

발간등록번호

11-1543000-000676-10

# 2021 가공식품 소비자태도조사 기초분석 보고서

식품산업 정보분석 전문기관  
한국농촌경제연구원



농림축산식품부

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

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

무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.



# 제 출 문

## 농림축산식품부 장관 귀하

이 보고서를 「2021 가공식품 소비자태도조사 기초분석 보고서」의 최종 보고서로 제출합니다.

2021년 12월

연구 기관: 한국농촌경제연구원  
연구책임자: 이 계 임 (책임연구원)  
연구참여자: 박 미 성 ( 연구 원 )  
문 동 현 ( 연구 원 )  
허 성 윤 (연구보조원)  
강 소 라 (연구보조원)



**제1장 서론**

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

**제2장 조사 설계**

1. 표본설계 .....	11
2. 조사 결과 .....	24
3. 가중치 산출 및 추정 .....	28
4. 모수추정 .....	35
5. 분산추정 .....	39

**제3장 조사 내용과 방법**

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

**제4장 가구 내 식품 주 구입자 대상 조사 결과**

1. 가공식품 구매 및 소비 행태 .....	55
2. 가공식품 품목별 구입현황 .....	100
3. 간편식 구입현황 .....	104
4. 건강기능식품 구입현황 .....	143
5. 유기가공식품 구입현황 .....	186
6. 식품 소비 라이프스타일 및 인식 .....	206

## 제5장 일반소비자 대상 조사 결과

1. 가공식품 온라인 구매 행태 .....	229
2. 신성장 식품 구입 행태 .....	258
3. 가공식품의 안전성 .....	371
4. 가공식품 표시/정보 .....	384
5. 소상공인 생계형 적합업종제도 .....	393
6. 기업의 사회적 책임 .....	397
7. 포장재/탄소중립 .....	411
8. 식품 소비 라이프스타일 및 인식 .....	431
9. 응답자 및 가구 특성 .....	458

## 부록 A

가계부조사 및 주구입자조사 소프트웨어 .....	497
----------------------------	-----

## 부록 B

설문조사표 .....	501
-------------	-----

제1장 서론

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

제2장 조사 설계

〈표 2-1〉 권역별 동·읍면 지역별 가구 분포 ..... 14  
 〈표 2-2〉 권역별 동·읍면 지역별 가구비율 분포 ..... 14  
 〈표 2-3〉 표본층별 표본조사구 할당 ..... 16  
 〈표 2-4〉 표본층별 표본가구 할당 ..... 17  
 〈표 2-5〉 주요 항목에 대한 기존안과 신규안 하의 정도수준 비교 ..... 19  
 〈표 2-6〉 표본분할에 따른 추정영역 축소 제시안 ..... 20  
 〈표 2-7〉 표본층별 표본조사구 상세분포 ..... 21  
 〈표 2-8〉 설문분할에 따른 표본분할 ..... 23  
 〈표 2-9〉 조사구 종류별 응답분류 분포 ..... 25  
 〈표 2-10〉 조사구 종류별 응답가구 분포 ..... 25  
 〈표 2-11〉 권역별 응답구분 분포 ..... 26  
 〈표 2-12〉 응답구분별 방문횟수 분포 ..... 27  
 〈표 2-13〉 표본층별 응답가구 분포 ..... 27  
 〈표 2-14〉 작년 대비 주소지 및 응답인 동일 여부에 대한 응답수 분포 ..... 28  
 〈표 2-15〉 권역별 조사구 최종가중치 분포 ..... 31  
 〈표 2-16〉 가중치 종류별 분포 ..... 34  
 〈표 2-17〉 설문문항 A 표본의 권역별 가구 최종가중치 분포 ..... 34

〈표 2-18〉 설문문항 B 표본의 권역별 가구 최종가중치 분포 .....	35
〈표 2-19〉 전체표본의 권역별 가구 최종가중치 분포 .....	35

### 제3장 조사 내용과 방법

〈표 3-1〉 지역별 면접원 교육 일시 및 장소 .....	46
〈표 3-2〉 면접원 교육 진행방식 및 내용 .....	46
〈표 3-3〉 주 구입자 대상 가구 특성 .....	51
〈표 3-4〉 가계부 조사 가구 특성 .....	52
〈표 3-5〉 일반소비자 대상 가구 특성 .....	53

### 제4장 가구 내 식품 주 구입자 대상 조사 결과

〈표 4-1〉 평소 가공식품 구입 주기 .....	56
〈표 4-2〉 가공식품 구입 시 고려기준 .....	58
〈표 4-3〉 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균) .....	60
〈표 4-4〉 가공식품 주 구입처 구입이유(1+2 가중평균) .....	63
〈표 4-5〉 지출액 기준 구입 많은 품목군 .....	65
〈표 4-6〉 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도 .....	67
〈표 4-7〉 최근 1년 식품 지출 변화 .....	69
〈표 4-8〉 최근 1년 가공식품 지출 변화원인 .....	71
〈표 4-9〉 향후 1년간 가공식품 지출 변화 .....	73
〈표 4-10〉 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부 .....	75
〈표 4-11〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유 .....	77
〈표 4-12〉 온라인 가공식품 구입 주기 .....	79
〈표 4-13〉 온라인 가공식품 주 구매처(1+2 가중평균) .....	81
〈표 4-14〉 온라인 지출액 기준 구입 많은 품목군(1+2+3 가중평균) .....	83
〈표 4-15〉 온라인 가공식품 구입 이유(1+2 가중평균) .....	85

〈표 4-16〉 가공식품 온라인 주 이용방법 .....	87
〈표 4-17〉 온라인 구입 가공식품 가격 만족도 .....	89
〈표 4-18〉 온라인 구입 가공식품 품질 만족도 .....	91
〈표 4-19〉 온라인 구입 가공식품 배송 만족도 .....	93
〈표 4-20〉 온라인 구입 가공식품 교환반품 만족도 .....	95
〈표 4-21〉 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화 .....	97
〈표 4-22〉 향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화 .....	99
〈표 4-23〉 가공식품 최근 1년 품목별 구입 경험률 .....	101
〈표 4-24〉 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항 .....	103
〈표 4-25〉 간편식 최근 1년 구입경험 .....	105
〈표 4-26〉 간편식 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균) .....	107
〈표 4-27〉 간편식 주 구입 이유(1+2 가중평균) .....	109
〈표 4-28〉 즉석 조리 식품_구입 주기 .....	111
〈표 4-29〉 즉석 섭취 식품_구입 주기 .....	112
〈표 4-30〉 신선 편의 식품_구입 주기 .....	113
〈표 4-31〉 간편 조리 세트_구입 주기 .....	114
〈표 4-32〉 간편식 구입 지출액(월평균) .....	116
〈표 4-33〉 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품 .....	119
〈표 4-34〉 간편식 주 구입처 - 즉석섭취식품 .....	121
〈표 4-35〉 간편식 주 구입처 - 신선편의식품 .....	123
〈표 4-36〉 간편식 주 구입처 - 간편조리제품 .....	125
〈표 4-37〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품 .....	128
〈표 4-38〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품 .....	130
〈표 4-39〉 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품 .....	132
〈표 4-40〉 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트 .....	134
〈표 4-41〉 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목(1+2+3 가중평균) .....	136

〈표 4-42〉 간편식 요소별 만족도 .....	138
〈표 4-43〉 간편식을 구입하지 않는 이유 .....	140
〈표 4-44〉 향후 1년 간편식 구입 변화 예상 .....	142
〈표 4-45〉 건강기능식품 인지 여부 및 차이점 인지 여부 .....	144
〈표 4-46〉 건강기능식품 구입경험 .....	146
〈표 4-47〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균) .....	148
〈표 4-48〉 건강기능식품 구입 금액(연평균) .....	150
〈표 4-49〉 건강기능식품 구입 금액(월평균) .....	152
〈표 4-50〉 건강기능식품 용도별 구입 비중 .....	154
〈표 4-51〉 많이 구입하는 건강기능식품(1+2 가중평균) .....	156
〈표 4-52〉 건강기능식품 주 구입 장소(1+2 가중평균) .....	158
〈표 4-53〉 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유(1+2 가중평균) .....	160
〈표 4-54〉 건강기능식품 필요 정보 획득처 .....	162
〈표 4-55〉 국내 생산건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항 .....	164
〈표 4-56〉 가구내 건강기능식품 복용 여부 .....	166
〈표 4-57〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 갯수 .....	168
〈표 4-58〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류 .....	169
〈표 4-59〉 건강기능식품 복용 이유 .....	171
〈표 4-60〉 건강기능식품 복용하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	173
〈표 4-61〉 건강기능식품 요소별 만족도 .....	175
〈표 4-62〉 향후 1년 건강기능식품 구입 의향 .....	177
〈표 4-63〉 건강기능식품 비인증 식품 섭취 여부 .....	179
〈표 4-64〉 섭취 중인 비인증 건강기능식품 .....	181
〈표 4-65〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도 .....	183
〈표 4-66〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입의향 .....	185
〈표 4-67〉 유기가공식품 인지도 .....	187



〈표 4-68〉 유기가공식품 구입 경험 .....	189
〈표 4-69〉 유기가공식품 인증품질 신뢰도 .....	191
〈표 4-70〉 유기가공식품의 최근 1년 구입 경험 .....	193
〈표 4-71〉 유기가공식품 구입 이유(1+2 가중평균) .....	195
〈표 4-72〉 유기가공식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균) .....	197
〈표 4-73〉 유기가공식품 주 구입처(1+2 가중평균) .....	199
〈표 4-74〉 유기가공식품 주 구입처 이용 이유(1+2 가중평균) .....	201
〈표 4-75〉 유기가공식품 요소별 만족도 .....	203
〈표 4-76〉 향후 1년 유기가공식품 구입변화 .....	205
〈표 4-77〉 평소 식품 소비 라이프스타일 .....	207
〈표 4-78〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도 .....	210
〈표 4-79〉 가공식품 가격 수준에 대한 인식 .....	213
〈표 4-80〉 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처(1+2 가중평균) .....	215
〈표 4-81〉 가격 변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균) .....	217
〈표 4-82〉 맛에 대한 기호도 .....	220
〈표 4-83〉 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) .....	222
〈표 4-84〉 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) .....	225
〈표 4-85〉 품목별 선호 특성 .....	227

## 제5장 일반소비자 대상 조사결과

〈표 5-1〉 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험 .....	230
〈표 5-2〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	232
〈표 5-3〉 온라인으로 구입하는 특정 상품 .....	235
〈표 5-4〉 온라인 가공 식품 구입 주기 .....	237
〈표 5-5〉 온라인으로 식품을 구매하는 장소(1+2 가중평균) .....	239
〈표 5-6〉 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유 .....	241

〈표 5-7〉 온라인 가공식품 주문 방법 .....	243
〈표 5-8〉 온라인 구입 가공식품의 만족도 .....	245
〈표 5-9〉 최근 1년간 온라인 가공식품 구입 변화 .....	247
〈표 5-10〉 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중 .....	249
〈표 5-11〉 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 구입 변화 예상 .....	251
〈표 5-12〉 가공식품 정기 배송 여부 .....	253
〈표 5-13〉 정기적으로 배송 받는 가공식품 .....	255
〈표 5-14〉 정기 배송 신청/주문처 .....	257
〈표 5-15〉 신성장 식품 구입 경험 .....	259
〈표 5-16〉 신성장 식품 구입 의향 .....	259
〈표 5-17〉 최근 1년간 간편식(HMR) 품목별 구입 경험률 .....	261
〈표 5-18〉 간편식(HMR) 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	264
〈표 5-19〉 간편식(HMR) 구입 이유(1+2 가중평균) .....	266
〈표 5-20〉 간편식 요소별 중요도 .....	268
〈표 5-21〉 간편식 요소별 만족도 .....	270
〈표 5-22〉 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중 .....	272
〈표 5-23〉 간편식에 대한 인식 .....	274
〈표 5-24〉 간편식(HMR) 주 구입처(1+2 가중평균) .....	276
〈표 5-25〉 동거가족 중 환자 여부 .....	278
〈표 5-26〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 여부 .....	280
〈표 5-27〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리를 하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	282
〈표 5-28〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 방법 .....	284
〈표 5-29〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 환자용 식단형 식사관리식품 .....	286
〈표 5-30〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 맞춤형 영양조제식품 .....	288

〈표 5-31〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 표준형 영양조제식품 .....	290
〈표 5-32〉 식단형 식사관리식품 구입 의향이 없는 이유 .....	292
〈표 5-33〉 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품 요소별 중요도 .....	294
〈표 5-34〉 동거 가족 중 만 65세 이상 가구원 유무 .....	296
〈표 5-35〉 만 65세 이상 연령별 가구원 수 .....	298
〈표 5-36〉 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도 .....	300
〈표 5-37〉 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법 .....	302
〈표 5-38〉 가정 내 환자(고령자)를 위해 별도의 식단관리를 하지 않는 이유 (1+2 가중평균) .....	304
〈표 5-39〉 고령자용 식품 요소별 중요도 .....	306
〈표 5-40〉 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 .....	307
〈표 5-41〉 고령친화식품 개발 및 제품 품질 관리를 위한 별도의 인증 필요성 .....	309
〈표 5-42〉 건강기능식품 인지도 .....	311
〈표 5-43〉 최근 1년간 건강기능식품 구입 경험 .....	313
〈표 5-44〉 건강기능식품 품목별 구입 경험률 .....	315
〈표 5-45〉 건강기능식품을 먹는 주된 이유 .....	317
〈표 5-46〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	319
〈표 5-47〉 건강기능식품 요소별 중요도 .....	322
〈표 5-48〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도 .....	324
〈표 5-49〉 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향 .....	326
〈표 5-50〉 대체식품 인지도 - 식물성고기제품 .....	328
〈표 5-51〉 대체식품 인지도 - 식물성계란제품 .....	329
〈표 5-52〉 대체식품 인지도 - 곤충 식품 .....	330
〈표 5-53〉 대체식품 인지도 - 배양육 .....	331
〈표 5-54〉 대체식품 섭취 이유 .....	333

〈표 5-55〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	335
〈표 5-56〉 대체식품별 만족도 - 식물성고기제품 .....	338
〈표 5-57〉 대체식품별 만족도 - 식물성계란제품 .....	339
〈표 5-58〉 대체식품별 만족도 - 곤충식품 .....	340
〈표 5-59〉 대체식품 요소별 중요도 .....	342
〈표 5-60〉 유기가공식품 인지 여부 .....	344
〈표 5-61〉 최근 1년 많이 구입하는 유기가공식품 품목군(1+2+3 가중평균) .....	346
〈표 5-62〉 유기가공식품을 구입하는 이유(1+2 가중평균) .....	349
〈표 5-63〉 유기가공식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	351
〈표 5-64〉 유기가공식품 요소별 중요도 .....	354
〈표 5-65〉 유기가공식품 요소별 만족도 .....	355
〈표 5-66〉 유기가공식품 전반적 만족도 .....	356
〈표 5-67〉 가구 내 반려동물 유무 .....	358
〈표 5-68〉 반려동물 급여 방법 .....	360
〈표 5-69〉 펫푸드(전용 사료) 주 구입 종류 .....	362
〈표 5-70〉 펫푸드(사료/간식) 주 구입처 .....	364
〈표 5-71〉 펫푸드(사료/간식) 원산지 .....	366
〈표 5-72〉 수입산 펫푸드 주 이용 이유 .....	368
〈표 5-73〉 펫푸드 구입 시 요소별 중요도 .....	370
〈표 5-74〉 가공식품 안전성 문제 관심도 .....	372
〈표 5-75〉 식품 안전성 정도 체감 정도 .....	374
〈표 5-76〉 가공식품 종류별 안전성 평가 .....	376
〈표 5-77〉 가공식품 안전관리를 위한 각 주체별 중요도 .....	379
〈표 5-78〉 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향 .....	381
〈표 5-79〉 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동 .....	383
〈표 5-80〉 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부 .....	385

〈표 5-81〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용 .....	388
〈표 5-82〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도 .....	390
〈표 5-83〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬성 의향 .....	392
〈표 5-84〉 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도 .....	394
〈표 5-85〉 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요도 .....	396
〈표 5-86〉 ESG 경영 인지도 .....	398
〈표 5-87〉 ESG 경영 활동의 필요도 .....	400
〈표 5-88〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화 .....	402
〈표 5-89〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향 .....	404
〈표 5-90〉 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화 .....	406
〈표 5-91〉 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부 .....	408
〈표 5-92〉 갑질 이슈 발생한 식품제조업체의 구입 축소 의향 .....	410
〈표 5-93〉 포장재 구매 만족도 .....	412
〈표 5-94〉 포장재 관련 불만 .....	414
〈표 5-95〉 이중포장금지 인지도 .....	416
〈표 5-96〉 이중포장금지 필요도 .....	418
〈표 5-97〉 친환경 포장재 사용 필요도 .....	420
〈표 5-98〉 친환경 포장재 구매 증대 의향 .....	422
〈표 5-99〉 탄소 중립 용어 인지도 .....	424
〈표 5-100〉 탄소 중립 필요도 .....	426
〈표 5-101〉 탄소 중립 활동 필요도 .....	428
〈표 5-102〉 탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향 .....	430
〈표 5-103〉 라이프 스타일 .....	432
〈표 5-104〉 가공식품 가격에 대한 인식 .....	435
〈표 5-105〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 농축산물 .....	437
〈표 5-106〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 가공식품 .....	438

〈표 5-107〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 가정간편식 .....	439
〈표 5-108〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 외식 .....	440
〈표 5-109〉 최근 1년 가공식품과 신선농산물 대비 가격 비교 .....	442
〈표 5-110〉 최근 1년 가공식품과 외식 대비 가격 비교 .....	444
〈표 5-111〉 하반기 물가 상승 우려 종류(1+2+3+4 가중평균) .....	446
〈표 5-112〉 하반기 가격 상승 우려 가공품 품목군(1+2 가중평균) .....	448
〈표 5-113〉 맛에 대한 기호도 .....	450
〈표 5-114〉 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향 .....	452
〈표 5-115〉 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유 .....	454
〈표 5-116〉 식품 이슈별 자가 평가 .....	456
〈표 5-117〉 건강 관심도 .....	459
〈표 5-118〉 보유 증상/병증 - 본인 .....	461
〈표 5-119〉 보유 증상/병증 - 가족 .....	464
〈표 5-120〉 체중 조절 관심도 .....	467
〈표 5-121〉 체중 조절을 위해 먹는 특정 식품 .....	469
〈표 5-122〉 체중 조절을 위한 식사량 조절 경험 여부 .....	472
〈표 5-123〉 규칙적 운동 여부 .....	474
〈표 5-124〉 혼밥 빈도 .....	476
〈표 5-125〉 SNS 사용 빈도 .....	478
〈표 5-126〉 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도 .....	480
〈표 5-127〉 해외 여행정보 관련 미디어 시청 빈도 .....	482
〈표 5-128〉 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부 .....	484
〈표 5-129〉 채식주의 관련 식생활 태도 .....	486
〈표 5-130〉 코로나19에 대한 불안감 .....	488
〈표 5-131〉 코로나19 확산으로 인한 식생활/식품 소비 불안도 .....	490
〈표 5-132〉 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리 중요도 .....	492

〈표 5-133〉 코로나19 전 대비 현재 식품 소비 지출액 변화 .....	494
〈표 5-134〉 코로나19 1차 유행 이후 대비 현재 식품 소비 지출액 변화 .....	496

## 부록

〈부표 A-1〉 권역·가구주 연령·1인 가구 여부별 가계부조사 표본가구 소프트할당 .....	498
〈부표 A-2〉 가구주 연령대 및 소득구간별 가계부조사 표본가구 소프트할당 .....	498
〈부표 A-3〉 1인 가구의 소득구간별 가계부조사 표본가구 소프트할당 .....	498
〈부표 A-4〉 가구소득구간별 주구입자 표본가구 소프트할당 .....	500
〈부표 A-5〉 가구원수별 주구입자 표본가구 소프트할당 .....	500
〈부표 A-6〉 가구주 연령대별 주구입자 표본가구 소프트할당 .....	500

**제2장 조사 설계**

〈그림 2-1〉 가공식품 소비자태도조사 표본구성 ..... 12

**제3장 조사 내용과 방법**

〈그림 3-1〉 주 구입자 대상 자료 검증 단계 ..... 49  
 〈그림 3-2〉 일반소비자 대상 자료 검증 단계 ..... 49

**제4장 가구 내 식품 주 구입자 대상 조사 결과**

〈그림 4-1〉 평소 가공식품 구입 주기 ..... 56  
 〈그림 4-2〉 가공식품 구입 시 고려기준 ..... 58  
 〈그림 4-3〉 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균) ..... 60  
 〈그림 4-4〉 가공식품 주 구입처 구입이유(1+2 가중평균) ..... 62  
 〈그림 4-5〉 지출액 기준 구입 많은 품목군 ..... 64  
 〈그림 4-6〉 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도 ..... 66  
 〈그림 4-7〉 최근 1년 식품 지출 변화 ..... 68  
 〈그림 4-8〉 최근 1년 가공식품 지출 변화원인 ..... 70  
 〈그림 4-9〉 향후 1년간 가공식품 지출 변화 ..... 72  
 〈그림 4-10〉 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부 ..... 74  
 〈그림 4-11〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유 ..... 76  
 〈그림 4-12〉 온라인 가공식품 구입 주기 ..... 78  
 〈그림 4-13〉 온라인 가공식품 주 구매처(1+2 가중평균) ..... 80  
 〈그림 4-14〉 온라인 지출액 기준 구입 많은 품목군(1+2+3 가중평균) ..... 82  
 〈그림 4-15〉 온라인 가공식품 구입 이유(1+2 가중평균) ..... 84  
 〈그림 4-16〉 가공식품 온라인 주 이용방법 ..... 86  
 〈그림 4-17〉 온라인 구입 가공식품 가격 만족도 ..... 88



〈그림 4-18〉 온라인 구입 가공식품 품질 만족도 .....	90
〈그림 4-19〉 온라인 구입 가공식품 배송 만족도 .....	92
〈그림 4-20〉 온라인 구입 가공식품 교환반품 만족도 .....	94
〈그림 4-21〉 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화 .....	96
〈그림 4-22〉 향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화 .....	98
〈그림 4-23〉 가공식품 최근 1년 품목별 구입 경험률 .....	100
〈그림 4-24〉 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항 .....	102
〈그림 4-25〉 간편식 최근 1년 구입경험 .....	104
〈그림 4-26〉 간편식 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균) .....	106
〈그림 4-27〉 간편식 주 구입 이유(1+2 가중평균) .....	108
〈그림 4-28〉 간편식 구입 주기 .....	110
〈그림 4-29〉 간편식 구입 지출액(월평균) .....	115
〈그림 4-30〉 간편식 주 구입처 .....	117
〈그림 4-31〉 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품 .....	118
〈그림 4-32〉 간편식 주 구입처 - 즉석섭취식품 .....	120
〈그림 4-33〉 간편식 주 구입처 - 신선편의식품 .....	122
〈그림 4-34〉 간편식 주 구입처 - 간편조리세트 .....	124
〈그림 4-35〉 간편식 주 구입 용도 .....	126
〈그림 4-36〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품 .....	127
〈그림 4-37〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품 .....	129
〈그림 4-38〉 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품 .....	131
〈그림 4-39〉 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트 .....	133
〈그림 4-40〉 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목(1+2+3 가중평균) .....	135
〈그림 4-40〉 간편식 요소별 만족도 .....	137
〈그림 4-41〉 간편식을 구입하지 않는 이유 .....	139
〈그림 4-42〉 향후 1년 간편식 구입 변화 예상 .....	141

〈그림 4-43〉 건강기능식품 인지 여부 및 차이점 인지 여부 .....	143
〈그림 4-44〉 건강기능식품 구입경험 .....	145
〈그림 4-45〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균) .....	147
〈그림 4-46〉 건강기능식품 구입 금액(연평균) .....	149
〈그림 4-46〉 건강기능식품 구입 금액(월평균) .....	151
〈그림 4-47〉 건강기능식품 용도별 구입 비중 .....	153
〈그림 4-48〉 많이 구입하는 건강기능식품(1+2+3 가중평균) .....	155
〈그림 4-49〉 건강기능식품 주 구입 장소(1+2 가중평균) .....	157
〈그림 4-50〉 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유(1+2 가중평균) .....	159
〈그림 4-51〉 건강기능식품 필요 정보 획득처 .....	161
〈그림 4-52〉 국내 생산건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항 .....	163
〈그림 4-53〉 가구내 건강기능식품 복용 여부 .....	165
〈그림 4-54〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 갯수 .....	167
〈그림 4-55〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류 .....	169
〈그림 4-56〉 건강기능식품 복용 이유 .....	170
〈그림 4-57〉 건강기능식품 복용하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	172
〈그림 4-58〉 건강기능식품 요소별 만족도 .....	174
〈그림 4-59〉 향후 1년 건강기능식품 구입 의향 .....	176
〈그림 4-60〉 건강기능식품 비인증 식품 섭취 여부 .....	178
〈그림 4-61〉 섭취 중인 비인증 건강기능식품 .....	180
〈그림 4-62〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도 .....	182
〈그림 4-63〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입의향 .....	184
〈그림 4-64〉 유기가공식품 인지도 .....	186
〈그림 4-65〉 유기가공식품 구입 경험 .....	188
〈그림 4-66〉 유기가공식품 인증품질 신뢰도 .....	190
〈그림 4-67〉 유기가공식품의 최근 1년 구입 경험 .....	192

〈그림 4-68〉 유기가공식품 구입 이유(1+2 가중평균) .....	194
〈그림 4-69〉 유기가공식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균) .....	196
〈그림 4-70〉 유기가공식품 주 구입처(1+2 가중평균) .....	198
〈그림 4-71〉 유기가공식품 주 구입처 이용 이유(1+2 가중평균) .....	200
〈그림 4-72〉 유기가공식품 요소별 만족도 .....	202
〈그림 4-73〉 향후 1년 유기가공식품 구입변화 .....	204
〈그림 4-74〉 평소 식품 소비 라이프스타일 .....	206
〈그림 4-75〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도 .....	209
〈그림 4-76〉 가공식품 가격 수준에 대한 인식 .....	212
〈그림 4-77〉 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처(1+2 가중평균) .....	214
〈그림 4-78〉 가격 변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균) .....	216
〈그림 4-79〉 맛에 대한 기호도 .....	219
〈그림 4-80〉 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) .....	221
〈그림 4-81〉 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) .....	224

## 제5장 일반소비자 대상 조사결과

〈그림 5-1〉 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험 .....	229
〈그림 5-2〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유(1+2 가중평균) .....	231
〈그림 5-3〉 온라인으로 구입하는 특정 상품 .....	234
〈그림 5-4〉 온라인 가공 식품 구입 주기 .....	236
〈그림 5-5〉 온라인으로 식품을 구매하는 장소(1+2 가중평균) .....	238
〈그림 5-6〉 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유 .....	240
〈그림 5-7〉 온라인 가공식품 주문 방법 .....	242
〈그림 5-8〉 온라인 구입 가공식품의 만족도 .....	244
〈그림 5-9〉 최근 1년 온라인 가공식품 구입 변화 .....	246
〈그림 5-10〉 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중 .....	248

<그림 5-11> 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 구입 변화 예상 .....	250
<그림 5-12> 가공식품 정기 배송 여부 .....	252
<그림 5-13> 정기적으로 배송 받는 가공식품 .....	254
<그림 5-14> 정기 배송 신청/주문처 .....	256
<그림 5-15> 신성장 식품 구입 경험 및 구입 의향 .....	258
<그림 5-16> 최근 1년간 간편식(HMR) 품목별 구입 경험률 .....	260
<그림 5-17> 간편식(HMR) 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	263
<그림 5-18> 간편식(HMR) 구입 이유(1+2 가중평균) .....	265
<그림 5-19> 간편식 요소별 중요도 .....	267
<그림 5-20> 간편식 요소별 만족도 .....	269
<그림 5-21> 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중 .....	271
<그림 5-22> 간편식에 대한 인식 .....	273
<그림 5-23> 간편식(HMR) 주 구입처(1+2 가중평균) .....	275
<그림 5-24> 동거가족 중 환자 여부 .....	277
<그림 5-25> 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 여부 .....	279
<그림 5-26> 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리를 하지 않는 이유 (1+2 가중평균) .....	281
<그림 5-27> 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 방법 .....	283
<그림 5-28> 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 환자용 식단형 식사관리식품 .....	285
<그림 5-29> 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 맞춤형 영양조제식품 .....	287
<그림 5-30> 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 표준형 영양조제식품 .....	289
<그림 5-31> 식단형 식사관리식품 구입 의향이 없는 이유 .....	291
<그림 5-32> 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품 요소별 중요도 .....	293

〈그림 5-33〉 동거 가족 중 만 65세 이상 가구원 유무 .....	295
〈그림 5-34〉 만 65세 이상 연령별 가구원 수 .....	297
〈그림 5-35〉 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도 .....	299
〈그림 5-36〉 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법 .....	301
〈그림 5-37〉 가정 내 환자(고령자)를 위해 별도의 식단관리를 하지 않는 이유 (1+2 가중평균) .....	303
〈그림 5-38〉 고령자용 식품 요소별 중요도 .....	305
〈그림 5-39〉 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 .....	307
〈그림 5-40〉 고령친화식품 개발 및 제품 품질 관리를 위한 별도의 인증 필요성 .....	308
〈그림 5-41〉 건강기능식품 인지도 .....	310
〈그림 5-42〉 최근 1년간 건강기능식품 구입 경험 .....	312
〈그림 5-43〉 건강기능식품 품목별 구입 경험률 .....	314
〈그림 5-44〉 건강기능식품을 먹는 주된 이유 .....	316
〈그림 5-45〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	318
〈그림 5-46〉 건강기능식품 요소별 중요도 .....	321
〈그림 5-47〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도 .....	323
〈그림 5-48〉 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향 .....	325
〈그림 5-49〉 대체식품 인지도 .....	327
〈그림 5-50〉 대체식품 섭취 이유 .....	332
〈그림 5-51〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	334
〈그림 5-52〉 대체식품별 만족도 .....	337
〈그림 5-53〉 대체식품 요소별 중요도 .....	341
〈그림 5-54〉 유기가공식품 인지 여부 .....	343
〈그림 5-55〉 최근 1년 많이 구입하는 유기가공식품 품목군(1+2+3 가중평균) .....	345
〈그림 5-56〉 유기가공식품을 구입하는 이유(1+2 가중평균) .....	348
〈그림 5-57〉 유기가공식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) .....	350

〈그림 5-58〉 유기가공식품 요소별 중요도 .....	353
〈그림 5-59〉 가구 내 반려동물 유무 .....	357
〈그림 5-60〉 반려동물 급여 방법 .....	359
〈그림 5-61〉 펫푸드(전용 사료) 주 구입 종류 .....	361
〈그림 5-62〉 펫푸드(사료/간식) 주 구입처 .....	363
〈그림 5-63〉 펫푸드(사료/간식) 원산지 .....	365
〈그림 5-64〉 수입산 펫푸드 주 이용 이유 .....	367
〈그림 5-65〉 펫푸드 구입 시 요소별 중요도 .....	369
〈그림 5-66〉 가공식품 안전성 문제 관심도 .....	371
〈그림 5-67〉 식품 안전성 정도 체감 정도 .....	373
〈그림 5-68〉 가공식품 종류별 안전성 평가 .....	375
〈그림 5-69〉 가공식품 안전관리를 위한 각 주체별 중요도 .....	378
〈그림 5-70〉 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향 .....	380
〈그림 5-71〉 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동 .....	382
〈그림 5-72〉 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부 .....	384
〈그림 5-73〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용 .....	386
〈그림 5-74〉 유통기한이 소비기한으로의 바뀌는 것에 대한 인지도 .....	389
〈그림 5-75〉 유통기한이 소비기한으로의 바뀌는 것에 대한 찬성 의향 .....	391
〈그림 5-76〉 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도 .....	393
〈그림 5-77〉 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요도 .....	395
〈그림 5-78〉 ESG 경영 인지도 .....	397
〈그림 5-79〉 ESG 경영 활동의 필요도 .....	399
〈그림 5-80〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화 .....	401
〈그림 5-81〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향 .....	403
〈그림 5-82〉 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화 .....	405
〈그림 5-83〉 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부 .....	407

〈그림 5-84〉 갑질 이슈 발생한 식품제조업체의 구입 축소 의향 .....	409
〈그림 5-85〉 포장재 구매 만족도 .....	411
〈그림 5-86〉 포장재 관련 불만 .....	413
〈그림 5-87〉 이중포장금지 인지도 .....	415
〈그림 5-88〉 이중포장금지 필요도 .....	417
〈그림 5-89〉 친환경 포장재 사용 필요도 .....	419
〈그림 5-90〉 친환경 포장재 구매 증대 의향 .....	421
〈그림 5-91〉 탄소 중립 용어 인지도 .....	423
〈그림 5-92〉 탄소 중립 필요도 .....	425
〈그림 5-93〉 탄소 중립 활동 필요도 .....	427
〈그림 5-94〉 탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향 .....	429
〈그림 5-95〉 라이프 스타일 .....	431
〈그림 5-96〉 가공식품 가격에 대한 인식 .....	434
〈그림 5-97〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 .....	436
〈그림 5-98〉 최근 1년 가공식품과 신선농산물 대비 가격 비교 .....	441
〈그림 5-99〉 최근 1년 가공식품과 외식 대비 가격 비교 .....	443
〈그림 5-100〉 하반기 물가 상승 우려 종류(1+2+3+4 가중평균) .....	445
〈그림 5-101〉 하반기 가격 상승 우려 가공품 품목군(1+2 가중평균) .....	447
〈그림 5-102〉 맛에 대한 기호도 .....	449
〈그림 5-103〉 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향 .....	451
〈그림 5-104〉 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유 .....	453
〈그림 5-105〉 식품 이슈별 자가 평가 .....	455
〈그림 5-106〉 건강 관심도 .....	458
〈그림 5-107〉 보유 증상/병증 - 본인 .....	460
〈그림 5-108〉 보유 증상/병증 - 가족 .....	463
〈그림 5-109〉 체중 조절 관심도 .....	466

〈그림 5-110〉 체중 조절을 위해 먹는 특정 식품 .....	468
〈그림 5-111〉 체중 조절을 위한 식사량 조절 경험 여부 .....	471
〈그림 5-112〉 규칙적 운동 여부 .....	473
〈그림 5-113〉 혼밥 빈도 .....	475
〈그림 5-114〉 SNS 사용 빈도 .....	477
〈그림 5-115〉 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도 .....	479
〈그림 5-116〉 해외 여행정보 관련 미디어 시청 빈도 .....	481
〈그림 5-117〉 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부 .....	483
〈그림 5-118〉 채식주의 관련 식생활 태도 .....	485
〈그림 5-119〉 코로나19에 대한 불안감 .....	487
〈그림 5-120〉 코로나19 확산으로 인한 식생활/식품 소비 불안도 .....	489
〈그림 5-121〉 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리 중요도 .....	491
〈그림 5-122〉 코로나19 전 대비 현재 식품 소비 지출액 변화 .....	493
〈그림 5-123〉 코로나19 1차 유행 이후 대비 현재 식품 소비 지출액 변화 .....	495



# 1

## 서론

### 1. 조사 배경과 목적<sup>1)</sup>

#### 1.1. 가공식품 소비자태도조사 구축 배경

- 인구 구조와 경제, 유통 환경 변화에 따라 식품 소비의 다양성 추구, 편리화, 소량화, 건강 및 안전 추구 등 소비자들의 식품 소비 태도가 변화하고 있음.
- 가구 확대, 가격 경쟁력과 편의성을 통한 저가 외식 대체 효과 등에 힘입어 꾸준한 성장이 기대되고 있음.
- 변화하는 소비자의 식품 소비 태도와 니즈 변화를 파악하는 것이 식품 정책과 식품 기업 마케팅 전략 수립에 필수 요소가 되고 있음. 이에 따라 소비자의 라이프스타일과 식품 소비 태도에 대한 기초자료가 필요함.

---

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

- 식품 정책의 방향 제시와 농업의 대응방안 마련을 위해서는 소비자의 가공식품 소비행태를 다각도에서 지속적으로 파악하여 관련 연구 및 정책에 기초자료로 제공할 필요가 있음.
- 본 조사의 목적은 가공식품에 대한 소비자의 인식, 구입행태, 라이프스타일 등을 체계적으로 조사하여 기업의 소비자 트렌드 정보 수요에 부응하고 관련 업체의 마케팅 전략을 수립하는 데 기초자료를 제공하기 위함임.

## 1.2. 주요 연혁

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

○ 2020년 : 10차년도 조사 실시, 통계청 정기품질진단

### 1.3. 조사 근거

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

### 1.4. 조사 주기 : 1년(매년)

### 1.5. 조사 설계

○ 가공식품 소비자태도를 면밀히 파악하기 위해 식품 주 구입자를 대상으로 하는 가구조사(통계청 승인통계)뿐만 아니라 가구조사 대상 중 500가구의 4주간 가계부조사, 일반 소비자 2,000명 대상 온라인 조사를 실시함.

〈표 1-1〉 조사설계 - 주 구입자 대상

구분	내용
목표 모집단	- 우리나라 전국 17개 시도 일반가구
조사 모집단	- 2015년 등록센서스 '인구주택총조사' 조사구에 속한 일반가구 · 특수사회시설, 기숙사 등의 집단 가구와 외국인 가구 제외 · 가구 : 1인 또는 2인 이상이 모여 취사, 취침 등 생계를 같이 하는 생활 단위
조사대상	- 만 19세 ~ 74세의 식품 주 구입자(또는 가정주부)
표본수	- 전국 2,000 가구
조사기간	- 2021년 7월 12일(월) ~ 8월 31일(화)
조사방법	- 가구방문면접조사
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 조사구 당 8개 가구 추출)

〈표 1-2〉 조사설계 - 가계부 조사

구분	내용
목표 모집단	- 우리나라 전국 17개 시도 일반가구
조사 표본	- 주 구입자 2,000가구
조사대상	- 만 19세 ~ 74세의 식품 주 구입자(또는 가정주부)
표본수	- 주 구입자 2,000 가구 중 500가구
조사기간	- 2021년 7월 13일(화) ~ 10월 8일(금)
조사방법	- 영수증 포함 기장조사(온라인 기장조사 및 전화조사 병행)
조사설계	- 지역별, 연령별 할당 고려

〈표 1-3〉 조사설계 - 일반소비자 대상

구분	내용
모집단	- 우리나라 전국 17개 시도 일반가구
조사대상	- 만 19세 ~ 74세의 성인 남성 및 여성
표본수	- 총 2,000명
표본 구성	- 지역별, 연령별 할당 고려
조사기간	- 2021년 8월 27일(금) ~ 9월 8일(수)
조사방법	- 온라인 패널 조사
자료 수집	- 응답대상 온라인 소비자 정보를 별도로 제공하지 않으므로 자체 패널 등을 이용

## 2. 조사 개요

### 2.1. 조사 대상

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

### 2.2. 조사 내용

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

〈표 1-4〉 조사 내용 - 주 구입자 대상

구분	항 목	
가공식품 구매 및 소비 행태 일반	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 평소 가공식품 구입 주기</li> <li>- 가공식품 구입 시 중요요소</li> <li>- 가공식품 주 구입처</li> <li>- 가공식품 주 구입처 이용 이유</li> <li>- 지출액 기준 많이 구입하는 품목군</li> <li>- 지출액 규모가 큰 가공식품 만족도</li> <li>- 최근 1년 식품 지출 비교</li> <li>- 최근 1년 가공식품 지출 변화 원인</li> <li>- 향후 1년간 가공식품 지출 변화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 1년 온라인 가공식품 구입 여부</li> <li>- 온라인으로 가공식품 구입 하지 않는 이유</li> <li>- 온라인 통한 가공식품 구입 주기</li> <li>- 온라인 통한 가공식품 구입 이유</li> <li>- 가공식품 온라인 주 구입처</li> <li>- 지출액 기준 온라인 구입 구입하는 품목군</li> <li>- 온라인 가공식품 구입 시 이용방법</li> <li>- 온라인 구입 가공식품 가격, 품질 만족도</li> <li>- 최근 1년 동안 가공식품 구입 변화</li> <li>- 향후 1년간 온라인 통한 가공식품 구입 변화</li> </ul>
가공식품 품목별 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가공식품 품목별 구입 변화</li> <li>- 가공식품 품목별 구입 시 중요하게 생각하는 요소</li> </ul>	
간편식 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 간편식 품목별 구입 변화</li> <li>- 간편식 제품 구매 시 중요요소</li> <li>- 간편식 주 구입 이유</li> <li>- 간편식 구입 주기</li> <li>- 간편식 월평균 지출액</li> <li>- 간편식 구입 장소</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 간편식 구입 장소 이용 이유</li> <li>- 간편식 주 용도</li> <li>- 주로 구입하는 간편식 품목</li> <li>- 간편식 요소별 만족도</li> <li>- 간편식 구입하지 않는 이유</li> <li>- 향후 1년간 간편식 구입 변화</li> </ul>
건강기능 식품 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강기능식품 구입 변화</li> <li>- 건강기능식품 구입 시 중요 요소</li> <li>- 건강기능식품 구입 용도별 지출비중</li> <li>- 많이 구입하는 건강기능식품</li> <li>- 건강기능식품 구입 지출액</li> <li>- 건강기능식품 복용 이유</li> <li>- 평소 건강기능식품 먹지 않는 이유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강기능식품 주 구입처</li> <li>- 주 구입처 이용 이유</li> <li>- 건강기능식품 정보 획득경로</li> <li>- 국내 생산 건강기능식품 이용 시 불편사항</li> <li>- 현재 건강기능식품 복용여부</li> <li>- 건강기능식품 요소별 만족도</li> <li>- 향후 1년간 건강기능식품 구입 변화</li> </ul>
유기가공 식품 구입현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기가공식품 인지 여부</li> <li>- 유기가공식품 자가 인지도</li> <li>- 유기가공식품 구입 경험</li> <li>- 유기가공식품 구입 시 유기가공식품 마크 확인</li> <li>- 유기가공식품 구입 시 인증품질 신뢰도</li> <li>- 최근 1년 유기가공식품 구입 변화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기가공식품 구입 이유</li> <li>- 유기가공식품 구매 시 중요요소</li> <li>- 유기가공식품 주 구입처</li> <li>- 유기가공식품 구입 장소 이용 이유</li> <li>- 유기가공식품 요소별 만족도</li> <li>- 향후 1년간 유기가공식품 구입 변화</li> <li>- 일반식품 기능성 표시제도 인지 여부</li> <li>- 일반식품 기능성 표시제도 구입 의향</li> </ul>
식품 소비 라이프 스타일 및 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 평소 식품 소비 상황 일치 정도</li> <li>- 평소 식품 소비 인식 동의 정도</li> <li>- 가격에 대한 인식도</li> <li>- 같은 상품 구매 시 가장 저렴하게 구입 할 수 있는 구매처</li> <li>- 가격변화가 가장 심한 품목</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 주는 품목</li> <li>- 맛에 대한 기호</li> <li>- 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목</li> <li>- 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목</li> <li>- 품목별 선호도</li> </ul>
가구 특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가족 구성 형태</li> <li>- 현재 맞벌이 여부</li> <li>- 월평균 가구 소득</li> <li>- 월평균 식료품 구매액</li> <li>- 현재 주거 형태</li> <li>- 자동차 보유 여부</li> <li>- 식품 구입 또는 조달 시 차량 이용 여부</li> </ul>	

〈표 1-5〉 조사 내용 - 가계부 조사

구분	항 목
조사범위	신선과 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, 할인여부 등

〈표 1-6〉 조사 내용 - 일반소비자조사

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

구분	항 목
펫푸드 구입 행태	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 반려동물 여부</li> <li>- 반려동물 주식/간식 유형</li> <li>- 펫푸드 주 구입 유형</li> <li>- 펫푸드 주 구입처</li> <li>- 펫푸드 원산지</li> <li>- 펫푸드 주 이용 이유</li> <li>- 펫푸드 요소별 중요도</li> </ul>
가공식품 안정성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가공식품 안전성 문제 관심도</li> <li>- 한국 가공식품 안전성 평가</li> <li>- 가공식품 종류별 식품 안전성 우려 정도</li> <li>- 가공식품 안전관리를 위한 주체별 중요도</li> <li>- 안전한 가공식품을 위한 높은 가격 지불 의향</li> <li>- 안전한 가공식품을 구입하기 위한 중요 행동</li> </ul>
가공식품 표시/정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가공식품 구매 시 포장지 확인 여부</li> <li>- 가공식품 품목별 포장지 확인 사항</li> <li>- 유통기한/소비기한 표시 변경 인지 여부</li> <li>- 유통기한/소비기한 표시 변경 찬성 정도</li> </ul>
소상공인 생계형적합 업종제도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소상공인 생계형 적합업종제도 인지 여부</li> <li>- 소상공인 생계형 적합업종제도 필요도</li> </ul>
기업의 사회적 책임	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ESG 경영 인지 여부</li> <li>- 가공식품 제조업체의 ESG 경영 활동 필요 여부</li> <li>- 가공식품 제조업체의 ESG 경영 활동에 대한 이미지 변화 정도</li> <li>- ESG 경영을 하는 가공식품 제조업체들의 제품 구매 의향</li> <li>- 가공식품업체의 갑질 이슈 이후 이미지 변화 정도</li> <li>- 갑질 이슈를 겪은 가공식품업체의 구매 줄인 경험 여부</li> <li>- 가공식품업체의 대표/임원의 갑질 이슈로 해당 식품에 대한 구입 변화 의향</li> </ul>
포장재 /탄소중립	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가공식품 구매 시 포장재 만족도</li> <li>- 가공식품 포장재 불만 이유</li> <li>- 이중포장금지 인지 여부</li> <li>- 이중포장금지 필요도</li> <li>- 친환경 포장재 필요도</li> <li>- 탄소 중립 인지 여부</li> <li>- 탄소 중립 필요도</li> <li>- 가공식품 제조업체들의 탄소 중립 활동 필요도</li> <li>- 탄소 중립 활동을 하는 기업이 생산한 가공식품에 대한 구입 변화 의향</li> </ul>
식품 소비 라이프 스타일 및 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 소비 라이프 스타일 동의 정도</li> <li>- 가공식품 가격 민감성과 최근3개월 가격 상승 인식</li> <li>- 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식</li> <li>- 최근 1년 가공식품 가격 변동에 대한 신선농산물/외식과의 비교</li> <li>- 하반기 물가 상승 우려 식품 종류</li> <li>- 가공식품 중 하반기 가격 상승 우려 식품군</li> <li>- 가공식품 맛 선호도</li> <li>- 가공식품이 건강에 대해 미치는 영향 인식</li> <li>- 가공식품이 건강에 안좋은 영향을 미치는 인식에 대한 이유</li> <li>- 가공식품 인식/선호도</li> </ul>
가구 특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 응답자 직업, 교육수준</li> <li>- 가족 구성 형태</li> <li>- 연령대별 가구원 수</li> <li>- 결혼 여부</li> <li>- 현재 맞벌이 여부</li> <li>- 월평균 가구 소득</li> <li>- 월평균 식료품 구매액</li> <li>- 건강에 대한 관심</li> <li>- 가구원/동거인 중 증상/병증 여부</li> <li>- 응답자 키, 체중, 체중 조절 관심도</li> <li>- 체중 조절을 위한 식사량 조절 여부</li> <li>- 일상생활 규칙적인 운동 여부</li> <li>- 혼밥 빈도</li> <li>- SNS 사용 여부</li> <li>- 음식/요리에 관한 미디어 매체 시청 여부</li> <li>- 해외 여행정보에 관한 미디어 매체 시청 여부</li> <li>- 자동차 보유 여부</li> <li>- 식품 구입 또는 조달 시 차량 이용 여부</li> <li>- 채식주의/식생활 행태</li> <li>- 코로나19에 대한 불안 정도</li> <li>- 코로나19로 인한 식생활 관련 불안 정도</li> <li>- 코로나19 이후 식량안보/국내산 먹거리 중요도 인식 변화</li> <li>- 코로나19 이후 식품 소비 지출액 변화</li> </ul>



## 2.3. 조사 수행

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

## 3. 조사의 특징 및 기대효과

### 3.1. 조사표 수정 및 변경승인

- 가공업체, 소비자, 학계, 협회 등 관련 분야 전문가를 대상으로 2020년 조사표에 대한 검토회의를 거쳐 조사 문항을 수정·보완하였음. 2020년 조사표 검토 시 2019년 분석결과와 유사 통계자료의 조사결과를 비교 분석하여 조사결과의 대표성과 객관성을 검증함.
- 전문가 및 식품업계 담당자, 관련 협회 관계자들과 설문지 개선사항 논의
  - 1차 전문가 간담회(4월 29일)
  - 2차 전문가 서면 검토(4월, 8월)
- 전문가 간담회 내용을 반영하여 조사표 변경
  - 가구용(승인통계) 및 가구원용(미승인통계) 조사표 확정
  - 가구용(승인통계) 조사표는 기존 구성 체계를 유지하되, 문항 및 보기를 일부 수정하고 용어에 대한 설명 등을 보완

- 일반소비자대상 온라인조사에 코로나19 관련 문항 추가

○ 조사표본 분리

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

### 3.2. 조사의 기대효과

○ 가공식품 소비자 태도조사 통계는 정부의 정책 수립 및 식품기업의 마케팅 전략 수립에 필요한 정책 수립을 위한 기초자료로 활용될 것으로 기대됨.

○ 소비자의 식품 소비 태도와 니즈 변화 파악에 적극적으로 대응함으로써 식품산업의 경쟁력 제고와 식품 수요자인 소비자의 만족도 제고에 기여할 것으로 기대됨.

# 2

## 조사 설계<sup>2)</sup>

### 1. 표본설계

#### 1.1. 2021년 표본설계 기본방향

○ 가공식품 소비자 태도조사는 변화하는 소비자의 라이프 스타일과 식품 소비 태도 및 니즈(needs) 변화의 기초자료를 수집하기 위해 2011년에 한국농수산물유통공사(이하 aT) 주관 하에 최초로 작성된 이래 매년 수행되었고, 2018년부터 주관 기관이 한국농촌경제연구원(이하 KREI)으로 변경되어 올해는 4회차 조사가 수행됨. 올해 표본조사는 다음의 3가지 조사를 고려.

- (i) 전국 및 권역별 분석이 가능한 만 19~74세의 가구 내 식품 주구입자에 대한 방문조사를 실시하되, 2018년 조사응답자들에 대해 반복적인 조사 수행이 가능한 설계;
- (ii) 기존 표본을 분할하여 「가공식품 품목별 구입현황」부문의 조사문항을 부분별로 분리표본에 적용할 수 있도록 함;
- (iii) 방문조사 응답가구 중 일부에 대해 4주간 가공식품 구입에 관한 가계부 조사;

<sup>2)</sup> (사)한국조사연구학회 박인호(부경대) 교수님의 위탁원고 내용을 정리한 것임.

(iv) 별도의 온라인 소비자 조사.

○ 본 연구는 식품류 주구입자들에 대한 (i) 방문조사를 위한 표본설계를 마련하고, (ii) 표본가구를 분리하여 조사문항을 부분별로 적용하며, (iii) 가계부조사를 위한 표본규모의 가이드를 제공.

- 식품류 주구입자 방문조사는 전국과 통합권역(수도권, 비수도권, 충청·호남권, 강원·경상권)별 분석이 가능한 약 2,000개의 표본(응답)가구 구성 필요.
- 조사문항을 부분별로 적용할 수 있는 기존 표본가구의 확률적 분할.
- 식품류 주구입자 가계부조사는 방문조사 응답가구 중 일부인 약 500개의 표본(응답)가주로 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.
- 별도 온라인 소비자 조사는 본 연구의 대상이 아니므로 논의에서 제외.

〈그림 2-1〉 가공식품 소비자태도조사 표본구성



## 1.2. 모집단

- 가공식품 소비자 태도조사의 대상은 2021년 현재 우리나라의 일반가구 내 식품 구입을 주로 하는 주부 및 세대주.<sup>3)</sup>
  
- 표본추출틀로는 통계청의 2015년 등록센서스 조사구 명부를 사용.
  - 조사구란 지리적으로 인접한 일반 가구를 블록화한 지역 단위.
  - 2015년에 구축된 기본 조사구는 행정자료를 기반으로 동읍면 단위에서 평균 30가구를 포함하도록 하였고, 이후 인접한 조사구를 결합하여 평균 60가구를 포함하는 병합 조사구를 구축하여 제공하고 있음.
  - 2015년 조사구는 이전 인구주택총조사의 조사기반 자료가 아닌 행정자료 등록기반 자료를 사용하여 조사구 내 가구 및 가구원, 주택 등에 대한 집계 자료만을 제공하므로 가구 단위의 연계가 불가능하고 조사구 특성만을 파악할 수 있는 제한적 정보를 갖게 됨.
  
- <표 2-1>와 <표 2-2>는 2018년 표본설계 당시의 권역별 동·읍면 구분에 따른 일반가구 분포 정리.
  - 전국의 총 18,560,738가구 중 49.5%인 9,196,688가구가 수도권에 있고 나머지 50.5%인 9,364,050가구가 비수도권에 있음.
  - 비수도권의 권역별로는 동남권이 가장 많은 2,888,918가구를 포함하며 강원권이 가장 적은 566,630가구를 포함.
  - 권역별 동·읍면 가구 구성비는 수도권과 동남권이 가장 차이가 많아 읍면의 규모는 각각 8.33%와 18.00%임.
  - 강원권의 동·읍면은 각각 335,257가구와 211,373가구로 가장 작음.

---

3) 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: %, 행%

분류	권역	일반가구 (%)	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

○ 표본설계는 기본적으로 조사운영 및 주요 분석 영역별로 안정적인 분석이 가능할 수 있도록 고려.

- 전국단위는 물론 통합권역별 분석이 안정적일 수 있는 표본할당 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 고려.

- 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 적용.

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

○ 표본할당은 다음과 세 단계로 구성된 절층할당 고려.

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

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

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

○ 표본조사구는 표본층별로 크기비례확률추출에 의해 선택.

- 시도 및 동·읍면 구분에 의해 정의되는 총 29개의 표본층 별로(병합) 조사구를 다음의 기준으로 정렬하여 내재적 층화(implicit stratification)<sup>4)</sup>의 효과를 얻고자 함.

- 조사구 구분(아파트·비아파트)
- 시군구코드
- 동읍면코드
- 병합조사구 ID

- 더불어 지나치게 작은 조사구의 추출을 방지하기 위해 가구수 31개 이하를 제외하는 절사추출(cut-off sampling) 적용.

〈표 2-3〉 표본층별 표본조사구 할당

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

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



〈표 2-4〉 표본층별 표본가구 할당

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

○ 조사구 내 표본가구의 선택은 기대 응답률의 가정 하에 계통확률추출로 표본가구 추출.

- 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 허용.

- 약 1.5개월의 매우 짧은 조사기간으로 인해 가급적 지리적으로 인접한<sup>5)</sup> 조사구로 대체하고자 2배수의 예비표본 조사구 마련.

5) 표본층별 조사구 추출시 고려한 내재적 층화특성이 지리적 인접성에 해당

- 원표본 조사구에 대한 대체 가능사유로 접근불가(관리사무소 불허), 조사 불응(5가구 미만 포함), 재개발, 기숙사, 직원숙소 등의 일부 부적격 사유 허용.<sup>6)</sup>
- 조사구 내 16개 표본가구를 모두 접촉한 후에도 응답가구수가 4개 이하인 경우에는 조사구 가구명부의 순서를 기준으로 전·후 가구를 조사하는 것을 허용. 단, 가구당 5회 방문(혹은 강력거절 2회 등)으로 최종적 무응답을 결정하도록 하였으며 조사보고(파라데이터)에 명시하도록 하여 표본가구 대체를 가급적 제한.

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

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

#### 1.4. 설문분할 적용을 위한 표본분리

○ 기존 가공식품 소비자 태도조사의 가공식품 품목별 구입현황은 가공식품 품목(BA1~BJ2)별 구입변화와 구입시 고려하는 요인을 조사함

○ 하지만 수많은 품목류에 대해 동일한 질문으로 반복적으로 조사함에 따라 조사품질에도 영향을 미친다는 지적이 있어, 2019년 표본설계에서 총 2,000개의 표본가구를 1,000개 가구씩 2개 그룹으로 구분하여 가공식품 품목별 구입현황의 약 50%씩 나누어 응답하도록 하고자 하였음. 2021년 표본설계에서도 동일하게 적용함.

---

<sup>6)</sup> 재개발 등의 부적격은 원칙적으로 대체사유로는 바람직하지 못하나 조사여건상 허용

○ 이에 총 2000명의 응답수를 갖는 기존안과 대비하여 각각 1000명의 두 그룹으로 나눈 후 예상되는 항목별 표준오차와 상대표준오차를 다음의 식을 사용하여 약식으로 예측함.

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

- 예로, 식품가공품(BA1)에 대한 평균점수는 2.95로 기존안 하에서는 표준오차와 상대표준오차가 각각 0.024와 0.82%이지만 신규안(설문분할) 하에서는 표준오차와 상대표준오차는 각각 0.034와 1.16%로 약간의 상승을 보임(〈표 2-5〉 참고). 이는 표본수 감소에 따른 자연스러운 정도수준의 하락이 있지만 그리 큰 의미를 둘 만한 큰 폭의 감소를 뜻하지 않음
- 자료분석에 대한 추정 혹은 분석영역은 설문분할(split questionnaire)으로 인한 표본분할을 고려하여 선택하여야 하며, 〈표 2-6〉는 제안된 분석영역을 정리하고 있음

〈표 2-5〉 주요 항목에 대한 기존안과 신규안 하의 정도수준 비교

설문항	사례수	평균(점)	기존안(2000명)		신규안(1000명)	
			SE(점)	CV(%)	SE(점)	CV(%)
BA1.식육가공품	1,923	2.95	0.024	0.82%	0.034	1.16%
BB1.어육가공품	1,972	3.01	0.021	0.71%	0.030	1.01%
BC1.과일채소가공품_젖	1,429	2.82	0.026	0.94%	0.037	1.33%
BD1.드레싱/소스류	1,824	2.92	0.023	0.80%	0.033	1.13%
BE1.식물성기름	1,870	2.97	0.022	0.73%	0.031	1.03%
BF1.빵류	1,953	3.09	0.030	0.97%	0.042	1.38%
BG1.라면류	2,010	3.16	0.027	0.86%	0.038	1.22%
BH1.밀가루류	1,913	2.77	0.027	0.97%	0.038	1.37%
BI1.원두/조제/액상커피	1,907	3.11	0.029	0.93%	0.041	1.31%
BJ1.맥주	1,727	3.10	0.023	0.75%	0.033	1.06%

〈표 2-6〉 표본분할에 따른 추정영역 축소 제시안

구분		빈도	비중
거주지역	수도권	644	31.9
	비수도권	1377	68.1
	충청권+호남권	584	28.9
	강원권+경상권	793	39.2
행정구역	동	1589	78.6
	읍면	432	21.4
가구원수	1인 가구	584	28.9
	2~3인 가구	978	48.4
	4인 가구 이상	459	22.7
가구주 성별	남자	1389	68.7
	여자	632	31.3
가구주 연령대	20~30대	456	22.6
	40~50대	951	47.1
	60대 이상	614	30.4
가구주 최종학력	중졸 이하	279	13.8
	고졸	864	42.8
	전문대졸 이상	878	43.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	648	32.1
	서비스/판매직	569	28.2
	기계/농림어업/단순노무	566	28.0
	주부+기타	238	11.8
가구 소득	300만원 미만	869	43.0
	300~500만원 미만	725	35.9
	500만원 이상	427	21.1
계		2021	100.0

- 표본층 내 조사구 구분별 현황은 <표 2-7>을 참고할 수 있음.

<표 2-7> 표본층별 표본조사구 상세분포

표본층	조사구분류		전체
	일반조사구	아파트조사구	
111	18	12	30
211	9	8	17
221	7	9	16
222	0	2	2
231	7	9	16
241	3	7	10
251	5	5	10
261	3	5	8
262	1	1	2
291	0	2	2
292	1	1	2
311	12	15	27
312	3	2	5
321	5	7	12
322	5	2	7
331	3	3	6
332	3	1	4
341	2	3	5
342	5	2	7
351	4	4	8
352	3	0	3
361	2	2	4
362	5	1	6
371	5	5	10
372	6	2	8
381	5	6	11
382	3	3	6
391	3	1	4
392	2	0	2
총합	130	120	250

## 1.5. 설문분할에 따른 표본배정

- 응답자 부담 경감 및 정확한 조사자료 수집을 위한 분할설문표본(Split- Questionnaire sample) 선정
  - 분할설문표본 사용에 따른 조사자료 분석의 안정성 확보를 위해 기존 표본설계를 고려하여 표본 선정
  
- 각 설문지 내 항목 문항의 안정적 추정을 위해 기존 표본단위를 다음의 원칙에 의해 배정
  - 층별 표본 조사구를 조사구 특성(일반, 아파트), 주소에 따라 나열한 후, 계통적으로 설문지 형태 지정
  - 층내 조사구 개수가 4이상이면 조사구 단위로 확률배정하고 층별 조사구 개수가 3이하<sup>7)</sup>이면(조사구 내) 가구 단위로 확률배정
  
- 조사구 단위 배정(4개 이상의 조사구를 포함한 표본층)
  - 단계 1: 층별(STR)로 A와 B 중 하나를 확률적으로 선택
  - 단계 2: 나열순서에 따라 A와 B를 번갈아가며 할당  
(예, 'A'이면 나열된 순서에 따라 A,B,A,B를 반복하여 할당)  
(예, 'B'이면 나열된 순서에 따라 B,A,B,A를 반복하여 할당)
  
- 가구 단위 배정(3개 이하의 조사구를 포함한 표본층)
  - 조사구내 명부상 가구 순서에 따라 A와 B를 번갈아 배정함

---

<sup>7)</sup> STR = 222, 262, 291, 292, 352, 392

〈표 2-8〉 설문분할에 따른 표본분할

표본층	조사구분류						전체		
	일반			아파트					
	설문A	설문B	가구 분할	설문A	설문B	가구 분할	설문A	설문B	가구 분할
111	9	9	-	6	6	-	15	15	-
211	5	4	-	4	4	-	9	8	-
221	3	4	-	5	4	-	8	8	-
222	-	-	-	-	-	2	-	-	2
231	3	4	-	5	4	-	8	8	-
241	2	1	-	3	4	-	5	5	-
251	3	2	-	2	3	-	5	5	-
261	2	1	-	2	3	-	4	4	-
262	-	-	1	-	-	1	-	-	2
291	-	-	-	-	-	2	-	-	2
292	-	-	1	-	-	1	-	-	2
311	6	6	-	8	7	-	14	13	-
312	1	2	-	1	1	-	2	3	-
321	2	3	-	4	3	-	6	6	-
322	3	2	-	1	1	-	4	3	-
331	1	2	-	2	1	-	3	3	-
332	2	1	-	-	1	-	2	2	-
341	1	1	-	1	2	-	2	3	-
342	3	2	-	1	1	-	4	3	-
351	2	2	-	2	2	-	4	4	-
352	-	-	3	-	-	-	-	-	3
361	1	1	-	1	1	-	2	2	-
362	3	2	-	-	1	-	3	3	-
371	2	3	-	3	2	-	5	5	-
372	3	3	-	1	1	-	4	4	-
381	3	2	-	3	3	-	6	5	-
382	1	2	-	2	1	-	3	3	-
391	2	1	-	-	1	-	2	2	-
392	-	-	2	-	-	-	-	-	2

## 2. 조사 결과

### 2.1. 파라데이터

○ 조사관리를 위해 다음의 정보를 포함한 파라데이터를 준비함.

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

### 2.2. 응답현황

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

- 조사구 예비표본은 조사구 정렬순에 따른 본표본 조사구의 전·후 각각 1개씩의 조사구로 총 500개를 제공.
- 2018년 조사에서 강원도 2개 조사구에서 각각 고령자 거주 및 군인 거주 지역으로 판명되어 대체되었고, 2019년 조사에서는 전남 1개 조사구에서 종교 관련 임시거주 지역으로 판명되어 대체조사구가 사용됨. 2021년 조사에서는 6개의 대체조사구를 추가로 사용함.

○ 총 4,700개 가구를 접촉하여 총 2,193개 가구가 응답함.

- <표 2-9>은 조사구 종류별 응답분류에 따른 가구분포를 정리.



- 전체 접촉가구 중 약 46.7%인 2,193개 가구만이 응답하였고 45.6%인 2,141 가구가 거절·부재 등의 무응답 가구.
- 부적격과 미접촉을 제외한 가구들 중 약 50.6%의 응답률을 보임.

○ <표 2-10>는 조사구 종류별로 응답가구 수에 따른 조사구 분포를 정리.

- 조사구 당 응답가구는 목표치인 8개는 전체 250개 중 189개 조사구에서 달성하였고 그 외 조사구는 9개 혹은 그 이상의 응답가수 수를 달성함.

○ <표 2-11>은 권역별 응답구분별 가구분포를 정리.

- 응답률은 전국수준으로 50.6%이고 권역별로 30.2~73.7%의 범위를 가는데, 동남권과 강원권이 각각 73.7%와 70.4%로 높았음.

<표 2-9> 조사구 종류별 응답분류 분포

분류	가구(개)			비중(%)		
	본조사구	예비조사구	전체	본조사구	예비조사구	전체
응답 (응답률*)	2,107 (51.2%)	86 (39.6%)	2,193 (50.6%)	47.2%	36.8%	46.7%
무응답	2,010	131	2,141	45.0%	56.6%	45.6%
부적격	349	17	366	2.0%	2.8%	2.0%
소계	4,466	234	4,700	100.0	100.0	100.0
미접촉	12,982	364	13,346	-	-	-
전체	17,448	598	18,046	-	-	-

주: 응답률은 응답/(응답+무응답)으로 산출

<표 2-10> 조사구 종류별 응답가구 분포

단위: 조사구

응답가구 수	조사구수(개)		
	본조사구	예비조사구	전체
8	184	5	189
9	8	1	9
10	11	1	12
11이상	27	1	28
전체	241	9	250

〈표 2-11〉 권역별 응답구분 분포

단위: 가구, 행%

권역	응답 (응답률)	무응답	부적격	미접촉	전체
수도권	681 (47.5%)	754	109	3,930	5,474
충청권	324 (65.9%)	168	25	2,600	3,117
호남권	332 (54.0%)	283	10	1,970	2,595
대경권	318 (30.2%)	734	169	1,215	2,436
동남권	386 (73.7%)	138	2	2,460	2,986
강원권	152 (70.4%)	64	51	1,171	1,438
전체	2,193 (50.6%)	2,141	366	13,346	18,046

○ 〈표 2-12〉은 응답구분별 가구 방문횟수를 정리함.

- 방문횟수별로는 1회와 4회 때 응답률이 62.6%와 49.2%로 매우 높았고 횟수가 작아 질수록 응답률은 낮게 나타남. 5회 방문의 응답률도 47.2%로 높게 나타남.

○ 〈표 2-13〉은 표본층별 응답가구의 분포를 정리함.

○ 〈표 2-14〉은 2020년 조사 대비 주소지 및 응답인의 동일 여부에 대한 응답수 분포를 정리함.

〈표 2-12〉 응답구분별 방문횟수 분포

단위: 가구, %

방문횟수	응답	무응답	부적격	미접촉	전체
1	1,559 (62.6%)	932 (37.4%)	235	-	2,726
2	454 (32.4%)	947 (67.6%)	115	-	1,516
3	124 (38.0%)	202 (62.0%)	12	-	338
4	31 (49.2%)	32 (50.8%)	1	-	64
5	25 (47.2%)	28 (52.8%)	3	-	56
-	-	-	-	13,346	13,346
전체	2,193 (50.6%)	2,141 (49.4%)	366	13,346	18,046

〈표 2-13〉 표본층별 응답가구 분포

단위: 가구, 목표응답 대비 증감

권역	시도	동지역	읍면지역	소계
수도권	서울	297(+57)	0	297(+57)
	인천	128	0	128
	경기	216	40	256
	소계	641(+57)	40	681(+57)
충청권	대전	115(+35)	-	115(+35)
	세종	16	16	32
	충북	48	32	80
	충남	40	57(+1)	97(+1)
	소계	219(+35)	105(+1)	324(+36)
호남권	광주	115(+35)	-	115(+35)
	전북	64	24	88
	전남	32	48	80
	제주	33(+1)	16	49(+1)
	소계	244(+36)	88	332(+36)
대경권	대구	151(+23)	16	167(+23)
	경북	85(+5)	66(+2)	151(+7)
	소계	236(+28)	82(+2)	318(+30)
동남권	부산	168(+32)	8(+8)	176(+40)
	울산	64	16	80
	경남	90(+2)	40(-8)	130(-6)
	소계	322(+34)	64	386(+34)
강원권	강원	96	56	152
전국	총계	1,758(+190)	435(+3)	2,193(+193)

〈표 2-14〉 작년 대비 주소지 및 응답인 동일 여부에 대한 응답수 분포

단위: 개, 행%

구분		응답기준			응답기준(%)		
		동일	상이	합계	동일	상이	합계
주소지 기준	동일	519	661	1,180	44.0%	56.0%	100.0
	상이		1,013	1,013	-	100.0%	100.0
	합계	519	1,674	2,193	23.7%	76.3%	100.0

### 3. 가중치 산출 및 추정

#### 3.1. 가중치 산출 개요

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

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

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

- 여기서  $hik$ 는 각각 표본층, 집락, 가구에 대한 식별기호이고,  $U$ 와  $s$ 는 각각 모집단 과 표본을 나타냄.

○ 표본가중치(sampling weight)는 표본개체가 대표하는 모집단 개체수의 추정량임. 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 소비자태도조사의 기본적인 표본추출단위는 조사구와 조사구 내 가구이고 조사대상은 가구 내 주구입자(또는 가정주부). 따라서 조사단위는 물론 분석단위별 모집단을 대표할 수 있는 표본가중치를 산출하여 관련된 통계분석이 가능하도록 함.

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

### 3.2. 조사구 가중치

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

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

○ 먼저, 조사구의 포함확률의 역수로 정의되는 기본적 설계가중치.

- 조사구 설계가중치는 표본 포함확률의 역수로 다음과 같이 정의.

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

- 여기서  $\pi_{hi}$ 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  $M_{h+} = \sum_{i=1}^{N_h} M_{hi}$ 을 각각 나타냄.

- 조사구 설계가중치는 표본조사구 ( $hi$ )가 대표하는 모집단 내 총 조사구수를 나타냄.

○ 조사구 대체에 따른 원 조사구 대비 대체표본조사의 크기측도 차이 반영.

- 제한적으로 조사구 대체를 허용하여 실질적인 무응답 조정의 반영
- 강원권과 호남권에서 교체된 조사구에 대한 규모변동에 따라 추가적인 조정을 수행. 즉, 원표본 조사구를 대신한 대체표본 조사구의 가구수로 조정함.

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

- 여기서  $M_{hi'}$ 는 대체조사구 내 가구수를 나타냄.

○ 2021년 표본설계에 적용<sup>8)</sup>된 <표 2-8>에 적시된 설문분할에 따른 확률적 표본배정(혹은 선택)을 반영한 조사구 선택확률의 역수

- 2021년 설문분할 조사구 설계가중치는 다음과 같이 산출됨

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

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

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

○ <표 2-15>은 조사구 최종가중치 분포를 권역별로 정리함.

<sup>8)</sup> 2021년 표본설계는 2019년 이후의 반복적 계속조사로 수행됨

- (병합) 조사구 크기에 비례한 포함확률 및 설문분할에 따른 선택확률 곱의 역수의 변동을 나타냄. 단, 주의할 것은 조사구 최종가중치  $w_{hi}^Q$ 는 설문분할을 반영하여 반영하지 않았을 때의 약 두 배 정도의 크기와 변동을 갖게 됨.
- 전국 기준 조사구 가중치는 142.1에서 3,373.2의 범위를 갖는데, 이 중 강원권은 142.1에서 768.9의 비교적 작은 변동을 가짐.
- 불균등한 표본가중치를 사용한 가중평균을 사용하면 이로 인해 추정량의 분산이 증가하는데 이는 다음과 같은 식으로 표현됨(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 평균을 나타냄.
- 분산증가분은 전국 및 권역별로 1.094~1.301의 범위를 가짐.

〈표 2-15〉 권역별 조사구 최종가중치 분포

권역	조사구	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	$L_w$
수도권	78	143,976.6	1,845.9	431.8	1,823.7	3,373.2	1.116
충청권	36	31,122.3	864.5	149.2	819.1	1,762.7	1.213
호남권	37	35,682.9	964.4	484.3	836.0	3,018.0	1.201
대경권	36	30,349.1	843.0	298.9	858.8	1,290.1	1.085
동남권	44	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
전국	250	296,472.6	1,185.9	142.1	999.8	3,373.2	1.303

### 3.3. 가구 가중치

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

- 표본조사구 내 조사대상 표본가구는 목표응답가구에 예상응답률 50%를 감안한 최초 16개 표본가구는 물론 이후 응답 및 접촉 저조로 인해 추가로 포함한 가구가 합쳐진 수입.

- 가구 기초가중치는 다음과 같이 정의됨.

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

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

○ 조사구 내 무응답 가구에 대한 조정계수를 산출함.

- 조사구 내 응답 가구수와 무응답 가구수를 각각  $m_{hi}^{CO}$ 와  $m_{hi}^{NR}$ 으로 정의하면, 가구 무응답조정 가중치는 다음과 같이 정의됨.

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

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

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



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

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

- 여기서  $q$ 는 설문유형 지시자임.
- 마지막으로, 인구사회학적 보조정보를 이용하여 해당특성의 모집단 총합과 표본가중 총합이 같도록 일치시키는 칼리브레이션 조정을 고려하여 가구 최종가중치를 산출함.
  - 칼리브레이션 조정은 다음과 같이 가구 무응답가중치에 인구사회학적 특성별로 반복적으로 조정하여 해당 특성별 가중총합이 모집단 총합과 일치할 수 있도록 하는 레이킹-비 조정을 고려함.
  - 레이킹-비 조정을 위해 6개 권역, 가구주 성별, 가구주 연령대(20~39세, 40~49세, 50~59세, 60~74세)를 사용.
  - 레이킹-비 조정가중치는 보조정보 특성별로 반복적으로 벤치마킹하여 다음과 같이 정의됨.

$$w_{qhik}^F = w_{qhik}^{base} \exp(\underline{\lambda}' \underline{x}_{hik}).$$

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

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

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

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

○ <표 2-16>은 가중치 종류별 분포를 정리하고 있음.

- 기초 가중치에 비해 최종 가중치의 변동이 다소 증가하였음. 예로, 가중치 증가분

$$L_w = 1 + cv_w^2 \text{ 이 약 } 1.288 \sim 1.396 \text{ 임.}$$

<표 2-16> 가중치 종류별 분포

가중치	개체수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	$L_w$
가구-기초(A)	1,108	14,932,811	13,477	3,295	11,897	33,732	1.288
가구-기초(B)	1,085	15,294,137	14,096	1,119	12,027	36,141	1.367
가구-최종(A)	1,108	19,078,260	17,219	3,199	13,974	71,395	1.396
가구-최종(B)	1,085	19,081,709	17,587	1,178	14,582	60,889	1.395
가구-통합(A,B)	2,193	19,079,984	8,700	589	7,175	35,698	1.395

○ <표 2-17>~<표 2-21>은 권역별 가구 최종가중치 분포를 분할표본 A, 분할표본 B 및 전체표본에 대해 각각 정리하고 있음.

<표 2-17> 설문문항 A 표본의 권역별 가구 최종가중치 분포

권역	개체수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	$L_w$
수도권	345	9,527,147	27,615	9,033	25,493	71,395	1.186
충청권	165	2,107,961	12,776	3,199	11,472	36,897	1.282
호남권	166	2,080,672	12,534	3,955	12,429	33,098	1.199
대경권	153	1,879,621	12,285	4,001	11,757	29,030	1.134
동남권	199	2,906,115	14,604	3,972	14,034	34,678	1.182
강원권	80	576,745	7,209	3,597	6,945	12,833	1.093
전 국	1,108	19,078,260	17,219	3,199	13,974	71,395	1.396

〈표 2-18〉 설문문항 B 표본의 권역별 가구 최종가중치 분포

권역	개체수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	$L_w$
수도권	336	9,527,147	28,355	6,458	28,622	60,889	1.198
충청권	159	2,107,961	13,258	1,178	12,319	33,467	1.258
호남권	166	2,084,120	12,555	4,814	12,651	28,592	1.136
대경권	165	1,879,621	11,392	4,217	10,756	22,556	1.124
동남권	187	2,906,114	15,541	4,142	14,582	34,663	1.123
강원권	72	576,746	8,010	3,960	8,165	14,847	1.074
전 국	1,085	19,081,709	17,587	1,178	14,582	60,889	1.395

〈표 2-19〉 전체표본의 권역별 가구 최종가중치 분포

권역	개체수	합계	평균	최솟값	중위수	최댓값	$L_w$
수도권	681	9,527,147	13,990	3,229	13,063	35,698	1.192
충청권	324	2,107,961	6,506	589	5,840	18,448	1.269
호남권	332	2,082,396	6,272	1,977	6,245	16,549	1.167
대경권	318	1,879,621	5,911	2,000	5,612	14,515	1.130
동남권	386	2,906,114	7,529	1,986	7,272	17,339	1.152
강원권	152	576,745	3,794	1,799	3,910	7,423	1.086
전 국	2,193	19,079,984	8,700	589	7,175	35,698	1.395

## 4. 모수추정

### 4.1. 모수추정 개요

○ 본 조사의 조사대상은 가구수준의 주구입자로 해당 모수추정 및 자료분석이 가능함.<sup>9)</sup>

○ 각 조사대상은 선택되는 복잡표본추출방식(complex sampling)과 표본들의 모집단 포괄범위(coverage) 및 무응답 정도를 고려한 표본가중치를 함께 고려하여 모수추정

<sup>9)</sup> 본 조사는 농업경제연구소에서 주관하는 식품소비행태조사와 유사한 방식을 따르고 있어서, 4~6절의 표본추정, 분산추정, SAS 프로그램 예시는 해당 과제의 보고서(박인호 외 2인, 2018)를 기초로 작성함

및 자료분석이 이루어져야 함. 만약 이러한 고려없이 조사 자료를 분석한다면 추정량에 편향(bias)이 발생함은 물론 추정량의 정도(precision) 수준이 과소평가되어 자료분석의 통계적 유의성이 왜곡될 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 추정할 수 있음.

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

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

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

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

## 4.2. 총합추정

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

- 특성치  $y$ 에 대한 총합추정량  $\hat{Y}$ 은 다음과 같이 나타낼 수 있음.

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

- 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 표본응답개체를 나타냄.

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

### 4.3. 영역총합추정

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

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

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

- 여기서  $U_d (\subset U)$ 는 특정 세부영역  $d$ 를 나타냄.
- 영역총합추정량(domain total estimator)은 위의 변수로 정의되는 가중합 형태로 다음과 같이 추정함

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

#### 4.4. 총합함수추정

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

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

- 여기서  $\underline{y}_{hik} = (y_{1hik}, \dots, y_{Qhik})'$ 와  $\hat{\underline{Y}} = (\hat{Y}_1, \dots, \hat{Y}_Q)' = \Sigma \Sigma \Sigma_{k=1} w_{hik} \underline{y}_{hik}$ 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 정의됨.

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

- 여기서  $\hat{Y}$ 와  $\hat{Z}$ 는 특성치  $y$ 와  $z$ 의 총합추정량임.

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

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

## 5. 분산추정

### 5.1. 총합추정

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

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

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

### 5.2. 영역총합추정

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

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

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

### 5.3. 총합함수추정

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

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

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

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

- 하지만, 실제 추정시에는 모총합  $\underline{\hat{Y}}$ 를 알 수 없음.

- 따라서  $\tilde{l}_q = \partial\theta/\partial\hat{Y}_q|_{\hat{Y}=\underline{\hat{Y}}}$ 을 대신하여 사용할 수 있음.

○ 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 해당.



#### 5.4. 상대표준오차추정

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

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

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



# 3

## 조사 내용과 방법

### 1. 조사 구성 및 조사 문항

#### 1.1. 조사 기간

○ 본 조사는 1년 주기로 매년 조사되고 있으며, 2021년 조사에서는 주 구입자 대상 조사는 7월 12일부터 8월 31일까지, 가계부 조사는 7월 13일부터 10월 8일까지(응답자별 작성 기간 총 4주간) 진행하였음. 일반소비자 대상 조사는 8월 27일부터 9월 8일까지 조사가 진행됨.

- 조사 주기: 1년

- 조사 기간

① 주 구입자 대상 조사 : 2021년 7월 12일~8월 31일

② 주 구입자 대상 가계부 조사 : 2021년 7월 13일~10월 8일(응답자별 작성 기간:4주)

③ 일반소비자 대상 조사 : 2021년 8월 27일~9월 8일

## 1.2. 조사 대상

- 조사대상은 주 구입자 조사와 가계부 조사는 만 18세 이상에서 만 75세 미만인 식품 주 구입자(주부) 대상으로 진행하였으며, 일반 소비자 조사는 만 19세 이상에서 만 75세 미만인 성인을 대상으로 함.

## 1.3. 조사 방법

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

# 2. 실사 준비 및 진행

## 2.1. 실사 준비

### 2.1.1. 슈퍼바이저 선발 및 교육

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

- 2단계: 면접원 선발 및 관리 방법에 대한 오리엔테이션 실시
- 3단계: 가공식품 소비자 태도조사에 대한 사전 교육

○ (주)리서치랩의 본사 및 협력업체 사무소(대전, 부산, 광주, 대구, 강원, 제주)에 조사 지역 별 최소 1명 이상의 지역 전담 슈퍼바이저를 배정하여 면접원 교육을 진행함.

- 면접원 교육에 참여한 슈퍼바이저의 수는 총 12명
- 서울 및 경기, 대전, 부산, 광주, 대구 사무소는 각 권역별로 1명의 슈퍼바이저(과장급 이상)와 1명의 보조 슈퍼바이저, 조사구 수가 적은 강원, 제주는 1명의 슈퍼바이저(과장급 이상)가 참여하여 면접원 교육을 진행함

### 2.1.2. 면접원 선발, 교육 및 관리

○ 본 조사에 투입되는 면접원은 면접원 선발 기준에 따라 적격 여부를 심사하여 선발함.

- 최근 6개월 이내 가구 방문조사 경험이 있는 면접원, 식품 관련 및 본조사 조사 경험이 있는 면접원, 최소 경력 5년 이상인 면접원을 우선 선발

○ 조사 지침서를 이용하여 조사의 필요성과 조사의 특징 등을 설명, 조사 진행 방법과 조사 설문지의 각 문항별 응답 방법에 대한 구체적인 내용들을 교육함(1회 교육시간은 2시간 내외).

- 면접원 교육은 (주)리서치랩 본사 및 직영사무소, 협력업체 사무소에서 조사에 참여하는 모든 면접원들을 대상으로 집체교육을 실시함.
- 교육 이후에는 교육 내용에 대한 점검을 통해, 주요 개념 및 유의사항 점검
- 집체교육과 별도로 슈퍼바이저가 조사원 물품 배포 시 Tablet PC를 이용하여 설문 진행 방법에 대해 교육함.

〈표 3-1〉 지역별 면접원 교육 일시 및 장소

구분	일시	장소
① 서울/인천/경기/강원/제주	7월 6일(화) 오후 2시 ~ 5시	(주)리서치랩 서울 본사
② 부산/경남권	7월 7일(수) 오후 4시 ~ 6시	부산역사 회의실
③ 대구/경북권	7월 7일(수) 오전 10시 40분 ~ 12시 40분	동성로 비즈니스 센터
④ 대전/충청권	7월 8일(목) 오전 10시 ~ 12시	대흥동 모임공간국보
⑤ 광주/전라권	7월 8일(목) 오후 3시 30분 ~ 5시 30분	운전동 주행빌딩 3층

〈표 3-2〉 면접원 교육 진행방식 및 내용

구분	세부 내용	소요시간(분)
① 조사개요	- 조사 개요 및 수행 체계 - 조사 수행 흐름	15
② 현장 조사 요령	- 조사 대상 및 적격 대상자 - 조사구 및 가구 대체 기준 - 면접원 및 조사관리자의 역할 - 조사 장소에 대한 당부 - 조사 준비물 및 조사 단계별 유의사항 - 설문자 작성 기본 요령	15
③ 설문 작성 요령	- 조사 문항별 작성요령 설명	60
④ 가계부조사	- 가계부 조사 대상 및 기간 - 조사 문항별 작성 요령	20
⑤ 질의응답 및 퀴즈	- 교육내용에 대한 질의응답 - 교육 내용에 대한 퀴즈	10
(별도 진행) CAPI 작성요령	- 지역별 슈퍼바이저에 의해 TAPI 로그인, 컨택 시스템 활용 방법, 조사 시작 방법 등 안내	30

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

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

## 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, 메모  
를 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 완료  
확인

#### ○ 완성

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

#### ○ 사례품 증정

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

## 2.2.2. 효율적 목표 달성을 위한 차별화된 실사 진행

### ○ 사전 전화 접촉

- 2020년 응답가구 2,002명의 응답자의 연락처를 이용하여 사전에 전화 접촉하여 2021년 조사에 대해 설명하고 조사 협조를 요청함.

### ○ 면접원별 진행 현황 실시간 모니터링

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

### ○ 거절 가구 재접촉

- 참여 거절 의사를 밝히는 가구의 경우는 거절 의사를 밝힌 후 1~2주일 경과 시점에 서 다시 한 번 조사 참여 유도를 위해 방문

## 3. 자료 검증 및 데이터 처리

### 3.1. 자료 입력

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

### 3.2. 자료 검증

#### 3.2.1. 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 3-1〉 주 구입자 대상 자료 검증 단계

01	02	03	04
시스템을 통한 실시간 검토 (TAPI & 온라인)	전화 검증	전산팀	연구팀
<b>[시스템에 의한 실시간 검토]</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>문항간 논리 검토                             <ul style="list-style-type: none"> <li>응답에 논리적으로 오류가 있거나, 응답자가 착각을 할 수도 있는 중요한 문항에 대해 프로그래밍 과정에서 미리 경고/주의 메시지를 삽입</li> <li>항목 무응답 원천적 차단</li> </ul> </li> <li>패턴 응답 경고</li> </ul> <b>[파라메타터 검토]</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>응답 소요시간 점검                             <ul style="list-style-type: none"> <li>가구 주소와 조사결과 비교, 방문/응답 소요시간 점검</li> </ul> </li> <li>가구 방문 조사 완료 후 방문 사진 시간 검증</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전문 QC팀이 완료 표본(50%)에 대해 전화조사 실시                             <ul style="list-style-type: none"> <li>조사원별 검증 결과 작성</li> <li>불성실 조사 발견시 재조사</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전산 가이드에 의한 점검                             <ul style="list-style-type: none"> <li>사전에 작성된 전산 가이드에 의해 전산팀에서 응답 내용 로직 및 일관성 확인</li> <li>이상이 있는 표본의 문항에 대한 응답은 전화로 재조사</li> </ul> </li> <li>논리 내검                             <ul style="list-style-type: none"> <li>연관 문항간 방향성 등 확인</li> </ul> </li> <li>범위 내검                             <ul style="list-style-type: none"> <li>작년 조사 결과와 비교하여 과도한 변동이 있는 경우 응답 내용의 적정성 검토</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>범위 내검                             <ul style="list-style-type: none"> <li>작년 조사 결과와 비교하여 과도한 변동이 있는 경우 응답 내용의 적정성 검토</li> </ul> </li> <li>과년도 결과값과 비교</li> <li>작년 동일 응답자 간 DEMO 비교</li> </ul>

○ 일반소비자 대상 온라인으로 조사된 자료의 품질을 유지하기 위해, 다음과 같은 5가지 프로세스를 걸쳐 검증을 실시함.

〈그림 3-2〉 일반소비자 대상 자료 검증 단계

중복 응답자 제거	<ul style="list-style-type: none"> <li>전화번호, 이메일 중복확인으로 응답자 중복 방지</li> </ul>
응답 검증/로직	<ul style="list-style-type: none"> <li>팝업창을 통해 응답자의 주의를 다시 한번 상기시킬 수 있는 구조로 표현, 응답 성실도 향상 (예: 금액 문항 이상치 응답에 대해 재확인)</li> <li>누락 불가 항목의 경우, 누락 시 다음 페이지로 넘어가지 못하도록 로직화하여 무응답을 원천적 차단</li> </ul>
패턴 응답 방지	<ul style="list-style-type: none"> <li>아래의 응답유형 패턴이 발견될 경우 유효표본에서 제외                             <ul style="list-style-type: none"> <li>잘 모름 응답 행위</li> <li>선택적 유보행위 (예: 척도형에서 중간값만 선택)</li> <li>첫번째 보기를 답안으로 반복하는 행위</li> </ul> </li> </ul>
평균 응답시간 체크	<ul style="list-style-type: none"> <li>응답 소요 시간에 대한 점검 실시</li> <li>평균 응답 시간의 상하위 15% 극단치는 유효표본에서 제외</li> </ul>

### 3.3. 자료 처리 및 분석

- 자료는 검증, 코딩, 자료 입력, 통계 처리 과정을 거침.
  - 전화 검증을 통해 오류가 발견될 시 재조사하거나 불가피한 경우 오류 설문지를 폐기
  - 온라인을 통해 저장된 데이터에 대해 코딩을 진행하고, 이상이 있는 설문지는 재조사하거나 불가피한 경우 오류 설문지를 폐기
  - 검증, 코딩이 완료된 설문지 입력 중 논리적 오류 발생 시 재조사하거나 불가피한 경우 오류 설문지를 폐기
  - 파일화된 응답데이터는 빈도표 산출 후 이상 값이 있는지 확인하고, 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 가구 특성

- 2021년도 주 구입자 대상 가공식품 소비자 태도조사는 2,193가구가 조사에 참여하고, 분석에 사용됨.
- 이 중에서, 전년도 응답가구(주소 기준)는 1,180가구임.

〈표 3-3〉 주 구입자 대상 가구 특성

구분		2021	
		응답자수(가구)	비중
전체		2,193	100.0
거주 지역	수도권	681	31.1
	충청권	324	14.8
	호남권	332	15.1
	대경권	318	14.5
	동남권	386	17.6
	강원권	152	6.9
행정구역	동	1,758	80.2
	읍면	435	19.8
가구원 수	1인	473	21.6
	2인	737	33.6
	3인	478	21.8
	4인 이상	505	23.0
가구주 성별	남성	1,694	77.2
	여성	499	22.8
가구주 연령대	20대	140	6.4
	30대	308	14.0
	40대	407	18.6
	50대	586	26.7
	60대 이상	752	34.3
가구주 최종 학력	중졸 이하	214	9.8
	고졸	849	38.7
	전문대졸 이상	1,130	51.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	793	36.2
	서비스/판매직	530	24.2
	기계/농림어업/단순노무	590	26.9
	기타	280	12.8
가구 소득	200만원 미만	429	19.6
	200~400만원 미만	723	33.0
	400~600만원 미만	576	26.3
	600만원 이상	465	21.2

## 4.2. 주 구입자 대상 가계부 조사 가구 특성

○ 2021년도 가계부 조사는 주 구입자 2,193가구 중 576가구를 모집하였고, 최종 500가구가 분석에 사용됨.

〈표 3-4〉 가계부 조사 가구 특성

구분		2021	
		응답자수(가구)	비중
전체		500	100.0
거주 지역	수도권	255	51.0
	충청권	55	11.0
	호남권	55	11.0
	대경권	50	10.0
	동남권	77	15.4
	강원권	8	1.6
가구원 수	1인	90	18.0
	2인	140	28.0
	3인	125	25.0
	4인 이상	145	29.0
가구주 성별	남성	387	77.4
	여성	113	22.6
가구주 연령대	20대	33	6.6
	30대	87	17.4
	40대	87	17.4
	50대	177	35.4
	60대 이상	116	23.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	10	2.0
	고졸	184	36.8
	전문대졸 이상	306	61.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	215	43.0
	서비스/판매직	133	26.6
	기계/농림어업/단순노무	117	23.4
	기타	35	7.0
가구 소득	200만원 미만	44	8.8
	200~300만원 미만	70	14.0
	300~400만원 미만	87	17.4
	400~500만원 미만	97	19.4
	500~600만원 미만	96	19.2
	600만원 이상	106	21.2

### 4.3. 일반소비자 대상 가구 특성

○ 2021년도 일반소비자 대상 가공식품 소비자 태도조사는 2,374명이 조사에 참여하고, 최종 2,000가구가 분석에 사용됨.

〈표 3-5〉 일반소비자 대상 가구 특성

구분		응답자수	비중
전체		2,000	100.0
거주 지역	수도권	1,002	50.1
	충청권	219	11.0
	호남권	219	11.0
	대경권	195	9.8
	동남권	304	15.2
	강원권	61	3.1
가구원 수	1인	331	16.6
	2인	367	18.4
	3인	598	29.9
	4인 이상	704	35.2
성별	남성	978	48.9
	여성	1,022	51.1
연령대	20대	267	13.4
	30대	410	20.5
	40대	502	25.1
	50대	386	19.3
	60대 이상	435	21.8
최종 학력	중졸 이하	460	23.0
	고졸	1,311	65.6
	대학교 졸업 이상	229	11.5
직업	관리/전문/사무직	1,073	53.7
	서비스/판매직	215	10.8
	기계/농림어업/단순노무	212	10.6
	주부	238	11.9
	학생	116	5.8
	기타	146	7.3
개인 소득	200만원 미만	166	8.3
	200~400만원 미만	543	27.2
	400~600만원 미만	563	28.2
	600만원 이상	728	36.4
세대 구분 <sup>10)</sup>	MZ세대	782	39.1
	비 MZ세대	1,218	60.9

<sup>10)</sup> 'MZ세대'(밀레니얼 세대+Z세대)는 응답자 중 출생년도 1980~2002년생, '비 MZ세대'는 출생년도 1947~1979년생으로 구분



# 4

## 가구 내 식품 주 구입자 대상 조사 결과

### 1. 가공식품 구매 및 소비 행태

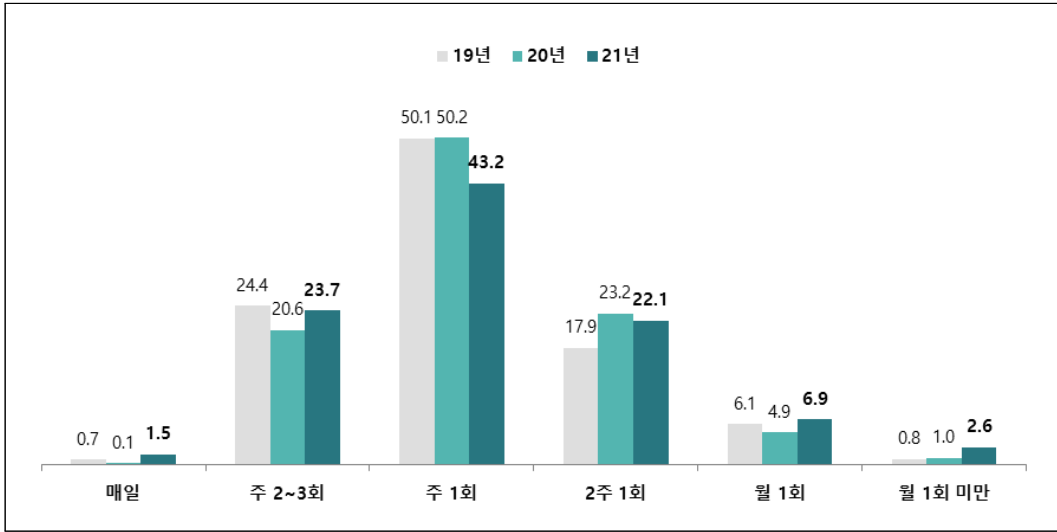
#### 1.1. 평소 가공식품 구입 주기

○ 가구 내 식품 주구입자를 대상으로 가구의 가공식품 구입 주기를 조사한 결과 가구의 43.2%가 '주 1회' 가공식품을 구입하는 것으로 조사 되었으며, 다음으로 '주 2~3회' 가공식품을 구입하는 가구가 23.7%를 차지함.

- 거주 지역별로, 호남권, 대경권, 동남권에서 '주2~3회' 구입 주기가 다른 권역에 비해 상대적으로 높게 나타남.
- 가구원수별로 4인 가구 이상의 '주2~3회' 구입 비율이 28.6%로 다른 가구원수 대비 높게 나타남.

○ 전년 대비 '주 1회' 구입 비율이 감소하고 '매일'과 '주 2~3회' 비율이 증가한 특징을 보임.

〈그림 4-1〉 평소 가공식품 구입 주기



〈표 4-1〉 평소 가공식품 구입 주기

(단위: %)

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만
전체		1.5	23.7	43.2	22.1	6.9	2.6
거주지역	수도권	1.3	20.1	41.7	23.6	8.8	4.5
	충청권	3.0	20.0	49.0	22.9	4.9	0.2
	호남권	3.7	31.0	36.3	21.2	6.5	1.3
	대경권	0.2	29.9	50.2	15.6	3.0	1.1
	동남권	0.5	28.2	45.0	22.1	3.9	0.3
	강원권	2.8	26.4	39.2	18.4	10.7	2.4
행정구역	동	1.6	23.7	44.1	21.7	5.9	3.0
	읍면	1.2	23.3	38.4	24.2	12.5	0.4
가구원수	1인 가구	3.2	22.1	35.1	26.2	11.2	2.2
	2인 가구	0.7	19.4	41.6	26.1	8.6	3.7
	3인 가구	0.7	25.8	48.1	18.0	4.4	3.1
	4인 가구 이상	1.7	28.6	49.3	16.7	2.5	1.3
가구주 성별	남	1.1	23.9	45.1	20.7	6.5	2.8
	여	2.6	23.3	38.9	25.1	7.8	2.2
가구주 연령	20대	3.3	30.3	31.5	23.8	10.4	0.7
	30대	2.7	19.4	52.0	20.9	4.1	0.8
	40대	1.2	26.6	47.8	19.2	4.1	1.2
	50대	1.0	25.5	44.7	19.8	6.0	3.1
	60대 이상	1.1	20.3	35.9	26.9	10.7	5.1



구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.9	19.2	36.6	21.8	14.9	6.6
	고졸	2.0	20.9	40.2	24.6	8.8	3.6
	전문대졸 이상	1.3	26.1	46.0	20.4	4.6	1.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.0	23.6	49.5	18.9	4.6	2.3
	서비스/판매직	1.9	22.0	41.8	24.9	8.1	1.4
	기계농림어업단순노무	1.4	20.7	39.8	27.8	7.6	2.7
	기타	3.0	32.4	31.2	16.9	10.6	5.9
월평균 가구 소득	200만원 미만	4.4	20.1	34.4	23.8	14.2	3.2
	200~400만원 미만	0.7	21.4	42.3	26.0	6.7	3.0
	400~600만원 미만	1.4	27.7	46.3	18.6	3.3	2.7
	600만원 이상	0.5	25.2	48.4	19.0	5.5	1.5

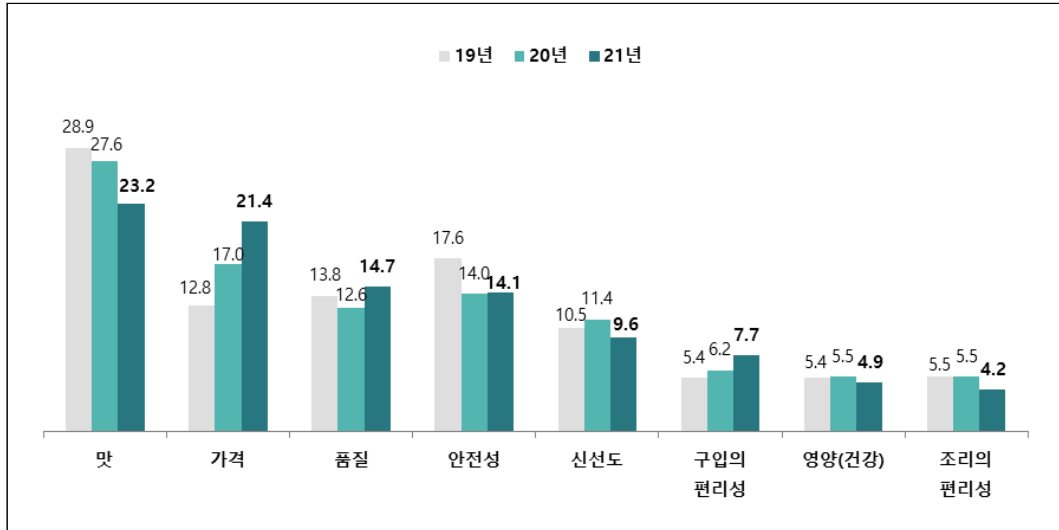
## 1.2. 가공식품 구입 시 고려기준

○ 가공식품 구입 시 가장 고려하는 기준은 ‘맛’(23.2%)으로 확인됨. 다음으로, ‘가격’(21.4%), ‘품질’(14.7%), ‘안정성’(14.1%), ‘신선도’(9.6%), ‘구입의 편리성’(7.7%), ‘영양’(4.9%), ‘조리의 편리성’(4.2%)의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 강원권을 제외한 모든 지역에서 ‘맛’이 가장 중요한 고려 요인인 가운데, 강원도의 경우 ‘맛’(15.2%)보다 ‘가격’(26.7%)과 ‘구입의 편리성’(24.6%)이 더욱 중요한 고려요인으로 나타남.
- 가구원 수별로 살펴보면, 가구원 수가 적을수록 ‘맛’에 대한 응답이 높게 나타남.
- 가구주 연령별로 보았을 때, 20대 가구주의 경우 ‘맛’이 30.5%로 다른 연령대 대비 높게 나타남.

○ ‘맛’이 가장 중요 고려 요인이지만 전년의 27.6%에서 금년 23.2%로 하락한 가운데 ‘가격’에 대한 응답이 4.4%p 증가한 21.4%로 나타남.

〈그림 4-2〉 가공식품 구입 시 고려기준



〈표 4-2〉 가공식품 구입 시 고려기준

(단위: %)

구분		가격	맛	안전성	품질	영양 (건강)	신선도	구입의 편리성	조리의 편리성	기타	구입 하지 않는다
전체		21.4	23.2	14.1	14.7	4.9	9.6	7.7	4.2	0.0	0.1
거주지역	수도권	20.8	20.5	14.4	13.5	4.4	11.1	10.3	4.8	0.1	0.1
	충청권	22.1	30.1	12.4	17.4	3.4	4.7	3.5	6.2	0.0	0.2
	호남권	23.3	27.8	18.3	14.1	6.0	7.8	2.1	0.4	0.0	0.2
	대경권	22.2	27.4	11.0	15.3	8.9	10.5	3.1	1.4	0.0	0.1
	동남권	20.1	22.9	15.8	16.9	4.4	8.0	5.8	6.0	0.0	0.0
	강원권	26.7	15.2	2.1	13.3	3.7	13.7	24.6	0.7	0.0	0.0
행정구역	동	21.1	23.0	13.6	14.6	5.0	10.2	8.0	4.4	0.1	0.1
	읍면	22.8	24.6	16.6	15.4	4.6	6.3	6.1	3.5	0.0	0.0
가구원수	1인 가구	26.0	28.7	10.1	9.3	3.1	7.4	9.1	6.0	0.2	0.0
	2인 가구	22.0	22.5	14.5	15.6	5.6	9.3	7.1	3.4	0.0	0.0
	3인 가구	17.9	21.6	15.5	16.6	6.1	10.6	8.0	3.4	0.0	0.2
	4인 가구 이상	19.0	19.8	16.6	17.6	4.9	11.3	6.5	4.1	0.0	0.2
가구주 성별	남	20.9	22.0	14.8	16.1	5.0	9.9	6.9	4.2	0.0	0.2
	여	22.4	26.1	12.6	11.6	4.6	9.0	9.3	4.4	0.1	0.0
가구주 연령	20대	23.4	30.5	8.4	11.9	5.0	7.4	7.9	5.0	0.5	0.0
	30대	16.7	24.1	15.5	14.8	3.5	11.5	7.7	6.1	0.0	0.2

구분		가격	맛	안전성	품질	영양 (건강)	신선도	구입의 편리성	조리의 편리성	기타	구입 하지 않는다
	40대	18.4	22.2	15.2	17.5	5.3	9.8	7.4	4.1	0.0	0.0
	50대	21.0	23.2	16.2	14.5	4.9	8.9	7.5	3.6	0.0	0.1
	60대 이상	26.6	21.4	12.0	13.4	5.4	9.6	8.0	3.5	0.0	0.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	32.9	22.0	10.6	11.1	3.8	6.7	9.9	2.9	0.0	0.0
	고졸	24.1	21.8	14.1	13.3	5.2	9.0	8.9	3.5	0.0	0.1
	전문대졸 이상	18.1	24.3	14.5	16.1	4.9	10.4	6.6	4.8	0.1	0.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	18.2	23.0	14.8	16.7	4.4	10.8	6.8	5.2	0.1	0.1
	서비스/판매직	22.2	23.1	15.5	14.5	4.7	9.2	8.0	2.8	0.0	0.1
	기계농림어업단순노무	23.5	24.4	13.9	12.6	5.6	8.6	7.5	3.7	0.0	0.2
	기타	26.4	22.3	9.3	12.4	6.0	8.4	10.2	5.1	0.0	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	29.0	26.3	9.4	9.3	4.8	7.4	9.4	4.3	0.0	0.0
	200~400만원 미만	22.5	24.3	14.9	12.1	3.9	8.9	8.2	4.8	0.1	0.2
	400~600만원 미만	20.3	22.4	15.9	15.7	5.5	10.5	6.8	2.9	0.0	0.0
	600만원 이상	14.2	19.9	14.7	22.2	5.7	11.5	6.4	5.0	0.0	0.3

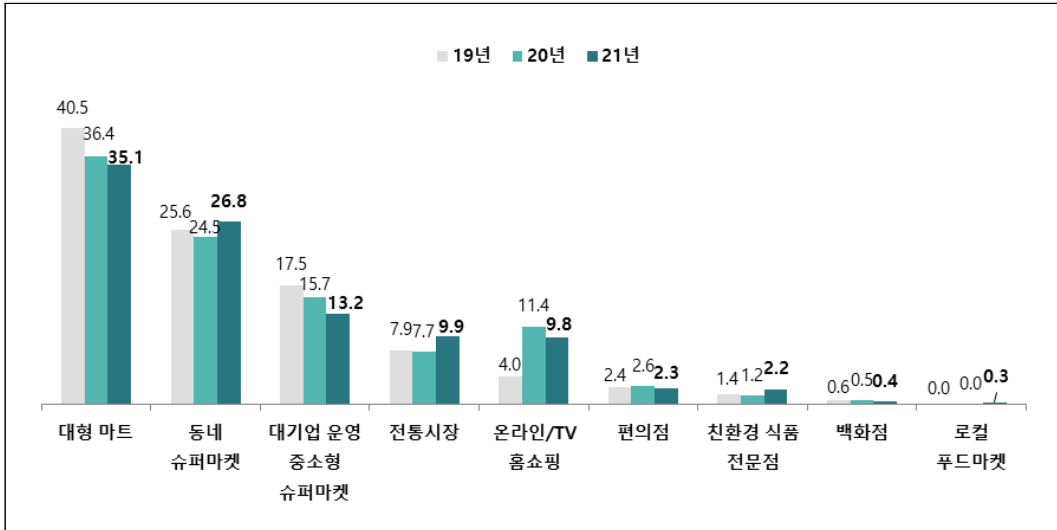
### 1.3. 가공식품 주 구입처

○ 가공식품을 주로 구입하는 장소는 ‘대형 마트’가 35.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(26.8%), ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(13.2%), ‘전통시장’(9.9%) 등의 순으로 나타남.

- 거주지역별로, 수도권, 대경권, 동남권, 강원권에서 ‘대형 마트’에 응답 비율이 가장 높게 나타난 반면, 충청권, 호남권의 경우 ‘동네 슈퍼마켓’에 대한 응답이 가장 높은 것으로 나타남.
- 가구원수별로 가구원수가 많을수록 ‘대형 마트’ 구입이 높은 경향을 보임.

○ 전년에 대폭 증가했던 ‘온라인 쇼핑몰/ TV 홈쇼핑’의 비중은 낮아진 반면, 동네 슈퍼마켓이나 전통시장과 같은 골목상권에서의 구매 비중이 증가함.

〈그림 4-3〉 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)



〈표 4-3〉 가공식품 주 구입처(1+2 가중평균)

(단위: %)

구분	동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드마켓	
전체	26.8	13.2	35.1	9.9	0.4	2.2	9.6	0.2	2.3	0.3	
거주지역	수도권	20.9	13.0	37.3	6.9	0.5	3.6	14.3	0.3	3.0	0.1
	충청권	36.8	16.1	29.4	6.0	0.0	0.7	7.3	0.0	3.5	0.2
	호남권	42.7	13.9	29.4	7.5	0.8	1.0	2.1	0.2	1.2	1.1
	대경권	31.4	6.4	35.3	18.7	0.5	1.1	5.3	0.1	0.6	0.5
	동남권	24.2	17.1	34.0	17.5	0.3	0.3	4.9	0.3	1.0	0.4
	강원권	27.5	3.4	47.8	14.4	0.0	0.6	3.7	0.0	2.6	0.0
행정구역	동	25.9	13.2	35.7	9.1	0.5	2.5	10.3	0.2	2.3	0.3
	읍면	31.8	13.2	31.7	14.3	0.4	0.4	5.8	0.1	2.1	0.2
가구원수	1인 가구	30.6	12.4	24.1	9.3	0.3	1.8	13.6	0.4	7.4	0.2
	2인 가구	29.1	11.3	35.7	14.4	0.3	2.0	5.5	0.2	1.1	0.4
	3인 가구	23.1	15.6	37.9	8.6	0.7	3.1	10.3	0.2	0.2	0.3
	4인 가구 이상	23.4	14.1	43.5	6.2	0.6	1.9	9.5	0.1	0.2	0.3
가구주 성별	남	26.4	14.1	37.2	10.2	0.5	2.2	7.4	0.2	1.6	0.2
	여	27.6	11.2	30.5	9.1	0.4	2.2	14.4	0.3	3.8	0.4

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓
가구주 연령	20대	29.2	12.4	24.4	2.8	0.9	1.6	15.7	0.4	12.5	0.0
	30대	18.9	11.1	36.5	4.3	0.3	2.4	21.5	0.1	4.6	0.4
	40대	22.0	15.9	40.5	5.7	0.4	1.6	12.5	0.2	0.9	0.2
	50대	27.2	14.4	39.2	9.1	0.5	2.3	6.0	0.4	0.9	0.1
	60대 이상	34.9	11.4	29.2	19.9	0.4	2.6	0.9	0.1	0.1	0.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	39.9	7.3	23.5	27.8	0.4	0.3	0.1	0.1	0.5	0.0
	고졸	29.7	13.2	33.9	13.0	0.3	2.9	5.9	0.2	0.8	0.1
	전문대졸 이상	23.2	14.0	37.4	5.5	0.5	1.9	13.3	0.2	3.5	0.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	21.4	14.6	38.6	5.4	0.6	1.9	13.8	0.3	3.1	0.2
	서비스/판매직	26.3	13.5	35.1	8.9	0.5	3.1	9.4	0.0	3.0	0.3
	기계농림어업단순노무	31.1	11.5	34.9	16.6	0.3	1.9	2.9	0.2	0.5	0.2
	기타	38.1	10.9	23.9	15.1	0.0	2.0	7.8	0.4	1.3	0.6
월평균 가구 소득	200만원 미만	34.6	12.3	21.6	16.1	0.6	2.6	6.9	0.2	5.0	0.2
	200~400만원 미만	30.0	10.8	34.3	9.1	0.3	1.7	10.3	0.3	3.0	0.2
	400~600만원 미만	22.7	15.3	40.0	7.1	0.3	2.1	11.2	0.1	0.8	0.4
	600만원 이상	20.3	15.1	41.9	9.2	0.6	2.8	8.7	0.3	0.8	0.3

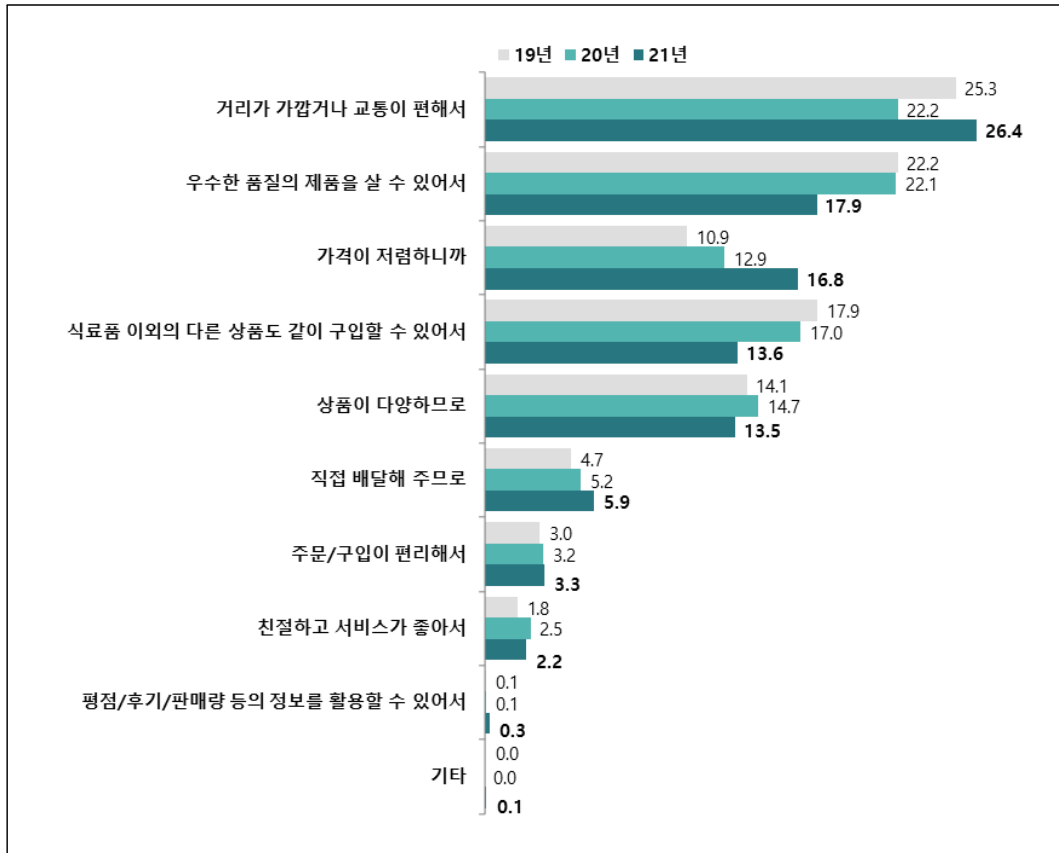
#### 1.4. 가공식품 주 구입처 구입이유

○ 해당 구입처를 주로 이용하는 이유로는 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’가 26.4%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’(17.9%), ‘가격이 저렴하니까’(16.8), ‘식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서’(13.6%), ‘상품이 다양하므로’(13.5%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 호남권의 경우에는 ‘가격이 저렴하니까’의 응답이 25.5%로 상대적으로 높게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 1인 가구는 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’에 대한 응답이 31.0%로 상대적으로 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’와 ‘식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서’의 응답 비중은 낮아진 반면, ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’(▲4.2%p)와 ‘가격이 저렴하니까’(▲3.9%p)와 같은 실용적 이유들이 더욱 중요해지고 있는 것을 알 수 있음.

〈그림 4-4〉 가공식품 주 구입처 구입이유(1+2 가중평균)



〈표 4-4〉 가공식품 주 구입처 구입이유(1+2 가중평균)

(단위: %)

구분		우수한 품질의 제품을 살 수 있어서	가격이 저렴 하나까	거리가 가깝거나 교통이 편해서	직접 배달해 주므로	식료품 이외 다른 상품 같이 구입 가능	상품이 다양하므로	친절하고 서비스가 좋아서	주문/구입이 편리해서	평점/후기/판매량 등의 정보 활용 가능	기타
전체		17.9	16.8	26.4	5.9	13.6	13.5	2.2	3.3	0.3	0.1
거주지역	수도권	16.0	16.3	24.3	7.9	13.8	15.2	2.2	3.8	0.4	0.1
	충청권	13.4	16.5	30.7	3.6	14.1	14.1	4.2	2.8	0.6	0.0
	호남권	28.1	25.5	26.4	5.1	6.6	4.7	1.5	2.0	0.1	0.1
	대경권	14.6	15.0	35.0	2.3	18.4	11.9	0.9	1.8	0.0	0.0
	동남권	24.6	16.1	22.0	5.0	12.2	13.9	2.4	3.7	0.0	0.0
	강원권	3.2	5.1	42.8	0.7	27.2	18.7	0.0	2.3	0.0	0.0
행정구역	동	17.4	16.6	26.3	6.3	13.6	13.5	2.3	3.5	0.3	0.1
	읍면	20.2	17.9	27.1	3.6	13.8	13.5	1.7	2.3	0.0	0.0
가구원수	1인 가구	13.6	17.4	31.0	6.9	10.7	12.3	2.4	5.4	0.1	0.3
	2인 가구	18.1	17.7	27.4	4.1	14.0	14.3	2.3	2.0	0.1	0.0
	3인 가구	19.6	16.5	25.0	6.4	16.2	11.4	1.7	2.7	0.5	0.0
	4인 가구 이상	20.4	15.7	21.7	6.7	13.8	15.8	2.4	3.0	0.6	0.0
가구주 성별	남	19.3	16.4	26.2	5.7	13.8	13.3	2.2	2.9	0.3	0.0
	여	14.6	17.7	27.1	6.5	13.3	13.8	2.3	4.2	0.2	0.2
가구주 연령	20대	16.2	15.2	31.4	7.4	11.0	12.2	1.4	5.2	0.0	0.0
	30대	18.8	15.4	20.8	9.6	15.2	13.9	1.6	4.6	0.1	0.0
	40대	17.8	17.4	21.4	6.8	15.8	15.9	1.6	2.6	0.6	0.0
	50대	18.7	15.8	28.2	5.1	12.5	13.8	2.7	2.7	0.4	0.0
	60대 이상	17.0	18.8	31.2	3.1	12.5	11.3	2.8	3.0	0.1	0.3
가구주 최종 학력	중졸 이하	11.2	23.6	36.4	4.1	11.8	5.8	3.6	3.5	0.0	0.0
	고졸	18.0	17.6	28.6	4.3	12.2	14.0	2.2	2.7	0.3	0.2
	전문대졸 이상	18.6	15.5	23.8	7.2	14.8	14.1	2.0	3.6	0.3	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	19.2	15.3	23.6	7.9	14.7	14.1	2.0	2.7	0.3	0.2
	서비스/판매직	18.0	17.2	26.3	5.0	13.0	15.1	2.4	2.8	0.3	0.0
	기계농림어업단순노무	18.8	19.0	27.9	3.7	13.5	12.7	1.4	2.4	0.5	0.0
	기타	11.4	17.4	33.8	5.3	11.5	9.4	3.7	7.5	0.0	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	16.9	19.5	33.7	4.8	10.0	9.3	1.8	4.0	0.0	0.0
	200~400만원 미만	16.2	17.2	27.3	5.5	14.2	13.7	2.4	3.0	0.3	0.2
	400~600만원 미만	18.6	16.2	21.4	6.6	14.9	15.8	2.4	3.4	0.6	0.0
	600만원 이상	20.3	14.7	25.4	6.6	14.1	13.8	2.1	2.8	0.2	0.0

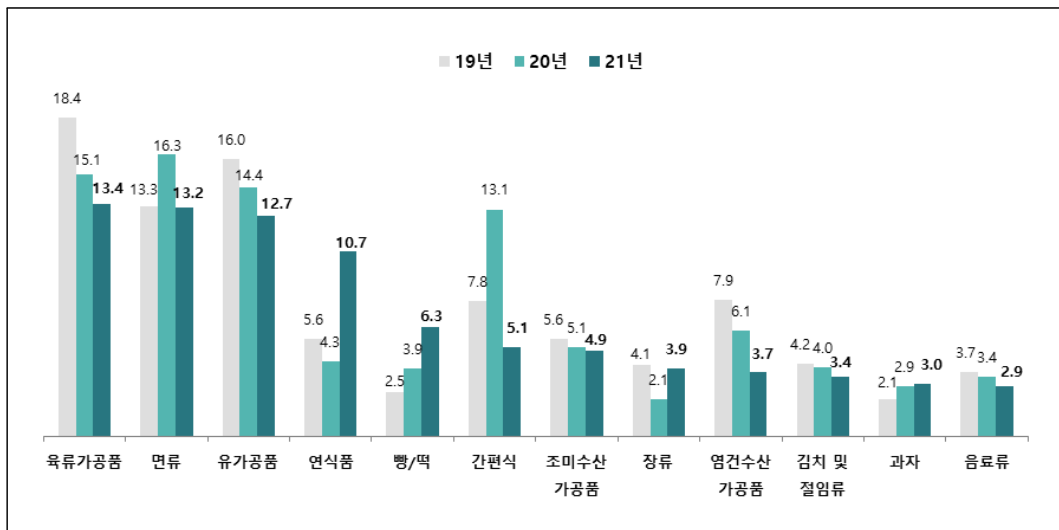
### 1.5. 지출액 기준 구입 많은 품목군

○ 지출액 기준으로 가장 구입을 많이 하는 품목은 ‘육류가공품’(13.4%), ‘면류’(13.2%)이며, 다음으로 ‘유가공품’(12.7%), ‘연식품’(10.7%) 등의 순으로 나타남.

- 가구원수에 따라 살펴보면, ‘면류’의 경우 1인가구의 소비가 가장 높게 나타났으나, ‘육류가공품’의 구입비율은 3인가구(15.7%)와 4인가구(16.0%)에서 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘간편식’의 구입 비중은 낮아진 반면, ‘연식품’과 ‘빵/떡’의 구입비중은 큰 폭으로 증가함.

〈그림 4-5〉 지출액 기준 구입 많은 품목군



\* 상위 12개만 제시



〈표 4-5〉 지출액 기준 구입 많은 품목군

(단위: %)

구분	전체	가구원수			
		1인 가구	2인 가구	3인 가구	4인 가구
육류가공품	13.4	12.3	10.5	15.7	16.0
알가공품	2.5	2.9	1.9	2.2	2.9
조미수산가공품	4.9	4.2	5.0	5.3	5.1
염건수산가공품	3.7	3.1	5.0	4.0	2.4
김치및절임류	3.4	3.8	3.0	3.3	3.6
과일채소가공품	2.9	1.9	3.2	2.8	3.6
장류	3.9	2.4	4.6	5.4	3.2
조미식품	1.5	1.1	1.5	1.5	1.8
유지류	2.4	1.3	3.3	2.4	2.4
유가공품	12.7	10.8	12.5	13.9	13.6
유가공품	6.3	6.7	6.0	6.0	6.4
빵/떡	3.0	3.4	1.8	2.6	4.4
면류	13.2	16.2	12.3	11.9	12.4
연식품	10.7	10.1	14.4	9.2	8.4
곡물가공품	2.7	2.3	3.3	2.8	2.5
커피/차	2.1	2.5	2.9	1.1	1.5
음료류	2.9	3.5	2.4	3.1	2.8
주류	1.8	2.4	2.4	1.3	0.7
간편식	5.1	8.4	2.9	4.0	5.2
건강기능식품	1.1	0.6	1.1	1.6	1.1

## 1.6. 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도

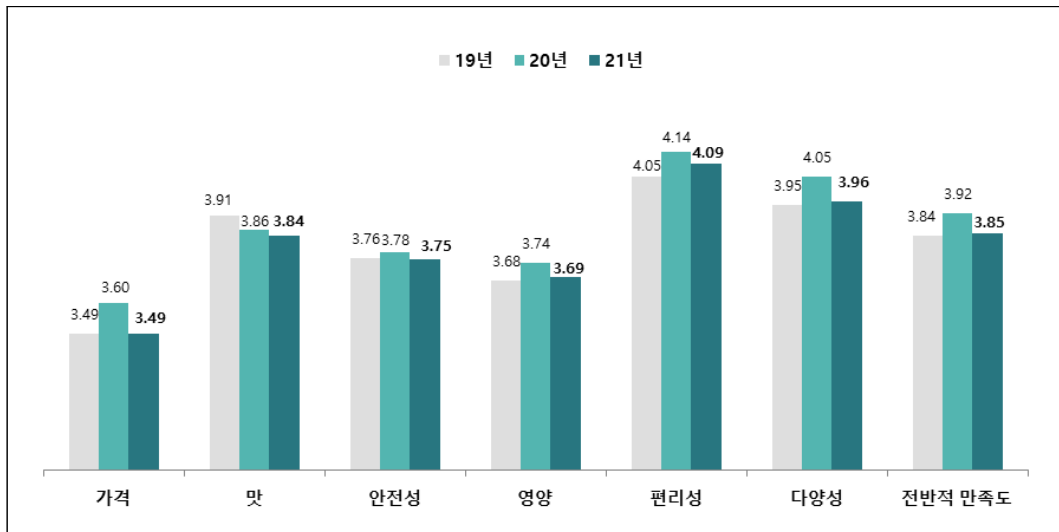
○ 가공식품에 대한 전반적 만족도는 3.85점으로 작년의 3.92점 대비 하락하였으며, 요소별 만족도 역시 모두 전년 대비 하락하였으나 높은 수준임.

- 작년 대비 하락하였지만 '맛'을 제외한 모든 속성에서 19년과 유사한 수준을 보임.

○ 요소별 만족도 중 '편리성'이 4.09점으로 가장 높으며, 그 다음으로 '다양성'(3.96점), '맛'(3.84점), '안전성'(3.75점) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 전반적으로 '편리성'에 대한 만족도가 가장 높게 나타나고 있는 가운데, 강원권은 '맛'(3.77점)에 대한 만족도가 '편리성'(3.70점)보다 높게 나타남.

〈그림 4-6〉 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도



〈표 4-6〉 지출액 규모 큰 가공식품 요소별 만족도

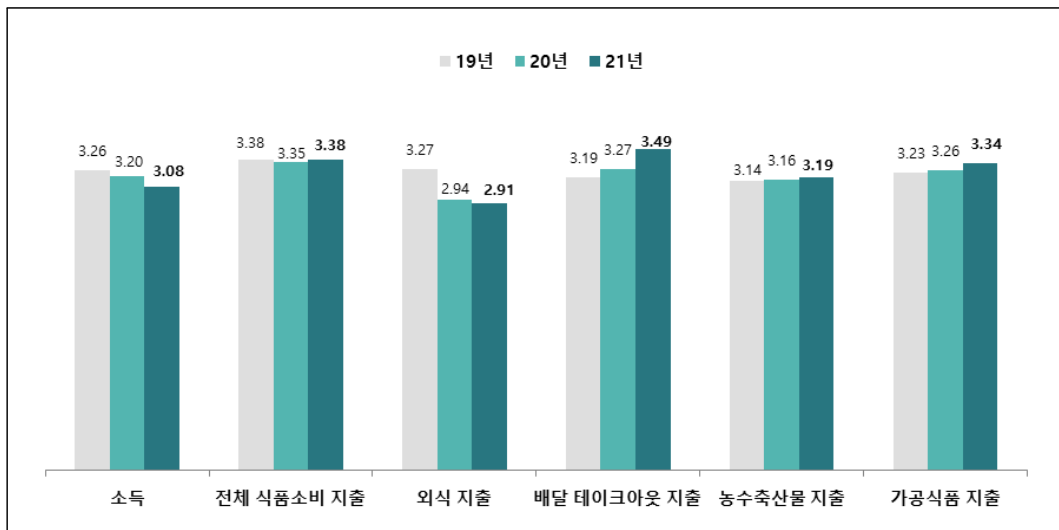
(단위: 5점 평균)

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
전체		3.49	3.84	3.75	3.69	4.09	3.96	3.85
거주지역	수도권	3.45	3.79	3.71	3.65	4.14	3.99	3.84
	충청권	3.50	4.05	3.86	3.68	4.19	4.05	4.07
	호남권	3.65	3.81	3.74	3.65	3.93	3.84	3.72
	대경권	3.25	3.81	3.77	3.77	4.12	4.01	3.77
	동남권	3.71	3.91	3.85	3.83	4.06	3.93	3.91
	강원권	3.07	3.77	3.56	3.65	3.70	3.60	3.49
행정구역	동	3.49	3.84	3.75	3.68	4.11	3.97	3.84
	읍면	3.47	3.85	3.80	3.75	4.03	3.90	3.86
가구원수	1인 가구	3.51	3.88	3.75	3.72	4.16	4.00	3.84
	2인 가구	3.46	3.82	3.71	3.68	4.02	3.91	3.81
	3인 가구	3.48	3.80	3.82	3.70	4.13	4.00	3.88
	4인 가구 이상	3.50	3.86	3.74	3.68	4.08	3.95	3.85
가구주 성별	남	3.50	3.84	3.79	3.72	4.10	3.98	3.87
	여	3.47	3.84	3.68	3.64	4.08	3.93	3.79
가구주 연령	20대	3.46	3.90	3.75	3.76	4.19	3.96	3.85
	30대	3.53	3.88	3.75	3.65	4.13	4.03	3.85
	40대	3.54	3.80	3.79	3.71	4.11	3.98	3.85
	50대	3.47	3.87	3.74	3.70	4.09	3.98	3.88
	60대 이상	3.43	3.80	3.74	3.67	4.04	3.89	3.80
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.37	3.82	3.65	3.71	3.96	3.89	3.70
	고졸	3.47	3.82	3.76	3.67	4.06	3.95	3.86
	전문대졸 이상	3.51	3.86	3.76	3.71	4.14	3.98	3.85
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.53	3.86	3.81	3.71	4.14	4.01	3.88
	서비스/판매직	3.53	3.83	3.72	3.74	4.09	3.95	3.83
	기계/농림/어업/단순노무	3.44	3.82	3.79	3.71	4.05	3.97	3.86
	기타	3.34	3.83	3.57	3.50	4.04	3.82	3.73
월평균 가구소득	200만원 미만	3.43	3.83	3.69	3.73	4.08	3.91	3.79
	200~400만원 미만	3.53	3.85	3.76	3.64	4.04	3.96	3.82
	400~600만원 미만	3.47	3.85	3.71	3.66	4.16	3.99	3.87
	600만원 이상	3.51	3.82	3.86	3.79	4.12	3.96	3.89

## 1.7. 최근 1년 식품 지출 변화

- 최근 1년 동안 ‘소득’은 3.08점으로 전년 대비 감소하였으나, ‘전체 식품소비 지출’은 3.38점으로 나타나 증가한 것으로 나타남.
  - 거주 지역에 따라 살펴보면, 대경권, 수도권, 호남권에서 ‘전체 식품 소비 지출’ 항목에서 증가했다는 응답이 상대적으로 높은 것으로 나타남.
  - 가구원수에 따라 살펴보면, 3인 가구, 4인 이상 가구에서 ‘전체 식품 소비 지출’이 상대적으로 크게 증가한 것으로 나타남.
- ‘외식’ 지출은 작년에 이어 지속적으로 감소를 보이며, ‘배달/테이크 아웃 지출’은 지속적인 증가를 보임.
- ‘농수축산물 지출’과 ‘가공식품 지출’ 모두 지속적인 증가를 보임.

〈그림 4-7〉 최근 1년 식품 지출 변화



〈표 4-7〉 최근 1년 식품 지출 변화

(단위: 5점 평균)

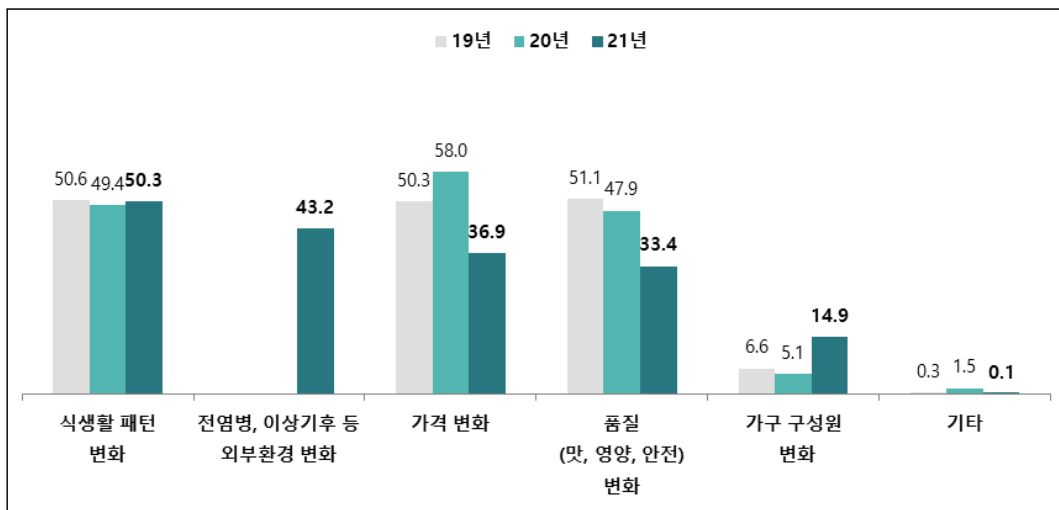
구분		소득	전체 식품 소비 지출	외식 지출	배달/ 테이크아웃 지출	농수축산물 지출	가공식품 지출
전체		3.08	3.38	2.91	3.49	3.19	3.34
거주지역	수도권	3.11	3.40	2.89	3.51	3.15	3.39
	충청권	3.05	3.37	2.57	3.36	3.25	3.32
	호남권	3.22	3.40	3.36	3.54	3.29	3.43
	대경권	2.97	3.41	2.80	3.34	3.31	3.30
	동남권	2.99	3.27	2.90	3.60	3.13	3.16
	강원권	2.93	3.33	3.20	3.32	3.28	3.24
행정구역	동	3.08	3.37	2.90	3.51	3.19	3.33
	읍면	3.06	3.41	2.93	3.40	3.21	3.40
가구원수	1인 가구	3.08	3.32	2.91	3.41	3.06	3.32
	2인 가구	2.95	3.26	2.86	3.31	3.19	3.25
	3인 가구	3.14	3.42	2.95	3.56	3.23	3.34
	4인 가구 이상	3.18	3.54	2.92	3.71	3.30	3.46
가구주 성별	남	3.09	3.39	2.93	3.53	3.22	3.34
	여	3.05	3.36	2.84	3.41	3.13	3.33
가구주 연령	20대	3.25	3.46	3.19	3.76	3.05	3.49
	30대	3.24	3.45	2.95	3.73	3.08	3.43
	40대	3.19	3.55	2.95	3.69	3.25	3.48
	50대	3.05	3.36	2.91	3.49	3.25	3.33
	60대 이상	2.86	3.18	2.76	3.09	3.19	3.13
가구주 최종 학력	중졸 이하	2.78	3.04	2.61	2.86	3.10	2.95
	고졸	2.98	3.32	2.87	3.31	3.22	3.29
	전문대졸 이상	3.18	3.46	2.97	3.69	3.18	3.42
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.23	3.46	3.01	3.69	3.15	3.40
	서비스/판매직	3.00	3.34	2.86	3.49	3.20	3.35
	기계/농림/어업/단순노무	2.97	3.32	2.91	3.32	3.24	3.28
	기타	2.92	3.31	2.66	3.13	3.21	3.21
월평균 가구 소득	200만원 미만	2.97	3.22	2.82	3.19	3.16	3.28
	200~400만원 미만	3.03	3.33	2.88	3.43	3.12	3.29
	400~600만원 미만	3.07	3.45	2.82	3.60	3.22	3.34
	600만원 이상	3.27	3.49	3.13	3.69	3.28	3.47

## 1.8. 최근 1년 가공식품 지출 변화원인

○ 최근 1년 가공식품 지출이 변화한 주요 원인으로 ‘식생활 패턴 변화’(50.3%)가 가장 많았으며, 다음으로 ‘전염병, 이상 기온 등 외부 환경 변화’(43.2%), ‘가격 변화’(36.9%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라, 수도권은 ‘전염병, 이상 기온 등 외부 환경 변화’를, 충청권은 ‘식생활 패턴 변화’를, 호남권과 동남권은 ‘품질’을, 대경권과 강원권은 ‘가격 변화’에 대한 응답이 높게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 모든 가구원 수에서 ‘식생활 패턴 변화’에 항목이 가장 높은 것으로 나타남.

〈그림 4-8〉 최근 1년 가공식품 지출 변화원인



〈표 4-8〉 최근 1년 가공식품 지출 변화원인

(단위: %)

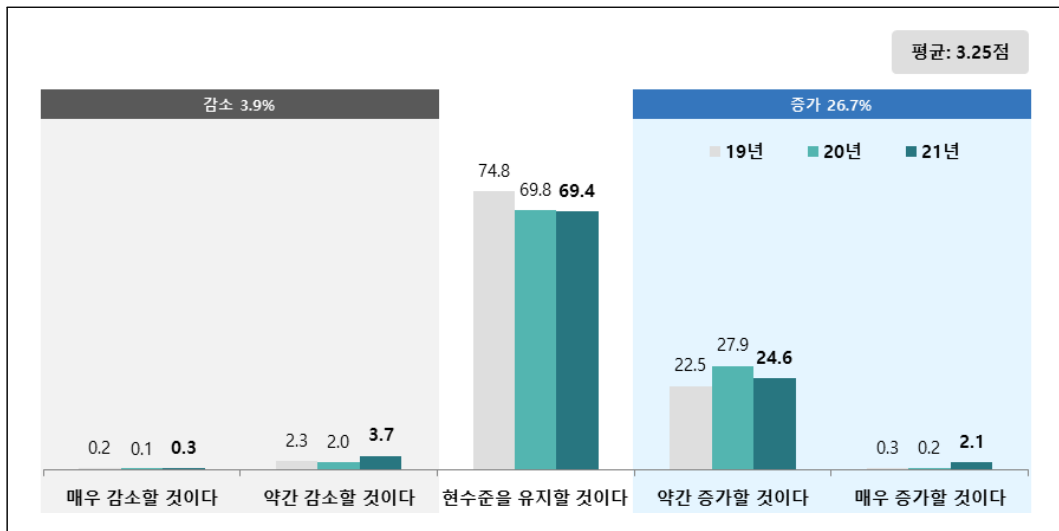
구분		가격 변화	품질 (맛, 영양, 안전) 변화	식생활 패턴 변화	가구 구성원 변화	전염병, 이상기후 등 외부환경 변화	기타
전체		36.9	33.4	50.3	14.9	43.2	0.1
거주지역	수도권	33.0	26.1	54.4	14.4	56.3	0.2
	충청권	37.7	46.5	53.1	6.1	34.9	0.0
	호남권	42.2	48.7	45.1	15.7	13.5	0.0
	대경권	54.3	23.4	45.0	14.9	41.7	0.0
	동남권	28.7	54.9	45.1	25.9	17.6	0.0
	강원권	85.6	4.7	2.4	4.5	42.1	0.0
행정구역	동	35.7	31.5	50.4	14.4	46.0	0.1
	읍면	43.2	43.7	49.7	17.6	27.9	0.0
가구원수	1인 가구	39.1	31.3	52.0	10.3	47.1	0.4
	2인 가구	36.6	36.0	52.1	17.1	34.9	0.0
	3인 가구	36.5	33.6	48.3	18.7	45.7	0.0
	4인 가구 이상	35.4	32.6	49.0	13.5	45.2	0.0
가구주 성별	남	37.0	37.8	51.0	16.6	37.7	0.1
	여	36.5	23.5	48.9	11.0	55.5	0.0
가구주 연령	20대	37.8	31.1	51.0	13.3	51.5	0.0
	30대	34.4	34.6	57.2	12.0	45.4	0.0
	40대	40.8	34.9	44.2	14.7	42.9	0.0
	50대	30.1	34.2	53.0	14.9	49.1	0.0
	60대 이상	41.6	30.4	48.5	18.2	31.0	0.4
가구주 최종 학력	중졸 이하	42.8	18.0	41.8	13.7	33.4	2.0
	고졸	41.1	31.0	51.8	13.7	42.8	0.0
	전문대졸 이상	34.0	35.8	50.1	15.6	44.1	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	34.9	36.8	53.3	15.7	42.7	0.0
	서비스/판매직	36.1	34.6	50.2	12.0	44.1	0.0
	기계농림어업단순노무	46.2	36.3	49.3	17.4	35.7	0.4
	기타	30.3	11.5	40.6	14.2	56.3	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	37.5	33.3	52.0	5.8	35.0	0.5
	200~400만원 미만	44.0	32.3	52.9	18.9	46.6	0.0
	400~600만원 미만	34.5	33.1	44.3	16.1	44.0	0.0
	600만원 이상	31.0	34.8	53.7	14.9	43.8	0.0

### 1.9. 향후 1년간 가공식품 지출 변화

- 향후 1년간 가공식품 지출 변화에 대하여 ‘현 수준을 유지할 것이다’는 응답은 69.4%로 10명 중 약 7명이며, 증가 26.7%(매우 증가 2.1% + 약간 증가 24.6%)로 나타남.
  - 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권(3.32점)이 가장 높은 점수이며, 강원권(3.10점)의 점수가 타 지역에 비해 낮게 나타남.
  - 가구원수에 따라 살펴보면, 4인 가구가 가장 높은 점수이며, 2인 가구의 점수가 상대적으로 가장 낮게 나타남.

○ 향후 ‘현 수준을 유지할 것이다’라는 비율은 전년 69.8%와 유사한 수준을 보임.

〈그림 4-9〉 향후 1년간 가공식품 지출 변화





〈표 4-9〉 향후 1년간 가공식품 지출 변화

(단위: %, 5점 평균)

구분		매우 감소	약간 감소	변함 없음	약간 증가	매우 증가	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균 (점)
전체		0.3	3.7	69.4	24.6	2.1	26.7	69.4	3.9	3.25
거주지역	수도권	0.2	4.5	62.1	29.5	3.7	33.2	62.1	4.7	3.32
	충청권	0.0	1.0	85.7	12.9	0.3	13.2	85.7	1.0	3.13
	호남권	0.9	5.4	52.6	40.6	0.4	41.1	52.6	6.3	3.34
	대경권	0.3	1.5	83.5	14.6	0.0	14.6	83.5	1.8	3.12
	동남권	0.4	2.8	81.4	14.9	0.5	15.4	81.4	3.2	3.12
	강원권	0.0	4.3	83.0	11.6	1.1	12.7	83.0	4.3	3.10
행정구역	동	0.3	3.9	68.9	24.7	2.3	26.9	68.9	4.2	3.25
	읍면	0.2	2.4	71.9	24.4	1.1	25.5	71.9	2.6	3.24
가구원수	1인 가구	0.2	2.5	74.4	21.9	0.9	22.8	74.4	2.7	3.21
	2인 가구	0.8	5.1	75.3	18.2	0.6	18.8	75.3	5.9	3.13
	3인 가구	0.0	5.1	64.1	28.3	2.5	30.7	64.1	5.1	3.28
	4인 가구 이상	0.0	1.7	61.6	32.0	4.7	36.7	61.6	1.7	3.40
가구주 성별	남	0.3	3.2	69.1	24.8	2.6	27.4	69.1	3.5	3.26
	여	0.3	4.6	69.9	24.2	0.9	25.1	69.9	4.9	3.21
가구주 연령	20대	0.0	3.0	61.8	33.2	2.0	35.2	61.8	3.0	3.34
	30대	0.3	2.1	68.6	27.7	1.2	29.0	68.6	2.4	3.27
	40대	0.0	2.8	62.0	30.9	4.4	35.3	62.0	2.8	3.37
	50대	0.4	2.3	70.7	24.3	2.4	26.7	70.7	2.6	3.26
	60대 이상	0.5	6.9	76.9	15.3	0.4	15.7	76.9	7.4	3.08
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.4	5.6	86.0	7.7	0.4	8.0	86.0	6.0	3.02
	고졸	0.2	5.3	73.1	20.2	1.1	21.3	73.1	5.6	3.17
	전문대졸 이상	0.3	2.3	64.7	29.8	2.9	32.8	64.7	2.6	3.33
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	2.7	65.0	27.8	4.4	32.2	65.0	2.8	3.34
	서비스/판매직	0.6	4.4	69.6	24.9	0.5	25.4	69.6	5.0	3.20
	기계농림어업단순노무	0.0	4.7	76.3	18.4	0.6	19.0	76.3	4.7	3.15
	기타	0.5	3.6	71.0	24.5	0.4	24.8	71.0	4.1	3.21
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.2	5.5	78.5	15.7	0.1	15.8	78.5	5.6	3.10
	200~400만원 미만	0.4	3.9	71.8	22.8	1.1	23.9	71.8	4.3	3.20
	400~600만원 미만	0.5	3.2	68.2	27.4	0.7	28.1	68.2	3.6	3.25
	600만원 이상	0.0	2.3	58.6	32.0	7.1	39.1	58.6	2.3	3.44

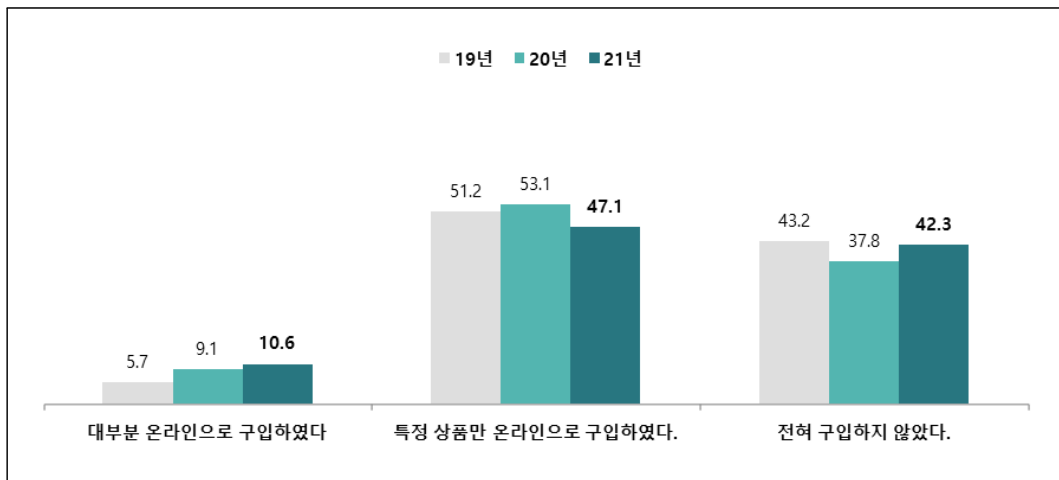
### 1.10. 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부

○ 최근 1년간 온라인을 통한 가공식품 구입 경험은 57.7%로 과반이 온라인을 통해 가공식품을 구입해 본 것으로 나타남.

○ 이 중 ‘대부분 온라인 구입’은 10.6%로 전년 대비 소폭 상승한 것으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 수도권의 구입 경험이 타 지역에 비해 상대적으로 높게 나타남.
- 온라인 구입 경험은 연령대에 따라 큰 차이를 보이며, 60대 이상 응답자의 80.7%는 오프라인으로만 가공식품을 구입하는 것으로 나타남.

〈그림 4-10〉 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부



〈표 4-10〉 최근 1년간 온라인 가공식품 구입여부

(단위: %)

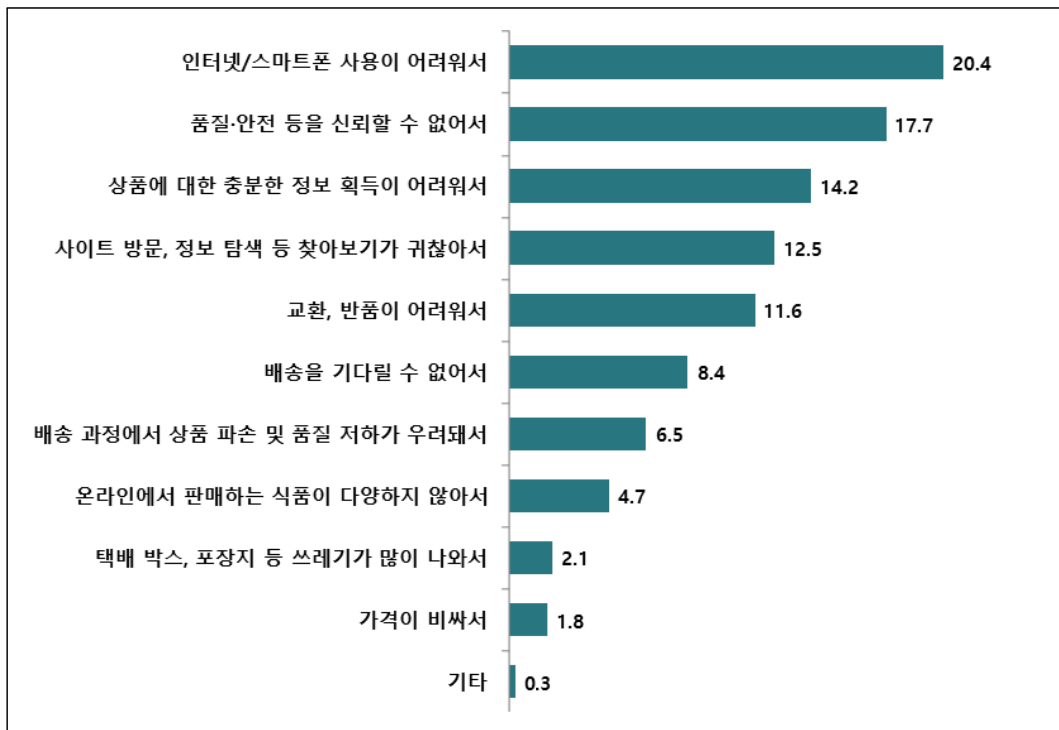
구분		대부분 온라인으로 구입하였다	특정 상품만 온라인으로 구입하였다	전혀 구입하지 않았다
전체		10.6	47.1	42.3
거주지역	수도권	14.5	50.7	34.9
	충청권	7.7	46.1	46.1
	호남권	3.4	44.6	52.0
	대경권	6.4	39.6	54.0
	동남권	9.1	48.1	42.8
	강원권	4.9	20.8	74.4
행정구역	동	11.3	48.1	40.6
	읍면	6.9	41.8	51.3
가구원수	1인 가구	15.4	42.9	41.7
	2인 가구	5.0	32.9	62.2
	3인 가구	12.6	53.0	34.5
	4인 가구 이상	10.5	63.5	26.1
가구주 성별	남	8.3	47.6	44.1
	여	15.6	46.1	38.2
가구주 연령	20대	16.0	63.7	20.4
	30대	25.3	63.9	10.8
	40대	13.3	64.3	22.5
	50대	6.0	47.0	47.1
	60대 이상	1.8	17.5	80.7
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.2	5.7	94.1
	고졸	6.0	37.9	56.1
	전문대졸 이상	15.0	58.7	26.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	15.2	60.7	24.1
	서비스/판매직	9.7	48.8	41.6
	기계/농림/어업/단순노무	3.4	32.0	64.6
	기타	9.9	25.6	64.5
월평균 가구 소득	200만원 미만	7.4	27.8	64.8
	200~400만원 미만	12.1	42.7	45.1
	400~600만원 미만	12.1	56.1	31.8
	600만원 이상	9.1	59.5	31.4

### 1.11. 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

○ 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유는 ‘인터넷/스마트폰 사용이 어려워서’가 20.4%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서’(17.7%), ‘상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서’(14.2%) 등의 순으로 나타남.

- 연령별로 60대 이상에서 ‘인터넷/스마트폰 사용이 어려워서’가 31.5%로 다른 연령층보다 높게 나타남.
- 거주 지역별로 보았을 때 호남권과 대경권에서 ‘품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서’가 상대적으로 높게 응답됨.

〈그림 4-11〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유



〈표 4-11〉 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

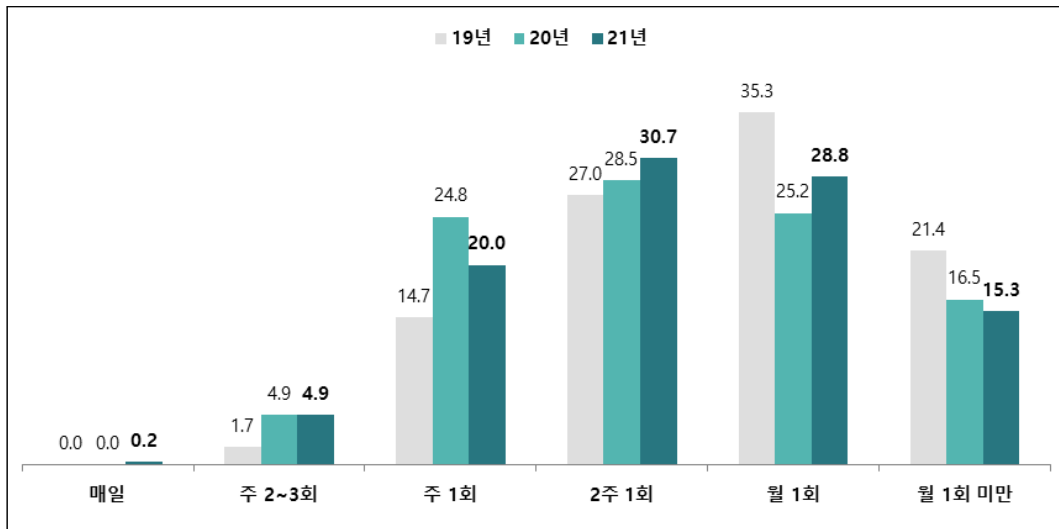
(단위: %)

구분		품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서	상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서	교환, 반품이 어려워워서	배송을 기다릴 수 없어서	배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려돼서	인터넷/스마트폰 사용이 어려워워서	가격이 비싸서	온라인에서 판매하는 식품이 다양하지 않아서	사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서	택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서
전체		17.7	14.2	11.6	8.4	6.5	20.4	1.8	4.7	12.5	2.1
거주지역	수도권	14.3	11.8	11.0	9.2	7.1	22.9	1.9	5.1	13.0	3.2
	충청권	12.6	16.0	12.7	9.5	8.5	19.5	0.9	3.4	12.9	4.0
	호남권	29.3	18.6	11.9	7.6	4.7	8.3	3.3	4.9	10.0	1.1
	대경권	25.6	13.2	11.9	11.9	5.2	19.6	0.5	3.6	7.5	0.8
	동남권	19.9	19.8	15.4	5.5	7.7	19.8	2.7	3.7	5.3	0.2
	강원권	0.3	1.7	0.0	2.5	0.3	37.8	0.0	9.4	48.0	0.0
행정구역	동	17.1	13.2	11.9	8.4	6.9	19.4	2.0	4.8	13.5	2.5
	읍면	20.2	18.4	9.9	8.3	4.5	24.5	1.2	4.4	8.2	0.0
가구원수	1인 가구	13.6	13.0	10.5	11.2	5.4	24.3	2.0	3.0	14.9	1.7
	2인 가구	16.6	14.5	10.7	6.5	6.4	25.3	1.1	4.0	12.2	2.2
	3인 가구	17.7	13.0	13.6	10.8	8.9	12.7	3.4	6.8	9.9	3.1
	4인 가구 이상	27.5	16.7	13.1	6.0	5.3	9.4	1.5	6.8	12.3	1.0
가구주 성별	남	18.0	15.0	12.7	9.1	6.3	18.6	1.8	5.3	11.3	1.7
	여	16.9	12.2	8.5	6.7	6.8	25.0	2.0	3.2	15.5	3.1
가구주 연령	20대	8.6	13.6	18.6	24.5	9.7	0.9	1.0	6.0	13.4	3.8
	30대	16.7	12.2	19.1	17.0	1.9	4.7	8.1	5.4	10.3	4.5
	40대	25.4	16.6	12.8	8.0	5.7	4.5	2.5	8.7	14.2	1.7
	50대	19.9	13.9	14.6	10.7	9.1	12.1	1.8	3.6	12.1	1.9
	60대 이상	15.4	14.0	8.4	5.2	5.3	31.5	1.2	4.2	12.4	1.9
가구주 최종 학력	중졸 이하	10.8	12.7	4.4	3.3	4.7	45.4	2.2	2.4	12.9	0.6
	고졸	16.5	14.4	11.5	9.0	6.0	22.2	1.6	3.9	12.7	2.3
	전문대졸 이상	22.3	14.6	14.7	9.8	7.9	7.0	2.0	6.8	12.0	2.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	17.7	15.5	16.3	9.6	8.0	9.0	1.7	6.3	12.0	3.3
	서비스/판매직	21.5	13.1	11.9	10.4	9.5	14.3	2.7	4.2	9.6	2.7
	기계농림어업단순노무	17.9	13.9	12.3	8.9	5.7	23.0	1.6	4.5	10.9	1.2
	기타	11.8	14.5	3.7	3.3	1.7	38.5	1.2	3.7	19.8	1.1
월평균 가구 소득	200만원 미만	13.1	13.3	10.5	9.4	3.7	34.0	1.0	2.2	12.0	0.4
	200~400만원 미만	15.5	14.8	10.0	7.3	7.0	19.8	3.0	5.5	14.5	2.4
	400~600만원 미만	23.3	12.1	11.9	9.4	7.6	12.2	1.1	5.2	12.7	3.6
	600만원 이상	22.9	17.2	16.3	7.7	8.6	8.4	1.6	6.6	8.4	2.2

## 1.12. 온라인 가공식품 구입 주기

- 온라인으로 가공식품을 구입하는 주기는 '2주 1회'가 30.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '월 1회'(28.8%), '주1회'(20.0%) 등의 순으로 나타남.
  - 거주 지역에 따라 수도권과 동남권은 '2주 1회', 충청권, 호남권, 대경권은 '월 1회' 이 가장 많이 응답됨.
  - 가구원수에 따라 1인, 3인 가구의 경우 '2주 1회', 2인, 4인 이상 가구는 '주 1회'에 대해 상대적으로 높은 응답을 보임.
  
- 전년 대비 '주 1회'의 비율은 줄어들었지만 19년 대비는 증가를 보이고, '월 1회'는 전년 대비 증가하였지만 19년 대비 감소한 것으로 나타나, 작년 코로나로 인해 급격히 증가했던 온라인 구입 횟수가 일부 감소하고 있지만 예년보다는 높아진 것으로 판단됨.

〈그림 4-12〉 온라인 가공식품 구입 주기



\* Base는 가공식품을 온라인으로 구매한 사람

〈표 4-12〉 온라인 가공식품 구입 주기

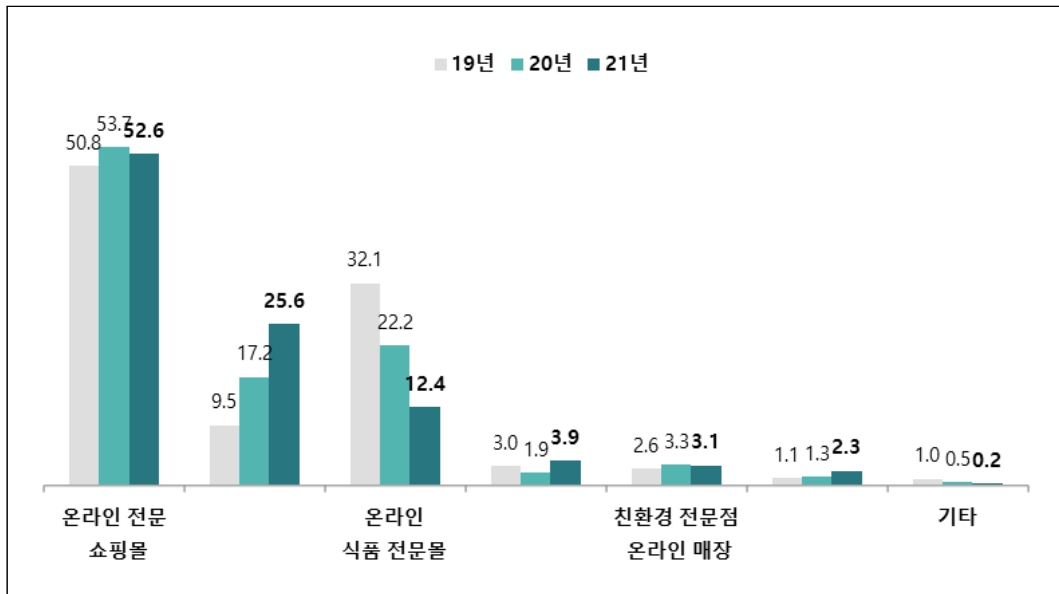
(단위: %)

구분		매일	주 2-3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	한달 평균 (회)
전체		0.2	4.9	20.0	30.7	28.8	15.3	2.33
거주지역	수도권	0.0	4.6	23.1	35.2	27.6	9.5	2.41
	충청권	0.0	0.7	11.4	19.5	44.3	24.2	1.48
	호남권	2.2	12.3	20.7	20.7	24.0	20.1	3.48
	대경권	0.0	2.0	14.9	25.0	30.9	27.3	1.74
	동남권	0.0	6.6	18.4	30.6	24.7	19.7	2.35
	강원권	0.0	0.0	3.5	33.4	26.9	36.2	1.26
행정구역	동	0.1	5.2	21.3	31.0	28.0	14.5	2.37
	읍면	0.9	3.2	11.9	29.2	34.4	20.4	2.11
가구원수	1인 가구	0.0	3.3	17.4	35.7	28.3	15.3	2.10
	2인 가구	0.0	2.6	18.9	27.4	30.0	21.1	1.97
	3인 가구	0.0	6.3	16.1	33.9	30.5	13.1	2.33
	4인 가구 이상	0.7	6.5	26.4	25.9	27.1	13.4	2.77
가구주 성별	남	0.3	4.2	20.9	29.4	29.1	16.0	2.31
	여	0.0	6.3	18.3	33.5	28.2	13.7	2.38
가구주 연령	20대	0.0	3.7	12.7	36.2	37.6	9.7	2.03
	30대	0.0	6.1	23.8	36.2	20.3	13.6	2.56
	40대	0.3	4.3	24.1	30.3	29.4	11.6	2.44
	50대	0.5	5.3	16.8	27.2	31.3	18.8	2.31
	60대 이상	0.0	3.8	12.7	18.5	34.8	30.1	1.76
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	26.2	0.0	0.0	14.4	59.3	3.06
	고졸	0.0	4.3	15.1	26.6	35.4	18.6	2.01
	전문대졸 이상	0.3	4.9	22.2	32.7	26.3	13.5	2.46
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.2	4.8	25.0	31.6	26.1	12.3	2.50
	서비스/판매직	0.3	4.0	13.0	33.0	31.1	18.5	2.08
	기계농림어업단순노무	0.0	2.0	15.4	22.5	38.7	21.3	1.76
	기타	0.0	13.9	17.0	31.3	23.0	14.8	3.00
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	5.3	16.4	28.9	30.1	19.3	2.16
	200~400만원 미만	0.0	4.5	19.1	30.9	28.9	16.6	2.20
	400~600만원 미만	0.6	5.6	21.8	33.2	26.3	12.6	2.61
	600만원 이상	0.0	4.4	20.7	28.2	31.5	15.3	2.22

### 1.13. 온라인 가공식품 주 구매처

- 온라인을 통한 가공식품 주 구매처는 ‘온라인 전문 쇼핑몰’로 52.6%이며, ‘대형마트/백화점/홈쇼핑/온라인매장’(25.6%), ‘온라인 식품 전문몰’(12.4%)의 순으로 나타남.
- 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘온라인 전문 쇼핑몰’에 대한 응답이 가장 높게 나타남.

〈그림 4-13〉 온라인 가공식품 주 구매처(1+2 가중평균)





〈표 4-13〉 온라인 가공식품 주 구매처(1+2 가중평균)

(단위: %)

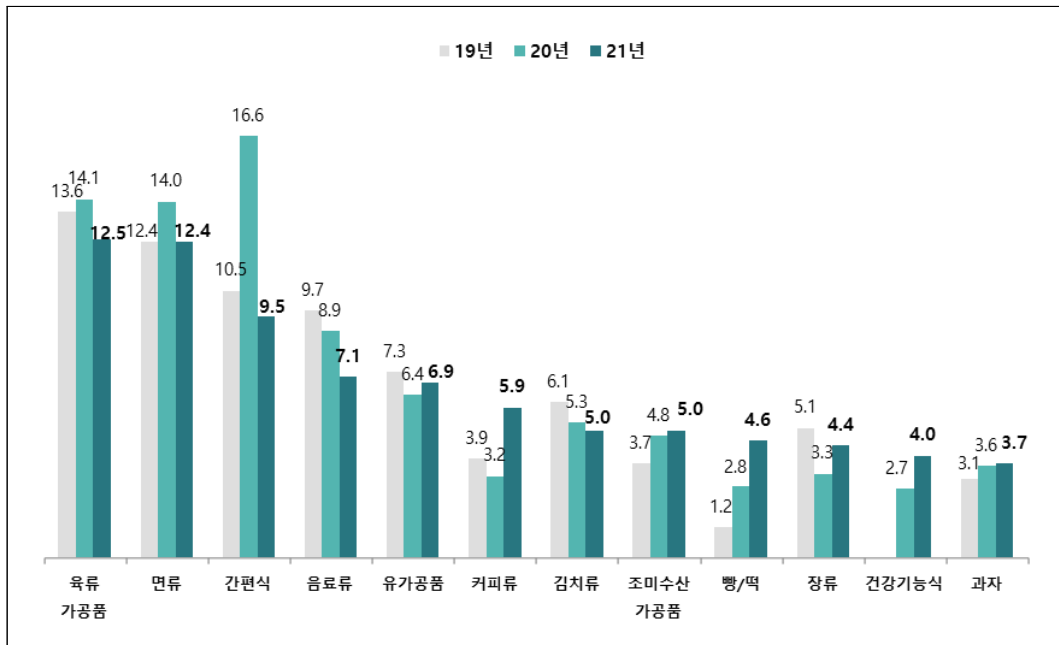
구분		대형마트 /백화점/ 홈쇼핑/ 온라인 매장	온라인 전문 쇼핑몰	온라인 식품 전문몰	친환경 전문점	특산물 온라인 매장	SNS구매	해외직구 사이트
전체		25.6	52.6	12.4	3.1	3.9	2.3	0.2
거주지역	수도권	23.6	49.0	15.7	3.4	5.6	2.5	0.2
	충청권	23.5	64.6	9.7	1.5	0.0	0.4	0.3
	호남권	33.6	47.9	9.3	4.0	1.4	3.5	0.3
	대경권	22.1	63.4	6.6	2.2	4.8	0.9	0.0
	동남권	32.1	54.6	6.0	2.7	1.6	3.1	0.0
	강원권	17.1	68.1	12.3	1.5	0.0	1.0	0.0
행정구역	동	25.6	52.1	12.6	3.0	4.2	2.3	0.2
	읍면	25.6	55.7	10.8	3.5	1.6	2.8	0.0
가구원수	1인 가구	23.0	55.0	13.0	2.2	2.5	4.2	0.1
	2인 가구	25.1	53.2	9.5	5.1	4.0	2.4	0.8
	3인 가구	22.8	53.8	13.5	5.2	3.7	1.1	0.0
	4인 가구 이상	30.5	49.1	12.6	0.8	5.3	1.8	0.0
가구주 성별	남	25.3	52.7	11.6	3.3	4.6	2.2	0.2
	여	26.1	52.3	13.9	2.5	2.5	2.6	0.2
가구주 연령	20대	21.0	52.8	15.0	3.4	2.8	5.1	0.0
	30대	24.0	55.7	12.2	1.6	2.5	4.1	0.1
	40대	27.9	51.2	12.8	2.5	4.3	1.3	0.0
	50대	27.0	52.1	11.3	4.0	4.3	0.9	0.5
	60대 이상	24.7	48.9	10.9	6.6	7.4	1.1	0.3
가구주 최종 학력	중졸 이하	6.6	48.2	18.8	10.0	16.4	0.0	0.0
	고졸	27.2	54.3	9.9	3.0	4.0	1.7	0.0
	전문대졸 이상	25.2	52.0	13.3	3.0	3.8	2.6	0.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	26.4	52.7	11.6	2.4	4.2	2.6	0.0
	서비스/판매직	24.0	53.5	13.3	3.0	3.4	2.2	0.5
	기계/농림/어업/단순노무	23.2	54.4	10.6	5.6	5.3	0.9	0.0
	기타	29.2	45.7	17.4	3.7	1.0	3.0	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	22.2	55.2	10.5	3.7	4.7	3.5	0.2
	200~400만원 미만	23.8	56.0	13.4	2.1	1.7	3.0	0.0
	400~600만원 미만	30.2	52.7	10.1	2.0	3.2	1.4	0.4
	600만원 이상	23.4	47.1	14.8	5.3	7.2	2.2	0.0

### 1.14. 지출액 기준 구입 많은 품목군(온라인)

○ 온라인을 이용하여 구입한 품목에 대하여 지출액 기준으로 품목을 보면, ‘육류 가공품’이 12.5%로 가장 높게 나타남. 다음으로 ‘면류’(12.4%), ‘간편식’(9.5%), ‘음료류’(7.1%) 등의 순임.

