

# 전북지역 주부의 라이프스타일에 따른 친환경농산물의 구매행태 및 인식에 관한 연구

## The Consumption Behavior and Perceptions of Environmentally-friendly Agricultural Products According to the Lifestyles of Housewives in the Jeonbuk Area

류지혜·노정옥\*  
전북대학교 식품영양학과

Ryu, Ji Hye·Rho, Jeong Ok\*

Dept. of Food Science and Human Nutrition, Chonbuk National University

### Abstract

The principal objective of this study was to evaluate the consumption behavior and perceptions of environmentally-friendly agricultural products (EAPs) according to the lifestyles of housewives in the Jeonbuk area, Korea. Self-administered questionnaires were collected from 267 housewives. Frequency analysis, chi-square, one-way ANOVA, factor analysis, and cluster analysis were used to analyze the data. Three clusters were obtained from the cluster analysis of LOHAS and wellbeing-related lifestyle : Cluster 1 "LOHAS-pursuit group", Cluster 2 "wellbeing-progress group", Cluster 3 "Utility-pursuit group". Of the housewives who were of LOHAS-pursuit group, about 50% were over 40 years old and had a professional job with a high household income. They had a high level of understanding about EAPs and purchased the highest percentage of EAPs among the groups. The housewives who were of the wellbeing-progress group, over 83% were between the ages of 30 and 40. Their consumption behaviors were very similar with that of the LOHAS-pursuit group, but the household income was lower. Of the housewives who were of the utility-pursuit group, about 63% under 30 years old. Their household income and level of understanding about EAPs were the lowest among the groups. They less interest in EAPs in comparison with other groups. For housewives' to choose EAPs properly, information and consumer education on these products, according to their lifestyles is necessary.

**Keywords:** lifestyle, environmentally-friendly agricultural products, consumption behavior

## I. 서 론

‘친환경농산물’이란 합성농약, 화학비료 및 항생·항균제 등 화학자재를 사용하지 않거나 사용을 최소화하고 농업·축산업·임업 부산물의 재활용 등을 통하여 농업생태계와 환경을 유지 보전하면서 생산된 농산물(축산물을 포

함)을 말한다(국립농산물품질관리원, 2011). 농림수산식품부(2010)에 따르면 2009년 친환경농산물 생산량은 전체 농산물의 12.2%수준인 236만 톤으로 전년보다 7.8% 증가하였고, 참여한 농가수도 2008년보다 15% 증가한 19만 9천호, 재배면적도 16% 증가하여 전체 재배면적의 11.6%에 해당되는 20만 2천ha라고 보고하였다. 김성숙

\* Corresponding Author: Rho, Jeong Ok  
Tel: 063-270-4135, Fax: 063-270-3854,  
Email: jorho@chonbuk.ac.kr

(2007)은 소비자의 식품안전에 대한 태도와 친환경농산물 구매행동 연구에서 친환경농업이 크게 성장할 수 있었던 배경에는 규제역, 고병원성 AI, 광우병 등 수년간의 식품사고 영향으로 소비자의 안전한 농·식품에 대한 관심과 요구가 많아지면서 안전성이 검증된 친환경농산물의 소비가 도시의 20 - 30대 젊은 주부층과 40 - 50대 중산층을 중심으로 급속히 확산되었기 때문이라고 보고하였다. 또한 백화점 및 마트 등 대형매장 중심으로 친환경농산물 전문 코너 및 전문매장의 확산과 수도권과 지방의 대도시 중심으로 생협 등을 통한 직거래가 확대되는 등 정부의 친환경농업 육성정책과 더불어 학교급식에서의 친환경농산물 급식확대는 친환경농산물 시장 확대에 크게 기여한 것으로 보인다(노정옥, 김민옥, 2011; 농림수산식품부, 2010).

김이선(2004)은 우리나라 소비자들의 친환경농산물 구매의 가장 중요한 동기는 '건강을 위하여'이며, 조사대상자의 96.1%가 품질의 안전성 및 건강의 영향정도에서 차이를 인식하는 것으로 보고하였다. 최미경 외(2010)의 충북지역 학부모의 일반사항에 따른 친환경농산물에 대한 인식조사에 따르면 자녀수가 많은 학부모보다 자녀수가 적을수록 친환경농산물에 대하여 긍정적인 것으로 나타났다. 학부모의 연령이 높을수록 친환경농산물의 종류와 특징을 잘 알고 있으며 41-45세 집단이 35세 집단보다 식품안전에 대한 관심이 유의적으로 높은 것으로 보고하였다. 류지혜, 노정옥(2011)의 전북지역 대학생 대상 친환경농산물의 인식연구에서도 조사대상자들은 건강과 안전을 위해 친환경농산물을 구매하고 있었다. 그러나 친환경농산물 구매자는 조사대상자 본인은 단 12.8%, 87.2%의 조사대상자는 어머니가 구매를 하고 있으며 구입 장소는 62.1%가 백화점이었다. 이유시 외(2009)의 대형할인마트 고객 중심의 친환경농산물 소비행태에 대한 연구에서도 구매자들은 친환경농산물을 대형할인매장에서 가장 많이 구입하는 것으로 나타났는데, 그 이유는 높은 신뢰성과 편리성 때문이었다. 허은정, 김지웅(2010)과 최미경 외(2010)의 친환경농산물 이용에 대한 연구에서도 소비자들의 과반수 이상이 친환경농산물을 주로 대형마트에서 구입하고 있어 대형마트에서의 친환경농산물 취급과 소비자들의 구매가 더욱 확대될 것으로 예상된다. 그러나 친환경농산물의 수요확대를 지속적으로 유지관리하기 위해서는 고범석, 고필석(2005)과 신철노, 김진석(2008)은 주부를 대상으로 한 친환경농산물 구매패턴 연구에서 친환경농산물의 가격정책과 함께 체계적인 소비

자의 구매행동을 분석하여 친환경농산물에 대한 정책수립 및 생산자의 유통계획 등에 효율적으로 활용할 필요가 있다고 제안하였다. 류지혜, 노정옥(2011)의 연구 결과에서도 조사대상자들은 친환경농산물에 대한 인식과 구매에 대하여 높은 관심은 있으나 일반농산물과 비교하였을 때의 높은 가격은 구입 빈도와 품목선택에 부정적인 영향을 주는 것으로 나타나 향후 친환경농산물의 소비촉진을 위해서는 친환경농산물의 가격인하가 우선적으로 필요하다고 제안하였다.

