

소고기 소비성향 변화와 숙성육 인식에 관한 연구

신정섭
국립축산과학원 기술지원과

A Study on the Change of Beef Consumption and Recognition of Aged Meat

Jeong-Seop Shin
Division of Technology Services, National Institute of Animal Science

요약 본 연구는 소고기 소비자를 대상으로 2012년과 2019년 조사결과를 비교함으로써 소비자 소비성향 변화와 숙성육에 대한 인식에 영향을 미치는 요인에 대해 알아보고자 수행하였다. 육색 및 지방색, 신선도, 등급표시, 브랜드 여부의 품질판단기준과 풍미, 다즙성, 연도, 숙성기간, 마블링의 맛 결정요인, 그리고 근내지방이 건강에 해롭다는 인식에 대한 중요도를 후진소거법을 통한 회귀분석을 이용하여 분석하였다. 분석결과 품질판단기준의 신선도와 맛 결정요인의 다즙성, 연도, 숙성기간, 근내지방이 건강에 해롭다는 인식의 중요도는 증가한 것으로 분석되었다. 한편, 숙성육 구입의향 분석 결과 숙성육 구입의향에는 숙성육 인지여부, 숙성육에 대한 호감도, 신선도, 연도, 숙성기간이 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 본 연구는 이러한 소비자 선호 변화에 대응하기 위해 소비자의 소비성향이 어떻게 변화하였는지를 분석하여 소고기 소비성향 및 소비의향 연구의 기초자료를 수집하고, 숙성육 인식에 어떠한 요인이 영향을 미치는지 분석하였다. 이를 통해 향후 소비자 선호의 다변화에 대응하고, 합리적인 생산 및 소비활동에의 반응을 위해 숙성육에 대한 인식을 제고할 필요성이 있을 것으로 여겨진다.

Abstract The purpose of this study is to investigate the factors affecting change in consumers' consumption tendency and the perception of aged meat. This study compared 2012 and 2019 results from beef consumer surveys. The importance of quality judgment criteria, taste determinants, and the perception that marbling is harmful to health were analyzed using regression analysis through the backward elimination method. As a result of the analysis, it was determined that the importance had increased for recognizing freshness, juiciness, tenderness, and ripening period, and for knowing that marbling was harmful to the health. Also shown was that the intention to purchase aged meat had an influence on whether the consumer favorably perceived the freshness, tenderness, and ripening period. This study analyzed how consumers' consumption tendencies changed to cope with these changes in consumer preferences. The basic data of the research analyzed consumption propensity, the intention to consume beef, and what factors influence the perception of mature meat. It is thought that there is a need to raise awareness about aged meat for diversification of consumer preferences and rational production and consumption in the future.

Keywords : Beef, Consumer, Preference, Quality, Taste, Aged Meat

본 논문은 농촌진흥청 연구사업(세부과제번호: PJ01341001)의 지원에 의해 이루어진 것임

*Corresponding Author : Jeong-Seop Shin(National Institute of Animal Science, RDA)
email: krsinjs@gmail.com

Received July 15, 2020

Revised August 12, 2020

Accepted September 4, 2020

Published September 30, 2020

1. 서론

소비자들의 선호는 시대에 따라 변화하여 왔다. 경제 성장의 흐름에 힘입어 소득이 증가함에 따라 육류소비량이 증가하기 시작하였고, 이러한 추세는 점점 닭고기에서 돼지고기, 소고기 등으로 다양화 되어가고 있다. 농림축산식품부와 한국농촌경제연구원 에 따르면 소고기의 경우 1인당 소비량은 2012년 9.7kg에서 2019년 13.0kg(p)로 증가하였고, 1인당 GDP는 2012년 2,869만원에서 2019년 3,711만원으로 증가하였다[1-3].

소고기 소비량이 점점 증가함에 따라 한우 사육두수 및 호수 또한 증가하고 있는 상황이다. 한우 사육두수 및 농가수는 2012년 2,933천 두, 141천 농가에서 2019년 3,078두, 89천 농가로 사육두수는 증가한 반면 사육농가수는 줄어들어 농가당 사육두수의 증가가 현저하게 나타나고 있다[4]. 또한, 생산량과 연관이 깊은 한우 거세우 등급판정두수 또한 2012년 349천 두에서 2019년 413천 두로 증가하는 등 소비자의 선호변화로 소고기 소비량이 증가함에 따라 공급량 또한 급격히 증가하고 있다 [5].

