



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

농학 석사 학위논문

소비자의 저탄소 인증 축산물 제품 구매  
인식에 관한 연구

2023년 8월

서울대학교 대학원

푸드테크학과

김동하

# 소비자의 저탄소 인증 축산물 제품 구매 인식에 관한 연구

지도 교수 이 기 원

이 논문을 농학 석사 학위논문으로 제출함  
2023년 6월

서울대학교 대학원  
푸드테크학과  
김 동 하

김동하의 석사 학위논문을 인준함  
2023년 6월

위 원 장 \_\_\_\_\_ 이도엽 \_\_\_\_\_ (인)

부위원장 \_\_\_\_\_ 이기원 \_\_\_\_\_ (인)

위 원 \_\_\_\_\_ 장재호 \_\_\_\_\_ (인)

# 초 록

## 소비자의 저탄소 인증 축산물 제품 구매 인식에 관한 연구

농학 석사학위 논문

서울대학교 대학원, 2023

김동하

글로벌 주요 투자자들의 투자 의사결정에서 지속가능성은 이미 중요한 요소로 자리잡고 있다. 이에 정부는 2021년 ‘2050 농식품 탄소중립 추진전략’을 통해 목표 및 세부추진계획을 발표하였다. 주요내용은 저메탄 사료 급여, 축산 생산성 향상 및 가축 분뇨처리 개선이며 이를 통해 지속 가능한 축산으로의 전환을 장려하고 지원하고자 한다.

이를 배경으로 본 연구는 저탄소 인증제도가 도입되고 저탄소 인증 축산물이 소비자의 인식과 구매, 기호에 미치는 상관관계를 분석해보고자 한다. 저탄소 인증 축산물에 대한 인지도와 선호도, 구매이유 및 구매동기, 구매 시 장애 요소, 그리고 축산물 제품 선택 시 중요하게 생각하는 고려 요소 및 선택속성, 구매 시 브랜드의 역할, 가격의 역할, 선호하는 유통 채널 및 유통의 역할, 중요하게 생각하는 정보원천과 역할 등의 조사를 통해 저탄소 인증 축산물과 소비자의 상관관계에 대해 실증 분석을 진행하였다. 연구결과, 저탄소 인증 축산물의 여러 선택 속성들이 소비자의 구매행동에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 정부나 공공기관에서 저탄소 인증 제도 도입, 관련 정책 확대 및 소비자 인지도 제고로 이어진다면 향후 저탄소 인증 축산물의 판매 증대 및 참여 축산농가 확대에 이어질 수 있음을 시사한다.

**주요어** : 탄소 중립, 지속 가능한 축산, 저메탄 사료, 저탄소 인증 축산물

**학 번** :2021-29165

# 목 차

제 1 장 서론 .....	1
제 1 절 연구의 배경 .....	1
제 2 절 연구의 필요성 및 목적 .....	2
제 2 장 저탄소 인증 축산물 국내외 현황 .....	2
제 1 절 해외 현황 .....	3
제 2 절 국가보조금 지급 현황 .....	4
제 3 절 국내 저탄소 농축산물 현황 .....	5
제 4 절 국내 저탄소 인증 축산물 판매 사례 .....	8
제 3 장 ESG와 친환경 소비행동 선행 연구 .....	9
제 1 절 KB금융그룹 조사 사례 .....	10
제 4 장 연구 내용 및 결과 .....	11
제 1 절 연구 내용 .....	11
제 2 절 연구 결과 .....	11
제 5 장 결론 및 의의 .....	33
제 1 절 결론 .....	33
제 2 절 연구 한계 및 향후 연구 방향 .....	36
참고문헌 .....	37
Abstract .....	39

# 표 목차

[표 1 ] .....	3
[표 2 ] .....	4
[표 3 ] .....	6
[표 4 ] .....	7
[표 5 ] .....	7
[표 6 ] .....	8
[표 7 ] .....	10
[표 8 ] .....	11

[丑 9 ]	12
[丑 10 ]	12
[丑 11 ]	13
[丑 12 ]	13
[丑 13 ]	13
[丑 14 ]	14
[丑 15 ]	14
[丑 16 ]	15
[丑 17 ]	15
[丑 18 ]	15
[丑 19 ]	16
[丑 20 ]	16
[丑 21 ]	17
[丑 22 ]	17
[丑 23 ]	18
[丑 24 ]	18
[丑 25 ]	18
[丑 26 ]	19
[丑 27 ]	19
[丑 28 ]	20
[丑 29 ]	20
[丑 30 ]	21
[丑 31 ]	21
[丑 32 ]	22
[丑 33 ]	22
[丑 34 ]	23
[丑 35 ]	23
[丑 36 ]	24
[丑 37 ]	24
[丑 38 ]	25
[丑 39 ]	25
[丑 40 ]	26
[丑 41 ]	26
[丑 42 ]	27
[丑 43 ]	27
[丑 44 ]	28
[丑 45 ]	28
[丑 46 ]	29

[丑 47 ]	.....	29
[丑 48 ]	.....	30
[丑 49 ]	.....	30
[丑 50 ]	.....	31
[丑 51 ]	.....	31
[丑 52 ]	.....	32
[丑 53 ]	.....	32

# 제 1 장 서론

## 제 1 절 연구의 배경

글로벌 주요 투자자들의 투자 의사결정에서 지속가능성은 이미 중요한 요소로 자리잡고 있으며, 이는 ESG 투자의 증가 추세로도 확인할 수 있다. 전 세계 ESG 투자 규모는 2012 년 13.3조 달러에서 2016년 22.8조 달러, 2018년 30.7조 달러, 2020년 35.3조 달러로 증가하며 지속적으로 커지고 있다. 지역별로는 유럽과 미국이 글로벌 ESG 투자의 80% 이상을 차지하며 일본, 캐나다, 호주 등이 나머지 시장을 차지한다. BlackRock과 Vanguard 등 대형 글로벌 자산운용사를 비롯한 금융투자회사들은 이미 적극적으로 기후변화를 비롯한 ESG 요소를 반영하여 투자결정을 하고 있으며, 투자한 기업 의 영업활동이 ESG 요소를 반영하여 이루어지도록 적극적으로 의결권을 행사하는 등 주주 행동을 강화하는 추세이다(출처보험회사 ESG 평가의 현황과 과제 : 해외사례를 중심으로 이승준·이연지)최근 경기침체 기조 및 유럽과 미국을 중심으로 마련되고 있는 금융상품의 그린워싱을 방지하기 위한 규제 강화로 ESG 펀드 규모는 감소 추세에 있으나 평가체계 투명성 제고, 평가기관/지수제공자 등의 이해상충 최소화 등을 통해 개선된다면 ESG 투자 수요는 지속 성장할 것으로 예상된다.

또한 해수면 상승, 지구온난화 등 기후변화 문제가 갈수록 심해지고 피해규모도 점차 증가 중이다. 이에 따라 전세계 195개국은 파리기후변화협정을 채택하여 전세계 차원에서 공동하기 위해 노력중이다. 이 협약에 따르면 각 당사자국은 자체적으로 온실가스감축목표(NDC)를 정하여 5년마다 제출해야 하고 그 이행상황을 점검받아야 한다. 우리나라의 경우에는 2050년까지 탄소중립 달성을 목표로 환경부와 2050 탄소중립위원회는 ‘기후위기 대응을 위한 탄소중립 · 녹색성장 기본법(탄소중립기본법) 시행령안’ 을 2022년 국무회의에서 의결하였고 3월 25일부터 시행하고 있다. 또한 정부는 탄소중립달성 중기목표인 2030년 온실가스감축목표(NDC)를 기존의 2017년 대비 24.4%에서 2018년 대비 40%로 대폭 상향한 바 있다.

윤석열 정부는 ‘23년 3월 ‘2050 탄소중립과 녹색성장 실현’ 을 위한 ‘탄소중립/녹색성장 청사진’ 공개를 통해 실현 가능하면서 합리적인 2030 온실가스 감축 목표를 설정하였다. 이에 따르면 농,축수산의 온실가스 감축목표는 18.0백만톤 CO2e로 ‘18년 대비 27.1%에 해당한다. 이를 달성하기 위한 주요 정책으로 ‘저탄소 농업구조 전환(스마트팜, 저메탄사료)’ , ‘저탄소 어선·수산시설(LPG 하이



브리드 어션)’으로 아젠다를 설정하였다. 성과지표로는 스마트 축사를 2022년 6,002호에서 2027년 11,000호로 확대하고 메탄저감사료 보급률을 2022년 0%에서 2030년 30%이다. 축산업도 비용증가를 우려 등의 이유로 현재 생산방식을 고수할 수 없는 상황에 이르렀다.

국가인권위원회(인권위)는 2023년 6월 전원위원회를 열어 탄소중립기본법의 국가 온실가스 배출량 감축목표가 과소 설정되는 등 미래세대의 기본권을 보호하지 못한다며 헌법재판소에 위헌 의견을 내기로 결정했다.다수 위원은 2030년까지 낮은 목표를 설정하고 그 이후 온실가스 감축 부담을 미래 세대에게 미루는 것이 세대 간 형평성에 위배돼 헌법상 평등원칙에 부합하지 않는다고 봤다.또한 국가가 미래세대의 자유와 권리를 보호하기 위한 최소한의 조치를 하지 않는 기본권 보호의무를 위반했고, 온실가스 감축 작용을 위한 입법적 조치를 충분히 하지 않았다고 판단했다. 이러한 움직임은 고려했을 때 향후 현재의 결정에 따라 온실가스 배출량 감축 목표는 더 늘어날 가능성이 존재한다.

## 제 2 절 연구의 필요성 및 목적

### 1. 연구목적 및 구성

앞에서 설명한 연구배경을 바탕으로 본 연구는 축산분야의 탄소중립을 실현하기 위해 저탄소 인증 축산물 정책 현황과 해외사례, 설문조사 등을 통해 시사점을 도출하였다. 이를 위해 본 논문은 다음과 같이 구성되었다. 제 1장 서론에서 연구 배경과 연구목적 및 구성을 소개하고 제2장에서는 본 연구와 직·간접적으로 관련된 선행연구를 소개하였으며, 제3장에서는 저탄소 인증 축산물 정책 및 해외사례에 대한 자료들을 소개하였다. 제4장에서는 저탄소 인증 축산물 관련 설문조사를 통해 시사점들을 도출하였다. 제5장 결론에서는 본 연구가 갖는 의의와 한계를 설명하고 저탄소 인증 축산물이 향후 나아가야 할 방향 및 향후 과제들에 대해 설명하였다.

## 제 2 장 저탄소 인증 축산물 국내외 현황

## 제 1 절 해외 현황

미국은 USDA 승인 저탄소 소고기 인증(Low Carbon Beef) 제도를 운영하고 있다. 이는 소고기 생산을 위한 생애주기 전체의 온실가스 배출량을 계산하는 프로그램으로 정량적 측정을 통해 무료로 저탄소 소고기를 인증하는 제도이다. 2022년 1월 USDA AMS로부터 허가를 받은 최초 ‘저탄소 소고기(LCB 컨설턴트가 맞춤형 평가(서류 검토 및 현장검증)를 수행하여 수익성 및 온실 가스배출에 대한 정량적인 측정을 제공)’ 인증 사례이다. 인증방법은 자체적으로 저탄소 평가항목 및 기준을 반영한 평가표를 구축하여 업계 평균에 비해 10% 이상 삭감한 농가 및 육가공업체에 인증을 부여하고 있으며 인증후보 대상의 소는 도축 후 60일 이내에 10점 이상 획득하여야 한다.

일본은 ‘J-크레딧’을 운영하고 있다. 이는 에너지 절약 설비 도입이나 농림축산업에 대한 온실가스 배출 감축량, 흡수량을 ‘크레딧(CREDIT)’으로 국가 내에서 거래하는 제도이다. 운영으로 크레딧은 정해진 가격이 없어 구매 희망자와 생산자 사이 상대적인 가격으로 거래가 진행되며, 농축산업자 등은 주로 대기업 등에 크레딧을 매각하는 방식이다. 인증혜택으로는 운용비용 절감, 크레딧 매각 이익, 지구 온난화 대책의 대처에 대한 홍보 효과, 새로운 네트워크 구축, 조직 내 의식 개혁, 사내 교육 등 효과 등이 있다. 축산분야의 J-크레딧 제도 운영 현황으로는 2022년 기준 2가지(개선 사료, 가축 배설물 관리방법 변경) 기술을 운영하고 있으며, 일본에서 마련된 감축량 산출 기준에 근거하여 온실가스 배출 저감에 대한 크레딧 부여하고 있다.

국제 민간 협의체로는 글로벌 다자간 협의체(GRSB)가 있으며 글로벌 소고기 가치 사슬의 지속가능성 개선을 위해 소고기 탄소배출 측정 기준을 마련하였다. 현재 국제표준 및 지침을 참조(GRSB[Global Roundtable for Sustainable Beef] 5개 대륙 12개 국가 원탁회의 운영을 통해 2030년 전 세계 소고기 순 지구온난화 영향 30% 감축 목표로 운영)하여 2022년 3월 공급망을 제외한 생산 단계 한정 기준 마련하였고, 5년 주기로 갱신 및 단계 확장 예정이다.

[표1] 해외 사례

구분	내용
미국	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 민간 회사 ‘Low Carbon Beef’ 에서 저탄소 기술 정의 및 온실가스 배출량 평가 등을 통해 농가 대상 인증 프로그램 운영 중</li> <li>- USDA PVP(Process Verified Program) 검증 통과하여 민간 운영 정당성 확보</li> <li>* 소의 생산·비육 전 과정에서 발생하는 온실가스 배출량을 평가하여, 업계 평균에 비해 10% 이상 삭감한 농가 및 육가공업체에 인증 부여</li> </ul>

호주	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 농축산분야에서는 ‘National Stewardship Trading Platform’ 을 운영하여 탄소 저감 활동을 하는 농부들이 구매자와 직접 연결할 수 있도록 구축 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 탄소 저감 활동 범위: 자생림, 농장 및 토양 탄소격리, 소의 사료 컨트롤</li> </ul> </li> <li>- 농업인들은 탄소 저감 활동으로 감축한 이산화탄소 1톤당 탄소배출권 (ACCU) 1개를 지급받고 호주 정부 및 유통 시장에 판매하여 소득을 창출할 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 호주농장연구소(AFI)에 따르면, 온실가스 저감으로 얻는 소득이 전통적 농산물 생산에서 얻는 수익보다 높다고 평가하기도 함(한국농촌경제연구원, 2018)</li> </ul> </li> </ul>
일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 온실가스 배출 감축량과 흡수량을 크레딧으로 지급하는 국가 인증 제도(J 크레딧) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 농축산업자들의 감축량을 산출하여 크레딧을 지급하고, 대기업 등에 매각하여 수익 창출</li> <li>** J-크레딧 제도 등록 프로젝트 전체 317건 중 농림수산분야 81건( ‘20년 3월 기준)</li> </ul> </li> </ul>
EU	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유럽 의회, 경제·사회 위원회 등으로 구성된 순환경제 행동계획(circular economy action plan : CEAP)에서 탄소제거를 인증하기 위한 규제기준 개발 계획 발표 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 생산과정에서 탄소 배출량을 줄인 농·임업인이 탄소 시장 혹은 공동 농업 정책 (CAP)과 같은 새로운 수입원을 통해 보상받을 수 있도록 설계한 모델</li> </ul> </li> </ul>

\* 출처 :저탄소 축산물 인증 현황 및 농식품 R&D 시사점(농림식품기술기획 평가원 /2022.9.15)

## 제 2 절 국가 보조금 지급 현황

2023년 대한민국 총예산은 639조원으로 이중 국고보조금은 102조원으로 예산의 16%를 차지한다. 보조금 연도별 금액 및 비중은 ‘18년 67조원(16%), ‘19년 78조원(17%), ‘20년 87조원(17%), ‘21년 98조원(18%), ‘22년 102조원(17%)이다. 보조금 금액은 예산이 증가됨에 따라 지속 증가중에 있으나 전체 예산 내 비중은 16~18%수준을 유지 중에 있다. 이중 농림수산 국고 보조금은 ‘23년 11조원으로 국고보조금의 11%를 차지한다. 연도별 금액 및 비중은 ‘18년 8조원(13%), ‘19년 9조원(12%), ‘20년 10조원(12%), ‘21년 11조원(11%), ‘22년 11조원(11%)이다. 대략 국고보조금 중 11~13%수준이며 비중기준 ‘18년 13%정점으로 11%수준으로 유지 중에 있다.

