



기후솔루션 저탄소 식단과 기후위기 영향 세그멘테이션 조사 보고서

2025. 06.



CONTENTS

기후솔루션 저탄소식단과 기후위기 영향 조사

Part I	조사배경 및 개요	03
	1. 조사 배경	04
	2. 조사 개요	05
Part II	조사 결과	06
	1. 주요 결과 요약	07
	2. 결과 분석	11
Part III	유형화(Segmentation) 분석	63
	1. 유형화 개요	64
	2. 소비자 유형	76
	3. 유형별 정보 인식 및 행동 변화 양상	107
	4. 유형별 커뮤니케이션 전략	112

PART

조사배경 및 개요

- 1. 조사 배경
- 2. 조사 개요

1. 조사 배경

- 식품과 농업 분야는 전 세계 온실가스 배출량의 약 30%를 차지하고 있어 기후위기 대응에 중요한 영역임 (FAO, 2024)¹.
- 국내외에서 온실가스 감축을 위한 대응으로 저탄소 푸드 시스템에 대한 관심이 모아지며 이에 대한 대응의 하나로 대체식품에 대한 연구개발도 주목을 받고 있는 상황.
- 지속가능한 식품시스템 구축과 농식품 분야의 온실가스 감축을 위해 소비자의 기후위기 인식을 조사하고, 감축 수단에 대한 인식 및 실천 의향을 조사함.

기후위기 대응을 위한 **"저탄소 식단"** 활성화가 필요한 시점

1



식품과 농업
전 세계 온실가스
배출량의 30%를 차지

2



먹거리가 기후에
미치는 영향에 대한
사회적 인식 파악

3



저탄소 식단 및 대체식품에
대한 소비자 인식 및 수용성
파악

2. 조사 개요

01

모집단



- 전국 만 18세 이상 남녀

02

표집틀



- 한국리서치 마스터샘플(2025년 3월 기준 전국 약 97만 명)

03

표집 방법



- 지역별, 성별, 연령별 기준 비례할당추출

04

표본크기



- 2,000명

05

표본오차



- 무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 2.2\%p$

06

조사 방법



- 웹조사(휴대전화 문자와 이메일을 통해 url 발송)

07

가중치 부여방식



- 2025년 2월 행정안전부 발표 주민등록 인구 기준 지역별, 성별, 연령별 가중치 부여(셀가중)

08

조사일시



- 2025. 03. 11. ~ 03. 17.

09

조사 기관



- (주) 한국리서치

PART

조사 결과

1. 주요 결과 요약

2. 결과 분석

- 1) 기후위기 인식과 태도
- 2) 건강한 식생활, 식품소비 행태
- 3) 육류 소비, 채식주의 등 식습관
- 4) 식량과 기후위기 간의 연관성
- 5) 저탄소 식단 인식과 실천 의향
- 6) 대체식품 인식과 실천 의향
- 7) 배양육 인지도와 소비 의향
- 8) 대체식품·저탄소 식단 확산 정책
- 9) 정보 접근성과 미디어 소비

1. 주요 결과 요약

01 \ 기후위기 인식 경향

- **(기후위기 문제 인식)** 우리 사회가 직면한 여러 문제 중 10명 중 9명(91%)이 기후위기를 중요한 문제로 인식하고 있고(최우선 해결 34%, 중요하지만 최우선 해결 아님 57%), 90%가 기후위기에 관심을 표명함(매우 관심 있다 20%, 어느 정도 관심 있다 70%). 우리 사회에서 기후위기는 중요하게 해결해야 하는 문제이나 저출생·고령화(67%), 국가안보(51%) 등에 비해 최우선 해결과제는 아니라는 인식임(34%).
- **(심각성)** 국내(88%)와 전 세계적 차원(95%)에서 기후위기의 심각성은 모두 높은 가운데, 전세계적인 차원에서 더 큰 우려를 보임. 현재(81%)보다 내 미래(91%), 미래 세대(95%)을 더 크게 걱정하고 있음.
- 기후위기를 충분히 심각한 문제로 인식하며, 자신뿐만 아니라 미래세대까지도 위협하고 있는 문제라고 생각함. 기후위기 극복을 위한 노력 주체에 대해 나 자신과 환경단체/시민단체는 과반이 적극적으로 노력한다고 인식함. 반면, 정부기관, 기업, 농업·축산업 종사자에 대해서는 노력한다는 인식이(어느 정도 노력+적극적인 노력) 모두 30~40% 수준에 그치며 전반적으로 미흡하다고 평가함.

02 \ 식품 소비 현황 및 기후위기와의 연관성

- **(기후 변화와 식량 부족 문제)** 기후 변화로 인해 우리나라에 식량이 부족하지 않을 것이라는 주장에 71% 동의하지 않음. 기후변화가 식량 부족 사태를 야기할 수 있다는 인식임. 이러한 상황에서 10명 중 9명 이상이 기후위기 발생 요인으로 일회용품 사용(94%)과 음식물 쓰레기(90%)를 강력하게 지목하는 가운데, 일반 소비자 역시 음식물 쓰레기 줄이기(58%, 1+2+3순위), 다회용기 사용(53%) 등을 실천해야 할 주요 활동으로 인식함. 즉, 대체식품 도입이나 채식 위주의 식사 등 식단 변화와 관련한 직접적인 실천 항목의 중요성은 상대적으로 낮게 평가됨.
- **(육류 섭취)** 10명 중 9명 가량이 공장식 축산업 및 육류 소비 증가를 기후위기 발생 요인으로 지목함. 그럼에도 우리나라 사람들의 육류 섭취율은 90% 이상으로 높고(적색육 90%, 백색육 92%), 자신을 채식주의자로 인식하는 사람들(비건, 락토-오보, 페스코)도 식품군을 가리지 않고 고루 섭취하고 있음.
- **(식품 구매)** 식품 구매 시 중요시하는 요소는 신선도(47%, 1+2+3순위)와 가격(47%)이 가장 높으며, 환경 친화적 포장/생산방식(12%)이나 윤리적 요소(동물복지 7%, 비건 인증 2%)는 우선순위가 낮음. 아직까지 환경적 가치보다는 개인적 이득이 식품 소비 결정에 더 큰 영향을 미치고 있음을 시사함.
- 축산업과 육식이 온실가스 배출을 통해 기후위기를 가속화하는 주요 원인으로 지목함에도 불구하고, 소비자들은 이를 소비 행태로 실천하지 않는 경향이 뚜렷함. 이로 인해 식생활이나 식품 소비가 기후위기와 직접적으로 연관 있다는 인식은 상대적으로 낮은 수준에 머무름.

03 \ 저탄소 식단 인식 및 실천

- **(인지도 및 이해도)** 탄소 배출을 최소화하는 저탄소 식단에 관한 인지도는 37%로, 정확한 개념 이해가 부족한 상황임. '저탄소 식단'이라는 용어를 '저탄수화물, 저지방 식단(27%)'이나 '소식하는 식사(24%)', '저칼로리 식단(13%)'과 혼동하는 경우도 있음.
- 정보 습득 경로는 주로 '텔레비전(41%)'과 '유튜브(39%)'인 반면, '정부·지자체·환경단체의 교육·캠페인(17%)'을 통한 정보 습득은 상대적으로 낮음.
- **(실천 현황 및 만족도)** 저탄소 식단 실천 경험은 33%로 아직 낮은 수준이나, 실천자의 만족도는 96%로 매우 높음. 실천 방식은 '음식물 쓰레기 줄이기(78%)', '직접 조리(65%)', '로컬푸드 소비(51%)' 순으로, 직접적인 '육류 소비를 줄이고 채식 위주의 식사(45%)'보다 간접적인 방식을 선호함.
- **(실천 동기 및 장벽)** 저탄소 식단 실천 이유는 '환경 보호(73%, 1+2+3순위)'와 '건강관리(69%)'이며, 실천하지 않는 이유로는 '기존 식단 익숙함(50%)', '맛/식감 우려(36%)', '가격 부담(35%)' 등을 지목함. 습관적 요인과 경제적/실용적 요인이 주요 장벽임.

04 \ 대체단백질 및 배양육 수용성

- **(인지도 및 경험)** 대체단백질 유형별 인지도는 '식물성 단백질(61%)', '식용곤충(51%)', '미생물 발효(34%)' 순으로 전통적 대체식품에 비해 첨단 기술 기반 식품의 인지도가 낮음. 배양육은 10명 중 3명(31%) 가량이 알고 있다고 답해, 상대적으로는 적은 수치이나 배양육이 상용화 단계에도 있지 않은 상황에서 30% 이상 알고 있다는 것은 적은 수치로만 보기 어려움.
- **(한계점)** 대체단백질·배양육을 섭취하지 않거나 이들 식품에 우려하는 바는 맛이나 식감의 불만족, 안전 및 신뢰 부족, 비싼 가격, 낮은 접근성 정도임.
- **(구매/섭취 의향 및 개선 과제)** 대체식품 섭취 의향은 60%, 배양육 구매/섭취 의향은 51%로 과반임. 대체식품 시장 확대를 위해서는 품질 개선, 신뢰도 증진, 가격 합리화, 접근성 증대가 필수적임.

05 \ 정책 홍보 및 커뮤니케이션 전략

- **(정보 확산 필요성 및 역할 수행 주체)** 음식 소비가 기후위기에 미치는 영향에 관한 정보가 많이 알려져야 한다는 데 91%가 동의함. 이를 위해서 '중앙정부(68%, 1+2+3순위)', '식품 생산·제조·유통·판매 기업(63%)', '지방자치단체(37%)'와 같이 정부와 기업이 정책적·산업적으로 주도해야 한다는 인식이 강함. '일반 시민/소비자(46%)' 역시 40% 이상이 노력해야 한다는 인식임.
- 대체식품 및 저탄소 식단도 정보 확산 필요성에 81%가 공감함. 주요 역할 주체로 '중앙정부(68%)', '식품 생산·제조·유통·판매 기업(63%)', '소비자(46%)' 순으로 정책 및 산업적인 노력이 중요하다는 인식임.
- 정부 정책으로는 '가격 안정화 및 가격 지원 정책(57%)', '대중 인식 개선 캠페인 및 교육 프로그램(46%)', '저탄소 식품/로컬푸드 접근성 강화(39%)' 등을 선호함. 탄소 배출량 높은 식품에는 추가 세금 부과보다 시설 개선/기술 개발을 위한 보조금 지원(83%)이 필요하다는 인식임.
- **(홍보를 위한 효과적인 매체 및 콘텐츠 형식)** 평소 '유튜브(61%)'와 '텔레비전(60%)'을 주요 정보 습득 채널로 활용하고 있으며, 콘텐츠 형식으로는 '숏폼 영상(56%)'을 가장 선호함. 최근 1년 사이에 기후위기, 채식 관련 콘텐츠를 다수가 접한 가운데 이것이 자신의 행동에 어떠한 영향을 미쳤다는 응답은 48%임. 관련 콘텐츠를 접한 후 '음식물 쓰레기 줄이기'를 실천한 사람은 70%, '육류 줄이고 채식 위주의 식사(25%)', '친환경 인증 식품/식재료 구매(25%)', '대체식품 구매/섭취(13%)' 응답은 비교적 낮은 수준임. 정리하면 정보 접근과 실제 행동 변화 사이에는 간극이 존재하고, 특히 식습관 변화와 같이 직접적인 행동 변화보다는 음식물 쓰레기 감소 등 간접적 실천의 비율이 높음.

06 \ 시사점

- 인식과 실천의 괴리, 환경적 식습관의 구조적 진입 장벽 존재**
 - 국민 대다수가 기후위기와 식량위기의 심각성을 인식하고 있으나, 육류 소비 절감이나 저탄소 식단 실천 및 대체식품 섭취 경험 낮음.
 - 이는 단순한 무관심보다는, 기존 식습관에 대한 심리적 익숙함, 맛/가격/정보 접근성 등 구조적 진입 장벽에 기인함.
- 환경 가치보다 개인 효용이 우선되는 식품 선택 기준**
 - 식품 구매 시 신선도나 가격이 가장 중요한 요소이고, 환경적 가치나 윤리성(비건 인증, 동물복지 등)은 후순위로 밀림.
- 저탄소 식단&대체식품=기후위기 대응 수단이라는 개념 정착하지 않아**
 - '저탄소 식단' 개념 자체에 대한 이해도 낮고, '대체식품'이 기후 위기 해결책임을 인식하지 못하는 비율이 높음.
 - 실제 섭취 이유도 환경보다는 맛, 건강관리 목적에 집중됨.
- 정보의 바다 속에서 실천으로 이어지지 않는 커뮤니케이션의 아쉬움**
 - 유튜브나 TV 등을 통해 기후 및 식단 관련 콘텐츠는 접하지만, 기후환경을 위한 실천은 절반 수준임.
 - 특히, 직접적인 식습관 변화보다 간접적인 실천 행태(음식물 쓰레기 줄이기 등)의 모습을 보임.
- 소비자의 자발성만으로는 한계, 정책적 개입의 필요성 부각**
 - 정부·기업의 정책적 유도, 정보 제공, 산업적 지원 없이는 소비자의 실천 확산에 한계가 있으며, 구조적 장벽을 해소할 수 있는 제도적 보완과 커뮤니케이션 전략이 병행되어야 함.

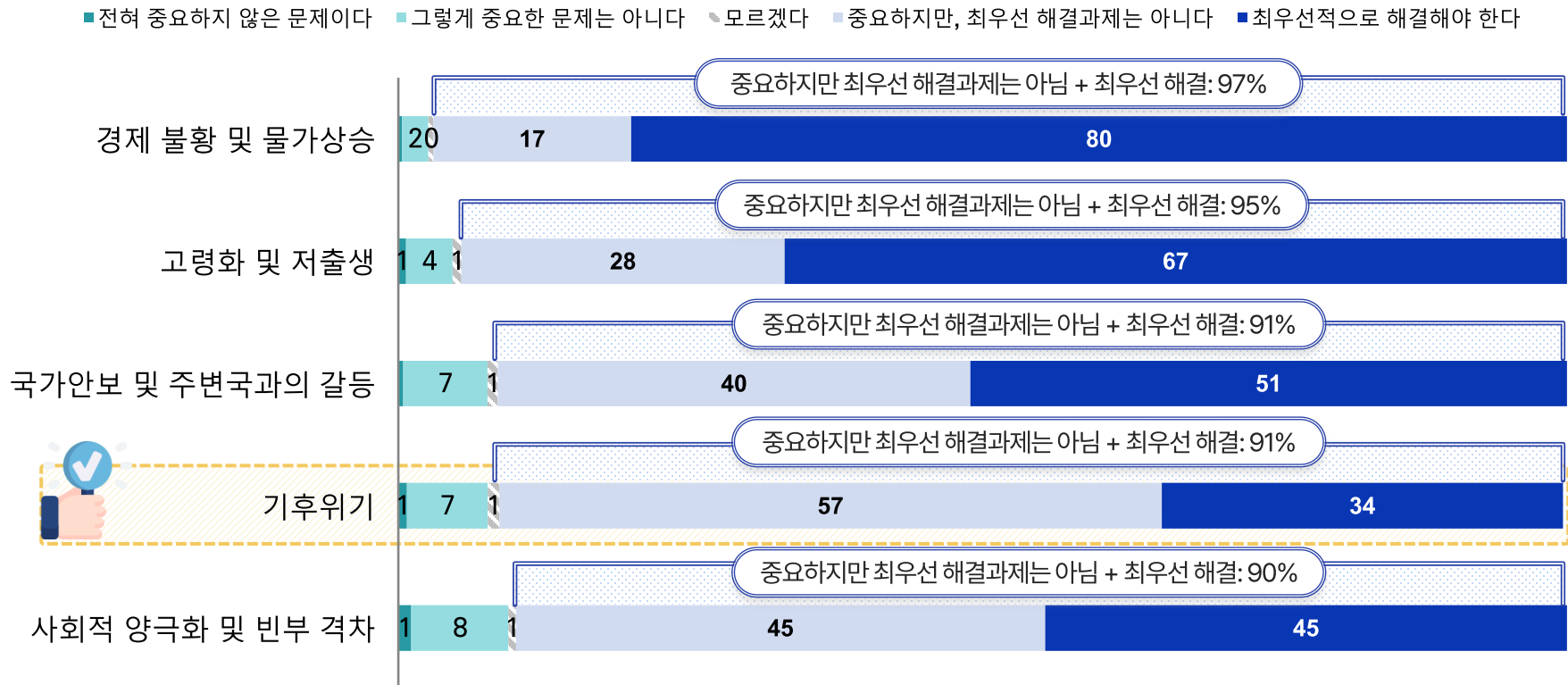
2. 결과 분석 - 1) 기후위기 인식과 태도

기후위기는 '최우선적으로 해결해야 한다'는 응답이 34%로, 경제 불황(80%), 고령화/저출생(67%), 국가안보(51%), 사회적 양극화(45%) 중 가장 낮음. 다만 '중요하지만 최우선 해결과제는 아니다(57%)'라는 응답까지 합하면 전체 91%가 기후위기를 중요한 문제로 인식하고 있음.

기후위기가 '중요한 문제가 아니다(전혀 중요한 문제 아님+그렇게 중요한 문제 아님)'라는 응답은 8%에 불과함.

기후위기는 충분히 심각한 해결 과제임을 인식

[Base: 2,000명, 단위: %]



Q. 우리나라가 직면한 다음 각각의 문제에 대해 어떤 의견이십니까?

기후위기 관심도는 90%(매우 관심 20%, 어느 정도 관심 70%)로 매우 높은 수준임. 기후위기에 관심 없는 사람은 10%에 그침.

기후위기 심각도는 우리나라 88%, 전 세계 95%로 국지적인 문제를 넘어서서 전 세계 차원의 문제라는 인식임.

특히 '매우 심각하다'는 인식이 우리나라 29%, 전 세계 62%로 글로벌 차원의 심각성을 더 강하게 인식함.

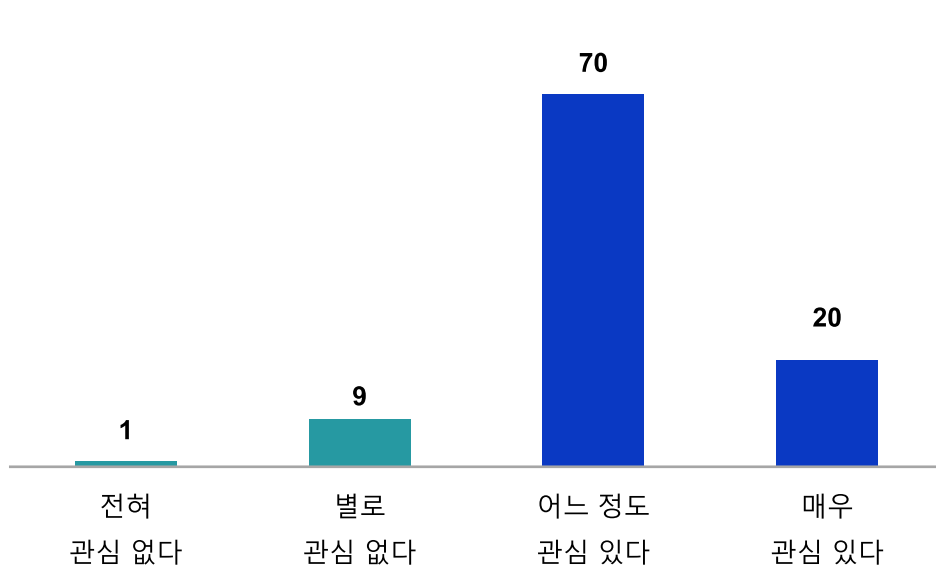
심각하지 않다는 응답은 우리나라 11%, 전 세계 4%에 그치는 수준임.

기후위기 관심도

[Base: 2,000명, 단위: %]

관심 없다(①+②) : 10%

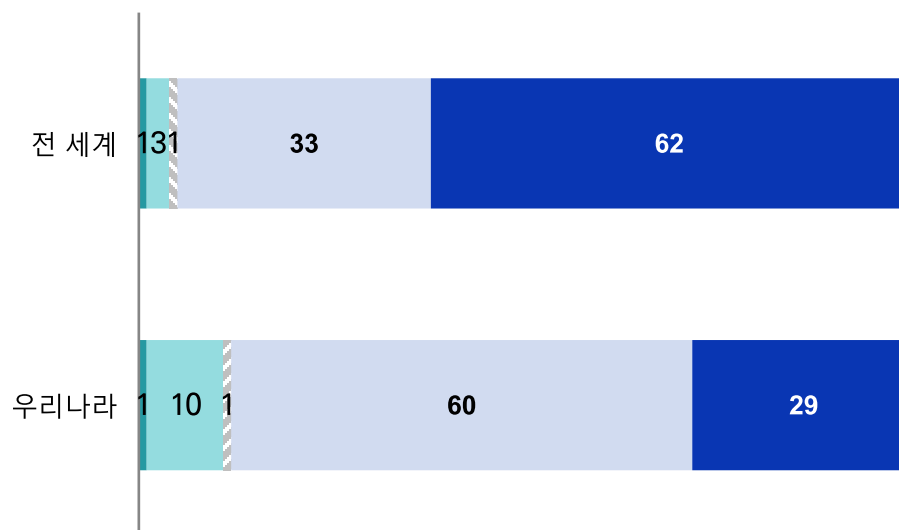
관심 있다(③+④) : 90%



기후위기 심각성 인지

[Base: 2,000명, 단위: %]

■ 전혀 심각하지 않다 ■ 심각하지 않은 편이다 ■ 모르겠다
■ 심각한 편이다 ■ 매우 심각하다



Q. 평소 기후위기에 얼마나 관심이 있습니까?

Q. 기후위기가 얼마나 심각하다고 생각하십니까? 다음 각각에 대해 답변해 주세요.

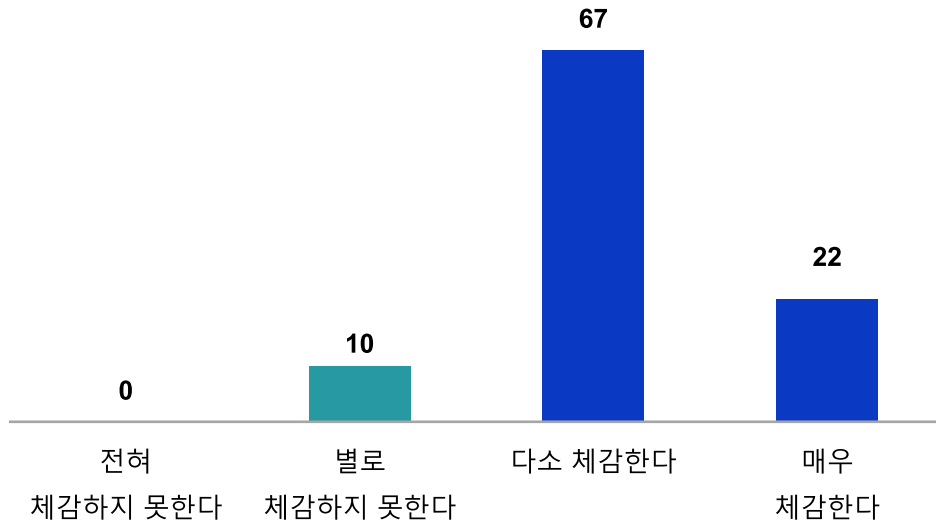
일상생활에서 기후위기를 체감하는 사람은 89%(매우 체감 22%, 다소 체감 67%)로 다수임. 11%만이 체감하지 못한다고 답함.

기후위기 체감도

[Base: 2,000명, 단위: %]

체감하지 못한다(㉠+㉡) : 11%

체감한다(㉢+㉣) : 89%



Q. 일상생활에서 기후위기를 얼마나 체감하고 있습니까?

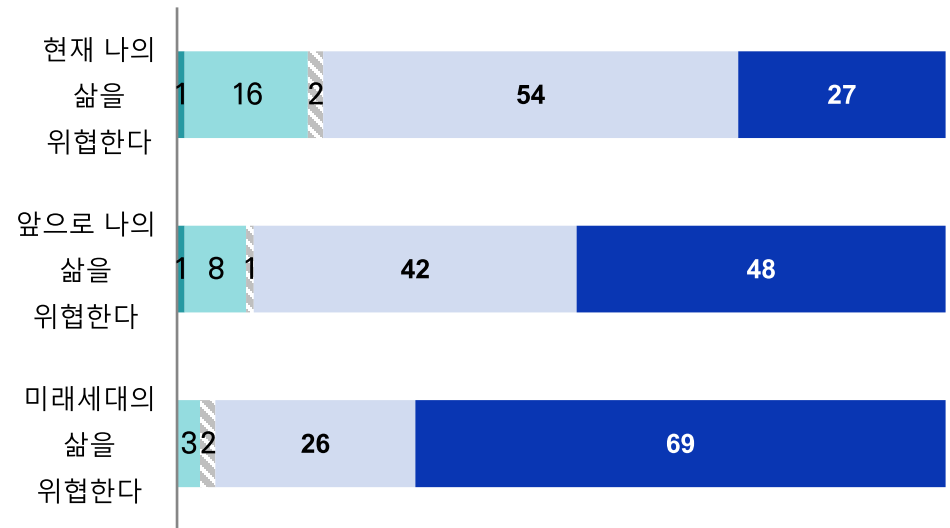
기후위기가 '현재 나의 삶을 위협'한다는 인식 81%, '앞으로 나의 삶을 위협'한다는 인식 91%, '미래세대의 삶을 위협'한다는 인식은 95%로 가장 높음. 나의 삶과 미래세대의 삶을 위협한다는 데 대다수가 공감하는 가운데 특히 미래세대의 삶을 우려하는 응답이 가장 높음.

기후위기가 삶을 위협한다는 데 '전적으로 동의'하는 응답도 나의 삶 27%, 나의 미래 48%, 미래세대 69%로 미래세대에서 가장 높음.

기후위기 영향력-나와 미래세대의 삶 위협

[Base: 2,000명, 단위: %]

■ 전혀 동의하지 않는다 ■ 동의하지 않는 편이다 ■ 모르겠다
■ 동의하는 편이다 ■ 전적으로 동의한다

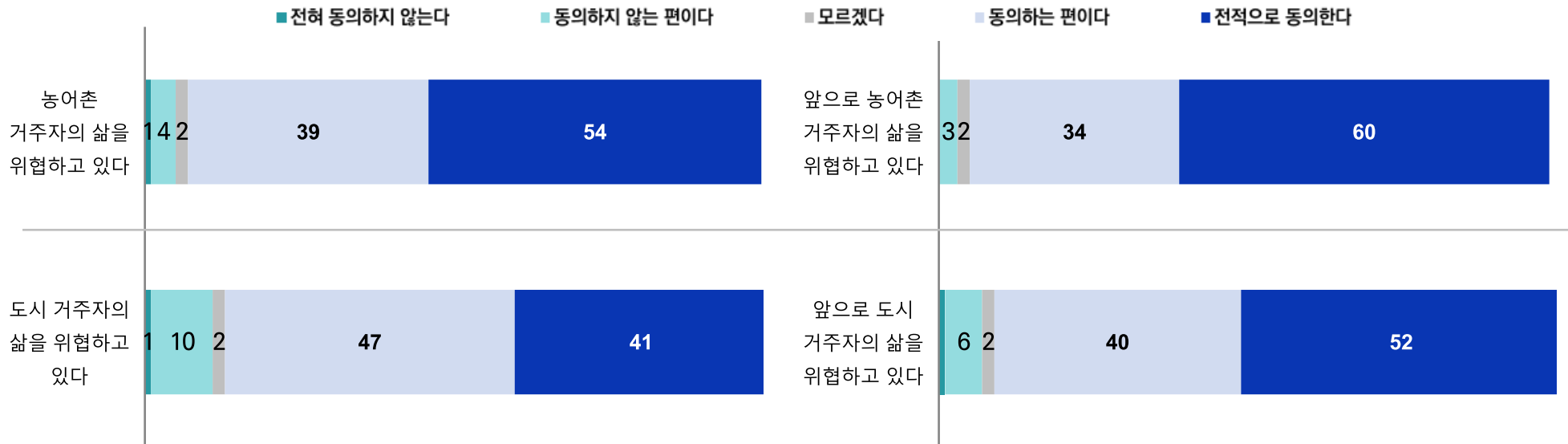


Q. 기후위기의 영향력에 대해 어떻게 생각하십니까?

지역별로는 기후위기의 '농어촌 거주자' 삶에 대한 위협(현재 93%, 미래 94%)이 '도시 거주자' 삶에 대한 위협(현재 87%, 미래 91%)보다 더 심각하다고 평가함. 기후위기가 농어촌 거주자의 삶은 위협한다는 데 '전적으로 동의'하는 응답은 현재(54%)와 미래(60%) 모두 과반임.

기후위기 영향력-도시, 농어촌 거주자의 삶 위협

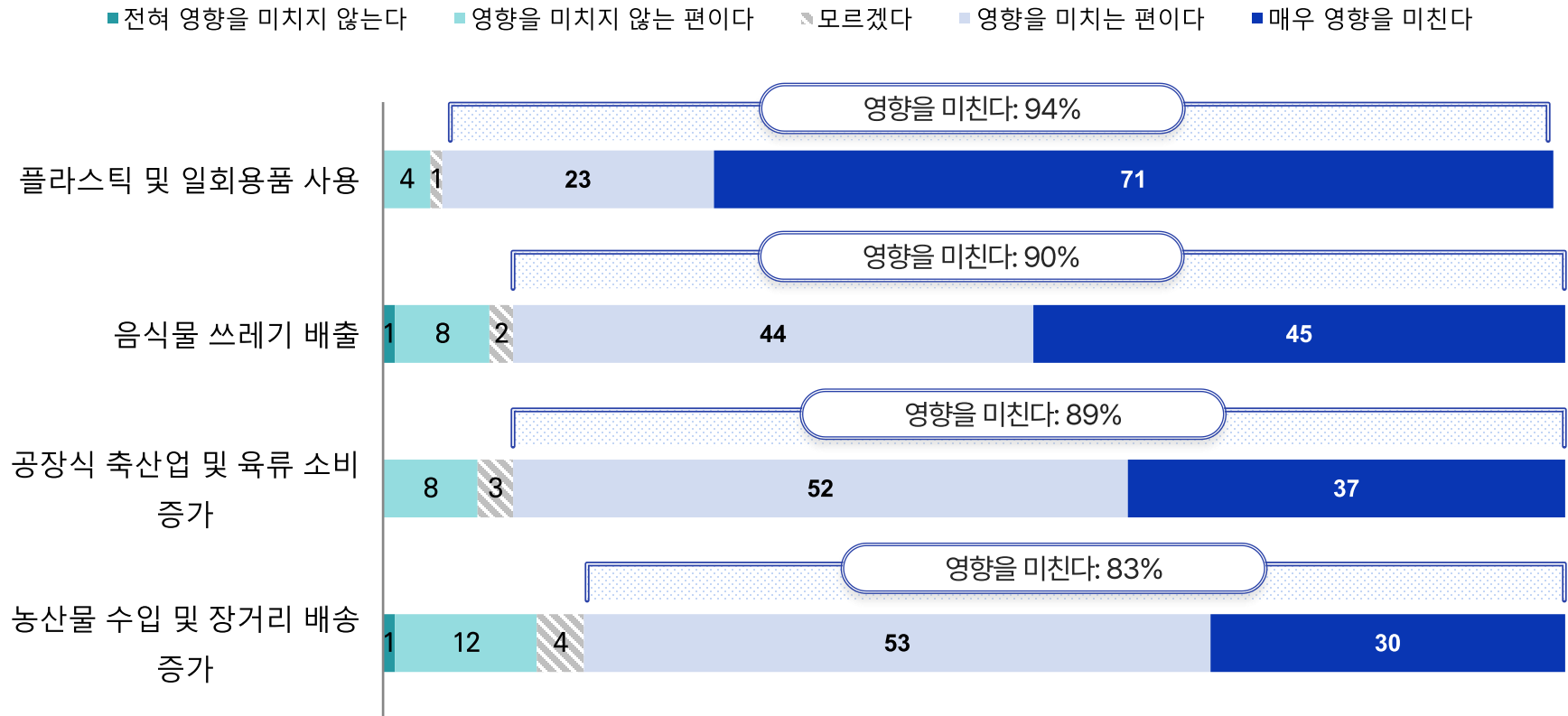
[Base: 2,000명, 단위: %]



- 10명 중 8-9명은 '공장식 축산업 및 육류 소비 증가(89%, 매우 영향을 미친다+영향을 미친다)', '농산물 수입 및 장거리 배송 증가(83%)'가 기후위기에 영향을 준다고 인식함. 특히 기후위기에 매우 큰 영향을 미친다고 인식한 비율은 3-40% 수준임
- '플라스틱 및 일회용품 사용(94%)'과 '음식물 쓰레기 배출(90%)'도 기후위기 요인으로 지목함.

기후위기에 영향을 미치는 농업·식량 관련 요인

[Base: 2,000명, 단위: %]



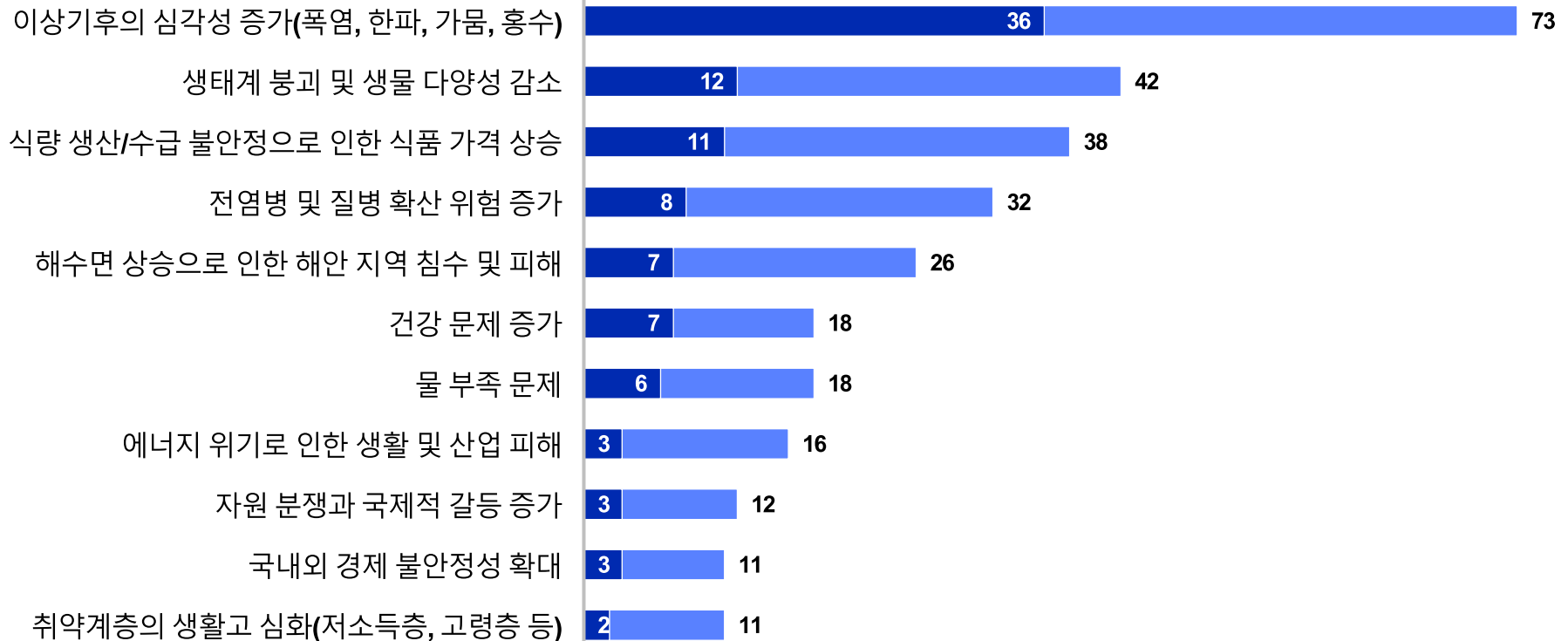
Q. 다음 농업 식량 관련 요인들이 기후위기에 얼마나 영향을 미친다고 생각하십니까?

- | 기후위기로 인해 '식량 생산/수급 불안정으로 인한 식품 가격 상승'을 우려하는 사람은 38%임(1+2+3순위).
- | '이상기후 심각성 증가(폭염, 한파, 가뭄, 홍수)(73%)', '생태계 붕괴 및 생물 다양성 감소(42%)' 다음으로 우려가 큼.

기후위기로 인한 우려 상황

[Base: 2,000명, 복수응답, 단위: %]

■ 1+2+3순위 ■ 1순위



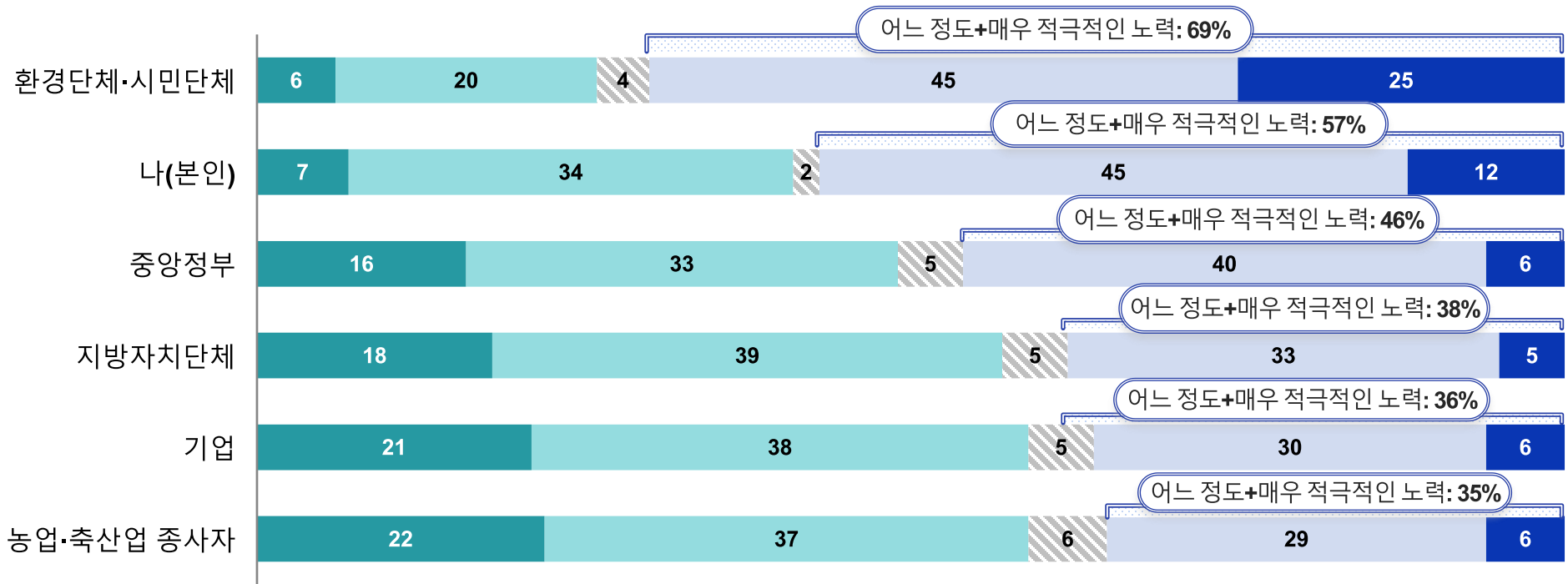
Q. 기후위기로 인해 우려하는 상황은 무엇입니까? 가장 우려가 되는 순서대로 최대 3개까지 선택해 주세요.

기후위기 극복을 위한 '환경단체·시민단체'의 노력을 가장 높게 평가함(69%, 어느 정도+매우 적극). 이어서 '나(본인)'(57%), '중앙정부'(46%), '지자체'(38%), '기업'(36%), '농업·축산업 종사자'(35%) 순으로 노력하고 있다는 인식임. '환경단체'와 '나 자신'의 노력은 과반이나 이외 조직들의 노력은 미비하다는 평가임(약간 노력+전혀 노력하지 않음).

기후위기 극복을 위한 주체별 노력 인식

[Base: 2,000명, 단위: %]

■ 전혀 노력하지 않음 ■ 약간 노력함 ■ 모르겠다 ■ 어느 정도 노력함 ■ 매우 적극적으로 노력함

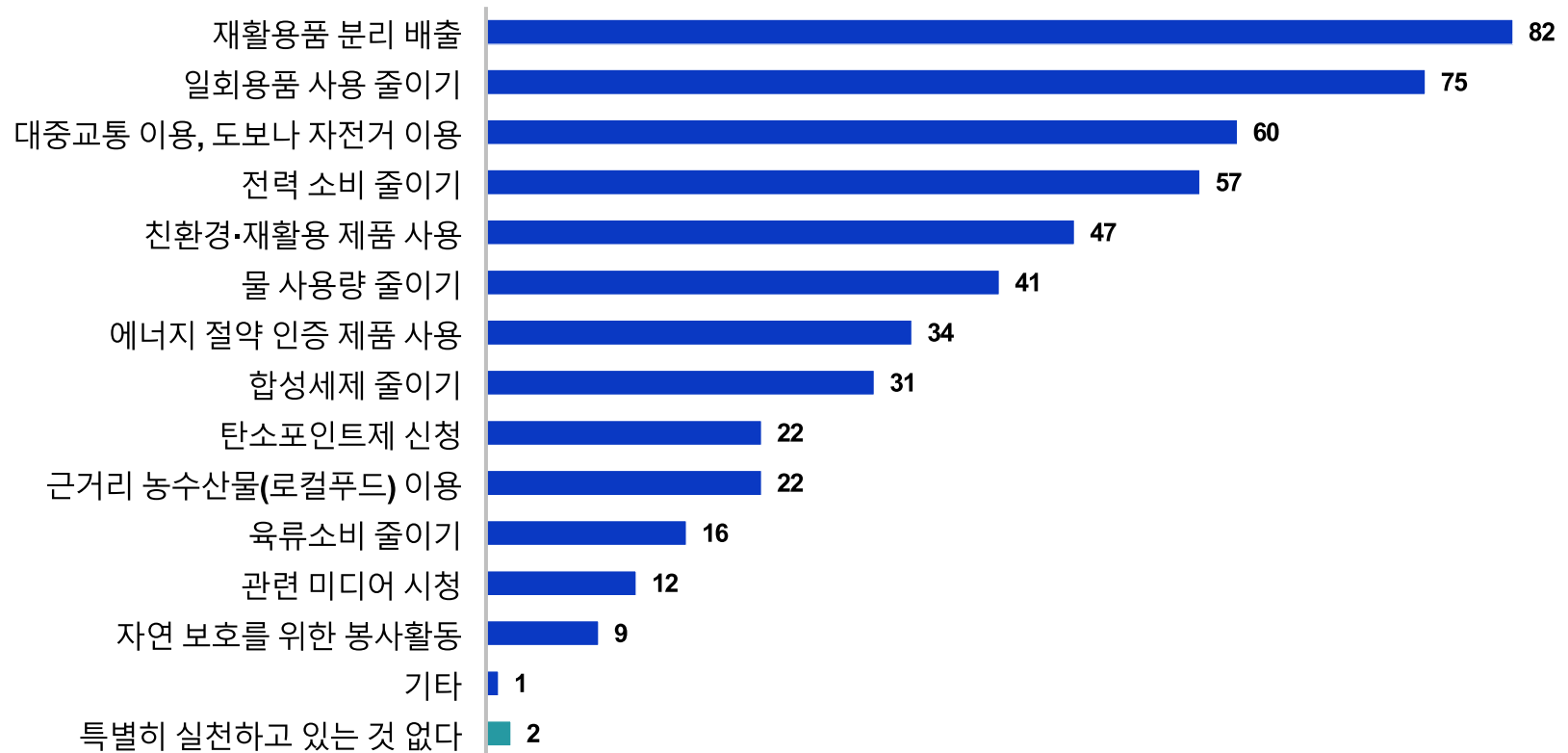


Q. 다음 주체들이 기후위기 극복을 위해 얼마나 노력하고 있다고 생각하십니까?

- '근거리 농수산물(로컬푸드) 이용(22%)', '육류소비 줄이기(16%)'와 같은 식습관 개선을 통해 기후위기를 극복하는 사람은 상대적으로 적음.
- 주로 일상 생활에서 쉽게 접할 수 있고, 개인의 생활 패턴을 바꿈으로써 실천 가능한 노력들을 행하고 있음. 탄소포인트제, 로컬푸드, 봉사활동 등 개인적으로 정보를 탐색하고 시간을 내서 실천해야 하는 노력은 미흡한 수준임.

개인의 기후위기 대응 노력 행태

[Base: 2,000명, 단위: %]



Q. 기후위기를 극복하기 위해 다음 중 귀하가 현재 실천하는 것을 모두 선택해 주세요.

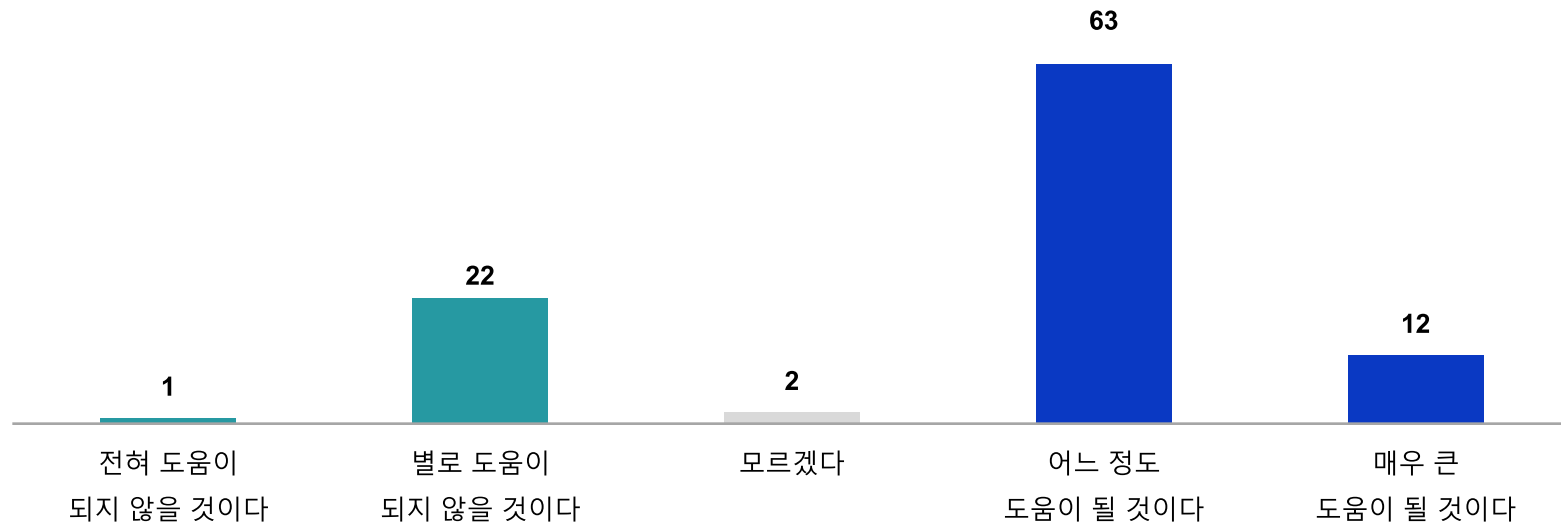
기후위기 극복을 위한 개인 노력이 실제로 기후위기 해결에 '도움될 것'이라는 응답이 75%로 상당함. 다만 '매우 큰 도움이 될 것'이라는 응답은 12%에 그침. 개인 노력의 효과에 회의적인 응답은 23%임(전혀 도움되지 않을 것+별로 도움되지 않을 것).

개인의 기후위기 대응 노력 효과

[Base: 2,000명, 단위: %]

도움이 되지 않을 것(㉠+㉡) : 23%

도움이 될 것(㉣+㉤) : 75%



Q. 기후위기 극복을 위한 귀하의 노력이 실제로 기후위기 해결에 얼마나 도움이 될 것이라고 기대하십니까?

2. 결과 분석 - 2) 건강한 식생활, 식품소비 행태

응답자의 83%가 평소 건강관리에 신경 쓴다고 응답(매우 신경 쓴다 11%, 신경 쓰는 편이다 72%).

건강관리 실천 방식 중 '다양한 영양소가 들어있는 음식 섭취'가 77%로 가장 높음. '가공식품 대신 신선식품 섭취'는 75%가 실천하고 있음.

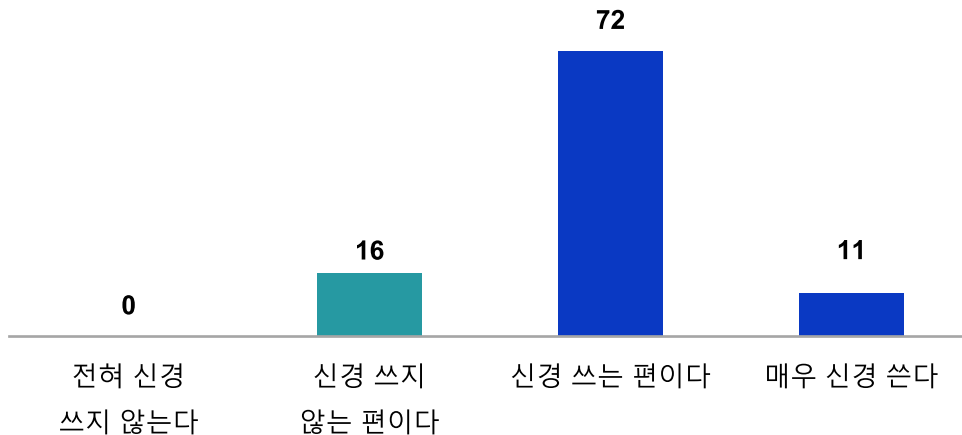
'육류 대신 식물성 식품 섭취(55%)'와 '친환경 식품·식재료 섭취(54%)'는 절반 가량이 노력하고 있음. 대다수가 건강관리에 힘쓰고 있는 상황에서 환경친화적 식습관보다 개인 건강에 직접적인 영향을 미치는 항목의 실천율이 더 높음.

