

채소류 구입행태 조사 · 분석 - 5대 채소와 김치를 중심으로

이상현(강원대학교 농업자원경제학과 교수)
홍성민(강원대학교 농업자원경제학과 석사과정)

김상호, 문동현, 지정훈 | KREI 농식품시스템연구부

개요

한국농촌경제연구원은 농림축산식품부의 의 「2020년도 농식품 소비정보 분석사업」을 수행 중임. 「농식품 소비정보 분석사업」에서는 우리나라 가구의 농식품 소비 및 식생활 현황을 정기적으로 조사하고 있으며, 본 웹진에서는 채소류 구입행태에 대한 조사 및 분석결과를 소개함.

채소류 구입행태를 조사하기 위해 2020년 11월 2,000명의 식품 주구입자를 대상으로 설문조사를 실시함.

구분	조사시점	조사 가구 수	조사 대상	조사방식
11월 조사	2020.11.26. ~ 12.3.	2,000가구	20대 이상, 60대 이하의 식품 주구매자	온라인 설문조사

종합의견

- 우리나라 가구는 5대 채소류(마늘, 양파, 고추, 배추, 무)를 주로 오프라인 매장에서 구입하고, 대부분 주로 손질되지 않은 원재료 상태로 구입하지만 손질된 상태로 구입하는 경우도 적지 않은 수준
- 특히, 마늘은 깐마늘을 구입하는 경우가 많고, 양파를 깐양파로 구입하거나 배추를 절임배추로 구입하는 경우도 적지 않아
- 채소류 구매 시 국내산 채소를 구매한다는 응답이 거의 90%를 넘었고, 김치의 경우도 국내산을 구입한다는 응답이 87%였음.
- 연령대가 높을수록 국내산 채소 구입 비중이 높고, 30대에서 40대로 넘어서면서 국내산 채소 구입 비중이 크게 증가
- 구매하는 식품의 원재료로 친환경 채소가 사용된 경우 또는 구매하는 채소류가 사용하기 편하게 전처리된 경우 다수의 소비자는 10% 정도 비싼 가격도 지불할 의향이 있는 것으로 조사됨.
- 가구의 내년 채소류 구입은 온라인 매장보다 오프라인 매장에서 올해에 비해 더 늘어날 수 있을 것으로 전망됨.
- 이는 코로나19 종식 시 사람들의 외부활동이 늘어나고, 더불어 오프라인 매장을 통한 채소류 구입도 증가할 것이라는 예상과 같은 맥락임.

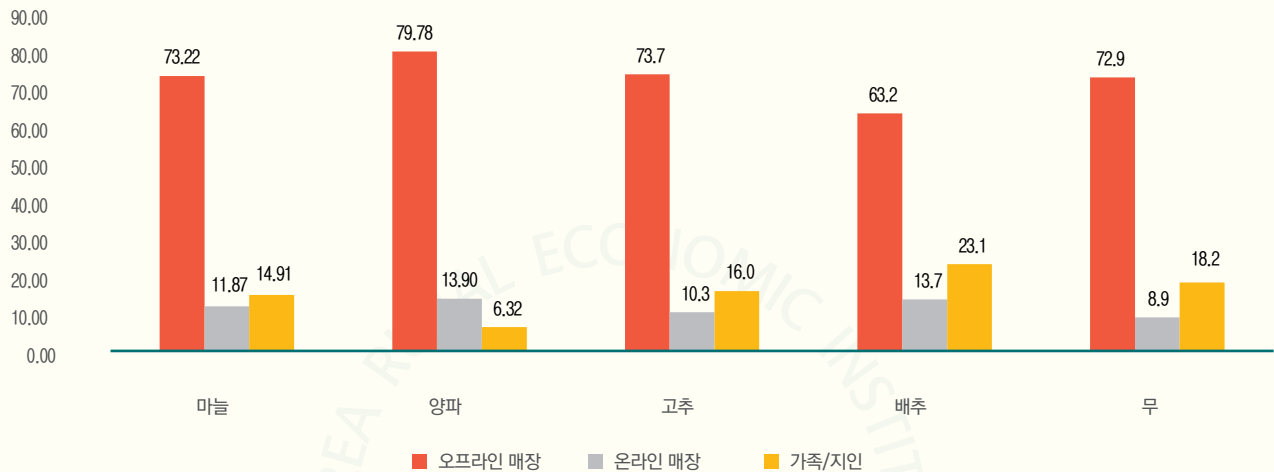
01 우리나라 가구의 채소류 구입행태 일반

5대 채소류 모두 오프라인으로 구매하는 경우가 많아

- 최근 2주를 기준으로 채소 구입 경로를 조사한 결과 오프라인 매장에서 채소를 구매하는 비중이 대체로 70%를 상회하며, 양파의 경우 오프라인 매장에서 구입한다는 비중이 거의 80% 수준
- 온라인에서 채소류를 구입한다는 응답 비중도 낮지 않은데, 양파와 배추가 약 14% 수준으로 가장 높고, 다음으로 마늘 11.9%, 고추 10.3% 순
- 배추 구매 경로의 경우 가족/지인으로부터 얻는다는 응답이 23.1%로 비교적 높은 편

[그림1. 5대 채소류 구입 경로]

