

2024 한국리서치 11차 정기조사(6월 2주)

비건(Vegan)에 관한 인식조사 [결과표]

2024. 6.

조사 개요

구 분	내 용
모 집 단	<ul style="list-style-type: none">전국의 만 18세 이상 남녀
표집률	<ul style="list-style-type: none">한국리서치 마스터샘플(2024년 5월 기준 전국 93만여 명)
표집방법	<ul style="list-style-type: none">지역별, 성별, 연령별 기준 비례할당추출
표본크기	<ul style="list-style-type: none">1,000명
표본오차	<ul style="list-style-type: none">무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.1\%$
조사방법	<ul style="list-style-type: none">웹조사(휴대전화 문자와 이메일을 통해 url 발송)
가중치 부여방식	<ul style="list-style-type: none">지역별, 성별, 연령별 가중치 부여(셀가중) (2024년 3월 행정안전부 발표 주민등록 인구 기준)
응답(협조)율	<ul style="list-style-type: none">조사요청 33,114명, 조사참여 1,819명, 조사완료 1,000명 (요청대비 3.0%, 참여대비 55.0%)
조사일시	<ul style="list-style-type: none">2024년 6월 14일 ~ 6월 17일
조사기관	<ul style="list-style-type: none">(주)한국리서치(대표이사 노익상)

응답자 분포표(1)

	조사완료		가중값 적용 기준		가중값 배율 (B/A)
	사례수(명) (A)	비율(%)	사례수(명) (B)	비율(%)	
■ 전체 ■	1,000	100	1,000	100	1.0
성별					
남자	481	48	494	49	1.0
여자	519	52	506	51	1.0
연령					
18-29세	138	14	159	16	1.2
30-39세	135	14	149	15	1.1
40-49세	177	18	177	18	1.0
50-59세	212	21	196	20	0.9
60-69세	185	19	173	17	0.9
70세 이상	153	15	146	15	1.0
거주지역					
서울	188	19	188	19	1.0
인천/경기	313	31	320	32	1.0
대전/세종/충청	114	11	106	11	0.9
광주/전라	102	10	98	10	1.0
대구/경북	98	10	97	10	1.0
부산/울산/경남	140	14	149	15	1.1
강원/제주	45	5	42	4	0.9

응답자 분포표(2)

구분	조사완료 사례수 (명)			가중값 계	적용 기준 남자	사례수 (명) 여자
	계	남자	여자			
계	소계	1000	481	519	1000	494
	18~29세	138	69	69	159	82
	30~39세	135	62	73	149	77
	40~49세	177	88	89	177	90
	50~59세	212	106	106	196	99
	60~69세	185	91	94	173	85
	70세 이상	153	65	88	146	61
서울	소계	188	84	104	188	90
	18~29세	30	13	17	34	16
	30~39세	28	11	17	32	16
	40~49세	31	16	15	32	16
	50~59세	38	18	20	34	17
	60~69세	30	15	15	30	14
	70세 이상	31	11	20	26	11
인천/경기	소계	313	148	165	320	160
	18~29세	43	19	24	53	28
	30~39세	47	24	23	52	27
	40~49세	62	30	32	61	31
	50~59세	67	33	34	64	32
	60~69세	53	26	27	52	26
	70세 이상	41	16	25	38	16
대전/세종/충청	소계	114	57	57	106	54
	18~29세	16	10	6	17	9
	30~39세	15	7	8	15	8
	40~49세	17	9	8	19	10
	50~59세	22	11	11	21	11
	60~69세	23	12	11	18	9
	70세 이상	21	8	13	16	7
광주/전라	소계	102	52	50	98	48
	18~29세	13	8	5	15	8
	30~39세	10	3	7	12	6
	40~49세	20	9	11	16	8
	50~59세	23	14	9	19	10
	60~69세	20	10	10	18	9
	70세 이상	16	8	8	18	7
대구/경북	소계	98	48	50	97	48
	18~29세	12	6	6	13	7
	30~39세	12	6	6	13	7
	40~49세	16	8	8	16	8
	50~59세	21	10	11	20	10
	60~69세	20	9	11	18	9
	70세 이상	17	9	8	17	7
부산/울산/경남	소계	140	71	69	149	73
	18~29세	19	11	8	21	11
	30~39세	17	8	9	19	10
	40~49세	24	13	11	26	13
	50~59세	30	15	15	30	15
	60~69세	30	14	16	29	14
	70세 이상	20	10	10	24	10
강원/제주	소계	45	21	24	42	21
	18~29세	5	2	3	6	3
	30~39세	6	3	3	6	3
	40~49세	7	3	4	7	4
	50~59세	11	5	6	8	4
	60~69세	9	5	4	8	4
	70세 이상	7	3	4	7	4

목 차

응답자 분포표	1
[표 a01] 비거니즘 인지 여부	2
[표 a02] 최근 1년 간 비건 제품 구매 경험: 1. 비건 식품(비건 인증 식품, 육류 대체 식품, 비건 베이커리 등)	3
[표 a03] 최근 1년 간 비건 제품 구매 경험: 2. 비건 뷰티(화장품, 스킨케어제품 등)	4
[표 a04] 최근 1년 간 비건 제품 구매 경험: 3. 비건 패션(의류, 가방 등)	5
[표 a05] 최근 1년 간 비건 제품 구매 경험: 4. 비건 생활용품(샴푸, 비누, 수세미 등)	6
[표 a06] 최근 1년 간 비건 제품 구매 경험: (종합) "구매 경험 있다"	7
[표 a07] 최근 1년 간 비건 제품 구매한 이유	8
[표 a08] 최근 1년 간 비건 제품 구매한 적 없는 이유	9
[표 a09] 비거니즘에 대한 인식: 1. 비거니즘은 향후 우리 사회에서 삶의 방식(라이프스타일) 중 하나로 자리 잡을 것이다	10
[표 a10] 비거니즘에 대한 인식: 2. 나는 비건이 아닌 제품과 비교했을 때 가격이 더 비싸더라도 비건 제품을 구입할 의향이 있다	11
[표 a11] 비거니즘에 대한 인식: 3. 비건 제품을 구매함으로써 환경을 보호할 수 있다	12
[표 a12] 비거니즘에 대한 인식: 4. 비건 제품을 구매함으로써 동물권을 보호할 수 있다	13
[표 a13] 비거니즘에 대한 인식: 5. 비건 제품은 모두 친환경적이다	14
[표 a14] 비거니즘에 대한 인식: (종합) "그렇다"	15
[표 a15] 비거니즘에 대한 인식: (종합) "그렇지 않다"	16

