

# 소비 가치에 따른 미래 대체식품에 대한 태도와 구매 의도에 미치는 영향

Ga Hyun Park <sup>1</sup>

Department of Culinary The Graduate School of Global Culinary, Woosong University <sup>1</sup>

## I. 초록\_Abtract

본 연구에서는 식품의약품안전처가 제안한 미래 단백질원을 대체할 식품 3종을 대체육(식물성 고기), 배양육 및 식용 곤충으로 지정하여 이에 대한 소비가치와 태도 및 구매의도를 파악하고자 하였다.

20대 남녀를 253명을 대상으로 실시한 조사를 실증분석을 위해 채택된 유효한 표본을 SPSS 25.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 기능적, 사회적, 윤리적, 상황적, 탐색적, 총 5개의 소비가치로 설정하였고, 종속 변수의 미래 대체식품에 대한 태도와 구매 의도에 대한 분석 결과는 다음과 같다. 첫 번째, 미래 대체식품에 대한 인지도에 비례하여 인식은 낮다는 점. 두 번째, 현재 20대 소비자가 생각하는 미래 대체식품에 대한 연상 이미지로 대다수가 식용 곤충이며, 대체육과 배양육에 대한 정보력이 미흡하다는 점. 세 번째, 소비 가치 성향에 따라 대체육(식물성 고기), 배양육 및 식용 곤충에 대한 태도와 구매의도에 차이가 있다는 점. 이를 토대로 미래 대체식품 군에 대한 소비 가치와 태도와 구매의도에는 명확한 차이가 존재하며, 이에 따른, 방향성의 차이점을 활용하여 향후 미래 대체식품 마케팅 방향을 제시하고 해당 식품에 대한 인식도 및 인지를 높이기 위한 방안을 제시할 수 있는 기초자료로 활용할 수 있다고 사료된다

## II. 서론\_Introduction

• 식량 농업 기구(FAO)에 따르면 전 세계의 인구는 계속 매년 0.6%씩 증가하고 있으며, 2050년 전 세계의 인구는 92억 명으로 예측하였다. 또한 인구 증가에 따른 육류소비량도 현재보다 70% 더 증가하리라 예측하였다.

• 기존 육류를 공급함에 따라 발생하는 환경오염에 따른 기후변화로 인한 지구온난화 대응에 대한 문제가 제기되기 시작하였다.

• 동물 복지에 대한 관심도가 상승함에 따라 자발적으로 동물 보호를 지향하는 식생활이 등장하고 지향하는 단체가 생성되기 시작하였다.

• 현재 이에 해당 문제 해결을 위한 제시 방안으로는 대표적 식품 3가지를 대체육(식물성 고기), 배양육 및 식용곤충으로 제시했다.

• 대체육(식물성 고기), 배양육 및 식용곤충의 경우에는 제품의 품질 향상 혹은 관능적 평가와 법제화 등에 관련한 선행 연구는 많으나 아직 이에 대한 소비자의 의견에 대한 구매 및 소비 관련 선행 연구는 그에 비하여 미비한 수준이다.

• 본 연구에서는 식품의약품안전처가 제안한 미래 단백질원을 대체할 식품 3종을 대체육(식물성 고기), 배양육 및 식용 곤충으로 지정하여 이에 대한 소비 가치와 태도 및 구매 의도에 관한 가설을 선행 연구를 기반으로 설정하였다



