

소비자의 푸드테크 식품에 대한 인식과 구입의향

- 2023년 가공식품 소비자 태도 온라인조사 분석 결과

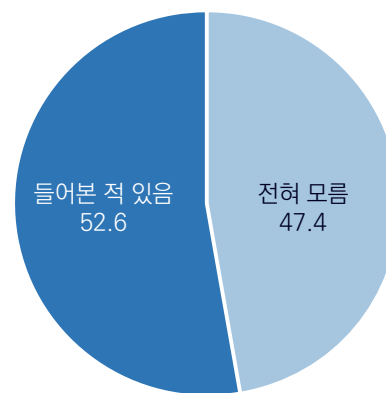
주준형, 임지은

한국농촌경제연구원은 '식품산업 정보분석 전문기관' 사업의 일환으로 『가공식품 소비자 태도 온라인조사』를 실시하고 있음. 이 조사는 승인통계인 『가공식품 소비자 태도조사』를 보완하는 목적으로 전국의 만 19세~74세 소비자 2,000명(식품 주 구입자 및 일반 소비자)을 대상으로 실시되며, 가공식품의 구매와 소비 행태, 안전성, 표시/정보, 가공식품 관련 제도 등에 대한 인식, 식품소비 및 라이프 스타일 등을 조사함. 특히 2023년에는 푸드테크, 신성장 식품, 신기술 등에 대한 인식을 추가 조사하였음(조사기간 2023.9.15.~9.22.). 이번 웹진은 푸드테크 및 신성장 식품(간편식, 특수의료용도식품, 고령친화식품, 기능성식품, 대체단백질식품)에 대한 인식, 신기술 관련 인식 등 2023년 가공식품 소비자 태도 온라인조사의 주요 결과를 바탕으로 작성됨. ¹⁾

1. 푸드테크와 신성장 식품에 대한 인식

- 소비자들의 푸드테크 인지도를 조사한 결과, 푸드테크 용어에 대해 '들어본 적 있다'고 응답한 소비자는 52.6%로 '전혀 모름'(47.4%)고 응답한 비중보다 높은 수준임.

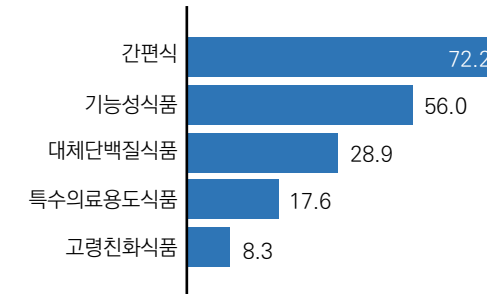
푸드테크에 대한 인지도(%)



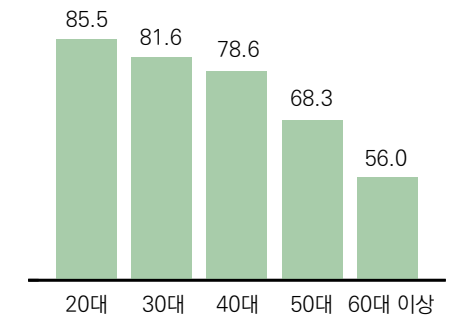
- 신성장 식품 종류별로 소비자 인지도('잘 알고 있다'고 응답한 비율)는 간편식(72.2%), 기능성식품(56.0%), 대체단백질식품(28.9%), 특수의료용도식품(17.6%), 고령친화식품(8.3%) 순으로 높음.
- ▶ 간편식 인지도는 연령대가 낮을수록 높음. 대체단백질식품 또한 다른 연령층의 인지도가 26.3%(40대)~28.7%(50대)인 것에 비해 특히 20대에서 인지도가 높게 나타남(37.8%). 젊은 층을 중심으로 건강 및 다이어트에 대한 관심이 높아지면서 단백질 관련 식품의 공급·수요가 증가하고 이와 더불어 대체단백질식품에 대한 인지도가 높아진 것으로 보임. 반면, 고령친화식품은 60대 이상에서 인지도가 높은 특징을 보임.
- ▶ 기능성식품이나 특수의료용도식품은 가구소득이 600만 원 이상인 가구에서 인지도가 높음(각각 59.2%, 21.2%).

신성장 식품에 대한 인지도('잘 알고 있음' 비율, %)

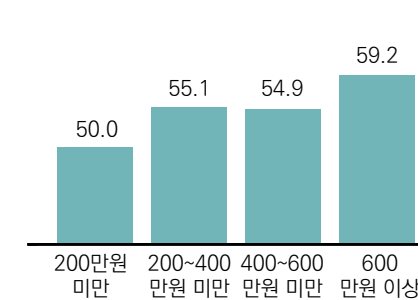
신성장 식품별 인지도



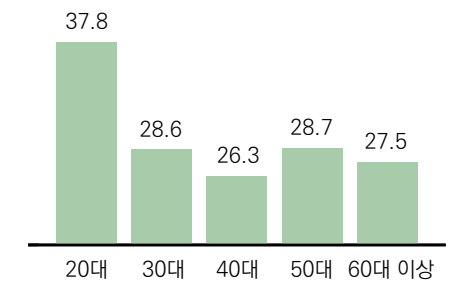
연령대별 간편식 인지도



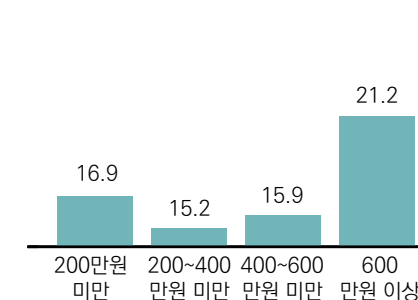
가구소득별 기능성식품 인지도



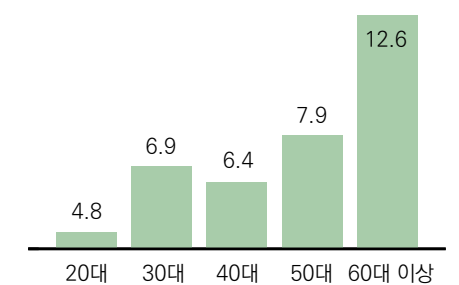
연령대별 대체단백질 식품 인지도



가구소득별 특수의료용도식품 인지도



연령대별 고령친화식품 인지도



1) 조사 응답자는 남성이 52.9%를 점하며, 연령별로는 20대(19세 포함) 12.5%, 30대 18.2%, 40대 25.7%, 50대 16.4%, 60대 이상 27.3%로 구성됨. 1인 가구는 16.4%, 2인 가구는 22.8%로 1~2인 가구 비중이 39.1%를 차지함.