지금까지 친환경농산물 소비행태에 관한 연구로는 김성숙(2007)의 서울 및 수도권에 거주하는 20 - 50대 성인 대상의 식품안전에 대한 태도와 친환경농산물 구매행동에 관한 연구, 김이선(2004)의 친환경농산물 전문매장을 이용하는 여성 대상의 이용현황 및 만족도조사, 조미정(2007)의 대구·경북지역 주부들의 친환경농산물과 가공식품에 대한 인식 및 소비패턴에 관한 연구, 최미경 외(2010)의 충북지역 학부모의 친환경농산물에 대한 인식이 그 이용에 미치는 영향 연구, 최효선, 장경자(2007)의 경인지역 대학생의 친환경농산물 이용실태에 관한 연구, 류지혜, 노정옥(2011)의 전북 지역 대학생의 친환경농산물 구매실태 및 인식에 관한 연구 등 다양한 지역에서 친환경농산물에 대한 연구가 이루어져 왔으나, 친환경농산물의 주 구매대상인 주부들의 라이프스타일에 따른 친환경농산물 구매행태 및 관련 변화에 대한 연구는 미흡한 실정이며, 특히 전북지역 주부들을 대상으로 한 연구는 전무하다.

따라서 본 연구에서는 전북지역 주부들의 라이프스타일 유형별에 따른 친환경농산물의 구매행태 및 인식의 차이를 조사함으로써 향후 소비자의 라이프스타일 유형에 따른 마케팅 전략 수립의 기초 자료를 제공하고자 한다.

## II. 연구방법

### 1. 조사대상 및 기간

본 연구는 전주지역 주부 10명을 대상으로 예비조사를 실시하여 문항을 수정·보완한 후 2010년 4월 19일부터 5월 7일까지 전북지역의 주부 300명을 대상으로 실시하였다. 그 중 부실기재된 설문지 20부를 제외한 총 267명(89%)을 분석 자료로 활용하였다.

## 2. 조사내용

본 연구의 설문지는 선행연구(노채영, 안병렬, 2005; 박영숙, 2006)를 참고로 하여 본 연구의 취지에 맞게 수정하여 사용하였다.

설문조사는 자기기입식 방법으로 조사대상자의 연령, 학력, 직업, 월 소득, 가족형태, 자녀 수, 주거형태, 건강상태 등 인구통계학적 특성에 관한 문항, 라이프스타일에 관한 문항, 일반농산물과 친환경농산물과의 차이, 친환경농산물의 구입동기, 구입 시 문제점, 친환경농산물 관련 용어의 이해정도 등 친환경농산물 인식에 관한 문항, 친환경농산물의 구입여부, 구입처, 월 식품비 중 친환경농산물 구입지출이 차지하는 비율, 친환경농산물에 대한 정보 획득처, 주로 구입하는 종류 등 친환경농산물의 이용실태에 관한 문항, 구매 시 고려요인 수준, 만족도, 개선점에 관한 문항, 향후 구입정도와 발전전망에 관한 문항 등 총 24문항이 포함되었다.

조사대상자의 라이프스타일 문항은 '전혀 그렇지 않다'(1점)에서 '매우 그렇다'(5점)까지 Likert척도를 이용하여 측정하였다. 전체 항목의 Cronbach's Alpha값은 0.868이었다.

친환경농산물 구매 시 고려요인 수준과 만족도는 가격, 외형, 안전성, 영양 등에 대해 '전혀 그렇지 않다'(1점)에서 '매우 그렇다'(5점)까지 Likert척도를 이용하여 측정하였다. 친환경농산물 구매 시 고려요인 수준의 Cronbach's Alpha값은 0.658, 친환경농산물에 대한 만족도는 0.830이었다.

## 3. 분석방법

### 1) 라이프스타일 분류

라이프스타일 분류는 <표 1>에 제시하였다. 요인명은 추출된 각각의 요인내의 항목들의 공통된 단어와 비슷한 특성을 바탕으로 선행연구(김민, 이연정, 2009; 민병하, 2004; 박영숙, 2006)를 참고하여 명명하였다.

라이프스타일에 관한 문항은 모두 19개로 요인 1은 '대체로 긍정적인 사람이다', '스트레스를 잘 다스리는 편이다', '육체적으로 정신적으로 건강하다고 생각한다', '하고 싶은 일을 하기에 충분한 에너지가 있다', '삶에 여유를 가지고 생활하는 편이다', '좀처럼 남의 탓을 하지 않는 편이다', '일시적 유행에 휩쓸리지 않고 나를 움직이는 좌우명이 있다'의 7문항으로 구성되어 '생활편의 추구

형'으로 명명하였고, 분산설명력은 30.161%이었다.

요인 2는 '내 나름대로 나만의 웰빙을 정의할 수 있다', '웰빙을 통해 자신 만족을 얻고자 한다', '음식을 절제하고 잘 가려 먹을 줄 안다'의 3문항으로 구성되어 '웰빙지향형'으로 명명하였고, 분산설명력은 18.474%이었다.

요인 3은 '친환경적인 제품을 선택한다', '지속가능 제품(유기농제품, 자연보호제품)에 20% 추가비용 지불용의 있다', '지속가능성 기법(유기농, 자연보호제품)으로 제조된 제품을 선호한다', '주변에 친환경제품 기대효과를 적극 홍보한다', '로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업(환경 보호 기업) 제품을 선호한다'의 5문항으로 구성되어 '친환경 지향형'으로 명명하였고, 분산설명력은 33.012%이었다.

요인 4는 '전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶에 의미를 둔다', '환경보호에 적극적이다', '재활용 제품을 적극 사용한다', '세계적 문제인 대기, 수질, 폐기물 등과 같은 지구환경보호에 관한 영향이 제품구매의 필수 고려요인이다'의 4문항으로 구성되어 '환경보호 추구형'으로 명명하였고, 분산설명력은 29.187%이었다.

각 요인별 Cronbach's Alpha는 '생활편의추구형' 0.782, '웰빙지향형' 0.614, '친환경지향형' 0.857, '환경보호추구형' 0.751로 모든 요인이 0.60이상으로 나타나 신뢰성이 대체로 높은 것으로 나타났다.

### 2) 통계처리

자료처리는 SPSS 12.0(Statistical Package for Social Science)을 이용하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차를 구하였다. 요인분석과 군집분석을 통해 도출된 각 군집에 따라 인구통계학적 분포를 알아보고 친환경농산물에 대한 인식 및 구매실태, 개선점 및 발전전망에 대한 차이는  $\chi^2$  분석을 실시하였다.

조사대상자의 라이프스타일에 대한 요인분석은 직각회전방식인 Varimax rotation방식을 적용하였고, 요인의 수는 고유치 1.0이상을 기준으로 하였다.

라이프스타일 유형분류를 위한 군집분석(K-Means cluster)은 요인분석을 통해 추출된 요인의 점수를 기준으로 실시하였다. 친환경농산물 구매 시 고려요인 수준과 만족도는 One-Way ANOVA분석을 실시하여  $p < .05$  수준에서 유의성을 검증하였으며, Duncan's multiple range test에 의해 사후검증을 하였다.

