

# 식품안전에 대한 태도가 가공식품 소비에 미치는 영향\*

전영현\*\* 안병일\*\*\*

## Keywords

식품안전에 대한 태도(attitude toward food safety), 가공식품(processed food), K-평균 군집분석(K-means clustering), 프로빗 모형(probit model)

## Abstract

The purpose of this paper is to analyze the effect of attitude toward food safety on the consumption of processed foods. The attitude is measured by two different approaches using consumer survey results. First, based on whether the consumers regard the safety as a relatively important factor, among others, when they purchase food, safety-sensitive and safety-nonsensitive consumer groups are divided. Second, based on whether consumers concern about safety information among the informations they are checking when they purchase food, safety-caring and safety-indifferent consumer groups are divided. For the division of consumer groups, K-Means Clustering is applied. By using a probit model and investigation of the marginal effect derived from the estimation results of the probit model, we analyze the purchase pattern of the consumer groups for the five different kinds of processed food. According to the estimation result, the purchasing experience for processed foods by the consumers who care about food safety is increasing. It is estimated that the consumers who care about food safety are more likely to buy imported and premium products.

## 차례

- |            |                          |
|------------|--------------------------|
| 1. 서 론     | 4. 소비자 그룹별 사회경제적 특징      |
| 2. 이론적 방법론 | 5. 식품안전 태도에 따른 가공식품 구매패턴 |
| 3. 분석자료    | 6. 요약 및 결론               |

\* 2014년도 정부재원(교육과학기술부 사회과학연구비지원사업비)으로 한국연구재단의 일부 지원을 받아 연구되었음(2014S1A3A2044459). 본 논문은 『2015 식품산업전망대회』에서 발표한 “식품안전에 대한 태도가 가공식품 소비에 미치는 영향” 발표자료를 요약하고 논의를 보완하여 작성한 것임.

\*\* 고려대학교 식품자원경제학과 석사과정.

\*\*\* 고려대학교 식품자원경제학과 부교수, 교신저자. e-mail: ahn08@korea.ac.kr

## 1. 서론

식품은 소비자들의 건강과 생명 유지에 직접적인 영향을 미치므로 이를 구매하는 의사결정 과정에서 식품의 안전성은 매우 중요한 요소로 작용한다. 최근 경제 성장으로 인해 국민 소득이 증가하고 식생활의 질적 수준이 크게 향상되면서, 식품안전성에 대한 소비자들의 관심이 크게 증가하고 있다(김효정·김미라 2009; 박경진 외 2010).

식품안전에 대한 소비자들의 관심은 실제 그들의 구매 행동에 영향을 미치며, 식품 안전을 생각하는 소비자일수록 더 안전한 식품을 구매한다고 알려져 있다(Yeung and Morris 2001; Wilcock et al. 2004; 최정숙 외 2005; 유소이·박재홍 2005; 윤지연 2006). 식품 안전을 생각하는 소비자들은 농산물 구매 시 일반 농산물보다는 농약과 화학비료를 최소량으로 사용한 친환경 농산물을 더 선호하는 경향이 있으며, 친환경 농산물에 대한 소비자들의 선호는 1990년대 후반 이후 소득 향상과 함께 지속적으로 증가해 왔다(김창길 2005; Carvalho 2006; Chen 2007; 강이주 2008; 허은정·김지웅 2010; 김동기 외 2011; 김창길 외 2012). 또한 친환경 농산물 외에도 식품안전에 대한 인지도가 높은 소비자일수록 가공식품 구매 시 보다 안전한 제품을 구매하려는 성향이 있는 것으로 밝혀진 바 있다(김성숙 2007). 특히 가공식품은 생산자와 소비자 간의 거리가 멀고 식품첨가물을 사용한다는 등의 이유로 식품안전에 대한 염려가 다른 식품보다 높아, 소비자들은 가공식품 구매 시 안전성을 가장 중요하게 고려한다고 알려지기도 하였다(안숙자 1989; 최정숙 외 2005; 이계임 외 2007).

이처럼 가공식품의 안전성에 대한 불안은 식품 안전을 생각하는 소비자일수록 더욱 안전한 가공식품을 구매하도록 만들 것임은 짐작해 볼 수 있지만, 식품 안전을 생각하는 소비자들이 실제 어떠한 가공식품을 더 선호하는지에 대한 연구는 아직 시도되지 않았다. 지금까지의 연구들은 주로 가공식품에 대한 소비자들의 인식과 가공식품의 소비 빈도, 구입 장소 등의 소비 행태에 집중되어왔으며(안숙자 1989; Nicholas Samuel et al. 1996; 안정희·강근욱 2006; 조용재 2012; 송효진·최선영 2013), 식품 안전을 고려하는 소비자들이 어떠한 가공식품을 선호하여 구매하는지를 분석한 연구는 없는 상황이다.

따라서 식품 안전에 대한 소비자들의 관심이 급증하고 있는 가운데, 본 연구는 소비자들의 식품 안전에 대한 태도가 실제로 그들의 가공식품 구매에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고자 한다. 이를 위해 먼저 군집분석을 사용하여 식품 안전에 대해 유사한 태도를 가진 소비자들을 그룹으로 묶고, 소비자 그룹별로 나타나는 가공식품의 구매 행

등을 프로빗(probit) 모형과 한계효과를 통해 실증적으로 분석하고자 한다. 이러한 분석과정에서 어떠한 가공식품을 더 선호하는지를 알기 위해서는 소비행태에 따라 가공식품을 세분화할 필요가 있는데, 본 연구에서는 박미성·안병일(2014)과 김지윤·안병일(2015)의 연구와 마찬가지로 가격할인/판촉행사 가공식품, PB 상품, 수입 가공식품, 프리미엄 가공식품, 간편식의 총 5가지 형태로 가공식품을 구분한다.<sup>1</sup> 나아가 식품안전에 대한 태도에 따라 구분된 소비자 그룹이 어떠한 사회경제적 특성을 갖는지도 추가적으로 살펴보고자 한다.

본 연구의 구성은 다음과 같다. 제2장에서는 이론적 방법론을 소개하고, 제3장에서는 분석자료를 살펴본다. 제4장에서는 2011~2013년 기간 동안의 소비자 그룹별 사회경제적 특징을 알아보고, 제5장에서는 식품안전에 대한 태도에 따라 나타나는 가공식품 구매행동을 실증적으로 분석한다. 그리고 마지막 제6장에서는 요약 및 결론을 제시하고자 한다.

## 2. 이론적 방법론

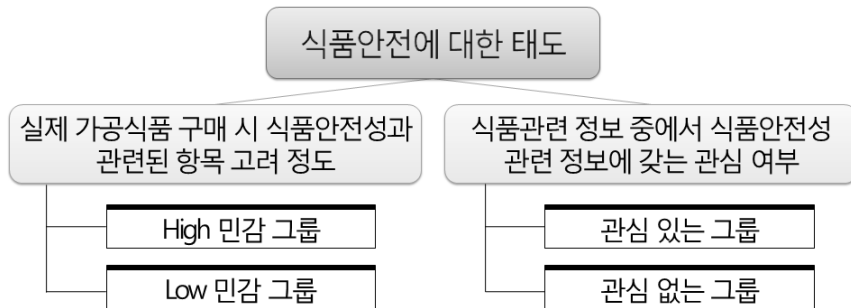
일반적으로 식품안전에 대한 태도란 소비자들이 식품안전에 대하여 지속적으로 갖는 신념과 감정으로, 적극적(긍정적)이거나 소극적인(부정적인) 심적 성향을 말한다. 대부분의 기존 연구에서는 식품안전에 대한 태도를 식품 관련 위험요인들에 대한 소비자의 인지 정도나 관심 정도로 조작적 정의를 해왔다(김성숙 2007).

그러나 이러한 학문적인 정의는 실증분석에 적용하는 데에는 여러 가지 측면에서 제약요인이 많다. 따라서 식품안전에 대한 태도가 가공식품 구매에 어떠한 영향을 미치는지를 규명하고자 하는 본 연구에서는 식품안전에 대한 소비자들의 태도를 측정이 가능하고 상대적으로 손쉽게 이용 가능하도록 다음 두 가지 측면에서 정의하고자 한다. 첫 번째는 소비자들의 가공식품 구매 행태와 관련하여 실제 가공식품 구매 시 안전성 관련 요인을 상대적으로 중요하게 여기는지의 여부이다. 두 번째는 소비자들의 식품소비 라이프스타일의 측면에서 평소 식품 정보 중 안전성 관련 정보에 관심을 갖는지의 여부이다.