이와같이 소고기의 공급량과 소비자 선호가 변화함에 따라 1993년부터 3개의 육질등급(1, 2, 3)으로 시작된 소고기 등급판정제도 또한 변화요구에 직면하게 되어 5개 등급(1++, 1+, 1, 2, 3)으로 증가하였고, 2019년에는 기존의 등급제에서 마블링(근내지방도) 기준을 완화하고, 근내지방도 위주의 육질등급의 결정방식을 육색, 지방색, 조직감 등 평가기준을 강화하는 방향으로 변경하고, 육량 등급은 단일 육량 예측산식체제에서 성별, 품종별 육량산식을 적용하는 것으로 개정되었다[6, 7].

소비 및 선호연구에는 인구통계학적 변수가 기본적으로 포함되게 되므로 본 연구 또한 마찬가지로 기본적인 인구통계학적 변수로 진행되었다. 하지만, 인구통계학적 변수만으로는 소비자들의 선호가 다양해짐에 따라 다양화된 조건의 소고기 소비 선호변화를 전부 설명할 수 없기 때문에 인구통계학적 변수와 더불어 품질기준, 시각적 기준, 관능적 기준 등 다양한 변수들에 대한 연구가 진행되고 있다.

현재까지의 선행연구들은 단년도의 소비자 선호에 대해 연구를 진행하여 왔다. 하지만 급변하고 있는 소비자의 선호에 대응하기 위해서는 과거의 소비자 선호가 현재 어떻게 변화해 왔는지에 대한 연구 또한 필요한 상황이며, 본 연구와 같이 동일 항목을 비교한 연구는 거의 없는 상황이다.

소비자들은 도시의 크기가 커질수록 맛을 중요시하며 구매의향이 높다는 것과 소득 증가에 따라 냉장육을 선호하는 것으로 알려져 있다[8]. 또한 소고기 구입시 가격, 유통방법, 브랜드 등을 함께 고려하며, 가장 큰 영향을 미치는 것은 소의 품종으로 나타났다[9]. 최근에는 품질 등 다양한 변수들 또한 추가하여 연구한 결과 소비자가 소고기 구입시에는 원산지, 용도, 가격, 색깔 등의 품질, 냉장여부, 브랜드 순으로 중요시하는 것으로 나타났으며 [10], 쇠고기 선택시 신선도, 원산지, 안전성을 중요하게 여기고, 지방량, 브랜드를 비교적 중요하지 않게 인식하는 것으로 조사되었다[11]. 또한 쇠고기 구매시 품질 고려요인으로 신선도, 색깔, 냉장여부를 중요시하며[12], 국내산 소고기를 구매할 때 등급이외에 육색, 신선도, 원산지, 가격 등을 통해 품질을 평가하고, 안전성을 최우선으로 고려하는 소비자일수록 고등급육을 선호하는 것으로 나타났다[13]. 한편, 소고기 구매빈도 증가에는 마블링 형태, 지방색, 소득, 마블링 함량 등이 영향을 미치는 것으로 분석되었다[14].

BWS(최대최저조정법, best-worst scaling)을 이용하여 분석한 결과, 가격과 중량을 중시하는 소비자는 고등급육과 국내산에 대한 선호가 낮은 반면, 마블링을 중시하는 소비자는 고등급육을 선호하는 것으로 분석되었다. 또한, 안전성을 중요하게 생각하는 소비자들은 원산지와 안전성을 구별하여 판단하는 것을 증명하였고, 소비자들은 안전성을 가장 중요하게 고려하지만 고등급육을 더 선호하지는 않는 것으로 나타났다[15].