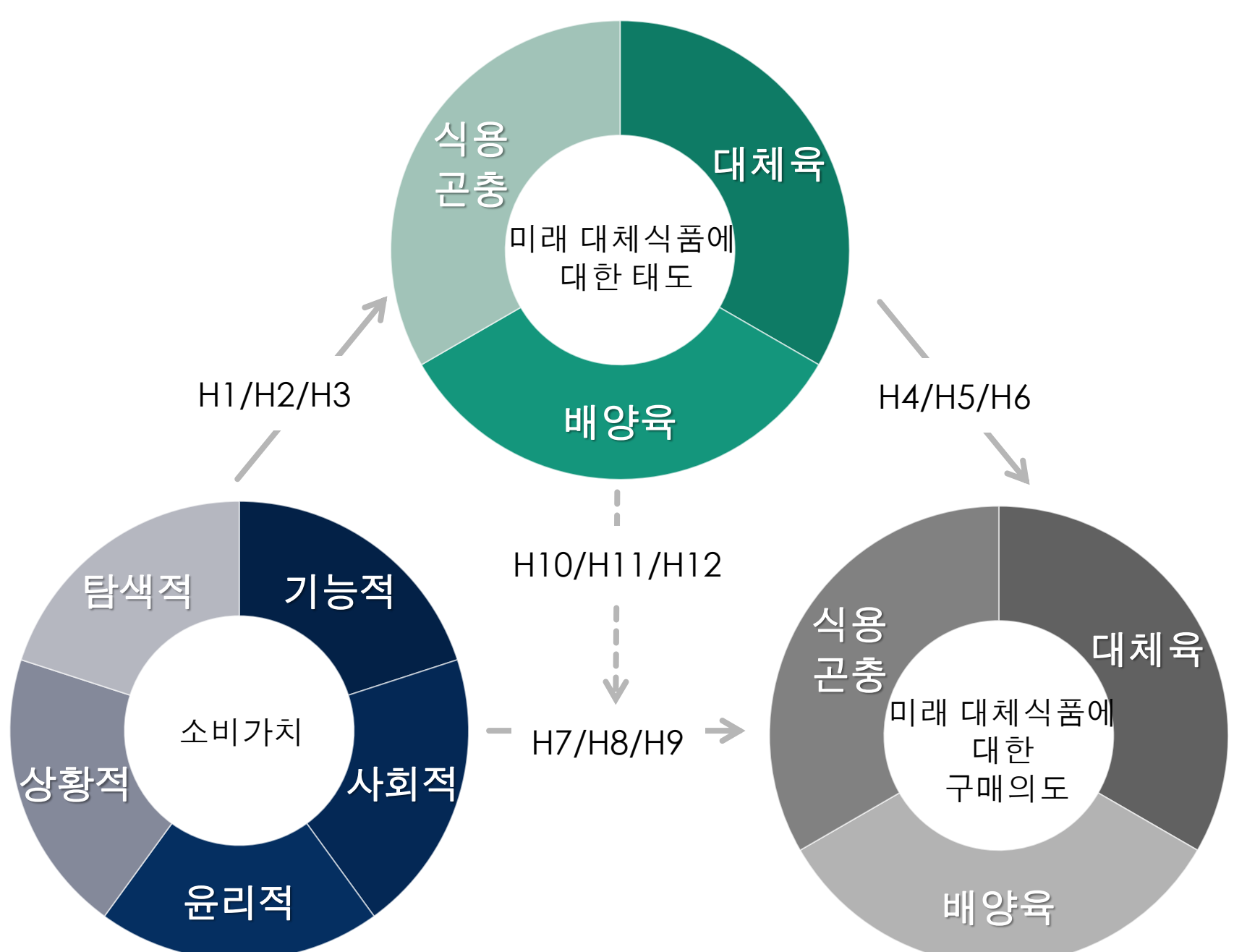
“본 연구는 선행 연구를 기반으로 20대의 소비 가치에 따른 미래 대체식품에 대한 태도와 구매 의도 간의 영향성에 대하여 파악하여, 해당 연구를 통하여 소비자의 인식 개선, 수요증진을 위한 기초자료와 방안을 제시한다는 점에서 본 연구의 필요성이 제기된다.”

## III. 연구방법\_Method

표 2-1. 연구대상 및 자료수집

항목	내용
모집단	20대 성인 남/녀
설문 기간	2021년 10월 16일부터 11월 12일까지 (총27일)
설문 배포 방법	구글폼(Google form)
설문지 부수	유효표본 253/266부(유효응답 95.6%)
분석 프로그램	SPSS 25.0

