발 간 등 록 번 호
11-1543000-003073-01

2020. 2.

농식품 소비정보 분석사업 추진체계 구축
-요약보고서-

연구기관
한국농촌경제연구원

KREI

농림축산식품부

제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

이 보고서를 「농식품 소비정보 분석사업 추진체계 구축」 과제의 최종 보고서 요약본으로 제출합니다.

2020년 2월

연 구 기 관: 한국농촌경제연구원
연구책임자: 김 상 효 (부연구위원)
연구참여자: 허 성 윤 (전문연구원)
이 욱 직 (연 구 원)

차 례

제1장 서론

1. 연구의 필요성과 목적 ····· 1
2. 연구 내용 및 방법 ····· 4

제2장 농식품 소비정보 분석사업 추진 방안

1. 사업 추진 개요 ····· 7
2. 농식품 소비정보 분석사업 분석 결과물 ····· 19

제3장 농식품 소비 동향분석

1. 가구내 농식품 소비동향 분석(household consumption) ····· 23
2. 식품산업의 농식품 소비동향 분석(industry consumption) ····· 27

제4장 농식품 소비 조사연구

1. 농식품 소비 통계분석 ····· 35
2. 농식품 소비 관련 이슈/특별조사 ····· 38
3. 농식품 소비 심층분석 ····· 42

제5장 성과 확산 및 중장기 계획

1. 분석결과 제공 및 활용 ····· 45
2. 농식품 소비정보 분석사업 법적 근거 마련 ····· 48

표 차례

제2장

〈표 2-1〉 농식품 소비정보 분석사업의 조사/분석 내용에 따른 구성 ····· 8
〈표 2-2〉 농림업 생산액 ····· 11
〈표 2-3〉 주요 채소류 생산량 ····· 12
〈표 2-4〉 가구당 월평균 지출액 ····· 13
〈표 2-5〉 품목별 변동 계수 ····· 14
〈표 2-6〉 소비정보 분석 대상 품목 선정 관련 전문가 조사 결과 ····· 15
〈표 2-7〉 2020년 농식품 소비정보 분석사업 대상 품목 선정(안) ····· 17

제3장

〈표 3-1〉 조사방법별 비교 ····· 23
〈표 3-2〉 학교급식 거래실적 ····· 28
〈표 3-3〉 식품제조업체 사업체 규모별 비중 ····· 30
〈표 3-4〉 식품제조업체 전국 분포 ····· 30
〈표 3-5〉 외식업체 사업체 규모별 비중 ····· 31
〈표 3-6〉 외식업체 전국 분포 현황 ····· 32
〈표 3-7〉 외식업체 업종별 분포 현황 ····· 32

제4장

〈표 4-1〉 국민건강영양조사의 조사분야 ····· 37
〈표 4-2〉 FooDS 연차별 조사내용 사례 ····· 41

제5장

〈표 5-1〉 농식품 소비정보 포럼위원 구성 계획 (안) ····· 46
〈표 5-2〉 농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률 관련조항 ····· 49
〈표 5-3〉 농업·농촌 및 식품산업 기본법 관련조항 ····· 50

그림 차례

제3장

〈그림 3-1〉 식품류 온라인 거래액 추이 ····· 24
〈그림 3-2〉 소비자 패널 소개 ····· 26
〈그림 3-3〉 일반적인 형태의 농식품 유통경로 ····· 27

제5장

〈그림 5-1〉 웹진 예시 ····· 47
〈그림 5-2〉 보도자료 예시 ····· 48

1 서론

1. 연구의 필요성과 목적

1.1. 연구 배경과 필요성[1)]

1.1.1. 농식품 소비정보의 주요 수요자 및 필요성

❍ '농산물의 가격 안정성을 어떻게 제고시킬 수 있는가'라는 질문에 답하기 위해서는 생산, 소비, 재고에 대한 정확한 정보가 필요함.

❍ 생산 - 농산물의 경우 수요와 공급이 모두 비탄력적이고, 기후·환경 변화 등으로 인한 공급의 불확실성은 더욱 커지고 있음. 결과적으로 농산물의 가격 변동성(price volatility)은 매우 높은 수준으로 증가하는 추세를 보임. 높은 가격 변동성은 생산자 잉여의 감소, 소비자의 잉여 감소 등 사회적 비용의 증가로 직결될 수 있기 때문에 정확한 생산 관측을 통해 농산물 수급 및 가격의 안정화가 필요함.

1) 서울대학교 농경제사회학부 김관수 교수 원고를 정리함.

❍ 소비 – 소비정보는 농산물 수요자를 대상으로 할 뿐만 아니라 예측하기 어려운 사건/사고, 소비 트렌드, 사회 분위기 및 언론의 영향을 많이 받음. 따라서 농식품 소비정보 분석은 생산관측에 비해 조사의 수행이 어려우며 정확도[2] 또한 보장되지 않아 지금까지 상대적으로 적은 관심을 받아왔음. 농산물 생산관측은 양질의 소비정보와 결합 될 때 관측의 목적을 더욱 효과적으로 달성할 수 있으므로, 양질의 소비정보 분석을 진행할 필요가 있음.

1.1.2. 농식품 소비정보의 구체적 활용방안과 기대효과

❍ 농식품 소비정보를 통해 생산자는 품목별 소비 트렌드 및 수요와 가격에 대한 정보를 활용하여 적절한 영농 계획 을 수립할 수 있게 되어 결과적으로는 소득 안정을 가져올 수 있음.

❍ 적정 재고량 추정 및 적정 수입량 추정에 활용될 수 있음.

❍ (영양지원프로그램 활용) 농식품 소비정보는 미국의 영양보충적지원프로그램(SNAP)과 같은 취약계층 영양지원사업에 기초자료로 활용될 수 있음. 분석된 소비정보를 통하여 영양소 섭취 정보를 확보할 수 있고, 경제적으로 취약한 계층의 소비행태를 파악할 수 있어 이 정보를 영양지원 프로그램의 설계 및 운영에 활용할 수 있기 때문임.

❍ (식생활교육 정책 활용) 농식품 소비정보는 식생활교육정책의 정교화에도 활용될 수 있음. 소비정보를 통한 농식품 소비행태 및 소비자에 대한 이해도를 높인다면 식생활교육정책의 활용도를 더욱 높여줄 것으로 기대됨.

❍ (소비예측) 농식품 소비정보는 소비예측에 활용될 수 있음. 소비의 변화는 일반적으로 적은 것으로 알려져 있음. 따라서 소비정보를 활용하여 시계열 분석을 시도할 수 있어 보다 정확한 소비예측이 시도될 수 있음.

---

[2] 농산물 소비정보의 정확도는 사후적으로 검증하기 어려움. 그 이유는 전수조사에 의해서만 파악할 수 있는 소비 실제값을 조사하는 것이 불가능에 가깝기 때문임.

○ (소비 분석) 한편, 실제로 소비의 변화가 적은가에 대한 분석도 시도될 필요가 있음. 소비정보를 활용하여 이에 대한 검정도 가능함.

○ 농식품 소비정보 분석사업은 가격변동성의 척도 중 하나인 가격의 분산이 큰 품목을 중심으로 이루어질 필요가 있음.

○ (가격변동성 분석) 가격변동성을 이해함에 있어서 가격변동성을 생산이 기여한 부분(생산 기여도)과 소비가 기여한 부분(소비 기여도)으로 분리하여 분석할 수 있음.

○ (소비 결정요인 분석) 농식품 소비의 결정요인 분석이 가능함. 이를 통하여 소비가 과연 인구구조에 영향을 가장 많이 받는지, 소득에 가장 많은 영향을 받는지에 대한 이해도를 높일 수 있음.

○ 농식품 소비정보는 최근 예산이 통과된 공익형 직불제의 운용에 있어서 쌀에서 밭작물로의 전환 의사결정에 유용한 정보를 제공할 수 있을 것으로 판단됨.

○ 장기적으로 농식품 소비정보는 농지이용계획 측면(논/밭의 적정수준)에서 어느 정도의 농지가 보전될 필요가 있는가에 대한 분석에 활용될 수 있음.

1.1.3. 농식품 소비정보 사업의 목적

○ 농식품 소비정보 분석사업의 목적은 농업부문에서는 농가소득 안정, 국가 경제적 차원에서는 국민의 후생 증대 및 예산 절감에 있음.

1.1.4. 농식품 소비정보 사업의 방향성

○ 단기적으로는 농식품 소비정책에 활용될 수 있음. 농식품 소비에 대한 상대적 지표와 기준시점 대비 변화의 정도를 파악함으로써 소비정책의 개발에 필요한 기초데이터를 제공할 수 있음.

○ 중장기적으로는 농업관측사업과 연계할 수 있음. 단기적으로 농식품 소비정보를 확보하고, 이를 소비정책에 활용하는 방안에 주력하고, 중장기적으로는 현재 한국농촌경제연구원에서 수행 중인 농업관측사업의 고도화에 활용하는 것이 바람직함.

1.2. 연구 목적

○ 이 연구의 목적은 농림축산식품부에서 2020년 시범사업으로 추진 예정인 농식품 소비정보 분석사업의 추진체계를 구축하고 연구내용, 조사방법 등에 대한 기초자료를 제공하는 것임.

2. 연구 내용 및 방법

2.1. 연구 내용

○ 본 과제의 연구 내용은 크게 3가지로 구분됨.

- 타당성 연구(김상효 외, 2016) 결과를 반영하여 사업 내용 구체화
- 타 조사체계(외식, 식품, 트렌드 등) 활용방안 점검
- 사업 구체화를 위한 전문가 분야별 자문단 구성·운영

2.2. 연구 방법

2.2.1. 타당성 연구 결과를 반영하여 사업 내용 구체화

○ 조사 대상(채널, 품목), 조사 방식(가정, 외식, 급식, 가공업체 및 기타 채널별) 등 소비정

보 분석사업을 체계화함.

○ 분석 내용 및 결과 활용, 정보제공 방안을 도출함.

○ 명시적 법적근거(안) 등 소비정보 분석사업 중장기(추진체계 구축) 발전방안을 마련함.

2.2.2. 타 조사체계(외식, 식품, 소비 트렌드 등) 활용방안 점검

○ 타 조사체계와 조사항목 및 조사 방법 등에 대한 중복성 제거 및 소비정보 분석사업 추진체계 구축을 위해 기존 조사체계 개선·보완·협의·조정이 필요한 사항을 검토함.

2.2.3. 사업 구체화를 위한 전문가 분야별 자문단 구성·운영

○ 연구 형태는 품목 또는 조사 채널별 전문가를 구성·운영하고, 전문가 자문 의견은 농식품부(식생활소비급식진흥과)와 주기적으로 검토 회의를 개최함.

○ 전문가 외 현장 및 업계 주요 이해관계자의 의견 수렴을 병행함.

2.2.4. 원고 위탁을 통한 신규 컨텐츠 개발

○ 농식품 관련 소비 데이터를 이용하여 농식품구매지수, 소비의향지수 등의 농식품 소비와 관련한 지수(Index)를 개발하고, 지수의 산출 및 공표방안을 마련함.

- 고려대학교 식품자원경제학과 안병일 교수 원고 위탁

○ 농식품 특별조사의 수행 방안을 수립하고 주요 사례를 살펴봄으로써 향후 특별조사 방향과 예시를 제시함.

- 강원대학교 농업자원경제학과 이상현 교수 원고 위탁

2 농식품 소비정보 분석사업 추진 방안

1. 사업 추진 개요

1.1. 사업 구성

1.1.1. 과업 종류에 따른 구성

○ 농식품 소비정보 분석사업은 과업의 종류에 따라 1) 자료 생산, 2) 자료 분석, 3) 분석 결과 제공 및 활용으로 구성됨.

○ '자료 생산' 단계에서는 자료를 구입하거나, 자체적으로 조사를 시행하거나, 혹은 기존에 존재하던 자료를 분석 가능한 형태로 구축하는 과업 등을 수행하게 됨.

