



## 치즈 소비 행태에 대한 소비자 조사

송민유 · 서동균 · 천동원 · 손지용 · 박원서 · 유자연 · 함준상\*

농촌진흥청 국립축산과학원

### Cheese Consumption: A Nationwide Survey of Korean Women aged 25 Years and Older

Minyu Song, Dong-kyun Suh, Dong-won Cheon, Jiyong Son,  
Won Seo Park, Jayeon Yoo, and Jun-Sang Ham\*

National Institute of Animal Science, RDA, Wanju, Korea

#### Abstract

To gain insight on cheese consumption and develop strategies for the cheese industry, we conducted a survey of 742 women (age 25 or older) who were responsible for purchasing food for their families. Of them, 49.5% consumed cheese more than once a week and 25.1% expected that the cheese consumption of their families would increase, whereas only 7.1% expected a decrease in consumption. The most important considerations for purchasing cheese were taste and price. Of the respondents, 40.6% purchased domestic cheese, whereas 49.1% were unconcerned about the country of origin. Of them, 20.6% had experience of purchasing farm-made cheese, and 62.7% of them were satisfied with the cheese. These results suggest that cheese consumption will increase in the future, and that with attention to quality improvement and advertising, domestic farm-made cheese consumption could increase accordingly.

#### Keywords

cheese, consumption, survey

## 서론

우리나라 유제품 소비량은 2005년에 303만톤에서 2015년에 383만톤으로 10년에 26.4%가 증가하였으며, 1인당 소비량도 62.9 kg에서 75.7kg으로 증가하였다(낙농진흥회, 2017). 그런데, 동기간 1인당 시유 소비량은 35.1 kg에서 32.6 kg으로 감소한 반면, 발효유는 9.9 kg에서 11.7 kg으로 1.8 kg 증가, 치즈는 1.5 kg에서 2.6 kg으로 1.1 kg 증가하였다. 수치로는 발효유가 가장 많이 증가하였으나, 치즈의 1.1 kg은 우유로 환산시 약 11 kg에 해당하여, 유제품 소비량 증가의 대부분을 차지하고 있다. 동기간 국내 원유생산량은 2005년에 223만톤에서 2015년에 217만톤으로 소폭 감소하였다. 따라서, 증가된 유제품 소비의 대부분은 수입산이 차지하였고, 실제로 치즈 수입량은 2005년에 44천톤에서 2015년에 112천톤으로 68천톤 증가하였고, 이를 원유로 환산시 약 68만톤으로 소비증가량 80만톤의 대부분을 차지하고 있다.

Received: February 10, 2017

Revised: March 22, 2017

Accepted: March 22, 2017

\*Corresponding author :  
Jun-Sang Ham, National  
Institute of Animal Science,  
RDA, Wanju, Korea.  
Tel : +82-63-238-7366,  
Fax : +82-63-238-7397,  
E-mail : hamjs@korea.kr

