

# 국가 푸드플랜에 대한 소비자의 인식 수준 비교 연구

## A Comparative Study on Consumers' Perception of National Food Plan

한정연, 윤희려  
국립공주대학교 외식상품학과

Jeong-yeon Han(hjylolol@naver.com), Hei-ryeo Yoon(avonle@kongju.ac.kr)

### 요약

국가 푸드플랜은 건강하고 품질 좋은 먹거리를 국민들에게 공급할 수 있는 체계 구축을 목표로 하며, 이와같은 푸드플랜 활성화에는 시민의 관심과 소비자의 참여가 중요하므로 푸드플랜에 대한 소비자 인식에 대한 비교 연구가 필요하다. 이에 따라 본 연구에서는 소비자의 푸드플랜에 대한 인지 및 이해를 제고하고, 소비자의 인식 수준에 따른 푸드플랜 관련 농업·농촌에 대한 인식 및 농·식품 소비 행태를 조사 분석 하고자 한다. 분석 결과, 소비자는 푸드플랜 관련 인식 수준 상·중·하의 3그룹으로 분류하였으며, 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 결혼여부 관계에서는 미혼은 하위그룹, 기혼은 상위그룹의 비율이 높으며, 연령에서는 가장 낮은 연령대와 가장 높은 연령대는 상위그룹에 비중이 높고 중간 연령대는 하위그룹 비중이 높게 나타났다. 푸드플랜 인식이 높은 그룹일수록, 농축산물 구입 시 친환경 식품 또는 동물복지 식품 중요성과 브랜드의 중요성 인식이 높고, 먹거리 생산 과정 관심정도가 높게 나타났다. 또한 푸드플랜 관련 인식이 높은 그룹 일수록 푸드플랜 관련 모든 항목에서 인식이 높게 나타났다. 본 연구에서 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 인구학적 특성, 푸드플랜 관련 농업·농촌에 대한 인식 및 농·식품 소비 행태에 차이가 나타나는 것을 알 수 있다.

■ 중심어 : | 먹거리 | 푸드플랜 | 소비자 | 인식수준 | 농업·농촌 |

### Abstract

The government is emphasizing for a National Food Plan with the aim of establishing a system that can supply healthy and high-quality food to the people. Since consumers' interest and participation are important in vitalizing local food plans, comparative studies on consumer perceptions of food plans are needed. Accordingly, the purpose of the study is to enhance consumers' awareness and understanding of food plans, and to investigate and analyze their perceptions of agriculture and rural areas, and agricultural food consumption behavior according to the level of consumer awareness. As a result of the analysis, consumers were classified into three groups based on the food plan-related awareness score. In terms of marital status unmarried people had a high proportion in the lower group, and married people had a high proportion in the upper group. The higher the perception of food plans, the higher the perception of the importance of eco-friendly or animal welfare foods and the importance of brands when purchasing agricultural and livestock products. The higher the awareness of food plans, the higher the interest of all aspects of food plans. In this study, it can be seen that there were differences in demographic characteristics according to the food plan recognition level groups, in awareness of food plan-related agriculture, and agricultural food product consumption behavior.

■ keyword : | Food | National Food Plan | Consumer | Awareness | Agriculture |

\* 이 논문은 2021년 공주대학교 학술연구지원사업의 연구지원에 의하여 연구되었음

접수일자 : 2022년 07월 07일

심사완료일 : 2022년 09월 05일

수정일자 : 2022년 08월 19일

교신처자 : 윤희려, e-mail : avonle@kongju.ac.kr

## I. 서론

우리나라는 빠른 산업화와 도시화로 변하는 과정에서 반복되는 대형 먹거리 사고, 먹거리 불평등 심화, 식생활 불균형 및 비만·성인병 증가, 도농경차 확대, 먹거리 정보와 정책에 대한 신뢰 저하 등 먹거리와 관련된 다양한 사회·경제적 문제가 발생하고 있다[1]. 또한 국민 농산물 소비량의 절반을 수입농산물에 의존(20년 곡물자급률 20.2%)하는 우리나라는 농업 생산기반이 서서히 파괴되고 식생활에 안전문제가 제기되며 먹거리 관련 위기감이 높아지고 있다[2].

과거에는 농·식품이 생산된 이후 소비·폐기되기까지의 경로와 절차, 즉 푸드시스템이 단순하고 범위도 비교적 한정적이었으며, 농·식품 관련 이슈도 주로 생산·공급을 중심으로 형성되었다. 그러나 경제사회적 여건 및 과학기술 등의 급속한 변화와 함께 농·식품 생산, 가공, 유통, 소비, 폐기 등으로 이어지는 푸드시스템이 복잡해지고 범위도 확대되었다. 또한 이러한 과정에서 다양한 이해관계자들이 결부되면서 농·식품에 관한 이슈·관심도 기존의 생산·공급에 한정되지 않고 식품 안전·품질, 건강·영양, 환경 등으로 다양해지고, 상호연관성과 파급 영향도 커지게 되었다[3].

국민들은 계속되는 먹거리 사고에 대해 불안해하며 건강한 먹을거리에 대한 관심이 누구나 보장받아야 할 먹거리 기본권<sup>1)</sup>으로 인식되는 추세이다. 이러한 다양한 먹거리 문제를 국가적 차원에서 대응해야 할 필요성이 대두 되면서 정부는 지속가능한 농식품 기반 조성<sup>2)</sup>과 건강하고 품질 좋은 먹거리를 공급할 수 있는 체계 구축을 목표로 푸드플랜(Food Plan: 먹거리 종합계획)을 국정과제로 제시 추진하고 있다. 지역 푸드플랜 수립 지방 자체단체는 20년 91개 지역이 완성 하였고, 25년 150개 지역을 목표로 진행하고 있다[4].

