

ISSN: 2800-051X

HankookResearch

한국리서치 주간리포트(제238-3호)

여론속의 여輿론論

[2023년 채식과 비거니즘 인식]

- 채식주의자, 정말 채식을 하고 있나?

- 비거니즘, 잘 모르지만 지나가는 유행은 아냐

2023. 07. 12.

담당자 이소연 연구원

전화 | 02-3014-1062

e-mail | lee.sy@hrc.co.kr

한국리서치 주간리포트

- 한국리서치가 기획하고 운영하는 자체 조사입니다.
- 격주로 시행하는 정기조사입니다.
- 특정 의제를 다각도로 조사하고 분석하는 심층 여론조사입니다.
여론의 현상과 함께 흐름을 추적하고, 여론 속의 민심을 파악하고자 합니다.
- 정가지표-기획조사 등으로 구성합니다.
- 정가지표는 국가, 사회, 개인과 관련한 국민들의 인식 추이를 제시합니다.
- 기획조사는 한국리서치 연구원이 기획하고 분석합니다. 주제에 따라 외부 전문가와 함께 기획하고 분석 및 보도를 함으로써, 여론에 대한 심층적인 이해를 돕고자 합니다.
- 궁금하신 사항은 아래 에디터들에게 문의하여 주십시오.

운영책임

이동한 수석연구원

전화 | 02-3014-1060

e-mail | dhlee@hrc.co.kr

연구진

정한울 전문위원

전화 | 02-3014-1057

e-mail | hw.jeong@hrc.co.kr

이소연 연구원

전화 | 02-3014-1062

e-mail | lee.sy@hrc.co.kr

1

채식 현황과 이유

‘채식주의자’라고 말하지만, 비채식주의자와 식생활에 큰 차이 없어 채식주의자의 86%, 육류 섭취하고 있어

이번 조사에서 만 18세 이상 성인남녀 중 4%가 스스로를 ‘채식주의자’라고 밝혔다. 또한 12%가 채식주의자까지는 아니지만, 채식을 지향한다고 밝혔다(세미베지테리언, 플렉시테리언). 이 조사결과를 2023년 4월 주민등록 인구통계 기준으로 환산하면 만 18세 이상 남녀 중 채식주의자는 176만 명, 채식지향자까지 합하면 727만 명 정도로 추정된다.

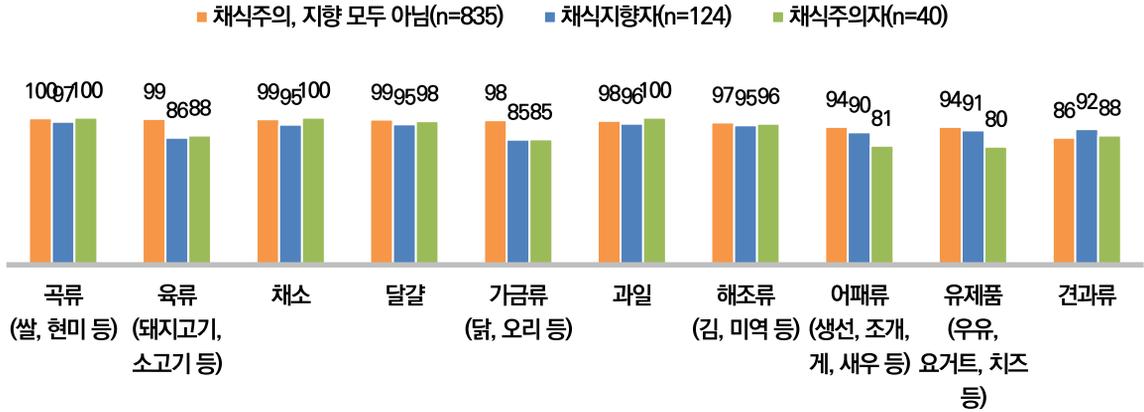
본인을 ‘채식주의자 혹은 지향자’라고 답했지만, 평소 식습관을 살펴보면 비채식주의자와 큰 차이가 없었다. 채식주의자는 식품섭취를 허용하는 범위에 따라 7가지 단계로 분류된다. 식품섭취 허용범위가 엄격한 베지테리언(Vegetarian)과 비교적 엄격하지 않은 세미베지테리언(semi-vegetarian)이다. 베지테리언은 우유·동물의 알·생선 등의 섭취 여부에 따라 비건(Vegan), 락토베지테리언(lacto-vegetarian), 오보 베지테리언(ovo-vegetarian), 락토-오보 베지테리언(Lacto-ovo-vegetarian) 등으로 분류된다. 생선을 섭취하는 페스코베지테리언(pesco-vegetarian), 닭고기를 섭취하는 폴로베지테리언(pollo-vegetarian), 완전 채식이 아닌 상황에 따라 유연하게 채식을 선택하는 플렉시테리언(fexitarian)은 세미베지테리언에 속한다.

플렉시테리언을 제외한 채식주의 유형의 공통점은, 소고기와 돼지고기 육류를 먹지 않는다는 것이다. 그런데 이번 조사에서 스스로를 ‘채식주의자’라고 밝힌 사람 중에서도 88%는 평소 소고기와 돼지고기 육류를 섭취한다고 답했다. 스스로를 ‘채식주의자’라고 답했지만 그 중 상당수는 엄격한 의미의 채식주의자라기보다는 때때로 육류를 섭취하는 ‘채식지향자’, ‘플렉시테리언’에 가깝다고 볼 수 있다.

이번 조사 결과를 토대로 분석하면, 스스로를 ‘채식주의자 혹은 지향자’라고 생각하는 동시에 소고기·돼지고기·닭고기·생선 등 육식을 하지 않는 비육식채식주의자에 해당하는 사람은 전체 성인남녀의 0.5%에 불과하다. 페스코베지테리언이나 폴로베지테리언까지 범위를 확장해도(생선이나 닭고기를 섭취하는 세미베지테리언) 비육식채식주의자는 전체 성인남녀의 2%에 그친다. 지난해 한국농수산식품유통공사가 발표한 ‘[2021 가공식품 세분시장 현황 - 비건식품](#)’ 보고서의 조사 결과도 이번 조사와 유사하다. 조사 결과에 따르면 비육식채식주의자는 전체 성인남녀의 0.2% 수준, 페스코와 폴로베지테리언까지 모두 합해도 전체 성인남녀의 1.5%이다. 채식과 비건에 대한 관심도는 높아지고 있으나, 실제 비육식채식주의를 하는 사람은 극히 적다.

채식주의자, 비채식주의자와 식생활에 큰 차이 없어
채식주의자 혹은 채식지향자, 80% 이상이 육류를 섭취하고 있어

(단위 : %)



질문: 평소 다음 음식을 드십니까, 먹지 않으십니까? 각각에 대해 답변해 주세요.
비교: 다음 식품을 '먹는다' 응답 제시
응답자 수: 1,000명
조사기간: 2023. 5. 12. ~ 5. 15.