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

치즈는 전통적인 지중해 음식으로(Hinrichs, 2004), 세계적으로 수십억명이 소비하고 있다(Tong 등, 2017). 미국인 건강 식사패턴 2015~2020 식이지침에 우유, 요구르트, 치즈가 포함되지만, 대부분의 치즈는 소금과 포화지방산이 많아 유제품 섭취증가시 무지방이나 저지방을 선택하는 것이 더 유익할 수 있다(미국 보건복지부와 농림부, 2015). 장기간의 치즈 소비가 건강에 미치는 효과는 아직도 많은 연구가 진행 중이며, 결과도 일관적이지 않다. 치즈를 포함하는 유제품 섭취가 2형 당뇨병(T2DM)과 부의 상관관계가 있다는 문헌리뷰나 메타분석 결과에 의한 과학적 증거가 제시된바 있으며(Aune 등, 2013), 최신 메타분석은 치즈소비와 심혈관질환 위험과 비선형적 부의 상관성이 있음이 제안된바 있다(Chen, 2016). 반대로, 치즈 소비가 특정 질병에 해로울 수 있다는 증거도 있다. 많은 치즈 섭취가 전립선암 위험을 증가시키거나(Aune 등, 2015), 파킨슨병 위험 증가와 관련이 있다는 것이다(Jiang 등, 2014). 치즈 소비와 다수의 만성질환 위험과의 관계는 긍정적 관련과 부정적 관련이 모두 보고되어 전체적으로 일관적이지 못하다. 그런데, 치즈 소비에 따른 비교에서 치즈 소비가 많은 그룹은 24~56 g/일(Tong 등, 2017)로 이를 연간으로 환산시 8.76~20.44 kg으로 우리나라 평균 치즈 소비량은 크게 미달하고 있으며, EU의 평균 1인당 치즈 소비량 18.3 kg와 미국의 16.0 kg(캐나다농정보센터, 2017)과 비교할 때 아직도 많은 소비증가 여지가 남아있다고 할 수 있으나, 일본이 2.2 kg인 점을 고려하면 앞으로 얼마나 더 증가할 수 있을지는 전망이 불투명하다. 따라서 본 연구에서는 가정의 소비를 책임지고 있는 주부 또는 미혼여성의 경우, 1인 가구로 한정하여 치즈 소비실태와 향후 소비전망, 치즈 구입시 고려사항 등을 조사하여 우리나라 유가공 및 치즈산업 발전 방안을 모색하고자 노력하였다.

## 연구 내용 및 방법

### 1. 조사대상 및 조사기간

본 연구는 전국에 거주하는 만 25세 이상 여성을 대상으로 수도권

은 서울, 인천, 경기, 광역시는 부산, 대구, 광주, 대전, 중소도시는 춘천, 청주, 홍성, 전주, 무안, 창원 등 7개 도청 소재지로 구분하여 총 742명을 성, 연령, 도시 규모별로 표본을 할당하여(Table 1) 2016년 7월 11일부터 8월 17일에 걸쳐 설문조사를 실시하였다.

### 2. 조사내용

본 연구의 자료수집은 면접조사방법을 이용하였으며, 면접을 위한 설문지는 조사대상자의 일반적인 특성과 유제품 취식빈도, 치즈 소비경험, 치즈 구입시 고려사항, 원산지 확인 여부, 목장 제조 치즈 구매 경험에 대한 문항으로 구성되었다. 일반적인 특성에서 미혼인 경우에 혼자 살고 있는 경우만 조사를 진행하였고, 그 외의 경우에는 면접을 중단하였다. 거주지는 서울, 인천, 경기, 부산, 대구, 광주, 대전, 울산, 춘천, 청주, 홍성, 전주, 무안, 창원 이외의 지역에 거주할 경우 면접을 중단하였다. 유제품 취식 빈도의 경우, 치즈, 발효유, 버터에 대해서 '매일, 주 5~6회, 주 3~4회, 주 1~2회, 월 1~2회, 월 1회 미만, 먹지 않는다'로 조사하였으며, 향후 유제품 소비가 증가할 것인지, 감소할 것인지 조사하였다. 최근 1달 동안에 치즈 취식 경험은 '치즈나 치즈를 사용한 요리를 먹은 적 있다, 먹은 적 없다, 잘 모르겠다'로 조사하였다. 치즈를 구입할 때 주로 고려하는 요인은 '치즈 맛, 가격, 제조회사, 제조일자/유통기한, 영양성분, 제품명, 가공방법, 원산지, 모양/형태, 포장지/디자인, 휴대 간편성, 기타'에 대하여 1순위부터 3순위까지 조사하였다. 목장에서 생산해서 판매하는 치즈를 구매한 경험이 있는 경우에 만족도를 '매우 불만족, 다소 불만족, 보통, 다소 만족, 매우 불만족'으로 조사하였으며, 구입 의향에 대해 '전혀 의향 없다, 의향 없다, 그저 그렇다, 의향 있다, 반드시 구입할 것이다'로 조사하였다.

