

# 육류에 대한 소비자 선호 및 안전성 인식 구조

본고는 농업경영·정책연구 제31권 제1호에 건국대학교 최승철 교수, 농촌진흥청 축산연구소 연구영 연구원, 강원대학교 이병오 교수가 공동 조사·분석한 「식품에 대한 소비자 선호 및 안전성 인식 구조」에 대한 발표 중 육류와 관련된 일부 내용을 발췌하여 게재한 것이다.

- 편집자주 -

## 1. 서론

경제성장과 함께 1인당 국민소득이 증대되면서 식품소비가 양적으로 크게 증가하고 있으며, 동시에 소비패턴은 버디 고급화, 다양화, 간소화되고 있다. 특히 식품수요가 물량중심에서 품질, 위생 및 안전성, 다양성, 건강성을 중시하는 경향으로 변화하고 있고, 최근에는 소비자들이 건강에 대한 인식이 높아지면서 일상 식생활에 있어 콜레스테롤, 지방, 염분 등과 같이 건강과 관련된 요인을 고려하고 있다.

이와 관련하여 기초 식량보다는 맛과 건강을 고려한 농산물 소비가 증가하는 추세에 있는데, 신선 과일 및 야채소비가 늘고 고지방 우유 및 적색육(red meat)에 대한 소비는 감소하고 있는 추세이다.

한편 이와 같이 식품소비패턴이 변화하는 중에서 최근 광우병, 구제역, 가금인플루엔자 등의 발생으로 인해 식품의 위생 및 안전성에 대한 소비자들의 관심이 증대되고 있고, 위생·안전측면에서의 국제적 통상규제가 강화되고 있다. 특히 어린 자녀를 둔 가정에서의 소비행동은 그렇지 않은 가정과 비교할 때, 자녀의 식습관이나 영양을 고려하여 보다 큰 주의를 기울일 것으로 생각된다.

이러한 측면에서의 조사·분석은 우리나라 농·축산업의 발전방향을 모색하는데 하나의 기초자료로서의 의미가 클 것으로 사료된다.

생산자의 반응은 지금까지 농축산물을 인간의 일차적 욕구를 충족시켜주는 단순식품이라는 인식에서

벗어나 안전하면서 소비자의 기호, 미각 등을 만족시킬 수 있는 상품개발로 이어져야 할 것이다.

이러한 상품개발을 위해서는 먼저 소비자들이 무엇을 원하고 있는지를 제대로 파악하여야 하고 정확히 파악된 소비자의 바람(desires)을 바탕으로 마케팅 체제가 확립되어야 한다. 이는 WTO체제 출범과 보다 자유로워진 국제무역 여건변화에 대응하기 위해 우리나라 농축산물의 시장경쟁 우위를 확보하고 안정과 성장을 도모할 수 있는 밑거름이기 때문이다.

이에 본 연구에서는 소비자 지향적 마케팅 도입의 전단계로서 설문조사를 통한 최근의 식품에 대한 소비자의 기호, 식생활패턴, 안전성에 대한 소비자의 의식 등을 중심으로 특히 초등학교 자녀를 둔 주부를 대상으로 식품소비동향에 대하여 조사·분석하고자 한다.

## II. 식품소비 실태

### 1. 조사개요

본 연구를 위한 조사는 우리나라의 식품소비 실태파악을 위하여 서울지역의 소비자 124세대의 주부를 대상으로 2004년 1월 15일부터 31일까지 설문조사를 실시하였다.

조사경로 및 방법은 초등학교 학부모에게 설문지를 사전에 배부하고 주부가 직접 기입토록 하였다. 조사항목은 기본적인 설문항목으로 응답자의 연령, 직업, 가족, 연간 소득 등을 조사하였다.