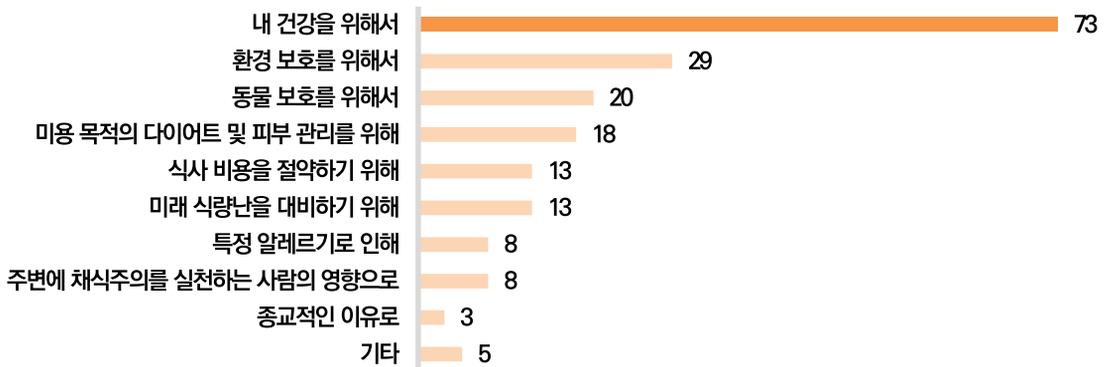
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

채식을 하는 가장 큰 이유는 '내 건강을 위해(73%)'

본인을 채식주의, 채식지향자라고 답한 165명에게 채식을 하는 이유를 물었다. 10명 중 7명은 '내 건강을 위해' 채식을 한다고 답했다(73%). 이어서 '환경(29%)'이나 '동물권(20%)'을 보호하기 위해 채식을 한다는 응답이 뒤를 잇는다. 신념이나 가치의 문제로 채식을 한다는 응답이 상위에 있지만, 건강을 위해서 채식을 한다는 응답과 격차가 크다.

채식을 하는 가장 큰 이유, '내 건강을 위해(73%)' 압도적

(단위 : %)



질문: 채식주의를 실천 혹은 지향하는 이유는 다음 중 무엇입니까? 해당하는 이유를 모두 골라주십시오.
비교: 복수응답
응답자 수: 채식주의 혹은 채식을 지향하는 165명
조사기간: 2023. 5. 12. ~ 5. 15.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

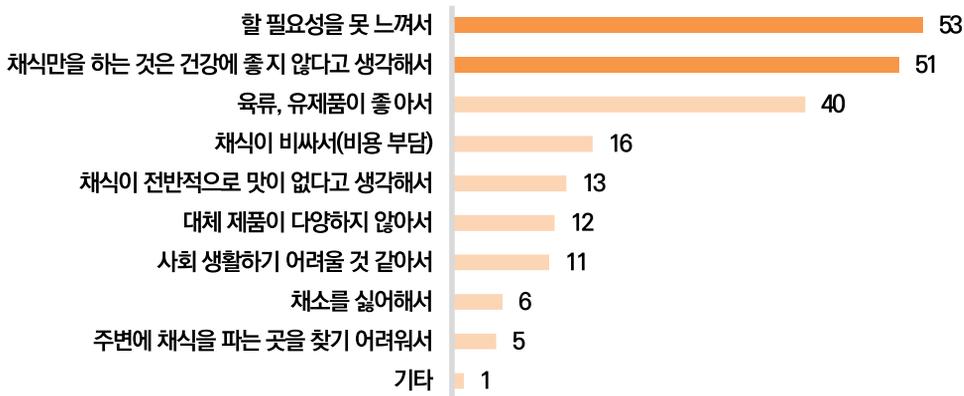
채식을 하지 않는 이유는? '필요성을 못 느껴서(53%), 채식만을 하는 것은 건강에 좋지 않아서(51%)'

채식주의자가 아니거나 채식을 지향하지 않는 835명에게 채식을 하지 않는 이유를 물었다. 2명 중 1명은 '필요를 못 느껴서(53%)', '채식만을 하는 것은 건강에 좋지 않다고 생각해서(51%)' 채식주의를 하지 않는다고 답했다. 앞서 채식을 하는 주된 이유는 '내 건강을 위해서(73%)'이다. 채식을 하는 주된 이유도, 채식을 하지 않는 주된 이유도 모두 '건강을 위해서'인 것이다. 채식이 건강에 미치는 영향에 대한 상반된 인식을 확인할 수 있는 결과이다.

연령이 높을수록 오히려 '채식만을 하는 것은 건강에 좋지 않다'고 생각하기 때문에 채식주의를 하지 않는다. 40대 이상에서 과반 이상이, 60세 이상에서는 60%가 그러하다고 답했다. 반면, 연령이 낮을수록 육류나 유제품이 좋아서 채식주의를 하지 않는다는 결과이다. 18-29세의 53%가 그러한 이유로 채식주의를 하지 않는다고 답해 연령대에 따른 식습관의 차이가 반영된 결과로 보인다.

채식을 하지 않는 이유는 '필요성을 못 느껴서(53%)', '채식만을 하는 것은 건강에 좋지 않아서(51%)' 40대 이상, 채식만을 하는 것은 오히려 건강에 좋지 않아

(단위: %)



채식주의 혹은 채식을 지향하지 않음	사례수 (명)	할 필요성을 못 느껴서	채식만을 하는 것은 건강에 좋지 않다고 생각해서	육류, 유제품이 좋아서	채식이 비싸서 (비용부담)	채식이 전반적으로 맛이 없다고 생각해서	대체 제품이 다양하지 않아서	사회 생활하기 어려울 것 같아서	채소를 싫어해서	주변에 채식을 파는 곳을 찾기 어려워서	기타
전체	(835)	53	51	40	16	13	12	11	6	5	1
성별											
남자	(423)	58	47	38	13	11	12	11	5	4	1
여자	(412)	48	54	42	19	14	12	11	6	6	2
연령											
18-29세	(151)	54	37	53	18	16	9	9	10	5	1
30대	(130)	58	45	40	22	15	14	13	7	9	0
40대	(159)	51	55	49	18	12	15	13	4	5	2
50대	(162)	51	50	39	14	11	7	11	5	3	2
60세 이상	(233)	53	60	27	11	12	12	10	4	4	2

질문: 채식주의를 하지 않는 이유는 다음 중 무엇입니까? 해당하는 이유를 모두 골라주십시오.

비고: 복수응답

응답자 수: 채식주의 혹은 채식을 지향하지 않는 835명

조사기간: 2023. 5. 12. ~ 5. 15.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

2 채식에 대한 인식

채식이 맛있는 건 아니지만 ... 채식만으로는 충분한 영양분 섭취가 어려워 채식은 일시적인 유행 아니지만, 우리 사회에서 채식주의자로 살기는 어려워

