

경기농업 FOCUS

2015 **07**

**축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기)
소비트렌드 변화와 대응전략**

축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기) 소비트렌드 변화와 대응전략



본 단행본은 농촌진흥청 어젠다과제(지역 특화품목 소비행태 추이 및 원인분석)에 의해 이루어진 결과의 일부입니다.

농식품 소비자 패널 조사 사업개요

■ **사업목적** : 소비자 중심의 농식품 기술을 개발해 마케팅에 활용함

■ **조사설계**

- 패널 표본설계 연구수행 : 수원대 박건우 교수(2007. 12월)
 - 모집단 : 수도권(서울, 경기, 인천)*강화군, 용진군 등 섬 제외
 - 표본 : 서울, 경기, 인천 200개 읍면동에서 1,000가구 추출
- 소비자 패널 선정 : 1,000명(2009. 10월)
- 소비자 패널 운영 : 데이터베이스 구축(2009년. 12월 이후)

■ **조사방법** : 매일 기장(상품 영수증 첨부 및 기장), 월 1회 수거(2009.12~계속)

■ **조사내용** : 농식품 상품별 소비자 구매행동

- 가족사항 : 소득, 구성원, 식사인원(아침·점심·저녁), 쇼핑유형 등
- 구매패턴 : 품목·상품별 구매 건수, 구입액, 구입량, 재구매, 구입처 등
 - *구입처 : 대형마트, 백화점, 전통시장, 기업형슈퍼, 소형슈퍼, 인터넷 등
- 상품특징 : 재배유형(관행·친환경), 원산지(국내산·중국산 등), 브랜드 등

■ **분석자료** : 703가구(2010. 1~2014.12, 48개월 균형패널화 가계부)의 농식품 구입자료

- 쇠고기 63,170건, 돼지고기 162,815건, 닭고기 67,160건
- 주요 분석내용 : 소비자 가구의 구매패턴(구입액, 구입빈도, 구입가격, 구매가비율)
 - 소득, 연령, 주부취업, 월, 구입처, 원산지, 브랜드, 규격별 구매패턴
 - *균형패널화 : 가계부 미제출(1.0%) 자료 $\widehat{\exp}_{i,j}^t = \exp_{i,j}^{t-1} \times (1 + g_j)$ 방식으로 가중치 부여

■ **활용방안**

- 자료 이용자(농업인, 연구자, 정책결정자, 마케터 등)의 판매전략, 기술개발방향, 정책 결정에 활용

본 책자의 소비트렌드 분석내용은 농촌진흥청의 농식품 소비자 패널 조사자료를 활용하였습니다.

목차

I. 축산물 생산 및 가격동향	5
1. 한육우 산업현황	5
2. 돼지 산업현황	7
3. 닭고기 산업현황	10
II. 축산물 소비트렌드	13
<쇠고기>	
1. 연도별 구매패턴	13
2. 월별 구매패턴	17
3. 구입처별 구매패턴	22
4. 소득계층별 구매패턴	28
5. 구입 연령별 구매패턴	33
6. 가족수별 구매패턴	37
7. 주부 취업여부별 구매패턴	41
<돼지고기>	
1. 연도별 구매패턴	42
2. 월별 구매패턴	45
3. 구입처별 구매패턴	47
4. 소득계층별 구매패턴	49
5. 구입 연령별 구매패턴	51
6. 가족수별 구매패턴	52
7. 주부 취업여부별 구매패턴	53
<닭고기>	
1. 연도별 구매패턴	55
2. 월별 구매패턴	59
3. 구입처별 구매패턴	67
4. 소득계층별 구매패턴	71
5. 구입 연령별 구매패턴	73
6. 가족수별 구매패턴	73
7. 주부 취업여부별 구매패턴	74
III. 요약 및 대응전략	76

I. 축산물 생산 및 가격동향

1. 한육우 산업 현황

1.1. 세계 쇠고기 생산 동향

○ 2014년 기준 세계 쇠고기 생산량은 5,975만 톤이며 이중 미국의 쇠고기 생산량이 1,108만 톤으로 18.5%를 차지함. 다음으로는 브라질이 16.3%를 차지하고 있으며 EU가 12.5%, 중국이 11.5%순으로 나타남(기타 국가 제외). 세계 총 생산량은 2011년 이후 증가추세에 있음. 브라질과 중국, 인도 등에서 쇠고기 생산량이 증가하고 있으나, 미국은 2011년 이후 감소함

표 1-1 세계 쇠고기 생산 동향

단위 : 천 톤(지육 기준)

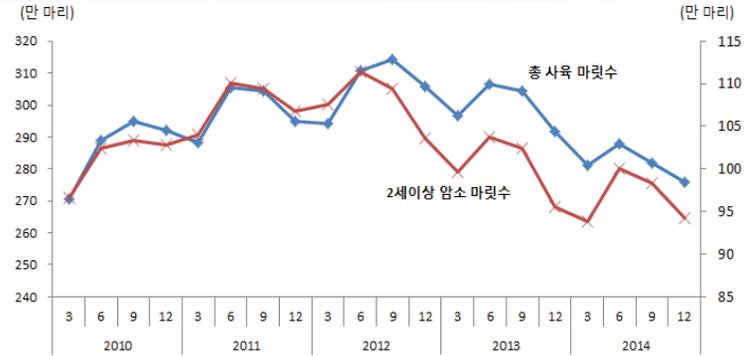
구 분	2011년	2012년	2013년	2014년
미 국	11,983	11,848	11,751	11,076
브 라 질	9,090	9,307	9,675	9,723
E U	8,114	7,708	7,388	7,443
중 국	6,475	6,623	6,730	6,890
인 도	3,308	3,491	3,800	4,100
아르헨티나	2,530	2,620	2,850	2,700
호 주	2,129	2,152	2,359	2,595
멕 시 코	1,804	1,821	1,807	1,827
파 키 스 탄	1,536	1,587	1,630	1,675
러 시 아	1,360	1,380	1,380	1,370
캐 나 다	1,141	1,060	1,049	1,099
기 타	8,750	8,930	9,048	9,248
계	58,160	58,527	59,467	59,746

자료: USDA, Livestock and Poultry: World Markets and Trade

1.2. 한육우 사육 동향

○ 2002년 이후 증가추세를 보이던 한육우 사육 마릿수는 2012년까지 증가하다가 2013년 이후 감소 국면에 접어들었음. 2014년은 2013년보다 5.4% 감소한 276만 마리였음. 2014년 2세 이상 암소 마릿수는 2012년 6월 111만 마리를 정점으로 감소세를 나타내며 2014년 12월에는 94만 마리였음

- 2011년 암소 감축 사업 시행으로 송아지 생산이 감소하고 총 사육 마릿수가 감소세로 전환됨

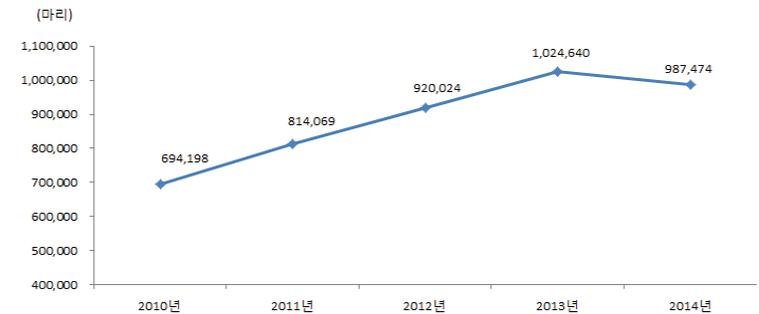


자료: 통계청, 가축동향

그림 1-1 한육우 사육 마릿수

1.3. 도축 마릿수 동향

○ 한육우 도축 마릿수는 2010년 이후 지속적으로 증가하다 2013년 102만마리를 정점으로 감소세로 전환됨. 2014년에는 암소 도축 감소로 2013년보다 3.6% 감소한 98만 7천 마리였음



자료: 축산물품질평가원

그림 1-2 한육우 도축 마릿수

1.4. 생산 및 수입 동향

- 쇠고기 생산량은 2010년 18만 6천 톤에서 2014년 26만 1천 톤으로 40.3% 증가 하였음. 거세우 도축 비율 증가로 출하체중이 늘어 2014년 국내 쇠고기 생산량은 2013년 보다 0.3% 증가한 26만 1천 톤으로 조사됨
- 쇠고기 수입량은 2010년 24만 5천 톤에서 2014년 28만 2천 톤으로 15.1% 증가 하였음. 2011년에는 28만 9천 톤으로 가장 많은 수입량을 보였으나, 이후 2012년에는 수입량이 감소함을 보였음

표 1-2 쇠고기 생산 및 수입 동향

단위 : 천 톤(정육 기준)

구 분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
생 산	186	216	234	260	261
수 입	245	289	254	257	282
계	431	505	488	517	543

자료: 농림축산식품부

2. 돼지 산업 현황

2.1. 세계 돼지고기 생산 동향

- 중국은 세계 돼지고기 생산량의 50%를 차지하고 있음. 중국은 생산비 하락과 지속적인 중국내 수요 증가 등으로 지속적으로 생산량이 증가함. 2011년 5,060만 톤에서 2014년 5,671만 톤으로 12.1% 증가함
- 미국의 2014년 돼지고기 생산량은 2011년 수준이었음. 미국은 돼지고기 생산량이 증가세에 있었으나, 2014년 발생한 PED로 모돈의 산자수 감소와 자돈 폐사를 겪으며 2013년 보다 1.5% 감소함. 이후 생산성 회복과 사료가격 하락으로 인한 도축 체중 증가로 다시 증가세로 돌아섬
- EU의 2014년 돼지고기 생산량은 2,253만 톤으로 2011년 2,295만 톤보다 다소 감소하였음. 동물복지정책으로 모돈수는 감소하였으나, 모돈의 생산성 향상에 따른 자돈 생산량 증가로 돼지고기 생산량은 크게 감소하지 않음. 러시아는 EU산 돼지고기 수입 금지와 안정적인 사료값, 러시아내 돼지고기 수요 증가 등으로 2011년 206만 톤에서 2014년 251만 톤으로 21.8% 증가함

표 2-1 세계 돼지고기 생산 동향

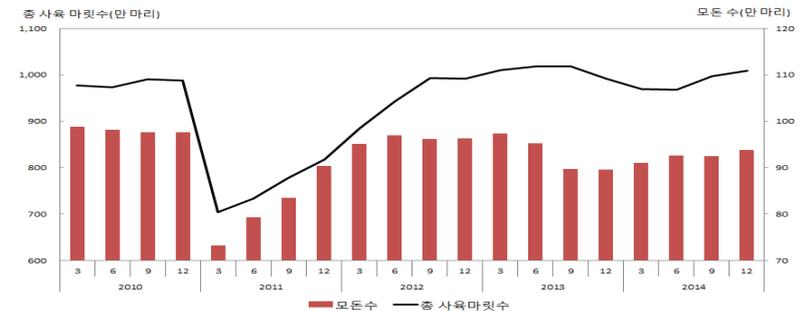
단위 : 천 톤(지육 기준)

구 분	2011년	2012년	2013년	2014년
중 국	50,604	53,427	54,930	56,710
E U	22,953	22,526	22,359	22,533
미 국	10,331	10,554	10,525	10,370
브라질	3,227	3,330	3,335	3,400
러시아	2,064	2,175	2,400	2,510
기 타	14,402	14,856	15,274	15,043
계	103,581	106,868	108,823	110,566

자료: USDA, Livestock and Poultry: World Markets and Trade

2.2. 돼지 사육 동향

- 2010년 평균 982만 마리였던 돼지 사육 마릿수는 2010년 11월부터 2011년 4월 까지 발생한 FMD로 인해 돼지 330만 마리가 살처분 되어 2011년 3월 700만 마리까지 감소하였으나, 이후 모돈 수 증가에 따라 2013년 1,010만 마리까지 증가하였음. 사육 마릿수 증가에 따른 도축 마릿수 증가로 돼지 도매가격이 하락하여, 2013년 하반기 모돈 감축 사업을 실시하였음. 이에 2013년 3월 97만 마리에 달하던 모돈은 2013년 9월 90만 마리까지 감소하였음. 모돈 감소에 따라 돼지 사육 마릿수가 감소하여 2014년 돼지 사육 마릿수는 2013년 대비 2.5% 감소한 985만 마리였음
- 모돈 사육 마릿수는 2010년 98만 마리에서 2011년 3월 72만 마리까지 감소하였고, 2013년 3월 97만 마리까지 회복, 2014년 92만 마리 수준을 유지하고 있음

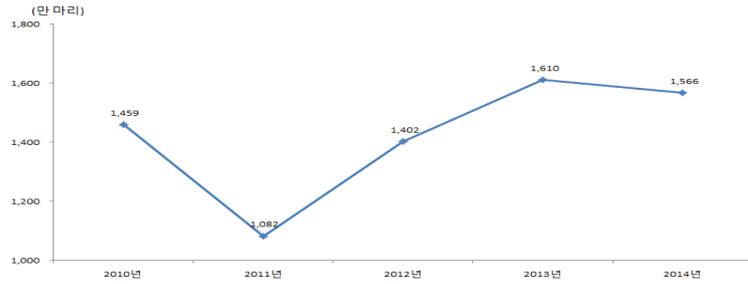


자료: 통계청, 가축동향

그림 2-1 사육 마릿수 동향

2.3. 도축 마릿수 동향

- 2010년 11월 발생한 FMD의 영향으로 2010년 1,459만 마리에 달하던 돼지 도축 마릿수는 2011년 1,082만 마리까지 감소하였음. 이후 모든 수 증가에 따른 돼지 생산 마릿수 증가로 2012년 1,402만 마리까지 회복하였음. 이후 지속적인 모든 수 증가로 2013년 1,610만 마리까지 도축 마릿수가 증가하였음. 2013년 하반기 시행한 모든 감축으로 2014년 도축 마릿수는 2013년보다 감소한 1,566만 마리였음



자료: 축산물품질평가원

그림 2-2 도축 마릿수 동향

2.4. 돼지고기 생산 및 수입 동향

- 돼지고기 생산량은 2010년 76만 1천 톤에서 2014년 83만 톤으로 9.1% 증가하였음. 2010~2011년 사이 발생한 FMD로 인해 2011년 돼지고기 생산량은 57만 6천 톤이었음. 이후 사육 마릿수 증가로 2012년 돼지고기 생산량은 75만 톤, 2013년 85만 4천 톤까지 증가하였음. 이후 모든 감축으로 2014년 돼지고기 생산량은 83만 톤으로 감소하였음
- 돼지고기 수입량은 2010년 18만 톤에서 2014년 27만 4천 톤으로 52.2% 증가하였음. 2011년은 국내 돼지고기 생산량 감소와 국내 돼지고기 가격 상승으로 37만 톤까지 증가함. 이후 2012년 27만 5천 톤, 2013년 18만 5천 톤까지 감소함. 2014년은 국내 생산 감소와 돼지고기 가격 상승, 수입 돼지고기 가격 하락 등으로 2013년보다 증가한 27만 4천 톤이 수입됨

표 2-2 돼지고기 생산 및 수입 동향

단위: 천 톤

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
생산	761	576	750	854	830
수입	180	370	275	185	274
계	941	946	1,025	1,039	1,104

자료: 농림축산식품부

3. 닭고기 산업 현황

3.1. 세계 닭고기 생산 현황

- 세계 닭고기 소비의 지속적인 증가로 주요 닭고기 생산국의 생산량은 증가세가 지속되고 있음. 2014년 닭고기 생산량은 8,655만 톤으로 2013년 8,449만 톤보다 2.4% 증가함. 2014년 미국의 닭고기 생산량은 전년 대비 1.7% 증가한 1,727만 톤, 브라질은 3.1% 증가한 1,269만 톤, EU는 전년보다 4.2% 증가한 1,033만 톤이었으나, 중국은 전년보다 2.6% 감소한 1,300만 톤이었음

표 3-1 세계 닭고기 생산 동향

단위: 천 톤

구분	2011년	2012년	2013년	2014년
미국	16,694	16,621	16,976	17,266
브라질	12,863	12,645	12,308	12,692
중국	13,200	13,700	13,350	13,000
유럽연합	9,320	9,565	9,910	10,330
인도	2,900	3,160	3,450	3,725
기타	26,182	27,591	28,500	29,536
계	81,159	83,282	84,494	86,549

자료: USDA, Livestock and Poultry: World Markets and Trade

3.2. 종계 및 육계 사육 현황

- 종계 사육 마릿수는 2010년 평균 654만 마리에서 2014년 758만 마리로 15.8% 증가함

- 공급과잉으로 육계 가격이 급락할 것에 대비한 2013년 원종계 쿼터 시행에도 불구하고 종계는 지속적인 증가세를 보이고 있음
- 이러한 종계 입식의 증가는 병아리 생산 증가로 이어짐
- 육계 사육은 계절성을 가지며, 6월에 1억 마리 이상이 사육됨. 지속적인 종계 사육 마릿수 증가로 육계 사육 마릿수도 2010년 8,088만 마리에서 2014년 8,377만 마리로 3.6% 증가함
- 2011~13년에 과잉공급 우려에 따른 자율적 수급조절로 육계 사육 마릿수가 감소하였으나, 2014년 계열업체의 경쟁심화로 사육 마릿수가 증가세로 전환됨

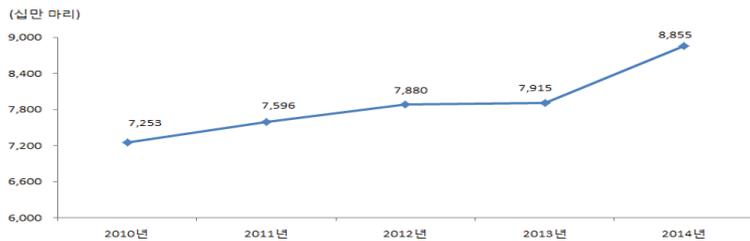


자료: 통계청, 가축동향

그림 3-1 분기별 종계 및 육계 사육 마릿수

3.3. 도계 마릿수 현황

- 육계 사육 마릿수 증가로 도계 마릿수도 지속적으로 증가하여 2010년 7억 2,528만 마리에서 2014년 8억 8,551만 마리로 22.1% 증가함



자료: 농림축산검역본부

그림 3-2 분기별 종계 및 육계 사육 마릿수

3.4. 닭고기 생산 및 수입 동향

- 도계 마릿수 증가에 따라 국내 닭고기 생산량도 지속적으로 증가하여 2010년 43만 4천 톤에서 2014년 52만 8천 톤으로 21.7% 증가함
- 닭고기 수입은 부분육 형태로 수입되며, 주로 가슴살과 장각(닭다리)으로 수입됨. 닭가슴살은 통조림용 육가공제품의 원료육으로 사용되며, 장각은 국내에서 발골되어 닭강정 등 프랜차이즈와 닭갈비 식당 등으로 유통됨
- 2011년 국내 닭강정 붐 등으로 인한 수입 닭고기의 수요증가로 수입이 증가함
- 2012~2013년 국내산 닭고기 증가로 수입산 닭고기의 수입이 감소하였으나, 2014년에는 수입업체의 경쟁심화로 수입이 크게 증가함
- 국내 닭고기 공급량은 국내산 닭고기 생산 증가로 지속적인 증가세를 나타내며, 2010년 54만 톤에서 2014년 66만 9천 톤으로 23.9% 증가함
- 2014년 기준, 국내에서 소비되는 닭고기 중 국내산은 78.9%이며, 수입산이 21.1%를 차지함

표 3-2 닭고기 생산 및 수입동향

단위 : 천 톤

구 분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
생 산	434	457	464	473	528
수 입	106	131	130	127	141
계	540	588	594	600	669

자료: 농림축산식품부

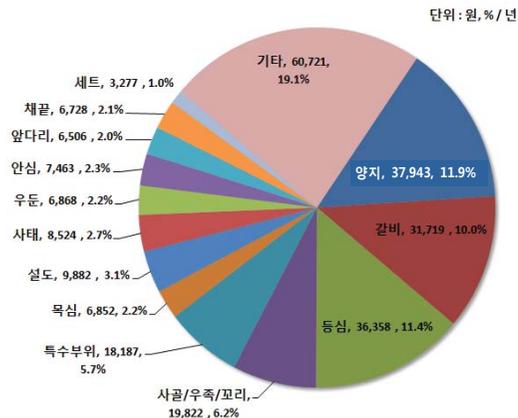
Ⅱ. 축산물 소비트렌드

< 쇠고기 >

1. 연도별 구매패턴

쇠고기 식품 유형별 구매패턴

- 소비자 가구의 구입액 기준으로, 쇠고기식품 시장은 쇠고기 81.9%, 쇠고기 가공식품 18.1%를 점유하고 있음. 쇠고기 식품을 구매한 경험이 있는 가구는 99.2%로 나타났고, 연간 17.9회를 구입하고 있는 것으로 조사됨
 - 쇠고기 식품 구입액은 평균적으로 연간 31만 9천 원이며, 이중 쇠고기의 연간 구입액은 26만 1천 원이며 쇠고기 가공식품은 5만 8천 원이었음
- 쇠고기의 부위별 구입액 비중은 ‘양지 11.9% > 등심 11.4% > 갈비 10.0% > 사골/우족/꼬리 6.2% > 특수부위 5.7% > 설도 3.1% > 사태 2.7% > 안심 2.3% > 목심, 우둔 2.2% > 채끝 2.1% > 앞다리 2.0% > 세트 1.0%’ 순으로 조사됨



* 기타 19.1% : 부위가 명시되지 않은 식품(국거리, 찌개용, 장조림용, 불고기용 등), 내장, 힘줄 등

그림 1-1 가구별 연간 쇠고기 부위별 구입액 및 비중(2010~14년 평균)