〈표 1〉 라이프스타일 분류

요 인	항 목	M±SD	요인지 재량	분산설명력 (%)	항목계거 $\alpha$	Cronbach's $\alpha$
요인1 (생활편의 추구형)	대체로 긍정적인 사람이다	3.79±0.68	0.772		0.735	
	스트레스를 잘 다스리는 편이다	3.35±0.83	0.757		0.738	
	육체적으로 정신적으로 건강하다고 생각한다	3.52±0.81	0.722		0.732	
	하고 싶은 일을 하기에 충분한 에너지가 있다	3.45±0.87	0.641	30.161	0.752	0.782
	삶에 여유를 가지고 생활하는 편이다	3.27±0.87	0.636		0.767	
	좀처럼 남의 탓을 하지 않는 편이다	3.51±0.82	0.478		0.777	
	일시적 유행에 휩쓸리지 않고 나를 움직이는 좌우명이 있다	3.67±0.78	0.469		0.774	
요인2 (웰빙 지향형)	내 나름대로 나만의 웰빙을 정의할 수 있다	3.34±0.77	0.805		0.443	
	웰빙을 통해 자신 만족을 얻고자 한다	3.43±0.77	0.784	18.474	0.444	0.614
	음식을 절제하고 잘 가려 먹을 줄 안다	3.22±0.90	0.604		0.660	
		KMO=0.806	$\chi^2=637.087$	d.f=45	$p=0.000$	
요인3 (친환경 지향형)	친환경적인 제품을 선택한다	3.25±0.81	0.831		0.821	
	지속가능 제품(유기농제품, 자연보호제품)에 20% 추가비용 지불 용의 있다	3.34±0.83	0.523		0.831	
	지속가능성 기법(유기농, 자연보호제품)으로 제조된 제품을 선호 한다	3.40±0.79	0.802	33.012	0.803	0.857
	주변에 친환경제품 기대효과를 적극 홍보한다	2.90±0.87	0.699		0.829	
	로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업(환경 보호 기업) 제품을 선 호한다	3.38±0.79	0.557		0.849	
요인4 (환경보호 추구형)	전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶에 의미를 둔다	3.51±0.72	0.784		0.663	
	환경보호에 적극적이다	3.37±0.74	0.755		0.671	
	재활용 제품을 적극 사용한다	3.18±0.75	0.692	29.187	0.707	0.751
	세계적 문제인 대기, 수질, 폐기물 등과 같은 지구환경보호에 관한 영향이 제품구매의 필수요인이다	3.33±0.82	0.672		0.732	
		KMO=0.875	$\chi^2=983.108$	d.f=36	$p=0.000$	
전체 항목에 대한 Cronbach's $\alpha=0.868$						

### Ⅲ. 연구결과

#### 1. 조사대상자의 라이프스타일 유형

조사대상자들의 라이프스타일 유형은 <표 2>에 제시하였다. 군집별 요인들에 대한 점수평가 결과 3개의 집단으로 분류되었다.

군집 1은 생활편의추구형, 웰빙지향형, 친환경지향형, 환경보호추구형의 모든 요인에 대해서 다른 군집에 비해 높은 점수를 보여 '로하스추구집단'으로 명명하였다.

군집 2는 부의 값을 보이는 두 개의 요인과 비교하여 생활편의추구형과 웰빙지향형에 높은 점수를 나타내고 있어 '웰빙진행집단'으로 명명하였다.

군집 3은 다른 군집과 비교하여 모든 요인에 대해 부의 값을 보이고 있어 '실리추구집단'으로 명명하였다. 이상의 결과, 조사대상자가 군집별로 분류되었으며 군집 2(웰빙진행집단)에 해당되는 조사대상자가 56.2%로 가장 많았고, 군집 1(로하스추구집단) 22.8%, 군집 3(실리추구집단) 21.0%의 순으로 나타났다.

〈표 2〉 각 군집별 라이프스타일 유형

구분	군집 1 로하스추구집단 (n=61)	군집 2 웰빙진행집단 (n=150)	군집 3 실리추구집단 (n=56)	F-값
생활편의추구형	0.48386	0.21347	-1.09886	66.078**** <sup>1)</sup>
웰빙지향형	0.98113	0.00655	-1.08628	116.679***
친환경지향형	1.21398	-0.14656	-0.92980	150.101***
환경보호추구형	1.19811	-0.13518	-0.94300	146.893***

<sup>1)</sup> \*\*\*p<.001

2. 라이프스타일 유형에 따른 인구통계학적 특성

라이프스타일 유형에 따른 조사대상자의 인구통계학적 특성에 대한 결과는 <표 3>과 같다. 조사대상자의 연령은 ‘30대 이하’ 47.9%, ‘40-49세’ 38.2%, 50대 이상이 13.9%로 30대 이하가 79.8%로 높게 나타났다.

로하스추구집단의 경우, ‘40-49세’ 47.5%로 가장 높았으며, 웰빙진행집단은 ‘30대 이하’ 51.3%, ‘40-49세’ 38.7%, 실리추구집단은 ‘30대 이하’ 62.5%로 집단 간 유의적인 차이를 보였다(p<.001).

학력은 ‘대졸 이상’ 52.1%, ‘고졸 이하’ 27.7%, ‘전문대졸’ 20.2%순으로 나타났다. 웰빙진행집단은 ‘고졸 이하’ 30.7%, ‘전문대졸’ 20.7%, ‘대졸 이상’ 48.7%이고, 실리추구집단의 경우 ‘고졸 이하’ 30.4%, ‘전문대졸’ 25.0%, ‘대졸 이상’ 44.6%로 이 두 집단의 학력은 고졸 이하, 전문대졸, 대졸 이상이 비슷한 비율을 차지했다.

한편 로하스 집단의 학력은 ‘대졸 이상’ 67.2%로 웰빙진행집단, 실리추구집단보다는 학력수준이 높은 경향을 보였다.

직업은 ‘전업주부’라고 응답한 조사대상자가 44.9%로 가장 많았고, 그 다음으로 ‘공무원/교사’ 16.9%이었다. 로하스추구집단의 경우 ‘전업주부’ 36.1%, ‘공무원/교사’ 23.0%, 웰빙진행집단의 경우 ‘전업주부’ 45.3%, ‘공무원/교사’ 15.3%, ‘사무직/회사원’ 12.0%이었다. 실리추구집단의 경우 과반수이상인 53.6%가 ‘전업주부’라고 응답하여 로하스추구집단, 웰빙진행집단과는 다른 경향을 보였다.

조사대상자의 월 소득은 ‘301만 원 이상’ 42.3%, ‘251-300만원’ 17.2%, ‘201-250만원’ 14.6%, ‘151-200만원’ 13.1%, ‘150만 원 이하’ 12.7%의 순이었다. 월 소

득 ‘301만 원 이상’을 집단 간 비교할 때 로하스추구집단 54.1%, 웰빙진행집단 41.3%, 실리추구집단 32.1%로 실리추구집단의 소득이 낮은 경향을 보였다.

이는 조사대상자의 직업에서 실리추구집단의 경우 전업주부의 비율이 다른 집단보다 높았던 결과로 보인다.