단위: %



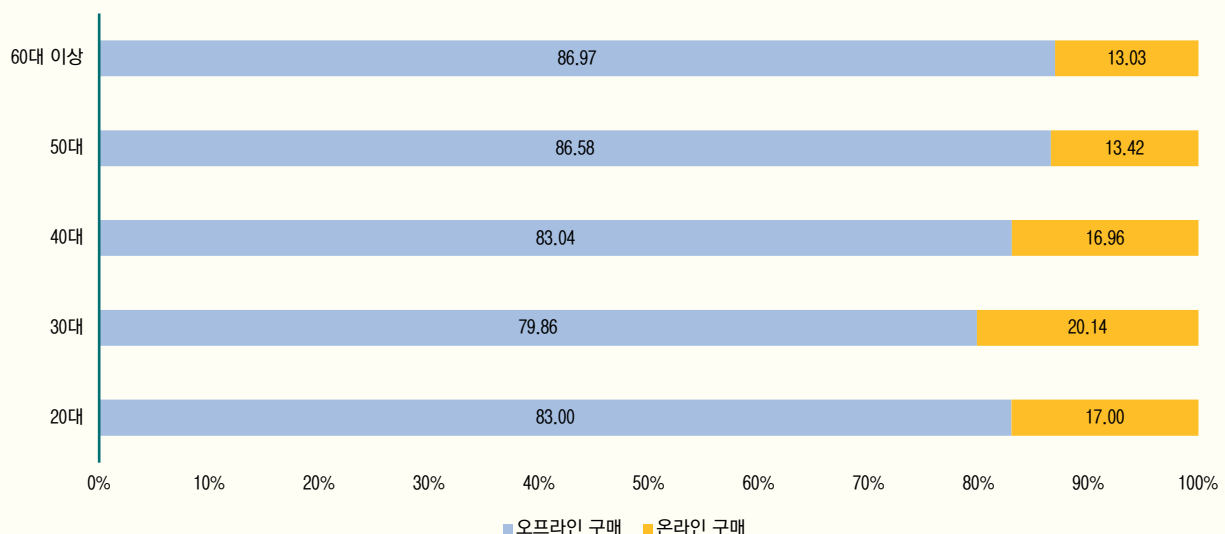
자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

온라인으로 채소류를 구매하는 비중은 30대에서 가장 높아

- 가구주가 30대인 경우, 20%가 넘는 가구에서 온라인으로 채소류를 구입
- 연령대가 높아질수록 온라인에서 채소류를 구입하는 비중은 대체로 감소하는 경향

[그림2. 연령대별 오프라인/온라인 채소 구입 비중]

단위: %



자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

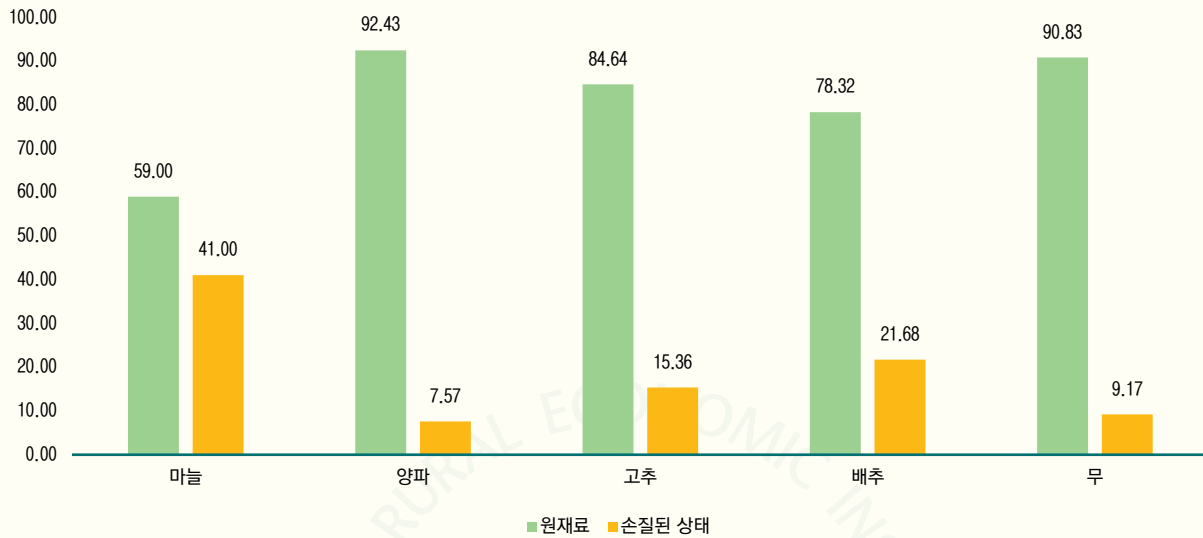
01 우리나라 가구의 채소류 구입행태 일반

소비자 대부분은 원재료 상태로 채소류를 구입, 채소를 손질된 상태로 구입하는 비중은 마늘이 가장 높아

- 채소를 손질된 상태로 구입하는 비중은 마늘이 41.0%로 가장 높고 다음으로 배추(21.7%), 고추(15.4%), 무(9.2%), 양파(7.6%) 순

[그림3. 5대 채소류 손질상태별 구입 비중]

단위: %



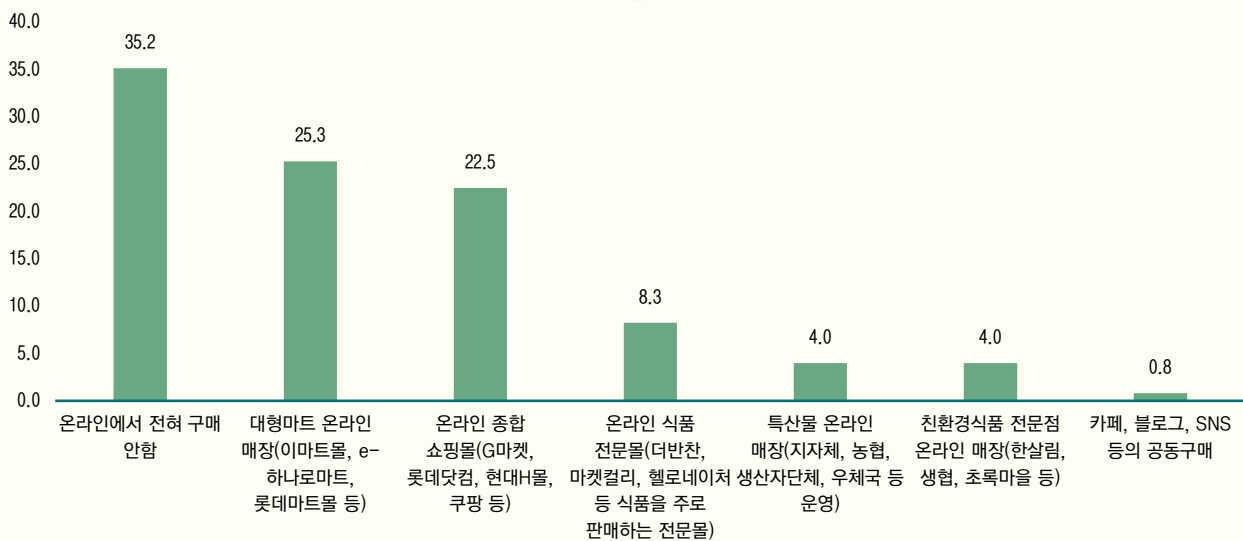
자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