건강관리 행태

[Base: 2,000명, 단위: %]

신경 쓰지 않는 편이다(①+②) : 17%

신경 쓴다(③+④) : 83%



건강관리 인식 및 실천

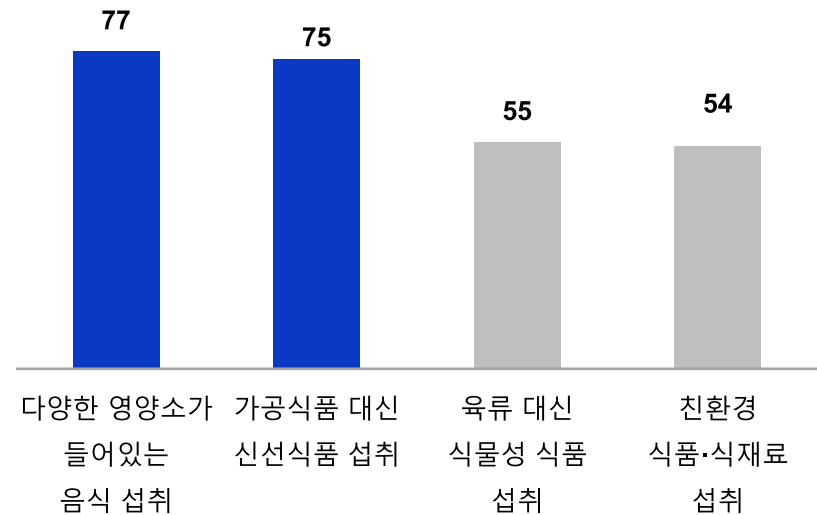
[Base: 2,000명, 단위: %]



개인 건강



환경친화적 식습관



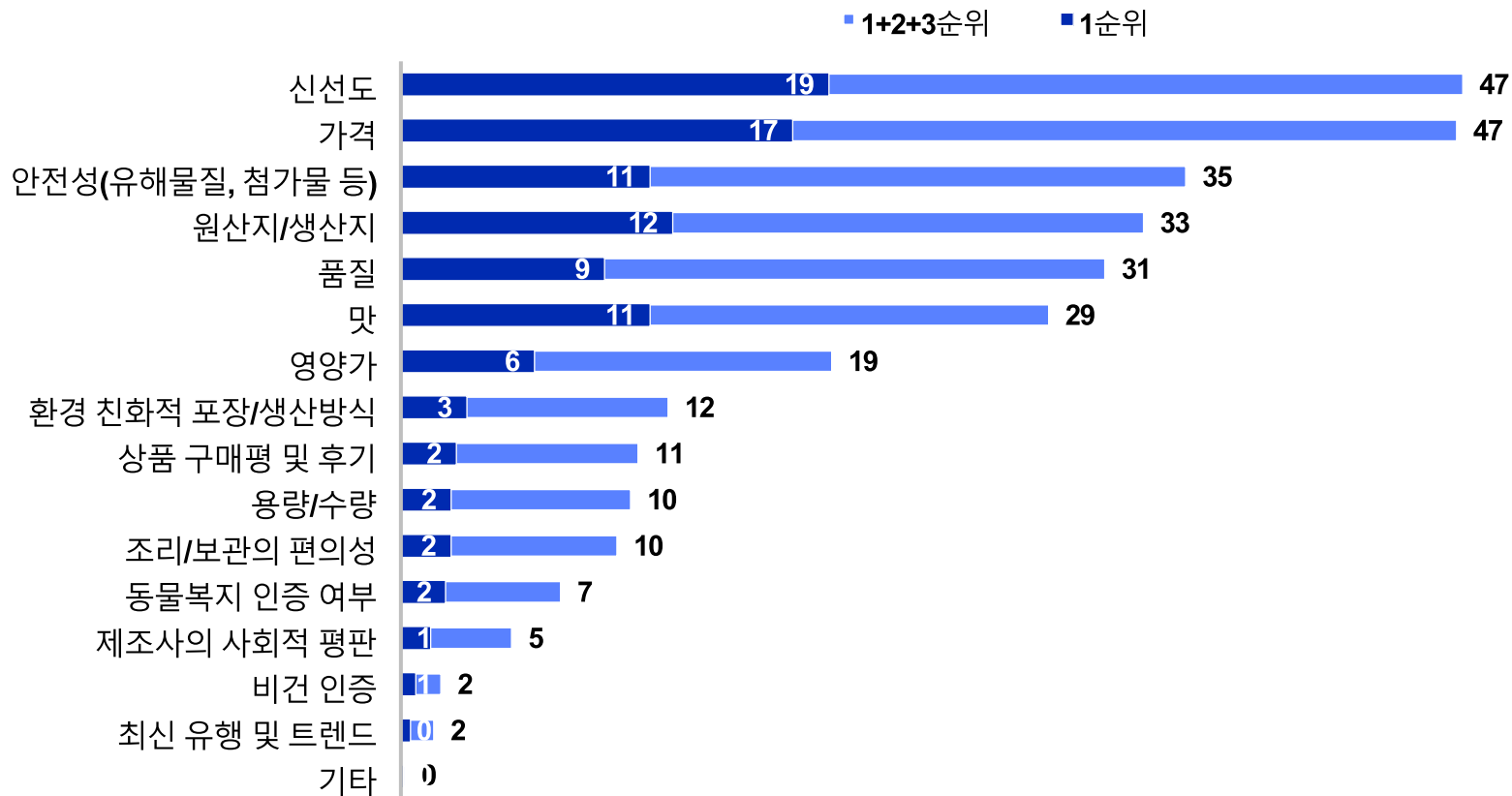
Q. 평소 건강관리에 얼마나 신경을 쓰고 계십니까?

Q. 평소 건강관리를 위해 다음 각각을 얼마나 실천하십니까?

- 식료품을 구매할 때는 '신선도(47%, 1+2+3순위)' 혹은 '가격(47%)'을 가장 중요하게 고려하고 있음. 이어서 '안전성(유해물질, 첨가물 등)(35%)', '원산지/생산지(33%)', '품질(31%)', '맛(29%)', '영양가(19%)' 등의 순으로 고려함.
- '환경 친화적 포장/생산방식(12%)', '동물복지 인증 여부(7%)', '비건 인증(2%)'과 같은 환경적 요인을 가장 중요하게 고려하는 것은 극히 드문 경우임.

식료품 구매 시 중요 고려요소

[Base: 2,000명, 복수응답, 단위: %]



Q. 식료품을 구매할 때 무엇을 가장 중요하게 고려하십니까? 중요한 순서대로 최대 3개까지 선택해 주세요.

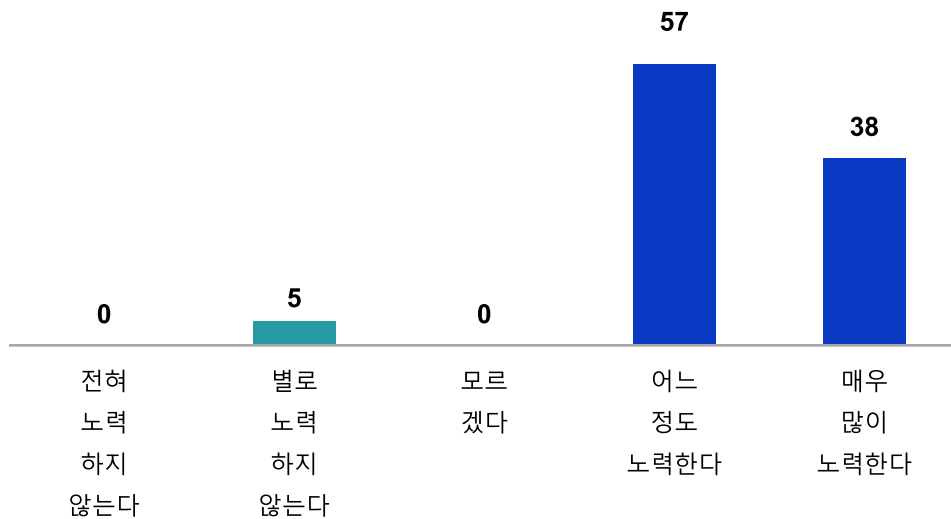
응답자의 95%가 음식물 쓰레기 감소를 위해 노력한다고 응답함(매우 많이 노력 38%, 어느 정도 노력 57%).

음식물 쓰레기 감소를 위한 노력

[Base: 2,000명, 단위: %]

노력하지 않는다(㉠+㉡) : 5%

노력한다 (㉢+㉣) : 95%



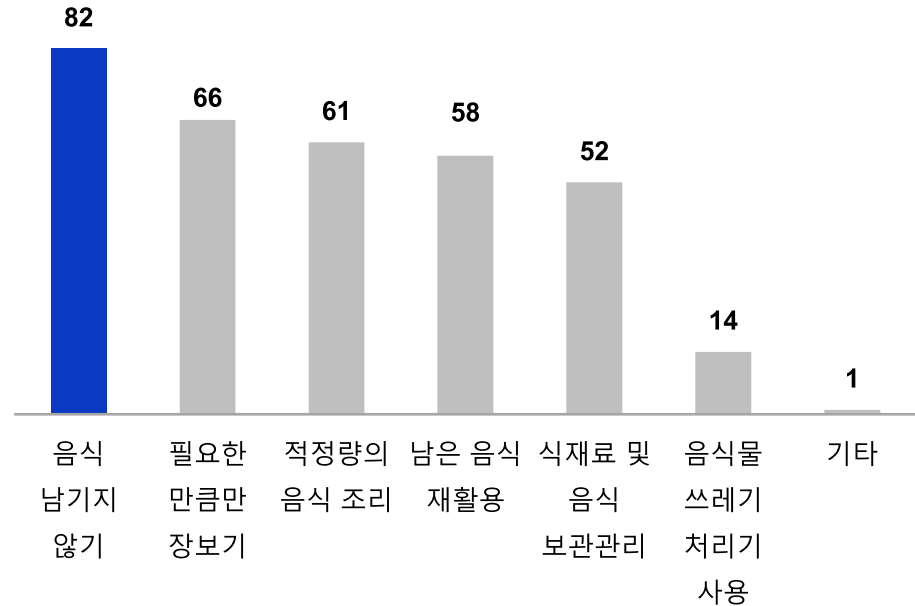
Q. 평소 음식물 쓰레기를 줄이기 위해 노력하십니까?

평소 음식물 쓰레기를 줄이기 위해 노력하는 1,986명이 가장 많이 실천하는 행동으로는 '음식 남기지 않기(82%)'임.

이어서 '필요한 만큼만 장보기(과다구매 자제)(66%)', '적정량의 음식 조리(61%)', '남은 음식 재활용(냉동보관, 재조리 등)(58%)', '식재료 및 음식 보관관리 철저(냉장고 정리, 적정기간 보관)(52%)' 순으로 노력하고 있음. '음식물 쓰레기 처리기 사용'은 14%로 가장 낮음.

음식물 쓰레기 감소를 위한 실천 행동

[Base: 평소 음식물 쓰레기를 줄이기 위해 노력하는 1,986명, 복수응답, 단위: %]



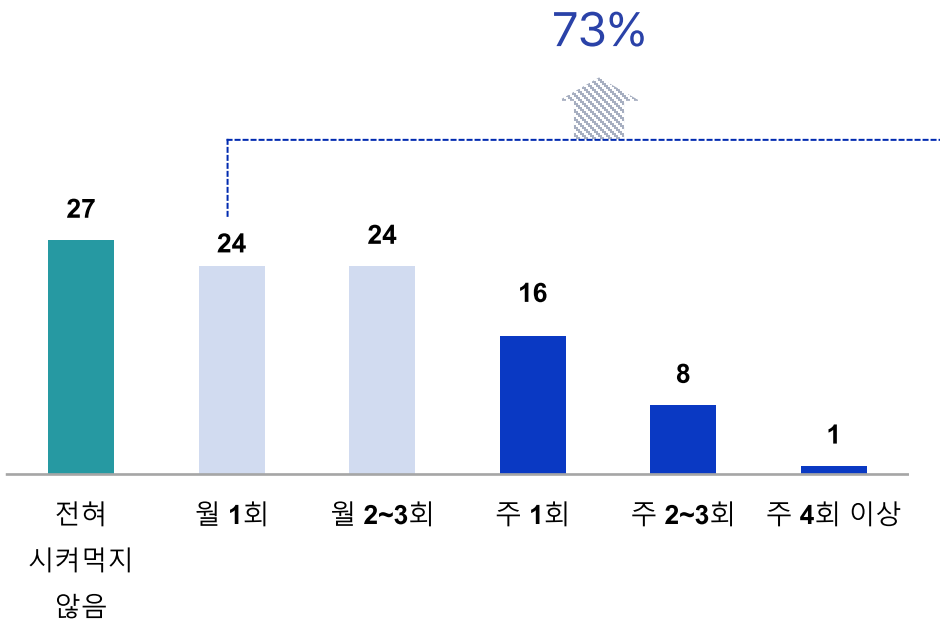
Q. 집에서 발생하는 음식물 쓰레기를 줄이기 위해 평소 실천하는 행동이 있습니까? 해당하는 것을 모두 선택해 주세요.

- 지난 한 달간 전체 응답자 중 73%는 배달음식을 시켜 먹었고, 27%는 전혀 시켜 먹지 않았다고 답함.
- 10명 중 7명 이상이 지난 한 달간 배달 음식을 섭취한 가운데, 4명 중 1명은 주 1회 이상 배달 음식을 먹었다고 답함(주 1회 16%, 주 2-3회 9%).

- 배달음식 주문 시 친환경적인 선택(일회용품 안받기, 다회용기 선택, 직접 방문 등)을 하지 않는다고 답한 사람(58%, 전혀 하지 않는다 18%, 가끔 한다 40%)이 한다고 답한 사람(42%, 항상 한다 13%, 대부분 한다 29%) 보다 16%p 많음.
- 10명 중 7명이, 그 중 4분의 1이 주 1회 이상 배달음식을 시켜서 먹는 가운데 친환경적인 선택을 하는 이들은 절반에도 미치지 못한 수준임.

배달음식 섭취 빈도

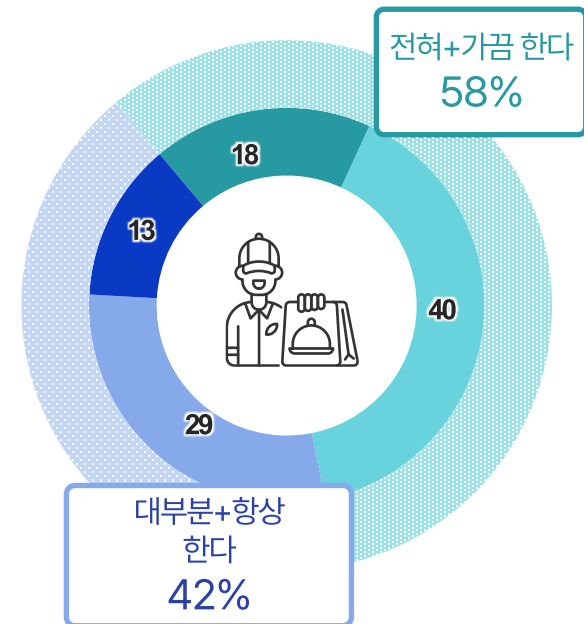
[Base: 2,000명, 단위: %]



배달음식 소비 패턴

[Base: 2,000명, 단위: %]

■ 전혀 하지 않는다 ■ 가끔 한다 ■ 대부분 한다 ■ 항상 한다



Q. 지난 한 달간 귀하께서는 몇 번 정도 배달음식을 시켜 드셨나요?

Q. 배달음식을 주문할 때, 친환경적 선택을 얼마나 자주 하나요? (예:일회용품 안 받기, 친환경 포장, 다회용기 선택, 배달 대신 직접 방문해 음식 받기 등)

2. 결과 분석 - 3) 육류 소비, 채식주의 등 식습관

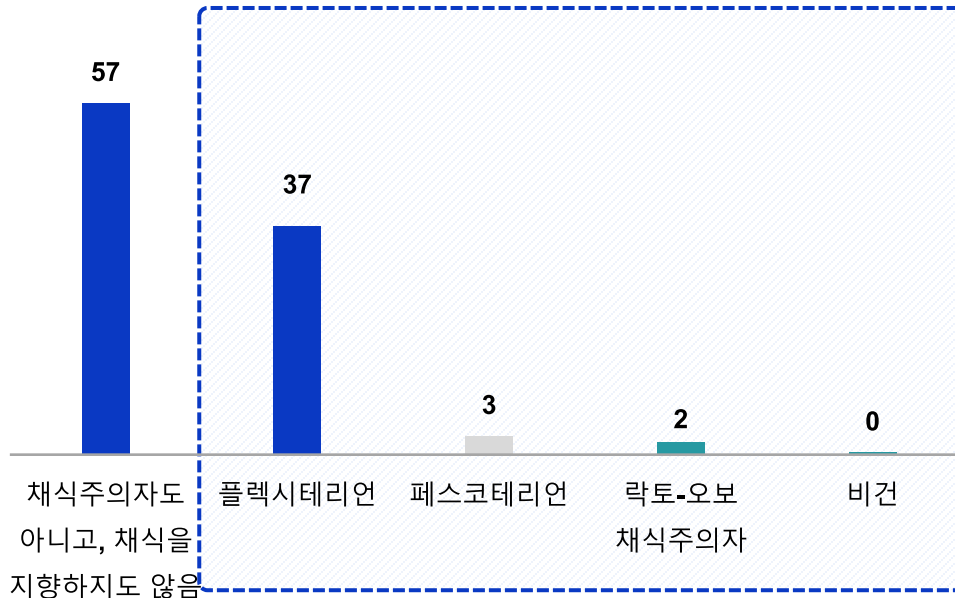
자가 진단 기준, 57%는 채식주의자·채식지향자가 아니고 43%는 본인을 채식주의자라고 평가함. 비채식주의자가 상당수이나 채식주의자라고 답한 사람도 적지 않음.

모든 동물성 식품을 섭취하지 않는 완전 채식(비건)은 0%에 수렴함. 락토-오보 채식주의자(육류·생선은 먹지 않지만 유제품과 달걀은 섭취함) 2%, 페스코테리언(육류는 먹지 않지만 생선·해산물은 섭취함) 3%로 엄격한 채식주의자의 수는 매우 적음. 채식을 지향하지만 필요할 때는 육류·생선 등을 섭취하는 플렉시테리언은 37%로 상당한 비중을 차지함.

채식주의자 혹은 채식지향자 866명 중에서 '6개월 미만' 실천자가 33%로 가장 많고, '10년 이상' 실천자도 25%로 많은 수임. 주로 최근에 채식을 시작했거나 채식을 오래 전부터 지속하고 있는 모습임.

본인의 채식 유형

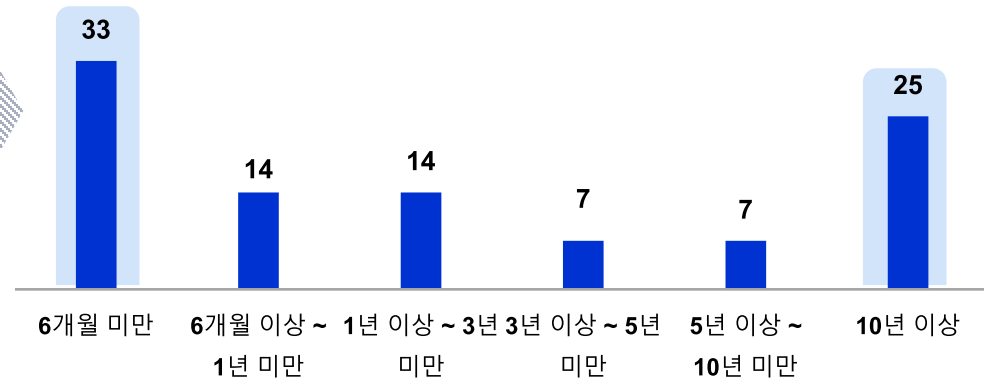
[Base: 2,000명, 단위: %]



Q. 스스로 판단하시기에, 귀하는 다음 중 어디에 해당한다고 보십니까?

채식 실천 기간

[Base: 채식주의자이거나 채식 지향자 866명, 단위: %]



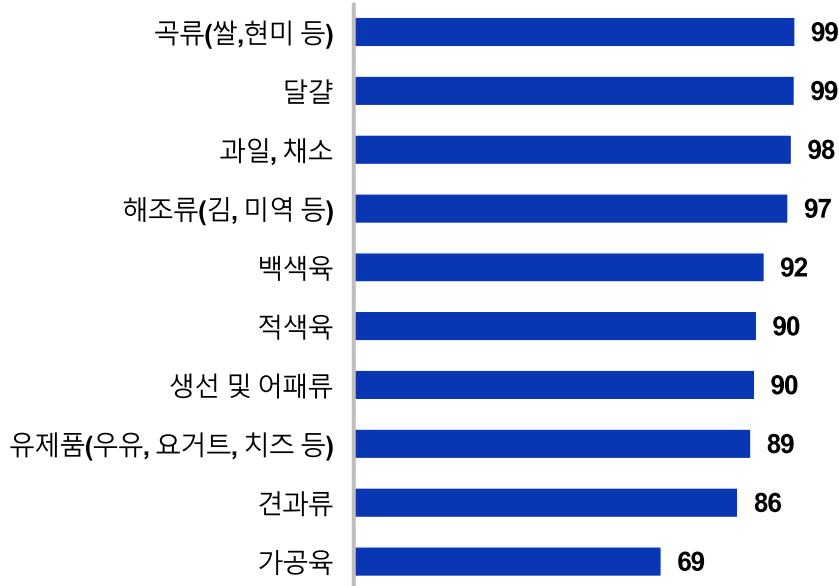
Q. 채식을 실천한 기간은 얼마나 되십니까?

대부분의 응답자가 다양한 식품을 고루 섭취하고 있다고 답함. 특히 곡류(쌀, 현미 등)(99%), 달걀(99%), 과일/채소(98%), 해조류(김, 미역 등)(97%) 섭취율이 매우 높음. 백색육(닭고기, 오리고기, 생선/어패류와 가공육은 제외)(92%), 적색육(돼지고기, 소고기, 양고기 등. 가공육은 제외)(90%), 생선 및 어패류(굴, 새우, 게, 오징어 등)(90%)를 섭취한다는 응답은 90% 이상임.

가공육(가공 처리한 육류: 햄, 소시지, 베이컨, 미트볼 등) 섭취율은 69%로 상대적으로 낮은 수치이지만 과반이 평소 섭취하고 있음.

식품 섭취 현황

[Base: 2,000명, 단위: %]

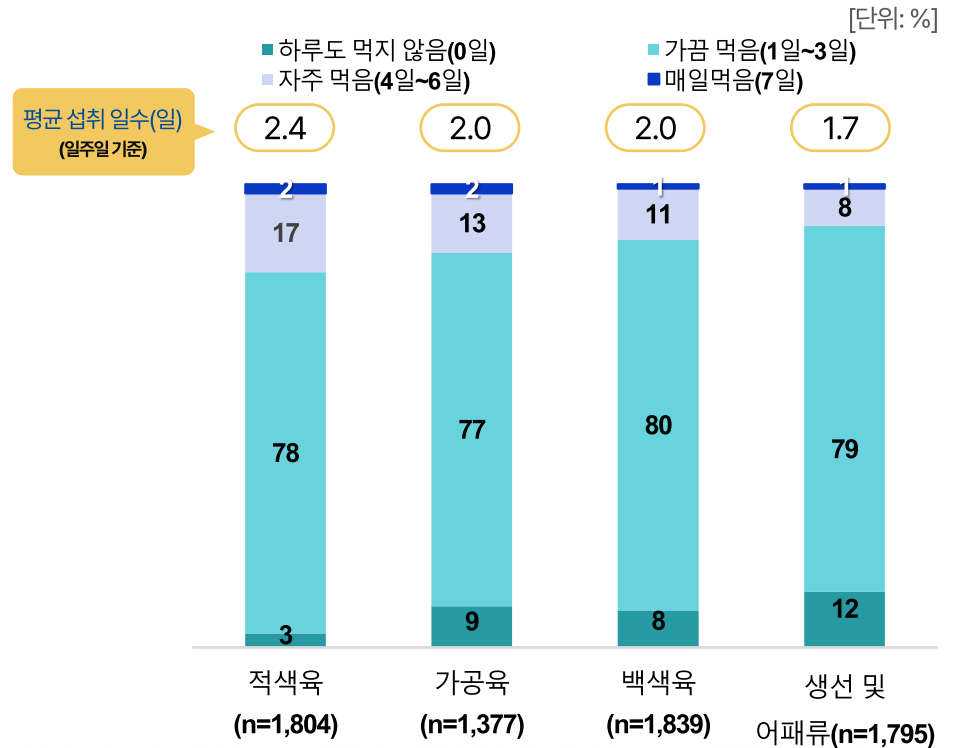


Q. 평소 다음 음식을 드십니까, 드시지 않습니까? 각각에 대해 답변해 주세요.

모든 육류(가공육, 적색육, 백색육, 생선/어패류)의 주간 평균 섭취 빈도는 약 2일로 유사함. 지난 일주일 동안 하루 중 한 끼라도 육류를 섭취한 날은 적색육 2.4일, 가공육과 백색육은 각각 2.0일, 생선 및 어패류 1.7일임.

육류 섭취자 중 대부분이 '가끔 먹음(1-3일)'에 해당(가공육 77%, 적색육 78%, 백색육 80%, 생선/어패류 79%). '자주 먹음(4-6일)'은 적색육(17%)이 가장 높고 생선/어패류(8%)가 가장 낮음. '매일 먹음'은 모든 육류에서 2% 이하로 낮음.

육류 섭취 빈도

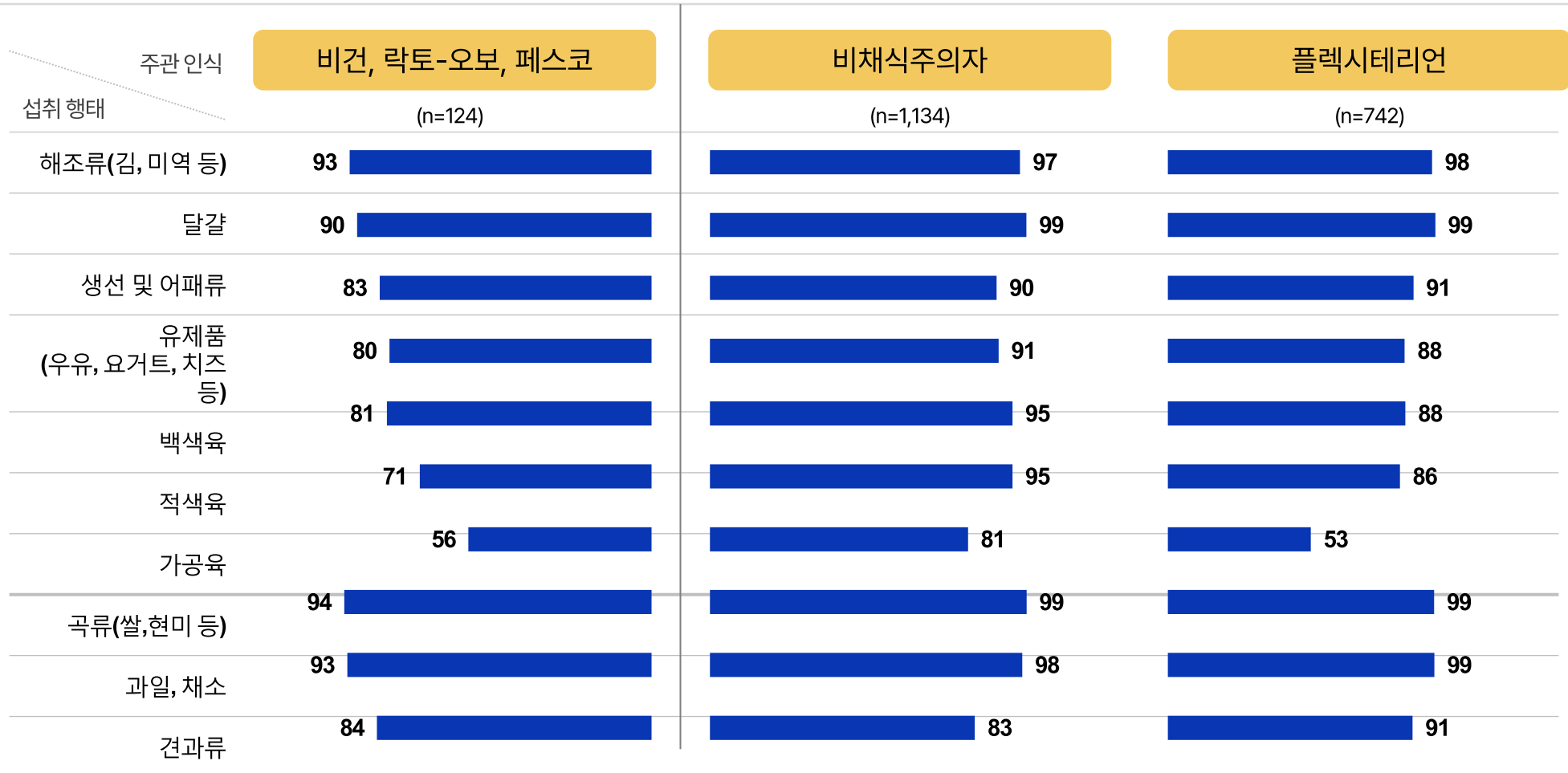


Q. 지난 일주일 중, 다음 각각의 육류를 섭취한 날은 며칠입니까? 하루 한 끼라도 육류를 섭취한 날은 며칠인지 답변해 주세요.

채식주의 유형에 따른 식생활 행태를 살펴보면 본인을 비건·락토-오보·페스코라고 평가한 이들과 플렉시테리언, 비채식주의자는 다양한 식품을 고루 섭취하고 있음. 비채식주의자는 백색육, 적색육, 생선 및 어패류, 유제품을 90% 이상 섭취한다고 답한 가운데 비건·락토-오보·페스코의 섭취 응답은 7-80%대로 비교적 낮음. 육류, 해산물을 섭취하지 않는 유형의 채식주의자도 해당 식품을 고루 섭취하고 있다고 답함. 정리하면, 스스로를 특정 유형의 채식주의자라고 생각하고 있으나 플렉시테리언 정도의 유연한 채식 혹은 채식주의자가 아닌 사람이 대다수임.

채식주의 여부에 따른 식생활 행태

[Base: 2,000명, 단위: %]



Q. 평소 다음 음식을 드십니까, 드시지 않습니까? 각각에 대해 답변해 주세요.

채식을 실천 및 지향하는 866명은 채식을 하는 가장 큰 이유로 '건강 증진 및 질병 예방(80%, 1+2+3순위)'을 꼽음.

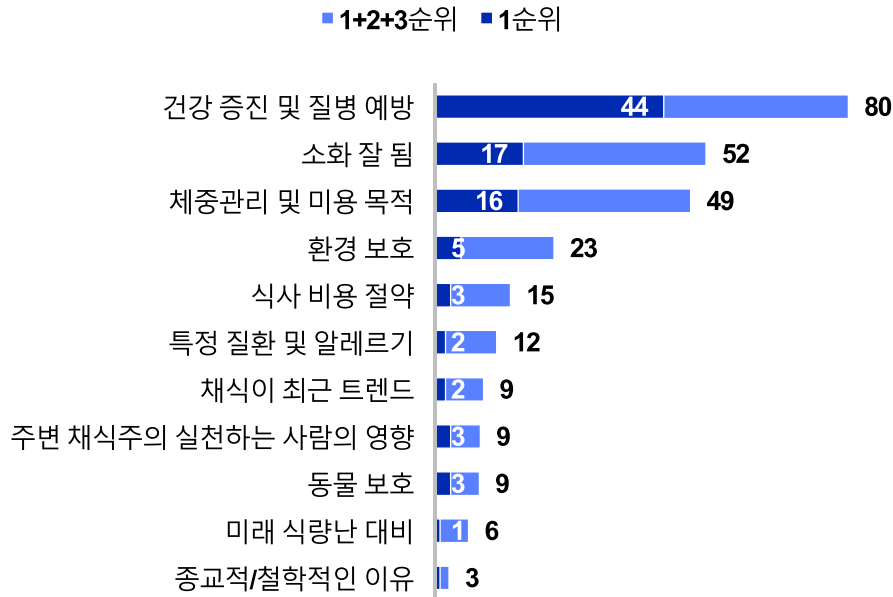
이어서 2명 중 1명은 '소화가 잘됨(52%)' 혹은 '체중관리(다이어트) 및 미용(49%)'을 다음으로 꼽음.

'환경 보호(23%)', '동물 보호(9%)', '미래 식량난 대비(6%)'와 같은 가치지향적인 목적으로 채식을 실천 및 지향하는 사람은 많지 않음.

향후 채식주의 실천/지속 의향은 '있다' 49%, '없다' 51%로 비슷한 수준임. 채식 의향이 매우 큰 사람은 8%로 많지 않음. 5명 중 1명(19%)은 채식 의향이 전혀 없다고 답함.

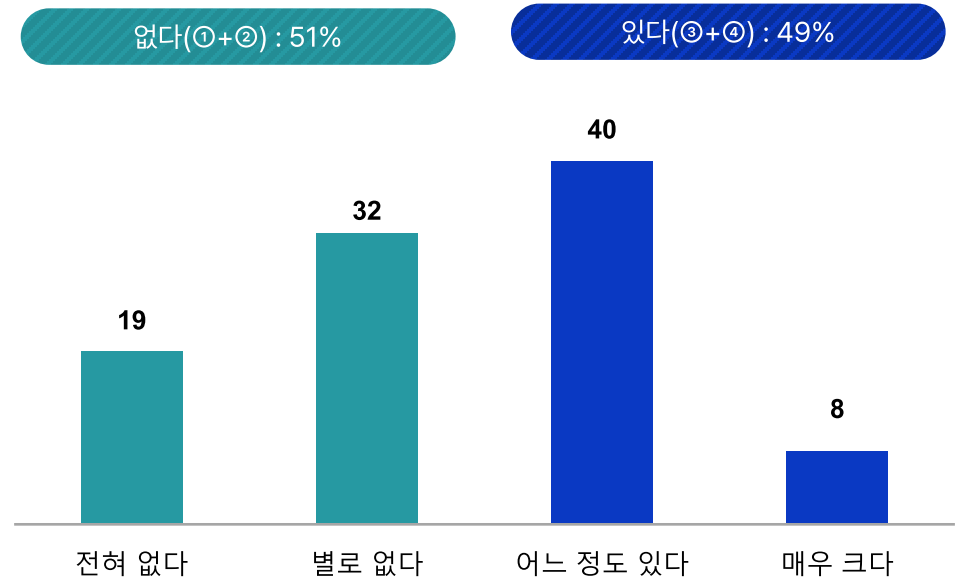
채식 실천 이유

[Base: 채식주의의 혹은 채식 지향하는 866명, 복수응답, 단위: %]



채식 실천/지속 의향

[Base: 2,000명, 단위: %]



Q. 채식주의를 실천 혹은 지향하는 이유는 다음 중 무엇입니까? 가장 주된 이유로 최대 3개까지 답변해 주세요.

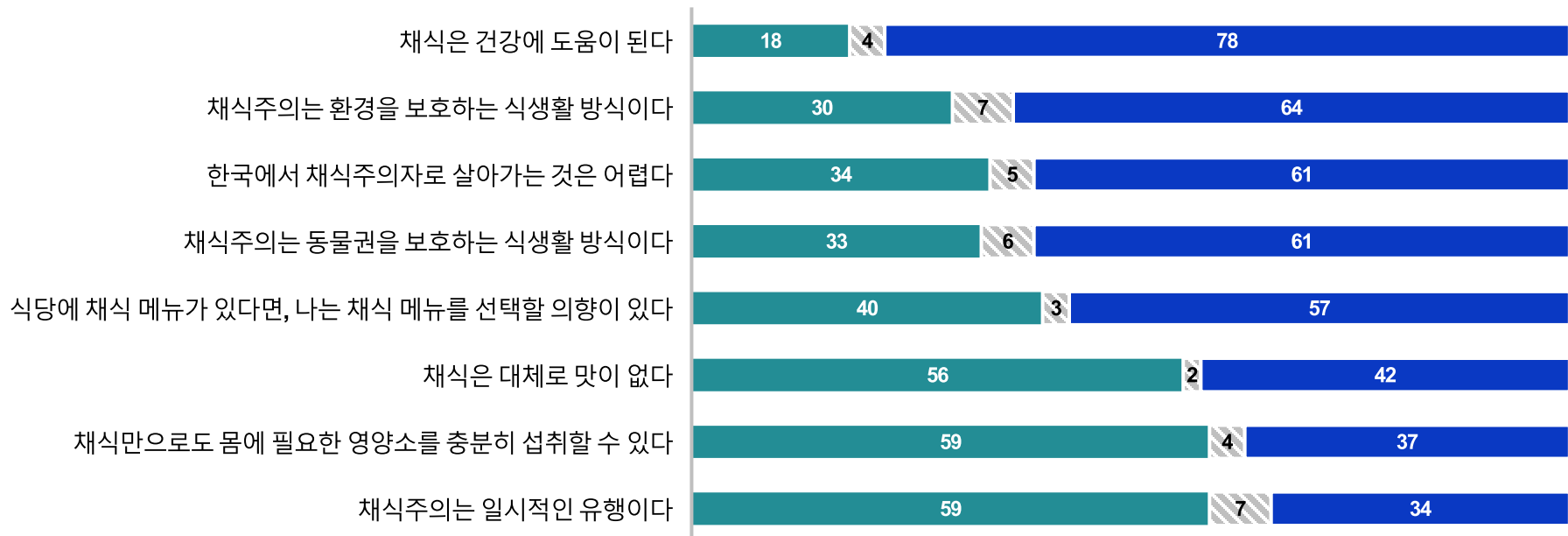
Q. 향후 채식주의를 실천 또는 지속할 의향이 있으십니까?

- 채식에 관한 인식을 살펴보면, 채식은 개인의 건강을 지키고 지속가능한 사회를 영위하는 데 도움이 된다는 인식이 우세함. 채식은 건강에 도움이 된다(78%, 매우 그렇다+그런 편이다), 채식주의는 '환경(64%)'과 '동물권(61%)'을 보호하는 식생활 방식으로 인식하고 있음. '식당에 채식 메뉴가 있다면 선택 의향 있고(57%)', 채식이 맛이 없다는 데 56%가 그렇지 않다고 답함(전혀 그렇지 않다+그렇지 않은 편이다).
- 채식에 호의적인 입장이고 앞서 절반 가량은 향후 채식을 실천하고 지속할 의향이 있다고 답한 가운데, 59%는 채식주의는 일시적인 유행이라는 데 동의하지 않음.
- 다만 현실적으로 생각해 봤을 때 '한국에서 채식주의자로 살기 어렵고(61%)', '채식만으로 충분한 영양 섭취에 한계가 있다(59%, 전혀 그렇지 않다+그렇지 않은 편이다)'는 인식임.

채식주의에 관한 인식

[Base: 2,000명, 단위: %]

■ 그렇지 않다 ▨ 모르겠다 ■ 그렇다



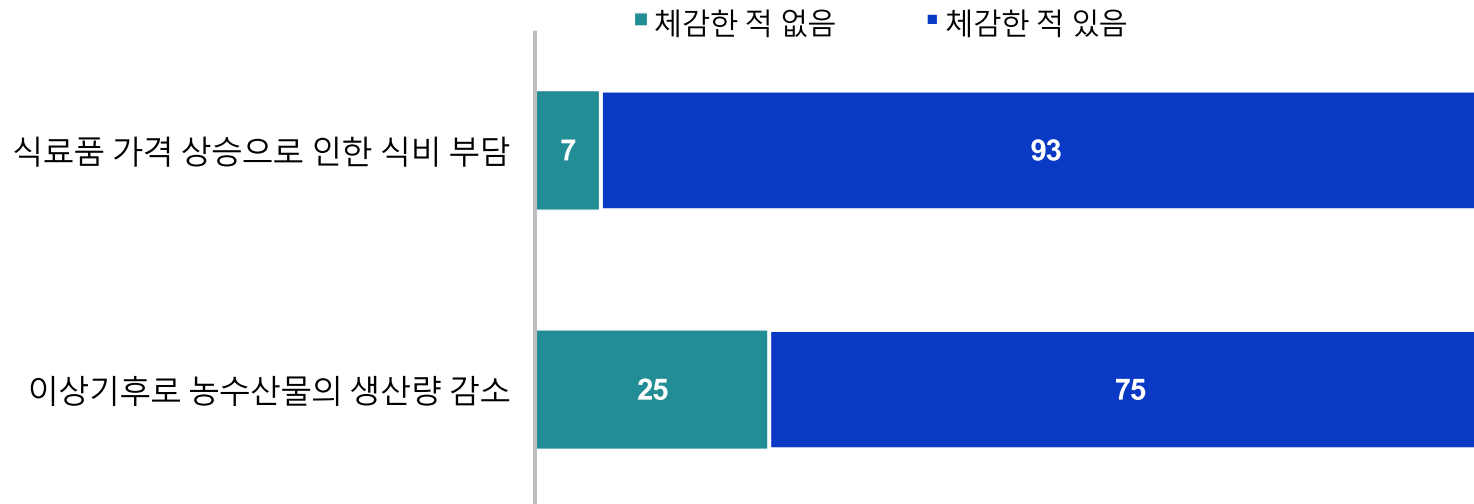
Q. 채식 또는 채식주의에 관한 진술에 동의 여부를 응답해 주세요.

2. 결과 분석 – 4) 식량과 기후위기간의 연관성

최근 1년간(2024년 4월~현재) 식량 문제를 체감한 적 있는지 확인함. 93%는 '식료품 가격 상승으로 인한 식비 부담'을 체감했고 '가뭄, 폭염, 태풍 등 이상기후로 농수산물의 생산량 감소'를 체감한 사람도 75%임. 지난 1년간 대다수가 식량문제를 체감함.

식량 문제 체감 현황

[Base: 2,000명, 단위: %]



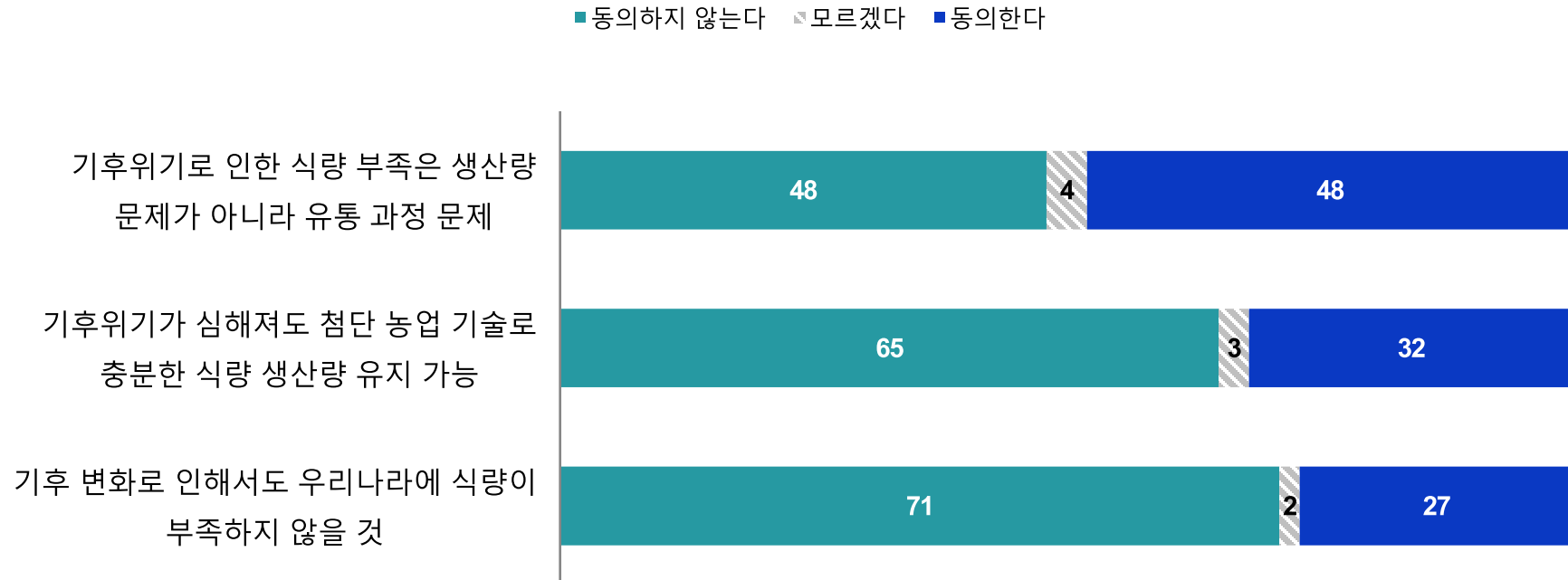
Q. 최근 1년간(2024년 4월~현재) 다음 각각의 식량 문제를 체감한 적이 있습니까?

앞서 대다수가 식량 문제를 체감하고 있는 상황에서 '기후변화로 폭염, 가뭄, 홍수 등이 발생해도 우리나라에는 식량이 부족하지 않을 것이다'라는 의견에 71%가 동의하지 않음(전혀 동의하지 않는다+동의하지 않는 편이다). '기후위기가 심해져도 첨단 농업 기술로 충분한 식량 생산량 유지 가능'이라는 진술에 65%가 동의하지 않아, 기술적 해결에 회의적 시각 존재함.

'기후위기로 인한 식량 부족은 생산량 문제가 아니라 유통 과정 문제'라는 진술에는 동의(전적으로 동의한다+동의하는 편이다) 48%, 비동의 48%로 의견이 엇갈림. 전반적으로 기후위기가 식량 생산에 미치는 부정적 영향과 이에 따른 식량 부족 문제를 심각하게 인식함.

기후위기와 식량부족 문제 인식

[Base: 2,000명, 단위: %]

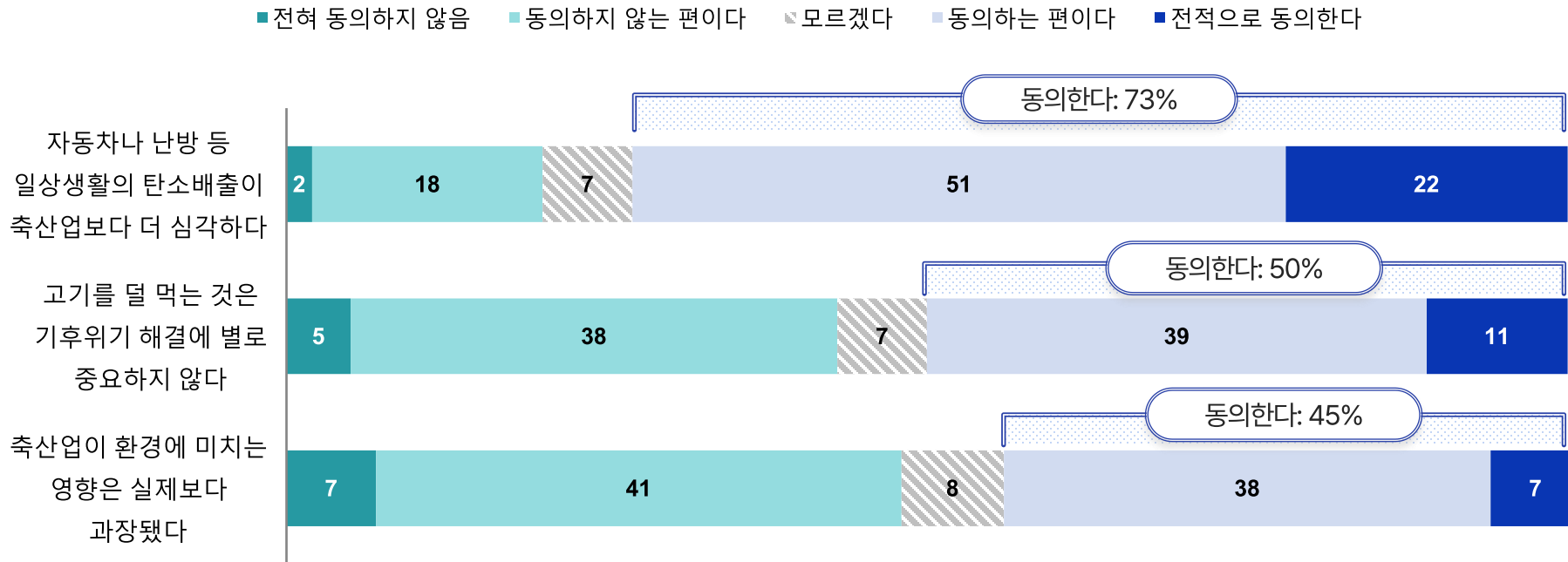


기후위기가 식량 부족 문제를 야기한다는 데 전반적으로 공감함. 온실가스 배출은 기후위기를 급속도로 악화시키는 주요 요인 중 하나임. 사람들은 전반적으로 축산업의 환경 영향보다 일상생활의 탄소배출을 기후위기에 더 심각한 요인으로 인식함. '축산업 과정에서 배출되는 탄소배출보다는 자동차나 난방 등 일상생활에서 발생하는 탄소배출이 더 심각하다'는 진술에 73%가 동의함(전적으로 동의+동의하는 편).

'고기를 덜 먹는 것은 기후위기 해결에 별로 중요하지 않다(동의 50%, 비동의 43%)', '축산업이 환경에 미치는 영향은 실제보다 과장된 면이 있다(동의 45%, 비동의 48%)'는 주장에 관해서는 의견이 엇갈림. 축산업과 육식이 기후위기와 관련이 있다는 인식 수준은 비교적 높지 않은 것으로 나타남.

축산업과 온실가스 배출 관련 인식

[Base: 2,000명, 단위: %]



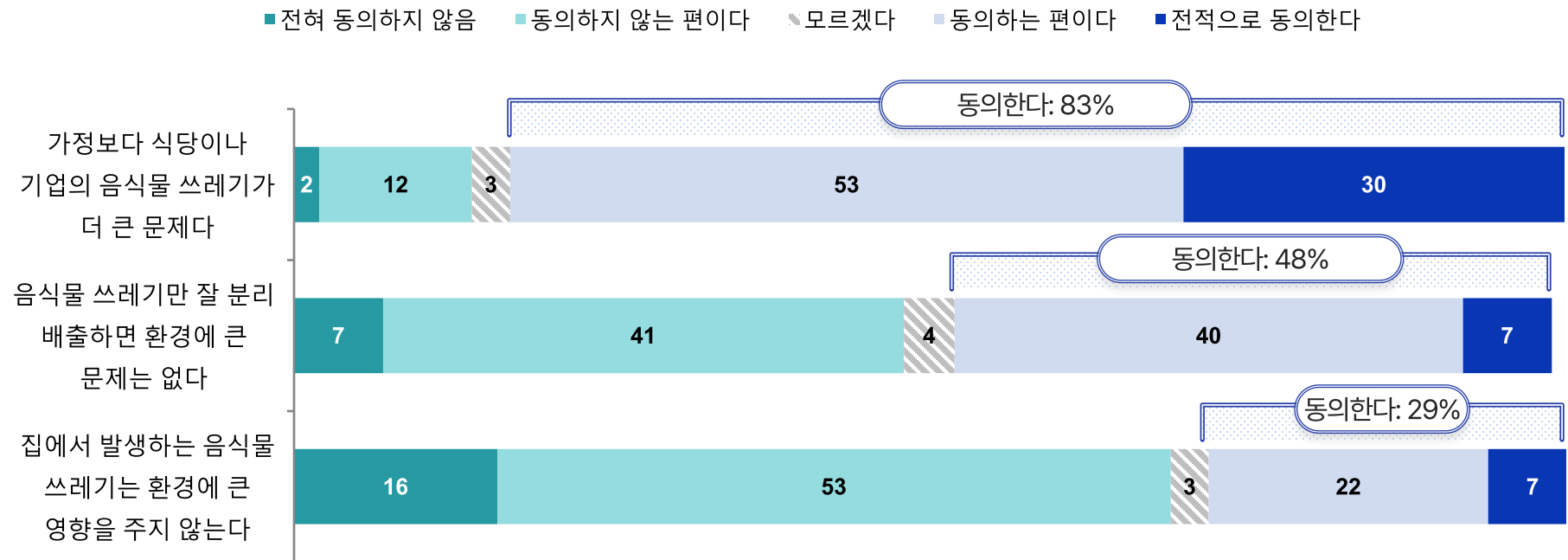
Q. 다음 각각의 주장에 대해 어떤 의견이십니까?

