

한국인의 식품소비 트렌드 분석

이 계 임 연 구 위 원
한 혜 성 연 구 원
손 은 영 연 구 원

연구 담당

이 계 임 연구위원
한 혜 성 연구원
손 은 영 연구원

연구총괄, 1~6장 집필
여건 변화 및 직장인·청소년 조사결과 분석
외식업체 및 가구 조사결과 분석

우리나라에서 식품소비는 1980년대 후반 이후 질적인 성장 단계로 전환하였으며, 사회·경제·인구 여건에 따라 변화하여 왔다. 최근에는 인구 고령화의 급진전, 전반적인 경기불황 지속과 중산층 감소, 신세대 및 여성의 소비시장 주도 등 소비 환경이 급변하게 되고, 이를 반영하는 새로운 사회적 트렌드가 등장하여 식품소비에 영향을 미치고 있다.

트렌드는 일시적인 유행과는 달리 지속적으로 사회 전반에 영향을 미치는 주요 흐름이나 패턴으로 정의되고 있다. 따라서 식품소비 트렌드는 식품에 대한 소비 태도와 니즈의 변화가 일반화된 것으로 미래를 읽고 이끌어가는 힘이 되므로, 식품소비 트렌드에 대한 검토는 식품 공급자로서 농업의 경쟁력 제고와 소비자 만족도 제고를 위한 정책 마련에 중요한 시발점이 된다. 그러나 식품 공급은 이러한 트렌드 변화에 적극적으로 대응하지 못한 것으로 평가되고 있다. 식품소비의 양적·질적인 변화에도 불구하고 국내 농업과 식품소비의 연계성은 갈수록 약화되고 있으며, 식품에 대한 불신과 사회계층별 식품 공급의 불안정성이 확대되는 상황이다.

이 연구는 식품소비에 어떠한 공통적인 추세와 행동양식이 형성되는가를 규명하고, 이를 바탕으로 식품정책과 농업부문에 시사점을 제시하는 것을 목적으로 추진되었다. 이 연구의 결과가 국산 농산물의 품질 경쟁력을 제고하고 수요를 개발하며, 가공식품 및 외식 소비 변화에 능동적으로 대처할 수 있는 방향을 모색하는데 활용되기를 기대한다. 설문에 응해주신 소비자, 외식업체, 유통업체 담당자에게 감사드린다.

요 약

우리나라의 식품소비는 1980년대 후반 이후 양적인 성장 단계에서 질적인 성장 단계로 전환하였으며, 식품소비 여건의 변화에 따라 식생활 패턴도 빠르게 변화하여 왔다. 최근에는 인구 고령화의 급진전, 전반적인 경기 불황 지속과 중산층 감소, 신세대 및 여성의 소비시장 주도 등 소비 환경이 급변하고, 이를 반영하는 새로운 사회적 트렌드가 등장하여 식품소비에 영향을 미치고 있다. 식품소비 트렌드는 식품에 대한 소비 태도와 니즈의 변화가 일반화된 것으로 미래를 읽고 이끌어가는 힘이 되므로 소비 트렌드에 대한 검토는 식품 공급자에게는 농업의 경쟁력 제고와 소비자 만족도 제고를 위한 정책 마련에 중요한 시발점이 된다. 그러나 식품 공급은 이러한 트렌드 변화에 적극적으로 대응하지 못한 것으로 평가되고 있다. 식품소비의 양적·질적인 변화에도 불구하고 국내 농업과 식품소비의 연계성은 갈수록 약화되고 있으며, 식품에 대한 불신과 사회계층별 식품 공급의 불안정성이 확대되는 상황이다.

이 연구는 우리나라의 식품소비가 사회·경제·인구학적 여건 변화에 따라 어떠한 트렌드를 형성하는가에 대해서 분석하고, 이를 바탕으로 식품정책 및 농업의 대응 방향을 제시하는 것을 목적으로 추진되었다. 식품소비를 둘러싼 사회·경제·인구학적 여건 변화에 의해 소비대상(식품소비량과 지출액), 소비방식(식품 구입 및 섭취행태), 소비주체(가치관과 인식수준), 소비결과(영양섭취와 건강)에 어떠한 공통적인 추세와 행동양식이 형성되는가를 중점적으로 분석하였다.

가정식과 외식을 포함한 모든 식품류를 분석 대상으로 하며, 기존 연구와 달리 소비 동향과 행태 분석에 국한하지 않고 영양 및 식생활 등 광의의 식품소비활동을 포함하였다. 트렌드 분석을 위해 시계열 및 횡단면 자료가 이용되었으며, 다양한 모형이 적용되었다. 소비지출 트렌드 분석에서는 통계청 가계조사 원자료(1982~2006)를 이용하여 수요시스템을 추정하

고, 코호트 분석을 시도하였다. 영양 섭취 트렌드 분석에서는 국민영양조사 원자료(1998, 2001, 2005)가 이용되었다. 또한 소비행태 및 식생활 트렌드 도출을 위해서 주부(621가구), 외식업체(36개), 직장인(307명), 청소년(304명)을 대상으로 설문조사가 추진되었다.

식품소비는 1980년대 후반 이후 양적인 성장 단계에서 질적인 향상을 추구하는 단계로 전환되었으며, 식품소비지출 변화의 특징은 식료품비 비중의 저하, 외식 비중의 급격한 증가, 건강 및 기호식품 비중 증가로 요약될 수 있다. 가계비 중에서 식료품비 비중(엔겔계수)이 1982년 0.41에서 2006년 0.26으로 낮아졌으며, 외식 지출비중은 2006년에는 46%까지 빠르게 확대되었다. 식품류별로는 곡류 및 식빵, 육류, 어패류 등의 지출비중이 감소내지 정체하는 반면, 과일류, 빵 및 과자류, 차·음료·주류 등 기호식품의 성격을 갖거나 건강에 좋다는 인식이 일반적인 식품류는 증가하였다. 사회적으로 이슈가 되고 있는 불균등화와 양극화는 외환위기 이후 소득에서는 뚜렷하게 나타났으나, 식료품비의 경우는 1998년에 일시적으로 상승한 이후 뚜렷한 증가추세가 발견되지 않았다. 식품류별로는 공통적으로 지니계수가 감소추세를 나타내며 특히 외식은 1982년 0.78에서 2006년 0.43으로 크게 감소한 특징을 보인 반면, 전체 식품비 지출의 불균등도에 대한 외식부문의 기여도는 1982년 11.5%에서 2006년 53.9%로 빠르게 증가하였다. 코호트 방법을 이용하여 식품비 지출액의 변화를 연령효과·세대효과·연도효과로 구분하면 연령효과가 가장 크게 나타나 사회적 고령화요인이 식품소비에 큰 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 외식지출의 경우 55~59세를 정점으로 증가하다 감소하는 역U자 형태를 보였으며, 65세 이상 고령층에서도 선호가 높은 편이었다. 식품류별로는 고령화될수록 곡물 가공품, 차와 음료, 주류에 대한 선호가 증가하는 것으로 나타났다.

소비자의 식품 구입패턴은 요인분석을 통해 건강 지향, 고급화, 다양화, 간편화, 합리화로 도출되었다. 쌀은 소포장 단위 소비가 증가하고, 저가 및 고가 쌀의 소비비중이 확대되는 양극화 현상이 나타났다. 육류는 국내산 쇠고기가 고급화로 차별되고, 돼지고기와 닭고기의 경우 맛과 건강 지향 성향이 우세하였다. 채소류와 과일류는 건강 지향이 공통적인 트렌드로 작용하

며, 채소류는 간편화 경향이, 과일류는 다양화 및 고급화 경향이 나타났다. 가공식품은 간편화와 다양화가 주된 조류이나, 식용유나 설탕·소금 등 몸에 좋지 않다고 인식된 품목은 고급제품으로 빠르게 대체되고 음료류에서 저칼로리·기능성 제품의 매출이 증가하는 등 건강 지향 성향이 나타나고 있다. 외식에서는 전문화·다양화·합리화 성향이 중심적인 트렌드를 형성한다.

식품소비 트렌드의 결과로서 나타나는 영양소 섭취 트렌드는 동물성 식품 섭취의 증가와 계층 간 영양 섭취 격차의 확대이다. 가구수입이 낮을수록 영양소 섭취 수준과 질적인 평가가 낮았으며, 특히 65세 이상 노인계층의 동물성 단백질과 지방 섭취 수준이 매우 낮았다. 식생활 및 소비자 인식 변화로는 직장인과 청소년의 불규칙한 식생활 확대, 청소년의 국산농산물 인식 취약, 주부층의 높은 표시정보 활용도 수준 등이 검토되었다. 직장인과 청소년 중에서 매일 아침밥을 먹는 비율이 각각 35.8%, 46.1%이었으며, 늦은 퇴근과 학원 때문에 각 계층의 절반 정도는 저녁식사를 불규칙적으로 하고 있었다. 청소년의 47%가 국산 농산물 섭취에 관심이 없다고 응답하였으며, 수입산에 대한 거부감이 많지 않았다. 주부의 52.2%가 식품 구입 시 표시를 보는 편으로 표시정보에 대한 활용도가 높았다. 식료품 구입 시 소비자들의 대부분은 유통기한을 확인하며 원산지 표시, 가격, 브랜드 등을 확인하는 비율이 높은 반면, 그 밖의 인증정보 등에 대해서는 표시를 확인하는 비율이 낮았다.

향후 식품소비지출 트렌드로서 외식 비중의 확대 경향은 다소 둔화되지만 증가추세를 지속할 것으로 분석되었다. 식품소비행태에서는 몸에 좋은 식품류와 친환경제품 등을 선호하는 건강 중시 경향, 고급화와 기호식품소비 증가로 나타나는 맛 지향 현상, 세척·절단제품과 배달서비스 등이 증가하는 간편성 추구 경향, 채소·과일·가공식품 등에서 다양성 제고 추세, 외식시장의 전문성 경향 등의 트렌드가 강화될 것으로 전망된다. 영양 섭취 및 식생활 트렌드로서는 동물성 식품 및 지방 섭취 증가, 계층별 영양섭취 격차 확대, 불규칙적인 식생활 경향, 주부 정보 활용도 증가 등이 특징적으로 나타날 것으로 보인다.

소비자의 선호 변화에 적극적으로 대응하기 위해서는 식품별 구입 특성을 감안하여 구체적인 생산·유통·판매 전략 수립이 필요하다. 쌀의 경우 맛과 안전성 지향의 고급화 경향과 합리적인 가격을 추구하는 경향이 동시에 나타나므로 차별화된 시장공략이 필요하다. 쌀의 영양학적 우수성과 외국에서의 건강식 평가 등을 홍보하고, 다양하고 간편한 가공제품이 개발·보급되어야 한다. 육류는 품질차별화 확대를 뒷받침할 수 있도록 제품 생산과 품질 관리가 강화될 필요가 있으며, 채소 및 과일류는 친환경제품과 소포장 및 세척·절단제품 수요 확대에 대비해야 한다. 또한 가공식품도 고급화 경향 증가와 기능성 수요 확대에 대응한 차별화 전략이 필요하며, 외식시장에서도 외식 수요의 맛·건강·간편화 지향을 감안하여 시장을 전망하고 전략을 수립해야 한다.

마케팅 전략 및 소비정책은 저소득계층, 고령층, 청소년층 등 특정계층을 세분화하여 구체적으로 수립할 필요가 있다. 식품표시제도에 대한 올바른 인식과 합리적인 구매선택을 위해 유통업체나 소비자단체 등을 대상으로 교육과 홍보를 확대해야 한다. 청소년층은 식품표시에 대한 인지도와 활용도가 낮고 국내산에 대한 관심과 인식수준이 취약하므로, 급식 및 교과 과정을 통한 교육을 강화하여야 한다. 불규칙한 식생활을 개선하고 영양불균형에 대처하기 위해서는 범국민운동차원의 식생활교육이 추진될 필요가 있다. 또한 식품소비 트렌드에 대한 연구가 주기적으로 수행되어 생산자와 정책 당국에 피드백 되기 위해 식품소비 관련 업무를 종합적으로 관장하는 정부조직의 개편과 정책개발을 검토해야 한다. 광의의 식품을 대상으로 소비트렌드를 모니터링하고, 식품소비 관련 정책과 기반조성사업이 적극 추진되어야 할 것이다.

ABSTRACT

The purpose of this study is to define features of changing food consumption trends and to propose food policies and directions for agriculture to respond accordingly.

In Korea, food consumption pattern has changed from quantitative growth to qualitative improvement since the late 1980s. Food consumption behavior has changed mainly due to reduced proportion of food expenses to overall household expenses, dramatic surge in eating out spending, and more consumption of healthy and favored foods. The total household income spent on food(Engel's coefficient) fell from 0.41 in 1982 to 0.26 in 2006, and the eating out expenses rapidly grew to 49% as of 2006. By food, the spending for grains, bread, meat, fish and shellfish has dropped, but the spending for foods regarded as favored foods or healthy foods including fruits, bread and snacks, tea, beverages, liquor, etc. has increased. Inequality and polarization are apparent as social issues since the Asian financial crisis, but food spending has not shown a significant increase since 1998 when a temporary surge was marked. Across food types, the Gini coefficient fell. In eating out, the Gini coefficient significantly dropped from 0.78 in 1982 to 0.43 in 2006, while the contribution of eating out to the inequality of overall spending on food rapidly grew from 11.5% in 1982 to 53.9% in 2006. The classification of reasons of changes in food expenses by applying the Cohort method shows that age effect is the strongest driver among age effect, generation effect, and year effect, indicating social aging has a significant impact on food consumption. The preference for eating out is also relatively strong with the older age group over 65 years old. By food type, older people tend to favor grain processed foods, tea and beverages, and liquor.

The consumer's food purchase pattern is characterized by health orientation, pursuit for high quality, diversification, simplification, and rationalization. For rice, the small volume package sells more and the consumption of high-end and low-end rice is significantly deepening the polarization of rice consumption. Meat products are differentiated amidst the

pursuit for high quality. For pork and chicken, the trend to emphasize taste and health effect is found prominent. Vegetables show a trend of simplification, while fruits tend to be differentiated by taste. Processed foods show the trend of simplification and diversification, but the items perceived as unhealthy including cooking oil, sugar, and salt are replaced with higher-end products in the fast manner. In beverages, health orientation is also significant with the sales growth of low calory and functional products. The leading trends of eating out include specialization, diversification, and rationalization.

According to the food consumption trend, people tend to take in more animal foods, and the nutrient intake gap between social classes has become wider. The households with low income tend to mark a low nutrient intake level and consume low quality foods. In particular, the elderly class aged 65 years or above is found to consume animal protein and fats at a very low level.

The consumer's priority on quality is growing more significant. Accordingly, the production, distribution, and sales system should be improved to bolster competitiveness and facilitate proactive responses to changing consumption trends. To draw up food consumption policies and production and marketing strategies, it is necessary to segment classes and work out detailed measures. In addition, to ensure the proper recognition of food labels and use them for rational purchase, food distributors and consumer groups need to get educated and receive labeling related information. These could be strengthened via education in the course of school lunch program and classes. Lastly, regular study of food consumption trends should be performed to provide feedbacks for food producers and policy-makers. To this end, organizational restructuring of the government and policy development might be considered.

Researchers: Lee, Kyei-Im, Han, Hye-sung, Son, Eun-young

Research Period: 2007.1~12

E-mail address: lkilki@krei.re.kr

차 례

제1장 서론

연구의 필요성과 목적	3
선행연구 검토	4
연구의 내용	8
연구 범위와 방법	10

제2장 식품소비 트렌드의 개념과 범위

식품소비 트렌드의 개념	15
식품소비 트렌드의 여건 변화	17
식품소비 트렌드의 분석대상	27

제3장 식품소비지출 트렌드

식품소비지출 변화의 주요 특징	33
소득 불균등화·양극화와 식품소비지출	55
고령화와 식품소비지출	60

제4장 식품류별 소비행태

새로운 식품 구입패턴의 형성	71
식품 구입 및 섭취 특징	75
외식 소비행태	101

제5장 영양소 섭취 및 식생활 트렌드

영양소 섭취구조의 변화	113
식생활 특징	123

제6장 식품소비 트렌드와 농업의 대응방향

식품소비 트렌드 전망	143
농업의 대응방향	148

제7장 요약 및 결론

연구 결과의 요약	155
결론 및 정책 시사점	162

부록: 분석결과 부표	164
-------------------	-----

참고 문헌	172
-------------	-----

표 · 그림 차례

표 1. 식품소비의 접근방법 비교	8
표 2. 국내외 연구의 소비 트렌드 비교	16
표 3. 인구구성비 전망	21
표 4. 여성가구주 및 경제활동 참가율	23
표 5. 식품 수입현황	25
표 6. 유통업체 판매액 비교	26
표 7. 사이버 쇼핑몰 취급 상품범위 상품군별 거래액	27
표 8. 미국의 1인당 곡류 및 육류 소비량 변화	47
표 9. 자체가격 및 지출 탄력성에 의한 지출품목군의 분류	51
표 10. 품목별 지출비중 변화에 대한 요인의 효과 구분	52
표 11. 소득계층별 지출탄력성 추이	54
표 12. 근로자가구의 지니계수 추이	57
표 13. 불균등도 지수와 양극화 지수 추이	58
표 14. 식품류별 지니계수 추이	60
표 15. 품목별 상대적 기여도 추이	60
표 16. 코호트 분석 구분	64
표 17. 식품 구입패턴의 요인분석 결과	72
표 18. 군집별 특성 결과	74
표 19. 식품별 구입 특성	75
표 20. 식품 구입 시 고려 기준 1순위	76
표 21. 구입 쌀 가격대	78
표 22. 쌀 선택 이유	78
표 23. 연령층별 잡곡 섭취 빈도	81
표 24. 쇠고기 1근(600g)당 구입가격	83
표 25. 구입한 쇠고기 등급	84
표 26. 구입한 쇠고기 상태	84

표 27. 구입한 쇠고기 포장형태	85
표 28. 구입한 돼지고기 부위	86
표 29. 구입한 돼지고기 포장형태	87
표 30. 구입한 닭고기 형태	87
표 31. 소비자계층별 친환경인증제품 구입경험 비교	90
표 32. 채소류 포장 및 세척·절단제품 구입행태 비교	92
표 33. 과일류 섭취 빈도	93
표 34. 과일류의 친환경인증제품 구입경험 비교	94
표 35. 과일 품목별 소비 증감률	95
표 36. 과일 지출 품목수, 2006	96
표 37. 사용하고 있는 식용유 종류	99
표 38. 사용하고 있는 설탕류	100
표 39. 외식 빈도	101
표 40. 배달음식 섭취 빈도	102
표 41. 즉석조리식품 구매 빈도	103
표 42. 가족단위 외식 시 1인당 평균 비용	104
표 43. 외식장소 선택 기준	105
표 44. 외식업체의 음식 맛 변화	107
표 45. 메뉴 소비 경향	108
표 46. 향후 외식업종 전망	108
표 47. 서비스 형태 전망	109
표 48. 1인 1일당 평균 영양소 섭취량 추이	113
표 49. 소득계층별 영양 섭취기준 대비 섭취비율(성인남자)	115
표 50. 유아, 아동, 청소년 계층의 에너지 섭취 실태(섭취기준=100), 2005	116
표 51. 일본의 에너지 공급 비율 추이	119
표 52. 일본의 동물성 단백질·지방 섭취 추이	120
표 53. 미국인 연령층별 주요 영양소의 1인 1일 평균 섭취량, 1999~2002	121

표 54.	직장인의 아침밥을 먹는 횟수(일주일 기준)	124
표 55.	직장인이 아침식사를 거르는 이유	124
표 56.	청소년이 아침을 거르는 이유	125
표 57.	직장인의 저녁식사 거른 횟수 분포	126
표 58.	직장인 저녁식사 시간의 규칙성 여부	127
표 59.	청소년의 저녁식사 거른 횟수 분포	128
표 60.	청소년의 불규칙한 저녁식사 이유	128
표 61.	청소년 선호 외식장소	129
표 62.	청소년의 외식장소 선호 이유	129
표 63.	아침식사 메뉴 비교	131
표 64.	한국형 식생활과 세계화와 관련된 문항의 척도 비교	131
표 65.	국산 농산물을 원료로 한 식품을 섭취하는 것에 대한 관심도(직장인)	132
표 66.	식품 구입 시 표시를 볼 경우 확인하는 항목	135
표 67.	친환경인증제 인지도	136
표 68.	식품표시 관련 정보 경로	137
표 69.	직장인 외식 횟수	139
표 70.	가정식과 외식 지출비중 전망	144

그림 1.	연구 추진체계도	12
그림 2.	1인당 국민 총소득 추이	18
그림 3.	소득불균등지수와 양극화지수 추이(근로자가구)	20
그림 4.	부양비 및 노령화지수	21
그림 5.	1인 가구의 변화	22
그림 6.	총수입액 및 소비재 수입액 증가율	24
그림 7.	식품소비 트렌드의 구성요소	28
그림 8.	식품소비 트렌드의 분석 대상	29
그림 9.	1인 1일당 공급칼로리 및 칼로리 단가(2000년 불변가격) 추세	34
그림 10.	식료품비 연평균 증감률 추이	35

그림 11.	엔겔계수 추이	36
그림 12.	가정식 및 외식 지출비중 추이	37
그림 13.	소득 및 연령층별 외식 지출비중 비교, 2006	38
그림 14.	품목별 수요처별 섭취비율, 2005	39
그림 15.	가정 내 식품류별 지출비중 추이	40
그림 16.	일본과 미국의 식료품비 연평균 증감률	41
그림 17.	엔겔계수 추이	42
그림 18.	일본의 외식 및 중식비율 추이	43
그림 19.	일본의 가구주 연령 및 소득계층별 외식 비중 비교	44
그림 20.	미국의 외식 지출비중 추이	45
그림 21.	미국의 가구주 연령 및 소득계층별 외식 지출비중 비교	45
그림 22.	일본의 가정 내 식품류별 지출비중 추이	46
그림 23.	미국의 식품류별 지출비중 추이	47
그림 24.	연령층별 소비 추이	62
그림 25.	연령층별 식품소비 추이	62
그림 26.	식품비 지출 전체의 연령, 세대, 연도별 효과 분해 결과 ...	65
그림 27.	가정 내 지출과 외식 지출의 연령, 세대, 연도별 효과 분해 결과	66
그림 28.	주로 구입하는 쌀 포장단위	77
그림 29.	가격대별 물량 비율 추이	79
그림 30.	잡곡 섭취 빈도 비교	80
그림 31.	잡곡을 자주 먹지 않는 이유	81
그림 32.	한우 등급별 소비자 가격 비교	82
그림 33.	한우 부위별 소비자 가격 비교	83
그림 34.	미국산 쇠고기 구입 의향	85
그림 35.	돼지고기와 닭고기 구입 이유	88
그림 36.	육류의 주 1회 이상 섭취비율 추이	89
그림 37.	육류 중 생육과 육가공품 지출비중 추이	89
그림 38.	양채류 구입 비중	91

그림 39.	채소류 구입 형태	92
그림 40.	과일류 구입 형태	96
그림 41.	음료수 종류별 비중 추이	97
그림 42.	유지류 종류별 비중 추이	98
그림 43.	식료품 및 건강식품 지출 증가추세 비교	100
그림 44.	조리식품 구매·비구매 이유	103
그림 45.	외식을 하는 주된 이유	104
그림 46.	외식메뉴별 지출 추이	106
그림 47.	외식에서 가장 큰 문제점	106
그림 48.	3대 영양소의 에너지 구성비 추이	114
그림 49.	성인(20~64세)의 소득계층별 비만을 비교, 2005	116
그림 50.	연령층별 영양소 섭취기준 대비 섭취비율, 2005	117
그림 51.	3대 영양소의 수요처별 공급비율, 2005	118
그림 52.	에너지 섭취량 변화 추이	119
그림 53.	미국의 에너지 공급비율 추이	121
그림 54.	청소년의 아침밥 먹는 횟수(일주일 기준)	124
그림 55.	청소년의 아침 결식률	125
그림 56.	직장인의 불규칙한 저녁식사 이유	127
그림 57.	연령층계층별 끼니당 에너지 섭취비율	130
그림 58.	국산 농산물을 원료로 한 식품을 섭취하는 것에 대한 관심도(청소년)	133
그림 59.	소비자들의 식품 구입 시 포장지에 표시된 내용 확인 여부	133
그림 60.	식품표시에 대한 신뢰도	135
그림 61.	주요 식품표시제도의 인지도와 구입빈도	136
그림 62.	연령별 수요처별 에너지 섭취비중 비교	137
그림 63.	청소년의 학교급식 만족도 평가 결과	138
그림 64.	직장인 외식 이유	139
그림 65.	식품류별 지출비중 전망	145
그림 66.	품목별 우세 트렌드	147

제 1 장 서 론

연구의 필요성과 목적

우리나라의 식품소비는 1980년대 후반 이후 양적인 성장 단계에서 질적인 성장 단계로 전환하였으며, 식품소비 여건의 변화에 따라 식생활 패턴이 빠르게 변화하여 왔다. 최근에는 인구 고령화의 급진전, 전반적인 경기 불황 지속과 중산층 감소, 신세대 및 여성의 소비시장 주도경향 등 소비 환경이 급변하고, 이를 반영하는 새로운 사회적 트렌드가 등장하여 식품소비에 영향을 미치고 있다.

트렌드는 일시적 유행과는 달리 적어도 5년 이상 지속되면서 사회 전반에 영향을 미치는 주요 흐름이나 패턴으로 정의된다. 식품소비 트렌드는 식품에 대한 소비 태도와 니즈의 변화가 일반화된 것으로 미래를 읽고 이끌어가는 힘이 되므로 소비 트렌드에 대한 검토는 식품 공급자로서 농업의 경쟁력 제고와 소비자 만족도 제고를 위한 정책 마련에 중요한 시발점이 된다.

그러나 식품 공급은 이러한 트렌드 변화에 적극적으로 대응하지 못한 것으로 평가되고 있다. 최근 들어 소비자의 선호 변화를 중시하는 움직임이 있으나, 그동안 농업부문에서는 생산 중심으로 정책이 추진되어 왔으며 소비자 지향적인 경쟁력을 갖추지 못한 측면이 있다. 식품시장의 규모가 확대되고 식품시장이 개방되어 세계화가 진전되는 가운데 우리나라 식품시장은 품질 경쟁력을 갖추지 못하여 다양한 고품질 수입 식품에 잠식당하고 있는 상황이다. 또한 식품의 안전성에 대한 소비자의 불신이 높고, 바람직하지 않은 영양섭취와 식생활 풍토가 확대되고 있다.

따라서 식품시장에서 국내산 식품이 경쟁력을 갖추기 위해서는 식품소비가 외부적인 사회·경제·인구학적 여건 변화에 따라 어떠한 트렌드를 형성하였는가에 대해 구체적으로 분석되어야 한다. 이 연구는 광의의 식품소비를 대상으로 대표적인 식품소비 트렌드를 검출하며, 이를 바탕으로 식품정책과 농업의 대응방향을 제시하는 것을 목적으로 하고 있다.

선행연구 검토

■ 소비 트렌드

최근 트렌드 관련 연구로는 페이스 팝콘과 리스 마리골드(1999), 정영숙(2000), 조은정(2002), 삼성경제연구소(2002), LG경제연구원(2005), 한국무역협회 무역연구소(2006)와 허경옥 등(2006)이 있다. 페이스 팝콘과 리스 마리골드(1999)는 뉴밀레니엄 트렌드로서 17가지를 예측하였는데 코쿠닝(cocooning), 환상 모험, 작은 사치, 99가지 생활 트렌드 등을 주요 트렌드로 제시하였다. 조은정(2002)은 ‘나는 부자이고 싶다(작은 사치)’, ‘바쁘다 바빠(99가지 생활)’ 등 페이스 팝콘의 트렌드를 기반으로 하여 디지털 시대의 소비자 특성을 ‘감성 표현’, ‘합리성 회복’, ‘행복 추구’의 세 가지 축으로 분류하였다. 여기에 ‘예쁘게 더 예쁘게’, ‘우리 아이 최고’의 독자적인 트렌드를 추가하여 15가지 트렌드를 제안하였다.

정영숙(2000)은 소비지출패턴에 영향을 미칠 요인으로 소득불균등의 심화, 인구의 고령화, 여성의 경제력과 교육수준의 향상, 가치관의 변화, 환경의 중요성에 대한 인식을 제시하고, 소비지출에 대해 소비문화적 차원의 접근이 필요하다고 지적하였다. 삼성경제연구소(2002)에서는 16개 업종 20개사의 마케팅 실무자를 대상으로 한 조사를 통해 ‘고급 지향’, ‘유목적 성향’, ‘감성 중시’, ‘스마트 소비’ 등의 소비트렌드를 제시하였다. LG경제연구원(2005)은 전문가 브레인스토밍을 통한 핵심단어 추출법으로 11가지 소비트렌드를 비롯한 분야별 트렌드를 분석하였다.

한국무역협회 무역연구소(2006)는 글로벌 비즈니스 환경 변화를 38개 트렌드로 나누어 전망하고 고령친화산업, 컨버전스화, 웰빙의 진화, 나노경제의 등장, 여성 소비자의 부상 등의 이슈를 중심으로 향후 소비시장을 예측

했다. 허경옥 등(2006)은 의식주 및 문화 등 생활 분야별 소비자 트렌드와 사회변화, 라이프스타일, 다양한 소비자 트렌드 사례연구 등을 통해 소비자 트렌드를 구성하는 요소들을 종합적으로 제시하였다.

■ 식품소비구조 분석

식품소비구조 분석과 관련해서는 최지현·이계임(1995), 최지현 외(2002), 한국식품영양재단(2004), 조재환(2005), 비티와 라프란스(2005)의 연구가 대표적이다. 최지현·이계임(1995)은 도시가계자료를 앵겔지출함수와 II형 토빗모형분석을 통해 가구의 경제·사회·인구적 요인이 식품수요 및 영양수요에 미치는 영향을 분석하였다. 조재환(2005)은 기능성 쌀수요분석에 토빗, 더블허들, 헤크만모형을 적용하여 토빗모형이 가장 적합함을 제시하였으며, 기능성 쌀 수요의 결정요인을 검증하였다. 최지현 외(2002)는 농산물 소비추세와 소비행태의 특성들을 분석하고 식품소비의 외부화, 다양화, 편의화, 고급화, 건강 지향성 등이 지속적으로 강화될 것으로 전망하였다.

한편, 한국식품영양재단(2004)은 농산물의 소비증진 및 수급안정을 위해 소비실태 및 섭취량의 차이를 조사하고, 주요 농산물의 영양가치 정보와 농산물의 음식정보 자료를 정리하였다. 식품소비패턴으로는 서구형 식생활 가속화와 편의성 추구 지속화, 외식소비 증가 및 건강 지향적 식생활 추구 경향 심화 등을 제시하였다. 비티와 라프란스(2005)는 식품과 영양소 수요분석에 새로운 접근방법(*incomplete demand system*)을 적용하여 1919~2000년간 식품과 영양소의 가격 및 소득탄력성 추이를 산출하였다.

■ 품목별 소비 성향 분석

품목별 소비 성향 연구로는 한국농촌경제연구원(1998, 1999, 2000, 2003), 정용선 외(2001), 채용우 외(2006), 김성용 외(2006), 조재환 외(2006), Lusk 외(2003)가 있다. 농촌경제연구원에서는 과실류(1998), 김치(2000), 육류(1999), 쌀(2003) 등을 대상으로 소비구조, 선호요인, 구매행태를 분석하였다. 정용선 외(2001)는 편의식품(완전조리식품, 반조리식품)에 대한 한일 간 비교연구를 통해 조리식품에 대한 태도와 선택기준 등의 차이를 비교하였다. 채용우·박성호(2006)는 소비자의 쌀 속성에 대한 중요도와 세분화를 통한 소비자의 유형별 특성을 분석하고, 수입쌀의 국내시장 점유율 변화를 예측하였다. 시장세분화를 통한 소비자 유형은 가격 중시형, 브랜드 중시형, 수입쌀 회피도가 낮은 형, 품질인증 중시형으로 구분하였다.

김성용·조성환(2006)은 순위화된 프로빗모형을 적용하여 소비자의 매실가공식품 구매의 결정요인을 분석하였다. 조재환 외(2006)는 꽃감 구입수준, 꽃감 구입용도, 소득수준에 따른 소비자 선호 차이를 검증하였다. Lusk 외(2003)는 호르몬을 투여하지 않았거나 유전자재조합 옥수수를 먹여 생산된 쇠고기의 가슴살 스테이크에 대한 가치평가를 지불의사가격(WTP)법으로 프랑스, 독일, 영국, 미국 사례에 대해 비교 분석하였다.

■ 소비 관련 이슈에 관한 논의

하영원(2000)은 1990~1999년에 걸쳐 주요 학술지에 게재되었던 소비자의사결정에 관한 연구들을 정보처리적 접근을 중심으로 검토하여 소비자의사결정과정을 목표 하이어라키(hierarchy)의 개발, 정보의 획득, 판단과 선택, 학습과 피드백의 네 단계로 나누어 분석하였다. 한민희 외(2000)는

최근 10년간 계량적 소비자 연구현황을 개인반응, 총괄반응, 행동반응, 인지-선호반응의 네 부분으로 나누고 기여도를 평가하였다.

소비자 교육에 관한 연구는 배운정·김기옥(2000)과 이은희(2001)가 있다. 배운정·김기옥(2000)은 정보사회에 적합한 소비자 교육내용을 정보기술 영역, 구매의사결정 영역, 재무관리 영역, 소비자주의 영역으로 구성하여 검증하였다. 이은희(2001)는 소비자 교육의 필요성과 효과를 살펴보고, 소비자 교육 활성화를 위한 방향을 제시하였다.

소비자 정책 관련 연구는 여정성(2000)과 최신애·여정성(2005)이 있다. 여정성(2000)은 최근 10년의 소비자문제 및 정책에 대해 수행된 연구 경향을 검토하여 정책 제언의 실용성 제고, 시장상황 변화에 대한 대처, 이론적 측면의 보완과 소비자학의 차별성 제고를 제시하였다. 최신애·여정성(2005)은 정보 관련 제도의 이행실태를 분석하고, 효율적 운영방안을 모색하였다.

소비자 정보측면에 관한 연구로는 김성숙·이승신(2000), 박종수·조광호(2002), 피곳과 마쉬(2004)와 장덕기·박호정(2006)이 있다. 김성숙·이승신(2000)은 질문지와 FGI법을 통해 상품에 대한 소비자의 정보요구도, 상품 안전성의 대리지표 등을 파악하였다. 박종수·조광호(2002)는 돼지고기의 구입 및 소비행태와 소비홍보 광고에 대한 소비자 태도를 설문조사하였으며 장덕기·박호정(2006)은 소비자의 농식품 안전성 인식에 대한 요인 분석을 실시하였다. 피곳과 마쉬(2004)는 미국의 육류소비에서 식품안전성 정보에 대한 소비자 반응을 분석하였는데 식품안전성 이슈에 대한 평균적인 소비반응은 가격효과에 비하여 매우 작으며, 큰 사건이 일어났을 때의 반응은 매우 크지만 이는 오래 유지되지 못하는 것으로 나타났다.

소비자단체에 관한 연구로 김시월(2004)은 한국과 일본의 민간 소비자단체 활동을 문헌고찰 및 종사자에 대한 설문조사를 통해 비교하였다. 일본은 고령화, 여성중심 및 지역활동 중심, 소비자 교육에 치중하고 있는 반면, 한국은 소비자상담 및 피해구제 중심이며 중앙 중심의 활동을 하는 것으로 나타났다. 직무만족도는 일본이 조금 높았으며 활동의 제약요인으로 한국의 금전적인 문제와 일본의 인력 부족이 제시되었다.

■ 연구의 차별성

식품소비에 관한 기존 연구들은 상당수가 개별 품목의 소비동향과 구입 행태 등에 한정되어 있다. 또한 식품소비를 대상으로 경제학적 접근·행동주의적 접근 등 다양한 방법론을 활용한 다각적 평가가 가능하고 식품소비는 영양섭취와 밀접히 관련됨에도 불구하고, 각 이론적 틀 내에서 배타적으로 소비자 연구가 추진된 측면이 있다.

표 1. 식품소비의 접근방법 비교

구분	경제학적 접근	행동주의적 접근	식품영양학적 접근
초점	식품수요에 대한 이해	소비자 선택에 대한 이해	식품 및 영양소 섭취에 대한 이해
범위	소비자행동에 영향을 미치는 거시적·미시적 경제 분석	정보처리과정, 의사결정과정, 의사결정 영향요인 등	식품 및 영양 섭취평가, 식생활 환경요인 분석
방법론	엔겔함수, 가격·소득 탄성치, 가정생산함수 등	소비자 정보처리모형, 쾌락적·경험적 소비자행동모형	DRI(한국인영양섭취기준), INQ(영양질적지수), DDS(다양성척도) 등
최근 연구동향	정보수요, 영양분석, 속성가치평가	소비문화, 소비성향분석, 소비자 정보·교육	질병양상, 영양정책변화, 식품공업발달영향

연구의 내용

이 연구는 가정식과 외식을 포함한 모든 식품류를 분석대상으로 하며, 식품소비의 기존연구와는 달리 소비동향과 행태분석에 국한하지 않고 영양·식생활 등 광의의 식품소비활동을 포함한다. 식품소비의 분석대상을

전체 구성요소별로 경제학적·행동주의적·식품영양학적 등 다양한 시각에서 접근하여 트렌드 변화를 도출하고자 하였다. 청소년 및 직장인 등 최근 관심의 대상이 되고 있는 세부 소비자계층을 대상으로 식품소비행태를 규명하고자 하였다는 점에서도 타 연구와 차별화된다.

연구의 주요 내용은 크게 다섯 부분으로 구성되어 있다. 식품소비 트렌드의 개념과 범위, 식품소비지출 트렌드의 변화, 식품류별 소비 트렌드, 영양소 및 식생활 트렌드, 식품소비 트렌드와 농업의 대응방향 등이다.

먼저 제2장에서는 식품소비 트렌드를 이해하기 위해 트렌드의 기본 개념을 설명하고, 식품소비 트렌드에 영향을 미치는 외부적인 요인들과 내부적인 구성요소를 파악하고자 한다.

둘째, 제3장 식품소비지출 트렌드에서는 소비 트렌드의 구성요소 중에서 소비량 및 지출구조의 변화를 분석대상으로 한다. 식품소비지출 변화의 주요 특징을 검토하고, 일본 및 미국과 비교하여 시사점을 도출한다. 또한 사회적으로 이슈가 되고 있는 소득의 불균등화·양극화와 고령화 트렌드가 식품소비지출에는 어떠한 영향을 미쳤는가를 중점적으로 분석한다.

셋째, 제4장 식품류별 소비 트렌드에서는 식품소비 트렌드의 변화요소 중에서 소비자의 식품 구입 및 섭취 방식인 소비행태를 대상으로 한다. 가정 내 식품 구입과 외식으로 구분하였으며, 식품류별 특성에 따라 소비행태에 차이가 있다는 점을 감안하여 가정 내 식품 구입은 식품류별로 구분하여 분석한다.

넷째, 제5장 영양소 및 식생활 트렌드에서는 소비자의 식생활에 대한 인식 변화와 영양소 섭취 트렌드의 변화를 대상으로 한다. 영양소 섭취 측면에서 나타나는 트렌드를 검출하고 일본 및 미국의 경우와 비교하며, 직장인과 청소년층을 대상으로 식생활 트렌드를 분석하고자 한다.

다섯째, 제6장 식품소비 트렌드와 농업의 대응방향에서는 식품의 지출구조를 전망하고, 식품소비 트렌드가 농업부문에 시사하는 점을 검토함으로써 정책적 대응방향을 제시하고자 한다.

연구 범위와 방법

■ 연구 범위

이 연구에서는 식품형태로 소비되는 농산물, 가공식품, 수산물 등 모든 식품을 연구 범위로 포함한다. 단, 식품이라기보다는 약제성격이 강한 기능성 식품 등은 연구대상에서 제외한다. 분석대상은 식품류별 분류를 기본으로 하되, 쌀과 쇠고기·돼지고기·닭고기 등은 품목별 분석을 병행하여 추진한다.

수요처별로 가정식과 외식은 식품을 만드는 장소를 기준으로 구분하며, 외식에는 급식을 포함한다. 조리식품은 미리 만들어 판매하는 반찬류, 김밥 등을 일컫는다.

조사대상은 전체 연령층을 포함하되, 식생활 및 소비의식 관련 조사의 경우 주부, 직장인, 청소년층을 주요 대상으로 하였다. 주부는 가정 내 식품소비와 가족단위 외식을 계획하는 계층으로서, 직장인과 청소년층은 개인적인 외식·급식담당 주체로서 분석 대상으로 선정되었다.

■ 분석 방법

식품소비 트렌드의 개념과 범위는 기존 문헌 검토를 중심으로 검토하였으며, 식품소비 트렌드의 여건 변화는 관련 통계자료를 수집하여 분석하였다.

식품소비지출 트렌드 분석을 위해서는 관련 문헌 및 통계자료 분석이 이용되었다. 통계청 가계조사의 시계열 자료를 이용하여 추세를 분석하고 수요시스템을 추정하였다. 횡단면 자료로서 통계청 가계조사 원자료(1982~2006)를 이용하여 지출합수를 추정하고, 코호트 분석을 시도하였다. 또한

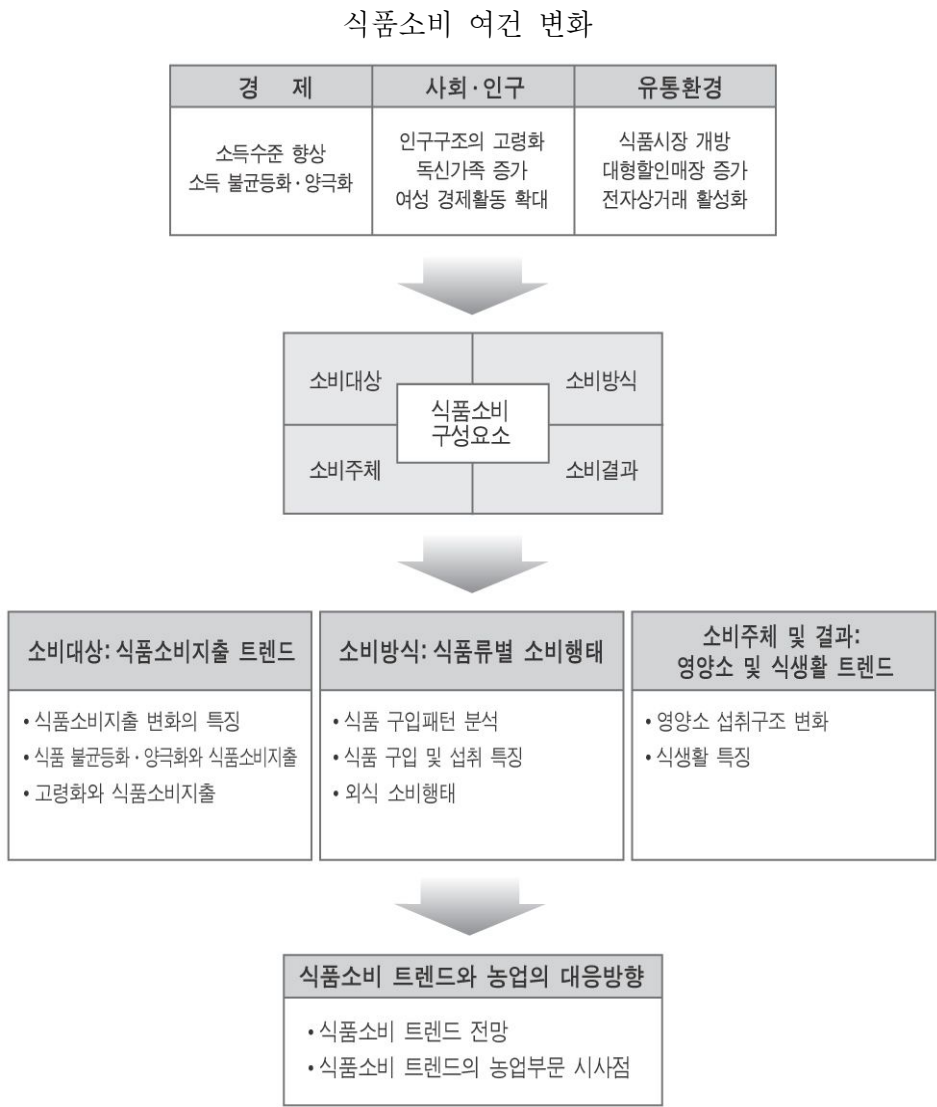
미국, 일본의 식품소비지출 트렌드와 비교하기 위해 관련 자료를 수집·분석하였다. 수요시스템과 코호트 분석의 경우 경상대학교의 김성용 교수가 연구에 참여하였으며, 미국에 대해서는 전북대학교의 유소이 교수, 일본에 대해서는 農林水産政策研究所 樋口倫生の 원고를 참조하였다.