- 소비자들은 푸드테크와 신성장 식품이 대체로 관련되어 있다고 인식하고 있으나 ('관련 있는 편'+ '매우 관련' 응답 비율 69.1%~79.1%), 신성장 식품 종류별로 관련성 인식에 다소 격차가 있음.

▶ 푸드테크와 신성장 식품이 '매우 관련되어 있다'고 생각하는 응답자는 대체단백질식품(27.5%), 특수의료용도식품(20.9%), 기능성식품(20.0%), 고령친화식품(17.1%), 간편식(7.5%) 순으로 많았음. 신성장식품 중 비교적 대중화된 간편식과 기능성식품을 제외하면 소비자들은 해당 신성장 식품에 대해 잘 알고 있을수록 푸드테크와의 관련성이 높은 것으로 인식함.

푸드테크와 신성장 식품 관련성(%)

| | 잘 모르겠음 | 관련 없음 | 관련 있음 계 | 관련 있는 편 | | 계 |
|----------|--------|-------|------------|---------|-------|-------|
| | | | | 관련 있는 편 | 매우 관련 | |
| 간편식 | 14.2 | 16.7 | 69.1 | 61.7 | 7.5 | 100.0 |
| 기능성식품 | 11.7 | 13.0 | 75.3 | 55.3 | 20.0 | 100.0 |
| 특수의료용도식품 | 13.5 | 12.4 | 74.1 | 53.2 | 20.9 | 100.0 |
| 고령친화식품 | 15.9 | 14.0 | 70.1 | 53.1 | 17.1 | 100.0 |
| 대체단백질식품 | 11.9 | 9.1 | 79.1 | 51.7 | 27.5 | 100.0 |

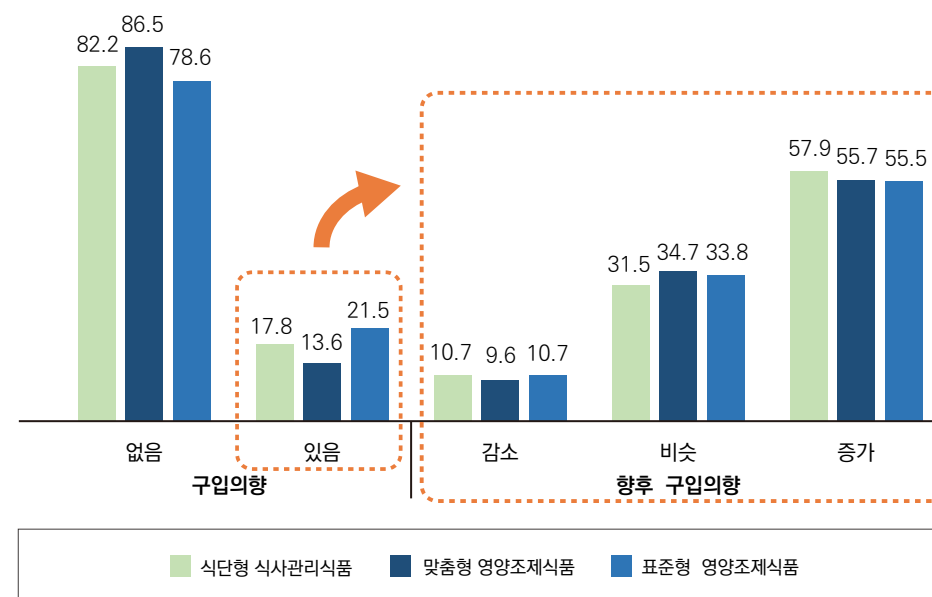
2. 신성장 식품 구입 행태²⁾

■ 특수의료용도식품 구입 행태

- 특수의료용도식품으로 분류되는 '식단형 식사관리식품', '맞춤형 영양조제식품', '표준형 영양조제식품'의 최근 1년 간 구입경험률은 표준형 영양조제식품의 경우 16.6%로 가장 높았고, 식단형 식사관리식품이 11.9%, 그리고 맞춤형 영양조제식품이 9.7%임.
- ▶ 응답자의 13.6%(272명)는 동거가족 중 환자나 질병이 있고, 이 중 140명이 별도로 식단을 관리함. 가정 내 환자를 위해 별도의 식단 관리를 하지 않는 이유(1+2순위 가중평균)로는 '약 처방으로 충분하다고 생각해서(27.5%)', '일반식과 다른 별도의 식사를 준비하는 것이 번거로워서(23.2%)', '환자용 식품은 맛이 없다고 환자가 싫어해서(16.9%)', '시중에서 환자용 식품을 구입하기 힘들어서(9.1%)' 등이 있음.

- ▶ 향후 특수의료용도식품 시장을 확대하려면 영양성분 및 효능에 대한 홍보와 이용자 편의성을 강조할 필요가 있을 것으로 보임.
- 특수의료용도식품 종류별로 향후 1년 간 구입의향이 있는 비율은 표준형 영양조제 식품의 경우 21.5%로 가장 높았으며, 식단형 식사관리식품은 17.8%, 맞춤형 영양조제식품은 13.6%임.
- ▶ 특수의료용도식품 구입의향이 있는 응답자 중 향후 구입을 늘리겠다는 응답(55.5%~57.9%)이 줄이겠다는 응답(9.6%~10.7%)보다 높게 나타남. 또한 지난 1년 간 구입경험이 없었던 응답자 중 향후 1년 간 구입을 늘리겠다는 응답자는 5.6%~8.5%로 나타나, 향후 특수의료용도식품의 수요량이 증가할 가능성을 보여줌.

