

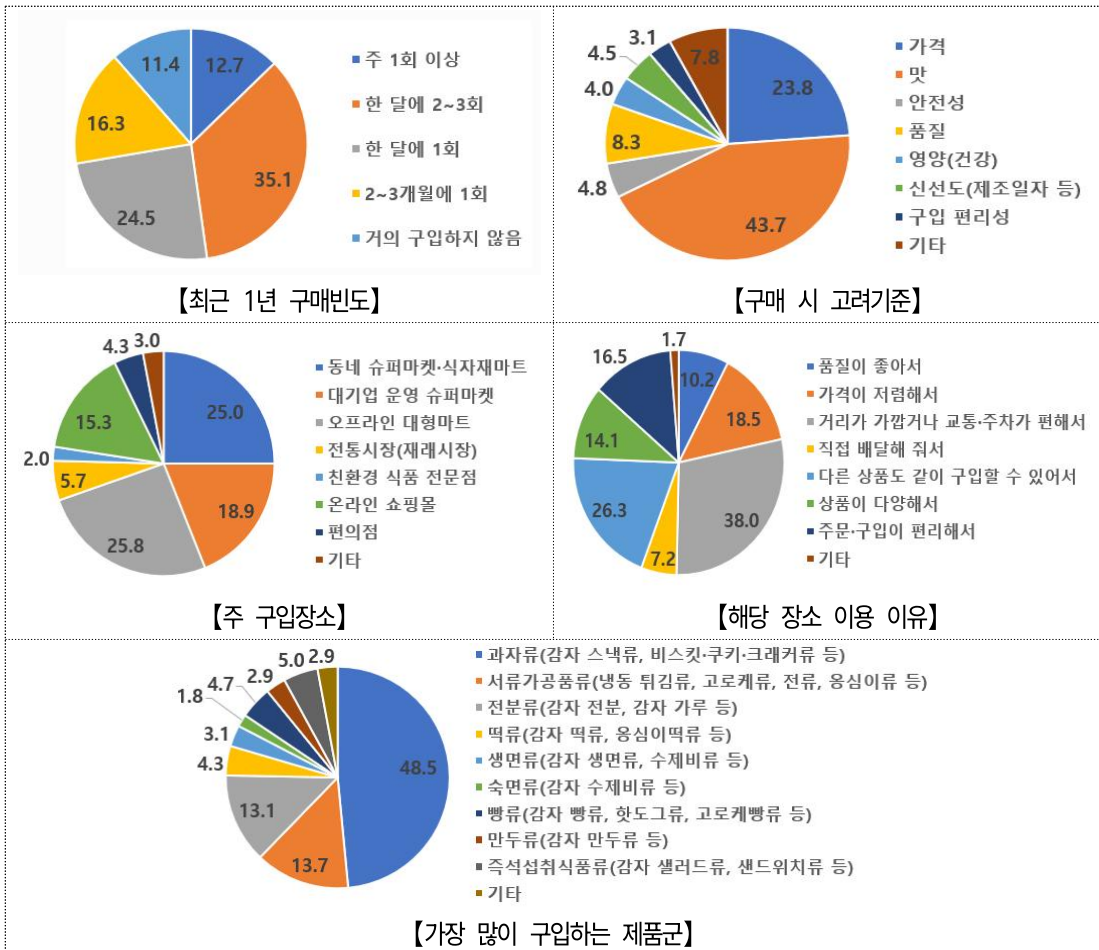
설문조사로 본 감자 가공식품 및 강원 중소기업 감자 가공식품 소비특성

□ 배경 및 필요성

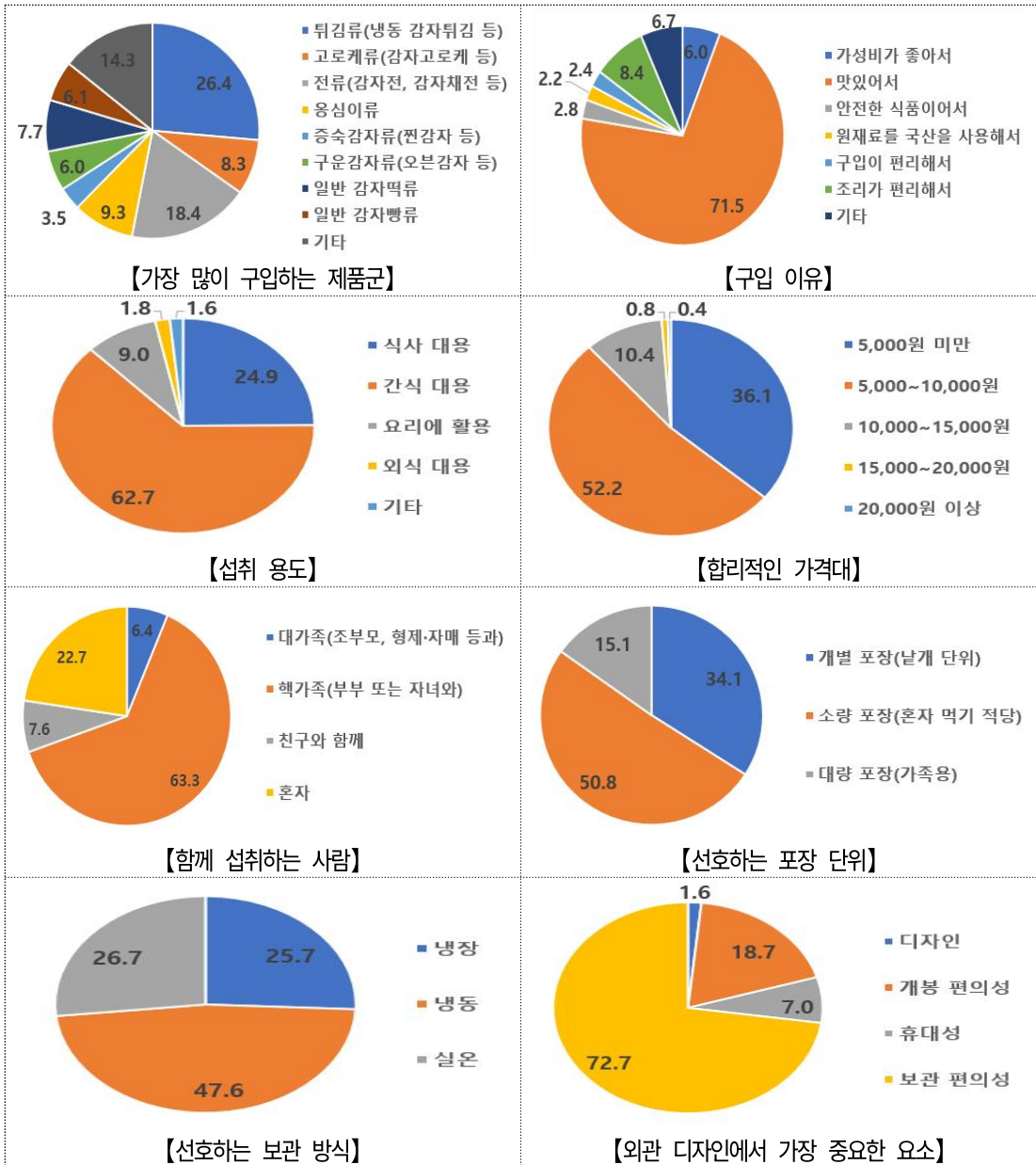
- 소비자패널 설문조사 분석을 통한 감자 가공식품 및 강원 중소기업 주 생산 가공식품 소비특성 정보제공 필요

□ 정보 내용

- 조사방법 : 온라인(2025. 9.), 농촌진흥청 소비자패널 498명
- 설문조사로 본 감자 가공식품 소비특성 주요 내용(단위 : %)



○ 설문조사로 본 강원 중소기업 가공식품 소비특성 주요 내용(단위 : %)



□ 파급효과

○ 감자 가공식품 소비특성 정보제공을 통한 합리적 마케팅 의사결정 지원



세부 연구결과

○ 설문조사 응답자 현황(농촌진흥청 소비자패널 498명)

(단위 : 명, %)

구 분	30대 이하	40대	50대	60대 이상	계
응답자수	130	132	115	121	498
비중	26.1	26.5	23.1	24.3	100.0