2019년 소비자의 축산물 소비패턴 및 니즈 조사 중 소고기에 대한 조사결과는 국내산 소고기의 품질을 판단하는데 85.7%의 응답자가 등급표시제 활용에 긍정적으로 응답하였으며, 전체 응답자 중 83.5%는 육질등급이 올라갈수록 고기 맛이 좋다고 응답한 것으로 나타났다 [16].

한편, 육질함량 향상, 고등급육 생산 등 소고기의 고부가가치화를 위한 방법에 대한 연구는 지속적으로 추진되고 있으나, 숙성육 등 고부가가치 제품에 대한 소비자의 인식 등 소비행태에 관한 연구는 미흡한 실정이다.

본 연구는 소고기 소비자를 대상으로 소비자의 소비성향이 어떻게 변화하였는지를 분석하여 소고기 소비성향 및 소비의향 연구의 기초자료를 수집하고, 숙성육 인식에 어떠한 변수가 영향을 미치는지 분석하여, 향후 소비자 선호의 다변화에 대응하기 위해 수행하였다.

2. 연구설계 및 방법

2.1 연구설계

본 연구는 농촌진흥청 국립축산과학원 소비자의 축산물 소비패턴 및 니즈 조사(한우)의 2012년과 2019년 조사결과를 바탕으로 수행하였다. 소비자 설문은 구조화된 설문지를 이용하여 조사하였으며, 가정내 소비자 500여 명을 대상으로 소비자의 소비성향이 어떠한 측면에서 변화하였는지를 알아보고자 진행하였다. 분석에 이용한 설문지는 인구통계, 육색 및 지방색, 신선도, 등급표시, 브랜드 여부의 품질판단기준, 풍미, 다즙성, 연도, 숙성기간, 마블링의 맛 결정요인, 과거·현재·향후 소비의향 등으로 구성되어 있으며, 2012년과 2019년 조사결과를 비교함으로써 소비자의 소비성향이 어떻게 변화하였는지 알아보고, 또한 2019년 소비자의 축산물 소비패턴 및 니즈 조사 결과 중 소고기 숙성육에 대한 인식에 영향을 미치는 요인에 대해 알아보고자 수행하였다. 분석에 이용한 자료는 동일 변수를 토대로 동일한 범주를 적용하여 재코딩하였으며, 부적절한 응답이나 무응답 자료를 제외한 2012년 466부, 2019년 498부를 Stata v16을 이용하여 분석하였다. 분석에 이용한 변수의 기초 정보는 Table 1과 같다.

Table 1. Statistics information

Spec.	Likert level	Min	Max
age	4	20s	50s
family number	5	1	5
income	4	less than 3 million won	8 million won or more
purchase freq.	5	1	5
meat & fat color	5	1	5
freshness	5	1	5
grade labeling	5	1	5
brand	5	1	5
flavor	5	1	5
juiciness	5	1	5
tenderness	5	1	5
ripening period	5	1	5
marbling	5	1	5
marbling recognition	5	1	5
hanwoo consumption changes	3	decrease	increase
hanwoo consumption in the future	3	decrease	increase

변수들을 세부적으로 살펴보면 Table 2에서 볼 수 있듯이 기본적인 인구통계 변수와 품질판단기준과 관련된

변수인 육색 및 지방색(Meat & fat color), 신선도(Freshness), 등급표시(Grade labeling), 브랜드 여부(Brand)와 풍미(Flavor), 다즙성(Juiciness), 연도(Tenderness), 숙성기간(Ripening period), 마블링(Marbling)의 맛 결정요인에 관한 변수, 한우 소비의향에 대한 변수들을 이용하여 분석하고자 하였다. 품질판단기준과 맛 결정요인에 관한 변수들은 소비자들이 생각하는 중요도를 5점 리커트 척도를 통해 조사하였다.

