

지역농식품 비즈니스 활성화를 위한 성인의 농식품 소비자 역량지수 변화 연구 - 2019년과 2022년 식품소비행태조사를 이용한 자료분석 -

양 향 숙[†]

군장대학교 스마트농식품과 부교수

A Study on Changes in the Agri-food Consumer Competency Index of Adults for Revitalization of Local Agrifood Business - Using Consumer Behavior Survey for Food in 2019 and 2022 -

Hyang Sook Yang[†]

Associate Professor, Dept. of Smart Agricultural Food, Kunjang University, Gunsan 54045, Republic of Korea

ABSTRACT

This study analyzes changes in the agri-food consumer competency index of adults using data procured from the Consumer Behavior Survey for Food in 2019 (before COVID-19) and 2022 (during COVID-19). This review intends to provide basic data for identifying consumer consumption environments and establishing policies to activate the local agri-food business. Totally, 12,541 consumer data were surveyed: 6,176 in 2019 and 6,365 in 2022. The agri-food consumer competency score was the sum of agri-food purchase competency, eating habit competency, and agri-food damage relief competency. Out of a total of 100 points, the total scores determined were 71.58 points in 2019 and 70.33 points in 2022, with a significant decrease observed in 2022 ($p<0.001$). Compared to 2019, a significant decrease was observed in 16 out of 18 items of agri-food purchase competency, during the COVID-19 period of 2022 ($p<0.001$). Moreover, in the COVID-19 period of 2022, there was a significant decrease in the eating habit competency category ($p<0.001$), but a significant increase was observed in the traditional dietary category ($p<0.001$). The agri-food damage relief competency decreased significantly in 2022, in all 20 items ($p<0.001$). In view of the above results, the agri-food consumer competency index is an indicator that comprehensively evaluates agri-food selection and purchasing, cooking, consumption, and rights and responsibilities as a citizen. In particular, we confirmed the influences of external environmental factors, such as COVID-19. This study helps us to understand the buying and consumption behavior of consumers. Furthermore, the results of this study can be used as data for local startups using local agricultural products and marketing for consumers in the future.

Key words: local agri-food, local business, agri-food consumption competency index, Korea

서 론

최근 우리나라의 농촌지역 소멸예정 지역이 매년 빠르게 증가하는 상황 속에서 소멸위기를 극복하기 위해 사회적으로 지역(local)에 대한 관심이 높아지고 있다. 특히, COVID-19 팬데믹 이후의 악화된 글로벌 경제 위기 속에서 지역 농식품을 활용한 로컬비즈니스는 새로운 산업의 대안으로 인식되고 있다(Hong JS 2022). 지역 농식품분야는 지역(local)이 가진 차별화된 특성 기반의 로컬비즈니스 모델 구성요소로서 독창적이고 가치 있는 분야이다. 그러나 아직까지는 지역 경제 활성화의 관점 하에 지역농산물의 생산과 판매에 집

중되고 있어 실제 소비자들의 지역농산물을 이용한 농식품에 대한 인식과 식품소비행태 등에 대하여 소비자 수요 측면에서 파악할 필요성이 높아지고 있다. 더욱이 소비자들의 건강에 대한 관심도가 증가하면서 농식품 소비량이 증가하고 있는 반면 지역 농산물 생산자는 소비자의 확대 및 판로확보의 어려움이 가중되고 있어 소비자의 구매성향 파악과 유통환경 변화에 대응하기 위한 방안이 모색되어야 한다(Shon SH 2018).

Kim SH 등(2018)의 한국인의 식품소비 행태와 채소류 구입 동향분석 연구에 따르면 2000년대 이후 우리나라 식품소비의 건강안전지향이 가장 크게 나타나고, 간편화 경향, 합리화 추경향, 다양화와 고급화 경향이 고르게 나타나는 다각화 단계로 전환되고 있으며, 식품소비의 가장 상위단계인

[†] Corresponding author : Hyang Sook Yang, Tel: +82-63-450-8359, Fax: +82-63-450-8174, E-mail: yanghs@kunjang.ac.kr

윤리적 소비 경향도 일부 나타나고 있다고 보고하였다. 20~40대의 로컬푸드 소비자대상의 요구도를 조사한 연구결과, Jung DE 등(2023)에 따르면 조사대상자 중 40대는 농식품 종류의 다양화(53.9%)를 요구한 반면 20~30대는 농식품 가공제품 종류의 확대(24.5%) 요구도가 높은 것으로 보고하였다. Chae JH 등(2021)의 COVID-19에 따른 소비자의 농식품 구매 변화연구에서도 COVID-19의 확산은 온라인으로 농식품을 구매하는 소비자의 증가와 직접 조리의 증가와 가정 내 식사를 준비하기 위해 반조리 식품, 완전 조리식품(배달포함) 등을 적극적으로 활용하고 있으며, 또한 면역력을 높이기 위한 건강과 영양을 고려한 지역 농식품의 구매와 관련 정보의 수요가 증가하였다고 보고하였다. 이러한 변화와 유사하게 Kim YS(2021)의 지역 농산물 활용성 증대를 위한 간편식개발 사업을 위한 연구에 따르면 COVID-19 이후 건강, 안전에 대한 관심이 크게 높아지면서 국산농산물, 신선·안전 먹거리, 고품질 농산물 등에 대한 수요가 늘어나고 있으며, 실제 간편식 개발에도 지역의 농산물을 활용한 제품개발이 증가하고 있다고 보고하였다. 이에 연구자는 로컬푸드의 상품 다양화 및 지역농산물을 기반으로 한 간편식 개발을 위해 소비자의 식생활 행태 변화와 식품산업 트렌드를 파악하고 대응할 수 있는 전략이 필요하다고 하였다.