특수의료용도식품 종류별 구입의향 유무와 구입의향 변화(%)



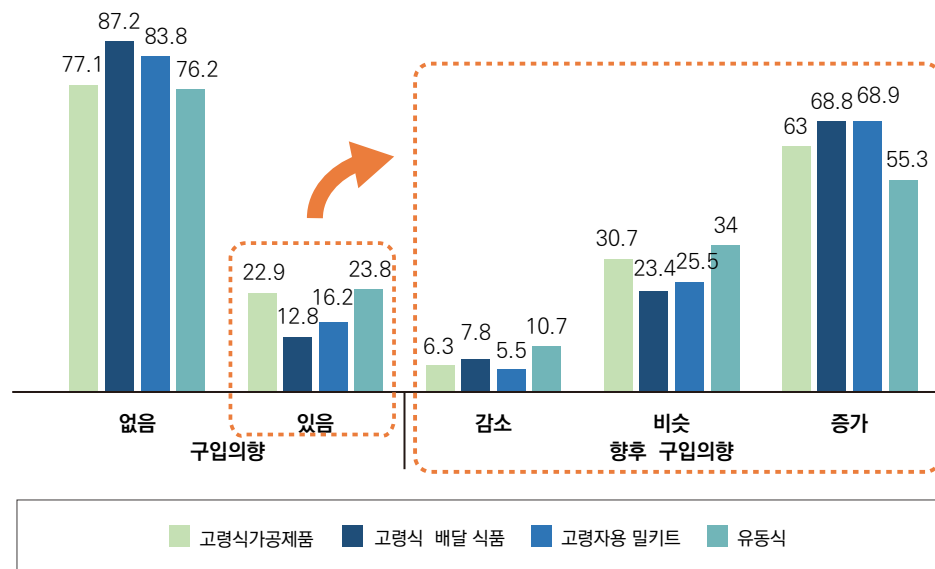
■ 고령친화식품 구입 행태

- 응답 소비자의 21.7%(434명)는 가구 내에 만 65세 이상 가구원이 있으며, 이 중 19.1%(83명)는 해당 가구원이 식사 시 불편함이나 어려움을 겪는다고 응답함('약간 그러하다'+ '매우 그러하다').

- ▶ 65세 이상 가구원이 식사 시 불편함이나 어려움을 겪고 있다는 83명 가운데 71.1%(59명)가 가족과 동일한 식사를 하고 있다고 응답함. 이 외에 별도 조리하여 먹는 경우가 14.5%, 유동식 등을 구입하는 경우는 8.4%, 고령자용 식사를 배달하는 경우는 6.0%로 나타남.
- ▶ 65세 이상 가구원이 식사 시 불편함이나 어려움을 겪고 있음에도 해당 고령자를 위해 별도로 식단을 관리하지 않는 이유(1+2순위 가중평균)로는 '일반식과 다른 별도의 식사를 준비하는 게 번거로워서(35.6%)', '일반식과 다른 별도의 식사를 준비할 필요가 없어서(27.1%)', '고령자용 식품이 있는 줄 몰라서(13.6%)'. '고령자용 식품은 맛이 없다고 고령자가 싫어해서(9.0%)', '고령자용 식품 가격이 비싸서(7.3%)' 등의 순으로 응답됨.
- 고령친화식품에 해당하는 식품 종류 중 '유동식'의 최근 1년 구입경험률이 가장 높았으며(17.2%), 다음으로 '고령식 가공제품(12.2%)', '고령자용 밀키트(7.2%)', '고령식 배달 식품(5.7%)' 순으로 구입경험이 있는 것으로 나타남.
- 고령친화식품 종류별 향후 1년 간 구입의향 역시 구입경험률과 마찬가지로 유동식(23.8%)과 고령식 가공제품(22.9%)에서 높고, 고령자용 밀키트(16.2%)와 고령식 배달 제품(12.8%)의 구입의향은 상대적으로 낮음.
- ▶ 4개 종류의 고령친화식품에 대해 구입의향이 있는 응답자 중 향후 구입을 늘리겠다는 비율(55.3%~68.9%)이 줄이겠다는 비율(5.5%~10.7%)보다 높게 나타남. 또한 지난 1년 간 고령친화식품 구입경험이 없는 응답자 중 향후 1년 간 구입을 늘리겠다는 응답자는 8.2%~13.6%로 나타나, 향후 고령친화식품 수요가 증가할 가능성이 있음.

2) 신성장 식품 중 상대적으로 대중화된 간편식과 기능성식품을 제외하고 특수의료용도식품, 고령친화식품, 대체단백질식품에 한정하여 검토함.

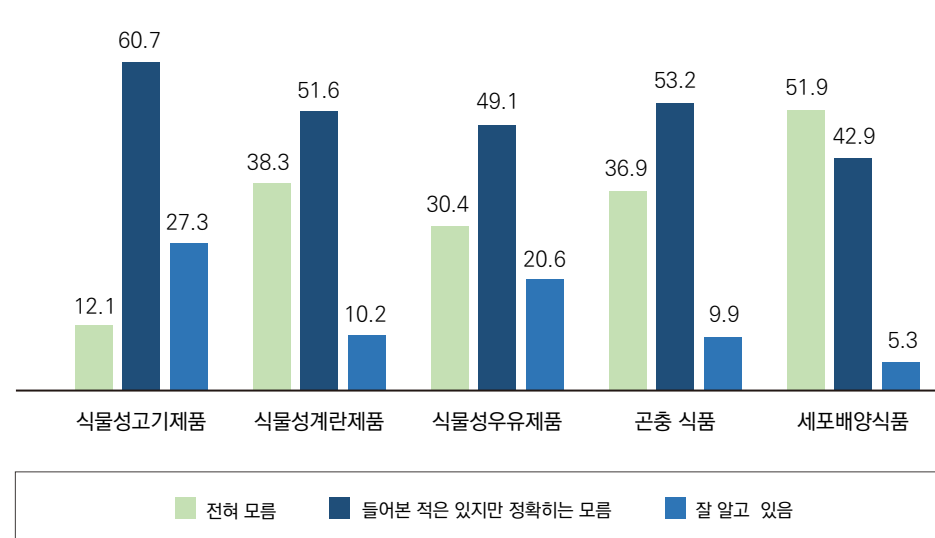
고령친화식품 종류별 구입의향 유무와 구입의향 변화(%)