그리고 식품소비실태 및 안전성에 대한 소비자 인식을 파악하기 위한 설문항목으로서 식생활에 대한 평소의 생각, 식품의 기호나 구입현황, 식품안전성에 대한 인식, 상표표시에 대한 인식, 구제역 발

〈표 1〉 조사세대의 특성

(단위 : %)

연평균 수입	3,000만원 미만	3,000 ~ 3,999만원	4,000 ~ 5,999만원	6,000만원 이상	무응답	합계
	20.2	25.0	19.3	14.5	21.0	
가족수	2인 이상	3인	4인	5인 이상	무응답	
	9.7	12.1	54.8	14.5	8.9	
주부의 연령	29세 이하	30~39세	40~49세	50세 이상	무응답	
	4.9	52.4	27.4	4.8	10.5	

생 이후의 소비행동, 향후 식품소비의 전망 등을 조사하였다.

조사세대의 특성은 <표 1>에 나타나 있듯이 조사세대의 연평균 수입은 3,000~3,999만원 계층이 25.0%로 가장 많으며, 4,000~5,999만원이 19.3%, 6,000만원 이상이 14.5%, 3,000만원 이하가 20.2%의 순이었다.

## 2. 식품소비 실태

식품소비의 실태를 파악하기 위하여 신선육, 축산가공품, 채소, 과일, 피자, 생선 등에 대하여 설문 조사를 실시하였지만, 본 연구에서는 최근 광우병, 구제역 등의 발생으로 식품안전성에 많은 관심의 대상이 되는 신선육과 축산가공품을 중심으로 식품소비 실태에 대해 설명하고자 한다.

### 1) 식품별 소비자 선호도

1인당 국민소득 증대와 함께 식품에 대한 소비자의 소비서향이 변화하고 있는 가운데 식품에 대한 소비자의 선호도를 살펴보기 위해 축산물 및 가공식품 등에 대하여 “매우 싫어함” “조금 싫어함” “보통” “조금 좋아함” “매우 좋아함”의 5척도 선택형으로 설문 조사하였다<표 2>.

<표 2> 식품별 소비자 선호도

구분	응답수 및 응답비율(%)						평균
	매우 싫어함	조금 싫어함	보통	조금 좋아함	매우 좋아함	무응답	
쇠고기	3 (2.4)	6 (4.8)	48 (38.7)	41 (33.1)	22 (17.7)	4 (3.2)	3.5
돼지고기	4 (3.2)	5 (4.0)	37 (29.8)	52 (41.9)	22 (17.7)	4 (3.2)	3.6
닭고기 (통닭포함)	1 (0.8)	7 (5.6)	46 (37.1)	44 (35.5)	21 (16.9)	5 (4.0)	3.5
햄·소시지	10 (8.1)	36 (29.0)	48 (38.7)	24 (19.4)	2 (1.6)	4 (3.2)	2.7
계란	1 (0.8)	3 (2.4)	34 (27.4)	54 (43.5)	27 (21.8)	5 (4.0)	3.7

※ 주 : 평균은 “매우 싫어함” 1점, “매우 좋아함” 5점 등을 부여하여 상술평균한 값임.

설문조사 결과, <표 2>에 나타나 있듯이 쇠고기, 돼지고기, 닭고기에 대한 소비자들의 선호도는 궁

정적으로 응답(조금 좋아함, 매우 좋아함)한 비율이 쇠고기의 경우, “조금 좋아함” 33.1%, “매우 좋아함” 17.7%, 돼지고기는 “조금 좋아함” 41.9%, “매우 좋아함” 17.7%, 닭고기는 “조금 좋아함” 35.5%, “매우 좋아함” 16.9%로 사분위로 볼 때 모두 50%를 초과하였다.

따라서 최근 신선육의 소비가 감소하고 있지만 많은 소비자들이 신선육을 대체로 선호하고 있음을 알 수 있다.

한편 계란에 대한 소비자의 선호도는 긍정적으로 대답한 비율이 65.3%로 나타났다.

부가적으로 소득계층별 식품선호도에 대한 차이가 있는지를 살펴본 결과 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 계란에 있어서는 통계적 유의성이 있었으나, 그 외의 식품에서는 유의성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 통계적 유의성이 있는 쇠고기, 닭고기, 계란에 대한 소비자의 선호도가 소득계층별로 어떠한 차이가 있는지를 살펴보면 다음과 같다(표 3, 표 4, 표 5).

먼저 <표 3>에 나타나 있듯이 쇠고기를 선호하는 비율은 소득이 증가할수록 높은 것으로 나타났다( $\chi^2=35.154, p=0.004$ ).