## 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반적인 특성

조사대상자의 일반사항은 Fig. 1과 같다. 연령별로는 20대가 9.6%, 30대가 26.7%, 40대가 26.1%, 50대가 27.1%, 그리고 60대 이상

Table 1. Convenience quota sampling of the survey

Item	25~59 single	25~34 married	35~39	40~44	45~49	50~54	55~59	>60	Total
Seoul metropolitan area	14	45	47	42	47	49	46	32	322
Large city	22	29	36	28	30	32	27	26	230
Small and medium city	27	22	27	22	25	24	23	20	190
Total	63	96	110	92	102	105	96	78	742

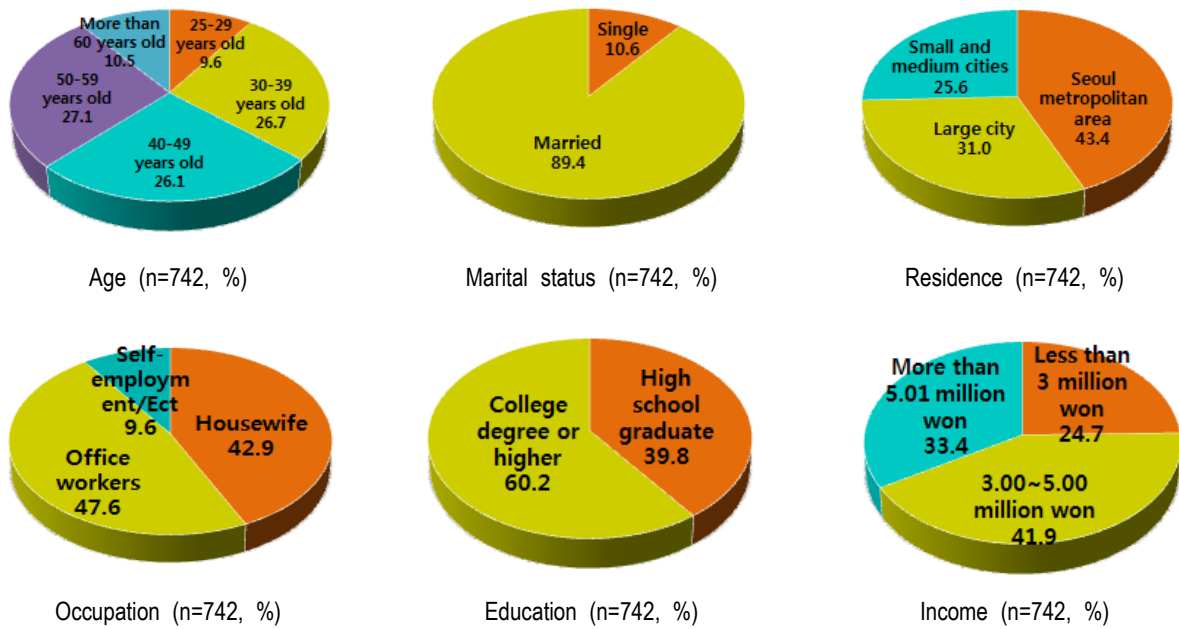


Fig. 1. General characteristics of the subjects.

이 10.5%이었다. 거주지별로는 수도권이 43.4%, 광역시 31.0%, 그리고 중소도시는 25.6%이었다. 직업별로는 전업주부 42.9%, 직장인 47.6%, 그리고 자영업 등이 9.6%이었다. 소득별로는 300만원 이하가 24.7%, 300~500만원이 41.9%, 그리고 500만원 이상이 33.4%이었다.