- 가구별 구매빈도 연평균 17.9회 중에서 쇠고기가 14.0회, 가공식품은 4.0회로 나타났으며, 쇠고기의 부위별 구매빈도는 ‘양지 2.6회 > 등심 1.5회 > 특수부위 1.1회 > 갈비 0.9회 > 설도 0.7회 > 목심, 사태, 사골/우족/꼬리 0.6회 > 우둔, 앞다리 0.5회 > 안심, 채끝 0.3회 > 세트 0.1회’ 순으로 조사됨

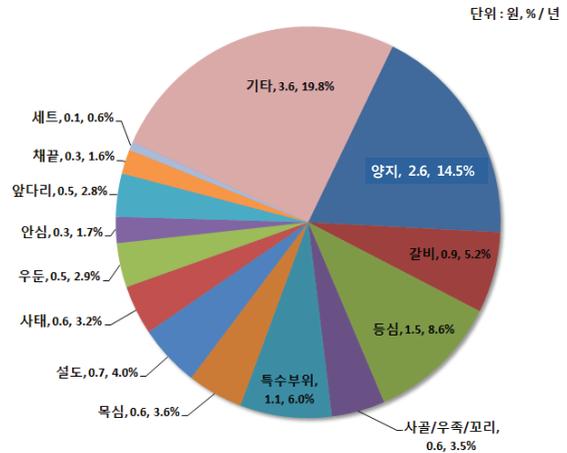


그림 1-2 가구별 연간 쇠고기 부위별 구매빈도 및 비중(2010~14년 평균)

- 연간 평균 구입가격은 쇠고기의 경우 100g당 3,368원이었으며, 부위별로는 안심이 5,825로 가장 높고, 등심이 4,539원, 특수부위 4,000원 순으로 조사됨

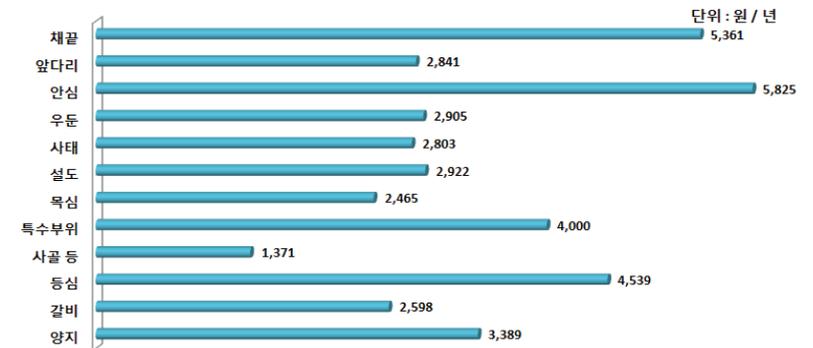


그림 1-3 가구별 연간 쇠고기 부위별 구입가격(2010~14년 평균)

○ 쇠고기식품을 구매한 가구의 비율은 99.2%로 나타났으며, 쇠고기식품 중 쇠고기의 구매가구 비율은 98.2%, 가공식품 구매가구 비율은 83.2%로 조사됨

- 쇠고기 부위별 구매가구 비율은 양지가 69.0%로 가장 높았고, 다음으로 등심 55.5%, 갈비 43.1%, 특수부위 41.7%, 사골 등 34.1%, 사태 30.3%, 목심 29.9%, 설도 29.8%, 우둔 26.2%, 앞다리 25.2%, 채끝 17.0%, 안심 14.0% 순으로 조사됨
- 쇠고기 식품의 연도별 구입액과 구매빈도는 2010년 이후 꾸준히 증가추세에 있음

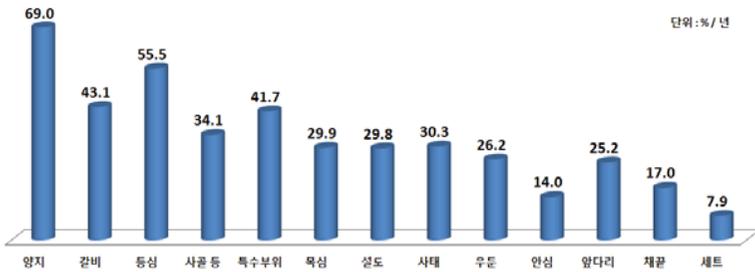


그림 1-4 쇠고기 부위별 구매가구 비율(2010~14년 평균)

표 1-1 소비자 가구의 쇠고기식품 유형별 구매패턴(2010~14년 평균)

단위 : 원 · 회 · % / 연 · 가구

구분	구입액	구매빈도	평균 가격			구매가구 비율
			(원/100g)	표준편차	관측치*	
□ 쇠고기식품	318,614	17.9	3,368	2,017	29,166	99.2
○ 쇠고기	260,848	14.0	3,368	2,017	14,583	98.2
- 양지	37,943	2.6	3,389	1,560	4,484	69.0
- 갈비	31,719	0.9	2,598	1,754	1,248	43.1
- 등심	36,358	1.5	4,539	2,517	1,936	55.5
- 사골 등	19,822	0.6	1,371	883	568	34.1
- 특수부위	18,187	1.1	4,000	2,604	1,376	41.7
- 목심	6,852	0.6	2,465	1,049	665	29.9
- 설도	9,882	0.7	2,922	1,412	1,047	29.8
- 사태	8,524	0.6	2,803	996	1,104	30.3
- 우둔	6,868	0.5	2,905	1,046	760	26.2
- 안심	7,463	0.3	5,825	2,765	400	14.0
- 앞다리	6,506	0.5	2,841	1,099	663	25.2
- 채끝	6,728	0.3	5,361	2,176	332	17.0
- 세트	3,277	0.1	-	-	-	7.9
- 기타	60,721	3.6	-	-	-	84.1
○ 가공식품	57,767	4.0	-	-	-	83.2

* 관측치 : 가격 산출에 사용한 자료 건 수

※ 기타 : 유형을 나누기 어려운 생불고기, 다진 고기, 국거리용 등

※ 가공식품 : 양념불고기, 육포, 즉석갈비탕, 설령탕 등

표 1-2 연도별 쇠고기 유형별 구입액

단위 : 원 / 연 · 가구

구분	평균	2010	2011	2012	2013	2014
□ 쇠고기식품	318,614	266,307	281,163	294,656	355,048	395,898
○ 쇠고기	260,848	231,869	241,327	233,932	287,643	309,468
- 양지	37,943	34,134	32,389	36,423	42,421	44,346
- 갈비	31,719	22,932	29,796	27,871	34,490	43,504
- 등심	36,358	26,000	34,464	28,952	44,989	47,383
- 사골 등	19,822	24,916	19,824	20,502	17,158	16,711
- 특수부위	18,187	12,343	14,058	13,300	20,978	30,254
- 목심	6,852	7,205	7,763	5,990	6,479	6,825
- 설도	9,882	7,700	7,976	10,093	11,865	11,775
- 사태	8,524	7,125	6,188	9,827	9,460	10,021
- 우둔	6,868	4,886	7,168	7,009	7,420	7,857
- 안심	7,463	7,616	6,279	4,989	8,678	9,752
- 앞다리	6,506	5,250	6,298	5,614	6,829	8,538
- 채끝	6,728	5,031	5,928	5,260	8,147	9,274
- 세트	3,277	2,628	3,636	2,320	3,046	4,754
- 기타	60,721	64,104	59,561	55,783	65,682	58,473
○ 가공식품	57,767	34,438	39,836	60,724	67,405	86,430

표 1-3 연도별 쇠고기 유형별 구매빈도

단위 : 회 / 연 · 가구

구분	평균	2010	2011	2012	2013	2014
□ 쇠고기식품	17.9	15.0	16.1	16.8	20.3	21.5
○ 쇠고기	14.0	12.1	13.2	12.9	15.8	15.8
- 양지	2.6	2.3	2.3	2.5	2.9	3.0
- 갈비	0.9	0.7	0.9	0.9	1.1	1.1
- 등심	1.5	1.1	1.6	1.2	1.9	2.0
- 사골 등	0.6	0.7	0.6	0.7	0.7	0.5
- 특수부위	1.1	0.7	0.8	0.8	1.2	1.8
- 목심	0.6	0.7	0.8	0.6	0.6	0.6
- 설도	0.7	0.5	0.6	0.8	0.9	0.8
- 사태	0.6	0.5	0.5	0.7	0.6	0.6
- 우둔	0.5	0.4	0.5	0.5	0.6	0.6
- 안심	0.3	0.3	0.3	0.2	0.4	0.4
- 앞다리	0.5	0.4	0.5	0.5	0.5	0.6
- 채끝	0.3	0.2	0.3	0.2	0.3	0.4
- 세트	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
- 기타	3.6	3.7	3.5	3.3	4.1	3.1
○ 가공식품	4.0	2.8	2.9	3.9	4.5	5.7

2. 월별 구매패턴

쇠고기식품 월별 구매패턴

- 쇠고기식품의 구입액, 구매빈도, 구매가구 비율이 명절이 포함되어 있는 1월과 9월에 높게 나타남
- 2010~14년 쇠고기식품의 월평균 구입액은 1월(설)에 가구당 37,520원으로 가장 높게 나타났으며, 뒤를 이어 9월(추석)에 34,541원으로 높게 나타남
- 상대적으로 봄과 여름철 구입액이 적은 것으로 나타나 명절 쇠고기 소비가 많은 것을 알 수 있음

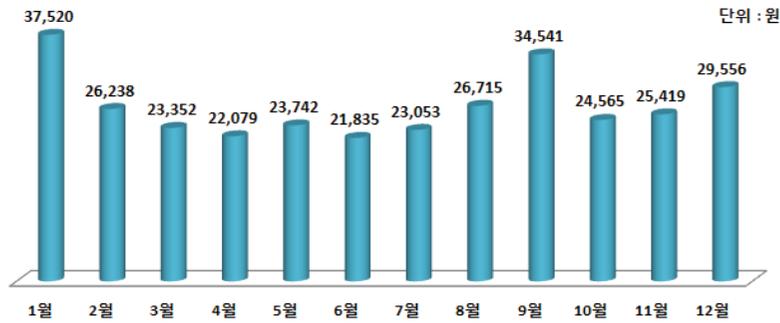


그림 2-1 쇠고기식품 월별 구입액 분포(2010~14년 평균)

- 쇠고기식품 월별 구매빈도는 1월에 1.9회로 가장 높게 나타났고, 뒤를 이어 9월에 1.8회로 높게 나타남. 구매액과 마찬가지로 봄과 여름철에 구매가 낮게 나타나는 특징을 보임

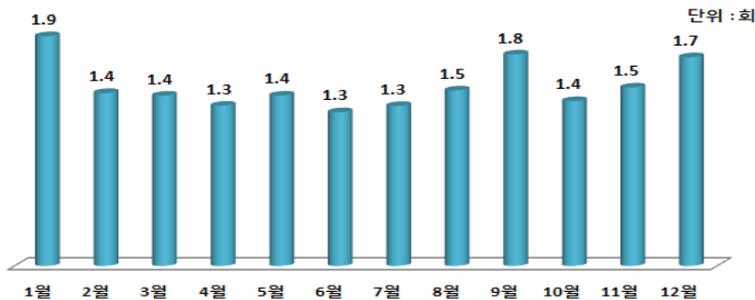


그림 2-2 쇠고기식품 월별 구매빈도 분포(2010~14년 평균)

- 쇠고기식품의 월별 구매가구 비율은 57.7~71.3%이었으며, 1월 구매가격 비율이 71.3%로 가장 높게 나타났으며, 6월이 57.7%로 가장 낮게 나타남

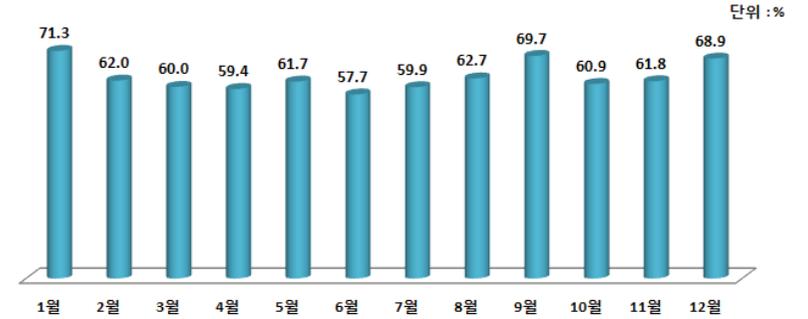


그림 2-3 쇠고기식품 월별 구매가구 비율(2010~14년 평균)

쇠고기 월별 구매패턴

- 쇠고기의 월별 평균 구입액 분포는 1월과 9월에 각각 31,962원, 28,945원으로 높게 나타났으며, 구매빈도 또한 1월과 9월이 가장 높게 나타났음
- 6월이 구매 빈도와 구입액이 가장 낮은 것으로 나타났으며 봄과 여름철 구매가 비교적 낮게 나타남

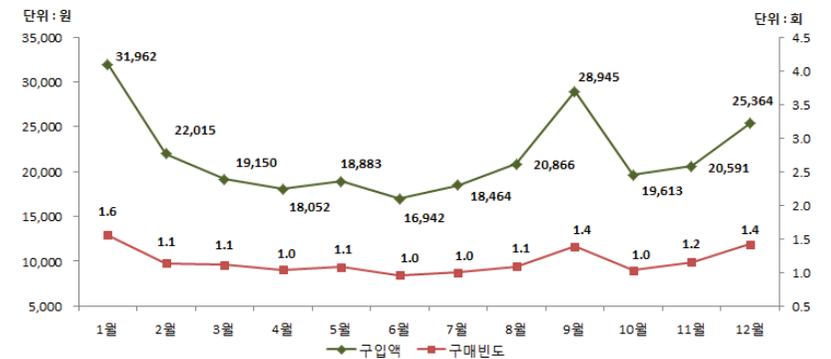


그림 2-4 쇠고기 월별 구입액 및 구매빈도(2010~14년 평균)

가공식품 월별 구매패턴

- 가공식품의 월별 구입액은 8월이 5,849원으로 가장 높게 나타났고 4월이 4,027원으로 가장 낮음
- 쇠고기 가공식품의 구매액과 구매빈도는 쇠고기에 비해 상대적으로 변동 폭이 낮은 편임

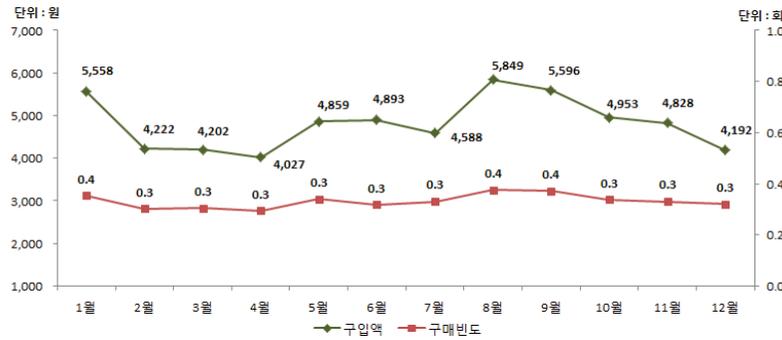


그림 2-5 가공식품 월별 구입액 및 구매빈도(2010~14년 평균)

표 2-1 쇠고기 및 가공식품 월별 구매패턴(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구 분	쇠 고 기				쇠고기 가공식품			
	구 입 액		구매 빈도	구매가구 비율	구 입 액		구매 빈도	구매가구 비율
	금 액	표준편차			금 액	표준편차		
월평균	21,737	18,640	1.2	53.8	4,814	7,653	0.3	23.7
1월	31,962	26,575	1.6	63.3	5,558	10,751	0.4	25.6
2월	22,015	17,489	1.1	53.3	4,222	8,215	0.3	21.2
3월	19,150	14,861	1.1	51.5	4,202	6,835	0.3	22.1
4월	18,052	15,916	1.0	51.0	4,027	5,449	0.3	21.2
5월	18,883	14,524	1.1	51.7	4,859	6,965	0.3	24.3
6월	16,942	15,411	1.0	48.4	4,893	8,399	0.3	23.4
7월	18,464	16,803	1.0	49.1	4,588	6,559	0.3	23.2
8월	20,866	22,181	1.1	51.8	5,849	8,777	0.4	26.6
9월	28,945	27,968	1.4	61.0	5,596	7,893	0.4	26.1
10월	19,613	17,305	1.0	50.9	4,953	9,669	0.3	24.1
11월	20,591	15,623	1.2	52.2	4,828	6,568	0.3	23.3
12월	25,364	19,022	1.4	61.1	4,192	5,751	0.3	23.1

쇠고기 부위 월별 구매패턴

- 2010~14년 평균 월별 구입액은 양지의 경우 1월이 4,760원으로 가장 높고 이후 9월(4,034원)이 높았음. 갈비는 9월(5,961원) > 1월(4,871원), 등심은 1월(3,553원) > 5월(3,439원) 순으로 구입액이 높은 것으로 나타났으며 양지와 갈비는 명절에 소비가 늘어나는 것으로 조사됨



그림 2-6 양지, 갈비, 등심 월별 구입액 분표(2010~14년 평균)

표 2-2 쇠고기 유형에 따른 월별 구매패턴 : 양지(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구 분	구 입 액		구매 빈도	평균 가격			구매가구 비율
	금 액	표준편차		(원/100g)	표준편차	관측치*	
월평균	3,162	4,673	0.2	3,394	1,513	4,484	16.5
1월	4,760	7,553	0.3	3,436	1,474	509	21.3
2월	3,711	5,799	0.2	3,406	1,626	373	18.2
3월	2,576	3,809	0.2	3,413	1,293	317	15.3
4월	2,746	4,141	0.2	3,272	1,421	364	14.6
5월	2,568	3,585	0.2	3,521	1,550	326	14.7
6월	2,428	3,575	0.2	3,286	1,409	301	14.5
7월	2,459	4,016	0.2	3,451	1,628	288	13.8
8월	2,786	3,973	0.2	3,433	1,547	324	15.3
9월	4,034	6,264	0.2	3,275	1,352	400	18.4
10월	2,941	4,639	0.2	3,427	1,487	381	15.6
11월	3,409	4,309	0.2	3,582	1,888	448	17.0
12월	3,523	4,408	0.3	3,223	1,484	453	19.5

* 관측치 : 가격 산출에 사용한 자료 건 수

표 2-3 쇠고기유형에 따른 월별 구매패턴 : 갈비(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구분	구입액		구매빈도	평균가격			구매가구비율
	금액	표준편차		(원/100g)	표준편차	관측치	
월평균	2,643	8,639	0.1	2,616	1,655	1,248	6.2
1월	4,871	11,517	0.1	2,372	1,423	168	9.7
2월	2,968	10,525	0.1	2,292	1,081	104	7.2
3월	1,992	5,548	0.1	2,421	1,384	96	5.4
4월	1,657	6,176	0.1	2,619	2,002	77	4.9
5월	1,629	5,476	0.1	2,806	2,137	73	5.0
6월	1,551	5,967	0.1	2,549	1,663	73	4.5
7월	1,762	8,332	0.1	2,721	1,718	67	4.2
8월	2,809	8,695	0.1	2,646	1,747	109	6.6
9월	5,961	17,035	0.1	2,513	1,460	204	11.5
10월	1,982	8,300	0.1	2,598	1,338	71	4.6
11월	1,676	5,267	0.1	3,089	1,940	83	4.2
12월	2,861	10,833	0.1	2,766	1,969	123	7.0

표 2-4 쇠고기유형에 따른 월별 구매패턴 : 등심(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구분	구입액		구매빈도	평균가격			구매가구비율
	금액	표준편차		(원/100g)	표준편차	관측치	
월평균	3,030	8,327	0.1	4,547	2,477	1,936	9.7
1월	3,553	11,887	0.1	4,542	2,793	167	10.3
2월	2,682	6,565	0.1	4,803	2,537	135	8.5
3월	2,680	6,678	0.1	4,718	2,223	151	9.5
4월	2,632	7,361	0.1	4,354	2,294	150	9.6
5월	3,439	8,501	0.1	4,804	2,484	190	11.2
6월	3,057	8,708	0.1	4,507	2,411	188	9.8
7월	3,249	8,075	0.1	4,789	2,585	143	10.0
8월	3,315	7,964	0.1	4,445	2,415	174	10.4
9월	2,931	9,605	0.1	4,125	2,575	158	9.4
10월	2,686	7,382	0.1	4,708	2,783	152	8.8
11월	2,859	8,126	0.1	4,339	2,334	152	8.5
12월	3,273	9,067	0.2	4,431	2,293	176	10.8

3. 구입처별 구매패턴

쇠고기식품 구입처별 구매패턴

- 쇠고기식품의 구입처별 구입액(기타 제외)은 대형마트(73,851원) > 전문점(69,454원) > 기업형슈퍼(52,044원) > 소형슈퍼(27,231원) > 전통시장(22,380원) 순임. 구매빈도는 대형마트(4.9회) > 기업형슈퍼(3.8회) > 전문점(3.0회) > 소형슈퍼(1.9회) 순임
- 쇠고기식품의 구매가구 비율은 대형마트, 기업형슈퍼, 전문점, 소형슈퍼, 전통시장 순으로 비율이 높은 것으로 나타남

표 3-1 쇠고기 식품 구입처별 구매패턴(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구분	구입액		구매빈도	평균가격		구매가구비율
	금액	비중		(원/100g)	관측치	
대형마트	73,851	23.2	4.9	2,857	3,491	71.3
전통시장	22,380	7.0	1.1	3,238	1,287	32.1
기업형슈퍼	52,044	16.3	3.8	3,293	3,324	63.1
소형슈퍼	27,231	8.5	1.9	3,476	1,357	54.1
전문점	69,454	21.8	3.0	3,762	4,142	59.5
무점포	12,611	4.0	0.3	3,404	382	12.5
백화점	9,114	2.9	0.4	3,569	396	11.4
기타	51,930	16.3	2.5	3,956	204	69.1