■ 대체단백질식품 구입 형태

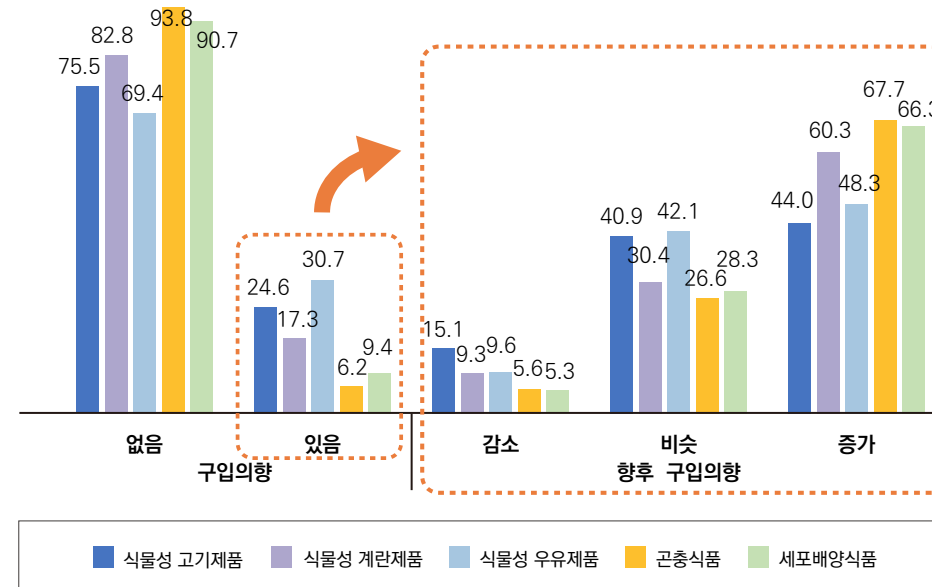
- 대체단백질식품 종류별 인지도(‘잘 알고 있다’고 응답한 비율)를 먼저 살펴보면, 식물성 고기에 대한 인지도가 가장 높았고(27.3%), 다음으로 식물성 우유 (20.6%), 식물성 계란(10.2%), 곤충식품(9.9%), 세포배양식품(5.3%) 순으로 나타남.

대체단백질식품 종류별 인지도(%)



- 대체단백질식품의 세부 종류별 구입경험 측면에서 가장 이용률이 높은 품목은 식물성 우유(21.5%)이며, 다음으로 식물성 고기(17.1%), 식물성 계란(9.6%), 곤충식품(3.3%) 순임.
- 대체단백질식품 세부 종류별로 향후 1년 간 구입의향을 살펴보면, 식물성 우유 제품 구입의향이 있는 응답자가 가장 많았고(30.7%), 다음으로 식물성 고기 제품(24.6%), 식물성 계란 제품(17.3%), 세포배양식품(9.4%), 곤충식품(6.2%) 순으로 구입의향이 높음.
 - 향후 구입의향이 있는 응답자 중에서 구매를 늘린다는 응답자는 곤충식품에 대해 67.7%로 가장 높았으며, 다음으로 세포배양식품(66.3%), 식물성 계란(60.3%), 식물성 우유(48.3%), 식물성 고기(44.0%) 순으로 확인됨.

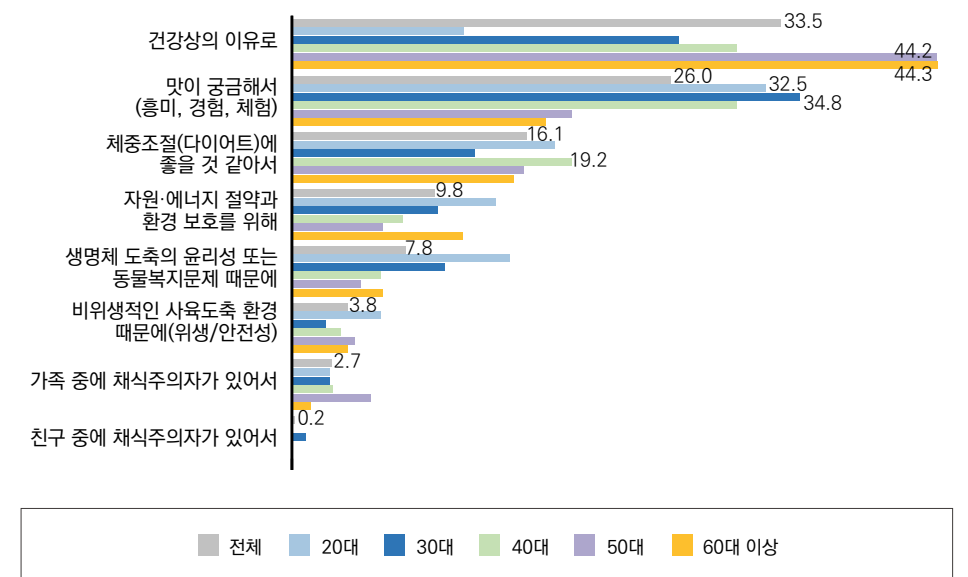
대체단백질식품 종류별 구입의향 유무와 구입의향 변화(%)



- 대체단백질식품을 구입하는 이유가 ‘건강상의 이유’라는 응답자가 33.5%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘맛이 궁금해서’가 26.0%, ‘체중조절(다이어트 등)에 좋을 것 같아서’가 16.1%, ‘자원·에너지 절약과 환경 보호를 위해’가 9.8%였음.
 - 가족이나 지인 중 채식주의자가 있기 때문이라는 비율은 2.9%로 낮게 나타나, 우리나라에서 대체단백질식품 구입은 채식주의보다 건강식이나 새로움을 추구하는 경향과 관련성이 높음을 알 수 있음.

- 50대와 60대 이상은 건강상의 이유로 대체단백질식품을 구입하는 경우가 가장 많았던 반면(각각 44.2%, 44.3%), 20대와 30대는 맛이 궁금해서 구입하는 경우가 가장 많았음(각각 32.5%, 34.8%).