그림 2-1. 연구모형



## IV. 결과\_Results

표 3-1. 소비가치가 미래대체식품 태도에 미치는 영향력 검증

종속 변수	독립 변수	비표준화 계수		$\beta$	t	유의 확률
		B	표준 오차			
식물성 고기 (대체육)에 대한 태도	상 수	-4.966	0.059		0.000	1.000
	요인1: 기능적	0.142	0.059	0.142	2.390	0.018
	요인2: 윤리적	0.232	0.059	0.232	3.922***	0.000
	요인3: 사회적	0.120	0.059	0.120	2.019	0.045
	요인4: 탐색적	0.046	0.059	0.046	0.772	0.441
	요인5: 상황적	0.208	0.059	0.208	3.514***	0.001
R <sup>2</sup> = .366 수정된 R <sup>2</sup> = .134 F = 7.624 p = .000 D-W= 1.875						
배양육에 대한 태도	상 수	-1.916	0.059		0.000	1.000
	요인1: 기능적	0.184	0.059	0.184	3.104***	0.002
	요인2: 윤리적	0.067	0.059	0.067	1.126	0.261
	요인3: 사회적	0.135	0.059	0.135	2.285	0.023
	요인4: 탐색적	0.194	0.059	0.194	3.276***	0.001
	요인5: 상황적	0.195	0.059	0.195	3.298***	0.001
R <sup>2</sup> = .133 수정된 R <sup>2</sup> = .115 F = 7.546 p = .000 D-W= 2.177						
식용곤충에 대한 태도	상 수	4.736	0.061		0.000	1.000
	요인1: 기능적	0.105	0.061	0.105	1.714	0.088
	요인2: 윤리적	0.069	0.061	0.069	1.123	0.263
	요인3: 사회적	0.130	0.061	0.130	2.133	0.034
	요인4: 탐색적	0.214	0.061	0.214	3.511***	0.001
	요인5: 상황적	0.024	0.061	0.024	0.387	0.699
R <sup>2</sup> = .079 수정된 R <sup>2</sup> = .060 F = 4.245 p = .000 D-W= 1.900						

주) \*p<0.5, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001 수준에서 유의함

표 3-2. 소비가치가 미래대체식품 구매의도에 미치는 영향력 검증

종속 변수	독립 변수	비표준화 계수		$\beta$	t	유의 확률
		B	표준 오차			
식물성 고기 (대체육)에 대한 구매의도	상 수	-3.322	0.060		0.000	1.000
	요인1: 기능적	0.128	0.060	0.128	2.127	0.034
	요인2: 윤리적	0.219	0.060	0.219	3.638***	0.000
	요인3: 사회적	0.074	0.060	0.074	1.221	0.223
	요인4: 탐색적	0.076	0.060	0.076	1.259	0.209
	요인5: 상황적	0.170	0.060	0.170	2.820***	0.005
R <sup>2</sup> = .104 수정된 R <sup>2</sup> = .086 F = 5.757 p = .000 D-W= 1.804						
배양육에 대한 구매의도	상 수	1.802	0.059		0.000	1.000
	요인1: 기능적	0.179	0.060	0.179	3.010***	0.003
	요인2: 윤리적	0.170	0.060	0.170	2.861	0.005
	요인3: 사회적	0.133	0.060	0.133	2.233	0.026
	요인4: 탐색적	0.194	0.060	0.194	3.250***	0.001
	요인5: 상황적	0.089	0.060	0.089	1.495	0.136
R <sup>2</sup> = .124 수정된 R <sup>2</sup> = .106 F = 7.006 p = .000 D-W= 1.715						
식용곤충에 대한 구매의도	상 수	-1.236	0.059		0.000	1.000
	요인1: 기능적	-0.014	0.059	-0.014	-0.245	0.807
	요인2: 윤리적	0.045	0.059	0.045	0.765	0.445
	요인3: 사회적	0.200	0.059	0.200	3.384***	0.001
	요인4: 탐색적	0.305	0.059	0.305	5.158***	0.000
	요인5: 상황적	0.022	0.059	0.022	0.370	0.712
R <sup>2</sup> = .136 수정된 R <sup>2</sup> = .118 F = 7.767 p = .000 D-W= 1.841						

주) \*p<0.5, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001 수준에서 유의함

표 3-3. 미래대체식품 태도가 구매의도에 미치는 영향력 검증

종속 변수	독립 변수	비표준화 계수		$\beta$	t	유의 확률
		B	표준오차			
식물성 대체육 구매 의도	상 수	-1.723	0.043		0.000	1.000
	대체육에 대한 태도	0.738	0.043	0.738	17.312***	0.000
R = .544 수정된 R = .542 F = 299.703 p = .000 D-W= 1.805						
배양육 구매 의도	상 수	2.521	0.046		0.000	1.000
	배양육에 대한 태도	0.687	0.046	0.687	14.967***	0.000
R = .506 수정된 R = .506 F = 258.660 p = .000 D-W= 2.000						
식용곤충 구매 의도	상 수	7.397	0.044		0.000	1.000
	식용곤충에 대한 태도	0.712	0.044	0.712	16.083***	0.000
R = .472 수정된 R = .469 F = 224.004 p = .000 D-W= 1.795						