식품류별 소비행태 분석을 위해 정부 및 업체의 관련 통계자료와 주부 및 외식업체 대상 설문조사 자료가 이용되었다. 가정 내 식품소비행태 분석에는 서울지역 거주 621가구의 주부를 대상으로 한 설문조사 결과가, 외식 소비행태 분석에는 36개 외식업체를 대상으로 한 설문조사 결과가 분석되었다. 식품소비패턴 도출을 위해 요인분석과 군집분석 등 다양한 분석방법이 적용되었다.

영양소 섭취 및 식생활 트렌드에서는 보건복지부의 국민영양조사 원자료와 직장인 307명과 청소년 304명을 대상으로 한 설문조사 결과가 중점적으로 분석되었다. 국민영양조사 원자료의 조사체계가 1998년 이후 변경되었기 때문에 1998, 2001, 2005년의 3개년 자료가 이용되었다. 국민건강·영양조사 원자료 분석은 보건산업진흥원의 이행신 박사가 담당하였다. 또한 식생활 트렌드 도출을 위해 「국민건강·영양조사」의 분석결과와 서울시 621가구 대상 조사자료가 이용되었으며, 소비자계층별 식생활 특징을 검토하기 위해 직장인(307명)과 청소년(304명) 대상의 설문조사 결과가 분석되었다.

식품소비 트렌드와 농업의 대응방향에서는 분석결과를 토대로 전문가 간담회 등을 통해 의견을 수렴하였다.

그림 1. 연구 추진체계도



제 2 장

식품소비 트렌드의 개념과 범위

이 장에서는 식품소비 트렌드를 이해하기 위해 트렌드의 기본 개념을 설명하고, 식품소비 트렌드에 영향을 미치는 외부적인 요인들과 내부적인 구성요소를 파악하고자 한다. 외부적인 요인으로는 경제, 인구·사회, 유통환경을 검토하고, 식품소비 트렌드의 구성요소로 소비주체·소비대상·소비방식·소비결과를 고려하였다.

식품소비 트렌드의 개념

트렌드는 일시적 유행과는 달리 적어도 5년 혹은 10년 정도 지속되면서 사회 전반에 영향을 미치는 흐름이나 패턴을 의미한다. 트렌드는 현실적인 동향이자 가까운 미래에 나타날 징후이므로 과거와 현재의 경향을 세심하게 관찰함으로써 트렌드를 파악하고, 이러한 트렌드를 분석함으로써 미래를 예측할 수 있다. 일반적으로 사회, 경제, 정치, 기술 등 우리 삶의 일상적인 요소에 영향을 미치는 조류는 ‘메가트렌드’라 하여 자연과 문명과 같은 장기적인 메타트렌드와 구별된다.¹

과거 전통사회에서 식품소비는 생존과 같은 인간의 기본적 욕구를 충족하기 위해 제품을 사용하는 것에만 초점을 두었으나, 국민소득이 증가하고 생활 여건이 변화함에 따라 삶의 질을 높이는 차원에서 이루어지고 있다. 현대 사회에서 식품은 단순히 생명 유지 및 존속을 위한 먹거리로서의 기능에서 벗어나 소비하는 사람의 라이프스타일과 사회적 지위뿐만 아니라 그 사회의 경제, 문화 및 생활양식, 의식구조의 변화를 반영하는 위치로 자리매김하고 있다. 즉 식품소비 트렌드는 사회의 트렌드와 상호작용하는 가운데 형성되며, 구성원의 식품에 대한 소비 태도와 니즈가 일반화된 것이

¹ 메타트렌드라는 용어는 존 네이스비츠가 1984년 「메가트렌드」라는 저서에서 처음 사용하였다.

라 할 수 있다. 따라서 소비 트렌드는 미래를 읽고 이끌어가는 힘이 되므로 소비 트렌드에 대한 검토는 식품 공급자로서 농업의 경쟁력 제고와 소비자 만족도 제고를 위한 정책 마련에 중요한 시발점이 된다.

표 2. 국내외 연구의 소비 트렌드 비교

	페이스 팝콘	조은정	LG경제연구소	삼성경제연구소	한국무역협회 무역연구소
건강 지향	건강장수, 행복찾기변신, S.O.S, 젊어지기	몸과 마음을 건강하게, 오염된 지구를 지켜라, 옛날이 좋았지	느린 삶이 더 좋은 다운시프트	-	웰빙의 진화, 신개념 '공정무역'
편의화	코쿠닝, 99가지 생활	방콕스타일 바빠다 바빠	안전하게 즐기는 디지털 코쿠닝, 바쁨을 먹고사는 도우미, 소비 큐레이터, 움직이는 소비자 트렌슈머	유목 성향	컨버전스 시대
고급화	작은 사치, 개성찾기	나는 부자이고 싶다, 나는 나, 키드짱, 예쁘게 더 예쁘게	적은 비용 큰 만족 찾는 가치 소비, 사이버 세상의 자아 웹 아이덴티티	감성 중시, 고급 지향	양극화, 나노 경제의 등장, 브랜드가 구매결정
합리성 추구	소비자 감시, 우상 파괴, 공포의 기류	너무 똑똑한 소비자, 누가 진정한 위인인가	두 마리 토끼를 원하는 가치소비	스마트 소비	-
즐거움 지향	유유상종, 환상모험, 반항적 쾌락, 마음의 안식처	끼리끼리 커뮤니티, 뭐 재미있는 거 없나	최고 찾아 떠나는 서비스 투어리즘, 문화를 파는 컬덕	-	-
여성 부각	여성적 사고, 남성해방	여자 세상	메트로 섹슈얼리즘	-	여성 소비자 부상

트렌드에 대한 논의는 페이스 팝콘과 리스 마리골드(1999) 이후 국내외에서 다양하게 제기되어 왔다. 그동안 논의된 소비 트렌드는 연구자에 따라 분류에 상당히 차이가 있지만, 관련 트렌드를 구분하면 <표 2>와 같다. 최근 소비시장은 양면가치가 공존하면서 다양한 트렌드에 의해 충돌·발전하고 있는 것으로 보인다. 건강 지향의 느린 삶을 선호하는 경향과 바쁜 현대사회와 디지털 발달 등을 배경으로 간편화를 추구하는 경향이 동시에 존재한다. 합리적인 소비자와 품질·감성 등의 차별화를 지향하는 성향도 양면성을 갖는다. 그 밖에 여성의 사회적 참여가 활발해지면서 소비주체이자 유행을 창조·선도하는 경제 활동의 주체로서 여성이 소비시장의 키워드로 부각되고 있다.

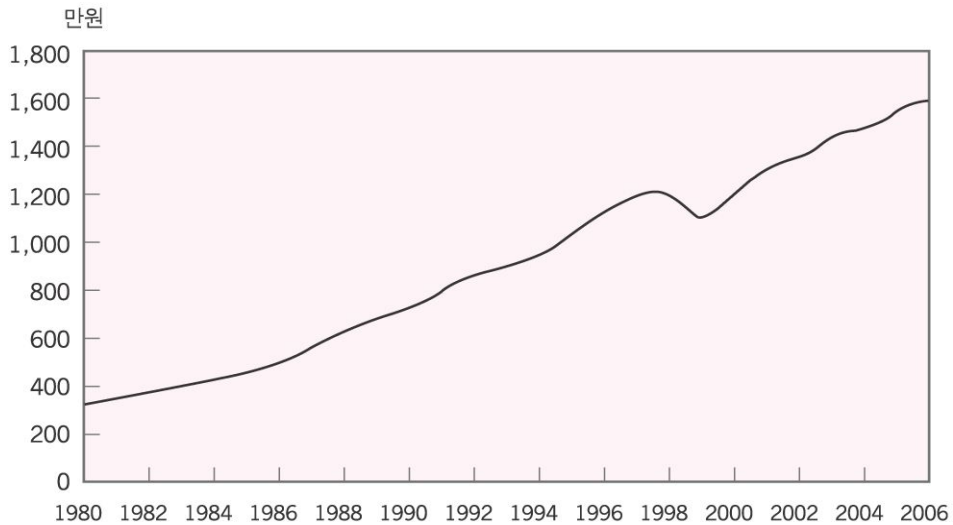
식품소비 트렌드의 여건 변화

■ 경제적 요인

소득수준 향상

경제적 요인은 식품소비를 결정하는 대표적인 요인으로서 가계소득, 지출규모, 물가, 주택소유 여부 등이 식품소비에 상당한 영향을 미친다. 우리나라의 1인당 국민소득(2000년 불변가격)은 경기변동과 물가상승 등으로 약간의 등락은 있으나 추세에는 큰 변화가 없는 것으로 나타났다<그림 2>. 2006년 1인당 국민소득은 1,572만원으로 1980년 대비 4.4배, 1990년 대비 2.1배로 증가하였다. 국민소득 증가추세에 가장 큰 변화를 가져온 것은 외환위기이다. 1997년까지 국민소득은 연평균 7.0%의 안정적인 증가추세를 보여 왔으나, 외환위기로 1998년에는 전년 대비 8.6%의 감소율을 나타냈다. 국민소득은 외환위기 직후인 1999년부터 다시 회복세로 전환하였으며, 연평균 5.4%의 증가추세를 지속하고 있다.

그림 2. 1인당 국민 총소득 추이



자료: 통계청 (<http://www.nso.go.kr/>)

소득 불균등화와 양극화 확대

우리나라 소득분배구조는 1980년대 중반 이후 3저 호황기(저금리, 저달러, 저유가)를 거치면서 지속적으로 개선되었으나, 1997년 외환위기를 겪으면서 대규모 구조조정에 따른 실업률 증가와 기업도산 등으로 소득격차가 크게 심화되었다. 2003년 이후에는 내수위축의 영향으로 다시 악화되고 있다.

최근에는 소득의 불균등화를 넘어 소득의 양극화, 나아가 사회의 양극화 현상에 대한 논의가 다양하게 제기되고 있다. 양극화는 기존의 불균등도를 측정하는 지표들이 소득분포상에 이질적인 집단의 존재로 사회적 갈등이 심화되거나 중산층이 축소 또는 붕괴되는 현상을 제대로 파악하지 못한다는 문제의식 하에 소득분포를 새로운 시각에서 조명하는 개념이다. 양극화 지수를 통해서 그 사회의 내적 갈등 수준을 파악할 수 있으며, 양극화 지

수 값이 높을 경우 집단 간 충돌의 가능성이 크고 반대의 경우 그 가능성이 낮아지는 것으로 볼 수 있다.²

소득의 불균등도와 양극화 정도를 측정하기 위해 일반적으로 지니계수(Gini's coefficient)와 양극화 지수가 이용된다. 우리가 일반적으로 사용하는 지니계수는 상대적 불균등도를 측정하는 지표로서 절대평균격차를 평균값으로 나누어 정규화한 값이다.³ 양극화 지수는 에스테반과 레이(Esteban-Ray)의 지수가 주로 적용되며, 양극화 지수에 양집단의 극화를 과대평가하는 오차를 최소화시킨 것이 EGR(보정된 ER 지수)지수이다.^{4 5}

지니계수와 EGR지수를 통해 소득 분배의 변동을 살펴보면 <그림 3>과 같다. 지니계수는 1980년대 초반 0.3 수준에서 약간씩 감소하여 1997년 0.28까지 감소하였으나 외환위기 직후인 1998~99년간 0.32~0.33까지 크게 증가하였다. EGR지수는 1993년 이후 증가하는 추세를 보이고 있으나 1998년 이후 증가추세가 가속화되어 양극화가 상당히 빠른 속도로 증가한 것으로 나타난다. 소득불균등도와 양극화 정도는 외환위기 이후 크게 심화되었다는 점에서 동일하나, 지니계수로 추정된 소득불균등도는 2000년 이후 감소추세로 전환된 반면 EGR지수로 추정된 양극화 정도는 2000년 이후 오히려 더욱 확대되었다는 점이 구별된다.

² 소득불균등도와 양극화 지수에 관련해서는 두 지수를 서로 별도의 척도로 파악하는 연구[최희갑(2002), 전병유·김혜원·신동균(2006), 강신욱 외(2006)]와 소득불균등도와 양극화 지수는 개념상 차이에도 불구하고 실제 변동추이에서 는 차이점을 찾기 어렵다고 보는 연구[유경준 외(2007.4)]가 대립된다.

³ 지니계수 = $\frac{1}{2n^2\mu} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n |y_i - y_j|$

⁴ $ER = [\pi^\alpha + (1 - \pi)^\alpha][\pi - L(\pi)]$

π : 평균이하의 소득을 가진 사람

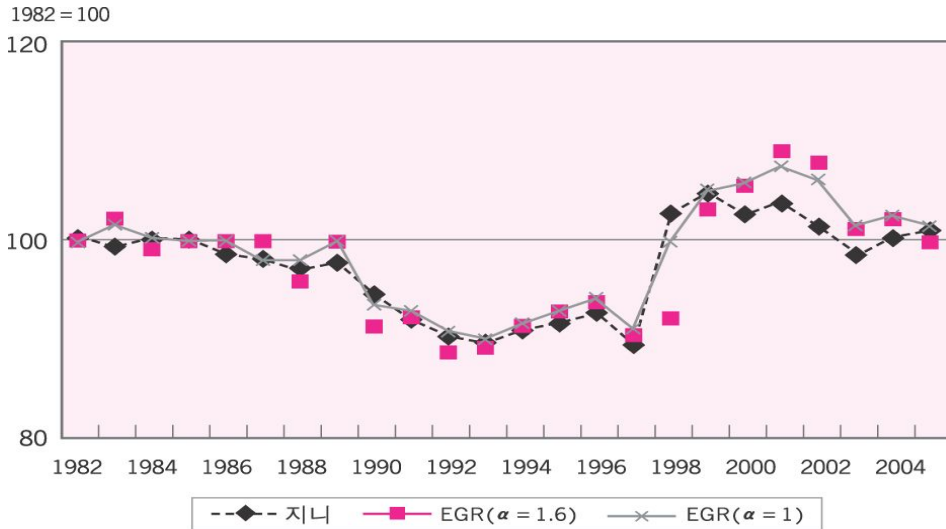
$L(\pi)$: π 에서 로렌즈 곡선의 높이

$\alpha: 0 \leq \alpha \leq 1.6$

$EGR = [\pi^\alpha + (1 - \pi)^\alpha][\pi - L(\pi)][\pi - L(\pi)] - \beta[G - (\pi - L(\pi))]$

⁵ 자세한 설명은 유경준(2007), 강신욱 외(2006), 신동균(2006) 참고

그림 3. 소득불균등지수와 양극화지수 추이(근로자가구)



자료: 유경준, 2007.4. 「소득불균등도와 양극화」, KDI

■ 인구 사회적 요인

고령화

우리나라는 출산율의 급격한 하락과 평균수명 연장 등으로 세계적으로 유례없는 인구구조 고령화에 직면하였다. 우리나라의 1990년 65세 노인인구의 비중은 5.1%에서 2000년 7.2%로 증가하여 고령화 사회(Aging Society)에 진입하였으며 2018년은 14.3% 이상으로 고령사회(Aged Society), 2026년은 20% 이상으로 초고령 사회(Super-aged Society)로 진입할 것으로 예상된다<표 3>. 또한 14세 이하의 어린이 인구에 대한 65세 이상 노인 인구의 비율 $[(65\text{세 이상 인구}) / (0\sim 14\text{세 인구}) \times 100]$ 을 나타내는 노령화 지수도 1980년 11.2%에서 2006년 51%로 증가하여, 2010년대에는

100%를 초과할 것으로 전망된다. 우리나라의 고령화 추세는 고령화 사회를 경험한 다른 선진 국가들과 비교했을 때 진행속도가 매우 빠르므로 잠재 성장률 저하와 국가 재정 부담의 가속화에 영향을 미칠 것으로 보인다.

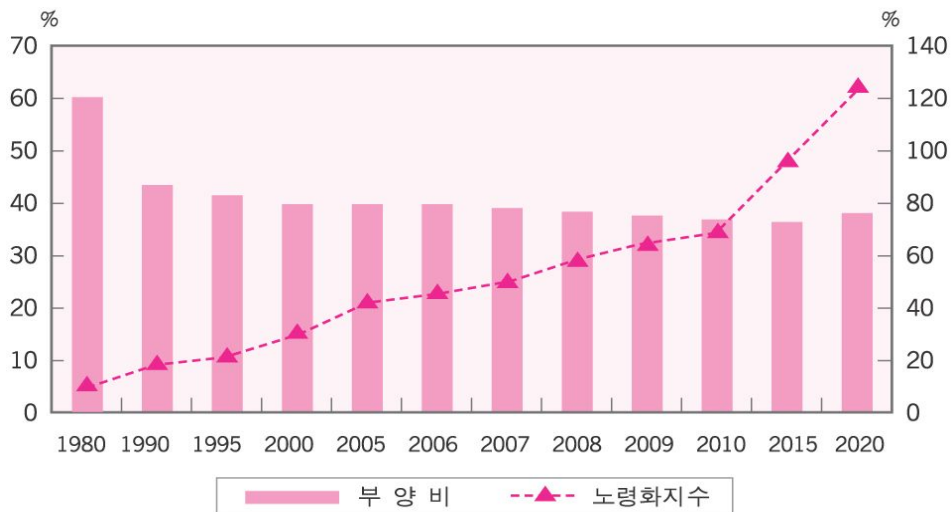
표 3. 인구구성비 전망

인구항목		1990	2000	2006	2007	2018	2026
총인구(천명)		42,869	47,008	48,297	48,456	49,340	49,039
인구구성비 (%)	0~14세	25.6	21.1	18.6	18	12.7	11.7
	15~64세	69.3	71.7	71.9	72	72.9	67.5
	65세 이상	5.1	7.2	9.5	9.9	14.3	20.8

주: 2005년까지는 확정인구이며, 2006년 이후는 추계인구임.

자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

그림 4. 부양비 및 노령화지수



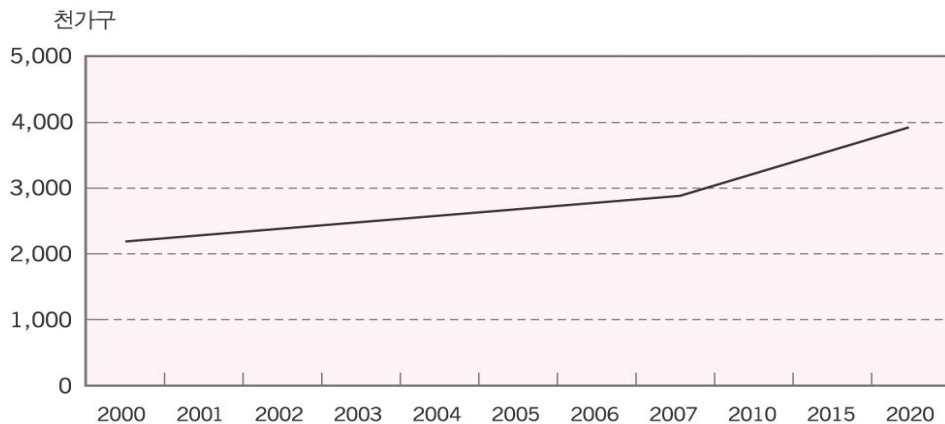
주: 부양비란 생산가능인구(15~64세)가 부양해야 할 유년인구(0~14세), 노년인구(65세 이상)의 비율, 부양비=유년부양비+노년부양비

자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

독신가구 증가

통계청의 2005~2030년 장래가구 추계 결과에 따르면 우리나라 총인구는 2018년 4,934만 명으로 정점을 이룬 뒤 점차 감소할 것으로 예측됐다. 반면 가구수는 2006년도 1,642만 개에서 2030년 1,987만 개로 21% 증가할 것으로 나타났다. 이는 저출산의 영향으로 인구 자체는 감소하지만 핵가족화, 독신가구의 증가로 빠른 가구 분화가 예상된 데 따른 것이다. 최근 독신인구의 증가로 독신자의 가치관이나 소비 성향이 식품, 주거, 서비스 산업에 미치는 영향이 매우 커졌다. 식품·유통업계에서는 이러한 라이프스타일을 반영하여 즉석·간편식품, 반조리식품과 함께 ‘더 작고 간편하게’라는 테마로 기존 제품에 비해 양을 줄인 소용량 제품을 집중적으로 출시하고 있다.⁶

그림 5. 1인 가구의 변화



자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

⁶ 이투데이(2007.11.18): CJ제일제당은 최근 기존 750g 대용량 햄보다 훨씬 작은 80g 햄 출시, 풀무원은 160g짜리 두부 2개가 들어간 ‘국산콩투껍두부’를 선보였다. 한편, 웨미리마트 관계자는 “지난 2005년 12종에 불과하던 미니상품이 이제는 130여 종을 넘으면서 전체 미니상품 매출이 10배 이상 증가했다”고 하였다.

여성 경제활동 확대

여성의 출산을 저하와 고학력화로 경제활동 참여가 확대되고, 여성가구주 수가 증가하는 등 소비시장에서 여성의 비중이 커지고 있다. 여성의 경제활동참가율은 1980년 42.8%에서 2006년 50.3%로 증가하였으며, 여성취업자 비중도 같은 기간 38.2%에서 41.9%로 확대되었다. 우리나라 여성의 경제활동참가율은 선진국의 우리나라와 비슷한 소득수준 시점과 비교할 때 아직은 크게 부족한 수준이다.⁷ 그러나 경제참여율이 높아지면서 덩크족, 싱글족, 맞벌이 부부의 증가로 이러한 생활패턴에 적합한 수요가 증가하고 관련 시장이 새롭게 형성되면서 여성 마케팅이 새로운 트렌드로 자리 잡고 있다.

표 4. 여성가구주 및 경제활동 참가율

단위 %

	여성가구주 비율	경제활동 참가율	여성취업자 비율
1980	14.7	42.8	38.2
1985	15.7	41.9	39.0
1990	15.7	47.0	40.8
1995	16.6	48.3	40.5
2000	18.5	48.8	41.5
2005	19.5	50.1	41.7
2006	19.7	50.3	41.9

주: 전체가구, 경제활동인구, 총취업자에 대한 비율임.

자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

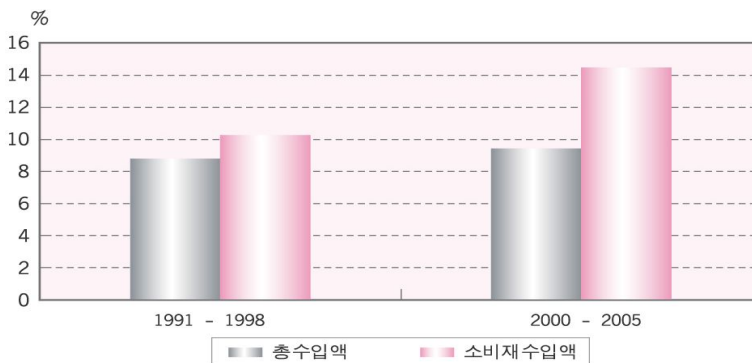
⁷ 우리나라 2006년도 GDP수준과 비슷한 주요국의 여성 경제활동참가율은 미국(1985) 63.8%, 캐나다(1998) 66.6%, 스웨덴(1992) 77.8%, 프랑스(1990) 57.4%, 일본(1989) 59.3% 이다.

■ 유통환경의 변화

시장개방 가속화

DDA·FTA 협상 체결 등을 통해 식품시장 개방이 가속화되면서 외국산 식품의 수입이 크게 증가하였다.⁸ 우리나라의 시장개방은 외환위기 이후 빠르게 증가했는데 총 수입액의 증가율은 1991~1998년간 8.8%에서 2000년대 9.1%로 소폭 상승한 반면, 금을 제외한 소비재 수입액의 증가율은 같은 기간 10.3%에서 14.8%로 크게 증가하였다.⁹

그림 6. 총수입액 및 소비재 수입액 증가율



주: 2000년 불변가격기준

자료: 한국은행. 2006.5. 「소비재 수입확대가 물가변동에 미치는 영향」

⁸ 우리나라는 2003년 이후 동시다발적으로 FTA를 추진해왔으며 칠레(2004.4.1발효), 싱가포르(2006.3.2발효), EFTA(2006.9.1발효), ASEAN(2007.6 상품협정 발효) 등 15개국과 FTA 체결을 완료하고, 미국과의 FTA 협상을 타결(2007.4)하였으며, EU, ASEAN(서비스·투자), 캐나다, 인도, 멕시코, 일본 등 41개국과 협상을 진행 중이다.

⁹ 국내 총 생산액 중 수입액이 차지하는 비중인 수입 투입율은 1995년 33%에서 2005년 45%로 크게 증가했다. 이처럼 수입 침투율이 높아진 것은 소비재 수입 급증이 기인한 측면이 크다(한국은행 2006.5).

표 5. 식품 수입현황

단위: 천톤

	가공식품	식품첨가물	기구용기포장	농임산물	총계
1998	1,469	82	85	6,589	8,224
1999	920	116	124	8,621	9,780
2000	2,640	110	161	7,439	10,351
2001	2,851	120	158	7,385	10,514
2002	2,968	130	187	7,203	10,488
2003	3,118	140	192	7,668	11,119
2004	3,432	163	170	7,678	11,443
2005	3,554	167	178	7,349	11,261
연평균 증감률(%)	13.5	10.7	11.2	1.6	4.6

자료: 식품의약품안전청. 2006년. 「식품의약품 통계연보」

전체 식품수입량은 2005년 1,126만 1천톤이며 이중 농·임산물은 734만 9천톤, 가공식품은 355만 4천톤이 수입되고 있다<표 5>. 연도별 수입 추세를 살펴보면 가공식품이 연평균 13.5%씩 높은 증가율을 나타내고 있으며, 식품 수입량은 1998년 대비 연평균 4.6%씩 증가하였다.

대형유통업체의 등장

소득 증대에 따른 쇼핑 편의성 추구, 일괄 구매욕구가 증대되면서 국내 유통업체의 할인매장 진출이 크게 증가하였다. 1996년 유통시장의 개방 이후 이마트, 홈플러스 등 대형유통업체가 크게 늘어나 28개에 불과했던 대형마트는 11년 동안 무려 10배 가까이 증가해 총 276개로 늘어났다.¹⁰ 하나금융경영연구소(2006)에 따르면 2006년 국내 할인점은 전체 유통시장의 39.1%를 차지하며 국내 시장 점유율에서 1위를 차지하고 있다.¹¹ 대형유통

¹⁰ 월요신문(2007.5.31). <http://www.wolyo.co.kr/>

표 6. 유통업체 판매액 비교

단위: 십억원

항목	대형소매점 판매액	백화점 판매액	대형마트 판매액
1997	16,292	12,616	0
1998	16,856	11,381	4,974
1999	21,514	13,333	7,571
2000	26,195	15,003	10,505
2001	30,969	16,364	13,792
2002	36,093	17,795	17,406
2003	37,598	17,252	19,509
2004	38,715	16,5078	21,494
2005	41,355	17,162	23,530
2006	44,360	18,118	25,478
연평균 증감률(%)	11.8	4.1	22.7

자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

업체의 판매액을 비교해 보면 대형마트의 연간 증가율이 22.7%로 가장 높았으며, 다음으로 대형소매점(11.8%), 백화점(4.1%) 순이었다<표 6>.

초창기 국내 대형할인점은 가격할인·가격파괴를 통해 시장을 확대해 왔으나, 최근 새로운 유통채널로 자리 잡은 대형할인매장은 단순히 생필품을 싸게 파는 할인점에서 고품격 제품 및 갤러리, 문화센터 등 다양한 편의시설을 제공하는 장소로 전환되고 있다.

전자상거래 활성화

대형할인매장 확대와 함께 정보기술의 발달과 각종 인터넷 서비스의 보급 확대로 소비자에게 국내외 상품정보 제공을 용이하게 하고 쇼핑의 편의성을 제공하는 전자상거래가 확대되었다. 사이버 쇼핑물 거래액을 비교해

¹¹ 이정란 외(2007). “대형할인점 점포 속성과 감정이 고객만족과 충성도에 미치는 영향.” 한국생산성학회.

표 7. 사이버 쇼핑몰 취급 상품범위 상품군별 거래액

단위: 억원

구 분		2001	2002	2003	2004	2005	2006
총 거래액		3,345	6,050	7,053	7,739	10,605	13,492
식음료품 및 건강식품	계	803	2,096	2,811	3,712	5,311	6,252
	종합물	708	1,911	2,515	3,164	4,429	4,885
	전문물	95	185	296	547	882	1,370
농수산물	계	1,014	3,075	2,945	2,803	2,847	3,124
	종합물	533	2,245	2,751	2,500	2,311	2,381
	전문물	481	829	194	303	536	743

자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

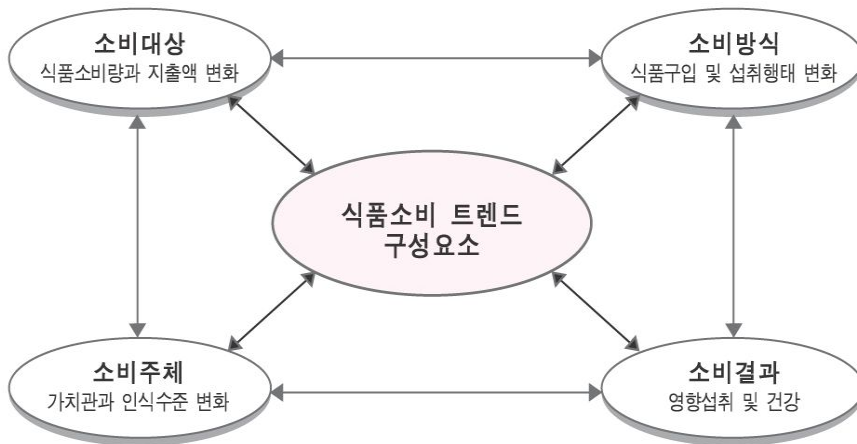
보면 2001년 3,345억원에서 2006년 1조 3,492억원으로 5년간 4배 이상 규모로 증가하였다.

상품별로는 식음료 및 건강식품의 경우 종합물에 비해 사이버 전문물 거래액의 증가율이 더 높았다. 인터넷 등 정보통신 등의 발달로 농수산물도 친환경매장 등 사이버 전문 식품 유통점이 지속적으로 확대될 것으로 보인다.

식품소비 트렌드의 분석대상

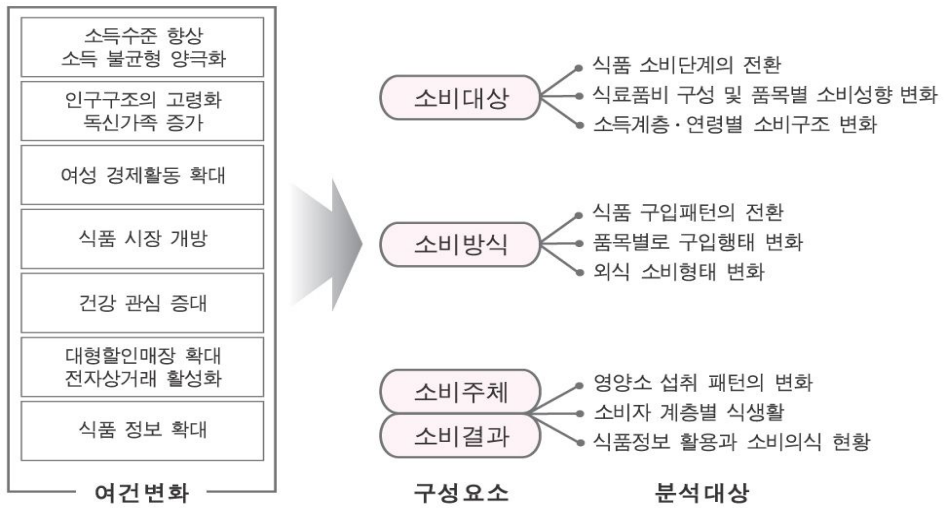
식품소비 트렌드의 구성 요소는 소비주체, 소비대상, 소비방식, 소비결과로 구분할 수 있다<그림 7>. 소비대상의 변화는 소비하는 대상이 되는 재화나 서비스의 변화로 식품의 소비량과 지출액 변화를 나타낸다. 소비방식의 변화는 식품 구입 및 섭취행태 변화를 대상으로 한다. 소비주체는 소비를 행동으로 옮기는 소비자의 변화로서 소비자의 식품관련 가치관과 인식수준의 변화를 의미한다. 또한 식품소비의 결과로 영양수준과 건강상태가 결정되고, 영양 및 건강에 대한 관심이 식품소비에 영향을 미치므로 식품소비 트렌드 변화는 영양섭취 및 건강의 관점에서도 평가될 필요가 있다.

그림 7. 식품소비 트렌드의 구성요소



식품소비 트렌드를 파악하기 위해서는 식품소비 트렌드의 구성요소들이 외부적인 사회·경제·인구학적 여건 변화에 따라 어떠한 영향을 받아 특징적인 트렌드를 형성하였는가에 대한 검증이 뒷받침되어야 한다<그림 8>. 즉, 식품소비를 둘러싼 각종 환경 등이 소비주체, 소비대상, 소비방식, 소비결과에 영향을 미치며, 식품소비 구성 요인들의 변화에서 공통적으로 추세와 행동양식 등이 형성되는데 이러한 현상의 변화를 트렌드 분석의 대상으로 규정할 수 있다. 소득수준의 향상과 소득불균형 확대는 가정식과 외식의 지출구조와 품목별 소비추세를 변화시키며, 인구구성과 유통환경의 변화도 외식 비중과 품목별 소비 성향에 영향을 미치게 된다. 사회·경제·인구측면에서의 새로운 트렌드 변화는 소비자의 식품 구입 및 섭취행태에 영향을 미치게 되는데, 품목별로 어떠한 트렌드가 우세한가는 식품의 특성에 따라 차이가 있다. 또한 소비자 가치와 식생활의 변화는 시대적 사회문화의 배경과 밀접한 관계를 가지므로 환경의 변화와 함께 소비주체자의 변화가 동반된다. 영양섭취 수준의 트렌드는 식품소비 트렌드 변화의 결과로 나타나며 건강과 밀접히 관련된다.

그림 8. 식품소비 트렌드의 분석 대상



제 3 장

식품소비지출 트렌드

이 장에서는 식품소비 트렌드의 구성요소 중에서 소비량 및 지출구조의 변화를 분석한다. 식품소비지출 변화의 주요 특징을 검토하고, 일본 및 미국과 비교하여 시사점을 도출한다. 또한 사회적으로 이슈가 되고 있는 소득의 불균등화·양극화와 고령화 트렌드가 식품소비지출에는 어떠한 영향을 미치는가를 중점적으로 분석한다. 이 분석에서는 통계청 가계조사의 1982~2006년간 시계열 및 횡단면 자료와 보건복지부 국민영양조사의 2001, 2005년도 횡단면 자료가 이용된다. 식품 수요시스템 추정 시 선형화된 준이상수요체계(LAIDS)를 적용하며, 코호트 분석을 시도한다.

식품소비지출 변화의 주요 특징

■ 식품소비단계의 전환

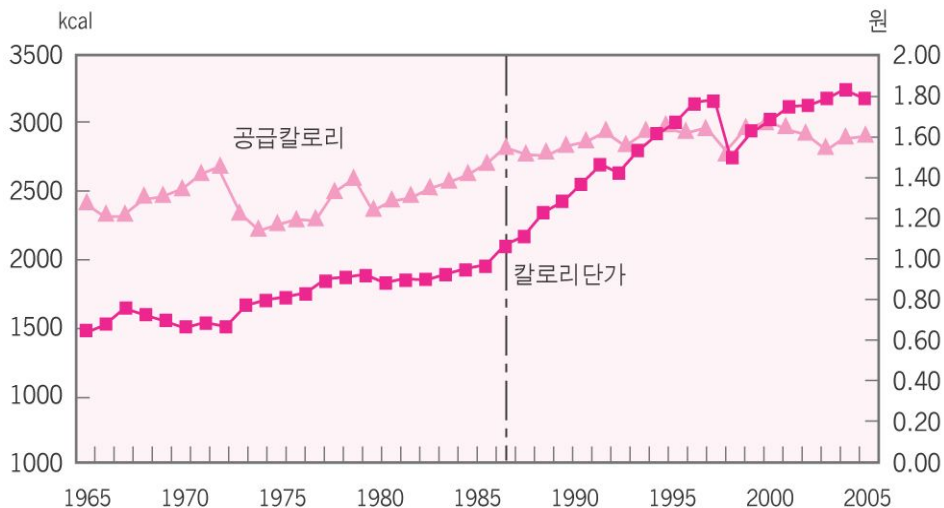
식품소비는 생존을 위해 필요한 영양을 충족시키는 것에서부터 시작하여 1인당 식품소비량이 포화수준에 접근할 때까지 증가하며, 포화수준을 지나면서 식품소비의 양적인 증가는 멈추고 질적인 내용이 변화하게 된다. 식품소비의 내용은 다양한 농산물과 가공식품, 외식을 포함하므로 소비량의 공통된 척도로 1인당 공급칼로리가 일반적으로 사용된다. 식품소비가 질적으로 변화하는 경우 공급칼로리는 거의 변화하지 않는 반면, 식품비지출이 빠르게 상승하므로 1칼로리당 지출액의 상승으로 나타난다.

우리나라에서 식품소비의 양적인 증가추세는 공급칼로리 변동을 통해 확인될 수 있다<그림 9>. 1인 1일당 공급칼로리는 1987년 2,810kcal까지 빠르게 증가하였으나 이후 증가율이 둔화되면서 2,900kcal 수준에서 변동하고 있다. 식품소비의 질적인 변화가 나타나는 단계에서 양적으로는 증가추세가 둔화되는 반면 지출액 수준이 빠르게 증가하여 공급칼로리당 단가가 크게 상승하는 특징을 보인다. 칼로리당 공급단가(1995년 불변가격)는

1980년대 후반까지 완만히 증가했으나 1988~1989년을 기점으로 빠르게 증가하고 있는 것을 확인할 수 있다.

즉, 우리나라는 1980년대 후반까지 식품소비가 양적으로 확대되어 포식 단계에 도달했으며, 이후에 소비량 증가율이 둔화되면서 질적인 향상을 추구하는 단계에 진입하게 된다.¹² 따라서 우리나라의 식품소비는 1980년대 후반을 기점으로 그 전과 구별되는 양상을 보이고 있다. 이 단계에서 소비자들은 식품섭취로부터 얻는 포만감 이외에 맛, 포장형태, 영양, 안전성 등 질적인 측면에 관심을 갖게 된다.

그림 9. 1인 1일당 공급칼로리 및 칼로리 단가(2000년 불변가격) 추세



주: 칼로리단가는 도시가계 가구원당 식품비 지출액을 식품비 소비자물가지수(2000년 기준)로 디플레이트한 후 칼로리 공급량으로 나누어 산출함.

자료: 한국농촌경제연구원. 2005. 「식품수급표」, 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

¹² 이와 관련한 연구는 사공용·최지현(1995), 時子山ひろみ·荏開津典生(1998), 정영일·이경미(2000) 등이 있다.

■ 식료품비 구성의 변화

식료품비 비중 저하

가구의 소득수준이 향상될수록 소득 증가폭에 비해 식품소비 증가는 상대적으로 적어지며, 이에 따라 가계비 지출(또는 소득) 중에서 식료품비의 비율을 나타내는 엔젤계수는 갈수록 낮아지는 것이 일반적인 현상이다.

실제 가구의 월평균 소득 및 지출액 추세를 살펴보면 시기별로 증가율에 차이가 있으나, 대체적으로 식료품비 지출액 증가율은 소비지출 증가율에 못 미치는 것으로 나타난다<그림 10>. 2000년 이후 가구의 식료품비 증가율은 연평균 4.4%로 소득 6.3%, 소비지출 5.5%보다 약간 낮다.

따라서 엔젤계수는 1982년 0.41에서 2006년 0.26으로 낮아지는 추세를 보이고 있다<그림 11>. 소득계층을 5분위로 구분하여 소득계층별 엔젤계

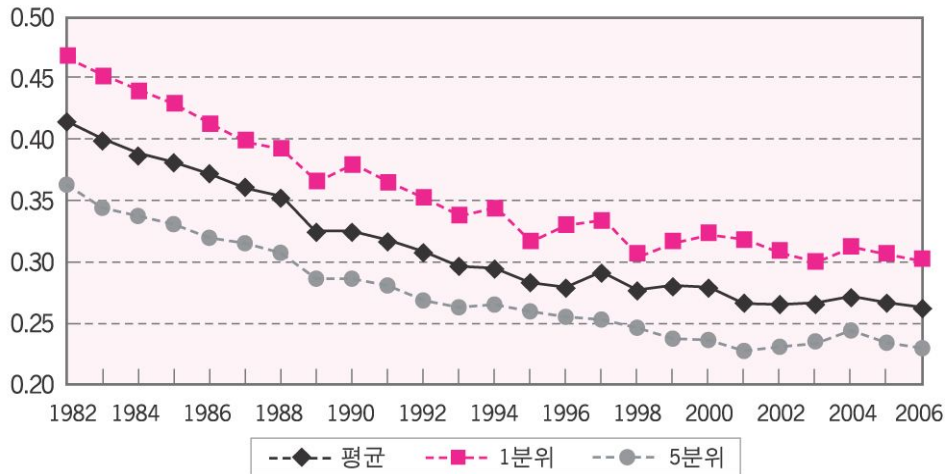
그림 10. 식료품비 연평균 증감률 추이



주: 근로자가구 기준

자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

그림 11. 엥겔계수 추이



자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

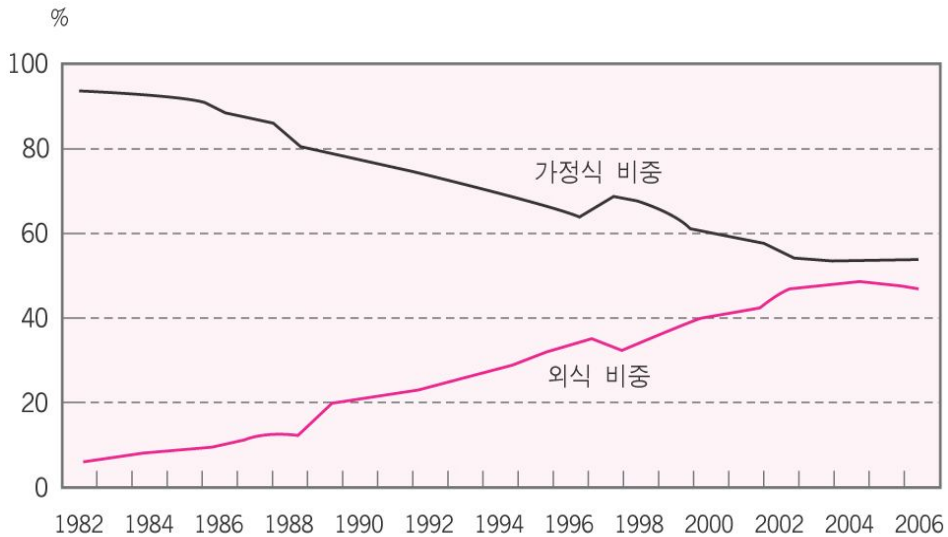
수 추세를 비교하면 고소득계층의 경우 저소득계층에 비해 안정적인 추세를 보이는 특징이 있으나, 감소하는 추세는 비슷한 양상을 나타낸다. 2006년 기준 시 하위 20%에 해당하는 가구의 엥겔계수는 0.29, 상위 20%에 해당하는 가구의 엥겔계수는 0.23 수준이다.