농식품 소비자 역량지수는 농식품 부분에서 소비자역량을 의미하는 것으로 현명한 소비자의 선택과 지속가능한 소비생활을 위해 갖추어야 할 소비자의 잠재적·실천적 능력과 식품소비환경을 총체적으로 개념화한 것이다(Lee KI 등 2014). 농식품 소비자 대상의 농식품 소비 정책의 효과를 분석할 수 있는 지수로 활용되고 있다. 농식품 소비자 역량지수는 농식품 전달체계 즉, 농식품의 선택, 소비, 섭취, 영양, 건강에 이르는 전 단계에 따라 농식품 구매역량, 식생활 역량, 소비자 시민역량으로 구분된다. 농식품 구매역량은 농식품 표시이용, 농식품 정보활용, 농식품 구매환경의 3개 영역, 식생활 역량은 건강한 식생활, 안전한 식생활, 전통식생활의 3개 영역, 소비자 시민역량은 소비자의 권익, 소비자의 책임 의식, 소비자의 문제해결 등의 3개의 영역을 포함한다(Korea Rural Economic Institute 2023). Kim EK 등(2021)은 농식품 소비자 역량지수를 이용하여 국산 농식품의 구매와 관련한 분석을 하였으며, 소비자 역량지수 점수가 높을수록 음식의 식재료가 국산 농산물인지 여부에 대한 관심이 높고, 음식의 식재료가 가까운 지역 생산과 친환경 식품 여부에 대한 관심이 높다고 보고하며 농식품 정책개발에 활용할 것을 제안하였다.

지금까지 식품소비행태조사자료의 농식품 소비자 역량지수 관련 연구는 농식품 소비자 역량지수의 개발 및 계측(Lee KI 등 2014), 가구 유형별 비교 연구(Kim MR 2023), 농식품

소비자 역량지수와 식품소비행태를 COVID-19 확산 이전인 2019년도 식품소비행태조사자료를 이용한 연구(Kim EK 등 2021)가 있을 뿐 COVID-19 기간 소비자들의 역량지수 변화의 비교 연구는 전무하다. 따라서 본 연구에서는 COVID-19 전 2019년과 COVID-19 기간인 2022년의 식품소비행태조사 원시자료를 이용하여 성인의 농식품 소비역량지수 변화 추이를 살펴보고, 향후 지역 농식품 비즈니스에 있어 기업의 생산, 마케팅의 중요한 시사점을 제공하고, 소비자의 식품 소비환경 파악과 향후 관련 식생활 교육 및 정책 수립을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

연구방법

1. 연구대상

본 연구는 한국농촌경제연구원에서 수행하는 2019년과 2022년 식품소비행태조사 원시자료를 이용하여 분석하였다. 연구대상은 만 19세 이상의 성인으로 총 12,550명이며, 대상자는 분석에 이용한 변수 중 결측이 있는 9명을 제외한 12,541명(분석률 99.9%)으로, 2019년 6,176명, 2022년 6,365명을 최종대상자로 하였다.

2. 조사방법 및 측정 내용

2019년과 2022년 성인의 식품소비행태조사 원시자료(Korea Rural Economic Institute 2023)에서 일반적 특성 및 농식품 소비자 역량지수 자료를 분석에 이용하였다.

일반적 특성은 성별, 연령 및 연령대, 월수입, 운동의 규칙성, 건강관심도 자료를 이용하였다. 성별은 ‘남성’과 ‘여성’으로 구분하였으며, 연령은 출생년도 기준의 원시자료를 이용하였으며, 연령대는 ‘만 19~29세’, ‘만 30~39세’, ‘만 40~49세’, ‘만 50~59세’, ‘만 60~69세’, ‘만 70~74세’로 구분된 원시자료를 이용하였다. 월 평균 소득은 ‘100만 원 미만’, ‘100~150만 원 미만’, ‘150~200만 원’은 ‘200만 원 미만’으로, ‘200~250만 원 미만’과 ‘250~300만 원 미만’은 ‘200만 원 이상 300만 원 미만’으로, ‘300~350만 원 미만’과 ‘350~400만 원 미만’은 ‘300만 원 이상 400만 원 미만’으로, ‘400~450만 원 미만’과 ‘450~500만 원 미만’은 ‘400만 원 이상 500만 원 미만’으로, ‘500~550만 원 미만’, ‘550~600만 원 미만’ 및 ‘600만 원 이상’은 ‘500만 원 이상’으로 재분류하였다. 규칙적인 운동 여부는 ‘예’와 ‘아니오’의 원시자료를 이용하였다. 건강에 대한 관심도는 Likert 5점 척도를 이용하여 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점·‘매우 그렇다’ 5점으로 측정된 자료를 ‘전혀 그렇지 않다’와 ‘그렇지 않은 편이다’를 ‘그렇지 않은 편이다’로 리코딩 하였으며, 나머지 항목은 원시자료를 그대로 이용하였다.

농식품 소비자 역량지수는 농식품 구매역량, 식생활 역량, 소비자 시민역량으로 구분된 총 56문항의 원시자료를 이용하였다. 농식품 구매역량은 ‘농식품 표시이용’ 8문항, ‘농식품 정보활용’ 6문항, ‘농식품 구매환경’ 4문항으로 총 18문항을 Likert 5점 척도를 이용하여 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점-‘매우 그렇다’ 5점으로 평가하였다. 식생활 역량은 ‘건강한 식생활’ 10문항, ‘안전한 식생활’ 4문항, ‘전통 식생활’ 4문항으로 총 18문항을 5점 척도를 이용하여 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점-‘매우 그렇다’ 5점으로 평가하였다. 소비자 시민역량은 ‘소비자의 권익’ 8문항, ‘소비자의 책임의식’ 8문항, ‘소비자의 문제 해결’ 4문항으로 총 20문항을 5점 척도를 이용하여 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점-‘매우 그렇다’ 5점으로 평가하였다.

3. 통계분석

본 연구의 자료 분석은 SPSS 통계프로그램(IBM SPSS Statistics for Windows, Version 27.0; IBM Corp., Armonk, NY, USA)을 이용하여 진행하였다. 조사대상자의 일반적 특성 중 성별, 연령대, 월수입 및 건강관심도에 대한 2019년과 2022년의 차이검정은 빈도와 백분율을 이용하여 χ^2 -test를 실시하였다. 연령과 농식품 소비자 역량지수의 차이검정은 평균과 표준편차를 이용하여 Independent sample *t*-test를 실시하였으며, 농식품 소비자 총 역량지수 값은 전체 56문항의 총 평균값을 100점 기준 환산한 값을 이용하여 비교하였다.

농식품 소비자 역량지수의 3 영역별 2019년과 2022년간의 차이검정은 평균과 표준편차를 이용하여 Independent sample *t*-test를 실시하였다. 모든 측정값은 $\alpha=0.05$ 수준에서 유의성을 검증하였다.