○ '자료 분석' 단계에서는 '자료 생산' 단계에서 1) 새롭게 구입 혹은 구축된 자료를 분석하는 부분 외에도, 2) 기존에 제공되고 있는 농식품 소비 관련 통계 등의 각종 자료를 분석하는 작업을 진행함.

○ '분석결과 제공 및 활용' 단계에서는 분석된 결과를 다양한 채널을 통해 농식품 소비정

보 주요 수요자들에게 확산하고 제공하는 과업을 실시함. 유용한 자료를 분석하고 생산해 내는 것만큼 생산된 정보를 그것을 필요로 하는 경제주체들에게 효과적으로 제공하는 것도 중요함.

1.1.2. 조사/분석 내용에 따른 구성

❍ 농식품 소비정보 분석사업은 조사/분석의 내용에 따라 1) 품목별 채널별 소비 변화 분석, 2) 전반적인 식품소비행태 분석, 3) 농식품 관련 사건/사고 이슈조사 및 분석, 4) 특정 품목 대상 심층 조사 및 분석 등으로 구분할 수 있음〈표 2-1〉.

표 2-1 농식품 소비정보 분석사업의 조사/분석 내용에 따른 구성

구분	내용
1. 품목별 채널별 소비 변화 분석	• 농산물 및 가공식품 특정 품목의 소비액/소비량/가격 분석 • 최종소비채널(소비처)별 구분하여 분석 • (가능한 경우) 지역별 분석 포함 • (데이터 확보 가능한 최대한) 시계열 변화 추이 분석 포함
2. 전반적인 식품소비행태 분석	• 활용 가능한 다양한 농식품 소비 관련 통계/자료 분석 • 국민의 식품소비행태 관련 특정 변수 분석(품목별 지출액, 품목별 섭취량 등) • 활용 가능 통계: 식품소비행태조사(KREI), 가계동향조사(통계청), 가공식품 소비자태도조사(농림축산식품부), 외식업 원재료 구매현황 조사(농림축산식품부), 식품산업 원료소비실태조사(농림축산식품부)
3. 농식품 관련 사건/사고 이슈조사 및 분석	• 농식품 관련 특정 사건/사고 발생 시 이슈조사 설계, 조사 및 분석 • 온라인 소비자패널 활용 10일 이내 조사 및 분석 완료, 보도자료 배포
4. 특정 품목 대상 심층 조사 및 분석	• 농산물 관측 대상 품목 중심으로 필요한 소비 정보 조사 및 분석 • 농산물 원물 사용 비중이 높은 식품산업에 대한 심층 조사 및 분석(업체에 의한 농산물 원물 조달 및 판매 현황, 예: 밀키트 및 도시락 제조업체)

자료: 직접 작성.

❍ 1. 품목별 채널별 소비 변화 분석은 특정 농식품의 최종소비채널(소비처)별 소비액(판매액 혹은 지출액), 소비량(판매량 혹은 사용량), 가격 등을 지수의 형식으로 정기적으로 산출하고 해당 정보를 공표함.

❍ 2. 전반적인 식품소비행태에 대한 분석은 농식품 소비정보 분석사업에서 추진해야 하는 중심적인 사업의 영역이 되어야 할 것임. 우리 국민이 농산물, 외식, 가공식품 등을 어디

에서 어떻게 언제 구입하여 어떻게 소비/섭취하고 있는지, 이에 따른 인구집단별 섭취량, 영양섭취 수준, 건강상태 등에 대한 다양한 정량적/정성적 정보를 생산해 낼 필요가 있음.

❍ 3. 농식품 관련 사건/사고 이슈조사 및 분석은 농식품 소비와 관련하여 비정기적으로 발생하는 다양한 사건/사건에 대해 소비자의 반응은 어떠하며, 사회적 충격이 얼마나 지속될 것이며, 정책적으로 보완해야 하는 영역은 어떤 영역인지에 대한 시사점을 도출하기 위해 추진할 필요가 있음.

❍ 4. 특정 품목 대상 심층 조사 및 분석 파트에서는 농림축산업 생산자들이 소비시장에 대해 가지고 있는 의문이나 궁금점, 정책담당자나 농업관측센터 품목 담당 연구자들이 필요로 하는 부분을 품목별로 심층적으로 조사하는 기능을 수행함.

1.2. 분석 대상 농식품 주요 소비처

❍ 최종소비가 이루어지는 장소에 따라 농식품 소비정보 분석사업의 조사대상을 1) 가정내 농식품 소비, 2) 외식업체에 의한 농식품 소비, 3) 단체급식에서의 농식품 소비, 4) 식품제조업체에 의한 농식품 소비 등 4곳으로 제안함.

❍ 소비 주체를 기준으로는 아래와 같은 방식으로 분석 대상을 구분할 수도 있음. 농식품 j의 전체 소비(TC_j)는 민간에 의한 소비(P_j)와 공공에 의한 소비(G_j)로 구분할 수 있으며, 민간에 의한 소비는 가구에 의한 소비(H_j)와 산업에 의한 소비(I_j)로 재구분할 수 있음. 민간 영역 산업에 의한 소비는 다시 외식업에 의한 소비(R_j), 식품제조업에 의한 소비(M_j)와 민간 급식업체에 의한 소비(PC_j)로 구분할 수 있음. 공공에 의한 소비 G_j는 큰 비중을 차지하는 학교급식(S_j)과 학교급식을 제외한 공공급식(NS_j)으로 구분해 볼 수 있음. 이를 수식으로 나타내면 아래와 같음.

$$TC_j = P_j + G_j = (H_j + I_j) + G_j$$
$$= (H_j + [R_j + M_j + PC_j]) + (S_j + NS_j)$$

- 이 분류에 의해서라면 하나의 농식품 품목의 전체 소비 변화를 파악하기 위해서는 △가정 내 농식품 소비, △외식업체의 의한 농식품 소비, △식품제조업체에 의한 농식품 소비, △민간급식업체에 의한 농식품 소비, △학교급식에서의 농식품 소비, △학교급식을 제외한 공공급식에서의 농식품 소비를 조사해야 할 것임.

1.3. 분석 품목

1.3.1. 소비정보 분석 대상 품목 선정: 농산물

❍ 한국농촌경제연구원 농업관측센터에서 관측정보를 제공하고 있는 품목들 중 가격 변동성, 생산 비중, 농업인 관심도 등을 고려하고 전문가 의견이나 본 정책의 목표를 참고하여 결정해야 할 것임.

가. 농림축산업 생산액 기준

❍ 농림축산업 생산액은 농식품 소비정보 분석사업의 대상 품목 선정에 중요한 요인임. 생산액이 클수록 관련 종사자 수가 많고 경제적 파급효과나 정보의 활용도도 클 것으로 예상됨. 따라서 절대적인 수치 기준으로 생산액이 큰 품목들을 우선적인 분석대상 품목으로 고려하는 것이 바람직할 것임.

❍ 2018년 기준, 농림축산업 생산액이 가장 큰 품목은 미곡으로 8조 4,012억 원 수준임. 다음으로 돼지가 7조 1,185억 원, 한육우 5조 918억 원, 한우 4조 8,261억 원, 닭 2조 2,590억 원으로 쌀과 축산이 상위 5대 품목임. 다음 순위는 우유, 오리, 딸기, 계란, 건고추, 마늘, 사과, 감귤, 배추, 감자, 양파 순임〈표 2-2〉.

표 2-2 농림업 생산액

단위: 십억 원

순위	품목	2016	2017	2018
1	미곡	6,391.9	6,619.6	8,401.2
2	돼지	6,756.5	7,338.0	7,118.5
3	한육우	5,057.0	4,663.7	5,091.8
4	한우	4,811.0	4,438.8	4,826.1
5	닭	1,998.6	2,376.7	2,259.0
6	우유	2,175.1	2,128.0	2,131.4
7	오리	912.1	874.7	1,326.9
8	딸기	1,305.7	1,396.4	1,293.6
9	계란	1,707.2	2,100.4	1,277.5
10	고추(건)	664.5	697.3	1,017.9
11	마늘	1,181.0	1,116.9	1,015.1
12	사과	1,136.6	1,110.3	968.2
13	감귤	926.9	979.6	960.9
14	배추	777.2	893.4	937.0
15	감자	519.6	553.1	915.3
16	양파	1,048.1	1,119.3	914.1
17	인삼	767.3	813.4	830.3
18	토마토	745.5	670.4	748.6
19	복숭아	652.9	698.2	728.2
20	고구마	518.0	510.8	674.1
21	수박	781.3	754.6	647.8
22	파	650.5	653.0	643.7
23	포도	617.7	593.8	623.9
24	풋고추	668.3	486.4	613.8
25	오이	510.0	475.5	602.6
26	무	498.8	476.8	562.6

자료: 국가통계포털 kosis, 농림업 생산지수

❍ 금액은 단위 중량당 단가에 크게 영향을 받을 수 있기 때문에 물량을 참고할 필요도 있음. 2018년 주요 채소류 생산량을 살펴보면, 배추가 2,392천 톤으로 가장 높은 순위를 차지하고 있으며 다음으로 양파(1,521천 톤), 무(1,235천 톤), 파(490천 톤), 양배추(372천 톤), 대파(344천 톤), 마늘(332천 톤) 순임〈표 2-3〉.

표 2-3 주요 채소류 생산량

단위: 톤

항목	2016	2017	2018	2016년 대비 2018년 변화율
배추	1,793,391	2,395,686	2,391,946	33.4%
양파	1,298,749	1,144,493	1,520,969	17.1%
무	1,012,162	1,158,979	1,234,561	22.0%
파	409,859	485,116	489,864	19.5%
양배추	339,107	330,886	371,651	9.6%
대파	312,009	378,827	343,869	10.2%
마늘	275,549	303,578	331,741	20.4%
풋고추	169,199	186,232	193,745	14.5%
쪽파	97,850	106,289	145,995	49.2%
상추	86,128	89,727	93,543	8.6%
시금치	72,892	64,529	73,239	0.5%
건고추	85,459	55,714	71,509	-16.3%
생강	58,947	41,147	21,305	-63.9%
당근	2,230	2,207	2,154	-3.4%

자료: 농림축산식품부 주요통계, 2019.

나. 가구당 월평균 지출액 기준

❍ 가구에 의한 월평균 식료품 지출액 또한 농림축산업 생산액과 같은 절대적인 선정 기준이 될 수 있음. 우리 국민이 많이 지출하는 품목에 대한 소비정보를 분석하여 제공하는 것이 활용도 측면에서 바람직할 수 있음.

❍ 가계동향조사 2018년 원자료를 분석한 결과, 가구당 월평균 지출액 1위는 쇠고기로 27,321원이었으며, 다음으로 돼지고기(23,432원), 멥쌀(14,931원), 우유(9,926원), 사과(7,271원), 감귤류(6,855원) 순임〈표 2-4〉.

표 2-4 가구당 월평균 지출액

단위: 원

순위	품목	2016	2017	2018
1	쇠고기	23,690	26,994	27,321
2	돼지고기	20,276	23,925	23,432
3	멥쌀	11,998	11,858	14,931
4	우유	10,397	10,152	9,926
5	사과	6,558	7,095	7,271
6	감귤류	5,377	6,108	6,855
7	말린 고추	2,706	5,266	6,165
8	기타과일	4,095	4,617	4,509
9	기타채소	3,847	4,345	4,348
10	닭고기	3,540	3,425	3,964
11	딸기	3,004	3,900	3,600
12	수박	2,667	3,570	3,326
13	마늘	2,773	3,182	3,073
14	포도	2,534	2,836	3,035
15	복숭아	2,281	2,760	3,007
16	김치	1,683	2,643	2,947
17	바나나	2,410	2,929	2,820
18	토마토	2,411	3,071	2,789
19	참외	2,037	2,852	2,619
20	버섯	2,243	2,579	2,486
21	배추	2,334	2,582	2,480
22	파	2,122	2,432	2,328
23	고구마	1,746	2,022	2,219
24	무	2,006	2,317	2,140
25	배	1,641	2,181	1,976
26	양파	1,876	2,391	1,953
27	감자	1,188	1,616	1,678
28	찹쌀	1,269	1,436	1,630
29	풋고추	1,320	1,558	1,611

자료: 가계동향조사 원자료 분석. 각 년도.