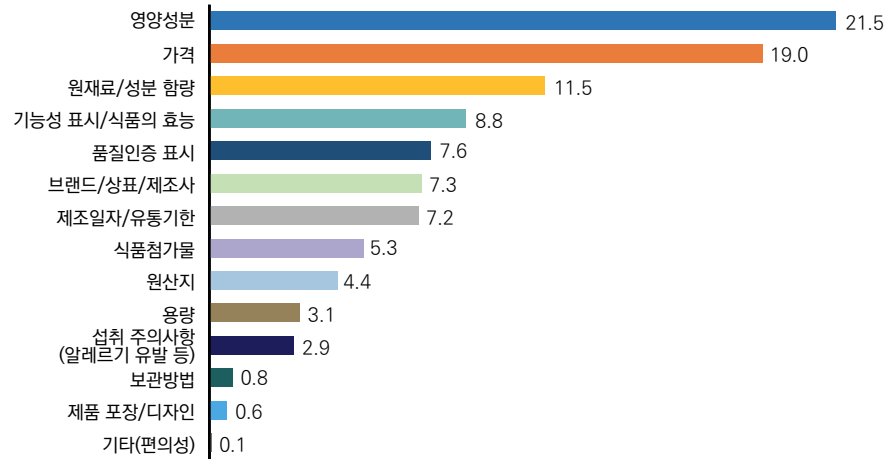
대체단백질식품 구입 이유(1+2순위 가중평균, %)



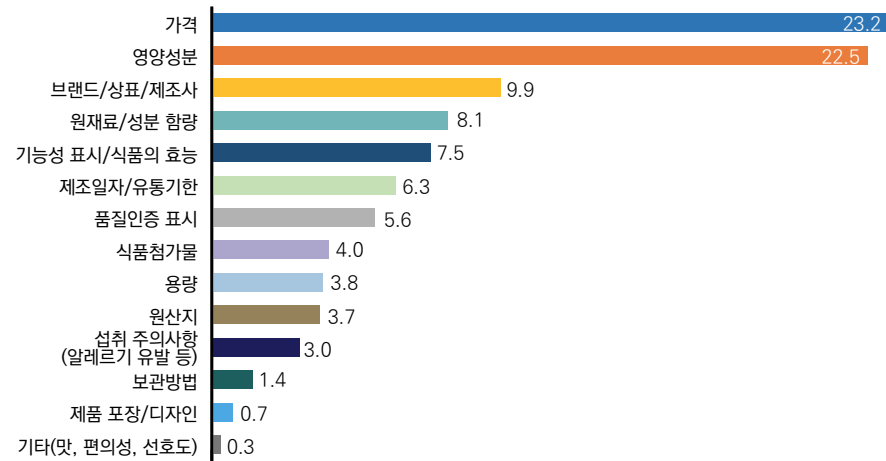
■ 신성장 식품 구입 시 우선 확인 사항

- 지난 1년 동안 각 신성장 식품의 특정 제품군 중 하나라도 구매한 경험이 있는 응답자를 대상으로 조사한 결과, 소비자들은 신성장 식품 구입 시 가격과 영양성분을 우선 확인하는 것으로 나타남.
 - 특수의료용도식품을 구입할 때 확인하는 사항은 영양성분(21.5%), 가격(19.0%), 원재료·성분 함량(11.5%), 기능성 표시/식품의 효능(8.8%) 등의 순으로 높게 나타남. 특수의료용도식품 구매 경험자들은 상대적으로 보관 방법이나 제품 포장·디자인에 대해서는 덜 중요시하였음.
 - 고령친화식품 구입 시 가격(23.2%), 영양성분(22.5%), 브랜드/상표/제조사(9.9%), 원재료·성분 함량(8.1%), 기능성 표시/식품의 효능(7.5%) 등의 순으로 중요시함.
 - 대체단백질식품을 구입할 시 우선적으로 확인하는 사항은 가격(23.3%), 영양성분(18.5%), 원재료·성분 함량(14.9%), 브랜드/상표/제조사(9.4%) 등의 순으로 나타났음.

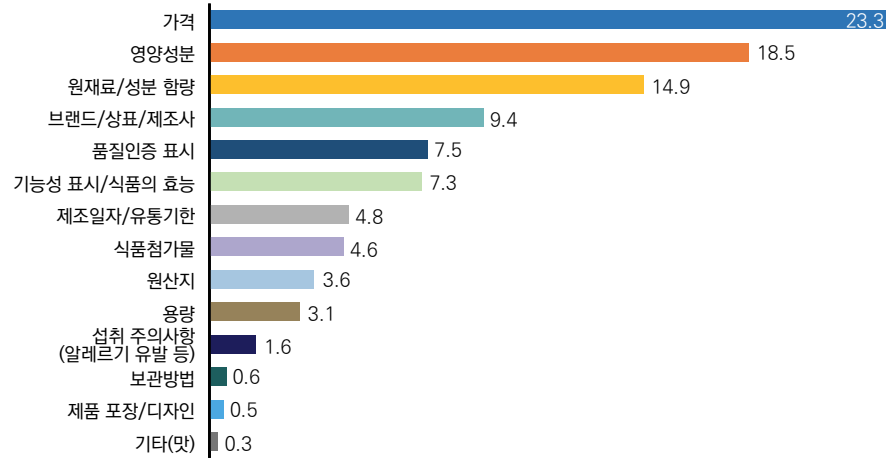
특수의료용도식품 구입 시 우선 확인 사항(1+2+3순위 가중평균, %)



고령친화식품 구입 시 우선 확인 사항(1+2+3순위 가중평균, %)



대체단백질식품 구입 시 우선 확인 사항(1+2+3순위 가중평균, %)