주) \*p<0.5, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001 수준에서 유의함

표 3-4. 미래대체식품 인지여부 정도

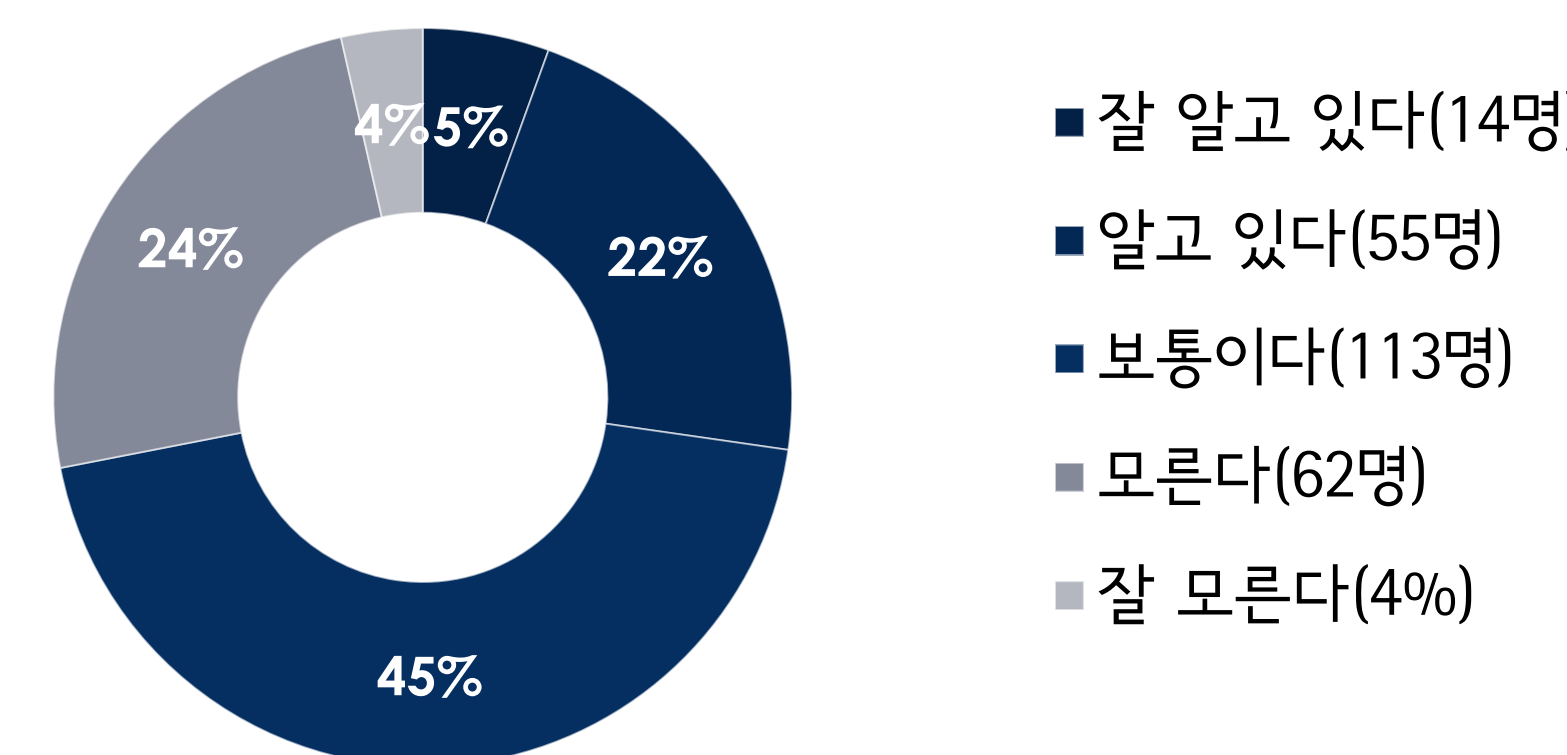