결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 Table 1과 같다. 조사대상자의 성별은 2019년 남성 45.1%, 여성 54.9%, 2022년 남성 44.4%, 여성 55.6%로 유의적인 차이는 없었다. 평균연령은 2019년 48.81±13.9세, 2022년 49.82±14.3세로 2022년의 평균연령이 유의적으로 높았다($p<0.001$). 연령대는 2019년은 50대(26.4%), 40대(22.9%), 60대(19.5%), 30대(13.3%), 20대(12.2%), 70대(5.7%), 2022년은 50대(28.7%), 60대(21.7%), 40대(19.4%), 20대(12.8%), 30대(10.6%), 70대(6.7%)의 순으로 유의적인 차이를 보였다($p<0.001$). 월평균 소득은 2019년은 200만 원 미만(40.3%), 200만 원 이상~300만 원 미만(28.0%), 300만 원 이상~400만 원 미만(17.9%)이었으나 2022년은 200만 원 미만(40.6%), 200만 원 이상~300만 원 미만(32.9%), 300만 원 이상~400만 원 미만(17.1%)으로 유

의적인 차이를 보였다($p<0.001$). 운동을 규칙적으로 하는 비율은 2019년 33.4%, 2022년 33.5%로 유의적인 차이는 없었다. 건강에 대한 관심도에서는 ‘그렇지 않다’라고 답변한 비율이 2019년 1.6%에서 2022년 0.8%로 유의적으로 감소하였다($p<0.001$). 평균 농식품 소비자 역량지수는 전체평균 70.95±8.04점이며, 2019년은 71.58±7.82점, 2022년은 70.33±8.22점으로 2022년에 유의적으로 낮아졌다($p<0.001$).

조사대상자의 연령대가 2019년보다 2022년에 50~70대의 비율이 유의적으로 높은 것은 우리 사회의 고령화가 반영된 것으로 생각된다(Woo HB 2023). 월평균 소득은 2019년에 비해 2022년도에 200만 원 미만, 200만 원 이상~300만 원 미만 소득자가 유의적으로 증가한 것으로 나타났다. 통계청(Statistics Korea 2022)의 자료에 따르면 2022년 1인당 국민총소득은 2021년 대비 7.7% 감소한 것으로 보고되었다. 반면, 소비자물가지수는 5.1%, 생활물가지수는 6.0% 상승한 것으로 보고되어 실질 체감소득은 더 감소하였을 것으로 생각된다. 건강에 대한 관심도에서는 2019년에 비해 2022년도에 ‘그렇지 않다’ 비율이 유의적으로 감소한 것으로 나타났다. 이는 2019년 말 코로나가 대구지역을 중심으로 대확산되었고, 의료인력 부족, 병상 부족 등으로 사망자 발생이 증가하면서 온 국민의 불안감이 증대(Kim JH 등 2020)되었기 때문인 것으로 생각된다. 또한, 감염 확산 방지를 위한 감염자 사회적 격리, 경제적 손실, 가정폭력 증가 등으로 사회적 고립감이 높아지면서 정신적 건강에 대한 우려도 커진 데에서 기인한 것으로 판단된다(Sim MY 2020).

2. 2019년도와 2022년의 농식품 구매역량 비교

조사대상자의 2019년도와 2022년도의 농식품 구매역량 변화를 비교한 결과는 Table 2와 같다. 농식품 구매역량 관련 18항목의 총 평균은 3.50±0.46이며, COVID-19 이전인 2019년은 3.54±0.46점, COVID-19 기간인 2022년은 3.48±0.47점으로 2019년도가 유의적으로 높았다($p<0.001$). 하위 3그룹의 평균은 ‘농식품 표시이용’ 3.49±0.51점, ‘농식품 정보활용’ 3.43±0.58점, ‘농식품 구매환경’ 3.64±0.52점으로 ‘농식품 구매환경’이 가장 높은 값을 보였다.

‘농식품 표시이용’의 전체 평균은 2019년 3.53±0.51점에서 2022년 3.46±0.50점으로 2022년에 유의적으로 낮은 점수를 보였다($p<0.01$). 총 8개의 하위 항목 중 6항목에서 유의적인 차이를 보였다. 하위 항목 중 ‘농식품의 품질은 원산지에 따라 차이가 있다’(3.77±0.63점; 3.69±0.65점), ‘농식품 구입 시 원산지표시를 확인한다’(3.69±0.77점; 3.55±0.78점), ‘포장지, 매장 판매대 등에 표시된 업체 및 소재지, 내용량, 등급 등의 농식품 표시는 모두 제품 선택에 중요한 정보가 된다’(3.55±0.74점; 3.50±0.74점), ‘농식품을 구입할 때 포장지, 판매대

Table 1. General characteristics of participants of agrifood consumer competency index

Variables		2019 (n=6,176)	2022 (n=6,365)	Total (n=12,541)	χ^2/t -value
Gender	Man	2,783(45.1) ¹⁾	2,823(44.4)	5,606(44.7)	0.639 ^{NS}
	Female	3,393(54.9)	3,542(55.6)	6,935(55.3)	
Age (year)		48.81±13.9 ²⁾	49.82±14.3	49.31±14.1	-3.996 ^{***}
Age	20s	753(12.2)	817(12.8)	1,570(12.5)	58.893 ^{***}
	30s	822(13.3)	673(10.6)	1,495(11.9)	
	40s	1,417(22.9)	1,234(19.4)	2,651(21.1)	
	50s	1,629(26.4)	1,829(28.7)	3,458(27.6)	
	60s	1,203(19.5)	1,384(21.7)	2,587(20.6)	
	70s	352(5.7)	428(6.7)	780(6.2)	
Average monthly income (10,000 Won)	<200	2,486(40.3)	2,586(40.6)	8,851(70.6)	81.793 ^{***}
	200≤~300	1,728(28.0)	2,094(32.9)	1,728(13.8)	
	300≤~400	1,103(17.9)	1,088(17.1)	1,103(8.8)	
	400≤~500	545(8.8)	388(6.1)	545(4.3)	
	≥500	314(5.1)	209(3.3)	314(2.5)	
Regularity of exercise	Yes	2,061(33.4)	2,133(33.5)	4,194(33.4)	0.028 ^{NS}
	No	4,115(66.6)	4,232(66.5)	8,347(66.6)	
Concern of health	Don't agreed	99(1.6)	50(0.8)	149(1.2)	50.603 ^{***}
	Neutral	1,790(29.0)	2,197(34.5)	3,987(31.8)	
	Agreed	4,082(66.1)	3,943(61.9)	8,025(64.0)	
	Strongly agreed	205(3.3)	175(2.7)	380(3.0)	
ACCI ³⁾ score		71.58±7.82	70.33±8.22	70.95±8.04	8.640 ^{***}

¹⁾ N(%).