쇠고기 및 쇠고기 가공식품 구입처별 구매패턴

- 쇠고기와 쇠고기 가공식품은 대부분 대형마트와 전문점, 기업형슈퍼에서 구매 비중이 높은 것으로 조사됨
- 쇠고기의 구입처별 구입액 비중은 대형마트 22.3% > 전문점 24.7% > 기업형슈퍼 18.0% > 소형슈퍼 9.2% > 전통시장 8.2% 순임. 구매빈도는 대형마트(3.8회) > 기업형슈퍼(3.2회) > 전문점(2.7회) > 소형슈퍼(1.5회) 순임
- 가공식품 구매액 비중은 대형마트 27.0% > 기업형슈퍼, 전문점 8.8% > 소형슈퍼 5.4% 순으로 조사됨. 구매빈도는 대형마트(1.2회) > 기업형슈퍼(0.5회) > 소형슈퍼(0.4회) 순임

단위: %

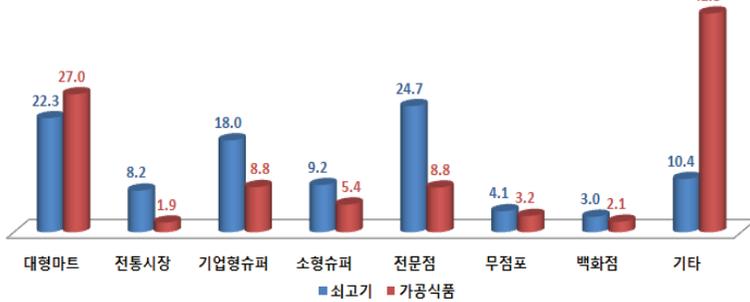


그림 3-1 쇠고기 및 가공식품 구입처별 구입액 비중(2010~14년 평균)

- 쇠고기의 부위별 구입처별 구매액은 양지와 등심의 경우 전문점에서 가장 높은 것으로 나타났으며, 갈비의 경우 대형마트가 가장 높은 것으로 나타남. 양지, 등심, 갈비 모두 전통시장에서의 구입액은 비교적 낮은 것으로 조사됨
- 양지의 구입처별 구매액은 전문점(10,279원) > 기업형슈퍼(9,958원) > 소형슈퍼(5,833원) > 대형마트(5,453원) > 전통시장(3,595원) 순임
- 갈비의 구입처별 구매액은 대형마트(9,443원) > 전문점(6,832원) > 기업형슈퍼(3,915원) > 소형슈퍼(2,284원) > 전통시장(2,092원) 순으로 조사됨
- 등심의 구입처별 구매액은 전문점(9,772원) > 대형마트(9,156원) > 기업형슈퍼(5,010원) > 소형슈퍼(2,743원) > 전통시장(2,097원) 순으로 조사됨

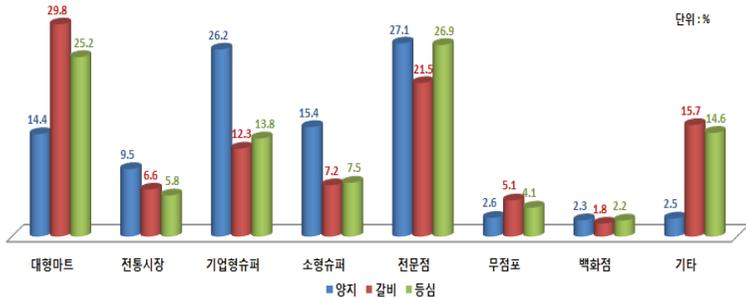


그림 3-2 쇠고기 부위별 구입처별 구입액 비중(2010~14년 평균)

- 양지의 구입처별 구매빈도 비중은 기업형슈퍼, 전문점, 소형슈퍼, 대형마트 순으로 높은 것으로 조사됨
- 갈비와 등심의 구매빈도 비중은 대형마트가 가장 높았으며 기업형슈퍼와 전문점이 높은 구매빈도 비중을 차지하였음

표 3-2 쇠고기유형에 따른 구입처별 구매패턴 : 양지(2010~14년 평균)

단위 : 원 · 회 · % / 연 · 가구

구분	구입액		구매빈도	평균가격		구매가구비율
	금액	비중		(원/100g)	관측치	
대형마트	5,453	14.4	0.4	3,364	485	21.0
전통시장	3,595	9.5	0.2	3,153	590	11.0
기업형슈퍼	9,958	26.2	0.7	3,665	964	28.2
소형슈퍼	5,833	15.4	0.5	3,232	632	21.9
전문점	10,279	27.1	0.6	3,365	1,585	25.4
무점포	995	2.6	0.0	3,139	100	2.5
백화점	867	2.3	0.0	4,041	80	2.7
기타	962	2.5	0.1	2,988	48	6.4

표 3-3 쇠고기유형에 따른 구입처별 구매패턴 : 갈비(2010~14년 평균)

단위 : 원 · 회 · % / 연 · 가구

구분	구입액		구매빈도	평균가격		구매가구비율
	금액	비중		(원/100g)	관측치	
대형마트	9,443	29.8	0.3	2,403	474	16.5
전통시장	2,092	6.6	0.0	2,338	114	3.5
기업형슈퍼	3,915	12.3	0.2	2,172	196	8.3
소형슈퍼	2,284	7.2	0.1	2,863	77	4.9
전문점	6,832	21.5	0.1	3,187	280	9.2
무점포	1,611	5.1	0.0	3,083	51	1.5
백화점	576	1.8	0.0	1,837	29	1.1
기타	4,966	15.7	0.2	3,594	27	12.2

표 3-4 쇠고기유형에 따른 구입처별 구매패턴 : 등심(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구분	구입액		구매빈도	평균가격		구매가구비율
	금액	비중		(원/100g)	관측치	
대형마트	9,156	25.2	0.6	4,267	400	25.4
전통시장	2,097	5.8	0.1	4,181	199	4.8
기업형슈퍼	5,010	13.8	0.3	4,279	297	13.6
소형슈퍼	2,743	7.5	0.1	4,181	196	8.5
전문점	9,772	26.9	0.3	4,949	683	15.3
무점포	1,473	4.1	0.0	5,082	66	1.8
백화점	815	2.2	0.0	4,772	41	2.4
기타	5,292	14.6	0.1	4,971	54	11.2

연도별 쇠고기 구입처별 구입액 및 구매빈도

○ 대형마트와 기업형슈퍼, 전문점, 무점포, 백화점은 2010년에 비해 2014년 구입액이 크게 증가하였음. 동기간 기업형슈퍼의 경우 구매 빈도가 2.6회에서 3.9회로, 전문점의 경우 1.9회에서 3.2회로 증가함. 반면 전통시장은 2010년 대비 2014년 구입액과 구입빈도가 감소하는 현상을 보임

표 3-5 연도별 쇠고기 구입처별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원·회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도										
대형마트	58,250	3.8	49,924	3.3	65,939	4.2	55,970	3.6	57,535	3.9	61,881	3.8
전통시장	21,279	1.0	30,677	1.5	18,136	0.9	12,105	0.6	20,500	1.1	24,978	1.1
기업형슈퍼	46,932	3.2	43,063	2.6	41,521	2.9	42,347	3.1	50,919	3.7	56,809	3.9
소형슈퍼	24,097	1.5	29,427	1.7	24,265	1.4	20,174	1.3	25,361	1.7	21,258	1.5
전문점	64,397	2.7	48,410	1.9	51,702	2.2	64,319	2.7	80,214	3.4	77,339	3.2
무점포	10,759	0.2	7,549	0.2	9,403	0.2	12,077	0.3	10,535	0.2	14,232	0.3
백화점	7,926	0.4	7,072	0.3	9,059	0.5	4,270	0.2	7,974	0.4	11,254	0.3
기타	27,208	1.2	15,748	0.7	21,302	1.0	22,669	1.0	34,606	1.4	41,717	1.6

- 연도별 쇠고기 가공식품은 전통시장과 전문점, 기업형슈퍼 등에서 구입액이 증가하고 있는 것으로 나타남. 기업형슈퍼와 소형슈퍼는 구매빈도가 꾸준히 증가하였으며 전문점의 경우 구매빈도가 2014년에 크게 증가한 것으로 나타남
- 맛별이가 늘어나면서 전문식당과 같은 전문점에서 판매하는 곰탕, 갈비탕 등 완제품에 대한 소비가 2014년에 크게 증가하였음
- 그밖에 홈쇼핑 등 다양한 채널을 통해 양념갈비, 떡갈비 같은 반제품과 조리된 갈비탕, 육계장과 같은 쇠고기 관련 완제품을 구입하여 집에서 간단히 조리해 먹는 경향이 높아짐

표 3-6 연도별 쇠고기 가공식품 구입처별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원·회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도										
대형마트	15,601	1.2	16,134	1.4	16,696	1.2	14,889	1.0	14,323	1.1	15,963	1.2
전통시장	1,101	0.1	575	0.0	370	0.0	967	0.0	1,137	0.1	2,457	0.2
기업형슈퍼	5,112	0.5	3,279	0.4	3,466	0.4	4,893	0.5	6,963	0.7	6,961	0.8
소형슈퍼	3,134	0.4	1,867	0.3	3,269	0.4	2,777	0.3	3,457	0.4	4,303	0.5
전문점	5,057	0.3	1,872	0.1	2,778	0.2	4,484	0.2	4,233	0.2	11,917	0.8
무점포	1,852	0.1	1,157	0.0	1,980	0.1	1,647	0.0	1,440	0.1	3,036	0.1
백화점	1,188	0.1	1,412	0.1	1,526	0.1	877	0.1	871	0.1	1,254	0.1
기타	24,721	1.3	8,142	0.5	9,751	0.6	30,192	1.7	34,981	1.8	40,539	2.1

- 연도별 양지 구입처별 구입액은 대부분의 구입처에서 연도별로 비슷한 양상을 보였으나 전통시장과 기업형슈퍼를 중심으로 증가하는 추세를 보임

표 3-7 연도별 양지 구입처별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원·회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도	금액	구매빈도	금액	구매빈도	금액	구매빈도	금액	구매빈도	금액	구매빈도
대형마트	5,453	0.4	5,322	0.4	6,036	0.5	5,812	0.5	4,850	0.4	5,247	0.3
전통시장	3,595	0.2	4,123	0.2	1,991	0.1	1,998	0.1	4,146	0.2	5,715	0.3
기업형슈퍼	9,958	0.7	9,321	0.6	8,636	0.6	8,942	0.7	10,331	0.8	12,562	0.9
소형슈퍼	5,833	0.5	6,138	0.5	5,062	0.4	5,190	0.4	7,114	0.5	5,660	0.5
전문점	10,279	0.6	6,822	0.4	8,083	0.5	12,090	0.7	12,467	0.8	11,932	0.8
무점포	995	0.0	837	0.0	873	0.0	989	0.0	1,168	0.0	1,109	0.0
백화점	867	0.0	851	0.1	976	0.1	858	0.0	1,107	0.1	546	0.0
기타	962	0.1	720	0.1	731	0.1	543	0.1	1,238	0.1	1,577	0.1

○ 연도별 갈비와 등심의 구입처별 구입액은 전문점에서의 구입액이 증가하는 추세를 보임. 갈비의 경우 대형마트 구입액이 2011년 이후 감소하였으나, 등심은 대형마트 구입액이 증가하는 것으로 나타남

표 3-8 연도별 갈비 구입처별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원·회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도	금액	구매빈도	금액	구매빈도	금액	구매빈도	금액	구매빈도	금액	구매빈도
대형마트	9,443	0.3	7,089	0.3	12,187	0.4	10,082	0.4	9,167	0.3	8,689	0.3
전통시장	2,092	0.0	1,458	0.0	2,525	0.0	1,752	0.0	1,621	0.0	3,103	0.1
기업형슈퍼	3,915	0.2	4,003	0.1	3,603	0.2	3,948	0.1	4,042	0.2	3,981	0.2
소형슈퍼	2,284	0.1	2,799	0.1	2,287	0.1	1,531	0.1	2,532	0.1	2,269	0.1
전문점	6,832	0.1	3,778	0.1	4,880	0.1	6,484	0.1	9,802	0.2	9,217	0.2
무점포	1,611	0.0	1,022	0.0	1,560	0.0	763	0.0	1,154	0.0	3,554	0.1
백화점	576	0.0	600	0.0	875	0.0	421	0.0	363	0.0	621	0.0
기타	4,966	0.2	2,183	0.1	1,879	0.1	2,890	0.1	5,810	0.2	12,069	0.3

표 3-9 연도별 등심 구입처별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원·회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도	금액	구매빈도	금액	구매빈도	금액	구매빈도	금액	구매빈도	금액	구매빈도
대형마트	9,156	0.6	6,174	0.5	11,666	0.8	6,742	0.5	9,536	0.6	11,661	0.7
전통시장	2,097	0.1	2,239	0.1	1,172	0.0	1,115	0.0	2,432	0.1	3,528	0.1
기업형슈퍼	5,010	0.3	3,762	0.2	5,218	0.3	3,707	0.2	5,994	0.3	6,367	0.3
소형슈퍼	2,743	0.1	2,289	0.1	2,885	0.1	2,196	0.1	3,471	0.2	2,874	0.2
전문점	9,772	0.3	6,857	0.2	6,056	0.2	9,176	0.2	13,894	0.4	12,879	0.4
무점포	1,473	0.0	1,380	0.0	943	0.0	1,274	0.0	1,679	0.0	2,088	0.0
백화점	815	0.0	754	0.0	905	0.0	276	0.0	1,220	0.1	918	0.0
기타	5,292	0.1	2,546	0.1	5,618	0.1	4,466	0.1	6,763	0.2	7,069	0.2

4. 소득계층별 구매패턴

소득계층별¹⁾ 쇠고기 식품 유형별 구매패턴

- 소득이 높을수록 쇠고기 식품 구입액이 높고 구입빈도가 높은 것으로 조사됨
 - 고소득가구의 경우 연간 43만 5천 원을 구입하는 것으로 나타났으며, 중소득 가구는 30만 9천 원, 저소득가구는 21만 7천 원의 쇠고기 식품을 구입하는 것으로 조사됨
 - 구매빈도는 고소득의 경우 21.8회, 중소득은 18.0회, 저소득은 13.4회로 나타남

단위 : 만원, 회

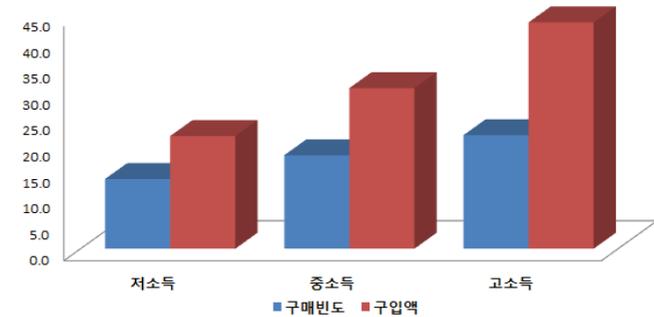


그림 4-1 소득계층별 쇠고기식품 구입액 및 구매빈도(2010~14년 평균)

- 쇠고기와 가공식품은 소득이 많을수록 구입액과 구입빈도가 높은 것으로 나타남
 - 쇠고기 구입액은 고소득(35만 7천 원/가구) > 중소득(25만 3천 원/가구) > 저소득 (17만 4천 원/가구) 순으로 나타났음. 구매빈도는 고소득은 16.9회, 중소득 14.0회, 저소득 10.3회로 조사됨
 - 가공식품 구입액은 고소득(7만 8천 원/가구) > 중소득(5만 5천 원/가구) > 저소득 (4만 2천 원/가구) 순으로 나타났음. 구매빈도는 고소득은 4.9회, 중소득 3.9회, 저소득 3.1회로 조사됨

1) 저소득 : 월 평균 가구소득 250만원 미만, 중소득 250~450만원 미만, 고소득 450만원 이상

표 4-1 쇠고기 유형에 따른 소득계층별 구매패턴 : 쇠고기 및 가공식품(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구 분	쇠 고 기			가 공 식 품		
	구입액	구매 빈도	구매가구 비율	구입액	구매 빈도	구매가구 비율
저소득	174,121	10.3	96.4	42,397	3.1	74.7
중소득	253,105	14.0	98.3	55,477	3.9	83.9
고소득	357,159	16.9	99.2	77,588	4.9	88.1

- 양지, 갈비, 등심은 소득이 많을수록 구입액과 구입빈도가 높은 것으로 나타남
 - 양지 구입액은 고소득(5만원/가구) > 중소득(3만 7천 원/가구) > 저소득(2만 8천 원/가구) 순으로 나타났음. 구매빈도는 고소득은 3.0회, 중소득 2.6회, 저소득 2.0회로 조사됨
 - 갈비 구입액은 고소득(5만원/가구) > 중소득(3만원/가구) > 저소득(1만 6천 원/가구) 순으로 나타났음. 구매빈도는 고소득은 1.3회, 중소득 0.9회, 저소득 0.5회로 조사됨
 - 등심 구입액은 고소득(5만 4천 원/가구) > 중소득(3만 5천 원/가구) > 저소득(2만 2천 원/가구) 순으로 나타났음. 구매빈도는 고소득은 2.0회, 중소득 1.6회, 저소득 0.9회로 조사됨

표 4-2 쇠고기 유형에 따른 소득계층별 구매패턴 : 양지, 갈비, 등심(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구 분	양 지			갈 비			등 심		
	구입액	구매 빈도	구매가구 비율	구입액	구매 빈도	구매가구 비율	구입액	구매 빈도	구매가구 비율
저소득	27,979	2.0	63.1	15,828	0.5	31.2	21,592	0.9	41.6
중소득	36,719	2.6	69.9	30,183	0.9	42.8	34,606	1.6	56.5
고소득	49,765	3.0	71.3	49,750	1.3	54.0	53,661	2.0	64.8

* 저소득 : 월 평균 가구소득 250만원 미만, 중소득 250~450만원 미만, 고소득 450만원 이상

연도별 소득계층별 쇠고기식품 유형별 구매패턴

- 연도별 쇠고기식품 구입액의 변화를 소득계층별로 보면, 고소득의 경우 2010~2012년 까지 감소하였으나 이후 증가세를 보임. 중소득과 저소득은 구입액이 2010년 이후 증가하고 있는 추세임
 - 연도별 쇠고기식품 구매빈도의 변화를 소득계층별로 보면, 저소득과 고소득은 2010년 이후 증가추세를 보이다가 2014년에는 전년도에 비해 감소함. 중소득의 구매빈도는 지속적인 증가추세에 있음

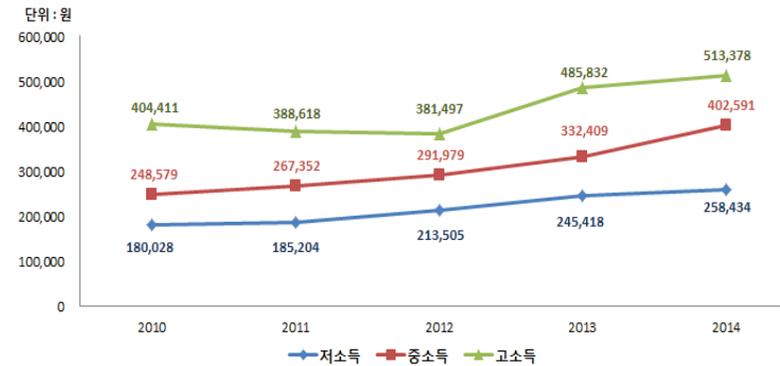


그림 4-2 연도별 소득계층별 쇠고기식품 구입액 추이

표 4-3 연도별 쇠고기식품 소득계층별 구매빈도

단위 : 회 / 연·가구

구 분	평 균	2010	2011	2012	2013	2014
저소득	13.4	11.4	11.0	12.7	16.0	15.8
중소득	18.0	14.9	16.0	17.1	19.4	22.5
고소득	21.8	18.8	20.4	19.9	25.4	24.6

- 연도별 쇠고기 구입액의 변화를 소득계층별로 보면, 고소득의 경우 2010~2012년 까지 감소하였으나 이후 증가세를 보임. 중소득과 저소득은 구입액이 2010년 이후 증가하고 있는 추세임
 - 2014년 쇠고기 구매빈도는 모든 소득계층에서 2010년보다 증가함



그림 4-3 연도별 소득계층별 최고기 구입액 추이

○ 가공식품 구입액은 모든 소득계층에서 증가 추세를 보임

- 가공식품 구매빈도는 저소득과 중소득 계층에서 지속적으로 증가함. 고소득 계층은 2013년까지 증가하다가 2014년에 구매빈도가 소폭 감소함



그림 4-4 연도별 소득계층별 가공식품 구입액 추이

표 4-4 연도별 최고기 및 가공식품 소득계층별 구매빈도

단위 : 회 / 연·가구

구분	최 고 기						가 공 식 품					
	평균	2010	2011	2012	2013	2014	평균	2010	2011	2012	2013	2014
저소득	10.3	9.1	9.0	9.5	12.4	11.3	3.1	2.3	2.0	3.2	3.6	4.5
중소득	14.0	12.2	13.2	13.2	15.1	16.5	3.9	2.7	2.8	3.9	4.2	5.9
고소득	16.9	15.0	16.4	15.2	19.6	18.1	4.9	3.7	4.0	4.6	5.8	6.4

표 4-5 연도별 양지 소득계층별 구입패턴

단위 : 원·회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매 빈도										
저소득	27,979	2.0	26,804	1.9	21,632	1.7	30,583	2.2	28,616	1.9	32,259	2.2
중소득	36,719	2.6	32,164	2.3	31,981	2.3	35,971	2.6	40,027	2.8	43,452	3.1
고소득	49,765	3.0	47,237	2.5	41,404	2.5	43,442	2.7	57,641	3.7	59,102	3.6