[표2] 분야별 국고보조금 현황(단위: 억원, %)

분야	2023년		2022년		2021년	
	예산액	비중	예산액	비중	예산액	비중
일반·지방행정	13,600	1.3	16,840	1.6	19,467	2.0
공공질서및안전	12,464	1.2	12,746	1.2	18,228	1.9
통일·외교	11,206	1.1	10,608	1.0	9,182	0.9
국방	463	0.0	465	0.0	417	0.0
교육	9,058	0.9	10,057	1.0	6,429	0.7
문화및관광	52,800	5.2	55,002	5.4	52,034	5.3

환경	83,503	8.2	79,027	7.7	67,171	6.9
사회복지	592,531	57.9	556,716	54.4	560,407	57.3
보건	24,717	2.4	32,701	3.2	20,001	2.0
<b>농림수산</b>	<b>113,701</b>	<b>11.1</b>	<b>108,937</b>	<b>10.6</b>	<b>106,925</b>	<b>10.9</b>
산업·중소기업및에너지	51,383	5.0	75,668	7.4	55,440	5.7
교통및물류	38,235	3.7	40,707	4.0	38,599	3.9
통신	1,985	0.2	1,795	0.2	1,874	0.2
국토및지역개발	16,778	1.6	21,004	2.1	21,824	2.2
과학기술	880	0.1	1,191	0.1	547	0.1
<b>계</b>	<b>1,023,304</b>	<b>100</b>	<b>1,023,464</b>	<b>100</b>	<b>978,545</b>	<b>100</b>

농림축산식품부에 따르면 2023년 국비 보조사업은 9조원이며 축산발전 기금은 4,614억원이다. 국비 보조사업 내용을 보면 가축분뇨처리지원 377억원, 축산물품질관리 593억원, 조사료생산기반확충 843억원, 가축위생방역지원 683억원, 가축개량지원 513억원 등이 있다. 이와 별개로 저탄소농림축산식품기반구축 분야에서 582억원이 편성되어 있는데 세부내용으로 저탄소 농축산물 인증제 158억원, 농업농촌 자발적 온실가스 감축사업 144억원, 저탄소 벼 논물관리기술보급시범사업 224억원, 저탄소 벼 논물관리 기술보급 시범사업 6억원이다. 2023년 기준 대부분 농업 분야에 편성되어 있어 저탄소 축산물 확대를 위해서 관련 분야에 보다 많은 국비 보조사업 예산 편성이 필요할 것으로 보인다.

### 제 3 절 국내 저탄소 농축산물 현황

#### 1, 국내 농산물저탄소 인증 추진 현황

농산물의 경우 2012년부터 시범사업을 거쳐 벼, 사과, 배 등 61개 품목에 대해 저탄소 농축산물 인증제 운영하고 있다. 친환경·GAP 인증을 받은 농산물을 대상으로 저탄소 농업기술을 적용 하여 생산과정에 온실가스를 감축한 농산물에 인증을 부여하는 제도로 2022년 5월 기준 저탄소 인증을 받은 농산물은 그린카드를 이용하여 구입 시 소비자에게 최대 15%의 적립금 혜택 제공하고 있다. 저탄소 농축산물 인증제가 2012년 시범사업 시행된 이후로 참여 농가수 및 탄소 감축량 지속적인 상승을 보이고 있으며 소비자조사 결과 다수의 소비자가 필요성을 높게 평가하고 있으며, ‘저탄소 인증제’에 대한 신뢰도 또한 높은 것으로 조사(한국농촌경제연구원, 2021) 됐다.

[표3] 저탄소 농축산물 인증제 추진실적

(단위: 천 톤Co2)

구분	인증건수	농가수	인증면적	감축량
2012년	7건	60호	92ha	0.3
2013년	34건	479호	815ha	2.1
2014년	91건	570호	674ha	6.4
2015년	194건	1,294호	1,302ha	9.2
2016년	292건	1,989호	2,151ha	11.9
2017년	478건	2,763호	3,564ha	26.0
2018년	598건	3,373호	4,367ha	68.5
2019년	646건	3,976호	4,855ha	74.9
2020년	706건	4,700호	5,657ha	77.8

\* 출처 : 한국농업기술진흥원, 2021

2023년 3월 정부는 저탄소 농산물 인증제, 온실가스 감축사업(자발적 온실가스 감축사업, 배출권 거래제 외부사업) 참여 농가 모집을 시작했다. 첫째, 저탄소 농산물 인증제는 친환경 또는 농산물우수관리(GAP) 인증 농산물에 저탄소 농업기술을 적용하여 생산 전 과정에서 ‘온실가스를 줄인 농산물’임을 확인해주는 「농식품 국가 인증」이다. 농업인이 인증제를 신청하면 인증·취득 전 과정을 지원한다.(2022년 기준 8,098 농가 인증, 유통 매출액 670억원) 둘째, 자발적 감축사업은 농업인이 저탄소 농업기술을 적용하여 온실가스를 감축하면 정부가 감축량을 인정하여 감축량만큼 인센티브(1만원/톤)를 지급 하는 사업이다. 사업에 참여한 농업인에게는 인센티브 이외에도 사업계획 컨설팅 및 모니터링 등을 지원한다. 셋째, 외부사업은 배출권거래제(정부가 일정기준 이상[업체 125천톤CO2eq, 사업장 25천톤CO2eq] 온실가스 배출 업체[할 당대상업체]에 배출 허용량을 부여하고, 과부족분을 거래할 수 있도록 하는 제도) 할당대상업체가 아닌 농가가 저탄소 농업 기술을 적용하여 온실가스를 감축하고, 그 실적을 인증 받아 배출권 시장에서 거래할 수 있도록 컨설팅 등을 지원해주는 사업이다. 이를 통해 정부는 농식품 분야에서 탄소 배출을 저감할 수 있도록 인센티브나 제도적 지원 등을 확대해 나갈 계획이다.

## 2. 국내 저탄소 인증 축산물 추진 현황

축산분야의 온실가스는 가축이 섭취한 사료가 장(腸)내 소화과정에서 미생물에 의해 발생하는 메탄(CH4)과 가축분뇨 처리 과정에서 발생하는 메탄(CH4) 및 아산화질소(N2O)로 구분된다. 2020년도 기준으로 축산분야 온실가스의 총배출량은 973만 톤(CO2eq)으로 국가 총배출량의 약 1.48%(농업 전체의 약 50%)를 차지하고 있다. 이는 1990년 대비 67.2% 증가한 수치로 지속적인 육류 소비 증가에 따라 가축 사육두수가 증가했기 때문으로 분석된다. 가축 사육 과정에서 사용되는

에너지를 감안하면 축산분야 배출량은 더 늘어난다.(출처 : 농림축산식품부 2023년 2/20 보도자료)

[표4] 축산분야 부문별 온실가스 배출량 (단위: 백만톤 CO2eq)

구분	'90년	'00년	'10년	'17년	'18년	'19년	'20년	증감률	
								'90년 대비	'19년 대비
장내발효	3.0	3.4	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	57% ↑	2% ↑
가축분뇨처리	2.8	3.9	4.8	4.7	4.9	4.9	5.0	79% ↑	2% ↑
계	5.8	7.3	9.1	9.1	9.4	9.5	9.7	67% ↑	2% ↑

\* 출처 : 농림축산식품부

정부는 2021년 ‘2050 농식품 탄소중립 추진전략’을 통해 목표 및 세부추진계획을 발표하였고, 현재 진행 중에 있다. 주요 내용으로는 저메탄사료, 축산 생산성 향상 및 가축 분뇨처리 개선이 있다. 저메탄사료를 2050년까지 국내 반추 가축용 저메탄사료 상용화 추진할 예정이다. 이를 위해 2025년까지 국내외 메탄 저감효과 연구결과 등을 활용한 메탄 저감제 개발 및 기 개발 메탄저감제를 검증할 예정이다. 또한 저메탄사료 관련 기준 마련 및 메탄저감 보정계수 개발 등 온실가스 인벤토리 보고서 감축량에 반영하고 축종별·사육단계별 조단백질 표시·함량 기준을 강화하여 필요 이상의 고단백질 급여를 제한할 수 있도록 사료 공급 체계 개선할 예정이다. 축산 생산성 향상으로는 스마트축사 보급 확대(2020년 15% → 2030년 30% → 2040년 40% → 2050년 50%)를 추진하고 소 평균 사육기간 조정(2020년 30개월 → 2026년 29개월 → 2030년 28개월)을 추진할 예정이다. 이를 위해 ICT 장비 지원을 통한 과학적 관리로 사육과정에서 낭비되는 사료량을 절감하고, 적정량을 투입해 적정량을 생산 ‘하는 축산업 구조 확립할 예정이다. 가축 분뇨처리 개선으로는 가축분뇨의 정화처리 비중을 확대하고, 바이오차·에너지화 등 비농업적 이용을 확대를 목적으로 한다. 이를 위해 가축분뇨를 활용한 바이오차(Bio-char), 바이오플라스틱 등 산업용 소재 활성화를 위한 법적 근거 마련할 예정이며 주민수용성 확보를 통한 가축분뇨 에너지화 확대를 추진할 예정이다.

[표5] 저탄소 장단기 로드맵

구분	단기('21~'30)	중기(' ~ '40)	장기(' ~ '50)
스마트축사 보급	스마트축사 보급 확대 (전업농의 30%)	스마트축사 보급 확대 (전업농의 40%)	스마트축사 보급 확대 (전업농의 50%)
소 사육방식 개선	실증시험 실시 단기사육 방식 확립	단기사육 방식 농가 보급·확산	소 사육방식 등 개선 지속 추진
가축분뇨 에너지화 시설 확충	사업참여 대상 확대 반입원료 다양화	시설농업 단지 인근 에너지화 시설 유치 폐열 등 공급체계 확	가축분뇨 발생량의 10% 에너지화 가축분뇨의 새로운

		대	처리방식 개발
가축분뇨를 이용한 바이오차 생산	바이오차 생산시설 조성사업 추진(2025년)	바이오차 생산시설 5개소 확대	바이오차 생산시설 10개소 확대

\* 출처 : 2050 농식품 탄소중립 추진전략(농림축산식품부, 2021.12.)

[표6] 저탄소 농축산물 인증제 비교

구분	저탄소 농(축)산물 인증제	저탄소 축산물 인증제
사전 취득인증	친환경 또는 GAP	유기, 무항생제 축산물, HACCP, 환경친화, 방목생태, 동물복지, 깨끗한 축산농장 인증 중 1개
인증기준	19개 저탄소 농업기술을 1개 이상 적용 하여 품목별 인증 배출량 기준 보다 적게 배출한 경우 인증	19개 저탄소 농업기술을 1개 이상 적용 하여 품목별 인증 배출량 기준 보다 적게 배출한 경우 인증
배출량 산정방법	농산물 생산 전과정*에 투입·산출되는 요소**에 대한 온실가스 배출량 산정 * 영농자재 생산 및 농산물 생산 ** 비료, 작물보호제, 에너지, 기타자재, 물대기	출하일령, 도체중 및 사육단계의 온실가스 감축량으로 산정 * 출하일령 및 도체중에 따른 감축량
배출량 산정기준	kgCO <sub>2</sub> /1,000m <sup>2</sup> · 1기작	지육 1Kg당 배출량을 산정
인증기관	한국농업기술진흥원	축산물품질평가원
협조기관	컨설팅업체	국립축산과학원, 축산환경관리원(인증심사원 양성) 컨설팅업체
인증절차	신청→컨설팅→심사→인증→유통	신청→컨설팅→심사→농장인증→도축→최저 기준 확인→이력정보 표시→유통
인증품목	식량, 채소, 과수, 특용작물 등 65개 품목	전축종 * 한우에 우선 적용, 향후 전축종 확대
인증표시	저탄소 인증마크	저탄소 인증마크 및 안내 문구* * 예) “본 축산물은 축산농가가 자발적으로 탄소 감축기술을 적용하여 생산한 축산물입니다”
판매·유통	미정	제도 도입 단계부터 생협 및 유통업체 협력
유효기간	2년	3년
인증건수 ('23)	500건	30~40건

\* 출처 : 농림축산식품부 2023년 2/20 보도자료

## 제 4 절 국내 저탄소 인증 축산물 판매 사례

(주)벽제는 1986년 신촌 1호점을 오픈하였고, 1999년 (주)벽제라는 법인을 설립하여 본격적으로 외식산업을 확장해 나갔다. 프리미엄 고객을 타겟으로 하는 “벽제갈비”의 성공으로 “봉피양”으로 브랜드 및 산업분야를 확대중에 있으며 2023년 5월 기준 벽제갈비는 4점포(더청담, 방이, 타워팰리스, 신촌), 봉피양은 19점포(판

교, 잠실, 용산, 분당 등)를 운영중이다. 해외는 중국 위해점 1포를 운영중이다. 사업 Value-Chain은 소고기 경우 『한우 1두구매 →도축 → 발골 → 유통 → 판매』로 구성되어 있으며 향후 저탄소 인증 축산물 카테고리를 온라인, 오프라인까지 확장하는 것을 목표로 하고 있다.