<sup>1</sup> 가공식품을 품목군(음료류 또는 과자류 등)이 아닌 5가지 형태(가격할인/판촉행사 가공식품, PB 상품, 수입 가공식품, 프리미엄 가공식품, 간편식)로 구분한 것은 식품 기업 담당자들의 심층인터뷰 및 전문가 회의를 통해 가공식품산업 마케팅트렌드에 필수적으로 필요한 가공식품군이 5가지 형태로 분류되기 때문이다(김지윤·안병일 2015). 이러한 5가지 가공식품의 구매행동을 분석함으로써, 식품안전을 생각하는 소비자의 소비행태를 파악할 수 있다.

따라서 <그림 1>과 같이 두 가지 접근방식에 따라 소비자 그룹을 구분하며, 구분된 그룹들 중에서 ‘High 민감 그룹’과 ‘관심 있는 그룹’은 식품안전에 보다 적극적인 그룹으로 분류하고, ‘Low 민감 그룹’과 ‘관심 없는 그룹’은 식품 안전에 소극적인 그룹으로 분류하고자 한다.

그림 1. 식품안전에 대한 태도에 따른 소비자 유형 구분



본 연구에서 알고자 하는 식품안전에 대한 태도에 따른 가공식품 구매패턴은 프로빗 모형을 통해 실증적으로 분석할 수 있다. 프로빗 모형은 다음과 같이 종속변수( $Y$ )가 1 또는 0의 값을 갖게 될 확률을 추정하는 모형으로, 식품안전 태도에 따라 나타나는 가공식품 구매 확률 $P(Y=1)$ 과 비구매 확률 $P(Y=0)$ 을 추정한다.

$$Y = \begin{cases} 0; & \text{가공식품 비구매} \\ 1; & \text{가공식품 구매} \end{cases}$$

(여기서  $Y$ 는 가공식품 구매 여부)

$$(1) \quad Y_i^* = X_i\beta + \varepsilon_i, \quad \varepsilon \sim N(0, \sigma^2)$$

$$(2) \quad Y_i = \begin{cases} 0 & Y_i^* \leq 0 \\ 1 & Y_i^* > 0 \end{cases}$$

프로빗 모형은 식 (1)과 같이 나타낼 수 있으며, 오차항은 정규분포를 따른다고 가정한다. 여기서  $Y_i^*$ 는 관측할 수 없는 잠재변수(Latent variable)로, 잠재변수를 활용하여 관측변수  $Y_i$ 를 나타내면 식 (2)와 같다. 식 (1)과 식 (2)를 바탕으로, 어느 소비자 그룹이 특정 가공식품을 구매하지 않을 경우( $Y=0$ )와 가공식품을 구매할 경우( $Y=1$ )의 확률을 산출하면 식 (3)과 (4)와 같다.

$$(3) \quad P(Y_i = 0) = P(X_i\beta + \varepsilon_i \leq 0) = P(\varepsilon_i \leq -X_i\beta) = P\left(\frac{\varepsilon_i}{\sigma} \leq -\frac{\beta}{\sigma}X_i\right) = 1 - \Phi(X_i\beta)$$

$$(4) \quad P(Y_i = 1) = P(X_i\beta + \varepsilon_i > 0) = P(\varepsilon_i > -X_i\beta) = P\left(\frac{\varepsilon_i}{\sigma} > -\frac{\beta}{\sigma}X_i\right) = \Phi(X_i\beta) = P_i$$

위와 같은 확률식을 오차항의 표준편차인  $\sigma$ 으로 나누어 줌으로써  $P(\cdot)$ 는 평균은 0, 분산은 1인 표준정규분포로 바뀌게 되어 표준정규분포의 누적확률밀도함수인  $\Phi(\cdot)$ 으로 나타낼 수 있게 된다.

분석은 최우추정법(Maximum Likelihood Estimator: MLE)을 이용하여 수행한다. 이를 위해서는 우도함수(likelihood function)를 유도해야 하며, 유도된 우도함수를 극대화시키는 파라미터를 찾는 것이 최우추정법이다(Green 2012; 김창진·김도완 2009).  $Y_i$ 의 우도함수( $L$ )는 식 (5)와 같다.

$$(5) \quad L = \prod_{i=1}^N P_i^{Y_i} (Y_i = 1) (1 - P_i)^{(1 - Y_i)}$$

마지막으로 로그(log)를 사용하여 로그우도함수( $\mathcal{L}$ )를 나타내면 식 (6)과 같으며, 이를 통해 우도함수를 극대화하는 값을 찾을 수 있다.

$$(6) \quad \mathcal{L} = \sum (Y_i \ln P_i + (1 - Y_i) \ln (1 - P_i))$$

주의할 점은 프로빗 모형을 통해 추정된 계수값은 절대치가 아니라 원래 추정하고자 하는 계수에 오차항의 표준편차를 나누어 준 값이라는 것이다. 따라서 프로빗 모형에서 추정된 계수값의 절대치를 가지고 해석을 하는 것은 적절하지 않으며, 통계적 유의성 여부와 부호만이 의미가 있는 정보이다(김창진·김도완 2009).

프로빗 모형을 이용한 실증적인 추정모형은 아래와 같다. 추정모형에서 통제변수인  $SEV$ 는 사회경제적 변수(Socioeconomic Variables: SEV)로, 성별, 최종학력, 결혼 여부, 가구원 수, 청소년 자녀 동거 여부, 나이, 가구소득, 주부형태가 포함된다.

$$\text{모형(1)} : Y_i = f(\text{Food Safety}_1, \text{HIGH 민감 그룹}, \text{LOW 민감 그룹}), SEV_i)$$

$$\text{모형(2)} : Y_i = f(\text{Food Safety}_2, \text{관심 있는 그룹}, \text{관심 없는 그룹}), SEV_i)$$

$Food\ Safety$ 는 식품안전에 대한 가공식품 소비자들의 태도로, 본 연구에서는 식품안전에 대한 태도를 두 가지 측면에서 정의하였기 때문에 추정모형을 모형 (1)과 모형 (2)로 구분할 수 있다. 모형 (1)의  $Food\ Safety_1$ 은 실제 가공식품 구매 시 식품안전성의

항목을 어느 정도 고려하는지를 기준으로 High 민감 그룹에는 1의 값을, Low 민감 그룹에는 0의 값을 주었다. 추정모형 (2)의 *Food Safety*<sub>2</sub>는 식품안전성 관련 정보에 갖는 관심 여부로 관심 있는 그룹에는 1의 값을, 관심 없는 그룹에는 0의 값을 부여하였다.

### 3. 분석자료

분석에는 한국농수산식품유통공사가 2011년부터 2013년까지 실시한 ‘가공식품 소비자 태도 조사’의 원자료가 이용되었다. 본 조사는 전국 16개 시·도에서 거주하는 20세 이상 69세 이하 남녀 성인 중 최근 1개월 이내 1회 이상 가공식품을 구입한 경험자를 대상으로 1:1 개별 면접 조사를 실시하였다. 2013년 기준으로 분석에 사용된 변수들의 기초통계량은 <표 1>과 같다.