가족형태는 모든 집단에서 ‘부부+자녀’의 핵가족 형태가 가장 높게 나타났다. 자녀의 수는 모든 집단에서 ‘2명’의 비율이 57.3%로 가장 높았으나 실리추구집단은 로하스추구집단과 웰빙진행집단보다 ‘1명’인 비율이 높은 경향을 보였다.

주거형태는 모든 집단에서 ‘아파트’의 비율이 74.9%로 가장 높았다. 유의적 차이는 없으나 로하스추구집단의 경우 ‘단독주택’ 비율이 다른 집단보다 높은 경향을 보였다.

본인의 건강상태는 ‘양호’ 54.3%, ‘보통’ 45.7%로 답하였다. 로하스집단의 건강상태는 ‘양호’ 62.3%, 웰빙진행집단은 ‘양호’ 54.0%, ‘보통’ 45.3%, 실리추구집단은 ‘양호’ 44.6%, ‘보통’ 55.4%로 나타났다.

3. 라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물 구매행태

1) 라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물에 대한 인식

라이프스타일 유형에 따른 조사대상자의 친환경농산물에 대한 인식에 대한 조사결과는 <표 4>와 같다. 조사대상자의 90.6%가 친환경농산물과 일반농산물간 차이가 ‘있다’고 응답하였다.

차이가 ‘있다’고 응답한 조사대상자 중 차이가 있는 항목은 ‘농약과 비료의 사용량’ > ‘맛·가격·건강’ > ‘품질의 안전성’의 순이었다.

〈표 3〉 라이프스타일 유형에 따른 인구통계학적 특성

변수	구분	로하스추구집단 (n=61)	월명진행집단 (n=150)	실리추구집단 (n=56)	전체 (n=267)	$\chi^2$ -값
연령 (세)	≥39	16(26.2) <sup>1)</sup>	77(51.3)	35(62.5)	128(47.9)	20.894 <sup>***2)</sup>
	40-49	29(47.5)	58(38.7)	15(26.8)	102(38.2)	
	50≤	16(26.2)	15(10.0)	6(10.7)	37(13.9)	
학력	≥고졸	11(18.0)	46(30.7)	17(30.4)	74(27.7)	7.383
	전문대졸	9(14.8)	31(20.7)	14(25.0)	54(20.2)	
	대졸≤	41(67.2)	73(48.7)	25(44.6)	139(52.1)	
직업	공무원, 교사	14(23.0)	23(15.3)	8(14.3)	45(16.9)	8.313
	사무직, 회사원	5(8.2)	18(12.0)	7(12.5)	30(11.2)	
	판매, 서비스직	6(9.8)	18(12.0)	6(10.7)	30(11.2)	
	전업주부	22(36.1)	68(45.3)	30(53.6)	120(44.9)	
	기타	14(23.0)	23(15.3)	5(8.9)	42(15.7)	
월 소득 (만원)	≥150	5(8.2)	19(12.7)	10(17.8)	30(12.7)	11.900
	151-200	5(8.2)	23(15.3)	7(12.5)	35(13.1)	
	201-250	10(16.4)	23(15.3)	6(10.7)	39(14.6)	
	251-300	8(13.1)	23(15.3)	15(26.8)	46(17.2)	
	301≤	33(54.1)	62(41.3)	18(32.1)	113(42.3)	
가족형태	부부+자녀	50(82.0)	126(84.0)	44(78.6)	220(82.4)	2.154
	조부모+부부+자녀	6(9.8)	9(6.0)	4(7.1)	19(7.1)	
	부부	5(8.2)	15(10.0)	8(14.3)	28(10.5)	
자녀 수 (명)	없음	5(8.2)	9(6.0)	8(14.3)	22(8.2)	8.320
	1	10(16.4)	27(18.0)	16(28.6)	53(19.9)	
	2≤	46(75.40)	114(76.0)	32(57.1)	192(71.9)	
주거형태	단독주택	14(23.0)	20(13.3)	8(14.3)	42(15.7)	3.910
	아파트	42(68.9)	117(78.0)	41(73.2)	200(74.9)	
	기타	5(8.2)	13(8.7)	7(12.5)	25(9.4)	
건강상태	양호	38(62.3)	82(54.0)	25(44.6)	145(54.3)	3.684
	보통	23(37.7)	68(45.3)	31(55.4)	112(45.7)	

<sup>1)</sup> N(%), <sup>2)</sup> \*\*\* $p < .01$

구입 동기는 조사대상자의 94.8%가 ‘건강을 위하여’라고 답하였다. 이는 친환경농산물 구매에 대한 소비자의 태도에 관한 허은정, 김지웅(2010)의 연구에서 친환경농산물의 구매동기가 ‘건강에 도움’이라는 응답이 안전성이나 환경친화성 등의 항목보다 높게 나타나 본 연구결과와 비슷한 경향을 보였다. 그러나 김효정, 김미라(2010)의 연구와 허미영(2005)의 연구에서는 ‘안전성’에 대한 응답이 가장 높아 본 연구결과와 다른 경향을 보였다.

구입 시 문제점은 모든 집단에서 ‘가격이 비쌌’에 대한 답변이 높았는데 특히, 실리추구집단이 83.9%로 가장 높

았으며 ‘구입처 부족’과 ‘취급품목이 다양하지 않음’은 로하스 추구집단에서 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다( $p < .05$ ). 노정옥, 김민옥(2011)의 전북지역 영양사대상 친환경농산물 만족도조사에서도 친환경농산물의 가격에 대한 만족도가 가장 낮게 나타났으며 박지윤(2006)과 신철노, 김진석(2008)의 연구에서도 친환경농산물 구입 시 가장 큰 애로점이 가격인 것으로 보고하여 본 조사와 일치하는 결과를 보였다.

친환경농산물 관련 용어의 이해정도는 조사대상자의 64.8%가 ‘이해하고 있다’고 응답하였다. 로하스추구집단

〈표 4〉 라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물에 대한 인식

변수	구분	로하스추구집단 (n=61)	엘빙진행집단 (n=150)	실리추구집단 (n=56)	전체 (n=267)	$\chi^2$ -값
일반농산물과 차이	있다	56(91.8) <sup>1)</sup>	134(89.3)	52(92.9)	242(90.6)	0.723
	없다	5(8.2)	16(10.7)	4(7.1)	25(9.4)	
차이가 있는 항목	농약과 비료의 사용량	24(42.9)	71(53.0)	29(55.8)	124(51.2)	2.882
	품질의 안전성	13(23.2)	31(23.1)	11(21.2)	55(22.7)	
	맛·가격·건강	19(33.9)	32(23.9)	12(23.1)	63(26.0)	
구입동기	건강과 환경을 위하여	60(98.4)	142(94.7)	51(91.1)	253(94.8)	3.128
	주위의 권유	1(1.6)	8(5.3)	5(9.8)	14(5.2)	
구입 시 문제점	구입처 부족	12(19.7)	24(16.0)	2(3.6)	38(14.2)	9.689 <sup>2)</sup>
	가격이 비쌌	37(60.7)	99(66.0)	47(83.9)	183(68.5)	
	취급품목 다양하지 않음	12(19.7)	27(18.0)	7(12.5)	46(17.2)	
용어의 이해정도	이해하고 있음	45(73.8)	97(64.7)	31(55.4)	173(64.8)	4.342
	어렵듯이 알고 있음	16(26.2)	53(35.4)	25(44.7)	94(35.2)	

<sup>1)</sup> N(%), <sup>2)</sup>  $p < .05$

의 경우 ‘이해하고 있다’가 73.8%로 유의적인 차이는 없으나 다른 집단보다 높은 경향을 보였다.