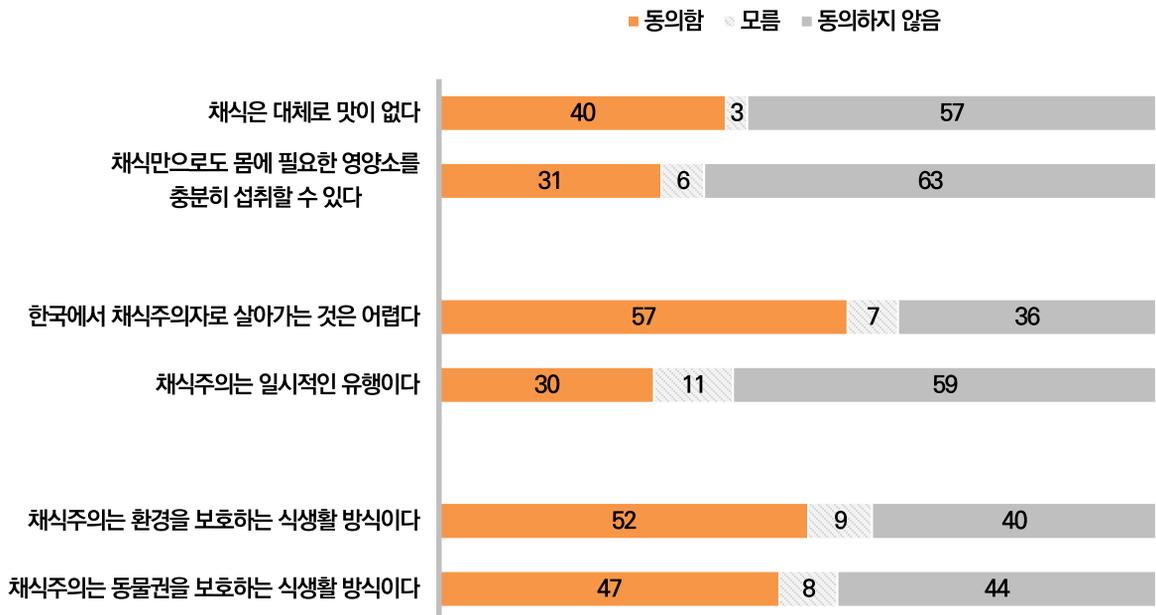
다음으로 채식에 대한 전반적인 인식을 살펴보았다. '채식은 대체로 맛이 없다'는 진술에 40%가 동의하고, 57%가 동의하지 않는다. 과반 이상은 채식이 맛있지 않다고 답했다. 다만, '채식만으로는 몸에 필요한 영양소를 충분히 섭취할 수 없다'는 인식이다(63%). 채식이 맛있는 것은 아니지만, 채식만으로는 균형 잡힌 영양소 섭취가 어렵다는 인식이다.

다음으로, 문화적 차원에서 채식을 살펴보았는데 59%는 '채식주의가 일시적인 유행이 아니다'라고 답했다. 그러나 57%는 '한국에서 채식주의자로 살아가는 것은 어렵다'고 답했다. 채식은 금방 사라질 현상은 아니지만, 현재 채식주의자가 많지 않은 것은 사실이다. 비채식주의자 수가 더 많은 상황에서 식당만 하더라도 채식주의자를 위한 선택지는 그리 많지 않다. 앞서 10명 중 1명은 사회생활을 하기 어려울 거 같아 채식을 하지 않는다고 답했다(11%). 자유롭게 채식을 선택하고 향유할 수 있는 사회적 분위기와 여건이 아직은 미흡하기에 '한국에서 채식주의자로 살아가기 어렵다'는 인식이 과반 이상으로 높다.

신념과 가치관 차원에서 살펴보면, 52%가 '채식주의는 환경을 보호하는 식생활 방식'이라는 데 동의한다(동의하지 않는다 40%). 하지만 '동물권을 보호하는 식생활 방식'이라는 데에는 인식이 엇갈린다(동의한다 47%, 동의하지 않는다 44%).

채식, 맛있는 것은 아니지만 채식만으로는 충분한 영양분 섭취가 어려워 채식은 일시적인 유행 아니지만, 우리 사회에서 채식주의자로 살기는 어려워

(단위 : %)



질문: 채식 또는 채식주의에 관한 다음 각 문장에 대한 의견을 표시해주세요.

비고: 동의한다(매우 동의한다+동의한다), 동의하지 않는다(전혀 동의하지 않는다+동의하지 않는다) 응답 제시

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2023. 5. 12. ~ 5. 15.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

성별, 세대별로 채식에 대한 인식 차이가 있다. 앞서 18~29세의 53%는 육류나 유제품이 좋아 채식을 하지 않는다고 답한 점에서, 연령대가 낮을수록 '채식은 대체로 맛이 없다'는 인식이 높다. 세대별 식습관이나 취향이 반영된 결과로 해석할 수 있다. 또한, 60세 이상 고령층을 제외한 모든 세대에서는 '한국에서 채식주의자로 살기 어렵다'고 답했다. 연령이 낮을수록 현재 채식 여부, 채식 지속 및 채식 의향이 낮다. 젊은 세대의 식생활, 채식을 하기에 아직 충분치 않은 사회적 분위기나 여건 등은 젊은 세대가 채식을 하는 데 제약으로 작용할 가능성이 있다.

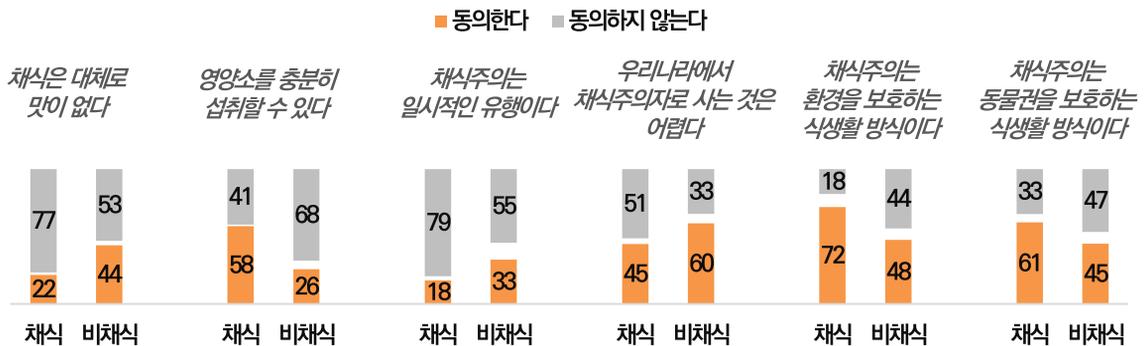
여성의 60% 가량은 채식주의가 환경과 동물권을 보호한다고 답했다. 남성은 채식주의가 환경을 보호한다는 데 인식이 엇갈리고, 동물권을 보호한다는 진술에 대해서는 동의하지 않는 응답이 과반을 넘는다. 여성이 남성 대비 채식주의를 실천하거나 지속할 의향이 높은 상황에서, 채식주의를 통해 환경 및 동물권 보호가 가능하다는 긍정 인식이 높다([기획 실태 위의 고기, 어떻게 생각하세요? - 채식과 대체육의 현황과 전망](#)).

채식주의자 뿐만 아니라 비채식주의자의 절반 이상도 '채식은 맛있지 않고(53%)', '일시적인 유행으로 끝나지 않을 것이라는 인식이다(55%)'. 다만 비채식주의자는 '채식만으로는 충분한 영양소 공급이 어렵고(68%)', '채식주의자로 살기 어렵다는 인식이다(60%)'. 채식이 잠깐의 유행으로 끝나지 않을 지속 가능성이 있는 현상이지만, 영양학적으로 우려하는 부분이 있고 채식주의자로 살기 어렵다는 생각을 하고 있다. 채식주의자는 채식의 기대효과로 '환경과 동물권 보호'를 들고 있으나, 비채식주의자는 효과에 대해 인식이 반으로 엇갈린다.