○ 가구원수에 따라 살펴보면, 1인가구의 경우 ‘면류’의 구입 비율이 그 외의 가구에서 ‘육류 가공품’, ‘면류’의 소비순으로 나타남.

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



\* 상위 12개만 제시

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

(단위: %)

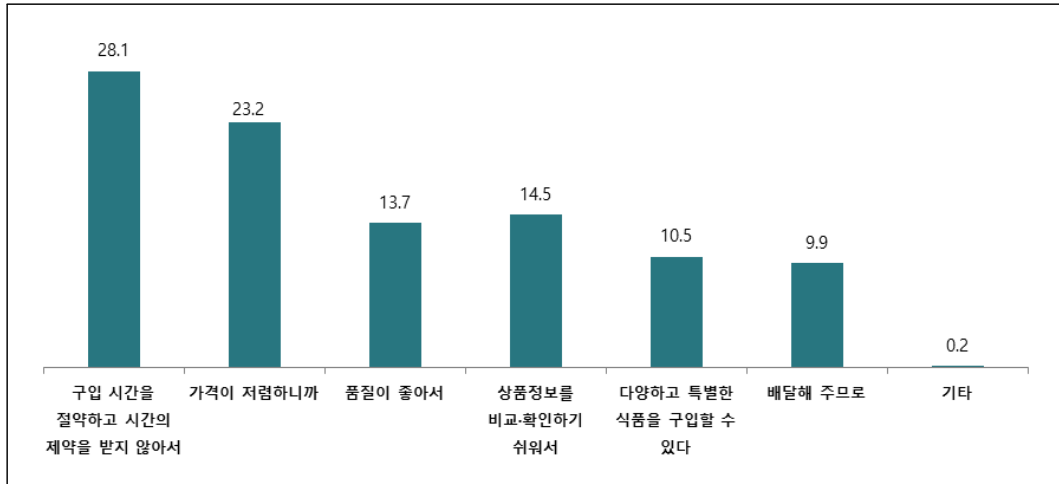
구분	전체	가구원수			
		1인 가구	2인 가구	3인 가구	4인 가구 이상
육류가공품	12.5	12.8	11.2	12.9	12.7
알가공품	2.1	1.5	2.0	2.1	2.6
조미수산가공품	5.0	3.7	5.3	5.4	5.5
염건수산가공품	2.7	2.6	2.7	3.6	2.0
김치및절임류	5.0	3.9	5.4	5.7	5.2
과일채소가공품	2.2	2.3	2.7	1.7	2.3
장류	4.4	2.7	5.6	5.7	3.8
조미식품	2.4	2.8	1.7	1.8	3.0
유지류	2.1	1.5	3.1	2.1	2.1
유가공품	6.9	4.9	4.3	9.1	8.2
유가공품	4.6	5.9	4.3	4.2	4.0
빵/떡	3.7	4.0	3.0	3.0	4.3
면류	12.4	14.0	11.1	11.3	12.6
연식품	3.2	1.6	4.2	4.3	2.9
곡물가공품	3.5	3.1	5.0	4.2	2.3
커피/차	5.9	6.4	5.9	4.6	6.6
음료류	7.1	7.5	8.1	6.9	6.3
주류	1.0	1.1	2.3	0.2	0.7
간편식	9.5	13.8	6.1	7.6	9.4
건강기능식품	4.0	3.7	5.9	3.6	3.5

### 1.15. 온라인 가공식품 구입 이유

○ 온라인을 통해 가공식품을 구입하는 이유는 ‘구매시간에 제약을 받지 않아 편리하다’가 28.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘가격이 저렴하니까’(23.2%), ‘상품 정보를 비교·확인하기 쉬워서’(14.5%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 수도권, 강원권은 ‘가격이 저렴하니까’, 충청권, 호남권, 대경권에 서는 ‘구매 시간의 제약을 받지 않으니까’에 대해 상대적으로 높게 나타남.
- 가구원수에 따라 모든 가구가 ‘구매시간에 제약을 받지 않아 편리하다’가 높게 나타남.

〈그림 4-15〉 온라인 가공식품 구입 이유(1+2 가중평균)



〈표 4-15〉 온라인 가공식품 구입 이유(1+2 가중평균)

(단위: %)

구분		구매시간 제약을 받지 않아서	가격이 저렴 하니까	품질이 좋아서	상품정보 를 비교확 인하기 쉬 워서	다양하고 특별한 식품을 구입	배달해 주므로	기타
전체		28.1	23.2	13.7	14.5	10.5	9.9	0.2
거주지역	수도권	22.5	23.8	14.1	17.1	12.8	9.5	0.3
	충청권	41.0	19.0	6.4	12.5	6.5	14.6	0.0
	호남권	23.4	24.0	26.7	12.9	6.9	6.1	0.0
	대경권	35.6	23.5	6.0	4.7	17.6	12.6	0.0
	동남권	39.1	19.9	14.4	12.7	4.2	9.7	0.0
	강원권	28.2	63.8	0.0	8.0	0.0	0.0	0.0
행정구역	동	29.0	22.8	12.9	14.4	10.9	9.9	0.2
	읍면	22.2	26.4	18.8	15.2	7.8	9.6	0.0
가구원수	1인 가구	28.9	21.9	11.4	12.5	12.8	12.4	0.0
	2인 가구	26.5	26.1	15.7	13.6	7.5	9.7	0.8
	3인 가구	28.8	20.6	15.1	16.5	11.4	7.5	0.0
	4인 가구 이상	27.8	24.8	13.0	15.0	9.6	9.7	0.0
가구주 성별	남	28.4	23.5	14.3	13.9	10.2	9.4	0.2
	여	27.5	22.7	12.3	15.7	11.0	10.9	0.0
가구주 연령	20대	37.5	16.8	12.7	13.5	6.8	12.7	0.0
	30대	30.6	26.0	11.6	15.2	8.4	8.3	0.0
	40대	23.7	20.9	15.5	15.5	12.5	12.0	0.0
	50대	27.3	25.7	14.2	13.4	12.4	6.3	0.7
	60대 이상	25.9	24.6	13.3	13.3	9.8	13.1	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	23.2	17.4	16.6	2.5	40.4	0.0
	고졸	24.8	24.8	13.7	14.0	12.2	10.5	0.0
	전문대졸 이상	29.7	22.6	13.6	14.7	9.9	9.3	0.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	28.5	21.6	13.6	16.4	11.4	8.5	0.0
	서비스/판매직	25.2	24.9	15.3	13.1	10.2	10.7	0.6
	기계농림어업단순노무	24.4	25.5	15.9	11.9	11.7	10.6	0.0
	기타	41.6	25.1	4.6	9.9	3.5	15.3	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	28.0	25.3	8.1	14.1	9.7	14.9	0.0
	200~400만원 미만	27.4	21.5	13.9	13.4	12.9	11.0	0.0
	400~600만원 미만	28.1	24.5	15.4	16.3	8.8	6.4	0.5
	600만원 이상	29.0	22.9	13.6	13.7	10.1	10.7	0.0

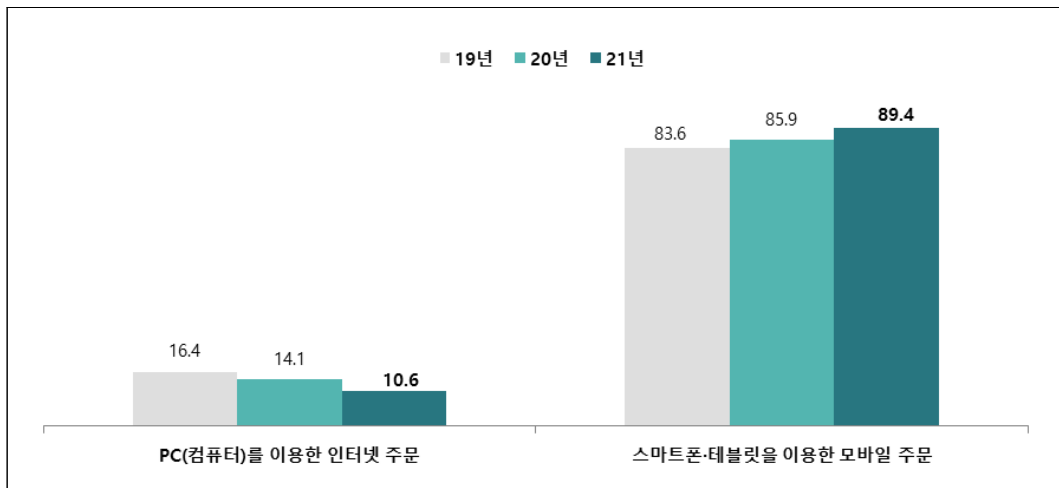
## 1.16. 온라인 주 이용방법

○ 온라인 구입 시 ‘스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문’은 89.4%로 대부분을 차지함.

- 거주 지역별로 살펴보면, 모든 지역에서 ‘스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문’이 가장 높은 응답을 보임.
- 가구원 수별로 살펴보면, 모든 가구에서 ‘스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문’이 높게 나타남. 'PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문' 한 가구 중 살펴보면, 2인 가구가 상대적으로 높게 나타남.

○ 모바일 주문의 비율은 19년, 20년, 21년 꾸준히 소폭 상승을 보임.

〈그림 4-16〉 가공식품 온라인 주 이용방법



〈표 4-16〉 가공식품 온라인 주 이용방법

(단위: %)

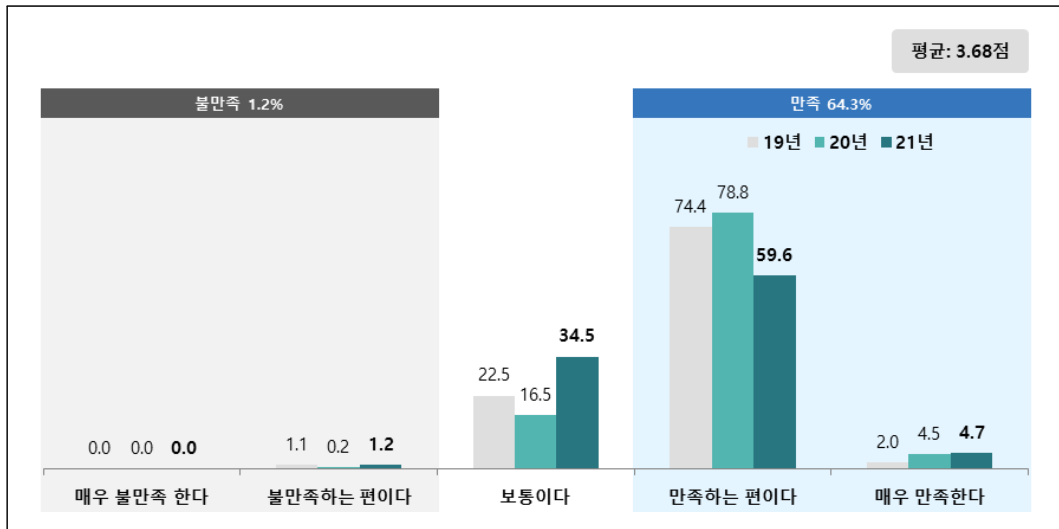
구분		PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문	스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문
전체		10.6	89.4
거주지역	수도권	8.5	91.5
	충청권	16.4	83.6
	호남권	18.8	81.2
	대경권	12.4	87.6
	동남권	9.3	90.7
	강원권	4.6	95.4
행정구역	동	9.6	90.4
	읍면	17.3	82.7
가구원수	1인 가구	9.1	90.9
	2인 가구	14.7	85.3
	3인 가구	8.9	91.1
	4인 가구 이상	10.8	89.2
가구주 성별	남	12.5	87.5
	여	6.9	93.1
가구주 연령	20대	13.9	86.1
	30대	8.4	91.6
	40대	8.0	92.0
	50대	11.9	88.1
	60대 이상	18.4	81.6
가구주 최종 학력	중졸 이하	21.9	78.1
	고졸	9.9	90.1
	전문대졸 이상	10.8	89.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	10.9	89.1
	서비스/판매직	9.7	90.3
	기계/농림/어업/단순노무	10.1	89.9
	기타	13.1	86.9
월평균 가구 소득	200만원 미만	8.4	91.6
	200~400만원 미만	11.9	88.1
	400~600만원 미만	11.1	88.9
	600만원 이상	9.4	90.6

### 1.17. 온라인 구입 가공식품 가격 만족도

○ 온라인을 통한 가공식품의 가격에 대한 만족도는 3.68점으로 전년대비(3.88점) 낮아졌으며, '만족'한다는 응답은 64.3%(만족하는 편 59.6% + 매우 만족 4.7%)로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 충청권의 만족도가 가장 높았으며, 강원권의 만족도가 가장 낮음.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 4인 가구 이상에서 만족도가 가장 높았으며, 2인 가구의 만족도가 가장 낮음.

〈그림 4-17〉 온라인 구입 가공식품 가격 만족도





〈표 4-17〉 온라인 구입 가공식품 가격 만족도

(단위: %, 5점 평균)

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균 (점)
전체		0.0	1.2	34.5	59.6	4.7	64.3	34.5	1.2	3.68
거주지역	수도권	0.0	1.5	37.0	57.4	4.1	61.5	37.0	1.5	3.64
	충청권	0.0	1.2	21.2	71.0	6.6	77.7	21.2	1.2	3.83
	호남권	0.0	0.0	29.2	67.3	3.5	70.8	29.2	0.0	3.74
	대경권	0.0	1.2	45.5	52.7	0.6	53.3	45.5	1.2	3.53
	동남권	0.0	1.0	29.2	61.2	8.6	69.8	29.2	1.0	3.77
	강원권	0.0	0.0	60.4	34.6	5.0	39.6	60.4	0.0	3.45
행정구역	동	0.0	1.4	34.2	59.4	5.0	64.4	34.2	1.4	3.68
	읍면	0.0	0.0	36.4	60.6	3.0	63.6	36.4	0.0	3.67
가구원수	1인 가구	0.0	2.1	33.9	58.3	5.7	64.0	33.9	2.1	3.68
	2인 가구	0.0	1.0	39.9	55.6	3.5	59.1	39.9	1.0	3.62
	3인 가구	0.0	1.9	33.4	58.1	6.6	64.7	33.4	1.9	3.69
	4인 가구 이상	0.0	0.0	32.5	64.4	3.1	67.5	32.5	0.0	3.71
가구주 성별	남	0.0	1.0	33.5	60.9	4.6	65.5	33.5	1.0	3.69
	여	0.0	1.7	36.3	57.0	5.0	62.0	36.3	1.7	3.65
가구주 연령	20대	0.0	0.8	33.5	62.4	3.3	65.8	33.5	0.8	3.68
	30대	0.0	2.6	36.1	54.9	6.4	61.3	36.1	2.6	3.65
	40대	0.0	0.5	34.2	60.9	4.4	65.3	34.2	0.5	3.69
	50대	0.0	0.2	34.9	60.5	4.3	64.9	34.9	0.2	3.69
	60대 이상	0.0	2.7	30.7	62.8	3.7	66.5	30.7	2.7	3.68
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	9.1	44.0	39.1	7.8	46.9	44.0	9.1	3.46
	고졸	0.0	1.4	36.6	57.4	4.6	62.0	36.6	1.4	3.65
	전문대졸 이상	0.0	1.1	33.5	60.7	4.7	65.4	33.5	1.1	3.69
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	1.0	32.6	60.5	5.9	66.4	32.6	1.0	3.71
	서비스/판매직	0.0	1.2	39.0	55.7	4.1	59.8	39.0	1.2	3.63
	기계농림어업단순노무	0.0	0.5	37.7	57.7	4.0	61.8	37.7	0.5	3.65
	기타	0.0	4.3	26.5	69.2	0.0	69.2	26.5	4.3	3.65
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	2.3	44.8	50.6	2.4	53.0	44.8	2.3	3.53
	200~400만원 미만	0.0	2.1	33.3	58.6	6.0	64.6	33.3	2.1	3.68
	400~600만원 미만	0.0	0.8	33.1	62.6	3.6	66.2	33.1	0.8	3.69
	600만원 이상	0.0	0.2	33.1	61.0	5.7	66.8	33.1	0.2	3.72

### 1.18. 온라인 구입 가공식품 품질 만족도

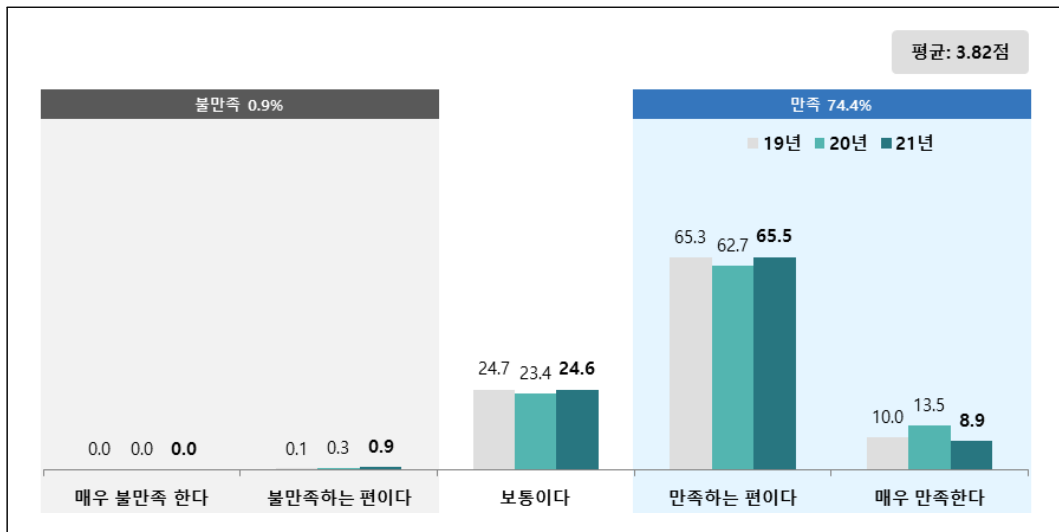
○ 온라인으로 구입한 가공식품의 품질에 대해 만족도는 3.82점으로 전년대비(3.89점) 낮아졌으며, ‘만족’한다는 응답은 74.4%(만족하는 편 65.5% + 매우 만족 8.9%)로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 충청권의 만족도는 높게 나타난 반면, 수도권의 만족도는 타 지역 대비 낮게 나타남.

- 가구원수에 따라 살펴보면, 1인 가구의 만족도가 가장 높게 나타남.

○ 전년대비 ‘매우 만족’한다는 응답은 4.6%p 하락을 보임.

〈그림 4-18〉 온라인 구입 가공식품 품질 만족도



〈표 4-18〉 온라인 구입 가공식품 품질 만족도

(단위: %, 5점 평균)

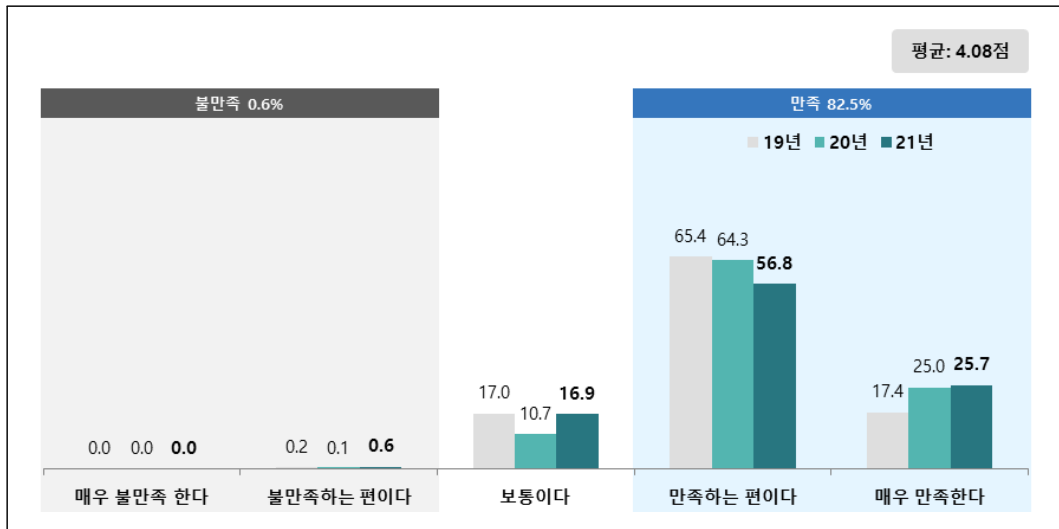
구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균 (점)
전체		0.0	0.9	24.6	65.5	8.9	74.4	24.6	0.9	3.82
거주지역	수도권	0.0	1.1	26.0	65.0	7.8	72.8	26.0	1.1	3.79
	충청권	0.0	0.0	17.3	66.0	16.6	82.7	17.3	0.0	3.99
	호남권	0.0	1.6	29.3	56.4	12.7	69.1	29.3	1.6	3.80
	대경권	0.0	0.5	20.2	74.7	4.6	79.3	20.2	0.5	3.83
	동남권	0.0	0.8	24.2	66.8	8.2	75.0	24.2	0.8	3.82
	강원권	0.0	0.0	21.1	73.9	5.0	78.9	21.1	0.0	3.84
행정구역	동	0.0	1.1	25.5	64.4	9.1	73.4	25.5	1.1	3.81
	읍면	0.0	0.0	19.1	72.9	8.0	80.9	19.1	0.0	3.89
가구원수	1인 가구	0.0	0.2	22.6	67.5	9.8	77.2	22.6	0.2	3.87
	2인 가구	0.0	1.1	24.5	68.2	6.1	74.3	24.5	1.1	3.79
	3인 가구	0.0	1.4	26.1	64.8	7.6	72.4	26.1	1.4	3.79
	4인 가구 이상	0.0	1.0	25.2	62.7	11.1	73.7	25.2	1.0	3.84
가구주 성별	남	0.0	0.9	25.7	64.3	9.0	73.4	25.7	0.9	3.81
	여	0.0	1.0	22.4	67.8	8.7	76.5	22.4	1.0	3.84
가구주 연령	20대	0.0	0.0	22.2	67.0	10.8	77.8	22.2	0.0	3.89
	30대	0.0	1.9	24.4	68.0	5.7	73.7	24.4	1.9	3.78
	40대	0.0	0.6	22.6	65.0	11.7	76.7	22.6	0.6	3.88
	50대	0.0	0.7	25.8	63.5	10.0	73.5	25.8	0.7	3.83
	60대 이상	0.0	1.0	31.9	63.0	4.1	67.1	31.9	1.0	3.70
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	0.0	36.5	63.5	0.0	63.5	36.5	0.0	3.63
	고졸	0.0	0.7	27.7	63.2	8.4	71.6	27.7	0.7	3.79
	전문대졸 이상	0.0	1.0	23.3	66.5	9.2	75.7	23.3	1.0	3.84
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	0.4	24.6	64.6	10.4	75.0	24.6	0.4	3.85
	서비스/판매직	0.0	0.5	23.4	68.6	7.6	76.1	23.4	0.5	3.83
	기계농림어업단순노무	0.0	2.1	27.3	61.5	9.2	70.6	27.3	2.1	3.78
	기타	0.0	4.6	24.4	68.0	3.1	71.1	24.4	4.6	3.70
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	0.0	25.7	70.9	3.4	74.3	25.7	0.0	3.78
	200~400만원 미만	0.0	1.1	21.5	67.6	9.8	77.5	21.5	1.1	3.86
	400~600만원 미만	0.0	1.3	28.6	61.1	9.0	70.1	28.6	1.3	3.78
	600만원 이상	0.0	0.8	22.9	66.1	10.2	76.3	22.9	0.8	3.86

### 1.19. 배송 만족도

○ 온라인으로 구입 시 가공식품 배송에 대한 만족도는 4.08점으로 매우 높게 나타남. ‘만족’은 82.5%로 10명 중 8명 이상이 만족하는 것으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 충청권에서 만족도가 높게 나타났으며, 강원권의 만족도가 가장 낮게 나타남.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 4인 이상 가구의 만족도가 가장 높은 반면, 2인 가구에서 만족도가 가장 낮게 나타남.

〈그림 4-19〉 온라인 구입 가공식품 배송 만족도



〈표 4-19〉 온라인 구입 가공식품 배송 만족도

(단위: %, 5점 평균)

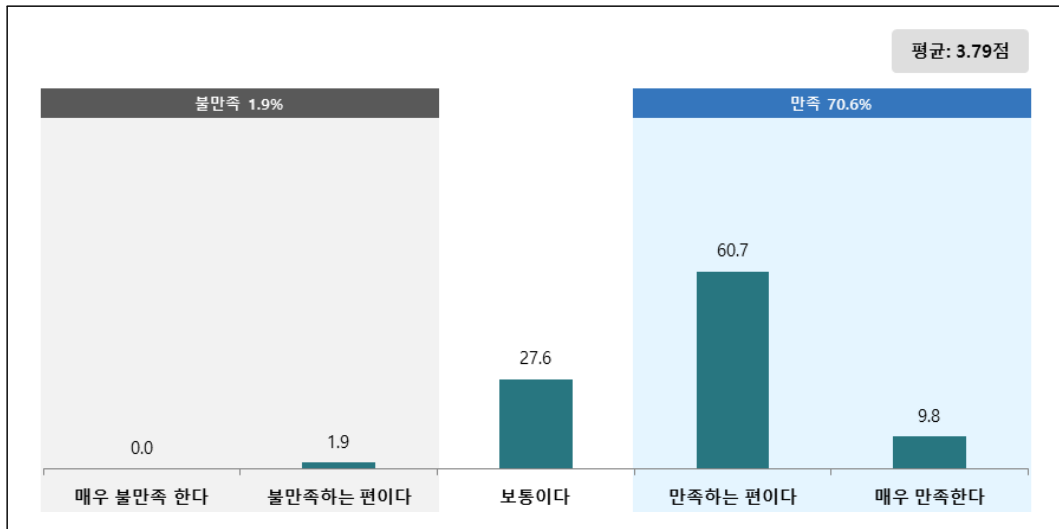
구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균 (점)
전체		0.0	0.6	16.9	56.8	25.7	82.5	16.9	0.6	4.08
거주지역	수도권	0.0	0.3	18.0	58.8	22.9	81.7	18.0	0.3	4.04
	충청권	0.0	0.0	7.3	48.6	44.1	92.7	7.3	0.0	4.37
	호남권	0.0	3.0	26.7	42.7	27.6	70.3	26.7	3.0	3.95
	대경권	0.0	0.0	10.0	62.0	28.1	90.0	10.0	0.0	4.18
	동남권	0.0	0.8	15.9	60.2	23.1	83.3	15.9	0.8	4.06
	강원권	0.0	0.0	32.0	60.5	7.5	68.0	32.0	0.0	3.76
행정구역	동	0.0	0.6	17.0	57.3	25.0	82.4	17.0	0.6	4.07
	읍면	0.0	0.3	16.1	53.2	30.4	83.6	16.1	0.3	4.14
가구원수	1인 가구	0.0	0.0	17.0	59.7	23.2	83.0	17.0	0.0	4.06
	2인 가구	0.0	2.3	18.4	59.2	20.1	79.3	18.4	2.3	3.97
	3인 가구	0.0	0.2	17.3	53.7	28.9	82.5	17.3	0.2	4.11
	4인 가구 이상	0.0	0.3	15.5	55.5	28.7	84.1	15.5	0.3	4.13
가구주 성별	남	0.0	0.5	16.0	56.3	27.1	83.5	16.0	0.5	4.10
	여	0.0	0.8	18.6	57.7	22.9	80.6	18.6	0.8	4.03
가구주 연령	20대	0.0	0.0	15.9	58.7	25.3	84.1	15.9	0.0	4.09
	30대	0.0	0.6	15.0	61.0	23.4	84.4	15.0	0.6	4.07
	40대	0.0	0.3	16.4	56.1	27.2	83.3	16.4	0.3	4.10
	50대	0.0	0.4	19.4	52.1	28.1	80.2	19.4	0.4	4.08
	60대 이상	0.0	2.6	19.1	56.2	22.2	78.3	19.1	2.6	3.98
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	20.2	13.9	56.6	9.3	66.0	13.9	20.2	3.55
	고졸	0.0	0.0	19.7	57.2	23.1	80.3	19.7	0.0	4.03
	전문대졸 이상	0.0	0.6	15.8	56.6	27.0	83.6	15.8	0.6	4.10
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	0.3	14.9	57.0	27.8	84.8	14.9	0.3	4.12
	서비스/판매직	0.0	1.0	23.8	53.8	21.4	75.2	23.8	1.0	3.96
	기계농림어업단순노무	0.0	0.7	13.9	57.5	28.0	85.5	13.9	0.7	4.13
	기타	0.0	0.9	12.4	64.4	22.3	86.7	12.4	0.9	4.08
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	1.0	15.4	60.4	23.2	83.6	15.4	1.0	4.06
	200~400만원 미만	0.0	0.7	20.1	54.3	24.9	79.2	20.1	0.7	4.03
	400~600만원 미만	0.0	0.7	13.4	59.1	26.8	85.9	13.4	0.7	4.12
	600만원 이상	0.0	0.0	18.3	55.2	26.5	81.7	18.3	0.0	4.08

## 1.20. 교환 반품 만족도

○ 온라인으로 구입 시 교환반품 대한 만족도는 3.79점으로 다소 높게 나타남. '만족'은 70.5%로 10명 중 7명 이상이 만족하는 것으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 충청권에서 만족도가 높게 나타났으며, 강원권의 만족도가 가장 낮게 나타남.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 3인과 4인 이상 가구의 만족도가 가장 높은 반면, 2인 가구에서 만족도가 가장 낮게 나타남.

〈그림 4-20〉 온라인 구입 가공식품 교환반품 만족도



〈표 4-20〉 온라인 구입 가공식품 교환반품 만족도

(단위: %, 5점 평균)

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균 (점)
전체		0.0	1.9	27.6	60.7	9.8	70.6	27.6	1.9	3.79
거주지역	수도권	0.0	1.9	31.6	56.4	10.1	66.5	31.6	1.9	3.75
	충청권	0.0	0.0	14.3	70.2	15.5	85.7	14.3	0.0	4.01
	호남권	0.0	4.4	25.5	62.8	7.3	70.1	25.5	4.4	3.73
	대경권	0.0	0.0	31.5	58.3	10.2	68.5	31.5	0.0	3.79
	동남권	0.0	2.7	20.0	70.2	7.1	77.3	20.0	2.7	3.82
	강원권	0.0	0.0	35.8	62.1	2.1	64.2	35.8	0.0	3.66
행정구역	등	0.0	1.6	26.9	60.9	10.6	71.5	26.9	1.6	3.81
	읍면	0.0	3.8	31.9	59.6	4.7	64.3	31.9	3.8	3.65
가구원수	1인 가구	0.0	3.1	26.3	64.6	6.0	70.6	26.3	3.1	3.73
	2인 가구	0.0	1.3	39.2	49.4	10.0	59.5	39.2	1.3	3.68
	3인 가구	0.0	1.4	23.5	64.6	10.5	75.1	23.5	1.4	3.84
	4인 가구 이상	0.0	1.5	24.9	61.2	12.4	73.6	24.9	1.5	3.84
가구주 성별	남	0.0	1.5	27.1	59.3	12.1	71.3	27.1	1.5	3.82
	여	0.0	2.5	28.4	63.6	5.4	69.0	28.4	2.5	3.72
가구주 연령	20대	0.0	1.5	25.8	61.9	10.7	72.6	25.8	1.5	3.82
	30대	0.0	2.3	27.1	62.1	8.5	70.7	27.1	2.3	3.77
	40대	0.0	0.7	26.4	62.4	10.5	73.0	26.4	0.7	3.83
	50대	0.0	2.1	26.7	60.5	10.7	71.2	26.7	2.1	3.80
	60대 이상	0.0	4.2	37.6	50.0	8.2	58.2	37.6	4.2	3.62
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	9.1	36.8	37.0	17.1	54.1	36.8	9.1	3.62
	고졸	0.0	1.7	32.9	56.1	9.3	65.4	32.9	1.7	3.73
	전문대졸 이상	0.0	1.9	25.3	62.8	10.0	72.8	25.3	1.9	3.81
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	0.9	24.3	63.3	11.5	74.8	24.3	0.9	3.85
	서비스/판매직	0.0	4.3	32.3	57.3	6.1	63.4	32.3	4.3	3.65
	기계농림어업단순노무	0.0	0.4	35.9	50.9	12.8	63.7	35.9	0.4	3.76
	기타	0.0	2.7	20.1	71.2	6.1	77.2	20.1	2.7	3.81
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	1.3	28.5	66.6	3.5	70.1	28.5	1.3	3.72
	200~400만원 미만	0.0	3.8	28.9	57.2	10.1	67.3	28.9	3.8	3.74
	400~600만원 미만	0.0	0.8	28.7	62.0	8.6	70.6	28.7	0.8	3.78
	600만원 이상	0.0	1.1	24.1	60.7	14.1	74.8	24.1	1.1	3.88

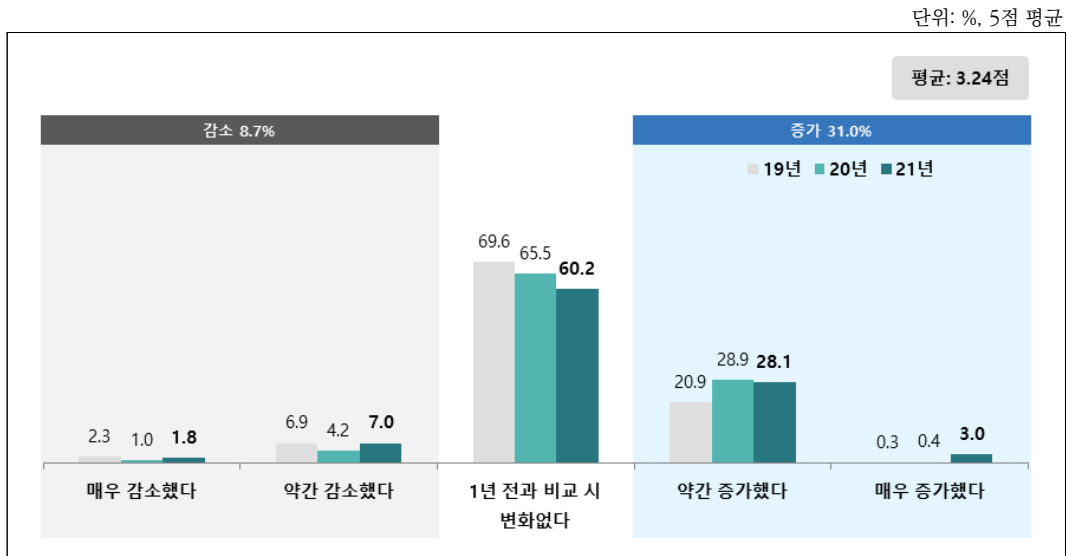
### 1.21. 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화

○ 최근 1년 온라인 가공식품에 대한 지출 변화에 대해 묻는 질문에 대하여 증가했다는 응답은 31.0%로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권과 호남권에서 증가했다는 비율이 높았으며, 강원권의 경우 상대적으로 낮게 나타남.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 1인 가구와 2인 가구에서 '변화없다'는 응답이 상대적으로 높게 나타나고 있음.

○ 이전 년도 대비 '1년 전과 비교시 변화없다'는 응답은 지속적으로 줄어들고 있는 반면, '증가' 혹은 '감소'했다는 응답은 늘어나는 경향을 보임.

〈그림 4-21〉 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화





〈표 4-21〉 최근 1년 온라인 가공식품 지출 변화

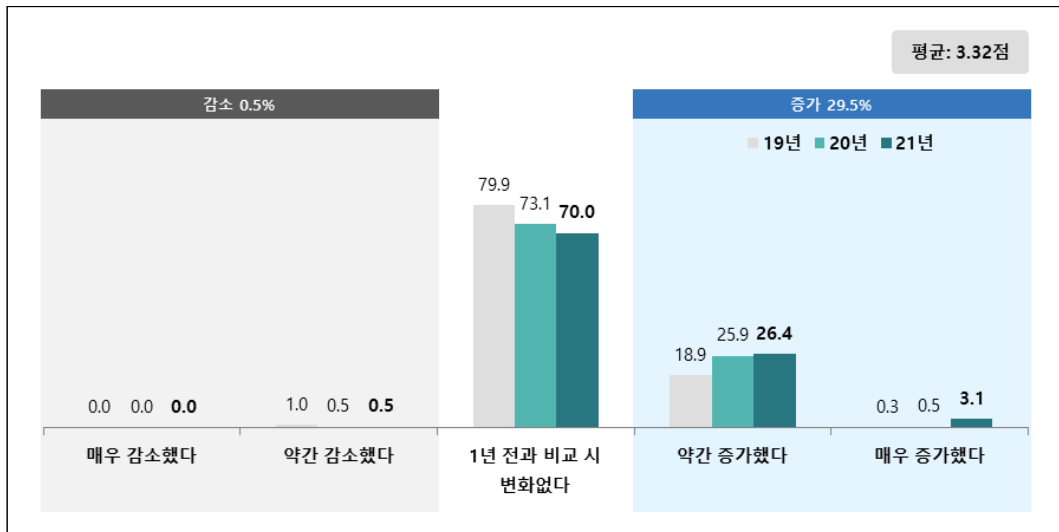
(단위: %, 5점 평균)

구분		매우 감소	약간 감소	변화 없음	약간 증가	매우 증가	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균 (점)
전체		1.8	7.0	60.2	28.1	3.0	31.0	60.2	8.7	3.24
거주지역	수도권	1.7	6.1	53.0	34.3	5.0	39.3	53.0	7.7	3.35
	충청권	0.3	4.0	76.9	18.8	0.0	18.8	76.9	4.3	3.14
	호남권	2.8	19.0	49.5	27.0	1.6	28.7	49.5	21.8	3.06
	대경권	0.5	3.6	73.3	20.8	1.8	22.6	73.3	4.2	3.20
	동남권	3.4	6.0	65.6	24.3	0.6	24.9	65.6	9.5	3.13
	강원권	0.6	5.2	88.3	6.0	0.0	6.0	88.3	5.7	3.00
행정구역	동	1.6	6.3	59.3	29.6	3.3	32.8	59.3	7.9	3.27
	읍면	2.8	10.6	65.3	20.0	1.3	21.3	65.3	13.4	3.06
가구원수	1인 가구	2.3	5.5	59.4	30.0	2.8	32.8	59.4	7.8	3.26
	2인 가구	2.6	10.8	68.7	17.2	0.7	17.9	68.7	13.4	3.03
	3인 가구	1.5	5.7	57.2	32.0	3.7	35.7	57.2	7.2	3.31
	4인 가구 이상	0.4	5.2	53.8	35.4	5.2	40.6	53.8	5.5	3.40
가구주 성별	남	1.7	8.2	61.1	26.3	2.7	29.0	61.1	9.9	3.20
	여	1.8	4.3	58.4	32.0	3.5	35.5	58.4	6.1	3.31
가구주 연령	20대	2.0	3.7	46.5	41.5	6.3	47.8	46.5	5.7	3.46
	30대	0.4	2.3	49.8	45.6	1.9	47.5	49.8	2.7	3.46
	40대	1.2	2.2	56.3	33.7	6.6	40.4	56.3	3.3	3.42
	50대	0.1	10.2	60.5	27.9	1.3	29.2	60.5	10.3	3.20
	60대 이상	4.6	11.9	74.0	8.5	1.1	9.6	74.0	16.4	2.90
가구주 최종 학력	중졸 이하	6.5	12.7	79.4	1.3	0.0	1.3	79.4	19.2	2.76
	고졸	2.4	8.3	68.2	19.9	1.3	21.2	68.2	10.6	3.09
	전문대졸 이상	0.7	5.4	52.4	37.0	4.5	41.5	52.4	6.1	3.39
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.4	5.4	52.2	36.9	5.1	42.0	52.2	5.8	3.41
	서비스/판매직	2.1	4.7	64.8	27.1	1.3	28.4	64.8	6.8	3.21
	기계농림어업단순노무	2.7	12.1	67.2	17.2	0.8	18.0	67.2	14.8	3.01
	기타	3.8	7.8	65.2	19.9	3.3	23.2	65.2	11.6	3.11
월평균 가구 소득	200만원 미만	4.0	6.3	71.1	18.6	0.0	18.6	71.1	10.3	3.04
	200~400만원 미만	1.8	9.3	61.6	23.6	3.7	27.2	61.6	11.2	3.18
	400~600만원 미만	1.1	5.4	59.2	32.4	2.0	34.3	59.2	6.5	3.29
	600만원 이상	0.5	5.9	49.6	38.1	5.8	43.9	49.6	6.4	3.43

## 1.22. 향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화

- 향후 1년 온라인을 통한 가공식품 지출 변화에 대해 물어보는 질문에 대하여 70.0%가 ‘현 수준을 유지할 것이다’고 응답하였으며, ‘증가’한다는 응답은 29.5%(매우 증가 : 3.1% + 약간 증가 : 26.4%)임.
  - 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권에서 지출에 대해 평점이 가장 높게 나타났으며, 반면, 강원권이 가장 평점이 낮은 것으로 나타남.
  - 가구원수에 따라 살펴보면, 4인 가구이상에서 가장 높게 평가함.
- ‘1년 전과 비교시 변화없다’는 응답이 70.0%로 압도적으로 높기는 하지만 19년 이후 이 비율은 지속적으로 감소하고 있으며, ‘증가’할 것이라는 비율이 계속 증가하고 있음.

〈그림 4-22〉 향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화



〈표 4-22〉 향후 1년 온라인 가공식품 지출 변화

(단위: %, 5점 평균)

구분		매우 감소	약간 감소	변화 없음	약간 증가	매우 증가	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균 (점)
전체		0.0	0.5	70.0	26.4	3.1	29.5	70.0	0.5	3.32
거주지역	수도권	0.0	0.5	62.8	31.5	5.2	36.7	62.8	0.5	3.41
	충청권	0.0	0.4	85.0	13.5	1.2	14.7	85.0	0.4	3.16
	호남권	0.3	1.3	57.7	39.4	1.4	40.7	57.7	1.6	3.40
	대경권	0.0	0.3	86.0	12.5	1.2	13.7	86.0	0.3	3.15
	동남권	0.0	0.1	77.6	21.9	0.4	22.3	77.6	0.1	3.23
	강원권	0.0	0.0	87.8	11.6	0.6	12.2	87.8	0.0	3.13
행정구역	동	0.0	0.5	69.4	26.7	3.4	30.0	69.4	0.6	3.33
	읍면	0.0	0.2	73.2	25.2	1.5	26.6	73.2	0.2	3.28
가구원수	1인 가구	0.0	0.1	72.3	25.1	2.5	27.6	72.3	0.1	3.30
	2인 가구	0.1	0.9	76.6	21.3	1.1	22.4	76.6	1.0	3.22
	3인 가구	0.0	0.5	66.7	28.8	4.0	32.8	66.7	0.5	3.36
	4인 가구 이상	0.0	0.4	62.4	32.0	5.2	37.2	62.4	0.4	3.42
가구주 성별	남	0.0	0.5	69.4	26.6	3.4	30.0	69.4	0.6	3.33
	여	0.0	0.3	71.2	26.2	2.3	28.5	71.2	0.3	3.30
가구주 연령	20대	0.0	0.0	52.6	43.9	3.6	47.4	52.6	0.0	3.51
	30대	0.0	0.6	64.6	33.1	1.7	34.8	64.6	0.6	3.36
	40대	0.0	0.6	65.2	27.8	6.4	34.2	65.2	0.6	3.40
	50대	0.0	0.5	69.9	26.5	3.1	29.6	69.9	0.5	3.32
	60대 이상	0.1	0.5	82.6	15.9	1.0	16.9	82.6	0.6	3.17
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	0.6	91.0	7.6	0.8	8.4	91.0	0.6	3.09
	고졸	0.0	0.5	75.9	21.6	2.1	23.7	75.9	0.5	3.25
	전문대졸 이상	0.1	0.5	63.3	32.1	4.1	36.1	63.3	0.5	3.40
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	0.5	63.2	32.6	3.7	36.3	63.2	0.5	3.40
	서비스/판매직	0.1	0.4	71.0	26.8	1.7	28.5	71.0	0.5	3.30
	기계농림어업단순노무	0.0	0.9	77.3	18.8	2.9	21.8	77.3	0.9	3.24
	기타	0.0	0.0	77.1	18.9	3.9	22.9	77.1	0.0	3.27
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	0.4	79.5	17.8	2.3	20.0	79.5	0.4	3.22
	200~400만원 미만	0.1	0.4	74.5	23.7	1.3	25.0	74.5	0.5	3.26
	400~600만원 미만	0.0	0.8	67.5	28.9	2.7	31.6	67.5	0.8	3.33
	600만원 이상	0.0	0.2	57.5	35.2	7.1	42.3	57.5	0.2	3.49

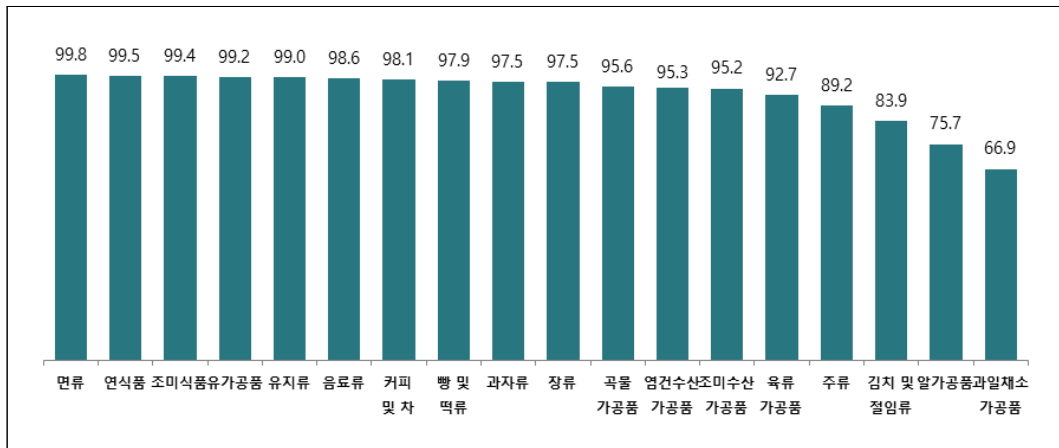
## 2. 가공식품 품목별 구입현황

### 2.1. 최근 1년 품목별 구입 경험률

○ 최근 1년 품목별 구입 경험에 대하여 ‘면류’가 가장 높은 응답을 보임(99.8%).

- 대부분의 품목에서 가구원수 간에 큰 차이를 보이지 않지만, 구입 경험이 낮은 ‘육류 가공품’, ‘주류’, ‘김치 및 절임류’, ‘알가공품’, ‘과일채소가공품’ 등은 가구원수 간에 차이를 보이고 있으며, 가구원수가 적을수록 경험률이 높게 나타남.

〈그림 4-23〉 가공식품 최근 1년 품목별 구입 경험률



〈표 4-23〉 가공식품 최근 1년 품목별 구입 경험률

(단위: %)

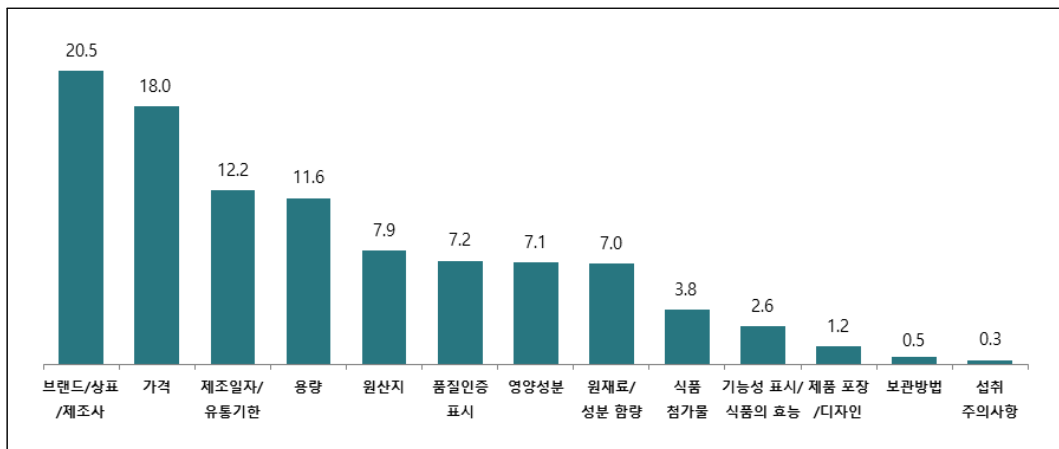
	전체	1인 가구	2~3인	4인 가구 이상
면류	99.8	100.0	99.8	99.6
연식품	99.5	98.3	100.0	99.8
조미식품	99.4	97.9	99.7	100.0
유가공품	99.2	98.4	99.6	99.0
유지류	99.0	98.2	99.2	99.5
음료류	98.6	100.0	99.3	96.1
커피 및 차	98.1	99.1	99.5	94.9
빵 및 떡류	97.9	98.6	98.5	96.0
과자류	97.5	98.9	98.0	95.6
장류	97.5	93.4	99.0	98.9
곡물가공품	95.6	93.5	95.8	97.3
염건수산가공품	95.3	88.5	97.4	97.9
조미수산가공품	95.2	90.1	98.0	94.8
육류가공품	92.7	99.2	95.4	82.0
주류	89.2	94.8	91.4	80.1
김치 및 절임류	83.9	87.6	86.8	75.3
알가공품	75.7	82.9	77.8	65.3
과일채소가공품	66.9	74.9	69.1	55.6

## 2.2. 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항

○ 가공식품을 구입 시 가장 우선 확인사항에 대해 살펴보면, 대다수 품목에서 ‘가격’과 ‘브랜드/상표/제조사’을 우선적으로 응답함.

○ 그 다음으로는 ‘제조일자’와 ‘용량’을 확인한다는 응답이 높음.

〈그림 4-24〉 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항



〈표 4-24〉 가공식품 품목별 제품 구입 시 우선 확인사항

(단위: %)

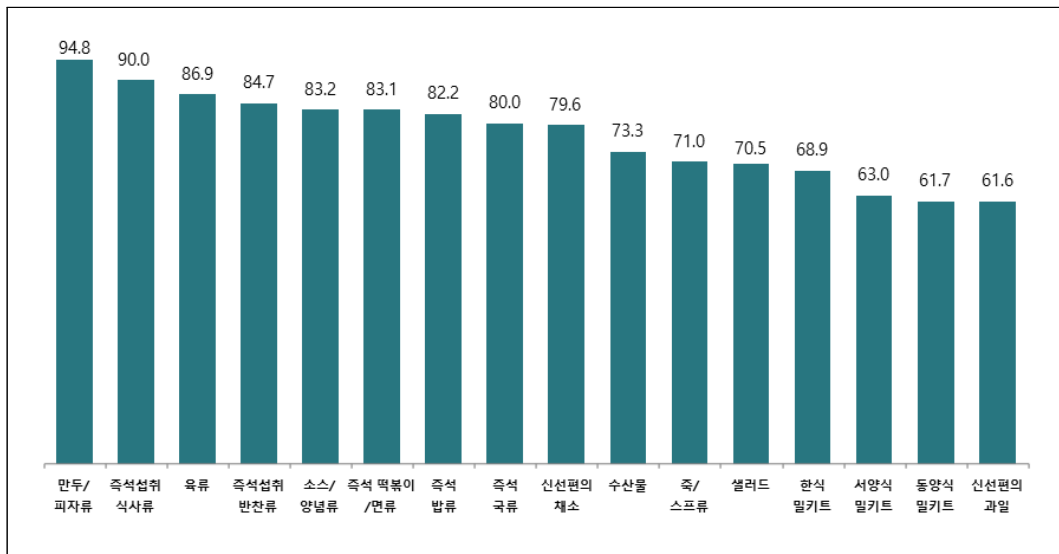
	육류 가공품/ 알가공품	조미수산 가공품	김치류/ 절임류	과일채소 가공품	장류	조미식품	유지류	유가공품
가격	18.3	19.4	16.7	13.7	19.1	17.9	16.3	15.7
용량	10.0	10.3	10.9	10.5	12.8	12.4	10.5	10.8
브랜드/상표/제조사	17.6	14.7	18.8	15.7	20.0	17.9	20.6	18.7
제조일자/유통기한	15.3	11.7	10.5	12.4	9.2	12.3	14.9	16.4
품질인증 표시	7.6	7.5	7.7	10.4	7.0	7.3	6.9	8.1
원산지	7.4	12.9	13.6	12.0	9.1	9.6	7.0	7.1
영양성분	7.7	8.3	6.5	6.5	7.9	6.6	8.2	9.2
식품첨가물	4.1	2.8	3.4	4.6	2.9	4.5	3.8	3.7
원재료/성분함량	7.3	7.8	8.0	8.6	7.8	7.0	7.5	6.1
제품포장/디자인	0.9	1.4	0.9	1.5	1.2	1.3	0.8	1.1
가능성표시/식품의효능	2.9	1.9	2.3	3.1	2.3	2.6	2.9	2.6
섭취주의사항	0.1	0.6	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2
보관방법	0.7	0.9	0.5	0.6	0.4	0.5	0.5	0.3
	빵/떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피/차	음료류	주류
가격	19.4	19.3	19.2	16.9	16.0	20.3	19.2	19.5
용량	10.5	13.3	9.7	9.8	10.7	13.0	14.4	16.4
브랜드/상표/제조사	17.3	24.1	26.9	20.1	17.4	24.4	22.4	30.0
제조일자/유통기한	14.2	11.3	12.5	16.1	12.1	9.3	8.7	6.7
품질인증 표시	6.4	6.4	6.5	8.2	7.2	6.6	6.2	6.4
원산지	5.7	3.9	4.8	8.0	14.4	5.0	4.5	3.9
영양성분	8.0	5.5	6.0	6.7	7.0	6.7	7.1	4.9
식품첨가물	4.6	4.5	3.0	4.2	3.6	3.4	4.8	2.7
원재료/성분함량	9.2	6.5	6.2	5.6	6.6	6.3	7.3	5.2
제품포장/디자인	1.2	1.5	1.4	1.0	1.0	1.4	1.8	1.7
가능성표시/식품의효능	2.6	2.6	3.4	2.8	3.0	2.7	2.7	1.8
섭취주의사항	0.3	0.4	0.1	0.3	0.2	0.4	0.4	0.1
보관방법	0.4	0.5	0.3	0.4	0.7	0.6	0.7	0.6

### 3. 간편식 구입현황

#### 3.1. 최근 1년 구입 경험 및 구입변화

○ 최근 1년 동안 구입한 경험이 있는 간편식 품목에 대한 질문에 ‘만두/피자류’(94.8%)가 가장 높았으며, ‘식사’(90.0%), ‘육류’(86.9%), ‘반찬류’(84.7%) 등의 순임.

〈그림 4-25〉 간편식 최근 1년 구입경험





〈표 4-25〉 간편식 최근 1년 구입경험

(단위: %)

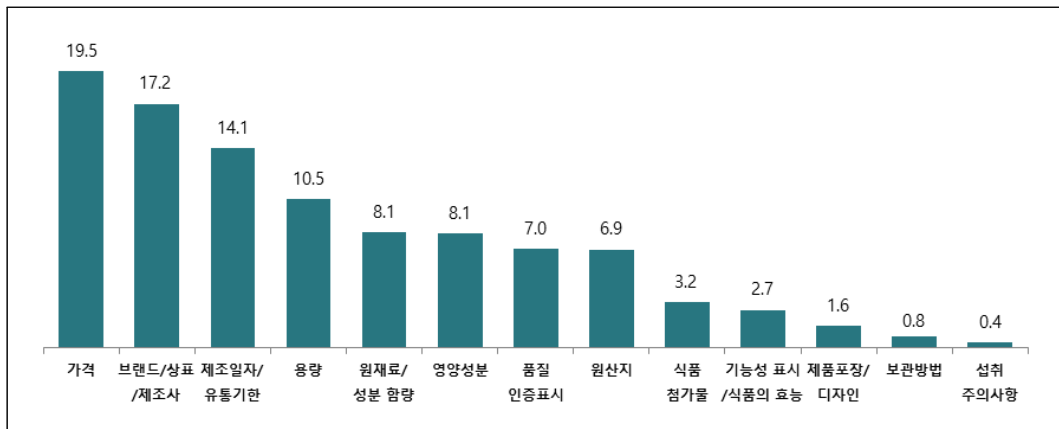
		구입경험	가구원수			
			1인 가구	2인 가구	3인 가구	4인 가구이상
즉석조리식품	밥류	82.2	84.5	72.9	83.7	89.7
	국류	80.0	80.7	73.2	80.6	86.9
	죽/스프류	71.0	66.8	66.1	73.6	79.1
	만두/피자류	94.8	91.0	93.5	97.3	98.0
	육류	86.9	80.0	84.3	90.9	93.7
	수산물	73.3	69.6	67.3	74.0	84.1
	소스/양념류	83.2	81.4	75.2	85.7	92.7
	떡볶이/면류	83.1	82.3	76.5	84.0	91.2
즉석섭취식품	식사	90.0	89.4	86.8	90.9	93.9
	반찬류	84.7	84.9	78.7	85.8	90.7
간편조리세트	한식밀키트	68.9	66.9	61.0	71.2	78.4
	동양식밀키트	61.7	58.1	56.0	61.8	72.6
	서양식밀키트	63.0	60.4	55.5	64.0	74.2
신선편의식품	샐러드	70.5	68.9	63.5	71.2	80.3
	채소	79.6	78.5	75.3	81.8	84.0
	과일	61.6	63.0	54.4	60.7	70.0

### 3.2. 간편식 구입 시 우선 확인사항

○ 간편식 구입 시 우선 확인사항은 ‘가격’이 25.2%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘브랜드/상표/제조사’(17.2%), ‘제조일자’(14.1%), ‘용량’(10.5%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권, 충청권, 대경권, 강원권은 ‘가격’에 대한 응답이 상대적으로 높았으며, 동남권, 호남권은 ‘브랜드/상표/제조사’에 대해 상대적으로 높은 응답을 보임.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 1인과 2인 가구는 ‘가격’을 우선 확인한다는 응답이 가장 높게 나타남.

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



〈표 4-26〉 간편식 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)

(단위: %)

구분	가격	용량	브랜드/상표/제조사	제조일자/유통기한	품질인증표시	원산지	영양성분	식품첨가물	원재료/성분함량	제품포장/디자인	기능성표시/식품의효능	섭취주의사항	
전체	19.5	10.5	17.2	14.1	7.0	6.9	8.1	3.2	8.1	1.6	2.7	0.4	
거주지역	수도권	18.9	10.7	15.1	12.5	8.3	7.0	9.3	3.4	9.1	1.2	3.0	0.5
	충청권	24.5	15.8	21.5	12.2	2.3	5.2	4.0	1.6	7.1	1.7	2.9	0.1
	호남권	16.1	10.2	16.9	16.6	7.5	6.8	10.3	4.8	6.2	1.7	1.7	0.7
	대경권	25.0	10.3	20.8	15.7	3.4	5.7	6.7	1.6	8.3	0.6	1.5	0.1
	동남권	14.0	6.3	18.1	16.5	9.2	8.2	7.7	4.2	8.7	2.5	3.5	0.4
	강원권	31.2	10.1	21.1	19.6	1.7	9.8	0.7	0.8	0.6	4.5	0.0	0.0
행정구역	동	19.4	10.7	16.8	14.5	7.3	6.9	7.9	3.2	8.2	1.4	2.6	0.4
	읍면	20.0	9.0	19.5	11.8	5.2	7.1	9.1	3.5	8.0	2.2	3.2	0.4
가구원수	1인 가구	24.2	12.7	17.2	12.8	7.1	5.0	7.5	1.9	6.5	1.7	1.9	0.1
	2인 가구	19.7	10.0	15.7	14.9	6.3	7.6	8.2	3.4	8.7	1.4	2.8	0.7
	3인 가구	17.3	9.8	17.6	14.8	6.2	7.8	7.9	3.9	9.0	1.4	2.8	0.6
	4인 가구 이상	16.2	9.3	18.7	13.7	8.5	7.3	8.6	3.6	8.3	1.7	3.4	0.1
가구주 성별	남자	18.1	10.4	17.8	14.4	6.6	7.1	7.9	3.6	8.1	1.7	3.0	0.5
	여자	22.4	10.5	16.0	13.2	7.9	6.6	8.3	2.2	8.3	1.3	2.0	0.2
가구주 연령	20대	21.1	12.0	17.7	13.6	8.3	4.9	7.4	2.6	6.8	1.8	2.8	0.0
	30대	18.4	10.5	13.6	13.8	8.6	7.4	7.7	3.8	9.0	1.9	3.2	0.7
	40대	17.6	9.8	20.1	12.5	6.0	7.6	9.2	3.7	7.0	1.8	3.0	0.5
	50대	18.6	10.6	17.2	13.7	7.2	7.0	7.6	3.3	9.8	1.4	2.6	0.2
	60대	22.1	10.3	16.9	16.0	6.1	6.6	7.9	2.4	7.4	1.2	2.1	0.4
가구주 최종 학력	중졸 이하	28.1	10.9	19.0	16.8	4.3	3.6	7.5	1.1	5.3	1.2	1.8	0.1
	고졸	21.6	11.3	16.8	13.6	6.6	6.5	7.8	3.0	7.9	1.2	2.4	0.4
	전문대졸 이상	17.1	9.8	17.3	14.0	7.5	7.6	8.3	3.6	8.6	1.9	3.0	0.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	16.9	9.7	16.5	13.9	8.3	7.3	8.6	3.4	8.7	1.9	3.1	0.6
	서비스/판매직	20.3	11.5	18.5	13.6	6.8	6.0	7.6	3.0	7.2	1.5	2.9	0.2
	기계농림어업단순노무	21.1	10.2	18.5	13.7	6.1	6.4	7.5	3.8	8.3	1.5	1.9	0.4
	기타	23.6	11.2	14.6	16.0	4.6	8.5	8.3	2.0	7.8	0.8	2.3	0.2
월평균 가구 소득	200만원 미만	24.5	13.9	17.9	14.6	5.9	5.0	6.7	1.6	5.9	1.1	2.2	0.3
	200~400만원 미만	21.8	10.3	15.8	14.3	6.3	7.3	8.7	3.3	7.1	1.8	2.2	0.2
	400~600만원 미만	15.9	9.0	16.6	13.4	7.9	8.4	7.6	4.4	10.7	1.8	3.0	0.3
	600만원 이상	16.1	9.7	19.7	14.2	7.8	6.0	8.9	2.8	8.4	1.3	3.4	1.0

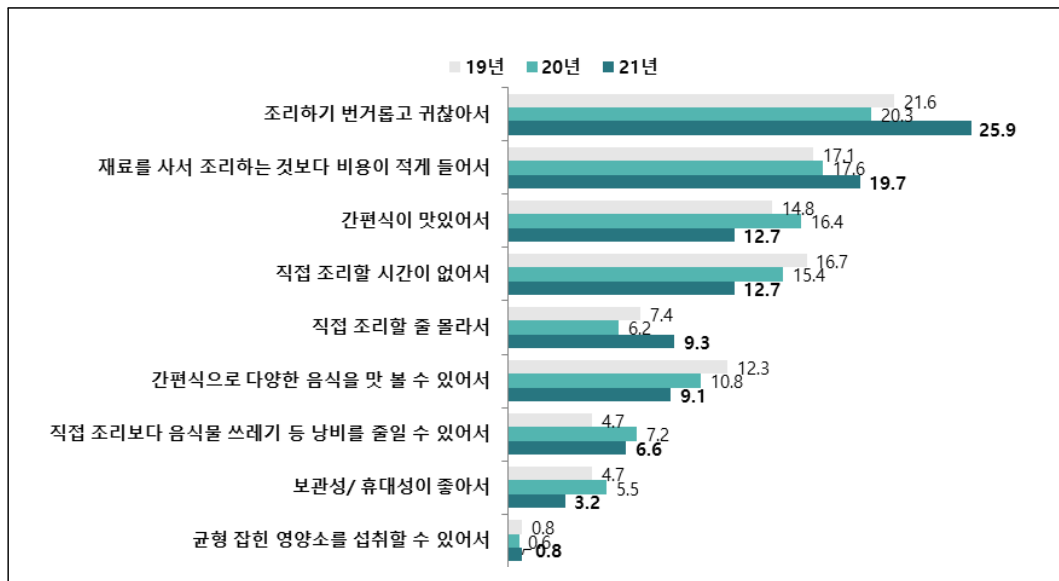
### 3.3. 간편식 구입 주 이유

○ 간편식을 구입하고자 하는 이유는 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’가 25.9%로 가장 높게 나타남. 다음으로 ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서’(19.7%)의 순으로 나타남.

- 거주 지역별로 살펴보면, 호남권은 ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서’ 응답이 상대적으로 높으며 그 외의 지역은 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’가 높게 나타남.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 모든 가구원수에서 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’에 대한 응답이 가장 높게 나타남.

○ 전년대비 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’(▲5.6%p), ‘재료를 사서 요리하는 것보다 비용이 적게 들어서’(▲2.1%p)라는 이유가 전년 대비 증가를 보임

〈그림 4-27〉 간편식 주 구입 이유(1+2 가중평균)



〈표 4-27〉 간편식 주 구입 이유(1+2 가중평균)

(단위: %)

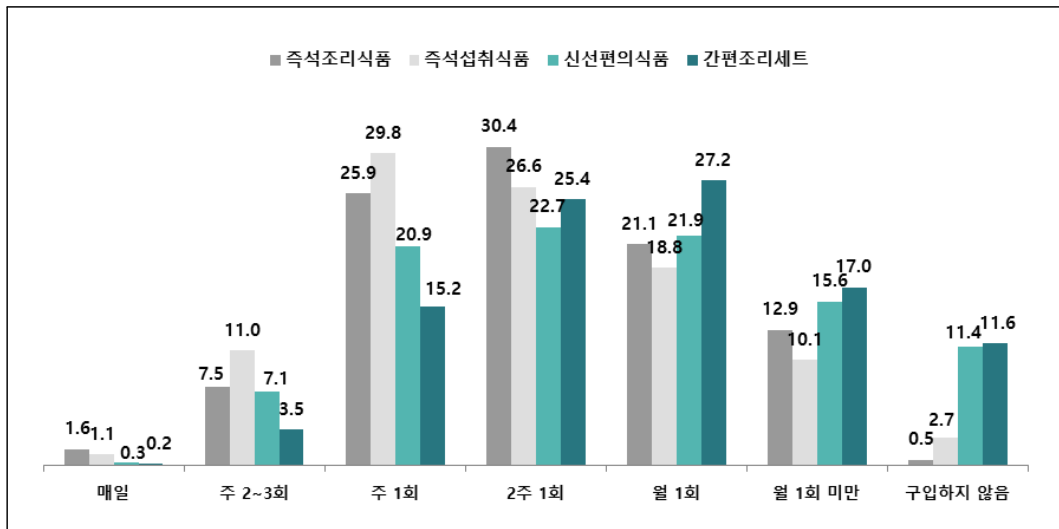
구분		재료 구매 조리보다 비용이 적게 들어서	간편식이 맛있어서	직접 조리 할 줄 몰라서	직접 조리할 시간이 없어서	조리하기 번거롭고 귀찮아서	간편식 으로 다양한 음식을 맛 볼 수 있어서	직접 조리보다 음식물 쓰레기 등 낭비를 줄임	보관성/ 휴대성이 좋아서	균형 잡힌 영양소를 섭취 할 수 있어서
전체		19.7	12.7	9.3	12.7	25.9	9.1	6.6	3.2	0.8
거주지역	수도권	20.7	9.3	10.4	11.5	27.1	9.2	7.5	3.6	0.7
	충청권	16.3	11.4	10.9	14.8	27.9	10.0	6.0	2.7	0.1
	호남권	21.4	20.6	9.5	16.0	15.9	6.8	4.7	2.6	2.5
	대경권	24.6	15.3	5.1	12.4	26.5	10.0	3.4	2.4	0.4
	동남권	17.7	18.6	8.1	13.1	23.1	7.9	7.4	3.0	1.0
	강원권	2.8	7.1	4.5	11.1	48.1	15.7	6.8	3.9	0.0
행정구역	동	20.2	12.2	9.1	12.5	26.2	9.0	6.6	3.3	0.8
	읍면	17.1	15.5	10.6	13.8	24.0	9.7	6.4	2.2	0.8
가구원수	1인 가구	23.0	10.6	11.0	12.2	28.6	7.0	4.5	2.2	0.9
	2인 가구	17.7	14.7	7.9	12.4	28.0	8.8	6.4	3.0	1.2
	3인 가구	20.9	11.1	8.6	13.6	24.0	9.7	7.9	3.5	0.6
	4인 가구 이상	17.5	14.2	9.9	12.7	22.3	11.2	7.7	4.1	0.5
가구주 성별	남자	19.0	13.2	9.3	12.6	24.9	9.5	7.2	3.4	0.7
	여자	21.2	11.7	9.3	12.8	28.0	8.2	5.2	2.6	1.0
가구주 연령	20대	19.2	7.2	13.2	13.4	32.1	6.5	5.8	1.2	1.4
	30대	20.7	13.7	10.7	13.4	25.2	8.5	5.1	2.5	0.2
	40대	17.8	14.0	8.8	14.9	22.3	10.9	7.4	3.0	0.9
	50대	19.6	12.1	10.8	12.0	24.5	9.2	7.1	4.1	0.6
	60대	20.9	13.3	6.2	10.7	28.9	8.7	6.6	3.6	1.1
가구주 최종 학력	중졸 이하	23.0	13.5	6.0	10.0	29.8	7.4	7.4	2.1	0.8
	고졸	19.9	12.0	9.6	12.4	26.3	8.6	7.3	3.2	0.6
	전문대졸 이상	19.2	13.1	9.5	13.2	25.2	9.6	6.0	3.3	0.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	18.9	14.0	9.4	13.5	24.1	9.8	6.5	3.2	0.6
	서비스/판매직	22.3	11.1	9.8	12.1	25.9	8.3	6.6	3.0	0.9
	기계농림어업단순노무	19.5	13.5	10.2	11.3	24.1	9.4	7.6	3.2	1.2
	기타	17.2	10.8	6.5	13.5	35.2	8.0	4.9	3.5	0.5
월평균 가구 소득	200만원 미만	24.7	11.6	9.6	10.3	29.0	5.7	5.8	2.8	0.5
	200~400만원 미만	18.9	13.6	8.9	12.5	27.8	9.1	5.3	2.7	1.2
	400~600만원 미만	17.6	11.0	9.3	14.0	24.9	10.4	8.0	4.1	0.8
	600만원 이상	19.6	14.6	9.8	13.3	21.6	10.3	7.4	3.0	0.5

### 3.4. 간편식 구입 주기

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

- 즉석 조리 식품은 ‘2주 1회’(30.4%), ‘주 1회’(25.9%), ‘월 1회’(21.1%) 등의 순임.
- 즉석 섭취 식품은 ‘주 1회’(29.8%), ‘2주 1회’(26.6%), ‘월 1회’(18.8%) 등의 순임.
- 신선 편의 식품은 ‘2주 1회’(22.7%), ‘월 1회’(21.9%), ‘주 1회’(20.9%) 등의 순임.
- 간편 조리 세트는 ‘월 1회’(27.2%), ‘2주 1회’(25.4%), ‘월 1회 미만’(17.0%) 등의 순임.

〈그림 4-28〉 간편식 구입 주기



〈표 4-28〉 즉석 조리 식품 - 구입 주기

(단위: %)

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		1.6	7.5	25.9	30.4	21.1	12.9	0.5
거주지역	수도권	0.4	7.6	31.7	31.1	21.4	7.8	0.0
	충청권	0.0	6.4	21.0	39.4	21.9	11.3	0.0
	호남권	6.4	13.0	17.2	29.7	16.9	13.4	3.4
	대경권	0.3	4.0	19.9	31.2	21.6	22.0	1.1
	동남권	4.2	6.5	22.9	25.4	22.1	18.9	0.0
	강원권	0.6	6.5	16.4	11.8	22.5	40.2	2.1
행정구역	동	1.2	8.4	28.1	28.9	20.0	12.8	0.6
	읍면	3.4	2.6	14.4	38.3	27.1	13.7	0.5
가구원수	1인 가구	1.5	10.5	26.4	30.0	15.2	15.4	0.9
	2인 가구	1.1	4.2	18.1	28.7	28.3	19.3	0.3
	3인 가구	0.7	7.2	29.8	32.7	19.6	9.8	0.2
	4인 가구 이상	3.0	8.5	31.2	30.6	20.2	5.6	0.9
가구주 성별	남자	2.2	7.2	26.1	30.0	22.5	11.9	0.1
	여자	0.1	8.2	25.5	31.4	18.1	15.2	1.5
가구주 연령	20대	3.4	16.8	32.8	28.3	12.6	6.1	0.0
	30대	0.5	10.8	32.6	34.3	16.1	5.6	0.0
	40대	1.6	8.3	34.8	29.8	17.3	7.0	1.2
	50대	2.5	7.0	24.6	33.3	21.0	11.5	0.0
	60대	0.7	2.3	13.2	26.2	30.4	26.2	1.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	1.2	0.5	11.1	13.3	31.4	38.7	3.8
	고졸	1.1	4.9	21.6	31.3	24.1	16.9	0.1
	전문대졸 이상	1.9	10.0	30.6	31.8	17.9	7.2	0.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.4	10.7	32.6	29.5	18.9	6.7	0.2
	서비스/판매직	3.2	6.7	26.4	32.1	18.2	12.8	0.7
	기계/농림어업/단순노무	0.2	3.4	18.5	32.2	26.8	18.4	0.4
	기타	1.1	5.5	15.5	26.7	24.9	24.6	1.6
월평균 가구 소득	200만원 미만	1.9	10.0	19.3	23.9	20.1	23.4	1.4
	200~400만원 미만	1.6	6.0	25.2	31.5	21.9	13.6	0.1
	400~600만원 미만	1.3	6.5	26.7	35.1	21.0	9.3	0.0
	600만원 이상	1.4	8.9	32.0	28.3	20.8	7.5	1.2

〈표 4-29〉 즉석 섭취 식품 - 구입 주기

(단위: %)

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		1.1	11.0	29.8	26.6	18.8	10.1	2.7
거주지역	수도권	0.8	9.7	36.5	24.2	20.4	6.1	2.3
	충청권	0.4	14.0	22.7	38.7	14.1	3.9	6.2
	호남권	4.2	17.4	23.4	23.6	19.4	10.7	1.4
	대경권	0.3	9.2	25.1	29.2	19.0	14.5	2.7
	동남권	1.2	10.0	22.6	28.3	16.1	19.3	2.6
	강원권	0.0	6.8	20.1	14.8	20.5	35.1	2.6
행정구역	동	0.9	11.3	31.9	25.7	17.9	10.0	2.4
	읍면	2.1	9.1	18.4	31.4	23.9	10.5	4.6
가구원수	1인 가구	1.5	15.8	30.6	26.6	12.1	10.9	2.6
	2인 가구	1.0	6.5	20.2	27.4	27.2	13.6	4.0
	3인 가구	0.1	9.8	32.8	26.4	20.6	8.9	1.5
	4인 가구 이상	1.7	12.3	37.5	25.8	14.2	6.1	2.4
가구주 성별	남자	1.0	9.6	30.5	26.4	19.9	10.3	2.4
	여자	1.3	13.8	28.2	27.0	16.6	9.7	3.4
가구주 연령	20대	1.3	24.6	36.3	27.0	6.3	4.0	0.6
	30대	2.5	15.3	34.7	23.2	17.7	5.4	1.1
	40대	1.1	8.9	42.0	27.6	12.7	5.2	2.5
	50대	0.9	12.6	28.4	27.0	20.1	9.3	1.6
	60대	0.2	4.1	15.5	27.4	27.3	19.9	5.6
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	1.2	10.4	22.2	28.5	27.3	10.4
	고졸	1.0	8.8	24.1	27.2	23.4	12.4	3.1
	전문대졸 이상	1.3	13.5	35.8	26.7	14.6	6.5	1.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.7	13.4	37.0	26.9	13.3	6.2	1.5
	서비스/판매직	1.6	11.5	27.8	27.2	18.3	10.8	2.8
	기계/농림어업/단순노무	0.0	6.1	23.6	27.4	26.4	13.3	3.2
	기타	0.0	10.1	20.3	22.7	25.3	15.9	5.8
월평균 가구 소득	200만원 미만	1.8	12.5	21.0	23.0	21.2	15.3	5.1
	200~400만원 미만	0.8	10.6	28.1	28.2	18.7	10.7	3.0
	400~600만원 미만	1.3	8.9	30.7	28.9	20.8	8.4	1.0
	600만원 이상	0.7	12.9	38.9	24.1	14.3	6.8	2.4



〈표 4-30〉 신선 편의 식품 - 구입 주기

(단위: %)

구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		0.3	7.1	20.9	22.7	21.9	15.6	11.4
거주지역	수도권	0.2	7.9	25.5	23.4	23.5	12.5	6.9
	충청권	0.0	8.2	17.7	31.5	20.1	13.5	9.0
	호남권	1.0	10.5	15.0	27.8	19.7	9.7	16.4
	대경권	0.6	2.3	16.9	19.2	16.3	25.0	19.6
	동남권	0.4	5.4	18.8	17.3	22.7	19.2	16.3
	강원권	0.0	1.7	3.8	1.6	23.5	47.0	22.4
행정구역	동	0.3	7.5	22.2	21.8	22.6	14.7	10.9
	읍면	0.5	5.1	14.2	27.6	18.0	20.5	14.2
가구원수	1인 가구	0.0	8.4	22.7	23.1	19.3	15.8	10.7
	2인 가구	0.3	3.9	15.7	18.7	25.5	19.4	16.6
	3인 가구	0.0	8.4	22.9	23.2	21.9	14.5	9.1
	4인 가구 이상	1.2	8.4	23.5	26.7	20.1	12.0	8.1
가구주 성별	남자	0.4	7.2	21.6	22.5	22.4	14.6	11.3
	여자	0.2	6.9	19.4	23.3	20.8	17.8	11.6
가구주 연령	20대	0.0	12.6	28.6	22.2	22.4	8.5	5.7
	30대	0.2	5.8	23.4	31.8	22.0	13.8	3.0
	40대	0.0	8.2	27.6	22.7	20.2	14.0	7.4
	50대	1.1	8.4	20.0	23.7	21.1	15.5	10.2
	60대	0.1	4.2	12.3	16.0	23.8	20.5	23.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	3.5	10.8	7.0	18.1	26.7	33.9
	고졸	0.5	7.4	13.5	21.8	25.5	15.9	15.4
	전문대졸 이상	0.3	7.3	27.1	25.2	19.9	14.1	6.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.4	8.2	28.7	26.6	18.9	12.0	5.1
	서비스/판매직	0.3	7.4	19.0	21.7	23.0	17.5	11.1
	기계/농림어업/단순노무	0.5	5.6	13.6	20.1	24.7	18.0	17.4
	기타	0.0	5.4	11.8	16.2	24.4	19.7	22.6
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	6.3	13.7	20.7	22.6	17.5	19.1
	200~400만원 미만	0.3	6.7	18.6	21.7	23.7	16.0	13.0
	400~600만원 미만	0.7	6.6	21.5	22.9	24.7	17.8	5.8
	600만원 이상	0.3	9.1	30.3	25.9	14.5	10.4	9.5

〈표 4-31〉 간편 조리 세트 - 구입 주기

(단위: %)

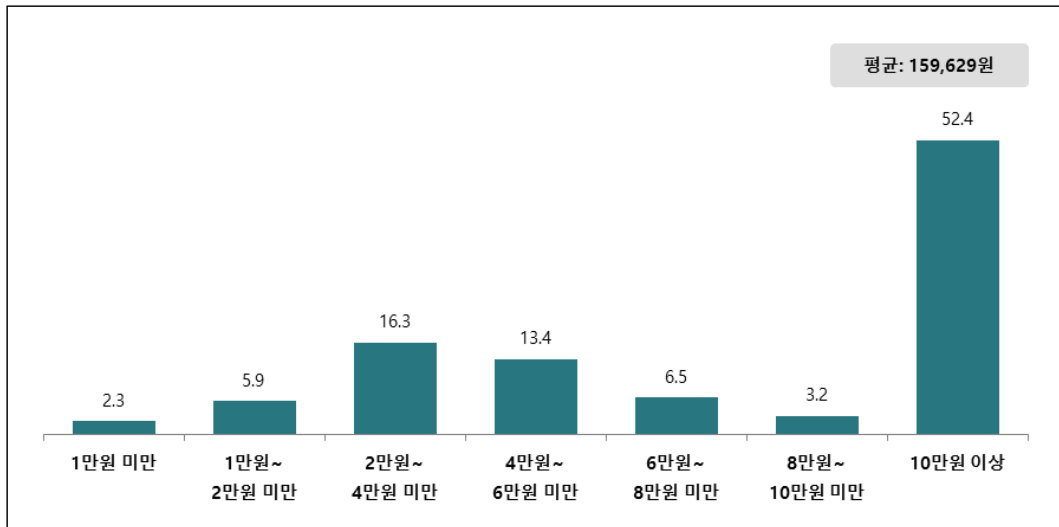
구분		매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	구입하지 않음
전체		0.2	3.5	15.2	25.4	27.2	17.0	11.6
거주지역	수도권	0.0	3.4	19.3	28.6	32.3	9.6	6.8
	충청권	0.3	1.7	12.1	38.1	22.5	17.5	7.9
	호남권	1.3	9.1	11.5	16.5	22.2	20.7	18.7
	대경권	0.0	1.2	11.1	21.7	19.9	26.2	19.9
	동남권	0.0	2.4	10.5	18.4	24.8	25.9	18.0
	강원권	0.0	2.6	10.0	7.6	14.5	46.9	18.4
행정구역	동	0.2	3.3	16.7	25.0	27.4	15.7	11.7
	읍면	0.0	4.4	6.9	27.3	26.0	24.0	11.5
가구원수	1인 가구	0.3	2.2	15.4	28.9	26.4	12.9	13.9
	2인 가구	0.1	1.6	12.1	17.7	29.8	24.8	14.0
	3인 가구	0.2	4.0	15.6	25.9	30.1	15.4	8.8
	4인 가구 이상	0.1	6.6	18.2	30.4	22.3	13.5	9.0
가구주 성별	남자	0.1	3.7	15.1	25.7	27.2	17.6	10.7
	여자	0.2	3.0	15.3	24.8	27.3	15.7	13.7
가구주 연령	20대	0.9	1.9	18.2	29.5	30.6	8.3	10.6
	30대	0.0	4.0	23.2	30.0	27.3	10.6	5.0
	40대	0.0	5.7	17.1	29.4	26.1	12.3	9.4
	50대	0.4	3.6	15.5	26.4	26.6	19.5	8.1
	60대	0.0	1.7	7.0	16.8	27.6	25.4	21.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.5	0.5	6.0	6.6	23.6	30.9	31.9
	고졸	0.1	2.0	11.6	24.2	28.8	19.7	13.5
	전문대졸 이상	0.2	4.8	18.6	28.4	26.6	13.5	8.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.2	4.3	19.6	30.0	27.1	10.8	7.9
	서비스/판매직	0.0	3.7	14.5	27.7	25.5	18.0	10.6
	기계/농림어업/단순노무	0.4	0.8	9.9	20.5	29.3	23.9	15.3
	기타	0.0	4.9	10.7	13.5	27.2	23.7	20.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.4	1.3	12.6	23.0	26.9	16.6	19.2
	200~400만원 미만	0.1	3.0	13.6	24.1	27.2	19.9	12.2
	400~600만원 미만	0.1	4.2	16.5	27.1	29.7	16.9	5.4
	600만원 이상	0.2	5.1	18.1	27.1	24.2	12.9	12.3

### 3.5. 간편식 구입 지출액(월평균)

○ 간편식을 구입하는 지출액은 월평균 159,629원으로 나타남.

- 거주 지역별로 보았을 때 수도권이 217,515원으로 가장 높았으며, 호남권이 85,215원, 동남권이 96,245원으로 낮게 나타남.
- 가구소득이 증가할수록 간편식 구입 지출액도 같이 증가하여, 가구소득이 600만원 이상인 경우는 227,334원으로 200만원 이하 가구의 지출액인 112,841원의 약 2배로 나타남.

〈그림 4-29〉 간편식 구입 지출액(월평균)



〈표 4-32〉 간편식 구입 지출액(월평균)

(단위: %)

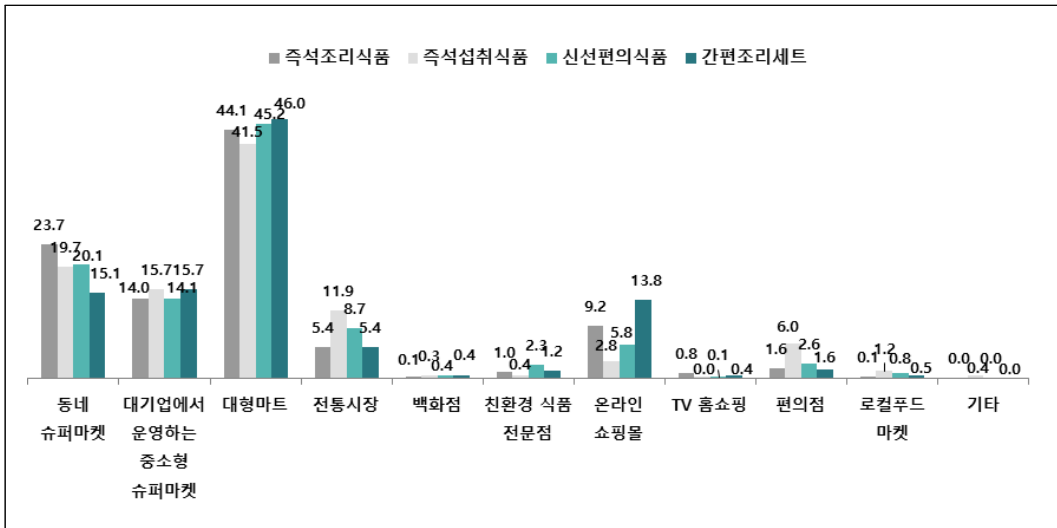
구분		1만원 미만	1만원~2만원 미만	2만원~4만원 미만	4만원~6만원 미만	6만원~8만원 미만	8만원~10만원 미만	10만원 이상	평균 (원)
전체		2.3	5.9	16.3	13.4	6.5	3.2	52.4	159,629
거주지역	수도권	1.8	3.4	13.3	10.5	5.3	2.8	62.9	217,515
	충청권	0.0	6.2	7.8	11.9	8.3	5.6	60.1	114,041
	호남권	5.7	7.3	18.5	21.0	6.9	3.5	37.0	85,215
	대경권	0.6	3.7	19.8	15.9	9.2	2.9	47.9	119,787
	동남권	3.9	12.8	26.5	17.2	7.8	2.6	29.3	96,245
	강원권	5.3	12.3	23.8	11.2	4.2	3.7	39.6	101,745
행정구역	동	2.3	5.2	15.7	12.8	6.0	3.3	54.7	164,015
	읍면	2.6	9.6	19.3	16.4	9.5	2.7	39.9	135,809
가구원수	1인 가구	3.9	4.3	17.1	11.9	4.7	2.5	55.5	132,408
	2인 가구	3.1	10.2	21.1	18.3	6.6	3.3	37.4	121,869
	3인 가구	1.7	4.7	15.0	11.2	7.0	3.4	57.1	196,528
	4인 가구 이상	0.4	3.5	10.8	11.1	7.9	3.7	62.6	198,906
가구주 성별	남자	1.9	6.1	16.2	13.4	8.0	3.1	51.3	150,382
	여자	3.3	5.3	16.5	13.4	3.4	3.4	54.8	179,714
가구주 연령	20대	2.0	1.5	9.4	12.9	4.9	2.8	66.4	144,843
	30대	2.5	1.5	13.6	11.1	8.1	2.4	60.8	178,253
	40대	0.5	5.5	12.7	9.5	6.8	3.2	61.8	176,044
	50대	0.8	4.8	14.3	13.9	7.2	4.7	54.4	194,060
	60대	5.3	11.4	25.1	17.8	5.1	2.5	32.7	105,272
가구주 최종 학력	중졸 이하	10.6	17.7	27.5	19.4	4.4	1.6	18.8	66,384
	고졸	1.9	7.8	18.8	15.5	6.9	4.1	45.1	141,305
	전문대졸 이상	1.6	3.2	13.3	11.3	6.6	2.8	61.2	182,796
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.5	3.1	13.2	11.9	6.4	3.2	60.7	184,765
	서비스/판매직	1.4	7.4	14.3	10.9	7.7	3.9	54.3	145,372
	기계농림어업단순노무	2.6	8.4	22.2	16.7	7.1	3.0	40.0	124,178
	기타	6.7	7.4	20.5	17.7	3.2	2.3	42.2	166,976
월평균 가구 소득	200만원 미만	6.7	10.7	22.6	11.8	3.3	3.2	41.7	112,841
	200~400만원 미만	1.9	6.2	19.7	15.6	7.2	3.1	46.2	126,346
	400~600만원 미만	1.1	3.7	11.8	14.2	8.1	3.9	57.2	178,815
	600만원 이상	0.7	4.0	11.4	10.1	6.2	2.4	65.1	227,334

### 3.6. 간편식 구입 장소

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

- 즉석 조리 식품은 ‘대형마트’가 44.1%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그 다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(23.7%), ‘대기업 운영 중 소형 슈퍼마켓’(14.0%) 등의 순임.
- 즉석 섭취 식품은 ‘대형마트’가 41.5%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그 다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(19.7%), ‘대기업 운영 중 소형 슈퍼마켓’(15.7%)의 순임.
- 신선 편의 식품은 ‘대형마트’가 45.2%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그 다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(20.1%), ‘대기업에서 운영하는 중 소형 슈퍼마켓’(14.1%)의 순임.
- 간편 조리 세트는 ‘대형마트’가 46.0%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그 다음으로 ‘대기업에서 운영하는 중 소형 슈퍼마켓’(15.7%), ‘동네 슈퍼마켓’(15.1%)의 순임.

〈그림 4-30〉 간편식 주 구입처

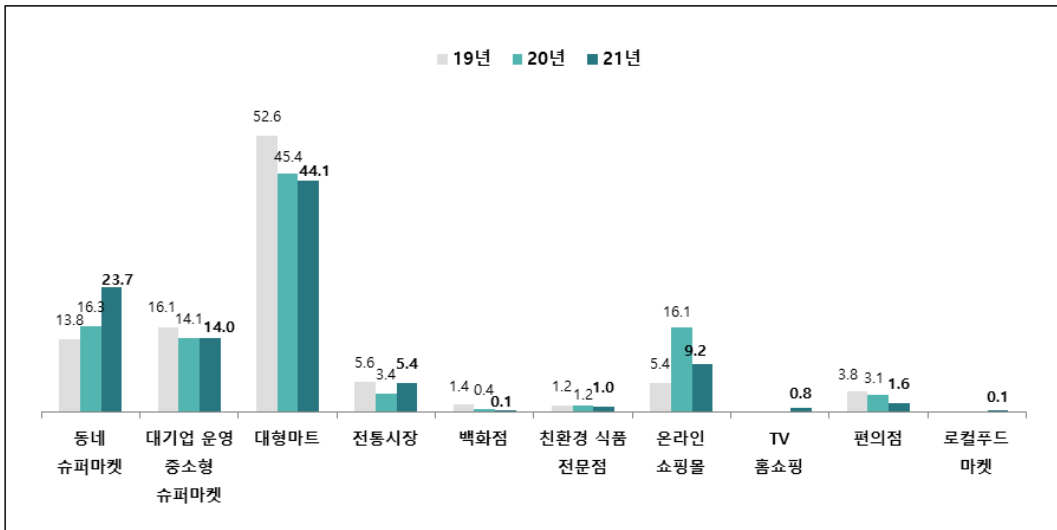


### 3.6.1. 간편식 구입 장소 - 즉석조리식품

○ 즉석조리 식품의 경우 전년대비 ‘대형마트’에서 구입하는 비율은 하락하였으나, 동네 슈퍼마켓 비율이 크게 상승함.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘대형마트’가 가장 높게 나타났으며, 수도권의 경우 ‘온라인 쇼핑몰’의 비율도 상대적으로 높게 나타남.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 4인 이상 가구와 2인 가구에서 ‘대형마트’에서 구매하는 비율이 높은 것으로 나타남.

〈그림 4-31〉 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품



〈표 4-33〉 간편식 주 구입처 - 즉석조리식품

(단위: %)

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓
전체		23.7	14.0	44.1	5.4	0.1	1.0	9.2	0.8	1.6	0.1
거주지역	수도권	16.9	14.0	47.3	3.1	0.1	1.8	13.9	1.2	1.7	0.1
	충청권	23.6	20.4	41.6	3.4	0.2	0.0	6.7	0.0	4.2	0.0
	호남권	50.8	15.0	25.6	4.0	0.2	0.4	2.9	0.0	1.1	0.0
	대경권	31.3	7.1	44.1	13.3	0.0	0.0	3.3	0.5	0.5	0.0
	동남권	23.6	15.4	45.6	8.4	0.0	0.5	5.0	0.8	0.2	0.5
	강원권	14.5	4.1	60.6	13.8	0.0	0.7	2.9	0.0	3.3	0.0
행정구역	동	21.8	14.0	45.4	5.0	0.1	1.1	9.9	0.9	1.6	0.1
	읍면	33.7	14.5	37.2	7.5	0.0	0.3	5.5	0.0	1.3	0.0
가구원수	1인 가구	28.0	12.9	32.7	6.0	0.0	1.1	12.3	1.6	5.4	0.0
	2인 가구	24.3	12.7	47.4	7.8	0.1	1.4	4.9	0.7	0.7	0.0
	3인 가구	20.3	17.1	44.1	3.2	0.3	1.0	13.5	0.3	0.0	0.2
	4인 가구 이상	21.6	13.9	52.5	3.8	0.1	0.6	6.8	0.3	0.1	0.3
가구주 성별	남자	24.0	14.6	46.4	5.4	0.2	1.1	6.5	0.2	1.4	0.1
	여자	22.9	12.8	39.1	5.3	0.0	0.9	15.0	2.0	1.9	0.2
가구주 연령	20대	21.5	17.0	31.1	3.3	0.0	0.0	16.0	1.5	9.6	0.0
	30대	15.8	13.8	45.2	2.5	0.0	0.6	16.7	2.3	3.1	0.0
	40대	19.8	12.1	49.9	3.1	0.0	0.4	13.7	0.3	0.3	0.3
	50대	24.5	16.3	46.6	3.7	0.0	1.4	6.5	0.3	0.6	0.2
	60대	32.1	12.7	40.1	11.5	0.4	1.8	0.9	0.3	0.2	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	40.2	6.8	34.4	18.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	고졸	26.4	14.2	42.0	6.6	0.2	2.1	6.7	0.7	1.0	0.0
	전문대졸 이상	20.0	14.7	46.7	3.0	0.0	0.4	11.8	0.9	2.2	0.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	19.3	13.9	47.3	2.9	0.0	0.7	13.0	1.2	1.6	0.1
	서비스/판매직	23.1	13.1	44.4	5.3	0.3	2.1	8.7	0.6	2.4	0.0
	기계농림어업단순노무	29.0	15.5	43.6	7.4	0.0	0.9	3.1	0.0	0.5	0.0
	기타	30.7	13.8	33.8	10.4	0.0	0.0	7.6	1.0	1.9	0.6
월평균 가구 소득	200만원 미만	33.9	12.1	28.6	11.3	0.0	1.6	5.2	1.4	6.0	0.0
	200~400만원 미만	25.2	11.8	43.8	4.4	0.3	0.8	11.4	0.8	1.1	0.2
	400~600만원 미만	20.0	15.0	50.8	2.3	0.0	0.7	10.4	0.4	0.3	0.0
	600만원 이상	17.2	18.0	49.3	5.8	0.1	1.3	7.5	0.5	0.1	0.2

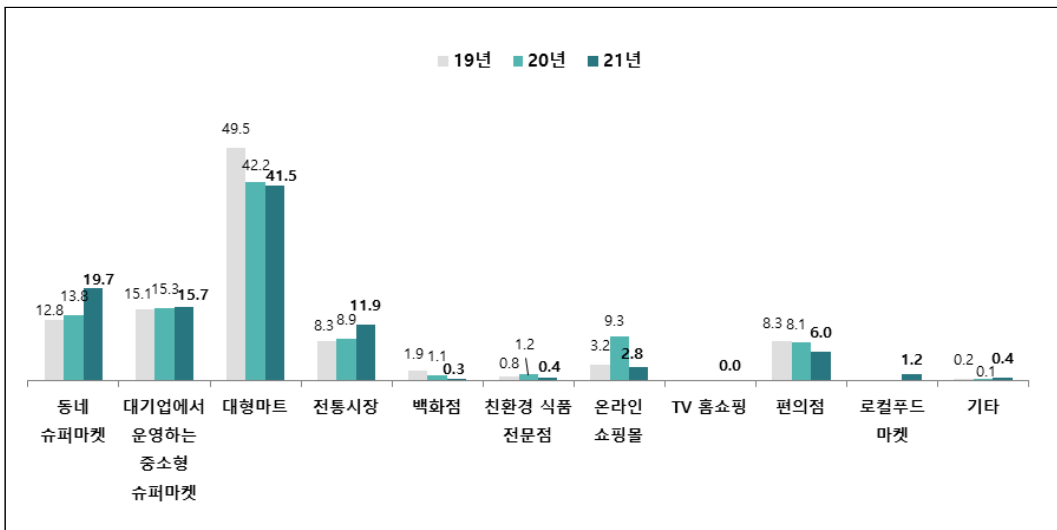
### 3.6.2. 간편식 구입 장소 - 즉석섭취식품

○ 즉석섭취식품 구입장소에 대해 ‘대형마트’에서 구입한다는 응답이 41.5%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그 다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(19.7%), ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(15.7%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘대형마트’에서 즉석섭취식품을 구입하는 비율이 높은 것으로 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 가구원수가 늘어날수록 ‘대형 할인점’에서 구매하는 비율이 높아지는 것으로 나타남.

○ 전년 대비, ‘대형마트’(▼0.7%p)는 하락한 것으로 나타났으나, 동네 슈퍼마켓의 비율이 5.9% 소폭 상승한 것으로 나타남.

〈그림 4-32〉 간편식 주 구입처 - 즉석섭취식품





〈표 4-34〉 간편식 주 구입처 - 즉석섭취식품

(단위: %)

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드마켓
전체		19.7	15.7	41.5	11.9	0.3	0.4	2.8	0.0	6.0	1.2
거주지역	수도권	16.5	17.0	47.4	5.9	0.2	0.2	3.1	0.0	7.4	2.1
	충청권	24.0	15.5	30.3	15.4	0.5	0.5	3.3	0.0	9.4	0.0
	호남권	39.0	20.5	25.8	6.0	0.4	1.1	3.4	0.4	3.2	0.0
	대경권	16.1	5.3	37.8	35.8	0.5	0.0	2.1	0.0	1.3	0.2
	동남권	16.4	17.5	39.8	17.6	0.7	0.8	1.9	0.0	4.9	0.6
	강원권	15.9	3.5	61.8	12.8	0.0	0.7	1.9	0.0	3.4	0.0
행정구역	동	18.5	15.8	44.3	10.3	0.4	0.4	3.0	0.0	5.9	1.2
	읍면	26.6	15.4	25.7	21.0	0.2	0.3	1.8	0.3	6.8	1.2
가구원수	1인 가구	20.8	16.4	31.2	13.1	0.0	0.2	4.0	0.0	13.6	0.4
	2인 가구	20.8	13.8	43.2	14.5	0.3	0.5	1.9	0.0	3.8	1.0
	3인 가구	18.6	16.4	45.0	8.0	0.5	0.5	4.2	0.2	4.4	1.4
	4인 가구 이상	18.2	16.5	47.0	11.3	0.7	0.4	1.5	0.0	2.2	2.0
가구주 성별	남자	18.1	16.2	44.0	12.0	0.5	0.4	2.8	0.1	5.0	0.7
	여자	23.2	14.6	36.0	11.7	0.0	0.5	2.9	0.0	8.3	2.3
가구주 연령	20대	12.9	20.0	33.7	8.4	0.0	0.0	6.5	0.0	18.5	0.0
	30대	17.0	13.3	42.4	5.3	0.0	0.5	6.1	0.0	13.0	2.2
	40대	16.9	14.5	52.5	6.3	0.7	0.2	3.6	0.0	3.1	1.9
	50대	21.5	17.3	41.4	12.9	0.2	0.6	1.1	0.2	3.4	0.7
	60대	24.5	15.4	33.7	21.4	0.5	0.6	0.5	0.0	2.4	0.6
가구주 최종 학력	중졸 이하	33.1	6.4	25.7	33.1	0.0	0.6	0.0	0.0	1.0	0.0
	고졸	20.8	16.1	38.9	15.2	0.2	0.1	1.7	0.1	5.4	0.9
	전문대졸 이상	17.6	16.5	44.9	7.4	0.5	0.6	3.9	0.0	7.0	1.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	18.5	16.9	44.2	7.0	0.4	0.7	4.8	0.0	6.7	0.5
	서비스/판매직	16.4	15.9	47.2	9.7	0.5	0.2	1.6	0.0	7.1	1.3
	기계농림어업단순노무	21.8	13.6	38.0	20.3	0.3	0.3	1.2	0.2	3.3	0.7
	기타	27.5	14.9	25.7	19.0	0.0	0.0	1.6	0.0	6.4	3.8
월평균 가구 소득	200만원 미만	22.6	15.2	29.0	19.2	0.0	0.2	2.8	0.2	10.5	0.0
	200~400만원 미만	20.8	14.8	41.7	11.0	0.2	0.1	3.3	0.0	6.9	1.1
	400~600만원 미만	18.0	15.8	47.3	8.7	0.5	0.6	3.1	0.0	4.3	1.4
	600만원 이상	17.8	17.4	44.0	11.3	0.5	0.9	1.9	0.0	3.1	1.9

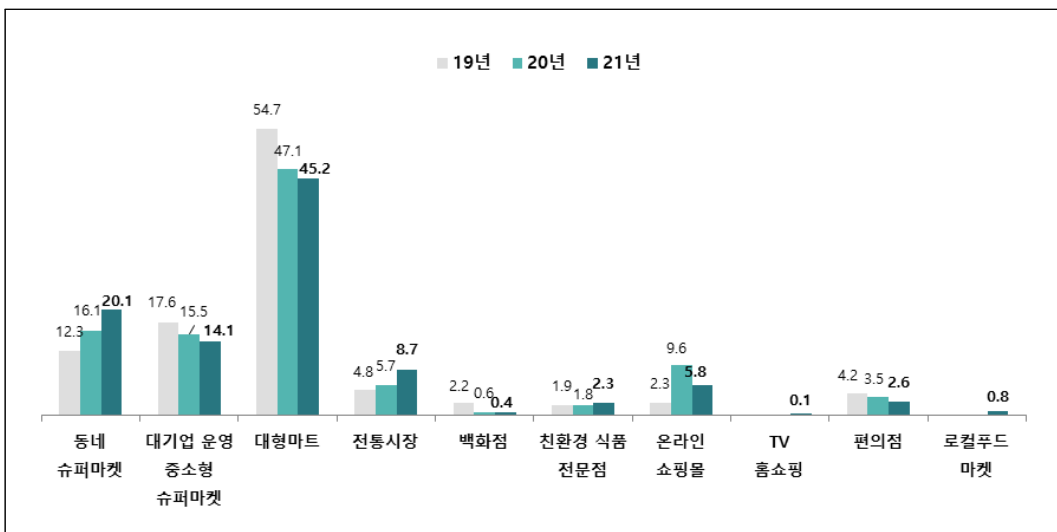
### 3.6.3. 간편식 구입 장소 - 신선편의식품

○ 신선편의식품은 ‘대형마트’의 경우 45.2%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그 다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(20.1%), ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(14.1%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘대형마트’에서 구매하는 비율이 가장 높게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 4인 가구 이상에서 ‘대형마트’에서 구매하는 비율이 상대적으로 높게 나타남.

○ 전년 대비, ‘대형마트’는 1.9%p 소폭 하락하고, ‘동네 슈퍼마켓’의 경우 4.0%p 소폭 상승한 것으로 나타남.

〈그림 4-33〉 간편식 주 구입처 - 신선편의식품



〈표 4-35〉 간편식 주 구입처 - 신선편의식품

(단위: %)

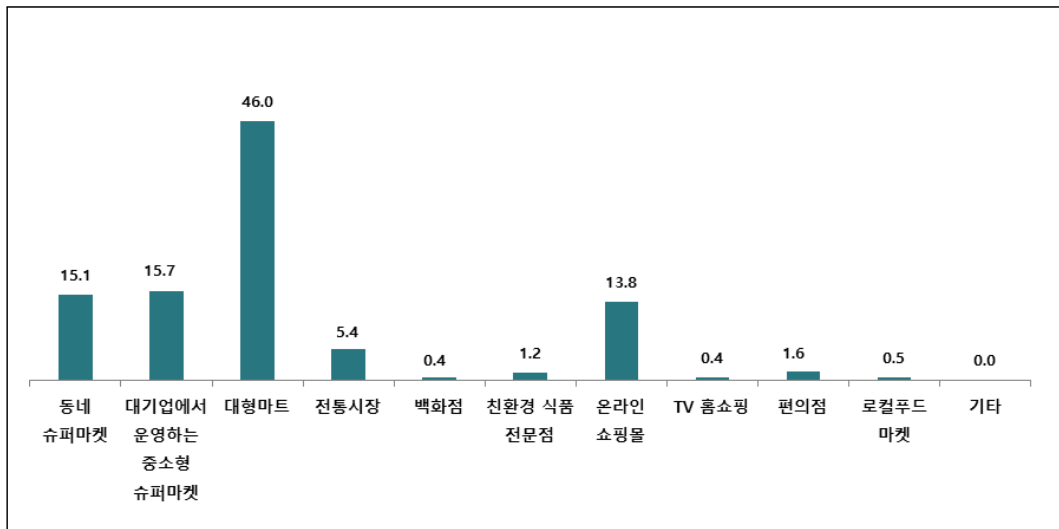
구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓
전체		20.1	14.1	45.2	8.7	0.4	2.3	5.8	0.1	2.6	0.8
거주지역	수도권	14.0	13.4	51.3	5.4	0.4	3.8	7.3	0.0	3.5	0.9
	충청권	27.4	19.5	35.7	4.6	0.0	0.4	8.9	0.0	3.4	0.1
	호남권	33.7	19.7	34.2	5.4	0.4	1.4	2.4	0.2	1.8	0.9
	대경권	25.9	2.8	43.5	25.1	0.6	0.7	0.9	0.0	0.2	0.3
	동남권	24.6	16.8	36.4	15.5	0.4	0.2	4.1	0.3	0.7	0.9
	강원권	12.6	5.7	61.6	12.5	0.9	0.9	2.4	0.0	3.3	0.0
행정구역	동	18.5	13.6	47.6	7.4	0.4	2.7	5.8	0.1	3.0	0.8
	읍면	29.0	16.6	31.6	16.2	0.2	0.0	5.5	0.0	0.3	0.6
가구원수	1인 가구	21.5	13.9	37.3	8.5	0.1	2.6	8.8	0.0	6.6	0.6
	2인 가구	20.4	13.9	43.8	13.6	0.4	2.4	3.1	0.2	1.6	0.7
	3인 가구	18.4	15.4	46.2	7.2	0.0	2.5	7.2	0.1	1.8	1.3
	4인 가구 이상	20.1	13.2	53.9	5.1	1.0	1.7	4.2	0.0	0.3	0.5
가구주 성별	남자	20.7	14.1	46.9	9.0	0.3	1.7	4.7	0.0	1.8	0.8
	여자	18.9	13.9	41.3	8.2	0.6	3.7	8.2	0.2	4.4	0.7
가구주 연령	20대	19.0	16.2	38.5	2.9	0.0	0.7	13.2	0.0	8.9	0.6
	30대	15.5	11.1	48.0	4.2	0.3	3.9	10.9	0.0	5.1	1.0
	40대	15.8	13.0	53.1	6.7	1.1	0.4	7.1	0.0	1.8	1.0
	50대	23.1	16.2	47.3	6.5	0.1	2.3	2.8	0.3	0.6	0.7
	60대	25.5	14.5	34.8	19.3	0.2	3.6	0.6	0.0	1.1	0.4
가구주 최종 학력	중졸 이하	32.9	7.8	24.3	32.5	0.5	0.0	0.0	0.0	0.8	1.2
	고졸	22.1	15.7	40.7	11.8	0.5	3.7	3.6	0.1	1.4	0.6
	전문대졸 이상	17.9	13.6	49.6	4.9	0.4	1.7	7.6	0.0	3.4	0.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	17.2	14.8	49.5	5.3	0.1	1.0	8.3	0.0	2.7	1.0
	서비스/판매직	21.1	11.8	47.2	8.0	1.2	4.1	2.9	0.0	2.8	0.9
	기계농림어업단순노무	24.4	13.1	41.9	13.1	0.0	2.3	3.1	0.1	1.5	0.5
	기타	21.6	18.5	28.4	16.4	0.2	3.8	7.1	0.5	3.5	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	23.7	13.6	32.6	14.3	0.1	3.7	5.3	0.3	6.3	0.0
	200~400만원 미만	22.3	11.3	43.1	10.0	0.2	1.7	7.2	0.1	2.5	1.6
	400~600만원 미만	17.2	16.1	50.0	5.3	0.8	2.9	5.5	0.0	2.0	0.3
	600만원 이상	18.1	15.8	51.4	7.2	0.4	1.3	4.4	0.0	0.6	0.6

### 3.6.4. 간편식 구입 장소 - 간편조리식품

○ 간편조리식품의 경우 ‘대형마트’에서 구입하는 비율이 46.0%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그 다음으로 ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(15.7%), ‘동네 슈퍼마켓’(15.1%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘대형마트’에서 구매하는 비율이 가장 높게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 3인 가구에서 ‘대형마트’에서 구매하는 비율이 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 4-34〉 간편식 주 구입처 - 간편조리세트



〈표 4-36〉 간편식 주 구입처 - 간편조리제품

(단위: %)

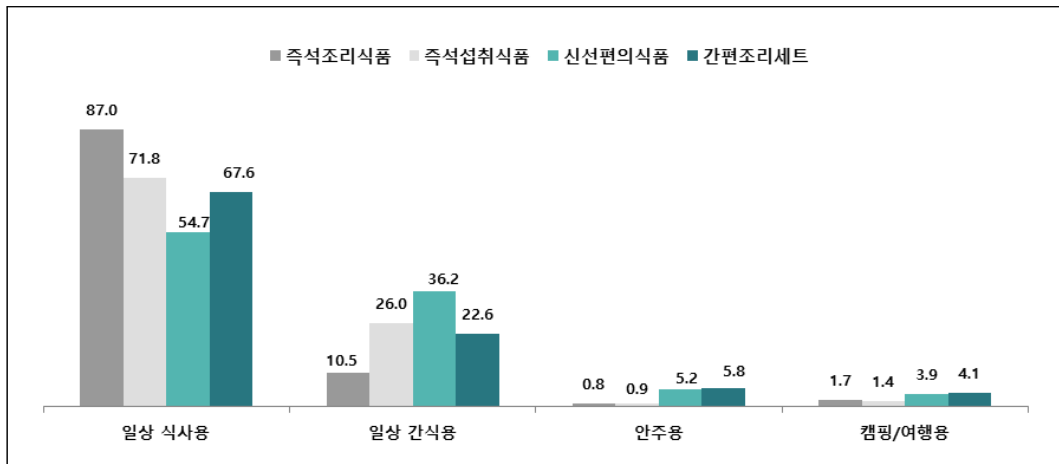
구분		동네 슈퍼 마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼 마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓
전체		15.1	15.7	46.0	5.4	0.4	1.2	13.8	0.4	1.6	0.5
거주지역	수도권	9.9	14.3	49.7	3.1	0.2	1.8	18.2	0.1	2.0	0.9
	충청권	20.1	16.9	39.0	2.5	0.0	0.0	19.7	0.4	1.4	0.0
	호남권	26.1	24.7	36.1	3.7	0.8	1.6	3.6	1.6	1.3	0.5
	대경권	23.5	5.4	43.9	18.9	0.9	0.5	5.9	0.0	1.0	0.0
	동남권	17.1	21.5	43.4	7.7	0.9	0.6	7.7	1.1	0.0	0.0
	강원권	14.0	7.2	59.2	11.6	0.0	0.9	2.3	0.0	4.9	0.0
행정구역	동	13.3	15.9	46.9	4.8	0.5	1.4	14.6	0.5	1.8	0.6
	읍면	24.9	14.4	40.9	8.8	0.0	0.5	9.8	0.0	0.4	0.1
가구원수	1인 가구	15.9	18.2	35.9	5.3	0.0	1.0	18.6	0.4	4.1	0.7
	2인 가구	17.7	12.7	48.7	9.1	0.5	1.7	7.4	0.8	1.1	0.3
	3인 가구	13.1	16.9	50.4	3.4	0.4	1.4	13.9	0.2	0.2	0.1
	4인 가구 이상	13.2	15.2	48.8	3.3	0.6	0.8	16.2	0.1	0.8	0.9
가구주 성별	남자	15.5	15.0	49.0	5.7	0.4	1.1	11.6	0.4	0.9	0.3
	여자	14.1	17.2	39.2	4.7	0.4	1.5	18.8	0.3	2.9	0.9
가구주 연령	20대	8.9	20.7	35.8	0.8	0.0	0.0	20.7	1.0	10.1	2.0
	30대	10.6	10.8	43.9	2.9	0.3	0.7	26.8	0.5	2.9	0.8
	40대	10.9	13.2	48.6	2.6	0.2	1.0	22.9	0.3	0.3	0.0
	50대	15.6	19.7	52.1	4.2	0.5	1.2	5.6	0.3	0.1	0.8
	60대	24.3	15.7	41.7	13.1	0.6	2.4	1.4	0.3	0.4	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	36.8	9.8	27.9	22.8	0.4	1.9	0.0	0.0	0.5	0.0
	고졸	16.8	17.9	45.7	7.1	0.2	2.1	9.1	0.3	0.4	0.4
	전문대졸 이상	12.1	14.8	47.7	2.8	0.5	0.6	18.0	0.5	2.4	0.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	11.4	14.7	48.3	2.4	0.6	0.6	19.1	0.6	2.0	0.3
	서비스/판매직	14.3	16.0	45.8	5.5	0.2	2.3	13.6	0.1	1.7	0.3
	기계농림어업단순노무	20.2	16.3	46.5	8.6	0.1	1.8	6.1	0.2	0.1	0.0
	기타	21.7	17.2	36.1	11.2	0.6	0.0	8.1	0.5	1.9	2.7
월평균 가구 소득	200만원 미만	21.1	18.6	31.9	9.6	0.5	2.2	11.0	0.3	4.4	0.4
	200~400만원 미만	18.1	12.0	44.6	5.9	0.3	1.3	15.3	0.3	1.3	1.0
	400~600만원 미만	11.0	16.5	52.5	3.0	0.0	0.9	15.2	0.4	0.4	0.1
	600만원 이상	11.2	17.8	50.1	4.7	0.9	1.0	11.9	0.6	1.4	0.4

### 3.7. 간편식 주 구입 용도

○ 간편식을 구입하는 이유는 ‘일상 식사용’이 가장 높게 나타남.

- 즉석 조리 식품은 ‘일상 식사용’으로 구입한다는 응답이 87.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘일상 간식용’으로 구입한다는 응답은 10.5%임.
- 즉석 섭취 식품은 ‘일상 식사용’으로 구입한다는 응답이 71.8%로 나타났으며, ‘일상 간식용’으로 구입한다는 응답은 26.0%임.
- 신선편의식품의 경우, ‘일상 식사용’으로 구입한다는 의견은 54.7%였으며, ‘일상 간식용’으로 구입한다는 응답은 36.2%로 다른 식품에 비해 상대적으로 높게 나타남.

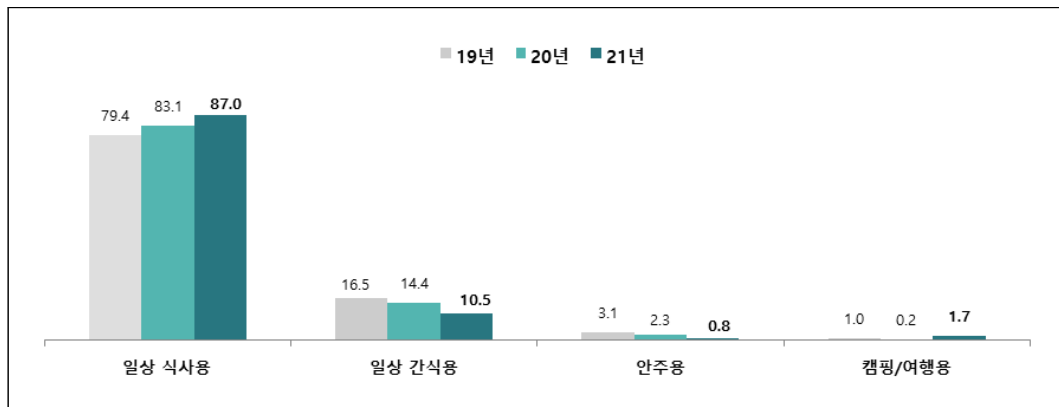
〈그림 4-35〉 간편식 주 구입 용도



### 3.7.1. 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품

- 즉석 조리 식품은 ‘일상 식사용’으로 구입한다는 응답이 87.0%로 높은 응답을 보임.
- 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘일상 식사용’이 가장 높게 나타났으며, 호남권의 경우 ‘일상 간식용’의 비율도 22.2%로 상대적으로 높게 나타남.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 1인 가구의 ‘일상 식사용’ 응답이 가장 높은 경향을 보임.
- 전년 대비 ‘일상 식사용’은 증가(▲3.9%p)하여, 간편식의 식사용이 점점 증가하는 것으로 나타남.

〈그림 4-36〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품



〈표 4-37〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석조리식품

(단위: %)

구분		일상 식사용	일상 간식용	안주용	캠핑/여행용
전체		87.0	10.5	0.8	1.7
거주지역	수도권	91.4	5.6	1.0	2.0
	충청권	80.9	16.3	1.0	1.7
	호남권	75.0	22.2	1.3	1.4
	대경권	87.3	12.4	0.3	0.0
	동남권	85.4	11.9	0.3	2.4
	강원권	85.8	13.5	0.7	0.0
행정구역	동	88.6	9.0	0.7	1.8
	읍면	78.5	18.3	1.6	1.5
가구원수	1인 가구	92.7	6.7	0.5	0.1
	2인 가구	84.5	12.8	1.1	1.5
	3인 가구	85.9	9.5	1.4	3.1
	4인 가구 이상	84.9	12.6	0.2	2.4
가구주 성별	남	85.7	11.8	0.7	1.8
	여	89.9	7.5	1.0	1.6
가구주 연령	20대	92.8	6.4	0.7	0.0
	30대	90.1	7.2	0.2	2.5
	40대	85.5	12.1	1.4	1.0
	50대	86.3	10.5	0.4	2.8
	60대 이상	85.0	12.4	1.1	1.4
가구주 최종 학력	중졸 이하	88.0	11.0	0.3	0.7
	고졸	85.9	11.4	1.0	1.7
	전문대졸 이상	87.6	9.8	0.8	1.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	88.7	8.8	0.9	1.5
	서비스/판매직	86.8	10.9	0.8	1.4
	기계/농림/어업/단순노무	82.4	14.7	0.9	1.9
	기타	89.6	7.5	0.2	2.7
월평균 가구 소득	200만원 미만	90.2	8.2	0.3	1.3
	200~400만원 미만	86.9	10.3	1.2	1.7
	400~600만원 미만	85.9	11.0	0.2	2.8
	600만원 이상	85.8	12.0	1.5	0.7

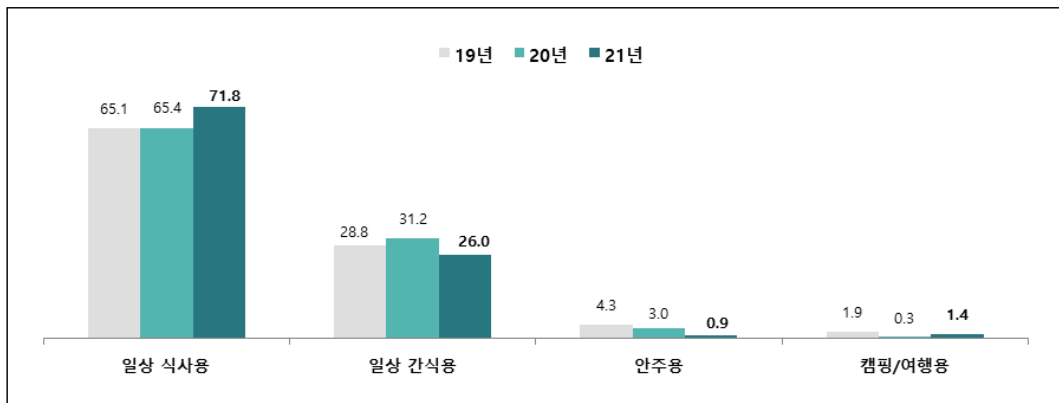


### 3.7.2. 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품

○ 즉석 섭취 식품을 ‘일상 식사용’으로 구입한다는 응답은 71.8%로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권에서 ‘일상 식사용’이라는 응답이 다른 지역에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, 강원권은 상대적으로 낮게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, ‘일상 식사용’의 비율이 1인 가구가 상대적으로 가장 높게 나타났으며, ‘일상 간식용’의 비율은 3인 가구에서 가장 높게 나타남.

〈그림 4-37〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품



〈표 4-38〉 간편식 주 구입 용도 - 즉석섭취식품

(단위: %)

구분		일상 식사용	일상 간식용	안주용	캠핑/여행용
전체		71.8	26.0	0.9	1.4
거주지역	수도권	76.3	21.0	1.1	1.6
	충청권	70.8	28.1	0.0	1.1
	호남권	67.5	29.6	0.9	2.1
	대경권	68.2	30.1	1.7	0.0
	동남권	66.3	31.9	0.2	1.6
	강원권	56.2	42.3	1.5	0.0
행정구역	동	71.9	26.0	0.7	1.5
	읍면	71.1	25.8	2.1	1.0
가구원수	1인 가구	83.5	15.7	0.4	0.4
	2인 가구	70.3	26.6	2.0	1.2
	3인 가구	65.3	31.5	0.4	2.7
	4인 가구 이상	67.2	30.8	0.5	1.5
가구주 성별	남	69.3	28.3	1.2	1.3
	여	77.2	20.9	0.2	1.7
가구주 연령	20대	84.9	15.1	0.0	0.0
	30대	73.6	25.7	0.4	0.3
	40대	68.6	29.3	0.4	1.6
	50대	70.7	26.6	0.8	1.9
	60대 이상	70.0	26.1	1.9	1.9
가구주 최종 학력	중졸 이하	74.0	24.4	1.2	0.4
	고졸	73.5	23.5	1.6	1.5
	전문대졸 이상	70.4	27.8	0.4	1.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	70.7	27.6	0.5	1.1
	서비스/판매직	73.8	24.3	0.6	1.3
	기계/농림/어업/단순노무	71.1	24.9	2.3	1.7
	기타	72.1	25.6	0.2	2.1
월평균 가구 소득	200만원 미만	75.8	21.5	1.3	1.4
	200~400만원 미만	75.2	22.3	1.1	1.4
	400~600만원 미만	69.7	28.1	0.8	1.4
	600만원 이상	65.7	32.7	0.2	1.4

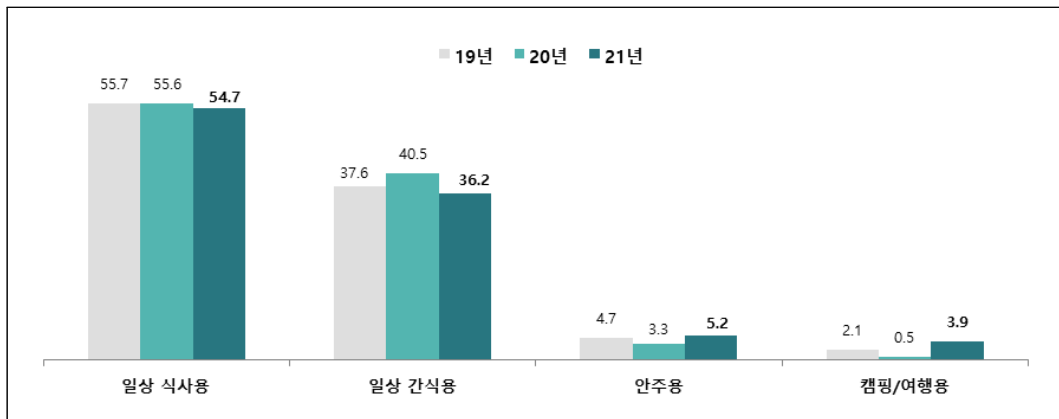
### 3.7.3. 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품

○ 신선 편의 식품을 구입하는 용도는 ‘일상 식사용’으로 구입한다는 응답은 54.7%로 응답자의 절반 이상이며, ‘일상 간식용’으로 구입한다는 응답은 36.2%임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권, 충청권, 강원권에서 ‘일상 식사용’이라는 응답이 다른 지역에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, 호남권, 동남권에서 ‘일상 간식용’으로 구입한다는 응답이 상대적으로 높음.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 모든 가구원수에서 ‘일상 식사용’이 높게 나타났으며, 그 중 1인 가구 이상이 가장 높게 나타남.

○ 전년 대비 신선편의식품에 대한 용도는 크게 변화가 없는 것으로 나타남.

〈그림 4-38〉 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품



〈표 4-39〉 간편식 주 구입 용도 - 신선편의식품

(단위: %)

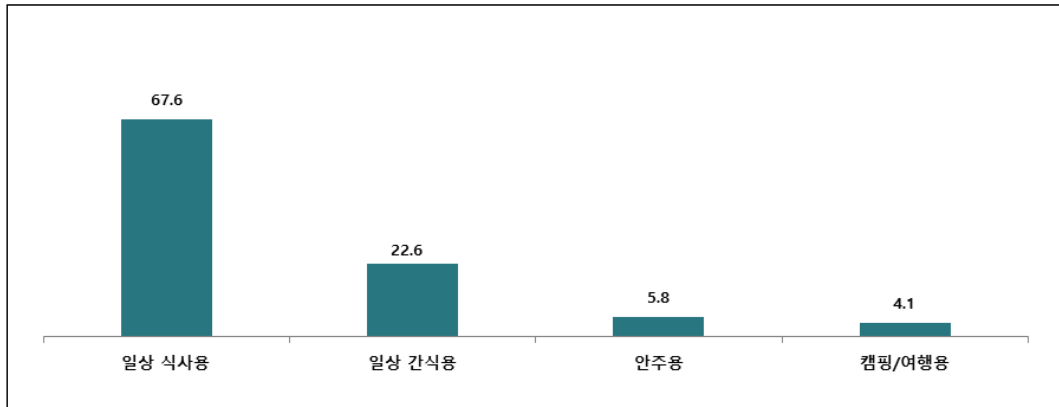
구분		일상 식사용	일상 간식용	안주용	캠핑/여행용
전체		54.7	36.2	5.2	3.9
거주지역	수도권	54.8	34.7	6.3	4.3
	충청권	57.2	34.6	3.8	4.3
	호남권	47.5	42.3	7.3	3.0
	대경권	61.1	29.7	4.2	5.1
	동남권	52.8	41.9	2.4	2.9
	강원권	59.5	39.6	0.9	0.0
행정구역	동	55.7	36.0	4.3	4.0
	읍면	48.8	37.2	10.5	3.4
가구원수	1인 가구	61.8	33.4	3.8	1.0
	2인 가구	51.7	37.0	7.4	3.9
	3인 가구	53.9	35.8	5.0	5.3
	4인 가구 이상	51.4	38.6	4.5	5.5
가구주 성별	남	53.3	36.3	6.1	4.3
	여	57.7	35.9	3.2	3.1
가구주 연령	20대	59.8	33.9	3.1	3.2
	30대	53.8	40.0	4.8	1.5
	40대	54.9	36.2	3.6	5.3
	50대	52.4	37.0	5.1	5.5
	60대 이상	55.8	33.0	8.1	3.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	69.3	23.9	5.9	0.9
	고졸	52.9	37.8	5.7	3.7
	전문대졸 이상	54.6	36.2	4.9	4.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	54.4	36.1	5.1	4.4
	서비스/판매직	56.2	36.5	2.9	4.4
	기계농림어업단순노무	51.9	35.2	9.8	3.1
	기타	57.4	37.8	2.6	2.2
월평균 가구 소득	200만원 미만	65.3	29.2	3.4	2.0
	200~400만원 미만	54.0	38.0	5.6	2.5
	400~600만원 미만	50.0	39.4	6.1	4.4
	600만원 이상	53.8	34.5	4.8	6.9

### 3.7.4. 간편식 주 구입 용도 - 간편조리식품

○ 간편 조리 식품을 구입하는 용도는 ‘일상 식사용’으로 구입한다는 응답은 67.6%로 응답자의 절반 이상이며, ‘일상 간식용’으로 구입한다는 응답은 22.6%임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권, 대경권, 충청권에서 ‘식사용’이라는 응답이 다른 지역에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, 강원권, 호남권, 동남에서 ‘일상 간식용’으로 구입한다는 응답이 상대적으로 높음.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 모든 가구원수에서 ‘일상 식사용’이 높게 나타났으며, 그 중 1인 가구 이상이 가장 높게 나타남.

〈그림 4-39〉 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트



〈표 4-40〉 간편식 주 구입 용도 - 간편조리세트

(단위: %)

구분		일상 식사용	일상 간식용	안주용	캠핑/여행용
전체		67.6	22.6	5.8	4.1
거주지역	수도권	76.2	13.6	6.8	3.4
	충청권	68.1	21.6	4.3	6.0
	호남권	42.8	42.5	6.2	8.6
	대경권	75.5	19.1	2.8	2.6
	동남권	54.7	36.2	5.3	3.7
	강원권	34.3	63.6	2.1	0.0
행정구역	동	69.2	21.5	5.6	3.8
	읍면	59.0	28.5	6.7	5.7
가구원수	1인 가구	74.8	18.8	4.6	1.8
	2인 가구	61.4	26.8	6.9	4.9
	3인 가구	66.7	20.7	6.7	5.8
	4인 가구 이상	68.1	23.4	4.7	3.8
가구주 성별	남	65.0	23.8	6.4	4.8
	여	73.3	19.7	4.5	2.5
가구주 연령	20대	66.3	22.1	8.8	2.9
	30대	73.1	19.1	6.1	1.7
	40대	69.6	22.8	4.0	3.5
	50대	66.4	21.7	5.8	6.1
	60대 이상	63.0	26.2	6.1	4.8
가구주 최종 학력	중졸 이하	67.1	30.4	1.9	0.6
	고졸	68.6	19.6	7.1	4.6
	전문대졸 이상	67.0	23.7	5.3	4.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	67.8	22.6	6.1	3.6
	서비스/판매직	69.8	21.6	4.7	3.9
	기계농림어업단순노무	64.0	23.1	7.6	5.3
	기타	68.4	23.7	3.8	4.1
월평균 가구 소득	200만원 미만	71.1	22.4	3.6	2.9
	200~400만원 미만	64.5	26.0	6.1	3.4
	400~600만원 미만	66.5	22.0	7.4	4.2
	600만원 이상	71.1	18.2	4.7	6.0

### 3.8. 지출액 기준 구입 많은 간편식 품목

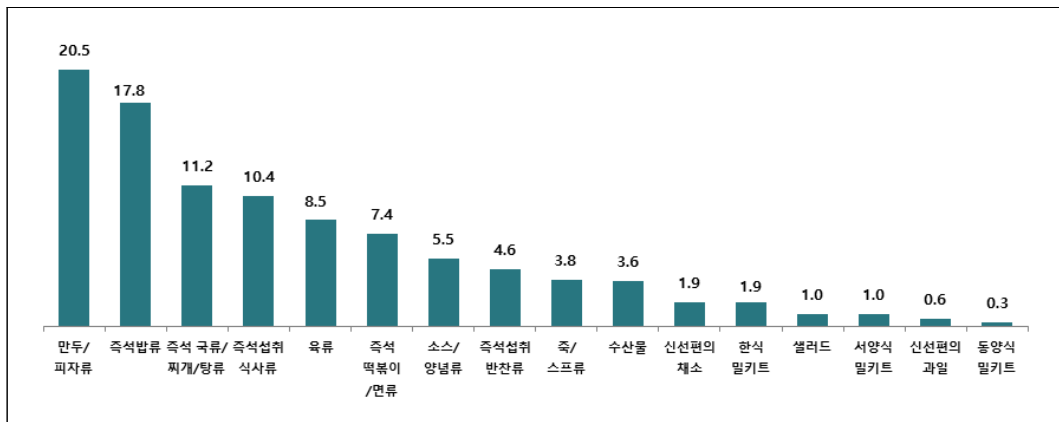
○ 주로 구입하는 간편식 품목은 ‘만두/피자류’가 20.5%로 가장 높게 나타남. 다음으로 ‘즉석밥류’(17.8%), ‘국/찌개/탕류’(11.2%), ‘식사류’(10.4%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권에서 ‘즉석밥류’가 가장 높고 다음으로 강원권은 ‘육류’가 높게 나타남.

- 가구원수에 따라 살펴보면, 1인 가구의 ‘즉석밥류’에 대한 응답이 가장 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘즉석밥류’(▲3.9%p) 및 ‘만두/피자류’(▲1.0%p) 등에 대한 응답이 소폭 상승함.

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



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

(단위: %)

구분		만두/ 피자류	즉석밥류	즉석국류	식사류	육류	즉석 떡볶이	소스/ 양념류
전체		20.5	17.8	11.2	10.4	8.5	7.4	5.5
거주지역	수도권	17.3	22.0	14.7	7.0	6.8	7.1	6.2
	충청권	28.1	12.1	9.3	13.2	8.8	9.4	5.0
	호남권	17.8	11.6	5.9	13.1	11.3	7.8	6.6
	대경권	29.0	11.1	6.6	18.9	10.9	6.2	3.1
	동남권	23.2	18.9	9.5	11.1	7.7	6.7	4.7
	강원권	13.4	5.9	2.3	15.5	24.4	12.3	1.8
행정구역	동	20.3	18.8	11.5	10.1	8.3	7.1	5.3
	읍면	21.5	12.2	9.6	12.2	9.7	9.3	6.5
가구원수	1인 가구	17.5	22.4	11.8	12.1	7.4	7.5	3.4
	2인 가구	21.5	14.5	10.0	10.0	9.2	7.0	6.4
	3인 가구	21.9	18.0	11.1	10.0	9.4	5.7	5.9
	4인 가구 이상	21.1	16.5	12.2	9.4	8.2	9.4	6.1
가구주 성별	남	21.3	16.4	11.1	10.1	8.9	7.5	5.6
	여	18.7	20.9	11.5	11.0	7.8	7.2	5.1
가구주 연령	20대	13.9	26.1	10.0	12.1	7.3	8.4	4.8
	30대	18.9	22.1	13.3	10.6	7.5	8.3	4.4
	40대	20.2	17.4	13.5	9.2	9.0	7.5	5.8
	50대	21.0	17.7	8.8	10.3	8.7	7.5	7.1
	60대 이상	23.5	12.5	10.5	10.9	9.1	6.3	4.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	26.1	6.4	6.8	15.4	9.5	7.3	3.3
	고졸	20.0	17.6	11.7	9.8	9.0	6.1	5.5
	전문대졸 이상	20.2	19.1	11.3	10.3	8.1	8.3	5.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	19.3	20.4	12.2	9.4	7.5	7.3	5.8
	서비스/판매직	19.9	19.0	11.8	10.6	8.5	7.5	6.1
	기계농림어업단순노무	24.4	12.7	10.4	11.4	10.2	7.5	4.6
	기타	18.9	15.0	7.9	11.6	9.2	7.5	4.5
월평균 가구 소득	200만원 미만	21.3	17.6	9.2	14.0	7.4	8.6	3.3
	200~400만원 미만	20.7	18.6	11.5	9.3	9.0	7.2	5.2
	400~600만원 미만	19.0	17.6	12.1	9.1	8.7	7.5	6.6
	600만원 이상	21.3	16.9	11.4	10.7	8.6	6.6	6.1

상위 7개 응답만 제시



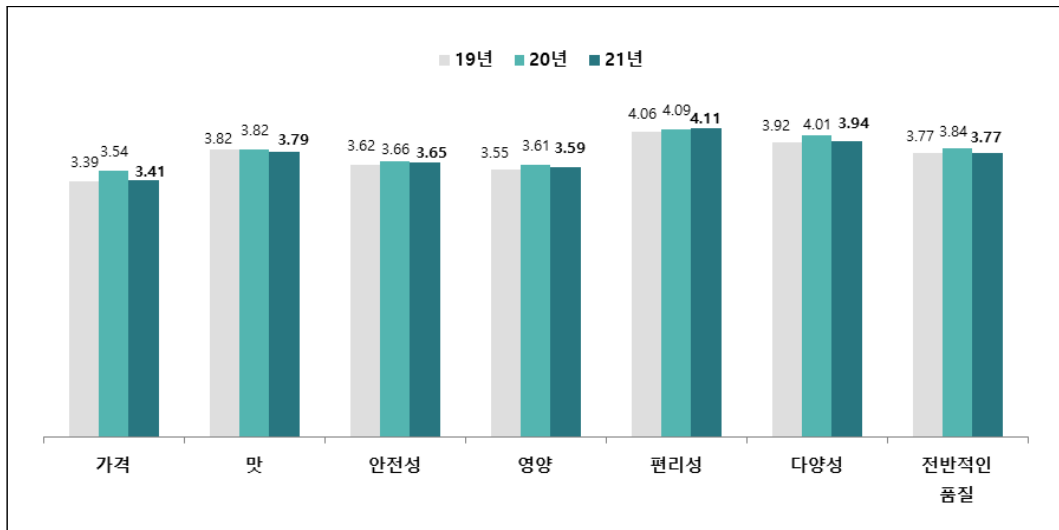
### 3.9. 간편식 요소별 만족도

○ 간편식에 대한 전반적 만족도는 3.77점이며, 그 중 가장 높은 점수는 ‘편리성’이 4.11점으로 나타남. 그 다음으로 ‘다양성’(3.94점), ‘맛’(3.79점), ‘안전성’(3.65점) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 편리성에 대한 만족도가 가장 큰 가운데, ‘가격’에 대한 만족도는 가장 낮게 나타남.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 모든 가구원수에서 ‘편리성’에 대한 만족도가 높은 가운데 ‘가격’에 대한 만족도는 상대적으로 낮게 나타남.

○ 전년 대비 편리성을 제외하고 모든 요소에서 만족도가 낮아짐.

〈그림 4-40〉 간편식 요소별 만족도



〈표 4-42〉 간편식 요소별 만족도

(단위: 5점 평균)

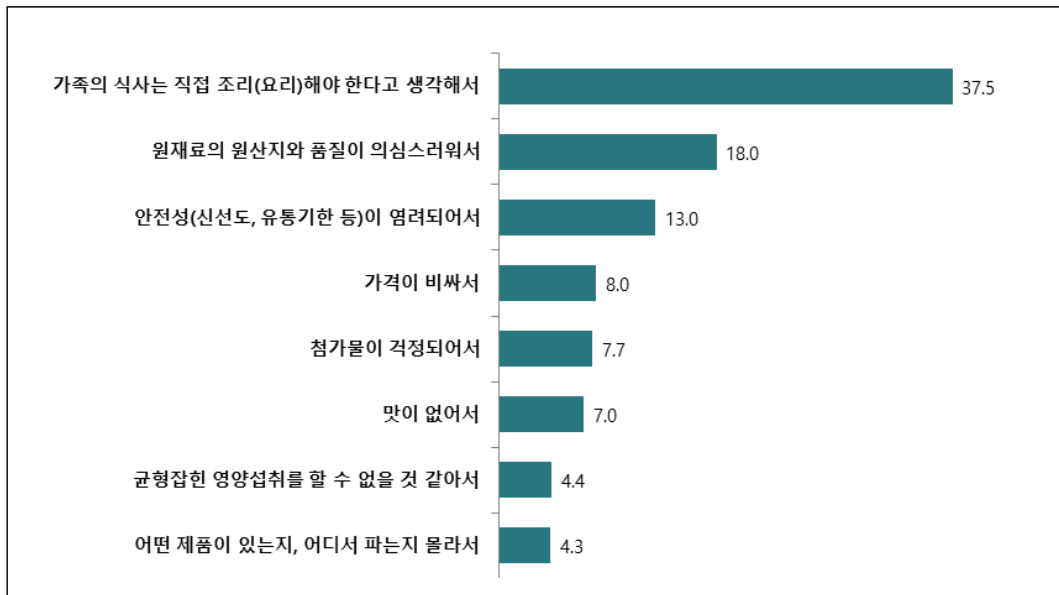
구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적 만족도
전체		3.41	3.79	3.65	3.59	4.11	3.94	3.77
거주지역	수도권	3.39	3.77	3.62	3.55	4.16	3.98	3.76
	충청권	3.41	3.91	3.72	3.64	4.16	3.99	4.01
	호남권	3.59	3.81	3.59	3.59	3.95	3.78	3.67
	대경권	3.25	3.83	3.63	3.60	4.24	3.93	3.73
	동남권	3.53	3.78	3.76	3.68	3.98	3.93	3.81
	강원권	3.12	3.66	3.64	3.60	3.76	3.69	3.51
행정구역	동	3.42	3.78	3.64	3.59	4.12	3.94	3.77
	읍면	3.39	3.84	3.68	3.59	4.04	3.91	3.80
가구원수	1인 가구	3.41	3.79	3.64	3.62	4.12	3.92	3.76
	2인 가구	3.37	3.80	3.64	3.60	4.06	3.92	3.75
	3인 가구	3.42	3.74	3.72	3.60	4.14	3.99	3.79
	4인 가구 이상	3.47	3.84	3.60	3.53	4.11	3.92	3.80
가구주 성별	남자	3.44	3.80	3.70	3.62	4.12	3.94	3.80
	여자	3.37	3.77	3.55	3.53	4.08	3.93	3.72
가구주 연령	20대	3.42	3.81	3.79	3.61	4.18	3.86	3.81
	30대	3.45	3.82	3.64	3.59	4.06	3.93	3.76
	40대	3.49	3.82	3.69	3.58	4.13	3.94	3.80
	50대	3.41	3.79	3.63	3.58	4.12	3.99	3.80
	60대	3.33	3.75	3.60	3.60	4.08	3.90	3.72
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.20	3.75	3.49	3.51	4.06	3.77	3.57
	고졸	3.39	3.76	3.64	3.57	4.08	3.94	3.76
	전문대졸 이상	3.45	3.82	3.68	3.61	4.13	3.95	3.81
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.48	3.82	3.71	3.61	4.14	3.95	3.83
	서비스/판매직	3.38	3.80	3.65	3.59	4.07	3.96	3.77
	기계/농림어업/단순노무	3.40	3.78	3.70	3.65	4.09	3.91	3.76
	기타	3.29	3.71	3.38	3.41	4.12	3.89	3.61
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.31	3.73	3.62	3.58	4.03	3.82	3.67
	200~400만원 미만	3.43	3.80	3.62	3.57	4.08	3.95	3.76
	400~600만원 미만	3.41	3.86	3.65	3.59	4.20	3.99	3.82
	600만원 이상	3.50	3.76	3.73	3.62	4.08	3.94	3.83

### 3.10. 간편식을 구입하지 않는 이유

○ 간편식을 구입하지 않는 가장 큰 이유는 ‘가족의 식사는 직접 조리해야 한다고 생각해서’(37.5%)이며, 그 다음으로 ‘원재료의 원산지와 품질이 의심스러워서’(18.0%), ‘안전성이 염려되어서’(13.0%) 등의 순으로 나타남.

- 가구 소득에 따라 200만원 미만 가구의 경우 ‘가격이 비싸서’가 중요한 이유인 반면, 600만원 이상 가구의 경우 ‘가족의 식사는 직접 조리해야 한다고 생각해서’ 간편식 구입을 꺼리는 것으로 나타남.

〈그림 4-41〉 간편식을 구입하지 않는 이유



〈표 4-43〉 간편식을 구입하지 않는 이유

(단위: %)

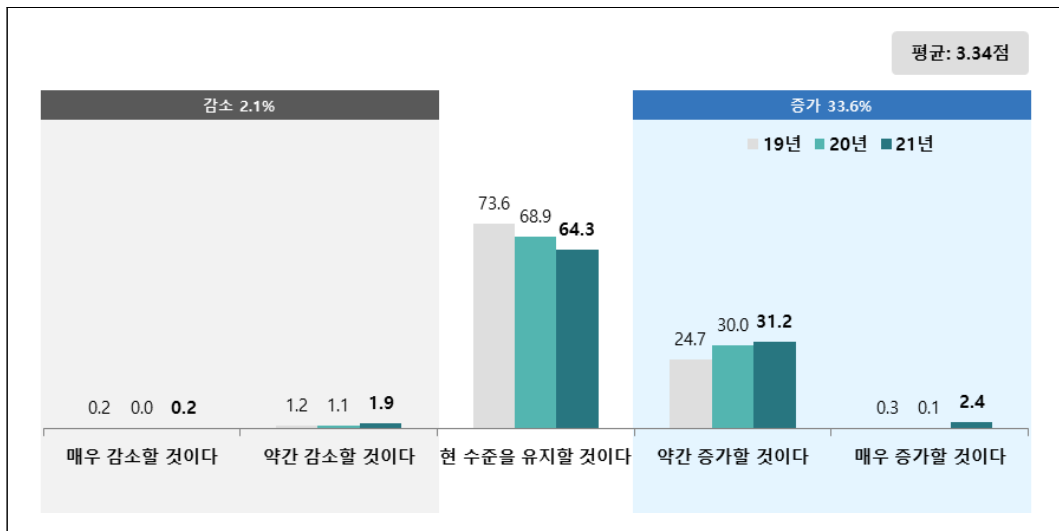
구분		가격이 비싸서	가족의 식사는 직접 조리해야 한다고 생각해서	맛이 없어서	원재료의 원산지와 품질이 의심스러워서 / 믿음이 가지 않아서	균형잡힌 영양 섭취를 할 수 없을 것 같아서	어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서	안전성이 염려 되어서	첨가물이 걱정 되어서
전체		8.0	37.5	7.0	18.0	4.4	4.3	13.0	7.7
거주지역	수도권	9.4	43.7	7.7	16.0	0.0	5.5	12.8	4.8
	충청권	0.0	0.0	0.0	24.5	29.9	0.0	21.1	24.5
	대경권	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	동남권	0.0	49.6	0.0	41.9	0.0	0.0	0.0	8.5
	강원권	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
행정구역	동	8.6	44.7	7.9	17.2	0.0	5.1	11.7	4.9
	읍면	5.1	0.0	2.6	22.6	27.6	0.0	19.5	22.6
가구원수	1인 가구	11.8	0.0	6.6	19.8	5.3	5.9	29.0	21.6
	2인 가구	8.9	54.2	5.9	18.5	5.7	0.0	6.8	0.0
	3인 가구	0.0	66.7	17.1	16.2	0.0	0.0	0.0	0.0
	4인 가구 이상	0.0	56.1	0.0	10.6	0.0	28.1	0.0	5.3
가구주 성별	남자	9.6	44.9	8.4	17.3	3.1	5.1	11.1	0.5
	여자	0.0	0.0	0.0	22.0	11.0	0.0	22.3	44.7
가구주 연령	30대	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
	40대	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0
	50대	0.0	61.2	0.0	21.5	0.0	14.6	0.0	2.8
	60대	11.5	35.0	10.1	16.7	6.3	2.9	7.1	10.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	17.3	38.3	5.3	11.6	4.3	10.2	4.3	8.6
	고졸	1.4	37.8	8.4	21.7	4.6	0.0	19.6	6.5
	전문대졸 이상	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	서비스/판매직	0.0	36.8	0.0	27.3	0.0	0.0	34.1	1.8
	기계농림어업단순노무	2.4	11.6	12.2	25.4	12.8	0.0	14.4	21.3
	기타	18.1	58.8	5.2	7.2	0.0	10.7	0.0	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	16.9	39.8	9.9	6.1	0.0	4.2	7.7	15.4
	200~400만원 미만	0.0	12.2	5.2	35.5	14.6	0.0	31.0	1.4
	400~600만원 미만	0.0	66.7	3.2	20.0	0.0	10.1	0.0	0.0

\* Base는 간편식 미구입가구

### 3.11. 향후 1년 간편식 구입 변화

- 향후 1년 간편식 구입에 대해 ‘현 수준을 유지할 것이다’는 64.3%로 나타남. ‘증가’한다는 응답은 33.6%로 나타났으며, 반면 ‘감소’한다는 응답은 2.1%임.
  - 거주 지역에 따라 살펴보면, 향후 구입증가의 측면에서 호남권과 수도권이 가장 긍정적으로, 반면 대경권에서 가장 부정적으로 응답함.
  - 가구원수에 따라 살펴보면, 4인 가구 이상은 평점 3.39점으로 상대적으로 높게 나타났으나, 2인 가구의 경우 3.28점으로 상대적으로 낮게 나타남.
- 전년 대비(3.29점) 현재 수준을 유지하겠다는 응답이 적어졌으나, 평점은 높아짐.

〈그림 4-42〉 향후 1년 간편식 구입 변화 예상



〈표 4-44〉 향후 1년 간편식 구입 변화 예상

(단위: %, 5점 평균)

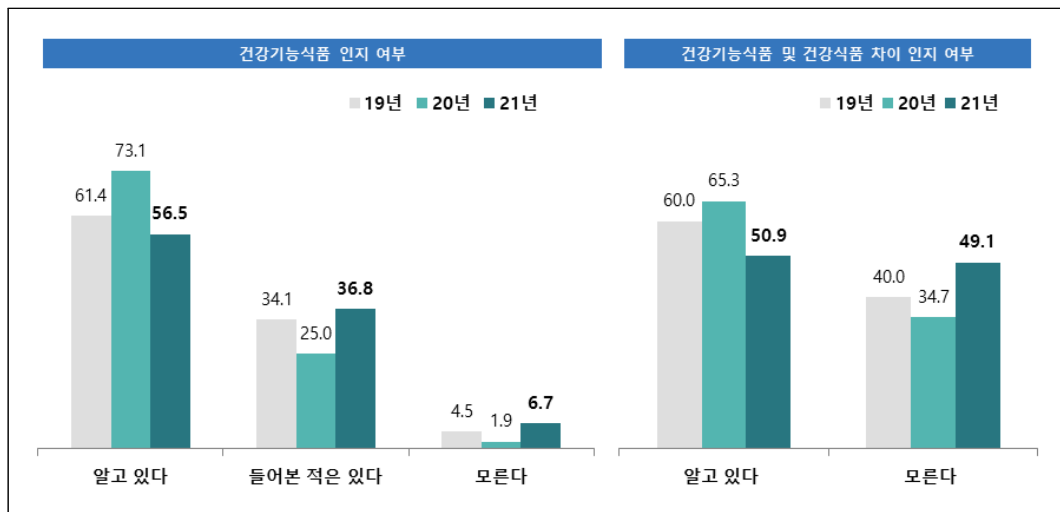
구분		매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다	TOP2 (4+5)	MID(3)	BOT2 (1+2)	평균 (5점 평균)
전체		0.2	1.9	64.3	31.2	2.4	33.6	64.3	2.1	3.34
거주지역	수도권	0.1	2.1	57.2	36.1	4.5	40.6	57.2	2.2	3.43
	충청권	0.0	2.4	78.9	18.3	0.4	18.7	78.9	2.4	3.17
	호남권	1.1	1.9	42.7	54.3	0.0	54.3	42.7	3.0	3.50
	대경권	0.0	1.5	86.0	12.5	0.0	12.5	86.0	1.5	3.11
	동남권	0.0	1.3	75.4	22.9	0.5	23.3	75.4	1.3	3.23
	강원권	0.7	1.4	81.0	16.9	0.0	16.9	81.0	2.2	3.14
행정구역	동	0.3	2.2	63.1	31.9	2.6	34.5	63.1	2.4	3.34
	읍면	0.0	0.4	71.0	27.2	1.3	28.5	71.0	0.4	3.29
가구원수	1인 가구	0.1	1.4	65.2	29.7	3.5	33.2	65.2	1.5	3.35
	2인 가구	0.3	1.9	68.3	28.3	1.2	29.5	68.3	2.2	3.28
	3인 가구	0.5	2.8	63.0	31.3	2.6	33.8	63.0	3.2	3.33
	4인 가구 이상	0.0	1.6	59.8	36.2	2.4	38.5	59.8	1.6	3.39
가구주 성별	남	0.2	2.2	63.4	32.1	2.2	34.3	63.4	2.3	3.34
	여	0.3	1.4	66.3	29.2	2.8	31.9	66.3	1.7	3.33
가구주 연령	20대	0.0	1.0	49.5	43.4	6.1	49.5	49.5	1.0	3.55
	30대	0.0	0.4	62.7	35.2	1.7	36.9	62.7	0.4	3.38
	40대	0.0	0.8	62.7	33.1	3.5	36.5	62.7	0.8	3.39
	50대	0.1	3.7	60.5	33.4	2.2	35.7	60.5	3.8	3.34
	60대 이상	0.7	2.4	74.6	21.3	0.9	22.3	74.6	3.1	3.19
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.3	5.1	83.1	11.5	0.0	11.5	83.1	5.4	3.06
	고졸	0.4	1.7	69.5	26.8	1.6	28.4	69.5	2.2	3.27
	전문대졸 이상	0.1	1.6	58.5	36.6	3.2	39.9	58.5	1.7	3.41
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	1.5	57.3	37.4	3.8	41.2	57.3	1.6	3.43
	서비스/판매직	0.1	1.8	67.0	29.3	1.8	31.1	67.0	1.9	3.31
	기계농림어업단순노무	0.5	2.7	71.5	24.4	0.8	25.2	71.5	3.2	3.22
	기타	0.4	2.0	69.4	26.7	1.5	28.1	69.4	2.5	3.27
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.1	2.2	74.5	21.3	2.0	23.2	74.5	2.3	3.23
	200~400만원 미만	0.0	2.4	67.0	28.8	1.8	30.6	67.0	2.4	3.30
	400~600만원 미만	0.7	1.5	62.1	33.9	1.9	35.8	62.1	2.2	3.35
	600만원 이상	0.0	1.5	53.9	40.3	4.3	44.6	53.9	1.5	3.47

## 4. 건강기능식품 구입현황

### 4.1. 인지도 및 차이점 인식

- 건강기능식품에 대해 인지하는지에 대한 질문에 93.3%가 ‘인지’한다고 응답함(알고 있다 56.5% + 들어본 적은 있다 36.8%).
- 그 중 건강기능식품 및 건강식품의 차이점에 대해 알고 있는지에 대한 질문에 응답자의 절반이 넘는 50.9%가 ‘알고 있다’고 응답함.
- 거주 지역에 따라 살펴보면, 강원권에서 건강기능식품에 대한 인지도가 상대적으로 낮으며, 호남권에서 건강기능식품 및 건강식품의 차이에 대한 인지도가 상대적으로 낮게 나타남.

〈그림 4-43〉 건강기능식품 인지 여부 및 차이점 인지 여부



〈표 4-45〉 건강기능식품 인지 여부 및 차이점 인지 여부

(단위: %)

구분		건강기능식품 인지 여부			건강기능식품 및 건강식품 차이점 인지 여부	
		알고 있다	들어본 적은 있다	모른다	알고 있다	모른다
전체		56.5	36.8	6.7	50.9	49.1
거주지역	수도권	62.9	30.9	6.2	58.3	41.7
	충청권	58.2	38.2	3.6	49.4	50.6
	호남권	26.0	61.2	12.8	29.9	70.1
	대경권	52.0	39.8	8.3	46.6	53.4
	동남권	62.3	34.4	3.2	49.1	50.9
	강원권	41.2	42.5	16.3	32.5	67.5
행정구역	동	59.3	34.7	6.0	51.9	48.1
	읍면	41.5	48.2	10.4	45.4	54.6
가구원수	1인 가구	54.1	36.8	9.1	44.4	55.6
	2인 가구	51.4	40.2	8.4	48.5	51.5
	3인 가구	61.0	33.9	5.1	54.9	45.1
	4인 가구 이상	61.1	35.4	3.5	56.9	43.1
가구주 성별	남자	56.0	37.1	6.9	52.5	47.5
	여자	57.6	36.1	6.3	47.4	52.6
가구주 연령	20대	44.9	50.5	4.5	44.2	55.8
	30대	68.7	27.6	3.7	55.9	44.1
	40대	63.1	33.1	3.8	61.3	38.7
	50대	56.5	39.5	4.0	54.2	45.8
	60대	46.8	39.1	14.1	38.1	61.9
가구주 최종 학력	중졸 이하	33.0	41.3	25.7	23.4	76.6
	고졸	54.5	38.5	7.0	50.8	49.2
	전문대졸 이상	60.9	35.1	4.1	54.4	45.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	60.3	35.8	3.8	53.0	47.0
	서비스/판매직	59.7	34.9	5.5	56.5	43.5
	기계/농림어업/단순노무	49.9	41.0	9.1	49.7	50.3
	기타	49.1	36.7	14.2	34.3	65.7
월평균 가구 소득	200만원 미만	46.9	40.2	12.8	39.7	60.3
	200~400만원 미만	55.3	38.6	6.0	51.1	48.9
	400~600만원 미만	61.5	33.1	5.4	55.0	45.0
	600만원 이상	60.4	35.7	3.9	55.1	44.9

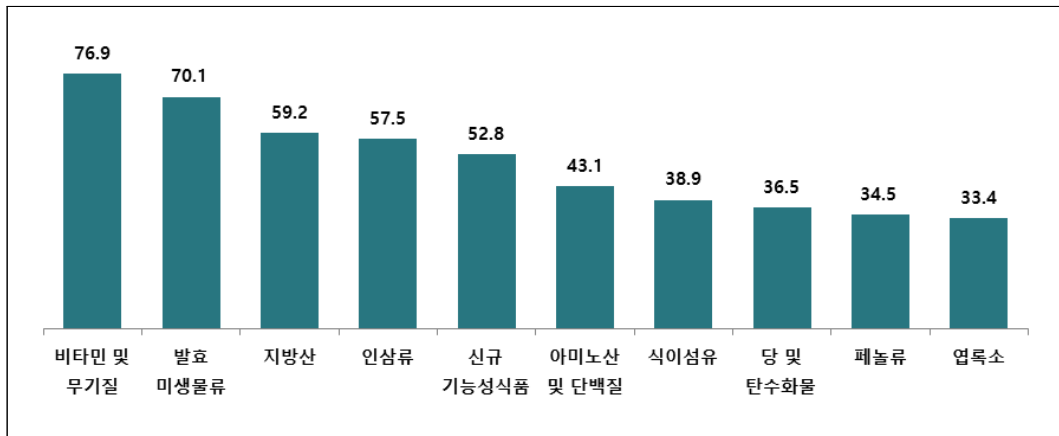


## 4.2. 건강기능식품 구입경험

○ 건강기능식품별 구입 경험은 ‘비타민 및 무기질’(76.9%), ‘발효 미생물류’(70.1%), ‘지방산’(59.2%), ‘인삼류’(57.5%) 등의 순으로 나타남.

- 가구 소득이 증가할수록 다양한 건강식품을 구입한 것으로 나타남.

〈그림 4-44〉 건강기능식품 구입경험



〈표 4-46〉 건강기능식품 구입경험

(단위: %)

구분		비타민 및 무기질	식이 섬유	아미 노산 및 단백질	지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수 화물	발효 미생 물류	신규 기능성 식품
전체		76.9	38.9	43.1	59.2	33.4	57.5	34.5	36.5	70.1	52.8
거주지역	수도권	76.8	35.2	39.4	56.4	29.2	56.1	30.8	33.6	70.8	52.6
	충청권	68.0	23.5	34.4	52.6	18.6	43.7	18.3	19.5	61.5	39.9
	호남권	79.0	59.2	60.4	75.4	53.8	73.5	54.0	53.9	73.3	63.5
	대경권	64.7	20.4	28.2	39.6	13.3	42.6	15.5	18.7	57.5	32.3
	동남권	90.5	59.8	59.0	74.6	55.2	73.2	55.7	57.0	84.7	69.7
	강원권	76.1	40.1	40.5	55.8	39.2	42.8	41.2	39.7	47.4	46.5
행정구역	동	76.8	36.4	41.0	57.3	30.7	55.9	31.8	33.8	69.9	51.6
	읍면	78.0	52.5	54.3	69.4	47.9	66.2	49.3	51.3	71.1	59.5
가구원수	1인 가구	67.8	31.1	33.1	40.8	23.4	41.4	23.9	25.9	56.2	41.7
	2인 가구	75.4	39.8	46.8	65.5	37.3	63.1	38.4	41.8	67.7	52.5
	3인 가구	80.7	40.6	45.3	64.8	37.4	62.4	39.2	38.1	75.8	58.9
	4인 가구 이상	85.3	44.7	47.1	65.9	35.6	63.4	36.9	40.3	82.6	59.5
가구주 성별	남자	77.9	41.8	46.8	62.5	36.8	61.8	37.4	39.3	70.9	53.9
	여자	74.8	32.7	34.7	51.9	25.9	48.1	28.2	30.5	68.5	50.4
가구주 연령	20대	64.9	39.1	42.0	40.8	29.6	37.3	28.2	31.5	64.8	43.7
	30대	77.8	38.6	40.4	45.9	31.6	46.7	33.6	30.9	69.6	53.1
	40대	84.5	41.9	40.9	57.5	35.3	58.4	35.5	35.7	80.5	56.2
	50대	80.7	42.3	50.2	71.0	36.6	64.4	38.6	42.0	75.3	60.4
	60대	70.4	33.5	40.3	63.5	31.2	63.1	32.5	37.2	58.7	45.6
가구주 최종 학력	중졸 이하	54.6	32.3	33.3	55.0	28.4	52.7	28.0	32.2	43.0	37.0
	고졸	74.2	35.3	40.8	61.8	32.5	60.8	33.7	38.7	65.0	49.2
	전문대졸 이상	81.7	42.2	45.8	57.9	34.6	55.8	35.9	35.6	77.1	57.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	81.5	44.0	47.8	57.0	35.1	55.9	36.3	36.9	77.1	56.2
	서비스/판매직	79.9	37.7	39.1	57.6	36.5	57.4	35.2	34.6	70.6	53.7
	기계농림어업단순노무	72.8	40.9	45.0	68.2	36.3	65.6	36.7	43.2	62.7	50.9
	기타	63.4	21.5	32.4	54.0	16.4	48.8	24.0	27.9	59.4	43.4
월평균 가구 소득	200만원 미만	61.2	30.3	32.6	44.6	25.5	43.7	24.4	27.3	47.6	34.6
	200-400만원 미만	77.8	38.5	42.1	59.1	31.9	55.2	34.5	36.9	69.4	50.8
	400-600만원 미만	83.6	41.8	46.0	65.9	37.8	64.2	38.8	41.1	80.8	59.3
	600만원 이상	81.0	43.7	50.1	63.5	37.0	64.7	38.1	38.4	77.3	63.8

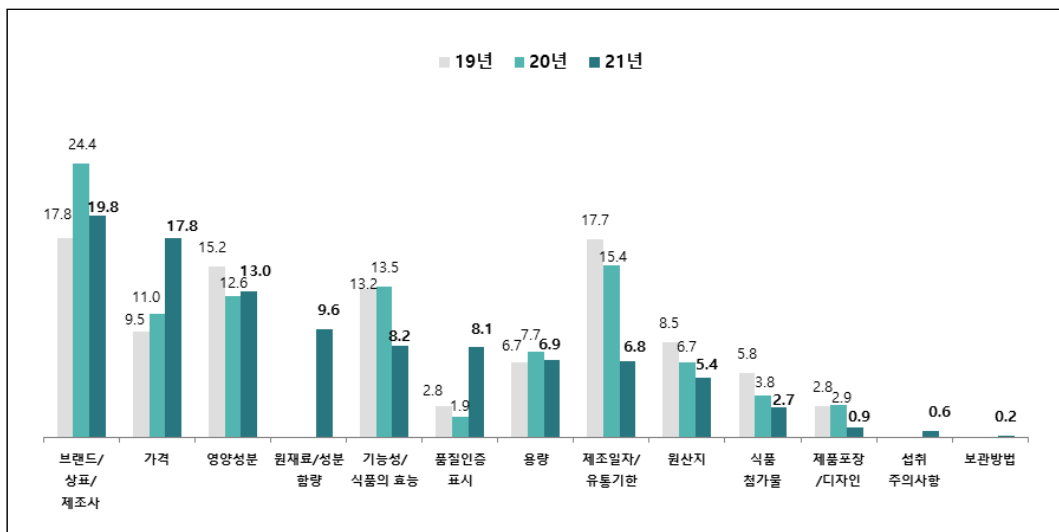
### 4.3. 건강기능식품 구입 시 우선 확인사항

○ 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항은 ‘브랜드/상표/제조사’가 19.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘가격’(17.8%), ‘영양 성분’(13.0%), ‘원재료/성분함량’(9.6%), 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권, 호남권, 대경권, 동남권은 ‘브랜드/상표/제조사’, 충청권, 강원권은 ‘가격’에 대한 응답이 상대적으로 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘브랜드/상표/제조사’에 응답은 ▼4.6%p 하락하였으며, ‘가격’(▲6.8%p)은 소폭 상승한 것으로 보아 건강기능식품 구입 시 브랜드 보다는 가격을 중요하게 보는 것으로 보임.