지난 2주 기준, 대형마트 온라인 매장과 온라인 종합 쇼핑몰에서 주로 채소류를 구입

- 35.2%는 지난 2주간 온라인에서 채소류를 전혀 구입하지 않음
- 25.3%는 대형마트 온라인 매장, 22.5%는 온라인 종합 쇼핑몰에서 채소류를 구입
- 더반찬, 마켓컬리와 같은 온라인 식품 전문몰에서 채소류를 구입한다는 비중도 8.3%로 높은 편

[그림4. 채소 구매를 위해 가장 많이 이용한 온라인 매장 형태]

단위: %



자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

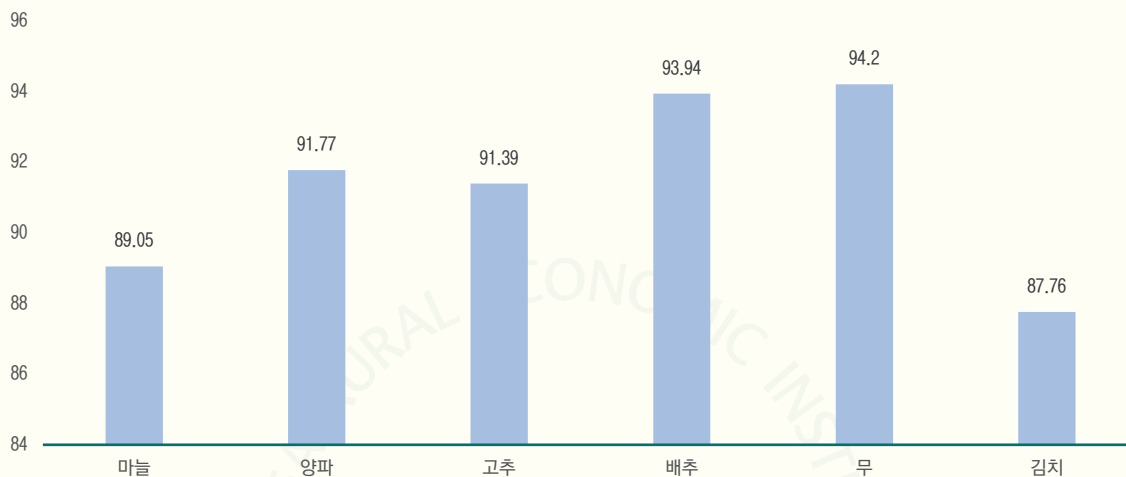
02 원산지 및 친환경 관련 채소류 구입행태

우리나라 채소류 주구입자는 80% 이상 국내산을 구입하고 있음

- 국내산으로 구입한다는 비중이 가장 높은 품목은 무로 94.2%
- 다음으로 배추 93.9%, 양파 91.8%, 고추 91.4%, 마늘 89.1% 순
- 김치도 87.8%는 국내산을 구입한다고 응답하여 일반 소비자들의 국내산 김치 선호도가 높음을 알 수 있음

[그림5. 채소류 및 김치의 국내산 구입 비중]

단위: %



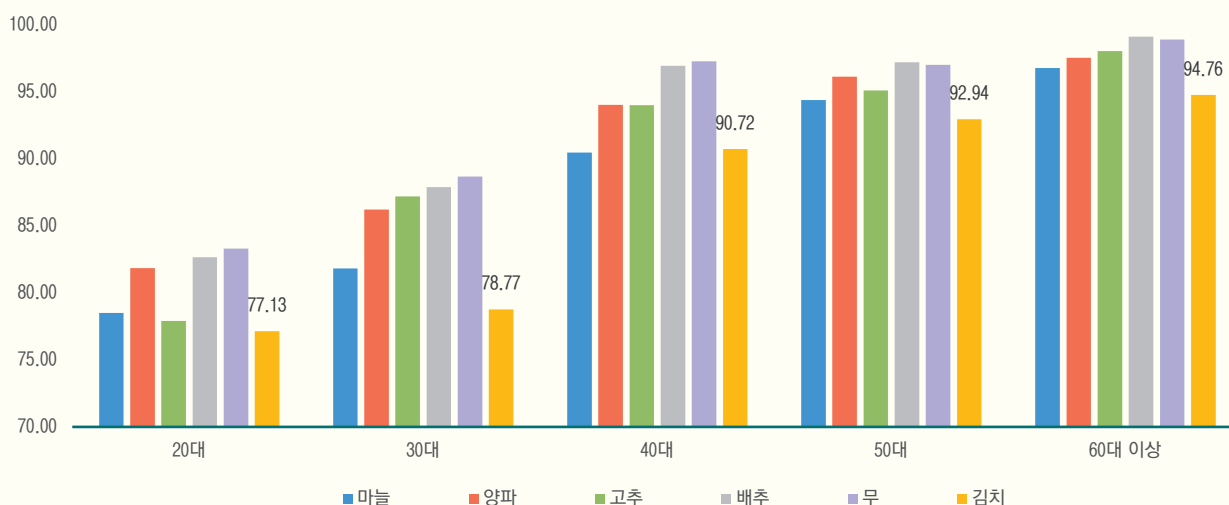
자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

연령대가 높을수록 국내산 채소 구입 비중이 높아

- 대체로 30대에서 40대로 넘어서면서 국내산 채소 구입 비중이 크게 증가하는 경향
- 특히, 김치의 경우 20대 77.1%, 30대 78.8%에서 40대 90.7%로 크게 증가

[그림6. 연령대별 채소류 및 김치의 국내산 구입 비중]