여성의 60%, 채식주의는 환경과 동물권을 보호하는 식습관
비채식주의자 절반 이상, 채식주의는 향후 지속 가능하지만 우려하는 부분 있어

(단위 : %)

	사례수 (명)	채식은 대체로 맛이 없다		채식만으로도 몸에 필요한 영양소를 충분히 섭취할 수 있다		채식주의는 일시적인 유행이다		한국에서 채식주의자로 살아가는 것은 어렵다		채식주의는 환경을 보호하는 식생활 방식이다		채식주의는 동물권을 보호하는 식생활 방식이다	
		동의 40	비동의 57	동의 31	비동의 63	동의 30	비동의 59	동의 57	비동의 36	동의 52	비동의 40	동의 47	비동의 44
전체	(1,000)												
성별													
남자	(496)	45	52	29	67	35	54	53	39	45	48	37	55
여자	(504)	35	62	33	60	26	63	62	34	58	32	57	34
연령													
18~29세	(166)	57	39	27	66	33	53	67	24	50	37	50	39
30대	(151)	50	49	28	64	35	55	77	17	57	33	53	37
40대	(181)	46	52	30	66	32	61	63	33	54	42	49	44
50대	(194)	33	64	32	63	26	62	53	39	49	43	42	51
60세 이상	(308)	27	69	35	60	29	60	41	52	50	41	45	47



질문: 채식 또는 채식주의에 관한 다음 각 문장에 대한 의견을 표시해주시요.

비고: 동의한다(매우 동의한다+동의한다), 동의하지 않는다(전혀 동의하지 않는다+동의하지 않는다) 응답 제시

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2023. 5. 12. ~ 5. 15.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hroopinion.co.kr)

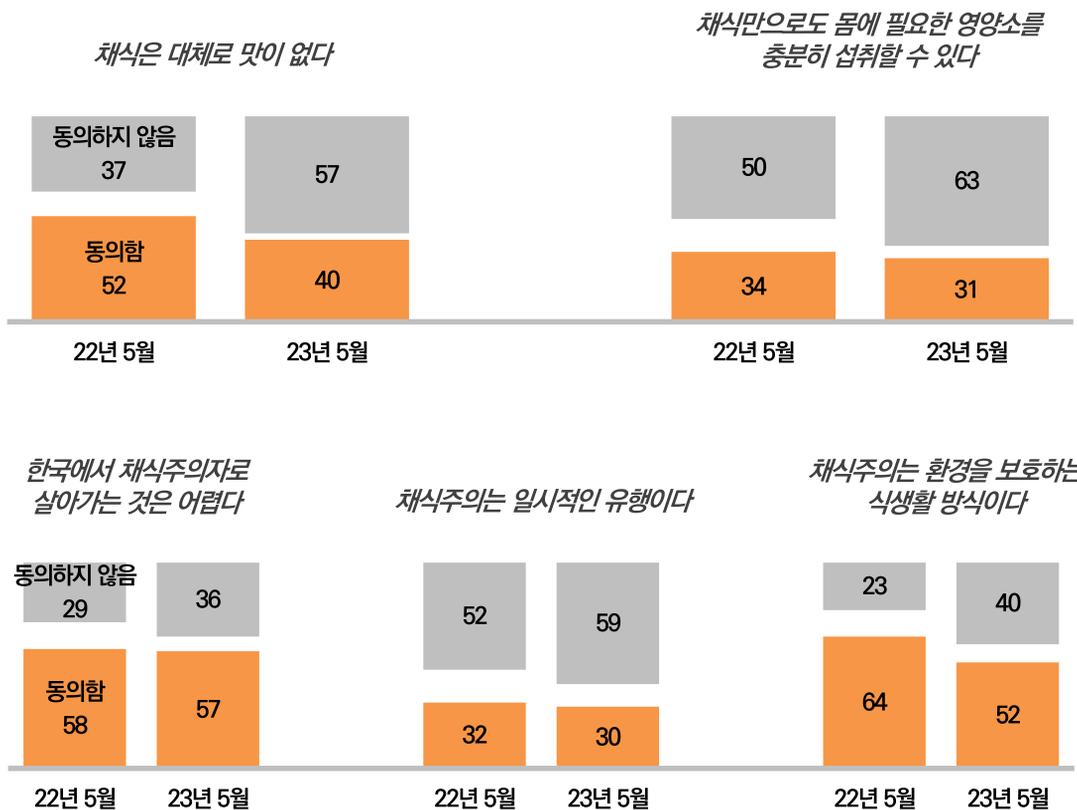
지난 해 5월 조사 대비 올해 채식에 대한 인식에 어떠한 변화가 있는지 확인해 보았다. 작년 대비 ‘채식이 맛이 없다’는 데 동의하지 않는 응답이 20%포인트 증가해 57%로 과반을 넘는다. 과반 이상은 채식이 맛있지 않다는 인식이다(채식은 대체로 맛이 없다: 동의하지 않는다 37%→57%). 하지만, 채식만으로는 몸에 필요한 영양소를 충분히 섭취하는데 한계가 있다는 인식이 작년 대비 13%포인트 증가한 63%이다(채식만으로도 몸에 필요한 영양소를 충분히 섭취할 수 있다: 동의하지 않는다 50%→63%). 작년엔 이어 채식은 맛이 없는 건 아니지만, 필수 영양소를 충분히 섭취하기 위해 채식 이외의 식품을 섭취할 필요가 있다는 인식이 더 높아졌다.

채식주의는 ‘일시적인 유행’이라는 진술에 동의하지 않는 응답이 7%포인트 증가했다. 과반 이상이 채식은 일시적으로 유행을 타는, 금방 사라질 만한 현상이 아니라는 인식이다(채식주의는 일시적인 유행이다: 동의하지 않는다 52%→59%), 하지만 여전히 ‘우리 사회에서 채식주의자로 살아가기에는 현실적으로 어렵다’는 인식이 작년에 이어 과반 이상이다(58%→57%).

채식을 하는 주된 이유는 건강이지만, 신념 차원에서는 환경보호를 위해 채식을 한다는 응답이 뒤를 잇는다. 이번 조사에서 ‘채식주의는 환경을 보호하는 식생활 방식’이라는 인식이 작년에 이어 과반을 넘지만, 작년 대비 12%포인트 감소했다(64%→52%).

2022년 5월, 2023년 5월 조사 - 채식에 대한 인식 비교

(단위 : %)



질문: 채식 또는 채식주의에 관한 다음 각 문장에 대한 의견을 표시해주세요.

비고: 22년 5월 질문 일부 수정, 그래프 상단에 23년 5월에 조사한 문항 기재

22년 5월 질문문(그래프 순서대로) '채식은 비채식보다 맛이 없다', '채식주의는 영양학적으로 문제가 없다', '채식주의는 환경에 도움을 줄 수 있다'

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2022. 5. 6. ~ 5. 9. // 2023. 5. 12. ~ 5. 15.

