1인 가구 증가에 따른 식생활 트랜드 변화 실태 조사 및 소비자 만족도 조사 : 가정간편식(HMR)을 중심으로

한국부인회총본부

Ⅰ. 조사 목적 및 개요

1. 조사 목적

○ '혼밥족'으로 불리우는 1인 가구가 올해 통계청 자료에 따르면, 556만 가구로 인구의 28.5%를 차지하여 4명 중 1명이상이 1인 가구로 급속한 1인 가구의 증가는 식품에서의 소비 형태가 가정식사 대용으로 변화하고 있다.

○ 2006년~2014년까지의 1인가구의 실질소비지출이 연평균 1.2%의 증가율을 보이고 있는데, 이는 전체 가구의 0.2%보다 6배나 높아 소비시장에서의 1인 가구의 소비 형태가 매우 중요해지고 있다.

○ 1인 가구의 증가와 더불어 솔로이코노미(Solo Economy)산업의 하나인 가정간편식(HMR, Home Meal Replacement)에 대기업 뿐 아니라 유명 쉐프들 까지 사업을 확장하거나 준비 중에 있다. 그러나 소비자들은 가정간편식에 대한 정보나 가정식사 대용으로서의 신뢰도가 부족한 상황이다.

○ 특히 1인 가구의 삶의 만족도(49.8%)는 4인 가구의 삶의 만족도에 비해 10%이상 낮아 가정간편식으로 식사를 대체할 가능성이 높은 만큼 가정간편식은 1인 가구의 삶의 만족도에도 영향을 미치게 될 것이다.

○ 가정간편식에 대한 식생활 트랜드 변화에 대한 조사 및 분석이 매우 부족한 상황하며, 가정간편식 선택에 영향을 미치는 요인들과 소비자의 가정간편식에 대한 만족도 조사를 통해 안전하고 다양한 식품개발의 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 조사 시기 : 2017년 10월 ~ 12월

3. 조사 단체 : (사)한국부인회총본부

4. 세부사업내용

○ 1인 가구의 식생활 트랜드 변화 실태 중 가정간편식에 대한 지역별 시장 조사 및 현황 파악을 위한 사전조사 및 자료 수집 및 설문 작성

1) 기획회의
○ 일시 : 2017.10.19.(목) 11시
○ 장소 : 한국부인회총본부 2층 교육실
○ 내용
- 사업 배경 및 목적, 사업 지역, 예산 등 사업 전반에 필요한 사항에 대한 논의
- 전국 1인 · 2인 가구 이상 조사 시에 설문자 연령 분포를 고르게 할 것에 대한 당부
- 설문대상 20대, 30대, 40대, 50대이고, 50대 이후는 같은 50대 설문대상자임
- 사업에 대한 세부 사업 실행 내용에 대한 토론
- 조사 분석 방법 및 설문지 검토, 모니터 역할과 주의사항 토론
- 사업 기간에 대한 엄수 협조 부탁

2) 모니터 교육
○ 일시 : 2017. 10. 20. (목) 11시
○ 장소 : 한국부인회총본부 교육장
○ 지역 : 17개 시·도 지역
○ 대상 : 지역별 모니터 70명 (참석이 어려운 지방은 지회장이 참석)
○ 내용
- 1인 가구의 식생활 트랜드 변화 실태 중 가정 간편식에 대한 지역별 시장 조사, 설문 작성, 사업 배경, 사업 지역 등 사업 전반에 대한 필요에 대한 협조 사항 전달.
- 가정간편식(즉석섭취식품, 즉석조리식품, 신선편의식품)에 대한 소비자의 이용실태를 통한 선택요인과 가정간편식에 대한 소비자 만족도 설문 조사 방법 설명.
- 조사방법과 설문지 작성에 대한 모니터 교육
- 조사 분석 방법 및 설문지 검토, 모니터 역할과 주의사항 교육
- 모니터 활동 시 애로사항 및 예상되는 문제점 질의응답

- 지역별로 1인가구 분포도가 다르기 때문에 지역 특성에 맡게 조절
- 가정간편식의 구입 장소와 제품 종류 설명
- 서울 350부, 경기 220부, 부산100부, 대구 70부, 광주 70부, 인천 70부, 경남 100부, 충북 70부, 전남 70부, 전북 70부, (총1,190부)
- 가정간편식 이용과 선택요인의 만족도 조사 : 17개 시.도 지역 약1,190명
- 모든 조사는 11월 중순까지 마무리

3) 지역별 1인 가구 및 2인 가구 이상 식생활 및 가정간편식 반조리식품(HMR) 소비자 만족도 조사

○ 가정간편식(즉석섭취식품, 즉석조리식품, 신선편의식품)에 대한 소비자의 이용실태를 통한 가정간편식 선택요인과 가정간편식에 대한 소비자 만족도 조사
○ 지역별 1인 가구의 식생활 트랜드 변화 실태 중 가정간편식에 대한 지역별 시장조사 및 소비자 만족도 조사 실시
○ 조사 사업 내용 분석

4) 평가회의

사업 추진 전반에 대한 평가 및 논의
○ 일 시 : 2017. 11. 28. 오전 11시
○ 내 용
- 1인 가구의 식생활 트랜드 변화 실태 중 가정 간편식에 대한 지역별 시장 조사 및 현황 파악을 하였고, 자료 수집 및 설문 작성, 지역 등 사업 전반에 대한 조사의 어려운 점 혼밥족의 실태 논의 및 결과 사항 전달.
- 가정간편식(즉석섭취식품, 즉석조리식품, 신선편의식품)에 대한 소비자의 이용실태를 통한 가정간편식 선택요인과 가정간편식에 대한 소비자 만족도 조사 내용 확인.
- 지급조서 최종 확인 및 미비 서류 확인
- 기획재정부 등의 연계 협력을 통한 정책의 방향성이 더욱 필요.

5) 가정간편식 이용 실태 및 만족도 개선방안 토론회
○ 일 시 : 2017. 11. 29. 오후 2시
○ 장 소 : 서초 구립 도서관 강당
○ 대 상 : 소비자단체, 한양대학교 생활과학대학 식품영양학과 교수, 한국소비자원 시험검사국 선임연구위원, 기업 담당 한국야쿠르트 등 100여명
○ 내 용
○ 한양대학교 생활과학대학 식품영양학과 신원선 교수 , 한국소비자원 시험검사국 선임연구위원 정윤희 박사, 기업 담당자 한국야쿠르트 강동완 팀장, 1인 가구 소비자, 4인 가구 소비자 등 참여
- 해외사례 조사 및 비교 분석 조사 발표
- 가정간편식 주 이용자, 소비자단체, 가정간편식 출시 기업 담당자(한국야쿠르트), 정부부처 등 다양한 분야의 패널과 함께 가정간편식에 대한 가격·품질 분석 및 이용실태조사를 통한 소비자 만족도 제고 방안 마련
○ 정책적 제언
- 1인 가구 증가에 따른 HMR(가정식사 대용)에 대한 가계소비의 비중 및 만족도 향상을 위한 식생활 라이프스타일 분석 자료 제공
- 1인 가구 맞춤형의 생활만족도 향상을 위한 민간 협력 방안 모색

Ⅱ. 조사 내용

1. 조사 시기 : 2017년 10월~ 11월

2. 조사 대상
- 전국 1인 · 2인 가구 이상 조사
- 설문대상 20대, 30대, 40대, 50대 지역별 1인 가구 및 2인 가구 이상 식생활 및 가정간편식 반조리식품(HMR) 소비자 만족도 조사

3. 조사지역 및 규모
- 서울 350명, 경기 220명, 부산 100명, 대구 70명, 광주 70명, 인천 70명, 경남 100명, 충북 70명, 전남 70명, 전북 70명, (총1,190명)

4. 조사방법
- 응답자 정보와 가격 정보를 엑셀에 코딩하여 데이터 클리닝 작업을 거친 후 SPSS 18.0 통계 프로그램 이용하여 분석, 무성의한 응답으로 인해 조사의 신뢰성을 떨어뜨리는 설문지와 조사지는 제외하고 나머지 조사 샘플에 대한 분석을 시행

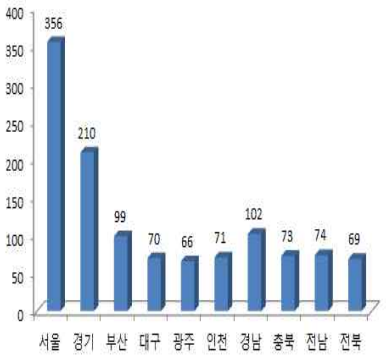
5. 분석결과

1) 가정간편식(HRM)에 대한 소비자만족도조사 및 이용실태조사 분석보고서

① 응답자의 전체 기본사항

○ 조사대상자 거주 지역

구분	빈도	%
서울	356	29.9
경기	210	17.6
부산	99	8.3
대구	70	5.9
광주	66	5.5
인천	71	6.0
경남	102	8.6
충북	73	6.1
전남	74	6.2
전북	69	5.8
계	1190	100.0

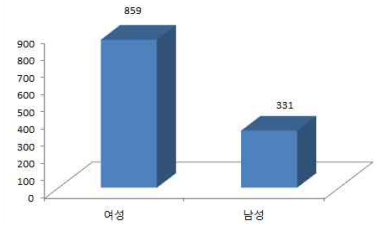


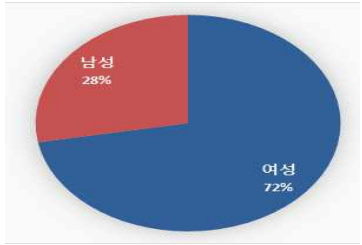


- 조사대상자의 거주 지역은 서울이 30%, 경기 18%, 경남 9%, 부산8%, 대구6%, 인천 6%, 충북6%, 전남6%, 전북6%, 광주5% 순이다.
- 조사대상자의 거주지 빈도수는 서울이 356명, 경기 210명, 부산 99명, 대구 70명, 광주 66명, 인천 71명, 경남 102명, 충북 73명, 전남 74명, 전북 69명 순이다.

○ 조사대상자 성별

구분	빈도	%
여성	859	72.2
남성	331	27.8
계	1190	100.0

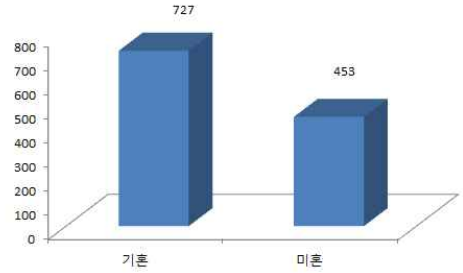


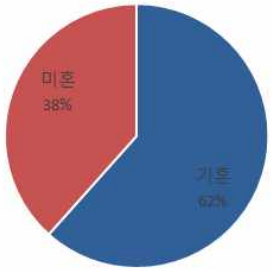


- 조사대상자는 여성이 72.%. 남성이 28%이다. 여성이 장보거나 살림을 하는 경우가 더 많아 여성의 응답자가 많은 것으로 본다.
- 조사 대상의 여성 빈도수는 859명, 남성 빈도수는 331명이다.