2015년 밀라노 국제 엑스포에서 51개국 117개 도시가 ‘밀라노 도시 푸드정책 협약(Milan urban Food Policy Pact)’을 체결하면서 전 세계적으로 주요 지역들을 중심으로 지역단위 푸드플랜이 논의 되면서 2000년대 이후 세계적으로 빠르게 확산되었다[3].

우리나라는 국가 푸드플랜을 수립하고 지역단위 먹거리 선순환체계 구축을 위한 지역 푸드플랜을 수립 및 지원을 발표하고[5], 직매장·공공급식을 중심으로 로컬푸드 소비를 확대함으로써 신선하고 안전한 먹거리 공급, 농업인 소득 증대, 지역 공동체 활성화, 푸드마일리지 감축 등 다양한 사회적 가치 실현을 목표로 푸드플랜 추진 중이다[6]. 지역 먹거리 계획 추진 근거 마련을 위한 농업·농촌 및 식품산업 기본법 개정안이 공포(2022.1.4.) 되었으며 지역 푸드플랜의 법적 근거를 마련하였다[7].

푸드플랜이란 지역의 먹거리에 대한 생산, 유통, 소비 등 관련 활동들을 하나의 선순환 체계로 묶어서 관리하여 지역 구성원 모두에게 안전하고 좋은 식품을 공급하고, 지역의 경제를 활성화시키며 환경을 보호하는 데 기여하도록 하는 종합적 관리 시스템이다. 푸드플랜은 소비자를 포함한 모든 국민이 필요로 하는 다양한 경제·사회·환경적 가치를 제공하는 국민농업으로의 전환을 대표하는 정책이며[1]. 지역 푸드플랜이란 먹거리의 지역 내 생산-소비 연계 강화(로컬푸드)를 기반으로, 취약계층 먹거리 복지 제고, 먹거리 안전 관리 및 환경부담 완화 등 지역의 먹거리 문제를 통합적으로 해결하기 위한 종합전략이다[6].

지역 푸드플랜은 먹거리 관련 사업에 시민의 관심과 호응에 비례하여 시장규모가 확대되는 특징이 있다[2]. 2019년 김종안의 연구에서는 푸드플랜에 대한 소비자의 인지정도는 27.5%로 나타났다[8]. 또한 농업·농촌에 대한 성인의 경우 농업, 농촌의 주요 역할은 식량의 안정적 공급(33.5%)이라는 인식이 가장 높게 나타났으며[9], 농업·농촌의 현재 기능에 대해 도시민은 안정적 식량 공급, 식품 안전성 향상, 지역 활성화, 환경 보전 순으로 중요하다는 인식이 나타났다[10].

지역 푸드플랜 활성화에는 시민의 관심과 소비자의 참여가 중요하므로 푸드플랜을 이해하고 함께 지속가능한 식생활을 실천할 수 있도록 푸드플랜에 대한 일반적인 소비자 인식에 대한 비교 연구가 필요하다. 현재 푸드플랜은 정책의 도입 단계이어서 푸드플랜 수립 및 활성화 연구보고서[2][3][8][11]와 지역별 사례분석을 통한 활성화 연구[12-14] 등이 있으며, 기존 연구에서는 정부정책과 생산중심으로 이루어져 먹거리 정책의 한

1. 먹거리 기본권: 모든 국민이 자신의 생존에 필수적인 최소한의 안전한 먹거리를 먹을 수 있도록 국가에 요구하거나 자유로운 이용을 방해받지 않을 권리

주체라고 할 수 있는 소비자 연구는 부족하다고 할 수 있다[15].

이에 본 연구에서는 일반 소비자의 국가 푸드플랜에 대한 인식 수준 비교 연구를 수행 하고자 다음과 같은 연구 문제를 제기해보자 한다.

첫째, 소비자의 국가 푸드플랜에 대한 인식을 파악 하고자 한다.

둘째, 국가 푸드플랜 관련하여 소비자의 농업·농촌에 대한 인식을 파악하고자 한다.

셋째, 소비자의 농·식품 소비 행태를 파악하고자 한다.

넷째, 소비자의 인식 수준에 따른 국가 푸드플랜 관련 인식을 비교 분석하고자 한다.

## II. 연구방법

### 1. 조사대상 및 자료수집 방법

본 조사의 연구 대상은 전국 만 18세 이상 성인 남녀 533명 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 기간은 2021년 11월 01일부터 11월 03일까지 총 3일간 진행하였다. 조사는 온라인 설문조사 전문기관인 '마크로밀 엠브레인'을 통해 진행되었다. 설문지는 푸드플랜, 먹거리 기본권, 농업·농촌의 공익적 기능, 지속가능한 식생활의 개념에 대한 질문 등으로 구성 하였으며, 조사방법은 자기기입식(self-administered) 방법으로 설문에 응답하였고 부실 응답된 설문지 없이 533명(응답률 100%)을 통계분석에 이용하였다. 본 연구는 공주대학교기관생명윤리위원회(IRB승인번호 : KNU\_IRB\_2021-115) 승인 후 본 조사를 실시하였다.