Table 2. Descriptive statistics

Spec.	2012(n=466)		2019(n=498)	
	Mean	SD	Mean	SD
age	2.57	0.89	2.64	0.88
family number	3.59	0.88	2.71	1.15
income	2.45	0.86	2.29	0.94
purchase freq.	3.33	0.82	3.50	0.88
meat & fat color	3.74	0.63	3.70	0.72
freshness	3.79	0.69	3.95	0.81
grade labeling	3.98	0.75	3.91	0.84
brand	3.51	0.77	3.32	0.88
flavor	3.78	0.60	3.68	0.72
juiciness	3.86	0.66	3.90	0.73
tenderness	4.10	0.61	4.13	0.70
ripening period	3.43	0.66	3.52	0.77
marbling	3.89	0.78	3.66	0.84
marbling recognition	2.85	0.96	3.38	0.92
hanwoo consumption changes	2.04	0.62	1.99	0.68
hanwoo consumption in the future	2.15	0.54	2.05	0.65

2.2 연구방법

본 연구에서는 우선 소비자 선호요인에 어떠한 변화가 있었는지를 알아보기 위하여 2012년과 2019년 소고기 소비자 조사결과를 이용하여 동일항목의 응답자에 대한 비교 분석을 우선 수행하였다. 또한 소비자 선호의 다변화에 대응하기 위해 2019년 조사자료를 회귀분석을 이용하여 분석함으로써 숙성육 구입에 영향을 미치는 변수에 대해 알아보고자 한다.

3. 연구결과

3.1 연도별 품질판단기준 분석 결과

연도별 육색 및 지방색, 신선도, 등급표시, 브랜드 여부의 품질판단기준에 대한 소비성향의 변화에 분석한 결과 전반적으로 신선도를 제외한 나머지 항목은 2012년 대비 조금 감소한 것으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면

20대(20s)에서는 육색 및 지방색이, 30대(30s)에서는 신선도, 40대(40s)는 신선도 및 등급표시, 50대(50s)에서는 모든 항목에서 2012년 대비 증가한 것으로 나타났다(Table 3).

Table 3. Results of quality judgment criteria analysis by year and age group

Year	Age	Meat & fat color	Freshness	Grade labeling	Brand
2012(A)	20s	3.69	3.76	4.12	3.38
	30s	3.71	3.78	3.97	3.47
	40s	3.78	3.83	4.02	3.63
	50s	3.75	3.75	3.86	3.48
	total	3.74	3.79	3.98	3.51
2019(B)	20s	3.78	3.63	3.67	3.11
	30s	3.60	3.80	3.79	3.22
	40s	3.73	4.05	4.02	3.37
	50s	3.82	4.24	4.06	3.55
	total	3.70	3.94	3.90	3.30
(B-A)	20s	0.09	△0.13	△0.45	△0.27
	30s	△0.11	0.02	△0.18	△0.25
	40s	△0.05	0.22	0.00	△0.26
	50s	0.07	0.49	0.20	0.07
	total	△0.04	0.15	△0.08	△0.21

Table 4. Results of quality judgment criteria analysis by year and income class

Year	Inc(10 thousand won)	Meat & fat color	Freshness	Grade labeling	Brand
2012(A)	< 300	3.57	3.70	3.79	3.46
	3~500	3.75	3.75	3.95	3.48
	5~800	3.72	3.85	4.01	3.50
	800 >	3.91	3.82	4.20	3.69
	total	3.74	3.79	3.98	3.51
2019(B)	< 300	3.62	3.85	3.83	3.28
	3~500	3.71	3.94	3.90	3.28
	5~800	3.73	4.01	3.94	3.35
	800 >	3.79	4.09	4.06	3.45
	total	3.70	3.94	3.90	3.30
(B-A)	< 300	0.05	0.15	0.04	△0.18
	3~500	△0.04	0.19	△0.05	△0.20
	5~800	0.01	0.16	△0.07	△0.15
	800 >	△0.12	0.27	△0.14	△0.24
	total	△0.04	0.15	△0.08	△0.21

한편, 소득계층별로 살펴보면 신선도는 모든 소득계층에서 증가한 것으로 나타났으며, 이외에 300만원 미만 계층(< 300)에서는 육색 및 지방색과 등급표시, 500~800만원 계층(5~800)에서는 육색 및 지방색과 신선도, 800만원 이상 계층(800 >)에서는 신선도가 증가한 것으로 나타나 모든 계층에서 2012년 보다 신선도를 중요시하는 것으로 나타났다(Table 4). 20대의 신선도에 대한 중요도는 2012년 3.76에서 2019년 3.63 으로 0.13p 하락하였는데, 가격대가 비싼 한우에 대한 부담감과 가격대비 비용을 증시하는 20대의 성향이 반영된 것으로 판단된다.

