

나는 어떤 지구식단러일까?



지속가능한 식단으로의 전환 가능성

: 식물성 대체육과 세포배양육에 대한 인식조사 결과

목차

01

조사 개요

조사 목적 및 설계

02

조사 결과

응답자 특성, 유형 테스트 및 주요 조사 결과

01

조사 개요

조사 목적 및 설계



1-1. 조사 목적

2026 비건페스타 & 그린페스타 방문자를 대상으로 유형테스트 및 설문조사를 진행하여 기후위기와 식단의 연관성, 대체식품(식물성 대체육과 세포배양육)에 대한 인식을 조사함.

01 유형테스트

6개 문항 기반 식단 유형 분류

- 기후위기 관심도
- 기후위기 체감도
- 채식 지향성
- 저탄소 식단 인식
- 대체단백질 섭취 의향
- 정부 개입 인식

02 대체식품 인식 조사

대체식품 인식 조사 항목

- 대체식품 용어 이해도 (유형별/연령별)
- 식물성 대체육 섭취 빈도 (유형별/연령별)
- 식물성 대체육 섭취 이유 (유형별/연령별)
- 식물성 대체육 비섭취 이유 (유형별/연령별)
- 향후 식물성 대체육 섭취 의향 (식물성 대체육 섭취 빈도별/유형별/연령별)
- 식물성 대체육 섭취 조건 (유형별/연령별)
- 세포배양육 인지도 (유형별/연령별/식물성 대체육 섭취 빈도별)
- 세포배양육 섭취 의향 (유형별/연령별/인지도별/식물성 대체육 섭취 빈도별)
- 세포배양육 섭취 의향 이유 (유형별/연령별)
- 세포배양육 비섭취 의향 이유 (유형별/연령별)

1-2. 조사 설계

조사 기관

사단법인 기후솔루션

조사 대상

2026 비건페스타 & 그린페스타 방문자

조사 방법

① 행사 부스 운영 → ② 부스 방문자 QR코드 스캔 → ③ 모바일 유형테스트 및 설문조사

조사 기간

2026년 3월 27일(금) ~ 29일(일), 총 3일간

표본 구성

불성실응답 및 중복응답 제거 후 총 1,324명

나의 지구식단러 레벨은?

마지막까지 먹기

그린 리더

안정형 마이페이스

실천형 제로-갓생러

합리적 휴식파

나의 지구식단러 레벨은?

지금 너도 알면 참여하기



설문 참여하고 친환경 수세미 받아주세요!



기후위기, 나랑 상관 있는 문제야?

이상기후... 그냥 날씨일까, 위기일까?

고기 줄이기, 솔직히 가능함?

고기 대신 식물성, 나는 바꿀 수 있을까?

라면 먹여볼까?

육류에 대한 찬성 vs 반대?



02

조사 결과

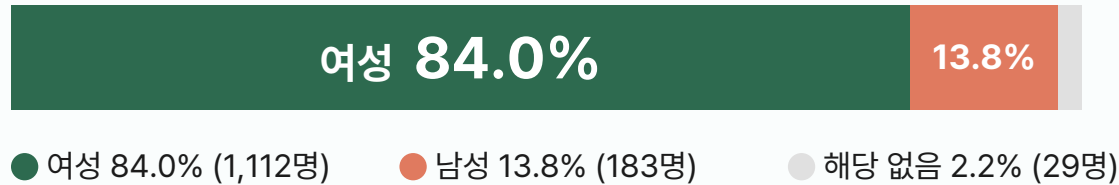
응답자 특성, 유형 테스트 및 주요 조사 결과



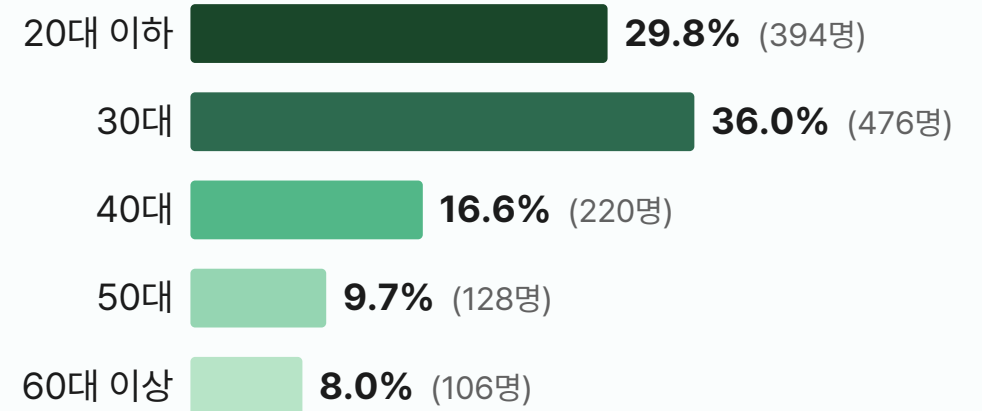
2-1. 응답자 특성 — 성별 / 연령

전체 응답자 **1,324명**

성별



연령



결과 요약 및 해석: 응답자 특성

- 여성 응답자가 전체의 84.0%(1,112명)로 압도적 다수를 차지하며, 남성은 13.8%(183명)로 상대적으로 적은 비중을 보임.
- 30대가 36.0%(476명)로 가장 높은 비율을 차지하고, 20대 이하(29.8%)가 뒤를 이어 전체 응답자의 약 66%가 30대 이하의 젊은 층으로 구성되어 있음.

2-2. 유형 테스트 개요

유형테스트 문항 및 점수

질문 주제	선택지 1 (1점)	선택지 2 (2점)	선택지 3 (3점)
기후위기 관심도	최우선 과제임	관심 있음	다른 사회 문제가 우선임
기후위기 체감도	위협적임	가끔 느낌	잘 모르겠음
채식 지향성	적극 지향함	관심은 있음	크게 고려하지 않음
저탄소 식단 인식	적극적으로 실천함	조건부 찬성함	회의적임
대체단백질 섭취 의향	긍정적임	고민 중임	먹을 의사 없음
정부 개입 인식	강력 찬성함	산업 지원이 우선임	개입을 반대함

유형 분류 기준

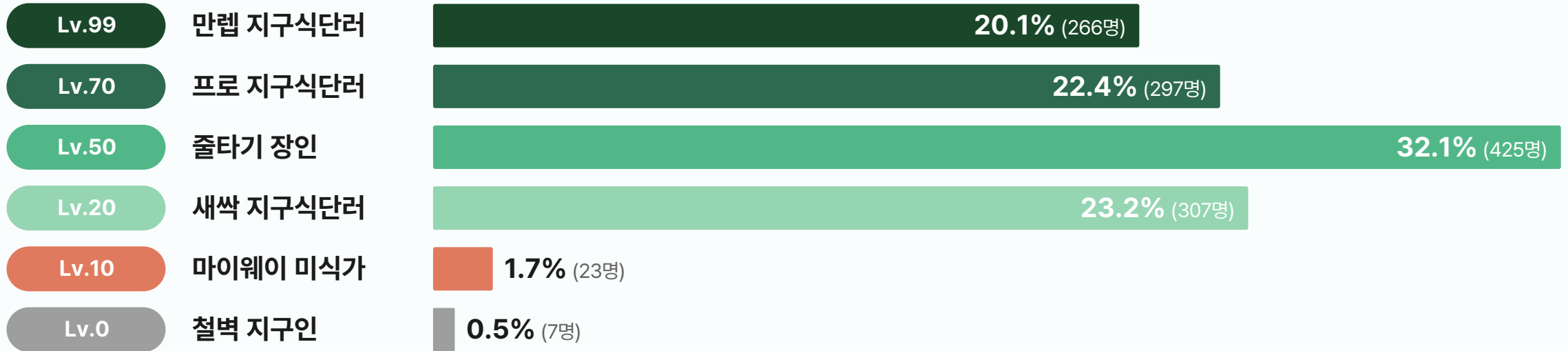
총점 범위	레벨	유형 명칭
6 ~ 7점	Lv.99	만렙 지구식단러
8 ~ 9점	Lv.70	프로 지구식단러
10 ~ 11점	Lv.50	줄타기 장인
12 ~ 14점	Lv.20	새싹 지구식단러
15 ~ 16점	Lv.10	마이웨이 미식가
17 ~ 18점	Lv.0	철벽 지구인

지구식단러란?

지구 환경을 보호하고 탄소 배출을 줄이기 위해 '지속 가능한 친환경 식단'을 실천하고 소비하는 사람을 의미함.