²⁾ Mean±S.D.

³⁾ Agrifood Consumer Competency Index.

*** $p < 0.001$. ^{NS} not significant.

등에 표시된 사항을 항상 꼼꼼히 확인한다'(3.43±0.79점; 3.35±0.79점), '농식품 선택 시 영양소성분을 중시한다'(3.46±0.72점; 3.39±0.73점), '식품 구매 시 영양성분표를 참고하여 구매를 결정한다'(3.44±0.70점; 3.34±0.72점)로 2019년에 비해 2022년에 6항목 모두 유의적으로 감소하였다($p < 0.001$).

'농식품 정보활용'의 전체 평균을 비교한 결과, 2019년 3.45±0.58점, 2022년 3.40±0.57점으로 2022년에 유의적으로 감소하였다($p < 0.001$). 하위 항목 중 '농식품을 구입할 때 구입장소, 가격, 품질 등 관련 정보를 충분히 비교하여 선택한다'는 2019년 3.47±0.85점, 2022년 3.40±0.83점으로 2022년에 유의적으로 감소하였다($p < 0.001$). '농식품과 관련한 수많

은 정보 중에서 객관적이고 정확한 정보를 구별해 내는 것이 필요하다'는 2019년 3.50±0.78점, 2022년 3.47±0.80점으로 ($p < 0.01$), '국가나 공공기관 등에서 제공하는 농식품 정보는 식생활 개선에 많은 도움이 된다'는 2019년 3.48±0.74점, 2022년 3.43±0.76점으로($p < 0.001$), '일상생활에서 농식품 구입 및 식생활 관련 정보를 많이 활용한다'는 2019년 3.40±0.73, 2022년 3.28±0.75점으로 2022년에 유의적으로 감소하였다($p < 0.001$).

'농식품 구매환경'의 전체 평균은 2019년 3.65±0.49점, 2022년 3.63±0.54점으로 2022년도에 유의적으로 낮은 점수를 보였다($p < 0.05$). 하위 항목 중 '거주지 주변 식료품점까지

Table 2. Comparison between 2019 and 2022 of agrifood purchase competency index

Variables		2019 (n=6,176)	2022 (n=6,365)	Total (n=12,541)	t-value
	The quality of agri-food varies by country of origin.	3.77±0.63 ¹⁾	3.69±0.65	3.73±0.64	7.297 ^{***}
	Check the country of origin mark when purchasing agri-food.	3.69±0.77	3.55±0.78	3.62±0.78	10.223 ^{***}
	GAP, HACCP certification help select safe food when purchasing agri-food.	3.50±0.83	3.49±0.77	3.49±0.81	0.367 ^{NS}
	When purchasing agri-food products, GAP and HACCP certified products are purchased first to purchase safe food.	3.38±0.83	3.38±0.81	3.38±0.81	-0.112 ^{NS}
Use of agrifood labeling	Businesses displayed on packaging and store shelves, as well as agri-food indications such as location, content, and grade, are all important information for product selection.	3.55±0.74	3.50±0.74	3.53±0.74	3.487 ^{***}
	When purchasing agri-food products, always check the marked items on the package, stand, etc.	3.43±0.79	3.35±0.79	3.39±0.80	6.058 ^{***}
	Nutrient ingredients are important when choosing agri-food.	3.46±0.72	3.39±0.73	3.43±0.73	5.336 ^{***}
	When purchasing food, make a decision by referring to the nutritional content table.	3.44±0.70	3.34±0.72	3.39±0.71	7.396 ^{***}
Subtotal mean±S.D.		3.53±0.51	3.46±0.50	3.49±0.51	7.284 ^{***}
Utilization of agrifood information	I know how to search for the information I need when I buy agri-food.	3.43±0.77	3.43±0.77	3.43±0.77	-0.483 ^{NS}
	When purchasing agricultural products, make a selection by sufficiently comparing related information such as place of purchase, price, quality, etc.	3.47±0.85	3.40±0.83	3.44±0.84	4.350 ^{***}
	It is necessary to distinguish objective and accurate information among numerous information related to agri-food.	3.50±0.78	3.47±0.80	3.49±0.79	2.326 ^{**}
	For healthy agri-food consumption, desirable foods are selected using objective and accurate information.	3.44±0.80	3.38±0.80	3.41±0.80	3.737 ^{NS}
	Agricultural food information provided by the government or public institutions is very helpful in improving dietary life.	3.48±0.74	3.43±0.76	3.46±0.75	3.597 ^{***}
	Use a lot of information related to purchasing agricultural products and eating habits in daily life.	3.40±0.73	3.28±0.75	3.34±0.74	9.394 ^{***}
Subtotal mean±S.D.		3.45±0.58	3.40±0.57	3.43±0.58	5.135 ^{***}
Agrifood purchas-environment	The distance to grocery stores near where you live and the physical condition of shoppers affect food procurement.	3.61±0.67	3.63±0.71	3.62±0.69	-1.721 [*]
	There are enough grocery stores close to the residence and there are no physical difficulties in purchasing and preparing food.	3.71±0.78	3.72±0.80	3.71±0.79	-0.544 ^{NS}
	Economic support from the state is necessary to ensure healthy eating for the underprivileged.	3.69±0.76	3.62±0.81	3.65±0.78	4.692 ^{***}
	Everyone in the family can afford to buy a sufficient amount and variety of food.	3.60±0.68	3.55±0.78	3.57±0.73	4.089 ^{***}
Subtotal mean±S.D.		3.65±0.49	3.63±0.54	3.64±0.52	2.43 [*]
Total mean±S.D.		3.54±0.46	3.48±0.47	3.50±0.46	6.276 ^{***}

¹⁾ Mean±S.D.

Likert scale: 5 (strongly agreed)~1 (strongly disagreed).

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$, ^{NS} not significant.