○ 조사대상자 결혼 여부

구분	빈도	%
기혼	727	61.6
미혼	453	38.4
계	1180	100.0

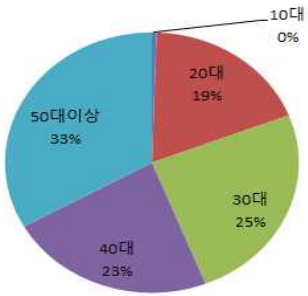


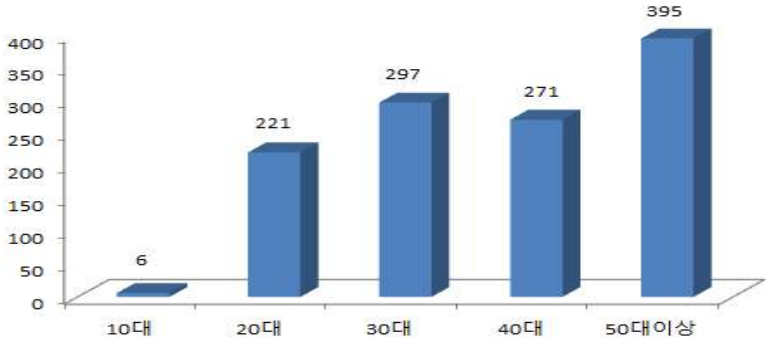


- 조사대상자의 결혼 여부는 기혼이 61.6%, 미혼이 38.4%이고, 빈도수로는 기혼이 727명, 미혼이 453명이다.
- 모니터요원이 조사자의 기혼과 미혼을 따로 추출하지 않고, 랜덤 방식으로 조사하였다.
- 조사대상자의 결혼 여부 빈도수는 기혼이 727명, 미혼이 453명이다.

○ 조사대상자 연령대

구분	빈도	%
10대	6	0.5
20대	221	18.6
30대	297	25.0
40대	271	22.8
50대 이상	395	33.2
계	1190	100.0





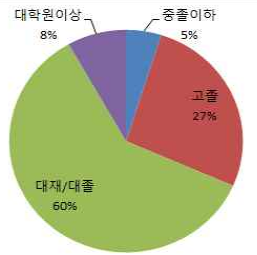
- 조사대상자의 연령대는 50대 이상이 33.2%, 30대 25.0%, 40대 22.8%의 순이었다.
- 50대, 60대를 "50대 이상"으로 같은 연령으로 생각해서 인원수가 많다.
- 빈도수는 20대 221명, 30대 397명, 40대 271명, 50대 이상은 395명이다.

○ 조사대상자 최종 학력

구분	빈도	%
중졸이하	58	4.9
고졸	317	26.7
대재/대졸	716	60.3
대학원이상	97	8.2
계	1188	100.0

- 조사대상자의 최종 학력은 대학재학/대졸이 60.3%으로 가장 많았고, 고졸 26.7%, 대학원 이상 8.2%의 순이었다. 조사대상자의 최종 학력 빈도수는 대학재학/대졸 716명, 고졸 317명, 대학원 이상 97명, 중졸이하 58명이다. 20대, 30대, 40대 응답자 대다수가 고학력으로 본다.

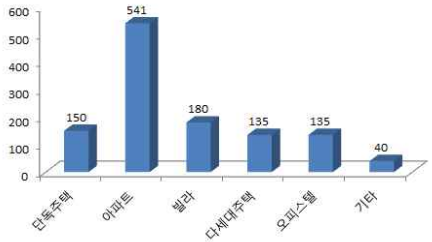


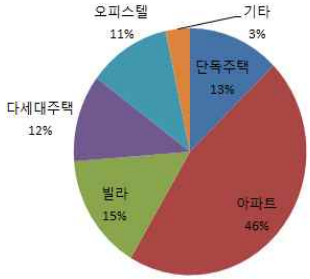


○ 조사대상자 주거 형태

구분	빈도	%
단독주택	150	12.7
아파트	541	45.8
빌라	180	15.2
다세대주택	135	11.4
오피스텔	135	11.4
기타	40	3.4
계	1181	100.0

- 조사대상자의 주거 형태는 아파트가 45.8%로 가장 많았고, 빌라가 15.2%, 단독주택 12.7%의 순이었다. 다세대주택11.4%, 오피스텔 11.4%으로 오피스텔에 거주하는 인원이 많은 것으로 보아 1인가구들로 추측할 수 있다. 조사대상자의 주거형태 빈도수는 아파트 541명, 빌라 180명, 단독주택 150명, 다세대주택 135명, 오피스텔 135명, 기타 40명이다.

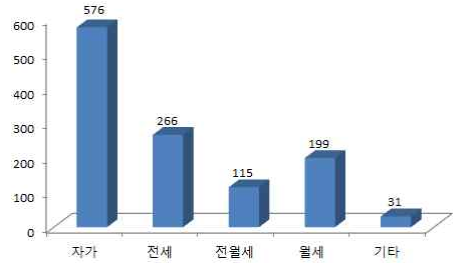


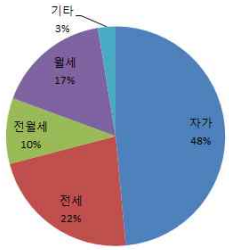


○ 조사대상자 주거 현황

구분	빈도	%
자가	576	48.5
전세	266	22.4
전월세	115	9.7
월세	199	16.8
기타	31	2.6
계	1187	100.0

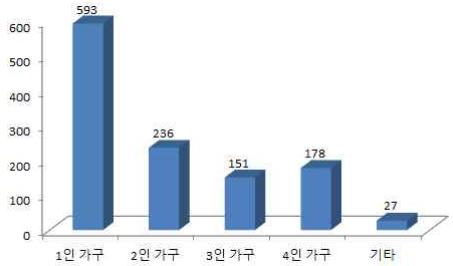
- 조사대상자의 주거 현황은 자가 48.5%, 전세 22.4%, 전월세, 월세 26.5%의 순이다.
- 전체 응답자의 자가는 48.5%, 전세와 월세 합친 비율 49%이다.
- 조사대상자의 주거 현황 빈도수는 자가 576명, 전세 266명, 전월세 115명, 월세 199명, 기타 31명 순이다.





○ 조사대상자 세대 구성

구분	빈도	%
1인 가구	593	50.0
2인 가구	236	19.9
3인 가구	151	12.7
4인 가구	178	15.0
기타	27	2.3
계	1185	100.0

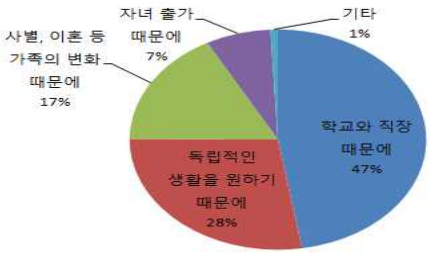




- 조사대상자의 세대 구성은 1인 가구 50%, 2인 가구 19.9%, 4인 가구 15%의 순이었다.
- 1인 가구 50%, 2인 가구 이상이 기타 가구 포함해서 50%이다.
- 조사대상자의 세대 구성 빈도수는 1인 가구 593명, 2인 가구 236명, 3인 가구 151명, 4인 가구 178명, 기타 27명이다. 본 조사는 1인 가구의 식생활 특성을 분석하기 위해 1인가구를 임의 할당 표집 하였다.

○ 1인 가구가 된 이유

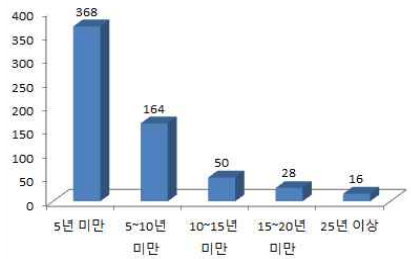
구분	빈도	%
① 학교와 직장 때문에	296	47.4
② 독립적인 생활을 원하기 때문에	173	27.7
③ 사별, 이혼 등 가족의 변화 때문에	106	17.0
④ 자녀 출가 때문에	44	7.1
⑤ 기타	5	0.8
계	624	100.0



- 1인 가구가 된 이유는 '학교와 직장 때문'이 47.4%로 가장 많았고, '독립적인 생활을 원해서'가 27.7%로 나타났다. 1인 가구가 된 이유에 대한 빈도수는 '학교와 직장 때문' 296명, '독립적인 생활을 원해서' 173명, '사별, 이혼 등의 가족 변화' 106명, '자녀 출가' 44명 순이다.

○ 1인 가구로 생활한 기간

구분	빈도	%
① 5년 미만	368	58.8
② 5~10년 미만	164	26.2
③ 10~15년 미만	50	8.0
④ 15~20년 미만	28	4.5
⑤ 25년 이상	16	2.6
계	626	100.0



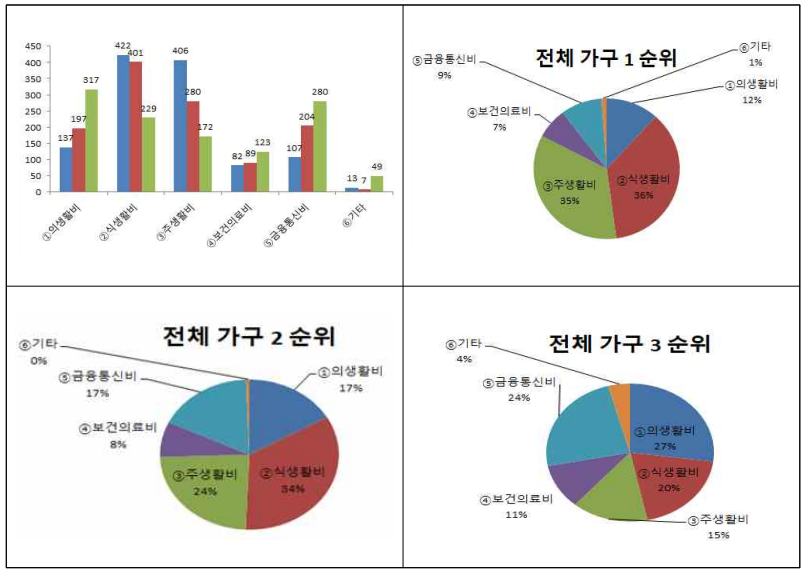


- 1인 가구로 생활한 기간은 '5년 미만'이 58.8%, '5~10년 미만'인 경우가 26.2%로 나타났다. 5년 미만으로 59% 정도 나온 이유가 독립하다가 가정을 이루어 2인 이상 가구가 될 꺼라 추측한다.
- 1인 가구로 생활한 기간의 빈도수는 '5년 미만' 368명, '5~10년 미만' 164명, '10~15년 미만' 50명, '15~20년 미만' 28명, '25년 이상' 16명 순이다.