외식 지출비중의 급격한 증가

가. 가구의 외식 지출비중

식품 지출비 변화 중에서 가장 뚜렷하게 나타나는 현상은 가정 내 지출 비중이 감소하고 외식 지출비중이 크게 증가한 것이다<그림 12>. 외식은 1990년만 하더라도 곡류 및 빵류의 점유율 20%와 동일한 수준이었으

그림 12. 가정식 및 외식 지출비중 추이



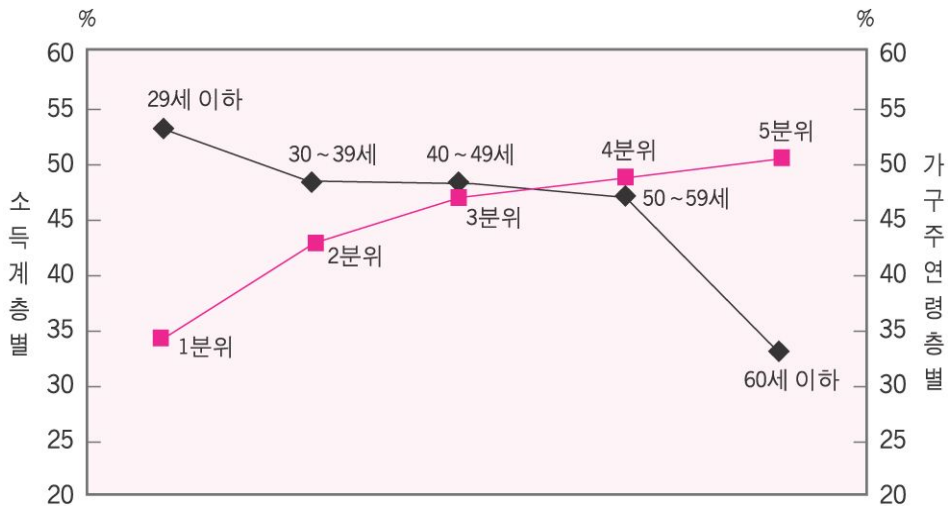
자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

나, 2004년 46.6%까지 빠르게 확대되었으며 이후 46% 수준을 유지하는 특징을 보이고 있다.

가구의 외식 지출비중은 소득 및 연령층별로 큰 차이를 보이고 있다<그림 13>. 소득계층별로 소득수준이 높을수록 외식 지출비중이 증가하는 추세가 나타난다. 2006년 기준 시 소득이 하위 20%에 해당하는 가구의 외식 지출비중이 34%로 낮은 반면, 소득수준이 상위 20%에 해당하는 가구의 경우 외식 지출비중은 51%로 절반을 초과하는 것으로 분석되었다.

가구주 연령층별로는 가구주가 20대인 가구의 외식 비중이 54%로 가장 높았으며, 30~50대 연령층에서는 49% 수준으로 비슷하였다. 반면 가구주가 60대 이상 가구의 경우 외식 지출비중은 37%로 다른 연령층에 비해 크게 적은 것으로 나타났다.

그림 13. 소득 및 연령층별 외식 지출비중 비교, 2006



자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

나. 주요 식품의 외식 소비구조

2001, 2005년 국민영양조사 원자료의 식품별 식사장소와 매식 여부 변수를 이용하여 주요 식품의 수요처별 섭취비율을 산출하였다<그림 14>.¹³ 쌀은 2005년 기준 시 전체 소비량의 70.6%가 가정에서 조리되는 것으로 분석되었다. 2001년 기준 시 쌀 소비량의 69%가 가정 내에서 조리되었던 것과 비교해 볼 때 수요처별 쌀 소비구조는 큰 변화가 없다는 점을 알 수 있다.¹⁴ 쌀 소비량의 29.4%는 가정 밖에서 조리되었으며, 외식 중에서 식

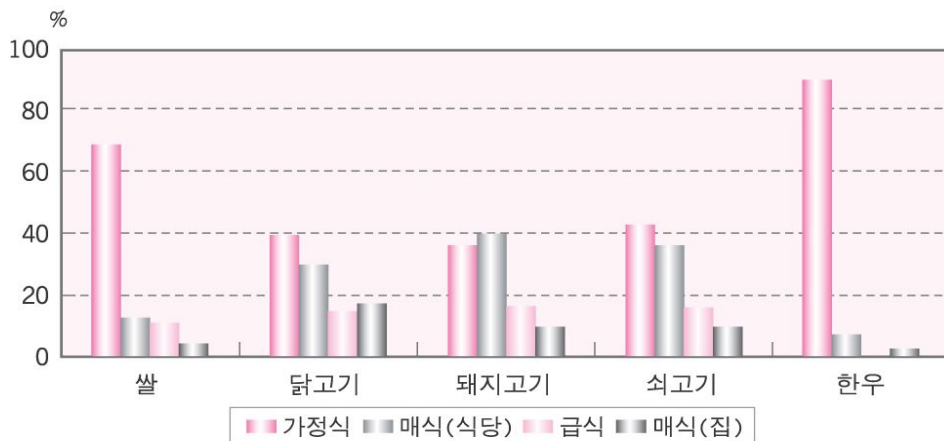
¹³ 국민영양조사의 식품별 식사장소와 매식 여부를 기준으로 가정식, 급식, 외식 [매식(식당), 매식(가정)]으로 구분하였다. 외식 중에서 매식(식당)은 식당에서 조리하고 식당에서 사먹는 경우를, 매식(가정)은 식당에서 조리하고 테이크아웃이나 배달의 형태로 가정에서 식사한 경우를 기준으로 하였다.

¹⁴ 이계임·김민정(2001) pp.13~14 참조

당 매식이 12.7%, 급식 12.3%, 배달음식 등이 4.4%를 점하고 있었다.

육류 중에서 가정식 소비비중이 가장 큰 품목은 쇠고기로 43.3%가 가정 내에서 섭취되었으며, 돼지고기와 닭고기는 각각 38.8%와 36.6% 수준이었다. 반면 음식점에서 조리하여 음식점에서 먹는 비율은 돼지고기가 39.6%로 가장 높고, 쇠고기와 닭고기는 각각 35.4%, 30.2%에 달하였다. 닭고기의 경우 치킨에 힘입어 배달음식 비율이 16.8%로 다른 품목에 비해 월등히 높은 특징을 보인다. 돼지고기는 급식의 비율이 14.6%로 다른 육류에 비해 높았으나, 삼겹살은 가정과 식당에서의 소비비중이 높은 반면 급식 비율이 1.9%로 크게 낮았다. 상대적으로 고가인 삼겹살은 가정이나 음식점에서 주로 소비되며, 급식에서는 거의 소비하지 않는 것으로 보인다. 쇠고기 중에서 한우의 경우는 가정식이 91.6%로 대부분 가정 내에서 소비되며, 식당에서 소비하는 비율은 8.4%에 불과한 것으로 나타난다. 쇠고기를 먹을 때 한우임을 확신하고 먹은 경우만 한우로 분류하였기 때문에 외식부문에서 먹은 쇠고기가 한우인지 여부가 불분명한 측면이 있다. 그러나 대체적으로 한우의 경우 주로 가정식으로 소비되며, 외식의 경우는 한우를 차별화하여 판매하는 일부 업체에서만 이용하고 있을 것으로 추론해 볼 수 있다.

그림 14. 품목별 수요처별 섭취비율, 2005



자료: 보건복지부, 국민영양조사 원자료 분석결과

건강 및 기호식품 비중 증가

외식을 제외하고 가정 내에서 소비하는 식품류별 지출추이를 살펴보면 <그림 15>와 같다. 주식용으로 소비되거나 주식과 보완재로 소비되는 식품류의 경우 지출비중이 감소 내지 정체하는 추세를 보이는 반면, 기호식품의 성격을 갖거나 건강에 좋다는 인식이 일반적인 식품류의 경우 증가하는 경향을 보였다. 즉, 곡류 및 식빵, 육류, 어패류, 유지 및 조미료의 지출 비중은 감소 내지는 정체 성향을 보이고 있으며, 과일류, 빵 및 과자류, 차·음료·주류, 기타식료품은 증가 경향이 뚜렷하게 나타난다.

그림 15. 가정 내 식품류별 지출비중 추이



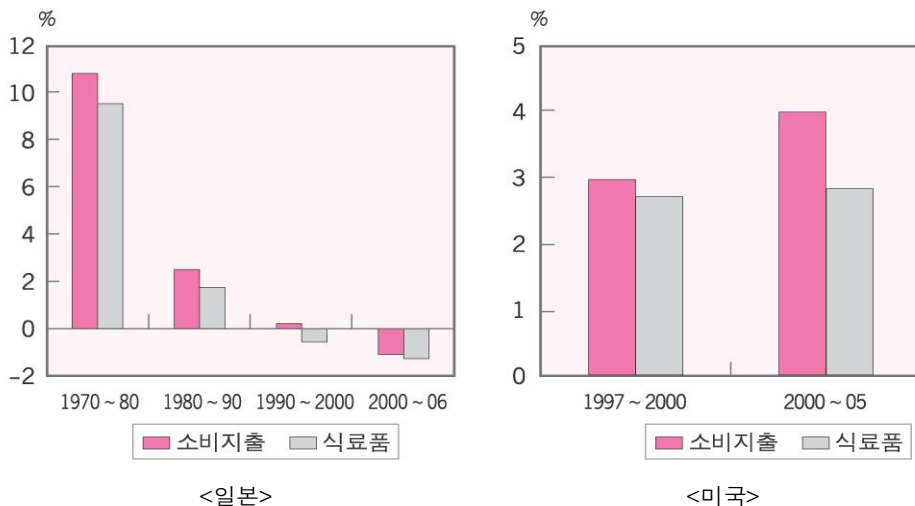
자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

■ 일본과 미국의 식료품비 구성 변화와 시사점

식료품비

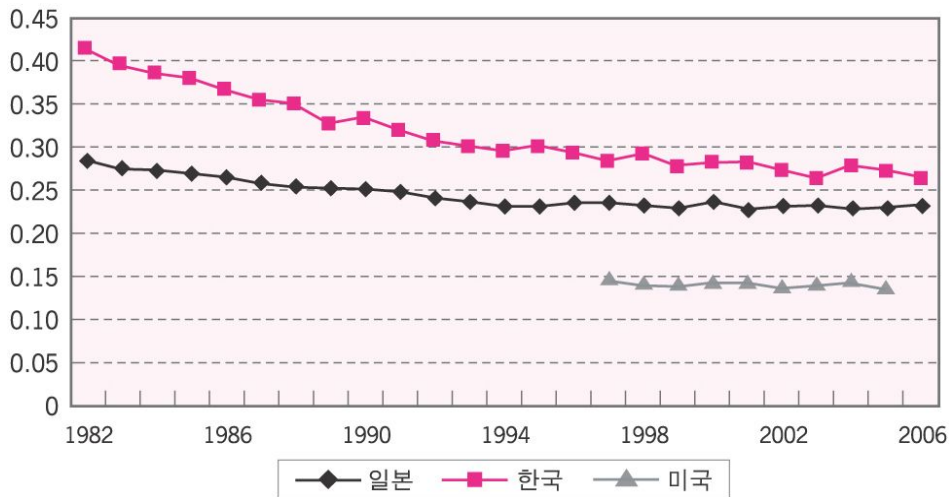
가계비(또는 소득) 중에서 식료품비 비중이 저하하는 경향은 일본과 미국에서도 공통적으로 나타나는 현상이다. 일본의 식료품비는 1970년대와 1980년대에는 연간 9.5%씩 증가하였으나 그 후 증가율이 현저히 떨어졌다. 식료품비는 2000년 이후 매년 -1.3%씩 감소하였으며, 소비지출액 증가율보다 빠르게 감소하는 특징을 나타낸다. 미국에서도 2000년 이후 연간 식료품 지출 증가율은 2.83%로 같은 기간 소비지출 증가율 4.05%보다 낮은 수준이다.

그림 16. 일본과 미국의 식료품비 연평균 증감률



자료: 총무성 통계국. 각 연도. 「소비자물가지수연보」, USDA. ERS

그림 17. 엔겔계수 추이



자료: 총무성 통계국. 각 연도. 「소비자물가지수연보」, USDA. ERS

이에 따라 일본과 미국의 엔겔계수도 우리나라와 마찬가지로 약간씩 감소하는 추세를 보이고 있다<그림 17>. 일본의 엔겔계수는 2006년 0.23으로 우리나라의 고소득계층과 비슷하며, 미국은 0.14로 크게 낮다. 엔겔계수 감소추세는 일본의 경우 우리나라에 비해 빠르지 않고, 미국의 경우 거의 변화없이 0.13 수준을 유지하는 것으로 나타났다.

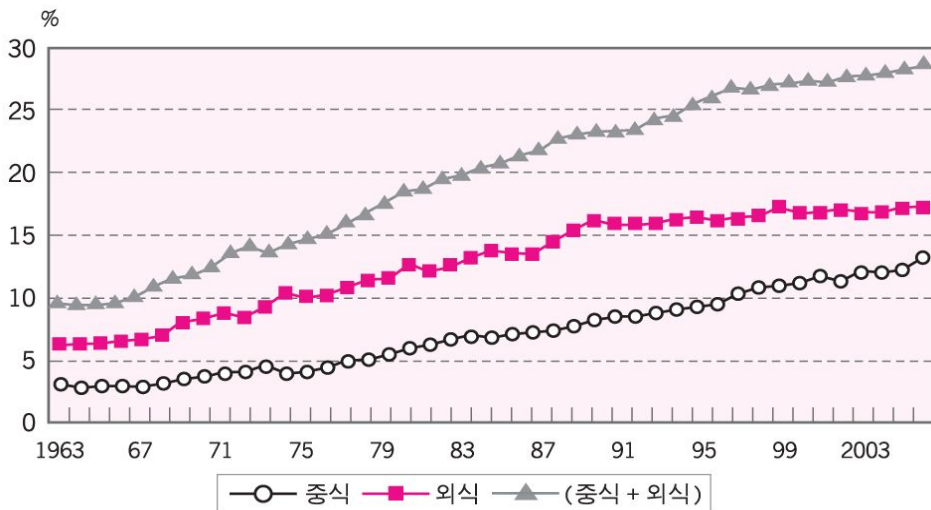
외식 지출비중

일본에서 식품비 지출에서 점하는 외식 지출비중은 1973년에 10%를 초과하여 1988년 15%를 초과할 때까지 비교적 빠르게 증가하였으며, 2000년 이후에는 증가율이 다소 주춤한 상황이다. 2006년 가계의 외식 지출비중은 16.7%이다. 일본에서는 외식과 구분하여 중식이라는 식사형태를 별도로 구분하고 있는데, 중식시장이 빠르게 성장하고 있으며 1990년대 이후에는 외식의 성장속도를 추월하였다.¹⁵ 식료품 지출에서 차지하는 중식비

비율은 1979년에 5%를 넘었으며, 2006년에는 12%에 이른다<그림 18>. 우리나라의 외식 비중과 비교하기 위해 일본에서의 외식과 중식을 포함한 식품의 외부화 비율을 산출하면 2006년 기준 28.7% 수준이다.

일본에서 중식을 포함한 외식 지출비율을 소득계층별 및 가구주 연령층별로 구분하여 살펴보면 <그림 19>와 같다. 외식지출은 20대가 38.2%로 가장 높았으며 연령이 많을수록 외식 지출비중이 감소하는 것으로 나타났다. 60대 이상 연령층에서의 외식 지출비중은 24%였다. 소득계층별로는 소득수준이 높을수록 외식 지출비중이 증가하는 것으로 나타났다. 소득수준을 10분위로 구분할 경우 외식 지출비중은 1분위 가구가 23.3%, 10분위 가구가 31.4%였다.

그림 18. 일본의 외식 및 중식비율 추이

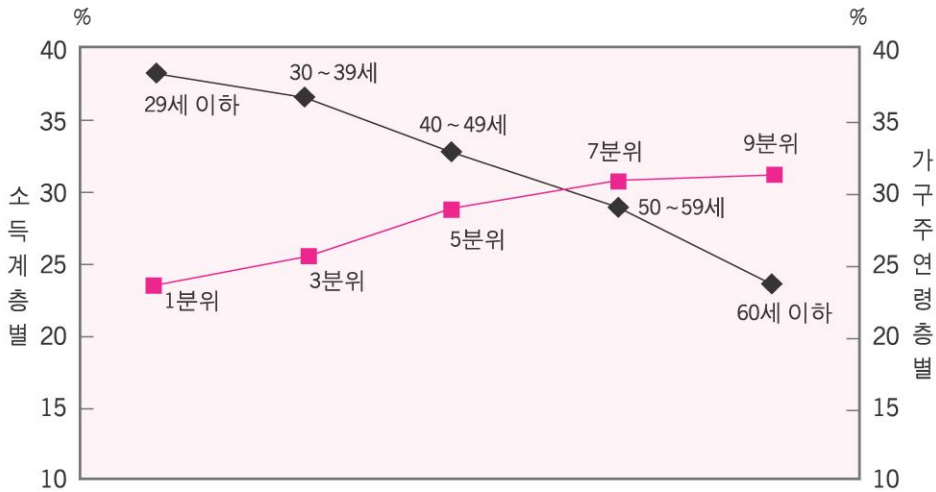


주: 전국 2인 이상 비농림어가 대상

자료: 총무성 통계국

¹⁵ 중식은 내식과 외식의 중간적인 의미로 사용되며, 조리하는 주체와 조리 장소가 가정 외이나, 가정 내에서 소비되는 것을 지칭한다. 슈퍼, 편의점에서 구입하여 포장해서 집으로 가져갈 수 있는 부식물이나 도시락이 대표적인 중식이라 말할 수 있으나, 실제로는 전문점에서의 구입이 가장 많다.

그림 19. 일본의 가구주 연령 및 소득계층별 외식 비중 비교

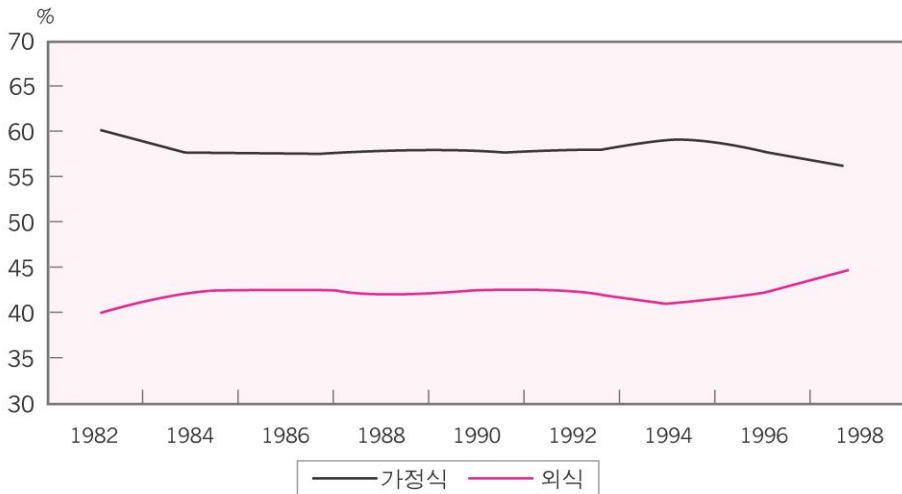


자료: 총무성 통계국. 각 연도

미국에서 외식 지출비중은 1997년 이후 대체로 42% 수준에서 유지되는 특징을 보인다. 외식시장의 정체는 소득 증가와 인구 성장이 외식시장의 성장을 가속화시키는 요인으로 작용함에도 불구하고 고령화로 인한 연령 효과가 외식 지출을 감소시키는 작용을 하기 때문에 나타난 현상으로 설명되고 있다. 2005년도에는 외식 비중이 전년 대비 2.3%포인트 증가하여 44.4%를 나타냈다<그림 20>.

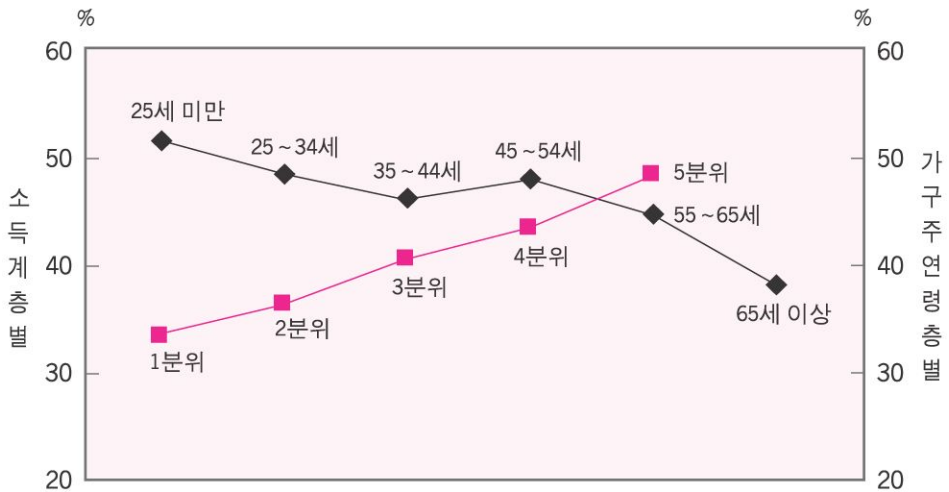
가구주의 연령층별로 외식시장 지출비중을 살펴보면 가구주 연령이 25세 미만인 가구가 가장 컸으며 연령이 많을수록 대체로 감소하는 추세를 보인다. 가구주 연령이 25세 미만인 가구의 외식 지출비중은 51.2%로 절반을 넘는 반면 65세 이상 가구의 경우는 37.4%였다. 가구주 소득계층별로는 소득수준이 높을수록 외식 지출비중이 증가하는 추세를 보여 소득수준에 따라서 33.1~46.5%의 비율을 나타냈다<그림 21>.

그림 20. 미국의 외식 지출비중 추이



자료: USDA. ERS

그림 21. 미국의 가구주 연령 및 소득계층별 외식 지출비중 비교

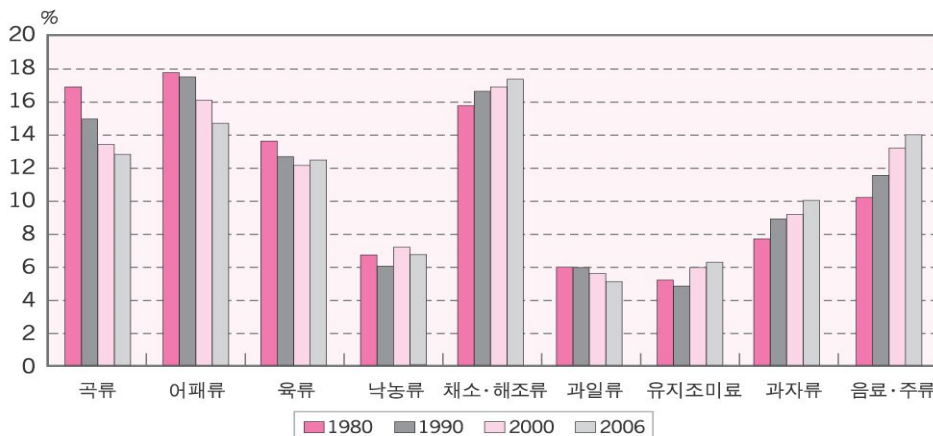


자료: USDA. ERS

식품류별 지출

일본의 경우 곡류, 어패류, 육류, 채소·해조류의 비율이 감소하는 추세와 과자류, 차·음료·주류, 기타 식료품 등의 증가추세는 우리나라와 동일한 것으로 나타난다. 우리나라와 다른 점은 과일과 낙농품의 경우 우리나라에서는 증가추세를 보이는 반면, 일본에서는 지출비중이 감소하는 추세를 보이는 것이다. 또한 우리나라에서는 유지 및 조미료의 비율이 감소하는 반면 일본에서는 증가하는 특징을 나타냈다. 일본에서 과일의 지출비중이 감소하는 추세를 보이는 것은 젊은이와 어린아이들이 음료류를 많이 소비하게 되면서 과일을 먹지 않게 된 현상을 반영하는 것으로 보인다.¹⁶ 일본에서 유지 및 조미료의 비율이 증가하는 이유는 우리나라에 비해 식생활에서 차지하는 비율이 크고, 다양한 제품 개발이 추진되는 등 시장이 빠르게 성장해온 데 연유하는 것으로 예상된다.

그림 22. 일본의 가정 내 식품류별 지출비중 추이



주: 명목 값 기준임.

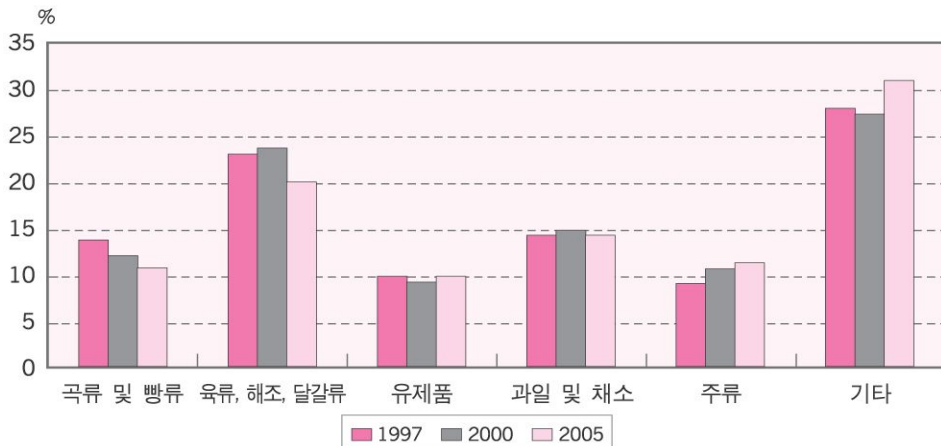
자료: 총무성 통계국. 각 연도

¹⁶ Mori(2001). p.254.

미국은 우리나라 또는 일본과 식생활 패턴이 다르기 때문에 식품류별 지출비중 변화추이가 상당한 차이를 보인다. 품목별로 구분하면 곡류, 육류·해조·달걀류, 과일 및 채소류의 지출비중은 감소하였으며 유제품과 주류는 정체상태에 있었다.

최근에 새롭게 나타나는 미국 식품소비의 특징은 곡류의 소비 증가와 육류의 경우 가금육의 적색육 대체현상이다. 곡류의 경우 가정 내 지출비중은 약간씩 감소하고 있으나, 소비자들은 식이권장량에 부합하기 위해 소비를 늘리는

그림 23. 미국의 식품류별 지출비중 추이



자료: USDA, ERS

표 8. 미국의 1인당 곡류 및 육류 소비량 변화

단위: 파운드

	항목	1970	1980	1990	2000	2001	2002	2003	2004	2005
곡류	전체	135.1	147.0	185.7	199.5	194.9	192.1	193.3	192.2	192.3
	밀가루	111.0	117.3	139.1	146.3	141.0	136.7	136.6	134.3	134.1
	쌀	7.2	10.1	16.6	19.3	19.2	20.0	20.6	21.2	21.0
육류	적색육	131.7	126.4	112.3	113.7	111.4	114.0	111.6	112.0	110.0
	가금육	33.8	40.8	56.3	67.9	67.8	70.7	71.2	72.7	73.6

주: 곡류는 1970년(1970-74년), 1980년(1980-84년), 1990년(1990-94년) 평균 소비량

출처: USDA, ERS, Putnam, Allhouse & Kantor(2002)에서 재인용

추세이다. 미국에서 1인당 쌀 소비량은 1980년 10.1파운드에서 2005년 21.0파운드로 두 배 이상 늘어났다. 건강에 대한 소비자들의 관심이 증가하고, 여성의 사회참여가 확대됨에 따라 육류 중에서 지방 함량이 낮고 조리 시간을 절약할 수 있는 가금육에 대한 선호도가 증가하는 특징을 보인다. 육류 중에서 가금육 비율은 1980년 24.4%에서 2005년 40.1%로 급격히 증가하였다.

시사점

일본과 미국의 식료품비 변화를 검토함으로써 향후 우리나라 식료품비 구성의 변화와 관련하여 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있다.

첫째, 가구의 소득수준이 향상될수록 가계비 또는 소득 중에서 접하는 식료품비 비중이 감소하는 것은 공통적인 현상으로 향후에도 관찰될 것으로 보이나, 소득수준이 향상됨에 따라 감소속도가 둔화될 것으로 예상된다. 일본과 미국의 경우 1990년대 중반 이후 엔겔계수는 각각 0.23과 0.13 수준에서 크게 변동하고 있지 않다.

둘째, 우리나라의 식료품비에서 외식 지출비중은 일본과 미국에 비해 매우 빠르게 확대되어 왔고, 현재도 월등히 높은 수준이다. 외식 지출비중은 향후에도 당분간 증가할 것으로 보이나, 증가추세는 다소 둔화될 가능성이 있다.

셋째, 식품류별 지출비중은 나라에 따라 식품소비 패턴이 다르기 때문에 직접적인 비교는 어렵지만, 건강중시 경향이나 다양한 식품소비 섭취 지향은 국가마다 공통적인 현상이므로 장기적인 시사점을 줄 수 있다. 일본의 경우 가정 내 곡류, 육류, 어패류 등의 감소경향은 우리나라와 같으나, 유지·조미료와 과일류에 있어서 차이가 나타났다. 유지·조미료의 경우 우리나라에도 고급화 추세가 가속화될 가능성이 있으며, 과일의 경우에도 간편화 추구경향의 영향으로 소비증가 추세가 다소 둔화될 가능성을 배제할 수 없다. 미국의 적색육 소비 감소와 곡류 소비 증가 추세는 건강에 대한 관심 증대에 따라 새로운 소비패턴으로 등장할 가능성이 높다.

■ 식품소비 결정요인 분석

식품류 지출비중 변화에 인구·사회학적 요인이 더 큰 기여

식품소비가 사회·문화·경제 등 사회의 전반적인 여건과 밀접히 관련되므로 식품소비에 영향을 주는 요인은 식품의 생산 및 유통구조뿐만 아니라 경제적 요인, 인구·사회적 요인, 선호변화 요인 등으로 다양해지고 있으며 이러한 요인들은 최근 20년간 빠르게 변화하여 왔다. 식품류별 수요 변화가 어떠한 요인에 의해 더 크게 좌우되었는지를 규명하는 것은 정책당국이나 식품산업 종사자들에게 향후 식품소비구조를 전망하는 데 시사점을 제공한다.

가. 분석모형과 추정방법

식품에 대한 수요량 (x_i^M)이 식품가격 (p), 가구소득 (M), 선호변화 (z) 및 인구사회적인 특성(δ)을 나타내는 변수들의 함수로 표현되는 $x_i^M = x_i^M(p, M, z, \delta)$ 형태의 마샬리안 수요함수를 가정하였다. 함수식을 이용한 가격 및 소득 탄력성과 인구사회학적 변수에 대한 계수 추정값은 각 변수별로 품목별 수요에 미치는 영향을 파악하는 중요한 지표로 활용될 수 있다.

식품소비 변동을 요인별 효과로 분해하여 품목별 변동이 어떠한 요인으로 설명될 수 있는가를 검토하기 위해서 수요함수를 다음과 같은 지출비중의 함수 형태로 전환하였다.

$$G(s_i) = \sum_{j=1}^n (\varepsilon_{ij}^H - s_j + \kappa_{ij}) G(p_j) + (n_i - 1) \left(G(M) - \sum_{j=1}^n s_j G(p_j) \right) + \frac{\partial \ln s_i}{\partial \ln z} G(z) + \sum_{k=1}^l \frac{\partial \ln s_i}{\partial \ln \delta_k} G(\delta_k)$$

식에서 우변의 첫 번째 항은 대체효과(substitution effect), 두 번째 항은 총지출(또는 소득)효과, 세 번째 항은 선호변화효과(effects due to habit formation and taste change), 마지막 항은 인구사회적인 변화 효과를 나타낸다. 우변의 첫 번째부터 세 번째 항을 모두 합하면 수요변화의 경제적인 효과라 할 수 있고 나머지 항은 수요변화의 비경제적인 효과 또는 인구사회적인 효과라 할 수 있다.

수요함수 추정은 가격과 지출변수 외에 계절더미변수와 인구학적 변수와 설명변수로 추가된 선형화된 AIDS(LAIDS)모형을 사용하였다. 물가지수 $\ln P_t$ 대신 다음의 근사식을 LAIDS 모형 추정에 사용하였으며, 식품소비에서 나타날 수 있는 습관형성(habit formation)의 효과를 수요모형에 반영하기 위해 전기소비량 x_{it-1} 을 변수로 포함시켰다¹⁷. LAIDS 모형은 ITSUR(Iterated Seemingly Unrelated Regression) 방식을 사용하여 추정하였다.

나. 이용자료 및 대상 품목

분석에 이용한 자료는 통계청의 전가구 월평균 지출액과 소비자물가지수이며, 1985년 1분기부터 2006년 4분기까지 총 88개 자료가 분석에 이용되었다. 분석대상은 곡류 및 식빵, 육류, 어패류, 낙농품, 채소류 및 해조류, 과일류, 외식, 기타(빵과 과자류, 차·음료·주류)의 8개 식품류이다. 곡류와 식빵, 채소류와 해조류를 묶어서 분석에 이용한 것은 통계청 분기별 자료에서 통합하여 발표되고 있기 때문이다.

¹⁷
$$w_{it} = \alpha_i + x_{it-1} + \sum_j \gamma_{ij} \ln p_{jt} + \beta_i (\ln x_t - \ln P_t) + \sum_k \Theta_{ik} \delta_k$$

$$\ln P_t = \alpha_0 + \sum_j \omega_{jt-1} \ln p_{jt}$$

 - 가합성제약: $\sum_i \alpha_i = 1, \sum_i \beta_i = 0, \sum_i \gamma_{ij} = 0, \forall i$
 - 동차성제약: $\sum_j \gamma_{ij} = 0, \forall i$
 - 대칭성제약: $\gamma_{ij} = \gamma_{ji}, \forall i, j$

인구사회적인 변수로는 가구원 수, 가구주 연령, 인구구성비(0~14세, 15~64세, 65세 이상), 여성의 경제활동 참여율을 포함하였다. 또한 식품에 대한 지출은 계절적 영향을 받기 때문에 분기별 계절더미를 포함하였다.

다. 분석결과

LAIDS모형의 추정계수값을 토대로 산출한 탄력성은 <부표 1>과 같다.¹⁸ 식품류별로 가격탄력성은 -0.438에서 -1.585의 분포를 보이며 외식, 어패류, 육류는 상대적으로 높은 편으로 나타났다. 이들 품목의 경우 다른 식품류에 비해 가격수준이 저렴해진다면 지출비중이 증가할 가능성이 있는 것으로 추정되었다. 지출탄력성은 0.0064에서 1.9149의 분포를 보여 식품류별로 큰 격차를 보였다. 곡류, 채소·해조류, 육류, 어패류의 지출탄력성은 0.61~0.87로 비교적 낮았으며, 과일과 외식의 지출탄력성은 1 이상으로 탄력적으로 산출되었다. 향후 식품비 증가는 과일과 외식의 지출비중을 확대시키는 방향으로 영향을 미칠 것으로 전망할 수 있다.

표 9. 자체가격 및 지출 탄력성에 의한 지출품목군의 분류

		자체가격탄력성			
		0.5 미만	0.5~0.8	0.8~1.0	1.0 이상
지출 탄력성	0.5 미만	낙농품			
	0.5~0.88		곡류, 채소·해조류	육류, 어패류	
	0.88~1.0				
	1.0 이상		과일류	외식	

주: 탄력성의 구분에 사용된 수치는 0.5와 품목별 탄성치의 중앙값임.

¹⁸ 지출탄력성 : $E_i = 1 + \frac{\beta_i}{\omega_i}$

비보상수요함수의 자체가격 및 대체가격 탄력성 : $e_{ij} = \frac{\gamma_{ij} - \beta_i \omega_j}{\omega_i} - \delta_{ij}$

보상수요함수의 자체가격 및 대체가격탄력성 : $\tilde{e}_{ij} = \frac{\gamma_{ij}}{\omega_i} + \omega_j - \delta_{ij}$

식품류별로 가격탄력성이 상대적으로 높은 품목은 외식, 육류, 어패류였으며, 곡류, 과일, 채소·해조류, 낙농품은 가격탄력성이 비교적 낮은 편으로 나타났다<표 9>. 또한 교차탄력성 추정결과에 의하면 육류, 낙농품, 어패류, 외식 등은 상호 대체재 성향을 나타내는 반면, 이들 식품류들은 채소·어패류, 과일 등과 보완재 성향을 보이는 것으로 분석되었다.

LAIDS모형에서 설명변수로 추가된 전기소비량, 계절별 더미와 인구사회적인 변수에 대한 계수값의 추정결과 지출비중이 전기소비량의 영향을 받는 품목은 곡류, 육류, 낙농품으로 나타났다<부표 2>. 이들 품목의 경우 소비습관이 소비량에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다. 계절별 더미는 대체로 유의한 것으로 추정되어 지출비중이 분기별로 차이가 나는 것으로 분석되었다. 가구원 수의 감소는 곡류, 어패류, 채소·해조류에 대한 지출비중을 감소시키는 반면, 외식 지출비중을 증가시키는 것으로 나타났다. 핵가족화, 독신가구 증가, 자녀수 감소에 따른 가구원 수 감소가 외식지출을 증가시키는 데 영향을 미친 것으로 해석할 수 있다.

수요함수 추정결과를 요인분해식에 적용하여 수요 변화에 영향을 미치는 요인들의 기여율을 산출하였다. 식품류별로 지출비중 변화를 인구·사회적 요인에 의한 부분과 경제적 요인에 의한 부분으로 분해하면 대부분 식품류에서 경제적인 요인보다는 인구·사회적 요인의 영향이 더 큰 것으로 분석되었다<부표 3>. 경제적인 요인과 인구·사회적 요인의 변화가 모두 지출비중의 감소를 초래한 품목의 경우 지출비중의 감소에 대한 인구·사회적 요인의 기여율은 곡류가 57.5%, 육류 64.7%, 외식 84.9%에 달하였다. 어패류, 과일, 채소·해조류, 기타식품 등은 지출비중의 변화에 대한

표 10. 품목별 지출비중 변화에 대한 요인의 효과 구분

		인구·사회적 요인	
		비중 증가효과	비중 감소효과
경제적 요인	비중 증가효과	외식	어패류, 채소·해조류, 과일류
	비중 감소효과	낙농품	곡류, 육류

경제적 요인 효과와 인구 사회적 요인 효과가 서로 상반된 품목으로 인구·사회적 요인의 효과가 경제적 요인의 효과를 상쇄하거나 역전시키는 것으로 나타났다.

소득계층별로 식품소비 결정요인에 격차

가. 분석모형과 이용자료

소비자는 그들이 처한 경제·사회·인구 특성에 따라서 식품소비에 상당히 다르게 반응하기 때문에 식품소비분석은 소비자 그룹별로 구체화될 필요가 있다. 소비자 그룹별 식품소비 분석은 식품 전망과 정책 실행에 유용한 정보를 제공할 수 있다.

가구의 소득계층별로 가정식과 외식의 소비구조를 비교하기 위하여 통계청의 1982, 1990, 2000, 2006년 도시기계조사 원자료를 이용하여 소득계층별 가정식과 외식의 지출탄성치를 추정하였다. 소득계층별 지출탄성치는 통상적으로 소득계층별 지출함수를 추정하여 산출할 수 있는데, 함수형태에 따라서 탄력성이 왜곡될 가능성이 있다. 따라서 이 분석에서는 지니계수로부터 엔겔의 지출탄력성을 유도하는 지니계수분해법을 활용하여 소득계층별 지출탄력성을 분석하였다.¹⁹ 소득계층은 최저소득계층(하위 10% 계층), 저소득계층(11~25% 계층), 중간소득계층(26~75% 계층), 고소득계층(76~90% 계층), 최고소득계층(상위 10% 계층)으로 구분하였다. 또한 1982~2006년간 소비자물가지수 상승을 감안하기 위해 가격 및 소득변수는 소비자물가지수로 디플레이트하여 분석에 이용하였다.

¹⁹ 김성용(2006), Yitzhaki(1990) 참조

나. 소득계층별 식품비 지출구조 비교

가정식과 외식 지출의 소득 탄성치는 연도별로 약간의 변동은 있으나 대체적으로 하락하는 추세를 보이고 있으며, 특히 외식은 1982년에 1.39로 매우 높았으나 이후 빠르게 감소하는 추세를 보여 2006년에는 0.8로 산출되었다.^{20 21}

그러나 소득 계층별로 구분하여 살펴보면 가정식과 외식 지출의 소득탄력성 추이가 계층별로 차이가 있었다. 가정식의 지출탄력성은 중간소득계층이 0.42로 가장 낮았으며, 소득수준이 낮거나 높을수록 지출탄력성이 증가하는 특징을 보였다. 하위 25%는 가정식 지출이 절대적으로 부족한 계층으로 소득 증가에 따라 가정식 지출이 증가할 여지가 있으며, 상위 25%

표 11. 소득계층별 지출탄력성 추이

	전체		하위 10%		11~25%		26~75%		76~90%		상위 10%	
	가정식	외식	가정식	외식	가정식	외식	가정식	외식	가정식	외식	가정식	외식
1982	0.62	1.39	0.68	1.83	0.70	1.33	0.62	1.12	0.62	0.94	0.57	1.08
1990	0.51	0.96	0.58	1.01	0.57	0.93	0.52	0.77	0.50	0.65	0.48	0.75
2000	0.44	0.75	0.43	0.75	0.46	0.68	0.47	0.56	0.38	0.44	0.38	0.45
2006	0.49	0.80	0.46	0.85	0.44	0.80	0.42	0.42	0.49	0.49	0.52	0.40

²⁰ <부표 5, 6> 참조

²¹ 식품소비 결정요인 분석에서 외식의 지출비중 탄성치가 1이상으로 탄력적으로 산출된 반면 지출액의 소득탄성치가 0.8로 낮게 산출된 것은 ① 외식의 지출비중 탄성치는 식품비 증감률에 대한 외식 비중 증감률인 반면, 지출액의 소득탄성치는 소득증감률에 대한 지출액 증감률을 나타낸 것으로 기준상에 차이가 존재하기 때문이다. 전자가 식품비 증감률에 대한 외식변동을 설명하는 것이므로 여기에 소득증감률에 대한 식품비 변동율(2006년 기준 0.36)을 감안할 경우 후자의 소득증감률에 대한 외식변동율에 근접하게 된다. ② 또한 이용자료의 성격 차이에 기인된다. 식품소비 결정요인 분석에서는 시계열 자료를 이용한 반면, 지출함수 추정에서는 매년의 횡단면 자료를 이용하고 있다.

계층에서는 고급화·다양화 추세 등을 반영하여 가정식 지출이 증가할 여지가 있음을 반영한다. 외식의 지출탄력성은 소득계층별로 감소추세를 보이고 있으며, 소득계층 간 격차가 완화되는 특징을 보이고 있다. 상위 10%에 해당하는 최고소득계층에서 1982년에 1.08에서 2006년 0.4로 감소하였으며, 하위 10%에 해당하는 최저소득계층에서도 같은 기간 1.83에서 0.85로 급감하였다. 외식의 지출탄력성은 대체적으로 중간소득 이상 계층에서 비슷하여 2006년 기준 시 0.4 수준을 나타낸 반면, 하위 25%에 해당하는 가구는 0.8 수준으로 차이가 있었다. 소득수준이 높아질 경우 하위 25% 가구에서는 중간소득 이상 계층에 비해 두 배 정도 탄력적으로 외식지출을 증가시킬 가능성이 있음을 예상할 수 있다.