2) 라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물 이용실태

라이프스타일 유형에 따른 조사대상자의 친환경농산물 이용실태 조사결과는 <표 5>와 같다. 지난 6개월 내에 친환경농산물을 구입한 경험여부는 조사대상자의 80.5%가 ‘예’, 19.5%가 ‘아니오’이었다. 구입경험이 높은 집단은 로하스추구집단, 구입경험이 없는 경우는 실리추구집단으로 유의적인 차이를 보였다( $p < .01$ ).

친환경농산물의 구입처는 전체의 56.2%가 ‘백화점 및 대형마트’, 그 다음은 ‘친환경농산물 전문판매점’ 19.1%, ‘직거래 또는 인터넷구매’ 13.9%, ‘일반슈퍼마켓’ 10.9%로 나타났다. 실리추구집단은 ‘백화점 및 대형마트’, 로하스추구집단은 ‘친환경농산물 전문판매점’과 ‘직거래 또는 인터넷구매’가 높아 유의적인 차이를 보였다( $p < .001$ ).

친환경농산물 구입을 위한 월 식품비 지출비율을 조사한 결과, ‘5%미만’ 30.0%, ‘5-10%’ 26.6%, ‘11-20%’

23.2%, ‘21%이상’ 20.2%로 나타났다. 특히 ‘5%미만’은 실리추구집단이 가장 높았고 ‘21% 이상’은 로하스추구집단이 가장 높게 나타나 집단 간 유의적인 차이를 보였다( $p < .001$ ).

친환경농산물에 대한 정보획득처는 조사대상자의 34.1%가 ‘주위사람들’ 그 다음으로는 ‘팜플렛/상품안내서’ 24.3%, ‘신문, 잡지, 판매원 설명’ 23.2%, ‘TV, 라디오’ 18.4%의 순으로 나타났다. 로하스추구집단은 ‘주위사람들’이 가장 높았고, 실리추구집단은 ‘신문, 잡지, 판매원설명’이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다( $p < .05$ ).

3) 라이프스타일 유형에 따른 구입 친환경농산물의 종류

라이프스타일 유형에 따른 구입 친환경농산물의 종류를 복수응답으로 조사한 결과는 <표 6>과 같다. 주로 구입하는 친환경농산물은 ‘채소류’(73.8%) > ‘쌀·잡곡류’(41.2%) > ‘과일류’(40.4%) > ‘축산류’(33.3%) > ‘서류’(19.5%)의 순이었다. 로하스추구집단은 ‘채소

〈표 5〉 라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물 이용실태

변수	구분	로하스 추구집단 (n=61)	웰빙 진행집단 (n=150)	실리 추구집단 (n=56)	전체 (n=267)	$\chi^2$ -값
구입여부	예	58(95.1) <sup>1)</sup>	119(79.3)	38(67.9)	215(80.5)	14.108 <sup>**2)</sup>
	아니오	3(4.9)	31(20.7)	18(32.1)	52(19.5)	
구입처	백화점 및 대형마트	20(32.8)	93(62.0)	37(66.1)	150(56.2)	24.805 <sup>***</sup>
	일반 슈퍼마켓	8(13.1)	13(8.7)	8(14.3)	29(10.9)	
	친환경농산물 전문판매점	16(26.2)	26(17.3)	9(16.1)	51(19.1)	
	직거래, 인터넷구매	17(27.9)	18(12.0)	2(3.6)	37(13.9)	
월 식품비 중 구입 지출비율	>5%	5(8.2)	47(31.3)	28(50.0)	80(30.0)	35.026 <sup>***</sup>
	5-10%	16(26.2)	41(27.3)	14(25.0)	71(26.6)	
	11-20%	17(27.9)	33(22.0)	12(21.4)	62(23.2)	
	21%≤	23(37.7)	29(19.3)	2(3.6)	54(20.2)	
정보를 얻는 곳	TV, 라디오	9(14.8)	30(20.0)	10(17.9)	49(18.4)	20.821 <sup>**</sup>
	주위사람들	22(36.1)	49(32.7)	20(35.7)	91(34.1)	
	팜플렛, 상품안내서	14(23.0)	41(27.3)	10(17.9)	65(24.3)	
	신문, 잡지, 판매원설명	16(26.2)	30(20.2)	16(28.6)	62(23.2)	

<sup>1)</sup> N(%), <sup>2)</sup> \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

〈표 6〉 라이프스타일 유형에 따른 구입 친환경농산물의 종류

구분	로하스추구집단 (n=61)	웰빙진행집단 (n=150)	실리추구집단 (n=56)	전체 (n=267)
쌀·잡곡류	39(63.9) <sup>1)</sup>	59(39.3)	12(21.4)	110(41.2)
채소류	52(85.2)	109(72.7)	36(64.3)	197(73.8)
과일류	32(52.5)	56(37.3)	20(35.7)	108(40.4)
축산류	30(49.2)	47(31.3)	12(21.4)	89(33.3)
서류	21(34.4)	27(18.0)	4(7.1)	52(19.5)
기타	7(11.5)	9(6.0)	8(14.3)	24(9.0)

<sup>1)</sup> N(%)

류'(85.2%)와 '쌀·잡곡류'(63.9%)의 구입비율이 높았으며 웰빙진행집단은 로하스추구집단보다 구입비율이 낮았다. 실리추구집단은 친환경농산물 구입비율이 다른 집단보다 낮았다. 친환경농산물 구매에 대한 소비자의 태도에 관한 허은정, 김지웅(2010)의 연구에서 조사대상자의 구입 친환경농산물의 종류는 채소류 41.9%, 곡류 및 서류

18.5%, 과일류 15.7%의 순이며, 허미영(2005)의 연구에서는 채소 51.0%, 곡류 24.2%, 과일 16.1%의 순으로 소비자들의 높은 채소류 구매경향을 보였다. 다른 친환경농산물보다 채소류의 높은 구매경향은 본 조사결과와 동일하나 전체적으로 전복지역 주부들의 친환경농산물 구매비율은 선행연구 결과보다 높은 경향을 보였다. 특히, 수