3.2 연도별 맛 결정요인 분석 결과

풍미, 다즙성, 연도, 숙성기간, 마블링의 맛 결정요인에 의해 소비성향이 어떻게 변화하였는지 연령대별로 분석한 결과 전반적으로 풍미와 마블링에 대한 중요도는 감소한 반면, 다즙성, 연도, 숙성기간에 대한 중요도는 증가한 것으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면 20대에서는 풍미, 마블링의 중요도가 감소한 반면, 다즙성, 연도, 숙성기간의 중요도는 2012년 대비 2019년 증가하였다. 또한, 30대의 연도, 40대의 다즙성을 제외한 모든 연령대의 다즙성, 연도, 숙성기간에 대한 중요도는 증가한 것으로 나타났다(Table 5).

Table 5. Results of taste determinants analysis by year and age group

Year	Age	Flavor	Juiciness	Tenderness	Ripening period	Marbling	Marbling recognition
2012 (A)	20s	3.95	3.90	4.19	3.26	4.02	2.60
	30s	3.76	3.88	4.11	3.46	3.82	2.89
	40s	3.84	3.94	4.12	3.50	4.04	2.83
	50s	3.64	3.68	4.00	3.32	3.76	2.90
	total	3.78	3.86	4.10	3.43	3.89	2.85
2019 (B)	20s	3.74	3.93	4.20	3.37	3.41	3.20
	30s	3.60	3.92	4.06	3.52	3.73	3.35
	40s	3.78	3.89	4.16	3.52	3.61	3.45
	50s	3.57	3.84	4.19	3.60	3.76	3.37
	total	3.67	3.89	4.12	3.51	3.64	3.37
(B-A)	20s	△0.21	0.03	0.01	0.11	△0.61	0.60
	30s	△0.16	0.04	△0.05	0.06	△0.09	0.46
	40s	△0.06	△0.05	0.04	0.02	△0.43	0.62
	50s	△0.07	0.16	0.19	0.28	0.00	0.47
	total	△0.11	0.03	0.02	0.08	△0.25	0.52

300~500만원 미만 계층(3~500)의 연도, 800만원 이상의 다중성을 제외한 모든 소득계층에서 다중성, 연도, 숙성기간에 대한 중요도는 증가한 것으로 나타났다. 한편 근내지방이 건강에 해롭다는 인식(Marbling recognition)에 대해 분석한 결과 모든 연령대와 소득계층에서 근내지방이 증가할수록 건강에 해롭다고 인식하는 것으로 나타났다(Table 6).

맛 결정요인에서 마블링의 중요도와 마블링이 건강에 해롭다고 인식하는 정도 모두 높은 것으로 나타나 소비자들은 자신의 선호에 따라 마블링의 양을 선택하고 있는 것으로 판단된다.

Table 6. Results of taste determinants analysis by year and income class

Year	Inc(10 thousand won)	Flavor	Juiciness	Tenderness	Ripening period	Marbling	Marbling recognition
2012 (A)	< 300	3.74	3.77	4.05	3.33	3.75	2.64
	3~500	3.79	3.87	4.16	3.42	3.87	2.83
	5~800	3.75	3.86	4.07	3.49	3.95	2.88
	800 >	3.89	3.95	4.07	3.42	3.98	3.07
	total	3.78	3.86	4.10	3.43	3.89	2.85
2019 (B)	< 300	3.53	3.81	4.06	3.50	3.58	3.30
	3~500	3.70	3.90	4.08	3.50	3.64	3.38
	5~800	3.74	3.97	4.25	3.56	3.80	3.41
	800 >	3.74	3.87	4.13	3.51	3.53	3.45
	total	3.67	3.89	4.12	3.51	3.64	3.37
(B-A)	< 300	△0.21	0.04	0.01	0.17	△0.17	0.66
	3~500	△0.09	0.03	△0.08	0.08	△0.23	0.55
	5~800	△0.01	0.11	0.18	0.07	△0.15	0.53
	800 >	△0.15	△0.08	0.06	0.09	△0.45	0.38
	total	△0.11	0.03	0.02	0.08	△0.25	0.52

3.3 연도별 한우소비 의향 분석 결과

연령대별로 살펴보면 2012년에는 모든 연령대에서 한우소비증가 의향이 높게 나타났으나, 2019년 조사결과에서는 20~30대는 소비증가 의향이 높은 반면, 40대 이상에서는 감소의향이 더 높은 것으로 나타났다(Table 7).