표 1. 변수 설명 및 기초통계량(2013)

변수		표본 수	평균	표준편차
성별	여성=1, 남성=0	4000	0.50	0.50
나이	20대=25, 30대=35, 40대=45, 50대=55, 60대=65	4000	43.21	12.92
최종학력	대졸 이상=1, 고졸=0	4000	0.57	0.50
가구소득	99만 원 이하 = 50 100~199만 원 = 150 200~299만 원 = 250 300~399만 원 = 350 400~499만 원 = 450 500~599만 원 = 550 600만 원 이상 = 650	4000	378.68	151.08
결혼 여부	기혼=1, 미혼=0	4000	0.74	0.44
18세 미만 자녀 유무	있음=1, 없음=0	4000	0.42	0.49
주부형태	전업주부=1, 취업주부=0	4000	0.22	0.42
가구원 수	나를 포함한 가구원 수	4000	3.32	1.11
가격할인/판촉행사	최근 3개월 이내 구입경험 있음=1, 없음=0	4000	0.80	0.40
PB 상품	최근 3개월 이내 구입경험 있음=1, 없음=0	4000	0.48	0.50
수입 가공식품	최근 3개월 이내 구입경험 있음=1, 없음=0	4000	0.32	0.47
프리미엄	최근 3개월 이내 구입경험 있음=1, 없음=0	4000	0.38	0.48
간편식	최근 3개월 이내 구입경험 있음=1, 없음=0	4000	0.62	0.49

가공식품은 소비행태에 따라 가격할인/판촉행사 가공식품, PB 상품, 수입 가공식품, 프리미엄 가공식품, 간편식으로 구분할 수 있다. 가격할인/판촉행사 가공식품은 제품을 정가 이하로 판매하거나 구매 시 사은품/증정품 등을 주는 가공식품을 의미하며, PB 상품은 유통업체에서 직접 만든 브랜드 상품으로 저렴하게 판매되는 가공식품이다. 수입 가공식품은 완제품으로 수입되고 있는 가공식품이며, 프리미엄 가공식품은 일반 제품에 비해 좋은 원료를 사용하면서 제품의 안전성, 맛 등이 차별화된 고품질의 가공식품이다. 마지막으로 간편식은 공장 생산 완전조리 요리류와 레토르트 식품이다. 이처럼 가공식품을 품목군별 구분이 아닌 소비행태에 따라 5가지 형태로 세분화함으로써, 결과적으로 식품안전을 생각하는 소비자들의 가공식품 소비행태를 분석할 수 있다.

앞서 언급한 바와 같이, 본 연구에서는 가공식품 소비자들의 식품안전에 대한 태도를 두 가지 측면으로 정의하여 분석하였다. 첫 번째는 실제 가공식품 구매 시 식품안전성과 관련된 항목을 얼마나 중요하게 여기는지에 따라서 소비자들의 식품안전에 대한 태도를 측정하였다. ‘가공식품 소비자 태도 조사’에서는 소비자들의 가공식품 구매행태를 분석하기 위해 5점 리커트 척도를 이용하여 구매 시 어느 항목을 가장 중요하게 생각하는지를 설문조사하고 있다.<sup>2</sup> 전체 14개 항목 중 식품안전성과 관련된 제조일자/유통기한, 원산지, 식품첨가물, 각종 품질인증마크를 선택하여, 이 4개의 항목에 어떻게 응답했는지에 따라 소비자들이 식품안전에 크게 민감한지, 보통인지, 그렇지 않은지를 측정하였다. 선택된 4개의 고려항목의 기초통계량은 <표 2>와 같다.

표 2. 식품안전성 관련 조사 항목에 대한 기초통계량(2013)

고려항목	5점 리커트 척도	평균	표준편차
제조일자/유통기한	전혀 중요하지 않다=1	4.345	0.716
원산지	별로 중요하지 않다=2		
식품첨가물	보통이다=3	3.934	0.834
각종 품질인증마크	어느 정도 중요하지 않다=4	3.709	0.946
	매우 중요하다=5	3.525	0.923

제조일자/유통기한, 원산지, 식품첨가물, 각종 품질인증마크에 대한 고려 정도가 유사한 소비자들을 동일 군집으로 묶어 분류하고자 하며, 이를 위해 비계층적 군집분석

<sup>2</sup> 이 문항은 가공식품 구매 시 14가지[맛, 용량, 제조일자/유통기한, 원산지, 브랜드/상표/제조사, 가격, 할인행사/이벤트, 영양성분, 칼로리, 제품 패키지, 식품 첨가물, 각종 품질인증마크, TV 광고 여부, OEM(위탁생산) 여부] 항목에 대해서 어느 정도로 중요하게 생각하는지를 각 항목에 5점 리커트 척도를 이용하여 선택하도록 구성되어 있다.

인 K-평균 군집분석을 이용하였다. K-평균 군집분석은 임의로 정한 K개의 군집을 기초로 최적의 군집을 만들기 위해 반복적으로 군집을 재구성하는 방법이다. 초기에 K값을 어떻게 정하느냐에 따라서 분석결과가 다르게 도출되므로 적절한 K값을 찾는 것이 중요하며, 본 연구에서는 임의적으로 2부터 4까지의 값을 부여하면서 최적의 군집 수를 결정하였다.

표 3. 최적 군집의 수 결정(2013)

고려항목	ANOVA의 F-검정		
	군집의 수 = 2	군집의 수 = 3	군집의 수 = 4
제조일자/유통기한	853.9795	494.2289	459.0278
원산지	2411.5929	1803.5443	1206.3888
식품첨가물	3357.6268	3175.4584	1759.6065
각종 품질인증마크	2868.7003	2016.9455	2007.5912

<표 3>을 통해 군집의 개수가 2일 때 F-통계량이 가장 높은 것으로 확인되었다. 따라서 전체 응답자들을 총 2개의 집단으로 대표할 수 있으며, 각 집단의 최종 군집분석 결과 값에 따라서 식품안전을 상대적으로 중요시 여기는 집단과 그렇지 않는 집단으로 구분할 수 있다.

표 4. 최종 군집분석 결과(2013)

고려항목	군집 1=High 민감 그룹	군집 2=Low 민감 그룹
제조일자/유통기한	4.58	3.97
원산지	4.34	3.29
식품첨가물	4.22	2.91
각종 품질인증마크	4.00	2.78

<표 4>는 최종 군집분석 결과를 나타내고 있다. 군집 1이 군집 2보다 안전성 관련 항목에 대해 고려 정도가 모두 높은 것을 알 수 있다. 따라서 군집 1을 식품안전에 대해 상대적으로 높은 관심을 갖는 ‘High 민감 그룹’으로, 군집 2를 상대적으로 낮은 관심을 갖는 ‘Low 민감 그룹’으로 지칭할 수 있다.

식품안전에 대한 태도를 정의하기 위한 두 번째 방법으로, 식품안전성 관련 정보에 관심을 갖는지의 여부에 따라 소비자들을 두 그룹으로 구분하였다. ‘가공식품 소비자 태도 조사’에서는 가공식품 소비자들의 식품 소비 라이프스타일을 분석하기 위해 추가적으로 식품 관련 정보에 대한 관심도를 조사하고 있다. 식품 관련 정보에는 요리방법/레시피, 식품 원료 관련 정보 등을 포함하여 총 12개의 보기가 있다.<sup>3</sup> 보기 중 ‘식품안

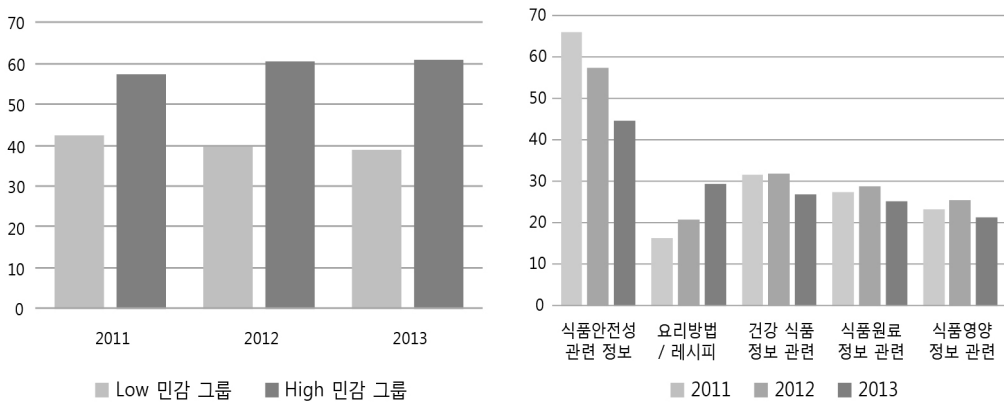


전성 관련 정보'가 포함되어 있으며, 이를 선택한 소비자들을 기준으로 '관심 있는 그룹'과 '관심 없는 그룹'으로 구분하였다. '관심 있는 그룹'에 속하는 소비자들은 2013년 전체 4,000명 중 1,475명이며, 이에 대한 기초통계량은 <표 5>와 같다.