응답자 분포표

(단위 : %)

전체	사례수 (명)	전체
■ 전체 ■	(1,000)	100
성별		
남자	(494)	49
여자	(506)	51
연령		
18_29세	(159)	16
30_39세	(149)	15
40_49세	(177)	18
50_59세	(196)	20
60_69세	(173)	17
70세이상	(146)	15
거주지역		
서울	(188)	19
인천/경기	(320)	32
대전/세종/충청	(106)	11
광주/전라	(98)	10
대구/경북	(97)	10
부산/울산/경남	(149)	15
강원/제주	(42)	4
학력		
고졸이하	(487)	49
대재이상	(513)	51
직업		
농/임/어업	(15)	1
자영업	(63)	6
판매/영업/서비스	(65)	7
생산/기능/노무	(89)	9
사무/관리/전문	(291)	29
주부	(156)	16
학생	(79)	8
기타	(102)	10
무직/퇴직	(139)	14
직장지위		
정규직 임금근로자	(387)	39
비정규직 임금근로자	(110)	11
자영업자	(131)	13
비경제활동	(373)	37
월평균 가구소득		
300만원미만	(296)	30
300만원 이상_600만원 미만	(409)	41
600만원 이상	(296)	30
주관적 계층인식		
중상층	(394)	39
하층	(579)	58
모르겠다	(27)	3
비건 제품 구매 경험		
구매 경험 있다	(385)	38
구매 경험 없다	(615)	62

[표 a01] 비거니즘 인지 여부
[A566] 비거니즘에 대해 알고 계십니까?

단위: %

전체	사례수 (명)	① 들어본 적 없다(처음 듣는다)	② 들어본 적은 있지만 잘 모른다	①+② 잘 모른다	③ 조금 알고 있다	④ 매우 잘 알고 있다	③+④ 어느 정도 알고 있다	계
■ 전체 ■	(1,000)	26	38	64	31	5	36	100
성별								
남자	(494)	29	36	65	29	5	35	100
여자	(506)	23	40	63	32	5	37	100
연령								
18_29세	(159)	24	25	49	38	13	51	100
30_39세	(149)	26	36	62	32	6	38	100
40_49세	(177)	27	35	61	35	4	39	100
50_59세	(196)	24	44	68	29	2	32	100
60_69세	(173)	25	44	69	26	5	31	100
70세이상	(146)	31	44	75	24	1	25	100
거주지역								
서울	(188)	22	35	56	38	5	44	100
인천/경기	(320)	28	39	67	28	6	33	100
대전/세종/충청	(106)	26	42	68	28	4	32	100
광주/전라	(98)	30	39	69	28	3	31	100
대구/경북	(97)	23	39	61	32	6	39	100
부산/울산/경남	(149)	25	37	62	32	5	38	100
강원/제주	(42)	30	41	72	26	2	28	100
학력								
고졸이하	(487)	30	45	75	21	4	25	100
대재이상	(513)	22	32	54	40	7	46	100
직업								
농/임/어업	(15)	38	37	75	25	0	25	100
자영업	(63)	31	33	64	33	3	36	100
판매/영업/서비스	(65)	29	36	64	31	5	36	100
생산/기능/노무	(89)	32	45	77	21	2	23	100
사무/관리/전문	(291)	22	39	61	34	5	39	100
주부	(156)	22	45	67	30	3	33	100
학생	(79)	19	22	41	42	17	59	100
기타	(102)	24	40	64	29	7	36	100
무직/퇴직	(139)	35	36	71	25	4	29	100
직장지위								
정규직 임금근로자	(387)	26	37	63	32	5	37	100
비정규직 임금근로자	(110)	27	47	74	23	3	26	100
자영업자	(131)	25	38	63	32	5	37	100
비경제활동	(373)	26	37	63	31	6	37	100
월평균 가구소득								
300만원미만	(296)	28	46	74	23	3	26	100
300만원 이상_600만원 미만	(409)	28	36	64	32	4	36	100
600만원 이상	(296)	20	34	54	37	9	46	100
주관적 계층인식								
중상층	(394)	24	37	61	33	6	39	100
하층	(579)	26	39	65	30	4	35	100
모르겠다	(27)	55	31	86	10	4	14	100

[표 a02] 최근 1년 간 비건 제품 구매 경험: 1. 비건 식품(비건 인증 식품, 육류 대체 식품, 비건 베이커리 등)

[A567_1] 최근 1년(2023년 6월 이후) 사이 비건 제품을 구매하신 적이 있습니까?

		단위: %			
전체		사례수 (명)	경험 있다	경험 없다	계
■ 전체 ■		(1,000)	26	74	100
성별	남자	(494)	19	81	100
	여자	(506)	32	68	100
연령	18_29세	(159)	36	64	100
	30_39세	(149)	34	66	100
	40_49세	(177)	26	74	100
	50_59세	(196)	24	76	100
	60_69세	(173)	19	81	100
	70세이상	(146)	16	84	100
거주지역	서울	(188)	28	72	100
	인천/경기	(320)	23	77	100
	대전/세종/충청	(106)	33	67	100
	광주/전라	(98)	24	76	100
	대구/경북	(97)	23	77	100
	부산/울산/경남	(149)	24	76	100
	강원/제주	(42)	30	70	100
학력	고졸이하	(487)	21	79	100
	대재이상	(513)	30	70	100
직업	농/임/어업	(15)	33	67	100
	자영업	(63)	19	81	100
	판매/영업/서비스	(65)	27	73	100
	생산/기능/노무	(89)	23	77	100
	사무/관리/전문	(291)	31	69	100
	주부	(156)	24	76	100
	학생	(79)	32	68	100
	기타	(102)	28	72	100
	무직/퇴직	(139)	15	85	100
직장지위	정규직 임금근로자	(387)	28	72	100
	비정규직 임금근로자	(110)	28	72	100
	자영업자	(131)	26	74	100
	비경제활동	(373)	22	78	100
월평균 가구소득	300만원미만	(296)	23	77	100
	300만원 이상_600만원 미만	(409)	24	76	100
	600만원 이상	(296)	31	69	100
주관적 계층인식	중상층	(394)	26	74	100
	하층	(579)	26	74	100
	모르겠다	(27)	16	84	100

[표 a03] 최근 1년 간 비건 제품 구매 경험: 2. 비건 뷰티(화장품, 스킨케어제품 등)

[A567_2] 최근 1년(2023년 6월 이후) 사이 비건 제품을 구매하신 적이 있습니까?