표 4-6 연도별 갈비 소득계층별 구입액

단위 : 원·회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매 빈도										
저소득	15,828	0.5	12,820	0.4	18,505	0.5	11,713	0.5	15,984	0.5	20,117	0.6
중소득	30,183	0.9	18,409	0.6	26,111	0.8	29,343	1.0	32,427	1.0	44,625	1.2
고소득	49,750	1.3	46,351	1.2	47,911	1.5	39,191	1.2	51,751	1.5	63,545	1.4

표 4-7 연도별 등심 소득계층별 구입액

단위 : 원·회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매 빈도										
저소득	21,592	0.9	15,830	0.6	18,906	0.8	19,586	0.8	26,669	1.3	26,970	1.1
중소득	34,606	1.6	20,925	1.0	32,839	1.6	27,812	1.1	38,812	1.7	52,643	2.3
고소득	53,661	2.0	51,110	1.7	50,252	2.2	41,448	1.6	73,404	2.6	52,091	2.1

5. 구입연령별 구매패턴

연령별 쇠고기 식품 구매패턴

○ 연령이 높을수록 쇠고기식품 구입액이 높은 것으로 나타남. 구매빈도는 40대와 60대 이상에서 높게 나타남. 연령별 쇠고기식품 구입액은 60대 이상 구입액(38만 2천 원/가구)이 가장 높은 것으로 나타남. 50대 구입액은 33만 4천 원, 40대 구입액은 32만 7천 원, 30대 이하 구입액 27만 8천 원으로 조사됨

- 구매빈도는 40대가 가구당 18.8회로 가장 많았으며 60대 이상이 18.5회, 50대 17.3회, 30대 이하 17.2회 순으로 나타남

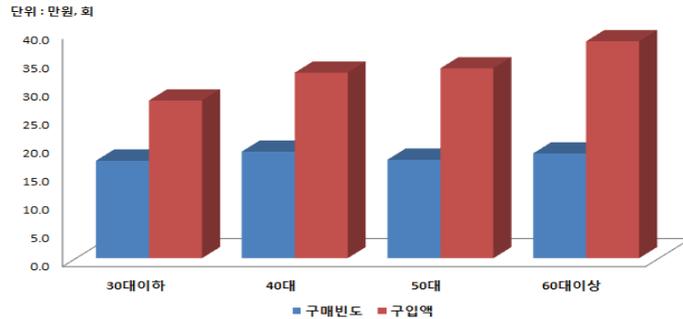


그림 5-1 연령별 가공식품 구매패턴(2010~14년 평균)

○ 쇠고기 구매는 60대 이상이 가장 높았으며, 가공식품 구매는 40대와 30대가 높은 것으로 조사됨

- 연령별 쇠고기 구입액은 60대 이상이 33만 3천 원으로 가장 높았으며, 이후 50대 (28만 4천 원), 40대(26만 5천 원), 30대이하(21만 7천 원)순으로 나타남. 구매 빈도의 경우 60대 이상이 15.9회로 가장 높았으며 40대 14.5회, 50대 14.2회, 30대 이하 12.4회 순으로 조사됨

- 연령별 쇠고기 가공식품 구입액은 40대가 6만 2천 원으로 가장 높았으며, 30대 이하가 6만 1천 원, 50대가 5만원, 60대 이상이 4만 9천 원 순으로 나타남. 구매 빈도는 30대 이하가 4.7회로 가장 높았으며 40대 4.3회, 50대 3.1회, 60대 이상 2.6회순으로 조사됨

표 5-1 쇠고기 유형에 따른 연령별 구매패턴 : 쇠고기 및 쇠고기 가공식품(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구분	쇠고기			가공식품		
	구입액	구매빈도	구매가구비율	구입액	구매빈도	구매가구비율
30대이하	217,099	12.4	98.0	60,629	4.7	89.0
40대	264,513	14.5	97.5	62,202	4.3	85.1
50대	284,313	14.2	98.9	50,089	3.1	75.7
60대이상	333,266	15.9	100.0	48,638	2.6	73.5

○ 쇠고기 유형별 구매는 공통적으로 60대 이상의 가구가 구매 비율이 높은 것으로 나타남. 양지와 갈비 구매는 60대 이상이 가장 높은 것으로 나타났으며, 등심은 50대의 구매가 가장 높은 것으로 조사됨

표 5-2 쇠고기 유형에 따른 연령별 구매패턴 : 양지, 갈비, 등심(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구분	양지			갈비			등심		
	구입액	구매빈도	구매가구비율	구입액	구매빈도	구매가구비율	구입액	구매빈도	구매가구비율
30대이하	30,858	2.4	66.7	20,432	0.7	36.6	27,534	1.3	52.0
40대	38,960	2.7	69.7	34,022	1.0	43.7	37,755	1.6	56.0
50대	40,957	2.6	68.8	33,124	0.9	44.7	40,401	1.6	55.3
60대이상	48,721	2.8	75.3	57,464	1.4	61.8	37,494	1.6	66.8

연도별 연령별 쇠고기식품 구매패턴

○ 연령별 쇠고기식품 구매액은 2012년 이후 증가하고 있는 것으로 조사됨

- 40대는 2010년 이후 지속적인 구매 증가가 나타나고 있으나, 그 외 연령은 2011~2012년에 감소하는 현상이 나타남. 2012년 이후 전 연령별 가구에서 구매액이 증가함
- 구매빈도는 대부분의 연령별에서 증가하는 추세를 보임. 2014년에는 40대의 구매빈도가 22.5회로 가장 높게 나타남

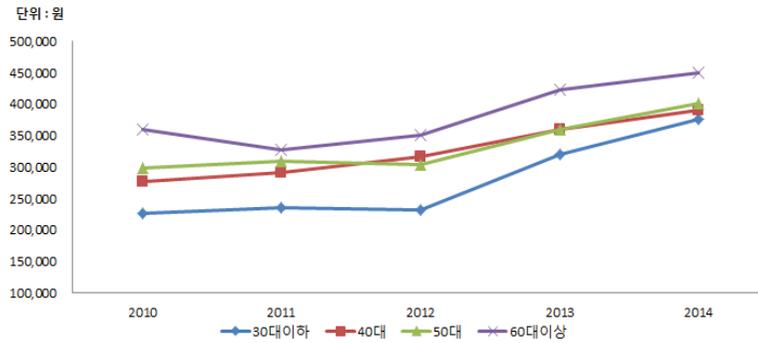


그림 5-2 연도별 쇠고기 식품 연령별 구입액

표 5-3 연도별 쇠고기식품 연령별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도										
30대이하	277,728	17.2	225,859	15.2	235,223	15.1	231,620	15.0	319,324	19.5	376,612	21.1
40대	326,715	18.8	276,543	15.0	290,560	17.0	316,964	18.1	359,358	21.2	390,150	22.5
50대	334,402	17.3	298,802	14.3	309,144	16.0	304,247	16.2	359,406	19.5	400,413	20.7
60대이상	381,904	18.5	359,111	18.3	326,901	16.0	350,681	17.6	423,239	19.8	449,587	20.6

○ 연도별 쇠고기 구매액은 전 연령에서 2012년 이후 증가하는 특징을 보임. 40대 가구를 제외한 모든 연령별 가구에서 2012년 구매액이 가장 낮았던 것으로 조사됨

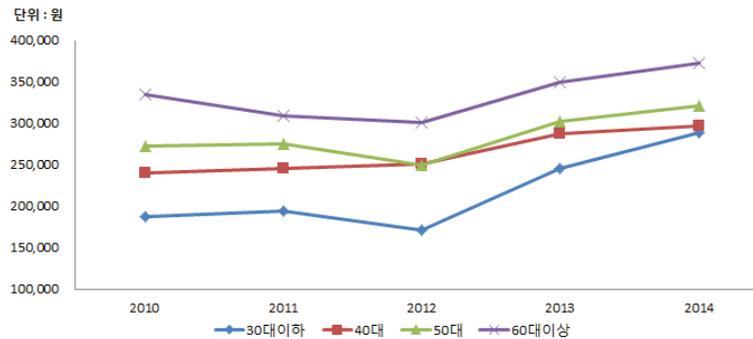


그림 5-3 연도별 쇠고기 연령별 구입액

표 5-4 연도별 쇠고기 연령별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원·회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도										
30대이하	217,099	12.4	187,030	11.6	193,864	11.7	170,704	10.4	244,947	13.9	288,951	14.7
40대	264,513	14.5	240,381	12.2	245,929	13.8	251,100	13.9	287,907	16.4	297,248	16.0
50대	284,313	14.2	272,949	12.4	275,678	13.8	249,476	13.0	302,696	16.0	320,765	15.8
60대이상	333,266	15.9	334,056	16.6	309,552	14.8	301,345	14.8	349,299	16.4	372,076	16.8

○ 쇠고기 가공식품의 연령별 구매액 변화를 보면, 과거 구입 금액이 제일 낮았던 60대가 2011년 이후 급격히 증가하는 것으로 나타남. 그 외에 모든 연령층에서는 지속적인 증가추세를 나타냄. 구매빈도는 전 연령층에서 증가하였으며, 이 중 50대의 구매빈도가 크게 증가함(2010년 대비 2014년 157.9% 증가)

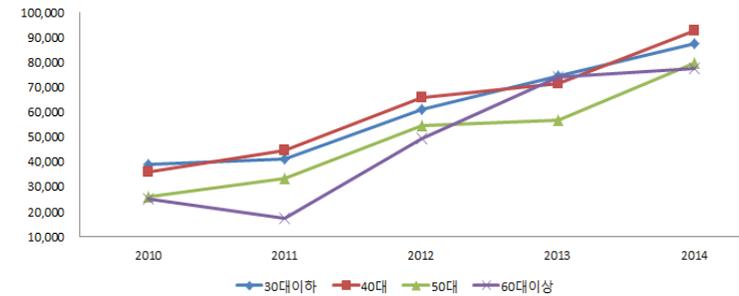


그림 5-4 연도별 쇠고기 가공식품 연령별 구입액

표 5-5 연도별 쇠고기 가공식품 연령별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원·회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도										
30대이하	60,629	4.7	38,829	3.6	41,360	3.4	60,916	4.6	74,378	5.7	87,661	6.4
40대	62,202	4.3	36,162	2.8	44,630	3.2	65,865	4.2	71,451	4.8	92,902	6.5
50대	50,089	3.1	25,853	1.9	33,466	2.2	54,771	3.2	56,710	3.5	79,647	4.9
60대이상	48,638	2.6	25,055	1.7	17,349	1.3	49,335	2.8	73,940	3.4	77,511	3.7

표 5-6 연도별 양지 연령별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원·회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구 매 빈도										
30대이하	30,858	2.4	30,283	2.4	21,839	1.9	27,119	2.2	32,187	2.3	42,860	3.0
40대	38,960	2.7	31,979	2.1	35,525	2.4	39,905	2.7	47,257	3.2	40,133	2.9
50대	40,957	2.6	41,878	2.3	38,899	2.4	36,081	2.5	40,546	2.8	47,382	3.1
60대이상	48,721	2.8	52,302	2.9	27,884	1.7	54,104	3.2	51,360	3.1	57,957	3.1

표 5-7 연도별 갈비 연령별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원·회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구 매 빈도										
30대이하	20,432	0.7	16,785	0.6	20,154	0.7	14,178	0.6	22,678	0.9	28,365	0.8
40대	34,022	1.0	26,069	0.8	33,138	1.0	32,542	1.1	32,040	1.1	46,320	1.1
50대	33,124	0.9	22,857	0.7	33,678	1.0	29,512	0.9	39,393	1.1	40,182	1.1
60대이상	57,464	1.4	61,249	1.9	38,931	0.9	44,515	1.3	67,840	1.6	74,785	1.6

표 5-8 연도별 등심 연령별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원·회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구 매 빈도										
30대이하	27,534	1.3	22,203	1.0	27,264	1.5	21,236	0.9	35,742	1.6	31,225	1.4
40대	37,755	1.6	28,307	1.2	38,166	1.7	29,727	1.2	42,359	1.8	50,217	2.1
50대	40,401	1.6	27,124	1.0	36,551	1.5	34,217	1.2	54,365	2.1	49,748	2.2
60대이상	37,494	1.6	29,901	1.6	31,706	1.8	28,120	1.2	43,148	1.3	54,596	2.2

6. 가족수별 구매패턴

- 가족수별 쇠고기 식품 연간 평균 구매액은 6인 이상 가구가 38만 9천 원으로 가장 높은 것으로 나타났고, 3인(33만원), 4인(31만 4천 원), 5인(30만 3천 원), 2인 이하(29만 5천 원) 순으로 조사됨. 구매빈도는 6인 이상 가구가 18.9회로 가장 많았으며 4인(18.7회), 3인(18.2회), 5인(18.1회), 2인 이하(14.0회) 순으로 나타남

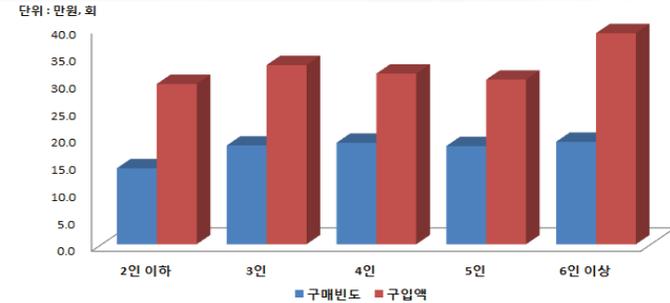


그림 6-1 쇠고기 식품 가족수별 구매패턴(2010~14년 평균)

- 가족수별 쇠고기와 쇠고기 가공식품의 구입액은 6인 이상 가구가 가장 높았음. 구매빈도는 쇠고기의 경우 4인가구가 14.4회로 가장 많았으며, 가공식품은 6인 이상 가구가 4.8회로 가장 많았음

표 6-1 쇠고기 유형에 따른 가족수별 구매패턴 : 쇠고기 및 가공식품(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구 분	쇠 고 기			가 공 식 품		
	구입액	구매 빈도	구매가구 비율	구입액	구매 빈도	구매가구 비율
2인이하	247,283	10.9	97.5	47,820	3.1	75.2
3인	271,284	14.3	98.4	58,681	3.9	80.9
4인	255,819	14.4	98.7	58,416	4.2	85.7
5인	249,623	14.3	96.5	53,565	3.8	81.7
6인이상	306,324	14.1	97.9	82,255	4.8	90.1

- 갈비와 양지 구입액은 6인 이상 가구가 가장 높았으며, 등심 구입액은 3인 가구가 가장 높았음
- 양지 구입액은 6인 이상 가구가 6만 1천 원으로 가장 높았으며, 그 다음으로 3인 가구가 4만 2천 원, 4인 3만 7천 원, 2인 이하와 5인 가구 3만 2천 원 순으로 조사됨. 구매 빈도도 6인 이상 가구가 가장 높은 것으로 나타남
- 갈비 구입액은 6인 이상 가구가 4만 4천 원으로 가장 높았으며, 이후 5인, 2인 이하, 3인, 4인 순으로 구입액이 높은 것으로 나타남. 구매 빈도는 3인과 5인 가구가 가장 높았음

- 등심 구입액은 3인 가구가 구입액이 가장 높은 것으로 나타났으며, 2인 이하, 4인, 6인 이상, 5인 순으로 구입액이 높은 것으로 나타남. 구매 빈도는 3인 가구가 가장 높았으며 4인, 5인 순으로 높은 것으로 나타남

표 6-2 쇠고기 유형에 따른 가족수별 구매패턴 : 양지, 갈비, 등심(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구 분	양 지			갈 비			등 심		
	구입액	구매 빈도	구매가구 비율	구입액	구매 빈도	구매가구 비율	구입액	구매 빈도	구매가구 비율
2인이하	31,680	1.9	58.4	34,053	0.7	40.0	36,681	1.3	53.6
3인	42,212	2.7	70.0	31,908	1.0	47.2	40,296	1.8	57.2
4인	36,676	2.7	70.4	28,880	0.9	42.9	35,894	1.6	56.9
5인	31,576	2.4	65.3	35,024	1.0	39.4	29,675	1.4	50.5
6인이상	61,127	3.5	80.1	43,824	0.9	39.7	32,630	1.1	47.8

표 6-3 연도별 쇠고기 식품 가족수별 구입액

단위 : 원 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구매 빈도										
2인이하	295,103	14.0	246,725	11.4	234,509	12.4	261,918	13.9	323,231	14.7	409,131	17.5
3인	329,965	18.2	295,602	16.2	292,108	16.5	305,287	17.3	363,406	20.6	393,422	20.4
4인	314,235	18.7	261,491	15.0	282,622	16.8	290,434	17.3	346,114	21.3	390,515	23.1
5인	303,188	18.1	237,257	14.9	269,525	15.9	284,486	16.2	339,968	20.9	384,705	22.5
6인이상	388,578	18.9	282,560	15.3	323,279	15.7	362,015	16.8	510,773	21.8	464,265	24.8

표 6-4 연도별 쇠고기 가족수별 구입액

단위 : 원 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구매 빈도										
2인이하	247,283	10.9	221,921	9.7	204,171	10.1	205,537	10.1	268,543	11.5	336,241	13.1
3인	271,284	14.3	259,602	13.3	249,080	13.7	242,121	13.2	293,575	16.2	312,044	15.2
4인	255,819	14.4	226,612	12.2	243,080	13.7	234,197	13.4	279,672	16.4	295,535	16.6
5인	249,623	14.3	201,580	11.7	234,835	13.3	223,376	12.3	275,263	16.7	313,061	17.3
6인이상	306,324	14.1	244,970	11.9	267,875	12.3	265,347	12.9	408,497	16.4	344,930	16.8

표 6-5 연도별 쇠고기 가공식품 가족수별 구입액

단위 : 원·회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구매 빈도	금 액	구매 빈도	금 액	구매 빈도						
2인이하	47,820	3.1	24,804	1.8	30,337	2.2	56,381	3.8	54,688	3.2	72,889	4.4
3인	58,681	3.9	36,000	2.9	43,028	2.9	63,167	4.0	69,831	4.4	81,378	5.2
4인	58,416	4.2	34,879	2.9	39,542	3.1	56,237	3.9	66,442	4.8	94,980	6.5
5인	53,565	3.8	35,678	3.2	34,690	2.6	61,109	3.9	64,705	4.2	71,644	5.2
6인이상	82,255	4.8	37,590	3.3	55,405	3.4	96,668	3.8	102,276	5.3	119,336	7.9

표 6-6 연도별 양지 가족수별 구입액

단위 : 원·회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구매 빈도										
2인이하	31,680	1.9	27,772	1.5	29,490	1.7	31,874	2.0	28,305	1.7	40,961	2.3
3인	42,212	2.7	46,566	2.7	34,155	2.2	42,781	2.7	42,780	2.9	44,777	3.1
4인	36,676	2.7	30,015	2.2	33,029	2.4	36,424	2.7	40,026	2.9	43,885	3.1
5인	31,576	2.4	25,970	2.1	24,687	2.0	24,529	2.0	43,410	2.9	39,283	2.9
6인이상	61,127	3.5	50,212	2.9	40,256	2.5	41,796	2.6	96,765	5.1	76,608	4.6

표 6-7 연도별 갈비 가족수별 구입액

단위 : 원·회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구매 빈도										
2인이하	34,053	0.7	27,460	0.7	22,897	0.3	25,027	0.7	47,724	0.9	47,154	1.0
3인	31,908	1.0	22,807	0.7	31,179	1.0	28,774	1.0	32,105	1.0	44,677	1.2
4인	28,880	0.9	23,656	0.7	26,639	0.9	25,834	0.9	32,536	1.1	35,736	1.1
5인	35,024	1.0	13,455	0.6	47,548	1.3	30,496	0.8	27,346	1.2	56,277	1.3
6인이상	43,824	0.9	27,732	0.6	25,606	0.7	41,292	1.2	48,606	0.9	75,887	1.0

표 6-8 연도별 등심 가족수별 구입액

단위 : 원·회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구매 빈도										
2인이하	36,681	1.3	30,810	0.8	26,772	1.2	24,337	0.8	42,240	1.4	59,247	2.2
3인	40,296	1.8	30,409	1.4	37,069	1.8	31,431	1.2	51,763	2.3	50,805	2.1
4인	35,894	1.6	25,626	1.0	36,898	1.7	29,128	1.3	42,865	1.8	44,955	2.0
5인	29,675	1.4	17,558	1.0	25,181	1.2	28,645	1.0	39,517	1.8	37,475	1.9
6인이상	32,630	1.1	19,535	0.8	34,088	1.1	24,917	0.7	48,377	1.2	36,231	1.5

7. 주부 취업여부별 구매패턴

- 주부 취업여부별 쇠고기식품 연평균 구입액과 구매빈도는 전업주부가 취업주부보다 높은 것으로 나타남.
- 전업주부의 쇠고기식품 구입액은 가구당 평균 33만 8천 원이었고, 취업주부는 가구당 29만 7천 원을 구입하는 것으로 나타남. 구매빈도는 전업주부의 경우 가구당 평균 19.4회, 취업주부의 경우 가구당 평균 16.3회로 조사됨

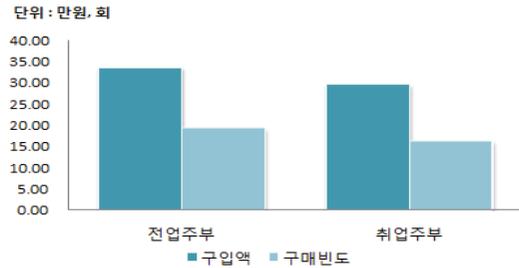


그림 7-1 주부 취업여부별 쇠고기식품 구입액 및 구매빈도(2010~14년 평균)

- 주부 취업여부별 쇠고기와 쇠고기 가공식품 연평균 구입액은 취업주부가 전업주부보다 높은 것으로 나타났으며, 구매빈도는 전업주부가 취업주부보다 높게 나타남