표 3-5. 미래 대체식품에 대한 연상단어

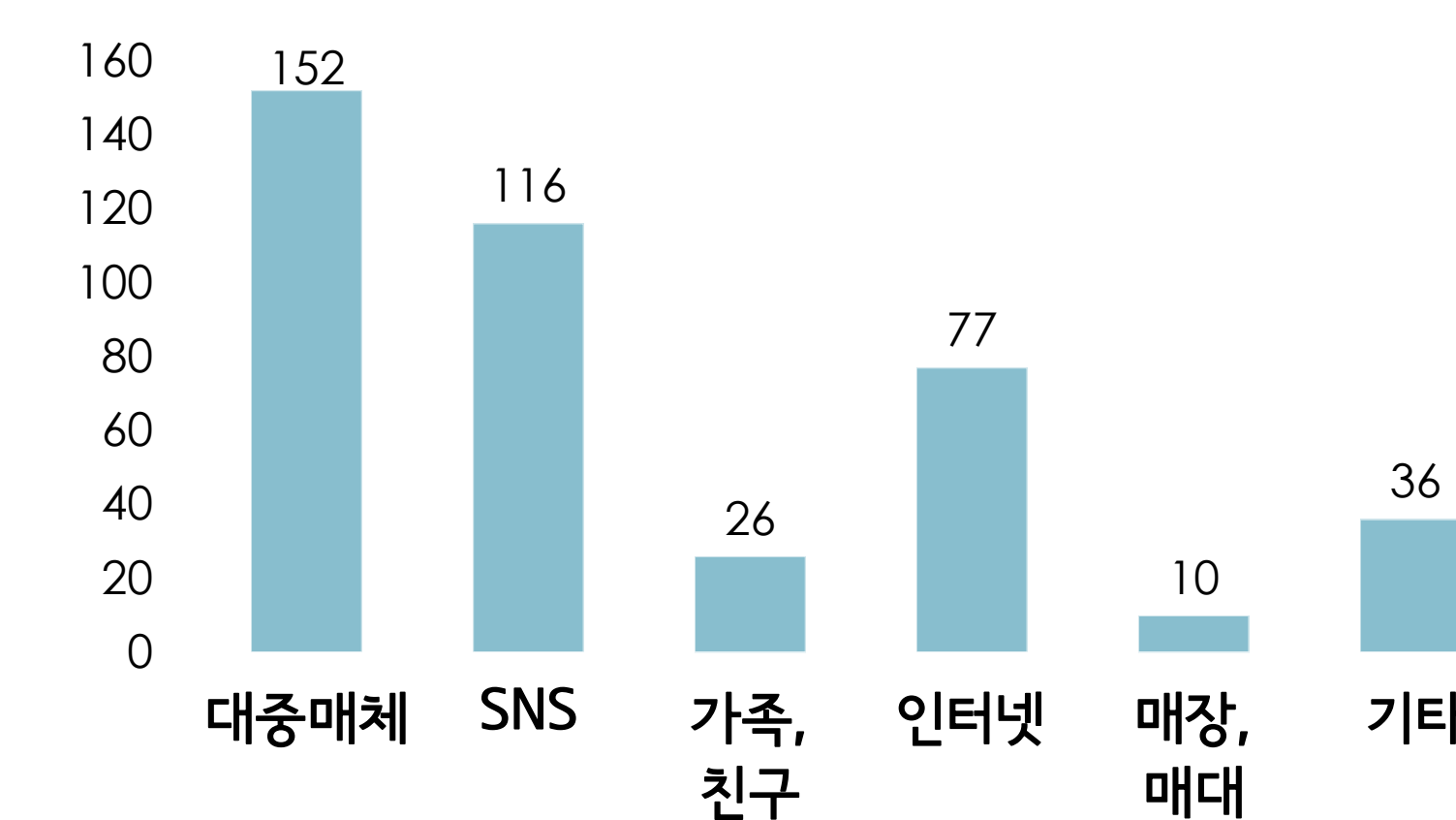
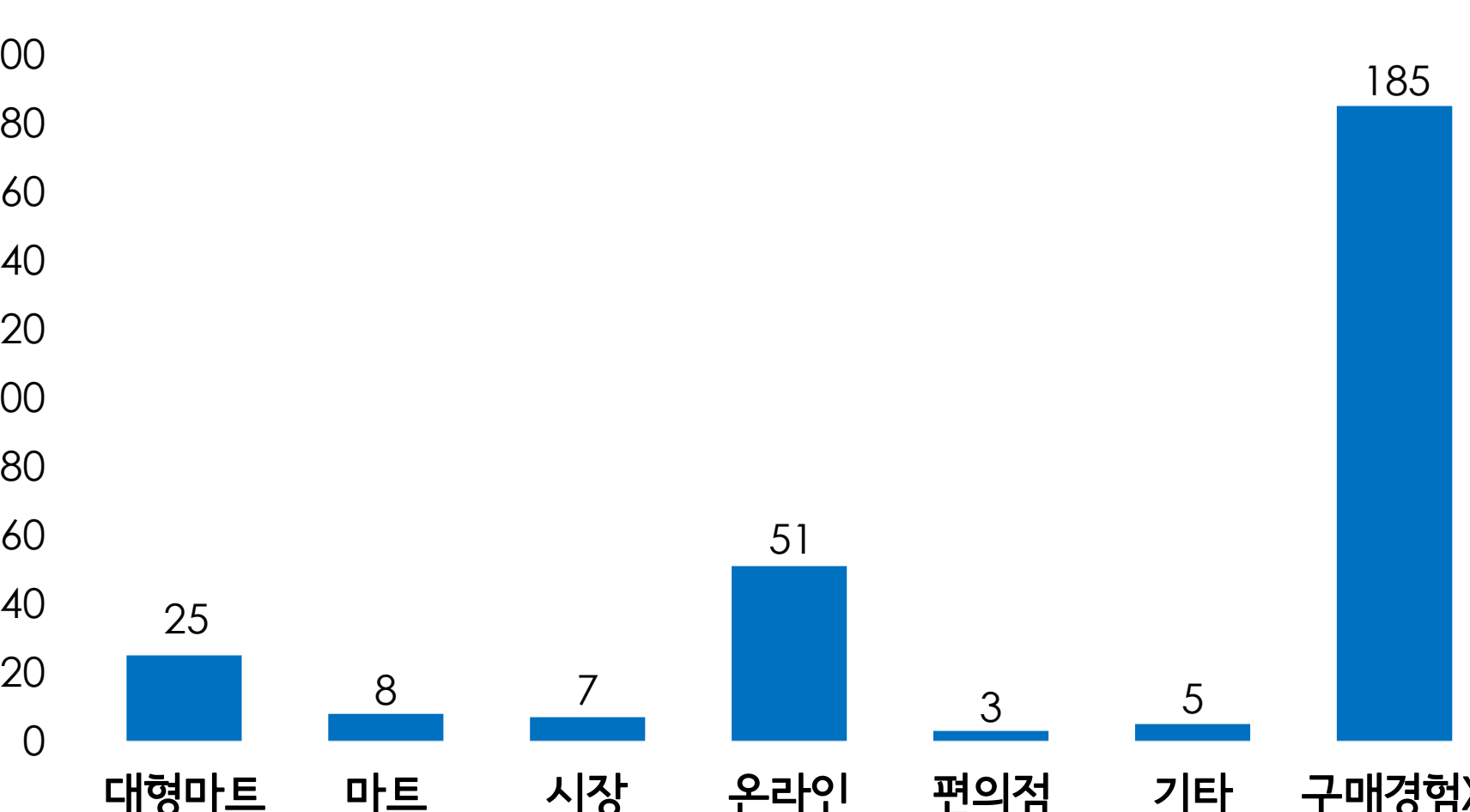