소득 불균등화·양극화와 식품소비지출

우리나라 경제는 1980년대 중반 이후 높은 경제성장과 실질임금 상승으로 소득의 불균등화와 양극화가 개선되는 추세를 보여 왔으나, 외환위기를 겪으면서 소득의 불균등화와 양극화가 심화되는 현상이 나타났다. 또한 2003년 이후에는 불균등화보다 양극화 현상이 더 빠르게 진행되는 특징을 보이고 있다. 사회적으로 이슈가 되고 있는 소득의 불균등화·양극화 추세가 사회적 현상의 키워드로 등장하는 상황 하에서 식품소비지출 부문에는 어떠한 영향을 미쳤는지, 식품소비지출 부문에서도 불균등화·양극화 추세가 나타나는지를 검토하였다.²²

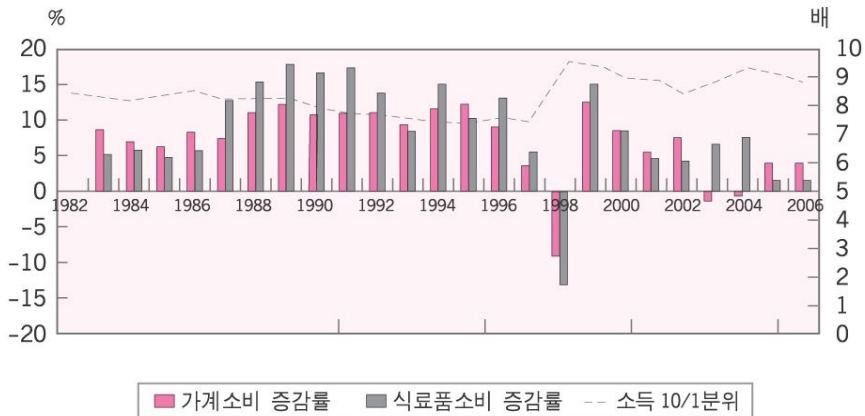
²² 소득불균등화의 소비침체 영향과 관련된 논의가 있다. 소득격차가 확대된 1998년과 2003~2004년에 가계소비가 이례적으로 감소하자 소득분배구조의 악화가 소비침체의 중요한 원인으로 작용한다는 견해가 제기되었다. 소득불균등구조의 악화는 가계소비의 위축에 어느 정도 영향을 미치나 식료품비 감소와는 구체적인 상관관계를 확인하기 어려웠다. 식료품비는 외환위기 이후 외식물가상승을 반영하여 증가추세를 지속하며, 불변가격을 기준으로 할 경

■ 분석지표와 이용자료

식품소비에서 불균등화와 양극화 현상이 나타나는지를 살펴보기 위해 관련 척도의 추이를 분석하였다. 식품소비의 불균등도와 양극화 정도를 지니계수와 EGR 지수를 산출하여 검토하였다.

분석에는 매년의 통계청 가계조사 원자료가 이용되었으며, 1982~2006년 간의 25년간 횡단면 자료를 이용하였다. 통계청 가계조사에서는 가구단위로 월평균 식품비가 조사되기 때문에 가구당 가구원 수와 가족구성에 따라서 식품비 지출에 차이가 나타난다. 따라서 성인등가척도(equivalence scale)로 환산된 1인당 식품비 지출액을 분석기준으로 하였다.²³ 불균등도와 양극화 추이를 비교하는 데는 식품비 지출액을 대상으로 하였으며, 식품류별 불균등도 분석에서는 곡물, 육류, 낙농품, 계란류, 어패류, 채소류, 과일류, 유지류, 해조류, 빵과 과자, 차·음료·주류, 외식으로 구분하였다.

우 2000년대 이후 거의 변화가 없었다.



²³ $x_k^* = \frac{x_k}{(A_k + cK_k)^\theta}$, θ = 가구원 수에 대한 탄력성(0.5), x_k : k 번째 가구의 식품 소비지출, A_k, K_k : k 번째 가구의 성인수와 자녀수[바렛과 크로슬리(2000)]

■ 분석결과

외환위기 이후 식품비 불균등도와 양극화 큰 진전 없어

1982~2006년간 통계청 원자료를 이용하여 지니계수 추이를 산출한 결과가 <표 12>이다. 소비지출의 지니계수는 소득보다 작으며, 식료품비에 비해서는 큰 것으로 나타났다. 소득의 불균등도가 가장 크고, 다음으로 소비지출과 식료품비 순임을 알 수 있다.

소득의 지니계수는 외환위기 직후인 1998년부터 크게 상승하여 소득에서 외환위기 이후 불균등화가 진전되었음을 확인할 수 있었다. 반면 식료품비는 1998년 일시적으로 지니계수가 상승하였으나, 이후에는 지니계수

표 12. 근로자가구의 지니계수 추이

	소득	소비지출	식료품비
1982	0.33	0.31	0.27
1985	0.33	0.32	0.28
1990	0.30	0.33	0.28
1995	0.31	0.33	0.28
1996	0.31	0.33	0.28
1997	0.31	0.32	0.27
1998	0.34	0.32	0.29
1999	0.34	0.33	0.27
2000	0.34	0.32	0.26
2001	0.33	0.33	0.26
2002	0.33	0.32	0.26
2003	0.33	0.31	0.27
2004	0.33	0.31	0.26
2005	0.34	0.32	0.27
2006	0.35	0.34	0.29

주: 통계청 가계조사 원자료의 표본가중치를 적용하지 않았으며, 전가구(1인가구포함)를 분석대상

에 큰 변화가 없어 불균등도가 크게 진전된 것으로 볼 수 없다. 오히려 소비지출 및 식료품비의 지니계수는 2006년도에 가장 높은 수준을 나타냈다. 2006년도는 내수불황과 식료품비·주거비·공공요금 등의 상승으로 체감경기가 크게 악화되었던 시기로 평가되고 있다.

소득 불균등 척도로 나타낼 수 없는 양극화의 변화를 살펴보기 위해 EGR 지수를 산출하였다. 1998년 외환위기 이후 소득의 양극화 지수는 크게 증가하는 추이를 보였으나, 소비지출과 식료품비에서는 양극화가 진전되지 않은 것으로 나타났다. 2005~2006년에도 소득의 양극화가 확대된 것으로 나타났지만, 소비지출과 식료품비에서는 양극화의 뚜렷한 증가추세가 발견되지 않았다. 소비지출은 당기 소득 이외에 자산가치에 영향을 미치는 다양한 변수들에 의해 결정되며, 식료품비는 필수재화적인 성격이 강하여 당기 소득 변동이 미치는 영향이 다른 재화에 비해 크지 않기 때문으로 예상할 수 있다.

표 13. 불균등도 지수와 양극화 지수 추이

연도	소득		소비지출		식료품비	
	$\alpha=1$	$\alpha=1.6$	$\alpha=1$	$\alpha=1.6$	$\alpha=1$	$\alpha=1.6$
1982	0.138	0.064	0.131	0.061	0.110	0.047
1985	0.139	0.064	0.133	0.063	0.113	0.048
1990	0.119	0.051	0.141	0.068	0.111	0.048
1995	0.129	0.059	0.132	0.061	0.110	0.046
1996	0.133	0.061	0.135	0.064	0.115	0.050
1997	0.133	0.062	0.111	0.044	0.119	0.055
1998	0.139	0.063	0.127	0.057	0.119	0.052
1999	0.142	0.065	0.131	0.060	0.110	0.047
2000	0.134	0.060	0.129	0.059	0.104	0.044
2001	0.137	0.063	0.133	0.062	0.103	0.043
2002	0.142	0.067	0.129	0.059	0.105	0.045
2003	0.135	0.060	0.120	0.052	0.108	0.045
2004	0.139	0.063	0.121	0.053	0.106	0.044
2005	0.141	0.064	0.124	0.054	0.108	0.046
2006	0.148	0.069	0.126	0.051	0.111	0.043

외식 불균등도 감소되나 식품비 불균등도 50% 이상 설명

식료품 품목별로 불균등화 정도를 산출하고, 품목별로 식료품비 불균등도에 기여하는 비율을 비교하기 위하여 지니계수분해법을 이용하였다. 총 소비지출에 대한 지니계수는 다음 식과 같이 총소비지출의 불균등도에 대한 식품비 지출항목별 기여도(첫 번째 항), 비식품비 지출항목별 기여도(두 번째 항)로 분해된다.²⁴

$$G = \sum_{i=1}^K \left[\frac{\text{cov}(x_i, F)}{\text{cov}(x, F)} \cdot \frac{2\text{cov}(x_i, F_i)}{m_i} \cdot \frac{m_i}{m} \right] + \sum_{j=1}^N \left[\frac{\text{cov}(y_j, F)}{\text{cov}(y, F)} \cdot \frac{2\text{cov}(y_j, F_j)}{m_j} \cdot \frac{m_j}{m} \right]$$

$$= \sum_{i=1}^K R_i G_i S_i + \sum_{j=1}^N R_j G_j S_j$$

$R_{i(j)}$: 지출항목 $i(j)$ 와 총소비지출 X 간의 지니상관계수,

$G_{i(j)}$: 지출항목 $i(j)$ 의 지니계수, $S_{i(j)}$: 지출항목 $i(j)$ 의 비율

식품류별 지니계수 추정결과 식품류에 공통적으로 지니계수가 감소추세를 나타내고 있으며, 특히 외식의 지니계수는 1982년 0.78에서 2006년 0.43으로 크게 감소한 특징을 보였다. 외식 지출 분포가 이전보다 균등해진 이유는 소득 증가와 더불어 생활 속의 외식문화가 사회 각 계층으로 확산되었기 때문인 것으로 보인다. 2006년 기준 시 식품류별로 지니계수가 큰 품목은 기타식품 0.78, 유지류 0.67, 해조류 0.66, 낙농품 0.60 순으로 나타났다<표 14>. 또한 지니계수가 작은 품목은 곡물 0.34, 채소류 0.42, 외식 0.43의 순서이다.

한편 전체 식품비 지출의 불균등도에 대한 각 식품류별 기여도는 가정 내 지출 품목의 경우 크게 줄어든 반면, 외식 지출은 가구별로 그 지출규모의 차이가 줄어들었음에도 불구하고 지출비중의 증가로 그 기여도는 증

²⁴ 김성용(2006), Lerman과 Yitzhaki(1985) 참조

가하는 것으로 나타났다<표 15>. 외식의 식품비 지니계수에 대한 기여율은 1982년 11.5%에서 1995년 44.7%, 2006년 53.9%로 빠르게 증가하였다.

표 14. 식품류별 지니계수 추이

	식품비	곡물	육류	낙농품	계란류	어패류	채소류	과일류	외식	차음료·주류
1982	0.25	0.31	0.51	0.75	0.50	0.44	0.34	0.51	0.78	0.59
1985	0.26	0.32	0.48	0.72	0.47	0.44	0.34	0.50	0.75	0.55
1990	0.26	0.35	0.44	0.58	0.46	0.44	0.33	0.48	0.59	0.55
1995	0.26	0.34	0.44	0.59	0.48	0.47	0.34	0.47	0.52	0.54
2000	0.24	0.33	0.45	0.60	0.52	0.50	0.36	0.49	0.41	0.54
2005	0.25	0.37	0.50	0.59	0.52	0.53	0.42	0.51	0.40	0.53
2006	0.27	0.38	0.52	0.60	0.55	0.55	0.42	0.53	0.43	0.56

표 15. 품목별 상대적 기여도 추이

	곡물	쌀	육류	우유류	달걀	어패류	채소류	과일류	유지류	해조류	빵과 과자	차음료 · 주류	외식
1982	0.225	0.217	0.158	0.035	0.013	0.083	0.071	0.084	0.083	0.018	0.037	0.056	0.115
1985	0.190	0.182	0.163	0.035	0.011	0.092	0.075	0.075	0.099	0.018	0.034	0.048	0.137
1990	0.135	0.129	0.129	0.025	0.004	0.100	0.057	0.080	0.048	0.001	0.026	0.034	0.310
1995	0.055	0.050	0.110	0.015	0.003	0.095	0.048	0.081	0.036	0.001	0.023	0.032	0.447
2000	0.051	0.047	0.103	0.022	0.002	0.076	0.036	0.067	0.026	0.001	0.028	0.035	0.495
2005	0.030	0.024	0.078	0.025	0.003	0.054	0.037	0.066	0.026	0.005	0.033	0.038	0.549
2006	0.024	0.019	0.078	0.025	0.003	0.056	0.036	0.069	0.024	0.004	0.036	0.040	0.539

고령화와 식품소비지출

우리나라는 저출산과 고령화 등으로 세계적으로 유례가 없는 급속한 인구구조 변화에 직면하고 있다. 65세 이상 인구의 비율이 2000년에 7%를 넘어 고령화 사회에 진입하였으며, 2006년에 9.5%를 기록하였다. 인구구조의

변화는 연령별로 식품에 대한 수요가 다를 경우 식품수요에 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다. 따라서 인구 고령화 추세가 식품수요에 미치는 영향을 평가하기 위해서는 연령별 식품소비구조 분석이 선행되어야 한다.

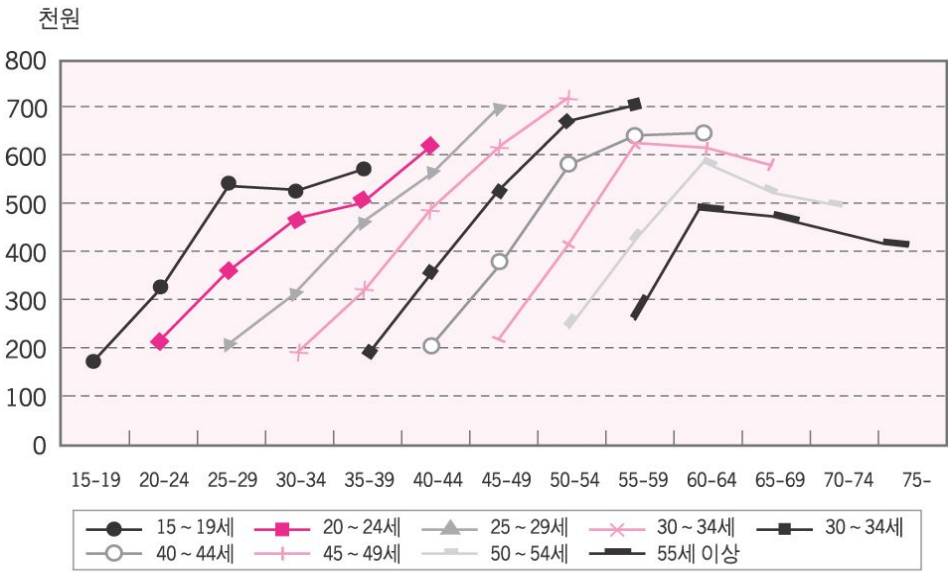
■ 연령별 식품소비구조 추이

연령별 식품소비구조를 분석하기 위해서는 동일 연령층의 소비행위를 다른 시점에서 관찰한 패널(panel)자료가 필요하다. 그러나 식품비 지출과 관련하여 이용할 수 있는 패널자료는 없으며, 가구주 연령과 식품 지출액이 조사된 횡단면 자료로는 통계청의 가계조사 자료가 유일하다. 가계조사는 동일 시점에서 가구들의 식품소비 자료이기 때문에 세대 간 이질성이 강하다면 한 시점에서 구한 횡단면 자료만 가지고는 평생 동안의 소비특성을 파악하기 어렵다. 따라서 이 분석에서는 횡단면 자료의 시계열로부터 패널자료의 특성을 추론하는 가상코호트(Synthetic Cohort) 분석 방법을 이용하여 연령별 식품소비구조를 분석하였다.²⁵

1985~2005년간 5년마다의 횡단면 자료를 이용하여 가구주 연령별로 소비 및 식품소비 지출액(1인당, 2005년 불변가격)의 추이를 나타내면 <그림 24, 25>와 같다. 각각의 그래프는 1985년을 기준으로 가구주 연령수준에 따라 구분된다. 즉, 가구주 연령을 15~19세, 20~24세, 25~29세, 30~34세, 35~39세, 40~44세, 45~49세, 50~54세, 55세 이상으로 9단계로 구분하여 5년 단위로 2005년까지의 소비 및 식품소비 지출액의 변화추이를 표시한 것이다. 예를 들어 1985년에 가구주가 25~29세인 집단은 1990년에 30~34세, 1995년에 35~39세, 2000년에 40~44세, 2005년에 45~49세 집단이 된다는 가정 하에 해당 집단의 지출액 추이를 나타낸다.

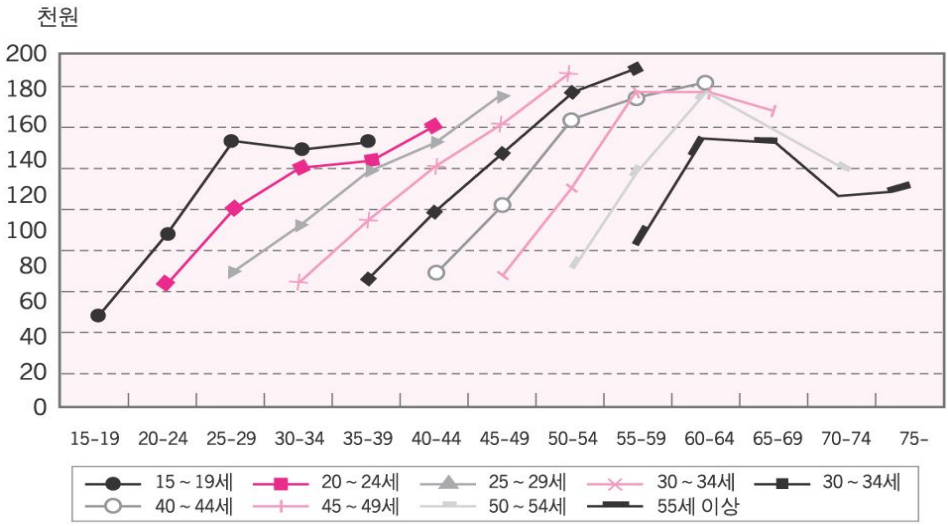
²⁵ 가상코호트(Synthetic Cohort) 분석은 Deaton(1985)에 의해 소개된 방법으로 일정 집단의 평균적인 성향이 관심의 대상인 경우 여러 해의 횡단면 자료를 패널 자료처럼 사용하여도 큰 오차가 없는 것으로 알려져 있다.

그림 24. 연령층별 소비 추이



자료: 통계청 도시간계원자료 분석결과

그림 25. 연령층별 식품소비 추이



자료: 통계청 도시간계원자료 분석결과

가구주의 출생연도에 따른 코호트를 구성하여 소득과 식품소비의 연령층별 추이를 살펴보면 소득의 경우 20대 초반에서 50대 후반까지 소득이 증가하다가 은퇴 이후 소득이 감소하는 이른바 생애주기패턴(lifecycle pattern)을 보이는 것처럼 소비지출도 연령에 따른 소득변화 때문에 소득과 비슷한 역U자형 패턴을 보이고 있다. 소비는 50대를 정점으로 감소하는 역U자형 형태를 보이며, 식품소비는 60대를 전후하여 감소하는 것으로 나타난다.²⁶

그러나 <그림 25>의 식품비 지출패턴에는 연령별 효과 외에 세대효과(generation effect 또는 cohort effect)와 연도효과(year effect)가 포함되어 있기 때문에 순수한 연령별 패턴으로 보기 어렵다. 즉, 같은 연령대에서도 어느 시기에 출생하였는가에 따라 식품에 대한 지출규모가 상이하다.

■ 연령, 세대, 연도효과 추정방법

식품비 지출액을 연령, 세대, 연도 요인의 함수식으로 설정하여, 순수한 연령효과(net age effect), 세대효과(net cohort effect), 연도효과(net period effect)를 추정할 수 있다.

$$E = B + \alpha A + \gamma C + \phi T + e$$

E : 1인당 실질지출액, A : 연령더미변수, C : 세대더미변수,
 T : 연도더미변수(12개), e : 잔차항

품목에 따라서는 영(zero)의 지출액을 가지는 가구가 다수 있어 토빗모형을 사용하여 위의 식을 추정하였다. 분석에는 1995년부터 2006년까지의 도시가계조사 원자료가 사용되었으며, 구축된 세대더미와 연령더미를 이용

²⁶ 통계청의 가계조사는 가구를 대상으로 하기 때문에 가구주 연령을 기준으로 코호트분석이 가능하다. 따라서 15세 이하의 코호트 추이분석이 불가능하다는 한계가 있다.

표 16. 코호트 분석 구분

가구주의 출생연도	세대 더미	가구주 연령	연령 더미
1970~74	1(base)	24세 이하	1(base)
1965~69	2	25~29세	2
1960~64	3	30~34세	3
1955~59	4	35~39세	4
1950~54	5	40~44세	5
1945~49	6	45~49세	6
1940~44	7	50~54세	7
1935~39	8	55~59세	8
1930~34	9	60~64세	9
-	-	65~69세	10
-	-	70세 이상	11

하여 원자료를 재구성하였다<표 16>. 성인등가척도를 감안한 1인당 지출액을 기준으로 하였으며, 각 식품별 소비자물가지수(2005=100)를 사용하여 실질금액으로 환산하였다.

■ 분석결과

외식지출 55~59세 정점, 65세 이상 고령층 선호 높은 편

식품비 지출액의 변화를 연령효과, 세대효과, 연도효과로 구분하면 연도효과는 1998년을 제외하고는 연도별로 큰 차이가 없고, 세대효과는 차이가 크지 않음을 감안할 때 식품에 대한 지출액에서 연령효과가 가장 큰 것으로 나타났다<부표 4>. 식품비 지출의 연령별 패턴을 살펴보면 55~59세 연령대까지는 식품비 지출이 지속적으로 증가하다가 그 이후 연령대부터는 감소하는 패턴을 보이고 있다. 세대별로는 출생연도가 1945~1949년인 세대의 식품비 지출이 가장 낮으며, 구세대일수록 약간씩 감소하였다. 연

도별 효과를 살펴보면 1998년 -44,055원으로 식품비 지출의 감소폭이 가장 컸으나 2006년을 제외하고는 변동폭이 크지 않았다.

그림 26. 식품비 지출 전체의 연령, 세대, 연도별 효과 분해 결과

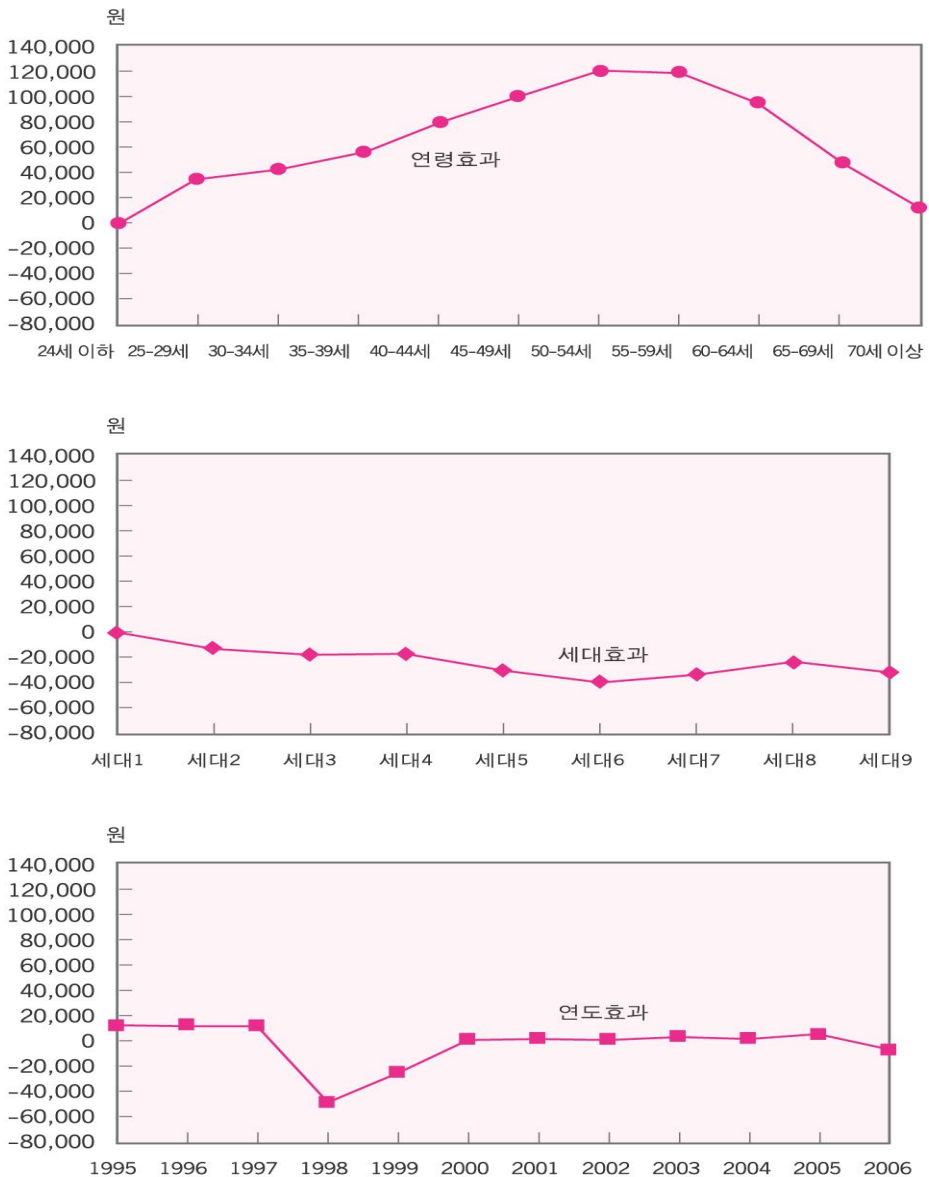


그림 27. 가정 내 지출과 외식 지출의 연령, 세대, 연도별 효과 분해 결과



식료품비를 가정식과 외식으로 구분하면 구세대일수록 가정 내 지출을 더 많이 하며, 외식 지출은 감소하는 것으로 분석되었다<그림 27>. 1970~1974년에 출생한 세대1과 비교할 때 출생연도가 1965~1969년인 세대2는 가정

내 지출을 6,892원 더 많이 지출하는 반면, 외식으로 17,823원 덜 지출하는 것으로 나타났다. 연령별로는 가정 내 지출은 35~39세를 정점으로, 외식은 55~59세를 정점으로 증가하다 감소하는 역U자 형태를 보였다. 가정 내에 초등학교 이하의 아이들이 있는 동안은 가정식 지출이 증가하며, 이후 외식이 증가추세를 보이다가 정년퇴임 이후 가처분소득 감소에 따라 외식지출도 감소하는 현상을 반영한 것으로 보인다. 연도별로는 가정 내 지출과 외식 모두 1998년에 감소폭이 가장 컸으며, 2006년의 지출액 감소는 주로 외식부문에서 나타난 것으로 확인할 수 있다.

고령화될수록 곡물가공품, 차와 음료, 주류 선호 증가

소비지출의 연령, 세대효과는 식품류별 특성에 따라 다르게 나타나는 것으로 분석되었다<부도1 참조>. 연령별 변화패턴이 뚜렷한 역U자형을 보이는 식품류는 앞서 분석한 외식과 더불어 낙농품과 어패류였다. 나이가 들수록 지출액이 감소하는 식품류는 곡물, 육류, 과일류 등이고, 지출액이 증가하는 식품류는 곡물가공품, 차와 음료, 주류로 나타났다. 세대효과도 식품류에 따라서 젊은 세대일수록 지출액이 증가하는 품목이 있는가 하면 감소하는 품목도 있어 효과가 상이한 것으로 나타났다. 젊은 세대일수록 곡물가공품, 낙농품, 차와 음료, 주류가 증가하였으며, 반면 감소하는 품목은 곡물, 육류, 어패류, 과일, 채소였다.

구세대 인구가 갈수록 줄어드는 반면 노령층 인구가 빠르게 증가하는 인구구조 변화추세가 지속될 것으로 전망된다. 따라서 연도효과를 고려하지 않는다면 연령 및 세대효과를 감안할 때 식품류별 선호추세를 예상할 수 있다. 외식, 곡물가공품, 차와 음료의 경우 젊은 세대일수록 지출액이 증가하는 세대효과와 65세 이상 노령층의 지출규모가 젊은 연령층에 비해 낮지 않거나 높은 연령효과를 감안할 때 향후 지출 증가가 예상된다. 반면 젊은 세대일수록 지출액이 감소한 품목인 곡물, 육류, 어패류, 과일, 채소의 경우 세대효과와 더불어 인구고령화 추세에 따른 소비감소 효과로 인해 향후 지출액이 감소할 것으로 예상할 수 있다.

제 4 장

식품류별 소비행태

이 장에서는 식품소비 트렌드의 변화요소 중에서 소비자의 식품 구입 및 섭취 방식인 소비행태를 알아본다. 가정 내 식품 구입과 외식으로 구분하였으며, 식품류별 소비행태를 분석한다. 가정 내 식품소비행태 분석은 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사를, 외식 소비행태 분석은 소비자 설문 조사와 36개 외식업체 대상 설문조사를 바탕으로 한다.²⁷

새로운 식품 구입패턴의 형성

■ 주요 식품 구입패턴 도출

식품 구입에 영향을 미치는 주요 패턴을 검출하기 위해 소비자의 식품 구입행태와 라이프스타일에 관한 문항들에 대해 척도평가를 하였으며, 설문조사 결과를 이용하여 요인분석 하였다. 요인분석이란 여러 변수들 사이의 상관관계를 기초로 하여 정보의 손실을 최소화 하면서 변수의 개수보다 적은 수의 요인으로 동질적인 차원으로 묶어주는 다변량 기법이다. 모든 변수들을 동시에 고려하여 변수들 간의 상호종속적인 관계를 분석한다. 요인분석은 원래 측정된 변수의 값을 가장 잘 나타낼 수 있는 a_i , F_i 의 값을 구하는 과정으로 볼 수 있다.

$$x_{ijk} = a_{k1}F_{ij1} + a_{k2}F_{ij2} + \dots + a_{kr}F_{ijr} + d_k y_{ijk} + \xi_{ijk}$$

²⁷ 소비자조사는 2007년 8월에서 면접조사 형식으로 실시하였다. 조사표본의 연령층별 분포는 20대 53명(8.5%), 30대 130명(20.9%), 40대 152명(24.5%), 50대 126명(20.3%), 60세 이상 160명(25.8%)이다. 또한 소득계층별로는 99만원 이하 31명(5.0%), 100만~199만원 78명(12.6%), 200만~299만원 162명(26.1%), 300만~399만원 168명(27.1%), 400만~499만원 85명(13.7%), 500만원 이상 91명(14.7%)으로 구성되어 있다.

- r : 모든 항목에 공통적인 요인의 수
 x_{ijk} : 제품 j 의 속성 k 에 대한 응답자 i 의 평가
 a_{k1} : 속성 k 에 대한 공통요인 1의 효과
 F_{ij1} : 제품 k 의 공통요인 1에 대한 응답자 i 의 평가
 d_k : 고유요인 y_{ijk} 의 비율
 y_{ijk} : 제품 j 의 속성 k 에 대한 응답자 i 의 고유요인
 ξ_{ijk} : 오차항

표 17. 식품 구입패턴의 요인분석 결과

요인	변 수 명	요인 적재량
다양화	처음 보는 식품이라도 맛있어 보이면 구매한다	0.815
	새로운 음식을 먹어보는 것을 좋아한다	0.792
	다양한 맛을 위해 식단을 매번 바꾸는 편이다	0.604
건강 지향	건강을 위해 음식을 가려 먹는다	0.682
	유기농식품, 친환경제품을 자주 이용한다	0.664
	인스턴트 식품을 가능하면 먹지 않는다	0.523
고급화	나는 비교적 고가의 제품을 사는 편이다	0.713
	가격이 비싸도 이름난 회사의 식품을 구매한다	0.701
	맛있다고 소문난 음식점을 찾아다니는 편이다	0.661
간편화	아침식사는 밥보다는 미숫가루나 빵 등으로 간단하게 먹는 편이다	0.777
	식사 대용으로 패스트푸드점을 종종 이용한다	0.704
	김치는 담그지 않고 사서 먹는다	0.600
가격 지향	동일제품의 여러 회사 가격을 비교해서 구입하는 편이다	0.834
	식품을 구입할 때 가격정보를 늘 체크하는 편이다	0.829

주: 요인적재량(factor loading)은 변수들과 요인의 상관계수로서, 요인적재량 제곱은 해당변수가 요인에 의하여 설명되는 분산의 비율을 나타냄. 요인적재량이 0.5이상이면 매우 높은 유의성을 가진 것으로 평가됨.

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

총 14개의 문항에 대한 척도평가를 이용하여 요인분석 결과, 5개의 요인으로 분류되었다.²⁸ 유사한 변수끼리 분류된 5개의 요인에 각각의 특성에 맞는 요인명을 부여하였다. 새로움에 대한 시도와 다양한 맛을 추구하는 것은 ‘다양화’란 요인으로, 건강을 위해 음식을 가려먹는 것은 ‘건강 지향’이란 요인으로 구분하였다. 가격수준에 상관하지 않고 좋은 제품, 레스토랑을 선호하는 성향은 ‘고급화’ 요인으로, 편리한 식사를 추구하거나 김치도 사서 먹는 경우는 ‘간편화’ 요인으로, 합리적인 소비를 위해 가격에 민감한 성향은 ‘가격 지향’ 요인으로 구분하였다.

요인분석 결과 우리나라의 최근 식품 구입패턴은 건강 지향, 고급화, 다양화, 간편화, 합리화로 요약될 수 있다. 식품 구입패턴을 주요 여건 변화와 결부하여 살펴보면 소득수준의 향상과 고소득계층의 확대는 식품소비에서 보다 맛있고, 다양한 맛을 내고, 품격 있는 식품을 즐기는 성향을 발전시키는 데 주요한 영향을 미쳤을 것으로 보인다. 고령화로 대표되는 인구구조 변화는 건강 지향과 간편화 지향에, 여성참여 확대는 간편화 지향의 주요 요인이 된 것으로 예상된다. 또한 유통환경 변화 등도 식품소비의 합리화 경향을 증가시킨 것으로 보인다.²⁹

■ 식품 구입패턴별 소비자 유형분석

요인분석을 통해 분류된 5가지 식품 구입패턴을 바탕으로, 소비자군의 특징을 파악하기 위해 군집분석을 실시하였다. 군집분석 결과 5가지 군집

²⁸ KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)값은 표본의 적합도를 나타내는 값으로 0.5 이상이면 관련 변수는 요인분석에 적합한 것으로 평가된다. 바틀레트(Bartlett)의 구형성 검정은 변수 간의 상관행렬이 단위행렬인지 여부를 판단하는 검정방법으로 유의확률에 따라서 변수 간 행렬이 단위행렬이라는 귀무가설이 기각된다.

²⁹ 일본과 미국의 식품 트렌드도 건강 지향과 간편화 지향 등에서 우리나라와 매우 유사하다. 일본의 경우 안전·안심 지향이, 미국의 경우 편의성 추구경향이 강조되는 특징이 있다.

이 도출되었으며, 군집별로 소비자의 인구통계변수 및 식품 구입행태를 교차분석함으로써 군집별 소비자 특성을 도출하였다.

가격, 건강 지향 소비집단은 60세 이상의 연령층이 다수를 차지하였고, 다양화나 고급화 소비집단의 경우는 40대가 주를 이루었다. 간편화 소비집단은 30대가 많은 것으로 분석되었다. 소득수준을 기준으로 다양화·고급화·간편화를 지향하는 소비집단은 주로 400만원 이상의 소득 가구인 것으로 분석되었으며, 가격 지향 소비집단은 200만원대 이하의 저소득 가구인 것으로 분석되었다. 건강 지향 소비집단에 200만~400만원 소득가구가 많은 것은 60세 이상 연령층이 다수를 점하고 있기 때문으로 보인다.

가격 지향과 다양화 지향 소비자군의 경우 매일 식품을 구입하는 비율이 높은 반면, 간편화 지향 소비자는 주 1회 구입비율이 높아 대조적인 결과를 나타냈다. 간편화 지향 소비자군은 외식에 대한 소비와 김치나 장류를 구입해서 먹는 비율이 높은 것으로 나타났으며 특히 다양화 집단은 비교 집단 중 외식빈도가 가장 높은 것으로 나타났다.

표 18. 군집별 특성 결과

집단	연령	소득수준	식품 구입주기	외식빈도
가격 지향	60세 이상 (28.4%)	200만원대(29.6%) 200만원 미만(23.1%)	매일 구입	낮은 편
건강 지향	60세 이상 (40.0%)	200만원대(29.6%) 300만원대(26.9%)	주 1회 구입	낮은 편
다양화 지향	40~49세 (33.0%)	400만원 이상(36.3%) 300만원대(25.7%)	주 2~3회 구입 매일 구입	가장 높음
고급화 지향	40~49세 (27.0%)	400만원 이상(32.0%) 300만원대(26.4%)	주 2~3회 구입	높음
간편화 지향	30~39세 (29.2%)	400만원 이상(32.3%) 300만원대(32.3%)	주 1회 구입	높음

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

식품 구입 및 섭취 특징

■ 식품별 구입 특성

전반적인 식품별 구입 특성을 살펴보기 위해 소비자 조사를 실시한 결과, 값을 더 주더라도 고품질을 선호하는 품목은 과일(62%), 쌀(46%), 채소(44%), 쇠고기(36%) 등이었다<표 19>. 식품 구입 시 우선적으로 고려하는 기준에 대한 조사결과와 결부하여 살펴보면 과일과 쌀은 맛을 고품질의 최우선 기준으로 고려하는 것으로 보인다<표 20>. 채소 및 수산물도 신선도를 우선적으로 고려하는 비율이 높고, 채소의 경우 친환경여부를 중요한 척도로 평가하고 있다. 육류는 안전성을 가장 우선적으로 고려하고 있으며, 국내산 여부를 고품질의 중요한 척도로 평가하고 있다. 냉장식품 및 즉석조리식품은 소비자의 약 20%가 구입하지 않고 있으며, 신선도와 맛을 중요하게 고려하는 것으로 나타났다.

식품 구입 시 가격수준을 고려하는 정도가 상대적으로 큰 품목은 설탕(39%), 과자류(25%) 등 주로 가공식품으로 조사되었다. 가공식품의 경우

표 19. 식품별 구입 특성

단위: 명(%)

순위	고급화 품목		가격지향 품목		건강 지향 품목		친환경지향 품목	
1위	과일	384(62)	설탕	240(39)	과일	362(58)	채소	360(58)
2위	쌀	286(46)	과자류	158(25)	채소	269(43)	과일	319(51)
3위	채소	274(44)	식용유	151(24)	잡곡	243(39)	쌀	127(20)
4위	쇠고기	224(36)	계란	132(21)	우유류	198(32)	잡곡	104(17)
5위	우유류	195(31)	차와 음료류	111(18)	수산물	144(23)	계란	83(13)

주: 다중응답

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

표 20. 식품 구입 시 고려 기준 1순위

단위 : %

순위	쌀	채소	과일	육류	가공식품	수산물	반찬류, 냉장식품	매장조리 식품
1	맛 (32.0)	신선도 (68.5)	맛(74.6)	안전성 (48.5)	브랜드 (28.2)	신선도 (81.9)	구입 안함 (19.8)	맛 (33.8)
2	가격 (22.6)	안전성 (18.0)	안전성 (16.3)	원산지 (15.5)	유통기한 (13.7)	원산지 (5.0)	유통기한 (18.8)	구입 안함 (19.5)
3	안전성 (12.8)	맛 (5.6)	가격 (4.7)	가격 (9.2)	선별, 포장상태 (13.0)	선별, 포장상태 (3.2)	맛 (17.9)	유통기한 (19.2)

주: 소비자설문조사에서 신선도 항목은 식품류별 특성을 감안하여 재분류함.

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

브랜드를 우선적으로 고려하며, 가격에 따른 품질 차이를 다른 품목에 비해 적게 인식하고 있는 것으로 나타난다. 건강을 위해 구입을 늘린 품목은 과일, 채소, 잡곡, 우유 및 유제품, 수산물로 이들 품목의 경우 건강에 좋다는 인식이 자리 잡은 것으로 보인다.

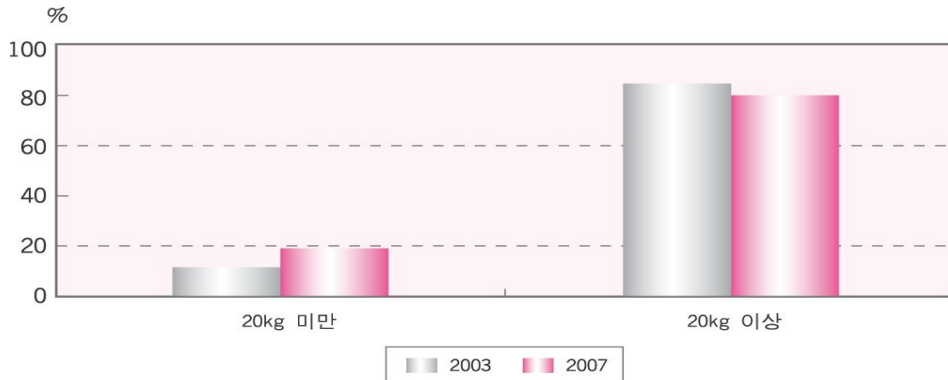
■ 쌀: 양극화 우세

소포장 단위 소비 확대

쌀은 20kg대 포장단위를 구입한다고 응답한 가구가 가장 많았으나, 20kg 이상 쌀을 구입하는 가구의 비율은 80.8%로 2003년도 조사결과인 86.5%에 비해 감소하였다.³⁰ 반면 20kg 미만 포장단위를 구입한다는 응답은 13.5%에서 19.2%로 상승하여 소포장 단위의 소비가 빠르게 확대되고 있

³⁰ 이계임·김민정(2001) p33~34 참조

그림 28. 주로 구입하는 쌀 포장단위



자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

음을 확인할 수 있다. 연령층별로는 20대 주부가 있는 가구에서 20kg미만 포장의 쌀을 구입하는 비율(37.7%)이 다른 연령층에 비해 두 배 정도 높게 나타났다.

소득계층별 쌀 선택기준 상이

서울에 거주하는 주부들이 구입하는 쌀 가격대는 20kg 기준 시 5만~5만5천원이 32.7%로 가장 많았으며, 가격대에 따라 다양한 쌀에 대한 수요가 형성되는 특징을 보였다<표 21>. 4만5천원 미만의 저가쌀을 구입하는 가구가 24.8%이었으며, 5만5천원 이상의 쌀을 구입하는 가구도 14%에 달하였다.

소득수준이 상승할수록 높은 가격대의 쌀을 구입하는 경향이 나타났다. 월소득이 200만원 미만인 가구의 경우 20kg당 4만5천원 미만의 쌀을 구입하는 가구는 34.7%에 달하는 것으로 조사되었다. 반면 월소득 200만원 이상의 가구에서 많이 구입하는 쌀 가격대는 5만~5만5천원으로 나타났으며 특히 500만원 이상의 가구에서는 5만5천원 이상의 쌀을 구입하는 가구의 비율이 27%로 상대적으로 높은 비율을 차지하고 있었다.

표 21. 구입 쌀 가격대

단위: %

구 분		4만원 미만	4만~4만5천원	4만5천~5만원	5만~5만5천원	5만5천원 이상	합계
전 체		5.7	19.1	28.5	32.7	14.0	100
가 구 소 득	200만원 미만	10.2	24.5	26.5	28.6	10.2	100
	200만원대	4.5	18.7	30.6	34.3	11.9	100
	300만원대	7.1	17.7	31.2	33.3	10.6	100
	400만원대	5.3	18.4	30.3	30.3	15.8	100
	500만원 이상	0.0	16.2	20.3	36.5	27.0	100

주: 가구소득별 χ^2 검정의 p-value<0.1

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

소비자들이 쌀을 선택 시 고려하는 기준은 쌀의 구입가격 수준별로 차이가 있었다. 20kg당 4만원 미만의 쌀을 주로 구입하는 가구에서는 가격이 저렴해서(44.8%)가 가장 많았으며, 5만원대 쌀을 구입하는 가구는 특정 지역(28.8%), 품종(27.8%), 밥맛(20.0%)을 고려하고 있었다. 6만원 이상의 쌀을 구입하는 가구에서 쌀을 선택한 이유는 친환경인증쌀이기 때문(20.0%)이라는 응답이 가장 많았다. 소비자들이 쌀을 선택 하는 기준이 저소득계

표 22. 쌀 선택 이유

단위: %

구분		가격 저렴	특정 지역	품종 선호	브랜드 선호	밥맛 우수	적극 판촉	품질 신뢰	친환경 쌀	최근 도정	포장 양호	기타	합계
전체		20.0	18.6	22.8	2.8	20.0	2.5	5.1	2.8	1.8	0.2	3.4	100
구 입 가 격	4만원 미만	44.8	13.8	6.9	0.0	17.2	0.0	6.9	0.0	6.9	0.0	3.4	100
	4만원대	31.7	12.7	23.0	2.0	22.2	2.4	2.8	0.8	0.8	0.4	1.2	100
	5만원대	6.8	28.8	27.8	3.9	20.0	2.4	5.4	1.5	2.4	0.0	1.0	100
	6만원 이상	10.0	17.5	12.5	7.5	10.0	7.5	10.0	20.0	2.5	0.0	2.5	100

주: 구입가격별 χ^2 검정의 p-value<0.001

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

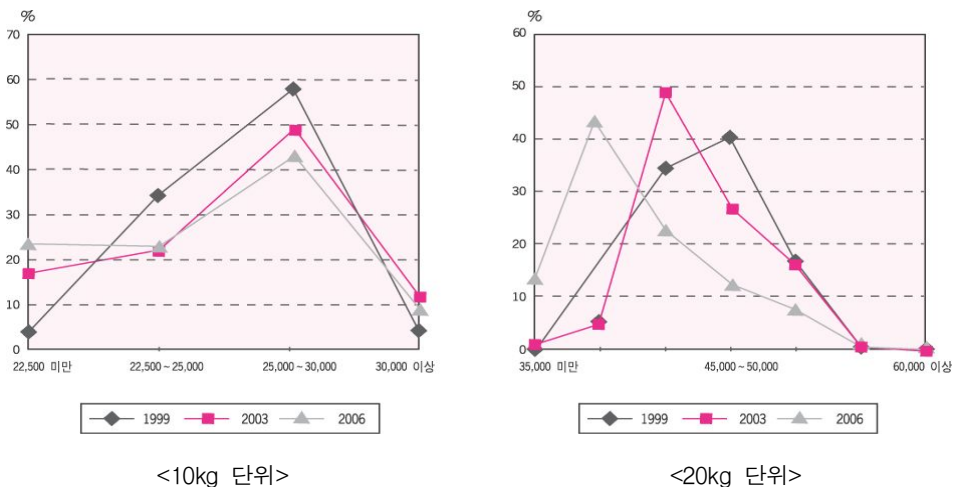
층에서 가격, 중간소득계층에서 맛, 고소득계층에서 안전성으로 전환되는 것을 확인할 수 있다.