의 거리와 구매자의 신체적 여건은 식품조달에 영향을 미친다'는 2019년 3.61±0.67점, 2022년 3.63±0.71점으로 2022년도에 유의적으로 증가하였다($p<0.05$). 이는 COVID-19 기간에 사회적 거리두기, 지역봉쇄 등의 대면접촉을 최소화 하려는 언택트 소비가 증가하면서 온라인과 모바일 채널을 이용한 식료품 구매, 앱 주문 등이 이뤄지면서 소비자의 구매결정에 변화가 나타난 결과로 판단된다(Lee HJ 2021). 그러나 '취약계층의 건강한 식생활이 보장되기 위해서는 국가의 경제적인 뒷받침이 필요하다'는 2019년 3.69±0.76점, 2022년 3.62±0.81점으로($p<0.001$), '가족 모두 충분한 양과 다양한 종류의 음식을 구매할 수 있을 만한 경제적 여력이 있다'는 2019년 3.60±0.68점, 2022년 3.55±0.78점으로 2022년도에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$). 이상의 결과는 COVID-19 기간 동안 가정 내 식사 방법에 있어 외식이 급감하고 가정 내 식사가 다양화되었고, 온라인 구매를 통한 농식품 구매가 높아졌다는 Chae JH 등(2021)의 보고 결과를 볼 때, 온라인 및 모바일을 통한 구매방식 등의 변화에 따라 COVID-19 기간 식품 구매 시 농식품표시 이용 등 구매역량점수가 전반적으로 낮아진 것으로 판단된다.

3. 2019년도와 2022년의 식생활 역량 비교

조사대상 성인들의 식생활 역량을 비교한 결과는 Table 3과 같다. 식생활 역량 관련 항목의 총 평균은 3.60±0.47점, 2019년 3.62±0.41점, 2022년 3.58±0.45점으로 COVID-19 기간인 2022년이 COVID-19 이전인 2019년보다 유의적으로 낮았다($p<0.001$). 하위 3 그룹의 평균은 '건강한 식생활' 3.60±0.47점, '안전한 식생활' 3.54±0.54점, '전통 식생활' 3.68±0.56점으로 '전통 식생활'이 가장 높은 값을 보였다. '건강한 식생활'과 '안전한 식생활'은 COVID-19 이전인 2019년이 COVID-19 기간인 2022년보다 유의적으로 높았으나, '전통식생활'은 2022년이 2019년보다 유의적으로 높았다($p<0.001$).

'건강한 식생활'의 전체 평균은 2019년 3.63±0.45점, 2022년 3.56±0.48점으로 유의적인 차이를 보였다($p<0.001$). 총 10개의 항목 중 9항목에서 유의적인 차이를 보였으나, '하루 한 번 이상 가족과 함께 식사를 한다'는 2019년과 2022년 각각 3.60±0.81점, 3.60±0.90점으로 유의적인 차이가 없었다. 하위 항목 중 '아침식사는 건강을 유지하고 과식을 피하게 한다'는 2019년 3.75±0.66점, 2022년 3.70±0.64점으로 2022년에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$). '아침식사를 챙겨먹고 규칙적으로 식사하는 편이다'는 2019년 3.71±0.83점, 2022년 3.67±0.86점으로($p<0.01$), '가족과 함께 식사하는 것은 식생활에서 중요한 의미를 갖는다'는 2019년 3.74±0.75점, 3.70±0.79점으로($p<0.01$), '건강을 위해서는 적정 체중을

유지해야 하므로 반드시 식사량을 조절해야 한다'는 2019년 3.63±0.75점, 2022년 3.56±0.76점으로($p<0.001$), '음식을 과식하지 않고 필요한 양만큼 섭취한다'는 2019년 3.65±0.71점, 2022년 3.56±0.74점으로($p<0.001$), '영양 균형을 위해 매끼니 다섯가지 기초식품군을 먹으려고 노력한다'는 2019년 3.53±0.76점, 2022년 3.43±0.76점으로($p<0.001$), '적절한 영양섭취를 위해 다양한 식품을 골고루 먹는다'는 2019년 3.58±0.72점, 2022년 3.50±0.73점으로($p<0.001$), '채소, 과일과 통곡류 등 건강에 좋은 농식품들을 알고 있다'는 2019년 3.60±0.67점, 2022년 3.47±0.69점으로($p<0.001$), '평소 채소, 과일과 통곡류 등을 많이 섭취한다'는 2019년 3.55±0.66점, 2022년 3.43±0.67점으로 2022년에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$).

'안전한 식생활' 항목의 전체 평균은 3.54±0.54점, 2019년 3.59±0.52점, 2022년 3.50±0.56점으로 2022년에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$). 총 4개의 모든 하위 항목에서 유의적인 차이를 보였다. '농식품의 생산, 유통, 소비단계에서의 유효요인에 대해 알고 있다'는 2019년 3.48±0.69점, 2022년 3.41±0.72점으로 2022년에 유의적으로 감소하였고($p<0.001$), '식품 선택 시 가격이나 맛보다도 안전성을 우선적으로 고려하는 편이다'는 2019년 3.60±0.79점 2022년 3.48±0.78점으로($p<0.001$), '농식품의 종류별로 안전한 보관방법 및 조리법을 알고 있다'는 2019년 3.47±0.78점 2022년 3.35±0.84점으로($p<0.001$), '상한 것이 의심되는 등 위해가능성이 있는 식품은 아까워도 섭취하지 않는다'는 2019년 3.82±0.73점 2022년 3.75±0.80점으로 2022년 COVID-19 기간에 유의적으로 낮은 점수를 보였다($p<0.001$).

'전통적 식생활' 항목의 전체 평균은 3.68±0.56점, 2019년 3.62±0.55점에서 2022년 3.73±0.57점으로 COVID-19 기간에 유의적으로 증가하였다($p<0.001$). '전통 식생활을 계승/발전하는 것이 필요하다'는 2019년 3.67±0.64점, 2022년 3.70±0.64점으로($p<0.05$), '김치와 장류를 직접 담그거나, 앞으로 만드는 법을 배워서 담가 먹을 예정이다'는 2019년 3.39±0.99점, 3.75±0.80점으로($p<0.001$), '밥 중심의 한국형 식생활은 건강에 도움이 된다'는 2019년 3.73±0.70점, 2022년 3.74±0.75점으로($p<0.05$), '밥 중심의 우리 음식을 먹으려고 노력한다'는 2019년 3.70±0.68점, 3.71±0.71점으로 2022년에 유의적으로 증가하였다($p<0.05$). 이와 같은 결과는 Shin PK 등(2020)의 한식의 체내대사에 미치는 영향에 관한 연구에서 대사관련 물질과 염증·면역 및 장내세균에 있어 한식 섭취 그룹에서 유의한 차이를 보였는데, COVID-19 기간에 건강과 면역력 향상에 관심이 증대되면서 가정에서의 식생활에서 전통 식생활의 인식 및 중요성이 높아진 것으로 판단된다.