표 5. 식품안전성 관련 정보에 관심을 갖는 소비자들의 기초통계량(2013)

관심을 갖는다=1 갖지 않는다=0	표본 수	전체 평균	표준편차
	1475	0.445	0.497

그림 2. 식품안전에 대한 태도의 연도별 변화(%)



지금까지 논의된 소비자들의 식품안전에 대한 태도를 연도별 그래프로 나타내면 <그림 2>와 같다. 좌측의 그래프는 'Low 민감 그룹'과 'High 민감 그룹'이 전체 가공식품 소비자에서 차지하는 비중으로, 시간이 지날수록 가공식품 구입 시 제조일자/유통기한, 원산지, 식품첨가물, 각종 품질인증마크를 고려하는 소비자가 증가하고 있는 것으로 나타났다.

우측의 그래프는 전체 12개 식품 관련 정보 중에서, 소비자 관심도 기준 상위 5개 항목을 나타내고 있다. 지난 3년간 안전성 관련 정보에 관심을 갖는 소비자의 수는 감소하고 있지만, 여전히 식품에 관련된 다른 정보에 비해 높은 관심을 보이고 있다.

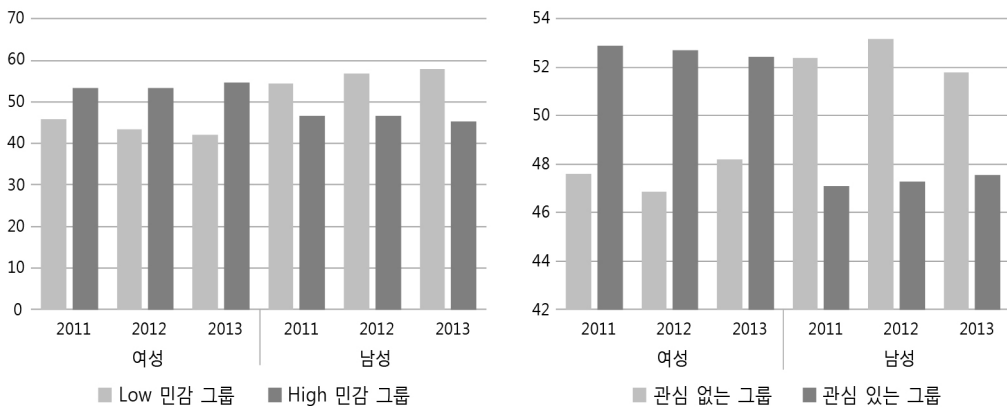
3 이 설문 문항은 식품 관련 정보 중 어떤 내용에 관심이 있는지를 총 12가지의 보기[요리방법/레시피, 식품안전성 관련 정보, 식품원료 관련 정보, 식품영양 관련 정보, 식품제조공정 관련 정보, 건강 관련 식품정보, 식품인증 관련 정보, 식품 가격 정보, 신상품 정보, 할인행사/프로모션 정보, 사용자의 체험 후 추천 정보, 기타] 중에서 1순위, 2순위를 선택하여 답하도록 하고 있다. 본 연구에서는 1순위나 2순위에서 '식품안전성 관련 정보'를 선택한 소비자를 '관심 있는 그룹'으로 분류하였다.

#### 4. 소비자 그룹별 사회경제적 특징

식품안전에 대한 태도를 기준으로 가공식품의 구매패턴을 분석하기에 앞서, 2011~2013년에 어떠한 사회경제적 특징을 가진 소비자들이 식품안전에 더 관심을 갖는지에 대한 분석을 수행했다. 본 연구에서는 사회경제적 요인으로 성별, 최종학력, 연령, 소득, 결혼, 청소년 자녀 여부를 고려하였다.

<그림 3>은 성별에 따라 나타나는 식품안전에 대한 태도로, 좌측의 그래프는 ‘High 민감 그룹’과 ‘Low 민감 그룹’의 특징이며, 우측의 그래프는 식품안전 관련 정보에 ‘관심 있는 그룹’과 ‘관심 없는 그룹’의 특징이다. 전체 조사기간에 걸쳐 여성이 남성보다 실제 가공식품 구매 시 식품안전성과 관련된 항목을 더 고려할 뿐만 아니라 이와 관련된 정보에 큰 관심을 갖는 것을 알 수 있다.

그림 3. 성별에 따른 식품안전에 대한 태도(%)

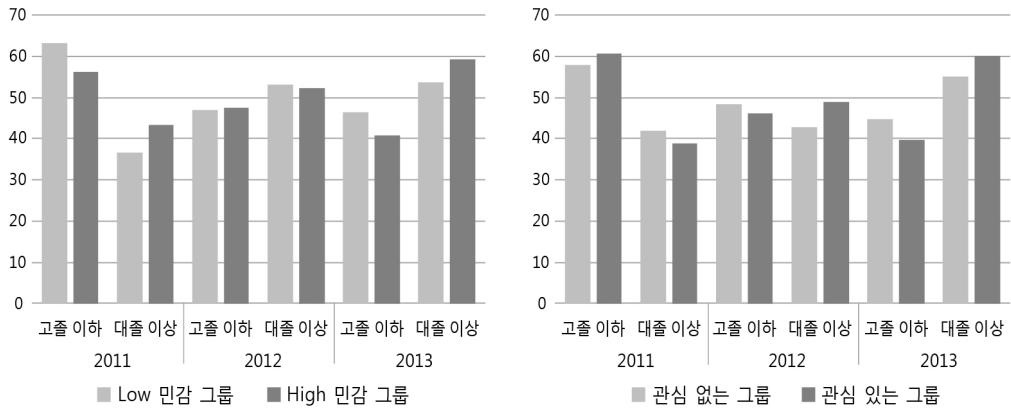


식품안전에 대한 소비자 연령별 태도를 조사한 결과는 <표 6>과 같다. 식품안전을 더 생각하는 두 그룹(High 민감 그룹, 관심 있는 그룹)에서는 30~40대 연령의 비중이 가장 높았다. 반면에 Low 민감 그룹과 관심 없는 그룹에서는 큰 차이를 보이지 않았으나 20대가 다소 높은 것으로 나타났다.

표 6. 연령별 식품안전에 대한 태도(%)

연도	연령	Low 민감 그룹	High 민감 그룹	관심 없음	관심 있음
2011	20대	22.6	17.8	23.4	15.8
	30대	23.5	23.9	23.9	23.6
	40대	20.1	27.1	23.5	24.8
	50대	20.6	19.9	18	22.6
	60대	13.2	11.3	11.2	13.2
2012	20대	23.7	16.6	22.5	15.4
	30대	22.0	24.8	21.3	26.7
	40대	22.6	26.6	23.8	26.6
	50대	18.0	21.3	19.9	20.2
	60대	13.7	10.7	12.5	11.1
2013	20대	24.8	16.1	21.4	16.2
	30대	22.8	23.8	22.4	25
	40대	21.7	26.9	23.7	26.9
	50대	18.5	21.1	20.2	19.9
	60대	12.3	12.1	12.3	12

그림 4. 최종학력에 따른 식품안전에 대한 태도(%)



<그림 4>의 최종학력에 따른 차이를 살펴보면, 대졸 이상의 학력을 가진 사람일수록 High 민감 그룹과 관심 있는 그룹에 속하는 비중이 상대적으로 높은 것을 알 수 있다. 이는 고학력일수록 식품안전에 대한 고려와 관심이 크다는 의미로 해석할 수 있다.