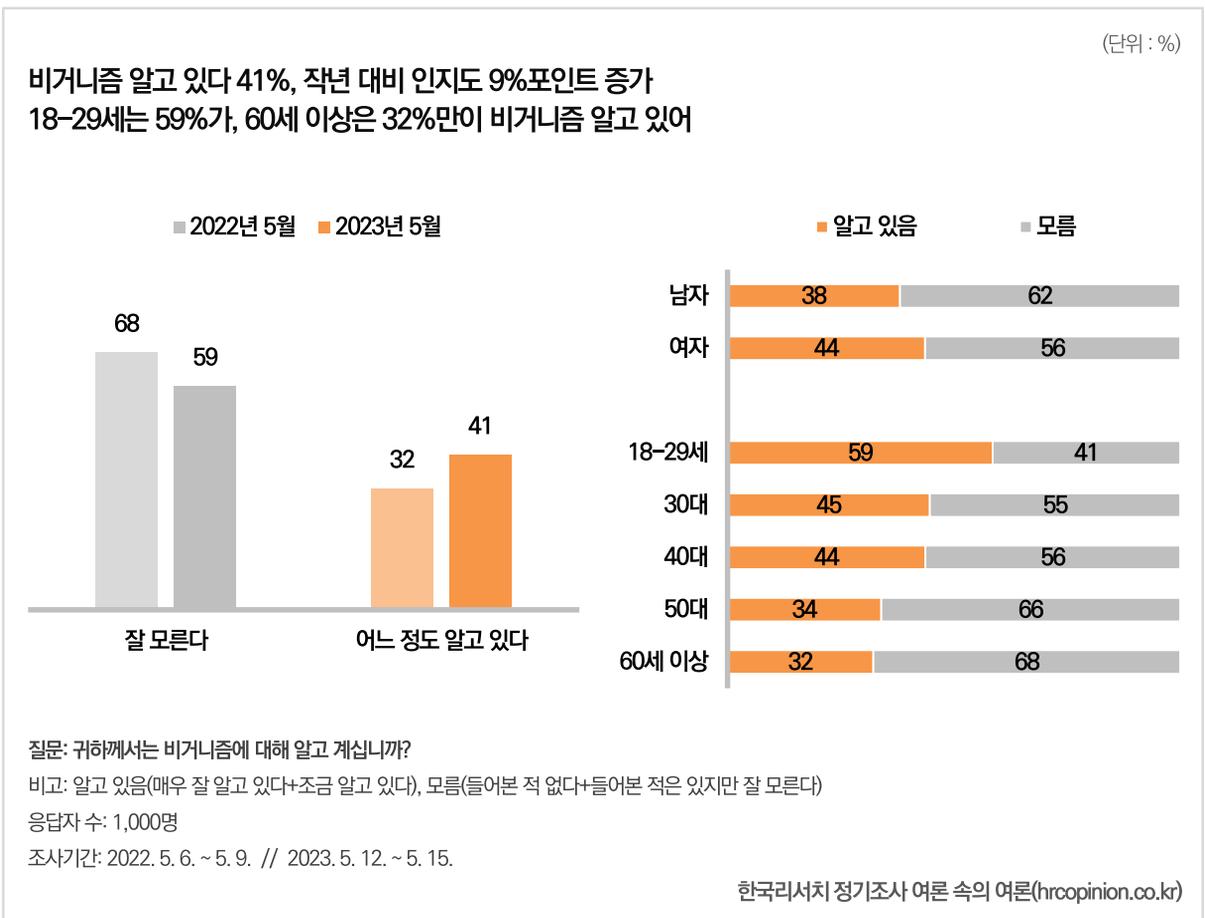
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

3

비거니즘 인지도 및 관련 제품 구매 경험

비거니즘 잘 모른다 59%, 알고 있다 41%

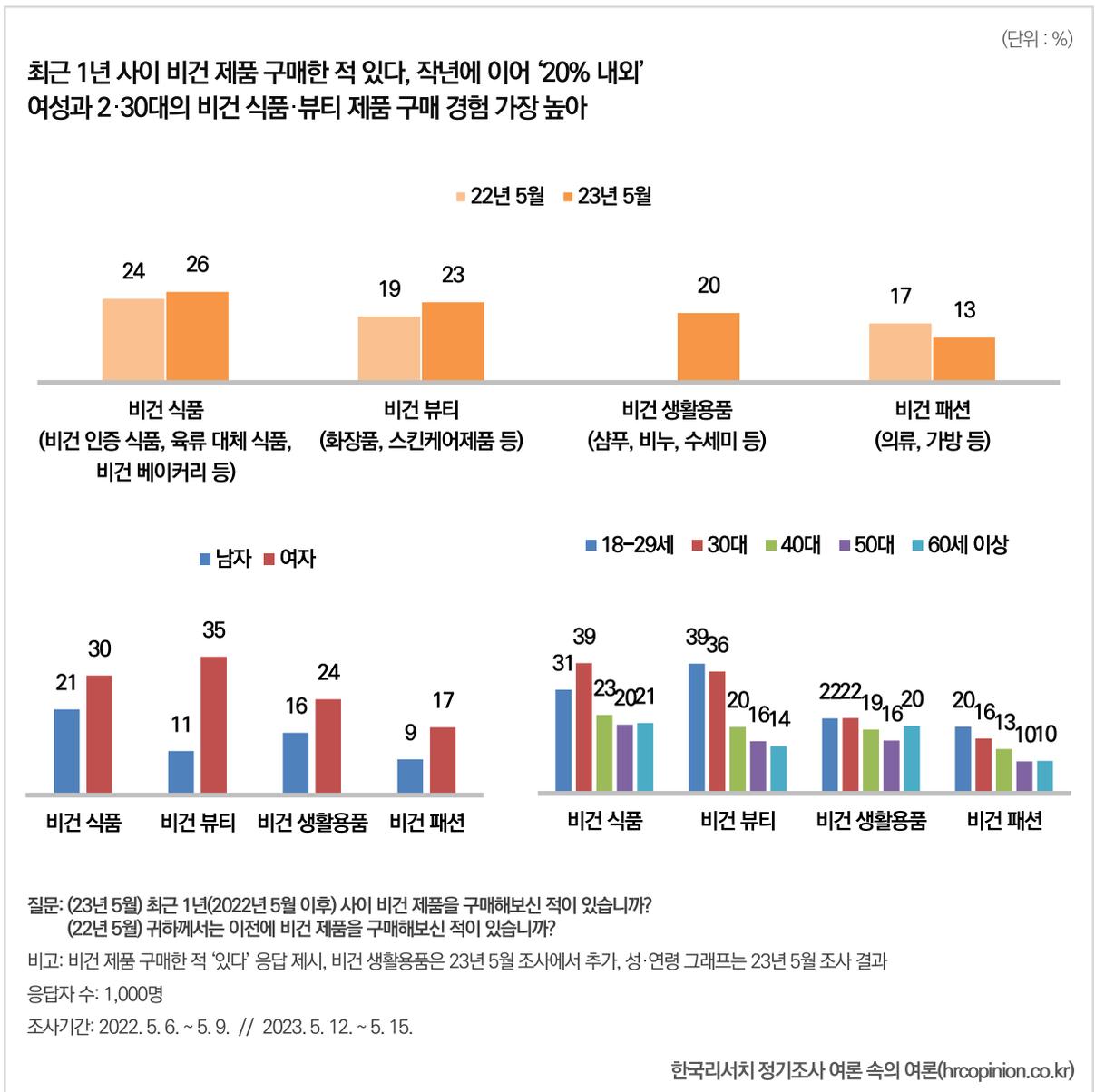
지난 해 5월 조사에 이어 '비거니즘을 잘 모른다'는 응답이 59%로 과반을 넘는다(68%→59%). 1년이 지난 시점에서 여전히 절반 이상이 비거니즘을 모른다고 답했지만, '어느 정도 알고 있다'는 응답도 9%포인트 증가한 41%이다(32%→41%). 특히 연령대가 낮을수록 비거니즘 인지도가 높다. 18-29세는 59%가 알고 있다고 답한 반면, 60세 이상은 32%만이 그렇다고 답했다.