표 7-1 쇠고기 유형에 따른 주부 취업여부별 구매패턴 : 쇠고기 및 쇠고기 가공식품(2010~14년 평균)

구분	쇠 고 기			가 공 식 품		
	구입액	구매 빈도	구매가구 비율	구입액	구매 빈도	구매가구 비율
전업주부	210,032	15.1	98.4	87,688	4.3	85.4
취업주부	229,282	12.7	97.9	88,408	3.6	80.6

- 주부취업별 양지, 갈비, 등심 연평균 구입액과 구매빈도는 전업주부보다 취업주부가 높은 것으로 나타남

표 7-2 쇠고기 유형에 따른 주부 취업여부별 구매패턴 : 양지, 갈비, 등심(2010~14년 평균)

구분	양 지			갈 비			등 심		
	구입액	구매 빈도	구매가구 비율	구입액	구매 빈도	구매가구 비율	구입액	구매 빈도	구매가구 비율
전업주부	42,804	2.9	71.8	33,604	1.0	43.3	37,167	1.6	57.5
취업주부	32,477	2.2	65.9	29,699	0.9	42.8	35,211	1.4	53.3

< 돼지고기 >

1. 연도별 구매패턴

돼지고기식품 유형별 구매패턴

- 2010~14년 평균 돼지고기식품의 구입액은 47만 3천 원으로 나타남. 이 중 돼지고기의 비중은 66.7%, 가공식품은 33.3% 이었음. 돼지고기식품의 가구별 연간 구매빈도는 연 46.3회였고, 돼지고기는 23.3회, 가공식품은 23.0회였음. 돼지고기의 부위별 구매빈도는 '삼겹살 8.6회 > 앞다리 3.2회 > 목심 2.3회 > 갈비 1.4회 > 뒷다리 1.2회, 등심 1.2회 > 안심 0.7회 > 특수부위 0.5회' 순으로 조사됨
- 삼겹살 구매액이 14만 4천 원으로 돼지고기 구입액의 30.4%를 차지하였고, 갈비가 4만 4천원으로 9.3%를 차지함. 구입가격은 특수부위가 2,489원(100g)으로 가장 비쌌으며, 삼겹살 1,676원, 목심 1,654원으로 조사됨

표 1-1 소비자 가구의 돼지고기식품 유형별 구매패턴(2010~14년 평균)

구분	구입액	구매빈도	구입가격(원/100g)	
			구입가격(원/100g)	구입가격(원/100g)
□ 돼지고기식품	473,493	46.3	1,470	
○ 돼지고기	315,709	23.3	1,470	
- 삼겹살	144,152	8.6	1,676	
- 목심	31,895	2.3	1,654	
- 앞다리	27,553	3.2	1,124	
- 갈비	43,936	1.4	1,212	
- 뒷다리	7,734	1.2	900	
- 등심	7,738	1.2	1,229	
- 안심	4,316	0.7	1,136	
- 특수부위	6,831	0.5	2,489	
- 사태	3,071	0.3	1,063	
- 기타	38,484	3.9	-	
○ 가공식품	157,783	23.0	-	

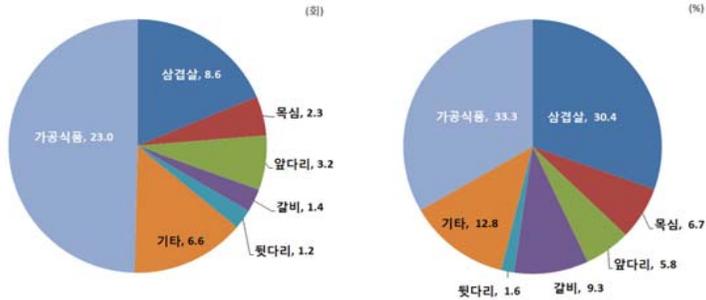


그림 1-1 돼지고기식품 부위별 구매빈도 및 구매비중(2010~14년 평균)



그림 1-2 돼지고기식품 부위별 구매빈도

- 2014년 돼지고기식품 구입액은 2010년보다 33.3% 증가한 56만 8천 원이었고, 구매빈도는 11.6% 증가한 51.6회였음. 이는 2013년 일본 방사능 오염수 누출 사건 언론보도로 인한 수산물 소비 대체효과와 2014년 초 발생한 HPAI로 인한 가금 육류 소비 대체효과 등으로 돼지고기식품에 대한 수요가 증가했기 때문으로 파악됨
- 2010년 대비 2014년 삼겹살의 구매빈도가 11.4% 증가하였지만, 저지방부위가 선호됨에 따라 앞다리(31.1% 증가), 목심(16.1% 증가), 뒷다리(14.9% 증가)의 증가가 더 크게 나타남. 또한 식품 소비 패턴 간편화, 다양화 등으로 가공식품 구매빈도는 2010년 대비 2014년 11.1% 증가한 25.5회로 나타남

- 연도별 돼지고기 부위별 구입가격은 2011년의 경우 삼겹살을 제외한 모든 부위에서 2010년 대비 크게 상승하였는데, 이는 FMD로 인한 살처분으로 돼지고기 생산량이 감소해 가격이 상승한 것으로 파악됨. 특히 목심의 경우 101.4% 상승하였고, 갈비는 68.3% 상승함
- 2014년 구입가격은 특수부위가 2,772원으로 가장 높았고, 목심 1,821원, 삼겹살 1,791원, 등심 1,273원 순으로 나타남. 목심의 경우 삼겹살 가격보다 구입가격이 높게 조사됨. 이는 저지방부위 소비 증가와 캠핑문화 확산 등으로 목심 소비가 증가했기 때문으로 파악됨

표 1-2 연도별 돼지고기식품 유형별 구입액

단위 : 원 · 회 / 연 · 가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도										
□ 돼지고기식품	473,493	46.3	426,329	45.2	445,281	43.8	432,765	42.7	494,991	48.1	568,098	51.6
○ 돼지고기	315,709	23.3	302,580	23.9	302,771	21.1	271,714	20.1	327,272	25.2	374,210	26.1
- 삼겹살	144,152	8.6	140,411	8.9	141,334	8.3	113,782	6.7	156,902	9.7	168,330	9.6
- 목심	31,895	2.3	30,605	2.4	27,942	1.9	27,783	2.0	33,781	2.5	39,365	2.7
- 앞다리	27,553	3.2	19,917	2.6	25,562	2.6	25,567	3.0	29,475	3.6	37,243	4.2
- 갈비	43,936	1.4	42,189	1.3	43,484	1.3	43,632	1.4	40,826	1.3	49,548	1.5
- 뒷다리	7,734	1.2	5,927	0.9	7,646	1.0	8,389	1.2	7,863	1.3	8,846	1.3
- 등심	7,738	1.2	6,819	1.1	7,614	1.1	7,432	1.1	9,330	1.4	7,494	1.3
- 안심	4,316	0.7	4,316	0.7	3,821	0.5	4,171	0.6	4,050	0.7	5,220	0.8
- 특수부위	6,831	0.5	6,521	0.4	5,711	0.4	7,209	0.4	8,016	0.6	6,699	0.5
- 사태	3,071	0.3	2,978	0.3	2,895	0.3	2,738	0.3	3,284	0.4	3,457	0.4
- 기타	38,484	3.9	42,897	5.1	36,763	3.7	31,010	3.4	33,745	3.6	48,007	3.8
○ 가공식품	157,783	23.0	123,750	21.2	142,509	22.6	161,051	22.6	167,719	22.9	193,887	25.5

표 1-3 연도별 돼지고기 부위별 구입가격(원/100g)

단위 : 원/100g

구분	평균	2010	2011	2012	2013	2014
○ 돼지고기	1,470	1,355	1,620	1,422	1,402	1,549
- 삼겹살	1,676	1,550	1,798	1,617	1,623	1,791
- 목심	1,654	1,435	1,818	1,632	1,563	1,821
- 앞다리	1,124	1,009	1,300	1,121	1,008	1,183
- 갈비	1,212	1,087	1,336	1,173	1,207	1,257
- 뒷다리	900	866	1,088	885	767	895
- 등심	1,229	1,042	1,375	1,253	1,204	1,273
- 안심	1,136	987	1,285	1,205	1,049	1,154
- 특수부위	2,489	1,928	2,658	2,631	2,454	2,772
- 사태	1,063	973	1,194	1,072	955	1,121

2. 월별 구매패턴

- 돼지고기의 경우 월별 구입액은 김장철 수요가 있는 11월에 3만 원으로 가장 높았고 방학과 설 명절이 있는 2월에 2만 3천 원으로 가장 낮게 나타났으나, 대체적으로 연중 고르게 조사됨. 돼지고기는 겨울철(12월~2월)과 봄철(3~5월)에 많이 구매하는 것으로 나타남



그림 2-1 돼지고기 월별 구매패턴(2010~14년 평균)

- 계절적인 요인으로 생산량이 가장 적고, 나들이 수요가 많은 6월의 돼지고기 구입가격이 연간 평균가격보다 6.2% 높은 1,559원(100g)으로 가장 높게 나타났고, 돼지고기 수요가 적은 1월에 구입가격이 가장 낮게(1,339원) 조사됨. 가격 등락 변동은 목심이 가장 큰 것으로 나타남

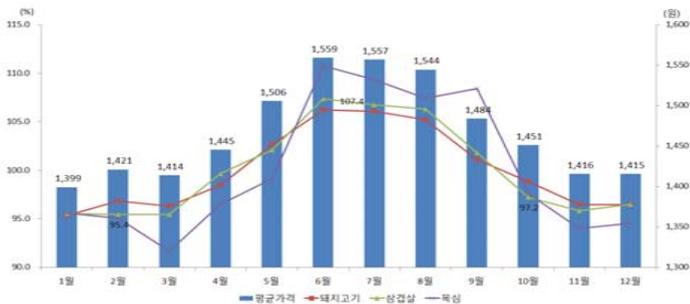


그림 2-2 돼지고기 월별 구입가격 변동(2010~14년 평균)

- 삼겹살 월별 구입액 비중을 보면, 나들이 철인 5월에 10.8%로 가장 크고, 2월과 9월의 구입액 비중이 각각 7.1%로 가장 낮음. 목심은 김장철인 11월이 가장 높은 11.8%로 구입액 비중이 가장 높고, 9월 6.4%로 가장 낮은 것으로 조사됨

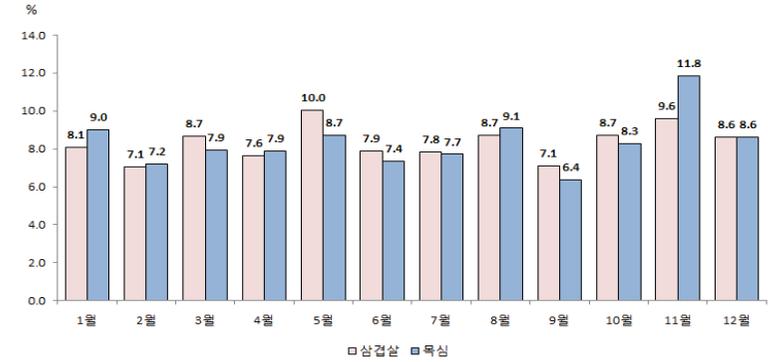


그림 2-3 삼겹살, 목심 월별 구입액 비중 분포(2010~14년 평균)

- 돼지고기 구매빈도는 연간 23.3회이며 여름철(7~9월)보다 겨울철(12월~2월)이 높은 경향을 보였고, 부위별로는 목심이 연중 0.2회로 고른 반면에 삼겹살은 봄철(3~5월)에 구매빈도가 높은 것으로 나타남. 가공식품은 여름철에 구매가 많이 되는 것으로 조사되었고, 이 기간 돼지고기보다 더 많이 구매되는 것으로 나타남

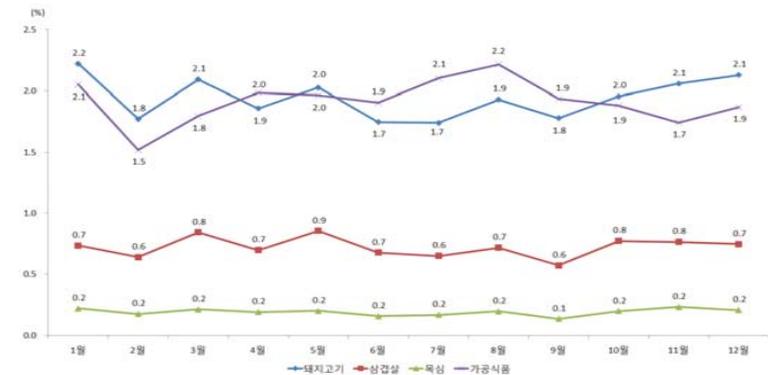


그림 2-4 돼지고기 및 삼겹살, 목심 월별 구매빈도(2010~14년 평균)

- 삼겹살은 삼겹살 데이(3월 3일)가 있는 3월과 나들이철인 5월에 구매하는 가구의 비중이 높은 것으로 조사되었고, 명절이 있는 9월 가장 낮게 조사되었음. 목심은 김장철 수요가 있는 11월 17.8%로 비중이 가장 높게 나타났고, 9월 11.2%로 가장 낮게 조사됨

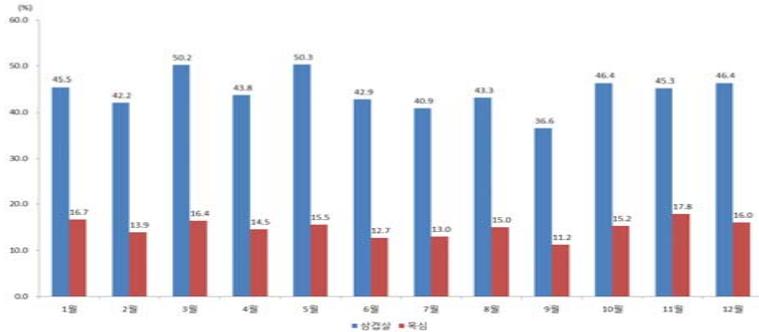


그림 2-5 삼겹살, 목심 월별 구매가구 비중(2010~14년 평균)

3. 구입처별 구매패턴

- 가구별 돼지고기 구입처를 보면, 전문점 20.3%, 기업형슈퍼 19.4%, 대형마트 14.9%, 소형슈퍼 14.6% 순으로 높게 나타남. 가공식품 가구당 구입처는 대형마트 26.2%, 기업형슈퍼 14.5%, 소형슈퍼 11.4%, 전통시장 4.8% 순으로 조사됨

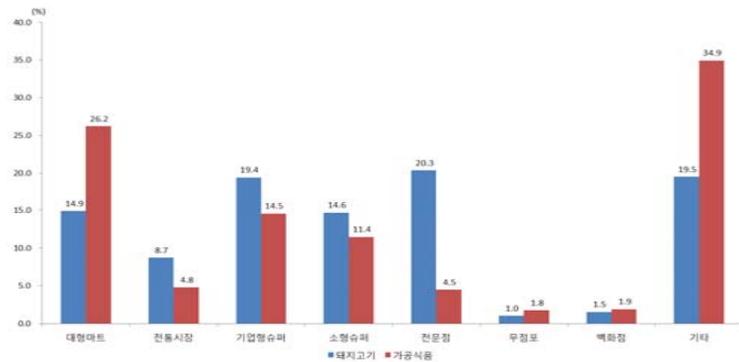


그림 3-1 돼지고기 및 가공식품 구입처별 구매패턴(2010~14년 평균)

- 돼지고기 구입처별 구매빈도를 보면, 기업형슈퍼가 5.8회로 가장 많았고, 전문점 4.3회, 소형슈퍼 4.2회, 대형마트 4.2회 전통시장 2.2회로 조사됨. 가공식품은 대형마트가 6.2회 기업형슈퍼 5.4회 소형슈퍼 5.0회 전통시장 0.9회로 나타남

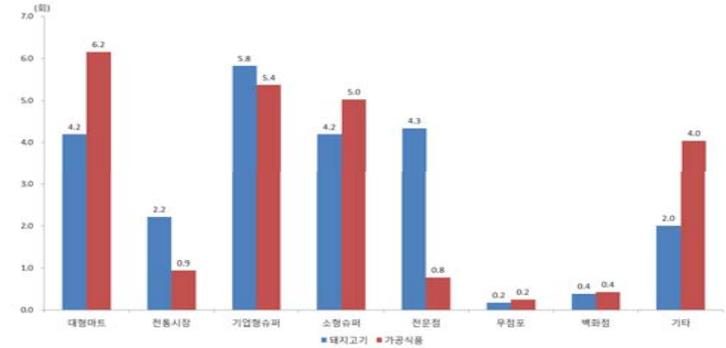


그림 3-2 돼지고기 및 가공식품 구입처별 구매빈도(2010~14년 평균)

- 돼지고기 중에서 삼겹살 구입액은 가구당 1년에 14만 4천 원이었으며, 구입처별 구입액 비중은 전문점 22.6%, 기업형슈퍼 18.8%, 기타 16.7%, 소형슈퍼 16.5% 순임. 목심 구입액은 3만 2천 원이었으며, 구입액 비중은 기업형슈퍼 26.9%, 대형마트 22.3%, 전문점 22.1%, 소형슈퍼 13.8% 순으로 나타남

표 3-1 돼지고기 부위에 따른 구입처별 구매패턴(삼겹살, 목심)(2010~14년 평균)

단위 : 원 / 연 · 가구

구 분	삼겹살			목 심		
	구입액 비중	구매빈도 비중	평균가격 (원/100g)	구입액 비중	구매빈도 비중	평균가격 (원/100g)
대형마트	14.8	17.7	1,650	22.3	23.0	1,682
전통시장	8.5	8.9	1,591	8.2	7.9	1,563
기업형슈퍼	18.8	22.3	1,646	26.9	28.8	1,686
소형슈퍼	16.5	18.6	1,644	13.8	14.7	1,618
전문점	22.6	20.7	1,719	22.1	20.2	1,649
무점포	0.8	0.7	1,520	1.2	0.8	1,464
백화점	1.2	1.4	1,921	2.9	2.4	2,028
기타	16.7	9.7	1,903	2.6	2.2	1,535

- 구입처별/부위별 100g당 평균가격을 보면, 삼겹살의 경우 백화점이 1,921원으로 가장 높고 무점포가 1,520원으로 가장 낮게 나타남. 목심의 평균가격 또한 삼겹살과 마찬가지로 백화점이 2,028원으로 가장 높고, 무점포가 3,981원으로 가장 높았고, 무점포가 1,464원으로 가장 낮았음
- 2014년 대형마트에서 돼지고기를 구매하는 금액은 2010년 대비 3.8% 감소한 4만 9천 원이었고, 전통시장은 21.3% 감소한 3만 원이었음. 그러나 전문점은 2010년 대비 120.4% 증가한 8만 8천 원이었고, 무점포는 103.3% 증가한 4,661원이었음
- 2014년 전문점의 구매빈도는 2010년 대비 2.7회 증가한 5.7회이었고, 기업형슈퍼의 구매빈도는 1.1회 증가한 6.8회, 전통시장은 1.0회 증가함. 그 외 구입처별 구매 빈도는 2010년과 비슷한 것으로 조사됨

표 3-2 연도별 돼지고기 구입처별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매 빈도										
대형마트	46,903	4.2	50,903	4.6	47,207	3.9	39,834	3.7	47,612	4.5	48,960	4.2
전통시장	27,410	2.2	37,959	3.3	25,371	1.8	16,460	1.4	27,392	2.2	29,867	2.3
기업형슈퍼	61,331	5.8	58,438	5.7	56,955	5.1	55,176	5.4	63,643	6.2	72,441	6.8
소형슈퍼	46,226	4.2	50,548	4.7	48,882	4.1	36,448	3.4	45,412	4.4	49,839	4.4
전문점	64,199	4.3	40,051	3.0	57,889	3.7	61,224	4.1	73,565	5.2	88,266	5.7
무점포	3,236	0.2	2,293	0.1	3,377	0.1	2,324	0.1	3,524	0.2	4,661	0.3
백화점	4,867	0.4	5,046	0.5	5,892	0.4	3,311	0.2	5,191	0.4	4,896	0.4
기타	61,538	2.0	57,343	2.0	57,198	2.0	56,937	1.8	60,932	2.1	75,279	2.1

4. 소득계층별²⁾ 구매패턴

- 돼지고기 구매액은 저소득층이 고소득층의 76.7%로 나타났고, 가공식품 구매액은 저소득층이 고소득층의 73.0%로 나타남. 2013년부터 고소득층 구매액이 중간소득층 구매액보다 많은 것으로 조사됨

2) 저소득 : 월 평균 가구소득 250만원 미만, 중소득 250~450만원 미만, 고소득 450만원 이상

- 돼지고기 구매빈도는 중간소득층이 가장 많은 24.2회로 나타났고, 고소득층 23.7회, 저소득층 19.9회로 나타남. 가공식품 또한 중간소득층이 23.7회로 구매빈도가 가장 많았고, 고소득층 22.6회, 저소득층 20.6회로 나타남. 그러나 돼지고기와 가공식품 모두 2013년부터는 고소득층이 중간소득층보다 구매빈도가 많은 것으로 나타남
- 2013년 대비 2014년 돼지고기와 가공식품의 구매액이 크게 증가한 것은 2013년 하반기 시행된 모든 감축사업과 2014년 초 유행한 돼지유행성설사병으로 도축 마릿수가 감소하여, 돼지고기 가격이 상승하였기 때문임

표 4-1 연도별 돼지고기 소득계층별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매 빈도										
저소득	254,426	19.9	243,312	20.1	242,016	17.9	231,368	17.4	251,633	20.8	303,799	23.4
중소득	328,259	24.2	316,566	24.9	317,690	22.0	289,080	21.3	334,371	25.9	383,589	26.8
고소득	331,820	23.7	320,060	24.9	307,950	21.2	259,193	19.3	355,278	26.3	416,618	26.9