2-3. 응답자 유형

전체 응답자 **1,324명**



결과 요약 및 해석: 응답자 유형

- 만렙 지구식단러(Lv.99)는 20.1%(266명)로, 기후위기·식단 전환에 가장 적극적인 핵심 실천 그룹임.
- 프로 지구식단러(Lv.70, 22.4%)와 줄타기 장인(Lv.50, 32.1%)을 합하면 54.5%(722명)로 과반수 이상이 중간 실천 단계에 해당함. 기후위기와 식단 연관성에 대한 인식은 형성되어 있으나, 행동 변화가 완전하지는 않은 단계에 머물러 있는 그룹으로 보다 더 지속가능한 식단으로의 잠재 전환 가능성이 높은 그룹임.
- 새싹 지구식단러(Lv.20)는 23.2%(307명)로, 기후·식단에 관심은 있으나 실천 경험이 적은 초기 단계임.
- 마이웨이 미식가(Lv.10)와 철벽 지구인(Lv.0)은 합산 2.2%(30명)에 불과하여, 응답자 중 기후·식단에 무관심한 비율은 극소수임.

대체식품

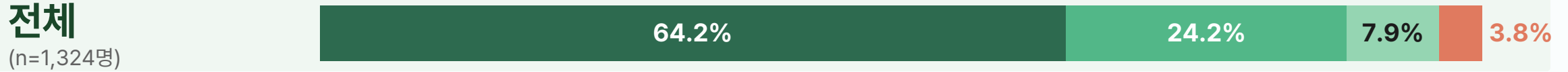
대체식품이란?

동물성 원료 대신 식물성 원료, 미생물, 식용곤충, 세포배양물 등을 활용해 기존 육류, 유제품, 해산물 등과 유사한 맛·식감·형태를 구현한 식품을 의미함.

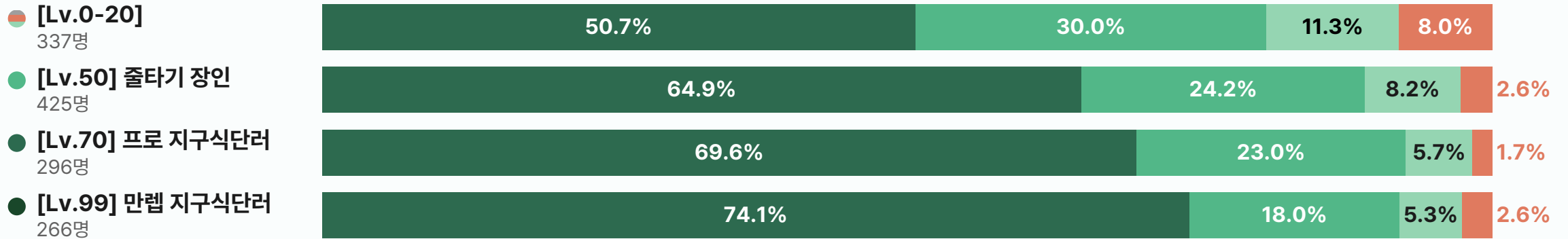
** 본 설문에서는 '대체식품'이라는 용어에 대한 인식을 파악하기 위해 별도의 정의를 제시하지 않은 상태에서 조사를 진행함.*

2-4. 대체식품 용어 이해도 — 유형별

● 이해하기 쉬워요 ● 어색해요 ● 잘 모르겠어요 ● 부정적으로 느껴져요



유형별



결과 요약 및 해석: 식물성 대체육 섭취 빈도

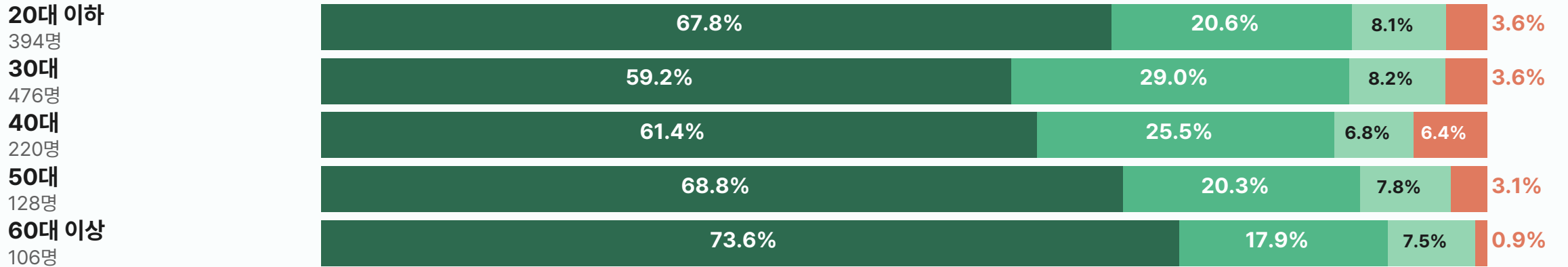
- Lv.0-20 그룹은 어색·모름·부정적 합산 49.3%로, 약 절반이 '대체식품'이라는 용어 자체에 장벽을 느끼고 있음. 특히, 부정적 인식(8.0%)은 다른 그룹 대비 약 3~4배 높게 나타나 용어에 대한 거부감과 심리적 장벽이 상대적으로 큰 것으로 나타남.
- 유형 레벨이 높을수록 이해도가 상승하나(Lv.0-20: 50.7% → Lv.99: 74.1%), 상위 유형인 Lv.99그룹에서도 25.9%가 '어색·모름·부정적'이라고 응답해, '대체식품'이라는 용어 자체가 직관적으로 이해되기에는 한계가 존재함.

2-4. 대체식품 용어 이해도 — 연령별

● 이해하기 쉬워요 ● 어색해요 ● 잘 모르겠어요 ● 부정적으로 느껴져요



연령별



결과 요약 및 해석: 식물성 대체육 섭취 빈도

- 20대가 30대보다 이해도가 높고, 50대와 비슷한 양상을 보임. 30대부터 연령대가 올라갈수록 이해도가 높아지는 경향을 보임.
- 50~60대 이상에서는 이해도(68.8~73.6%)가 상대적으로 높게 나타남. 이는 설문 참여자 중 건강·채식에 관심이 높은 시니어층이 다수 포함된 표본 특성의 영향으로 보임. 일반적으로 연령이 높을수록 새로운 용어나 개념에 대한 이해도가 낮을 것이라는 통념과는 다른 결과로 나타남.
- 40대는 부정적 인식(6.4%)이 전 연령대 중 가장 높게 나타남. 이는 '대체식품'이라는 용어가 해당 연령층에서 상대적으로 거부감을 유발할 가능성을 시사함. 이에 따라 40대를 대상으로 한 커뮤니케이션에서는 용어 선택과 메시지 전달 방식에 대한 추가적인 검토가 필요할 것으로 보임.

식물성 대체육

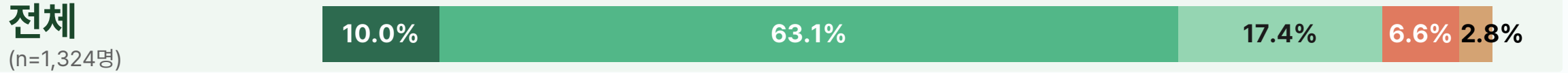
식물성 대체육이란?

콩, 밀, 완두 등 식물성 원료를 이용하여 고기의 맛과 식감, 외형을 재현해 만든 대체 식품을 의미함.