**2. 유제품 취식 빈도 및 전망**

치즈는 응답자의 49.5%가 주 1회 이상 취식한다고 응답하여 발효유 68.9%보다 낮았으나, 버터 20.1%보다 높았다. 집단별로는 치즈, 발효유, 버터는 수도권 거주자, 소득 수준이 높은 가구에서 취식 빈도가 상대적으로 빈번한 것으로 나타났으며, 치즈와 발효

유는 미취학자녀 가정에서, 버터는 초중고생 자녀 가정에서 주 1회 이상 취식율이 높게 나타났다(Table 2). 향후 치즈 소비가 증가할 것이라는 응답은 26.1%로 감소할 것이라는 응답 7.1%보다 높았지만, 발효유 증가 응답 39.6%보다는 낮았고, 버터의 경우는 감소가 21.2%로 증가 13.7%보다 높았다. 치즈는 중소도시 거주자보다는 광역시, 수도권 거주자, 소득수준이 높은 집단, 미취학~고등학생 자녀가 있는 가정의 소비 증가가 두드러질 것으로 예상된다(Table 3).

**3. 치즈 소비**

응답자의 75.1%는 최근 1개월 동안 치즈를 취식한 경험이 있으며,

Table 2. Intake ratio of dairy products more than once in a week

Item	Total	Residence			Household income			Family composition				
		Seoul metro. area	Large city	Medium · small city	<300	300~500	>501	Single	Newly wed	Preschool child home	School child home	Adult child home
No. of case	742	322	230	190	183	311	248	79	143	81	211	228
Cheese	49.5	68.3	35.7	34.2	36.1	49.2	59.7	31.6	33.6	70.4	59.7	48.7
Yogurt	68.9	70.8	67.8	66.8	56.8	70.7	75.4	57.0	58.0	80.2	73.9	71.1
Butter	20.1	31.4	10.0	13.2	11.5	18.0	29.0	8.9	11.9	19.8	25.6	24.1

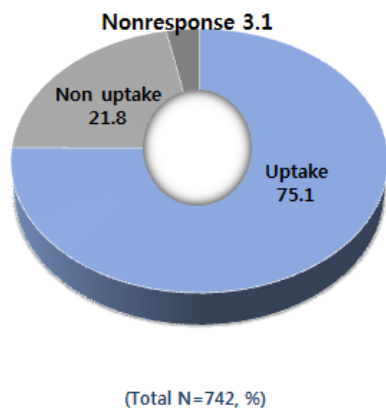
**Table 3.** Prospects of dairy products consumption

Item	Total	Residence			Household income			Family composition					
		Seoul metro. area	Large city	Medium · small city	<300	300~500	>501	Single	Newly wed	Preschool child home	School child home	Adult child home	
No. of case	742	322	230	190	183	311	248	79	143	81	211	228	
Cheese	Dec.	7.1	5.6	7.0	10.0	11.5	5.5	6.0	2.5	13.3	3.7	6.2	7.0
	Inc.	26.1	27.3	31.3	17.9	19.7	26.0	31.0	24.1	16.1	37.0	32.2	23.7
Yogurt	Dec.	3.9	4.3	3.0	4.2	2.7	3.2	5.6	2.5	2.8	2.5	4.3	5.3
	Inc.	39.6	37.3	42.2	40.5	41.0	36.3	42.7	40.5	32.9	43.2	43.6	38.6
Butter	Dec.	21.2	23.0	18.3	21.6	26.8	16.1	23.4	19.0	23.1	14.8	22.7	21.5
	Inc.	13.7	13.7	13.5	14.2	14.2	11.6	16.1	11.4	14.7	9.9	15.6	13.6

수도권, 소득 수준이 높은 층, 자녀가 있는 가정에서 치즈 취식 경험이 상대적으로 높게 나타났다(Fig. 2).

치즈를 가정에서 소비하는 상황은 요리를 만들 때가 51.8%로 가장 높았고, 와인 등 술안주용, 어린이 간식용이 뒤를 이었으며, 잘 활용하지 않는다는 응답도 22.4%이었다. 집단별로 지방보다는 수도권, 소득수준이 높은 층에서 치즈를 좀 더 다양한 용도로 취식하고 있으며, 미혼은 안주용, 중고생 이하 자녀가 있는 가정에서는 간식용으로 치즈를 취식하는 경우가 높게 나타났다(Fig. 3).