② 식생활 소비실태조사 및 소비만족도조사

○ 가계 소비지출에 가장 많이 드는 생활비 순위

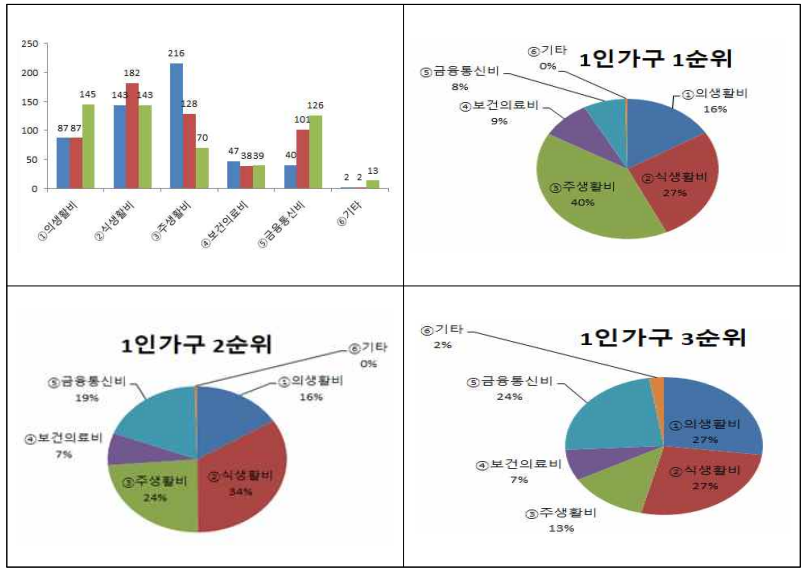
전체	1순위	%	2순위	%	3순위	%
①의생활비	137	11.7	197	16.7	317	27.1
②식생활비	422	36.2	401	34.0	229	19.6
③주생활비	406	34.8	280	23.8	172	14.7
④보건의료비	82	7.0	89	7.6	123	10.5
⑤금융통신비	107	9.2	204	17.3	280	23.9
⑥기타	13	1.1	7	0.6	49	4.2
계	1167	100.0	1178	100.0	1170	100.0



- 생활비 지출 1순위 항목은 식생활비 36.2%(422명), 주생활비 34.8%(406명), 의생활비 11.7%(137명)의 순이었다. 2순위에서는 식생활비 34.0%(401명), 주생활비 23.8%(280명), 금융통신비 17.3%(204명)의 순이었다. 3순위에서는 의생활비 27.1%(317명), 금융통신비 23.9%(280명), 식생활비 19.6%(229명)이였다. 기타 항목에는 교육비, 경조사비, 보험료, 여가활동비 등을 적은 응답자가 일부 있었다.

○ 1인가구 가계 소비지출에 가장 많이 드는 생활비 순위

1인가구	1순위	%	2순위	%	3순위	%
①의생활비	87	16.3	87	16.2	145	27.1
②식생활비	143	26.7	182	33.8	143	26.7
③주생활비	216	40.4	128	23.8	70	13.1
④보건의료비	47	8.8	38	7.1	39	7.3
⑤금융통신비	40	7.5	101	18.8	126	23.5
⑥기타	2	0.4	2	0.4	13	2.4
계	535	100.0	538	100.0	536	100.0

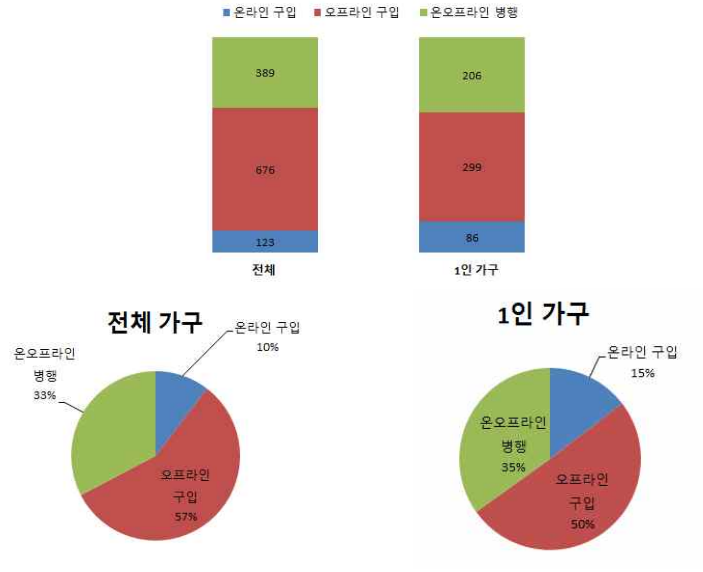


- 1인 가구의 경우 주생활비가 1순위라고 응답한 경우가 40.4%(216명)으로 가장 높았고, 다음이 식생활비 26.7%(143명), 의생활비 16.3%(87명)의 순이었다. 2순위는 식생활비 33.8%(182명), 주생활비 24%(128명), 금융통신비 19%(101명), 식생활비>주생활비>금융통신비의 순이었다. 3순위에서는 식생활, 의생활이 27%(145명), 금융통신비 24%(126명)이다.

- 2인 이상 가구는 식생활에 우선순위를 두고, 1인 가구는 주생활에 우선순위를 먼저 두는 것으로 알 수 있다.

○ 1인가구 식생활 재료 및 식품구매 방법(장소)

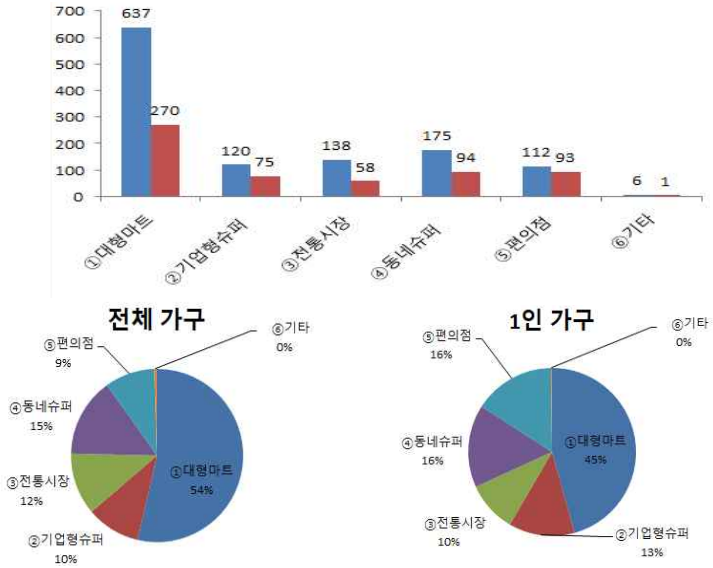
구분	조사대상 전체		1인가구	
	빈도	%	빈도	%
① 인터넷, 배달 앱 등 온라인에서만 구입한다.	123	10.4	86	14.6
② 대형마트, 전통시장, 기업형슈퍼, 동네슈퍼, 편의점 등 오프라인으로만 구입한다.	676	56.9	299	50.6
③ 온라인과 오프라인 둘 다 이용한다.	389	32.7	206	34.9
계	1188	100.0	591	100.0



- 식생활 재료 및 식품구매 장소는 오프라인 매장(대형마트, 전통시장, 슈퍼마켓 등)이라는 응답이 56.9%(676명), 온라인 매장은 10.4%(123명), 온라인과 오프라인 병행은 32.7%(389명)으로 나타났다.
- 1인 가구만을 대상으로 분석한 결과 오프라인 매장이 50.6%(299명), 온라인과 오프라인 병행은 34.9%(206명)으로 나타났다.
- 전체 가구가 1인 가구 보다 오프라인 구매가 더 많았고, 전체 가구가 1인 가구보다 온라인 구매가 더 작았다.

○ 오프라인에서 식생활 재료 및 식품 구입 장소

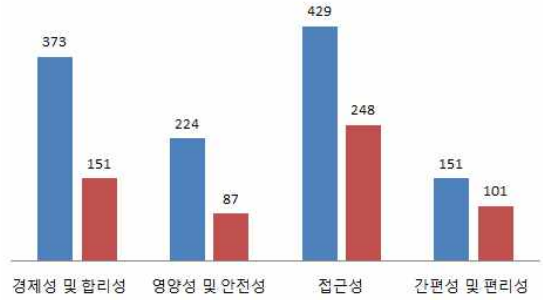
구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
①대형마트	637	53.6	270	45.7
②기업형슈퍼	120	10.1	75	12.7
③전통시장	138	11.6	58	9.8
④동네슈퍼	175	14.7	94	15.9
⑤편의점	112	9.4	93	15.7
⑥기타	6	0.5	1	0.2
계	1188	100.0	591	100.0



- 전체 가구 오프라인 매장에서 식생활 재료 및 식품 구입 장소는 대형마트 53.6%(637명), 동네슈퍼 14.7%(175명), 전통시장 11.6%(138명)의 순으로 나타났다.
- 1인 가구의 경우 대형마트가 45.7%(270명), 동네슈퍼 15.9%(94명), 편의점 15.7%(93명)으로 나타났다.
- 식생활 재료 및 식품 오프라인 구매 시 전체 가구와 1인 가구가 대형 마트에서 구매하는 경우가 많았으며, 전체 가구는 전통시장에서 구매를 하러 가는 빈도가 높은데, 전체가구에 비해 상대적으로 1인 가구는 편의점에서 구매하는 빈도수가 높다.

○ 3번 문항에서 응답한 구입처에서 식생활 재료 및 식품을 구입하는 이유

구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
① 가격이 저렴한 경제성 및 합리성 고려하여	373	31.4	151	25.5
② 식생활 재료 및 식품이 신선한 영양성 및 안전성 고려하여	224	18.8	87	14.7
③ 집에서 가까운 접근성 고려하여	429	36.1	248	42.0
④ 포장 단위가 소포장이 많은 간편성 및 편리성 고려하여	151	12.7	101	17.1
⑤ 기타	12	1.0	4	0.7
계	1189	100.0	591	100.0

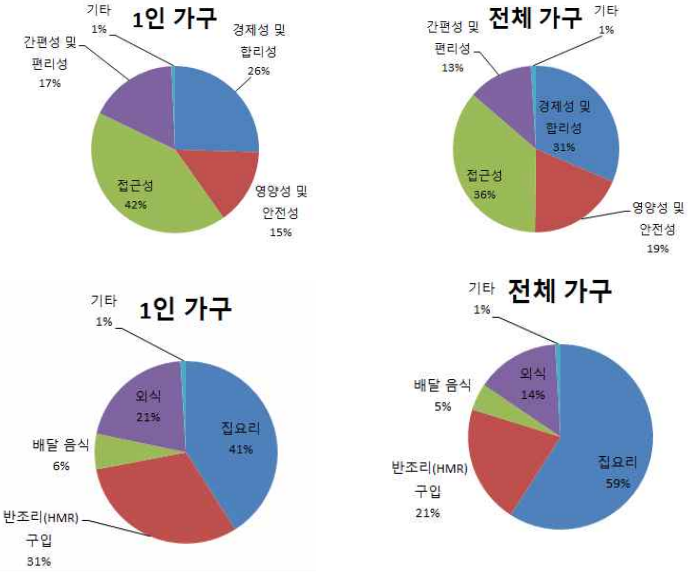


- 위 매장에서 구입한 이유는 '집에서 가까운 접근성을 고려하여'가 36.1%(429명)으로 가장 많았고, '가격이 저렴한 경제성 및 합리성 고려하여'가 31.4%(373명)으로 나타났다.