### 2. 조사내용 및 방법

본 연구를 위해 사용되는 설문지의 구성은 각 설문 변수와 관련 된 선행연구[8-10][13][14][16]의 검토를 통하여 목적과 방법에 맞게 선정 및 수정하여 구성하였다. 설문지의 구성내용은 성별, 연령, 학력, 결혼여부, 직업, 거주지, 소득 등의 인구통계학적 9문항, 푸드플랜 관련 인식 5문항, 농업·농촌 관련 6문항, 농·식품 구매 행동 3문항, 식생활 관련 인식 9문항, 총 32문항으로

구성하였다. 설문지의 인구통계학적 문항과 농·식품 구매행동을 제외한 나머지 문항은 리커트 5점 척도로 구성하였으며, 1점은 '전혀 그렇지 않다', 2점은 '그렇지 않다', 3점은 '보통이다', 4점은 '그렇다', 5점은 '매우 그렇다'로 구분하였다.

## 3. 분석방법

본 연구의 통계분석은 SPSS(ver 21.0)로 분석하였다. 농업·농촌 기능에 대한 소비자 인식 분석은 기술통계, 푸드플랜 인식 수준 3그룹과 인구통계학적 특성, 농·식품 구매행태 관계에는  $\chi^2$  분석, 푸드플랜 인식 3그룹에 따른 푸드플랜 관련 인식, 농·식품 관련 태도, 농업정책 또는 농업·농촌 문제에 대한 관심정도 차이 검증은 ANOVA로 분석하고 사후분석은 Scheffe test를 사용하였다. 인식 수준 3그룹을 분류하기 위하여 소비자의 푸드플랜 관련 인식 총 점수의 중위값을 중심으로 상위 66.7% 이상은 상위그룹(G1), 66.6%-33.4%는 중간그룹(G2), 33.3%이하는 하위그룹(G3)으로 나누었다.

## III. 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 특성

#### 1.1 소비자의 푸드플랜 인식 3그룹 분류

조사대상자의 인식 수준 3그룹을 분류하기 위하여, 푸드플랜 관련 5항목 인식 총 점수의 중위 값(상위 50%=2.80)을 중심으로 상위 66.7% 이상은 상위그룹(G1), 66.6%-33.4%는 중간그룹(G2), 33.3%이하는 하위그룹(G3)으로 나누었다. 상위그룹 G1(3.38±.38)은 213명, 중간그룹 G2(2.70±.10)은 110명, 하위그룹 G3(1.93±.42)은 210명으로 나누었다. 분석결과 [표 1]과 같다.

표 1. 푸드플랜 인식 수준 3그룹 분류 (N=533)

구분	상위그룹 G1(N=213)	중간그룹 G2(N=110)	하위그룹 G3(N=210)
범위(%)	≥66.7%	66.6%-33.4%	≤33.3%
평균(M±SD)	3.38±.38	2.70±.10	1.92±.42

1.2 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 인구통계학적 특성

푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 인구통계학적 특성 분석 결과는 [표 2]와 같다. 푸드플랜 인식 수준 그룹과 성별에서는 유의적인 차이는 나타나지 않았다. 푸드플랜 인식 수준 그룹과 결혼여부에서는 유의적인 차이가 나타났다( $P < .05$ ). 미혼에서는 (G3)그룹이 120명(57.1%)으로 가장 높게 나타났지만, 기혼은 (G1)그룹이 119명(55.9%)으로 가장 높게 나타났다. 푸드플랜 인식 수준 그룹과 연령에서는 유의적인 차이가 나타났다( $P < .05$ ). 만18-29세에서는 (G1)그룹 65명(30.5%), 만30-39세에서는 (G3)그룹 77명(36.7%), 만40-49세에서는 (G3)그룹 51명(24.3%), 만50세 이상에서는 (G1)그룹 45명(21.1%)이 가장 높게 나타났다. 푸드플랜 인식 수준 그룹과 소득에서는 유의적인 차이는 나타나지 않았다.

분석 결과 결혼여부에서는 미혼보다는 기혼이 푸드플랜 인식 상위그룹에 높게 나타났다. 연령에서는 푸드플랜 인식 수준 상위그룹은 가장 낮은 연령대 만18-29세와 가장 높은 연령대 만50세 이상에서 높게 나타났고, 푸드플랜 인식 수준 하위그룹은 중간 연령대 만30-39세와 만40-49세에서 높게 나타났다.

표 2. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 인구통계학적 특성 (N=533)

구분	상위그룹 G1 (N=213)	중간그룹 G2 (N=110)	하위그룹 G3 (N=210)	전체 (N=533)	$\chi^2$	P
성별	남자	71 (33.3)	40 (36.4)	79 (37.6)	.87	.645
	여자	142 (66.7)	70 (63.6)	131 (62.4)		
	전체	213 (100.0)	110 (100.0)	210 (100.0)		
결혼여부	미혼	94 (44.1)	55 (50.0)	120 (57.1)	7.17	.028*
	기혼	119 (55.9)	55 (50.0)	90 (42.9)		
	전체	213 (100.0)	110 (100.0)	210 (100.0)		
연령	만18-29세	65 (30.5)	33 (30.0)	61 (29.0)	12.58	.050*
	만30-39세	57 (26.8)	37 (33.6)	77 (36.7)		
	만40-49세	46(21.6)	25 (22.7)	51 (24.3)		
	만50세	45(21.1)	15	21		