반면, 소득계층으로 살펴보면 300만원 미만 계층만 2012년의 한우 소비감소 의향이 높은 것으로 나타났으나, 다른 소득계층은 모두 증가의향이 더 큰 것으로 나타났다(Table 8).

Table 7. Results of analysis on intention to consume korean beef by year and age group

Year	Age	Decrease (A)	Similar	Increase (B)	(A-B)
2012(A)	20s	9.5	61.9	28.6	19.1
	30s	7.0	66.7	26.4	19.4
	40s	8.6	71.2	20.1	11.5
	50s	9.5	71.4	19.0	9.5
2019(B)	20s	15.2	43.5	41.3	26.1
	30s	16.8	53.6	29.6	12.8
	40s	17.2	66.1	16.7	△0.5
	50s	27.0	57.3	15.7	△11.3
(B-A)	20s	5.7	△18.4	12.7	-
	30s	9.8	△13.1	3.2	-
	40s	8.6	△5.1	△3.4	-
	50s	17.5	△14.1	△3.3	-

Table 8. Results of analysis on intention to consume korean beef by year and income class

Year	Inc(10 thousand won)	Decrease (A)	Similar	Increase (B)	(A-B)
2012(A)	< 300	14.8	77.0	8.2	△6.6
	3~500	8.0	68.4	23.5	15.5
	5~800	7.4	68.1	24.5	17.1
	800 >	3.6	60.0	36.4	32.8
2019(B)	< 300	20.5	58.1	21.4	0.9
	3~500	18.0	57.6	24.4	6.4
	5~800	19.0	60.1	20.9	1.9
	800 >	15.1	52.8	32.1	17.0
(B-A)	< 300	5.7	△18.9	13.2	-
	3~500	10.0	△10.8	0.9	-
	5~800	11.6	△8.0	△3.6	-
	800 >	11.5	△7.2	△4.3	-

2012년과 2019년의 한우소비의향을 종합적으로 살펴보면 20~30대, 500만원 미만 소득층의 한우소비 의향이 증가된 것으로 나타났다. 이는 농촌진흥청 국립축산과학원의 2019년 소비자의 축산물 소비패턴 및 니즈조사(한우) 결과 중 소득이 낮은 가구와 미취학 자녀가 있는 가구에서의 한우 소비확대 의향이 높게 나타난 결과와 동일한 결과를 보이고 있다. 또한 향후 한우 가격이 인상된다면 소비자들이 한우 구입을 포기하고, 다른 육류로 대체할 가능성이 크다는 것을 의미한다고 판단된다[16].

3.4 숙성육 구입의향 회귀분석 결과

소비자의 숙성육 구입의향에 영향을 미치는 변수에 대해 알아보기 위해 종속변수를 숙성육 구입의향으로 하는

회귀분석을 진행하였다. 독립변수로는 연령대, 소득, 가족수, 주당 구입회수, 육색 및 지방색, 신선도, 등급표시, 브랜드 여부, 풍미, 다즙성, 연도, 숙성기간, 마블링, 근내지방이 건강에 해롭다는 인식 변수를 투입하여 분석하였다.

후진소거법을 통한 회귀분석 결과 모형의 수정된 설명력(Adjusted R Square)은 60.2%, 모형의 F 값은 152.1, 유의확률은 0.000으로 나타나 통계적으로 유의하게 분석되었다(Table 9).