단위: %



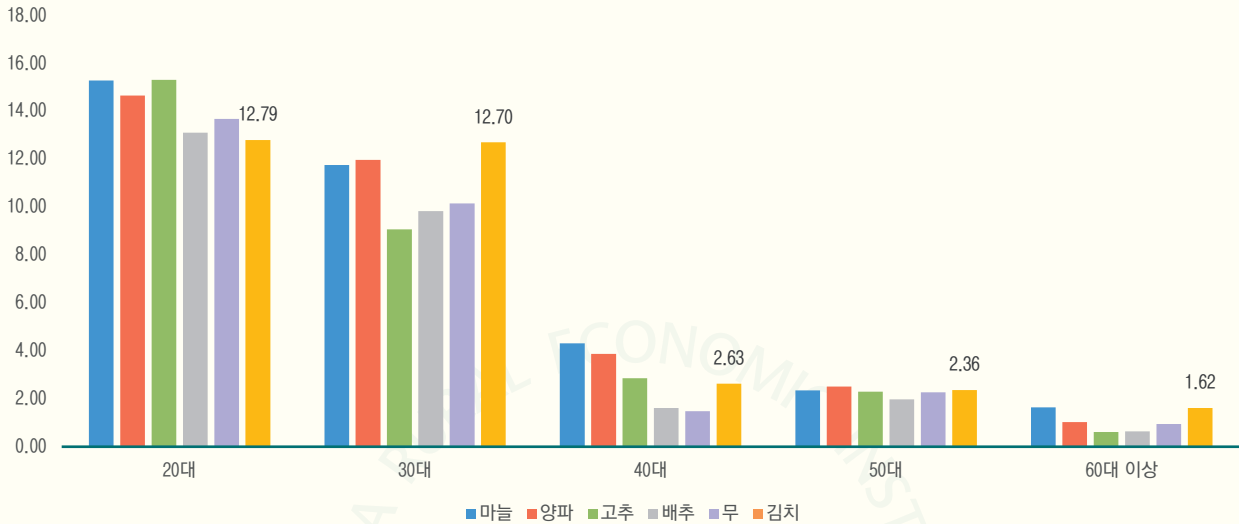
자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

연령대가 낮을수록 구매하는 채소류의 원산지에 대해 모른다는 응답이 많아

- 구입하는 채소류의 원산지를 모른다는 응답은 30대와 40대 사이에서 그 차이가 가장 크게 나타남.
- 20대와 30대 중에서 구입하는 김치의 원산지를 모른다고 응답한 비중은 각각 12.8%, 12.7%로 다른 연령대에 비해 높은 편

[그림7. 연령대별 채소류 및 김치 구입시 원산지를 모르는 비중]

단위: %



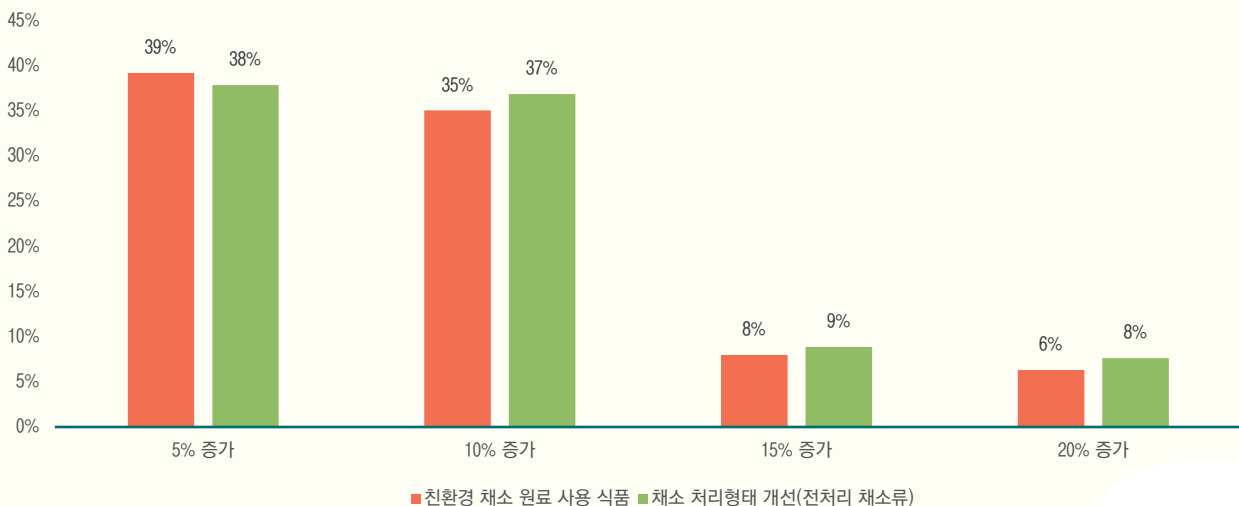
자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

구매하는 식품의 원재료로 친환경 채소가 사용된 경우 또는 구매하는 채소류가 사용하기 편하게 전처리된 경우 다수의 소비자는 10% 정도 비싼 가격도 지불할 의향이 있어

- 친환경 채소를 사용한 식품과 전처리 채소류 구매에 대한 소비자들의 지불의향은 10% 가격 상승 구간에서 15% 가격 상승 구간으로 넘어서면서 큰 폭으로 감소

[그림8. 친환경 채소 원료 사용과 채소 처리형태 개선에 따른 가격상승 시 소비자들 지불의향]