Table 3. Comparison between 2019 and 2022 of eating habit competency index

Variables		2019 (n=6,176)	2022 (n=6,365)	Total (n=12,541)	t-value
Healthy diet	Breakfast keeps you healthy and avoids overeating.	3.75±0.66 ¹⁾	3.70±0.64	3.73±0.65	4.228***
	I eat breakfast and eat regularly.	3.71±0.83	3.67±0.86	3.69±0.84	2.958**
	Eating meals with the family has an important meaning in the diet.	3.74±0.75	3.70±0.79	3.72±0.77	2.877**
	Eating meals with the family (part of the family or the whole family) at least once a day.	3.60±0.81	3.60±0.90	3.60±0.86	-0.401 ^{NS}
	In order to be healthy, you need to maintain an appropriate weight, so you must control the amount of food you eat.	3.63±0.75	3.56±0.76	3.59±0.75	5.226***
	Eat as much food as you need without overeating.	3.65±0.71	3.56±0.74	3.60±0.73	7.045***
	Try to eat the five basic food groups at every meal for nutritional balance.	3.53±0.76	3.43±0.76	3.48±0.76	7.647***
	Eat a variety of foods for proper nutrition.	3.58±0.72	3.50±0.73	3.54±0.73	6.281***
	Knows healthy food sources such as vegetables, fruits and whole grains.	3.60±0.67	3.47±0.69	3.53±0.68	10.394***
Subtotal mean±S.D.	3.55±0.66	3.43±0.67	3.49±0.67	10.056***	
Safe diet	Subtotal mean±S.D.	3.63±0.45	3.56±0.48	3.60±0.47	8.539***
	Know the harmful factors in the production, distribution, and consumption stages of agri-food.	3.48±0.69	3.41±0.72	3.45±0.71	5.482***
	I tend to prioritize safety over price or taste when choosing food.	3.60±0.79	3.48±0.78	3.54±0.78	9.004***
	Knows safe storage methods and cooking methods for each type of agricultural food.	3.47±0.78	3.35±0.84	3.41±0.81	8.139***
Traditional diet	Do not consume potentially harmful foods, such as suspected spoilers.	3.82±0.73	3.75±0.80	3.79±0.77	4.987***
	Subtotal mean±S.D.	3.59±0.52	3.50±0.56	3.54±0.54	9.827***
	It is necessary to inherit/develop traditional food life.	3.67±0.64	3.70±0.64	3.57±0.91	-0.122*
	I'm going to make kimchi and Korean sauces myself or learn how to make them in the future.	3.39±0.99	3.75±0.80	3.54±0.78	-22.239***
Traditional diet	The Korean-style diet, in which rice is the main food, is beneficial to health.	3.73±0.70	3.74±0.75	3.74±0.73	-0.954*
	I try to eat our food that focuses on rice.	3.70±0.68	3.71±0.71	3.71±0.71	-0.791*
	Subtotal mean±S.D.	3.62±0.55	3.73±0.57	3.68±0.56	-10.087***
Total mean±S.D.		3.62±0.41	3.58±0.45	3.60±0.47	5.018***

¹⁾ Mean±S.D.

Likert Scale: 5 (strongly agreed)~1 (strongly disagreed).

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$, ^{NS} not significant.

4. 2019년도와 2022년의 소비자 시민역량 비교

조사대상 성인들의 소비자 시민역량 항목에 대한 결과는 Table 4와 같다. 소비자 시민역량 관련 항목의 총 평균은 3.52±0.43점, 2019년 3.57±0.42점, 2022년 3.48±0.43점으로 유의적인 차이를 보였다($p<0.001$). 하위 3 그룹의 평균은 ‘소

비자의 권익’ 3.51±0.50점, ‘소비자의 책임의식’ 3.58±0.44점, ‘소비자의 문제해결’ 3.43±0.56점으로 ‘소비자의 책임의식’이 가장 높은 값을 보였고, 하위 영역의 평균값이 COVID-19 기간인 2022년에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$). ‘소비자의 권익’ 항목의 전체 평균은 3.51±0.50점, 2019년 3.56±0.49

Table 4. Comparison between 2019 and 2022 of agrifood damage relief competency index

Variables		2019 (n=6,176)	2022 (n=6,365)	Total (n=12,541)	t-value
Consumer rights	Since agri-food is directly related to the health of the people, consumer rights related to agri-food should be strengthened first.	3.71±0.60 ¹⁾	3.68±0.61	3.73±0.60	3.597***
	Willing to join or sponsor citizens or consumer groups for the purchase/consumption of healthy agri-food products.	3.47±0.88	3.34±0.85	3.40±0.86	8.119***
	We must first purchase products from companies that produce or sell food with a sense of responsibility to society.	3.62±0.76	3.56±0.77	3.59±0.77	4.228***
	Agri-food companies are willing to participate in boycotts if they act that causes problems in the environment or society.	3.54±0.81	3.48±0.82	3.51±0.81	4.010***
	Dietary education can improve bad eating habits.	3.65±0.72	3.56±0.75	3.61±0.73	6.738***
	Willingness to receive dietary education to improve eating habits.	3.44±0.81	3.33±0.81	3.39±0.81	7.260***
	Promotional/campaign activities in various channels should be promoted to promote healthy eating habits.	3.54±0.71	3.38±0.73	3.49±0.73	7.251***
	I will participate in the five practical tasks promoted by the government: Eating Breakfast and Family Meal Day, gardening, eating vegetables and fruits, reducing food waste, and promoting consumption of low-fat livestock products.	3.58±0.72	3.50±0.73	3.44±0.72	9.420***
Subtotal mean±S.D.		3.56±0.49	3.47±0.51	3.51±0.50	9.589***
Consumer responsibility	Reducing food waste is a great help in preserving the environment and reducing waste of resources.	3.84±0.62	3.78±0.58	3.81±0.60	5.423***
	Do not leave food at home or in restaurants.	3.68±0.78	3.72±0.74	3.70±0.76	-2.496**
	Our (domestic/regional) agricultural products taste good and are good for health.	3.78±0.71	3.64±0.74	3.71±0.73	10.314***
	Buy domestic or regional ingredients even if they are expensive.	3.45±0.80	3.33±0.81	3.39±0.81	7.841***
	Consumption of eco-friendly agri-food benefits health and the environment.	3.58±0.73	3.45±0.79	3.51±0.76	10.087***
	When purchasing agricultural products, purchase eco-friendly agricultural products even if they are expensive.	3.31±0.82	3.20±0.86	3.25±0.84	7.247***
	Proper dining etiquette must be followed even in the face of changes in the social environment, such as the nuclear family and the increase in dining out.	3.66±0.66	3.57±0.68	3.62±0.67	7.594***
	Our family values dining etiquette and tries to keep it.	3.67±0.63	3.58±0.66	3.62±0.65	7.465***
Subtotal mean±S.D.		3.56±0.49	3.47±0.51	3.58±0.44	11.062***
Consumer problem solving	Counseling programs for companies, governments, and consumer groups are needed to purchase agricultural products and improve dietary life.	3.60±0.62	3.53±0.64	3.57±0.63	6.376***
	I will receive counseling (company, consumer group, government agency, etc.) if I have a problem with purchasing agricultural products or eating.	3.52±0.83	3.41±0.80	3.46±0.81	7.052***
	I know the procedure for receiving compensation in case of damage related to agricultural products.	3.35±0.81	3.19±0.85	3.27±0.84	11.036***
	If damage occurs in relation to agricultural products, I will take steps to obtain compensation.	3.48±0.72	3.37±0.73	3.42±0.73	7.871***
Subtotal mean±S.D.		3.49±0.56	3.38±0.56	3.43±0.56	10.997***
Total mean±S.D.		3.57±0.42	3.48±0.43	3.52±0.43	11.965***