Table 9. Model summary

R	R Square	Adjusted R Square
.799	.606	.602

Variable	Sum of squares	df	Means-Square	F	Sig.
regression	139.80	5	27.959	152.13	0.000
residual	90.79	494	0.184		
total	230.58	499			

Table 10에서 볼 수 있듯이 숙성육 인지여부(recognition), 숙성육에 대한 호감(interest), 신선도(Freshness), 연도(Tenderness)는 5% 유의수준에서 유의한 것으로 분석되었고, 숙성기간(Ripening period)은 10% 유의수준에서 유의한 것으로 분석되었으며, VIF는 일반적인 판단기준인 10보다 작게 나타나 분석에 사용한 변수들간의 상관관계는 낮은 것으로 나타났다. 인구통계학적 변수 및 기타 투입변수들은 유의하지 않게 나타나 분석에서 제외되었다.

Table 10. Aged meat regression result

Variable	Standardized Coefficients		t	Sig.	Vif
	Beta	Std. Error			
recognition	0.082	0.028	2.62	0.009	1.23
interest	0.724	0.029	22.79	0.000	1.27
freshness	0.070	0.027	2.16	0.031	1.33
tenderness	-0.073	0.032	-2.24	0.026	1.35
ripening period	0.055	0.027	1.82	0.069	1.18

4. 결론

소비자 선호의 다양화에 따라 소비행태 또한 다양해지고 있고, 이러한 소비자 선호의 변화에 대응하기 위해 소비자의 소비성향이 어떻게 변화하였는지를 분석하여 소

고기 소비성향 및 소비의향 연구의 기초자료를 수집하고, 숙성육 인식에 어떠한 변수가 영향을 미치는지 분석하여, 향후 소비자 선호의 다변화에 대응하기 위해 수행하였다.

세부적으로 분석된 결과를 살펴보면 다음과 같다.

대부분의 연령대와 소득계층에서 품질판단기준과 맛 결정요인에 대한 연령대별 분석 결과 전반적으로 품질판단기준의 신선도와 맛 결정요인의 다즙성, 연도, 숙성기간, 근내지방이 건강에 해롭다는 인식의 중요도는 증가한 것으로 분석되었다. 특히 품질판단기준의 신선도는 20대 연령층만 제외하고 모든 연령층과 소득계층에서 증가한 것으로 나타나 소비자들이 신선도를 구입시 중요하게 고려하는 것으로 분석되었다. 숙성기간, 근내지방이 건강에 해롭다는 인식의 중요도 또한 모든 연령대와 소득계층에서 증가한 것으로 나타나 소비자들의 선호가 변화한 것으로 나타났다. 한편, 숙성육 구입의향 분석 결과 구입의향에는 인지여부, 호감도, 신선도, 연도, 숙성기간이 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

이와 같은 연구결과는 소비자들의 선호가 가격중심으로 품질중심으로 변화하고 있음을 시사하고 있다고 생각되며, 농촌진흥청의 연구결과와도[17] 동일한 결과로 나타나 앞으로도 이러한 경향을 지속될 가능성이 큰 것으로 판단된다. 또한 숙성육 구입의향에는 품질판단기준과 맛 결정요인보다 숙성육 인지여부, 호감도 등의 영향이 더 큰 것으로 판단되며, 이를 위해 숙성육에 대한 홍보를 통해 숙성육에 대한 인식을 제고할 필요가 있다고 판단된다.

본 연구는 소비자의 소고기 소비성향의 변화와 숙성육 인식을 통해 소비자 선호의 다변화에 대응하기 위해 수행하였다. 하지만 소비자 조사의 특성상 과거의 기억에 의존하여 조사하였다는 단점을 가지고 있으며, 향후 패널 조사 등을 통해 이를 보완할 필요성이 있다고 여겨진다.