저가 및 고가 쌀 소비비중 확대

가격대별 쌀 비율의 추이를 살펴보기 위해 농협 하나로 매장의 1999~2006년간 매출 실적자료를 이용하였다<그림 29>. 쌀 가격은 작황 및 대외적 여건에 따라 변동하므로 연도별 쌀 가격 변동을 감안하여 가격대별 비율을 비교하기 위해서 쌀의 소비자 물가지수로 디플레이트하였다. 또한 포장단위별로 단위당 가격수준에 차이가 있으므로 20kg과 10kg 포장단위 각각에 대해서 가격수준별 매출비율을 산출하였다.

20kg 포장단위의 경우 1999년에 4만5천~5만원대가 가장 높은 비율을 점하였으나, 점차 저가쌀의 비율이 증가하는 추세를 나타냈다. 이는 외식 수요 증가를 반영하여 대형할인매장에서 외식·급식업체의 비율이 확대되고, 외식용 쌀이 가정용 쌀에 비해 상대적으로 저가이기 때문으로 보인다.

그림 29. 가격대별 물량 비율 추이



자료: 양재동 하나로클럽 조사결과

한편 가정용으로 주로 소비되는 10kg 포장단위의 경우 중간가격대의 비율이 감소하는 대신 고가와 저가쌀 비율이 증가하는 양극화 현상이 뚜렷하게 나타난다. 10kg 포장단위의 양극화 추세는 최근 들어 소비자들의 맛·안전성 지향과 가격 지향 성향이 증가하였기 때문으로 보인다.

건강을 위해 자주 잡곡밥 소비

잡곡밥 소비 빈도 추이를 살펴보기 위해 1998년과 2005년도의 “국민영양조사” 결과를 참고하였으며, 2007년 소비자 설문조사 결과와 비교하였다. 잡곡밥을 하루에 1번 이상 먹는 가구는 1998년 44.3%에서 2005년 62.1%로 증가하였으며, 2007년에는 74.4%로 대다수 가구에서 매일 잡곡밥을 먹는 것으로 조사되었다. 반면 거의 안 먹는 가구의 비율은 1998년 28.2%에서 2007년 7.1%로 크게 감소하였다.

그림 30. 잡곡 섭취 빈도 비교



자료: 보건복지부, 1998년·2005년, 「국민영양조사결과」, 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과(2007년)

표 23. 연령층별 잡곡 섭취 빈도

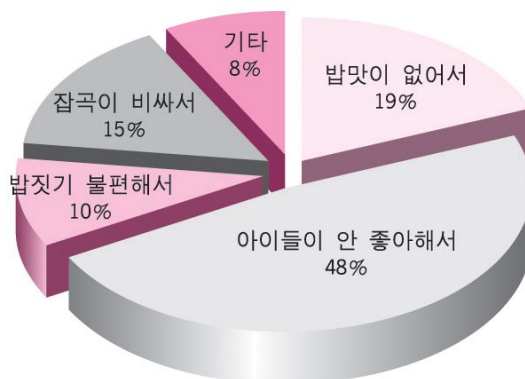
단위: %

구 분	1일 1회 이상	1주 1회 이상	1달 1회 이상	거의 안 먹음	합계
20대	60.4	26.4	0	13.2	100
30대	56.2	30.0	3.1	14.6	100
40대	76.3	15.8	2.6	5.3	100
50대	84.1	11.9	1.6	2.4	100
60대 이상	83.8	10.6	0.6	5.0	100

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

소비자 설문조사 결과를 주부의 연령층별로 구분하면 연령이 높을수록 잡곡을 섭취하는 비율이 증가하여, 50세 이상 가구에서는 84%가 하루 한 번 이상 잡곡밥을 먹는 것으로 나타났다<표 23>. 소비자들이 잡곡밥을 먹는 주된 이유로는 건강을 위해서로 나타났으며, 잡곡을 자주 먹지 않는 가장 큰 이유는 아이들이 좋아하지 않기 때문(48.4%)이었다.

그림 31. 잡곡을 자주 먹지 않는 이유



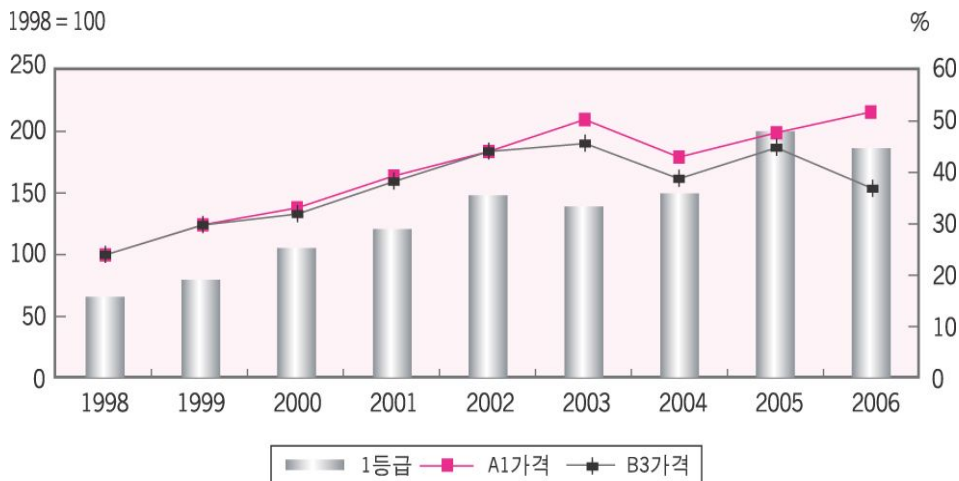
자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과 중 잡곡을 주 1회 이하 섭취하는 62가구 대상

■ 육류: 고급화와 건강 지향 우세

쇠고기: 고품질 차별화

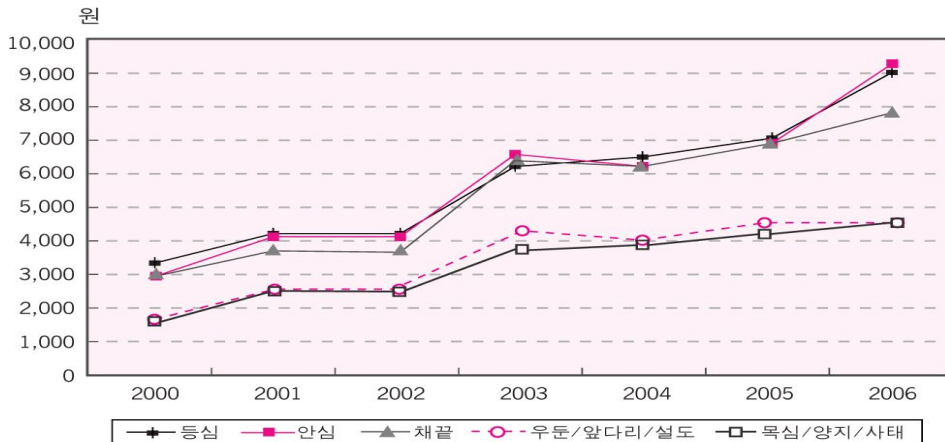
쇠고기의 등급별 가격 격차는 2003년 이후 확대되고 있으며, 1등급 출현율도 1998년 15.3%에서 2006년 44.5%로 3배 가까운 수준으로 증가하였다 <그림 32>. 또한 부위별 가격차이도 2000년 100g당 1,700원에서 2006년 4,700원으로 크게 확대되는 추세를 나타냈다<그림 33>.

그림 32. 한우 등급별 소비자 가격 비교



자료 : 축산물등급판정소(<http://www.apgs.co.kr/>)

그림 33. 한우 부위별 소비자 가격 비교



자료: 축산물등급판정소(<http://www.apgs.co.kr/>)

표 24. 쇠고기 1근(600g)당 구입가격

단위: %

구 분		1만원 미만	1만~2만원	2만~3만원	3만원 이상	합계
전 체		10.0	56.6	25.0	8.3	100
가 구 소 득	100만원 미만	3.8	80.8	15.4	0	100
	100만원대	14.7	58.7	24.0	2.7	100
	200만원대	11.3	56.7	25.3	6.7	100
	300만원대	7.5	58.4	24.8	9.3	100
	400만원대	13.3	48.2	27.7	10.8	100
	500만원 이상	6.7	53.9	25.8	13.4	100

주: 가구소득별 χ^2 검정의 p-value<0.001

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

쇠고기 1근(600g)당 구입 금액은 1만원 이상 2만원 미만이라고 응답한 비율이 과반수(56.6%)를 점하고 있으나, 소득수준이 높아질수록 쇠고기 구입가격 수준이 점차 상승하는 것으로 나타났다<표 24>. 1근당 3만원 이상의 쇠고기를 구입하는 가구의 비율은 월소득이 100만원대인 가구의 2.7%에 불과하였으나, 월소득 500만원 이상 가구의 경우 13.4%로 확대되었다.

쇠고기 구입 시 1등급 이상을 구입한다는 가구는 39.3%인 반면, 2등급 이하를 구입한다고 응답한 가구는 8.1%, 등급을 모르고 구입하는 가구는 52.7%였다. 2006년 1등급 출현율이 44.5%였다는 사실을 감안할 때 1등급 구입가구는 대부분 등급을 확인하고 구입하는 반면, 다른 등급 구입가구는 대체로 등급을 확인하지 않는 것으로 추정된다. 소득수준이 높아질수록 1등급 이상의 구입비율이 빠르게 증가하여, 월소득 500만원 이상 가구의 경우 절반 정도의 가구(49.5%)에서 1등급 이상의 쇠고기를 구입하는 것으로 나타났다.

표 25. 구입한 쇠고기 등급

단위: %

구 분		1++등급	1+등급	1등급	2등급	3등급	기타	모름	합계
전 체		4.3	8.5	26.5	6.8	0.8	0.5	52.7	100
가 구 소 득	100만원 미만	0.0	0.0	21.9	6.3	0.0	0.0	71.9	100
	100만원대	2.5	7.6	24.1	8.9	1.3	0.0	55.7	100
	200만원대	4.9	9.3	22.8	5.6	0.0	0.6	56.8	100
	300만원대	4.8	8.4	28.1	6.6	1.8	0.0	50.3	100
	400만원대	2.4	8.2	31.8	8.2	0.0	2.4	47.1	100
	500만원 이상	7.7	12.1	29.7	5.5	1.1	0.0	44.0	100

주: 가구소득별 χ^2 검정의 p-value<0.001

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

표 26. 구입한 쇠고기 상태

단위: %

구 분		냉동육	냉장육	기타	합계
전 체		12.1	87.3	0.6	100
가 구 소 득	100만원 미만	9.7	77.5	12.8	100
	100만원대	20.2	77.2	2.6	100
	200만원대	11.9	87.5	1.8	100
	300만원대	9.3	92.4	1.2	100
	400만원대	16.2	84.9	1.2	100
	500만원 이상	8.7	91.2	1.1	100

주: 가구소득별 χ^2 검정의 p-value<0.001

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

쇠고기는 대부분 냉장육(87.3%) 및 비포장육(79.2%) 형태로 구입하고 있었으며, 브랜드육을 구입하는 가구는 19.5%에 불과하였다<표 26, 27>. 1999년에 쇠고기 냉장육 구입비율이 59.2%, 포장육 구입비율이 9%에 불과하였다는 사실과 비교해 볼 때 특히 냉장육 소비가 빠르게 확대되어 왔음을 확인할 수 있다.³¹ 포장육 구입비율은 19.4%로 여전히 낮지만 1999년에 비하면 증가추세를 지속한 것으로 보인다. 냉장육 구입은 소득수준이 높을수록, 포장육 구입비율은 연령층이 낮을수록 증가하는 특징을 나타냈다.

표 27. 구입한 쇠고기 포장형태

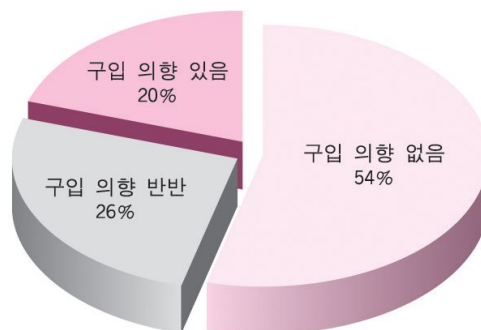
단위: %

구 분		비포장육	포장육	양념육	기타	합계
전 체		79.2	19.4	1.1	0.3	100
주 부 연 령	20대	67.9	30.3	3.7	1.9	100
	30대	71.7	27.5	0.7	3.1	100
	40대	81.0	25.8	0.7	1.3	100
	50대	86.7	11.7	0.8	0.8	100
	60대 이상	87.4	11.3	1.2	3.8	100

주: 주부연령층별 χ^2 검정의 p-value<0.001

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

그림 34. 미국산 쇠고기 구입 의향



자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

³¹ 이계임 · 최지현 · 이철현 · 안병일(2000) pp.36~38 참조

미국산 쇠고기에 대해서는 아직까지는 구입할 의향이 없다는 의견이 54.4%로 과반수 이상이나, 구입할 의사가 있는 소비자 비율도 20%에 달하는 것으로 조사되었다<그림 34>.

돼지고기, 닭고기: 맛 지향

주로 구입하는 돼지고기 부위는 삼겹살이 68.3%로 월등히 높으며, 특히 20대의 삼겹살 구입비율은 81%로 다른 연령대에 비해 높은 것으로 나타났다<표 28>. 우리나라 사람들의 삼겹살에 대한 선호는 1999년 조사의 66.7%와 비교해볼 때 큰 변화가 없이 지속되고 있음을 알 수 있다.

돼지고기도 쇠고기와 마찬가지로 냉장육(91.7%) 및 비포장육(88.9%) 형태로 구입하는 비율이 높았으며, 브랜드육(39.9%) 구입비율이 높은 특징이 나타났다<표 29>.

표 28. 구입한 돼지고기 부위

단위: %

구 분		삼겹살	목살	다리살	갈비	등심,안심	기타	합계
전 체		68.3	37.9	9.8	4.3	4.5	2.0	100
주 부 연 령	20대	81.0	28.8	5.8	1.9	9.5	0	100
	30대	69.5	35.4	15.6	3.8	3.9	2.4	100
	40대	68.8	36.8	5.9	7.2	3.9	2.7	100
	50대	62.5	42.2	8.6	3.1	7.1	1.6	100
	60대 이상	67.4	40.4	11.0	3.9	1.9	2.0	100

주: 주부연령층별 χ^2 검정의 p-value<0.001

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

표 29. 구입한 돼지고기 포장형태

단위: %

구 분		돼지고기	닭고기
냉장/냉동	냉장육	90.3	92.8
	냉동육	9.7	7.2
포장형태	비포장육	84.9	60.7
	포장육	13.9	37.8
	양념육	1.2	1.5
브랜드육 여부	그렇다	55.1	71.8
	아니다	44.9	28.2

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

닭고기도 냉장육(95.1%)과 비포장육(66.5%)의 비율이 높으며, 연령층이 낮을수록 포장육과 양념육의 비율이 증가하는 것으로 나타났다<표 29>. 또한 쇠고기나 돼지고기에 비해 브랜드육 구입비율이 71.8%로 높았다. 구입형태는 1마리 통닭 형태(69.9%)가 아직까지 높아 부위별 구입비율이 상대적으로 낮지만 주부 연령이 낮을수록 부위별 구입이 증가하는 경향을 보였다<표 30>. 토종닭(약 20%)은 일반닭(약 80%)에 비해 구매 비율이 상대적으로 낮았으나 소득수준이 높을수록 토종닭을 구매하는 비율이 높아지는 경향이 나타났다.

표 30. 구입한 닭고기 형태

단위: %

구 분		1마리 통닭	1마리 절단육	부위별	기타	합계
전 체		69.9	28.0	11.2	0.6	100
주 부 연 령	20대	56.7	25.6	29.8	0	100
	30대	66.4	27.5	16.8	1.5	100
	40대	71.8	34.6	8.8	1.3	100
	50대	73.9	28.4	7.2	0	100
	60대 이상	72.1	22.6	5.9	0	100

주: 주부연령층별 χ^2 검정의 p-value<0.001

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

그림 35. 돼지고기와 닭고기 구입 이유



자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

돼지고기와 닭고기의 구입이유를 조사해 본 결과, 우선 돼지고기는 과반수가 맛이 있기 때문에(50.7%)라고 응답하였으며, 특히 월소득이 500만원 이상 가구에서 맛 때문에 선택한 비중이 높았다. 돼지고기가 쇠고기보다 싸서 구입하기보다는 차별화된 돼지고기 맛 때문에 구입하는 것으로 나타났다. 닭고기도 돼지고기와 마찬가지로 맛(33.6%) 때문이라는 의견이 가장 많았으나, 돼지고기와는 달리 영양가가 높아서(30.9%)라는 의견도 많았다.

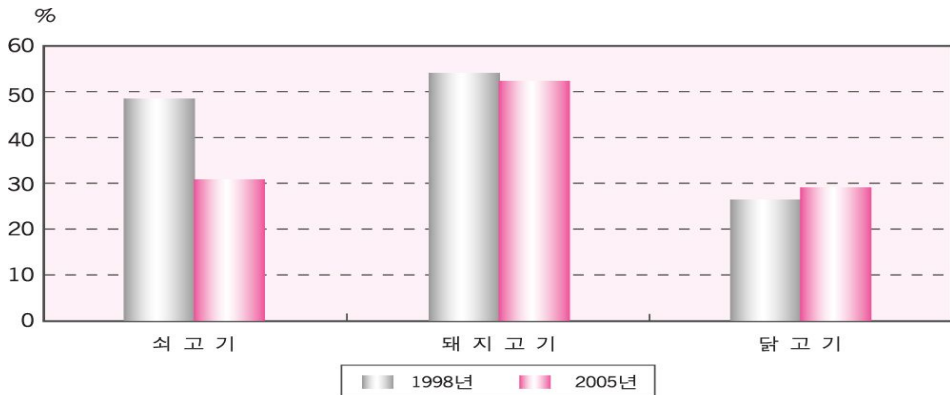
적색육 구입빈도, 육가공품 지출비중 감소

육류의 섭취 빈도 추이를 살펴보면 쇠고기와 닭고기는 주 1회 섭취비율이, 돼지고기는 주 3~4회 섭취비율이 가장 높는데 품목에 따라서 섭취 빈도가 달라지는 추세가 나타나고 있다. 쇠고기와 돼지고기가 1998년에는 주 1회 이상 섭취비율이 각각 48.8%, 54.0%에서 2005년에 각각 30.8%, 52.3%로 감소하였다<그림 36>. 반면 닭고기는 25.2%에서 29.2% 소폭 상승하였다.

가계의 육류 지출액 중에서 육가공품 지출액이 차지하는 비중은 1980년대 증가추세를 보여 왔으나 1990년대 이후에는 약간의 등락은 있으나

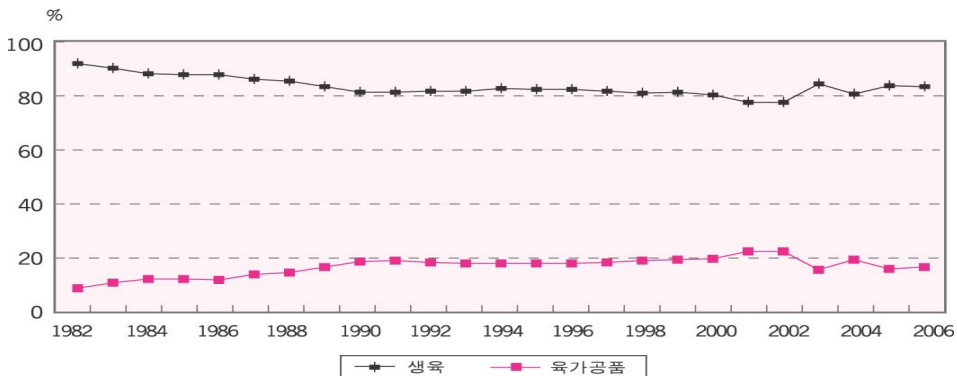
20% 수준에서 큰 변화가 없는 것으로 나타났다<그림37>. 육가공품은 조리가 간편하고(57.5%) 다양한 맛을 즐기기 위해서(30.5%) 이용되므로 젊은 주부를 중심으로 소비가 확대되었으나, 건강에 대한 관심이 확대됨에 따라 소비가 더 이상 크게 확대되지 않은 것으로 보인다.³²

그림 36. 육류의 주 1회 이상 섭취비율 추이



자료: 보건복지부, 1998, 2005. 「국민건강·영양조사」

그림 37. 육류 중 생육과 육가공품 지출비중 추이



자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

³² 최근 육가공품에도 건강 지향 및 고급화 성향을 강화하는 움직임이 있다. 백설 햄스빌의 ‘생양념 불고기햄’, 씨제이 프레스미의 ‘허브후랑크’, 목우촌의 ‘흑임자 원너 소시지’, 남부햄의 ‘콩마을’, 하림의 ‘챔’ 등이 출시되었다.

■ 채소류: 건강 지향 우세

채소류의 경우 친환경인증제품을 자주 구입하는 가구는 18.0%이며, 가끔 구입하는 가구가 58.1%에 달하여 친환경인증제품에 대한 구입비율이 높게 나타났다<표 31>. 특히 연령이 낮을수록, 소득수준이 높을수록 구입비율이 증가하는 경향을 보였다. 주부가 20대인 경우는 94.3%가 구입경험이 있는 반면, 60대 이상에서는 구입경험이 있는 가구의 비율이 56.9%로 감소하였다. 가구의 소득계층별로는 월소득이 100만원 미만인 가구에서는 절반 정도가 구입경험이 없는 것으로 조사되었으나, 500만원 이상 가구에서는 85.7%의 가구가 친환경인증제품을 구입하고 있는 것으로 나타났다.

표 31. 소비자계층별 친환경인증제품 구입경험 비교

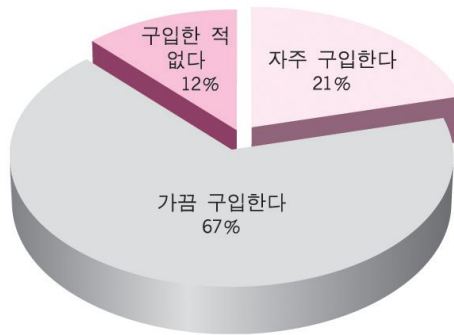
단위: %

구 분		사례수	자주 구입	가끔 구입	구입한 적 없다	합계
전체		621	18.0	58.1	23.8	100
주 부 연 령	20대	53	20.8	73.6	5.7	100
	30대	130	17.7	67.7	14.6	100
	40대	152	22.4	59.9	17.8	100
	50대	126	15.9	60.3	23.8	100
	60대 이상	160	15.0	41.9	43.1	100
가 구 소 득	100만원 미만	31	3.2	45.2	51.6	100
	100만원대	78	15.4	44.9	39.7	100
	200만원대	162	11.1	62.3	26.5	100
	300만원대	168	17.9	66.1	16.1	100
	400만원대	85	24.7	55.3	20.0	100
	500만원 이상	91	31.9	53.8	14.3	100

주: 주부연령 및 가구소득계층별 χ^2 검정의 p-value<0.001

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

그림 38. 양채류 구입 비중

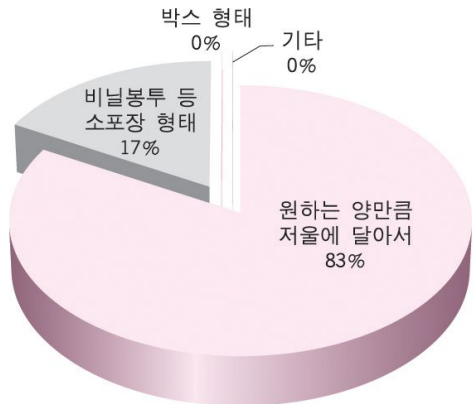


자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

또한 양상추, 브로콜리, 파프리카 등이 건강에 좋다는 인식이 확대됨에 따라 양채류 소비가 빠르게 확대되었다. 설문조사 결과 양채류를 자주 구입한다는 소비자는 20.7%, 가끔 구입한다고 대답한 소비자는 67.6%로 대부분 가구에서 양채류를 소비하는 것으로 나타났다<그림 38>.

채소류 구입형태에 대한 조사결과 대부분의 소비자(82.6%)는 아직 벌크형태로 원하는 만큼 담아서 구입하고 있었으며, 소포장이나 박스포장 형태로 구입하는 비율은 응답의 17.1%에 불과하였다<그림 39>. 그러나 주부 연령층이 낮을수록, 소득이 높을수록 포장제품 구입 비중이 증가하였다<표 32>. 세척 및 절단 제품의 경우 자주 구입하는 소비자는 극소수에 불과하였으나 가끔 구입한다는 소비자가 40.1%로 상당 비중을 점하고 있었다. 세척 및 절단제품역시 포장제품에 비해 구입 비중은 낮았지만 주부 연령층이 낮을수록 소득이 높을수록 구입 비중이 증가하는 것으로 나타났다. 현재까지는 채소류 구입 시 간편화 경향이 뚜렷하게 증가하지 않았지만 젊은 소비자 계층과 고소득계층에서 포장 및 세척·절단 제품을 구입하는 비율이 상대적으로 크므로 이들 계층을 중심으로 향후 수요가 증가할 것으로 예상된다.

그림 39. 채소류 구입 형태



자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

표 32. 채소류 포장 및 세척·절단제품 구입행태 비교

단위: %

구 분		세척·절단제품		포장제품	
		구입한다	구입 안한다	구입한다	구입 안한다
전 체		41.7	58.3	78.6	21.4
주 부 연 령	20대	67.9	32.1	92.5	7.5
	30대	51.5	48.5	86.2	13.8
	40대	43.4	56.6	86.2	13.8
	50대	39.7	60.3	73.8	26.2
	60대 이상	25	75	64.4	35.6
가 구 소 득	100만원 미만	16.1	83.9	54.8	45.2
	100만원대	30.8	69.2	62.8	37.2
	200만원대	37.0	63.0	77.8	22.2
	300만원대	43.5	56.5	85.7	14.3
	400만원대	48.2	51.8	89.4	10.6
	500만원 이상	59.3	40.7	80.2	19.8

주: 주부연령 및 가구소득계층별 χ^2 검정의 p-value $p<0.001$

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

■ 과일류: 건강 지향, 다양화 특징³³

과일은 소득수준 향상에 따른 기호식품 수요 증가와 건강식품에 대한 관심 확대로 가정 내에서 소비가 가장 빠르게 증가한 식품류이다. 우리나라 사람들은 절반 정도가 매일 과일을 먹고 있으며, 약 70%는 주 4회 이상 과일을 먹고 있는 것으로 조사되었다.

친환경제품에 대한 관심도 크게 증가하여 저농약제품을 중심으로 소비가 확대되고 있다. 과일의 경우 친환경인증제품을 자주 구입하는 소비자는 13.9%, 가끔 구입하는 소비자는 58.4%로 조사되었다<표 34>. 과일류의 친환경인증제품 구입비율은 채소류와 마찬가지로 주부의 연령이 낮을수록, 소득수준이 높을수록 증가하였다. 친환경과일을 구입해본 경험이 있는 가구는 주부 연령이 60대 이상에서 55%였으나, 20대 가구는 90% 이상으로 증가하였다. 월소득이 500만원 이상인 고소득 가구의 경우 친환경과일을 구입한 가구는 83.5%로 다른 소득계층에 비해 월등히 높다.

품목별로 2001년 이후 소비가 가장 빠르게 증가한 품목은 토마토(9.2%), 바나나(5.4%), 복숭아(5.0%)로 조사되었다<표 35>. 토마토는 웰빙에 가장 적합한 품목으로 다양한 용도로의 소비가 빠르게 증가하고 있었다. 바나나는 먹기 쉽고 몸에도 좋다는 인식이 확산되면서 전 연령층에서 소비가 증가

표 33. 과일류 섭취 빈도

단위: %

주기	매일	1주에 4~5일	1주에 2~3일	1주 1일	2주일에 1일	1개월에 2~3일	1개월에 1일	2~3개월 1일
비중	49.4	20.1	22.9	5.3	1.8	0.2	0.0	0.3

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

³³ 과일에는 사과, 배, 귤, 단감 등의 과실류와 토마토, 딸기, 수박 등 일반적으로 과일로 인식되고 있는 과채류가 포함된다.

표 34. 과일류의 친환경인증제품 구입경험 비교

단위: 명, %

구 분		사례수	자주 구입	가끔 구입	구입한 적 없다	합계
전 체		621	14.0	58.6	27.4	100
주 부 연 령	20대	53	18.9	73.6	7.5	100
	30대	130	16.9	65.4	17.7	100
	40대	152	15.8	62.5	21.7	100
	50대	126	13.5	55.6	31.0	100
	60대 이상	160	8.8	46.9	44.4	100
가 구 소 득	100만원 미만	31	3.2	38.7	58.1	100
	100만원대	78	9.0	51.3	39.7	100
	200만원대	162	12.3	60.5	27.2	100
	300만원대	168	13.1	66.1	20.8	100
	400만원대	85	17.6	51.8	30.6	100
	500만원 이상	91	24.2	59.3	16.5	100

주: 주부연령 및 가구소득계층별 χ^2 검정의 p-value<0.001

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

하였으며, 특히 고산지대와 스위티오 브랜드 등으로 품질을 차별화한 것도 영향을 미친 것으로 평가되고 있다. 사과와 귤 등의 소비량은 정채 내지 감소추세를 보이고 있으나, 고급화 추세가 뚜렷하게 나타나는 품목이다. 과일에서 고급화의 대표적인 경향은 당도를 차별화시키는 것으로 동일 매장 내에서 판매되는 품목별 최저가격 대비 최고가격은 사과의 경우 평균 3배 이상, 감귤은 2.5배 이상으로 과일 중에서 가장 높은 편이었다.³⁴

³⁴ 유통업체 방문조사 결과 사과가격은 kg당 최저 1,000~4,900원에서 최고 4,000~12,000원 수준이었다. 감귤은 제주감귤농업협동조합의 kg당 출하가격(2006년)이 일반품 1,290원에 비해 곱림원 1,821원, 불로초 3,240원이었다.

표 35. 과일 품목별 소비 증감률

단위: %

	토마토	복숭아	바나나	사과	배	단감	포도	귤
1990~2000	7.0	2.9	2.7	-4.6	5.6	8.0	15.1	-0.8
2001~2005	9.2	5.0	5.4	-6.4	5.4	-2.4	-5.5	0.1

주: 3개년 이동평균치

자료: 한국농촌경제연구원. 2005. 「식품수급표」

과일류 소비에서 나타나는 또 하나의 특징은 다양화 추세이다. 과거에는 제철과일 중심으로 소비가 이루어졌으나 점차 출하시기가 확대되고, 수입 과일이 급증함에 따라 다양한 과일을 즐기는 특징이 나타나고 있다. 이는 소비자들이 다양한 맛과 색깔을 통해 즐거움을 얻고자 하는 트렌드에 따른 것이며, 과일과 채소의 경우 색깔별로 다른 성분과 효능을 갖고 있어 다양한 섭취가 몸에 좋다는 내용이 매스컴을 통해 알려진 것도 영향을 미친 것으로 보인다.³⁵ 2006년 기준 가정 내에서 한 달 평균 먹는 과일 품목 수(통계청 가계조사 대상품목기준)는 평균 2.6개이며, 소득수준이 높을수록 지출품목수도 증가하는 특징을 보였다<표 36>. 가구주 연령별로는 가구주 연령이 20대와 65세 이상인 가구에서 과일 소비 품목수가 상대적으로 적게 나타났으며, 맞벌이가구와 도시지역 거주가구에서 과일을 상대적으로 다양하게 소비하는 것으로 나타났다.

³⁵ 토마토, 수박, 자두 등 빨간색 과일은 심장질환, 유방암, 동맥경화 등을 예방해 주고, 파인애플, 복숭아, 망고 같은 노란색은 암, 심장질환 예방 및 콜레스테롤을 저하시켜 혈액순환을 좋게 해준다. 배, 바나나 등 하얀색은 바이러스에 대한 저항력을 키워주고 심장병을 예방해주며 포도, 블루베리 등 보라색은 몸 안에 노폐물이 쌓이는 것을 막아주고 시력회복에 도움을 준다. 키위 같은 초록색 과일은 DNA 손상을 막고 간을 건강하게 해준다(국민일보 2005년 1월 11일).

표 36. 과일 지출 품목수, 2006

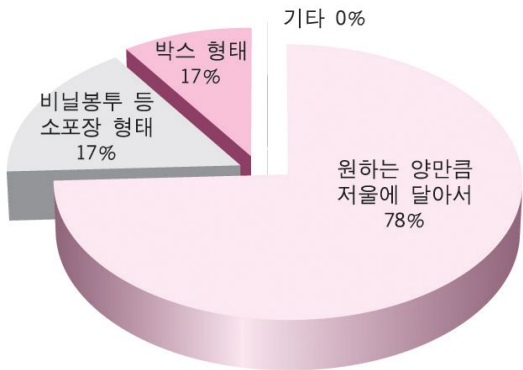
단위: 개

구분		지출 품목수	구분		지출 품목수
전체 평균		2.6	소득 수준	최저생계비	1.6
가구주 연령	29세 이하	1.9		차상위	2.2
	30 ~ 49세	2.7		저소득	2.5
	50 ~ 65세	2.7		중하	2.4
	65세 이상	2.1		중상	3.1
맞벌이 여부	맞벌이	2.8		고소득	3.4
	단독가구	1.6		비근로자	2.5
지역	도시	2.7			
	농촌	2.2			

주: 절대빈곤층과 차상위층은 최저생계비와 차상위계층 해당 가구이며, 소득계층은 조사 평균을 기준으로 저소득(평균의 25% 미만), 중하(평균의 25%~평균), 중상(평균~평균의 2배) 고소득(평균의 2배 이상)으로 구분됨.

자료: 통계청 가계조사 원자료 분석결과

그림 40. 과일류 구입 형태



자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

과일류는 채소류에 비해서 소포장이나 박스포장 구입이 많으나, 원하는 양만큼 달아서 구입하는 비율이 78.4%로 소비자들이 일일이 눈으로 확인

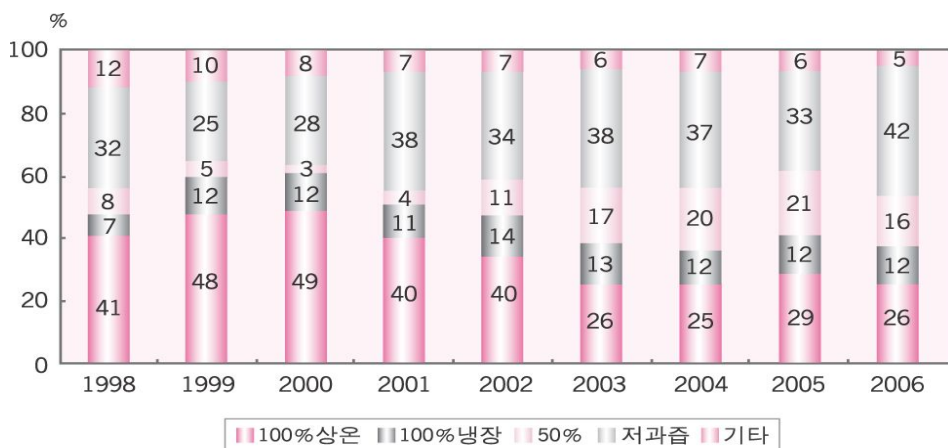
하고 구입하는 비율이 높았다<그림 40>. 세척·절단 제품은 채소류에 비해 많지 않으나, 최근 세척사과나 절단 파인애플 등 과일에서도 세척·절단제품 종류가 빠르게 늘어나고 있다.

■ 가공식품: 간편화, 다양화, 건강 지향 반영

가공식품은 조리시간을 단축하고 조리를 쉽게 할 수 있게 하며, 색다른 맛과 모양을 즐기고자 하는 소비자 욕구에 우선적으로 부응하는 식품이다. 가정 내에서 생산되던 식품이 공장 생산으로 대체되고, 소비자의 선호에 맞는 맛과 기능성을 추구하는 다양한 가공제품의 등장이 가공식품의 주된 조류로 나타나고 있다.

주스는 탄산음료시장의 정체에 따라 음료시장의 40% 이상을 점유할 정도로 수요가 증가하기도 하였으나, 2000년 이후 100% 주스시장이 정체되면서 최근 30% 수준에서 정체되고 있다. 2000년 100% 주스의 시장점유율은 51%에 달했으나 이후 감소추세를 지속하여 2006년에는 38%로 감소한

그림 41. 음료수 종류별 비중 추이

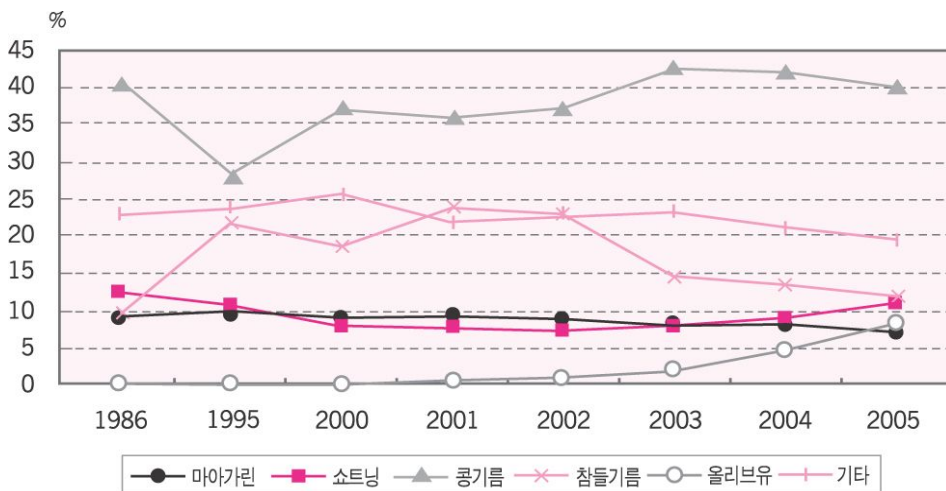


자료: 롯데칠성 내부자료

반면, 저과즙시장과 50% 주스시장이 증가하는 경향을 나타냈다. 음료시장의 성장은 주로 길거리 수요 확대를 기반으로 하는데, 최근 길거리 수요의 주된 연령층인 10~20대를 겨냥한 다양한 저과즙음료와 곡물차 등의 매출 확대로 100% 주스시장이 정체되는 것으로 보인다.³⁶ 주스시장의 수요를 결정하는 10~20대는 다양한 맛을 즐기고, 다이어트나 외모에 관심이 많아 저칼로리·기능성음료를 선호하는 연령층이다.

유지류는 콜레스테롤, 포화지방산 등 몸에 좋지 않은 물질의 공급원이 된다는 인식이 확산됨에 따라 보다 건강에 위해하지 않은 품목으로 대체하는 건강 지향이 빠르게 증가하고 있다. 마가린과 쇼트닝의 시장점유율이 20% 이내로 감소하였으며, 올리브유와 포도씨유 등이 증가하는 추세를 보이고 있다<그림 42>.

그림 42. 유지류 종류별 비중 추이



자료: 식품의약품안전청. 각 연도. 「식품 및 식품첨가물 생산실적」.

³⁶ 대표적인 음료로는 ‘몸이 가벼워지는 시간 17차’, ‘검은콩 음료 블랙빈 테라피’, ‘까만콩차’, ‘옥수수 수염차’, ‘오늘의 차’, ‘홍초’ 등이 있다.

표 37. 사용하고 있는 식용유 종류

단위: %

구 분		콩기름	옥수수유	포도씨유	올리브유	면실유	채종유	기타	합계
전 체		31.1	18.8	41.4	65.1	1.8	1.6	17.7	100
주부 연령	20대	18.6	15.1	45.4	66.3	0	1.8	24.4	100
	30대	26.9	16.1	46.1	64.7	3.8	1.5	18.1	100
	40대	31.9	20.6	45.3	71.0	0.6	1.9	16.7	100
	50대	31.6	13.7	45.4	66.6	2.4	0	17.8	100
	60대 이상	36.9	25.1	29.4	58.1	1.2	2.5	17.4	100
가구 소득	100만원 미만	35.4	35.7	9.4	51.5	0	0	12.9	100
	100만원대	42.6	19.3	34.7	52.6	2.5	2.6	19.4	100
	200만원대	34.6	23.6	46.0	59.4	0.6	1.9	21.9	100
	300만원대	28.9	18.6	39.1	66.0	2.4	1.1	15.9	100
	400만원대	37.4	7.2	44.8	81.2	2.3	1.2	13.3	100
	500만원 이상	11.9	14.2	52.3	74.6	2.1	2.1	18.0	100

주: 주부연령 및 가구소득계층별 χ^2 검정의 p-value<0.001, 다중응답

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

소비자 조사에서도 가정 내에서 올리브유와 포도씨유를 사용하는 가구가 각각 65%, 41%로 높았으며, 월소득이 높은 가구와 주부의 연령이 50대 이하인 가구에서 많이 사용하고 있었다<표 37>. 소득계층별로 올리브유 사용비중을 비교해보면 월소득이 200만원대 이하인 가구의 경우 60%를 넘지 않으나, 300만원대 66%, 400만원대 81.2%로 빠르게 증가하였다. 포도씨유는 월소득이 500만원 미만인 가구에서는 30~40%, 500만원 이상인 가구는 52.3%로 절반 이상에서 사용 중인 것으로 나타났다. 연령층별로는 주부가 50대 이하의 경우 사용비중에 큰 차이를 보이지 않으나, 60대 이상 계층은 다른 연령층과 큰 차이를 보였다. 특히 포도씨유의 경우 50대 이하에서 사용비중은 45% 수준이나, 60대에서는 29%로 크게 감소하였다.

설탕은 갈색설탕을 사용하는 가구가 56%로 가장 많았으며 특히 가구소득이 높을수록 갈색설탕, 꿀, 올리고당 등을 사용하는 가구가 늘어나고 있

는 추세를 나타냈다. 갈색설탕의 경우 소득수준이 100만원 미만인 가구의 사용비율은 29.1%에서 400만원 이상인 가구 60% 이상으로 빠르게 증가한 반면, 백설탕은 같은 계층에 대해 55%에서 35%로 감소하였다.