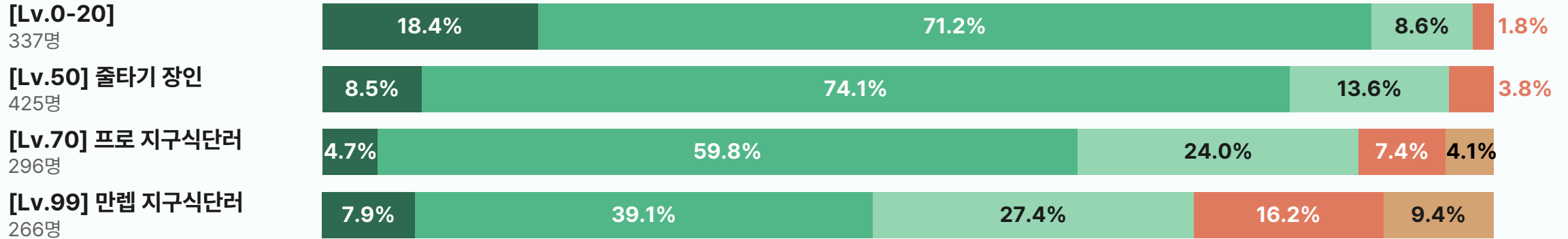
** 본 설문에서는 “식물성 원료 대신 콩이나 밀 등 식물에서 얻은 단백질을 활용해 육류의 맛, 식감 형태를 비슷하게 만든 '대체식품'중 하나이다. (예: 식물성 불고기, 비건 치킨, 식물성 계란 등)”라고 설명되었음.*

2-5. 식물성 대체육 섭취 빈도 — 유형별

● 전혀 먹지 않아요
 ● 먹어본 적은 있어요
 ● 한 달에 1~3회 정도예요
 ● 일주일에 1~3회예요
 ● 일주일 4회 이상이에요



유형별

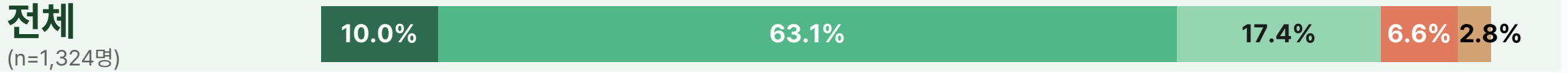


결과 요약 및 해석: 식물성 대체육 섭취 빈도

- 전체 응답자의 63.1%가 "먹어본 적은 있다"고 답해, 대다수가 식물성 대체육을 인지·경험하고 있으나 정기적 섭취로 이어지지 않음.
- Lv.99의 경우 주 1회 이상 섭취 비율이 25.6%로, 다른 그룹 대비 섭취 수준에서 뚜렷한 차이를 보임.
- 지구식단 실천 레벨이 높을수록 정기적으로 섭취하는 비율(월 1~3회 이상)은 증가하고, 먹어본 경험만 있는 단순 경험자는 감소하는 경향으로 나타남.

2-5. 식물성 대체육 섭취 빈도 — 연령별

● 전혀 먹지 않아요 ● 먹어본 적은 있어요 ● 한 달에 1~3회 정도예요 ● 일주일에 1~3회에요 ● 일주일 4회 이상이에요



연령별

20대 이하



결과 요약 및 해석: 식물성 대체육 섭취 빈도

- 연령대별 식물성 대체육에 대한 경험 비중은 비교적 고르게 나타났으나, 60대 이상은 "전혀 먹지 않는다"(16.0%)가 가장 높아 세대 간 접근성 차이가 확인됨.
- 주 1회 이상 정기 섭취한다는 응답 비율은 60대 이상(16.1%)이 가장 높으며, 20대 이하(11.7%)가 뒤를 이음. 이는 식물성 대체육을 섭취한 경험이 일부 소비자층에 집중돼 있으며, 정기적인 소비는 젊은 층과 고령층에서 상대적으로 활발한 것으로 나타남.
- 30~50대는 주 1회 이상 섭취가 7~8%대로 유사한 수준이며, "먹어본 적은 있다"(64~70%)의 비중이 높아 관심은 있으나 습관화로 이어지지 않는 경향을 보임.

2-6. 식물성 대체육 섭취 이유 — 유형별

* 한 달에 1회 이상 식물성 대체육을 섭취하는 응답자 대상, 최대 2개 복수응답

● 환경·기후를 위해

● 동물 복지를 위해

● 건강을 위해

● 새로운 음식 호기심

● 맛이나 식감이 좋아서

전체

(n=355명)

환경·기후
54.9%

동물 복지
45.9%

건강
32.1%

호기심
8.7%

맛·식감
6.8%

유형별

	환경·기후	동물 복지	건강	호기심	맛·식감
[Lv.0-20] 35명	31.4%	14.3%	54.3%	8.6%	17.1%
[Lv.50] 줄타기 장인 74명	39.2%	27.0%	41.9%	18.9%	14.9%
[Lv.70] 프로 지구식단러 105명	61.9%	54.3%	27.6%	10.5%	4.8%
[Lv.99] 만렙 지구식단러 141명	63.8%	57.4%	24.8%	2.1%	1.4%

결과 요약 및 해석: 식물성 대체육 섭취 이유

- 전체 응답자가 식물성 대체육을 섭취하는 주된 이유는 환경·기후(54.9%)와 동물 복지(45.9%)로, 윤리적 가치에 기반한 섭취 동기 비율이 건강(32.1%)을 이유로 한 동기보다 높게 나타남. 이를 통해 가치소비가 식물성 대체육 선택의 주요 요인으로 작용하고 있음을 확인함.
- Lv.0-20은 건강(54.3%)이 1위인 반면, Lv.99는 환경·기후(63.8%)와 동물 복지(57.4%)가 주요 동기임. 소비자 유형에 따라 주요 섭취 이유가 뚜렷하게 차이가 남.
- 맛·식감 응답 비율은 전체적으로 6.8%로 낮았으나, Lv.0-20에서는 17.1%로 상대적으로 높게 나타남. 반면, '호기심' 응답 비율은 Lv.50에서 18.9%로 가장 높아, 해당 집단은 식물성 대체육을 탐색적으로 경험하는 경향이 있는 것으로 보임.

2-6. 식물성 대체육 섭취 이유 — 연령별

* 한 달에 1회 이상 식물성 대체육을 섭취하는 응답자 대상, 최대 2개 복수응답

● 환경·기후를 위해

● 동물 복지를 위해

● 건강을 위해

● 새로운 음식 호기심

● 맛이나 식감이 좋아서

전체

(n=355명)

환경·기후
54.9%

동물 복지
45.9%

건강
32.1%

호기심
8.7%

맛·식감
6.8%

연령별

	환경·기후	동물 복지	건강	호기심	맛·식감
20대 이하 122명	61.5%	50.8%	22.1%	9.8%	3.3%
30대 124명	57.3%	54.0%	28.2%	9.7%	7.3%
40대 46명	37.0%	52.2%	37.0%	6.5%	8.7%
50대 31명	51.6%	19.4%	41.9%	12.9%	12.9%
60대 이상 32명	50.0%	12.5%	68.8%	0.0%	9.4%

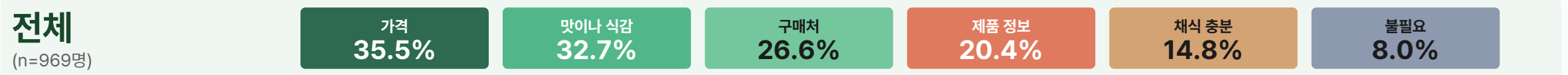
결과 요약 및 해석: 식물성 대체육 섭취 이유

- 20~30대는 환경·기후(61.5%, 57.3%)와 동물 복지(50.8%, 54.0%)가 주된 동기로, 가치 기반 소비 성향이 강하게 나타남. 반면, 동물 복지에 기반한 섭취 동기는 50대부터 20% 미만 수준으로 급감하여, 연령대에 따라 가치 요인의 영향력이 크게 달라지는 것으로 나타남.
- 60대 이상은 건강(68.8%)이 압도적 1위이며, 연령이 높아질수록 건강 동기 비중이 뚜렷하게 증가(20대 22.1% → 30대 28.2% → 40대 37.0% → 50대 41.9% → 60대 이상 68.8%)함.
- 이러한 결과는 젊은 층에서 윤리적 가치가 주요 동인으로 작용하는 반면, 중·장년층에서는 건강 요인이 중요한 소비 결정 요인으로 작용하는 것으로 보임.

2-7. 식물성 대체육 비섭취 이유 — 유형별

* 식물성 대체육 섭취빈도 문항에서 '전혀 먹지 않아요' 또는 '먹어본 적은 있어요' 응답자 대상, 최대 2개 복수응답

● 가격이 비싸서 ● 맛이나 식감이 아쉬워서 ● 살 수 있는 곳이 적어서 ● 제품 정보가 부족해서 ● 일반 채식 식품으로 충분해서 ● 굳이 먹을 이유가 없어서



유형별	가격	맛이나 식감	구매처	제품 정보	채식 충분	불필요
[Lv.0-20] 302명	35.1%	38.4%	23.2%	16.2%	13.6%	11.6%
[Lv.50] 즐타기 장인 351명	37.9%	29.6%	29.1%	22.5%	12.8%	6.8%
[Lv.70] 프로 지구식단러 191명	34.6%	32.5%	29.8%	23.0%	17.3%	6.3%
[Lv.99] 만렙 지구식단러 125명	31.2%	28.0%	23.2%	20.8%	19.2%	5.6%

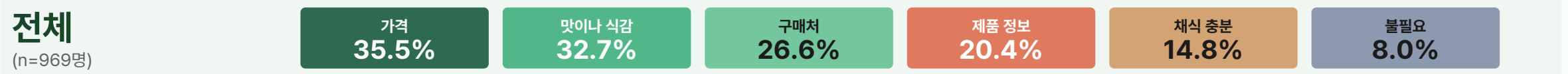
결과 요약 및 해석: 식물성 대체육 비섭취 이유

- 전체적으로 가격(35.5%)과 맛·식감(32.7%)이 식물성 대체육 소비를 가로막는 가장 큰 장벽으로 나타남. 이는 식물성 대체육의 소비 확대를 위해 가격 경쟁력 확보와 맛·식감 개선이 핵심 과제인 것으로 보임.
- 식물성 대체육 비섭취 이유는 유형에 따라 차이가 뚜렷함. '먹을 이유 없음'은 Lv.0-20(11.6%), '채식 식품으로 충분'은 Lv.99(19.2%), '구매처 부족'은 Lv.50(29.1%)과 Lv.70(29.8%)에서 가장 높게 나타남.
- 유형별 식물성 대체육을 비섭취 이유의 차이는 소비자 집단별 접근 전략이 달라야 함을 시사함. 하위 레벨의 유형은 인식 제고가, 중간 레벨의 유형은 접근성 개선이, 상위 레벨의 유형은 식물성 대체육의 차별적인 가치를 제안하는 것이 필요한 것으로 해석됨.