그렇다면 가정 내 음식물 쓰레기가 환경에 미치는 영향에 관해서는 어떠한 인식인지 확인함. '집에서 발생하는 음식물 쓰레기는 환경에 큰 영향을 주지 않는다'는 의견에 68%가 동의하지 않아(전혀 동의하지 않음+동의하지 않는 편), 가정에서 나오는 음식물 쓰레기가 환경에 부정적인 영향을 줄 수 있다는 점에 공감함.

다만 '가정보다 식당이나 기업의 음식물 쓰레기가 더 큰 문제'라는 진술에 83%가 동의하고(전적으로 동의+동의하는 편), '음식물 쓰레기만 잘 분리 배출하면 환경에 큰 문제 없다'는 진술에 의견이 엇갈림(동의 48%, 비동의 48%). 전반적으로 가정 내 음식물 쓰레기가 환경 오염에 미치는 영향을 인정하면서도, 기업과 식당의 음식물 쓰레기 문제를 더 심각하게 인식함.

음식물 쓰레기와 온실가스 저감 인식

[Base: 2,000명, 단위: %]



Q. 다음 각각의 주장에 대해 어떤 의견이십니까?

2. 결과 분석 – 5) 저탄소 식단 인식과 실천 의향

저탄소 식단에 관해 '알고 있는' 사람은 37%(매우 잘 알고 있다 3%, 조금 알고 있다 34%), 그중 '매우 잘 알고' 있는 사람은 3%로 적은 수임. 저탄소 식단에 관해 '잘 모르는 사람'은 63%(들어본 적 없다 17%, 들어본 적은 있지만 잘 모른다 46%)로 현재 저탄소 식단에 관해 알고 있는 사람보다 모르는 사람의 수가 월등히 많음.

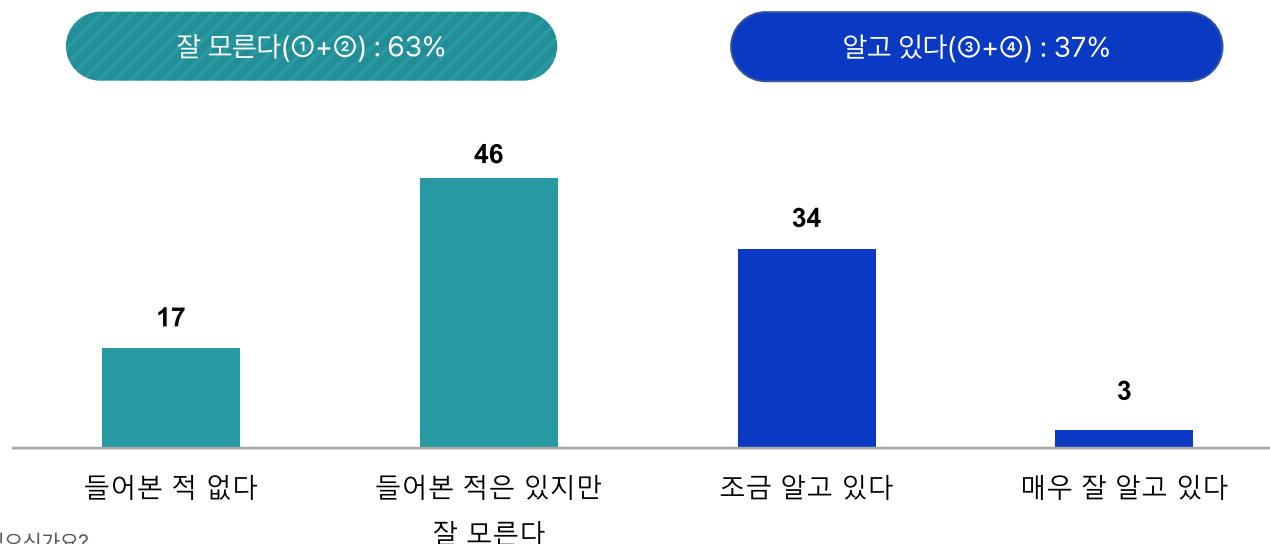
저탄소 식단이란?

식품의 생산부터 포장, 운송 등 가공 단계는 물론 먹고 난 후의 쓰레기 처리까지, 식품과 관련된 모든 과정에서 탄소 배출을 최소화하는 식생활 방식을 의미합니다.

여기에는 식품 생산 과정에서 많은 양의 탄소를 발생시키는 육류 대신 식물성 단백질 중심의 식단을 선택하거나, '저탄소 농산물 인증' 제품을 활용하는 등의 실천 방법이 포함됩니다. 이는 단순히 특정 음식을 선택하거나 제한하는 차원을 넘어, 식품의 전 과정에서 발생하는 탄소 발자국을 줄이기 위한 종합적인 식생활 실천을 의미합니다.

저탄소 식단 인지도

[Base: 2,000명, 단위: %]

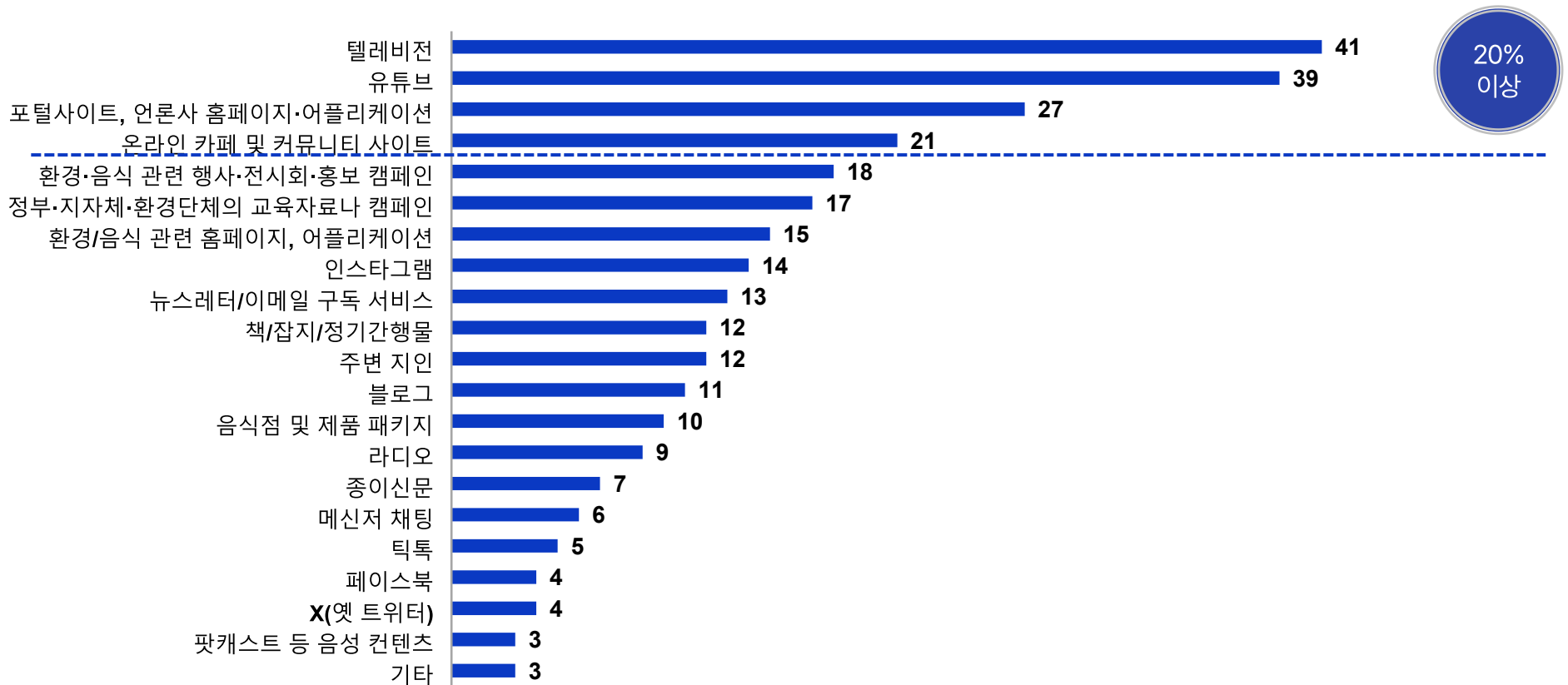


Q. '저탄소 식단'이라는 말을 들어본 적 있으신가요?

- 저탄소 식단에 관해 들어본 적 있거나 알고 있는 1,658명이 관련 정보를 인지한 경로는 '텔레비전(41%)', '유튜브(39%)', '포털사이트, 언론사 홈페이지·어플리케이션(27%)', '온라인 카페 및 커뮤니티 사이트(네이버·다음 카페, 밴드 등)(21%)' 순임. 미디어와 온라인 플랫폼이 주요 정보원임.
- '환경·음식 관련 행사·전시회·홍보 캠페인(18%)', '정부·지자체·환경단체의 교육자료나 캠페인(17%)', '환경·음식 관련 홈페이지, 어플리케이션(15%)'과 같은 환경을 메인으로 한 행사나 캠페인을 통해 저탄소 식단에 관한 정보를 얻은 사람은 상대적으로 적음. 앞서 온라인 플랫폼이 주요 정보원인 것을 확인했으나, 환경을 메인으로 한 홈페이지·어플리케이션을 유입 경험은 15%에 그침.

저탄소 식단 관련 정보 수용 경로

[Base: 저탄소 식단에 대해 들어본 적 있거나 알고 있는 1,658명, 복수응답, 단위: %]



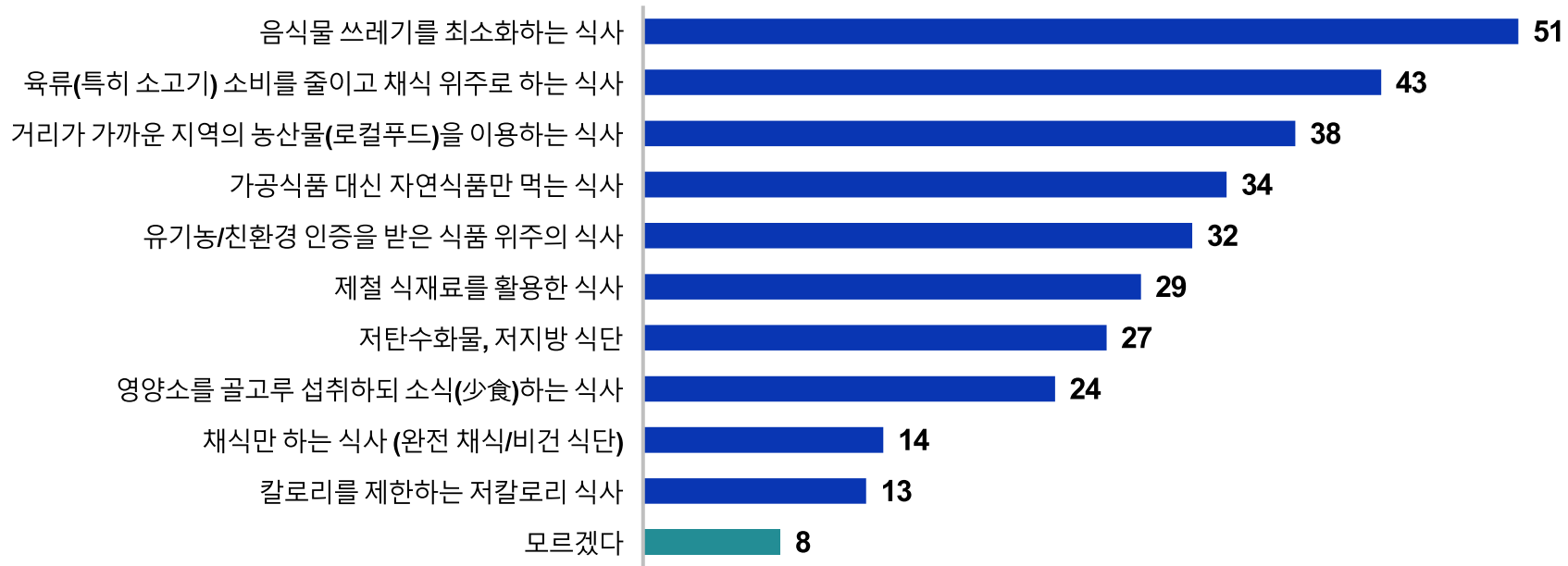
Q. 귀하는 저탄소 식단에 관한 정보를 어디에서 접하셨습니까? 해당하는 것을 모두 선택해 주세요.

저탄소 식단에 관한 설명을 제시하기 전, 저탄소 식단이라고 생각하는 것을 모두 선택하도록 함. 조사 결과, 저탄소 식단에 관해 정확히 이해하고 있다고 보기 어려움. '음식물 쓰레기 최소화(51%)'를 저탄소 식단이라고 생각하는 사람이 가장 많음. 이어서 '육류(특히 소고기) 소비를 줄이고 채식 위주로 하는 식사(43%)', '거리가 가까운 지역의 농산물(로컬푸드)을 이용하는 식사(38%)', '가공식품 대신 자연식품만 먹는 식사(34%)', '유기농/친환경 인증 식품 위주의 식사(32%)', '제철 식재료를 활용한 식사(29%)'순으로 저탄소 식단으로 인식함.

'저탄수화물, 저지방 식단(27%)', '영양소를 골고루 섭취하되 소식(少食)하는 식사(24%)', '칼로리 제한 저칼로리 식사(13%)'와 같이 저탄소 식단과 관련 없는 항목을 저탄소 식단으로 오인하고 있는 사람도 적지 않음. '모르겠다'는 응답도 8%로, 저탄소 식단에 관한 명확한 이해가 부족한 실정임.

저탄소 식단에 대한 이해

[Base: 2,000명, 복수응답, 단위: %]



Q. 귀하가 생각하시기에, '저탄소 식단'은 무엇이라고 생각합니까? 해당하는 것을 모두 선택해 주세요.

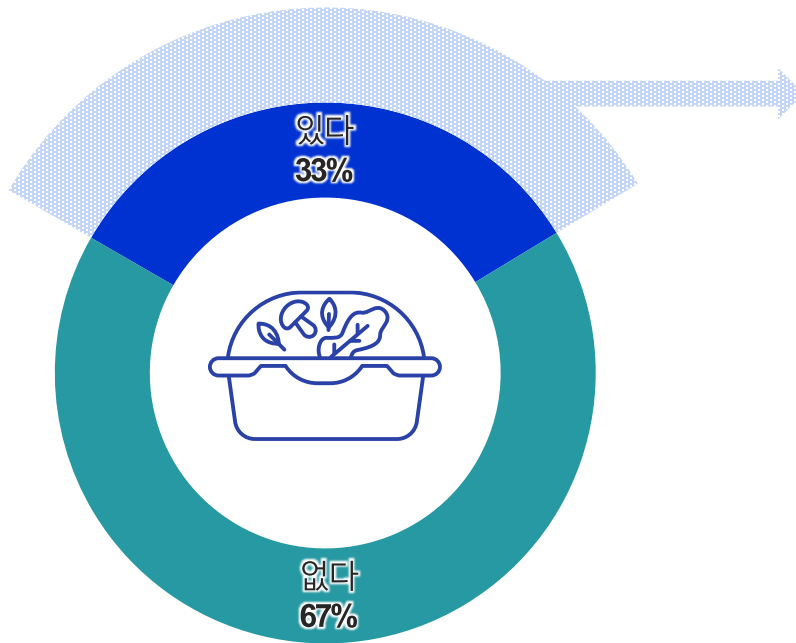
저탄소 식단 실천 경험은 33%, 실천 경험 없음이 67%로 실천율은 낮은 편임.

저탄소 식단을 실천한 적 있는 670명은 주로 '음식물 쓰레기를 줄이는 방식 (78%)'으로 실천함. '배달음식·가공식품 섭취를 줄이고 직접 조리 (65%)', '거리가 가까운 지역의 농산물(로컬푸드) 소비 증가(51%)'의 방식으로 실천한 사람도 과반임. '육류 소비 줄이고 채식 위주의 식사(45%)', '친환경 인증 식품을 선택(40%)', '식물성 대체 식품(콩고기, 두유 등)을 섭취(39%)'한 사람도 40% 가량임.

'저탄소 인증 농산물을 선택'한 사람은 27%로 가장 낮음.

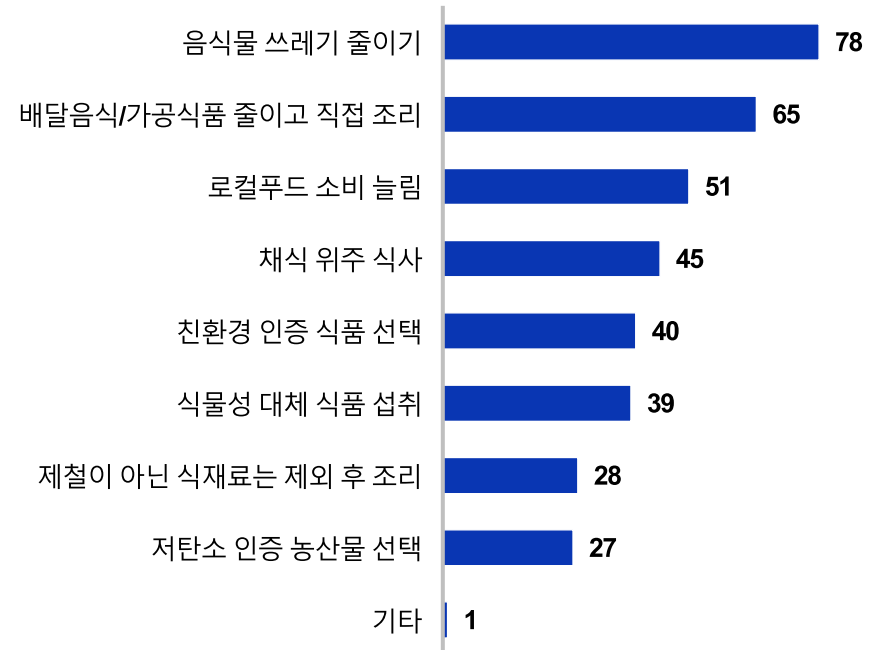
저탄소 식단 실천 경험

[Base: 2,000명, 단위: %]



저탄소 식단 실천 방식

[Base: 저탄소 식단 실천한 적 있는 670명, 복수응답, 단위: %]



Q. 귀하는 저탄소 식단을 실천한 경험이 있습니까?

Q. 다음 중 어떤 방식으로 저탄소 식단을 실천하셨습니다? 해당하는 것을 모두 선택해 주세요.

저탄소 식단을 한 적 있는 670명 중에서 실천 후 만족도는 96%(매우 만족 8%, 만족하는 편 88%)로 매우 높음. 불만족하는 사람은 4%에 그침(불만족하는 편).

향후 저탄소 식단 실천 의향은 76%(매우 그렇다(현재 실천 중) 16%, 그런 편이다 60%)로 높게 나타남.

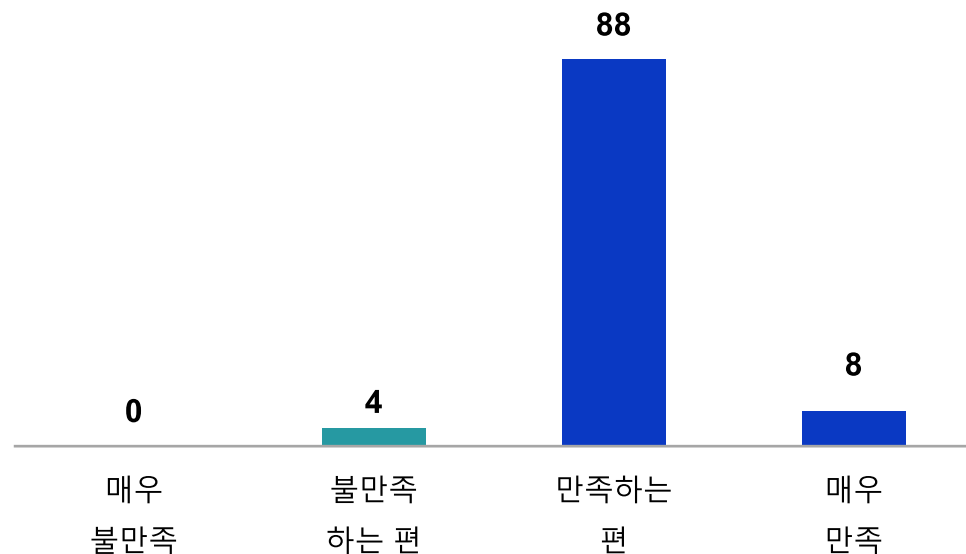
의향이 없는 사람은 20%(전혀 그렇지 않다 4%, 그렇지 않은 편이다 16%)에 그침. 모름(4%) 응답까지 모두 합하면 4명 중 1명 가량은 향후 저탄소 식단 실천에 크게 관심이 없는 것으로 보임.

저탄소 식단 실천 후 만족도

[Base: 저탄소 식단 실천한 적 있는 670명, 단위: %]

불만족한다(①+②) : 4%

만족한다(③+④) : 96%

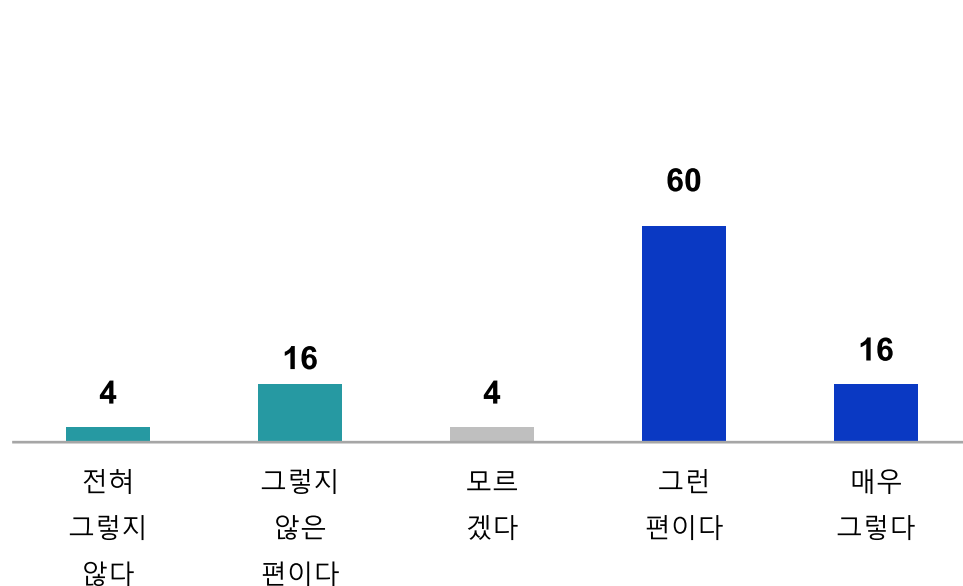


향후 저탄소 식단 실천 의향

[Base: 2,000명, 단위: %]

그렇지 않다(①+②) : 20%

그렇다(③+④) : 76%



Q. 저탄소 식단을 시도한 후, 만족하셨습니까, 불만족하셨습니까?

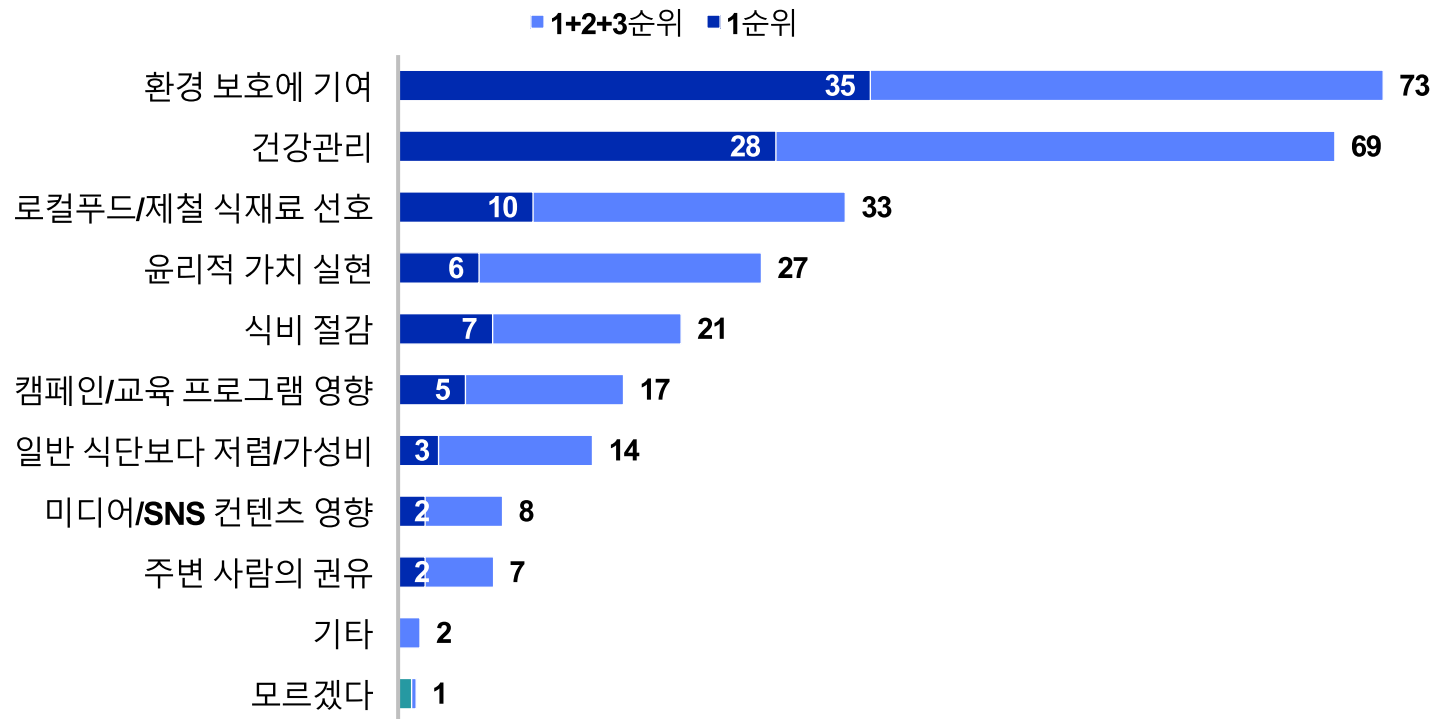
Q. 앞으로 저탄소 식단을 실천할 의향이 있습니까?

저탄소 식단을 실천하고 있거나 실천 할 의향이 있는 1,522명은 '환경 보호(탄소 배출 감소, 지속가능성 등)에 기여하고 싶어서(73%, 1+2+3순위)'를 가장 큰 이유로 꼽음. 다음으로 '건강관리를 위해 (체중 관리, 영양 균형, 질병 및 알레르기 등)(69%)'를 꼽음. 환경과 건강이 저탄소 식단을 하는(할) 주요 이유임.

이어서 '로컬푸드/제철 식재료 선호(33%)', '윤리적 가치(동물 복지, 공장식 축산 반대 등) 실현(27%)', '식비 절감(21%)' 순임.

저탄소 식단을 실천하는 이유

[Base: 저탄소 식단을 실천하고 있거나 실천 할 의향이 있는 1,522명, 복수응답, 단위: %]

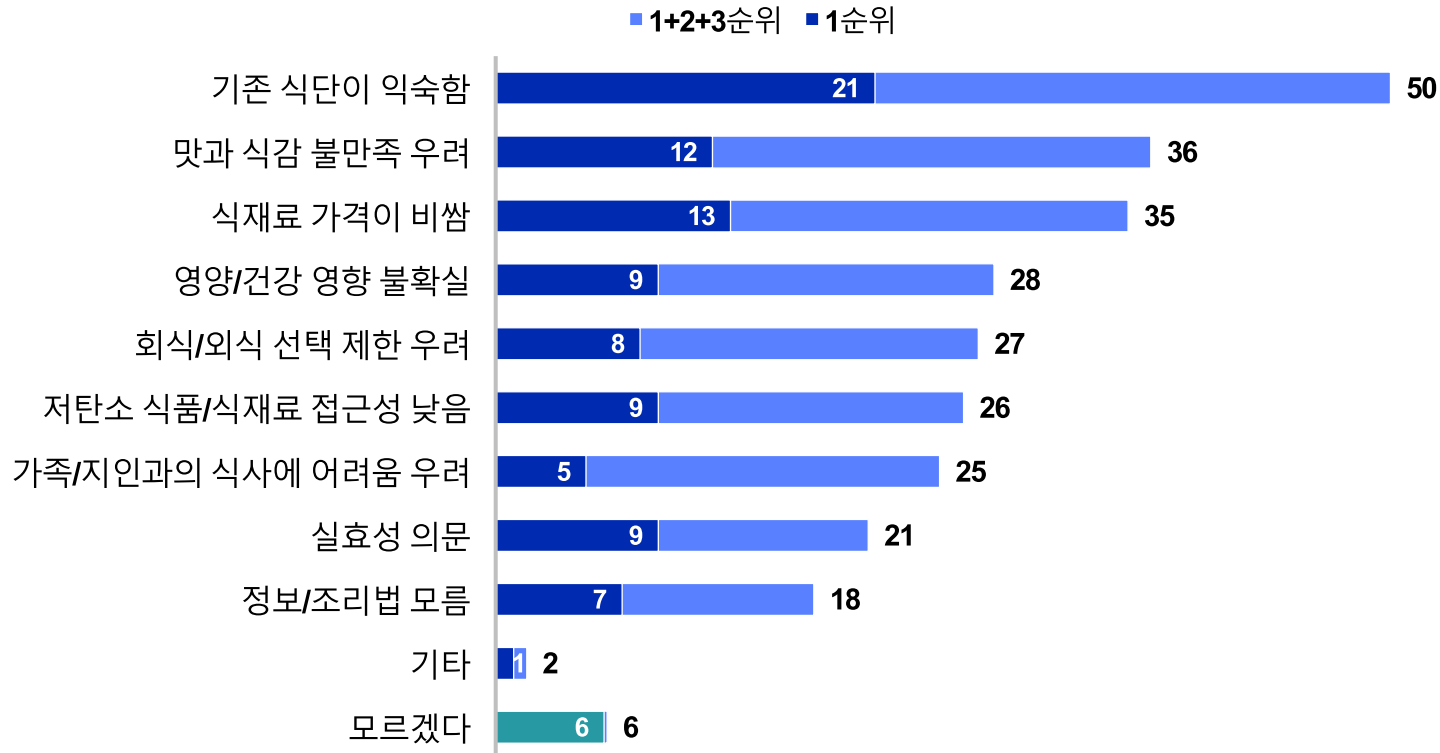


Q. 저탄소 식단을 현재 실천하고 계시거나, 앞으로 실천해 보시려는 이유가 무엇입니까? 주요한 순서대로 최대 3개까지 선택해 주세요.

저탄소 식단 실천을 망설이는 478명이 꼽은 주요 이유는 '기존 식단 익숙함(50%, 1+2+3순위)'임. 다음으로 '맛과 식감 불만족 우려(36%)', '저탄소 식단의 식재료 가격이 비쌌(35%)', '영양소 섭취 및 건강에 미칠 영향 불확실(28%)' 순임. 기존 식단의 익숙함, 익숙하고 만족스러운 맛과 식감에서 벗어나기에 어려움이 있는 것으로 보임. 기존 식단의 익숙함 외에도 맛과 식감에 대한 우려, 가격 부담, 영양 불안 등 식생활에서의 현실적 고려 요소들이 저탄소 식단 실천을 주저하게 만드는 요인으로 작용함.

저탄소 식단 실천 장벽

[Base: 저탄소 식단 실천의향 없거나 모름 응답자 478명, 복수응답, 단위: %]

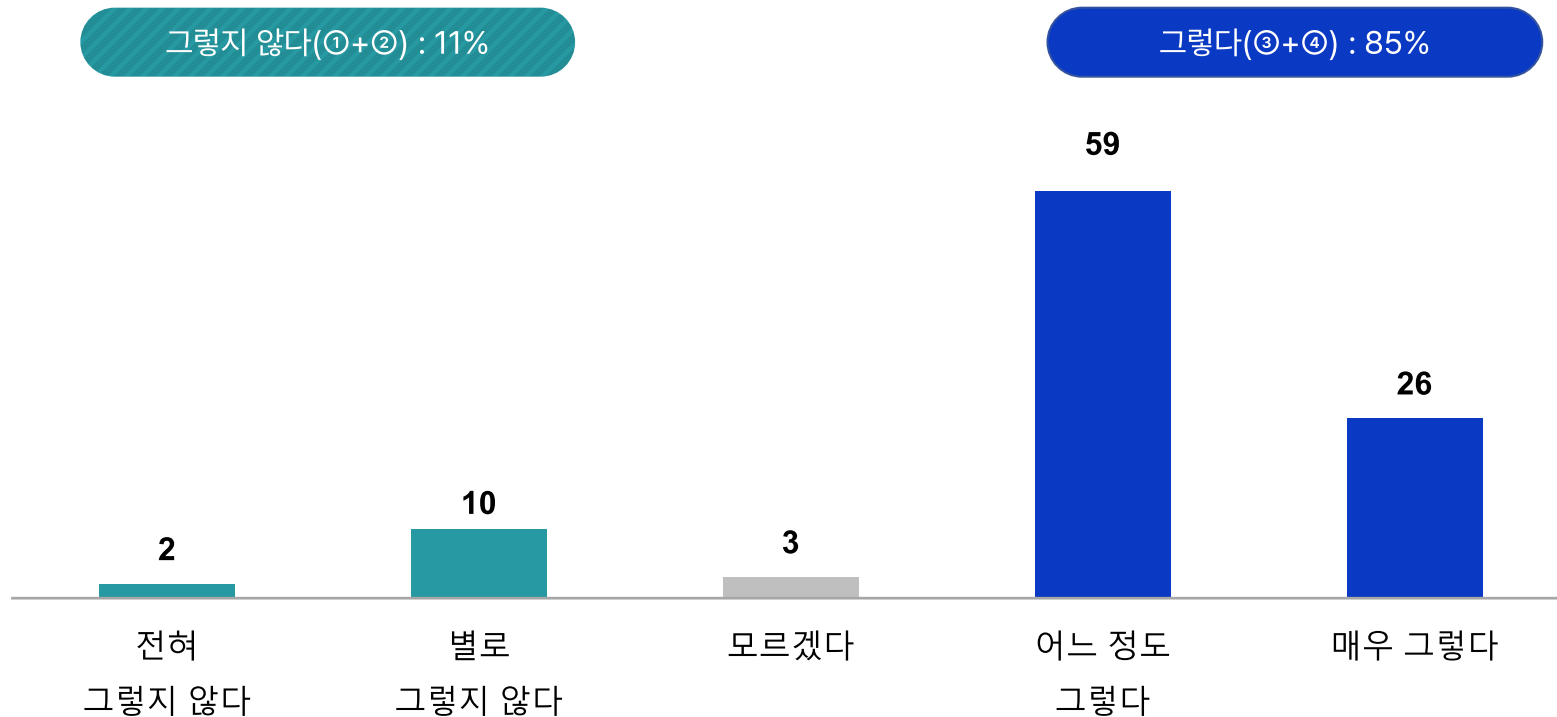


Q. 저탄소 식단을 실천하지 않으려는 이유는 다음 중 무엇입니까? 주요한 순서대로 최대 3개까지 선택해 주세요.

- 저탄소 식단이 기후위기 극복에 도움이 된다는 인식은 85%(매우 그렇다 26%, 어느 정도 그렇다 59%)로 매우 높음. 도움이 되지 않는다는 인식은 11%(전혀 그렇지 않다 2%, 별로 그렇지 않다 10%)에 그침.
- 10명 중 8명 이상이 저탄소 식단의 환경 효과를 신뢰하지만, 현재 저탄소 식단 인지도와 실천 경험은 높지 않은 수준임. 그럼에도 향후 실천 의향이 76%에 달해, 저탄소 식단이 단기적 유행이 아닌 장기적 식습관으로 정착할 가능성도 엿보임. 이러한 변화가 지속되기 위해서는 익숙함, 맛과 식감에 대한 불만, 비싼 가격, 영양 불안 등 소비자들이 우려하는 문제들을 해소함으로써 지속적인 실천과 유입을 이끌어야 함.

저탄소 식단의 기후위기 극복 기여도 인식

[Base: 2,000명, 단위: %]



Q. 저탄소 식단이 기후위기 극복에 도움이 될 수 있다고 생각하십니까?

2. 결과 분석 – 6) 대체식품 인식과 실천 의향

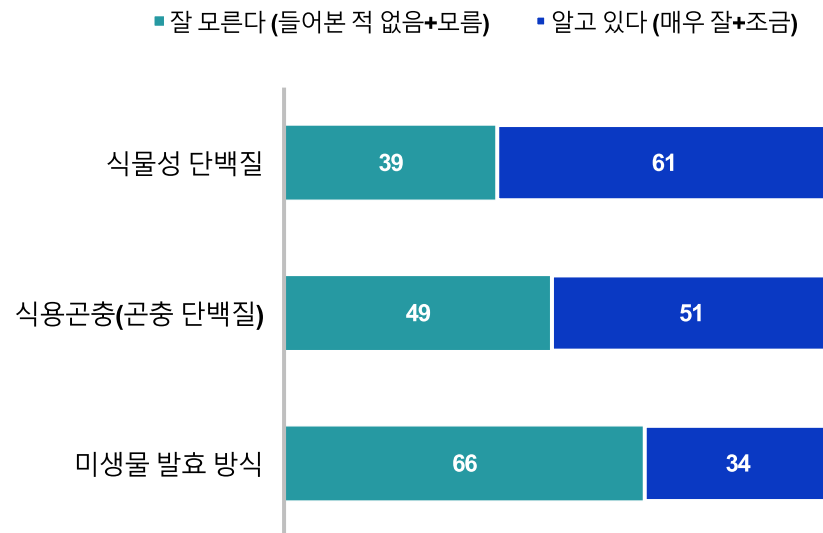
- '식물성 단백질(식물성 고기, 식물성 해산물, 식물성 유제품 등)'에 관한 인지도가 61%로 가장 높음. 2명 중 1명(51%)은 '식용곤충(곤충 단백질)'은 아는 사람 51%, 모른다고 답한 사람 49%로 중간 정도의 인지도를 보임. '미생물 발효 방식(박테리아, 곰팡이, 효모 등의 미생물 발효로 고기나 유지방 풍미 재현)'(34%)은 10명 중 3명 가량만이 알고 있다고 답해 상대적으로 인지도가 낮은 편임.
- 대체식품 중에서도 미생물 발효 방식의 식품은 영국 등 해외에서 일부 상용화 단계를 밟고 있음. 30%대로 비교적 낮은 인지도이나, 우리나라에서 일반 소비자가 해당 대체식품을 접하기 어려운 상황임을 고려한다면 미생물 발효 식품을 알고 있는 사람은 적지 않음.

대체식품이란?

동물성 원료 대신 식물성 원료, 미생물, 식용곤충, 세포 배양물 등을 주원료로 사용하여 기존 식품과 유사한 형태, 맛, 조직감 등을 가지도록 제조해 판매하는 식품을 의미합니다.

대체식품 인지도 – '알고 있다'

[Base: 2,000명, 단위: %]



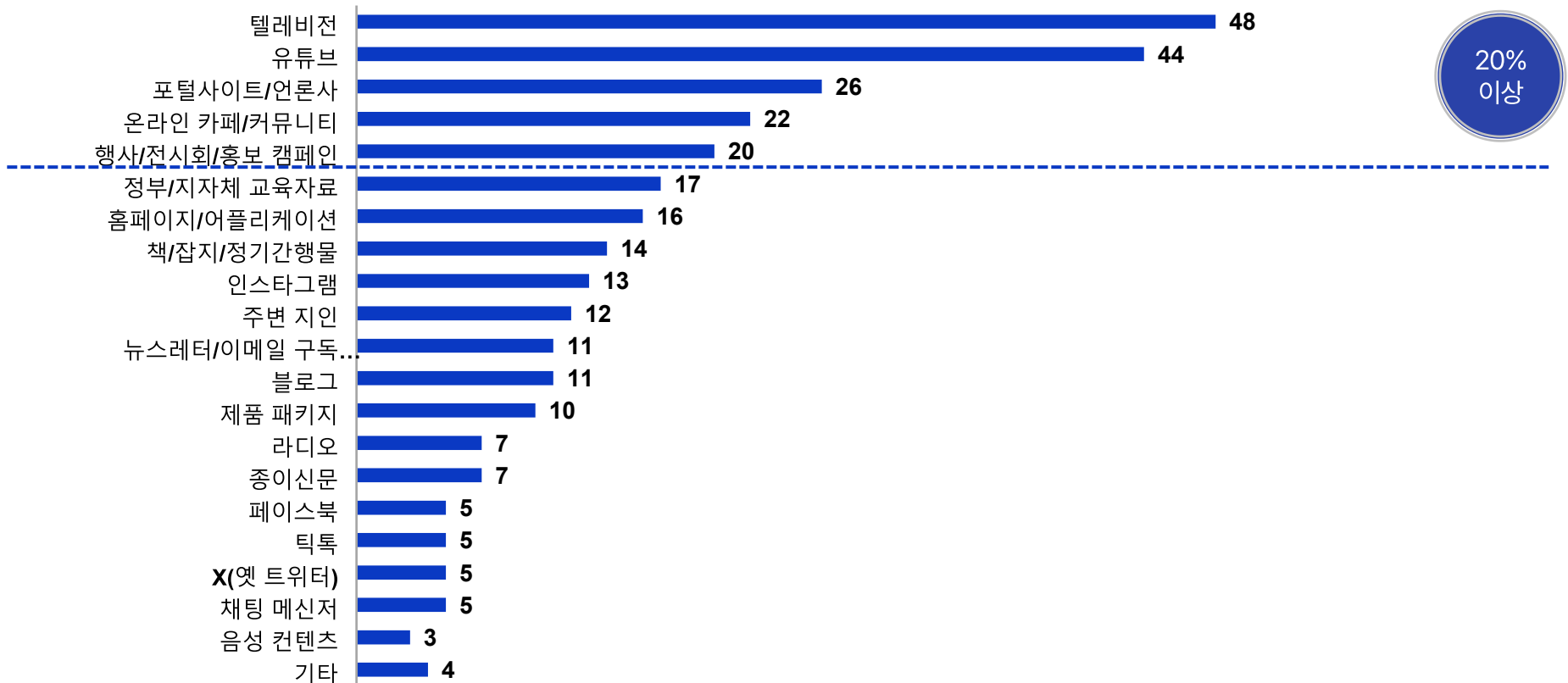
Q. 대체식품에 대해 들어보셨습니까? 다음 중 알고 있는 대체식품을 응답해 주세요.

식물성 단백질, 식용곤충, 미생물 발효 방식, 배양육 중 하나라도 알고 있는 1,453명이 대체식품 관련 정보를 주로 습득 경로한 경로는 '텔레비전(48%)'임. 이어서 '유튜브(44%)', '포털사이트, 언론사 홈페이지·어플리케이션(26%)', '온라인 카페 및 커뮤니티 사이트(네이버·다음 카페, 밴드 등)(22%)' 순임.

'환경·음식 관련 행사·전시회·홍보 캠페인(20%)', '정부·지자체·환경단체의 교육자료나 캠페인(17%)', '환경·음식 관련 홈페이지, 어플리케이션(16%)'을 통해 정보를 얻었다는 응답은 10명 중 1-2명 가량임. 저탄소 식단에 이어 대체식품도 대중매체와 온라인 플랫폼을 통한 정보 습득이 지배적임.

대체식품 정보 습득 경로

[Base: 대체식품을 하나라도 알고 있는 1,453명, 복수응답, 단위: %]



20% 이상

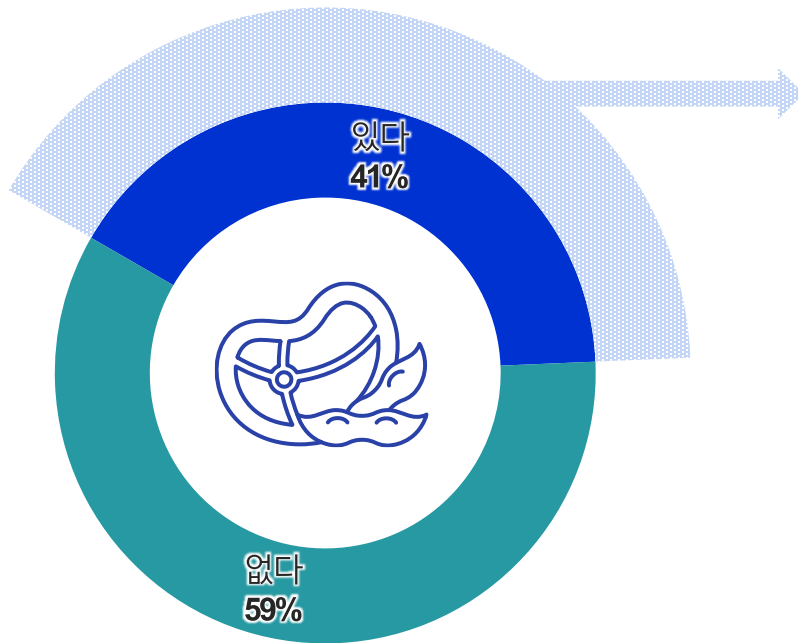
Q. 대체식품에 관한 정보를 어디에서 접하셨습니까? 해당하는 것을 모두 선택해 주세요.

대체식품을 섭취한 적 없는 사람은 59%, 섭취 경험은 41%임. 대체식품 미
경험자의 수가 다수이나, 10명 중 4명은 섭취한 적 있다고 답해 적은 수로 보
기 어려움.

대체식품을 구매하거나 섭취한 적 있는 813명의 섭취 후 만족도는 70%(매
우 만족 3%, 만족하는 편 67%), 불만족 30%(매우 불만족 3%, 불만족하는
편 27%)로 긍정적인 평가가 우세함.

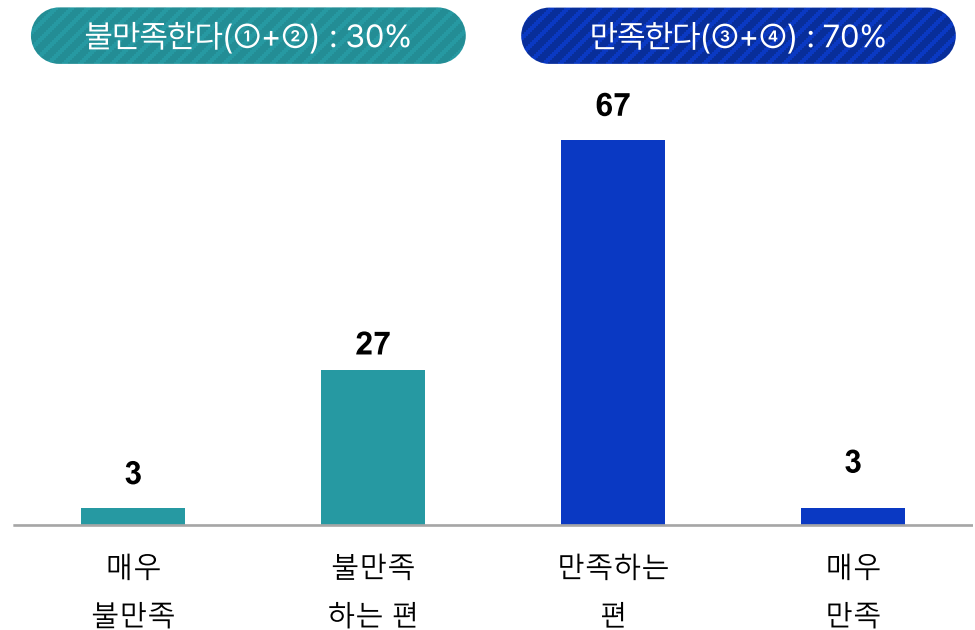
대체식품 섭취 경험

[Base: 2,000명, 단위: %]



대체식품 섭취 후 만족도

[Base: 대체식품 구매 및 식용 경험 있는 813명, 단위: %]



Q. 대체식품을 구매하시거나, 드신 적이 있습니까?

Q. 대체식품을 드신 후 만족하셨습니까, 불만족하셨습니까?

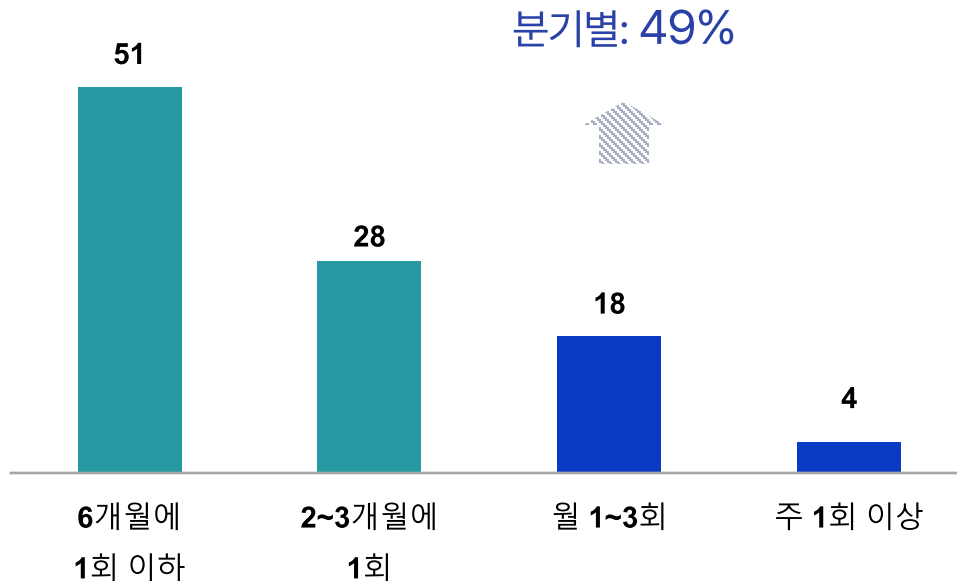
대체식품 구매 빈도는 '6개월에 1회 이하'가 51%로 가장 많고, '2~3개월에 1회' 28%, '월 1~3회' 18%, '주 1회 이상' 4%임.

한 달에 최소 1회 이상 구매하는 사람은 22%임(월 1~3회 18%, 주 1회 이상 4%). 2~3개월에 한 번씩 구매하는 28%까지 더하면, 2명 중 1명은 분기별로 한 번씩 구매한다고 답함.

주요 구매 채널은 '시장 및 오프라인 매장(대형마트, 슈퍼마켓, 편의점, 한살림 등)(45%)', '온라인 쇼핑몰(쿠팡, 마켓컬리 등)(39%)'이며 전문 매장 이용은 12%(친환경/비건 전문 매장 9%, 비건 전문 레스토랑 3%)로 낮음.