단위: %



자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

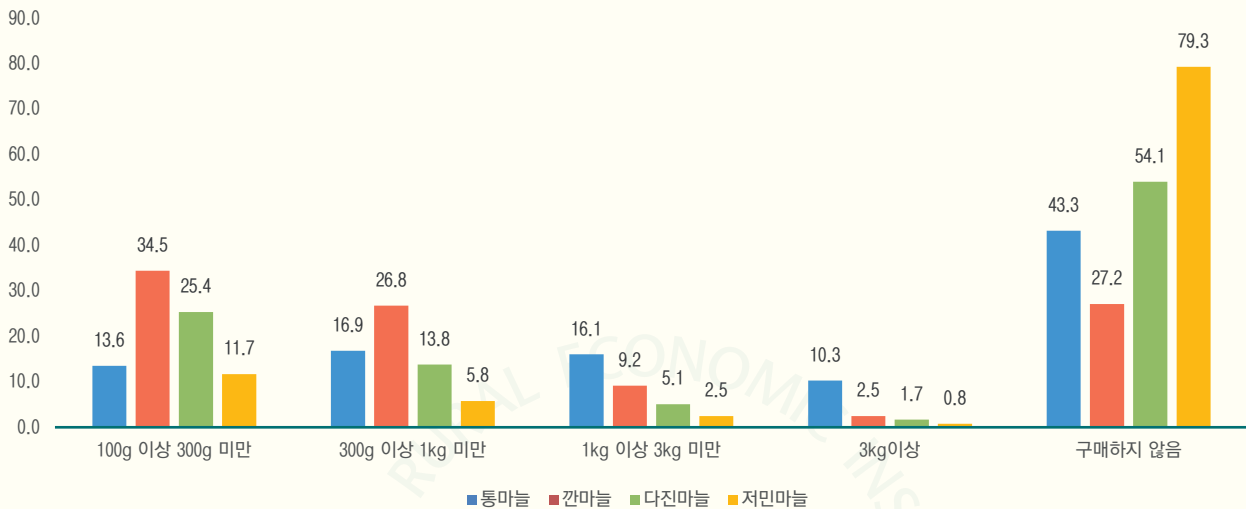
03 채소류 품목별 구입행태: 마늘

마늘 구입 시 깐마늘을 구입한다는 응답이 72.8%로 가장 많았으며, 다음으로 통마늘, 다진마늘 순

- 통마늘은 300g 이상 1kg 미만으로 구입한다는 비중이 가장 높고, 깐마늘은 100g 이상 300g 미만 비중이 가장 높아

[그림9. 마늘 손질상태별 구입 비중]

단위: %



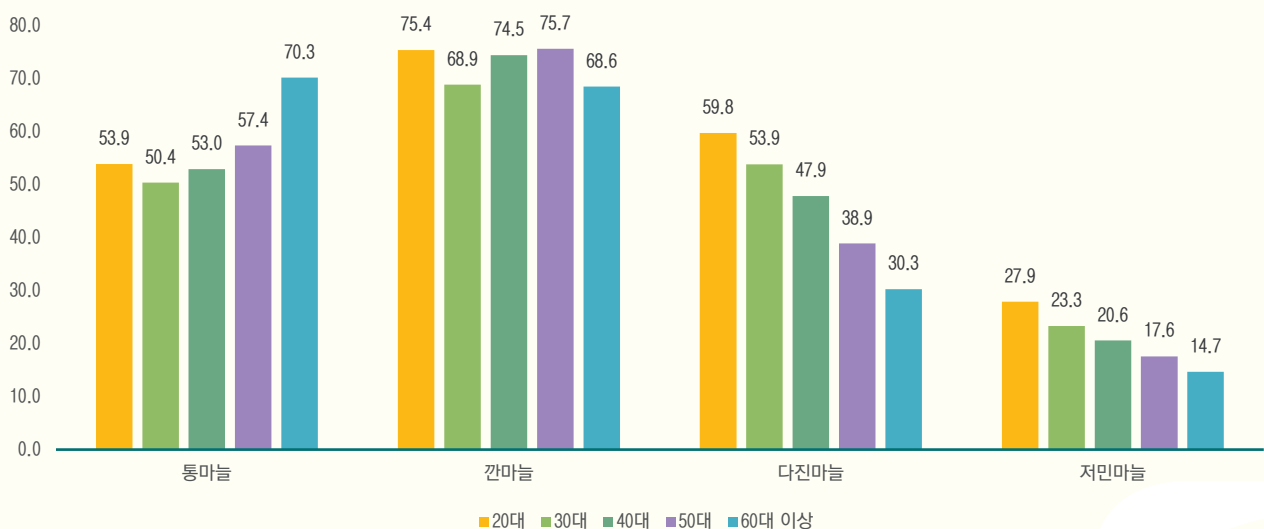
자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

마늘 유형별 구입 경험을 연령대별로 살펴보면, 60대 이상에서 통마늘 구매 경험이 가장 많아

- 다진마늘과 저민마늘은 연령대가 낮을수록 구매 경험이 많은 경향을 보여

[그림10. 연령대별 마늘 구매 경험]

단위: %



자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

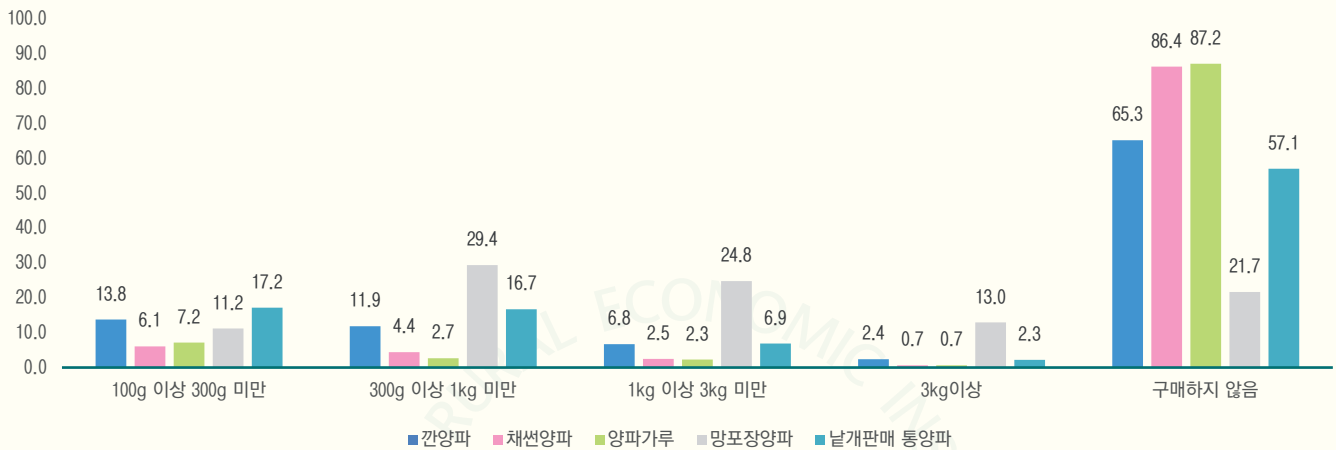
03 채소류 품목별 구입행태: 양파

양파 구입 시 망포장양파를 구입한다는 응답이 78.3%로 가장 많았으며, 다음으로 날개판매 통양파, 간양파 순

- 망포장양파는 300g 이상 1kg 미만으로 구입한다는 비중이 가장 높고, 간양파는 100g 이상 300g 미만으로 구입한다는 비중이 가장 높아