표 38. 사용하고 있는 설탕류

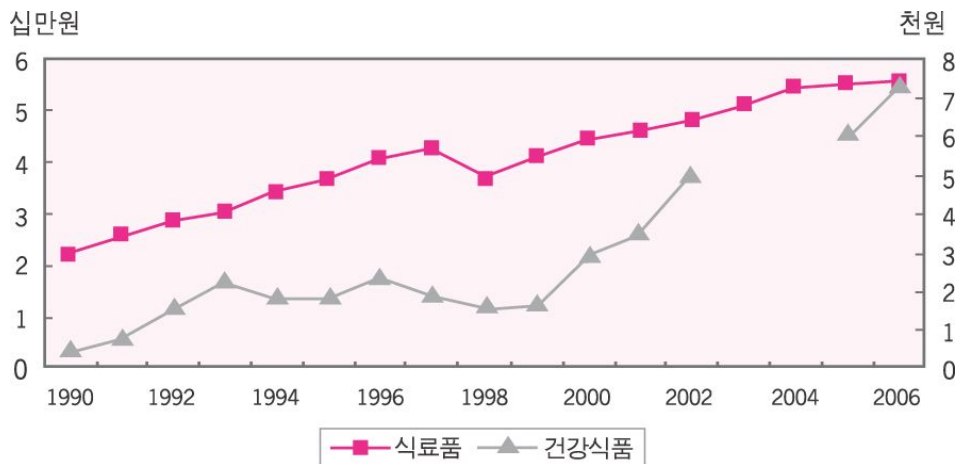
단위: %

구 분		백설탕	갈색 설탕	흑설탕	꿀	물엿	올리 고당	인공 감미료	기타	합계
전 체		44.4	56.0	14.4	19.8	47.7	23.5	6.9	1.9	100
가 구 소 득	100만원 미만	55.0	29.1	32.1	0	38.9	6.3	6.5	3.2	100
	100만원대	54.3	54.7	15.8	19.7	50.5	15.8	5.3	1.3	100
	200만원대	47.2	53.4	15.5	18.6	47.2	22.2	4.9	1.2	100
	300만원대	40.8	57.7	11.9	20.5	45.3	25.0	7.9	1.7	100
	400만원대	44.8	62.9	8.0	21.2	55.6	35.0	10.9	1.1	100
	500만원 이상	35.0	60.5	14.3	25.4	48.6	25.2	7.8	4.3	100

주: 가구소득계층별 χ^2 검정의 p-value<0.001, 다중응답

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

그림 43. 식료품 및 건강식품 지출 증가추세 비교



자료: 통계청(<http://www.nso.go.kr/>)

가공식품소비의 특징 중 하나로 간과할 수 없는 것은 건강식품의 소비 증가추세이다. 건강식품의 소비는 2000년 이후 급격히 증가하는 추세를 나타내고 있는데, 2000년대 식료품 소비 증가율이 3.8%인 반면 건강식품 증가율은 16.7%를 기록하였다<그림 43>.

외식 소비행태

■ 외식 소비빈도

소득수준 높을수록 자주 외식

가족단위 외식의 경우 한 달에 한 번 외식을 하는 가구가 22.6%로 가장 많으며, 다음으로 한 달 2~3회(20.1%), 주 1회(17.7%) 순서로 나타났다. 소득수준이 높아질수록 가족단위 외식은 증가추세를 나타낸 반면, 거의 안

표 39. 외식 빈도

단위: %

구 분		매일	1주에 4~5일	1주에 2~3일	1주에 1일	2주에 1일	1달에 2~3일	1달에 1일	2~3달 1일	거의 안먹음	합계
전 체		0.2	0.3	3.5	17.7	9.3	20.1	22.6	11.8	14.5	100
가 구 소 득	100만원 미만	0.0	0.0	6.3	6.3	9.4	12.5	12.5	12.5	40.6	100
	100만원대	1.3	0.0	2.6	9.0	6.4	20.5	25.6	14.1	20.5	100
	200만원대	0.0	0.0	1.2	12.4	8.7	18.0	28.0	16.8	14.9	100
	300만원대	0.0	0.6	3.6	19.8	8.4	19.2	24.6	12.0	12.0	100
	400만원대	0.0	0.0	7.1	16.5	14.1	31.8	14.1	7.1	9.4	100
	500만원 이상	0.0	1.1	4.4	34.1	11.0	17.6	16.5	6.6	8.8	100

주: 가구소득계층별 χ^2 검정의 p-value<0.001

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

먹는다는 비율은 소득수준에 따라서 40.6%에서 8.8%로 감소하였다. 월소득 300만원대 이하의 가구는 월 1회, 400만원대는 1월 2~3회, 500만원 이상인 가구는 주 1회가 가장 많은 비율을 점하는 것으로 조사되었다.

연령층 낮을수록 배달음식 및 조리식품 구입 증가

배달음식의 경우 약 60%의 가구에서 이용하고 있었으며, 주부의 연령층별로 이용빈도에 큰 차이가 있는 것으로 나타났다<표 40>. 20~30대 주부는 1~2주에 한 번 정도 주문하는 비율이 가장 높은 반면, 40대 이후는 거의 먹지 않는 가구의 비율이 크게 증가하였다. 50대 이상 가구는 절반 이상이 배달음식을 거의 먹지 않는다고 응답하였다.

미리 만들어 판매하는 반찬류, 순대죽발, 김밥 등의 조리식품을 자주 또는 가끔 구매하는 소비자는 약 20% 수준으로 조사되었다<표 41>. 또한 60대 이상 주부의 경우 12.1%인 반면 20대 주부는 37.7%로 연령이 낮을수록 구매 비율이 증가하는 것으로 나타났다. 구입경험이 있는 소비자를 대상으로 구입이유를 조사해 본 결과 간편성(57%) 때문이라는 의견이 다수를 차

표 40. 배달음식 섭취 빈도

단위: %

구 분		매일	1주에 4~5일	1주에 2~3일	1주에 1일	2주에 1일	1달에 2~3일	1달에 1일	2~3달 1일	거의 안먹음	합계
전 체		0.2	0.5	0.9	12.8	11.5	13.3	14.1	9.7	37.1	100
주 부 연 령	20대	0.0	0.0	0.0	18.9	20.8	13.2	13.2	17.0	17.0	100
	30대	0.0	0.8	0.0	23.3	15.5	19.4	12.4	10.9	17.9	100
	40대	0.0	0.7	3.4	18.2	12.8	14.9	14.2	5.4	30.4	100
	50대	0.8	0.0	0.0	5.5	8.7	14.2	13.4	7.9	49.6	100
	60대 이상	0.0	0.6	0.6	3.7	6.1	6.1	15.9	11.6	55.5	100

주: 주부연령층별 χ^2 검정의 $p\text{-value}<0.001$

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

지하였다<그림 44>. 구매를 하지 않는 이유로는 주로 위생상 안전하지 않을 것 같고(60.4%), 맛이 없기(26.1%) 때문이라는 의견이 다수였다.

표 41. 즉석조리식품 구매 빈도

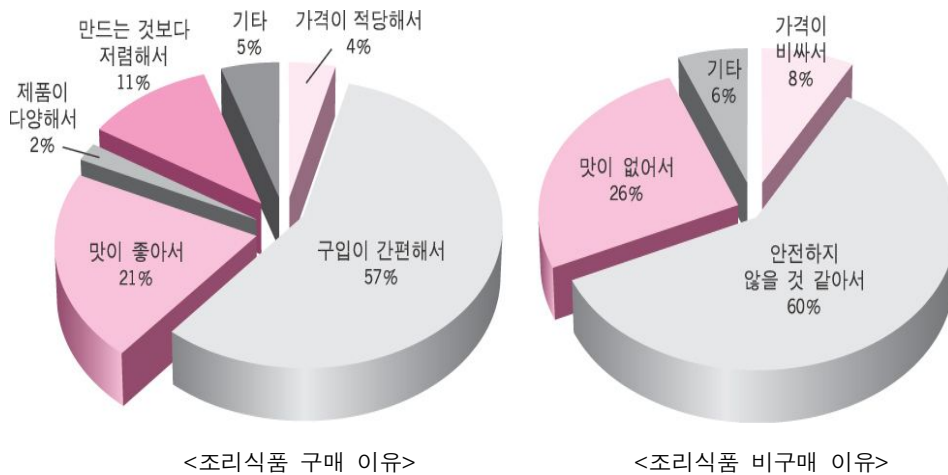
단위: %

구 분		구입한 적 없다	구매하지 않는 편	그저 그렇다	가끔 구매 편	자주 구매	합계
전 체		12.0	10.4	56.5	19.8	1.3	100
주 부 연 령	20대	7.5	0.0	54.7	37.7	0.0	100
	30대	4.7	4.7	64.8	24.2	1.6	100
	40대	5.4	9.5	61.5	22.3	1.4	100
	50대	10.3	16.7	54.8	17.5	0.8	100
	60대 이상	26.1	13.9	47.9	10.3	1.8	100

주: 주부연령층별 χ^2 검정의 p-value<0.001

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

그림 44. 조리식품 구매·비구매 이유



자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

■ 외식 소비현황

외식 선택은 맛 우선

가족단위 외식 시 1인당 평균 외식비용은 1만 6천원 정도이며, 1만~2만원이 절반 이상(54.6%)의 비중을 점하고 있는 것으로 조사되었다. 가족들과 외식을 하는 가장 큰 이유로는 맛있는 음식을 즐기기 위해서가 51.6%로 절반 이상을 점하였다. 이는 특별한 날이거나(24.9%) 식사준비를 간편하게 하기 위해서(21.8%)의 두 배 이상 수준으로 사람들은 ‘평상시 맛있는 음식을 찾아 외식하는’ 경우가 대다수인 것으로 나타났다.

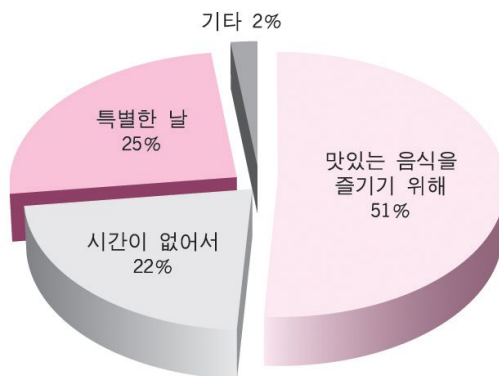
표 42. 가족단위 외식 시 1인당 평균 비용

단위: %

비용수준	1만원 미만	1만~2만원	2만~3만원	3만~4만원	4만~5만원	5만원 이상
비중	17.8	54.6	21.0	2.9	1.0	2.7

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

그림 45. 외식을 하는 주된 이유



자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

표 43. 외식장소 선택 기준

단위: %

선택 기준	비 중
음식의 맛	47.9
요리 종류	22.2
음식점의 청결도	14.8
가격 수준	5.1
메뉴의 다양성	2.7
교통 편리	2.1
분위기	1.6
서비스	1.6
부대시설	0.3
기타	1.7
합계	100

자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

가족단위 외식 시 장소의 선택 기준으로도 맛(47.9%), 요리 종류(22.2%), 식당의 청결도(14.8%) 등으로 맛이 우선적으로 고려되는 것으로 조사되었다<표 43>.

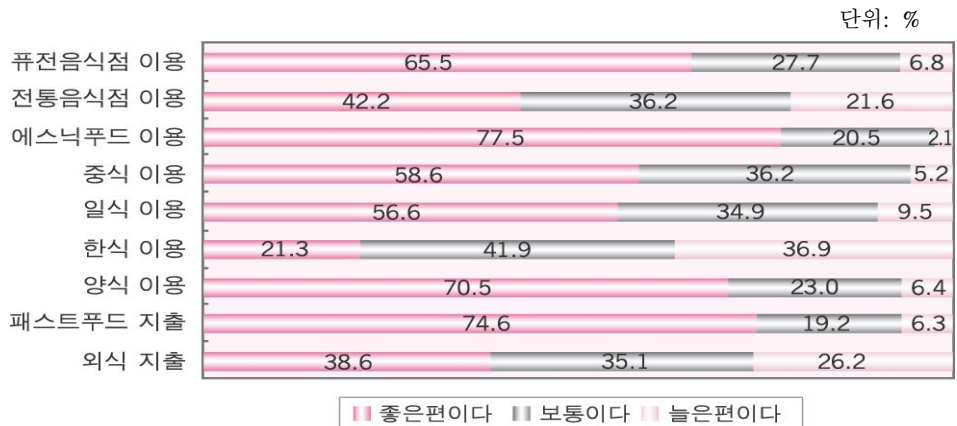
외식에서 건강 지향 확대

외식메뉴별로 지출 추이를 조사한 결과 외식에서도 건강식을 지향하는 성향이 강해지면서 한식(36.9%)과 전통음식(21.6%)에 대한 수요가 증가한 것으로 나타났다<그림 46>. 반면 중국음식과 패스트푸드에 대해서는 이용이 다소 줄었다고 응답한 가구가 각각 58.6%, 74.6%로 조사되었다.

소비자들이 외식의 가장 큰 문제점으로 화학조미료 사용(35.6%)을 지적하는 것도 건강 지향 성향을 반영한다고 볼 수 있다<그림 47>. 외식업체 조사결과 업체에서도 소비자의 조미료에 대한 민감성을 반영하여 조미료 사용 빈도를 줄이고 있는 것으로 나타났다. 조사업체 중 65% 정도가 조미료를 줄이고 있었으며, 56.2%가 짭맛을 줄이고 있었다. 단맛과 매운맛은

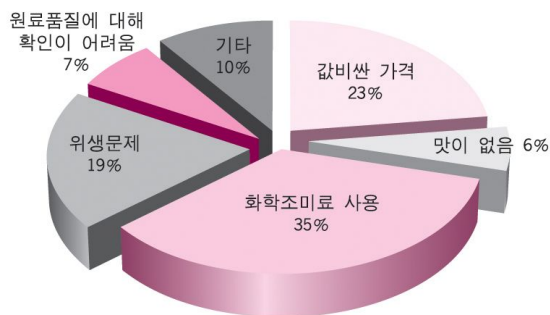
크게 변화가 없다는 의견이 다수였으나, 단맛은 감소시키고 매운맛은 증가한 업체가 약간 더 많았다<표 44>. 매운맛 증가는 고춧가루의 캡사이신이 다 이어트에 좋다는 인식이 젊은 층을 중심으로 형성되었기 때문으로 보인다.³⁷

그림 46. 외식메뉴별 지출 차이



자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

그림 47. 외식에서 가장 큰 문제점



자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과

³⁷ 비만 억제에 도움을 주는 식품으로는 검은콩, 고추, 녹차, 갯잎 등이 있는데 특히 고추의 매운맛인 캡사이신 성분은 체중 감량에 도움을 준다(중앙일보 2005년 11월 21일).

표 44. 외식업체의 음식 맛 변화

단위: %

	조미료 사용	짠맛	매운맛	단맛
감소	64.5	56.2	18.8	15.7
변화 없음	35.5	43.8	43.8	75.0
증가	-	-	37.5	9.4
합계	100	100	100	100

자료 : 36개 외식업체 대상 설문조사 결과

■ 외식시장의 트렌드: 전문화

외식시장의 트렌드는 전문화, 건강 지향, 간편화로 요약될 수 있다. 전문화의 범주에는 고급화 지향, 품목별 전문화, 저가브랜드가 포함된다. 씨푸드, 불고기, 초밥 등은 고급화 지향이 강하며 오프라이스나 에스닉푸드 등은 품목별 전문화가 추진되는 예로 메인 메뉴를 다양하게 응용하면서 간편성을 접목하고 있다. 저가브랜드에는 김밥, 라면, 수입쇠고기 전문점 등이 포함된다. 건강 지향의 예는 씨푸드 전문점, 오리고기 전문점, 샐러드바, 유기농 전문점, 죽 전문점 등의 확대이다. 간편화 트렌드는 테이크아웃, 가정대용식(HMR), 델리슈프 등의 확대에도 반영된다.

외식 메뉴별 소비 추세를 조사한 결과 건강 지향적이고 전문화된 죽, 초밥, 샐러드와 샌드위치, 베이커리, 에스프레소, 와인 등은 소비가 늘고 있다는 응답이 60% 이상을 차지하였다<표 45>. 반면 햄버거와 탄산음료의 경우는 응답업체의 80% 이상이 소비가 줄고 있다고 평가하여 정크푸드에 대한 사회적인 인식이 반영된 결과를 나타냈다. 삼겹살, 김밥, 치킨, 피자 등은 소비에 큰 변화가 없는 것으로 조사되었다.

외식시장의 트렌드를 반영할 때 업종별로는 전통음식점, 에스닉푸드, 건강음식점, 씨푸드 전문점 등이 유망할 것으로 전망되었다<표 46>. 에스닉푸드는 20대 소비자를 중심으로 소비가 늘고 있고 아직 가족단위 외식 중

가는 나타나지 않으나, 지중해 음식, 스페인 음식, 동남아 음식 등이 건강에 좋다는 인식이 확산되면서 유망할 것으로 전망되고 있다.

표 45. 메뉴 소비 경향

단위: %

	급격 감소	점차 감소	변화 없음	점차 증가	급격 증가	합계
죽	-	13.9	16.7	66.7	2.8	100
삼겹살	2.8	8.3	69.4	19.4	-	100
스테이크	-	20.0	48.6	31.4	-	100
공기밥	2.8	30.6	66.7	-	-	100
김밥	-	25.7	51.4	22.9	-	100
초밥	-	14.3	22.9	51.4	11.4	100
중국음식	-	25.0	36.1	36.1	2.8	100
샐러드	-	-	8.3	69.4	22.2	100
샌드위치	-	2.8	36.1	58.3	2.8	100
햄버거	13.9	66.7	19.4	-	-	100
치킨	2.8	16.7	66.7	13.9	-	100
피자	-	22.2	66.7	11.1	-	100
파스타	-	2.8	52.8	41.7	2.8	100
베이커리	-	2.8	33.3	61.1	2.8	100
에스프레소	-	-	19.4	69.4	11.1	100
탄산음료	25.0	66.7	8.3	-	-	100
와인	-	-	-	55.6	44.4	100

자료 : 36개 외식업체 대상 설문조사 결과

표 46. 향후 외식업종 전망

단위: %

	유망하지 않다	보통이다	유망하다	매우 유망하다	합계
에스닉음식점	-	27.8	61.1	11.1	100
전통음식점	2.8	30.6	63.9	2.8	100
건강음식점	-	16.7	58.3	25.0	100
퓨전음식점	14.3	34.3	45.7	5.7	100

자료 : 36개 외식업체 대상 설문조사 결과

서비스 형태에 대해서는 대부분 업체에서 테이크아웃이나 배달형태가 늘어날 것으로 전망하고 있었다. 도넛, 베이커리, 아이스크림 전문점은 카페테리아 컨셉을 접목시켜 현재 확장하고 있는 상황이며, 향후 증가할 것이라는 전망이 우세하였다. 뷔페형태는 현재까지는 불황과 소비심리에 맞물려 호황을 누리고 있으나, 사회 경기 회복과 소비의 전문화·고급화가 가속된다면 상대적으로 감소할 것이라는 의견이 보다 많은 것으로 나타났다.

표 47. 서비스 형태 전망

단위 : %

	점차 감소	차이 없음	점차 증가	급격 증가	합계
뷔페형태	44.4	27.8	27.8	-	100
카페테리아	5.6	25.0	63.9	5.6	100
셀프서비스	8.3	52.8	33.3	5.6	100
테이크아웃	-	16.7	72.2	11.1	100
배달서비스	-	25.0	63.9	11.1	100

자료 : 36개 외식업체 대상 설문조사 결과

제 5 장

영양소 섭취 및 식생활 트렌드

이 장에서는 소비자의 식생활에 대한 인식 변화와 영양소 섭취 트렌드의 변화를 분석한다. 영양소 섭취 측면에서 나타나는 트렌드를 도출하고 일본 및 미국의 경우와 비교하며, 직장인과 청소년층을 대상으로 식생활 트렌드를 분석하고자 한다. 분석에는 보건복지부의 2001, 2005년도 국민영양조사 원자료와 직장인 307명, 청소년 304명을 대상으로 한 조사결과가 중점적으로 활용되었다.^{38 39}

영양소 섭취구조의 변화

■ 동물성 식품과 지방 섭취 증가

식품소비패턴 변화로 곡류 소비가 감소하고 육류 등 동물성 식품의 소비가 증가함에 따라 단백질 중에서 동물성 단백질의 비율이 1980년 28.7%에

표 48. 1인 1일당 평균 영양소 섭취량 추이

연도	에너지(kcal)	단백질(g)	지방(g)	동물성 단백질비(%)
1980	2,052	67.2	21.8	28.7
1985	1,936	74.5	29.5	41.7
1990	1,868	78.9	28.9	39.8
1995	1,839	73.3	38.5	47.3
1998	1,985	74.2	41.5	48.0
2001	1,976	71.6	41.6	47.9
2005	2,016	75.8	46.0	42.4

주: 동물성 단백질비(%) = 동물성단백질/총 단백질×100

자료: 보건복지부. 2006. 「국민건강영양조사 제3기(2005) 영양부문」

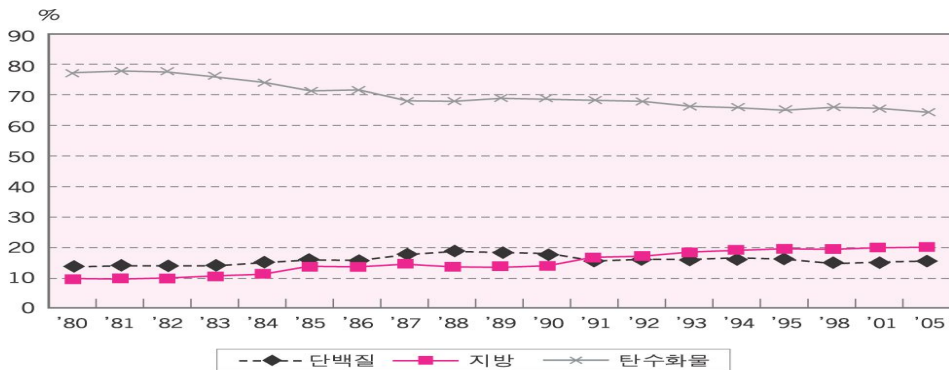
³⁸ 직장인조사는 2007년 8월 면접조사로 실시되었으며, 조사표본의 연령별 분포는 20대 65명(21.2%), 30대 121명(39.4%), 40대 93명(30.4%), 50대 이상 28명(9.0%)으로 구성되어 있다.

³⁹ 청소년조사는 2007년 8월 면접조사로 실시되었으며, 조사표본은 중학생 160명(52.6%), 고등학생 144명(47.4%)이다.

서 2005년 42.4%로 크게 확대되었다. 1인 1일당 지방의 섭취량도 같은 기간 동안 21.8g에서 2005년 46g으로 두 배 이상 증가하였다.

우리나라 국민의 총 에너지 섭취에 대한 3대 영양소 구성비 변화를 보면 단백질의 에너지 비율은 13.1~15.4%로 비교적 일정한 경향을 나타낸 반면, 탄수화물의 에너지 공급 비율은 1980년 77.3%에서 점차 감소하여 2005년에는 64.3%로 감소하였다. 지방의 에너지 공급비율도 1980년에 9.6%에서 2005년에는 20.3%까지 빠르게 증가하였다. 2005년 총에너지 섭취량에 대한 단백질, 지방, 탄수화물 비율은 15 : 20 : 64로 처음으로 지방 에너지 비율이 20%를 초과하였다.

그림 48. 3대 영양소의 에너지 구성비 추이



주: 2005년의 경우 개인별 3대 영양소 비율의 평균값임.

자료: 보건복지부, 2006. 「국민건강영양조사 제3기(2005) 영양부문」

■ 소득계층별 영양소 섭취 수준에 큰 격차

소득계층에 따른 영양소 섭취실태를 파악하기 위하여 2005년 “국민건강영양조사”의 최저생계비를 기준으로 ① 절대 빈곤층(최저생계비 미달 가구), ② 차상위층(빈곤선에서 빈곤선의 120% 미만 가구), ③ 차차상위층(빈곤선의 150%까지 가구), ④ 중위층(빈곤선의 150% 이상, 250% 미만

가구), ⑤ 상위층(빈곤선의 250% 이상, 350% 미만 가구), ⑥ 최상위층(빈곤선의 350% 이상 가구)으로 분류하여 비교 분석하였다.⁴⁰

가구당 월수입을 기준으로 영양소별 섭취기준에 대한 섭취비율을 비교한 결과 소득수준이 낮을수록 전반적으로 영양소 섭취 수준도 낮은 경향을 보였으며, 특히 단백질과 칼슘은 소득에 거의 비례하였다<표 49>. 소득계층에 따른 영양소 섭취 실태를 비교해 보면 가구수입이 낮을수록 전반적으로 영양소 섭취 수준도 낮은 경향이 나타난다. 절대빈곤층은 에너지 섭취량이 섭취기준에 크게 못 미치며, 특히 단백질, 칼슘, 비타민 C는 소득에 비례하여 소득이 높을수록 섭취비율이 높았다. 또한 영양소 섭취의 질적인 평가에서도 소득이 높을수록 평균영양소 적정비(MAR)가 증가하고, 질적 영양지수(INQ)가 1보다 적은 영양소의 수는 감소하는 특징을 보였다. 소득 계층에 따른 영양소 섭취수준의 차이는 유아, 아동, 청소년 계층에도 반영

표 49. 소득계층별 영양 섭취기준 대비 섭취비율(성인남자)

	영양소	절대빈곤층	차상위층	차차상위층	중위층	상위층	최상위층
섭취 기준 대비 섭취 수준 (%)	에너지	90.6	98.3	102.1	101.1	103.8	100.4
	단백질	158.6	160.5	174.8	171.3	169.3	171.4
	칼슘	78.7	84.8	94.7	90.5	90.1	89.7
	나트륨	441.0	489.8	480.2	448.6	463.7	455.8
	비타민 A	104.1	134.3	134.8	127.9	129.4	134.2
	비타민 C	91.1	101.4	116.6	114.9	111.9	119.6
에너지 구성비 (%)	단백질	15.5	15.3	16.9	16.1	16.2	16.5
	지방	19.7	18.0	19.4	19.8	20.0	21.2
	탄수화물	64.8	66.7	63.7	64.1	63.8	62.3
MAR		0.80	0.83	0.86	0.86	0.86	0.87
INQ < 1인 수		3.86	3.29	3.03	3.12	3.04	2.88

주: MAR은 평균영양소적정비를, INQ<1은 질적영양지수가 1보다 작은 영양소 수를 나타냄.

자료: 보건복지부. 2006. 「국민건강영양조사 제3기(2005) 영양부문」

⁴⁰ 박능후 외. 「탈빈곤정책 현황과 발전방안 연구 - 소득보장정책을 중심으로」. 한국보건사회연구원. 2003.

된다. 유아, 아동 남자, 청소년 남자의 경우 절대빈곤층의 에너지 섭취량이 부족한 것으로 나타났다<표 50>.

비만과 소득계층과의 관련성은 남녀에 차이가 있었다<그림 49>. 남자는 비만과 소득수준 간의 관련성이 나타나지 않았지만, 여자는 저소득층에서 비만 현상이 나타났다. 여성의 경우 상위층과 최상위층에서 비만의 비율은 낮았으나 절대빈곤층과 차상위층에서 비만으로 분류되는 사람이 상대적으로 많았다.

표 50. 유아, 아동, 청소년 계층의 에너지 섭취 실태(섭취기준=100), 2005

	절대빈곤층	차상위층	차차상위층	중간층	상위층	최상위층
유아	88.6	101.1	102.9	102.9	103.4	113.9
아동 남자	94.5	109.0	102.7	108.4	110.1	117.5
아동 여자	104.1	111.6	113.2	107.8	108.4	118.7
청소년 남자	84.7	91.5	103.3	92.0	91.3	97.2
청소년 여자	98.4	86.1	113.1	98.6	94.1	97.6

자료: 보건복지부, 2005. 「국민건강영양조사 제3기」

그림 49. 성인(20~64세)의 소득계층별 비만을 비교, 2005



자료: 보건복지부, 2005. 「국민건강영양조사 제3기」

■ 노인계층의 영양섭취 취약

65세 이상 노인연령층의 영양소 섭취 수준은 다른 연령대에 비해 낮았다 <그림 50>. 에너지는 섭취 기준의 81.5%만을 섭취하고 있었으며 단백질도 77.4%로 섭취기준에 크게 못 미쳤다. 동물성 단백질비는 20대가 46.6%, 30~40대가 42.9%인 반면 28.4%에 불과하였다. 지방에 의한 에너지 섭취 비율도 12.8%로 크게 낮았다.

■ 외식에서 지방 섭취 높아

주요 영양소별로 수요처별 공급비율을 살펴보면, 에너지의 58.6%를 가정식에서 섭취하며 외식에서 41.4%를 충당하고 있는 것으로 나타났다<그림 51>. 외식은 다시 음식점 18.4%, 배달 및 테이크아웃 12.9%, 급식

그림 50. 연령층별 영양소 섭취기준 대비 섭취비율, 2005



자료: 보건복지부, 2005. 「국민건강영양조사 제3기」

그림 51. 3대 영양소의 수요처별 공급비율, 2005



자료: 보건복지부, 국민영양조사 원자료 분석결과

10.1%로 구분된다. 단백질은 가정식 58.9%, 외식 41.0%로 에너지와 비슷하였으나, 지방은 상대적으로 외식에서 섭취하는 비율이 높았다. 지방의 경우 음식점에서 조리된 식품으로부터 섭취하는 비율은 45.5%였다.

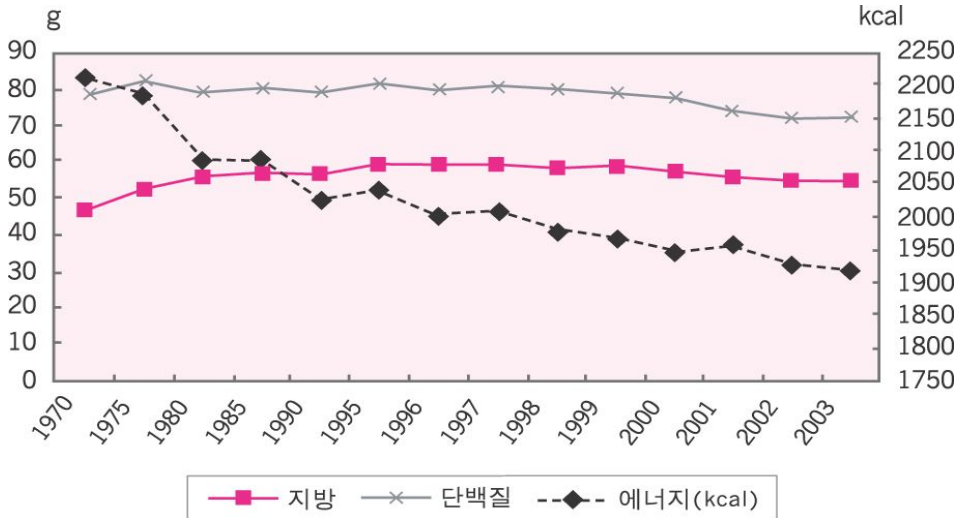
■ 일본과 미국의 영양섭취 구조 시사점

일본의 영양섭취 구조

일본의 1인 1일당 에너지 섭취량은 1970년 2,210kcal를 기점으로 감소추세로 전환하여 2004년 1,902kcal까지 지속적으로 감소하고 있다<그림 52>. 단백질과 지방은 1990년대 후반까지 증가추세를 보이다가 이후 감소하는 경향을 보이지만, 에너지 공급 비율은 정체 내지는 소폭 증가하는 것으로 나타난다<표 51>. 단백질의 경우 에너지 공급비율은 13% 수준에서 유지되고 있으며, 지방은 1990년대 27~28%에서 2000년대 29% 수준으로 약간

증가하였다. 단백질 공급비율은 우리나라와 비슷한 수준이나, 지방 공급비율이 우리나라의 20%(2005년)에 비해 월등히 높은 것으로 나타났다.

그림 52. 에너지 섭취량 변화 추이



자료: 후생노동성 건강국. 「국민건강·영양조사보고」

표 51. 일본의 에너지 공급 비율 추이

단위: %

	단백질	지방	탄수화물	합계
1965	12.2	16.2	71.6	100
1975	12.8	22.8	64.4	100
1985	12.8	26.1	61.2	100
1990	13.0	27.2	59.8	100
1995	13.3	28.1	58.6	100
2000	13.1	28.6	58.3	100
2003	13.1	29.1	57.8	100
2005	13.1	28.9	58.0	100

자료: 농림수산성. 각 연도

표 52. 일본의 동물성 단백질·지방 섭취 추이

	단백질(g)		지방(g)	
		동물성 단백질(%)		동물성 지방(%)
1970	77.6	44.1	46.5	44.9
1975	81.0	48.0	52.0	49.2
1980	78.7	49.8	55.6	48.4
1985	79.0	50.8	56.9	48.5
1990	78.7	52.6	56.9	48.3
1995	81.5	54.5	59.9	49.7
2000	77.7	53.7	57.4	50.2
2003	71.5	53.6	54.0	50.2

자료: 후생노동성 건강국, 「국민건강·영양조사보고」

영양섭취구조에서 큰 변화는 동물성 단백질과 지방의 섭취 증가이다<표 52>. 동물성 단백질 섭취 비율은 1970년 44%에서 1990년대 중반 이후 54% 수준까지 확대되었으며, 동물성 지방은 같은 기간 45%에서 50% 수준까지 증가하였다.⁴¹ 지방질 과잉섭취는 비만이나 고지혈증, 더욱이 심장병이나 대장암의 원인이 되기 때문에 생활 습관병 예방이라는 관점에서 최근 그 섭취량이 주목받고 있다.⁴²

미국의 영양섭취 구조

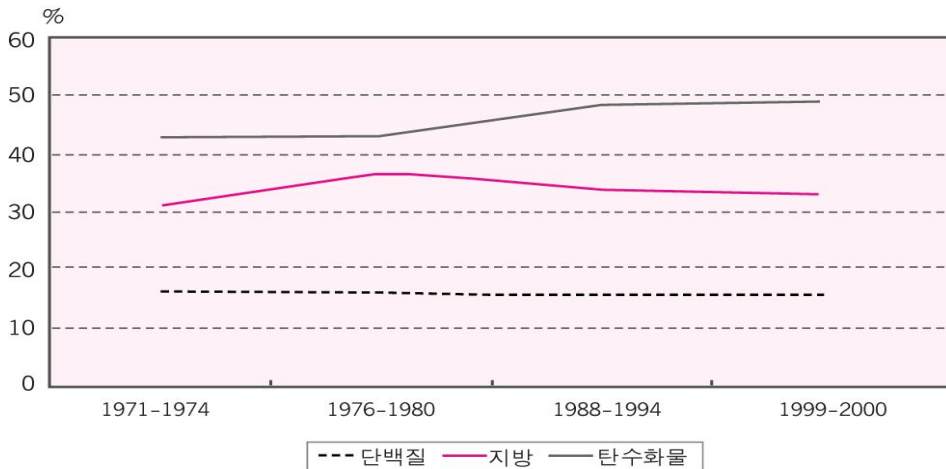
미국의 에너지 공급비율은 우리나라와 일본과 달리 최근 탄수화물의 공급비율이 증가하며, 지방 및 단백질 비율은 정제 및 감소하는 것으로 나타난다.

1976~1980년은 탄수화물의 에너지 공급비율이 42%였으나, 탄수화물 섭

⁴¹ 우리나라의 경우도 1980년 28.7%에서 최근 42.4%로 동물성 단백질 섭취량이 증가하고 있는 추세이다.

⁴² 吉田. 2001.

그림 53. 미국의 에너지 공급비율 추이



자료: NHAENS(United States). 1971~2000

취가 꾸준히 증가하면서 1999~2000년은 에너지 공급비율의 49%를 차지하게 되었다. 같은 기간 단백질은 16%에서 15%로 감소하였으며, 지방은 36.8%에서 32.8%로 감소하였다.

1999~2002년 미국인의 1인당 하루 평균 에너지 섭취 수준은 2,153kcal이며, 단백질은 78.1g, 지방은 79.6g, 탄수화물은 274.2g으로 나타났다<표 53>. 연령층별 영양소 섭취 수준을 살펴보면 20대에서 에너지 섭취량이 가장 많았으나 연령대가 높아져도 대부분 영양소 섭취량은 큰 차이가 나타나

표 53. 미국인 연령층별 주요 영양소의 1인 1일 평균 섭취량, 1999~2002

단위: kcal, g

	전국평균	1~5세	6~11세	12~19세	20~29세	30~49세	50~64세	65세~
에너지	2152.9	1587.4	2001.9	2337.0	2466.3	2349.1	2057.2	1702.6
단백질	78.1	54.6	66.5	79.2	86.7	87.0	78.6	66.4
지방	79.7	56.8	73.5	83.9	86.5	88.6	79.0	63.9
탄수화물	274.2	220.0	275.0	317.7	314.3	288.1	250.0	215.9

자료: 보건복지부. 2007. 「국민건강영양조사 제3기(2005) 심층분석」

지 않았다. 우리나라의 경우 65세 이상 연령층의 영양섭취량이 20대와 비교할 때 에너지가 75%, 단백질이 70%, 지방이 42% 수준이라는 사실과 크게 다르다.

시사점

일본의 식품수요는 향후 양에서 질로 한층 진전될 것으로 전망되므로 지방과 단백질 비율이 장기적으로 더 증가할 가능성이 있다. 특히 동물성 단백질과 동물성 지방의 섭취 증가 추세가 지속될 것으로 보인다. 일본에서는 이러한 영양섭취 트렌드의 변화로 비만과 생활 습관병 발생이 빠르게 늘어남에 따라 2005년에 「식육기본법(食育基本法)」을 제정하여 범국민운동 차원에서 다양한 정책들을 시행하고 있다. 우리나라의 경우 지방 섭취가 일본에 비해 적지만 일본을 능가하는 빠른 속도로 영양불균형이 확대되고 있으므로 정부, 가정, 학교, 지역사회에서 식생활 추진목표를 갖고 구체적으로 실천해 나가는 식생활교육체계에 대한 도입을 검토할 필요가 있다.

미국에서는 비만, 성인병 등을 줄이기 위해 최근 탄수화물 섭취가 증가하고, 저지방, 저칼로리, 고탄수화물이 건강식으로 큰 인기를 얻고 있다. 미국 소비자들은 예전보다 점점 더 식이와 건강과의 관계에 관심을 기울이며, 이러한 가정의 라이프스타일이 식품소비에 영향을 미치고 있다.⁴³ 미국 등지에서 새롭게 조명되는 쌀의 우수성과 서구 식단의 쌀 소비 대체 경향 등을 국내에 널리 홍보하고 정확한 쌀의 영양가치 등을 다양한 매체를 통해 교육할 필요가 있음을 시사한다.

⁴³ Food Marketing Institute(FMI)의 조사에서 75%의 소비자들이 영양을 중요하게 평가하나, 64%가 가격 역시 중요한 요인으로 간주하고 있는 것으로 조사되었다(Food Marketing Institute, 1989, 1993, 1994, 1996, 1997; Food Marketing Institute and Prevention Magazine, 1995). American Dietetic Association 조사는 38%의 소비자들이 식이를 개선하기 위해 즐겨 소비하는 식품을 포기해야 한다고 주장한다.

식생활 특징

■ 불규칙한 식생활

아침식사

직장인 대상 설문조사 결과 응답자의 35.8%가 매일 아침밥을 먹고 있으며, 전혀 먹지 않는 경우는 21.5%로 상당수가 아침을 거르는 것으로 나타났다<표 54>. 연령층별로는 20~30대 젊은 층의 경우 아침을 전혀 먹지 않는 비율이 가장 높았으며 연령대가 높을수록 일주일에 5~6회 정도 아침 식사를 하는 것으로 나타났다. 아침식사를 거르는 대부분의 이유는 시간이 없기 때문으로 응답자의 63.1%가 시간에 쫓겨 식사를 부담스러워 하는 것으로 조사되었다<표 55>. 이러한 성향으로 시간을 절약해 줄 수 있는 제품이나 간편하게 조리할 수 있는 상품의 수요가 증가할 것으로 보인다.⁴⁴

청소년층의 경우 응답자의 절반에 못 미치는 46.1%만이 매일 아침밥을 먹고 있으며 상당수의 청소년들이 아침밥을 거르고 있는 것으로 나타났다<그림 54>. 아침밥을 전혀 먹지 않는다고 응답한 청소년도 13.5%에 달하였다. 청소년들이 아침을 거르는 가장 큰 이유는 시간이 없기 때문(69.1%)이거나 먹고 싶지 않기 때문(25.3%)이었다<표 56>.

⁴⁴ 미국과 EU 소비자들의 82%가 편리함을 식품 트렌드로 꼽았으며 간편 식품의 시장규모는 1999년 290억 달러에서 2009년 400억 달러로 확대될 것으로 전망하고 있다(식품저장과 가공산업, “식품정보”, 2005년 12월).

표 54. 직장인의 아침밥을 먹는 횟수(일주일 기준)

단위: %

	전혀 먹지 않음	1~2회	3~4회	5~6회	7회	합계
20대	28.8	18.1	16.7	13.6	22.7	100
30대	24.8	9.9	20.7	14	30.6	100
40대	15.2	8.7	17.4	16.3	42.4	100
50대	11.5	0.0	19.2	3.8	65.4	100
60대 이상	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100
전체	21.5	3.6	10.4	18.6	35.8	100

자료: 직장인 307명 설문조사 결과

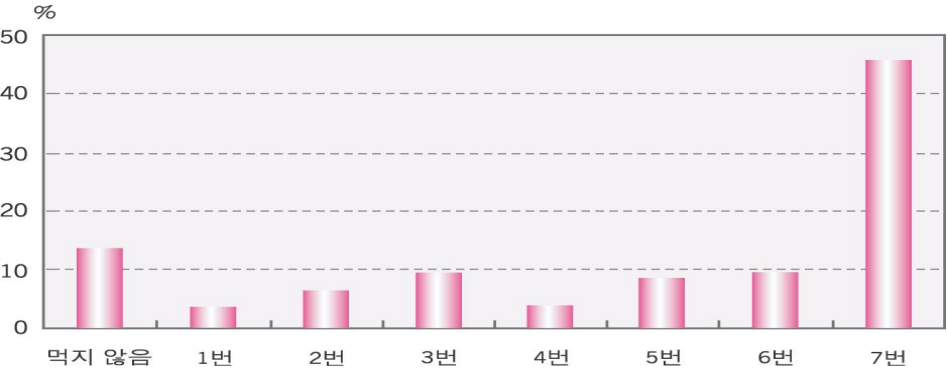
표 55. 직장인이 아침식사를 거르는 이유

단위: %

이유	비율
시간이 없어서	63.1
먹고 싶지 않아서	29.7
다이어트하려고	1.5
기타	5.6
합계	100

자료: 직장인 307명 설문조사 결과

그림 54. 청소년의 아침밥 먹는 횟수(일주일 기준)



자료: 청소년 304명 설문조사 결과

표 56. 청소년이 아침을 거르는 이유

단위: %

이유	비율
시간이 없어서	69.1
먹고 싶지 않아서	25.3
다이어트하려고	1.9
기타	3.7
합계	100

자료: 청소년 304명 설문조사 결과

2005년도 국민건강영양조사에 따르면, 청소년의 아침 결식률은 가구소득수준이 높을수록 낮았다<그림 55>. 절대빈곤층 가구의 경우 청소년의 아침식사 결식률은 남자 43.0%, 여자 38.2%에 달하나 최상위층에서는 남자 23.7%, 여자 21.6%로 크게 감소하는 것으로 나타났다.

그림 55. 청소년의 아침 결식률

주: 가구소득계층별 χ^2 검정의 p-value<0.001

자료: 보건복지부, 2005. 「국민건강영양조사 제3기」

저녁식사

직장인은 저녁식사를 일주일 동안 1번 이상 거른 경우가 32.6%로 남성(29.3%)에 비해 여성(37.4%)의 비율이 높고, 연령층별로는 20대(51.5%)가 다른 연령층에 비해 월등히 높았다. 연령층이 높을수록 매일 집에서 저녁을 먹는다는 비율이 높으며 남성보다 여성의 경우 집에서 저녁을 먹는 횟수가 많았다<표 57>.⁴⁵

직장인들이 저녁식사를 불규칙적으로 한다고 응답한 비율이 49.6%로 연령이 낮을수록, 소득이 낮은 집단일수록 불규칙적인 식생활을 하는 것으로 조사되었다<표 58>. 직업별로는 화이트칼라 계층에 비해 블루칼라 계층이 불규칙적인 것으로 나타났다. 직장인들의 저녁식사 시간이 불규칙한 것은 늦은 퇴근시간(64%)이 주원인이었으며, 그 밖에 식사준비가 안되거나 회식 때문이 각각 11%였다<그림 56>.