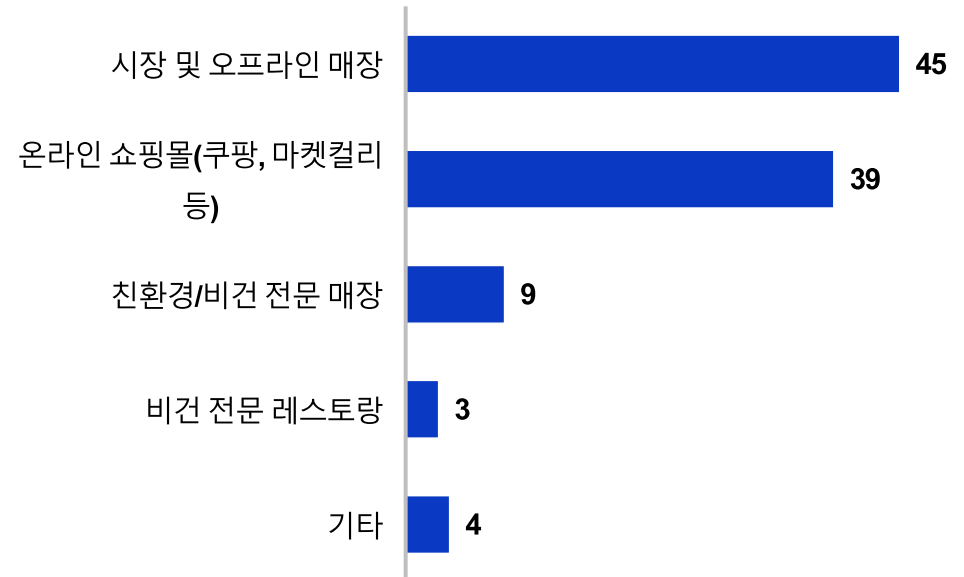
대체식품 구매 빈도

[Base: 대체식품 구매 및 식용 경험 있는 813명, 단위: %]



대체식품 구매 채널

[Base: 대체식품 구매 및 식용 경험 있는 813명, 단위: %]



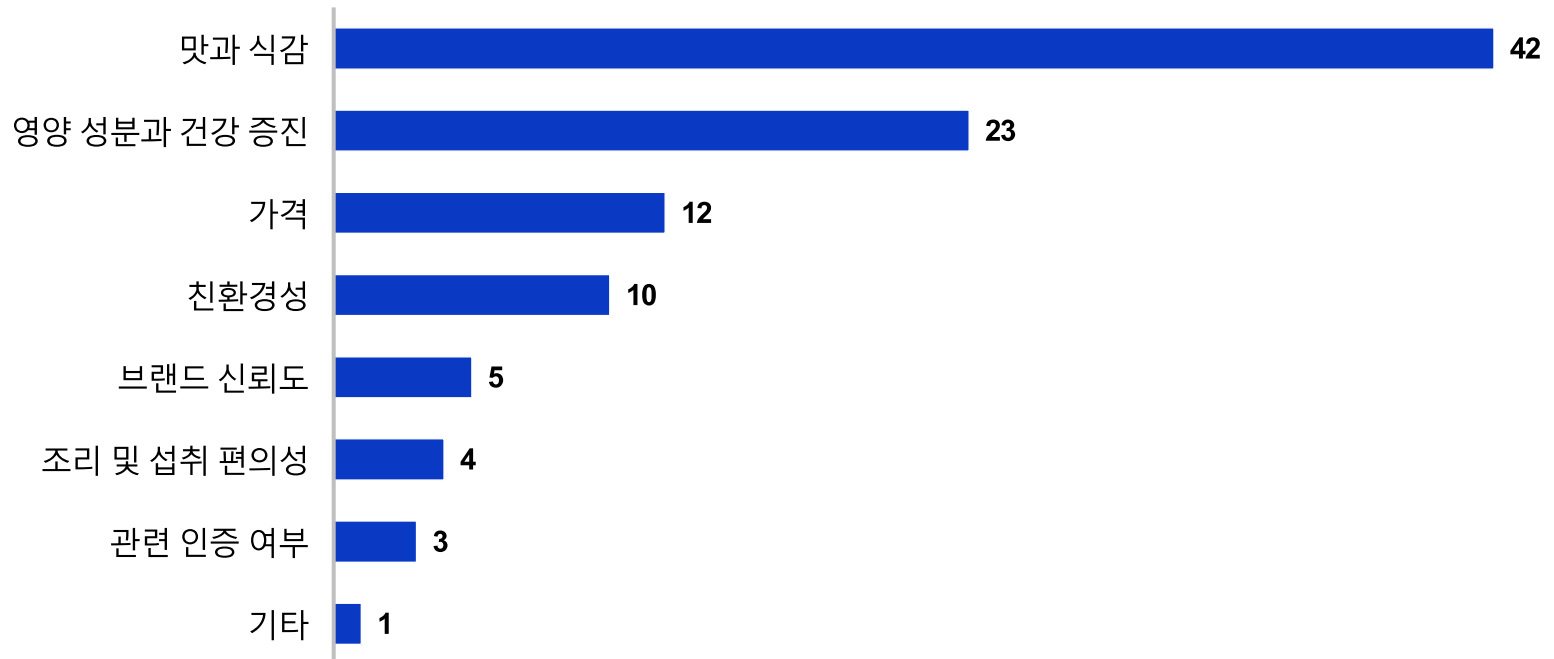
Q. 현재 얼마나 자주 대체식품을 구매하십니까?

Q. 주로 어디에서 대체식품을 구매하십니까?

대체식품 구매 시 가장 중요하게 고려하는 요소는 '맛과 식감(42%)'이고, 이어서 23%는 '영양 성분과 건강 증진'을 고려함. '가격(12%)', '친환경성(10%)', '브랜드 신뢰도(5%)' 등은 10% 안팎으로 상대적으로 크게 중요한 요소는 아님.

대체식품 구매 시 가장 중요한 요소

[Base: 대체식품 구매 및 식용 경험 있는 813명, 단위: %]

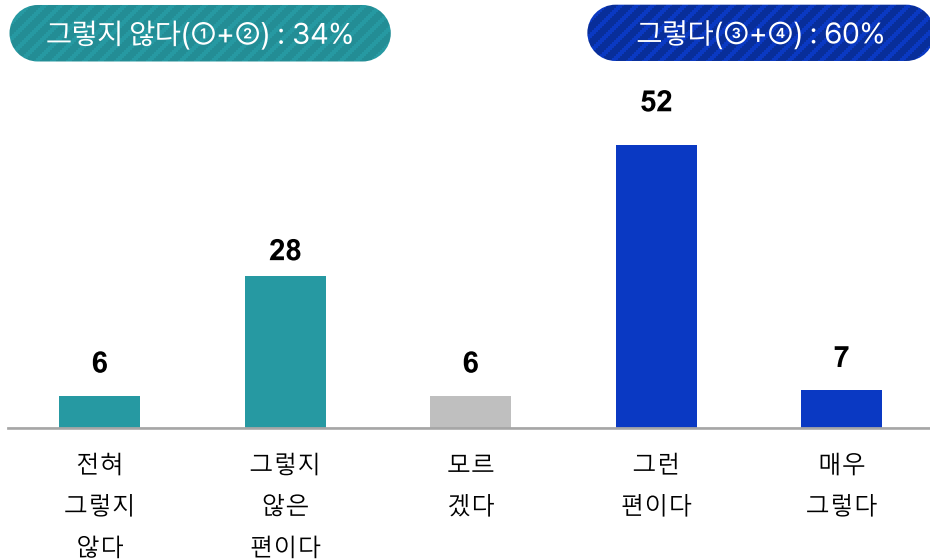


Q. 대체식품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇입니까?

향후 대체식품 섭취 의향은 60%(매우 그렇다(현재 먹는 중) 7%, 그런 편 52%)로 과반 이상이 대체식품 섭취 의향을 드러냄. 3명 중 1명은 섭취할 의향이 없다고 답함 (34%, 전혀 그렇지 않다 6%, 그렇지 않은 편 28%).

대체식품 섭취 의향

[Base: 2,000명, 단위: %]



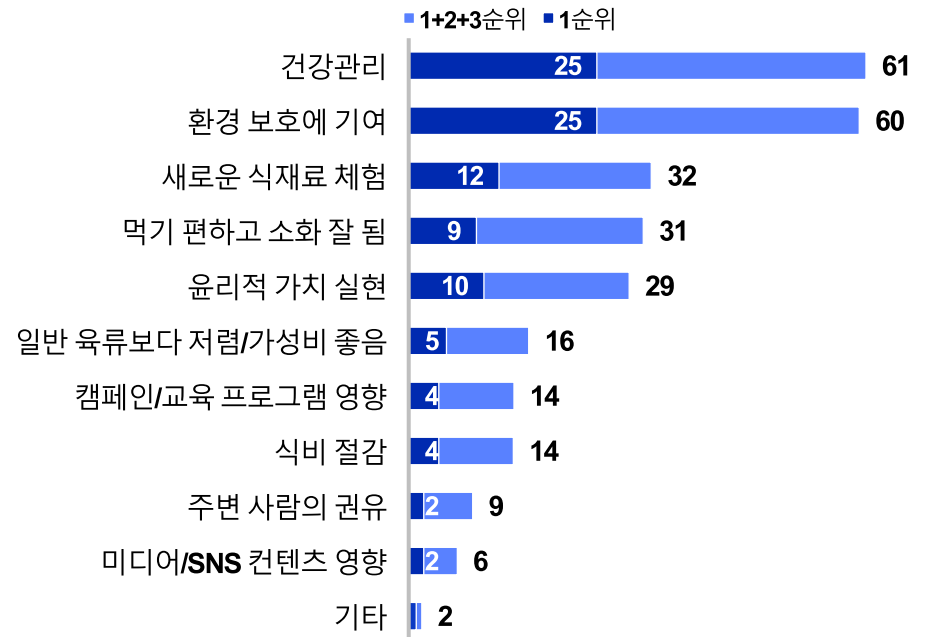
Q. 귀하는 앞으로 대체식품을 섭취할 의향이 있습니까?

대체식품을 섭취할 의향이 있거나 섭취하는 1,199명의 가장 큰 섭취 이유는 '건강관리를 위해 (체중 관리, 영양 균형, 질병 및 알레르기 등)(61%, 1+2+3 순위)'임. 이와 비슷하게 '환경 보호(탄소 배출 감소, 지속가능성 등)에 기여'를 꼽는 사람도 60%에 달함. 환경과 건강이 대체식품을 섭취하는(할) 주요 이유임.

대체식품을 섭취한 이유로는 '새로운 식재료 체험'(32%), '먹기 편하고 소화가 잘 될 것 같아서'(31%), '윤리적 가치(동물 복지, 공장식 축산 반대 등) 실현'(29%) 등이 주로 꼽았으며, 10명 중 3명 수준임.

대체식품 섭취 이유

[Base: 대체식품 섭취 의향 있거나 섭취 중인 1,199명, 복수응답, 단위: %]

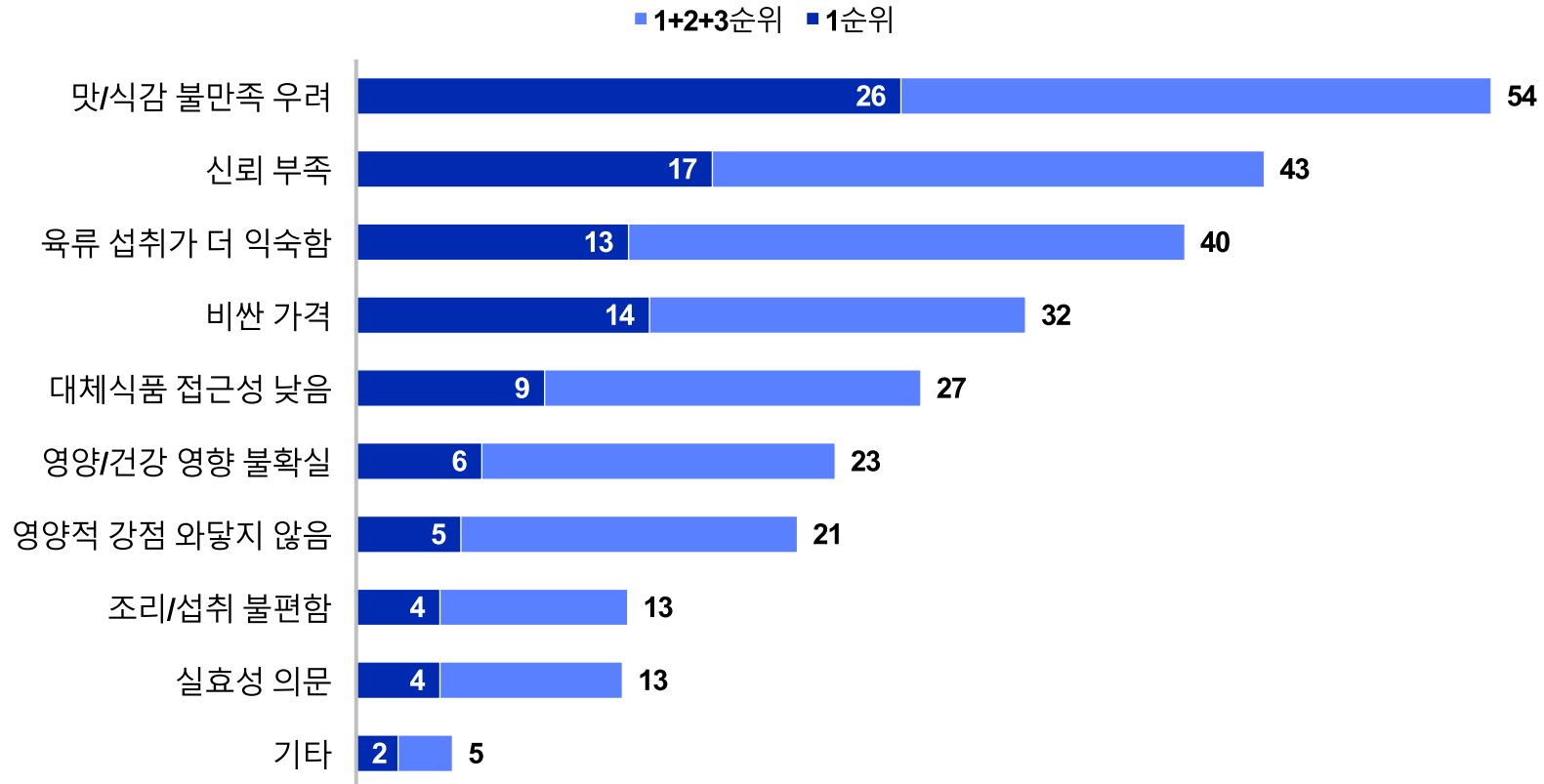


Q. 대체식품을 현재 섭취하고 계시거나, 앞으로 섭취해 보시려는 이유는 무엇입니까? 주요한 순서대로 최대 3개까지 선택해 주세요.

- 대체식품을 섭취할 의향이 없는 801명이 꼽은 가장 큰 이유는 '기존 육류와 비교했을 때 맛이나 식감이 만족스럽지 않을 것 같아서(54%, 1+2+3순위)'임. 이어서 '대체식품에 대한 신뢰가 부족해서(43%)', '육류 섭취가 더 익숙하고 편해서(40%)'를 꼽는 사람도 40%를 상회함.
- '비싼 가격(32%)', '대체식품을 구하기 어려워서(27%)'와 같이 접근성을 지적하는 이들도 적지 않음.

대체식품을 섭취하지 않는 이유

[Base: 대체식품을 섭취할 의향이 없는 801명, 복수응답, 단위: %]

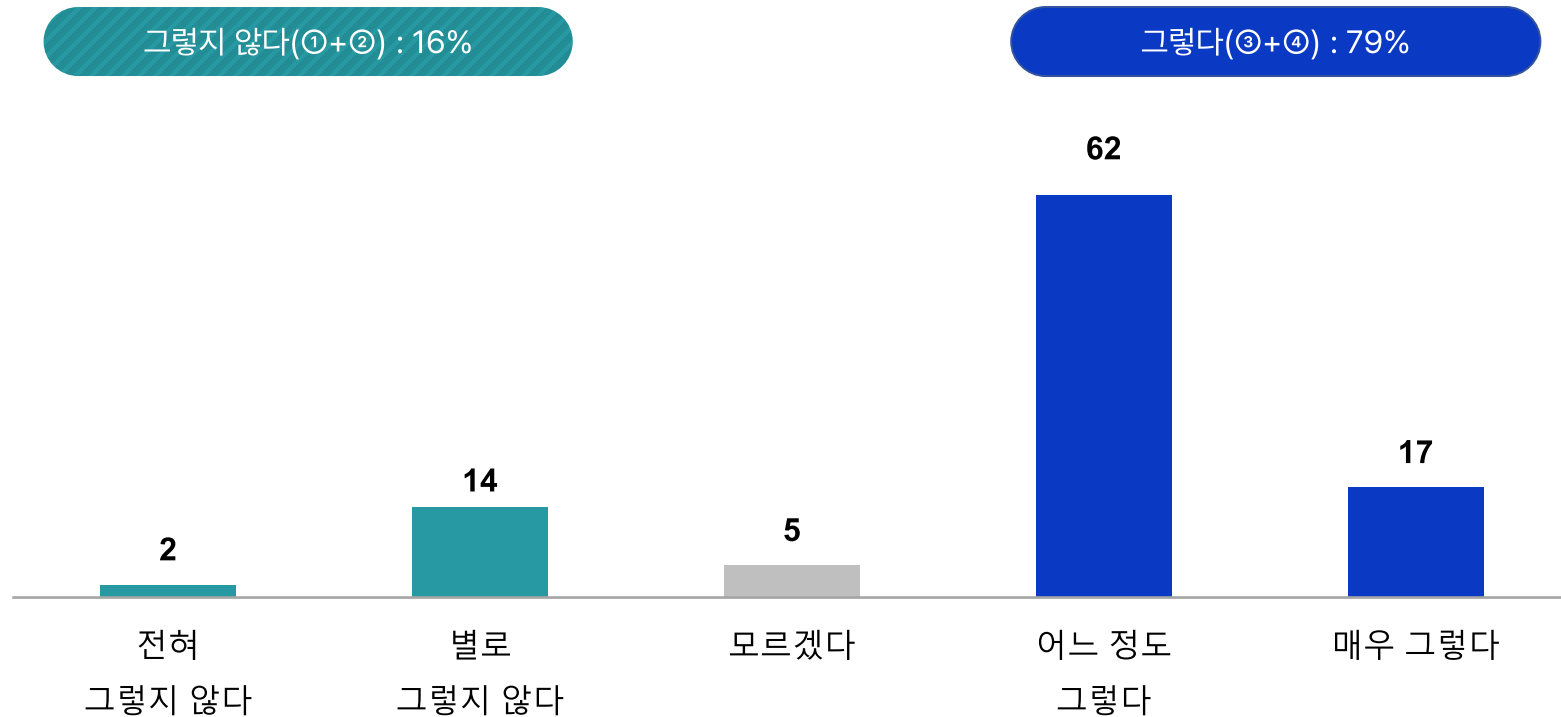


Q. 대체식품을 섭취하지 않으려는 이유는 다음 중 무엇입니까? 주요한 순서대로 최대 3개까지 선택해 주세요.

- 대체식품 섭취가 기후위기 극복에 도움된다는 인식은 79%(매우 그렇다 17%, 어느 정도 그렇다 62%)로 높음. 도움되지 않는다는 인식은 16%(전혀 그렇지 않다 2%, 별로 그렇지 않다 14%)에 그침. 전반적으로 대체식품 섭취가 기후위기 극복에 미치는 긍정적인 영향력에 동의함.
- 대체식품이 기후위기에 미치는 긍정적인 영향에 다수가 공감함에도 대체식품을 구매하거나 섭취한 적이 없는 사람이 60%에 달함. 의향이 있는 사람 역시 60%로 과반이라는 점에서 앞서 지적한 대체식품의 맛, 신뢰, 익숙함, 접근성 등을 개선해 대체식품 수요를 관리할 필요가 있음.

대체식품과 기후위기 관계 인식

[Base: 2,000명, 단위: %]



Q. 대체식품 섭취가 기후위기 극복에 도움이 될 수 있다고 생각하십니까?

2. 결과 분석 – 7) 배양육 인지도와 소비 의향

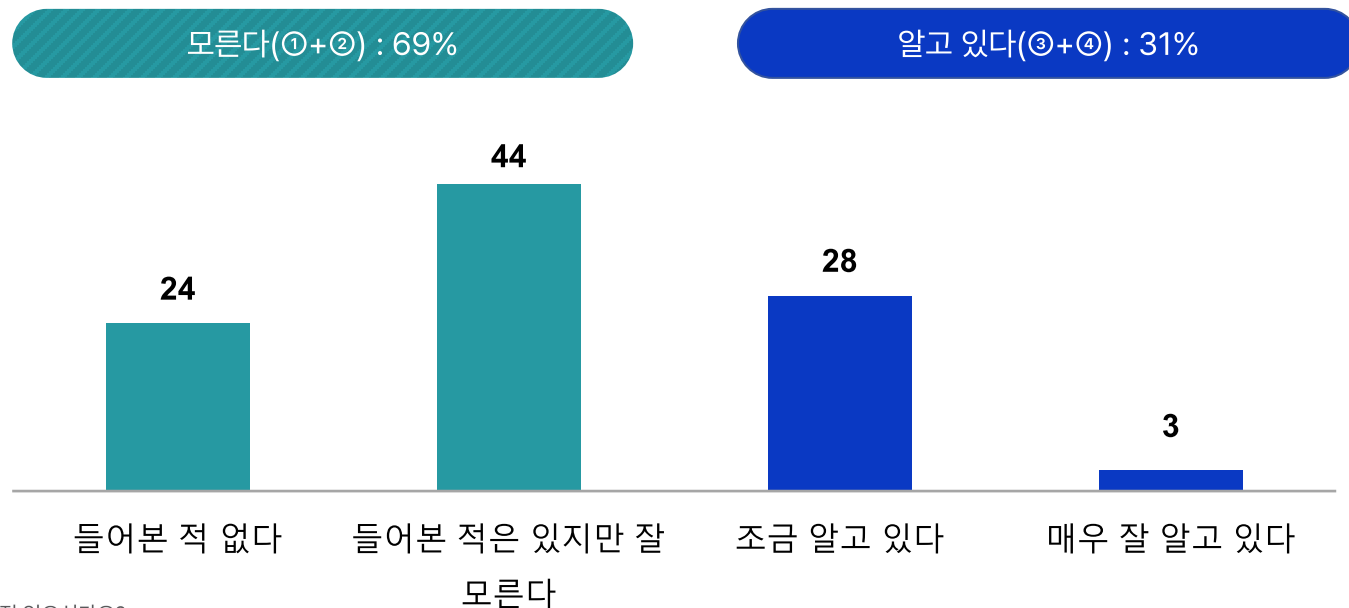
배양육에 관해 알고 있는 사람은 31%, 이 중 '매우 잘 알고 있다'는 응답은 3%에 불과함. 69%의 대다수가 배양육을 '모른다(들어본 적 없다 24%, 들어본 적은 있지만 잘 모른다 44%)'고 답해, 식물성 대체단백질(61%) 인지도의 절반 수준임.

배양육이란?

동물에서 세포를 채취하여 이를 기반으로 검증이 된 안전한 환경에서 배양하여 맛과 영양 성분이 육류와 비슷하도록 소비가 가능한 고기를 의미합니다. 현행법상 배양육에 대한 정의규정은 부재하며, 관련 정책상 '세포 배양식품' 등으로 명명하여 '살아있는 동물세포를 채취한 뒤 세포공학기술로 배양해 생산하는 식용 고기'임을 설명하고 있습니다.

배양육 인지도

[Base: 2,000명, 단위: %]



Q. 귀하께서는 '배양육'이라는 단어를 들어본 적 있으신가요?

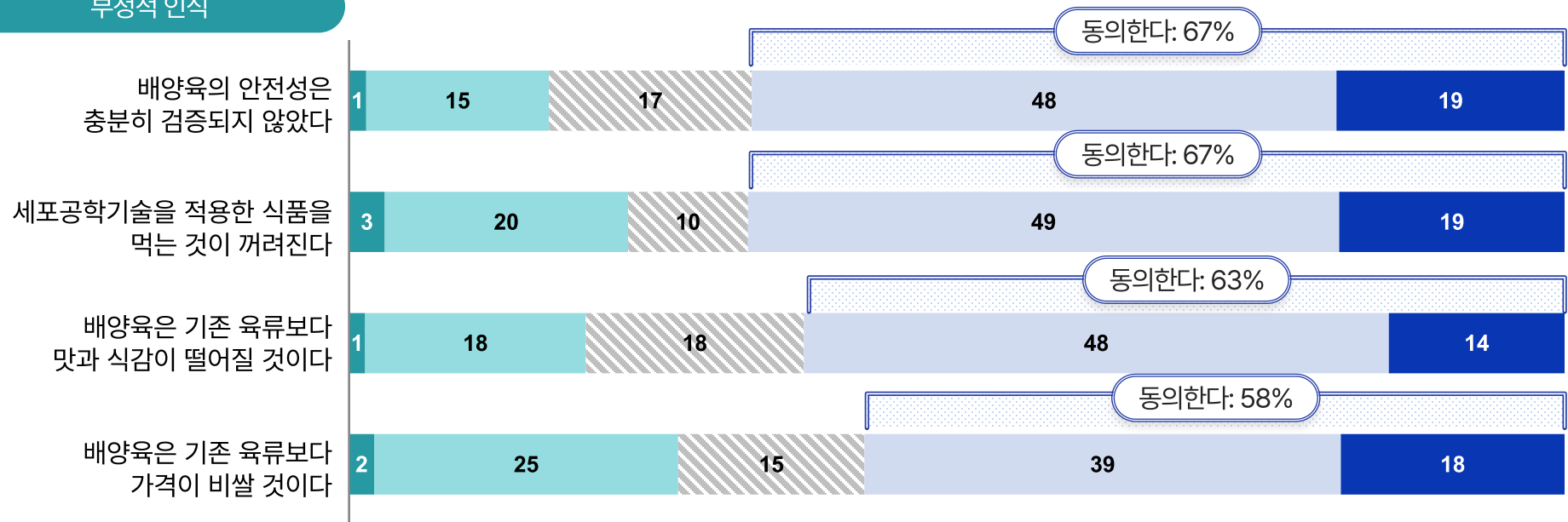
배양육에 관해 우려하는 주장을 담은 네 가지 진술문을 제시하고 인식을 확인함. 안전성 측면에서 67%가 '배양육의 안전성은 충분히 검증되지 않았다'는 주장에 동의하며 불안을 표출함(매우 그렇다+그런 편이다). 심리적 측면에서 67%가 '세포공학기술을 적용한 식품을 먹는 것이 꺼려진다'고 답함. 품질 측면에서 63%가 '기존 육류보다 맛과 식감이 떨어질 것'이라고 우려함. 경제적 측면에서 58%가 '기존 육류보다 가격이 비쌀 것'이라고 예상함. 10명 중 1-2명은 배양육의 안전성, 심리적 측면, 품질, 가격에 강한 부정 인식을 드러냄.

배양육에 대한 인식 및 우려

[Base: 2,000명, 단위: %]

■ 전혀 그렇지 않다 ■ 그렇지 않은 편이다 ■ 모르겠다 ■ 그런 편이다 ■ 매우 그렇다

부정적 인식



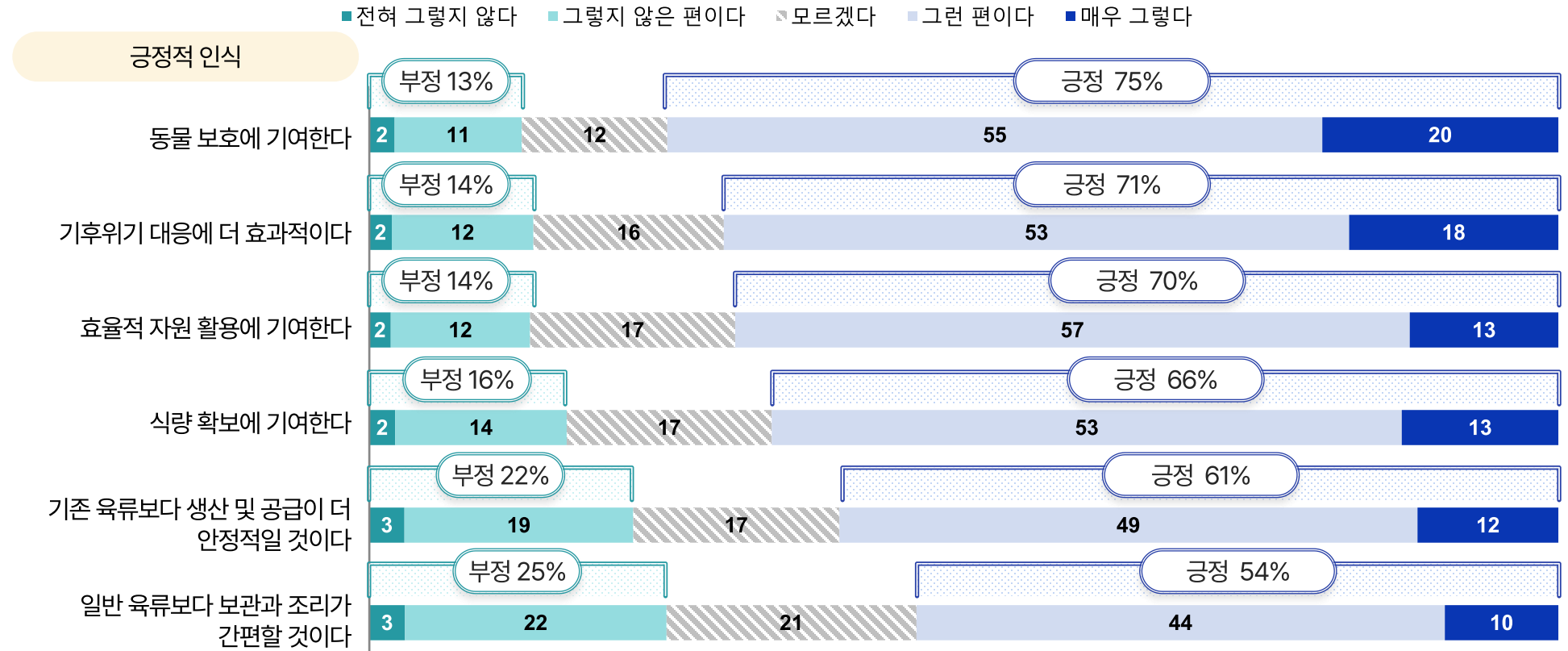
Q. 배양육에 관한 다음 각 항목에 대해 어떤 의견이십니까?

배양육이 나와 우리 사회에 미치는 영향을 여섯 가지 진술문으로 제시하고 인식을 살펴봄. 윤리적 측면에서 75%가 '동물 보호에 기여한다', 환경적 측면에서 70%가 '일반 육류보다 기후위기 대응에 더 효과적이다', 자원 효율성 측면에서 69%가 '효율적인 자원 활용에 기여한다고 인식함.

식량안보 측면에서는 66%가 '우리나라의 식량 확보에 기여한다', 안정성 측면에서 60%가 '기존 육류보다 생산 및 공급이 더 안정적일 것', 실용적 측면에서 54%가 '일반 육류보다 보관과 조리가 간편할 것'이라고 기대함. 앞서 살펴본 바와 같이 배양육에 관해 우려하는 점들이 분명히 존재하지만, 배양육이 나와 우리 사회 전반에 미치는 긍정적인 영향에 관해서도 대다수가 공감함.

배양육의 장점에 대한 인식

[Base: 2,000명, 단위: %]

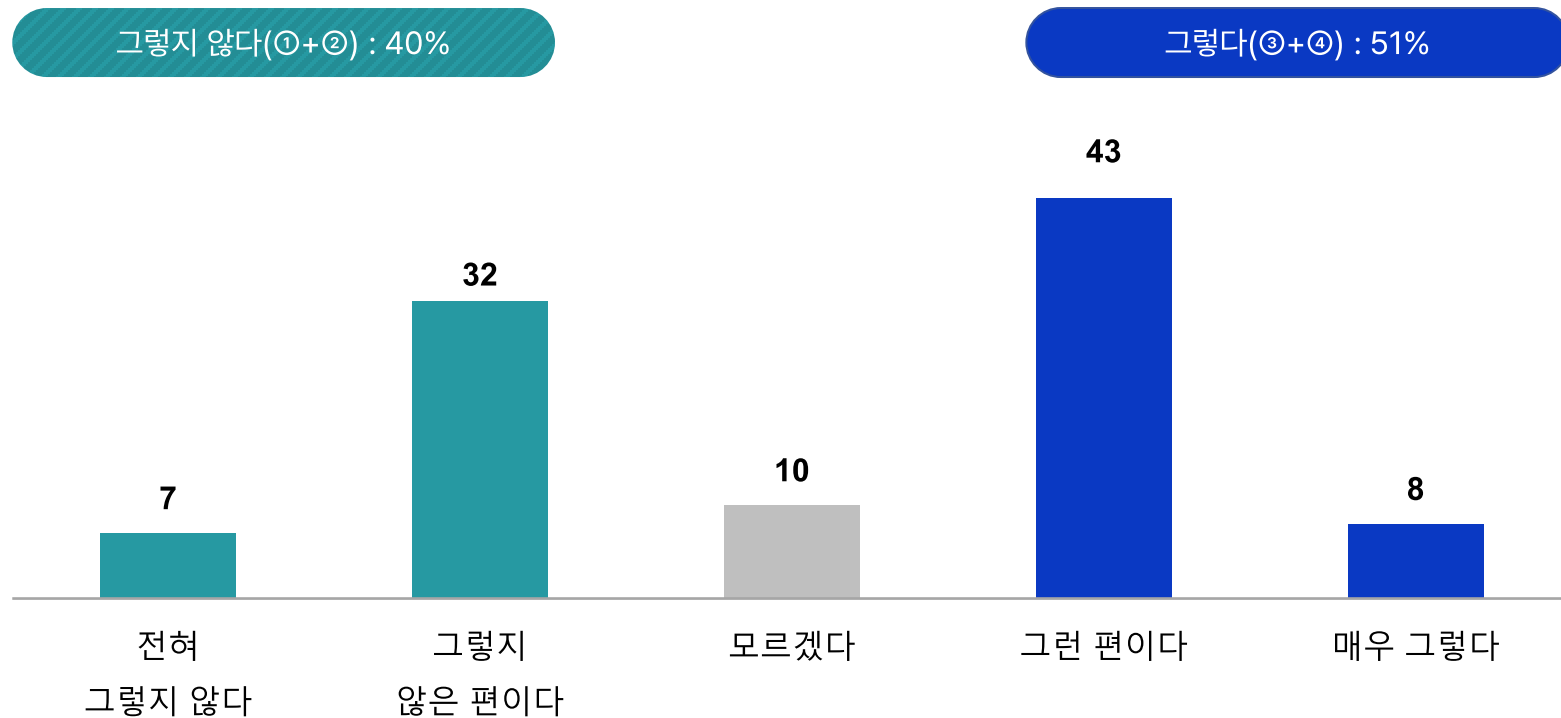


Q. 배양육에 관한 다음 각 항목에 대해 어떤 의견이십니까?

향후 배양육을 구매하거나 섭취할 의향이 있는 사람은 51%(매우 그렇다 8%, 그런 편이다 43%), 의향이 없는 사람이 40%(전혀 그렇지 않다 7%, 그렇지 않은 편이다 32%)임. 배양육의 안전성, 심리적 측면, 품질, 가격에 우려가 있음에도, 절반 이상이 배양육에 대한 향후 섭취 가능성에 긍정적인 태도를 보임.

배양육 구매/섭취 의향

[Base: 2,000명, 단위: %]



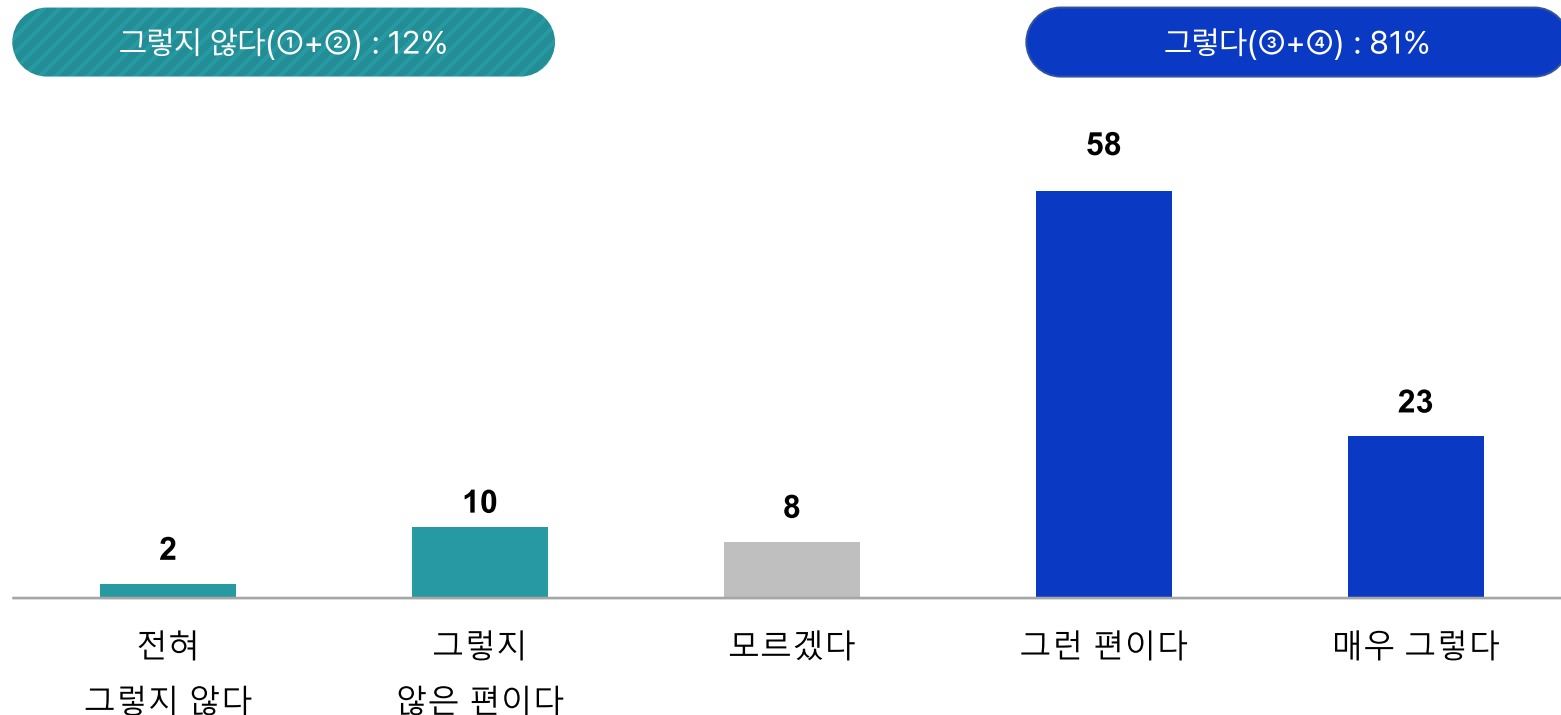
Q. 귀하께서는 향후 배양육을 구매하거나 드실 의향이 있으십니까?

2. 결과 분석 – 8) 대체식품·저탄소 식단 확산 정책

대체식품 및 저탄소 식단 확산이 필요하다는 인식이 81%(매우 그렇다 23%, 그런 편이다 58%)로 압도적임. 확산이 필요하지 않다는 의견은 12%(전혀 그렇지 않다 2%, 그렇지 않은 편이다 10%)에 불과함. 기후위기 대응을 위한 식생활 변화 필요성에 관해 사회적 공감대가 형성되어 있음.

대체식품 및 저탄소 식단 확산 필요성

[Base: 2,000명, 단위: %]

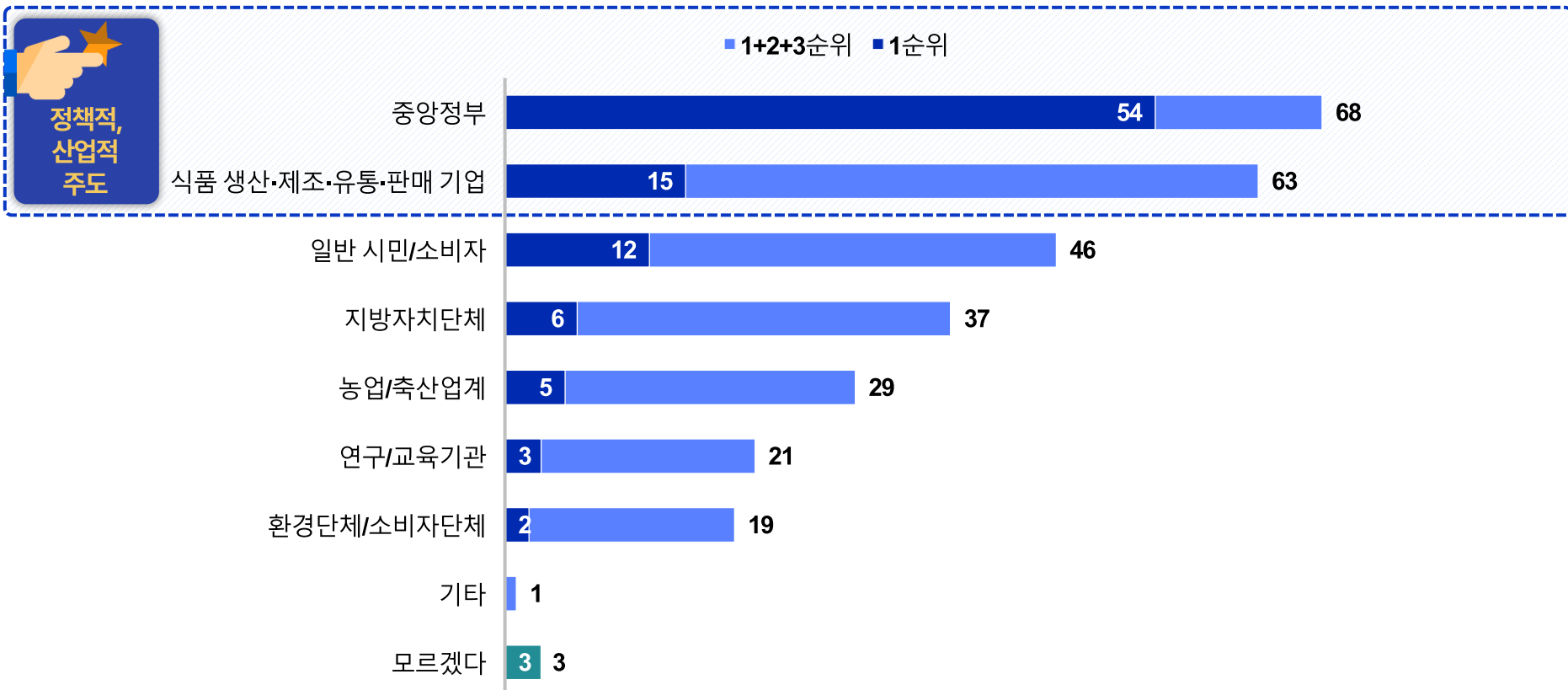


Q. 대체식품 및 저탄소 식단이 지금보다 더 확산되어야 한다고 생각하십니까?

| 흘러만 가는 기후위기를 잡기 위해서 대체식품 및 저탄소 식단을 확산이 필수적임. 대체식품과 저탄소 식단 확산을 위해 '중앙정부'가 가장 중요한 역할을 수행해야 한다는 인식임(68%, 1+2+3순위). 이어서 '식품 생산·제조·유통·판매 기업(63%)', '일반 시민/소비자(46%)', '지방자치단체(37%)'순으로 중요한 역할을 해야 한다는 인식임. 정부와 기업이 정책적, 산업적으로 주도해야 한다는 인식이 강함. '농업/축산업계(29%)'와 '환경단체/소비자단체(19%)'의 중요한 역할을 기대하는 응답은 비교적 후순위임.

대체식품 및 저탄소 식단 확산 주체

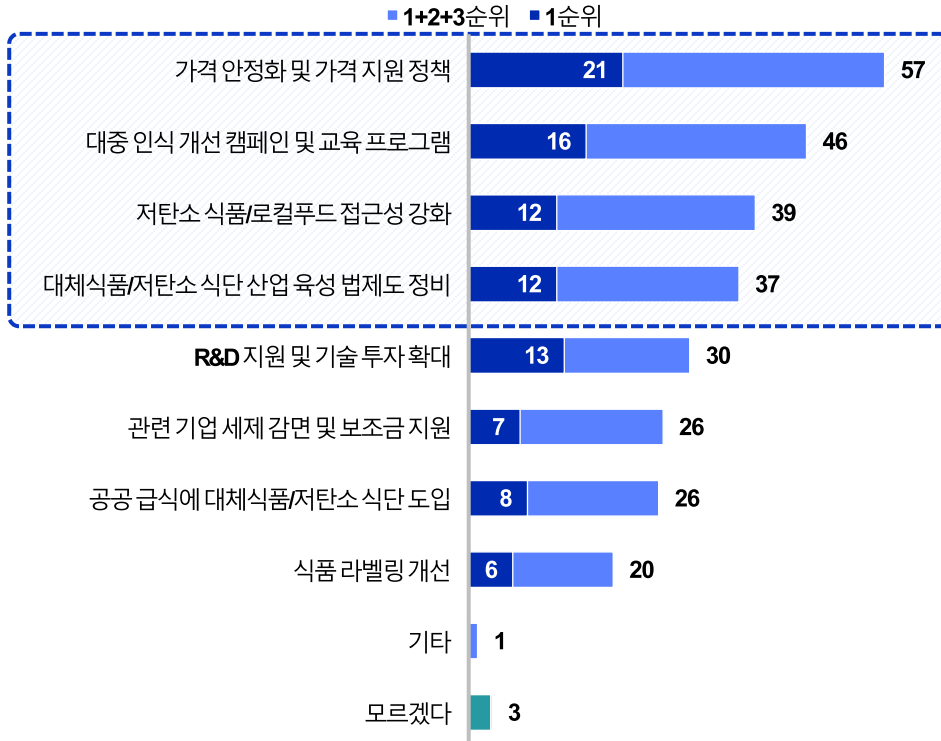
[Base: 2,000명, 복수응답, 단위: %]



기후위기를 대비해 정부기관에서 주도적으로 대체식품, 저탄소 식단 확산 방안을 마련해야 한다는 인식임. 특히 '가격 안정화 및 가격 지원 정책'을 우선적으로 고려해야 한다는 인식이 57%로 가장 우세함(1+2+3순위). 다음으로 '대중 인식 개선 캠페인 및 교육 프로그램(46%)', '저탄소 식품/로컬푸드 접근성 강화(39%)', '대체식품/저탄소 식단 산업 육성 법제도 정비(37%)' 순임. 소비자의 경제적 부담 완화와 정보 제공 및 접근성 강화를 위주로 정책을 설계해야 한다는 인식임.

정부 및 지방자치단체 추진 정책

[Base: 2,000명, 복수응답, 단위: %]

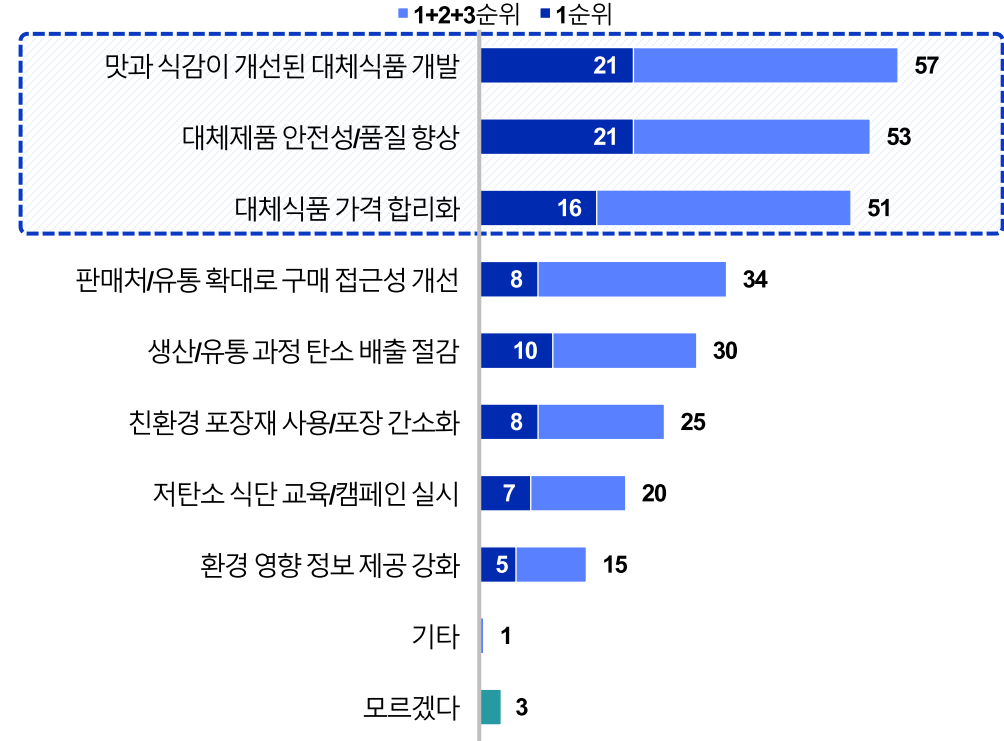


Q. 정부 및 지방자치단체가 대체식품 및 저탄소 식단 확산을 위해 다음 중 어떤 정책을 중요하게 고려해야 한다고 생각하십니까? 중요한 순서대로 최대 3개까지 선택해 주세요.

이어서 기업의 역할도 매우 중요한 실정임. 57%는 기업이 '맛과 식감이 개선된 대체식품 개발'을 우선으로 해야 한다는 인식임. '대체제품 안전성/품질 향상(53%)', '대체식품 가격 합리화(51%)' 역시 과반이 공감하는 고려 사항임. 기업은 대체식품의 맛, 안전성, 가격 및 접근성을 개선해 소비자의 수용성을 증진해야 한다는 인식임.

