

# 우유의 구매 및 소비행태에 관한 연구

조 석 진

영남대학교 축산경영학과 교수

〈지난호에 이어〉

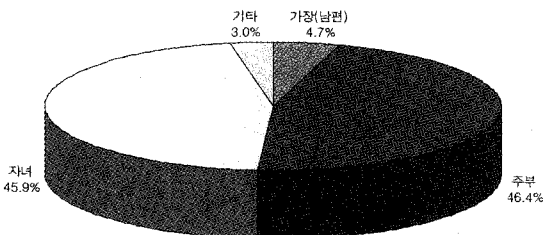
## Ⅲ. 우유의 소비행태

### 1. 우유구입시 의사결정의 주된 영향권 자

우유의 구입에 가장 영향력이 큰 가족 구성원으로는 대체로 주부(46.4%)와 자녀(45.9%)인 것으로 조사되었다.

주부의 연령이 20대와 30대인 경우에는 주부가 가장 영향력이 있다고 답한 소비자가 각각 70.2%, 55.1%로서 상대적으로 높았고, 40대와 50대 이상인 경우에는 자녀가 가장 큰 영향력이 있다고 답한 소비자가 각각 53.4%, 49.5%이었다.

이는 우유구입에 대한 의사결정권이 20~30대 주부의 가정에서는 주로 주부에게, 40대~50대 이상 주부들의 가정에서는 주로 자녀에게 있다는



것을 의미한다.

주부의 학력이 초등학교 이하, 중졸, 고졸, 대졸 이상인 가구에 있어서 우유구입 결정시에 주부가 가장 큰 영향을 미친다고 응답한 비율이 각각 28.1%, 39.4%, 45.0%, 56.5%로 나타나, 주부의 학력이 높을수록 우유구입 의사결정을 직접 주도하는 것으로 분석되었다.

### 2. 우유를 소비하는 이유

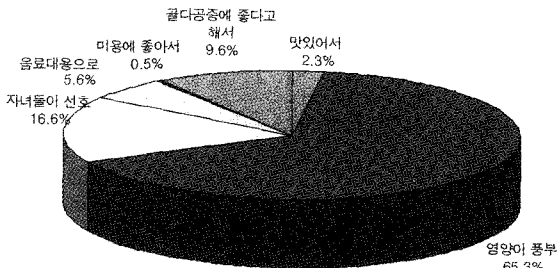
우유소비의 주된 이유로는 65.3%가 영양이 풍부하기 때문에, 16.6%가 자녀들이 좋아하기 때문이라고 답하였다.

영양이 풍부해서 우유를 마신다는 소비자들은 20대 주부의 80.9%, 30대 주부의 70.1%, 40대 주부의 60.3%, 50대 이상 주부의 66.7%를 차지하여, 특히 20대와 30대의 주부들이 우유의 영양이 풍부하다는 점을 우유 음용의 주된 이유로 고려하는 것으로 분석되었다.

영양이 풍부해서 우유를 마신다는 소비자들은 주부가 초등학교 이하 학력인 가구의 56.3%, 중졸인 가구의 58.6%, 고졸인 경우의 63.0%, 대졸 이상인 가구의 76.0%를 차지하여, 주부의 학력이

높을수록 영양이 풍부하기 때문에 우유를 마신다고 응답하였다.

가정배달의 66.7%, 판매점(슈퍼, 대형할인매장) 구입의 64.3%, 직장이나 학교급식에 의한 구입의 77.5%가 영양이 풍부해서 우유를 마신다고 답하여, 직장이나 학교에서 우유를 배달하여 마시는 소비자들이 다른 경우에 비해 영양가치를 우유 음용의 주된 이유로 들었다.

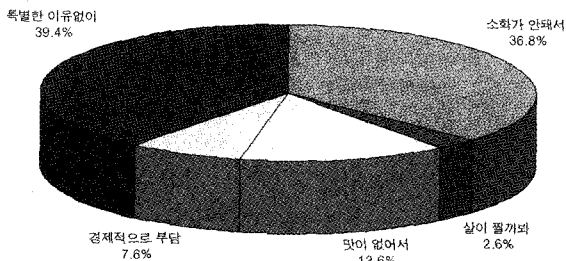


### 3. 우유를 마시지 않는 이유

가족 중 우유를 소비하지 않는 구성원이 있는 경우 그 이유에 대해 36.8%가 소화시키지 못하기 때문이라고 답하였고, 특별한 이유없이 소비하지 않는다는 응답도 39.4%로 나타났다.

주부의 연령이 51세 이상인 가정의 소비자들의 47.3%가 소화가 안되어 소비를 하지 않는다고 응답하여 다른 연령대의 가정보다 많았다. 주부의 학력이 대졸 이상인 경우에 소화가 안되어 우유를 기피한다는 소비자들이 42.6%로 다른 학력보다 많았다.

대체로 주부의 연령이 낮을수록, 주부의 학력이 낮을수록, 특별한 이유 없이 우유 음용을 기피하는



것으로 조사되었다.