(주)벽제는 2022년 아직 국내는 저탄소 소고기 관련 제도가 시행전이지만 ESG 중요성 확대, 기업의 사회적 역할 증대 및 온실가스 감축에 대한 제도 강화 추세 등을 고려 이를 선제적으로 대응하기 위해 저탄소 소고기 제품 개발 및 유통활성화 방안을 고민하였다. 사업의 목표는 『민간 및 공공 파트너, 전문가로 구성된 로컬 생태계를 구축』, 『농가들이 식량 생산에서 발생하는 환경 영향을 줄이는 동시에 고품질 농업 생산을 지원』이고 (주)벽제는 『민간에서 생산된 한우를 매입하고 이를 유통·판매』를 통해 고객들에게 아직은 생소한 저탄소 소고기에 대해 널리 알리고 향후 인지도 확대를 통해 판매가 증대한다면 2050년 탄소중립을 목표로 하는 국가 정책에 기여할 수 있다. (주)벽제는 글로벌 기업인 카길社의 메탄 저감 사료를 선정하였고, 이를 충북의 150두 규모의 음성농가와 협업하여 비육후기 4개월간 10마리를 대상으로 저메탄사료를 급여하였고 2023년 4월 이를 도축하여 등급판정 후 가공하여 자사 오프라인 판매점에 판매 함과 동시에 “감탄 한우”로 네이밍하여 자사 판매물인 “벽제갈비 미식美食마켓”을 통해 전량 판매하였다. 향후 (주)벽제는 판매결과 및 소비자 만족도 조사 등을 통해 향후 저탄소 소고기 판매 확대여부를 결정할 예정이다. 저탄소 인증 농가 확대 및 저탄소 인증 축산물 판매 활성화를 위해서는 저탄소 사료 구입 및 분뇨 처리장치 개선을 위한 정책자금 지원 등의 정부 정책지원, 소비자 인지도 확대, 저탄소 소고기 구매활동이 탄소중립에 기여한다는 소비자 인지도 제고 등이 필요하다. 외식기업이 국내 최초로 저탄소 소고기 판매를 시도 했다는 점에서 의의는 있으나 아직 일반 축산물에 비해 현저히 적은 규모였다는 점, 한우는 양돈 대비 고가라는 제품의 특성과, 동일 등급의 소고기 대비 높은 가격이라는 장벽을 넘기 위해서는 보다 시간이 필요할 것으로 보인다.

### 제 3 장 ESG와 친환경 소비행동 선행 연구



## 제 1 절 KB금융그룹 조사 사례

2021년 KB금융그룹에서 발행한 ‘트렌보고서- 소비자가 본 ESG와 친환경 소비행동’을 참고하였다.

이상의 선행연구는 소비자의 친환경 행동 · 소비 트렌드 · 소비 인식 · 산업과 정책 인식과 관련한 내용으로 저탄소 인증 축산물에 대한 소비자 트렌드를 연구, 분석 하기에는 충분하지 않다.

이에 본 연구는 다음과 같은 차별성을 가지고 있다. 첫째, 저탄소 인증 축산물에 관련한 해외사례와 초기단계인 정부정책을 비교 분석을 실시하였다. 둘째, 저탄소 인증 축산물 관련 설문조사를 프리미엄 브랜드 소비자(벽제갈비)와 일반 고객 대상으로 수행하여 데이터 세분화 하였다. 셋째, 저탄소 인증 축산물 실제 판매 사례를 조사하여 시사점을 도출하였다. 넷째, 이상의 조사자료와 분석결과를 통해 저탄소 인증 축산물의 고객 포지셔닝, 인지도 향상 방안 등 향후 발전 방향에 대해 도출하였다.

[표7] KB금융그룹 조사 사례

구 분	내 용
소비자 친환경 행동	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가장 심각한 환경 문제를 묻는 질문에는 대기오염(응답자 38%), 기후 변화 및 지구온난화(38%), 생태계 파괴(12%), 수질오염(9%) 순</li> <li>- 일상생활에서 자주 실천하는 친환경 행동은 일회용 봉지 대신 장바구니 이용하기(64%), 콘센트 뽑기와 소등하기 등 절전을 위한 노력(54%) 순</li> <li>- 일상에서 가장 실천하지 못하거나 실천하기 어려운 친환경 행동은 배달 음식 주문 시 일회용품 안 받기(22%)로 나타남</li> </ul>
소비자 친환경 소비 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자가 일상에서 친환경 행동을 실천할 수 있는 분야로는 소비(56%), 교통(23%), 교육(10%), 주거(8%), 직장(3%) 순</li> <li>- 소비자가 관심있어 하는 친환경 소비 키워드는 업사이클링(30%), 제로웨이스트(23%), 친환경 배송(18%) 순</li> <li>- 소비자는 친환경 제품을 구매할 때 일반 제품 대비 추가지출 수준은 10%(54%), 5~10%(34%), 5%(20%) 순</li> </ul>
소비자 친환경 소비 트렌드	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 1년간 배달주문 증가 실적은 응답자의 97%가 증가하였다고 답변</li> <li>- 친환경 배송 · 배달 서비스가 환경에 영향을 미친다고 응답자 72% 답변</li> <li>- 제로 웨이스트 위해 사용해보고 싶은 제품은 천연 수세미(40%), 실리콘 뚜껑(40%), 설거지 비누(36%), 옥수수 · 대나무 칫솔(33%) 순</li> </ul>
소비자 친환경 산업과정 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자 관점에서 친환경을 잘 실천하는 산업은 자동차(75%), 쇼핑(64%), 가전 · 전가 기기(62%), 금융(53%) 순</li> <li>- 재포장 금지법에 대해 소비자 35.9%가 내용을 알고, 19.0%가 구매시 고려</li> <li>- ‘유색 페트병/라벨부착 금지’ 규제에 대해 소비자 62.1%가 내용을 알고, 34.5%가 구매 시 고려</li> </ul>

## 제 4 장 연구내용 및 결과

### 제 1 절 연구 내용

본연구는 저탄소 인증제도가 도입되고 저탄소 인증 축산물이 소비자의 인식과 구매, 기호에 미치는 상관관계를 분석해보고자 한다. 성인 230명을 대상으로 설문조사를 진행하였고 주요 내용은 “저탄소인증 축산물에 대한 소비자의 인식과 구매동기”와 “일반적인 축산물 제품 선택 속성에 대한 설문 ”이다. 이를 바탕으로 저탄소 인증 축산물에 대한 인지도와 선호도, 구매이유 및 구매동기, 구매 시 장애 요소, 선택 시 중요하게 생각하는 고려 요소 및 선택속성, 구매 시 브랜드의 역할, 가격의 역할, 선호하는 유통 채널 및 유통의 역할, 중요하게 생각하는 정보원천과 역할을 살펴볼 예정이다.또한 소비자들의 축산물에 대한 인식과 구매 동기를 조사하고자 한다 그리고 여러 요소들의 상관관계 및 분석해보고자 한다

### 제 2 절 연구 결과

#### 1. 축산물 제품에 대한 소비자들이 인식과 만족도

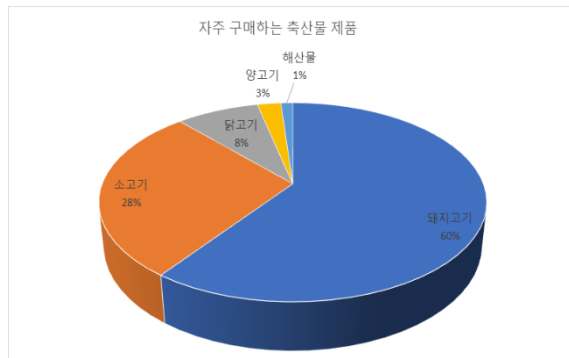
##### 1) 축산물 제품에 대한 인지도와 선호도

##### (1) 축산물 제품에 대한 선호도

축산물 제품에 대한 선호도를 살펴보면 돼지고기 153명(60.0%), 소고기 72명(28.2%), 닭고기 21명(8.2%), 양고기 6명(2.4%), 해산물 3명(1.2%) 순서대로 나타났다.

[표 8] 자주 구매하는 축산물 제품

항목	빈도	백분율 (%)
돼지고기	153	60.0
소고기	72	28.2
닭고기	21	8.2
양고기	6	2.4
해산물	3	1.2
합계	255	100.0

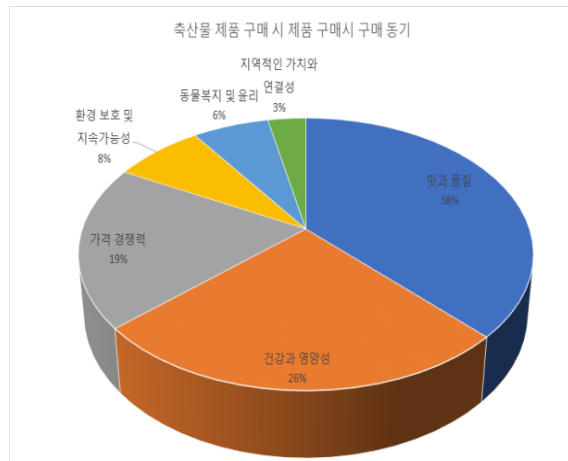


(2) 축산물 제품 구매동기

축산물 제품 구매동기를 살펴보면 축산물 제품 구매동기는 맛과 품질 210명 (37.6%), 건강과 영양성 144명(25.8%), 가격 경쟁력 108명(19.4%), 환경 보호 및 지속가능성 42명(7.5%), 동물복지 및 윤리 36명(6.5%), 지역적인 가치와 연결성 18명(3.2%) 순서대로 나타났다.

[표9] 축산물 제품 구매 동기

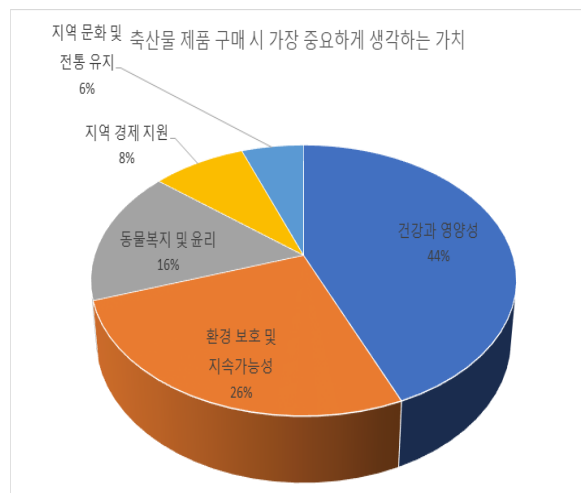
항목	빈도	백분율 (%)
맛과 품질	210	37.6
건강과 영양성	144	25.8
가격 경쟁력	108	19.4
환경 보호 및 지속가능성	42	7.5
동물복지 및 윤리	36	6.5
지역적인 가치와 연결성	18	3.2
합계	558	100.0



축산물 제품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 가치는 건강과 영양성 186명 (43.7%), 환경 보호 및 지속가능성 111명(26.1%), 동물복지 및 윤리 69명 (16.2%), 지역 경제 지원 36명(8.5%), 지역 문화 및 전통 유지 24명(5.6%) 순서대로 나타났다.

[표10] 축산물 제품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 가치

항목	빈도	백분율 (%)
건강과 영양성	186	43.7
환경 보호 및 지속가능성	111	26.1
동물복지 및 윤리	69	16.2
지역 경제 지원	36	8.5
지역 문화 및 전통 유지	24	5.6
합계	426	100.0



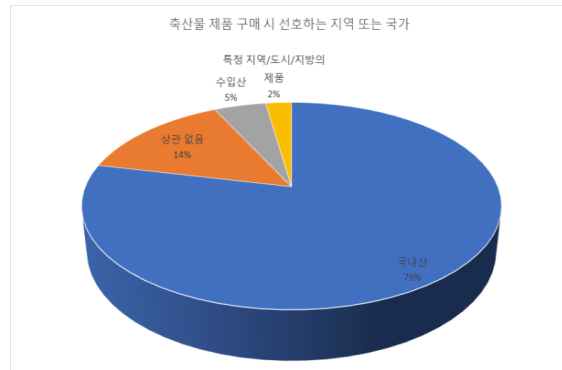
(3) 축산물 제품 선택 시 중요하게 생각하는 고려 요소 및 선택속성

축산물 제품 구매 시 선호하는 지역 또는 국가는 국내산 198명(77.6%), 상관없

음 36명(14.1%), 수입산 12명(4.7%), 특정 지역/도시/지방의 제품 6명(2.4%) 순서대로 나타났다.

[표11] 축산물 제품 구매 시 선호하는 지역 또는 국가

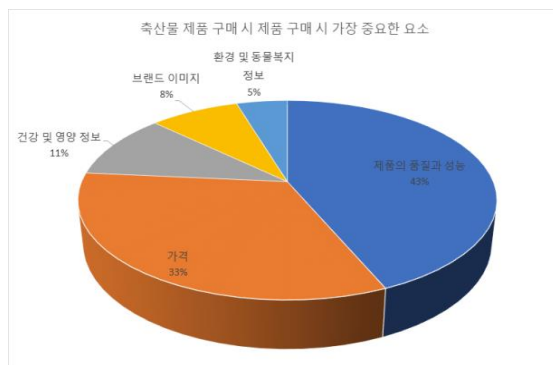
항목	빈도	백분율 (%)
국내산	198	77.6
상관 없음	36	14.1
수입산	12	4.7
특정 지역/도시/지방의 제품	6	2.4
합계	252	98.8



축산물 제품 구매 시 제품 구매 시 가장 중요한 요소는 제품의 품질과 성능 111명(43.5%), 가격 84명(32.9%), 건강 및 영양 정보 27명(10.6%), 브랜드 이미지 21명(8.2%), 환경 및 동물복지 정보 12명(4.7%) 순서대로 나타났다.

[표12] 축산물 제품 구매 시 제품 구매 시 가장 중요한 요소

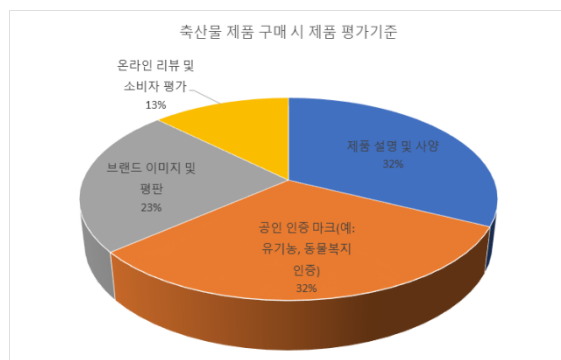
항목	빈도	백분율 (%)
제품의 품질과 성능	111	43.5
가격	84	32.9
건강 및 영양 정보	27	10.6
브랜드 이미지	21	8.2
환경 및 동물복지 정보	12	4.7
합계	255	100.0



축산물 제품 구매 시 제품 평가기준은 제품 설명 및 사양 144명(32.2%), 공인 인증 마크(예: 유기농, 동물복지 인증) 141명(31.5%), 브랜드 이미지 및 평판 105명(23.5%), 온라인 리뷰 및 소비자 평가 57명(12.8%) 순서대로 나타났다.