2-7. 식물성 대체육 비섭취 이유 — 연령별

* 식물성 대체육 섭취빈도 문항에서 '전혀 먹지 않아요' 또는 '먹어본 적은 있어요' 응답자 대상, 최대 2개 복수응답

● 가격이 비싸서 ● 맛이나 식감이 아쉬워서 ● 살 수 있는 곳이 적어서 ● 제품 정보가 부족해서 ● 일반 채식 식품으로 충분해서 ● 굳이 먹을 이유가 없어서



연령별	가격	맛이나 식감	구매처	제품 정보	채식 충분	불필요
20대 이하 272명	41.5%	30.5%	31.6%	19.5%	14.3%	11.0%
30대 352명	38.1%	37.2%	26.4%	14.5%	17.3%	6.8%
40대 174명	32.2%	36.2%	24.7%	17.8%	14.9%	7.5%
50대 97명	28.9%	26.8%	17.5%	34.0%	9.3%	7.2%
60대 이상 74명	17.6%	18.9%	25.7%	40.5%	10.8%	5.4%

결과 요약 및 해석: 식물성 대체육 비섭취 이유

- 20~30대는 가격을 식물성 대체육의 가장 큰 비섭취 장벽으로 꼽았으며(20대 41.5%, 30대 38.1%) 다른 요인보다 가격 부담에 더 민감하게 반응하는 것으로 나타남.
- 50대 이상에서는 제품 정보 부족이 주요한 비섭취 장벽이며(50대 34.0%, 60대 이상 40.5%), 특히 해당 응답은 60대 이상에서 가장 높은 비중을 차지함. 이는 50대와 60대 이상의 경우 정보 접근성과 제품에 대한 이해 부족이 소비를 가로막는 핵심 요인으로 작용하는 것으로 보임.
- 맛·식감에 대한 불만은 30~40대(37.2%, 36.2%)에서 상대적으로 높고, 구매처 부족은 20대 이하(31.6%)에서 가장 두드러짐.

2-8. 향후 식물성 대체육 섭취 의향 — 섭취 빈도별

● 네, 더 자주 먹을 거예요 ● 고민 중이에요 ● 아니요



섭취 빈도별

전혀 먹지 않아요

133명



먹어본 적은 있어요

836명



한 달에 1~3회

231명



일주일 1~3회

87명



일주일 4회 이상

37명



결과 요약 및 해석: 향후 식물성 대체육 섭취 의향

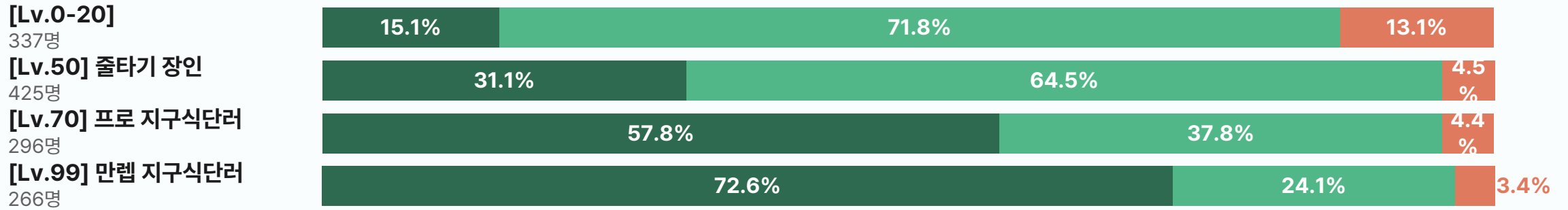
- 현재 식물성 대체육 섭취 빈도가 높을수록 향후 섭취 의향도 뚜렷하게 증가하는 경향을 보임. 주 4회 이상 섭취자의 94.6%는 향후 더 자주 섭취할 의향이 있다고 응답한 반면, 비섭취자의 경우 해당 비율이 15.0%에 그침.
- 비섭취자 중 65.4%는 향후 식물성 대체육 섭취 의향에 대해 '고민 중'이라고 응답함. 이는 적극적인 거부층보다 탐색 단계에 있는 응답자의 비중이 더 큰 것으로 보여지며, 체험 기회 제공이나 첫 구매를 유도하는 마케팅 전략이 수용성 확대에 기여할 가능성이 있음을 시사함.
- 주 1~3회 이상 정기적으로 섭취하는 소비자의 거부 비율은 1% 내외로 매우 낮게 나타남. 이는 식물성 대체식품이 소비 습관으로 자리 잡을 경우 이탈 가능성이 낮으며, 지속적인 소비로 이어질 가능성이 높음을 의미함.

2-8. 향후 식물성 대체육 섭취 의향 — 유형별

● 네, 더 자주 먹을 거예요 ● 고민 중이에요 ● 아니요



유형별



결과 요약 및 해석: 향후 식물성 대체육 섭취 의향

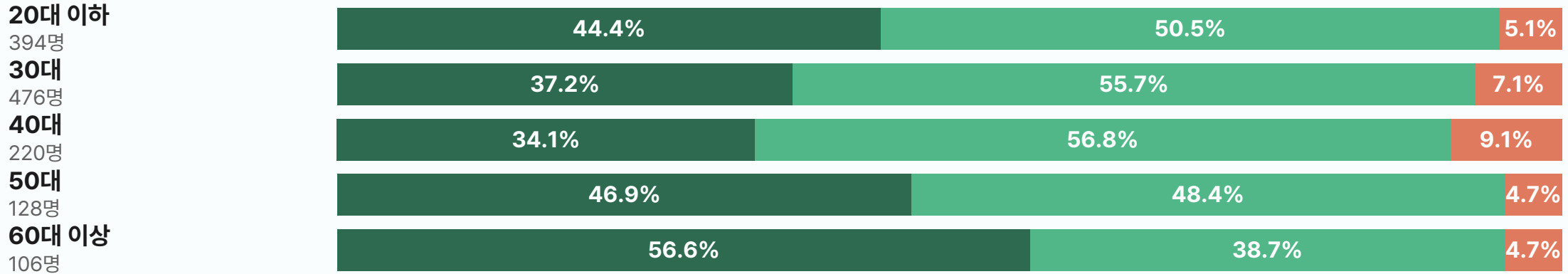
- 유형 레벨이 높아질수록 적극적으로 식물성 대체육을 섭취할 의향이 가파르게 상승함. Lv.99 그룹(72.6%)은 Lv.0-20 그룹(15.1%)에 비해 약 4.8배 높은 적극 의향을 보임.
- '아니요' 응답은 Lv.0-20(13.1%)에서 가장 높게 나타남.
- Lv.50 이상부터는 '아니요' 비율이 5% 미만으로 유지되어, 전반적으로 낮은 수준을 유지함.

2-8. 향후 식물성 대체육 섭취 의향 — 연령별

● 네, 더 자주 먹을 거예요 ● 고민 중이에요 ● 아니요



연령별



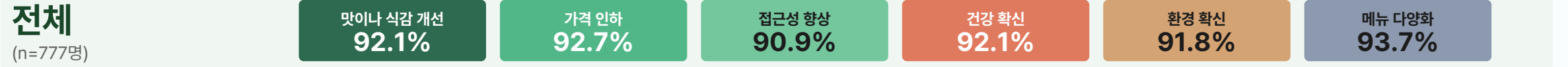
결과 요약 및 해석: 향후 식물성 대체육 섭취 의향

- 20대 이하는 30~40대 보다 '더 자주 먹을 것'에 대한 응답 비율이 높고, '아니요'는 낮아 상대적으로 수용성이 높은 집단으로 확인됨.
- 30~40대에서 '고민 중'이라고 답한 응답 비중이 가장 높게 나타나 다른 연령대에 비해 섭취 의향 형성에 보다 신중한 경향을 보임.
- 50대부터는 '고민 중' 비중이 낮아지고 적극 섭취 의향이 높아지며, 60대 이상에서는 '더 자주 먹을 것' 응답이 56.6%로 높은 수용성을 보임.