- 1인 가구는 집에서 가까운 접근성 고려하여가 42.0%(248명), 경제성 및 합리성 고려가 25.5%(151명)으로 나타났고, 소포장의 간편성 및 편리성 때문이라는 응답은 17.1%(101명)으로 나타났다.

○ 조사대상자의 평소 식생활 습관

구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
① 식생활 재료를 구입하여 집에서 요리해 먹는 편	701	59.0	242	41.0
② 인스턴트, 레토르트 등 반조리하여 먹는 간편식(HMR)을 구입하여 먹는 편	246	20.7	183	31.0
③ 배달 음식을 먹는 편	56	4.7	37	6.3
④ 대부분 밖에서 음식을 사 먹는 편	174	14.6	122	20.7
⑤ 기타	11	0.9	6	1.0
계	1188	100.0	590	100.0



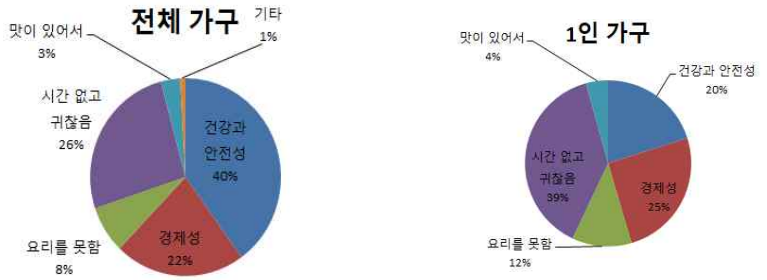
- 평소 식생활 습관의 전체 가구는 '식생활 재료를 구입하여 집에서 요리해 먹는 편'이라는 응답이 59.0%(701명)으로 나타났다. 다음은 반조리 간편식(HMR)을 구입하여 먹는 편이라는 응답이 20.7%(246명), 대부분 외식을 하는 편이 14.6%(174명)의 순이었다.

- 평소 식생활 습관의 1인 가구는 집에서 요리한다는 응답이 41.0%(242명)이였고, HMR을 구입하여 식사하는 경우는 31.0%(183명), 대부분 외식을 하는 편이 20.7%(122명)으로 나타났다.

- 전체 가구나 1인 가구의 응답자 절반 정도가 "식생활 재료를 구입하여 집에서 요리를 해 먹는 편" 이라고 대답을 하였고, 그 다음 순이 "반조리 간편식(HMR)을 구입해서 먹는 편"이라고 대답 하였고, 세 번째가 "대부분 외식을 하는 편"이라고 대답 하였는데, 1인 가구가 반조리 간편식(HMR)을 구입해서 먹는 경우와, 대부분 외식을 하는 편이라고 대답 하는 응답율이 전체가구에 비해 높게 나타났다.

○ 위와 같은 식생활 습관을 하게 된 이유

구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
① 가족과 나의 건강과 안전성을 생각해서	476	40.0	118	20.1
② 경제적인 면을 고려해서	263	22.1	149	25.4
③ 요리를 할 줄 몰라서	92	7.7	68	11.6
④ 시간이 없고 귀찮아서	308	25.9	227	38.7
⑤ 맛이 있어서	39	3.3	25	4.3
⑥ 기타	11	0.9		
계	1189	100.0	587	100.0



- 위와 같은 식생활 습관을 하게 된 이유의 전체 가구는 '가족과 나의 건강과 안전성을 생각해서'가 40.0%(476명)으로 나타났고, '시간이 없고 귀찮아서'가 25.9%(308명), '경제적인 면을 고려해서'가 22.1%(263명)으로 나타났다.

- 위와 같은 식생활 습관을 하게 된 이유의 1인 가구는 '시간이 없고 귀찮아서'가 38.7%(227명)으로 가장 많았고, 다음은 '경제적인 면을 고려해서'가 25.4%(149명), '요리를 못함' 11.6%(68명)으로 나타났다.

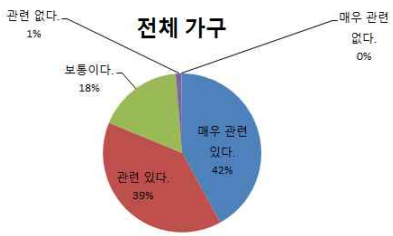
- 위와 같은 식생활 습관을 하게 된 이유의 전체 가구는 '건강과 안정성', '시간이 없고 귀찮아서', '경제성' 순서이고, 1인 가구는 ' 시간이 없고 귀찮음', '건강과 안전성', '경제성' 이다.

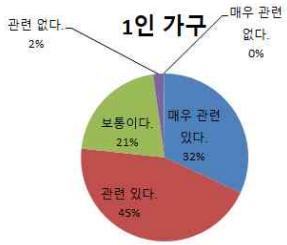
- 전체 가구는 '건강과 안정성'이 '시간 없고 귀찮음' 보다 더 중요하게 생각하고, 1인 가구는 '건강과 안전성' 보다 '시간 없고 귀찮음'을 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 1인 가구의 건강과 안전성에 대해 생각 할 필요가 있다고 생각한다.

○ 식생활 습관과 식생활 재료 및 식품이 건강에 미치는 영향에 대한 인식

구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
① 매우 관련 있다.	500	42.0	189	31.9
② 관련 있다.	467	39.2	265	44.8
③ 보통이다.	208	17.5	125	21.1
④ 관련 없다.	14	1.2	12	2.0
⑤ 매우 관련 없다.	1	0.1	1	0.2
계	1190	100.0	592	100.0







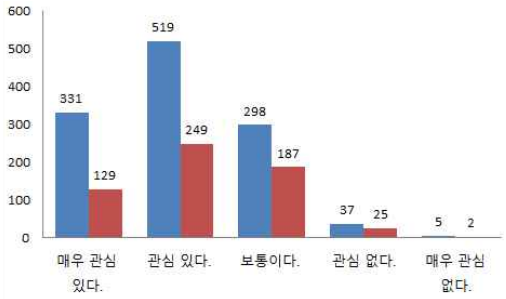
- 식생활 습관과 식생활 재료 및 식품이 건강에 미치는 영향에 대한 인식의 전체 가구는 '매우 관련 있다'가 42.0%(189명), '관련 있다'가 39.2%(467명)으로 대부분 관련 있다고 인식하고 있었다.

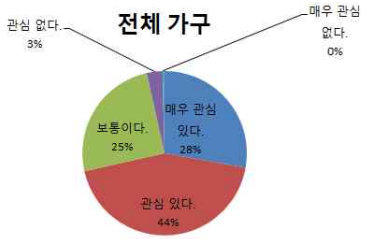
- 식생활 습관에 대한 식생활 재료 및 식품이 건강에 미치는 영향에 대한 인식의 1인 가구는 '관련 있다' 44.8%(265명), '매우 관련 있다' 31.9%(189명)로 응답으로 대부분 관련 있다고 인식하였다.

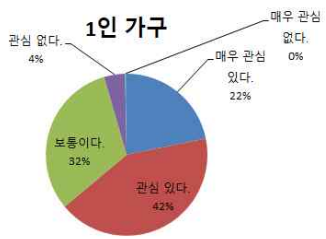
- 식생활 습관과 식생활 재료 및 식품이 건강에 미치는 영향에 대한 인식은 '전체 가구는 매우 관련 있다' 응답이 높은 반면에 1인 가구는 '관련 있다'가 높게 나왔다. 전체 가구는 '식생활 습관과 식생활 재료 및 식품이 건강에 미치는 영향'에 대한 인식을 높게 생각 하고 있고, 전체 가구 , 1인 가구가 대부분 '식생활 습관과 식생활 재료 및 식품이 건강에 미치는 영향'에 대해 관련 있다고 인식하고 있다.

○ 뉴스 또는 언론에서 보도되는 식품 관련 안전사고에 대한 관심정도

구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
① 매우 관심 있다.	331	27.8	129	21.8
② 관심 있다.	519	43.6	249	42.1
③ 보통이다.	298	25.0	187	31.6
④ 관심 없다.	37	3.1	25	4.2
⑤ 매우 관심 없다.	5	0.4	2	0.3
계	1190	100.0	592	100.0







- 뉴스 또는 언론에서 보도되는 식품 관련 안전사고에 대한 관심 정도의 전체 가구는 '관심 있다'가 43.6%(519명), '매우 관심 있다'가 27.8%(331명)로 관심이 높게 나타났다.

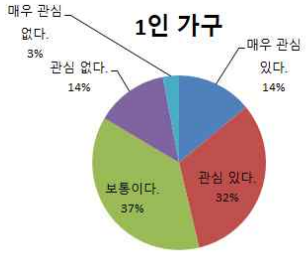
- 뉴스 또는 언론에서 보도되는 식품 관련 안전사고에 대한 관심 정도의 1인 가구는 '관심 있다' 42.1%(249명), '보통이다' 31.6%(187명)으로 나타났다.

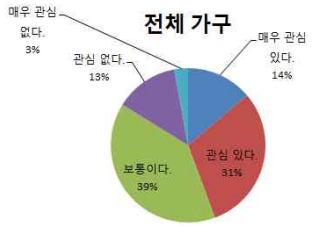
- 전체 가구나 1인 가구는 '뉴스 또는 언론에서 보도되는 식품 관련 안전사고에 대한 관심 정도'가 관심이 높게 나타났다.

○ 먹방, 쿡방 등 요리 관련 방송 프로그램에 대한 관심

구분	조사대상 전체		1인 가구	
	요리방송	%	빈도	%
① 매우 관심 있다.	164	13.8	83	14.0
② 관심 있다.	364	30.6	191	32.3
③ 보통이다.	470	39.5	220	37.2
④ 관심 없다.	158	13.3	80	13.5
⑤ 매우 관심 없다.	34	2.9	18	3.0
계	1190	100.0	592	100.0

- 요리 관련 방송 프로그램에 대한 관심의 전체 가구는 '보통이다'가 39.5%(470명), '관심 있다'가 30.6%(364명), '매우 관심 있다'가 13.8%(164명)으로 나타났다.
- 요리 관련 방송 프로그램에 대한 관심의 1인 가구는 '보통이다' 37.2%(220명), '관심 있다' 32.3%(191명), '매우 관심 있다' 14%(83명)으로 나타났다.
- 요리 관련 방송 프로그램에 대한 관심은 전체 가구나 1인 가구가 '보통 이상'으로 나타났다.





○ 조사대상자의 삼시세끼 섭취 실태

조사대상 전체	아침식사	%	점심	%	저녁	%
전혀 먹지 않는 편	182	15.3	7	0.6	10	0.8
먹지 않는 편	267	22.5	19	1.6	34	2.9
보통	204	17.2	130	10.9	187	15.7
먹는 편	259	21.8	384	32.3	419	35.2
매일 먹는편	276	23.2	650	54.6	540	45.4
계	1188	100.0	1190	100.0	1190	100.0

- 아침식사는 '매일 먹는 편'이 23.2%(276명), '먹지 않는 편'이 22.5%(267명)로 비슷하게 나타났다. '매일 먹는 편'과 '먹는 편'이라고 응답한 응답자는 44.0%로 전혀 먹지 않는다와 먹지 않는 편이라는 응답 37.8%보다 약간 많았다.