#### 4. 치즈 구입



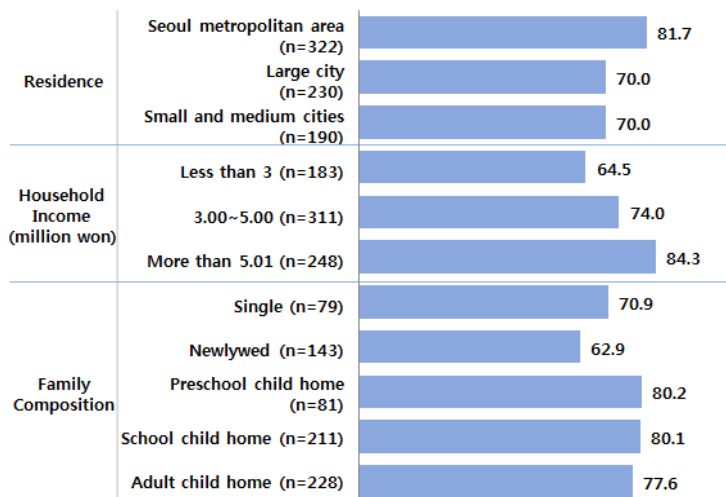
**Fig. 2.** Cheese consumption during the last one month

#### 1) 주요 고려요인

치즈 구입 시 맛과 가격을 가장 중요하게 고려하고 있으며, 유통기한, 제조회사, 영양성분 등에 대한 중요성 인식은 높지 않았다. 집단별로 중소도시는 가격, 제조회사, 제품명을 상대적으로 더 고려하는 것으로 나타났고, 집단 간 차이는 없으나 소득이 낮을수록 가격을 더 고려하며, 미혼은 치즈 맛, 신혼부부 또는 어린 자녀가 있는 가정은 영양성분을 상대적으로 더 고려하는 것으로 나타났다(Table 4).

#### 2) 원산지 확인

치즈 구입시 전체의 55.4%가 원산지를 확인하며, 소득수준이 높을



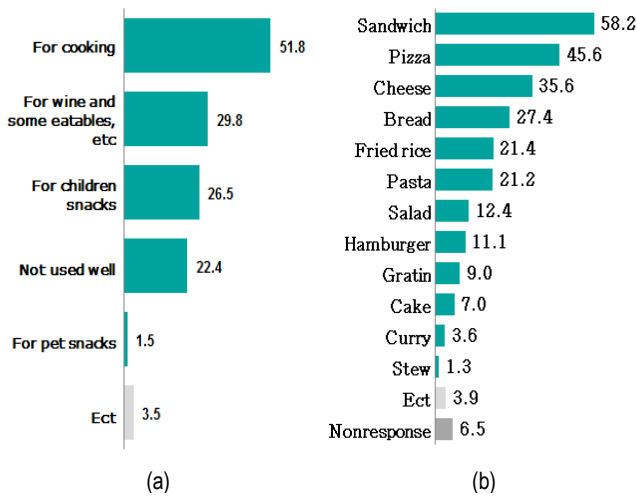


Fig. 3. Use of cheese and the dishes using cheese at home (n=742, Unit: %, multiple choice).

수록, 연령이 높을수록 원산지를 확인하는 경향이 높았다. 전체의 40.6%가 국산 치즈를 구입하는 편이나 49.1%는 원산지를 고려하지 않는 것으로 나타났다(Fig. 4).

3) 목장생산 치즈

전체의 20.6%가 목장 생산 치즈 구입 경험이 있는 것으로 나타났으며, 소득이 높을수록 목장생산 치즈 구입 경험이 높은 것으로 나타났다(Fig. 5). 국산 목장 치즈 구입 경험자의 구입 만족도는 높은 수준으로 다소 만족이상이 62.7%이었으며, 향후 대부분 구입 의향을 가지고 있으며, 지방보다는 수도권에서 구입 의향이 상대적으로 높게 나타났다(Fig. 5, 6).