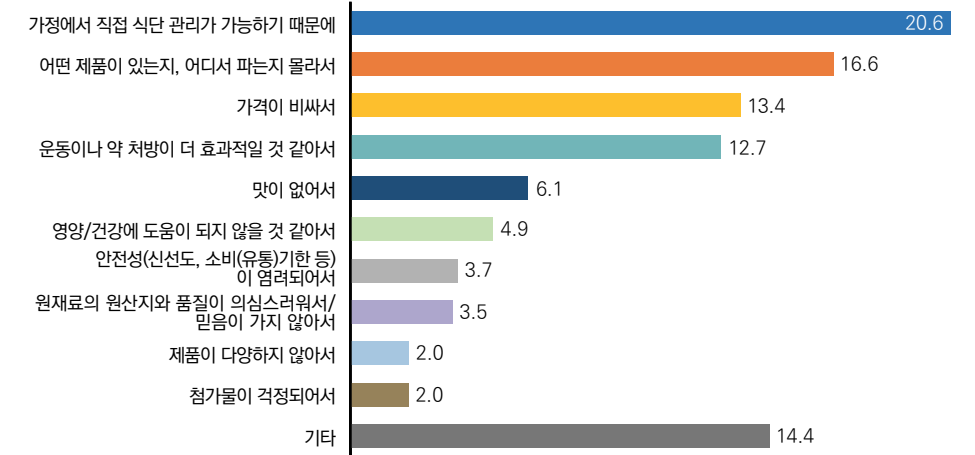


■ 신성장 식품을 구입하지 않는 이유

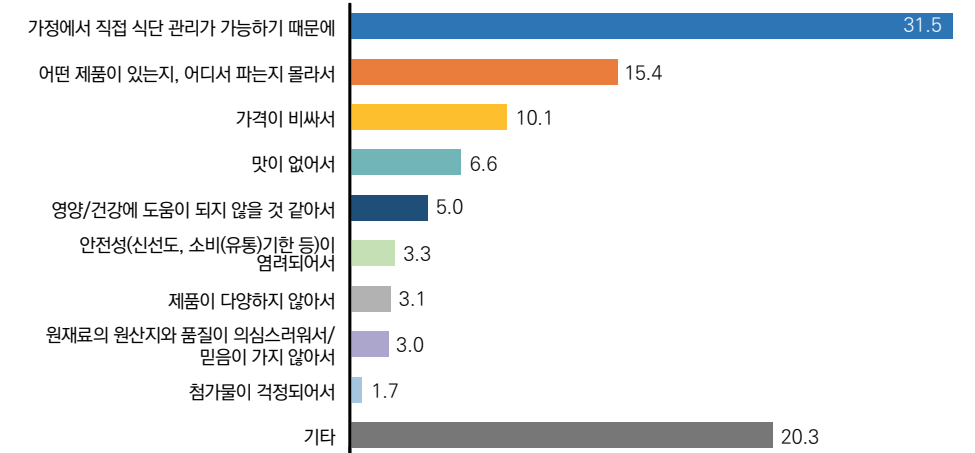
- 신성장 식품을 구입하지 않는 이유에 대해 구입할 필요가 없다는 응답('직접 식단관리가 가능' 또는 '구입할 필요를 못 느낌')이 가장 많았고, 다음으로 '어떤 제품이 있는지, 어디서 파는지 몰라서(13.4%~16.6%)', '가격이 비싸서(9.7%~13.4%)' 등으로 나타남.
 - ▶ 특수의료용도식품과 고령친화식품을 구입하지 않는 '기타' 이유도 대부분 '필요성을 느끼지 못해서'임.
 - ▶ 향후 신성장 식품 시장을 확대하려면 판매처를 늘리고 관련 정보 제공하는 한편, 가격 경쟁력을 확보하는 것이 유효한 전략이 될 것임.

신성장 식품을 구입하지 않는 이유(1+2순위 가중평균, %)

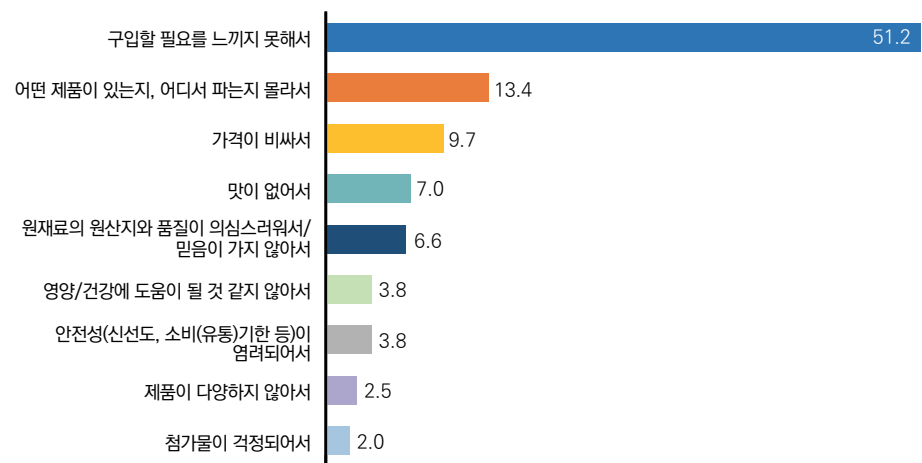
특수의료용도식품



고령친화식품



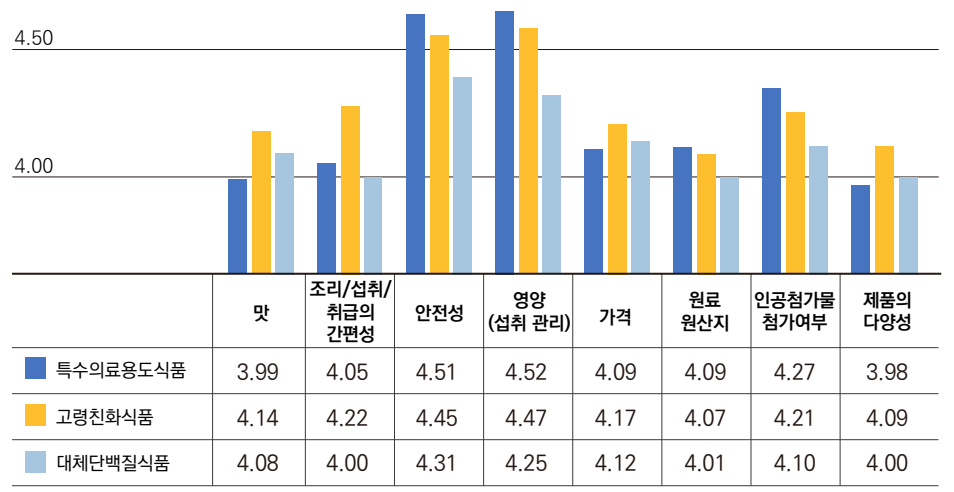
대체단백질식품



3. 신성장 식품 종류별 중요 속성과
푸드테크로 인한 속성 향상 기대

- 신성장 식품 종류별로 8개 속성의 중요도를 평가하도록 한 결과, 소비자들은 대체로 영양과 안전성을 중시하는 것으로 나타남.
 - ▶ 소비자들이 영양과 안전성 다음으로 꼽은 중요한 속성은 특수의료용도식품의 경우 인공첨가물 첨가 여부였으며, 고령친화식품의 경우 조리/섭취/취급의 간편성과 인공첨가물 여부, 대체단백질식품의 경우 가격과 인공첨가물 여부로 나타났음.