	이상	(13.6)	(10.0)	(15.2)			
	전체	213 (100.0)	110 (100.0)	210 (100.0)			533 (100.0)
소득	300만원 미만	36(16.9)	29 (26.4)	52 (24.8)	117 (22.0)	7.73	.258
	500만원 미만	78(36.6)	29 (26.4)	70 (33.3)	177 (33.2)		
	700만원 미만	54(25.4)	31 (28.2)	47 (22.4)	132 (24.8)		
	700만원 이상	45(21.1)	21 (19.1)	41 (19.5)	107 (20.1)		
	전체	213 (100.0)	110 (100.0)	210 (100.0)	533 (100.0)		

\* $p < .05$ / G1 상위그룹, G2 중간그룹, G3 하위그룹

2. 조사대상자의 푸드플랜 인식

2.1 푸드플랜에 대한 소비자의 인식 분석

푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 푸드플랜 관련 인식 분석 결과는 [표 3]과 같다. 소비자의 푸드플랜 관련 인식 전체평균은  $2.67 \pm .74$ 로 나타났다. '로컬푸드에 대해 알고 있는지요'가 가장 높은 평균점수  $3.49 \pm .92$ 로 나타났고, '푸드플랜 또는 먹거리 종합계획에 대해 알고 있는지요'가 가장 낮은 평균점수  $2.07 \pm .89$ 로 나타났다.

표 3. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 푸드플랜 관련 인식 분석 (N=533)

구분	상위그룹 G1(N=213) N±SD	중간그룹 G2(N=110) N±SD	하위그룹 G3(N=210) N±SD	전체 (N=533) N±SD	F/p
푸드플랜 또는 먹거리 종합계획에 대해 알고 있는지요?	2.78±.78 <sup>a</sup>	1.90±.65 <sup>b</sup>	1.44±.51 <sup>c</sup>	2.07±.89	225.73***
로컬푸드(지역농·축산물)에 대해 알고 있는지요?	4.06±.54 <sup>a</sup>	3.53±.65 <sup>b</sup>	2.89±.99 <sup>c</sup>	3.49±.92	122.56***
먹거리 기본권에 대해 알고 있는지요?	3.20±.76 <sup>a</sup>	2.53±.59 <sup>b</sup>	1.68±.60 <sup>c</sup>	2.46±.95	276.05***
농업·농촌의 공익적 기능 <sup>2</sup> 과 가치에 대해 알고 있는지요?	3.38±.69 <sup>a</sup>	2.68±.57 <sup>b</sup>	1.76±.64 <sup>c</sup>	2.59±.97	331.24***
지속가능한 식생활에 대해 알고 있는지요?	3.49±.65 <sup>a</sup>	2.88±.70 <sup>b</sup>	1.88±.72 <sup>c</sup>	2.73±.00	292.14***
전체	3.38±.38 <sup>a</sup>	2.70±.10 <sup>b</sup>	1.93±.42 <sup>c</sup>	2.67±.74	

\*\*\* $p < .001$ / G1 상위그룹, G2 중간그룹, G3 하위그룹

2. 농업·농촌의 공익적 기능(가치): 식량의 안정적 공급, 농촌 경관 및 환경 보전, 수자원 확보와 홍수 방지, 생태계 보전, 지역사회 유지, 전통문화 계승 등 농업·농촌이 수행하는 국민과 사회에 이로움을 주는 다양한 기능과 이러한 기능의 가치

푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 푸드플랜 또는 먹거리 종합계획 인식 차이는 유의하게 나타났고( $p < .001$ ), (G1)그룹( $M=2.78$ ), (G2)그룹( $M=1.90$ ), (G3)그룹( $M=1.44$ ) 순으로 나타났다. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 로컬푸드 인식 차이는 유의하게 나타났고( $p < .001$ ), (G1)그룹( $M=4.06$ ), (G2)그룹( $M=3.53$ ), (G3)그룹( $M=2.89$ ) 순으로 나타났다. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 먹거리 기본권 인식 차이는 유의하게 나타났고( $p < .001$ ), (G1)그룹( $M=3.20$ ), (G2)그룹( $M=2.53$ ), (G3)그룹( $M=1.68$ ) 순으로 나타났다. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 농업·농촌의 공익적 기능과 가치 인식 차이는 유의하며( $p < .001$ ), (G1)그룹( $M=3.38$ ), (G2)그룹( $M=2.68$ ), (G3)그룹( $M=1.76$ ) 순으로 나타났다. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 지속가능한 식생활 인식 차이는 유의하게 나타났고( $p < .001$ ), (G1)그룹( $M=3.49$ ), (G2)그룹( $M=2.88$ ), (G3)그룹( $M=1.88$ ) 순으로 나타났다.

본 분석을 통해 푸드플랜 관련 상위 인식 그룹은 푸드플랜 관련 모든 항목에서 인식이 높다는 것을 알 수 있으나, 푸드플랜에 관련한 모든 질문 항목에 대하여 소비자의 푸드플랜 인식점수는 대체적으로 낮은 것으로 나타났다. 소비자는 로컬푸드, 지속가능한 식생활, 농업·농촌의 공익적 기능과 가치, 먹거리기본권, 푸드플랜 또는 먹거리 종합계획 순으로 인식하고 있는 것이 확인 된다. 소비자의 푸드플랜 관련 인식 항목 중 '로컬푸드에 대해 알고 있다'가 가장 높은 점수를 나타내었으며, 이것은 국내에서 2008년 이후 전북완주에서 로컬푸드 실현을 위한 '약속 프로젝트 5개년 계획' 시작과 2013년 농림축산식품부에서 지역농산물 사용 활성화 정책·사업 실시[17] 등으로 인한 것으로 사료 된다.