○ 설문조사로 본 감자 가공식품 소비특성

구 분	내 용
최근 1년 구매빈도	주 1회 이상(12.7), 한달에 2~3회(35.1) , 한달에 1회(24.5) , 2~3개월에 1회(16.3), 거의 구입하지 않음(11.4)
구매 시 고려기준	가격(23.8) , 맛(43.7) , 안정성(4.8), 품질(8.3) , 영양(건강)(4.0), 신선도(제조일자 등)(4.5), 제품 브랜드(1.4), 원재료 성분 함량(1.8), 원재료 원산지(2.1), 구입 편리성(3.1), 조리 편리성(2.2), 기타(0.3)
주 구입장소	동네 슈퍼마켓·식자재마트(25.0) , 대기업 운영 슈퍼마켓(18.9) , 오프라인 대형마트(25.8) , 전통시장(재래시장)(5.7), 백화점(0.4), 친환경 식품 전문점(2.0), 온라인 쇼핑몰(15.3) , TV 홈쇼핑(0.3), 편의점(4.3), 오프라인 독립 로컬푸드 마켓(0.8), 기타(1.4)
해당 장소 이용 이유*	품질이 좋아서(10.2), 가격이 저렴해서(18.5) , 거리가 가깝거나 교통·주차가 편해서(38.0) , 직접 배달해 줘서(7.2), 다른 상품도 같이 구매할 수 있어서(26.3) , 상품이 다양해서(14.1) , 주문·구입이 편리해서(16.5) , 평점·후기 등 정보를 활용할 수 있어서(0.8), 기타(1.0)
가장 많이 구입하는 제품군	과자류(감자 스낵류, 비스킷·쿠키·크래커류 등)(48.5) , 서류가공품류(냉동 튀김류, 고로케류, 전류, 웅심이류 등)(13.7) , 전분류(감자 전분, 가루 등)(13.1) , 떡류(감자 떡류, 웅심이떡류 등)(4.3) , 생면류(생면류, 수제비류 등)(3.1), 숙면류(수제비류 등)(1.8), 유당면류(봉지라면류, 용기면류 등)(0.8), 빵류(감자 빵류, 핫도그류, 고로케빵류 등)(4.7) , 만두류(만두류 등)(2.9), 즉석섭취식품류(감자 샐러드류, 샌드위치류 등)(5.0) , 즉석조리식품류(감자 수프류, 웅심이류, 수제비류 등)(1.6), 영·유아식 이유식류(죽류, 밥류, 조리류, 볶음류 등)(0.2), 기타(0.5)
제품군 요소별 만족도	가격(51.4), 맛(83.9) , 품질(64.5) , 신선도(제조일자, 유통기한 포함)(65.5) , 제품 브랜드(58.2), 원재료의 원산지(국산여부)(53.4), 구입 편리성(84.5) , 조리 편리성(74.1) 등에서 높은 비율
개발·신제품 출시 필요 가공식품 유형	저지방·저칼로리 제품(79.9) , 저염(76.1)·저당(70.3)·영양강화(69.5) 제품 , 고령자(66.7)·영유아(65.9)·환자(62.7)를 위한 제품 , 국내산 식재료 사용(78.7) ·지역산 식재료 사용(63.3) 제품, 간식·디저트용 제품(77.3) 등에서 높은 비율

주) ()안은 %, *은 복수응답임, 이하 동일

○ 설문조사로 본 강원 중소기업 감자 가공식품 소비특성

구 분	내 용
가장 많이 구입하는 제품군	튀김류(냉동 감자튀김, 감자볼 등)(26.4), 고로케류(감자고로케 등)(8.3), 전류(감자전, 감자채전 등)(18.4), 웅심이류(9.3), 증숙감자류(찐감자 등)(3.5), 구운감자류(오븐감자 등)(6.0), 세척감자류(3.3), 매쉬드감자류(1.9), 일반 감자떡류(7.7), 웅심이떡류(1.6), 일반 감자빵류(6.1), 핫도그빵류(2.4), 고로케빵류(2.0), 감자 베이글류(1.0), 감자볼빵류(0.8), 기타(1.4)
구입 이유	가성비가 좋아서(6.0), 맛있어서(71.5), 안전한 식품이어서(2.8), 품질이 좋아서(2.0), 영양(건강)이 많아서(2.0), 신선해서(0.6), 원재료 성분 함량이 높아서(1.0), 원재료를 국산을 사용해서(2.2), 구입이 편리해서(2.4), 조리가 편리해서(8.4), 기타(1.0)
섭취 용도	식사 대응(24.9), 간식 대응(62.7), 요리에 활용(9.0), 외식 대응(1.8), 다이어트 식품(0.4), 기타(1.2)
합리적인 가격대	5,000원 미만(36.1), 5,000~10,000원(52.2), 10,000~15,000원(10.4), 15,000원 ~ 20,000원(0.8), 20,000원 이상(0.4)
함께 섭취하는 사람	대가족(조부모, 형제·자매 등과 함께 거주)(6.4), 핵가족(부부 또는 자녀와 함께)(63.3), 친구와 함께(7.6), 혼자(22.7)
선호 포장 단위	개별 포장(날개 단위)(34.1), 소량 포장(혼자서 먹기 적당)(50.8), 대량 포장(가족용)(15.1)
선호 보관 방식	냉장(25.7), 냉동(47.6), 실온(26.7)
외관 디자인에서 가장 중요한 요소	디자인(1.6), 개봉 편의성(18.7), 휴대성(7.0), 보관 편의성(72.7)
강원산 표기 시 구매의향 상승 여부	부정(5.8), 보통(19.3), 긍정(74.9)
포장 시 적합 이미지	청결한 가공공장 이미지(26.3), 감자 밭 농부 사진(27.9), 먹음직스러운 제품 사진(45.8)

감자연구소

담당자 : 김기성, 원헌선, 이광재, 맹진희, 최옥, 이지우, 박종열
(033)610-8759, kks1079@korea.kr