- 점심식사는 매일 먹는 편 54.6%(650명), 먹는 편 32.3%(384명)으로 대부분 먹는 것으로 나타났다.

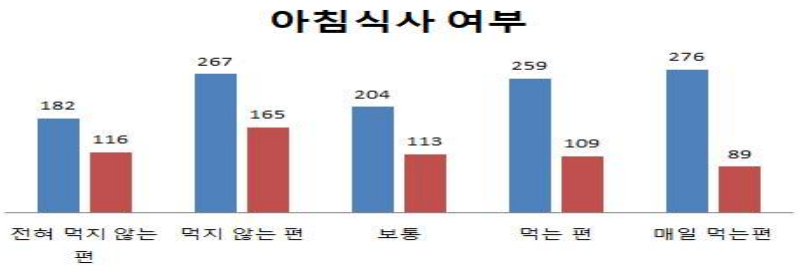
- 저녁식사는 먹는 편 35.2%(419명), 매일 먹는 편 45.4%(540명)으로 대부분 먹는 것으로 나타났다.

1인 가구	아침식사	%	점심	%	저녁	%
전혀 먹지 않는 편	116	19.6	4	0.7	6	1.0
먹지 않는 편	165	27.9	9	1.5	21	3.5
보통	113	19.1	69	11.7	108	18.2
먹는 편	109	18.4	210	35.5	231	39.0
매일 먹는편	89	15.0	300	50.7	226	38.2
계	592	100.0	592	100.0	592	100.0

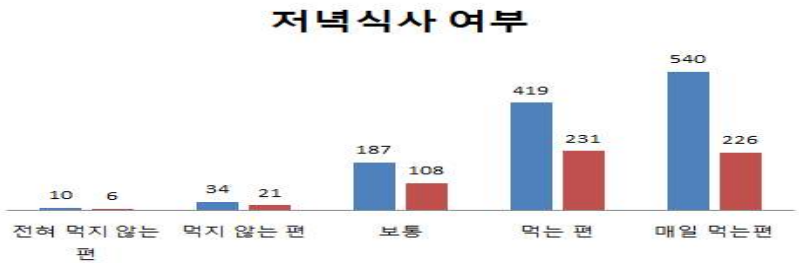
- 1인 가구는 아침식사를 '먹지 않는 편'이 27.9%(165명), '전혀 먹지 않는 편'이 19.6%(116명)로 나타났다. '매일 먹는 편'은 15.0%(89명)이였다. '먹지 않는 편'에 응답한 응답자가 47.5%이고, '먹는 편'에 응답한 응답자가 33.4%로 '대부분 먹지 않는다'에 응답이 많았다.

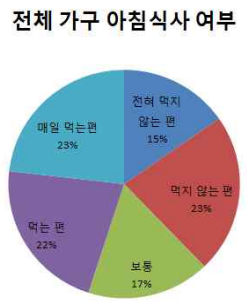
- 점심식사는 '매일 먹는 '이 50.7%(300명), '먹는 편'이 35.5%(210명)으로 나타났다.

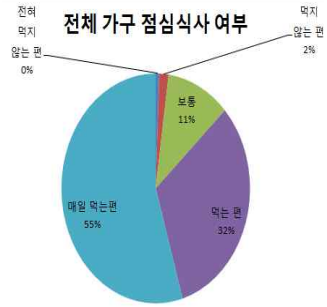
- 저녁식사는 '먹는 편'이 39.2%(231명), '매일 먹는 편'이 38.2%(226명)으로 나타났다.

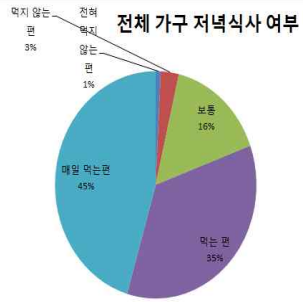


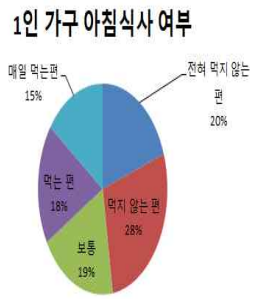


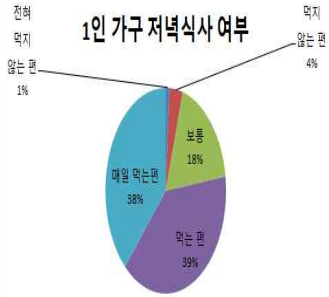


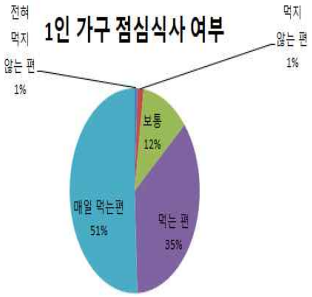












- '아침을 먹는 편이다'라고 대답한 전체 가구 44%에 비해 1인 가구는 '아침을 먹지 않는편'이라고 응답한 비율이 47.5%로 아침을 먹지 않는 1인 가구가 많음을 알 수 있다.

- '점심을 먹는 편이다'라고 대답한 전체 가구 86.9%에 응답 하였고, 1인 가구는 '점심을 먹는 편이다'라고 대답한 86.2%로 대부분 점심을 먹는 것으로 알 수 있다.
- '저녁을 먹는 편이다'라고 대답한 전체 가구 80.6%이고, 1인 가구는 '저녁을 먹는 편이다'라고 대답 77.2%가 하였다.
- 아침식사를 전체 가구는 먹는 편이지만, 1인 가구는 식사를 절반이상이 하지 않는 것으로 나타났다.

○ 아침식사 장소, 메뉴와 형태

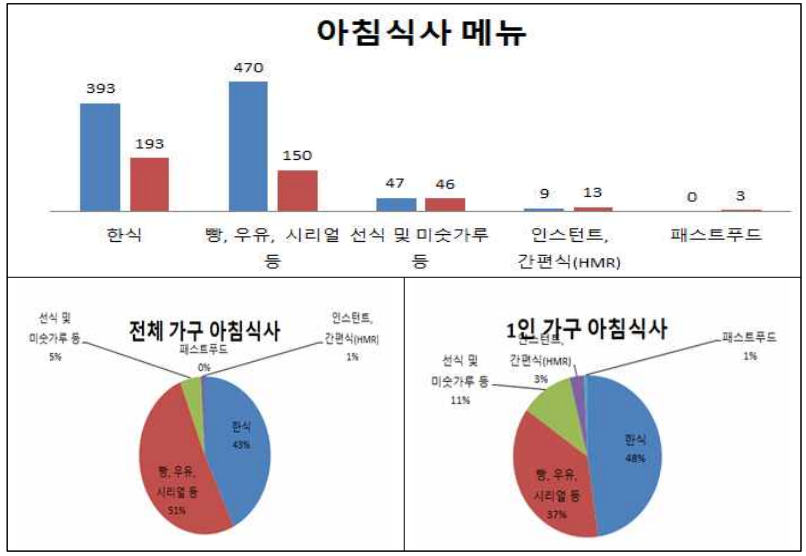
* 아침식사 장소
- 아침식사 장소는 집이 62.3%로 가장 많았고, 아침식사를 하지 않는 경우는 26.8%로 나타났다.
- 1인 가구는 아침식사 장소로 집이 50.8%라고 응답하였고, 아침식사를 하지 않는 경우는 35.3%로 나타났다.

* 아침식사 메뉴

구분	조사대상 전체		1인 가구	
	아침메뉴	%	빈도	%
한식	393	42.8	193	47.7
빵, 샌드위치, 우유, 과일샐러드, 시리얼 등	470	51.1	150	37.0
선식 및 미숫가루 등과 같은 건강음료	47	5.1	46	11.4
인스턴트, 레토르트, 냉동식품, 도시락 등과 같은 간편식(HMR)	9	1.0	13	3.2
패스트푸드	-	-	3	0.7
계	919	100.0	405	100.0

- 아침식사 메뉴의 전체 가구는 '빵, 샌드위치, 우유, 과일샐러드, 시리얼 등'이 51.1%(470명)으로 가장 많았고, '한식'이 42.8%(393명), 선식 및 미숫가루 5.1%(47명)으로 나타났다. HMR은 1.0%(9명)으로 낮게 나타났다.

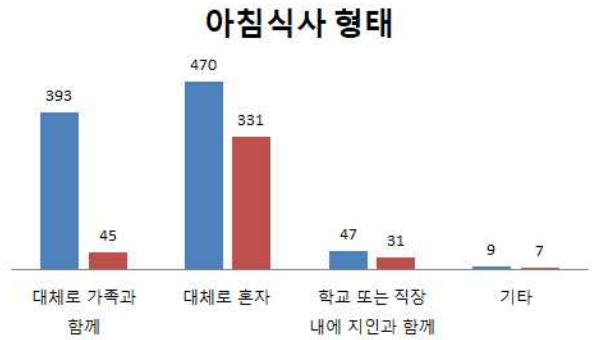
- 아침식사 메뉴의 1인 가구는 '한식'이 47.7%(193명)으로 가장 많았고, '빵, 샌드위치, 우유, 과일샐러드, 시리얼 등'이 37.0%(470명)으로 나타났다. 선식 및 미숫가루 등과 같은 건강음료는 11.4%(46명)로 나타났다. HMR은 3.2%(13명)으로 나타났다.

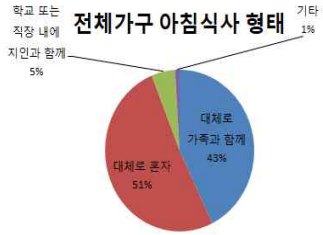


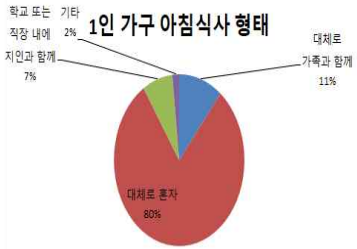
- 아침식사 메뉴의 전체가구는 '빵, 샌드위치, 우유, 과일샐러드, 시리얼 등'이 51.1%이고, '한식'은 47.7%로 나타났고, '가정 간편식 HMR'은 1.0%이고, 1인가구의 아침식사 메뉴는 한식이 47.7%, '빵, 샌드위치, 우유, 과일샐러드, 시리얼 등' 37%이고, HMR은 3.2%로 전체 가구에 비해 아침식사를 HMR로 하는 경우가 높았다.

* 아침식사 형태

구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
대체로 가족과 함께	393	42.8	45	10.9
대체로 혼자	470	51.1	331	80.0
학교 또는 직장 내에 지인과 함께	47	5.1	31	7.5
기타	9	1.0	7	1.7
계	919	100.0	414	100.0



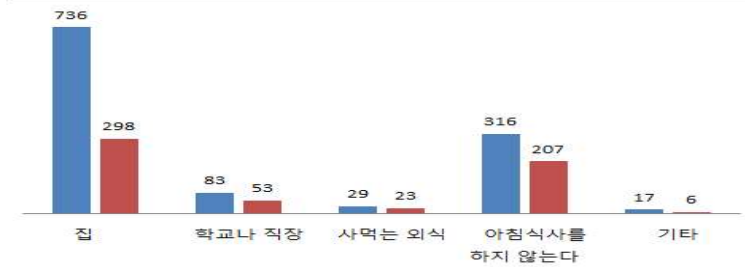




- 아침식사는 '대체로 혼자' 한다는 응답이 51.1%로 가장 많았고, '대체로 가족과 함께'가 42.8%로 나타났다.
- 1인 가구의 경우 아침식사는 대체로 혼자 먹는 경우가 80.0%로 나타났다.