단위: %

전체	사례수 (명)	경험 있다	경험 없다	계
■ 전체 ■	(1,000)	23	77	100
성별				
남자	(494)	11	89	100
여자	(506)	35	65	100
연령				
18_29세	(159)	39	61	100
30_39세	(149)	32	68	100
40_49세	(177)	22	78	100
50_59세	(196)	20	80	100
60_69세	(173)	16	84	100
70세이상	(146)	13	87	100
거주지역				
서울	(188)	28	72	100
인천/경기	(320)	24	76	100
대전/세종/충청	(106)	26	74	100
광주/전라	(98)	16	84	100
대구/경북	(97)	20	80	100
부산/울산/경남	(149)	22	78	100
강원/제주	(42)	20	80	100
학력				
고졸이하	(487)	17	83	100
대재이상	(513)	29	71	100
직업				
농/임/어업	(15)	27	73	100
자영업	(63)	14	86	100
판매/영업/서비스	(65)	28	72	100
생산/기능/노무	(89)	16	84	100
사무/관리/전문	(291)	27	73	100
주부	(156)	26	74	100
학생	(79)	33	67	100
기타	(102)	19	81	100
무직/퇴직	(139)	17	83	100
직장지위				
정규직 임금근로자	(387)	24	76	100
비정규직 임금근로자	(110)	21	79	100
자영업자	(131)	21	79	100
비경제활동	(373)	24	76	100
월평균 가구소득				
300만원미만	(296)	21	79	100
300만원 이상_600만원 미만	(409)	22	78	100
600만원 이상	(296)	28	72	100
주관적 계층인식				
중상층	(394)	24	76	100
하층	(579)	23	77	100
모르겠다	(27)	24	76	100

[표 a04] 최근 1년 간 비건 제품 구매 경험: 3. 비건 패션(의류, 가방 등)
[A567_3] 최근 1년(2023년 6월 이후) 사이 비건 제품을 구매하신 적이 있습니까?

단위: %				
전체	사례수 (명)	경험 있다	경험 없다	계
■ 전체 ■	(1,000)	14	86	100
성별				
남자	(494)	11	89	100
여자	(506)	16	84	100
연령				
18_29세	(159)	18	82	100
30_39세	(149)	18	82	100
40_49세	(177)	15	85	100
50_59세	(196)	10	90	100
60_69세	(173)	11	89	100
70세이상	(146)	10	90	100
거주지역				
서울	(188)	17	83	100
인천/경기	(320)	14	86	100
대전/세종/충청	(106)	15	85	100
광주/전라	(98)	9	91	100
대구/경북	(97)	13	87	100
부산/울산/경남	(149)	10	90	100
강원/제주	(42)	16	84	100
학력				
고졸이하	(487)	11	89	100
대재이상	(513)	16	84	100
직업				
농/임/어업	(15)	20	80	100
자영업	(63)	15	85	100
판매/영업/서비스	(65)	18	82	100
생산/기능/노무	(89)	10	90	100
사무/관리/전문	(291)	16	84	100
주부	(156)	10	90	100
학생	(79)	18	82	100
기타	(102)	15	85	100
무직/퇴직	(139)	7	93	100
직장지위				
정규직 임금근로자	(387)	14	86	100
비정규직 임금근로자	(110)	15	85	100
자영업자	(131)	19	81	100
비경제활동	(373)	10	90	100
월평균 가구소득				
300만원미만	(296)	13	87	100
300만원 이상_600만원 미만	(409)	12	88	100
600만원 이상	(296)	17	83	100
주관적 계층인식				
중상층	(394)	13	87	100
하층	(579)	14	86	100
모르겠다	(27)	17	83	100

[표 a05] 최근 1년 간 비건 제품 구매 경험: 4. 비건 생활용품(샴푸, 비누, 수세미 등)
[A567_4] 최근 1년(2023년 6월 이후) 사이 비건 제품을 구매하신 적이 있습니까?

단위: %				
전체	사례수 (명)	경험 있다	경험 없다	계
■ 전체 ■	(1,000)	22	78	100
성별				
남자	(494)	13	87	100
여자	(506)	30	70	100
연령				
18_29세	(159)	23	77	100
30_39세	(149)	22	78	100
40_49세	(177)	22	78	100
50_59세	(196)	20	80	100
60_69세	(173)	22	78	100
70세이상	(146)	22	78	100
거주지역				
서울	(188)	27	73	100
인천/경기	(320)	20	80	100
대전/세종/충청	(106)	25	75	100
광주/전라	(98)	19	81	100
대구/경북	(97)	22	78	100
부산/울산/경남	(149)	18	82	100
강원/제주	(42)	20	80	100
학력				
고졸이하	(487)	21	79	100
대재이상	(513)	23	77	100
직업				
농/임/어업	(15)	27	73	100
자영업	(63)	22	78	100
판매/영업/서비스	(65)	32	68	100
생산/기능/노무	(89)	18	82	100
사무/관리/전문	(291)	23	77	100
주부	(156)	26	74	100
학생	(79)	16	84	100
기타	(102)	20	80	100
무직/퇴직	(139)	15	85	100
직장지위				
정규직 임금근로자	(387)	21	79	100
비정규직 임금근로자	(110)	26	74	100
자영업자	(131)	27	73	100
비경제활동	(373)	20	80	100
월평균 가구소득				
300만원미만	(296)	25	75	100
300만원 이상_600만원 미만	(409)	18	82	100
600만원 이상	(296)	23	77	100
주관적 계층인식				
중상층	(394)	22	78	100
하층	(579)	22	78	100
모르겠다	(27)	17	83	100

[표 a06] 최근 1년 간 비건 제품 구매 경험: (종합) "구매 경험 있다"
[A567] 최근 1년(2023년 6월 이후) 사이 비건 제품을 구매하신 적이 있습니까?