표 4-2 연도별 돼지고기 가공식품 소득계층별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매 빈도										
저소득	125,928	20.6	103,841	20.8	105,470	18.5	135,244	20.7	116,981	18.2	168,102	24.7
중소득	161,754	23.7	126,686	21.7	148,692	24.3	168,263	23.7	169,437	23.5	195,691	25.5
고소득	172,403	22.6	134,834	20.3	153,403	21.2	164,648	21.2	194,842	24.1	214,289	26.3

- 삼겹살 구매액은 저소득층이 고소득층에 비해 73.0% 수준으로 나타났고, 목심 구매액은 저소득층이 고소득층에 비해 67.8% 수준으로 나타남
- 삼겹살 구매빈도는 고소득층이 9.2회로 가장 많은 것으로 나타났고, 중간소득층 8.9회, 저소득층 7.2회로 나타남. 목심 또한 고소득층이 2.6회로 구매빈도가 가장 많았고, 중간소득층 2.4회, 저소득층 1.8회 순으로 나타남

표 4-3 연도별 삼겹살 소득계층별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도										
저소득	112,272	7.2	110,979	7.6	113,978	7.0	95,869	5.8	106,548	7.3	133,987	8.1
중소득	150,058	8.9	149,072	9.2	147,882	8.4	121,248	7.0	162,014	10.0	170,073	9.8
고소득	153,808	9.2	144,019	9.6	144,116	8.8	108,949	6.4	174,487	10.5	197,469	10.8

표 4-4 연도별 목심 소득계층별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도										
저소득	24,717	1.8	22,577	1.9	22,781	1.3	21,778	1.5	25,173	2.0	31,275	2.3
중소득	32,433	2.4	31,280	2.4	27,332	1.9	28,353	2.1	33,855	2.6	41,347	2.9
고소득	36,478	2.6	36,581	2.9	33,369	2.4	31,921	2.4	38,977	2.7	41,540	2.6

5. 연령별 구매패턴

- 돼지고기 연령별 구입액은 40대가 36만 3천 원으로 가장 많았고, 50대 28만 7천 원, 30대 이하 27만 8천 원, 60대 이상 25만 4천 원 순으로 나타남. 가공식품은 30대 이하가 19만 3천 원으로 가장 많았고, 40대 18만 3천 원, 50대 10만 7천 원, 60대 이상 6만 9천 원 순으로 나타남
- 돼지고기 연령별 구매빈도는 40대가 26.5회로 가장 많았고, 30대 이하 21.4회, 50대 21.0회, 60대 이상 18.4회 순으로 나타남. 가공식품 구매빈도는 30대 이하가 가장 많은 30.6회였고, 40대는 26.1회, 50대는 14.3회, 60대는 9.4회로 나타남
- 가공식품의 경우 식품 소비 패턴의 간편화, 다양화 등으로 최근 5년간 구입액과 구매빈도가 지속적으로 증가한 것을 볼 수 있음

표 5-1 연도별 돼지고기 연령별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도										
30대이하	277,883	21.4	279,752	22.8	266,217	19.2	227,588	17.4	275,872	22.7	339,988	25.1
40대	363,263	26.5	337,318	26.5	352,697	24.3	324,256	23.6	381,114	28.9	420,930	29.1
50대	287,151	21.0	277,767	21.6	272,082	18.9	237,024	17.8	297,689	22.6	351,194	24.2
60대이상	254,303	18.4	269,729	19.4	239,953	15.9	227,542	16.1	251,679	20.5	282,613	20.2

표 5-2 연도별 돼지고기 가공식품 연령별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매빈도										
30대이하	193,034	30.6	150,214	27.7	172,846	29.5	187,179	29.2	205,496	30.7	249,433	35.7
40대	183,418	26.1	133,524	22.2	159,843	25.1	192,261	25.9	201,402	27.1	230,062	30.2
50대	107,218	14.3	75,738	11.5	94,392	13.5	108,177	14.2	113,643	14.6	144,141	17.8
60대이상	68,935	9.4	38,573	5.3	59,979	8.5	69,026	10.2	82,530	11.0	94,567	12.1

6. 가족수별 구매패턴

- 가족수별 돼지고기 구입액은 6인 이상 가구가 39만 원으로 가장 많았고, 4인 가구 34만 1천 원, 5인 가구 32만 9천 원, 3인 가구 28만 3천 원, 2인 이하 가구 23만 5천 원 순으로 나타남. 가공식품 구매액은 6인 이상 가구가 21만 2천 원으로 가장 많았고, 5인 가구 18만 8천 원, 4인 가구 17만 4천 원, 3인 가구 12만 9천 원, 2인 이하 가구 9만 7천 원 순으로 나타남
- 가족수별 돼지고기 구매빈도는 4인 가구, 5인 가구, 6인 이상 가구가 25.4회로 동일하게 나타났고, 2인 이하 가구가 16.0회로 나타남. 가공식품 구매빈도는 6인 이상 가구가 30.5회로 가장 많이 구매하였고, 5인 가구 28.6회, 4인 가구 25.6회, 3인 가구 18.6회, 2인 이하 가구 12.1회로 나타남

표 6-1 연도별 돼지고기 가족수별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구 매 빈도										
2인이하	235,270	16.0	209,758	16.0	206,475	13.3	210,010	14.6	255,293	17.7	294,813	18.2
3인	283,133	21.1	283,863	21.9	265,200	19.0	239,655	17.8	311,602	23.5	315,344	23.4
4인	340,690	25.4	322,356	25.7	333,765	23.3	294,181	21.9	341,615	27.2	411,534	29.0
5인	329,263	25.4	313,454	25.8	309,165	22.7	272,237	21.5	344,235	27.7	407,225	29.4
6인이상	390,585	25.4	323,832	25.1	336,704	20.9	308,915	20.2	421,309	29.5	562,163	31.4

표 6-2 연도별 돼지고기 가공식품 가족수별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구 매 빈도										
2인이하	97,220	12.1	70,447	11.0	88,623	11.6	110,285	12.3	102,427	12.0	114,317	13.8
3인	129,152	18.6	104,178	17.6	113,792	17.7	118,277	17.0	143,061	18.6	166,452	22.1
4인	174,193	25.6	135,629	22.8	155,693	25.2	181,772	25.3	185,156	26.0	212,717	28.8
5인	187,880	28.6	134,191	27.2	170,778	28.7	179,090	28.3	202,216	28.0	253,124	30.7
6인이상	212,196	30.5	160,568	26.5	179,291	26.7	204,800	27.1	222,730	32.4	293,592	39.6

7. 주부 취업여부별 구매패턴

- 취업주부의 돼지고기 구입액은 31만 9천 원으로 전업주부의 구입액 31만 2천 원 보다 많은 것으로 나타남. 가공식품은 전업주부 구입액이 16만 3천 원으로 취업주부의 구입액 15만 1천 원보다 많은 것으로 나타남
- 전업주부의 돼지고기 구매빈도는 24.1회로 취업주부의 구매빈도 22.5회보다 많았고, 가공식품 구매빈도 또한 전업주부 24.3회로 취업주부의 구매빈도 21.5회보다 많은 것으로 나타남

- 삼겹살 구입액은 취업주부가 전업주부보다 5.6% 많은 것으로 조사되었고, 목심 구입액은 전업주부가 취업주부보다 20.6% 많은 것으로 나타남. 삼겹살 구매빈도는 전업주부가 8.7회, 취업주부 8.6회로 나타났고, 목심 구매빈도는 전업주부 2.5회, 취업주부 2.1회로 나타남

표 7-1 연도별 돼지고기 주부취업별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구 매 빈도										
전업주부	311,817	24.1	293,081	24.1	307,662	21.9	274,715	20.8	325,862	26.6	357,764	26.9
취업주부	319,473	22.5	314,552	23.7	296,747	20.1	267,974	19.3	328,654	23.9	389,440	25.4

표 7-2 연도별 돼지고기 가공식품 주부취업별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구 매 빈도										
전업주부	163,060	24.3	130,214	22.7	149,076	23.8	170,060	24.1	171,609	24.1	194,341	26.6
취업주부	151,444	21.5	115,602	19.3	134,421	21.1	149,826	20.7	163,905	21.7	193,467	24.5

표 7-3 연도별 삼겹살 주부취업별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구 매 빈도										
전업주부	140,103	8.7	134,558	8.8	141,803	8.4	112,871	6.8	151,860	9.7	159,423	9.5
취업주부	148,377	8.6	147,788	9.1	140,756	8.1	114,916	6.5	161,844	9.8	176,578	9.7

표 7-4 연도별 목심 주부취업별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원, 회 / 연·가구

구 분	평 균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금 액	구 매 빈도										
전업주부	34,745	2.5	30,770	2.5	31,282	2.1	30,471	2.2	38,671	3.0	42,534	3.0
취업주부	28,816	2.1	30,398	2.3	23,828	1.7	24,434	1.9	28,987	2.1	36,432	2.4

< 닭고기 >

1. 연도별 구매패턴

닭고기식품 구매패턴

○ 소비자 가구의 닭고기식품의 구입액(2010~14년 평균)은 연간 20만 7천원으로, 이중 닭고기가 7만 천원으로 34.2%를 차지하고, 가공식품이 13만 6천원으로 65.8%를 차지함, 닭고기 식품의 연간 구매빈도는 19.1회였으며, 닭고기는 8.5회, 가공식품은 10.6회로 조사되었음. 닭고기식품의 구입가격은 연평균 100g 기준 880원으로 조사됨

○ 닭고기의 유형별 구입액 비중은 일반닭 63.6% > 토종닭 12.1% > 가슴살 8.1% > 기타 6.2% > 다리 4.6% > 날개 3.9% > 안심 1.6% 순으로 조사됨

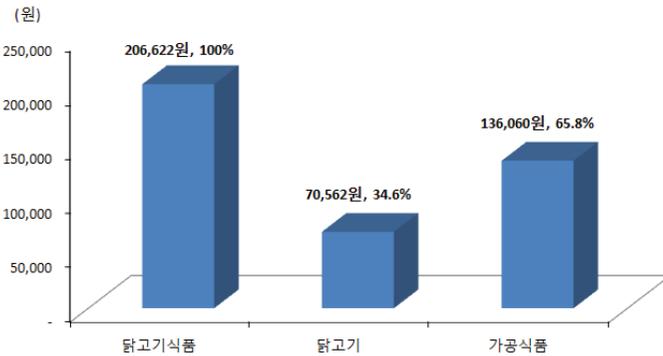


그림 1-1 가구당 닭고기식품 구입액(2010~14년 평균)

○ 닭고기의 유형별 구매빈도는 일반닭 5.8회 > 토종닭과 가슴살 0.7회 > 기타 0.5회 > 다리 0.4회 순으로 조사됨

○ 닭고기 유형별 100g당 평균 구입가격은 안심이 1,303원으로 가장 높고, 가슴살 1,225원, 날개 1,188원, 다리 1,087원 순으로 조사됨

○ 닭고기식품 구매가구 비율은 99.4%, 닭고기 95.9%, 가공식품 95.2%로 나타났으며, 닭고기 유형별 구매가구 비율은 일반닭 91.7%, 토종닭 31.3%, 가슴살 30.2%, 다리 18.4% 순으로 조사됨

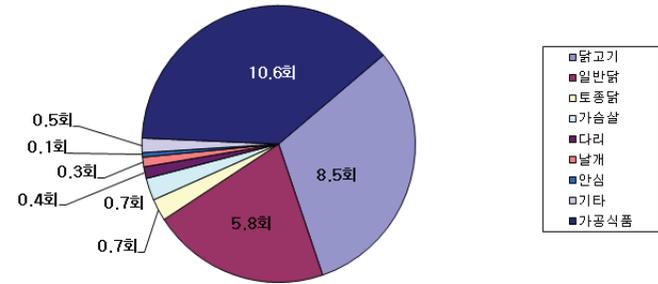


그림 1-2 가구당 닭고기식품 유형별 구매빈도(2010~14년 평균)

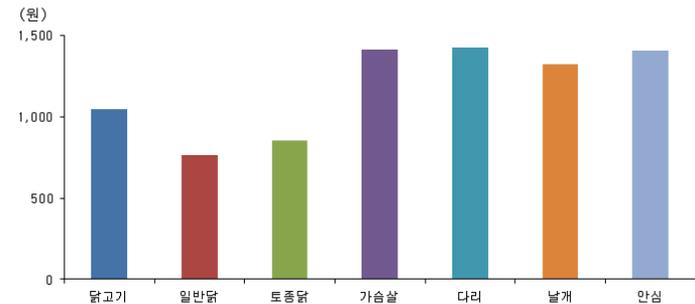


그림 1-3 닭고기 유형별 100g당 평균가격(2010~14년 평균)

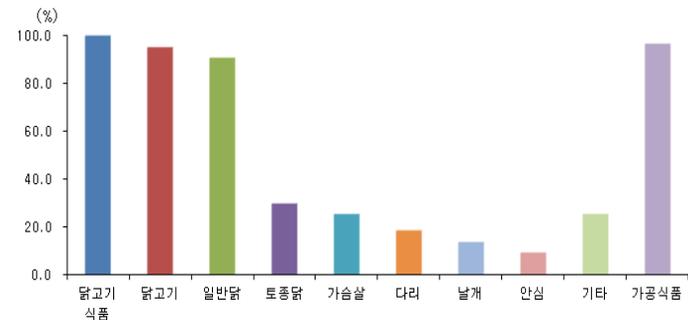


그림 1-4 가구당 닭고기식품 유형별 구매가구 비율(2010~14년 평균)

표 1-1 소비자 가구의 닭고기 유형별 구매패턴(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구분	구입액		구매빈도		평균가격		구매가구 비율
	금액	비중	회	비중	(원/100g)	관측치*	
□ 닭고기식품	206,622	100.0	19.1	100	880	7,634	99.4
○ 닭고기	70,562	34.2	8.5	44.7	880	7,634	95.9
- 일반닭	44,912	21.7	5.8	30.4	670	4,284	91.7
- 토종닭	8,542	4.1	0.7	3.7	816	554	31.3
- 가슴살	5,654	2.7	0.7	3.8	1,225	1,251	30.2
- 다리	3,217	1.6	0.4	2.0	1,087	611	18.4
- 날개	2,759	1.3	0.3	1.3	1,188	607	14.2
- 안심	1,133	0.5	0.1	0.8	1,303	327	8.4
- 기타	4,345	2.1	0.5	2.4	-	-	22.5
○ 가공식품	136,060	65.8	10.6	55.3	-	-	95.2

* 관측치 : 가격 산출에 사용한 자료 건 수
● 닭고기 기타, 가공식품은 종류가 다양하여 단위당 평균가격 미산정

연도별 닭고기 식품 구입액 및 구입가격 추이

○ 최근 3년간 닭고기식품 구입액은 2012년 20만 원에서 2013년 20만 6천 원, 2014년 23만 9천 원으로 지속적으로 증가하였음

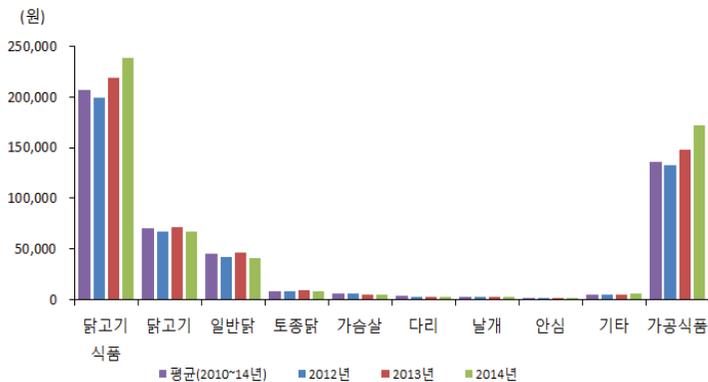


그림 1-5 연도별 닭고기식품 구입액

- 닭고기 유형별 구입액은 일반닭의 경우 2012년 100g당 683원에서 2014년 631원으로 7.6% 감소하였음, 토종닭의 경우 2012년 847원에서 2014년 730원으로 13.8% 감소하였음
- 가슴살의 경우 2012년 1,307원에서 2014년 1,169원으로 10.6% 감소하고, 같은 기간 안심은 1,378원에서 1,229원으로 10.8% 감소하였음

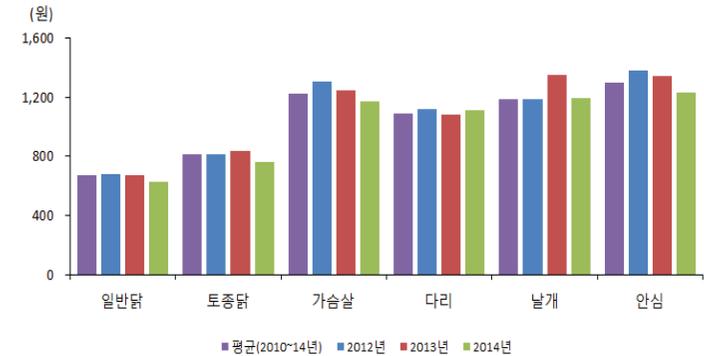


그림 1-6 연도별 닭고기 유형별 구입가격 추이

- 닭고기의 최근 5년간 연평균 구입가격은 880원/100g으로 조사되었으며, 2010년 935원, 2011년 883원, 2012년 911원, 2013년 867원, 2014년 806원으로 나타남
- 일반닭 및 토종닭의 구입가격은 최근 5년간 하락 추세에 있는 것으로 조사됨

연도별 닭고기식품 구매빈도 및 구매가구 비율

- 닭고기식품의 가구당 5년간 평균 구매빈도는 19.1회로 조사됨, 2012년 구매빈도는 18.1회, 2013년 19.8회, 2014년 20.9회로 증가하는 추세임, 가공식품 구매빈도는 2012년 9.9회에서 2014년 13.0회로 점차 증가하는 경향을 보임
- 닭고기식품을 연간 1회 이상 구매한 가구 비율은 닭고기 95.9%, 가공식품 95.2%로 나타났음, 최근 3년간 닭고기의 구매가구 비율은 비슷한 수준을 유지하고 있으며, 토종닭, 가슴살, 다리 구매비율은 소폭 감소하는 경향을 보임

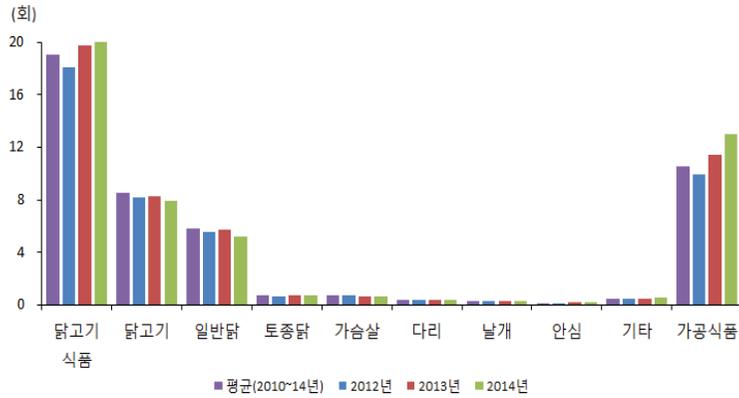


그림 1-7 연도별 닭고기식품 구매빈도

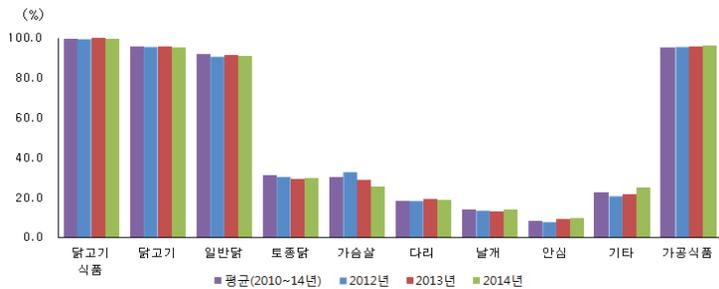


그림 1-8 연도별 닭고기식품 구매가구 비율

2. 월별 구매패턴

닭고기 월별 구입액과 구입가격 분포

- 닭고기의 경우 월별 구입액은 7월이 1만 원으로 가장 높게 나타났고, 11월이 상대적으로 가장 낮게(4천 원/가구) 나타남
- 닭고기 월별 가구당 구매빈도는 7월에 1.1회로 가장 높게 나타남

- 닭고기 구입가격은 3월이 연평균보다 4.5% 높은 928원(100g)으로 가장 높게 나타났고, 5월에 평균가격보다 5.7% 낮은 868원으로 조사됨
- 닭고기 월별 구매가구 비율 분포는 7월에 62%로 가장 높고, 9월에는 37.2%로 낮게 나타남

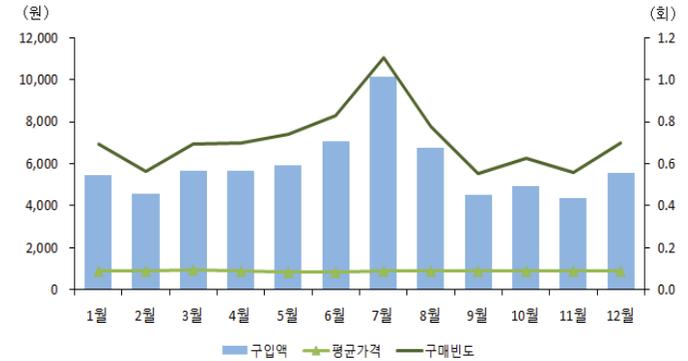


그림 2-1 닭고기 월별 구매패턴(2010~14년 평균)