기업이 수행해야 할 활동

[Base: 2,000명, 복수응답, 단위: %]



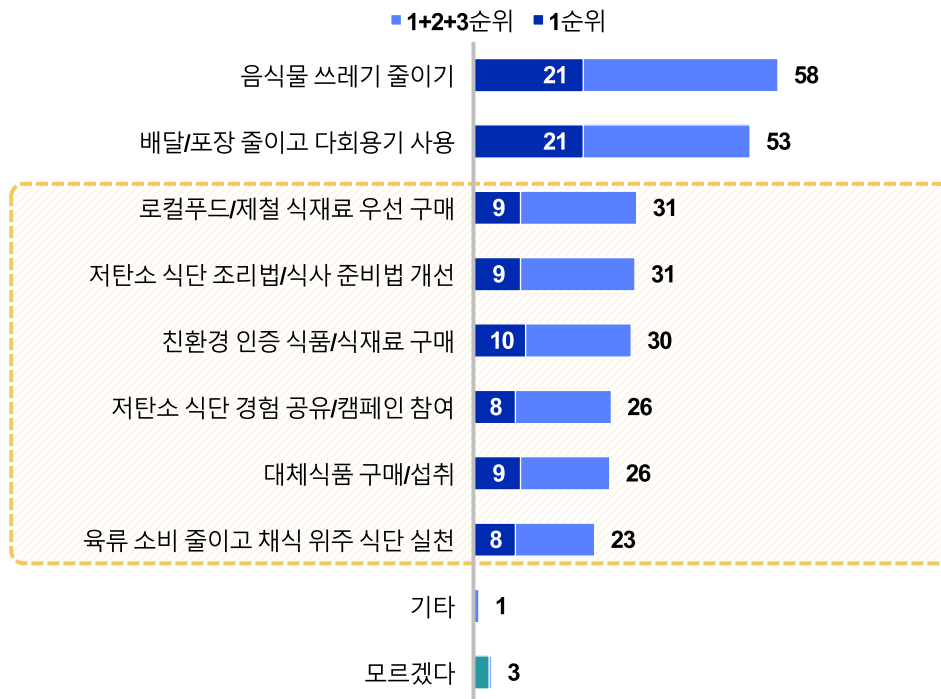
Q. 기업이 대체식품 및 저탄소 식단 확산을 위해 다음 중 어떤 활동을 중요하게 고려해야 한다고 생각하십니까? 중요한 순서대로 최대 3개까지 선택해 주세요.

정부, 기업에 이어 일반 소비자의 역할도 중요하게 인식함. 식단과 관련된 직접적인 실천 항목 중에서는 '로컬푸드 및 제철 식재료 우선 구매(31%, 1+2+3순위)', '저탄소 식단 조리법·식사 준비법 개선(31%)', '친환경 인증 식품 선택(30%)' 등이 비슷한 수준으로 나타남. 반면, 직접적인 식습관 변화보다 '음식물 쓰레기 감소(58%)'와 '배달·포장 줄이기 및 다회용기 사용(53%)'과 같은 간접적 실천을 더 중요하게 인식하는 경향이 뚜렷하게 나타남.

시민사회단체가 중요하게 고려해야 하는 활동으로는 '저탄소 식단 교육/체험 프로그램 운영(42%, 1+2+3순위)', '허위·과장 친환경 마케팅(그린워싱) 감시 및 정보 검증(40%)', '기업-소비자-정부 협력 네트워크 구축(39%)'을 꼽음. '대체식품 관련 정책 제언/법제도 개선(33%)', '기업 환경영향/탄소배출 정보 모니터링(32%)', '미디어 활용 저탄소 식단 홍보(32%)'를 해야 한다는 인식도 30%를 상회함.

일반 소비자가 수행해야 할 활동

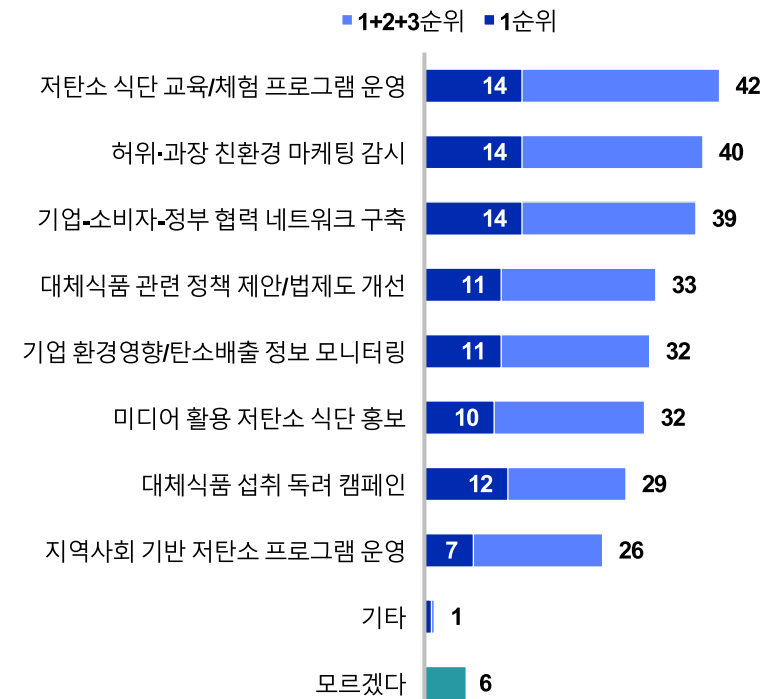
[Base: 2,000명, 복수응답, 단위: %]



Q. 시민 개개인이 대체식품 및 저탄소 식단 확산을 위해 다음 중 어떤 활동을 중요하게 고려해야 한다고 생각하십니까? 중요한 순서대로 최대 3개까지 선택해 주세요.

시민사회단체가 실천해야 할 활동

[Base: 2,000명, 복수응답, 단위: %]



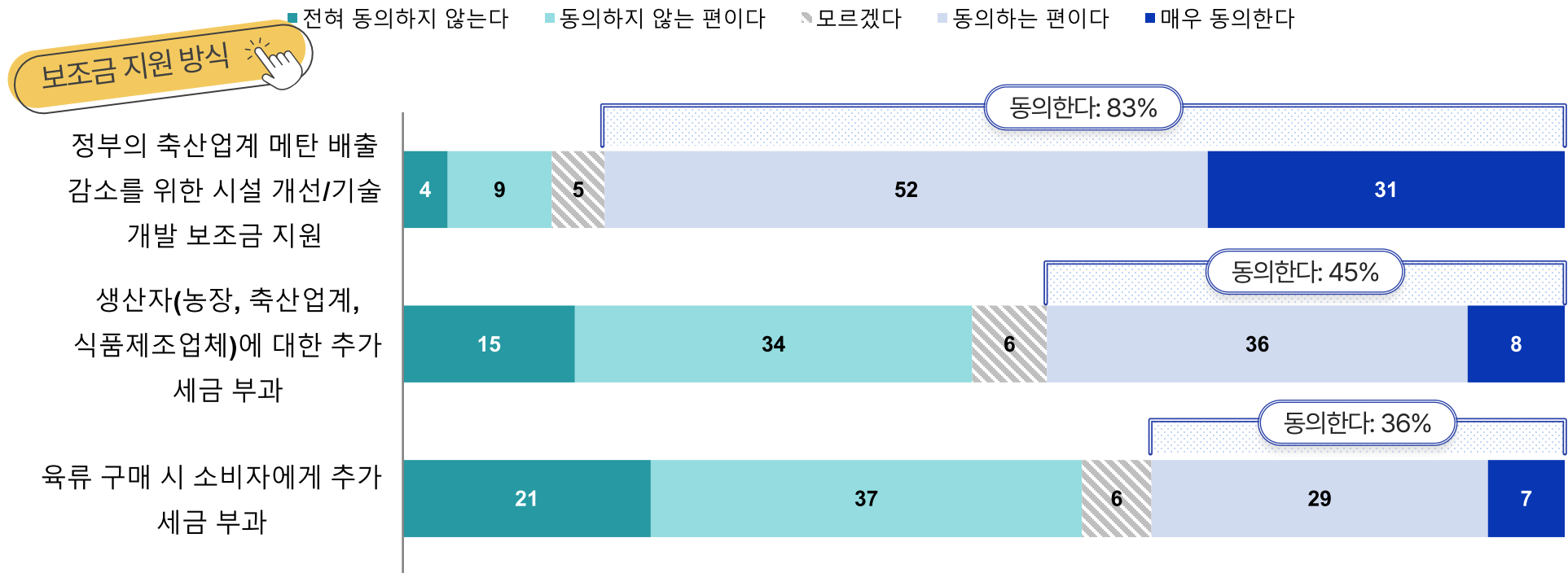
Q. 시민사회단체가 대체식품 및 저탄소 식단 확산을 위해 다음 중 어떤 활동을 중요하게 고려해야 한다고 생각하십니까? 중요한 순서대로 최대 3개까지 선택해 주세요.

탄소배출량이 높은 식품에 추가 세금을 부과하는 것에 관해 어떤 인식인지 확인함. '생산자(농장, 축산업계, 식품제조업체)에 대한 추가 세금 부과'에 관해 동의한다 45%(매우 동의한다+동의하는 편이다), 동의하지 않는다 49%(전혀 동의하지 않는다+동의하지 않는 편이다) 의견이 엇갈림. 반면 '육류 구매 시 소비자에게 추가 세금 부과'해야 한다는 데에는 동의하지 않는 응답이 58%로 과반임.

'정부의 축산업계 메탄 배출 감소를 위한 시설 개선/기술 개발 보조금 지원'에는 83%가 동의함. 생산자나 소비자에게 추가 세금을 부과하기보다 보조금 지원을 통한 산업 지원 방식을 선호함.

탄소 배출량이 높은 식품에 대한 세금 정책

[Base: 2,000명, 단위: %]



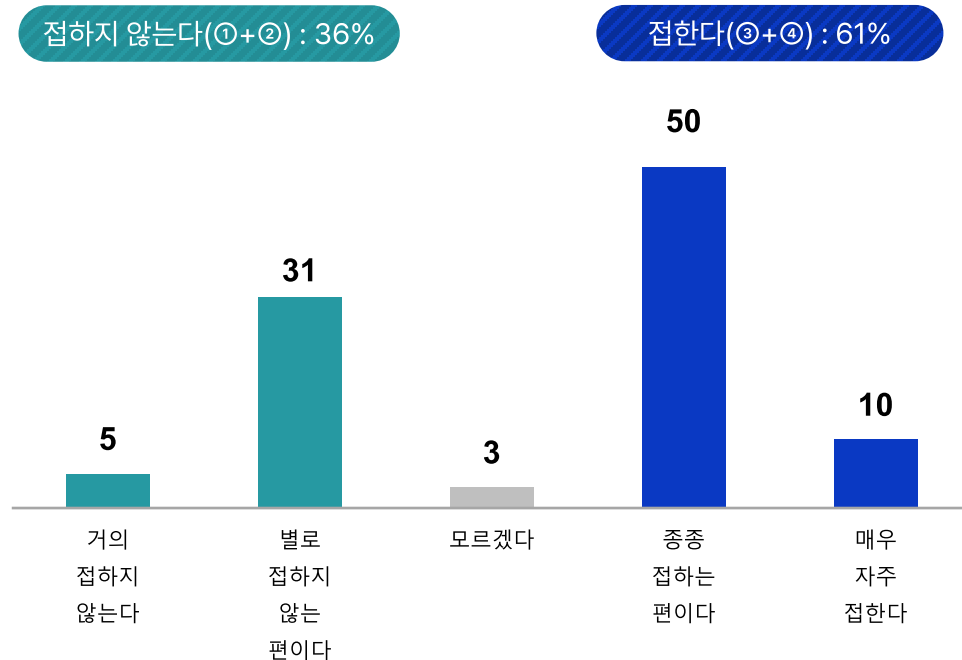
Q. 우리나라도 이처럼 탄소배출량이 높은 식품에 추가 세금을 부과하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까? 다음 각각에 대해 답변해 주세요.

음식 소비가 기후위기에 미치는 영향에 대한 정보를 접한 사람은 61%임(매우 자주 접한다 10%, 종종 접하는 편이다 50%). 36%는 접하지 않는다고 답함(거의 접하지 않는다 5%, 별로 접하지 않는다 31%). 과반이 평소 관련 정보를 접한다고 답함.

음식 소비가 기후위기에 미치는 영향에 관한 정보가 더 많이 알려져야 한다는 의견은 91%(매우 그렇다 37%, 그런 편이다 54%)로 압도적임. 그렇지 않다는 사람은 6%에 그침(전혀 그렇지 않다 1%, 그렇지 않은 편이다 5%).

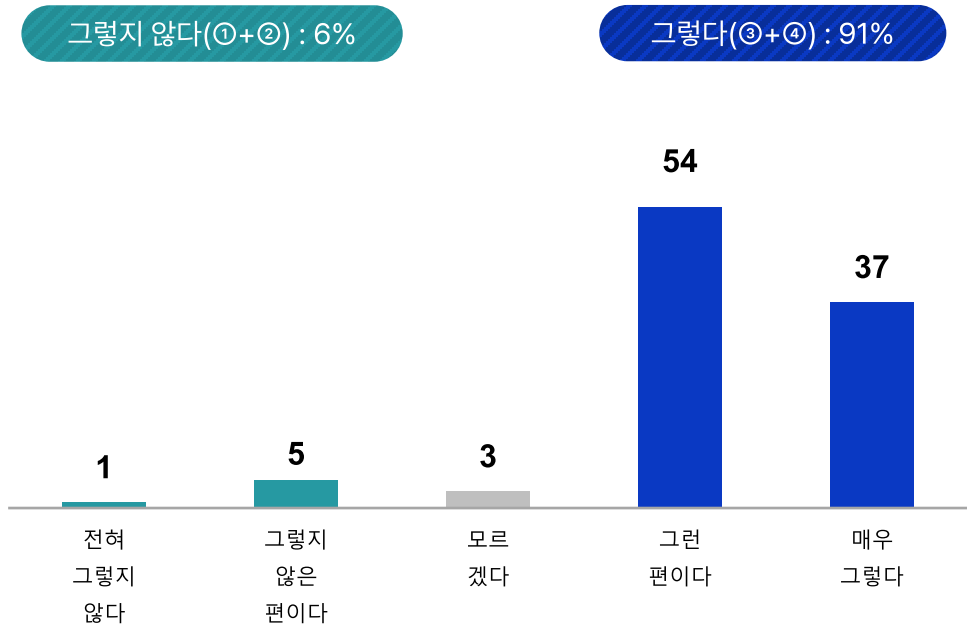
음식 소비와 기후위기 관련 정보 접근성

[Base: 2,000명, 단위: %]



관련 정보 전파 필요성

[Base: 2,000명, 단위: %]



Q. 음식 소비가 기후위기에 미치는 영향에 대한 정보를 평소 얼마나 자주 접하십니까?

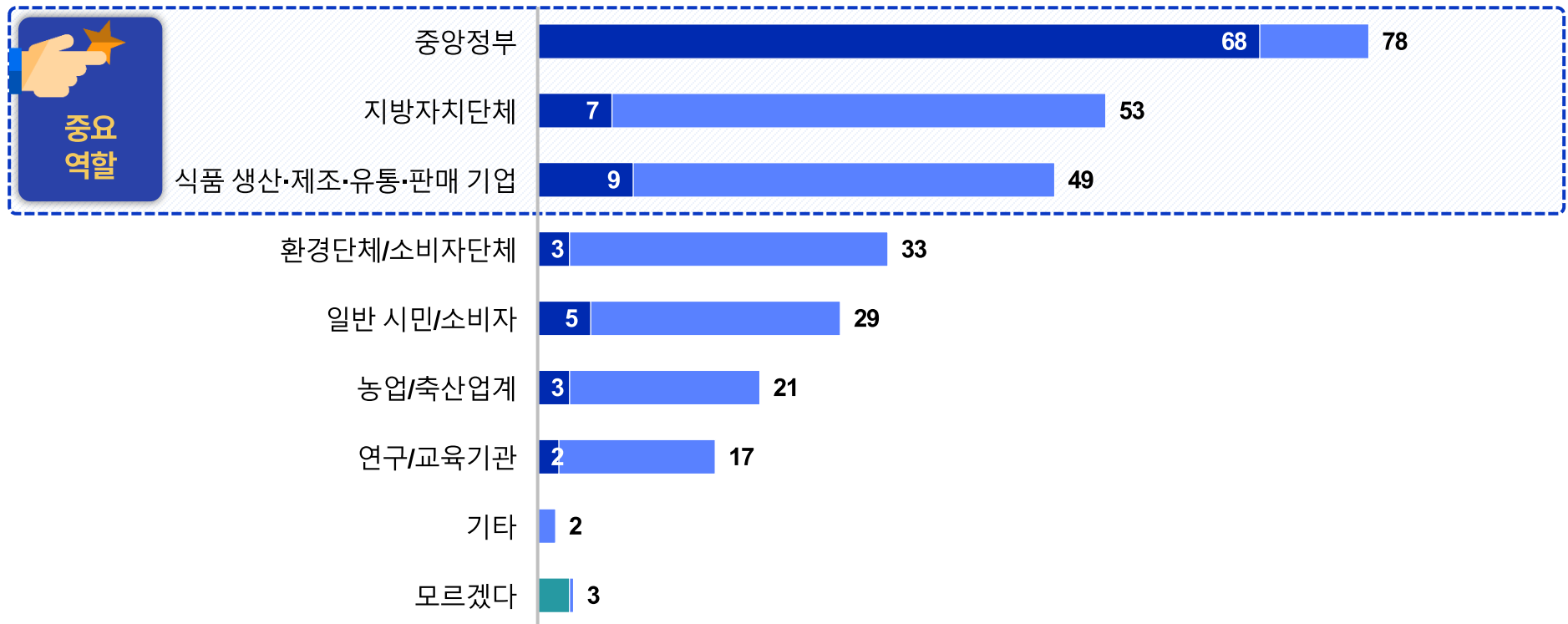
Q. 음식 소비가 기후위기에 미치는 영향에 대한 정보가 지금보다 더 많이 알려져야 한다고 생각하십니까?

정보 제공 책임 주체로 '중앙정부'를 꼽는 응답이 78%(1+2+3순위)로 압도적임. '지방자치단체(53%)', '식품 생산·제조·유통·판매 기업(49%)'을 꼽는 응답도 절반에 달함. 앞서 대체식품 및 저탄소 식단 확산에 정부 기관과 기업이 주도적으로 역할을 다해야 한다고 답했고, 음식소비로 인한 기후위기 정보 제공 역시 이들의 역할이 중요하다는 인식임.

정보 제공 책임 주체

[Base: 2,000명, 복수응답, 단위: %]

■ 1+2+3순위 ■ 1순위



Q. 음식 소비가 기후위기에 미치는 영향을 알려야 하는 책임이 큰 주체는 어디라고 생각하십니까? 책임이 큰 순서대로 최대 3개까지 선택해 주세요.

2. 결과 분석 – 9) 정보 접근성과 미디어 소비

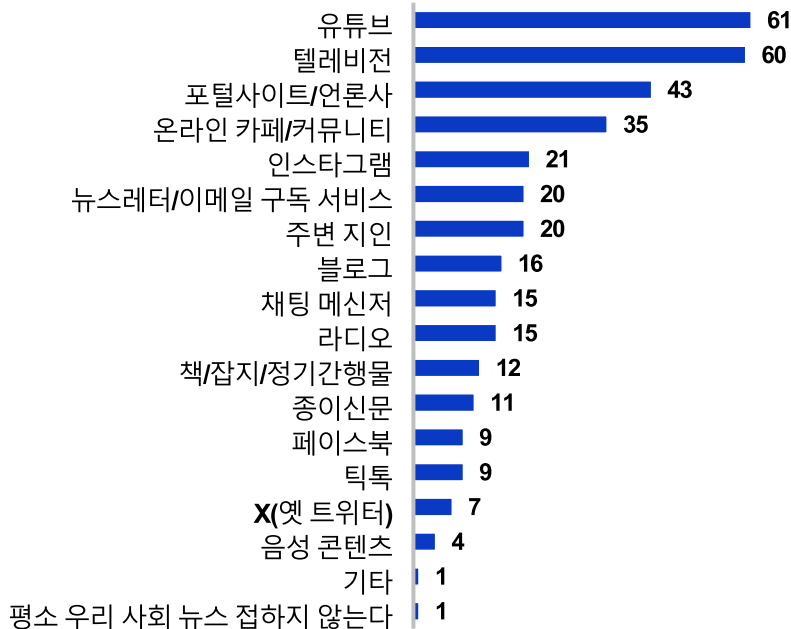
‘유튜브(61%)’와 ‘텔레비전(60%)’을 통해 사회 정보와 소식을 접한다고 답한 사람이 60%를 상회하고 가장 많은 수임. ‘포털사이트, 언론사 홈페이지·어플리케이션(43%)’, ‘온라인 카페 및 커뮤니티 사이트(네이버·다음 카페, 밴드 등)(35%)’가 그 뒤를 이음. SNS 중에서는 ‘인스타그램(21%)’ 이용률이 가장 높음. ‘뉴스레터 및 이메일 구독 서비스(20%)’와 ‘주변 지인(20%)’을 통한 정보 습득은 각 20%로 동일함.

텔레비전을 제외하면 주로 유튜브, 포털사이트 등과 같은 온라인 매체를 통해 정보를 수용함.

온라인에서 가장 선호하는 콘텐츠 형식은 ‘숏폼 영상(15~60초 이내의 짧은 영상)(56%)’임. ‘기사 및 칼럼 (텍스트 중심, 심층 분석 콘텐츠)(46%)’, ‘라이브 방송 및 스트리밍 (유튜브 라이브, 인스타그램 라이브 등)(34%)’, ‘롱폼 영상 (5분 이상의 긴 영상, 예: 유튜브 다큐멘터리, 브이로그)(32%)’, ‘카드뉴스 (슬라이드 이미지로 요약된 정보 제공)(30%)’ 순으로 선호함. 전반적으로 텍스트보다 영상 기반 콘텐츠에 대한 선호도가 높음.

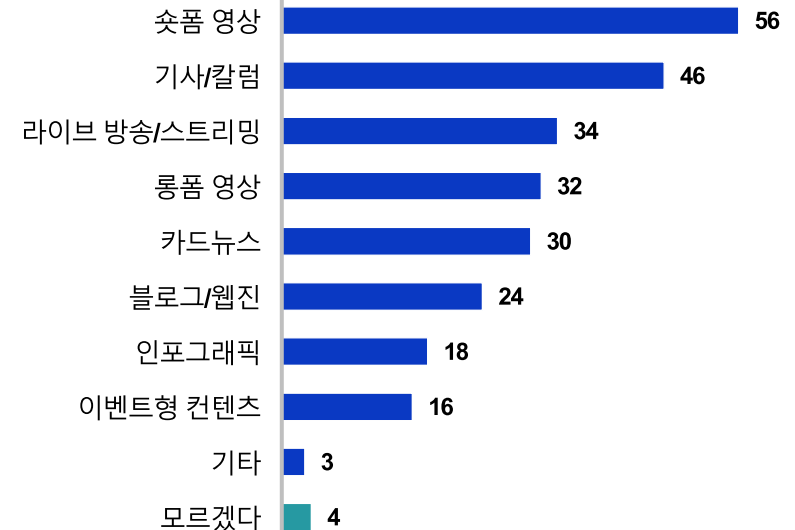
정보 접근 매체 현황

[Base: 2,000명, 복수응답, 단위: %]



온라인 콘텐츠 선호 형식

[Base: 2,000명, 복수응답, 단위: %]



Q. 평소 어떤 매체를 통해 우리 사회의 정보와 소식을 접하십니까? 해당하는 것을 모두 선택해 주세요.

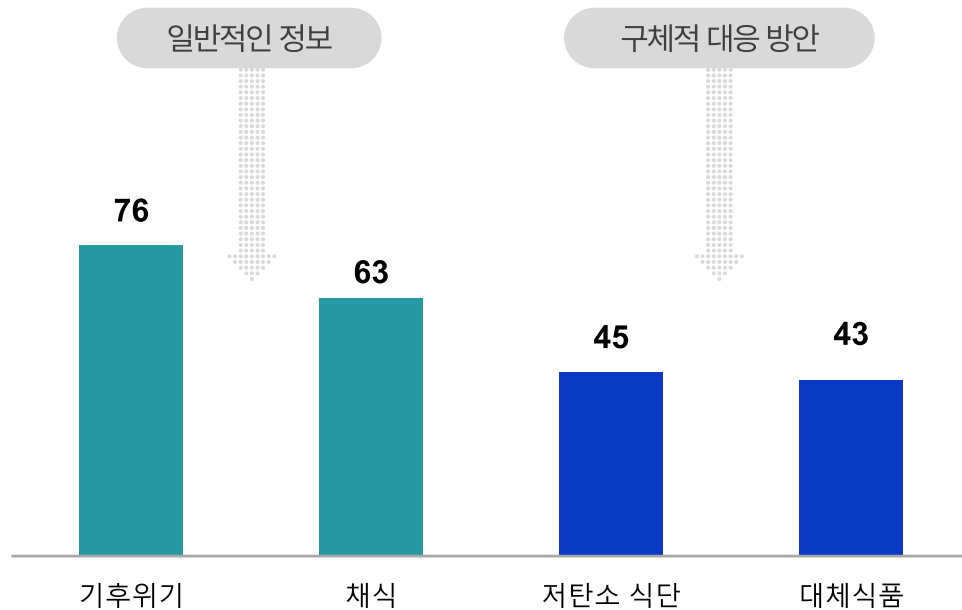
Q. 온라인에서 주로 선호하는 콘텐츠 형식은 무엇입니까? 해당하는 것을 모두 선택해 주세요.

최근 1년 이내(2024년 4월~현재까지) '기후위기' 관련 콘텐츠 경험률이 76%로 가장 높음. '채식' 관련 콘텐츠 경험률은 63%로 비교적 높은 수준임. '저탄소 식단(45%)'과 '대체식품(43%)' 관련 콘텐츠는 경험률이 상대적으로 낮음. 기후위기에 관한 일반적인 정보는 널리 확산된 반면, 구체적 대응 방안에 관련한 정보는 접근성이 미약함.

최근 1년 이내 기후위기, 채식, 대체식품, 저탄소 식단 관련 콘텐츠를 접한 적 있는 1,685명 중 관련 콘텐츠가 '실제 행동에 영향을 미친다'는 응답은 48%로 절반 수준에 그침(큰 영향을 미친다 3%, 어느 정도 영향을 미친다 45%). '영향을 미치지 않는다'는 응답은 52%로 과반임(전혀 영향을 미치지 않는다 11%, 약간 영향을 미친다 41%). 기후위기 관련 정보 수용 경험과 실제 행동 변화 사이에는 상당한 간극이 존재함.

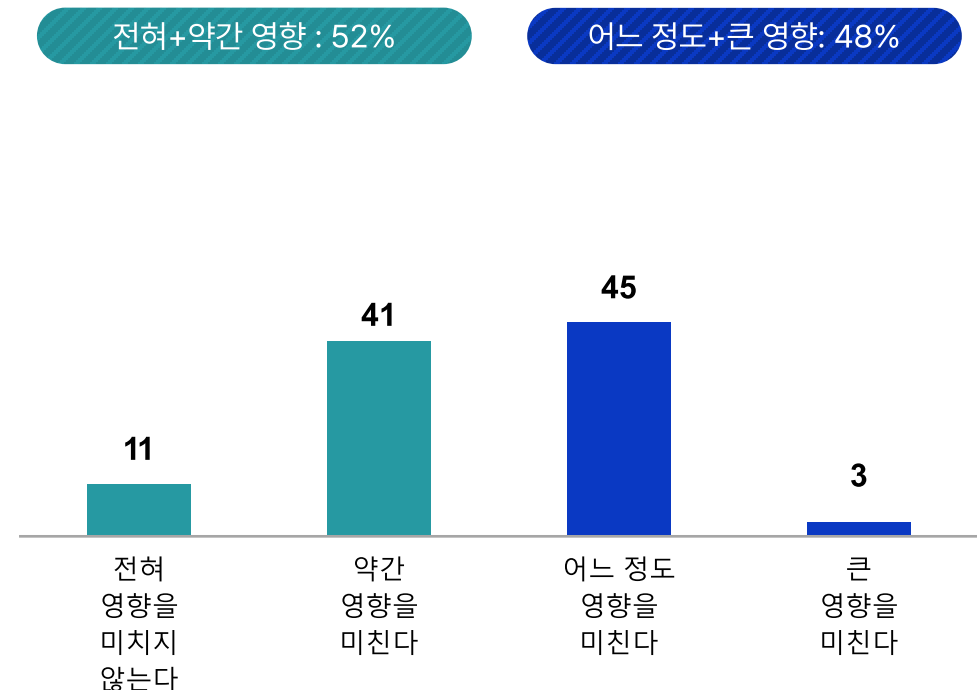
기후위기 및 관련 주제 콘텐츠 경험 - '경험 있다'

[Base: 2,000명, 단위: %]



콘텐츠의 행동 영향력

[Base: 최근 1년 이내 기후위기, 채식, 대체식품, 저탄소 식단 관련 콘텐츠를 하나라도 접한 적 있는 1,685명, 단위: %]



Q. 최근 1년 이내(2024년 4월~현재까지) 아래 주제에 관한 콘텐츠를 접하신 적이 있습니까?

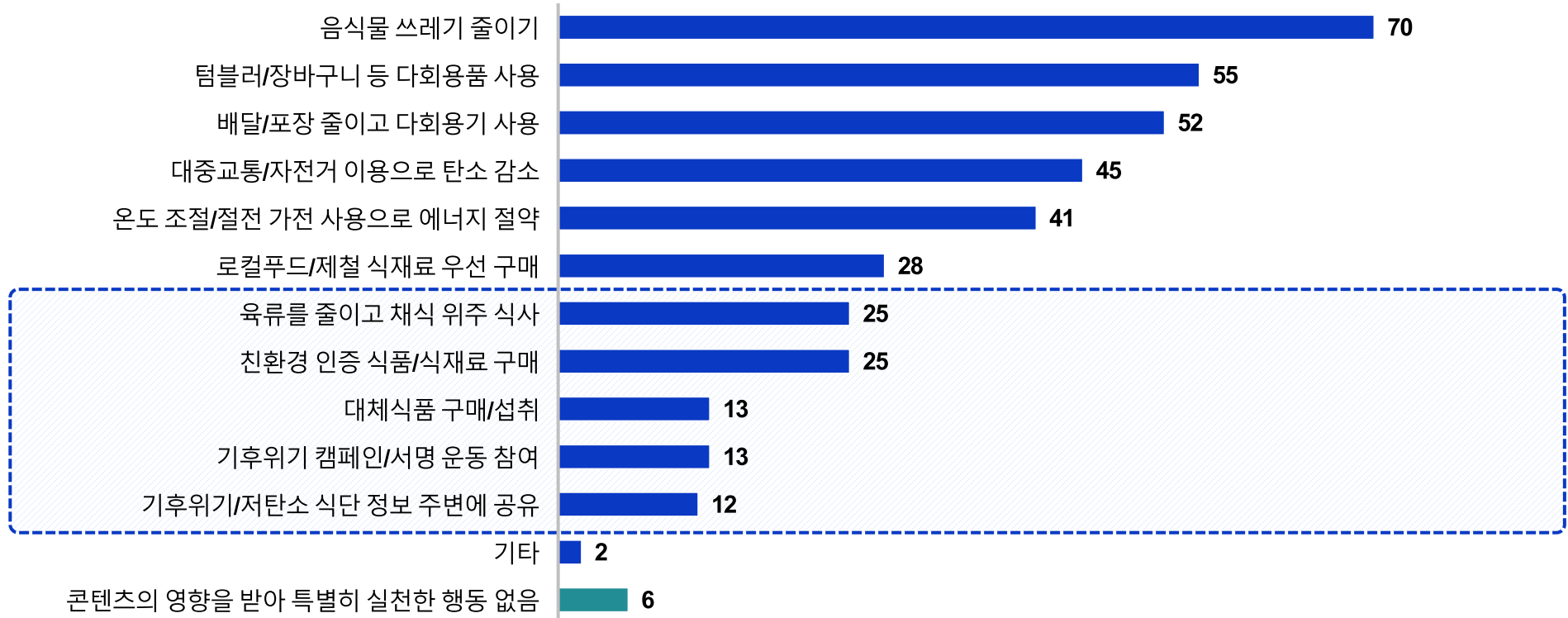
Q. 경험하셨던 기후위기/채식/저탄소 식단/대체식품 관련 콘텐츠가 실제 귀하의 행동에 영향을 미쳤습니까?

기후위기, 채식 등 관련 콘텐츠를 접한 후에 '음식물 쓰레기 줄이기'를 실천한 사람이 70%로 가장 높음. 절반 이상은 ' 텀블러/장바구니 등 다회용품 사용(55%)', '배달/포장 줄이고 다회용기 사용(52%)'을 했다고 답함. ' 대중교통/자전거 이용으로 탄소 감소(45%)', ' 온도 조절/절전 가전 사용으로 에너지 절약(41%)' 실천도 40%를 상회함.

4명 중 1명만이 '육류 줄이고 채식 위주 식사(25%)', '친환경 인증 식품/식재료 구매(25%)'를 했다고 답함. '대체식품 구매/섭취(13%)', '기후위기 캠페인/서명 운동 참여(13%)', '기후위기/저탄소 식단 정보 주변에 공유(12%)'는 10%대에 그침.

콘텐츠 접한 후 실천 행동

[Base: 최근 1년 이내 기후위기, 채식, 대체식품, 저탄소 식단 관련 콘텐츠를 하나라도 접한 적 있는 1,685명, 복수응답, 단위: %]



Q. 최근 1년 이내(2024년 4월~현재까지) 아래 주제에 관한 콘텐츠를 접하신 적이 있습니까?

Q. 경험하셨던 기후위기/채식/저탄소 식단/대체식품 관련 콘텐츠가 실제 귀하의 행동에 영향을 미쳤습니까?



유형화 (Segmentation) 분석

1. 유형화 개요
2. 소비자 유형
3. 유형별 정보 인식 및 행동 변화 양상
4. 유형별 커뮤니케이션 전략

PART III. Segmentation 분석

1. 유형화 개요

- 1) 유형화 분석 방법론
- 2) 유형화 결과
- 3) 유형화 요약
- 4) 포지셔닝 맵

1. Segmentation 개요 - 1) 유형화 분석 방법론

다양한 변수의 응답 분포, 구성비 등을 검토한 후, 잠재집단 분석(Latent Class Analysis, LCA)을 실시해 유형화를 진행함.

1단계

주요 결과를 검토해 유형분류 변수 점검

검토변수

- 1 기후 변화 인식 관련 변수
 - 국가과제로서의 기후위기 중요도, 관심도, 심각성, 체감수준, 영향력, 극복 노력 효과
- 2 식습관
 - 건강관리 여부, 육류 소비 습관, 채식주의 여부, 채식주의의 실천(지속) 의향
- 3 저탄소 식단, 대체식품, 배양육
 - 저탄소 식단 인지도, 실천 경험, 실천(지속) 의향
 - 대체식품 구매·섭취 경험, 섭취 의향
 - 배양육 인지도, 구매·섭취 의향
- 4 데모그래픽 변수
 - 성별, 연령, 거주지역, 학력, 직업, 소득, 혼인상태, 가구소득 등

2단계

다양한 변수를 조합해 유형화를 시도해 모형적합도와 어려움 등을 비교한 후, 가장 설명력이 높은 변수 조합을 확정

분석기준 변수

- 1 집단구분변수(Indicator)
 - 국가과제로서의 기후위기 중요도
 - 기후위기 관심도
 - 우리나라 기후위기 심각성 평가
 - 기후위기 체감도
 - 채식주의의 실천(지속) 의향
 - 저탄소 식단 실천 경험
 - 저탄소 식단 실천(지속) 의향
 - 대체식품 섭취 의향
 - 배양육 구매·섭취 의향
- 2 확률예측변수(Covariates)
 - 성별, 연령, 거주지역, 학력, 직업, 혼인상태, 가구원 수, 월평균 가구소득 등 데모그래픽 변수
 - 평소 건강관리

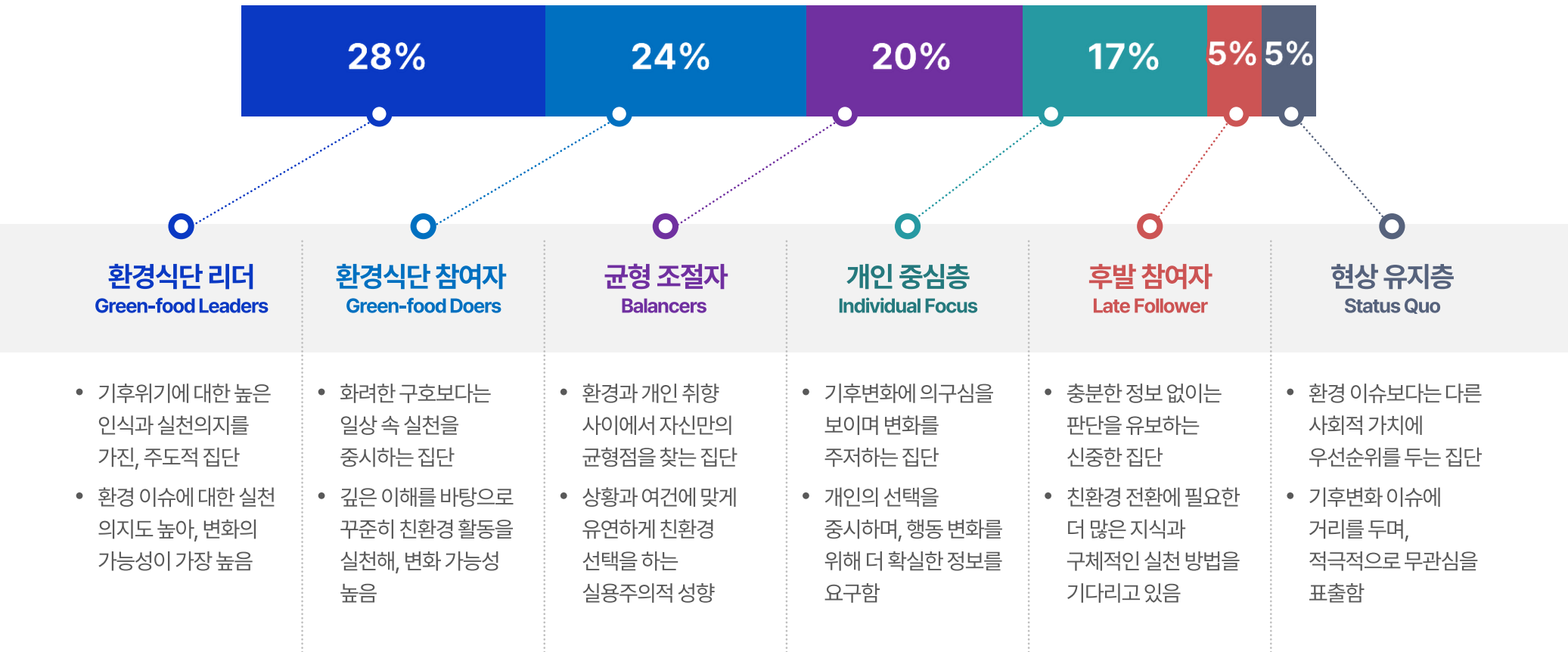


※ 잠재집단 분석(Latent Class Analysis, LCA): 응답자의 응답 패턴을 분석하고, 그 속에 잠재(Latent)되어 있는 공통된 성향이나 태도에 따라 사람들을 비슷한 유형끼리 나눠주는 통계 기법. 평균 혹은 전체적인 응답 분포 외에, 각 그룹별 특징을 심층적으로 확인할 수 있음.

2) 유형화 결과

기후위기 및 저탄소 식단·대체식품 관련 행태에 기반해 우리 국민을 6개 그룹으로 유형화 할 수 있음.

각 그룹의 세부적인 특징은 각 유형별 장표에서 자세히 확인할 수 있음.



3) 유형화 요약 - 인구통계 및 사회경제적 특성

	환경식단 리더	환경식단 참여자	균형 조절자	개인 중심층	후발 참여자	현상 유지층
전체 성인 인구에서 차지하는 비율	28%	24%	20%	17%	5%	5%
인구통계 특성	여성, 50대 이상	남녀 비슷, 50대 이상	여성, 2040	남성, 2030	40대 여성 비율 높음	40대 이하, 남성 비율 높음
사회경제적 특성	기혼·사별, 성인 자녀 있음	고졸 이하, 기혼·사별, 성인 자녀 있음, 1인 가구 가구소득 월 200만원 미만	대학 재학 이상, 학생, 사무·관리·전문직, 초중고 자녀 있음, 4인 가구 이상, 가구소득 월 600-1000만원	대학 재학 이상, 학생, 사무·관리·전문직, 미혼, 무자녀, 가구소득 월 1000만원 이상	-	-
평소 건강관리	매우 신경 씀	신경 쓰는 편	신경 쓰지 않음	신경 쓰지 않음	-	-

3) 유형화 요약 - 기후위기 태도

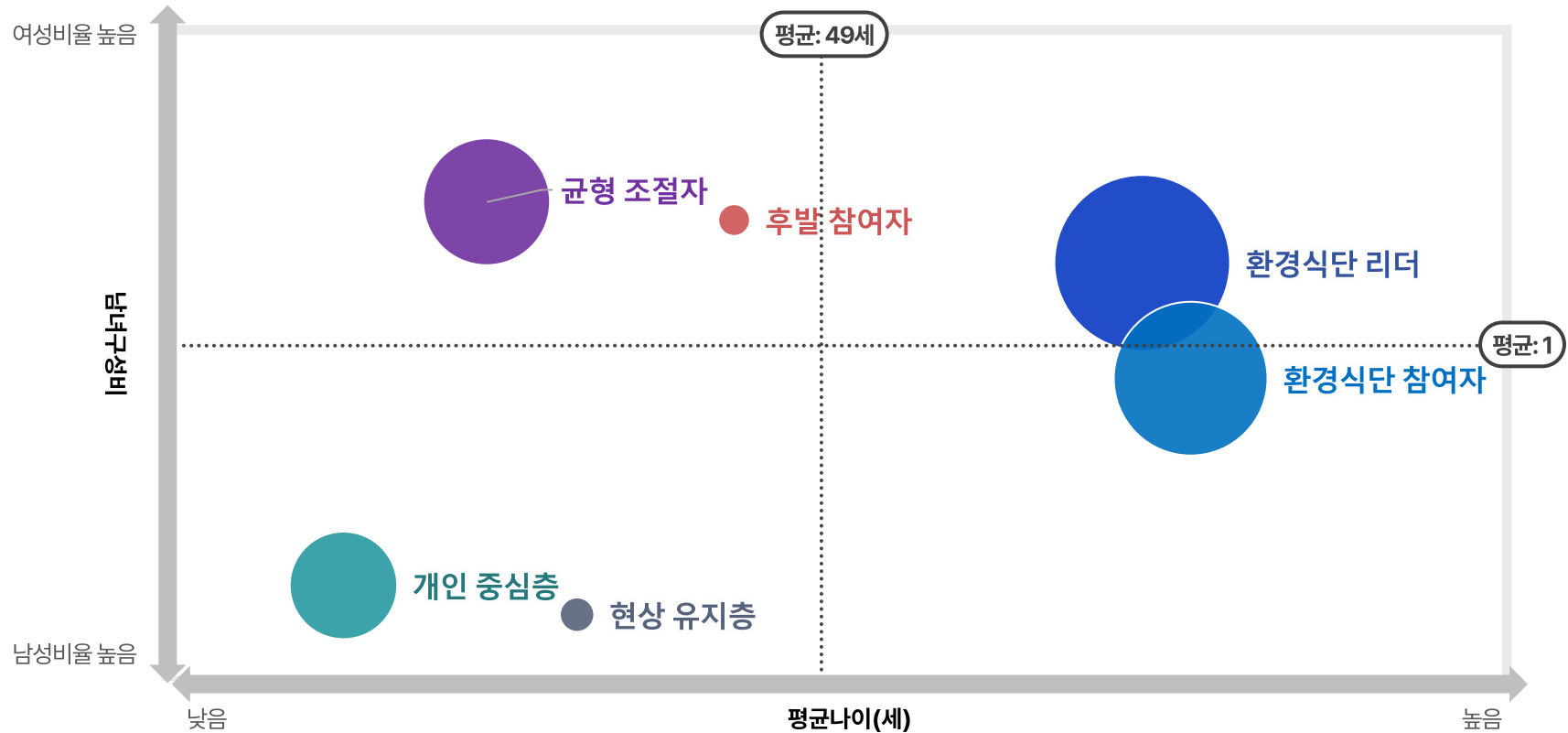
	환경식단 리더	환경식단 참여자	균형 조절자	개인 중심층	후발 참여자	현상 유지층
전체 성인 인구에서 차지하는 비율	28%	24%	20%	17%	5%	5%
국가과제로서의 기후위기	최우선 해결과제	중요하지만 최우선 과제 아님	최우선 해결 / 중요하지만 최우선 과제 아님 비슷	중요하지만 최우선 과제 아님	중요하지만 최우선 과제 아님	중요한 문제 아님
우리나라 기후위기 수준	매우 심각	심각한 편	매우 심각/심각한 편 비슷	심각한 편	심각한 편	심각하지 않다
기후위기 관심도	매우 관심 있다	어느 정도 관심 있다	어느 정도 관심 있다	어느 정도 관심 있다	어느 정도 관심 있다	별로 관심 없다
기후위기 체감 수준	매우 체감/다소 체감	다소 체감	다소 체감	다소 체감	다소 체감	체감 못함
기후위기 극복 위한 나의 노력 수준	어느 정도+적극 노력	어느 정도 노력	약간+어느 정도 노력	약간 노력	어느 정도+약간 노력	전혀 노력 안함+약간 노력
고기를 덜 먹는 것은 기후위기 해결에...	중요하다	-	-	중요하지 않다	중요하지 않다/모르겠다	중요하지 않다
탄소배출량 높은 식품에 추가 세금 부과	소비자/생산자 모두에게 부과	생산자에게 부과	동의하지 않는다	동의하지 않는다	동의하지 않는다/모르겠다	동의하지 않는다

3) 유형화 요약 - 식습관과 저탄소 식단 태도

	환경식단 리더	환경식단 참여자	균형 조절자	개인 중심층	후발 참여자	현상 유지층
전체 성인 인구에서 차지하는 비율	28%	24%	20%	17%	5%	5%
채식주의여부(주관 적 판단 기준)	플렉시테리언	플렉시테리언	비채식	비채식	비채식	비채식
채식주의 실천(지속) 의향	어느 정도 있다	어느 정도 있다	별로 없다	별로+전혀 없다	별로 없다	전혀 없다
저탄소 식단 실천 경험	있다	있다	없다	없다	없다	없다
저탄소 식단 실천(지속) 의향	있는 편이다	있는 편이다	있는 편이다	없는 편이다	모르겠다	없는 편이다
대체식품 섭취 경험	있다/없다 비슷	있다/없다 비슷	없다	없다	없다	없다
대체식품 섭취 의향	있는 편이다	있는 편이다	있는 편이다	없는 편이다	모르겠다	없는 편이다/있는 편이다 비슷
배양육 섭취 의향	있는 편이다	있는 편이다	없는 편이다	없는 편이다	모르겠다	없는 편이다

4) 포지셔닝 맵 - 연령 x 성별

- 환경식단 리더와 환경식단 참여자 유형은 평균 연령이 높은 편이지만, 환경식단 리더는 여성이 좀 더 많고, 환경식단 참여자는 남녀 비율이 비슷한 편임.
- 균형 조절자는 연령대가 낮고 여성의 비율이 높으며, 개인 중심층은 연령대가 낮은 남성 비율이 높음.



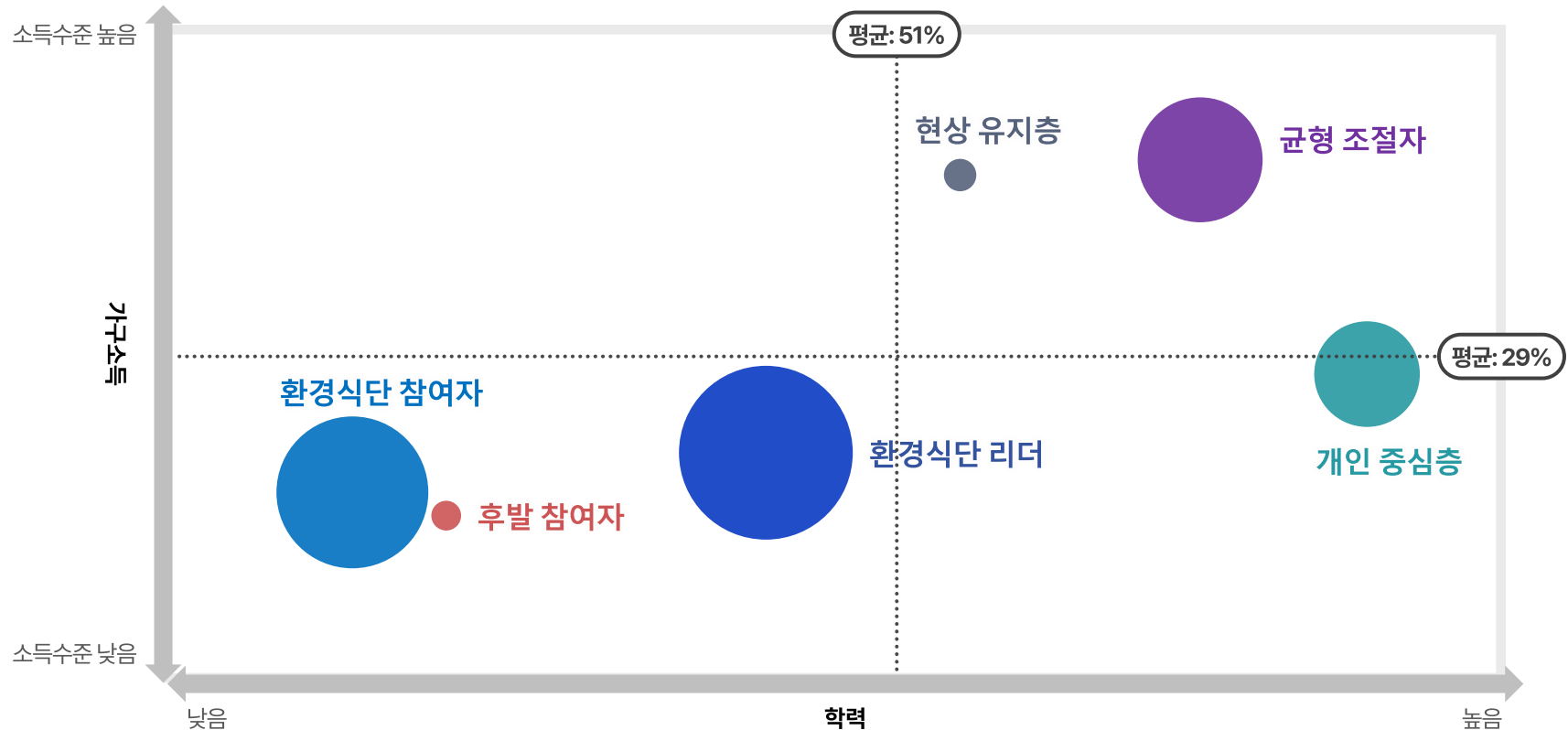
* 남녀 구성비: 여성/남성의 값. 평균은 1이며, 위쪽에 가까울수록 여성의 비율이, 아래쪽에 가까울수록 남성의 비율이 높음을 의미

* 원 크기: 성인 인구에서 각 유형이 차지하는 비율

4) 포지셔닝 맵 - 학력 x 가구소득

| 환경식단 리더는 학력과 소득수준이 전체 평균과 비슷하며, 환경식단 참여자는 학력과 소득수준이 평균 대비 낮음.

| 균형 조절자는 고학력·고소득임.