다음으로 <표 4>를 보면 닭고기에 대한 소비자의 선호비율은 소득이 증가할수록 증가하나, 6,000만원 이상의 고소득에서는 감소하는 것으로 나타났다( $\chi^2=68.593, p=0.02$ ).

<표 3> 소득계층별 쇠고기에 대한 선호도

구분		쇠고기에 대한 선호도 응답비율(%)				
		매우 싫어함	조금 싫어함	보통	조금 좋아함	매우 좋아함
연 평균소득	3,000만원 미만	0.0	8.0	52.0	28.0	12.0
	3,000~3,999만원	3.2	6.5	51.6	19.4	19.4
	4,000~5,999만원	8.3	0.0	33.3	41.7	16.7
	6,000만원 이상	0.0	0.0	17.6	52.9	29.4

\* 주 : 1)  $\chi^2 = 35.154$ , 자유도 = 16, 유의 확률 = 0.004

<표 4> 소득계층별 닭고기에 대한 선호도

구분		닭고기에 대한 선호도 응답비율(%)				
		매우 싫어함	조금 싫어함	보통	조금 좋아함	매우 좋아함
연 평균소득	3,000만원 미만	0.0	0.0	40.0	28.0	32.0
	2,000~3,999만원	0.0	13.3	40.0	30.0	16.7
	4,000~5,999만원	0.0	8.3	33.3	54.2	4.2
	6,000만원 이상	5.9	5.9	41.2	35.3	11.8

\* 주 : 1)  $\chi^2 = 68.593$ , 자유도 = 48, 유의확률 = 0.02

〈표 5〉 소득계층별 계란에 대한 선호도

구분		계란에 대한 선호도 응답비율(%)				
		매우 싫어함	조금싫어함	보통	조금 좋아함	매우 좋아함
연 평균소득	3,000만원 미만	0.0	4.0	24.0	44.0	28.0
	3,000~3,999만원	0.0	0.0	20.0	56.7	23.3
	4,000~5,999만원	0.0	8.3	37.5	41.7	12.5
	6,000만원 이상	5.9	0.0	29.4	41.2	23.5

\* 주 : 1)  $\chi^2 = 100.45$ , 자유도 = 48, 유의확률 = 0.000

마지막으로 〈표 5〉를 살펴보면 소비자가 계란을 선호하는 비율은 소득이 증가할수록 감소하는 것으로 나타났다. 그러나 6,000만원 이상의 고소득에서는 계란을 선호하는 비율이 증가하는 것으로 나타났다( $\chi^2=100.54$ ,  $p=0.000$ ).

소비자가 〈표 2〉와 같이 식품을 선호/소비하는 이유를 살펴보면 〈표 6〉과 같다.

먼저 소비자가 신선육을 선호하는 이유를 살펴보면, 닭고기의 경우 가격 적정(19.4%) > 맛(17.7%) > 평소 선호(15.3%) > 건강(9.7%)의 이유 때문에 선호하는 것으로 나타났다〈표 6〉.

2) 식품구입빈도 및 구입량

소비자가 식품을 구입하는 횟수를 살펴보면, 쇠고기, 통닭, 햄·소시지의 경우 월 1회 미만(37.1%), 돼지고기는 주 1회(36.5%), 닭고기는 월 1~2회(34.7%)가 가장 많은 것으로 나타났다〈표 7〉.

〈표 6〉 식품별 소비자 선호 속성

구분	응답수 및 응답비율(%)								
	맛	건강	요리 간편	요리종류 다양	가격 적정	평소 선호	비타민 보충	기타	무응답
쇠고기	45 (36.3)	29 (23.4)	2 (1.6)	6 (4.8)	0 (0.0)	13 (10.5)	1 (0.8)	5 (4.0)	23 (18.5)
돼지고기	37 (29.8)	15 (12.1)	7 (5.6)	5 (4.0)	16 (12.9)	20 (16.1)	0 (0.0)	5 (4.0)	19 (15.3)
닭고기	22 (17.7)	15 (9.7)	9 (7.3)	10 (8.1)	24 (19.4)	19 (15.3)	1 (0.8)	6 (4.8)	21 (16.9)
계란	5 (4.0)	22 (17.7)	36 (29.0)	14 (11.3)	4 (3.2)	18 (14.5)	2 (1.6)	2 (1.6)	21 (16.9)