[그림11. 양파 유형별 구입 비중]

단위: %



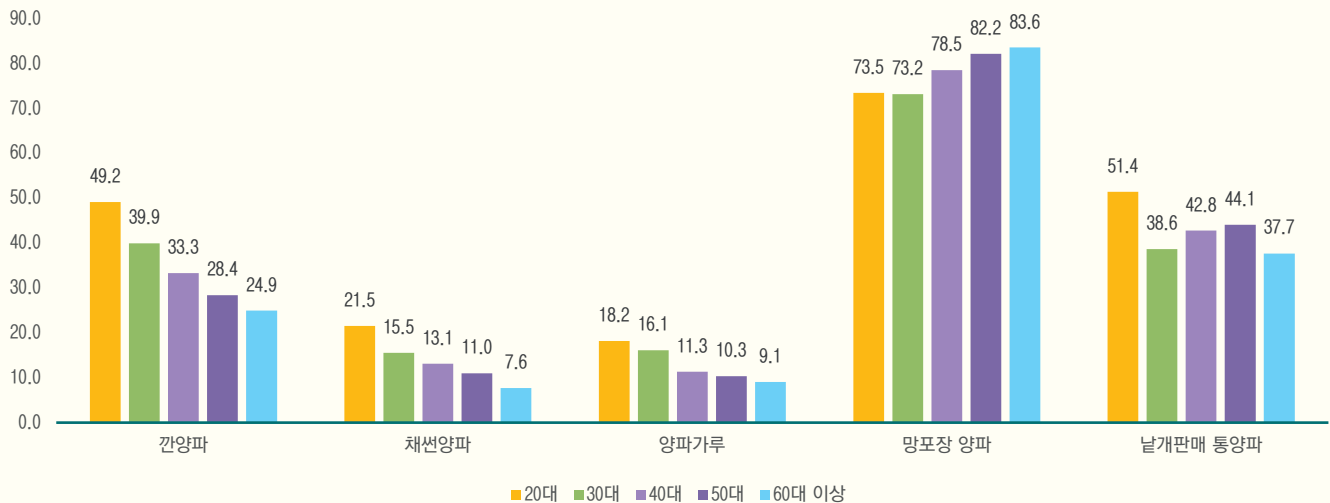
자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

양파 유형별 구입 경험을 연령대별로 살펴보면, 60대 이상에서 망포장양파 구매 경험이 가장 많아

- 간양파, 채썬양파, 그리고 양파가루는 연령대가 낮을수록 구매 경험이 있다는 응답이 확연히 증가

[그림12. 연령대별 양파 구매 경험]

단위: %



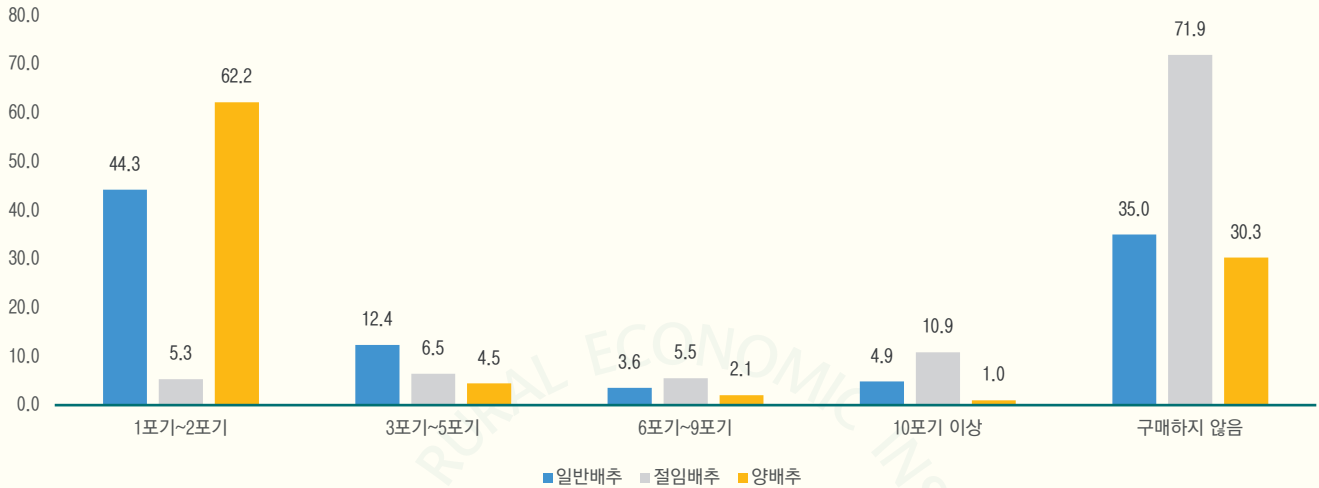
자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

배추 구입시 일반배추는 1~2포기, 절임배추는 10포기 이상 구입

- 절임배추는 응답자의 28.1%가 구매 경험이 있는 것으로 나타났으며, 10포기 이상 대량으로 구매하는 경우가 많은 편
- 일반배추와 양배추는 1~2포기씩 구입하는 경우가 많은 편

[그림13. 배추 유형별 구입 비중]