References

- [1] Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, 2019 Agriculture, Food and Rural Affairs Statistics, pp.586, Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, 2019, pp.586
- [2] Korea Rural Economic Institute, Agricultural outlook 2020 Korea, pp.818, Korea Rural Economic Institute, 2020, pp.818
- [3] Bank of Korea, National Accounts [Internet]. Bank of Korea, c2020 [cited 2020 June 20], Available From: <https://ecos.bok.or.kr> (accessed Jun. 20, 2020)

- [4] Stastics Korea, Livestock Statistics Survey [Internet]. Stastics Korea, c2020 [cited 2020 June 20], Available From:<http://kosis.kr> (accessed Jun. 20, 2020)
- [5] Korea Institute of Animal Products Quality Evaluation, Animal Product Grading Statistics [Internet]. Korea Institute of Animal Products Quality Evaluation, c2020 [cited 2020 June 25], Available From: <http://www.ekapepia.com> (accessed Jun. 25, 2020)
- [6] Korea Institute of Animal Products Quality Evaluation, Livestock products grading [Internet]. Korea Institute of Animal Products Quality Evaluation, c2020 [cited 2020 June 25]. Available From: <https://www.ekape.or.kr> (accessed Jun. 25, 2020)
- [7] Korea Institute of Animal Products Quality Evaluation, KAPE Information [Internet]. Korea Institute of Animal Products Quality Evaluation, c2020 [cited 2020 June 25], Available From:<http://www.ekapepia.com> (accessed Jun. 25, 2020)
- [8] K. R. Kim, H. S. Yoo, "A Study on the Consumers' Behavior and the Marketing of Beef Meat in Korea", *Annals of Animal Resources Sciences*, Vol.8, pp.98-117, Dec. 1997.
- [9] Y. K. Shin, S. Y. Rhee, M. S. Park, "The Consumer's Preference for Beef Using Conjoint Analysis", *The Korean Journal of Agricultural Economics*, Vol.42, No.2, pp.17-32, Jun. 2001.
- [10] I. S. Kim, "The Effect of Consumer's Knowledae Level and Involvement on Beef Purchasing Behavior", *Journal of Industrial Convergence*, Vol.4, No.2, pp.57-73, Dec. 2006.
- [11] G. J. Kim, G. I. Byun, W. S. Jung, "A Study on the Potential Effects of Consumer Preference for Beef and Involvement in the Attributes of Beef Selection on Consumers' Purchase Intentions", *The Korean Journal of Culinary Research*, Vol.15, No.4, pp.286-298, Nov. 2009.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2009.15.4.023023023>
- [12] S. K. Lee, S. J. Yang, D. H. Kim, B. J. Cho, J. Y. Jang, H. K. Lee, B. R. Yoon, Y. J. Lee, O. H. Lee, "A Survey on the Effect of Consumer's Social-Economic Status on Beef Purchase Attitude", *The Korean Journal of Food and Nutrition*, Vol.25, No.1, pp.132-141, Feb. 2012.
- [13] S. Y. Kim, S. G. Jeon, K. I. Lee, "An analysis of consumers' preferences for quality-graded beef products", *Journal of Rural Development*, Vol.37, No.3, pp.1-24, Sep. 2014.
DOI: <https://doi.org/10.36464/jrd.2014.37.3.001>
- [14] S. H. Cho, J. S. Shin, K. H. Seol, Y. S. Kim, S. M. Kang, H. W. Seo, "A Study on the Characteristics of Purchasing Propensity by Preferences Quality Grade of Hanwoo Beef", *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, Vol.21, No.3, pp.537-544, Mar. 2020.
DOI: <https://doi.org/10.5762/KAIS.2020.21.3.537>
- [15] J. B. Chang, M. K. Kim, "An Analysis of the Determinants of Beef Consumption and Consumer Preference Using BWS", *Journal of Rural Development*, Vol.39, No.2, pp.129-147, Jun. 2016.
DOI: <https://doi.org/10.36464/jrd.2016.39.2.006>
- [16] National Institute of Animal Science, Korean Beef Consumption Trend, pp.121, National Institute of Animal Science, 2019, pp.121
- [17] Rural Development Administration, 2018 Agri-food Consumption Trend Analysis II, pp.424, Rural Development Administration, 2018, pp.424

신 정 섭(Jeong-Seop Shin)

[정회원]



- 2012년 8월 : 중앙대학교 산업경제학과 (경제학석사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 국립축산과학원 연구원
- 2019년 2월 : 전북대학교 농업경제학과 수료

<관심분야>

정보, 식품, 안전