* 아침식사 장소

구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
집	736	62.3	298	50.8
학교나 직장	83	7.0	53	9.0
사먹는 외식	29	2.5	23	3.9
아침식사를 하지 않는다	316	26.8	207	35.3
기타	17	1.4	6	1.0
계	1181	100.0	587	100.0

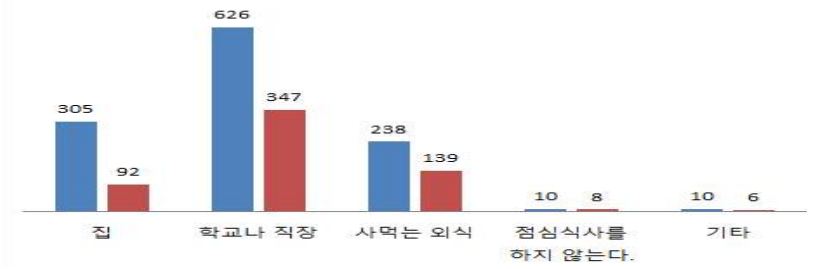


○ 점심식사 장소, 메뉴와 형태

* 점심식사 장소

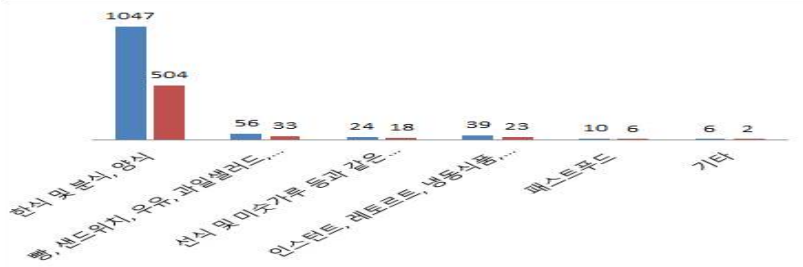
구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
집	305	25.7	92	15.5
학교나 직장	626	52.6	347	58.6
사먹는 외식	238	20.0	139	23.5
점심식사를 하지 않는다.	10	0.8	8	1.4
기타	10	0.8	6	1.0
계	1189	100.0	592	100.0

- 점심식사 장소는 '학교나 직장'이 52.6%로 가장 많았고, '집'이 25.7%로 나타났다.
- 1인 가구는 점심식사는 '학교나 직장'이 58.6%, '사먹는 외식'이 23.5%로 나타났다.



* 점심식사 메뉴

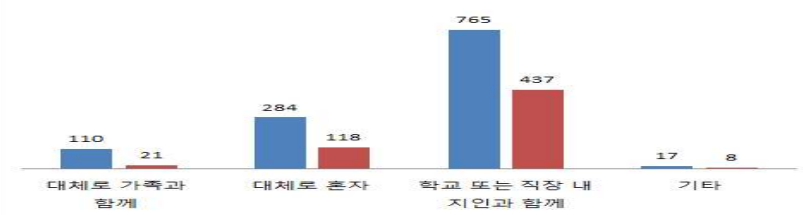
구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
한식 및 분식, 양식	1047	88.6	504	86.0
빵, 샌드위치, 우유, 과일샐러드, 시리얼 등	56	4.7	33	5.6
선식 및 미숫가루 등과 같은 건강음료	24	2.0	18	3.1
인스턴트, 레토르트, 냉동식품, 도시락 등과 같은 간편식(HMR)	39	3.3	23	3.9
패스트푸드	10	0.8	6	1.0
기타	6	0.5	2	0.3
계	1182	100.0	586	100.0



- 점심식사 메뉴는 '한식 및 분식, 양식'이 88.6%(1,047명)으로 높게 나타났고, 기타 메뉴는 낮은 응답을 보였다.
- 1인 가구는 '한식 및 분식, 양식'이 86.0%(504명)으로 나타났다.

* 점심식사 형태

구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
대체로 가족과 함께	110	9.4	21	3.6
대체로 혼자	284	24.1	118	20.2
학교 또는 직장 내 지인과 함께	765	65.1	437	74.8
기타	17	1.4	8	1.4
계	1176	100.0	584	100.0



- 점심식사는 '학교 또는 직장 내 지인과 함께' 하는 경우가 65.1%(765명)으로 가장 높게 나타났고, '대체로 혼자'하는 경우는 24.1%(284명)으로 나타났다.
- 1인 가구는 '학교 또는 직장 내 지인과 함께' 하는 경우가 74.8%(437명)으로 높게 나타났다.

○ 저녁식사 장소, 메뉴와 형태

* 저녁식사 장소

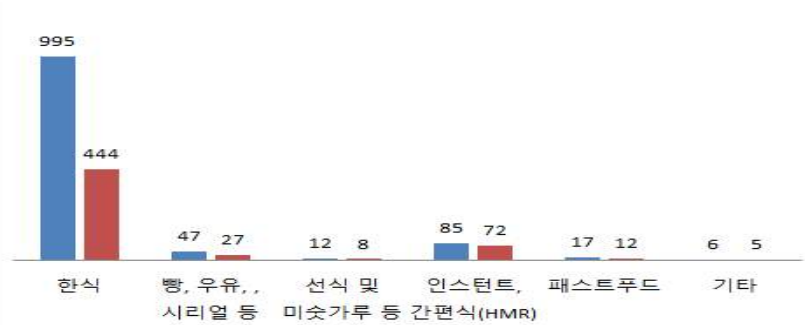
구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
집	753	63.4	280	47.4
학교나 직장	122	10.3	76	12.9
사먹는 외식	282	23.7	210	35.5
저녁식사를 하지 않는다	28	2.4	22	3.7
기타	3	0.3	3	0.5
계	1188	100.0	591	100.0



- 저녁식사 장소는 '집'이 63.4%(753명)로 가장 많았고, '사먹는 외식'이 23.7%(284명), '학교나 직장'이 10.3%(112명)의 순이었다.
- 1인가구는 저녁식사 장소로 '집'이 47.4%(280명), '사먹는 외식'이 35.5%(210명)으로 나타났다.

* 저녁식사 메뉴

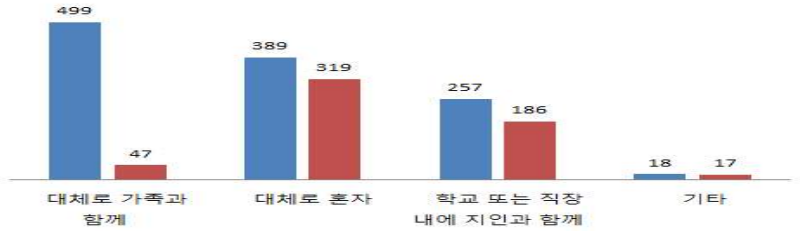
구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
한식 및 분식, 양식	995	85.6	444	78.2
빵, 샌드위치, 우유, 과일샐러드, 시리얼 등	47	4.0	27	4.8
선식 및 미숫가루 등과 같은 건강음료	12	1.0	8	1.4
인스턴트, 레토르트, 냉동식품, 도시락 등과 같은 간편식(HMR)	85	7.3	72	12.7
패스트푸드	17	1.5	12	2.1
기타	6	0.5	5	0.9
계	1162	100.0	568	100.0



- 저녁식사 메뉴는 '한식 및 분식, 양식'이 85.6%(995명), HMR은 7.3%(85명)로 나타났다.
- 1인 가구는 '한식 및 분식, 양식'이 78.2%(444명), HMR이 12.7%(72명)으로 나타났다.
- 저녁 식사에 전체 가구 보다 1인 가구가 가정간편식 HMR을 더 많이 먹고 있음을 알 수 있다.

* 저녁식사 형태

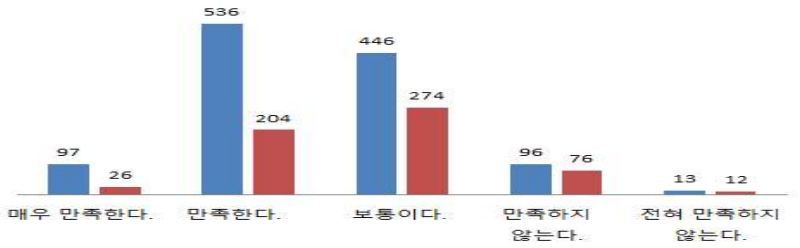
구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
대체로 가족과 함께	499	42.9	47	8.3
대체로 혼자	389	33.4	319	56.1
학교 또는 직장 내에 지인과 함께	257	22.1	186	32.7
기타	18	1.5	17	3.0
계	1163	100.0	569	100.0



- 저녁식사는 '대체로 가족과 함께'한다는 응답은 42.9%(499명), '대체로 혼자' 한다는 응답은 33.4%(389명)으로 나타났다.
- 1인 가구는 저녁식사를 '대체로 혼자 먹는 경우'가 56.1%(319명)으로 나타났다. '학교 또는 직장 내에 지인과 함께 한다'는 응답은 32.7%(186명)였다.

○ 섭취하는 식생활에 대한 전반적인 만족도

구분	조사대상 전체		1인 가구	
	빈도	%	빈도	%
① 매우 만족한다.	97	8.2	26	4.4
② 만족한다.	536	45.1	204	34.5
③ 보통이다.	446	37.5	274	46.3
④ 만족하지 않는다.	96	8.1	76	12.8
⑤ 전혀 만족하지 않는다.	13	1.1	12	2.0
계	1188	100.0	592	100.0



- 섭취하는 식생활에 대한 만족도는 '만족한다'가 45.1%(536명), '보통이다'가 37.5%(446명)으로 나타났다.
- 1인 가구는 '보통이다'가 46.3%(274명), '만족한다'가 34.5%(204명)으로 나타났다.

Ⅲ. 결론 및 제언

1) 1인 가구 증가에 따른 식생활 트랜드 변화 실태 조사 및 소비자 만족도 조사

- 혼밥족'으로 불리우는 1인 가구가 올해 통계청 자료에 따르면, 556만 가구로 인구의 28.5%를 차지하여 4명 중 1명이상이 1인 가구로 급속한 1인 가구의 증가는 식품에서의 소비 형태가 가정식사 대용으로 변화하고 있다.
- 2006년~2014년까지의 1인가구의 실질소비지출이 연평균 1.2%의 증가율을 보이고 있는데, 이는 전체 가구의 0.2%보다 6배나 높아 소비시장에서의 1인 가구의 소비 형태가 매우 중요해지고 있다.
- 1인 가구의 증가와 더불어 솔로이코노미(Solo Economy)산업의 하나인 가정간편식(HMR, Home Meal Replacement)에 대기업 뿐 아니라 유명 쉐프들 까지 사업을 확장하거나 준비 중에 있다. 그러나 소비자들은 가정간편식에 대한 정보나 가정식사 대용으로서의 신뢰도가 부족한 상황이다.
- 특히 1인 가구의 삶의 만족도(49.8%)는 4인 가구의 삶의 만족도에 비해 10%이상 낮아 가정간편식으로 식사를 대체할 가능성이 높은 만큼 가정간편식은 1인 가구의 삶의 만족도에도 영향을 미치게 될 것이다.
- 가정간편식에 대한 식생활 트랜드 변화에 대한 조사 및 분석이 매우 부족한 상황하며, 가정간편식 선택에 영향을 미치는 요인들과 소비자의 가정간편식에 대한 만족도 조사를 다음과 같이 정리하였다.