결론

우리나라 유제품 소비증가의 대부분을 차지하는 치즈의 소비실태를 파악하여 유가공 및 치즈산업의 발전방안을 모색하고자 가정의 소비를 책임지고 있는 가정주부 또는 미혼인 경우, 1인 가구인 25세 이상 여성을 대상으로 수도권, 광역시, 중소도시로 구분하여 총 742명을 대상으로 치즈 소비실태와 향후 소비전망, 치즈 구입시 고려사항 등을 면접조사하였다. 응답자의 49.5%가 치즈를 주 1회 이상 취식한다고 응답하여 발효유 68.9%보다 낮았으나, 버터 20.1%보다 높았다. 향후 치즈 소비가 증가할 것이라는 응답은 26.1%로 감소할 것이라는 응답 7.1%보다 높았으며, 미취학 자녀를 둔 경우의 증가 응답이 가장 높았다. 치즈 구입 시 맛과 가격을 가장 중요하게 고려하고 있으며, 유통기한, 제조회사, 영양성분 등에 대한 중요성 인식은 높지 않았다. 응답자의 40.6%가 국산 치즈를 구입하는 편이나, 49.1%는 원산지를 고려하지 않는 것으로 나타났다. 전체의 20.6%가 목장 생산 치즈 구입 경험이 있으며, 목장 치즈 구입 경험자의 구입 만족도는 높은 수준으로 향후 대부분 구입 의향을 가지고 있었다. 이상의 결과를 종합할 때 향후 치즈 소비증가는 크지 않을 것으로 예상되며, 목장생산 치즈의 홍보와 품질 개선을 통해 국산 치즈의 소비를 확대해 나갈 수 있을 것으로 기대된다.

감사의 글

본 연구는 농촌진흥청 연구사업(비피더스균의 대량배양 및 유육제품 적용 연구, PJ01196001)과 2017년도 농촌진흥청(국립축산과학원) 전문연구원 지원사업에 의해 이루어진 것입니다.

Table 4. Major considerations for cheese purchase

Item	Total	Residence			Household income			Family (age of first kid)				
		Seoul metro. area	Large city	Medium · small city	<300	300~500	>501	Single	Newly wed	Preschool child home	School child home	Adult child home
No. of case	742	322	230	190	183	311	248	79	143	81	211	228
Taste	75.7	76.1	81.7	67.9	78.7	75.2	74.2	82.3	73.4	79.0	71.6	77.6
Price	57.4	57.5	55.2	60.0	61.7	57.2	54.4	55.7	58.0	55.6	57.8	57.9
Shelf life	44.5	45.7	44.8	42.1	44.3	46.0	42.7	46.8	43.4	48.1	40.3	46.9
Maker	38.1	32.6	43.9	40.5	37.2	38.6	38.3	38.0	39.9	34.6	37.9	38.6
Nutrition	28.0	28.0	29.1	26.8	26.2	31.8	24.6	22.8	34.3	32.1	33.2	19.7
Name	17.3	9.9	19.6	26.8	13.7	18.6	18.1	16.5	16.1	16.0	12.8	22.8