푸드플랜에서 설명되는 농업·농촌 기능에 대한 소비자의 인식 분석 결과 [표 4]와 같다. 농업·농촌 기능에 대한 소비자의 인식 전체 전체평균은  $4.09 \pm .67$ 로 나타났다. '농업·농촌의 기능 중 식품안전성 향상이 중요한가요'가 가장 높은 평균점수  $4.24 \pm .63$ 로 나타났고, '농업·농촌의 기능 중 전통 문화유산 보존·계승이 중요한가요'가 가장 낮은 평균점수  $3.79 \pm .77$ 로 나타났다. 본 연구에서 소비자들의 농업·농촌 기능의 중요성에 대한 인식 점수는 전체적 높은 편으로, 인식 순위는 식품안전성 향상, 농촌지역 활성화, 농촌·환경 보존, 안정적 식

량공급, 전통 문화유산 보존·계승 순으로 나타났다. 성인의 경우 농업, 농촌의 주요 역할은 식량의 안정적 공급이라는 인식이 가장 높게 나타나는 선행연구[9]와 농업·농촌의 현재 기능에 대해 도시민은 안정적 식량 공급, 식품 안전성 향상 등 순으로 중요하다는 선행 연구[10]와 상이하게 본 연구에서는 농업·농촌 기능 중 식품안전성 향상을 가장 중요하게 인식하는 것으로 나타났다.

표 4. 푸드플랜에서 설명되는 농업·농촌 기능에 대한 소비자의 인식 분석 (N=533)

구분	N±SD
농업·농촌의 기능 중 식품안전성 향상이 중요한가요?	4.24±.63
농업·농촌의 기능 중 농촌지역 활성화(지역경제)가 중요한가요?	4.15±.68
농업·농촌의 기능 중 농촌·환경 보존이 중요한가요?	4.14±.68
농업·농촌의 기능 중 안정적 식량공급이 중요한가요?	4.11±.61
농업·농촌의 기능 중 전통 문화유산 보존·계승이 중요한가요?	3.79±.77
전체	4.09±.67

## 2.2 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 농업정책 또는 농업·농촌 문제에 대한 관심정도 분석

푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 농업정책 또는 농업·농촌 문제에 대한 인식 차이 분석 결과 [표 5]와 같다. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 농업정책 또는 농업·농촌 문제에 대한 관심정도 차이는 유의하게 나타났고( $p < .001$ ), (G1)그룹( $M=3.26$ ), (G2)그룹( $M=2.86$ ), (G3)그룹( $M=2.37$ ) 순으로 나타났다. 본 분석을 통해 농업정책 또는 농업·농촌 문제에 대한 관심정도가 높을 수록 푸드플랜 인식 수준이 높은 것을 알 수 있다.

표 5. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 농업정책 또는 농업·농촌 문제에 대한 인식 차이 분석 (N=533)

구분	상위그룹 G1(N=213) N±SD	중간그룹 G2(N=110) N±SD	하위그룹 G(N=210) N±SD	F/p
농업정책 또는 농업·농촌 문제에 대한 관심 정도	3.26±.90 <sup>a</sup>	2.86±.67 <sup>b</sup>	2.37±.89 <sup>c</sup>	65.00***

\*\*\* $p < .001$ / G1 상위그룹, G2 중간그룹, G3 하위그룹

### 3. 조사대상자의 농·식품 소비행태

#### 3.1 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 농·식품 구매 행태 분석

푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 농·식품 구매 행태 분석은 결과 [표 6]와 같다. 푸드플랜 인식 수준 그룹과 농축산물 구매 장소 관계에서는 유의적인 차이가 나타났다( $P<.01$ ). (G1)그룹에서는 ‘슈퍼마켓’ 155명(72.8%), ‘재래시장’ 21명(9.9%), ‘친환경 식품 전문점’ 19명(8.9%), ‘기타’ 18명(8.5%) 순으로 나타났고, (G2)그룹에서는 ‘슈퍼마켓’ 86명(78.2%), ‘재래시장’ 15명(13.6%), ‘기타’ 5명(4.5%), 전문점 4명(3.6%) 순으로 나타났고, (G3)그룹에서는 ‘슈퍼마켓’ 171명(81.4%), ‘기타’ 20명(9.5%), ‘재래시장’ 16명(7.6%), ‘친환경 식품 전문점’ 3명(1.4%) 순으로 나타났으며 기타는 ‘온라인(인터넷, 모바일, 홈쇼핑 등)’과 ‘편의점’이다. 푸드플랜 인식 수준 그룹과 농축산물 구매장소 관계에서 푸드플랜 인식 수준 3그룹 모두 슈퍼마켓에서 구매를 많이 하지만 두 번째로 구매하는 장소가 차이가 있었다.

푸드플랜 인식 수준 그룹과 온라인 구매식품 관계에서는 유의적인 차이가 나타났다( $P<.05$ ). 푸드플랜 인식 수준 3그룹 모두 온라인으로 HMR 구매를 가장 많이 하며 두 번째로 가공식품, 세 번째로 건강식품 순으로 구매하는 등 식품 구매 행태에서 차이가 있다.