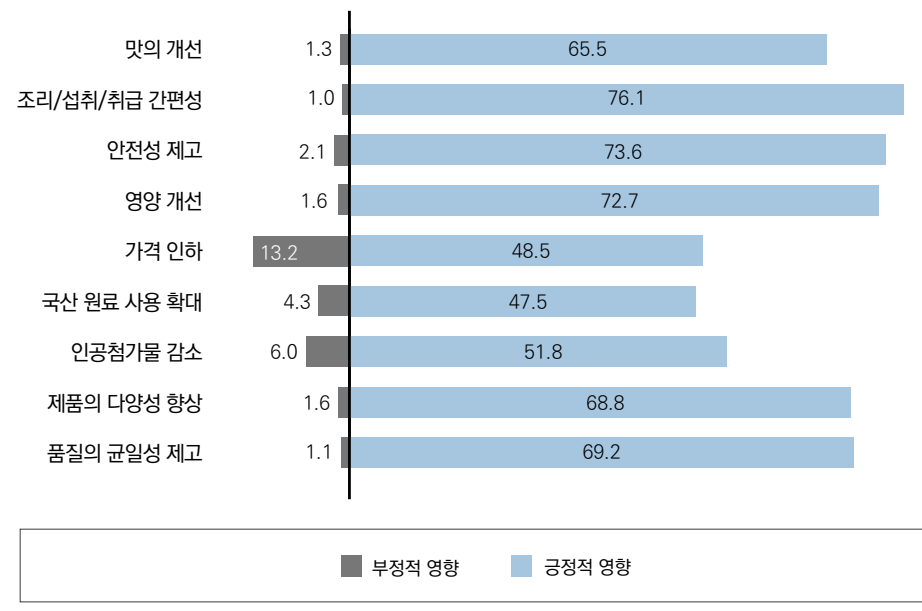
신성장 식품의 식품별 중요 속성(5점 척도 기준 점수)



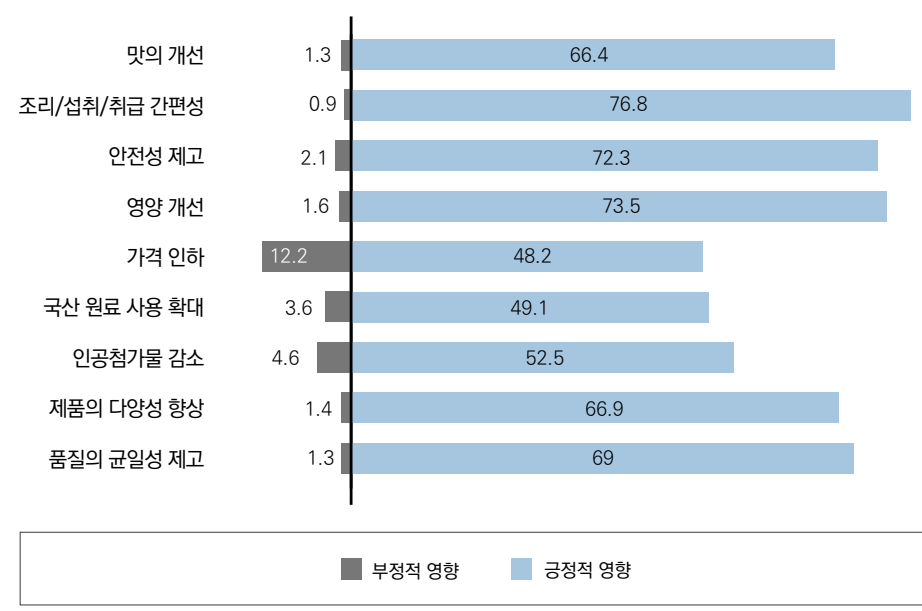
- 소비자들은 푸드테크 발전에 따라 신성장 식품의 안전성 제고나 조리/섭취/취급 간편성, 그리고 영양 개선 측면에서 긍정적인 효과를 기대하고 있음. 한편 푸드테크를 통해 신성장 식품의 가격 인하 측면에서 부정적 영향을 예상하는 비율이 상대적으로 높게 나타났음(10.6%~13.2%).
 - ▶ 영양과 안전성의 경우 소비자가 신성장 식품에서 가장 중요시하는 두 가지 속성이라는 측면에서 긍정적임.
 - ▶ 신성장 식품 구입경험자는 구입 시에 가격을 우선적으로 확인한다는 점에서 푸드테크를 통해 실제로 신성장 식품의 가격이 변화하는지를 검토할 필요가 있음.

신성장 식품 종류별 9개 속성별 푸드테크의 영향(%)