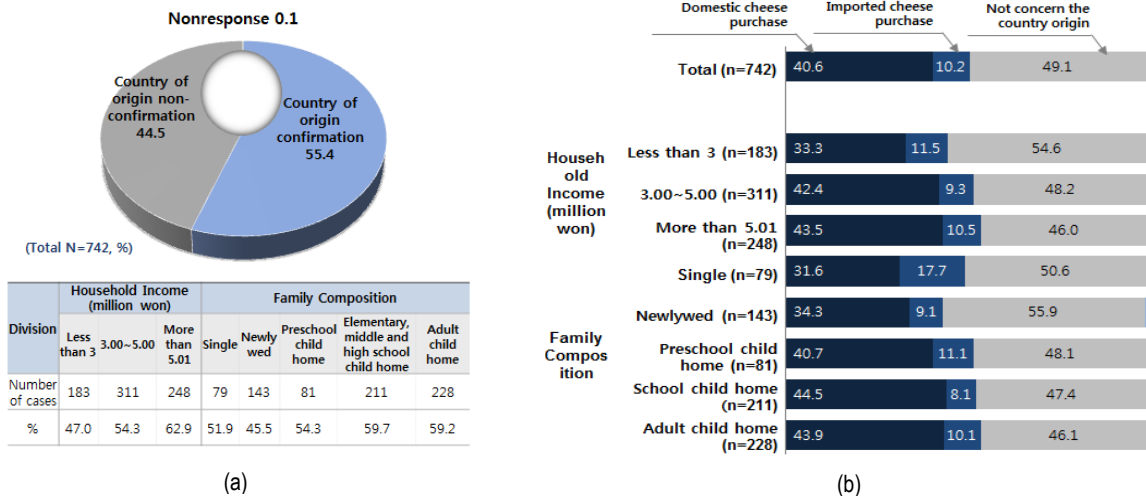


Fig. 4. Checking the country origin of the cheese (a) and purchasing domestic cheese (b).

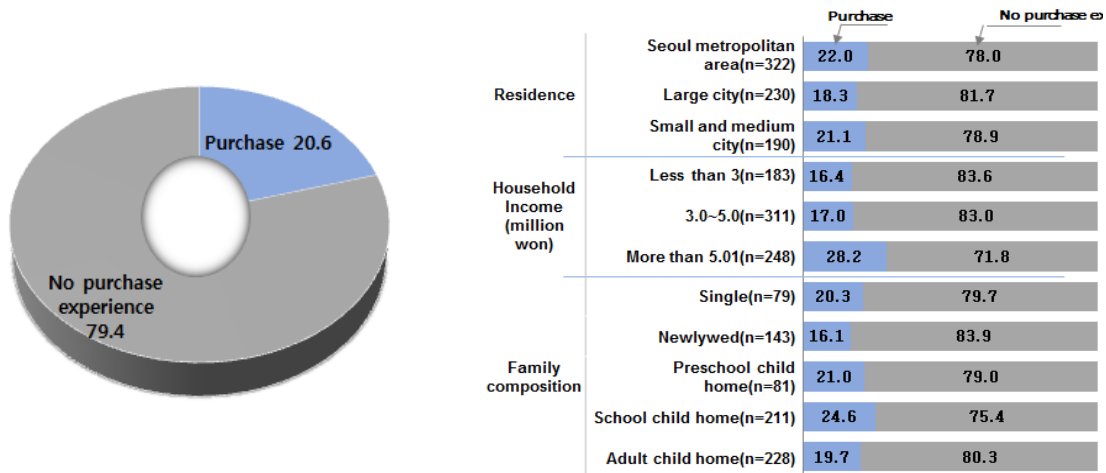


Fig. 5. Experience of purchasing farm made cheese (n=742, Unit: %).

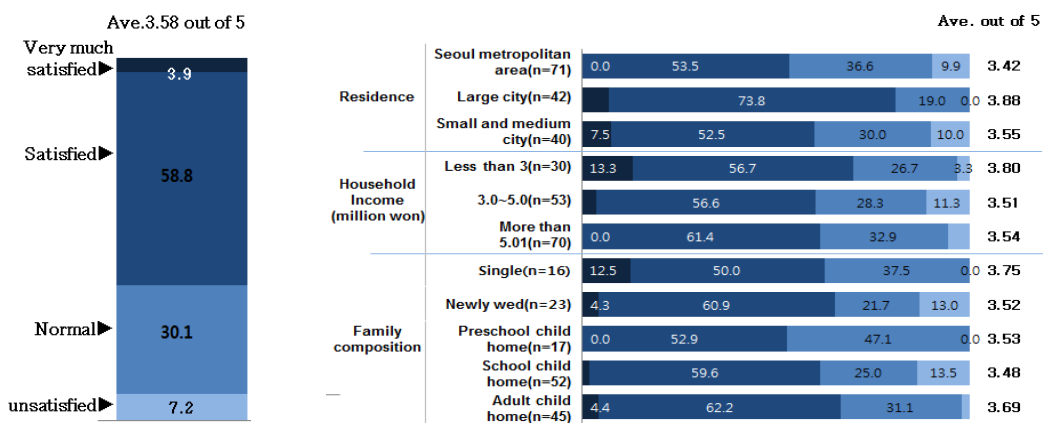


Fig. 6. Satisfaction for farm made cheese (Farm cheese purchase experienced n=153, Unit: %).

