금 등 모든 수입을 포함해 말씀해 주세요.

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. 개인 소득 없음 | 2. 10만원 미만 | 3. 10~29만원 | 4. 30~49만원 |
| 5. 50~99만원 | 6. 100~199만원 | 7. 200~299만원 | 8. 300~399만원 |
| 9. 400~499만원 | 10. 500~599만원 | 11. 600~699만원 | 12. 700~799만원 |
| 13. 800~899만원 | 14. 900~999만원 | 15. 1,000만원 이상 | |

DQ4. 귀하께서 귀하를 위해 구입하신 가공식품과 외식 및 배달/테이크아웃 음식의 한 달 평균 구입액은 얼마입니까?

가공식품 구입액	월 평균()만원
외식 및 배달/테이크아웃 구입액	월 평균()만원

DQ5. 귀댁의 가족 구성 형태는 어떻게 되십니까?

- | | |
|---------------------------|-------------------------------|
| 1. 1세대가족(예: 부부만으로 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:) |

DQ6. 귀댁의 가구원(동거인, 가구주 포함) 중 다음에 해당하는 연령대의 가족이 몇 명입니까?

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	

DQ7. 귀하께서는 귀댁에서 드시는 식품을 직접 구입하십니까?

- 1. 예
- 2. 아니오

DQ8. 귀하께서는 건강에 대한 관심이 많으신가요?

1	2	3	4	5
전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다

DQ9. 귀하께서 다음의 증상/병증을 가지고 계시면 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. 없음

DQ10. 현재 귀하의 키와 체중은 어떻게 되시나요?

- (1) 키 _____ cm
- (2) 체중 _____ kg

DQ11. 체중 조절(다이어트)에 관심이 있으신가요?

1	2	3	4	5
전혀 없다	없는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	많은 편이다	매우 많다

DQ11-1. (DQ11에서 4,5를 응답한 경우)체중 조절(다이어트)를 위해 드시는 특정 식품이 있으신가요?

()

DQ12. 체중 조절(다이어트)을 위해 식사량을 조절해 보신 적이 있으신가요?

- 1. 예
- 2. 아니오

DQ13. 일상생활에서 규칙적으로 하는 운동이 있으신가요?

- 1. 예
- 2. 아니오

DQ14. 실례지만, 귀하께서는 현재 결혼을 하셨습니까?

- 1. 기혼
- 2. 미혼

DQ15. 귀하께서는 혼밥(혼자서 하는 식사)을 하십니까? 하신다면 얼마나 자주 하고 계십니까?

(가정내 식사, 외식 포함, 급식은 포함하지 않음)

- | | |
|-------------|--------------------|
| 1. 매일 한번 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 |

DQ16. 귀하께서는 SNS(블로그, 페이스북, 트위터, 인스타그램, 카카오토리 등)를 사용하고 계신가요?

- | | | |
|----------------|------------|------------|
| 1. 전혀 사용하지 않는다 | 2. 가끔 사용한다 | 3. 자주 사용한다 |
|----------------|------------|------------|

DQ17. 귀하께서는 먹방, 쿡방 등 음식과 요리에 관한 TV프로그램이나 미디어 매체를 시청하시나요?

- | | | |
|----------------|------------|------------|
| 1. 전혀 시청하지 않는다 | 2. 가끔 시청한다 | 3. 자주 시청한다 |
|----------------|------------|------------|

DQ18. 귀하께서는 해외 여행정보에 관한 TV프로그램이나 미디어 매체를 시청하시나요?

- | | | |
|----------------|------------|------------|
| 1. 전혀 시청하지 않는다 | 2. 가끔 시청한다 | 3. 자주 시청한다 |
|----------------|------------|------------|

DQ19. 귀 맥은 현재 차량(자동차)을 보유하고 계시나요?(귀하 명의로 아니더라도 귀하께서 사적으로 사용할 수 있는 차량을 모두 포함)

- | | | |
|----------|-------------|----------|
| 1. 없음 | 2. 1대 보유 | 3. 2대 보유 |
| 4. 3대 보유 | 5. 4대 이상 보유 | |

DQ20. 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 | |

▶▶ 연락 정보는 응답하신 내용에 대해 추가 질문사항이 있는 경우 질의하기 위한 것으로 다른 목적으로는 사용되지 않습니다.

응답자	이름 : _____ 전화번호 : () _____ 핸드폰번호 _____
면접원	이름 : _____ 면접일시 : 2017년 ___월 ___일 ___시 부터 ___분 동안
검증원	이름 : _____ 검증 일시 : 2017년 ___월 ___일 ___시 검증 결과 : 1. 합격 2. 보완 3. 불합격(이유: _____)

*** 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다 ***