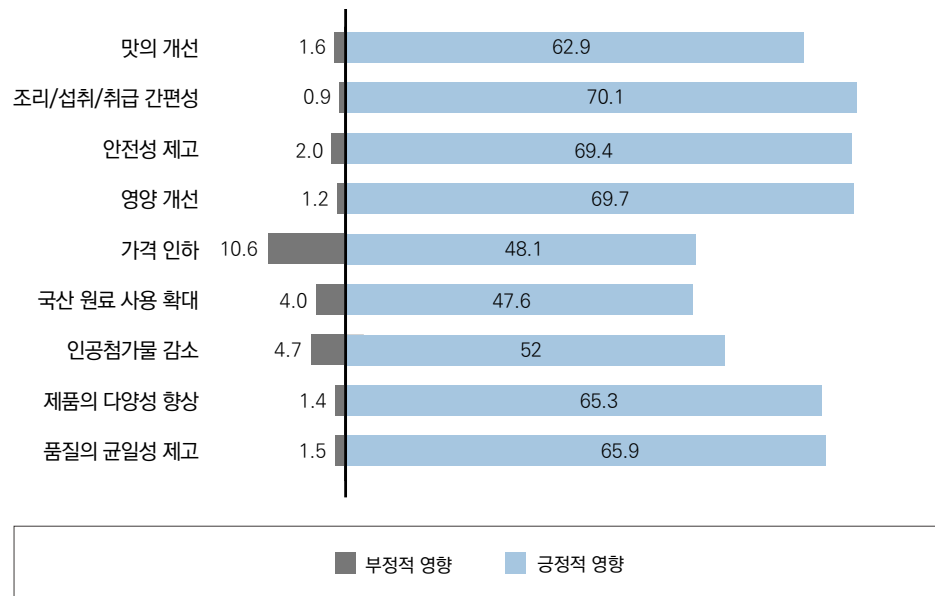
특수의료용도식품



고령친화식품

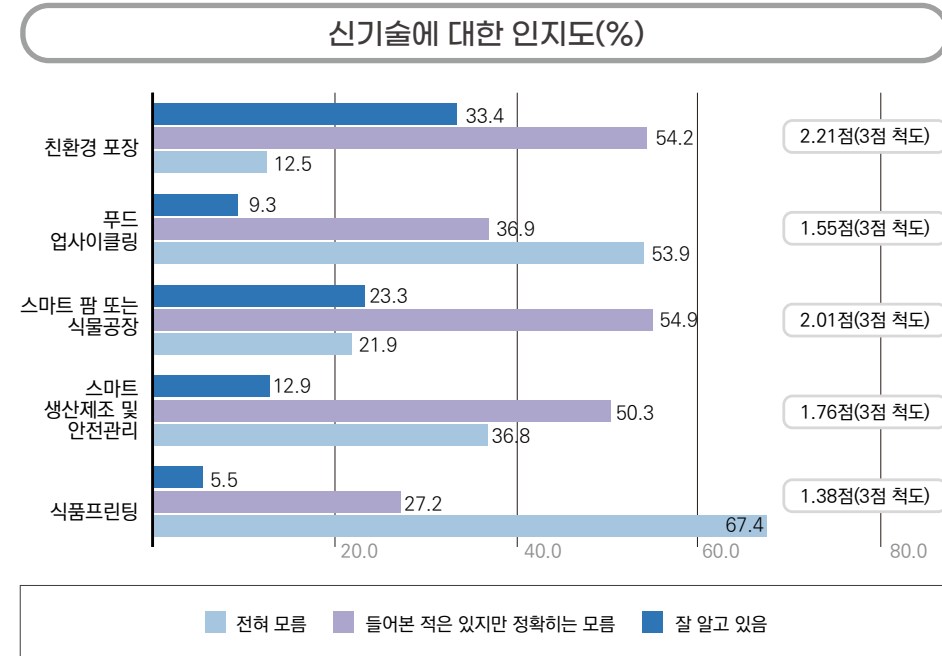


대체단백질식품



4. 신기술 적용 가공식품에 대한 인식과 구매 의향

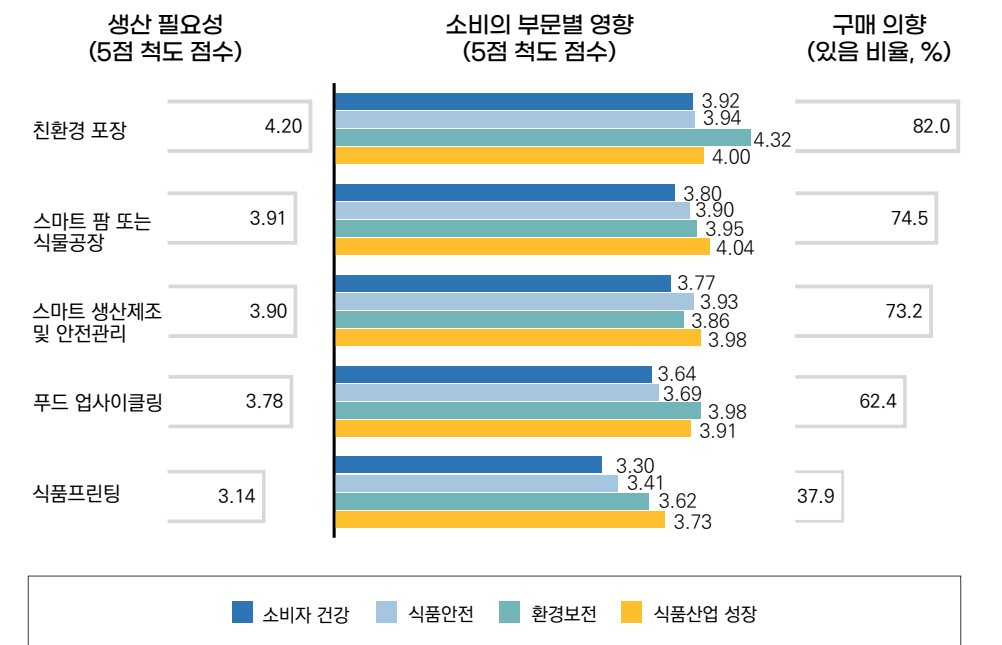
- 신기술 종류별 인지도(‘잘 알고 있다’ 비율)는 친환경 포장(33.4%), 스마트 팜 또는 식물 공장(23.3%), 스마트 생산제조 및 안전관리(12.9%), 푸드 업사이클링(9.3%), 식품 프린팅(5.5%) 순으로 높음.



- 신기술 적용 가공식품에 대한 구입의향과 생산 필요성 또한 신기술 종류별 인지도 순서와 동일함.
 - ▶ 친환경 포장 기술을 적용한 가공식품을 구입하겠다는 응답자 비율이 가장 높았고 (82.0%), 다음으로 스마트 팜 또는 식물공장 기술 적용 식품(74.5%), 스마트 생산제조 및 안전관리 기술 적용 식품(73.2%), 푸드 업사이클링 기술 적용 식품(62.4%), 식품프린팅 기술 적용 식품(37.9%) 순임.
 - ▶ 해당 신기술 적용 가공식품의 생산 필요성은 친환경포장(4.20), 스마트 팜 또는 식물 공장(3.91점), 스마트 생산제조 및 안전관리(3.90점), 푸드 업사이클링(3.78점), 식품 프린팅(3.14점) 순임.

- 또한 소비자들은 다섯 가지 신기술 가운데 푸드 업사이클링과 친환경 포장 기술 적용 식품의 소비가 ‘환경 보전’ 부문에 대해 가장 큰 영향을 미친다고 보았음. 나머지 신기술(식품프린팅, 스마트 생산제조 및 안전관리, 스마트 팜 또는 식물공장)을 적용한 가공식품 소비의 경우 ‘식품산업 성장’ 부문에 가장 긍정적인 영향을 미친다고 보았음.
 - ▶ 다섯 가지 신기술 모두 소비자 건강에 대한 긍정적 영향이 상대적으로 낮게 인식됨.
 - ▶ 인지도가 가장 낮은 식품프린팅 기술 적용 식품은 네 개 부문 모두에서 가장 낮은 영향을 미치는 것으로 평가됨.

신기술 적용 가공식품의 생산 필요성, 소비의 부문별 영향, 구매 의향



KREI 한국농촌경제연구원 <https://www.krei.re.kr/krei/index.do>

저자정보

- ▶ 주준형 연구원(061-820-2016), jhjoo@krei.re.kr
- ▶ 임지은 전문연구원(061-820-2273), jelim@krei.re.kr