〈표 7〉 라이프스타일에 유형에 따른 친환경농산물 구매 시 고려요인의 수준

구분	로하스추구집단	웰빙진행집단	실리추구집단	전체	F-값
가격	3.92±0.69 <sup>1)</sup>	4.03±0.81	4.18±0.83	4.03±0.79	1.602
외형	3.82±1.06	4.09±0.98	4.13±0.90	4.04±0.98	1.971
판매원 설명	3.25±0.89	3.35±0.88	3.29±0.97	3.31±0.90	0.298
표시사항	4.11±0.90	3.99±0.83	3.91±1.03	4.00±0.89	0.807
매장신뢰도	4.28±0.80 <sup>1)2)</sup>	4.13±0.81 <sup>a</sup>	3.82±0.97 <sup>b</sup>	4.10±0.85	4.540 <sup>*3)</sup>
안전성, 영양	4.79±0.52 <sup>a</sup>	4.51±0.66 <sup>b</sup>	4.38±0.84 <sup>b</sup>	4.54±0.69	5.906 <sup>**</sup>

<sup>1)</sup> 평균±표준편차, <sup>2)</sup> ab: Duncan 다중범위검증 결과, <sup>3)</sup> \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

〈표 8〉 라이프스타일에 유형에 따른 친환경농산물 구매 시 만족도

항목	로하스추구집단	웰빙진행집단	실리추구집단	전체	F-값
맛	4.02±0.72 <sup>1)2)</sup>	3.81±0.70 <sup>a</sup>	3.57±0.68 <sup>b</sup>	3.81±0.71	5.900 <sup>**3)</sup>
영양	4.08±0.74 <sup>a</sup>	3.91±0.67 <sup>ab</sup>	3.75±0.64 <sup>b</sup>	3.91±0.69	3.507 <sup>*</sup>
가격	2.89±0.84	2.83±0.81	2.88±0.81	2.85±0.81	0.112
크기	3.46±0.72	3.26±0.66	3.29±0.73	3.31±0.69	1.855
색깔	3.69±0.79	3.60±0.71	3.55±0.71	3.61±0.73	0.533
신선도	4.15±0.75	3.99±0.72	3.95±0.62	4.02±0.71	1.407
안전성	4.13±0.76	4.08±0.65	4.09±0.69	4.09±0.68	0.122
다양성	3.20±0.93	3.24±0.76	3.32±0.77	3.25±0.80	0.368
공급자	3.52±0.81	3.37±0.76	3.43±0.63	3.42±0.74	0.902
전체	3.68±0.51	3.57±0.47	3.54±0.45	3.59±0.73	1.666

<sup>1)</sup> 평균±표준편차, <sup>2)</sup> ab: Duncan 다중범위검증 결과, <sup>3)</sup> \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

입이 높은 로하스추구집단의 경우는 주식인 쌀·잡곡류의 구입비율이 다른 집단보다 높은 것으로 나타나 라이프스타일 유형이 구매하는 친환경농산물의 종류에 영향을 미치는 것으로 판단된다.

4) 라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물 구매 시 고려요인의 수준

조사대상자의 라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물 구매 시 고려요인의 수준은 <표 7>과 같다. ‘매장신뢰도’

는 실리추구집단이 3.82로 다른 두 집단보다 낮게 나타났고, 로하스추구집단과 웰빙추구집단 간에는 차이가 나타나지 않았다( $p < .05$ ). ‘안전성·영양’은 로하스추구집단이 4.79로 다른 두 집단보다 가장 높은 점수를 보였으나 웰빙진행집단과 실리추구집단 간에는 차이가 없어 집단간 유의적인 차이를 보였다 ( $p < .01$ ). 김효정, 김미라(2010)의 연구에서도 가장 고려하는 요인은 ‘안전성’이며, 가장 고려하지 않는 요인이 ‘판매원의 설명’으로 나타나 본 연구결과와 유사한 결과를 보였다. 그러나 다른 선행연구에서는 ‘농산물 상태’(안병렬 외, 2005), ‘구입의 용이성’(허

미영, 2005), '품질'(민병하, 2004) 등이 친환경농산물 구매 시 고려하는 요인으로 조사되어 본 연구결과와 차이를 보였다.

4. 라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물 구매 시 만족도

라이프스타일 유형에 따른 조사대상자의 친환경농산물 구매 시의 만족도 조사 결과는 <표 8>과 같다. '맛'에 대하여 가장 만족하는 로하스추구집단은 웰빙진행집단과는 유의적 차이는 없으나 실리추구집단은 3.57로 다른 두 집단 보다 낮게 나타나 유의적인 차이를 보였다( $p < .01$ ). '영양'에 대한 만족도는 로하스추구집단이 4.08로 가장 높았고, 실리추구집단이 3.75로 가장 낮게 나타나 유의적인 차이를 보였다( $p < .05$ ). 소비자의 라이프스타일에 따른 유기농산물 구매선택과 만족도에 관한 박영숙(2006)의 연구에서는 '안전성', '신선도', '영양', '맛', '색깔', '공급자', '크기', '다양성'의 순으로 만족하지만 '가격'의 만족도가 가장 낮

아 본 연구결과와 유사한 경향을 보였다.

5. 라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물 발전전망

1) 라이프스타일 유형에 따른 소비촉진을 위한 개선점

라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물 소비촉진을 위한 개선점을 복수응답으로 조사한 결과는 <표 9>와 같다. 전체응답자 중 64.0%가 '가격인하', 49.4% '구매 장소의 다양화', 44.6% '생산자와 제조회사의 신뢰도 확립', 32.6% '품질향상', 21.3% '품질인증 표시제도의 강화' 순으로 개선되어야 한다고 답하였다. 김민(2009)의 중수도시의 백화점 내 친환경 매장 소비자를 대상으로 한 연구에서는 가격인하 29.0%, 신뢰 있는 생산자 22.4%, 구매 장소의 다양화 19.9%의 순으로 나타났고, 친환경농산물 전문매장을 이용하는 여성을 대상으로 한 김이선(2004)의 연구에서는 신뢰할 수 있는 생산자 확립 33.2%, 가격인하 26.0%, 품질향상 21.5%, 구매 장소 다

<표 9> 라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물 소비촉진을 위한 개선점

구분	로하스추구집단 (n=61)	웰빙진행집단 (n=150)	실리추구집단 (n=56)	전체 (n=267)
가격인하	38(62.3) <sup>1)</sup>	95(63.3)	38(67.9)	171(64.0)
구매 장소의 다양화	30(49.2)	74(49.3)	28(50.0)	132(49.4)
친환경농산물의 품질향상	24(39.3)	47(31.3)	16(28.6)	87(32.6)
생산자와 제조회사의 신뢰도 확립	28(45.9)	66(44.0)	25(44.6)	119(44.6)
품질인증 표시제도의 강화	18(29.5)	27(18.0)	12(21.4)	57(21.3)

<sup>1)</sup> N(%)

<표 10> 라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물에 대한 발전전망

변수	구분	로하스추구집단 (n=61)	웰빙진행집단 (n=150)	실리추구집단 (n=56)	전체 (n=267)	X <sup>2</sup> -값
향후 구입정도	많이 늘리겠다	23(37.7) <sup>1)</sup>	19(12.7)	8(14.3)	50(18.7)	18.963 <sup>**2)</sup>
	약간 늘리겠다	21(34.4)	77(51.3)	27(48.2)	125(46.8)	
	현재 정도 유지하겠다	17(27.9)	54(36.1)	21(37.5)	92(34.5)	
발전전망	매우 전망이 있다	23(37.7)	35(23.3)	7(12.5)	65(24.3)	10.261 <sup>**</sup>
	전망이 있는 편이다	36(59.0)	104(69.3)	42(75.0)	182(68.2)	
	그저 그렇다	2(3.3)	11(7.3)	7(12.5)	20(7.5)	

<sup>1)</sup> N(%), <sup>2)</sup> \*\* $p < .01$

양화 8.4%의 순으로 나타나 본 연구와는 차이를 보였다.