○. 조사대상자의 기본사항

- 서울, 인천, 부산, 광주, 대구, 대전, 경기, 충북, 전남, 전북, 경남 등 17시도 지역에서 1인가구와 2인 가구 이상 1,190명 대상으로 설문조사를 실시하였다.
- 조사대상자의 거주 지역은 서울이 29.9%, 경기 17.6%, 경남 8.6%의 순으로 서울, 경기가 절반 정도를 차지한다.
- 여성이 72.2%, 859명. 남성이 27.8%, 331명이다.
- 결혼 여부는 기혼이 61.6%, 727명, 미혼이 38.4%, 453명으로 기혼이 많다.
- 연령대는 50대 이상이 33.2%, 395명, 30대 25%, 297명, 40대 22.8%, 271명이다.
- 최종 학력은 대학재학/대졸이 60.3%, 716명으로 가장 많았고, 고졸 26.7%, 317명, 대학원 이상 8.2%, 97명이다.
- 주거 형태는 아파트가 45.8%, 541명으로 가장 많았고, 빌라가 15.2%, 180명, 단독주택 12.7%, 150명이다.
- 주거 현황은 자가 48.5%, 576명, 전세 22.4%, 266명, 월세 16.8%, 199명이다.
- 세대 구성은 1인 가구 50.0%, 593명, 2인 가구 19.9%, 236명, 4인 가구 15.0%, 178명의 순이다. 우리나라 전체 가구 수는 19,018,000가구로 이중 1인 가구는 5,279,000가구로 27.8%임(출처 : 통계청, 지역별고용조사, 2016). **본 조사는 1인 가구의 식생활 특성을 분석하기 위해 1인가구를 임의 할당 표집함**

-1인 가구가 된 이유는 '학교와 직장 때문'이 47.4%, 296명으로 가장 많았고, '독립적인 생활을 원해서'가 27.7%, 173명으로 나타났다.

-1인 가구로 생활한 기간은 '5년 미만'이 58.8%, 368명, '5~10년 미만'인 경우가 26.2%, 164명으로 나타났다.

2) 식생활 소비실태조사 및 소비만족도조사

○ 가계 소비지출에 가장 많이 드는 생활비 순위

생활비 지출 1순위 항목은 식생활비(36.2%), 주생활비(34.8%). 의생활비(11.7%)의 순서이다. 2순위에서는 식생활비(34.0%), 주생활비(23.8%), 금융통신비(17.3%)의 순서이다. 3순위에서는 의생활비(27.1%). 금융통신비(23.9%), 식생활비(19.6%) 순서이다. 기타 항목에는 교육비, 경조사비, 보험료, 여가활동비 등을 제시하였다.

1인 가구의 경우 주생활비가 1순위라고 응답한 경우가 40.4%로 가장 높았고, 다음이 식생활비 26.7%, 의생활비 16.3%의 순서이다. 2순위는 식생활비>주생활비>금융통신비의 순서이다. 1인가구의 경우 주생활비의 비중이 전체가구보다 높게 나타났다.

○ 식생활 재료 및 식품구매 방법(장소)

식생활 재료 및 식품구매 장소는 오프라인 매장(대형마트, 전통시장, 슈퍼마켓 등)이 56.9%, 온라인 매장은 10.4%, 온라인과 오프라인 병행은 32.7%로 나타났다. 1인 가구만을 대상으로 분석한 결과 오프라인 매장이 50.6%, 온라인과 오프라인 병행은 34.9%로 나타났다. 1인 가구가 온라인 및 온라인과 오프라인 병행을 좀 더 하고 있는 것으로 나타났다.

○ 오프라인에서 식생활 재료 및 식품 구입 장소

오프라인 매장에서 식생활 재료 및 식품 구입장소는 대형마트 53.6%, 동네슈퍼 14.7%, 전통시장 11.6%의 순으로 나타났다. 1인 가구의 경우 대형마트가 45.7%, 동네슈퍼 15.9%, 편의점 15.7%로 나타났다. 편의점의 경우 1인 가구가 전체 가구보다 이용도가 높게 나타났다.

○ 응답한 구입처에서 식생활 재료 및 식품을 구입하는 이유

위 매장에서 구입한 이유는 '집에서 가까운 접근성을 고려하여'가 36.1%로 가장 많았고, '가격이 저렴한 경제성 및 합리성 고려하여'가 31.4%로 나타났다. 1인 가구는 집에서 가까운 접근성 42.0%, 경제성 및 합리성 25.5%, 소포장의 간편성 및 편리성 때문이라는 응답은 17.1%로 나타났다. 1인 가구가 접근성과 소포장의 간편성 및 편리성을 중시하는 것을 알 수 있다.

○ 조사대상자의 평소 식생활 습관

평소 식생활 습관은 '식생활 재료를 구입하여 집에서 요리해 먹는 편'이라는 응답이 59.0%로 나타났다. 반조리 간편식(HMR)을 구입하여 먹는 편이라는 응답이 20.7%, 대부분 외식을 하는 편이 14.6%의 순서이다. 1인 가구는 집에서 요리한다는 응답이 41.0%였고, HMR을 구입하여 식사하는 경우는 31.0%로 나타났다. 1인 가구가 전체 가구에 비해 HMR를 좀 더 소비하고 있음을 알 수 있다.

○ 위와 같은 식생활 습관을 하게 된 이유

위와 같은 식생활 습관을 하게 된 이유는 '가족과 나의 건강과 안전성을 생각해서'가 40.0%, '시간이 없고 귀찮아서' 25.9%, '경제적인 면을 고려해서' 22.1%로 나타났다. 1인 가구는 '시간이 없고 귀찮아서' 38.7%, '경제적인 면을 고려해서' 25.4%로 나타났다. 1인 가구가 전체 가구에 비해 시간이 없고 귀찮아서라는 응답이 높게 나타났다.

○ 식생활 습관과 식생활 재료 및 식품이 건강에 미치는 영향에 대한 인식

- 식생활 습관과 식생활 재료 및 식품이 건강에 미치는 영향에 대한 인식은 '매우 관련 있다'가 42.0%, '관련 있다'가 39.2%로 대부분 관련 있다고 인식하고 있었다.
- 1인 가구는 '관련 있다' 44.8%, '매우 관련 있다' 31.9%로 응답하였다.

○ 뉴스 또는 언론에서 보도되는 식품 관련 안전사고에 대한 관심정도

- 뉴스 또는 언론에서 보도되는 식품 관련 안전사고에 대한 관심정도는 '관심 있다'가 43.6%, '매우 관심 있다'가 27.8%로 관심이 높게 나타났다.
- 1인 가구는 '관심 있다' 42.1%, '보통이다' 31.6%로 나타났다.

○ 먹방, 쿡방 등 요리 관련 방송 프로그램에 대한 관심

- 요리 관련 방송 프로그램에 대한 관심은 '보통이다'가 39.5%, '관심 있다'가 30.6%, '매우 관심 있다'가 13.8%로 나타났다.
- 1인 가구는 '보통이다' 37.2%, '관심 있다' 32.3%로 나타났다.

○ 조사대상자의 삼시세끼 섭취 실태

* 아침식사 섭취실태

- 아침식사는 '매일 먹는 편'이 23.2%, '먹지 않는 편'이 22.5%로 비슷하게 나타남. '매일 먹는 편'과 '먹는 편'이라고 응답한 응답자는 44.0%로 전혀 먹지 않는다와 먹지 않는 편이라는 응답 37.8%보다 약간 많았다.
- 1인 가구는 아침식사를 '먹지 않는 편'이 27.9%, '전혀 먹지 않는 편'이 19.6%로 아침식사를 하지 않는 응답자는 47.5%로 나타남. '매일 먹는 편'은 15.0%이다.
- 1인 가구가 아침식사를 하지 않는다는 응답이 더 높았다.

* 점심식사 섭취실태

- 점심식사는 먹는 편(32.3%), 매일 먹는 편(54.6%)로 대부분 먹는 것으로 나타났다.
- 1인 가구는 점심식사는 '매일 먹는 편'이 50.7%, '먹는 편'이 35.5%로 나타났다.
- 점심은 아침식사에 비해 먹는 비율이 높고 1인 가구와 전체 가구가 별 차이가 없다.

* 저녁식사 섭취실태

- 저녁식사는 먹는 편(35.2%), 매일 먹는 편(45.4%)로 대부분 먹는 것으로 나타났다.
- 1인 가구는 저녁식사는 '먹는 편'이 39.2%, '매일 먹는 편'이 38.2%로 나타났다.
- 저녁식사는 먹는다는 응답 비율이 높고 1인가구(77.4%)에 비해 전체 가구의 먹는다는 응답이 높다.(86.9%)

○ 식사장소, 메뉴와 형태

* 아침식사 장소

- 아침식사 장소는 집이 62.3%로 가장 많았고, 아침식사를 하지 않는 경우는 26.8%로 나타났다.
- 1인 가구는 아침식사 장소로 집이 50.8%라고 응답하였고, 아침식사를 하지 않는 경우는 35.3%로 나타났다.

* 아침식사 메뉴

- 아침식사 메뉴는 '빵, 샌드위치, 우유, 과일샐러드, 시리얼 등'이 51.1%로 가장 많았고, '한식'이 42.8%로 나타났다. HMR은 1.0%로 낮게 나타났다.
- 1인 가구는 '한식'이 47.7%로 가장 많았고, 한식은 '빵, 샌드위치, 우유, 과일샐러드, 시리얼 등'이 37.0%로 나타났다. 선식 및 미숫가루 등과 같은 건강음료는 11.4%로 나타났다. HMR은 3.2%로 나타났다.
- 이번 조사결과 HMR을 아침식사로 섭취하는 소비자는 그리 많지 않았으나, 1인 가구의

경우 전체 가구보다 높게 나타났다.

* 아침식사 형태

- 아침식사는 '대체로 혼자' 한다는 응답이 51.1%로 가장 많았고, '대체로 가족과 함께'가 42.8%로 나타났다.

1인 가구의 경우 아침식사는 대체로 혼자 먹는 경우가 80.0%로 나타났다.

○ 점심식사 장소, 메뉴와 형태

* 점심식사 장소

- 점심식사 장소는 '학교나 직장'이 52.6%로 가장 많았고, '집'이 25.7%로 나타났다.
- 1인 가구는 점심식사는 '학교나 직장'이 58.6%, '사먹는 외식'이 23.5%로 나타났다.