다. 가격 변동성 기준

❍ 시장에서 보이지 않는 손의 역할을 하는 것이 가격이기 때문에 품목별 가격변동성이 클 경우 해당 품목에 대한 정보를 제공할 필요성이 높아짐. 가격이나 소비량이 이제까지 어떻게 변화되어 왔으며, 앞으로 어떻게 변화해 갈 것인지에 대한 정보가 제공되면 다양한 경영활동에서 합리적인 의사결정을 추진할 수 있을 것임.

❍ aT KAMIS 농산물 유통정보에서 제공하고 있는 품목별 5개년 월평균 가격을 분석한 결과,

채소류 중에서 가격 변동계수가 가장 높은 품목은 시금치, 생강, 적상추와 같이 생산량이 많지 않은 품목들임. 생산량이 많은 품목들 중에서는 배추, 양파, 무의 변동계수가 높은 것으로 분석되었는데, 배추는 56.42의 변동계수, 양파는 44.65, 무 43.11의 가격 변동계수를 나타냄〈표 2-5〉.

표 2-5 품목별 변동 계수

단위: 원, %

분류	항목	5개년 월평균가격	표준편차	변동계수	순위
채소류	배추	644.65	363.72	56.42	4
	양파	726.07	324.20	44.65	6
	무	549.17	236.75	43.11	8
	대파	1,474.01	460.54	31.24	11
	양배추	715.90	329.22	45.99	5
	쪽파	2,667.83	983.66	36.87	9
	마늘	4,223.04	1,174.89	27.82	13
	풋고추	4,382.50	1,487.05	33.93	10
	적상추	4,147.39	2,346.54	56.58	3
	시금치	3,040.04	2,444.82	80.42	1
	건고추	13,181.08	3,866.00	29.33	12
	생강	5,327.89	3,177.56	59.64	2
	당근	1,527.68	667.23	43.68	7
과채·과일류	사과	3,547.92	567.12	15.98	7
	딸기	7,982.51	2,391.57	29.96	3
	감귤	1,850.96	736.73	39.80	2
	복숭아	3,473.88	625.69	18.01	6
	수박	12,589.85	3,109.95	24.70	4
	포도	3,161.00	724.84	22.93	5
	바나나	1,757.43	217.22	12.36	8
	참외	3,509.10	1,535.84	43.77	1
식량작물	쌀	1,961.96	288.06	14.68	4
	찹쌀	2,366.96	502.97	21.25	3
	흰 콩	4,367.10	568.26	13.01	5
	고구마	2,495.42	597.43	23.94	2
	감자	1,492.19	662.28	44.38	1
축산물	한우갈비	4,936.17	319.35	6.47	6
	한우등심	7,625.31	758.65	9.95	3
	한우불고기	4,150.65	509.41	12.27	2
	돼지삼겹살	1,963.24	174.24	8.88	5
	돼지목살	1,928.39	190.97	9.90	4
	돼지갈비	1,238.84	67.46	5.45	9
	돼지앞다리살	1,142.42	70.80	6.20	7
	닭고기	5,303.14	316.47	5.97	8
	계란	5,716.15	915.28	16.01	1
	우유	2,556.01	35.20	1.38	10

자료: aT kamis 농산물 유통정보, 기간별 도매가격, 기간별 소매가격
주: 변동계수 순위는 분류 내 순위임.

❍ 축산물의 가격 변동계수는 다른 품목류에 비해 대체로 낮은 특징이 있음. 식량작물의 가격 변동성 또한 대체로 낮은데 그 중에서 감자가 44.38로 1위를 차지함.

❍ 결과적으로, 채소류가 다른 품목류에 비해 가격 변동계수가 상대적으로 높은 특징을 보이고 있으며, 채소류 중 생산량이 많으면서도 가격 변동계수가 높은 품목은 배추, 양배추, 양파, 당근, 무 정도임.

라. 정책 목표 및 전문가 의견

❍ 농식품 소비정보 분석사업의 정책 목표 중 하나는 주요 채소류의 가격 및 수급 안정에 기여하는 것이므로, 가격 불안정성이 높은 주요 채소류 품목들에 대한 소비정보 제공이 매우 중요함. 따라서 고추, 마늘, 무, 배추, 양파 등 5대 채소류에 대해서는 가중치를 두어 품목을 선정할 필요가 있을 것임.

❍ 전문가조사 결과(김상효 외, 2016), 품목류별로는 채소류에 대한 소비정보 분석이 가장 필요하다고 응답한 비중 가장 높았으며(31.4%), 다음으로는 곡물류 및 축산류(각각 13.6%), 과일류(12.9%), 과채류(11.2%) 순이었음〈표 2-6〉.

표 2-6 소비정보 분석 대상 품목 선정 관련 전문가 조사 결과

단위: %

품목	복수응답	비중	품목	복수응답	비중	품목	복수응답	비중
배추	72.9	14.9	토마토	15.7	3.2	키위	4.3	0.9
쌀	42.9	8.8	감귤	11.4	2.3	젖소	4.3	0.9
사과	41.4	8.5	포도	8.6	1.8	대파	2.9	0.6
양파	41.4	8.5	감자	7.1	1.5	배	2.9	0.6
한육우	40.0	8.2	오이	7.1	1.5	자몽	2.9	0.6
돼지	38.6	7.9	수박	5.7	1.2	양배추	1.4	0.3
건고추	34.3	7.0	육계	5.7	1.2	복숭아	1.4	0.3
마늘	25.7	5.3	산란계	5.7	1.2	바나나	1.4	0.3
배추김치	24.3	5.0	풋고추	5.7	1.2	콩	1.4	0.3
무	21.4	4.4	딸기	4.3	0.9	애호박	1.4	0.3

자료: 전문가 조사 결과. 김상효 외(2016).

마. 결론 및 정책 제언

❍ 전체 농림축산업 생산액, 가격변동성, 전문가 의견 등을 고려할 때, 2020년도 농식품 소비정보 분석사업 대상 농산물은 채소류 2개 품목(양파, 마늘), 곡물류 1개 품목(감자), 축산류 1개 품목(계란) 등 총 4개 품목이 적절할 것으로 판단됨. 단, 농식품 소비정보 분석사업의 규모(예산), 수행 여건, 사회적 요구 등에 따라 품목 확대를 중장기적으로 계획해야 할 것임.

1.3.2. 소비정보 분석대상 품목 선정: 가공식품

❍ 가공식품의 경우 최근 소비가 빠르게 확대되고 있기 때문에 시장에 다양한 변화가 예상되며, 이러한 변화들에 대한 정보를 신속하게 제공할 필요성이 높은 품목들을 중심으로 소비정보를 생산/제공할 필요가 있음.

❍ 가공식품 중에서 농산물 원물 사용 비중은 김치가 압도적으로 높기 때문에 정책적 관심을 기울일 필요가 있음. 한편, 간편식이나 신선편의식품 등 또한 농산물 원물을 많이 사용하기 때문에 소비정보 분석사업 대상 품목으로 고려할 필요가 있음. 간편식의 경우 최근 들어 소비가 빠르게 증가하고 있기 때문에 시장에 대한 정보 수요가 어느 때보다 높은 상황이므로 이를 반영할 필요 또한 존재함.

1.3.3. 소비정보 분석대상 품목 선정: 종합

❍ 2020년 농식품 소비정보 분석사업에서는 채소류 2개 품목(양파, 마늘), 곡물류 1개 품목(감자), 축산류 1개 품목(계란) 등 총 4개 농산물 품목과 더불어, 김치, 우유, 간편식 등의 가공식품을 중심으로 사업을 시행할 것을 제안함. 농식품 소비정보 분석사업의 규모(예산), 수행 여건, 사회적 요구 등에 따라 연차적으로 품목류 확대를 중장기적으로 계획해야 할 것임〈표 2-7〉.

표 2-7 2020년 농식품 소비정보 분석사업 대상 품목 선정(안)

	2020년(단기) 소비정보 분석사업 도입 품목(안)	2020년 이후(중기) 소비정보 분석사업 도입 품목(안)
채소	양파, 마늘	고추, 배추, 무, 당근, 대파
과일	n/a	배, 감귤, 단감, 포도, 복숭아
과채	n/a	오이, 애호박, 토마토, 수박, 참외, 딸기, 풋고추
축산	1개 품목(계란)	돼지고기, 닭고기, 오리고기
곡물	감자	콩
버섯	n/a	느타리, 양송이
가공식품	간편식, 김치, 우유	고추장, 된장, 간장 등

자료: 직접 작성.

1.4. 분석 자료[3)]

1.4.1. 민간 데이터

❍ (주)닐슨코리아 POS(point-of-sales) 데이터

❍ (주)닐슨코리아 소비자패널조사(Consumer Panel Survey, CPS) 데이터

1.4.2. 공공 데이터

가. 기존에 제공되고 있는 데이터

❍ 통계청 가계동향조사

❍ 질병관리본부 국민건강영양조사

❍ 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사

❍ 농림축산식품부 가공식품 소비자 태도조사

❍ 농림축산식품부 외식업 식재료 구매현황 조사

3) 자료에 대한 상세한 설명은 본 장 2절 이하에서 제시되며, 이 절에서는 간략하게 활용 가능한 자료를 요약하여 정리하고자 함.

❍ 농림축산식품부 식품산업 원료소비실태조사

나. 기존에 존재하지만 분석 가능한 형태로 구축되어 있지 않은 데이터

❍ 한국농수산식품유통공사 eaT 데이터

❍ 교육부 NEIS 데이터

1.4.3. 신규 데이터

가. 소비자 대상 온라인 패널조사

❍ 조사업체의 100만 이상의 온라인 소비자 패널을 대상으로 실시 가능

❍ 농식품 관련 사건/사고 발생시 15일 이내에 조사표 작성, 조사 실시, 결과 분석, 결과 공표, 보도자료 배포까지 가능하도록 설계함.

❍ 농식품 관련 사건/사고 미발생시 농업관측본부 품목 담당 연구자, 품목 관련 전문가와 협의를 거쳐 특정 농식품 품목에 대한 소비자/시장에 대한 이슈조사 실시 가능함.

나. 특정 품목/산업에 대한 특별 조사

❍ 빠르게 성장하고 있거나, 농산물 원물 사용 비중이 높은 특정 품목에 대해서 해당 산업에서 농산물 원물조달부터 최종품의 납품에 이르기까지의 다양한 경영정보를 심층 조사하여 시장과 산업에 대한 정보를 제공함.

2. 농식품 소비정보 분석사업 분석 결과물

❍ 데이터의 가용성에 따라 월별, 분기별, 연도별로 분석 결과물을 제공해야 할 것임. 또한, 품목별로 데이터의 가용성이 다르기 때문에 아래 제시되는 다양한 형태의 정보들 중 품목별 필요성/가능성에 맞게 알맞게 적용되어야 할 것임.

2.1. 동향 변수

❍ 농식품 소비동향을 보여주는 변수들로 1) 소비 지출액(판매액), 2) 판매량(소비량), 3) 가격 등이 있음.

2.2. 의향/전망 변수

❍ 농식품 소비의향을 나타내는 변수들은 소비자 및 음식점의 구매의향 등을 포함함. 음식점 농축산물 소비실태 조사와 한국농촌경제연구원 농업관측센터 소비자패널조사에서는 익월 구입의향, 향후 3개월간 농축산물 전체, 부류, 품목별 예상 구입량, 소비지출 전망을 조사한 바 있어 참고할 필요가 있음.

❍ 가구 내 소비, 외식업체 소비, 단체급식업체 소비, 식품제조업체 소비, 대형유통업체 판매 각각에 대한 의향/전망치가 제시되어야 그 활용도가 높을 것으로 판단됨.