2-9. 식물성 대체육 섭취 조건 — 유형별

* '고민 중이에요' 또는 '아니요' 응답자 대상, 의향 있음 비율(%)

● 맛과 식감이 더 좋아진다면 ● 가격이 더 저렴해진다면 ● 더 쉽게 살 수 있다면 ● 건강에 좋다는 확신이 있다면 ● 환경에 도움이 된다는 확신이 있다면 ● 메뉴나 제품이 더 다양해진다면



유형별	맛이나 식감	가격	접근성	건강	환경	메뉴
[Lv.0-20] 286명	92.3%	92.0%	88.5%	91.6%	86.4%	91.6%
[Lv.50] 즐타기 장인 293명	94.9%	95.6%	93.5%	93.2%	95.2%	96.6%
[Lv.70] 프로 지구식단러 125명	91.2%	92.8%	95.2%	92.8%	97.6%	96.8%
[Lv.99] 만렙 지구식단러 73명	82.2%	83.6%	82.2%	89.0%	89.0%	84.9%

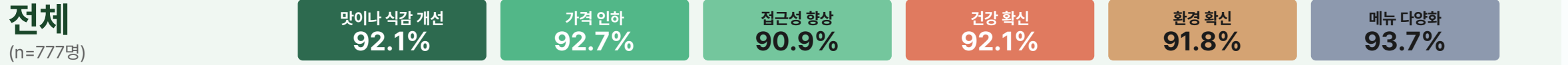
결과 요약 및 해석: 식물성 대체육 섭취 조건

- 전체적으로 메뉴 다양화(93.7%), 가격 인하(92.7%), 맛·식감 개선(92.1%)가 가장 높은 전환 동기로 나타남.
- Lv.0~20은 체감형 조건(맛·가격·건강)에 크게 반응하는 반면, Lv.50~70은 전 항목에서 비교적 높은 반응성을 보여 핵심 전환층으로 나타남.
- Lv.99는 모든 조건에서 의향이 82~89%로 가장 낮음. 이는 이미 상대적으로 충분히 섭취하고 있어 추가적인 소비로 이어질 가능성이 상대적으로 적은 것으로 보임.

2-9. 식물성 대체육 섭취 조건 — 연령별

* '고민 중이에요' 또는 '아니요' 응답자 대상, 의향 있음 비율(%)

● 맛과 식감이 더 좋아진다면 ● 가격이 더 저렴해진다면 ● 더 쉽게 살 수 있다면 ● 건강에 좋다는 확신이 있다면 ● 환경에 도움이 된다는 확신이 있다면 ● 메뉴나 제품이 더 다양해진다면



연령별	맛이나 식감	가격	접근성	건강	환경	메뉴
20대 이하 219명	92.2%	94.5%	92.2%	89.5%	89.5%	93.2%
30대 299명	94.3%	95.0%	93.0%	92.6%	93.6%	94.0%
40대 145명	91.7%	90.3%	89.0%	95.2%	92.4%	95.2%
50대 68명	86.8%	83.8%	83.8%	92.6%	91.2%	91.2%
60대 이상 46명	87.0%	89.1%	87.0%	91.3%	89.1%	93.5%

결과 요약 및 해석: 식물성 대체육 섭취 조건

- 20~30대는 맛·식감, 가격, 접근성, 메뉴 다양화와 같은 실질적인 제품·구매 조건에 크게 반응하는 것으로 나타남.
- 특히 30대는 전 항목에서 고르게 높은 반응을 보여, 전반적인 개선에 폭넓게 반응하는 핵심 연령대로 보임.
- 50~60대는 제품 개선 요소보다 건강에 대한 신뢰(50대)와 메뉴 다양화(60대 이상)에 더 크게 반응하는 것으로 나타남. 이는 중·장년층이 제품의 품질 개선보다 소비를 뒷받침할 수 있는 정보와 선택지 확대를 더 중요하게 인식하는 경향이 있음을 시사함.

세포배양육

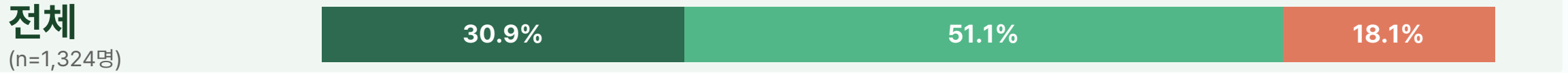
세포배양육이란?

동물을 도축하지 않고, 동물에서 채취한 세포를 배양하여 만든 고기를 의미함.

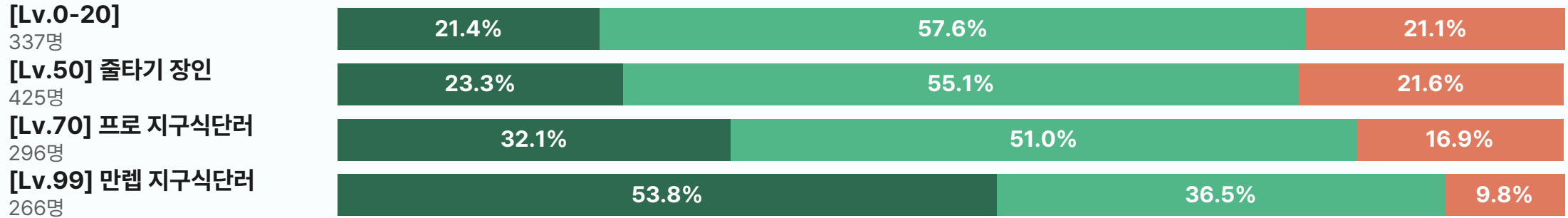
** 본 설문에서는 '동물을 키우지 않고 동물의 세포를 키워서 만든 고기'로 설명되었음.*

2-10. 세포배양육 인지도 — 유형별

● 잘 알고 있어요 ● 들어본 적은 있어요 ● 처음 들어봐요



유형별

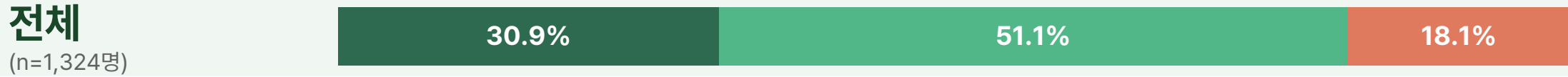


결과 요약 및 해석: 세포배양육 인지도

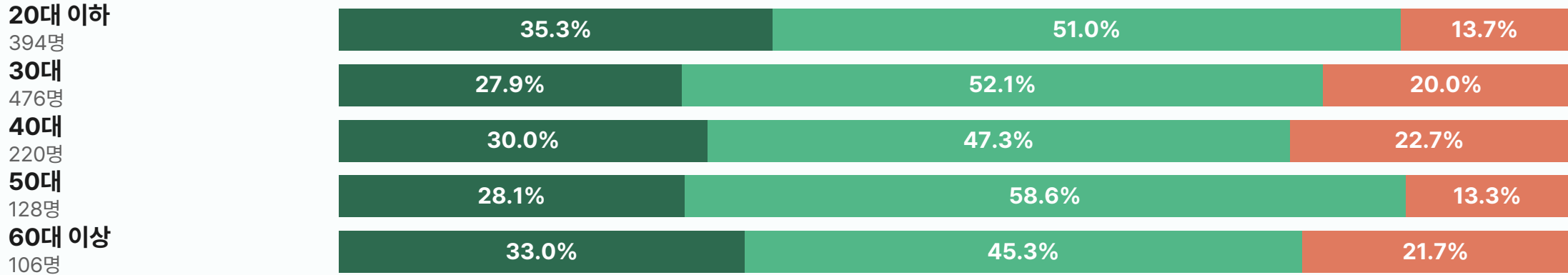
- 유형 레벨이 높을수록 세포배양육 인지도가 뚜렷하게 상승하는 경향을 보임. Lv.99 그룹의 '잘 알고 있어요' 응답 비율은 53.8%로, Lv.0-20그룹(21.4%) 대비 약 2.5배 높게 나타남.
- Lv.0-20과 Lv.50은 '처음 들어봐요' 비율이 각 21.1%, 21.6%로 가장 높게 나타남. 해당 그룹 대상으로 세포배양육에 대한 인지도 제고가 필요한 것으로 보임.
- 전체적으로 '들어본 적은 있어요'(51.1%)가 과반수를 차지함. 이는 기본 인지도는 형성되어 있으나, 세포배양육 개념에 대한 깊은 이해는 아직 부족한 상태임을 보여줌.