단위: %					
전체	사례수 (명)	1. 비건 식품(비건 인증 식품, 육류 대체 식품, 비건 베이커리 등)	2. 비건 뷰티(화장품, 스킨케어제품 등)	4. 비건 생활용품(샴푸, 비누, 수세미 등)	3. 비건 패션(의류, 가방 등)
■ 전체 ■	(1,000)	26	23	22	14
성별					
남자	(494)	19	11	13	11
여자	(506)	32	35	30	16
연령					
18_29세	(159)	36	39	23	18
30_39세	(149)	34	32	22	18
40_49세	(177)	26	22	22	15
50_59세	(196)	24	20	20	10
60_69세	(173)	19	16	22	11
70세이상	(146)	16	13	22	10
거주지역					
서울	(188)	28	28	27	17
인천/경기	(320)	23	24	20	14
대전/세종/충청	(106)	33	26	25	15
광주/전라	(98)	24	16	19	9
대구/경북	(97)	23	20	22	13
부산/울산/경남	(149)	24	22	18	10
강원/제주	(42)	30	20	20	16
학력					
고졸이하	(487)	21	17	21	11
대재이상	(513)	30	29	23	16
직업					
농/임/어업	(15)	33	27	27	20
자영업	(63)	19	14	22	15
판매/영업/서비스	(65)	27	28	32	18
생산/기능/노무	(89)	23	16	18	10
사무/관리/전문	(291)	31	27	23	16
주부	(156)	24	26	26	10
학생	(79)	32	33	16	18
기타	(102)	28	19	20	15
무직/퇴직	(139)	15	17	15	7
직장지위					
정규직 임금근로자	(387)	28	24	21	14
비정규직 임금근로자	(110)	28	21	26	15
자영업자	(131)	26	21	27	19
비경제활동	(373)	22	24	20	10
월평균 가구소득					
300만원미만	(296)	23	21	25	13
300만원 이상_600만원 미만	(409)	24	22	18	12
600만원 이상	(296)	31	28	23	17
주관적 계층인식					
중상층	(394)	26	24	22	13
하층	(579)	26	23	22	14
모르겠다	(27)	16	24	17	17

[표 a07] 최근 1년 간 비건 제품 구매한 이유
[A568-1] 비건 제품을 구입한 이유는 다음 중 무엇입니까? 해당하는 이유를 모두 골라주십시오.

단위: %

최근 1년 간 비건 제품 구매한 적 있음	사례수 (명)	환경 보호 차원에서	내 건강을 위해서	단순한 호기심으로	제품력이 좋아서	동물 보호 차원에서	주변 사람의 추천으로	특정 알레르기로 인해	종교적인 이유로	기타
■ 전체 ■	(385)	42	39	31	26	20	17	8	0	3
성별										
남자	(131)	33	36	34	23	12	21	10	1	4
여자	(254)	46	40	30	27	24	14	6	0	2
연령										
18_29세	(83)	46	21	36	32	34	16	3	0	4
30_39세	(74)	31	27	39	27	25	19	13	0	5
40_49세	(65)	43	35	35	26	17	13	3	0	2
50_59세	(71)	46	39	31	20	21	16	15	0	3
60_69세	(51)	49	60	20	22	8	19	9	0	2
70세이상	(40)	36	74	17	22	2	16	2	2	0
거주지역										
서울	(82)	47	40	34	27	22	15	10	0	3
인천/경기	(123)	37	38	31	25	23	21	8	0	4
대전/세종/충청	(44)	53	44	26	32	21	14	3	0	0
광주/전라	(35)	47	47	21	28	20	14	8	0	0
대구/경북	(36)	37	43	33	22	6	16	3	0	3
부산/울산/경남	(49)	36	31	35	25	20	12	11	0	4
강원/제주	(16)	41	19	48	17	13	19	5	6	0
학력										
고졸이하	(155)	43	50	29	28	13	19	7	1	1
대재이상	(230)	41	31	33	24	25	15	8	0	4
직업										
농/임/어업	(6)	33	51	0	33	0	16	0	16	0
자영업	(20)	51	46	26	43	19	4	5	0	0
판매/영업/서비스	(30)	41	36	20	33	15	15	6	0	7
생산/기능/노무	(30)	48	33	36	22	9	20	17	0	0
사무/관리/전문	(127)	40	32	40	21	20	14	6	0	2
주부	(61)	45	59	25	27	13	25	8	0	3
학생	(36)	59	23	29	30	49	19	0	0	0
기타	(38)	35	32	35	13	29	20	11	0	6
무직/퇴직	(37)	27	52	25	33	10	11	12	0	3
직장지위										
정규직 임금근로자	(155)	36	29	41	23	18	15	10	0	2
비정규직 임금근로자	(45)	50	30	32	23	25	19	0	0	10
자영업자	(52)	49	52	18	24	18	11	9	2	0
비경제활동	(134)	44	47	26	29	22	19	7	0	2
월평균 가구소득										
300만원 미만	(110)	39	48	29	29	18	16	10	1	1
300만원 이상_600만원 미만	(144)	45	35	34	25	17	14	7	0	3
600만원 이상	(131)	42	35	30	23	25	20	6	0	4
주관적 계층인식										
중상층	(154)	44	41	32	21	21	18	7	0	3
하층	(222)	41	36	31	28	19	16	8	0	2
모르겠다	(9)	34	50	30	38	23	10	10	0	11

[표 a08] 최근 1년 간 비건 제품 구매한 적 없는 이유

[A568-2] 비건 제품을 구매하지 않은 이유는 다음 중 무엇입니까? 해당하는 이유를 모두 골라주십시오.