최근 1년 사이 비건 제품 구매한 적 있다, 작년과 큰 차이 없이 '20% 내외' 2·30대의 비건 식품·뷰티 제품 구매 경험 가장 높아

최근 1년 사이(2022년 5월 이후)에 비건 제품을 구매한 적 있는지 물었는데, 작년에 이어 구매 경험은 20% 내외다. 비건 식품 구매 경험이 26%로 가장 높고(24%→26%) 이어서 비건 뷰티(19%→23%), 비건 생활용품(20%), 비건 패션(17%→13%) 순이다. 작년 대비 비건 식품과 뷰티 구매 경험은 각각 2, 4%포인트 증가했고 비건 패션은 4%포인트 감소했다. 비건 생활용품 구매 경험은 이번 조사에서 추가해 확인했다.

성, 연령별로 비건 제품 구매 경험에 차이가 있다. 여성은 남성 대비 최소 8~24%포인트 이상 구매 경험이 높다. 특히 비건 뷰티와 식품의 구매 경험이 30% 이상이다. 연령이 낮을수록 비거니즘 인지도가 높은 만큼, 2·30대는 비건 식품과 뷰티 구매 경험이 30%를 넘어 가장 높다. 비건 패션 역시 연령대가 낮을수록 구매 경험이 높은 반면, 생활용품에 대해서는 연령별 큰 차이 없이 20%내외 수준으로 비슷하다.



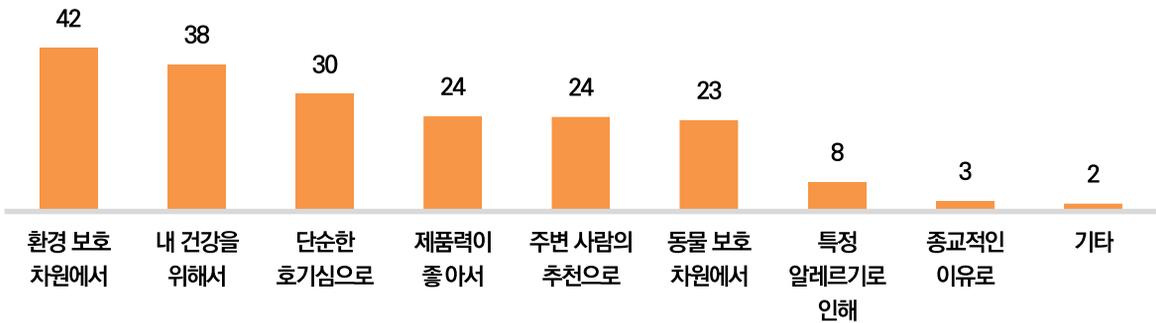
왜 비건 제품을 구매하는가? '환경을 보호하기 위해(42%)', '건강을 위해(38%)'

최근 1년 사이(2022년 5월 이후) 비건 제품을 구매한 적 있는 395명에게 구매 이유를 물었다. '환경을 보호하기 위해서(42%)'라는 응답이 가장 높고 '내 건강을 위해서(38%)', '단순한 호기심으로(30%)', '제품력이 좋아서(24%)'라는 이유가 뒤를 잇는다. **작년**에 이어 '환경과 건강'을 위해 비건 제품을 구매했다는 응답이 3~40%대로 상위에 있다. '환경'과 '건강'은 채식과 비건 제품 구매 이유에서 모두 상위권에 있다. 채식을 하는 이유에서는 이 둘 간의 격차가 컸지만, 비건 제품 구매 이유에서는 둘 사이의 격차가 크지 않고 오히려 환경 보호가 가장 높다. 나의 건강뿐 아니라 환경을 보호하고자 하는 복합적인 심리가 더 강하게 작용한 것으로 보인다.

여성은 남성 대비 '환경(46%, 남성 35%)'과 '제품력이 좋아서(31%, 남성 13%)' 비건 제품을 구매했다는 응답이 높다. 앞서 채식을 하는 이유와 같은 맥락에서 50대 이상의 절반 이상이 '내 건강을 위해' 비건 제품을 구매했다는 응답이 높다.

비건 제품 구매 이유는 '환경을 보호하기 위해(42%)', '건강을 위해(38%)'
여성은 '환경 보호'를 위해, 50대 이상은 '건강을 위해'

(단위: %)



최근 1년간 비건제품 구매하였음	사례수 (명)	환경 보호 차원에서	내 건강을 위해서	단순한 호기심으로	제품력이 좋아서	주변 사람의 추천으로	동물 보호 차원에서	특정 알레르기로 인해	종교적인 이유로	기타
전체	(395)	42	38	30	24	24	23	8	3	2
성별										
남자	(145)	35	39	36	13	28	18	7	6	2
여자	(250)	46	37	27	31	22	27	8	1	2
연령										
18~29세	(89)	41	15	41	35	20	24	7	4	4
30대	(77)	45	32	30	22	27	33	10	5	3
40대	(68)	43	29	33	24	22	18	10	1	0
50대	(60)	39	62	21	21	26	22	9	3	2
60세 이상	(101)	41	53	24	19	26	20	4	1	1

질문: 비건 제품을 구입한 이유는 다음 중 무엇입니까? 해당하는 이유를 모두 골라주십시오.

비고: 복수응답.

최근 1년간 비건 식품·뷰티·패션·생활용품 중 하나라도 구매한 적 있으면 '비건제품 구매한 적 있는 사람'

응답자 수: 최근 1년 간 비건 제품을 하나라도 구입한 적 있는 395명

조사기간: 2023. 5. 12. ~ 5. 15.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

비건 제품을 구매하지 않은 이유는?

'구매 필요성을 느끼지 못해서(69%)', '비건 제품이 있는 줄 몰라서(36%)'

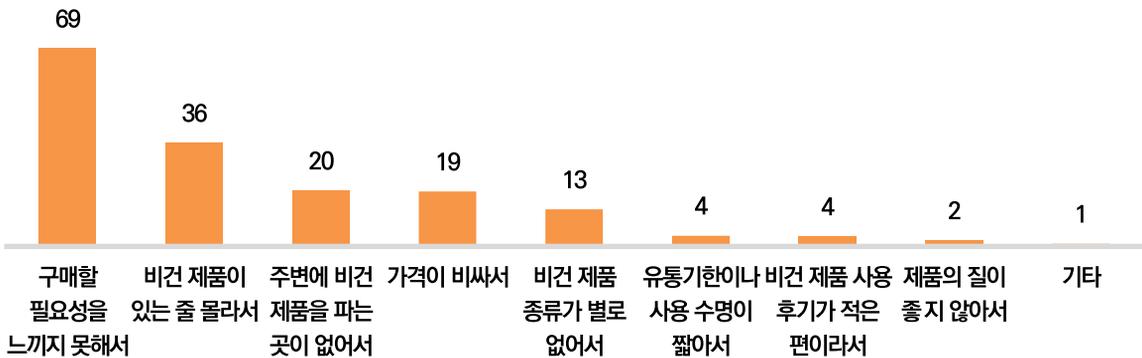
최근 1년 사이(2022년 5월 이후) 비건 제품을 구매한 적 없는 605명에게 그 이유를 물었다. **작년**에 이어 '구매할 필요를 느끼지 못해서'라는 응답이 69%로 가장 높다. 이어서 '비건 제품이 있는 줄 몰라서(36%)', '주변에 비건 제품을 파는 곳이 없어서(20%)', '가격이 비싸서(19%)' 등이 뒤를 잇는다. 작년과 비슷하게 수많은 제품 중에서 굳이 비건 제품을 선택해야 하는 이유가 없을 뿐더러 낮은 인지도와 접근성 역시 비건 제품을 구매하지 않은 이유로 꼽는다.