가공식품 월별 구매패턴

- 가공식품의 월별 구입액은 7월(1만 4천 원/가구), 8월(1만 3천 원/가구)이 상대적으로 높은 수준을 유지하고 있으며, 2월과 3월 그리고 6월 구입액이 다른 달보다 낮게 조사됨
- 가공식품 구매빈도도 구입액과 마찬가지로 여름철 빈도가 높은 것으로 나타나 유사한 패턴을 보임
- 월별 가공식품의 구매가구 비율은 43.8~54.5%로 닭고기 구매가구 비율보다(37.2~62.0%) 더 안정적인 것으로 나타났으며, 7~9월 가공식품 구매가구 비율이 50%이상으로 높게 조사됨

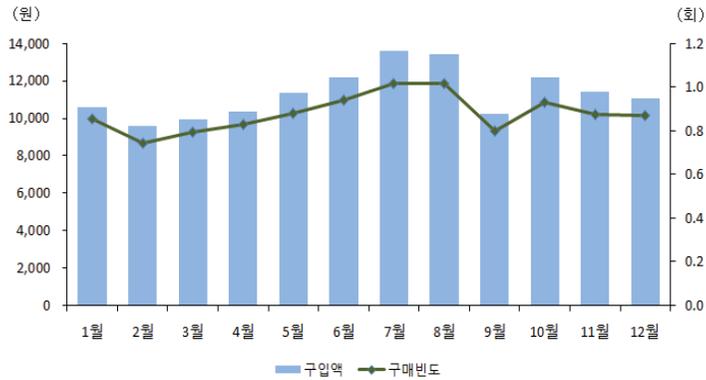


그림 2-2 가공식품 월별 구매패턴(2010~14년 평균)

표 2-1 닭고기 및 가공식품 구매패턴(2010~14년 평균)

단위 : 원 / 연·가구

구분	닭고기					가공식품				
	구입액		구매빈도		구매가구 비율	구입액		구매빈도		구매가구 비율
	금액	비중	회	비중		금액	비중	회	비중	
합계	70,562	100.0	8.5	100.0	95.9	136,060	100.0	10.6	100.0	95.2
1월	5,435	7.7	0.7	8.2	44.2	10,582	7.8	0.9	8.5	48.5
2월	4,576	6.5	0.6	7.1	38.0	9,594	7.1	0.7	6.6	46.3
3월	5,650	8.0	0.7	8.2	44.9	9,975	7.3	0.8	7.5	43.8
4월	5,675	8.0	0.7	8.2	44.8	10,346	7.6	0.8	7.5	45.9
5월	5,926	8.4	0.7	8.2	47.0	11,392	8.4	0.9	8.5	47.3
6월	7,054	10.0	0.8	9.4	51.2	12,209	9.0	0.9	8.5	49.4
7월	10,122	14.3	1.1	12.9	62.0	13,628	10.0	1.0	9.4	50.6
8월	6,779	9.6	0.8	9.4	48.7	13,440	9.9	1.0	9.4	54.5
9월	4,519	6.4	0.6	7.1	37.2	10,233	7.5	0.8	7.5	52.7
10월	4,917	7.0	0.6	7.1	41.0	12,190	9.0	0.9	8.5	46.0
11월	4,334	6.1	0.6	7.1	38.7	11,398	8.4	0.9	8.5	50.3
12월	5,576	7.9	0.7	8.2	45.1	11,072	8.1	0.9	8.5	48.0

일반닭과 토종닭의 월별 구매패턴

- 닭고기 중 일반닭의 월별 구입액 비중은 6~8월이 높고, 가을철 9~11월 구입 비중이 낮게 나타났으며, 토종닭도 6~8월 구입액 비중이 높게 나타남
- 구입가격은 일반닭의 경우 여름철 7~8월이 대체적으로 높게 나타났고 토종닭은 1월, 8월과 12월 가격이 높게 나타났음. 가슴살의 구입가격은 7월이 가장 높았고, 다리의 가격은 7~8월이 높은 것으로 조사됨.
- 닭고기 월평균 구입가격의 변동폭은 크지 않은 편임. 가장 낮은 월 구입가격은 12월 872원/100g으로 평균가격(886원)의 98.4%로 나타나는 등 월별 가격진폭이 안정적으로 나타남
- 일반닭이나 토종닭도 월별 구입가격 분포가 고른 분포를 보임



그림 2-3 일반닭 월별 구매패턴(2010~14년 평균)

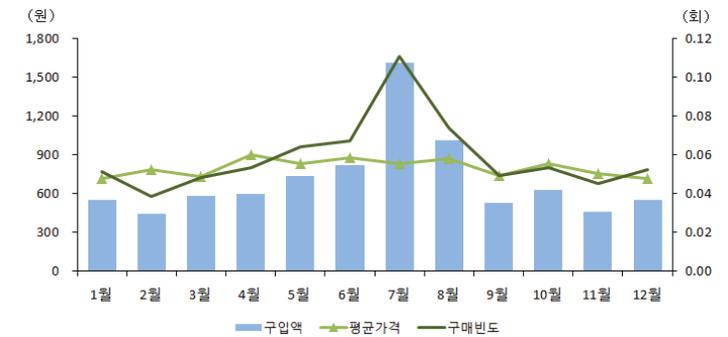


그림 2-4 토종닭 월별 구매패턴(2010~14년 평균)

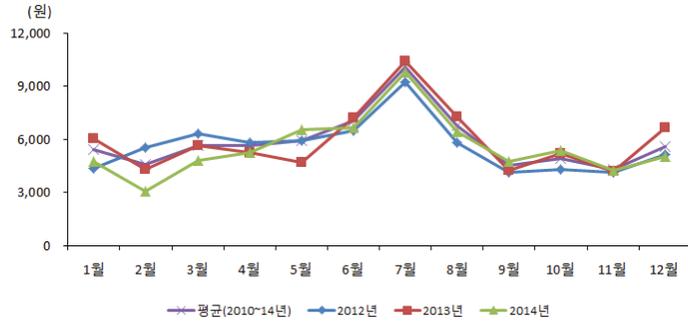


그림 2-5 닭고기 월별 구입액

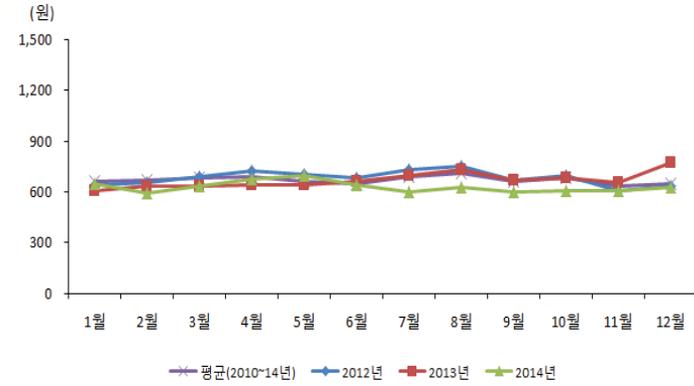


그림 2-8 일반닭 월별 구입가격 분포

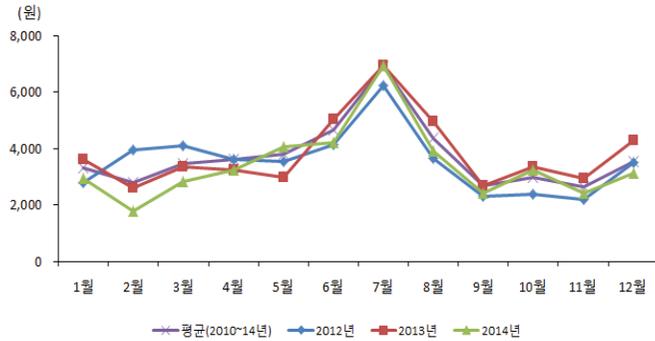


그림 2-6 일반닭 월별 구입액 분포

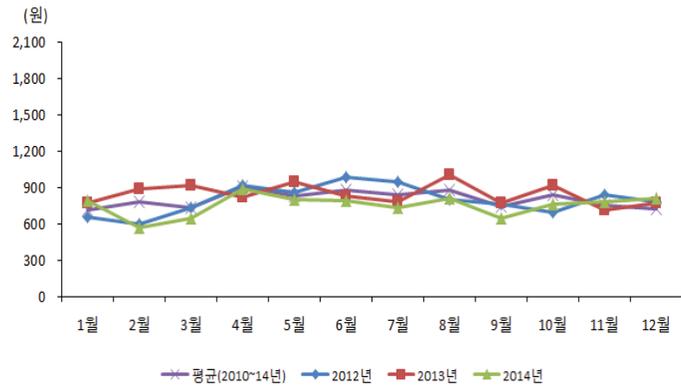


그림 2-9 토종닭 월별 구입가격 분포

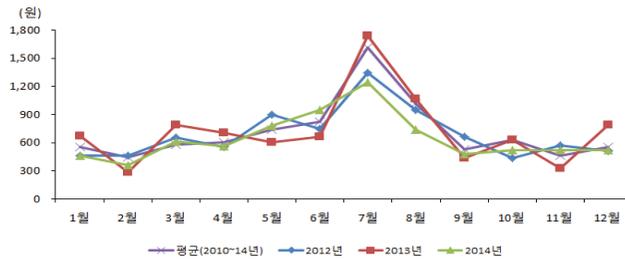


그림 2-7 토종닭 월별 구입액 분포

닭고기 월별 구매빈도와 구매가구 비율

- 닭고기의 연평균 구매빈도는 2012년 8.2회에서 2014년 7.9회로 감소 추세를 보이고 있으며, 가슴살, 다리 등 부위별 구매빈도는 일정한 성향을 보이고 있음
- 닭고기의 월평균 구매빈도 중 7월이 1.1회로 가장 높게 나타났으며, 6월과 8월이 0.8회 순으로 나타남, 반면, 2월과 9월은 0.6회 이하로 가장 낮은 구매빈도를 보이고 있음

- 일반닭의 월평균 구매빈도는 2012년 5.5회에서 2014년 5.2회로 감소 추세가 나타나며, 토종닭의 경우 0.7회로 일정한 구매빈도를 보이고 있음

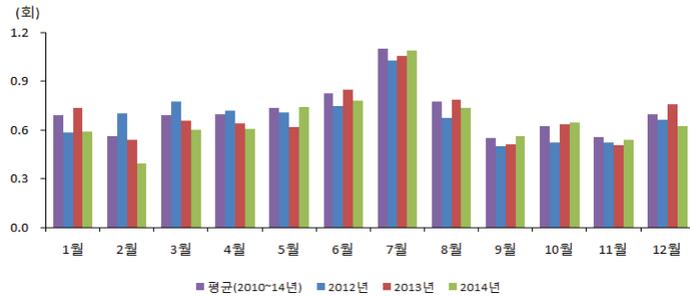


그림 2-10 닭고기 월별 구매빈도

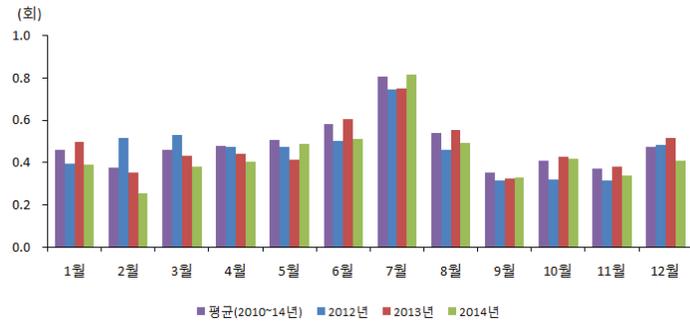


그림 2-11 일반닭 월별 구매빈도

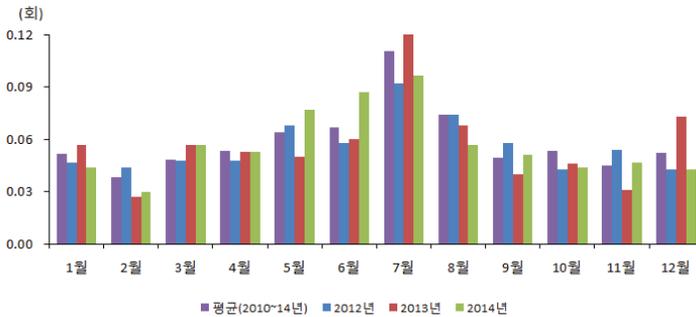


그림 2-12 토종닭 월별 구매빈도

닭고기 구매가구 비율

- 닭고기 월별 구매가구 비율은 해마다 감소 추세에 있으나, 일반닭과 비교하여 토종닭은 감소폭이 적음
- 월별로는 6~8월 여름철에 구매가구 비율이 높고, 상대적으로 가을철 비율은 낮은 것으로 조사됨

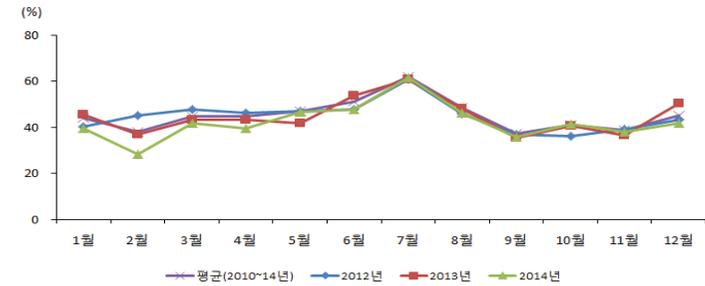


그림 2-13 닭고기 월별 구매가구 비율

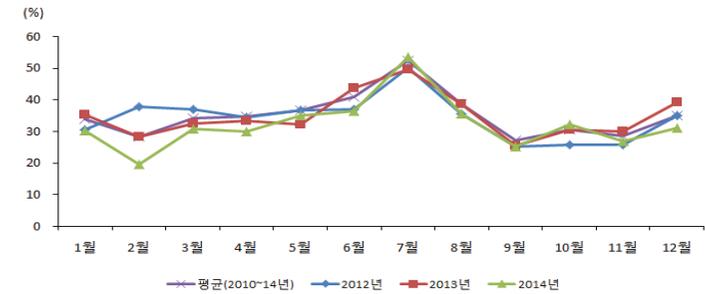


그림 2-14 일반닭 월별 구매가구 비율

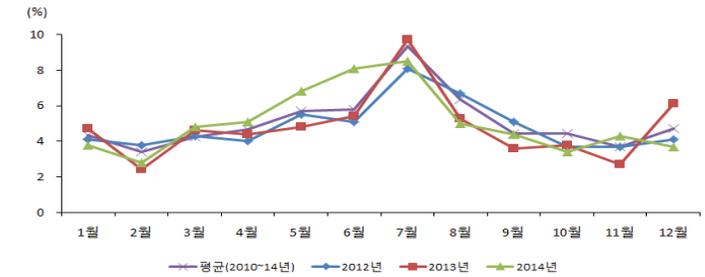


그림 2-15 토종닭 월별 구매가구 비율

가공식품 월별 구입액 구매패턴

- 최근 5년간 가공식품의 월평균 구입액은 2012년 7,160원에서 2013년 12,331원, 2014년 14,343원으로 증가 추세임
- 2010~14년 평균 월별로는 7월(13,628원)이 가장 높았으며, 2월(9,564원), 3월(9,975원)의 구입액이 상대적으로 낮음

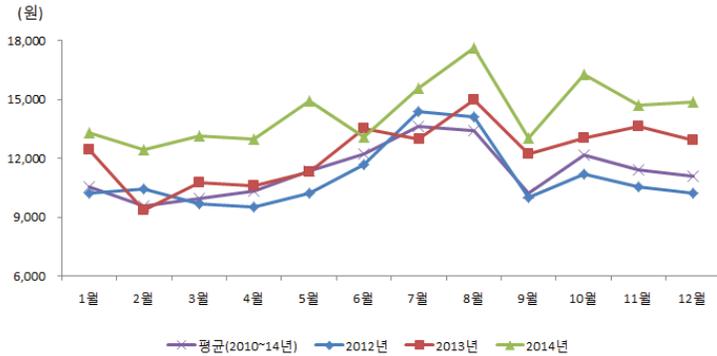


그림 2-16 가공식품 월별 구입액

3. 구입처별 구매패턴

닭고기와 가공식품의 구입처별 구매패턴

- 닭고기 구입처별 구입액과 구매빈도는 유사한 패턴을 보였으며 대형마트(구입액 25.8%, 구매빈도 27.5%) > 기업형 슈퍼(구입액 19.3%, 구매빈도 21.9%) > 전통시장(구입액 19.3%, 구매빈도 19.2%) > 소형슈퍼(구입액 13.1%, 구매빈도 14.4%) > 전문점(구입액 10.0%, 구매빈도 9.1%) 순으로 나타남
- 닭고기 구입처별 구입가격은 백화점(1,056원/100g)이 평균가격(875원)보다 20.6% 높고, 전문점(954원), 소형 슈퍼(909원), 대형마트(893원) 순으로 조사됨
- 닭고기 구입처별 구매가구 비율은 대형마트가 56.3%로 가장 높고, 기업형 슈퍼 53.4%, 소형슈퍼 43.9%, 전통시장 40.5%, 전문점 26.3% 순으로 나타남

- 가공식품 구입처별 구입액 비중은 치킨집 등 외식업체 구입과 같은 기타가 74.5%로 압도적으로 높게 나타났고, 대형마트 11.0%, 전문점 5.0%, 기업형 슈퍼 3.6%, 전통시장 2.2% 순으로 나타남
- 가공식품 구입처별 구입빈도 비중은 '대형마트 45.2%' > 기업형 슈퍼 18.1%, 전문점 13.1%, 소형슈퍼 11.1%' 순으로 나타남
- 가공식품 구매가구 비율은 기타가 85.4%로 가장 높았고 대형마트 56.9% 기업형 슈퍼 31.3%, 전문점 24.5%, 소형슈퍼 24.1% 순으로 나타났으며, 닭고기 구매가구 비율과 비교할 때 전통시장의 구매가구 비율이 현저히 줄어든 것이 특징임

표 3-1 닭고기 및 가공식품 구입처별 구매패턴(2010~14년 평균)

단위 : 원·회·% / 연·가구

구 분	닭고기				가공식품			
	구입액 비중	구매빈도 비중	평균가격		구매 가구 비율	구입액 비중	구매빈도 비중	구매 가구 비율
			(원/100g)	관측치*				
합계	100 (70,331원)	100 (8.5회)	6,996	7,634	95.9	100 (135,964원)	100 (4.3회)	95.2
대형마트	25.8	27.5	893	3,883	56.3	11.0	45.2	56.9
전통시장	19.3	19.2	726	350	40.5	2.2	6.5	14.7
기업형슈퍼	19.3	21.9	848	2,118	53.4	3.6	18.1	31.3
소형슈퍼	13.1	14.4	909	482	43.9	1.9	11.0	24.1
전문점	10.0	9.1	954	390	26.3	5.0	13.1	24.5
무점포	2.9	1.4	800	183	6.9	1.3	2.6	7.6
백화점	2.1	2.2	1,056	201	5.4	0.6	1.7	4.1
기타	7.6	4.4	810	27	23.2	74.5	1.7	85.4

닭고기 유형에 따른 구입처별 구매패턴

- 닭고기 중에서 일반닭 구입액 비중은 전통시장(21.7%), 기업형 슈퍼(21.5%), 대형마트(20.7%) 순으로 나타났으며, 토종닭은 전통시장(27.0%), 대형마트(21.3%), 기업형 슈퍼(17.2%) 순으로 조사됨
- 일반닭과 토종닭의 구입액 비중은 전통시장에서 높은 반면, 가슴살과 닭다리의 전통시장 비중은 각각 4.4%, 2.0%로 낮게 나타남.