단위: %



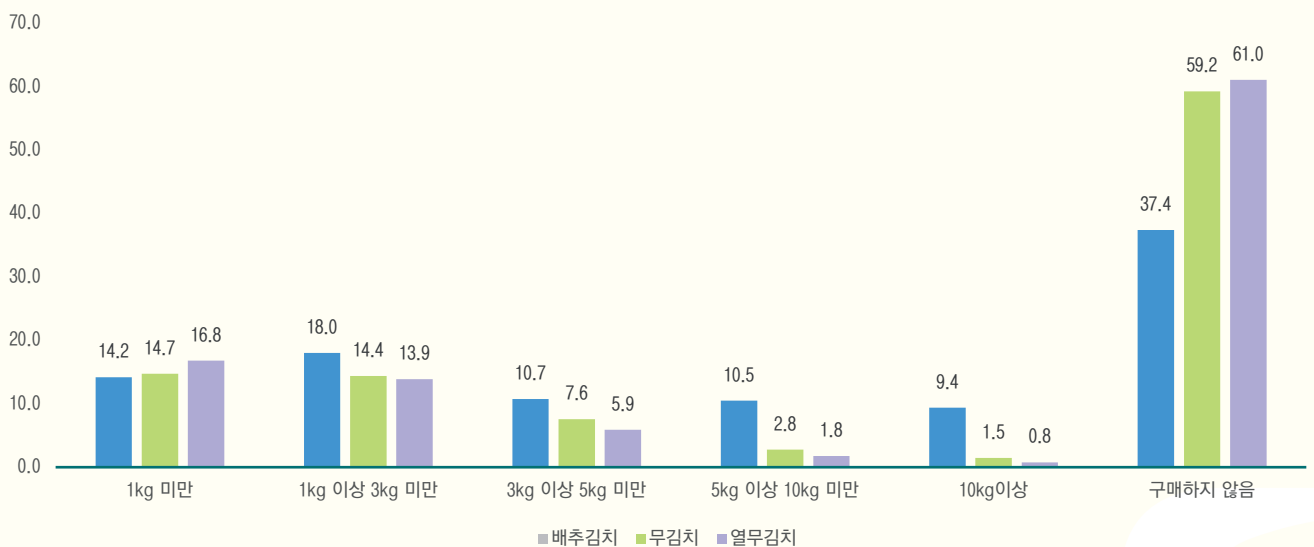
자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

김치 유형 중 배추김치의 구매 경험이 가장 많았으며, 배추김치는 1kg 이상 3kg 미만으로 구입하는 경우가 많아

- 무김치와 열무김치는 주로 1kg 미만으로 구입하는 경우가 많고, 5kg 이상으로 구입하는 경우는 드물어

[그림14. 김치 종류별 구입 비중]

단위: %



자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

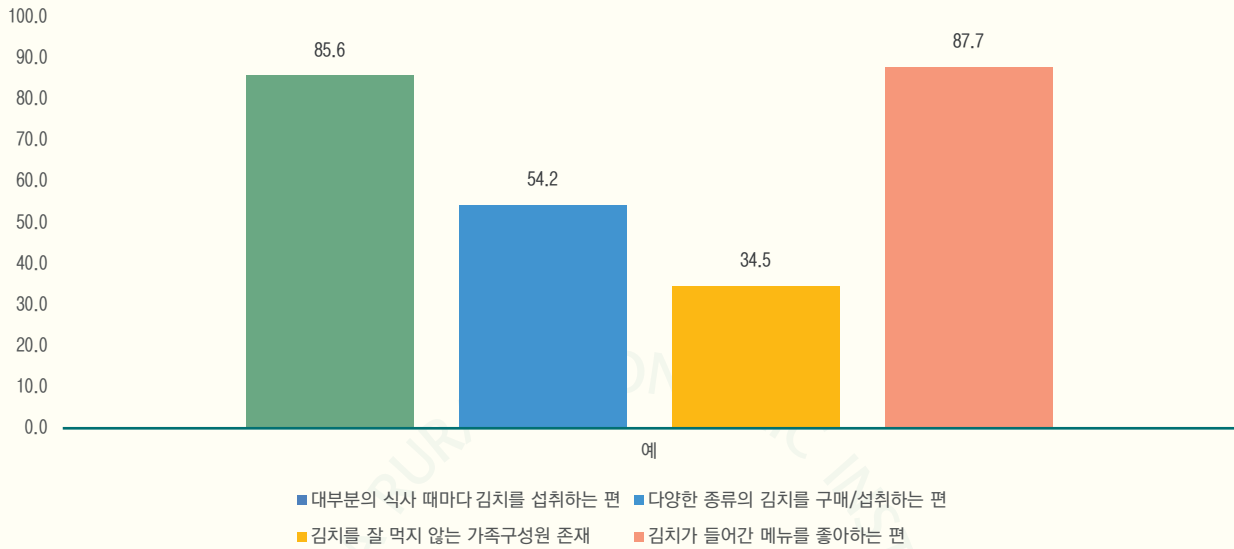
03 채소류 품목별 구입행태: 배추 및 김치

전체 가구 중 김치가 들어간 메뉴를 좋아하는 가구의 비중은 87.7%

- 대부분 식사 때마다 김치를 섭취하는 가구 비중은 85.6%
- 다양한 종류의 김치를 섭취하는 가구 비중은 54.2% 수준
- 김치를 잘 먹지 않는 가족 구성원이 있다는 가구의 비중은 34.5%로 적지 않은 수준

[그림15. 가구의 김치 섭취 및 선호]

단위: %



자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

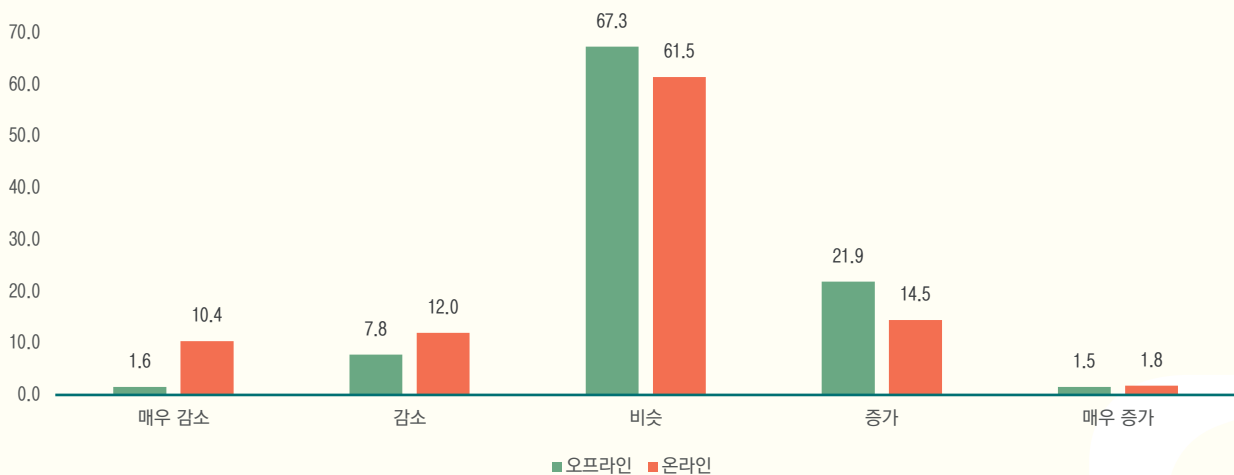
04 채소류 구입 전망

올해와 비교할 때 내년의 채소류 구입 지출이 증가할 것이라는 응답은 오프라인 구입 23.4%, 온라인 구입 16.3%

- 반면 감소할 것이라는 전망은 오프라인 9.4%, 온라인 22.4%로 대조적

[그림16. 2021년 오프라인/온라인 채소류 구입 전망]