〈그림 4-45〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)



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

(단위: %)

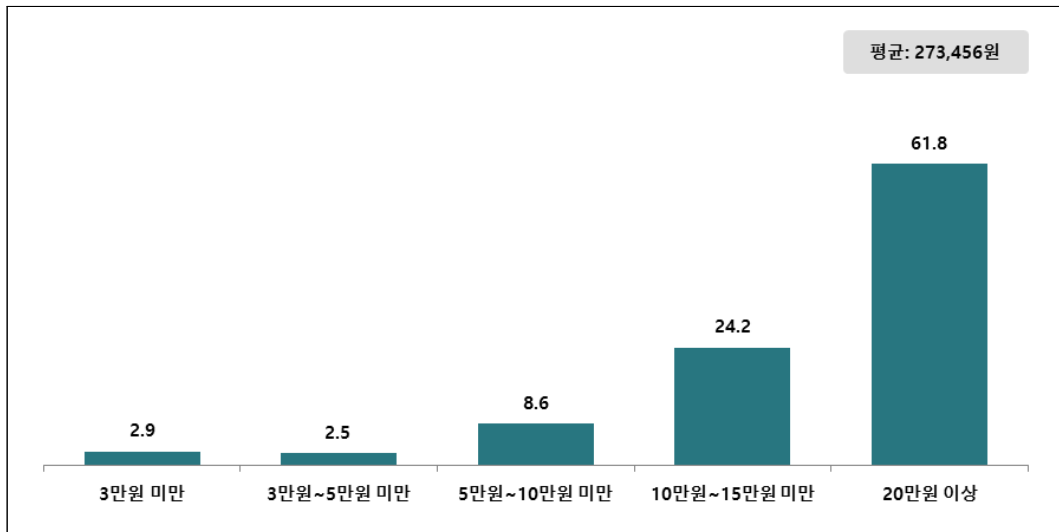
구분	가격	용량	브랜드/상표/제조사	제조일자/유통기한	품질인증표시	원산지	영양성분	식품첨가물	원재료/성분함량	제품포장/디자인	기능성표시/식품의효능	섭취주의사항	보관방법	
전체	17.8	6.9	19.8	6.8	8.1	5.4	13.0	2.7	9.6	0.9	8.2	0.6	0.2	
거주지역	수도권	17.7	6.4	19.0	4.8	8.4	5.6	15.1	2.9	10.7	0.8	7.7	0.8	0.1
	충청권	23.1	7.5	22.8	6.2	4.0	1.8	7.6	0.7	8.5	1.0	15.7	0.5	0.4
	호남권	14.9	10.4	20.1	11.8	9.6	6.3	11.3	3.5	7.7	1.0	3.2	0.2	0.0
	대경권	18.9	8.5	26.0	6.1	5.6	4.5	11.6	1.6	8.2	0.4	8.3	0.1	0.2
	동남권	14.2	4.7	16.8	8.6	11.5	7.4	12.3	3.6	9.7	1.2	9.4	0.4	0.5
	강원권	29.3	8.8	19.3	18.5	1.8	4.6	8.6	0.0	6.0	0.4	2.6	0.0	0.0
행정구역	동	17.6	6.9	20.1	6.9	8.4	5.5	13.1	2.7	9.3	0.8	8.0	0.7	0.2
	읍면	19.2	7.5	17.8	6.7	6.4	5.1	12.4	2.3	11.6	1.2	9.4	0.1	0.3
가구원수	1인 가구	22.3	7.4	21.7	5.8	7.1	3.5	13.4	1.7	9.0	0.9	6.8	0.3	0.2
	2인 가구	17.6	8.1	18.2	6.7	7.8	6.1	12.8	3.5	9.1	1.1	7.7	0.9	0.3
	3인 가구	16.2	6.6	19.0	7.2	8.5	6.1	14.1	2.8	9.4	0.3	9.3	0.4	0.1
	4인 가구 이상	15.5	5.6	20.5	7.5	9.2	5.8	11.6	2.4	11.0	1.1	9.1	0.5	0.2
가구주 성별	남자	16.5	7.0	19.1	7.4	8.2	5.5	12.6	3.0	10.6	0.8	8.2	0.7	0.3
	여자	20.8	6.8	21.1	5.4	7.9	5.3	13.8	1.9	7.3	0.9	8.3	0.3	0.0
가구주 연령	20대	16.2	4.3	22.1	5.6	9.2	4.3	16.9	1.7	11.4	0.5	7.8	0.1	0.0
	30대	19.9	7.0	18.8	5.9	7.1	4.4	14.8	3.1	8.0	1.4	8.5	0.8	0.3
	40대	16.2	6.0	21.5	6.9	8.4	6.7	13.6	1.9	10.5	1.2	6.6	0.3	0.1
	50대	16.6	7.9	19.4	6.8	9.0	5.4	11.1	3.0	9.8	0.5	9.7	0.6	0.1
	60대	19.6	7.6	18.5	7.7	7.4	5.3	12.0	2.9	9.2	0.6	8.1	0.8	0.3
가구주 최종 학력	중졸 이하	26.1	9.0	20.5	10.1	4.0	5.8	9.6	2.2	7.5	0.0	4.6	0.3	0.3
	고졸	18.8	7.9	18.8	6.0	8.5	4.8	12.6	2.6	9.8	1.0	8.5	0.5	0.1
	전문대졸 이상	16.4	6.2	20.3	7.0	8.3	5.8	13.5	2.7	9.7	0.8	8.4	0.6	0.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	16.0	6.3	20.0	6.3	8.9	5.5	14.1	2.7	10.1	1.1	8.0	0.8	0.2
	서비스/판매직	18.2	7.0	20.7	6.3	8.1	4.3	14.2	2.8	9.3	1.0	7.3	0.6	0.2
	기계농림어업단순노무	18.6	7.6	18.4	8.7	7.9	5.9	10.4	2.7	10.6	0.7	8.3	0.2	0.2
	기타	22.5	8.1	19.3	6.7	5.8	6.8	10.7	2.1	6.5	0.3	10.8	0.5	0.1
월평균 가구 소득	200만원 미만	23.0	7.5	19.9	6.9	7.1	4.8	13.3	2.2	6.8	0.9	7.2	0.3	0.3
	200~400만원 미만	19.7	8.5	19.5	7.8	6.7	4.9	12.0	3.0	9.5	0.8	7.0	0.5	0.2
	400~600만원 미만	16.1	5.3	19.1	5.7	8.8	6.4	13.8	2.9	11.0	0.9	9.0	0.8	0.2
	600만원 이상	13.5	6.4	21.0	6.8	10.2	5.4	13.1	2.1	10.2	0.8	9.7	0.6	0.2

#### 4.4. 건강기능식품 구입 금액(연평균)

○ 건강기능식품 구입금액은 연평균 273,456원으로 나타남.

- 거주 지역별로 수도권(334,941원)과 대경권(322,652원)은 30만원 이상으로 높은 반면, 강원권(134,205원)과 충청권(167,901원)은 다른 지역에 비해 낮은 수준임.

〈그림 4-46〉 건강기능식품 구입 금액(연평균)



〈표 4-48〉 건강기능식품 구입 금액(연평균)

(단위: %)

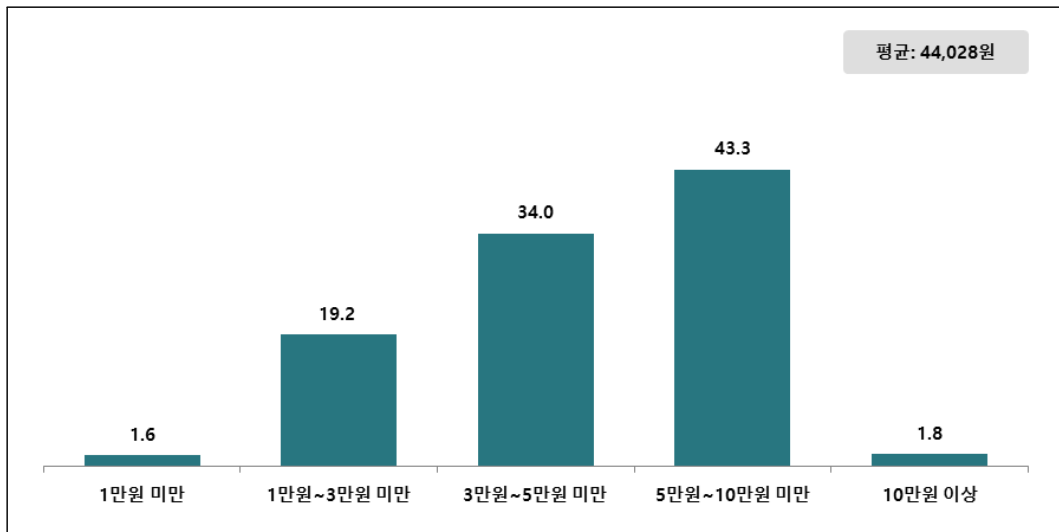
구분		1만원~ 3만원 미만	3만원~ 5만원 미만	5만원~ 10만원 미만	10만원~ 20만원 미만	20만원 이상	평균 (원)
전체		2.9	2.5	8.6	24.2	61.8	273,456
거주지역	수도권	1.5	1.1	4.9	18.1	74.3	334,941
	충청권	0.8	2.8	18.6	43.3	34.5	167,901
	호남권	3.8	2.1	10.2	29.1	54.8	243,822
	대경권	0.0	0.0	7.8	22.0	70.2	322,652
	동남권	5.5	5.5	8.2	27.0	53.8	203,903
	강원권	18.0	11.9	21.7	18.1	30.3	134,205
행정구역	동	2.6	2.5	8.4	23.6	62.9	274,736
	읍면	4.4	2.4	9.6	26.7	56.8	267,807
가구원수	1인 가구	5.9	3.5	16.0	33.8	40.8	178,753
	2인 가구	2.5	4.4	8.6	24.2	60.3	260,496
	3인 가구	1.6	0.9	5.8	20.2	71.5	331,254
	4인 가구 이상	1.7	0.9	4.1	18.6	74.8	324,799
가구주 성별	남자	2.1	2.4	6.6	22.5	66.4	293,000
	여자	4.6	2.8	13.0	27.8	51.8	231,628
가구주 연령	20대	2.9	7.8	18.8	38.6	32.0	153,522
	30대	5.5	1.3	11.5	22.5	59.1	240,648
	40대	1.2	0.6	6.7	21.5	69.9	295,209
	50대	1.6	1.2	4.2	26.9	66.2	312,193
	60대	4.0	4.3	9.7	20.7	61.3	273,151
가구주 최종 학력	중졸 이하	9.2	6.0	18.0	18.7	48.0	185,919
	고졸	2.3	2.9	7.6	25.7	61.5	275,461
	전문대졸 이상	2.5	1.8	8.1	23.9	63.7	283,339
가구주 직업	관리/전문/사무직	2.5	1.8	7.8	23.9	64.0	287,621
	서비스/판매직	3.1	2.0	9.7	27.0	58.2	241,209
	기계농림어업단순노무	2.8	2.6	6.6	25.1	62.9	278,197
	기타	3.9	5.6	12.8	17.9	59.8	284,106
월평균 가구 소득	200만원 미만	6.2	5.9	17.6	26.1	44.1	172,558
	200~400만원 미만	3.8	2.7	11.1	30.5	52.1	215,268
	400~600만원 미만	1.2	1.5	3.7	21.8	71.7	323,900
	600만원 이상	1.1	0.7	3.8	16.8	77.7	375,326

#### 4.4.1. 건강기능식품 구입 금액(월평균)

○ 건강기능식품 구입금액은 월 평균 44,028원으로 나타남.

- 거주 지역별로 대경권(55,061원)과 수도권(42,983원)은 월 4만원 이상으로 높은 반면, 강원권은 31,098원으로 다른 지역에 비해 낮은 수준임.

〈그림 4-46〉 건강기능식품 구입 금액(월평균)



〈표 4-49〉 건강기능식품 구입 금액(월평균)

(단위: %, 원)

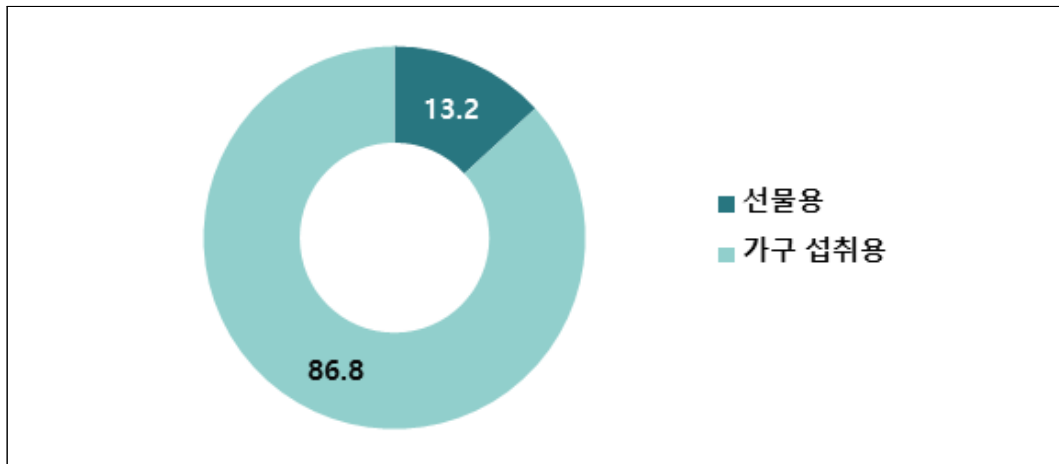
구분		1만원 미만	1만원~3만원 미만	3만원~5만원 미만	5만원~10만원 미만	10만원 이상	평균 (원)
전체		1.6	19.2	34.0	43.3	1.8	44,028
거주지역	수도권	1.3	17.6	33.1	47.3	0.7	42,983
	충청권	3.7	25.5	28.0	42.7	0.0	39,534
	호남권	0.8	23.8	24.6	50.8	0.0	45,023
	대경권	1.2	17.7	39.2	33.2	8.7	55,061
	동남권	1.6	19.4	44.5	30.2	4.3	44,665
	강원권	26.0	28.4	0.0	45.6	0.0	31,098
행정구역	동	1.3	17.1	34.6	45.1	1.8	44,237
	읍면	4.4	37.6	28.3	27.9	1.8	42,193
가구원수	1인 가구	1.7	24.4	47.2	25.1	1.6	37,411
	2인 가구	3.6	20.2	34.8	40.6	0.9	42,811
	3인 가구	0.0	16.5	40.1	42.5	0.9	46,530
	4인 가구 이상	0.7	16.0	17.3	62.2	3.7	48,944
가구주 성별	남자	1.4	20.1	29.2	46.7	2.6	46,442
	여자	2.2	17.2	45.3	35.4	0.0	38,305
가구주 연령	20대	6.1	9.3	46.6	30.8	7.2	56,502
	30대	2.8	18.8	43.5	34.9	0.0	38,395
	40대	1.6	17.9	24.2	52.0	4.3	49,577
	50대	0.7	15.6	26.5	56.3	1.0	46,457
	60대	0.6	27.7	41.9	29.8	0.0	36,374
가구주 최종 학력	중졸 이하	1.2	41.6	27.7	29.5	0.0	32,076
	고졸	1.7	22.2	37.2	38.2	0.8	40,578
	전문대졸 이상	1.6	16.0	32.4	47.4	2.6	46,915
가구주 직업	관리/전문/사무직	1.8	16.8	29.0	49.8	2.6	47,160
	서비스/판매직	2.7	15.1	39.9	40.8	1.5	43,576
	기계농림어업단순노무	0.4	31.1	31.4	37.2	0.0	38,463
	기타	0.4	18.0	45.5	33.3	2.8	42,149
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.3	20.1	76.3	1.2	2.1	33,060
	200~400만원 미만	2.5	26.2	22.1	49.2	0.0	40,318
	400~600만원 미만	1.0	14.9	36.0	48.0	0.0	45,366
	600만원 이상	2.0	13.3	22.6	54.2	7.9	56,095



#### 4.5. 건강기능식품 용도별 구입 비중

- 건강기능식품 구입 용도는 가구 섭취용이 86.8%이며, 선물용이 13.2%로 나타남
  - 거주 지역별로 호남에서 선물용 구입이 21.7%로 타지역 대비 높은 가운데 강원권에 사는 선물용 구입이 1.5%로 매우 낮게 나타남.

〈그림 4-47〉 건강기능식품 용도별 구입 비중



〈표 4-50〉 건강기능식품 용도별 구입 비중

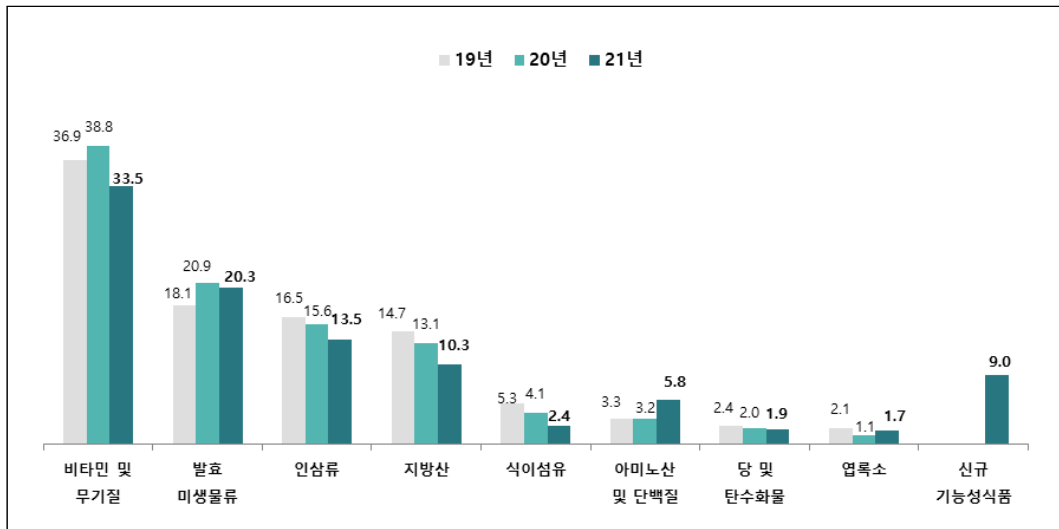
(단위: %)

구분		선물용	가구 섭취용
전체		13.2	86.8
거주지역	수도권	12.1	87.9
	충청권	16.7	83.3
	호남권	21.7	78.3
	대경권	10.9	89.1
	동남권	11.3	88.7
	강원권	1.5	98.5
행정구역	동	12.3	87.7
	읍면	18.0	82.0
가구원수	1인 가구	13.2	86.8
	2인 가구	13.2	86.8
	3인 가구	13.7	86.3
	4인 가구 이상	12.6	87.4
가구주 성별	남자	13.1	86.9
	여자	13.3	86.7
가구주 연령	20대	16.5	83.5
	30대	17.8	82.2
	40대	12.0	88.0
	50대	13.2	86.8
	60대	10.3	89.7
가구주 최종 학력	중졸 이하	10.4	89.6
	고졸	10.7	89.3
	전문대졸 이상	15.0	85.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	15.3	84.7
	서비스/판매직	11.4	88.6
	기계농림어업단순노무	12.1	87.9
	기타	11.1	88.9
월평균 가구 소득	200만원 미만	12.1	87.9
	200~400만원 미만	12.1	87.9
	400~600만원 미만	14.2	85.8
	600만원 이상	14.1	85.9

#### 4.6. 많이 구입하는 건강기능식품

- 가장 많이 구입하는 건강기능식품의 종류는 ‘비타민 및 무기질’(33.5%) 이었으며, 다음으로 ‘발효미생물류’(20.3%), ‘인삼류’(13.5%), ‘필수지방산’(10.3%) 등의 순임.
- 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서는 ‘비타민 및 무기질’을 구입하는 비율이 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 4-48〉 많이 구입하는 건강기능식품(1+2+3 가중평균)



〈표 4-51〉 많이 구입하는 건강기능식품(1+2 가중평균)

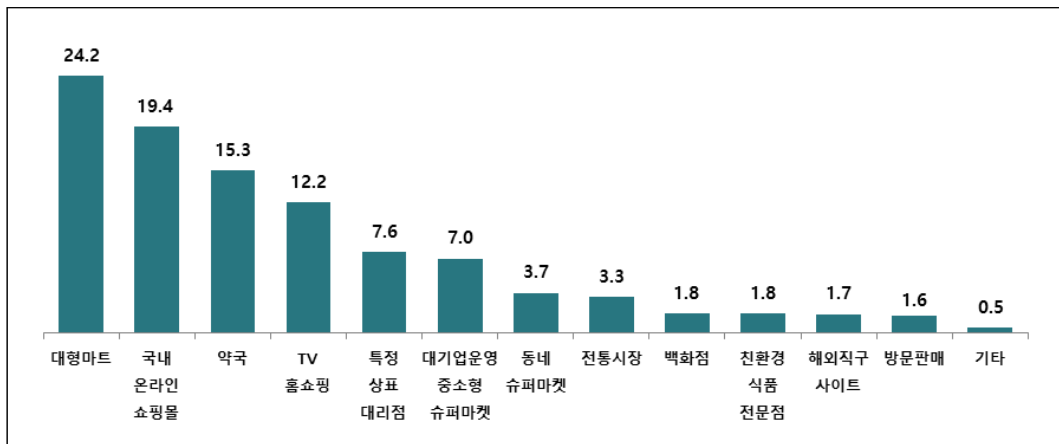
(단위: %)

구분		비타민 및 무기질	식이 섬유	아미 노산 및 단백질	필수 지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수 화물	발효 미생 물류	신규 기능성 식품
전체		33.5	2.4	5.8	10.3	1.7	13.5	1.7	1.9	20.3	9.0
거주지역	수도권	32.3	2.4	5.0	8.4	1.3	15.0	1.8	1.9	22.3	9.5
	충청권	34.4	0.7	7.3	18.9	0.9	9.2	0.5	0.8	16.5	10.8
	호남권	26.5	5.7	8.4	12.3	3.6	16.9	1.6	5.1	13.4	6.5
	대경권	35.8	1.8	3.7	6.3	0.6	16.1	0.4	0.8	24.5	10.0
	동남권	36.5	1.7	7.1	9.5	2.9	8.8	3.0	1.5	21.0	8.0
	강원권	60.2	0.0	0.0	22.5	0.0	6.0	0.6	0.0	5.6	5.1
행정구역	동	34.8	2.2	5.3	9.8	1.5	13.0	1.7	1.5	21.5	8.8
	읍면	26.5	3.3	8.5	13.2	2.8	16.2	1.6	4.3	13.6	10.1
가구원수	1인 가구	37.6	2.8	5.6	8.9	1.5	10.9	1.0	1.0	20.9	10.0
	2인 가구	31.6	2.4	5.1	13.7	1.7	16.3	1.5	2.1	17.4	8.3
	3인 가구	31.3	2.0	5.8	9.6	1.8	13.4	2.3	2.2	21.1	10.3
	4인 가구 이상	34.2	2.2	6.7	8.3	1.8	12.5	2.0	2.3	22.3	7.6
가구주 성별	남자	32.5	2.5	6.6	10.5	2.0	14.4	1.9	2.4	18.4	8.9
	여자	35.7	2.2	3.9	9.9	1.2	11.4	1.3	0.9	24.5	9.1
가구주 연령	20대	35.9	4.8	5.6	4.9	1.5	4.8	0.7	1.1	29.9	10.9
	30대	37.6	1.7	6.6	5.7	1.6	8.6	1.5	2.0	22.8	11.8
	40대	36.9	2.9	5.7	7.3	1.9	12.0	2.3	1.6	21.3	8.2
	50대	30.5	2.0	6.0	12.9	1.8	14.2	1.5	1.6	20.4	9.1
	60대	30.2	2.1	5.2	14.8	1.6	19.4	1.7	2.7	15.1	7.3
가구주 최종 학력	중졸 이하	28.9	1.6	5.2	21.3	1.0	20.4	0.3	2.2	13.8	5.4
	고졸	32.1	1.4	5.3	12.1	1.8	17.3	2.2	1.7	17.4	8.7
	전문대졸 이상	34.9	3.1	6.1	8.0	1.7	10.3	1.6	2.1	22.8	9.6
가구주 직업	관리/전문/사무직	35.9	3.1	6.4	8.0	1.5	10.5	2.0	1.6	21.5	9.5
	서비스/판매직	34.4	1.7	4.9	9.4	2.1	13.4	1.8	1.5	19.8	11.1
	기계농림어업단순노무	29.2	2.2	5.6	14.4	1.5	18.8	0.9	3.2	16.2	8.1
	기타	30.8	1.4	5.7	13.1	2.1	14.4	1.8	1.7	24.8	4.1
월평균 가구 소득	200만원 미만	37.5	2.5	3.6	13.0	1.5	13.4	0.6	2.4	17.5	7.9
	200~400만원 미만	34.6	2.4	6.0	10.6	2.1	12.2	0.9	1.1	20.9	9.1
	400~600만원 미만	33.9	2.5	6.7	10.2	0.9	12.5	2.1	2.7	21.2	7.1
	600만원 이상	28.5	2.1	5.8	7.9	2.3	16.5	3.1	1.7	20.1	12.1

#### 4.7. 건강기능식품 주 구입 장소

- 건강기능식품을 주로 구입하는 장소는 ‘대형마트’가 24.2%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘국내 온라인 쇼핑몰’(19.4%), ‘약국’(15.3%) 등의 순으로 나타남.
- 거주 지역별로 살펴보면, 충청권과 호남권 ‘약국’, 수도권, 대경권, 동남권, 강원권은 ‘대형마트’에 대한 응답이 상대적으로 높음.
- 전년대비 ‘약국’의 경우 5.9%p 하락한 것으로 나타남.

〈그림 4-49〉 건강기능식품 주 구입 장소(1+2 가중평균)



〈표 4-52〉 건강기능식품 주 구입 장소(1+2 가중평균)

(단위: %)

구분		동네 슈퍼마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	국내 온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	약국	특정 상표 대리점	방문 판매	해외 직구 사이트
전체		3.7	7.0	24.2	3.3	1.8	1.8	19.4	12.2	15.3	7.6	1.6	1.7
거주지역	수도권	1.9	6.6	24.9	2.6	1.8	2.5	24.8	14.1	10.0	7.0	0.7	2.7
	충청권	1.7	5.3	16.2	3.2	2.1	0.0	17.7	15.1	27.7	8.4	2.1	0.5
	호남권	13.3	8.7	18.0	3.6	2.1	2.0	8.4	10.1	22.3	6.4	3.8	0.7
	대경권	1.8	3.7	21.2	2.1	1.1	0.8	18.9	13.1	20.3	14.0	2.4	0.4
	동남권	5.0	9.9	31.4	6.4	2.0	1.0	11.6	7.2	15.6	7.1	2.1	0.7
	강원권	3.2	1.4	32.1	0.9	0.0	0.0	21.7	0.8	22.6	4.9	0.9	3.3
행정구역	동	2.9	6.3	24.4	3.0	1.9	2.0	20.5	12.7	14.8	7.6	1.6	2.0
	읍면	8.4	10.6	22.9	5.2	1.4	0.5	13.3	9.3	17.9	7.2	1.7	0.5
가구원수	1인 가구	3.2	5.6	21.4	2.9	1.2	2.3	25.7	10.4	16.6	6.2	1.2	2.5
	2인 가구	3.6	6.6	24.9	4.3	1.7	1.7	14.5	14.0	17.0	8.2	1.9	0.9
	3인 가구	3.7	7.6	24.1	3.2	2.2	1.5	19.5	13.0	13.6	8.0	1.4	2.0
	4인 가구 이상	4.5	7.9	25.8	2.8	2.1	1.6	19.3	11.0	13.7	7.6	1.8	1.8
가구주 성별	남자	3.9	7.9	25.7	3.5	2.1	1.6	16.9	11.6	15.7	7.5	1.7	1.4
	여자	3.3	4.7	20.8	2.9	1.0	2.0	25.1	13.7	14.2	7.7	1.3	2.4
가구주 연령	20대	6.3	5.8	20.8	1.1	0.2	2.3	34.0	8.2	10.6	5.7	0.0	3.5
	30대	1.2	6.8	22.9	0.8	1.5	0.2	37.1	10.5	10.3	3.7	1.0	3.9
	40대	4.4	8.1	25.7	3.0	1.5	0.9	21.9	10.9	13.0	6.9	1.3	2.2
	50대	3.6	7.6	24.9	2.8	2.5	2.3	15.1	14.8	15.3	8.0	1.9	0.9
	60대	4.3	5.6	23.7	6.5	2.0	2.8	5.7	13.1	22.0	10.8	2.3	0.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.3	4.3	18.0	9.1	1.4	0.6	0.0	11.4	35.4	11.4	3.4	0.2
	고졸	4.4	7.5	25.8	4.2	1.6	2.7	12.5	14.4	16.1	7.5	2.0	0.8
	전문대졸 이상	3.4	6.9	23.7	2.3	2.0	1.2	25.6	10.9	12.9	7.3	1.2	2.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.4	6.8	25.7	2.4	2.0	0.9	24.5	10.5	13.2	6.7	1.2	2.3
	서비스/판매직	3.9	7.4	22.7	2.9	1.1	3.1	21.0	14.0	14.0	6.3	1.7	1.2
	기계농림어업단순노무	4.2	8.6	25.9	4.8	1.8	2.3	7.0	14.2	18.4	9.8	2.4	0.5
	기타	3.8	3.4	18.2	5.3	2.5	0.8	19.6	11.1	20.2	9.7	1.3	3.2
월평균 가구 소득	200만원 미만	4.4	5.6	21.4	4.8	0.9	2.5	16.6	10.3	21.8	6.2	1.8	2.5
	200~400만원 미만	4.0	5.8	23.9	3.4	1.2	1.6	20.0	13.5	15.6	7.1	2.0	1.5
	400~600만원 미만	4.0	8.2	23.2	2.0	1.5	1.5	21.1	13.5	13.6	7.5	1.5	2.2
	600만원 이상	2.6	8.0	27.8	4.0	3.6	1.8	18.2	10.1	12.5	9.3	0.9	0.9

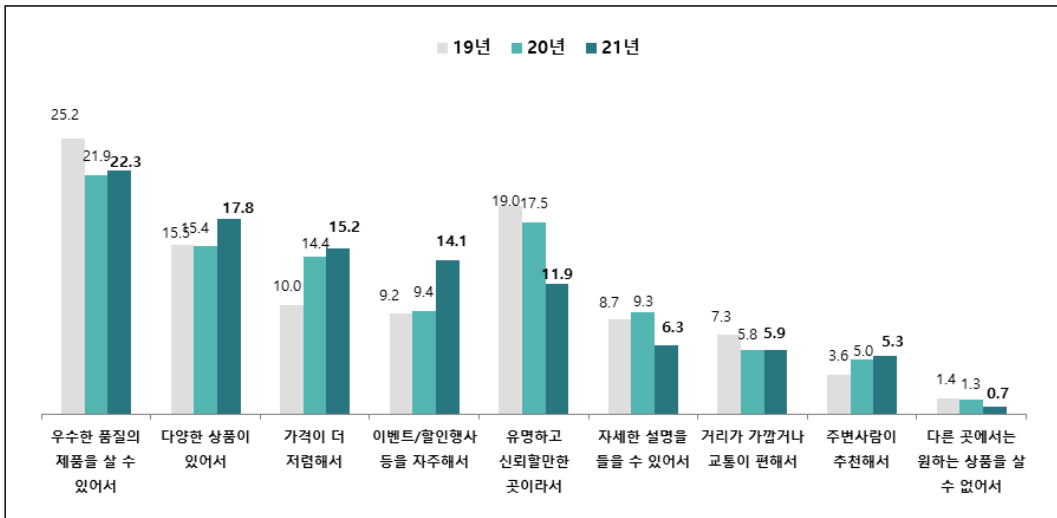
#### 4.8. 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유

○ 건강기능식품을 구입하는 장소를 이용하는 이유는 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 22.3%로 가장 높았으며, ‘다양한 상품이 있어서’(17.8%), ‘가격이 더 저렴해서’(15.2%), ‘이벤트/할인행사 등을 자주 해서’(14.1%) 등의 순임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 강원권을 제외한 타 지역에선 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 높게 나타났으나, 강원권은 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’에 대한 응답이 상대적으로 높게 나타남.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 모든 유형의 가구에서 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 가장 높게 나타남.

○ 전년 대비 ‘다양한 상품이 있어서’(▲2.4%p)로 장소 선택하는 데 있어 상품의 다양성이 높아진 것으로 파악됨.

〈그림 4-50〉 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유(1+2 가중평균)



〈표 4-53〉 건강기능식품 주 구입 장소 이용 이유(1+2 가중평균)

(단위: %)

구분		우수한 품질의 제품을 살 수 있어서	가격이 더 저렴 해서	이벤트 /할인 행사 등을 자주 해서	유명 하고 신뢰 할만한 곳이 라서	다양한 상품이 있어서	거리가 가깝 거나 교통이 편해서	주변 사람이 추천 해서	자세한 설명을 들을 수 있어서	다른 곳에 서는 살 수 없어서	기타
전체		22.3	15.2	14.1	11.9	17.8	5.9	5.3	6.3	0.7	0.3
거주지역	수도권	18.7	16.5	16.8	9.4	21.1	4.8	7.0	4.5	0.9	0.4
	충청권	21.4	11.3	11.2	15.8	14.5	8.3	3.1	13.5	0.9	0.0
	호남권	27.1	16.7	13.6	16.9	11.2	2.7	4.7	6.6	0.3	0.1
	대경권	29.7	11.7	15.1	12.5	15.0	5.3	4.3	5.8	0.7	0.0
	동남권	29.6	13.7	9.4	13.8	17.2	6.3	2.4	6.9	0.7	0.0
	강원권	2.2	22.0	1.4	11.4	9.1	37.2	4.7	10.2	0.3	1.4
행정구역	동	22.0	15.3	14.8	11.7	17.5	5.9	5.5	6.3	0.7	0.3
	읍면	24.2	14.6	10.5	13.3	19.7	6.1	4.1	6.4	0.8	0.3
가구원수	1인 가구	22.7	16.2	14.6	9.8	16.6	6.8	5.5	5.9	1.1	0.8
	2인 가구	21.3	13.8	12.8	13.3	17.5	7.3	5.5	7.6	0.7	0.2
	3인 가구	21.7	16.7	13.9	11.8	17.5	6.0	5.8	5.9	0.6	0.1
	4인 가구 이상	23.8	14.5	15.4	12.5	19.7	3.4	4.3	5.7	0.6	0.0
가구주 성별	남자	22.5	14.4	13.4	12.4	19.0	5.8	5.0	6.6	0.7	0.3
	여자	22.0	17.1	15.7	11.0	15.3	6.2	5.9	5.8	0.8	0.3
가구주 연령	20대	20.2	20.4	13.5	8.9	23.4	4.6	6.4	1.7	0.4	0.5
	30대	20.5	19.8	15.9	10.3	17.7	4.8	4.4	5.0	0.5	1.0
	40대	23.0	14.8	16.9	11.8	17.0	4.6	5.4	5.7	0.7	0.2
	50대	23.2	14.4	13.5	12.5	18.4	6.4	4.4	6.3	0.9	0.0
	60대	22.7	11.8	11.2	13.5	16.5	7.7	6.3	9.1	1.0	0.1
가구주 최종 학력	중졸 이하	24.3	7.2	10.9	15.3	12.0	12.4	8.1	9.6	0.2	0.0
	고졸	21.9	13.3	12.9	12.9	17.1	6.6	6.6	7.6	0.9	0.2
	전문대졸 이상	22.4	17.2	15.2	11.0	18.9	4.9	4.1	5.2	0.7	0.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	23.0	16.6	15.4	10.9	18.7	4.5	4.6	5.0	0.9	0.3
	서비스/판매직	20.2	14.6	16.3	12.2	15.8	6.3	6.9	6.4	1.0	0.3
	기계농림어업단순노무	25.3	11.8	9.6	13.9	20.2	6.4	4.7	7.7	0.4	0.1
	기타	19.0	17.9	13.0	11.7	14.6	9.3	5.2	8.7	0.3	0.3
월평균 가구 소득	200만원 미만	22.8	14.8	13.7	11.5	15.0	7.7	6.3	7.2	0.2	0.9
	200~400만원 미만	19.6	14.7	14.6	11.5	18.4	6.6	6.5	7.0	0.9	0.2
	400~600만원 미만	23.8	15.3	14.0	12.0	18.5	6.4	3.7	5.7	0.7	0.0
	600만원 이상	24.2	16.2	13.9	12.8	18.3	3.1	4.7	5.5	1.0	0.3



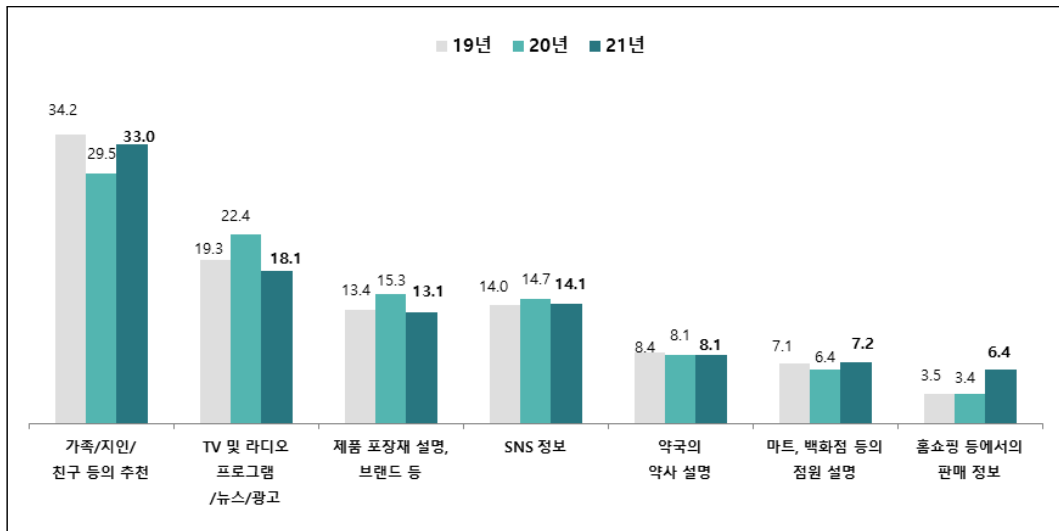
#### 4.9. 건강기능식품 필요정보

○ 건강기능식품에 대한 정보는 ‘가족/지인/친구 등의 추천’을 통해 얻는다는 응답이 33.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘TV 및 라디오 프로그램/뉴스/광고’(18.1%), ‘SNS 정보’(14.1%), ‘약사 설명’(8.1%) 등의 순으로 나타남.

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

○ 전년 대비 ‘가족/지인/친구 등의 추천’은 소폭 증가하였으나 및 ‘TV 및 라디오 프로그램/뉴스/광고’ 등에서 정보를 얻는다는 응답은 증가한 것으로 나타남.

〈그림 4-51〉 건강기능식품 필요 정보 획득처



〈표 4-54〉 건강기능식품 필요 정보 획득처

(단위: %)

구분		SNS 정보	제품 포장재 설명, 브랜드 등	가족/지인/친구 등의 추천	TV 및 라디오 프로그램/뉴스/광고	마트, 백화점 등의 점원 설명	약국의 약사 설명	홈쇼핑 등에서의 판매 정보
전체		14.1	13.1	33.0	18.1	7.2	8.1	6.4
거주지역	수도권	14.7	13.1	31.8	19.4	7.6	5.2	8.2
	충청권	15.2	9.3	36.4	20.5	3.5	10.6	4.5
	호남권	9.5	16.9	39.7	14.1	4.8	10.6	4.4
	대경권	12.8	14.6	38.2	14.0	5.1	12.5	2.8
	동남권	15.4	13.2	26.1	16.0	11.7	11.4	6.3
	강원권	14.7	5.3	43.8	27.2	0.0	8.7	0.3
행정구역	동	14.8	12.7	32.6	18.5	6.8	7.6	7.1
	읍면	10.5	15.4	35.8	15.4	9.1	11.1	2.7
가구원수	1인 가구	17.1	13.3	34.0	17.4	5.6	6.8	5.7
	2인 가구	10.2	12.2	36.2	17.9	8.8	9.1	5.5
	3인 가구	13.5	11.3	31.3	19.4	7.7	8.6	8.3
	4인 가구 이상	16.3	15.6	30.2	17.5	6.3	7.8	6.3
가구주 성별	남	13.4	13.7	33.4	17.7	7.3	8.8	5.7
	여	15.7	11.6	32.3	18.8	7.0	6.6	8.0
가구주 연령	20대	26.9	17.5	29.2	10.2	6.7	2.0	7.5
	30대	25.8	15.7	25.7	13.4	7.0	6.5	5.8
	40대	17.2	13.6	29.2	17.1	7.2	8.2	7.5
	50대	9.8	13.8	36.0	20.7	7.3	6.2	6.3
	60대 이상	4.2	8.9	39.5	21.6	7.4	12.8	5.6
가구주 최종 학력	중졸 이하	2.7	7.3	37.7	21.8	7.8	19.6	3.2
	고졸	6.4	11.3	38.9	20.8	7.0	8.3	7.3
	전문대졸 이상	20.1	14.8	28.8	15.9	7.2	6.9	6.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	19.0	15.3	29.6	15.6	7.7	6.7	6.1
	서비스/판매직	11.6	13.2	34.2	19.5	6.6	6.6	8.2
	기계농림어업단순노무	6.2	11.7	37.3	21.4	6.8	11.1	5.5
	기타	16.4	6.8	35.6	17.6	7.2	11.3	5.1
월평균 가구 소득	200만원 미만	11.4	12.0	36.8	17.5	4.8	11.7	5.7
	200~400만원 미만	13.7	13.3	32.4	19.9	6.8	7.1	6.8
	400~600만원 미만	15.5	12.8	32.4	18.1	8.1	7.5	5.6
	600만원 이상	14.8	13.9	32.1	15.6	8.2	7.9	7.5

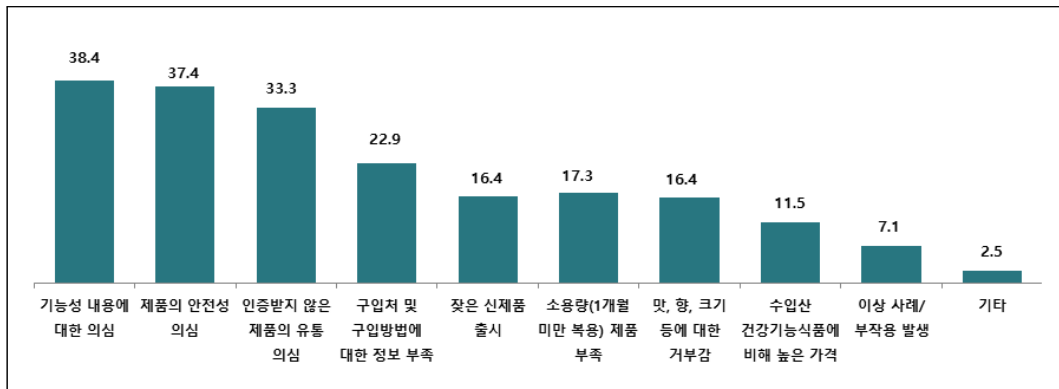
#### 4.10. 국내 생산건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항

○ 국내에서 생산하는 건강기능식품 구입 시 불편사항에 대해서 ‘기능성 내용에 대한 의심’은 38.4%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘제품의 안전성 의심’(37.4%), ‘인증 받지 않은 제품의 유통 의심’(33.3%) 등의 순임.

- 거주 지역별로 살펴보면, 수도권, 대경권, 강원권 지역에서 ‘기능성 내용에 대한 의심’에 대한 응답이 상대적으로 높음.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 대부분 ‘기능성 내용에 대한 의심’에 대한 응답이 상대적으로 높으며, 4인 이상 가구는 ‘제품의 안정성 의심’이 높게 나타남

○ 전년 대비 ‘제품의 안정성’(▼6.2%p)에 대한 응답이 낮아졌으며, ‘제품의 안전성 의심’(▲6.6%p)에 대한 응답은 증가한 것으로 나타남.

〈그림 4-52〉 국내 생산건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항



〈표 4-55〉 국내 생산건강기능식품 구입 및 이용 시 불편사항

(단위: %)

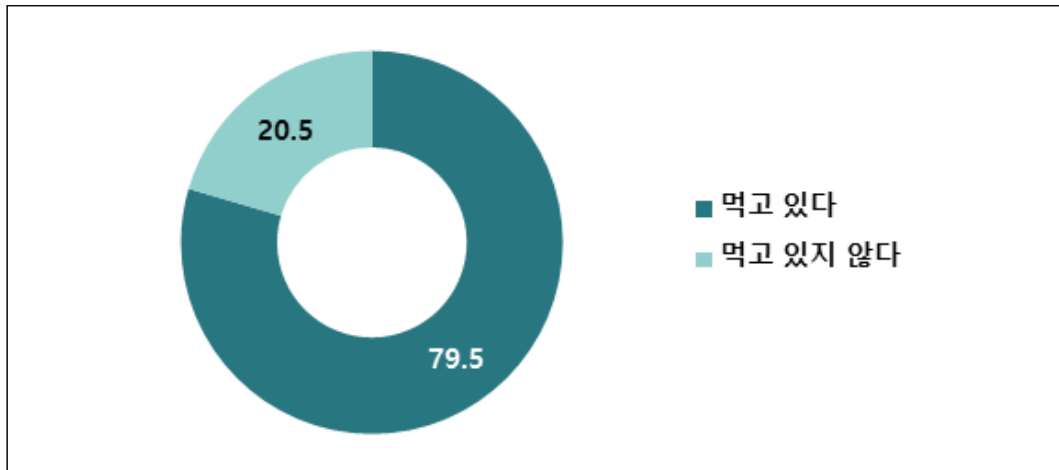
구분		가능성 내용에 대한 의심	제품의 안전성 의심	인증 받지 않은 제품의 유통 의심	구입처 및 구입 방법에 대한 정보 부족	잘은 신제품 출시	소용량 제품 부족	맛, 향, 크기 등에 대한 거부감	수입산 건강 기능 식품에 비해 높은 가격	이상 사례/ 부작용 발생	기타
전체		38.4	37.4	33.3	22.9	16.4	17.3	16.4	11.5	7.1	2.5
거주지역	수도권	40.0	33.6	36.4	23.3	15.5	19.3	18.4	10.8	6.4	2.2
	충청권	29.9	32.0	30.3	19.9	22.4	17.4	10.4	16.2	4.9	2.9
	호남권	30.4	44.3	22.5	26.2	16.6	14.0	12.2	11.2	4.9	0.7
	대경권	47.0	45.2	42.6	14.8	16.7	10.2	17.7	13.1	12.5	2.5
	동남권	35.4	43.4	31.4	26.1	17.6	19.6	18.4	10.1	10.5	4.5
	강원권	68.9	40.5	14.5	17.8	0.9	0.4	1.3	12.1	0.9	1.2
행정구역	동	38.3	37.4	32.2	22.5	16.1	17.5	16.9	12.2	7.3	2.5
	읍면	39.1	37.7	39.2	24.7	18.4	15.9	13.2	7.7	6.0	2.2
가구원수	1인 가구	38.9	36.2	31.9	20.6	14.1	18.1	16.9	8.4	5.8	3.3
	2인 가구	39.7	39.5	32.1	23.8	17.5	18.6	13.0	11.5	8.3	3.0
	3인 가구	37.4	34.5	32.5	25.5	16.3	15.9	18.4	12.6	8.3	2.5
	4인 가구 이상	37.3	39.0	36.8	21.3	17.5	16.3	17.9	13.5	5.7	0.9
가구주 성별	남자	36.8	37.2	34.4	24.6	17.2	17.2	17.3	12.5	7.3	2.6
	여자	42.1	38.0	30.9	18.9	14.7	17.5	14.4	9.3	6.5	2.2
가구주 연령	20대	42.4	30.9	33.7	17.9	10.1	17.8	24.4	4.8	3.1	3.7
	30대	38.9	34.3	35.2	26.6	16.0	20.4	17.4	9.2	5.0	3.2
	40대	38.7	40.3	35.1	21.9	17.8	15.4	17.2	10.7	6.7	1.4
	50대	35.9	39.5	33.0	21.3	16.9	15.8	15.1	14.2	7.3	2.3
	60대	39.3	36.6	30.6	24.2	16.8	18.2	13.9	13.1	9.7	2.8
가구주 최종 학력	중졸 이하	47.0	36.4	20.3	20.3	16.0	16.7	11.0	9.7	10.6	3.5
	고졸	36.9	37.3	33.4	23.1	17.0	19.2	16.7	11.4	7.4	2.2
	전문대졸 이상	38.5	37.6	34.6	23.0	16.1	16.1	16.7	11.8	6.5	2.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	37.9	38.4	36.9	22.1	17.3	16.4	17.5	10.7	6.5	2.1
	서비스/판매직	39.2	35.6	35.7	24.3	16.3	18.6	16.1	9.9	6.9	3.0
	기계농림어업단순노무	38.1	36.7	28.8	24.2	17.7	17.9	16.2	13.9	8.1	2.6
	기타	39.2	39.1	23.1	19.8	11.1	16.7	12.8	14.0	8.0	2.3
월평균 가구 소득	200만원 미만	36.1	37.2	31.1	22.4	12.1	18.0	14.2	11.1	5.3	4.8
	200~400만원 미만	40.8	36.7	33.0	24.2	17.7	17.3	15.8	8.3	8.3	2.0
	400~600만원 미만	39.4	36.4	34.2	23.9	15.0	19.3	17.1	15.5	7.4	1.6
	600만원 이상	35.1	40.1	34.3	19.8	19.6	14.1	17.9	11.6	6.3	2.4

#### 4.11. 가구내 건강기능식품 복용 여부

○ 건강기능식품을 복용하고 있는 가구가 79.5%로 나타남.

- 거주 지역별로 동남권이 88.1%로 높은 반면, 강원권은 66.5%로 낮게 나타남.
- 가구원수가 증가하면서 건강기능식품 복용율은 증가함

〈그림 4-53〉 가구내 건강기능식품 복용 여부



〈표 4-56〉 가구내 건강기능식품 복용 여부

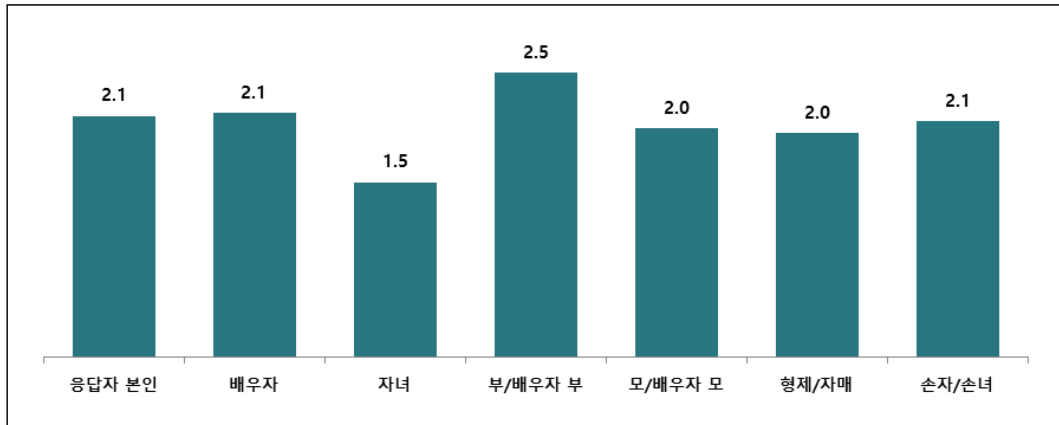
(단위: %)

구분		먹고 있다	먹고 있지 않다
전체		79.5	20.5
거주지역	수도권	82.1	17.9
	충청권	77.3	22.7
	호남권	71.6	28.4
	대경권	68.6	31.4
	동남권	88.1	11.9
	강원권	66.5	33.5
행정구역	동	80.7	19.3
	읍면	73.1	26.9
가구원수	1인 가구	67.9	32.1
	2인 가구	81.8	18.2
	3인 가구	84.0	16.0
	4인 가구 이상	85.1	14.9
가구주 성별	남	80.3	19.7
	여	77.8	22.2
가구주 연령	20대	66.1	33.9
	30대	72.2	27.8
	40대	85.1	14.9
	50대	83.2	16.8
	60대 이상	80.1	19.9
가구주 최종 학력	중졸 이하	69.3	30.7
	고졸	80.1	19.9
	전문대졸 이상	80.5	19.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	80.9	19.1
	서비스/판매직	78.1	21.9
	기계/농림/어업/단순노무	81.8	18.2
	기타	74.0	26.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	66.4	33.6
	200~400만원 미만	79.9	20.1
	400~600만원 미만	82.2	17.8
	600만원 이상	87.2	12.8

#### 4.12. 동거가족의 건강기능식품 섭취 갯수

○ 동거가족 중 '부/ 배우자 부'가 건강기능식품을 평균 2.5개 섭취하고 있으며, 자녀의 경우 1.5개로 섭취 개수가 가장 낮게 나타남.

〈그림 4-54〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 갯수



〈표 4-57〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 갯수

(단위: 개)

구분		응답자 본인	배우자	자녀	부/배우 자부	모/배우 자모	형제/ 자매	손자/ 손녀
전체		2.1	2.1	1.5	2.5	2.0	2.0	2.1
거주지역	수도권	2.2	2.2	1.5	3.2	1.8	2.0	-
	충청권	1.9	2.2	1.7	-	-	-	-
	호남권	2.0	1.9	1.3	2.7	2.4	2.0	1.0
	대경권	2.0	1.9	1.4	2.5	2.4	2.0	-
	동남권	2.1	2.1	1.6	1.6	1.5	1.0	-
	강원권	2.0	2.0	2.1	1.0	-	3.0	3.0
행정구역	동	2.1	2.2	1.6	2.6	2.1	1.6	2.1
	읍면	2.1	2.0	1.3	1.5	1.0	4.0	-
가구원수	1인 가구	2.1	-	-	-	-	-	-
	2인 가구	2.1	2.1	1.6	1.0	1.8	2.6	-
	3인 가구	2.1	2.2	1.5	2.0	2.0	1.7	3.0
	4인 가구 이상	2.1	2.2	1.5	3.3	2.2	1.5	1.0
가구주 성별	남	2.1	2.2	1.5	2.0	2.1	1.6	1.0
	여	2.2	2.1	1.6	3.9	1.9	3.2	3.0
가구주 연령	20대	1.9	2.2	2.0	-	2.0	-	-
	30대	1.9	1.9	1.5	-	2.1	1.5	-
	40대	2.1	2.1	1.5	1.7	2.2	3.0	-
	50대	2.3	2.3	1.5	2.9	2.0	2.0	2.1
	60대 이상	2.1	2.2	1.7	2.1	1.8	-	-
가구주 최종 학력	중졸 이하	2.0	1.9	1.8	1.6	1.5	-	-
	고졸	2.1	2.1	1.5	1.5	2.1	1.8	3.0
	전문대졸 이상	2.1	2.2	1.5	3.1	2.0	2.1	1.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	2.1	2.2	1.5	4.5	1.5	2.9	1.0
	서비스/판매직	2.1	2.0	1.5	2.3	2.2	1.4	-
	기계/농림/어업/단순노무	2.1	2.1	1.6	1.5	2.0	1.4	3.0
	기타	2.2	2.4	1.8	1.0	2.4	-	-
월평균 가구 소득	200만원 미만	1.9	1.9	1.6	-	2.7	-	3.0
	200~400만원 미만	2.1	2.0	1.6	2.2	2.5	1.7	-
	400~600만원 미만	2.0	2.1	1.5	1.9	1.9	2.3	1.0
	600만원 이상	2.3	2.4	1.6	3.2	1.7	1.3	-

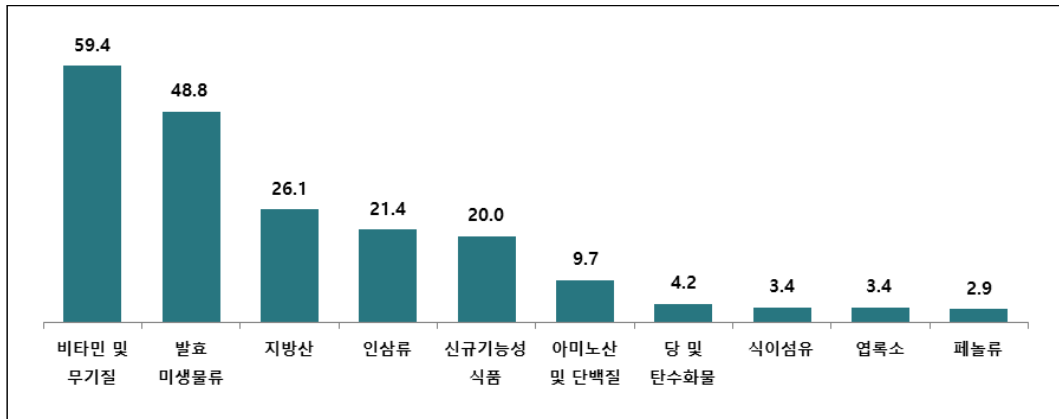


#### 4.13. 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류

○ 동거가족이 섭취하고 있는 건강기능식품으로 ‘비타민 및 무기질’이 59.4%로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘발효 미생물류’(48.8%), ‘지방산’(26.1%), ‘인삼류’(21.4%), ‘신규 기능성 식품’(20.0%)의 순으로 나타남.

- 전반적으로 ‘비타민 및 무기질’ 섭취율이 가장 높지만, 자녀와 손자의 경우 ‘발효 미생물류’ 섭취 비율이 상대적으로 높음.

〈그림 4-55〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류



〈표 4-58〉 동거가족의 건강기능식품 섭취 종류

(단위: %)

구분	비타민 및 무기질	식이 섬유	아미노산 및 탄백질	지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수화물	발효 미생물류	신규 기능성 식품	
전체	59.4	3.4	9.7	26.1	3.4	21.4	2.9	4.2	48.8	20.0	
동거 가족	응답자 본인	61.0	3.9	10.0	28.3	3.5	19.3	3.4	4.2	26.6	
	배우자	58.0	3.3	11.6	33.1	4.6	32.1	3.3	6.4	15.7	
	자녀	58.2	2.0	5.5	7.3	0.7	6.2	1.2	0.2	64.0	9.5
	부/배우자 부	68.2	0.0	11.9	18.3	9.6	41.0	0.0	9.6	58.3	16.4
	모/배우자 모	40.5	10.8	5.6	26.4	5.3	34.0	0.0	5.3	43.9	19.1
	형제/자매	67.0	0.0	16.6	19.8	8.4	27.2	16.6	0.0	43.6	14.0
	손자/손녀	53.6	0.0	0.0	0.0	0.0	46.4	0.0	46.4	53.6	53.6

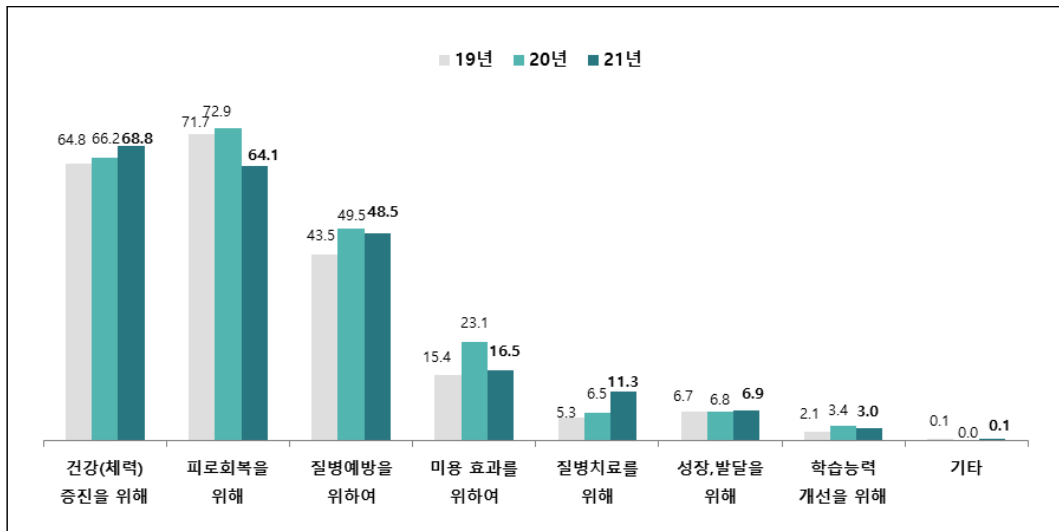
#### 4.14. 건강기능식품 복용 이유

○ 건강기능식품을 복용하는 이유에 대한 질문에 ‘건강 증진’ 복용한다는 응답이 68.8%로 가장 높게 나타남. 다음으로 ‘피로 회복’(64.1%), ‘질병예방을 위해’(48.5%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권, 충청권, 호남권은 ‘건강 증진을 위해’, 대경권, 강원권은 ‘질병 예방을 위해’에 대한 응답이 상대적으로 높음.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 모든 유형의 가구에서 ‘건강(체력)증진을 위해’가 상대적으로 높게 나타남.

○ 건강기능식품을 복용하는 이유로 ‘건강(체력)증진을 위해’ 라고 응답한 비율이 전년 대비 상승한 것으로 나타남.

〈그림 4-56〉 건강기능식품 복용 이유



〈표 4-59〉 건강기능식품 복용 이유

(단위: %)

구분		성장, 발달을 위해	질병 치료를 위해	학습 능력 개선을 위해	질병 예방을 위하여	미용 효과를 위하여	피로 회복을 위해	건강 증진을 위해	기타
전체		6.9	11.3	3.0	48.5	16.5	64.1	68.8	0.1
거주지역	수도권	7.6	9.9	2.4	43.9	18.8	63.4	71.8	0.2
	충청권	2.3	14.0	2.1	46.9	11.5	65.5	75.0	0.0
	호남권	8.8	17.4	4.6	43.2	17.0	52.4	54.1	0.0
	대경권	5.3	7.6	4.1	69.2	13.6	65.9	62.6	0.0
	동남권	8.0	13.9	4.3	51.0	15.6	67.9	68.3	0.0
	강원권	1.0	1.9	1.5	83.0	7.5	85.4	62.9	0.0
행정구역	동	6.8	11.1	2.5	48.1	15.9	62.9	70.6	0.1
	읍면	7.3	12.7	6.3	51.0	20.5	70.9	58.1	0.0
가구원수	1인 가구	1.7	8.0	1.0	44.2	27.3	63.5	64.3	0.0
	2인 가구	2.7	14.5	1.5	53.1	11.6	64.7	72.9	0.0
	3인 가구	8.6	12.4	3.0	50.2	13.5	62.5	67.4	0.4
	4인 가구 이상	14.6	9.5	6.6	45.2	15.9	65.4	69.0	0.0
가구주 성별	남	7.2	13.1	3.2	48.8	14.3	68.6	70.2	0.1
	여	6.0	7.4	2.6	47.9	21.6	54.0	65.5	0.0
가구주 연령	20대	1.4	7.4	0.7	36.7	26.8	66.6	65.2	0.0
	30대	9.8	10.2	1.5	44.2	25.3	60.8	67.5	0.0
	40대	14.6	8.4	6.4	40.5	18.5	67.6	63.4	0.4
	50대	5.0	12.9	3.2	53.8	15.8	66.0	68.9	0.0
	60대 이상	1.5	14.0	1.3	55.7	8.0	60.5	74.9	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.5	14.3	0.5	51.9	1.7	52.4	73.1	0.0
	고졸	3.3	12.1	2.1	55.1	13.6	65.4	70.9	0.0
	전문대졸 이상	10.0	10.5	3.9	43.7	20.1	64.5	66.9	0.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	9.0	11.1	3.7	42.0	20.4	67.0	68.5	0.2
	서비스/판매직	4.1	7.7	3.0	53.8	20.3	67.5	63.3	0.0
	기계농림어업단순노무	4.9	16.1	2.1	53.9	11.1	65.6	72.0	0.0
	기타	9.1	11.2	2.4	49.7	5.0	43.3	75.5	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	2.9	12.0	1.6	51.7	15.2	58.6	65.7	0.0
	200~400만원 미만	5.2	10.7	3.0	46.0	19.7	66.7	69.5	0.0
	400~600만원 미만	10.5	12.0	4.3	50.4	14.0	62.6	71.2	0.3
	600만원 이상	7.5	11.0	2.4	47.5	16.1	65.9	66.8	0.0

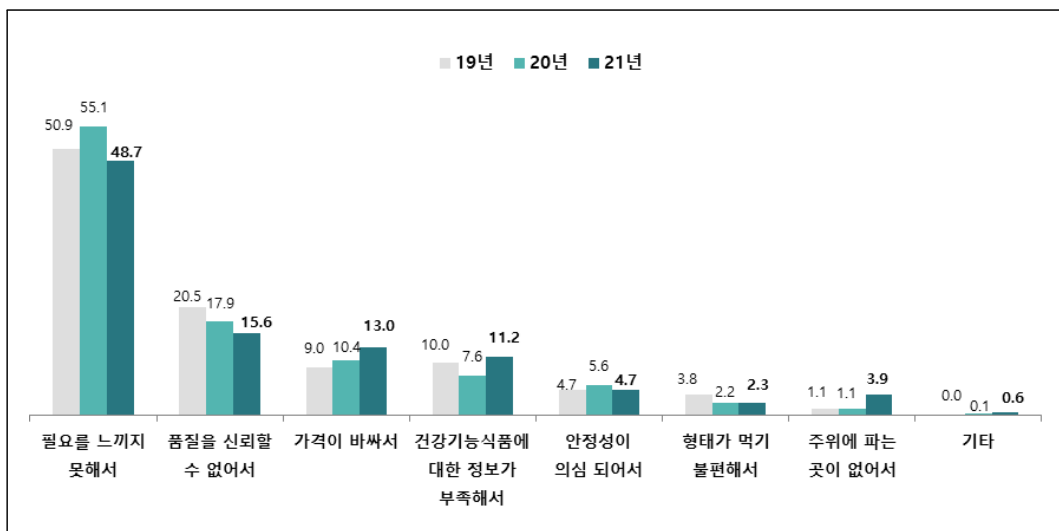
#### 4.15. 건강기능식품 복용하지 않는 이유

○ 건강기능식품을 복용하지 않는 가장 큰 이유는 ‘필요를 느끼지 못해서’(48.7%)이며, ‘품질(효과/효능)을 신뢰할 수 없어서’(15.6%)도 주요 이유임.

- 거주 지역 별로 살펴보면, 모든 지역에서 ‘필요를 느끼지 못해서’의 응답이 가장 높게 나타남.

○ 건강기능식품을 복용하지 않는 이유로 전년대비 ‘필요성을 느끼지 못해서’와 ‘건강기능식품 정보 부족’이라고 응답한 비율은 줄어들었으나, ‘건강기능식품에 대한 정보가 부족해서’ 항목에 대한 응답은 3.6%p 증가한 것으로 나타남.

〈그림 4-57〉 건강기능식품 복용하지 않는 이유(1+2 가중평균)



〈표 4-60〉 건강기능식품 복용하지 않는 이유(1+2 가중평균)

(단위: %)

구분		필요를 느끼지 못해서	품질 (효과/효능)을 신뢰할 수 없어서	건강 기능 식품 및 건강 식품에 대한 정보 부족	주위에 파는 곳이 없어서	가격이 비싸서	안전 성이 의심 되서	형태가 먹기 불편 해서	기타
전체		48.7	15.6	11.2	3.9	13.0	4.7	2.3	0.6
거주지역	수도권	53.3	10.2	10.0	1.4	17.0	4.7	3.4	0.0
	충청권	58.3	14.2	5.8	7.9	4.8	3.0	5.1	1.0
	호남권	43.5	21.0	14.8	6.8	9.5	4.3	0.0	0.0
	대경권	40.6	21.8	11.6	1.8	14.8	7.5	1.1	0.9
	동남권	38.3	25.3	14.4	9.7	7.0	2.6	0.0	2.7
	강원권	46.3	12.7	15.7	3.0	13.6	5.7	1.3	1.7
행정구역	동	48.7	15.0	11.2	3.7	13.8	4.3	2.8	0.4
	읍면	48.8	18.0	11.1	4.8	9.6	6.3	0.1	1.2
가구원수	1인 가구	49.0	13.0	13.3	2.3	16.0	3.9	1.8	0.6
	2인 가구	49.7	14.3	10.5	3.8	11.6	6.1	3.6	0.5
	3인 가구	49.6	18.7	10.1	6.2	8.0	3.9	2.9	0.6
	4인 가구 이상	45.8	20.5	8.7	5.4	13.1	5.2	0.8	0.5
가구주 성별	남	48.8	16.0	10.4	5.2	11.6	5.0	2.6	0.5
	여	48.7	15.0	12.9	1.4	15.7	3.9	1.7	0.8
가구주 연령	20대	57.5	13.6	7.7	4.2	7.4	4.9	2.8	2.0
	30대	52.8	15.1	12.9	2.9	8.3	4.8	2.8	0.4
	40대	52.1	13.2	12.2	4.6	10.1	6.4	0.7	0.7
	50대	42.6	18.6	11.4	5.1	15.1	4.6	2.7	0.0
	60대 이상	44.3	16.1	10.8	3.3	19.3	3.5	2.3	0.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	45.0	11.7	10.5	4.0	23.8	3.5	1.0	0.6
	고졸	45.0	18.5	9.4	4.3	16.2	4.3	2.0	0.2
	전문대졸 이상	52.3	14.3	12.7	3.6	8.2	5.2	2.8	0.9
가구주 직업	관리/전문/사무직	50.3	15.9	13.3	3.8	6.9	5.7	3.6	0.5
	서비스/판매직	54.0	14.1	8.8	4.9	13.2	2.8	1.0	1.2
	기계농림어업단순노무	38.6	21.6	11.2	3.3	15.9	6.3	2.7	0.3
	기타	48.6	10.5	10.5	3.2	22.7	3.5	1.0	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	51.0	13.2	10.0	3.2	16.8	3.4	1.2	1.0
	200~400만원 미만	43.7	17.0	14.7	3.1	12.3	5.9	3.1	0.2
	400~600만원 미만	52.5	14.7	8.8	4.2	9.9	5.3	3.8	0.8
	600만원 이상	49.1	19.6	9.9	6.9	10.9	3.6	0.0	0.0

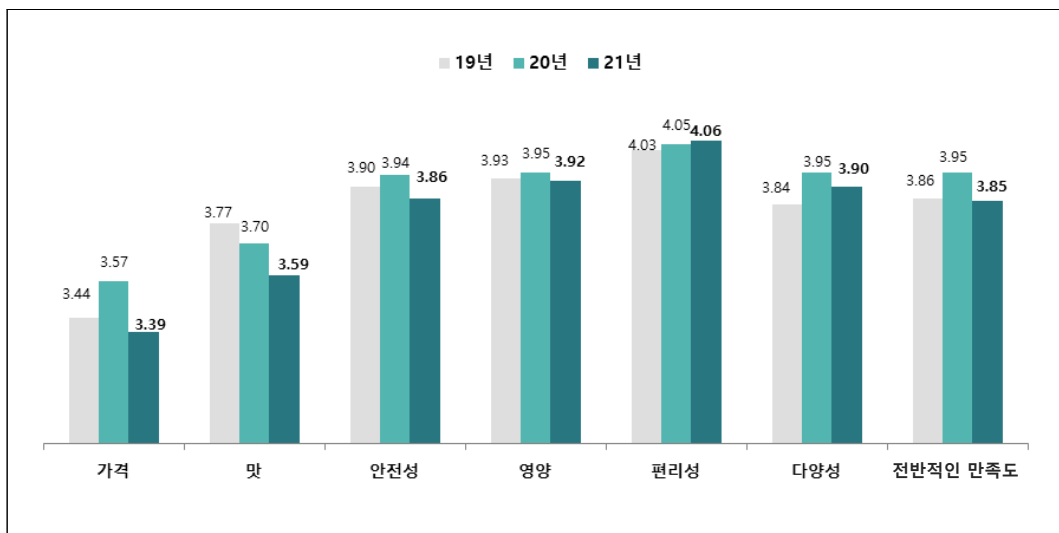
#### 4.16. 건강기능식품 요소별 만족도

○ 건강기능식품에 대한 만족도는 ‘편리성’에 대한 부분이 가장 높음(4.06점). 다음으로 ‘영양’(3.92점), ‘다양성’(3.90점), ‘전반적인 만족도’(3.85점), ‘맛’(3.59점), ‘가격’(3.39점)의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 강원권에서 ‘영양’에 대한 만족도가 상대적으로 높게 나타났으며, 그외 지역에서는 ‘편리성’에 대한 만족도가 가장 높게 나타남.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 3인 가구에서 ‘편리성’에 대한 만족도가 가장 높게 나타남.

○ 전년대비 ‘편리성’을 제외한 모든 요소별 만족도는 하락.

〈그림 4-58〉 건강기능식품 요소별 만족도



〈표 4-61〉 건강기능식품 요소별 만족도

(단위: 5점 평균)

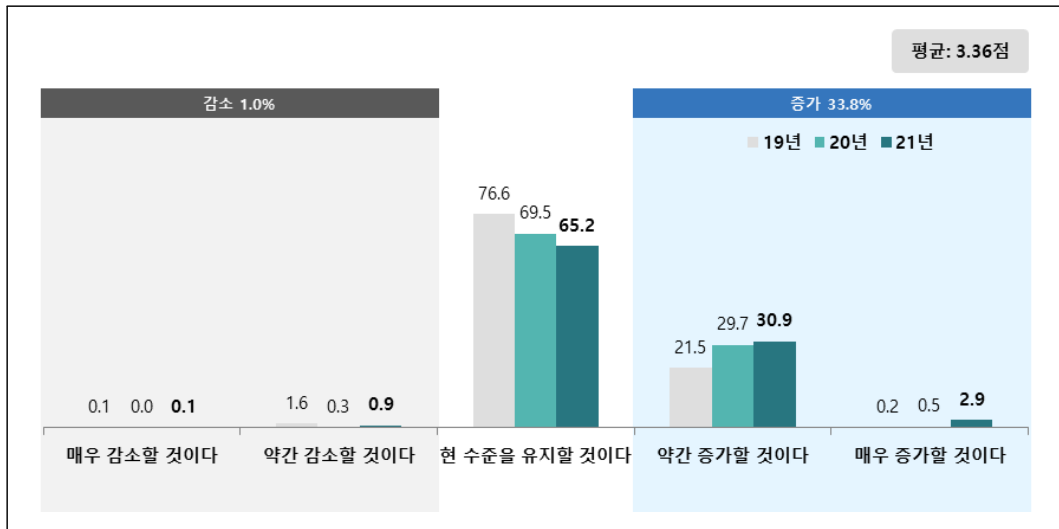
구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적인 만족도
전체		3.39	3.59	3.86	3.92	4.06	3.90	3.85
거주지역	수도권	3.36	3.51	3.84	3.94	4.11	3.93	3.82
	충청권	3.31	3.64	3.94	3.92	4.10	4.00	4.00
	호남권	3.57	3.70	3.87	3.84	3.89	3.78	3.82
	대경권	3.26	3.57	3.87	3.89	4.04	3.82	3.83
	동남권	3.54	3.77	3.90	3.89	4.00	3.87	3.88
	강원권	3.12	3.46	3.69	3.96	3.81	3.78	3.70
행정구역	동	3.39	3.57	3.85	3.92	4.07	3.90	3.85
	읍면	3.36	3.72	3.92	3.88	3.98	3.88	3.81
가구원수	1인 가구	3.47	3.56	3.85	3.90	4.08	3.86	3.84
	2인 가구	3.31	3.62	3.84	3.93	4.03	3.87	3.81
	3인 가구	3.36	3.54	3.91	3.95	4.15	3.94	3.89
	4인 가구 이상	3.43	3.63	3.87	3.87	3.97	3.92	3.86
가구주 성별	남	3.40	3.64	3.90	3.93	4.06	3.94	3.88
	여	3.36	3.48	3.78	3.89	4.05	3.81	3.77
가구주 연령	20대	3.57	3.57	3.95	3.89	4.05	3.93	3.95
	30대	3.48	3.60	3.81	3.96	4.09	3.85	3.82
	40대	3.48	3.62	3.93	3.94	4.09	3.91	3.87
	50대	3.30	3.55	3.83	3.88	4.03	3.94	3.86
	60대 이상	3.30	3.60	3.85	3.92	4.04	3.86	3.82
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.19	3.58	3.86	3.93	4.02	3.77	3.72
	고졸	3.31	3.60	3.86	3.91	4.06	3.89	3.87
	전문대졸 이상	3.46	3.58	3.87	3.92	4.06	3.91	3.85
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.48	3.61	3.87	3.94	4.08	3.91	3.89
	서비스/판매직	3.36	3.62	3.86	3.89	4.03	3.90	3.83
	기계농림어업단순노무	3.33	3.60	3.93	3.90	4.09	3.92	3.87
	기타	3.23	3.43	3.72	3.92	3.98	3.79	3.70
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.33	3.56	3.88	3.88	3.96	3.83	3.84
	200~400만원 미만	3.39	3.67	3.79	3.93	4.10	3.89	3.85
	400~600만원 미만	3.38	3.58	3.86	3.90	4.04	3.92	3.86
	600만원 이상	3.43	3.50	3.95	3.93	4.08	3.92	3.83

#### 4.17. 향후 1년간 기능성 식품 구입 변화

- 향후 1년 건강기능식품 구입 의향에 대해서 ‘현 수준을 유지할 것이다’는 65.2%로 나타났으며, ‘증가’는 33.8%(매우 증가: 2.9% + 약간 증가: 30.9%)로 나타남.
  - 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권이 가장 높았으며, 대경권이 가장 낮은 의향을 보임.
  - 가구원수에 따라 살펴보면, 4인 가구 이상의 구입의향이 가장 긍정적으로 나타남.

○ 전년 대비 ‘약간 증가할 것이다’와 ‘매우 증가할 것이다’ 응답이 소폭 상승함.

〈그림 4-59〉 향후 1년 건강기능식품 구입 의향





〈표 4-62〉 향후 1년 건강기능식품 구입 의향

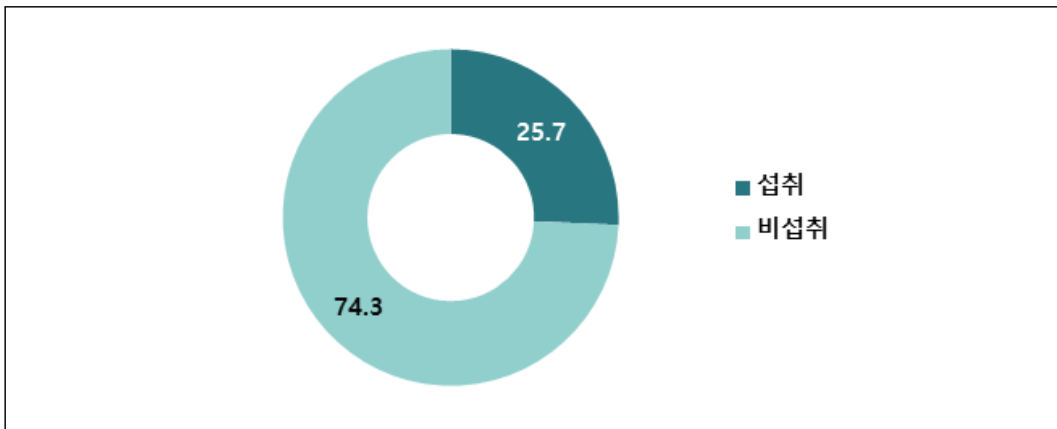
(단위: %, 5점 평균)

구분		매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다	TOP2 (4+5)	MID(3)	BOT2 (1+2)	평균 (5점 평균)
전체		0.1	0.9	65.2	30.9	2.9	33.8	65.2	1.0	3.36
거주지역	수도권	0.0	0.5	56.3	38.1	5.1	43.2	56.3	0.5	3.48
	충청권	0.0	1.8	81.1	15.5	1.6	17.1	81.1	1.8	3.17
	호남권	0.3	2.9	52.1	44.1	0.6	44.7	52.1	3.2	3.42
	대경권	0.0	0.3	85.2	14.1	0.5	14.5	85.2	0.3	3.15
	동남권	0.3	0.3	76.6	22.8	0.0	22.8	76.6	0.6	3.22
	강원권	0.0	1.4	80.3	17.6	0.7	18.3	80.3	1.4	3.18
행정구역	동	0.1	1.0	63.8	32.2	2.9	35.1	63.8	1.1	3.37
	읍면	0.0	0.2	73.2	24.1	2.5	26.6	73.2	0.2	3.29
가구원수	1인 가구	0.0	1.8	72.2	23.0	3.0	26.0	72.2	1.8	3.27
	2인 가구	0.1	1.1	66.1	30.7	2.1	32.8	66.1	1.2	3.34
	3인 가구	0.2	0.2	62.8	34.0	2.8	36.8	62.8	0.4	3.39
	4인 가구 이상	0.0	0.4	59.1	36.8	3.7	40.5	59.1	0.4	3.44
가구주 성별	남	0.1	0.4	64.3	31.9	3.3	35.2	64.3	0.5	3.38
	여	0.0	2.0	67.3	28.7	2.0	30.7	67.3	2.0	3.31
가구주 연령	20대	0.0	2.9	64.0	24.8	8.3	33.1	64.0	2.9	3.38
	30대	0.2	0.5	67.9	30.1	1.3	31.4	67.9	0.7	3.32
	40대	0.2	0.2	62.6	32.0	4.9	37.0	62.6	0.4	3.41
	50대	0.0	0.7	60.7	36.8	1.8	38.6	60.7	0.7	3.40
	60대 이상	0.0	1.3	70.3	26.9	1.5	28.4	70.3	1.3	3.29
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	2.4	82.2	15.1	0.4	15.4	82.2	2.4	3.13
	고졸	0.0	0.9	66.9	30.6	1.7	32.3	66.9	0.9	3.33
	전문대졸 이상	0.1	0.7	62.0	33.2	4.0	37.1	62.0	0.9	3.40
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.1	0.6	61.9	32.6	4.8	37.4	61.9	0.8	3.41
	서비스/판매직	0.0	1.0	66.4	30.4	2.2	32.6	66.4	1.0	3.34
	기계농림어업단순노무	0.2	0.5	70.5	27.6	1.1	28.8	70.5	0.7	3.29
	기타	0.0	2.2	64.7	32.2	0.9	33.2	64.7	2.2	3.32
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	1.6	73.7	22.1	2.5	24.6	73.7	1.6	3.25
	200~400만원 미만	0.1	1.6	67.6	28.2	2.4	30.7	67.6	1.7	3.31
	400~600만원 미만	0.0	0.2	63.8	34.2	1.8	36.0	63.8	0.2	3.38
	600만원 이상	0.2	0.0	55.7	38.7	5.3	44.0	55.7	0.2	3.49

#### 4.18. 건강기능식품 비인증 식품 섭취 여부

- 건강기능식품으로 인증받지 않았지만 건강 유지를 위해 섭취하고 있는 식품이 있는 비중은 25.7%로 나타남.
  - 거주 지역별로 대경권이 30.5%로 높은 반면, 강원권은 1.3%로 매우 낮게 나타남.
  - 가구주 연령이 증가하면 섭취율도 증가하는 경향을 보임.

〈그림 4-60〉 건강기능식품 비인증 식품 섭취 여부



〈표 4-63〉 건강기능식품 비인증 식품 섭취 여부

(단위: %)

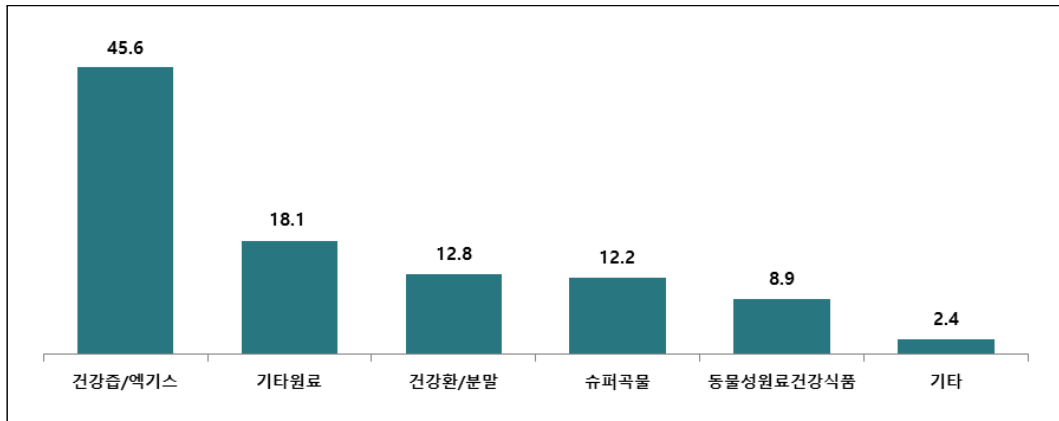
구분		섭취	비섭취
전체		25.7	74.3
거주지역	수도권	33.1	66.9
	충청권	17.7	82.3
	호남권	13.1	86.9
	대경권	30.5	69.5
	동남권	17.8	82.2
	강원권	1.3	98.7
행정구역	동	27.3	72.7
	읍면	16.5	83.5
가구원수	1인 가구	16.7	83.3
	2인 가구	27.8	72.2
	3인 가구	29.6	70.4
	4인 가구 이상	28.9	71.1
가구주 성별	남	26.4	73.6
	여	24.1	75.9
가구주 연령	20대	10.8	89.2
	30대	19.0	81.0
	40대	27.9	72.1
	50대	29.6	70.4
	60대 이상	28.8	71.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	22.5	77.5
	고졸	26.9	73.1
	전문대졸 이상	25.2	74.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	26.1	73.9
	서비스/판매직	23.1	76.9
	기계/농림/어업/단순노무	26.0	74.0
	기타	29.0	71.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	20.5	79.5
	200~400만원 미만	22.0	78.0
	400~600만원 미만	26.7	73.3
	600만원 이상	34.8	65.2

#### 4.19. 섭취 중인 비인증 건강기능식품

○ 건강기능식품으로 인증받지 않은 식품 중 ‘건강즙/엑기스’의 섭취율이 45.6%로 가장 높았으며, 그 외에 ‘기타원료’(18.1%), ‘건강환/분말’(12.8%), ‘슈퍼곡물’(12.2%) 등의 순으로 응답됨

- 가구주 연령별로 보았을 때 모든 연령층에서 ‘건강즙/엑기스’의 섭취율이 가장 높지만 20대 가구주의 경우 ‘기타원료’ 섭취율이 가장 높음.

〈그림 4-61〉 섭취 중인 비인증 건강기능식품



〈표 4-64〉 섭취 중인 비인증 건강기능식품

(단위: %)

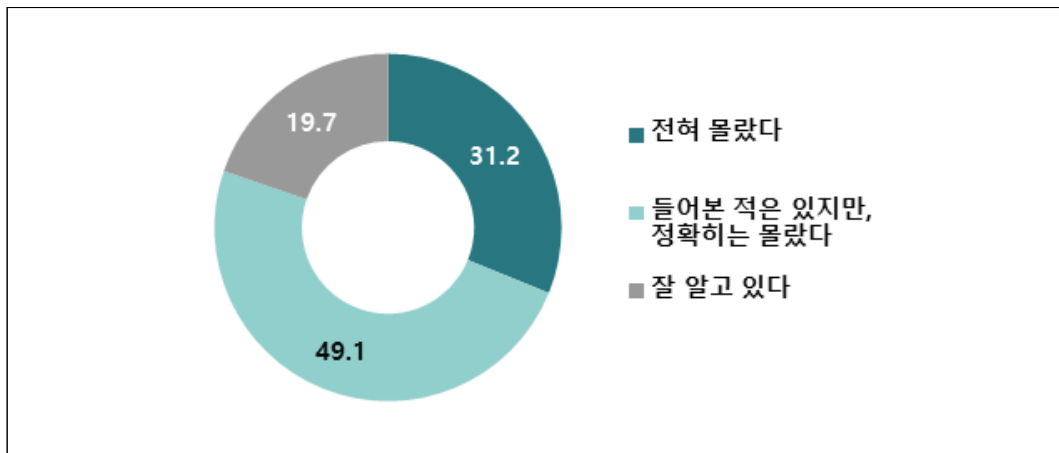
구분		건강증/액기스	건강환/분말	동물성 원료 건강식품	슈퍼곡물	기타원료	기타
전체		45.6	12.8	8.9	12.2	18.1	2.4
거주지역	수도권	41.6	14.7	8.9	13.8	17.4	3.5
	충청권	53.9	3.5	14.6	12.1	15.9	0.0
	호남권	58.8	13.9	4.5	2.6	20.1	0.0
	대경권	58.4	12.2	10.2	1.5	17.7	0.0
	동남권	43.9	7.6	5.3	20.0	23.2	0.0
	강원권	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
행정구역	동	45.2	12.5	8.9	12.5	18.2	2.7
	읍면	50.1	14.8	8.2	10.2	16.8	0.0
가구원수	1인 가구	51.1	15.1	4.8	8.1	18.5	2.4
	2인 가구	51.3	10.3	9.6	10.1	15.2	3.4
	3인 가구	35.6	13.4	11.7	11.1	24.6	3.6
	4인 가구 이상	45.5	13.6	7.7	18.5	14.7	0.0
가구주 성별	남	46.7	10.7	10.6	12.3	17.4	2.3
	여	43.0	17.6	4.8	12.1	19.8	2.7
가구주 연령	20대	31.7	17.0	0.0	17.1	32.8	1.4
	30대	50.3	5.2	4.4	11.5	25.4	3.2
	40대	45.2	11.5	8.2	18.7	13.7	2.7
	50대	48.0	11.0	9.2	10.0	19.5	2.2
	60대 이상	43.3	18.2	11.9	9.0	15.5	2.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	48.8	23.3	4.3	4.8	13.6	5.2
	고졸	45.6	14.8	8.2	10.9	19.1	1.3
	전문대졸 이상	45.3	10.1	9.9	14.1	17.9	2.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	43.4	11.2	9.1	14.1	18.9	3.4
	서비스/판매직	45.0	12.0	7.6	13.7	19.0	2.7
	기계/농림/어업/단순노무	49.2	13.8	12.0	8.4	16.7	0.0
	기타	47.8	17.0	5.4	10.7	16.4	2.7
월평균 가구 소득	200만원 미만	46.3	20.4	8.1	8.4	13.2	3.7
	200~400만원 미만	47.8	12.3	9.4	13.5	14.1	2.9
	400~600만원 미만	49.3	13.7	1.4	10.0	25.0	0.6
	600만원 이상	39.4	8.2	16.4	15.4	17.5	3.1

#### 4.20. 일반식품 기능성 표시제도 인지도

○ 일반식품 기능성 표시제도에 대해 19.7%는 ‘잘 알고 있다’고 응답하였으며, 49.1%는 ‘들어본 적은 있지만 정확히는 몰랐다’고 응답하고 있음.

- 거주 지역별로 ‘잘 알고 있다’는 응답은 수도권에서 27.7%로 다른 지역보다 높았으며, 강원권이 2.1%로 가장 낮게 나타남.

〈그림 4-62〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도



〈표 4-65〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도

(단위: %)

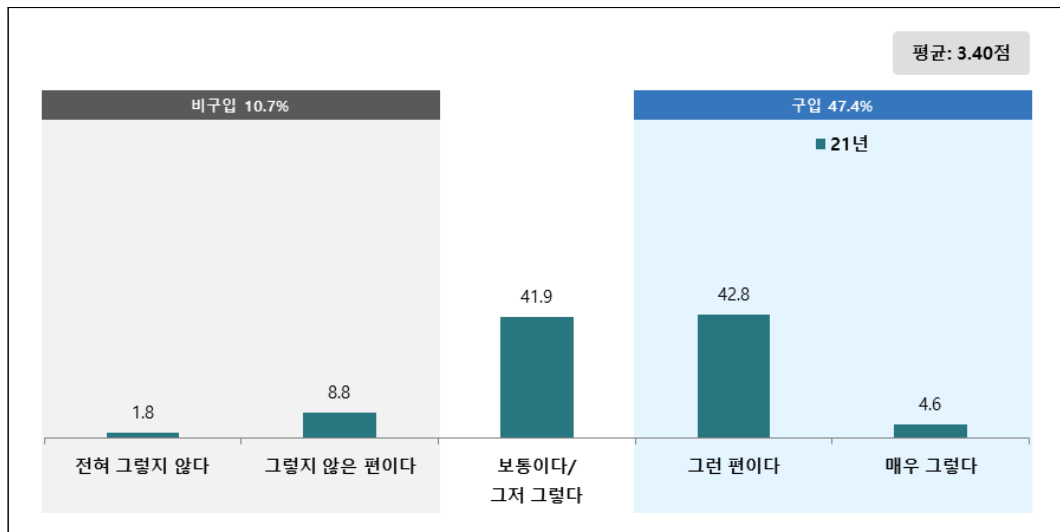
구분		전혀 몰랐다	들어본 적은 있지만, 정확히는 몰랐다	잘 알고 있다
전체		31.2	49.1	19.7
거주지역	수도권	26.8	45.5	27.7
	충청권	36.9	48.5	14.6
	호남권	32.9	57.5	9.6
	대경권	43.9	44.1	12.0
	동남권	30.1	56.7	13.2
	강원권	38.8	59.2	2.1
행정구역	동	30.7	48.5	20.8
	읍면	33.8	52.3	13.9
가구원수	1인 가구	40.4	43.3	16.3
	2인 가구	33.5	49.8	16.7
	3인 가구	25.0	51.8	23.1
	4인 가구 이상	24.1	52.0	23.9
가구주 성별	남	29.0	50.9	20.1
	여	35.9	45.3	18.8
가구주 연령	20대	36.4	43.8	19.8
	30대	28.8	48.5	22.6
	40대	20.5	49.8	29.8
	50대	27.8	53.9	18.3
	60대 이상	43.0	46.2	10.9
가구주 최종 학력	중졸 이하	57.8	37.8	4.5
	고졸	33.6	46.9	19.5
	전문대졸 이상	26.1	52.1	21.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	26.6	51.6	21.8
	서비스/판매직	27.6	49.9	22.5
	기계/농림/어업/단순노무	33.2	47.4	19.4
	기타	49.6	42.5	7.8
월평균 가구 소득	200만원 미만	43.6	40.2	16.3
	200~400만원 미만	32.0	51.1	16.9
	400~600만원 미만	30.2	48.2	21.6
	600만원 이상	19.8	55.4	24.8

#### 4.21. 일반식품 기능성 표시 제품 구입의향

○ 일반식품 기능성 표시 제품의 구입의향은 47.4%이며, 구입하지 않겠다는 응답은 10.7%로 나타남.

- 거주 지역별로 구입의향은 수도권에서 53.6%로 다른 지역보다 높았으며, 강원권이 33.7%로 가장 낮게 나타남.

〈그림 4-63〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입의향





〈표 4-66〉 일반식품 기능성 표시 제품 구입의향

(단위: %, 5점 평균)

구분		전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT2 (1+2)	평균 (5점 평균)
전체		1.8	8.8	41.9	42.8	4.6	47.4	41.9	10.7	3.40
거주지역	수도권	0.9	7.8	37.8	47.6	6.0	53.6	37.8	8.6	3.50
	충청권	0.4	12.6	42.4	39.7	5.0	44.7	42.4	12.9	3.36
	호남권	2.0	9.8	50.8	33.3	4.1	37.4	50.8	11.8	3.28
	대경권	0.0	3.5	58.1	36.8	1.5	38.4	58.1	3.5	3.36
	동남권	6.7	9.9	38.4	43.2	1.8	45.1	38.4	16.6	3.24
	강원권	4.6	21.7	40.0	28.1	5.6	33.7	40.0	26.3	3.08
행정구역	동	1.7	8.0	41.6	43.9	4.8	48.7	41.6	9.7	3.42
	읍면	2.4	13.4	43.5	37.1	3.6	40.7	43.5	15.8	3.26
가구원수	1인 가구	2.2	12.5	45.8	35.5	3.9	39.5	45.8	14.7	3.27
	2인 가구	1.9	7.8	44.6	43.0	2.7	45.7	44.6	9.6	3.37
	3인 가구	1.1	7.3	38.5	47.6	5.5	53.1	38.5	8.4	3.49
	4인 가구 이상	2.2	7.6	37.4	46.0	6.7	52.8	37.4	9.8	3.48
가구주 성별	남	1.8	8.2	40.8	45.2	4.0	49.2	40.8	10.0	3.42
	여	2.0	10.2	44.2	37.7	5.8	43.5	44.2	12.3	3.35
가구주 연령	20대	0.6	6.9	46.0	41.0	5.5	46.5	46.0	7.5	3.44
	30대	2.8	9.2	39.7	45.6	2.7	48.3	39.7	12.0	3.36
	40대	1.1	7.7	35.8	47.7	7.7	55.4	35.8	8.8	3.53
	50대	1.1	7.8	43.1	43.6	4.4	48.1	43.1	8.9	3.43
	60대 이상	2.9	11.1	46.0	36.9	3.1	40.0	46.0	14.0	3.26
가구주 최종 학력	중졸 이하	4.8	17.5	49.8	25.3	2.6	27.9	49.8	22.3	3.03
	고졸	1.4	10.5	42.4	41.7	4.1	45.7	42.4	11.9	3.37
	전문대졸 이상	1.8	6.6	40.5	45.9	5.2	51.1	40.5	8.4	3.46
가구주 직업	관리/전문/사무직	2.2	7.7	40.9	44.6	4.5	49.2	40.9	10.0	3.41
	서비스/판매직	1.0	9.1	39.1	45.0	5.8	50.8	39.1	10.1	3.46
	기계/농림/어업/단순노무	1.8	9.0	42.6	43.3	3.3	46.6	42.6	10.8	3.37
	기타	2.3	11.7	49.7	31.7	4.6	36.3	49.7	14.0	3.25
월평균 가구 소득	200만원 미만	1.9	13.7	49.3	31.1	4.0	35.1	49.3	15.6	3.22
	200~400만원 미만	2.3	10.0	42.0	43.2	2.5	45.7	42.0	12.3	3.34
	400~600만원 미만	1.2	6.7	39.1	46.8	6.2	53.0	39.1	7.9	3.50
	600만원 이상	2.0	5.4	38.6	47.8	6.2	54.0	38.6	7.4	3.51

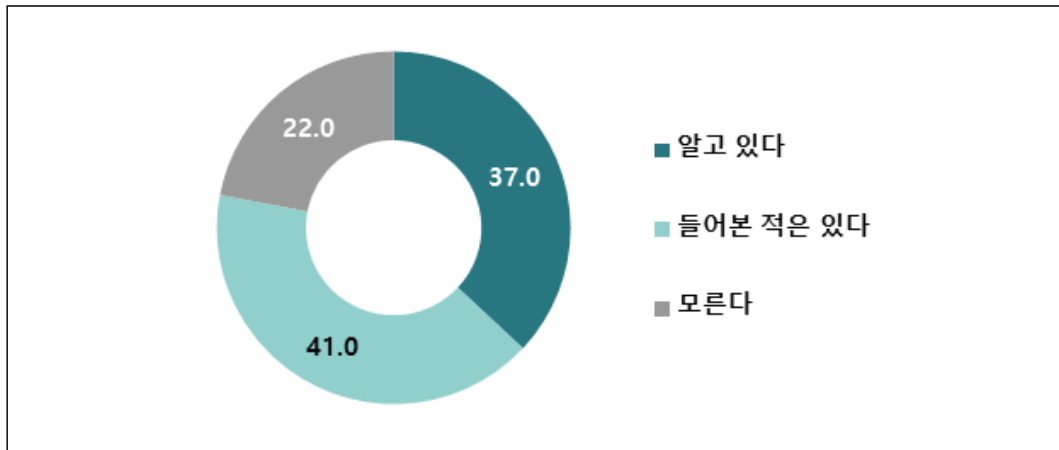
## 5. 유기가공식품 구입현황

### 5.1. 유기가공식품 인지도

○ 유기가공식품에 대해 37.0%가 '알고 있다'고 응답하였으며, 41.0%는 들어본 적이 있다고 응답함.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 강원권(42.9%)과 수도권(42.7%)에서 높았으며, 호남권(15.3%)과 충청권(22.8%)에서 상대적으로 낮게 나타남.

〈그림 4-64〉 유기가공식품 인지도



〈표 4-67〉 유기 가공식품 인지도

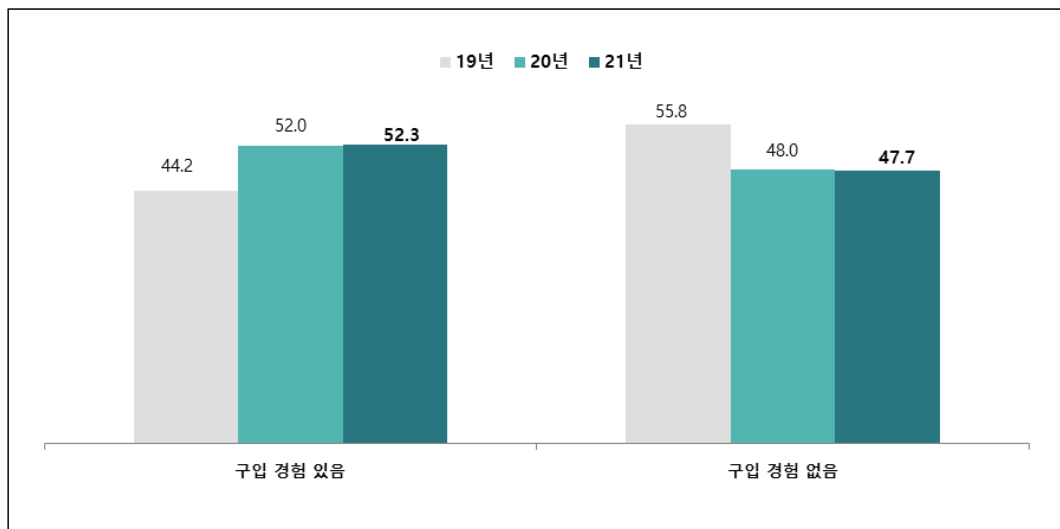
(단위: %)

구분		알고 있다	들어본 적은 있다	모른다
전체		37.0	41.0	22.0
거주지역	수도권	42.7	37.0	20.3
	충청권	22.8	47.6	29.5
	호남권	15.3	56.2	28.5
	대경권	40.4	32.8	26.8
	동남권	40.6	43.4	16.0
	강원권	42.9	43.7	13.4
행정구역	동	37.7	40.5	21.8
	읍면	32.8	43.8	23.4
가구원수	1인 가구	31.1	38.2	30.7
	2인 가구	31.2	46.1	22.8
	3인 가구	43.6	38.4	18.0
	4인 가구 이상	44.1	40.5	15.4
가구주 성별	남자	38.2	40.8	21.0
	여자	34.2	41.5	24.2
가구주 연령	20대	25.0	49.1	25.9
	30대	44.5	40.6	15.0
	40대	49.0	37.4	13.6
	50대	35.3	46.1	18.7
	60대	27.4	37.2	35.4
가구주 최종 학력	중졸 이하	15.1	32.5	52.4
	고졸	36.3	39.2	24.5
	전문대졸 이상	40.2	43.4	16.4
가구주 직업	관리/전문/사무직	40.5	42.8	16.7
	서비스/판매직	39.4	40.8	19.9
	기계/농림어업/단순노무	35.5	40.4	24.1
	기타	23.2	36.7	40.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	28.4	35.7	35.9
	200~400만원 미만	33.1	42.9	24.0
	400~600만원 미만	39.5	43.3	17.3
	600만원 이상	47.5	39.9	12.6

## 5.2. 유기농식품 구입 경험

- 유기농식품을 구입한 경험에 대하여 52.3%가 ‘구입경험이 있다’고 응답함.
  - 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권(60.6%)과 동남권(56.0%)에서 높은 경험률을 보인 반면, 호남권의 경우 30.5%로 구입 경험률이 상대적으로 낮게 나타남.
  - 가구원 수로 살펴보면, 1인가구의 경우는 ‘구입 경험 없음’이 57.6%로 가장 높게 나타남.

〈그림 4-65〉 유기농식품 구입 경험



〈표 4-68〉 유기 가공식품 구입 경험

(단위: %)

구분		있음	없음
전체		52.3	47.7
거주지역	수도권	60.6	39.4
	충청권	41.6	58.4
	호남권	30.5	69.5
	대경권	42.0	58.0
	동남권	56.0	44.0
	강원권	46.4	53.6
행정구역	동	53.5	46.5
	읍면	45.5	54.5
가구원수	1인 가구	42.4	57.6
	2인 가구	49.8	50.2
	3인 가구	58.0	42.0
	4인 가구 이상	60.4	39.6
가구주 성별	남자	53.5	46.5
	여자	49.5	50.5
가구주 연령	20대	42.6	57.4
	30대	60.4	39.6
	40대	61.3	38.7
	50대	53.5	46.5
	60대	41.3	58.7
가구주 최종 학력	중졸 이하	22.9	77.1
	고졸	50.8	49.2
	전문대졸 이상	57.0	43.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	56.4	43.6
	서비스/판매직	53.0	47.0
	기계/농림어업/단순노무	48.7	51.3
	기타	43.4	56.6
월평균 가구 소득	200만원 미만	39.7	60.3
	200~400만원 미만	49.2	50.8
	400~600만원 미만	57.3	42.7
	600만원 이상	61.7	38.3

### 5.3. 유기농식품 인증품질 신뢰도

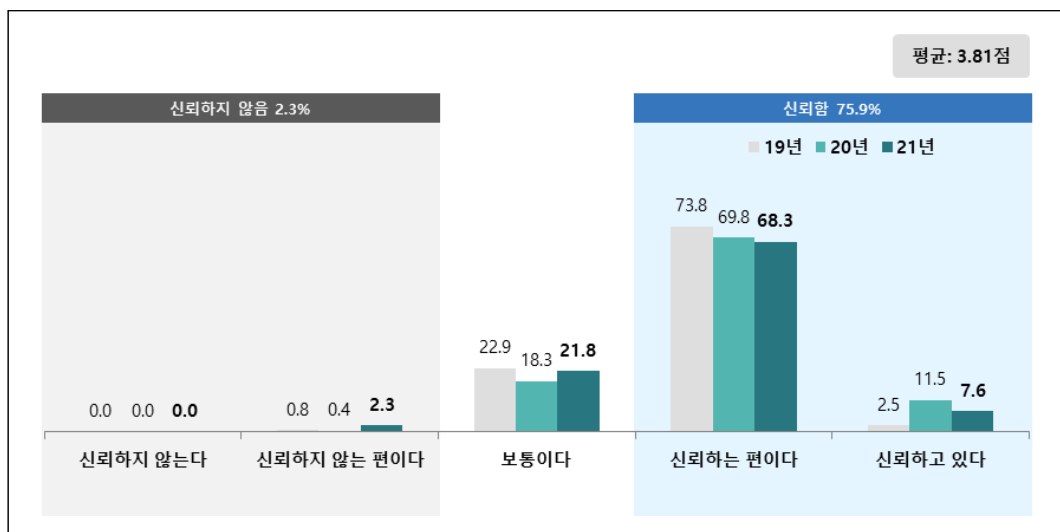
○ 유기농식품의 인증품질에 대한 신뢰도에 대하여 ‘신뢰한다’(신뢰하는 편이다 + 신뢰하고 있다)는 응답은 75.9%로 높은 수준임.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 강원권에서 가장 높은 점수를 보였으며, 대경권에서 가장 낮게 나타남.

- 가구원수에 따라 살펴보면, 3인 가구에서 상대적으로 가장 높은 점수를 보임.

○ 유기농식품 인증품질에 대한 신뢰도는 전년 대비 소폭 하락함.

〈그림 4-66〉 유기농식품 인증품질 신뢰도



〈표 4-69〉 유기가공식품 인증품질 신뢰도

(단위: %, 5점 평균)

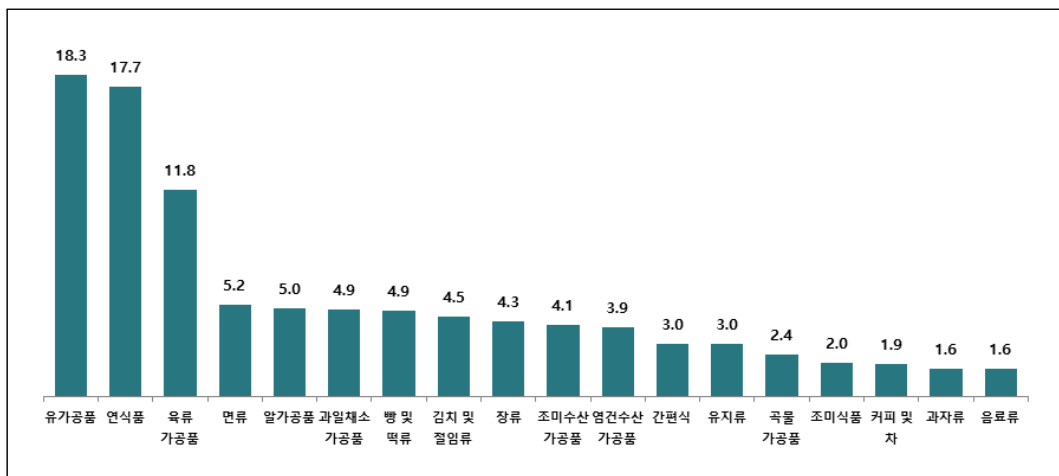
구분		신뢰 하지 않는다	신뢰 하지 않는 편이다	보통 이다	신뢰 하는 편이다	신뢰 하고 있다	TOP2 (4+5)	MID (3)	BOT 2(1+2)	평균 (점)
전체		0.0	2.3	21.8	68.3	7.6	75.9	21.8	2.3	3.81
거주지역	수도권	0.0	3.9	22.4	63.7	9.9	73.6	22.4	3.9	3.80
	충청권	0.0	0.0	14.1	78.3	7.7	85.9	14.1	0.0	3.94
	호남권	0.0	0.0	26.4	67.2	6.5	73.6	26.4	0.0	3.80
	대경권	0.0	0.8	34.4	63.9	0.9	64.8	34.4	0.8	3.65
	동남권	0.0	0.0	18.9	77.1	4.0	81.1	18.9	0.0	3.85
	강원권	0.0	0.0	2.7	95.8	1.5	97.3	2.7	0.0	3.99
행정구역	동	0.0	2.7	22.1	67.6	7.6	75.2	22.1	2.7	3.80
	읍면	0.0	0.0	19.9	72.5	7.6	80.1	19.9	0.0	3.88
가구원수	1인 가구	0.0	1.8	26.1	63.4	8.8	72.2	26.1	1.8	3.79
	2인 가구	0.0	1.3	28.7	63.9	6.1	70.0	28.7	1.3	3.75
	3인 가구	0.0	3.0	15.1	74.3	7.6	81.9	15.1	3.0	3.86
	4인 가구 이상	0.0	3.2	17.8	70.8	8.2	79.0	17.8	3.2	3.84
가구주 성별	남자	0.0	1.4	20.2	70.9	7.5	78.4	20.2	1.4	3.85
	여자	0.0	4.7	25.5	62.0	7.8	69.8	25.5	4.7	3.73
가구주 연령	20대	0.0	0.0	18.3	65.8	15.9	81.7	18.3	0.0	3.98
	30대	0.0	1.4	24.5	67.9	6.1	74.0	24.5	1.4	3.79
	40대	0.0	2.2	15.9	72.6	9.3	81.9	15.9	2.2	3.89
	50대	0.0	3.3	23.6	67.8	5.3	73.1	23.6	3.3	3.75
	60대	0.0	2.9	25.4	64.7	7.1	71.7	25.4	2.9	3.76
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	0.0	45.6	54.4	0.0	54.4	45.6	0.0	3.54
	고졸	0.0	2.3	24.8	66.7	6.3	72.9	24.8	2.3	3.77
	전문대졸 이상	0.0	2.5	18.8	70.0	8.8	78.7	18.8	2.5	3.85
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	0.9	21.1	71.4	6.6	78.0	21.1	0.9	3.84
	서비스/판매직	0.0	3.1	21.2	65.0	10.7	75.7	21.2	3.1	3.83
	기계/농림어업/단순노무	0.0	2.9	20.2	68.0	8.9	77.0	20.2	2.9	3.83
	기타	0.0	5.7	29.2	63.8	1.4	65.1	29.2	5.7	3.61
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	2.3	31.3	62.3	4.2	66.5	31.3	2.3	3.68
	200~400만원 미만	0.0	1.2	24.3	66.5	8.0	74.5	24.3	1.2	3.81
	400~600만원 미만	0.0	4.0	19.2	68.9	7.9	76.8	19.2	4.0	3.81
	600만원 이상	0.0	1.8	16.4	73.3	8.6	81.9	16.4	1.8	3.89

#### 5.4. 유기농식품 최근 1년 구입 경험 및 구입 변화

○ 최근 1년간 구입해 본 유기농식품은 ‘유기농식품’이 18.3%로 가장 높게 나타남. 다음으로 ‘연식품’(17.7%), ‘육농식품’(11.8%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 수도권, 호남권, 대경권, 강원권에서 ‘유기농식품’에 대한 구입 경험이 가장 높게 나타났으며, 충청권과 동남권에서 ‘연식품’의 구매율이 상대적으로 높게 나타남.
- 가구원 수에 따라 살펴보면, 3인 가구에서 ‘유기농식품’ 구입경험이 상대적으로 가장 높게 나타남.

〈그림 4-67〉 유기농식품의 최근 1년 구입 경험





〈표 4-70〉 유기농식품의 최근 1년 구입 경험

(단위: %)

구분		유기농품	연식품	육류	면류	알	과일채소	빵/떡류
전체		18.3	17.7	11.8	5.2	5.0	4.9	4.9
거주지역	수도권	15.5	14.0	13.5	5.1	4.3	5.2	4.3
	충청권	21.6	28.6	5.7	4.3	12.8	3.9	5.5
	호남권	15.8	11.8	12.2	6.6	4.1	3.9	4.9
	대경권	29.9	21.4	8.0	3.9	3.5	2.8	5.9
	동남권	20.3	24.1	11.5	5.5	5.3	6.8	4.9
	강원권	32.4	28.2	3.6	9.6	0.0	0.0	13.2
행정구역	동	17.5	17.4	12.7	5.1	5.2	4.7	4.8
	읍면	23.5	19.7	5.7	5.9	4.1	6.3	5.5
가구원수	1인 가구	18.1	18.5	13.0	4.9	4.0	5.5	5.5
	2인 가구	17.9	17.6	10.8	6.7	2.8	3.8	6.0
	3인 가구	19.2	18.1	10.5	6.2	7.0	5.2	4.0
	4인 가구 이상	17.9	16.7	13.1	3.1	6.1	5.4	4.2
가구주 성별	남자	18.1	17.9	11.1	5.0	5.0	4.6	4.9
	여자	18.7	17.1	13.5	5.8	5.0	5.7	5.0
가구주 연령	20대	18.8	16.6	16.9	5.3	4.5	6.6	7.4
	30대	19.3	15.2	12.5	5.1	7.3	4.8	5.1
	40대	16.6	15.1	13.1	5.0	5.6	5.7	4.9
	50대	19.0	20.7	10.9	6.1	4.7	4.5	4.5
	60대	18.6	19.9	9.0	4.5	2.6	4.1	4.5
가구주 최종 학력	중졸 이하	26.7	29.9	2.9	6.7	2.7	3.8	4.6
	고졸	17.1	18.4	10.9	5.9	3.9	4.0	4.4
	전문대졸 이상	18.6	16.7	12.8	4.7	5.8	5.5	5.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	18.2	16.7	12.7	4.0	5.6	5.5	5.3
	서비스/판매직	18.2	15.4	13.6	6.6	4.5	3.7	4.4
	기계/농림어업/단순노무	17.6	21.0	8.9	5.4	4.6	4.7	3.5
	기타	20.3	20.9	9.1	6.5	4.7	6.5	7.1
월평균 가구 소득	200만원 미만	19.5	19.6	11.9	5.5	3.8	5.0	5.5
	200~400만원 미만	19.2	16.6	10.8	6.2	4.8	5.4	5.9
	400~600만원 미만	17.5	18.2	13.1	5.2	4.8	5.4	4.0
	600만원 이상	17.5	17.3	11.3	3.9	6.2	3.8	4.4

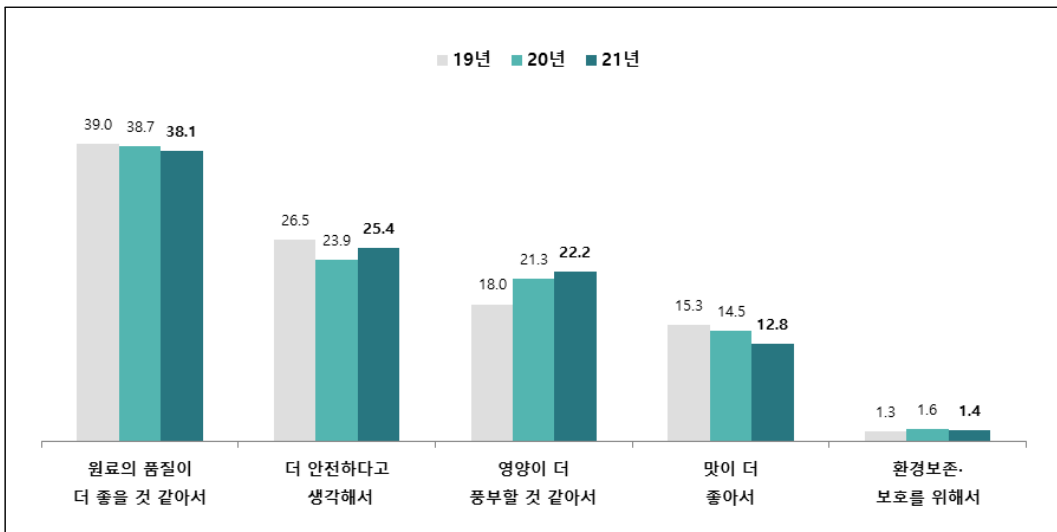
\* 상위7개 만 제시

## 5.5. 유기농식품 구입 이유

○ 유기농식품을 구입하는 이유는 ‘원료의 품질이 더 좋을 것 같아서’가 38.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘더 안전하다고 생각해서’(25.4%), ‘영양이 더 풍부할 것 같아서’(22.2%), ‘맛이 더 좋아서’(12.8%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 모든 지역에서 ‘원료의 품질이 더 좋을 것 같아서’가 가장 높게 나타남.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 4인 이상 가구에서 ‘원료의 품질이 더 좋을 것 같아서’ 응답이 상대적으로 가장 높게 나타남.

〈그림 4-68〉 유기농식품 구입 이유(1+2 가중평균)



〈표 4-71〉 유기 가공식품 구입 이유(1+2 가중평균)

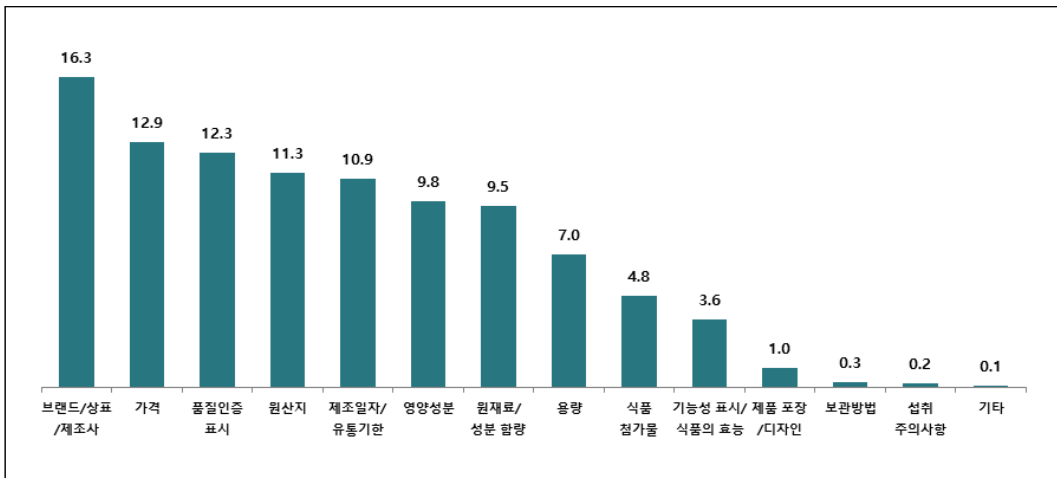
(단위: %)

구분		맛이 더 좋아서	원료의 품질이 더 좋을 것 같아서	영양이 더 풍부할 것 같아서	더 안전하다고 생각해서	환경보전·보호를 위해서	기타
전체		12.8	38.1	22.2	25.4	1.4	0.0
거주지역	수도권	12.2	38.0	22.3	25.8	1.6	0.1
	충청권	13.5	39.4	21.0	24.0	2.0	0.0
	호남권	15.7	39.1	28.5	15.5	1.2	0.0
	대경권	6.9	41.8	21.0	29.7	0.5	0.0
	동남권	17.7	36.5	20.2	24.3	1.3	0.0
	강원권	3.6	33.1	24.8	38.4	0.0	0.0
행정구역	동	12.3	38.7	22.5	25.1	1.3	0.1
	읍면	15.8	34.4	20.1	27.2	2.5	0.0
가구원수	1인 가구	15.2	35.4	25.7	22.9	0.8	0.0
	2인 가구	13.7	36.9	22.2	24.9	2.2	0.0
	3인 가구	10.2	39.5	20.2	28.7	1.1	0.2
	4인 가구 이상	12.4	40.2	21.4	24.7	1.4	0.0
가구주 성별	남	12.7	38.2	21.8	25.7	1.5	0.1
	여	13.0	38.0	23.1	24.6	1.4	0.0
가구주 연령	20대	16.2	33.3	22.8	26.5	1.1	0.0
	30대	10.7	37.8	27.2	22.7	1.6	0.0
	40대	11.4	37.7	21.3	28.1	1.4	0.0
	50대	15.8	39.9	19.2	24.3	0.6	0.2
	60대 이상	11.7	38.4	22.1	25.4	2.4	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	18.8	37.2	21.6	20.0	2.5	0.0
	고졸	13.7	38.8	22.6	23.5	1.3	0.1
	전문대졸 이상	11.9	37.8	22.0	26.8	1.5	0.0
가구주 직업	관리/전문/사무직	12.7	38.0	22.9	24.7	1.6	0.0
	서비스/판매직	12.5	38.9	23.0	24.4	1.2	0.0
	기계농림어업단순노무	13.4	36.4	23.0	25.0	2.0	0.2
	기타	12.5	40.3	15.9	31.3	0.0	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	17.1	37.3	26.2	17.7	1.8	0.0
	200~400만원 미만	12.1	37.6	22.6	26.6	1.1	0.0
	400~600만원 미만	11.9	37.4	21.6	26.7	2.2	0.2
	600만원 이상	12.2	40.2	20.1	26.8	0.7	0.0

## 5.6. 유기농식품 구매 시 우선 확인사항

- 유기농식품 구매 시 우선 확인하는 사항은 ‘브랜드/상표/제조사’(16.3%)이며, 다음으로 ‘가격’(12.9%), ‘품질인증표시’(12.3%), ‘원산지’(11.3%) 등의 순임.
  - 거주 지역별로 살펴보면, 전 지역에서 ‘브랜드/상표/제조사’를 고려한다는 응답이 상대적으로 높았으며, 호남권, 대경권은 ‘제조일자/유통기한’에 대한 응답이 상대적으로 높게 나타남.
  - 가구원수에 따라 살펴보면, 모든 유형의 가구에서 ‘브랜드/상표/제조사’에 대한 응답이 가장 높게 나타남.
- 전년 조사 대비, ‘브랜드/상표/제조사’(▼2.2%p) 하락하였으나, ‘가격’(▲3.0%p)을 고려한다는 응답은 높게 나타남.

〈그림 4-69〉 유기농식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)



〈표 4-72〉 유기농식품 구입 시 우선 확인사항(1+2+3 가중평균)

(단위: %)

구분	가격	용량	브랜드/상표/제조사	제조일자/유통기한	품질인증 표시	원산지	영양 성분	식품 첨가물	원재료/성분 함량	제품 포장/디자인	기능성 표시/식품의 효능	섭취 주의 사항	보관 방법	
전체	12.9	7.0	16.3	10.9	12.3	11.3	9.8	4.8	9.5	1.0	3.6	0.2	0.3	
거주지역	수도권	14.0	6.2	14.4	9.5	13.5	11.9	11.1	5.0	9.7	0.9	3.2	0.1	0.3
	충청권	15.1	12.7	18.6	6.2	11.0	6.0	7.6	2.5	10.2	2.2	7.4	0.0	0.3
	호남권	12.1	9.4	16.7	16.7	8.8	10.4	9.3	3.7	9.1	0.9	2.2	0.0	0.7
	대경권	12.3	7.6	25.7	12.9	7.6	12.3	5.9	4.0	7.9	1.3	2.4	0.2	0.1
	동남권	8.0	3.9	16.7	14.3	13.9	9.4	9.7	7.0	10.8	1.0	4.5	0.7	0.0
	강원권	14.8	16.3	19.2	16.8	2.8	25.8	2.2	0.5	1.3	0.0	0.3	0.0	0.0
행정구역	동	13.0	6.9	16.5	11.6	12.2	11.4	9.7	4.8	9.3	1.0	3.3	0.2	0.2
	읍면	12.2	7.8	15.4	6.8	13.2	10.7	10.1	5.1	11.0	1.1	5.3	0.5	0.7
가구원수	1인 가구	16.5	9.3	17.9	7.7	12.7	10.1	11.1	3.3	7.9	0.6	2.9	0.0	0.0
	2인 가구	12.5	7.2	16.5	12.2	11.3	12.8	9.1	3.9	8.3	1.3	4.5	0.0	0.4
	3인 가구	11.8	6.0	15.4	11.4	13.0	11.7	8.9	6.7	10.3	0.9	3.4	0.1	0.3
	4인 가구 이상	11.5	6.0	15.8	11.6	12.4	10.2	10.3	5.1	11.3	1.1	3.4	0.7	0.3
가구주 성별	남자	12.3	6.9	16.4	11.6	11.9	11.5	9.4	5.0	9.7	1.1	3.4	0.3	0.3
	여자	14.3	7.2	16.1	9.4	13.3	10.6	10.7	4.4	9.1	0.8	3.9	0.0	0.2
가구주 연령	20대	15.3	8.2	18.7	4.8	14.8	10.3	11.5	3.2	9.3	0.0	4.0	0.0	0.0
	30대	13.0	8.1	15.6	10.8	11.1	10.1	9.5	4.0	11.3	1.4	4.6	0.3	0.1
	40대	10.7	7.5	14.3	10.5	14.4	11.8	10.3	5.5	9.6	1.2	3.2	0.3	0.2
	50대	13.5	6.0	17.6	12.0	12.1	10.0	8.7	5.2	9.8	1.2	3.3	0.3	0.5
	60대	13.9	6.3	17.2	12.3	10.4	13.5	10.2	4.7	7.5	0.5	3.4	0.0	0.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	13.2	5.6	26.2	16.3	10.4	9.0	4.7	6.9	4.2	0.0	3.5	0.0	0.0
	고졸	14.8	6.2	15.6	9.6	12.6	13.4	9.7	4.8	8.6	0.7	3.7	0.0	0.3
	전문대졸 이상	11.7	7.6	16.2	11.5	12.3	10.1	10.1	4.7	10.3	1.2	3.5	0.4	0.3
가구주 직업	관리/전문/사무직	11.4	7.4	16.1	10.1	12.2	9.9	10.8	5.0	10.4	1.6	4.1	0.5	0.2
	서비스/판매직	14.9	7.4	16.5	10.3	12.7	10.5	10.6	4.4	8.5	0.9	3.3	0.0	0.0
	기계농림어업단순노무	13.2	5.5	16.8	11.8	14.0	12.4	8.2	5.2	8.3	0.3	3.6	0.1	0.8
	기타	13.5	7.1	15.7	14.2	8.7	16.6	6.4	4.2	11.0	0.1	2.0	0.0	0.3
월평균 가구 소득	200만원 미만	17.9	10.3	18.9	7.8	10.0	12.8	10.4	3.3	5.2	0.1	3.3	0.0	0.0
	200~400만원 미만	13.8	6.8	14.9	12.4	11.6	11.6	9.8	4.2	9.5	1.0	4.3	0.0	0.2
	400~600만원 미만	11.5	5.7	15.5	11.8	13.9	10.3	9.1	5.4	12.0	1.4	3.0	0.1	0.4
	600만원 이상	10.4	6.9	17.6	9.9	12.6	11.2	10.2	5.8	9.2	1.1	3.5	0.8	0.3

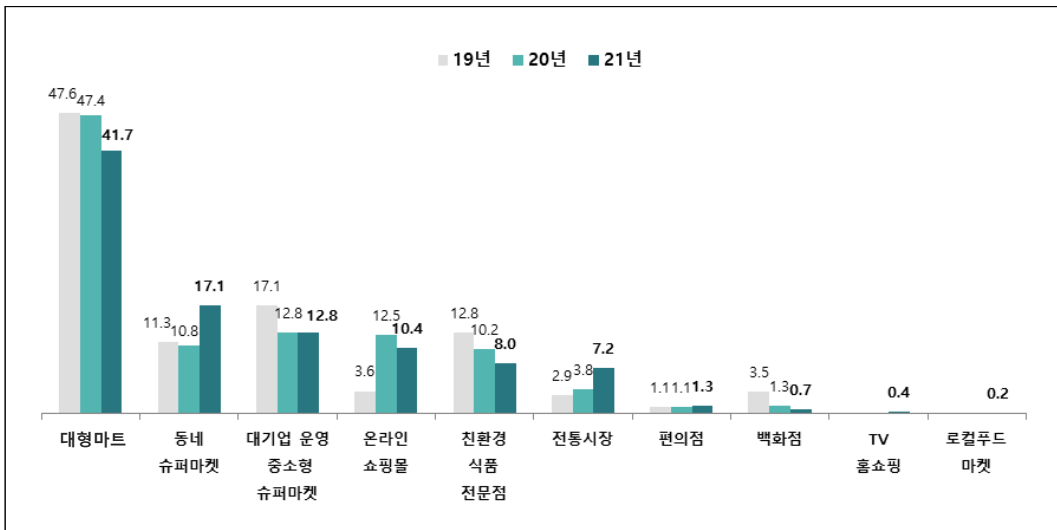
## 5.7. 유기농식품 주 구입처

○ 유기농식품 주 구입처는 ‘대형마트’가 41.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘동네 슈퍼마켓’(17.1%), ‘대기업 운영 중소형 슈퍼마켓’(12.8%), ‘온라인 쇼핑몰’(10.4%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역별로 살펴보면, ‘동네 슈퍼마켓’ 비율이 가장 높은 호남권을 제외한 모든 지역에서 ‘대형 할인점’을 주로 이용한다는 응답이 높게 나타남.
- 가구원수별로 살펴보면, 4인 이상 가구에서 ‘대형 할인점’을 주로 이용한다는 응답이 높음.

○ 전년 조사 대비 ‘동네 슈퍼마켓’(▲6.3%p) 상승폭이 눈에 띈.

〈그림 4-70〉 유기농식품 주 구입처(1+2 가중평균)



〈표 4-73〉 유기농식품 주 구입처(1+2 가중평균)

(단위: %)

구분		대형 마트	동네 슈퍼 마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼 마켓	온라인 쇼핑몰	친환경 식품 전문점	전통 시장	편의점	백화점	TV홈 쇼핑	로컬 푸드 마켓
전체		41.7	17.1	12.8	10.4	8.0	7.2	1.3	0.7	0.4	0.2
거주지역	수도권	43.7	10.3	12.5	14.3	11.0	5.3	1.5	0.8	0.5	0.1
	충청권	40.0	32.3	17.1	5.0	2.4	1.0	1.8	0.0	0.0	0.4
	호남권	35.3	35.6	15.2	2.8	3.0	5.1	1.1	0.4	0.7	0.7
	대경권	31.5	28.0	7.9	6.0	6.9	17.8	0.0	1.3	0.5	0.3
	동남권	40.9	20.0	13.9	5.4	4.0	14.0	0.3	0.9	0.5	0.2
	강원권	58.5	24.0	5.1	2.9	1.4	0.5	6.4	0.0	0.0	0.0
행정구역	동	43.1	15.4	12.0	11.0	8.9	6.9	1.2	0.8	0.5	0.2
	읍면	32.7	28.5	17.9	6.5	2.4	9.3	2.0	0.3	0.0	0.2
가구원수	1인 가구	35.1	20.0	12.0	15.5	5.6	6.4	5.0	0.2	0.2	0.0
	2인 가구	42.8	18.9	12.0	6.8	8.5	8.8	0.8	0.5	0.8	0.2
	3인 가구	41.2	16.9	12.7	10.6	7.9	8.1	0.0	1.3	0.5	0.7
	4인 가구 이상	46.1	13.3	14.3	10.1	9.5	5.5	0.1	0.8	0.2	0.0
가구주 성별	남자	43.1	17.6	13.3	8.4	7.2	7.9	0.6	0.9	0.6	0.3
	여자	38.4	15.8	11.6	15.1	10.0	5.7	2.9	0.2	0.2	0.1
가구주 연령	20대	36.7	18.4	12.8	11.3	1.8	6.4	12.7	0.0	0.0	0.0
	30대	43.1	12.4	8.8	17.8	11.2	4.2	1.4	0.9	0.2	0.0
	40대	43.4	14.2	13.3	14.9	6.5	6.2	0.4	0.4	0.5	0.2
	50대	43.4	17.2	14.6	6.4	9.0	7.5	0.2	0.8	0.5	0.3
	60대	37.7	24.9	13.7	2.1	7.7	11.5	0.2	1.1	0.6	0.4
가구주 최종 학력	중졸 이하	30.6	45.4	3.0	0.0	0.0	21.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	고졸	39.2	20.9	13.9	7.2	8.5	8.9	0.2	0.7	0.3	0.2
	전문대졸 이상	43.8	13.5	12.6	12.8	8.2	5.6	2.0	0.8	0.6	0.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	45.0	13.0	12.4	13.7	7.0	5.7	1.6	0.9	0.6	0.1
	서비스/판매직	41.0	17.5	12.7	9.8	9.9	6.9	1.3	0.4	0.3	0.3
	기계/농림어업/단순노무	40.5	23.0	14.4	2.8	6.4	11.1	0.3	0.9	0.5	0.0
	기타	31.6	22.6	11.6	12.7	11.2	6.9	2.1	0.2	0.0	0.8
월평균 가구 소득	200만원 미만	33.4	25.8	12.0	10.9	6.2	8.5	2.2	0.3	0.8	0.0
	200~400만원 미만	41.4	20.0	11.7	10.7	5.7	7.1	2.5	0.6	0.2	0.0
	400~600만원 미만	46.3	12.5	13.1	9.3	10.7	6.0	0.6	0.6	0.7	0.2
	600만원 이상	41.3	14.3	14.1	11.2	8.7	8.1	0.2	1.3	0.3	0.6

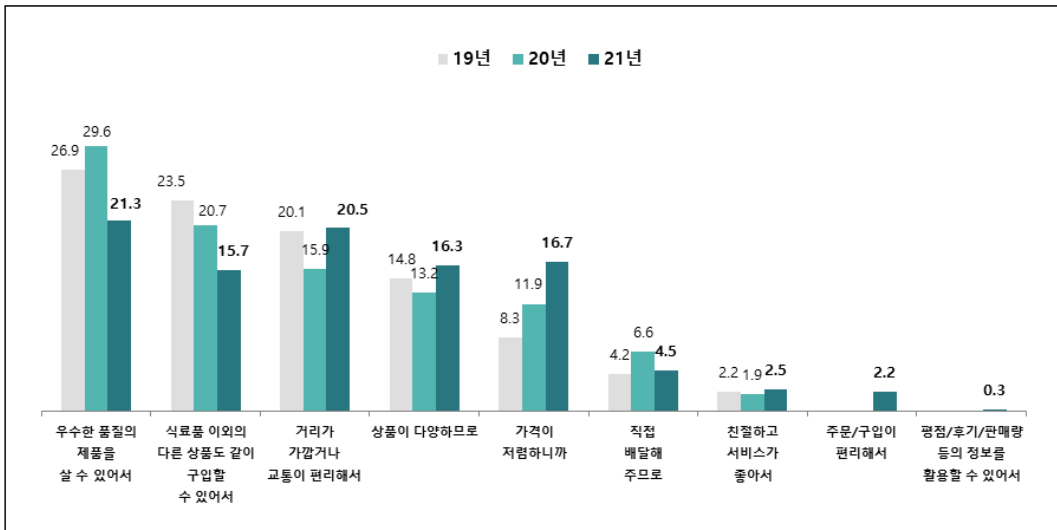
## 5.8. 유기농식품 주 구입처 이용 이유

○ 유기농식품 구입처를 주로 이용하는 이유는 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 21.3%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’(20.5%), ‘가격이 저렴하니까’(16.7%) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역 별로 살펴보면, 수도권, 충청권, 강원권은 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’, 호남권, 대경권, 동남권은 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’가 상대적으로 높은 응답을 보임.
- 가구원수 별로 살펴보면, 3인 가구에서 ‘우수한 품질의 제품을 살 수 있어서’ 이용한다는 응답이 상대적으로 높게 나타남.

○ 전년 조사 대비 유기농식품 주 구입처를 이용하는 이유로는 ‘거리가 가깝거나 교통이 편해서’, ‘가격이 저렴하니까’, ‘상품이 다양하므로’는 증가한 것으로 나타남.

〈그림 4-71〉 유기농식품 주 구입처 이용 이유(1+2 가중평균)





〈표 4-74〉 유기 가공식품 주 구입처 이용 이유(1+2 가중평균)

(단위: %)

구분		우수한 품질의 제품을 살 수 있어서	가격이 저렴 하니까	거리가 가깝거나 교통이 편해서	직접 배달해 주므로	식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입 할 수 있어서	상품이 다양 하므로	친절 하고 서비스 가 좋아서	주문/구입이 편리 해서	평점/후기/판매량 등의 정보를 활용 할 수 있어서
전체		21.3	16.7	20.5	4.5	15.7	16.3	2.5	2.2	0.3
거주지역	수도권	19.0	17.9	20.5	4.6	16.7	16.3	2.3	2.5	0.3
	충청권	17.1	17.6	22.3	3.4	13.3	23.0	2.8	0.6	0.0
	호남권	31.6	20.1	22.5	3.9	7.8	8.3	3.4	2.3	0.0
	대경권	28.5	15.0	22.5	5.9	14.4	10.8	1.6	1.1	0.2
	동남권	26.8	13.4	16.5	5.0	15.2	16.8	3.7	2.0	0.6
	강원권	1.9	4.9	30.3	0.0	29.4	28.1	0.6	4.8	0.0
행정구역	동	21.1	16.3	20.4	4.5	16.0	16.7	2.5	2.5	0.2
	읍면	22.4	19.7	21.3	4.5	13.9	13.9	2.9	0.6	0.8
가구원수	1인 가구	15.8	18.4	23.0	5.8	15.5	15.5	3.6	2.2	0.1
	2인 가구	21.2	16.6	21.0	3.1	15.2	19.3	2.0	1.7	0.0
	3인 가구	24.6	15.7	19.4	4.5	15.5	14.6	2.4	3.3	0.0
	4인 가구 이상	22.3	16.6	19.2	4.8	16.6	15.5	2.4	1.7	1.0
가구주 성별	남	21.2	17.0	21.1	4.6	15.1	16.3	2.5	2.0	0.2
	여	21.5	16.0	19.1	4.3	17.2	16.4	2.6	2.6	0.4
가구주 연령	20대	9.9	21.4	24.8	2.0	14.2	20.1	2.4	5.1	0.2
	30대	24.0	15.9	15.4	5.2	18.6	16.7	2.3	1.6	0.3
	40대	21.1	18.1	17.8	5.6	17.3	15.5	1.9	2.3	0.4
	50대	22.1	15.7	23.1	4.3	15.4	14.6	2.6	1.9	0.4
	60대 이상	21.3	15.7	24.3	3.5	11.8	17.7	3.4	2.2	0.0
가구주 최종 학력	중졸 이하	8.5	18.5	36.6	2.9	9.9	15.5	5.5	2.5	0.0
	고졸	20.4	18.2	22.8	4.0	15.1	14.8	3.2	1.5	0.0
	전문대졸 이상	22.4	15.8	18.3	4.8	16.4	17.3	2.0	2.6	0.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	21.5	16.4	19.3	5.6	16.3	16.5	2.1	2.0	0.4
	서비스/판매직	19.5	17.5	20.0	3.2	18.0	17.9	2.9	1.1	0.1
	기계농림어업단순노무	22.2	19.1	22.2	4.7	11.5	16.1	2.8	1.3	0.0
	기타	23.0	11.4	23.6	2.6	15.8	11.8	3.0	7.7	1.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	18.1	17.8	24.7	4.8	14.8	14.3	2.7	2.8	0.0
	200~400만원 미만	20.1	19.2	20.9	3.9	14.4	16.9	2.9	1.5	0.2
	400~600만원 미만	22.7	12.6	18.1	4.4	18.2	18.2	2.1	3.3	0.3
	600만원 이상	22.7	18.1	20.6	5.1	14.8	14.3	2.4	1.4	0.4

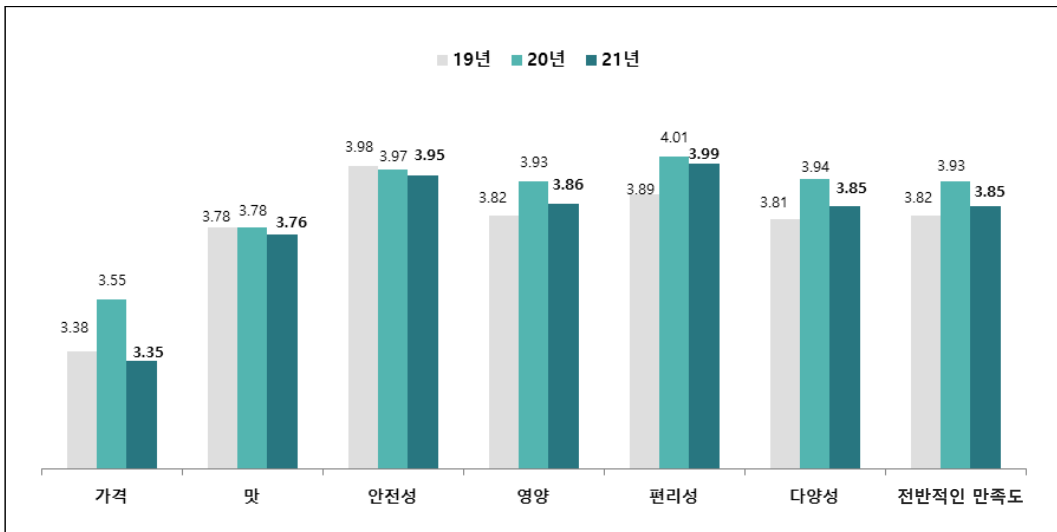
## 5.9. 유기농식품 요소별 만족도

○ 유기농식품 요소별로 ‘편리성’에 대한 만족도가 3.99점으로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘안전성’(3.95점), ‘영양’(3.86점), ‘다양성’(3.85점), ‘전반적인 만족도’(3.85점) 등의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 충청권서의 ‘안전성’, 수도권, 호남권, 대경권, 동남권의 ‘편리성’, 강원권의 ‘맛’에 대한 만족도가 상대적으로 높게 나타남.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 1인 가구와 3인 가구가 ‘편리성’에 대한 만족도가 높아짐.

○ 전년 대비 유기농식품의 모든 항목별 만족도는 낮아졌지만, 19년과 유사한 수준으로 나타남.

〈그림 4-72〉 유기농식품 요소별 만족도



〈표 4-75〉 유기 가공식품 요소별 만족도

(단위: 5점 평균)

구분		가격	맛	안전성	영양	편리성	다양성	전반적인 만족도
전체		3.35	3.76	3.95	3.86	3.99	3.85	3.85
거주지역	수도권	3.34	3.72	3.94	3.81	4.01	3.87	3.83
	충청권	3.28	3.91	4.23	4.12	4.05	3.93	4.04
	호남권	3.50	3.82	3.90	3.82	3.93	3.73	3.79
	대경권	3.24	3.72	4.00	3.90	4.08	3.90	3.88
	동남권	3.45	3.80	3.87	3.89	3.91	3.78	3.84
	강원권	3.09	3.83	3.53	3.65	3.73	3.56	3.70
행정구역	동	3.35	3.74	3.93	3.86	3.98	3.83	3.84
	읍면	3.36	3.86	4.05	3.86	4.05	3.97	3.89
가구원수	1인 가구	3.38	3.82	3.98	3.87	4.01	3.88	3.94
	2인 가구	3.34	3.76	3.86	3.86	3.97	3.81	3.81
	3인 가구	3.28	3.76	4.03	3.84	4.00	3.83	3.85
	4인 가구 이상	3.40	3.72	3.93	3.86	3.97	3.87	3.82
가구주 성별	남	3.40	3.75	3.96	3.89	4.01	3.90	3.88
	여	3.23	3.77	3.91	3.79	3.94	3.73	3.77
가구주 연령	20대	3.45	3.77	4.16	3.87	3.97	3.85	3.96
	30대	3.36	3.82	3.85	3.82	3.95	3.81	3.80
	40대	3.44	3.74	4.00	3.89	3.99	3.86	3.89
	50대	3.24	3.73	3.97	3.86	3.99	3.86	3.80
	60대 이상	3.33	3.77	3.88	3.85	4.01	3.85	3.87
가구주 최종 학력	중졸 이하	2.97	3.63	3.53	3.64	3.87	3.61	3.62
	고졸	3.34	3.79	3.96	3.86	4.04	3.86	3.86
	전문대졸 이상	3.38	3.75	3.96	3.86	3.96	3.85	3.85
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.45	3.76	3.94	3.88	4.01	3.88	3.91
	서비스/판매직	3.29	3.73	4.01	3.90	3.98	3.90	3.85
	기계농림어업단순노무	3.36	3.81	3.94	3.88	4.00	3.90	3.87
	기타	3.05	3.72	3.83	3.63	3.87	3.49	3.55
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.33	3.80	3.90	3.88	3.99	3.81	3.92
	200~400만원 미만	3.35	3.81	3.87	3.83	4.02	3.82	3.84
	400~600만원 미만	3.30	3.75	3.96	3.86	3.98	3.87	3.83
	600만원 이상	3.42	3.68	4.06	3.88	3.95	3.88	3.84

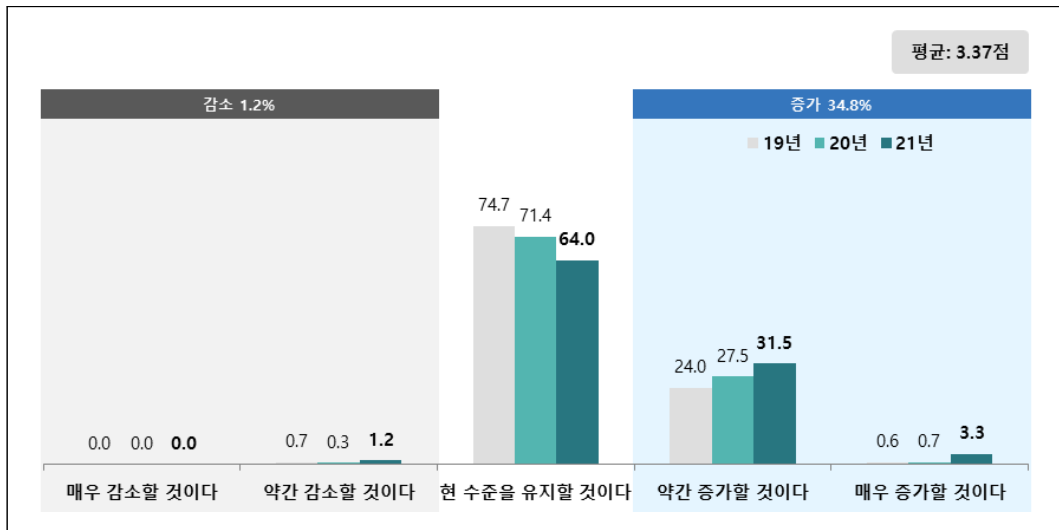
## 5.10. 향후 1년 유기농식품 구입변화

○ 향후 1년 유기농식품 구입 변화에 대하여 ‘현 수준을 유지할 것이다’는 응답이 64.0%로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 호남권에서 상대적으로 높은 점수를 보였으며, 대경권에 서 가장 낮은 점수를 보임.
- 가구원수에 따라 살펴보면, 4인 가구 이상에서 유기농식품 구입의 향후 증가에 대 해 가장 긍정적임.

○ 전년 대비 ‘약간 증가할 것이다’는 응답은 ▲4.0%p 증가하여, 내년에도 유기농식품 구입에 대해 긍정적으로 평가함.

〈그림 4-73〉 향후 1년 유기농식품 구입변화



〈표 4-76〉 향후 1년 유기 가공식품 구입변화

(단위: %, 5점 평균)

구분		매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다	TOP2 (4+5)	MID(3)	BOT2 (1+2)	평균 (5점 평균)
전체		0.0	1.2	64.0	31.5	3.3	34.8	64.0	1.2	3.37
거주지역	수도권	0.0	2.2	58.9	33.3	5.6	38.9	58.9	2.2	3.42
	충청권	0.0	0.0	76.3	22.3	1.4	23.7	76.3	0.0	3.25
	호남권	0.0	0.2	45.0	52.7	2.1	54.8	45.0	0.2	3.57
	대경권	0.0	0.6	81.7	17.6	0.0	17.6	81.7	0.6	3.17
	동남권	0.2	0.1	72.4	27.0	0.2	27.3	72.4	0.3	3.27
	강원권	0.0	0.0	71.0	26.8	2.3	29.0	71.0	0.0	3.31
행정구역	동	0.0	1.4	63.8	31.3	3.4	34.8	63.8	1.4	3.37
	읍면	0.0	0.3	65.0	32.3	2.5	34.8	65.0	0.3	3.37
가구원수	1인 가구	0.0	0.5	70.6	25.4	3.5	28.9	70.6	0.5	3.32
	2인 가구	0.1	0.5	64.9	33.1	1.3	34.4	64.9	0.6	3.35
	3인 가구	0.0	2.7	58.6	35.5	3.2	38.7	58.6	2.7	3.39
	4인 가구 이상	0.0	1.3	60.8	32.2	5.7	37.8	60.8	1.3	3.42
가구주 성별	남	0.1	1.1	61.4	34.1	3.4	37.4	61.4	1.1	3.40
	여	0.0	1.4	69.6	25.8	3.2	29.0	69.6	1.4	3.31
가구주 연령	20대	0.0	0.0	62.1	30.5	7.5	37.9	62.1	0.0	3.45
	30대	0.0	0.8	66.1	32.4	0.7	33.1	66.1	0.8	3.33
	40대	0.0	1.9	61.8	30.9	5.4	36.3	61.8	1.9	3.40
	50대	0.0	1.3	58.5	36.2	3.9	40.2	58.5	1.3	3.43
	60대 이상	0.1	1.1	70.0	27.3	1.4	28.7	70.0	1.3	3.29
가구주 최종 학력	중졸 이하	0.0	0.4	81.8	17.4	0.3	17.7	81.8	0.4	3.18
	고졸	0.1	1.2	66.9	29.4	2.5	31.9	66.9	1.3	3.33
	전문대졸 이상	0.0	1.3	59.8	34.7	4.2	38.9	59.8	1.3	3.42
가구주 직업	관리/전문/사무직	0.0	1.2	59.7	34.3	4.7	39.0	59.7	1.2	3.43
	서비스/판매직	0.0	1.1	64.2	32.1	2.6	34.7	64.2	1.1	3.36
	기계농림어업단순노무	0.2	1.8	67.7	28.3	2.1	30.4	67.7	2.0	3.30
	기타	0.0	0.2	71.0	26.4	2.3	28.7	71.0	0.2	3.31
월평균 가구 소득	200만원 미만	0.0	1.1	75.5	20.4	3.1	23.5	75.5	1.1	3.26
	200~400만원 미만	0.1	1.0	65.4	30.9	2.6	33.5	65.4	1.1	3.35
	400~600만원 미만	0.0	1.3	60.7	36.1	1.8	38.0	60.7	1.3	3.39
	600만원 이상	0.0	1.4	55.7	36.3	6.6	42.8	55.7	1.4	3.48

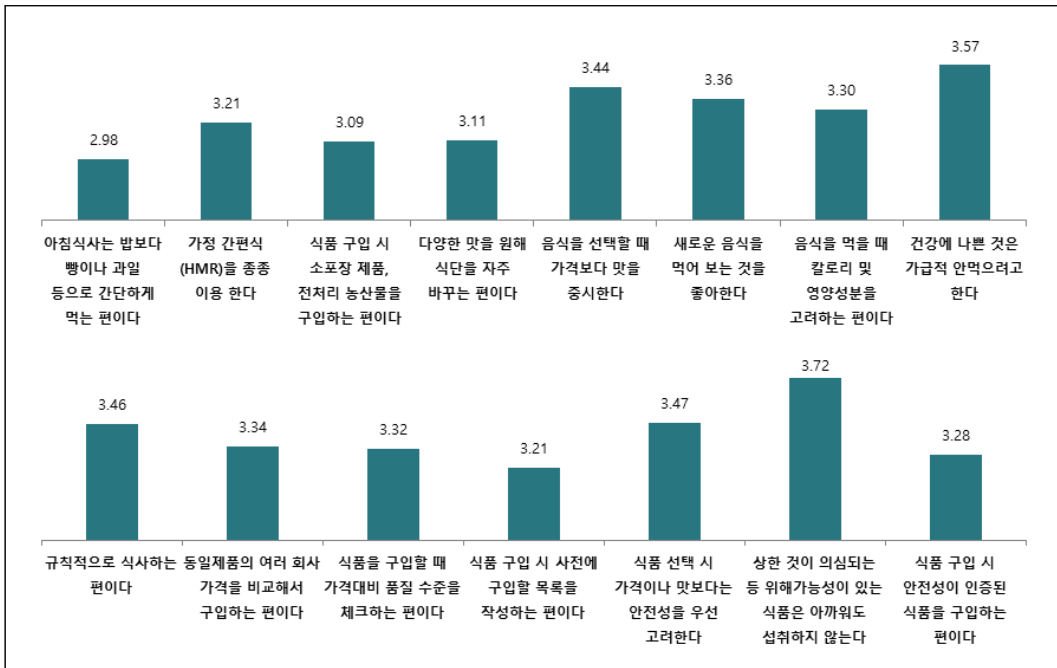
## 6. 식품 소비 라이프스타일 및 인식

### 6.1. 평소 식품 소비 라이프스타일

○ 평소 식품 소비 시 ‘상한 것이 의심되는 식품은 섭취하지 않는다’(3.72점), ‘건강에 나쁜 것은 가급적 안먹으려고 한다’(3.57점), ‘식품 선택 시 가격이나 맛보다는 안전성을 우선 고려한다’(3.47점)와 같이 건강 관련된 요인들이 가장 중요한 것으로 나타남.

- ‘건강에 나쁜 것은 가급적 안먹으려 한다’는 50대, 60대에서 상대적으로 더 중요했으며, ‘식품 선택 시 가격이나 맛보다는 안전성을 우선 고려한다’는 30대, 40대에서, ‘상한 것이 의심되는 식품은 섭취하지 않는다’는 20대에서 상대적으로 더 중요한 것으로 나타나 연령별로 건강관련 중요 요인이 다름을 알 수 있음.

〈그림 4-74〉 평소 식품 소비 라이프스타일(5점 평균)



〈표 4-77〉 평소 식품 소비 라이프스타일 [1/2]

(단위: 5점 평균)

구분		아침 식사는 밥보다 빵이나 과일 등으로 간단하게 먹는 편이다	가정 간편식 (HMR)을 종종 이용한다	식품 구입 시 소포장 제품, 전처리 농산물을 구입하는 편이다	다양한 맛을 위해 식단을 자주 바꾸는 편이다	음식을 선택할 때 가격보다 맛을 중시한다	새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다	음식을 먹을 때 칼로리 및 영양 성분을 고려하는 편이다	건강에 나쁜 것은 적극적으로 안먹으려고 한다
전체		2.98	3.21	3.09	3.11	3.44	3.36	3.30	3.57
거주지역	수도권	2.95	3.26	3.02	3.11	3.41	3.32	3.28	3.56
	충청권	3.09	3.42	3.46	3.22	3.66	3.59	3.31	3.59
	호남권	3.03	3.08	3.15	3.12	3.40	3.41	3.37	3.53
	대경권	2.74	3.04	2.87	2.93	3.44	3.26	3.30	3.69
	동남권	3.14	3.19	3.16	3.17	3.50	3.46	3.32	3.52
	강원권	2.91	2.86	3.11	2.78	2.85	2.83	3.12	3.71
행정구역	동	2.97	3.21	3.08	3.10	3.45	3.36	3.30	3.58
	읍면	3.05	3.23	3.15	3.12	3.33	3.35	3.28	3.53
가구원수	1인 가구	3.19	3.30	3.19	3.07	3.34	3.32	3.24	3.41
	2인 가구	2.74	3.04	2.95	3.02	3.37	3.25	3.19	3.61
	3인 가구	3.01	3.25	3.11	3.18	3.54	3.40	3.39	3.66
	4인 가구 이상	3.04	3.30	3.15	3.19	3.51	3.51	3.39	3.63
가구주 성별	남자	2.97	3.21	3.11	3.12	3.47	3.41	3.31	3.60
	여자	3.02	3.22	3.07	3.07	3.36	3.25	3.27	3.52
가구주 연령	20대	3.45	3.51	3.44	3.25	3.47	3.51	3.48	3.39
	30대	3.37	3.43	3.35	3.18	3.48	3.51	3.32	3.39
	40대	3.00	3.33	3.16	3.23	3.57	3.49	3.43	3.58
	50대	2.97	3.27	3.14	3.15	3.48	3.36	3.29	3.64
	60대	2.60	2.83	2.72	2.87	3.24	3.11	3.12	3.67
가구주 최종 학력	중졸 이하	2.32	2.53	2.42	2.51	3.08	2.83	2.90	3.75
	고졸	2.81	3.10	2.98	3.07	3.34	3.27	3.19	3.57
	전문대졸 이상	3.19	3.38	3.26	3.21	3.54	3.49	3.42	3.56
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.22	3.40	3.26	3.23	3.53	3.49	3.41	3.52
	서비스/판매직	2.99	3.20	3.12	3.14	3.46	3.31	3.31	3.56
	기계/농림어업/단순노무	2.81	3.13	2.99	3.05	3.38	3.34	3.21	3.62
	기타	2.50	2.78	2.67	2.72	3.19	3.05	3.05	3.68
월평균 가구 소득	200만원 미만	2.82	2.94	2.90	2.85	3.20	3.09	3.08	3.49
	200~400만원 미만	2.99	3.24	3.07	3.09	3.36	3.32	3.28	3.51
	400~600만원 미만	2.98	3.25	3.12	3.14	3.51	3.41	3.31	3.59
	600만원 이상	3.13	3.36	3.27	3.32	3.67	3.60	3.50	3.72

〈표 4-77〉 평소 식품 소비 라이프스타일 [2/2]

(단위: 5점 평균)

구분		규칙적으로 식사하는 편이다	동일 제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 체크하는 편이다	식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	식품 선택 시 가격이나 맛보다는 안전성을 우선 고려한다	상한 것이 의심되는 등 위해 가능성이 있는 식품은 아까워도 섭취하지 않는다	식품 구입 시 안전성이 인증된 식품을 구입하는 편이다
전체		3.46	3.34	3.32	3.21	3.47	3.72	3.28
거주지역	수도권	3.43	3.36	3.28	3.26	3.43	3.80	3.24
	충청권	3.52	3.37	3.32	3.12	3.66	3.93	3.30
	호남권	3.52	3.27	3.46	3.16	3.45	3.48	3.31
	대경권	3.53	3.39	3.36	3.17	3.59	3.74	3.26
	동남권	3.43	3.33	3.37	3.25	3.45	3.50	3.41
	강원권	3.41	2.93	2.99	2.90	3.11	3.50	3.32
행정구역	동	3.45	3.34	3.32	3.22	3.47	3.74	3.29
	읍면	3.49	3.32	3.29	3.19	3.46	3.64	3.25
가구원수	1인 가구	3.29	3.28	3.18	3.10	3.31	3.73	3.11
	2인 가구	3.59	3.27	3.28	3.21	3.45	3.63	3.23
	3인 가구	3.45	3.39	3.39	3.22	3.59	3.75	3.41
	4인 가구 이상	3.49	3.42	3.45	3.33	3.53	3.79	3.41
가구주 성별	남자	3.50	3.35	3.34	3.20	3.50	3.72	3.32
	여자	3.37	3.31	3.26	3.24	3.40	3.72	3.21
가구주 연령	20대	3.24	3.43	3.42	3.24	3.39	3.93	3.26
	30대	3.37	3.33	3.26	3.19	3.44	3.68	3.25
	40대	3.45	3.45	3.47	3.30	3.57	3.76	3.40
	50대	3.44	3.37	3.36	3.28	3.50	3.73	3.34
	60대	3.62	3.19	3.17	3.08	3.39	3.65	3.17
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.77	3.01	3.04	2.78	3.30	3.62	2.99
	고졸	3.47	3.27	3.25	3.18	3.41	3.73	3.19
	전문대졸 이상	3.42	3.42	3.40	3.29	3.52	3.73	3.38
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.41	3.37	3.38	3.26	3.51	3.71	3.37
	서비스/판매직	3.42	3.36	3.30	3.21	3.41	3.70	3.29
	기계/농림어업/단순노무	3.58	3.29	3.27	3.18	3.47	3.69	3.22
	기타	3.49	3.24	3.24	3.11	3.44	3.88	3.09
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.51	3.18	3.11	2.94	3.35	3.64	3.01
	200~400만원 미만	3.37	3.27	3.28	3.20	3.37	3.67	3.27
	400~600만원 미만	3.48	3.38	3.34	3.29	3.52	3.75	3.32
	600만원 이상	3.52	3.52	3.54	3.37	3.65	3.83	3.50



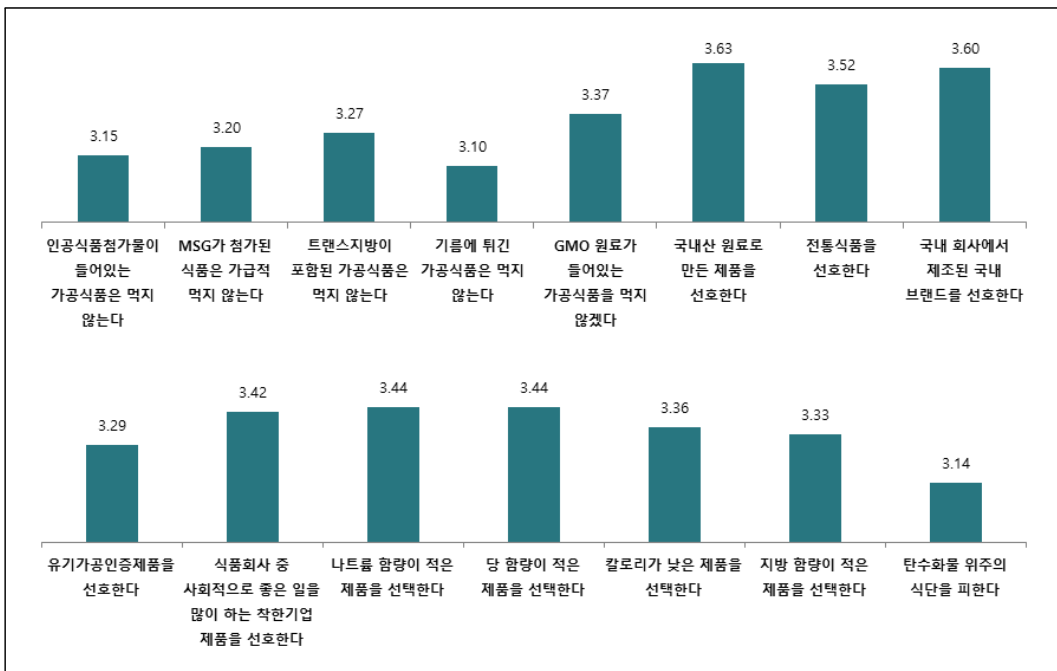
## 6.2. 평소 식품 관련 인식 및 선호도

○ 식품 관련해서 ‘국내산 원료로 만든 제품’(3.63점)과 ‘국내 회사에서 제조된 국내 브랜드’(3.60점)에 대한 선호가 가장 높았으며, ‘전통 식품’(3.52점)에 대한 선호 역시 높게 나타나고 있음.

○ ‘기름에 튀긴 가공식품’(3.10점)과 ‘탄수화물 위주의 식단’(3.14점)에 대한 기피는 다른 속성들 대비 상대적으로 낮게 나타남.