2.3. 소비 지수[4)]

❍ 농식품 소비정보 분석사업에서는 품목별로 실제 총 소비량 또는 총 소비 지출액을 추산

4) 김상효 외(2016) 내용을 재정리함.

하기에는 여러 제약이 있음. 소비는 그 주체가 다수이며 유통구조가 복잡·다양하기 때문에 총량이나 총액을 계산하는 것은 현실적으로 매우 어려움.

❍ 이러한 현실적인 제약이 있는 경우, 관심 대상을 핵심 구성요소 위주로 단순화(simplification)하고(Abeyasekera, 2005), 지수화(indexation)하여 상대적인 변동양상을 추적·관찰하는 것이 바람직함.

❍ 최종소비처별 소비량을 개별적으로 지수화하여 조사하고 최종소비처별 소비비중을 가중치로 활용하여 중장기적으로는 개별지수들을 가중평균한 소비지수를 산출하면 유용할 것으로 판단됨.

❍ 농식품 소비정보 분석사업은 품목별로 소비와 유통 특성을 반영하여 품목 단위로 이루어져야 함. 지수산출은 단기적으로는 현실적으로 불가능하며, 중장기적으로 추진해야 할 과업임. 기본적인 지수산출 방법은 아래와 같이 '3단계 지수 관측'으로 진행할 것을 제안함.

- 1단계: t시점에서 품목별(j) 최종소비처별(k) 소비 및 유통비중 파악(= $w_{j,k,t}$)함. 이 비중은 t에 따라 변동하는 것으로 보는 것이 타당[5]하지만, 관측 비용 상의 문제로 '단기에는' 시간불변(time-invariant)인 것으로 간주하고 진행하는 것이 비용 대비 차선의 선택일 수 있음.
- 2단계: 활용 가능한 조사/데이터를 바탕으로 품목 j에 대하여 각각의 최종소비처 k에 의한 t기 '상대소비량'을 각각 정의하고(= $C_{j,k,t}$), t+1기 '상대소비량'을 (의향인 경우) 조사 혹은 추정(= $\hat{C}_{j,k,(t+1)}$) - 이 단계에서 '상대소비량'이라 함은 100을 기준으로 지수형식으로 산출된 상대적 소비수준을 뜻하며 3단계에서 소개될 '소비지수'와의 혼돈을 피하고자 '상대소비량'이라는 단어를 사용함.

5) 최종소비처별 소비·유통비중은 시간에 따라 변동(time-variant)한다고 보는 것이 적절함. 단적인 예로, 2000년대에 관찰되는 외식산업의 확대로 미루어 볼 때, 2000년대 가정 내 소비와 외식소비 비중이 2010년대 그것과 다름은 자명함.

- 3단계: 1단계에서 파악된 소비비중 $w_{j,k,t}$와 2단계에서 조사/추정된 t+1기 상대소비량 $\hat{C}_{j,k,(t+1)}$를 선형결합(linear combination)한 품목별 소비지수(Consumption Index, CI)를 아래와 같이 산출: $\widehat{CI}_{j,(t+1)} = \sum_{k=1}^{n_j} w_{j,k,t}\,\hat{C}_{j,k,(t+1)}$
- 여기에서 n_j는 품목 j에 대해 살펴볼 필요가 있는 최종소비처 유형의 개수를 나타내며 이는 품목(j)마다 다를 수 있음을 고려한 것임.

2.4. 기타 정보

2.4.1. 전년 동기 대비 증감률

❍ 금액 기준
❍ 물량 기준(금액을 평균 단가로 나누어서 제공)
❍ 가격 기준
❍ 지수화하여 상대적인 변화 수준을 제공

2.4.2. 전기 대비 증감률

❍ 금액 기준
❍ 물량 기준(금액을 평균 단가로 나누어서 제공)
❍ 가격 기준
❍ 지수화하여 상대적인 변화 수준을 제공

2.4.3. 시계열 트렌드 정보

❍ 데이터가 허용 가능한 최대한 긴 시계열 데이터를 확보하여 중장기적 변화양상을 살펴보고, 단기적인 예측에 활용함.

3 농식품 소비동향 분석

1. 가구내 농식품 소비동향 분석(Household Consumption)

1.1. 개요

○ 가구 내 농식품 소비를 살펴보기 위해서는 유통경로상 어느 지점에서 관찰할 것인지에 따라 ① 가구를 직접조사 하는 방법과, ② 소매유통업체를 조사하는 방법으로 나누어 볼 수 있음.

표 3-1 조사방법별 비교

구분	장점	한계점
가구 조사	▪ 실제 소비자들의 구매 행동에 관한 정보 ▪ 소비자 프로파일에 대한 분석 ▪ 인터넷, 방문판매, 극장 내 매점, 커피 전문점Fast food점, 자판기 및 가판대 등 모든 구매 장소 추적 가능 ▪ 실제 소비자들의 brand switching pattern 및 Trial and repeat purchase pattern추적 가능	▪ 물량 측정이 MARKET TRACK만큼 정확하지는 않음 ▪ 실제 제품 구매자가 40명 이하로 적을 경우 통계적 대표성에 한계가 존재함 ▪ 취급률이나재고와 같은 영업적 지표는 조사 불가능
소매유통업체 조사	▪ 물량 tracking에 있어서는 통계적으로 가장 안정적이고 정확함 ▪ 취급률이나재고와 같은 영업적 지표에 대한 조사 데이터	▪ 소비자 측면의 정보 제공 불가능 ▪ 구매 채널이 식품 소매점이나 할인점 등 조사 채널로만 제한적임

자료: 닐슨코리아 내부자료.

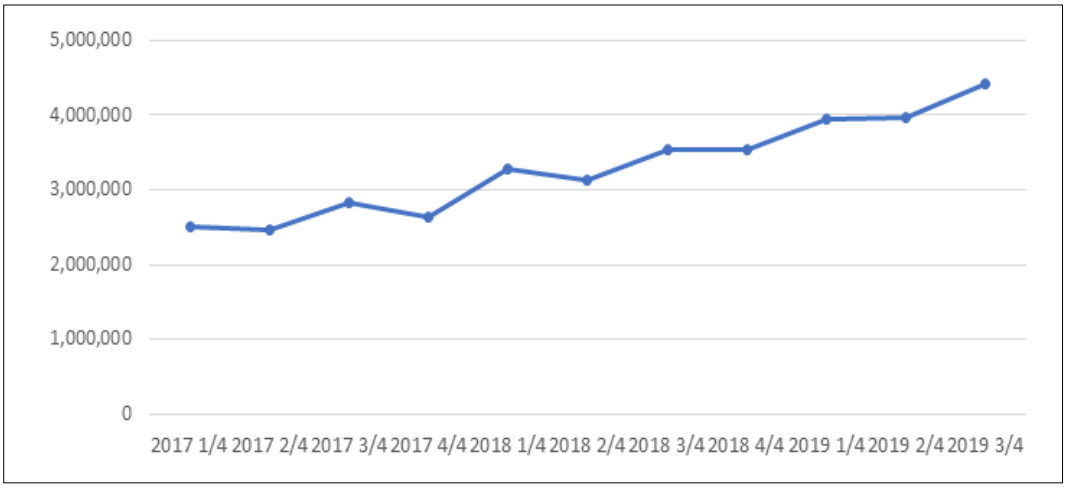
❍ 2019년 한국농촌경제연구원의 식품소비행태조사 결과에 따르면, 우리나라 가구에서 농식품 구매 시 주로 이용하는 구입처는 대형 할인점(32.9%), 동네 슈퍼마켓(28.4%), 대기업 운영 중소형 슈퍼마켓(20.2%) 순으로 높게 나타나고 있음.

❍ 한편, 통신기술의 발달과 소비자들의 편리성에 기반한 니즈가 꾸준히 증가하여 과거와는 달리 식품류 또한 온라인을 이용한 구매가 증가하고 있음. 온라인을 통한 전체 식품류 거래액은 2017년 1분기 2조 5천 억 원에서 2019년 3분기 4조 4천억 원 으로 75.6% 나 성장하였으며〈그림 3-1〉, 신선도 등 품질 우려에도 불구하고 신선식품 거래액도 같은 기간 6천 2백 억 원에서 9천 3백억 원 규모로 성장함.

❍ 온라인 거래는 향후 더욱 빈번하게 이루어질 전망이므로, 온라인을 통한 식품류 거래동향 역시 꾸준히 관찰할 필요성이 제기되고 있음.

그림 3-1 식품류 온라인 거래액 추이

단위: 백만 원



주: 음·식료품과 농축수산물을 모두 합한 것임.
자료: 통계청. 온라인쇼핑동향조사.

❍ 가구 내 농식품 소비정보 분석은 소비동향을 파악할 수 있는 분석 자료와 소비동향을 파악할 수 없지만, 우리나라 소비자들의 식품류 소비에 관한 다양한 정보를 습득할 수 있는 유용한 자료를 함께 제시하고자 함.

1.2. 분석 자료

1.2.1. 소매유통업체 POS 데이터

❍ 소매유통업체에서의 소비정보는 전국 약 9만 여개 이상의 소매점포에서 이루어지는 거래 내역을 직접 조사할 수 없으므로, POS 데이터 구입이 현실적인 대안임. 우리나라에서 구입 및 이용가능한 POS 데이터는 닐슨코리아의 Scan data(POS)가 유일한 상황임.[6)]

❍ 닐슨코리아의 POS 데이터는 국내 5,800여개 주요 소매 유통업체와 직접계약을 통해 판매액, 판매량, 판매가격을 수집하고 있으며, 소규모 업체에 대해서는 표본조사를 통해 데이터를 생성하고 있음(층화·비례추출법).

❍ 닐슨코리아의 POS 데이터는 대형 유통업체의 온라인몰에서 거래되는 실적까지를 포괄하고 있으나, 그 외 온라인 쇼핑몰, 오픈마켓 등은 포함하지 않음. 상품의 규격화 및 바코드 명세가 존재하는 가공식품과 달리, 신선식품의 경우에는 개, 망, 단 등으로 거래되고 있어, 물량 단위를 제대로 파악하지 못하는 한계가 있음. 같은 이유에서 신선식품은 원산지를 식별하기 어렵고,전통시장에서 거래되는 실적이 포함되지 않음.

1.2.2. 소비자 패널조사(Consumer Panel Survey)

❍ 패널조사는 고정된 조사대상을 동일표본으로 유지하고, 장기간에 걸쳐 반복 추적하는 조사를 뜻함. 동일 표본을 지속적으로 유지하므로 다른 변수의 영향을 통제할 수 있어, 시장조사에서 소비자의 행동과 변화 양상을 정확하게 관찰할 수 있음.

❍ 구입 및 활용이 가능한 소비자 패널조사는 닐슨코리아의 소비자 패널과 농촌진흥청의 소비자 패널이 있으나, 농촌진흥청의 소비자 패널은 서울·수도권 조사에서 광역시로

6) 2018년 닐슨코리아가 링크아즈텍코리아를 인수함에 따라 현재는 닐슨코리아가 POS 데이터를 독점으로 공급하고 있으며, 이 밖에도 농협 하나로마트의 POS 데이터도 존재하지만 자사의 실적만을 제공하고 있어 시장 상황을 대표하여 반영하고 있지 못하다는 한계가 있음.

확대하는 등, 매년 꾸준히 표본을 보완하고는 있으나 아직까지 표본의 대표성에 문제를 제기하는 경우가 있으며, 품목별로 재분류 작업이 필요한 등, 데이터 제공시기가 조사월 이후 약 3개월가량 소요되어 시의성이 떨어진다는 지적이 있음.

❍ 닐슨코리아의 소비자 패널 데이터는 전국 3,000개 가구를 대표성 있는 패널 표본으로 구성하여 월 단위로 스캐너와 바코드 북을 각 조사대상 가구에 제공하여 구입한 물품에 대한 기장조사를 실시하고 있음〈그림 3-2〉.

그림 3-2 소비자 패널 소개

자료: 닐슨코리아 내부자료.