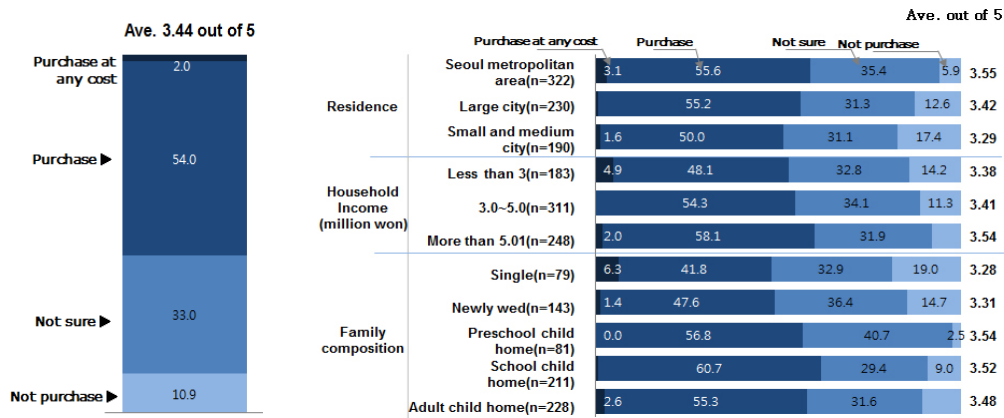


Fig. 7. Intension of purchasing farm made cheese in near future (n=742, Unit: %).

## References

1. Aune, D., Navarro Rosenblatt, D. A., Chan, D. S., Vieira, A. R., Vieira, R., Greenwood, D. C., Vatten, L. J. and Norat, T. 2015. Dairy products, calcium and prostate cancer risk: A systematic review and meta-analysis of cohort studies. *Am. J. Clin. Nutr.* 101:87-117.
2. Aune, D., Norat, T., Romundstad, P. and Vatten, L. J. 2013. Dairy products and the risk of type 2 diabetes: A systematic review and dose-response meta-analysis of cohort studies. *Am. J. Clin. Nutr.* 98:1066-1083.
3. Chen, G. C., Wang, Y., Tong, X., Szeto, I. M., Smit, G., Li, Z. N. and Qin, L. Q. 2016. Cheese consumption and risk of cardiovascular disease: A meta-analysis of prospective studies. *Eur. J. Nutr.* doi:10.1007/s00394-016-1292-z
4. Hinrichs, J. 2004. Mediterranean milk and milk products. *Eur. J. Nutr.* 43(Suppl. 1):i12-i17.
5. <http://www.dairy.or.kr/jsp/layout/LayoutControlCtrl.js>
6. [http://www.dairyinfo.gc.ca/index\\_e.php?s1=dff-fcil&s2=cons&s3=consglo&s4=tc-ft](http://www.dairyinfo.gc.ca/index_e.php?s1=dff-fcil&s2=cons&s3=consglo&s4=tc-ft)
7. Jiang, W., Ju, C., Jiang, H. and Zhang, D. 2014. Dairy foods intake and risk of Parkinson's disease: A dose-response meta-analysis of prospective cohort studies. *Eur. J. Epidemiol.* 29:613-619.
8. Tong, X., Chen, G-C., Zhang, Z., Wei, Y-L., Xu, J-Y. and Qin, L-Q. 2017. Cheese consumption and risk of all-cause mortality: A meta-analysis of prospective studies. *Nutrients*. 9(1). pii: E63. doi: 10.3390/nu9010063
9. U.S. Department of Health and Human Services and U.S. Department of Agriculture. 2015-2020 Dietary Guidelines for Americans, 8th ed. December 2015. Available online: <http://health.Gov/dietaryguidelines/2015/guidelines/> (accessed on 20 July 2016).