단위: %

최근 1년 간 비건 제품 구매한 적 없음	사례수 (명)	구매할 필요성을 느끼지 못해서	비건 제품이라는 게 있는 줄 몰라서	가격이 비싸서	주변에 비건 제품을 파는 곳이 없어서	비건 제품 종류가 별로 없어서	유통기한이나 사용 수명이 짧아서	비건 제품 사용 후기가 적은 편이라서	제품의 질이 좋지 않아서	기타
■ 전체 ■	(615)	73	28	25	19	13	5	4	3	1
성별										
남자	(363)	76	30	24	18	12	4	4	3	2
여자	(252)	69	25	26	21	14	5	3	3	1
연령										
18_29세	(76)	81	22	32	14	8	3	0	4	0
30_39세	(75)	64	21	34	10	16	10	3	5	1
40_49세	(112)	76	25	25	25	19	4	7	3	1
50_59세	(125)	65	26	26	26	14	5	4	4	1
60_69세	(122)	73	29	18	15	7	2	3	2	2
70세이상	(106)	80	40	19	21	14	4	4	2	3
거주지역										
서울	(106)	72	31	27	11	13	4	4	3	3
인천/경기	(197)	69	25	26	25	17	7	3	4	1
대전/세종/충청	(62)	68	22	29	18	11	7	3	3	0
광주/전라	(63)	66	35	23	16	10	3	3	4	1
대구/경북	(61)	83	31	28	21	10	2	3	2	0
부산/울산/경남	(100)	83	29	19	20	12	3	7	2	0
강원/제주	(26)	74	19	14	16	8	3	4	3	4
학력										
고졸이하	(332)	71	32	24	22	13	5	4	3	2
대재이상	(283)	75	23	25	17	13	4	4	3	1
직업										
농/임/어업	(9)	53	40	21	31	18	0	10	0	0
자영업	(43)	66	23	22	18	15	3	2	0	2
판매/영업/서비스	(35)	69	34	17	18	5	2	8	3	0
생산/기능/노무	(60)	82	33	22	16	8	4	5	3	2
사무/관리/전문	(165)	75	26	26	17	17	4	3	2	1
주부	(95)	72	24	31	25	12	5	4	1	3
학생	(43)	82	21	36	14	9	2	0	5	0
기타	(64)	69	24	26	18	18	6	3	4	2
무직/퇴직	(101)	71	35	18	23	11	7	5	6	2
직장지위										
정규직 임금근로자	(232)	75	27	24	18	15	4	5	2	1
비정규직 임금근로자	(65)	69	23	28	16	15	9	3	6	1
자영업자	(79)	70	32	19	19	15	2	2	1	1
비경제활동	(239)	73	28	26	22	11	5	4	4	2
월평균 가구소득										
300만원 미만	(185)	71	31	28	19	10	5	5	2	1
300만원 이상_600만원 미만	(265)	73	27	24	20	16	5	4	3	2
600만원 이상	(165)	76	25	22	18	11	3	2	3	1
주관적 계층인식										
중상층	(240)	74	27	21	18	12	4	2	3	2
하층	(357)	73	26	27	20	13	5	5	3	1
모르겠다	(18)	53	62	27	17	24	0	0	0	0

[표 a09] 비거니즘에 대한 인식: 1. 비거니즘은 향후 우리 사회에서 삶의 방식(라이프스타일) 중 하나로 자리 잡을 것이다.

[A569_1] 다음 각각에 대해 어떻게 생각하십니까?

단위: %

전체	사례수 (명)	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	①+② 그렇지 않다	③ 그렇다	④ 매우 그렇다	③+④ 그렇다	모르겠다	계
■ 전체 ■	(1,000)	12	30	42	38	7	45	13	100
성별									
남자	(494)	20	34	54	27	6	32	14	100
여자	(506)	4	26	30	49	9	57	12	100
연령									
18~29세	(159)	18	20	38	37	10	47	15	100
30~39세	(149)	20	18	38	41	13	54	9	100
40~49세	(177)	11	20	31	44	12	56	13	100
50~59세	(196)	8	33	41	41	4	45	13	100
60~69세	(173)	8	40	48	35	3	38	15	100
70세이상	(146)	10	48	58	27	2	29	13	100
거주지역									
서울	(188)	12	30	42	37	11	47	11	100
인천/경기	(320)	11	29	40	39	5	44	16	100
대전/세종/충청	(106)	10	31	42	39	9	48	11	100
광주/전라	(98)	13	22	35	47	7	54	11	100
대구/경북	(97)	16	24	41	36	8	44	15	100
부산/울산/경남	(149)	11	38	49	33	6	39	12	100
강원/제주	(42)	17	36	53	29	5	34	13	100
학력									
고졸이하	(487)	10	35	45	36	5	41	14	100
대재이상	(513)	14	25	39	40	10	49	12	100
직업									
농/임/어업	(15)	7	50	57	25	0	25	18	100
자영업	(63)	12	32	45	36	11	47	9	100
판매/영업/서비스	(65)	10	25	35	47	9	56	10	100
생산/기능/노무	(89)	13	41	54	27	7	33	13	100
사무/관리/전문	(291)	15	25	40	41	8	49	11	100
주부	(156)	5	30	35	45	5	50	15	100
학생	(79)	22	18	40	35	11	46	15	100
기타	(102)	13	25	38	40	5	45	17	100
무직/퇴직	(139)	8	43	52	28	6	34	15	100
직장지위									
정규직 임금근로자	(387)	15	26	40	39	9	48	12	100
비정규직 임금근로자	(110)	9	31	40	41	4	44	16	100
자영업자	(131)	14	35	49	35	7	42	9	100
비경제활동	(373)	10	32	42	37	7	43	15	100
월평균 가구소득									
300만원미만	(296)	11	31	42	38	6	45	13	100
300만원 이상_600만원 미만	(409)	12	32	43	35	9	43	14	100
600만원 이상	(296)	13	27	40	41	6	48	12	100
주관적 계층인식									
중상층	(394)	13	29	41	38	7	45	14	100
하층	(579)	12	31	43	37	8	45	12	100
모르겠다	(27)	11	12	23	48	0	48	29	100
비건 제품 구매 경험									
구매 경험 있다	(385)	5	24	29	52	12	64	7	100
구매 경험 없다	(615)	17	34	50	29	4	33	16	100

[표 a10] 비거니즘에 대한 인식: 2. 나는 비건이 아닌 제품과 비교했을 때 가격이 더 비싸더라도 비건 제품을 구입할 의향이 있다
[A569_2] 다음 각각에 대해 어떻게 생각하십니까?