- 가구소득이 높은 경우 대부분의 속성에서 선호도가 높게 나타나고 있음

〈그림 4-75〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도



〈표 4-78〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도 [1/2]

(단위: 5점 평균)

구분		인공 식품 첨가물이 들어있는 가공 식품은 먹지 않는다	MSG가 첨가된 식품은 가급적 먹지 않는다	트랜스 지방이 포함된 가공 식품은 먹지 않는다	기름에 튀긴 가공 식품은 먹지 않는다	GMO 원료가 들어있는 가공 식품을 먹지 않겠다	국내산 원료로 만든 제품을 선호한다	전통 식품을 선호한다	국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다
전체		3.15	3.20	3.27	3.10	3.37	3.63	3.52	3.60
거주지역	수도권	3.10	3.12	3.13	2.97	3.40	3.56	3.43	3.55
	충청권	2.88	2.91	3.23	2.87	3.18	3.66	3.58	3.72
	호남권	3.36	3.29	3.42	3.39	3.42	3.63	3.64	3.55
	대경권	3.30	3.43	3.53	3.24	3.36	3.95	3.75	3.82
	동남권	3.19	3.34	3.33	3.17	3.33	3.60	3.45	3.59
	강원권	3.57	3.69	4.04	4.00	3.48	3.68	3.96	3.64
행정구역	동	3.15	3.19	3.25	3.09	3.37	3.63	3.50	3.60
	읍면	3.18	3.24	3.37	3.12	3.34	3.63	3.62	3.60
가구원수	1인 가구	2.97	3.01	3.14	3.04	3.26	3.49	3.33	3.53
	2인 가구	3.23	3.24	3.31	3.16	3.38	3.68	3.67	3.58
	3인 가구	3.22	3.26	3.36	3.11	3.41	3.70	3.52	3.65
	4인 가구 이상	3.19	3.28	3.28	3.07	3.43	3.66	3.55	3.66
가구주 성별	남자	3.21	3.24	3.32	3.10	3.36	3.65	3.56	3.59
	여자	3.04	3.09	3.17	3.09	3.39	3.59	3.44	3.64
가구주 연령	20대	2.94	2.89	2.95	2.99	3.37	3.41	3.07	3.51
	30대	3.06	3.06	3.16	2.97	3.29	3.50	3.29	3.50
	40대	3.07	3.24	3.31	3.10	3.39	3.66	3.48	3.65
	50대	3.20	3.22	3.22	3.03	3.37	3.67	3.61	3.69
	60대	3.30	3.31	3.45	3.27	3.39	3.71	3.75	3.57
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.30	3.30	3.44	3.32	3.33	3.78	3.90	3.64
	고졸	3.17	3.18	3.31	3.10	3.38	3.64	3.58	3.57
	전문대졸 이상	3.12	3.19	3.22	3.06	3.36	3.60	3.43	3.62
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.10	3.14	3.21	3.05	3.38	3.56	3.42	3.55
	서비스/판매직	3.14	3.23	3.28	3.10	3.34	3.60	3.53	3.62
	기계/농림어업/단순노무	3.23	3.23	3.35	3.13	3.33	3.70	3.62	3.58
	기타	3.24	3.24	3.31	3.17	3.46	3.78	3.68	3.77
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.16	3.18	3.27	3.21	3.29	3.57	3.53	3.57
	200~400만원 미만	3.09	3.12	3.22	3.06	3.32	3.60	3.46	3.53
	400~600만원 미만	3.16	3.24	3.25	3.02	3.41	3.61	3.52	3.62
	600만원 이상	3.24	3.28	3.38	3.15	3.45	3.76	3.61	3.73

〈표 4-78〉 평소 식품 관련 인식 및 선호도 [2/2]

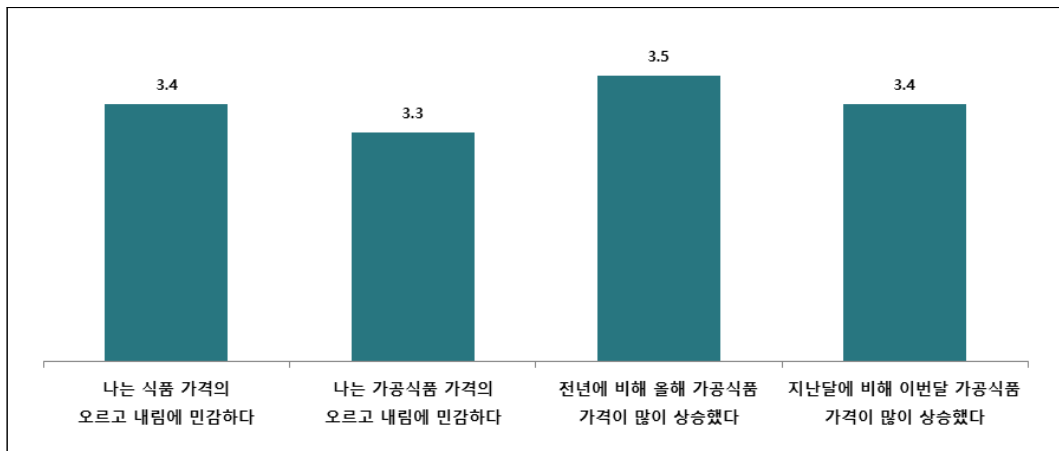
(단위: 5점 평균)

구분	유기가공 인증 제품을 선호한다	식품 회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한 기업 제품을 선호한다	나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	당 함량이 적은 제품을 선택한다	칼로리가 낮은 제품을 선택한다	지방 함량이 적은 제품을 선택한다	탄수화물 위주의 식단을 피한다
전체	3.29	3.42	3.44	3.44	3.36	3.33	3.14
거주지역	수도권	3.27	3.40	3.32	3.32	3.26	2.98
	충청권	3.21	3.45	3.50	3.48	3.33	3.11
	호남권	3.37	3.41	3.56	3.52	3.45	3.41
	대경권	3.27	3.58	3.70	3.76	3.68	3.61
	동남권	3.39	3.42	3.41	3.44	3.35	3.35
	강원권	3.20	3.16	3.89	3.86	3.72	3.89
행정구역	동	3.27	3.41	3.43	3.43	3.34	3.11
	읍면	3.36	3.47	3.46	3.47	3.43	3.35
가구원수	1인 가구	3.17	3.31	3.33	3.30	3.26	3.06
	2인 가구	3.29	3.39	3.41	3.48	3.41	3.36
	3인 가구	3.32	3.47	3.54	3.48	3.40	3.44
	4인 가구 이상	3.39	3.52	3.48	3.50	3.36	3.30
가구주 성별	남자	3.32	3.44	3.43	3.46	3.39	3.18
	여자	3.21	3.37	3.46	3.39	3.29	3.05
가구주 연령	20대	3.17	3.31	3.29	3.23	3.43	3.10
	30대	3.18	3.42	3.36	3.29	3.28	3.08
	40대	3.41	3.44	3.45	3.47	3.37	3.32
	50대	3.31	3.44	3.48	3.49	3.35	3.33
	60대	3.27	3.41	3.48	3.52	3.39	3.34
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.15	3.31	3.58	3.53	3.40	3.16
	고졸	3.23	3.40	3.42	3.40	3.29	3.10
	전문대졸 이상	3.34	3.45	3.43	3.46	3.40	3.37
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.31	3.41	3.40	3.41	3.34	3.17
	서비스/판매직	3.28	3.37	3.44	3.40	3.41	3.33
	기계/농림어업/단순노무	3.28	3.44	3.41	3.50	3.37	3.35
	기타	3.24	3.50	3.60	3.49	3.28	2.97
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.13	3.34	3.40	3.40	3.31	3.11
	200~400만원 미만	3.20	3.30	3.34	3.35	3.32	3.08
	400~600만원 미만	3.33	3.48	3.46	3.46	3.35	3.28
	600만원 이상	3.52	3.59	3.59	3.60	3.47	3.34

### 6.3. 가공식품 가격 수준에 대한 인식

- 전반적으로 식품 가격의 오르고 내림에 민감하며, 가공식품 가격이 전년대비, 그리고 전월대비 많이 올랐다고 인식하고 있음.
  - 가격 변동에 대한 민감도와 가공식품 가격이 많이 올랐다는 인식은 가구소득이 가장 낮은 강원권에서 가장 높게 나타나고 있음.

〈그림 4-76〉 가공식품 가격 수준에 대한 인식



〈표 4-79〉 가공식품 가격 수준에 대한 인식

(단위: 5점 평균)

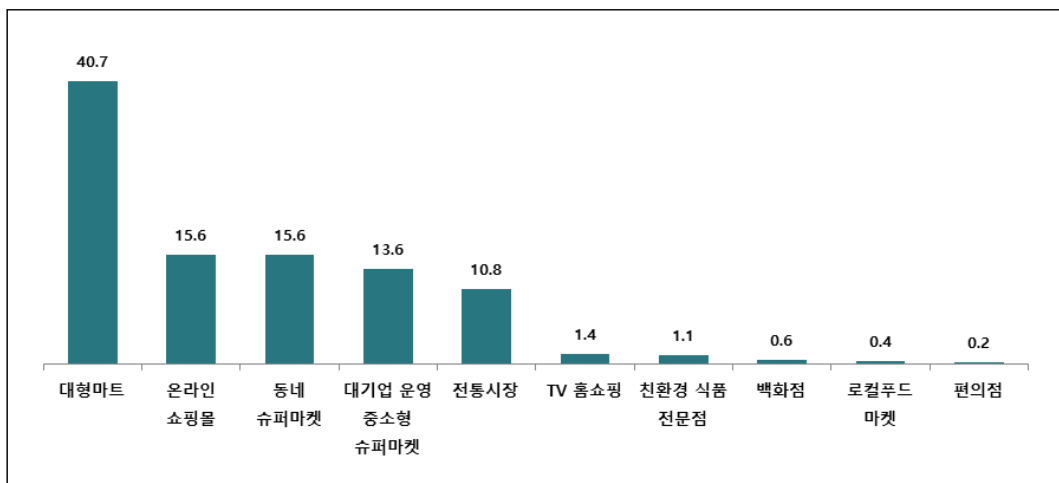
구분		나는 식품 가격의 오 르고 내림에 민감하다	나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다	지난달에 비해 이번달 가공식품 가격이 많이 상승했다
전체		3.35	3.34	3.53	3.41
거주지역	수도권	3.29	3.24	3.42	3.34
	충청권	3.23	3.30	3.68	3.47
	호남권	3.54	3.52	3.57	3.55
	대경권	3.37	3.37	3.63	3.46
	동남권	3.45	3.46	3.60	3.39
	강원권	3.68	3.81	3.82	3.69
행정구역	동	3.36	3.33	3.52	3.40
	읍면	3.34	3.42	3.56	3.44
가구원수	1인 가구	3.23	3.21	3.46	3.38
	2인 가구	3.32	3.35	3.52	3.38
	3인 가구	3.41	3.40	3.54	3.45
	4인 가구 이상	3.47	3.44	3.60	3.45
가구주 성별	남자	3.40	3.40	3.58	3.45
	여자	3.26	3.21	3.42	3.32
가구주 연령	20대	3.37	3.25	3.64	3.51
	30대	3.18	3.18	3.43	3.32
	40대	3.43	3.45	3.53	3.42
	50대	3.41	3.38	3.57	3.44
	60대	3.35	3.35	3.52	3.40
가구주 최종 학력	중졸 이하	3.41	3.34	3.63	3.39
	고졸	3.33	3.34	3.46	3.36
	전문대졸 이상	3.37	3.34	3.56	3.44
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.32	3.31	3.53	3.42
	서비스/판매직	3.36	3.32	3.49	3.39
	기계/농림어업/단순노무	3.41	3.48	3.55	3.45
	기타	3.35	3.28	3.55	3.32
월평균 가구 소득	200만원 미만	3.22	3.22	3.46	3.35
	200~400만원 미만	3.37	3.31	3.50	3.39
	400~600만원 미만	3.43	3.42	3.55	3.41
	600만원 이상	3.35	3.40	3.60	3.50

#### 6.4. 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처(1+2 가중평균)

○ 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처로 ‘대형마트’(40.7%)가 압도적으로 높게 나타나고 있으며, 그 다음으로 ‘온라인 쇼핑몰’(15.6%), ‘동네슈퍼’(15.6%), ‘대기업 운영 중소형 슈퍼마켓’(13.6%), ‘전통시장’(10.8%)의 순으로 나타남.

- 거주 지역에 따라 살펴보면, 강원권에서는 ‘대형마트’가 저렴하다는 인식이 58.1%로 다른 지역대비 높았으며, 호남의 경우 ‘동네슈퍼마켓’이 가장 저렴하다는 인식이 32.0%로 전체 평균이 15.6% 대비 약 2배 높게 나타남.
- 가구주 연령 측면에서, 온라인 쇼핑몰이 가장 저렴하다는 인식이 20대에서 25.3%, 30대에서 28.3%로 다른 연령대 대비 높게 나타남.

〈그림 4-77〉 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처(1+2 가중평균)



〈표 4-80〉 가공식품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 구입처(1+2 가중평균)

(단위: %)

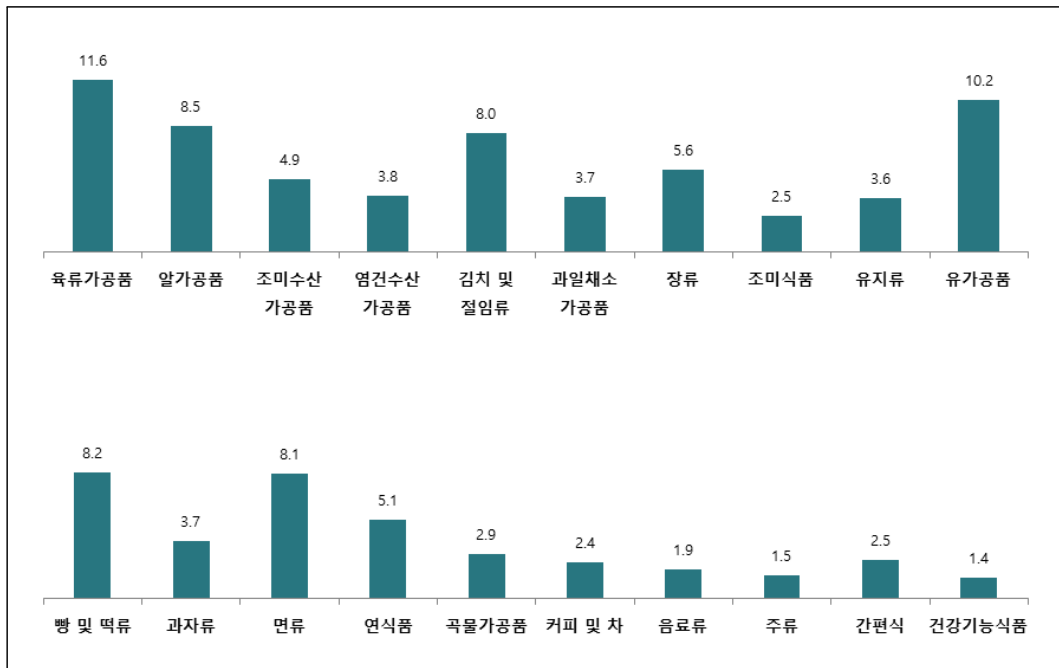
구분		동네 슈퍼 마켓	대기업 운영 중소형 슈퍼 마켓	대형 마트	전통 시장	백화점	친환경 식품 전문점	온라인 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	편의점	로컬 푸드 마켓
전체		15.6	13.6	40.7	10.8	0.6	1.1	15.6	1.4	0.2	0.4
거주지역	수도권	9.7	14.0	41.9	9.7	0.6	1.6	20.5	1.5	0.2	0.4
	충청권	19.0	17.1	39.8	4.6	0.0	0.6	17.4	1.1	0.1	0.3
	호남권	32.0	14.1	34.6	8.0	0.6	1.2	6.7	1.9	0.3	0.6
	대경권	22.7	6.2	37.4	19.6	0.7	0.1	12.1	0.7	0.0	0.4
	동남권	17.0	15.3	41.2	14.0	0.7	0.9	8.7	1.8	0.0	0.3
	강원권	11.3	3.9	58.1	16.1	0.0	0.6	8.4	0.0	1.6	0.0
행정구역	동	14.4	13.6	41.5	10.2	0.5	1.1	16.6	1.4	0.2	0.4
	읍면	22.2	13.6	36.1	13.8	0.7	1.5	10.4	1.6	0.0	0.2
가구원수	1인 가구	16.4	13.2	35.2	11.5	0.6	0.9	20.1	1.1	0.7	0.3
	2인 가구	16.6	11.1	44.5	14.1	0.4	1.1	9.9	2.0	0.0	0.3
	3인 가구	14.6	15.8	41.0	8.8	0.8	1.0	16.3	1.4	0.0	0.4
	4인 가구 이상	14.6	14.8	41.9	7.9	0.5	1.5	17.2	1.1	0.0	0.4
가구주 성별	남자	16.6	14.2	41.2	10.7	0.6	1.2	13.8	1.4	0.0	0.2
	여자	13.3	12.1	39.7	11.0	0.6	1.0	19.6	1.4	0.6	0.6
가구주 연령	20대	9.8	19.6	34.6	5.8	0.9	0.9	25.3	1.1	2.0	0.0
	30대	11.4	8.1	41.8	6.0	0.9	1.5	28.3	1.4	0.1	0.4
	40대	12.9	14.2	40.9	8.2	0.5	1.5	20.0	1.4	0.0	0.4
	50대	16.7	14.8	44.2	9.0	0.4	1.2	12.0	1.3	0.0	0.3
	60대	21.3	13.6	38.4	19.3	0.5	0.6	4.3	1.7	0.1	0.4
가구주 최종 학력	중졸 이하	28.8	7.0	35.3	26.8	0.4	0.0	1.1	0.7	0.0	0.0
	고졸	16.2	14.8	41.6	13.7	0.5	0.9	10.4	1.5	0.0	0.3
	전문대졸 이상	13.6	13.5	40.7	6.9	0.6	1.4	20.9	1.5	0.3	0.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	13.5	13.5	41.2	6.6	0.7	1.3	21.4	1.2	0.2	0.5
	서비스/판매직	14.5	14.3	41.8	10.8	0.9	1.2	14.4	1.7	0.3	0.1
	기계농림어업단순노무	18.2	13.6	41.3	15.4	0.2	1.0	8.3	1.8	0.0	0.3
	기타	20.2	12.3	36.0	16.6	0.1	0.8	12.2	1.0	0.3	0.6
월평균 가구 소득	200만원 미만	19.6	14.6	32.5	18.0	0.6	0.5	11.9	1.8	0.4	0.1
	200~400만원 미만	16.1	11.8	41.7	10.0	0.5	1.1	16.6	1.5	0.3	0.4
	400~600만원 미만	14.3	13.2	44.4	7.3	0.3	1.1	18.1	1.1	0.0	0.3
	600만원 이상	13.0	16.0	41.6	10.2	0.9	1.9	14.3	1.5	0.1	0.5

## 6.5. 가격변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균)

○ 가격 변화가 심한 가공식품으로 ‘육류가공품’(11.6%), ‘유가공품’(10.2%), ‘알가공품’(8.5%), ‘빵 및 떡류’(8.2%), ‘면류’(8.1%)‘김치 및 절임류’(8.0%) 등이 응답됨.

- 거주 지역별로 대부분의 지역에서 육류가공품과 유가공품의 가격 변동이 가장 심하다고 인식하고 있는 가운데, 충청권(13.1%)과 수도권(9.8%)에서 알가공품의 가격 변동이 심하다고 인식하고 있으며, 강원권에서는 면류(19.0%)와 빵 및 떡류(17.3%)의 가격 변동이 가장 심하다고 인식하고 있는 것으로 나타남.

〈그림 4-78〉 가격 변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균)





〈표 4-81〉 가격 변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균) [1/2]

(단위: %)

구분		육류 가공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유 가공품
전체		11.6	8.5	4.9	3.8	8.0	3.7	5.6	2.5	3.6	10.2
거주지역	수도권	10.2	9.8	5.0	3.7	9.2	3.7	6.6	2.6	3.8	9.1
	충청권	9.9	13.1	4.0	3.7	8.0	2.8	6.6	3.2	3.1	10.9
	호남권	15.3	3.6	7.2	3.7	6.9	5.1	4.6	3.1	2.6	7.3
	대경권	12.1	7.2	2.3	6.9	5.3	2.1	2.8	1.3	3.1	14.0
	동남권	15.1	6.5	6.2	2.2	6.9	4.8	3.9	2.4	4.5	12.7
	강원권	6.4	0.8	0.9	3.9	5.2	1.9	5.4	0.2	3.1	12.4
행정구역	동	11.8	8.8	4.9	3.7	8.1	3.7	5.7	2.2	3.7	10.1
	읍면	10.5	7.0	5.2	3.9	7.1	3.5	4.7	3.9	3.0	10.9
가구원수	1인 가구	11.9	8.6	5.8	3.7	8.0	3.2	5.0	1.4	2.7	10.2
	2인 가구	10.2	7.4	4.8	4.5	7.4	4.3	6.3	2.7	3.9	10.0
	3인 가구	12.0	10.6	4.4	3.8	8.3	3.0	5.5	3.1	4.0	10.0
	4인 가구 이상	12.5	7.7	4.7	3.0	8.4	4.1	5.4	2.7	3.8	10.9
가구주 성별	남자	11.6	7.8	4.6	3.7	7.7	3.8	5.7	2.8	3.8	10.5
	여자	11.4	10.1	5.6	3.9	8.5	3.5	5.3	1.8	3.1	9.7
가구주 연령	20대	13.9	11.5	3.7	1.4	7.1	4.4	2.2	1.7	2.1	11.9
	30대	14.1	7.7	7.2	3.4	5.0	4.7	4.8	3.0	2.5	8.9
	40대	13.1	9.7	4.3	3.0	9.2	3.4	4.5	2.9	3.9	11.0
	50대	10.5	8.9	4.3	3.9	8.3	3.7	6.6	2.2	3.8	10.1
	60대	8.9	6.7	5.0	5.3	9.0	3.1	7.0	2.2	4.4	10.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	8.3	6.8	2.8	5.9	8.7	1.2	6.4	1.0	3.9	11.5
	고졸	10.2	8.4	5.8	4.3	8.5	3.1	6.1	2.4	3.8	9.7
	전문대졸 이상	12.9	8.8	4.6	3.1	7.5	4.4	5.1	2.7	3.5	10.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	13.6	8.9	4.8	3.0	7.5	4.8	5.1	2.4	4.0	9.8
	서비스/판매직	11.1	7.7	6.3	3.5	7.3	2.6	4.5	3.2	3.8	11.0
	기계농림어업단순노무	10.2	8.2	4.4	5.1	7.9	3.3	7.3	2.7	3.1	10.1
	기타	8.2	9.3	3.6	4.5	11.3	3.1	6.2	0.7	3.0	10.4
월평균 가구 소득	200만원 미만	9.9	7.3	6.0	5.9	8.2	2.7	5.6	1.4	3.2	11.0
	200~400만원 미만	12.2	8.5	5.6	3.2	8.1	3.4	5.4	2.3	3.4	9.3
	400~600만원 미만	12.1	8.7	4.8	3.3	8.3	4.3	6.4	2.8	4.1	8.7
	600만원 이상	11.5	9.3	3.2	3.3	7.2	4.2	4.7	3.3	3.6	13.1

〈표 4-81〉 가격 변화가 가장 심한 가공식품 품목 인식(1+2+3 가중평균) [2/2]

(단위: %)

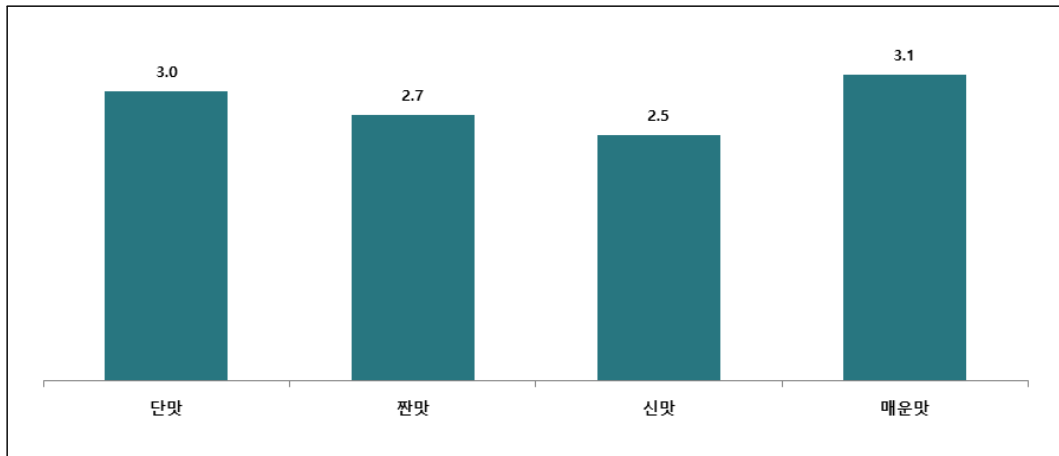
구분		빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 기능 식품
전체		8.2	3.7	8.1	5.1	2.9	2.4	1.9	1.5	2.5	1.4
거주지역	수도권	6.7	3.9	7.5	4.8	3.9	1.6	2.1	1.7	2.9	1.1
	충청권	8.9	1.8	9.0	5.3	1.5	2.3	1.0	1.3	2.5	1.0
	호남권	9.1	5.1	9.6	3.4	1.9	3.3	2.6	2.3	1.2	2.1
	대경권	12.7	4.8	7.4	6.2	1.2	2.6	0.9	0.7	4.1	2.1
	동남권	7.1	3.3	6.7	5.6	2.7	2.9	2.0	1.1	1.7	1.5
	강원권	17.3	1.7	19.0	10.0	0.7	8.6	0.0	0.4	0.4	1.7
행정구역	동	8.0	3.8	7.5	4.8	3.1	2.3	2.0	1.5	2.6	1.4
	읍면	8.8	3.3	11.4	6.9	1.8	2.7	1.1	1.3	2.0	1.1
가구원수	1인 가구	9.0	3.2	7.8	5.3	2.5	2.6	1.9	2.1	3.8	1.4
	2인 가구	8.0	3.3	8.7	5.7	2.9	2.5	2.0	1.5	2.4	1.6
	3인 가구	7.7	4.0	6.6	5.5	3.3	2.1	1.6	1.3	1.9	1.4
	4인 가구 이상	7.9	4.6	9.0	3.9	2.9	2.3	2.0	1.0	2.0	1.1
가구주 성별	남자	7.9	3.8	8.7	5.2	3.0	2.5	1.7	1.8	2.0	1.4
	여자	8.8	3.6	6.7	5.0	2.6	2.0	2.2	0.9	3.7	1.5
가구주 연령	20대	10.0	3.6	7.3	4.2	2.7	2.9	2.6	1.2	4.7	0.8
	30대	7.8	3.8	5.9	3.6	4.6	3.4	1.8	2.8	4.0	0.9
	40대	7.8	4.2	8.3	4.1	2.2	1.8	2.5	1.1	1.8	1.5
	50대	8.1	4.1	7.9	5.6	3.2	2.2	1.9	1.3	2.1	1.3
	60대	8.2	2.9	9.7	6.9	2.1	2.2	1.2	1.2	2.0	1.9
가구주 최종 학력	중졸 이하	7.5	3.0	11.9	10.4	1.5	3.7	0.8	1.6	1.1	1.8
	고졸	8.3	3.5	8.3	5.7	2.7	1.8	2.1	1.3	2.3	1.8
	전문대졸 이상	8.2	4.0	7.5	4.1	3.2	2.6	1.8	1.6	2.8	1.1
가구주 직업	관리/전문/사무직	7.8	4.2	7.3	4.0	3.2	2.2	2.0	1.6	2.9	0.8
	서비스/판매직	7.8	4.1	8.0	5.9	3.3	2.5	2.0	1.2	2.6	1.7
	기계농림어업단순노무	8.1	3.3	9.5	6.1	2.1	2.2	1.4	1.5	2.1	1.4
	기타	10.1	2.0	8.7	5.8	2.2	3.1	2.0	1.6	1.8	2.5
월평균 가구 소득	200만원 미만	8.7	2.6	8.4	7.6	1.9	3.0	1.0	1.7	2.3	1.7
	200~400만원 미만	8.5	3.2	8.7	5.4	2.8	2.4	2.0	1.7	2.6	1.2
	400~600만원 미만	7.6	4.8	7.9	3.8	3.5	2.3	1.8	1.0	2.5	1.2
	600만원 이상	8.0	4.0	7.0	4.3	3.1	2.0	2.4	1.6	2.6	1.6

## 6.6. 맛에 대한 기호도

○ 맛 중에서 매운맛(3.1점), 단맛(3.0점), 짠맛(2.7점), 신맛(2.5점)순으로 선호를 보임.

- 매운맛, 단맛, 짠맛, 신맛의 선호 순위는 대부분의 인구통계 특성집단에서 유지되고 있는 가운데, 60대 이상(2.81점)과 중졸이하(2.75점)에서만 단맛(2.81점)에 대한 선호가 매운맛(2.78점)보다 높게 나타나고 있으며, 중졸의 대부분이 60대 이상인 것을 고려했을 때 단맛에 대한 선호는 연령의 특성으로 판단됨.
- 매운 맛에 대한 선호는 연령이 낮을수록 강하게 나타나고 있음.

〈그림 4-79〉 맛에 대한 기호도(5점 평균)



〈표 4-82〉 맛에 대한 기호도

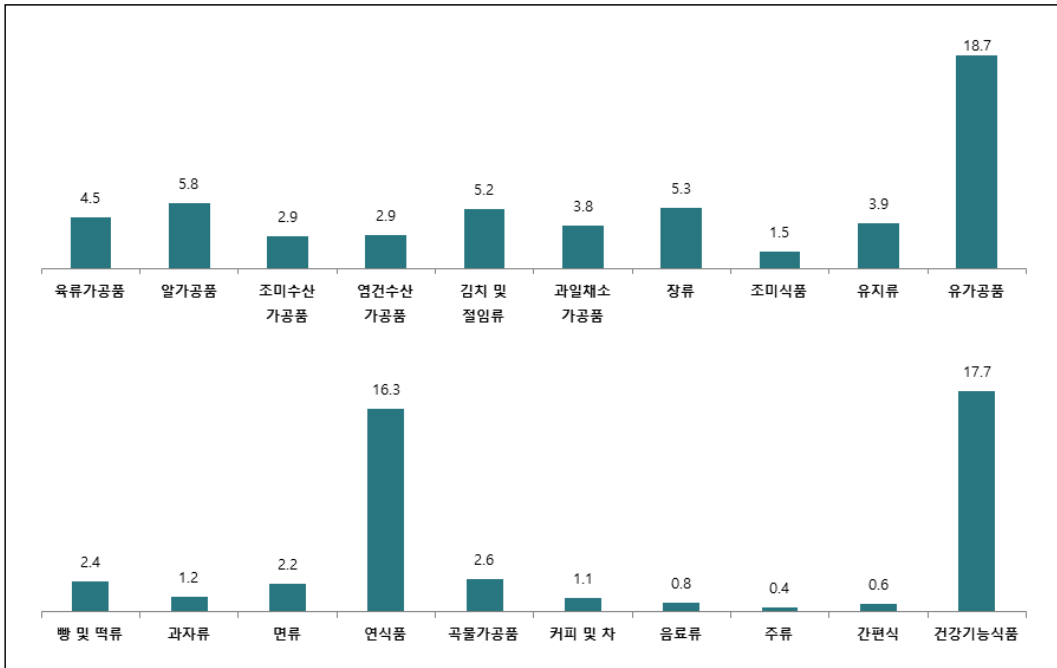
(단위: 5점 평균)

구분		단맛	짠맛	신맛	매운맛	쓴맛
전체		2.95	2.71	2.51	3.12	2.24
거주지역	수도권	3.05	2.90	2.51	3.20	2.16
	충청권	2.82	2.55	2.40	3.20	2.13
	호남권	2.87	2.62	2.67	3.08	2.60
	대경권	2.82	2.49	2.37	3.22	2.40
	동남권	2.89	2.61	2.61	2.91	2.40
	강원권	2.80	1.68	2.27	2.31	1.37
행정구역	동	2.98	2.74	2.53	3.15	2.22
	읍면	2.80	2.51	2.40	2.94	2.32
가구원수	1인 가구	3.02	2.73	2.44	3.16	2.12
	2인 가구	2.85	2.64	2.47	3.01	2.29
	3인 가구	2.96	2.73	2.53	3.13	2.23
	4인 가구 이상	3.00	2.74	2.60	3.20	2.31
가구주 성별	남자	2.95	2.72	2.51	3.11	2.28
	여자	2.96	2.68	2.49	3.14	2.14
가구주 연령	20대	3.12	2.80	2.69	3.49	2.04
	30대	3.14	2.94	2.57	3.31	2.27
	40대	2.93	2.74	2.58	3.17	2.24
	50대	2.93	2.70	2.59	3.19	2.28
	60대	2.81	2.51	2.28	2.78	2.24
가구주 최종 학력	중졸 이하	2.75	2.37	2.11	2.64	2.14
	고졸	2.91	2.69	2.43	3.05	2.21
	전문대졸 이상	3.01	2.76	2.61	3.23	2.27
가구주 직업	관리/전문/사무직	3.06	2.82	2.58	3.23	2.31
	서비스/판매직	2.91	2.70	2.57	3.18	2.19
	기계농림어업단순노무	2.88	2.61	2.42	3.04	2.30
	기타	2.83	2.52	2.28	2.78	2.00
월평균 가구 소득	200만원 미만	2.91	2.67	2.30	3.00	2.04
	200~400만원 미만	2.95	2.66	2.53	3.11	2.31
	400~600만원 미만	2.97	2.81	2.60	3.19	2.31
	600만원 이상	2.96	2.67	2.55	3.16	2.21

## 6.7. 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균)

- 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목으로 ‘유가공품’(18.7%), ‘건강기능식품’(17.7%), ‘연식품’(16.3%) 등이 주로 응답됨
- ‘간편식’(0.6%)은 ‘주류’(0.4%), ‘음료류’(0.8%)와 더불어 가장 낮게 응답됨
  - 거주 지역별로 에 따라 살펴보면, 대부분의 지역에서 건강에 가장 좋은 품목으로 ‘유가공품’을 응답하고 있는 가운데 수도권(19.9%)과 호남권(16.1%)에서는 ‘건강기능식품’이 건강에 가장 좋은 품목이라고 응답함.

〈그림 4-80〉 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균)



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

(단위: %)

구분		육류 가공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유 가공품
전체		4.5	5.8	2.9	2.9	5.2	3.8	5.3	1.5	3.9	18.7
거주지역	수도권	4.3	6.5	3.1	2.7	4.9	4.0	5.1	1.7	4.4	16.0
	충청권	1.0	7.4	0.3	1.6	5.2	2.9	7.8	1.0	3.6	25.3
	호남권	6.8	2.4	3.8	5.5	7.6	4.1	5.1	1.2	4.7	12.7
	대경권	2.5	6.2	1.4	3.7	5.8	1.9	4.2	0.5	1.9	28.9
	동남권	7.4	4.7	4.6	2.4	5.1	5.1	5.3	2.0	4.1	19.7
	강원권	3.5	3.3	0.0	3.3	0.4	2.0	4.7	0.8	0.1	23.1
행정구역	동	4.4	5.7	2.9	2.9	5.4	3.6	5.3	1.4	4.0	18.5
	읍면	5.1	6.0	2.4	3.3	4.0	5.1	5.4	1.8	3.6	19.5
가구원수	1인 가구	4.7	6.5	3.3	2.7	5.8	3.1	5.1	0.8	3.7	18.9
	2인 가구	4.4	4.6	2.3	2.3	5.1	4.2	5.2	1.7	3.8	18.0
	3인 가구	3.7	6.4	2.5	2.5	4.7	5.2	5.6	1.8	3.8	19.7
	4인 가구 이상	5.1	5.8	3.4	4.4	5.2	2.8	5.6	1.8	4.5	18.3
가구주 성별	남자	4.7	5.5	2.6	2.6	5.3	4.2	5.5	1.8	3.7	19.3
	여자	4.0	6.3	3.4	3.7	5.1	2.9	5.0	0.8	4.5	17.3
가구주 연령	20대	5.8	8.2	3.6	3.3	6.5	2.7	4.7	1.7	3.5	19.6
	30대	5.3	7.3	3.1	3.0	5.5	5.2	3.6	0.8	3.7	19.5
	40대	5.2	5.3	2.9	2.3	5.1	3.7	5.0	1.3	4.5	17.9
	50대	3.9	5.7	3.1	3.1	5.0	3.9	5.9	1.8	4.4	18.0
	60대	3.4	4.5	2.2	3.1	4.9	3.2	6.5	1.8	3.3	19.1
가구주 최종 학력	중졸 이하	2.5	5.9	0.9	2.5	4.1	2.0	5.3	1.2	3.1	24.1
	고졸	4.0	5.4	2.8	2.9	5.3	3.5	5.7	1.6	4.1	17.5
	전문대졸 이상	5.1	6.0	3.1	3.0	5.3	4.2	5.1	1.5	4.0	18.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	5.4	6.2	3.6	2.5	5.3	4.2	5.1	1.9	3.7	18.7
	서비스/판매직	4.5	5.5	2.8	2.7	5.3	4.1	4.5	0.8	5.0	18.3
	기계농림어업단순노무	3.8	4.9	1.9	2.9	5.5	4.0	6.3	2.1	3.7	19.1
	기타	2.6	6.2	2.2	4.9	4.5	1.7	6.4	0.4	3.1	18.8
월평균 가구 소득	200만원 미만	4.3	5.0	3.4	2.7	5.7	2.6	5.4	1.2	4.4	20.0
	200~400만원 미만	4.5	5.2	2.9	2.6	4.5	4.3	4.9	1.2	3.3	18.2
	400~600만원 미만	4.4	7.0	2.8	3.7	5.9	3.7	5.2	1.5	3.9	17.3
	600만원 이상	4.7	5.7	2.4	2.6	4.9	4.3	6.2	2.2	4.8	20.0

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

(단위: %)

구분		빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 가능 식품
전체		2.4	1.2	2.2	16.3	2.6	1.1	0.8	0.4	0.6	17.7
거주지역	수도권	1.5	1.2	2.4	15.0	4.1	1.3	0.7	0.3	0.8	19.9
	충청권	0.7	0.5	1.3	20.9	0.4	0.1	0.2	0.1	0.0	19.8
	호남권	6.8	2.1	3.3	9.8	2.1	2.2	2.1	0.7	0.8	16.1
	대경권	2.4	1.1	1.0	22.2	0.5	0.4	0.4	0.8	0.8	13.6
	동남권	4.0	1.4	2.8	15.2	1.2	1.4	0.9	0.4	0.3	12.3
	강원권	1.9	1.1	1.0	32.3	0.4	0.1	0.0	0.1	0.0	21.8
행정구역	동	2.1	1.1	2.0	16.6	2.7	1.2	0.8	0.4	0.4	18.5
	읍면	4.5	1.7	3.7	15.0	1.9	0.8	0.7	0.5	1.8	13.5
가구원수	1인 가구	2.5	1.1	2.0	15.8	2.9	0.7	0.8	0.4	0.8	18.6
	2인 가구	2.5	1.0	2.6	17.2	2.4	1.3	1.2	0.4	0.5	19.4
	3인 가구	2.2	1.3	3.2	17.0	2.3	1.2	0.2	0.3	0.5	15.8
	4인 가구 이상	2.6	1.4	1.2	15.0	2.8	1.4	0.8	0.5	0.7	16.7
가구주 성별	남자	2.7	1.4	2.0	16.2	2.5	1.1	0.7	0.5	0.5	17.2
	여자	1.9	0.9	2.7	16.6	2.9	1.3	0.9	0.1	0.9	19.0
가구주 연령	20대	3.6	2.2	1.5	13.9	1.5	0.7	0.5	0.4	0.4	15.8
	30대	2.6	0.9	1.7	14.7	3.0	1.0	0.8	0.5	1.0	16.5
	40대	1.9	1.2	3.2	16.2	3.6	0.9	0.5	0.3	0.7	18.3
	50대	2.7	1.5	1.8	16.4	1.9	1.4	0.9	0.4	0.6	17.6
	60대	2.2	0.9	2.4	18.1	2.5	1.3	1.0	0.3	0.4	18.8
가구주 최종 학력	중졸 이하	1.2	0.6	1.7	23.8	0.9	1.1	0.6	0.4	0.5	17.6
	고졸	2.5	1.3	2.5	16.0	3.6	1.1	0.9	0.3	0.5	18.6
	전문대졸 이상	2.6	1.3	2.2	15.6	2.1	1.2	0.7	0.4	0.7	17.2
가구주 직업	관리/전문/사무직	2.7	1.3	1.9	15.8	2.5	1.0	0.6	0.4	0.5	16.8
	서비스/판매직	2.6	1.4	2.4	15.2	3.3	1.1	0.9	0.4	1.0	18.4
	기계농림어업단순노무	2.6	1.3	2.7	18.3	2.7	1.1	0.9	0.5	0.4	15.5
	기타	1.0	0.8	2.3	16.8	1.3	1.9	0.9	0.1	0.5	23.6
월평균 가구 소득	200만원 미만	1.7	1.1	1.7	18.8	2.6	0.7	0.2	0.2	0.6	17.7
	200~400만원 미만	2.9	0.9	2.9	15.5	3.4	1.0	1.4	0.5	0.7	19.2
	400~600만원 미만	2.4	1.9	2.3	14.8	2.1	1.7	0.6	0.3	0.6	17.7
	600만원 이상	2.4	0.9	1.6	17.4	2.0	0.8	0.5	0.4	0.6	15.6

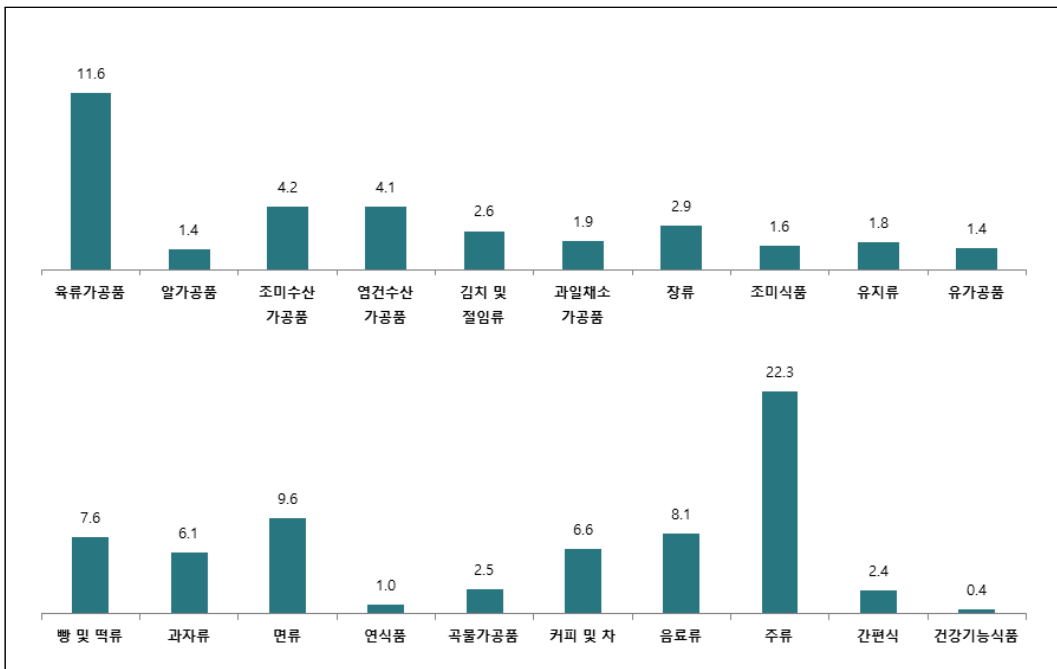
## 6.8. 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균)

○ 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목으로 ‘주류’(22.3%), ‘육류가공품’(11.6%), ‘면류’(9.6%) 등의 순으로 응답됨.

○ 건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목에서 매우 낮은 응답을 받은 간편식은 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목에서 2.4점으로 매우 낮게 나와 특별히 건강에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 인식되고 있음을 알 수 있음.

- 거주 지역별로 모든 지역에서 ‘주류’가 가장 높게 응답되고 있는 가운데, 호남권에서는 ‘육류가공품’(13.0%)이 ‘주류’(11.2%)보다 더 건강에 나쁜 영향을 미치는 것으로 응답됨.

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





〈표 4-84〉 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) [1/2]

(단위: %)

구분		육류 가공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유 가공품
전체		11.6	1.4	4.2	4.1	2.6	1.9	2.9	1.6	1.8	1.4
거주지역	수도권	11.4	1.1	4.8	4.0	2.5	2.0	3.5	1.5	1.6	0.9
	충청권	11.7	0.9	1.9	5.3	0.5	0.5	1.3	0.8	0.5	0.7
	호남권	13.0	2.3	6.2	5.1	3.5	2.9	5.0	2.2	3.4	2.1
	대경권	13.4	1.5	3.1	2.0	1.1	1.9	0.7	1.5	1.1	0.6
	동남권	10.4	2.3	3.6	4.9	4.7	1.8	2.7	2.6	3.3	3.7
	강원권	10.1	0.0	0.0	1.0	0.0	0.2	0.3	0.0	0.3	0.1
행정구역	동	11.3	1.2	4.0	4.0	2.2	1.9	2.7	1.5	1.8	1.2
	읍면	13.3	2.4	4.8	5.0	4.5	2.0	4.0	2.3	2.0	2.7
가구원수	1인 가구	11.0	1.4	3.0	4.1	2.3	1.6	2.6	1.4	1.5	0.8
	2인 가구	13.2	1.4	4.5	4.6	2.4	2.0	2.7	1.5	1.9	1.3
	3인 가구	10.7	1.9	4.2	3.8	3.1	1.6	2.8	1.6	1.6	2.5
	4인 가구 이상	11.3	0.9	5.0	3.8	2.5	2.3	3.7	2.0	2.3	1.2
가구주 성별	남자	11.6	1.6	4.7	4.3	2.7	1.9	3.0	1.8	1.8	1.6
	여자	11.6	1.0	3.0	3.7	2.2	1.7	2.7	1.3	1.9	1.0
가구주 연령	20대	11.6	1.2	4.0	5.6	2.1	2.0	2.9	1.6	2.1	1.4
	30대	11.8	1.5	2.9	3.2	2.3	1.4	3.3	1.3	2.1	1.6
	40대	10.0	1.5	3.9	3.8	3.7	2.5	3.3	1.7	1.7	1.7
	50대	11.4	1.4	5.5	4.1	2.3	2.1	2.9	1.9	2.0	1.1
	60대	13.0	1.3	4.0	4.6	2.2	1.3	2.5	1.4	1.5	1.2
가구주 최종 학력	중졸 이하	16.7	0.5	3.9	6.0	1.2	1.6	0.6	1.0	1.9	0.6
	고졸	11.9	1.3	3.7	4.5	2.7	1.5	2.7	1.6	1.7	1.0
	전문대졸 이상	10.8	1.6	4.5	3.7	2.6	2.1	3.4	1.7	1.9	1.8
가구주 직업	관리/전문/사무직	10.6	1.8	4.5	3.7	2.8	2.6	3.5	1.7	2.1	1.8
	서비스/판매직	11.4	0.8	3.4	4.1	2.2	1.2	3.3	1.3	2.0	1.6
	기계농림어업단순노무	10.9	1.7	5.2	4.7	2.6	1.7	2.5	1.8	1.4	0.9
	기타	16.5	0.8	2.8	4.7	2.3	1.2	1.0	1.5	1.3	0.6
월평균 가구 소득	200만원 미만	13.1	1.2	2.6	5.7	2.0	0.9	2.3	1.3	1.6	0.8
	200~400만원 미만	11.8	1.4	3.6	3.8	3.2	1.4	3.0	1.4	1.9	1.1
	400~600만원 미만	12.1	1.2	4.5	3.3	2.3	2.5	3.1	2.0	2.0	2.2
	600만원 이상	9.3	1.8	5.9	4.4	2.4	2.6	3.1	1.6	1.6	1.4

〈표 4-84〉 건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목(1+2+3 가중평균) [2/2]

(단위: %)

구분		빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 기능 식품
전체		7.6	6.1	9.6	1.0	2.5	6.6	8.1	22.3	2.4	0.4
거주지역	수도권	7.5	5.0	10.0	0.6	2.4	6.7	7.4	24.9	2.2	0.1
	충청권	5.2	7.7	9.1	0.4	2.8	11.9	9.7	23.6	5.0	0.4
	호남권	10.4	4.8	7.7	2.2	3.4	6.2	5.3	11.2	2.3	0.8
	대경권	10.6	11.5	14.2	0.4	1.9	1.8	9.9	20.5	1.7	0.4
	동남권	7.3	7.2	7.6	2.2	2.7	5.0	8.3	16.4	2.0	1.1
	강원권	0.5	0.6	6.5	0.0	1.0	10.3	17.6	51.3	0.0	0.2
행정구역	동	7.5	5.9	9.6	0.8	2.5	6.8	8.7	23.5	2.5	0.4
	읍면	8.3	7.3	9.3	2.0	2.4	5.3	4.9	15.7	1.6	0.3
가구원수	1인 가구	7.9	6.3	10.4	0.9	2.4	7.0	8.3	24.7	2.3	0.2
	2인 가구	8.2	5.4	8.8	0.9	2.6	6.5	7.8	20.9	3.0	0.5
	3인 가구	7.1	6.1	9.0	1.2	1.8	7.2	8.6	23.1	1.5	0.5
	4인 가구 이상	7.2	6.9	10.1	0.9	3.2	5.6	7.6	20.5	2.5	0.4
가구주 성별	남자	7.2	6.0	9.4	1.0	2.2	6.2	8.3	21.6	2.6	0.5
	여자	8.6	6.5	9.9	0.9	3.1	7.3	7.6	23.7	2.0	0.2
가구주 연령	20대	7.8	6.9	10.4	1.0	1.7	6.0	8.9	20.0	2.9	0.0
	30대	8.6	6.6	11.0	0.9	3.4	5.8	8.6	20.3	2.9	0.4
	40대	7.1	5.7	9.4	1.4	3.3	5.7	8.6	22.6	2.1	0.3
	50대	7.3	5.7	9.2	0.7	2.4	7.0	7.5	22.8	2.1	0.8
	60대	7.8	6.4	8.8	0.9	1.7	7.5	7.6	23.4	2.4	0.3
가구주 최종 학력	중졸 이하	7.3	6.3	9.5	1.1	1.6	6.6	6.4	26.1	1.2	0.0
	고졸	6.9	5.9	9.3	0.9	2.0	8.1	6.9	24.4	2.6	0.4
	전문대졸 이상	8.1	6.3	9.8	1.0	2.9	5.5	9.1	20.4	2.4	0.5
가구주 직업	관리/전문/사무직	8.5	6.0	9.1	1.1	2.6	6.2	8.6	19.7	2.6	0.5
	서비스/판매직	8.4	5.8	10.3	1.0	3.2	6.9	7.9	22.6	2.1	0.4
	기계농림어업단순노무	6.2	6.5	9.4	1.0	2.1	6.9	7.0	24.0	2.7	0.5
	기타	5.8	6.5	9.7	0.2	1.4	6.2	8.6	27.2	1.5	0.2
월평균 가구 소득	200만원 미만	7.5	5.8	10.0	0.8	1.9	7.5	8.6	24.4	1.8	0.3
	200~400만원 미만	8.0	6.4	9.1	1.2	2.5	6.7	7.7	21.9	3.1	0.5
	400~600만원 미만	7.1	6.1	9.9	1.0	2.9	6.0	7.6	21.4	2.2	0.5
	600만원 이상	7.9	6.1	9.3	0.6	2.5	6.3	8.8	22.1	2.0	0.3

## 6.9. 품목별 선호 특성

○ 제시된 20가지 품목 모두 ‘다양하고 새로운 맛을 낸 제품을 구입하겠다’ 혹은 ‘원료의 품질과 안전성이 확보된 제품을 구입하겠다’에 대한 응답이 가장 높게 나타남.

- 건강에 좋은 영향을 미치는 품목으로 인식되는 ‘건강기능식품’(18.5%)과 ‘유가공품’(15.6%)은 ‘건강에 좋은 제품을 구입하겠다’는 비율이 상대적으로 높음.
- ‘주류’(12.6%), ‘음료류’(10.7%), ‘조미식품’(10.2%) 등은 ‘제품의 업그레이드·신제품 개발과 관계없이 가격만 저렴하면 구입하겠다’는 비율이 상대적으로 높게 나타남.

〈표 4-85〉 품목별 선호 특성

(단위: %)

품목	건강(영양)에 좋은 제품을 구입 하겠다	원료의 품질과 안전성이 확보된 제품 구입 하겠다	다양하고 새로운 맛을 낸 제품 구입 하겠다	소포장, 사용 및 취식·조리 간편화된 제품 구입 하겠다	제품의 업그레이드·신제품 개발과 관계없이 가격만 저렴하면 구입 하겠다	합계
육류가공품	9.6	29.5	35.4	20.8	4.7	100.0
알가공품	13.9	30.4	26.9	22.9	5.9	100.0
조미수산가공품	11.1	32.1	28.7	20.7	7.3	100.0
염건수산가공품	10.0	32.4	29.3	22.1	6.1	100.0
김치 및 절임류	10.3	31.0	32.1	20.9	5.7	100.0
과일채소가공품	10.0	25.9	34.1	22.1	7.9	100.0
장류	10.6	30.8	32.0	18.3	8.2	100.0
조미식품	8.8	28.1	31.5	21.3	10.2	100.0
유지류	10.6	30.4	33.1	18.7	7.2	100.0
유가공품	15.6	31.0	29.7	17.9	5.8	100.0
빵 및 떡류	10.7	27.8	37.5	18.1	5.9	100.0
과자류	7.5	22.8	40.4	19.7	9.5	100.0
면류	7.1	25.2	38.5	20.7	8.4	100.0
연식품	11.6	32.4	31.1	19.3	5.7	100.0
곡물가공품	10.2	27.5	34.8	19.8	7.6	100.0
커피 및 차	6.1	22.3	40.4	21.6	9.6	100.0
음료류	6.6	20.7	43.3	18.7	10.7	100.0
주류	5.4	23.3	37.7	21.0	12.6	100.0
간편식	8.3	27.6	38.9	19.1	6.1	100.0
건강기능식품	18.5	25.1	37.4	14.4	4.6	100.0



# 5

## 일반소비자 대상 조사 결과

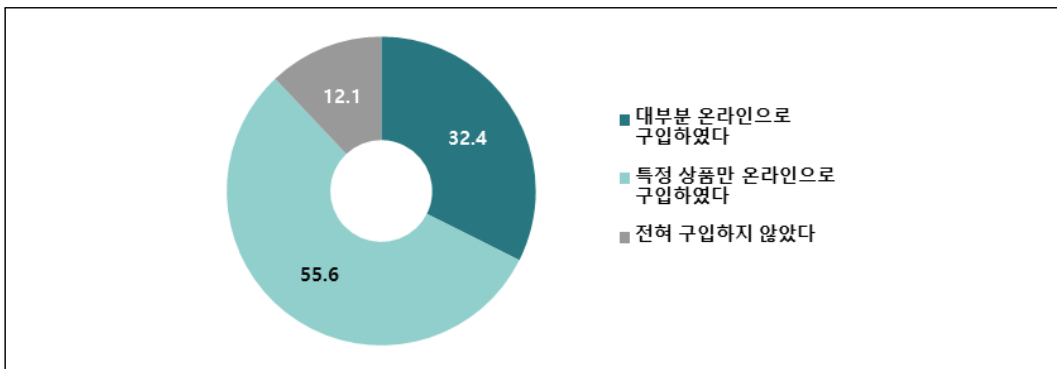
### 1. 가공식품 온라인 구매 행태

#### 1.1. 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험

○ 최근 1년 가공식품을 온라인으로 구입한 경우, ‘특정 상품만 온라인으로 구입’한 경우가 55.6%이며 ‘대부분 온라인으로 구입’한 경우는 32.4%, ‘전혀 구입하지 않은 경우’가 12.1%로 나타남.

- 연령별로 보았을 때, 연령이 낮을수록 ‘대부분 온라인으로 구입’하는 비율이 증가함.
- ‘특정 상품만 온라인으로 구입’한 경우는 ‘2인 가구’, ‘3인 가구’, ‘4인 가구’ 순으로 높게 나타남.

〈그림 5-1〉 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험



〈표 5-1〉 최근 1년 가공식품 온라인 구입 경험

(단위: 명, %)

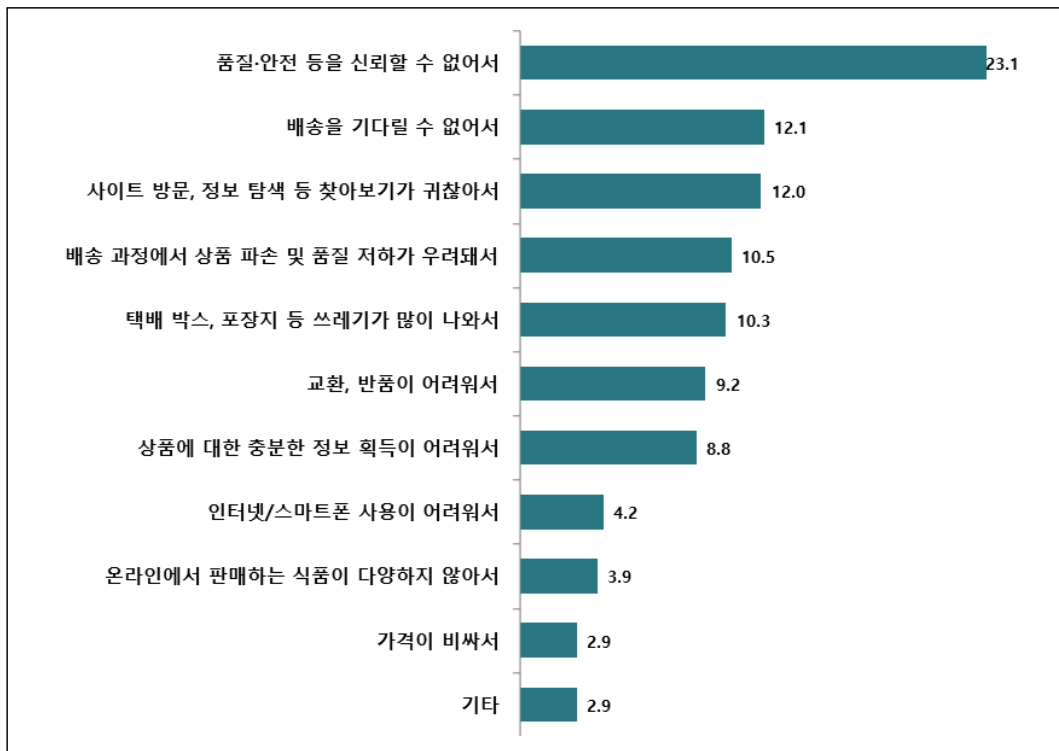
구분		사례수	대부분 온라인으로 구입하였다	특정 상품만 온라인으로 구입하였다	전혀 구입하지 않았다
전체		2000	32.4	55.6	12.1
MZ세대 구분	MZ세대	782	42.1	48.6	9.3
	비 MZ세대	1218	26.2	60.0	13.8
권역	수도권	1002	37.5	53.4	9.1
	충청권	219	28.8	54.8	16.4
	호남권	219	25.1	60.3	14.6
	대경권	195	24.6	61.0	14.4
	동남권	304	31.9	55.6	12.5
	강원권	61	14.8	59.0	26.2
가구원수	1인	331	39.0	43.5	17.5
	2인	367	22.6	60.2	17.2
	3인	598	31.1	57.7	11.2
	4인 이상	704	35.5	57.0	7.5
성별	남성	978	28.3	58.7	13.0
	여성	1022	36.3	52.5	11.2
연령	20대	267	41.9	45.3	12.7
	30대	410	41.7	50.0	8.3
	40대	502	33.3	59.0	7.8
	50대	386	26.9	60.9	12.2
	60대 이상	435	21.6	58.4	20.0
학력	고졸 이하	460	30.4	52.8	16.7
	대졸	1311	33.6	55.9	10.5
	대학원졸	229	29.7	59.0	11.4
직업	관리/전문/사무직	1073	32.8	57.4	9.8
	서비스/판매직	215	34.9	53.0	12.1
	기계/농림어업/단순노무	212	31.6	51.9	16.5
	주부	238	26.9	62.2	10.9
	학생	116	44.8	45.7	9.5
	기타	146	26.0	47.9	26.0
	가구소득	200만원 미만	166	26.5	50.6
200~400만원 미만	543	30.8	55.1	14.2	
400~600만원 미만	563	33.9	55.1	11.0	
600만원 이상	728	33.8	57.4	8.8	

## 1.2. 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유

○ 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유는 ‘품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서’로 23.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 ‘배송을 기다릴 수 없어서’는 12.1%, ‘사이트 방문 정보 탐색 등을 찾아보기가 귀찮아서’ 12.0% 순으로 나타남.

- 지역별로 보았을 때, 동남권과 대경권에서 ‘품질·안전에 대한 불신’이 상대적으로 크게 나타남.
- 가구소득별로 보았을 때, 소득수준이 400만원 이상인 경우 ‘품질·안전에 대한 불신’이 상대적으로 크게 나타남.
- 1인 가구의 경우 ‘택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서’가 15.9%로 가장 높게 나타남.

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



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

(단위: 명, %)

구분		사례수	품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서	배송을 기다릴 수 없어서	사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서	배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려해서	택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서	교환, 반품이 어려워서
전체		241	23.1	12.1	12.0	10.5	10.3	9.2
MZ세대 구분	MZ세대	73	14.2	19.6	10.3	12.7	10.8	9.3
	비 MZ세대	168	26.8	9.0	12.7	9.6	10.0	9.2
권역	수도권	91	22.7	14.6	11.9	9.2	8.8	11.2
	충청권	36	23.5	3.9	11.8	13.7	10.8	9.8
	호남권	32	16.1	14.0	18.3	12.9	9.7	8.6
	대경권	28	24.1	12.7	5.1	7.6	20.3	8.9
	동남권	38	29.5	9.8	14.3	8.9	6.3	6.3
	강원권	16	21.7	17.4	6.5	15.2	10.9	6.5
가구원수	1인	58	12.8	15.2	11.0	11.6	15.9	12.2
	2인	63	23.8	5.0	11.0	10.5	11.6	11.0
	3인	67	28.5	14.0	12.4	9.8	7.3	6.7
	4인 이상	53	26.6	14.9	13.6	10.4	6.5	7.1
성별	남성	127	22.4	13.4	10.4	12.0	8.7	10.1
	여성	114	23.9	10.7	13.8	8.9	12.0	8.3
연령	20대	34	11.3	23.7	9.3	8.2	11.3	5.2
	30대	34	17.0	17.0	8.5	18.1	7.4	14.9
	40대	39	27.4	9.7	11.5	15.0	17.7	5.3
	50대	47	34.8	12.6	9.6	8.9	7.4	8.1
	60대 이상	87	21.7	6.7	15.8	7.5	9.1	11.1
학력	고졸 이하	77	21.5	13.7	10.5	6.8	12.3	5.9
	대졸	138	24.2	12.3	13.6	11.1	7.6	10.6
	대학원졸	26	22.4	6.6	7.9	18.4	18.4	11.8
직업	관리/전문/사무직	105	22.3	13.1	11.1	12.5	11.1	12.1
	서비스/판매직	26	36.5	13.5	10.8	8.1	4.1	9.5
	기계/농림어업/단순노무	35	24.5	7.1	5.1	11.2	13.3	4.1
	주부	26	24.3	5.4	18.9	9.5	9.5	2.7
	학생	11	15.2	27.3	9.1	12.1	3.0	6.1
	기타	38	16.7	13.0	17.6	6.5	12.0	11.1
가구소득	200만원 미만	38	14.7	11.0	12.8	11.0	6.4	9.2
	200~400만원 미만	77	19.7	8.7	15.1	7.8	16.1	9.2
	400~600만원 미만	62	27.8	18.3	7.8	13.9	7.8	8.9
	600만원 이상	64	27.6	10.8	11.9	10.3	8.1	9.7



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

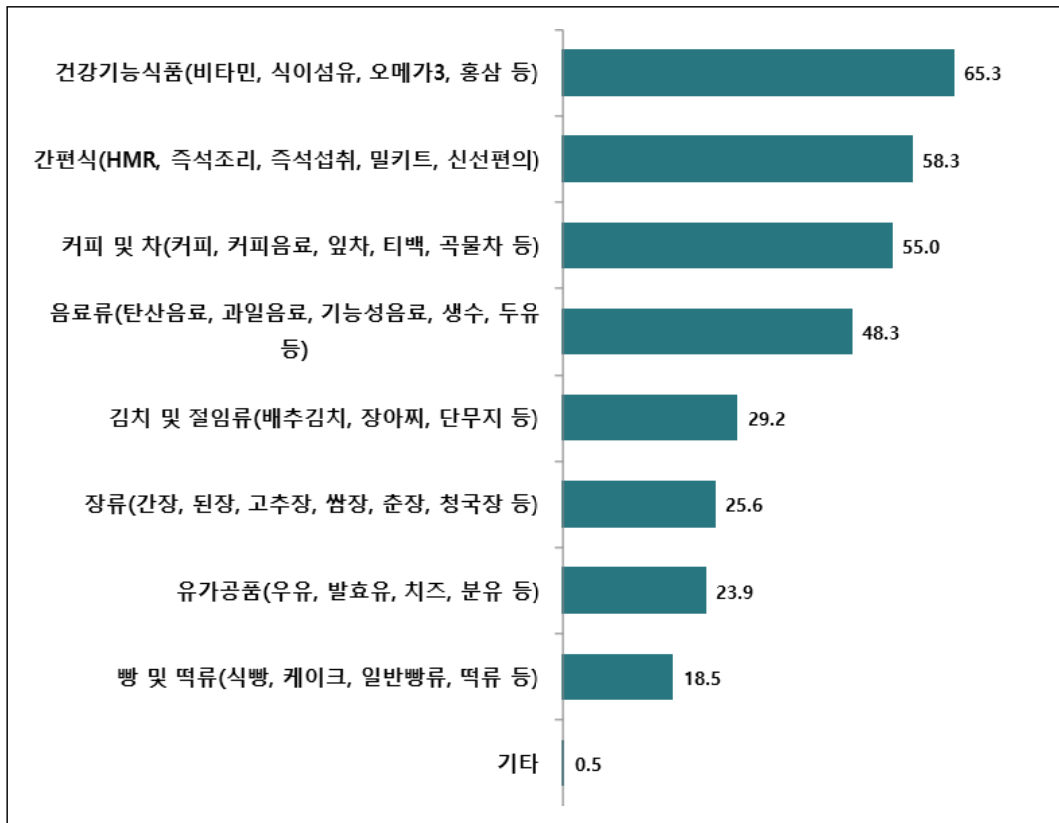
(단위: 명, %)

구분		사례수	상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서	인터넷/스마트폰 사용이 어려워서	온라인에서 판매하는 식품이 다양하지 않아서	가격이 비싸서	기타
전체		241	8.8	4.2	3.9	2.9	2.9
MZ세대 구분	MZ세대	73	5.4	2.5	4.4	6.4	4.4
	비 MZ세대	168	10.2	4.9	3.7	1.4	2.3
권역	수도권	91	8.5	2.3	3.8	3.5	3.5
	충청권	36	10.8	2.9	2.9	3.9	5.9
	호남권	32	7.5	6.5	3.2	1.1	2.2
	대경권	28	8.9	7.6	2.5	2.5	0.0
	동남권	38	12.5	5.4	5.4	1.8	0.0
	강원권	16	0.0	4.3	6.5	4.3	6.5
가구원수	1인	58	4.9	3.7	3.0	6.1	3.7
	2인	63	7.2	8.8	6.1	3.9	1.1
	3인	67	13.0	3.6	2.1	0.5	2.1
	4인 이상	53	9.7	0.0	4.5	1.3	5.2
성별	남성	127	9.3	3.0	4.4	4.6	1.6
	여성	114	8.3	5.5	3.4	0.9	4.3
연령	20대	34	9.3	4.1	4.1	8.2	5.2
	30대	34	2.1	1.1	4.3	5.3	4.3
	40대	39	8.0	0.9	3.5	0.9	0.0
	50대	47	8.1	1.5	4.4	1.5	3.0
	60대 이상	87	11.9	8.3	3.6	1.6	2.8
학력	고졸 이하	77	10.5	11.0	1.4	3.2	3.2
	대졸	138	7.6	1.0	5.8	3.0	3.3
	대학원졸	26	10.5	1.3	1.3	1.3	0.0
직업	관리/전문/사무직	105	7.5	1.0	4.6	1.6	3.0
	서비스/판매직	26	6.8	2.7	5.4	2.7	0.0
	기계/농림어업/단순노무	35	11.2	7.1	7.1	7.1	2.0
	주부	26	12.2	10.8	0.0	1.4	5.4
	학생	11	15.2	3.0	3.0	6.1	0.0
	기타	38	7.4	7.4	0.9	2.8	4.6
가구소득	200만원 미만	38	5.5	11.9	2.8	11.0	3.7
	200~400만원 미만	77	7.8	6.0	5.0	2.8	1.8
	400~600만원 미만	62	8.9	0.6	2.8	0.0	3.3
	600만원 이상	64	11.9	1.1	4.3	1.1	3.2

### 1.3. 온라인으로 구입하는 특정 상품

- 온라인으로 구입하는 상품으로 ‘건강기능 식품’이 65.3%로 가장 많았으며, ‘간편식’ (58.4%), ‘커피 및 차’(55.0%), ‘음료류’(48.3%) 순으로 나타남.
- 1인 가구의 경우 ‘간편식’ 구입이 64.4%로 가장 높게 나타남.
- 가구소득이 200만원 미만인 경우, ‘빵 및 떡’류 구입이 32.1%로 상대적으로 높음.

〈그림 5-3〉 온라인으로 구입하는 특정 상품(복수응답)



〈표 5-3〉 온라인으로 구입하는 특정 상품(복수응답)

(단위: 명, 회)

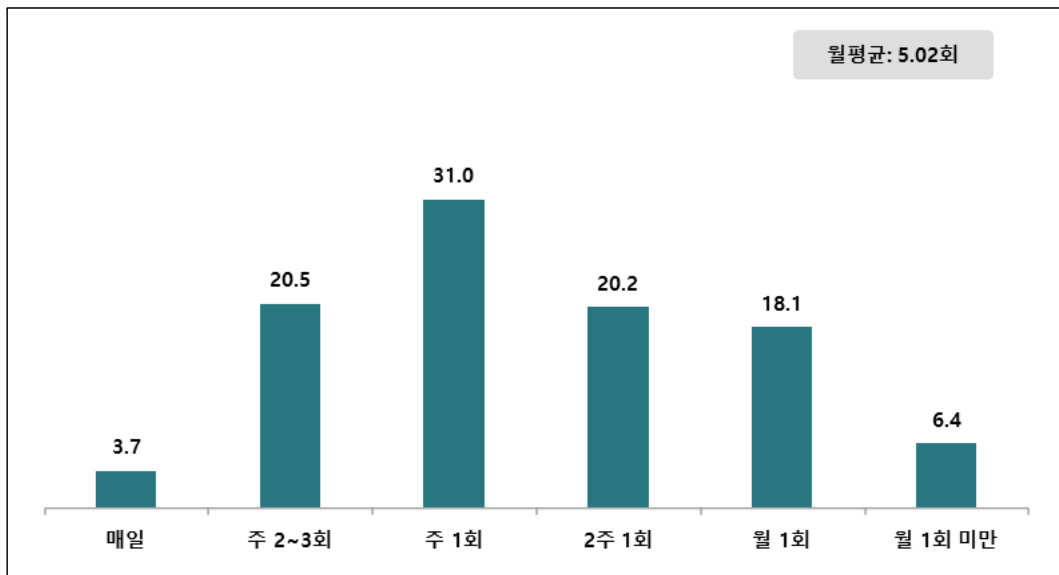
구분		사례수	건강 기능 식품	간편식	커피 및 차	음료류	김치 및 절임류	장류	유기공품	빵 및 떡류	기타
전체		1111	65.3	58.4	55.0	48.3	29.2	25.6	23.9	18.5	0.4
MZ세대 구분	MZ세대	380	60.0	63.4	52.6	53.9	22.6	19.7	26.3	22.4	0.8
	비 MZ세대	731	68.0	55.8	56.2	45.4	32.6	28.6	22.7	16.4	0.1
권역	수도권	535	64.1	63.0	52.7	51.6	32.9	25.0	27.7	19.4	0.2
	충청권	120	69.2	55.0	54.2	50.0	20.8	25.0	23.3	16.7	0.0
	호남권	132	65.9	59.8	52.3	44.7	18.9	23.5	15.2	13.6	0.0
	대경권	119	63.0	54.6	60.5	45.4	29.4	29.4	21.0	21.8	0.8
	동남권	169	66.3	53.3	59.8	43.8	31.4	27.8	23.1	20.1	1.2
	강원권	36	69.4	33.3	61.1	38.9	27.8	19.4	16.7	8.3	0.0
가구원수	1인	144	59.7	64.6	45.1	41.0	30.6	25.7	18.1	17.4	0.0
	2인	221	70.6	56.6	55.7	47.5	29.9	26.2	22.2	16.3	0.5
	3인	345	64.3	55.7	54.2	48.4	25.5	25.2	25.5	19.7	0.6
	4인 이상	401	65.1	59.6	58.9	51.4	31.4	25.4	25.7	19.0	0.2
성별	남성	574	62.0	56.3	53.3	44.9	29.6	23.0	22.5	16.0	0.7
	여성	537	68.7	60.7	56.8	52.0	28.7	28.3	25.5	21.0	0.0
연령	20대	121	52.1	60.3	40.5	57.0	21.5	19.0	25.6	25.6	0.0
	30대	205	62.9	62.9	58.5	55.6	23.9	20.0	26.8	22.9	1.5
	40대	296	65.2	65.2	59.8	51.0	27.0	25.7	23.3	15.9	0.0
	50대	235	70.2	57.0	53.2	42.6	36.6	27.7	23.0	16.6	0.4
	60대 이상	254	68.9	47.2	55.1	40.6	32.7	31.1	22.4	16.1	0.0
학력	고졸 이하	243	61.7	51.4	53.1	47.7	24.7	23.9	23.0	20.2	0.0
	대졸	733	66.3	60.7	55.7	49.1	29.7	26.6	23.7	17.7	0.5
	대학원졸	135	65.9	58.5	54.8	45.2	34.1	23.0	26.7	19.3	0.0
직업	관리/전문/사무직	616	65.6	62.5	53.9	49.8	30.5	26.1	25.5	18.5	0.2
	서비스/판매직	114	62.3	61.4	57.0	37.7	33.3	23.7	16.7	16.7	0.9
	기계/농림어업/단순노무	110	59.1	49.1	62.7	43.6	25.5	27.3	20.9	15.5	0.9
	주부	148	74.3	52.7	56.1	51.4	31.8	26.4	24.3	16.2	0.0
	학생	53	56.6	62.3	39.6	56.6	13.2	17.0	24.5	28.3	0.0
	기타	70	64.3	41.4	58.6	47.1	22.9	25.7	25.7	22.9	1.4
가구소득	200만원 미만	84	51.2	45.2	52.4	42.9	16.7	25.0	28.6	32.1	0.0
	200~400만원 미만	299	62.5	58.5	45.8	41.8	23.1	20.1	17.1	16.4	1.0
	400~600만원 미만	310	69.4	58.4	61.9	49.7	27.7	26.1	22.6	19.7	0.3
	600만원 이상	418	67.0	61.0	56.9	53.1	37.1	29.2	28.9	16.3	0.0

#### 1.4. 온라인 가공 식품 구입 주기

○ 온라인으로 가공 식품을 구입하는 주기는 월평균 5.02회이며, '주 1회'가 31.0%로 가장 높으며, '주 2-3회'(20.5%), 월1회(18.1%) 순으로 나타남.

- 권역별로 보면, 수도권과 대경권이 월평균 5회 이상으로 높은 반면, 강원권은 월 평균 2.39회로 낮게 나타남.
- 성별로 보면, 여성이 5.44회로 남성의 4.57회 보다 높음.
- 연령별로 보면, 20대와 30대는 월평균 6회 이상으로 다른 연령층보다 높음.
- 가구소득별로도 차이를 보여, 가구소득이 높은 경우 구입 주기는 높게 나타남.

〈그림 5-4〉 온라인 가공 식품 구입 주기



〈표 5-4〉 온라인 가공 식품 구입 주기

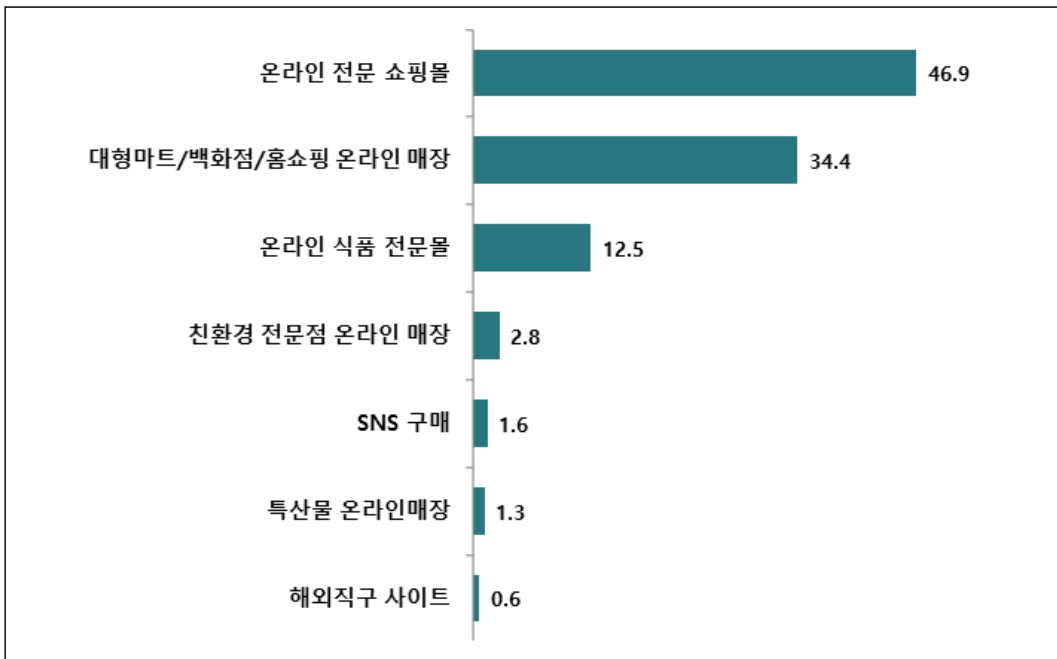
(단위: 명, %)

구분		사례수	매일	주 2~3회	주 1회	2주 1회	월 1회	월 1회 미만	월평균
전체		1759	3.7	20.5	31.0	20.2	18.1	6.4	5.02
MZ세대 구분	MZ세대	709	7.3	25.4	32.3	16.1	14.5	4.4	6.52
	비 MZ세대	1050	1.2	17.2	30.2	23.0	20.6	7.8	4.01
권역	수도권	911	4.4	22.2	32.8	20.3	16.2	4.1	5.44
	충청권	183	3.3	23.5	24.6	21.9	20.2	6.6	4.99
	호남권	187	1.6	18.2	26.7	21.9	18.7	12.8	4.06
	대경권	167	5.4	18.0	32.3	17.4	19.2	7.8	5.28
	동남권	266	2.6	18.8	32.3	18.0	20.7	7.5	4.57
	강원권	45	0.0	4.4	26.7	26.7	26.7	15.6	2.39
가구원수	1인	273	5.1	17.6	31.1	20.1	18.7	7.3	5.17
	2인	304	3.0	13.8	23.7	27.0	24.7	7.9	4.04
	3인	531	3.4	18.8	33.7	19.2	17.5	7.3	4.84
	4인 이상	651	3.7	26.3	32.3	17.8	15.4	4.6	5.56
성별	남성	851	2.5	19.3	31.7	20.7	18.4	7.4	4.57
	여성	908	4.8	21.7	30.4	19.7	17.8	5.5	5.44
연령	20대	233	7.7	25.8	32.2	15.5	15.0	3.9	6.66
	30대	376	7.4	26.6	31.6	16.5	13.3	4.5	6.64
	40대	463	1.9	20.5	31.3	23.1	16.8	6.3	4.55
	50대	339	1.5	16.2	31.6	23.6	20.1	7.1	4.04
	60대 이상	348	1.4	14.7	28.7	20.1	25.3	9.8	3.75
학력	고졸 이하	383	2.3	20.9	29.0	18.8	22.7	6.3	4.59
	대졸	1173	4.1	20.5	31.5	20.5	16.9	6.6	5.14
	대학원졸	203	3.9	20.2	32.5	21.2	16.7	5.4	5.12
직업	관리/전문/사무직	968	3.8	20.7	31.9	20.2	17.5	5.9	5.10
	서비스/판매직	189	4.2	20.6	33.3	18.5	16.4	6.9	5.24
	기계농림어업단순노무	177	5.6	24.3	22.0	20.3	16.4	11.3	5.63
	주부	212	2.8	19.3	29.7	20.8	21.2	6.1	4.63
	학생	105	3.8	25.7	34.3	18.1	16.2	1.9	5.62
	기타	108	0.0	10.2	33.3	23.1	25.9	7.4	3.11
가구소득	200만원 미만	128	4.7	16.4	20.3	19.5	28.1	10.9	4.59
	200~400만원 미만	466	3.9	17.4	30.9	18.2	20.6	9.0	4.75
	400~600만원 미만	501	3.2	21.4	31.7	21.2	17.4	5.2	4.99
	600만원 이상	664	3.8	22.9	32.7	20.9	15.1	4.7	5.32

## 1.5. 온라인으로 식품을 구매하는 장소

- 온라인으로 식품을 구매하는 장소는 ‘온라인 전문 쇼핑몰’이 46.9%로 가장 높으며 ‘대형마트/백화점/홈쇼핑 온라인 매장’(34.4%), ‘온라인 식품 전문몰’(12.5%) 순으로 나타남.
- 모든 응답자 특성에서 ‘온라인 전문쇼핑몰’, ‘대형마트/백화점/홈쇼핑 온라인 매장’, ‘온라인 식품 전문몰’의 순서가 유지되고 있는 가운데, 권역에서는 서울, 연령별로는 20대와 30대, 가구소득별로는 600만원 이상의 고소득 층에서 ‘온라인 식품 전문몰’ 이용이 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 5-5〉 온라인으로 식품을 구매하는 장소(1+2가중평균)



〈표 5-5〉 온라인으로 식품을 구매하는 장소(1+2기중평균)

(단위: 명, %)

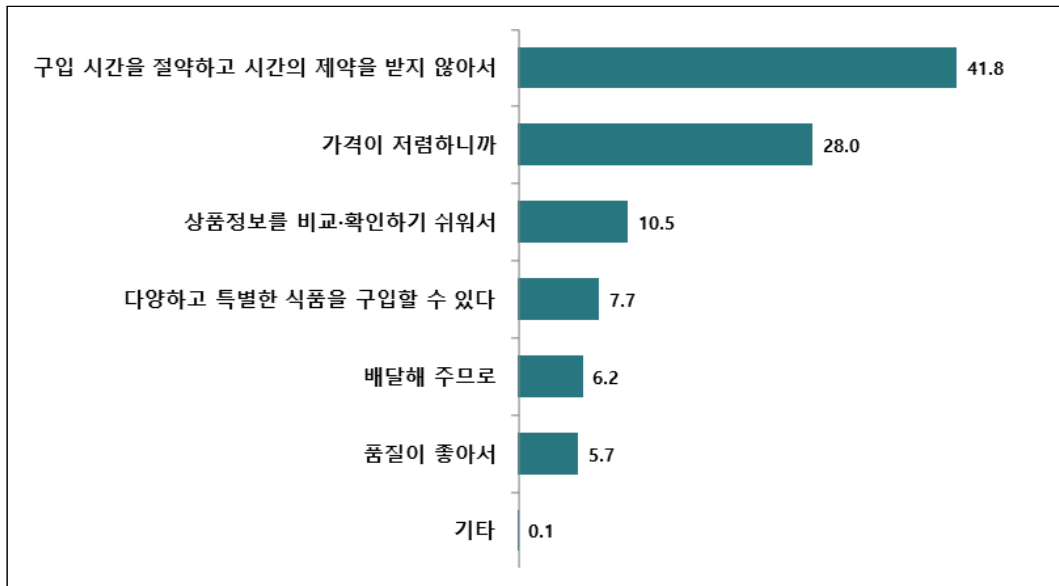
구분		사례수	온라인 전문 쇼핑몰	대형마트/ 백화점/ 홈쇼핑 온라인 매장	온라인 식품 전문몰	친환경 전문점 온라인 매장	SNS 구매	특산물 온라인 매장	해외직구 사이트
전체		1759	46.9	34.4	12.5	2.8	1.6	1.3	0.6
MZ세대 구분	MZ세대	709	43.2	34.8	15.6	3.1	1.6	0.9	0.8
	비 MZ세대	1050	49.4	34.1	10.3	2.7	1.5	1.5	0.5
권역	수도권	911	44.8	35.2	14.3	2.8	1.4	1.0	0.6
	충청권	183	46.6	31.9	10.9	5.0	2.0	2.6	0.9
	호남권	187	51.9	31.7	10.0	3.0	1.7	1.1	0.6
	대경권	167	44.9	36.8	11.9	1.9	2.1	1.6	0.8
	동남권	266	51.4	34.3	9.0	2.2	1.5	1.2	0.4
	강원권	45	50.8	31.1	14.4	1.5	0.0	1.5	0.8
가구원수	1인	273	49.9	31.5	12.9	2.5	1.8	0.9	0.5
	2인	304	47.1	34.6	11.3	2.7	1.3	1.8	1.2
	3인	531	45.7	34.6	12.7	3.8	1.4	1.1	0.7
	4인 이상	651	46.5	35.3	12.6	2.2	1.7	1.3	0.4
성별	남성	851	49.4	31.7	12.3	2.7	1.6	1.6	0.6
	여성	908	44.5	36.9	12.7	3.0	1.5	0.9	0.6
연령	20대	233	43.2	30.9	18.1	3.2	2.5	1.0	1.0
	30대	376	42.1	36.9	14.7	3.4	1.2	1.0	0.6
	40대	463	47.7	36.1	11.3	2.1	1.2	0.7	0.8
	50대	339	51.5	32.1	10.2	2.6	1.6	1.7	0.3
	60대 이상	348	48.9	34.0	9.9	3.0	1.8	2.0	0.5
학력	고졸 이하	383	48.2	33.8	12.5	2.7	1.0	1.2	0.7
	대졸	1173	46.6	34.9	12.2	2.8	1.8	1.2	0.6
	대학원졸	203	46.1	32.7	14.1	3.4	1.2	1.9	0.7
직업	관리/전문/사무직	968	46.5	34.0	13.1	2.8	1.5	1.3	0.8
	서비스/판매직	189	48.9	35.2	9.7	2.3	1.8	1.4	0.5
	기계/농림어업/단순노무	177	48.9	32.8	11.3	3.3	2.3	1.4	0.0
	주부	212	47.4	38.5	10.3	2.2	0.5	0.8	0.3
	학생	105	41.6	28.9	21.1	4.2	1.6	1.3	1.3
	기타	108	47.4	36.2	9.6	2.9	2.2	1.0	0.6
가구소득	200만원 미만	128	47.4	35.1	10.1	4.9	1.4	0.8	0.3
	200~400만원 미만	466	51.0	32.9	11.1	2.1	1.5	0.8	0.7
	400~600만원 미만	501	45.5	35.3	12.2	2.7	1.8	2.2	0.4
	600만원 이상	664	44.9	34.6	14.1	3.1	1.4	1.0	0.9

## 1.6. 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유

○ 온라인으로 가공 식품을 구입하는 이유는 ‘시간을 절약하고 시간의 제약을 받지 않아서’가 41.8%로 가장 높으며, ‘저렴한 가격’(28.0%), ‘상품 정보 비교·확인 용이’(10.5%) 순으로 나타남.

- 가구원수별로, ‘구입시간을 절약/ 시간의 제약을 받지 않아서’는 3인 가구와 4인 가구에서 더 높게 응답되었으며, 1인가구에서 ‘가격이 저렴하니까’의 응답이 31.1%로 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 5-6〉 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유





〈표 5-6〉 온라인으로 가공식품을 구입하는 이유

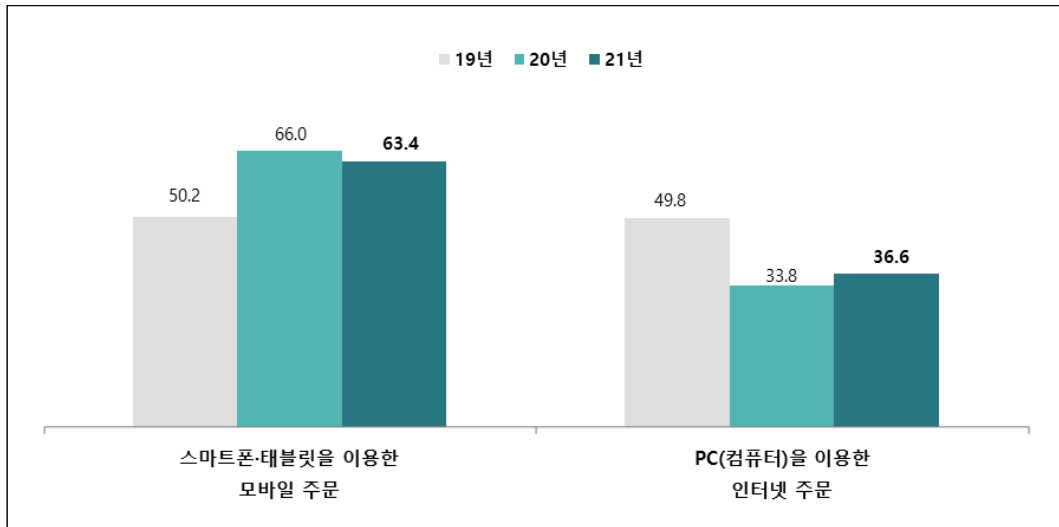
(단위: 명, %)

구분	사례수	구입 시간을 절약/시간의 제약을 받지 않아서	가격이 저렴 하니까	상품 정보를 비교·확인하기 쉬워서	다양하고 특별한 식품을 구입할 수 있다	배달해 주므로	품질이 좋아서	기타	
전체	1759	41.8	28.0	10.5	7.7	6.2	5.7	0.1	
MZ세대 구분	MZ세대	709	42.7	29.5	9.9	6.5	4.4	6.9	0.1
	비 MZ세대	1050	41.1	27.0	10.9	8.6	7.4	5.0	0.0
권역	수도권	911	43.6	26.2	10.3	6.8	7.0	6.0	0.0
	충청권	183	38.3	32.2	9.3	8.7	3.3	8.2	0.0
	호남권	187	37.4	29.9	14.4	7.0	4.8	5.9	0.5
	대경권	167	43.1	27.5	8.4	9.0	7.2	4.8	0.0
	동남권	266	40.6	31.2	9.4	8.3	6.8	3.8	0.0
	강원권	45	40.0	22.2	15.6	17.8	0.0	4.4	0.0
가구원수	1인	273	39.6	31.1	9.2	7.7	7.0	5.5	0.0
	2인	304	38.2	28.6	9.2	6.9	11.8	5.3	0.0
	3인	531	42.4	26.2	10.7	9.6	4.0	7.0	0.2
	4인 이상	651	43.9	28.0	11.4	6.6	5.1	5.1	0.0
성별	남성	851	40.5	26.9	11.4	9.3	5.3	6.6	0.0
	여성	908	43.0	29.1	9.6	6.3	7.0	5.0	0.1
연령	20대	233	40.8	27.0	9.4	6.9	5.2	10.7	0.0
	30대	376	43.9	29.0	11.2	6.9	2.7	6.1	0.3
	40대	463	43.4	31.7	9.7	5.2	7.3	2.6	0.0
	50대	339	40.4	26.3	12.7	8.8	5.9	5.9	0.0
	60대 이상	348	39.4	24.4	9.2	11.5	9.5	6.0	0.0
학력	고졸 이하	383	38.9	29.8	10.2	8.6	6.5	6.0	0.0
	대졸	1173	41.7	28.5	10.9	7.2	6.1	5.6	0.1
	대학원졸	203	47.8	22.2	8.4	9.4	6.4	5.9	0.0
직업	관리/전문/사무직	968	46.4	27.3	8.6	7.5	4.5	5.6	0.1
	서비스/판매직	189	39.7	31.2	12.7	4.8	3.7	7.9	0.0
	기계/농림어업/단순노무	177	31.1	28.8	18.1	10.2	5.6	6.2	0.0
	주부	212	37.7	27.4	11.8	7.1	11.3	4.7	0.0
	학생	105	37.1	31.4	8.6	9.5	7.6	5.7	0.0
	기타	108	34.3	25.9	10.2	10.2	14.8	4.6	0.0
가구소득	200만원 미만	128	35.9	29.7	6.3	14.1	10.2	3.9	0.0
	200~400만원 미만	466	34.5	36.3	11.6	5.4	6.7	5.6	0.0
	400~600만원 미만	501	41.7	25.9	12.4	7.2	5.6	7.0	0.2
	600만원 이상	664	48.0	23.5	9.0	8.6	5.6	5.3	0.0

## 1.7. 온라인 가공식품 주문 방법

- 온라인으로 가공 식품을 주문하는 방법은 ‘스마트폰-태블릿을 이용한 모바일 주문’이 63.4%로 높은 수치를 보이며 ‘PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문’이 36.6%로 나타남.
  - 모든 응답자 특성에서 ‘모바일 주문’이 많은 가운데, 권역에서는 충청권, 성별로는 여성, 연령별로는 40대, 가구소득에서는 400만원 이상의 고소득에서 ‘모바일 주문’이 더욱 높게 나타남.

〈그림 5-7〉 온라인 가공식품 주문 방법



〈표 5-7〉 온라인 가공식품 주문 방법

(단위: 명, %)

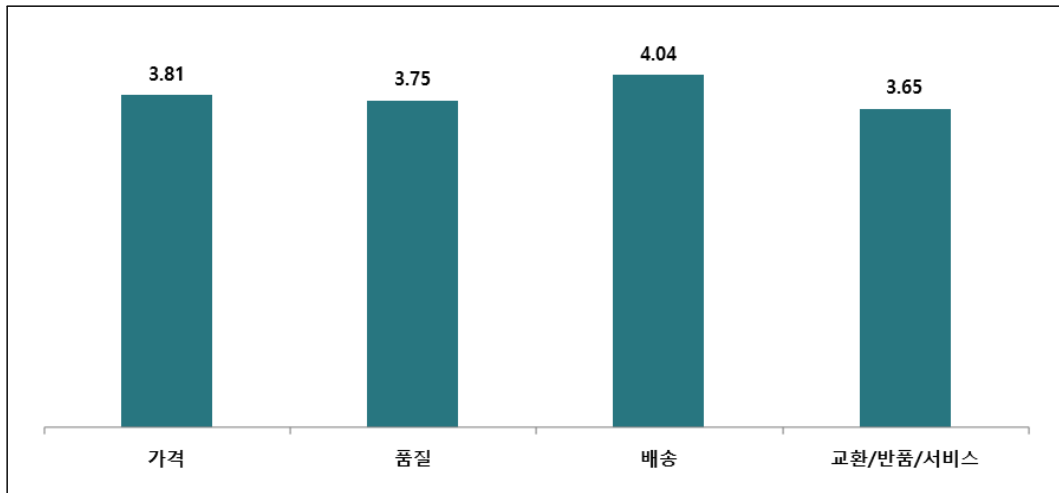
구분		사례수	스마트폰·태블릿을 이용한 모바일 주문	PC(컴퓨터)를 이용한 인터넷 주문
전체		1759	63.4	36.6
MZ세대 구분	MZ세대	709	66.0	34.0
	비 MZ세대	1050	61.6	38.4
권역	수도권	911	64.7	35.3
	충청권	183	69.9	30.1
	호남권	187	58.3	41.7
	대경권	167	58.1	41.9
	동남권	266	63.2	36.8
	강원권	45	53.3	46.7
가구원수	1인	273	57.1	42.9
	2인	304	59.2	40.8
	3인	531	62.7	37.3
	4인 이상	651	68.5	31.5
성별	남성	851	60.6	39.4
	여성	908	66.0	34.0
연령	20대	233	65.7	34.3
	30대	376	62.2	37.8
	40대	463	68.3	31.7
	50대	339	62.5	37.5
	60대 이상	348	57.5	42.5
학력	고졸 이하	383	60.1	39.9
	대졸	1173	64.6	35.4
	대학원졸	203	62.6	37.4
직업	관리/전문/사무직	968	66.0	34.0
	서비스/판매직	189	61.9	38.1
	기계/농림어업/단순노무	177	54.8	45.2
	주부	212	63.7	36.3
	학생	105	67.6	32.4
	기타	108	51.9	48.1
가구소득	200만원 미만	128	51.6	48.4
	200~400만원 미만	466	56.4	43.6
	400~600만원 미만	501	67.3	32.7
	600만원 이상	664	67.6	32.4

## 1.8. 온라인 구입 가공식품의 만족도

○ 온라인으로 구입한 가공 식품에 대한 만족도는 ‘배송’(4.04점), ‘가격’(3.81점), ‘품질’(3.75점) 순이며, 전반적으로 높은 만족도 수준을 보임.

- 연령별로 보았을 때, 20대와 30대는 ‘교환/반품/서비스’에 대한 만족도가 다른 연령층보다 높았으며, 60대 이상에서는 ‘배송’에 대한 만족도가 다른 연령층 보다 높게 나타남.
- 가구소득 측면에서 600만원 이상에서 모든 만족도가 다른 소득층보다 높게 나타남.

〈그림 5-8〉 온라인 구입 가공식품의 만족도(5점 평균)



〈표 5-8〉 온라인 구입 가공식품의 만족도(5점 평균)

(단위: 명, 5점 평균)

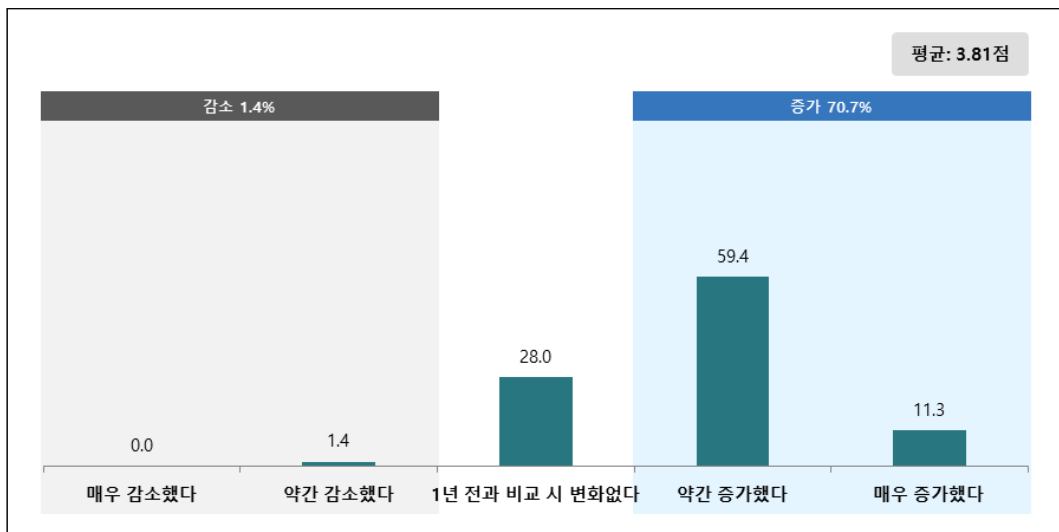
구분		사례수	가격	품질	배송	교환/반품/서비스
전체		1759	3.81	3.75	4.04	3.65
MZ세대 구분	MZ세대	709	3.74	3.75	4.00	3.67
	비 MZ세대	1050	3.86	3.75	4.07	3.64
권역	수도권	911	3.79	3.75	4.07	3.65
	충청권	183	3.77	3.77	4.04	3.63
	호남권	187	3.83	3.80	3.98	3.61
	대경권	167	3.87	3.75	4.07	3.74
	동남권	266	3.83	3.71	4.00	3.68
	강원권	45	3.89	3.78	4.02	3.62
가구원수	1인	273	3.75	3.74	4.05	3.64
	2인	304	3.83	3.76	4.11	3.69
	3인	531	3.79	3.71	3.99	3.61
	4인 이상	651	3.85	3.79	4.06	3.68
성별	남성	851	3.82	3.75	4.01	3.62
	여성	908	3.80	3.75	4.08	3.68
연령	20대	233	3.69	3.80	4.06	3.73
	30대	376	3.76	3.72	3.96	3.67
	40대	463	3.81	3.75	4.07	3.62
	50대	339	3.92	3.76	4.06	3.63
	60대 이상	348	3.84	3.74	4.08	3.65
학력	고졸 이하	383	3.82	3.78	4.07	3.65
	대졸	1173	3.81	3.76	4.04	3.66
	대학원졸	203	3.78	3.67	4.02	3.62
직업	관리/전문/사무직	968	3.82	3.75	4.05	3.64
	서비스/판매직	189	3.79	3.79	3.97	3.72
	기계/농림어업/단순노무	177	3.69	3.66	3.88	3.51
	주부	212	3.89	3.80	4.19	3.79
	학생	105	3.83	3.84	4.10	3.75
	기타	108	3.75	3.63	4.05	3.57
가구소득	200만원 미만	128	3.66	3.72	3.90	3.57
	200~400만원 미만	466	3.79	3.72	4.01	3.63
	400~600만원 미만	501	3.81	3.73	4.04	3.64
	600만원 이상	664	3.86	3.80	4.11	3.70

### 1.9. 최근 1년 온라인 가공식품 구입 변화

○ 최근 1년간 온라인 가공 식품 구입 변화는 ‘약간 증가했다’가 59.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘1년 전과 비교시 변화 없다’가 28.0%, ‘매우 증가’가 11.3%로 나타나, 온라인을 통한 가공식품 구입은 꾸준히 증가하고 있음을 알 수 있음.

- 권역별로는 수도권(3.85점)과 충청권(3.77점)의 증가가 높게 나타남.
- 성별로는 여성에서 온라인 가공식품 구입이 더욱 증가하고 있음.
- 가구소득별로 보았을 때, 가구소득이 높을수록 온라인 가공식품 구입이 더욱 증가하고 있는 것으로 나타남.

〈그림 5-9〉 최근 1년 온라인 가공식품 구입 변화



〈표 5-9〉 최근 1년간 온라인 가공식품 구입 변화

(단위: 명, %, 5점 평균)

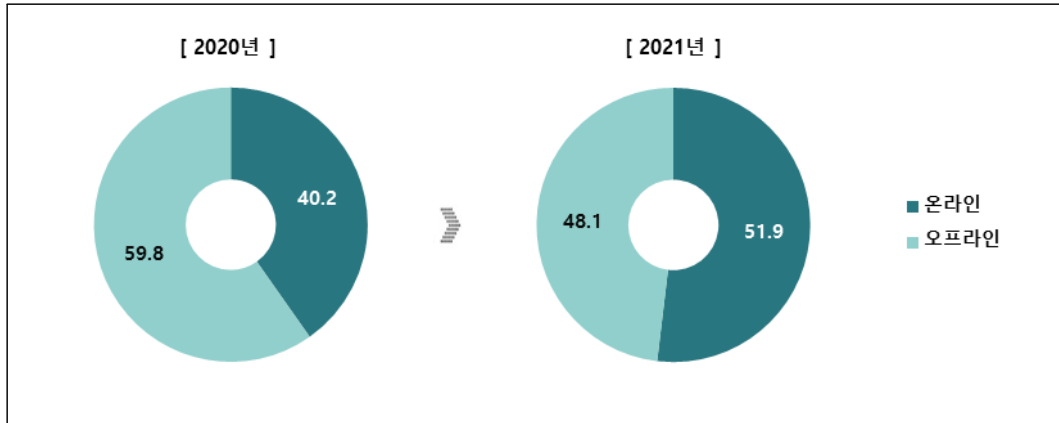
구분		사례수	약간 감소했다	1년 전과 비교 시 변화없다	약간 증가했다	매우 증가했다	척도평균
전체		1759	1.4	28.0	59.4	11.3	3.81
MZ세대 구분	MZ세대	709	1.4	27.9	58.1	12.6	3.82
	비 MZ세대	1050	1.3	28.0	60.3	10.4	3.80
권역	수도권	911	0.7	26.8	59.7	12.8	3.85
	충청권	183	1.6	26.8	64.5	7.1	3.77
	호남권	187	2.1	31.6	57.8	8.6	3.73
	대경권	167	2.4	26.9	59.3	11.4	3.80
	동남권	266	2.6	29.7	57.1	10.5	3.76
	강원권	45	0.0	35.6	53.3	11.1	3.76
가구원수	1인	273	1.1	35.9	54.6	8.4	3.70
	2인	304	0.3	30.9	58.6	10.2	3.79
	3인	531	1.5	29.2	60.6	8.7	3.76
	4인 이상	651	1.8	22.3	60.8	15.1	3.89
성별	남성	851	1.5	29.7	59.7	9.0	3.76
	여성	908	1.2	26.3	59.1	13.3	3.85
연령	20대	233	1.3	28.8	58.4	11.6	3.80
	30대	376	1.1	27.9	57.2	13.8	3.84
	40대	463	1.9	25.3	59.0	13.8	3.85
	50대	339	1.2	25.4	64.0	9.4	3.82
	60대 이상	348	1.1	33.6	58.6	6.6	3.71
학력	고졸 이하	383	1.6	34.7	53.5	10.2	3.72
	대졸	1173	1.4	26.3	61.1	11.2	3.82
	대학원졸	203	0.5	25.1	60.6	13.8	3.88
직업	관리/전문/사무직	968	1.2	25.6	61.8	11.4	3.83
	서비스/판매직	189	1.1	27.0	62.4	9.5	3.80
	기계/농림어업/단순노무	177	2.3	35.6	53.7	8.5	3.68
	주부	212	0.9	27.8	55.7	15.6	3.86
	학생	105	1.0	31.4	55.2	12.4	3.79
	기타	108	2.8	35.2	53.7	8.3	3.68
	가구소득	200만원 미만	128	3.1	40.6	49.2	7.0
200~400만원 미만	466	1.1	35.4	55.4	8.2	3.71	
400~600만원 미만	501	1.8	24.2	61.5	12.6	3.85	
600만원 이상	664	0.9	23.2	62.7	13.3	3.88	

### 1.10. 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중

○ 식재료 구입 시 온라인과 오프라인의 비중은 2020년 기준 ‘오프라인’이 59.78%, ‘온라인’이 40.22%로 오프라인의 비중이 더 높게 나타났으나, 2021년 기준 ‘오프라인’은 48.08%, ‘온라인’은 51.92%로 ‘온라인 구매’의 비중이 더 높으며 지난 해 대비 크게 증가 하였음.

- 호남권, 대경권, 강원권의 경우는 2021년 기준 ‘오프라인 구매’가 더 높게 나타남.
- 2021년 기준 2인 가구만 ‘오프라인 구매’가 더 높게 나타남.

〈그림 5-10〉 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중





〈표 5-10〉 식재료 구입 시 온라인과 오프라인 비중

(단위: 명, %)

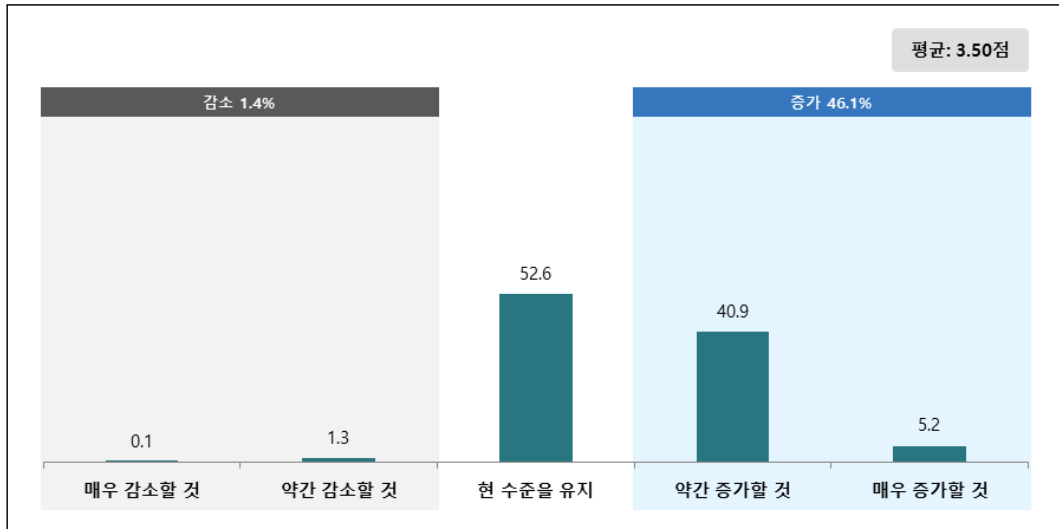
구분		사례수	2020년 온라인	2020년 오프라인	2021년 온라인	2021년 오프라인
전체		2000	40.22	59.78	51.92	48.08
MZ세대 구분	MZ세대	782	43.15	56.85	55.71	44.29
	비 MZ세대	1218	38.34	61.66	49.48	50.52
권역	수도권	1002	42.21	57.79	55.05	44.95
	충청권	219	39.90	60.10	50.89	49.11
	호남권	219	36.89	63.11	47.60	52.40
	대경권	195	38.21	61.79	47.87	52.13
	동남권	304	39.11	60.89	50.32	49.68
	강원권	61	32.64	67.36	40.57	59.43
가구원수	1인	331	43.90	56.10	54.43	45.57
	2인	367	38.35	61.65	47.49	52.51
	3인	598	39.47	60.53	51.59	48.41
	4인 이상	704	40.10	59.90	53.32	46.68
성별	남성	978	39.10	60.90	50.12	49.88
	여성	1022	41.29	58.71	53.64	46.36
연령	20대	267	42.21	57.79	53.22	46.78
	30대	410	43.20	56.80	56.42	43.58
	40대	502	42.06	57.94	54.64	45.36
	50대	386	37.67	62.33	49.18	50.82
	60대 이상	435	36.32	63.68	46.16	53.84
학력	고졸 이하	460	39.35	60.65	49.39	50.61
	대졸	1311	40.78	59.22	52.86	47.14
	대학원졸	229	38.73	61.27	51.58	48.42
직업	관리/전문/사무직	1073	40.59	59.41	53.25	46.75
	서비스/판매직	215	43.25	56.75	52.87	47.13
	기계/농림어업/단순노무	212	38.25	61.75	48.54	51.46
	주부	238	38.25	61.75	51.27	48.73
	학생	116	42.16	57.84	53.90	46.10
	기타	146	37.52	62.48	45.09	54.91
가구소득	200만원 미만	166	38.73	61.27	47.19	52.81
	200~400만원 미만	543	42.08	57.92	51.90	48.10
	400~600만원 미만	563	39.46	60.54	51.68	48.32
	600만원 이상	728	39.76	60.24	53.19	46.81

### 1.11. 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 구입 변화 예상

○ 향후 1년간 온라인을 이용하여 가공식품을 구입할 시 예상되는 변화로는 ‘현 수준 유지’가 52.6%로 가장 높으며, ‘약간 증가’할 것이라는 예상이 40.9%로 나타나, 온라인을 이용한 가공식품 구입은 지속 증가가 예상됨.

- 향후 온라인을 이용한 가공식품 구입은 권역별로는 수도권, 가구원수별로는 4인 이상 가구, 연령별로는 30대, 가구소득별로는 400만원 이상의 고소득층에서 더욱 증가할 것으로 예상됨.

〈그림 5-11〉 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 구입 변화 예상



〈표 5-11〉 향후 1년간 온라인을 이용한 가공식품 구입 변화 예상

(단위: 명, %, 5점 평균)

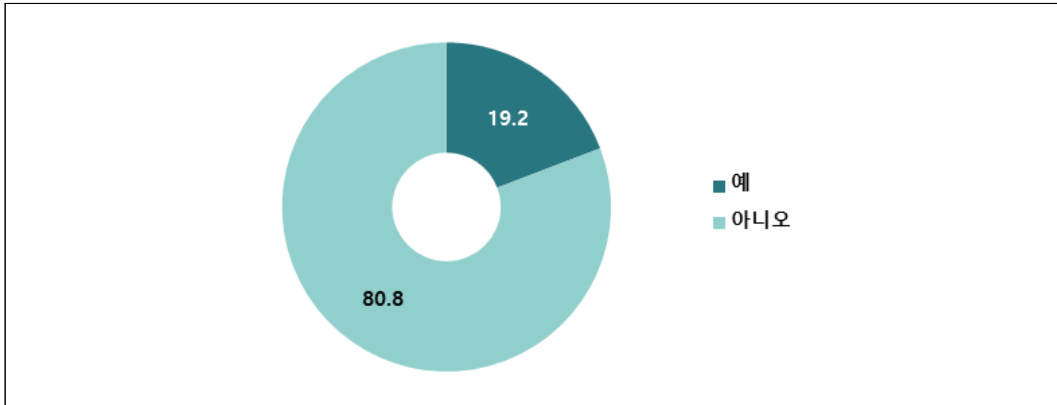
구분		사례수	매우 감소할 것	약간 감소할 것	현 수준을 유지	약간 증가할 것	매우 증가할 것	척도평균
전체		2000	0.1	1.3	52.6	40.9	5.2	3.50
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.0	0.6	50.8	42.2	6.4	3.54
	비 MZ세대	1218	0.2	1.7	53.7	40.1	4.4	3.47
권역	수도권	1002	0.1	1.2	48.0	44.2	6.5	3.56
	충청권	219	0.0	1.4	55.3	41.6	1.8	3.44
	호남권	219	0.0	1.4	59.4	33.8	5.5	3.43
	대경권	195	0.5	2.1	56.9	36.4	4.1	3.42
	동남권	304	0.0	1.0	54.9	40.5	3.6	3.47
	강원권	61	0.0	1.6	67.2	26.2	4.9	3.34
가구원수	1인	331	0.0	1.2	63.4	31.4	3.9	3.38
	2인	367	0.0	1.9	55.0	39.5	3.5	3.45
	3인	598	0.3	1.8	51.8	41.6	4.3	3.48
	4인 이상	704	0.0	0.6	46.7	45.5	7.2	3.59
성별	남성	978	0.1	1.4	50.2	43.8	4.5	3.51
	여성	1022	0.1	1.2	54.8	38.2	5.8	3.48
연령	20대	267	0.0	0.7	57.7	36.3	5.2	3.46
	30대	410	0.0	0.7	47.3	44.9	7.1	3.58
	40대	502	0.2	1.0	52.2	41.0	5.6	3.51
	50대	386	0.0	1.6	48.7	44.6	5.2	3.53
	60대 이상	435	0.2	2.3	58.2	36.6	2.8	3.39
학력	고졸 이하	460	0.4	1.1	63.3	30.7	4.6	3.38
	대졸	1311	0.0	1.4	50.5	42.6	5.5	3.52
	대학원졸	229	0.0	0.9	42.8	52.0	4.4	3.60
직업	관리/전문/사무직	1073	0.1	0.7	49.0	44.9	5.2	3.54
	서비스/판매직	215	0.0	1.9	54.0	39.5	4.7	3.47
	기계/농림어업/단순노무	212	0.5	1.4	54.2	39.6	4.2	3.46
	주부	238	0.0	2.5	55.9	34.5	7.1	3.46
	학생	116	0.0	0.9	56.0	38.8	4.3	3.47
	기타	146	0.0	2.7	65.8	27.4	4.1	3.33
가구소득	200만원 미만	166	0.6	1.2	67.5	27.1	3.6	3.32
	200~400만원 미만	543	0.2	1.7	61.3	32.8	4.1	3.39
	400~600만원 미만	563	0.0	1.4	50.3	42.8	5.5	3.52
	600만원 이상	728	0.0	1.0	44.4	48.6	6.0	3.60

## 1.12. 가공식품 정기 배송 여부

○ 가공식품 정기 배송하는 비율은 19.2%로 나타남.

- MZ 세대의 정기 배송 여부는 27.5%로 비 MZ세대의 약 두 배 수준으로 나타남.
- 권역별로 수도권에서 정기 배송을 이용하는 경우가 21.3%로 가장 높고, 다음으로 동남권, 충청권, 대경권, 호남권 순으로 높게 나타남.
- 가구소득별로 보았을 때, 소득이 높을수록 가공식품 정기 구독 비율도 증가하는 경향을 보임.

〈그림 5-12〉 가공식품 정기 배송 여부



〈표 5-12〉 가공식품 정기 배송 여부

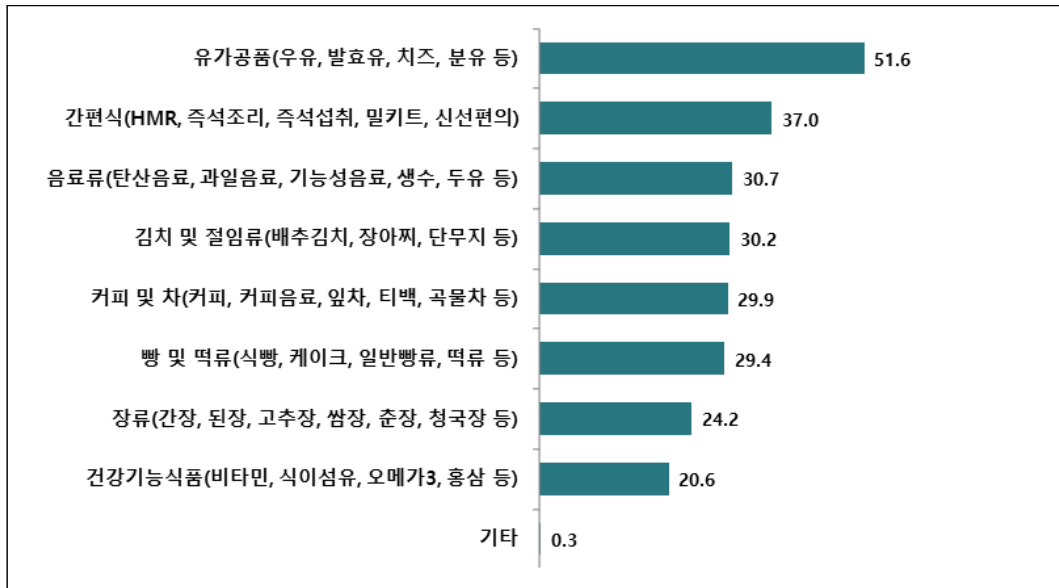
(단위: 명, %)

구분		사례수	예	아니오
전체		2000	19.2	80.8
MZ세대 구분	MZ세대	782	27.5	72.5
	비 MZ세대	1218	13.9	86.1
권역	수도권	1002	21.3	78.7
	충청권	219	18.3	81.7
	호남권	219	16.0	84.0
	대경권	195	17.9	82.1
	동남권	304	19.1	80.9
	강원권	61	4.9	95.1
가구원수	1인	331	16.0	84.0
	2인	367	12.8	87.2
	3인	598	18.4	81.6
	4인 이상	704	24.7	75.3
성별	남성	978	17.6	82.4
	여성	1022	20.7	79.3
연령	20대	267	28.8	71.2
	30대	410	28.8	71.2
	40대	502	17.3	82.7
	50대	386	13.2	86.8
	60대 이상	435	11.7	88.3
학력	고졸 이하	460	13.7	86.3
	대졸	1311	21.1	78.9
	대학원졸	229	19.7	80.3
직업	관리/전문/사무직	1073	22.0	78.0
	서비스/판매직	215	19.5	80.5
	기계/농림어업/단순노무	212	19.8	80.2
	주부	238	13.9	86.1
	학생	116	20.7	79.3
	기타	146	4.8	95.2
가구소득	200만원 미만	166	10.2	89.8
	200~400만원 미만	543	15.5	84.5
	400~600만원 미만	563	20.2	79.8
	600만원 이상	728	23.2	76.8

### 1.13. 정기적으로 배송 받는 가공식품

- 정기적으로 배송 받는 가공식품으로는 ‘유가공품’이 51.6%으로 가장 높게 나타났으며, ‘간편식’(37.0%), ‘음료류’(30.7%), ‘김치 및 절임류’(30.2%) 순으로 나타남.
- 연령별로 보았을 때, 20대는 ‘빵 및 떡류’의 정기배송 비율이 다른 연령대보다 높았으며, 40대와 50대는 ‘간편식’의 정기배송 비율이 상대적으로 높았고, 60대 이상은 모든 가공식품 품목에서 다른 연령층 보다 낮게 나타남.

〈그림 5-13〉 정기적으로 배송 받는 가공식품(복수 응답)



〈표 5-13〉 정기적으로 배송 받는 가공식품(복수 응답)

(단위: 명, %)

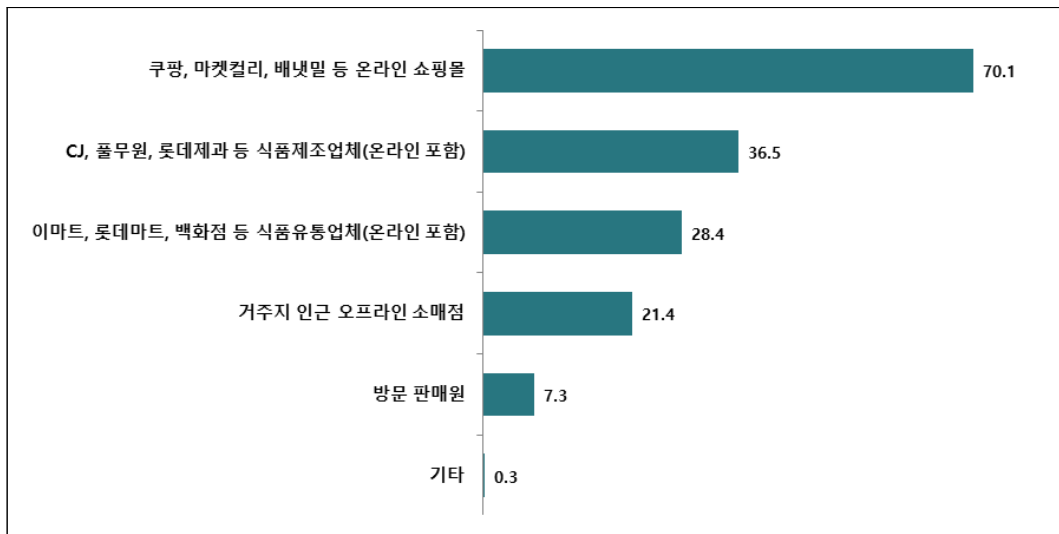
구분		사례수	유가공품	간편식	음료류	김치 및 절임류	커피 및 차	빵 및 떡류	장류	건강 기능 식품
전체		384	51.6	37.0	30.7	30.2	29.9	29.4	24.2	20.6
MZ세대 구분	MZ세대	215	51.2	36.3	36.7	32.1	30.2	31.6	23.3	19.5
	비 MZ세대	169	52.1	37.9	23.1	27.8	29.6	26.6	25.4	21.9
권역	수도권	213	55.4	40.4	29.1	32.4	32.9	34.7	23.0	19.7
	충청권	40	60.0	42.5	42.5	30.0	37.5	17.5	27.5	32.5
	호남권	35	40.0	22.9	31.4	14.3	25.7	28.6	17.1	14.3
	대경권	35	40.0	37.1	22.9	34.3	25.7	17.1	31.4	20.0
	동남권	58	44.8	27.6	34.5	29.3	19.0	25.9	25.9	17.2
	강원권	3	66.7	66.7	0.0	33.3	33.3	33.3	33.3	66.7
가구원수	1인	53	49.1	32.1	26.4	17.0	24.5	37.7	15.1	11.3
	2인	47	44.7	29.8	42.6	31.9	40.4	19.1	17.0	34.0
	3인	110	54.5	40.0	29.1	26.4	26.4	27.3	18.2	10.9
	4인 이상	174	52.3	38.5	29.9	36.2	31.0	31.0	32.8	25.9
성별	남성	172	54.7	33.1	30.2	32.0	27.3	30.2	21.5	18.6
	여성	212	49.1	40.1	31.1	28.8	32.1	28.8	26.4	22.2
연령	20대	77	46.8	36.4	41.6	35.1	29.9	33.8	20.8	22.1
	30대	118	53.4	35.6	36.4	29.7	30.5	30.5	26.3	17.8
	40대	87	51.7	43.7	20.7	29.9	26.4	29.9	21.8	20.7
	50대	51	56.9	45.1	37.3	33.3	39.2	31.4	31.4	27.5
	60대 이상	51	49.0	21.6	11.8	21.6	25.5	17.6	21.6	17.6
학력	고졸 이하	63	42.9	36.5	38.1	28.6	33.3	30.2	23.8	25.4
	대졸	276	54.3	37.3	31.2	31.5	29.7	30.1	24.3	21.4
	대학원졸	45	46.7	35.6	17.8	24.4	26.7	24.4	24.4	8.9
직업	관리/전문/사무직	236	54.7	40.3	31.4	31.4	31.8	30.5	25.0	20.8
	서비스/판매직	42	42.9	35.7	31.0	38.1	26.2	26.2	26.2	14.3
	기계/농림어업/단순노무	42	54.8	35.7	31.0	26.2	31.0	33.3	26.2	14.3
	주부	33	51.5	30.3	15.2	27.3	24.2	24.2	24.2	30.3
	학생	24	37.5	25.0	50.0	25.0	16.7	20.8	12.5	25.0
	기타	7	28.6	14.3	14.3	0.0	57.1	42.9	14.3	28.6
	가구소득	200만원 미만	17	47.1	41.2	52.9	23.5	17.6	23.5	41.2
200~400만원 미만	84	48.8	27.4	27.4	25.0	20.2	36.9	20.2	17.9	
400~600만원 미만	114	57.0	32.5	36.8	28.1	31.6	28.9	22.8	22.8	
600만원 이상	169	49.7	44.4	26.0	34.9	34.9	26.6	25.4	21.9	

### 1.14. 정기 배송 신청/주문처

○ 정기 배송을 신청하거나 주문하는 곳으로는 ‘온라인 쇼핑몰’이 70.1%로 가장 높으며 ‘식품제조업체’(36.5%), ‘식품유통업체’(28.4%) 순으로 나타남.

- 연령별로 보았을 때, 20대 ~ 40대는 ‘식품제조업체’, 50대는 ‘식품 유통업체’, 60대 이상은 ‘방문 판매원’을 통한 정기 배송 신청/주문이 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 5-14〉 정기 배송 신청/주문처(복수 응답)





〈표 5-14〉 정기 배송 신청/주문처(복수 응답)

(단위: 명, %)

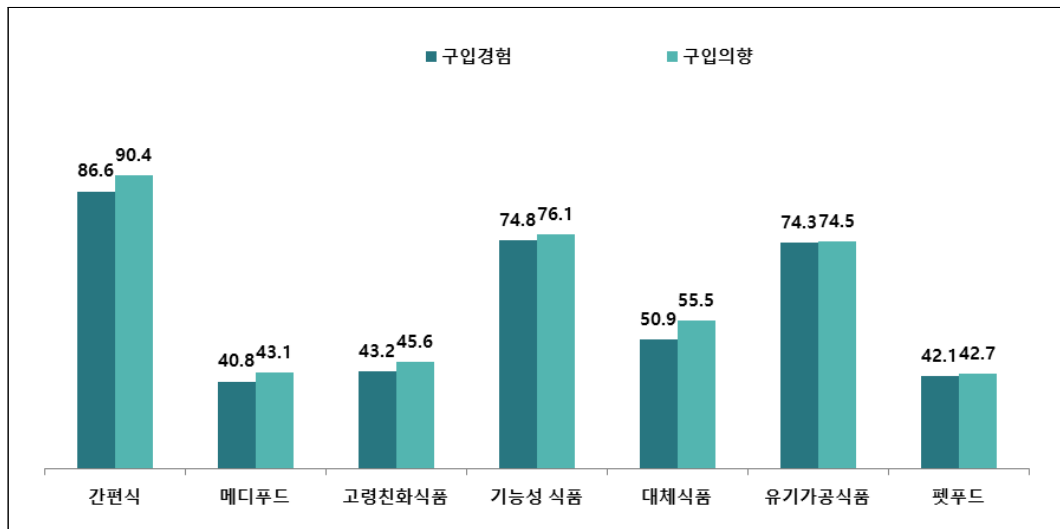
구분		사례수	온라인 쇼핑몰	식품 제조업체	식품 유통업체	거주지 인근 오프라인 소매점	방문 판매원	기타
전체		384	70.1	36.5	28.4	21.4	7.3	0.3
MZ세대 구분	MZ세대	215	73.0	40.0	28.4	25.6	6.5	0.5
	비 MZ세대	169	66.3	32.0	28.4	16.0	8.3	0.0
권역	수도권	213	76.1	38.5	30.5	21.6	8.0	0.0
	충청권	40	75.0	35.0	15.0	20.0	5.0	0.0
	호남권	35	48.6	37.1	17.1	14.3	8.6	0.0
	대경권	35	57.1	40.0	31.4	28.6	5.7	0.0
	동남권	58	63.8	29.3	34.5	20.7	6.9	1.7
	강원권	3	100.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0
가구원수	1인	53	69.8	24.5	20.8	26.4	11.3	0.0
	2인	47	83.0	29.8	19.1	19.1	8.5	0.0
	3인	110	67.3	36.4	26.4	12.7	3.6	0.0
	4인 이상	174	68.4	42.0	34.5	25.9	8.0	0.6
성별	남성	172	69.2	38.4	22.7	21.5	5.8	0.0
	여성	212	70.8	34.9	33.0	21.2	8.5	0.5
연령	20대	77	72.7	39.0	27.3	31.2	9.1	1.3
	30대	118	72.9	43.2	28.0	22.0	5.9	0.0
	40대	87	67.8	34.5	28.7	18.4	3.4	0.0
	50대	51	72.5	27.5	39.2	19.6	7.8	0.0
	60대 이상	51	60.8	29.4	19.6	11.8	13.7	0.0
학력	고졸 이하	63	73.0	30.2	30.2	28.6	7.9	1.6
	대졸	276	68.8	38.8	29.0	20.7	7.2	0.0
	대학원졸	45	73.3	31.1	22.2	15.6	6.7	0.0
직업	관리/전문/사무직	236	72.9	37.3	30.5	18.2	7.6	0.0
	서비스/판매직	42	61.9	47.6	26.2	23.8	2.4	0.0
	기계/농림어업/단순노무	42	59.5	40.5	23.8	38.1	4.8	0.0
	주부	33	72.7	24.2	30.3	21.2	9.1	0.0
	학생	24	75.0	29.2	16.7	25.0	4.2	4.2
	기타	7	57.1	0.0	28.6	0.0	42.9	0.0
가구소득	200만원 미만	17	52.9	47.1	29.4	41.2	17.6	0.0
	200~400만원 미만	84	65.5	27.4	20.2	26.2	6.0	0.0
	400~600만원 미만	114	67.5	38.6	30.7	25.4	7.9	0.0
	600만원 이상	169	75.7	38.5	30.8	14.2	6.5	0.6

## 2. 신성장 식품 구입 행태

### 2.1. 신성장 식품 구입 경험 및 구입 의향

○ 신성장 식품 중 구입 경험은 ‘간편식’(86.6%), ‘기능성 식품’(74.8%), ‘유기가공식품’(74.3%), ‘대체식품’(50.9%)의 순이며, 구입의향은 구입경험보다 약간 높은 수준에서 순서를 구입 경험과 동일한 순서를 보임.

〈그림 5-15〉 신성장 식품 구입 경험 및 구입 의향



〈표 5-15〉 신성장 식품 구입 경험

(단위: 명, %)

구분	사례수	구입 경험		구입 변화		
		구입 없음	구입 있음	감소	비슷	증가
간편식	2000	13.4	86.6	7.2	49.9	42.9
메디푸드	2000	59.2	40.8	23.2	59.4	17.4
고령친화식품	2000	56.8	43.2	21.3	58.1	20.6
기능성식품	2000	25.3	74.8	8.3	64.3	27.4
대체식품	2000	49.2	50.9	16.0	61.6	22.4
유기가공식품	2000	25.8	74.3	12.8	66.7	20.5
펫푸드	2000	58.0	42.1	19.7	61.1	19.1

〈표 5-16〉 신성장 식품 구입 의향

(단위: 명, %)

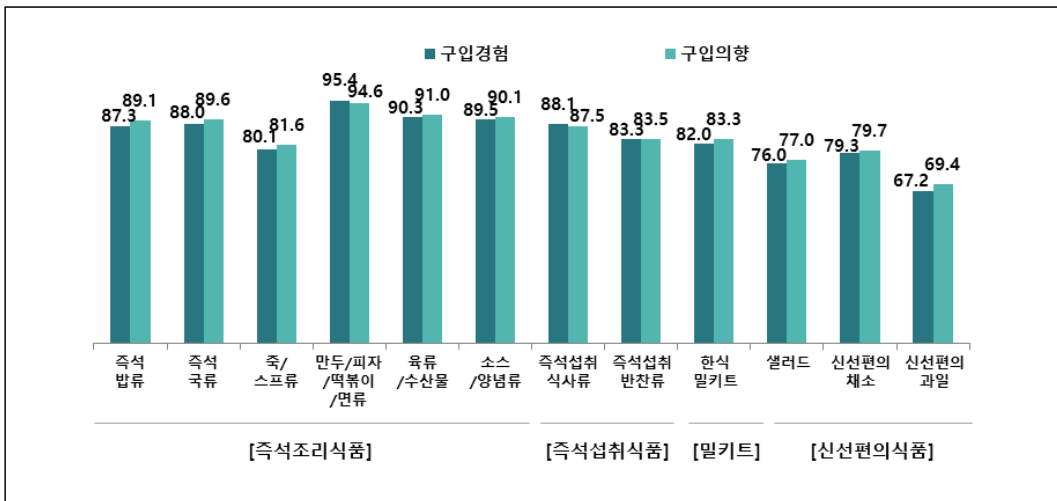
구분	사례수	구입 의향		구입 의향 변화		
		없음	있음	감소	비슷	증가
간편식	2000	9.6	90.4	5.6	52.3	42.1
메디푸드	2000	57.0	43.1	18.1	63.0	18.9
고령친화식품	2000	54.5	45.6	16.2	58.5	25.2
기능성식품	2000	23.9	76.1	9.0	61.3	29.7
대체식품	2000	44.5	55.5	12.6	60.5	26.8
유기가공식품	2000	25.5	74.5	9.6	65.5	24.9
펫푸드	2000	57.4	42.7	15.9	64.2	19.8

## 2.2. 최근 1년간 간편식(HMR) 품목별 구입 경험률

○ 최근 1년간 간편식 품목별 구입 경험률은 ‘만두/피자/떡볶이/면류’가 95.4%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘육류/수산물’(90.3%), ‘소스/양념류’(89.5%), ‘식사류’(88.1%) 등의 순으로 나타났으며, ‘신선편의과일’이 67.2%가 가장 낮게 나타남.

- MZ세대는 모든 품목에서 비 MZ세대보다 높은 구입 경험률을 보임.
- 가구소득별로 보면, 가구소득이 높으면 모든 품목에서 높은 구입 경험률을 보임.

〈그림 5-16〉 최근 1년간 간편식(HMR) 품목별 구입 경험률



〈표 5-17〉 최근 1년간 간편식(HMR) 품목별 구입 경험률 [1/2]

(단위: 명, %)

구분		사례수	즉석 조리식품 -즉석 밥류	즉석 조리식품 -즉석 국류	즉석 조리식품 -죽/스프류	즉석 조리식품 -만두/피자 /떡볶이/ 면류	즉석 조리식품 -육류/ 수산물	즉석 조리식품 -소스/ 양념류
전체		2000	87.3	88.0	80.1	95.4	90.3	89.5
MZ세대 구분	MZ세대	782	92.7	91.2	84.5	96.3	92.2	91.7
	비 MZ세대	1218	83.7	85.9	77.3	94.8	89.0	88.1
권역	수도권	1002	90.4	90.3	82.5	97.0	91.7	91.8
	충청권	219	84.9	86.8	76.7	93.2	87.2	86.8
	호남권	219	84.0	85.8	77.2	95.0	89.0	88.6
	대경권	195	82.1	81.0	75.4	92.3	86.7	88.2
	동남권	304	85.2	87.8	82.2	96.1	92.8	88.5
	강원권	61	82.0	83.6	67.2	85.3	80.3	73.8
가구원수	1인	331	83.4	86.1	71.6	90.0	83.4	82.5
	2인	367	82.0	83.7	76.8	93.7	87.2	85.8
	3인	598	87.1	88.3	79.1	96.3	90.5	89.6
	4인 이상	704	91.9	90.8	86.7	98.0	94.9	94.6
성별	남성	978	87.1	88.2	79.4	94.1	89.7	88.9
	여성	1022	87.4	87.7	80.8	96.7	90.8	90.1
연령	20대	267	92.5	89.9	85.4	95.9	94.0	91.0
	30대	410	92.4	91.2	84.2	96.1	90.2	91.7
	40대	502	88.7	89.2	79.3	97.0	91.6	91.0
	50대	386	88.3	88.1	82.1	96.9	91.2	91.5
	60대 이상	435	76.6	82.1	72.2	91.3	85.5	83.0
학력	고졸 이하	460	81.7	83.3	73.9	92.8	86.7	85.9
	대졸	1311	89.0	89.6	81.7	96.6	91.0	90.3
	대학원졸	229	88.2	88.2	83.4	93.9	93.0	92.1
직업	관리/전문/사무직	1073	90.0	90.1	83.0	96.5	91.7	90.9
	서비스/판매직	215	88.4	88.4	80.5	95.8	92.6	89.8
	기계/농림어업/단순노무	212	83.5	85.4	75.0	92.9	87.3	90.6
	주부	238	83.6	87.0	79.0	96.2	89.9	88.2
	학생	116	94.0	87.9	83.6	96.6	92.2	89.7
	기타	146	71.2	76.7	64.4	88.4	79.5	79.5
가구소득	200만원 미만	166	73.5	78.9	70.5	86.8	78.3	75.9
	200~400만원 미만	543	83.4	85.6	75.3	93.4	86.7	86.4
	400~600만원 미만	563	90.4	89.2	82.4	97.2	93.3	91.8
	600만원 이상	728	90.8	90.8	84.1	97.5	93.3	93.1

〈표 5-17〉 최근 1년간 간편식(HMR) 품목별 구입 경험률 [2/2]

(단위: 명, %)

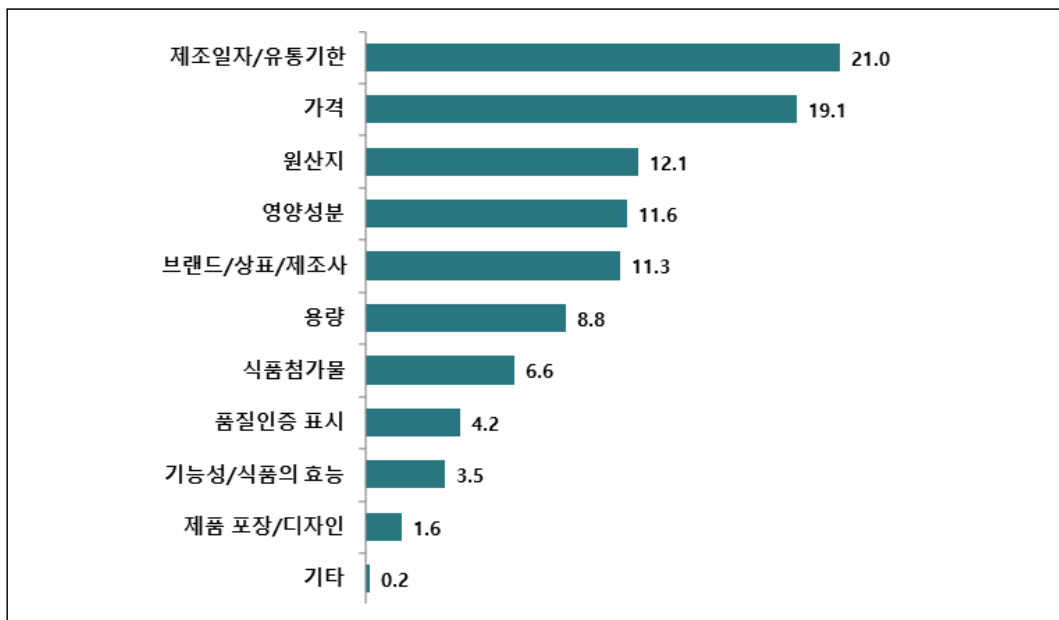
구분		사례수	즉석 섭취식품 -즉석섭취 식사류	즉석 섭취식품 -즉석섭취 반찬류	간편 조리세트 -한식 밀키트	신선 편의식품 -샐러드	신선 편의식품 -신선편의 채소	신선 편의식품 -신선편의 과일
전체		2000	88.1	83.3	82.0	76.0	79.3	67.2
MZ세대 구분	MZ세대	782	91.6	87.6	88.2	83.4	84.5	74.3
	비 MZ세대	1218	85.9	80.5	77.9	71.2	75.9	62.6
권역	수도권	1002	89.7	85.8	85.5	80.2	81.9	71.4
	충청권	219	83.6	81.7	81.7	74.9	78.1	68.5
	호남권	219	88.6	82.7	79.0	70.8	74.9	60.7
	대경권	195	82.6	74.9	71.8	68.7	72.3	59.0
	동남권	304	90.8	83.6	80.3	75.3	80.6	65.8
	강원권	61	80.3	75.4	75.4	54.1	70.5	50.8
	가구원수	1인	331	85.5	82.5	77.6	73.1	77.6
2인	367	84.2	76.6	76.3	68.1	73.8	55.9	
3인	598	87.8	82.9	82.8	75.9	78.4	66.6	
4인 이상	704	91.6	87.5	86.2	81.4	83.5	73.6	
성별	남성	978	87.3	83.3	79.5	72.8	79.2	66.0
	여성	1022	88.9	83.3	84.3	79.0	79.3	68.4
연령	20대	267	88.4	86.9	87.3	83.9	84.3	76.8
	30대	410	92.9	86.8	87.3	82.0	84.6	72.9
	40대	502	89.6	84.7	85.7	75.1	76.5	65.9
	50대	386	89.6	83.7	78.5	73.1	80.1	67.6
	60대 이상	435	80.2	75.9	72.4	69.0	73.6	57.0
학력	고졸 이하	460	82.0	77.0	74.6	72.4	72.8	62.6
	대졸	1311	89.7	85.3	84.6	76.4	80.9	68.1
	대학원졸	229	91.3	84.7	81.7	80.4	83.0	71.2
직업	관리/전문/사무직	1073	90.2	85.5	84.0	78.6	81.8	69.5
	서비스/판매직	215	88.4	87.0	85.6	78.6	86.1	74.0
	기계/농림어업/단순노무	212	85.4	80.7	76.9	70.3	75.0	69.3
	주부	238	87.0	76.9	80.3	72.3	73.5	59.7
	학생	116	87.9	86.2	87.1	83.6	81.9	72.4
	기타	146	78.1	74.0	67.8	61.0	63.7	45.2
	가구소득	200만원 미만	166	76.5	73.5	72.3	66.3	68.1
200~400만원 미만	543	86.4	77.9	76.4	69.1	74.8	61.9	
400~600만원 미만	563	90.4	86.2	83.1	78.0	82.2	67.7	
600만원 이상	728	90.3	87.4	87.4	81.7	82.8	73.5	

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

○ 간편식 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항으로는 ‘제조일자/유통기한’이 21.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘가격’(19.1%), ‘원산지’(12.1%), ‘영양성분’(11.6%), ‘브랜드/상표/제조사’(11.3%) 순으로 나타났으며, ‘제품포장/디자인’이 1.6%로 가장 낮게 나타남.

- MZ 세대의 경우는 ‘가격’(20.9%)이 가장 우선 확인하는 사항으로 나타남.
- 권역별로는 강원권의 경우 ‘가격’(25.6%)이 가장 우선 확인하는 사항으로 나타남.

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



〈표 5-18〉 간편식(HMR) 품목별 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)

(단위: 명, %)

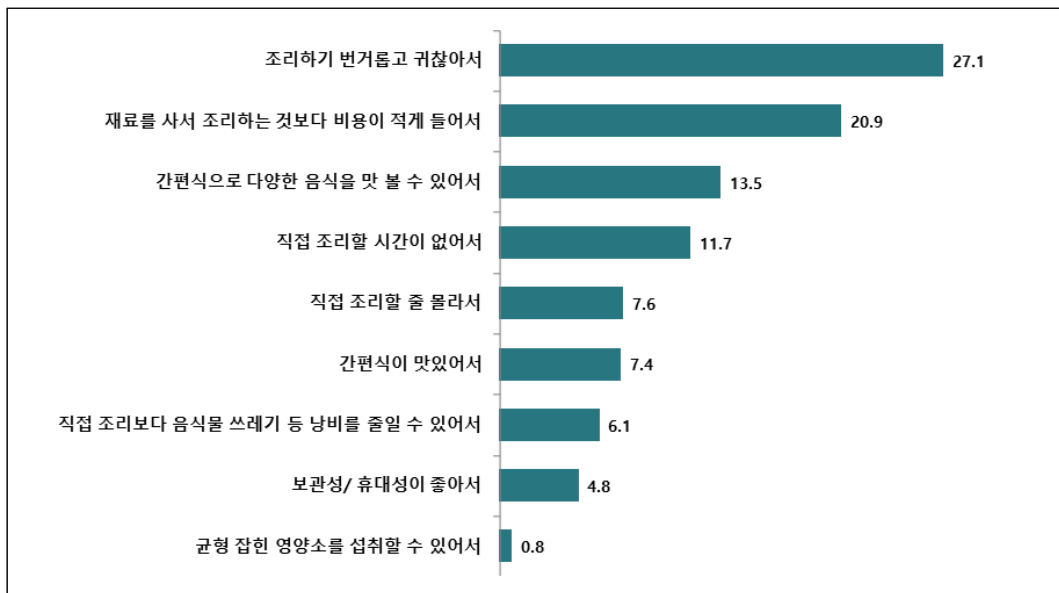
구분	사례수	제조 일자/ 유통 기한	가격	원산지	영양성 분	브랜드 /상표/ 제조사	용량	식품 첨가물	품질 인증 표시	기능성/ 식품의 효능	제품 포장/ 디자인	
전체	2000	21.0	19.1	12.1	11.6	11.3	8.8	6.6	4.2	3.5	1.6	
MZ세대 구분	MZ세대	782	18.3	20.9	10.9	12.5	11.7	9.8	7.1	3.6	2.5	2.4
	비 MZ세대	1218	22.8	18.0	12.8	11.0	10.9	8.2	6.2	4.6	4.2	1.1
권역	수도권	1002	20.5	18.6	12.1	12.2	11.6	9.0	6.9	3.9	3.4	1.6
	충청권	219	22.5	20.0	11.3	11.4	10.3	8.2	8.4	3.4	2.3	1.7
	호남권	219	22.3	20.1	12.9	10.0	9.1	10.2	5.9	4.5	4.0	1.0
	대경권	195	20.3	18.7	12.6	11.4	11.0	8.7	5.6	5.9	3.8	1.6
	동남권	304	22.0	18.5	11.8	11.4	12.5	8.4	5.4	4.1	4.2	1.8
	강원권	61	17.6	25.6	10.7	8.5	11.6	7.2	5.8	6.6	3.9	2.5
가구원수	1인	331	20.2	24.5	8.1	10.5	10.6	11.4	5.8	3.8	3.3	1.6
	2인	367	23.6	18.2	12.0	9.5	10.7	8.6	6.6	5.8	3.7	1.1
	3인	598	21.6	18.6	12.2	12.1	11.7	8.1	6.4	3.7	3.5	1.9
	4인 이상	704	19.6	17.5	13.9	12.8	11.5	8.4	7.0	4.0	3.6	1.6
성별	남성	978	21.6	20.2	12.0	11.3	11.9	9.1	5.4	4.0	2.8	1.5
	여성	1022	20.5	18.1	12.2	11.9	10.6	8.6	7.7	4.4	4.2	1.7
연령	20대	267	15.2	21.9	10.7	13.2	12.5	10.7	6.2	3.6	3.0	2.7
	30대	410	19.7	20.0	11.1	12.0	11.4	9.8	7.5	3.6	2.3	2.5
	40대	502	22.1	20.1	11.1	10.7	11.6	8.5	7.4	4.0	3.0	1.2
	50대	386	22.3	17.3	13.8	12.2	10.8	8.1	5.7	4.0	4.7	1.1
	60대 이상	435	23.5	17.0	13.4	10.8	10.4	7.9	5.8	5.5	4.6	0.9
학력	고졸 이하	460	21.0	21.0	11.2	11.5	10.1	9.7	5.9	4.0	4.1	1.3
	대졸	1311	20.9	18.6	12.1	11.9	11.6	8.4	6.7	4.4	3.3	1.7
	대학원졸	229	21.7	18.2	13.9	9.8	11.6	9.4	7.4	3.2	3.5	1.3
직업	관리/전문/사무직	1073	21.2	18.9	11.8	12.1	11.6	8.5	6.6	4.1	3.3	1.7
	서비스/판매직	215	20.5	19.9	12.6	10.3	11.5	9.5	6.8	4.2	2.8	1.9
	기계농림어업단순노무	212	21.6	17.6	11.5	12.6	10.3	10.4	6.3	3.3	3.8	2.1
	주부	238	22.1	17.1	13.9	9.9	10.4	8.0	8.4	4.4	4.9	0.5
	학생	116	14.1	23.5	9.6	14.9	13.5	8.8	5.7	4.3	3.2	2.0
	기타	146	23.8	21.5	12.8	8.4	9.0	9.2	4.4	5.5	4.2	1.0
가구소득	200만원 미만	166	24.5	25.2	9.8	9.3	7.2	11.0	5.3	3.9	2.4	1.3
	200~400만원 미만	543	21.4	23.2	9.9	11.1	10.4	9.2	6.0	3.3	3.7	1.6
	400~600만원 미만	563	20.6	18.6	12.6	11.2	12.2	8.6	6.6	4.2	3.1	2.1
	600만원 이상	728	20.3	15.1	13.8	12.8	12.0	8.3	7.3	4.9	4.0	1.3



## 2.4. 간편식(HMR) 구입 이유

- 간편식 구입 이유로는 ‘조리하기 번거롭고 귀찮아서’가 27.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 절감된다’라는 의견이 20.9%, ‘간편식으로 다양한 음식을 맛 볼 수 있어서’라는 의견이 13.5% 순으로 높게 나타남. 반면 ‘균형 잡힌 영양소를 섭취할 수 있어서’는 0.8%로 매우 낮게 나타남.

〈그림 5-18〉 간편식(HMR) 구입 이유(1+2 가중평균)



〈표 5-19〉 간편식(HMR) 구입 이유(1+2 가중평균)

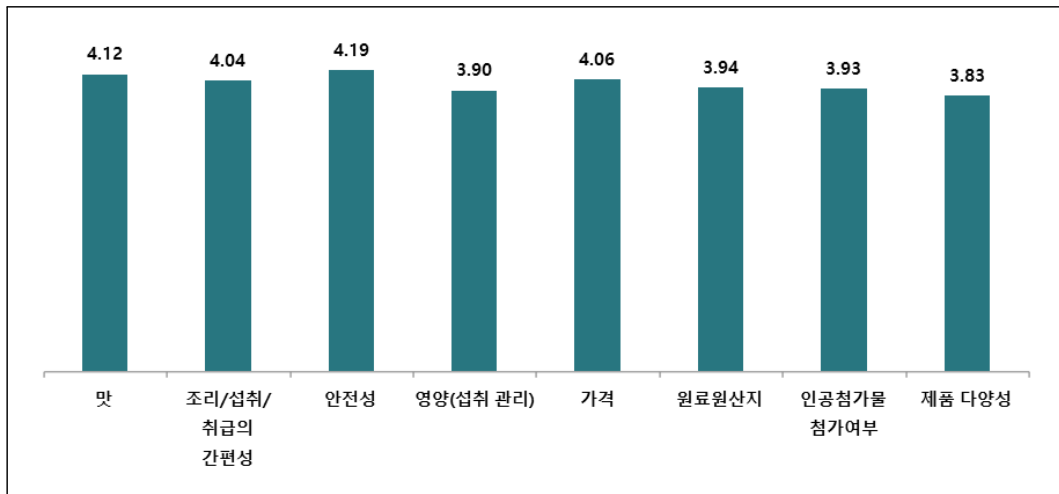
(단위: 명, %)

구분		사례수	조리하기 번거롭고 귀찮아서	재료 구매 조리보다 비용 절감	간편식으로 다양한 음식을 체험	직접 조리할 시간이 없어서	직접 조리할 줄 몰라서	간편식이 맛있어서	음식물 쓰레기 낭비 절감	보관성/후대성이 좋아서	균형 잡힌 영양소 섭취
전체		2000	27.1	20.9	13.5	11.7	7.6	7.4	6.1	4.8	0.8
MZ세대 구분	MZ세대	782	24.0	20.0	11.9	12.9	10.4	10.4	6.1	3.9	0.5
	비 MZ세대	1218	29.1	21.5	14.5	10.9	5.8	5.6	6.2	5.4	1.0
권역	수도권	1002	27.5	20.0	13.6	13.0	8.1	7.4	5.8	4.0	0.5
	충청권	219	23.6	20.9	14.5	11.6	8.2	4.9	9.3	6.1	0.9
	호남권	219	26.1	22.4	16.1	8.6	8.4	6.9	5.1	5.8	0.5
	대경권	195	28.1	20.3	10.7	9.3	7.1	10.9	6.7	6.4	0.5
	동남권	304	27.8	22.4	13.2	10.9	6.3	7.6	5.5	4.5	1.8
	강원권	61	29.7	23.1	9.3	13.2	2.2	7.1	6.0	7.1	2.2
가구원수	1인	331	28.4	20.0	9.2	11.5	10.3	7.1	6.3	5.9	1.1
	2인	367	28.7	21.0	13.1	10.8	7.3	6.0	7.5	4.8	0.7
	3인	598	27.2	20.7	15.2	11.7	7.2	7.6	5.3	4.4	0.7
	4인 이상	704	25.6	21.4	14.2	12.3	6.8	8.2	6.0	4.7	0.7
성별	남성	978	27.3	19.5	13.1	12.0	8.9	7.1	5.4	5.7	0.9
	여성	1022	26.9	22.2	13.9	11.4	6.3	7.8	6.8	4.0	0.6
연령	20대	267	24.2	18.0	9.0	13.0	12.7	10.9	7.4	4.6	0.1
	30대	410	24.2	21.0	13.1	12.8	9.3	10.4	5.0	3.3	0.8
	40대	502	28.0	21.7	12.8	12.5	7.8	6.4	5.5	4.9	0.3
	50대	386	27.8	22.3	15.1	11.3	5.9	6.4	5.9	4.8	0.6
	60대 이상	435	30.0	20.3	16.0	9.2	4.0	4.7	7.4	6.4	1.8
학력	고졸 이하	460	26.0	21.0	14.4	10.4	7.0	6.9	6.8	6.4	1.1
	대졸	1311	26.9	21.4	13.0	12.2	7.5	8.0	5.9	4.2	0.8
	대학원졸	229	30.3	17.7	14.3	11.5	8.9	5.7	6.0	5.4	0.1
직업	관리/전문/사무직	1073	26.6	21.7	13.0	13.1	7.9	6.9	5.5	4.7	0.6
	서비스/판매직	215	26.6	19.0	10.7	13.6	9.0	10.4	4.4	5.1	1.1
	기계농림어업단순노무	212	25.6	18.4	15.1	10.7	9.2	7.8	6.0	5.7	1.1
	주부	238	28.7	22.8	16.5	7.0	3.5	6.9	8.3	4.9	1.3
	학생	116	25.4	18.7	11.8	13.5	9.2	8.9	7.5	4.9	0.0
	기타	146	32.6	20.0	15.2	6.0	6.2	6.0	9.0	4.1	0.9
가구소득	200만원 미만	166	28.5	18.6	12.6	8.1	8.5	8.5	7.3	6.5	1.4
	200~400만원 미만	543	26.3	22.7	12.7	10.3	8.3	7.1	6.5	4.9	1.1
	400~600만원 미만	563	26.7	20.0	13.5	13.7	7.9	7.3	5.8	4.7	0.4
	600만원 이상	728	27.7	20.7	14.3	12.1	6.6	7.5	5.8	4.6	0.7

## 2.5. 간편식 요소별 중요도

- 간편식 요소별 중요도로는 '안전성'(4.19점)로 가장 높게 나타났으며, '맛'(4.12점), '가격'(4.06점), '조리 섭취와 취급의 간편성'(4.04점) 순으로 나타남
- MZ 세대의 경우는 '안전성'과 '가격'에 대한 중요도가 4.07점으로 동일하게 나타남.
  - 1인 가구의 경우 '가격'(4.05점)이 가장 중요하게 인식되는 요소로 나타남.

〈그림 5-19〉 간편식 요소별 중요도



〈표 5-20〉 간편식 요소별 중요도

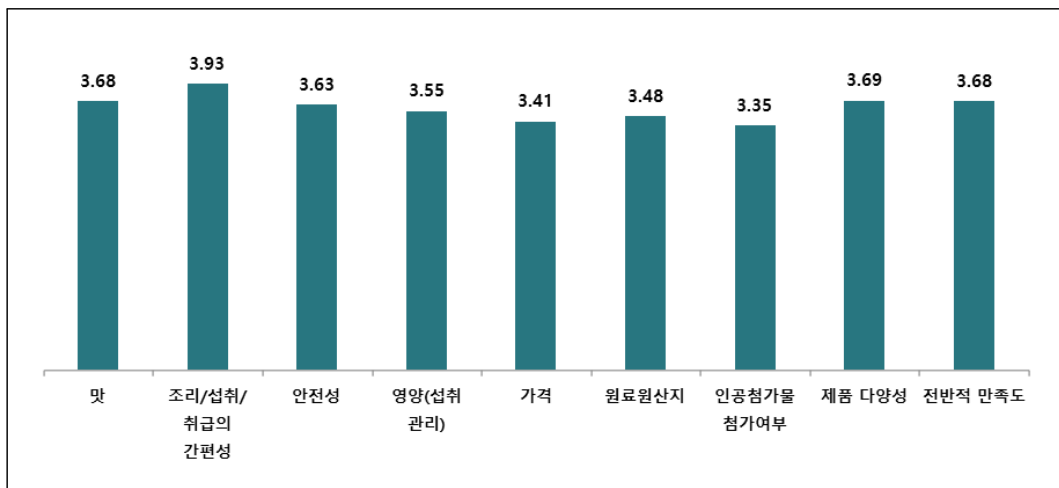
(단위: 명, 5점 평균)

구분		사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양 (섭취 관리)	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가여부	제품 다양성
전체		2000	4.12	4.04	4.19	3.90	4.06	3.94	3.93	3.83
MZ세대 구분	MZ세대	782	4.06	3.98	4.07	3.82	4.07	3.84	3.79	3.81
	비 MZ세대	1218	4.16	4.07	4.26	3.95	4.05	4.00	4.02	3.84
권역	수도권	1002	4.15	4.05	4.20	3.91	4.07	3.95	3.94	3.85
	충청권	219	4.07	3.93	4.15	3.93	4.05	3.92	3.99	3.88
	호남권	219	4.10	4.03	4.20	3.85	4.05	3.91	3.88	3.74
	대경권	195	4.14	4.03	4.19	3.95	4.05	3.93	3.89	3.78
	동남권	304	4.09	4.04	4.14	3.86	4.05	3.96	3.95	3.82
	강원권	61	4.03	4.08	4.21	3.89	4.02	3.79	3.77	3.80
가구원수	1인	331	4.04	3.99	4.04	3.79	4.05	3.75	3.72	3.76
	2인	367	4.13	4.04	4.21	3.86	4.06	3.95	3.98	3.79
	3인	598	4.12	4.03	4.21	3.91	4.02	3.96	3.94	3.81
	4인 이상	704	4.16	4.06	4.22	3.97	4.09	4.00	3.99	3.90
성별	남성	978	4.09	4.02	4.15	3.86	4.06	3.88	3.87	3.79
	여성	1022	4.16	4.05	4.22	3.94	4.05	4.00	3.99	3.86
연령	20대	267	4.02	3.95	4.03	3.79	4.07	3.83	3.78	3.78
	30대	410	4.06	3.98	4.04	3.84	4.08	3.82	3.75	3.82
	40대	502	4.20	4.12	4.25	3.89	4.10	3.94	3.91	3.86
	50대	386	4.15	4.06	4.27	3.99	4.06	4.05	4.01	3.89
	60대 이상	435	4.14	4.02	4.26	3.96	3.97	4.01	4.13	3.77
학력	고졸 이하	460	4.08	3.97	4.11	3.84	4.07	3.92	3.92	3.76
	대졸	1311	4.14	4.06	4.21	3.92	4.06	3.94	3.93	3.85
	대학원졸	229	4.13	4.01	4.21	3.92	4.00	3.97	3.94	3.86
직업	관리/전문/사무직	1073	4.18	4.06	4.22	3.92	4.07	3.94	3.93	3.87
	서비스/판매직	215	4.00	4.01	4.10	3.87	4.03	3.89	3.88	3.84
	기계농림어업단순노무	212	3.88	3.90	3.96	3.80	3.92	3.74	3.76	3.63
	주부	238	4.17	4.05	4.32	4.01	4.09	4.10	4.15	3.89
	학생	116	4.19	4.05	4.09	3.78	4.12	3.94	3.78	3.84
	기타	146	4.12	4.02	4.29	3.89	4.05	3.97	4.00	3.73
가구소득	200만원 미만	166	3.97	3.98	4.02	3.82	4.10	3.78	3.75	3.64
	200~400만원 미만	543	4.04	3.99	4.13	3.82	4.08	3.87	3.80	3.78
	400~600만원 미만	563	4.11	4.04	4.20	3.90	4.04	3.93	4.01	3.81
	600만원 이상	728	4.23	4.08	4.26	3.98	4.04	4.03	4.00	3.92

## 2.6. 간편식 요소별 만족도

- 간편식 요소별 만족도는 ‘조리/섭취/취급의 간편성’(3.93점)으로 가장 높게 나타났으며, ‘제품 다양성’(3.69점), ‘맛’(3.68점)의 순으로 나타남.
- 가구원수별로 보았을 때, 4인 이상 가구에서 전반적 만족도가 가장 높음.
  - 가구소득별로 보았을 때, 가구소득이 높을수록 전반적 만족도가 높게 나타남.

〈그림 5-20〉 간편식 요소별 만족도



〈표 5-21〉 간편식 요소별 만족도

(단위: 명, 5점 평균)

구분		사례수	맛	조리/섭취/취급 간편성	안전성	영양 (섭취 관리)	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품 다양성	전반적인 만족도
전체		2000	3.68	3.93	3.63	3.55	3.41	3.48	3.35	3.69	3.68
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.69	3.91	3.67	3.56	3.50	3.53	3.46	3.72	3.69
	비 MZ세대	1218	3.67	3.94	3.61	3.54	3.35	3.45	3.28	3.67	3.67
권역	수도권	1002	3.70	3.94	3.62	3.55	3.41	3.50	3.33	3.68	3.70
	충청권	219	3.65	3.80	3.65	3.52	3.33	3.42	3.42	3.68	3.60
	호남권	219	3.69	3.95	3.64	3.56	3.42	3.50	3.33	3.66	3.66
	대경권	195	3.67	3.97	3.64	3.54	3.42	3.42	3.34	3.73	3.70
	동남권	304	3.66	3.93	3.65	3.56	3.47	3.49	3.37	3.71	3.68
	강원권	61	3.56	3.92	3.61	3.49	3.21	3.43	3.43	3.80	3.57
가구원수	1인	331	3.57	3.80	3.51	3.46	3.34	3.37	3.24	3.59	3.56
	2인	367	3.63	3.92	3.59	3.50	3.32	3.46	3.26	3.65	3.67
	3인	598	3.66	3.95	3.61	3.49	3.37	3.46	3.34	3.69	3.64
	4인 이상	704	3.78	3.97	3.73	3.66	3.52	3.56	3.46	3.77	3.78
성별	남성	978	3.66	3.90	3.62	3.54	3.40	3.48	3.37	3.67	3.67
	여성	1022	3.70	3.95	3.64	3.55	3.42	3.48	3.33	3.71	3.69
연령	20대	267	3.65	3.89	3.63	3.54	3.53	3.55	3.55	3.72	3.67
	30대	410	3.70	3.90	3.68	3.58	3.49	3.52	3.40	3.71	3.69
	40대	502	3.75	3.98	3.62	3.55	3.37	3.43	3.36	3.73	3.70
	50대	386	3.72	3.99	3.68	3.56	3.44	3.50	3.29	3.68	3.74
	60대 이상	435	3.57	3.85	3.57	3.51	3.28	3.43	3.24	3.63	3.60
학력	고졸 이하	460	3.62	3.88	3.58	3.50	3.38	3.46	3.32	3.63	3.63
	대졸	1311	3.70	3.95	3.66	3.57	3.44	3.50	3.38	3.73	3.70
	대학원졸	229	3.68	3.91	3.59	3.51	3.31	3.42	3.28	3.62	3.67
직업	관리/전문/사무직	1073	3.73	3.98	3.65	3.55	3.45	3.50	3.38	3.74	3.72
	서비스/판매직	215	3.67	3.88	3.71	3.64	3.39	3.53	3.37	3.71	3.70
	기계농림어업단순노무	212	3.49	3.72	3.56	3.53	3.35	3.39	3.28	3.56	3.57
	주부	238	3.69	3.95	3.63	3.55	3.36	3.48	3.31	3.71	3.69
	학생	116	3.72	3.91	3.64	3.48	3.56	3.53	3.52	3.59	3.69
	기타	146	3.52	3.87	3.51	3.46	3.19	3.36	3.18	3.53	3.52
가구소득	200만원 미만	166	3.50	3.76	3.49	3.43	3.23	3.40	3.23	3.54	3.48
	200~400만원 미만	543	3.63	3.89	3.59	3.49	3.35	3.40	3.30	3.63	3.60
	400~600만원 미만	563	3.68	3.93	3.65	3.56	3.40	3.53	3.37	3.69	3.69
	600만원 이상	728	3.76	3.99	3.69	3.61	3.50	3.52	3.40	3.78	3.78

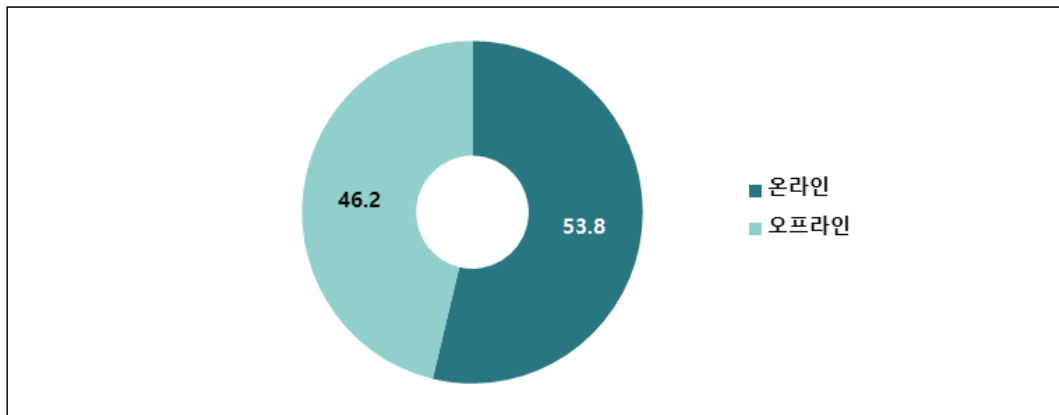
## 2.7. 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중

○ 지출액 기준 간편식의 온라인과 오프라인 비중은 ‘온라인’이 53.8%, ‘오프라인’이 46.2%로 온라인이 높게 나타남.

- 대부분의 권역이 ‘온라인’ 비중이 높은 가운데 수도권과 대경권의 ‘온라인’ 비중이 다소 높게 나타남.

- 1인 가구의 ‘온라인’ 비중이 가장 높고, 4인 이상 가구, 3인 가구 순으로 나타남.

〈그림 5-21〉 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중



〈표 5-22〉 지출액 기준 간편식 온라인과 오프라인 비중

(단위: 명, %)

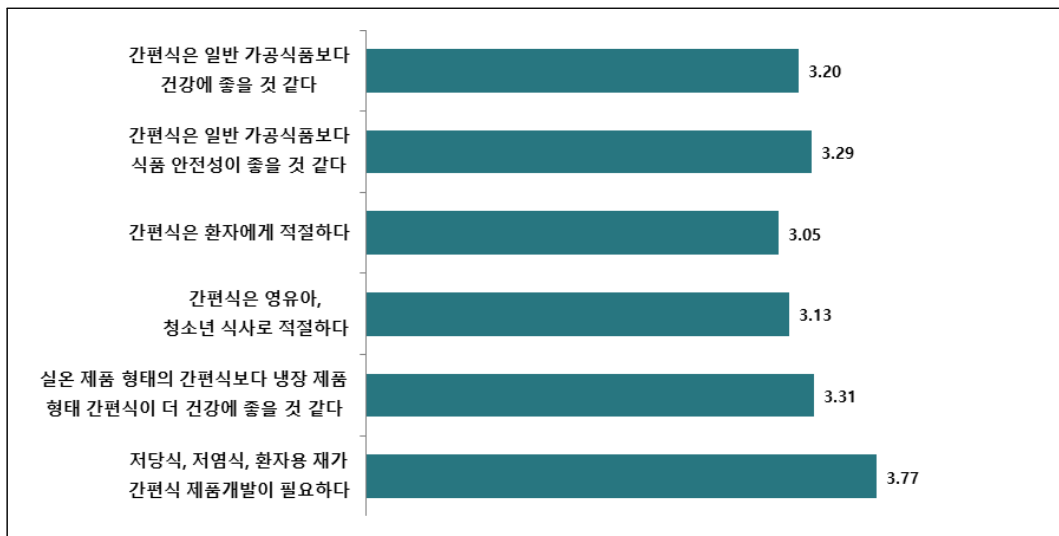
구분		사례수	온라인	오프라인
전체		2000	53.8	46.3
MZ세대 구분	MZ세대	782	57.9	42.1
	비 MZ세대	1218	51.1	48.9
권역	수도권	1002	55.8	44.2
	충청권	219	52.9	47.1
	호남권	219	50.5	49.5
	대경권	195	54.3	45.7
	동남권	304	51.6	48.4
	강원권	61	43.4	56.6
가구원수	1인	331	57.4	42.6
	2인	367	51.8	48.2
	3인	598	52.6	47.4
	4인 이상	704	54.1	45.9
성별	남성	978	52.0	48.1
	여성	1022	55.5	44.5
연령	20대	267	56.4	43.6
	30대	410	58.0	42.0
	40대	502	57.5	42.5
	50대	386	50.3	49.7
	60대 이상	435	46.9	53.1
학력	고졸 이하	460	51.2	48.9
	대졸	1311	54.8	45.2
	대학원졸	229	53.0	47.0
직업	관리/전문/사무직	1073	55.1	44.9
	서비스/판매직	215	54.8	45.2
	기계/농림어업/단순노무	212	50.5	49.6
	주부	238	50.8	49.2
	학생	116	57.2	42.8
	기타	146	48.8	51.2
가구소득	200만원 미만	166	50.9	49.1
	200~400만원 미만	543	54.5	45.5
	400~600만원 미만	563	52.6	47.4
	600만원 이상	728	54.7	45.3



## 2.8. 간편식에 대한 인식

- 간편식에 대한 인식은 ‘저당식, 저염식, 환자용 재가 간편식 제품 개발이 필요하다’는 의견이 3.77점으로 가장 높으며, ‘실온 제품 형태의 간편식 보다 냉장 제품 형태 간편식이 더 건강에 유익하다’는 의견이 3.31점, ‘간편식은 일반 가공식품보다 식품 안정성이 좋을 것 같다’는 의견이 3.29점으로 나타남.