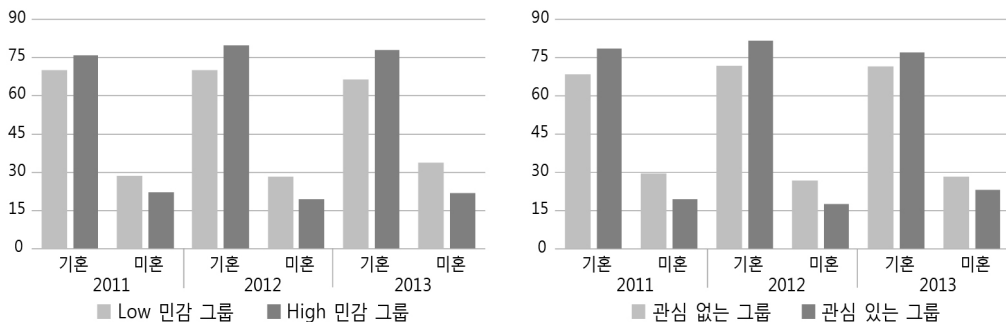
표 7. 소득별 식품안전에 대한 태도(%)

년도	가구소득	Low 민감 그룹	High 민감 그룹	관심 없음	관심 있음
2011	199만 원 이하	18.7	13.1	16.3	14.6
	200~299만 원	26.4	25.3	25.3	26.3
	300~399만 원	31.9	33.5	31	34.9
	400만 원 이상	22.0	27.1	26.4	23.2
2012	199만 원 이하	12.3	7.3	9.9	8.4
	200~299만 원	19.7	14.3	17.7	14.7
	300~399만 원	29.1	27.3	26.9	29.5
	400만 원 이상	38.9	51.1	45.4	47.3
2013	199만 원 이하	15.2	11.0	13.2	11.7
	200~299만 원	19.8	16.6	18.4	17
	300~399만 원	26.6	24.6	25.1	25.8
	400만 원 이상	38	48	43.3	45.5

<표 7>은 소비자 소득별 식품안전에 대한 태도를 조사한 결과이다. 가구소득이 300만 원 이상인 소비자가 가공식품의 안전성을 상대적으로 중요시한 것으로 나타났다. 2013년 기준으로 가구소득이 199만 원 이하인 소비자가 Low 민감 그룹과 관심 없는 그룹에 속하는 비중은 각각 15.2%, 13.2%였으며, High 민감 그룹과 관심 있는 그룹에 속하는 비중은 각각 11.0%, 11.7%를 차지했다. 이와 반대로 가구소득이 400만 원 이상인 상대적 고소득층 소비자의 경우 High 민감 그룹과 관심 있는 그룹에 속하는 비중이 Low 민감 그룹과 관심 없는 그룹에 비해 비교적 높게 나타났다. 이는 월평균 가구소득이 높은 소비자가 가공식품 구매 시 안전성을 더 고려하면서 동시에 안전성 정보에 관심을 갖고 있는 것으로 해석할 수 있다.

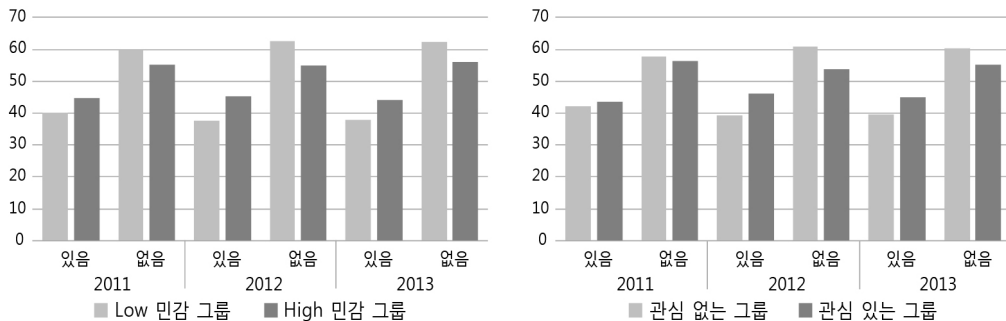
결혼 여부에 따른 식품안전에 대한 태도를 조사한 결과는 <그림 5>와 같다. 기혼 소비자는 미혼 소비자에 비해 식품안전에 적극적인 두 그룹에 속하는 비중이 소극적인 두 그룹에 비해 높았다. 이는 결혼을 하여 가정을 이룬 소비자가 미혼 소비자에 비해 가공식품의 안전성에 관심이 있는 것으로 해석할 수 있다.

그림 5. 결혼 여부에 따른 식품안전에 대한 태도(%)



<그림 6>은 18세 이하 청소년 자녀와의 동거 여부에 따라 나타나는 식품안전에 대한 태도의 차이를 나타내고 있다. 그래프에서 나타난 바와 같이, 청소년 자녀와 동거하는 소비자일수록 가공식품의 안전성에 적극적인 태도를 보이는 것으로 나타났다. 한편, 청소년 자녀와 동거하지 않는 소비자는 상대적으로 식품안전성에 소극적인 것으로 나타났다.

그림 6. 청소년 자녀와의 동거 여부에 따른 식품안전에 대한 태도(%)



## 5. 식품안전 태도에 따른 가공식품 구매패턴

### 5.1. 'High 민감 그룹'에 속하는 소비자들의 가공식품 구매패턴

<표 8>은 식품안전을 생각하는 소비자일수록 어떠한 가공식품을 구매하는지를 알기 위해 프로빗 모형을 이용하여 실증 분석한 결과이다. 여기서 식품안전에 대한 태도란 식품안전성과 관련된 항목의 고려 정도를 의미하며, High 민감 그룹은 1, Low 민감 그룹은 0의 값을 주어 분석하였다.

분석 결과에서 나타난 바와 같이 2011~2013년 조사기간에서 가격할인/판촉행사 가공식품, 수입 가공식품, 프리미엄 가공식품, 간편식의 소비에 식품안전에 대한 태도가 유의미한 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이를 통해 식품안전을 생각하는 소비자들이 대부분의 가공식품을 꾸준히 구매해 온 것을 알 수 있으며, 따라서 High 민감 그룹의 소비자들이 PB 상품을 제외한 4가지 가공식품의 안전성을 신뢰하고 있는 것으로 사료된다.

식품안전에 대한 태도와 가공식품 구매의 관계를 명확히 규명하기 위해서 그 밖의 사회경제적 변수들을 추정모형에 포함하였다. 분석 결과에 따르면, 여성 소비자와 모든 가공식품 간에 양의 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 기혼의 소비자일수록 프

프리미엄 가공식품 구매에 양의 영향을 미친 것으로 나타났다. 가구 내 18세 이하의 청소년 자녀가 있는 소비자일수록 가격할인/판촉행사, PB 상품, 간편식을 선호하는 것으로 보인다. 20~40대의 소비자일 경우 모든 가공식품에 대해 구매경험이 높은 것으로 나타났다는데, 이는 비교적 젊은 세대가 가공식품을 선호하고 있음을 의미한다. 또한 가구소득 수준이 높은 소비자일수록 모든 가공식품에 대해 구매경험이 증가하는 것으로 나타났다으며, 이를 통해 국내 유통되는 가공식품이 고급화되어 가고 있음을 예상할 수 있다. 마지막으로 연도더미의 분석 결과를 통해 가공식품의 구매는 시간이 지날수록 증가했음을 알 수 있다.

표 8. 식품안전 민감도에 따른 가공식품 구매패턴

변수	모형 (1)의 분석 결과				
	가격할인 /판촉행사	PB 상품	수입 가공식품	프리미엄 가공식품	간편식
식품안전에 대한 태도 ( <i>FoodSafety1</i> )	0.111*** (0.032)	0.011 (0.030)	0.105*** (0.032)	0.235*** (0.030)	0.048* (0.029)
성별	0.429*** (0.038)	0.245*** (0.034)	0.194*** (0.036)	0.272*** (0.035)	0.172*** (0.033)
최종학력	0.092*** (0.036)	0.206*** (0.032)	0.282*** (0.034)	0.257*** (0.033)	0.037 (0.032)
결혼 여부	-0.002 (0.052)	0.007 (0.048)	0.082 (0.051)	0.277*** (0.050)	-0.059 (0.047)
가구원 수	-0.017 (0.017)	0.015 (0.016)	0.000 (0.017)	0.012 (0.016)	-0.07*** (0.016)
18세 미만 자녀 유무	0.155*** (0.044)	0.071** (0.039)	0.055 (0.042)	0.060 (0.040)	0.245*** (0.038)
20대	0.242*** (0.071)	0.336*** (0.068)	0.666*** (0.077)	0.252*** (0.069)	0.609*** (0.066)
30대	0.406*** (0.062)	0.447*** (0.059)	0.624*** (0.069)	0.256*** (0.060)	0.574*** (0.057)
40대	0.215*** (0.061)	0.323*** (0.059)	0.418*** (0.069)	0.111** (0.060)	0.329*** (0.056)
50대	0.082 (0.056)	0.262*** (0.056)	0.311*** (0.066)	-0.022 (0.057)	0.239*** (0.053)
가구소득	0.001*** (0.000)	0.003*** (0.001)	0.001*** (0.000)	0.001*** (0.001)	0.001*** (0.001)
전업주부	0.258*** (0.052)	0.081** (0.042)	0.054 (0.046)	0.254*** (0.043)	0.081* (0.043)
2011년	-0.091*** (0.040)	-0.331*** (0.037)	-0.383*** (0.041)	-0.183*** (0.038)	-0.486*** (0.036)
2012년	-0.194*** (0.037)	-0.529*** (0.034)	-0.379*** (0.036)	-0.174*** (0.034)	-0.176*** (0.033)
상수항	0.048 (0.076)	-0.834*** (0.074)	-1.590*** (0.086)	-1.532*** (0.078)	-0.297*** (0.071)