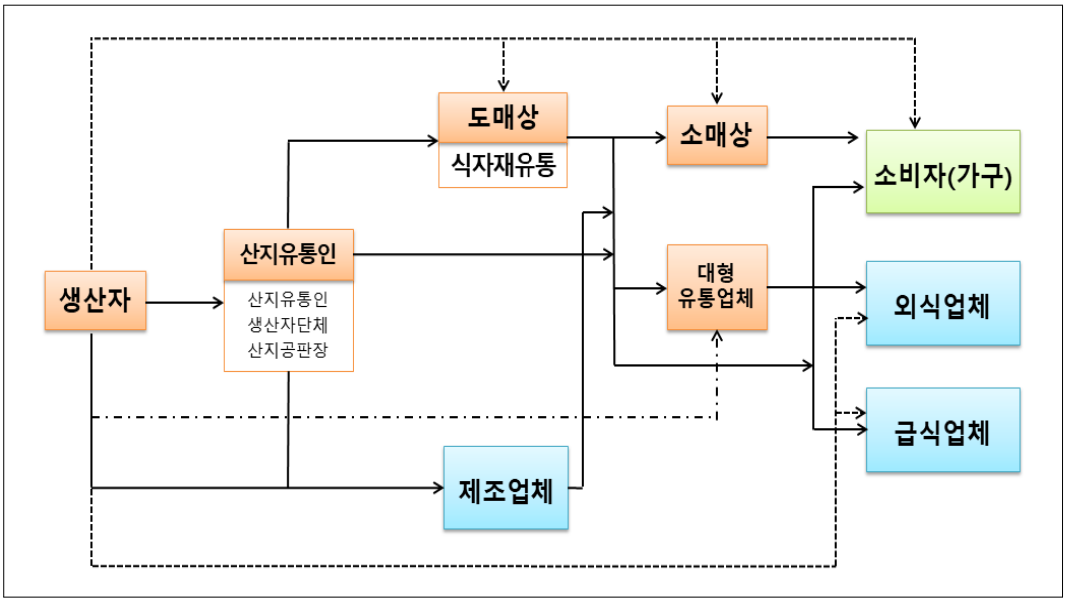
❍ 금액 단위로만 기록이 되고 있어 물량을 파악하기 곤란한 단점은 있음. 가공식품의 경우 상품의 바코드 명세를 통해 금액 변동을 확인하여 물량으로 추산할 수 있으나, 신선식품의 경우 현재는 불가능하지만 닐슨코리아측 설명에 따르면 해당 작업을 추진 중에 있어 향후에는 가능해질 것으로 예상됨.

2. 식품산업의 농식품 소비동향 분석(Industry Consumption)

2.1. 개요

❍ 농식품 산업의 최종 수요자는 우리나라에서 식품을 소비·섭취하는 인구 전체이지만(수출제외), 수요처별로는 가정용(B2C)과 업무용(B2B)으로 구분할 수 있음〈그림 3-3〉.

그림 3-3 일반적인 형태의 농식품 유통경로



자료: 직접작성.

2.2. 분석 방법

2.2.1. NEIS 및 eaT 데이터 분석

❍ 급식과 식자재 업체의 소비(구매)와 관련한 데이터나 조사가 전무하므로, 해당 분야에 대한 추가 조사가 필요함. 단, 학교 급식의 경우에는 교육부의 NEIS 데이터와 한국농수산식품유통사(aT)의 학교급식 전자조달시스템(eaT)의 데이터를 충분히 활용해야 할 것임.

❍ 한국농수산식품유통공사 사이버거래소는 학교급식지원센터, B2B 거래, B2C 거래로 구성되어 있으며 물량의 80% 이상을 학교급식지원센터에서 소화하고 있음. 총 12,000개 학교 중 9,800여개의 학교가 참여하고 있으며 학교급식지원센터가 직접 학교와 계약을 맺음〈표 3-2〉.

표 3-2 학교급식 거래실적

단위: 개, 억 원

지역	'15			'16			'17			'18		
	이용 학교수	이용률	거래 금액	이용 학교수	이용률	거래 금액	이용 학교수	이용률	거래 금액	이용 학교수	이용률	거래 금액
서울	1,184	89%	4,995	1,211	91%	5,198	1,239	93%	5,271	1,252	94%	5,269
경기	394	17%	728	2,161	92%	7,504	2,207	93%	7,654	2,253	95%	8,095
부산	571	90%	1,708	577	90%	1,718	582	91%	1,657	585	91%	1,761
울산	193	80%	473	195	81%	44	203	84%	65	204	84%	82
경남	867	90%	1,960	923	95%	2,271	934	96%	2,195	945	97%	2,164
인천	489	96%	1,878	499	97%	1,872	505	98%	1,817	509	99%	1,848
전북	568	74%	1,212	575	75%	1,254	586	76%	1,296	589	76%	1,353
대전	282	93%	1,033	283	94%	928	286	94%	1,043	288	95%	1,021
충남	530	74%	9,66	562	79%	661	580	81%	235	583	81%	164
세종	84	100%	172	92	100%	210	109	100%	396	121	148%	249
충북	68	14%	103	76	16%	86	91	19%	66	101	21%	53
광주	277	88%	961	297	94%	1,021	305	96%	1,011	306	97%	990
전남	729	88%	1,154	757	91%	1,246	771	93%	1,207	777	94%	1,185
대구	346	78%	814	363	80%	155	372	82%	178	381	84%	209
경북	630	66%	1,065	649	69%	1,083	776	83%	1,294	789	84%	1,329
강원	550	86%	828	559	88%	749	570	89%	715	576	90%	675
제주	184	97%	439	189	99%	446	189	99%	456	189	99%	472
합 계	7,227	68%	19,222	9,236	85%	25,251	9,563	87%	25,385	9,701	88.5%	25,772

자료: eaT, 한국농수산식품유통공사 내부자료.

2.2.2. 식품제조업와 외식업의 농식품 소비 동향분석

❍ 식품제조업체를 대상으로 실시하는 기존통계는 '식품산업 원료소비실태조사'가 유일하나, 1년 단위 조사로 식품제조업에서의 농식품 소비액/소비량 등을 주기적으로 파악함에는 적합하지 않음. 더욱이 통계청의 관리를 받는 국가승인통계인 만큼 본 사업을 위한 통계조정이 어려울 것으로 예상됨.

❍ 외식업체를 대상으로 실시하는 기존통계는 '외식업 식재료 구매현황 조사'가 존재하지만, 이 조사 또한 1년 단위의 조사로서 총 사용량이 아닌 특정 월의 평균 사용량을 조사하고 있어 외식업체에서의 주기적인 농식품 소비동향을 파악함에는 한계가 있음. 이 통계 역시 통계청의 관리를 받는 국가승인통계인 만큼 본 사업을 위한 유연한 통계조정이 어려울 것으로 예상됨.

❍ 이와 같이 식품제조업과 외식업체 대상으로는 1년 단위보다 짧은 주기로서 정기적으로 가용한 조사 체계가 구축되어 있지 않아, 2020년도 농식품 소비정보 분석 시범사업에서는 1) 통계전문가와 협업을 통해 데이터기반의 소비동향 파악 가능성을 검토하고 조사 체계를 구축하는 것을 주요 과업으로 삼고자 함. 다만, 2) 구축된 조사 체계에 대하여 소규모 파일럿(pilot) 조사를 실시하여 데이터 기반으로 구축이 가능한지는 검토가 필요한 부분이므로, 소규모 파일럿 조사를 각각 실시할 필요가 있음.

가. 파일럿 조사 추진 방안

■ 식품제조업체의 사업체(모집단) 특성

❍ 통계청 경제총조사(2015)에 따르면, 식품제조업은 종사자 수 10인 미만의 사업체가 전체 식품사업체 수의 91.1%를 차지하고 50인 이상 사업체가 1.6%에 불과할 정도로, 10인 미만 소상공인의 비중이 높음.

❍ 그러나 매출액의 대부분은 50인 이상의 사업체에서 발생하고 있으며 100인 이상, 300인 이상 사업체의 매출액 비중도 큰 편임. 50인 이상 사업체는 사업체 수 기준으로 전체 1.6%를 차지하지만 매출액의 59.9%를 점유하고 있으며, 100인 이상 사업체는 0.6%를 차지하지만 매출액의 40.9%를, 300인 이상 사업체는 0.1%가 존재하지만 전체 매출액의 14.0%를 점유하고 있음〈표 3-3〉.

표 3-3 식품제조업체 사업체 규모별 비중

단위: %

구 분	사업체수	매출액	영업비용	영업이익
10인 미만	91.1	12.9	13.3	10.4
50인 이상	1.6	59.9	58.5	69.7
100인 이상	0.6	40.9	38.9	54.8
300인 이상	0.1	14.0	12.6	23.9

자료: 통계청. 경제총조사 2015.

❍ 통계청 전국사업체조사(2018)를 통해 확인한 결과, 94.6%의 사업체가 단독사업체로서 개인기업의 형태가 대다수를 차지, 본사 및 본점이나 지사, 영업소 비중은 낮은 편임.

❍ 식품제조업체의 시장 전체 매출은 공장이나 지사에서 전체의 50.3%가 발생하고 있으며, 본사와 본점을 합하면 67.1%를 차지하고 있어, 소수의 사업체가 매출을 상당 부분을 점유하고 있음.

❍ 전국적으로 식품제조업체는 6만 1,620개소가 존재하며, 경기도에 1만 806개 17.5%로 가장 많이 입지해 있으며, 특수성이 있는 세종특별자치시를 제외하면 비교적 넓고 고르게 분포하고 있음. 경상북도와 전라남도도 각각 6,161(10.0%)개와 5,616(9.1%)개로 많이 분포하고 있음〈표 3-4〉.

표 3-4 식품제조업체 전국 분포

구분	개소(수)	비중(%)	구분	개소(수)	비중(%)
전국	61,620	100.0	경기	10,808	17.5
서울	5,220	8.5	강원	3,428	5.6
부산	3,495	5.7	충북	3,131	5.1
대구	2,658	4.3	충남	4,460	7.2
인천	2,043	3.3	전북	4,228	6.9
광주	1,416	2.3	전남	5,616	9.1
대전	1,403	2.3	경북	6,161	10.0
울산	1,049	1.7	경남	5,376	8.7
세종	293	0.5	제주	835	1.4

자료: 통계청. 전국사업체조사 2018.

■ 외식업체의 사업체(모집단) 특성

❍ 통계청 경제총조사(2015)에 따르면, 외식업체(음식점업)는 종사자 수 10인 미만의 사업체가 전체의 96.8%를 차지하고 20인 이상 사업체가 0.8%에 불과할 정도로, 10인 미만 소상공인의 비중이 높음〈표 3-5〉.

❍ 그러나 식품제조업과 달리 매출액의 대부분을 10인 미만의 사업체에서 발생하고 있으며 20인 이상 사업체는 12.9%를 차지, 50인 이상은 4.7%를 차지할 정도로 종사자 규모에 따른 매출액의 비중 점유 증가양상을 보이지 않음. 이는 외식업체가 식품제조업과는 달리 '접객업소'라는 특징에 기인함. 영업비용 대비 영업이익 면에서도 사업체 종사자 규모 증가에 따른 시장 집중화 경향은 나타나지 않음.

표 3-5 외식업체 사업체 규모별 비중

단위: %

구 분	사업체수	매출액	영업비용	영업이익
5인 미만	85.1	46.8	43.6	68.8
10인 미만	96.8	73.9	71.8	89.0
20인 이상	0.8	12.9	14.1	4.0
50인 이상	0.2	4.7	5.2	1.0

자료: 통계청. 경제총조사 2015.

❍ 사업체 형태는 식품제조업체와 마찬가지로 다수의 단독사업체가 존재하고 본사와 지사 등 프랜차이즈 영업 형태가 3.3%를 점유함.