〈그림 5-22〉 간편식에 대한 인식



〈표 5-23〉 간편식에 대한 인식

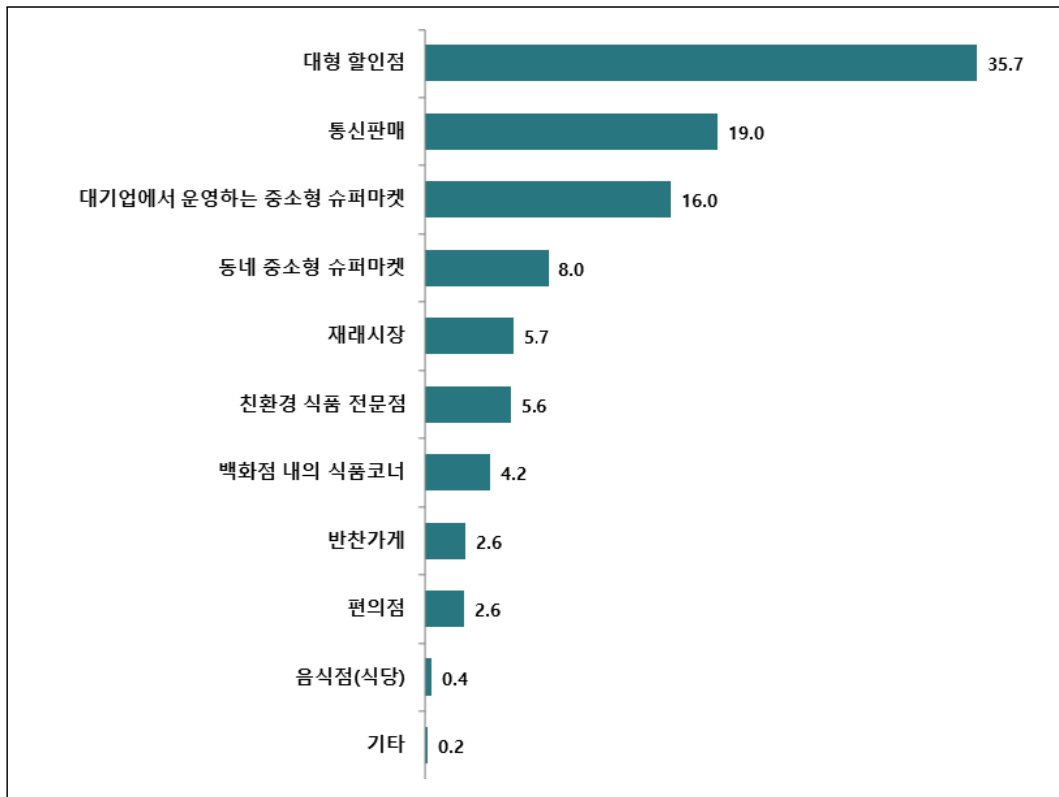
(단위: 명, 5점 평균)

구분		간편식은 일반 가공 식품보다 건강에 좋을 것 같다	간편식은 일반 가공식품보다 식품 안전성이 좋을 것 같다	간편식은 환자에게 적절하다	간편식은 영유아, 청소년 식사로 적절하다	실은 제품 간편식보다 냉장 제품 형태 간편식이 더 건강에 유익	저당식, 저염식, 환자용 재가 간편식 제품개발이 필요하다
전체		3.20	3.29	3.05	3.13	3.31	3.77
MZ세대 구분	MZ세대	3.26	3.35	3.08	3.17	3.38	3.74
	비 MZ세대	3.16	3.26	3.03	3.10	3.26	3.80
권역	수도권	3.20	3.28	3.03	3.12	3.34	3.77
	충청권	3.23	3.26	3.00	3.05	3.26	3.72
	호남권	3.15	3.33	3.12	3.15	3.32	3.80
	대경권	3.27	3.33	3.05	3.14	3.33	3.77
	동남권	3.20	3.31	3.12	3.21	3.29	3.81
	강원권	3.02	3.25	2.87	3.07	3.02	3.75
가구원수	1인	3.16	3.20	2.98	3.03	3.24	3.69
	2인	3.12	3.21	2.93	3.00	3.25	3.81
	3인	3.15	3.26	3.00	3.10	3.28	3.77
	4인 이상	3.30	3.41	3.18	3.26	3.39	3.80
성별	남성	3.17	3.30	3.08	3.13	3.28	3.75
	여성	3.23	3.29	3.02	3.12	3.34	3.80
연령	20대	3.25	3.36	3.12	3.18	3.39	3.69
	30대	3.24	3.33	3.07	3.17	3.38	3.75
	40대	3.22	3.25	2.96	3.08	3.27	3.77
	50대	3.24	3.32	3.13	3.17	3.31	3.83
	60대 이상	3.06	3.24	3.03	3.07	3.24	3.80
학력	고졸 이하	3.13	3.23	2.96	3.08	3.27	3.68
	대졸	3.23	3.32	3.08	3.14	3.33	3.80
	대학원졸	3.15	3.23	3.08	3.12	3.26	3.82
직업	관리/전문/사무직	3.24	3.31	3.06	3.15	3.32	3.80
	서비스/판매직	3.23	3.33	3.10	3.21	3.35	3.70
	기계농림어업단순노무	3.14	3.34	3.12	3.17	3.28	3.68
	주부	3.13	3.25	3.01	3.05	3.30	3.84
	학생	3.20	3.30	2.99	3.01	3.31	3.65
	기타	3.03	3.12	2.92	3.00	3.25	3.84
가구소득	200만원 미만	3.13	3.15	2.92	3.01	3.27	3.63
	200~400만원 미만	3.12	3.23	2.96	3.05	3.23	3.73
	400~600만원 미만	3.19	3.27	3.03	3.13	3.29	3.77
	600만원 이상	3.28	3.39	3.16	3.22	3.40	3.83

## 2.9. 간편식(HMR) 주 구입처

○ 간편식에 주 구입처로는 ‘대형마트’가 35.7%로 가장 높게 나타났으며, ‘통신판매’ (19.0%), ‘대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓’(16.0%) 순으로 나타남. ‘음식점(식당)’에서 구입하는 경우가 0.4%로 가장 낮게 나타남.

〈그림 5-23〉 간편식(HMR) 주 구입처(1+2 가중평균)



〈표 5-24〉 간편식(HMR) 주 구입처(1+2 가중평균)

(단위: 명, %)

구분	사례수	대형 할인점	통신 판매	대기업 에서 운영 하는 중소형 슈퍼 마켓	동네 중소형 슈퍼 마켓	재래 시장	친환경 식품 전문점	백화점 내의 식품 코너	반찬 가게	편의점	음식점 (식당)	
전체	2000	35.7	19.0	16.0	8.0	5.7	5.6	4.2	2.7	2.6	0.4	
MZ세대 구분	MZ세대	782	33.0	18.1	16.9	7.4	6.6	7.0	5.0	2.1	3.5	0.3
	비 MZ세대	1218	37.5	19.6	15.4	8.4	5.1	4.6	3.7	3.0	2.0	0.5
권역	수도권	1002	36.8	19.6	15.6	7.2	5.2	5.8	4.8	2.1	2.4	0.4
	충청권	219	35.3	16.2	15.7	8.5	6.3	5.1	4.8	4.5	2.9	0.3
	호남권	219	34.1	20.3	14.0	11.1	5.2	6.0	2.8	4.0	2.0	0.5
	대경권	195	31.3	18.4	19.0	9.0	6.1	4.7	4.7	2.4	3.5	0.5
	동남권	304	36.4	17.8	16.8	7.9	7.0	4.8	3.2	2.6	2.9	0.4
	강원권	61	36.3	21.4	17.0	6.6	4.4	9.3	0.5	1.6	2.2	0.5
가구원수	1인	331	32.9	20.7	15.1	8.3	6.1	3.8	4.6	2.9	4.9	0.6
	2인	367	36.8	18.8	15.4	9.2	5.3	5.2	3.8	3.3	2.0	0.3
	3인	598	34.9	19.8	16.4	8.3	4.9	6.1	4.2	2.5	2.2	0.5
	4인 이상	704	37.3	17.6	16.4	7.1	6.3	6.1	4.2	2.4	2.1	0.3
성별	남성	978	35.8	18.8	16.6	7.7	5.8	5.2	4.2	2.3	3.0	0.4
	여성	1022	35.7	19.1	15.4	8.3	5.6	6.0	4.2	2.9	2.1	0.5
연령	20대	267	32.3	16.2	18.7	6.2	7.2	6.8	5.4	2.4	4.7	0.1
	30대	410	33.0	17.8	15.8	8.2	6.6	8.0	5.0	1.7	3.3	0.4
	40대	502	38.6	21.9	15.0	6.7	5.0	3.8	4.2	2.4	2.2	0.1
	50대	386	36.8	19.0	15.9	8.9	4.6	5.1	3.7	3.8	1.1	0.7
	60대 이상	435	36.2	18.4	15.8	9.7	5.6	4.9	3.2	3.0	2.3	0.8
학력	고졸 이하	460	34.3	18.6	15.2	9.9	7.4	3.4	3.9	3.2	3.5	0.4
	대졸	1311	35.9	19.1	16.7	7.6	4.9	6.3	4.1	2.4	2.4	0.4
	대학원졸	229	37.8	19.2	13.3	6.6	6.8	5.9	5.5	3.1	1.3	0.4
직업	관리/전문/사무직	1073	38.0	18.9	16.4	7.3	5.0	6.0	4.0	2.3	1.9	0.3
	서비스/판매직	215	33.6	17.7	17.8	9.8	6.3	4.7	5.2	1.9	2.7	0.3
	기계농림어업단순노무	212	29.9	17.6	14.6	9.7	9.7	6.2	5.6	3.5	2.4	0.5
	주부	238	36.7	20.4	12.6	8.6	4.6	6.1	3.6	3.4	3.0	0.7
	학생	116	32.3	17.7	18.6	6.1	6.1	4.4	5.2	3.8	5.8	0.0
	기타	146	32.2	22.5	15.7	9.4	5.4	2.8	2.8	2.8	4.0	1.4
가구소득	200만원 미만	166	29.5	18.5	16.3	13.0	5.9	2.9	4.9	2.6	4.5	0.6
	200~400만원 미만	543	33.4	18.9	16.1	8.1	7.0	5.2	4.2	3.0	3.5	0.4
	400~600만원 미만	563	37.4	19.0	15.5	8.6	4.9	6.2	3.7	1.8	2.6	0.4
	600만원 이상	728	37.6	19.2	16.2	6.4	5.3	6.0	4.4	3.0	1.4	0.5

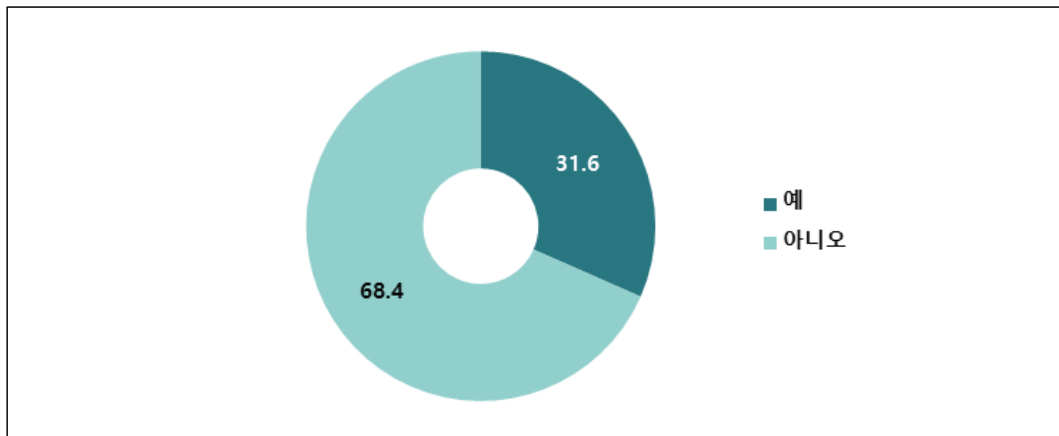
## 2.10. 동거가족 중 환자 여부

○ 동거 가족 중 환자 유무는 ‘있다’가 31.6%, ‘아니오’가 68.4%로 나타났으며, MZ세대 보다는 비 MZ세대에서 동거가족 중 환자가 더 많은 것으로 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 충청권(38.8%)의 수치가 가장 높고 다음으로 강원권(36.1%), 호남권(32.9%) 순으로 나타남.

- 가구원수별로 보았을 때, 3인 가구(34.3%)와 2인 가구(34.3%)가 다소 높게 나타남.

〈그림 5-24〉 동거가족 중 환자 여부



〈표 5-25〉 동거가족 중 환자 여부

(단위: 명, %)

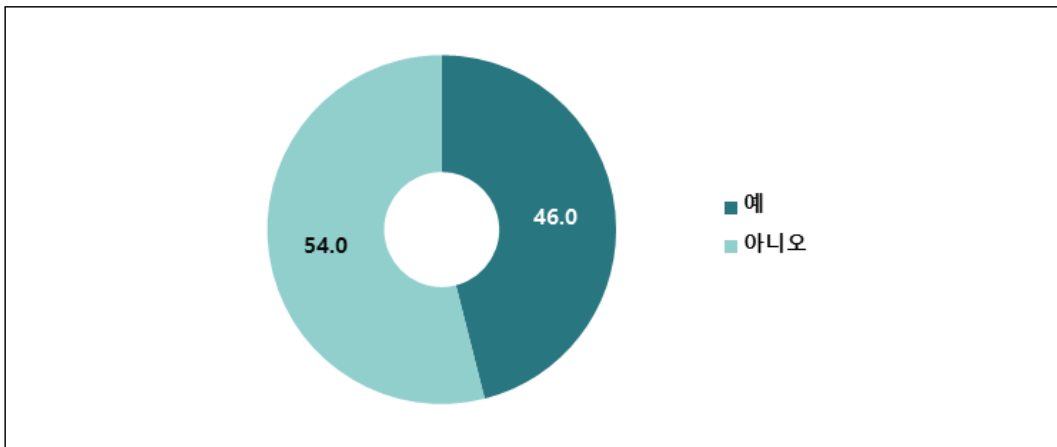
구분		사례수	예	아니오
전체		2000	31.6	68.4
MZ세대 구분	MZ세대	782	28.1	71.9
	비 MZ세대	1218	33.8	66.2
권역	수도권	1002	30.4	69.6
	충청권	219	38.8	61.2
	호남권	219	32.9	67.1
	대경권	195	27.7	72.3
	동남권	304	30.9	69.1
	강원권	61	36.1	63.9
가구원수	1인	331	18.7	81.3
	2인	367	34.3	65.7
	3인	598	34.3	65.7
	4인 이상	704	33.9	66.1
성별	남성	978	33.7	66.3
	여성	1022	29.5	70.5
연령	20대	267	29.2	70.8
	30대	410	27.8	72.2
	40대	502	24.5	75.5
	50대	386	37.0	63.0
	60대 이상	435	40.0	60.0
학력	고졸 이하	460	35.7	64.3
	대졸	1311	30.2	69.8
	대학원졸	229	31.4	68.6
직업	관리/전문/사무직	1073	29.1	70.9
	서비스/판매직	215	37.2	62.8
	기계/농림어업/단순노무	212	41.5	58.5
	주부	238	29.0	71.0
	학생	116	25.0	75.0
	기타	146	37.0	63.0
가구소득	200만원 미만	166	32.5	67.5
	200~400만원 미만	543	29.3	70.7
	400~600만원 미만	563	33.0	67.0
	600만원 이상	728	32.0	68.0

## 2.11. 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 여부

○ 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 여부에 대해서는 ‘아니오’가 54%로 높게 나타남.

- MZ 세대의 경우는 ‘식단을 관리한다’는 의견이 60%로 높게 나타났으며, 비 MZ 세대는 ‘식단을 관리 하지 않는다’는 의견이 61.4%로 높게 나타남.
- 수도권을 제외한 모든 권역에서 ‘식단을 관리하지 않는다’의 비율이 더 높게 나타남.

〈그림 5-25〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 여부



〈표 5-26〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 여부

(단위: 명, %)

구분		사례수	예	아니오
전체		632	46.0	54.0
MZ세대 구분	MZ세대	220	60.0	40.0
	비 MZ세대	412	38.6	61.4
권역	수도권	305	50.8	49.2
	충청권	85	45.9	54.1
	호남권	72	44.4	55.6
	대경권	54	42.6	57.4
	동남권	94	38.3	61.7
	강원권	22	27.3	72.7
가구원수	1인	62	45.2	54.8
	2인	126	34.1	65.9
	3인	205	46.8	53.2
	4인 이상	239	51.9	48.1
성별	남성	330	43.6	56.4
	여성	302	48.7	51.3
연령	20대	78	52.6	47.4
	30대	114	65.8	34.2
	40대	123	45.5	54.5
	50대	143	35.0	65.0
	60대 이상	174	39.7	60.3
학력	고졸 이하	164	35.4	64.6
	대졸	396	51.0	49.0
	대학원졸	72	43.1	56.9
직업	관리/전문/사무직	312	51.6	48.4
	서비스/판매직	80	45.0	55.0
	기계/농림어업/단순노무	88	42.0	58.0
	주부	69	42.0	58.0
	학생	29	41.4	58.6
	기타	54	29.6	70.4
가구소득	200만원 미만	54	33.3	66.7
	200~400만원 미만	159	38.4	61.6
	400~600만원 미만	186	49.5	50.5
	600만원 이상	233	51.5	48.5

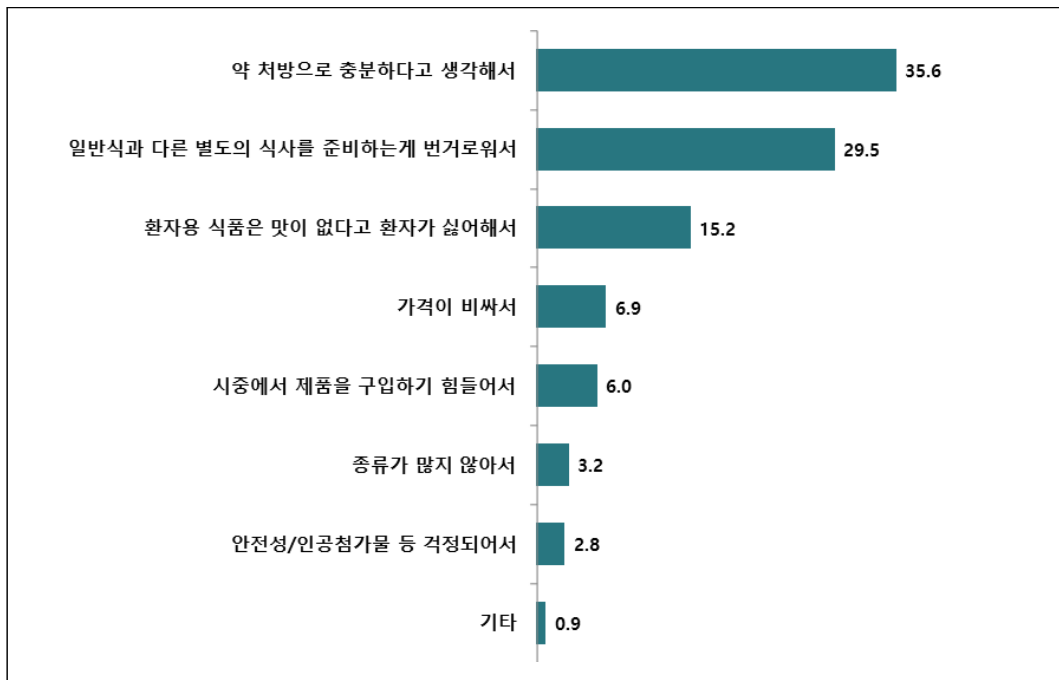


## 2.12. 가정 내 환자를 위한 별도의 식단을 관리하지 않는 이유(1+2 가중평균)

○ 가정 내 환자를 위한 별도의 식단을 관리하지 않는 이유에 대해서는 ‘약 처방으로 충분하다고 생각해서’가 35.6%로 가장 높으며 ‘일반식과 다른 별도의 식사 준비가 번거로워서’라는 의견이 29.5%로 나타남.

- 호남권과 1인 가구의 경우만 ‘일반식과 다른 별도의 식사 준비가 번거로워서’라는 의견이 가장 높게 나타남.

〈그림 5-26〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단을 관리하지 않는 이유(1+2가중평균)



〈표 5-27〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단을 관리하지 않는 이유(1+2 가중평균)

(단위: 명, %)

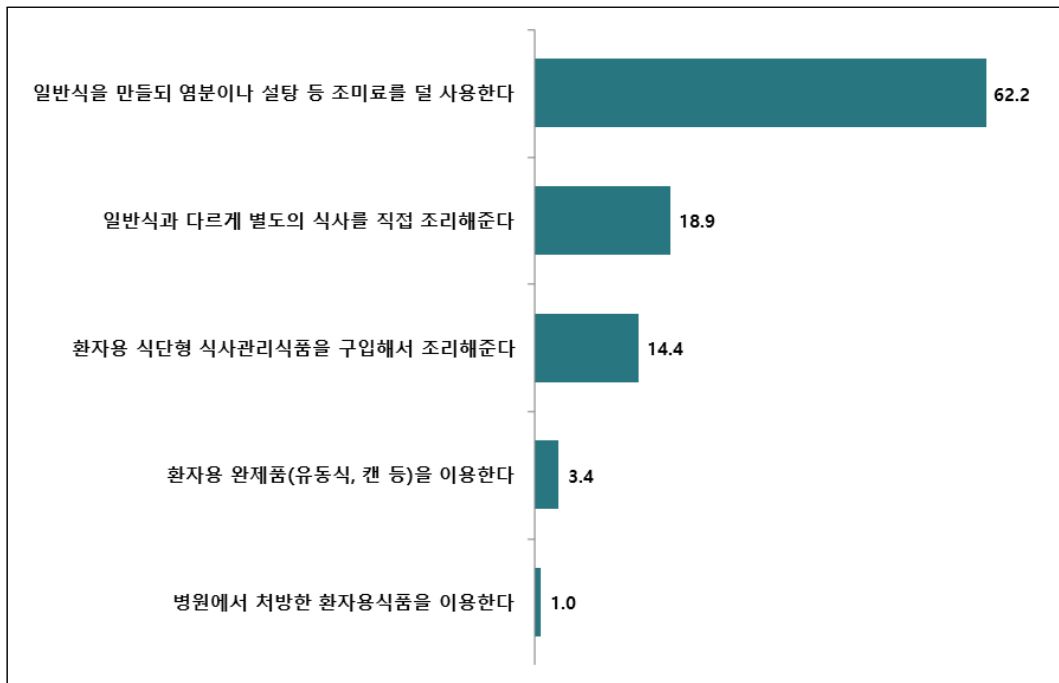
구분		사례수	약 처방 으로 충분 하다고 생각해서	일반식과 다른 별도의 식사 준비 번거 로워서	환자용 식품은 맛이 없다고 환자가 싫어해서	가격이 비싸서	시중에서 제품을 구입하기 힘들어서	종류가 많지 않아서	안전성/ 인공 첨가물 등 걱정 되어서	기타
전체		341	35.6	29.5	15.2	6.9	6.0	3.2	2.8	0.9
MZ세대 구분	MZ세대	88	28.1	27.7	17.3	10.0	8.5	4.6	3.1	0.8
	비 MZ세대	253	38.2	30.1	14.5	5.8	5.1	2.7	2.7	0.9
권역	수도권	150	36.9	27.5	17.1	8.3	3.8	2.5	2.7	1.1
	충청권	46	29.9	29.9	23.9	6.0	6.0	0.0	3.0	1.5
	호남권	40	36.5	37.4	2.6	5.2	7.8	5.2	3.5	1.7
	대경권	31	40.2	26.1	15.2	3.3	8.7	6.5	0.0	0.0
	동남권	58	37.4	30.4	10.5	5.8	8.2	4.7	2.9	0.0
	강원권	16	20.8	31.3	20.8	10.4	8.3	2.1	6.3	0.0
가구원수	1인	34	26.5	38.2	15.7	8.8	7.8	1.0	0.0	2.0
	2인	83	37.7	35.2	9.4	6.1	5.3	2.5	2.9	0.8
	3인	109	35.8	24.9	18.4	7.8	3.1	5.3	3.1	1.6
	4인 이상	115	36.5	27.0	16.3	5.9	8.6	2.4	3.3	0.0
성별	남성	186	35.2	29.7	14.6	7.7	6.8	3.6	2.0	0.4
	여성	155	36.0	29.2	16.0	5.9	5.0	2.6	3.7	1.5
연령	20대	37	25.9	22.2	19.4	13.0	13.0	1.9	4.6	0.0
	30대	39	29.9	35.0	12.8	8.5	4.3	7.7	1.7	0.0
	40대	67	32.8	31.3	15.7	7.6	4.0	3.5	3.0	2.0
	50대	93	36.5	28.0	16.2	4.1	8.5	3.0	3.0	0.7
	60대 이상	105	41.9	30.0	13.5	6.1	3.2	1.9	2.3	1.0
학력	고졸 이하	106	36.7	27.5	16.3	10.9	5.1	1.6	1.6	0.3
	대졸	194	34.9	30.2	14.8	5.6	6.5	3.7	3.3	1.0
	대학원졸	41	35.6	31.4	14.4	2.5	5.9	5.1	3.4	1.7
직업	관리/전문/사무직	151	37.1	29.2	14.3	4.3	6.8	4.1	3.4	0.9
	서비스/판매직	44	29.0	32.8	17.6	6.1	5.3	4.6	3.1	1.5
	기계농림어업단순노무	51	38.2	30.9	16.4	7.2	5.3	0.0	1.3	0.7
	주부	40	35.6	33.1	14.4	9.3	1.7	2.5	1.7	1.7
	학생	17	16.7	10.4	29.2	20.8	16.7	4.2	2.1	0.0
	기타	38	41.6	29.2	9.7	8.8	4.4	2.7	3.5	0.0
가구소득	200만원 미만	36	28.3	31.1	10.4	18.9	8.5	0.0	2.8	0.0
	200~400만원 미만	98	34.6	32.5	13.8	6.6	5.5	4.5	1.4	1.0
	400~600만원 미만	94	36.1	29.3	16.1	6.4	3.9	2.9	3.9	1.4
	600만원 이상	113	38.3	26.4	17.3	3.6	7.3	3.3	3.0	0.6

### 2.13. 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 방법

○ 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 방법은 ‘일반식을 만들되 염분이나 설탕 등 조미료를 덜 사용한다’는 의견이 62.2%로 가장 높게 나타났으며, ‘병원에서 처방한 환자용식품을 이용한다’로 응답한 경우는 1.0%로 매우 낮게 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 강원권은 병원에서 처방한 환자용 식품을 이용하는 경우가 16.7%로 타권역 대비 높게 나타남.
- 연령별로 보았을 때, 20대(36.6%)와 30대(26.7%)에서 ‘일반식과 다르게 별도의 식사를 직접 조리해 준다’는 비율이 다른 연령대 보다 높게 응답됨.

〈그림 5-27〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 방법



〈표 5-28〉 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리 방법

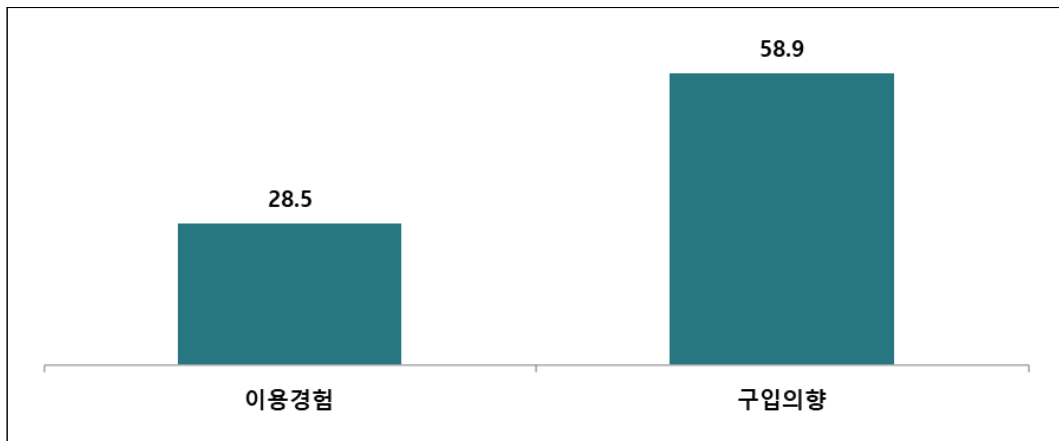
(단위: 명, %)

구분		사례수	일반식을 만들되 염분이나 설탕 등 조미료를 덜 사용한다	일반식과 다르게 별도의 식사를 직접 조리해준다	환자용 식단형 식사 관리식품을 구입해서 조리해준다	환자용 완제품 (유동식, 캔 등)을 이용한다	병원에서 처방한 환자용식품을 이용한다
전체		291	62.2	18.9	14.4	3.4	1.0
MZ세대 구분	MZ세대	132	54.5	27.3	12.9	4.5	0.8
	비 MZ세대	159	68.6	11.9	15.7	2.5	1.3
권역	수도권	155	67.1	14.8	15.5	2.6	0.0
	충청권	39	59.0	25.6	7.7	7.7	0.0
	호남권	32	50.0	18.8	25.0	3.1	3.1
	대경권	23	56.5	34.8	4.3	4.3	0.0
	동남권	36	55.6	22.2	16.7	2.8	2.8
	강원권	6	83.3	0.0	0.0	0.0	16.7
가구원수	1인	28	60.7	25.0	10.7	3.6	0.0
	2인	43	72.1	20.9	4.7	2.3	0.0
	3인	96	67.7	15.6	12.5	4.2	0.0
	4인 이상	124	54.8	19.4	20.2	3.2	2.4
성별	남성	144	62.5	19.4	14.6	2.1	1.4
	여성	147	61.9	18.4	14.3	4.8	0.7
연령	20대	41	53.7	36.6	4.9	4.9	0.0
	30대	75	53.3	26.7	16.0	2.7	1.3
	40대	56	60.7	10.7	23.2	3.6	1.8
	50대	50	68.0	12.0	14.0	4.0	2.0
	60대 이상	69	73.9	11.6	11.6	2.9	0.0
학력	고졸 이하	58	69.0	17.2	6.9	6.9	0.0
	대졸	202	58.4	18.8	18.3	3.0	1.5
	대학원졸	31	74.2	22.6	3.2	0.0	0.0
직업	관리/전문/사무직	161	62.7	21.1	12.4	2.5	1.2
	서비스/판매직	36	52.8	22.2	19.4	2.8	2.8
	기계농림어업단순노무	37	51.4	18.9	24.3	5.4	0.0
	주부	29	72.4	10.3	10.3	6.9	0.0
	학생	12	66.7	16.7	8.3	8.3	0.0
	기타	16	81.3	6.3	12.5	0.0	0.0
가구소득	200만원 미만	18	50.0	33.3	11.1	5.6	0.0
	200~400만원 미만	61	59.0	27.9	8.2	4.9	0.0
	400~600만원 미만	92	56.5	20.7	17.4	3.3	2.2
	600만원 이상	120	70.0	10.8	15.8	2.5	0.8

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

- 최근 1년 이내 환자용 식품 중 환자용 식단형 식단 관리식품 이용 경험 및 구입 의향에 대해서는 ‘이용 경험이 없다’는 비율이 71.5%로 매우 높게 나타남. ‘구입 의향이 있다’는 의견이 58.9%이며, ‘구입 의향 변화는 비슷’할 것이라는 의견이 62.9%로 높게 나타남.
  - 이용 경험과 구입 의향은 수도권이 가장 높고 강원권이 가장 낮게 나타남.

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



〈표 5-29〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 환자용 식단형 식사관리식품

(단위: 명, %)

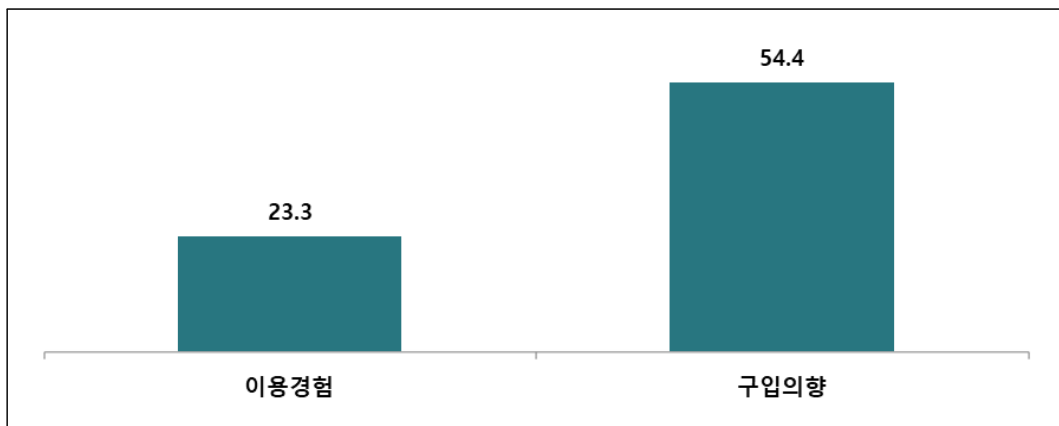
구분		사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화		
			없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가
전체		632	71.5	28.5	41.1	58.9	3.2	62.9	33.9
MZ세대 구분	MZ세대	220	62.3	37.7	32.7	67.3	6.1	55.4	38.5
	비 MZ세대	412	76.5	23.5	45.6	54.4	1.3	67.9	30.8
권역	수도권	305	68.2	31.8	36.4	63.6	3.6	63.4	33.0
	충청권	85	74.1	25.9	40.0	60.0	0.0	62.7	37.3
	호남권	72	70.8	29.2	37.5	62.5	4.4	57.8	37.8
	대경권	54	70.4	29.6	38.9	61.1	6.1	57.6	36.4
	동남권	94	77.7	22.3	53.2	46.8	2.3	72.7	25.0
	강원권	22	86.4	13.6	77.3	22.7	0.0	40.0	60.0
가구원수	1인	62	75.8	24.2	41.9	58.1	0.0	61.1	38.9
	2인	126	79.4	20.6	49.2	50.8	1.6	68.8	29.7
	3인	205	73.2	26.8	44.4	55.6	2.6	62.3	35.1
	4인 이상	239	64.9	35.1	33.9	66.1	5.1	61.4	33.5
성별	남성	330	75.5	24.5	43.3	56.7	2.1	64.2	33.7
	여성	302	67.2	32.8	38.7	61.3	4.3	61.6	34.1
연령	20대	78	75.6	24.4	39.7	60.3	0.0	68.1	31.9
	30대	114	53.5	46.5	24.6	75.4	9.3	46.5	44.2
	40대	123	68.3	31.7	48.0	52.0	3.1	65.6	31.3
	50대	143	83.2	16.8	44.1	55.9	0.0	66.3	33.8
	60대 이상	174	74.1	25.9	45.4	54.6	2.1	70.5	27.4
학력	고졸 이하	164	78.7	21.3	49.4	50.6	4.8	67.5	27.7
	대졸	396	67.2	32.8	37.6	62.4	2.8	61.5	35.6
	대학원졸	72	79.2	20.8	41.7	58.3	2.4	61.9	35.7
직업	관리/전문/사무직	312	68.3	31.7	38.5	61.5	3.6	59.9	36.5
	서비스/판매직	80	68.8	31.3	35.0	65.0	1.9	61.5	36.5
	기계농림어업단순노무	88	71.6	28.4	38.6	61.4	3.7	63.0	33.3
	주부	69	73.9	26.1	42.0	58.0	2.5	72.5	25.0
	학생	29	89.7	10.3	51.7	48.3	0.0	78.6	21.4
	기타	54	81.5	18.5	63.0	37.0	5.0	65.0	30.0
가구소득	200만원 미만	54	74.1	25.9	61.1	38.9	4.8	61.9	33.3
	200~400만원 미만	159	74.8	25.2	45.3	54.7	2.3	69.0	28.7
	400~600만원 미만	186	68.8	31.2	37.1	62.9	4.3	65.0	30.8
	600만원 이상	233	70.8	29.2	36.9	63.1	2.7	57.8	39.5

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

○ 최근 1년 이내 환자용 식품 중 맞춤형 영양조제식품 이용 경험 및 구입 의향에 대해서는 이용 경험률이 23.3%에 그쳤으며, 구입 의향은 54.4%. 구입 의향의 변화는 비슷하다는 의견이 66.0%로 나타남.

- 이용 경험은 호남권이 27.8%로 가장 높고 강원권이 13.7%로 가장 낮음.
- 구입 의향은 수도권이 60.7%로 가장 높으며 강원권이 22.7%로 가장 낮음.

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



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

(단위: 명, %)

구분		사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화		
			없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가
전체		632	76.7	23.3	45.6	54.4	4.4	66.0	29.7
MZ세대 구분	MZ세대	220	65.5	34.5	35.9	64.1	4.3	59.6	36.2
	비 MZ세대	412	82.8	17.2	50.7	49.3	4.4	70.4	25.1
권역	수도권	305	73.1	26.9	39.3	60.7	4.3	64.9	30.8
	충청권	85	83.5	16.5	48.2	51.8	4.5	63.6	31.8
	호남권	72	72.2	27.8	40.3	59.7	4.7	69.8	25.6
	대경권	54	74.1	25.9	53.7	46.3	4.0	68.0	28.0
	동남권	94	85.1	14.9	55.3	44.7	4.8	69.0	26.2
	강원권	22	86.4	13.6	77.3	22.7	0.0	60.0	40.0
가구원수	1인	62	72.6	27.4	53.2	46.8	3.4	75.9	20.7
	2인	126	81.7	18.3	52.4	47.6	5.0	66.7	28.3
	3인	205	79.0	21.0	48.3	51.7	3.8	71.7	24.5
	4인 이상	239	73.2	26.8	37.7	62.3	4.7	59.7	35.6
성별	남성	330	77.6	22.4	45.8	54.2	3.4	68.7	27.9
	여성	302	75.8	24.2	45.4	54.6	5.5	63.0	31.5
연령	20대	78	61.5	38.5	35.9	64.1	6.0	62.0	32.0
	30대	114	64.0	36.0	33.3	66.7	3.9	57.9	38.2
	40대	123	81.3	18.7	53.7	46.3	1.8	64.9	33.3
	50대	143	83.2	16.8	47.6	52.4	4.0	69.3	26.7
	60대 이상	174	83.3	16.7	50.6	49.4	5.8	73.3	20.9
학력	고졸 이하	164	80.5	19.5	53.0	47.0	5.2	74.0	20.8
	대졸	396	73.5	26.5	43.2	56.8	4.0	64.0	32.0
	대학원졸	72	86.1	13.9	41.7	58.3	4.8	61.9	33.3
직업	관리/전문/사무직	312	74.7	25.3	41.7	58.3	3.8	63.7	32.4
	서비스/판매직	80	70.0	30.0	40.0	60.0	6.3	75.0	18.8
	기계농림어업단순노무	88	76.1	23.9	44.3	55.7	6.1	67.3	26.5
	주부	69	85.5	14.5	47.8	52.2	2.8	63.9	33.3
	학생	29	75.9	24.1	41.4	58.6	5.9	52.9	41.2
	기타	54	88.9	11.1	77.8	22.2	0.0	83.3	16.7
가구소득	200만원 미만	54	83.3	16.7	66.7	33.3	5.6	83.3	11.1
	200~400만원 미만	159	78.0	22.0	49.7	50.3	3.8	75.0	21.3
	400~600만원 미만	186	73.7	26.3	40.3	59.7	4.5	67.6	27.9
	600만원 이상	233	76.8	23.2	42.1	57.9	4.4	57.0	38.5



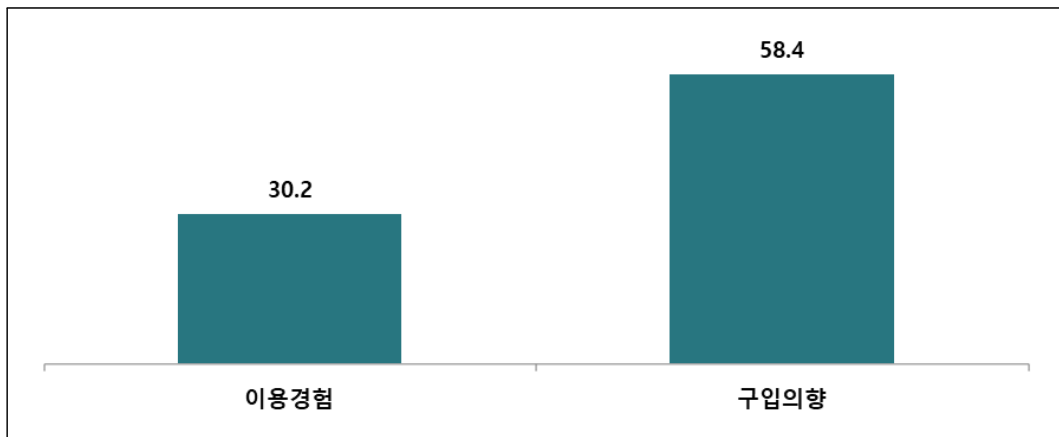
## 2.16. 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 표준형 영양조제식품

○ 최근 1년 이내 환자용 식품 중 표준형 영양조제식품 이용 경험 및 구입 의향에 대해서는 이용 경험률이 30.2%이며, 구입 의향은 58.4%로 나타남

- 권역별로 보았을 때, 이용 경험은 수도권과 호남권이 각각 33.8%와 33.3%로 다른 권역 대비 높게 나타남.

○ 구입 의향의 변화는 '비슷하다'는 의견이 66.0%로 가장 많지만, '증가 의향'도 35.5%로 높게 나타남.

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



〈표 5-31〉 최근 1년 이내 환자용 식품 이용 경험 및 구입 의향 - 표준형 영양조제식품

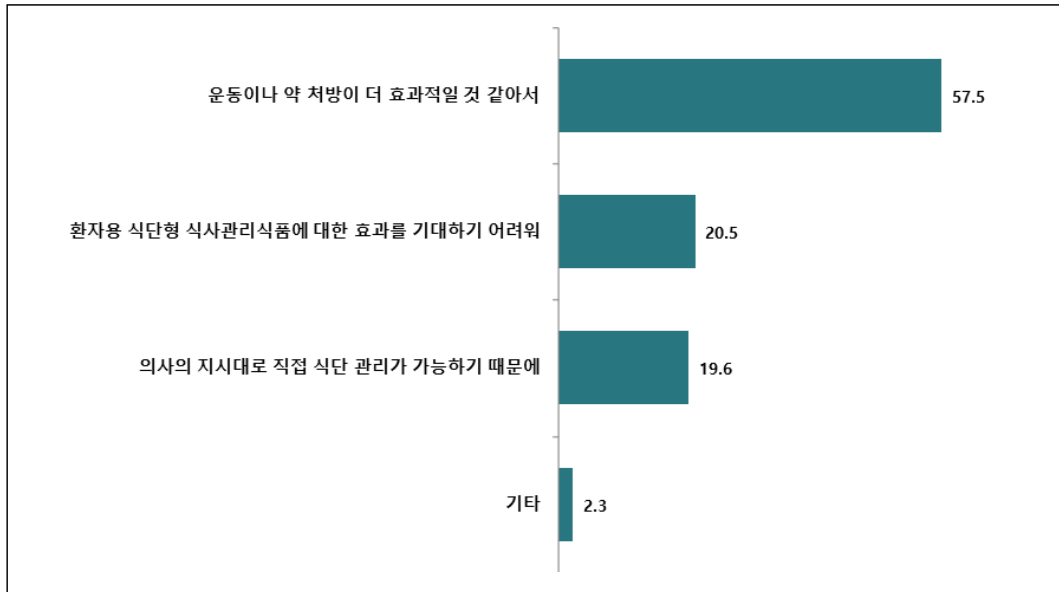
(단위: 명, %)

구분		사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화		
			없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가
전체		632	69.8	30.2	41.6	58.4	4.6	59.9	35.5
MZ세대 구분	MZ세대	220	61.4	38.6	33.2	66.8	6.1	53.1	40.8
	비 MZ세대	412	74.3	25.7	46.1	53.9	3.6	64.4	32.0
권역	수도권	305	66.2	33.8	35.4	64.6	7.1	59.9	33.0
	충청권	85	78.8	21.2	42.4	57.6	0.0	57.1	42.9
	호남권	72	66.7	33.3	43.1	56.9	4.9	63.4	31.7
	대경권	54	72.2	27.8	51.9	48.1	3.8	53.8	42.3
	동남권	94	73.4	26.6	50.0	50.0	0.0	61.7	38.3
	강원권	22	72.7	27.3	59.1	40.9	0.0	66.7	33.3
가구원수	1인	62	69.4	30.6	43.5	56.5	8.6	51.4	40.0
	2인	126	76.2	23.8	50.8	49.2	1.6	69.4	29.0
	3인	205	72.2	27.8	42.9	57.1	6.0	59.8	34.2
	4인 이상	239	64.4	35.6	35.1	64.9	3.9	58.1	38.1
성별	남성	330	70.9	29.1	41.5	58.5	4.7	65.8	29.5
	여성	302	68.5	31.5	41.7	58.3	4.5	53.4	42.0
연령	20대	78	67.9	32.1	37.2	62.8	4.1	49.0	46.9
	30대	114	55.3	44.7	27.2	72.8	7.2	55.4	37.3
	40대	123	71.5	28.5	48.0	52.0	6.3	62.5	31.3
	50대	143	74.1	25.9	43.4	56.6	3.7	59.3	37.0
	60대 이상	174	75.3	24.7	47.1	52.9	2.2	68.5	29.3
학력	고졸 이하	164	74.4	25.6	48.2	51.8	4.7	57.6	37.6
	대졸	396	67.7	32.3	39.1	60.9	5.4	60.2	34.4
	대학원졸	72	70.8	29.2	40.3	59.7	0.0	62.8	37.2
직업	관리/전문/사무직	312	68.9	31.1	38.8	61.2	3.7	60.7	35.6
	서비스/판매직	80	61.3	38.8	35.0	65.0	9.6	53.8	36.5
	기계농림어업단순노무	88	63.6	36.4	38.6	61.4	7.4	53.7	38.9
	주부	69	79.7	20.3	43.5	56.5	0.0	64.1	35.9
	학생	29	75.9	24.1	44.8	55.2	0.0	56.3	43.8
	기타	54	81.5	18.5	68.5	31.5	5.9	82.4	11.8
가구소득	200만원 미만	54	77.8	22.2	59.3	40.7	9.1	68.2	22.7
	200~400만원 미만	159	71.7	28.3	46.5	53.5	3.5	69.4	27.1
	400~600만원 미만	186	67.2	32.8	37.1	62.9	5.1	59.0	35.9
	600만원 이상	233	68.7	31.3	37.8	62.2	4.1	53.8	42.1

## 2.17. 식단형 식사관리식품 구입 의향이 없는 이유

- 식단형 식사관리식품 구입 의향이 없는 이유로는 ‘운동이나 약 처방이 더 효과적일 것 같아서’ 라는 의견이 57.5%로 가장 높게 나타남.

〈그림 5-31〉 식단형 식사관리식품 구입 의향이 없는 이유



〈표 5-32〉 식단형 식사관리식품 구입 의향이 없는 이유

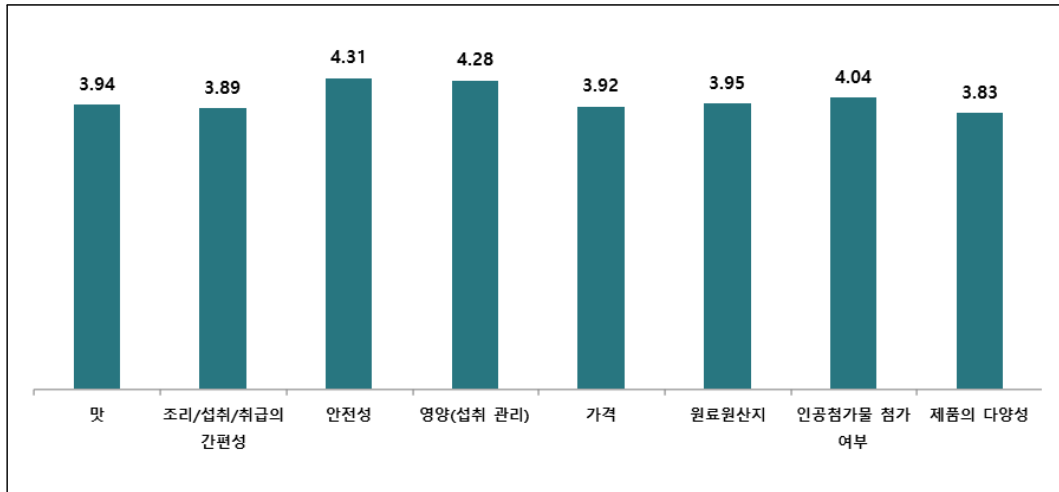
(단위: 명, %)

구분		사례수	운동이나 약 처방이 더 효과적일 것 같아서	환자용 식단형 식사관리식품에 대한 효과를 기대하기 어려워	의사의 지시대로 직접 식단 관리가 가능하기 때문에	기타
전체		219	57.5	20.5	19.6	2.3
MZ세대 구분	MZ세대	56	57.1	19.6	21.4	1.8
	비 MZ세대	163	57.7	20.9	19.0	2.5
권역	수도권	89	60.7	18.0	20.2	1.1
	충청권	32	59.4	15.6	25.0	0.0
	호남권	25	60.0	8.0	20.0	12.0
	대경권	19	42.1	26.3	31.6	0.0
	동남권	41	56.1	29.3	12.2	2.4
	강원권	13	53.8	38.5	7.7	0.0
가구원수	1인	21	47.6	28.6	23.8	0.0
	2인	54	61.1	20.4	18.5	0.0
	3인	75	57.3	22.7	16.0	4.0
	4인 이상	69	58.0	15.9	23.2	2.9
성별	남성	116	58.6	20.7	17.2	3.4
	여성	103	56.3	20.4	22.3	1.0
연령	20대	24	50.0	25.0	20.8	4.2
	30대	19	63.2	10.5	26.3	0.0
	40대	56	57.1	26.8	14.3	1.8
	50대	54	61.1	14.8	18.5	5.6
	60대 이상	66	56.1	21.2	22.7	0.0
학력	고졸 이하	66	59.1	21.2	19.7	0.0
	대졸	128	57.8	21.9	18.0	2.3
	대학원졸	25	52.0	12.0	28.0	8.0
직업	관리/전문/사무직	100	61.0	17.0	19.0	3.0
	서비스/판매직	25	60.0	20.0	16.0	4.0
	기계/농림어업/단순노무	28	46.4	32.1	21.4	0.0
	주부	25	52.0	24.0	24.0	0.0
	학생	12	58.3	16.7	25.0	0.0
	기타	29	58.6	20.7	17.2	3.4
가구소득	200만원 미만	29	58.6	27.6	13.8	0.0
	200~400만원 미만	59	52.5	25.4	20.3	1.7
	400~600만원 미만	57	61.4	22.8	14.0	1.8
	600만원 이상	74	58.1	12.2	25.7	4.1

## 2.18. 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품 요소별 중요도

○ 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품의 요소별 중요도는 ‘안전성’이 4.31점으로 가장 높고, ‘영양(섭취 관리)(4.28점)’, ‘인공첨가물 첨가 여부(4.04점)’ 순으로 나타남.

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



〈표 5-33〉 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품 요소별 중요도

(단위: 명, 5점 평균)

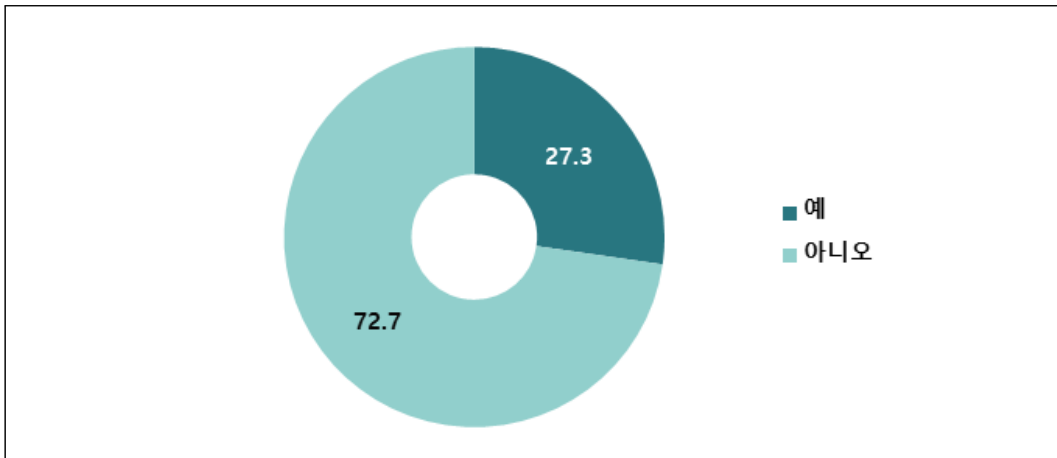
구분		사례수	맛	조리/섭취/취급 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성
전체		2000	3.94	3.89	4.31	4.28	3.92	3.95	4.04	3.83
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.87	3.81	4.20	4.18	3.86	3.92	4.02	3.81
	비 MZ세대	1218	3.98	3.94	4.38	4.34	3.95	3.97	4.06	3.84
권역	수도권	1002	3.95	3.92	4.31	4.29	3.91	3.96	4.07	3.84
	충청권	219	3.92	3.80	4.29	4.22	3.88	3.96	4.03	3.79
	호남권	219	3.95	3.88	4.33	4.28	4.00	3.93	4.05	3.83
	대경권	195	3.91	3.87	4.36	4.25	3.89	3.89	4.00	3.85
	동남권	304	3.96	3.88	4.28	4.29	3.92	3.99	4.02	3.82
	강원권	61	3.80	3.85	4.28	4.25	3.92	3.89	3.90	3.75
	가구원수	1인	331	3.83	3.81	4.21	4.19	3.82	3.78	3.90
	2인	367	3.94	3.90	4.38	4.35	3.97	4.00	4.10	3.79
	3인	598	3.96	3.90	4.31	4.30	3.89	3.97	4.06	3.83
	4인 이상	704	3.97	3.91	4.33	4.25	3.95	3.99	4.07	3.85
성별	남성	978	3.90	3.86	4.26	4.22	3.90	3.89	3.97	3.75
	여성	1022	3.98	3.92	4.36	4.32	3.93	4.02	4.12	3.89
연령	20대	267	3.85	3.81	4.12	4.06	3.84	3.95	4.03	3.80
	30대	410	3.85	3.78	4.21	4.19	3.83	3.89	3.96	3.79
	40대	502	3.96	3.94	4.37	4.39	3.95	3.99	4.09	3.87
	50대	386	4.00	3.96	4.40	4.31	3.97	3.96	4.05	3.88
	60대 이상	435	4.00	3.92	4.38	4.32	3.95	3.96	4.09	3.78
학력	고졸 이하	460	3.94	3.87	4.27	4.21	3.89	3.89	4.00	3.75
	대졸	1311	3.94	3.89	4.32	4.30	3.92	3.97	4.08	3.85
	대학원졸	229	3.94	3.90	4.32	4.26	3.96	3.95	3.93	3.83
직업	관리/전문/사무직	1073	3.97	3.92	4.35	4.32	3.93	3.98	4.08	3.88
	서비스/판매직	215	3.82	3.80	4.23	4.20	3.91	3.92	3.93	3.74
	기계농림어업단순노무	212	3.74	3.75	4.10	4.08	3.82	3.73	3.86	3.60
	주부	238	4.08	3.96	4.40	4.39	3.98	4.06	4.17	3.89
	학생	116	3.97	3.87	4.27	4.16	3.81	3.96	4.07	3.79
	기타	146	3.92	3.91	4.36	4.27	3.99	3.95	3.96	3.80
가구소득	200만원 미만	166	3.81	3.77	4.17	4.13	3.92	3.73	3.89	3.69
	200~400만원 미만	543	3.90	3.85	4.30	4.25	3.89	3.91	4.01	3.79
	400~600만원 미만	563	3.94	3.89	4.33	4.25	3.95	3.97	4.06	3.80
	600만원 이상	728	3.99	3.94	4.34	4.34	3.91	4.02	4.09	3.90
가구내 환자유무	없음	1368	3.92	3.88	4.31	4.26	3.87	3.93	4.03	3.79
	있음	632	3.98	3.91	4.32	4.30	4.02	3.99	4.07	3.89

## 2.19. 동거 가족 중 만 65세 이상 가구원 유무

○ 동거 가족 중 만 65세 이상 가구원이 있는 경우는 27.3%로 나타남

- 권역별로 보았을 때, 강원권이 29.5%로 가장 높고, 동남권이 25.7%로 가장 낮음
- 연령별로 보았을 때, 60대 이상의 경우 54.0%로 매우 높게 나타남.

〈그림 5-33〉 동거 가족 중 만 65세 이상 가구원 유무



〈표 5-34〉 동거 가족 중 만 65세 이상 가구원 유무

(단위: 명, %)

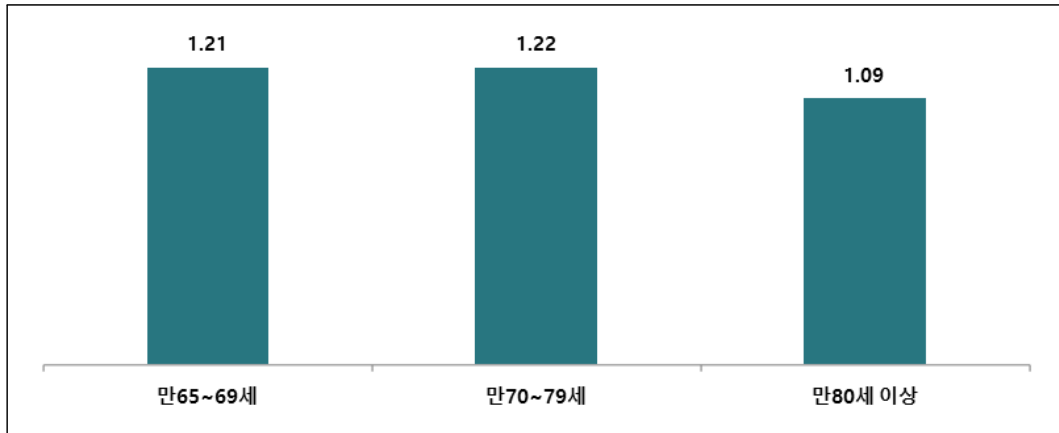
구분		사례수	예	아니오
전체		2000	27.3	72.7
MZ세대 구분	MZ세대	782	19.4	80.6
	비 MZ세대	1218	32.3	67.7
권역	수도권	1002	27.9	72.1
	충청권	219	26.5	73.5
	호남권	219	27.9	72.1
	대경권	195	26.2	73.8
	동남권	304	25.7	74.3
	강원권	61	29.5	70.5
가구원수	1인	331	7.6	92.4
	2인	367	43.3	56.7
	3인	598	31.8	68.2
	4인 이상	704	24.4	75.6
성별	남성	978	24.8	75.2
	여성	1022	29.6	70.4
연령	20대	267	9.0	91.0
	30대	410	23.2	76.8
	40대	502	25.9	74.1
	50대	386	16.1	83.9
	60대 이상	435	54.0	46.0
학력	고졸 이하	460	34.3	65.7
	대졸	1311	25.4	74.6
	대학원졸	229	24.0	76.0
직업	관리/전문/사무직	1073	22.4	77.6
	서비스/판매직	215	29.3	70.7
	기계/농림어업/단순노무	212	34.9	65.1
	주부	238	36.1	63.9
	학생	116	3.4	96.6
	기타	146	54.1	45.9
가구소득	200만원 미만	166	39.2	60.8
	200~400만원 미만	543	28.4	71.6
	400~600만원 미만	563	28.1	71.9
	600만원 이상	728	23.2	76.8



## 2.20. 만 65세 이상 연령별 가구원 수

○ 만 65세 이상의 연령별 가구원 수는 연령대별로 큰 차이를 보이지 않으며, '65~69세'가 1.21명, '70대'가 1.22명, '80대 이상'이 1.22명이 있는 것으로 나타남.

〈그림 5-34〉 만 65세 이상 연령별 가구원 수



〈표 5-35〉 만 65세 이상 연령별 가구원 수

(단위: 명, %)

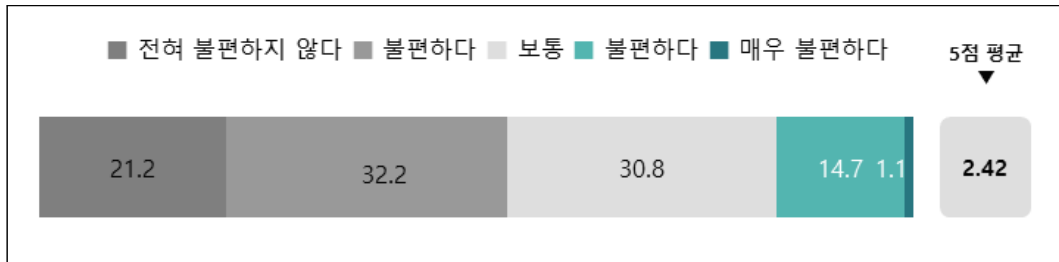
구분	사례수	비율			명수			
		만65~69세	만70~79세	만80세이상	만65~69세 (명)	만70~79세 (명)	만80세이상 (명)	
전체	546	61.5	40.8	14.3	1.21	1.22	1.09	
MZ세대 구분	MZ세대	152	80.9	25.7	4.6	1.22	1.13	1.00
	비 MZ세대	394	54.1	46.7	18.0	1.21	1.23	1.10
권역	수도권	280	63.2	37.9	12.5	1.23	1.25	1.06
	충청권	58	62.1	39.7	20.7	1.25	1.22	1.17
	호남권	61	59.0	45.9	9.8	1.17	1.21	1.17
	대경권	51	70.6	41.2	19.6	1.25	1.10	1.00
	동남권	78	53.8	48.7	14.1	1.14	1.18	1.09
	강원권	18	50.0	38.9	22.2	1.11	1.29	1.25
가구원수	1인	25	60.0	40.0	0.0	1.00	1.00	-
	2인	159	63.5	43.4	6.9	1.22	1.14	1.00
	3인	190	61.6	43.2	15.8	1.21	1.30	1.17
	4인 이상	172	59.9	36.0	21.5	1.24	1.21	1.05
성별	남성	243	54.7	44.4	18.9	1.22	1.25	1.04
	여성	303	67.0	38.0	10.6	1.21	1.18	1.16
연령	20대	24	75.0	16.7	12.5	1.39	1.00	1.00
	30대	95	85.3	17.9	4.2	1.19	1.12	1.00
	40대	130	40.8	63.1	16.9	1.13	1.22	1.14
	50대	62	27.4	35.5	46.8	1.00	1.23	1.14
	60대 이상	235	71.1	41.7	8.5	1.26	1.23	1.00
학력	고졸 이하	158	62.0	45.6	9.5	1.23	1.21	1.00
	대졸	333	61.0	39.6	15.6	1.20	1.22	1.12
	대학원졸	55	63.6	34.5	20.0	1.23	1.21	1.09
직업	관리/전문/사무직	240	59.6	39.6	16.3	1.24	1.19	1.10
	서비스/판매직	63	69.8	30.2	9.5	1.14	1.32	1.17
	기계농림어업단순노무	74	62.2	44.6	13.5	1.24	1.18	1.00
	주부	86	76.7	34.9	9.3	1.27	1.37	1.00
	학생	4	50.0	25.0	25.0	1.00	1.00	1.00
	기타	79	44.3	57.0	17.7	1.09	1.16	1.14
가구소득	200만원 미만	65	50.8	60.0	7.7	1.09	1.21	1.20
	200~400만원 미만	154	61.7	45.5	11.7	1.18	1.20	1.11
	400~600만원 미만	158	62.7	39.2	15.2	1.28	1.29	1.17
	600만원 이상	169	64.5	30.8	18.3	1.22	1.15	1.00

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

○ 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도는 ‘불편하지 않다’가 32.2%로 가장 높았으며, ‘불편’하거나 ‘매우 불편하다’고 응답한 비율은 15.8%로 높지 않은 수준임.

- 권역별로 보았을 때, 호남권, 대경권, 동남권은 ‘보통이다’가 가장 높은 반면, 강원권은 ‘전혀 불편을 느끼지 않는다’가 가장 높음.

〈그림 5-35〉 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도



〈표 5-36〉 만 65세 이상 가구원의 식사 시 불편함이나 어려움 정도

(단위: 명, %)

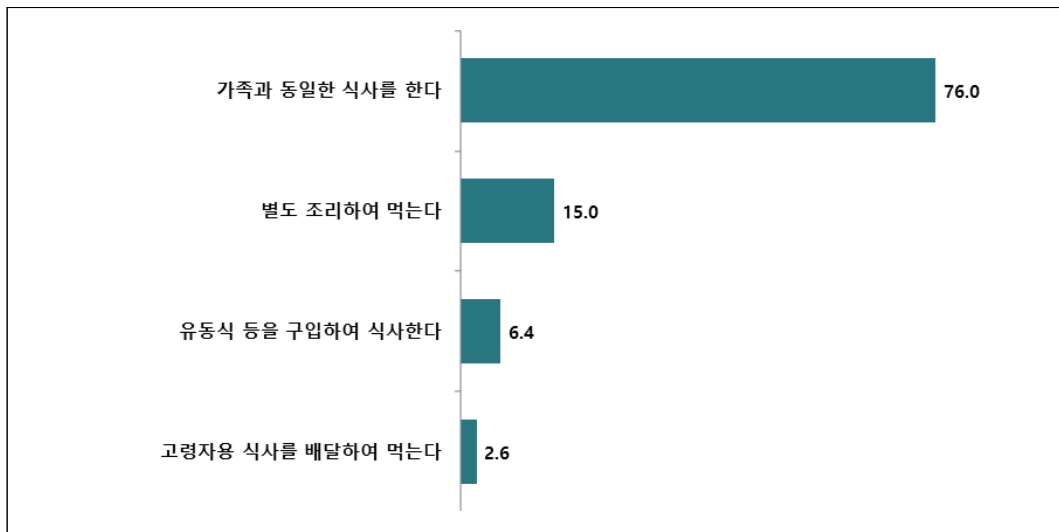
구분		사례수	전혀 불편하지 않다	불편하지 않다	보통이다	불편하다	매우 불편하다	척도평균
전체		546	21.2	32.2	30.8	14.7	1.1	2.42
MZ세대 구분	MZ세대	152	15.8	19.7	41.4	21.1	2.0	2.74
	비 MZ세대	394	23.4	37.1	26.6	12.2	0.8	2.30
권역	수도권	280	20.7	35.7	26.8	15.7	1.1	2.41
	충청권	58	20.7	34.5	27.6	13.8	3.4	2.45
	호남권	61	23.0	31.1	41.0	4.9	0.0	2.28
	대경권	51	19.6	27.5	33.3	19.6	0.0	2.53
	동남권	78	16.7	23.1	42.3	16.7	1.3	2.63
	강원권	18	50.0	27.8	11.1	11.1	0.0	1.83
가구원수	1인	25	20.0	36.0	36.0	8.0	0.0	2.32
	2인	159	30.2	38.4	20.8	10.7	0.0	2.12
	3인	190	18.9	31.6	35.3	12.1	2.1	2.47
	4인 이상	172	15.7	26.7	34.3	22.1	1.2	2.66
성별	남성	243	22.6	28.4	33.3	13.6	2.1	2.44
	여성	303	20.1	35.3	28.7	15.5	0.3	2.41
연령	20대	24	0.0	12.5	45.8	41.7	0.0	3.29
	30대	95	21.1	12.6	43.2	20.0	3.2	2.72
	40대	130	21.5	36.2	25.4	16.2	0.8	2.38
	50대	62	14.5	40.3	27.4	17.7	0.0	2.48
	60대 이상	235	25.1	37.9	28.1	8.1	0.9	2.22
학력	고졸 이하	158	22.8	36.7	31.0	9.5	0.0	2.27
	대졸	333	18.0	29.7	32.4	18.0	1.8	2.56
	대학원졸	55	36.4	34.5	20.0	9.1	0.0	2.02
직업	관리/전문/사무직	240	19.2	32.9	29.2	16.7	2.1	2.50
	서비스/판매직	63	20.6	27.0	30.2	20.6	1.6	2.56
	기계농림어업단순노무	74	24.3	21.6	40.5	13.5	0.0	2.43
	주부	86	19.8	40.7	27.9	11.6	0.0	2.31
	학생	4	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	3.25
	기타	79	27.8	36.7	27.8	7.6	0.0	2.15
	가구소득	200만원 미만	65	16.9	33.8	40.0	7.7	1.5
200~400만원 미만	154	24.0	33.8	27.9	13.6	0.6	2.33	
400~600만원 미만	158	19.0	32.9	34.2	13.3	0.6	2.44	
600만원 이상	169	22.5	29.6	26.6	19.5	1.8	2.49	

## 2.22. 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법

○ 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법은 '가족과 동일한 식사를 한다' 의견이 76.0%로 가장 높게 나타남.

- 연령별로 보았을 때, 연령이 낮을수록 '가족과 동일한 식사를 한다'는 비율은 큰 폭으로 줄어들고 있음.

〈그림 5-36〉 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법



〈표 5-37〉 만 65세 이상 가구원의 주 식사 방법

(단위: 명, %)

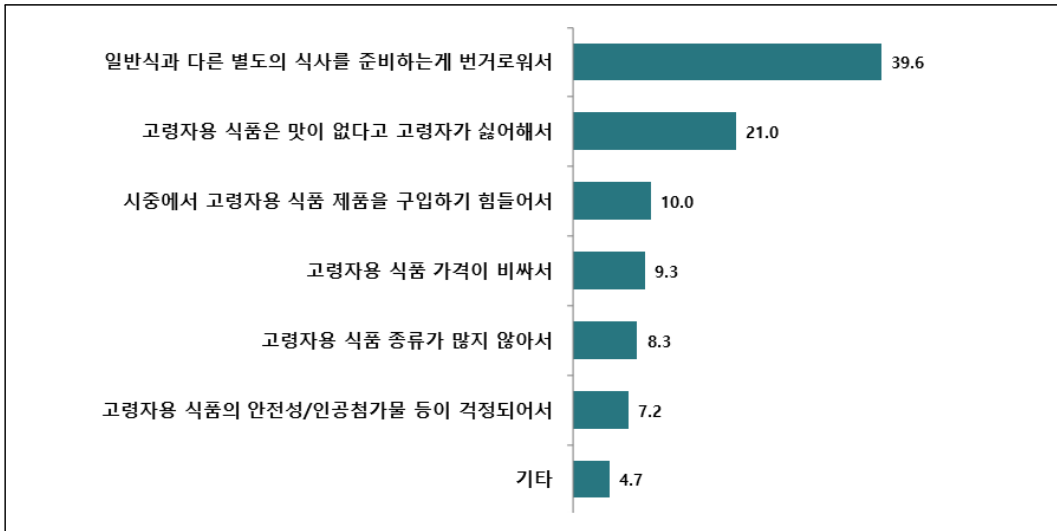
구분		사례수	가족과 동일한 식사를 한다	별도 조리하여 먹는다	유동식 등을 구입하여 식사한다	고령자용 식사를 배달하여 먹는다
전체		546	76.0	15.0	6.4	2.6
MZ세대 구분	MZ세대	152	59.2	24.3	11.8	4.6
	비 MZ세대	394	82.5	11.4	4.3	1.8
권역	수도권	280	74.6	15.7	6.8	2.9
	충청권	58	72.4	20.7	5.2	1.7
	호남권	61	78.7	13.1	6.6	1.6
	대경권	51	86.3	7.8	3.9	2.0
	동남권	78	70.5	17.9	7.7	3.8
	강원권	18	94.4	0.0	5.6	0.0
가구원수	1인	25	56.0	36.0	8.0	0.0
	2인	159	86.2	10.1	3.1	0.6
	3인	190	80.0	13.2	3.7	3.2
	4인 이상	172	65.1	18.6	12.2	4.1
성별	남성	243	75.3	16.0	5.8	2.9
	여성	303	76.6	14.2	6.9	2.3
연령	20대	24	37.5	33.3	16.7	12.5
	30대	95	63.2	23.2	10.5	3.2
	40대	130	73.8	13.1	10.8	2.3
	50대	62	82.3	14.5	0.0	3.2
	60대 이상	235	84.7	11.1	3.0	1.3
학력	고졸 이하	158	82.9	11.4	3.8	1.9
	대졸	333	71.2	17.7	8.1	3.0
	대학원졸	55	85.5	9.1	3.6	1.8
직업	관리/전문/사무직	240	74.2	16.7	6.3	2.9
	서비스/판매직	63	61.9	23.8	7.9	6.3
	기계/농림어업/단순노무	74	70.3	16.2	12.2	1.4
	주부	86	86.0	10.5	3.5	0.0
	학생	4	50.0	0.0	50.0	0.0
	기타	79	88.6	7.6	1.3	2.5
가구소득	200만원 미만	65	84.6	12.3	1.5	1.5
	200~400만원 미만	154	73.4	18.8	7.1	0.6
	400~600만원 미만	158	76.6	13.9	5.7	3.8
	600만원 이상	169	74.6	13.6	8.3	3.6

## 2.23. 가정 내 환자(고령자)를 위해 별도의 식단관리를 하지 않는 이유

○ 가정 내 환자를 위해 별도의 식단 관리를 하지 않는 이유는 ‘일반식과 다른 별도의 식사 하는게 번거로워서’라는 의견이 39.6%로 가장 높았으며, ‘고령자용 식품은 맛이 없다고 고령자가 싫어해서’(21.0%), ‘시중에서 고령자용 식품 제품을 구입하기 힘들어서’(10.0%)의 순으로 나타나고 있음.

- 가구소득별로 보았을 때, 200만원 이하와 200만원~400만원 이하에서 ‘시중에서 고령자 식품을 구입하기 힘들어서’의 응답 비중이 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 5-37〉 가정 내 환자(고령자)를 위해 별도의 식단관리를 하지 않는 이유(1+2가중평균)



〈표 5-38〉 가정 내 환자(고령자)를 위해 별도의 식단관리를 하지 않는 이유(1+2가중평균)

(단위: 명, %)

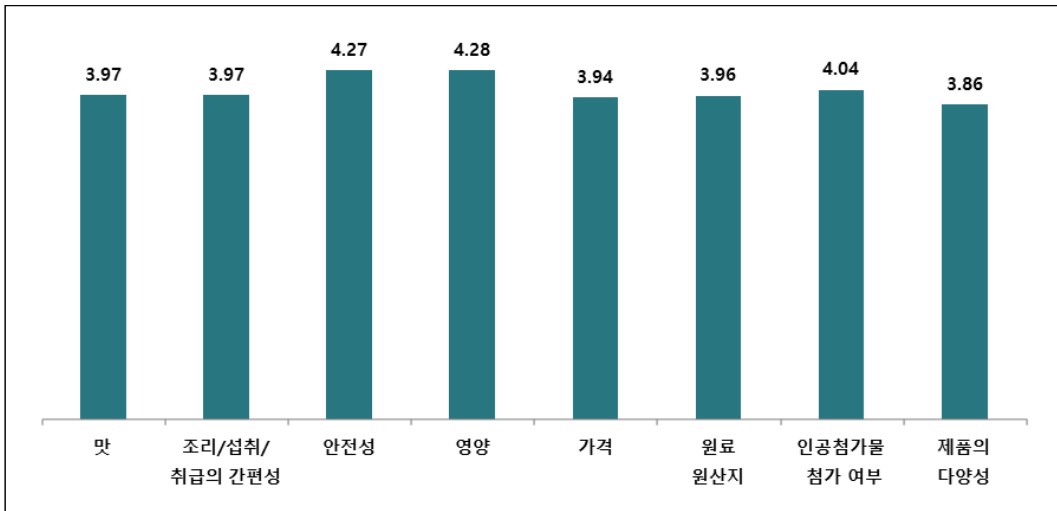
구분		사례수	별도의 식사 준비가 번거로워서	맛을 이유로 고령자가 싫어해서	시중에서 고령자 식품 구입하기 힘들어서	고령자용 식품 가격이 비싸서	고령자용 식품 종류가 많지 않아서	고령자용 식품의 안전성/인공 첨가물 염려	기타
전체		415	39.6	21.0	10.0	9.3	8.3	7.2	4.7
MZ세대 구분	MZ세대	90	35.3	22.7	12.5	9.8	7.1	5.9	6.7
	비 MZ세대	325	40.8	20.5	9.3	9.1	8.6	7.5	4.2
권역	수도권	209	40.5	21.4	8.5	7.9	8.7	7.2	5.7
	충청권	42	38.8	26.4	10.7	4.1	8.3	6.6	5.0
	호남권	48	36.7	14.4	15.1	15.1	6.5	10.8	1.4
	대경권	44	45.2	13.7	10.5	12.1	8.9	5.6	4.0
	동남권	55	34.4	24.2	11.5	11.5	8.3	5.7	4.5
	강원권	17	40.8	28.6	6.1	8.2	6.1	6.1	4.1
가구원수	1인	14	45.0	7.5	12.5	12.5	17.5	0.0	5.0
	2인	137	43.8	15.5	9.9	13.0	8.4	4.1	5.3
	3인	152	40.5	24.3	7.6	7.8	6.6	8.5	4.8
	4인 이상	112	32.5	24.9	13.2	6.3	9.1	10.1	3.8
성별	남성	183	41.0	19.2	9.0	9.5	7.8	7.2	6.3
	여성	232	38.5	22.4	10.9	9.1	8.6	7.1	3.5
연령	20대	9	52.0	20.0	12.0	8.0	8.0	0.0	0.0
	30대	60	36.0	20.3	11.6	10.5	6.4	7.0	8.1
	40대	96	29.4	22.4	12.9	8.5	11.8	10.3	4.8
	50대	51	31.7	31.7	9.7	8.3	6.2	6.9	5.5
	60대 이상	199	46.9	17.8	8.2	9.6	7.7	6.1	3.7
학력	고졸 이하	131	42.1	24.1	9.5	7.9	8.7	5.8	1.9
	대졸	237	38.8	19.5	10.3	10.3	8.3	7.8	4.9
	대학원졸	47	36.4	19.7	9.8	7.6	6.8	7.6	12.1
직업	관리/전문/사무직	178	36.3	22.2	10.6	8.6	8.8	7.9	5.5
	서비스/판매직	39	33.0	19.3	8.3	11.0	9.2	8.3	11.0
	기계/농림어업/단순노무	52	43.4	21.1	10.5	7.2	8.6	9.2	0.0
	주부	74	46.5	20.2	10.3	9.9	6.6	5.6	0.9
	학생	2	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타	70	40.7	19.1	9.0	11.1	8.0	5.0	7.0
	가구소득	200만원 미만	55	40.9	16.4	11.9	15.1	7.5	3.1
200~400만원 미만	113	37.3	22.0	10.6	11.5	9.3	5.3	4.0	
400~600만원 미만	121	40.5	21.0	9.2	9.5	7.8	8.9	3.2	
600만원 이상	126	40.2	22.1	9.5	4.5	8.1	8.9	6.7	



## 2.24. 고령자용 식품 요소별 중요도

- 고령자용 식품 요소별 중요도는 ‘영양(섭취 관리)’이 4.28점으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘안전성’(4.27점), ‘인공 첨가물 첨가 여부’(4.04점)의 순으로 나타남.
- 권역별로 보았을 때, 수도권은 ‘안전성’과 ‘영양(섭취 관리)’이 4.28로 동일한 수준이었으며, 충청권과 호남권은 ‘안전성’이, 동남권과 강원권은 ‘영양(섭취 관리)’가 가장 높게 나타남.

〈그림 5-38〉 고령자용 식품 요소별 중요도



〈표 5-39〉 고령자용 식품 요소별 중요도

(단위: 명, 5점 평균)

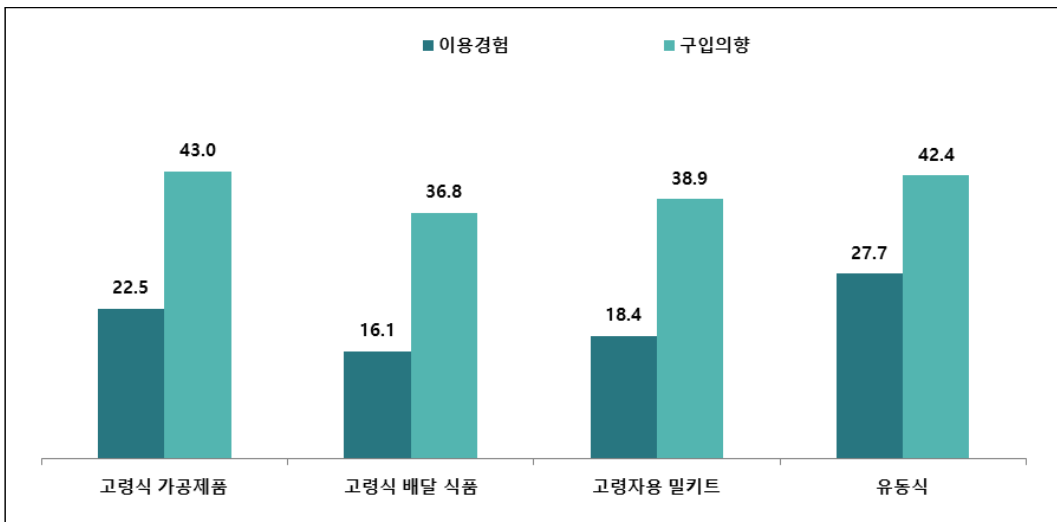
구분		사례수	맛	조리/ 섭취/ 취급의 간편성	안전성	영양 (섭취 관리)	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성
전체		2000	3.97	3.97	4.27	4.28	3.94	3.96	4.04	3.86
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.89	3.92	4.19	4.19	3.90	3.91	4.00	3.82
	비 MZ세대	1218	4.03	4.01	4.32	4.33	3.97	4.00	4.06	3.88
권역	수도권	1002	3.99	3.99	4.28	4.28	3.96	3.96	4.05	3.86
	충청권	219	3.97	4.00	4.28	4.27	3.93	4.06	4.06	3.87
	호남권	219	3.97	3.91	4.31	4.26	3.97	3.93	4.01	3.85
	대경권	195	3.93	3.98	4.23	4.24	3.87	3.94	3.97	3.87
	동남권	304	3.92	3.96	4.24	4.28	3.91	3.99	4.04	3.83
	강원권	61	4.00	4.02	4.26	4.30	3.95	3.80	3.95	3.77
가구원수	1인	331	3.88	3.96	4.19	4.20	3.90	3.82	3.92	3.82
	2인	367	4.00	3.97	4.33	4.31	3.94	3.97	4.04	3.79
	3인	598	3.96	3.96	4.27	4.30	3.89	3.97	4.04	3.85
	4인 이상	704	4.00	3.99	4.29	4.27	4.00	4.02	4.08	3.91
성별	남성	978	3.92	3.92	4.24	4.24	3.90	3.90	3.98	3.81
	여성	1022	4.02	4.02	4.31	4.31	3.98	4.02	4.09	3.90
연령	20대	267	3.83	3.94	4.13	4.14	3.81	3.95	4.01	3.80
	30대	410	3.88	3.88	4.19	4.15	3.92	3.86	3.95	3.80
	40대	502	4.04	4.05	4.32	4.36	4.00	4.03	4.08	3.95
	50대	386	4.06	4.05	4.33	4.36	3.99	4.00	4.06	3.90
	60대 이상	435	3.99	3.93	4.34	4.30	3.94	3.96	4.06	3.80
학력	고졸 이하	460	3.90	3.94	4.23	4.20	3.86	3.93	4.02	3.81
	대졸	1311	3.99	3.99	4.28	4.30	3.96	3.97	4.04	3.87
	대학원졸	229	3.97	3.97	4.30	4.29	3.98	4.01	4.05	3.89
직업	관리/전문/사무직	1073	4.01	4.02	4.30	4.31	3.99	4.01	4.07	3.90
	서비스/판매직	215	3.88	3.85	4.19	4.18	3.88	3.83	3.93	3.80
	기계농림어업단순노무	212	3.72	3.77	4.13	4.10	3.78	3.73	3.82	3.66
	주부	238	4.13	4.04	4.39	4.39	3.95	4.05	4.13	3.92
	학생	116	3.90	4.00	4.24	4.18	3.82	4.03	4.13	3.79
	기타	146	4.00	4.00	4.26	4.27	3.99	3.98	4.03	3.88
가구소득	200만원 미만	166	3.81	3.83	4.12	4.14	3.82	3.76	3.90	3.68
	200~400만원 미만	543	3.92	3.97	4.28	4.26	3.95	3.90	4.00	3.83
	400~600만원 미만	563	3.95	3.97	4.25	4.27	3.97	4.00	4.04	3.85
	600만원 이상	728	4.06	4.02	4.32	4.32	3.94	4.03	4.09	3.93

## 2.25. 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향

○ 고령자용 식품 이용 경험 중 ‘유동식 이용 경험’이 27.7%로 가장 높았고, 구입 의향은 ‘고령식 가공 제품’이 43.0%로 가장 높게 나타남. ‘구입 의향 변화’는 대부분 비슷할 것이라고 예측함.

○ 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향에 대해 ‘고령식 배달 식품’의 이용 경험이 가장 낮고 ‘구입 의향’도 가장 낮은 것으로 나타남.

〈그림 5-39〉 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향



〈표 5-40〉 고령자용 식품 이용 경험 및 구입 의향

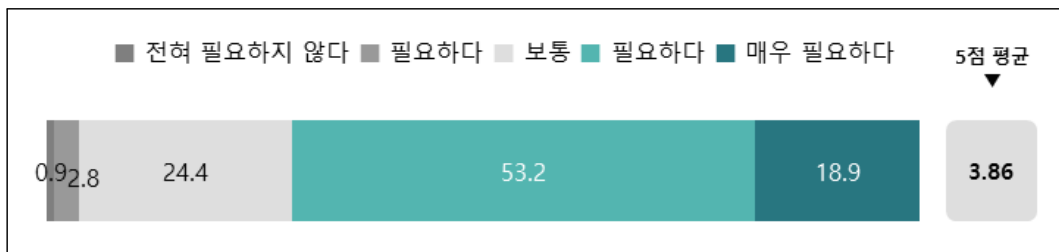
(단위: 명, %)

구분	사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화		
		없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가
고령식 가공제품	2000	77.6	22.5	57.0	43.0	8.0	66.6	25.3
고령식 배달 식품	2000	84.0	16.1	63.2	36.8	9.8	65.9	24.3
고령자용 밀키트	2000	81.7	18.4	61.1	38.9	8.4	64.0	27.6
유동식	2000	72.4	27.7	57.6	42.4	11.0	62.3	26.8

## 2.26. 고령친화식품 개발 및 제품 품질 관리를 위한 별도의 인증 필요성

- 고령친화식품 개발 및 제품 품질을 위한 별도의 인증 필요성에 대해서는 ‘필요하다’와 ‘매우 필요하다’ 53.2%와 18.9%로 높게 나타남.
  - 권역별로는 충청권이 3.89점으로 가장 높고, 다음으로는 수도권이 높게 나타남.
  - 연령별로는 40대 이후에서 필요성 인식이 높게 나타나고 있음.

〈그림 5-40〉 고령친화식품 개발 및 제품 품질 관리를 위한 별도의 인증 필요성



〈표 5-41〉 고령친화식품 개발 및 제품 품질 관리를 위한 별도의 인증 필요성

(단위: 명, %, 5점 평균)

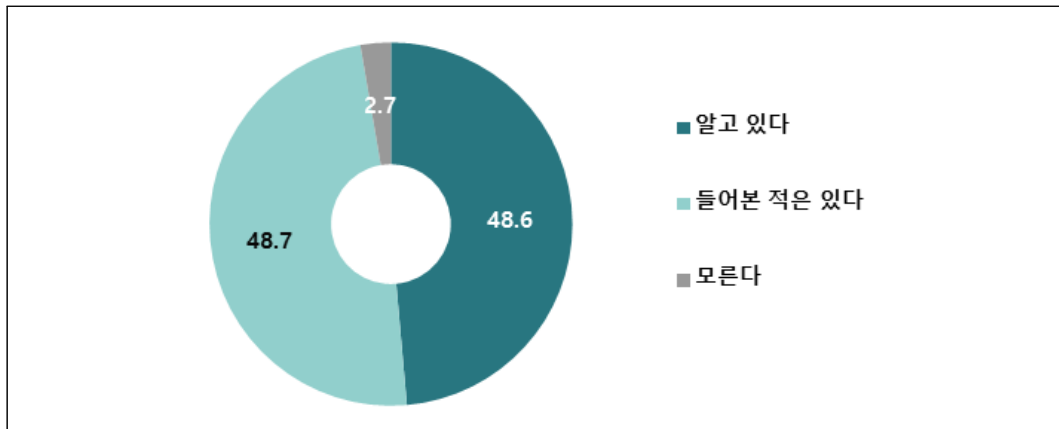
구분		사례수	전혀 필요하지 않다	필요하지 않다	보통	필요하다	매우 필요하다	척도평균
전체		2000	0.9	2.8	24.4	53.2	18.9	3.86
권역	수도권	1002	1.0	3.2	24.3	51.3	20.3	3.87
	충청권	219	1.4	2.7	22.4	52.5	21.0	3.89
	호남권	219	0.0	2.3	27.9	52.1	17.8	3.85
	대경권	195	1.5	1.0	24.1	56.9	16.4	3.86
	동남권	304	0.0	2.6	23.7	59.2	14.5	3.86
	강원권	61	1.6	4.9	24.6	47.5	21.3	3.82
가구원수	1인	331	1.2	3.3	28.7	50.2	16.6	3.78
	2인	367	0.3	3.0	22.9	53.4	20.4	3.91
	3인	598	1.2	3.0	25.8	51.3	18.7	3.83
	4인 이상	704	0.7	2.3	21.9	56.0	19.2	3.91
성별	남성	978	1.1	3.4	24.4	54.1	17.0	3.82
	여성	1022	0.6	2.3	24.3	52.3	20.6	3.90
연령	20대	267	0.4	4.1	35.2	46.1	14.2	3.70
	30대	410	1.5	1.7	30.5	50.7	15.6	3.77
	40대	502	0.8	3.8	20.5	53.8	21.1	3.91
	50대	386	0.8	2.8	18.1	58.8	19.4	3.93
	60대 이상	435	0.7	1.8	21.8	54.0	21.6	3.94
학력	고졸 이하	460	0.9	3.0	30.2	47.6	18.3	3.79
	대졸	1311	0.8	2.3	23.0	54.1	19.8	3.90
	대학원졸	229	1.3	5.2	20.1	59.0	14.4	3.80
직업	관리/전문/사무직	1073	1.0	3.0	22.1	55.3	18.6	3.88
	서비스/판매직	215	0.0	2.3	30.2	50.7	16.7	3.82
	기계농림어업단순노 무	212	0.9	3.3	30.7	50.5	14.6	3.75
	주부	238	1.3	1.7	19.3	52.5	25.2	3.99
	학생	116	0.9	1.7	30.2	50.9	16.4	3.80
	기타	146	0.0	4.1	26.7	47.9	21.2	3.86
	가구소득	200만원 미만	166	1.2	3.0	34.9	45.8	15.1
200~400만원 미만	543	0.9	3.1	27.3	51.2	17.5	3.81	
400~600만원 미만	563	0.9	2.7	23.8	54.0	18.7	3.87	
600만원 이상	728	0.7	2.6	20.2	55.6	20.9	3.93	
가구내 만65세 유무	없음	1454	1.0	3.2	24.5	53.2	18.2	3.84
	있음	546	0.4	1.8	24.0	53.1	20.7	3.92

## 2.27. 건강기능식품 인지도

○ 건강기능식품에 대해 48.6%가 알고 있으며, 48.7%는 들어본 적이 있다고 응답.

- 권역별로는 충청권과 대경권에서 인지도가 높음.
- 연령별로 20대는 '알고 있다'는 응답이 35.6%로 다른 연령층 대비 낮음.
- 가구소득이 높을수록 건강기능식품 인지도가 높은 특성을 보임.

〈그림 5-41〉 건강기능식품 인지도



〈표 5-42〉 건강기능식품 인지도

(단위: 명, %)

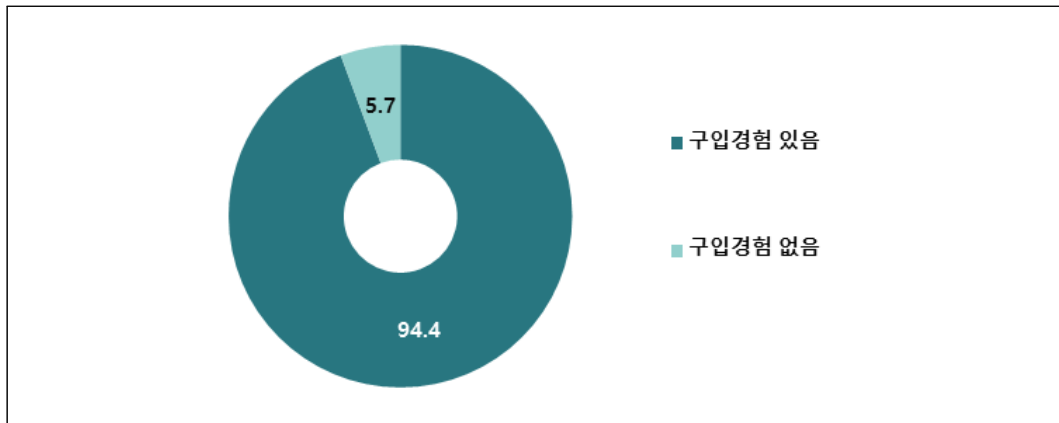
구분		사례수	알고 있다	들어본 적은 있다	모른다
전체		2000	48.6	48.7	2.7
MZ세대 구분	MZ세대	782	45.3	51.2	3.6
	비 MZ세대	1218	50.7	47.1	2.1
권역	수도권	1002	47.4	50.0	2.6
	충청권	219	53.0	42.9	4.1
	호남권	219	49.3	47.9	2.7
	대경권	195	51.8	46.2	2.1
	동남권	304	48.0	50.0	2.0
	강원권	61	42.6	52.5	4.9
가구원수	1인	331	39.0	56.2	4.8
	2인	367	46.9	51.5	1.6
	3인	598	51.0	45.7	3.3
	4인 이상	704	52.0	46.3	1.7
성별	남성	978	47.6	49.6	2.8
	여성	1022	49.5	47.8	2.6
연령	20대	267	35.6	57.7	6.7
	30대	410	51.2	46.6	2.2
	40대	502	49.4	48.0	2.6
	50대	386	51.0	48.4	0.5
	60대 이상	435	51.0	46.2	2.8
학력	고졸 이하	460	40.4	56.1	3.5
	대졸	1311	50.6	46.8	2.6
	대학원졸	229	53.7	44.5	1.7
직업	관리/전문/사무직	1073	51.3	46.6	2.1
	서비스/판매직	215	50.7	47.4	1.9
	기계/농림어업/단순노무	212	41.5	55.7	2.8
	주부	238	50.8	46.6	2.5
	학생	116	32.8	61.2	6.0
	기타	146	45.2	49.3	5.5
가구소득	200만원 미만	166	32.5	60.8	6.6
	200~400만원 미만	543	41.6	54.9	3.5
	400~600만원 미만	563	52.2	45.5	2.3
	600만원 이상	728	54.7	43.8	1.5

## 2.28. 최근 1년간 건강기능식품 구입 경험

○ 건강기능식품 구입 경험은 94.4%로 매우 높음.

- 권역별로는 수도권이 95.2%로 가장 높고 강원권이 91.8%로 가장 낮게 나타남.
- 연령별로 20대의 구입경험은 89.1%로 다른 연령층 대비 상대적으로 낮음.
- 가구소득이 높을수록 건강기능식품 구입경험은 높아지는 특성을 보임.

〈그림 5-42〉 최근 1년간 건강기능식품 구입 경험





〈표 5-43〉 최근 1년간 건강기능식품 구입 경험

(단위: 명, %)

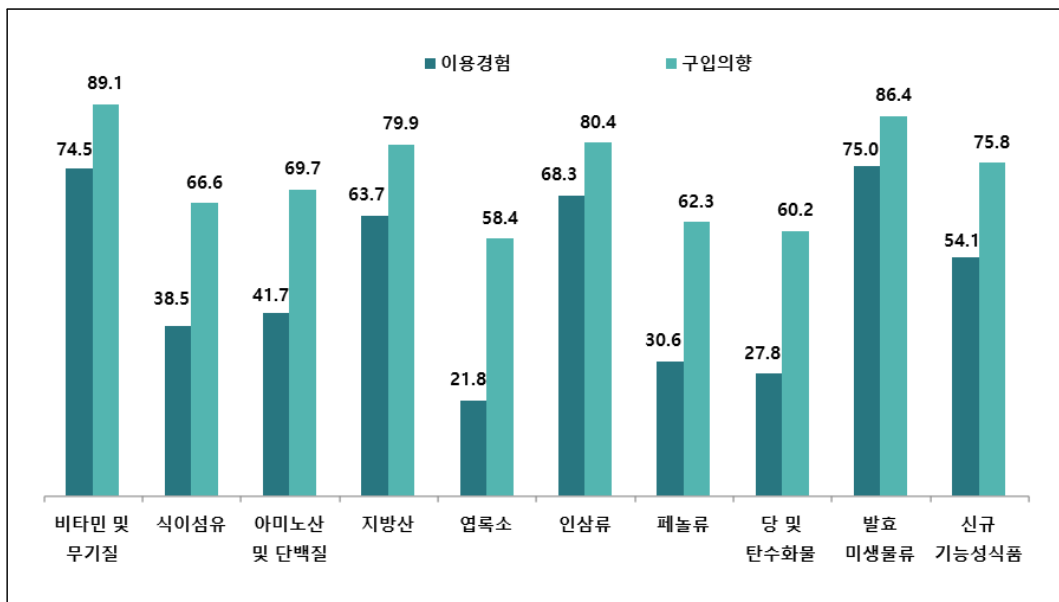
구분		사례수	구입경험 있음	구입경험 없음
전체		2000	94.4	5.7
MZ세대 구분	MZ세대	782	93.6	6.4
	비 MZ세대	1218	94.8	5.2
권역	수도권	1002	95.2	4.8
	충청권	219	91.3	8.7
	호남권	219	94.1	5.9
	대경권	195	94.4	5.6
	동남권	304	94.4	5.6
	강원권	61	91.8	8.2
가구원수	1인	331	89.1	10.9
	2인	367	96.5	3.5
	3인	598	94.6	5.4
	4인 이상	704	95.5	4.5
성별	남성	978	93.9	6.1
	여성	1022	94.8	5.2
연령	20대	267	89.1	10.9
	30대	410	95.4	4.6
	40대	502	94.8	5.2
	50대	386	96.1	3.9
	60대 이상	435	94.5	5.5
학력	고졸 이하	460	91.3	8.7
	대졸	1311	95.3	4.7
	대학원졸	229	94.8	5.2
직업	관리/전문/사무직	1073	95.3	4.7
	서비스/판매직	215	95.3	4.7
	기계/농림어업/단순노무	212	93.4	6.6
	주부	238	95.8	4.2
	학생	116	88.8	11.2
	기타	146	89.0	11.0
가구소득	200만원 미만	166	84.9	15.1
	200~400만원 미만	543	93.7	6.3
	400~600만원 미만	563	95.4	4.6
	600만원 이상	728	96.2	3.8
건강 관심도	저관심	28	85.7	14.3
	중관심	562	88.1	11.9
	고관심	1410	97.0	3.0

## 2.29. 건강기능식품 품목별 구입 경험률

○ 건강기능식품 품목별 구입 경험률은 ‘발효생물류’가 75.0%로 가장 높고, ‘비타민 및 무기질’(74.5%), ‘인삼류’(68.3%), ‘지방산’(63.7%)순으로 나타남.

- 동남권의 경우 ‘비타민 및 무기질’이 77.3%로 가장 높게 나타남.
- 성별의 경우 ‘신규기능성식품’에 대해 남성과 여성은 각각 50.9%, 57.1%로 나타나 남성보다 여성이 ‘신규기능성식품’의 구입 경험이 많은 것으로 나타남.

〈그림 5-43〉 건강기능식품 품목별 구입 경험률



〈표 5-44〉 건강기능식품 품목별 구입 경험률

(단위: 명, %)

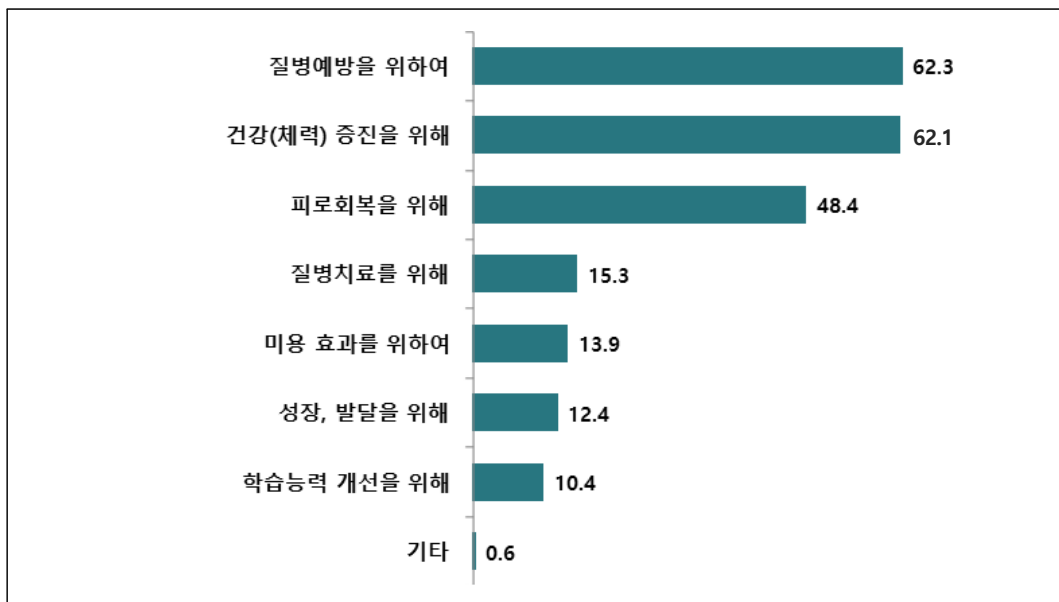
구분	사례수	비타민 및 무기질	식이 섬유	아미 노산 및 단백질	지방산	엽록소	인삼류	페놀류	당 및 탄수 화물	발효 생물류	신규 기능성 식품	
전체	2000	74.5	38.5	41.7	63.7	21.8	68.3	30.6	27.8	75.0	54.1	
지역	수도권	1002	75.3	40.4	40.5	64.0	22.8	69.5	31.0	28.8	75.9	54.9
	충청권	219	74.9	39.7	44.7	60.3	21.5	64.8	29.2	25.1	77.2	52.1
	호남권	219	69.4	31.5	37.0	62.6	14.6	67.6	30.6	28.3	71.7	51.6
	대경권	195	70.3	41.0	47.7	67.2	30.3	69.2	37.4	35.9	75.9	56.9
	동남권	304	77.3	36.8	42.4	65.1	20.7	66.1	28.3	21.4	71.1	52.3
	강원권	61	77.0	27.9	42.6	57.4	9.8	72.1	18.0	23.0	80.3	57.4
가구원수	1인	331	67.4	34.4	33.5	53.8	19.9	54.4	25.4	20.2	68.3	47.7
	2인	367	75.5	36.2	36.5	64.9	18.8	74.7	29.2	27.0	77.1	54.5
	3인	598	75.8	37.8	41.8	66.1	21.1	68.2	31.6	28.8	76.1	52.5
	4인 이상	704	76.3	42.2	48.0	65.8	24.7	71.6	33.0	30.8	76.1	58.2
성별	남성	978	73.7	37.4	40.5	62.6	20.3	70.7	29.1	29.4	72.4	50.9
	여성	1022	75.2	39.5	42.8	64.8	23.1	66.0	32.0	26.1	77.5	57.1
연령	20대	267	58.8	36.7	37.1	55.8	22.8	55.8	30.7	30.0	62.9	45.3
	30대	410	76.6	40.2	47.1	62.7	24.6	62.4	33.4	28.3	72.9	56.8
	40대	502	77.9	35.7	39.4	60.8	22.1	66.5	30.5	25.5	79.5	57.6
	50대	386	80.8	40.9	44.3	67.1	21.8	75.1	32.1	30.6	79.3	53.4
	60대 이상	435	72.6	39.1	39.5	69.9	17.9	77.5	26.7	26.0	75.4	53.6
학력	고졸 이하	460	67.6	37.6	37.2	60.2	19.6	64.8	25.7	25.7	70.2	51.3
	대졸	1311	76.7	39.3	41.8	63.8	23.0	69.1	32.3	28.5	76.4	54.9
	대학원졸	229	76.0	35.8	49.8	70.3	19.2	70.7	31.0	27.9	76.9	55.0
직업	관리/전문/사무직	1073	77.9	38.8	44.2	65.1	22.6	70.1	32.0	28.7	78.2	56.7
	서비스/판매직	215	74.0	42.3	47.4	67.0	28.4	68.8	34.4	32.1	72.6	52.6
	기계농림어업단순노무	212	63.7	40.6	42.5	61.8	21.2	66.5	28.8	30.7	67.9	51.9
	주부	238	76.9	36.1	33.6	67.6	19.3	73.1	29.4	26.1	79.0	53.4
	학생	116	64.7	35.3	33.6	50.0	15.5	55.2	26.7	21.6	60.3	44.8
	기타	146	69.9	34.2	32.9	55.5	15.8	59.6	22.6	17.8	70.5	49.3
가구소득	200만원 미만	166	60.8	25.3	28.9	44.6	14.5	53.0	22.3	16.9	63.9	39.8
	200~400만원 미만	543	70.5	35.0	35.5	61.5	21.5	62.8	27.3	24.5	69.8	51.7
	400~600만원 미만	563	77.8	40.5	45.8	65.0	22.0	69.1	30.7	28.8	77.3	55.6
	600만원 이상	728	78.0	42.6	45.9	68.7	23.4	75.3	34.9	31.9	79.7	58.0
건강 관심도	저관심	28	60.7	28.6	32.1	35.7	17.9	64.3	3.6	17.9	64.3	28.6
	중관심	562	56.6	30.4	31.3	49.8	21.9	56.2	25.1	22.1	61.6	44.0
	고관심	1410	81.9	41.9	46.0	69.8	21.8	73.2	33.3	30.2	80.6	58.7

## 2.30. 건강기능식품을 먹는 주된 이유

○ 건강기능식품을 먹는 주된 이유는 ‘질병 예방’이 62.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘건강(체력)증진’이 62.1%, ‘피로 회복’이 48.4% 순으로 나타남.

- 권역별로 호남권과 동남권, 강원권은 ‘건강(체력) 증진’이 가장 높게 나타남.
- 고연령 집단에서 ‘질병 예방’과 ‘건강 증진’이 중요한 반면, 저연령의 경우 ‘질병치료’나 ‘미용 효과’, ‘성장 발달’ 등이 중요한 것으로 나타남.

〈그림 5-44〉 건강기능식품을 먹는 주된 이유(복수 응답)



〈표 5-45〉 건강기능식품을 먹는 주된 이유(복수 응답)

(단위: 명, %)

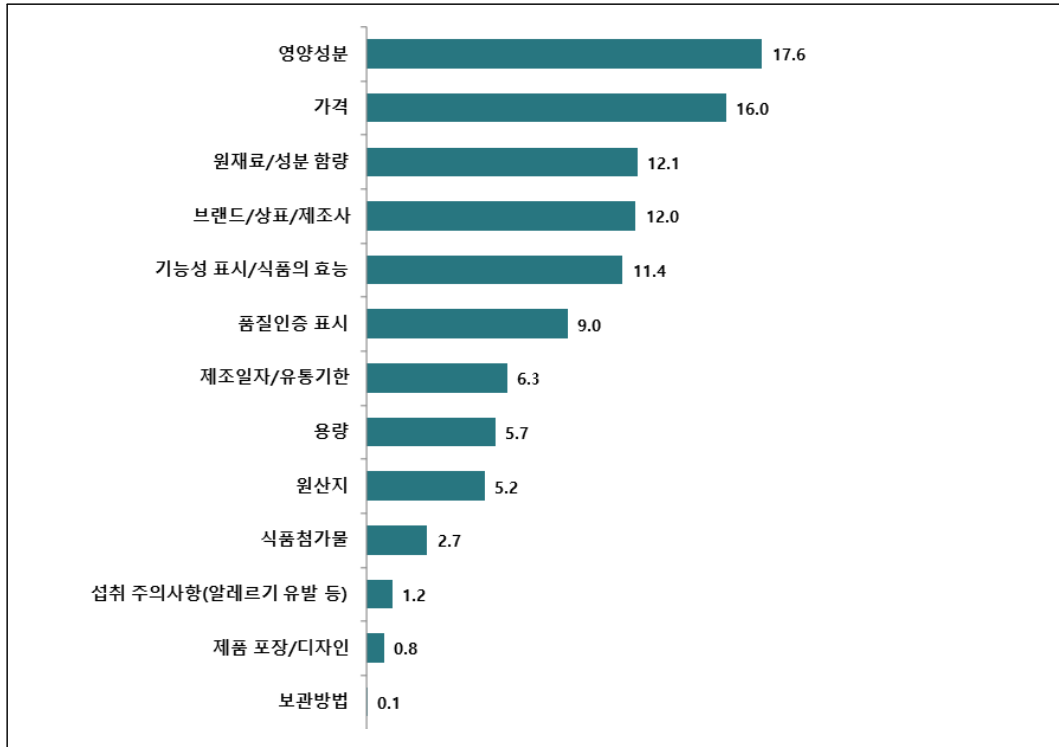
구분		사례수	질병 예방을 위하여	건강 (체력) 증진을 위하여	피로 회복을 위해	질병 치료를 위해	미용 효과를 위하여	성장, 발달을 위해	학습 능력 개선을 위해	기타
전체		2000	62.3	62.1	48.4	15.3	13.9	12.4	10.4	0.6
MZ세대 구분	MZ세대	782	54.3	51.8	48.3	17.3	18.9	16.2	17.4	0.6
	비 MZ세대	1218	67.3	68.6	48.4	14.0	10.6	9.9	5.8	0.5
권역	수도권	1002	63.4	60.7	48.1	15.4	15.7	12.7	11.6	0.6
	충청권	219	64.4	58.0	51.6	17.4	16.4	10.5	9.6	1.4
	호남권	219	62.6	67.1	42.5	16.0	5.9	9.6	9.6	0.5
	대경권	195	63.1	62.1	45.1	16.4	14.4	15.4	10.8	0.0
	동남권	304	58.9	65.5	52.3	12.5	11.2	13.8	8.2	0.0
	강원권	61	49.2	63.9	52.5	13.1	14.8	8.2	4.9	1.6
가구원수	1인	331	57.1	59.8	46.2	12.7	16.3	7.9	9.7	0.0
	2인	367	65.7	70.0	48.5	16.3	10.9	5.7	6.5	0.3
	3인	598	63.2	60.9	44.3	15.4	11.9	13.9	9.9	0.8
	4인 이상	704	62.1	59.9	52.7	15.8	15.9	16.8	13.1	0.7
성별	남성	978	62.5	59.9	50.1	15.5	10.1	11.5	9.8	0.7
	여성	1022	62.0	64.1	46.7	15.0	17.4	13.3	10.9	0.4
연령	20대	267	49.8	48.7	48.3	14.6	19.5	15.0	19.5	0.7
	30대	410	55.1	51.2	47.1	20.5	17.8	17.3	16.1	0.7
	40대	502	62.5	65.7	54.8	8.6	15.9	16.1	9.6	0.6
	50대	386	67.9	65.5	53.9	16.1	10.6	9.3	5.2	0.3
	60대 이상	435	71.3	73.1	37.2	17.7	7.1	4.6	4.8	0.5
학력	고졸 이하	460	60.7	61.7	45.7	15.9	12.2	9.6	7.6	0.4
	대졸	1311	62.7	62.6	49.2	15.7	15.1	13.0	11.0	0.5
	대학원졸	229	62.9	59.4	48.9	11.4	10.0	14.4	12.2	0.9
직업	관리/전문/사무직	1073	63.8	62.8	51.7	14.7	14.7	14.5	11.3	0.7
	서비스/판매직	215	62.8	48.8	45.6	17.2	13.0	12.1	16.7	0.0
	기계/농림어업/단순노무	212	61.3	56.6	47.6	17.0	11.8	7.1	9.4	0.0
	주부	238	66.4	71.8	42.4	16.0	12.2	12.2	4.6	0.0
	학생	116	44.8	56.0	50.0	8.6	17.2	16.4	12.9	0.9
	기타	146	58.2	72.6	37.0	17.8	11.6	2.1	2.7	1.4
가구소득	200만원 미만	166	53.0	63.3	40.4	14.5	11.4	7.2	9.6	0.6
	200~400만원 미만	543	61.1	57.8	45.3	16.8	11.0	8.1	8.1	0.4
	400~600만원 미만	563	64.7	64.7	50.3	13.9	14.2	13.1	9.8	0.2
	600만원 이상	728	63.3	62.9	51.0	15.4	16.2	16.2	12.6	1.0
건강 관심도	저관심	28	35.7	50.0	64.3	10.7	3.6	7.1	7.1	0.0
	중관심	562	47.0	47.0	39.5	14.6	14.1	11.2	16.4	0.9
	고관심	1410	68.9	68.3	51.6	15.6	14.0	13.0	8.0	0.4

## 2.31. 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항

○ 건강기능식품 구입시 우선 확인하는 사항으로는 ‘영양 성분’이 17.6%로 가장 높게 나타났으며 ‘가격’이 16.0%, ‘원재료/성분 함량’이 12.1%, ‘브랜드/상표/제조사’가 12.0% 순으로 나타남.

- 성별로 보았을 때, 남성은 ‘가격’이, 여성은 ‘원재료/ 성분 함량’을 상대적으로 더 중요하게 고려함
- 권역별로 보았을 때, 강원권은 ‘가격’이 18.0%로 가장 높게 나타남.

〈그림 5-45〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3가중평균)



〈표 5-46〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3기중평균) [1/2]

(단위: 명, %)

구분		사례수	영양성분	가격	원재료/ 성분 함량	브랜드/ 상표/ 제조사	기능성 표시/ 식품의 효능	품질인증 표시	제조일자/ 유통기한
전체		2000	17.6	16.0	12.1	12.0	11.4	9.0	6.3
MZ세대 구분	MZ세대	782	15.3	16.9	11.0	13.6	7.0	9.8	6.9
	비 MZ세대	1218	19.0	15.4	12.7	11.0	14.2	8.4	5.9
권역	수도권	1002	17.7	15.2	12.1	13.1	11.5	8.5	5.5
	충청권	219	18.3	15.9	14.0	11.2	9.1	8.6	7.0
	호남권	219	17.1	16.9	12.6	8.3	11.5	10.2	7.0
	대경권	195	17.5	16.1	12.3	10.0	11.0	9.9	7.8
	동남권	304	17.5	17.4	10.2	12.8	11.9	9.3	6.8
	강원권	61	14.8	18.0	12.0	11.7	15.8	8.5	4.6
가구원수	1인	331	16.3	19.2	11.9	11.1	10.9	8.6	5.3
	2인	367	17.2	15.6	12.0	9.4	14.5	10.0	6.8
	3인	598	18.2	16.0	12.5	12.7	10.9	8.3	5.9
	4인 이상	704	17.9	14.7	11.8	13.2	10.4	9.2	6.7
성별	남성	978	17.8	17.3	10.5	11.7	12.5	7.9	6.8
	여성	1022	17.4	14.8	13.5	12.3	10.3	9.9	5.7
연령	20대	267	14.6	17.2	10.1	12.9	6.0	9.7	7.8
	30대	410	15.1	16.8	11.1	14.3	7.7	9.5	6.4
	40대	502	19.1	15.3	13.5	12.8	10.3	9.1	5.6
	50대	386	19.6	16.8	10.7	11.0	15.5	7.4	5.4
	60대 이상	435	18.2	14.5	13.7	9.1	15.8	9.2	6.6
학력	고졸 이하	460	17.7	17.7	11.3	11.4	11.6	8.4	5.9
	대졸	1311	17.4	15.6	12.3	12.1	11.4	9.0	6.0
	대학원졸	229	18.6	14.9	12.0	12.3	10.8	9.5	8.1
직업	관리/전문/사무직	1073	17.9	15.3	12.3	12.8	11.1	9.0	6.2
	서비스/판매직	215	16.4	18.0	11.6	11.4	11.0	8.0	6.0
	기계/농림어업/단순노무	212	18.9	16.4	10.8	9.9	11.6	9.3	7.2
	주부	238	17.1	14.3	13.7	11.0	13.5	9.2	4.7
	학생	116	15.7	17.7	10.8	13.7	8.1	8.9	6.1
	기타	146	17.6	18.5	11.5	9.8	13.4	8.8	8.2
가구소득	200만원 미만	166	17.4	22.7	10.4	8.7	9.6	8.2	9.1
	200~400만원 미만	543	16.1	19.2	11.7	11.2	11.2	8.7	6.1
	400~600만원 미만	563	17.9	14.6	11.9	12.8	10.6	9.4	6.1
	600만원 이상	728	18.4	13.2	12.8	12.7	12.5	9.0	5.8
최근1년 건강기능 식품구입	없음	113	14.4	26.1	7.2	10.6	6.0	7.2	7.0
	있음	1887	17.8	15.4	12.4	12.1	11.7	9.1	6.2

〈표 5-46〉 건강기능식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3기중평균) [2/2]

(단위: 명, %)

구분		사례수	용량	원산지	식품 첨가물	섭취 주의사항	제품 포장 /디자인	보관방법	기타
전체		2000	5.7	5.2	2.7	1.2	0.8	0.1	0.0
MZ세대 구분	MZ세대	782	7.7	6.0	3.3	0.9	1.4	0.1	0.1
	비 MZ세대	1218	4.5	4.8	2.4	1.4	0.4	0.1	0.0
권역	수도권	1002	6.1	5.3	2.6	1.3	0.9	0.1	0.0
	충청권	219	5.9	4.5	3.8	0.9	0.8	0.0	0.0
	호남권	219	5.2	5.8	3.2	1.1	1.0	0.0	0.2
	대경권	195	5.3	5.3	3.0	1.2	0.6	0.0	0.0
	동남권	304	5.3	5.1	1.8	1.0	0.7	0.2	0.0
	강원권	61	4.4	5.5	1.9	1.9	0.3	0.5	0.0
	가구원수	1인	331	8.1	4.5	2.4	0.9	0.7	0.1
	2인	367	4.8	4.9	2.6	1.3	0.9	0.1	0.0
	3인	598	5.6	5.6	2.5	0.9	0.8	0.1	0.0
	4인 이상	704	5.2	5.4	3.2	1.5	0.8	0.0	0.1
성별	남성	978	5.6	5.4	2.5	1.1	0.9	0.0	0.0
	여성	1022	5.9	5.1	2.9	1.3	0.7	0.1	0.0
연령	20대	267	8.6	6.2	3.8	1.0	1.8	0.1	0.2
	30대	410	7.7	5.9	2.9	0.9	1.5	0.1	0.0
	40대	502	4.8	4.7	2.7	1.7	0.4	0.1	0.0
	50대	386	4.5	4.7	2.8	1.2	0.2	0.1	0.0
	60대 이상	435	4.4	5.1	1.8	0.9	0.5	0.1	0.0
학력	고졸 이하	460	6.1	4.6	3.3	1.0	0.8	0.1	0.1
	대졸	1311	5.7	5.5	2.6	1.3	0.8	0.0	0.0
	대학원졸	229	5.0	4.8	2.4	0.7	0.4	0.4	0.0
직업	관리/전문/사무직	1073	5.6	5.2	2.8	1.1	0.7	0.0	0.0
	서비스/판매직	215	6.5	6.8	1.9	0.9	1.5	0.2	0.0
	기계/농림어업/단순노무	212	4.6	4.5	3.7	1.7	1.2	0.1	0.0
	주부	238	6.3	5.6	2.8	1.5	0.1	0.1	0.0
	학생	116	6.6	5.5	3.3	1.3	1.6	0.1	0.4
	기타	146	5.3	3.8	1.4	0.7	0.5	0.5	0.0
가구소득	200만원 미만	166	6.5	4.0	1.9	0.9	0.4	0.1	0.0
	200~400만원 미만	543	6.3	4.8	2.5	1.1	0.9	0.1	0.1
	400~600만원 미만	563	5.9	5.1	2.9	1.5	1.2	0.1	0.0
	600만원 이상	728	5.0	6.0	2.9	1.1	0.5	0.0	0.0
최근1년 건강기능 식품구입	없음	113	7.8	6.0	4.9	1.2	1.0	0.4	0.0
	있음	1887	5.6	5.2	2.6	1.2	0.8	0.1	0.0

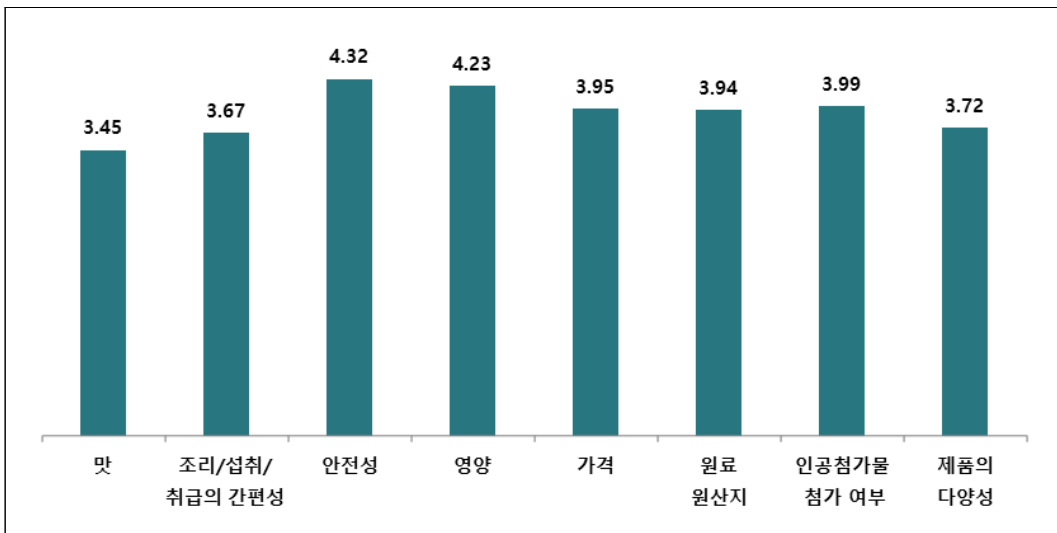


## 2.32. 건강기능식품 요소별 중요도

○ 건강기능식품의 요소별 중요도는 ‘안전성’이 4.32점으로 가장 높았으며, ‘영양’이 4.23점, ‘인공 첨가물 첨가 여부’가 3.99점, ‘가격’이 3.95점, ‘원료 원산지’가 3.94점으로 나타남.

- 가구소득별로 보았을 때, 400만원 이하의 경우 ‘가격’이 상대적으로 중요한 반면, 600만원 이상의 경우, ‘가격’ 보다는 ‘원료 원산지’, ‘인공 첨가물 첨가여부’, ‘제품의 다양성’ 등이 더 중요한 것으로 응답됨.
- 최근 1년 건강기능식품 구입 경험이 있는 사람은 ‘안전성’과 ‘영양’이 4.35점, 4.27점으로 나타나 ‘안전성’과 ‘영양’이 중요한 것으로 조사됨.

〈그림 5-46〉 건강기능식품 요소별 중요도



〈표 5-47〉 건강기능식품 요소별 중요도

(단위: 명, 5점 평균)

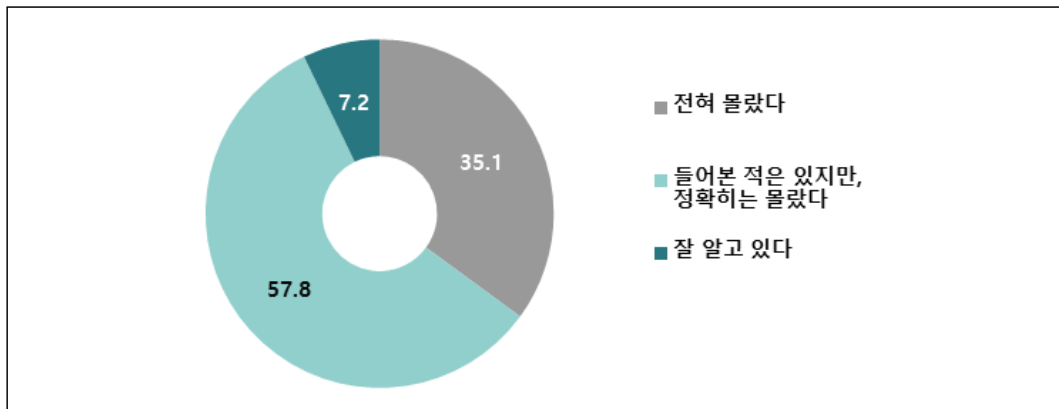
구분		사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가여부	제품의 다양성
전체		2000	3.45	3.67	4.32	4.23	3.95	3.94	3.99	3.72
지역	수도권	1002	3.46	3.68	4.34	4.26	3.96	3.95	4.00	3.71
	충청권	219	3.40	3.54	4.22	4.18	3.96	3.92	4.01	3.65
	호남권	219	3.47	3.68	4.32	4.24	3.96	3.89	3.92	3.70
	대경권	195	3.48	3.74	4.33	4.18	3.88	3.94	3.97	3.85
	동남권	304	3.43	3.66	4.30	4.24	3.93	3.97	4.03	3.75
	강원권	61	3.49	3.56	4.34	4.16	4.02	3.82	3.85	3.64
가구원수	1인	331	3.30	3.54	4.18	4.18	3.93	3.73	3.85	3.63
	2인	367	3.40	3.69	4.33	4.24	3.96	3.99	4.05	3.69
	3인	598	3.45	3.66	4.36	4.26	3.93	3.97	3.97	3.71
	4인 이상	704	3.55	3.71	4.33	4.24	3.97	3.99	4.03	3.79
성별	남성	978	3.40	3.61	4.27	4.20	3.94	3.88	3.92	3.68
	여성	1022	3.51	3.72	4.36	4.27	3.96	4.00	4.05	3.76
연령	20대	267	3.34	3.56	4.04	4.07	3.77	3.80	3.86	3.64
	30대	410	3.34	3.61	4.26	4.15	3.94	3.86	3.89	3.70
	40대	502	3.46	3.71	4.40	4.34	4.00	3.99	4.06	3.78
	50대	386	3.58	3.71	4.37	4.27	4.05	4.02	4.02	3.80
	60대 이상	435	3.52	3.69	4.40	4.26	3.93	3.99	4.06	3.66
학력	고졸 이하	460	3.46	3.63	4.28	4.20	3.89	3.89	3.97	3.63
	대졸	1311	3.46	3.68	4.31	4.25	3.96	3.95	4.00	3.74
	대학원졸	229	3.42	3.64	4.41	4.23	3.99	3.97	3.96	3.81
직업	관리/전문/사무직	1073	3.46	3.69	4.35	4.27	3.97	3.97	4.03	3.76
	서비스/판매직	215	3.43	3.65	4.27	4.11	3.99	3.87	3.87	3.68
	기계농림어업단순노무	212	3.31	3.53	4.12	4.05	3.82	3.72	3.79	3.58
	주부	238	3.61	3.78	4.45	4.37	3.98	4.08	4.13	3.81
	학생	116	3.46	3.60	4.18	4.17	3.75	3.88	3.92	3.65
	기타	146	3.40	3.60	4.29	4.24	4.03	3.97	3.99	3.61
	가구소득	200만원 미만	166	3.35	3.49	4.17	4.14	3.91	3.75	3.76
200~400만원 미만	543	3.35	3.61	4.24	4.18	3.95	3.85	3.94	3.68	
400~600만원 미만	563	3.48	3.69	4.36	4.25	3.98	3.96	4.02	3.76	
600만원 이상	728	3.53	3.73	4.37	4.28	3.94	4.03	4.05	3.77	
최근1년 건강기능식품구입	없음	113	3.19	3.18	3.73	3.70	3.58	3.48	3.50	3.31
	있음	1887	3.47	3.70	4.35	4.27	3.97	3.97	4.02	3.75
건강 관심도	저관심	28	2.93	3.14	3.75	3.82	3.75	3.32	3.54	3.25
	중관심	562	3.21	3.42	3.85	3.82	3.67	3.59	3.58	3.45
	고관심	1410	3.56	3.77	4.51	4.41	4.06	4.09	4.16	3.84

### 2.33. 일반식품 기능성 표시제도 인지도

○ 일반식품 기능성 표시제도 인지도는 ‘들어본 적은 있지만 정확히 알지 못한다’라는 의견이 57.8%로 가장 높고, ‘전혀 몰랐다’는 의견이 35.1%이었으며, ‘잘 알고 있다’는 7.2%에 불과한 것으로 나타남.

- 권역별로 충청권 거주자의 인지도가 가장 높으며, 강원권이 가장 낮게 나타남.
- 최근 건강 기능식품 구입자의 인지도가 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 5-47〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도



〈표 5-48〉 일반식품 기능성 표시제도 인지도

(단위: 명, %)

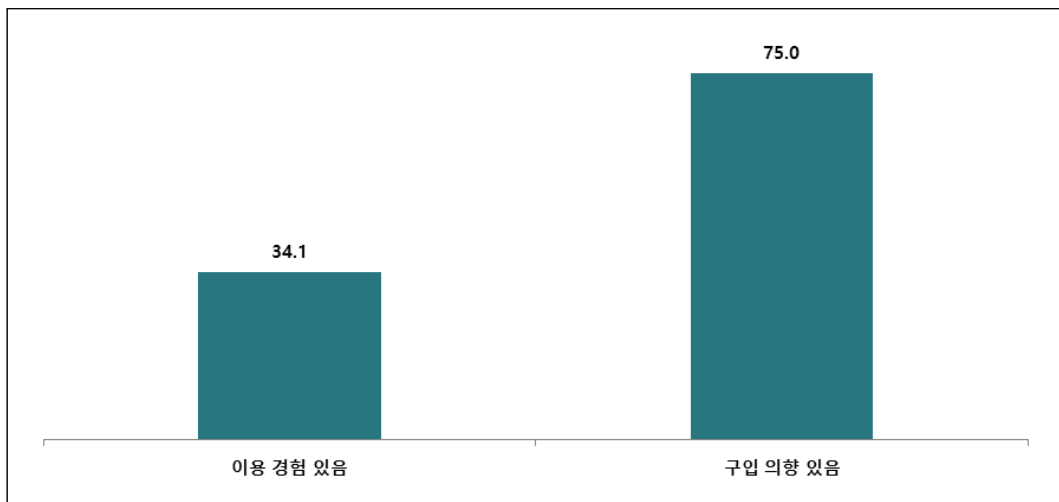
구분		사례수	전혀 몰랐다	들어본 적은 있지만, 정확히는 몰랐다	잘 알고 있다
전체		2000	35.1	57.8	7.2
MZ세대 구분	MZ세대	782	35.7	57.0	7.3
	비 MZ세대	1218	34.6	58.3	7.1
권역	수도권	1002	34.5	58.8	6.7
	충청권	219	33.8	58.4	7.8
	호남권	219	35.6	59.4	5.0
	대경권	195	35.9	55.4	8.7
	동남권	304	34.9	56.6	8.6
	강원권	61	44.3	47.5	8.2
	가구원수	1인	331	42.6	51.1
2인		367	36.5	57.5	6.0
3인		598	32.3	61.0	6.7
4인 이상		704	33.1	58.4	8.5
성별	남성	978	35.2	58.4	6.4
	여성	1022	34.9	57.2	7.8
연령	20대	267	35.6	55.8	8.6
	30대	410	37.3	55.9	6.8
	40대	502	42.4	51.0	6.6
	50대	386	28.8	64.5	6.7
	60대 이상	435	29.7	62.8	7.6
학력	고졸 이하	460	35.0	56.7	8.3
	대졸	1311	35.3	58.2	6.5
	대학원졸	229	33.6	57.6	8.7
직업	관리/전문/사무직	1073	35.9	57.0	7.1
	서비스/판매직	215	30.7	62.8	6.5
	기계농림어업단순노무	212	34.0	59.9	6.1
	주부	238	34.9	57.1	8.0
	학생	116	36.2	54.3	9.5
	기타	146	36.3	56.8	6.8
가구소득	200만원 미만	166	45.8	50.0	4.2
	200~400만원 미만	543	38.5	55.2	6.3
	400~600만원 미만	563	32.5	59.1	8.3
	600만원 이상	728	32.0	60.4	7.6
최근1년 건강기능 식품구입	없음	113	59.3	36.3	4.4
	있음	1887	33.6	59.1	7.3

## 2.34. 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향

○ 일반식품 기능성 표시제 제품 이용 경험은 34.1%로 다소 낮은 편이며 구입 의향은 75.0%로 높게 나타남. 구입 의향 변화는 비슷하다는 의견이 67.4%로 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 수도권 거주자의 이용 경험률이 가장 높고 강원권은 가장 낮게 나타남.
- 구입 의향의 경우, 호남권이 가장 높고 강원권이 가장 낮게 나타남.
- 소득별로 보았을 때, 가구소득이 많을수록 일반식품 기능성 표시제 제품 이용 경험과 구입 의향이 높게 나타남.

〈그림 5-48〉 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향



〈표 5-49〉 일반식품 기능성 표시 제품 이용 경험 및 구입 의향

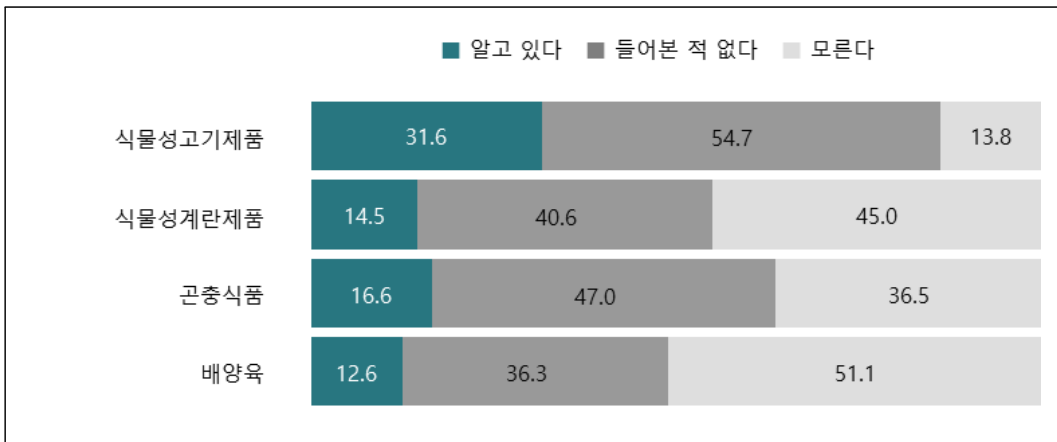
(단위: 명, %)

구분		사례수	이용 경험		구입 의향		구입 의향 변화		
			없음	있음	없음	있음	감소	비슷	증가
전체		2000	65.9	34.1	25.1	75.0	2.1	67.4	30.4
MZ세대 구분	MZ세대	782	67.8	32.2	27.2	72.8	2.1	74.7	23.2
	비 MZ세대	1218	64.7	35.3	23.6	76.4	2.2	63.0	34.8
권역	수도권	1002	64.8	35.2	23.4	76.6	2.6	68.2	29.2
	충청권	219	66.2	33.8	27.9	72.1	1.3	66.5	32.3
	호남권	219	66.7	33.3	22.8	77.2	1.8	70.4	27.8
	대경권	195	68.7	31.3	28.7	71.3	2.2	66.2	31.7
	동남권	304	66.1	33.9	25.7	74.3	1.3	65.0	33.6
	강원권	61	70.5	29.5	36.1	63.9	2.6	61.5	35.9
가구원수	1인	331	74.6	25.4	30.8	69.2	1.7	72.5	25.8
	2인	367	68.9	31.1	21.3	78.7	1.4	66.8	31.8
	3인	598	64.4	35.6	24.7	75.3	2.0	67.3	30.7
	4인 이상	704	61.5	38.5	24.6	75.4	2.8	65.7	31.5
성별	남성	978	65.8	34.2	27.3	72.7	2.1	68.9	29.0
	여성	1022	65.9	34.1	22.9	77.1	2.2	66.1	31.7
연령	20대	267	70.0	30.0	31.5	68.5	3.8	75.4	20.8
	30대	410	67.6	32.4	26.1	73.9	1.7	75.2	23.1
	40대	502	65.9	34.1	25.5	74.5	2.1	65.2	32.6
	50대	386	60.1	39.9	21.0	79.0	2.6	63.3	34.1
	60대 이상	435	66.9	33.1	23.2	76.8	1.2	62.3	36.5
학력	고졸 이하	460	67.0	33.0	30.0	70.0	1.9	70.5	27.6
	대졸	1311	65.6	34.4	23.6	76.4	2.1	66.9	31.0
	대학원졸	229	65.5	34.5	23.1	76.9	2.8	64.8	32.4
직업	관리/전문/사무직	1073	64.7	35.3	24.0	76.0	2.3	65.5	32.1
	서비스/판매직	215	62.3	37.7	24.2	75.8	0.6	74.8	24.5
	기계농림어업단순노무	212	68.9	31.1	29.2	70.8	2.7	70.7	26.7
	주부	238	65.1	34.9	22.3	77.7	2.2	60.0	37.8
	학생	116	69.8	30.2	33.6	66.4	5.2	79.2	15.6
	기타	146	74.0	26.0	25.3	74.7	0.0	70.6	29.4
가구소득	200만원 미만	166	83.1	16.9	37.3	62.7	1.9	77.9	20.2
	200~400만원 미만	543	70.0	30.0	26.9	73.1	2.0	68.3	29.7
	400~600만원 미만	563	63.6	36.4	22.6	77.4	2.5	69.7	27.8
	600만원 이상	728	60.7	39.3	22.8	77.2	2.0	63.2	34.9

## 2.35. 대체식품 인지도

- 대체식품 인지도는 '식물성고기제품'의 경우 들어본 적 있다는 의견이 54.7%, 알고 있다는 의견은 31.6%로 나타났으며, 이용 경험은 22.9%, 구입 의향은 45.4%로 나타남.
- 수도권 거주자의 인지도가 가장 높게 강원권이 가장 낮게 나타남.
- 이용 경험과 구입 의향 역시 수도권이 가장 높게 나타났으며, 강원권에서 가장 낮게 나타남.

〈그림 5-49〉 대체식품 인지도



〈표 5-50〉 대체식품 인지도 - 식물성고기제품

(단위: 명, %)

구분	사례수	인지도			이용경험	구입의향	구입의향 변화			
		알고있다	들어본적 있다	모른다			감소	비슷	증가	
전체	2000	31.6	54.7	13.8	22.9	45.4	4.0	72.1	23.9	
MZ세대 구분	MZ세대	782	33.0	51.5	15.5	25.4	46.9	5.2	74.4	20.4
	비 MZ세대	1218	30.6	56.7	12.6	21.2	44.3	3.1	70.6	26.3
권역	수도권	1002	34.0	53.6	12.4	25.3	47.9	4.6	71.3	24.2
	충청권	219	28.8	57.5	13.7	20.1	39.7	5.7	71.3	23.0
	호남권	219	29.7	55.3	15.1	19.2	45.2	1.0	78.8	20.2
	대경권	195	27.7	56.4	15.9	20.5	46.2	4.4	75.6	20.0
	동남권	304	28.9	56.6	14.5	22.4	43.4	3.0	70.5	26.5
	강원권	61	32.8	45.9	21.3	14.8	31.1	0.0	57.9	42.1
가구원수	1인	331	30.5	50.2	19.3	19.3	40.8	5.2	71.9	23.0
	2인	367	28.3	58.3	13.4	16.6	43.1	4.4	68.4	27.2
	3인	598	32.6	52.3	15.1	24.7	45.7	3.7	71.4	24.9
	4인 이상	704	32.8	57.0	10.2	26.1	48.4	3.5	74.5	22.0
성별	남성	978	30.0	55.4	14.6	22.3	45.0	4.3	73.4	22.3
	여성	1022	33.1	54.0	12.9	23.4	45.7	3.6	70.9	25.5
연령	20대	267	32.6	48.3	19.1	22.8	44.9	4.2	77.5	18.3
	30대	410	33.7	52.0	14.4	26.8	48.5	6.0	72.4	21.6
	40대	502	32.1	55.8	12.2	21.3	40.8	3.4	74.1	22.4
	50대	386	29.8	58.3	11.9	25.4	47.4	2.2	67.8	30.1
	60대 이상	435	29.9	56.8	13.3	18.6	46.0	4.0	70.5	25.5
학력	고졸 이하	460	28.5	52.4	19.1	19.1	41.1	2.1	76.2	21.7
	대졸	1311	31.7	56.1	12.3	24.2	46.8	4.4	71.6	24.0
	대학원졸	229	37.1	51.5	11.4	22.7	45.9	4.8	67.6	27.6
직업	관리/전문/사무직	1073	32.6	55.5	11.9	25.3	45.2	4.7	69.3	26.0
	서비스/판매직	215	29.3	56.3	14.4	26.5	51.2	5.5	75.5	19.1
	기계농림어업단순노무	212	28.8	52.4	18.9	18.9	48.1	3.9	78.4	17.6
	주부	238	29.8	57.6	12.6	19.3	44.1	1.0	72.4	26.7
	학생	116	37.1	44.8	18.1	17.2	41.4	2.1	77.1	20.8
	기타	146	29.5	53.4	17.1	15.1	39.0	1.8	73.7	24.6
가구소득	200만원 미만	166	21.7	50.6	27.7	15.7	36.7	4.9	70.5	24.6
	200~400만원 미만	543	29.5	55.2	15.3	19.5	43.6	5.1	72.2	22.8
	400~600만원 미만	563	30.7	57.0	12.3	25.2	47.6	3.4	73.9	22.8
	600만원 이상	728	36.0	53.4	10.6	25.1	46.8	3.5	71.0	25.5



〈표 5-51〉 대체식품 인지도 - 식물성계란제품

(단위: 명, %)

구분	사례수	인지도			이용경험	구입의향	구입의향 변화			
		알고있다	들어본적 있다	모른다			감소	비슷	증가	
전체	2000	14.5	40.6	45.0	15.4	38.3	6.0	68.5	25.5	
MZ세대 구분	MZ세대	782	17.9	45.3	36.8	20.8	42.1	8.5	66.3	25.2
	비 MZ세대	1218	12.2	37.5	50.2	11.8	35.9	4.1	70.3	25.6
권역	수도권	1002	16.8	40.7	42.5	17.2	40.1	6.5	66.2	27.4
	충청권	219	13.7	41.6	44.7	14.2	34.2	8.0	72.0	20.0
	호남권	219	11.0	41.1	47.9	18.7	40.2	4.5	76.1	19.3
	대경권	195	10.8	39.5	49.7	11.3	37.4	6.8	63.0	30.1
	동남권	304	12.8	40.8	46.4	12.2	37.8	4.3	73.0	22.6
	강원권	61	11.5	34.4	54.1	6.6	21.3	0.0	61.5	38.5
가구원수	1인	331	12.1	35.6	52.3	15.1	35.0	6.9	65.5	27.6
	2인	367	12.3	38.1	49.6	11.7	34.1	4.8	68.8	26.4
	3인	598	15.1	42.0	43.0	16.6	39.5	7.6	65.3	27.1
	4인 이상	704	16.2	42.9	40.9	16.3	41.1	4.8	72.3	22.8
성별	남성	978	12.4	41.8	45.8	14.4	36.5	7.0	70.6	22.4
	여성	1022	16.4	39.3	44.2	16.2	40.0	5.1	66.7	28.1
연령	20대	267	17.6	46.8	35.6	21.3	40.8	12.8	62.4	24.8
	30대	410	18.8	44.4	36.8	21.0	43.2	6.8	67.2	26.0
	40대	502	12.7	35.5	51.8	12.5	34.7	4.0	73.0	23.0
	50대	386	11.9	43.5	44.6	13.2	37.6	2.8	68.3	29.0
	60대 이상	435	12.6	36.3	51.0	11.5	37.0	5.6	69.6	24.8
학력	고졸 이하	460	11.3	39.3	49.3	14.1	35.9	3.6	71.5	24.8
	대졸	1311	15.0	41.5	43.5	16.2	39.7	6.0	67.4	26.7
	대학원졸	229	17.5	37.6	45.0	13.1	34.9	11.3	70.0	18.8
직업	관리/전문/사무직	1073	15.7	41.7	42.7	16.3	38.9	6.5	66.2	27.3
	서비스/판매직	215	15.3	45.1	39.5	19.1	45.1	5.2	68.0	26.8
	기계농림어업단순노무	212	11.3	40.6	48.1	17.9	39.6	9.5	76.2	14.3
	주부	238	12.2	31.9	55.9	10.1	34.9	2.4	71.1	26.5
	학생	116	13.8	48.3	37.9	12.1	34.5	5.0	77.5	17.5
	기타	146	13.0	33.6	53.4	10.3	30.8	4.4	64.4	31.1
가구소득	200만원 미만	166	7.2	28.9	63.9	8.4	28.9	6.3	72.9	20.8
	200~400만원 미만	543	11.8	38.9	49.4	14.9	37.0	4.0	68.2	27.9
	400~600만원 미만	563	14.9	42.5	42.6	17.2	40.7	7.0	65.1	27.9
	600만원 이상	728	17.7	43.0	39.3	15.8	39.6	6.6	70.8	22.6

〈표 5-52〉 대체식품 인지도 - 곤충 식품

(단위: 명, %)

구분	사례수	인지도			이용경험	구입의향	구입의향 변화			
		알고있다	들어본적 있다	모른다			감소	비슷	증가	
전체	2000	16.6	47.0	36.5	9.5	26.7	4.7	76.2	19.1	
MZ세대 구분	MZ세대	782	18.2	49.7	32.1	14.1	31.2	4.5	74.2	21.3
	비 MZ세대	1218	15.5	45.2	39.3	6.6	23.8	4.8	77.9	17.2
권역	수도권	1002	18.2	47.3	34.5	9.5	26.0	4.6	74.3	21.1
	충청권	219	15.5	46.6	37.9	10.5	26.0	3.5	80.7	15.8
	호남권	219	13.2	47.9	38.8	10.5	33.3	5.5	75.3	19.2
	대경권	195	16.4	48.7	34.9	7.2	25.1	6.1	77.6	16.3
	동남권	304	15.1	44.4	40.5	10.2	27.6	4.8	77.4	17.9
	강원권	61	13.1	45.9	41.0	6.6	16.4	0.0	90.0	10.0
가구원수	1인	331	12.1	47.7	40.2	11.2	27.2	6.7	75.6	17.8
	2인	367	13.6	48.0	38.4	7.4	21.5	3.8	74.7	21.5
	3인	598	16.2	46.5	37.3	9.4	26.1	6.4	77.6	16.0
	4인 이상	704	20.5	46.4	33.1	9.9	29.7	2.9	76.1	21.1
성별	남성	978	16.7	47.2	36.1	8.6	26.9	4.2	79.5	16.3
	여성	1022	16.4	46.7	36.9	10.4	26.5	5.2	73.1	21.8
연령	20대	267	19.5	43.8	36.7	14.6	32.6	5.7	77.0	17.2
	30대	410	18.8	51.2	30.0	14.4	31.5	3.1	71.3	25.6
	40대	502	13.3	49.6	37.1	6.6	23.9	4.2	81.7	14.2
	50대	386	20.2	39.6	40.2	7.0	23.1	4.5	83.1	12.4
	60대 이상	435	13.1	48.3	38.6	7.4	25.1	6.4	69.7	23.9
학력	고졸 이하	460	12.4	42.8	44.8	6.3	22.8	4.8	77.1	18.1
	대졸	1311	17.3	48.7	34.0	10.8	28.2	4.6	76.2	19.2
	대학원졸	229	20.5	45.4	34.1	8.3	25.8	5.1	74.6	20.3
직업	관리/전문/사무직	1073	18.8	45.4	35.8	9.0	26.1	3.9	78.9	17.1
	서비스/판매직	215	14.0	52.1	34.0	18.1	34.4	5.4	67.6	27.0
	기계농림어업단순노무	212	13.2	50.0	36.8	12.3	30.2	7.8	70.3	21.9
	주부	238	12.6	47.5	39.9	5.0	22.3	3.8	83.0	13.2
	학생	116	19.8	44.0	36.2	9.5	28.4	3.0	78.8	18.2
	기타	146	12.3	47.9	39.7	3.4	20.5	6.7	70.0	23.3
가구소득	200만원 미만	166	10.2	43.4	46.4	5.4	22.9	0.0	81.6	18.4
	200~400만원 미만	543	13.1	48.4	38.5	9.8	25.2	6.6	73.7	19.7
	400~600만원 미만	563	16.0	46.7	37.3	10.5	27.7	5.8	75.6	18.6
	600만원 이상	728	21.0	46.8	32.1	9.5	27.9	3.4	77.3	19.2

〈표 5-53〉 대체식품 인지도 - 배양육

(단위: 명, %)

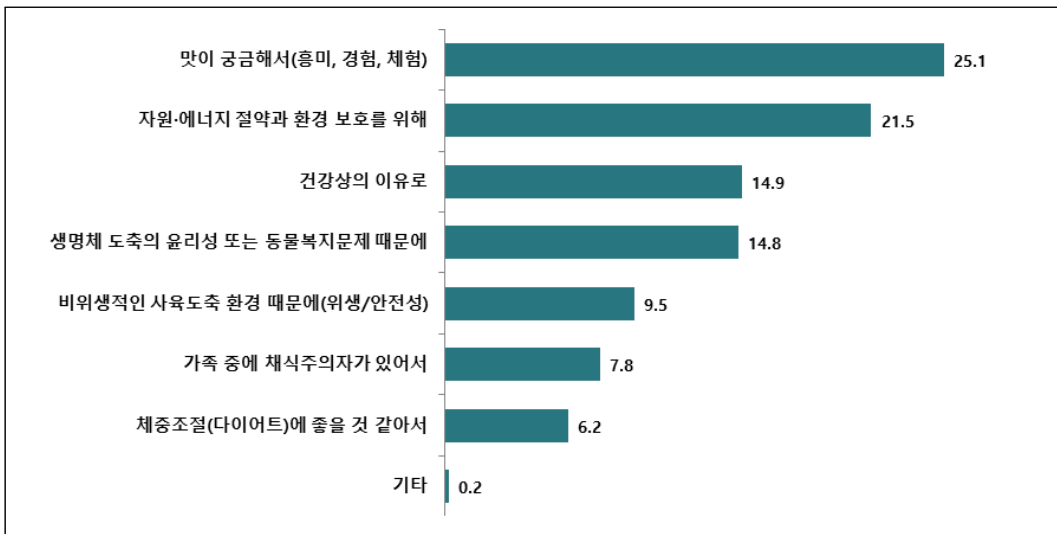
구분		사례수	인지도		
			알고있다	들어본적 있다	모른다
전체		2000	16.6	47.0	36.5
MZ세대 구분	MZ세대	782	18.2	49.7	32.1
	비 MZ세대	1218	15.5	45.2	39.3
권역	수도권	1002	18.2	47.3	34.5
	충청권	219	15.5	46.6	37.9
	호남권	219	13.2	47.9	38.8
	대경권	195	16.4	48.7	34.9
	동남권	304	15.1	44.4	40.5
	강원권	61	13.1	45.9	41.0
가구원수	1인	331	12.1	47.7	40.2
	2인	367	13.6	48.0	38.4
	3인	598	16.2	46.5	37.3
	4인 이상	704	20.5	46.4	33.1
성별	남성	978	16.7	47.2	36.1
	여성	1022	16.4	46.7	36.9
연령	20대	267	19.5	43.8	36.7
	30대	410	18.8	51.2	30.0
	40대	502	13.3	49.6	37.1
	50대	386	20.2	39.6	40.2
	60대 이상	435	13.1	48.3	38.6
학력	고졸 이하	460	12.4	42.8	44.8
	대졸	1311	17.3	48.7	34.0
	대학원졸	229	20.5	45.4	34.1
직업	관리/전문/사무직	1073	18.8	45.4	35.8
	서비스/판매직	215	14.0	52.1	34.0
	기계/농림어업/단순노무	212	13.2	50.0	36.8
	주부	238	12.6	47.5	39.9
	학생	116	19.8	44.0	36.2
	기타	146	12.3	47.9	39.7
가구소득	200만원 미만	166	10.2	43.4	46.4
	200~400만원 미만	543	13.1	48.4	38.5
	400~600만원 미만	563	16.0	46.7	37.3
	600만원 이상	728	21.0	46.8	32.1

## 2.36. 대체식품 섭취 이유

○ 대체식품 섭취 이유는 ‘맛이 궁금해서’라는 의견이 25.1%로 가장 높고, ‘자원·에너지 절약과 환경 보호’가 21.5%, ‘건강상의 이유’가 14.9%, ‘생명체 도축의 윤리성과 동물 복지’에 대한 이유가 14.8%로 나타남.

- 대경권 거주자는 ‘자원·에너지 절약과 환경 보호’ 이유가 27.8%로 가장 높게 나타남.
- 가구원 수별로 1, 2인 가구는 ‘자원 에너지 절약과 환경 보호’ 이유가 각각 27.1%, 25.3%로 높게 나타났으며, 3인 이상 가구는 ‘자원 에너지 절약과 환경 보호’ 이유가 20% 미만으로 낮게 나타남.

〈그림 5-50〉 대체식품 섭취 이유



〈표 5-54〉 대체식품 섭취 이유

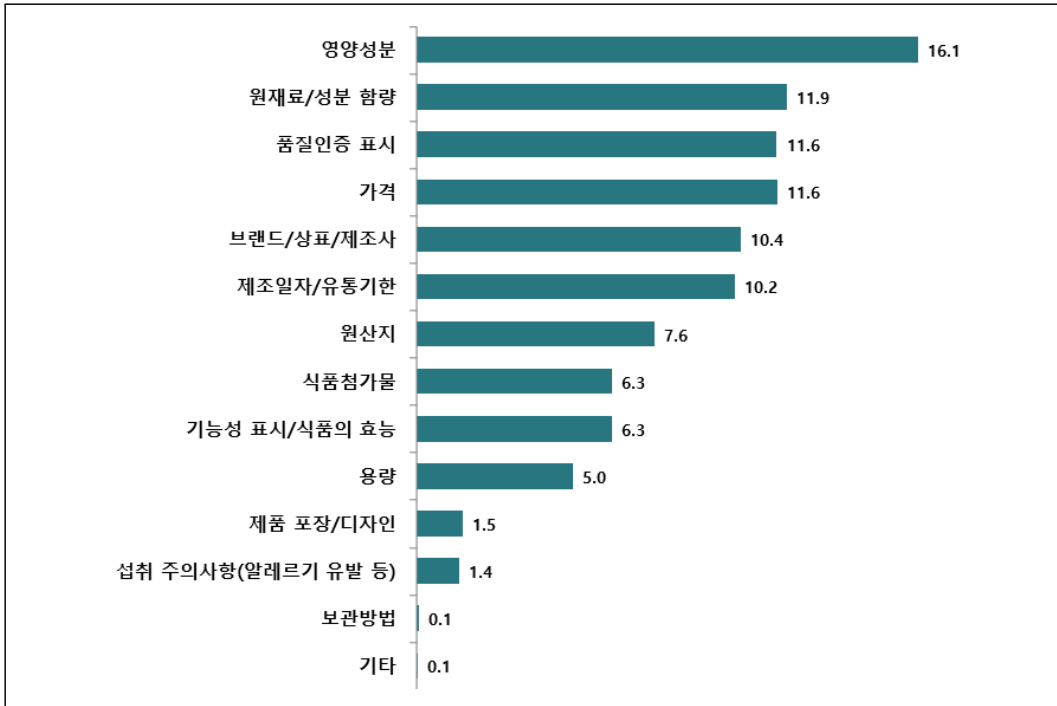
(단위: 명, %)

구분		사례수	맛이 궁금해서	자원· 에너지 절약과 환경 보호	건강상의 이유로	생명체 도축의 윤리성 또는 동물복지	비위생 적인 사육도축 환경	가족 중에 채식 주의자가 있어서	체중조절 (다이어트) 에 좋을 것 같아서	기타
전체		629	25.1	21.5	14.9	14.8	9.5	7.8	6.2	0.2
MZ세대 구분	MZ세대	295	21.7	21.4	12.5	16.6	12.9	9.8	5.1	0.0
	비 MZ세대	334	28.1	21.6	17.1	13.2	6.6	6.0	7.2	0.3
권역	수도권	347	25.4	23.1	13.3	14.4	10.7	6.3	6.9	0.0
	충청권	64	23.4	17.2	18.8	17.2	9.4	10.9	1.6	1.6
	호남권	68	29.4	13.2	16.2	17.6	7.4	10.3	5.9	0.0
	대경권	54	18.5	27.8	9.3	22.2	9.3	5.6	7.4	0.0
	동남권	84	25.0	23.8	21.4	8.3	7.1	9.5	4.8	0.0
	강원권	12	33.3	0.0	16.7	8.3	8.3	16.7	16.7	0.0
가구원수	1인	96	29.2	27.1	10.4	12.5	8.3	6.3	6.3	0.0
	2인	91	27.5	25.3	11.0	9.9	7.7	9.9	8.8	0.0
	3인	196	20.4	18.9	19.4	15.3	13.3	5.6	7.1	0.0
	4인 이상	246	26.4	19.9	14.6	17.1	7.7	9.3	4.5	0.4
성별	남성	297	26.3	21.9	13.8	12.1	9.8	9.1	6.7	0.3
	여성	332	24.1	21.1	16.0	17.2	9.3	6.6	5.7	0.0
연령	20대	98	18.4	24.5	9.2	16.3	12.2	12.2	7.1	0.0
	30대	157	22.3	21.7	14.0	17.2	12.1	8.9	3.8	0.0
	40대	143	29.4	16.8	14.7	18.2	8.4	7.0	4.9	0.7
	50대	123	30.1	18.7	18.7	12.2	8.1	7.3	4.9	0.0
	60대 이상	108	24.1	27.8	17.6	8.3	6.5	3.7	12.0	0.0
학력	고졸 이하	125	26.4	26.4	12.0	11.2	9.6	6.4	8.0	0.0
	대졸	433	24.9	20.6	15.7	16.2	9.0	8.5	5.1	0.0
	대학원졸	71	23.9	18.3	15.5	12.7	12.7	5.6	9.9	1.4
직업	관리/전문/사무직	352	24.7	20.5	15.9	15.3	11.6	6.5	5.1	0.3
	서비스/판매직	85	22.4	28.2	15.3	14.1	8.2	9.4	2.4	0.0
	기계농림어업단순노무	69	30.4	18.8	8.7	14.5	8.7	14.5	4.3	0.0
	주부	59	23.7	20.3	20.3	16.9	3.4	3.4	11.9	0.0
	학생	34	23.5	29.4	2.9	20.6	8.8	11.8	2.9	0.0
	기타	30	30.0	13.3	20.0	0.0	3.3	6.7	26.7	0.0
가구소득	200만원 미만	34	17.6	29.4	14.7	17.6	8.8	8.8	2.9	0.0
	200~400만원 미만	164	26.8	21.3	12.2	14.6	9.1	9.1	6.7	0.0
	400~600만원 미만	193	28.0	20.7	13.5	12.4	8.8	8.8	7.8	0.0
	600만원 이상	238	22.7	21.0	18.1	16.4	10.5	5.9	5.0	0.4

### 2.37. 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항

- 대체 식품 구입시 우선 확인하는 사항으로는 ‘영양성분’이 16.1%로 가장 높고, ‘원재료 성분 함량’이 11.9%, ‘가격’이 11.6%, ‘품질 인증 표시’가 11.6% 순으로 나타남.
- 권역별로 동남권 거주자는 ‘가격’이 16.7%로 가장 높게 나타났으며, 강원권은 ‘영양 성분’과 ‘원재료/성분 함량’이 동일하게 높게 나타남.
- 가구원 수별로 1인 가구는 ‘영양성분’이 13.9%로 가장 낮게 나타났으며, 2인 이상 가구는 ‘영양성분’이 16% 이상으로 나타나 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 5-51〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)



〈표 5-55〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) [1/2]

(단위: 명, %)

구분		사례수	영양성분	원재료/ 성분 함량	가격	품질인증 표시	브랜드/ 상표/ 제조사	제조일자/ 유통기한	원산지
전체		629	16.1	11.9	11.6	11.6	10.4	10.2	7.6
MZ세대 구분	MZ세대	295	14.2	9.6	11.3	13.5	11.7	11.3	7.9
	비 MZ세대	334	17.7	13.9	11.8	9.9	9.3	9.3	7.4
권역	수도권	347	15.1	11.4	11.3	12.0	11.1	9.6	8.3
	충청권	64	15.7	11.5	10.2	10.7	8.6	14.9	8.1
	호남권	68	20.8	12.1	10.1	10.6	12.9	10.1	5.7
	대경권	54	19.9	8.7	9.6	13.4	7.8	11.5	10.6
	동남권	84	13.3	14.5	16.7	9.7	9.1	7.9	5.6
	강원권	12	22.2	22.2	8.3	13.9	8.3	13.9	0.0
가구원수	1인	96	13.9	9.0	12.7	12.9	10.6	9.3	7.0
	2인	91	16.8	8.1	14.9	10.3	9.2	10.5	6.8
	3인	196	16.4	14.4	11.4	11.4	9.8	11.3	8.7
	4인 이상	246	16.4	12.4	10.1	11.7	11.3	9.6	7.4
성별	남성	297	16.8	10.7	13.8	10.7	10.0	9.8	7.8
	여성	332	15.5	13.0	9.6	12.3	10.8	10.6	7.5
연령	20대	98	13.4	8.6	11.3	14.0	11.8	12.0	7.2
	30대	157	14.0	9.5	11.8	13.4	11.1	11.5	7.9
	40대	143	17.4	13.8	8.4	11.1	11.3	11.4	10.0
	50대	123	17.5	13.7	15.3	8.3	8.3	8.3	6.3
	60대 이상	108	18.3	13.8	11.5	10.9	9.5	7.5	6.1
학력	고졸 이하	125	16.0	11.8	15.4	10.0	11.9	10.2	5.5
	대졸	433	15.7	11.9	9.8	12.7	10.0	9.8	8.6
	대학원졸	71	18.3	11.7	15.7	7.3	10.6	13.1	5.9
직업	관리/전문/사무직	352	16.2	11.1	10.9	12.1	10.8	10.6	8.2
	서비스/판매직	85	15.3	9.0	13.1	12.0	12.2	8.4	7.2
	기계/농림어업/단순노무	69	12.3	14.7	10.3	13.8	11.1	12.8	5.4
	주부	59	19.8	15.8	11.6	6.2	7.6	9.6	8.2
	학생	34	13.3	14.3	14.8	14.3	10.8	8.4	3.4
	기타	30	20.7	12.8	15.1	6.7	4.5	8.9	11.2
가구소득	200만원 미만	34	16.3	8.9	17.7	13.3	7.4	9.9	3.4
	200~400만원 미만	164	15.7	10.0	12.1	12.8	11.3	12.3	5.9
	400~600만원 미만	193	16.9	11.2	12.3	10.4	10.3	10.4	8.6
	600만원 이상	238	15.7	14.2	9.8	11.4	10.4	8.7	8.7

〈표 5-55〉 대체식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균) [2/2]

(단위: 명, %)

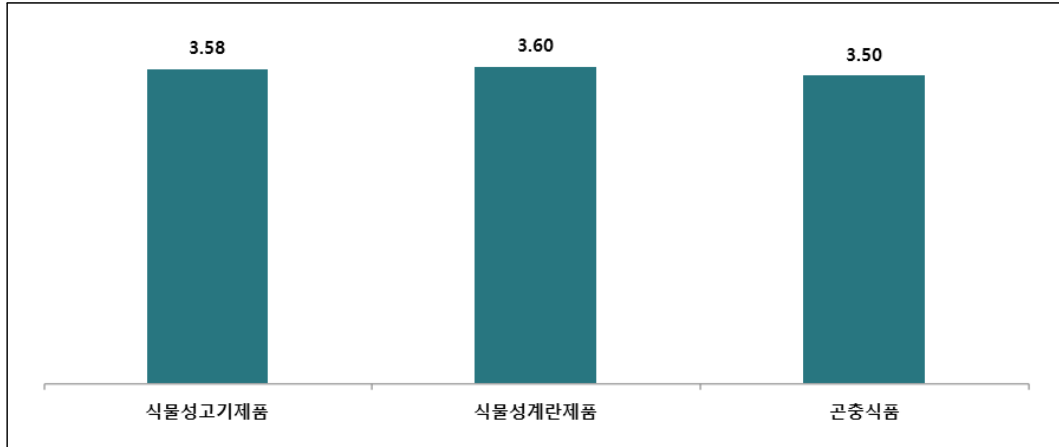
구분		사례수	식품 첨가물	기능성 표시/ 식품의 효능	용량	제품 포장 /디자인	섭취 주의 사항	기타	보관방법
전체		629	6.3	6.3	5.0	1.5	1.4	0.1	0.1
MZ세대 구분	MZ세대	295	7.0	3.9	6.2	1.9	1.4	0.0	0.1
	비 MZ세대	334	5.7	8.3	4.1	1.2	1.3	0.2	0.0
권역	수도권	347	7.5	5.5	5.6	1.5	1.1	0.0	0.0
	충청권	64	4.7	4.7	4.2	2.4	3.4	0.8	0.0
	호남권	68	4.2	9.9	2.0	1.2	0.2	0.0	0.0
	대경권	54	5.6	5.9	3.4	1.2	2.5	0.0	0.0
	동남권	84	5.2	7.9	7.7	1.2	1.0	0.0	0.2
	강원권	12	2.8	5.6	0.0	1.4	1.4	0.0	0.0
가구원수	1인	96	7.2	5.8	7.4	1.9	2.3	0.0	0.0
	2인	91	4.4	10.5	5.7	1.7	1.1	0.0	0.0
	3인	196	5.8	5.9	3.3	0.8	0.8	0.0	0.1
	4인 이상	246	7.0	5.2	5.3	1.8	1.6	0.2	0.1
성별	남성	297	5.1	7.1	5.6	1.2	1.4	0.0	0.0
	여성	332	7.4	5.5	4.5	1.7	1.4	0.2	0.1
연령	20대	98	8.2	1.9	8.2	2.4	0.9	0.0	0.2
	30대	157	6.6	5.0	5.9	1.8	1.4	0.0	0.1
	40대	143	4.8	5.4	3.2	1.2	2.1	0.0	0.0
	50대	123	6.0	9.0	4.5	1.4	1.4	0.0	0.0
	60대 이상	108	6.4	10.1	4.0	0.8	0.8	0.5	0.0
학력	고졸 이하	125	5.7	4.0	7.2	1.3	0.8	0.0	0.1
	대졸	433	6.9	6.8	4.4	1.8	1.5	0.1	0.0
	대학원졸	71	3.3	6.8	5.4	0.2	1.6	0.0	0.0
직업	관리/전문/사무직	352	6.6	6.3	4.8	1.0	1.4	0.0	0.0
	서비스/판매직	85	6.6	7.6	4.8	3.2	0.8	0.0	0.0
	기계/농림어업/단순노무	69	4.9	5.9	4.7	2.2	2.0	0.0	0.0
	주부	59	5.6	6.8	4.5	1.7	1.7	0.8	0.0
	학생	34	7.9	1.5	8.9	1.5	0.5	0.0	0.5
	기타	30	3.9	7.3	6.7	0.0	1.7	0.0	0.6
가구소득	200만원 미만	34	5.9	5.9	7.9	2.0	1.5	0.0	0.0
	200~400만원 미만	164	6.7	5.8	4.9	0.7	1.9	0.0	0.0
	400~600만원 미만	193	5.0	5.9	5.6	1.9	1.1	0.3	0.1
	600만원 이상	238	7.1	7.0	4.2	1.6	1.2	0.0	0.1



## 2.38. 대체식품별 만족도

○ 대체식품별 중 '식물성계란제품'의 만족도가 가장 높으며 '식물성고기제품'과 '곤충 식품'의 순이지만 큰 차이를 보이지는 않음.