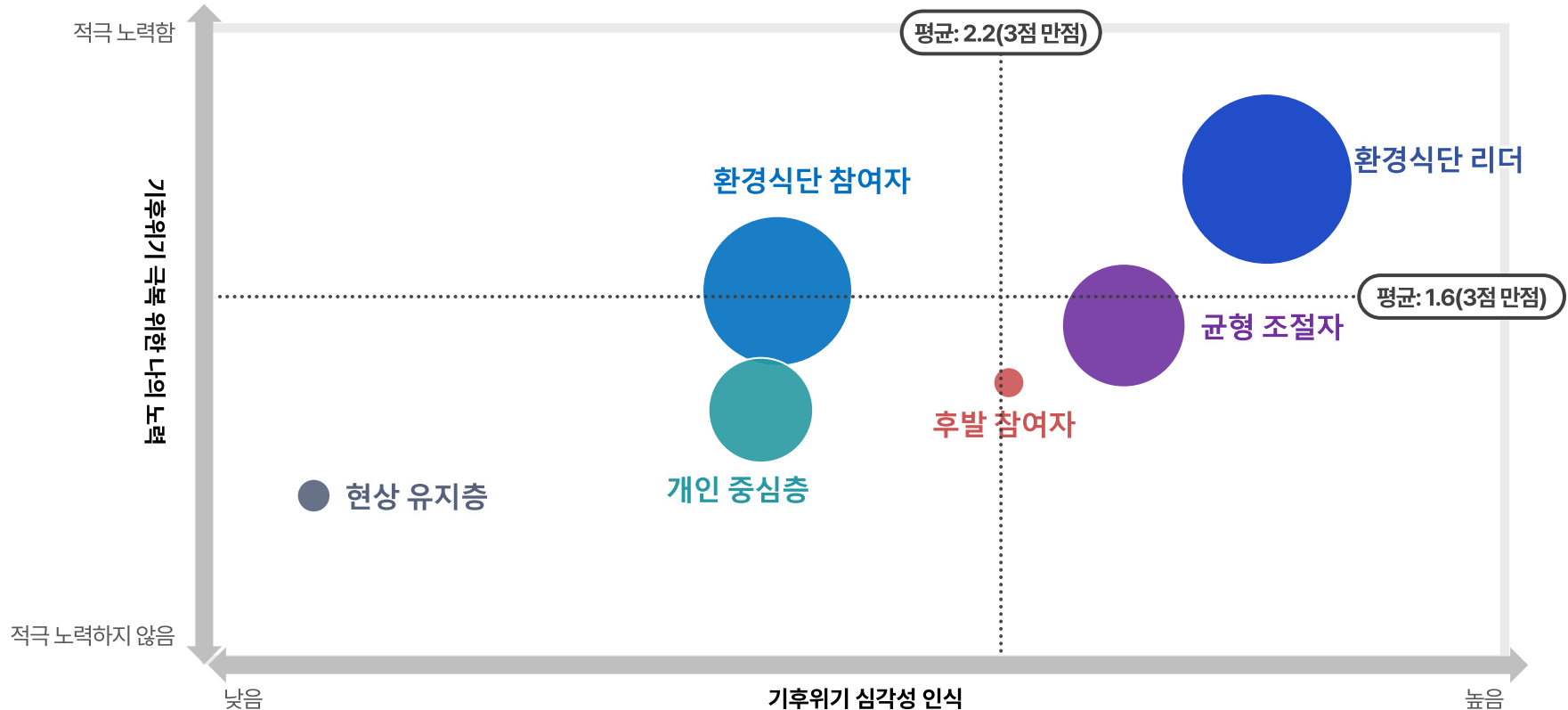
* 학력: 각 유형에서 대학 재학 이상인 사람이 차지하는 비율. 오른쪽에 가까울수록 고학력 비율이 높음을 의미

* 가구소득: 각 유형에서 월평균 가구소득 600만원(4인가구 중위소득) 이상인 사람이 차지하는 비율. 위쪽에 가까울수록 고소득 가구 비율이 높음을 의미

* 원 크기: 성인 인구에서 각 유형이 차지하는 비율

4) 포지셔닝 맵 - 기후위기 심각성 인식 x 기후위기 극복 위한 나의 노력 수준

- | 환경식단 리더는 우리나라의 기후위기가 심각하다고 인식하고, 이를 극복하기 위해 적극 노력하고 있는 사람.
- | 균형 조절자는 기후위기 심각하다는 인식은 높은 편이나, 적극적으로 노력하지는 않음.
- | 환경식단 참여자는 기후위기 심각성 인식이 낮고, 현실적 자유주의개인 중심층각성 및 극복 노력도 모두 낮음.



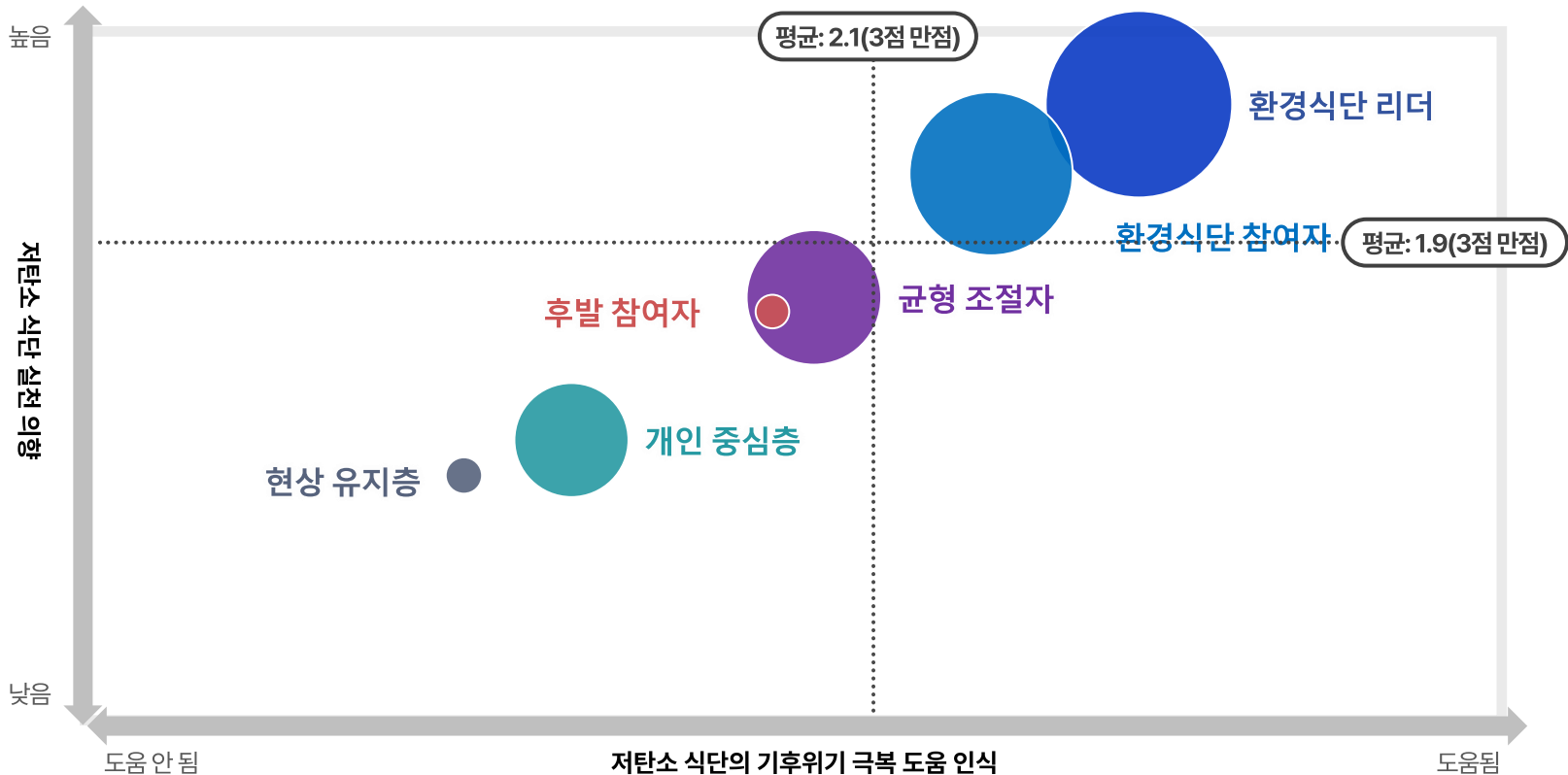
* 기후위기 심각성 인식: 우리나라 기후위기 심각성 인식(4점 척도 평균). 오른쪽에 가까울수록 심각하다는 인식 높음을 의미

* 기후위기 극복 위한 나의 노력 수준: 기후위기 극복 위한 '나의 노력 수준'(4점 척도 평균). 위쪽에 가까울수록 스스로가 적극적으로 노력한다고 인식함을 의미

* 원 크기: 성인 인구에서 각 유형이 차지하는 비율

4) 포지셔닝 맵 - 저탄소 식단의 기후위기 극복 도움 인식 x 저탄소 식단 실천 의향

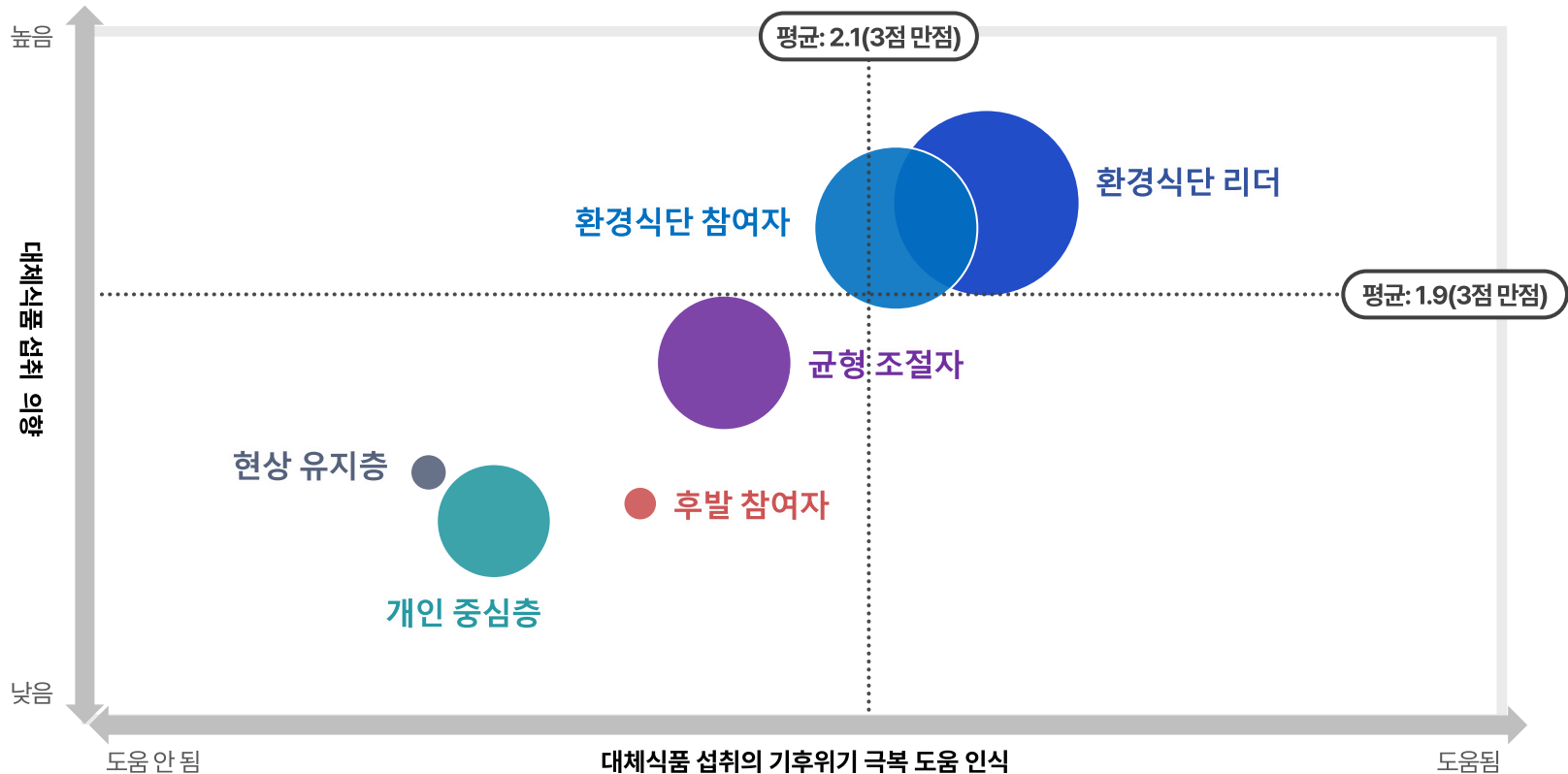
- 저탄소 식단이 기후위기에 도움된다는 인식이 높을수록 저탄소 식단 실천 의향도 뚜렷하게 높아지는 경향을 보임.
- 환경식단 리더와 환경식단 참여자는 저탄소 식단이 기후위기에 도움이 되며, 저탄소 식단을 실천하겠다는 의지도 높음.
- 현 개인 중심층은 반대로 저탄소 식단이 기후위기에 도움 된다는 인식 낮고, 저탄소 식단 실천 의향도 낮음.



- * 저탄소 식단 기후위기 극복 도움 인식: 저탄소 식단이 기후위기에 도움 되는지 여부(4점 척도 평균). 오른쪽에 가까울수록 도움된다는 인식 높음을 의미
- * 저탄소 식단 실천 의향: 저탄소 식단 실천 혹은 지속 의향(4점 척도 평균). 위쪽에 가까울수록 의향 높음을 의미
- * 원 크기: 성인 인구에서 각 유형이 차지하는 비율

4) 포지셔닝 맵 - 대체식품 섭취의 기후위기 극복 도움 인식 x 대체식품 섭취 의향

- 저탄소 식단과 동일하게, 대체식품이 기후위기에 도움된다는 인식이 높을수록 대체식품 섭취 의향도 높아지는 경향을 보임.
- 환경식단 리더와 환경식단 참여자는 대체식품이 기후위기에 도움이 된다고 인식하며, 대체식품을 섭취하겠다는 의지도 높음.
- 현상 유지층과 개인 중심층, 후발 참여자는 대체식품이 기후위기에 도움 된다는 인식이 낮고, 대체식품 섭취 의향도 낮음.



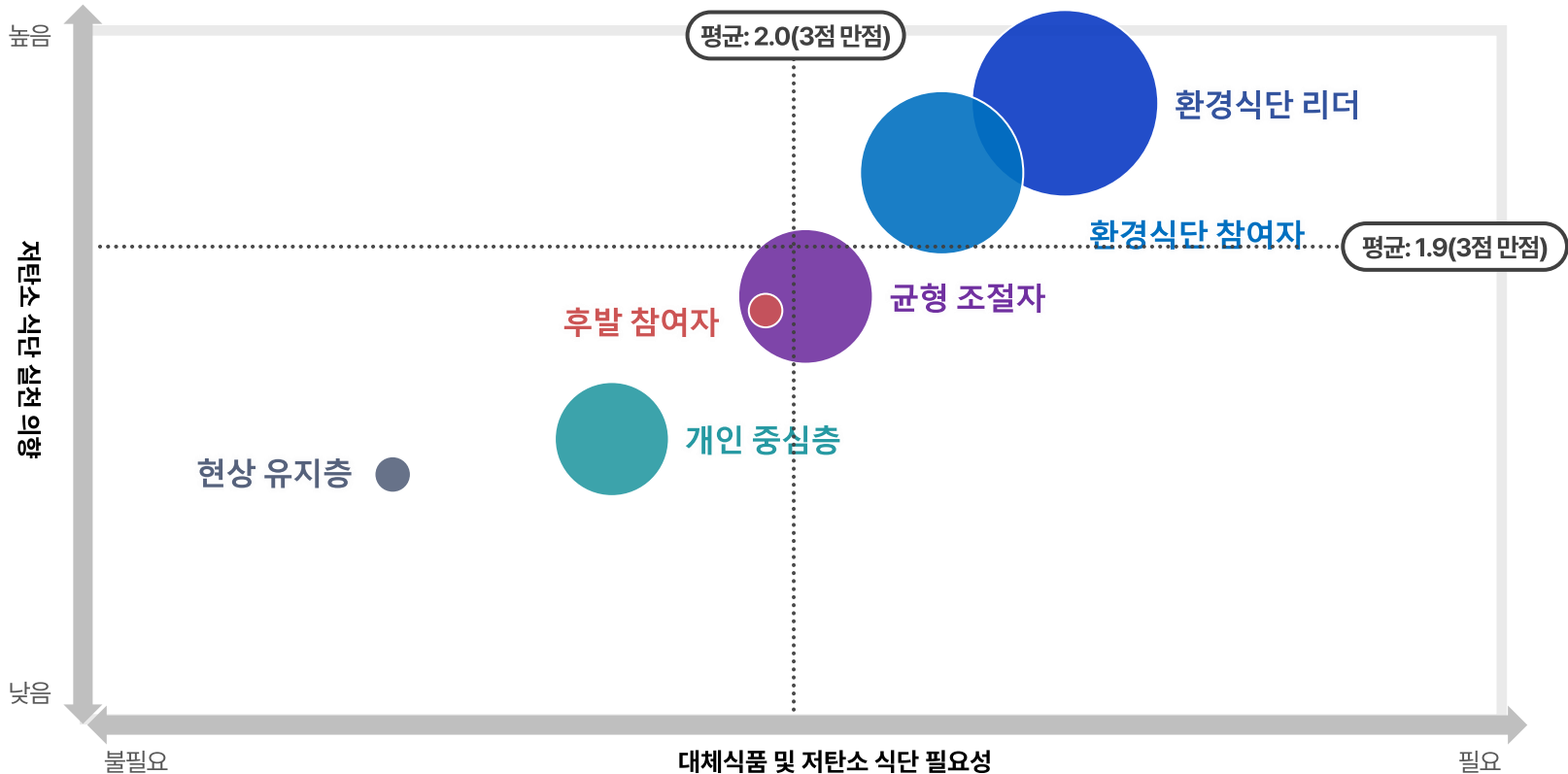
* 대체식품 기후위기 극복 도움 인식: 대체식품이 기후위기에 도움 되는지 여부(4점 척도 평균). 오른쪽에 가까울수록 수록 도움된다는 인식 높음을 의미

* 대체식품 섭취 의향: 대체식품 섭취 혹은 지속 의향(4점 척도 평균). 위쪽에 가까울수록 의향 높음을 의미

* 원 크기: 성인 인구에서 각 유형이 차지하는 비율

4) 포지셔닝 맵 - 대체식품 및 저탄소 식단 확산 필요성 x 저탄소 식단 실천 의향

- 대체식품 및 저탄소 식단이 필요하다고 인식할수록, 저탄소 식단 실천 의향도 높은 경향이 뚜렷함.
- 환경식단 리더와 환경식단 참여자는 대체식품 및 저탄소 식단 확산 필요성을 높게 평가하고, 저탄소 식단을 실천하겠다는 의지도 높음.
- 현상 유지층과 개인 중심층은 반대로 저탄소 식단 확산 필요성에 공감하지 않으며, 저탄소 식단 실천 의향도 낮음.



- * 대체식품 및 저탄소 식단 확산 필요성: 대체식품 및 저탄소 식단 확산 필요성 인식(4점 척도 평균). 오른쪽에 가까울수록 확산 필요하다는 인식 높음을 의미
- * 저탄소 식단 실천 의향: 저탄소 식단 실천 혹은 지속 의향(4점 척도 평균). 위쪽에 가까울수록 의향 높음을 의미
- * 원 크기: 성인 인구에서 각 유형이 차지하는 비율

PART III. Segmentation 분석

2. 소비자 유형

- 1) 환경식단 리더 (Green-food Leaders)
- 2) 환경식단 참여자 (Green-food Doers)
- 3) 균형 조절자 (Balancers)
- 4) 개인 중심층 (Individual Focus)
- 5) 후발 참여자 (Late follower)
- 6) 현상 유지층 (Status Quo)

2. 소비자 유형 - 1) 환경식단 리더(Green-food Leaders)



기후위기에 높은 인식과 관심을 보인다. 기후위기를 우리나라 최우선 과제로 인식하며, 일상 속에서 기후위기를 피부로 느낀다. 환경보호를 사회적 책임이라고 생각하며, 기후위기 해결을 위한 역할을 맡을 준비가 되어 있다.

☑ 기후위기는 나의 문제, 우리의 문제

환경식단 리더들은 기후위기를 국가 최우선 해결과제로 인식하며, 기후문제에 대한 관심도 높다. 일상생활에서의 기후위기를 다수가 체감하며, 기후위기가 삶을 직접적으로 위협한다는 인식도 강하다. 환경보호가 사회적 책임이라고 생각하며, 기후위기 해결을 위한 개인 및 사회의 역할이 필요하다고 생각한다.

☑ 건강한 식생활, 친환경 식습관

환경식단 리더들은 건강하고 친환경적인 식습관을 실천한다. 균형 잡힌 영양식을 중시하고, 가공식품보다 신선식품을 선호하며, 육류 대신 식물성 식품을 섭취하는 사람도 많다. 친환경 식재료 사용 비율이 높고, 상당수가 플렉시테리언으로 자신을 규정한다. 식품 구매 시 신선도와 함께 안전성과 원산지를 중요하게 고려하며, 음식물 쓰레기 감소에도 적극적이다.

☑ 기후위기 극복 위해 저탄소 식단도 OK

환경식단 리더들은 저탄소 식단과 대체식품 수용도가 매우 높다. 저탄소 식단에 대한 지식과 실천 경험이 다른 집단보다 높고, 저탄소 식단 실천의향을 가진 사람이 대부분이다. 대체식품 구매 경험도 높고, 이에 대한 만족도와 지속적 구매 의향도 강하다. 기후위기 대응을 위한 식품 정책도 강하게 지지한다. 이들은 대체식품과 저탄소 식단의 사회적 확산이 필요하다는 데 압도적으로 동의한다.

환경식단 리더 | 28%



#여성 #50대 이상 고연령층 #기혼 #성인 자녀 있음

기후위기 최우선 과제로 인식

기후위기 관심도 매우 높음

한국 기후위기 '매우 심각'

일상에서 기후위기 체감

- 건강관리에 매우 신경 씀
- 채식 지향적 식습관
- 저탄소 식단 및 대체식품에 대한 높은 인지도와 실천 의지
- 배양육 수용도 높음

1) 환경식단 리더(Green-food Leaders): 인구사회학적 특성

환경식단 리더(28%)

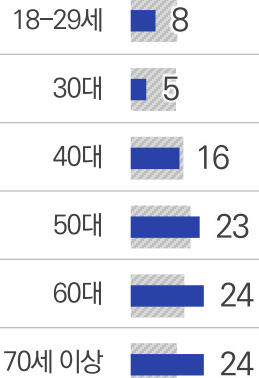
단위: %

● 전체 ● 환경식단 리더

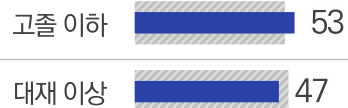
성별



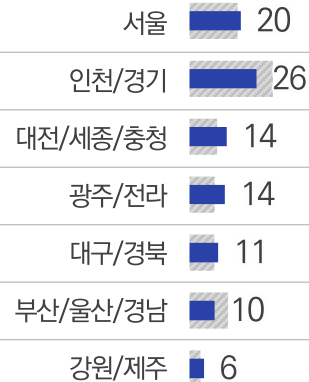
연령대



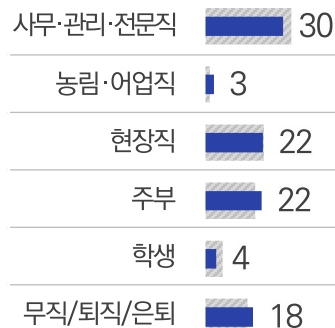
학력



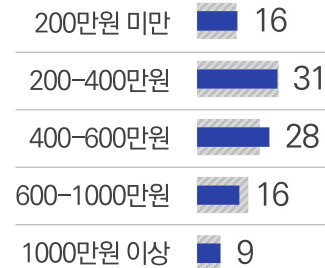
거주지역



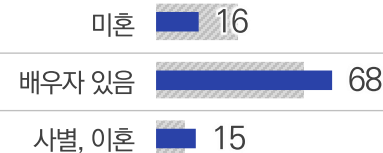
직업



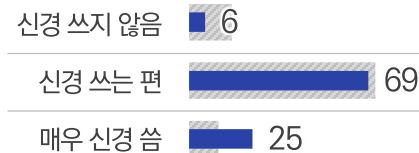
가구소득



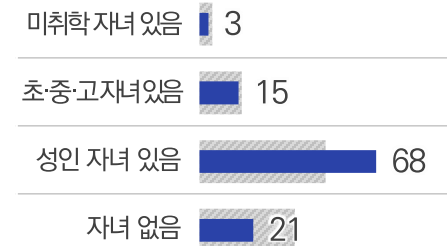
혼인상태



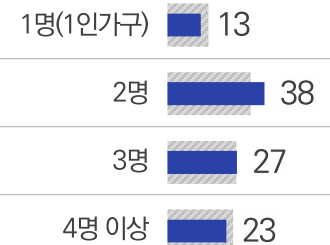
평소 건강관리



자녀유무



가구원 수



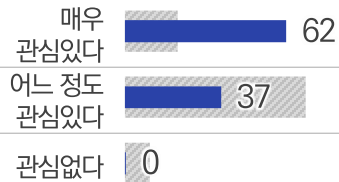
1) 환경식단 리더(Green-food Leaders): 기후위기에 대한 인식과 태도

환경식단 리더(28%)

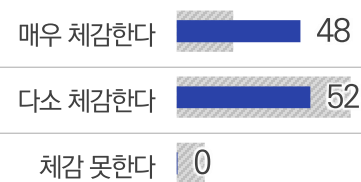
단위: %

● 전체 ● 환경식단 리더

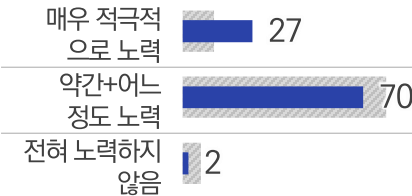
기후위기 관심 수준



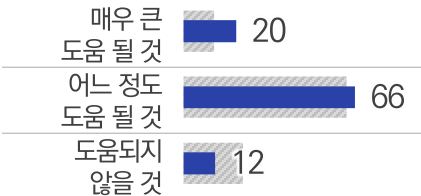
일상생활 기후위기 체감도



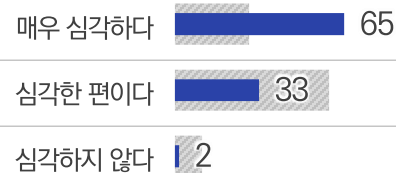
기후위기 극복 위한 나의 노력



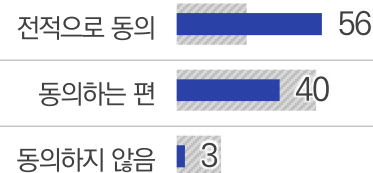
기후위기 극복 노력의 효과



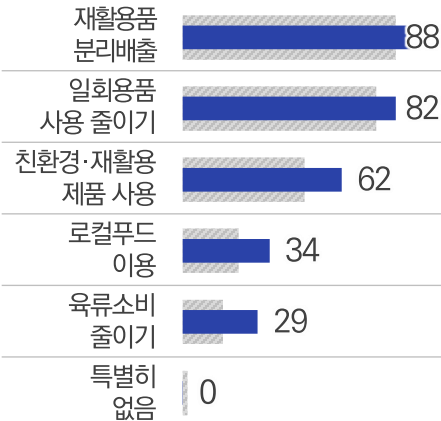
우리나라 기후위기 심각성 수준



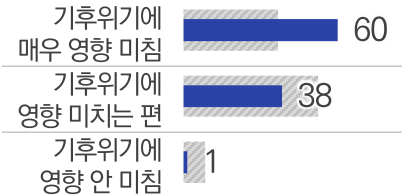
기후위기, 현재 나의 삶 위협한다



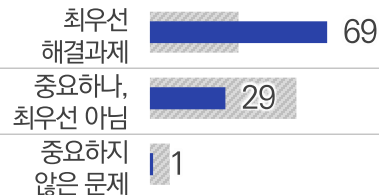
기후위기 극복 위해 실천하는 것



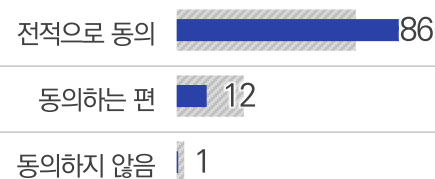
공장식 축산업 및 육류 소비 증가



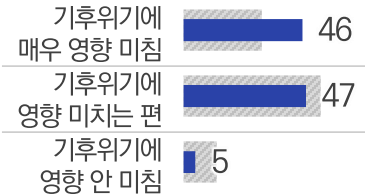
국가과제로서의 기후위기



기후위기, 미래세대의 삶 위협한다



농산물 수입 및 장거리 배송 증가



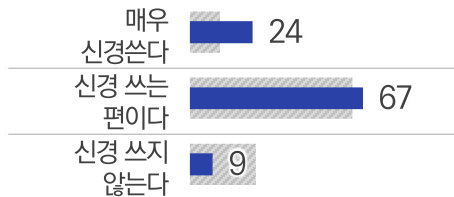
1) 환경식단 리더(Green-food Leaders): 식습관, 식품 소비 행태, 채식에 대한 인식

환경식단 리더(28%)

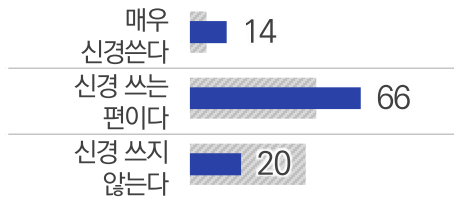
단위: %

● 전체 ● 환경식단 리더

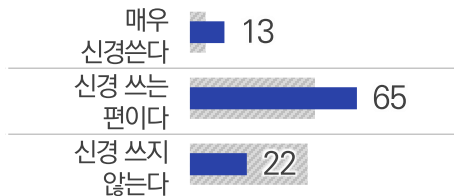
건강 위해 신선식품 섭취



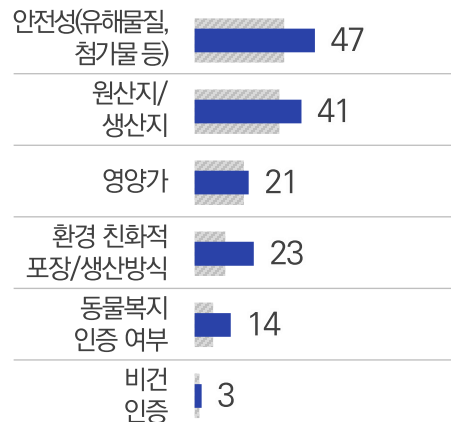
건강 위해 식물성 식품 섭취



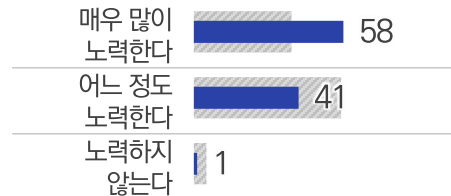
건강 위해 친환경 식품·식재료 섭취



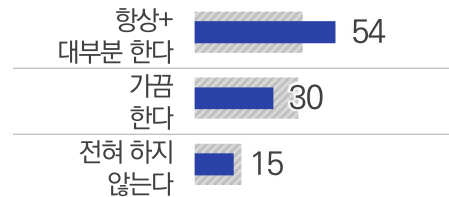
식료품 구매 시 중요 고려 요소



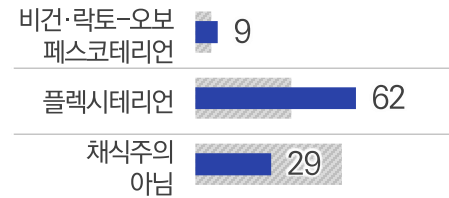
음식물 쓰레기 줄이기 위한 노력



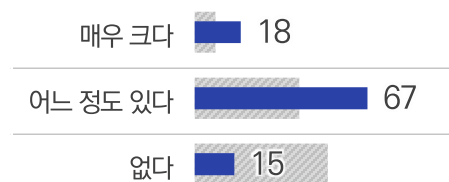
배달음식 주문 시 친환경적 선택



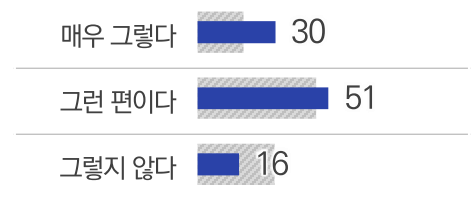
주관적 채식 유형



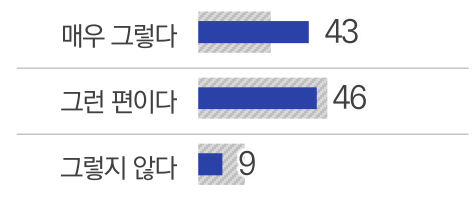
향후 채식주의 실천·지속 의향



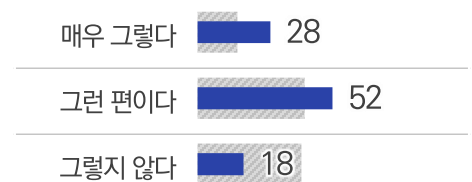
채식주의는 환경 보호하는 식생활



채식은 건강에 도움 됨



채식 메뉴 있으면 선택 의향 있음



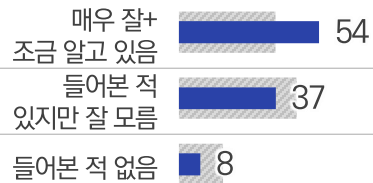
1) 환경식단 리더(Green-food Leaders): 저탄소 식단, 대체식품, 배양육

환경식단 리더(28%)

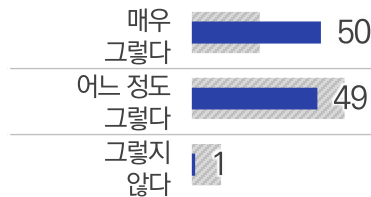
단위: %

● 전체 ● 환경식단 리더

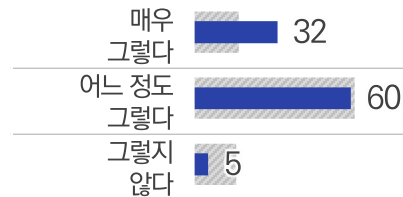
저탄소 식단 인지도



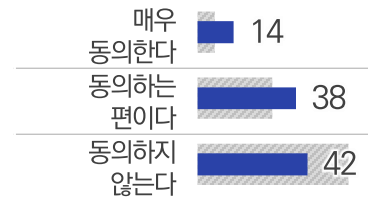
저탄소 식단 기후위기 극복 도움



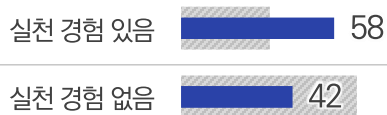
대체식품 기후위기 극복 도움



육류 구매 소비자 추가 세금 부과



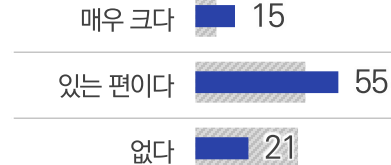
저탄소 식단 실천 경험



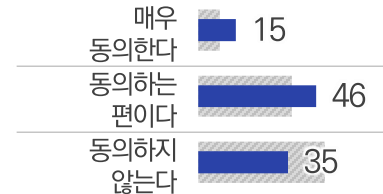
대체식품 섭취 경험



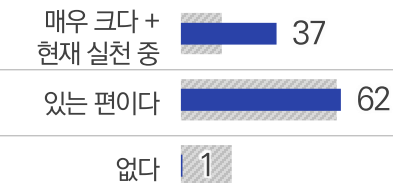
향후 배양육 섭취 의향



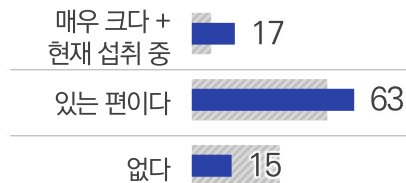
육류 생산자 추가 세금 부과



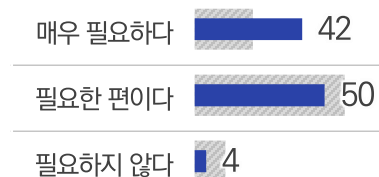
향후 저탄소 식단 실천 의향



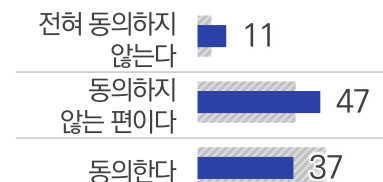
향후 대체식품 섭취 의향



대체식품·저탄소 식단 확산 필요성



고기섭취 줄이는 것 기후위기 해결에 중요하지 않음



2. 소비자 유형 - 2) 환경식단 참여자 (Green-food Doers)



비록 기후위기가 우리사회 최우선 과제는 아니지만, 그 심각성은 충분히 인지하며 실질적인 행동 변화를 실천한다. 건강한 식습관과 친환경 소비에 가치를 두며, 대체식품과 저탄소 식단 수용도도 높다.

☑ 기후위기, 미래세대를 위협하는 문제

환경식단 참여자들은 기후위기가 심각성에는 동의하나, 그 강도가 뚜렷하게 강하지는 않다. 그러나 나 뿐만 아니라 미래세대를 위협하는 문제라는 점에는 공감한다. 플라스틱 사용, 음식물 쓰레기, 공장식 축산 등이 기후위기에 영향을 미친다는 점도 인정한다.

☑ 건강과 환경을 동시에 고려하는 식생활

환경식단 참여자들은 건강관리에 관심이 높아, 건강한 식습관을 유지하는데 관심이 많다. 이는 신선식품 선호, 낮은 배달음식 섭취 등으로 나타나며, 적지 않은 사람이 자신을 플렉시테리언으로 규정한다. 뿐만 아니라 음식물 쓰레기를 줄이는 데도 적극적이다.

☑ 대체식품과 지속가능한 식단 수용도 높아

환경식단 참여자들은 대부분은 저탄소 식단이 기후위기 해결에 도움이 된다고 믿기에, 저탄소 식단 실천 의향도 강하다. 대체식품 섭취 의향과 배양육에 대한 수용도도 높다. 대체식품과 저탄소 식단 확산을 적극 지지하며, 정부와 기업이 이러한 변화를 주도해야 한다고 믿는다.

환경식단 참여자 | 24%



#남녀 고른 비율 #50대 이상 고연령층 #고졸 이하 #성인 자녀 있음

기후위기 중요하나 최우선 과제 아냐

기후위기 관심도 높음

한국기후위기 '심각'

- 건강관리에 신경 씬
- 채식 지향적 식습관
- 저탄소 식단 실천 의지 높음
- 대체식품 섭취 의향 높음

2) 환경식단 참여자 (Green-food Doers) : 인구사회학적 특성

환경식단 참여자 (24%)

단위: %

● 전체 ● 환경식단 참여자

성별

남자 53

여자 47

연령대

18-29세 4

30대 7

40대 13

50대 25

60대 28

70세 이상 24

학력

고졸 이하 68

대재 이상 32

거주지역

서울 17

인천/경기 31

대전/세종/충청 8

광주/전라 12

대구/경북 11

부산/울산/경남 17

강원/제주 4

직업

사무·관리·전문직 25

농림·어업직 2

현장직 30

주부 22

학생 0

무직/퇴직/은퇴 20

가구소득

200만원 미만 20

200-400만원 37

400-600만원 19

600-1000만원 18

1000만원 이상 6

혼인상태

미혼 20

배우자 있음 62

사별, 이혼 17

평소 건강관리

신경 쓰지 않음 6

신경 쓰는 편 87

매우 신경 씬 7

자녀유무

미취학 자녀 있음 4

초·중·고 자녀 있음 13

성인 자녀 있음 67

자녀 없음 24

가구원 수

1명(1인가구) 20

2명 36

3명 25

4명 이상 19

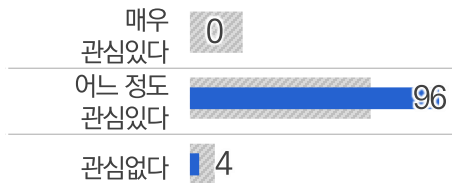
2) 환경식단 참여자 (Green-food Doers) : 기후위기에 대한 인식과 태도

환경식단 참여자 (24%)

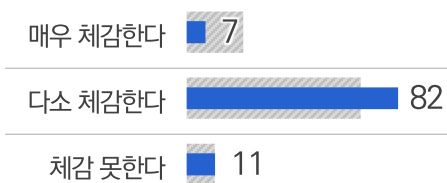
단위: %

● 전체 ● 환경식단 참여자

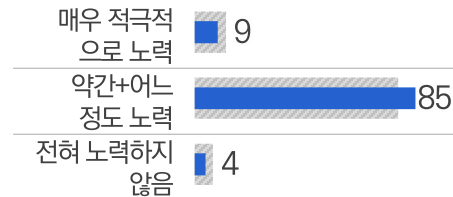
기후위기 관심 수준



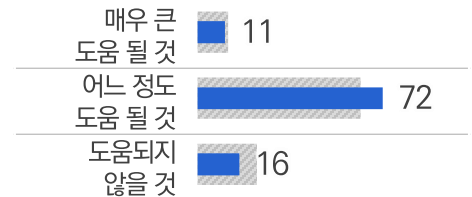
일상생활 기후위기 체감도



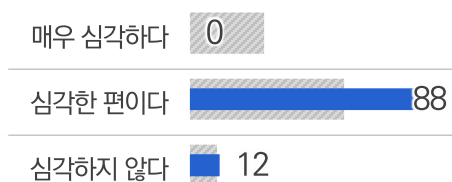
기후위기 극복 위한 나의 노력



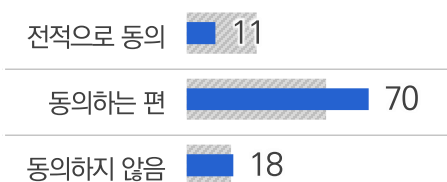
기후위기 극복 노력의 효과



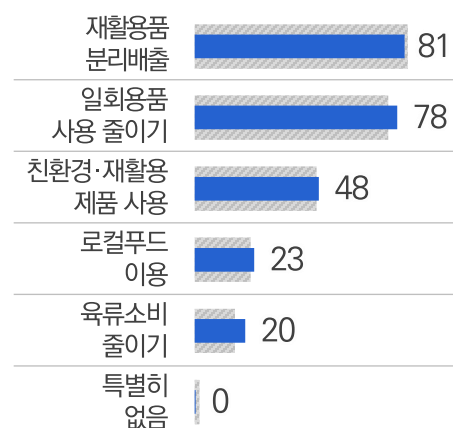
우리나라 기후위기 심각성 수준



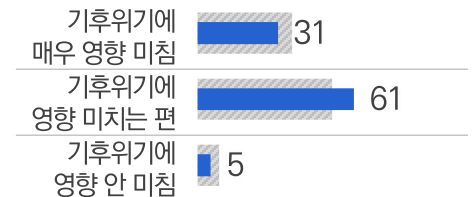
기후위기, 현재 나의 삶 위협한다



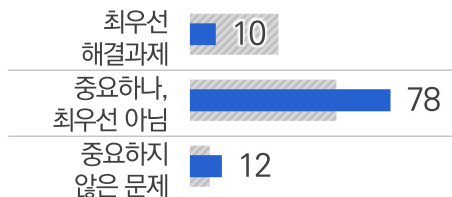
기후위기 극복 위해 실천하는 것



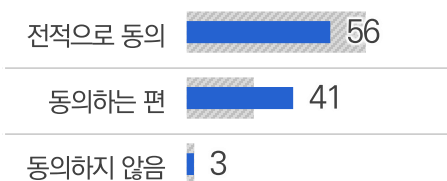
공장식 축산업 및 육류 소비 증가



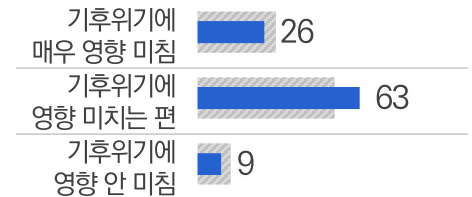
국가과제로서의 기후위기



기후위기, 미래세대의 삶 위협한다



농산물 수입 및 장거리 배송 증가



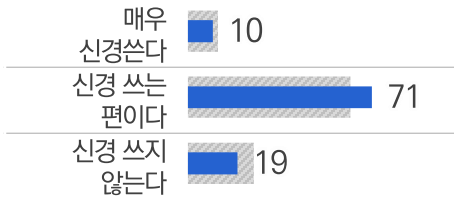
2) 환경식단 참여자 (Green-food Doers) : 식습관, 식품 소비 행태, 채식에 대한 인식

환경식단 참여자 (24%)

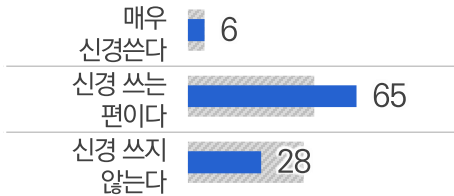
단위: %

● 전체 ● 환경식단 참여자

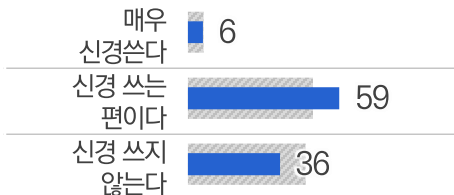
건강 위해 신선식품 섭취



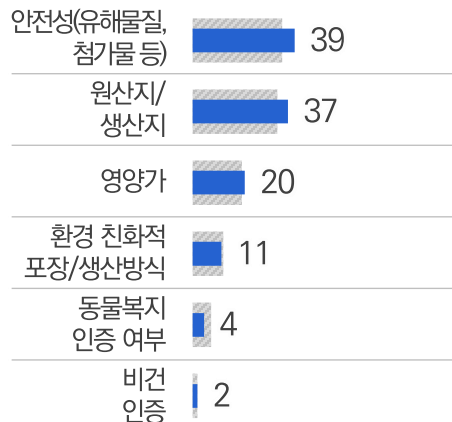
건강 위해 식물성 식품 섭취



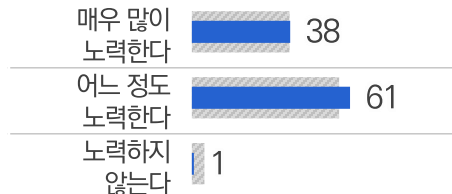
건강 위해 친환경 식품·식재료 섭취



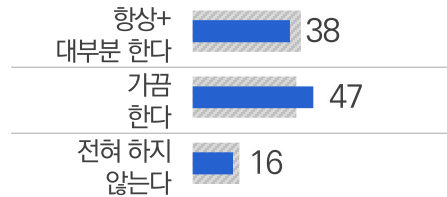
식료품 구매 시 중요 고려 요소



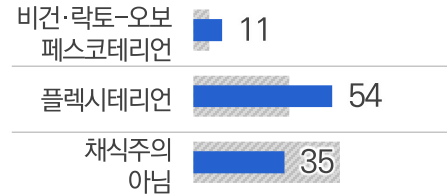
음식물 쓰레기 줄이기 위한 노력



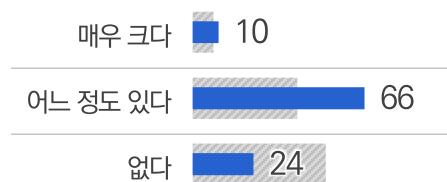
배달음식 주문 시 친환경적 선택



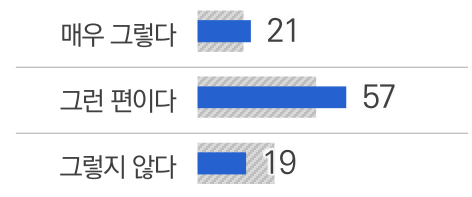
주관적 채식 유형



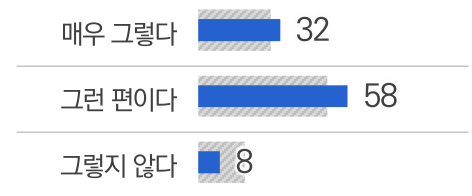
향후 채식주의 실천·지속 의향



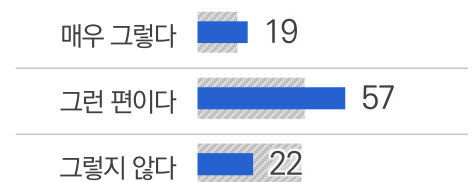
채식주의는 환경 보호하는 식생활



채식은 건강에 도움 됨



채식 메뉴 있으면 선택 의향 있음



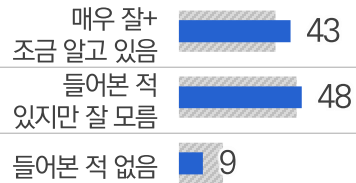
2) 환경식단 참여자 (Green-food Doers) : 저탄소 식단, 대체식품, 배양육

환경식단 참여자 (24%)

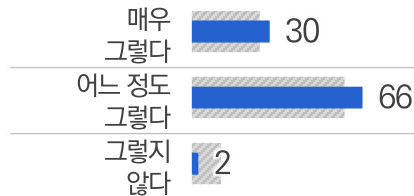
단위: %

● 전체 ● 환경식단 참여자

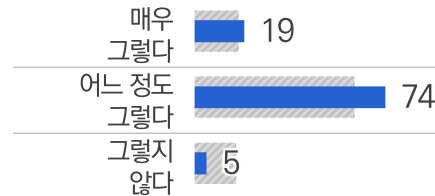
저탄소 식단 인지도



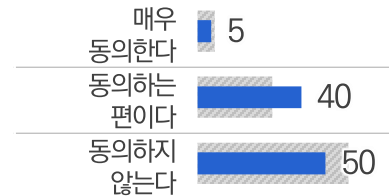
저탄소 식단 기후위기 극복 도움



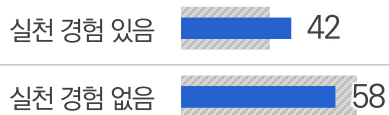
대체식품 기후위기 극복 도움



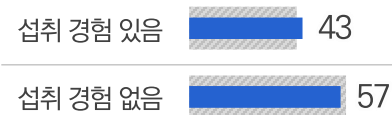
육류 구매 소비자 추가 세금 부과



저탄소 식단 실천 경험



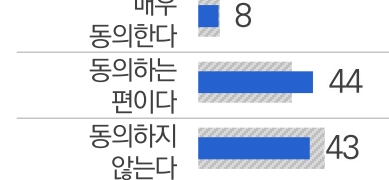
대체식품 섭취 경험



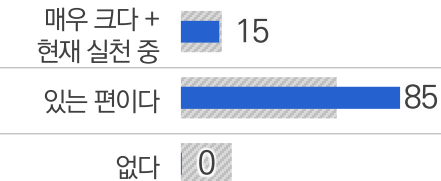
향후 배양육 섭취 의향



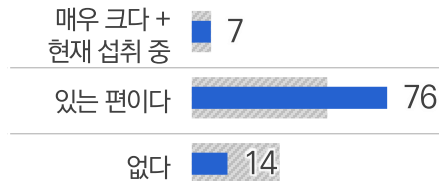
육류 생산자 추가 세금 부과



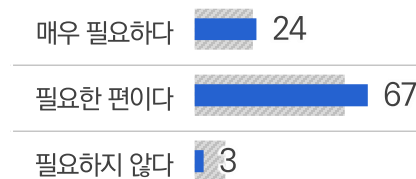
향후 저탄소 식단 실천 의향



향후 대체식품 섭취 의향



대체식품·저탄소 식단 확산 필요성



고기섭취 줄이는 것 기후위기 해결에 중요하지 않음



2. 소비자 유형 - 3) 균형 조절자(Balancers)



기후위기가 심각한 문제라는 점은 인정하나, 식생활의 변화보다는 제도의 변화에서 해결책을 찾으려고 한다. 개인적 즐거움과 편의를 포기하지 않으면서도, 환경 보호에 기여할 수 있는 균형점을 찾기 위해 노력한다.