2-10. 세포배양육 인지도 — 연령별

● 잘 알고 있어요 ● 들어본 적은 있어요 ● 처음 들어봐요



연령별

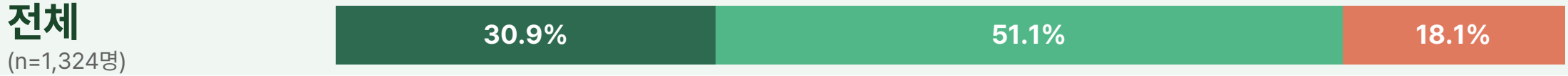


결과 요약 및 해석: 세포배양육 인지도

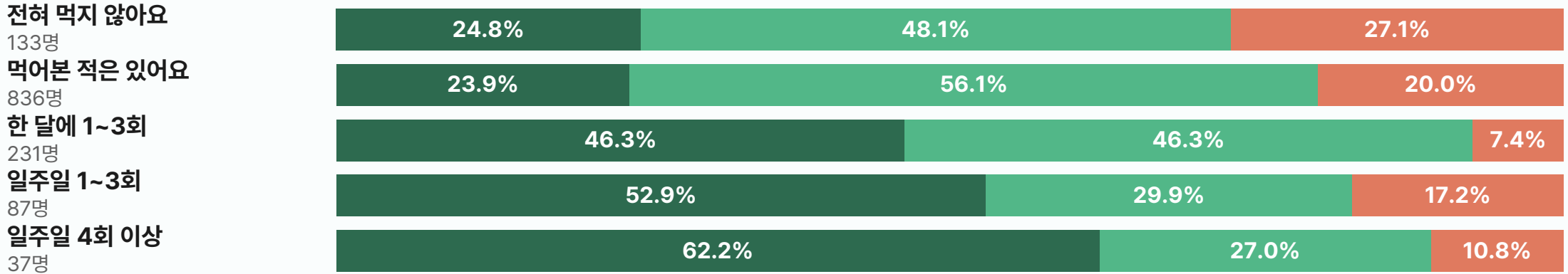
- 20대 이하가 '잘 알고 있어요' 35.3%로 가장 높고 '처음 들어봐요' 13.7%로 낮음. 이는 젊은 세대의 세포배양육 인지도가 다른 세대에 비해 가장 높은 것을 시사함.
- 40대와 60대는 '처음 들어봐요' 비율이 약 22%로 다른 연령대에 비해 상대적으로 높은 편으로 나타남. 이는 해당 연령대에서 세포배양육 관련 정보 노출이 비교적 부족한 것으로 보임.
- 50대는 '처음 들어봐요' 비율(13.3%)이 가장 낮게 나타남. 기본적인 인지도는 중·장년층 내에서 상대적으로 높은 것으로 보임.

2-10. 세포배양육 인지도 — 식물성 대체육 섭취 빈도별

● 잘 알고 있어요 ● 들어본 적은 있어요 ● 처음 들어봐요



식물성 대체육 섭취 빈도별



결과 요약 및 해석: 세포배양육 인지도

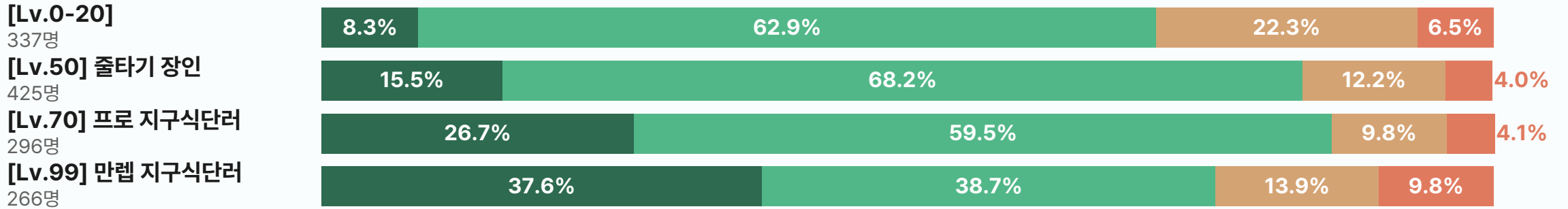
- 식물성 대체육을 섭취하는 빈도가 높을수록 세포배양육에 대한 이해도 역시 높아짐. 일주일 4회 이상 식물성 대체육 섭취자(62.2%)는 비섭취자(24.8%) 대비 세포배양육에 대해 2.5배 높은 이해도를 보임. 또한, 한 달에 1~3회 이상 식물성 대체육을 정기적으로 섭취하는 유형은 '잘 알고 있어요' 비율이 46% 이상으로 급증함.
- 식물성 대체육을 먹어본 적 있는 응답자 중에서도 세포배양육을 '잘 알고 있어요'라고 응답한 비율은 23.9%에 불과함. 다만, 같은 그룹에서 세포배양육에 대해 '들어본 적은 있다'고 응답한 비율은 비섭취자보다 8%p 높게 나타남.

2-11. 세포배양육 섭취 의향 — 유형별

● 꼭 먹어보고 싶어요 ● 한 번쯤은 시도해보고 싶어요 ● 잘 모르겠어요 ● 먹고 싶지 않아요



유형별



결과 요약 및 해석: 세포배양육 섭취 의향

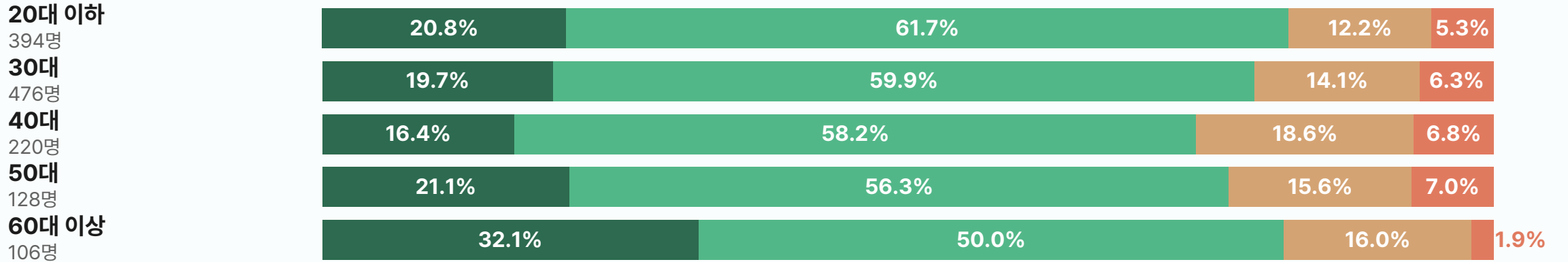
- 전체 응답자의 79.6%가 긍정적 의향('꼭 먹어보고 싶어요' + '한 번쯤은 시도해보고 싶어요')을 보여 세포배양육에 대한 소비자 수용도가 높은 편으로 나타남.
- 유형 레벨이 높을수록 적극 의향('꼭 먹어보고 싶어요')이 가파르게 상승함. Lv.99의 '꼭 먹어보고 싶어요' 응답 비율은 37.6%로, Lv.0-20(8.3%) 대비 약 4.5배 높게 나타남. 한편, Lv.99는 거부 비율 역시 9.8%로 가장 높아서 세포배양육에 대한 관심과 수용 의향이 높은 동시에 기존 식물성 식단에 대한 선호도 강한 것으로 보임.
- Lv.0-20은 '잘 모르겠어요'와 '먹고 싶지 않아요'가 약 30%로 수준으로 다른 유형보다 높게 나타남. 이는 정보 부족과 낮은 수용 의향이 동시에 나타난 것으로 인지도 형성과 인식 개선이 필요한 잠재적인 비수용층으로 해석할 수 있음.