〈그림 5-52〉 대체식품별 만족도



〈표 5-56〉 대체식품별 만족도 - 식물성고기제품

(단위: 명, %, 5점 평균)

구분		사례수	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않다	보통	만족한다	매우 만족한다	척도평균
전체		457	1.8	5.5	31.5	56.0	5.3	3.58
MZ세대 구분	MZ세대	199	2.5	7.5	29.1	54.3	6.5	3.55
	비 MZ세대	258	1.2	3.9	33.3	57.4	4.3	3.60
권역	수도권	254	2.0	6.3	31.5	53.9	6.3	3.56
	충청권	44	2.3	6.8	27.3	59.1	4.5	3.57
	호남권	42	0.0	2.4	38.1	54.8	4.8	3.62
	대경권	40	0.0	5.0	30.0	57.5	7.5	3.68
	동남권	68	2.9	2.9	32.4	60.3	1.5	3.54
	강원권	9	0.0	11.1	22.2	66.7	0.0	3.56
가구원수	1인	64	1.6	9.4	26.6	53.1	9.4	3.59
	2인	61	1.6	6.6	36.1	54.1	1.6	3.48
	3인	148	2.0	8.1	30.4	55.4	4.1	3.51
	4인 이상	184	1.6	1.6	32.6	58.2	6.0	3.65
성별	남성	218	1.8	5.0	33.0	55.5	4.6	3.56
	여성	239	1.7	5.9	30.1	56.5	5.9	3.59
연령	20대	61	1.6	4.9	34.4	45.9	13.1	3.64
	30대	110	3.6	8.2	24.5	59.1	4.5	3.53
	40대	107	0.9	5.6	34.6	56.1	2.8	3.54
	50대	98	1.0	3.1	30.6	61.2	4.1	3.64
	60대 이상	81	1.2	4.9	35.8	53.1	4.9	3.56
학력	고졸 이하	88	0.0	6.8	35.2	48.9	9.1	3.60
	대졸	317	1.9	5.0	30.6	57.4	5.0	3.59
	대학원졸	52	3.8	5.8	30.8	59.6	0.0	3.46
직업	관리/전문/사무직	272	2.2	5.9	27.2	60.7	4.0	3.58
	서비스/판매직	57	0.0	5.3	33.3	54.4	7.0	3.63
	기계농림어업단순노무	40	2.5	5.0	40.0	50.0	2.5	3.45
	주부	46	0.0	4.3	32.6	56.5	6.5	3.65
	학생	20	0.0	10.0	30.0	45.0	15.0	3.65
	기타	22	4.5	0.0	63.6	22.7	9.1	3.32
가구소득	200만원 미만	26	3.8	7.7	46.2	38.5	3.8	3.31
	200~400만원 미만	106	0.0	4.7	35.8	53.8	5.7	3.60
	400~600만원 미만	142	3.5	7.7	20.4	63.4	4.9	3.58
	600만원 이상	183	1.1	3.8	35.5	54.1	5.5	3.59

〈표 5-57〉 대체식품별 만족도 - 식물성계란제품

(단위: 명, %)

구분		사례수	전혀 만족 하지 않는다	만족 하지 않다	보통	만족 한다	매우 만족 한다	BOT2 (①+②)	MID (③)	TOP2 (④+⑤)	척도 평균
전체		307	1.6	4.9	35.8	46.9	10.7	6.5	35.8	57.7	3.60
MZ세대 구분	MZ세대	163	2.5	4.9	38.7	42.3	11.7	7.4	38.7	54.0	3.56
	비 MZ세대	144	0.7	4.9	32.6	52.1	9.7	5.6	32.6	61.8	3.65
권역	수도권	172	1.7	4.1	38.4	47.7	8.1	5.8	38.4	55.8	3.56
	충청권	31	3.2	9.7	35.5	35.5	16.1	12.9	35.5	51.6	3.52
	호남권	41	0.0	9.8	36.6	43.9	9.8	9.8	36.6	53.7	3.54
	대경권	22	0.0	4.5	31.8	59.1	4.5	4.5	31.8	63.6	3.64
	동남권	37	2.7	0.0	27.0	51.4	18.9	2.7	27.0	70.3	3.84
	강원권	4	0.0	0.0	25.0	25.0	50.0	0.0	25.0	75.0	4.25
가구원수	1인	50	2.0	6.0	46.0	38.0	8.0	8.0	46.0	46.0	3.44
	2인	43	0.0	2.3	34.9	53.5	9.3	2.3	34.9	62.8	3.70
	3인	99	4.0	6.1	42.4	39.4	8.1	10.1	42.4	47.5	3.41
	4인 이상	115	0.0	4.3	26.1	54.8	14.8	4.3	26.1	69.6	3.80
성별	남성	141	1.4	6.4	39.7	41.8	10.6	7.8	39.7	52.5	3.54
	여성	166	1.8	3.6	32.5	51.2	10.8	5.4	32.5	62.0	3.66
연령	20대	57	0.0	8.8	43.9	35.1	12.3	8.8	43.9	47.4	3.51
	30대	86	4.7	3.5	36.0	43.0	12.8	8.1	36.0	55.8	3.56
	40대	63	0.0	6.3	31.7	54.0	7.9	6.3	31.7	61.9	3.63
	50대	51	0.0	2.0	29.4	54.9	13.7	2.0	29.4	68.6	3.80
	60대 이상	50	2.0	4.0	38.0	50.0	6.0	6.0	38.0	56.0	3.54
학력	고졸 이하	65	0.0	3.1	41.5	49.2	6.2	3.1	41.5	55.4	3.58
	대졸	212	1.9	4.2	35.4	47.6	10.8	6.1	35.4	58.5	3.61
	대학원졸	30	3.3	13.3	26.7	36.7	20.0	16.7	26.7	56.7	3.57
직업	관리/전문/사무직	175	1.7	6.3	32.6	47.4	12.0	8.0	32.6	59.4	3.62
	서비스/판매직	41	0.0	2.4	31.7	53.7	12.2	2.4	31.7	65.9	3.76
	기계농림어업단순노무	38	5.3	7.9	39.5	44.7	2.6	13.2	39.5	47.4	3.32
	주부	24	0.0	0.0	41.7	45.8	12.5	0.0	41.7	58.3	3.71
	학생	14	0.0	0.0	50.0	42.9	7.1	0.0	50.0	50.0	3.57
	기타	15	0.0	0.0	53.3	33.3	13.3	0.0	53.3	46.7	3.60
가구소득	200만원 미만	14	7.1	7.1	28.6	42.9	14.3	14.3	28.6	57.1	3.50
	200~400만원 미만	81	1.2	4.9	44.4	45.7	3.7	6.2	44.4	49.4	3.46
	400~600만원 미만	97	2.1	6.2	37.1	42.3	12.4	8.2	37.1	54.6	3.57
	600만원 이상	115	0.9	3.5	29.6	52.2	13.9	4.3	29.6	66.1	3.75

〈표 5-58〉 대체식품별 만족도 - 곤충식품

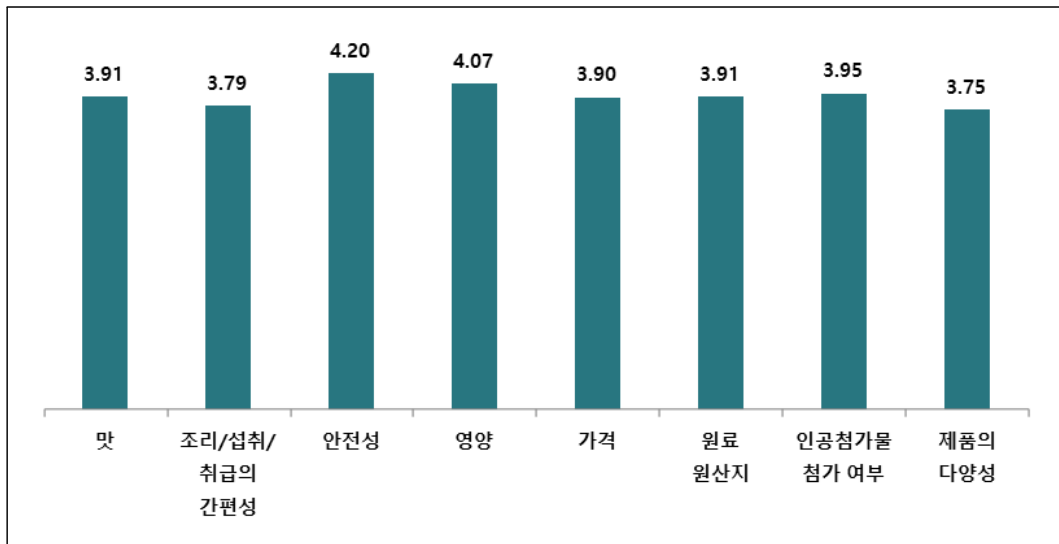
(단위: 명, %)

구분		사례수	전혀 만족 하지 않는다	만족 하지 않다	보통	만족 한다	매우 만족 한다	BOT2 (①+②)	MID (③)	TOP2 (④+⑤)	척도 평균
전체		190	4.7	5.3	40.5	34.2	15.3	10.0	40.5	49.5	3.50
MZ세대 구분	MZ세대	110	4.5	6.4	36.4	34.5	18.2	10.9	36.4	52.7	3.55
	비 MZ세대	80	5.0	3.8	46.3	33.8	11.3	8.8	46.3	45.0	3.43
권역	수도권	95	4.2	6.3	37.9	34.7	16.8	10.5	37.9	51.6	3.54
	충청권	23	0.0	0.0	52.2	21.7	26.1	0.0	52.2	47.8	3.74
	호남권	23	4.3	8.7	60.9	21.7	4.3	13.0	60.9	26.1	3.13
	대경권	14	7.1	7.1	28.6	42.9	14.3	14.3	28.6	57.1	3.50
	동남권	31	6.5	3.2	29.0	48.4	12.9	9.7	29.0	61.3	3.58
	강원권	4	25.0	0.0	50.0	25.0	0.0	25.0	50.0	25.0	2.75
가구원수	1인	37	10.8	5.4	32.4	35.1	16.2	16.2	32.4	51.4	3.41
	2인	27	11.1	11.1	33.3	37.0	7.4	22.2	33.3	44.4	3.19
	3인	56	3.6	7.1	44.6	33.9	10.7	10.7	44.6	44.6	3.41
	4인 이상	70	0.0	1.4	44.3	32.9	21.4	1.4	44.3	54.3	3.74
성별	남성	84	4.8	4.8	32.1	40.5	17.9	9.5	32.1	58.3	3.62
	여성	106	4.7	5.7	47.2	29.2	13.2	10.4	47.2	42.5	3.41
연령	20대	39	7.7	0.0	43.6	33.3	15.4	7.7	43.6	48.7	3.49
	30대	59	3.4	10.2	28.8	37.3	20.3	13.6	28.8	57.6	3.61
	40대	33	0.0	12.1	39.4	36.4	12.1	12.1	39.4	48.5	3.48
	50대	27	7.4	0.0	40.7	33.3	18.5	7.4	40.7	51.9	3.56
	60대 이상	32	6.3	0.0	59.4	28.1	6.3	6.3	59.4	34.4	3.28
학력	고졸 이하	29	3.4	3.4	65.5	17.2	10.3	6.9	65.5	27.6	3.28
	대졸	142	4.9	4.2	35.2	37.3	18.3	9.2	35.2	55.6	3.60
	대학원졸	19	5.3	15.8	42.1	36.8	0.0	21.1	42.1	36.8	3.11
직업	관리/전문/사무직	97	5.2	4.1	30.9	43.3	16.5	9.3	30.9	59.8	3.62
	서비스/판매직	39	2.6	5.1	46.2	25.6	20.5	7.7	46.2	46.2	3.56
	기계농림어업단순노무	26	0.0	15.4	53.8	23.1	7.7	15.4	53.8	30.8	3.23
	주부	12	8.3	0.0	50.0	33.3	8.3	8.3	50.0	41.7	3.33
	학생	11	9.1	0.0	63.6	18.2	9.1	9.1	63.6	27.3	3.18
	기타	5	20.0	0.0	40.0	20.0	20.0	20.0	40.0	40.0	3.20
가구소득	200만원 미만	9	11.1	0.0	44.4	22.2	22.2	11.1	44.4	44.4	3.44
	200~400만원 미만	53	3.8	9.4	50.9	28.3	7.5	13.2	50.9	35.8	3.26
	400~600만원 미만	59	8.5	6.8	32.2	28.8	23.7	15.3	32.2	52.5	3.53
	600만원 이상	69	1.4	1.4	39.1	44.9	13.0	2.9	39.1	58.0	3.67

## 2.39. 대체식품별 요소별 중요도

○ 대체식품 요소별 중요도는 ‘안전성’이 4.20점으로 가장 높고 ‘영양’이 4.07점, ‘인공 첨가물 첨가 여부’가 3.95점 순으로 높게 나타났으며, ‘제품의 다양성’ 부분이 3.75로 가장 낮게 나타남.

〈그림 5-53〉 대체식품 요소별 중요도



〈표 5-59〉 대체식품 요소별 중요도

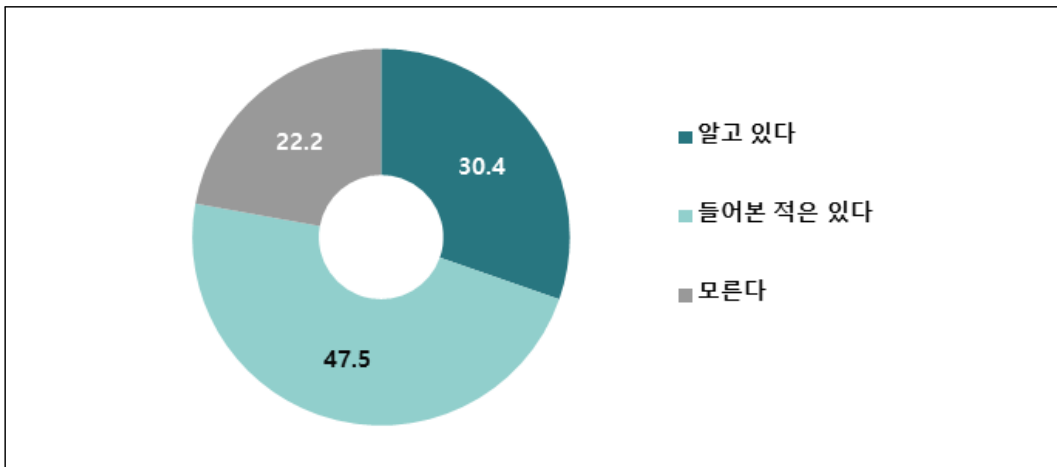
(단위: 명, 5점 평균)

구분		사례수	맛	조리/ 섭취/ 취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가여부	제품의 다양성
전체		2000	3.91	3.79	4.20	4.07	3.90	3.91	3.95	3.75
지역	수도권	1002	3.95	3.81	4.22	4.07	3.91	3.95	3.96	3.74
	충청권	219	3.85	3.71	4.14	4.08	3.89	3.99	4.01	3.75
	호남권	219	3.87	3.76	4.18	4.05	3.90	3.82	3.89	3.69
	대경권	195	3.90	3.92	4.25	4.07	3.89	3.86	3.99	3.84
	동남권	304	3.85	3.71	4.13	4.06	3.90	3.84	3.89	3.74
	강원권	61	3.90	3.84	4.30	4.07	3.97	3.80	3.92	3.75
가구원수	1인	331	3.88	3.77	4.10	3.97	3.86	3.78	3.81	3.67
	2인	367	3.90	3.82	4.28	4.12	3.94	3.95	3.98	3.74
	3인	598	3.93	3.80	4.21	4.08	3.89	3.94	3.97	3.75
	4인 이상	704	3.92	3.78	4.19	4.08	3.91	3.92	3.98	3.78
성별	남성	978	3.88	3.73	4.18	4.03	3.87	3.83	3.89	3.68
	여성	1022	3.95	3.85	4.22	4.11	3.94	3.98	4.01	3.81
연령	20대	267	3.80	3.60	3.89	3.88	3.76	3.81	3.87	3.69
	30대	410	3.91	3.80	4.14	4.00	3.85	3.90	3.88	3.72
	40대	502	3.96	3.83	4.26	4.14	3.95	3.94	4.00	3.82
	50대	386	3.94	3.86	4.30	4.11	3.96	3.93	3.96	3.77
	60대 이상	435	3.91	3.80	4.29	4.13	3.94	3.91	4.00	3.71
학력	고졸 이하	460	3.90	3.78	4.16	4.07	3.92	3.88	3.93	3.71
	대졸	1311	3.92	3.80	4.20	4.06	3.90	3.92	3.97	3.75
	대학원졸	229	3.86	3.75	4.24	4.09	3.91	3.90	3.90	3.79
직업	관리/전문/사무직	1073	3.95	3.82	4.24	4.08	3.91	3.93	3.97	3.79
	서비스/판매직	215	3.80	3.72	4.12	4.05	3.92	3.82	3.83	3.68
	기계농림어업단순노무	212	3.68	3.59	3.93	3.87	3.77	3.68	3.74	3.50
	주부	238	3.99	3.92	4.36	4.22	3.94	4.05	4.12	3.86
	학생	116	4.04	3.68	4.05	4.01	3.91	3.94	3.97	3.78
	기타	146	3.90	3.89	4.28	4.08	3.97	3.96	3.96	3.72
가구소득	200만원 미만	166	3.81	3.72	4.03	3.92	3.92	3.75	3.71	3.63
	200~400만원 미만	543	3.86	3.76	4.16	4.04	3.88	3.82	3.92	3.70
	400~600만원 미만	563	3.92	3.81	4.19	4.11	3.93	3.97	3.98	3.75
	600만원 이상	728	3.97	3.82	4.27	4.09	3.89	3.96	4.00	3.81
대체식품 섭취경험 여부	없음	1371	3.93	3.78	4.23	4.07	3.91	3.89	3.93	3.72
	있음	629	3.86	3.82	4.13	4.06	3.89	3.95	3.99	3.81

## 2.40. 유기 가공식품 인지 여부

- 유기 가공식품 인지도는 ‘들어본 적은 있다’는 의견이 47.5%로 가장 높고 ‘알고 있다’는 30.4%로, 전반적으로 높은 인지 수준을 보임.
  - 권역별로 보았을 때, 호남권의 인지도가 가장 높고, 강원도가 가장 낮은 편임.
  - 가구 소득이 높을수록 유기 가공식품에 대한 인지도가 높게 나타남.

〈그림 5-54〉 유기 가공식품 인지 여부



〈표 5-60〉 유기 가공식품 인지 여부

(단위: 명, %)

구분		사례수	알고 있다	들어본 적은 있다	모른다
전체		2000	30.4	47.5	22.2
MZ세대 구분	MZ세대	782	27.6	46.7	25.7
	비 MZ세대	1218	32.1	48.0	19.9
권역	수도권	1002	30.2	47.4	22.4
	충청권	219	30.1	46.6	23.3
	호남권	219	33.8	47.0	19.2
	대경권	195	32.3	44.6	23.1
	동남권	304	28.3	51.0	20.7
	강원권	61	24.6	45.9	29.5
가구원수	1인	331	23.9	43.5	32.6
	2인	367	29.4	50.1	20.4
	3인	598	30.9	47.5	21.6
	4인 이상	704	33.4	48.0	18.6
성별	남성	978	28.5	49.2	22.3
	여성	1022	32.1	45.9	22.0
연령	20대	267	22.1	49.1	28.8
	30대	410	30.0	45.1	24.9
	40대	502	31.3	47.0	21.7
	50대	386	32.1	51.0	16.8
	60대 이상	435	33.1	46.2	20.7
학력	고졸 이하	460	26.7	47.0	26.3
	대졸	1311	31.2	47.7	21.1
	대학원졸	229	32.8	47.6	19.7
직업	관리/전문/사무직	1073	30.8	48.9	20.3
	서비스/판매직	215	29.8	45.1	25.1
	기계/농림어업/단순노무	212	26.9	52.4	20.8
	주부	238	38.2	40.8	21.0
	학생	116	19.8	48.3	31.9
	기타	146	28.8	43.8	27.4
가구소득	200만원 미만	166	19.3	41.6	39.2
	200~400만원 미만	543	26.3	50.1	23.6
	400~600만원 미만	563	30.7	49.7	19.5
	600만원 이상	728	35.6	45.2	19.2



## 2.41. 최근 1년 많이 구입하는 유기 가공식품 품목군

○ 최근 1년 많이 구입하는 유기 가공 식품은 ‘육류가공품’이 18.1%로 가장 높고 ‘유가공품’ 10.7%, ‘김치 및 절임류’가 8.8%로 높게 나타남.

- 가구소득 수준별로 보았을 때, ‘육류가공품’과 ‘유가공품’은 600만원 이상의 고소득 층에서 구입률이 높은 반면, ‘김치 및 절임류’, ‘빵 및 떡류’, ‘조미수산가공품’은 200만원 이하에서 구입률이 더 높게 나타남.

〈그림 5-55〉 최근 1년 많이 구입하는 유기 가공식품 품목군(1+2+3가중평균)



〈표 5-61〉 최근 1년 많이 구입하는 유기농식품 품목군(1+2+3 가중평균) [1/2]

(단위: 명, %)

구분		사례수	육류 가공품	유가 공품	김치 및 절임류	장류	빵 및 떡류	조미 수산 가공품	과일 채소 가공품	면류	연식품
전체		2000	18.1	10.7	8.8	7.9	6.5	6.3	5.6	5.3	5.3
MZ세대 구분	MZ세대	782	16.9	10.0	8.9	7.1	7.6	7.1	5.7	5.3	4.4
	그외	1218	19.0	11.2	8.7	8.4	5.9	5.7	5.6	5.3	5.9
권역	수도권	1002	18.7	11.4	9.0	7.5	6.4	6.1	5.9	4.7	5.5
	충청권	219	16.6	9.4	8.9	8.2	7.2	6.0	5.2	5.1	5.9
	호남권	219	18.7	9.6	7.6	9.4	7.1	6.3	5.2	6.2	5.5
	대경권	195	17.2	10.7	8.9	8.1	5.5	7.2	5.9	6.3	4.5
	동남권	304	18.7	10.8	9.4	7.6	6.8	6.0	5.6	5.6	4.3
	강원권	61	13.1	9.7	5.6	9.2	6.7	6.9	3.1	8.3	7.2
가구원수	1인	331	17.5	9.7	10.8	6.9	6.9	5.9	5.0	5.6	5.7
	2인	367	15.6	11.2	9.1	8.7	6.3	5.1	5.6	6.1	6.7
	3인	598	18.4	10.6	8.7	7.6	6.7	7.1	5.1	5.4	5.5
	4인 이상	704	19.5	11.1	7.8	8.2	6.3	6.3	6.4	4.7	4.2
성별	남성	978	19.5	9.8	9.2	8.1	6.4	6.5	5.1	5.4	4.7
	여성	1022	16.9	11.6	8.4	7.6	6.6	6.0	6.1	5.2	5.9
연령	20대	267	16.6	7.9	9.7	8.1	8.5	8.1	5.1	5.6	3.6
	30대	410	16.4	10.4	9.0	6.6	6.9	6.9	6.2	5.0	4.8
	40대	502	18.8	12.6	7.3	6.5	5.7	6.4	6.0	5.6	5.3
	50대	386	21.2	10.3	8.9	7.9	6.2	6.2	5.6	4.9	5.5
	60대 이상	435	17.3	11.1	9.6	10.5	6.2	4.4	5.0	5.4	6.6
학력	고졸 이하	460	18.1	10.3	9.1	8.7	7.5	5.9	4.8	5.6	5.4
	대졸	1311	18.3	10.7	8.7	7.2	6.3	6.2	6.1	5.4	5.4
	대학원졸	229	17.4	11.8	8.8	10.2	5.7	7.3	4.3	4.3	4.7
직업	관리/전문/사무직	1073	19.2	11.2	7.9	7.0	6.4	6.3	6.1	5.3	4.9
	서비스/판매직	215	15.3	8.4	10.0	10.7	5.8	6.1	6.7	6.3	5.5
	기계농림어업단순노무	212	15.8	9.9	10.1	8.0	6.9	7.1	5.5	4.9	6.3
	주부	238	17.9	12.8	9.3	7.9	6.3	5.3	4.1	4.1	6.9
	학생	116	19.0	9.5	11.1	7.3	7.9	6.7	5.1	5.1	1.9
	기타	146	17.2	9.5	8.6	10.1	7.0	6.1	3.6	6.4	7.0
가구소득	200만원 미만	166	15.5	8.3	10.7	7.7	9.1	7.3	5.4	6.1	5.1
	200~400만원 미만	543	16.7	10.4	10.4	8.3	6.8	5.7	4.1	6.1	5.7
	400~600만원 미만	563	19.0	10.9	7.5	8.3	6.6	6.6	6.3	5.1	4.9
	600만원 이상	728	19.2	11.4	8.1	7.3	5.7	6.2	6.3	4.7	5.3

〈표 5-61〉 최근 1년 많이 구입하는 유기 가공식품 품목군(1+2+3 가중평균) [2/2]

(단위: 명, %)

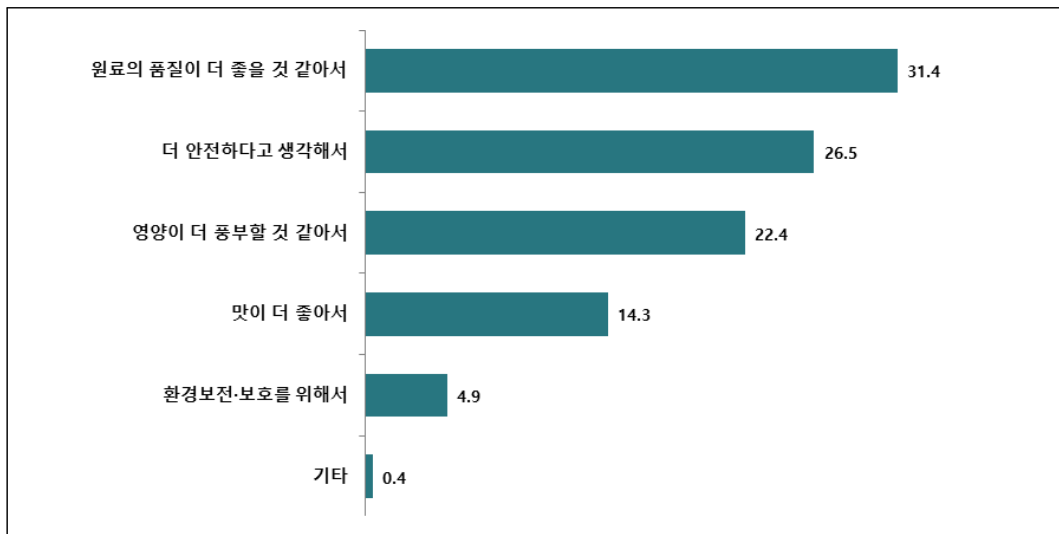
구분		사례수	유지류	알 가공품	곡물 가공품	커피 및 차	조미 식품	과자류	염건 수산 가공품	간편식	음료류
전체		2000	4.0	4.0	3.0	3.0	2.9	2.6	2.3	2.2	1.5
MZ세대 구분	MZ세대	782	4.6	4.4	2.4	2.6	3.6	3.5	2.5	2.2	1.3
	그외	1218	3.7	3.7	3.4	3.2	2.5	2.1	2.1	2.1	1.6
권역	수도권	1002	4.3	3.9	3.1	2.6	3.0	2.5	2.0	1.9	1.5
	충청권	219	4.5	5.3	3.4	2.9	2.5	3.3	2.6	2.0	1.0
	호남권	219	3.9	4.5	1.8	2.9	2.4	3.2	2.1	2.1	1.7
	대경권	195	3.5	3.9	3.4	3.6	4.3	1.6	2.8	1.9	0.7
	동남권	304	3.5	3.4	2.8	3.6	2.3	2.6	2.7	2.9	1.5
	강원권	61	3.3	1.1	3.6	4.4	3.6	3.6	1.9	4.4	4.2
가구원수	1인	331	3.7	3.8	2.6	3.8	2.1	3.0	1.5	3.4	2.0
	2인	367	4.0	3.0	2.7	3.6	2.8	2.5	2.4	2.8	1.8
	3인	598	3.8	3.7	3.4	3.0	3.2	2.5	2.3	1.7	1.2
	4인 이상	704	4.4	4.7	3.0	2.2	3.2	2.7	2.5	1.6	1.3
성별	남성	978	3.6	3.9	2.6	3.1	3.2	2.5	2.5	2.2	1.7
	여성	1022	4.5	4.1	3.4	2.8	2.6	2.8	2.1	2.1	1.3
연령	20대	267	4.4	3.8	2.1	2.6	3.6	4.3	2.6	2.2	1.2
	30대	410	5.1	4.3	2.5	2.7	3.9	3.1	2.4	2.5	1.3
	40대	502	3.1	4.6	3.6	2.9	2.2	2.6	2.6	2.4	1.7
	50대	386	3.7	4.3	3.3	2.5	2.9	2.2	1.8	1.5	1.3
	60대 이상	435	4.3	2.7	3.1	3.9	2.5	1.7	2.0	2.2	1.6
학력	고졸 이하	460	4.6	3.0	1.9	3.6	2.4	3.2	1.9	2.0	2.0
	대졸	1311	3.9	4.0	3.4	2.9	3.2	2.5	2.3	2.3	1.3
	대학원졸	229	3.8	5.6	3.1	1.9	2.5	2.5	2.8	1.9	1.4
직업	관리/전문/사무직	1073	3.8	4.6	3.4	2.5	2.9	2.2	2.4	2.4	1.4
	서비스/판매직	215	3.7	2.6	2.0	3.4	4.0	3.6	2.1	2.8	1.0
	기계농림어업단순노무	212	4.8	2.3	2.6	3.9	3.1	2.8	2.4	1.8	1.8
	주부	238	4.6	4.0	3.2	3.3	2.5	2.6	1.8	1.4	1.9
	학생	116	4.8	4.1	1.0	3.2	2.5	4.4	2.3	2.6	1.2
	기타	146	4.2	3.3	3.0	3.6	2.3	2.9	2.0	1.4	2.0
가구소득	200만원 미만	166	4.4	2.6	2.2	4.0	2.3	3.7	1.0	2.3	2.3
	200~400만원 미만	543	4.3	3.5	2.8	4.2	2.5	2.3	2.1	2.4	1.7
	400~600만원 미만	563	3.3	4.7	2.5	2.4	3.1	2.6	3.0	2.2	1.1
	600만원 이상	728	4.4	4.0	3.7	2.2	3.3	2.7	2.1	2.0	1.4

## 2.42. 유기농식품을 구입하는 이유

○ 유기농식품을 구입하는 이유는 ‘원료의 품질이 더 좋을 것 같아서’가 31.4%로 가장 높고, ‘더 안전하다고 생각해서’가 26.5%, ‘영양이 더 풍부할 것 같아서’가 22.4%로 나타남.

- 권역별로 강원권 거주자는 ‘더 안전하다고 생각해서’라는 이유가 31.3%로 가장 높게 나타남.
- 가구수별로 보았을 때, 1인 가구의 구입 이유 역시 ‘더 안전하다고 생각해서’가 29.2%로 높게 나타남.
- 연령별로 60대 이상에서도 ‘더 안전하다고 생각해서’가 30.2%로 높게 나타남.

〈그림 5-56〉 유기농식품을 구입하는 이유(1+2가중평균)



〈표 5-62〉 유기 가공식품을 구입하는 이유(1+2 가중평균)

(단위: 명, %)

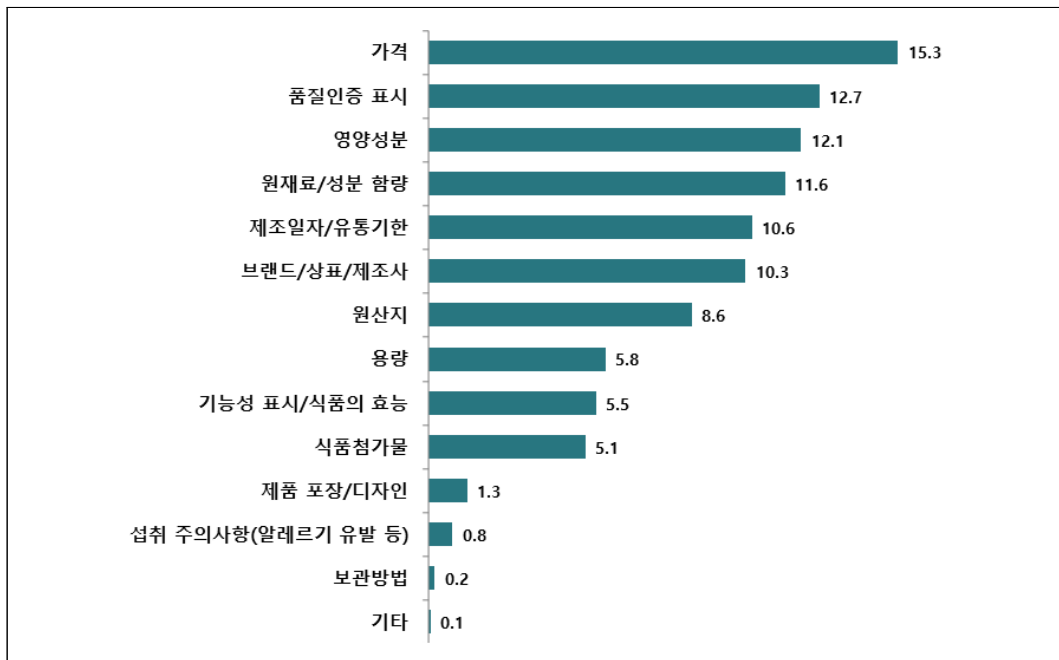
구분		사례수	원료의 품질이 더 좋을 것 같아서	더 안전하다고 생각해서	영양이 더 풍부할 것 같아서	맛이 더 좋아서	환경보전· 보호를 위해서	기타
전체		2000	31.4	26.5	22.4	14.3	4.9	0.4
MZ세대 구분	MZ세대	782	31.8	23.0	23.9	16.4	4.6	0.4
	그외	1218	31.2	28.7	21.5	13.1	5.0	0.5
권역	수도권	1002	30.6	26.5	23.2	14.2	5.2	0.3
	충청권	219	32.0	27.5	18.8	14.1	7.0	0.6
	호남권	219	31.5	26.1	23.8	14.0	3.9	0.6
	대경권	195	34.2	26.8	21.5	13.1	3.4	1.1
	동남권	304	33.4	24.9	22.5	15.7	3.3	0.2
	강원권	61	23.3	31.1	21.7	16.1	6.7	1.1
가구원수	1인	331	26.5	29.2	22.3	16.1	5.5	0.4
	2인	367	34.5	25.9	20.8	15.1	3.4	0.4
	3인	598	31.2	26.5	22.8	13.6	5.0	0.8
	4인 이상	704	32.3	25.6	23.0	13.8	5.2	0.2
성별	남성	978	31.2	27.3	22.5	14.3	4.3	0.5
	여성	1022	31.6	25.7	22.4	14.4	5.4	0.4
연령	20대	267	30.1	23.4	23.6	17.5	5.1	0.3
	30대	410	31.3	22.6	24.2	17.1	4.4	0.5
	40대	502	33.1	29.1	21.8	10.7	4.7	0.7
	50대	386	33.2	25.3	21.2	15.8	4.0	0.5
	60대 이상	435	28.7	30.2	22.0	12.7	6.2	0.2
학력	고졸 이하	460	29.5	23.7	22.8	17.5	5.7	0.8
	대졸	1311	31.7	27.5	22.4	13.6	4.4	0.4
	대학원졸	229	33.4	26.6	21.8	12.5	5.7	0.0
직업	관리/전문/사무직	1073	32.8	26.0	22.5	13.6	4.8	0.3
	서비스/판매직	215	29.5	25.2	25.7	16.9	2.1	0.6
	기계/농림어업/ 단순노무	212	26.3	29.9	22.8	16.0	5.1	0.0
	주부	238	32.8	29.0	20.0	12.8	4.9	0.6
	학생	116	30.0	21.3	23.1	18.0	6.9	0.6
	기타	146	30.0	27.4	19.6	13.7	7.3	1.9
가구소득	200만원 미만	166	27.3	26.1	24.6	14.5	5.9	1.7
	200~400만원 미만	543	30.7	26.4	21.7	15.8	5.0	0.4
	400~600만원 미만	563	31.5	26.4	23.7	13.7	4.3	0.4
	600만원 이상	728	32.8	26.8	21.5	13.7	4.9	0.3

### 2.43. 유기농식품 구입 시 우선 확인하는 사항

○ 유기농식품 구입 시 우선 확인하는 사항으로는 ‘가격’이 15.3%로 가장 높고 ‘품질 인증 표시’가 12.7%, ‘영양 성분’이 12.1%로 높게 나타남.

- 가구소득 수준별로 보았을 때, 가구소득이 낮을수록 ‘가격’을 우선 확인하였으며, 가구소득이 높을수록 ‘품질인증 표시’를 우선 확인하는 것으로 나타남.

〈그림 5-57〉 유기농식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3 가중평균)



〈표 5-63〉 유기 가공식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3기중평균) [1/2]

(단위: 명, %)

구분		사례수	가격	품질인증 표시	영양성분	원재료/ 성분 함량	제조일자/ 유통기한	브랜드/ 상표/ 제조사	원산지
전체		2000	15.3	12.7	12.1	11.6	10.6	10.3	8.6
MZ세대 구분	MZ세대	782	15.3	13.1	11.1	9.7	10.9	11.9	8.2
	그외	1218	15.3	12.5	12.8	12.9	10.3	9.3	8.9
권역	수도권	1002	14.6	12.9	12.0	12.3	9.6	11.1	8.6
	충청권	219	14.9	13.7	12.0	10.8	12.5	10.4	7.9
	호남권	219	16.6	11.9	13.6	9.9	13.3	7.5	8.2
	대경권	195	13.8	13.0	13.5	11.6	9.8	10.1	9.0
	동남권	304	17.5	12.2	10.9	11.0	10.8	10.2	9.7
	강원권	61	17.6	12.4	12.1	12.9	10.7	8.2	4.7
가구원수	1인	331	17.6	13.9	10.9	9.3	10.4	10.4	7.8
	2인	367	15.1	11.8	11.9	12.9	11.7	9.7	9.5
	3인	598	16.0	12.6	12.0	11.3	10.1	10.1	9.3
	4인 이상	704	13.8	12.8	13.0	12.3	10.4	10.9	7.9
성별	남성	978	17.0	11.9	12.3	10.8	11.2	10.2	8.0
	여성	1022	13.6	13.6	12.0	12.4	10.0	10.5	9.2
연령	20대	267	15.4	12.8	9.6	9.3	10.3	13.1	7.9
	30대	410	16.1	13.4	11.6	9.1	11.1	12.2	7.8
	40대	502	14.2	13.2	12.2	12.8	10.9	9.4	9.1
	50대	386	16.1	11.3	14.2	13.2	9.4	9.8	8.5
	60대 이상	435	15.0	12.9	12.3	12.7	10.9	8.4	9.3
학력	고졸 이하	460	17.6	11.8	11.7	11.2	11.1	9.3	7.9
	대졸	1311	14.7	13.2	12.2	11.6	9.9	10.9	8.7
	대학원졸	229	14.4	12.2	12.5	12.7	13.4	8.9	9.6
직업	관리/전문/사무직	1073	15.0	13.3	12.5	11.9	10.5	10.2	8.4
	서비스/판매직	215	15.9	11.9	11.7	10.6	12.5	11.8	8.0
	기계/농림어업/단순노무	212	15.5	12.1	10.5	9.8	10.7	11.5	8.2
	주부	238	13.5	13.0	13.7	12.8	8.7	10.4	9.7
	학생	116	16.1	11.5	9.6	11.5	9.0	13.1	7.8
	기타	146	18.9	11.8	12.0	12.1	12.1	5.3	10.5
가구소득	200만원 미만	166	20.9	10.8	11.4	11.3	11.0	8.3	7.5
	200~400만원 미만	543	18.8	12.3	11.0	10.2	11.3	9.2	8.4
	400~600만원 미만	563	14.4	12.6	11.8	12.0	10.3	11.5	8.7
	600만원 이상	728	12.1	13.7	13.4	12.5	10.1	10.8	8.9

〈표 5-63〉 유기 가공식품 구입 시 우선 확인하는 사항(1+2+3기중평균) [2/2]

(단위: 명, %)

구분		사례수	용량	기능성 표시/ 식품의 효능	식품 첨가물	제품 포장/ 디자인	섭취 주의사항	보관방법	기타
전체		2000	5.8	5.5	5.1	1.3	0.8	0.2	0.1
MZ세대 구분	MZ세대	782	7.0	3.7	5.9	2.0	1.0	0.3	0.0
	그외	1218	5.0	6.6	4.6	0.8	0.6	0.2	0.1
권역	수도권	1002	5.8	5.3	5.4	1.3	0.9	0.2	0.1
	충청권	219	5.7	5.2	4.8	1.1	0.8	0.2	0.2
	호남권	219	5.7	6.0	4.9	1.7	0.3	0.4	0.0
	대경권	195	4.8	4.9	6.5	1.3	1.2	0.3	0.3
	동남권	304	6.5	5.7	4.2	0.7	0.3	0.1	0.0
	강원권	61	5.2	7.7	3.3	2.7	1.4	1.1	0.0
가구원수	1인	331	7.8	4.0	5.3	1.4	1.1	0.3	0.0
	2인	367	4.7	6.4	4.4	0.9	0.5	0.3	0.1
	3인	598	5.7	6.0	4.6	1.2	0.9	0.1	0.1
	4인 이상	704	5.4	5.2	5.8	1.4	0.8	0.2	0.1
성별	남성	978	6.1	5.9	4.6	1.0	0.8	0.2	0.0
	여성	1022	5.5	5.0	5.6	1.6	0.8	0.2	0.1
연령	20대	267	7.9	3.5	6.7	2.1	1.2	0.3	0.0
	30대	410	6.7	3.7	4.9	2.1	1.0	0.2	0.0
	40대	502	5.0	5.2	5.9	1.1	0.8	0.2	0.1
	50대	386	5.5	6.6	4.1	0.5	0.5	0.2	0.3
	60대 이상	435	4.8	7.7	4.4	0.8	0.6	0.2	0.0
학력	고졸 이하	460	6.6	5.6	4.7	1.1	1.0	0.4	0.1
	대졸	1311	5.5	5.5	5.5	1.3	0.8	0.1	0.1
	대학원졸	229	5.6	4.9	4.0	1.2	0.3	0.3	0.0
직업	관리/전문/사무직	1073	5.7	5.5	5.2	1.0	0.8	0.1	0.0
	서비스/판매직	215	5.7	4.8	4.2	1.9	0.7	0.2	0.0
	기계/농림어업/단순노무	212	6.4	7.0	4.7	2.2	0.7	0.6	0.0
	주부	238	4.3	5.7	6.4	0.8	0.6	0.1	0.2
	학생	116	7.7	3.1	6.8	1.9	1.3	0.6	0.0
	기타	146	6.2	5.5	3.3	1.1	0.8	0.0	0.4
가구소득	200만원 미만	166	7.2	4.7	3.8	1.0	1.0	0.5	0.6
	200~400만원 미만	543	6.7	4.9	5.1	1.2	0.7	0.2	0.0
	400~600만원 미만	563	6.1	5.0	5.3	1.3	0.8	0.3	0.0
	600만원 이상	728	4.5	6.4	5.3	1.4	0.8	0.1	0.1

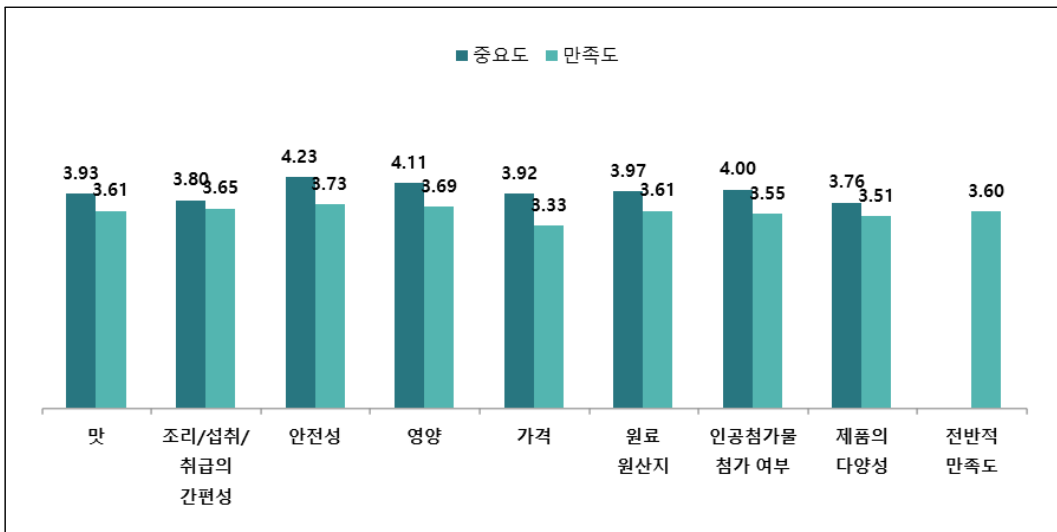


## 2.44. 유기농식품 요소별 중요도 및 만족도

○ 유기농식품 요소별 중요도는 ‘안전성’이 4.23점으로 가장 높고, ‘영양’이 4.11점, ‘인공첨가물 첨가 여부’가 4.00점 순으로 나타남. 만족도의 경우, ‘안전성’이 3.73점으로 가장 높고, ‘영양’, ‘조리/섭취/취급의 간편성’ 순으로 높게 나타남.

- MZ세대는 유기농식품 요소별 중요도에 대해 전반적으로 그 외세대보다 중요도가 낮다고 응답함.
- 가구수별로 보았을 때, 가구원 수가 많을수록 ‘영양’에 대한 만족도가 높아지는 경향을 보임.

〈그림 5-58〉 유기농식품 요소별 중요도



〈표 5-64〉 유기 가공식품 요소별 중요도

(단위: 명, 5점 평균)

구분		사례수	맛	조리/섭취/취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가 여부	제품의 다양성
전체		2000	3.93	3.80	4.23	4.11	3.92	3.97	4.00	3.76
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.84	3.73	4.08	3.99	3.87	3.90	3.92	3.73
	그외	1218	3.98	3.84	4.32	4.19	3.96	4.01	4.05	3.78
권역	수도권	1002	3.95	3.80	4.25	4.14	3.93	3.99	4.03	3.77
	충청권	219	3.85	3.72	4.16	4.03	3.87	3.99	3.98	3.71
	호남권	219	3.96	3.85	4.23	4.13	3.97	3.93	3.97	3.69
	대경권	195	3.93	3.87	4.23	4.11	3.88	3.96	4.01	3.76
	동남권	304	3.91	3.77	4.21	4.07	3.92	3.91	3.95	3.80
	강원권	61	3.77	3.80	4.16	4.07	3.93	3.98	3.92	3.80
가구원수	1인	331	3.82	3.73	4.10	4.02	3.90	3.85	3.86	3.72
	2인	367	3.93	3.81	4.29	4.10	3.97	3.98	4.02	3.71
	3인	598	3.93	3.80	4.25	4.13	3.90	4.02	4.04	3.75
	4인 이상	704	3.97	3.83	4.23	4.15	3.93	3.97	4.03	3.81
성별	남성	978	3.89	3.78	4.20	4.09	3.91	3.92	3.92	3.70
	여성	1022	3.96	3.82	4.25	4.14	3.94	4.00	4.08	3.82
연령	20대	267	3.79	3.68	3.98	3.90	3.84	3.83	3.85	3.69
	30대	410	3.84	3.73	4.10	4.01	3.88	3.89	3.91	3.70
	40대	502	3.95	3.84	4.32	4.20	3.94	4.06	4.07	3.85
	50대	386	4.04	3.88	4.30	4.21	4.02	4.03	4.03	3.81
	60대 이상	435	3.97	3.82	4.33	4.15	3.90	3.95	4.07	3.69
학력	고졸 이하	460	3.91	3.80	4.20	4.09	3.91	3.90	3.95	3.73
	대졸	1311	3.94	3.81	4.23	4.11	3.92	3.99	4.01	3.76
	대학원졸	229	3.89	3.72	4.28	4.17	3.97	3.97	4.04	3.82
직업	관리/전문/사무직	1073	3.95	3.81	4.25	4.15	3.94	4.00	4.04	3.81
	서비스/판매직	215	3.81	3.74	4.17	4.03	3.90	3.86	3.90	3.72
	기계농림어업단순노무	212	3.71	3.70	4.04	3.96	3.76	3.78	3.81	3.53
	주부	238	4.04	3.92	4.35	4.21	3.96	4.09	4.14	3.81
	학생	116	4.00	3.76	4.15	4.02	3.88	3.91	3.90	3.76
	기타	146	3.97	3.79	4.27	4.10	4.02	3.98	3.95	3.68
가구소득	200만원 미만	166	3.87	3.73	4.13	4.02	3.89	3.84	3.86	3.67
	200~400만원 미만	543	3.84	3.78	4.16	4.03	3.92	3.88	3.93	3.69
	400~600만원 미만	563	3.92	3.80	4.26	4.15	3.95	4.00	4.03	3.73
	600만원 이상	728	4.01	3.83	4.27	4.16	3.92	4.03	4.06	3.85
유기 가공식품 인지도	비인지	443	3.81	3.65	4.03	3.93	3.82	3.74	3.77	3.64
	저인지	950	3.90	3.78	4.19	4.08	3.91	3.93	3.97	3.72
	고인지	607	4.05	3.93	4.42	4.29	4.01	4.18	4.20	3.90

〈표 5-65〉 유기 가공식품 요소별 만족도

(단위: 명, 5점 평균)

구분		사례수	맛	조리/ 섭취/ 취급의 간편성	안전성	영양	가격	원료 원산지	인공 첨가물 첨가여부	제품의 다양성
전체		2000	3.61	3.65	3.73	3.69	3.33	3.61	3.55	3.51
권역	수도권	1002	3.60	3.64	3.76	3.70	3.34	3.60	3.55	3.48
	충청권	219	3.57	3.62	3.65	3.64	3.35	3.69	3.57	3.49
	호남권	219	3.67	3.75	3.73	3.78	3.39	3.63	3.55	3.56
	대경권	195	3.66	3.68	3.79	3.71	3.30	3.66	3.58	3.66
	동남권	304	3.62	3.62	3.68	3.63	3.30	3.58	3.56	3.47
	강원권	61	3.46	3.57	3.64	3.64	3.21	3.54	3.48	3.56
가구원수	1인	331	3.53	3.56	3.57	3.59	3.31	3.49	3.45	3.43
	2인	367	3.61	3.64	3.75	3.64	3.23	3.59	3.52	3.44
	3인	598	3.58	3.63	3.75	3.69	3.28	3.65	3.54	3.48
	4인 이상	704	3.68	3.71	3.79	3.77	3.45	3.65	3.63	3.61
성별	남성	978	3.57	3.62	3.70	3.64	3.29	3.59	3.53	3.48
	여성	1022	3.65	3.68	3.76	3.74	3.37	3.64	3.57	3.54
연령	20대	267	3.55	3.61	3.72	3.67	3.48	3.63	3.55	3.54
	30대	410	3.57	3.62	3.73	3.73	3.39	3.59	3.61	3.62
	40대	502	3.59	3.64	3.71	3.67	3.31	3.61	3.57	3.49
	50대	386	3.67	3.70	3.77	3.69	3.33	3.64	3.53	3.50
	60대 이상	435	3.65	3.66	3.73	3.69	3.23	3.60	3.50	3.43
학력	고졸 이하	460	3.63	3.67	3.74	3.68	3.38	3.60	3.52	3.51
	대졸	1311	3.61	3.65	3.74	3.70	3.33	3.62	3.57	3.52
	대학원졸	229	3.56	3.59	3.69	3.63	3.25	3.56	3.49	3.44
직업	관리/전문/사무직	1073	3.63	3.65	3.74	3.71	3.32	3.63	3.59	3.51
	서비스/판매직	215	3.50	3.66	3.73	3.61	3.40	3.63	3.54	3.55
	기계농림어업단순노무	212	3.43	3.50	3.65	3.62	3.23	3.48	3.48	3.45
	주부	238	3.74	3.70	3.80	3.77	3.35	3.67	3.52	3.54
	학생	116	3.69	3.75	3.79	3.67	3.53	3.59	3.53	3.55
	기타	146	3.62	3.63	3.66	3.66	3.29	3.56	3.45	3.45
가구소득	200만원 미만	166	3.51	3.57	3.61	3.54	3.30	3.46	3.46	3.38
	200~400만원 미만	543	3.53	3.58	3.63	3.62	3.25	3.53	3.45	3.44
	400~600만원 미만	563	3.61	3.64	3.78	3.73	3.34	3.64	3.56	3.49
	600만원 이상	728	3.70	3.73	3.81	3.75	3.39	3.69	3.64	3.61
유기 가공식품 인지도	비인지	443	3.41	3.44	3.44	3.42	3.19	3.35	3.32	3.34
	저인지	950	3.59	3.62	3.73	3.68	3.35	3.62	3.55	3.49
	고인지	607	3.79	3.84	3.95	3.91	3.41	3.80	3.72	3.66

〈표 5-66〉 유기 가공식품 전반적 만족도

(단위: 명, %, 5점 평균)

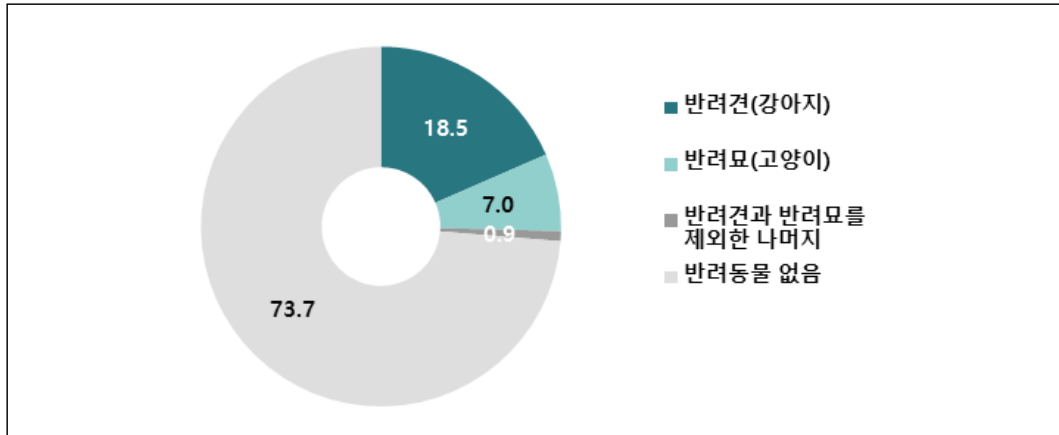
구분		사례수	전혀 만족 하지 않는다	만족 하지 않다	보통	만족 한다	매우 만족 한다	BOT2 (①+②)	MID (③)	TOP2 (④+⑤)	척도 평균
전체		2000	0.5	3.5	39.1	49.9	7.1	4.0	39.1	57.0	3.60
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.6	4.0	38.5	48.8	8.1	4.6	38.5	56.9	3.60
	그외	1218	0.4	3.1	39.5	50.6	6.4	3.5	39.5	57.0	3.59
권역	수도권	1002	0.5	3.8	37.7	50.9	7.1	4.3	37.7	58.0	3.60
	충청권	219	0.9	1.8	45.2	46.1	5.9	2.7	45.2	52.1	3.54
	호남권	219	0.0	3.2	33.8	54.8	8.2	3.2	33.8	63.0	3.68
	대경권	195	0.5	2.1	39.0	50.3	8.2	2.6	39.0	58.5	3.64
	동남권	304	0.7	3.0	44.4	45.7	6.3	3.6	44.4	52.0	3.54
	강원권	61	0.0	11.5	32.8	49.2	6.6	11.5	32.8	55.7	3.51
가구원수	1인	331	0.9	3.6	45.3	43.8	6.3	4.5	45.3	50.2	3.51
	2인	367	0.8	2.7	38.1	53.7	4.6	3.5	38.1	58.3	3.59
	3인	598	0.7	4.7	38.5	50.2	6.0	5.4	38.5	56.2	3.56
	4인 이상	704	0.0	2.7	37.2	50.6	9.5	2.7	37.2	60.1	3.67
성별	남성	978	0.5	4.3	40.0	48.8	6.4	4.8	40.0	55.2	3.56
	여성	1022	0.5	2.6	38.3	51.0	7.6	3.1	38.3	58.6	3.63
연령	20대	267	1.1	4.5	39.7	44.9	9.7	5.6	39.7	54.7	3.58
	30대	410	0.5	4.1	38.5	48.8	8.0	4.6	38.5	56.8	3.60
	40대	502	0.4	3.6	39.8	50.4	5.8	4.0	39.8	56.2	3.58
	50대	386	0.3	2.6	37.6	51.6	8.0	2.8	37.6	59.6	3.65
	60대 이상	435	0.5	2.8	39.8	52.0	5.1	3.2	39.8	57.0	3.58
학력	고졸 이하	460	0.4	3.0	41.1	47.6	7.8	3.5	41.1	55.4	3.59
	대졸	1311	0.3	3.1	38.9	50.7	6.9	3.4	38.9	57.7	3.61
	대학원졸	229	1.7	6.1	36.2	49.8	6.1	7.9	36.2	55.9	3.52
직업	관리/전문/사무직	1073	0.7	3.7	36.9	51.8	6.9	4.4	36.9	58.7	3.61
	서비스/판매직	215	0.0	2.8	46.5	44.2	6.5	2.8	46.5	50.7	3.54
	기계농림어업단순노무	212	0.5	4.7	41.0	47.2	6.6	5.2	41.0	53.8	3.55
	주부	238	0.0	1.3	38.7	53.8	6.3	1.3	38.7	60.1	3.65
	학생	116	1.7	2.6	37.1	50.0	8.6	4.3	37.1	58.6	3.61
	기타	146	0.0	4.8	43.8	41.8	9.6	4.8	43.8	51.4	3.56
가구소득	200만원 미만	166	0.0	6.0	48.2	39.2	6.6	6.0	48.2	45.8	3.46
	200~400만원 미만	543	0.9	3.9	42.7	47.0	5.5	4.8	42.7	52.5	3.52
	400~600만원 미만	563	0.9	3.2	38.0	51.2	6.7	4.1	38.0	57.9	3.60
	600만원 이상	728	0.0	2.7	35.2	53.6	8.5	2.7	35.2	62.1	3.68

## 2.45. 가구 내 반려동물 유무

○ 가구 내 반려동물은 없는 가구가 73.7%이며, '반려견'이 있는 경우가 18.5%, '반려묘'가 있는 경우가 7.0%로 나타남.

- 반려동물을 키우는 가구는 대경권이 81.0%로 가장 많고, 다음으로 동남권과 강원권이 많은 것으로 나타남.
- 반려동물을 키우는 가구 중 1인 가구가 81.3%로 가장 높았으며, 가구원수가 많아질수록 반려동물을 키우는 비율은 낮아짐.

〈그림 5-59〉 가구 내 반려동물 유무



〈표 5-67〉 가구 내 반려동물 유무

(단위: 명, %)

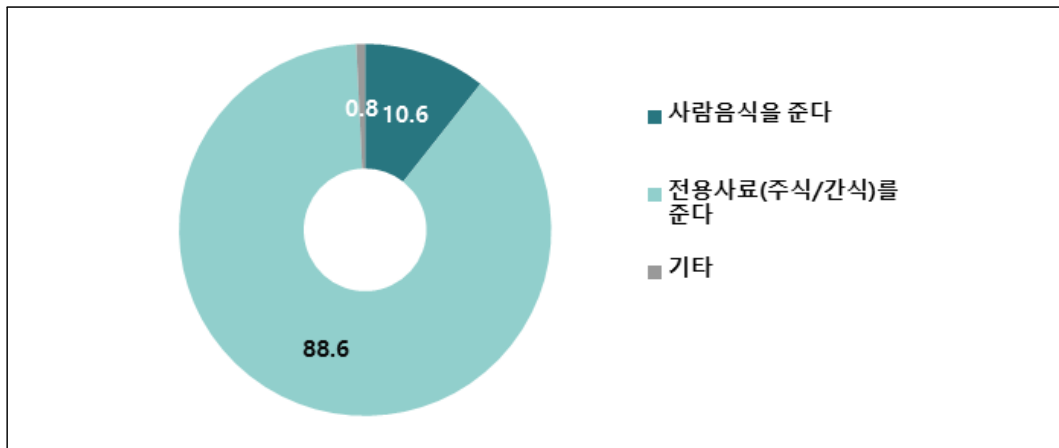
구분		사례수	예, 반려견 (강아지)	예, 반려묘 (고양이)	예, 반려견과 반려묘를 제외한 나머지	아니오, 반려동물 없음
전체		2000	18.5	7.0	0.9	73.7
MZ세대 구분	MZ세대	782	19.7	9.2	1.0	70.1
	그외	1218	17.7	5.5	0.8	76.0
권역	수도권	1002	22.1	4.7	0.7	72.6
	충청권	219	18.3	11.4	1.8	68.5
	호남권	219	16.9	8.7	0.9	73.5
	대경권	195	11.8	7.2	0.0	81.0
	동남권	304	11.8	10.2	1.6	76.3
	강원권	61	19.7	4.9	0.0	75.4
가구원수	1인	331	11.8	6.3	0.6	81.3
	2인	367	15.5	7.1	0.8	76.6
	3인	598	21.1	6.2	0.5	72.2
	4인 이상	704	20.9	7.8	1.4	69.9
성별	남성	978	16.1	7.5	0.8	75.7
	여성	1022	20.7	6.5	1.0	71.8
연령	20대	267	18.0	9.7	0.4	71.9
	30대	410	20.5	9.5	1.0	69.0
	40대	502	17.5	7.0	1.4	74.1
	50대	386	19.2	4.9	0.5	75.4
	60대 이상	435	17.2	4.6	0.9	77.2
학력	고졸 이하	460	15.9	5.7	0.7	77.8
	대졸	1311	19.3	7.3	0.8	72.5
	대학원졸	229	18.8	7.4	1.7	72.1
직업	관리/전문/사무직	1073	20.4	5.4	1.1	73.1
	서비스/판매직	215	20.5	13.0	0.5	66.0
	기계/농림어업/단순노무	212	17.9	15.6	0.5	66.0
	주부	238	15.5	2.9	1.3	80.3
	학생	116	12.9	6.9	0.0	80.2
	기타	146	11.0	3.4	0.7	84.9
가구소득	200만원 미만	166	9.0	6.6	0.6	83.7
	200~400만원 미만	543	15.3	6.6	0.9	77.2
	400~600만원 미만	563	18.5	8.2	1.2	72.1
	600만원 이상	728	22.9	6.3	0.7	70.1

## 2.46. 반려동물 급여 방법

○ 반려동물 급여 방법은 '전용 사료(주식/간식)'를 준다는 의견이 88.6%로 높게 나타남.

- 강원권 거주자의 '전용사료' 급식률이 93.3%으로 가장 높고 호남권과 대경권 순으로 높게 나타남.
- 반려동물을 키우는 가구 중 3인 이상 가구원의 '전용사료' 급식률이 92.8%로 가장 높고, 1인 가구가 79.0%로 가장 낮게 나타남.

〈그림 5-60〉 반려동물 급여 방법



〈표 5-68〉 반려동물 급여 방법

(단위: 명, %)

구분		사례수	사람음식을 준다	전용사료를 준다	기타
전체		526	10.6	88.6	0.8
MZ세대 구분	MZ세대	234	15.0	84.6	0.4
	그외	292	7.2	91.8	1.0
권역	수도권	275	10.2	88.7	1.1
	충청권	69	11.6	87.0	1.4
	호남권	58	6.9	93.1	0.0
	대경권	37	10.8	89.2	0.0
	동남권	72	15.3	84.7	0.0
	강원권	15	6.7	93.3	0.0
가구원수	1인	62	19.4	79.0	1.6
	2인	86	12.8	87.2	0.0
	3인	166	6.6	92.8	0.6
	4인 이상	212	10.4	88.7	0.9
성별	남성	238	11.3	88.2	0.4
	여성	288	10.1	88.9	1.0
연령	20대	75	21.3	78.7	0.0
	30대	127	13.4	86.6	0.0
	40대	130	8.5	90.0	1.5
	50대	95	5.3	92.6	2.1
	60대 이상	99	7.1	92.9	0.0
학력	고졸 이하	102	10.8	89.2	0.0
	대졸	360	11.1	88.3	0.6
	대학원졸	64	7.8	89.1	3.1
직업	관리/전문/사무직	289	9.0	89.6	1.4
	서비스/판매직	73	19.2	80.8	0.0
	기계/농림어업/단순노무	72	13.9	86.1	0.0
	주부	47	2.1	97.9	0.0
	학생	23	17.4	82.6	0.0
	기타	22	4.5	95.5	0.0
가구소득	200만원 미만	27	22.2	77.8	0.0
	200~400만원 미만	124	11.3	87.9	0.8
	400~600만원 미만	157	8.3	91.7	0.0
	600만원 이상	218	10.6	88.1	1.4

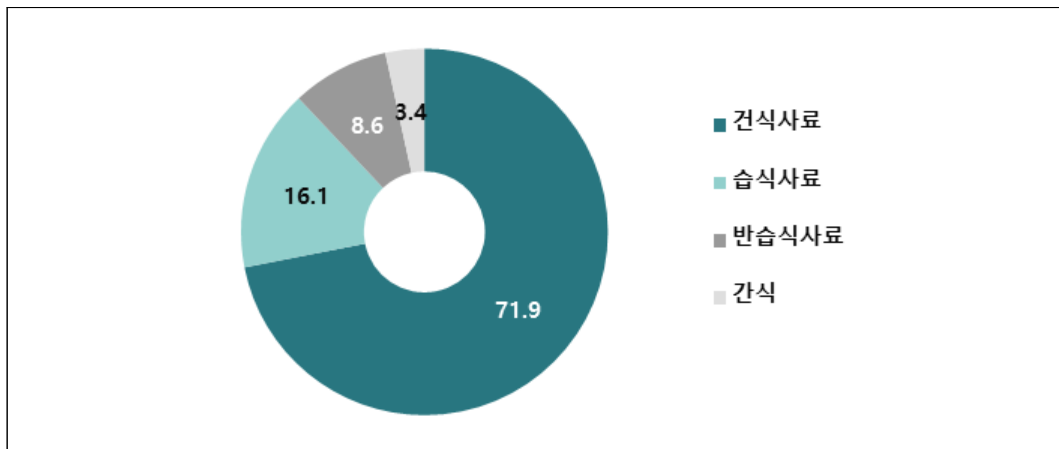


## 2.47. 펫푸드(전용 사료) 주 구입 종류

○ 펫푸드(전용 사료) 주 구입 종류는 ‘건식사료’가 71.9%로 높고, ‘습식사료’가 16.1%, ‘반습식사료’가 8.6%로 나타남.

- 가구소득 수준별로 보았을 때, 400만원 이상에서 ‘건식사료’ 구입이 높았으며, 400만원 미만에서 ‘습식사료’ 구입이 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 5-61〉 펫푸드(전용 사료) 주 구입 종류



〈표 5-69〉 펫푸드(전용 사료) 주 구입 종류

(단위: 명, %)

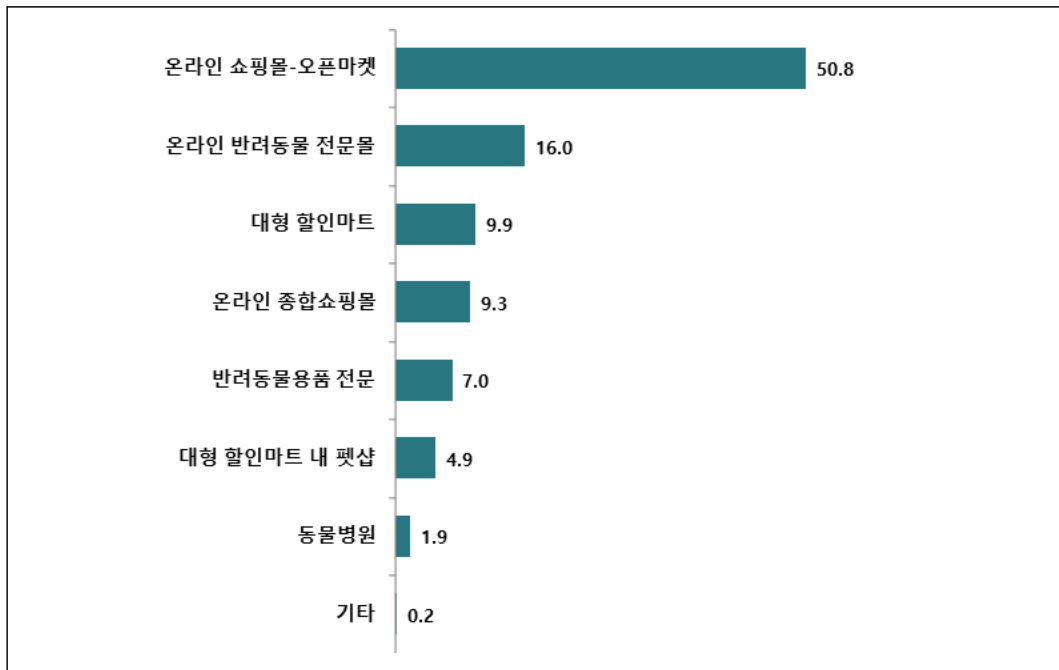
구분		사례수	건식사료	습식사료	반습식사료	간식
전체		466	71.9	16.1	8.6	3.4
MZ세대 구분	MZ세대	198	62.6	21.2	10.6	5.6
	그외	268	78.7	12.3	7.1	1.9
권역	수도권	244	73.8	15.2	9.4	1.6
	충청권	60	68.3	21.7	3.3	6.7
	호남권	54	72.2	16.7	7.4	3.7
	대경권	33	72.7	15.2	3.0	9.1
	동남권	61	65.6	16.4	13.1	4.9
	강원권	14	78.6	7.1	14.3	0.0
가구원수	1인	49	59.2	18.4	12.2	10.2
	2인	75	77.3	13.3	6.7	2.7
	3인	154	72.1	16.9	9.1	1.9
	4인 이상	188	72.9	16.0	8.0	3.2
성별	남성	210	74.8	15.2	7.1	2.9
	여성	256	69.5	16.8	9.8	3.9
연령	20대	59	55.9	23.7	13.6	6.8
	30대	110	63.6	22.7	8.2	5.5
	40대	117	71.8	13.7	11.1	3.4
	50대	88	80.7	12.5	5.7	1.1
	60대 이상	92	83.7	9.8	5.4	1.1
학력	고졸 이하	91	76.9	14.3	4.4	4.4
	대졸	318	69.8	17.3	9.4	3.5
	대학원졸	57	75.4	12.3	10.5	1.8
직업	관리/전문/사무직	259	74.1	15.1	8.5	2.3
	서비스/판매직	59	64.4	20.3	11.9	3.4
	기계/농림어업/단순노무	62	59.7	24.2	11.3	4.8
	주부	46	78.3	10.9	6.5	4.3
	학생	19	73.7	15.8	0.0	10.5
	기타	21	85.7	4.8	4.8	4.8
가구소득	200만원 미만	21	66.7	14.3	9.5	9.5
	200~400만원 미만	109	63.3	22.0	8.3	6.4
	400~600만원 미만	144	70.8	17.4	9.0	2.8
	600만원 이상	192	78.1	12.0	8.3	1.6

## 2.48. 펫푸드(사료/간식) 주 구입처

○ 펫푸드(사료/간식) 주 구입처로 ‘온라인 쇼핑몰-오픈마켓’ 이용률이 50.8%로 가장 높게 나타났으며, ‘온라인 반려동물 전문몰’이 16.0%, ‘대형 할인 마트가’ 9.9%, ‘온라인 종합 쇼핑몰’이 9.3% 순으로 나타남.

- 연령별로 보았을 때, 40대와 50대에서 ‘오픈마켓’ 이용율이 다른 연령대보다 높았으며, 20대와 30대는 ‘온라인 반려동물 전문몰’, ‘온라인 종합 쇼핑몰’ 이용이 상대적으로 높게 나타남.

〈그림 5-62〉 펫푸드(사료/간식) 주 구입처



〈표 5-70〉 펫푸드(사료/간식) 주 구입처

(단위: 명, %)

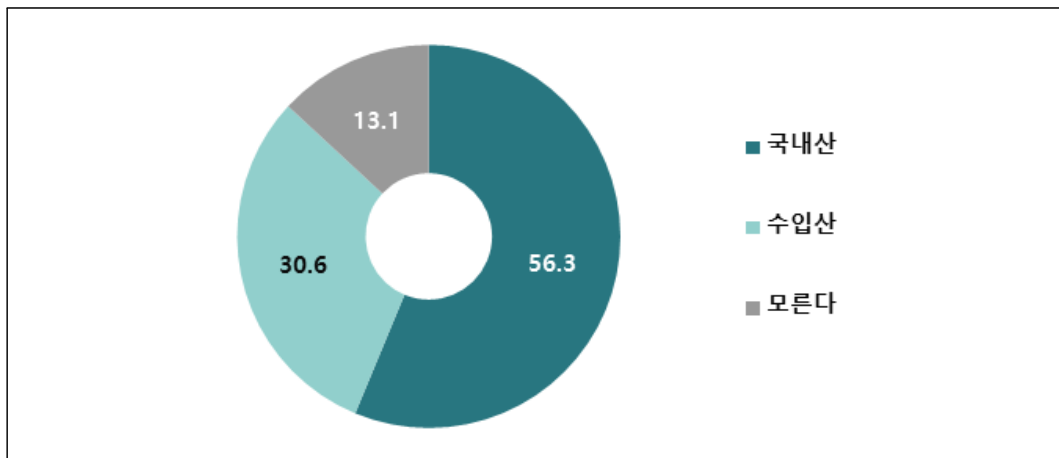
구분		사례수	온라인 쇼핑몰 -오픈 마켓	온라인 반려동물 전문몰	대형 할인 마트	온라인 종합 쇼핑몰	반려동물 용품 전문 (펫샵)	대형 할인 마트 내 펫샵	동물병원	기타
전체		526	50.8	16.0	9.9	9.3	7.0	4.9	1.9	0.2
MZ세대 구분	MZ세대	234	47.9	20.9	10.7	10.7	3.8	3.4	2.6	0.0
	그외	292	53.1	12.0	9.2	8.2	9.6	6.2	1.4	0.3
권역	수도권	275	49.8	20.4	7.6	11.3	5.5	3.6	1.8	0.0
	충청권	69	47.8	10.1	10.1	2.9	10.1	11.6	5.8	1.4
	호남권	58	62.1	13.8	8.6	3.4	8.6	3.4	0.0	0.0
	대경권	37	51.4	5.4	13.5	16.2	2.7	8.1	2.7	0.0
	동남권	72	45.8	13.9	16.7	9.7	11.1	2.8	0.0	0.0
	강원권	15	60.0	6.7	13.3	6.7	6.7	6.7	0.0	0.0
가구원수	1인	62	43.5	24.2	8.1	12.9	3.2	3.2	3.2	1.6
	2인	86	44.2	10.5	14.0	15.1	7.0	8.1	1.2	0.0
	3인	166	53.0	14.5	11.4	9.0	7.2	1.8	3.0	0.0
	4인 이상	212	53.8	17.0	7.5	6.1	8.0	6.6	0.9	0.0
성별	남성	238	49.6	18.1	11.3	8.0	6.7	4.6	1.7	0.0
	여성	288	51.7	14.2	8.7	10.4	7.3	5.2	2.1	0.3
연령	20대	75	45.3	18.7	13.3	13.3	2.7	5.3	1.3	0.0
	30대	127	48.8	22.8	8.7	10.2	4.7	1.6	3.1	0.0
	40대	130	54.6	14.6	10.0	8.5	6.2	4.6	1.5	0.0
	50대	95	62.1	9.5	4.2	8.4	9.5	3.2	3.2	0.0
	60대 이상	99	41.4	13.1	14.1	7.1	12.1	11.1	0.0	1.0
학력	고졸 이하	102	50.0	9.8	12.7	9.8	8.8	6.9	2.0	0.0
	대졸	360	50.8	18.9	9.7	8.1	6.1	4.2	2.2	0.0
	대학원졸	64	51.6	9.4	6.3	15.6	9.4	6.3	0.0	1.6
직업	관리/전문/사무직	289	54.7	16.3	7.6	9.3	6.6	3.5	2.1	0.0
	서비스/판매직	73	57.5	6.8	15.1	6.8	6.8	5.5	1.4	0.0
	기계/농림어업/ 단순노무	72	40.3	26.4	12.5	5.6	4.2	8.3	2.8	0.0
	주부	47	44.7	10.6	8.5	12.8	12.8	8.5	2.1	0.0
	학생	23	34.8	17.4	17.4	17.4	8.7	4.3	0.0	0.0
	기타	22	40.9	18.2	9.1	13.6	9.1	4.5	0.0	4.5
	미응답	22	40.9	18.2	9.1	13.6	9.1	4.5	0.0	4.5
가구소득	200만원 미만	27	51.9	7.4	11.1	11.1	7.4	7.4	3.7	0.0
	200~400만원 미만	124	51.6	16.1	10.5	7.3	7.3	4.8	1.6	0.8
	400~600만원 미만	157	46.5	17.8	13.4	8.3	7.0	5.1	1.9	0.0
	600만원 이상	218	53.2	15.6	6.9	11.0	6.9	4.6	1.8	0.0

## 2.49. 펫푸드(사료/간식) 원산지

○ 펫푸드(사료/간식) 원산지는 국내산이 56.3%, 수입산이 30.6%로 나타남.

- MZ 세대의 국내산 이용률이 비 MZ 세대보다 다소 낮게 나타남.
- 권역별로 보았을 때, 강원권 거주자일수록 ‘국내산’ 이용률이 높으며, 대경권이 ‘국내산’ 이용률이 가장 낮음.
- 가구수별로 보았을 때, 1인 가구에서 ‘수입산’ 이용율이 43.5%로 가장 높게 나타남.
- 가구 소득별로 보았을 때, ‘수입산’ 이용율은 200 ~ 400만원 미만에서 37.1%로 가장 높게 나타남.

〈그림 5-63〉 펫푸드(사료/간식) 원산지



〈표 5-71〉 펫푸드(사료/간식) 원산지

(단위: 명, %)

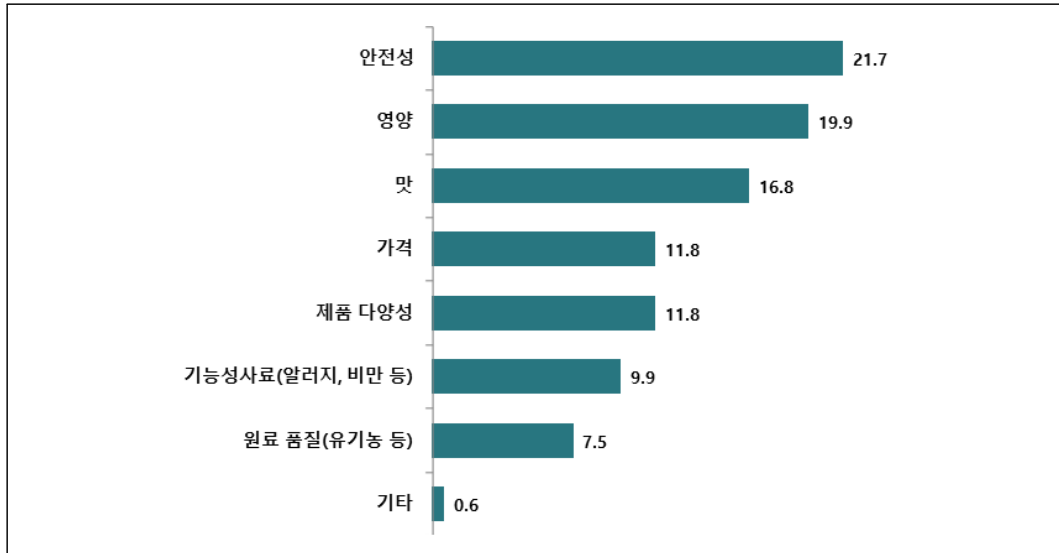
구분		사례수	국내산	수입산	모른다
전체		526	56.3	30.6	13.1
MZ세대 구분	MZ세대	234	53.4	36.3	10.3
	그외	292	58.6	26.0	15.4
권역	수도권	275	54.2	33.8	12.0
	충청권	69	55.1	31.9	13.0
	호남권	58	60.3	31.0	8.6
	대경권	37	51.4	27.0	21.6
	동남권	72	62.5	22.2	15.3
	강원권	15	66.7	13.3	20.0
가구원수	1인	62	46.8	43.5	9.7
	2인	86	53.5	27.9	18.6
	3인	166	53.0	32.5	14.5
	4인 이상	212	62.7	26.4	10.8
성별	남성	238	54.2	31.5	14.3
	여성	288	58.0	29.9	12.2
연령	20대	75	54.7	34.7	10.7
	30대	127	54.3	33.9	11.8
	40대	130	50.8	37.7	11.5
	50대	95	61.1	22.1	16.8
	60대 이상	99	62.6	22.2	15.2
학력	고졸 이하	102	66.7	23.5	9.8
	대졸	360	53.9	31.9	14.2
	대학원졸	64	53.1	34.4	12.5
직업	관리/전문/사무직	289	55.7	31.8	12.5
	서비스/판매직	73	61.6	23.3	15.1
	기계/농림어업/단순노무	72	41.7	45.8	12.5
	주부	47	74.5	14.9	10.6
	학생	23	69.6	26.1	4.3
	기타	22	40.9	27.3	31.8
가구소득	200만원 미만	27	66.7	14.8	18.5
	200~400만원 미만	124	48.4	37.1	14.5
	400~600만원 미만	157	57.3	28.7	14.0
	600만원 이상	218	58.7	30.3	11.0

## 2.50. 수입산 펫푸드 주 이용 이유

○ 수입산 펫푸드를 주로 이용하는 이유는 ‘안전성’이 21.7%로 가장 높았으며, ‘영양’ 19.9%, ‘맛’ 17.4% 등의 순으로 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 충청권과 대경권, 동남권 거주자는 ‘영양’에 대한 이유가 가장 높게 나타남.
- 가구소득별로 보았을 때, 600만원 이상인 경우 ‘영양’과 ‘맛’이 가장 중요한 이유로 응답되며, 200만원 미만인 경우 ‘가격’이 50.0%로 매우 중요한 이유로 응답됨.

〈그림 5-64〉 수입산 펫푸드 주 이용 이유



〈표 5-72〉 수입산 펫푸드 주 이용 이유

(단위: 명, %)

구분		사례수	안전성	영양	맛	가격	제품 다양성	기능성 사료	원료품질 (유기농 등)
전체		161	21.7	19.9	17.4	11.8	11.8	9.9	7.5
MZ세대 구분	MZ세대	85	27.1	16.5	21.2	8.2	11.8	8.2	7.1
	그외	76	15.8	23.7	13.2	15.8	11.8	11.8	7.9
권역	수도권	93	25.8	22.6	19.4	9.7	8.6	7.5	6.5
	충청권	22	13.6	18.2	13.6	9.1	22.7	13.6	9.1
	호남권	18	27.8	11.1	5.6	11.1	16.7	16.7	11.1
	대경권	10	20.0	30.0	10.0	20.0	10.0	10.0	0.0
	동남권	16	6.3	12.5	31.3	18.8	6.3	12.5	12.5
	강원권	2	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
가구원수	1인	27	14.8	25.9	22.2	18.5	7.4	7.4	3.7
	2인	24	20.8	8.3	20.8	12.5	8.3	16.7	12.5
	3인	54	25.9	27.8	14.8	7.4	11.1	9.3	3.7
	4인 이상	56	21.4	14.3	16.1	12.5	16.1	8.9	10.7
성별	남성	75	18.7	18.7	18.7	18.7	13.3	5.3	6.7
	여성	86	24.4	20.9	16.3	5.8	10.5	14.0	8.1
연령	20대	26	19.2	11.5	30.8	7.7	15.4	11.5	3.8
	30대	43	30.2	23.3	18.6	2.3	11.6	9.3	4.7
	40대	49	20.4	12.2	18.4	22.4	8.2	8.2	10.2
	50대	21	19.0	42.9	4.8	4.8	4.8	19.0	4.8
	60대 이상	22	13.6	18.2	9.1	18.2	22.7	4.5	13.6
학력	고졸 이하	24	20.8	12.5	20.8	12.5	12.5	12.5	8.3
	대졸	115	22.6	19.1	18.3	11.3	11.3	9.6	7.8
	대학원졸	22	18.2	31.8	9.1	13.6	13.6	9.1	4.5
직업	관리/전문/사무직	92	21.7	23.9	15.2	12.0	8.7	13.0	5.4
	서비스/판매직	17	17.6	11.8	29.4	11.8	17.6	5.9	5.9
	기계/농림어업/단순노무	33	24.2	15.2	12.1	18.2	12.1	9.1	9.1
	주부	7	28.6	14.3	14.3	0.0	14.3	0.0	28.6
	학생	6	16.7	0.0	50.0	0.0	16.7	0.0	16.7
	기타	6	16.7	33.3	16.7	0.0	33.3	0.0	0.0
	기타	6	16.7	33.3	16.7	0.0	33.3	0.0	0.0
가구소득	200만원 미만	4	25.0	0.0	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0
	200~400만원 미만	46	21.7	23.9	15.2	13.0	10.9	6.5	8.7
	400~600만원 미만	45	24.4	11.1	15.6	17.8	8.9	15.6	6.7
	600만원 이상	66	19.7	24.2	21.2	6.1	12.1	9.1	7.6

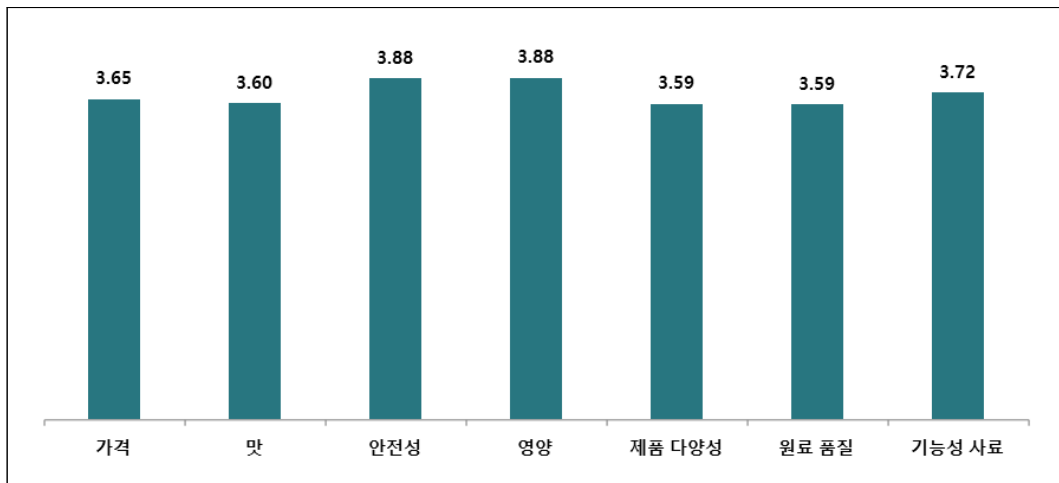


## 2.51. 펫푸드 구입 시 요소별 중요도

○ 펫푸드 구입시 요소별 중요도는 ‘안전성’과 ‘영양’이 3.88점으로 가장 높고, ‘기능성 사료’가 3.72점, ‘가격’이 3.65점 순으로 높게 나타남.

- 반려동물이 있는 경우, 반려동물이 없는 응답자에 비해 모든 속성이 중요하다고 응답하고 있었으며, 특히 ‘가격’보다 ‘원료 품질’을 더 중요하다고 인식함.

〈그림 5-65〉 펫푸드 구입 시 요소별 중요도



〈표 5-73〉 펫푸드 구입 시 요소별 중요도

(단위: 명, 5점 평균)

구분		사례수	가격	맛	안전성	영양	제품 다양성	원료 품질	기능성 사료
전체		2000	3.65	3.60	3.88	3.88	3.59	3.59	3.72
권역	수도권	1002	3.68	3.63	3.91	3.90	3.60	3.59	3.73
	충청권	219	3.59	3.64	3.81	3.86	3.63	3.61	3.68
	호남권	219	3.68	3.53	3.90	3.94	3.53	3.56	3.73
	대경권	195	3.55	3.56	3.79	3.77	3.56	3.50	3.71
	동남권	304	3.64	3.54	3.89	3.87	3.56	3.62	3.72
	강원권	61	3.44	3.51	3.92	3.93	3.69	3.57	3.66
가구원수	1인	331	3.57	3.48	3.76	3.75	3.55	3.46	3.61
	2인	367	3.68	3.60	3.91	3.92	3.57	3.59	3.72
	3인	598	3.64	3.61	3.91	3.90	3.58	3.61	3.74
	4인 이상	704	3.67	3.64	3.91	3.91	3.63	3.62	3.74
성별	남성	978	3.60	3.49	3.78	3.77	3.49	3.48	3.60
	여성	1022	3.69	3.70	3.98	3.99	3.68	3.69	3.83
연령	20대	267	3.51	3.58	3.77	3.84	3.60	3.61	3.68
	30대	410	3.60	3.54	3.86	3.87	3.57	3.59	3.72
	40대	502	3.68	3.61	3.92	3.88	3.63	3.60	3.71
	50대	386	3.76	3.67	3.94	3.95	3.65	3.63	3.78
	60대 이상	435	3.63	3.58	3.89	3.86	3.51	3.51	3.68
학력	고졸 이하	460	3.62	3.58	3.85	3.85	3.53	3.56	3.71
	대졸	1311	3.66	3.60	3.89	3.90	3.61	3.61	3.72
	대학원졸	229	3.62	3.61	3.90	3.86	3.58	3.50	3.69
직업	관리/전문/사무직	1073	3.67	3.63	3.93	3.91	3.64	3.63	3.77
	서비스/판매직	215	3.61	3.52	3.80	3.83	3.55	3.50	3.58
	기계/농림어업/단순노무	212	3.45	3.37	3.69	3.68	3.30	3.37	3.42
	주부	238	3.71	3.64	3.90	3.97	3.66	3.63	3.79
	학생	116	3.65	3.70	3.85	3.85	3.60	3.68	3.77
	기타	146	3.72	3.64	3.97	3.92	3.57	3.54	3.78
가구소득	200만원 미만	166	3.54	3.39	3.66	3.65	3.36	3.42	3.59
	200~400만원 미만	543	3.64	3.55	3.84	3.85	3.56	3.53	3.67
	400~600만원 미만	563	3.67	3.64	3.92	3.94	3.58	3.62	3.72
	600만원 이상	728	3.65	3.65	3.94	3.92	3.67	3.64	3.77
반려동물 유무	없음	1474	3.61	3.48	3.76	3.75	3.50	3.47	3.62
	있음	526	3.73	3.93	4.23	4.25	3.86	3.92	4.00

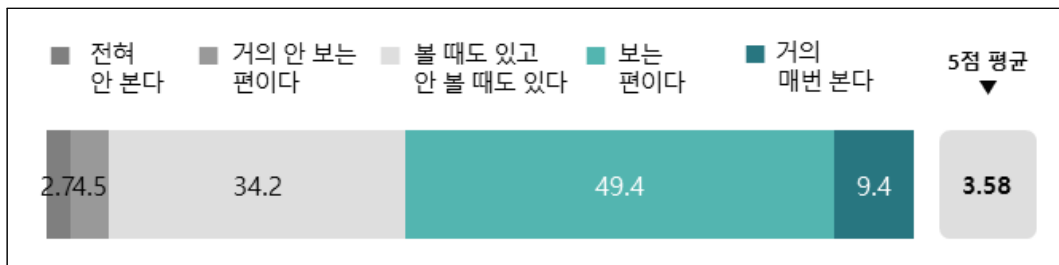
### 3. 가공식품의 안전성

#### 3.1. 가공식품 안전성 문제 관심도

○ 가공식품의 안전성 문제에 대한 관심도는 관심이 있는 편이라는 의견이 49.4%, 보통이라는 의견이 34.2%로 나타남.

- MZ 세대가 비 MZ 세대에 비해 안전성 문제 관심도가 다소 낮게 나타남.
- 권역별로 보았을 때, 충청권이 3.63점으로 가장 높고, 수도권이 3.60점을 기록했으며, 강원권이 3.46점으로 가장 낮게 나타남.

〈그림 5-66〉 가공식품 안전성 문제 관심도



〈표 5-74〉 가공식품 안전성 문제 관심도

(단위: 명, %, 5점 평균)

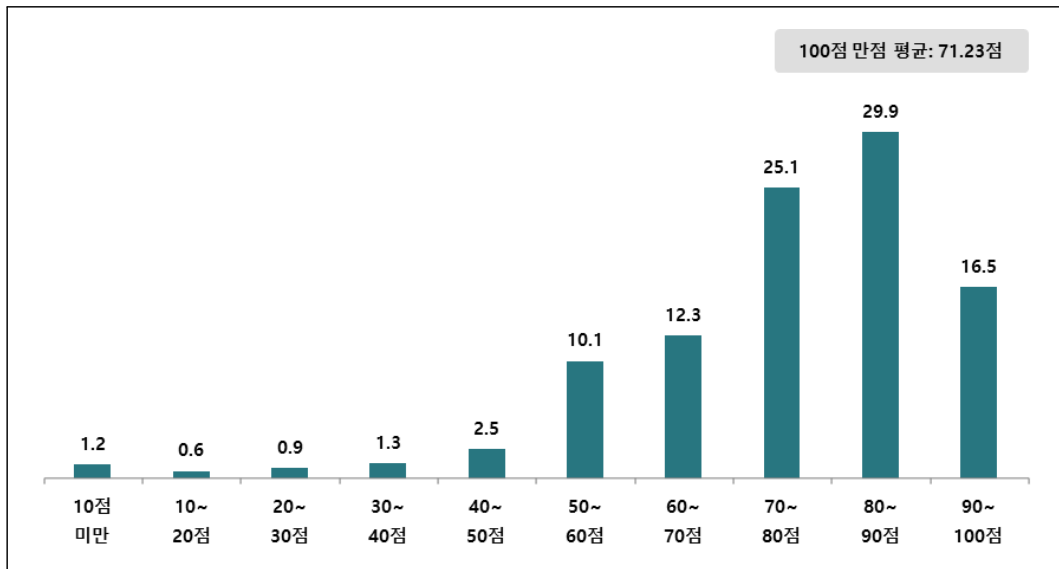
구분		사례수	전혀 관심없다	관심없는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	관심있는 편이다	매우 관심있다	척도평균
전체		2000	2.7	4.5	34.2	49.4	9.4	3.58
MZ세대 구분	MZ세대	782	2.4	6.0	37.2	46.9	7.4	3.51
	그외	1218	2.8	3.4	32.3	50.9	10.6	3.63
권역	수도권	1002	2.9	4.3	32.2	51.0	9.6	3.60
	충청권	219	3.2	2.7	33.3	49.8	11.0	3.63
	호남권	219	2.3	4.1	37.9	47.5	8.2	3.55
	대경권	195	2.6	5.6	41.0	42.6	8.2	3.48
	동남권	304	1.6	4.6	34.5	50.0	9.2	3.61
	강원권	61	3.3	9.8	32.8	45.9	8.2	3.46
가구원수	1인	331	3.9	5.1	39.9	43.8	7.3	3.45
	2인	367	1.9	4.9	35.1	49.9	8.2	3.57
	3인	598	2.7	4.8	35.8	45.8	10.9	3.57
	4인 이상	704	2.4	3.6	29.7	54.7	9.7	3.66
성별	남성	978	3.4	4.6	35.8	47.3	8.9	3.54
	여성	1022	2.0	4.3	32.7	51.3	9.8	3.63
연령	20대	267	1.9	6.4	41.2	44.2	6.4	3.47
	30대	410	3.4	5.9	36.1	46.6	8.0	3.50
	40대	502	2.8	4.0	35.5	48.2	9.6	3.58
	50대	386	2.6	3.6	28.2	56.0	9.6	3.66
	60대 이상	435	2.3	3.2	32.0	50.6	12.0	3.67
학력	고졸 이하	460	2.6	5.0	39.1	45.7	7.6	3.51
	대졸	1311	2.5	4.4	33.3	50.0	9.7	3.60
	대학원졸	229	3.5	3.5	29.3	52.8	10.9	3.64
직업	관리/전문/사무직	1073	2.8	4.4	32.2	50.7	10.0	3.61
	서비스/판매직	215	4.7	5.6	37.7	43.3	8.8	3.46
	기계농림어업단순노무	212	1.9	5.7	42.0	44.3	6.1	3.47
	주부	238	1.3	2.1	31.1	54.6	10.9	3.72
	학생	116	0.9	5.2	39.7	47.4	6.9	3.54
	기타	146	3.4	4.8	33.6	48.6	9.6	3.56
가구소득	200만원 미만	166	4.2	7.2	46.4	38.0	4.2	3.31
	200~400만원 미만	543	3.1	4.8	39.8	47.1	5.2	3.46
	400~600만원 미만	563	2.7	4.4	31.6	50.8	10.5	3.62
	600만원 이상	728	1.9	3.6	29.3	52.5	12.8	3.71

### 3.2. 식품 안전성 정도 체감 정도

○ 식품 안전성 정도를 체감하는 정도는 전체 평균이 71.23점으로 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 대경권이 73.41점으로 가장 높고, 호남권이 71.96점을 기록했으며, 강원권이 70.25점으로 가장 낮게 나타남.
- 가구원수별로 보았을 때, 가구원수가 많아질수록 체감도는 높게 나타나고 있음.

〈그림 5-67〉 식품 안전성 정도 체감 정도(100점 만점 기준)



〈표 5-75〉 식품 안전성 정도 체감 정도(100점 만점 기준)

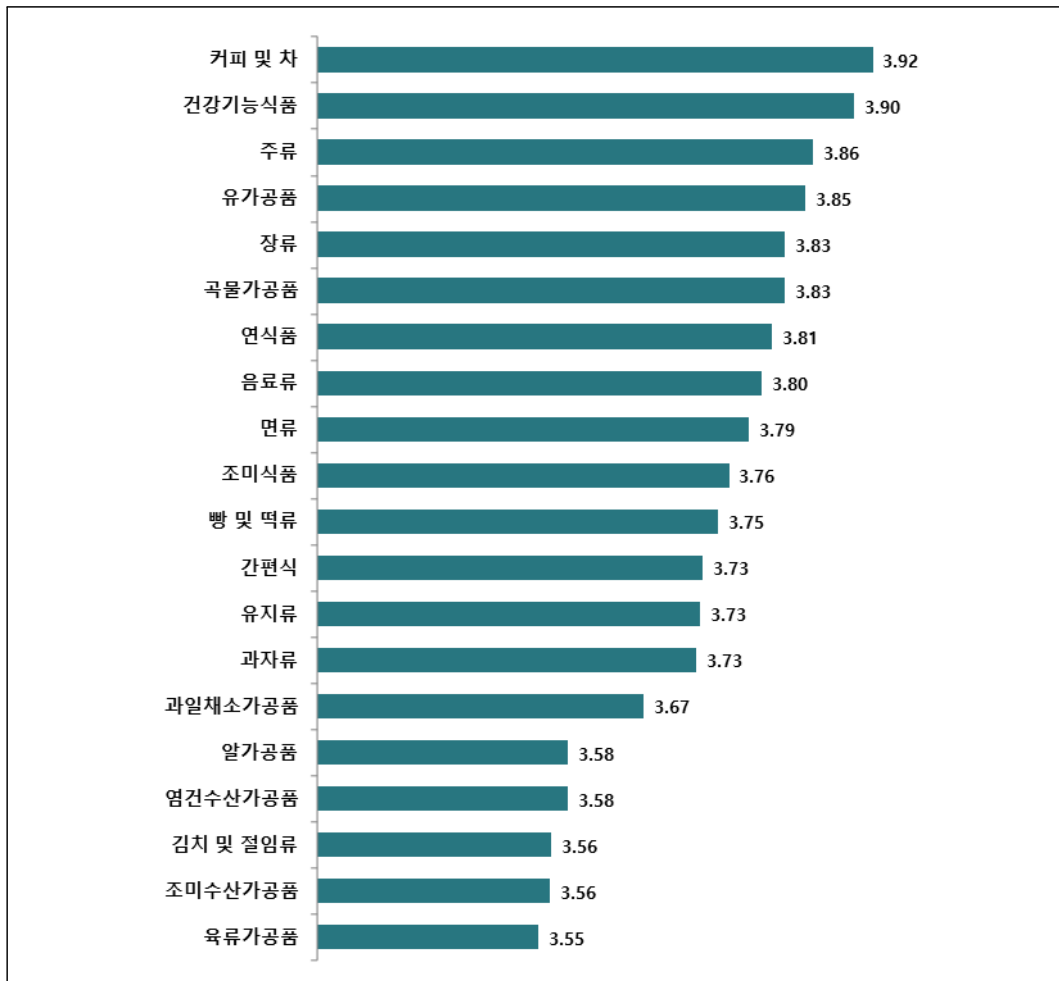
(단위: 명, %, 점)

구분		사례수	10점 미만	10~20점	20~30점	30~40점	40~50점	50~60점	60~70점	70~80점	80~90점	90~100점	평균
전체		2000	1.2	0.6	0.9	1.3	2.5	10.1	12.3	25.1	29.9	16.5	71.23
MZ세대 구분	MZ세대	782	1.8	0.8	1.4	1.3	3.2	12.7	12.4	23.5	28.0	15.0	69.25
	그외	1218	0.7	0.5	0.5	1.3	2.0	8.4	12.2	26.0	31.0	17.4	72.49
권역	수도권	1002	1.0	0.6	0.9	1.1	2.4	12.0	12.8	25.4	28.5	15.3	70.52
	충청권	219	2.3	1.4	0.5	0.9	3.2	8.2	14.2	20.5	30.1	18.7	70.83
	호남권	219	0.9	0.0	1.4	0.9	3.2	10.5	9.1	26.5	31.1	16.4	72.14
	대경권	195	1.0	0.5	0.0	1.0	1.5	6.2	14.4	25.6	29.7	20.0	73.41
	동남권	304	1.0	0.3	1.0	2.3	2.3	7.9	10.2	25.0	34.5	15.5	71.96
	강원권	61	1.6	1.6	1.6	3.3	1.6	6.6	11.5	27.9	23.0	21.3	70.25
가구원수	1인	331	2.7	1.2	0.9	0.3	3.6	10.9	9.1	27.5	27.5	16.3	69.92
	2인	367	1.1	0.0	0.5	0.8	2.2	10.6	14.7	23.4	31.9	14.7	71.52
	3인	598	0.7	1.0	1.3	2.3	2.3	10.9	11.0	25.4	29.3	15.7	70.22
	4인 이상	704	0.9	0.3	0.6	1.1	2.1	8.7	13.5	24.4	30.4	18.0	72.53
성별	남성	978	1.0	0.6	0.7	1.6	1.8	7.4	10.4	25.4	33.3	17.7	72.78
	여성	1022	1.3	0.6	1.0	1.0	3.0	12.6	14.0	24.8	26.5	15.3	69.74
연령	20대	267	1.5	0.4	2.6	0.4	4.9	12.7	11.2	23.6	30.3	12.4	68.68
	30대	410	2.2	1.2	1.0	2.0	2.9	12.4	12.2	24.1	25.9	16.1	68.90
	40대	502	0.6	0.8	0.6	2.0	2.4	9.6	13.1	27.3	26.9	16.7	71.04
	50대	386	1.0	0.3	0.3	0.8	1.3	7.3	11.9	23.8	35.5	17.9	73.79
	60대 이상	435	0.7	0.2	0.5	0.9	1.6	9.2	12.2	25.3	31.7	17.7	72.91
학력	고졸 이하	460	1.3	0.9	1.3	0.4	1.7	11.1	11.7	24.8	30.2	16.5	71.24
	대졸	1311	1.1	0.5	0.8	1.1	2.6	9.9	12.4	25.3	29.9	16.5	71.43
	대학원졸	229	1.3	0.9	0.4	3.9	3.1	8.7	12.7	24.0	28.8	16.2	70.01
직업	관리/전문/사무직	1073	0.7	0.7	0.8	1.6	2.3	10.1	13.0	25.1	29.6	16.1	71.25
	서비스/판매직	215	3.3	0.5	0.5	0.5	2.8	11.2	12.6	23.3	26.5	19.1	70.42
	기계농림어업단순노무	212	2.4	1.9	0.9	1.9	3.3	5.2	7.5	25.0	33.5	18.4	71.82
	주부	238	0.4	0.0	0.8	1.3	1.3	11.3	14.3	25.2	29.8	15.5	71.69
	학생	116	0.9	0.0	0.9	0.0	4.3	12.9	12.1	28.4	28.4	12.1	69.97
	기타	146	1.4	0.0	1.4	0.7	2.1	11.0	9.6	24.7	32.2	17.1	71.57
가구소득	200만원 미만	166	3.0	0.6	1.2	0.6	3.6	15.1	9.0	28.9	21.7	16.3	67.94
	200~400만원 미만	543	1.5	1.3	0.9	1.3	3.5	9.4	13.3	24.9	26.5	17.5	70.38
	400~600만원 미만	563	0.7	0.5	0.9	1.2	1.8	10.3	11.9	25.2	35.0	12.4	71.40
	600만원 이상	728	0.8	0.1	0.7	1.5	1.9	9.2	12.5	24.2	30.2	18.8	72.47

### 3.3. 가공식품 종류별 안전성 평가

- 가공식품 종류별 안전성 평가는 ‘커피 및 차’가 3.92점으로 가장 높았으며, ‘건강기능식품’이 3.90점, ‘주류’가 3.86점, ‘유가공품’이 3.85점 순으로 높게 나타남.
- 육류가공품과 조미수산가공품, 김치 및 절임류가 상대적으로 낮지만 모든 3.5점 이상으로 안전성에 대해 긍정적으로 평가되고 있음.
  - 가구소득이 높을수록 안전성에 대해 긍정적으로 평가하고 있음.

〈그림 5-68〉 가공식품 종류별 안전성 평가



〈표 5-76〉 가공식품 종류별 안전성 평가 [1/2]

(단위: 명, 5점 평균)

구분		사례수	육류 가공품	알 가공품	조미 수산 가공품	염건 수산 가공품	김치 및 절임류	과일 채소 가공품	장류	조미 식품	유지류	유 가공품
전체		2000	3.55	3.58	3.56	3.58	3.56	3.67	3.83	3.76	3.73	3.85
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.52	3.63	3.58	3.58	3.56	3.62	3.79	3.77	3.71	3.79
	그외	1218	3.57	3.55	3.55	3.59	3.56	3.70	3.85	3.76	3.74	3.89
권역	수도권	1002	3.52	3.57	3.55	3.55	3.54	3.64	3.81	3.74	3.71	3.82
	충청권	219	3.52	3.60	3.51	3.57	3.54	3.66	3.84	3.79	3.71	3.80
	호남권	219	3.56	3.66	3.58	3.64	3.66	3.73	3.87	3.79	3.81	3.91
	대경권	195	3.66	3.64	3.59	3.71	3.72	3.76	3.87	3.83	3.77	3.92
	동남권	304	3.59	3.57	3.62	3.60	3.55	3.67	3.84	3.76	3.75	3.90
	강원권	61	3.54	3.34	3.43	3.50	3.31	3.59	3.67	3.75	3.67	3.75
가구원수	1인	331	3.48	3.53	3.50	3.58	3.51	3.61	3.75	3.71	3.62	3.74
	2인	367	3.50	3.50	3.44	3.48	3.48	3.60	3.74	3.64	3.66	3.82
	3인	598	3.49	3.57	3.53	3.53	3.54	3.67	3.81	3.75	3.74	3.81
	4인 이상	704	3.66	3.66	3.69	3.69	3.66	3.73	3.92	3.86	3.81	3.95
성별	남성	978	3.65	3.64	3.61	3.61	3.60	3.72	3.85	3.81	3.77	3.85
	여성	1022	3.46	3.53	3.52	3.56	3.53	3.62	3.80	3.72	3.70	3.85
연령	20대	267	3.48	3.61	3.67	3.64	3.54	3.61	3.77	3.77	3.68	3.80
	30대	410	3.55	3.65	3.55	3.55	3.58	3.63	3.81	3.78	3.72	3.75
	40대	502	3.51	3.54	3.48	3.52	3.50	3.65	3.77	3.71	3.73	3.84
	50대	386	3.67	3.66	3.66	3.69	3.64	3.76	3.92	3.87	3.82	3.96
	60대 이상	435	3.53	3.48	3.52	3.55	3.57	3.67	3.87	3.72	3.71	3.88
학력	고졸 이하	460	3.55	3.54	3.56	3.56	3.58	3.63	3.81	3.73	3.74	3.83
	대졸	1311	3.57	3.62	3.58	3.61	3.56	3.68	3.84	3.78	3.74	3.86
	대학원졸	229	3.46	3.45	3.46	3.45	3.52	3.68	3.79	3.73	3.67	3.82
직업	관리/전문/사무직	1073	3.58	3.60	3.56	3.57	3.56	3.67	3.82	3.77	3.73	3.85
	서비스/판매직	215	3.57	3.64	3.63	3.62	3.61	3.74	3.88	3.78	3.75	3.89
	기계농림어업단순노무	212	3.52	3.56	3.59	3.63	3.60	3.72	3.88	3.79	3.72	3.79
	주부	238	3.46	3.48	3.52	3.54	3.59	3.61	3.80	3.66	3.73	3.88
	학생	116	3.52	3.58	3.65	3.68	3.49	3.60	3.80	3.80	3.72	3.80
	기타	146	3.52	3.60	3.47	3.58	3.52	3.61	3.79	3.77	3.73	3.88
가구소득	200만원 미만	166	3.44	3.47	3.43	3.55	3.48	3.51	3.65	3.65	3.62	3.67
	200~400만원 미만	543	3.48	3.53	3.52	3.57	3.55	3.64	3.80	3.74	3.70	3.82
	400~600만원 미만	563	3.57	3.59	3.54	3.54	3.54	3.66	3.78	3.73	3.71	3.83
	600만원 이상	728	3.61	3.64	3.63	3.63	3.61	3.73	3.92	3.83	3.80	3.92



〈표 5-76〉 가공식품 종류별 안전성 평가 [2/2]

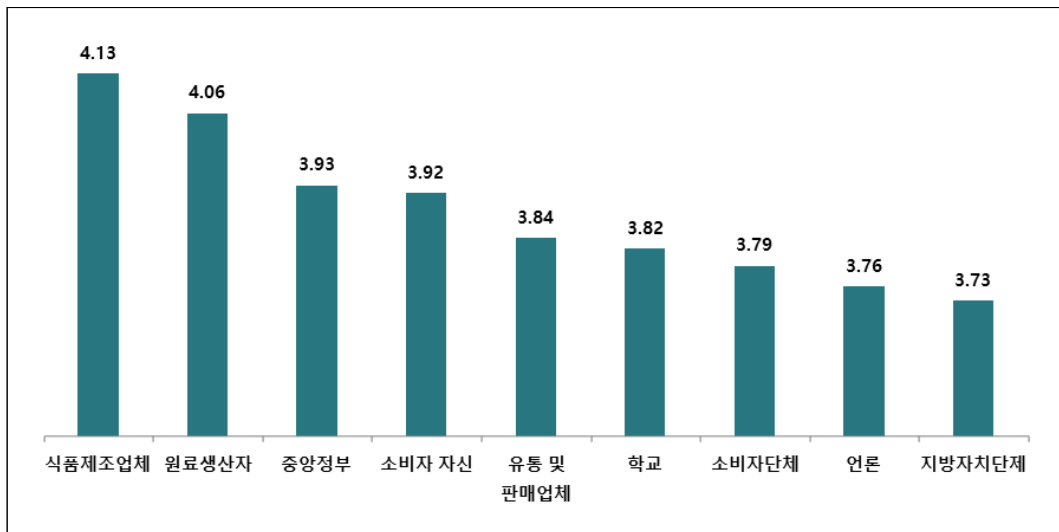
(단위: 명, 5점 평균)

구분		사례수	빵 및 떡류	과자류	면류	연식품	곡물 가공품	커피 및 차	음료류	주류	간편식	건강 기능 식품
전체		2000	3.75	3.73	3.79	3.81	3.83	3.92	3.80	3.86	3.73	3.90
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.75	3.68	3.72	3.79	3.76	3.83	3.73	3.75	3.71	3.83
	그외	1218	3.75	3.76	3.83	3.83	3.87	3.98	3.84	3.92	3.75	3.95
권역	수도권	1002	3.75	3.73	3.78	3.80	3.80	3.90	3.79	3.85	3.72	3.89
	충청권	219	3.71	3.72	3.73	3.80	3.82	3.91	3.76	3.87	3.69	3.85
	호남권	219	3.79	3.67	3.82	3.86	3.88	3.98	3.79	3.91	3.77	4.00
	대경권	195	3.81	3.78	3.89	3.88	3.91	4.00	3.91	3.90	3.81	3.99
	동남권	304	3.73	3.74	3.79	3.81	3.84	3.96	3.83	3.87	3.76	3.94
	강원권	61	3.67	3.75	3.70	3.72	3.69	3.80	3.68	3.64	3.57	3.64
가구원수	1인	331	3.71	3.66	3.74	3.74	3.73	3.82	3.78	3.80	3.71	3.80
	2인	367	3.66	3.70	3.81	3.75	3.81	3.91	3.78	3.86	3.65	3.91
	3인	598	3.74	3.69	3.75	3.80	3.82	3.93	3.76	3.84	3.66	3.89
	4인 이상	704	3.83	3.80	3.82	3.89	3.89	3.97	3.85	3.90	3.85	3.97
성별	남성	978	3.78	3.77	3.85	3.83	3.86	3.98	3.86	3.93	3.77	3.95
	여성	1022	3.72	3.69	3.73	3.79	3.80	3.87	3.74	3.79	3.70	3.86
연령	20대	267	3.73	3.70	3.67	3.84	3.74	3.85	3.75	3.80	3.70	3.78
	30대	410	3.76	3.68	3.76	3.76	3.77	3.81	3.73	3.71	3.71	3.84
	40대	502	3.73	3.68	3.74	3.79	3.79	3.90	3.78	3.81	3.71	3.86
	50대	386	3.84	3.85	3.92	3.89	3.92	4.08	3.90	4.01	3.85	4.04
	60대 이상	435	3.70	3.73	3.81	3.80	3.88	3.97	3.83	3.96	3.70	3.97
학력	고졸 이하	460	3.68	3.68	3.75	3.82	3.82	3.90	3.80	3.87	3.69	3.87
	대졸	1311	3.78	3.75	3.81	3.83	3.84	3.94	3.80	3.86	3.77	3.92
	대학원졸	229	3.74	3.70	3.73	3.72	3.76	3.88	3.81	3.82	3.60	3.90
직업	관리/전문/사무직	1073	3.78	3.75	3.81	3.81	3.83	3.93	3.80	3.86	3.74	3.91
	서비스/판매직	215	3.73	3.73	3.80	3.90	3.84	3.93	3.86	3.80	3.77	3.89
	기계농림어업단순노무	212	3.73	3.74	3.76	3.76	3.85	3.86	3.78	3.86	3.72	3.89
	주부	238	3.69	3.65	3.76	3.80	3.81	3.96	3.77	3.90	3.72	3.96
	학생	116	3.71	3.66	3.66	3.88	3.79	3.90	3.79	3.83	3.80	3.79
	기타	146	3.71	3.73	3.76	3.75	3.79	3.93	3.79	3.91	3.65	3.92
가구소득	200만원 미만	166	3.56	3.50	3.54	3.66	3.64	3.73	3.62	3.68	3.57	3.70
	200~400만원 미만	543	3.72	3.70	3.80	3.77	3.80	3.90	3.81	3.85	3.70	3.86
	400~600만원 미만	563	3.74	3.71	3.76	3.81	3.78	3.92	3.75	3.82	3.74	3.90
	600만원 이상	728	3.83	3.81	3.84	3.88	3.92	3.99	3.88	3.93	3.79	3.98

### 3.4. 가공식품 안전관리를 위한 각 주체별 중요도

- 가공식품 안전관리를 위한 각 주체별 중요도는 '식품제조업체'가 4.13점으로 가장 높고, '원료 생산자'가 4.06점, '중앙 정부'가 3.93점, '소비자 자신'이 3.92점 순으로 나타남.
- 연령별로 보았을 때, 40대 이상의 고연령에서 다양한 주체가 모두 중요하다고 인식하고 있는 것으로 나타남.

〈그림 5-69〉 가공식품 안전관리를 위한 각 주체별 중요도



〈표 5-77〉 가공식품 안전관리를 위한 각 주체별 중요도

(단위: 명, 5점 평균)

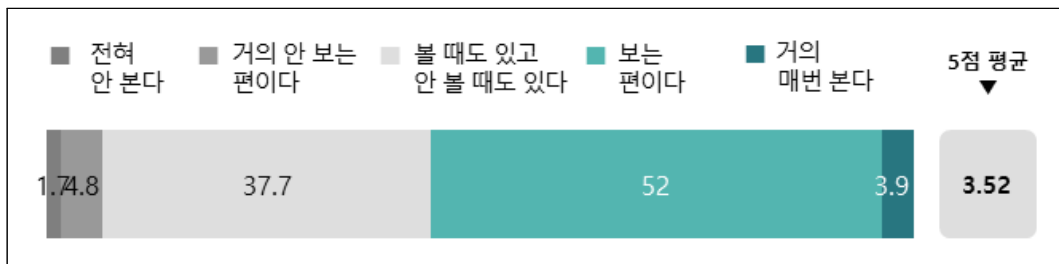
구분		사례수	중앙 정부	지방 자치 단체	원료 생산자	식품 제조 업체	유통 및 판매 업체	소비자 자신	학교	소비자 단체	언론
전체		2000	3.93	3.73	4.06	4.13	3.84	3.92	3.82	3.79	3.76
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.76	3.59	3.92	3.95	3.75	3.80	3.73	3.67	3.63
	그외	1218	4.05	3.82	4.15	4.24	3.90	3.99	3.88	3.87	3.84
권역	수도권	1002	3.94	3.75	4.06	4.11	3.84	3.93	3.82	3.82	3.78
	충청권	219	3.92	3.70	4.05	4.19	3.85	3.87	3.87	3.74	3.73
	호남권	219	3.91	3.67	4.04	4.13	3.81	3.87	3.88	3.81	3.72
	대경권	195	3.98	3.83	4.07	4.19	3.91	3.98	3.83	3.83	3.83
	동남권	304	3.89	3.69	4.04	4.09	3.84	3.92	3.77	3.71	3.68
	강원권	61	3.97	3.64	4.11	4.11	3.82	3.92	3.75	3.72	3.80
가구원수	1인	331	3.83	3.67	3.92	3.98	3.69	3.81	3.66	3.73	3.65
	2인	367	4.04	3.78	4.16	4.23	3.90	3.98	3.87	3.82	3.81
	3인	598	3.91	3.72	4.06	4.17	3.88	3.92	3.83	3.78	3.72
	4인 이상	704	3.95	3.75	4.07	4.10	3.85	3.93	3.87	3.82	3.81
성별	남성	978	3.93	3.72	4.06	4.13	3.81	3.92	3.80	3.77	3.72
	여성	1022	3.94	3.74	4.05	4.12	3.88	3.92	3.85	3.82	3.80
연령	20대	267	3.67	3.57	3.80	3.85	3.71	3.68	3.66	3.64	3.58
	30대	410	3.78	3.58	3.93	3.97	3.71	3.83	3.73	3.69	3.62
	40대	502	3.97	3.75	4.15	4.17	3.91	3.97	3.88	3.81	3.85
	50대	386	4.08	3.87	4.18	4.30	3.92	4.05	3.94	3.92	3.87
	60대 이상	435	4.06	3.84	4.13	4.24	3.89	3.98	3.83	3.86	3.80
학력	고졸 이하	460	3.95	3.72	4.01	4.11	3.85	3.88	3.78	3.77	3.72
	대졸	1311	3.92	3.73	4.07	4.13	3.84	3.93	3.84	3.79	3.76
	대학원졸	229	4.00	3.75	4.10	4.14	3.86	3.94	3.83	3.83	3.80
직업	관리/전문/사무직	1073	3.95	3.74	4.09	4.14	3.85	3.97	3.84	3.81	3.77
	서비스/판매직	215	3.80	3.66	4.00	4.01	3.81	3.80	3.73	3.67	3.65
	기계농림어업단순노무	212	3.80	3.62	3.83	3.94	3.63	3.73	3.60	3.66	3.63
	주부	238	4.05	3.87	4.18	4.32	4.03	4.03	4.02	3.94	3.91
	학생	116	3.88	3.66	3.94	3.95	3.79	3.78	3.70	3.74	3.62
	기타	146	4.05	3.79	4.15	4.28	3.90	3.97	3.92	3.88	3.88
	기타	146	4.05	3.79	4.15	4.28	3.90	3.97	3.92	3.88	3.88
가구소득	200만원 미만	166	3.86	3.70	3.93	4.07	3.72	3.75	3.62	3.68	3.56
	200~400만원 미만	543	3.88	3.65	4.01	4.06	3.80	3.90	3.80	3.74	3.69
	400~600만원 미만	563	3.90	3.73	4.04	4.13	3.84	3.93	3.83	3.80	3.75
	600만원 이상	728	4.02	3.80	4.14	4.18	3.90	3.97	3.88	3.86	3.85

### 3.5. 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향

○ 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향이 있는가에 대한 질문에 과반이상이 지불의향을 보임('그런 편이다' 52.0%, '보통이다' 37.7%).

- 권역별로 수도권 거주자의 지불 의향이 가장 높고, 대경권이 가장 낮은 의향을 보임.
- 가구소득별로 보았을 때, 소득이 높을수록 높은 지불의향을 보임.
- 성별로 보았을 때, 남성보다는 여성에서 높은 지불의향을 보임

〈그림 5-70〉 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향



〈표 5-78〉 안전한 가공식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향

(단위: 명, %, 5점 평균)

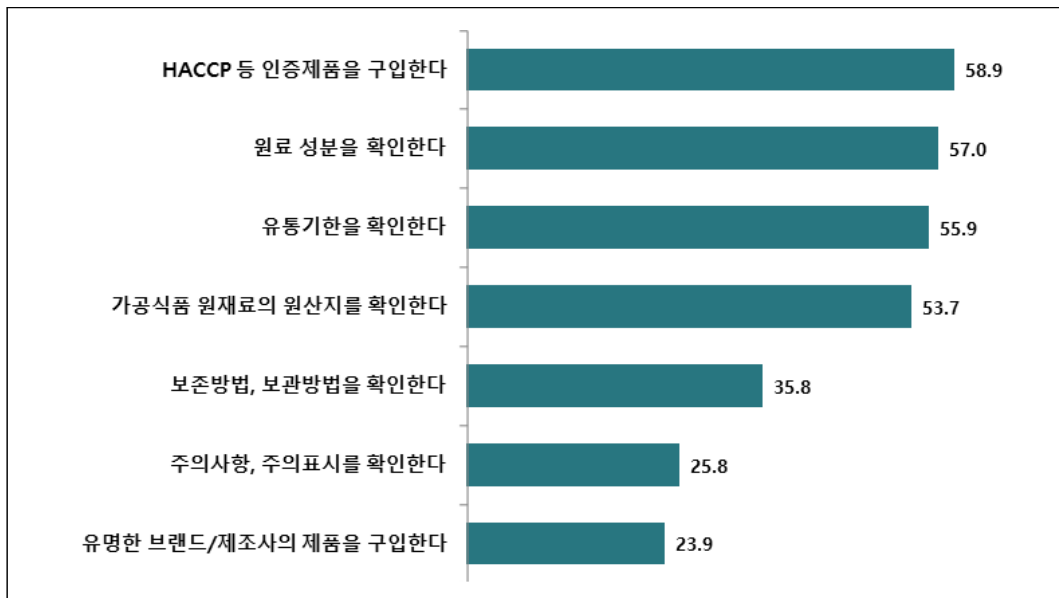
구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다	척도평균
전체		2000	1.7	4.8	37.7	52.0	3.9	3.52
MZ세대 구분	MZ세대	782	1.3	4.6	38.5	50.9	4.7	3.53
	그외	1218	1.9	4.9	37.2	52.7	3.3	3.51
권역	수도권	1002	1.2	3.5	36.4	54.3	4.6	3.58
	충청권	219	0.9	5.5	38.4	52.5	2.7	3.51
	호남권	219	1.4	4.1	46.1	45.7	2.7	3.44
	대경권	195	5.1	6.2	33.8	52.3	2.6	3.41
	동남권	304	1.3	8.2	38.2	48.7	3.6	3.45
	강원권	61	3.3	4.9	36.1	50.8	4.9	3.49
가구원수	1인	331	1.8	5.4	44.7	44.7	3.3	3.42
	2인	367	2.5	5.7	41.1	48.0	2.7	3.43
	3인	598	1.5	5.4	38.3	51.8	3.0	3.49
	4인 이상	704	1.3	3.6	32.1	57.7	5.4	3.62
성별	남성	978	2.1	5.7	37.6	51.5	3.0	3.47
	여성	1022	1.2	3.9	37.8	52.4	4.7	3.56
연령	20대	267	1.1	4.5	44.6	46.1	3.7	3.47
	30대	410	1.0	5.6	36.1	51.7	5.6	3.55
	40대	502	2.2	3.6	36.3	54.6	3.4	3.53
	50대	386	1.3	4.9	33.4	57.8	2.6	3.55
	60대 이상	435	2.3	5.5	40.5	47.8	3.9	3.46
학력	고졸 이하	460	2.6	6.1	47.4	40.2	3.7	3.36
	대졸	1311	1.4	4.6	34.6	55.5	4.0	3.56
	대학원졸	229	1.3	3.5	36.2	55.5	3.5	3.56
직업	관리/전문/사무직	1073	1.4	4.8	33.0	57.2	3.6	3.57
	서비스/판매직	215	3.3	4.7	43.3	46.5	2.3	3.40
	기계농림어업단순노무	212	1.9	6.1	42.9	45.8	3.3	3.42
	주부	238	1.3	2.9	39.1	50.4	6.3	3.58
	학생	116	0.9	2.6	44.0	47.4	5.2	3.53
	기타	146	2.1	8.2	49.3	37.0	3.4	3.32
가구소득	200만원 미만	166	3.6	10.2	54.2	29.5	2.4	3.17
	200~400만원 미만	543	2.4	5.5	47.7	42.2	2.2	3.36
	400~600만원 미만	563	0.9	4.6	35.3	55.1	4.1	3.57
	600만원 이상	728	1.2	3.2	28.3	62.1	5.2	3.67

### 3.6. 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동

○ 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동은 ‘HACCP 등 인증제품을 구입’한다는 의견이 58.9%로 가장 높았으며, ‘원료 성분을 확인’하겠다는 의견이 57.0%, ‘유통기한을 확인’한다는 의견이 55.9%로 높게 나타남.

- 권역별로, 대경권 거주자는 ‘가공식품 원재료의 원산지’를 확인하겠다는 의견이 가장 많으며 강원도 거주자는 ‘유통기한’을 확인하겠다는 의견이 많음.

〈그림 5-71〉 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동(복수 응답)



〈표 5-79〉 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하는 행동(복수 응답)

(단위: 명, %)

구분	사례수	HACCP 등 인증 제품을 구입한다	원료 성분을 확인한다	유통 기한을 확인한다	가공식품 원재료의 원산지를 확인한다	보존방법, 보관 방법을 확인한다	주의사항, 주의 표시를 확인한다	유명한 브랜드/ 제조사의 제품을 구입한다	
전체	2000	58.9	57.0	55.9	53.7	35.8	25.8	23.9	
MZ세대 구분	MZ세대	782	52.0	54.0	49.2	50.1	31.2	20.2	20.1
	그외	1218	63.2	58.9	60.1	55.9	38.7	29.3	26.3
권역	수도권	1002	60.3	59.0	54.5	53.6	36.2	26.0	25.0
	충청권	219	58.9	54.8	58.0	53.4	35.6	25.1	19.6
	호남권	219	56.2	51.6	55.7	52.1	32.9	23.3	22.4
	대경권	195	55.9	55.9	51.8	59.0	33.8	25.1	20.5
	동남권	304	57.6	58.6	59.2	53.9	35.5	25.0	25.3
	강원권	61	60.7	45.9	67.2	42.6	45.9	37.7	27.9
가구원수	1인	331	50.5	51.7	55.6	45.3	33.2	22.1	23.6
	2인	367	60.8	60.8	59.1	56.1	43.6	30.0	22.3
	3인	598	58.5	57.2	56.0	55.5	32.9	26.3	22.1
	4인 이상	704	62.1	57.2	54.1	54.7	35.2	24.9	26.3
성별	남성	978	59.0	52.5	58.6	51.4	34.3	25.4	25.4
	여성	1022	58.7	61.3	53.2	55.8	37.2	26.1	22.4
연령	20대	267	46.8	49.8	47.9	53.2	29.2	18.0	16.9
	30대	410	53.7	53.4	48.3	47.8	32.0	21.0	22.4
	40대	502	63.9	60.8	56.2	51.2	33.5	25.1	21.5
	50대	386	61.9	57.5	60.1	59.3	39.4	29.0	29.3
	60대 이상	435	62.5	59.8	63.7	57.2	42.8	32.9	27.4
학력	고졸 이하	460	56.5	51.5	55.9	54.3	35.9	27.0	22.2
	대졸	1311	59.7	58.8	55.8	53.4	35.4	24.9	23.1
	대학원졸	229	58.5	57.2	55.9	53.7	37.6	28.4	31.4
직업	관리/전문/사무직	1073	62.3	56.8	54.2	53.6	34.9	24.8	25.9
	서비스/판매직	215	49.3	57.2	58.1	48.8	34.0	21.4	18.6
	기계/농림어업/단순노무	212	47.6	47.2	55.2	51.9	38.2	26.9	17.9
	주부	238	65.1	65.5	61.8	58.4	41.6	34.0	26.1
	학생	116	55.2	48.3	48.3	55.2	28.4	18.1	19.8
	기타	146	56.8	65.1	61.6	54.8	37.0	30.1	24.7
가구소득	200만원 미만	166	54.2	52.4	51.8	45.8	30.1	24.7	20.5
	200~400만원 미만	543	54.1	53.8	56.7	52.7	34.8	25.8	21.0
	400~600만원 미만	563	61.5	57.5	57.0	53.6	36.6	27.2	22.0
	600만원 이상	728	61.4	59.9	55.2	56.2	37.1	24.9	28.2

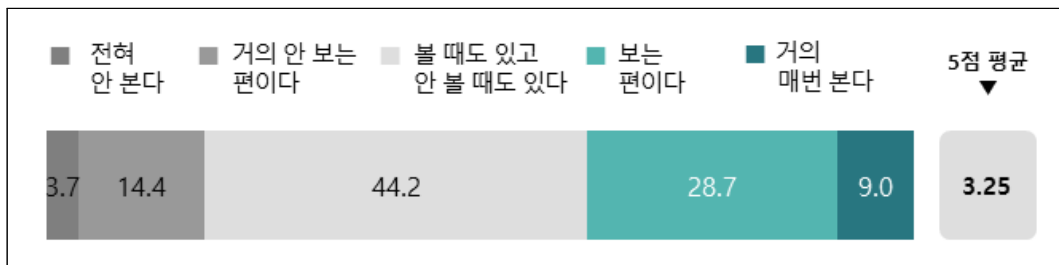
## 4. 가공식품 표시/정보

### 4.1. 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부

○ 가공 식품 구매 시 표시 내용 확인 여부는 ‘볼 때도 있고 안 볼 때도 있다’는 의견이 44.2%로 가장 높게 나타났지만, 보지 않는 비율보다는 보는 비율이 2배 이상 높음.

- 권역별로 수도권 거주자의 표시 내용 확인 여부가 가장 높게 나타났으며, 대경권이 가장 낮은 수치를 보임.
- 3인 가구에서 확인 여부가 가장 높았으며, 1인 가구는 비교적 낮은 편임.

〈그림 5-72〉 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부





〈표 5-80〉 가공식품 구매 시 표시 내용 확인 여부

(단위: 명, %, 5점 평균)

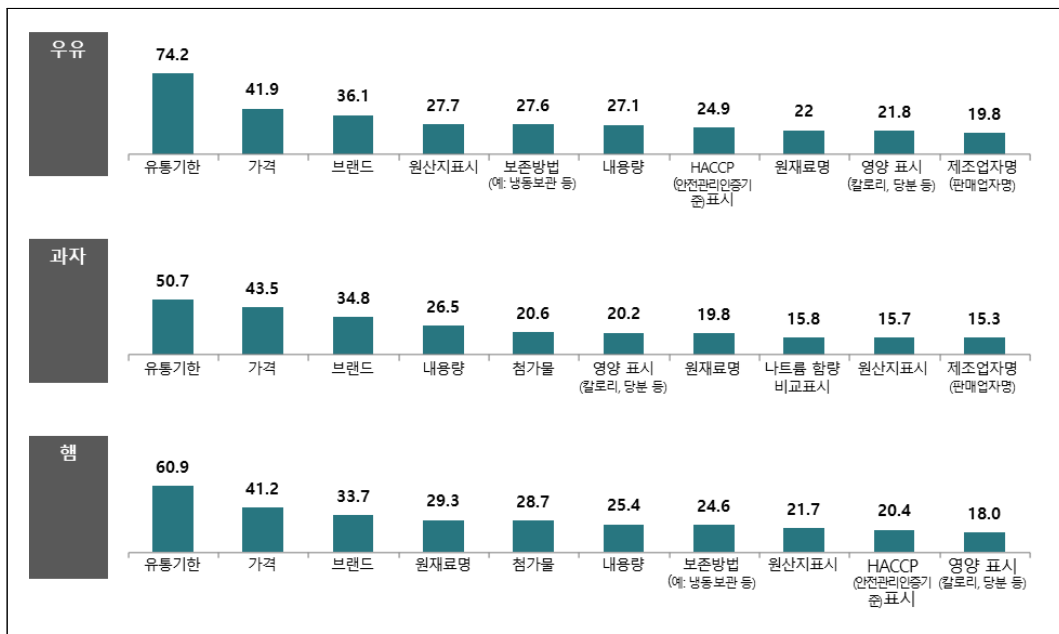
구분		사례수	전혀 안 본다	거의 안 보는 편이다	볼 때도 있고 안 볼 때도 있다	보는 편이다	거의 매번 본다	척도평균
전체		2000	3.7	14.4	44.2	28.7	9.0	3.25
MZ세대 구분	MZ세대	782	5.4	15.2	47.4	24.3	7.7	3.14
	그외	1218	2.6	13.9	42.1	31.5	9.9	3.32
권역	수도권	1002	3.1	13.6	44.5	29.3	9.5	3.29
	충청권	219	3.7	16.4	44.3	26.5	9.1	3.21
	호남권	219	4.1	14.2	45.2	28.3	8.2	3.22
	대경권	195	5.6	15.9	42.6	27.7	8.2	3.17
	동남권	304	4.3	15.1	43.4	28.0	9.2	3.23
	강원권	61	3.3	13.1	44.3	34.4	4.9	3.25
가구원수	1인	331	5.4	16.6	41.4	27.2	9.4	3.18
	2인	367	3.5	14.2	45.5	29.7	7.1	3.23
	3인	598	3.3	12.7	45.0	29.3	9.7	3.29
	4인 이상	704	3.3	14.9	44.2	28.4	9.2	3.25
성별	남성	978	3.8	15.3	44.8	29.4	6.6	3.20
	여성	1022	3.6	13.5	43.6	28.0	11.3	3.30
연령	20대	267	6.7	15.7	51.3	19.1	7.1	3.04
	30대	410	5.6	17.3	45.1	25.1	6.8	3.10
	40대	502	3.2	12.9	43.4	31.1	9.4	3.30
	50대	386	1.8	14.8	43.8	28.8	10.9	3.32
	60대 이상	435	2.3	12.2	40.2	35.2	10.1	3.39
학력	고졸 이하	460	3.7	15.0	45.2	27.8	8.3	3.22
	대졸	1311	3.8	13.9	44.3	28.9	9.1	3.26
	대학원졸	229	3.1	16.2	41.5	29.3	10.0	3.27
직업	관리/전문/사무직	1073	3.4	13.6	44.5	29.6	8.9	3.27
	서비스/판매직	215	4.7	22.8	40.9	26.5	5.1	3.05
	기계농림어업단순노무	212	7.1	17.0	42.5	23.6	9.9	3.12
	주부	238	1.7	6.7	40.3	37.8	13.4	3.55
	학생	116	3.4	18.1	50.9	21.6	6.0	3.09
	기타	146	2.7	13.7	50.7	23.3	9.6	3.23
가구소득	200만원 미만	166	6.6	14.5	47.6	22.9	8.4	3.12
	200~400만원 미만	543	3.1	16.6	43.5	28.9	7.9	3.22
	400~600만원 미만	563	3.6	13.3	45.6	29.5	8.0	3.25
	600만원 이상	728	3.6	13.6	42.9	29.3	10.7	3.30

#### 4.2. 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수 응답)

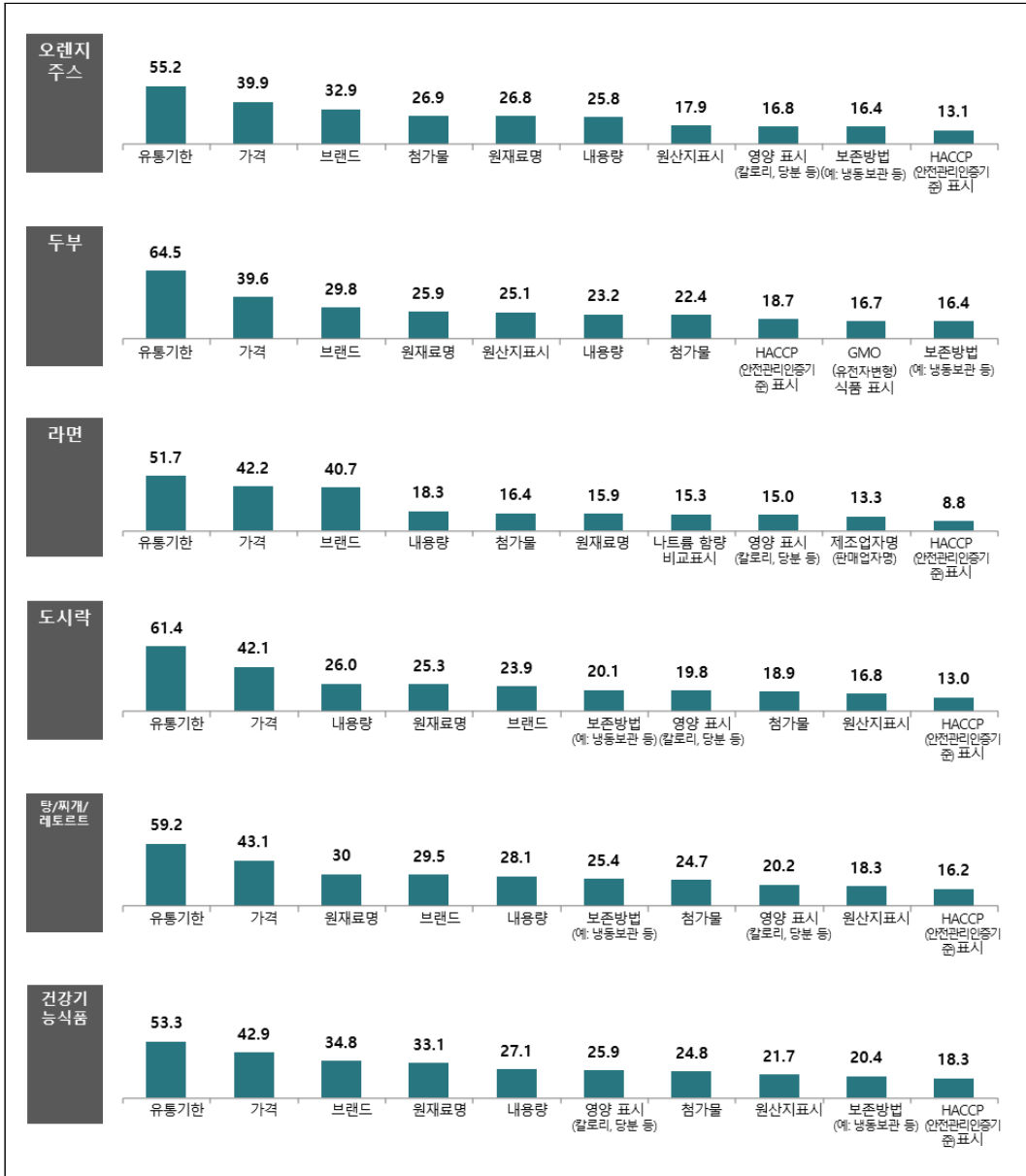
○ 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용은 대부분의 품목에서 ‘유통기한 확인’이 가장 높게 나타나고, ‘가격’, ‘브랜드’ 순으로 나타남.

- 도시락 품목의 경우는 ‘브랜드’보다 ‘내용량’에 대한 중요도가 높게 나타남.

〈그림 5-73〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수 응답) [1/2]



〈그림 5-73〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수 응답) [2/2]



〈표 5-81〉 구입 시 실제로 확인하는 표시 내용(복수 응답)

(단위: 명, %)

구분	사례수	유통 기한	가격	브랜드	원재료명	내용량	첨가물	원산지 표시	영양 표시	보존 방법
전체	17334	59.0	41.8	32.9	25.3	25.3	22.3	19.2	19.1	18.9
우유	1926	74.2	41.9	36.1	22.0	27.1	17.8	27.7	21.8	27.6
과자	1926	50.7	43.5	34.8	19.8	26.5	20.6	15.7	20.2	13.4
햄	1926	60.9	41.2	33.7	29.3	25.4	28.7	21.7	18.0	24.6
오렌지주스	1926	55.2	39.9	32.9	26.8	25.8	26.9	17.9	16.8	16.4
두부	1926	64.5	39.6	29.8	25.9	23.2	22.4	25.1	13.9	16.4
라면	1926	51.7	42.2	40.7	15.9	18.3	16.4	8.3	15.1	6.2
도시락	1926	61.4	42.1	23.9	25.3	26.0	18.9	16.8	19.8	20.1
탕/찌개/레토르트	1926	59.2	43.1	29.5	30.0	28.1	24.7	18.3	20.2	25.4
건강기능식품	1926	53.3	42.9	34.8	33.1	27.1	24.8	21.7	25.9	20.4

구분	사례수	HACCP 표시	제조 업자명	GMO 식품표시	나트륨 함량 비교표시	가공식품 KS 표시	유기가공 식품인증 표시	재활용 분리배출 표시	건강기능 식품 인증표시	전통식품 인증표시
전체	17334	16.5	14.7	11.7	11.3	11.2	10.1	6.8	5.7	5.4
우유	1926	24.9	19.8	14.7	10.0	15.9	13.5	10.0	8.1	6.0
과자	1926	15.1	15.3	12.9	15.8	11.6	10.2	8.5	4.7	5.0
햄	1926	20.4	14.3	13.0	17.3	13.1	13.7	6.0	4.2	5.2
오렌지주스	1926	13.1	11.8	9.4	6.4	8.7	8.2	7.3	3.4	3.9
두부	1926	18.7	14.4	16.7	5.5	11.6	10.5	6.3	3.6	7.7
라면	1926	8.8	13.3	8.8	15.3	8.6	7.7	5.3	2.8	4.2
도시락	1926	13.0	12.5	9.8	11.5	9.1	8.6	6.4	3.9	4.7
탕/찌개/레토르트	1926	16.2	14.2	9.7	15.3	11.0	8.7	6.4	4.1	6.2
건강기능식품	1926	18.3	16.3	10.6	4.8	11.1	9.7	5.0	16.1	5.3

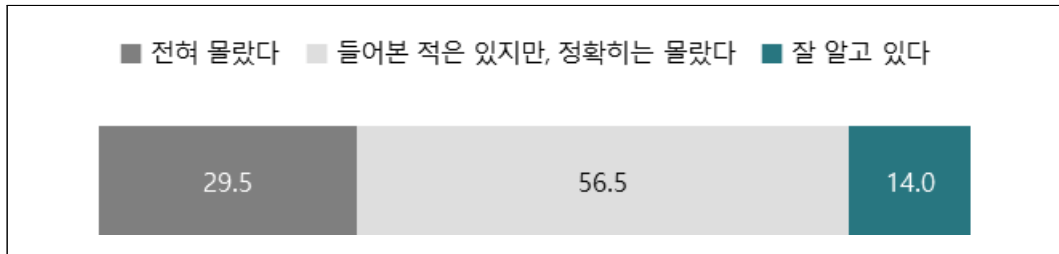
구분	사례수	이력추적 관리표시	방사선 조사식품 표시	식품명인 표시	지리적 표시	알레르기 주의표시	어린이 기 호식품 인 증표시	지자체 등 기타인증 표시	무글루텐 표시	기타
전체	17334	3.9	3.7	3.1	3.0	3.0	2.0	1.8	1.5	0.3
우유	1926	4.3	4.3	2.9	4.3	5.1	2.4	1.5	1.9	0.0
과자	1926	3.7	3.7	3.1	2.7	4.6	3.1	1.6	1.7	0.1
햄	1926	4.4	4.0	3.4	3.0	3.8	3.1	1.7	1.5	0.3
오렌지주스	1926	4.0	3.5	3.4	3.6	1.5	1.6	2.1	1.4	0.4
두부	1926	4.0	3.1	3.1	3.1	1.5	1.6	1.9	1.3	0.0
라면	1926	2.6	3.1	3.3	2.7	1.6	1.6	1.7	1.6	0.2
도시락	1926	4.2	3.8	3.2	2.3	2.7	1.5	1.9	1.3	0.8
탕/찌개/레토르트	1926	3.8	3.4	2.3	2.5	2.0	1.7	1.7	1.0	0.7
건강기능식품	1926	4.3	4.5	3.1	2.9	4.3	1.5	2.3	1.5	0.2

### 4.3. 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도

○ 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도는 들어본 적은 있지만 정확히 몰랐다는 의견이 56.5%로 절반 정도로 나타남.

- MZ 세대가 비 MZ 세대보다 인지도가 다소 높음.
- 권역별로 수도권 거주자의 인지도가 가장 높고, 동남권이 가장 낮게 나타남.
- 가구원수별로 보았을 때, 1인 가구의 경우가 인지도가 가장 높고, 3인 가구가 가장 낮게 나타남.

〈그림 5-74〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도



〈표 5-82〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 인지도

(단위: 명, %)

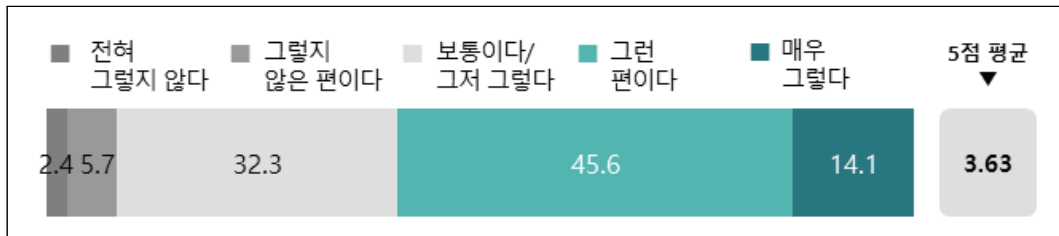
구분		사례수	전혀 몰랐다	들어본 적은 있지만, 정확히는 몰랐다	잘 알고 있다
전체		2000	29.5	56.5	14.0
MZ세대 구분	MZ세대	782	29.2	54.6	16.2
	그외	1218	29.7	57.7	12.6
권역	수도권	1002	26.4	58.1	15.5
	충청권	219	32.9	55.7	11.4
	호남권	219	32.4	54.3	13.2
	대경권	195	29.2	56.9	13.8
	동남권	304	34.9	52.0	13.2
	강원권	61	31.1	62.3	6.6
가구원수	1인	331	33.2	55.3	11.5
	2인	367	30.0	55.3	14.7
	3인	598	27.4	60.0	12.5
	4인 이상	704	29.3	54.7	16.1
성별	남성	978	31.6	55.2	13.2
	여성	1022	27.5	57.7	14.8
연령	20대	267	30.7	52.4	16.9
	30대	410	30.2	54.6	15.1
	40대	502	26.7	60.8	12.5
	50대	386	30.3	57.0	12.7
	60대 이상	435	30.6	55.4	14.0
학력	고졸 이하	460	32.0	52.4	15.7
	대졸	1311	28.3	59.2	12.5
	대학원졸	229	31.4	49.3	19.2
직업	관리/전문/사무직	1073	28.5	56.7	14.8
	서비스/판매직	215	28.4	60.9	10.7
	기계/농림어업/단순노무	212	36.8	52.8	10.4
	주부	238	26.5	58.4	15.1
	학생	116	31.0	51.7	17.2
	기타	146	31.5	54.8	13.7
가구소득	200만원 미만	166	33.1	57.8	9.0
	200~400만원 미만	543	33.1	55.1	11.8
	400~600만원 미만	563	28.2	56.3	15.5
	600만원 이상	728	26.9	57.4	15.7

#### 4.4. 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬성 의향

○ 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬성 의향은 ‘그런 편이다’라는 의견이 45.6%로 가장 높고 ‘보통이다’라는 의견이 32.3%로 나타남.

- MZ 세대보다 비 MZ 세대가 찬성하는 의향이 높게 나타남.
- 권역별로 수도권 거주자의 찬성도가 가장 높고, 강원권이 가장 낮게 나타남.
- 가구원수별로 4인 이상 가구에서 가장 높은 찬성 의향을 보임.

〈그림 5-75〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬성 의향



〈표 5-83〉 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대한 찬성 의향

(단위: 명, %, 5점 평균)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다	척도평균
전체		2000	2.4	5.7	32.3	45.6	14.1	3.63
MZ세대 구분	MZ세대	782	2.0	6.3	35.9	41.9	13.8	3.59
	그외	1218	2.5	5.3	30.0	47.9	14.3	3.66
권역	수도권	1002	2.1	5.5	30.4	47.2	14.8	3.67
	충청권	219	2.3	7.8	32.9	45.7	11.4	3.56
	호남권	219	2.7	4.1	36.5	41.6	15.1	3.62
	대경권	195	2.6	5.1	31.3	46.2	14.9	3.66
	동남권	304	2.6	6.3	34.5	43.4	13.2	3.58
	강원권	61	3.3	4.9	37.7	42.6	11.5	3.54
가구원수	1인	331	2.4	7.3	33.5	39.9	16.9	3.62
	2인	367	2.7	3.5	35.1	45.8	12.8	3.62
	3인	598	2.3	5.9	33.1	45.5	13.2	3.61
	4인 이상	704	2.1	5.8	29.5	48.3	14.2	3.67
성별	남성	978	2.9	7.0	31.4	44.7	14.1	3.60
	여성	1022	1.9	4.4	33.2	46.5	14.1	3.67
연령	20대	267	2.2	10.1	35.2	40.8	11.6	3.49
	30대	410	2.2	3.9	37.6	41.0	15.4	3.63
	40대	502	2.0	4.6	29.1	51.0	13.3	3.69
	50대	386	1.8	4.7	29.3	48.2	16.1	3.72
	60대 이상	435	3.4	6.7	32.0	44.4	13.6	3.58
학력	고졸 이하	460	2.4	6.3	35.2	41.1	15.0	3.60
	대졸	1311	2.4	5.3	31.5	47.1	13.7	3.64
	대학원졸	229	1.7	6.1	31.0	46.3	14.8	3.66
직업	관리/전문/사무직	1073	2.2	4.8	29.5	48.3	15.1	3.69
	서비스/판매직	215	1.9	6.0	40.0	39.1	13.0	3.55
	기계농림어업단순노무	212	3.3	9.4	40.6	35.4	11.3	3.42
	주부	238	2.1	5.0	26.5	53.4	13.0	3.70
	학생	116	1.7	10.3	30.2	42.2	15.5	3.59
	기타	146	3.4	2.7	40.4	40.4	13.0	3.57
가구소득	200만원 미만	166	2.4	9.0	36.1	38.6	13.9	3.52
	200~400만원 미만	543	2.4	5.9	36.6	41.4	13.6	3.58
	400~600만원 미만	563	2.7	5.2	31.8	46.5	13.9	3.64
	600만원 이상	728	2.1	5.1	28.6	49.6	14.7	3.70



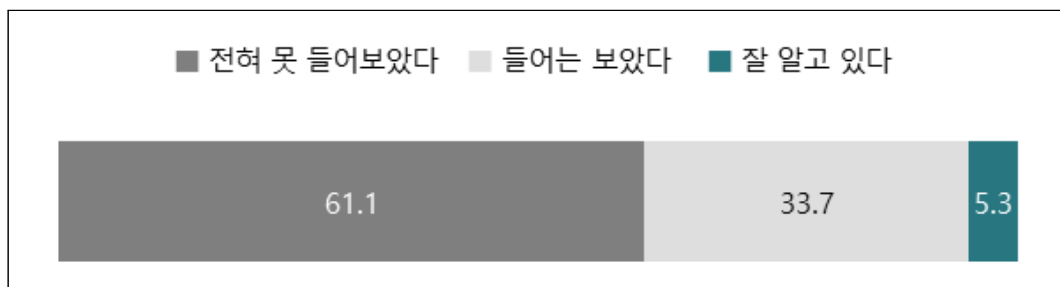
## 5. 소상공인 생계형 적합업종제도

### 5.1. 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도

○ 소상공인 생계형 적합업종제도에 대해 '전혀 들어보지 못했다'는 의견이 61.1%인 가운데, 잘 알고 있다는 응답은 5.3%로 전반적으로 낮은 인지도를 보임.

- 권역별로 보았을 때, 수도권 거주자가 다소 높은 인지도를 보이고, 강원권 거주자가 가장 낮은 인지도를 보임.
- 성별로는 남성, 가구소득은 고소득, 가구원수가 많을수록 인지도가 높게 나타남.

〈그림 5-76〉 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도



〈표 5-84〉 소상공인 생계형 적합업종제도 인지도

(단위: 명, %)

구분		사례수	전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다
전체		2000	61.1	33.7	5.3
MZ세대 구분	MZ세대	782	61.0	33.0	6.0
	그외	1218	61.1	34.1	4.8
권역	수도권	1002	58.1	35.5	6.4
	충청권	219	61.6	35.6	2.7
	호남권	219	62.6	33.3	4.1
	대경권	195	66.2	27.2	6.7
	동남권	304	63.8	32.2	3.9
	강원권	61	72.1	24.6	3.3
가구원수	1인	331	71.6	24.5	3.9
	2인	367	64.6	32.4	3.0
	3인	598	61.2	33.9	4.8
	4인 이상	704	54.1	38.4	7.5
성별	남성	978	59.0	36.0	5.0
	여성	1022	63.0	31.4	5.6
연령	20대	267	56.2	37.1	6.7
	30대	410	62.4	31.2	6.3
	40대	502	65.5	29.7	4.8
	50대	386	57.8	38.6	3.6
	60대 이상	435	60.5	34.0	5.5
학력	고졸 이하	460	64.3	30.9	4.8
	대졸	1311	59.8	35.2	5.0
	대학원졸	229	61.6	30.6	7.9
직업	관리/전문/사무직	1073	60.9	33.7	5.4
	서비스/판매직	215	56.3	38.1	5.6
	기계/농림어업/단순노무	212	60.8	32.1	7.1
	주부	238	62.2	31.9	5.9
	학생	116	65.5	31.9	2.6
	기타	146	64.4	32.9	2.7
가구소득	200만원 미만	166	69.9	27.1	3.0
	200~400만원 미만	543	67.2	28.7	4.1
	400~600만원 미만	563	60.7	33.9	5.3
	600만원 이상	728	54.7	38.6	6.7

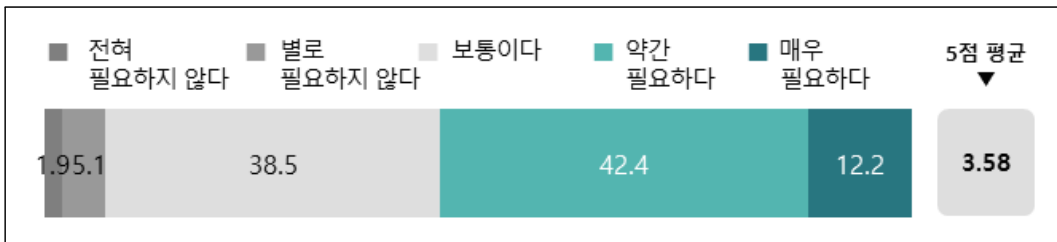
## 5.2. 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요도

○ 소상공인 생계형 적합업종제도가 필요한가에 대해 ‘약간 필요하다’는 의견이 42.4%, ‘매우 필요하다’라는 의견이 12.2%로 전반적으로 필요하다고 인식하고 있음.

- 권역별로 보았을 때, 호남권 거주자의 필요도가 가장 높게 나타났으며, 강원권이 가장 낮게 나타남.

- 연령별로 보았을 때, 50대와 60대에서 필요도 인식이 다른 연령대보다 높게 나타남.

〈그림 5-77〉 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요도



〈표 5-85〉 소상공인 생계형 적합업종제도의 필요도

(단위: 명, %, 5점 평균)

구분		사례수	전혀 필요하지 않다	별로 필요하지 않다	보통이다	약간 필요하다	매우 필요하다	척도평균
전체		2000	1.9	5.1	38.5	42.4	12.2	3.58
MZ세대 구분	MZ세대	782	1.7	6.0	43.0	40.4	9.0	3.49
	그외	1218	2.1	4.4	35.6	43.7	14.3	3.64
권역	수도권	1002	1.5	5.5	38.1	42.7	12.2	3.59
	충청권	219	1.8	5.9	33.8	45.7	12.8	3.62
	호남권	219	1.4	4.1	36.1	46.6	11.9	3.63
	대경권	195	3.6	3.1	42.6	37.9	12.8	3.53
	동남권	304	2.3	4.6	42.1	39.1	11.8	3.54
	강원권	61	3.3	6.6	37.7	41.0	11.5	3.51
가구원수	1인	331	3.0	6.6	43.8	36.3	10.3	3.44
	2인	367	1.6	4.4	39.2	41.4	13.4	3.60
	3인	598	2.2	5.5	39.6	42.6	10.0	3.53
	4인 이상	704	1.3	4.3	34.5	45.6	14.3	3.67
성별	남성	978	2.7	5.2	38.2	41.2	12.7	3.56
	여성	1022	1.2	4.9	38.6	43.5	11.7	3.60
연령	20대	267	1.1	6.7	47.2	37.5	7.5	3.43
	30대	410	2.4	5.6	41.5	40.5	10.0	3.50
	40대	502	1.8	4.6	41.6	42.2	9.8	3.54
	50대	386	0.8	3.6	30.3	47.4	17.9	3.78
	60대 이상	435	3.0	5.3	33.8	43.0	14.9	3.62
학력	고졸 이하	460	2.0	3.9	44.8	38.0	11.3	3.53
	대졸	1311	1.8	5.5	36.2	44.2	12.4	3.60
	대학원졸	229	2.6	4.8	38.9	41.0	12.7	3.56
직업	관리/전문/사무직	1073	2.0	5.1	36.8	43.5	12.6	3.60
	서비스/판매직	215	1.9	6.5	40.0	40.9	10.7	3.52
	기계농림어업단순노무	212	2.4	5.2	42.9	39.6	9.9	3.50
	주부	238	1.7	4.6	34.0	45.4	14.3	3.66
	학생	116	1.7	3.4	45.7	39.7	9.5	3.52
	기타	146	1.4	4.1	43.2	37.7	13.7	3.58
가구소득	200만원 미만	166	1.2	5.4	54.8	33.1	5.4	3.36
	200~400만원 미만	543	2.4	7.0	40.1	37.2	13.3	3.52
	400~600만원 미만	563	2.5	2.7	37.3	45.8	11.7	3.62
	600만원 이상	728	1.2	5.4	34.3	45.7	13.3	3.65

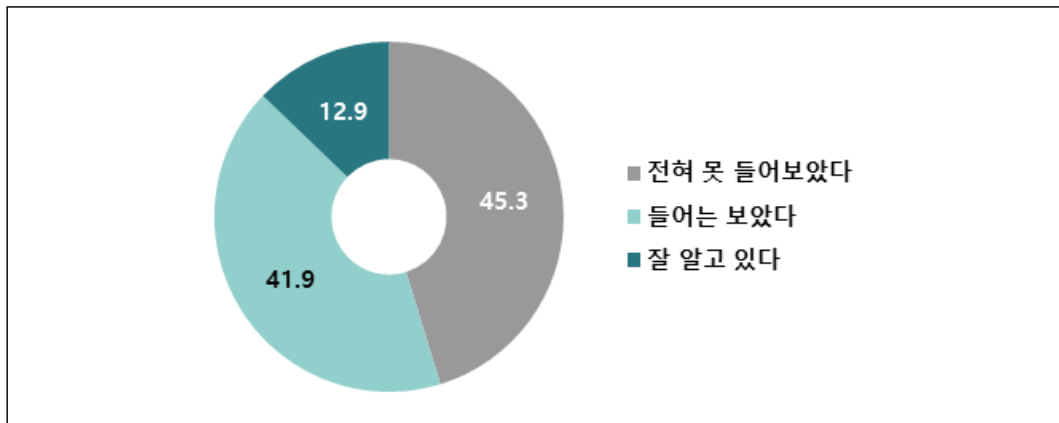
## 6. 기업의 사회적 책임

### 6.1. ESG 경영 인지도

○ ESG 경영 인지도는 ‘전혀 못 들어보았다’는 의견이 45.3%인 반면, ‘잘 알고 있다’는 응답은 12.9%로 전반적으로 낮은 인지도를 보임.

- 권역별로 보았을 때, 수도권 거주자의 인지도가 가장 높게 나타났으며 강원권이 가장 낮은 인지도를 보임.
- 가구원수가 많을수록 인지도가 높아지는 경향을 보임.
- 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 인지도가 높게 나타남.

〈그림 5-78〉 ESG 경영 인지도



〈표 5-86〉 ESG 경영 인지도

(단위: 명, %)

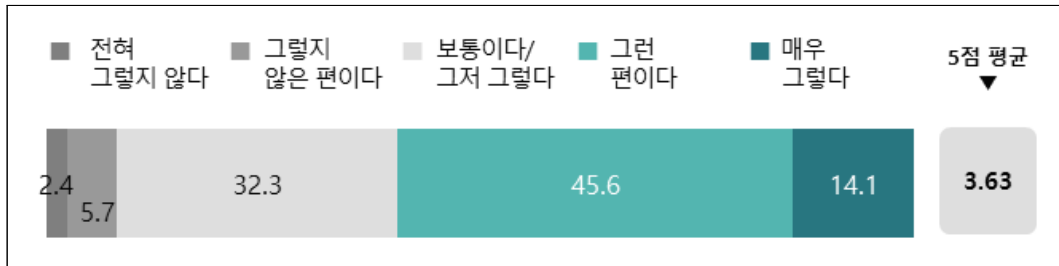
구분		사례수	전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다
전체		2000	45.3	41.9	12.9
MZ세대 구분	MZ세대	782	42.2	43.5	14.3
	그외	1218	47.2	40.9	11.9
권역	수도권	1002	41.5	43.3	15.2
	충청권	219	45.7	44.3	10.0
	호남권	219	47.9	40.6	11.4
	대경권	195	50.8	41.5	7.7
	동남권	304	49.3	38.8	11.8
	강원권	61	57.4	31.1	11.5
가구원수	1인	331	53.5	36.0	10.6
	2인	367	49.0	39.8	11.2
	3인	598	44.0	43.8	12.2
	4인 이상	704	40.5	44.2	15.3
성별	남성	978	42.5	42.9	14.5
	여성	1022	47.8	40.9	11.3
연령	20대	267	41.9	43.8	14.2
	30대	410	41.5	43.2	15.4
	40대	502	46.4	40.6	12.9
	50대	386	41.5	44.6	14.0
	60대 이상	435	52.9	38.6	8.5
학력	고졸 이하	460	55.0	37.8	7.2
	대졸	1311	43.3	43.2	13.4
	대학원졸	229	36.7	42.4	21.0
직업	관리/전문/사무직	1073	42.1	42.1	15.8
	서비스/판매직	215	45.6	43.3	11.2
	기계/농림어업/단순노무	212	47.6	45.3	7.1
	주부	238	53.4	37.8	8.8
	학생	116	44.0	43.1	12.9
	기타	146	52.1	39.0	8.9
가구소득	200만원 미만	166	61.4	34.3	4.2
	200~400만원 미만	543	52.5	38.3	9.2
	400~600만원 미만	563	44.4	44.2	11.4
	600만원 이상	728	36.8	44.5	18.7

## 6.2. ESG 경영 활동의 필요도

○ ESG 경영 활동의 필요도는 ‘약간 필요하다’가 46.8%, ‘매우 필요하다’가 14.1%로 높은 필요도를 보이고 있음.