〈표 7〉 1회 식품구입빈도

구분	응답수 및 응답비율(%)							평균
	구매않음	월1회미만	월 1~2회	주 1회	주 2회	주 3회 이상	무응답	
쇠고기	6 (4.8)	46 (37.1)	31 (25.0)	33 (26.6)	2 (1.6)	0 (0.0)	6 (4.8)	2.7
돼지고기	5 (4.0)	17 (13.7)	39 (31.5)	45 (36.3)	8 (6.5)	4 (3.2)	6 (4.8)	3.2
생 닭고기	9 (7.3)	38 (30.6)	43 (34.7)	16 (12.9)	9 (7.3)	1 (0.8)	8 (6.5)	2.7
통닭(주문 회수 포함)	15 (12.1)	42 (33.9)	41 (33.1)	14 (11.3)	4 (3.2)	1 (0.8)	7 (5.6)	2.5
햄·소시지	12 (9.7)	40 (32.3)	36 (29.0)	20 (16.1)	7 (5.6)	3 (2.4)	6 (4.8)	2.7
계란	1 (0.8)	9 (7.3)	32 (25.8)	33 (26.6)	14 (11.3)	28 (22.6)	7 (5.6)	3.9

※ 주 : 평균은 "매우 싫어함" 1점, "매우 좋아함" 5점 등을 부여하여 상술평균한 값임.

1회 평균 구입량을 보면 쇠고기의 경우 600g 구입(62.1%)이 가장 많은 것으로 나타났으며 1회 평균 588.7g을 구입하는 것으로 나타났다. 돼지고기는 쇠고기와 같이 600g 구입(52.4%)이 가장 많은 것으로 나타났으며, 1회 평균 746.7g을 구입하는 것으로 나타났다.

닭고기는 80.6%가 1마리를 구입하는 것으로 나타났다. 계란은 30개 구입(43.5%)이 가장 많은 것으로 나타났으며, 1회 평균 20.5개 구입하는 것으로 나타났다.

### III. 식품 안전성에 대한 소비자 의식

최근 광우병, 구제역, 돼지콜레라, 가금인플루엔자 등의 발생으로 식품 안전성에 대한 소비자의 인식이 점점 증대되고 있다. 본 연구에서는 식품 안전성에 대한 소비자의 의식 및 구제역 발생 이후 구매행동, 향후 구매행동 등에 대하여 조사하였다.

먼저 식품 안전성에 대한 소비자의 의식조사결과를 살펴보면 다음과 같다〈표 8, 표 9, 표 10〉.

〈표 8〉에 나타나 있듯이 국산품에 있어서 쇠고기의 경우 28.2%, 돼지고기는 33.0%, 닭고기는 27.4%, 계란은 41.9% 정도로 소비자는 안전하다고 느끼고 있다. 그런데 쇠고기와 돼지고기의 경우 식품 안전성에 대하여 '불안하다' 라고 느끼고 있는 소비자가 각각 37.1%, 31.4%로 안심하고 있는 것보다 높게 나타났다.

## 조사분석

〈표 8〉 식품 안전성에 대한 의식(국산품)

구 분	응답수 및 응답비율(%)						평균
	무응답	매우 불안	조금불안	보통	조금 안심	매우안심	
쇠고기	4 (3.2)	10 (8.1)	36 (29.0)	39 (31.5)	31 (25.0)	4 (3.2)	2.8
돼지고기	5 (4.0)	4 (3.2)	35 (28.2)	39 (31.5)	38 (30.6)	3 (2.4)	2.9
닭고기	6 (4.8)	1 (0.8)	31 (25.0)	52 (41.9)	31 (25.0)	3 (2.4)	2.9
계 란	7 (5.6)	0 (0.0)	17 (13.7)	48 (38.7)	33 (26.6)	19 (15.3)	3.3

〈표 9〉 식품 안전성에 대한 의식(수입품)