- 가슴살의 구입처별 구입액 비중은 대형마트(43.9%), 기업형 슈퍼(20.7%)가 높게 나타났으며, 닭다리의 구입액 비중도 대형마트(60.5%), 기업형 슈퍼(17.4%)로 순으로 나타남

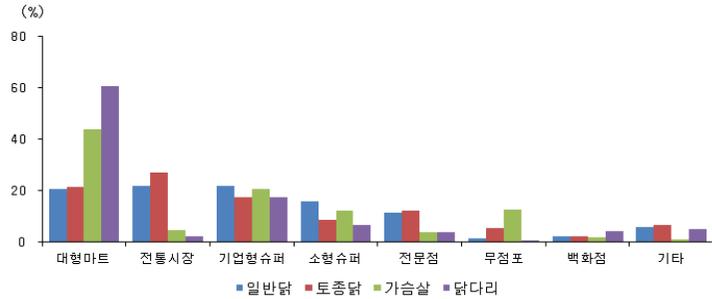


그림 3-1 닭고기 유형에 따른 구입처별 구입액 비중 분포(2010~14년 평균)

연도별 닭고기 구입처별 구입액 비중 추이

- 최근 3년간 연도별 닭고기 식품 구입처별 구입액 비중은 전문점, 무점포, 백화점은 증가하고 대형마트, 전통시장, 기업형 슈퍼, 소형슈퍼, 기타 구입액 비중은 감소한 것으로 나타남
 - 구입액 비중 : 전문점 '12)6.7%→'14)11.3%, 대형마트 '12)16.5%→'14)14.1%
- 연도별 닭고기 구입처별 구입액 비중은 소형슈퍼, 전문점, 무점포, 백화점은 증가하고 대형마트, 전통시장, 기업형 슈퍼, 기타는 감소한 것으로 나타남
 - 구입액 비중: 백화점 '12)1.3%→'14)2.3%, 전통시장 '12)17.6%→'14)16.8%
- 연도별 가공식품 구입처별 구입액 비중은 전문점이 가장 큰 증가를 보였으며, 기타는 가장 큰 감소로 보였음
 - 구입액 비중: 전문점 '12)3.9%→'14)10.8%, 기타 '12)75.9%→'14)70.8%
- 연도별 일반닭과 토종닭 구입처별 구입액 비중은 전통시장에서 감소한 것으로 나타났으며, 일반닭은 전문점에서 가장 큰 증가를, 토종닭은 기업형 슈퍼에서 가장 큰 증가가 나타남

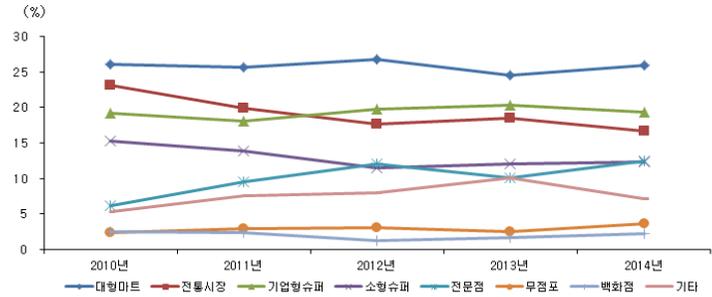


그림 3-2 연도별 닭고기 구입처별 구입액 비중

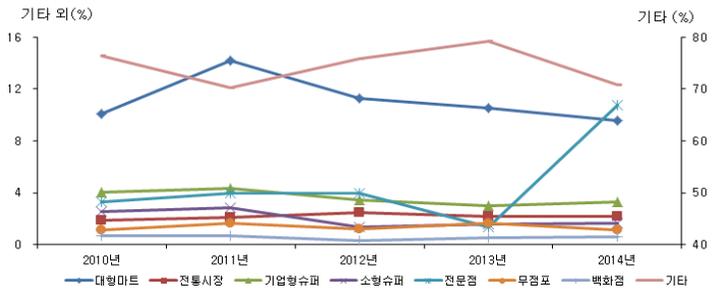


그림 3-3 연도별 가공식품 구입처별 구입액 비중

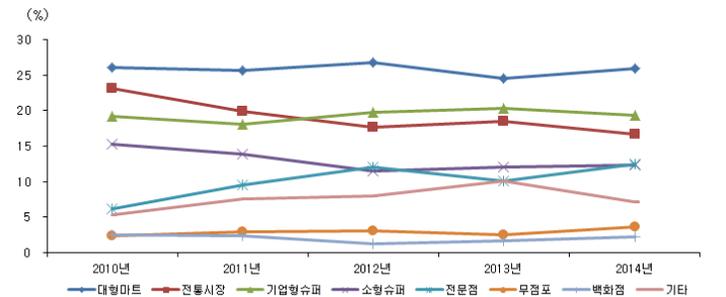


그림 3-4 연도별 일반닭 구입처별 구입액 비중

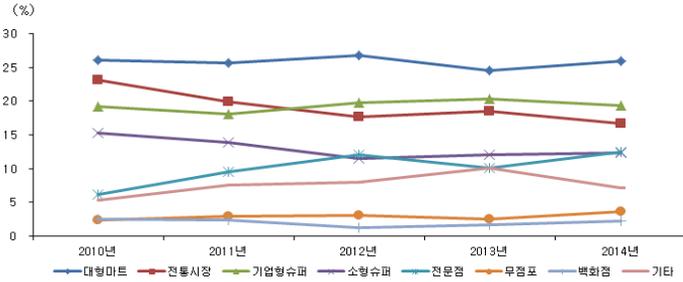


그림 3-5 연도별 토종닭 구입처별 구입액 비중

4. 소득계층별³⁾ 구매패턴

소득계층별 닭고기식품 구매패턴

- 닭고기 식품 중 가공식품의 구매가 60% 이상을 차지하며 일반닭, 토종닭 순으로 조사됨
- 소득계층별로는 저소득층에 비해 고소득층의 구입액이 232,465원으로 37.3% 더 많았으며, 부위별로는 저소득에 비해 고소득의 소비가 현저히 높음, 일반닭과 토종닭의 경우 중간 소득계층에서 가장 많은 구입액을 보였으며, 가공식품은 고소득일수록 구입액이 많은 것으로 조사됨

〈표 4-1〉 소득계층별 닭고기식품 구입액 구매패턴(2010~14년 평균)

구분	평균		고 소득		중간소득		저 소득	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중
□ 닭고기식품	206,622	100	232,465	100	206,124	100	169,343	100
○ 닭고기	69,259	34.2	73,277	31.5	72,130	35.0	62,370	36.8
- 일반닭	43,694	21.6	42,189	18.1	46,674	22.6	42,217	24.9
- 토종닭	8,354	4.1	8,071	3.5	8,856	4.3	8,134	4.8
- 가슴살	5,776	2.9	8,090	3.5	5,302	2.6	3,936	2.3
- 다리	3,243	1.6	5,539	2.4	3,019	1.5	1,172	0.7
○ 가공식품	136,060	65.8	159,188	68.5	133,994	65.0	106,973	63.2

3) 저소득 : 월 평균 가구소득 250만원 미만, 중소득 250~450만원 미만, 고소득 450만원 이상

연도별 소득계층별 닭고기식품 구매패턴

- 연도별 소득계층별 닭고기식품 구입액은 전 계층에서 증가하고 있으며, 특히 고소득계층일수록 증가폭이 큰 것으로 나타남
- 일반닭과 토종닭 구입액의 경우 전 소득계층에서 2013년에 2012년보다 증가하였지만, 2014년에 감소하는 추세를 보임
- 가공식품은 전 소득계층에서 증가 추세를 보이고 있으며, 특히 고소득계층에서 증가폭이 큰 것으로 나타남

표 4-2 연도별 소득계층별 닭고기식품 구매 추이(2010~14년 평균)

단위 : 원

구분	고소득			중간소득			저소득		
	2012년	2013년	2014년	2012년	2013년	2014년	2012년	2013년	2014년
	금액								
	연도지수								
□ 닭고기식품	203,202	251,476	288,108	208,291	203,984	236,212	169,929	176,584	197,782
	100	123.8	141.8	100	97.9	113.4	100	103.9	116.4
○ 닭고기	65,724	71,846	68,441	69,653	72,360	67,925	62,102	65,524	61,809
	100	109.3	104.1	100	103.9	97.5	100	105.5	99.5
- 일반닭	37,737	43,286	37,693	44,637	47,592	42,424	40,822	44,406	41,483
	100	114.7	99.9	100	106.6	95.0	100	108.8	101.6
- 토종닭	7,671	9,041	6,283	8,304	8,574	8,418	8,756	8,780	7,239
	100	117.9	81.9	100	103.3	101.4	100	100.3	82.7
- 가슴살	8,052	5,930	7,553	4,948	4,769	4,531	4,254	2,574	4,180
	100	73.6	93.8	100	96.4	91.6	100	60.5	98.3
- 다리	4,719	4,743	5,220	2,926	2,951	3,015	1,434	1,224	1,217
	100	100.5	110.6	100	100.9	103.0	100	85.3	84.9
○ 가공식품	137,478	179,629	219,667	138,638	131,624	168,286	107,827	111,059	135,973
	100	130.7	159.8	100	94.9	121.4	100	103.0	126.1

5. 구입연령별 구매패턴

연령별 닭고기식품 구매패턴

- 연령별 닭고기식품의 구입액은 40대 구입액이 23만 5천 원으로 평균 구입액보다 28.5% 높게 나타났고, 30대 이하(15만 6천 원, 19.1%) > 50대(9만 5천 원, -8.5%) > 60대 이상(11만 2천 원, -39.0%) 순으로 조사됨
- 연령별 닭고기 구입액은 40대 구입액이 7만 4천 원으로 평균 구입액보다 7.3% 높게 나타났고, 50대(7만 3천 원, 5.1%) > 60대 이상(6만 8천 원, -2.4%) > 30대 이하(6만 2천 원, -10.0%) 순으로 조사됨
- 연령별 가공식품 구입액은 40대 구입액이 16만 1천 원으로 평균 구입액보다 41.3% 높게 나타났고, 30대 이하(15만 6천 원, 36.8%) > 50대(9만 5천 원, -16.8%) > 60대 이상(4만 4천 원, -61.4%) 순으로 조사됨

표 5-1 소득계층별 닭고기식품 구입액

구분	전체평균		30대 이하		40대		50대		60대 이상	
	금액	비중								
□ 닭고기식품	206,622	100	218,036	100	235,159	100	167,415	100	111,583	100
○ 닭고기	70,562	34.2	62,300	28.6	74,305	31.6	72,755	43.5	67,611	60.6
- 일반닭	44,912	21.7	41,347	19.0	45,993	19.6	46,492	27.8	46,017	41.2
- 토종닭	8,542	4.1	4,003	1.8	8,962	3.8	11,549	6.9	10,142	9.1
- 가슴살	5,654	2.7	6,373	2.9	6,067	2.6	4,738	2.8	3,116	2.8
- 다리	3,217	1.6	2,283	1.0	3,971	1.7	2,902	1.7	3,213	2.9
- 기타	8,273	4.0	8,294	3.8	9,312	4.0	7,074	4.2	5,123	4.6
○ 가공식품	136,060	65.8	155,736	71.4	160,854	68.4	94,660	56.5	43,972	39.4

6. 가족수별 구매패턴

- 가족수별 닭고기 구입액은 6인 이상 가구가 8만 3천 원으로 가장 많았고, 4인 가구 7만 6천 원, 5인 가구 7만 1천 원, 3인 가구 6만 3천 원, 2인 이하 가구 6만 원 순으로 나타남. 가공식품은 5인 가구가 가장 많은 15만 5천 원이었고, 4인 가구 14만 6천 원, 6인 이상 가구 14만 1천 원, 3인 가구 12만 6천 원, 2인 이하 가구 8만 7천 원 순으로 나타남

- 가족수별 닭고기 구매빈도는 4인 가구가 평균 9.4회로 가장 많이 구매하였고, 6인 이상 가구 9.0회, 5인 가구 8.5회, 3인 가구 7.7회, 2인 이하 가구 6.5회로 나타남. 가공식품 구매빈도는 5인 가구가 11.8회로 가장 많이 구매하였고, 4인 가구 11.7회, 6인 이상 가구 11.3회, 3인 가구 9.7회, 2인 이하 가구 6.3회로 나타남

표 6-1 연도별 닭고기 가족수별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원·회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매 빈도										
2인 이하	59,662	6.5	66,208	7.9	55,418	6.0	64,510	6.7	56,231	5.9	55,945	6.2
3인	62,523	7.7	69,465	8.8	63,687	7.9	56,440	7.0	68,727	8.1	54,296	6.8
4인	76,062	9.4	80,092	10.3	78,421	9.6	72,226	9.0	74,470	9.1	75,103	8.9
5인	70,726	8.5	76,648	9.7	71,602	8.5	65,453	7.8	70,621	8.4	69,304	8.2
6인 이상	82,759	9.0	77,610	10.2	69,033	7.6	79,906	8.7	94,740	8.8	92,508	9.8

표 6-2 연도별 닭고기 가공식품 가족수별 구입액 및 구매빈도

단위 : 원·회 / 연·가구

구분	평균		2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	구매 빈도										
2인 이하	86,660	6.3	79,787	5.7	78,831	6.5	90,936	6.1	79,567	5.9	104,179	7.5
3인	125,504	9.7	99,641	7.6	104,799	8.7	118,701	9.1	141,800	10.8	162,577	12.3
4인	145,629	11.7	121,608	9.4	123,009	10.3	141,007	10.7	151,306	13.0	191,218	14.8
5인	154,721	11.8	135,728	10.5	124,996	10.8	156,567	11.3	163,383	12.5	192,930	13.8
6인 이상	141,428	11.3	108,586	9.3	111,820	9.5	130,191	10.0	145,713	12.3	210,833	15.6

7. 주부 취업여부별 구매패턴

- 주부 취업여부별 닭고기식품 구매패턴은 전업주부가 닭고기와 가공식품 구입액이 높았으며, 일반닭과 토종닭은 비슷한 수준으로 나타남. 닭고기 유형별로는 전업주부가 더 많이 구매하는 것으로 조사됨
- 전반적으로 닭고기식품 구입액은 증가하는 추세임, 일반닭과 토종닭은 2012년에 비해 2013년은 증가하나 2014년에는 감소함, 전업주부는 다리의 구매액이 증가한 반면, 취업주부는 가슴살의 구매액이 증가하였음

- 가공식품은 전반적으로 증가하였음, 특히 취업주부의 구입액이 2012년에 비해 2014년 39.1% 증가하여 전업주부(24.6%)보다 증가폭이 더 크게 나타남

표 7-1 연도별 주부취업별 닭고기식품 구입액 추이

단위 : 원 / 연·가구

구 분	전업주부			취업주부		
	2012년	2013년	2014년	2012년	2013년	2014년
	금액	금액	금액	금액	금액	금액
	연도지수	연도지수	연도지수	연도지수	연도지수	연도지수
□ 닭고기식품	210,983	224,544	245,598	185,716	200,258	232,722
	100	106.4	116.4	100	107.8	125.3
○ 닭고기	69,634	75,431	69,547	64,566	67,171	64,260
	100	108.3	99.9	100	104.0	99.5
- 일반닭	42,987	48,767	43,372	41,880	43,580	39,355
	100	113.4	100.9	100	104.1	94.0
- 토종닭	8,950	8,777	7,362	7,411	8,645	8,116
	100	98.1	82.3	100	116.7	109.5
- 가슴살	6,751	5,818	5,549	3,804	3,642	4,620
	100	86.2	82.2	100	95.8	121.4
- 다리	3,077	4,123	3,352	2,894	2,123	2,859
	100	134.0	109.0	100	73.4	98.8
○ 가공식품	141,349	149,113	176,052	121,150	133,086	168,461
	100	105.5	124.6	100	109.9	139.1

Ⅲ. 요약 및 대응전략

1. 쇠고기

- 쇠고기 식품 시장(구입액 기준)의 점유율은 쇠고기가 81.9%, 쇠고기 가공식품 이 18.9%를 차지함
 - 대부분의 가구가 쇠고기식품을 구매한 경험이 있으며 가구당 연간 17.9회를 구입 하고 있는 것으로 나타남
 - ⇒ 대응전략 : 국내 쇠고기에 시장은 신선육 소비가 대부분이기 때문에 신선육의 도축-유통-소비의 시스템을 구축하여 소비자의 신뢰를 제고할 필요 있음
- 쇠고기 식품 시장의 소비자 특성은 소득이 높고, 가구원수가 많은 60대 이상세대 에서 구입액이 가장 높았으며 주로 대형마트를 이용하는 것으로 조사됨
 - 소득이 높을수록 쇠고기식품 구입액과 구입빈도가 높은 것으로 조사됨. 또한 연령이 높을수록 쇠고기식품 구입액이 높은 것으로 나타남. 쇠고기 구매는 60대 이상이 가장 높았으며, 가공식품 구매는 40대와 30대가 높은 것으로 조사됨
 - 가족수별 쇠고기식품 연간 평균 구매액은 6인 가구가 가장 높은 것으로 나타났고, 3인, 4인, 5인, 2인이하 순으로 조사됨. 구매빈도는 6인 가구가 가장 많았으며 4인, 3인, 5인, 2인이하 순으로 나타남
 - 쇠고기식품의 구입처별 구입액(기타 제외)은 대형마트가 가장 높았으며, 다음으로 전문점, 기업형슈퍼, 소형슈퍼, 전통시장 순임. 구매빈도는 대형마트, 기업형슈퍼, 전문점, 소형슈퍼, 전통시장 순으로 구매 횟수가 많은 것으로 조사됨
 - ⇒ 대응전략 : 쇠고기에 대한 선호도가 높은 소비자 등을 확보하고 고객별로 차별화된 제품의 개발과 판매 전략이 필요함
- 쇠고기 식품 월별 구매패턴을 살펴보면 구입액, 구매빈도, 구매가구 비율이 명절이 포함되어 있는 1월과 9월에 가장 높게 나타남. 상대적으로 봄과 여름철 구입액 이 적은 것으로 나타나 명절 쇠고기 소비가 많은 것을 알 수 있음
 - ⇒ 대응전략 : 쇠고기 구매패턴이 특정시기에 집중되는 경향을 띄고 있어 명절과 휴가철과 같은 소비패턴에 맞는 쇠고기 출하시기 조절이 필요

2. 돼지고기

- 최근 5년간 삼겹살이 우리나라 가정에서 가장 많이 구매하는 돼지고기 부위로 조사됨. 그러나 식습관의 다양화, 저지방부위 선호 등으로 목심, 앞다리, 뒷다리의 구매빈도가 꾸준히 증가하고 있음
 - 삼겹살 8.6회 > 앞다리 3.2회 > 목심 2.3회 > 갈비 1.4회 > 뒷다리 1.2회, 등심 1.2회 > 안심 0.5회 > 특수부위 0.5회(2010~2014년 평균)
 - 2010년 대비 2014년 삼겹살의 구매빈도는 11.4% 증가하였지만, 앞다리 31.1%, 목심 16.1%, 뒷다리 14.9% 증가함
- ⇒ 대응전략 : 돼지고기는 특정부위에 대한 소비가 집중되고 있어 비선호부위에 대한 소비패턴전략 개발이 필요함. 비선호부위를 활용한 차별화된 제품개발과 육가공 제품으로 활용하기 위한 지원정책 등이 필요함
- 돼지고기는 겨울철(12~2월)과 봄철(3~5월)에 소비가 집중되고 있음
 - 월별 구입액은 11월 30,373원으로 가장 많았고, 방학과 설 명절이 있는 2월 28,483원으로 가장 적은 것으로 조사됨
 - 돼지고기 월별 구입가격은 6월 3,168원(100g)으로 가장 높았고, 2월(1,641원)과 10월(1,655원)이 낮은 것으로 조사됨
- ⇒ 대응전략 : 돼지고기 구입액과 구입가격은 수요와 공급의 계절성으로 인한 것으로 나타남. 돼지고기 수요가 많은 5월(나들이), 11~12월(김장철) 구입액이 많게 나타났고, 방학과 명절로 인한 수요 감소가 있는 2월 구입액과 구입가격이 낮은 것으로 나타남. 또한 공급 측면에서 생산량이 가장 많은 10월 구입가격이 낮은 것으로 조사됨. 돼지고기의 계절적인 수요에 대응하기 위해서는 돼지고기 공급의 월별 변동을 완화하는 전략이 필요함
- 돼지고기 구매는 기업형슈퍼와 전문점에서 많이 이뤄지고 있는 것으로 조사됨. 가공식품은 대형마트와 기업형슈퍼에서 구매가 많은 것으로 조사됨
 - 돼지고기 구입처별 구매빈도 : 기업형슈퍼 5.8회 > 전문점 4.3회 > 대형마트 4.2회, 소형슈퍼 4.2회 > 전통시장 2.2회 순
 - 가공식품 구입처별 구매빈도 : 대형마트 4.2회 > 기업형슈퍼 5.4회 > 소형슈퍼 5.0회 > 전통시장 0.9회 순

3. 닭고기

- 우리나라에서 대표적인 백색육인 닭고기는 가공식품 형태의 소비 비중이 높음
 - 최근 5년간 소비자 가구의 닭고기식품의 구입액은 연간 20만 6천원으로 이중 닭고기가 34.2%, 가공식품이 65.8%를 차지함
 - 연간 구매빈도는 19.1회로 닭고기 8.5회, 가공식품 10.6회이며, 연평균 구입가격은 100g 기준 880원이었음
- ⇒ 대응전략 : 닭고기식품 소비는 닭고기보다는 가공식품의 구입액과 구매빈도가 높은 것으로 나타나 소비자가 원하는 가공 신제품 개발이 필요함
- 닭고기의 경우 월별 구입액은 7월이 가장 높고, 2월이 상대적으로 가장 낮게 나타났으며, 구매빈도는 7월이 가장 많았음
 - 가구당 닭고기 7월 구입액은 1만 원이며, 11월은 4천 원이었음.
 - 7월 구매 빈도가 1.1회로 가장 많았으며, 2월과 9~11월은 각각 0.6회로 적었음
- 닭고기 구입처별 구입액은 대형마트 > 기업형 슈퍼 > 전통시장 > 소형슈퍼 > 전문점 순으로 나타남
 - 구입액 비중 : 대형마트 25.8%, 기업형 슈퍼 19.3%, 전통시장, 소형슈퍼 13.1%, 전문점 10.0% 순임
- 소득계층별 닭고기식품 구입액은 저소득층에 비해 고소득층의 구입액이 37.3% 더 많았으며, 부위별 소비와 가공식품 소비도 고소득층일수록 높음. 반면, 일반 닭과 토종닭의 구입액은 중간소득계층에서 많음
- 연령별 닭고기식품 구입액은 40대가 가장 높고, 30대 이하, 50대, 60대 이상 순으로 나타남
- 가족수별 닭고기식품 구입액은 가족수가 많을수록 구입액이 많았으며, 구매빈도는 4인 가구가 가장 많았으며, 이어 가족수가 많은 순으로 나타남
- 주부취업별 닭고기식품 구매패턴은 전업주부가 닭고기와 가공식품 구입액이 높았으며, 일반닭과 토종닭은 비슷한 수준으로 나타남

경기농업 FOCUS 2015-7



**축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기)
소비트렌드 변화와 대응전략**

발간등록번호 : 71-6410563-000054-1

발행일 : 2015년 11월

발행 : 경기도농업기술원장 임재욱

감수 : 연구개발국장 김희동

편집 : 작물연구과장 박인태

분석 : 수원대학교 김태경, 농업기술원 김연진

집필 : 한국농수산대학 신용광

국립축산과학원 천동원

농업기술원 정구현

발행처 : 18388 경기도 화성시 병점중앙로 283-33번지

경기도농업기술원

(전화 031-229-5785, 팩스 031-229-5962)

「경기농업 FOCUS」는 경기도농업기술원 홈페이지(nongup.gg.go.kr)
농업경영정보자료에서 제공됩니다.

첨단농업 과학농업
농업의 미래를 열어가는 U-경기농업기술



경기도 화성시 병점중앙로 283-33

Tel_031-229-5785 Fax_031-229-5962

http://nongup.gg.go.kr