[표13] 축산물 제품 구매 시 제품 평가기준

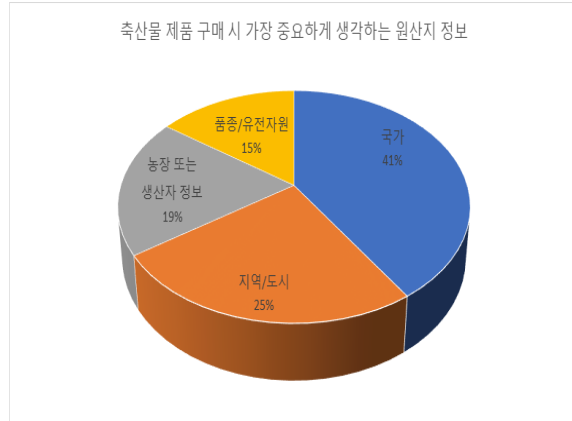
항목	빈도	백분율 (%)
제품 설명 및 사양	144	32.2
공인 인증 마크(예: 유기농, 동물복지 인증)	141	31.5
브랜드 이미지 및 평판	105	23.5
온라인 리뷰 및 소비자 평가	57	12.8
합계	447	100.0



축산물 제품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 원산지 정보는 국가 177명 (40.7%), 지역/도시 108명(24.8%), 농장 또는 생산자 정보 84명(19.3%), 품종/유전자원 66명(15.2%) 순서대로 나타났다.

[표14] 축산물 제품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 원산지 정보

항목	빈도	백분율 (%)
국가	177	40.7
지역/도시	108	24.8
농장 또는 생산자 정보	84	19.3
품종/유전자원	66	15.2
합계	435	100.0

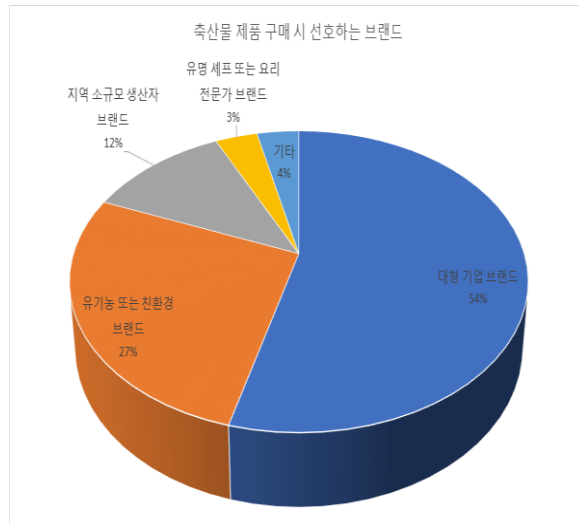


(4) 축산물 제품 구매 시 브랜드의 역할

축산물 제품 구매 시 선호하는 브랜드는 대형 기업 브랜드 138명(54.1%), 유기농 또는 친환경 브랜드 69명(27.1%), 지역 소규모 생산자 브랜드 30명(11.8%), 유명 셰프 또는 요리 전문가 브랜드 9명(3.5%), 기타 9명(3.5%) 순서대로 나타났다.

[표15] 축산물 제품 구매 시 선호하는 브랜드

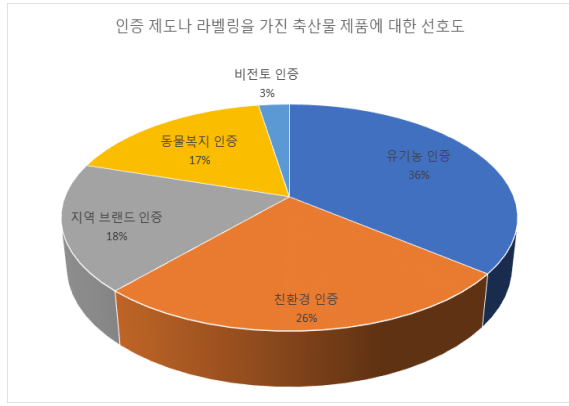
항목	빈도	백분율 (%)
대형 기업 브랜드	138	54.1
유기농 또는 친환경 브랜드	69	27.1
지역 소규모 생산자 브랜드	30	11.8
유명 셰프 또는 요리 전문가 브랜드	9	3.5
기타	9	3.5
합계	255	100.0



인증 제도나 라벨링을 가진 축산물 제품에 대한 선호도는 유기농 인증 165명 (35.7%), 친환경 인증 120명(26.0%), 지역 브랜드 인증 84명(18.2%), 동물복지 인증 81명(17.5%), 비전토 인증 12명(2.6%) 순서대로 나타났다.

[표16] 인증 제도나 라벨링을 가진 축산물 제품에 대한 선호도

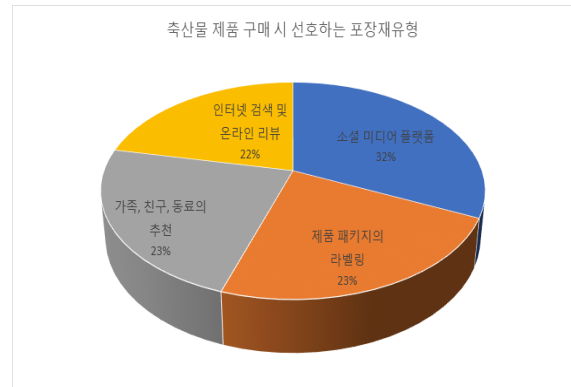
항목	빈도	백분율 (%)
유기농 인증	165	35.7
친환경 인증	120	26.0
지역 브랜드 인증	84	18.2
동물복지 인증	81	17.5
비전토 인증	12	2.6
합계	462	100.0



축산물 제품 구매 시 선호하는 포장재유형은 소셜 미디어 플랫폼 132명(31.9%), 제품 패키지의 라벨링 96명(23.2%), 가족, 친구, 동료의 추천 96명(23.2%), 인터넷 검색 및 온라인 리뷰 90명(21.7%) 순서대로 나타났다.

[표17] 축산물 제품 구매 시 선호하는 포장재유형

항목	빈도	백분율 (%)
소셜 미디어 플랫폼	132	31.9
제품 패키지의 라벨링	96	23.2
가족, 친구, 동료의 추천	96	23.2
인터넷 검색 및 온라인 리뷰	90	21.7
합계	414	100.0

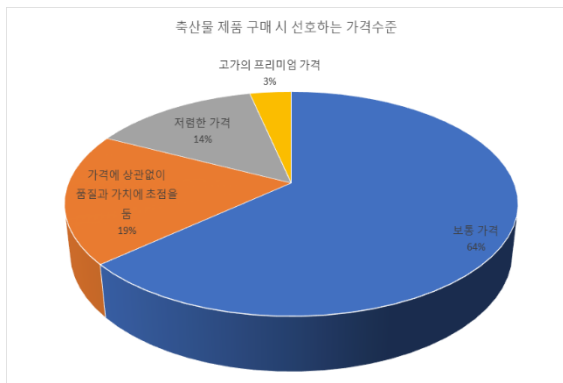


(5) 축산물 제품 구매 시 가격의 역할

축산물 제품 구매 시 선호하는 가격수준은 보통 가격 162명(63.5%), 가격에 상관없이 품질과 가치에 초점을 둠 48명(18.8%), 저렴한 가격 36명(14.1%), 고가의 프리미엄 가격 9명(3.5%) 순서대로 나타났다.

[표18] 축산물 제품 구매 시 선호하는 가격수준

항목	빈도	백분율 (%)
보통 가격	162	63.5
가격에 상관없이 품질과 가치에 초점을 둠	48	18.8
저렴한 가격	36	14.1
고가의 프리미엄 가격	9	3.5
합계	255	100.0

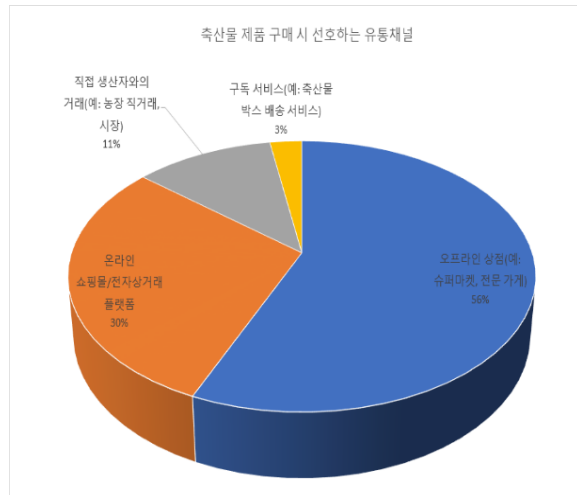


(6) 축산물 제품 선택 시 선호하는 유통 채널 및 유통의 역할

축산물 제품 구매 시 선호하는 유통채널은 오프라인 상점(예: 슈퍼마켓, 전문 가게) 195명(56.5%), 온라인 쇼핑몰/전자상거래 플랫폼 102명(29.6%), 직접 생산자와의 거래(예: 농장 직거래, 시장) 39명(11.3%), 구독 서비스(예: 축산물 박스 배송 서비스) 9명(2.6%) 순서대로 나타났다.

[표19] 축산물 제품 구매 시 선호하는 유통채널

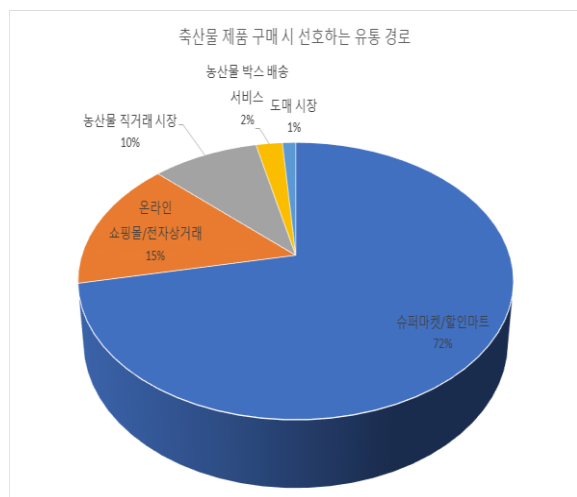
항목	빈도	백분율 (%)
오프라인 상점(예: 슈퍼마켓, 전문 가게)	195	56.5
온라인 쇼핑몰/전자상거래 플랫폼	102	29.6
직접 생산자와의 거래(예: 농장 직거래, 시장)	39	11.3
구독 서비스(예: 축산물 박스 배송 서비스)	9	2.6
합계	345	100.0



축산물 제품 구매 시 선호하는 유통 경로는 슈퍼마켓/할인마트 183명(71.8%), 온라인 쇼핑몰/전자상거래 39명(15.3%), 농산물 직거래 시장 24명(9.4%), 농산물 박스 배송 서비스 6명(2.4%), 도매 시장 3명(1.2%) 순서대로 나타났다.

[표20] 축산물 제품 구매 시 선호하는 유통 경로

항목	빈도	백분율 (%)
슈퍼마켓/할인마트	183	71.8
온라인 쇼핑몰/전자상거래	39	15.3
농산물 직거래 시장	24	9.4
농산물 박스 배송 서비스	6	2.4
도매 시장	3	1.2
합계	255	100.0

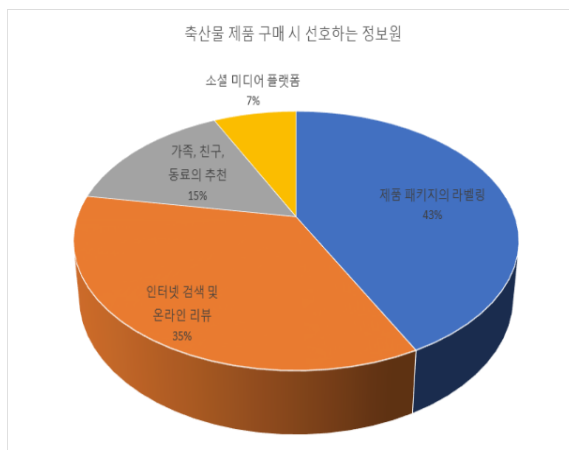


(7) 축산물 제품 구매 시 중요하게 생각하는 정보원천과 역할

축산물 제품 구매 시 선호하는 정보원은 제품 패키지의 라벨링 177명(42.4%), 인터넷 검색 및 온라인 리뷰 147명(35.3%), 가족, 친구, 동료의 추천 63명(15.1%), 소셜 미디어 플랫폼 30명(7.2%) 순서대로 나타났다.

[표21] 축산물 제품 구매 시 선호하는 정보원

항목	빈도	백분율 (%)
제품 패키지의 라벨링	177	42.4
인터넷 검색 및 온라인 리뷰	147	35.3
가족, 친구, 동료의 추천	63	15.1
소셜 미디어 플랫폼	30	7.2
합계	417	100.0

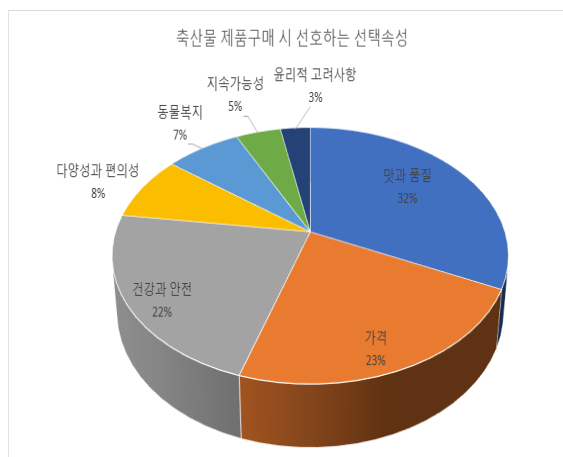


2) 축산물 제품 구매 시 선택속성

축산물 제품구매 시 선호하는 선택속성은 맛과 품질 198명(32.0%), 가격 141명(22.8%), 건강과 안전 138명(22.3%), 다양성과 편의성 51명(8.3%), 동물복지 45명(7.3%), 지속가능성 27명(4.4%), 윤리적 고려사항 18명(2.9%) 순서대로 나타났다.

[표22] 축산물 제품구매 시 선호하는 선택속성

항목	빈도	백분율 (%)
맛과 품질	198	32.0
가격	141	22.8
건강과 안전	138	22.3
다양성과 편의성	51	8.3
동물복지	45	7.3
지속가능성	27	4.4
윤리적 고려사항	18	2.9
합계	618	100.0



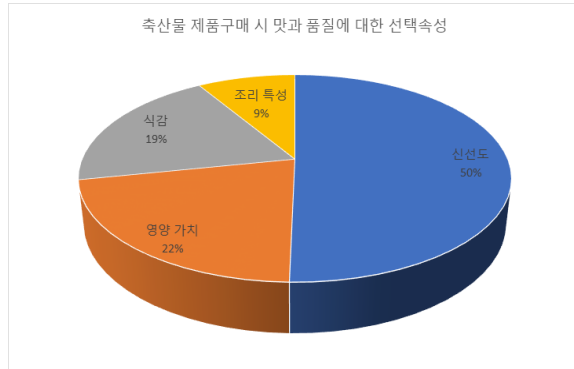
(1) 맛과 품질

축산물 제품구매 시 맛과 품질에 대해 고려하는 평가요소의 경우 신선도 225명(50.3%), 영양 가치 96명(21.5%), 식감 87명(19.5%), 조리 특성 39명(8.7%) 순서대로 나타났다.