표 3-6. 미래대체식품 구매경험



## V. 결론\_Conclusion

1. 소비자에게 미래 대체식품에 대한 단어에 인지를 확인할 수 있으나, 이에 대한 인식도가 낮다.
2. 소비자의 소비가치에 따라 미래 대체식품[식물성 고기(대체육), 배양육, 식용곤충]에 대한 태도에 영향력을 파악할 수 있다.
3. 소비자의 소비가치에 따른 미래 대체식품 [식물성 고기(대체육), 배양육, 식용곤충]에 대한 구매의도에 영향력을 파악할 수 있다.
4. 미래 대체식품에 대한 태도에 따른 구매의도에 영향관계를 파악할 수 있다

## VI. 제언\_Proposal

1. 미래 대체식품에 대한 성장 가능성을 높이기 위해서 급식, 시식, 오프라인 행사 등을 통한 경험으로 부족한 인식을 채울 수 있도록 한다.
2. 미래 대체식품에 대한 긍정적인 이미지를 제공할 수 있도록 안전성과 공정성을 제공할 수 있도록 한다.
3. 제품간 지향하는 가치관의 차이점 파악을 통하여 세부적인 마케팅을 제시.

## 참조\_References

- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. Journal of business research, 22(2), 159-170.
- 이나금(2021). 자기중심적 가치와 이타적 가치가 비건푸드에 대한 태도 및 구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 구리시 공식 블로그, (<https://blog.naver.com/guri9279/222253831931>), 2021년 11월 28일