¹⁾ Mean±S.D.

Likert Scale: 5 (strongly agreed)~1 (strongly disagreed).

** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

점, 2022년 3.47±0.51점으로 2022년 COVID-19 기간에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$). ‘농식품은 국민의 건강과 직결되므로 농식품 관련 소비자권리를 우선적으로 강화해야 한다’(3.71±0.60점; 3.68±0.61점), ‘건강한 농식품의 구입/소비를 위해 시민 또는 소비자단체에 가입하거나 후원할 의향이 있다’(3.47±0.88점; 3.34±0.85점), ‘사회에 대한 책임감을 갖고 먹거리를 생산하거나 판매하는 업체의 상품을 우선 구입해야 한다’(3.62±0.76점, 3.56±0.77점), ‘농식품 기업이 환경이나 사회에 문제를 일으키는 행동을 한다면 불매운동에 참여할 의사가 있다’(3.54±0.81점; 3.48±0.82점), ‘식생활교육은 잘못된 식습관을 개선할 수 있다’(3.65±0.72점; 3.56±0.75점), ‘식습관의 개선을 위해 식생활 교육을 받을 의향이 있다’(3.44±0.81점; 3.33±0.81점), ‘건강한 식습관을 제고시키기 위해 다양한 경로의 홍보/캠페인 활동이 추진되어야 한다’(3.54±0.71점; 3.38±0.73점), ‘정부에서 추진 중에 있는 아침밥 먹기 및 가족밥상의 날, 텃밭가꾸기, 채소과일먹기, 음식물쓰레기 줄이기, 축산물 저지방부위 소비촉진의 5대 실천과제에 참여하겠다’(3.58±0.72점; 3.50±0.73점)으로 2019년보다 2022년에 모두 유의적으로 감소하였다($p<0.001$).

‘소비자의 책임의식’ 항목의 전체 평균은 3.58±0.44점, 2019년 3.56±0.49점에서 2022년 3.47±0.51점으로 유의적 차이를 보였다($p<0.001$). 총 8개의 하위 항목 중 ‘음식물쓰레기 줄이기는 환경을 보전하고 자원 낭비를 줄이는 데 큰 도움이 된다’는 2019년 3.84±0.62점, 3.78±0.58점으로 유의적으로 감소하였다($p<0.001$). 그러나 ‘가정이나 식당에서 음식을 남기지 않는다’는 2019년 3.68±0.78점, 2022년 3.72±0.74점으로 2022년에 유의적으로 증가하였다($p<0.01$). 이외에 ‘우리(국내산/지역산) 농식품은 맛도 좋고, 건강에도 좋다’는 2019년 3.78±0.71점, 2022년 3.64±0.74점으로($p<0.001$), ‘국내산 또는 지역산 식재료가 가격이 비싸더라도 구입한다’는 2019년 3.45±0.80점, 2022년 3.33±0.81점으로($p<0.001$), ‘친환경 농식품 소비는 건강과 환경에 도움이 된다’는 2019년 3.58±0.73점, 2022년 3.45±0.79점으로($p<0.001$), ‘농식품 구입 시 친환경 농식품의 가격이 비싸도 구입한다’는 2019년에 3.31±0.82점, 2022년 3.20±0.86점으로($p<0.001$), ‘핵가족화와 외식 증가 등의 사회 환경 변화 속에서도 올바른 식사예절은 지켜져야 한다’는 2019년 3.66±0.66점, 2022년 3.57±0.68점으로($p<0.001$), ‘우리가족은 식사예절을 중시하고 지키려고 노력한다’는 2019년 3.67±0.63점, 2022년 3.58±0.66점으로 COVID-19 기간인 2022년에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$).

‘소비자의 문제해결’ 항목의 전체 평균은 3.43±0.56점이며, 2019년 3.49±0.56점, 2022년 3.38±0.56점으로 유의적 차이를 보였다($p<0.001$). ‘농식품 구입 및 식생활 개선을 위해

기업·정부·소비자단체 등의 상담 프로그램이 필요하다’는 2019년 3.60±0.62점, 2022년 3.53±0.64점으로($p<0.001$), ‘농식품 구입 또는 식생활에서 문제가 발생하면 상담을 받을 것이다’는 2019년 3.52±0.83점, 2022년 3.41±0.80점으로($p<0.001$), ‘농식품과 관련하여 피해가 발생할 경우 보상받기 위한 절차를 알고 있다’는 2019년 3.35±0.81, 2022년 3.19±0.85점으로($p<0.001$), ‘농식품과 관련하여 피해가 발생하면 보상받기 위한 절차를 밟을 것이다’는 2019년 3.48±0.72점, 2022년 3.37±0.73점으로 2019년보다 2022년에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$).