- 권역별로 보았을 때, 충청권 거주자의 필요도 인식이 가장 높게 나타났으며, 호남권에서 가장 낮게 나타남.
- 가구원수가 높을수록 필요도 의향 높음.
- 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 필요도 인식이 높게 나타남.

〈그림 5-79〉 ESG 경영 활동의 필요도



〈표 5-87〉 ESG 경영 활동의 필요도

(단위: 명, %, 5점 평균)

구분		사례수	전혀 필요하지 않다	별로 필요하지 않다	보통이다	약간 필요하다	매우 필요하다	척도평균
전체		2000	1.1	3.8	31.3	46.8	17.2	3.75
MZ세대 구분	MZ세대	782	1.3	5.1	33.5	44.1	16.0	3.68
	그외	1218	1.0	2.9	29.8	48.4	17.9	3.79
권역	수도권	1002	0.8	4.3	29.2	47.1	18.6	3.78
	충청권	219	0.9	3.2	32.0	42.9	21.0	3.80
	호남권	219	2.3	3.7	30.6	52.1	11.4	3.67
	대경권	195	0.5	5.1	31.8	49.7	12.8	3.69
	동남권	304	1.3	1.6	37.8	42.1	17.1	3.72
	강원권	61	3.3	3.3	29.5	49.2	14.8	3.69
가구원수	1인	331	1.5	6.9	34.4	42.0	15.1	3.62
	2인	367	1.1	2.7	32.7	47.7	15.8	3.74
	3인	598	1.7	3.8	31.6	44.6	18.2	3.74
	4인 이상	704	0.4	2.7	28.7	50.3	17.9	3.83
성별	남성	978	1.4	4.3	31.8	44.5	18.0	3.73
	여성	1022	0.8	3.2	30.7	48.9	16.3	3.77
연령	20대	267	1.5	6.7	36.0	39.0	16.9	3.63
	30대	410	1.2	4.6	33.7	45.9	14.6	3.68
	40대	502	1.2	2.8	29.7	47.0	19.3	3.80
	50대	386	0.3	2.3	25.4	52.3	19.7	3.89
	60대 이상	435	1.4	3.4	33.1	47.1	14.9	3.71
학력	고졸 이하	460	1.3	3.0	36.3	44.6	14.8	3.68
	대졸	1311	1.0	4.2	29.9	47.7	17.2	3.76
	대학원졸	229	1.3	2.6	28.8	45.4	21.8	3.84
직업	관리/전문/사무직	1073	0.7	3.4	28.1	47.4	20.3	3.83
	서비스/판매직	215	2.8	4.7	37.7	44.7	10.2	3.55
	기계/농림어업/단순노무	212	1.4	6.1	39.6	41.0	11.8	3.56
	주부	238	0.4	2.1	29.8	50.0	17.6	3.82
	학생	116	1.7	2.6	31.9	44.0	19.8	3.78
	기타	146	1.4	5.5	34.2	50.0	8.9	3.60
가구소득	200만원 미만	166	1.2	5.4	47.0	39.2	7.2	3.46
	200~400만원 미만	543	2.0	4.1	35.5	42.7	15.7	3.66
	400~600만원 미만	563	1.1	3.2	30.9	48.0	16.9	3.76
	600만원 이상	728	0.4	3.6	24.7	50.5	20.7	3.88

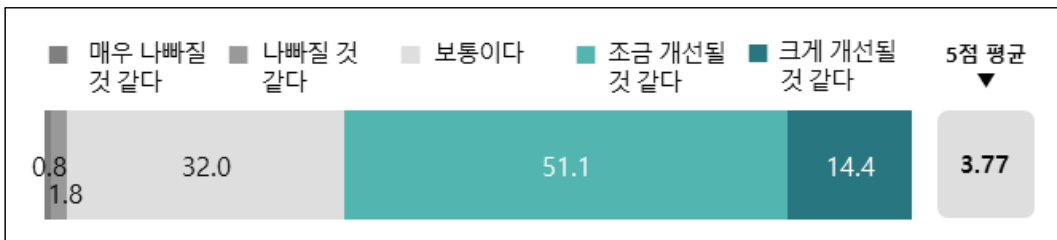


### 6.3. 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화

○ 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화는 ‘조금 개선될 것 같다’는 의견이 51.1%, ‘크게 개선될 것 같다’는 의견이 14.4%로 나타나, 기업의 ESG 경영은 매우 긍정적인 효과가 있을 것으로 판단됨.

- 권역별로 보았을 때, 수도권과 충청권 거주자의 변화 가능성이 가장 높으며, 강원권 거주자가 가장 낮은 가능성을 보임.
- 가구원수별로 보았을 때, 4인 가구의 개선 가능성이 가장 높게 나타났으며, 2인 가구, 3인 가구, 1인 가구 순으로 나타남.
- 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 이미지 변화가 클 것이라고 응답함.

〈그림 5-80〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화



〈표 5-88〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 업체에 대한 이미지 변화

(단위: 명, %, 5점 평균)

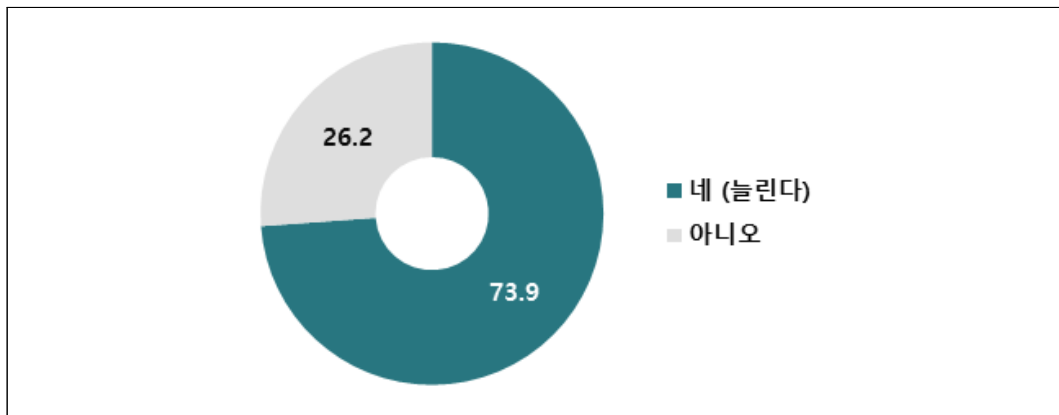
구분		사례수	매우 나빠질 것 같다	나빠질 것 같다	보통이다	조금 개선될 것 같다	크게 개선될 것 같다	척도 평균
전체		2000	0.8	1.8	32.0	51.1	14.4	3.77
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.9	2.3	37.9	45.7	13.3	3.68
	그외	1218	0.7	1.5	28.2	54.6	15.1	3.82
권역	수도권	1002	0.7	1.9	31.4	50.0	16.0	3.79
	충청권	219	0.5	2.3	31.1	50.2	16.0	3.79
	호남권	219	1.8	1.4	32.9	54.8	9.1	3.68
	대경권	195	0.0	2.1	32.8	51.8	13.3	3.76
	동남권	304	0.7	1.0	32.2	52.6	13.5	3.77
	강원권	61	1.6	3.3	36.1	49.2	9.8	3.62
가구원수	1인	331	1.2	3.3	39.6	42.9	13.0	3.63
	2인	367	0.5	0.8	30.2	55.0	13.4	3.80
	3인	598	1.0	2.2	32.1	50.7	14.0	3.75
	4인 이상	704	0.4	1.3	29.1	53.3	15.9	3.83
성별	남성	978	0.9	1.7	31.9	50.5	14.9	3.77
	여성	1022	0.6	1.9	32.0	51.7	13.9	3.76
연령	20대	267	1.9	3.0	39.3	41.9	13.9	3.63
	30대	410	0.2	2.2	40.2	44.1	13.2	3.68
	40대	502	1.0	1.4	30.5	52.8	14.3	3.78
	50대	386	0.3	1.0	24.9	57.0	16.8	3.89
	60대 이상	435	0.7	1.8	27.6	56.1	13.8	3.80
학력	고졸 이하	460	0.7	1.7	36.7	50.4	10.4	3.68
	대졸	1311	0.7	1.7	30.9	51.6	15.2	3.79
	대학원졸	229	1.3	2.6	28.4	49.8	17.9	3.80
직업	관리/전문/사무직	1073	0.7	1.7	29.7	51.8	16.0	3.81
	서비스/판매직	215	1.9	2.3	35.3	47.9	12.6	3.67
	기계농림어업단순노무	212	0.5	1.9	42.5	44.8	10.4	3.63
	주부	238	0.4	1.3	28.2	55.0	15.1	3.83
	학생	116	0.9	1.7	35.3	49.1	12.9	3.72
	기타	146	0.0	2.7	31.5	54.8	11.0	3.74
가구소득	200만원 미만	166	1.2	3.0	47.0	43.4	5.4	3.49
	200~400만원 미만	543	1.3	1.8	34.6	50.3	12.0	3.70
	400~600만원 미만	563	0.7	1.6	31.1	51.5	15.1	3.79
	600만원 이상	728	0.3	1.6	27.2	53.2	17.7	3.86

#### 6.4. 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향

○ 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, '제품 구매를 증대하겠다'는 의견이 73.9%로 매우 높게 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 동남권에서 증대 의향이 가장 높게 나타났으며, 대경권에서 가장 낮은 의향을 보임.
- 가구원수별로 보았을 때, 가구원수가 많을수록 증대하겠다는 의향이 높음.
- 가구소득별로 보았을 때, 가구소득이 높을수록 구매 증대 의향이 높게 나타남.

〈그림 5-81〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향



〈표 5-89〉 가공식품 제조업체의 ESG 경영 시, 제품 구매 증대 의향

(단위: 명, %)

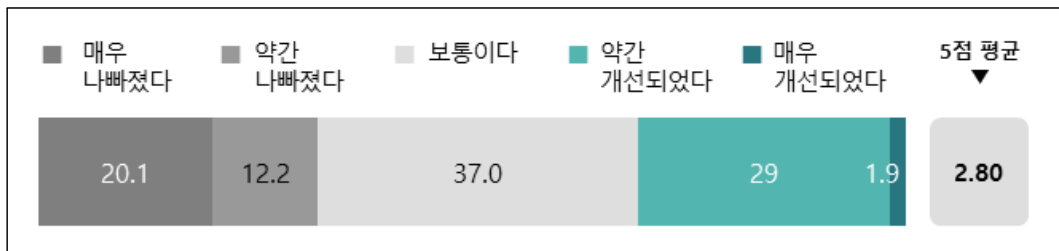
구분		사례수	네(늘린다)	아니오
전체		2000	73.9	26.2
MZ세대 구분	MZ세대	782	69.1	30.9
	그외	1218	76.9	23.1
권역	수도권	1002	74.3	25.7
	충청권	219	72.6	27.4
	호남권	219	73.1	26.9
	대경권	195	72.3	27.7
	동남권	304	75.0	25.0
	강원권	61	73.8	26.2
가구원수	1인	331	64.4	35.6
	2인	367	74.4	25.6
	3인	598	74.6	25.4
	4인 이상	704	77.4	22.6
성별	남성	978	73.5	26.5
	여성	1022	74.2	25.8
연령	20대	267	61.0	39.0
	30대	410	71.5	28.5
	40대	502	78.7	21.3
	50대	386	79.0	21.0
	60대 이상	435	73.8	26.2
학력	고졸 이하	460	68.3	31.7
	대졸	1311	76.4	23.6
	대학원졸	229	70.7	29.3
직업	관리/전문/사무직	1073	76.3	23.7
	서비스/판매직	215	68.8	31.2
	기계/농림어업/단순노무	212	67.0	33.0
	주부	238	80.3	19.7
	학생	116	68.1	31.9
	기타	146	67.1	32.9
가구소득	200만원 미만	166	60.2	39.8
	200~400만원 미만	543	68.0	32.0
	400~600만원 미만	563	76.9	23.1
	600만원 이상	728	79.0	21.0

## 6.5. 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화

○ 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화는 ‘보통이다’라는 의견이 37.0%, ‘약간 개선되었다’라는 의견이 29.0%로 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 강원권 거주자에서 개선 정도가 가장 높고, 호남권에서 가장 낮게 나타나고 있음.
- 가구원수가 많을수록 개선 정도가 높은 것으로 나타남.
- 학력별로 보았을 때, 학력이 높을수록 개선이 안되고 있음.
- 가구소득이 높은 경우 상대적으로 개선이 되고 있는 것으로 나타남.

〈그림 5-82〉 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화



〈표 5-90〉 가공식품업체 갑질 이슈 이후, 업체에 대한 이미지 변화

(단위: 명, %, 5점 평균)

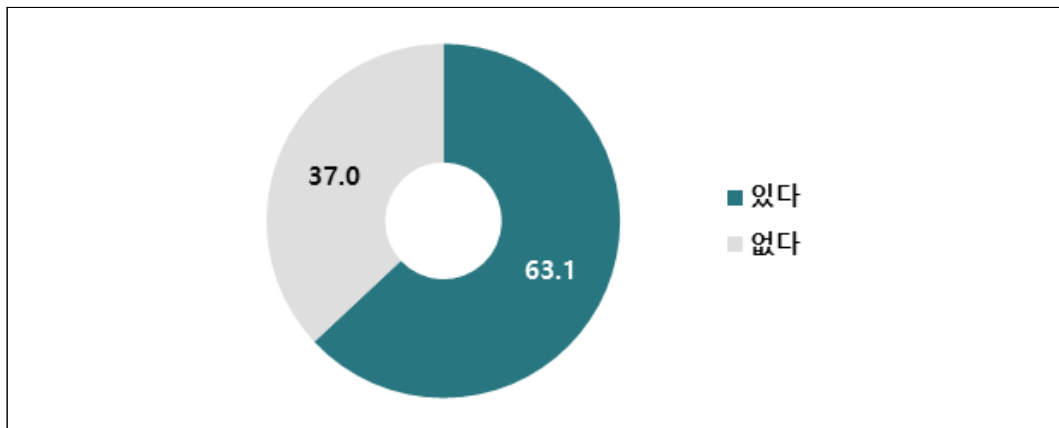
구분		사례수	매우 나빠졌다	약간 나빠졌다	보통이다.	약간 개선되었다	매우 개선되었다	척도평균
전체		2000	20.1	12.2	37.0	29.0	1.9	2.80
MZ세대 구분	MZ세대	782	17.6	9.2	42.3	28.9	1.9	2.88
	그외	1218	21.6	14.1	33.5	29.0	1.8	2.75
권역	수도권	1002	19.9	12.1	36.6	29.1	2.3	2.82
	충청권	219	23.3	10.0	35.2	30.6	0.9	2.76
	호남권	219	23.7	9.6	39.3	26.9	0.5	2.71
	대경권	195	18.5	17.4	37.9	24.6	1.5	2.73
	동남권	304	18.4	10.9	37.2	31.3	2.3	2.88
	강원권	61	11.5	21.3	36.1	29.5	1.6	2.89
가구원수	1인	331	22.1	13.6	40.5	23.3	0.6	2.67
	2인	367	20.4	15.0	39.0	25.3	0.3	2.70
	3인	598	22.9	10.9	36.1	28.4	1.7	2.75
	4인 이상	704	16.5	11.2	34.9	33.9	3.4	2.97
성별	남성	978	19.8	12.6	36.8	28.8	1.9	2.80
	여성	1022	20.3	11.8	37.1	29.1	1.8	2.80
연령	20대	267	13.5	9.4	47.2	28.1	1.9	2.96
	30대	410	18.8	8.8	41.7	28.5	2.2	2.87
	40대	502	25.3	11.4	31.5	30.5	1.4	2.71
	50대	386	20.7	14.5	30.8	30.3	3.6	2.82
	60대 이상	435	18.6	16.1	37.9	26.9	0.5	2.74
학력	고졸 이하	460	17.6	10.2	44.1	26.3	1.7	2.84
	대졸	1311	20.6	12.0	35.8	29.6	2.1	2.81
	대학원졸	229	21.8	17.5	29.3	30.6	0.9	2.71
직업	관리/전문/사무직	1073	21.7	12.1	32.9	31.3	2.0	2.80
	서비스/판매직	215	17.2	11.6	39.1	30.2	1.9	2.88
	기계농림어업단순노무	212	19.8	10.8	45.3	22.2	1.9	2.75
	주부	238	20.2	10.1	38.7	28.6	2.5	2.83
	학생	116	14.7	11.2	42.2	31.0	0.9	2.92
	기타	146	16.4	19.9	44.5	18.5	0.7	2.67
가구소득	200만원 미만	166	15.7	12.7	54.2	17.5	0.0	2.73
	200~400만원 미만	543	22.5	14.4	40.3	21.9	0.9	2.64
	400~600만원 미만	563	19.2	12.1	34.6	32.0	2.1	2.86
	600만원 이상	728	19.9	10.6	32.3	34.5	2.7	2.90

## 6.6. 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부

○ 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공 식품 구매를 줄인 경험에 대해서는 ‘경험이 있다’는 의견이 63.1%로 나타남.

- 권역별로 수도권 거주자의 경우 구매를 줄인 경험률이 가장 높고, 강원권은 가장 낮은 수치를 보임.
- 가구원수가 많을수록 구매를 줄인 경험이 많아짐.
- 가구소득별로 보았을 때, 가구소득이 높을수록 구매를 줄인 경험이 많은 것으로 나타남.

〈그림 5-83〉 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부



〈표 5-91〉 갑질 이슈를 겪은 식품제조업체의 가공식품 구매를 줄인 경험 여부

(단위: 명, %)

구분		사례수	있다	없다
전체		2000	63.1	37.0
MZ세대 구분	MZ세대	782	61.3	38.7
	그외	1218	64.2	35.8
권역	수도권	1002	65.4	34.6
	충청권	219	63.5	36.5
	호남권	219	64.4	35.6
	대경권	195	55.4	44.6
	동남권	304	60.9	39.1
	강원권	61	54.1	45.9
가구원수	1인	331	56.8	43.2
	2인	367	62.1	37.9
	3인	598	62.9	37.1
	4인 이상	704	66.6	33.4
성별	남성	978	64.6	35.4
	여성	1022	61.5	38.5
연령	20대	267	54.3	45.7
	30대	410	63.2	36.8
	40대	502	71.3	28.7
	50대	386	66.1	33.9
	60대 이상	435	56.1	43.9
학력	고졸 이하	460	53.9	46.1
	대졸	1311	66.0	34.0
	대학원졸	229	64.6	35.4
직업	관리/전문/사무직	1073	67.4	32.6
	서비스/판매직	215	63.3	36.7
	기계/농림어업/단순노무	212	57.5	42.5
	주부	238	59.7	40.3
	학생	116	57.8	42.2
	기타	146	48.6	51.4
가구소득	200만원 미만	166	44.6	55.4
	200~400만원 미만	543	59.5	40.5
	400~600만원 미만	563	64.3	35.7
	600만원 이상	728	69.0	31.0

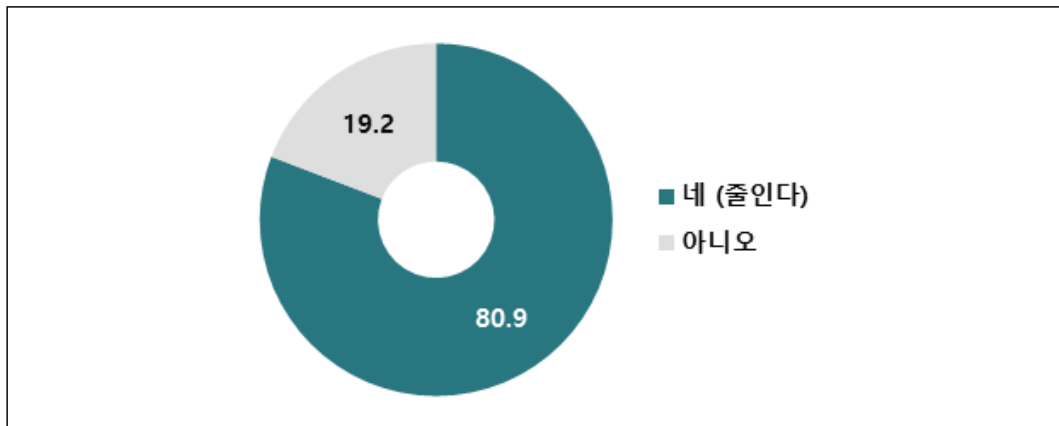


## 6.7. 갑질 이슈 발생한 식품제조업체의 구입 축소 의향

○ 갑질 이슈 발생한 식품 제조업체의 구입을 축소하겠다는 의견이 80.9%로 높게 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 수도권 거주자의 경우 구매를 줄이겠다는 의향이 가장 많고 대경권은 가장 낮은 수치를 보임.
- 1인 가구의 구입 축소 의향이 가장 적고, 4인 가구에서 가장 높은 축소 의향 보임.
- 학력이 높을수록 구입 축소 의향이 높음
- 가구소득별로 보았을 때, 400만원 이상에서 높은 축소 의향을 보임.

〈그림 5-84〉 갑질 이슈 발생한 식품제조업체의 구입 축소 의향



〈표 5-92〉 갑질 이슈 발생한 식품제조업체의 구입 축소 의향

(단위: 명, %)

구분		사례수	네(줄인다)	아니오
전체		2000	80.9	19.2
MZ세대 구분	MZ세대	782	75.6	24.4
	그외	1218	84.2	15.8
권역	수도권	1002	81.9	18.1
	충청권	219	81.3	18.7
	호남권	219	81.7	18.3
	대경권	195	76.9	23.1
	동남권	304	79.6	20.4
	강원권	61	77.0	23.0
가구원수	1인	331	75.5	24.5
	2인	367	82.3	17.7
	3인	598	80.8	19.2
	4인 이상	704	82.7	17.3
성별	남성	978	81.8	18.2
	여성	1022	79.9	20.1
연령	20대	267	68.2	31.8
	30대	410	78.0	22.0
	40대	502	86.5	13.5
	50대	386	86.0	14.0
	60대 이상	435	80.2	19.8
학력	고졸 이하	460	77.4	22.6
	대졸	1311	81.6	18.4
	대학원졸	229	83.4	16.6
직업	관리/전문/사무직	1073	83.4	16.6
	서비스/판매직	215	76.7	23.3
	기계/농림어업/단순노무	212	75.9	24.1
	주부	238	82.8	17.2
	학생	116	74.1	25.9
	기타	146	77.4	22.6
가구소득	200만원 미만	166	66.3	33.7
	200~400만원 미만	543	79.7	20.3
	400~600만원 미만	563	83.8	16.2
	600만원 이상	728	82.7	17.3

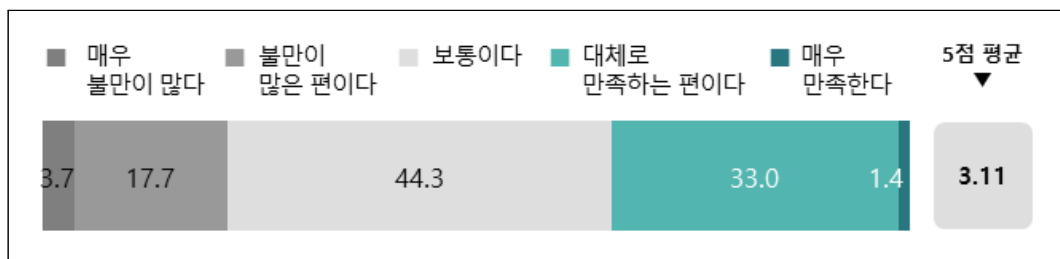
## 7. 포장재/탄소중립

### 7.1. 포장재 구매 만족도

○ 포장재 구매 만족도는 '보통이다'가 44.3%, '대체로 만족하는 편'이라는 의견이 33.0%로 나타남.

- 권역별로 수도권과 충청권 거주자가 가장 낮은 만족도를 보이며, 강원권 거주자가 가장 높은 만족도를 나타냄.
- 가구원 수별로 보았을 때, 가구원수가 많을수록 만족도가 높아짐.

〈그림 5-85〉 포장재 구매 만족도



〈표 5-93〉 포장재 구매 만족도

(단위: 명, %, 5점 평균)

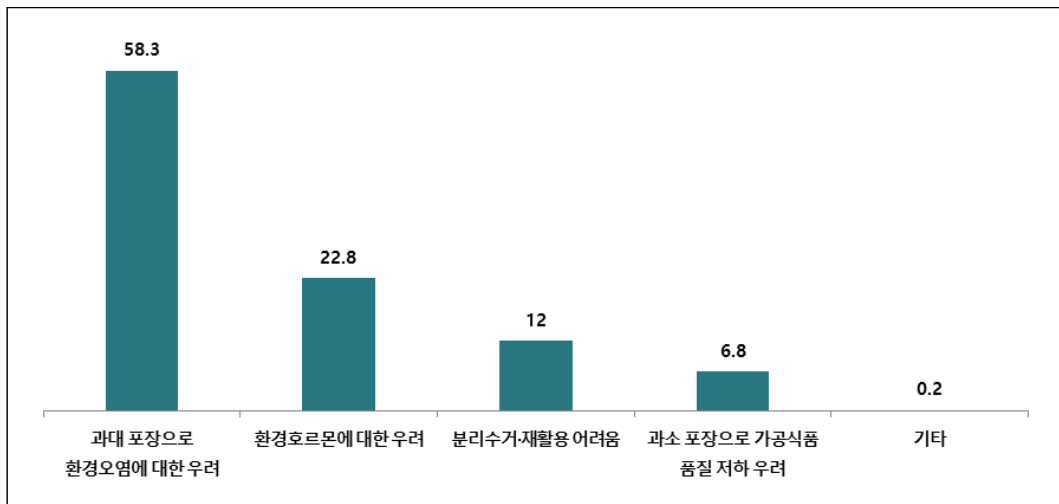
구분		사례수	매우 불만이 많다	불만이 많은 편이다	보통이다	대체로 만족하는 편이다	매우 만족한다	척도평균
전체		2000	3.7	17.7	44.3	33.0	1.4	3.11
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.6	15.9	45.3	32.9	2.4	3.15
	그외	1218	3.8	18.8	43.7	33.0	0.7	3.08
권역	수도권	1002	3.5	18.6	44.0	32.9	1.0	3.09
	충청권	219	7.3	15.5	40.6	34.2	2.3	3.09
	호남권	219	4.6	15.5	43.8	34.7	1.4	3.13
	대경권	195	3.6	16.9	46.2	32.3	1.0	3.10
	동남권	304	2.0	18.4	47.0	30.6	2.0	3.12
	강원권	61	0.0	16.4	44.3	36.1	3.3	3.26
가구원수	1인	331	5.1	20.5	47.4	26.6	0.3	2.96
	2인	367	4.6	20.4	45.5	28.3	1.1	3.01
	3인	598	4.0	16.9	45.7	32.4	1.0	3.10
	4인 이상	704	2.3	15.5	41.1	38.8	2.4	3.24
성별	남성	978	3.8	15.5	45.2	33.9	1.5	3.14
	여성	1022	3.6	19.7	43.4	32.0	1.3	3.08
연령	20대	267	3.0	15.7	45.7	32.6	3.0	3.17
	30대	410	3.7	15.6	46.3	31.7	2.7	3.14
	40대	502	4.8	20.9	40.6	33.7	0.0	3.03
	50대	386	2.8	16.1	39.6	40.2	1.3	3.21
	60대 이상	435	3.7	18.4	49.9	27.1	0.9	3.03
학력	고졸 이하	460	3.7	15.0	47.4	32.2	1.7	3.13
	대졸	1311	3.7	17.1	44.5	33.3	1.4	3.12
	대학원졸	229	3.5	26.2	37.1	32.8	0.4	3.00
직업	관리/전문/사무직	1073	3.8	19.1	41.3	34.6	1.2	3.10
	서비스/판매직	215	4.7	9.3	49.3	35.3	1.4	3.20
	기계/농림어업/단순노무	212	4.7	17.0	50.0	27.8	0.5	3.02
	주부	238	2.9	19.7	45.4	30.3	1.7	3.08
	학생	116	1.7	15.5	40.5	38.8	3.4	3.27
	기타	146	2.7	18.5	52.1	24.7	2.1	3.05
	가구소득	200만원 미만	166	3.6	18.7	55.4	22.3	0.0
200~400만원 미만	543	3.3	17.5	47.0	30.9	1.3	3.09	
400~600만원 미만	563	4.3	19.0	44.4	30.6	1.8	3.07	
600만원 이상	728	3.6	16.5	39.7	38.7	1.5	3.18	

## 7.2. 포장재 관련 불만

○ 포장재 관련 불만으로는 ‘과대 포장으로 환경 오염에 대한 우려’가 가장 높은 58.3%를 기록했으며, ‘환경호르몬에 대한 우려’가 22.8%, ‘분리수거와 재활용이 어렵다’는 의견이 12.0%로 나타남.

- 포장재에 대해 불만이 있는 응답자에서 ‘과대 포장으로 환경 오염에 대한 우려’가 71.4%로 매우 높게 나타남.

〈그림 5-86〉 포장재 관련 불만



〈표 5-94〉 포장재 관련 불만

(단위: 명, %)

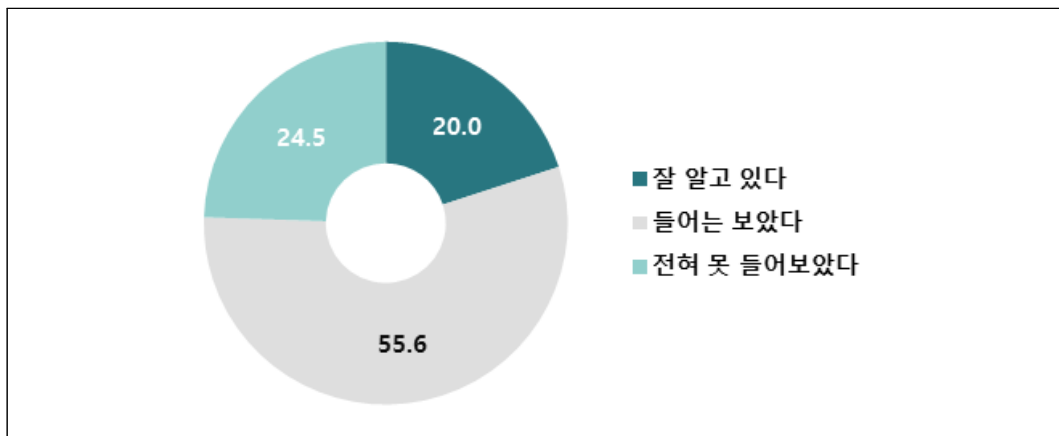
구분		사례수	과대 포장으로 환경오염에 대한 우려	환경호르몬에 대한 우려	분리수거· 재활용 어려움	과소 포장으로 가공식품 품질 저하 우려	기타
전체		2000	58.3	22.8	12.0	6.8	0.2
MZ세대 구분	MZ세대	782	54.0	26.2	12.4	7.2	0.3
	그외	1218	61.0	20.6	11.7	6.6	0.1
권역	수도권	1002	60.9	21.4	11.1	6.4	0.3
	충청권	219	53.9	22.8	16.0	7.3	0.0
	호남권	219	61.6	24.2	9.6	4.6	0.0
	대경권	195	55.4	25.6	9.7	9.2	0.0
	동남권	304	54.3	24.0	13.8	7.9	0.0
	강원권	61	47.5	26.2	19.7	6.6	0.0
	가구원수	1인	331	55.6	21.5	16.3	6.6
2인	367	61.6	21.0	9.8	7.6	0.0	
3인	598	57.9	24.6	12.0	5.0	0.5	
4인 이상	704	58.1	22.9	11.1	8.0	0.0	
성별	남성	978	56.9	23.2	13.0	6.7	0.2
	여성	1022	59.6	22.4	11.1	6.8	0.1
연령	20대	267	49.4	26.6	15.0	9.0	0.0
	30대	410	55.1	26.6	11.0	6.8	0.5
	40대	502	60.2	20.7	13.7	5.2	0.2
	50대	386	64.8	19.7	8.8	6.7	0.0
	60대 이상	435	58.6	22.1	12.0	7.4	0.0
학력	고졸 이하	460	54.6	22.6	13.3	9.6	0.0
	대졸	1311	59.1	23.1	11.4	6.1	0.2
	대학원졸	229	60.7	21.4	12.7	5.2	0.0
직업	관리/전문/사무직	1073	59.4	23.3	10.6	6.6	0.1
	서비스/판매직	215	57.2	27.4	7.4	7.9	0.0
	기계농림어업단순노무	212	55.2	23.6	15.6	5.2	0.5
	주부	238	62.2	17.6	13.0	7.1	0.0
	학생	116	50.9	23.3	17.2	8.6	0.0
	기타	146	55.5	19.2	17.8	6.8	0.7
가구소득	200만원 미만	166	57.8	20.5	12.0	9.0	0.6
	200~400만원 미만	543	56.0	21.5	16.8	5.5	0.2
	400~600만원 미만	563	59.7	23.3	8.3	8.5	0.2
	600만원 이상	728	58.9	23.9	11.3	5.9	0.0
포장재 만족도	불만족	427	71.4	11.9	12.2	4.4	0.0
	보통	886	54.4	25.4	12.9	7.0	0.3
	만족	687	55.0	26.2	10.8	8.0	0.0

### 7.3. 이중포장금지 인지도

○ 이중포장 금지에 대한 인지도는 ‘들어보았다’는 의견이 55.6%, 전혀 못 들어보았다’는 응답자가 24.5%로 나타남.

- 권역별로 대경권의 인지도가 가장 높게 나타났으며 호남권의 인지도가 가장 낮음.
- 가구원수가 많을수록 인지도가 높아짐.
- 학력이 높을수록, 가구소득이 높을수록 이중포장금지에 대한 인지도는 높게 나타남.

〈그림 5-87〉 이중포장금지 인지도



〈표 5-95〉 이중포장금지 인지도

(단위: 명, %)

구분		사례수	전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다
전체		2000	24.5	55.6	20.0
MZ세대 구분	MZ세대	782	27.0	51.4	21.6
	그외	1218	22.9	58.2	18.9
권역	수도권	1002	23.5	55.5	21.1
	충청권	219	26.9	53.9	19.2
	호남권	219	27.9	55.7	16.4
	대경권	195	21.0	56.4	22.6
	동남권	304	26.6	55.6	17.8
	강원권	61	21.3	59.0	19.7
가구원수	1인	331	32.3	52.3	15.4
	2인	367	24.5	52.0	23.4
	3인	598	22.6	57.7	19.7
	4인 이상	704	22.4	57.1	20.5
성별	남성	978	24.4	57.3	18.3
	여성	1022	24.6	53.9	21.5
연령	20대	267	32.6	51.3	16.1
	30대	410	25.1	50.0	24.9
	40대	502	22.3	58.8	18.9
	50대	386	22.5	58.8	18.7
	60대 이상	435	23.2	56.8	20.0
학력	고졸 이하	460	29.3	54.1	16.5
	대졸	1311	23.0	56.4	20.5
	대학원졸	229	23.1	53.3	23.6
직업	관리/전문/사무직	1073	24.5	54.2	21.2
	서비스/판매직	215	25.6	57.2	17.2
	기계/농림어업/단순노무	212	27.8	58.0	14.2
	주부	238	16.8	57.6	25.6
	학생	116	31.0	56.9	12.1
	기타	146	25.3	54.8	19.9
가구소득	200만원 미만	166	27.1	59.0	13.9
	200~400만원 미만	543	30.2	51.6	18.2
	400~600만원 미만	563	22.6	56.0	21.5
	600만원 이상	728	21.2	57.4	21.4

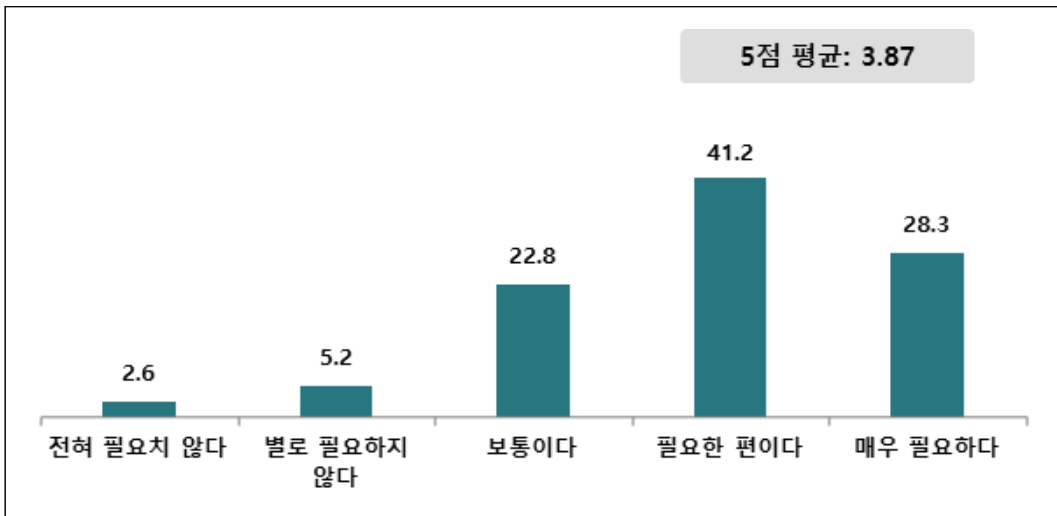


#### 7.4. 이중포장금지 필요도

○ 이중포장 금지가 필요한가에 대한 질문에 ‘필요한 편’이라는 의견이 41.2%, ‘매우 필요하다’는 의견이 28.3%로, 이중포장금지가 필요하다는 인식이 높은 것으로 나타남.

- 권역별로 보았을 때, 호남권 거주자의 이중포장금지에 대한 ‘필요 의견’이 가장 많고, 동남권이 가장 적게 나타남
- 가구원수가 많을수록 필요도가 높아짐.
- 연령별로 40대와 50대에서 그리고 소득수준이 높을수록 필요하다는 인식이 더 큰 것으로 나타남.

〈그림 5-88〉 이중포장금지 필요도



〈표 5-96〉 이중포장금지 필요도

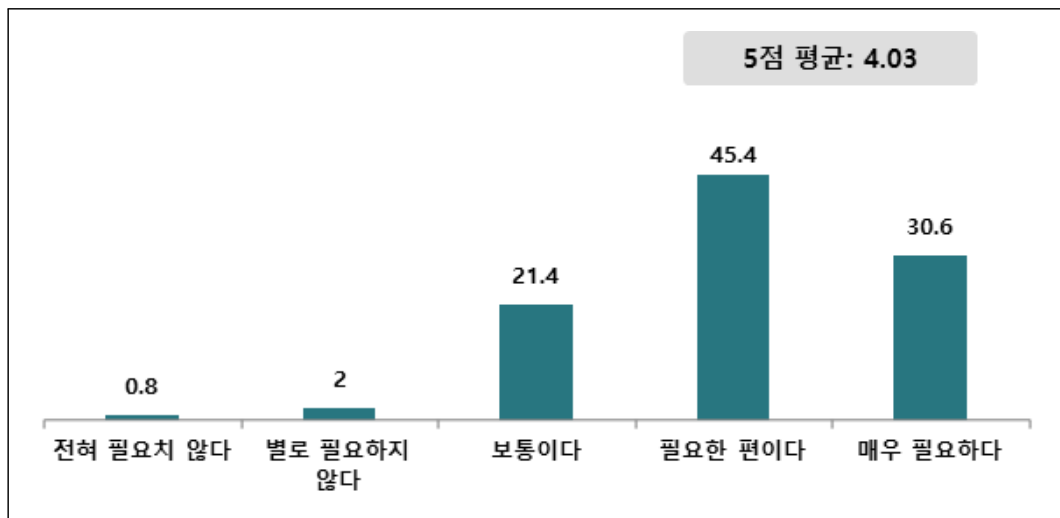
(단위: 명, %, 5점 평균)

구분		사례수	전혀 필요치 않다	별로 필요하지 않다	보통이다	필요한 편이다	매우 필요하다	척도평균
전체		2000	2.6	5.2	22.8	41.2	28.3	3.87
MZ세대 구분	MZ세대	782	2.2	4.1	26.3	39.8	27.6	3.87
	그외	1218	2.9	5.8	20.5	42.1	28.7	3.88
권역	수도권	1002	2.6	4.6	21.6	42.4	28.8	3.90
	충청권	219	3.7	5.0	24.7	40.2	26.5	3.81
	호남권	219	0.9	3.7	25.6	37.0	32.9	3.97
	대경권	195	2.6	8.2	22.6	38.5	28.2	3.82
	동남권	304	2.6	6.6	22.7	44.4	23.7	3.80
	강원권	61	4.9	3.3	27.9	32.8	31.1	3.82
가구원수	1인	331	3.6	4.8	29.3	34.1	28.1	3.78
	2인	367	3.0	6.5	23.4	38.4	28.6	3.83
	3인	598	2.8	5.2	22.2	42.1	27.6	3.86
	4인 이상	704	1.7	4.5	19.9	45.2	28.7	3.95
성별	남성	978	2.6	5.9	23.3	42.6	25.6	3.83
	여성	1022	2.6	4.4	22.3	39.8	30.8	3.92
연령	20대	267	2.2	6.0	29.6	34.5	27.7	3.79
	30대	410	2.4	3.4	26.3	42.9	24.9	3.84
	40대	502	3.2	4.8	19.5	40.6	31.9	3.93
	50대	386	1.8	5.7	18.1	46.1	28.2	3.93
	60대 이상	435	3.0	6.2	23.2	40.0	27.6	3.83
학력	고졸 이하	460	2.2	6.3	28.9	37.4	25.2	3.77
	대졸	1311	2.8	4.8	20.7	42.0	29.7	3.91
	대학원졸	229	2.2	4.8	22.7	44.5	25.8	3.87
직업	관리/전문/사무직	1073	2.7	4.9	19.9	42.6	29.8	3.92
	서비스/판매직	215	0.9	7.9	26.5	42.3	22.3	3.77
	기계농림어업단순노무	212	1.4	3.8	36.3	34.4	24.1	3.76
	주부	238	2.9	5.0	21.0	39.9	31.1	3.91
	학생	116	1.7	4.3	20.7	43.1	30.2	3.96
	기타	146	6.2	5.5	23.3	39.7	25.3	3.73
가구소득	200만원 미만	166	4.8	4.8	30.1	34.9	25.3	3.71
	200~400만원 미만	543	2.4	6.4	27.6	37.4	26.2	3.78
	400~600만원 미만	563	2.5	5.7	20.1	42.5	29.3	3.90
	600만원 이상	728	2.3	3.8	19.6	44.5	29.7	3.95

## 7.5. 친환경 포장재 사용 필요도

- 친환경 포장재 사용이 필요한가에 대한 질문에 ‘필요한 편’이라는 의견이 45.4%로 가장 높게 나타났으며 ‘매우 필요하다’라는 의견도 30.6%로 필요도가 높은 것으로 나타남.
  - 호남권에서 가장 높은 필요도를 보이고, 대경권이 가장 낮게 나타남.
  - 2인 가구에서 필요도가 가장 높고, 4인 이상 가족, 3인 가구, 1인 가구 순으로 나타남.

〈그림 5-89〉 친환경 포장재 사용 필요도



〈표 5-97〉 친환경 포장재 사용 필요도

(단위: 명, %, 5점 평균)

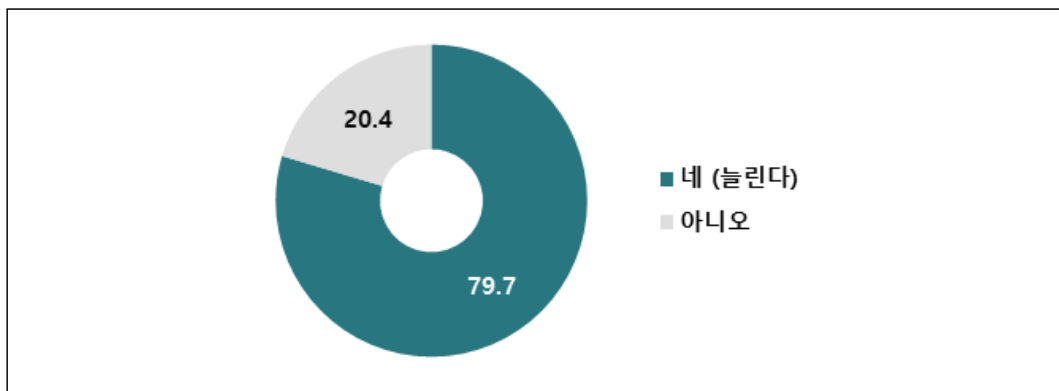
구분		사례수	전혀 필요치 않다	별로 필요하지 않다	보통이다	필요한 편이다	매우 필요하다	척도평균
전체		2000	0.8	2.0	21.4	45.4	30.6	4.03
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.8	2.9	26.2	42.1	28.0	3.94
	그외	1218	0.7	1.3	18.2	47.5	32.3	4.09
권역	수도권	1002	0.3	1.7	19.7	46.8	31.5	4.08
	충청권	219	0.5	2.3	24.2	43.4	29.7	4.00
	호남권	219	0.5	1.4	20.5	42.9	34.7	4.10
	대경권	195	2.1	3.1	24.6	41.5	28.7	3.92
	동남권	304	1.3	2.0	24.0	46.4	26.3	3.94
	강원권	61	3.3	3.3	18.0	44.3	31.1	3.97
가구원수	1인	331	1.2	1.8	26.0	44.7	26.3	3.93
	2인	367	0.3	1.4	19.3	43.9	35.1	4.12
	3인	598	1.2	2.3	21.1	45.8	29.6	4.00
	4인 이상	704	0.4	2.0	20.5	46.0	31.1	4.05
성별	남성	978	0.9	2.5	22.1	44.5	30.1	4.00
	여성	1022	0.6	1.5	20.6	46.2	31.1	4.06
연령	20대	267	1.5	3.4	30.7	38.2	26.2	3.84
	30대	410	0.2	3.4	26.8	41.5	28.0	3.94
	40대	502	1.6	1.0	16.9	46.8	33.7	4.10
	50대	386	0.3	0.5	15.8	52.8	30.6	4.13
	60대 이상	435	0.2	2.1	20.5	45.1	32.2	4.07
학력	고졸 이하	460	0.4	2.0	27.4	42.6	27.6	3.95
	대졸	1311	0.8	2.0	19.3	46.0	31.9	4.06
	대학원졸	229	0.9	1.7	21.0	47.2	29.3	4.02
직업	관리/전문/사무직	1073	0.7	1.4	18.7	46.8	32.4	4.09
	서비스/판매직	215	0.5	3.3	27.9	45.6	22.8	3.87
	기계농림어업단순노무	212	0.5	3.8	35.4	37.3	23.1	3.79
	주부	238	0.8	0.8	16.8	46.2	35.3	4.14
	학생	116	1.7	1.7	23.3	41.4	31.9	4.00
	기타	146	1.4	3.4	16.4	47.9	30.8	4.03
가구소득	200만원 미만	166	1.2	3.6	31.9	41.0	22.3	3.80
	200~400만원 미만	543	0.9	1.5	25.2	43.1	29.3	3.98
	400~600만원 미만	563	0.5	2.3	19.5	44.9	32.7	4.07
	600만원 이상	728	0.7	1.6	17.4	48.4	31.9	4.09

## 7.6. 친환경 포장재 구매 증대 의향

○ 친환경 포장재에 대한 구매가 증가할 것이라는 질문에 대해 ‘구매 증대하겠다’는 의견이 79.7%로 나타남.

- 호남권에서 가장 높은 의향을 보이고, 대경권이 가장 낮게 나타남.
- 4인 가구에서 구매 증대 의향이 가장 높게 나타나고, 2인 가구, 3인 가구, 1인 가구 순으로 나타남.

〈그림 5-90〉 친환경 포장재 구매 증대 의향



〈표 5-98〉 친환경 포장재 구매 증대 의향

(단위: 명, %)

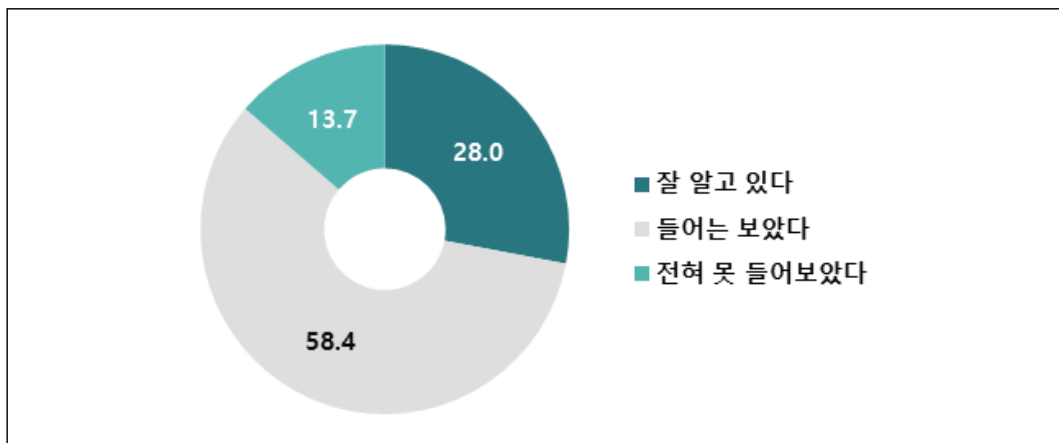
구분		사례수	네(늘린다)	아니오
전체		2000	79.7	20.4
MZ세대 구분	MZ세대	782	74.2	25.8
	그외	1218	83.2	16.8
권역	수도권	1002	80.2	19.8
	충청권	219	78.1	21.9
	호남권	219	83.6	16.4
	대경권	195	74.4	25.6
	동남권	304	78.9	21.1
	강원권	61	82.0	18.0
가구원수	1인	331	73.7	26.3
	2인	367	80.9	19.1
	3인	598	79.4	20.6
	4인 이상	704	82.0	18.0
성별	남성	978	79.3	20.7
	여성	1022	79.9	20.1
연령	20대	267	67.8	32.2
	30대	410	74.9	25.1
	40대	502	85.3	14.7
	50대	386	87.3	12.7
	60대 이상	435	78.2	21.8
학력	고졸 이하	460	75.2	24.8
	대졸	1311	81.2	18.8
	대학원졸	229	79.9	20.1
직업	관리/전문/사무직	1073	81.7	18.3
	서비스/판매직	215	75.3	24.7
	기계/농림어업/단순노무	212	70.8	29.2
	주부	238	86.6	13.4
	학생	116	75.9	24.1
	기타	146	75.3	24.7
가구소득	200만원 미만	166	66.3	33.7
	200~400만원 미만	543	75.7	24.3
	400~600만원 미만	563	83.5	16.5
	600만원 이상	728	82.7	17.3

## 7.7. 탄소 중립 용어 인지도

○ 탄소 중립 용어 인지도는 ‘잘 알고 있다’는 의견이 28.0%로, 높지 않은 인지도를 보임.

- 권역별로 강원권의 인지도가 가장 높고, 동남권의 인지도가 가장 낮게 나타남.
- 4인 이상 가구의 인지도가 가장 높고, 2인 가구, 3인 가구 순으로 나타나며, 1인 가구의 인지도가 가장 낮음.

〈그림 5-91〉 탄소 중립 용어 인지도



〈표 5-99〉 탄소 중립 용어 인지도

(단위: 명, %)

구분		사례수	전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다
전체		2000	13.7	58.4	28.0
MZ세대 구분	MZ세대	782	16.4	55.4	28.3
	그외	1218	12.0	60.3	27.8
권역	수도권	1002	12.2	59.4	28.4
	충청권	219	15.1	59.4	25.6
	호남권	219	15.5	53.4	31.1
	대경권	195	15.4	57.9	26.7
	동남권	304	16.4	55.3	28.3
	강원권	61	8.2	72.1	19.7
가구원수	1인	331	21.8	52.3	26.0
	2인	367	12.3	59.4	28.3
	3인	598	12.7	59.9	27.4
	4인 이상	704	11.5	59.4	29.1
성별	남성	978	11.8	57.0	31.3
	여성	1022	15.6	59.7	24.8
연령	20대	267	22.5	52.4	25.1
	30대	410	13.2	55.4	31.5
	40대	502	12.7	60.2	27.1
	50대	386	11.4	60.1	28.5
	60대 이상	435	12.0	61.1	26.9
학력	고졸 이하	460	20.9	58.9	20.2
	대졸	1311	12.2	59.4	28.4
	대학원졸	229	7.9	51.1	41.0
직업	관리/전문/사무직	1073	11.0	56.5	32.5
	서비스/판매직	215	18.6	58.1	23.3
	기계/농림어업/단순노무	212	15.6	59.9	24.5
	주부	238	12.6	68.5	18.9
	학생	116	25.0	51.7	23.3
	기타	146	16.4	58.9	24.7
가구소득	200만원 미만	166	27.7	60.2	12.0
	200~400만원 미만	543	15.5	59.1	25.4
	400~600만원 미만	563	13.0	57.9	29.1
	600만원 이상	728	9.8	57.7	32.6

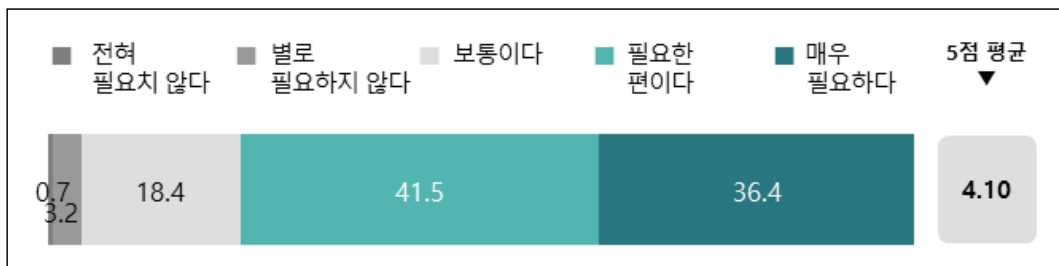


## 7.8. 탄소 중립 필요도

○ 탄소 중립이 필요한가에 대해서는 필요한 편이라는 의견이 41.5%이며, 매우 필요하다가 36.4%로 나타남.

- 권역별로 강원권의 필요도가 가장 높고, 대경권의 인지도가 가장 낮게 나타남.
- 가구원수 측면에서, 2인 가구의 필요도가 가장 높고, 4인 이상 가구, 3인 가구 순으로 나타나며, 1인 가구의 필요도가 가장 낮음.

〈그림 5-92〉 탄소 중립 필요도



〈표 5-100〉 탄소 중립 필요도

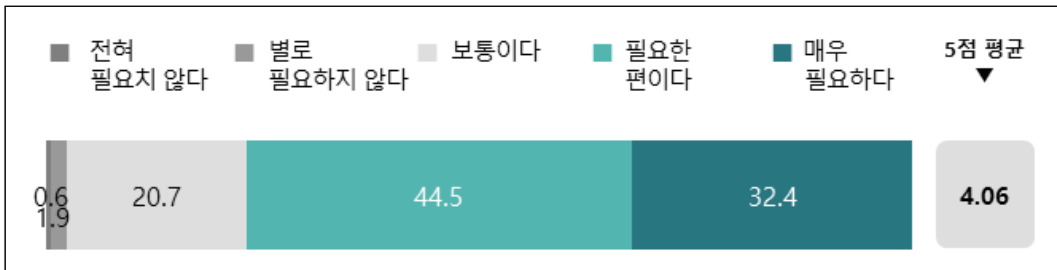
(단위: 명, %, 5점 평균)

구분		사례수	전혀 필요치 않다	별로 필요하지 않다	보통이다	필요한 편이다	매우 필요하다	척도평균
전체		2000	0.7	3.2	18.4	41.5	36.4	4.10
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.9	4.2	24.8	40.3	29.8	3.94
	비 MZ세대	1218	0.5	2.5	14.3	42.2	40.6	4.20
권역	수도권	1002	0.8	3.1	17.6	43.1	35.4	4.09
	충청권	219	0.5	3.2	19.6	38.8	37.9	4.11
	호남권	219	0.5	4.1	20.1	32.9	42.5	4.13
	대경권	195	0.5	4.6	20.0	42.1	32.8	4.02
	동남권	304	0.3	2.0	18.4	44.1	35.2	4.12
	강원권	61	1.6	1.6	16.4	39.3	41.0	4.16
가구원수	1인	331	1.8	4.2	23.3	36.3	34.4	3.97
	2인	367	0.0	3.8	15.8	41.4	39.0	4.16
	3인	598	1.2	2.8	17.9	42.5	35.6	4.09
	4인 이상	704	0.0	2.6	17.9	43.0	36.5	4.13
성별	남성	978	0.8	3.1	19.6	40.7	35.8	4.08
	여성	1022	0.5	3.2	17.2	42.2	36.9	4.12
연령	20대	267	1.1	8.2	29.2	34.5	27.0	3.78
	30대	410	1.0	2.7	24.1	42.9	29.3	3.97
	40대	502	1.0	2.0	14.5	40.2	42.2	4.21
	50대	386	0.0	2.3	13.2	47.2	37.3	4.19
	60대 이상	435	0.2	2.5	15.4	40.7	41.1	4.20
학력	고졸 이하	460	0.4	3.5	24.6	38.5	33.0	4.00
	대졸	1311	0.7	3.2	16.5	42.6	37.1	4.12
	대학원졸	229	0.9	2.2	17.0	41.0	38.9	4.15
직업	관리/전문/사무직	1073	0.5	2.8	15.6	42.7	38.5	4.16
	서비스/판매직	215	0.5	6.0	25.6	40.0	27.9	3.89
	기계농림어업단순노무	212	0.9	4.2	29.2	36.3	29.2	3.89
	주부	238	0.4	1.3	14.3	42.9	41.2	4.23
	학생	116	1.7	3.4	24.1	39.7	31.0	3.95
	기타	146	1.4	2.7	15.1	41.1	39.7	4.15
	가구소득	200만원 미만	166	1.2	4.2	27.1	41.0	26.5
200~400만원 미만	543	0.9	4.8	22.7	35.9	35.7	4.01	
400~600만원 미만	563	0.7	2.0	16.0	47.6	33.7	4.12	
600만원 이상	728	0.3	2.6	15.1	40.9	41.1	4.20	

## 7.9. 탄소 중립 활동 필요도

- ‘탄소 중립 활동 필요도’에 대해 5점 평균 4.06점으로 매우 높은 동의를 보임.
  - 지역별로, 대경권만 3점대로 다른 지역 대비 상대적으로 낮게 나타남.
  - 연령별로 보았을 때, 30대 이하보다는 40대 이상에서 더 높은 필요도를 보임.
  - 가구소득별로도 큰 차이를 보여, 가구소득이 증가할수록 필요도가 높게 나타남.

〈그림 5-93〉 탄소 중립 활동 필요도



〈표 5-101〉 탄소 중립 활동 필요도

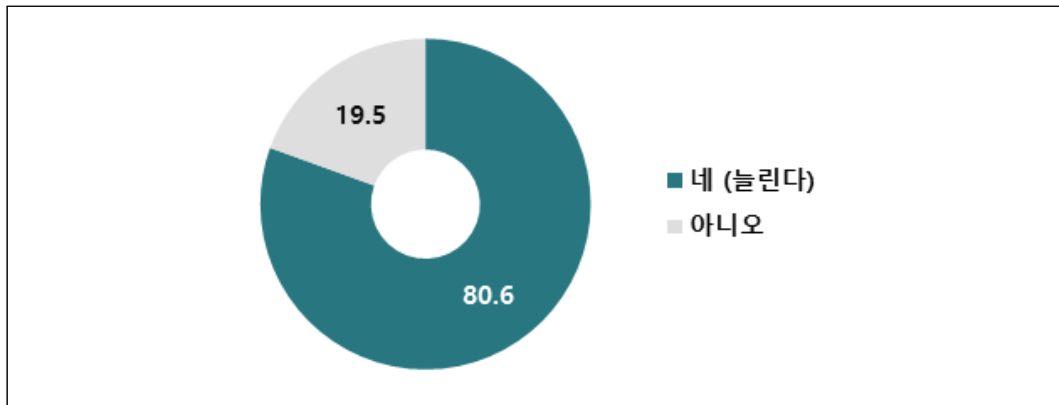
(단위: 명, %, 5점 평균)

구분		사례수	전혀 필요치 않다	별로 필요하지 않다	보통이다	필요한 편이다	매우 필요하다	척도평균
전체		2000	0.6	1.9	20.7	44.5	32.4	4.06
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.6	3.1	27.6	40.2	28.5	3.93
	비 MZ세대	1218	0.6	1.1	16.2	47.3	34.8	4.15
권역	수도권	1002	0.6	1.8	20.0	45.0	32.6	4.07
	충청권	219	0.9	1.8	20.1	42.5	34.7	4.08
	호남권	219	0.5	1.4	22.8	40.2	35.2	4.08
	대경권	195	0.5	2.6	22.1	48.7	26.2	3.97
	동남권	304	0.3	2.3	21.4	44.7	31.3	4.04
	강원권	61	1.6	1.6	18.0	44.3	34.4	4.08
가구원수	1인	331	1.2	1.2	26.9	38.1	32.6	4.00
	2인	367	0.0	2.5	16.9	46.6	34.1	4.12
	3인	598	1.2	2.5	19.6	46.0	30.8	4.03
	4인 이상	704	0.1	1.4	20.6	45.2	32.7	4.09
성별	남성	978	0.7	1.9	21.6	45.3	30.5	4.03
	여성	1022	0.5	1.9	19.8	43.7	34.1	4.09
연령	20대	267	0.7	5.2	31.1	37.5	25.5	3.82
	30대	410	0.7	2.2	27.6	41.2	28.3	3.94
	40대	502	1.0	1.0	17.1	43.0	37.8	4.16
	50대	386	0.0	0.8	14.5	52.3	32.4	4.16
	60대 이상	435	0.5	1.6	17.2	46.7	34.0	4.12
학력	고졸 이하	460	0.2	1.5	25.7	45.4	27.2	3.98
	대졸	1311	0.7	2.0	18.9	44.9	33.6	4.09
	대학원졸	229	0.9	2.2	20.5	40.6	35.8	4.08
직업	관리/전문/사무직	1073	0.5	1.7	18.0	45.6	34.3	4.12
	서비스/판매직	215	0.5	2.3	30.7	42.3	24.2	3.87
	기계농림어업단순노무	212	0.5	2.8	31.6	41.5	23.6	3.85
	주부	238	0.4	1.3	13.4	44.5	40.3	4.23
	학생	116	0.9	3.4	26.7	41.4	27.6	3.91
	기타	146	2.1	1.4	16.4	46.6	33.6	4.08
가구소득	200만원 미만	166	1.2	3.6	25.3	43.4	26.5	3.90
	200~400만원 미만	543	0.6	2.0	24.9	41.6	30.9	4.00
	400~600만원 미만	563	0.5	2.0	17.4	48.7	31.4	4.09
	600만원 이상	728	0.5	1.4	19.0	43.7	35.4	4.12

## 7.10. 탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향

- ‘탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구입을 증대하겠다는 의향’은 80.6%로 나타남.
  - 지역별로, 대경권과 충청권에서는 80% 이하로 상대적으로 낮게 나타남.
  - 연령별로 보았을 때, 30대 이하보다는 40대 이상에서 더 높은 구매 증대 의향을 보임.
  - 가구소득별로도 큰 차이를 보여, 가구소득이 증가할수록 구매 증대 의향이 높음.

〈그림 5-94〉 탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향



〈표 5-102〉 탄소 중립 활동 가공식품업체의 제품 구매 증대 의향

(단위: 명, %)

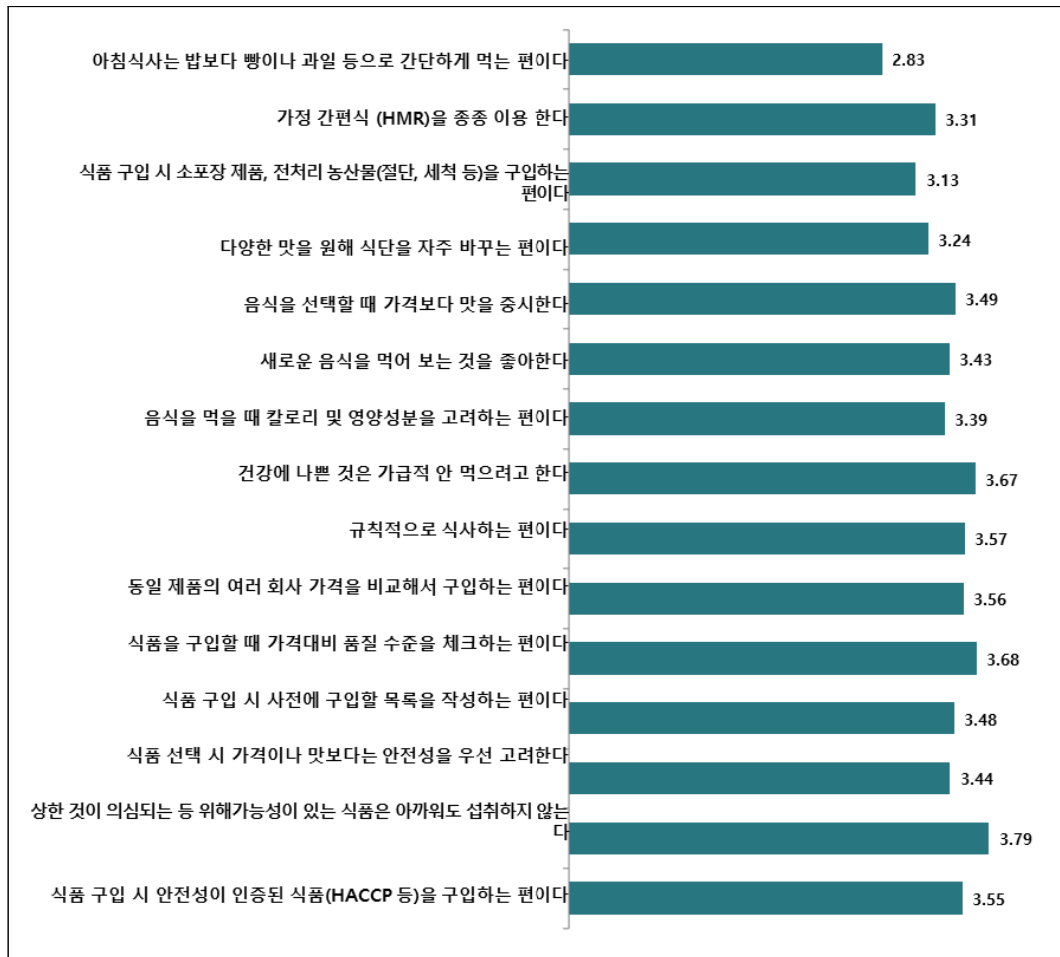
구분		사례수	네(늘린다)	아니오
전체		2000	80.6	19.5
MZ세대 구분	MZ세대	782	75.7	24.3
	비 MZ세대	1218	83.7	16.3
권역	수도권	1002	81.2	18.8
	충청권	219	78.5	21.5
	호남권	219	82.6	17.4
	대경권	195	74.4	25.6
	동남권	304	81.6	18.4
	강원권	61	83.6	16.4
가구원수	1인	331	76.4	23.6
	2인	367	82.0	18.0
	3인	598	80.6	19.4
	4인 이상	704	81.7	18.3
성별	남성	978	79.6	20.4
	여성	1022	81.5	18.5
연령	20대	267	67.8	32.2
	30대	410	77.6	22.4
	40대	502	85.7	14.3
	50대	386	86.5	13.5
	60대 이상	435	80.0	20.0
학력	고졸 이하	460	76.3	23.7
	대졸	1311	82.3	17.7
	대학원졸	229	79.0	21.0
직업	관리/전문/사무직	1073	82.2	17.8
	서비스/판매직	215	77.2	22.8
	기계/농림어업/단순노무	212	71.7	28.3
	주부	238	87.0	13.0
	학생	116	75.9	24.1
	기타	146	79.5	20.5
가구소득	200만원 미만	166	72.3	27.7
	200~400만원 미만	543	75.9	24.1
	400~600만원 미만	563	83.7	16.3
	600만원 이상	728	83.5	16.5

## 8. 식품 소비 라이프스타일 및 인식

### 8.1. 라이프 스타일

○ 식품 구입 및 섭취 관련 라이프 스타일 항목 중에서 ‘상한 것이 의심되는 등 위해가능성이 있는 식품은 아까워도 섭취하지 않는다’가 3.79점으로 가장 높았으며, ‘건강에 나쁜 것은 가급적 안 먹으려고 한다’가 3.67점으로 3위로 나타나, 건강 관련 항목이 가장 중요한 것을 알 수 있음.

〈그림 5-95〉 라이프 스타일



〈표 5-103〉 라이프 스타일 [1/2]

(단위: 명, 5점 평균)

구분	사례수	아침 식사는 밥보다 빵이나 과일 등으로 간단하게 먹는 편이다	가정 간편식 (HMR)을 종종 이용 한다	식품 구입 시 소포장 제품, 전처리 농산물을 구입하는 편이다	다양한 맛을 위해 식단을 자주 바꾸는 편이다	음식을 선택할 때 가격보다 맛을 중시한다	새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다	음식을 먹을 때 칼로리 및 영양 성분을 고려하는 편이다	건강에 나쁜 것은 가끔씩 안 먹으려고 한다
전체	2000	2.83	3.31	3.13	3.24	3.49	3.43	3.39	3.67
권역	수도권	1002	2.94	3.39	3.18	3.32	3.52	3.49	3.67
	충청권	219	2.67	3.25	3.11	3.14	3.37	3.43	3.72
	호남권	219	2.58	3.16	3.03	3.10	3.42	3.32	3.71
	대경권	195	2.77	3.25	3.06	3.26	3.48	3.43	3.58
	동남권	304	2.83	3.25	3.16	3.19	3.54	3.41	3.33
	강원권	61	2.70	3.21	2.85	3.02	3.33	3.08	3.11
가구원수	1인	331	2.81	3.34	3.19	3.10	3.34	3.30	3.24
	2인	367	2.71	3.19	2.99	3.16	3.48	3.42	3.35
	3인	598	2.88	3.29	3.15	3.29	3.49	3.41	3.39
	4인 이상	704	2.87	3.36	3.17	3.31	3.56	3.52	3.46
성별	남성	978	2.74	3.25	3.15	3.19	3.47	3.43	3.27
	여성	1022	2.92	3.36	3.12	3.30	3.51	3.44	3.49
연령	20대	267	2.94	3.44	3.29	3.33	3.48	3.51	3.51
	30대	410	3.03	3.42	3.25	3.32	3.45	3.51	3.46
	40대	502	2.86	3.34	3.08	3.23	3.49	3.43	3.33
	50대	386	2.78	3.29	3.15	3.22	3.55	3.39	3.32
	60대 이상	435	2.59	3.09	2.98	3.14	3.47	3.36	3.36
학력	고졸 이하	460	2.72	3.23	3.08	3.15	3.40	3.34	3.35
	대졸	1311	2.88	3.33	3.15	3.27	3.52	3.46	3.40
	대학원졸	229	2.78	3.32	3.12	3.24	3.47	3.47	3.37
직업	관리/전문/사무직	1073	2.91	3.36	3.17	3.28	3.51	3.47	3.44
	서비스/판매직	215	2.80	3.31	3.20	3.21	3.46	3.40	3.25
	기계농림어업단순노무	212	2.60	3.09	3.10	3.13	3.30	3.33	3.13
	주부	238	2.79	3.30	3.02	3.32	3.63	3.44	3.54
	학생	116	2.91	3.46	3.23	3.28	3.42	3.58	3.52
	기타	146	2.66	3.08	2.93	2.99	3.42	3.28	3.21
가구소득	200만원 미만	166	2.64	3.11	3.00	2.99	3.21	3.15	3.10
	200~400만원 미만	543	2.73	3.20	3.10	3.10	3.34	3.28	3.30
	400~600만원 미만	563	2.87	3.32	3.10	3.27	3.48	3.47	3.40
	600만원 이상	728	2.92	3.42	3.21	3.39	3.67	3.59	3.50



〈표 5-103〉 라이프 스타일 [2/2]

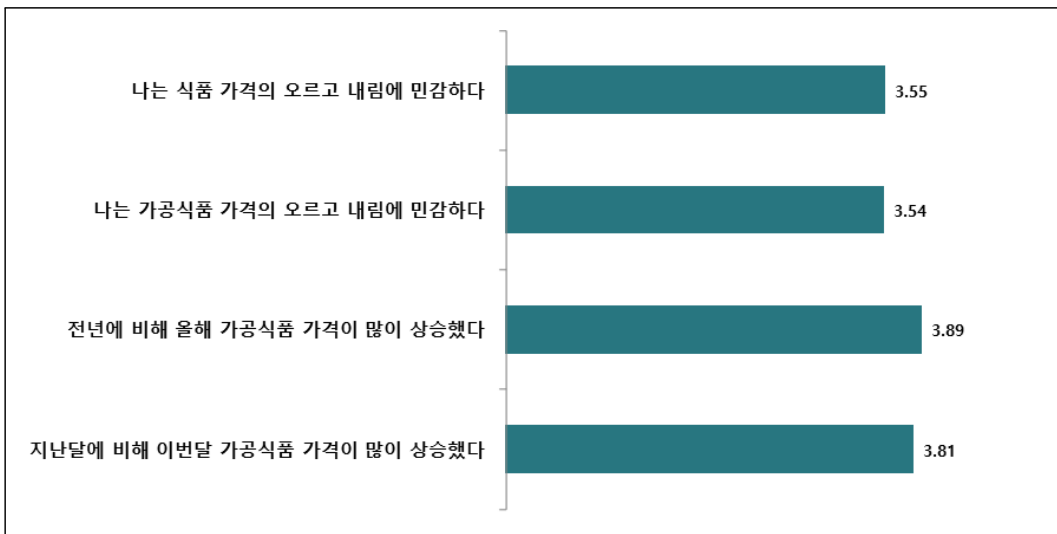
(단위: 명, 5점 평균)

구분	사례수	규칙적으로 식사하는 편이다	동일 제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 체크하는 편이다	식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	식품 선택 시 가격이나 맛보다는 안전성을 우선 고려한다	상한 것이 의심되는 등 위해 가능성이 있는 식품은 아까워도 섭취하지 않는다	식품 구입 시 안전성이 인증된 식품 (HACCP 등)을 구입하는 편이다	
전체	2000	3.57	3.56	3.68	3.48	3.44	3.79	3.55	
권역	수도권	1002	3.61	3.56	3.72	3.51	3.47	3.78	3.59
	충청권	219	3.56	3.54	3.60	3.47	3.30	3.68	3.46
	호남권	219	3.53	3.53	3.65	3.40	3.39	3.80	3.52
	대경권	195	3.60	3.55	3.71	3.45	3.49	3.86	3.48
	동남권	304	3.49	3.60	3.60	3.50	3.51	3.84	3.62
	강원권	61	3.39	3.44	3.57	3.28	3.34	3.74	3.34
가구원수	1인	331	3.27	3.53	3.61	3.40	3.18	3.55	3.44
	2인	367	3.59	3.49	3.66	3.39	3.43	3.83	3.51
	3인	598	3.62	3.54	3.68	3.47	3.48	3.80	3.57
	4인 이상	704	3.66	3.62	3.72	3.57	3.55	3.87	3.62
성별	남성	978	3.59	3.54	3.65	3.40	3.41	3.77	3.51
	여성	1022	3.55	3.57	3.70	3.56	3.48	3.81	3.60
연령	20대	267	3.42	3.47	3.66	3.44	3.36	3.56	3.43
	30대	410	3.46	3.56	3.62	3.42	3.39	3.65	3.47
	40대	502	3.57	3.56	3.67	3.52	3.43	3.84	3.56
	50대	386	3.68	3.65	3.75	3.55	3.51	3.89	3.62
	60대 이상	435	3.68	3.51	3.68	3.45	3.50	3.90	3.65
학력	고졸 이하	460	3.47	3.50	3.62	3.40	3.33	3.68	3.49
	대졸	1311	3.59	3.57	3.68	3.50	3.48	3.82	3.57
	대학원졸	229	3.66	3.55	3.74	3.52	3.45	3.80	3.59
직업	관리/전문/사무직	1073	3.62	3.56	3.70	3.49	3.48	3.82	3.60
	서비스/판매직	215	3.42	3.53	3.58	3.44	3.37	3.71	3.40
	기계농림어업단순노무	212	3.46	3.50	3.51	3.25	3.29	3.63	3.39
	주부	238	3.72	3.63	3.76	3.63	3.59	3.94	3.71
	학생	116	3.38	3.52	3.67	3.53	3.34	3.55	3.41
	기타	146	3.51	3.55	3.75	3.52	3.38	3.78	3.56
가구소득	200만원 미만	166	3.37	3.45	3.61	3.35	3.21	3.61	3.43
	200~400만원 미만	543	3.39	3.52	3.58	3.38	3.29	3.64	3.39
	400~600만원 미만	563	3.63	3.60	3.67	3.49	3.52	3.83	3.60
	600만원 이상	728	3.70	3.57	3.77	3.58	3.55	3.90	3.67

## 8.2. 가공식품 가격에 대한 인식

- 전반적으로 ‘식품 가격’과 ‘가공식품’의 가격 변동에 대해 민감하며, ‘전년’과 ‘전월’ 대비 가공식품 가격이 많이 상승했다고 인식하고 있음.
  - 연령별로 보았을 때, 20대는 ‘가공식품 가격’의 변동에 대해 더 민감한 반면, 50대와 60대 이상에서는 ‘식품 가격’ 변동에 더 민감한 것으로 나타남.
  - 가구소득별로 보았을 때, 가구 소득이 높더라도 ‘식품 가격’에 대해서는 유사한 수준의 민감도를 보이는 반면, ‘가공식품 민감도’는 가구 소득이 높아지면 덜 민감한 경향을 보임.
  - 가구소득 200만원 미만을 제외한 모든 응답자 특성 그룹에서 ‘전월 대비 상승’이 ‘전년대비 상승’보다는 덜 한 것으로 인식함.

〈그림 5-96〉 가공식품 가격에 대한 인식



〈표 5-104〉 가공식품 가격에 대한 인식

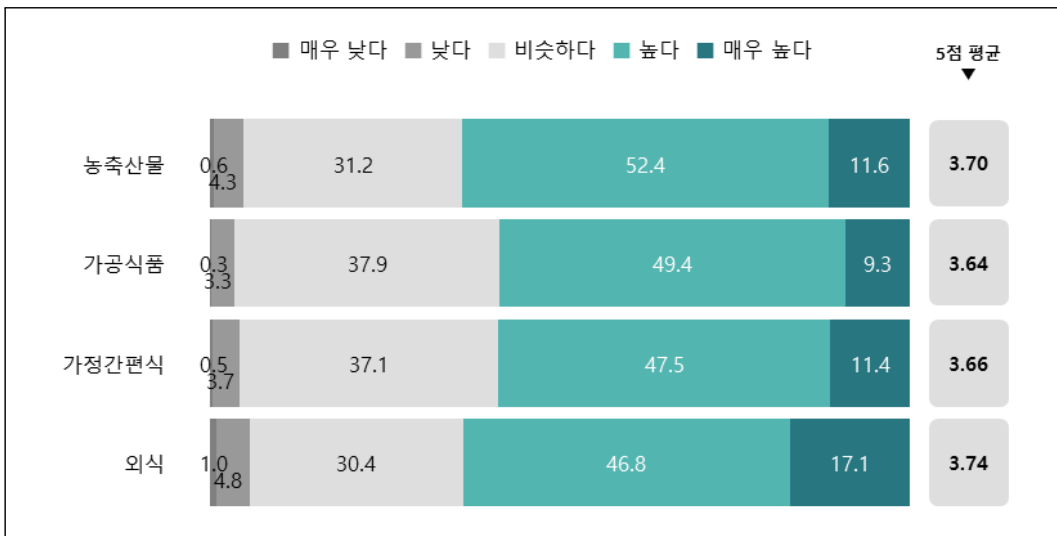
(단위: 명, 5점 평균)

구분		사례수	나는 식품 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		2000	3.55	3.54	3.89	3.81
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.50	3.56	3.84	3.70
	비 MZ세대	1218	3.58	3.53	3.92	3.88
권역	수도권	1002	3.54	3.53	3.92	3.84
	충청권	219	3.61	3.59	3.84	3.76
	호남권	219	3.50	3.47	3.75	3.74
	대경권	195	3.55	3.64	3.99	3.86
	동남권	304	3.60	3.57	3.86	3.79
	강원권	61	3.36	3.30	3.87	3.77
가구원수	1인	331	3.46	3.50	3.74	3.67
	2인	367	3.51	3.49	3.91	3.81
	3인	598	3.54	3.54	3.90	3.82
	4인 이상	704	3.62	3.59	3.94	3.87
성별	남성	978	3.54	3.58	3.88	3.82
	여성	1022	3.56	3.51	3.90	3.81
연령	20대	267	3.37	3.53	3.74	3.60
	30대	410	3.56	3.56	3.87	3.72
	40대	502	3.58	3.57	3.91	3.89
	50대	386	3.58	3.52	3.92	3.85
	60대 이상	435	3.58	3.52	3.94	3.91
학력	고졸 이하	460	3.53	3.54	3.82	3.75
	대졸	1311	3.56	3.55	3.92	3.83
	대학원졸	229	3.53	3.53	3.87	3.83
직업	관리/전문/사무직	1073	3.59	3.55	3.91	3.84
	서비스/판매직	215	3.42	3.49	3.76	3.67
	기계/농림어업/단순노무	212	3.44	3.50	3.81	3.77
	주부	238	3.63	3.56	4.01	3.89
	학생	116	3.40	3.55	3.75	3.62
	기타	146	3.59	3.58	3.96	3.91
가구소득	200만원 미만	166	3.54	3.61	3.80	3.81
	200~400만원 미만	543	3.52	3.55	3.82	3.78
	400~600만원 미만	563	3.58	3.57	3.92	3.82
	600만원 이상	728	3.55	3.50	3.94	3.83

### 8.3. 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식

- 식품 종류별 물가 수준 인식에서 ‘외식’(3.74점), ‘농축산물’(3.70점), ‘가정간편식’(3.66점), ‘가공식품’(3.64점) 순으로 물가가 높다고 인식하고 있음.
- 권역별로 보았을 때, 대부분의 권역에서 ‘외식’의 물가수준이 가장 높다고 인식하고 있지만, 동남권과 강원권은 ‘외식’보다 ‘농축산물’의 물가가 더 높다고 인식하고 있음.
- 가구원수별로 보았을 때, 모든 집단에서 ‘외식’의 물가수준이 가장 높다고 인식하고 있지만, 가구원수가 많을수록 ‘외식’ 물가가 높다는 인식이 커지고 있음.
- 연령별로 보았을 때, 50대와 60대 이상의 경우 ‘외식’보다 ‘농축산물’의 물가가 더 높다고 인식하고 있음.

〈그림 5-97〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식



〈표 5-105〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 농축산물

(단위: 명, %, 5점 평균)

구분		사례수	매우 낮다	낮다	비슷하다	높다	매우 높다	척도평균
전체		2000	0.6	4.3	31.2	52.4	11.6	3.70
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.8	6.9	32.0	50.5	9.8	3.62
	비 MZ세대	1218	0.4	2.6	30.7	53.6	12.6	3.75
권역	수도권	1002	0.6	4.2	29.7	53.9	11.6	3.72
	충청권	219	0.5	5.5	32.9	53.0	8.2	3.63
	호남권	219	0.9	5.5	37.0	46.1	10.5	3.60
	대경권	195	0.0	3.1	34.4	47.2	15.4	3.75
	동남권	304	0.7	3.9	30.9	53.0	11.5	3.71
	강원권	61	0.0	3.3	19.7	62.3	14.8	3.89
가구원수	1인	331	0.9	6.3	32.6	50.2	10.0	3.62
	2인	367	1.1	3.5	27.8	55.3	12.3	3.74
	3인	598	0.5	4.3	30.9	53.0	11.2	3.70
	4인 이상	704	0.1	3.7	32.5	51.4	12.2	3.72
성별	남성	978	0.6	4.4	33.6	50.4	10.9	3.67
	여성	1022	0.5	4.2	28.9	54.3	12.1	3.73
연령	20대	267	0.7	10.1	37.1	45.3	6.7	3.47
	30대	410	1.0	6.6	30.2	50.5	11.7	3.65
	40대	502	0.4	2.6	29.7	54.6	12.7	3.77
	50대	386	0.0	2.8	32.1	54.1	10.9	3.73
	60대 이상	435	0.7	1.8	29.4	54.5	13.6	3.78
학력	고졸 이하	460	0.7	3.9	35.4	48.9	11.1	3.66
	대졸	1311	0.5	4.2	31.0	53.1	11.2	3.70
	대학원졸	229	0.9	5.7	23.6	55.5	14.4	3.77
직업	관리/전문/사무직	1073	0.1	3.8	29.3	54.8	12.0	3.75
	서비스/판매직	215	1.4	8.4	37.2	45.1	7.9	3.50
	기계/농림어업/단순노무	212	1.9	5.7	38.2	43.4	10.8	3.56
	주부	238	0.4	2.9	26.9	54.2	15.5	3.82
	학생	116	1.7	3.4	40.5	49.1	5.2	3.53
	기타	146	0.0	2.7	26.0	58.2	13.0	3.82
가구소득	200만원 미만	166	0.0	6.6	33.7	47.6	12.0	3.65
	200~400만원 미만	543	1.3	5.2	32.8	49.9	10.9	3.64
	400~600만원 미만	563	0.5	4.3	30.9	51.5	12.8	3.72
	600만원 이상	728	0.1	3.2	29.7	56.0	11.0	3.75

〈표 5-106〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 가공식품

(단위: 명, %, 5점 평균)

구분		사례수	매우 낮다	낮다	비슷하다	높다	매우 높다	척도평균
전체		2000	0.3	3.3	37.9	49.4	9.3	3.64
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.0	4.5	38.9	46.2	10.5	3.63
	비 MZ세대	1218	0.4	2.5	37.2	51.4	8.5	3.65
권역	수도권	1002	0.1	3.2	37.3	49.7	9.7	3.66
	충청권	219	0.9	4.6	43.4	43.8	7.3	3.52
	호남권	219	0.5	4.1	43.4	45.7	6.4	3.53
	대경권	195	0.0	3.6	32.8	52.3	11.3	3.71
	동남권	304	0.3	1.3	37.2	51.3	9.9	3.69
	강원권	61	0.0	6.6	26.2	57.4	9.8	3.70
가구원수	1인	331	0.9	3.9	40.8	48.0	6.3	3.55
	2인	367	0.3	3.0	37.6	51.5	7.6	3.63
	3인	598	0.2	4.2	36.6	48.3	10.7	3.65
	4인 이상	704	0.0	2.4	37.6	49.7	10.2	3.68
성별	남성	978	0.1	3.1	39.3	49.0	8.6	3.63
	여성	1022	0.4	3.5	36.5	49.7	9.9	3.65
연령	20대	267	0.0	6.7	43.4	39.7	10.1	3.53
	30대	410	0.0	4.1	37.1	48.3	10.5	3.65
	40대	502	0.4	2.2	37.3	49.8	10.4	3.68
	50대	386	0.3	2.1	37.3	51.8	8.5	3.66
	60대 이상	435	0.5	2.8	36.3	53.6	6.9	3.64
학력	고졸 이하	460	0.2	3.5	40.2	49.1	7.0	3.59
	대졸	1311	0.2	3.2	37.0	49.3	10.3	3.66
	대학원졸	229	0.4	3.5	38.0	50.2	7.9	3.62
직업	관리/전문/사무직	1073	0.1	3.2	37.7	48.6	10.4	3.66
	서비스/판매직	215	1.9	2.8	39.1	48.8	7.4	3.57
	기계/농림어업/단순노무	212	0.0	5.2	41.0	47.2	6.6	3.55
	주부	238	0.0	2.9	34.9	53.4	8.8	3.68
	학생	116	0.0	2.6	43.1	44.0	10.3	3.62
	기타	146	0.0	3.4	32.9	56.8	6.8	3.67
가구소득	200만원 미만	166	0.0	3.0	37.3	53.6	6.0	3.63
	200~400만원 미만	543	0.6	4.4	39.0	47.1	8.8	3.59
	400~600만원 미만	563	0.2	3.4	38.5	47.1	10.8	3.65
	600만원 이상	728	0.1	2.5	36.5	51.8	9.1	3.67

〈표 5-107〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 가정간편식

(단위: 명, %, 5점 평균)

구분		사례수	매우 낮다	낮다	비슷하다	높다	매우 높다	척도평균
전체		2000	0.5	3.7	37.1	47.5	11.4	3.66
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.4	4.2	39.6	42.6	13.2	3.64
	비 MZ세대	1218	0.5	3.4	35.4	50.6	10.2	3.67
권역	수도권	1002	0.6	3.4	37.6	46.1	12.3	3.66
	충청권	219	0.9	5.0	41.1	42.9	10.0	3.56
	호남권	219	0.0	2.3	42.9	46.1	8.7	3.61
	대경권	195	0.0	4.1	31.8	50.3	13.8	3.74
	동남권	304	0.0	4.3	34.5	51.3	9.9	3.67
	강원권	61	1.6	4.9	21.3	62.3	9.8	3.74
가구원수	1인	331	1.8	4.2	41.7	43.5	8.8	3.53
	2인	367	0.3	4.1	38.1	46.0	11.4	3.64
	3인	598	0.2	3.3	36.8	46.8	12.9	3.69
	4인 이상	704	0.1	3.6	34.5	50.6	11.2	3.69
성별	남성	978	0.5	3.2	38.1	47.8	10.4	3.64
	여성	1022	0.4	4.2	36.0	47.2	12.2	3.67
연령	20대	267	0.4	6.0	41.9	38.6	13.1	3.58
	30대	410	0.5	3.7	40.7	41.2	13.9	3.64
	40대	502	0.6	3.6	35.1	49.0	11.8	3.68
	50대	386	0.3	2.6	31.1	57.5	8.5	3.72
	60대 이상	435	0.5	3.4	38.2	48.0	9.9	3.63
학력	고졸 이하	460	0.4	5.2	40.7	41.7	12.0	3.60
	대졸	1311	0.3	2.9	36.2	49.6	11.1	3.68
	대학원졸	229	1.3	5.2	34.9	46.7	11.8	3.62
직업	관리/전문/사무직	1073	0.6	3.3	36.2	48.2	11.8	3.67
	서비스/판매직	215	0.9	5.1	33.5	51.2	9.3	3.63
	기계/농림어업/단순노무	212	0.0	7.1	43.4	42.0	7.5	3.50
	주부	238	0.4	2.1	31.9	53.8	11.8	3.74
	학생	116	0.0	3.4	46.6	36.2	13.8	3.60
	기타	146	0.0	2.7	40.4	43.2	13.7	3.68
가구소득	200만원 미만	166	0.6	1.8	39.8	50.0	7.8	3.63
	200~400만원 미만	543	1.1	5.0	40.3	41.8	11.8	3.58
	400~600만원 미만	563	0.4	4.1	34.3	48.0	13.3	3.70
	600만원 이상	728	0.0	2.9	36.1	50.7	10.3	3.68

〈표 5-108〉 식품 종류별 물가 수준에 대한 인식 - 외식

(단위: 명, %, 5점 평균)

구분		사례수	매우 낮다	낮다	비슷하다	높다	매우 높다	척도평균
전체		2000	1.0	4.8	30.4	46.8	17.1	3.74
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.9	5.4	31.6	45.3	16.9	3.72
	비 MZ세대	1218	1.1	4.4	29.6	47.8	17.2	3.76
권역	수도권	1002	0.8	4.7	30.0	45.7	18.8	3.77
	충청권	219	1.4	6.8	26.0	49.3	16.4	3.73
	호남권	219	1.4	2.3	38.4	44.7	13.2	3.66
	대경권	195	1.0	4.1	27.7	49.2	17.9	3.79
	동남권	304	1.0	5.3	31.6	47.7	14.5	3.69
	강원권	61	1.6	6.6	24.6	50.8	16.4	3.74
가구원수	1인	331	1.8	3.6	39.0	39.9	15.7	3.64
	2인	367	1.9	4.1	28.3	48.0	17.7	3.75
	3인	598	0.7	4.8	30.1	47.0	17.4	3.76
	4인 이상	704	0.4	5.5	27.6	49.3	17.2	3.77
성별	남성	978	0.7	4.2	31.9	44.9	18.3	3.76
	여성	1022	1.3	5.3	28.9	48.6	15.9	3.73
연령	20대	267	1.1	6.7	33.0	46.1	13.1	3.63
	30대	410	1.0	4.9	32.0	44.4	17.8	3.73
	40대	502	0.8	3.6	30.5	44.8	20.3	3.80
	50대	386	0.3	4.9	32.4	47.9	14.5	3.72
	60대 이상	435	1.8	4.6	25.3	50.8	17.5	3.77
학력	고졸 이하	460	0.7	5.9	32.4	48.0	13.0	3.67
	대졸	1311	1.1	4.6	30.0	46.4	17.9	3.75
	대학원졸	229	0.9	3.5	28.4	46.7	20.5	3.83
직업	관리/전문/사무직	1073	0.9	4.3	30.2	46.6	18.0	3.76
	서비스/판매직	215	2.3	5.6	30.7	43.3	18.1	3.69
	기계/농림어업/단순노무	212	0.5	7.1	34.0	45.8	12.7	3.63
	주부	238	0.8	4.6	25.6	54.2	14.7	3.77
	학생	116	0.9	5.2	37.9	44.8	11.2	3.60
	기타	146	0.7	3.4	27.4	44.5	24.0	3.88
가구소득	200만원 미만	166	0.6	4.8	31.9	45.2	17.5	3.74
	200~400만원 미만	543	1.7	5.0	30.9	45.5	16.9	3.71
	400~600만원 미만	563	0.7	4.3	33.0	45.8	16.2	3.72
	600만원 이상	728	0.8	4.9	27.5	48.9	17.9	3.78

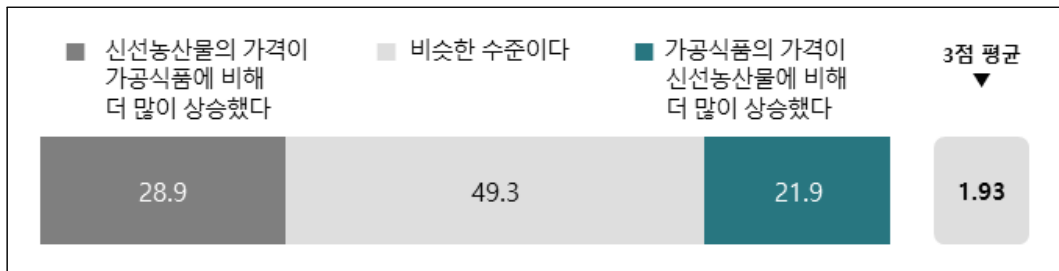


#### 8.4. 최근 1년 가공식품과 신선농산물 대비 가격 비교

○ 가공식품과 신선농산물의 가격 상승과 관련하여 ‘비슷한 수준’이라는 의견이 49.3%로 가장 많으며, ‘신선농산물의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다’는 의견이 28.9%로 ‘가공식품의 가격이 신선농산물에 비해 더 많이 상승했다’는 의견인 21.9%보다 높게 응답됨.

- 권역별로, 모든 권역에서 ‘신선농산물’의 가격 상승이 더 크다고 응답하고 있음.
- 연령별로 보았을 때, 20대와 30대의 경우는 ‘가공식품의 가격 상승’이 더 컸다는 의견이, 40대 이상에서는 ‘신선농산물의 가격 상승이 더 컸다’는 의견이 더 높게 나타남.

〈그림 5-98〉 최근 1년 가공식품과 신선농산물 대비 가격 비교



〈표 5-109〉 최근 1년 가공식품과 신선농산물 대비 가격 비교

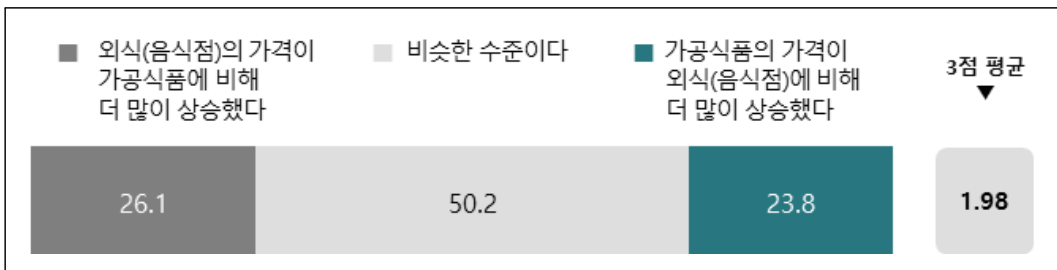
(단위: 명, %, 3점 평균)

구분		사례수	신선농산물의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다	비슷한 수준이다	가공식품의 가격이 신선농산물에 비해 더 많이 상승했다	평균
전체		2000	28.9	49.3	21.9	1.93
MZ세대 구분	MZ세대	782	23.9	53.2	22.9	1.99
	비 MZ세대	1218	32.1	46.7	21.2	1.89
권역	수도권	1002	29.1	48.5	22.4	1.93
	충청권	219	31.1	49.3	19.6	1.89
	호남권	219	23.7	54.3	21.9	1.98
	대경권	195	30.3	48.2	21.5	1.91
	동남권	304	26.3	51.6	22.0	1.96
	강원권	61	44.3	34.4	21.3	1.77
	가구원수	1인	331	29.3	54.1	16.6
	2인	367	31.1	46.9	22.1	1.91
	3인	598	30.4	49.3	20.2	1.90
	4인 이상	704	26.3	48.2	25.6	1.99
성별	남성	978	29.4	48.4	22.2	1.93
	여성	1022	28.4	50.1	21.5	1.93
연령	20대	267	20.6	58.4	21.0	2.00
	30대	410	24.1	51.2	24.6	2.00
	40대	502	31.9	45.6	22.5	1.91
	50대	386	28.5	50.5	21.0	1.92
	60대 이상	435	35.4	44.8	19.8	1.84
학력	고졸 이하	460	28.0	54.1	17.8	1.90
	대졸	1311	29.0	48.3	22.7	1.94
	대학원졸	229	30.1	45.0	24.9	1.95
직업	관리/전문/사무직	1073	29.9	46.8	23.3	1.93
	서비스/판매직	215	20.9	59.5	19.5	1.99
	기계/농림어업/단순노무	212	22.2	56.1	21.7	2.00
	주부	238	38.7	45.4	16.0	1.77
	학생	116	19.0	57.8	23.3	2.04
	기타	146	34.9	41.8	23.3	1.88
가구소득	200만원 미만	166	30.7	50.6	18.7	1.88
	200~400만원 미만	543	28.5	52.1	19.3	1.91
	400~600만원 미만	563	27.9	49.9	22.2	1.94
	600만원 이상	728	29.5	46.3	24.2	1.95

## 8.5. 최근 1년 가공식품과 외식 대비 가격 비교

- 가공식품과 외식 가격의 상승 정도와 관련하여 ‘비슷한 수준’이라는 의견이 50.2%로 가장 많으며, ‘외식의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다’는 의견이 26.1%로 ‘가공식품의 가격이 외식에 비해 더 많이 상승했다’는 의견의 23.8%보다 소폭 높게 응답됨.
  - 권역별로 대경권과 동남권의 경우, ‘가공식품의 가격이 외식에 비해 더 많이 상승했다’는 의견이 ‘외식의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다’는 의견보다 높게 나타남.
  - 가구원수별로 보았을 때, 2인 가구에서 ‘외식의 가격이 더 많이 상승했다’고 인식하는 비중이 3인 가구 이상보다 높게 나타남.
  - 성별로 보았을 때, 남성에서 ‘외식 가격’이 더 많이 상승했다는 인식이 큼.

〈그림 5-99〉 최근 1년 가공식품과 외식 대비 가격 비교



〈표 5-110〉 최근 1년 가공식품과 외식 대비 가격 비교

(단위: 명, %, 5점 평균)

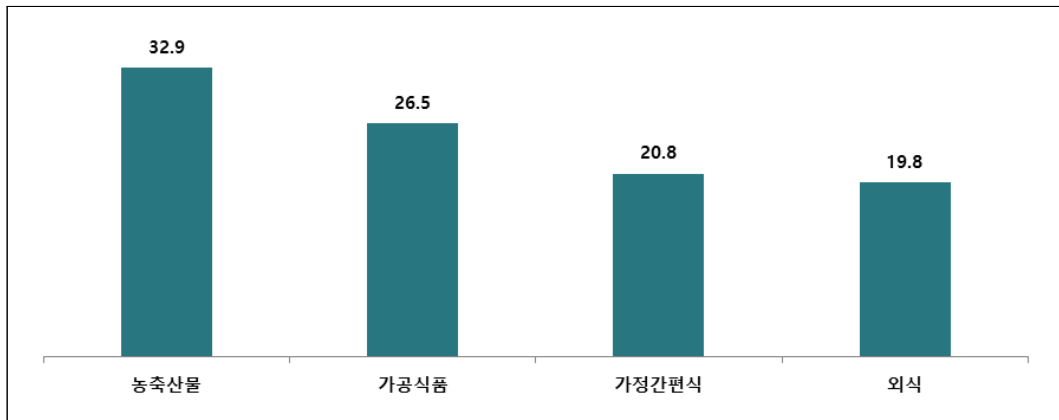
구분		사례수	외식(음식점)의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다	비슷한 수준이다	가공식품의 가격이 외식(음식점)에 비해 더 많이 상승했다	평균
전체		2000	26.1	50.2	23.8	1.98
MZ세대 구분	MZ세대	782	21.5	54.2	24.3	2.03
	비 MZ세대	1218	29.0	47.6	23.4	1.94
권역	수도권	1002	26.8	48.5	24.7	1.98
	충청권	219	26.5	50.7	22.8	1.96
	호남권	219	26.5	55.7	17.8	1.91
	대경권	195	25.6	48.2	26.2	2.01
	동남권	304	23.7	51.6	24.7	2.01
	강원권	61	23.0	55.7	21.3	1.98
	가구원수	1인	331	25.1	56.5	18.4
	2인	367	29.7	46.0	24.3	1.95
	3인	598	25.6	50.5	23.9	1.98
	4인 이상	704	25.0	49.1	25.9	2.01
성별	남성	978	27.2	50.0	22.8	1.96
	여성	1022	25.0	50.4	24.7	2.00
연령	20대	267	20.6	58.8	20.6	2.00
	30대	410	20.0	53.4	26.6	2.07
	40대	502	28.5	47.8	23.7	1.95
	50대	386	27.5	48.4	24.1	1.97
	60대 이상	435	31.0	46.2	22.8	1.92
학력	고졸 이하	460	22.4	56.1	21.5	1.99
	대졸	1311	27.6	47.9	24.5	1.97
	대학원졸	229	24.5	51.5	24.0	2.00
직업	관리/전문/사무직	1073	26.9	48.0	25.1	1.98
	서비스/판매직	215	21.9	53.5	24.7	2.03
	기계/농림어업/단순노무	212	24.1	54.2	21.7	1.98
	주부	238	26.9	49.6	23.5	1.97
	학생	116	21.6	58.6	19.8	1.98
	기타	146	30.8	50.0	19.2	1.88
가구소득	200만원 미만	166	25.3	56.6	18.1	1.93
	200~400만원 미만	543	26.0	52.5	21.5	1.96
	400~600만원 미만	563	25.0	47.1	27.9	2.03
	600만원 이상	728	27.1	49.5	23.5	1.96

## 8.6. 하반기 물가 상승 우려 종류

○ 하반기 가격 상승이 우려되는 품목으로 ‘농축산물’(32.9%), ‘가공식품’(26.5%), ‘가정 간편식’(20.8%), ‘외식’(19.8%)의 순으로 나타남.

- 하반기 가격 상승 우려 품목과 관련하여 응답자 특성별로 큰 차이를 보이지 않음.

〈그림 5-100〉 하반기 물가 상승 우려 종류(1+2+3+4 가중평균)



〈표 5-111〉 하반기 물가 상승 우려 종류(1+2+3+4 가중평균)

(단위: 명, %)

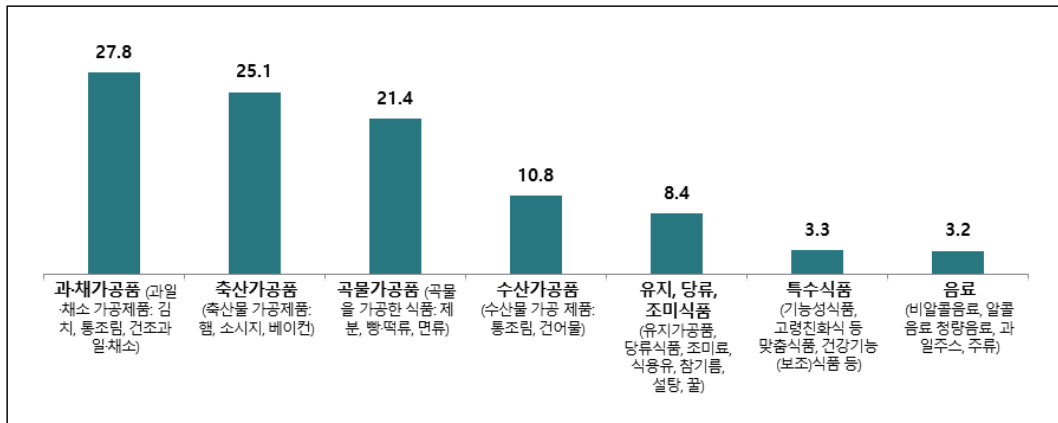
구분		사례수	농축산물	가공식품	가정간편식	외식
전체		2000	32.9	26.5	20.8	19.8
MZ세대 구분	MZ세대	782	31.5	27.2	22.4	18.9
	비 MZ세대	1218	33.8	26.1	19.8	20.3
권역	수도권	1002	32.4	26.9	20.8	19.9
	충청권	219	33.4	25.2	21.5	20.0
	호남권	219	33.1	26.1	20.9	20.0
	대경권	195	33.0	27.1	20.5	19.4
	동남권	304	33.5	26.4	21.0	19.2
	강원권	61	34.8	25.6	18.7	21.0
가구원수	1인	331	31.5	26.8	22.1	19.6
	2인	367	34.3	25.1	19.6	21.0
	3인	598	32.9	26.7	21.3	19.1
	4인 이상	704	32.7	27.0	20.5	19.8
성별	남성	978	32.9	26.5	20.2	20.4
	여성	1022	32.8	26.6	21.4	19.2
연령	20대	267	30.3	27.2	21.8	20.6
	30대	410	31.8	27.2	22.9	18.1
	40대	502	33.1	27.2	20.5	19.2
	50대	386	34.1	26.2	19.5	20.2
	60대 이상	435	34.1	25.0	19.8	21.1
학력	고졸 이하	460	32.7	26.1	20.7	20.5
	대졸	1311	32.7	26.8	21.0	19.4
	대학원졸	229	34.0	25.7	20.1	20.3
직업	관리/전문/사무직	1073	32.8	26.8	20.7	19.7
	서비스/판매직	215	32.6	27.6	21.2	18.6
	기계/농림어업/단순노무	212	33.5	26.7	21.0	18.8
	주부	238	33.7	24.6	21.1	20.6
	학생	116	30.3	26.7	20.1	22.8
	기타	146	33.6	25.6	21.0	19.9
가구소득	200만원 미만	166	32.0	27.0	20.8	20.2
	200~400만원 미만	543	31.8	26.6	21.4	20.2
	400~600만원 미만	563	33.4	26.8	21.0	18.9
	600만원 이상	728	33.5	26.2	20.3	20.0

## 8.7. 하반기 가격 상승 우려 가공품 품목군

○ 하반기 가격 상승이 우려되는 가공품 품목으로 ‘과채가공품’(27.8%), ‘축산가공품’(25.1%), ‘곡물가공품’(21.4%) 등이 주로 응답됨.

- 권역별로 보았을 때, 호남권과 강원권의 경우, ‘과채가공품’ 보다 ‘축산가공품’의 가격 상승에 대한 우려가 더 크게 나타남.
- 가구소득별로 보았을 때, 200만원 미만은 ‘과채가공품’의 가격 상승에 대한 우려가 다른 소득구간보다 높게 나타남.

〈그림 5-101〉 하반기 가격 상승 우려 가공품 품목군(1+2가중평균)



〈표 5-112〉 하반기 가격 상승 우려 가공품 품목군(1+2 가중평균)

(단위: 명, %)

구분		사례수	과·채 가공품	축산 가공품	곡물 가공품	수산 가공품	유지, 당류, 조미식품	특수식품	음료
전체		2000	27.8	25.1	21.4	10.8	8.4	3.3	3.2
MZ세대 구분	MZ세대	782	28.0	23.1	18.7	12.4	9.8	3.4	4.6
	비 MZ세대	1218	27.8	26.4	23.2	9.8	7.4	3.2	2.2
권역	수도권	1002	28.8	24.9	21.6	10.9	7.7	2.9	3.3
	충청권	219	29.2	25.1	18.9	11.9	8.1	4.0	2.9
	호남권	219	23.7	25.4	21.9	11.6	8.8	5.3	3.2
	대경권	195	27.5	26.0	19.5	11.5	8.9	3.1	3.6
	동남권	304	28.2	24.8	22.1	9.2	10.2	2.6	2.9
	강원권	61	20.8	27.9	27.9	9.3	7.7	4.4	2.2
가구원수	1인	331	31.6	20.3	21.8	10.8	8.5	3.2	3.8
	2인	367	25.4	27.2	23.2	8.8	9.9	3.2	2.3
	3인	598	28.9	25.1	21.9	10.9	6.2	3.3	3.6
	4인 이상	704	26.4	26.3	20.0	11.8	9.3	3.3	3.0
성별	남성	978	28.0	25.4	20.8	10.8	8.4	3.0	3.6
	여성	1022	27.7	24.9	22.0	10.8	8.3	3.5	2.8
연령	20대	267	26.5	21.0	16.6	14.5	12.2	3.2	6.0
	30대	410	29.0	23.1	19.5	11.3	8.7	3.9	4.5
	40대	502	28.1	25.4	23.6	11.3	7.0	2.3	2.4
	50대	386	27.1	26.9	22.1	9.2	8.3	3.8	2.5
	60대 이상	435	27.9	27.7	23.0	9.0	7.3	3.4	1.7
학력	고졸 이하	460	26.6	24.0	22.0	11.4	8.4	4.0	3.6
	대졸	1311	28.1	25.3	21.1	10.6	8.8	3.0	3.1
	대학원졸	229	28.8	26.6	22.0	10.8	5.7	3.3	2.8
직업	관리/전문/사무직	1073	29.3	25.1	21.6	10.2	8.1	2.8	2.8
	서비스/판매직	215	24.7	26.2	19.2	12.2	9.6	2.6	5.4
	기계농림어업단순노무	212	24.2	23.4	21.2	12.3	10.7	3.8	4.4
	주부	238	26.9	27.5	22.8	10.2	6.6	4.1	2.0
	학생	116	28.2	23.0	18.4	11.5	10.1	4.3	4.6
	기타	146	28.1	24.4	23.5	11.6	6.2	4.8	1.4
	가구소득	200만원 미만	166	30.5	22.9	21.7	11.0	5.8	4.2
200~400만원 미만	543	27.9	24.5	22.4	8.7	9.1	3.6	3.9	
400~600만원 미만	563	25.6	26.1	20.5	13.3	8.8	3.1	2.7	
600만원 이상	728	28.9	25.4	21.3	10.4	8.1	3.0	2.9	

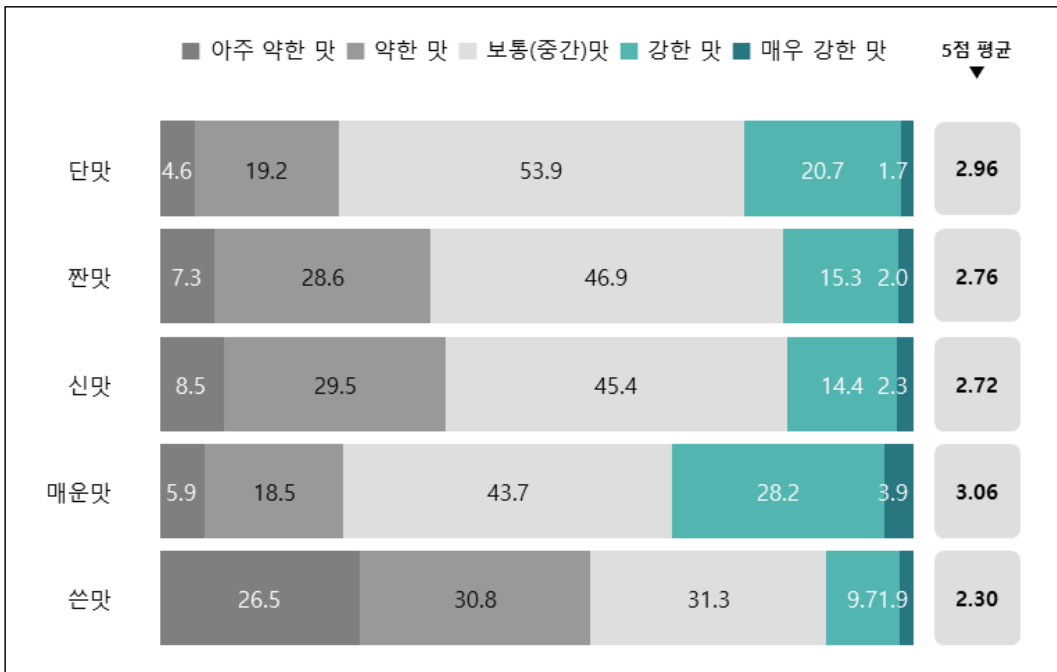


## 8.8. 맛에 대한 기호도

○ 맛에 대한 기호는 매운맛, 단맛, 짠맛, 신맛, 쓴맛의 순으로 선호되고 있음.

- 연령별로 보았을 때, 20대는 매운맛(3.10점)보다 짠맛(3.12점)에 대한 선호가 더 높았으며, 60대 이상의 경우 모든 맛에 대한 선호가 다른 연령대보다 낮게 나타남.
- 가구소득별로 보았을 때, 200만원 미만은 매운 맛보다 단맛에 대한 선호가 높게 나타남.

〈그림 5-102〉 맛에 대한 기호도



〈표 5-113〉 맛에 대한 기호도

(단위: 명, 5점 평균)

구분		사례수	단맛	짠맛	신맛	매운맛	쓴맛
전체		2000	2.96	2.76	2.72	3.06	2.30
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.09	3.01	2.85	3.11	2.44
	비 MZ세대	1218	2.87	2.60	2.65	3.02	2.21
권역	수도권	1002	2.98	2.78	2.75	3.01	2.28
	충청권	219	2.91	2.77	2.69	2.98	2.26
	호남권	219	2.96	2.65	2.79	3.09	2.30
	대경권	195	2.96	2.77	2.68	3.27	2.40
	동남권	304	2.93	2.82	2.67	3.10	2.38
	강원권	61	2.75	2.56	2.64	3.10	2.03
가구원수	1인	331	2.89	2.76	2.75	3.00	2.34
	2인	367	2.87	2.66	2.63	2.93	2.10
	3인	598	2.96	2.75	2.76	3.05	2.30
	4인 이상	704	3.03	2.83	2.73	3.16	2.38
성별	남성	978	2.95	2.76	2.69	3.06	2.33
	여성	1022	2.96	2.76	2.76	3.05	2.27
연령	20대	267	3.09	3.12	2.82	3.10	2.54
	30대	410	3.12	2.98	2.89	3.14	2.43
	40대	502	2.92	2.72	2.67	3.09	2.25
	50대	386	2.90	2.56	2.69	3.06	2.19
	60대 이상	435	2.81	2.56	2.61	2.91	2.17
학력	고졸 이하	460	2.97	2.81	2.72	3.05	2.26
	대졸	1311	2.96	2.77	2.74	3.08	2.32
	대학원졸	229	2.93	2.62	2.63	2.96	2.22
직업	관리/전문/사무직	1073	3.00	2.80	2.74	3.09	2.31
	서비스/판매직	215	2.94	2.81	2.75	3.13	2.40
	기계/농림어업/단순노무	212	2.84	2.76	2.77	3.03	2.50
	주부	238	2.87	2.55	2.62	2.92	2.09
	학생	116	3.13	3.09	2.73	3.03	2.32
	기타	146	2.81	2.51	2.66	3.01	2.11
가구소득	200만원 미만	166	2.92	2.77	2.67	2.89	2.19
	200~400만원 미만	543	2.91	2.77	2.72	3.06	2.29
	400~600만원 미만	563	3.03	2.78	2.74	3.09	2.33
	600만원 이상	728	2.95	2.74	2.73	3.07	2.31

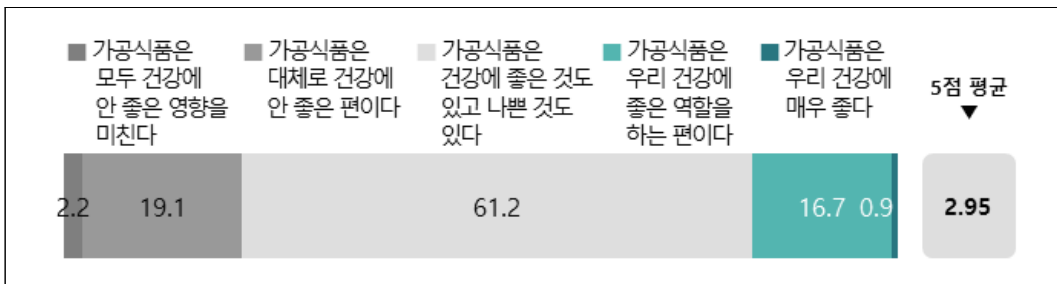
## 8.9. 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향

○ 가공식품이 ‘건강에 안 좋은 영향을 미칠 것’(가공식품은 모두 건강에 안 좋은 영향을 미친다 + 가공식품은 대체로 건강에 안 좋은 편이다)이라는 의견이 21.3%로, ‘건강에 좋은 영향을 미칠 것’(가공식품은 우리건강에 좋은 역할을 하는 편이다 + 가공식품은 우리 건강에 매우 좋다)이라는 의견의 17.6%보다 약간 높게 나타남.

- 연령별로, 20대와 30대에서는 ‘건강에 안 좋은 영향을 미칠 것’이라는 의견보다 ‘건강에 좋은 영향을 미칠 것’이라는 의견이 더 많은 것으로 나타나, 40대 이상의 고연령층과 다른 견해를 보임.

- 성별로 큰 차이는 아니지만 남성이 여성보다 가공식품에 대해 긍정적인 견해를 보임.

〈그림 5-103〉 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향



〈표 5-114〉 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향

(단위: 명, %, 5점 평균)

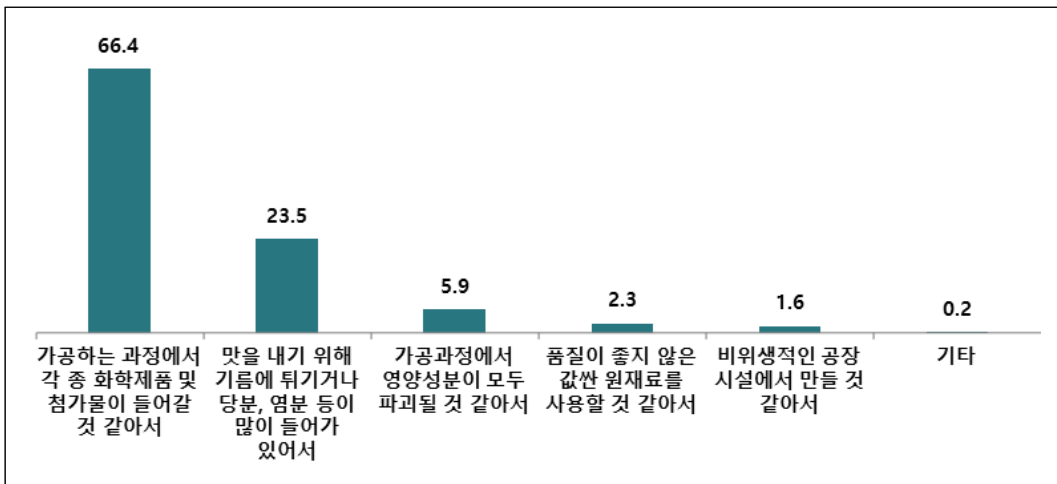
구분		사례수	가공식품은 모두 건강에 안 좋은 영향을 미친다	가공식품은 대체로 건강에 안 좋은 편이다	가공식품은 건강에 좋은 것도 있고 나쁜 것도 있다	가공식품은 우리 건강에 좋은 역할을 하는 편이다	가공식품은 우리 건강에 매우 좋다	척도평균
전체		2000	2.2	19.1	61.2	16.7	0.9	2.95
MZ세대 구분	MZ세대	782	2.0	17.1	59.2	20.2	1.4	3.02
	비 MZ세대	1218	2.3	20.4	62.4	14.4	0.5	2.90
권역	수도권	1002	3.0	19.5	59.3	17.1	1.2	2.94
	충청권	219	1.8	18.7	63.5	15.1	0.9	2.95
	호남권	219	0.5	21.0	59.8	18.7	0.0	2.97
	대경권	195	2.1	16.4	66.2	14.4	1.0	2.96
	동남권	304	1.3	19.1	61.8	17.4	0.3	2.96
	강원권	61	1.6	16.4	68.9	13.1	0.0	2.93
가구원수	1인	331	2.1	18.4	64.4	14.5	0.6	2.93
	2인	367	3.0	19.6	65.9	10.6	0.8	2.87
	3인	598	2.2	20.2	61.0	16.1	0.5	2.92
	4인 이상	704	1.8	18.2	57.2	21.4	1.3	3.02
성별	남성	978	1.5	17.4	62.0	18.4	0.7	2.99
	여성	1022	2.8	20.7	60.4	15.1	1.0	2.91
연령	20대	267	1.1	17.2	62.2	18.0	1.5	3.01
	30대	410	2.4	15.1	58.0	22.7	1.7	3.06
	40대	502	2.2	23.5	58.4	15.7	0.2	2.88
	50대	386	2.6	20.7	57.3	18.7	0.8	2.94
	60대 이상	435	2.3	17.5	70.1	9.7	0.5	2.89
학력	고졸 이하	460	2.6	16.3	66.1	14.1	0.9	2.94
	대졸	1311	1.8	19.9	60.0	17.3	0.9	2.96
	대학원졸	229	3.5	20.1	57.6	18.3	0.4	2.92
직업	관리/전문/사무직	1073	2.2	19.9	58.0	19.0	0.9	2.97
	서비스/판매직	215	1.4	15.8	65.1	17.7	0.0	2.99
	기계농림어업단순노무	212	0.9	14.6	67.9	16.0	0.5	3.00
	주부	238	3.4	20.6	66.0	8.8	1.3	2.84
	학생	116	0.9	17.2	61.2	19.0	1.7	3.03
	기타	146	4.1	24.0	61.0	10.3	0.7	2.79
가구소득	200만원 미만	166	1.2	18.1	70.5	9.6	0.6	2.90
	200~400만원 미만	543	2.2	19.5	64.8	13.1	0.4	2.90
	400~600만원 미만	563	2.8	19.0	59.0	18.1	1.1	2.96
	600만원 이상	728	1.9	19.1	58.0	19.9	1.1	2.99

## 8.10. 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유

○ 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유로 ‘가공하는 과정에서 각종 화학제품 및 첨가물이 들어갈 것 같아서’가 66.4%로 압도적으로 높았으며, 그 다음으로 ‘맛을 내기 위해 기름에 튀기거나 당분, 염분 등이 많이 들어가 있어서’가 23.5%로 나타남.

- 모든 인구 통계적 특성 그룹내에서 ‘가공하는 과정에서 각종 화학제품 및 첨가물이 들어갈 것 같아서’가 가장 높게 나타나고 있음.
- 연령별로 20대에서 ‘맛을 내기 위해 기름에 튀기거나 당분, 염분 등이 많이 들어가 있어서’가 28.6%로 다른 연령층 보다 높게 응답됨.

〈그림 5-104〉 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유



〈표 5-115〉 가공식품이 건강에 안 좋은 영향을 미치는 이유

(단위: 명, %)

구분	사례수	가공하는 과정에서 각종 화학 제품 및 첨가물이 들어갈 것 같아서	맛을 내기 위해 기름에 튀기거나 당분, 염분 등이 많이 들어가 있어서	가공 과정에서 영양성분이 모두 파괴될 것 같아서	품질이 좋지 않은 값싼 원재료를 사용할 것 같아서	비위생적인 공장 시설에서 만들 것 같아서	기타	
전체	426	66.4	23.5	5.9	2.3	1.6	0.2	
MZ세대 구분	MZ세대	150	64.0	22.7	9.3	1.3	2.0	0.7
	비 MZ세대	276	67.8	23.9	4.0	2.9	1.4	0.0
권역	수도권	225	68.9	22.2	4.9	2.7	1.3	0.0
	충청권	45	60.0	28.9	6.7	4.4	0.0	0.0
	호남권	47	68.1	29.8	0.0	0.0	2.1	0.0
	대경권	36	69.4	16.7	8.3	0.0	2.8	2.8
	동남권	62	61.3	22.6	11.3	3.2	1.6	0.0
	강원권	11	54.5	27.3	9.1	0.0	9.1	0.0
가구원수	1인	68	66.2	27.9	4.4	1.5	0.0	0.0
	2인	83	61.4	27.7	6.0	3.6	1.2	0.0
	3인	134	64.2	21.6	7.5	3.7	2.2	0.7
	4인 이상	141	71.6	20.6	5.0	0.7	2.1	0.0
성별	남성	185	62.2	28.6	6.5	1.6	1.1	0.0
	여성	241	69.7	19.5	5.4	2.9	2.1	0.4
연령	20대	49	55.1	28.6	10.2	4.1	2.0	0.0
	30대	72	68.1	20.8	9.7	0.0	1.4	0.0
	40대	129	69.8	20.2	4.7	1.6	3.1	0.8
	50대	90	65.6	27.8	3.3	3.3	0.0	0.0
	60대 이상	86	67.4	23.3	4.7	3.5	1.2	0.0
학력	고졸 이하	87	58.6	26.4	8.0	5.7	1.1	0.0
	대졸	285	68.1	22.8	6.0	1.4	1.4	0.4
	대학원졸	54	70.4	22.2	1.9	1.9	3.7	0.0
직업	관리/전문/사무직	237	69.6	22.4	5.1	0.4	2.1	0.4
	서비스/판매직	37	64.9	29.7	5.4	0.0	0.0	0.0
	기계/농림어업/단순노무	33	57.6	27.3	12.1	0.0	3.0	0.0
	주부	57	64.9	21.1	5.3	8.8	0.0	0.0
	학생	21	52.4	33.3	4.8	4.8	4.8	0.0
	기타	41	65.9	19.5	7.3	7.3	0.0	0.0
	미응답	17						
가구소득	200만원 미만	32	71.9	18.8	6.3	3.1	0.0	0.0
	200~400만원 미만	118	61.9	29.7	4.2	3.4	0.0	0.8
	400~600만원 미만	123	65.0	22.8	8.9	1.6	1.6	0.0
	600만원 이상	153	69.9	20.3	4.6	2.0	3.3	0.0

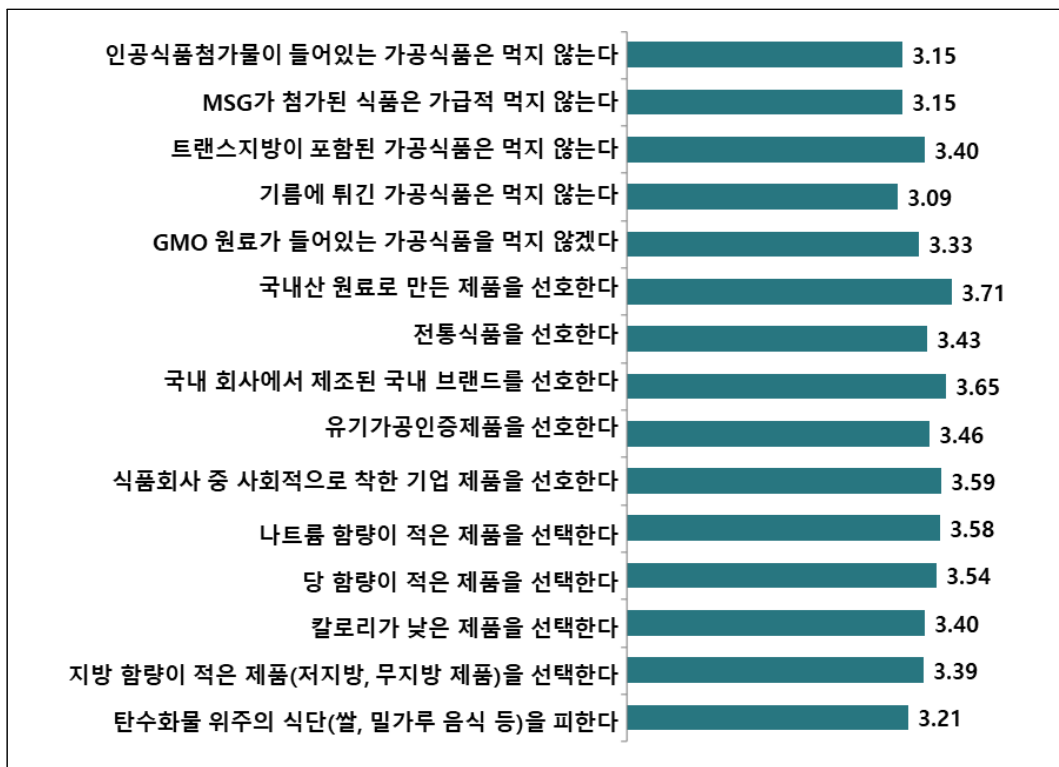
### 8.11. 식품 이슈별 자가 평가

○ 식품 이슈와 관련하여, ‘국내산 원료에 대한 선호’(3.71점)가 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다’(3.65점)으로 국내 제품이 다른 품질을 대표하고 있는 것으로 보여짐.

○ 건강이나 좋은 재료보다 ‘사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한 기업제품을 선호한다’는 응답이 3번째로 중요한 것으로 나타나 기업의 사회적 책임이 매우 중요한 것을 알 수 있음.

- 연령별로 20대와 30대의 경우 ‘국내 브랜드에 대한 선호’보다 ‘착한 기업’에 대한 선호가 더 높게 나타나고 있음.

〈그림 5-105〉 식품 이슈별 자가 평가



〈표 5-116〉 식품 이슈별 자가 평가 [1/2]

(단위: 명, 5점 평균)

구분	사례수	인공식품 첨가물이 들어있는 가공 식품은 먹지 않는다	MSG가 첨가된 식품은 가급적 먹지 않는다	트랜스 지방이 포함된 가공 식품은 먹지 않는다	기름에 튀긴 가공 식품은 먹지 않는다	GMO 원료가 들어있는 가공 식품을 먹지 않겠다	국내산 원료로 만든 제품을 선호한다	전통 식품을 선호한다	국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다	
전체	2000	3.15	3.15	3.40	3.09	3.33	3.71	3.43	3.65	
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.06	3.11	3.30	3.07	3.26	3.56	3.30	3.49
	비 MZ세대	1218	3.21	3.18	3.47	3.10	3.37	3.81	3.51	3.74
권역	수도권	1002	3.18	3.17	3.45	3.08	3.37	3.70	3.41	3.65
	충청권	219	3.17	3.22	3.42	3.21	3.36	3.76	3.48	3.68
	호남권	219	3.12	3.10	3.35	3.08	3.29	3.71	3.43	3.58
	대경권	195	3.06	2.99	3.25	3.01	3.17	3.64	3.49	3.62
	동남권	304	3.16	3.20	3.42	3.13	3.32	3.77	3.46	3.66
	강원권	61	3.02	3.03	3.23	2.79	3.23	3.62	3.20	3.61
가구원수	1인	331	2.99	2.96	3.27	2.98	3.15	3.50	3.24	3.52
	2인	367	3.13	3.16	3.40	3.06	3.33	3.78	3.49	3.68
	3인	598	3.16	3.17	3.44	3.12	3.38	3.73	3.44	3.64
	4인 이상	704	3.23	3.22	3.44	3.13	3.37	3.75	3.47	3.69
성별	남성	978	3.15	3.11	3.42	3.06	3.31	3.68	3.45	3.63
	여성	1022	3.16	3.20	3.39	3.11	3.34	3.74	3.41	3.66
연령	20대	267	2.99	3.13	3.26	3.09	3.21	3.52	3.26	3.43
	30대	410	3.05	3.06	3.29	3.02	3.28	3.55	3.30	3.49
	40대	502	3.14	3.10	3.36	2.97	3.26	3.72	3.37	3.68
	50대	386	3.27	3.22	3.50	3.15	3.39	3.83	3.57	3.80
	60대 이상	435	3.26	3.26	3.56	3.23	3.47	3.86	3.59	3.75
학력	고졸 이하	460	3.04	3.08	3.28	3.02	3.25	3.61	3.32	3.56
	대졸	1311	3.19	3.18	3.42	3.11	3.36	3.74	3.46	3.68
	대학원졸	229	3.18	3.14	3.54	3.10	3.30	3.75	3.47	3.65
직업	관리/전문/사무직	1073	3.20	3.20	3.44	3.10	3.35	3.74	3.44	3.66
	서비스/판매직	215	3.05	2.97	3.31	3.03	3.17	3.65	3.37	3.56
	기계농림어업단순노무	212	2.93	3.01	3.25	2.97	3.25	3.50	3.42	3.44
	주부	238	3.31	3.26	3.52	3.26	3.52	3.88	3.54	3.84
	학생	116	3.03	3.22	3.30	3.02	3.23	3.56	3.22	3.57
	기타	146	3.13	3.08	3.39	3.05	3.28	3.73	3.42	3.67
가구소득	200만원 미만	166	2.99	3.01	3.24	2.96	3.24	3.55	3.20	3.42
	200~400만원 미만	543	3.01	2.99	3.27	3.01	3.16	3.57	3.34	3.55
	400~600만원 미만	563	3.22	3.21	3.47	3.11	3.39	3.75	3.49	3.67
	600만원 이상	728	3.24	3.27	3.49	3.16	3.41	3.82	3.49	3.75



〈표 5-116〉 식품 이슈별 자가 평가 [2/2]

(단위: 명, 5점 평균)

구분	사례수	유기농 인증 제품을 선호한다	식품회사 중 사회적 으로 좋은 일을 많이 하는 착한 기업 제품을 선호한다	나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	당 함량이 적은 제품을 선택한다	칼로리가 낮은 제품을 선택한다	지방 함량이 적은 제품 (저지방, 무지방 제품)을 선택한다	탄수화물 위주의 식단(쌀, 밀가루 음식 등)을 피한다	
전체	2000	3.46	3.59	3.58	3.54	3.40	3.39	3.21	
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.36	3.51	3.47	3.45	3.40	3.33	3.22
	비 MZ세대	1218	3.52	3.64	3.65	3.59	3.40	3.43	3.20
권역	수도권	1002	3.48	3.59	3.61	3.56	3.45	3.41	3.22
	충청권	219	3.46	3.62	3.59	3.55	3.34	3.39	3.21
	호남권	219	3.41	3.55	3.57	3.49	3.36	3.36	3.19
	대경권	195	3.43	3.57	3.46	3.46	3.34	3.37	3.14
	동남권	304	3.46	3.59	3.57	3.51	3.36	3.38	3.27
	강원권	61	3.34	3.48	3.49	3.61	3.36	3.34	3.00
가구원수	1인	331	3.28	3.51	3.47	3.45	3.30	3.27	3.15
	2인	367	3.44	3.59	3.60	3.58	3.35	3.35	3.12
	3인	598	3.46	3.60	3.62	3.56	3.42	3.43	3.22
	4인 이상	704	3.54	3.60	3.59	3.54	3.45	3.44	3.27
성별	남성	978	3.43	3.58	3.55	3.48	3.30	3.35	3.17
	여성	1022	3.48	3.59	3.61	3.59	3.49	3.43	3.25
연령	20대	267	3.34	3.46	3.42	3.37	3.36	3.36	3.22
	30대	410	3.33	3.50	3.46	3.47	3.38	3.30	3.23
	40대	502	3.44	3.62	3.58	3.56	3.40	3.37	3.18
	50대	386	3.57	3.66	3.67	3.57	3.46	3.47	3.19
	60대 이상	435	3.56	3.64	3.71	3.65	3.38	3.46	3.23
학력	고졸 이하	460	3.37	3.45	3.46	3.42	3.28	3.25	3.10
	대졸	1311	3.48	3.62	3.62	3.58	3.44	3.44	3.23
	대학원졸	229	3.48	3.63	3.62	3.53	3.39	3.42	3.27
직업	관리/전문/사무직	1073	3.48	3.62	3.60	3.55	3.43	3.43	3.24
	서비스/판매직	215	3.30	3.44	3.43	3.48	3.31	3.30	3.11
	기계농림어업단순노무	212	3.33	3.47	3.38	3.38	3.16	3.19	3.08
	주부	238	3.63	3.69	3.81	3.75	3.62	3.51	3.32
	학생	116	3.32	3.45	3.49	3.39	3.42	3.40	3.09
	기타	146	3.52	3.66	3.62	3.57	3.27	3.33	3.18
가구소득	200만원 미만	166	3.23	3.45	3.39	3.41	3.20	3.18	3.03
	200~400만원 미만	543	3.31	3.49	3.48	3.45	3.31	3.29	3.09
	400~600만원 미만	563	3.48	3.64	3.62	3.57	3.44	3.44	3.26
	600만원 이상	728	3.59	3.64	3.67	3.61	3.48	3.48	3.29

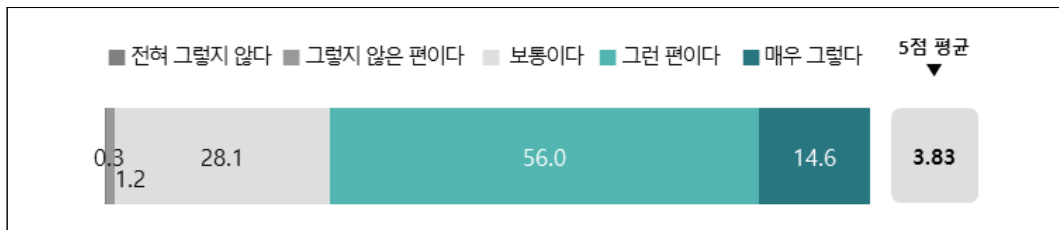
## 9. 응답자 및 가구 특성

### 9.1. 건강 관심도

○ 응답자의 70.6%(그런 편이다 + 매우 그렇다)는 건강에 관심이 있다고 응답, 5점 평균 3.83의 높은 관심도를 보임.

- 응답자 연령이 증가할수록 건강에 대한 관심도는 증가하여, 20대는 3.59점인 것에 비해 60대 이상은 3.99점으로 증가함.
- 성별로 보았을 때, 남성과 여성 간에 차이는 보이지 않음.
- 학력별로 보았을 때, 고학력일수록 건강에 대한 관심도가 증가함
- 가구소득도 차이를 보여, 200만원 미만인 경우 3.58점인 것에 비해 600만원 이상인 경우 3.95점으로 증가를 보임.

〈그림 5-106〉 건강 관심도



〈표 5-117〉 건강 관심도

(단위: 명, %, 5점 평균)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다	척도평균
전체		2000	0.3	1.2	28.1	56.0	14.6	3.83
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.4	1.4	34.4	54.6	9.2	3.71
	비 MZ세대	1218	0.2	1.0	24.1	56.8	18.0	3.91
권역	수도권	1002	0.4	0.8	26.3	59.0	13.5	3.84
	충청권	219	0.0	1.8	28.3	50.2	19.6	3.88
	호남권	219	0.0	1.4	29.7	53.9	15.1	3.83
	대경권	195	0.5	2.1	28.7	54.4	14.4	3.80
	동남권	304	0.0	0.7	30.6	54.6	14.1	3.82
	강원권	61	0.0	3.3	36.1	45.9	14.8	3.72
가구원수	1인	331	0.3	2.1	38.4	50.2	9.1	3.66
	2인	367	0.5	1.4	27.0	53.4	17.7	3.86
	3인	598	0.0	0.8	29.1	55.5	14.5	3.84
	4인 이상	704	0.3	0.9	23.0	60.4	15.5	3.90
성별	남성	978	0.4	1.1	28.8	54.7	14.9	3.83
	여성	1022	0.1	1.2	27.4	57.1	14.2	3.84
연령	20대	267	0.4	1.9	41.2	51.3	5.2	3.59
	30대	410	0.5	1.2	32.0	55.4	11.0	3.75
	40대	502	0.2	1.0	28.7	57.8	12.4	3.81
	50대	386	0.0	1.8	19.7	60.9	17.6	3.94
	60대 이상	435	0.2	0.2	23.2	52.9	23.4	3.99
학력	고졸 이하	460	0.2	1.5	32.8	51.1	14.3	3.78
	대졸	1311	0.2	1.1	27.2	57.3	14.2	3.84
	대학원졸	229	0.4	0.9	23.6	58.1	17.0	3.90
직업	관리/전문/사무직	1073	0.3	1.2	24.2	60.3	14.0	3.86
	서비스/판매직	215	0.5	0.5	35.3	51.2	12.6	3.75
	기계/농림어업/단순노무	212	0.0	1.9	41.0	45.3	11.8	3.67
	주부	238	0.0	0.4	23.9	53.4	22.3	3.97
	학생	116	0.0	0.9	37.1	56.0	6.0	3.67
	기타	146	0.7	2.1	26.7	50.7	19.9	3.87
가구소득	200만원 미만	166	0.6	3.0	44.6	41.0	10.8	3.58
	200~400만원 미만	543	0.4	1.3	36.8	49.9	11.6	3.71
	400~600만원 미만	563	0.2	1.4	23.8	59.9	14.7	3.88
	600만원 이상	728	0.1	0.4	21.2	60.9	17.4	3.95

## 9.2. 보유 증상/병증 - 본인(복수 응답)

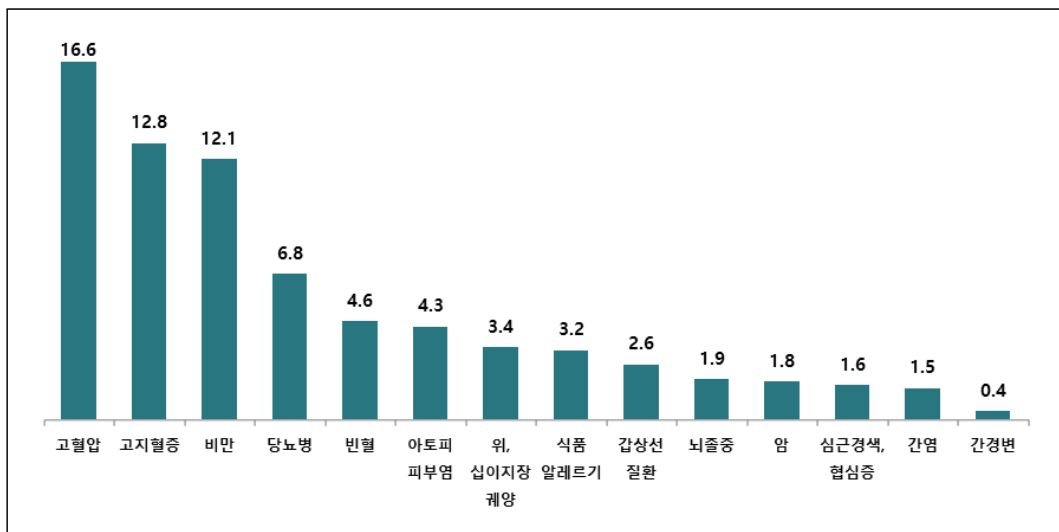
○ 전체 응답자의 45.1%는 병증이 있다고 응답함.

- 응답자 연령이 증가할수록 병증이 있는 비율이 증가하는 경향을 보임.
- 성별로 보았을 때, 남성의 병증 보유 비율이 여성보다 높게 나타남

○ 보유 증상으로 고혈압, 고지혈증, 비만, 당뇨병의 순으로 많이 나타나고 있음.

- 성별로, 남성은 고혈압이 가장 많은 반면, 여성은 비만이 가장 많다고 응답
- 연령별로 보았을 때, 20대에서 50대는 비만이 가장 많은 반면, 50대 이상이 되면, 고혈압과 고지혈증이 많아짐.

〈그림 5-107〉 보유 증상/병증 - 본인(복수 응답)



〈표 5-118〉 보유 증상/병증 - 본인(복수 응답) [1/2]

(단위: 명, %)

구분		사례수	없음	고혈압	고지혈증	비만	당뇨병	빈혈	아토피 피부염	위, 십이지장 궤양
전체		2000	54.9	16.6	12.8	12.1	6.8	4.6	4.3	3.4
MZ세대 구분	MZ세대	782	65.0	7.0	4.6	11.0	2.8	6.1	5.9	2.7
	비 MZ세대	1218	48.4	22.7	18.1	12.7	9.3	3.5	3.3	3.8
권역	수도권	1002	56.1	16.5	11.9	11.9	6.1	4.4	5.0	2.5
	충청권	219	47.5	16.9	20.1	15.1	9.1	5.5	5.9	4.1
	호남권	219	57.5	16.4	12.8	11.9	5.0	5.9	1.8	3.7
	대경권	195	56.9	13.3	9.7	12.3	7.2	6.2	4.1	4.1
	동남권	304	53.9	18.1	12.8	11.2	7.9	2.6	3.6	4.3
	강원권	61	50.8	21.3	11.5	8.2	8.2	3.3	0.0	6.6
가구원수	1인	331	63.4	13.9	11.5	8.2	6.3	3.6	4.2	4.5
	2인	367	54.5	16.6	11.7	12.8	7.6	4.6	2.7	2.7
	3인	598	54.0	15.7	12.7	12.7	6.5	4.8	4.8	3.7
	4인 이상	704	51.8	18.6	14.1	12.9	6.7	4.7	4.7	2.8
성별	남성	978	53.1	22.7	16.0	13.2	9.5	1.1	3.4	3.1
	여성	1022	56.7	10.8	9.8	11.0	4.1	7.8	5.2	3.6
연령	20대	267	69.3	5.2	4.1	10.5	1.5	6.7	5.6	2.6
	30대	410	63.2	9.3	5.1	10.2	3.4	6.3	5.6	2.0
	40대	502	56.4	10.0	10.6	14.1	3.6	6.4	4.2	4.2
	50대	386	44.3	28.5	20.5	13.7	9.8	2.1	3.9	4.7
	60대 이상	435	46.0	27.6	21.1	10.8	14.0	1.6	2.8	3.0
학력	고졸 이하	460	52.6	19.6	9.8	13.0	7.8	4.8	4.8	3.0
	대졸	1311	56.4	15.1	12.4	11.7	6.0	4.6	4.2	3.4
	대학원졸	229	50.7	19.2	21.0	12.2	8.7	3.9	3.9	3.5
직업	관리/전문/사무직	1073	57.2	14.0	12.7	11.6	6.0	4.8	4.8	3.3
	서비스/판매직	215	44.2	24.7	18.1	13.0	12.1	1.4	1.4	3.3
	기계/농림어업/단순노무	212	50.0	27.4	10.8	10.8	9.0	3.3	3.3	4.7
	주부	238	55.9	12.6	11.8	12.6	4.2	5.5	2.9	4.2
	학생	116	63.8	1.7	1.7	15.5	0.0	10.3	8.6	0.9
	기타	146	52.1	26.7	19.2	11.6	11.0	2.7	4.8	2.7
가구소득	200만원 미만	166	59.0	17.5	9.0	4.8	10.2	7.2	4.2	3.0
	200~400만원 미만	543	55.6	17.1	11.8	14.7	5.5	4.4	3.1	4.4
	400~600만원 미만	563	51.7	16.5	14.4	12.6	6.6	6.0	5.0	2.7
	600만원 이상	728	55.9	16.1	13.2	11.3	7.0	2.9	4.7	3.2

〈표 5-118〉 보유 증상/병증 - 본인(복수 응답) [2/2]

(단위: 명, %)

구분		사례수	식품 알레르기	감상선 질환	뇌졸중 (중풍, 뇌경색)	암	심근경색, 협심증	간염	간경변
전체		2000	3.2	2.6	1.9	1.8	1.6	1.5	0.4
MZ세대 구분	MZ세대	782	3.6	2.8	1.9	1.9	1.7	1.5	0.4
	비 MZ세대	1218	3.0	2.4	1.8	1.6	1.6	1.4	0.4
권역	수도권	1002	3.5	2.3	1.4	1.5	1.5	1.2	0.5
	충청권	219	4.1	3.7	2.7	2.3	2.7	1.8	0.0
	호남권	219	2.7	1.4	1.8	2.3	0.9	2.7	0.5
	대경권	195	2.1	3.6	2.1	2.6	1.0	0.5	0.0
	동남권	304	2.3	3.0	2.3	1.6	1.6	1.6	0.7
	강원권	61	4.9	1.6	3.3	0.0	3.3	1.6	0.0
가구원수	1인	331	2.7	2.1	2.4	1.8	1.8	1.2	0.6
	2인	367	3.5	3.8	1.9	1.4	1.6	1.1	0.8
	3인	598	3.3	2.5	2.0	1.7	0.8	1.5	0.3
	4인 이상	704	3.1	2.1	1.4	2.0	2.1	1.7	0.1
성별	남성	978	2.5	1.3	2.5	1.3	1.7	1.4	0.3
	여성	1022	3.9	3.7	1.3	2.2	1.5	1.5	0.5
연령	20대	267	4.1	1.5	1.1	1.5	2.2	0.7	0.4
	30대	410	3.2	3.4	2.4	2.4	1.7	1.5	0.5
	40대	502	4.2	1.8	1.6	1.0	0.8	2.8	0.2
	50대	386	2.1	2.1	1.6	2.1	1.3	1.3	0.5
	60대 이상	435	2.5	3.7	2.3	1.8	2.3	0.5	0.5
학력	고졸 이하	460	3.7	3.5	1.3	1.3	0.9	0.7	0.2
	대졸	1311	3.1	2.5	2.0	2.1	1.7	1.6	0.5
	대학원졸	229	2.6	0.9	2.2	0.4	2.6	2.2	0.0
직업	관리/전문/사무직	1073	3.8	1.8	1.5	1.4	1.5	1.6	0.5
	서비스/판매직	215	2.8	1.9	2.8	2.3	2.3	2.3	0.5
	기계/농림어업/단순노무	212	1.9	2.4	5.2	3.8	3.8	0.9	0.5
	주부	238	2.1	6.7	0.8	2.5	0.8	1.3	0.4
	학생	116	5.2	1.7	0.0	0.0	0.9	0.9	0.0
	기타	146	1.4	3.4	1.4	0.7	0.0	0.7	0.0
가구소득	200만원 미만	166	3.0	3.0	2.4	1.8	2.4	1.2	0.0
	200~400만원 미만	543	3.3	3.1	1.5	1.3	1.1	0.9	0.4
	400~600만원 미만	563	3.2	2.3	2.0	2.0	1.6	2.3	0.5
	600만원 이상	728	3.2	2.2	1.9	1.9	1.8	1.2	0.4

### 9.3. 보유 증상/병증 - 가족

○ 전체 응답자의 49%는 가족 중에 병증이 있는 가족이 있다고 응답함

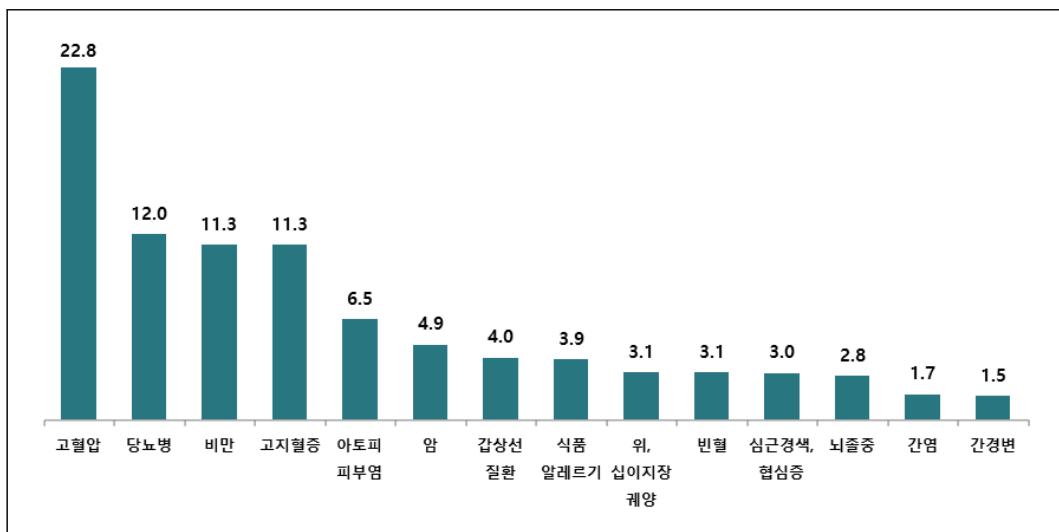
- 응답자 연령이 증가할수록 병증이 있는 가족의 비율이 증가하는 경향을 보임.

○ 가족의 보유 증상으로 고혈압, 당뇨병, 비만, 고지혈증 등이 많이 나타나고 있음.

- 응답자의 연령이 증가하면 당뇨병보다는 비만과 고지혈증을 가진 가족의 비율이 증가함.

- 가구 소득 측면에서도 소득이 600만원 이상인 경우 당뇨병보다는 비만과 고지혈증을 가진 가족의 비율이 증가함.

〈그림 5-108〉 보유 증상/병증 - 가족(복수 응답)



〈표 5-119〉 보유 증상/병증 - 가족(복수 응답) [1/2]

(단위: 명, %)

구분		사례수	없음	고혈압	당뇨병	비만	고지혈증	아토피 피부염	암	갑상선 질환
전체		2000	51.0	22.8	12.0	11.3	11.3	6.5	4.9	4.0
MZ세대 구분	MZ세대	782	55.0	20.2	11.9	10.4	9.5	6.3	5.1	3.8
	비 MZ세대	1218	48.4	24.4	12.0	11.9	12.4	6.6	4.7	4.1
권역	수도권	1002	51.7	21.8	11.6	11.0	11.3	6.6	4.4	4.3
	충청권	219	41.6	28.8	16.0	14.6	14.6	8.2	7.8	4.6
	호남권	219	51.1	25.1	13.7	8.2	10.5	5.5	4.1	1.8
	대경권	195	57.9	19.0	6.7	11.3	9.7	5.6	5.6	3.6
	동남권	304	52.6	21.4	12.5	11.5	10.2	5.6	4.6	3.9
	강원권	61	42.6	27.9	11.5	14.8	11.5	8.2	3.3	6.6
가구원수	1인	331	67.7	17.5	9.7	4.8	7.3	2.1	6.0	3.0
	2인	367	46.0	27.0	13.4	13.4	12.3	4.6	4.6	3.5
	3인	598	49.2	24.1	11.4	10.0	14.0	6.2	3.5	3.2
	4인 이상	704	47.3	21.9	12.8	14.3	10.2	9.7	5.5	5.4
성별	남성	978	54.6	18.9	10.7	11.1	9.5	5.2	5.5	4.2
	여성	1022	47.6	26.4	13.1	11.4	12.9	7.6	4.2	3.8
연령	20대	267	57.7	21.0	10.1	10.5	9.4	7.1	5.6	4.9
	30대	410	52.9	19.0	12.9	10.0	9.5	5.1	5.4	2.9
	40대	502	51.4	25.7	13.7	12.2	10.6	8.2	6.8	3.6
	50대	386	45.9	23.1	10.1	10.6	14.8	6.2	4.1	5.7
	60대 이상	435	49.2	23.7	11.7	12.6	11.7	5.5	2.3	3.4
학력	고졸 이하	460	51.1	25.0	13.9	13.7	11.3	5.2	3.0	2.8
	대졸	1311	51.0	23.4	11.1	10.8	11.0	6.9	5.4	4.1
	대학원졸	229	50.7	14.4	13.1	9.6	12.7	6.1	5.2	5.7
직업	관리/전문/사무직	1073	52.0	22.3	11.5	10.1	10.8	7.4	4.7	4.3
	서비스/판매직	215	44.2	22.3	11.2	10.7	10.2	5.1	7.9	4.7
	기계/농림어업/단순노무	212	49.1	23.1	12.7	12.3	11.8	2.4	6.1	3.3
	주부	238	49.2	26.1	13.0	15.1	15.1	8.0	3.4	3.4
	학생	116	57.8	22.4	13.8	12.1	9.5	8.6	6.0	3.4
	기타	146	54.1	21.2	12.3	13.0	10.3	3.4	1.4	3.4
가구소득	200만원 미만	166	65.1	18.1	11.4	6.6	7.8	4.2	3.0	2.4
	200~400만원 미만	543	47.9	26.5	13.4	12.2	10.3	4.8	6.1	4.2
	400~600만원 미만	563	46.4	25.9	12.6	11.4	12.3	7.5	3.9	3.4
	600만원 이상	728	53.7	18.5	10.4	11.7	12.0	7.4	5.1	4.7



〈표 5-119〉 보유 증상/병증 - 가족(복수 응답) [2/2]

(단위: 명, %)

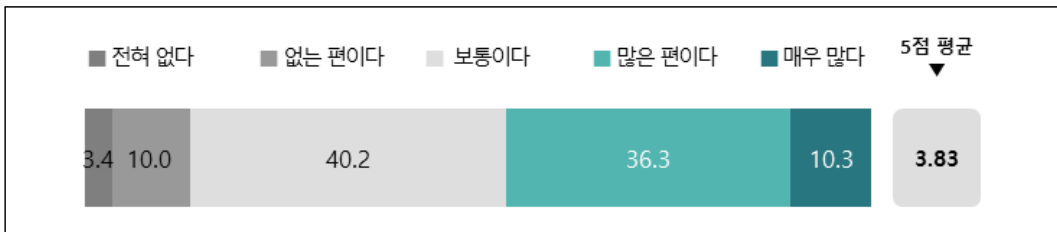
구분		사례수	식품 알레르기	위, 십이지장 궤양	빈혈	심근경색, 협심증	뇌졸중 (중풍, 뇌경색)	간염	간경변
전체		2000	3.9	3.1	3.1	3.0	2.8	1.7	1.5
MZ세대 구분	MZ세대	782	4.0	2.4	3.8	3.6	3.2	2.0	1.9
	비 MZ세대	1218	3.9	3.4	2.5	2.6	2.5	1.4	1.2
권역	수도권	1002	3.8	2.8	2.5	3.2	3.3	1.8	1.5
	충청권	219	5.9	3.2	4.1	3.7	3.2	2.3	1.8
	호남권	219	4.1	4.1	2.3	1.8	1.8	0.5	0.9
	대경권	195	3.1	3.1	2.1	2.1	3.1	1.0	1.5
	동남권	304	3.6	2.6	4.6	3.9	1.6	2.3	1.6
	강원권	61	1.6	4.9	6.6	0.0	1.6	0.0	1.6
가구원수	1인	331	1.8	1.8	1.8	3.3	3.0	2.4	1.2
	2인	367	4.6	3.0	2.7	1.9	2.5	2.2	1.1
	3인	598	3.7	3.3	4.0	3.8	2.7	1.5	1.7
	4인 이상	704	4.7	3.4	3.0	2.7	3.0	1.1	1.7
성별	남성	978	3.3	2.5	3.1	2.2	2.9	1.3	1.2
	여성	1022	4.5	3.6	3.0	3.7	2.7	2.0	1.8
연령	20대	267	4.1	1.9	3.7	2.2	3.7	3.0	1.9
	30대	410	4.1	2.9	4.4	3.7	3.2	1.7	2.2
	40대	502	3.0	3.4	1.4	3.6	3.2	0.8	0.6
	50대	386	4.1	3.6	2.3	2.8	2.1	1.6	1.3
	60대 이상	435	4.4	3.0	3.9	2.3	2.1	1.8	1.8
학력	고졸 이하	460	3.9	3.5	3.3	3.3	3.3	2.4	1.7
	대졸	1311	3.7	2.9	2.9	3.0	2.7	1.3	1.3
	대학원졸	229	4.8	3.1	3.5	2.6	2.2	2.2	2.2
직업	관리/전문/사무직	1073	3.9	3.3	3.6	3.3	2.8	1.8	1.6
	서비스/판매직	215	3.3	4.7	1.4	4.2	2.8	1.9	1.4
	기계/농림어업/단순노무	212	4.2	2.4	4.7	3.3	5.2	1.9	1.9
	주부	238	3.8	3.4	1.3	1.7	1.7	1.7	2.1
	학생	116	5.2	0.9	1.7	1.7	1.7	0.9	0.0
	기타	146	3.4	1.4	2.7	2.1	2.1	0.7	0.7
가구소득	200만원 미만	166	3.0	2.4	2.4	3.6	2.4	1.8	0.6
	200~400만원 미만	543	1.7	3.5	3.5	3.9	3.9	1.5	1.5
	400~600만원 미만	563	4.6	3.0	3.9	2.8	2.8	2.1	1.8
	600만원 이상	728	5.2	2.9	2.2	2.3	2.1	1.4	1.5

#### 9.4. 체중 조절 관심도

○ 체중 조절에 대해 5점 평균 3.40점의 높은 관심도를 보이고 있으며, 관심도가 없다는 응답은 13.4%로 낮게 나타남.

- 권역 기준, 수도권과 충청권에서 관심도가 높았으며, 강원권에서 관심도가 낮음.
- 성별 기준, 여성의 관심도가 3.51점으로 남성의 3.29점 보다 높게 나타남.
- 연령별로, 30대~50대에 높고 20대와 60대 이상에서 상대적으로 낮음.
- 가구소득이 높을수록 관심도가 높아지고 있음.

〈그림 5-109〉 체중 조절 관심도



〈표 5-120〉 체중 조절 관심도

(단위: 명, %, 5점 척도)

구분		사례수	전혀 없다	없는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	많은 편이다	매우 많다	척도평균
전체		2000	3.4	10.0	40.2	36.3	10.3	3.40
MZ세대 구분	MZ세대	782	2.8	8.8	38.6	38.2	11.5	3.47
	비 MZ세대	1218	3.7	10.8	41.1	35.0	9.4	3.36
권역	수도권	1002	2.5	9.9	37.8	38.6	11.2	3.46
	충청권	219	3.7	7.8	42.5	34.7	11.4	3.42
	호남권	219	3.2	10.5	42.5	37.0	6.8	3.34
	대경권	195	7.2	10.3	44.6	27.2	10.8	3.24
	동남권	304	2.6	9.9	42.8	36.2	8.6	3.38
	강원권	61	8.2	18.0	34.4	29.5	9.8	3.15
가구원수	1인	331	5.7	11.8	41.1	32.0	9.4	3.27
	2인	367	4.9	12.0	42.0	30.2	10.9	3.30
	3인	598	2.8	9.5	42.0	37.1	8.5	3.39
	4인 이상	704	1.8	8.5	37.2	40.6	11.8	3.52
성별	남성	978	4.1	12.2	42.5	33.3	7.9	3.29
	여성	1022	2.6	7.9	37.9	39.0	12.5	3.51
연령	20대	267	2.6	13.1	43.1	32.2	9.0	3.32
	30대	410	2.7	6.8	37.1	40.2	13.2	3.54
	40대	502	3.2	9.4	35.9	39.6	12.0	3.48
	50대	386	2.1	7.8	42.5	37.8	9.8	3.46
	60대 이상	435	5.7	13.8	44.1	29.7	6.7	3.18
학력	고졸 이하	460	4.6	12.0	45.0	31.1	7.4	3.25
	대졸	1311	2.5	8.7	39.4	38.3	11.1	3.47
	대학원졸	229	5.7	13.5	34.9	34.9	10.9	3.32
직업	관리/전문/사무직	1073	2.7	9.4	37.0	39.4	11.5	3.48
	서비스/판매직	215	2.8	10.2	46.5	31.6	8.8	3.33
	기계/농림어업/단순노무	212	6.6	11.3	50.5	25.5	6.1	3.13
	주부	238	2.1	8.0	39.1	37.0	13.9	3.53
	학생	116	1.7	12.1	38.8	37.9	9.5	3.41
	기타	146	7.5	13.7	41.8	32.9	4.1	3.12
가구소득	200만원 미만	166	9.0	13.9	48.8	23.5	4.8	3.01
	200~400만원 미만	543	3.9	11.6	42.7	31.9	9.9	3.32
	400~600만원 미만	563	3.4	8.2	38.5	40.7	9.2	3.44
	600만원 이상	728	1.6	9.3	37.5	39.0	12.5	3.51

## 9.5. 체중 조절을 위해 먹는 특정 식품

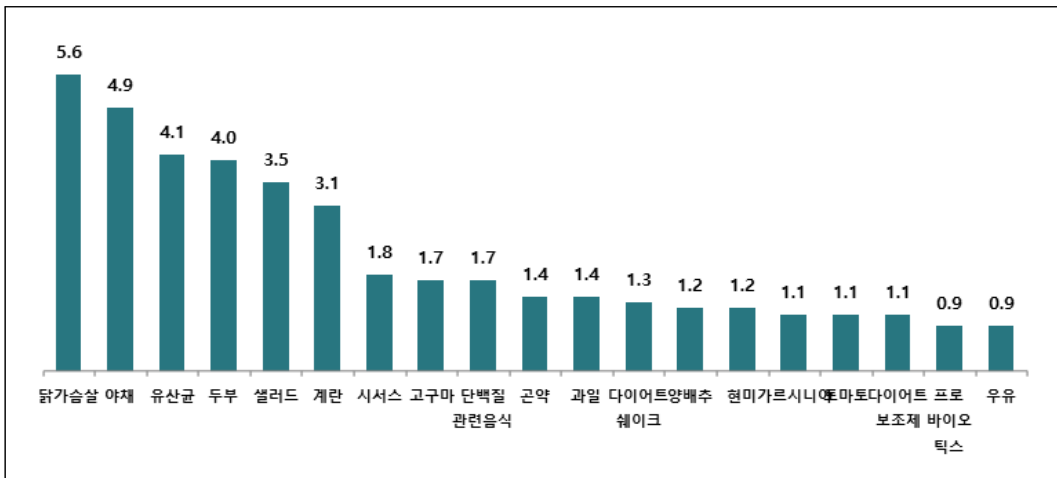
○ 체중 조절을 위해 닭가슴살을 가장 많이 먹고 있었으며, 그 다음으로 야채, 유산균, 두부, 샐러드, 계란 등을 주로 먹고 있음.

- 권역 기준, 수도권, 대경권은 닭가슴살을 가장 많이 먹고 있으며, 호남권, 강원권을 야채를, 충청권과 동남권은 유산균을 가장 많이 먹고 있음.
- 성별 기준, 남성은 닭가슴살과 두부를, 여성은 야채와 닭가슴살, 유산균을 많이 먹고 있음.
- 연령별로는 20대는 닭가슴살과 샐러드, 계란 등을 주로 먹으며, 60대 이상에서는 야채, 두부를 주로 먹고 있어 연령별 차이를 보임.

○ 체중 조절을 위해 특별히 먹는 음식이 없다는 응답도 49.8%로 나타남.

- 소득수준이 200만원 미만인 경우 특별히 먹는 음식이 없다는 응답이 66.0%로 매우 높게 나타남.