☑ 기후위기 인식은 명확, 미래세대에 대한 우려 커

균형 조절자들도 우리나라의 기후위기가 심각하다는 데에는 동의한다. 특히 미래 세대와 자신의 미래에 대한 위협을 강하게 인식한다. 플라스틱 사용, 음식물 쓰레기, 공장식 축산 등이 기후위기에 상당한 영향을 미친다고 생각하지만, 개인의 노력보다는 정부와 기업의 역할에 더 큰 기대를 걸고 있다.

☑ 건강 중요하지만, 육류 중심 식습관은 유지

균형 조절자들은 균형 잡힌 영양소 섭취와 신선식품을 선호하지만, 육류 대신 식물성 식품을 섭취하는 비율은 평균보다 낮다. 음식물 쓰레기 감소에는 적극적이거나, 채식 위주 식단으로의 전환에는 소극적이다. 소수만이 플렉시테리언으로 자신을 규정하며, 대다수는 기존의 식습관을 유지하길 원한다.

☑ 점진적 변화와 제도적 해결책 선호

균형 조절자들은 저탄소 식단 인지도와 실천 경험은 제한적이지만, 실천 의향은 높다. 대체식품과 저탄소 식단의 확산 필요성에는 동의하지만, 이를 위해서는 정부와 기업이 주도적인 역할을 해야 한다고 생각한다. 특히 가격 안정화, 교육 캠페인, 품질 향상 등을 통해 소비자의 부담을 줄이는 방향의 정책을 선호한다.

균형 조절자 | 20%



#여성 #40대 이하 #교육 수준 높음 #소득 수준 높음 #자녀 없음

기후위기 중요 & 심각

일상에서 기후위기 체감

- 비채식주의자
- 저탄소 식단 인지도 낮으나 실천 의향은 있음
- 대체식품 관심도와 수용도는 보통 수준
- 배양육 수용도 보통 수준

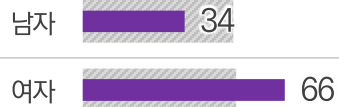
3) 균형 조절자(Balancers) : 인구사회학적 특성

균형 조절자(20%)

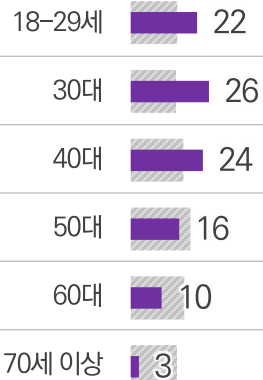
단위: %

● 전체 ● 균형 조절자

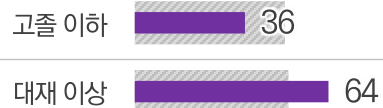
성별



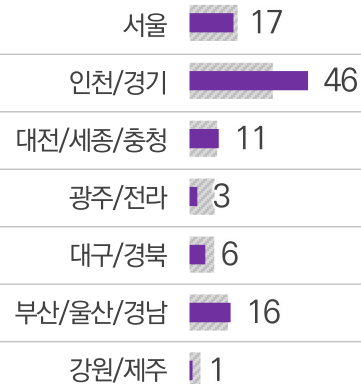
연령대



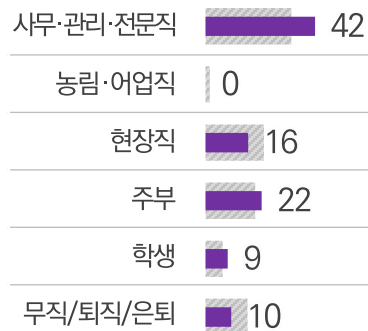
학력



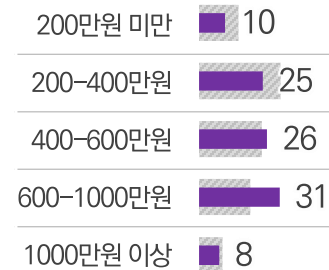
거주지역



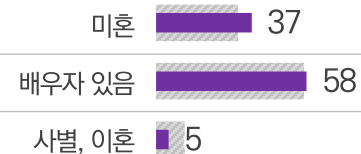
직업



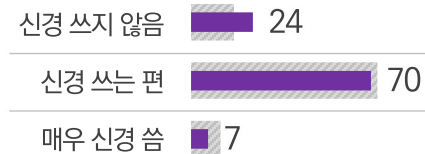
가구소득



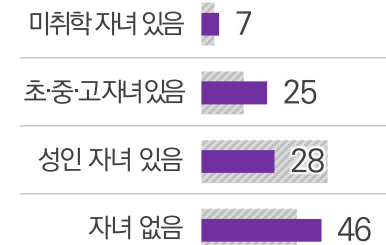
혼인상태



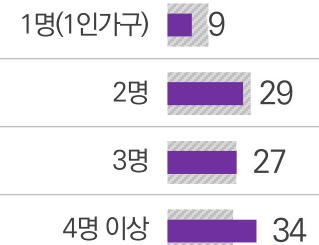
평소 건강관리



자녀유무



가구원 수



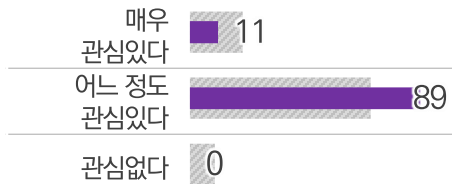
3) 균형 조절자(Balancers) : 기후위기에 대한 인식과 태도

균형 조절자(20%)

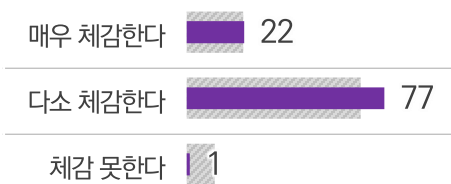
단위: %

● 전체 ● 균형 조절자

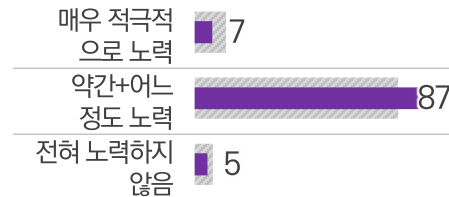
기후위기 관심 수준



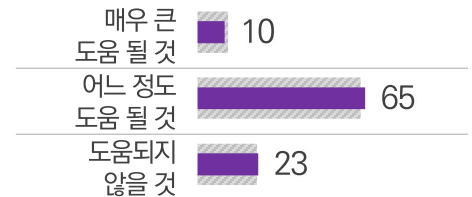
일상생활 기후위기 체감도



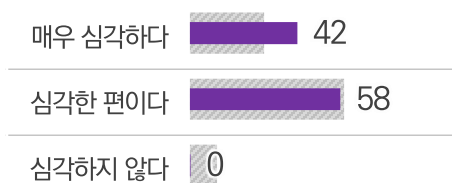
기후위기 극복 위한 나의 노력



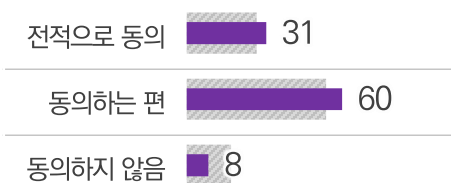
기후위기 극복 노력의 효과



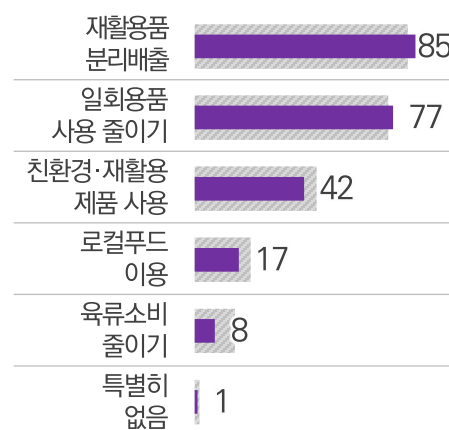
우리나라 기후위기 심각성 수준



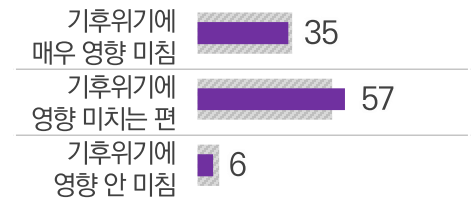
기후위기, 현재 나의 삶 위협한다



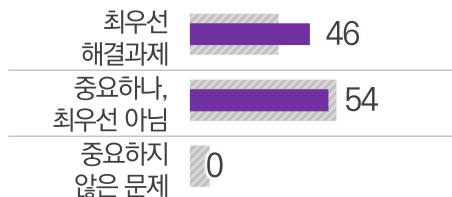
기후위기 극복 위해 실천하는 것



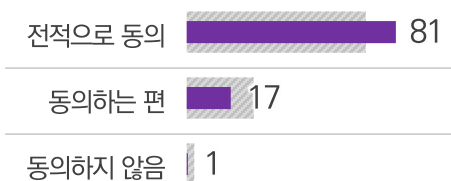
공장식 축산업 및 육류 소비 증가



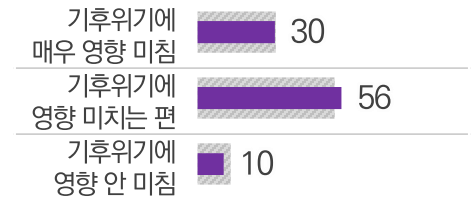
국가과제로서의 기후위기



기후위기, 미래세대의 삶 위협한다



농산물 수입 및 장거리 배송 증가



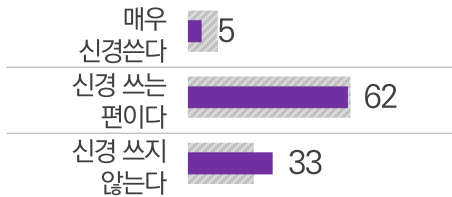
3) 균형 조절자(Balancers) : 식습관, 식품 소비 행태, 채식에 대한 인식

균형 조절자(20%)

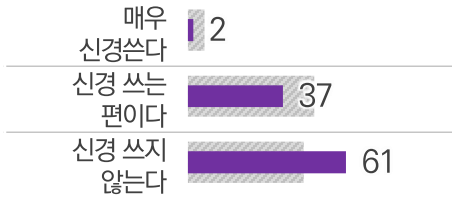
단위: %

● 전체 ● 균형 조절자

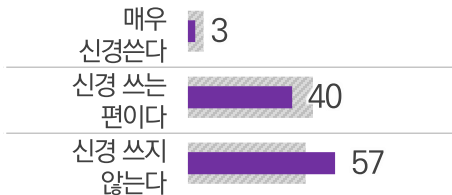
건강 위해 신선식품 섭취



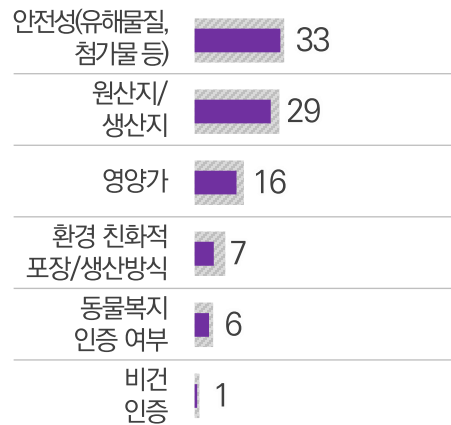
건강 위해 식물성 식품 섭취



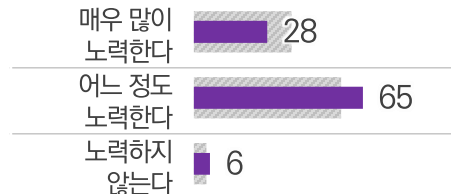
건강 위해 친환경 식품·식재료 섭취



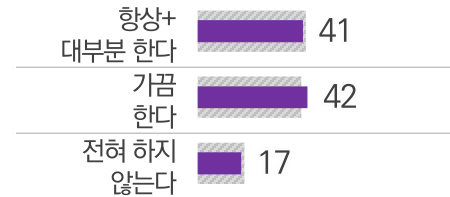
식료품 구매 시 중요 고려 요소



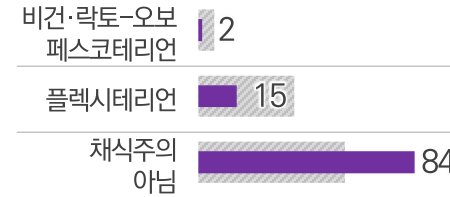
음식물 쓰레기 줄이기 위한 노력



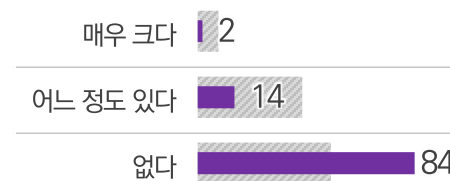
배달음식 주문 시 친환경적 선택



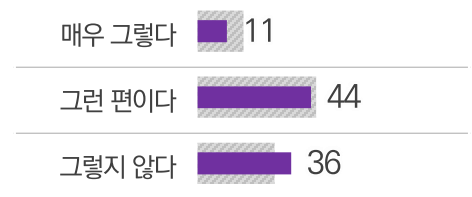
주관적 채식 유형



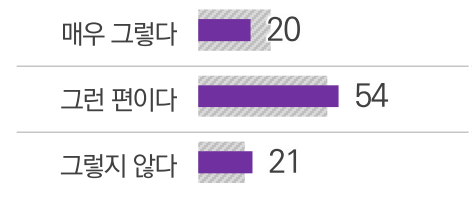
향후 채식주의 실천·지속 의향



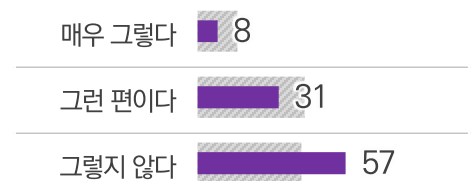
채식주의는 환경 보호하는 식생활



채식은 건강에 도움 됨



채식 메뉴 있으면 선택 의향 있음



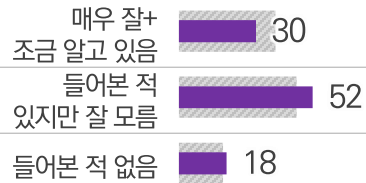
3) 균형 조절자(Balancers) : 저탄소 식단, 대체식품, 배양육

균형 조절자(20%)

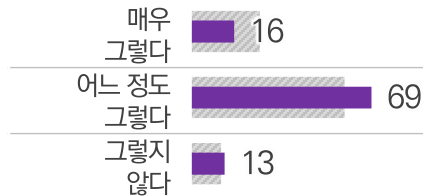
단위: %

● 전체 ● 균형 조절자

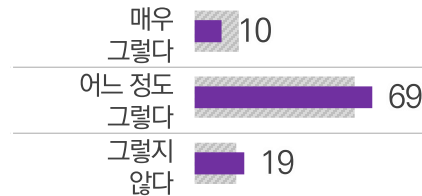
저탄소 식단 인지도



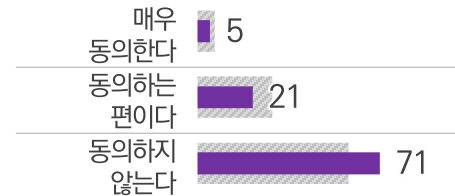
저탄소 식단 기후위기 극복 도움



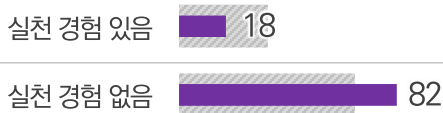
대체식품 기후위기 극복 도움



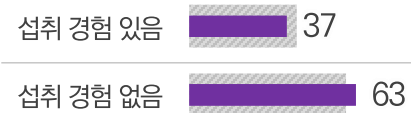
육류 구매 소비자 추가 세금 부과



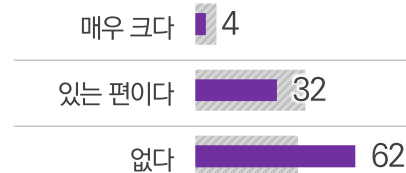
저탄소 식단 실천 경험



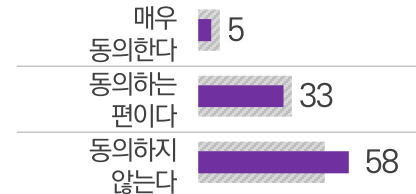
대체식품 섭취 경험



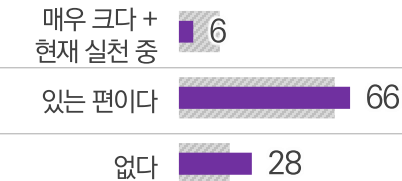
향후 배양육 섭취 의향



육류 생산자 추가 세금 부과



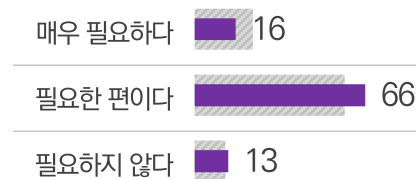
향후 저탄소 식단 실천 의향



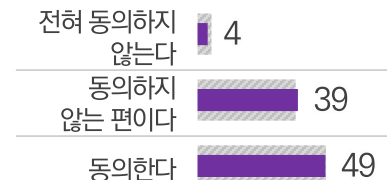
향후 대체식품 섭취 의향



대체식품·저탄소 식단 확산 필요성



고기섭취 줄이는 것 기후위기 해결에 중요하지 않음



2. 소비자 유형 - 4) 개인 중심층(Individual Focus)



기후위기는 인정하나, 이에 대응하기 위한 식습관 변화와 정부 개입에는 강한 저항감을 보인다. 개인의 선택과 자유를 선호하며, 기후위기 대응을 위한 식품 소비 패턴 변화에는 회의적이다.

☑ 기후위기 인정하나, 현실적으로 우선순위는 아냐

개인 중심층들은 기후위기 심각성 자체는 인정하지만, 이보다는 경제 불황이나 고령화 같은 다른 사회 문제를 더 중요시한다. 일상에서 기후변화를 체감하는 비율은 높으나, 현재의 자신보다는 미래 세대에 대한 위협으로 인식한다. 환경 문제 해결을 위한 개인적 노력의 효과에 대해서도 회의적이다.

☑ 전통적인 육류 중심 식습관 고수

개인 중심층들은 균형 잡힌 영양소 섭취와 신선식품 소비에 관심은 있지만, 육류 대신 식물성 식품을 섭취하는 것에는 매우 부정적이다. 대부분이 육류와 가공육을 정기적으로 섭취하며, 채식주의에 부정적 견해를 갖고 있다. 음식 선택에 있어 가장 중요한 기준은 맛과 가격이며, 환경에 미치는 영향보다는 개인적 만족을 우선시한다.

☑ 식품 소비 변화와 정책 개입에 강한 저항

개인 중심층들은 저탄소 식단과 대체식품 실천 의향은 매우 낮다. 소수만이 대체식품 섭취 의향을 보이며, 배양육에 대한 수용도도 낮다. 특히 육류 소비세와 같은 정책적 개입에 강하게 반대하는 경향이 뚜렷하다. 저탄소 식단 및 대체식품 확산을 위한 정부 주도의 적극적 개입보다는 시장과 소비자의 자율적 선택을 선호하며, 식품 선택의 자유를 제한하는 어떠한 형태의 규제에도 반대한다.

개인 중심층 | 17%



#남성 #30대이하 #높은 교육 수준 #미혼 #자녀 없음

한국 기후위기 심각성 인지

기후위기는 최우선 해결 과제 아님

- 전통적 육식 선호
- 저탄소 식단 실천 의향 낮음
- 대체식품 섭취 의향 낮음
- 배양육 거부감 큼

4) 개인 중심층(Individual Focus) : 인구사회학적 특성

개인 중심층(17%)

단위: %

● 전체 ● 개인 중심층

성별

남자 75

여자 25

연령대

18-29세 35

30대 28

40대 11

50대 15

60대 5

70세 이상 6

학력

고졸 이하 30

대재 이상 70

거주지역

서울 22

인천/경기 26

대전/세종/충청 8

광주/전라 10

대구/경북 9

부산/울산/경남 18

강원/제주 6

직업

사무·관리·전문직 42

농림·어업직 1

현장직 16

주부 11

학생 18

무직/퇴직/은퇴 12

가구소득

200만원 미만 9

200-400만원 34

400-600만원 28

600-1000만원 13

1000만원 이상 16

혼인상태

미혼 60

배우자 있음 36

사별, 이혼 4

평소 건강관리

신경 쓰지 않음 29

신경 쓰는 편 66

매우 신경 씬 5

자녀유무

미취학자녀 있음 7

초·중·고자녀 있음 12

성인 자녀 있음 22

자녀 없음 64

가구원 수

1명(1인가구) 23

2명 21

3명 33

4명 이상 23

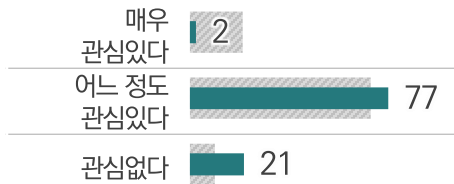
4) 개인 중심층(Individual Focus) : 기후위기에 대한 인식과 태도

개인 중심층(17%)

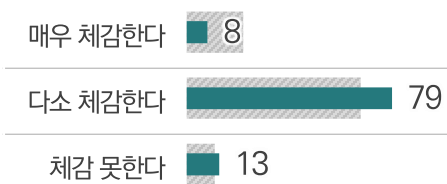
단위: %

● 전체 ● 개인 중심층

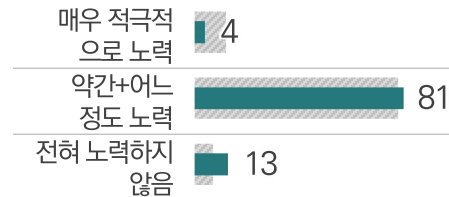
기후위기 관심 수준



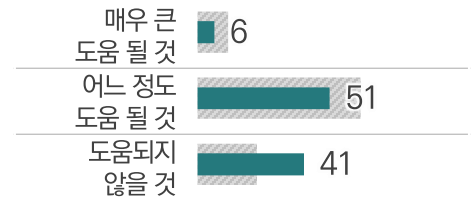
일상생활 기후위기 체감도



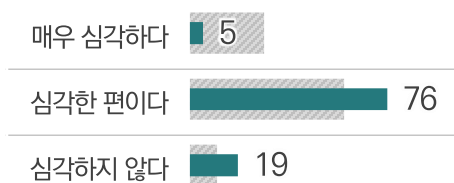
기후위기 극복 위한 나의 노력



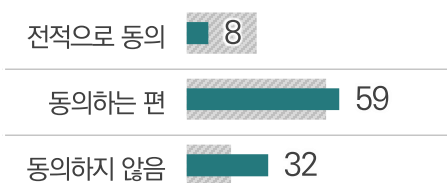
기후위기 극복 노력의 효과



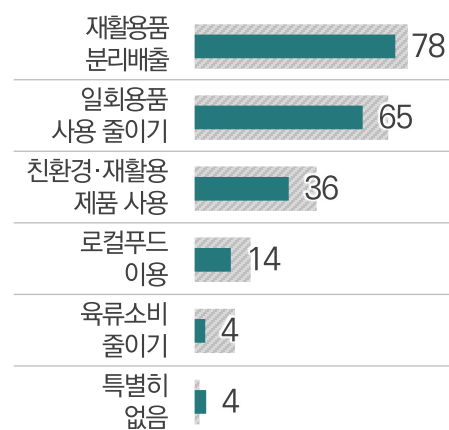
우리나라 기후위기 심각성 수준



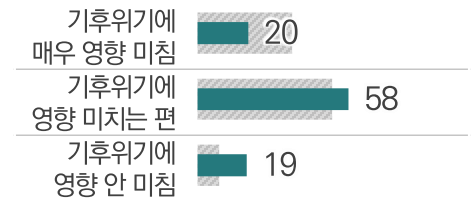
기후위기, 현재 나의 삶 위협한다



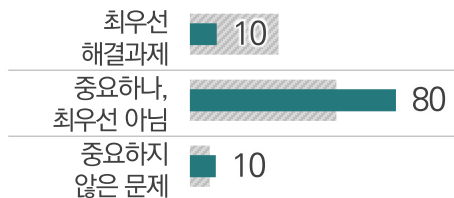
기후위기 극복 위해 실천하는 것



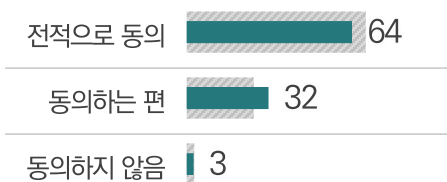
공장식 축산업 및 육류 소비 증가



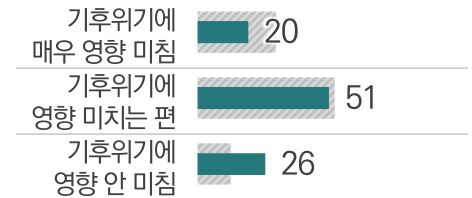
국가과제로서의 기후위기



기후위기, 미래세대의 삶 위협한다



농산물 수입 및 장거리 배송 증가



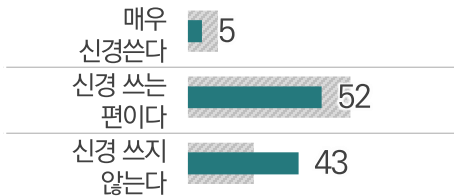
4) 개인 중심층(Individual Focus) : 식습관, 식품 소비 행태, 채식에 대한 인식

개인 중심층(17%)

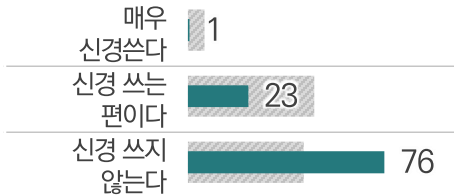
단위: %

● 전체 ● 개인 중심층

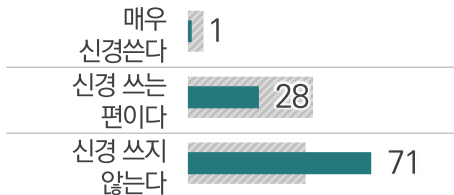
건강 위해 신선식품 섭취



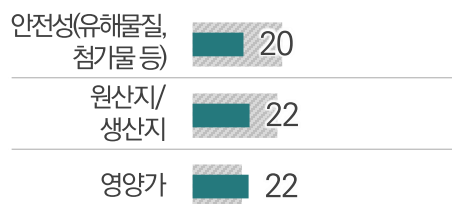
건강 위해 식물성 식품 섭취



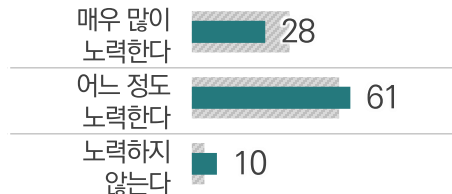
건강 위해 친환경 식품·식재료 섭취



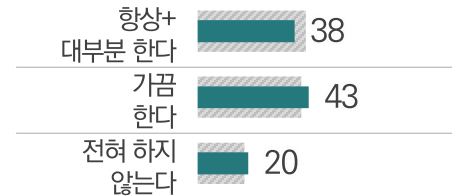
식료품 구매 시 중요 고려 요소



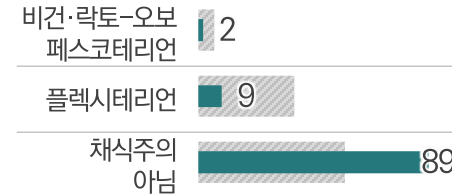
음식물 쓰레기 줄이기 위한 노력



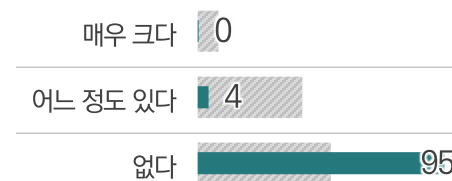
배달음식 주문 시 친환경적 선택



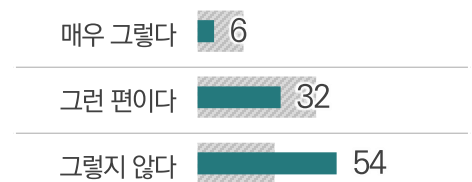
주관적 채식 유형



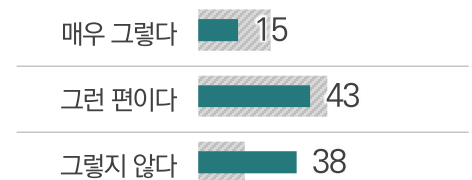
향후 채식주의 실천·지속 의향



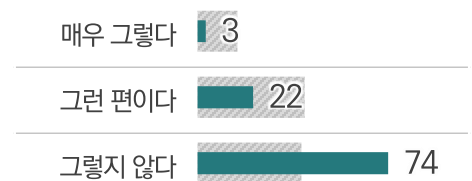
채식주의는 환경 보호하는 식생활



채식은 건강에 도움 됨



채식 메뉴 있으면 선택 의향 있음



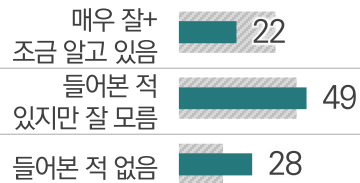
4) 개인 중심층(Individual Focus) : 저탄소 식단, 대체식품, 배양육

개인 중심층(17%)

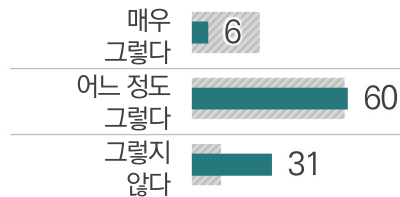
단위: %

● 전체 ● 개인 중심층

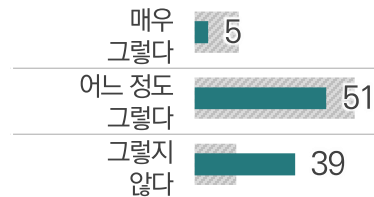
저탄소 식단 인지도



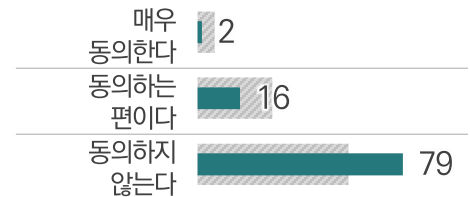
저탄소 식단 기후위기 극복 도움



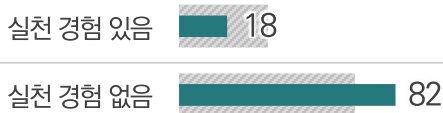
대체식품 기후위기 극복 도움



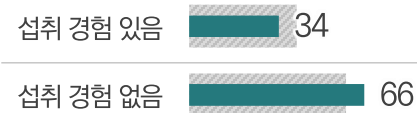
육류 구매 소비자 추가 세금 부과



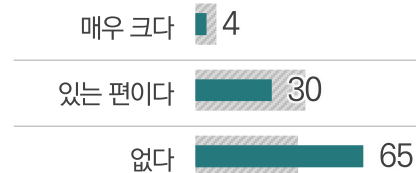
저탄소 식단 실천 경험



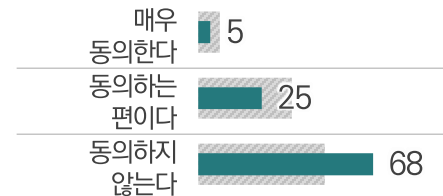
대체식품 섭취 경험



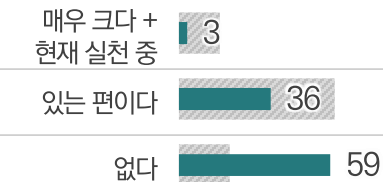
향후 배양육 섭취 의향



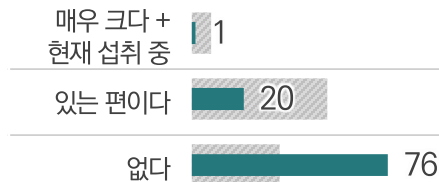
육류 생산자 추가 세금 부과



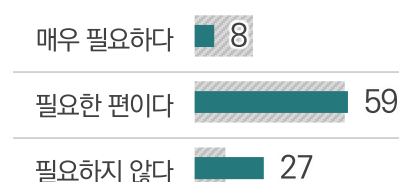
향후 저탄소 식단 실천 의향



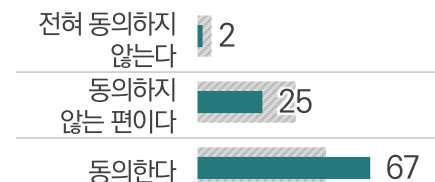
향후 대체식품 섭취 의향



대체식품·저탄소 식단 확산 필요성



고기섭취 줄이는 것 기후위기 해결에 중요하지 않음



2. 소비자 유형 - 5) 후발 참여자(Late Follower)



기후위기와 식습관 변화에 대해 뚜렷한 입장을 보이지 않는다.
기후위기와 식품 소비 관련 인지도가 낮고, 불확실한 상황 속에서 판단을 유보하는 경향이 강하다.

☑ 기후위기 인식 있으나, 확신과 정보는 부족

후발 참여자들은 기후위기 심각성에 대해 일정 수준의 인식을 가지고 있지만, 이에 대한 확신이 낮고 정보가 부족하다. 환경 보호 활동에 대한 관심은 있으나 적극적인 참여로 이어지지는 않는다.

☑ 식습관 변화에 대해서도 중립적

후발 참여자들은 건강관리에 대한 관심은 있으나 친환경적 식습관으로의 변화에는 소극적이다. 균형 잡힌 영양소 섭취와 신선식품 선호도는 보통 수준이지만, 식물성 식품 섭취나 친환경 식재료 사용 등 실천율은 낮은 수준이다.

☑ 저탄소 식단에 대한 관심도와 참여의향 모두 낮아

후발 참여자들은 저탄소 식단과 대체식품 인지도와 관심이 현저히 낮다. 대체식품과 저탄소 식단 확산 필요성에는 어느 정도 동의하지만, 정책적 수단이나 개인의 역할에 대해서는 명확한 입장을 보이지 않는다. 식품 선택에 있어 가격과 맛을 중요시하며, 환경적 영향은 주요 고려사항이 아니다.

후발 참여자 | 5%



#여성 #40대 중심 #교육&소득 수준 낮음

기후위기에 관심 있음

대다수 항목에 '태도 유보'

- 저탄소 식단 경험 없음
- 대체식품, 배양육에 대한 인지도와 관심 낮음

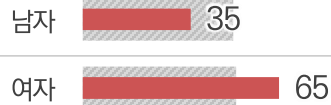
5) 후발 참여자(Late Follower): 인구사회학적 특성

후발 참여자(5%)

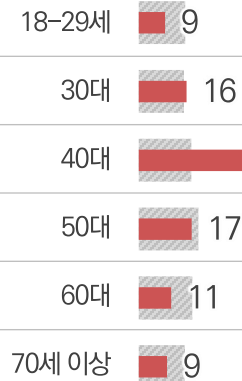
단위: %

● 전체 ● 후발 참여자

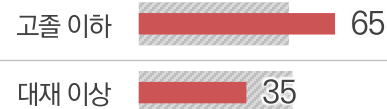
성별



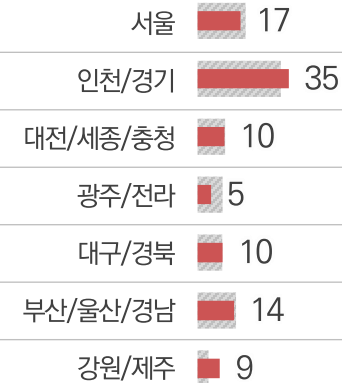
연령대



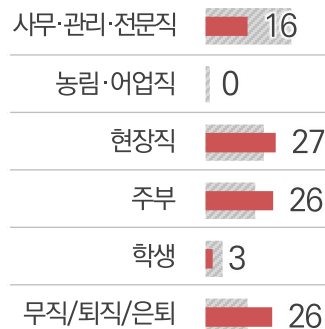
학력



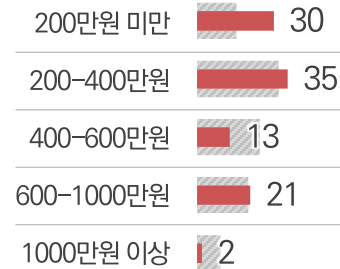
거주지역



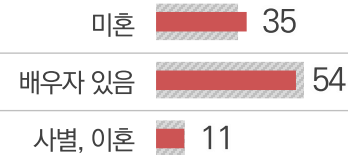
직업



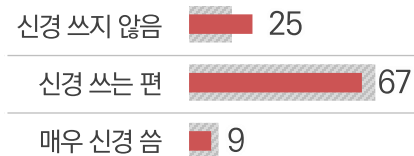
가구소득



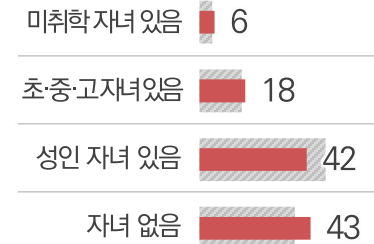
혼인상태



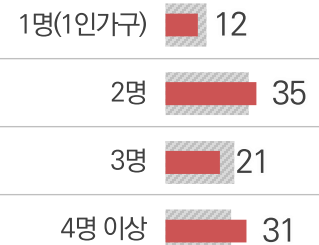
평소 건강관리



자녀유무



가구원 수



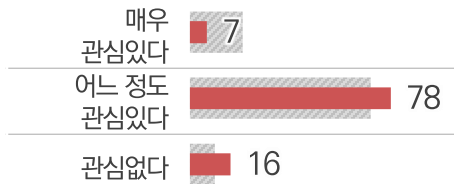
5) 후발 참여자(Late Follower): 기후위기에 대한 인식과 태도

후발 참여자(5%)

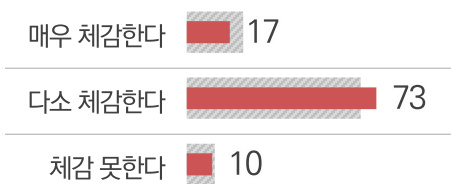
단위: %

● 전체 ● 후발 참여자

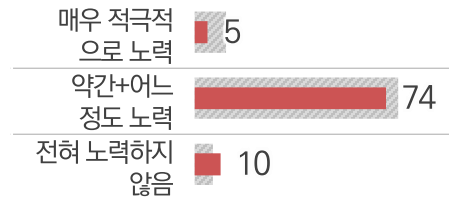
기후위기 관심 수준



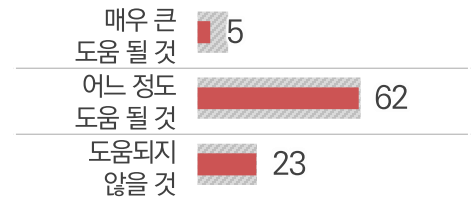
일상생활 기후위기 체감도



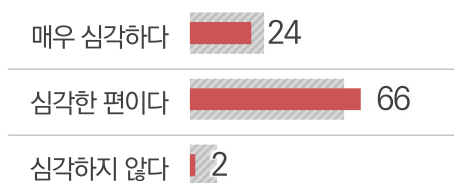
기후위기 극복 위한 나의 노력



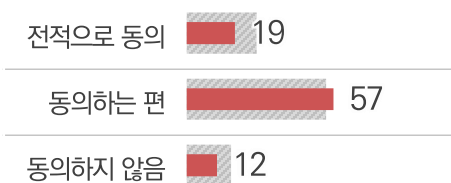
기후위기 극복 노력의 효과



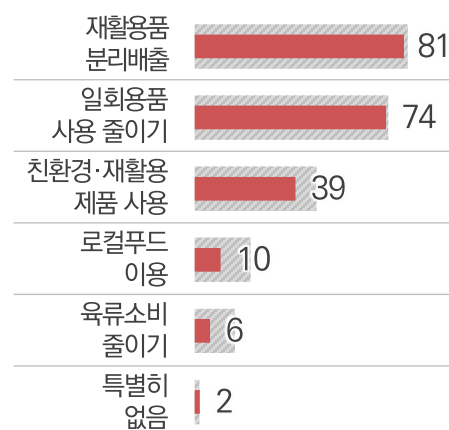
우리나라 기후위기 심각성 수준



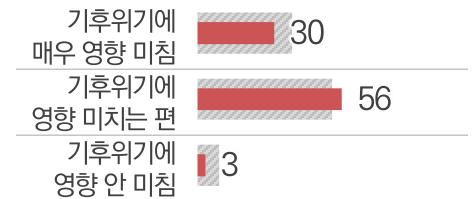
기후위기, 현재 나의 삶 위협한다



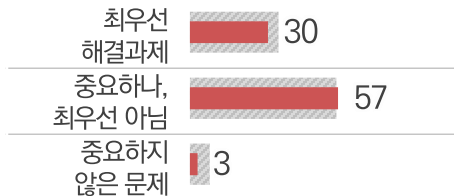
기후위기 극복 위해 실천하는 것



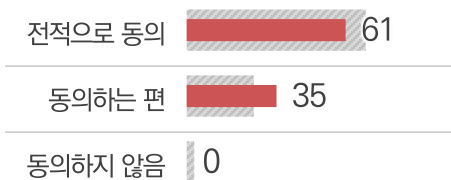
공장식 축산업 및 육류 소비 증가



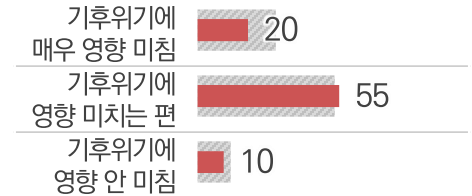
국가과제로서의 기후위기



기후위기, 미래세대의 삶 위협한다



농산물 수입 및 장거리 배송 증가



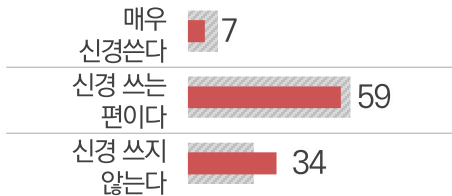
5) 후발 참여자(Late Follower): 식습관, 식품 소비 행태, 채식에 대한 인식

후발 참여자(5%)

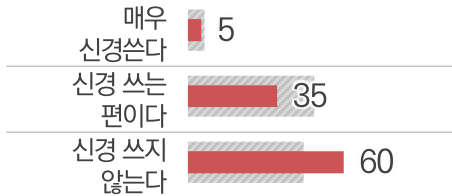
단위: %

● 전체 ● 후발 참여자

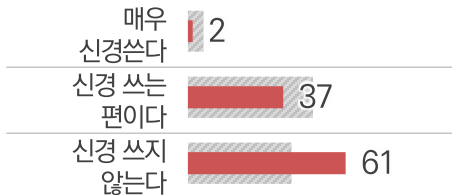
건강 위해 신선식품 섭취



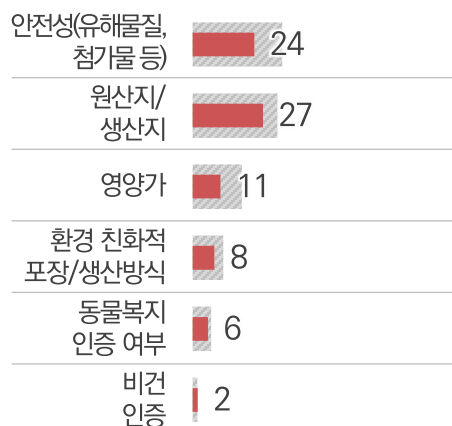
건강 위해 식물성 식품 섭취



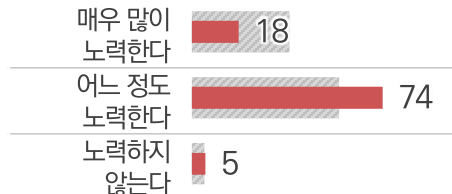
건강 위해 친환경 식품·식재료 섭취



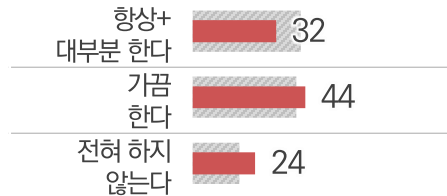
식료품 구매 시 중요 고려 요소



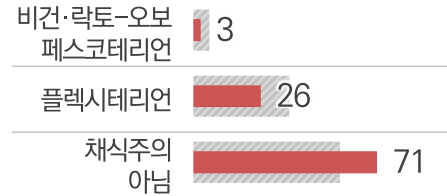
음식물 쓰레기 줄이기 위한 노력



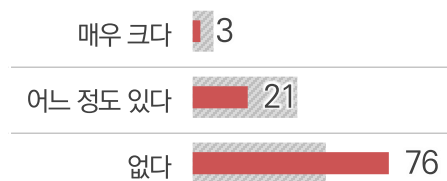
배달음식 주문 시 친환경적 선택



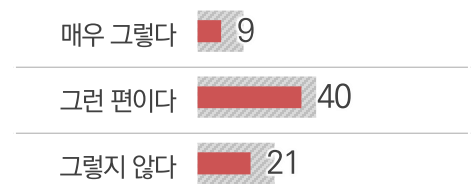
주관적 채식 유형



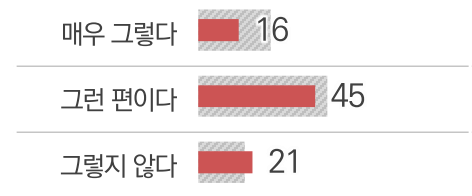
향후 채식주의 실천·지속 의향



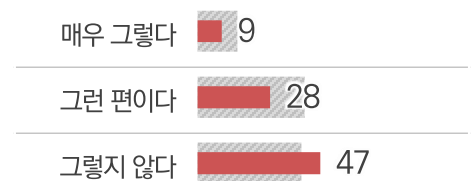
채식주의는 환경 보호하는 식생활



채식은 건강에 도움 됨



채식 메뉴 있으면 선택 의향 있음



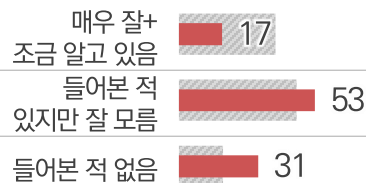
5) 후발 참여자(Late Follower): 저탄소 식단, 대체식품, 배양육

후발 참여자(5%)

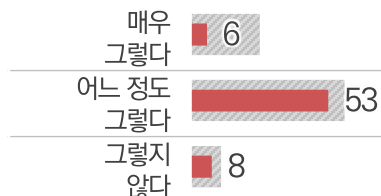
단위: %

● 전체 ● 후발 참여자

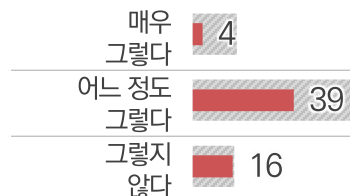
저탄소 식단 인지도



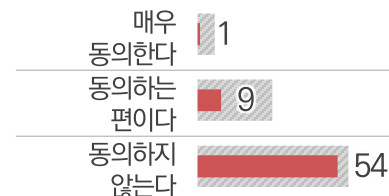
저탄소 식단 기후위기 극복 도움



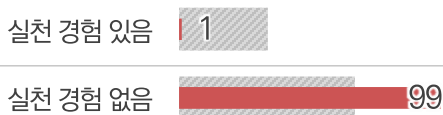
대체식품 기후위기 극복 도움



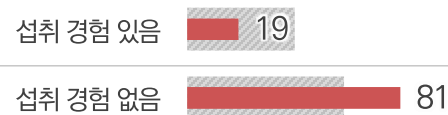
육류 구매 소비자 추가 세금 부과



저탄소 식단 실천 경험



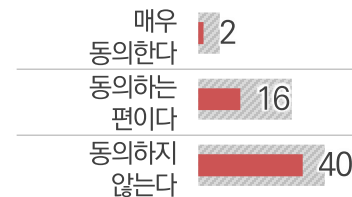
대체식품 섭취 경험



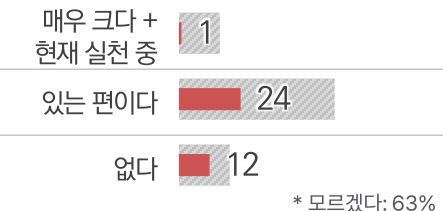
향후 배양육 섭취 의향



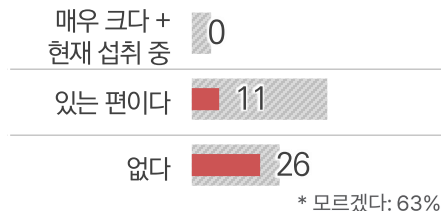
육류 생산자 추가 세금 부과



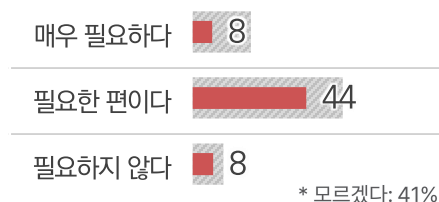
향후 저탄소 식단 실천 의향



향후 대체식품 섭취 의향



대체식품·저탄소 식단 확산 필요성



고기섭취 줄이는 것 기후위기 해결에 중요하지 않음



2. 소비자 유형 - 6) 현상 유지층(Status Quo)



기후위기의 심각성과 영향력에 근본적인 의문이 있으며, 이로 인한 식습관 변화나 정책적 개입을 강하게 반대한다. 기후 담론에 대해 전반적으로 회의적이며, 개인의 자유와 전통적 가치를 중시한다.

☑ 기후위기 담론에 대한 근본적 회의

현상 유지층들은 기후위기의 존재 자체에 의문을 제기한다. 한국에서 기후 위기가 심각하지 않다고 생각하며, 기후위기가 현재와 미래의 삶을 위협한다는 주장에 동의하지 않는다. 환경보호를 위한 개인적 노력이나 정책적 개입이 불필요하다고 생각하며, 기후위기 해결 책임도 인정하지 않는다.

☑ 육식 중심 식습관과 개인 선택의 자유 옹호

현상 유지층들은 건강관리에 관심이 적다. 채식에 대한 부정적 인식이 강하며, 대다수가 육류와 가공육을 정기적으로 소비한다. 식품 선택의 최우선 요소는 맛과 개인적 선호이며, 환경적 영향은 거의 고려하지 않는다. 음식물 쓰레기 감소나 친환경 제품 사용과 같은 환경 보호 활동 참여율도 낮다.