요 약

본 연구는 COVID-19 이전 2019년과 COVID-19 기간인 2022년의 식품소비행태조사 원시자료를 이용하여 성인의 농식품 소비역량지수 변화 추이를 분석하여, 향후 지역농식품 비즈니스 활성화를 위한 소비자의 소비환경 파악과 정책 수립을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

본 연구의 주요한 연구 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 조사대상자의 농식품 소비자역량 점수는 2019년 71.58점, 2022년 70.33점으로 2022년에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$). 둘째, 농식품구매역량 18항목의 총 평균을 비교한 결과 2019년보다 2022년에 유의적으로 역량점수가 낮게 나타났다($p<0.001$). 농식품 표시이용 하위 역량 중 ‘농식품 구입 시 GAP, HACCP 인증은 안전한 식품을 선택하는 데 도움이 된다’와 ‘농식품 구입 시 안전한 식품을 구입하기 위하여 GAP, HACCP 인증 제품을 우선적으로 구입한다’를 제외한 모든 문항에서 2022년에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$). 농식품 정보활용은 ‘농식품을 구입할 때 필요한 정보를 검색하는 방법을 잘 알고 있다’와 ‘건강한 농식품 소비를 위해 객관적이고 정확한 정보를 활용하여 바람직한 식품을 선택하고 있다’를 제외한 모든 항목에서 2019년에 비해 COVID-19 기간인 2022년에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$). 농식품 구매환경은 ‘거주지 근거리에 식료품점이 충분히 존재하며 식품을 구입하고 조리하는 데 신체적 어려움이 없다’를 제외한 모든 항목에서 2022년 COVID-19 기간에 유의적으로 감소하였다($p<0.05$). 셋째, 식생활 역량 항목의 총평균은 2019년도 비교시 2022년에 유의적으로 낮은 결과를 보였다($p<0.001$). 건강한 식생활 항목 중 ‘하루 한 번 이상 가족과 함께 식사를 한다’를 제외한 모든 항목에서 2022년에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$). 안전한 식생활 항목의 전체 평균은 3.54±0.54점이었고, 2019년에 비해 2022년에 유의적으로 감소하였다($p<0.001$). 반면, 전통식생활 항목은 2022년도에 유의적으로 증가하였다($p<0.001$). 넷째, 소비자 시민역량에

있어서도 2019년에 비해 2022년에 유의적으로 낮은 결과를 보였고($p < 0.001$), 총 20항목에서 COVID-19 기간인 2022년에 유의적으로 감소하였다. 이상의 결과로 볼 때, COVID-19와 같은 팬데믹 상황에서 농식품에 대한 소비자 역량지수는 감소하는 경향을 확인하였다. 농식품 소비자 역량지수는 우리나라 국민을 표본으로 모집하여 가중치를 적용한 분석으로써 우리나라 국민의 대표성을 확보했다는 강점이 있다. 또한 농식품 선택 및 구매, 조리 및 섭취, 시민으로서의 권리와 책임에 대하여 종합적으로 평가할 수 있는 지표로써 본 결과는 소비자들의 구매 및 소비행태를 이해할 수 있는 데이터로 향후 지역 농산물을 이용한 로컬창업과 소비자대상의 마케팅의 자료로 이용될 수 있다는 점에서 연구의 의의가 있다. 다만 본 연구에서 사용된 식품행태조사는 횡단 연구로 원인과 결과의 관계 도출에 한계점이 있다는 점과 소비자 역량지수와 함께 식생활 변화 요인들과의 탐색적 분석이 추가로 수행되어야 할 것으로 사료된다.

REFERENCES

- Chae JH, Ha JH, Kim CH, Wi TS (2021) A study on changes in agrifood behavior of consumer after COVID-19. Abstract page 421-422 presented at Korea Food Marketing Association, Jeonju, Korea.
- Hong JS (2022) Becoming a local culture and lifestyle content industry: Yeonnam-dong and Yeonhui-dong become local business platforms. Korea Research Institute for Human Settlements. Jul(489): 60-67.
- Jung DE, Lee CS, Yang SB (2023) A study on the perception and improvement of country-of-origin label on agrifood. Korean Journal of Food Marketing Economics 40(2): 1-20.
- Kim EK, Kwon YS, Lee DE, Jang HJ, Park YH (2021) Agrifood consumer competency index and food consumption behaviors based on the 2019 Consumption Behaviors Surve for Food. J Nutr Health 54(2): 199-210.
- Kim JH, An JAR, Min P, Bitton A, Gawande AA (2020) How South Korea responded to the COVID-19 outbreak in Daegu. NEJM Catal Innov Care Deliv 1(4): 1-14.
- Kim MR (2023) Analysis of agrifood consumer competency and dietary satisfaction according to household type using the Consumer Behavior Survey for Food. J Korean Soc Food Sci Nutr 52(4): 414-425.
- Kim SH, Lee KI, Heo SY (2018) Food consumption behavior and purchase trend for vegetables in Korea. Horti Sci Technol 36(Suppl I): 34.
- Kim YS (2021) A project on development of HMR using local foods to increase local food consumption. J FoodServ Safety 2(2): 78-83.
- Korea Rural Economic Institute (2023) Consumer Behavior Survey for Food. <https://krei.re.kr> (accessed on 5. 6. 2023).
- Lee HJ (2021) Market segmentation by level of change in food expenditure per channels since the COVID-19 outbreak: An analysis of consumers in their 20's to 50's. Consumer Policy and Education Review 17(2): 1-28.
- Lee KI, Ban HJ, Park KH, Hwang YJ (2014) Development and measurement of the index of agrifood consumer competency index. Journal of Rural Development 37(3): 59-77.
- Shin PK, Chun SK, Kim MS, Park SJ, Kim MJ, Kwon DY, Kim KC, Lee HJ, Choi SW (2020) Traditional Korean diet can alter the urine organic acid profile, which may reflect the metabolic influence of the diet. J Nutr Health 53(3): 231-243.
- Shon SH (2018) The effects on the purchase type and willingness to pay of local agricultural product brand -Focusing on Yeosu sweet potato- Journal of the Korean Society of Design Culture 24(1): 313-327.
- Sim MY (2020) Psychological effects of the coronavirus disease 2019 pandemic. Korean J Med 95(6): 360- 363.
- Statistics Korea (2022) Korean Social Trends 2022. <https://kostat.go.kr> (accessed on 22. 7. 2023).
- Woo HB (2023) Demographic components of population aging in South Korea. Health and Social Welfare Review 43(1): 50-68.

Date Received Jul. 31, 2023
 Date Revised Aug. 29, 2023
 Date Accepted Aug. 29, 2023