2-11. 세포배양육 섭취 의향 — 연령별

● 꼭 먹어보고 싶어요 ● 한 번쯤은 시도해보고 싶어요 ● 잘 모르겠어요 ● 먹고 싶지 않아요



연령별



결과 요약 및 해석: 세포배양육 섭취 의향

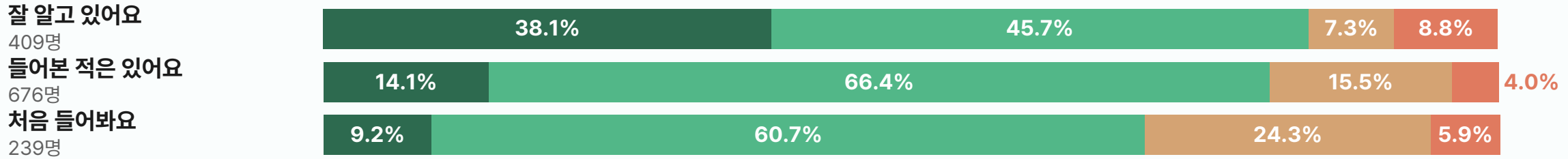
- 60대 이상이 '꼭 먹어보고 싶어요' 32.1%로 전 연령대 최고치를 기록하며, 거부율(1.9%)도 가장 낮아 세포배양육 섭취에 가장 열린 연령대로 보임.
- 40대는 '꼭 먹어보고 싶어요'가 16.4%로 가장 낮고, '잘 모르겠어요'가 18.6%로 가장 높아서 세포배양육에 대한 수용성이 비교적 낮은 편임.
- 20~30대는 긍정 의향('꼭 먹어보고 싶어요' + '한 번쯤은 시도해보고 싶어요')이 각각 82.5%, 79.6%로 안정적임. 반면, 적극적인 섭취 의향 비율은 20% 내외로 대부분 '시도' 수준에 머물러 있음.

2-11. 세포배양육 섭취 의향 — 세포배양육 인지도별

● 꼭 먹어보고 싶어요 ● 한 번쯤은 시도해보고 싶어요 ● 잘 모르겠어요 ● 먹고 싶지 않아요



세포배양육 인지도별

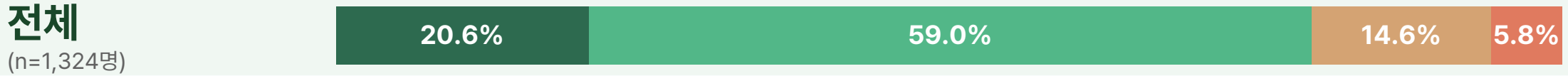


결과 요약 및 해석: 세포배양육 섭취 의향

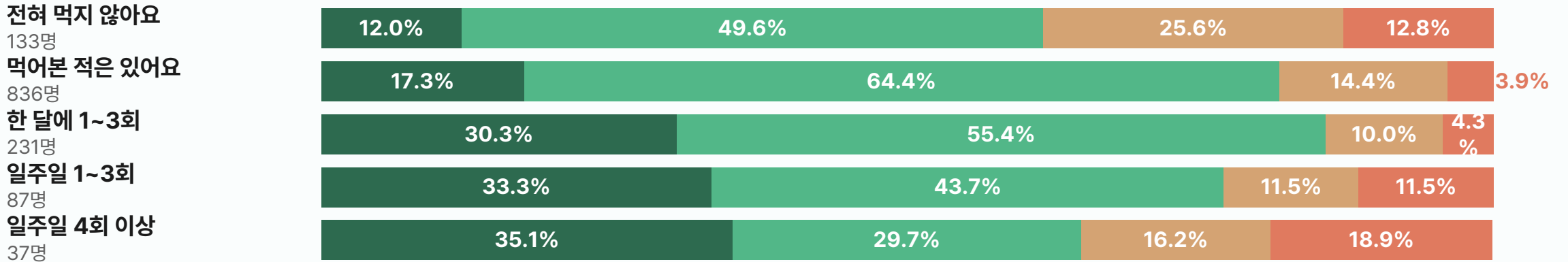
- 세포배양육을 잘 알고 있는 응답자의 83.8%가 긍정적 구매 의향을 보이거나, 거부율(8.8%)도 가장 높음. 이는 세포배양육에 대한 이해도가 높을수록 긍정적 수용과 함께 거부 반응도 동시에 증가하는 경향이 있음을 시사함.
- 들어본 적 있는 응답자(676명)는 80.5%가 세포배양육 섭취에 긍정적이며 거부율은 4.0%로 가장 낮음. 이는 추가 정보 제공 시 전환 가능성이 높은 핵심 타겟임을 시사함.
- 세포배양육에 대해 처음 들어본 응답자는 '잘 모르겠어요'가 24.3%로 가장 높아, 인지도가 낮을수록 섭취 여부에 대한 명확한 의사가 형성되지 않은 것으로 나타남.

2-11. 세포배양육 섭취 의향 — 식물성 대체육 섭취 빈도별

● 꼭 먹어보고 싶어요 ● 한 번쯤은 시도해보고 싶어요 ● 잘 모르겠어요 ● 먹고 싶지 않아요



식물성 대체육 섭취 빈도별



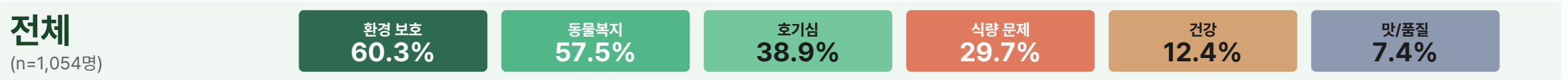
결과 요약 및 해석: 세포배양육 섭취 의향

- 식물성 대체육 섭취 경험이 많을수록 세포배양육 섭취 의향도 함께 높아짐. 주 4회 이상 식물성 대체육 섭취자의 적극 섭취 의향은 비섭취자보다 약 3배 높음. 이는 대체단백질 경험이 새로운 식품 기술에 대한 수용성을 높이는 요인으로 작용하는 것으로 해석할 수 있음.
- 먹어본 적 있는 응답자(836명)는 81.7%가 긍정적이며 거부율 3.9%로 가장 낮아, 수용도가 높은 그룹임.
- 식물성 대체육 비섭취자와 고빈도 섭취자 모두 거부율이 12~19%로 높아서 양 극단에서 세포배양육에 대한 거부감이 존재함을 확인함. 이는 식물성 대체육 비섭취자는 세포배양육에 대한 친숙도가 낮고, 고빈도 섭취자는 기존 식물성 대안으로도 충분하다고 인식하는 경향이 각각 반영된 결과로 해석됨.

2-12. 세포배양육 섭취 의향 이유 — 유형별

* 세포배양육 구매 의향 문항에서 '꼭 먹어보고 싶어요' 또는 '한 번쯤은 시도해보고 싶어요' 응답자 대상, 최대 3개 복수응답

● 환경 보호에 도움이 돼서 ● 동물복지에 긍정적이어서 ● 호기심에서 ● 식량 문제 해결에 기여해서 ● 건강에 좋을 것 같아서 ● 맛과 품질이 기대돼서



유형별	환경 보호	동물복지	호기심	식량 문제	건강	맛/품질
[Lv.0-20] 240명	48.3%	47.1%	46.7%	27.1%	12.9%	12.1%
[Lv.50] 즐타기 장인 356명	59.3%	55.6%	41.3%	30.3%	14.3%	7.3%
[Lv.70] 프로 지구식단러 255명	67.1%	63.9%	32.5%	32.2%	11.4%	4.3%
[Lv.99] 만렙 지구식단러 203명	68.5%	66.0%	33.5%	29.6%	10.3%	4.4%

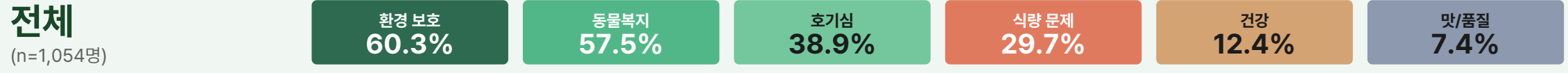
결과 요약 및 해석: 세포배양육 섭취 의향 이유

- 전체적으로 환경 보호(60.3%)와 동물복지(57.5%)가 가장 큰 구매 의향 동기로, 윤리·환경 가치가 핵심 구매 동인임.
- 유형 레벨이 높아질수록 환경 보호와 동물복지 비율이 증가하며(Lv.0-20: 48.3%→Lv.99: 68.5%), 호기심 비율은 감소함.
- 세포배양육의 맛·품질에 대한 기대는 Lv.0-20(12.1%)에서 가장 높아, 하위 유형은 맛 경험에 대한 기대가 상대적으로 큼.