표 6. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 농·식품 구매 행태 분석 (N%)

구분	상위 그룹 G1 (N=213)	중간 그룹 G2 (N=110)	하위 그룹 G3 (N=210)	전체 (N=533)	$\chi^2$	P
농축산물 구매 장소	슈퍼마켓	155 (72.8)	86 (78.2)	171 (81.4)	18.60	.005**
	재래시장	21 (9.9)	15 (13.6)	16 (7.6)		
	친환경 식품 전문점	19 (8.9)	4 (3.6)	3 (1.4)		
	기타	18 (8.5)	5(4.5)	20 (9.5)		
	전체	213 (100.0)	110 (100.0)	210 (100.0)		
온라인 구매 식품	농산물	32 (15.0)	9 (8.2)	20 (9.5)	18.61	.045*
	축산물	25 (11.7)	11 (10.0)	18 (8.6)		

가공식품	36 (16.9)	24 (21.8)	37 (17.6)	97 (18.2)
건강식품	33 (15.5)	16 (14.5)	22 (10.5)	71 (13.3)
HMR	85 (39.9)	48 (43.6)	101 (48.1)	234 (43.9)
기타	2 (0.9)	2 (1.8)	12 (5.7)	16 (3.0)
전체	213 (100.0)	110 (100.0)	210 (100.0)	533 (100.0)

\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ / G1 상위그룹, G2 중간그룹, G3 하위그룹

#### 3.2 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 소비자의 농·식품 관련 태도 분석

푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 소비자의 농·식품 관련 태도 분석 결과 [표 7]와 같다. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 농축산물 구입 시 친환경 식품 또는 동물복지식품 중요성 태도 차이는 유의하게 나타났고 ( $p<.001$ ), (G1)그룹( $M=3.78$ ), (G2)그룹( $M=3.61$ ), (G3)그룹( $M=3.38$ ) 순으로 나타났다. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 농축산물을 구입 시 브랜드 중요성 태도 차이는 유의하게 나타났고( $p<.001$ ), (G1)그룹( $M=3.37$ ), (G2)그룹( $M=3.06$ ), (G3)그룹( $M=2.95$ ) 순으로 나타났다. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 음식을 직접 조리의 중요성 태도 차이는 유의하게 나타났고 ( $p<.001$ ), (G1)그룹( $M=3.97$ ), (G2)그룹( $M=3.71$ ), (G3)그룹( $M=3.64$ ) 순으로 나타났다. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 현재의 식생활 만족정도 태도 차이는 유의하게 나타났고( $p<.01$ ), (G1)그룹( $M=3.58$ ), (G2)그룹( $M=3.39$ ), (G3)그룹( $M=3.36$ ) 순으로 나타났다. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 먹거리 생산과정 관심정도 태도 차이는 유의하게 나타났고( $p<.001$ ), (G1)그룹( $M=3.80$ ), (G2)그룹( $M=3.45$ ), (G3)그룹( $M=3.03$ ) 순으로 나타났다. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 농축산물 구입 시 품질(맛), 가격, 포장상태 중요성 태도 차이는 유의하게 나타나지 않았다.

소비자의 농·식품 관련 태도 분석 결과 농축산물 구입시, ‘농축산물 품질(맛)’이 가장 높은 평균점수  $4.25 \pm .63$ 을 나타냈고, ‘농축산물 브랜드’가 가장 낮은 평균점수  $3.14 \pm .93$ 으로 나타났으며 소비자의 농축산물 구입 시 중요성 순위로는 농축산물 품질(맛), 농축산물 가격, 농축산물 포장상태, 농축산물의 친환경식품 또는 동물복지식품, 농축산물 브랜드 순으로 나타났다.

표 7. 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 소비자의 농·식품 관련 태도 분석 (N=533)

구분	상위그룹 G1 N=213 N±SD	중간그룹 G2 N=110 N±SD	하위그룹 G3 N=210 N±SD	전체 N=533 N±SD	F/p
농축산물 구입 시 품질(맛) 중요성	4.29±.63	4.24±.60	4.22±.66	4.25±.63	.719
농축산물 구입 시 가격 중요성	4.08±.66	4.11±.67	4.16±.68	4.12±.67	.712
농축산물 구입 시 포장상태 중요성	3.82±.75	3.65±.72	3.70±.83	3.74±.78	2.204
농축산물 구입 시 친환경 또는 동물복지 식품 중요성	3.78±.88 <sup>a</sup>	3.61±.85 <sup>bc</sup>	3.38±.92 <sup>c</sup>	3.59±.90	10.995 <sup>***</sup>
농축산물을 구입 시 브랜드 중요성	3.37±.91 <sup>a</sup>	3.06±.92 <sup>bc</sup>	2.95±.92 <sup>c</sup>	3.14±.93	11.781 <sup>***</sup>
음식을 직접 조리하는 중요성	3.97±.79 <sup>a</sup>	3.71±.82 <sup>bc</sup>	3.64±.90 <sup>c</sup>	3.78±.85	8.668 <sup>***</sup>
현재의 식생활 만족정도	3.58±.71 <sup>a</sup>	3.39±.72 <sup>bc</sup>	3.36±.85 <sup>c</sup>	3.45±.78	4.735 <sup>**</sup>
먹거리 생산과정 관심정도	3.80±.63 <sup>a</sup>	3.45±.76 <sup>b</sup>	3.03±.95 <sup>c</sup>	3.42±.86	49.550 <sup>***</sup>

\*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001/ G1 상위그룹, G2 중간그룹, G3 하위그룹

## VI. 요약 및 결론

본 연구에서는 푸드플랜에 대한 소비자의 인식의 차이를 살펴보고자 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 인구통계학적 특성, 농·식품 관련 구매행태 및 태도, 푸드플랜 인식, 농업정책 또는 농업·농촌 문제에 대한 관심정도 차이의 비교 분석과 농업·농촌 기능에 대한 소비자의 인식을 분석하였다.