단위: %									
전체	사례수 (명)	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	①+② 그렇지 않다	③ 그렇다	④ 매우 그렇다	③+④ 그렇다	모르겠다	계
■ 전체 ■	(1,000)	28	40	67	20	4	23	9	100
성별									
남자	(494)	39	34	73	14	3	17	10	100
여자	(506)	17	45	62	25	5	29	9	100
연령									
18_29세	(159)	38	27	65	22	5	28	8	100
30_39세	(149)	37	34	70	20	4	24	6	100
40_49세	(177)	29	39	68	17	5	22	10	100
50_59세	(196)	23	41	64	20	6	26	10	100
60_69세	(173)	20	48	68	20	2	22	11	100
70세이상	(146)	22	49	71	18	1	19	10	100
거주지역									
서울	(188)	28	38	66	20	6	26	8	100
인천/경기	(320)	26	38	64	22	3	25	11	100
대전/세종/충청	(106)	30	42	72	17	5	22	6	100
광주/전라	(98)	24	42	66	18	4	23	12	100
대구/경북	(97)	29	40	69	22	3	25	6	100
부산/울산/경남	(149)	29	39	68	18	3	21	11	100
강원/제주	(42)	32	49	81	9	2	11	9	100
학력									
고졸이하	(487)	24	42	66	20	3	23	11	100
대재이상	(513)	31	38	68	20	5	24	7	100
직업									
농/임/어업	(15)	25	46	71	17	0	17	11	100
자영업	(63)	23	43	66	15	7	22	12	100
판매/영업/서비스	(65)	17	43	60	28	5	32	8	100
생산/기능/노무	(89)	32	38	70	16	3	19	11	100
사무/관리/전문	(291)	32	39	70	18	5	23	7	100
주부	(156)	18	48	66	21	2	23	11	100
학생	(79)	40	27	67	25	4	29	4	100
기타	(102)	32	36	68	17	3	20	12	100
무직/퇴직	(139)	24	39	63	21	3	24	12	100
직장지위									
정규직 임금근로자	(387)	31	40	71	16	5	21	8	100
비정규직 임금근로자	(110)	27	34	61	23	2	25	14	100
자영업자	(131)	25	41	66	20	5	25	9	100
비경제활동	(373)	25	40	65	22	3	25	10	100
월평균 가구소득									
300만원미만	(296)	26	38	64	24	4	27	9	100
300만원 이상_600만원 미만	(409)	27	43	70	15	4	19	11	100
600만원 이상	(296)	31	36	67	21	4	26	7	100
주관적 계층인식									
중상층	(394)	28	39	67	22	4	25	7	100
하층	(579)	28	40	68	18	4	22	10	100
모르겠다	(27)	14	32	46	22	0	22	31	100
비건 제품 구매 경험									
구매 경험 있다	(385)	13	42	56	31	7	38	6	100
구매 경험 없다	(615)	37	38	74	12	2	14	11	100

[표 a11] 비거니즘에 대한 인식: 3. 비건 제품을 구매함으로써 환경을 보호할 수 있다

[A569_3] 다음 각각에 대해 어떻게 생각하십니까?

단위: %

전체	사례수 (명)	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	①+② 그렇지 않다	③ 그렇다	④ 매우 그렇다	③+④ 그렇다	모르겠다	계
■ 전체 ■	(1,000)	14	29	43	37	7	44	13	100
성별									
남자	(494)	23	33	56	26	5	32	12	100
여자	(506)	6	25	31	47	9	56	14	100
연령									
18_29세	(159)	23	21	44	34	11	45	11	100
30_39세	(149)	24	21	45	40	7	47	7	100
40_49세	(177)	13	29	43	35	8	44	14	100
50_59세	(196)	7	35	42	39	6	46	12	100
60_69세	(173)	10	29	38	40	5	45	17	100
70세이상	(146)	11	38	49	31	5	35	15	100
거주지역									
서울	(188)	18	23	41	35	13	49	10	100
인천/경기	(320)	15	28	43	39	6	45	13	100
대전/세종/충청	(106)	14	30	44	37	8	45	11	100
광주/전라	(98)	9	31	40	41	4	45	15	100
대구/경북	(97)	16	28	44	35	7	41	15	100
부산/울산/경남	(149)	11	36	47	37	4	41	12	100
강원/제주	(42)	16	35	51	21	2	23	26	100
학력									
고졸이하	(487)	13	29	42	38	5	43	15	100
대재이상	(513)	16	29	45	36	9	44	11	100
직업									
농/임/어업	(15)	13	31	44	38	0	38	18	100
자영업	(63)	15	37	52	27	7	34	13	100
판매/영업/서비스	(65)	7	26	33	41	10	52	15	100
생산/기능/노무	(89)	13	31	45	30	5	35	20	100
사무/관리/전문	(291)	16	29	45	39	8	47	8	100
주부	(156)	8	27	35	46	3	49	16	100
학생	(79)	27	19	46	34	13	46	8	100
기타	(102)	17	33	50	29	6	35	15	100
무직/퇴직	(139)	12	30	42	37	8	44	14	100
직장지위									
정규직 임금근로자	(387)	17	28	45	34	8	42	12	100
비정규직 임금근로자	(110)	10	28	38	41	4	45	18	100
자영업자	(131)	13	39	52	33	6	39	10	100
비경제활동	(373)	13	27	40	40	7	47	13	100
월평균 가구소득									
300만원미만	(296)	14	27	41	37	7	43	16	100
300만원 이상_600만원 미만	(409)	12	32	45	37	6	43	13	100
600만원 이상	(296)	18	26	44	37	8	45	11	100
주관적 계층인식									
중상층	(394)	16	28	44	40	6	46	10	100
하층	(579)	13	30	44	34	8	43	14	100
모르겠다	(27)	10	18	28	41	0	41	32	100
비건 제품 구매 경험									
구매 경험 있다	(385)	7	22	29	50	13	62	9	100
구매 경험 없다	(615)	19	34	52	29	3	32	15	100

[표 a12] 비거니즘에 대한 인식: 4. 비건 제품을 구매함으로써 동물권을 보호할 수 있다

[A569_4] 다음 각각에 대해 어떻게 생각하십니까?