단위: %



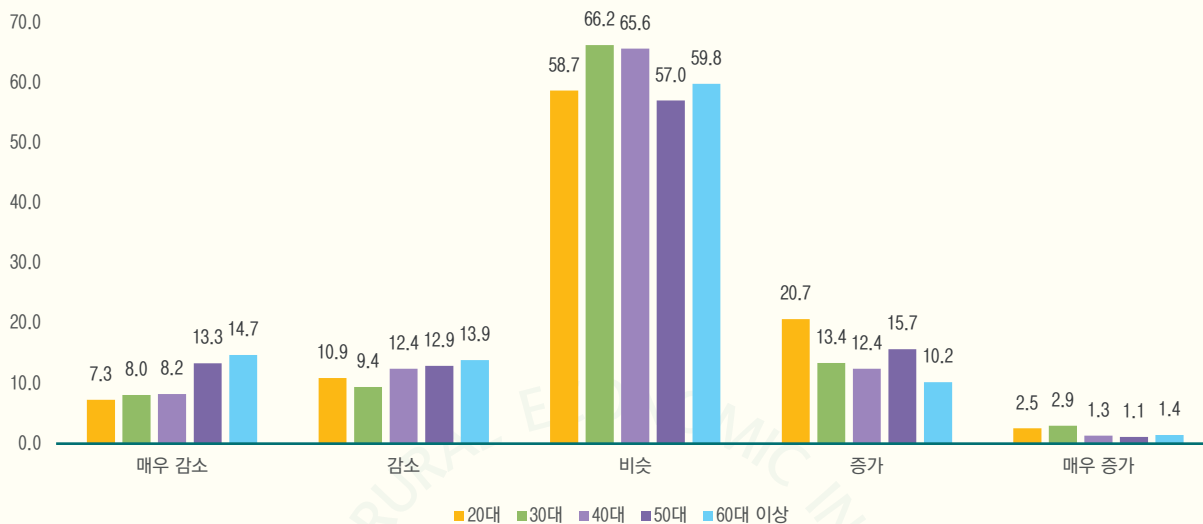
자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

온라인을 통한 채소류 구입 지출이 내년에 증가할 것이라는 응답은 20대가 다른 연령대에 비해 많아

- 반면, 온라인을 통한 채소류 구입 지출이 내년에 감소할 것이라는 응답은 50대와 60대 이상의 연령대에서 많아

[그림17. 연령대별 온라인 채소류 구입 전망]

단위: %



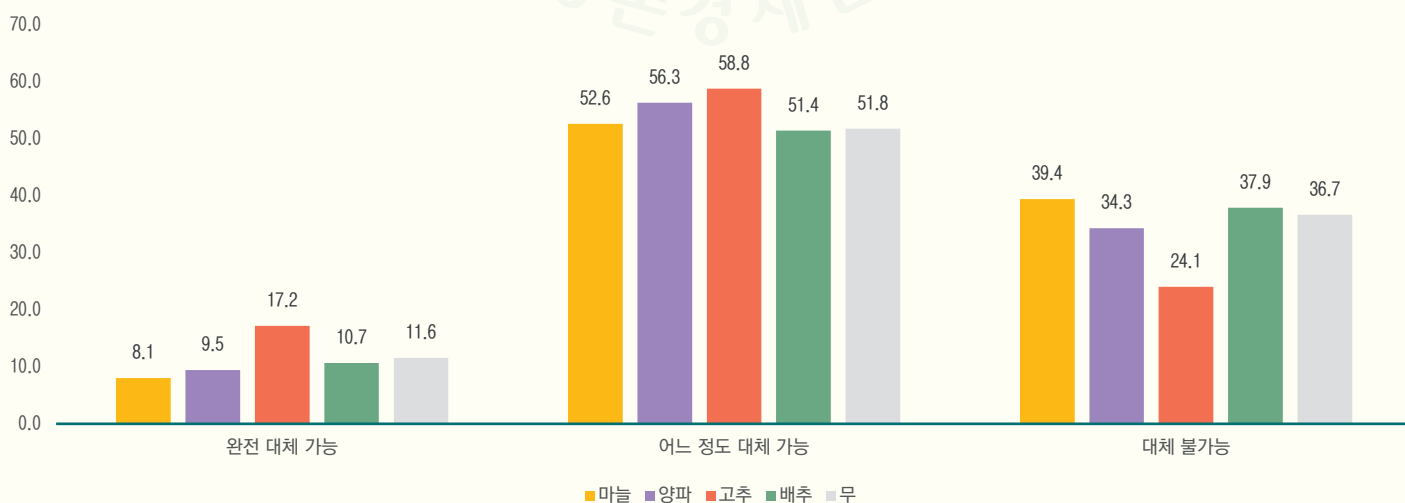
자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성

가구는 주말 농장이나 가정용 수경 재배기 등을 통해 직접 채소를 길러 채소류 구입을 어느 정도 대체할 수 있다고 평가

- 5대 채소류 중 대체가능하다는 응답은 고추(76.0%)에서 가장 많아
- 이어서 양파(65.8%), 무(63.4%), 배추(62.1%), 마늘(60.7%) 순으로 대체가능하다는 응답이 많아
- 완전 대체가능하다는 응답은 고추에서 17.2%로 가장 많았으나, 나머지 채소들에서는 약 8~11% 수준으로 많지 않은 편

[그림18. 채소를 직접 재배하는 것이 채소류 구입을 대체할 수 있는지 여부]

단위: %



자료: KREI 소비자 설문조사(2020.11) 결과를 토대로 저자가 작성