❍ 96.7%로 다수를 차지하는 단독사업체가 79.4%의 매출 비중을 차지하여, 식품제조업체에 비해 눈에 띄게 많은 매출 비중을 점유하고 있으나, 3.3%의 프랜차이즈 업체가 약 20%의 매출 비중을 차지하는 것 또한 간과할 수 없는 부분임.

❍ 전국적으로 외식업체는 50만 6,407개소가 존재하며, 경기도에 10만 5,979개 20.9%로 가장 많이 입지해 있음〈표 3-6〉.

표 3-6 외식업체 전국 분포 현황

구분	개소(수)	비중(%)	구분	개소(수)	비중(%)
전국	506,407	100.0	경기	105,979	20.9
서울	85,774	16.9	강원	23,566	4.7
부산	34,250	6.8	충북	19,601	3.9
대구	23,730	4.7	충남	25,106	5.0
인천	23,790	4.7	전북	18,236	3.6
광주	12,787	2.5	전남	20,207	4.0
대전	14,880	2.9	경북	33,090	6.5
울산	12,685	2.5	경남	40,189	7.9
세종	2,605	0.5	제주	9,932	2.0

자료: 통계청. 전국사업체조사 2018.

❍ 업종별로는 한식 일반음식점업이 37.2%로 가장 많이 존재하고 있으며, 한식 육류요리 전문점 또한 14.4% 차지하고 있음. 김밥 및 기타 간이음식점(8.5%), 치킨전문점(7.3%) 순임 〈표 3-7〉.

표 3-7 외식업체 업종별 분포 현황

구분	개소(수)	비중(%)	구분	개소(수)	비중(%)
음식점업	506,407	100.0	기타 외국식 음식점업	4,547	0.9
한식 일반 음식점업	188,565	37.2	기관 구내식당업	11,325	2.2
한식 면요리 전문점	22,028	4.3	출장 음식 서비스업	563	0.1
한식 육류요리 전문점	72,878	14.4	제과점업	19,390	3.8
한식 해산물요리 전문점	30,091	5.9	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	19,017	3.8
중식 음식점업	24,546	4.8	치킨 전문점	36,791	7.3
일식 음식점업	13,436	2.7	김밥 및 기타 간이 음식점업	43,212	8.5
서양식 음식점업	12,607	2.5	간이음식 포장 판매 전문점	7,411	1.5

자료: 통계청. 전국사업체조사 2018.

■ 조사추진 체계

❍ 식품제조업체와 외식업체는 조사 대상 사업체가 전국적으로 분포되어 있으므로, 전국 규모의 실사조직을 갖춘 실사 전문업체와 협업을 통해 조사를 추진해야 할 것임.

❍ 실사에 앞서, 전국 조사원 대상 조사 매뉴얼 교육을 실시하고, 농식품 소비정보 분석사업 담당자가 참석하여 교육의 내용과 조사원의 숙지사항, 내용에 대한 이해도를 제고해야 할 것임.

❍ 모집단은 “조사시작일 기준 국내에서 산업 활동을 수행하고 있는 종사자 1인 이상인 식품제조·가공, 외식서비스 사업체”이며, 사업체는 통계청의 정의와 마찬가지로 “일정한 물리적 장소에서 단일 또는 주된 경제활동을 독립적으로 수행하는 기업체 또는 기업체를 구성하는 부분”으로 정의함.

❍ 기업체는 2개 이상의 사업체로 구성될 수 있으며 이 경우 사업체 단위로 조사를 시행, 예컨대 A회사의 1공장, 2공장이 존재하는 경우 1공장과 2공장을 모두 조사에 포함함[7].

❍ 실사는 단계별로 1단계는 조사원의 사업체 현장방문을 통한 현장 조사가 될 것이나, 단계적으로 조사 플랫폼을 구축하여 사업체가 직접 입력하는 체계구축과 원재료 조달과 관련한 서류(거래명세서, 영수증) 등을 휴대전화로 전송하는 형태로 조사의 신뢰성과 조사에 소요되는 시간/ 비용을 절감하는 형태로 추진해야 함.

❍ 지역별/ 산업별 실사 전문업체 담당자는 매주 응답에 대한 집계를 실시하며, 동시에 지역별 슈퍼바이저는 현장 조사원별로 조사 진행상황을 종합하고 진도율을 체크하는 등 실사현장을 관리/ 감독함.

❍ 각 지역 슈퍼바이저는 지역사무소로 수집된 데이터를 전송하고, 각 지역사무소에서는 이를 종합하여 실사 전문업체 중앙통제 조직인 종합상황실에 전달함. 종합상황실은 데이터를 취합하고 데이터의 오류 여부를 점검하여 농식품 소비정보 분석사업 담당기관에 전달함.

---

7) 식품산업통계정보시스템, FIS

■ 표본설계 및 전문가 협업

❍ 식품제조업체와 외식업체의 매출 비중은 각각 제품의 생산량과 음식의 조리량과 직결되어 있으므로, 다시 말해서 매출이 발생하는 만큼 원재료가 소요되는 구조이므로 시장구조와 산업별 특징에 따른 전략적인 접근이 필요함.

❍ 시장집중화 경향이 강한 식품제조업체의 경우, 일정 규모 이상의 규모화된 사업체에 대해서는 전수조사를 실시하며, 영세규모의 사업체에 대해서는 표본설계를 통한 표본조사를 실시해야 함. 전수조사를 위해서는 본사, 본점 등의 협조가 필수적이므로 한국식품산업협회 측과 긴밀히 협의해야 할 것임.

❍ 외식업체의 경우에는 전수조사가 필요하지는 않은 상황이지만, 프랜차이즈 기업에 대해서는 구분하여 조사할 필요가 있음. 단독사업체에서의 원재료 사용이 많을 것으로 판단되어 더욱 면밀한 표본설계와 조사를 실시해야 할 것임.

❍ 본사와의 협조가 필요하며, 식품제조업체의 경우와는 달리, 단독사업체에 대한 조사에 더욱 주의를 기울여야 할 것임. 이 과정에서 외식업중앙회와 협업이 필수적이며, 공동조사의 형태도 가능할 것으로 판단됨.

❍ 외식업체는 영세규모 업장에서의 조사가 매우 중요하므로, 각별히 주의를 기울여야 하며, 외식업중앙회와 협업을 추진하고 국내산 농산물을 구매한 경우에 의제매입세액공제를 신청하므로 이를 최대한 활용할 수 있을 것임.

❍ 조사 전 과정에서는 거래 관행상 빚어지는 농산물의 측정오류(단, 개, 묶음, 망 등)와 통계 분류 오류, 원재료 매입 기간에 따른 오류를 최소화하기 위한 방안 마련이 필요함.

❍ 표본설계는 통계전문가 중 표본설계 전문가와 협업을 통해, 과학적으로 검증된 기법을 사용함. 사업체의 업종 및 지역, 규모 등을 고려하여 층화계통추출법을 이용하여 추출하며, 표본 수는 3,000~5,000개 수준이 적절함.

4 농식품 소비 조사연구

1. 농식품 소비 통계분석

1.1. 연구의 필요성 및 목적

❍ 우리 국민이 농산물, 외식, 가공식품 등을 어디에서 어떻게 언제 구입하여 어떻게 소비/섭취하고 있는지, 이에 따른 인구집단별 섭취량, 영양섭취 수준, 건강상태 등에 대한 다양한 정량적/정성적 정보를 생산해 낼 필요가 있음.

❍ 이 연구의 목적은 국민의 전반적인 농식품 소비 트렌드를 포괄적으로 파악하는 역할을 수행하고, 농식품 소비와 관련하여 기존에 제공되고 있는 모든 가용한 통계 및 조사 자료를 농식품 소비정보 분석사업의 목적과 취지에 맞게 재가공, 재분석하여 제공하는 것에 있음.

1.2. 연구 방법 및 내용

1.2.1. 식품소비행태조사

❍ 식품소비행태조사는 한국농촌경제연구원이 2013년도부터 자체적으로 실시하는 통계조사 사업으로서, 대표성 있는 식품소비조사 표본을 구축하여 우리나라 가구의 식품소비행태의 구체적인 파악과 주기적인 조사·분석을 목적으로 함. 전국 3,000가구 및 가구원 6천 여 명을 대상으로 실시하는 가구방문 면접조사임.

❍ 다만, 식품소비행태조사는 식품류의 구입과 관련하여서는 구입주기, 구입처 및 구입처 선택의 이유, 식품류 구입 시 고려 기준 등 소비자 행동 측면의 질적 조사로서, 소비정보사업 구축을 위한 양적인 소비 동향을 파악함에는 적합하지 않음.

1.2.2. 가공식품 소비자 태도조사

❍ 가공식품 소비자 태도조사는 가공식품에 대한 구입행태, 라이프 스타일, 소비자의 인식 등을 체계적으로 조사하여 소비자 트렌드 정보 수요자들의 기대에 부응하고 관련 업계의 마케팅 전략을 수립하기 위한 기초자료를 제공하기 위해 2011년도부터 추진되고 있음.

❍ 농림축산식품부 주관조사로서, 현재는 식품산업 정보분석 전문기관으로 지정된 한국농촌경제연구원에서 통계를 작성 중에 있음. 통계청 승인통계(승인번호 제114053호)로서 전국 2,000가구를 대상으로 실시하는 가구방문 면접조사임.

❍ 신선식품을 제외한 가공식품에 특화된 조사로서, 가공식품의 구입 및 소비행태, 품목별 구입현황, 라이프 스타일 등을 조사하며, 식품소비행태조사와 마찬가지로 소비정보사업 구축을 위한 양적인 소비 동향을 파악함에는 적합하지 않음.

1.2.3. 국민건강영양조사

❍ 국민건강영양조사'는 국민의 건강 및 영양상태를 파악하기 위해 실시되고 있는 정부 지정통계(승인번호 117002호)임. 매년 192개 지역의 25가구를 확률표본으로 추출하여 만 1세 이상 가구원 약 1만 명을 대상으로 조사를 실시함. 대상자의 생애주기별 특성에 따라 소아(1~11세), 청소년(12~18세), 성인(19세 이상)으로 나누어, 특성에 맞는 조사 항목을 적용함[8].

❍ 조사 분야는 검진조사, 건강설문조사, 영양조사의 3가지 조사로 구분하여 실시하고 있으며, 대상자에 대해 이동검진차량을 이용하여 검진조사와 건강설문조사를 실시하고, 몇일 후, 가구를 직접 방문하여 영양조사를 실시함〈표 4-1〉.

표 4-1 국민건강영양조사의 조사분야

조사분야	주요조사 내용
검진조사	비만, 고혈압, 당뇨병, 이상지질혈증, 간질환, 신장질환, 빈혈, 폐질환, 구강질환, 근력, 안질환, 이비인후질환
건강설문조사	가구조사, 흡연, 음주, 비만 및 체중조절, 신체활동, 이환, 의료이용, 예방접종 및 건강검진, 활동제한 및 삶의 질, 손상(사고 및 중독), 안전의식, 정신건강, 여성건강, 교육 및 경제활동, 구강건강
영양조사	식품 및 영양소 섭취현황, 식생활행태, 식이보충제, 영양지식, 식품안정성, 수유현황, 이유보충식

자료: 국민건강영양조사 홈페이지〈knhanes.cdc.go.kr〉

❍ 3가지 조사 분야 중, 식품 소비분야에서 사용가능한 조사는 영양조사 임. 영양조사는 가구를 방문하여 방문시점 하루 전날 24시간 동안 섭취한 모든 식품을 조사하는 방식임(24시간 회상법). 때문에 신뢰성에 문제를 제기하는 경우도 있지만, 현실적으로 이를 대체할 만한 방법은 없는 상황임.

❍ 24시간 섭취조사 결과를 토대로, 영양소를 산출하여 영양정보도 분석할 수 있으며, 어떤 음식을 자주 섭취하는지(다빈도), 가정 내에서 섭취하는지 또는 외부에서 섭취하는지 등과 인구통계적 특성별, 질병과의 관계 등 다양한 연계분석이 가능한 장점이 있음. 마찬가지로 국민건강영양조사 역시 양적인 소비 동향을 파악함에는 적합하지 않음.

