

가구 내 여성, 주부가 우유 구매결정 주도

- 낙농정책연구, 「2015 우유소비조사」 연구결과 -



이혜영
낙농정책연구소 연구원

지난 한 해 동안 소비자의 우유(유제품)의 섭취 및 구매 현황, K-MILK 인증마크의 인지도 등에 대한 조사결과가 나와, 소비계층, 타깃에 맞는 소비홍보 방안마련에 중요한 기초자료로 사용될 수 있을 것으로 기대되고 있다.

한국낙농육우협회 낙농정책연구소(소장 조석진)는 2015년도 우유소비조사를 실시하고 그 결과를 발표하였다.

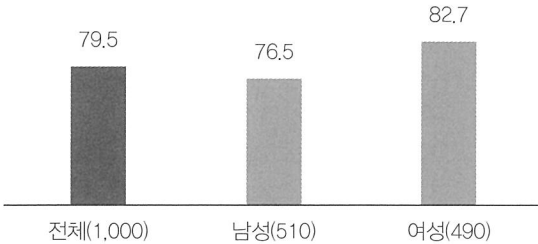
우유소비행태에 대한 조사결과를 살펴보면, 여성, 고소득층일수록 우유음용의 빈도가 높았

으며, 또한, 오전에 우유를 많이 마시며, 식사 및 간식 등의 목적으로 음용되는 것으로 나타났다.

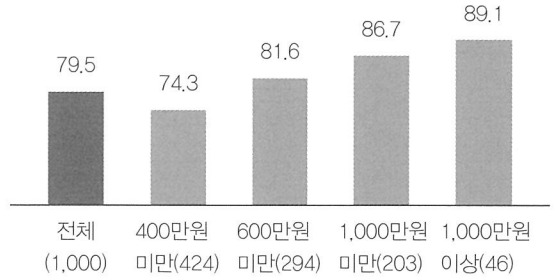
조사대상의 약 80%는 1주일에 1회 이상 음용하였으며, 보통 하루에 소형 우유팩 1개 분량을 마시고, 고소득층일수록 우유소비량이 많았다.

또한, 우유는 주로 아침에 마시며(57.9%), 우유음용의 목적으로는 '식사와 함께(빵/씨리얼/매운 음식을 먹을때)', '허기를 채우기 위해(간식으로)', '식사대용으로(바쁠 때, 이동할 때 등)'의 순으로 답하였다.

우유음용 빈도(성별)



우유음용 빈도(소득 수준별)



우유구매행태로는 구입처, 구매결정자, 구매 기준 등에 대해 조사하였는데, 우유 구입처로는 대부분 대형마트(58%) 또는 슈퍼마켓(24%)에서 구매하였고, 자녀와 같이 거주하는 세대일수록 가정배달 비율이 높은 것으로 나타났다.

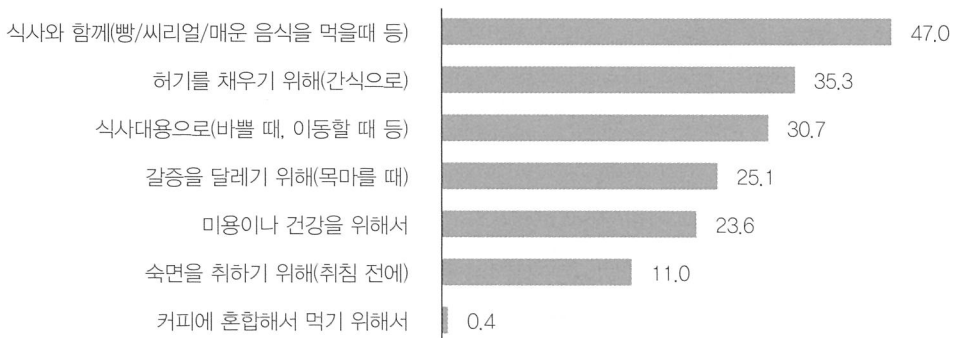
가구 내 우유구매 결정권자는 주로 주부/여성이며, 우유구매시 고려사항으로는 제조사/브랜드, 가격, 유통기한 순으로 많았으며, 1인 가구는 가격을, 세대구성원이 많을수록 유통기한 및

우유의 기능성을 고려하여 구입하는 특징을 보였다.

발효유 구매에 대해서는 '마시는 요구르트'의 비율이 약 47.2%로 가장 많았고, 마시는 요구르트의 소비증가 의향은 10대가 가장 높은 것으로 나타났다. 또한, 약 52%의 가구가 일주일에 1~2회 이상 요구르트를 구매하고 있으며, 우유음용 빈도가 높은 가구일수록(1주일에 3~4회 이상) 요구르트의 구매빈도도 높은 것으로 조사되었다.

우유음용 빈도(성별)

(n= 955, %, 복수응답)



가구 내 우유구매자

	전체	주부	여성
사례 수	(964)	(156)	(475)
본인	62.7	89.1	78.7
배우자(아내)	16.4	0.0	0.0
부모님(어머니)	11.8	0.0	10.1
자녀	2.5	5.1	3.4
형제/자매	2.0	0.6	1.9
부모님(아버지)	1.8	0.0	1.3
배우자(남편)	1.5	3.8	2.9
조부모(할아버지/할머니)	0.5	0.0	0.6
기타 동거인	0.2	0.6	0.4
잘 모르겠다	0.7	0.6	0.6

K-MILK 인증마크에 대한 신뢰도 및 유용성에 대해서는 긍정적인 평가를 보였다.

전체 응답자 중 28.1%가 K-MILK 인증마크를 “본 적 있다”고 답했고, 이중 55.9%는 “의미를 알고 있다”고 답했다.

인증마크의 의미를 적어달라는 문항에서는 “국내산 원유를 사용한다”가 55.4%, “국내산 원유만 사용한다” 5.7%로 답했으며, 이외 “인증된 마크임(7.0%)”, “품질을 보증한다(5.1%)”, “안전하다(5.1%)”, “신뢰가 간다(5.1%)” 등으로 답해 비교적 의미를 정확히 파악하고 있는 것으로 분석되었다.

또한, “우유가 ‘국산’인 것이 의미가 있다”라고 답한 소비자는 약 73.9% 이었으며, 이유에 대해서는 “신선하기 때문에(48.0%)”, “품질을

믿을 수 있기 때문에(41.5%)”, “보존기간이 길기 때문에(4.1%)”의 순으로 답하였다.

조석진 소장은 이번 조사를 바탕으로 소비자가 인식하는 국산유제품의 강점을 강조하는 등 소비자 니즈를 정확히 파악하여 국산원유의 소비량을 늘리기 위한 다양한 방안을 모색할 필요가 있다고 지적하였다. 특히, 주부, 여성이 우유 구매 결정에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 조사된 만큼, 이를 타겟으로 하는 소비홍보 강화 전략이 필요하다고 강조하였다.

본 조사는 지난해 12월 한 달간 전국의 만 14세 이상~69세 이하 남녀, 1,000명(인구비례할당)을 대상으로 코리아리서치가 온라인 조사를 통해 이뤄졌다. 