Standard errors in parentheses, \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

프로빗 모형에서 추정한 계수값은 유의성 및 부호만이 의미 있는 정보이기 때문에 정량적으로 살펴보기 위해서는 한계효과(marginal effect)의 개념이 필요하다. 한계효과는 추정한 계수값에 누적확률을 곱한 값으로, 다른 설명변수들이 일정한 상태에서 특정 설명변수의 한 단위 증가가 종속변수에 미치는 영향의 크기를 측정한다. 본 연구에서는 추가적으로 한계효과를 고려했으며, 한계효과의 추정모형에서는 연령별 구분 없이 전체 연령대를 포함시켰다. <표 9>는 유의한 변수들만의 한계효과를 제시하고 있으며, 전체 연령을 포함하여 분석하였기 때문에 <표 8>에서 유의하지 않은 변수가 <표 9>에서는 유의하게 나타날 수 있다.

표 9. 유의변수의 한계효과 (1)

변수	모형 (1)의 한계효과				
	가격할인/ 판촉행사	PB 상품	수입 가공식품	프리미엄 가공식품	간편식
식품안전에 대한 태도	0.033		0.033	0.083	0.020
성별	0.120	0.091	0.058	0.096	0.067
최종학력	0.032	0.085	0.089	0.095	
결혼 여부			0.037	0.099	
가구원 수					-0.028
18세 미만 자녀 유무	0.056	0.039	0.020	0.027	0.096
연령	-0.003	-0.003	-0.005	-0.003	-0.006
가구소득	0.00019	0.00013	0.00018	0.00027	0.00026
전업주부	0.071	0.030		0.097	0.033
2011년	-0.024	-0.118	-0.107	-0.063	-0.191
2012년	-0.057	-0.191	-0.109	-0.061	-0.070

식품안전에 대한 태도는 다른 가공식품보다 프리미엄 가공식품 구매(0.083)에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 보이며, 다음으로 수입 가공식품, 가격할인/판촉행사, 간편식의 순으로 나타났다. 이는 구매 시 식품안전을 생각하는 소비자일수록 다른 가공식품보다 고품질의 프리미엄 가공식품을 구매할 가능성이 크다는 것을 의미한다. 실제로 High 민감 그룹의 소비자가 프리미엄 가공식품을 구입하는 이유로 좋은 원료(국산 또는 유기농), 식품첨가물이 적거나 건강에 좋음, 맛이 좋음 등을 꼽았다.<sup>4</sup> 따라서 식품안전을 생각하는 High 민감 그룹의 소비자는 제품 안전성 등을 고려하여 일반 품목보다 프리미엄 가공식품을 더 선호하는 것을 알 수 있다.

<sup>4</sup> 2011~2013년 조사기간에 High 민감 그룹에 속한 소비자들을 대상으로 그들의 프리미엄 가공식품 구매 이유를 추가적으로 조사한 결과, 원료가 좋을 것 같다(35.9%)는 응답이 가장 높았으며, 다음으로 첨가물이 적어서(18.9%), 맛이 좋아서(17.7%), 건강에 좋을 것 같아서(14.5%)인 것으로 나타났다.

사회경제적 변수들이 가공식품 구매에 미치는 영향의 크기를 비교해 보면(수평적 비교), 여성일수록 저렴한 가격할인/판촉행사 가공식품을 구매할 확률이 높아지며, 학력 수준이 높아지거나 가구소득이 증가하면 품질이 우수한 프리미엄 가공식품을 구매할 가능성이 다른 품목보다 높은 것으로 나타났다. 가구 내 18세 자녀가 있는 소비자일수록 간편식을 구매할 확률이 증가한 반면, 연령이 높아질수록 간편식을 구매할 확률은 감소하는 모습을 보였다.

마지막으로 대부분의 사회경제적 변수가 다른 품목보다 프리미엄 가공식품에 미치는 영향의 크기가 큰 것으로 나타나(수직적 비교), 최근 품질과 맛에 대한 소비자들의 관심도가 높아져 프리미엄 가공식품의 구매율이 증가한 것으로 판단할 수 있다.

## 5.2. 식품안전 관련 정보에 ‘관심 있는 그룹’에 속하는 소비자들의 가공식품 구매패턴

식품안전 정보 관심도에 따른 가공식품 구매패턴은 <표 10>과 같다. 여기에서 식품 안전에 대한 태도란 식품안전성과 관련된 정보에 관심을 갖는지의 여부를 의미하며, 관심 있는 그룹에는 1의 값과 관심 없는 그룹에는 0의 값을 주어 분석하였다. <표 10>에서는 식품안전을 생각하는 가공식품 소비자나 가격할인/판촉행사, PB 상품, 수입 가공식품, 프리미엄 가공식품의 구매 간에 통계적으로 유의한 수준에서 양의 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다. 이는 안전을 생각하는 소비자들이 국내 유통되는 가공식품을 신뢰하고 있기 때문에 가공식품 소비를 꾸준히 늘리고 있음을 의미한다. 반면에 이러한 소비자는 간편식의 구매에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.<sup>5</sup>

사회경제적 요인들이 가공식품 구매에 미치는 영향을 살펴보면, 가공식품 소비자가 여성인 경우와 연령층이 20~40대인 경우 그리고 가구소득 수준이 높을 경우에 통계적으로 매우 유의한 수준에서 가공식품 구매에 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면 가구원 수의 추정 값이 음(-)의 부호를 나타내고 있어, 가구원 수가 증가할수록 간편

<sup>5</sup> <표 8>의 민감도구분변수(*Food Safety*1)는 PB 상품에 대한 구매에 유의한 영향을 미치지 않고 간편식 구매에는 유의한 영향을 미친 반면, <표 10>의 관심도구분변수(*Food Safety*2)는 PB 상품 구매에는 유의한 영향을 미치고 간편식 구매에는 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 추정결과가 도출되었다. <표 8>과 <표 10>의 추정 결과를 종합해 볼 때, 식품안전을 보다 신중하게 고려하는 소비자일수록 PB 가공식품이나 간편식 소비를 구매하는 경향을 보인다고 그 의미를 해석할 수 있다.



식을 구매할 확률은 감소하고, 1인 가구일수록 레토르트 식품과 같은 간편식을 구매할 확률은 높아지는 것을 알 수 있다. 또한 연도더미의 추정 값들이 음의 값을 가진 것을 미루어 보아, 2011년과 2012년 대비 2013년의 가공식품 구매가 증가했음을 알 수 있다.

표 10. 식품안전 정보 관심도에 따른 가공식품 구매패턴

변수	모형 (2)의 분석 결과				
	가격할인/ 판촉행사	PB 상품	수입 가공식품	프리미엄 가공식품	간편식
식품안전에 대한 태도 ( <i>FoodSafety2</i> )	0.084*** (0.032)	0.088*** (0.029)	0.15*** (0.031)	0.111*** (0.03)	0.043 (0.029)
성별	0.433*** (0.038)	0.244*** (0.034)	0.197*** (0.036)	0.286*** (0.035)	0.174*** (0.033)
최종학력	0.093** (0.036)	0.203*** (0.032)	0.28*** (0.034)	0.262*** (0.033)	0.037 (0.032)
결혼 여부	-0.001 (0.052)	0.001 (0.048)	0.081 (0.051)	0.286*** (0.05)	-0.059 (0.047)
가구원 수	-0.017 (0.017)	0.015 (0.016)	0.01 (0.017)	0.01 (0.016)	-0.07*** (0.016)
18세 미만 자녀 유무	0.154*** (0.044)	0.071* (0.039)	0.053 (0.042)	0.06 (0.04)	0.245*** (0.038)
20대	0.242** (0.071)	0.339*** (0.068)	0.667*** (0.077)	0.244*** (0.069)	0.608*** (0.065)
30대	0.406*** (0.062)	0.445*** (0.059)	0.621*** (0.069)	0.255*** (0.06)	0.574*** (0.057)
40대	0.219*** (0.06)	0.323*** (0.059)	0.419*** (0.069)	0.118** (0.06)	0.33*** (0.056)
50대	0.085 (0.055)	0.261*** (0.056)	0.31*** (0.066)	-0.02 (0.056)	0.24*** (0.053)
가구소득	0.001*** (0.001)	0.000** (0)	0.001*** (0)	0.001*** (0)	0.001*** (0)
전업주부	0.261*** (0.052)	0.079* (0.042)	0.055 (0.046)	0.263*** (0.043)	0.082* (0.043)
2011년	-0.101** (0.04)	-0.34*** (0.037)	-0.4*** (0.041)	-0.196*** (0.039)	-0.491*** (0.037)
2012년	-0.198*** (0.037)	-0.536*** (0.034)	-0.391*** (0.036)	-0.182*** (0.034)	-0.179*** (0.033)
상수항	0.066 (0.075)	-0.853*** (0.073)	-1.59*** (0.085)	-1.468*** (0.077)	-0.29*** (0.07)