8) 국민건강영양조사 홈페이지〈knhanes.cdc.go.kr〉

1.2.4. 가계동향조사

❍ 가계동향조사는 소득과 지출을 기장하는 가계부조사로서 우리나라 가구의 소득 및 지출을 파악하는 동시에 소비자 물가지수에 가중치를 제공하는데 사용되어 왔으며, 분기별로 결과가 공표됨.

❍ 지출액만을 기장하는 조사로서, 물량 단위로 파악은 불가능하며, 식품류별 연간 월평균 지출액이 제공되고 있으며, 소비 동향을 파악하는데는 적합하지 않지만 포괄적인 품목에 대한 조사가 이루어지고 있어 다양한 품목에 대한 분석이 가능함.

2. 농식품 소비 관련 이슈/특별조사

2.1. 이슈/특별조사 필요성

❍ 이슈/특별조사 시스템 내에서 주요 농식품 관련 이슈/사건/사고 발발 시 이에 대한 조사와 분석을 실시하고 상시에는 소비정보와 관련하여 '특별조사'를 실시함으로써 사업의 효과성을 제고할 수 있음..

❍ 상시 조사 대상인 농산물 원물 품목별 구입량, 구입 가격, 품목별 구입 예정량, 원물 조달 방식/조달처 등이 매달 이루어지기는 어렵기 때문에, 상시 조사 결과 공표 간격 사이에 발생하는 정보 전달의 공백을 '특별조사'를 통하여 보완할 수 있음.

2.2. 조사 방법 및 결과 공표 timeline

❍ '특별조사'는 농식품 소비정책에 관한 [Policy Prime], 농식품 소비 부분에 있어서 대중에게 높은 관심이 있는 주제를 다루는 [Insight Issue], 분야별 이슈와 트렌드를 소개

하는 [Issue and Trend]로 구성하며, 홈페이지에의 게시뿐만 아니라 정기적으로 웹진 형태로 업계, 소비자단체, 웹사이트 회원, 관계기관, 언론사 등에 메일을 발송하여 본사업에 대하여 사용자들의 지속적인 관심과 사업의 결과에 대한 활용도를 제고할 수 있음.

❍ 주제선정위원회를 구성하여 반기별로 주요 조사 내용을 미리 선정하고, 해당 주제에 대하여 사업 운영 담당기관의 연구진의 분석과 외부전문가의 분석을 공유하는 형태로 운영함.

❍ 이슈/특별조사 프로세스〈그림 4-3〉는 아래 time table에 따라 진행할 수 있음.

- 사건/이슈 발생 D-day
- 사건/이슈 발생 D+3 : 조사표 작성
- 사건/이슈 발생 D+10 : 온라인 조사 실시 (n=1,500 이상)
- 사건/이슈 발생 D+13 : 조사결과 분석
- 사건/이슈 발생 D+15 : 조사결과 공표, 보도자료 배포

2.3. 이슈/특별조사 주제 예시(안)

❍ 주요 농식품 관련 이슈/사건/사고 발생 시

- 해당 이슈조사

❍ 주요 농식품 관련 이슈/사건/사고 미발생 시

- 의향조사(농산물 사용 의향)
- 김장/김치 지수
- 대형 식자재 인터뷰 조사
- 친환경 관련 조사

- 식품안전성(식약처) 지수
- 온라인 판매량 조사
- 편의점 판매동향 조사
- 로컬푸드와 푸드플랜 조사

2.4. 미국 사례

❍ 오클라호마주립대학교(Oklahoma State University)의 농업경제학과 Lusk 교수 연구팀은 2013년 5월부터 매월 1천 명 이상의 소비자들을 대상으로 농식품 관련 다양한 정책, 농식품 수요, 식품소비 지출규모, 지불의향, 이슈에 대한 소비자 인지도 및 걱정 수준 등을 온라인 조사를 통해 추적·관찰하고 있음.

❍ 매월 정기적으로 조사하는 항목들은 육류 수요, 식품지출액, 소비자 기대, 식품 관련 이슈에 대한 인식 및 걱정수준, 식품에 관한 소비자 가치·중요도 등을 포함함. 이 외에도 푸드스탬프(Food Stamp)에 참여하는지 여부, 과거에 식품 관련 질병을 경험한 적이 있는지 여부, 농가에서 자란 경험이 있는지 여부를 조사하고, 기본적인 인구사회학적 특성도 조사에 포함됨.

❍ 이러한 정기조사와 더불어서 새롭게 주목받고 있는 정책·소비·유통 이슈들에 관한 즉각적인 분석을 거의 실시간에 가깝게 수행하고 있음.

표 4-2 FooDS 연차별 조사내용 사례

연 차	조사내용 사례
1년차	• 식품첨가물 천연성에 관한 신뢰 • 천연성의 정의 • 식품표시요건에 대한 선호도 • GMO를 포함하는 식품표시에 대한 선호도 • 질파테롤(Zilpaterol) 인지도 • 식품시스템에서 신뢰가 무너진 시점 • SNAP 혹은 푸드스탬프에 대한 선호도 • 생산자에게 보조금 지급하는 미국 정부에 대한 선호도 • 농무부의 육류품질등급에 대한 지식 • Lean finely textured ground beef(LFTGB)에 대한 인지도 • Lean finely textured ground beef의 바람직성 • 축산 정보에 대한 신뢰도 • 호로몬 투여된 미국 소의 비중 • 새해 식품 관련 목표 • 축산 관련 지식수준 • 간(ground) 쇠고기, 돼지갈비, • 닭가슴살 가격 추정 • 가격 추정치에 대한 소비자 신뢰도 • 방문한 식료품 매장 수 • 고객카드 사용 • 식약처 제공 영양정보에 대한 선호도 • 호르몬첨가에 대한 걱정
2년차	• Ag-Gag 법안 • 슈퍼마켓에서 육류 구입 시 가격 추정 및 소비자 신뢰 • 살균/비살균된 우유 소비 • 식품정책이슈에 대한 결정 • 베이컨 포장지 라벨링 • '육류 없는 월요일' 참가 • 식품표시에 대한 소비자 지식수준 • 미국 돼지농가에 대한 Country of origin labeling(COOL) 법안 • COOL에 대한 소비자 지불의향금액 • 다양한 정부정책에 대한 반대 혹은 지지 • 유전자에 관한 소비자 신념 및 DNA 표시에 대한 지지 • 파머스마켓이나 슈퍼마켓에서 식중독 • 식생활지침에 대한 소비자 신뢰 • Bisphenol A(BPA)에 관한 소비자 신뢰 • 맥도날드와 치폴레 간 소비자 신뢰
3년차	• 조류독감에 관한 소비자 걱정 • 유전공학 응용 식품 표시 • 소비자 생활만족도 • The State of Food and Agriculture에 대한 소비자 신뢰 • 식물육종기술에 의해 영향을 받는 유전자의 수에 관한 소비자 지식 • 다양한 동물의 고기 부위에 관한 소비자 지식 • 동물성 식품의 항생제 정책 • 유전공학 응용 식품, 농작물, 가축에 대한 찬성 혹은 반대 • 농부, 생산자, 농업에 관한 소비자 만족 • 가축을 가둬서 키우는 것에 대한 표준 • 생활 상태에 대한 소비자 선호도

(계속)

연 차	조사내용 사례
3년차	• 생활 상태에 대한 소비자 선호도 • 발암물질에 대한 소비자 지식 • 가축 복지의 지표 • 맛과 건강, 안전에 대한 소비자 인식 • 대선후보 지지 • 소비자가 식품 관련 활동을 하는데 보내는 시간 • 신선, 냉동, 통조림 과일과 채소에 대한 소비자 인식
4년차	• 성장촉진 호르몬이 미투여된 육류의 추가 지불의향 금액(WTP premium) • 가축에 대한 성장 촉진 호르몬 투여 우려 • 농산물 직판장에서 구매한 식품 • 먹지 않고 버려지는 식품 • 식품 포장의 유통기한 표시 • GMO 의무 표시 찬성 • 식품 건강 및 안전에 대한 자료 입수 출처

자료: FooDS 홈페이지〈http://www.agecon.okstate.edu/agecon_research.asp〉

3. 농식품 소비 심층분석

3.1. 연구 필요성 및 목적

❍ 농식품 소비 관련 심층분석을 통해 농식품 소비에 대한 구체적인 이슈에 대한 시사점을 제시하고, 조사결과의 정확성과 객관성을 입증할 수 있으며, 활용도를 제고할 수 있음.

3.2. 연구 범위

■ 농식품 소비 동향분석 자료 활용 및 분석

❍ (주)닐슨코리아 POS(point-of-sales) 데이터

❍ (주)닐슨코리아 소비자패널조사(Consumer Panel Survey, CPS) 데이터

❍ NEIS 및 eaT 데이터

■ 농식품 소비 조사연구 자료 활용 및 분석

○ 식품소비행태조사, 가공식품소비자태도조사, 국민건강영양조사, 가계동향조사, 식품수급표, 식품산업원료소비실태조사, 외식업 식재료 구매현황 조사, 식품산업통계정보 가공식품 POS 데이터, 이슈조사, 의향조사(농산물 사용 의향), 김장/김치 지수, 대형 식자재 인터뷰 조사, 친환경 관련 조사, 식품안전성(식약처) 지수, 온라인 판매량 조사, 편의점 판매동향 조사 등

3.3. 연구 방법 및 내용

■ 소비자 특성별 구입행태 분석(안)

○ '소비자 패널조사' 응답자들을 라이프스타일 요인(건강·영향·합리성, 맛·다양성, 간편성 등)으로 집단을 구성하여 집단에 따른 농식품 구입 유형 분석

○ 농식품 구입주기, 농식품 구입 시 고려기준, 주 구입처, 농식품 주 구입품목 등에 대한 사회경제적 영향력, 라이프스타일 영향력 상호 비교 분석

○ 최근 증가하고 있는 1인 가구, 고령자 등의 소비자 특성별 농식품 구입행태를 분석하고 온라인 구매 쇼핑몰에서 농식품을 구입하는 소비자들의 농식품 구입 행태를 분석

○ 식품 소비트렌드 및 품목별 구입 의향을 분석

■ 소비자 패널조사 분석 및 식품소비행태조사와 연계(안)

○ 소비자 진술선호 자료에 해당되는 가구조사 원시자료와 현시선호 자료에 해당되는 4주간 지출액 원시자료를 활용하여 주요 농식품 지출의 영향요인 분석

○ KREI의 '식품소비행태조사'와 닐슨코리아의 '소비자 패널조사' 가구조사 연계 분석

■ **농식품 소비 관련 외부 전문가와 협업 추진**

3.4. 활용방안 및 기대효과

❍ 농식품에 대한 소비자 인식, 구입 행태 등을 조사하여 식품제조업체 마케팅 전략 수립 및 정책 수립 시 기초자료를 제공

❍ 소비자의 농식품소비행태를 다각도에서 심층 분석하여 관련 업계 및 정책당국에 풍부한 자료 제공 및 시사점 제공

5 성과 확산 및 중장기 계획

1. 분석결과 제공 및 활용

1.1. 포럼 운영 및 의견 수렴

■ 포럼 명칭 : 농식품 소비정보분석 포럼(가칭)

■ 운영목적

❍ 소비정보 현안 이슈에 대한 발굴 및 전문가 의견 수렴

❍ 농식품 소비정보 동향분석 및 심층분석 결과에 대한 발표 및 토론

❍ 정보 수요자들에 대한 농식품 소비정보 분석사업의 홍보 및 활용도 제고

■ 세부 추진계획(안)

❍ 개최 횟수(안)

- 2020년도 개최 횟수: 7월~12월 중 총 6회

❍ 포럼운영 주제(안)

- 농식품 소비통계 분석 결과 1(2020년 7월)
- 1,2분기 POS 데이터 분석 (2020년 8월)
- 1학기 eaT 데이터 분석 (2020년 9월)
- 소비자 패널조사 데이터 결과 분석 (2019년 10월)
- 농식품 소비통계 분석 결과 2(2020년 11월)
- 제조업체/외식업체 조사 체계 구축 연구 결과(2020년 12월)

■ 포럼 위원(안)

❍ 농식품 소비정보분석 포럼은 품목별 POS 및 eaT 데이터를 통한 외식소비 조사와 소비자 패널조사를 통한 가계소비 분과, 식품제조업체의 원료소비실태조사를 통한 식품산업에서의 소비 분과로 구분하여 분과별로 산업계, 학계 및 연구계, 정책담당, 관련기관 등의 전문가 10명 이내로(총 30여명) 구성하여 운영할 것을 제안함.