[표23] 축산물 제품구매 시 맛과 품질에 대한 선택속성

항목	빈도	백분율 (%)
신선도	225	50.3
영양 가치	96	21.5
식감	87	19.5
조리 특성	39	8.7
합계	447	100.0

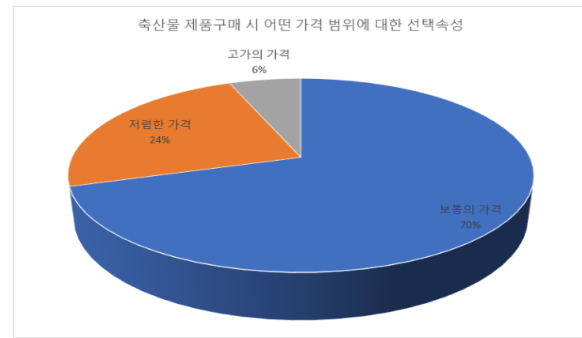


(2) 가격 범위

축산물 제품구매 시 고려하는 가격범위의 경우 보통의 가격 177명(70.2%), 저렴한 가격 60명(23.8%), 고가의 가격 15명(6.0%) 순서대로 나타났다.

[표24] 축산물 제품구매 시 어떤 가격 범위에 대한 선택속성

항목	빈도	백분율 (%)
보통의 가격	177	70.2
저렴한 가격	60	23.8
고가의 가격	15	6.0
합계	252	100.0

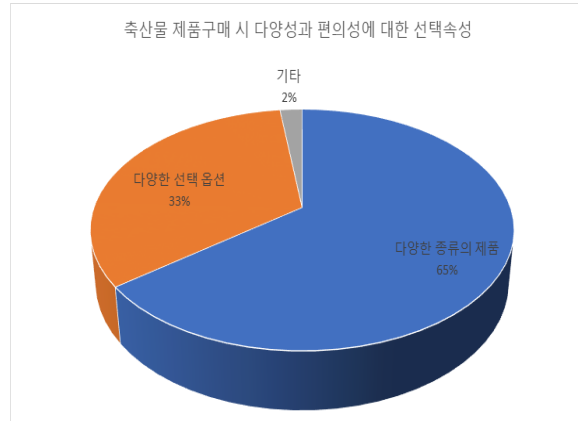


(3) 다양성과 편의성

축산물 제품구매 시 다양성과 편의성에 대해 고려하는 평가요소의 경우 다양한 종류의 제품 192명(64.6%), 다양한 선택 옵션 99명(33.3%), 기타 6명(2.0%) 순서대로 나타났다.

[표25] 축산물 제품구매 시 다양성과 편의성에 대한 선택속성

항목	빈도	백분율 (%)
다양한 종류의 제품	192	64.6
다양한 선택 옵션	99	33.3
기타	6	2.0
합계	297	100.0

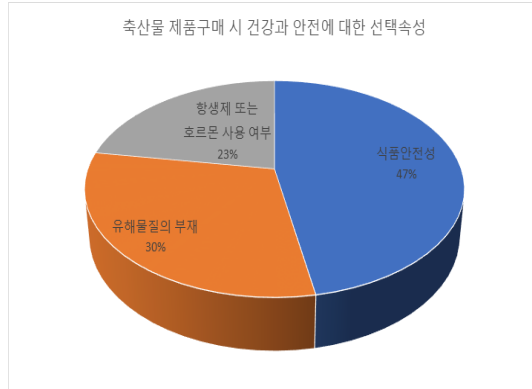


(4) 건강과 안전

축산물 제품구매 시 건강과 안전에 대해 고려하는 평가요소의 경우 식품안전성 195명(47.1%), 유해물질의 부재 126명(30.4%), 항생제 또는 호르몬 사용 여부 93명(22.5%) 순서대로 나타났다.

[표26] 축산물 제품구매 시 건강과 안전에 대한 선택속성

항목	빈도	백분율 (%)
식품안전성	195	47.1
유해물질의 부재	126	30.4
항생제 또는 호르몬 사용 여부	93	22.5
합계	414	100.0

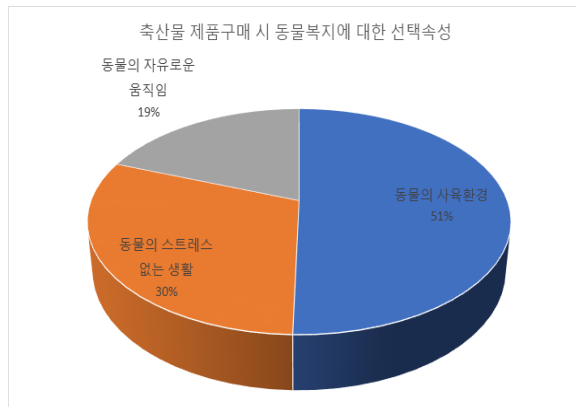


(5) 동물복지

축산물 제품구매 시 동물복지에 대해 고려하는 평가요소의 경우 동물의 사육환경 189명(50.4%), 동물의 스트레스 없는 생활 114명(30.4%), 동물의 자유로운 움직임 72명(19.2%) 순서대로 나타났다.

[표27] 축산물 제품구매 시 동물복지에 대한 선택속성

항목	빈도	백분율 (%)
동물의 사육환경	189	50.4
동물의 스트레스 없는 생활	114	30.4
동물의 자유로운 움직임	72	19.2
합계	375	100.0

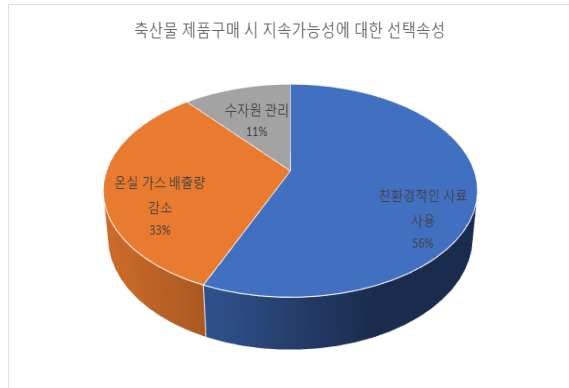


(6) 지속가능성

축산물 제품구매 시 지속가능성에 대해 고려하는 평가요소의 경우 친환경적인 사료 사용 198명(56.4%), 온실 가스 배출량 감소 114명(32.5%), 수자원 관리 39명(11.1%) 순서대로 나타났다.

[표28] 축산물 제품구매 시 지속가능성에 대한 선택속성

항목	빈도	백분율 (%)
친환경적인 사료 사용	198	56.4
온실 가스 배출량 감소	114	32.5
수자원 관리	39	11.1
합계	351	100.0

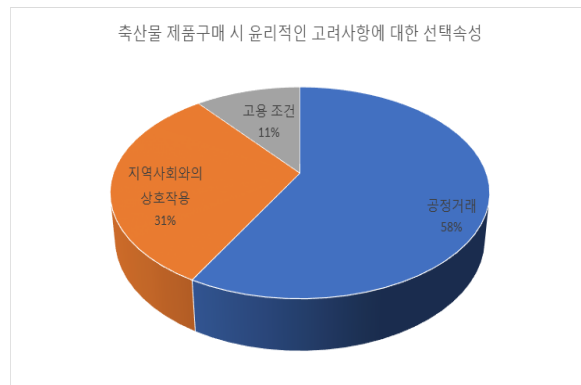


(7) 윤리적인 고려사항

축산물 제품구매 시 윤리적인 고려사항의 경우에는 공정거래 195명(58.0%), 지역사회와의 상호작용 105명(31.3%), 고용 조건36명(10.7%) 순서대로 나타났다.

[표29] 축산물 제품구매 시 윤리적인 고려사항에 대한 선택속성

항목	빈도	백분율 (%)
공정거래	195	58.0
지역사회와의 상호작용	105	31.3
고용 조건	36	10.7
합계	336	100.0



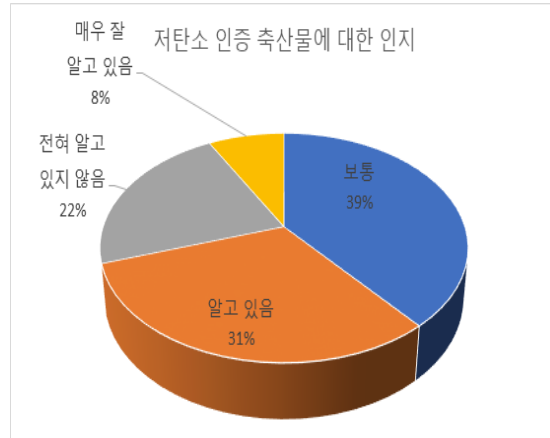
2. 저탄소 인증 축산물에 대한 소비자들의 인식과 만족도

1) 저탄소 인증 축산물에 대한 인지도와 선호도

저탄소 인증 축산물에 대한 인지를 살펴본 결과 보통 88명(38.9%), 알고 있음 70명(31.0%), 전혀 알고 있지 않음 50명(22.1%), 매우 잘 알고 있음 18명(8.0%)으로 나타났고 평균 3.25로 5점을 기준으로 비교적 높게 나타났다.

[표30] 저탄소 인증 축산물에 대한 인지

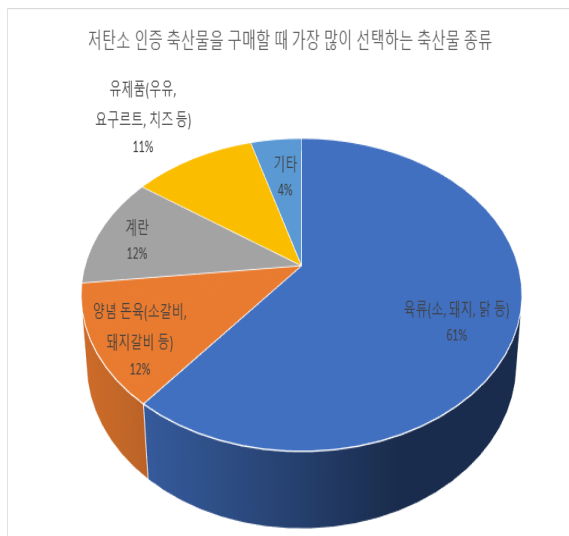
항목	빈도	백분율(%)
보통	88	38.9
알고 있음	70	31.0
전혀 알고 있지 않음	50	22.1
매우 잘 알고 있음	18	8.0
합계	226	100.0
평균	3.25	



저탄소 인증 축산물을 구매할 때 가장 많이 선택하는 축산물 종류를 살펴본 결과 육류(소, 돼지, 닭 등) 136명(60.7%), 양념 돈육(소갈비, 돼지갈비 등) 28명(12.5%), 계란 26명(11.6%), 유제품(우유, 요구르트, 치즈 등) 24명(10.7%), 기타 10명(4.5%) 순서대로 나타났다.

[표31] 저탄소 인증 축산물을 구매할 때 가장 많이 선택하는 축산물 종류

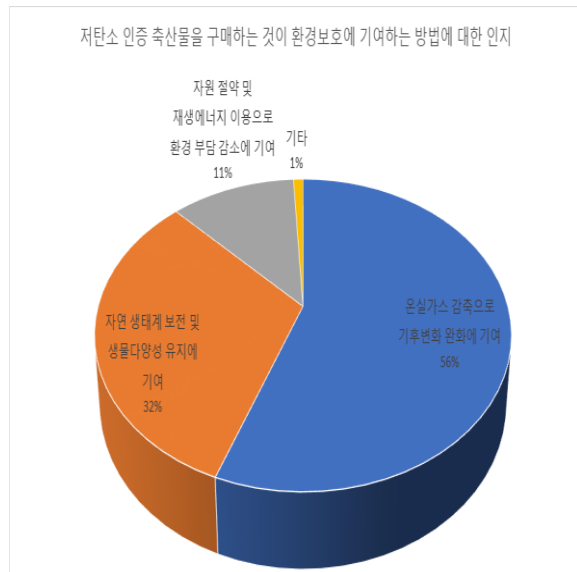
항목	빈도	백분율(%)
육류(소, 돼지, 닭 등)	136	60.7
양념 돈육(소갈비, 돼지갈비 등)	28	12.5
계란	26	11.6
유제품(우유, 요구르트, 치즈 등)	24	10.7
기타	10	4.5
합계	224	100.0



저탄소 인증 축산물을 구매하는 것이 환경보호에 기여하는 방법에 대한 인지를 살펴본 결과 온실가스 감축으로 기후변화 완화에 기여 126명(55.8%), 자연 생태계 보전 및 생물다양성 유지에 기여 72명(31.9%), 자원 절약 및 재생에너지 이용으로 환경 부담 감소에 기여 26명(11.5%), 기타 2명(0.9%) 순서대로 나타났다.

[표32] 저탄소 인증 축산물을 구매하는 것이 환경보호에 기여하는 방법에 대한 인지

항목	빈도	백분율 (%)
온실가스 감축으로 기후변화 완화에 기여	126	55.8
자연 생태계 보전 및 생물다양성 유지에 기여	72	31.9
자원 절약 및 재생에너지 이용으로 환경 부담 감소에 기여	26	11.5
기타	2	0.9
합계	226	100.0

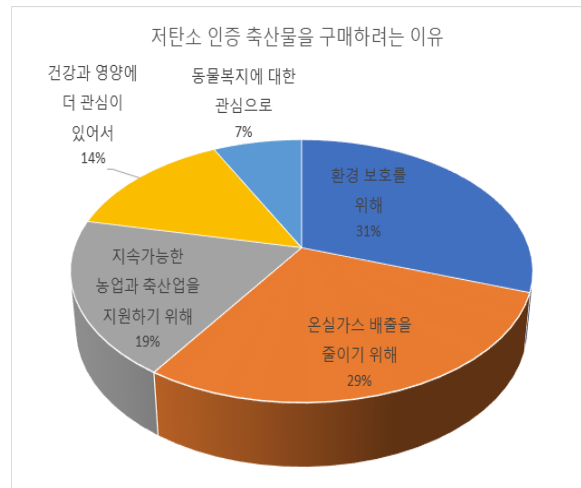


## 2) 저탄소 인증 축산물 구매이유 및 구매동기

저탄소 인증 축산물을 구매하려는 이유를 살펴본 결과 환경 보호를 위해 124명 (30.4%), 온실가스 배출을 줄이기 위해 118명 (28.9%), 지속가능한 농업과 축산업을 지원하기 위해 78명 (19.1%), 건강과 영양에 더 관심이 있어서 58명 (14.2%), 동물복지에 대한 관심으로 30명 (7.4%) 순서대로 나타났다.