표 57. 직장인의 저녁식사 거른 횟수 분포

단위: %

		0회	1회	2회	3회	4회	5회	6회	7회	합계
전 체		67.4	13.0	9.8	3.9	1.3	1.6	1.3	1.6	100
연령	20대	48.5	15.2	13.6	4.5	3.0	4.5	4.5	6.1	100
	30대	71.1	14.0	6.6	6.6	0.8	0.8	0	0	100
	40대	75.0	9.8	10.9	0	1.1	1.1	1.1	1.1	100
	50대	69.2	15.4	11.5	3.8	0	0	0	0	100
	60대 이상	100	0	0	0	0	0	0	0	100
성	남자	70.7	15.8	6.5	3.8	1.1	0.5	0	1.6	100
	여자	62.6	8.9	14.6	4.1	1.6	3.3	3.3	1.6	100

주: 직장인 연령별 χ^2 검정의 p-value<0.1, 성별 p-value<0.05

자료: 직장인 307명 설문조사 결과

⁴⁵ 20~30대 젊은층의 경우 54.5%가 일주일에 3번 이상 집에서 저녁을 먹는다고 답변하였으며 40대 67.4%, 50대 69.2%, 60대 이상 노년층은 100%로 연령대가 높아질수록 비율이 증가하였다.

표 58. 직장인 저녁식사 시간의 규칙성 여부

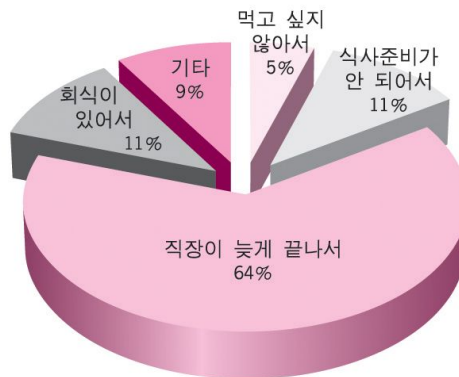
단위: %

		규칙적	불규칙적	잘 모르겠다	합계
전 체		48.5	49.5	2.0	100
연령	20대	28.8	69.7	1.5	100
	30대	51.2	47.1	1.7	100
	40대	55.4	41.3	3.3	100
	50대	57.7	42.3	0	100
	60대 이상	100	0	0	100
직업	블루칼라	40.7	58.5	0.8	100
	화이트칼라	53.4	43.9	2.6	100
소득	200만원 미만	41.6	58.4	0	100
	200만원대	47.5	48.5	4.0	100
	300만원 이상	57.5	40.2	2.3	100

주: 직장인 연령, 직업 및 소득계층별 χ^2 검정의 p-value<0.05

자료: 직장인 307명 설문조사 결과

그림 56. 직장인의 불규칙한 저녁식사 이유



자료: 직장인 307명 설문조사 결과

일주일 동안 저녁식사를 1번 이상 거른 청소년은 26%에 달하는 것으로 조사되었다. 저녁식사의 경우 3번 이상 거른 경우도 9.3%에 달하며, 남학

표 59. 청소년의 저녁식사 거른 횟수 분포

단위: %

	없음	1번	2번	3번	4번	5번	6번	7번	합계
남자	83.2	7.0	5.6	0.7	1.4	0	0	2.1	100
여자	65.8	8.7	11.8	7.5	3.1	1.9	1.2	0.0	100
전체	74.0	7.9	8.9	4.3	2.3	1.0	0.7	1.0	100

자료: 청소년 304명 설문조사 결과

생에 비해 여학생의 결식비율이 높은 것으로 나타났다. 청소년들은 절반 정도가 매일 집에서 저녁을 먹는 것으로 나타났으며, 그 다음으로 일주일에 5~6회 먹는 경우(20.1%) 순으로 조사되었다.⁴⁶

전체 청소년의 절반 정도(49.7%)는 저녁식사 시간이 규칙적이라고 응답하였으나, 나머지 43%는 불규칙하다고 응답했다. 식사가 불규칙한 이유로는 학원을 가야 하기 때문이 46.6%로 가장 높았으며, 그 밖에 먹고 싶지 않아서(26.7%), 식사준비가 안되었기 때문(16.8%)도 지적되었다<표 60>.

청소년들은 밖에서 식사를 사 먹을 경우 주로 분식점(38.2%), 편의점

표 60. 청소년의 불규칙한 저녁식사 이유

단위: %

이유	비율
먹고 싶지 않아서	26.7
식사준비가 안되어서	16.8
학원에 가야 해서	46.6
기타	9.9
합계	100

자료: 청소년 304명 설문조사 결과

⁴⁶ 매일 집에서 저녁을 먹는다고 응답한 청소년비율은 50.7%이며 일주일에 5~6회 20.1%, 주 3~4회 16.1%, 주 1~2회 9.2%였으며 한 번도 안 먹는다고 답변한 경우도 3.9%였다.

(17.4%), 패스트푸드점(15.3%)을 이용하고 있었으며, 그 이유로는 맛(29.9%) 때문이기도 했지만, 거리(22.9%)나 시간부족(21.5%), 값이 싸서(13.9%) 등이었다.

표 61. 청소년 선호 외식장소

단위: %

선호 장소	비율
편의점	17.4
분식점	38.2
패스트푸드점	15.3
중국음식점	1.4
한식음식점	13.9
빵·도넛집	4.2
길거리	3.5
기타	6.3
합계	100

자료: 청소년 304명 설문조사 결과

표 62. 청소년의 외식장소 선호 이유

단위: %

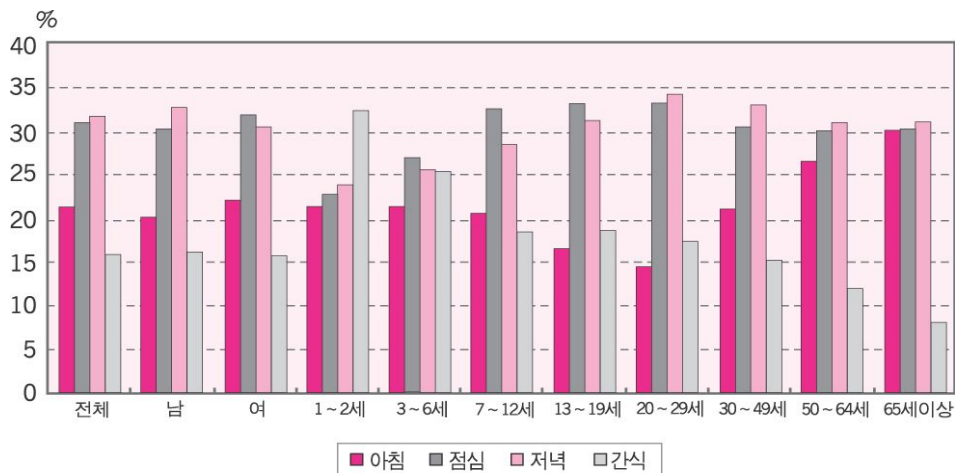
선호 이유	비율
맛있어서	29.9
가까워서	22.9
시간이 없어서	21.5
값이 싸서	13.9
양이 많아서	0.7
음식이 다양해서	2.1
기타	9.0
합계	100

자료: 청소년 304명 설문조사 결과

연령별 끼니별 영양소 섭취량 격차

불규칙적인 식생활이 특정계층을 중심으로 확대되면서 끼니당 영양섭취에 불균형 현상이 나타난다. 끼니당 영양소 섭취구조를 연령별로 비교하면 상당한 차이가 있다. 65세 이상 연령층의 경우 아침, 점심, 저녁이 에너지 섭취에서 차지하는 비율이 30.2%, 30.4%, 31.1%로 거의 일정하며, 50~64세 연령층도 아침식사 비율이 26.6%로 높다. 반면, 청소년과 20대 연령층의 경우 아침 식사에서 에너지를 섭취하는 비율이 각각 16.7%와 14.6%에 불과하였다.

그림 57. 연령계층별 끼니당 에너지 섭취비율



자료: 보건복지부, 2005. 「국민건강영양조사 제3기」

■ 한식 선호도 높으나 청소년층 국산 농산물 인식 취약

아침식사 메뉴에 대한 조사결과 청소년층과 직장인 모두 밥을 먹는 계층이 대다수로 나타났다. 아침식사로 밥을 먹는 사람은 직장인 83.0%, 청소년 89.7%이었다<표 63>.

식생활 관련 선호도 조사에서도 직장인과 청소년 모두 한국형 전통 식생활 패턴에 대한 만족도가 높았다. 직장인들은 밥과 전통음식에 대한 선호도가 매우 높았으며, 청소년들도 전통식품과 국내산 농산물의 우수성을 높게 평가하고 있었다<표 64>.

표 63. 아침식사 메뉴 비교

단위: 명(%)

	직장인	청소년
밥	200(83)	236(89.7)
빵	18(7.5)	14(5.3)
누룽지	2(0.8)	1(0.4)
선식	7(2.9)	2(0.8)
미숫가루	5(2.1)	2(0.8)
기타	9(3.7)	8(3.1)
합계	241(100)	263(100)

자료: 직장인 307명, 청소년 304명 설문조사 결과

표 64. 한국형 식생활과 세계화와 관련된 문항의 척도 비교

단위: 점

	문항	직장인	청소년
한국형 식생활	서양식보다 밥을 좋아한다	80.8	71.2
	김치, 된장찌개 같은 전통음식을 잘 먹는다	84.6	78.6
	전통음식이 몸에 좋다	85.2	79.8
	흰밥보다 잡곡밥을 좋아한다	74.0	60.2
세계화	국내산 농산물이 수입산보다 좋다고 생각한다	81.4	71.0
	사과나 배보다 오렌지나 자몽 등 수입과일이 맛있다	47.0	57.6
	세계화시대에 식품이 국내산이든 수입산이든 개의치 않는다	50.2	59.4
	수입식품도 관리만 잘하면 수입이 늘어나도 상관없다	54.0	60.4

주: 5점 리커트 척도로 평가

자료: 직장인 307명, 청소년 304명 설문조사 결과

한편 청소년들은 수입과일의 맛에 대해 높게 평가하지 않았으나, 수입식품도 관리만 잘하면 수입이 늘어나도 상관없다는 문항에 60점 이상 평가함으로써 수입산에 대해 거부감이 크지 않은 것으로 나타났다. 직장인들은 수입식품에 대해서 청소년에 비해 부정적인 성향을 보였다.

국산 농산물을 원료로 한 식품 섭취에 대해서 직장인의 46.3%가 관심을 표시하였으며, 22.8%는 관심이 없다고 응답하였다<표 65>. 성별로는 여성(52.5%)이 남성(41.8%)보다 관심이 많았으며, 연령층이 높을수록 관심도가 높았다. 20대는 30.3%인 반면 50대는 57.7%였다. 소득계층별로 관심이 있다고 응답한 비율은 월소득 300만원 이상에서 58.6%, 300만원대 42.6%, 300만원 미만인 경우 38.9%로 소득수준이 높을수록 국내산 식품 섭취에 관심이 증가하는 것으로 나타났다. 반면, 청소년의 경우 절반 정도인 47%가 국산 농산물 섭취에 관심이 없다고 응답하여 직장인과 다른 면모를 보였다<그림 58>. 응답 청소년의 19%만이 국산 농산물을 원료로 한 식품에 대해 관심을 표시하였다.

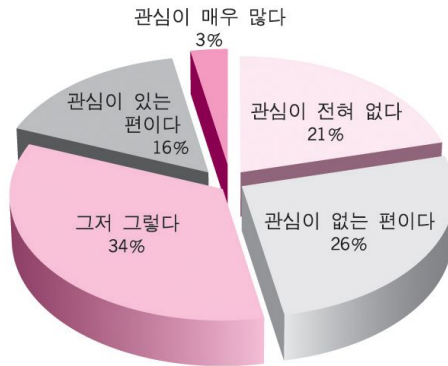
표 65. 국산 농산물을 원료로 한 식품을 섭취하는 것에 대한 관심도(직장인)

단위: %

		전혀 없다	없는 편	그저 그렇다	있는 편	매우 많다	합계
성	남자	4.9	22.3	31.0	34.2	7.6	100
	여자	2.4	13.8	30.9	39.8	13.0	100
연령	20대	9.1	22.7	37.9	25.8	4.5	100
	30대	3.3	20.7	30.6	39.7	5.8	100
	40대	2.2	16.3	26.1	35.9	19.6	100
	50대	0.0	7.7	34.6	50.0	7.7	100
	60대 이상	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	100
소득	300만원 미만	6.2	23.0	31.9	31.9	7.1	100
	300만원대	5.0	18.8	33.7	28.7	13.9	100
	300만원 이상	0.0	13.8	27.6	49.4	9.2	100
전체		3.9	18.9	30.9	36.5	9.8	100

자료: 직장인 307명 설문조사 결과

그림 58. 국산 농산물을 원료로 한 식품을 섭취하는 것에 대한 관심도(청소년)

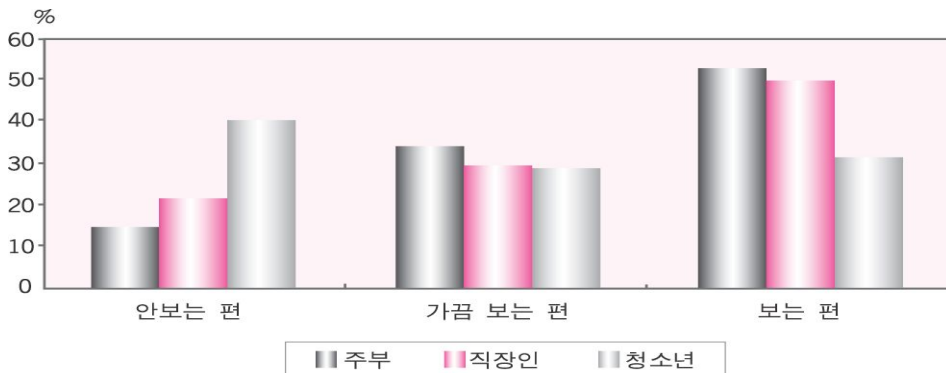


자료: 청소년 304명 설문조사 결과

■ 주부층 정보 활용도 높아

가정 내 식품 구입을 담당하고 있는 주부의 52.2%가 식품 구입 시 표시를 보는 편이며 가끔 보는 편이 34.0%로 조사되어 표시정보에 대한 활용도가 높은 것으로 나타났다<그림 59>. 개별적인 소비주체인 직장인(49.2%)과 청소년(31.3%)은 주부에 비해 표시를 확인하는 비율이 낮으며, 특히 청소년은 식품표시를 보지 않는 비율이 직장인 보다 39.8%로 더 높았다.

그림 59. 소비자들의 식품 구입 시 포장지에 표시된 내용 확인 여부



자료: 서울시 621가구 대상 소비자, 직장인 307명, 청소년 304명 설문조사 결과

식료품을 구입할 때 소비자들의 대부분은 유통기한을 확인하며, 다음으로 원산지 표시, 가격, 브랜드를 확인하는 비율이 높았다<표 66>.⁴⁷ 주부층의 경우 대부분이 유통기한(98.5%), 원산지 표시(73.8%)를 확인하고 있었으며, 절반 이상이 브랜드(51.3%), 가격(59.3%)을 확인하고 식품을 구입하였다. 반면 HACCP 표시(3.4%)나 전통식품인증 표시(3.6%)나 품종(4.3%)에 대해서는 확인하는 비율이 미약한 것으로 나타났다. 청소년의 경우 유통기한(91.8%)과 가격(56.8%)을 확인하는 비율은 비교적 높으나 그 밖의 다른 표시에 대해서는 확인하는 비율이 낮았다. 원산지와 브랜드 표시의 경우 응답 청소년의 30% 정도만이 확인하고 있었다.

식품표시에 대해서 주부층의 62.3%가 신뢰하는 편이라고 응답하여 대체로 높은 신뢰도를 나타낸 반면, 직장인(43.6%)과 청소년(34.2%)은 상대적으로 신뢰도가 낮았다<그림 60>. 식품표시를 신뢰하지 않는 이유는 주로 품질인증업체의 상품이나 사후관리가 제대로 이루어지지 않거나, 표시 절차나 검사과정을 신뢰하지 못하기 때문으로 조사되었다. 청소년은 식품표시를 신뢰하지 않는 이유로 표시가 너무 많고(26.7%), 표시내용에 대한 이해가 어렵기(26.7%) 때문이라는 의견이 상당한 비율을 점하였다.

식품관련 제도의 인지도 조사 결과 원산지 표시와 친환경인증의 경우 인지도가 높은 반면, 전통식품인증제, 해첩(HACCP, 위해요소중점관리제도), 지리적 표시 등은 인지도가 낮았다<그림 61>. 친환경인증제에 대해 주부의 49.4%가 잘 안다고 대답하였으며, 소득수준이 높을수록 이 비율이 증가하였다.⁴⁸ 300만원 이상 집단의 경우 잘 안다고 응답한 비율은 40.2%였으나 200만원 미만의 경우 16.8%만이 잘 안다고 답변했다. 2005년 조사결과와 비교 시 친환경인증의 인지도는 크게 증가하였으나, 가공식품 KS표시제도는 인지도가 감소하였다. 품질인증제의 경우 인지도는 약간 증가하였으나, 자주 구입하는 소비자 비율은 감소하는 특징을 보였다. 청소년층에서 친환경인증제에 대해서 잘 안다고 응답한 비율은 11.8%에 불과하였다<표 67>.

⁴⁷ 소득수준이 높을수록, 연령층별로는 30대 주부의 표시정보 활용도가 높았다.

⁴⁸ 소득계층별 χ^2 검정의 p-value<0.05

표 66. 식품 구입 시 표시를 볼 경우 확인하는 항목

단위: %

	주부	직장인	청소년
유통기한	98.5	97.9	91.8
원산지표시	73.8	71.4	31.1
첨가물	28.6	26.1	24
원재료명	24.6	23.7	13.1
유전자결합식품 여부	7.8	5.4	2.2
보존방법	38	34	16.4
내용량	32.7	15.8	22.4
제조업자명	27.5	18.3	6
브랜드	51.3	51.5	29
전통식품인증 표시	3.6	4.6	2.2
KS 표시	18.4	14.5	5.5
기타인증 표시	2.4	2.1	0.5
HACCP 표시	3.4	4.1	1.6
가격	59.3	53.5	56.8
영양	14.7	12.9	23.5
등급	9.9	5.8	4.9
품종	4.3	2.9	2.2

주: 다중 응답 결과로 각 비중은 응답표본 중에서 확인한다고 응답한 표본의 비율임.

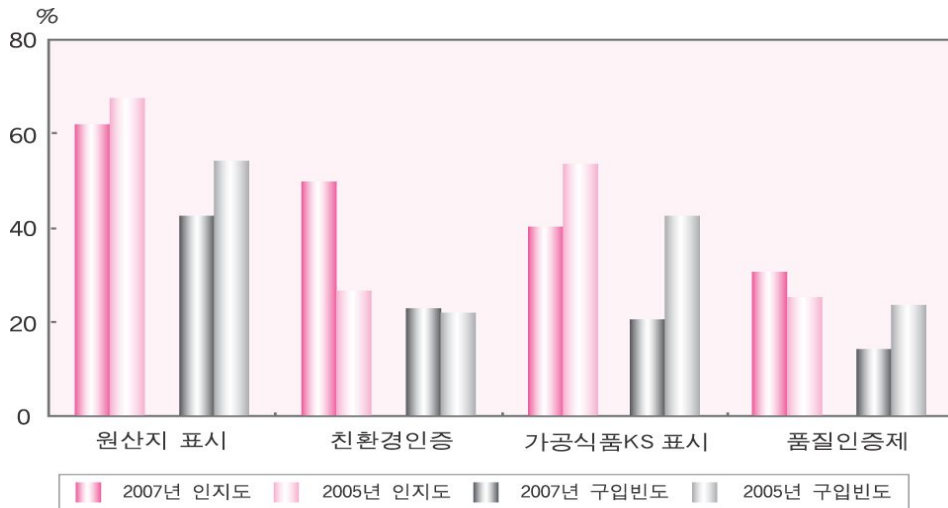
자료: 서울시 621가구 대상 소비자, 직장인 307명, 청소년 304명 설문조사 결과

그림 60. 식품표시에 대한 신뢰도



자료: 서울시 621가구 대상 소비자, 직장인 307명, 청소년 304명 설문조사 결과

그림 61. 주요 식품표시제도의 인지도와 구입빈도



자료: 서울시 621가구 대상 소비자 설문조사 결과, 이계임 등. 2005. 「농식품 품질 경쟁력 제고를 위한 식품표시제도의 효율적 운영방안 연구」.

표 67. 친환경인증제 인지도

단위: 명(%)

	주부	직장인	청소년
잘 안다	307(49.4)	89(29.0)	36(11.8)
들어본 적 있다	210(33.8)	182(59.3)	163(53.6)
모른다	104(16.8)	36(11.7)	105(34.5)
합계	621(100)	307(100)	304(100)

자료: 서울시 621가구 대상 소비자, 직장인 307명, 청소년 304명 설문조사 결과

주부의 경우 식료품에 대한 정보를 주로 포장지 표시나 문구(30.2%), 방송(24.3%)에서 접하고 있는 것으로 나타났다<표 68>. 직장인과 청소년은 관련 정보를 절반 이상이 TV나 라디오를 통해서 획득하고 있었으며, 청소년의 경우 관련 정보를 교과서에서 얻는 비율은 16.6%에 불과하였다.

표 68. 식품표시 관련 정보 경로

단위: %

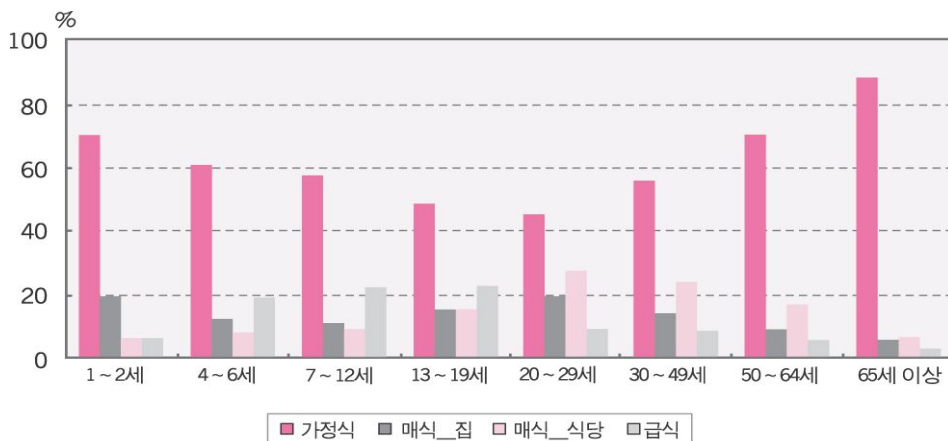
	주부	직장인	청소년
TV/라디오	24.3	58	57.8
신문,잡지(교과서)	2.5	14.2	16.6
인터넷	1.7	8.5	9.0
식품매장	15.9	15.7	9.5
포장지 표시나 문구	30.2	-	-
기타	23.4	3.6	7.0
합계	100	100	100

자료: 서울시 621가구 대상 소비자, 직장인 307명, 청소년 304명 설문조사 결과

■ 청소년 급식, 20~30대 외식 의존도 높아

학교급식을 실시하는 7~19세는 급식으로부터 에너지를 섭취하는 비중이 20% 이상으로 높게 나타났다<그림 62>. 외식부문에서 에너지를 섭취하는 비중이 가장 높은 연령층은 20대로 외식부문 에너지 섭취비중(46.4%)이

그림 62. 연령별 수요처별 에너지 섭취비중 비교



자료: 보건복지부, 2005. 「국민건강영양조사 제3기」.

가정식 섭취비중(44.7%)을 초과하였다. 가정식에서 에너지 섭취 비중은 20대 이후 연령이 많을수록 증가하는 추세이다. 가정식의 에너지 공급비중은 30~49세 55.2%, 50~64세 69.6%, 65세 이상 87.2%로 빠르게 확대된다.

학교급식 이용실태 조사결과 대부분의(84.2%) 학생들은 급식을 먹고 있으나, 약 15%의 학생들은 급식을 가끔 또는 자주 먹지 않는 것으로 나타났다. 학교급식에 대한 평가에서 학생들은 학교급식의 품질, 서비스, 식습관 기여에 대해 50~60점대의 평가를 하고 있어 충분히 만족하고 있다고 평가할 수 없었다<그림 63>.

직장인의 평균 외식 횟수는 주 2~3일이 27%로 가장 많았으며, 다음으로 주 4~5일이 20.8%로 조사되었다<표 69>. 직장인들이 외식하는 이유로는 직장 동료와의 회식이나 식사가 56%로 가장 큰 비율을 차지하였다<그림 64>.

그림 63. 청소년의 학교급식 만족도 평가 결과



자료: 청소년 304명 설문조사 결과

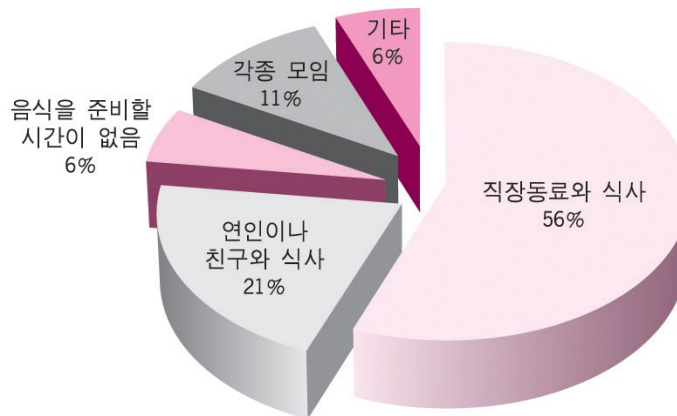
표 69. 직장인 외식 횟수

단위: %

	비 율
매일	9.8
1주에 4~5일	20.8
1주에 2~3일	27.0
1주에 1일	14.0
2주에 1일	3.6
1달에 2~3일	16.0
1달에 1일	4.6
2~3달에 1일	1.0
거의 안 먹음	3.3
합계	100

자료: 직장인 307명 설문조사 결과

그림 64. 직장인 외식 이유



자료: 직장인 307명 설문조사 결과

제 6 장

식품소비 트렌드와 농업의 대응방향

이 장에서는 식품소비 트렌드를 전망하고, 농업의 대응방향을 제시하였다. 식품소비 트렌드 분석결과를 바탕으로 식품소비지출구조, 식품류별 소비행태, 영양 섭취, 식생활을 전망하였다. 또한 식품 공급이 트렌드 변화에 대응하여 경쟁력을 갖추기 위한 농업 및 식품 정책의 방향을 제시하였다.

식품소비 트렌드 전망

■ 식품소비지출 전망

외식 지출비중 전망

가계비 중에서 식료품비가 차지하는 비율은 향후 소득 증가추세를 감안할 경우 2006년 26%에서 2020년에는 21~22% 수준으로 하락할 것으로 전망된다. 앵겔계수는 소득 증가에 따라 감소추세를 보일 것이라는 가정 하에 상위 20% 소득수준에 해당하는 가구의 앵겔계수 감소율과 2020년까지의 소득수준과 비슷할 것으로 예상되는 일본의 1985~2000년간 앵겔계수 감소율을 적용하여 연평균 1~1.5%씩 감소할 것으로 전망하였다.

외식 지출비중은 식품소비의 간편화와 다양화 경향에 따라 향후 증가추세를 지속할 것으로 보이나, 2006년도에 한 달 동안 외식소비를 안 한 가구가 전 가구의 7%에 불과할 정도로 외식소비가 일반화되었다는 것을 감안할 때 증가율은 다소 둔화될 것으로 전망된다.⁴⁹ 외식 지출비중은 일본이 28.7%(중식시장 포함)이며, 미국의 경우 41% 수준에서 안정화되어 있다.

⁴⁹ 한 달 동안 외식소비를 안한 가구의 비율은 1982년(도시가구)에 40.2%에 달하였으나, 1990년(도시가구) 12.4%, 2006년(전가구) 6.5%로 빠르게 감소하였다.

가정식과 외식의 코호트 분석결과를 이용하여 가정식과 외식의 비율을 추정한 결과 외식 비중은 2006년 46%에서 2010년 48%, 2020년 54%로 증가할 것으로 전망된다. 가정식과 외식 지출액 전망은 코호트 분석결과와 연도효과는 일정하다는 가정 하에 2010년과 2020년 인구 연령층별 인구수 전망에 연령더미를 적용하였으며 코호트 변화추세를 감안하여 코호트더미를 고려하였다. 고령층의 외식소비가 감소하는 세대효과에 따라 고령화 확대는 둔화요인으로 작용할 것으로 분석되었다. 외식의 지출탄성치가 감소 추세를 보이고 있으며, 고소득계층의 경우 외식의 지출탄력성이 가정식에 못 미친다는 사실도 이러한 전망결과를 뒷받침한다. 최근 빠르게 증가하는 조리·반조리식품 시장을 감안할 때 상대적으로 저렴한 가정식사 대용식의 확대가 지출액 둔화로 나타날 가능성도 크다.

표 70. 가정식과 외식 지출비중 전망

단위: %

	2010	2015	2020
가정식	52	49	46
외식	48	51	54
합계	100	100	100

가정 내 식품류별 지출비중 전망

향후 가정 내 식품류별 지출액 비율에는 건강 지향과 다양한 식품소비 습취 지향이 영향을 미칠 것으로 보인다. 가정 내에서 소비하는 식품류별 지출비중은 가정식과 외식 추정방법과 동일하게 적용하였다. 식품류별 코호트분석결과에서 연도효과는 고려하지 않았으며, 2010년과 2020년 인구 연령층별 인구수 전망에 연령 더미를 적용하고 코호트 변화추세를 감안하여 코호트 더미를 고려하였다. 코호트 더미가 세대에 따라 변화가 큰 경우는 코호트 더미의 변화율을 감안하였으며, 신세대에서 코호트 더미가 일정

하게 산출될 경우 신세대 더미를 적용하였다. 식품류별 지출액 추정치의 합계를 가정식과 외식 추정비율 산출결과와 일치시키기 위해 가정식과 외식의 지출가중치를 식품류별 추정치에 적용하여 조정하였다.

전망 결과 곡물, 육류, 어패류, 과일, 채소는 신세대일수록 소비가 감소하는 세대효과와 인구고령화 추세에 따라 소비가 감소하는 연령효과가 작용하는 것으로 나타났다<그림 65>. 따라서 향후 고령화에 따라 고령층 인구비율이 확대되고, 세대가 신세대로 대체됨에 따라 이들 식품류의 경우 지출비중이 감소할 것으로 전망된다. 반면, 곡물가공품, 차와 음료, 기타 가공식품(빵과 과자류, 유지 및 조미료, 기타식품류 등)은 신세대일수록 지출액이 증가하는 세대효과와 65세 이상 노령층의 소비지출규모가 젊은 연령층에 비해 크게 낮지 않거나 오히려 높게 나타나는 연령효과를 감안할 때 향후 지출규모가 늘어날 것으로 예상된다.

따라서 식품류별로 가정 내 지출비중을 전망하면 육류와 어패류는 2000년 이후 가정 내 지출비중 감소추세가 지속될 것으로 보인다. 또한 1982~

그림 65. 식품류별 지출비중 전망



2006년간 대체로 가정 내 지출비중이 증가해 온 과일과 채소의 경우 향후 지출비중이 감소하는 경향으로 전환될 가능성이 크다. 일본에서 젊은이와 어린아이들의 과일 소비가 감소하고 과일소비가 음료류 등으로 대체되어 온 추이를 주목할 필요가 있다.

■ 식품류별 소비행태 전망

사회·경제·인구학적 여건 변화에 따라 건강 지향, 고급화, 다양화, 간편화, 합리화로 요약되는 새로운 식품 구입패턴이 등장하였으며, 이들 트렌드가 식품소비행태에 주요한 영향을 미칠 것으로 전망된다. 식품류 및 품목별로 5가지 트렌드가 영향을 미치고 있으나 품목별 특성에 따라 우세한 트렌드가 나타난다<그림 66>. 예를 들어 쌀의 경우 고품질 지향과 가격 중시경향이 주요 트렌드로 나타나며, 고소득계층을 중심으로 한 친환경쌀 구입 확대 성향도 지속될 것으로 보인다. 육류에서는 국내산 쇠고기가 고급화로 차별되고, 돼지고기와 닭고기의 경우 맛과 건강 지향이 우세하게 작용할 것으로 전망된다. 채소류와 과일류는 건강 지향이 공통적인 트렌드로 작용하며, 채소류는 간편화, 과일류는 맛의 차별화 경향이 강화될 것으로 보인다. 가공식품은 간편화 경향과 함께 건강 지향과 다양화 경향이 새로운 트렌드로 자리 잡을 것으로 예상된다. 외식에서는 식품소비행태에서 나타나는 5가지 트렌드가 모두 반영될 것으로 보이나, 전문화·다양화·합리화 성향이 중심적인 트렌드를 형성할 것으로 전망된다. 외식부문에서는 원재료와 서비스에서 고품격을 추구, 저가 가격파괴, 음식별 전문화, 에스닉푸드 등의 전문브랜드가 확대될 것으로 보인다. 또한 유기농 재료와 몸에 좋은 식재료를 사용하는 등 건강 지향이 강화되며 테이크아웃 등의 증가가 전망된다.

그림 66. 품목별 우세 트렌드

	쌀	육류	채소류	과일	양념류 유지류 설탕류	주스	외식
고급화	◎	◎		○			◎
다양화		○		◎	○	◎	◎
합리화	◎						◎
간편화			○				◎
건강지향	○	○	◎	◎	◎	○	◎

전문화

■ 영양섭취 전망

1인당 에너지 섭취량은 당분간 1990년대 후반 이후 증가추세가 지속되며, 장기적으로는 증가추세가 더욱 둔화될 것으로 전망된다. 또한 영양소 섭취 증가추세와 함께 집단별로 섭취 불균형 현상이 확대되어, 영양과잉 집단이 증가하고 동시에 영양결핍 집단이 공존하는 현상이 예상된다. 향후 소득 불균등도와 양극화가 확대되고 인구 고령화 등이 가속화될 것으로 전망되므로 소득 및 연령층별 영양소 섭취 격차는 확대되는 추세가 지속될 것으로 보인다.

■ 식생활 전망

급속한 산업화와 서구화가 진행되고 사회경제 상황이 빠르게 변화하면

서 오랜 전통의 식문화가 붕괴되고, 잘못된 식생활 습관이 확대되고 있다. 식생활의 중요성에 대한 인식이 전환되지 않을 경우 불규칙적인 식생활과 서구식 식생활 비율이 증가함에 따라 영양불균형이 확대되고 생활습관병이 빠르게 늘어날 것으로 전망된다.

더구나 청소년층이 만족스럽지 못한 급식품질, 아침결식, 불규칙한 저녁 식사, 패스트푸드나 탄산음료 소비 등에 노출될 경우 미래 우리사회의 건강을 저해하는 심각한 상황이 대두될 가능성이 높다.

농업의 대응방향

■ 소비자의 품질 선호에 대응한 생산, 유통, 판매 시스템 구축

소비자의 품질 선호 경향이 빠르게 변화하고 있으므로 경쟁력을 제고시키기 위해서는 이러한 소비자의 변화에 적극 대응할 수 있는 생산·유통·판매 시스템을 구축하여야 한다. 부가가치가 높은 식품에 대한 수요 증가는 가공업과 소매업의 비율을 증가시키므로 생산자는 부가가치를 상당부분 공유할 수 있도록 포지셔닝 해야 한다. 가격프리미엄을 추구할 수 있는 고품질 및 특화작목으로 다각화하거나, 업체와의 연계를 통해 브랜드제품의 개발이 필요하다.

식품별로 구입 특성에 따라 소비자의 선호경향이 다르므로 품질 경쟁력 제고방향은 각각의 특성을 감안하여 설정해야 한다. 쌀의 경우 맛과 안전성 지향의 고급화 경향과 합리적인 가격을 추구하는 경향이 동시에 나타나므로 공급측면에서 차별화된 시장공략이 필요하다. 즉, 저소득계층과 대량수요처인 외식부문을 표적으로 하는 가격경쟁력 있는 시장과 맛과 안전성 등을 중요하게 고려하는 고품질시장으로 차별화하여 정책 및 마케팅방향이 설정되어야 한다. 또한 쌀은 영양학적으로 우수하고 미국 등지에서 건강식·다이어트식으로서의 소비가 확대되고 있으므로, 관련 정보가 충분히

전달되고 소비자 선호 트렌드에 부응하는 제품이 개발될 경우 경쟁력을 가질 수 있을 것으로 기대된다. 최근 떡이나 죽뿐만 아니라 빵·국수·과자·스프 제품 등에서도 다양한 쌀 제품이 출시되고 있는 것은 이러한 경향과 관련되는 것으로 보인다. 육류에서는 쇠고기에서 고품질 선호경향이 우세하고, 냉장육과 포장육 수요 확대가 지속될 것으로 전망된다. 최근 건강에 대한 관심 증대로 기능성 제품과 안전성 측면에서 차별화한 제품의 확대 경향이 예상되므로 이에 대한 대응이 요구된다. 청과물에서는 유기 및 친환경제품의 수요 확대와 소포장제품 및 세척·절단제품 수요 증가가 예상된다. 그 밖에 양념류의 경우 고소득계층을 중심으로 고급화경향이 빠르게 증가하며, 음료는 다양성과 기능성 수요가 우세할 것으로 보인다.

외식시장에서는 간편화, 건강 지향, 맛 지향에 대한 적극적인 대응이 요구된다. 외식시장에서 조리 및 반조리 식품의 판매가 빠르게 확대되어 가정식 및 기존 외식을 상당부분 대체할 것으로 전망된다. 또한 소비자들이 외식부문에서 맛과 건강을 지향하게 됨에 따라 식재료와 조미료 사용 등과 조리과정·포장용기의 안전성에 대한 관심이 증가할 것으로 보인다.

■ 세분화된 소비자계층 대상 판매전략 및 관리대책 수립

소비자계층별로 사회·경제·인구학적 여건에 차이가 있고, 선호경향이 다르므로 식품류별 생산·유통·판매전략이 실효성을 거두기 위해서는 세분화된 소비자계층을 대상으로 구체적으로 실행되어야 한다. 소비자계층은 소득, 연령, 가족구성, 인지 및 경험 등을 바탕으로 분류될 수 있다. 소득계층별로 고소득계층·중산층·저소득계층으로 구분될 수 있고, 최저생계비 계층이나 차상위계층 등 보다 세분화된 계층을 대상으로 할 수 있다. 또한 고령층 및 청소년계층, 독신가구와 여성가家主 등 사회적 트렌드 변화로 최근 빠르게 증가하거나 시대 변화에 따라 주목받는 계층을 대상으로 할 수 있다.

식품소비 및 소비자 정책도 특정계층을 세분화하여 구체적인 대책을 수

립할 필요가 있다. 예를 들어 영양상 취약계층인 저소득계층, 고령층, 청소년 등 특정 집단을 대상으로 식품 및 영양 대책 마련이 필요하며, 급식제도 개선을 위해서는 급식수혜자를 대상으로 한 평가를 바탕으로 해야 한다.

■ 소비자 홍보 및 식생활 교육 적극 추진

식품표시에 대한 올바른 인식과 합리적인 구매선택을 위해서는 유통업체나 소비자단체 등을 대상으로 표시제도에 대한 교육과 표시 관련 정보제공이 필요하다. 표시정보에 대해 다양한 경로를 통한 지속적인 홍보가 필요하며, 특히 매스컴을 통한 언론홍보가 가장 효과적일 것으로 평가되고 있다. 청소년의 경우 식품표시에 대한 인지도와 활용도가 낮고, 국내산에 대한 관심과 인식수준이 취약하므로 급식 및 교과과정을 통한 교육이 강화될 필요가 있다.

불규칙한 식생활을 개선하고 영양불균형에 대처하여 건강한 식습관이 형성되도록 하기 위해서는 식생활 교육을 적극 추진해야 한다. 일본에서 「식육기본법(食育基本法)」을 제정하여 행정기관뿐만 아니라 학교는 물론 농업단체와 식품업체까지 적극 참여하여 식육(食育)을 추진하고 있다는 점은 시사하는 바가 크다.

식생활 교육은 식생활 목표를 설정하고 가정, 학교, 지역, 생산자, 정부가 참여하는 범국민운동차원에서 추진될 필요가 있다. 가정 내 건전한 식습관 확립을 위한 교육 및 정보제공이 필요하며, 학교에서는 급식 및 교과과정을 통해 식생활 교육이 추진되어야 한다. 학교급식은 체험을 통한 교육의 장으로서 올바른 식습관뿐만 아니라 우리나라 식문화 형성에 중요한 역할을 미친다. 학교급식에서 한국형 식생활에 대한 선호도를 유지·확대하기 위해 국내산 농축산물이 최대한 이용할 수 있도록 관련 법규의 정비와 재정지원을 뒷받침하고, 전통식 급식메뉴 개발 및 보급 등이 필요하다. 그 밖에 지역단위나 국가차원에서 지속적으로 식생활에 관심을 갖고 식문화 계

승 및 생산자와 소비자 교류 등을 활성화할 수 있도록 정책 및 조사연구 사업 등을 추진해야 할 것이다.

■ 식품정책 기반 조성

식품 관련 정부조직이 농산물·가공식품·수산물·임산물 등 식품종류는 물론 유통단계별로 분산되어 운영되고 있다. 또한 식품정책이 식품, 영양, 건강 등 정책목표에 따라 다른 부처에서 별도로 추진되고 있는 상황이다. 식품소비 트렌드에 대한 연구가 주기적으로 수행되어 생산자와 정책당국에 피드백 되기 위해서는 식품소비 관련 업무를 종합적으로 관장하는 정부조직의 개편과 정책개발을 검토할 필요가 있다. 전체 식품을 대상으로 식품, 영양, 건강을 망라하여 식품소비를 모니터링하고, 식품소비 관련 정책을 추진하고 관련 연구개발과 기본통계를 확충하는 사업이 적극 추진되어야 할 것이다.

제 7 장

요약 및 결론

연구 결과의 요약

인구 고령화의 급진전, 전반적인 경기불황 지속과 중산층 감소, 여성의 소비시장 주도경향 등 소비 환경이 급변하고, 이를 반영하는 새로운 사회적 트렌드가 등장하여 식품소비에 영향을 미치고 있다. 이 연구는 광의의 식품소비를 대상으로 대표적인 트렌드를 검출하며, 이를 바탕으로 식품정책 및 농업의 대응방향을 제시하는 것을 목적으로 추진되었다.

제2장에서는 식품소비 트렌드를 이해하기 위해 트렌드의 기본 개념을 설명하고, 식품소비 트렌드의 분석대상을 검토하였다. 식품소비를 둘러싼 사회·경제·인구학적 여건 변화는 식품소비의 구성요소인 소비대상(식품 소비량과 지출액), 소비방식(식품구입 및 섭취행태), 소비주체(가치관과 인식수준), 소비결과(영양섭취와 건강)에 영향을 미친다. 식품소비 트렌드의 분석대상은 식품소비 구성요소들의 변화에서 형성되는 공통적인 추세와 행동양식으로 규정할 수 있다.

제3장에서는 소비 트렌드의 구성요소 중에서 소비량 및 지출구조의 변화를 분석대상으로 하였다. 식품소비지출 변화의 주요 특징을 검토하고, 일본 및 미국과 비교하였다. 또한 사회적으로 이슈가 되고 있는 소득의 불균등화·양극화와 고령화 트렌드가 식품소비지출에는 어떠한 영향을 미쳤는가를 중점적으로 분석하였다.

우리나라의 식품소비는 1980년대 후반 이후 양적인 성장 단계에서 질적인 향상을 추구하는 단계로 전환되었다. 식품소비지출 변화의 특징은 식료품비 비중의 저하, 외식 비중의 급격한 증가, 건강 및 기호식품 비율 증가로 요약될 수 있다. 소득수준이 향상됨에 따라 가계비 중에서 식료품비 비중(엔젤계수)이 1982년 0.41에서 2006년 0.26으로 낮아졌다. 2006년도 엔젤계수는 소득계층별에 따라 0.23~0.29로 차이가 있었다. 최근 두드러진 특징은 가구의 외식 지출비중이 크게 증가한 것으로 1990년만 하더라도

가정 내 곡류 및 빵류 지출액 점유율과 비슷한 수준이었으나, 2006년에는 46%까지 빠르게 확대되는 특징을 보였다. 특히 소득수준이 높을수록 연령이 낮을수록 외식 지출비중이 증가하는 추세를 나타냈다. 주요 식품별 외식부문 섭취비율은 쌀 29.4%, 쇠고기 35.4%, 돼지고기 39.6%, 닭고기 30.2%, 한우 8.4%로 분석되었다. 외식을 제외한 가정 내 소비의 경우 곡류 및 식빵, 육류, 어패류, 유지 및 조미료 등 주식용으로 소비되거나 주식과 보완재로 소비되는 식품류는 지출비중이 감소 내지 정체하는 추세를 보였다. 반면 과일류, 빵 및 과자류, 차·음료·주류, 기타식료품, 외식 등 기호식품의 성격을 갖거나 건강에 좋다는 인식이 일반적인 식품류는 증가하는 경향을 보였다.