Standard errors in parentheses, \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

<표 9>에서와 마찬가지로 <표 11>에서는 연령대별 변수를 대신해 전체 연령을 변수로 포함하여 추정하였으며, 추정 결과에 따르면 결혼 여부가 수입 가공식품에 미치는 영향이 통계적으로 유의해진 것을 제외하고는 모두 유의변수가 일치함을 알 수 있었다.

표 11. 유의변수의 한계효과 (2)

변수	모형 (2)의 한계효과				
	가격할인/ 판촉행사	PB 상품	수입 가공식품	프리미엄 가공식품	간편식
식품안전에 대한 태도	0.025	0.035	0.047	0.040	
성별	0.121	0.090	0.059	0.101	0.068
최종학력	0.033	0.083	0.088	0.097	
결혼 여부			0.036	0.103	
가구원 수					-0.028
18세 미만 자녀 유무	0.056	0.039	0.020	0.028	0.097
연령	-0.0025	-0.0032	-0.0048	-0.0030	-0.0062
가구소득	0.00020	0.00013	0.00019	0.00030	0.00026
전업주부	0.072	0.029		0.100	0.033
2011년	-0.027	-0.121	-0.111	-0.068	-0.193
2012년	-0.059	-0.193	-0.112	-0.064	-0.071

식품안전 정보에 갖는 관심 여부는 수입 가공식품(0.047)과 프리미엄 가공식품(0.040)의 구매에 큰 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 이는 안전성 정보에 관심을 갖는 소비자일수록 두 가공식품을 구매할 확률이 다른 품목보다도 높은 것을 의미하며, 이를 통해 두 가공식품의 안전성을 다른 가공식품보다도 상대적으로 높게 신뢰하고 있다고 해석할 수 있다.

관심 있는 그룹의 소비자를 대상으로 구입한 수입 가공식품의 원산지를 조사한 결과, 전체의 34.5%가 미국산 제품이었으며 그 다음으로는 유럽산(20.1%), 일본산(12%)인 것으로 나타났다. 또한 수입 가공식품을 구입한 이유로 가장 많은 소비자가 국산보다 좋은 맛과 품목의 다양성을 꼽았다. 이를 통해 식품안전 정보에 관심을 갖는 소비자는 수입 가공식품 중에서도 프리미엄 수입 가공식품을 선호하며, 맛과 품목의 다양성까지 고려하여 가공식품을 구매하는 것으로 보인다.

사회경제적 변수들이 가공식품 구매에 미치는 영향의 크기를 비교해 보면(수평적 비교), 여성과 전업주부의 소비자일수록 저렴한 가격할인/판촉행사 가공식품과 고품질의 프리미엄 가공식품을 구매할 확률이 높으며, 학력수준이 높을수록 프리미엄 가공식품을 구매할 가능성이 다른 품목보다도 증가하는 것을 알 수 있다. 18세 미만 자녀가 가구 내 있는 소비자일수록 간편식을 구매할 확률이 다른 품목들에 비해 매우 높았으며, 소비자들의 연령대가 높아질수록 다른 품목에 비해 간편식을 구매할 확률이 크게 낮아지는 것을 알 수 있었다.

어떠한 사회경제적 요인에 의해 가공식품 구매가 크게 영향받는지 비교해 보면(수직적 비교), 가격할인/판촉행사 가공식품과 PB 상품에는 성별이, 수입 가공식품에는 최종학력이, 간편식에는 청소년 자녀 유무인 것으로 나타났다. 프리미엄 가공식품에는

대부분의 사회경제적 변수들이 통계적으로 유의한 수준에서 영향을 미치는 것으로 나타났다으며, 영향의 크기도 매우 큰 것으로 나타났다. 이는 대부분의 소비자가 프리미엄 가공식품을 구매할 가능성이 크다는 것을 의미하며, 최근 웰빙을 추구하는 라이프스타일의 변화를 반영한 결과로 이해할 수 있다.

## 6. 요약 및 결론

본 연구에서는 한국농수산식품유통공사가 실시한 ‘가공식품 소비자 태도 조사’의 2011~2013년 원자료를 이용하여, 가공식품 소비자를 식품안전을 생각하는 소비자와 그렇지 않은 소비자로 분류하였다. 그리고 식품안전에 대한 태도에 따라 나타나는 가공식품 구매패턴을 분석하고자 하였다.

분석에 앞서 어떠한 사회경제적 특성을 가진 소비자가 가공식품 안전에 더욱 관심을 갖는지를 살펴보았다. 결과에 따르면 남성보다는 여성, 고졸보다는 대졸 이상, 30~40대의 연령대, 월평균 높은 소득 수준, 미혼자보다는 기혼자, 청소년 자녀와 동거하는 소비자가 가공식품의 안전성을 상대적으로 더 고려하는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 식품안전에 대한 태도를 두 가지 측면에서 정의하였다. 첫 번째는 실제 가공식품 구매 시 식품안전성과 관련 있는 제조일자/유통기한, 원산지, 식품첨가물, 각종 품질인증마크를 고려하는 정도를 식품안전에 대한 태도라고 정의하였다. 이를 바탕으로 ‘High 민감 그룹’과 ‘Low 민감 그룹’을 군집분석을 통해 구분하고, 그룹별 가공식품 구매패턴을 분석한 결과, 최근 3년간 High 민감 그룹의 소비자들이 가격할인/판촉행사 가공식품, 수입 가공식품, 프리미엄 가공식품, 간편식을 꾸준히 소비해 온 것으로 나타났다. 그중에서도 프리미엄 가공식품을 구매할 확률이 가장 높게 나타났으며, 이는 식품안전을 생각하는 소비자가 좋은 원료(국산 또는 유기농), 적은 식품첨가물, 건강, 맛 등을 생각하여 구매한 것으로 보인다.

두 번째로 평소 식품안전성 관련 정보에 갖는 관심 여부를 식품안전에 대한 태도라고 정의하고, 이를 기준으로 ‘관심 있는 그룹’과 ‘관심 없는 그룹’으로 구분하여 분석하였다. 관심 있는 그룹의 소비자들은 가격할인/판촉행사 가공식품, PB 상품, 수입 가공식품, 프리미엄 가공식품을 지속적으로 구매해왔다. 특히 안전에 관심 있는 소비자는 미국·유럽산의 프리미엄 수입 가공식품과 고품질의 프리미엄 가공식품을 구매할 확률이 높은 것으로 나타났다.

이처럼 식품안전을 생각하는 소비자들의 가공식품 구매 증가는 국내 유통되는 가공식품의 안전성에 대한 소비자들이 신뢰가 커지고 있음을 의미하며, 이는 소비자들의 가공식품 구매가 더욱 증가될 가능성을 시사하고 있다. 안전을 생각하는 소비자일수록 특히 고품질의 프리미엄 가공식품과 미국·유럽산의 수입 가공식품을 구매할 확률이 높은 것으로 나타났는데, 이는 다른 품목에 비해 두 품목의 안전성에 대한 신뢰가 더 큰 것으로 해석할 수 있다.