모든 세대가 '비건 제품을 구매할 필요성을 느끼지 못했다'는 이유가 가장 높은 가운데 특히 18-29세는 '가격이 비싸서(31%)', 비거니즘 인지도가 낮은 60세 이상은 '비건 제품이라는 것이 있는 줄 몰라서(44%)' 비건 제품을 구매한 적 없다는 응답이 타 연령 대비 높다.

비건 제품을 구매하지 않은 이유

(단위 : %)

'구매 필요성을 느끼지 못해서(69%)' 혹은 '비건 제품이 있는지 몰라서(36%)'



18-29세는 '비싼 가격(31%)', 60세 이상은 '낮은 인지도(44%)'로 비건 제품 구매한 적 없어

최근 1년 간 비건 제품 구매한 적 없음	사례수 (명)	구매할 필요성을 느끼지 못해서	비건 제품이 있는 줄 몰라서	주변에 비건 제품을 파는 곳이 없어서	가격이 비싸서	비건 제품 종류가 별로 없어서	유통기한이나 사용 수명이 짧아서	비건 제품 사용 후기가 적은 편이라서	제품의 질이 좋지 않아서	기타
전체	(605)	69	36	20	19	13	4	4	2	1
성별										
남자	(351)	75	36	17	18	10	2	3	3	1
여자	(254)	62	37	24	21	18	6	4	1	2
연령										
18-29세	(77)	75	24	10	31	13	6	4	4	1
30대	(74)	70	25	20	24	12	0	4	4	1
40대	(113)	63	39	26	20	17	5	9	4	1
50대	(134)	71	36	20	13	11	3	1	1	1
60세 이상	(207)	69	44	19	17	12	5	2	1	1

질문: 비건 제품을 구매하지 않은 이유는 다음 중 무엇입니까? 해당하는 이유를 모두 골라주십시오.

비고: 복수응답

응답자 수: 최근 1년 간 비건 제품을 구매한 적 없는 605명

조사기간: 2023. 5. 12. ~ 5. 15.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

4 비건 시장에 대한 전망

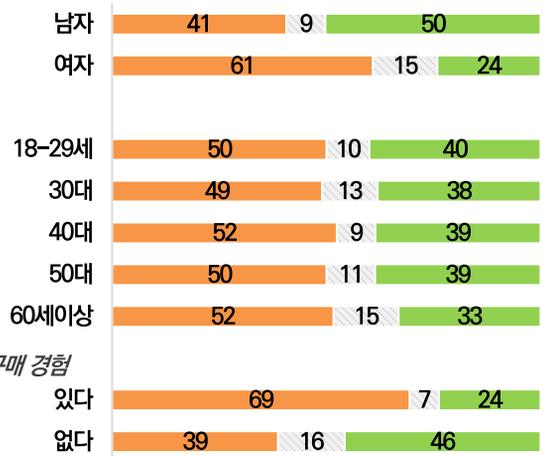
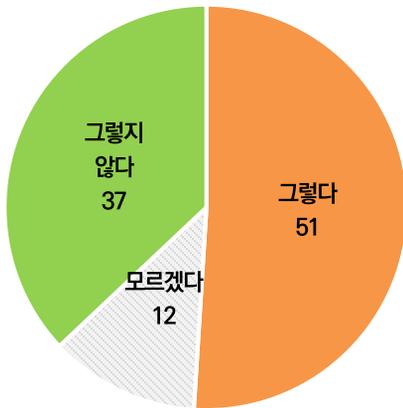
비건 제품 구매를 통한 기대효과 - '환경 보호' · '동물권 보호', 과반 이상 동의 비거니즘은 이제 라이프 스타일로 자리매김 ... 허나 가격이 비싸면 구매하지 않을 것

비건 제품을 구매함으로써 기대하는 바에 대해 살펴보면, 2명 중 1명은 비건 제품 구매가 '환경(51%)'과 '동물권(55%)'을 보호하는 데 도움을 준다고 답했고 모든 세대에서 절반 이상이 이에 동의한다. 비건 인지도와 관련 제품 구매 경험이 높은 여성에서 남성보다 동의하는 응답이 20%포인트 이상 높다. 최근 1년 사이 비건 제품 구매 경험이 없는 사람의 40% 가량도 기대효과에 동의하고 있다. 앞서 채식주의가 동물권을 보호하는 생활 방식이라는 진술에 대해 인식이 엇갈렸는데(동의한다 47%, 동의하지 않는다 44%), 비거니즘이 동물권을 보호한다는 데에는 절반 이상이 동의하고 있어 차이를 보인다(55%, 그렇지 않다 35%).

다만, 전체 결과는 비거니즘이 동물권을 보호할 수 있다는 데 55%가 동의하는데 실제 비건 제품을 구매한 주된 이유는 '환경 보호'와 '건강'에 초점을 두고 있고 동물권 보호는 후순위이다. 비건 제품을 이용함으로써 동물권을 보호할 수 있다는 것은 동의하지만, 이것이 비건 제품 구매로 이어지는 주된 요인은 아닌 것이다.

비건 제품을 구매함으로써 '환경을 보호'할 수 있다 51%, 그렇지 않다 37%

(단위 : %)



질문: 다음 각각에 대해 어떻게 생각하십니까? - 비건 제품을 구매함으로써 환경을 보호할 수 있다

비교: 그렇다(매우 그렇다+그렇다), 그렇지 않다(전혀 그렇지 않다+그렇지 않다) 응답 제시

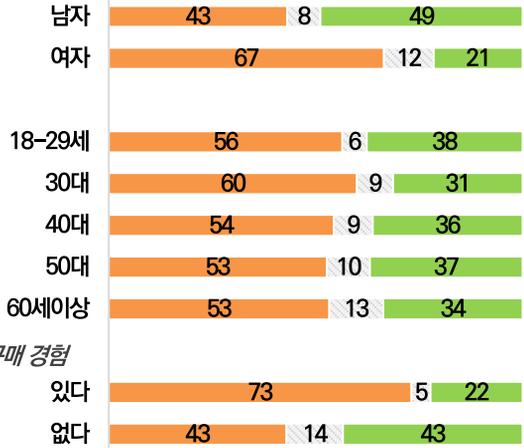
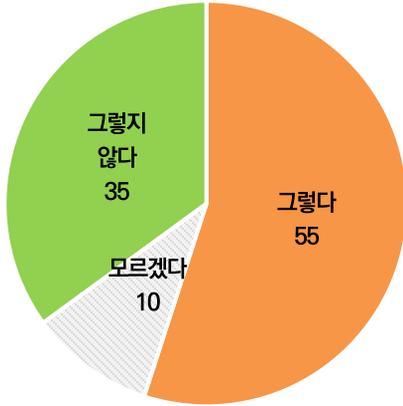
응답자 수: 1,000명

조사기간: 2023. 5. 12. ~ 5. 15.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinon.co.kr)

(단위 : %)

비건 제품을 구매함으로써 '동물권을 보호'할 수 있다 55%, 그렇지 않다 35%



질문: 다음 각각에 대해 어떻게 생각하십니까? - 비건 제품을 구매함으로써 동물권을 보호할 수 있다

비고: 그렇다(매우 그렇다+그렇다), 그렇지 않다(전혀 그렇지 않다+그렇지 않다) 응답 제시

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2023. 5. 12. ~ 5. 15.