〈그림 5-110〉 체중 조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답)



〈표 5-121〉 체중 조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답) [1/2]

(단위: 명, %)

구분		사례수	없음	닭 가슴살	야채	유산균	두부	샐러드	계란	시서스	고구마	단백질 관련 음식
전체		930	49.8	5.6	4.9	4.1	4.0	3.5	3.1	1.8	1.7	1.7
MZ세대 구분	MZ세대	389	45.0	9.0	2.8	4.4	3.1	4.4	4.6	1.5	1.0	2.6
	비 MZ세대	541	53.2	3.1	6.5	3.9	4.6	3.0	2.0	2.0	2.2	1.1
권역	수도권	499	50.1	5.6	3.8	1.8	2.6	4.4	2.6	2.0	1.4	1.8
	충청권	101	44.6	5.0	5.0	9.9	5.0	3.0	2.0	3.0	3.0	1.0
	호남권	96	49.0	4.2	7.3	6.3	5.2	4.2	4.2	3.1	4.2	2.1
	대경권	74	55.4	9.5	5.4	4.1	6.8	2.7	4.1	0.0	1.4	1.4
	동남권	136	49.3	5.1	6.6	7.4	5.9	1.5	4.4	0.7	0.7	1.5
	강원권	24	54.2	4.2	8.3	0.0	4.2	0.0	4.2	0.0	0.0	4.2
가구원수	1인	137	51.1	7.3	3.6	1.5	4.4	4.4	5.1	1.5	2.2	1.5
	2인	151	55.6	4.6	4.0	5.3	3.3	3.3	4.6	0.7	2.6	1.3
	3인	273	47.6	4.8	5.9	5.9	4.8	2.9	3.3	1.8	0.7	2.2
	4인 이상	369	48.5	6.0	5.1	3.3	3.5	3.8	1.6	2.4	1.9	1.6
성별	남성	403	54.1	6.5	4.0	3.0	4.7	2.7	3.2	0.5	1.2	2.7
	여성	527	46.5	4.9	5.7	4.9	3.4	4.2	3.0	2.8	2.1	0.9
연령	20대	110	38.2	13.6	2.7	1.8	0.9	5.5	5.5	0.9	0.9	5.5
	30대	219	49.3	8.7	1.8	5.9	3.7	4.1	4.1	0.0	1.4	1.4
	40대	259	48.6	2.7	6.2	4.6	3.9	2.7	2.3	3.5	2.3	1.2
	50대	184	53.8	4.3	6.5	4.3	6.0	3.8	1.1	1.1	1.6	0.5
	60대 이상	158	55.7	1.9	7.0	1.9	4.4	2.5	3.8	3.2	1.9	1.9
학력	고졸 이하	177	49.7	6.8	5.6	3.4	4.0	4.5	6.2	0.6	0.0	1.7
	대졸	648	48.1	5.6	5.2	4.5	4.2	3.5	2.6	1.9	2.2	2.0
	대학원졸	105	60.0	3.8	1.9	2.9	2.9	1.9	1.0	3.8	1.9	0.0
직업	관리/전문/사무직	546	49.1	5.1	4.6	4.0	4.4	3.1	1.6	2.2	1.5	2.0
	서비스/판매직	87	46.0	8.0	5.7	3.4	3.4	5.7	3.4	2.3	5.7	1.1
	기계농림어업단순노무	67	62.7	3.0	6.0	6.0	4.5	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0
	주부	121	51.2	2.5	7.4	5.0	4.1	3.3	4.1	1.7	1.7	0.0
	학생	55	38.2	18.2	1.8	0.0	1.8	9.1	9.1	0.0	0.0	5.5
	기타	54	55.6	3.7	3.7	5.6	1.9	3.7	7.4	1.9	1.9	1.9
가구소득	200만원 미만	47	66.0	8.5	4.3	0.0	0.0	4.3	4.3	4.3	2.1	0.0
	200~400만원 미만	227	48.0	7.0	4.8	4.4	4.0	4.8	4.4	1.3	2.6	1.8
	400~600만원 미만	281	49.8	3.6	5.0	5.7	5.0	3.2	3.2	0.7	2.1	1.4
	600만원 이상	375	48.8	5.9	5.1	3.2	3.7	2.9	2.1	2.7	0.8	2.1

〈표 5-121〉 체중 조절을 위해 먹는 특정 식품(복수응답) [2/2]

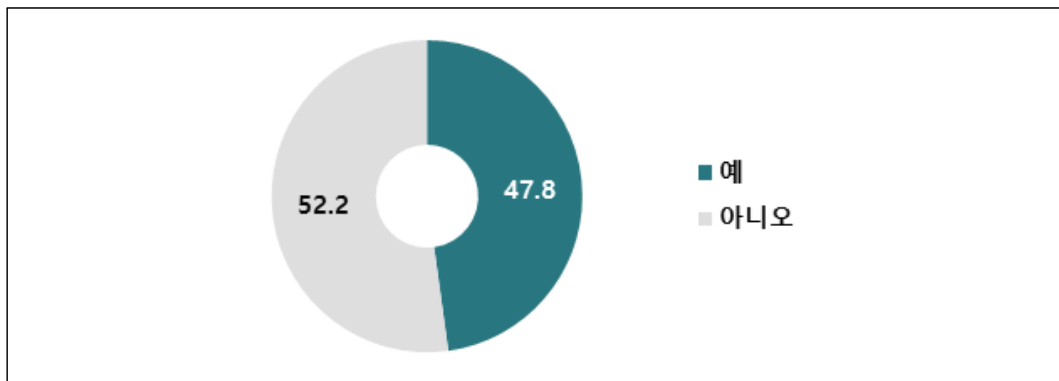
(단위: 명, %)

구분		사례수	곤약	과일	다이 어트 쉐이크	양배추	현미	가르 시니아	토마토	다이 어트 보조제	프로 바이오 틱스	우유
전체		930	1.4	1.4	1.3	1.2	1.2	1.1	1.1	1.1	0.9	0.9
MZ세대 구분	MZ세대	389	1.3	1.0	2.6	1.8	0.0	1.3	1.0	1.5	0.5	0.8
	비 MZ세대	541	1.5	1.7	0.4	0.7	2.0	0.9	1.1	0.7	1.1	0.9
권역	수도권	499	1.8	0.2	1.0	1.0	1.6	1.2	1.0	0.8	1.2	1.0
	충청권	101	0.0	2.0	1.0	3.0	1.0	0.0	2.0	1.0	0.0	1.0
	호남권	96	1.0	1.0	0.0	0.0	1.0	0.0	2.1	2.1	0.0	0.0
	대경권	74	1.4	1.4	2.7	1.4	1.4	0.0	1.4	0.0	1.4	0.0
	동남권	136	1.5	5.1	2.2	1.5	0.0	2.9	0.0	1.5	0.7	0.0
	강원권	24	0.0	4.2	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0	8.3
가구원수	1인	137	0.7	2.9	2.2	2.2	2.2	0.7	0.7	0.7	0.0	0.0
	2인	151	2.6	2.6	1.3	0.7	1.3	1.3	2.6	0.7	0.7	0.7
	3인	273	0.7	0.4	1.5	1.5	0.0	0.7	0.4	0.7	0.7	1.8
	4인 이상	369	1.6	1.1	0.8	0.8	1.6	1.4	1.1	1.6	1.4	0.5
성별	남성	403	1.2	2.0	0.7	0.7	1.7	0.5	1.0	0.5	0.5	0.7
	여성	527	1.5	0.9	1.7	1.5	0.8	1.5	1.1	1.5	1.1	0.9
연령	20대	110	0.0	0.9	4.5	0.9	0.0	0.0	2.7	0.9	0.0	0.0
	30대	219	1.8	0.9	2.3	2.3	0.0	1.8	0.0	2.3	0.9	1.4
	40대	259	1.2	0.8	0.8	0.4	0.4	1.2	0.8	1.2	1.2	0.4
	50대	184	1.6	1.1	0.0	1.6	4.3	1.6	0.5	0.5	0.5	1.1
	60대 이상	158	1.9	3.8	0.0	0.6	1.3	0.0	2.5	0.0	1.3	1.3
학력	고졸 이하	177	1.1	1.7	1.1	1.7	1.7	1.1	2.3	0.6	0.0	1.1
	대졸	648	1.5	1.2	1.4	1.1	0.8	1.1	0.8	1.2	1.2	0.9
	대학원졸	105	1.0	1.9	1.0	1.0	2.9	1.0	1.0	1.0	0.0	0.0
직업	관리/전문/사무직	546	1.6	1.5	1.5	0.9	1.1	0.9	0.7	0.9	1.1	0.9
	서비스/판매직	87	0.0	1.1	2.3	2.3	2.3	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	기계농림어업단순노무	67	3.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	1.5	0.0	0.0
	주부	121	1.7	0.0	0.0	2.5	1.7	1.7	1.7	2.5	1.7	1.7
	학생	55	0.0	0.0	3.6	1.8	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0
	기타	54	0.0	3.7	0.0	0.0	1.9	0.0	3.7	1.9	0.0	1.9
가구소득	200만원 미만	47	0.0	2.1	2.1	2.1	0.0	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0
	200~400만원 미만	227	1.3	1.8	2.2	1.8	1.8	0.9	2.6	0.4	0.4	1.3
	400~600만원 미만	281	1.4	1.4	0.0	1.4	0.7	1.8	1.1	1.4	1.1	0.7
	600만원 이상	375	1.6	1.1	1.6	0.5	1.3	0.8	0.3	1.1	1.1	0.8

## 9.6. 체중 조절을 위한 식사량 조절 경험 여부

- 응답자의 47.8%는 체중 조절을 위한 식사량 조절 경험이 있는 것으로 나타남.
  - 권역 기준, 수도권에서 50.3%로 다른 지역보다 높은 경험률을 보임.
  - 성별 기준, 여성의 경험률이 53.7%로 남성의 41.6%보다 높게 나타남.
  - 연령별로는 60대 이상에서 63.7%로 가장 높았으며, 그 다음이 20대의 56.6%로 나타남.
  - 가구소득 측면에서 200만원 미만과 200~400만원 미만의 저소득층에서 경험률이 더 높게 나타나고 있음.

〈그림 5-111〉 체중 조절을 위한 식사량 조절 경험 여부



〈표 5-122〉 체중 조절을 위한 식사량 조절 경험 여부

(단위: 명, %)

구분		사례수	예	아니오
전체		2000	47.8	52.2
MZ세대 구분	MZ세대	782	50.1	49.9
	비 MZ세대	1218	46.3	53.7
권역	수도권	1002	50.3	49.7
	충청권	219	48.4	51.6
	호남권	219	48.4	51.6
	대경권	195	42.6	57.4
	동남권	304	43.4	56.6
	강원권	61	41.0	59.0
가구원수	1인	331	40.8	59.2
	2인	367	44.4	55.6
	3인	598	47.0	53.0
	4인 이상	704	53.6	46.4
성별	남성	978	41.6	58.4
	여성	1022	53.7	46.3
연령	20대	267	43.4	56.6
	30대	410	52.4	47.6
	40대	502	54.4	45.6
	50대	386	50.3	49.7
	60대 이상	435	36.3	63.7
학력	고졸 이하	460	42.8	57.2
	대졸	1311	50.0	50.0
	대학원졸	229	45.0	55.0
직업	관리/전문/사무직	1073	51.5	48.5
	서비스/판매직	215	44.7	55.3
	기계/농림어업/단순노무	212	35.4	64.6
	주부	238	51.3	48.7
	학생	116	46.6	53.4
	기타	146	38.4	61.6
가구소득	200만원 미만	166	30.1	69.9
	200~400만원 미만	543	45.3	54.7
	400~600만원 미만	563	51.3	48.7
	600만원 이상	728	51.0	49.0

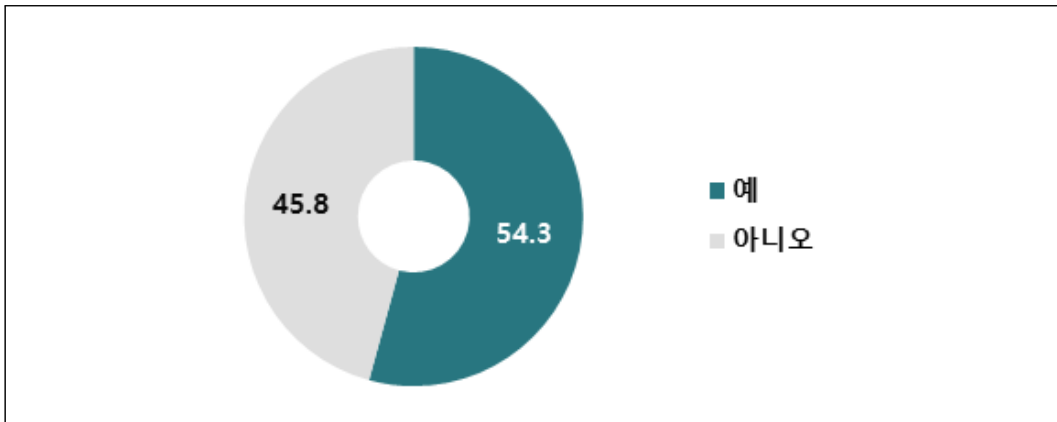


## 9.7. 규칙적 운동 여부

○ 규칙적 운동 여부에 대해 '예'라고 응답한 비율은 54.3%로 나타남.

- 가구원수별로 보았을 때, 가구원수가 높을수록 규칙적인 운동을 하는 것으로 조사됨.
- 성별로 살펴보면, 여자보다 남성이 규칙적인 운동을 하는 것으로 조사됨

〈그림 5-112〉 규칙적 운동 여부



〈표 5-123〉 규칙적 운동 여부

(단위: 명, %)

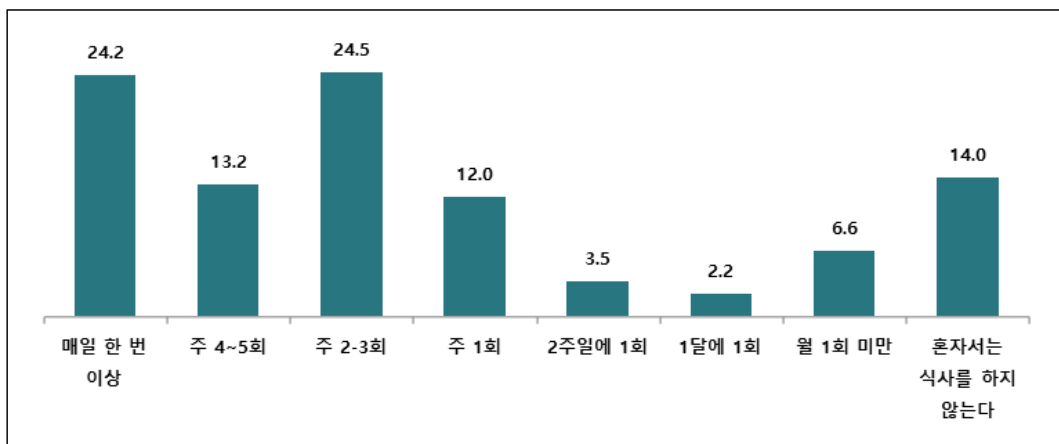
구분		사례수	예	아니오
전체		2000	54.3	45.8
MZ세대 구분	MZ세대	782	52.4	47.6
	비 MZ세대	1218	55.4	44.6
권역	수도권	1002	55.7	44.3
	충청권	219	53.4	46.6
	호남권	219	54.3	45.7
	대경권	195	51.8	48.2
	동남권	304	53.6	46.4
	강원권	61	44.3	55.7
가구원수	1인	331	45.6	54.4
	2인	367	56.4	43.6
	3인	598	53.5	46.5
	4인 이상	704	57.8	42.2
성별	남성	978	59.2	40.8
	여성	1022	49.5	50.5
연령	20대	267	49.8	50.2
	30대	410	54.6	45.4
	40대	502	49.8	50.2
	50대	386	59.3	40.7
	60대 이상	435	57.2	42.8
학력	고졸 이하	460	51.5	48.5
	대졸	1311	54.7	45.3
	대학원졸	229	57.2	42.8
직업	관리/전문/사무직	1073	55.8	44.2
	서비스/판매직	215	52.1	47.9
	기계/농림어업/단순노무	212	49.5	50.5
	주부	238	56.3	43.7
	학생	116	53.4	46.6
	기타	146	50.0	50.0
가구소득	200만원 미만	166	34.9	65.1
	200~400만원 미만	543	49.4	50.6
	400~600만원 미만	563	56.7	43.3
	600만원 이상	728	60.4	39.6

## 9.8. 혼밥 빈도

○ 월평균 12.66회의 혼밥을 하고 있는 가운데, 혼밥을 전혀 하지 않는 비율은 14.0%로 낮으며, 24.2%는 매일 한 번 이상 혼밥을 하고 있다고 응답함.

- 가구원수 기준 1인 가구는 월 평균 20.77회 혼밥을 해서 2인 이상 가구원 가구의 2배 수준으로 혼밥을 하고 있음.
- 권역별로 수도권과 대경권에서 '자주 사용한다'는 비율이 다른 지역보다 높음.
- 연령별로는 20대와 30대가 40대 이상보다 혼밥 빈도가 높음.
- 가구소득 측면에서 소득이 낮을수록 혼밥하는 빈도는 높게 나타나고 있음.

〈그림 5-113〉 혼밥 빈도



〈표 5-124〉 혼밥 빈도

(단위: 명, %, 평균)

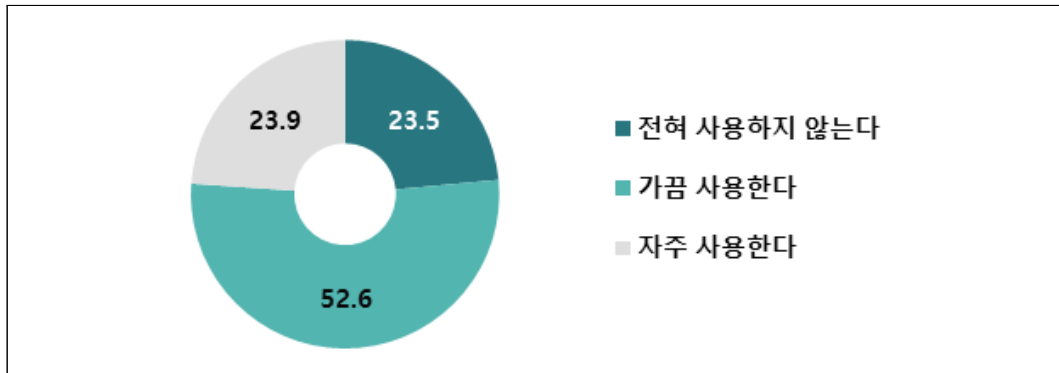
구분		사례수	매일 한 번 이상	주 4~5회	주 2~3회	주 1회	2주일에 1회	1달에 1회	월 1회 미만	혼자 서는 식사를 하지 않는다	월평균
전체		2000	24.2	13.2	24.5	12.0	3.5	2.2	6.6	14.0	12.66
MZ세대 구분	MZ세대	782	25.6	14.5	26.0	12.3	3.1	2.0	5.8	10.9	13.47
	비 MZ세대	1218	23.2	12.3	23.5	11.8	3.8	2.2	7.1	16.0	12.14
권역	수도권	1002	23.5	14.0	25.7	13.1	3.4	2.0	6.4	12.0	12.77
	충청권	219	24.7	11.0	23.3	10.0	2.3	2.7	9.6	16.4	12.22
	호남권	219	25.6	10.5	22.4	10.0	5.9	2.7	5.9	16.9	12.38
	대경권	195	27.2	15.9	22.6	9.2	2.1	2.1	4.6	16.4	13.73
	동남권	304	23.7	12.8	25.3	14.1	2.3	1.6	5.9	14.1	12.61
	강원권	61	21.3	9.8	16.4	6.6	11.5	3.3	11.5	19.7	10.39
가구원수	1인	331	54.1	16.0	12.7	8.8	1.5	0.6	2.1	4.2	20.77
	2인	367	20.7	10.6	25.9	11.2	4.6	3.0	7.1	16.9	11.32
	3인	598	17.9	11.4	25.6	15.2	3.8	3.0	7.5	15.6	10.73
	4인 이상	704	17.2	14.6	28.3	11.2	3.6	1.7	7.7	15.8	11.19
성별	남성	978	24.0	12.2	24.5	13.3	3.6	2.2	6.0	14.1	12.51
	여성	1022	24.3	14.1	24.4	10.8	3.4	2.1	7.1	13.9	12.81
연령	20대	267	29.6	13.1	26.6	11.6	1.5	1.9	3.7	12.0	14.43
	30대	410	24.4	16.1	25.1	12.0	3.7	2.2	6.8	9.8	13.33
	40대	502	18.7	12.7	26.1	13.5	3.6	2.2	8.2	14.9	11.20
	50대	386	22.3	12.4	26.7	14.2	4.1	1.0	4.7	14.5	12.28
	60대 이상	435	28.5	11.5	18.6	8.5	3.9	3.2	8.0	17.7	12.97
학력	고졸 이하	460	29.8	12.2	22.4	9.6	2.4	1.5	7.0	15.2	13.85
	대졸	1311	21.8	13.8	25.7	13.2	4.1	1.9	6.5	13.0	12.26
	대학원졸	229	26.2	11.4	21.4	10.0	2.2	4.8	6.6	17.5	12.57
직업	관리/전문/사무직	1073	21.7	13.0	26.7	12.8	3.6	2.2	7.0	13.0	12.15
	서비스/판매직	215	21.9	15.8	26.5	16.7	3.3	1.4	2.3	12.1	12.82
	기계농림어업단순노무	212	23.1	15.1	19.8	13.7	5.7	2.4	7.1	13.2	12.35
	주부	238	25.2	12.6	21.0	7.6	2.9	1.7	9.2	19.7	12.36
	학생	116	28.4	11.2	31.9	11.2	0.9	1.7	2.6	12.1	14.24
	기타	146	41.8	10.3	11.6	4.8	2.7	3.4	8.2	17.1	15.87
가구소득	200만원 미만	166	45.8	12.7	13.9	7.8	3.6	1.2	4.8	10.2	17.82
	200~400만원 미만	543	31.7	12.5	19.7	9.0	4.1	2.4	7.0	13.6	14.23
	400~600만원 미만	563	20.1	12.1	26.6	14.4	3.7	1.2	5.7	16.2	11.55
	600만원 이상	728	16.8	14.6	28.7	13.3	2.9	2.9	7.4	13.5	11.18

## 9.9. SNS 사용 빈도

○ SNS를 가끔 사용하는 비율은 52.6%이며, 자주 사용하는 비율은 23.5%로 응답자의 76.1%가 SNS를 사용하고 있는 것으로 나타남.

- 권역별로 수도권과 대경권에서 '자주 사용한다'는 비율이 다른 지역보다 높음.
- 성별로는 남성, 연령별로는 20대에서 '자주 사용한다'는 비율이 높음.
- 학력 측면에서는 대학원졸 이상의 고학력, 가구소득 측면에서 600만원 이상의 고소득 층에서 '자주 사용한다'는 비율이 높음.

〈그림 5-114〉 SNS 사용 빈도



〈표 5-125〉 SNS 사용 빈도

(단위: 명, %)

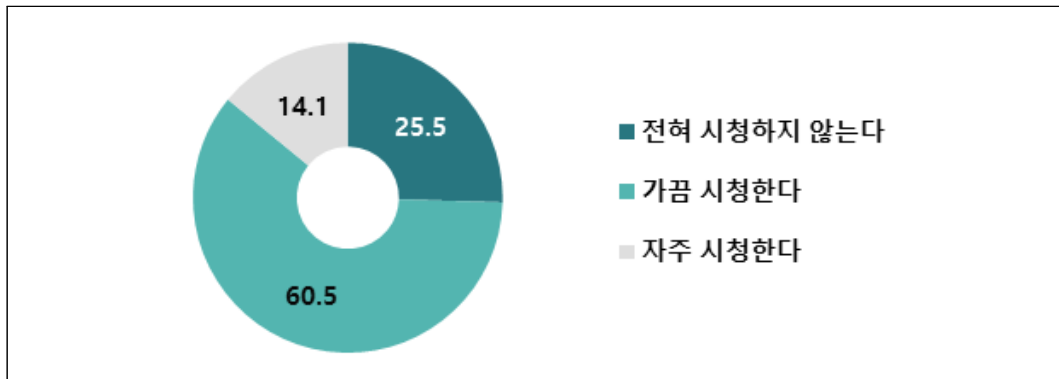
구분		사례수	전혀 사용하지 않는다	가끔 사용한다	자주 사용한다
전체		2000	23.5	52.6	23.9
MZ세대 구분	MZ세대	782	18.4	53.8	27.7
	비 MZ세대	1218	26.8	51.8	21.4
권역	수도권	1002	22.3	52.9	24.9
	충청권	219	20.5	56.2	23.3
	호남권	219	26.9	52.5	20.5
	대경권	195	24.1	49.2	26.7
	동남권	304	24.0	53.9	22.0
	강원권	61	37.7	39.3	23.0
가구원수	1인	331	23.9	52.0	24.2
	2인	367	32.4	46.0	21.5
	3인	598	22.7	55.4	21.9
	4인 이상	704	19.3	54.0	26.7
성별	남성	978	20.4	54.1	25.5
	여성	1022	26.4	51.2	22.4
연령	20대	267	14.6	48.3	37.1
	30대	410	19.0	56.6	24.4
	40대	502	24.7	57.2	18.1
	50대	386	23.1	53.4	23.6
	60대 이상	435	32.2	45.5	22.3
학력	고졸 이하	460	31.1	45.2	23.7
	대졸	1311	21.3	55.5	23.3
	대학원졸	229	21.0	51.1	27.9
직업	관리/전문/사무직	1073	20.8	56.1	23.1
	서비스/판매직	215	20.9	60.0	19.1
	기계/농림어업/단순노무	212	26.9	47.2	25.9
	주부	238	34.9	44.5	20.6
	학생	116	12.9	45.7	41.4
	기타	146	32.2	42.5	25.3
가구소득	200만원 미만	166	41.0	41.0	18.1
	200~400만원 미만	543	26.3	52.5	21.2
	400~600만원 미만	563	19.4	57.4	23.3
	600만원 이상	728	20.6	51.6	27.7

## 9.10. 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도

○ 음식/요리 관련 미디어를 60.5%는 가끔 시청하며, 25.5%는 ‘자주 시청’하고 있는 것으로 나타남.

- 권역별로 수도권과 동남권에서 ‘자주 시청한다’는 비율이 다른 지역보다 높음.
- 성별로는 여성, 연령별로는 20대와 30대에서 ‘자주 시청한다’는 비율이 높음.
- 가구소득 측면에서 400만원 이상의 고소득 층에서 ‘자주 시청한다’는 비율이 높음.

〈그림 5-115〉 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도



〈표 5-126〉 음식/요리 관련 미디어 시청 빈도

(단위: 명, %)

구분		사례수	전혀 시청하지 않는다	가끔 시청한다	자주 시청한다
전체		2000	25.5	60.5	14.1
MZ세대 구분	MZ세대	782	22.3	57.3	20.5
	비 MZ세대	1218	27.6	62.5	9.9
권역	수도권	1002	24.7	59.8	15.6
	충청권	219	26.5	60.3	13.2
	호남권	219	24.2	64.4	11.4
	대경권	195	24.6	64.1	11.3
	동남권	304	25.7	59.9	14.5
	강원권	61	42.6	49.2	8.2
가구원수	1인	331	28.7	58.0	13.3
	2인	367	28.9	60.8	10.4
	3인	598	25.6	60.9	13.5
	4인 이상	704	22.2	61.1	16.8
성별	남성	978	28.4	58.8	12.8
	여성	1022	22.7	62.0	15.3
연령	20대	267	23.6	54.3	22.1
	30대	410	21.7	57.6	20.7
	40대	502	25.1	63.5	11.4
	50대	386	26.2	65.8	8.0
	60대 이상	435	30.1	58.6	11.3
학력	고졸 이하	460	27.4	57.8	14.8
	대졸	1311	24.3	61.9	13.9
	대학원졸	229	28.8	57.6	13.5
직업	관리/전문/사무직	1073	24.6	61.3	14.1
	서비스/판매직	215	25.1	60.9	14.0
	기계/농림어업/단순노무	212	29.2	56.1	14.6
	주부	238	22.3	66.0	11.8
	학생	116	22.4	52.6	25.0
	기타	146	34.9	56.8	8.2
가구소득	200만원 미만	166	37.3	50.6	12.0
	200~400만원 미만	543	27.1	60.4	12.5
	400~600만원 미만	563	24.7	61.3	14.0
	600만원 이상	728	22.3	62.1	15.7

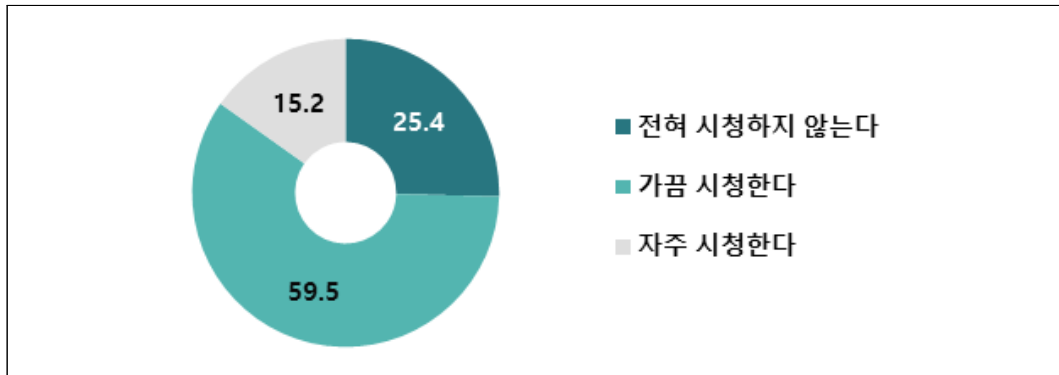


### 9.11. 해외 여행정보 관련 미디어 시청 빈도

○ 해외 여행정보 관련 미디어를 ‘시청하지 않는다’는 비율은 15.2%로 낮은 편이며, 59.5%가 ‘가끔 시청’하며, 25.4%는 ‘자주 시청’하는 것으로 나타남.

- 권역별로 충청권에서의 시청 비율이 다른 지역보다 높음.
- 성별로는 여성, 연령별로는 20대와 30대에서 ‘자주 시청한다’는 비율이 높음.
- 학력별로는 대학원졸 이상의 고학력, 가구소득 측면에서는 400만원 이상의 고소득층에서 ‘자주 시청한다’는 비율이 높음.

〈그림 5-116〉 해외 여행정보 관련 미디어 시청 빈도



〈표 5-127〉 해외 여행정보 관련 미디어 시청 빈도

(단위: 명, %)

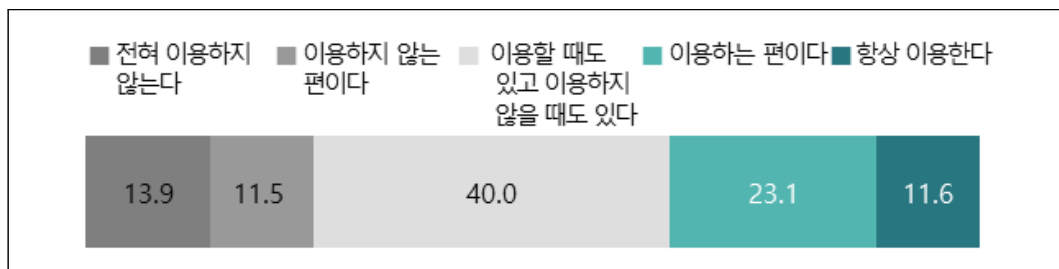
구분		사례수	전혀 시청하지 않는다	가끔 시청한다	자주 시청한다
전체		2000	25.4	59.5	15.2
MZ세대 구분	MZ세대	782	26.7	55.6	17.6
	비 MZ세대	1218	24.5	62.0	13.5
권역	수도권	1002	24.0	60.2	15.9
	충청권	219	21.5	62.6	16.0
	호남권	219	27.9	59.4	12.8
	대경권	195	25.1	60.5	14.4
	동남권	304	28.9	56.3	14.8
	강원권	61	36.1	50.8	13.1
가구원수	1인	331	32.0	56.2	11.8
	2인	367	26.7	60.5	12.8
	3인	598	26.3	58.0	15.7
	4인 이상	704	20.7	61.8	17.5
성별	남성	978	25.9	60.2	13.9
	여성	1022	24.9	58.8	16.3
연령	20대	267	24.3	57.7	18.0
	30대	410	28.3	52.9	18.8
	40대	502	27.3	61.2	11.6
	50대	386	21.5	62.4	16.1
	60대 이상	435	24.4	62.3	13.3
학력	고졸 이하	460	29.3	56.5	14.1
	대졸	1311	24.2	60.8	15.0
	대학원졸	229	24.0	58.1	17.9
직업	관리/전문/사무직	1073	23.5	61.0	15.6
	서비스/판매직	215	27.0	57.2	15.8
	기계/농림어업/단순노무	212	27.8	59.4	12.7
	주부	238	28.2	56.3	15.5
	학생	116	24.1	60.3	15.5
	기타	146	29.5	56.8	13.7
가구소득	200만원 미만	166	47.6	41.0	11.4
	200~400만원 미만	543	28.5	61.7	9.8
	400~600만원 미만	563	23.4	61.1	15.5
	600만원 이상	728	19.4	60.9	19.8

## 9.12. 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부

○ 가구의 식품 구입 및 조달 시 34.7%가 차량을 이용하고 있는 것으로 나타남.

- 가구소득별로 살펴보면, 가구 소득이 높을수록 차량을 이용하는 비율이 높음.
- 권역별로 보았을 때, 동남권과 호남권에서 차량 이용 비율이 높게 나타남.
- 연령별로 보면, 50대와 40대가 다른 연령대 대비 상대적으로 높음.
- 가구소득별로 보면, 가구 소득이 높을수록 차량 이용도 높게 나타남.

〈그림 5-117〉 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부



〈표 5-128〉 가구의 식품 구입 및 조달 시 차량 이용 여부

(단위: 명, %)

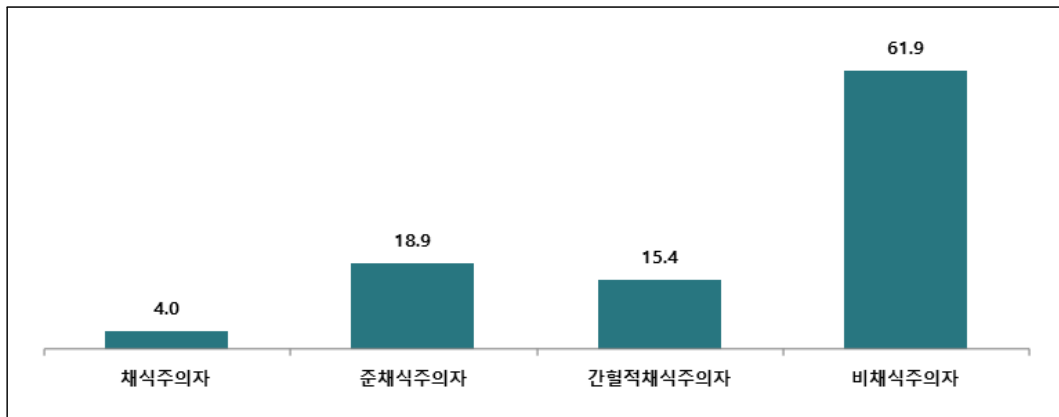
구분		사례수	전혀 이용하지 않는다	이용하지 않는 편이다	이용할 때도 있고 이용하지 않을 때도 있다	이용하는 편이다	항상 이용한다
전체		2000	13.9	11.5	40.0	23.1	11.6
MZ세대 구분	MZ세대	782	16.6	15.0	37.2	21.4	9.8
	비 MZ세대	1218	12.2	9.2	41.8	24.1	12.7
권역	수도권	1002	14.9	12.3	40.0	22.1	10.8
	충청권	219	12.3	14.2	41.1	21.5	11.0
	호남권	219	10.5	11.0	42.0	25.1	11.4
	대경권	195	16.9	9.7	39.0	21.0	13.3
	동남권	304	12.2	9.2	38.5	28.3	11.8
	강원권	61	14.8	6.6	39.3	18.0	21.3
	가구원수	1인	331	29.9	17.2	34.1	11.8
	2인	367	14.2	11.4	40.3	20.7	13.4
	3인	598	11.9	9.4	41.8	22.9	14.0
	4인 이상	704	8.0	10.5	41.1	29.7	10.8
성별	남성	978	13.5	11.3	39.1	25.5	10.6
	여성	1022	14.3	11.5	40.9	20.7	12.5
연령	20대	267	20.6	17.6	35.6	16.9	9.4
	30대	410	14.9	13.7	36.8	23.9	10.7
	40대	502	10.8	10.4	43.6	23.1	12.2
	50대	386	10.1	9.1	39.1	29.5	12.2
	60대 이상	435	15.9	9.0	42.3	20.2	12.6
학력	고졸 이하	460	21.5	12.6	40.2	17.8	7.8
	대졸	1311	11.7	11.7	40.6	23.6	12.4
	대학원졸	229	10.9	7.9	36.2	30.6	14.4
직업	관리/전문/사무직	1073	10.7	9.8	39.0	27.9	12.7
	서비스/판매직	215	15.8	15.3	40.0	20.9	7.9
	기계/농림어업/단순노무	212	14.6	11.3	45.8	17.9	10.4
	주부	238	11.8	11.3	43.7	20.2	13.0
	학생	116	21.6	21.6	33.6	14.7	8.6
	기타	146	30.8	10.3	38.4	9.6	11.0
가구소득	200만원 미만	166	42.8	16.3	26.5	8.4	6.0
	200~400만원 미만	543	20.1	14.5	39.4	17.7	8.3
	400~600만원 미만	563	8.5	10.3	41.7	26.8	12.6
	600만원 이상	728	6.9	8.9	42.2	27.5	14.6

### 9.13. 채식주의 관련 식생활 태도

○ 응답자 중 38.1%는 채식을 하고 있으며, 간헐적채식주의자가 15.4%, 준채식주의자가 18.9%, 채식주의자는 4.0%로 나타남.

- 성별로 여성의 채식주의자 비율이 남성보다 높게 나타남.
- 연령별로 보았을 때, 20대와 30대의 채식자 비율이 41.2%로 40대 이상과 비교시 높은 채식자 비율을 보임.

〈그림 5-118〉 채식주의 관련 식생활 태도



〈표 5-129〉 채식주의 관련 식생활 태도

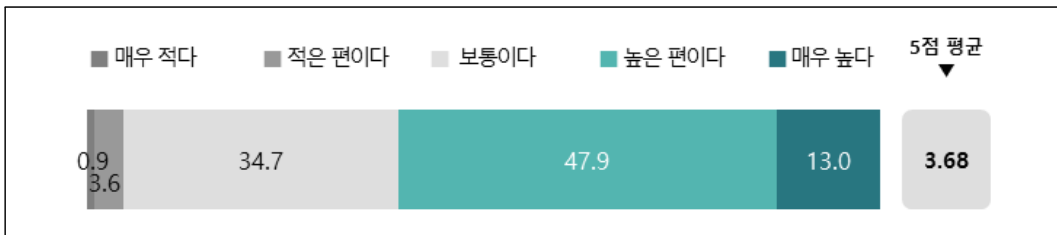
(단위: 명, %)

구분		사례수	육류는 먹지 않고, 오직 식물성 재료로만 만든 것을 먹는다 (채식주의자)	식물성 재료로 만든 것을 먹지만, 계란과 우유 또는 어패류는 먹는다 (준채식주의자)	가급적 동물성보다는 채식위주로 먹는다 (간헐적채식주의자)	식물성, 동물성을 가리지 않고 먹는다 (비채식주의자)
전체		2000	4.0	18.9	15.4	61.9
MZ세대 구분	MZ세대	782	4.5	21.0	15.9	58.7
	비 MZ세대	1218	3.6	17.5	15.0	63.9
권역	수도권	1002	3.5	19.5	15.2	61.9
	충청권	219	5.9	18.7	16.9	58.4
	호남권	219	5.0	15.1	16.9	63.0
	대경권	195	4.1	21.0	13.3	61.5
	동남권	304	3.3	18.8	15.5	62.5
	강원권	61	3.3	16.4	13.1	67.2
	가구원수	1인	331	4.8	14.8	14.2
	2인	367	2.7	19.3	13.9	64.0
	3인	598	4.5	18.2	19.2	58.0
	4인 이상	704	3.7	21.0	13.4	61.9
성별	남성	978	3.7	17.2	13.7	65.4
	여성	1022	4.2	20.5	16.9	58.4
연령	20대	267	4.5	18.7	18.0	58.8
	30대	410	5.1	22.2	13.9	58.8
	40대	502	3.8	17.1	12.7	66.3
	50대	386	3.4	18.9	16.3	61.4
	60대 이상	435	3.2	17.7	17.2	61.8
학력	고졸 이하	460	3.9	18.7	16.5	60.9
	대졸	1311	3.7	20.1	14.6	61.6
	대학원졸	229	5.2	12.2	17.0	65.5
직업	관리/전문/사무직	1073	3.6	17.7	14.2	64.5
	서비스/판매직	215	4.7	28.8	17.2	49.3
	기계/농림어업/단순노무	212	6.1	19.3	17.9	56.6
	주부	238	3.4	17.2	16.8	62.6
	학생	116	2.6	13.8	20.7	62.9
	기타	146	4.1	18.5	11.0	66.4
가구소득	200만원 미만	166	4.8	17.5	13.9	63.9
	200~400만원 미만	543	4.2	18.6	14.2	63.0
	400~600만원 미만	563	3.7	19.5	16.2	60.6
	600만원 이상	728	3.7	18.8	15.9	61.5

## 9.14. 코로나19에 대한 불안감

- 코로나19가 발생한지 2년이 다되어 가지만 불안감은 지속되고 있어 응답자의 60.9%가 불안감이 높다고 응답함(높은 편 47.9%, 매우 높은 편 13.0%).
  - 지역별로 보았을 때, 수도권(3.73점)과 동남권(3.67점)에서 상대적으로 높았으며, 충청권(3.58점)에서 상대적으로 낮음.
  - 가구원수가 적을수록 불안감이 상대적으로 낮아, 1인가구는 3.51점 반면, 4인 이상 가구는 3.80점으로 나타남.
  - 연령별로 보면, 다른 연령대비 20대의 불안감이 3.58점으로 상대적으로 낮음.
  - 가구소득에 따라서도 큰 차이를 보여 가구 소득이 높을수록 불안감도 높게 나타남.

〈그림 5-119〉 코로나19에 대한 불안감



〈표 5-130〉 코로나19에 대한 불안감

(단위: 명, %, 5점 평균)

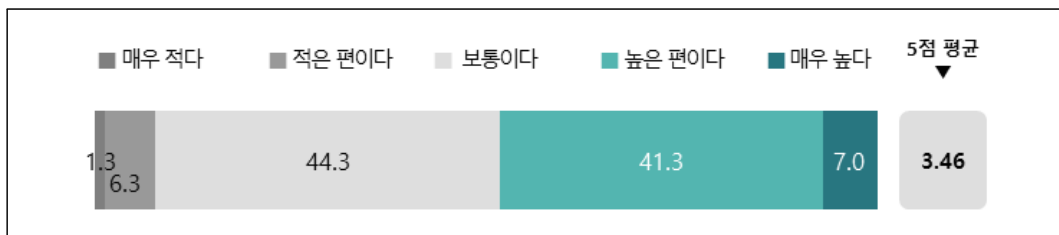
구분		사례수	매우 적다	적은 편이다	보통이다	높은 편이다	매우 높다	척도평균
전체		2000	0.9	3.6	34.7	47.9	13.0	3.68
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.8	3.3	37.2	44.6	14.1	3.68
	비 MZ세대	1218	1.0	3.8	33.0	50.0	12.2	3.69
권역	수도권	1002	0.4	3.3	33.7	47.6	15.0	3.73
	충청권	219	2.7	4.1	34.2	50.2	8.7	3.58
	호남권	219	0.5	2.7	39.7	47.9	9.1	3.63
	대경권	195	2.1	4.6	33.8	46.2	13.3	3.64
	동남권	304	0.0	3.9	36.2	48.4	11.5	3.67
	강원권	61	4.9	4.9	27.9	47.5	14.8	3.62
가구원수	1인	331	2.4	5.1	42.0	40.2	10.3	3.51
	2인	367	1.1	4.6	34.1	49.0	11.2	3.65
	3인	598	1.0	3.0	36.3	47.3	12.4	3.67
	4인 이상	704	0.0	2.8	30.1	51.4	15.6	3.80
성별	남성	978	1.7	3.8	35.4	47.6	11.5	3.63
	여성	1022	0.1	3.4	34.0	48.1	14.4	3.73
연령	20대	267	0.4	4.1	43.4	41.2	10.9	3.58
	30대	410	1.0	3.2	33.4	46.3	16.1	3.73
	40대	502	1.6	3.4	34.1	48.4	12.5	3.67
	50대	386	0.5	2.8	30.6	53.6	12.4	3.75
	60대 이상	435	0.7	4.6	34.7	47.8	12.2	3.66
학력	고졸 이하	460	1.3	2.4	39.6	45.7	11.1	3.63
	대졸	1311	0.6	3.9	33.5	48.9	13.1	3.70
	대학원졸	229	1.7	4.4	31.4	46.7	15.7	3.70
직업	관리/전문/사무직	1073	0.8	3.1	30.9	51.5	13.6	3.74
	서비스/판매직	215	0.5	5.1	39.5	44.7	10.2	3.59
	기계/농림어업/단순노무	212	1.9	2.4	48.6	36.3	10.8	3.52
	주부	238	0.0	4.2	27.7	51.3	16.8	3.81
	학생	116	0.9	2.6	37.1	46.6	12.9	3.68
	기타	146	2.1	6.8	43.8	38.4	8.9	3.45
가구소득	200만원 미만	166	1.8	4.8	43.4	39.8	10.2	3.52
	200~400만원 미만	543	0.9	3.9	37.6	47.0	10.7	3.63
	400~600만원 미만	563	1.2	3.2	33.4	48.5	13.7	3.70
	600만원 이상	728	0.4	3.4	31.5	50.0	14.7	3.75



### 9.15. 코로나19 확산으로 인한 식생활/식품 소비 불안도

- 코로나19 확산으로 인한 식생활/식품 소비 불안은 지속되어 응답자의 48.3%가 불안감이 높다고 응답함(높은 편 41.3%, 매우 높은 편 7.0%).
  - 지역별로 보았을 때, 수도권(3.51점)과 동남권(3.52점)에서 상대적으로 높았으며, 충청권(3.34점)과 호남권(3.36점)에서 상대적으로 낮음.
  - 가구원수가 적을수록 불안감이 상대적으로 낮아, 1인 가구는 3.36점 반면, 4인 이상 가구는 3.56점으로 나타남.
  - 연령별로 보면, 다른 연령 대비 20대의 불안감이 3.36점으로 상대적으로 낮음.
  - 가구소득에 따라서도 큰 차이를 보여 가구 소득이 높을수록 불안감도 높게 나타남.

〈그림 5-120〉 코로나19 확산으로 인한 식생활/식품 소비 불안도



〈표 5-131〉 코로나19 확산으로 인한 식생활/식품 소비 불안도

(단위: 명, %, 5점 평균)

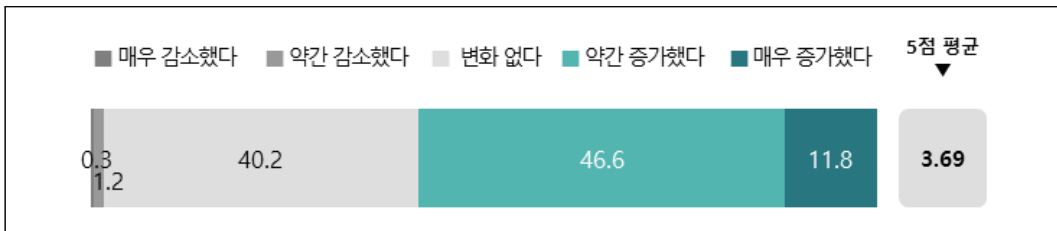
구분		사례수	매우 적다	적은 편이다	보통이다	높은 편이다	매우 높다	척도평균
전체		2000	1.3	6.3	44.3	41.3	7.0	3.46
MZ세대 구분	MZ세대	782	1.2	6.8	42.7	40.3	9.1	3.49
	비 MZ세대	1218	1.3	6.0	45.2	41.9	5.6	3.44
권역	수도권	1002	0.7	6.3	42.0	43.0	8.0	3.51
	충청권	219	3.7	7.3	45.7	37.9	5.5	3.34
	호남권	219	0.5	8.2	50.7	36.1	4.6	3.36
	대경권	195	2.1	6.7	47.7	36.9	6.7	3.39
	동남권	304	0.7	4.9	43.1	44.7	6.6	3.52
	강원권	61	4.9	1.6	47.5	39.3	6.6	3.41
가구원수	1인	331	2.4	6.6	49.2	36.3	5.4	3.36
	2인	367	1.4	8.4	45.2	39.2	5.7	3.40
	3인	598	1.5	6.9	43.8	40.5	7.4	3.45
	4인 이상	704	0.4	4.5	41.8	45.3	8.0	3.56
성별	남성	978	2.2	6.5	45.7	40.2	5.3	3.40
	여성	1022	0.3	6.1	42.9	42.3	8.5	3.53
연령	20대	267	1.1	8.6	49.8	34.1	6.4	3.36
	30대	410	1.2	6.1	39.8	42.2	10.7	3.55
	40대	502	1.6	6.4	40.2	44.6	7.2	3.49
	50대	386	0.8	5.7	45.3	44.0	4.1	3.45
	60대 이상	435	1.4	5.5	48.7	38.4	6.0	3.42
학력	고졸 이하	460	2.4	4.8	50.7	36.7	5.4	3.38
	대졸	1311	0.8	6.6	42.4	43.6	6.7	3.49
	대학원졸	229	1.7	7.9	41.9	37.1	11.4	3.48
직업	관리/전문/사무직	1073	1.0	6.6	40.1	44.5	7.7	3.51
	서비스/판매직	215	0.5	4.7	51.6	37.7	5.6	3.43
	기계/농림어업/단순노무	212	1.9	6.6	52.4	34.0	5.2	3.34
	주부	238	0.4	4.2	42.4	44.1	8.8	3.57
	학생	116	2.6	6.0	48.3	37.1	6.0	3.38
	기타	146	3.4	9.6	52.1	31.5	3.4	3.22
가구소득	200만원 미만	166	2.4	7.2	54.2	31.3	4.8	3.29
	200~400만원 미만	543	1.3	7.6	45.7	38.7	6.8	3.42
	400~600만원 미만	563	0.9	6.0	43.5	42.5	7.1	3.49
	600만원 이상	728	1.2	5.4	41.5	44.5	7.4	3.52

### 9.16. 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리 중요도

○ 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리에 대한 중요도 인식이 증가했다는 응답이 과반을 넘음(매우 증가 11.8%, 약간 증가 46.6%).

- 지역별로 보았을 때, 수도권에서 식품 소비 지출액이 증가하였다는 응답이 30.8%로 다른 지역보다 높게 나타남.
- 가구원수가 증가할수록 '증가했다'는 응답이 증가하여 1인가구의 경우 20.5%가 증가했다고 응답한 반면, '4인 이상'인 경우 34.2%가 증가했다고 응답함.
- 가구소득에 따라서도 큰 차이를 보여 가구 소득이 높을수록 증가했다는 응답이 높음.

〈그림 5-121〉 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리 중요도



〈표 5-132〉 코로나19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리 중요도

(단위: 명, %, 5점 평균)

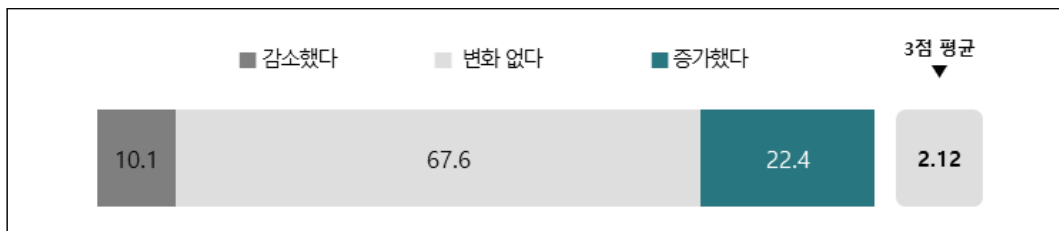
구분		사례수	매우 감소했다	약간 감소했다	변화 없다	약간 증가했다	매우 증가했다	척도평균
전체		2000	0.3	1.2	40.2	46.6	11.8	3.69
MZ세대 구분	MZ세대	782	0.4	1.7	43.2	43.5	11.3	3.64
	비 MZ세대	1218	0.2	0.8	38.3	48.6	12.2	3.72
권역	수도권	1002	0.1	1.0	39.2	47.0	12.7	3.71
	충청권	219	0.5	1.8	42.5	46.6	8.7	3.61
	호남권	219	0.5	0.5	45.2	43.4	10.5	3.63
	대경권	195	0.5	3.1	36.4	46.7	13.3	3.69
	동남권	304	0.3	0.7	39.8	48.7	10.5	3.68
	강원권	61	0.0	0.0	44.3	41.0	14.8	3.70
가구원수	1인	331	0.3	0.6	51.7	38.4	9.1	3.55
	2인	367	0.5	0.8	41.4	44.4	12.8	3.68
	3인	598	0.3	1.7	38.5	48.7	10.9	3.68
	4인 이상	704	0.0	1.1	35.7	49.9	13.4	3.75
성별	남성	978	0.5	1.1	41.7	45.5	11.1	3.66
	여성	1022	0.0	1.2	38.7	47.7	12.4	3.71
연령	20대	267	0.7	3.0	46.1	41.6	8.6	3.54
	30대	410	0.2	1.2	41.7	45.1	11.7	3.67
	40대	502	0.2	0.6	39.6	47.6	12.0	3.71
	50대	386	0.3	0.8	35.5	50.5	13.0	3.75
	60대 이상	435	0.0	0.9	40.0	46.4	12.6	3.71
학력	고졸 이하	460	0.4	0.4	46.7	41.5	10.9	3.62
	대졸	1311	0.2	1.2	37.8	48.6	12.1	3.71
	대학원졸	229	0.0	2.2	40.6	45.4	11.8	3.67
직업	관리/전문/사무직	1073	0.2	1.4	38.1	48.3	12.0	3.71
	서비스/판매직	215	0.5	0.9	44.2	43.7	10.7	3.63
	기계/농림어업/단순노무	212	0.5	1.4	49.5	39.2	9.4	3.56
	주부	238	0.0	1.3	30.3	52.9	15.5	3.83
	학생	116	0.9	0.0	43.1	49.1	6.9	3.61
	기타	146	0.0	0.0	50.0	37.0	13.0	3.63
가구소득	200만원 미만	166	1.2	0.0	53.6	36.7	8.4	3.51
	200~400만원 미만	543	0.6	1.5	44.6	41.6	11.8	3.63
	400~600만원 미만	563	0.0	1.8	39.8	48.3	10.1	3.67
	600만원 이상	728	0.0	0.7	34.2	51.2	13.9	3.78

### 9.17. 코로나19 전 대비 현재 식품 소비 지출액 변화

○ 코로나19 이전 대비 현재 식품 소비 지출액이 '증가했다'는 응답이 22.4%로 '감소했다'의 10.1%보다 2배 이상 높게 나타남.

- 지역별로 보았을 때, 강원권에서 식품 소비 지출액이 증가하였다는 응답이 27.9%로 다른 지역보다 높게 나타남.
- 가구원수가 증가할수록 '증가했다'는 응답이 증가하여 1인가구의 경우 18.7%가 증가했다고 응답한 반면, '4인 이상'인 경우 26.8%가 증가했다고 응답함.
- 가구소득에 따라서도 큰 차이를 보여 가구 소득이 높을수록 증가했다는 응답이 높음.

〈그림 5-122〉 코로나19 전 대비 현재 식품 소비 지출액 변화



〈표 5-133〉 코로나19 전 대비 현재 식품 소비 지출액 변화

(단위: 명, %, 3점 평균)

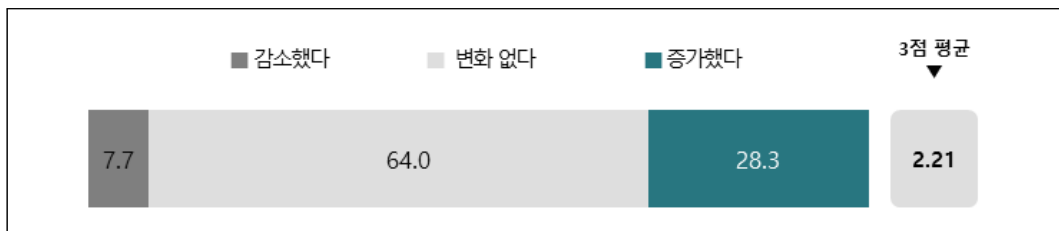
구분		사례수	감소하였다	비슷하다 (변화없음)	증가하였다	평균
전체		2000	10.1	67.6	22.4	2.12
MZ세대 구분	MZ세대	782	12.3	64.8	22.9	2.11
	비 MZ세대	1218	8.7	69.3	22.0	2.13
권역	수도권	1002	10.1	65.3	24.7	2.15
	충청권	219	15.1	64.8	20.1	2.05
	호남권	219	9.6	71.7	18.7	2.09
	대경권	195	9.2	71.8	19.0	2.10
	동남권	304	8.2	71.7	20.1	2.12
	강원권	61	6.6	65.6	27.9	2.21
가구원수	1인	331	12.1	69.2	18.7	2.07
	2인	367	9.3	69.5	21.3	2.12
	3인	598	10.5	69.7	19.7	2.09
	4인 이상	704	9.2	63.9	26.8	2.18
성별	남성	978	9.3	71.2	19.5	2.10
	여성	1022	10.9	64.1	25.0	2.14
연령	20대	267	18.4	64.8	16.9	1.99
	30대	410	9.5	65.4	25.1	2.16
	40대	502	8.6	66.3	25.1	2.17
	50대	386	7.8	66.6	25.6	2.18
	60대 이상	435	9.4	73.6	17.0	2.08
학력	고졸 이하	460	12.4	69.8	17.8	2.05
	대졸	1311	8.8	67.1	24.0	2.15
	대학원졸	229	12.7	65.5	21.8	2.09
직업	관리/전문/사무직	1073	7.6	66.6	25.7	2.18
	서비스/판매직	215	13.5	69.3	17.2	2.04
	기계/농림어업/단순노무	212	21.7	66.5	11.8	1.90
	주부	238	7.6	66.0	26.5	2.19
	학생	116	12.1	70.7	17.2	2.05
	기타	146	8.9	73.3	17.8	2.09
가구소득	200만원 미만	166	12.0	72.9	15.1	2.03
	200~400만원 미만	543	14.0	64.8	21.2	2.07
	400~600만원 미만	563	9.9	68.6	21.5	2.12
	600만원 이상	728	6.9	67.6	25.5	2.19

### 9.18. 코로나19 1차 유행 이후 대비 현재 식품 소비 지출액 변화

○ 코로나19 1차 유행 이후 대비 현재 식품 소비 지출액은 '변화없다'는 응답이 64.0%로 가장 높지만, '감소했다'(7.7%)는 응답보다는 '증가했다'(28.3%)가 더 높음.

- 지역별로 보았을 때, 수도권에서 식품 소비 지출액이 증가하였다는 응답이 30.8%로 다른 지역보다 높게 나타남.
- 가구원수가 증가할수록 '증가했다'는 응답이 증가하여 1인가구의 경우 20.5%가 증가했다고 응답한 반면, '4인 이상'인 경우 34.2%가 증가했다고 응답함.
- 가구소득에 따라서도 큰 차이를 보여 가구 소득이 높을수록 증가했다는 응답이 높음.

〈그림 5-123〉 코로나19 1차 유행 이후 대비 현재 식품 소비 지출액 변화



〈표 5-134〉 코로나19 1차 유행 이후 대비 현재 식품 소비 지출액 변화

(단위: 명, %, 3점 평균)

구분		사례수	감소하였다	비슷하다 (변화없음)	증가하였다	평균
전체		2000	7.7	64.0	28.3	2.21
MZ세대 구분	MZ세대	782	8.6	62.8	28.6	2.20
	비 MZ세대	1218	7.1	64.8	28.1	2.21
권역	수도권	1002	8.2	61.0	30.8	2.23
	충청권	219	10.5	63.0	26.5	2.16
	호남권	219	6.8	66.7	26.5	2.20
	대경권	195	5.1	68.7	26.2	2.21
	동남권	304	6.3	68.8	25.0	2.19
	강원권	61	8.2	68.9	23.0	2.15
가구원수	1인	331	8.5	71.0	20.5	2.12
	2인	367	7.6	68.1	24.3	2.17
	3인	598	7.9	64.0	28.1	2.20
	4인 이상	704	7.2	58.5	34.2	2.27
성별	남성	978	7.1	67.5	25.5	2.18
	여성	1022	8.3	60.7	31.0	2.23
연령	20대	267	11.6	67.4	21.0	2.09
	30대	410	7.6	61.0	31.5	2.24
	40대	502	6.4	60.8	32.9	2.26
	50대	386	5.4	65.0	29.5	2.24
	60대 이상	435	9.0	67.6	23.4	2.14
학력	고졸 이하	460	9.1	68.0	22.8	2.14
	대졸	1311	6.6	62.4	31.0	2.24
	대학원졸	229	11.4	65.1	23.6	2.12
직업	관리/전문/사무직	1073	5.4	63.2	31.4	2.26
	서비스/판매직	215	8.8	66.0	25.1	2.16
	기계/농림어업/단순노무	212	16.0	63.7	20.3	2.04
	주부	238	8.0	60.1	31.9	2.24
	학생	116	8.6	69.8	21.6	2.13
	기타	146	9.6	69.2	21.2	2.12
가구소득	200만원 미만	166	8.4	74.1	17.5	2.09
	200~400만원 미만	543	10.3	65.0	24.7	2.14
	400~600만원 미만	563	7.5	62.0	30.6	2.23
	600만원 이상	728	5.8	62.5	31.7	2.26



## 가계부조사 및 주구입자조사 소프트할당

### ○ 가계부조사 소프트할당

- 소프트 할당은 대표성 확보의 차원에서 제시하는 기준임
- <부표 A-1>는 권역·가구주 연령·1인 가구 여부별 표본가구 할당
  - \* 2021 통계청 장래가구추계 통계 적용
  - 2020년과 같이 KOSIS 내 가구주 연령 구분이 24세 이하로 제공  
이에 19-30세 분류에 19세 미만 가구주도 일부 포함됨.
- <부표 A-2>는 가구주 연령대 및 소득구간별 표본가구 할당
  - \* 소득자료는 2020 가계금융복지조사 자료 사용
  - 소득(전년도)구간별 백분율을 참고함
  - 가구주 연령 구분 중 60세 이상에 대해 75세 이상을 단순비로 조정함.
- <부표 A-3>는 1인 가구의 소득구간별 표본가구 할당
  - \* 소득자료는 2020 가계금융복지조사 자료 사용
  - 소득(전년도)구간별 백분율을 참고함.
  - 1인 가구수는 <부표 A-1>에서 참고한 자료를 사용함.

〈부표 A-1〉 권역·가구주 연령·1인 가구 여부별 가계부조사 표본가구 소프트할당

가구주 연령		19-39세		40-59대		60-74세		전체	
가구원수		1인	전체	1인	전체	1인	전체	1인	전체
수도권		30	64	25	122	16	63	71	249
비수도권		28	55	27	119	23	77	78	251
참고	충청권	8	15	6	26	4	15	18	56
	호남권	6	12	6	26	5	17	17	55
	대경권	5	10	5	23	5	16	15	49
	동남권	7	15	8	37	7	24	22	76
	강원권	2	3	2	7	2	5	6	15
총계		58	119	52	241	39	140	149	500

〈부표 A-2〉 가구주 연령대 및 소득구간별 가계부조사 표본가구 소프트할당

소득구간	가구주 연령대			
	20-39세	40-59세	60-74세	합계
3천만원 미만	34	42	75	151
3천만원이상-5천만원 미만	32	47	28	108
5천만원 이상	53	152	37	241
합계	119	241	140	500

〈부표 A-3〉 1인 가구의 소득구간별 가계부조사 표본가구 소프트할당

소득구간	가구수
1천만원 미만	46
1천만원 이상 - 3천만원 미만	69
3천만원 이상	34
총합계	149

○ 주구입자조사 소프트할당

- 소프트 할당은 대표성 확보의 차원에서 제시하는 기준임.
- <부표 A-4>는 가구당 월평균 소득구간별 주구입자 소프트 할당
  - \* 한국농촌경제연구원(KREI)의 요청(2020.07.06)에 따라 소득자료는 가계동향조사를 사용하였고, 올해는 2020년 가계동향조사 결과값을 사용함.
  - \* 전국 10분위 경제값을 바탕으로 보간법을 활용하여 소득구간에 대한 추정비율을 산출함.
  - \* 주의할 점은 <부표 A-2>와 <부표 A-3>은 2020 가계금융복지조사 자료에 기준함.
- <부표 A-5>는 가구원수별 표본가구 할당
  - \* 2021 통계청 장래가구추계 통계 적용  
2020년과 같이 KOSIS 내 가구주 연령 구분이 24세 이하로 제공  
이에 19-30세 분류에 19세 미만 가구주도 일부 포함됨.
- <부표 A-6>는 가구주 연령대별 표본가구 할당
  - \* 2021 통계청 장래가구추계 통계 적용  
2020년과 같이 KOSIS 내 가구주 연령 구분이 24세 이하로 제공  
이에 19-30세 분류에 19세 미만 가구주도 일부 포함됨.

〈부표 A-4〉 가구소득구간별 주구입자 표본가구 소프트할당

구분	최소	기준	최대	추정비율
200만원 미만	425	472	519	23.6
200~399만원	538	598	658	29.9
400~599만원	372	413	454	20.6
600만 원 이상	465	517	568	25.8
계		2,000		100.0

〈부표 A-5〉 가구원수별 주구입자 표본가구 소프트할당


구분	최소	기준	최대	
1인	30대 이하	218	242	266
	40~50대	94	104	114
	60대 이상*	146	162	178
	계	457	508	558
2인	521	579	637	
3인	418	464	510	
4인 이상	405	450	495	
계		2,000		

〈부표 A-6〉 가구주 연령대별 주구입자 표본가구 소프트할당

구분	최소	기준	최대
30대 이하	429	476	524
40대	406	451	496
50대	462	514	565
60대	384	427	470
70대 이상	119	132	145
합계		2,000	

# 부 록 B

## 설문조사표



승인번호  
제 114053 호

### 2021 가공식품 소비자 태도조사(가구용)

- 가구내 식품 주 구입자용 설문 -

가구 ID   -

☞ 조사명부 상에 해당ID 기록

인정하십니까?  
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 ㈜리서치랩이 담당하고 있으나 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 : ㈜리서치랩

#### 응답자 선정 질문

SQL. 귀하의 출생년도는 어떻게 되시나요? \_\_\_\_\_년 → 1946년도 이후 2001년 이전 출생자만 조사를 진행할 것

SQ2. 귀대에서 드시는 식품의 대부분을 주로 누가 구입하시나요?

1. 집에서 먹는 식품의 대부분을 내가 직접 구입한다
2. 집에서 먹는 식품의 대부분을 구입하는 가구원이 따로 있다 → **응답자 교체 또는 면접 중단**

[면접원 : SQ2 문항에서 2번을 선택한 경우, 가구 내 식품의 대부분을 직접 구매하는 분으로 다시 선정하세요.]

#### A. 가공식품 구매 및 소비 형태 일반

▶▶ 이제부터 귀하의 식품 주 구입자 입장에서 가공식품 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

**농수축산물이란?**  
농작물 재배, 축산업, 어업 등을 통해 생산되어 사람이 직접 먹거나 마실 수 있는 것으로 식품의 원료가 되는 품목  
예) 마늘, 당근, 양파, 배추, 쌈채소 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.

**<가이드>** 본 조사는 각 가정에서 이루어지는 구매 및 소비 형태조사로서, 주 구입자를 대상으로 이루어지는 것이며, 가구 구성원 **개개인**이 소비하는 것을 모두 조사하는 것은 아님을 분명히 하도록 함.

1

전체 가공식품 구입 형태

본 조사는 특별한 사건/사고/이슈 등의 영향으로 특정 기간 동안 이루어진 구입 행태가 아닌, 평소 귀하께서 가공식품을 구입하시는 행태를 기준으로 응답하여 주십시오.

A1. 귀택에서는 평소 가공식품을 얼마나 자주 구입하시나요?

한 두가지 부족한 재료를 구입하기 위해 가는 경우는 제외하고 응답해 주세요

[면접원 : 응답자가 계절적 요인 등으로 인해 구입 빈도가 기간/시기에 따라 차이가 난다고 할 경우에는 조사 참여 시점으로부터 "최근 1년"을 기준으로 응답을 받으세요.]

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

A2. 귀택에서는 가공식품을 구입하실 때 가장 중요하게 고려하는 기준은 무엇인가요?

중요하게 고려하는 기준을 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

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

A3. 귀택에서는 가격을 위해 가공식품 구입을 주로 어디에서 하시나요?

주로 구입하는 곳 부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요. (→View card 1 참조)

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- 1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
- 2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
- 3. 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
- 4. 전통시장(재래시장)
- 5. 백화점
- 6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
- 7. 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)
- 8. TV 홈쇼핑
- 9. 편의점
- 10. 로컬푸드 마켓
- 11. 기타(기록 : )

A3-1. 가공식품 구입 장소로 (A3의 1순위 응답)을 주로 이용하는 이유는 무엇인가요?

주로 이용하시는 이유를 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- 1. 우수한 품질의 제품을 살 수 있어서
- 2. 가격이 저렴하니까
- 3. 거리가 가깝거나 교통이 편해서
- 4. 직접 배달해 주므로
- 5. 식품외의 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. 구덕에서 지출액 기준 많이 구입하는 품목군은 어떤 것인가요? 가공식품 지출액 규모가 큰 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요. (→View card 2 참조)

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

<조사자 참고용 보기>

- |                                       |                                      |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. 육류가공품(소시지, 햄 및 베이컨, 육가공품 등)        | 2. 일가공품(삶은 계란, 삶은 메추리알 등)            |
| 3. 조미수산가공품(어육, 맛살, 수산물통조림 등)          | 4. 염건수산가공품(젓갈류, 김, 미역, 복어, 굴비 등)     |
| 5. 김치 및 절임류(배추김치, 강아찌, 단무지 등)         | 6. 과일채소가공품(과일·채소통조림, 푸레,페이스트 등)      |
| 7. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등)     | 8. 조미식품(드레싱·소스류, 소금, 설탕, 식초, 고춧가루 등) |
| 9. 유제품(참기름 및 들기름, 식용유, 버터 등)          | 10. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등)          |
| 11. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등)       | 12. 과자류(과자, 한과, 초콜릿가공품, 사탕, 병과류 등)   |
| 13. 면류(인스턴트 라면, 국수, 칼국수, 당면, 우동 등)    | 14. 연식품(두부류, 순두부, 유부, 묵류, 곤약 등)      |
| 15. 곡물가공품(밀가루류, 건분, 쌀가루, 씨리얼 등)       | 16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 알차, 티백, 곡물차 등)  |
| 17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, দু유 등) | 18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등)       |
| 19. 간편식(FMR, 즉석조리, 즉석설치, 밀키트, 산사판의)   | 20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)    |

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

항목	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다	만족하는 편이다	매우 만족한다
1. 가격	①	②	③	④	⑤
2. 맛	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양	①	②	③	④	⑤
5. 편리성	①	②	③	④	⑤
6. 다양성	①	②	③	④	⑤
7. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

A6. 구덕의 최근 1년 동안 식품과 관련된 지출은 전년에 비해 어떻게 변화했나요? 전체 식품소비 지출은 식료품비(농수축산물+가공식품), 외식, 배달, 테이크아웃을 포함합니다.

항목	매우 감소	약간 감소	변함없음	약간 증가	매우 증가
1. 소득	①	②	③	④	⑤
2. 전체 식품소비 지출	①	②	③	④	⑤
3. 외식(음식점) 지출	①	②	③	④	⑤
4. 배달, 테이크아웃 지출	①	②	③	④	⑤
5. 농수축산물 지출	①	②	③	④	⑤
6. 가공식품 지출	①	②	③	④	⑤

A6-1. (A6. 6. 가공식품 지출이 감소 또는 증가한 경우) 구덕의 최근 1년 가공식품 지출이 변화한 원인은 무엇입니까? (복수 응답 가능)

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

A7. 구덕의 향후 1년간 가공식품 지출은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하시나요?

구분	매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다
가공식품 지출	①	②	③	④	⑤



**온라인을 통한 가공식품 구입 형태**

**A8. 쿠팡에서는 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구입하셨나요?**

- 1. 대부분 온라인으로 구입하였다. → [A9로 가세요]
- 2. 특정 상품만 온라인으로 구입하였다. → [A9로 가세요]
- 3. 전혀 구입하지 않았다. → [A8-1로 가세요]

**A8-1. (A8에서 3을 선택한 경우만) 평소 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유는 무엇인가요? 중요한 이유부터 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.**

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서</li> <li>3. 교환, 반품이 어려워서</li> <li>5. 배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려돼서</li> <li>7. 가격이 비싸서</li> <li>9. 사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서</li> <li>11. 기타(기록 : )</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>2. 상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서</li> <li>4. 배송을 기다릴 수 없어서</li> <li>6. 인터넷/스마트폰 사용이 어려워서</li> <li>8. 온라인에서 판매하는 식품이 다양하지 않아서</li> <li>10. 택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서</li> </ul> |
|--|---|

→ [응답 후 A15로 가세요]

**A9. 쿠팡에서는 온라인으로 가공식품을 얼마나 자주 구입하시나요?**

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

**A10. 온라인으로 식품을 구입하실 경우에는 주로 어떤 곳에서 구매하시나요?**

주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- 1. 대형마트/백화점/홈쇼핑 온라인 매장(이마트, SSG, 롯데, 현대, CJ, GS 등)
- 2. 온라인 전문 쇼핑몰(G마켓, 11번가, 쿠팡, 네이버쇼핑 등)
- 3. 온라인 식품 전문몰(더반찬, 마켓컬리, 헬로네이처 등)
- 4. 친환경 전문점 온라인 매장
- 5. 특산물 온라인매장
- 6. SNS 구매(온라인 카페, 블로그, 카카오톡, 인스타그램, 미디어커머스 등)
- 7. 해외직구 사이트(아마존, 이베이, 아이허브, 오픈 등)
- 8. 기타(기록 : )

**A11. 쿠팡에서 구입하는 가공식품 가운데 지불액을 기준으로 온라인으로 많이 구입하는 품목군은 무엇인가요?**

지불액이 큰 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요. (→View card 2 참조)

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

**<조사자 참고용 보기>**

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 육류가공품(소시지, 햄 및 베이컨, 육가공품 등)</li> <li>3. 조미수산가공품(어육, 맛살, 수산물통조림 등)</li> <li>5. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등)</li> <li>7. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등)</li> <li>9. 유제품(참기름 및 들기름, 식용유, 버터 등)</li> <li>11. 빵 및 떡류(사탕, 케이크, 일반빵류, 떡류 등)</li> <li>13. 면류(인스턴트 라면, 국수, 칼국수, 당면, 우동 등)</li> <li>15. 곡물가공품(밀가루류, 건분, 쌀가루, 씨리얼 등)</li> <li>17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, দু유 등)</li> <li>19. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석섭취, 밀키트, 산사편의)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>2. 일가공품(삶은 계란, 삶은 머추리알 등)</li> <li>4. 염건수산가공품(젓갈류, 김, 미역, 북어, 굴비 등)</li> <li>6. 과일채소가공품(과일·채소통조림, 푸레,페이스트 등)</li> <li>8. 조미식품(드레싱·소스류, 소금, 설탕, 식초, 고춧가루 등)</li> <li>10. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등)</li> <li>12. 과자류(과자, 한과, 초콜릿가공품, 사탕, 방귀류 등)</li> <li>14. 연식품(두부류, 순두부, 유부, 묵류, 곤약 등)</li> <li>16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 잎차, 티백, 곡물차 등)</li> <li>18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등)</li> <li>20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)</li> </ul> |
|--|--|



**A12. 쿠폰에서 온라인을 통하여 가공식품을 구입하는 이유는 무엇인가요?**

1. 구입 시간을 절약하고 시간의 제약을 받지 않아서
2. 가격이 저렴하니까
3. 품질이 좋아서
4. 상품정보를 비교·확인하기 쉬워서
5. 다양하고 특별한 식품을 구입할 수 있다
6. 배달해 주므로
7. 기타(기록 : )

**A13. 쿠폰에서는 온라인으로 가공식품을 구입하실 때 주로 이용하는 방법은 무엇인가요?**

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

**A14. 온라인으로 구입하신 가공식품에 대해 얼마나 만족하시나요?**

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

**A15. 쿠폰에서 최근 1년 동안 온라인을 이용한 전체 가공식품 구입은 전년에 비해 어떻게 변화했나요?**

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

**A16. 쿠폰의 향후 1년간 온라인을 이용한 전체 가공식품 구입이 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하시나요?**

①	②	③	④	⑤
매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다

## B. 가공식품 품목별 구입현황

▶ 지금부터 식품 주 구입자 입장에서 가공식품 품목별로 질문을 드리겠습니다.

▶ 먼저 [육류가공품], [알가공품]에 대한 질문입니다. **[A타입]**

BA1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 3 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
1. 육류가공품	소시지, 햄 및 베이컨	내장 등에 다진 양념육을 혼연시키거나 육류를 소금에 절여 훈연 처리한 식품	①	②	③	④	⑤	
	기타 육가공품	육포, 양념육, 축산물 통조림, 축산물 병조림 등	①	②	③	④	⑤	
2. 알가공품	알가공품	삶은 메추리알, 삶은 계란 등	①	②	③	④	⑤	

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 B1로 가세요]

BA2. 귀하께서 [육류가공품], [알가공품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요. **(육류가공품 또는 알가공품 구입경험이 있는 경우에 한함).**

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 합량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

▶ 다음은 [조미수산가공품], [연건수산가공품]에 대한 질문입니다. **[B타입]**

BB1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 4 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
3. 조미수산가공품	어육가공품	어묵, 어육소시지, 어육반제품, 어육살, 연육, 맛살	①	②	③	④	⑤	
	수산물통조림	꽂치, 고등어, 골뱅이, 참치, 연어 통조림	①	②	③	④	⑤	
4. 연건수산가공품	젓갈류	명란젓, 어리굴젓, 오징어젓, 새우젓, 멸치젓 등	①	②	③	④	⑤	
	해조가공품	김, 미역, 기타 해조류	①	②	③	④	⑤	
	연건수산동물	복어, 굴비, 미른멸치, 마른오징어, 기타 연건수산동물	①	②	③	④	⑤	

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 B1로 가세요]

BB2. 귀하께서 [조미수산가공품], [연건수산가공품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요. **(조미수산가공품 연건수산가공품 구입경험이 있는 경우에 한함).**

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 합량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

▶▶ 다음은 [김치 및 절임류], [과일채소가공품]에 대한 질문입니다. **[A타입]**

BC1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 5 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
5. 김치 및 절임 류	김치류	배추김치, 무김치, 깻잎김치, 부추김치, 파김치, 절인배추	①	②	③	④	⑤	
	절임류	장아찌, 단무지, 오이파클, 마늘절임, 기타절임	①	②	③	④	⑤	
6. 과일채소가 공품	채소가공품	채소통조림, 건조·퓨레·페이스트 등	①	②	③	④	⑤	
	과일가공품	과일통조림, 건조·퓨레·페이스트 등	①	②	③	④	⑤	

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BD1로 가세요]

BC2. 귀하께서 [김치 및 절임류] 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(**김치 및 절임류 구입경험이 있는 경우에 한함**).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

BC3. 귀하께서 [과일채소가공품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(**과일채소가공품 구입경험이 있는 경우에 한함**).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

▶▶ 다음은 [강류], [조미식품]에 대한 질문입니다. **[B타입]**

BD1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 6 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
7. 장류	간장	양조간장, 한식간장, 혼합간장, 기타간장	①	②	③	④	⑤	
	된장	된장, 한식된장, 조미된장	①	②	③	④	⑤	
	고추장	고추장, 조미고추장	①	②	③	④	⑤	
	기타장류	쌈장, 춘장, 청국장, 기타장류	①	②	③	④	⑤	
8. 조미식품	드레싱/소스류	드레싱, 마요네즈, 케첩, 한식소스류, 양식소스류, 기타소스류	①	②	③	④	⑤	
	식염류	천일염, 가공소금, 기타소금	①	②	③	④	⑤	
	식초	발효식초, 기타식초	①	②	③	④	⑤	
	고춧가루	고춧가루	①	②	③	④	⑤	
	향신·조미료	후추가루, 겨자, 계피, 와사비, 향신료조제품, 기타향신료, 조미료, 고추·마늘·생강·깨양념류, 기타조미식품	①	②	③	④	⑤	
	설탕	백설탕, 갈색설탕(황설탕), 기타설탕	①	②	③	④	⑤	
	기타당류	당시럽류, 올리고당류, 물엿, 엿류, 젼, 꿀, 조청	①	②	③	④	⑤	

[모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BE1로 가세요]

BD2. 귀하께서 [강력]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(강류 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

BD3. 귀하께서 [조미료]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(조미료 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

▶ 다음은 [유지류], [유가공품]에 대한 질문입니다. [A타입]

BE1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 7 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
9. 유지류	참기름 및 들기름	참기름, 들기름	①	②	③	④	⑤	
	기타 식물성 식용유	콩기름(대두유), 옥수수기름(옥배유), 채종유(유채유 또는 카놀라유), 올리브유, 포도씨유	①	②	③	④	⑤	
	버터 및 기타유지류	버터, 라드	①	②	③	④	⑤	
10. 유가공품	우유	우유, 가공우유, 조제우유	①	②	③	④	⑤	
	발효유	요구르트, 호상발효유, 액상발효유, 기타발효유	①	②	③	④	⑤	
	치즈	치즈, 가공치즈	①	②	③	④	⑤	
	분유	분유, 조제분유	①	②	③	④	⑤	

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BF1로 가세요]

BE2. 귀하께서 [유지류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(유지류 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |



BD2. 귀하께서 [강원]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(강류 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

BD3. 귀하께서 [조마]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(조마식품 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

▶ 다음은 [유지류], [유가공품]에 대한 질문입니다. [A타입]

BE1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 7 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
9. 유지류	참기름 및 들기름	참기름, 들기름	①	②	③	④	⑤	
	기타 식물성 식용유	콩기름(대두유), 옥수수기름(옥배유), 채종유(유채유 또는 카놀라유), 올리브유, 포도씨유	①	②	③	④	⑤	
	버터 및 기타유지류	버터, 라드	①	②	③	④	⑤	
10. 유가공품	우유	우유, 가공우유, 조제우유	①	②	③	④	⑤	
	발효유	요구르트, 호상발효유, 액상발효유, 기타발효유	①	②	③	④	⑤	
	치즈	치즈, 가공치즈	①	②	③	④	⑤	
	분유	분유, 조제분유	①	②	③	④	⑤	

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BF1로 가세요]

BE2. 귀하께서 [유지류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(유지류 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

BE3. 귀하께서 [유기농품]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(유기농품 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

▶ 다음은 [빵 및 떡류, [과자류]에 대한 질문입니다. [B타입]

BF1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 8 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
11. 빵 및 떡류	빵류	식빵, 케이크, 일반빵류, 빵류(기타)	①	②	③	④	⑤	⑥
	떡류	시루떡류, 송편류, 인절미류, 절편류, 기타떡류	①	②	③	④	⑤	⑥
12. 과자류	과자 및 한과	비스킷류, 스낵과자류, 한과	①	②	③	④	⑤	⑥
	초콜릿·코코아가공품	초콜릿, 초콜릿가공품, 코코아가공품류	①	②	③	④	⑤	⑥
	사탕, 젤리, 껌	사탕, 캐러멜, 양갱, 젤리, 무설탕껌, 일반추잉껌, 풍선껌	①	②	③	④	⑤	⑥
	아이스크림, 빙과류	아이스크림, 샤베트, 빙수, 얼린과자	①	②	③	④	⑤	⑥

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BG1로 가세요]

BF2. 귀하께서 [빵 및 떡류]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(빵 및 떡류 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

BF3. 귀하께서 [과자류]의 제품을 구매하실 때 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(과자류구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

▶ 다음은 [면류], [연식품], [곡물가공품]에 대한 질문입니다. **[A타입]**

BG1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 9 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
13.면류	라면류	인스턴트 라면(유당면류), 봉지라면, 용기라면	①	②	③	④	⑤	
	국수류	국수, 칼국수, 냉면, 당면, 파스타류, 우동, 기타면류	①	②	③	④	⑤	
14.연식품	두부류	일반두부, 순두부, 연두부, 유부, 두부가공식품	①	②	③	④	⑤	
	묵류	묵류, 끈약, 기타묵류	①	②	③	④	⑤	
15.곡물가공품	밀가루류	밀가루, 밀가루가공품	①	②	③	④	⑤	
	기타 곡물가공품	감자전분, 고구마전분, 옥수수전분, 기타 전분류, 쌀가루, 기타 분말류, 씨리얼	①	②	③	④	⑤	

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 BH1로 가세요]

BG2. 귀하께서 [면류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요 (면류 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

BG3. 귀하께서 [연식품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(연식품 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

BG4. 귀하께서 [곡물가공품]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(곡물가공품 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

▶▶ 다음은 [커피 및 차, [음료류]에 대한 질문입니다. [B타입]

BH1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 10 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
16. 커피/차	커피 및 차음료	원두커피, 캡슐커피, 커피믹스, 액상커피, 커피음료 ※커피파전 우유 제외	①	②	③	④	⑤	⑥
	차 및 차음료	임차, 티백, 매실차, 유자차, 곡물차, 차음료, 곡물음료	①	②	③	④	⑤	⑥
17. 음료류	탄산음료	콜라, 사이다, 탄산수, 과즙탄산음료, 기타탄산음료	①	②	③	④	⑤	⑥
	과일채소음료	과일주스, 과일음료, 채소주스, 채소음료, 기타과채류음료	①	②	③	④	⑤	⑥
	기능성음료	스포츠음료, 바타민음료, 에너지음료, 식이성유음료, 숙취해소음료, 인삼홍삼음료, 한약재음료, 기타기능성음료	①	②	③	④	⑤	⑥
	생수	일반생수, 해양심층수	①	②	③	④	⑤	⑥
	두유류	두유류, 아몬드우유	①	②	③	④	⑤	⑥
	기타음료	식혜/수정과, 식초음료, 곡류음료, 기타음료	①	②	③	④	⑤	⑥

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 B11로 가세요]

BH2. 귀하께서 [커피 및 차]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요 [커피 및 차 구입경험이 있는 경우에 한함].

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

BH3. 귀하께서 [음료류]의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요 (음료류 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

▶▶ 다음은 [주류]에 대한 질문입니다. [A타입]

BH1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입은 어떻게 변화했나요? (→View card 11 참조)

분류	품목	세분류	구입 변화					
			구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
18. 주류	맥주	맥주	①	②	③	④	⑤	
	소주	희석소주(시판용)	①	②	③	④	⑤	
	탁약주	탁주, 약주	①	②	③	④	⑤	
	와인 및 과일주	와인, 과일주	①	②	③	④	⑤	
	양주	위스키, 샴페인, 브랜디, 고령주, 포너, 데킬라, 진보트카 등	①	②	③	④	⑤	
	기타 주류	일반증류주, 청주	①	②	③	④	⑤	

→ [모두 구입경험이 없는 경우, 응답 후 C1로 가세요]



B12. 귀하께서 [주류의 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요(주류 구입경험이 있는 경우에 한함).

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

- |               |                     |                        |
|---------------|---------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량               | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시          | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물            | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 ) | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )           |                        |

### C. 간편식(HMR) 구입현황

▶▶ 이제부터 귀국의 식품 주 구입자 입장에서 간편식(HMR) 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

**간편식(HMR, Home Meal Replacement)**이란?  
 일정 공정을 거쳐 조리된 요리로서 가열 등 간단한 조리 과정을 거치면 먹을 수 있도록 반조리 형태 또는 별도의 조리과정 없이 바로 섭취 가능한 완조리 형태의 음식입니다. 공장에서 제조되는 가공식품 형태이며, 음식점이나 매장 식품부에서 만들어 파는 음식은 포함되지 않습니다.

**즉석조리식품:** 식품업체가 이미 조리하여 즉석에서 데우는 등의 처리를 통해 섭취할 수 있는 상품으로 냉동 또는 진공처리, 레토르트 파우치로 포장된 식품(예: 즉석밥, 미역국, 죽 등)

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

**간편조리세트(밀키트):** 손질된 야채 등 식재료 및 양념과 조리법을 동봉하여 소비자가 간편하게 직접 조리해 섭취할 수 있게 만들어진 제품

**신선편의식품:** 농인산물을 세척, 박피, 절단 또는 세겔 등의 가공공정을 거치거나 이에 단순히 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로서 그대로 섭취할 수 있는 등의 식품(샐러드, 새싹채소, 컵과일 등) \* 신선편의식품은 가열·냉동 제외

C1. 다음에 제시한 가공식품을 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 가공식품 구입 경험이 있다면, 전년 대비 최근 1년간 구입 변화는 어떻게 변화했나요? (→View card 12 참조)

분류	품목	구입 변화					
		구입 없음	매우 감소	약간 감소	비슷	약간 증가	매우 증가
즉석조리 식품	1. 즉석 밥류 (즉석밥, 볶음밥, 덮밥류, 냉동볶음밥/ 비빔밥류 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
	2. 즉석 국류/찌개/탕류(해장국, 갈비탕, 삼계탕, 육개장, 김치찌개, 냉동탕/국/찌개류 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
	3. 죽/스프류 (단팥죽, 전복죽, 양송이스프 등) ※ 분말제외	①	②	③	④	⑤	⑥
	4. 만두/피자류 (냉동만두/담성류, 냉동피자류/ 핫도그류)	①	②	③	④	⑤	⑥
	5. 육류 (순대, 차진, (냉동)돈까스, 떡갈비 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
	6. 수산물 (낙지볶음, 해물찜, 생선조림류 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
	7. 소스/양념류(짜개양념, 볶음 양념, 떡볶이 소스, 스파게티 소스, 3분카레, 3분짜장 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
	8. 즉석 떡볶이/면류 (떡볶이, 생라면, 생짜장면, 파스타, 냉면 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
즉석 섭취 식품	1. 즉석섭취 식사류(도시락, 김밥류, 샌드위치/햄버거류 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
	2. 즉석섭취 반찬류	①	②	③	④	⑤	⑥
간편조리 세트(밀키트)	1. 한식밀키트	①	②	③	④	⑤	⑥
	2. 동양식밀키트	①	②	③	④	⑤	⑥
	3. 서양식밀키트	①	②	③	④	⑤	⑥
신선편의 식품	1. 샐러드	①	②	③	④	⑤	⑥
	2. 신선편의채소(절단채소, 간마늘, 세척당근, 간양파 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
	3. 신선편의과일(컵과일, 컷과일, 과일파우치 등)	①	②	③	④	⑤	⑥

→ [모두 구입 경험이 없는 경우, 응답 후 C10로 가세요]

C2. 귀하께서 간편식 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요.

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 가능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

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

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- |                                   |                            |
|-----------------------------------|----------------------------|
| 1. 재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서     | 2. 간편식이 맛있어서               |
| 3. 직접 조리할 줄 몰라서                   | 4. 직접 조리할 시간이 없어서          |
| 5. 조리하기 번거롭고 귀찮아서                 | 6. 간편식으로 다양한 음식을 맛 볼 수 있어서 |
| 7. 직접 조리보다 음식을 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? 간편식 (1)~(4) 항목별로 말씀해 주세요.

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

(4) 간편요식(달걀)
--------------

- |            |           |            |
|------------|-----------|------------|
| 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? 간편식 (1)~(4) 항목별로 말씀해 주세요. (→View card 13 참조)

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

(4) 간편요식(달걀)
--------------

- 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
- 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
- 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
- 전통시장(재래시장)
- 백화점
- 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
- 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)
- TV 홈쇼핑
- 편의점
- 로컬푸드 마켓
- 기타(기록 : )

C7. 귀덕에서는 간편식을 주로 어떤 용도로 이용하시나요? 간편식 (1)~(4) 항목별로 말씀해 주세요.

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

(4) 간편요식(달걀)
--------------

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

C8. 귀덕에서 주로 구입하시는 간편식 품목은 무엇인가요? 금액기준으로 가장 자주 구입하시는 품목부터 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요. (-View card 14 참조)

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

1. 즉석밥류 (즉석밥, 볶음밥, 덮밥류, 냉동볶음밥/ 비빔밥류 등)
2. 즉석 국류/찌개/탕류(해장국, 갈비탕, 삼계탕, 육개장, 김치찌개, 냉동탕/국/찌개류 등)
3. 즉스프류 (단팥죽, 진북죽, 양송이소프 등) \* 분말제외
4. 만두/피자류 (냉동만두/담성류, 냉동피자류/ 핫도그류)
5. 육류 (순대, 치킨 (냉동)돈까스, 떡갈비 등)
6. 수산물 (낙지볶음, 해물짬, 생선조림류 등)
7. 소스/양념류(찌개양념, 볶음 양념, 떡볶이 소스, 스파게티 소스, 3분 카레, 3분짜장 등)
8. 즉석 떡볶이/면류 (떡볶이, 생라면, 생까라면, 파스타, 냉면 등)
9. 즉석섭취 식사류(도시락, 김밥류, 샌드위치/햄버거류 등)
10. 즉석섭취 반찬류
11. 한식밀키트
12. 동양식밀키트
13. 서양식밀키트
14. 샐러드
15. 신선편의채소(절단채소, 간마늘, 세척당근, 간양파 등)
16. 신선편의과일(컵과일, 컷과일, 과일파우치 등)

C9. 간편식에 대해 얼마나 만족하시나요? 아래의 요소별로 만족하시는 정도를 말씀해 주세요.

항목	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다	만족하는 편이다	매우 만족한다
1. 가격	①	②	③	④	⑤
2. 맛	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양	①	②	③	④	⑤
5. 편리성	①	②	③	④	⑤
6. 다양성	①	②	③	④	⑤
7. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

C10. 간편식(HMR)을 구입하지 않는 이유는 무엇인가요? 우선 순위로 두 가지만 말씀해 주세요.(간편식 구입경험 없는 경우에 한함).

1순위	2순위
-----	-----

1. 가격이 비싸서
2. 가족의 식사는 직접 조리(요리)해야 한다고 생각해서
3. 맛이 없어서
4. 원재료의 원산지과 품질이 의심스러워서 믿음이 가지 않아서
5. 균형잡힌 영양섭취를 할 수 없을 것 같아서
6. 어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서
7. 안전성(신선도, 유통기한 등)이 염려되어서
8. 첨가물이 걱정되어서
9. 제품이 다양하지 않아서
10. 기타( : )

C11. 귀덕의 향후 1년간 간편식 구입이 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하시나요?

①	②	③	④	⑤
매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다





D4-1. 귀하께서는 선물용과 가구 섭취용 중 어떤 용도로 건강기능식품을 구입하십니까? 구입 금액을 기준으로 비중을 나타내 주세요.

선물용 비중	가구 섭취용 비중	합계
( )%	( )%	100%

D5. 최근 1년동안 구입한 건강기능식품 중, 많이 구입하는 제품 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요

(→View card 15 참조)

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- |                                |                                 |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1. 비타민 및 무기질                   | 2. 식이섬유                         |
| 3. 아미노산 및 단백질(단백질, 대두단백, 아미노산) | 4. 지방산(지방산, 오메가3)               |
| 5. 엽록소 (엽록소함유식품, 스피루리나/클로렐라)   | 6. 인삼류(인삼, 홍삼)                  |
| 7. 페놀류(녹차추출물, 일로레진인, 프로폴리스추출물) | 8. 당 및 탄수화물(글루코사민, 일로에질, 키토산 등) |
| 9. 발효미생물류(유산균, 프로바이오틱스 제품)     | 10. 신규기능성식품(콜라겐, 밀크시슬, 루테인 등)   |

D6. 건강기능식품의 구입은 주로 어디에서 하시나요? 주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요.

(→View card 16 참조)

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 전통시장(재래시장, 약령시장)
5. 백화점
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 호박마을, 한살림 등)
7. 국내 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)
8. TV 홈쇼핑
9. 약국(백화점, 마트 내에 입점한 매장 포함)
10. 특정상표 대리점(정관장, 한삼인, 암웨이 등 독립매장)
11. 방문판매
12. 해외직구 사이트(아마존, 이베이, 아이허브, 오픈 등)
13. 기타(기록 : )

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

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- |                            |                     |
|----------------------------|---------------------|
| 1. 우수한 품질의 제품을 살 수 있어서     | 2. 가격이 더 저렴해서       |
| 3. 이벤트/ 할인행사 등을 자주해서       | 4. 유명하고 신뢰할만한 곳이라서  |
| 5. 다양한 상품이 있어서             | 6. 거리가 가깝거나 교통이 편해서 |
| 7. 주변사람이 추천해서              | 8. 자세한 설명을 들을 수 있어서 |
| 9. 다른 곳에서는 원하는 상품을 살 수 없어서 | 10. 기타(기록 : )       |



**D9-2. 귀덕에서 건강기능식품을 드시는 주된 이유는 무엇인가요?**

가구원/등거인이 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 건강기능식품을 먹지 않는 이유는 무엇인가요?** 중요한 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- 1. 필요를 느끼지 못해서
- 2. 품질(효과/효능)을 신뢰할 수 없어서
- 3. 건강기능식품 및 건강식품에 대한 정보가 부족해서
- 4. 주위에 파는 곳이 없어서
- 5. 가격이 비싸서
- 6. 안전성이 의심되서
- 7. 형태가 먹기 불편해서
- 8. 기타(기록 : )

→ [응답 후 D11로 가세요]

**D10. 건강기능식품에 대해 얼마나 만족하십니까?** 아래의 요소별로 만족하시는 정도를 말씀해 주세요

항목	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다	만족하는 편이다	매우 만족한다
1. 가격	①	②	③	④	⑤
2. 맛	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양	①	②	③	④	⑤
5. 편리성	①	②	③	④	⑤
6. 다양성	①	②	③	④	⑤
7. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

**D11. 귀덕의 향후 1년간 건강기능식품 구입이 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하십니까?**

①	②	③	④	⑤
매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다

**D12. 귀덕에서는 건강기능식품으로 인증 받지는 않았으나 건강을 유지하기 위해 섭취하는 식품이 있습니까?**

- 1. 예 (→ D12-1로 이동)
- 2. 아니오(→ D13으로 이동)

**D12-1. 귀덕에서 건강을 유지하기 위해 섭취하는 식품은 다음 중 어떤 것입니까?**

- 1. 건강즙/엑기스(과일즙, 과채즙, 가시오가피즙 등)
- 2. 건강환/분말(양배추환, 울금환, 청국장환, 선식 등)
- 3. 동물성원료건강식품(녹용, 동충하초, 흑염소즙 등)
- 4. 슈퍼곡물(헥스씨드, 아마씨드, 병아리콩, 퀴노아 등)
- 5. 기타원료(벌꿀, 로얄젤리, 호모, 효소, 화분 등)
- 6. 기타 ( )



우리나라는 2020년 부터 건강기능식품 인증과 관계없이, 일반식품이 충분한 과학적 근거를 갖춘 기능성 원료를 이용하는 경우 기능성 표시를 할 수 있는 '일반식품 기능성 표시제가 시행되고 있습니다'

<예시>

기능성 원료 또는 성분	기능성 내용
인삼	면역력 증진·피로 개선·백전강 개선에 도움을 줄 수 있음
대두식이성유	혈중 콜레스테롤 개선·식후 혈당상승 억제·배변활동 원활에 도움을 줄 수 있음
매실추출물	피로 개선에 도움을 줄 수 있음
마늘	혈중 콜레스테롤 개선에 도움을 줄 수 있음





D13. 귀하께서는 일반식품 기능성 표시제도에 대해 알고 계셨습니까?

①	②	③
전혀 몰랐다.	들어본 적은 있지만, 정확히는 몰랐다.	잘 알고 있다

D14. 귀하께서는 일반식품 기능성 표시 제품을 구입하실 의향이 있습니까?

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



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

(→View card 19 참조)

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 전통시장(재래시장)
5. 백화점
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
7. 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)
8. TV 홈쇼핑
9. 편의점
10. 로컬푸드 마켓
11. 기타(기록 : )

E7-1. 유기농식품 구입 장소로 (E7의 1순위 응답)을 주로 이용하시는 이유는 무엇인가요?

주로 이용하시는 이유를 순서대로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- |                                |                |
|--------------------------------|----------------|
| 1. 우수한 품질의 제품을 살 수 있어서         | 2. 가격이 저렴하니까   |
| 3. 거리가 가깝거나 교통이 편해서            | 4. 직접 배달해 주므로  |
| 5. 식료품 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서 | 6. 상품이 다양하므로   |
| 7. 친절하고 서비스가 좋아서               | 8. 주문/구입이 편리해서 |
| 9. 평점/후기/판매량 등의 정보를 활용할 수 있어서  | 10. 기타 (기록 : ) |

E8. 유기농식품에 대해 얼마나 만족하시나요? 아래의 요소별로 만족하시는 정도를 말씀해 주세요.

항목	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다	만족하는 편이다	매우 만족한다
1. 가격	①	②	③	④	⑤
2. 맛	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양	①	②	③	④	⑤
5. 편리성	①	②	③	④	⑤
6. 다양성	①	②	③	④	⑤
7. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

E9. 귀댁의 향후 1년간 유기농식품 구입이 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하시나요?

①	②	③	④	⑤
매우 감소할 것이다	약간 감소할 것이다	현 수준을 유지할 것이다	약간 증가할 것이다	매우 증가할 것이다

## F. 식품 소비 라이프스타일 및 인식

▶> 귀하의 식품 소비 라이프스타일에 대해 질문 드리겠습니다.

F1. 귀하의 평소 식품 소비 상황에 따라 다음 각 항목이 일치하는 정도를 '전혀 그렇지 않다 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 응답해 주세요.

라이프 스타일	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통 이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 식사는 밥보다 빵이나 과일 등으로 간단하게 먹는 편이다	①	②	③	④	⑤
(2) 가정 간편식 (HMR)을 종종 이용 한다	①	②	③	④	⑤
(3) 식품 구입 시 소포장 제품, 잔량리 농산물(절단, 세척 등)을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(4) 다양한 맛을 위해 식단을 자주 바꾸는 편이다	①	②	③	④	⑤
(5) 음식을 선택할 때 가격보다 맛을 중시한다	①	②	③	④	⑤
(6) 새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다	①	②	③	④	⑤
(7) 음식을 먹을 때 칼로리 및 영양성분을 고려하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(8) 건강에 나쁜 것은 가끔씩 안먹으려고 한다	①	②	③	④	⑤
(9) 규칙적으로 식사하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(10) 동일제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(11) 식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 체크하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(12) 식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(13) 식품 선택 시 가격이나 맛보다는 안전성을 우선 고려한다	①	②	③	④	⑤
(14) 상한 것이 의심되는 등 유험가능성이 있는 식품은 아끼워도 섭취하지 않는다	①	②	③	④	⑤
(15) 식품 구입 시 안전성이 인증된 식품(HACCP 등)을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤

※ 안전관리인증기준(HACCP)은 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요소들이 발생할 수 있는 상황을 과학적으로 분석하고 사전에 위해요인의 발생여건들을 차단한 시설에서 생산·제조된 제품

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

인식 (선호도)	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통 이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 인공식품첨가물이 들어있는 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(2) MSG가 첨가된 식품은 가끔씩 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(3) 트랜스지방이 포함된 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(4) 기름에 튀긴 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(5) GMO 원료가 들어있는 가공식품을 먹지 않겠다	①	②	③	④	⑤
(6) 국내산 원료로 만든 제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(7) 진통식품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(8) 국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다	①	②	③	④	⑤
(9) 유기농인증제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(10) 식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한기업 제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(11) 나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(12) 당 함량이 적은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(13) 칼로리가 낮은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(14) 지방 함량이 적은 제품(저지방, 무지방 제품)을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(15) 탄수화물 위주의 식단(쌀, 밀가루 음식 등)을 피한다	①	②	③	④	⑤



▶▶ 가공식품 가격에 대해 질문 드리겠습니다.

F3. 가공식품의 가격수준에 대하여 귀하께서 생각하시는 비를 다음 물음에 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 응답해 주세요.

가격에 대한 인식	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 나는 식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	①	②	③	④	⑤
(2) 나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	①	②	③	④	⑤
(3) 전년에 비해 올해 가공식품 가격이 많이 상승했다	①	②	③	④	⑤
(4) 지난달에 비해 이번달 가공식품 가격이 많이 상승했다	①	②	③	④	⑤

F4. 가공식품만을 놓고 보았을 때, 같은 상품을 가장 저렴하게 구입할 수 있는 곳은 다음 중 어디라고 생각하십니까? 가장 저렴한 가격에 구입이 가능하다고 생각하시는 곳을 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요. (→View card 19 참조)

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 전통시장(재래시장)
5. 백화점
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
7. 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)
8. TV 홈쇼핑
9. 편의점
10. 로컬푸드 마켓
11. 기타(기록 : \_\_\_\_\_ )

F5. 가공식품 중 지난 1년 동안 가장 가격변화(등락)가 심하다고 생각하시는 품목은 다음 중 무엇인가요? 또한 귀하에게 있어서 장바구니 물가에 가장 큰 영향을 주는 품목은 무엇인가요? 가장 큰 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요. (→View card 20 참조)

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

- |                                       |                                      |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. 육류가공품(소시지, 햄 및 베이컨, 육가공품 등)        | 2. 일가공품(삶은 계란, 삶은 메추리알 등)            |
| 3. 조미수산가공품(어육, 맛살, 수산물통조림 등)          | 4. 영건수산가공품(젓갈류, 김, 미역, 북어, 굴비 등)     |
| 5. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등)         | 6. 과일채소가공품(과일·채소통조림, 퓨레·페이스트 등)      |
| 7. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등)     | 8. 조미식품(드레싱·소스류, 소금, 설탕, 식초, 고춧가루 등) |
| 9. 유제품(참기름 및 들기름, 식용유, 버터 등)          | 10. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등)          |
| 11. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등)       | 12. 과자류(과자, 한과, 초콜릿가공품, 사탕, 빙과류 등)   |
| 13. 면류(인스턴트 라면, 국수, 칼국수, 당면, 우동 등)    | 14. 연식품(두부류, 순두부, 유부, 목류, 곤약 등)      |
| 15. 곡물가공품(밀가루류, 전분, 쌀가루, 씨리얼 등)       | 16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 일차, 티백, 곡물차 등)  |
| 17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, দু유 등) | 18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등)       |
| 19. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석냉면, 밀키트, 산실판의)   | 20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)    |

▶▶ 맛에 대해 질문 드리겠습니다.

F6. 아래에 제시된 맛에 대해 귀하께서 가공식품 맛으로 선호하시는 정도를 표시하여 주세요. (여러단 맛이나 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  
(→View card 20 참조)

건강에 가장 좋은 영향을 줄 것 같은 품목	1순위 :	2순위 :	3순위 :
건강에 가장 나쁜 영향을 줄 것 같은 품목	1순위 :	2순위 :	3순위 :
1. 육류가공품(소시지, 햄 및 베이컨, 육가공품 등)	2. 알가공품(삶은 계란, 삶은 메추리알 등)	3. 조미수산가공품(어육, 맛살, 수산물통조림 등)	4. 염건수산가공품(젓갈류, 김, 미역, 북어, 굴비 등)
5. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등)	6. 과일채소가공품(과일·채소통조림, 푸레·페이스트 등)	7. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등)	8. 조미식품(드레싱·소스류, 소금, 설탕, 식초, 고춧가루 등)
9. 유제품(참기름 및 들기름, 식용유, 버터 등)	10. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등)	11. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등)	12. 과자류(과자, 한과, 초콜릿가공품, 사탕, 빙과류 등)
13. 면류(인스턴트 라면, 국수, 칼국수, 당면, 우동 등)	14. 연식품(두부류, 순두부, 유부, 묵류, 곤약 등)	15. 곡물가공품(밀가루류, 전분, 쌀가루, 씨리얼 등)	16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 입차, 티백, 곡물차 등)
17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, দু유 등)	18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등)	19. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석삼합, 밀키트, 산실판의)	20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)

▶▶ 가공식품별 선호사항에 대해 질문 드리겠습니다.

F8. 다음의 품목별로 귀하께서 구매하고자 하는 제품의 특징을 보기에서 한가지씩만 골라주세요  
(→View card 20 참조)

품목별 선호	건강(영양)에 좋을 것이다	원료의 품질과 안전성이 확보된 제품 구입하겠다	다양하고 새로운 맛을 내일 것이다	소포장, 사용 및 청소, 조리 편의성, 편리한 제품 구입하겠다	제품의 업그레이드, 신제품 개발과 관계없이 가격만 저렴하면 구입하겠다
1. 육류가공품(소시지, 햄 및 베이컨, 육가공품 등)	①	②	③	④	⑤
2. 알가공품(삶은 계란, 삶은 메추리알 등)	①	②	③	④	⑤
3. 조미수산가공품(어육, 맛살, 수산물통조림 등)	①	②	③	④	⑤
4. 염건수산가공품(젓갈류, 김, 미역, 북어, 굴비 등)	①	②	③	④	⑤
5. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등)	①	②	③	④	⑤
6. 과일채소가공품(과일·채소통조림, 푸레·페이스트 등)	①	②	③	④	⑤
7. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등)	①	②	③	④	⑤
8. 조미식품(드레싱·소스류, 소금, 설탕, 식초, 고춧가루 등)	①	②	③	④	⑤
9. 유제품(참기름 및 들기름, 식용유, 버터 등)	①	②	③	④	⑤
10. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등)	①	②	③	④	⑤
11. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등)	①	②	③	④	⑤
12. 과자류(과자, 한과, 초콜릿가공품, 사탕, 빙과류 등)	①	②	③	④	⑤
13. 면류(인스턴트 라면, 국수, 칼국수, 당면, 우동 등)	①	②	③	④	⑤
14. 연식품(두부류, 순두부, 유부, 묵류, 곤약 등)	①	②	③	④	⑤
15. 곡물가공품(밀가루류, 전분, 쌀가루, 씨리얼 등)	①	②	③	④	⑤
16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 입차, 티백, 곡물차 등)	①	②	③	④	⑤
17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, দু유 등)	①	②	③	④	⑤
18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등)	①	②	③	④	⑤
19. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석삼합, 밀키트, 산실판의)	①	②	③	④	⑤
20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)	①	②	③	④	⑤

## 가구특성

**DQ1. 귀댁의 가족 구성 형태는 어떻게 되시나요?**

- |                              |                               |
|------------------------------|-------------------------------|
| 1. 1세대가족(예: 부부, 형제·자매만으로 구성) | 2. 2세대가족(예: 부부+자녀로 구성)        |
| 3. 3세대가족(예: 부모+부부+자녀로 구성)    | 4. 4세대가족(예: 조부모+부모+부부+자녀로 구성) |
| 5. 1인 가구                     | 6. 기타(가족: )                   |

**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	함께
( )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. 귀하께서는 현재 결혼을 하셨나요?**

- |                      |                            |
|----------------------|----------------------------|
| 1. 기혼 (→DQ3-1에 추가응답) | 2. 미혼(사별·이혼 포함) (→DQ4로 이동) |
|----------------------|----------------------------|

**DQ3-1. 귀댁은 현재 맞벌이를 하고 계신가요? (유배우자 가구인 경우에만)**

- |          |              |
|----------|--------------|
| 1. 맞벌이 함 | 2. 맞벌이 하지 않음 |
|----------|--------------|

**DQ4. 귀댁의 월평균 가구 소득(세전)은 어느 정도 되시나요?**

근로소득(월급에 상여금, 인센티브도 월 평균으로 합산), 사업소득, 임대수입, 재산소득(이자 및 배당금 등), 연금(공적연금, 개인연금, 퇴직연금 등), 이진소득(기초노령연금, 기초생활보장급여, 사회수혜금 등), 자녀/가족에게 받은 용돈, 경조소득, 빌린 돈 등 모든 수입을 포함하여 말씀해주세요.

- |                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| 1. 100만원 미만     | 2. 100~200만원 미만    |
| 3. 200~300만원 미만 | 4. 300~400만원 미만    |
| 5. 400~500만원 미만 | 6. 500~600만원 미만    |
| 7. 600~700만원 미만 | 8. 700~800만원 미만    |
| 9. 800~900만원 미만 | 10. 900~1,000만원 미만 |
| 11. 1,000만원 이상  |                    |

**DQ5. 귀댁의 월평균 식품품 구매액은 얼마인가요? 그 중 식재료비(농수축산물 및 가공식품)와 외식(배달, 테이크아웃 포함) 구매액의 비중은 어느 정도인가요?**

식품품 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( ) |              |













▶▶ 이제부터 귀하의 가공식품 구입과 소비에 대해 질문드리겠습니다.

**조사 대상 가공식품**은 공장에서 제조·가공한 식품을 의미합니다. 예를 들어 커피믹스나 가공업체에서 생산하는 액상커피는 가공식품에 포함되지만, 커피숍에서 판매하는 커피는 포함되지 않습니다.  
 또한 빵도 마트나 편의점에서 판매하는 공장 생산 빵은 포함되지만, 베이커리에서 판매하는 빵은 포함되지 않습니다.

가공식품	가공식품 아님
	



## A. 가공식품 온라인 구매 형태

### 온라인을 통한 가공식품 구입 형태

**A1. 쿠폰에서는 최근 1년 동안 온라인(모바일 포함)으로 가공식품을 구입하셨나요?**

1. 대부분 온라인으로 구입하였다. → [A2로 가세요]
2. 특정 상품만 온라인으로 구입하였다. → [A1-2로 가세요]
3. 전혀 구입하지 않았다. → [A1-1로 가세요]

**A1-1. (A1에서 3을 선택한 경우만) 최근 1년 동안 온라인으로 가공식품을 구입하지 않는 이유는 무엇인가요? 중요한 이유부터 순서대로 두 가지만 적어주세요.**

(1) 1순위

(2) 2순위

- |  |   |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 품질·안전 등을 신뢰할 수 없어서</li> <li>3. 교환, 반품이 어려워서</li> <li>5. 배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려돼서</li> <li>7. 가격이 비싸서</li> <li>9. 사이트 방문, 정보 탐색 등 찾아보기가 귀찮아서</li> <li>11. 기타(기록 : )</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. 상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서</li> <li>4. 배송을 기다릴 수 없어서</li> <li>6. 인터넷/스마트폰 사용이 어려워서</li> <li>8. 온라인에서 판매하는 식품이 다양하지 않아서</li> <li>10. 택배 박스, 포장지 등 쓰레기가 많이 나와서</li> </ol> |
|--|---|

→ [응답 후 A8로 가세요]

**A1-2. 쿠폰에서 온라인으로 구입하시는 특정 상품은 다음 중 무엇입니까? 모두 말씀해 주세요.**

- |   |   |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등)</li> <li>3. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등)</li> <li>5. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, দু유 등)</li> <li>7. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석섭취, 밀키트, 신선편입)</li> <li>9. 기타( )</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 춘장, 청국장 등)</li> <li>4. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등)</li> <li>6. 커피 및 차(커피, 커피음료, 원차, 티백, 곡물차 등)</li> <li>8. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)</li> </ol> |
|---|---|

**A2. 쿠폰에서는 최근 1년 동안 온라인으로 가공식품을 얼마나 자주 구입하시나요?**

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

**A3. 온라인으로 가공식품을 구입하실 경우에는 주로 어떤 곳에서 구매하시나요?**

주로 구입하는 곳부터 순서대로 두 곳만 말씀해 주세요.

(1) 1순위

(2) 2순위

1. 대형마트/백화점/홈쇼핑 온라인 매장(이마트, SSG, 롯데, 현대, CJ, GS 등)
2. 온라인 전문 쇼핑몰(G마켓, 11번가, 쿠팡, 네이버쇼핑 등)
3. 온라인 식품 전문몰(더반찬, 마켓컬리, 헬로네이처 등)
4. 친환경 전문점 온라인 매장
5. 특산물 온라인매장
6. SNS 구매(온라인 카페, 블로그, 카카오톡, 인스타그램, 미디어커머스 등)
7. 해외직구 사이트(아마존, 이베이, 아이허브, 오픈 등)
8. 기타(기록 : )

**A4. 쿠폰에서 온라인을 통하여 가공식품을 구입하는 주된 이유는 무엇인가요?**

- |   |  |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 구입 시간을 절약하고 시간의 제약을 받지 않아서</li> <li>3. 품질이 좋아서</li> <li>5. 다양하고 특별한 식품을 구입할 수 있다</li> <li>7. 기타(기록 : )</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. 가격이 저렴하니까</li> <li>4. 상품정보를 비교·확인하기 쉬워서</li> <li>6. 배달해 주므로</li> </ol> |
|---|--|

A5. 귀덕에서 최근 1년 동안 온라인으로 가공식품을 구입하실 때 주로 이용한 방법은 다음중 무엇인가요?

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

A6. 온라인으로 구입하신 가공식품의 가격과 품질, 배송에 대해 얼마나 만족하시나요?

구분	매우 불만족한다	불만족하는 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	만족하는 편이다	매우 만족한다
가격만족도	①	②	③	④	⑤
품질만족도	①	②	③	④	⑤
배송만족도	①	②	③	④	⑤
교환·반품 서비스 만족도	①	②	③	④	⑤

A7. 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

A8. 귀덕에서는 식재료(신선식품+가공식품) 구입을 위해 온라인과 오프라인을 얼마나 이용하고 계신가요? 최근 1년 동안의 상황을 온라인과 오프라인 지출비율을 합이 100%가 되게 적어 주세요.

구분	식재료 구입비 (신선식품+가공식품)		합계
	온라인	오프라인	
2020년	( )%	( )%	100%
2021년	( )%	( )%	100%

A9. 귀덕에서의 향후 1년 온라인을 이용한 전체 가공식품 지출액이 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하시나요?

1	2	3	4	5
매우 감소할 것	약간 감소할 것	현 수준을 유지	약간 증가할 것	매우 증가할 것

A10. 귀덕에서는 가공식품을 정기적으로 배송받는 정기배송을 신청하여 받고 계신가요?

1. 예 → [A10-1로 가시오]
2. 아니오 → [B파트로 가시오]

A10-1. 정기적으로 배송받는 가공식품이 있다면 무엇입니까 아래 보기에서 골라 모두 말씀해 주세요

1. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등)
2. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 훈장, 청국장 등)
3. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등)
4. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등)
5. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, দু유 등)
6. 커피 및 차(커피, 커피음료, 잎차, 티백, 곡물차 등)
7. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석섭취, 밀키트, 산신포의)
8. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)
9. 기타( )

A10-2. 귀덕에서 하고 계신 정기배송은 어디에서 신청주운한 것 입니까?

1. 쿠팡,마켓컬리, 배민 등 온라인 쇼핑몰
2. CJ, 플무원, 롯데제과 등 식품제조업체(온라인 포함)
3. 거주지 인근 오프라인 소매점
4. 이마트, 롯데마트, 백화점 등 식품유통업체(온라인 포함)
5. 방문 판매원
6. 기타( )

B~H. 신성장 식품 구입 형태

▶▶ 지금부터 최근 빠르게 소비가 늘아가고 있는 신성장 식품에 대해 질문 드리겠습니다.

B1. 다음은 최근 빠르게 소비가 늘아가고 있는 식품입니다. 귀덕에서는 제시된 식품을 구입하고 있습니까? 전년 동기에 비해 최근 1년 소비는 어떻게 변화하였나요?  
또한 최근 1년에는 최근 1년에 비해 소비가 어떠할 것으로 보시나요? (지출액 기준으로 응답하여 주세요)

구분	구입현황 (최근 1년)				구입의향 (향후 1년)				
	없음	감소	비슷	증가	없음	감소	비슷	증가	
유망식품	1. 간편식(HMR, 신선편이, 밀키트)	①	①	②	③	①	①	②	③
	2. 메디푸드(환자용 식사관리식품)	①	①	②	③	①	①	②	③
	3. 고령친화식품	①	①	②	③	①	①	②	③
	4. 기능성 식품	①	①	②	③	①	①	②	③
	5. 대체식품(식물성고기, 비건식품)	①	①	②	③	①	①	②	③
	6. 유기가공식품	①	①	②	③	①	①	②	③
	7. 펫푸드	①	①	②	③	①	①	②	③

<정의>

**간편식(HMR)** : 짧은 시간에 쉽고 간편하게 조리해 섭취할 수 있는 가정식 대체 식품  
**밀키트**: 간편식 중에서도 요리에 필요한 손질된 식재료와 양념, 조리법을 세트로 구성해 제공되는 식품  
**메디푸드**: 질병이 있는 사람에게 치료 효과가 있거나 건강에 도움이 되는 식품  
**고령친화식품**: 섭취능력(삼킴, 씹기, 소화)이 저하된 고령자가 쉽게 섭취할 수 있도록 제조·가공한 식품  
**기능성 식품**: 건강을 증진시키는 생리효과를 갖는 식품 및 그 성분을 이용해 제조·가공한 식품  
**대체식품**: 동물 단백질을 대체한 식품으로 식물성 대체식품(식물성 고기·계란·치즈), 곤충단백질 식품, 배양육 등이 있음.  
**유기가공식품**: 유기농 인증을 받은 농축산물을 95% 이상 사용한 가공식품  
**펫푸드**: 반려동물의 사료 및 간식

B. 간편식(HMR, 신선편이, 밀키트)

※ 간편식(HMR)은 짧은 시간에 쉽고 간편하게 조리해 섭취할 수 있는 가정식 대체식품이며, 밀키트는 간편식 중에서도 요리에 필요한 손질된 식재료와 양념, 조리법을 세트로 구성해 제공되는 식품입니다.

B2. 귀덕에서는 간편식 유형별로 최근 1년 동안 구입한 경험이 있으신가요? 다음에 제시된 가공식품을 구입하셨다면 전년 동기대비 어떻게 변화했나요?  
또한 향후 1년 간편식 구입은 최근 1년에 비해 어떠할 것으로 생각하시나요? (지출액 기준으로 응답하여 주세요)

분류	품목	B2_1. 구입현황 (최근 1년)				B2_2. 구입의향 (향후 1년)			
		없음	감소	비슷	증가	없음	감소	비슷	증가
즉석 조리 식품	1. 즉석 밥류 (즉석밥, 볶음밥, 덮밥류, 냉동볶음밥/ 비빔밥류 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
	2. 즉석 국/탕/찌개류 (해장국, 갈비탕, 삼계탕, 육개장, 김치찌개, 냉동탕/국/찌개류 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
	3. 죽/스프류 (단팥죽, 전복죽, 양송이스프 등) ※ 분말제외	①	①	②	③	①	①	②	③
	4. 만두/피자/떡볶이/면류 (냉동만두/담성류, 냉동피자류/ 핫도그류, 떡볶이 생라면, 생짜장면 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
	5. 육류/수산물 (순대, 냉동)트까스, 떡갈비, 낙지볶음, 해물찜, 생선조림류 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
	6. 소스/양념류 (짜개양념, 볶음 양념, 떡볶이 소스, 스파게티 소스, 3분짜레, 3분짜장 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
즉석 섭취 식품	7. 즉석섭취 식사류(도시락, 김밥류, 샌드위치/햄버거류 등)	①	①	②	③	①	①	②	③
	8. 즉석섭취 반찬류	①	①	②	③	①	①	②	③
밀키트	9. 밀키트 (한식밀키트, 동양식밀키트, 서양식밀키트 등)	①	①	②	③	①	①	②	③



신선편 의약품	10. 셀러드	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
	11. 신선편의채소(절단채소, 깃마늘, 세척당근, 깐양파 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
	12. 신선편의과일(감파일 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧

B3. 귀덕에서는 간편식 제품을 구매하실 때, 다음의 항목들 중에서 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요.

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

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

B4. 귀덕에서는 간편식을 구입하시는 주 이유가 무엇입니까? 우선 순위로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- |                                   |                            |
|-----------------------------------|----------------------------|
| 1. 재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서     | 2. 간편식이 맛있어서               |
| 3. 직접 조리할 줄 몰라서                   | 4. 직접 조리할 시간이 없어서          |
| 5. 조리하기 번거롭고 귀찮아서                 | 6. 간편식으로 다양한 음식을 맛 볼 수 있어서 |
| 7. 직접 조리보다 음식을 쓰레기 등 낭비를 줄일 수 있어서 | 8. 보관성/ 휴대성이 좋아서           |
| 9. 균형 잡힌 영양소를 섭취할 수 있어서           | 10. 기타                     |

B6. 간편식(HMR, 신선편이, 밀키트)과 관련하여 다음 요소에 대해 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 아래의 요소별로 중요도 정도를 적어주세요.

속성	전혀 중요치 않다	중요하지 않다	보통	중요하다	매우 중요하다
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤

B7. 간편식(HMR, 신선편이, 밀키트)에 대해 얼마나 만족하십니까? 아래의 요소별로 만족하시는 정도를 적어주세요.

속성	전혀 만족하지 않다	만족하지 않다	보통	만족한다	매우 만족한다
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤
9. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

B8. 귀덕에서 구입한 간편식은 지불액 기준 온라인과 오프라인 구입 비중이 어느 정도입니까?

	온라인	오프라인	합계
비중	( )%	( )%	100 %



B9. 간편식(HMR, 신선편이, 밀키트)에 대한 다음 물음에 대해 동의하시는 정도를 '전혀 그렇지 않다 1점에서 '매우 그렇다 5점으로 응답해 주세요.

구분	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
간편식은 일반 가공식품보다는 건강에 좋을 것 같다	①	②	③	④	⑤
간편식은 일반 가공식품보다는 식품 안전성이 좋을 것 같다	①	②	③	④	⑤
간편식은 환자(당뇨병, 신장질환, 고혈압 등)에게 적절하다	①	②	③	④	⑤
간편식은 영유아, 청소년 식사로 적절하다	①	②	③	④	⑤
실용제품 형태의 간편식보다 냉동제품 형태의 간편식(신선편이, 밀키트)이 더 건강에 좋을 것 같다	①	②	③	④	⑤
저당식 저염식 환자용 개가 간편식 제품 개발이 필요하다	①	②	③	④	⑤

B5. 최근 간편식 시장이 확대되면서 식품제조업체 뿐만 아니라 동네 반찬가게, 마트, 외식업체 등에서도 제조되어 판매되고 있습니다. 구매에서는 넓은 의미의 간편식을 고려할 때, 간편식을 주로 어디에서 구입하시나요?

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 동네 중소형 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)
3. 대형 할인점(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등)
4. 재래시장 (재래시장 내 입점 매장은 재래시장으로 포함)
5. 백화점 내의 식품코너
6. 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
7. 통신판매(대형할인점(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 쿠팡 등 인터넷·모바일, 홈쇼핑 등)
8. 편의점
9. 반찬가게
10. 음식점(식당)
11. 기타(기록 : )

**C. 메디푸드**

※ 메디푸드는 질병이 있는 사람에게 치료 효과가 있거나 건강에 도움이 되는 식품으로 최근 만성질환자를 위한 환자용 식사관리식품이 간편식 형태로 판매되고 있습니다.

C1. 귀 닥 등거가족 중 환자(당뇨병, 신장병, 고혈압, 고지혈증, 암 등)가 있으십니까?

1. 예 →(C1-1번으로)
2. 아니오 →(C2번으로)

C1-1. 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리를 하고 계십니까?

1. 예 →(C1-3번으로)
2. 아니오 →(C1-2번으로)

C1-2. 가정 내 환자를 위해 별도의 식단 관리 식사를 하지 않는 이유는 무엇입니까?

1순위 :	2순위 :
-------	-------

1. 일반식과 다른 별도의 식사를 준비하는게 번거로워서
2. 환자용 식품은 맛이 없다고 환자가 싫어해서
3. 약 처방으로 충분하다고 생각해서
4. 가격이 비싸서
5. 안전성/인공첨가물 등 걱정되어서
6. 시중에서 제품을 구입하기 힘들어서
7. 종류가 많지 않아서
8. 기타(기록 : )

**C1-3 가정 내 환자를 위한 별도의 식단 관리를 위해 어떤 식으로 하고 계십니까?**

1. 일반식을 만들되 염분이나 설탕 등 조미료를 덜 사용한다
2. 일반식과 다르게 별도의 식사를 직접 조리해준다
3. 환자용 식단형 식사관리식품을 구입해서 조리해준다
4. 환자용 완제품(유동식, 캔 등)을 이용한다
5. 병원에서 처방한 환자용식품을 이용한다
6. 기타(기록 : )

**C1-4 귀댁에서는 환자용 식품을 최근 1년 동안 이용한 경험이 있으십니까?**

또한 향후 1년 환자용 식품 구입은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하십니까? (자율액 기준으로 응답하여 주세요)

<환자용 식단형 식사관리식품>	<맞춤형 영양조제식품> 선천성 대사질환자용	<표준형 영양조제식품>
<p>430 안도라 프로그래 (일주일용 430) 159,000원 - (1개 당 9,240원-)</p> <p>430 안도라 프로그래 (일주일용 79) 269,000원 - (1개 당 9,607원-)</p> <p>800 안도라 프로그래 (일주일용 430) 308,000원 - (1개 당 9,625원-)</p>		

품목	C1_4_1. 이용경험		C1_4_2. 구입의향 (향후 1년)			
	없음	있음	없음	감소	비슷	증가
환자용 식단형 식사관리식품 (당뇨병, 신장병, 고혈압, 고지혈증, 암 등)	①	①	①	①	②	③
맞춤형 영양조제식품 (선천성 대사질환자용, 영유아용 특수 조제, 기타 환자용)	①	①	①	①	②	③
표준형 영양조제식품 (일반 환자용 균형영양조제, 당뇨환자용 영양조제, 신장질환자용 영양조제, 장질환자용 단백질수분해 영양조제, 열량 및 영양공급을 조제, 연하 곤란자용 절도조제)	①	①	①	①	②	③

**C1-5. (C1-4.에서 환자용 식단형 식사관리식품 구입의향이 없는 응답자 대상) 환자질환(당뇨병, 신장병, 고혈압, 고지혈증, 암 등) 특성을 고려한 식단형 식사관리식품을 구입의향이 없는 이유는 무엇입니까?**

1. 의사의 지시대로 직접 식단 관리가 가능하기 때문에
2. 운동이나 약 처방이 더 효과적일 것 같아서
3. 환자용 식단형 식사관리식품에 대한 효과를 기대하기 어려워
4. 기타(기록 : )

**C2. 환자용 식단형 식사관리식품이나 환자용 완제품과 관련하여 다음 요소가 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 아래의 요소별로 중요도 정도를 적어주세요.**



속성	전혀 중요치 않다	중요하지 않다	보통	중요하다	매우 중요하다
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤

D3. 귀담에서는 '고령자용 식품'을 이용한 경험이 있으십니까? 또한 향후 1년 고령자용 식품 구입은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하십니까 (지출액 기준으로 응답하여 주세요)

품목	고령자용 식품 예시	D3_1. 이용경험			D3_2. 구입의향 (향후 1년)		
		없음	있음	없음	감소	비슷	증가
고령식 가공제품	<p>&lt;고령식 가공제품: 빠없는생선조림&gt;</p> 	①	②	③	④	⑤	⑥
고령식 배달식품		①	②	③	④	⑤	⑥
고령자용 밀키트		①	②	③	④	⑤	⑥
유등식		①	②	③	④	⑤	⑥

D4. 고령친화식품산업의 범위가 건강기능식품 및 급식서비스에서 전체 식품 및 급식서비스로 확대되었습니다. 고령자의 식품 섭취소화흡수대사 등을 돕기위해 제조·가공한 고령친화식품이 개발 및 제품화되어 판매하는 경우, 제품의 품질 관리를 위해 별도의 인증이 필요하다고 생각하십니까?





E5. 건강기능식품과 관련하여 다음 요소에 대해 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 아래의 요소별로 중요도 정도를 적어주세요

속성	전혀 중요치 않다	중요하지 않다	보통	중요하다	매우 중요하다
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤

※ 우리나라는 2020년부터 건강기능식품 인종과 관계없이, 일반식품이 충분한 과학적 근거를 갖춘 기능성 원료를 이용하는 경우 기능성 표시를 할 수 있는 '일반식품 기능성 표시제가 시행되고 있습니다'

<예시>

기능성 원료 또는 성분	기능성 내용
인삼	면역력 증진·피로 개선·뼈건강 개선에 도움을 줄 수 있음
대두식이성유	혈중 콜레스테롤을 개선·식후 혈당상승 억제·배변활동 원활에 도움을 줄 수 있음
매실추출물	피로 개선에 도움을 줄 수 있음
마늘	혈중 콜레스테롤을 개선에 도움을 줄 수 있음




E6. 귀하께서는 일반식품 기능성 표시제도에 대해 알고 계셨습니까?

①	②	③
전혀 몰랐다.	들어본 적은 있지만, 정확히는 몰랐다.	잘 알고 있다

E7. 귀책에서는 일반식품 기능성 표시 제품을 이용한 경험이 있습니까? 또한 향후 1년 일반식품 기능성 표시 제품 구입은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하십니까? (지출액 기준으로 응답하여 주세요)

품목	E7_1. 이용경험		E7_2. 구입의향 (향후 1년)			
	없음	있음	없음	감소	비슷	증가
일반식품 기능성 표시 제품	①	②	①	②	③	④

## F. 대체식품

※ 대체식품은 동물 단백질을 대체한 식품으로 식물성 대체식품(식물성 고기, 계란, 치즈), 곤충 단백질 식품, 배양육 등이 있습니다.

F1. 기존 육류(고기)나 계란 등 축산식품을 대체하기 위한 식품이나 소재를 얼마나 알고 있는지 체크해 주세요.

구분	알고 있다	들어본 적은 있다	모른다
1. 식물성고기제품	①	②	③
2. 식물성계란제품	①	②	③
3. 곤충식품	①	②	③
4. 배양육	①	②	③

F2. 다음 대체식품을 최근 1년동안 이용한 경험이 있으십니까? 향후 1년 대체식품 구입은 최근 1년에 비해 어떠한 것으로 생각하십니까? (지출액 기준으로 응답하여 주세요)

전년(2020년) 동기 대비	F2_1. 이용경험		F2_2. 구입의향 (향후 1년)			
	없음	있음	없음	감소	비슷	증가
식물성고기제품	①	①	①	①	②	③
식물성계란제품	①	①	①	①	②	③
곤충식품	①	①	①	①	②	③

F3. (F2에서 이용 경험 한 개라도 '있음' 있는 경우 질문: 대체식품 섭취 경험이 있는 소비자 대상) 구덕에서 대체식품을 섭취한 이유는 무엇입니까?

1. 건강상의 이유로
2. 비위생적인 사육도축 환경 때문에(위생/안전성)
3. 생명체 도축의 윤리성 또는 동물복지문제 때문에
4. 자원·에너지 절약과 환경 보호를 위해
5. 가족 중에 채식주의자가 있어서
6. 맛이 궁금해서(흥미, 경험, 체험)
7. 체중조절(다이어트)에 좋을 것 같아서
8. 기타(기록 : )

F4. 구덕에서 대체식품을 구매하실 때 다음의 항목들 중 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요.

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타(기록 : )     |                        |

F5. (대체식품 이용경험이 있는 소비자 대상) 구덕에서 구입 및 소비 경험이 있는 대체식품에 대한 만족도는 어떠하십니까?  
[세부 1개 문항 응답 후 다른 문항 나타나는 형태로 작성]





G3. 귀덕에서 가공식품 중에서 유가공식품을 구입하는 이유는 무엇인가? 우선 순위로 두 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :
-------	-------

- |                    |                       |
|--------------------|-----------------------|
| 1. 맛이 더 좋아서        | 2. 원료의 품질이 더 좋을 것 같아서 |
| 3. 영양이 더 풍부할 것 같아서 | 4. 더 안전하다고 생각해서       |
| 5. 환경보전·보호를 위해서    | 6. 기타( )              |

G4. 귀덕에서 유가공식품을 구매하실 때 다음의 항목들 중 우선 확인하는 사항을 1~3순위까지 응답해 주세요.

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

- |               |                   |                        |
|---------------|-------------------|------------------------|
| 1. 가격         | 2. 용량             | 3. 브랜드/상표/제조사          |
| 4. 제조일자/유통기한  | 5. 품질인증 표시        | 6. 원산지                 |
| 7. 영양성분       | 8. 식품첨가물          | 9. 원재료/성분 함량           |
| 10. 제품 포장/디자인 | 11. 기능성 표시/식품의 효능 | 12. 섭취 주의사항(알레르기 유발 등) |
| 13. 보관방법      | 14. 기타( )         |                        |

G5. 유가공식품과 관련하여 다음 요소에 대해 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 아래의 요소별로 중요도 정도를 적어주세요.

속성	전혀 중요치 않다	중요하지 않다	보통	중요하다	매우 중요하다
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤

G6. 귀덕에서 최근 1년 동안 구입 및 소비하고 있는 유가공식품에 대한 만족도는 어떠하십니까?

속성	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않는다	보통	만족한다	매우 만족한다
1. 맛	①	②	③	④	⑤
2. 조리·섭취·취급의 간편성	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양(섭취관리)	①	②	③	④	⑤
5. 가격	①	②	③	④	⑤
6. 원료원산지	①	②	③	④	⑤
7. 인공첨가물 첨가 여부	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤
9. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

## H. 펫푸드

※ 펫푸드는 반려동물의 사료 및 간식입니다. 다음은 펫푸드에 대한 질문입니다.

### H1. 귀 닻에 반려동물이 있습니까?

1. 예, 반려견(강아지) > H2로 이동
2. 예, 반려묘(고양이) > H2로 이동
3. 예, 반려견과 반려묘를 제외한 나머지(직접 입력: ) > H2로 이동
4. 아니오, 반려동물 없음 > H3으로 이동

### H2. 귀 닻에서는 반려동물 주식간식을 무엇으로 급여하십니까?

1. 사람음식을 준다
2. 전용사료(주식간식)를 준다 (H2-1번으로)
3. 기타( )

#### H2-1. 귀 닻의 반려동물을 위한 펫푸드(사료, 간식) 종류가 다양한데, 주로 어떤 것을 구입하고 계십니까?

1. 건식사료(원재료를 가공 처리하여 단단한 형상으로 만든 일갱이 형태의 사료)
2. 습식사료(원재료를 거의 그대로 보존하면서 단순 공정을 통해 수분함량을 높여 캔이나 파우치 등의 밀폐 용기에 담아 판매하는 사료)
3. 반습식사료(수분함량이 25~35%로 건식사료보다는 부드러운 제형의 일갱이 사료)
4. 간식(사료 외에 먹는 육포, 껌, 소시지 등이 반려동물 전용 간식)

#### H2-2. 귀 닻에서는 반려동물을 위한 사료/간식을 주로 어디에서 구입하십니까?

1. 온라인 종합쇼핑몰(롯데닷컴, SSG닷컴, 현대홈 등)
2. 온라인 쇼핑몰-오픈마켓(G마켓, 11번가, 인터파크, 네이버쇼핑), 소셜커머스(쿠팡, 위메프, 티몬 등)
3. 온라인 반려동물 전문몰
4. 대형 할인마트
5. 대형 할인마트 내 펫샵
6. 반려동물용품 전문(펫샵)
7. 동물병원
8. 기타( )

#### H2-3. 귀 닻의 반려동물을 위한 사료/간식의 원산지는 어디입니까?

1. 국내산 (H3번으로)
2. 수입산 (H2-4번으로)
3. 모른다 (H3번으로)

#### H2-4. 귀 닻에서 수입산 펫푸드(사료, 간식)를 주로 이용하시는 이유는 무엇입니까?

1. 가격
2. 맛
3. 안전성
4. 영양
5. 제품 다양성
6. 원료 품질(유기농 등)
7. 기능성사료(알러지, 비만 등)
8. 기타( )

H3. 반려동물을 위한 사료/간식을 구입하실 때, 다음 요소가 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 아래의 요소별로 중요도 정도를 적어주세요.

속성	전혀 중요치 않다	중요하지 않다	보통	중요하다	매우 중요하다
1. 가격	①	②	③	④	⑤
2. 맛	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 영양	①	②	③	④	⑤
5. 제품 다양성	①	②	③	④	⑤
6. 원료 품질(유기농 등)	①	②	③	④	⑤
7. 기능성사료(알라지, 비만 등)	①	②	③	④	⑤

## I. 가공식품 안전성

### I1. 귀하께서는 평소 가공식품의 안전성 문제에 관심을 가지고 계십니까?

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

### I2. 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

### I3. 다음의 가공식품의 종류별로 식품의 안전성에 대해서 우려되는 정도를 기록해 주세요.

가공식품 종류	전혀 안타깝지 않다	안 타 깝 지 않 은 편 이 다	보 통 이 다	안 타 깝 하 는 편 이 다	매 우 안 타 깝 하 다	모 든 것 과 비 교 하 면 안 타 깝 하 지 않 다
1. 육류가공품(소시지, 햄 및 베이컨, 육가공품 등)	1	2	3	4	5	9
2. 알가공품(삶은 계란, 삶은 머우리알 등)	1	2	3	4	5	9
3. 조미수산가공품(어육, 맛살, 수산물통조림 등)	1	2	3	4	5	9
4. 염건수산가공품(젓갈류, 김, 미역, 북어, 굴비 등)	1	2	3	4	5	9
5. 김치 및 절임류(배추김치, 장아찌, 단무지 등)	1	2	3	4	5	9
6. 과일채소가공품(과일채소통조림, 푸레,페이스트 등)	1	2	3	4	5	9
7. 장류(간장, 된장, 고추장, 쌈장, 훈장, 청국장 등)	1	2	3	4	5	9
8. 조미식품(드레싱소스류, 소금, 설탕, 식초, 고춧가루 등)	1	2	3	4	5	9
9. 유지류(참기름 및 들기름, 식용유, 버터 등)	1	2	3	4	5	9
10. 유가공품(우유, 발효유, 치즈, 분유 등)	1	2	3	4	5	9
11. 빵 및 떡류(식빵, 케이크, 일반빵류, 떡류 등)	1	2	3	4	5	9
12. 과자류(과자, 한과, 초콜릿가공품, 사탕, 병과류 등)	1	2	3	4	5	9
13. 면류(인스턴트 라면, 국수, 칼국수, 당면, 우동 등)	1	2	3	4	5	9
14. 연식품(두부류, 순두부, 유부, 묵류, 곤약 등)	1	2	3	4	5	9
15. 곡물가공품(밀가루류, 건분, 쌀가루, 씨리얼 등)	1	2	3	4	5	9
16. 커피 및 차(커피, 커피음료, 일차, 티백, 곡물차 등)	1	2	3	4	5	9
17. 음료류(탄산음료, 과일음료, 기능성음료, 생수, দু유 등)	1	2	3	4	5	9
18. 주류(맥주, 소주, 양주, 와인 및 과일주 등)	1	2	3	4	5	9
19. 간편식(HMR, 즉석조리, 즉석섭취, 밀키트, 산판편)	1	2	3	4	5	9
20. 건강기능식품(비타민, 식이섬유, 오메가3, 홍삼 등)	1	2	3	4	5	9

### I4. 귀하께서는 가공식품의 안전관리를 위해 다음 각 주체들이 차지하는 중요도는 어느 정도라고 생각하십니까?

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

15. 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

16. 다음 중 안전한 가공식품을 구입하기 위해 중요하다고 생각하시는 행동을 모두 골라주세요.

1. 유명한 브랜드/제조사의 제품을 구입한다
2. HACCP 등 인증제품을 구입한다
3. 가공식품 원재료의 원산지를 확인한다
4. 원료 성분을 확인한다
5. 유통기한을 확인한다
6. 보존방법, 보관방법을 확인한다
7. 주의사항, 주의표시를 확인한다

### J. 가공식품 표시/정보

▶ 다음은 식품 표시사항에 대한 질문입니다.

J1. 귀하께서는 가공식품 구매 시 포장지에 표시된 내용을 보시나요?

- |                |                      |
|----------------|----------------------|
| 1. 전혀 안 본다     | → [J3으로 가세요]         |
| 2. 거의 안 보는 편이다 | 3. 볼 때도 있고 안 볼 때도 있다 |
| 4. 보는 편이다      | 5. 거의 매번 본다          |

J2. 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

<일반소비자 응답>

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

<b>&lt;보기&gt;</b>		
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. 유기농가공식품 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. 저자체 등 기타인증 표시	27. 기타(기록 : )

2023년부터는 식품에 유통기한 대신 소비기한이 표시됩니다. 소비기한은 규정한 보관 조건에서 소비하면 안전에 이상이 없는 기한을 말하며, 현행 유통기한 보다는 기간이 긴 것이 특징입니다.

식품명	유통기한	소비기한
슬라이스 치즈	6개월	+70일
달걀	20일	+25일
두부	14일	+90일
식빵	3일	+20일





J3. 귀하께서는 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것을 알고 계셨습니까?

1	2	3
전혀 몰랐다	들어본 적은 있지만, 정확히는 몰랐다	잘 알고 있다

J4. 귀하께서는 유통기한이 소비기한으로 바뀌는 것에 대해 찬성하십니까?

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

### K. 소상공인 생계형 적합업종제도

※ 정부는 소상공인을 보호하기 위하여 「소상공인 생계형 적합업종제도」를 시행하고 있습니다. 현재 소상공인 생계형 적합업종으로 지정된 업종은 (1) 두부 및 유사식품 제조업, (2) 간장, 고추장, 된장, 청국장 제조업, (3) 국수 제조업, (4) 냉면 제조업이며, 대기업은 지정된 기간 동안 해당 업종으로 관련 사업을 확대할 수 없습니다.

K1. 귀하께서는 「소상공인 생계형 적합업종제도」에 대하여 들어본 적 있으십니까?

1	2	3
전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다

K2. 귀하께서는 「소상공인 생계형 적합업종제도」가 우리 사회에 필요하다고 보십니까?

1	2	3	4	5
전혀 필요하지 않다	별로 필요하지 않다	보통이다.	약간 필요하다	매우 필요하다

### L. 기업의 사회적 책임

※ ESG (Environmental, Social and Governance) 경영은 친환경, 사회적 책임 경영, 지배구조 개선 등 투명 경영을 고려하여 지속 가능한 발전을 할 수 있다는 철학에 기반한 경영 활동을 의미합니다.

L1. 귀하께서는 ESG 경영에 대하여 들어본 적 있으십니까?

1	2	3
전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다

L2. 귀하께서는 가공식품 제조업체들의 ESG 경영 활동이 필요하다고 보십니까?

1	2	3	4	5
전혀 필요치 않다	별로 필요하지 않다	보통이다.	필요한 편이다	매우 필요하다

L3. 귀하께서는 가공식품 제조업체가 ESG 경영을 하면, 해당 가공식품업체에 대한 이미지는 어떻게 변할 것 같으십니까?

1	2	3	4	5
매우 나빠질 것 같다.	나빠질 것 같다.	보통이다.	조금 개선될 것 같다.	크게 개선될 것 같다.

L4. 귀하께서는 ESG 경영을 하는 가공식품 제조업체들의 제품 구매를 늘릴 의향이 있으십니까? (가격은 동일)

1	2
네 (늘린다)	아니오

L5. 얼마 전 가공식품 제조업체인 A 기업은 대리점의 물량 밀어내기, 반품 거절 등으로 식품업체의 갑질 이슈를 불러일으킨 바 있습니다. 또한 최근 B 푸드는 협력업체에 거래 중단을 선언하면서 해당 협력업체가 부도를 맞는 등 갑질 문제로 국정감사에 오르기도 하였습니다.

가공식품업체의 갑질 이슈 전후를 비교할 때, 갑질 이슈 이후 귀하께서는 해당 가공식품업체에 대한 이미지가 어떻게 변화했습니까?

1	2	3	4	5
매우 나빠졌다	약간 나빠졌다	보통이다.	약간 개선되었다.	매우 개선되었다.

L6. 귀하께서는 갑질 이슈를 겪었던 식품제조업체가 생산출하한 가공식품 구매를 실제로 줄인 경험이 있으십니까?

1	2
있다	없다

L7. 귀하께서는 가공식품 제조업체 대표나 임원의 갑질 이슈가 발생한다면, 해당 업체가 생산한 가공식품에 대한 구입을 줄이시겠습니까?

1	2
네 (줄인다)	아니오

### M. 포장재 / 탄소중립

M1. 귀하께서는 평소 가공식품 구매 시 포장재에 대해 어느 정도 만족하십니까?

1	2	3	4	5
매우 불만이 많다.	불만이 많은 편이다	보통이다.	대체로 만족하는 편이다	매우 만족한다

M1-1. 귀하께서 가공식품 포장재 관련 불만이 있으시다면, 어느 부분에서 불만이 있으십니까?

- ① 과소 포장으로 가공식품 품질 저하 우려
- ② 과대 포장으로 환경오염에 대한 우려
- ③ 환경호르몬에 대한 우려
- ④ 분리수거·재활용 어려움
- ⑤ 기타 ( )

M2 정부는 자원절약과 재활용 촉진을 위해 2019년부터 이미 포장된 제품을 단순 제품 판촉을 위해 불필요하게 추가 포장하여 판매하는 것을 금지하고 있습니다.



귀하께서는 이러한 이중포장금지에 대하여 들어본 적 있으십니까?

1	2	3
전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다

**M3. 귀하께서는 이중포장금지가 필요하다고 생각하십니까?**

1	2	3	4	5
전혀 필요치 않다	별로 필요하지 않다	보통이다.	필요한 편이다	매우 필요하다

※ **친환경 포장재**는 환경에 위해를 주는 요소를 최소화 시켜 환경 영향이 저감되도록 개발한 포장재를 의미합니다. (1) 종이 포장재, (2) 종이 테이프, (3) 라벨 제거 페트병, (4) 무색 페트병, (5) 유리병, (6) 재사용 배송박스, (7) 유리병, (8) 생분해 포장재, (9) 최소 포장 등을 포함합니다.

**M4. 귀하께서는 가공식품의 친환경 포장재 사용이 필요하다고 생각하십니까?**

1	2	3	4	5
전혀 필요치 않다	별로 필요하지 않다	보통이다.	필요한 편이다	매우 필요하다

**M5. 귀하께서는 친환경 포장재를 사용한 가공식품의 구매를 늘릴 생각이 있으십니까? (가격은 동일)**

1	2
네 (늘린다)	아니오

※ **탄소 중립**은 인간 활동에 의한 온실가스 배출을 줄이고, 남은 온실가스는 흡수(산림 등), 제거(Carbon Capture, Utilization and Storage, CCUS)해서 실질적인 온실가스 배출량을 '0(zero)'으로 만든다는 개념입니다.

**M6. 귀하께서는 탄소 중립이라는 말을 들어본 적 있으십니까?**

1	2	3
전혀 못 들어보았다	들어는 보았다	잘 알고 있다

**M7. 귀하께서는 기후변화에 대응한 탄소 중립이 필요하다고 생각하십니까?**

1	2	3	4	5
전혀 필요치 않다	별로 필요하지 않다	보통이다.	필요한 편이다	매우 필요하다

**M8. 귀하께서는 가공식품 제조업체들의 탄소 중립 활동이 필요하다고 보십니까?**

1	2	3	4	5
전혀 필요치 않다	별로 필요하지 않다	보통이다.	필요한 편이다	매우 필요하다

**M9. 귀하께서는 탄소 중립 활동을 하는 기업이 생산한 가공식품의 구매를 늘릴 생각이 있으십니까? (가격은 동일)**

1	2
네 (늘린다)	아니오



## N. 식품 소비 라이프 스타일 및 인식

▶ 귀하의 식품 소비 라이프 스타일에 대해 질문 드리겠습니다.

N1. 귀하의 평소 식품 소비 상황에 따라 다음 각 항목이 일치하는 정도를 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 응답해 주세요.

라이프 스타일	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이 다/ 그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 식사는 밥보다 빵이나 과일 등으로 간단하게 먹는 편이다	①	②	③	④	⑤
(2) 가정 간편식 (HMR)을 종종 이용한다	①	②	③	④	⑤
(3) 식품 구입 시 소포장 제품, 잔여 농산물(절단, 세척 등)을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(4) 다양한 맛을 위해 식단을 자주 바꾸는 편이다	①	②	③	④	⑤
(5) 음식을 선택할 때 가격보다 맛을 중시한다	①	②	③	④	⑤
(6) 새로운 음식을 먹어 보는 것을 좋아한다	①	②	③	④	⑤
(7) 음식을 먹을 때 칼로리 및 영양성분을 고려하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(8) 건강에 나쁜 것은 가끔씩 안먹으려고 한다	①	②	③	④	⑤
(9) 규칙적으로 식사하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(10) 동일제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(11) 식품을 구입할 때 가격대비 품질 수준을 체크하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(12) 식품 구입 시 사전에 구입할 목록을 작성하는 편이다	①	②	③	④	⑤
(13) 식품 선택 시 가격이나 맛보다는 안전성을 우선 고려한다	①	②	③	④	⑤
(14) 강한 것이 의심되는 등 위해가능성이 있는 식품은 아까워도 섭취하지 않는다	①	②	③	④	⑤
(15) 식품 구입 시 안전성이 인증된 식품(HACCP 등)을 구입하는 편이다	①	②	③	④	⑤

▷ 안전관리인증기준(HACCP)은 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 상황을 과학적으로 분석하고 사전에 위해요인의 발생여건들을 차단한 시설에서 생산·제조된 제품입니다.

▶ 가공식품 가격에 대해 질문 드리겠습니다.

N2. 가공식품의 가격수준에 대하여 귀하께서 생각하시는 바를 다음 물음에 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 응답해 주세요.

가격에 대한 인식	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통 이다/ 그저 그렇다	그런 편이 다	매우 그렇 다
(1) 나는 식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	①	②	③	④	⑤
(2) 나는 가공식품 가격의 오르고 내림에 민감하다	①	②	③	④	⑤
(3) 지난 3개월간(6~7월) 전체 식품류 가격은 작년 같은 기간에 비해 상승했다	①	②	③	④	⑤
(4) 지난 3개월간(6~7월) 가공식품의 가격은 작년 같은 기간에 비해 상승했다	①	②	③	④	⑤

N3. 다음의 식품 종류별 물가 수준에 대해 어떻게 느끼셨는지 아래 문항에서 선택해 주십시오(작년과 유사한 품질 수준의 상품을 기준으로 판단해 주세요).

가격에 대한 인식	매우 낮다	낮다	비슷하 다	높다	매우 높다
(1) 농축산물	①	②	③	④	⑤
(2) 가공식품	①	②	③	④	⑤
(3) 가정간편식(HMR) * 즉석진취식품, 즉석조리식품, 신선편의식품, 밀키트(간편조리세트) 등	①	②	③	④	⑤
(4) 외식	①	②	③	④	⑤

N4. 전년 대비 최근 1년 가공식품의 가격을 신선농산물과 외식(음식점) 가격과 비교하여 주세요.

신선농산물의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다 ①	비슷한 수준이다 ②	가공식품의 가격이 신선농산물에 비해 더 많이 상승했다 ③
외식(음식점)의 가격이 가공식품에 비해 더 많이 상승했다 ①	비슷한 수준이다 ②	가공식품의 가격이 외식(음식점)에 비해 더 많이 상승했다 ③

N5. 올해 하반기 물가 상승이 우려되는 순서대로 말씀해 주세요.

(1) 1순위		(2) 2순위		(3) 3순위		(4) 4순위	
---------	--	---------	--	---------	--	---------	--

- ① 농축산물    ② 가공식품    ③ 가정간편식    ④ 외식

N6. 가공식품 중 하반기 가격 상승이 우려되는 식품(군)을 아래 보기에서 2가지를 선택해 주십시오. (높다고 느끼는 순서대로 2가지)

(1) 1순위		(2) 2순위	
---------	--	---------	--

- ① 곡물가공품(곡물을 가공한 식품: 제분, 빵·떡류, 면류)
- ② 과·채가공품(과일·채소 가공제품: 김치, 통조림, 건조과일·채소)
- ③ 축산가공품(축산물 가공제품: 햄, 소시지, 베이컨)
- ④ 수산가공품(수산물 가공 제품: 통조림, 건어물)
- ⑤ 유지, 당류, 조미식품(유지가공품, 당류식품, 조미료, 식용유, 참기름, 설탕, 꿀)
- ⑥ 음료(비알콜음료, 알콜 음료 청량음료, 과일주스, 주류)
- ⑦ 특수식품(기능성식품, 고령친화식 등 맞춤형식품, 건강기능(보조)식품 등)

▶▶ 맛에 대해 질문 드리겠습니다.

N7. 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	아주 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

▶▶ 가공식품이 건강에 미치는 영향에 대해 질문 드리겠습니다.

N8. 가공식품이 우리 건강에 미치는 영향에 대해 다음 중 귀하의 생각과 가장 가까운 것을 말씀해 주세요.

가공식품은 모두 건강에 안 좋은 영향을 미친다 ①	가공식품은 대체로 건강에 안 좋은 편이다 ②	가공식품은 건강에 좋은 것도 있고 나쁜 것도 있다 ③	가공식품은 우리 건강에 좋은 역할을 하는 편이다 ④	가공식품은 우리 건강에 매우 좋다 ⑤
--------------------------------	-----------------------------	----------------------------------	---------------------------------	-------------------------

E8-1. 추가응답

**N8-1. 가공식품이 건강에 안좋은 영향을 미칠 것이라고 생각하는 이유는 무엇입니까?**

1. 비위생적인 공장 시설에서 만들 것 같아서
2. 가공하는 과정에서 각 종 화학제품 및 첨가물이 들어갈 것 같아서
3. 가공과정에서 영양성분이 모두 파괴될 것 같아서
4. 맛을 내기 위해 기름에 튀기거나 당분, 염분 등이 많이 들어가 있어서
5. 품질이 좋지 않은 값싼 원재료를 사용할 것 같아서
6. 기타( )

**N9. 다음 물음에 대해 동의하시는 정도를 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점으로 응답해 주세요.**

인식 (선호도)	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통 이다/ 그렇 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다
(1) 인공식품첨가물이 들어있는 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(2) MSG가 첨가된 식품은 가끔씩 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(3) 트랜스지방이 포함된 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(4) 기름에 튀긴 가공식품은 먹지 않는다	①	②	③	④	⑤
(5) GMO 원료가 들어있는 가공식품을 먹지 않겠다	①	②	③	④	⑤
(6) 국내산 원료로 만든 제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(7) 전통식품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(8) 국내 회사에서 제조된 국내 브랜드를 선호한다	①	②	③	④	⑤
(9) 유기농인공제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(10) 식품회사 중 사회적으로 좋은 일을 많이 하는 착한기업 제품을 선호한다	①	②	③	④	⑤
(11) 나트륨 함량이 적은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(12) 당 함량이 적은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(13) 칼로리가 낮은 제품을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(14) 지방 함량이 적은 제품(저지방, 무지방 제품)을 선택한다	①	②	③	④	⑤
(15) 탄수화물 위주의 식단(쌀, 밀가루 음식 등)을 피한다	①	②	③	④	⑤

**DQ. 응답자 및 가구 특성**

**DQ1. 귀하의 직업은 무엇인가요?**

1. 관리자	→ [관리자, 전문가, 사무 종사자]
2. 전문가 및 관련 종사자	
3. 사무 종사자	
4. 서비스 종사자	→ [서비스, 판매 종사자]
5. 판매 종사자	
6. 농업·농림업 관련 종사자	→ [강화기계 조작, 조립 및 농업·농림업 종사자, 단순노무]
7. 기능원 및 관련 기능 종사자	
8. 장차, 기계 조작 및 조립 종사자	
9. 단순노무 종사자	→ [주부]
10. 주부	
11. 중·고등학생	→ [학생] → 응답 후 DQ3로 이동
12. 대학생 이상	
13. 기타(기록 : )	→ [기타]

**DQ2. 귀하께서는 학교를 어디까지 마치셨나요?**

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



**DQ3. 귀댁의 가족 구성 형태는 어떻게 됩니까?**

1. 1세대가족(예: 부부, 형제·자매만으로 구성)
2. 2세대가족(예: 부부+자녀로 구성)
3. 3세대가족(예: 부모+부부+자녀로 구성)
4. 4세대가족(예: 조부모+부모+부부+자녀로 구성)
5. 1인 가구
6. 기타(기록: )

**DQ4. 귀댁의 가구원(동거인, 가구주 포함) 중 다음에 해당하는 연령대의 가족이 몇 명입니까? 응답자 본인을 포함하여 말씀해 주세요**

만 6세 이하 (미취학)	만 7세~12세 (초등학생)	만 13세~18세 (중/고등학생)	만 19~29세 이하	만 30~39세 이하	합계
( )명	( )명	( )명	( )명	( )명	( )명
만 40~49세 이하	만 50~59세 이하	만 60~69세 이하	만 70~79세 이하	만 80세 이상	( )명
( )명	( )명	( )명	( )명	( )명	( )명

**DQ5. 실례지만, 귀하께서는 현재 결혼을 하셨습니까?**

1. 기혼
2. 미혼(사별, 이혼 포함)

**DQ5-1. 귀댁은 현재 맞벌이를 하고 계십니까?(복수의 가구원이 사업소득, 근로소득 등 경제 활동으로 인한 소득이 있는 경우)**

1. 맞벌이 함
2. 맞벌이 하지 않음

**DQ6. 귀댁의 월평균 가구 소득(세전)은 어느 정도 됩니까? 가구의 근로 소득, 사업 소득, 임대 소득, 연금, 기초노령연금 등 모든 수입을 포함해 적어주세요.**

근로소득(월급에 상여금, 인센티브도 월 평균으로 합산), 사업소득, 임대수입, 재산소득(이자 및 배당금 등), 연금(공적연금, 개인연금, 퇴직연금 등), 이진소득(기초노령연금, 기초생활보장급여, 사회수혜금 등), 자녀/가족에게 받은 용돈, 경조소득, 빌린 돈 등 모든 수입을 포함하여 적어주세요.

1. 100만원 미만
2. 100~199만원
3. 200~299만원
4. 300~399만원
5. 400~499만원
6. 500~599만원
7. 600~699만원
8. 700~799만원
9. 800~899만원
10. 900~999만원
11. 1,000만원 이상

**DQ7. 귀댁에서 구입하신 식재료 구입비(신선식품+가공식품) 한 달 평균 금액은 얼마입니까? 구입하신 간편식 가공식품의 한달 평균 구입액은 얼마입니까?**

월평균 식재료 구입비 (신선식품+가공식품)	월 평균( )원	
월평균 간편식 구입비	월 평균( )원	전체 식재료 구입비의 ( )%

\* 월평균 간편식 구입비를 정확히 모르는 경우, 전체 식재료 구입비의 몇 %가량인지 말씀해 주세요

**DQ8. 귀하께서는 건강에 대한 관심이 많으신가요?**

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

**DQ9. 귀하 또는 가족중에서 다음의 증상/병증을 가지고 계시면 모두 적어주세요.(복수 응답 가능)**

본인				
가족				

1. 고혈압
2. 고지혈증
3. 뇌졸중(중풍, 뇌경색)
4. 심근경색, 협심증
5. 당뇨병
6. 갑상선질환
7. 암
8. 간염
9. 위, 십이지장궤양
10. 간경변
11. 빈혈
12. 아토피피부염
13. 식품 알레르기
14. 비만
15. 없음

DQ10. 현재 귀하의 키와 체중은 어떻게 되시나요?

(1) 키 \_\_\_\_\_ cm (2) 체중 \_\_\_\_\_ kg

DQ10-1. 현재 귀하의 체중은 1년 전인 지난해에 비해 어떻게 변하였나요?

지난해에 비해 현재 체중은 ( \_\_\_\_\_ )kg이 (증가/감소/변화 없음) 하였다.

예시 : 지난해에 비해 현재 체중은 1kg이 (증가/감소/변화 없음) 하였다.

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)을 위해 드시는 특정 식품이 있으신가요? **체중조절을 위해 드시는 식품을 모두 적어주세요.**

( \_\_\_\_\_ )

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. 귀하께서는 혼밥(혼자서 하는 식사)을 하십니까? 하신다면 얼마나 자주 하고 계십니까?  
(가정 내 식사, 외식 포함, 급식은 포함하지 않음)

- 1. 매일 한 번 이상
- 2. 주 4~5회
- 3. 주 2~3회
- 4. 주 1회
- 5. 2주일에 1회
- 6. 1달에 1회
- 7. 월 1회 미만
- 8. 혼자서는 식사를 하지 않는다

DQ15. 귀하께서는 SNS(블로그, 페이스북, 트위터, 인스타그램, 카카오토리 등)를 사용하고 계신가요?

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

DQ16. 귀하께서는 먹방, 쿡방 등 음식과 요리에 관한 TV프로그램이나 유튜브 등 미디어 매체를 시청하시나요?

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

DQ17. 귀하께서는 해외 여행정보에 관한 TV프로그램이나 유튜브 등 미디어 매체를 시청하시나요?

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

DQ18. 귀 닥은 현재 차량(자동차)을 보유하고 계십니까?(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

DQ19. 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

DQ20. 채식주의와 관련하여 평소 귀하의 식생활을 가장 잘 나타낸 것은 다음 중 무엇입니까?

- 1. 육류는 먹지 않고, 오직 식물성 재료로만 만든 것을 먹는다(채식주의자)
- 2. 식물성 재료로 만든 것을 먹지만, 계란과 우유 또는 어패류는 먹는다(준채식주의자)

- 3. 가급적 동물성보다는 채식위주로 먹는다(간헐적채식주의자)
- 4. 식물성, 동물성을 가리지 않고 먹는다(비채식주의자)

▶▶ 2019년 12월 중국 우한 지역에서 처음 발생한 뒤 현재 전 세계로 확산 중인 코로나-19로 인한 소비자들의 태도 및 인식 수준을 조사하고자 합니다

DQ21. 귀하께서는 현재 코로나-19에 대해 어느 정도 불안감을 느끼십니까?

①	②	③	④	⑤
매우 적다	적은 편이다	보통이다	높은 편이다	매우 높다

DQ22. 귀하께서는 현재 코로나-19 확산으로 식생활이나 식품 소비와 관련해 어느 정도 불안감을 느끼십니까?

①	②	③	④	⑤
매우 적다	적은 편이다	보통이다	높은 편이다	매우 높다

DQ23. 코로나-19 사태 이후 식량안보와 국내산 먹거리의 중요도에 대한 생각이 어떻게 변화하셨나요?

①	②	③	④	⑤
매우 감소했다	약간 감소했다	변화 없다	약간 증가했다	매우 증가했다

DQ24. 귀 닷의 식품소비 지출액은 코로나-19 발생 이전(2019년)에 비해 현재 어떻게 변화하었나요? 또한 1차 유행이 시작된 지난해(2020년)에 비해서는 어떻게 변화하었나요? (식품소비 지출액은 신선식품(농수축산물), 가공식품, 외식비(매장내 식사, 배달/테이크아웃)를 모두 포함)

구분	감소하였다	비슷하다 (변화없음)	증가하였다
코로나-19 전(2019년) 대비 현재(2021년)	①	②	③
코로나-19 1차 유행 이후(2020년) 대비 현재(2021년)	①	②	③

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

응답자	이름 : _____ 전화번호 : ( ) _____ 핸드폰번호 _____
-----	--

\*\*\* 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다 \*\*\*