단위: %

전체	사례수 (명)	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	①+② 그렇지 않다	③ 그렇다	④ 매우 그렇다	③+④ 그렇다	모르겠다	계
■ 전체 ■	(1,000)	13	26	39	41	10	50	11	100
성별									
남자	(494)	22	30	52	31	6	38	10	100
여자	(506)	5	21	26	50	13	62	12	100
연령									
18_29세	(159)	21	14	35	38	16	54	11	100
30_39세	(149)	22	18	41	40	12	52	8	100
40_49세	(177)	14	22	36	44	9	53	11	100
50_59세	(196)	7	31	37	43	10	53	9	100
60_69세	(173)	9	31	40	41	6	47	14	100
70세이상	(146)	9	36	44	37	5	42	14	100
거주지역									
서울	(188)	16	25	41	36	14	50	8	100
인천/경기	(320)	13	24	37	44	9	53	10	100
대전/세종/충청	(106)	14	25	39	45	9	54	7	100
광주/전라	(98)	8	23	31	45	8	54	15	100
대구/경북	(97)	15	24	39	38	8	46	15	100
부산/울산/경남	(149)	12	31	43	38	8	46	11	100
강원/제주	(42)	10	34	43	33	4	37	19	100
학력									
고졸이하	(487)	10	29	39	40	8	48	13	100
대재이상	(513)	16	22	38	41	11	52	9	100
직업									
농/임/어업	(15)	13	19	32	50	7	57	11	100
자영업	(63)	17	34	51	35	5	40	9	100
판매/영업/서비스	(65)	5	34	39	40	10	50	11	100
생산/기능/노무	(89)	12	37	49	32	3	35	16	100
사무/관리/전문	(291)	17	20	37	44	11	55	8	100
주부	(156)	5	23	28	49	7	57	15	100
학생	(79)	19	18	37	37	18	55	8	100
기타	(102)	11	34	45	33	9	42	14	100
무직/퇴직	(139)	13	25	38	40	10	50	12	100
직장지위									
정규직 임금근로자	(387)	17	23	40	39	11	50	10	100
비정규직 임금근로자	(110)	5	35	40	38	6	44	16	100
자영업자	(131)	13	33	47	41	5	46	8	100
비경제활동	(373)	11	23	34	43	11	54	12	100
월평균 가구소득									
300만원미만	(296)	11	27	38	41	9	50	12	100
300만원 이상_600만원 미만	(409)	12	27	39	39	10	49	12	100
600만원 이상	(296)	17	23	40	43	9	52	8	100
주관적 계층인식									
중상층	(394)	14	23	37	44	9	53	10	100
하층	(579)	13	28	40	39	10	49	11	100
모르겠다	(27)	6	21	28	33	4	37	35	100
비건 제품 구매 경험									
구매 경험 있다	(385)	7	19	26	52	15	67	7	100
구매 경험 없다	(615)	17	30	47	34	6	40	14	100

[표 a13] 비거리증에 대한 인식: 5. 비건 제품은 모두 친환경적이다

[A569_5] 다음 각각에 대해 어떻게 생각하십니까?

(단위 : %)

전체	사례수 (명)	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	①+② 그렇지 않다	③ 그렇다	④ 매우 그렇다	③+④ 그렇다	모르겠다	계
■ 전체 ■	(1,000)	19	41	60	21	4	25	15	100
성별									
남자	(494)	28	39	67	16	4	20	13	100
여자	(506)	11	42	53	26	3	29	18	100
연령									
18~29세	(159)	27	31	58	26	1	27	14	100
30~39세	(149)	33	32	65	21	5	26	10	100
40~49세	(177)	18	37	54	18	5	23	22	100
50~59세	(196)	12	45	57	24	5	29	15	100
60~69세	(173)	16	44	60	22	3	25	14	100
70세이상	(146)	14	54	68	16	1	17	15	100
거주지역									
서울	(188)	23	36	59	24	5	29	12	100
인천/경기	(320)	17	39	56	24	2	26	17	100
대전/세종/충청	(106)	23	36	59	20	6	25	16	100
광주/전라	(98)	15	42	57	17	7	23	19	100
대구/경북	(97)	22	42	64	17	5	22	14	100
부산/울산/경남	(149)	17	48	66	21	1	22	12	100
강원/제주	(42)	20	49	69	12	2	14	17	100
학력									
고졸이하	(487)	16	43	59	22	3	25	17	100
대재이상	(513)	23	38	61	21	4	25	14	100
직업									
농/임/어업	(15)	13	37	50	32	0	32	18	100
자영업	(63)	21	41	62	17	4	22	16	100
판매/영업/서비스	(65)	5	47	53	24	8	32	15	100
생산/기능/노무	(89)	22	40	62	20	4	24	14	100
사무/관리/전문	(291)	24	38	62	21	3	25	13	100
주부	(156)	12	44	56	23	3	26	18	100
학생	(79)	23	29	52	32	0	32	16	100
기타	(102)	23	41	64	15	4	19	18	100
무직/퇴직	(139)	18	46	63	18	4	22	14	100
직장지위									
정규직 임금근로자	(387)	24	38	62	21	4	25	13	100
비정규직 임금근로자	(110)	12	45	57	16	3	20	23	100
자영업자	(131)	19	43	62	23	4	26	11	100
비경제활동	(373)	16	42	58	23	3	26	16	100
월평균 가구소득									
300만원미만	(296)	17	37	54	25	6	31	16	100
300만원 이상~600만원 미만	(409)	18	41	59	21	3	24	16	100
600만원 이상	(296)	23	44	67	18	2	20	13	100
주관적 계층인식									
중상층	(394)	20	40	60	23	2	25	14	100
하층	(579)	19	42	61	20	4	24	15	100
모르겠다	(27)	24	10	34	31	0	31	35	100
비건 제품 구매 경험									
구매 경험 있다	(385)	14	40	54	29	5	34	11	100
구매 경험 없다	(615)	23	41	63	16	3	19	18	100

[표 a14] 비거니즘에 대한 인식: (종합) "그렇다"

[A569] 다음 각각에 대해 어떻게 생각하십니까?