☑ 저탄소 식단과 대체식품에도 강한 거부감

현상 유지층들은 저탄소 식단과 대체식품을 실천할 의향이 없다. 대체식품이 기후위기 해결에 도움이 될 것이라는 주장에 회의적이며, 대체식품과 저탄소 식단의 확산 필요성에 동의하지 않는다. 식품 소비 패턴 변화를 통한 기후위기 대응 가능성에 회의적이며, 이와 관련된 정보 확산의 필요성도 인정하지 않는다. 전통적 식문화와 개인의 자유를 수호하는 데 단호한 태도를 보인다.

현상 유지층 | 5%



#남성 #40대 이하 #교육 수준 높음 #미혼

기후위기 중요한 문제 아님

기후위기에 관심 없음

한국 기후위기 심각하지 않음

일상에서 기후위기 체감 못함

- 건강관리에 무관심
- 비채식주의자
- 저탄소 식단, 대체식품, 배양육 거부감 높음

6) 현상 유지층(Status Quo) : 인구사회학적 특성

현상 유지층(5%)

단위: %

▨ 전체 ● 현상 유지층

성별

남자 ▨ 78

여자 ▨ 22

연령대

18-29세 ▨ 27

30대 ▨ 18

40대 ▨ 23

50대 ▨ 11

60대 ▨ 9

70세 이상 ▨ 12

학력

고졸 이하 ▨ 45

대재 이상 ▨ 55

거주지역

서울 ▨ 16

인천/경기 ▨ 37

대전/세종/충청 ▨ 8

광주/전라 ▨ 6

대구/경북 ▨ 12

부산/울산/경남 ▨ 18

강원/제주 ▨ 3

직업

사무·관리·전문직 ▨ 39

농림·어업직 ▨ 0

현장직 ▨ 29

주부 ▨ 4

학생 ▨ 9

무직/퇴직/은퇴 ▨ 18

가구소득

200만원 미만 ▨ 18

200-400만원 ▨ 25

400-600만원 ▨ 20

600-1000만원 ▨ 25

1000만원 이상 ▨ 13

혼인상태

미혼 ▨ 51

배우자 있음 ▨ 42

사별, 이혼 ▨ 7

평소 건강관리

신경 쓰지 않음 ▨ 42

신경 쓰는 편 ▨ 52

매우 신경 씬 ▨ 6

자녀유무

미취학자녀 있음 ▨ 5

초·중·고자녀 있음 ▨ 18

성인 자녀 있음 ▨ 34

자녀 없음 ▨ 53

가구원 수

1명(1인가구) ▨ 16

2명 ▨ 30

3명 ▨ 20

4명 이상 ▨ 34

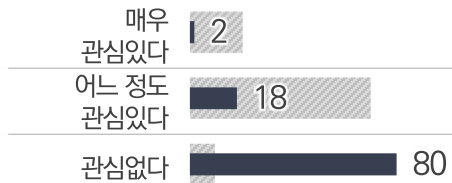
6) 현상 유지층(Status Quo) : 기후위기에 대한 인식과 태도

현상 유지층(5%)

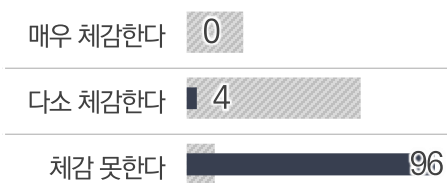
단위: %

▨ 전체 ● 현상 유지층

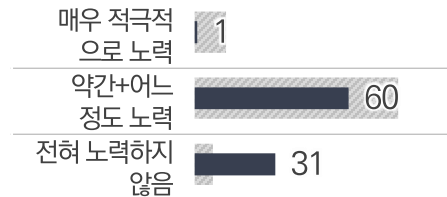
기후위기 관심 수준



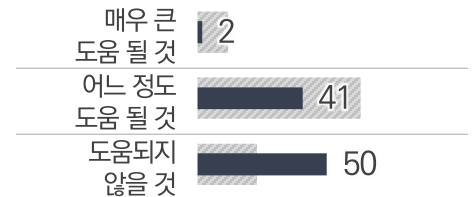
일상생활 기후위기 체감도



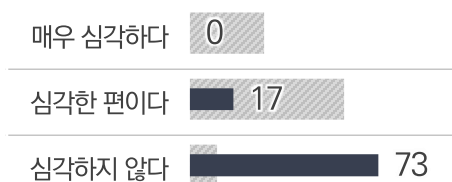
기후위기 극복 위한 나의 노력



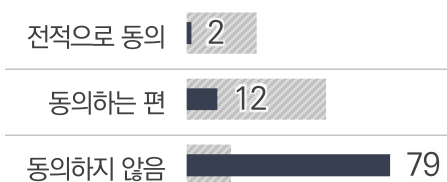
기후위기 극복 노력의 효과



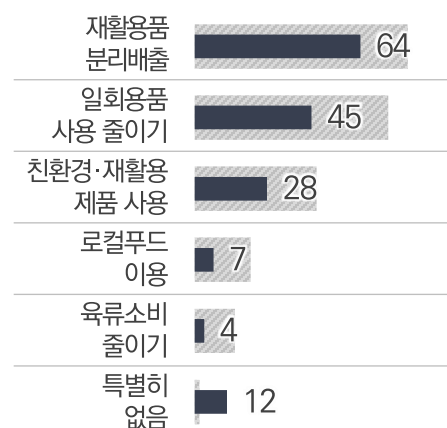
우리나라 기후위기 심각성 수준



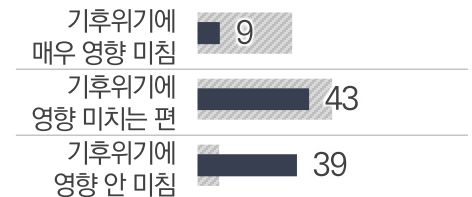
기후위기, 현재 나의 삶 위협한다



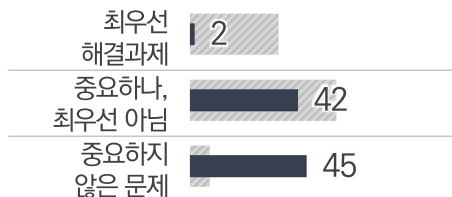
기후위기 극복 위해 실천하는 것



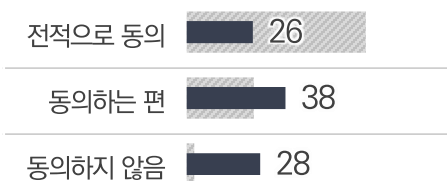
공장식 축산업 및 육류 소비 증가



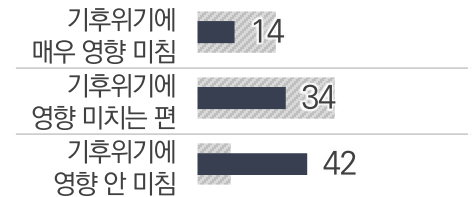
국가과제로서의 기후위기



기후위기, 미래세대의 삶 위협한다



농산물 수입 및 장거리 배송 증가



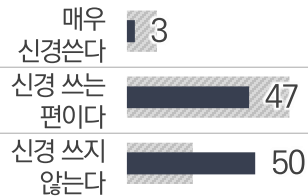
6) 현상 유지층(Status Quo) : 식습관, 식품 소비 행태, 채식에 대한 인식

현상 유지층(5%)

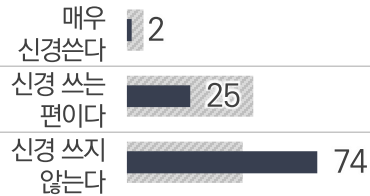
단위: %

▨ 전체 ● 현상 유지층

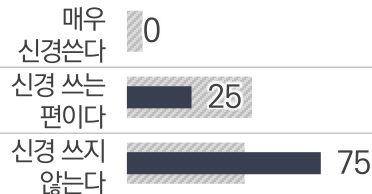
건강 위해 신선식품 섭취



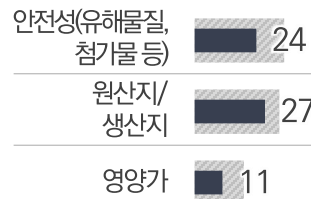
건강 위해 식물성 식품 섭취



건강 위해 친환경 식품·식재료 섭취



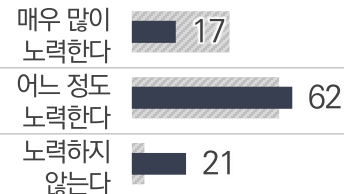
식료품 구매 시 중요 고려 요소



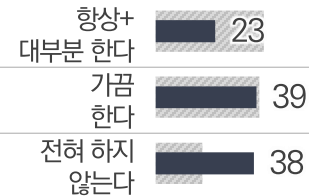
환경 친화적 포장/생산방식



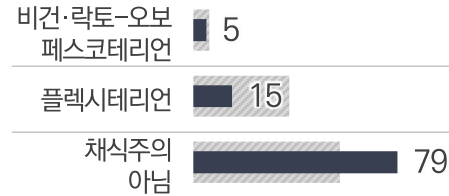
음식물 쓰레기 줄이기 위한 노력



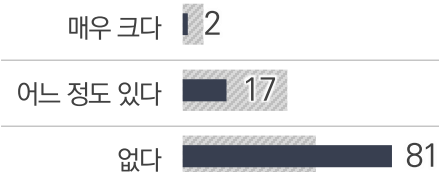
배달음식 주문 시 친환경적 선택



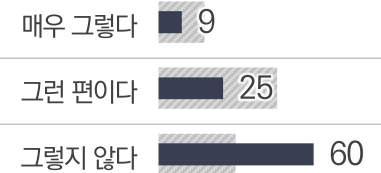
주관적 채식 유형



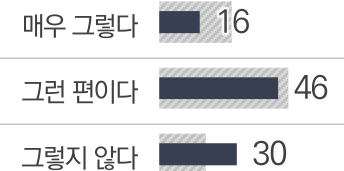
향후 채식주의 실천·지속 의향



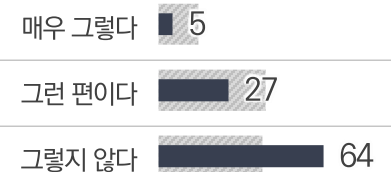
채식주의는 환경 보호하는 식생활



채식은 건강에 도움 됨



채식 메뉴 있으면 선택 의향 있음



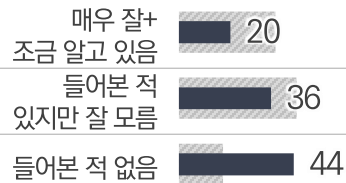
6) 현상 유지층(Status Quo) : 저탄소 식단, 대체식품, 배양육

현상 유지층(5%)

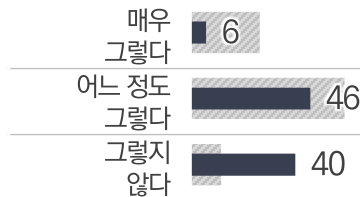
단위: %

▨ 전체 ● 현상 유지층

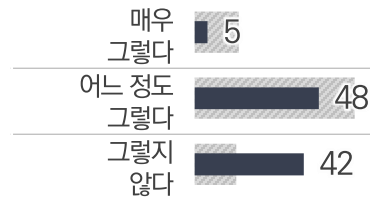
저탄소 식단 인지도



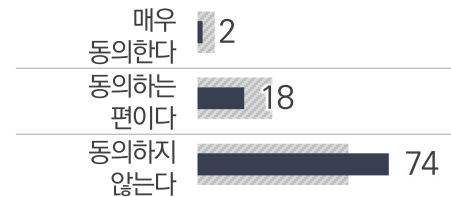
저탄소 식단 기후위기 극복 도움



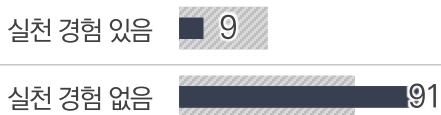
대체식품 기후위기 극복 도움



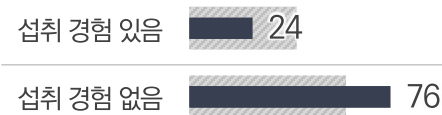
육류 구매 소비자 추가 세금 부과



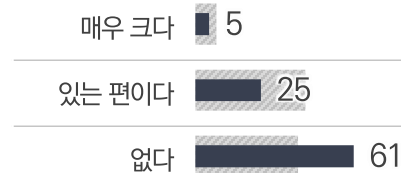
저탄소 식단 실천 경험



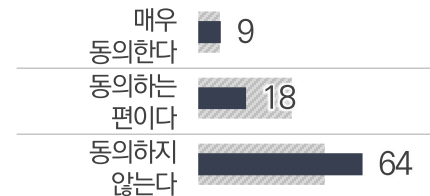
대체식품 섭취 경험



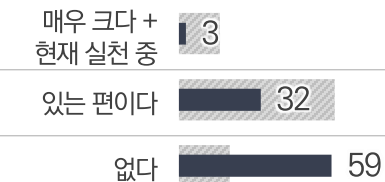
향후 배양육 섭취 의향



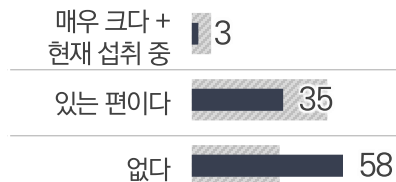
육류 생산자 추가 세금 부과



향후 저탄소 식단 실천 의향



향후 대체식품 섭취 의향



대체식품·저탄소 식단 확산 필요성



고기섭취 줄이는 것 기후위기 해결에 중요하지 않음



PART III. Segmentation 분석

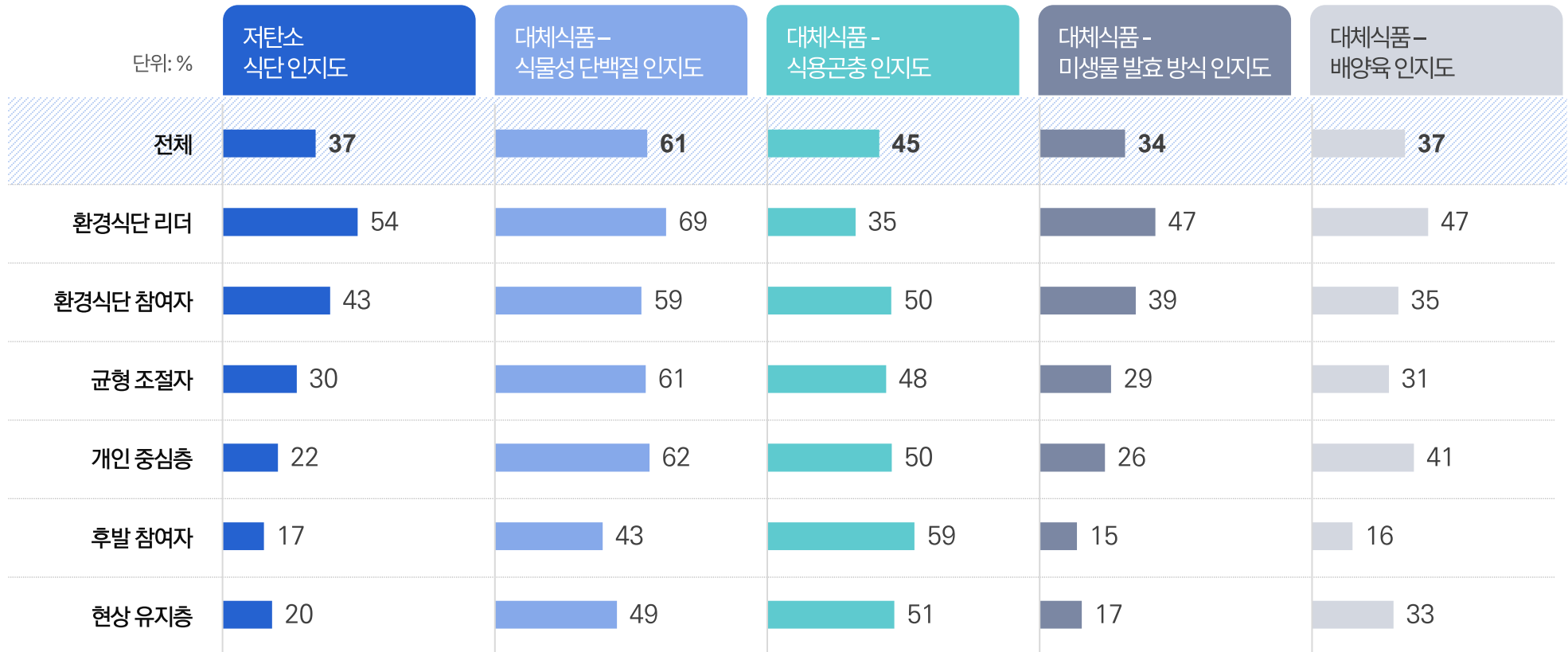
3. 유형별 정보 인식 및 행동 변화 양상

- 1) 저탄소 식단 및 대체식품 인지도
- 2) 우리 사회 주요 정보 인지 경로
- 3) 저탄소 식단, 대체식품 인지 경로
- 4) 기후위기, 채식, 대체식품, 저탄소 식단 콘텐츠 접촉 경험과 이에 따른 행동 변화

3. 유형별 정보 인식 및 행동 변화 양상 - 1) 저탄소 식단 및 대체식품 인지도

저탄소 식단 및 4가지 대체식품 유형에 대한 인지도를 확인한 결과, 식물성 단백질에 관한 인지도가 61%로 가장 높음. 이어서 식용곤충(45%), 미생물 발효(34%), 배양육(37%), 저탄소 식단(37%) 순임.

대체식품 중 식물성 단백질과 식용곤충에 대해서는 모든 유형에서 전반적으로 인지도가 높은 편임. 환경식단 리더는 전반적으로 인지도가 높은 반면, 개인 중심층/후발 참여자/현상 유지층은 전통적 대체식품을 제외한 저탄소 식단 및 대체식품에 관한 인지도가 전체 평균에 못 미침.



* 매우 잘 알고 있다 + 조금 알고 있다 응답임

2) 우리 사회 주요 정보 인지 경로

- 개인 중심층전, 포털 및 언론사 홈페이지, 온라인 카페·커뮤니티사이트는 우리 사회의 정보와 소식을 가장 많이 접하는 주요 통로임.
- SNS 중에서는 인스타그램(21%) 블로그(16%), 페이스북(9%), 틱톡(9%), X(7%) 등의 순임.
- 환경식단 리더는 텔레비전, 온라인 카페·커뮤니티사이트 등 전통적 매체와 온라인 채널을 골고루 활용하는 멀티 채널 정보 소비자이며, 환경식단 참여자의 정보 인지 경로는 전체 평균과 비슷한 가운데, 유튜브와 텔레비전 등 주류 매체를 즐겨 이용함.
- 균형 조절자는 인스타그램, 블로그 이용률이 전체 평균보다 높은 특성을 보이며, 개인 중심층은 유튜브와 포털 등 온라인에서 정보를 취득하는 경향이 두드러짐.

단위: %	유튜브	텔레비전	포털 사이트, 언론사 홈페이지·어플리케이션	온라인 카페 및 커뮤니티 사이트 (네이버·다음 카페, 밴드 등)	인스타그램	뉴스레터 및 이메일 구독 서비스	주변 지인	블로그	메신저 채팅 (카카오톡, 텔레그램 등)	라디오	책, 잡지, 정기간행물 등 서적	종이신문	페이스북	틱톡	X(옛 트위터)	팟캐스트 등 음성 콘텐츠	기타	평소 우리 사회 뉴스 접하지 않는다
전체	61	60	43	35	21	20	20	16	15	15	12	11	9	9	7	4	1	1
환경식단 리더	61	67	42	42	18	25	22	15	19	17	18	16	12	11	8	6	2	0
환경식단 참여자	58	63	39	33	15	19	21	11	18	17	11	12	8	10	3	2	1	1
균형 조절자	61	56	47	33	32	20	15	23	12	11	9	7	10	8	10	4	1	0
개인 중심층	67	48	50	32	23	18	21	16	11	12	11	9	7	3	7	4	0	1
후발 참여자	58	63	38	32	24	12	19	10	11	18	8	6	5	15	8	2	2	2
현상 유지층	65	48	41	28	20	18	20	14	8	11	6	6	9	6	5	0	2	1

3) 저탄소 식단, 대체식품 인지 경로

- 주요 정보 수용 매체로는 유튜브와 텔레비전을 꼽고, 이들 매체를 통해 저탄소 식단이나 대체식품에 관한 정보를 접하고 있음. 특히 대체식품 관련 정보를 접한 경험이 있는 사람 중 절반은 텔레비전(48%)을 주요 통로로 활용하고 있음.
- 뒤를 이어 포털 및 언론사 홈페이지, 온라인 카페나 커뮤니티 사이트 등을 통해 저탄소 식단이나 대체식품 관련 정보를 얻음. 환경 관련 행사·캠페인, 교육 자료, 관련 기관 홈페이지 등을 통한 정보 습득은 상대적으로 적은 편임.
- 환경식단 리더는 개인 중심층뿐만 아니라 전문적인 경로에서 정보를 많이 수집하며, 환경식단 참여자는 텔레비전을 통한 정보 습득이 두드러짐.
- 균형 조절자는 인스타그램을 통한 정보 습득이 다른 그룹 대비 상대적으로 많고, 개인 중심층은 유튜브를 통한 정보 습득이 뚜렷함.

단위: %	유튜브		텔레비전		포털, 언론사 홈페이지		카페, 커뮤니티 사이트		환경·음식 관련 행사·전시회·홍보 캠페인		정부·지자체·환경단체의 교육자료나 캠페인		환경·음식 관련 홈페이지, 어플리케이션		인스타그램		뉴스레터 및 이메일 구독 서비스		책, 잡지, 정기간행물 등 서적		주변 지인		블로그		음식점 및 제품 패키지	
	저탄소 식단	대체 식품	저탄소 식단	대체 식품	저탄소 식단	대체 식품	저탄소 식단	대체 식품	저탄소 식단	대체 식품	저탄소 식단	대체 식품	저탄소 식단	대체 식품	저탄소 식단	대체 식품	저탄소 식단	대체 식품	저탄소 식단	대체 식품	저탄소 식단	대체 식품	저탄소 식단	대체 식품	저탄소 식단	대체 식품
전체	39	44	41	48	27	26	21	22	18	20	17	17	15	16	14	13	13	11	12	14	12	12	11	11	10	10
환경식단 리더	38	39	49	51	31	26	27	26	27	29	24	22	25	23	12	11	18	13	17	18	15	18	14	14	14	15
환경식단 참여자	37	41	46	54	26	23	24	19	18	21	18	20	14	18	11	10	14	12	10	12	13	11	11	9	11	10
균형 조절자	43	45	34	42	26	29	17	22	12	13	11	12	8	12	19	17	10	12	8	10	7	9	11	9	6	8
개인 중심층	44	54	28	38	25	31	13	18	12	14	16	10	11	9	14	15	11	6	13	14	9	8	9	11	5	8
후발 참여자	37	37	42	50	13	14	21	21	9	13	5	15	3	6	17	13	9	11	7	11	5	9	9	7	9	5
현상 유지층	35	44	32	42	28	25	19	21	12	10	11	10	10	3	13	10	3	8	5	17	15	11	10	6	5	4

4) 기후위기, 채식, 대체식품, 저탄소 식단 콘텐츠 접촉 경험과 이에 따른 행동 변화

- 위기, 채식 등 다양한 콘텐츠를 접한 경험이 많고, 행동 변화 또한 가장 높음. 음식물 쓰레기 줄이기, 로컬/제철 식재료 구매 등 실천율도 높음.
- 환경식단 참여자의 콘텐츠 경험과, 행동 변화는 전체 평균과 비슷하고, 음식물 쓰레기 줄이기 등 다양한 분야에서 적절한 수준 실천함.
- 균형 조절자는 대체식품과 저탄소식단 콘텐츠 경험이 평균 이하이며, 행동 변화도 평균보다 낮음. 식생활을 바꾸기보다는 텀블러 사용, 장바구니 사용 등 일상에 편한 실천을 중시함.
- 개인 중심층은 대체식품을 제외한 모든 콘텐츠 경험이 평균 이하이며, 행동 변화도 낮음. 콘텐츠 소비가 의식의 변화로 이어지지 않는 경향 뚜렷함.
- 후발 참여자는 정보 접촉이 적고 행동 변화도 소극적인 그룹이며, 현상 유지층은 정보 접촉과 행동 변화가 가장 적은, 환경 이슈에 무관심한 특성을 보임.

식단 콘텐츠 접한 경험

이러한 콘텐츠가
실제 행동에 영향 미쳤다
(크게 + 어느 정도)

	단위: %	기후위기 콘텐츠	채식 콘텐츠	대체식품 콘텐츠	저탄소식 단 콘텐츠
48  3	전체	76	63	43	45
70  7	환경식단 리더	83	73	53	61
52  2	환경식단 참여자	76	69	46	53
41  2	균형 조절자	78	63	33	38
21  0	개인 중심층	74	54	44	31
30  3	후발 참여자	54	33	21	13
15  0	현상 유지층	52	47	31	19

행동 변화

단위: %	음식물 쓰레기 줄이기	로컬푸드/ 제철 식재료 우선 구매	육류를 줄이고 채식 위주 식사	친환경 인증 식품/ 식재료 구매	대체식품 구매/섭취	콘텐츠의 영향을 받아 특별히 실천한 행동 없음
전체	70	28	25	25	13	6
환경식단 리더	80	42	41	39	20	1
환경식단 참여자	72	30	33	27	16	2
균형 조절자	69	22	14	18	8	5
개인 중심층	55	18	5	14	8	18
후발 참여자	60	15	4	13	0	13
현상 유지층	50	7	15	7	9	26

PART III. Segmentation 분석

4. 유형별 커뮤니케이션 전략

- 1) 실험 설계
- 2) 조사결과 – 종합
- 3) 각 유형별 프레임 비교
- 4) 저탄소 식단 확산을 위한 타겟 세분화 및 커뮤니케이션 전략

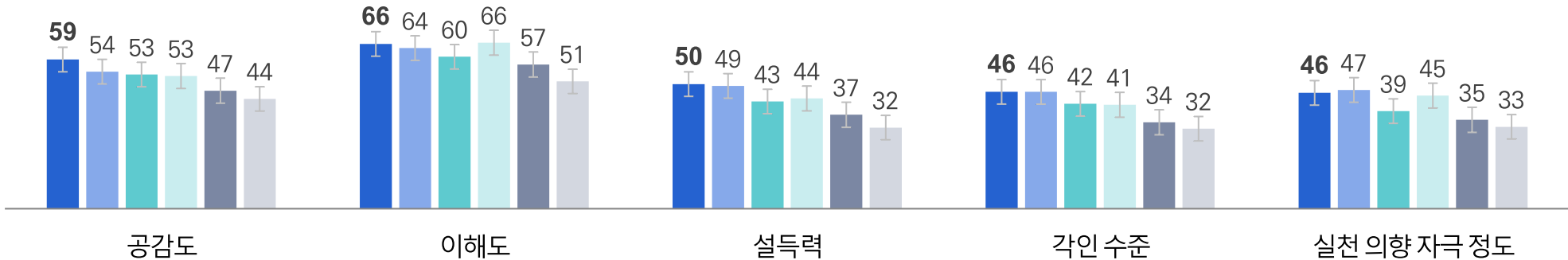
4. 유형별 커뮤니케이션 전략 - 1) 실험 설계

- 전체 2,000명의 응답자를 6개 그룹으로 무작위로 배분(각 그룹별 324명 ~ 339명)한 다음, 각 그룹에게 서로 다른 저탄소 식단 참여 슬로건을 보여줌.
- 각 슬로건에 대한 공감도, 이해도, 설득력, 각인수준, 실천 의향 자극 수준을 평가한 다음, 그룹별 결과를 비교함.
- 무작위 배분 실험조사를 통해 가장 효과적인 저탄소 식단 캠페인 프레임을 발굴하는 것이 목적임.



2) 조사결과 - 종합

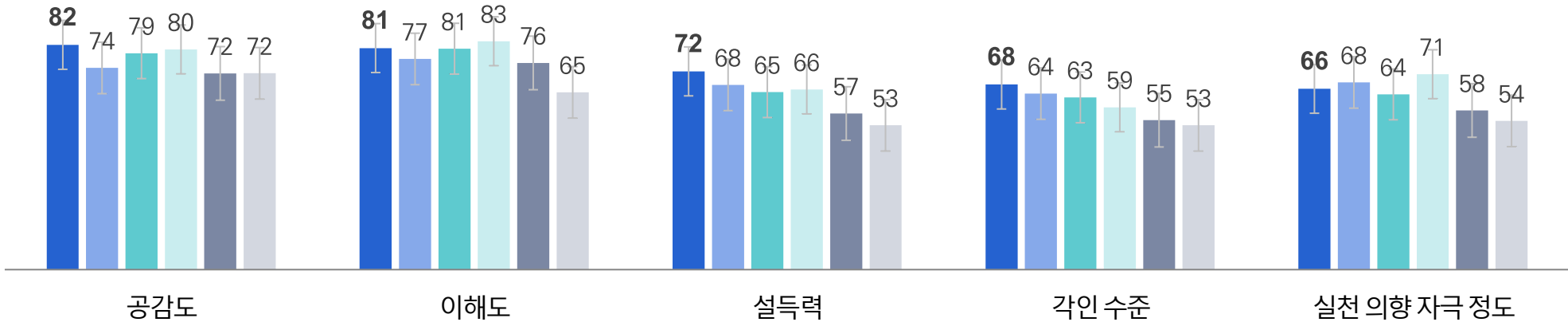
- 미래 세대 프레임(우리 아이들에게 건강한 지구를 물려주는 가장 쉬운 첫걸음, 저탄소 식단입니다)과 환경 보호 프레임(당신의 식사가 지구의 온도를 바꿉니다-하루 한 끼 저탄소 식단으로 연간 2톤의 탄소를 줄일 수 있어요)이 5개 평가항목에서 모두 가장 긍정적인 평가를 얻음.
- 건강 증진 프레임(몸도 지구도 저속 노화! 저탄소 식단으로 가볍고 건강한 삶을 시작해요)과 행동 촉구 프레임(오늘 저녁, 제철 채소로 저탄소 식단에 도전해 보세요! 작은 한 끼가 지구를 지킵니다)가 그 다음으로, 공감도와 이해도는 미래 세대 프레임, 환경 보호 프레임과 비슷한 수준이나 설득력과 각인 수준은 다소 낮음.
- 동물 복지 프레임(동물과 함께 행복한 지구를 위해, 저탄소 식단으로 착한 소비를 시작해 보세요)와 트렌드 프레임(전 세계가 실천 중! 저탄소 식단으로 지구를 위한 트렌드에 동참하세요)는 낮은 평가를 받았으며, 특히 트렌드 프레임은 모든 항목에서 6개 슬로건 중 가장 부정적인 반응임.



- 미래세대 프레임 그룹 "우리 아이들에게 건강한 지구를 물려주는 가장 쉬운 첫걸음, 저탄소 식단입니다."
- 환경 보호 프레임 그룹 "당신의 식사가 지구의 온도를 바꿉니다-하루 한 끼 저탄소 식단으로 연간 2톤의 탄소를 줄일 수 있어요."
- 건강 증진 프레임 그룹 "몸도 지구도 저속 노화! 저탄소 식단으로 가볍고 건강한 삶을 시작해요."
- 행동 촉구 프레임 그룹 "오늘 저녁, 제철 채소로 저탄소 식단에 도전해 보세요! 작은 한 끼가 지구를 지킵니다."
- 동물 복지 프레임 그룹 "동물과 함께 행복한 지구를 위해, 저탄소 식단으로 착한 소비를 시작해 보세요."
- 트렌드 프레임 그룹 "전 세계가 실천 중! 저탄소 식단으로 지구를 위한 트렌드에 동참하세요."

3) 각 유형별 프레임 비교 - 환경식단 리더 유형

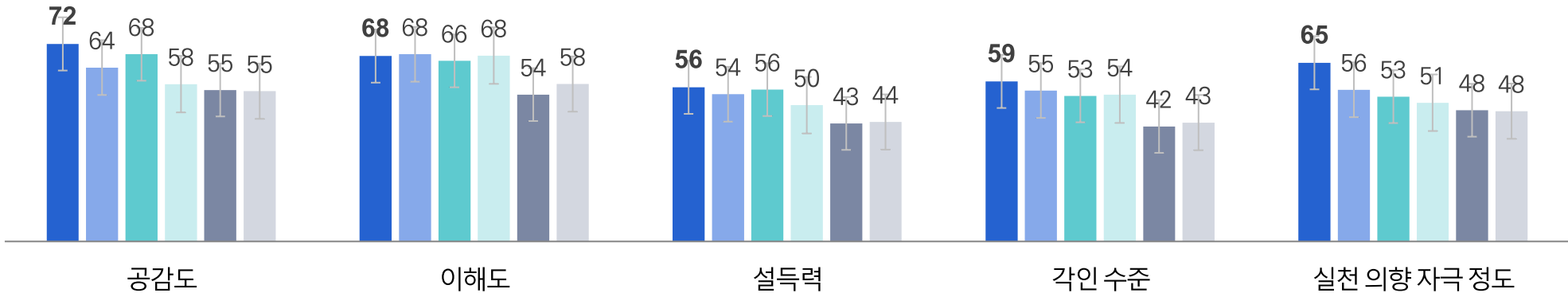
- 환경식단 리더 유형은 6개 프레임 모두에서 과반 이상이 긍정적으로 평가했으며, 전반적인 수용도가 매우 높아 메시지 확산이 유리함.
- 특히 미래 세대 프레임에 대한 평가가 가장 긍정적이며, 행동 촉구 프레임 또한 이해도와 실천 의향 자극 면에서 효과적임.
- 반면 트렌드 프레임에 대한 긍정 평가가 다소 낮았으며, 다른 프레임처럼 긍정적 가치를 강조한 메시지 전파가 효과적임을 시사함.



- 미래세대 프레임 그룹 "우리 아이들에게 건강한 지구를 물려주는 가장 쉬운 첫걸음, 저탄소 식단입니다."
- 환경 보호 프레임 그룹 "당신의 식사가 지구의 온도를 바꿉니다 - 하루 한 끼 저탄소 식단으로 연간 2톤의 탄소를 줄일 수 있어요."
- 건강 증진 프레임 그룹 "몸도 지구도 저속 노화! 저탄소 식단으로 가볍고 건강한 삶을 시작해요."
- 행동 촉구 프레임 그룹 "오늘 저녁, 제철 채소로 저탄소 식단에 도전해 보세요! 작은 한 끼가 지구를 지킵니다."
- 동물 복지 프레임 그룹 "동물과 함께 행복한 지구를 위해, 저탄소 식단으로 착한 소비를 시작해 보세요."
- 트렌드 프레임 그룹 "전 세계가 실천 중! 저탄소 식단으로 지구를 위한 트렌드에 동참하세요."

3) 각 유형별 프레임 비교 – 환경식단 참여자 유형

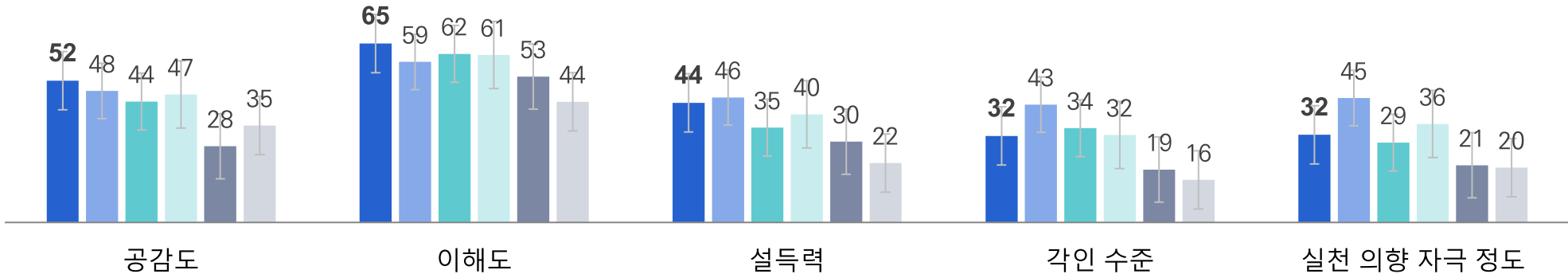
- 환경식단 참여자 유형이 가장 긍정적으로 평가한 프레임은 미래 세대 프레임이며, 특히 저탄소 식단 실천 의향에서 다른 프레임 대비 우위를 보임.
- 환경 보호 프레임과 건강 증진 프레임에 대한 평가는 비슷한 수준이고, 행동 촉구 프레임에 대해서는 이해도는 높으나, 공감도와 실천 의향은 낮은 특징을 보임.
- 동물 복지 프레임과 트렌드 프레임에 대한 평가는 6개 프레임 중 가장 떨어짐.



- 미래세대 프레임 그룹 "우리 아이들에게 건강한 지구를 물려주는 가장 쉬운 첫걸음, 저탄소 식단입니다."
- 환경 보호 프레임 그룹 "당신의 식사가 지구의 온도를 바꿉니다 - 하루 한 끼 저탄소 식단으로 연간 2톤의 탄소를 줄일 수 있어요."
- 건강 증진 프레임 그룹 "몸도 지구도 저속 노화! 저탄소 식단으로 가볍고 건강한 삶을 시작해요."
- 행동 촉구 프레임 그룹 "오늘 저녁, 제철 채소로 저탄소 식단에 도전해 보세요! 작은 한 끼가 지구를 지킵니다."
- 동물 복지 프레임 그룹 "동물과 함께 행복한 지구를 위해, 저탄소 식단으로 착한 소비를 시작해 보세요."
- 트렌드 프레임 그룹 "전 세계가 실천 중! 저탄소 식단으로 지구를 위한 트렌드에 동참하세요."

3) 각 유형별 프레임 비교 - 균형 조절자 유형

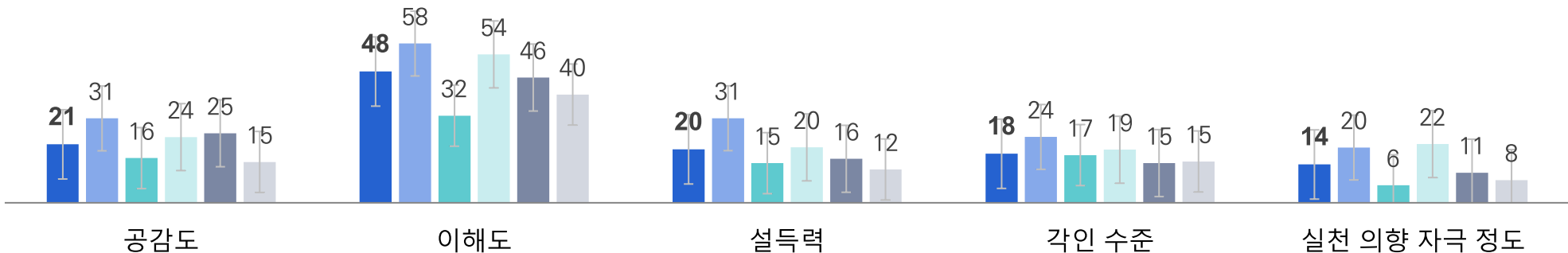
- 앞서 환경식단 리더, 환경식단 참여자 유형이 미래 세대 프레임을 가장 긍정적으로 평가한 반면, 균형 조절자 유형은 환경 보호 프레임에 대한 평가가 가장 긍정적이며, 특히 각인 수준과 저탄소 식단 실천 의향 자극 정도에서 강점을 보임.
- 미래 세대 프레임도 공감도와 이해도는 긍정적인 평가를 받았으나, 각인 수준과 실천 의향 자극 정도는 높지 않아 구체적인 행동 변화로 이어질지 미지수임.
- 동물 복지 프레임과 트렌드 프레임에 대해서는 긍정적 평가가 낮음.



- 미래세대 프레임 그룹 "우리 아이들에게 건강한 지구를 물려주는 가장 쉬운 첫걸음, 저탄소 식단입니다."
- 환경보호 프레임 그룹 "당신의 식사가 지구의 온도를 바꿉니다 - 하루 한 끼 저탄소 식단으로 연간 2톤의 탄소를 줄일 수 있어요."
- 건강증진 프레임 그룹 "몸도 지구도 저속 노화! 저탄소 식단으로 가볍고 건강한 삶을 시작해요."
- 행동촉구 프레임 그룹 "오늘 저녁, 제철 채소로 저탄소 식단에 도전해 보세요! 작은 한 끼가 지구를 지킵니다."
- 동물복지 프레임 그룹 "동물과 함께 행복한 지구를 위해, 저탄소 식단으로 착한 소비를 시작해 보세요."
- 트렌드 프레임 그룹 "전 세계가 실천 중! 저탄소 식단으로 지구를 위한 트렌드에 동참하세요."

3) 각 유형별 프레임 비교 - 개인 중심층 유형

- 개인 중심층 유형은 6개 프레임에 대한 평가가 대체로 부정적인 경향을 보이는 가운데, 특히 이해도 대비 설득력과 실천 의향 자극 수준은 낮아, 저탄소 식단 메시지가 실제 참여로 이어질 가능성이 떨어짐.
- 균형 조절자 유형과 마찬가지로 환경 보호 프레임에 대한 평가가 가장 긍정적임. 모든 평가영역에서 6개 프레임 중 가장 긍정적인 평가를 얻음.
- 반면 미래 세대 프레임에 대해서는 이해도는 높으나 설득력과 각인 수준, 실천 의향 자극 정도는 모두 부정적 평가를 받음.
- 건강 증진 프레임 또한 이해도가 6개 프레임 중 가장 떨어지는 등, 모든 평가 영역에서 긍정 평가가 낮음.



- 미래세대 프레임 그룹 "우리 아이들에게 건강한 지구를 물려주는 가장 쉬운 첫걸음, 저탄소 식단입니다."
- 환경 보호 프레임 그룹 "당신의 식사가 지구의 온도를 바꿉니다 - 하루 한 끼 저탄소 식단으로 연간 2톤의 탄소를 줄일 수 있어요."
- 건강 증진 프레임 그룹 "몸도 지구도 저속 노화! 저탄소 식단으로 가볍고 건강한 삶을 시작해요."
- 행동 촉구 프레임 그룹 "오늘 저녁, 제철 채소로 저탄소 식단에 도전해 보세요! 작은 한 끼가 지구를 지킵니다."
- 동물 복지 프레임 그룹 "동물과 함께 행복한 지구를 위해, 저탄소 식단으로 착한 소비를 시작해 보세요."
- 트렌드 프레임 그룹 "전 세계가 실천 중! 저탄소 식단으로 지구를 위한 트렌드에 동참하세요."

4) 저탄소 식단 확산을 위한 타겟 세분화 및 커뮤니케이션 전략 - 핵심타겟 설정

그룹 유형	전체 인구에서 차지하는 비중	핵심 특성	정보 습득 채널		행동 변화 수준	
			최우선채널	특성채널		
환경식단 리더	28%	높은 인지도와 실천율, 정보 공유 성향	텔레비전, 유튜브	환경 관련 행사, 교육자료, 전문 홈페이지	70%가 콘텐츠 경험이 행동에 영향	핵심 전파자(1차 타겟) - 다양한 채널을 통한 정보 습득 - 캠페인 반응 높음 - 메시지 확산·전파의 중추적 역할
환경식단 참여자	24%	평균 이상의 인지도, 주류 매체 선호	텔레비전, 유튜브	-	52%가 콘텐츠 경험이 행동에 영향	실천 주도층(2차 타겟) - 주류 매체를 통한 정보 습득 - 실천 의지 높고, 캠페인 반응도 높은 편 - 개방적 태도로 행동변화 가능성 높음
균형 조절자	20%	시각적/SNS 선호, 일상 편의적 실천	텔레비전, 유튜브	인스타그램	41%만 콘텐츠 경험이 행동에 영향	행동 전환 기능층(3차 타겟) - 유튜브, 인스타그램 등 시각매체 활용도 높음 - 캠페인 반응도 높지 않으나 실천 의지는 있음 - 실천 가능한 범위 내 행동변화 가능성 있음
개인 중심층	17%	온라인 정보 취득, 행동 변화 미미	포털·언론사, 유튜브	-	79%가 행동 변화 미미	정보-행동 불일치층(4차 타겟) - 정보는 접하지만 행동으로는 연결 안 됨 - 채식 위주 식사에도 강한 저항감 - 핵심 타겟은 아니며, 중장기적 접근 필요
후발 참여자	5%	낮은 경험률, 행동 변화 미미	텔레비전, 유튜브	-	70%가 행동 변화 미미	유보
현상 유지층	5%	매우 낮은 인지도와 실천율	텔레비전, 유튜브	-	85%가 행동 변화 미미	유보

4) 저탄소 식단 확산을 위한 타겟 세분화 및 커뮤니케이션 전략 - 타겟별 메시지 전략

환경식단 리더: 핵심 전파자(1차 타겟)

활용 채널

TV, 유튜브 등 1차 채널, 환경 관련 행사 및 전문 홈페이지를 통한
2차 채널을 통한 심층적 접근

메시지 전파 방법

- TV: 다큐멘터리, 뉴스, 예능 등과 연계, 공익광고와 캠페인 등
- 유튜브: 실천 방법, 성공 사례, 전문가 인터뷰 등
- 환경 행사, 교육자료, 홈페이지 등 전문자료: 저탄소 식단 시식회, 요리교실, 워크숍 등



**"더 넓게, 더 깊게:
저탄소 식단의 선두에 서다"**

효과적인 메시지 프레임

미래 세대 프레임

공감도와 설득력, 각인 수준 가장 높음

행동 촉구 프레임

이해도와 실천 의향 가장 높음

건강 증진 프레임

공감도, 이해도 높음

환경 보호 프레임

설득력, 실천 의향 높음

- 전반적으로 모든 프레임에 대한 반응 긍정적이나, 미래 세대 프레임이 가장 효과적
- 행동 촉구 프레임도 실천 의향을 가장 크게 자극한다는 면에서 효과적인 메시지 프레임
- 환경적 가치와 개인적 혜택(건강)을 균형있게 제시하는 것이 효과적



핵심 메시지

미래 세대 프레임을 기반으로 행동 촉구 요소도
통합, 전문성과 선도적 역할 강조

*"예시: 우리 아이들에게 건강한 지구를 물려주는 첫걸음, 저탄소 식단! 오늘 저녁,
제철 채소로 시작해보세요. 당신의 선택이 지구의 미래를 지킵니다."*

4) 저탄소 식단 확산을 위한 타겟 세분화 및 커뮤니케이션 전략 - 타겟별 메시지 전략

환경식단 참여자: 실천 주도층(2차 타겟)

활용 채널

TV, 유튜브 등 주류 매체를 통한 접근

메시지 전파 방법

- TV: 다큐멘터리, 뉴스, 예능 등과 연계, 공익광고와 캠페인 등
- 유튜브: 실천 방법, 성공 사례, 전문가 인터뷰 등

"함께하는 변화: 일상에서
실천하는 저탄소 식단"



효과적인 메시지 프레임

미래 세대 프레임

모든 평가항목 긍정평가 가장 높음
특히 실천 의향 두드러짐

환경 보호 프레임

이해도, 각인 수준, 실천 의향 가장 높음

건강 증진 프레임

공감도, 설득력 높음

- 미래 세대 프레임이 가장 효과적
- 환경 보호와 건강 증진 프레임은 서로 엇비슷하고, 상호 보완적임
- 이성적 판단과 합리적 근거에 기반한 메시지 필요



핵심 메시지

미래 세대 프레임 기반에 환경 보호의 구체적 효과를 결합,
실용성과 단계적 실천 강조

예시: "우리 아이들에게 건강한 지구를 물려주기 위해, 하루 한 끼 저탄소 식단으로
연간 2톤의 탄소를 줄일 수 있습니다. 당신의 실천이 지구의 미래를 바꿉니다. 지금
시작해 보세요."

4) 저탄소 식단 확산을 위한 타겟 세분화 및 커뮤니케이션 전략 - 타겟별 메시지 프레임 분석

균형 조절자: 행동 전환 가능층(3차 타겟)

활용 채널

TV, 유튜브 뿐만 아니라 인스타그램 등
시각적 SNS를 활용한 차별적 접근

메시지 전파 방법

- TV: 다큐멘터리, 뉴스, 예능 등과 연계, 공익광고와 캠페인 등
- 유튜브: 실천 방법, 성공 사례, 전문가 인터뷰 등
- 인스타그램: 카드뉴스 등 시각 콘텐츠, 리뷰, 음식 레시피 등



효과적인 메시지 프레임

환경 보호 프레임

설득력, 각인 수준, 실천 의향 가장 높음

미래 세대 프레임

공감도, 이해도 가장 높음

- 환경 보호 프레임이 실질적인 효과가 가장 클 것으로 예상
- 미래 세대 프레임은 공감도와 이해도는 높으나, 실천의향이 낮음



핵심 메시지

환경 보호 프레임에 실천 방법을 구체적으로 제시,
편의성과 즉각적 실천 가능성을 강조

예시: "하루 한 끼 저탄소 식단으로 연간 2톤의 탄소를 줄일 수 있어요. 오늘 저녁 뭐 먹을지 고민된다면, 기후를 위한 한 끼 지금 시작해 보세요."

4) 저탄소 식단 확산을 위한 타겟 세분화 및 커뮤니케이션 전략 - 타겟별 메시지 프레임 분석

개인 중심층: 정보-행동 불일치층(4차 타겟)

활용 채널

TV, 유튜브 외에 포털사이트 및
온라인 언론 기사를 통한 접근

메시지 전파 방법

- TV: 다큐멘터리, 뉴스, 예능 등과 연계, 공익광고와 캠페인 등
- 유튜브: 실천 방법, 성공 사례, 전문가 인터뷰 등
- 포털사이트, 온라인 신문기사: 팩트체크 형식 기사, 객관적·과학적 데이터 중심 기사

"당신의 선택, 당신의 이득:
저탄소 식단의 다양한 혜택"



효과적인 메시지 프레임

환경 보호 프레임

공감도, 이해도, 설득력, 각인 수준 상대적으로 높음

행동 촉구 프레임

실천 의향 상대적으로 높음

- 사회적 압력이나 동조 요청은 효과가 미미하며, 개인적 혜택 강조에도 부정적인 반응
- 환경 보호 프레임이 그나마 설득력 있으며, 직접적인 메시지가 나올 것으로 예상



핵심 메시지

구체적 수치 중심의 환경 보호 프레임과
자율적 선택 강조, 점진적 접근

예시: "우선순위는 다를 수 있어도, 실천은 선택 가능합니다.
작고 현실적인 선택부터 시작해도 충분합니다.
하루 한 끼 저탄소 식단, 연간 약 2톤의 탄소를 줄일 수 있는 변화입니다."

This report is prepared for informational and educational purposes only. Solutions for Our Climate is an independent, neutral, non-profit organization and does not represent specific corporations, nations, public, institutions, political parties, interest groups, or individuals. We are not an institution providing investment or legal advice. This report does not aim to promote specific corporations or industrial sectors, nor to induce investment in them. No content from this report can be used for investment inducement, corporate promotion, or any private profit-seeking activities. All content in this report is based on information available at the time of publication and has been verified using reliable sources; however, we do not guarantee the accuracy, completeness, or timeliness of the information. Furthermore, ports and routes in the diagram do not represent actual locations and routes. Solutions for Our Climate does not assume legal liability for any direct or indirect damages resulting from the use of this report.