라이프스타일 유형에 따라서는 ‘가격인하’에 대한 응답은 실리추구집단이 가장 높았으며 ‘친환경농산물의 품질향상’에 대한 응답은 로하스추구집단이 가장 높게 나타나 집단 간 소비촉진을 위한 개선점에 대한 의견 차이를 보였다.

## 2) 라이프스타일 유형에 따른 향후 구매의향 및 발전 전망

라이프스타일 유형에 따른 조사대상자의 친환경농산물의 향후 구매의향 및 발전전망에 대한 의견 조사결과는 <표 10>에 제시하였다. 향후 구입정도에 대해 ‘약간 늘리겠다’, ‘현재 정도 유지하겠다’ 34.5%, ‘많이 늘리겠다’ 18.7%로 구입정도를 늘리겠다는 비율이 높게 나타났다. 김민(2009)의 연구에서는 ‘약간 늘리겠다’ 51.7%, ‘현재정도 유지하겠다’ 27.1%로 나타났고, 김이선(2004)의 연구에서도 ‘약간 늘리겠다’ 46.6%, ‘현재정도 유지하겠다’ 32.7%로 나타나 본 연구결과와 일치하였다. 로하스추구집단은 ‘많이 늘리겠다’ 37.7%로 향후에도 높은 구입의도를 보였다. 웰빙진행집단은 ‘약간 늘리겠다’ 51.3%로 지속적인 구입 의도는 있으나 로하스추구집단보다는 낮은 비율이었다. 실리추구집단은 ‘약간 늘리겠다’ 48.2%, ‘현재정도 유지하겠다’ 37.5%로 현재의 구입정도를 유지하고자 하는 비율이 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다( $p < .01$ ).

친환경농산물에 대한 발전전망은 조사대상자의 68.2%가 ‘전망이 있는 편이다’로 긍정적으로 평가하였으며 라이프스타일유형에 따라서 로하스추구집단은 ‘매우 전망이 있다’ 37.7%로 가장 높았으며 실리추구집단은 ‘그저 그렇다’ 12.5%로 그렇지 않은 답변자가 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다( $p < .01$ ). 이상의 결과에서 볼 때 전북지역 주부들은 친환경농산물에 대한 향후 구매의사가 높은 것으로 보이며 특히 로하스추구집단의 경우 매우 높은 구매의사와 향후 친환경농산물의 발전전망에 대해 매우 긍정적인 의견을 보임으로써 주부들의 라이프스타일 유형에 따라 친환경농산물에 대한 인식차이가 큰 것으로 나타났다.

## IV. 요약 및 결론

본 연구는 전북지역 주부들의 라이프스타일유형에 따

른 친환경농산물의 구매행태 및 인식의 차이를 조사한 것으로, 2010년 4월 19일부터 5월 7일까지 주부 267명을 대상으로 자료를 수집하여 분석하였다.

1. 라이프스타일을 유형화하기 위하여 요인분석을 실시한 결과 ‘생활편의추구형’, ‘웰빙지향형’, ‘친환경지향형’, ‘환경보호추구형’의 4개 요인이 추출되었다. 추출된 요인의 점수를 기준으로 군집분석을 실시한 결과 조사대상자가 3개의 군집으로 분류되었고 로하스추구집단, 웰빙진행집단, 실리추구집단으로 명명하였다.

2. 조사대상자의 연령은 로하스추구집단의 경우 ‘40-49세’, 웰빙진행집단과 실리추구집단은 ‘30대 이하’가 많이 나타나 유의적인 차이를 보였다( $p < .01$ ). 학력은 조사대상자의 52.1%가 ‘대졸 이상’이며, 직업은 44.9%가 ‘전업주부’, 월 소득은 42.3%가 ‘301만원 이상’, 가족형태는 82.4%가 핵가족형태로 자녀수는 71.9%가 ‘2명 이상’, 주거형태는 74.9%가 ‘아파트’이었다. 본인의 건강상태는 54.3%가 ‘양호’, 45.7%가 ‘보통’이라고 응답하였다.

3. 조사대상자의 90.6%가 친환경농산물과 일반농산물이 차이가 ‘있다’고 응답하였고, 차이점으로는 51.2%가 ‘농약과 비료의 사용량’으로 가장 높았다. 구매동기는 모든 집단이 ‘건강을 위하여’, 구매 시 문제점은 ‘가격이 비쌌’으로 실리추구집단이 가장 높고, 로하스추구집단이 가장 낮게 나타나 유의적인 차이를 보였다( $p < .05$ ). 친환경농산물 관련용어의 이해정도는 로하스추구집단의 경우 ‘이해하고 있다’는 응답이 다른 집단에 비해 높은 경향을 보였다. 친환경농산물을 구입한 경험여부에 대해서는 조사대상자의 80.5%가 ‘예’로 답하였으며, 로하스추구집단의 경우 다른 집단보다 높은 비율인 95.1%가 ‘예’라고 응답하여 유의적인 차이를 보였다( $p < .01$ ). 친환경농산물의 구입처는 로하스추구집단의 경우 다양한 형태의 구입처를 이용하지만 웰빙진행집단과 실리추구집단은 주로 ‘백화점 및 대형마트’를 이용하고 있어 유의적인 차이를 보였다( $p < .001$ ). 친환경농산물 구입을 위한 월 식품비 지출비율은 로하스추구집단은 ‘5-20%’가 54.1%, 실리추구집단은 ‘5%미만’이 50.0%로 나타나 유의적인 차이를 보였다( $p < .001$ ). 친환경농산물에 대한 정보 획득처는 모든 집단이 ‘주위사람들’을 통해 가장 많이 정보를 얻고 있었고, 라이프스타일 유형에 따라서 유의적인 차이를 보였다( $p < .01$ ).

4. 주로 구입하는 친환경농산물은 ‘채소류’(73.8%) > ‘쌀·잡곡류’(41.2%) > ‘과일류’(40.4%) > ‘축산류’(33.3%) > ‘서류’(19.5%)의 순이며 모든 집단에서 ‘채

소류'의 구입비율이 높으며 특히 로하스추구집단은 '쌀·잡곡류' 구입비율이 다른 집단보다 높았다. 친환경농산물 구매 시 고려요인의 수준에서는 '안전성·영양'은 로하스추구집단이 가장 많이 고려하며( $p < .001$ ) '매장신뢰도'( $p < .05$ )는 로하스추구집단과 웰빙진행집단이 실리추구집단보다 높은 점수를 보였다. 친환경농산물 구매 시 '맛'은 실리추구집단이 낮은 만족도를 보였고( $p < .01$ ) '영양'은 로하스추구집단이 가장 만족하였다( $p < .05$ ).