단위: %

전체	사례수 (명)	4. 비건 제품을 구매함으로써 동물권을 보호할 수 있다	1. 비거니즘은 향후 우리 사회에서 삶의 방식 (라이프스타일) 중 하나로 자리 잡을 것이다	3. 비건 제품을 구매함으로써 환경을 보호할 수 있다	5. 비건 제품은 모두 친환경적이다	2. 나는 비건이 아닌 제품과 비교했을 때 가격이 더 비싸더라도 비건 제품을 구입할 의향이 있다
■ 전체 ■	(1,000)	50	45	44	25	23
성별						
남자	(494)	38	32	32	20	17
여자	(506)	62	57	56	29	29
연령						
18_29세	(159)	54	47	45	27	28
30_39세	(149)	52	54	47	26	24
40_49세	(177)	53	56	44	23	22
50_59세	(196)	53	45	46	29	26
60_69세	(173)	47	38	45	25	22
70세이상	(146)	42	29	35	17	19
거주지역						
서울	(188)	50	47	49	29	26
인천/경기	(320)	53	44	45	26	25
대전/세종/충청	(106)	54	48	45	25	22
광주/전라	(98)	54	54	45	23	23
대구/경북	(97)	46	44	41	22	25
부산/울산/경남	(149)	46	39	41	22	21
강원/제주	(42)	37	34	23	14	11
학력						
고졸이하	(487)	48	41	43	25	23
대재이상	(513)	52	49	44	25	24
직업						
농/임/어업	(15)	57	25	38	32	17
자영업	(63)	40	47	34	22	22
판매/영업/서비스	(65)	50	56	52	32	32
생산/기능/노무	(89)	35	33	35	24	19
사무/관리/전문	(291)	55	49	47	25	23
주부	(156)	57	50	49	26	23
학생	(79)	55	46	46	32	29
기타	(102)	42	45	35	19	20
무직/퇴직	(139)	50	34	44	22	24
직장지위						
정규직 임금근로자	(387)	50	48	42	25	21
비정규직 임금근로자	(110)	44	44	45	20	25
자영업자	(131)	46	42	39	26	25
비경제활동	(373)	54	43	47	26	25
월평균 가구소득						
300만원미만	(296)	50	45	43	31	27
300만원 이상_600만원 미만	(409)	49	43	43	24	19
600만원 이상	(296)	52	48	45	20	26
주관적 계층인식						
중상층	(394)	53	45	46	25	25
하층	(579)	49	45	43	24	22
모르겠다	(27)	37	48	41	31	22
비건 제품 구매 경험						
구매 경험 있다	(385)	67	64	62	34	38
구매 경험 없다	(615)	40	33	32	19	14

[표 a15] 비거리증에 대한 인식: (종합) "그렇지 않다"

[A569] 다음 각각에 대해 어떻게 생각하십니까?

단위: %

전체	사례수 (명)	2. 나는 비건이 아닌 제품과 비교했을 때 가격이 더 비싸더라도 비건 제품을 구입할 의향이 있다	5. 비건 제품은 모두 친환경적이다	3. 비건 제품을 구매함으로써 환경을 보호할 수 있다	1. 비거리증은 향후 우리 사회에서 삶의 방식 (라이프스타일) 중 하나로 자리 잡을 것이다	4. 비건 제품을 구매함으로써 동물권을 보호할 수 있다
■ 전체 ■	(1,000)	67	60	43	42	39
성별						
남자	(494)	73	67	56	54	52
여자	(506)	62	53	31	30	26
연령						
18_29세	(159)	65	58	44	38	35
30_39세	(149)	70	65	45	38	41
40_49세	(177)	68	54	43	31	36
50_59세	(196)	64	57	42	41	37
60_69세	(173)	68	60	38	48	40
70세이상	(146)	71	68	49	58	44
거주지역						
서울	(188)	66	59	41	42	41
인천/경기	(320)	64	56	43	40	37
대전/세종/충청	(106)	72	59	44	42	39
광주/전라	(98)	66	57	40	35	31
대구/경북	(97)	69	64	44	41	39
부산/울산/경남	(149)	68	66	47	49	43
강원/제주	(42)	81	69	51	53	43
학력						
고졸이하	(487)	66	59	42	45	39
대재이상	(513)	68	61	45	39	38
직업						
농/임/어업	(15)	71	50	44	57	32
자영업	(63)	66	62	52	45	51
판매/영업/서비스	(65)	60	53	33	35	39
생산/기능/노무	(89)	70	62	45	54	49
사무/관리/전문	(291)	70	62	45	40	37
주부	(156)	66	56	35	35	28
학생	(79)	67	52	46	40	37
기타	(102)	68	64	50	38	45
무직/퇴직	(139)	63	63	42	52	38
직장지위						
정규직 임금근로자	(387)	71	62	45	40	40
비정규직 임금근로자	(110)	61	57	38	40	40
자영업자	(131)	66	62	52	49	47
비경제활동	(373)	65	58	40	42	34
월평균 가구소득						
300만원미만	(296)	64	54	41	42	38
300만원 이상_600만원 미만	(409)	70	59	45	43	39
600만원 이상	(296)	67	67	44	40	40
주관적 계층인식						
중상층	(394)	67	60	44	41	37
하층	(579)	68	61	44	43	40
모르겠다	(27)	46	34	28	23	28
비건 제품 구매 경험						
구매 경험 있다	(385)	56	54	29	29	26
구매 경험 없다	(615)	74	63	52	50	47