[표33] 저탄소 인증 축산물을 구매하려는 이유

항목	빈도	백분율 (%)
환경 보호를 위해	124	30.4
온실가스 배출을 줄이기 위해	118	28.9
지속가능한 농업과 축산업을 지원하기 위해	78	19.1
건강과 영양에 더 관심이 있어서	58	14.2
동물복지에 대한 관심으로	30	7.4
합계	408	100.0

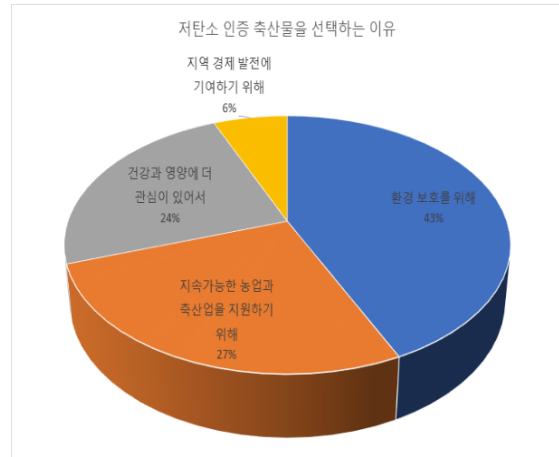


저탄소 인증 축산물을 선택하는 이유를 살펴본 결과 환경 보호를 위해 148명 (43.0%), 지속가능한 농업과 축산업을 지원하기 위해 92명 (26.7%), 건강과 영양에 더 관심이 있어서 82명 (23.8%), 지역 경제 발전에 기여하기 위해 22명 (6.4%)

순서대로 나타났다.

[표34] 저탄소 인증 축산물을 선택하는 이유

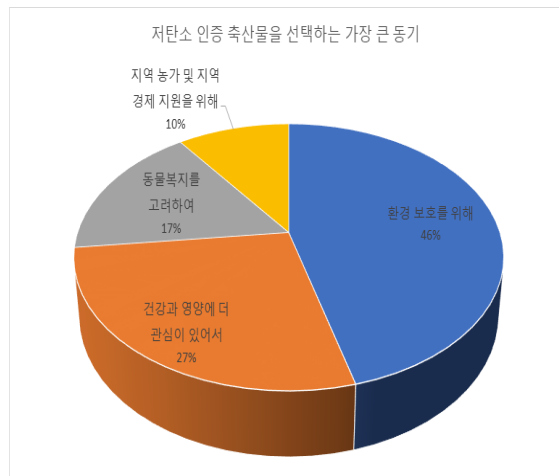
항목	빈도	백분율 (%)
환경 보호를 위해	148	43.0
지속가능한 농업과 축산업을 지원하기 위해	92	26.7
건강과 영양에 더 관심이 있어서	82	23.8
지역 경제 발전에 기여하기 위해	22	6.4
합계	344	100.0



저탄소 인증 축산물을 선택하는 가장 큰 동기를 살펴본 결과 환경 보호를 위해 164명(45.8%), 건강과 영양에 더 관심이 있어서 98명(27.4%), 동물복지를 고려하여 60명(16.8%), 지역 농가 및 지역 경제 지원을 위해 36명(10.1%) 순서대로 나타났다.

[표35] 저탄소 인증 축산물을 선택하는 가장 큰 동기

항목	빈도	백분율 (%)
환경 보호를 위해	164	45.8
건강과 영양에 더 관심이 있어서	98	27.4
동물복지를 고려하여	60	16.8
지역 농가 및 지역 경제 지원을 위해	36	10.1
합계	358	100.0

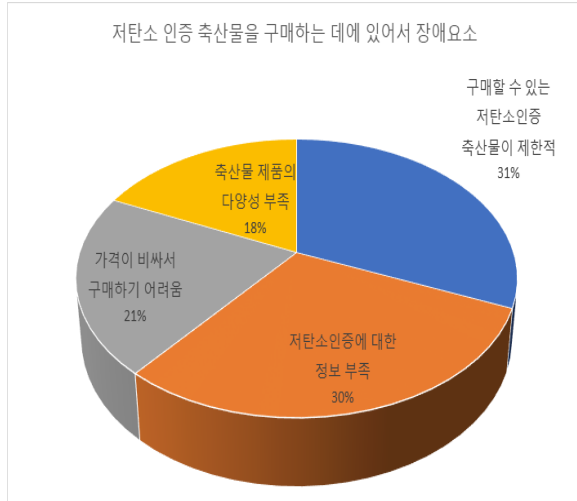


### 3) 저탄소 인증 축산물 구매 시 장애 요소

저탄소 인증 축산물을 구매하는 데에 있어서 장애요소를 살펴본 결과 구매할 수 있는 저탄소 인증 축산물이 제한적 114명(31.3%), 저탄소 인증에 대한 정보 부족 108명(29.7%), 가격이 비싸서 구매하기 어려움 76명(20.9%), 축산물 제품의 다양성 부족 66명(18.1%) 순서대로 나타났다.

[표36] 저탄소 인증 축산물을 구매하는 데에 있어서 장애요소

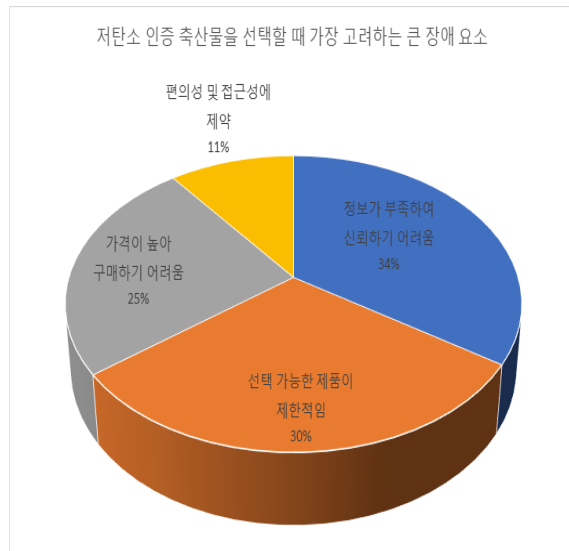
항목	빈도	백분율(%)
구매할 수 있는 저탄소 인증 축산물이 제한적	114	31.3
저탄소 인증에 대한 정보 부족	108	29.7
가격이 비싸서 구매하기 어려움	76	20.9
축산물 제품의 다양성 부족	66	18.1
합계	364	100.0



저탄소 인증 축산물을 선택할 때 가장 고려하는 큰 장애 요소를 살펴본 결과 정보가 부족하여 신뢰하기 어려움 124명(34.3%), 선택 가능한 제품이 제한적임 110명(30.4%), 가격이 높아 구매하기 어려움 90명(24.9%), 편의성 및 접근성에 제약 38명(10.5%) 순서대로 나타났다.

[표37] 저탄소 인증 축산물을 선택할 때 가장 고려하는 큰 장애 요소

항목	빈도	백분율(%)
정보가 부족하여 신뢰하기 어려움	124	34.3
선택 가능한 제품이 제한적임	110	30.4
가격이 높아 구매하기 어려움	90	24.9
편의성 및 접근성에 제약	38	10.5
합계	362	100.0

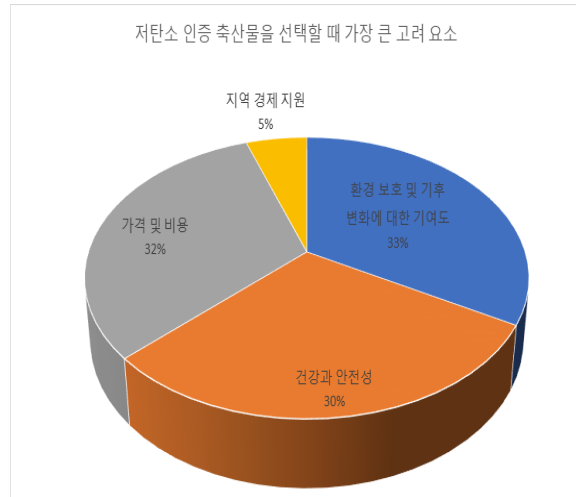


#### 4) 저탄소 인증 축산물 선택 시 중요하게 생각하는 고려 요소 및 선택속성

저탄소 인증 축산물을 선택할 때 가장 큰 고려 요소를 살펴본 결과 환경 보호 및 기후 변화에 대한 기여도 138명(33.2%), 건강과 안전성 124명(29.8%), 가격 및 비용 132명(31.7%), 지역 경제 지원 22명(5.3%) 순서대로 나타났다.

[표38] 저탄소 인증 축산물을 선택할 때 가장 큰 고려 요소

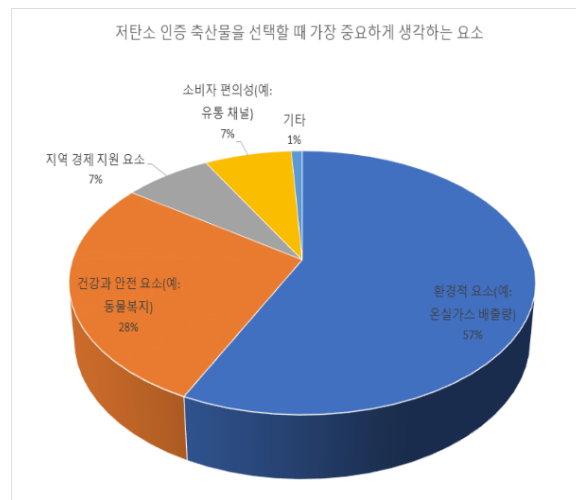
항목	빈도	백분율 (%)
환경 보호 및 기후 변화에 대한 기여도	138	33.2
건강과 안전성	124	29.8
가격 및 비용	132	31.7
지역 경제 지원	22	5.3
합계	416	100.0



저탄소 인증 축산물을 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 요소를 살펴본 결과 환경적 요소(예: 온실가스 배출량) 128명(57.1%), 건강과 안전 요소(예: 동물복지) 62명(27.7%), 지역 경제 지원 요소 16명(7.1%), 소비자 편의성(예: 유통 채널) 16명(7.1%), 기타 2명(0.9%) 순서대로 나타났다.

[표39] 저탄소 인증 축산물을 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 요소

항목	빈도	백분율 (%)
환경적 요소(예: 온실가스 배출량)	128	57.1
건강과 안전 요소(예: 동물복지)	62	27.7
지역 경제 지원 요소	16	7.1
소비자 편의성(예: 유통 채널)	16	7.1
기타	2	0.9
합계	224	100.0

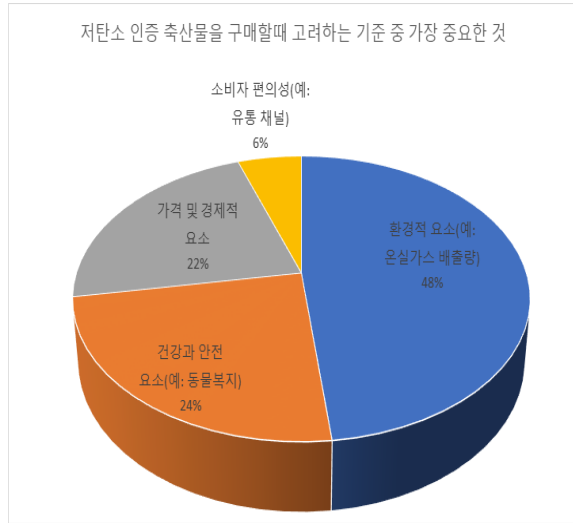


저탄소 인증 축산물을 구매할 때 고려하는 기준 중 가장 중요한 것을 살펴본 결과 환경적 요소(예: 온실가스 배출량) 108명(48.2%), 건강과 안전 요소(예: 동물복지) 54명(24.1%), 가격 및 경제적 요소 50명(22.3%), 소비자 편의성(예: 유통 채널) 12명(5.4%) 순서대로 나타났다.



[표40] 저탄소 인증 축산물을 구매할 때 고려하는 기준 중 가장 중요한 것

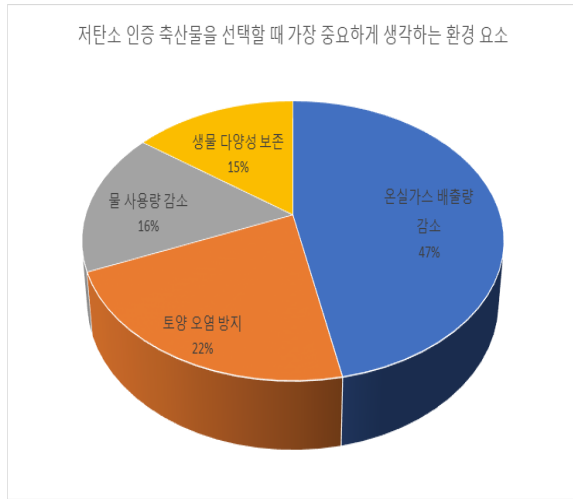
항목	빈도	백분율 (%)
환경적 요소(예: 온실가스 배출량)	108	48.2
건강과 안전 요소(예: 동물복지)	54	24.1
가격 및 경제적 요소	50	22.3
소비자 편의성(예: 유통 채널)	12	5.4
합계	224	100.0



저탄소 인증 축산물을 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 환경 요소를 살펴본 결과 온실가스 배출량 감소 164명(46.9%), 토양 오염 방지 76명(21.7%), 물 사용량 감소 58명(16.6%), 생물 다양성 보존 52명(14.9%) 순서대로 나타났다.

[표41] 저탄소 인증 축산물을 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 환경 요소

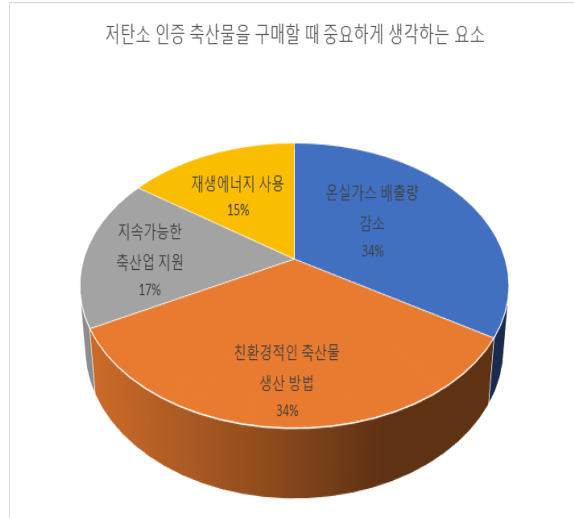
항목	빈도	백분율 (%)
온실가스 배출량 감소	164	46.9
토양 오염 방지	76	21.7
물 사용량 감소	58	16.6
생물 다양성 보존	52	14.9
합계	350	100.0



저탄소 인증 축산물을 구매할 때 중요하게 생각하는 요소를 살펴본 결과 온실가스 배출량 감소 132명(33.7%), 친환경적인 축산물 생산 방법 132명(33.7%), 지속가능한 축산업 지원 68명(17.3%), 재생에너지 사용 60명(15.3%) 순서대로 나타났다.