표 5-1 농식품 소비정보 포럼위원 구성 계획 (안)

분야	산업계 및 관련기관	학계 및 연구계	정책담당	계
식품산업	5	4	1	10
외식소비	5	4	1	10
가계소비	5	4	1	10
계	15	12	3	30

* 포럼 분과 및 분과별 포럼위원은 향후 의견을 수렴하여 변경될 수 있음

1.2. 온라인 홈페이지 구축 및 제공

□ 홈페이지 게시를 통한 홍보

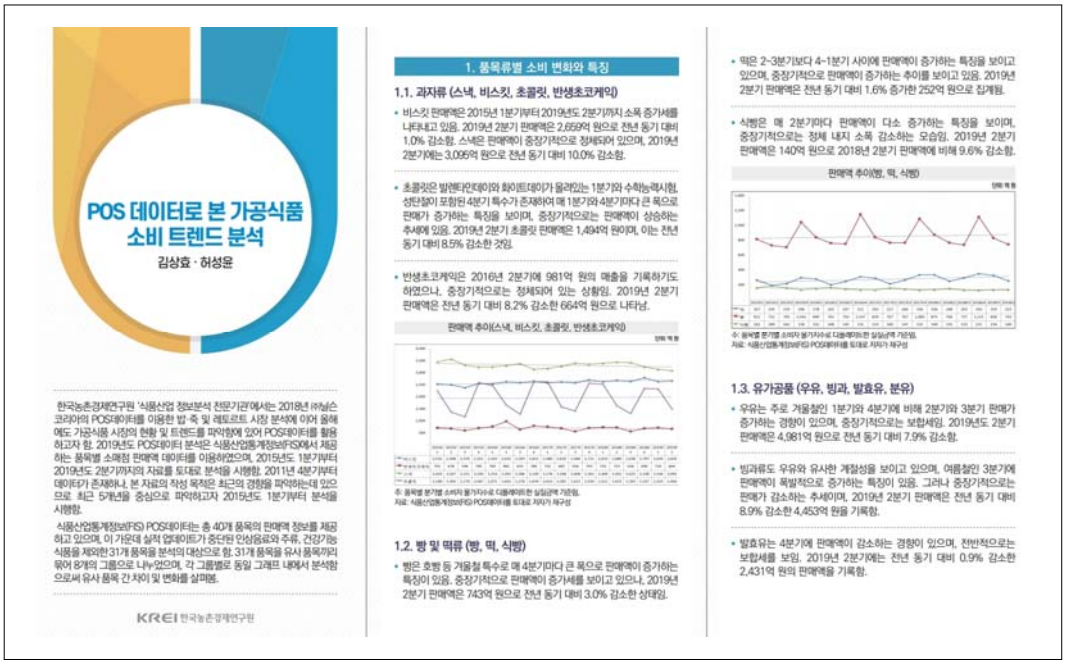
❍ 원자료 관리 및 제공 요청 대응 (요청 시 최소한의 심사 과정을 거쳐 제공)

❍ 전문기관 성과물 (웹진, 보도자료, 농식품 소비정보 분석 결과보고회 자료 등) 게시 및 공유를 통한 확산

❍ 농식품 소비정보 분석사업에 대한 소개 및 홍보

1.3. 웹진 작성 및 배포

그림 5-1 웹진 예시



자료: KREI식품산업정보분석 홈페이지, 식품외식정보 웹진, 〈http://www.krei.re.kr/foodInfo/index.do〉

1.4. 결과보고회 및 대외 홍보

■ 동년 11월 혹은 익년 1월경 결과보고회 개최

❍ 농식품 소비정보 분석사업의 신뢰도 제고와 홍보를 목적

❍ 매년 농식품 소비정보 분석사업 자료를 활용하여 분석 가능한 주제와 발표자 선정

❍ 결과보고회 자료를 홈페이지에 게시

■ 보도자료 작성 및 배포

○ 매월 보도자료 배포

그림 5-2 보도자료 예시

농림축산식품부 **보도자료** 보다나은 국민참여

2019년 2월 7일 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

농식품부 식품산업정책과 박성우 과장(044-201-2111), 박나경 사무관(2116) / 제공일 : 2월 6일(총 5매)
한국농촌경제연구원(식품산업 정보분석 전문기관) 김상효 부연구위원(061-820-2218), 허성윤 전문연구원(061-820-2379)

40대 가구주, 5인 이상 가구에서 밥·죽 가정간편식 구매 증가율 가장 높아
-POS 기준 밥·죽 가정간편식 분석결과-

〈 주 요 내 용 〉

◆ **판매시점 관리시스템(POS ; Point of sale)' 자료를 이용하여 우리나라 즉석밥·즉석죽** (이하 '밥·죽 간편식') **소매시장 분석**

- 밥·죽 간편식을 중심으로 2016년부터 2018년 11월까지의 4,200개 소매점 매출실적 자료 분석

○ '18년 11월 밥·죽 간편식 소매시장 판매액(POS 데이터 기준)은 '17년 대비 8.5% 증가하였으며, '19년에는 '18년 대비 13.9%까지 성장할 것으로 전망

- 품목별 판매액 점유율은 흰밥(47%), 볶음밥(16.1), 덮밥(8.6) 순

○ 단위(kg)당 가격은 변동이 거의 없으나 제품 수요 증가 및 제품의 다양화로 인하여 시장이 성장한 것으로 추측

○ 소비자패널 3,000가구를 대상으로 분석한 결과, 밥·죽 간편식을 가구당 가장 많이 구매하는 가구는 △가구주 연령 '40대', △가구원 수 5인 이상인 가구로 나타남

- 가구주 연령 40대 가구와 5인이상 가구는 구매액 증가율도 높아 향후에도 시장 성장을 주도하는 주요 소비층이 될 것으로 예측

농림축산식품부 **보도자료** 정부혁신 보다나은 정부

2019년 7월 3일 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

농식품부 식품산업정책과 과장 박성우 (044-201-2111), 사무관 박나경 (2116) / 제공일 : 7월 2일 (총 6매)
한국농촌경제연구원(식품산업정보분석전문기관) 연구위원 황윤재 (061-820-2247)

"소셜 빅데이터에 나타난 식품산업 주요 관심사는?"
- 농식품부, 상반기 소셜빅데이터 분석 식품산업관련 주요 이슈 분석·발표 -

〈 주 요 내 용 〉

◆ **2019년 상반기(1~5월)** 주요 포탈 뉴스에서 많이 언급된 식품산업 관련 주요 주제어(키워드)는 **건강기능식품, 가정간편식, 푸드테크** 총 3개임

○ **(빈도 분석) 언급빈도는 기능성식품**이 가장 높았으며(월평균 2803회), 가정간편식(2518회), 푸드테크(1356회) 순임

○ **(연관어 분석) '기능성식품', '가정간편식'**은 소비자 관심과 제품 이용 목적에 대한 언급이 많았으며, **'푸드테크'**는 새로운 기술 및 정부 정책지원을 주로 언급

○ **(감성어 분석) 3**개 키워드 모두 **긍정적인 감성어 발현 비중**이 부정적인 감성어 발현 비중에 비해 **높게 나타남**

- 단, **푸드테크**의 경우 **중립어 비중**이 가장 높게 나타났으며, 이는 新산업에 대한 정보가 부족하기 때문인 것으로 판단됨

자료: 농림축산식품부, 식품산업정책관, 보도자료

2. 농식품 소비정보 분석사업 법적 근거 마련

○ 농식품 소비정보 분석사업과 관련된 법률 조항은 『농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률』과 『농업·농촌 및 식품산업 기본법』에 포함되어 있음.[9)]

○ 『농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률』(이하 농안법) 제2장 제5조(농림업관측)는 현행 농업관측의 근거 조항이며, 시행규칙 제7조를 근거로 한국농촌경제연구원이 농업관

9) 국가법령정보센터〈www.law.go.kr〉

측 전담기관으로 지정되어 있음.

- 해당법령에서 규정하고 있는 '수급안정'은 수요 측면을 포함하고 있으며, '소비동향'에 대한 조사 및 정보분석을 명시하고 있음. 농산물의 수급안정은 수요와 공급에 대한 정확한 정보가 시장참여자들에게 제공되고 있을 때 달성 가능하므로 생산/공급량에 대한 관측 뿐 아니라 소비/수요량에 대한 관측도 필수적임.
- 『농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률』만으로도 농식품 소비정보 분석사업 신규사업 추진에 대한 법적 근거는 충분한 것으로 판단되며, 이는 법률 전문가 자문회의를 통해서도 확인함.

표 5-2 농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률 관련조항

제2장 농수산물의 생산조정 및 출하조절
제5조(농림업관측) ① 농림축산식품부장관은 농산물의 수급안정을 위하여 가격의 등락 폭이 큰 주요 농산물에 대하여 매년 기상정보, 생산면적, 작황, 재고물량, 소비동향, 해외시장 정보 등을 조사하여 이를 분석하는 농림업관측을 실시하고 그 결과를 공표하여야 한다. 〈개정 2013.3.23., 2013.12.30., 2015.3.27.〉
시행규칙 제7조(농림업관측 전담기관의 지정) ① 법 제5조제4항에 따른 농업관측 전담기관은 한국농촌경제연구원으로 한다. 〈개정 2016.4.6.〉

자료: 국가법령정보센터〈www.law.go.kr〉

❍ 농안법에 '수급안정', '소비동향' 등의 내용이 포함되어 있는 바, 농식품 소비정보 분석사업의 수행이 농안법에 의해 충분히 지지받음을 확인함. 다만, 농안법이 농산물에 한정되어 있기 때문에, 가공식품 등을 포함한 '농식품'으로 소비정보 분석사업을 확대할 경우에는 제약이 따를 수 있음.

❍ 『농업·농촌 및 식품산업 기본법』(이하 기본법)에서도 관측과 관련한 조항을 찾아볼 수 있음. 해당 법에 따르면, 국가와 지방자치단체는 수급 및 가격안정을 위해 농업과 식품산업의 관측에 관한 정책을 시행할 수 있는 것으로 규정되어 있음.

- 기본법에도 '농업·식품산업의 관측'이 포함되어 있어 근거 법률로 검토할 수 있음. 기본법에는 '식품'에 관한 내용이 언급되어 있어 대상 품목의 범주가 넓으나, '소비'관측 혹은 '소비'동향에 대한 언급은 포함되지 않음.

표 5-3 농업·농촌 및 식품산업 기본법 관련조항

제3장 농업·농촌 및 식품산업 정책의 수립·시행
제5절 농업생산구조의 고도화
제42조(농산물과 식품의 수급 및 가격의 안정) ① 국가와 지방자치단체는 농산물과 식품의 원활한 수급 및 가격의 안정을 위하여 농업·식품산업의 관측, 생산 조정, 수매 비축 및 생산자단체의 자조금(自助金)의 조성 지원 등에 필요한 정책을 세우고 시행할 수 있다. 〈개정 2015.6.22.〉 ② 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 정책을 효율적으로 시행하기 위하여 농업경영체, 생산자단체, 농산물 유통업 및 식품산업을 업(業)으로 하는 자 등에게 필요한 지원을 할 수 있다. 〈개정 2015.6.22.〉[제목개정 2015.6.22.]

자료: 국가법령정보센터〈www.law.go.kr〉