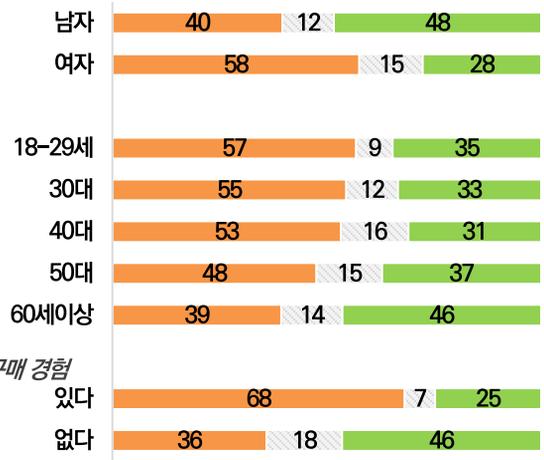
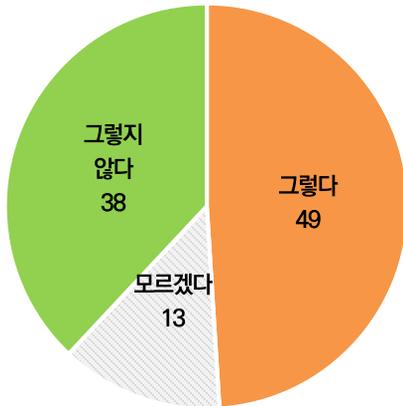
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

작년 대비 비거니즘 인지도가 소폭 상승하고, 기대효과에 대해서도 절반 이상이 동의하는 가운데 2명 중 1명은 우리나라에서 비거니즘이 하나의 삶의 방식으로 자리잡을 것이라고 답했다(49%, 그렇지 않다 38%). 여성(58%)이 남성보다(40%) 향후 비거니즘 전망에 대해 긍정적이다. 비거니즘 인지도가 낮았던 60세 이상을 제외한 모든 연령대에서 과반 이상이 비거니즘을 긍정적으로 전망하고, 최근 1년 사이 비건 제품을 구매한 적이 있는 응답자 역시 68%가 그렇다고 답했다.

비거니즘 전망은 밝지만, 가격이 비싸다면 구매 의향은 감소한다. 가격이 비싸다면 비건 제품을 구매하지 않겠다는 응답이 65%, 비싸더라도 구매한다는 응답은 26%에 그친다. 성, 연령과 무관하게 과반 이상이 높은 가격을 감수하지 않겠다는 인식이고 비건 제품 구매 경험이 있는 응답자의 인식도 반반으로 엇갈린다. 앞서 비건 제품을 구매하지 않는 이유로 필요성을 느끼지 못하고, 낮은 접근성과 높은 가격 등을 언급하는 상황에서 비싼 가격은 비건 제품 이용자와 잠재적 구매자의 구매 동참을 보류시킬 것으로 보인다.

비거니즘은 하나의 삶의 방식으로 자리잡을 것이다 49%, 그렇지 않다 38%

(단위 : %)



비건 제품 구매 경험

질문: 다음 각각에 대해 어떻게 생각하십니까? - 향후 우리 사회에서 삶의 방식(라이프스타일) 중 하나로 자리 잡을 것이다

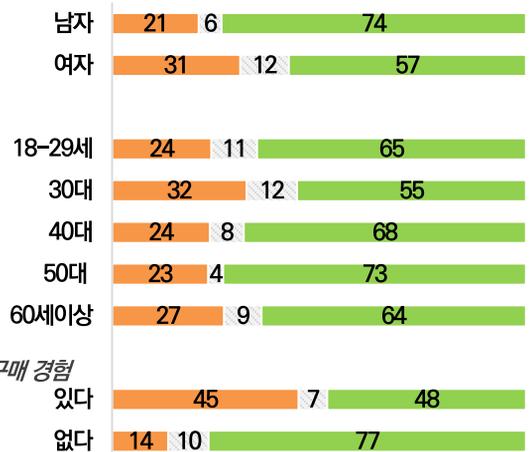
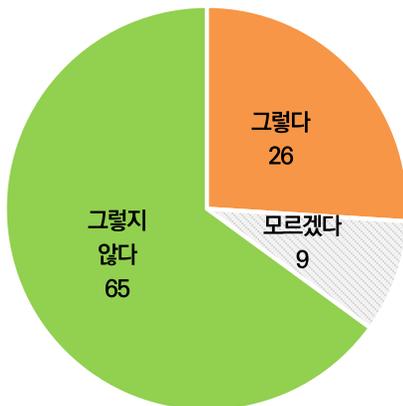
비교: 그렇다(매우 그렇다+그렇다), 그렇지 않다(전혀 그렇지 않다+그렇지 않다) 응답 제시

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2023. 5. 12. ~ 5. 15.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

가격이 비싸더라도 비건 제품 구매할 것이다 26%, 그렇지 않다 65%



비건 제품 구매 경험

질문: 다음 각각에 대해 어떻게 생각하십니까? - 나는 비건이 아닌 제품과 비교했을 때 가격이 더 비싸더라도 비건 제품을 구입할 의향이 있다

비교: 그렇다(매우 그렇다+그렇다), 그렇지 않다(전혀 그렇지 않다+그렇지 않다) 응답 제시

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2023. 5. 12. ~ 5. 15.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

조사개요

구분	내용
모집단	• 전국의 만 18세 이상 성인남녀
표집틀	• 한국리서치 마스터샘플(23년 5월 기준 전국 88만여 명)
표집방법	• 지역별, 성별, 연령별 비례할당추출
표본크기	• 1,000명
표본오차	• 무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.1\%p$
조사방법	• 웹조사(휴대전화 문자와 이메일을 통해 url 발송)
가중치 부여방식	• 지역별, 성별, 연령별 가중치 부여(셀가중) (2023년 3월 행정안전부 발표 주민등록 인구 기준)
응답율	• 조사요청 5,392명, 조사참여 1,241명, 조사완료 1,000명 (요청대비 18.5%, 참여대비 80.6%)
조사일시	• 2023년 5월 12일 ~ 5월 15일
조사기관	• (주)한국리서치(대표이사 노익상)

한국리서치 주간리포트

여론속의

여輿論論

Hankook | Research