[표42] 저탄소 인증 축산물을 구매할 때 중요하게 생각하는 요소

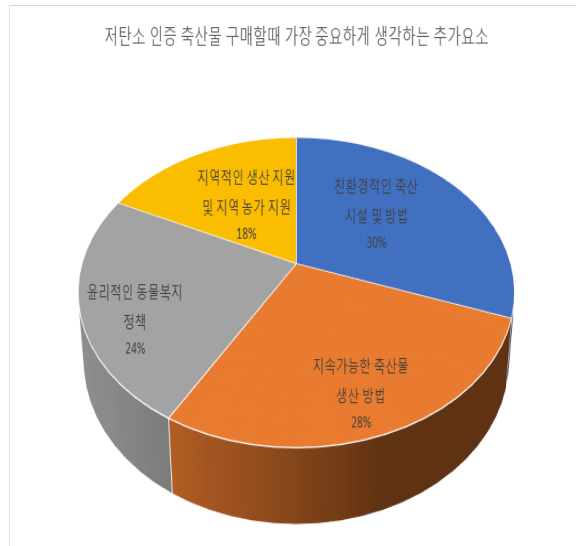
항목	빈도	백분율(%)
온실가스 배출량 감소	132	33.7
친환경적인 축산물 생산 방법	132	33.7
지속가능한 축산업 지원	68	17.3
재생에너지 사용	60	15.3
합계	392	100.0



저탄소 인증 축산물 구매할 때 가장 중요하게 생각하는 추가요소를 살펴본 결과 친환경적인 축산 시설 및 방법 110명(30.6%), 지속가능한 축산물 생산 방법 100명(27.8%), 윤리적인 동물복지 정책 86명(23.9%), 지역적인 생산 지원 및 지역 농가 지원 64명(17.8%) 순서대로 나타났다.

[표43] 저탄소 인증 축산물 구매할 때 가장 중요하게 생각하는 추가요소

항목	빈도	백분율(%)
친환경적인 축산 시설 및 방법	110	30.6
지속가능한 축산물 생산 방법	100	27.8
윤리적인 동물복지 정책	86	23.9
지역적인 생산 지원 및 지역 농가 지원	64	17.8
합계	360	100.0



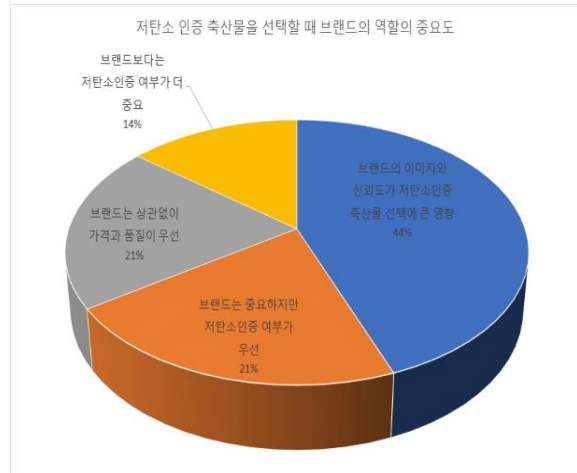
##### 5) 저탄소 인증 축산물 구매 시 브랜드의 역할

저탄소 인증 축산물을 선택할 때 브랜드의 역할의 중요도를 살펴본 결과 브랜드의 이미지와 신뢰도가 저탄소 인증 축산물 선택에 큰 영향 100명(44.2%), 브랜드는 중요하지만 저탄소 인증 여부가 우선 48명(21.2%), 브랜드는 상관없이 가격과

품질이 우선 46명(20.4%), 브랜드보다는 저탄소 인증 여부가 더 중요 32명(14.2%) 순서대로 나타났다.

[표44] 저탄소 인증 축산물을 선택할 때 브랜드의 역할의 중요도

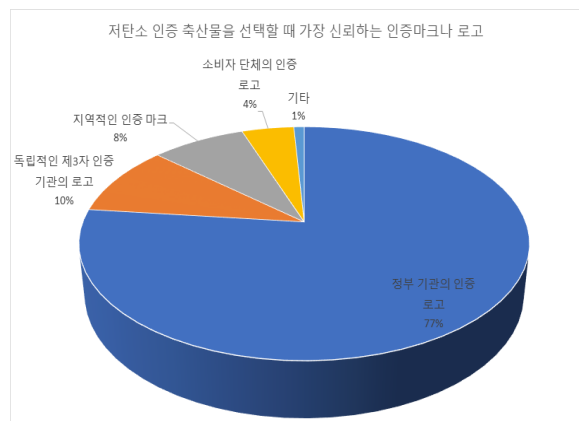
항목	빈도	백분율 (%)
브랜드의 이미지와 신뢰도가 저탄소 인증 축산물 선택에 큰 영향	100	44.2
브랜드는 중요하지만 저탄소 인증 여부가 우선	48	21.2
브랜드는 상관없이 가격과 품질이 우선	46	20.4
브랜드보다는 저탄소 인증 여부가 더 중요	32	14.2
합계	226	100.0



저탄소 인증 축산물을 선택할 때 가장 신뢰하는 인증마크나 로고를 살펴본 결과 정부 기관의 인증 로고 172명(76.8%), 독립적인 제3자 인증 기관의 로고 22명(9.8%), 지역적인 인증 마크 18명(8.0%), 소비자 단체의 인증 로고 10명(4.5%), 기타 2명(0.9%) 순서대로 나타났다.

[표45] 저탄소 인증 축산물을 선택할 때 가장 신뢰하는 인증마크나 로고

항목	빈도	백분율 (%)
정부 기관의 인증 로고	172	76.8
독립적인 제3자 인증 기관의 로고	22	9.8
지역적인 인증 마크	18	8.0
소비자 단체의 인증 로고	10	4.5
기타	2	0.9
합계	224	100.0

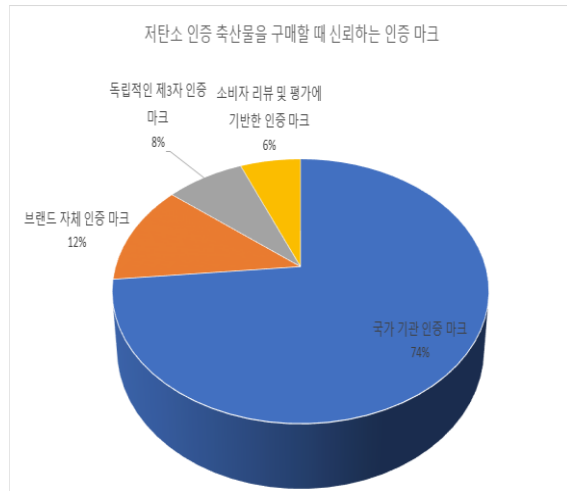


저탄소 인증 축산물을 구매할 때 신뢰하는 인증 마크를 살펴본 결과 국가 기관 인증 마크 166명(73.5%), 브랜드 자체 인증 마크 28명(12.4%), 독립적인 제3자 인증 마크 18명(8.0%), 소비자 리뷰 및 평가에 기반한 인증 마크 14명(6.2%) 순

서대로 나타났다.

[표46] 저탄소 인증 축산물을 구매할 때 신뢰하는 인증 마크

항목	빈도	백분율(%)
국가 기관 인증 마크	166	73.5
브랜드 자체 인증 마크	28	12.4
독립적인 제3자 인증 마크	18	8.0
소비자 리뷰 및 평가에 기반한 인증 마크	14	6.2
합계	226	100.0

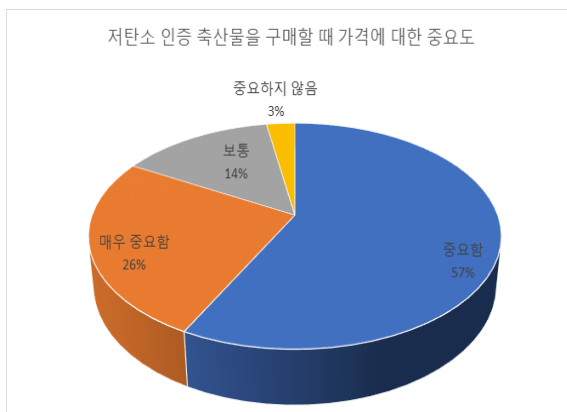


6) 저탄소 인증 축산물 구매 시 가격의 역할

저탄소 인증 축산물을 구매할 때 가격에 대한 중요도를 살펴본 결과 중요함 130명(57.5%), 매우 중요함 58명(25.7%), 보통 32명(14.2%), 중요하지 않음 6명(2.7%)으로 나타났고 평균 4.06으로 5점을 기준으로 높게 나타났다.

[표47] 저탄소 인증 축산물을 구매할 때 가격에 대한 중요도

항목	빈도	백분율(%)
중요함	130	57.5
매우 중요함	58	25.7
보통	32	14.2
중요하지 않음	6	2.7
합계	226	100.0
평균	4.06	

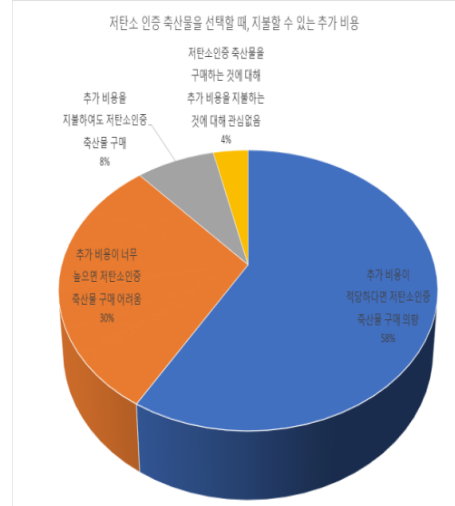


저탄소 인증 축산물을 선택할 때, 지불할 수 있는 추가 비용에 대한 소비태도를 살펴본 결과 추가 비용이 적당하다면 저탄소 인증 축산물 구매 의향 132명(58.4%), 추가 비용이 너무 높으면 저탄소 인증 축산물 구매 어려움 68명(30.1%), 추가 비용을 지불하여도 저탄소 인증 축산물 구매 18명(8.0%), 저탄소

인증 축산물을 구매하는 것에 대해 추가 비용을 지불하는 것에 대해 관심없음 8명 (3.5%) 순서대로 나타났다.

[표48] 저탄소 인증 축산물을 선택할 때, 지불할 수 있는 추가 비용

항목	빈도	백분율 (%)
추가 비용이 적당하다면 저탄소인증 축산물 구매 의향	132	58.4
추가 비용이 너무 높으면 저탄소인증 축산물 구매 어려움	68	30.1
추가 비용을 지불하여도 저탄소인증 축산물 구매	18	8.0
저탄소인증 축산물을 구매하는 것에 대해 추가 비용을 지불하는 것에 대해 관심없음	8	3.5
합계	226	100.0

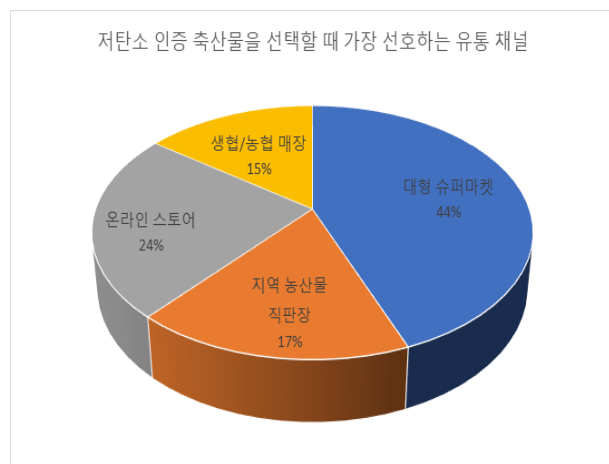


7) 저탄소 인증 축산물 선택 시 선호하는 유통 채널 및 유통의 역할

저탄소 인증 축산물을 선택할 때 가장 선호하는 유통 채널을 살펴본 결과 대형 슈퍼마켓 148명(44.0%), 지역 농산물 직판장 58명(17.3%), 온라인 스토어 80명 (23.8%), 생협/농협 매장 50명(14.9%) 순서대로 나타났다.

[표49] 저탄소 인증 축산물을 선택할 때 가장 선호하는 유통 채널

항목	빈도	백분율 (%)
대형 슈퍼마켓	148	44.0
지역 농산물 직판장	58	17.3
온라인 스토어	80	23.8
생협/농협 매장	50	14.9
합계	336	100.0

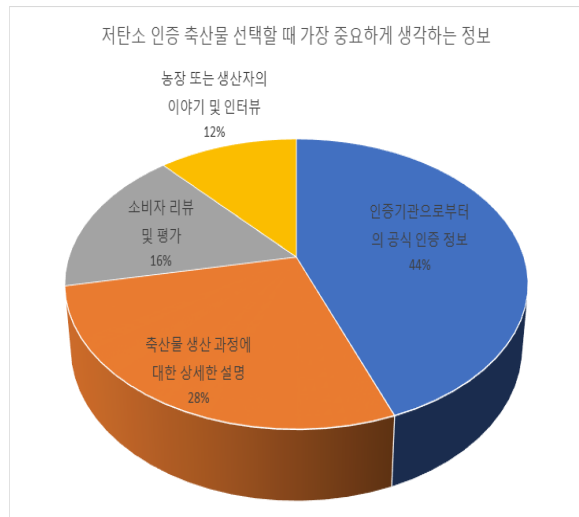


8) 저탄소 인증 축산물 구매 시 중요하게 생각하는 정보원천과 역할

저탄소 인증 축산물 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 정보를 살펴본 결과 인증 기관으로부터의 공식 인증 정보 160명(44.2%), 축산물 생산 과정에 대한 상세한 설명 100명(27.6%), 소비자 리뷰 및 평가 60명(16.6%), 농장 또는 생산자의 이야기 및 인터뷰 42명(11.6%) 순서대로 나타났다.