5. 라이프스타일 유형에 따른 친환경농산물 소비촉진을 위한 개선점은 64.0%가 '가격인하'라고 응답하였다. 로하스추구집단은 '친환경농산물의 품질 향상', '생산자와 제조회사의 신뢰도 확립', '품질인증 표시제도 강화'에 대한 요구도가 다른 두 집단보다 높았다. 친환경농산물의 향후 구매의향은 로하스추구집단이 실리추구집단보다 높아 유의적인 차이를 보였다( $p < .05$ ). 친환경농산물에 대한 발전전망은 '매우 전망이 있다'에 대하여 로하스추구집단 37.7%, 웰빙진행집단 23.3%, 실리추구집단 12.5%로 로하스추구집단이 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다( $p < .05$ ).

이상의 결과에서 볼 때 전북지역 주부 중 '로하스추구집단'은 40대 이상으로 대부분 전문직 종사자로 소득수준이 높은 집단이며 친환경농산물에 대한 이해도와 구입비율이 다른 집단보다 높은 것으로 나타났으며 친환경농산물 판매전문점, 직거래 등 다양한 구매처에서 채소, 과일 및 주식인 쌀·잡곡류를 구입하며 지속적으로 친환경농산물을 구매할 것으로 예상된다. '웰빙진행집단'은 30-40대의 주부들로 소득수준은 '로하스추구집단'보다 낮으나 친환경농산물의 이해도와 구매 횟수, 구매 시 고려요인은 '로하스추구집단'과 유사한 행태를 띠고 있어 향후 '로하스추구집단'으로 진행될 가능성이 높은 집단으로 보인다. '실리추구집단'은 대부분 30대 이하의 주부이며 소득수준은 '로하스추구집단'과 '웰빙진행집단'보다 낮은 집단으로 친환경농산물에 대한 이해도와 구입비율도 비교적 낮으며 주로 '백화점 및 대형마트'에서 친환경농산물을 구입하고 있는 것으로 나타났다. 친환경농산물의 가격하락을 가장 많이 기대하는 집단이 되겠다.

따라서 집단 간 차이에 근거한 친환경농산물 판매촉진을 위한 차별화된 마케팅전략이 개발되어야 할 것이며, 특히 친환경농산물에 대한 높은 관심과 이해도를 갖춘 향후 친환경농산물의 잠재고객인 웰빙진행집단을 대상으로 한 소비자교육이 우선적으로 필요하겠다.

주제어: 라이프스타일, 친환경농산물, 구매행태

## 참 고 문 헌

- 고범석, 고필석. (2005). 친환경 농산물의 유통 특성 및 소비자의 구입 의도에 관한 연구. **한국조리학회지**, 11(4), 214-227.
- 국립농산물품질관리원 친환경농산물 정보시스템. (2011). 인증표시소개. 자료검색일 2011, 2. 26, 자료출처 <http://www.enviagro.go.kr>
- 김민. (2009). 웰빙 라이프스타일이 친환경식자재에 대한 가치지각, 관심도 및 구매행동에 미치는 영향. 경주대학교 석사학위논문
- 김민, 이연정. (2009). 웰빙 라이프스타일이 친환경 식자재에 대한 가치지각 및 구매행동에 미치는 영향. **외식경영학회지**, 12(4), 85-106.
- 김성숙. (2007). 소비자의 식품안전에 대한 태도와 친환경농산물 구매행동에 관한 연구. **한국가정관리학회지**, 25(6), 15-32.
- 김이선. (2004). 친환경농산물 이용현황 및 만족도조사. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 김효정, 김미라. (2010). 영남지역 주부의 식생활 라이프스타일에 따른 친환경농산물 소비행동 분석. **한국생활과학회지**, 19(6), 1103-1113.
- 노정옥, 김민옥. (2011). 전북지역 학교급식소의 급식유형에 따른 친환경농산물 이용실태, 학교영양사의 인식 및 만족도 연구. **한국생활과학회지**, 20(2), 427-437.
- 노채영, 안병렬. (2005). 라이프스타일에 따른 친환경농산물의 만족도 비교. **한국농촌경제연구원논집**, 28(3), 57-68.
- 농림수산식품부. (2010). 09년 친환경농산물 236만톤 생산(전년대비 7.8% 증). 자료검색일 2011, 2. 28, 자료출처 <http://www.mifaff.go.kr>
- 류지혜, 노정옥. (2011). 전북 지역 대학생의 친환경 농산물 구매 실태 및 인식에 대한 연구. **한국식품영양학회지**, 24(1), 101 - 110.
- 민병하. (2004). 소비자의 웰빙식품 구매행동에 관한 연구 -라이프스타일을 중심으로-. 경희대학교 석사학위논문.

- 박영숙. (2006). 소비자의 라이프스타일에 따른 유기농산물 구매선택과 만족도에 관한 연구. 제주대학교 석사학위논문.
- 박지윤. (2006). 제주지역 여성 소비자의 친환경농산물 이용현황 및 만족도에 관한 연구. 제주대학교 석사학위논문.
- 신철노, 김진석. (2008). 소비자의 친환경 농산물 구매형태 조사연구. *농업생명과학연구*, 42(1), 77-91.
- 안병렬, 노채영, 김덕현. (2005). 친환경농산물에 대한 소비자의 만족도 분석 -광주광역시 소비자를 중심으로-. *한국식품유통학회지*, 22(4), 109-122.
- 이유시, 홍미현, 류경, 김애정, 하상도. (2009). 친환경농산물 소비행태 조사 -대형할인마트 고객을 중심으로-. *한국식품위생안전성학회지*, 24(2), 111-123.
- 조미정. (2007). 대구·경북 주부들의 친환경 농산물과 가공식품에 대한 인식 및 소비패턴. 대구대학교 석사학위논문.
- 최미경, 서현창, 백승희. (2010). 충북 지역 학부모의 친환경 농산물에 대한 인식이 친환경 농산물 이용에 미치는 영향. *한국식품영양학회지*, 23(2), 269-275.
- 최효신, 장경자. (2007). 경인지역 대학생의 친환경 농산물 이용실태. *대한지역사회영양학회지*, 12(6), 742-751.
- 허미영. (2005). 유기농산물소비에 대한 사회학적 접근. *농촌사회*, 15(2), 45-83.
- 허은정, 김지웅. (2010). 친환경농산물 구매지출에 대한 소비자지식과 소비자태도 영향. *한국생활과학회지*, 19(5), 883-896.

접 수 일 : 2011. 04. 05.  
 수정완료일 : 2011. 06. 15.  
 게재확정일 : 2011. 06. 15.