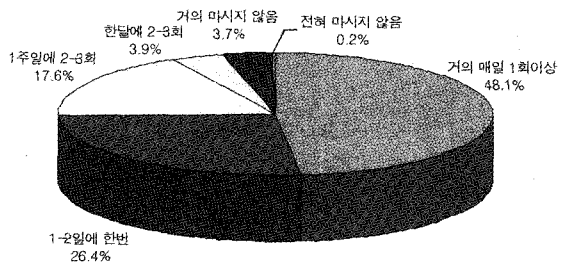
### 4. 평소의 우유 음용 빈도

설문조사 대상가구의 48.1%가 가족들이 거의 매일 우유를 마신다고 응답하였고, 26.4%는 1~2일에 한번 마시는 것으로 조사되었다.

주부의 연령이 30대인 경우 56.6%의 응답자가 가족들이 거의 매일 1회 이상 우유를 마신다고 답하여 다른 연령층보다 높았다.(35.2~44.7%)

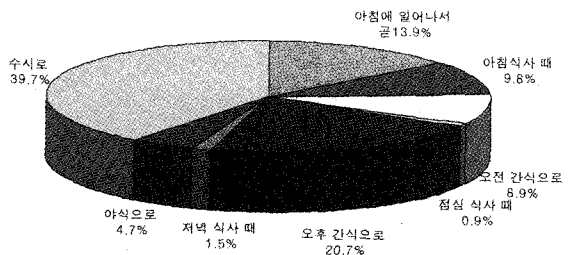
주부의 학력이 중졸, 고졸, 대졸이상의 경우, 가족들이 거의 매일 1회 이상 우유를 마신다고 답한 가구는 각각 36.9%, 48.4%, 55.1%로 나타나, 주부의 학력이 높을수록 가족들이 거의 매일 1회 이상 우유를 마시는 것으로 나타났다.

가정배달을 통해 우유를 구입하는 가구가 다른 경로를 통해 우유를 구입하는 가구에 비해 상대적으로 가족이 매일 1회 이상 우유를 마신다는 비율이 높았다.



### 5. 우유의 음용 시간

우유의 음용 시간은 특별히 정해져 있지는 않았으나 가족들이 수시로 우유를 마신다는 가구가



39.6%로 가장 높았으며, 오후간식(20.6%), 아침 기상 직후(13.9%)의 순이었다.

### 6. 요리재료로서의 우유의 이용여부

우유를 요리에 이용하지 않는다는 가구가 52.9%, 가끔 또는 자주 이용한다는 가구가 51.1%로 나타났다.

주부의 연령이 40대와 50대 이상일 경우 각각 응답자의 55.4%, 63.7%가 우유를 요리재료로서 거의 사용하지 않는다고 답하여 다른 연령층보다 상대적으로 높았다.(20대 51.1%, 30대 49.3%)

이는 우유를 이용한 요리의 보급확대를 위해 주로 이 연령대의 주부를 대상으로 홍보할 필요가 있음을 의미한다. 주부의 학력이 고졸과 대졸 이상일 경우 각각 응답자의 46.2%, 56.8%가 우유를 요리재료로서 사용한 경험이 있다고 답하여 다른 학력대보다 상대적으로 높았다.(초등학교 이하 : 41.6%, 중졸 : 34.3%)

가구의 소득이 251~300만원과 300만원 이상일 경우 각각 응답자의 56.8%, 54.3%가 우유를 요리재료로서 사용한 경험이 있다고 답하여 다른 소득 계층보다 상대적으로 높았다.(100만원 이하 : 36.2%, 101~150만원 : 45.2%, 151~200만원 : 46.1%, 201~250만원 : 45.7%)

주부의 직업이 전업주부와 전문·사무직인 경우에 각각 응답자의 50.3%와 50.4%가 우유를 요리재료로서 자주 또는 가끔 사용한다고 답하여 다른 직업보다 상대적으로 높았다.(판매·서비스직 : 40.6%, 생산·운수·노무직 : 39.3%)

하루 우유 구입량이 1.5l~2l와 2l 이상일 경우에 각각 응답자의 59.5%와 56.6%가 우유를 요리재료로서 자주 또는 가끔 사용한다고 답하여 다른 양을 구입하는 소비자들보다 상대적으로 우유를 요리재료로 사용하는 비율이 높았다.(40.6%~45.6%)

### 7. 우유를 요리에 사용하지 않는 이유

요리방법을 잘 모르기 때문에 우유를 요리재료로서 사용하지 않는다고 응답한 소비자가 전체의 53%를 차지하였다. 따라서 우유의 소비확대를 위해서는 우유를 사용하는 요리에 대한 홍보를 보다 적극적으로 확대할 필요가 있는 것으로 생각된다.

주부의 연령으로 보면, 특히 20대 주부들의 70%가 우유의 요리 사용방법을 몰라서 이용하지 않는다고 답하여 다른 연령층보다 높았다.(50.5%~57.4%)

주부의 직업이 전문·사무직인 경우와 생산·운수·노무직인 경우에 각각 응답자의 63.8%와 64.6%가 요리방법을 몰라서 우유를 요리재료로서 사용하지 않는다고 답하여 다른 직업보다 상대적으로 높았다.(전업주부 51.9%, 판매·서비스직 : 53.1%)

	빈도	퍼센트	누적퍼센트
사용법을 몰라서	556	53.0	53
요리에 사용하기에는 가격이 비싸서	73	7.0	60.0
우유를 사용한 요리를 좋아하지 않아서	191	18.2	78.1
기 타	230	21.9	100.0
합 계	1,050	100	

〈필자연락처 : 053-810-2962〉

〈다음호에 계속〉