2-12. 세포배양육 섭취 의향 이유 — 연령별

* 세포배양육 구매 의향 문항에서 '꼭 먹어보고 싶어요' 또는 '한 번쯤은 시도해보고 싶어요' 응답자 대상, 최대 3개 복수응답

● 환경 보호에 도움이 돼서 ● 동물복지에 긍정적이어서 ● 호기심에서 ● 식량 문제 해결에 기여해서 ● 건강에 좋을 것 같아서 ● 맛과 품질이 기대돼서



연령별	환경 보호	동물복지	호기심	식량 문제	건강	맛/품질
20대이하 325명	56.9%	52.3%	47.4%	27.7%	16.6%	10.5%
30대 379명	63.3%	61.5%	37.7%	32.5%	9.0%	5.5%
40대 164명	60.4%	59.8%	29.9%	28.7%	12.2%	7.3%
50대 99명	58.6%	56.6%	35.4%	28.3%	12.1%	5.1%
60대이상 87명	62.1%	55.2%	33.3%	29.9%	10.3%	4.6%

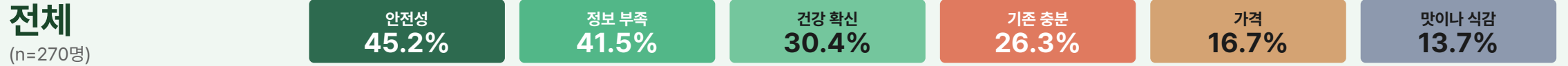
결과 요약 및 해석: 세포배양육 섭취 의향 이유

- 전 연령대에서 환경 보호(60.3%)와 동물복지(57.5%)가 1·2순위로, 세대를 아우르는 보편적 구매 동기로 나타남.
- 20대 이하의 호기심(47.4%)과 맛·품질(10.5%)이 타 연령대 대비 눈에 띄게 높게 나타남에 따라, 해당 연령대에는 체험 마케팅이 효과적일 수 있음을 시사함.
- 30대의 경우 식량 문제 해결(32.5%)이 가장 높아, 사회적 가치 중심 메시지가 효과적으로 작용할 가능성이 있음.

2-13. 세포배양육 비섭취 의향 이유 — 유형별

* 세포배양육 구매 의향 문항에서 '별로 먹고 싶지 않아요' 또는 '전혀 먹고 싶지 않아요' 응답자 대상, 최대 3개 복수응답

● 안전성이 걱정돼요 ● 정보가 부족해요 ● 건강에 좋을지 확신이 없어요 ● 기존 식품으로도 충분해요 ● 가격이 비쌀 것 같아요 ● 맛과 식감이 기대되지 않아요



유형별	안전성	정보 부족	건강 확신	기존 충분	가격	맛이나 식감
[Lv.0-20] 97명	38.1%	51.5%	30.9%	14.4%	23.7%	15.5%
[Lv.50] 즐타기 장인 69명	60.9%	42.0%	37.7%	17.4%	13.0%	15.9%
[Lv.70] 프로 지구식단러 41명	46.3%	41.5%	22.0%	36.6%	17.1%	14.6%
[Lv.99] 만렙 지구식단러 63명	38.1%	25.4%	27.0%	47.6%	9.5%	7.9%

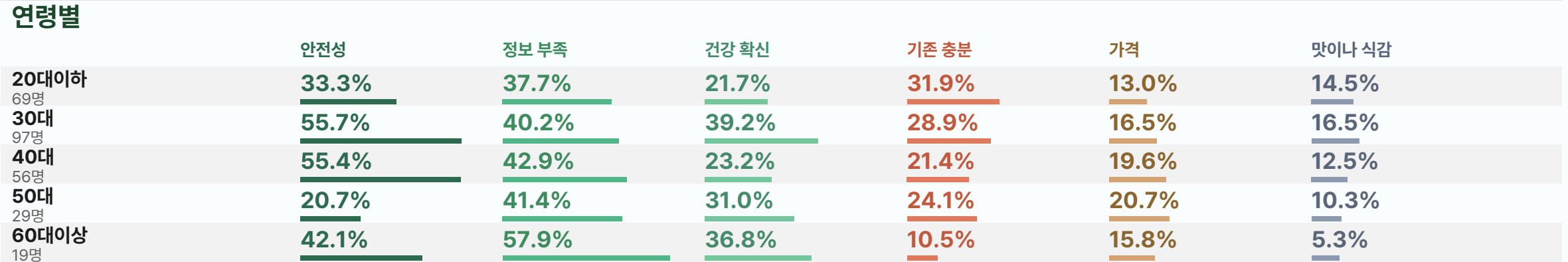
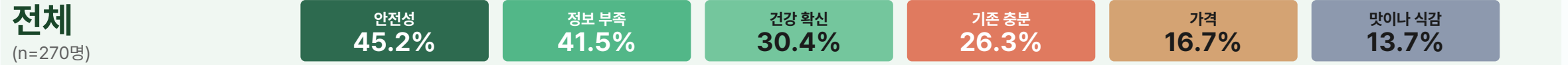
결과 요약 및 해석: 세포배양육 비섭취 의향 이유

- 안전성에 대한 우려는 Lv.50에서 60.9%로 가장 높게 나타났으며, 정보 부족은 Lv.0-20에서 51.5%로 가장 높은 비중을 차지함. 이는 하위 유형에서는 정보 접근과 이해 부족이 주요 장벽으로 작용하는 반면, 중간 유형에서는 안전성에 대한 우려가 핵심 장벽인 것으로 보임.
- Lv.99(47.6%)와 Lv.70(36.6%)은 '기존 식품으로도 충분해요' 응답 비율이 높게 나타남. 이는 상위 유형일수록 기존의 식물성 식단에 대한 만족도가 높을 가능성을 시사함.
- 가격 우려는 Lv.0-20(23.7%)에서 가장 높고 Lv.99(9.5%)에서 가장 낮아, 유형 수준에 따라 가격 민감도가 다름.

2-13. 세포배양육 비섭취 의향 이유 — 연령별

* 세포배양육 구매 의향 문항에서 '별로 먹고 싶지 않아요' 또는 '전혀 먹고 싶지 않아요' 응답자 대상, 최대 3개 복수응답

● 안전성이 걱정돼요 ● 정보가 부족해요 ● 건강에 좋을지 확신이 없어요 ● 기존 식품으로도 충분해요 ● 가격이 비쌀 것 같아요 ● 맛과 식감이 기대되지 않아요



결과 요약 및 해석: 세포배양육 비섭취 의향 이유

- 30대(55.7%)와 40대(55.4%)에서 안전성 걱정이 가장 높아, 세포배양육의 생산 과정과 안전성에 대해 신뢰할 수 있는 정보를 제공하는 것이 중요함.
- 60대 이상에서 정보 부족을 이유로 꼽은 비율이 57.9%로 전 연령대 중 가장 높게 나타남. 20대 이하에서는 '기존 식품으로도 충분하다'는 응답 비율이 31.9%로 상대적으로 높게 나타남.
- 건강에 대한 확신 부족은 30대(39.2%)와 60대 이상(36.8%)에서 가장 높게 나타남. 다만, 연령대별로 인식 차이를 형성하는 요인이 다를 가능성이 있음을 시사함.

기후위기 및 대체식품 인식조사 결과 보고서

발간월	2026년 6월
주저자	김다혜 기후솔루션 농식품팀 연구원
공동저자	이상아 기후솔루션 농식품팀 팀장
디자인	최예진 기후솔루션 디자이너

기후솔루션은 전 세계 온실가스 감축 및 올바른 에너지 전환을 위해 활동하는 비영리법인입니다. 리서치, 법률, 대외 협력, 커뮤니케이션 등의 폭넓은 방법으로 기후위기를 해결할 실질적 솔루션을 발굴하고, 근본적인 변화를 위한 움직임을 만들어 나갑니다.

Disclaimer

본 보고서는 정보 제공 및 교육 목적으로만 작성되었습니다. 기후솔루션은 독립적이고 중립적인 비영리 단체로서 특정 기업, 국가, 공공 기관, 정당, 이익 단체 또는 개인을 대표하지 않습니다. 본 단체는 투자 또는 법률 자문을 제공하는 기관이 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 산업 부문을 홍보하거나 해당 분야에 대한 투자를 유도하려는 목적이 아닙니다. 본 보고서의 어떠한 내용도 투자 유도, 기업 홍보 또는 사적 이익 추구 활동에 사용될 수 없습니다. 본 보고서의 모든 내용은 발행 당시 이용 가능한 정보를 기반으로 하며 신뢰할 수 있는 출처를 통해 검증되었으나, 정보의 정확성, 완전성 또는 적시성을 보장하지는 않습니다. 기후솔루션은 본 보고서의 사용으로 인해 발생하는 직간접적 손해에 대해 법적 책임을 지지 않습니다.