* 점심식사 메뉴

- 점심식사 메뉴는 '한식 및 분식, 양식'이 88.6%로 높게 나타났고, 기타 메뉴 낮게 나타났다
- 1인 가구는 '한식 및 분식, 양식'이 86.0%로 나타났다.
- 1인 가구와 전체 가구가 비슷한 응답을 하였다.

* 점심식사 형태

- 점심식사는 '학교 또는 직장 내 지인과 함께' 하는 경우가 65.1%로 가장 높게 나타났고, '대체로 혼자'하는 경우는 24.1%로 나타났다.
- 1인 가구는 '학교 또는 직장 내 지인과 함께' 하는 경우가 74.8%로 높게 나타났다.

○ 저녁식사 장소, 메뉴와 형태

* 저녁식사 장소

- 저녁식사 장소는 '집'이 63.4%로 가장 많았고, '사먹는 외식'이 23.7%, '학교나 직장'이 10.3%의 순서이다.
- 1인가구는 저녁식사 장소로 '집'이 47.4%, '사먹는 외식'이 35.5%로 나타났다.
- 집에서 저녁식사를 한다는 응답이 전체 가구가 높게 나타났다.

* 저녁식사 메뉴

- 저녁식사 메뉴는 '한식 및 분식, 양식'이 85.6%, HMR은 7.3%로 나타났다.
- 1인 가구는 '한식 및 분식, 양식'이 78.2%, HMR이 12.7%로 나타났다.
- HMR은 아침식사보다 저녁식사 메뉴로 더 많이 소비하고 있는 것으로 나타남. 특히 1인 가구의 저녁식사로 많이 이용하고 있는 것으로 보인다.

* 저녁식사 형태

- 저녁식사는 '대체로 가족과 함께'한다는 응답은 42.9%, '대체로 혼자' 한다는 응답은 33.4%로 나타났다.
- 1인 가구는 저녁식사를 '대체로 혼자 먹는 경우'가 56.1%로 나타남. '학교 또는 직장 내에 지인과 함께 한다'는 응답은 32.7%이다.

○ 섭취하는 식생활에 대한 전반적인 만족도

- 섭취하는 식생활에 대한 만족도는 '매우 만족한다' 8.2%, '만족한다' 45.1%로 나타났다.
- 1인 가구는 '매우 만족한다' 4.4%, '만족한다' 34.5%로 나타났다.
- 1인 가구의 식생활 만족도가 전체 가구에 비해 다소 낮게 나타났다.

2) 제언

① 가정간편식(HMR)의 재료로 식생활하고 있는 1인 가구들이 HMR 소비의 문제점 제기

- 2017년 하반기 기획재정부 특별물가조사사업으로 진행된 <1인 가구 증가에 따른 식생활 트랜드 변화 실태 조사 및 소비자 만족도 조사 : 가정간편식(HMR)을 중심으로> 결과 1인가구들은 HMR의 주재료 및 소스류의 원산지를 의심스럽게 생각한다.

- 마트에서 부대찌개나 된장찌개 순두부찌개, 사골육수 등의 소스류를 구입해서 여러 종류의 야채와 두부, 햄 등을 같이 넣어 째개를 끓여 먹을때, 집밥과 맛이 비슷하지만 자극적인 조미료나 방부제가 많이 들어있어서 인지 음식을 섭취 후 입안이 텁텁하고, 음식이 짜서 물을 많이 먹게 되고, 그로 인해 살도 많이 찌는 어려움을 겪고 있다. 재료의 구성 성분을 보면, 추출액, 수입산 농축액 또는 첨가물이 들어있는데, 영양소가 제대로 되어 있는 것인지 오랜 세월 먹었을 때, 몸에 이상 증상은 없는지 원재료의 상태가 위생적인 것인지 염두하며, 음식을 먹고 있다.

- 가정간편식은 영양학적에서 믿을 수 있는지 소비자 입장에서 의심이 된다.

- 음식의 영양분은 제대로 들어 있는지? 식사를 하고 나면, 무언가 부족한 것 같고, 허기가 지는것 같아서 영양 보조제로 건강 기능식품과 비타민을 먹고 있는데, 가정간편식HMR이 잘 활용된다면, 사회적 부대비용을 줄일 수 있다.

② 가정간편식(HMR)의 재료로 식생활하고 있는 일부 1인 가구들은 비싼 가격의 품질 좋은 음식을 먹고 싶다

- 혼밥을 먹는 사람이 싼 것을 먹는 사람도 있지만, 돈을 더 주더라도 좋은 음식을 먹고 싶은 사람도 있어서, 내가 먹는 음식양은 3~4인 가족에 비해 적은양이지만, 3인~4인 가구가 음식비용에 쓰는 가격 정도로 1인 가구의 비용에 기꺼이 지불할 마음을 가지고 있다. 소스류나 간편식을 만드는 기업에서는 음식 만들 때 차별화를 두어 품질을 더 높였으면 하는 바램이며, 또한 안전한 국민 식생활을 지켜주었으면 한다.

- 소스류를 사서 재료를 넣고 음식을 만들어 먹을 때, 한번 만든 음식은 1~2끼 정도 해결은 되지만, 소스류 종류가 그리 많지 않아 먹는 것을 또 먹게 되어서 조미료 맛에 길들어지는데, 입맛에 맞는 맛있는 음식을 먹으려고 외식을 주로 하게 된다. 품질 좋은 간편식 및 소스류가 더 다양화 된다면, 소비자는 외식을 줄이거나, 만들어 놓은 소스류 음식들을 물려서 버리게 되는 경우가 없어지니 비용적으로 절약을 하게 된다.

- 외식을 하면서도, 적정한 재료인지, 수입산의 안정성은 고려되어 있는지 걱정은 들지만, 큰 지장이 없을꺼라는 위안을 하면서 외식을 하는데, 기업에서는 혼밥족들이 심리적으로 위축감이 들지 않도록 건강을 위해 음식의 신선함과 위생을 관리가 잘 되었으면 한다.

③ 가정간편식(HMR)이 성장하는데 학계 전문가 의견이 필요하다면, 조사 결과를 공유 할 수 있다.

- 학계는 소비자들이 믿고 맡기며, 안심하고 먹을 수 있는 HMR을 기업에서 만들어 주기를 희망하며, 학계 전문가들의 의견이 필요하다면 언제든지 조사 결과를 공유 할 수 있다

[별첨] 언론보도 모음

보도일자	매체	제목
2017.11.23	농어촌방송	한국부인회총본부, '1인가구 시대 식생활 트랜드변화' 토론회 개최

사단법인 한국부인회총본부	보 도 자 료	
	보도일시	배포 시부터 보도 가능합니다.
	배포일시	2017.11.22(수)
서울시 마포구 희우정로 35 ☎ 02-701-7321~2	담당부서 및 담당자	(사)한국부인회총본부 최성혜 실장(02-701-7321)

1인 가구 증가에 따른 식생활 트랜드 변화 실태 조사 및 소비자 만족도 조사 :
가정간편식(HMR)을 중심으로
-1인 가구 증가에 따른 식생활 트랜드 변화 -

○ 2017년 11월 29일 수요일 서초구립반포도서관 1층 강당에서 "**1인 가구 증가에 따른 식생활 트랜드 변화**"에 발제자 소비자원 정윤희박사님 한양대학교 생활과학대 식품영양학과 신원선교수님, 토론자 한국야구르트 강동완실장, 일반주부 김현정님을 모시고 (사)한국부인회총본부 조태임 회장님이 토론회를 진행합니다.

○ '혼밥족'으로 불리우는 1인 가구가 올해 통계청 자료에 따르면, 556만 가구로 인구의 28.5%를 차지하여 4명 중 1명이상이 1인 가구로 급속한 1인 가구의 증가는 식품에서의 소비 형태가 가정식사 대용으로 변화하고 있다.

○ 2006년~2014년까지의 1인가구의 실질소비지출이 연평균 1.2%의 증가율을 보이고 있는데, 이는 전체 가구의 0.2%보다 6배나 높아 소비시장에서의 1인 가구의 소비 형태가 매우 중요해지고 있다.

○ 1인 가구의 증가와 더불어 솔로이코노미(Solo Economy)산업의 하나인 가정간편식(HMR, Home Meal Replacement)에 대기업 뿐 아니라 유명 쉐프들 까지 사업을 확장하거나 준비 중에 있다. 그러나 소비자들은 가정간편식에 대한 정보나 가정식사 대용으로서의 신뢰도가 부족한 상황이다.

○ 특히 1인 가구의 삶의 만족도(49.8%)는 4인 가구의 삶의 만족도에 비해 10%이상 낮아 가정간편식으로 식사를 대체할 가능성이 높은 만큼 가정간편식은 1인 가구의 삶의 만족도에도 영향을 미치게 될 것이다.

○ 가정간편식에 대한 식생활 트랜드 변화에 대한 조사 및 분석이 매우 부족한 상황하며, 가정간편식 선택에 영향을 미치는 요인들과 소비자의 가정간편식에 대한 만족도 조사를 통해 안전하고 다양한 식품개발의 기초자료를 제공하고자 한다.

농어촌방송 Rural Broadcasting System

시사종합 | 여의도 | 농어촌TV | 세종 | 전국 | 산업 | 소비자 | 오피니언 | 브랜드분석

HOME > 소비자 > 단체

한국부인회총본부, '1인가구 시대 식생활 트랜드 변

노하빈 기자 승인 2017.11.23 17:51 댓글 0

[한국농어촌방송=노하빈 기자] 올해 통계청 조사에 따르면, '혼밥족'으로 불리우는 1인 가구가 556만 가구로 인구의 28.5%를 차지하는 것으로 나타났다. 4명 중 1명이상이 1인 가구로 식품에서의 소비 형태가 가정식사 대용으로 변화하고 있다.

2006년~2014년까지의 1인가구의 실질소비지출이 연평균 1.2%의 증가율을 보이고 있는데, 이는 전체 가구의 0.2%보다 6배나 높아 소비시장에서의 1인 가구의 소비 형태가 매우 중요해지고 있다.

그러나 소비자들은 가정간편식에 대한 정보나 가정식사 대용으로서의 신뢰도가 부족한 상황이다.

이에 따라 한국부인회(회장 조태임)는 오는 29일 14시부터 서초구립반포도서관 1층 강당에서 "1인 가구 증가에 따른 식생활 트랜드 변화"를 주제로 토론회를 개최한다고 밝혔다.



발제는 한국소비자원 정윤희 박사가 '1인가구 증가에 따른 식품산업 트렌드의 변화' 에 대해, 한양대학교 식품영양학과 생활과학대 신원선 교수가 '식품영양학적 관점에서본 1인가구 식생활 실태변화'에 대해 발표할 예정이다.

토론자로는 한국야구르트 강동완 실장, 일반주부, 1인가구 소비자 등이 참여한다.

노하빈 기자 editer06@ctvkorea.com

<저작권자 © 한국농어촌방송, 무단 전재 및 재배포 금지>

한국부인회총본부 홈페이지 홍보자료