연구결과, 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 인구통계학적 특성 중 결혼여부에서는 미혼보다는 기혼이 푸드플랜 관련 인식 수준이 높으며 가장 낮은 연령대 만 18-29세와 가장 높은 연령대 만 50세 이상이 푸드플랜 관련 인식 수준이 높으며 중간 연령대 만 30-39세와 만 40-49세는 푸드플랜 관련 인식 수준이 낮은 것으로 조사 되었다. 선행연구[10][20]에서는 연령대가 높을수록 농업정책과 농업·농촌에 대한 관심, 농업·농촌의 공익적 기능의 가치 인식이 높은 것으로 나타나지만 본 연구에서 50대 이상 연령과 만 18-29세가 푸드플랜 관련 인식이 높은 것으로 나타나고, 50대 이상 연령 외 만 18-29세가 만 30-39세와 만 40-49세보다 푸드플랜 관

련 인식이 높은 것을 확인 할 수 있다. 이는 만 18-29세에 해당하는 Z세대를 정의하면 1995년부터 2010년 사이에 태어난 세대를 가리키며, 급격한 기후 변화로 인한 자연 재해가 빈번히 일어나는 것을 경험한 Z세대는 사회와 환경에 관심을 갖고 있으며 세상을 변화시키고자 한다[22]. 코로나 19 이후 기후 및 환경에 관심이 늘어나면서 자연환경과 공존하는 가치소비[23]에 대한 인식이 젊은 세대에서 달라지고 있는 것과 관련이 있다고 사료되며 젊은세대의 소비 가치관이 먹거리에도 도입되고 있는 것을 알 수 있다.

소비자의 푸드플랜 인식 조사 결과, 소비자는 푸드플랜에 관련하여 5가지 항목에서 전체적으로 인식(M=2.67)이 낮은 것으로 나타났으며, 로컬푸드, 지속가능한 식생활, 농업·농촌의 공익적 기능과 가치, 먹거리 기본권, 푸드플랜 또는 먹거리 종합계획 순으로 인식하는 것이 확인 된다. 푸드플랜 관련 인식이 높은 그룹일수록 푸드플랜 관련 모든 항목에서 인식이 높은 것으로 나타났다. 또한 푸드플랜 인식 수준이 높은 그룹일수록 농업정책 또는 농업·농촌 문제에 대한 관심이 높다는 것을 알 수 있다.

본 연구에서 푸드플랜 또는 먹거리 종합계획에 대해 소비자 인식이 가장 낮게 나타났으며, 2018년 국가 푸드플랜 수립 이후 응답자의 25.7%만 푸드플랜에 대해서 인지한다는 2019년 농림축산식품부의 연구결과와 비슷한 결과를 나타냈다[8]. 또한 로컬푸드를 가장 높게 인식 함에도 불구하고 2019년 농림축산식품부 조사결과 로컬푸드를 정확히 인지하는 경우는 49.4%에 불과하여 국가에서는 푸드플랜에 관련하여 모든 항목에 인식 개선을 위해 다양한 방안이 시급하다고 사료된다.

푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 푸드플랜 관련 인식 분석에서 소비자는 농업·농촌의 공익적 기능에 대한 인식이 낮은 편이지만, 푸드플랜에서 설명되는 농업·농촌 기능마다 중요하다는 인식이 높은 것을 알 수 있다. 소비자는 농업·농촌 기능 중 식품안전성 향상을 가장 중요하게 생각하며 전통 문화유산 보존 계승이 가장 중요하지 않다고 인식하는 결과가 나타났다. 2009년 식생활교육지원법 개정 후 전통 식문화와 관련된 식생활교육이 홍보·강화 되었음에도 불구하고 전통 식문화에 대한 중요성 인식은 낮은 것으로 나타나, 향후 농업·농촌

이 식량 공급, 경제적 관점은 물론 문화계승적 관점으로 인식될 수 있도록 다양한 홍보 및 교육 기획이 필요할 것으로 사료된다.

소비자의 농·식품 구매행동을 살펴본 결과 푸드플랜 인식 수준 그룹과 농축산물 구매장소, 온라인 구매식품 관계에서는 유의적 차이가 있다. 소비자의 농축산물 구매장소는 슈퍼마켓에서 구매하는 비율이 매우 높게 나타났고 온라인으로는 HMR 구매 비율이 가장 높게 나타났다. 코로나-19 이후의 다양한 음식점 배달 서비스, 소비자의 신선식품을 구매하기 위한 온라인 배송 선호, 밀키트 시장의 확대 등의 소비변화는 일회용품 사용 증가, 포장재 낭비, 가공식품 제조·배달 에너지 사용 증가로 인해 환경적 지속가능성을 해치는 요인이 발생하고 있으므로[21], 다양한 소비변화에 따른 친환경적 제품·서비스는 물론 이와 관련된 지속가능한 식생활 인식 개선이 시급하다고 하겠다.