구 분	응답수 및 응답비율(%)						평균
	매우 불안	조금 불안	보통	조금 안심	매우 안심	무응답	
쇠고기	33 (26.6)	63 (50.8)	18 (14.5)	1 (0.8)	0 (0.0)	9 (7.3)	1.8
돼지고기	29 (23.4)	67 (54.0)	17 (13.7)	1 (0.8)	0 (0.0)	10 (8.1)	1.8
닭고기	27 (21.8)	70 (56.5)	16 (12.9)	1 (0.8)	0 (0.0)	10 (8.1)	1.8

따라서 쇠고기 및 돼지고기의 경우 안심하고 먹을 수 있다는 인식을 소비자에게 심어줄 필요가 있다고 사료된다.

· 수입품에 있어 식품 안전성의 소비자의식은 〈표 9〉에 나타나 있듯이 70% 이상의 소비자가 식품안전성에 있어 ‘불안하다’라고 느끼고 있는 것으로 나타났다. 특히 대부분의 소비자들이 쇠고기의 경우 “방부제 사용” “광우병” “전염병” “운송방법”, 돼지고기는 “호르몬제” “구제역” “운송방법”, 닭고기는 “방부제” 등의 이유 때문에 수입품의 안전성에 불안하다고 느끼고 있는 것으로 나타났다.

다음으로 한우고기 품질에 대해 주부들이 믿지 못하는 요인 중의 하나는 수입쇠고기와 젓소고기 등이 한우고기로 둔갑 판매되고 있다고 많이 생각하고 있기 때문으로 볼 수 있다.

따라서 소비자들이 육류를 구입할 경우 상표표시 중 어느 부분으로 주목하여 구입하는가에 대하여 살펴본 결과, 응답자 중 원산지(23.2%)를 가장 먼저 살펴보는 것으로 나타났고, 다음으로 가공일

자(18.7%), 고기부위(14.0%), 가격(13.2%), 소비기한(11.7%), 생산자(6.2%) 등의 순으로 살펴보는 것으로 나타났다<표 10>.

<표 10> 육류 구입시 상표표시 중 주목하는 부분

생산자	원산지	소비 기한	가격	가공 일자	유통 경로	급여사 료성분	보존 방법	고기 부위	가공 장소	기타
25 (6.2)	93 (23.2)	47 (11.7)	53 (13.2)	75 (18.7)	16 (4.0)	7 (1.7)	17 (4.2)	56 (14.0)	10 (2.5)	2 (0.5)

#### IV. 요약 및 결론

양적 측면에서 질적 측면으로의 식품 소비패턴이 변화하는 과정에서 최근 광우병, 구제역, 가금인플루엔자 등이 발생함에 따라 특히 식품의 위생과 안전성에 대한 소비자들의 관심이 높아지고 있다. 또한 WTO 체제 출범에 따른 우리나라 농축산물의 경쟁우위를 확보하기 위해, 지속적인 성장을 하기 위해서는 소비자들이 무엇을 원하고 있는지를 파악하고 이를 바탕으로 생산·유통분야에서의 적극적인 대응체제가 확립되어야 한다.

본 연구에서는 식품소비실태를 파악하기 위해 식품에 대한 소비자의 기호, 식생활 패턴, 안전성에 대한 소비자의 의식 등에 대하여 설문조사를 실시하였고, 소비자가 식품을 구입하는데 있어 영향을 미치는 요인을 수량화 이론 1유형을 적용하여 분석하였다.

주요 연구결과를 살펴보면, 식품선호도에 있어 50% 이상의 소비자가 신선육을 선호하고 있는 것으로 나타났으며, 이는 냉동식품에 대한 상대적으로 낮은 선호도와 건강지향의 식품구매행동을 간접적으로 반영하는 것으로 사료된다.

또, 육류 구입시 상표표시 중 소비자가 가장 많이 주목하고 있는 것은 원산지이며, 다음으로 가공일자, 고기부위, 가격, 소비기한 등의 순으로 주목하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 소비자로부터 신뢰 받는 제품을 생산하기 위해서는 원산지 표시에 대한 생산자, 유통업자, 정부 등 관련 경제주체의 노력이 필요하다고 사료된다. C