일본과 미국의 식료품비 변화에서도 앵겔계수가 저하하는 경향은 공통적이거나 1990년대 중반 이후 일본은 0.23, 미국은 0.13 수준에서 크게 변동하지 않았다. 외식 지출비중은 일본 28.7%(2006년, 중식 포함), 미국 44.4%(2005년)로 우리나라에 비해 낮았다. 가정 내 식품류별 지출 변화에서는 일본의 유지·조미료 비율 증가와 과일류 비율 감소 현상, 미국의 적색육 소비 감소와 곡류 소비 증가 현상이 장기적으로 나타날 가능성이 있음을 시사하였다. 식품수요시스템을 LAIDS모형을 사용하여 추정한 결과 식품류별로 가격탄력성은 외식, 어패류, 육류가 상대적으로 높았으며, 지출탄력성은 과일과 외식이 1이상으로 탄력적으로 산출되었다. 식품소비 변화에는 인구사회학적 요인이 경제적 요인보다 더 크게 작용하였으며, 소득탄력성 추이는 계층별로 차이가 있는 것으로 나타났다. 외식의 지출탄력성은 소득계층별로 큰 차이를 보여 고소득계층의 경우 1990년에 1.6을 기록하였으나 2006년에는 0.3으로 급감하였다. 반면 저소득계층에서 외식의 지출탄력성은 증가하는 추세를 보였다.

사회적으로 이슈가 되고 있는 소득 불균등화·양극화가 식품소비지출 부문에 나타나는가를 검토하기 위해 통계청 가계조사 원자료를 활용하여 식품소비의 불균등화 척도로서 지니계수와 양극화 척도로서 EGR지수를 산출하였다. 1998년 외환위기 이후 소득에서는 지니계수와 EGR지수가 크게 증가하였으나, 식료품비는 1998년 일시적으로 지니계수가 상승하였으

나 이후 큰 변화가 없었으며 EGR 지수도 뚜렷한 증가추세가 발견되지 않았다. 식품류별로 공통적으로 지니계수가 감소추세를 나타내며 특히 외식은 1982년 0.78에서 2006년 0.43으로 크게 감소한 특징을 보였다. 반면 전체 식품비 지출의 불균등도에 대한 외식부문의 기여도는 1982년 11.5%에서 2006년 53.9%로 빠르게 증가하였다.

고령화 트렌드가 식품수요에 미치는 영향을 평가하기 위해서는 통계청 가계조사 횡단면자료의 시계열로부터 패널자료의 특성을 추론하는 가상코호트(Synthetic Cohort) 분석 방법을 이용하였다. 토빗모형을 사용하여 식품비 지출액의 변화를 연령효과·세대효과·연도효과로 구분할 경우 연도효과는 1998년을 제외하고 큰 차이가 없으며, 연령효과가 가장 컸다. 외식지출의 경우 55~59세를 정점으로 증가하다 감소하는 역U자 형태를 보였으며, 65세 이상 고령층에서도 선호가 높은 편이었다. 식품류별로는 고령화될수록 곡물·가공품, 차와 음료, 주류에 대한 선호가 증가하는 것으로 나타났다.

제4장 식품류별 소비 트렌드에서는 식품소비 트렌드의 구성요소 중에서 소비자의 식품 구입 및 섭취방식인 소비행태를 대상으로 한다. 가정 내 식품소비행태 분석에는 서울지역 거주 621가구의 주부를 대상으로 한 설문조사가, 외식 소비행태분석에서는 36개 외식업체 대상 설문조사가 이용되었다. 주요 식품 구입패턴은 요인분석을 통해 건강 지향, 고급화, 다양화, 간편화, 합리화로 도출되었다. 요인분석을 통해 분류된 5가지 식품 구입패턴을 바탕으로 군집분석을 실시한 결과 가격과 건강 지향은 60세 이상 연령층이 다수이며, 다양화와 간편화 지향에서 고소득계층의 비율이 높았다. 가격지향과 다양화 지향에서 매일 식품을 구입하는 비율이 높은 반면, 간편화 지향에서는 주 1회 구입비율이 높은 특징을 보였다.

쌀은 소포장 단위 소비가 증가하고, 저가 및 고가 쌀의 소비비중이 확대되는 양극화 현상이 나타났다. 외식·급식업체와 저소득계층의 저가 쌀 수요가 확대된 반면, 고소득계층을 중심으로 고가 쌀에 대한 수요가 빠르게 증가하였다. 육류 중 쇠고기의 경우 등급별·부위별 가격격차가 확대되고 1등급 출현율도 1998년 15.3%에서 2006년 44.5%로 3배 가까이 증가하는 등 고품질 차별화 특징이 나타난다. 소비자들은 돼지고기(50.7%)나 닭고기

(33.6%)를 쇠고기와 차별화된 맛 때문에 구입하고 있었으며, 닭고기(30.9%)는 영양가가 높아서 구입한다는 비율이 높았다. 소비자들의 건강에 대한 관심 증대로 적색육(쇠고기, 돼지고기) 구입빈도가 감소하여 쇠고기의 주 1회 이상 섭취비율이 1998년 48.8%에서 2005년 30.8%로 감소하였다. 또한 가계의 육류 지출액 중에서 육가공품 지출액이 차지하는 비율은 1980년대에는 증가추세를 보여 왔으나 1990년대 이후에는 큰 변화가 없는 것으로 나타났다. 채소류의 경우 친환경인증제품을 구입하는 비율(76.1%)이 높게 나타났으며, 양채류 소비도 빠르게 확대되는 것으로 조사되었다. 현재는 벌크형태 구입(82.6%)이 많으나 포장 및 세척·절단제품의 경우 주부 연령층이 낮을수록, 소득이 높을수록 수요가 증가하였다. 과일은 가정 내 소비가 가장 빠르게 증가한 식품으로 우리나라 사람들의 절반 정도가 매일 과일을 먹으며, 약 70%는 주 4회 이상 과일을 먹는 것으로 조사되었다. 친환경인증제품을 가끔 또는 자주 구입하는 소비자가 72.3%로 높았으며, 몸에 좋다고 알려진 토마토(9.2%), 바나나(5.4%), 복숭아(5.0%)의 소비가 빠르게 증가하였다. 이 밖에 고소득가구, 맞벌이, 도시지역 거주가구를 중심으로 과일소비의 다양화 경향이 나타난다. 가공식품은 간편화와 다양화가 주된 조류이나, 식품의 특성을 반영하여 최근 건강 지향 성향이 나타나고 있다. 식용유나 설탕·소금 등은 몸에 좋지 않다는 인식이 확산됨에 따라 고급제품으로 빠르게 대체되고 있으며, 음료류의 경우 주된 수요계층인 10~20대를 겨냥한 저칼로리·기능성 제품의 매출이 증가하고 있다.

가족단위 외식의 경우 한 달에 한 번 외식을 하는 가구가 22.6%로 가장 많았으며, 소득수준이 높아질수록 가족단위 외식은 증가 추세를 나타냈다. 배달음식과 조리식품 구입은 주부의 연령층이 낮을수록 증가하는 특징을 보였다. 가족단위 외식 시 1인당 평균 외식비용은 1만 6천원 정도였으며, 장소 선택기준으로는 맛(47.9%), 요리 종류(22.2%), 식당의 청결도(14.8%) 등을 고려하고 있었다. 외식에서도 건강 지향이 확대되면서 한식(36.9%)과 전통음식(21.6%)에 대한 수요가 증가하였으며, 외식에서 가장 큰 문제점으로 화학조미료 사용(35.6%)이 지적되었다. 외식업체를 대상으로 한 조사에서 최근 트렌드는 전문화, 건강 지향, 간편화로 요약될 수 있다. 메뉴별로

는 죽, 초밥, 샐러드, 샌드위치, 베이커리, 에스프레소, 와인 등의 소비가 늘고 있으며, 업종별로 전통음식점, 에스닉푸드, 건강음식점, 씨푸드 전문점 등이 유망할 것으로 평가되었다.

제5장에서는 식품소비 트렌드의 결과로서 나타나는 영양소 섭취 트렌드와 소비주체인 소비자의 식생활에 대한 인식 변화를 살펴보았다. 곡류 소비가 감소하고 육류 등 동물성 식품의 소비가 증가함에 따라 단백질 중에서 동물성 단백질의 비중이 1980년 28.7%에서 2005년 42.4%로 크게 확대되었으며, 지방 섭취량도 같은 기간 동안 21.8g에서 46g으로 두 배 이상 증가하였다. 가구수입이 낮을수록 영양소 섭취 수준과 질적인 평가가 낮았다. 특히 65세 이상 노인계층의 영양소 섭취 수준은 다른 연령대에 비해 낮았으며, 동물성 단백질 섭취 비율은 28.4%, 지방급 에너지비는 12.8%로 매우 낮았다. 에너지의 58.6%를 가정식에서 섭취하며 외식에서 41.4%를 충당하였으며, 지방은 외식에서 섭취하는 비율이 45.5%로 상대적으로 높았다.

일본의 경우 단백질의 에너지 공급비율은 13% 수준에서 유지되고 있으며, 지방은 1990년대 27~28%에서 2000년대 29% 수준으로 약간 증가하였다. 영양섭취구조에서 큰 변화는 동물성 단백질·지방의 섭취 증가로 1990년대 중반 이후 그 비율이 절반 이상으로 확대되었다. 미국에서는 우리나라와 일본과 달리 탄수화물의 에너지 공급비율이 1976~80년 42%에서 1999년~2000년은 49%로 증가한 반면, 같은 기간 단백질은 16%에서 15%로, 지방은 36.8%에서 32.8%로 감소하였다.

직장인과 청소년 대상 식생활 설문조사 결과 매일 아침밥을 먹는 비율이 직장인 35.8%, 청소년 46.1%였으며, 상당수는 시간이 없기 때문에 아침식사를 거르고 있는 것으로 나타났다. 직장인들이 저녁식사를 불규칙적이라고 응답한 비율은 49.6%로 연령이 낮을수록, 소득이 낮은 집단일수록 불규칙적인 식생활을 하는 것으로 조사되었다. 청소년이 저녁식사 시간이 불규칙적이라고 응답한 비율은 43%로 주로 학원을 가야 하기 때문(46.6%)이었다. 밖에서 사 먹을 경우에는 주로 분식점(38.2%), 편의점(17.4%), 패스트푸드점(15.3%)을 이용하고 있었다. 불규칙적인 식생활이 특정계층을

중심으로 확대되면서 끼니 당 영양섭취에 불균형 현상이 나타났다. 50세 이상의 연령층의 경우 아침, 점심, 저녁이 에너지 섭취에서 차지하는 비율이 거의 일정한 반면 청소년과 20대 직장인의 경우 아침식사에서 에너지를 섭취하는 비율이 각각 16.7%와 14.6%에 불과하였다. 청소년층은 한식에 대한 선호도가 높았으나 국산 농산물에 대한 인식이 취약하였다. 청소년의 47%가 국산 농산물 섭취에 관심이 없다고 응답하였으며, 수입식품도 관리만 잘하면 수입이 늘어나도 된다는 문항에 60점 이상 평가함으로써 수입산에 대한 거부감이 크지 않은 것으로 나타났다. 가정 내 식품 구입을 담당하고 있는 주부의 52.2%가 식품 구입 시 표시를 보는 편으로 직장인(49.2%)과 청소년(31.3%)에 비해 표시정보에 대한 활용도가 높았다. 식료품 구입 시 소비자들의 대부분은 유통기한을 확인하며 원산지 표시, 가격, 브랜드 등을 확인하는 비율이 높은 반면, 그 밖의 인증정보 등에 대해서는 표시를 확인하는 비율이 적었다. 식품표시에 대해서 주부층의 62.3%가 신뢰하는 편이라고 응답하여 대체로 높은 신뢰도를 나타냈으며, 신뢰하지 않는 경우는 주로 사후관리와 검사과정을 불신하고 있었다. 한편 청소년은 신뢰하는 비율이 34.2%에 불과하고 표시내용에 대한 이해가 어렵다는 의견이 많았다. 인증제도의 인지도 조사결과 원산지표시와 친환경인증은 인지도가 높았으나, 전통식품인증이나 HACCP 등 대다수의 제도에 대한 인지도가 낮았다. 식품 관련 정보를 주부는 대부분 포장지 표시(30.2%)나 TV·라디오(24.3%)에서 얻고 있었으며, 직장인과 청소년은 절반 이상이 TV·라디오에 의존하고 있었다. 학교급식을 하는 7~19세의 경우 급식으로부터 에너지를 섭취하는 비율이 20% 이상으로 높게 나타났다. 외식부문에서 에너지를 섭취하는 비율이 가장 높은 연령층은 20대로 외식부문 에너지 섭취비율(46.4%)이 가정식 섭취비율(44.7%)을 초과하였다.

마지막으로 제6장에서는 식품소비 트렌드를 전망하고, 트렌드가 농업 및 식품정책에 시사하는 점을 검토함으로써 대응방향을 제시하고자 하였다. 가계비 중에서 식료품비가 차지하는 비율은 향후 소득 증가추세를 감안하여 추정할 경우 2006년 26%에서 2020년에는 21~22% 수준으로 하락할 것으로 전망되었다. 외식 지출비중 증가율은 다소 둔화될 것이긴 하지만 증

가추세는 지속될 것으로 보인다. 코호트 분석결과를 이용하여 가정식과 외식의 비율을 추정한 결과, 외식 비중은 2006년 46%에서 2010년 48%, 2020년 54%로 증가할 것으로 전망되었다. 향후 가정 내 식품류별 지출액 비율에는 건강 지향과 다양한 식품소비 섭취 지향이 영향을 미쳐 곡물, 육류, 어패류, 과일, 채소는 신세대일수록 소비가 감소하는 세대효과와 인구 고령화 추세에 따라 소비가 감소하는 연령효과가 작용하는 것으로 나타났다. 식품류별로 가정 내 지출비중을 전망하면 육류와 어패류는 2000년 이후 가정 내 지출비중 감소추세가 지속될 것으로 보이며 과일과 채소 역시 향후 지출비중이 감소할 가능성이 높은 것으로 나타났다.

사회·경제·인구학적 여건 변화에 따라 건강 지향, 고급화, 다양화, 간편화, 합리화로 요약되는 새로운 식품 구입패턴이 등장하였으며, 이들 트렌드가 식품소비행태에 주요한 영향을 미칠 것으로 전망되었다. 영양소 섭취 증가추세는 장기적으로 둔화될 전망이지만 집단별 섭취 불균형 현상이 확대되고 영양과잉집단과 영양결핍집단이 공존하는 추세가 지속할 것으로 예상된다. 식생활에서도 불규칙적인 식생활과 서구식 식생활 비율이 증가함에 따라 영양불균형이 확대되고 생활습관병이 빠르게 늘어날 것으로 전망되었다.

국내 농업 생산 및 식품 공급이 경쟁력을 갖추기 위해서는 트렌드에 적극 대응할 수 있는 생산시스템을 구축하고, 세분화된 소비자계층을 대상으로 구체적인 판매 전략과 관리 대책을 수립하여야 한다. 소비자의 올바른 인식과 합리적인 구매 선택을 위해 정보 제공을 위한 교육·홍보사업을 확대하고, 건강한 식습관이 형성되도록 식생활 교육을 추진해야 한다. 식품 관련 정부조직이 유통단계별로 분산 운영되고 부처별로 다른 정책목표에 따라 별도로 추진되고 있어 식품소비정책이 종합적·효율적으로 운영되기 어려우므로, 식품 관련 업무를 종합적으로 관장하는 정부조직의 개편이 검토될 필요가 있다.

결론 및 정책 시사점

이 연구는 소비동향이나 소비행태뿐만 아니라 영양 및 식생활을 포함하는 광의의 식품소비활동에서 발견할 수 있는 트렌드를 도출하는 데 일차적인 목적이 있으며, 이를 바탕으로 농업의 대응방향을 제시하고자 하였다. 식품소비 트렌드에 대한 다각적 접근을 위해서 코호트, 토빗, LAIDS 등 다양한 분석모형이 적용되었으며, 통계청의 가계조사와 보건복지부의 국민영양조사 원자료 등 풍부한 통계자료가 분석에 이용되었다. 또한 주부뿐만 아니라 직장인, 청소년, 외식업체를 대상으로 설문조사를 추진하여 식품소비 트렌드를 다양한 측면에서 도출하였다.

향후 식품소비지출 트렌드로서 외식 비중의 확대 경향은 다소 둔화되지만 증가추세는 지속될 것으로 분석되었다. 식품소비행태에서는 몸에 좋은 식품류와 친환경제품 등을 선호하는 건강중시 경향, 고급화와 기호식품소비 증가로 나타나는 맛 지향 현상, 세척·절단제품과 배달서비스 등이 증가하는 간편성 추구 경향, 채소·과일·가공식품 등에서 다양성 제고 추세, 외식시장의 전문성 경향 등의 트렌드가 강화될 것으로 전망된다. 영양섭취 및 식생활 트렌드로서는 동물성 식품 및 지방 섭취 증가, 계층별 영양섭취 격차 확대, 불규칙적인 식생활 경향, 주부 정보 활용도 증가 등이 특징적으로 나타날 것으로 보인다.

소비자의 선호 변화에 적극적으로 대응하기 위해서는 식품별 구입 특성을 감안하여 구체적인 생산·유통·판매 전략 수립이 필요하다. 쌀의 경우 맛과 안전성 지향의 고급화 경향과 합리적인 가격을 추구하는 경향이 동시에 나타나므로 차별화된 시장공략이 필요하다. 쌀의 영양학적 우수성과 외국에서의 건강식 평가 등을 홍보하고, 다양하고 간편한 가공제품이 개발·보급되어야 한다. 육류는 품질차별화 확대를 뒷받침할 수 있도록 제품 생산과 품질 관리가 강화될 필요가 있으며, 채소 및 과일류는 친환경제품과

소포장 및 세척·절단제품 수요 확대에 대비해야 한다. 또한 가공식품도 고급화 경향 증가와 기능성 수요 확대에 대응하여 차별화 전략이 필요하며, 외식시장에서도 외식 수요의 맛·건강·간편화 지향을 감안하여 시장을 전망하고 전략을 수립해야 한다.

마케팅 전략 및 소비정책은 저소득계층, 고령층, 청소년층 등 특정계층을 세분화하여 구체적으로 수립할 필요가 있다. 식품표시제도에 대한 교육과 홍보를 확대하고, 특히 청소년층을 대상으로 급식 및 교과과정을 통한 교육을 강화하여야 한다. 불규칙한 식생활을 개선하고 영양불균형을 대처하기 위해서는 범국민운동차원의 식생활교육이 추진될 필요가 있다. 또한 식품소비 트렌드 연구가 주기적으로 추진되어 생산자와 정책 당국에 피드백 되기 위해서는 식품 관련 업무를 종합적으로 관장하는 정부조직의 개편과 정책개발을 검토해야 한다. 광의의 식품을 대상으로 소비트렌드를 모니터링하고, 식품소비 관련 정책과 기반조성사업이 적극 추진되어야 할 것이다.

부록: 분석결과 부표

<부표 1> 식품류별 탄력성 추정 결과

자 체 및 대 체 가 격 탄 력 성		곡류	육류	낙농품	어패류	채소· 해조류	과일	외식	기타
	곡류	-0.5098 (0.0001)	0.3030 (0.0001)	0.0855 (0.0478)	0.1205 (0.0575)	-0.0182 (0.7394)	-0.00057 (0.9903)	0.6499 (0.0001)	0.6694 (0.0001)
	육류	0.4493 (0.0001)	-0.8847 (0.0001)	-0.0375 (0.3741)	0.0059 (0.9250)	-0.1186 (0.0378)	0.0779 (0.1230)	0.7295 (0.0001)	-0.2218 (0.0719)
	낙농품	0.2865 (0.0478)	-0.0847 (0.3741)	-0.4377 (0.0006)	0.0907 (0.4001)	0.0131 (0.8263)	0.0385 (0.4377)	0.3405 (0.0463)	-0.2469 (0.1849)
	어패류	0.2333 (0.0575)	0.0078 (0.9250)	0.0524 (0.4001)	-0.8962 (0.0001)	-0.0434 (0.4393)	0.0854 (0.0768)	0.8305 (0.0001)	-0.2697 (0.066)
	채소· 해조류	-0.0298 (0.7394)	-0.1307 (0.0378)	0.0064 (0.8263)	-0.0367 (0.4393)	-0.5250 (0.0001)	-0.0164 (0.7478)	0.6930 (0.0001)	0.0392 (0.6470)
	과일	-0.0013 (0.9903)	0.1213 (0.1230)	0.0266 (0.4377)	0.1020 (0.0768)	-0.0232 (0.7478)	-0.5839 (0.0001)	0.1090 (0.6050)	0.2496 (0.0169)
	외식	-0.3397 (0.0001)	0.2571 (0.0001)	0.0531 (0.0463)	0.2243 (0.0001)	0.2216 (0.0001)	0.0247 (0.6050)	-0.9503 (0.0001)	0.5091 (0.0001)
	기타	0.7510 (0.0001)	-0.1679 (0.0719)	-0.0827 (0.1847)	-0.1563 (0.0660)	0.0269 (0.6470)	0.1212 (0.0169)	1.0928 (0.0001)	-1.5851 (0.0001)
	지출탄력성	0.7429 (0.0001)	0.6793 (0.0001)	0.0064 (0.9561)	0.8708 (0.0001)	0.6101 (0.0001)	1.9149 (0.0001)	1.4942 (0.0001)	0.7012 (0.0001)
	지출비중(%)	15.78	10.64	4.71	8.15	9.65	6.83	30.18	14.06

주: () 안의 값은 p값임.

<부표 2> 전기소비량, 계절별 더미, 인구학적 변수의 계수추정 결과

	곡류	육류	낙농품	어개	채소·해조	과일	외식
전기소비량	0.000026 (0.0959)	2.151×10^{-7} (0.0066)	0.000072 (0.0007)	4.138×10^{-6} (0.7175)	-2.07×10^{-6} (0.8517)	5.032×10^{-6} (0.5554)	-2.1×10^{-6} (0.7042)
2분기더미	-0.0340 (0.0001)	0.0112 (0.0001)	-0.0009 (0.3103)	0.0053 (0.0061)	-0.0153 (0.0001)	0.0153 (0.0001)	0.0262 (0.0028)
3분기더미	-0.0354 (0.0001)	-0.0006 (0.8048)	0.0020 (0.0308)	-0.0107 (0.0001)	0.0012 (0.6496)	0.0031 (0.1864)	0.0459 (0.0001)
4분기더미	-0.0365 (0.0001)	0.0119 (0.0001)	0.0002 (0.7597)	-0.0067 (0.0001)	-0.0097 (0.0001)	0.0219 (0.0001)	0.0067 (0.3000)
가구원 수	0.0564 (0.0628)	0.0094 (0.6585)	0.0054 (0.4981)	0.0350 (0.0181)	0.0429 (0.0573)	0.0134 (0.4886)	-0.1737 (0.0138)
가구주 연령	0.0085 (0.0052)	0.0051 (0.0148)	-0.0018 (0.0230)	0.0003 (0.8515)	-0.0046 (0.0445)	-0.0030 (0.1206)	0.0078 (0.2537)
0~14세 인구비중	-0.0364 (0.0735)	-0.0227 (0.1040)	0.0043 (0.4249)	-0.0188 (0.0582)	0.0287 (0.0577)	-0.0247 (0.0696)	0.0516 (0.2850)
15~64세 인구비중	-0.0388 (0.0601)	-0.0215 (0.1360)	0.0051 (0.3616)	-0.0196 (0.0526)	0.0252 (0.0990)	-0.0254 (0.0650)	0.0759 (0.1242)
65세 이상 인구비중	-0.0625 (0.0034)	-0.0338 (0.0194)	0.0071 (0.1834)	-0.0216 (0.0329)	0.0339 (0.0294)	-0.0238 (0.0900)	0.0522 (0.2909)
여성경제활동 참여율	-0.0006 (0.5359)	-0.0011 (0.0756)	0.0002 (0.2734)	0.0012 (0.0046)	0.0015 (0.0248)	0.00001 (0.9828)	-0.0008 (0.7241)

주: () 안의 값은 p값임.

<부표 3> 식품류별 지출비중 변화의 요인분석 결과

	실질변 화율	변화율의 예측치	경제적 효과				인구사회적 효과
			대체효과	소득효과	전기소비 효과	계	
곡류	-0.01634	-0.01639	-0.00490	-0.00155	-0.00052	-0.00697(42.5)	-0.00942(57.5)
육류	-0.00571	-0.00408	0.00050	-0.00193	0.000003	-0.00143(35.0)	-0.00264(64.7)
낙농품	-0.00345	-0.00388	-0.00005	-0.00598	0.00175	-0.00428(110.4)	0.00040(-10.3)
어패류	-0.00274	-0.00280	0.00180	-0.00078	-0.00001	0.00101(-36.2)	-0.00384(137.1)
채소·해조류	-0.00551	-0.00695	0.00253	-0.00235	-0.00001	0.00017(-2.5)	-0.00713(102.6)
과일	0.00205	0.00080	0.00067	0.00551	0.00015	0.00633(791.3)	-0.00553(-691.3)
외식	0.01992	0.01640	-0.00024	0.00298	-0.00027	0.00247(15.1)	0.01393(84.9)
기타 식품	-0.00209	-0.01180	0.00255	-0.00180	-0.00489	-0.00414(35.1)	-0.00766(64.9)

주: () 은 지출 변화율(예측치)에 대한 요인별 기여율을 의미함.

<부표 4> 토빗모형의 추정 결과: 식품지출 전체

변수명	계수추정값	p-값
연령더미		
25~29세	34,677	0.000
30~34세	43,205	0.000
35~39세	55,965	0.000
40~44세	79,034	0.000
45~49세	99,630	0.000
50~54세	120,071	0.000
55~59세	121,067	0.000
60~64세	94,938	0.000
65~69세	50,388	0.000
70세 이상	10,795	0.025
코호트더미		
세대2	-10,324	0.000
세대3	-14,535	0.000
세대4	-15,754	0.000
세대5	-27,214	0.000
세대6	-35,805	0.000
세대7	-30,161	0.000
세대8	-21,254	0.000
세대9	-29,609	0.000
연도더미		
1997	14,889	0.000
1998	-44,055	0.000
1999	-20,599	0.000
2000	3,850	0.000
2001	3,382	0.000
2002	3,211	0.000
2003	5,260	0.000
2004	3,338	0.000
2005	5,979	0.000
2006	-2,124	0.000
상수항	231,324	0.000
R^2	0.0321	

<부표 5> 가정식 지출함수 추정 결과

	1982	1990	2000	2006
상수	-1144291**	-1242467**	-793905**	-813238**
log(소득)	93355.67**	97552.58**	64224.76**	62688**
사무직	22519.4**	17442.12**	2484.29	5968.439**
여성가구주	-9184.33**	-20469.7**	-30669.3**	-40062.2**
가구주 연령	592.294**	202.5506	843.9482**	1111.794**
맞벌이	-18917.5**	-33623.6**	-29534.7**	-30517.1**
5세 이하	15995.74**	30346.59**	22875.33**	33246.94**
6~13세	20567.03**	33259.9**	26889.82**	33231.41**
14~19세(남)	16641.39**	34422.46**	28551.68**	29869.31**
14~19세(여)	11158.83**	23615.12**	23061.48**	21160.03**
20~29세(남)	25765.84**	22717.93**	24531.84**	8618.488**
20~29세(여)	26431.46**	27058.9**	21740.85**	32770.76**
30~39세(남)	32967.83**	32901.28**	27903.2**	12308.03**
30~39세(여)	34640.88**	41472.65**	38821.47**	51859.25**
40~49세(남)	44477.42**	47491.7**	28884.51**	13950.51**
40~49세(여)	38972.34**	66201.85**	47141.44**	75148.9**
50~59세(남)	38278.95**	45843.23**	29739.54**	20606.9**
50~59세(여)	38793.34**	60351.47**	40193.7**	75851.94**
60세 이상(남)	47417.98**	62716.66**	42352.55**	32313.63**
60세 이상(여)	28248.29**	57386.92**	40720.94**	61321.65**
주택 비소유	2598.86	9821.51	-16325**	-20020**

** : 1% 유의수준 내 값임.

* : 5% 유의수준 내 값임.

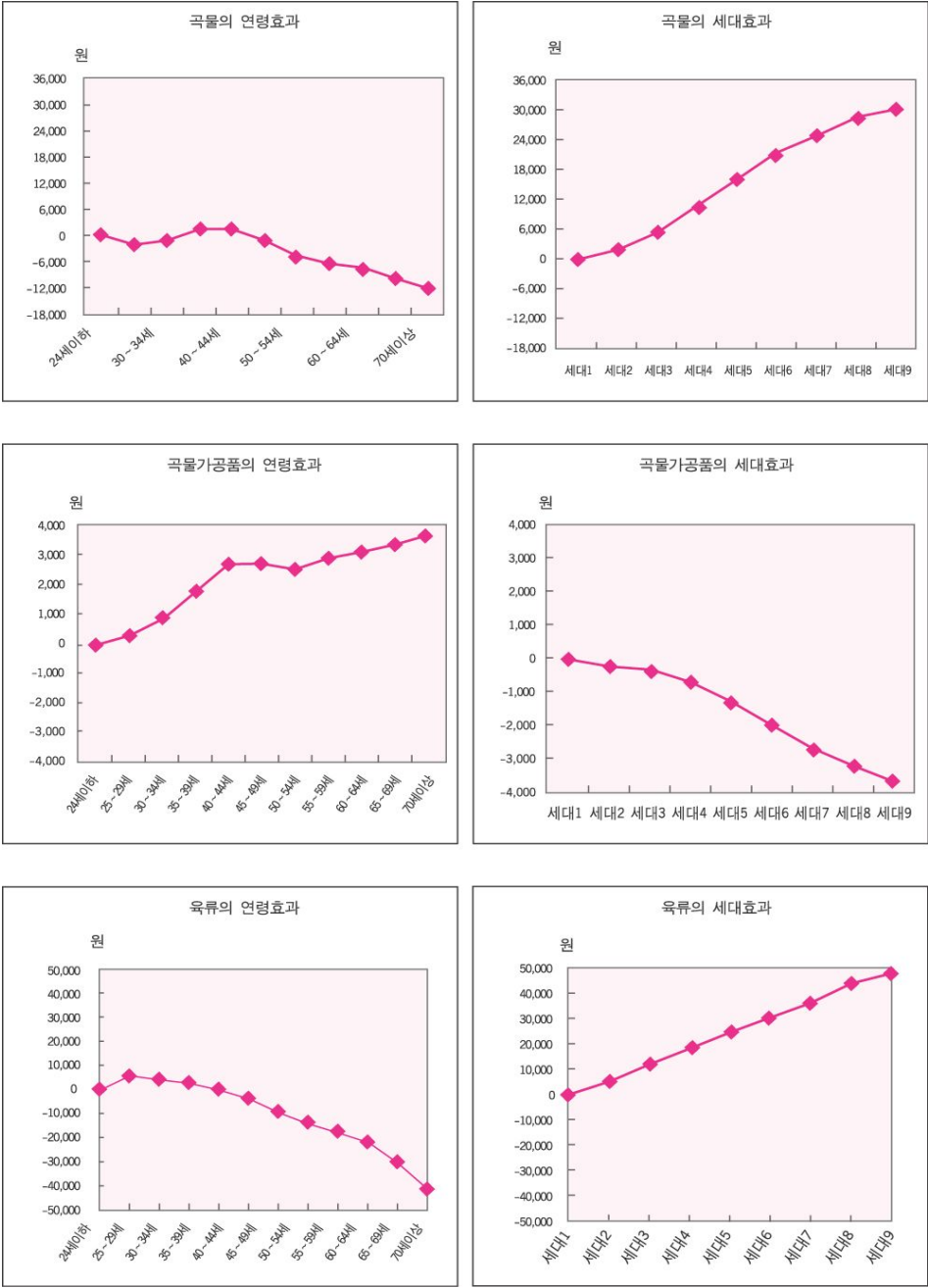
<부표 6> 외식 지출함수 추정 결과

	1982	1990	2000	2006
상수	-207633**	-828719**	-969712**	-1017652**
log(소득)	16939.36**	63171.39**	71633.6**	78968.23**
사무직	9649.499**	15843.87**	20015.81**	16786.56**
여성가구주	2107.663**	2526.896	11185.5**	-2898.32
가구주 연령	-44.2678	250.2882**	603.2651**	261.8659**
맞벌이	-922.409	-7474.08**	24369.25**	19100.7**
5세 이하	-1425.34**	-12634.6**	-14869.5**	-22439.7**
6~13세	-1671.03**	-7815.02**	-606.299	6057.772**
14~19세(남)	-3354.59**	1253.864	16155.51**	29418.11**
14~19세(여)	-3003.34**	-4018.22**	8975.61**	29756.82**
20~29세(남)	911.3602	23526.35**	57211.54**	63401.33**
20~29세(여)	-2315.01**	-2007.97	27114.74**	29872.52**
30~39세(남)	2037.157**	22183.91**	54039.42**	66367.68**
30~39세(여)	-3228.29**	-9565.95**	24078.05**	13416.5**
40~49세(남)	5332.374**	19612.36**	37728**	63571.31**
40~49세(여)	-4085.56**	-19806.7**	15956.56**	1341.201
50~59세(남)	4626.858**	21125.48**	27628.31**	42895.37**
50~59세(여)	-3190.15**	-12433**	-882.953	-8786.22**
60세 이상(남)	2766.731**	9312.31**	11343.92**	4917.445*
60세 이상(여)	-2130.32**	-2608.75	-924.616	-14061.3**
주택 비소유	-967.732	-14160.3**	5306.134**	-5754.17**

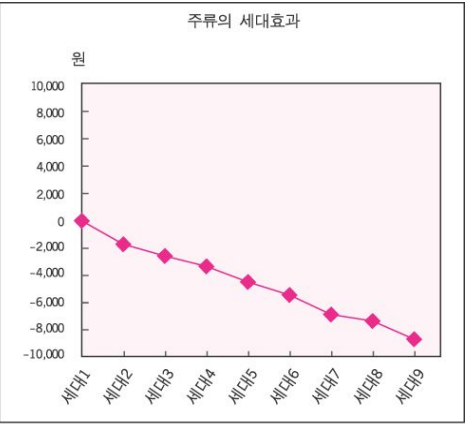
** : 1% 유의수준 내 값임.

* : 5% 유의수준 내 값임.

<부도 1> 식품류별 연령, 세대효과 분해 결과







참고 문헌

- 강신욱 외. 2006. 「사회양극화의 실태와 정책 과제」. 한국보건사회연구원.
- 강홍렬 외. 2006. 「메가트렌드 코리아」. 한길사.
- 김선희 외. 2004. 「우리나라 농산물의 소비증진 및 수급안정을 위한 소비실태 분석 및 영양가치 정보 데이터베이스 구축」. 한국식품영양재단.
- 김성숙, 이승신. 2000. “상품 안전정보에 관한 소비자행동 연구.” 「소비자학연구」 11(3). 한국소비자학회.
- 김성용. 2006. “지니계수분해법의 의한 식품소비 구조의 변화 분석.” 경제학 공동학술대회 2006.
- 김성용, 조성환. 2006. “순위화된 프로빗모형을 이용한 매실가공식품 구매의 결정요인 분석.” 「농촌경제연구」 47(4). 한국농업경제학회.
- 김성환 등 역. 2005. 「소비자행동론: 전략적 접근」. 한티미디어.
- 김시월. 2004. “한국·일본 민간 소비자단체의 활동 비교 연구.” 「소비자학연구」 15(3). 한국소비자학회.
- 박능후 등. 2003. 「탈빈곤정책 현황과 발전방안 연구 - 소득보장정책을 중심으로」. 한국보건사회연구원.
- 박중수, 조광호. 2002. “돈육의 소비 행태와 소비촉진 광고에 대한 소비자의 태도 조사.” 「농업경영·정책연구」 29(2). 한국농업정책학회.
- 배윤정, 김기욱. 2000. “정보사회의 소비자 교육내용 체계화를 위한 연구.” 「소비자학연구」 11(4). 한국소비자학회.
- 백은영, 정운영. 2006. “건강지향적 소비행동 실태 및 영향요인에 관한 연구.” 「소비문화연구」 9(2).
- 보건복지부. 1998년·2005년. 「국민영양조사결과」.
- 보건복지부. 2006. 「국민건강영양조사 제3기(2005) 영양부문」.
- 보건복지부. 2006. 「국민건강영양조사」.
- 사공용, 최지현. 1995. “소득증가에 따른 식품소비 변화분석.” 「농업경제연구」 36(1). 한국농업경제학회.
- 삼성경제연구소. 2002. “시장에서 무슨 일이 일어나고 있나 - 5대 소비 트렌드와 기업의 대응-.” 「CEO Information 352호」.
- 서정희. 2005. 「소비 트렌드 예측의 이론과 방법」. 내하출판사.

- 식품의약품안전청. 2006년. 「식품의약품 통계연보」.
- 식품의약품안전청. 각 연도. 「식품 및 식품첨가물 생산실적」.
- 식품저장과 가공산업. 2005년 12월. “식품정보.”
- 여윤경, 양세정. 2001. “가구유형에 따른 소비지출패턴 비교 분석.” 「소비자학연구」 12(4). 한국소비자학회.
- 여정성. 2000. “우리나라 소비자 정책 연구의 현황과 전망.” 「소비자학연구」 11(2). 한국소비자학회.
- 유소이. 2005. “도시가계의 식품소비 다양성에 관한 연구.” 「소비문화연구」 8(2).
- 이계임 등. 1999. 「육류 소비구조의 변화와 전망」. 한국농촌경제연구원.
- 이계임 등. 1998. 「과일류 소비행태에 관한 연구」. 한국농촌경제연구원.
- 이계임 등. 2000. 「김치 수요의 변화와 전망」. 한국농촌경제연구원.
- 이계임, 김민정. 2003. 「쌀 소비 행태 분석」. 한국농촌경제연구원.
- 이성림. 2006. “소비자학 분야의 소비문화 연구에 대한 소고.” 「소비문화연구」 9(2). 한국소비문화학회.
- 이승신, 김시월. 2004. 「소비자 그리고 소비문화」. 신정.
- 이은희. 2001. “21세기 소비자 교육 활성화를 위한 소비자 교육의 필요성과 방향 고찰.” 「소비문화연구」 4(3). 한국소비문화학회.
- 이정란 등. 2007. “대형할인점 점포 속성과 감정이 고객만족과 충성도에 미치는 영향.” 한국생산성학회.
- 이학식 등. 2006. 「소비자행동: 마케팅전략적 접근」. 법문사.
- 장덕기, 박호정. 2006. “농식품의 안전성증시에 따른 소비자의 식품구매 행태분석.” 「농업경영·정책연구」 33(3). 한국축산경영학회, 농업정책학회.
- 전병유외. 2006. 「노동시장의 양극화와 정책과제」. 한국노동연구원
- 정영숙. 2000. “소비지출패턴: 연구동향과 미래전망.” 「소비자학연구」 11(2). 한국소비자 학회.
- 정영일, 이경미. 2000. “한국 식료소비패턴 변화의 분석, 1975-1997년: 일본과의 비교를 중심으로.” 「경제논집」 39(2). 서울대학교 경제연구소.
- 정용선 등. 2001. “식료품 소비행동의 한·일간 비교연구-편의식품을 중심으로-.” 「소비문화연구」 4(1). 한국소비문화학회.
- 조은정. 2002. 「한국이 15명의 시장이라면」. 지식공작소.
- 조재환. 2005. “기능성 쌀 수요분석.” 「농업경영·정책연구」 32(4). 한국축산경영학회, 농업정책학회.

- 조재환 외. 2006. “꽃감 소비자 선호 검증.” 「식품유통연구」 23(2). 한국식품유통학회.
- 채용우, 박성호. 2006. “브랜드쌀 속성에 관한 소비자선호 및 시장변화 분석.” 「농촌경제연구」 47(3). 한국농업경제학회.
- 최신애, 여정성. 2005. “「중요한 표시·광고사항고시」에 대한 소비자인식 및 정책개선방안 연구.” 「소비자학연구」 16(1). 한국소비자학회.
- 최지현, 이계임. 1995. 「주요 식품의 소비구조 변화와 전망」. 한국농촌경제연구원.
- 최지현 등. 2002. “농산물 소비행태의 변화와 전망.” 「농업전망 2002」. 한국농촌경제연구원.
- 최희갑. 2002. “외환위기와 소득분배의 양극화.” 「국제경제연구」 8(2). 한국국제경제학회.
- 토코야마 히로미, 에가이즈 후미오. 1998. 「식품경제의 이해」. 강원대학교출판부.
- 페이스 팝콘, 리스 마리골드. 1998. 김영신, 조은정 (옮김). 1999. 「클릭! 미래속으로」. 21세기북스.
- 하영원. 2000. “소비자 의사결정-정보처리적 접근을 중심으로.” 「소비자학연구」 11(2).
- 한국농촌경제연구원. 2005. 「식품수급표」.
- 한국무역연구소. 2006. 「글로벌 시장을 리드하라」. 굿인포메이션.
- 한국은행. 2006.5. 「소비재수입확대가 물가변동에 미치는 영향」.
- 한민희 등. 2000. “계량적 접근에 의한 소비자행동 연구 분석: 1990-1999년 국내 학술지에 발표된 연구를 중심으로.” 「소비자학연구」 11(2). 한국소비자학회.
- 허경옥 외. 2006. 「소비자트렌드와 시장」. 교문사.
- 日本厚生労働省 健康局. 「國民健康・栄養調査報告」.
- 日本總務省 統計局. 「消費者物價指數年報」.
- LG경제연구원. 2006. 「2010 대한민국 트렌드」. 한국경제신문.
- Deaton, Angus. 1985. “Panel Data From Time Series and Cross Sections.” *Journal of Econometrics*.
- Hiroshi Mori. 2001. “Cohort Analysis of Japanese Food Consumption.” Senshu University Press.
- Jayson L.Lusk, Jutta Roosen, and John A. Fox. 2003. “Demand For Beef From Cattle Administered Growth Hormones or Fed Genetically Modified Corn: A Comparison of Consumers in France, Germany, The United Kingdom, and the United States.” 85(1): 16-29. American Agriculture Economics

- Association.
- Jayson L.Lusk. 2003. "Effects of Cheap Talk on Consumer Willingness-To-Pay for Golden Rice." *AJAE* 85(4): 840-856. American Agriculture Economics Association.
- John Naisbitt. 1982. *Megatrends 2000*.
- Lerman, R. and S. Yitzhaki. 1985. "Income Inequality Effects by Income Source: A New Approach and Applications to the United States." *The Review of Economics and Statistics* 67(1): 151-156.
- Mario Mazzocchi. 2006. "No News Is Good News: Stochastic Parameters Versus Media Coverage Indices In Demand Models After Food Scares." *AJAE* 88(31): 727-741. American Agriculture Economics Association.
- NHAENS(United States). 1971-2000.
- Nicholas E. Piggott and Thomas L. Marsh. 2004. "Does Food Safety Information Impact U.S. Meat Demand." *AJAE* 86(1): 154-174. American Agriculture Economics Association.
- Timothy K. M. Beatty and Jeffrey T. LaFrance. 2005. "United States Demand for Food and Nutrition in the Twentieth Century." *AJAE* 87(5): 1159-1166. American Agriculture Economics Association.
- USDA, ERS, Putnam, Allhouse & Kantor(2002).
- W.S. Chern and K. Rickertsen. 2003. "Health, Nutrition and Food Demand." CABI Publishing.
- Yitzhaki, S. 1990. "On the Effect of Subsidies to Basic Food Commodities in Egypt." *Oxford Economic Papers* 42(4): 772-792.
- 국민일보. <www.kukinews.com>.
- 이투데이. <www.e-today.co.kr>.
- 축산물등급판정소. <www.apgs.co.kr>.

연구보고 R560

한국인의 식품소비 트렌드 분석

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25)

인 쇄 2007. 12.

발 행 2007. 12.

발행인 최정섭

발행처 한국농촌경제연구원

130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102

전화 02-3299-4000 팩시밀리 02-959-6110

<http://www.krei.re.kr>

인쇄처 크리커뮤니케이션

전화 02-2273-1775 cree1775@hanmail.net

ISBN 978-89-6013-070-8 93520

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.