소비자의 농·식품 관련 태도를 살펴본 결과 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 농축산물 구입 시 친환경식품 또는 동물복지식품 중요성, 농축산물 구입 시 브랜드 중요성, 직접 조리의 중요성, 현재의 식생활 만족정도, 먹거리 생산과정 관심정도와 유의한 차이가 있고, 푸드플랜 인식 수준이 높은 그룹 일수록 인식 평균 점수가 높은 것을 확인 할 수 있다. 소비자의 농축산물 구입 시 중요성 순위로는 농축산물 품질(맛), 농축산물 가격, 농축산물 포장상태, 농축산물의 친환경식품 또는 동물복지식품, 농축산물 브랜드 순으로 나타났다. 품질(맛)과 가격, 포장상태는 푸드플랜 인식 수준 그룹 간 차이가 없었고 실제 식품 구입 시, 품질(맛)과 가격, 위생 등은 당연한 품질로 인식하기 때문에 그룹 간 차이가 없음을 본 연구에서 확인할 수 있다. 포장상태 역시 중요하다고 해도 실제 구매 시 영향력이 낮은 경우가 많고 오히려 포장단위가 영향력이 있다고 사료된다[19].

본 연구에서 푸드플랜 인식 수준 그룹에 따른 인구학적 특성, 푸드플랜 관련 농업·농촌에 대한 인식 및 농·식품 소비 행태에 차이가 나타나는 것을 알 수 있었으며, 소비자는 푸드플랜에 관련하여 모든 요인에서 전체적으로 인식이 낮으며 푸드플랜에 대한 소비자의 관심과 참여는 중요함으로 푸드플랜에 관련하여 모든 요인에 인식 개선을 위해 다양한 방안이 시급하다고 사료된다.

## 참고 문헌

- [1] 김종안, 최문식, 길청순, 황윤재, *푸드플랜 추진전략 활성화 방안*, 한국농촌경제연구원, 2018.
- [2] 정은미, 최병욱, 최재현, *지역 푸드플랜 실태와 정책과제*, 한국농촌경제연구원, 2019.
- [3] 황윤재, 김경필, 최재현, *국가 먹거리 종합전략수립 방안 연구*, 한국농촌경제연구원, 2018.
- [4] 농림축산식품부, *관계부처합동, 지속가능한 식량 생산-소비 시스템 구축*, 2021.
- [5] 농림축산식품부, *2018년 주요업무계획*, 2018.
- [6] 농림축산식품부, *우리 지역 먹거리를 더 가치있게! 농식품부가 전폭적으로 지원합니다*, 2020.
- [7] 농림축산식품부, *지역 먹거리계획의 체계적인 수립·시행 지원 근거 마련*, 2022.
- [8] 김종안, *지역단위 푸드플랜 기초모델 개발 연구*, 농림축산식품부, 지역농업네트워크협동조합, 2019.
- [9] 황윤재, 주준형, *2020년 국민 식생활 실태조사*, 한국농촌경제연구원, 2020.
- [10] 우병준, 정도채, 박혜진, *농업·농촌에 대한 2020년 국민의식 조사 결과*, 한국농촌경제연구원, 2020.
- [11] 황영모, *국가 먹거리 종합전략 수립 연구*, 대통령 직속 농업·농어촌 특별위원회, 2020.
- [12] 정덕, *춘천시의 먹거리 보장에 대한 사례 분석과 푸드플랜의 적용가능성 연구*, 한림대학교 대학원, 석사학위논문, 2018.
- [13] 김종남, *대전·충청·세종 지역의 로컬푸드 활성화 연구: 소비자, 지역 농민, 매장관계자의 인식 비교를 중심으로*, 충남대 대학원, 석사학위논문, 2020.
- [14] 전은자, *주민 기반의 도시형 푸드플랜 발전방향: 서대문구를 중심으로*, 성공회대학교·NGO대학원, 석사학위논문, 2020.
- [15] 양석준, "지역 먹거리 종합계획 구축 요인에 대한 소비자의 가치 지각에 관한 연구," *글로벌경영학회, 동계국제학술대회*, 제2018권, 제2호, pp.33-139, 2018.
- [16] 김상효, 이계임, 허성윤, 최재현, 신성용, 박인호, *2019 식품소비행태조사 기초분석보고서*, 한국농촌경제연구원, 2019.
- [17] 농림축산식품부, *로컬푸드 확산을 위한 3개년 추진 계획*, 2019.
- [18] 이상엽, 김일환, 장종화, "건강관심도와친환경농산물 구매행위와의 관련성에 관한 연구," *한국자치행정학회*, 제25권, 제1호, pp.77-100, 2011.

- [19] 이기우, 최충돈, 조재욱, 김충실, “복숭아 당도 표시 소포장 판매 사례 분석,” 한국식품유통학회, 제21권, 제3호, pp.21-36, 2004.
- [20] 박서윤, *농업·농촌의 공익적 기능인지 및 중요도 평가에 영향을 미치는 요인 분석*, 전남대학교 대학원, 석사학위논문, 2020.
- [21] <http://www.nongmin.com/opinion/OPP/SWE/TME/330172/view>
- [22] 이현중, *젠더리스 스타일을 응용한 Z세대메이크업 디자인 제품 이미지개발 연구*, 한양대학교 융합산업대학원, 석사학위논문, 2019.
- [23] <http://www.pckworld.com/article.php?aid=9226145398>

#### 저 자 소 개

윤 혜 려(Hei-ryeo Yoon)

정회원



- 1993년 5월 : University of Illinois at Chicago(이학석사)
- 1997년 5월 : Texas Woman's University(Ph.D)
- 2006년 ~ 현재 : 국립공주대학교 외식상품학과 교수

〈관심분야〉 : 외식경영, 푸드비즈니스, 상품개발

한 정 연(Jeong-yeon Han)

정회원



- 2022년 8월 : 국립공주대학교 외식상품학과(이학석사)

〈관심분야〉 : 외식경영, 푸드비즈니스, 상품개발