한편, High 민감 그룹의 소비자가 실제 가공식품을 구매할 때 식품안전을 고려하여 고품질의 프리미엄 가공식품을 구매할 확률이 다른 품목에 비해 매우 높은 것으로 나타났다. 반면 평소에 식품안전 관련 정보에 관심을 갖는 소비자는 프리미엄 가공식품 뿐만 아니라 미국·유럽산 수입 가공식품을 선호하는 것으로 나타났다. 이와 같이 식품안전을 생각하는 그룹에서 상이한 가공식품 선호패턴을 보이는 것은 실제 구매행동과 단순한 정보에 대한 관심의 차이에서 비롯된 것으로 보인다.

우리나라의 가공식품은 현재 국내 유통뿐 아니라 수출을 통해 세계로 시장규모를 확대하고 있으며, 여러 식품 관련 기업의 매출 상당부분을 가공식품이 차지하면서 향후 국내 식품산업의 발전을 이끌 원동력으로 여겨지고 있다.<sup>6</sup> 또한 소비자들의 맛, 편리성, 즐거움, 건강 등의 부가가치에 대한 지불 의향이 증가하고 있어 가공식품의 소비는 더욱 증가될 것으로 예상되고 있다(김성용 외 2010). 이러한 시대적 흐름에 맞춰 국내 가공식품산업의 발전방향에 대한 모색이 필요한 시점에서 본 연구가 식품업계와 관련 정책 담당자들을 위한 유용한 마케팅 전략 수립의 참고자료로서 활용될 수 있기를 기대해 본다. 본 연구에서는 식품안전에 대한 태도를 두 가지 측면에서 조작적으로 정의해 두 대리변수로 나타냈지만, 이를 신뢰할 수 있는 하나의 변수 또는 지수로 만들어 가공식품의 구매패턴을 분석할 필요가 있다. 이에 대한 연구는 향후의 과제로 남기고자 한다.

<sup>6</sup> 실제로 이코노미리뷰의 2015년 6월의 보도 내용에 따르면, 홈쇼핑을 통해 먹거리 상품을 구매하는 소비자들이 '가공식품'을 가장 많이 주문하는 것으로 나타났다. 또한, 비즈니스 포스트의 2015년 6월의 보도 내용에 따르면, CJ제일제당은 소비자들의 요구에 맞는 가공식품을 개발하여 올해 매출이 크게 증가할 것으로 예상하였다.

참고 문헌

- 강이주. 2008. “주부들의 생활양식유형에 따른 유기농산물 구매특성 분석.” 「소비문화연구」 제11권 제1호. pp. 1-20.
- 김동기, 김선주, 이경희. 2011. “식품의 선택 동기가 유기농 식품에 대한 태도 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구.” 「한국식생활문화학회지」 제26권 제5호. pp. 506-512.
- 김성숙. 2007. “소비자의 식품안전에 대한 태도와 친환경농산물 구매행동에 관한 연구.” 「한국가정관리학회지」 제25권 제6호. pp. 15-32.
- 김성용, 이정희, 최지현. 2010. “소비자의 국내산 식재료 가공식품 구매형태 및 선호도 분석.” 「식품유통연구」 제27권 제1호. pp. 1-17.
- 김지윤, 안병일. 2015. “소비자 식생활 라이프스타일이 가공식품 구매에 미치는 영향 분석.” 「식품유통연구」 제32권 제1호. pp. 31-53.
- 김창길, 김태영, 서성찬. 2005. 「친환경 농산물에 대한 소비자 선호와 구매 행태 분석」. 한국농촌경제연구원.
- 김창길, 정학균, 문동현. 2012. 「친환경농식품의 생산·소비실태와 시장전망」. 한국농촌경제연구원.
- 김창진, 김도완. 2009. 「효율적 경제분석을 위한 계량분석 기법 연구」. 공정거래위원회.
- 김효정, 김미라. 2009. “소비자의 식품 위해요인에 대한 인식도 및 식품 안전에 대한 정보 탐색 행동.” 「동아시아식생활학회지」 제19권 제1호. pp. 116-129.
- 박경진, 고은경, 채옥례. 2010. “식품안전사건사고에 따른 주부들의 식품 구매행동 변화-2008년 델라민 사건을 중심으로.” 「한국식품위생안전성학회지」 제25권 제2호. pp. 180-184.
- 박미성, 안병일. 2014. “식품소비 라이프스타일이 가공식품 지출에 미치는 효과 분석: 군집분석과 매칭 기법을 이용하여.” 「농촌경제」 제37권 제3호. pp. 25-58.
- 박지연 외 7인. 2009. “소비자의 식품안전 인지도와 안전행동 평가.” 「한국식품위생안전성학회지」 제24권 제1호. pp. 1-11.
- 박지은, 민경택. 2012. “프로빗 모형을 이용한 표고버섯 구매의사 결정요인분석.” 「산림경제연구」 제19권 제1호. pp. 19-26.
- 「비즈니스 포스트」. 2015. 6. 19. “이해선, 새 가공식품으로 CJ제일제당의 매출 늘려”
- 송효진, 최선영. 2013. “청소년의 가공식품 섭취실태 및 구매행동에 관한 연구.” 「한국조리학회지」 제19권 제1호. pp. 230-243.
- 안숙자. 1989. “한국 주부의 가공식품에 대한 인식 및 이용 실태에 관한 연구-경기도 일부 지역을 중심으로.” 「한국식품조리과학회지」 제5권 제2호. pp. 75-90.
- 안정희, 강근욱. 2006. “친환경 식품과 가공 식품에 대한 주부들의 인식 및 소비 형태.” 「한국식품영양학회지」 제19권 제1호. pp. 28-37.
- 유소이, 박재홍. 2005. “식품과 관련된 위험에 대한 소비자관심과 변화된 구매행동의 연계성 및 결정요인 분석.” 「산업경제연구」 제18권 제6호. pp. 2841-2858.
- 윤지연. 2006. “소비자의 친환경 농산물 구매의사 연구.” 성신여자대학교 대학원 가족문화·소비자학과 석사학위 논문.

- 이계임, 김성훈, 이문호. 2007. 「식품 중 위해물질의 위해관리를 위한 Risk/benefit분석」. 한국농촌경제연구원 수탁연구보고서.
- 「이코노믹리뷰」. 2015. 6. 25. “모바일 홈쇼핑 이용자, ‘가공식품’ 먹거리 구매 1위”
- 조용재. 2012. “가공식품의 구매행동 및 식품첨가물에 대한 인지도 연구.” 경기대학교 대학원 외식조리관리학과 석사학위 논문.
- 최정숙 외 3인. 2005. “주부의 식품안전에 대한 인식과 안전성우려의 관련 요인.” 「한국식품영양과학회지」 제34권 제1호. pp. 66-74.
- 허은정, 김지웅. 2010. “친환경농산물 구매지출에 대한 소비자지식과 소비자태도 영향.” 「한국생활과학회지」 제19권 제5호. pp. 883-896.
- Carvalho, F. P. 2006. “Agriculture, pesticides, food security and food safety.” *Environmental science & policy*. vol. 9, no. 7, pp. 685-692.
- Chen, M. F. 2007. “Consumer attitudes and purchase intentions in relation to organic foods in Taiwan: Moderating effects of food-related personality traits.” *Food Quality and Preference*. vol. 18, no. 7, pp. 1008-1021.
- Green, W. 2012. *Econometric analysis* (Seventh Edition), Pearson.
- Nicholas Samuel, S., Li, E. and McDonald, H. 1996. “The purchasing behaviour of Shanghai buyers of processed food and beverage products: implications for research on retail management.” *International Journal of Retail & Distribution Management*. vol. 24, no. 4, pp. 20-28.
- Tsakiridou, E., Boutsouki, C., Zotos, Y. and Mattas, K. 2008. “Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study.” *International Journal of Retail & Distribution Management*. vol. 36, no. 2, pp. 158-175.
- Wilcock, A., Pun, M., Khanona, J. and Aung, M. 2004. “Consumer attitudes, knowledge and behaviour: a review of food safety issues.” *Trends in Food Science & Technology*. vol. 15, no. 2, pp. 56-66.
- Yeung, R. M. and Morris, J. 2001. “Food safety risk: Consumer perception and purchase behaviour.” *British Food Journal*. vol. 103, no. 3, pp. 170-187.

원고 접수일: 2015년 8월 5일
원고 심사일: 2015년 8월 12일
심사 완료일: 2015년 12월 16일