【표50】 저탄소 인증 축산물 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 정보

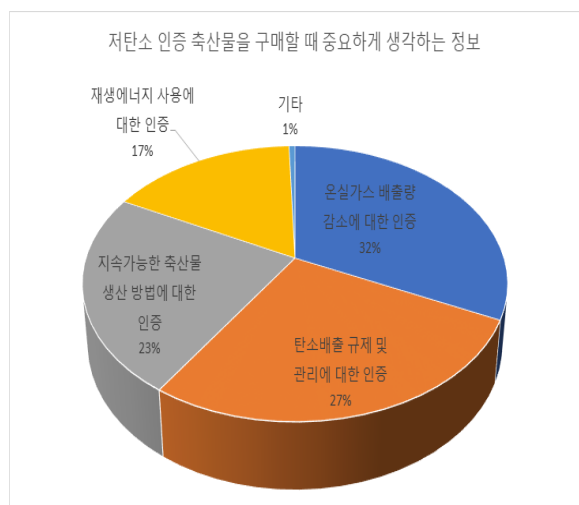
항목	빈도	백분율 (%)
인증기관으로부터의 공식 인증 정보	160	44.2
축산물 생산 과정에 대한 상세한 설명	100	27.6
소비자 리뷰 및 평가	60	16.6
농장 또는 생산자의 이야기 및 인터뷰	42	11.6
합계	362	100.0



저탄소 인증 축산물을 구매할 때 중요하게 생각하는 정보를 살펴본 결과 온실가스 배출량 감소에 대한 인증 118명(32.1%), 탄소배출 규제 및 관리에 대한 인증 100명(27.2%), 지속가능한 축산물 생산 방법에 대한 인증 86명(23.4%), 재생에너지 사용에 대한 인증 62명(16.8%), 기타 2명(0.5%) 순서대로 나타났다.

【표51】 저탄소 인증 축산물을 구매할 때 중요하게 생각하는 정보

항목	빈도	백분율 (%)
온실가스 배출량 감소에 대한 인증	118	32.1
탄소배출 규제 및 관리에 대한 인증	100	27.2
지속가능한 축산물 생산 방법에 대한 인증	86	23.4
재생에너지 사용에 대한 인증	62	16.8
기타	2	.5
합계	368	100.0

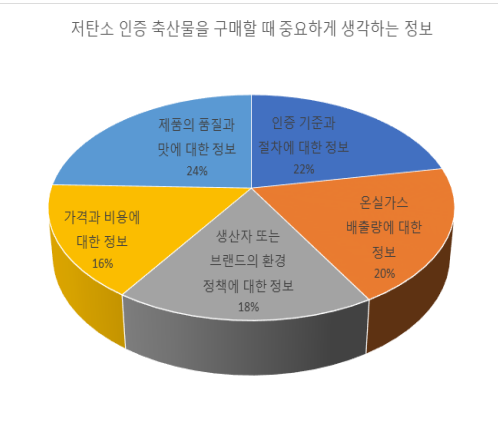


저탄소 인증 축산물을 구매할 때 중요하게 생각하는 정보를 살펴본 결과 인증 기

준과 절차에 대한 정보 90명(22.1%), 온실가스 배출량에 대한 정보 80명(19.6%), 생산자 또는 브랜드의 환경 정책에 대한 정보 72명(17.6%), 가격과 비용에 대한 정보 66명(16.2%), 제품의 품질과 맛에 대한 정보 100명(24.5%) 순서대로 나타났다.

[표52] 저탄소 인증 축산물을 구매할 때 중요하게 생각하는 정보

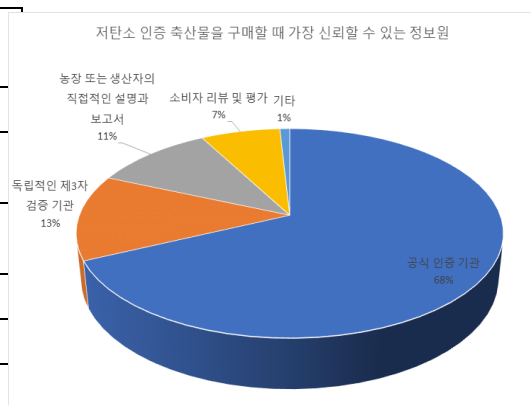
항목	빈도	백분율 (%)
인증 기준과 절차에 대한 정보	90	22.1
온실가스 배출량에 대한 정보	80	19.6
생산자 또는 브랜드의 환경 정책에 대한 정보	72	17.6
가격과 비용에 대한 정보	66	16.2
제품의 품질과 맛에 대한 정보	100	24.5
합계	408	100.0



저탄소 인증 축산물을 구매할 때 가장 신뢰할 수 있는 정보원천을 살펴본 결과 공식 인증 기관 154명(68.1%), 독립적인 제3자 검증 기관 30명(13.3%), 농장 또는 생산자의 직접적인 설명과 보고서 24명(10.6%), 소비자 리뷰 및 평가 16명(7.1%), 기타 2명(0.9%) 순서대로 나타났다.

[표53] 저탄소 인증 축산물을 구매할 때 가장 신뢰할 수 있는 정보원

항목	빈도	백분율 (%)
공식 인증 기관	154	68.1
독립적인 제3자 검증 기관	30	13.3
농장 또는 생산자의 직접적인 설명과 보고서	24	10.6
소비자 리뷰 및 평가	16	7.1
기타	2	0.9
합계	226	100.0



## 제 5 장 결론 및 의의

### 제 1 절 결론

본 연구에서는 첫째, 축산물 제품에 대한 소비자들이 인식수준과 만족도에 대해 살펴보기 위해 축산물 제품에 대한 선호도, 구매이유 및 구매동기, 중요하게 생각하는 고려 요소 및 선택속성, 브랜드의 역할, 가격의 역할, 선호하는 유통 채널 및 유통의 역할, 중요하게 생각하는 정보원천과 역할에 대한 결과를 도출하였다. 또한 축산물 제품 구매 시 선택속성(맛과 품질, 가격, 건강과 안전, 다양성과 편의성, 동물복지, 지속가능성, 윤리적 고려사항)에 대한 선호 정보를 파악하여 축산물 제품을 선택할 경우 소비자가 중요시 여기는 선택속성에 대한 정보를 파악하려고 노력하였다. 둘째, 축산물 제품에 대한 소비자들의 인식수준을 파악하고 본 연구의 핵심사항인 저탄소 인증 축산물에 대한 인지도와 선호도, 구매이유 및 구매동기, 구매 시 장에 요소, 선택 시 중요하게 생각하는 고려 요소 및 선택속성, 구매 시 브랜드의 역할, 가격의 역할, 선호하는 유통 채널 및 유통의 역할, 중요하게 생각하는 정보원천과 역할을 살펴보면서 저탄소 인증 축산물에 대한 인지도를 고취시키고 새로운 메뉴를 개발하고 매장의 마케팅과 경영전략을 수립하기 위한 당위성을 확보하기 위한 기초자료로 활용하고자 한다.

본 연구에서는 축산물 제품에 대한 소비자들이 인식수준과 만족도에 대해 살펴보았다.

첫째, 축산물 제품에 대한 선호도를 살펴보면 돼지고기, 소고기, 닭고기, 양고기, 해산물 순서대로 나타났다. 둘째, 구매동기를 살펴보면 축산물 제품 구매동기는 맛과 품질, 건강과 영양성, 가격 경쟁력, 환경 보호 및 지속가능성, 동물복지 및 윤리, 지역적인 가치와 연결성 순서대로 나타났고, 제품 구매 시 가장 중요하게 생각하는 가치는 건강과 영양성, 환경 보호 및 지속가능성, 동물복지 및 윤리, 지역 경제 지원, 지역 문화 및 전통 유지 순서대로 나타났다. 셋째, 축산물 제품 선택 시 중요하게 생각하는 고려 요소 및 선택속성을 살펴본 결과 구매 시 선호하는 지역 또는 국가는 국내산, 상관없음, 수입산, 특정 지역/도시/지방의 제품 순서대로 나타났고, 구매 시 가장 중요한 요소는 제품의 품질과 성능, 가격, 건강 및 영양 정보, 브랜드 이미지, 환경 및 동물복지 정보 순서대로 나타났다. 구매 시 제품 평가기준은 제품 설명 및 사양, 공인 인증 마크(예: 유기농, 동물복지 인증), 브랜드 이미지 및 평판,



온라인 리뷰 및 소비자 평가 순서대로 나타났고, 구매 시 가장 중요하게 생각하는 원산지 정보는 국가, 지역/도시, 농장 또는 생산자 정보, 품종/유전자원 순서대로 나타났다. 넷째, 축산물 제품 구매 시 브랜드의 역할을 살펴본 결과 구매 시 선호하는 브랜드는 대형 기업 브랜드, 유기농 또는 친환경 브랜드, 지역 소규모 생산자 브랜드, 유명 셰프 또는 요리 전문가 브랜드 순서대로 나타났고, 인증 제도나 라벨링을 가진 축산물 제품에 대한 선호도는 유기농 인증, 친환경 인증, 지역 브랜드 인증, 동물복지 인증, 비전토 인증 순서대로 나타났다. 구매 시 선호하는 포장재유형은 소셜 미디어 플랫폼, 제품 패키지의 라벨링, 가족, 친구, 동료의 추천, 인터넷 검색 및 온라인 리뷰 순서대로 나타났다. 다섯째, 축산물 제품 구매 시 가격의 역할을 살펴본 결과 선호하는 가격수준은 보통 가격, 가격에 상관없이 품질과 가치에 초점을 둔, 저렴한 가격, 고가의 프리미엄 가격 순서대로 나타났다. 여섯째, 축산물 제품 선택 시 선호하는 유통 채널 및 유통의 역할을 살펴본 결과 선호하는 유통채널은 오프라인 상점(예: 슈퍼마켓, 전문점), 온라인 쇼핑몰/전자상거래 플랫폼, 직접 생산자와의 거래(예: 농장 직거래, 시장), 구독 서비스(예: 축산물 박스 배송 서비스) 순서대로 나타났고, 선호하는 유통 경로는 슈퍼마켓/할인마트, 온라인 쇼핑몰/전자상거래, 농산물 직거래 시장, 농산물 박스 배송 서비스, 도매 시장 순서대로 나타났다. 일곱째, 축산물 제품 구매 시 중요하게 생각하는 정보원천과 역할을 살펴본 결과 선호하는 정보원은 제품 패키지의 라벨링, 인터넷 검색 및 온라인 리뷰, 가족, 친구, 동료의 추천, 소셜 미디어 플랫폼 순서대로 나타났다.

다음으로 축산물 제품 구매 시 선택속성에 대한 정보를 살펴보았다.

첫째, 축산물 제품구매 시 선호하는 선택속성은 맛과 품질, 가격, 건강과 안전, 다양성과 편의성, 동물복지, 지속가능성, 윤리적 고려사항 순서대로 나타났고, 둘째, 맛과 품질에 대해 고려하는 평가요소의 경우 신선도, 영양 가치, 식감, 조리 특성 순서대로 나타났다. 셋째, 제품구매 시 고려하는 가격범위의 경우 보통의 가격, 저렴한 가격, 고가의 가격 순서대로 나타났고, 넷째, 다양성과 편의성에 대해 고려하는 평가요소의 경우 다양한 종류의 제품, 다양한 선택 옵션 순서대로 나타났다. 다섯째, 건강과 안전에 대해 고려하는 평가요소의 경우 식품안전성, 유해물질의 부재, 항생제 또는 호르몬 사용 여부 순서대로 나타났고, 여섯째, 동물복지에 대해 고려하는 평가요소의 경우 동물의 사육환경, 동물의 스트레스 없는 생활, 동물의 자유로운 움직임 순서대로 나타났다. 일곱째, 지속가능성에 대해 고려하는 평가요소의 경우 친환경적인 사료 사용, 온실 가스 배출량 감소, 수자원 관리 순서대로 나타났고, 여덟째, 윤리적인 고려사항의 경우에는 공정거래, 지역사회와의 상호작용, 고용 조건

순서대로 나타났다.

본 연구에서는 저탄소 인증 축산물에 대한 인지도와 선호도, 구매이유 및 구매동기, 구매 시 장애 요소, 선택 시 중요하게 생각하는 고려 요소 및 선택속성, 구매 시 브랜드의 역할, 가격의 역할, 선호하는 유통 채널 및 유통의 역할, 중요하게 생각하는 정보원천과 역할을 살펴보면서 저탄소 인증 축산물에 대한 인지도를 고취시키고 새로운 메뉴를 개발하기 위한 당위성을 확보하기 위한 기초자료로 활용하고자 한다.

첫째, 저탄소 인증 축산물에 대한 인지도와 선호도를 살펴본 결과 인지도의 경우 3.25로 비교적 높게 나타났다. 가장 많이 선택하는 저탄소 인증 축산물 종류는 육류(소, 돼지, 닭 등), 양념 돈육(소갈비, 돼지갈비 등), 계란, 유제품(우유, 요구르트, 치즈 등) 순서대로 나타났고, 저탄소 인증 축산물을 구매하는 것이 환경보호에 기여하는 방법에 대한 인지를 살펴본 결과 온실가스 감축으로 기후변화 완화에 기여, 자연 생태계 보전 및 생물다양성 유지에 기여, 자원 절약 및 재생에너지 이용으로 환경 부담 감소에 기여 순으로 나타났다.

둘째, 저탄소 인증 축산물 구매이유 및 구매동기를 살펴본 결과 구매하려는 이유는 환경 보호를 위해, 온실가스 배출을 줄이기 위해, 지속가능한 농업과 축산업을 지원하기 위해, 건강과 영양에 더 관심이 있어서, 동물복지에 대한 관심으로 순서대로 나타났고, 선택하는 이유는 환경 보호를 위해, 지속가능한 농업과 축산업을 지원하기 위해, 건강과 영양에 더 관심이 있어서, 지역 경제 발전에 기여하기 위해 순으로 선택하는 가장 큰 동기는 환경 보호를 위해, 건강과 영양에 더 관심이 있어서, 동물복지를 고려하여, 지역 농가 및 지역 경제 지원을 위해 순으로 나타났다.

셋째, 저탄소 인증 축산물 구매 시 장애 요소를 살펴본 결과 장애요소는 구매할 수 있는 저탄소 인증 축산물이 제한적, 저탄소 인증에 대한 정보 부족, 가격이 비싸서 구매하기 어려움, 축산물 제품의 다양성 부족 순서대로 나타났고, 가장 고려하는 큰 장애 요소는 정보가 부족하여 신뢰하기 어려움, 선택 가능한 제품이 제한적임, 가격이 높아 구매하기 어려움, 편의성 및 접근성에 제약 순으로 나타났다.

넷째, 저탄소 인증 축산물 선택 시 중요하게 생각하는 고려 요소 및 선택속성을 살펴본 결과 선택할 때 가장 큰 고려 요소는 환경 보호 및 기후 변화에 대한 기여도, 건강과 안전성, 가격 및 비용, 지역 경제 지원 순서대로 나타났고, 가장 중요하게 생각하는 요소는 환경적 요소(예: 온실가스 배출량)와 건강과 안전 요소(예: 동물복지)로 나타났고, 가장 중요하게 생각하는 환경 요소는 온실가스 배출량 감소, 친환경적인 축산물 생산 방법으로 나타났다. 가장 중요하게 생각하는 추가요소는 친환경적인 축산 시설 및 방법, 지속가능한 축산물 생산 방법, 윤리적인 동물복지

정책, 지역적인 생산 지원 및 지역 농가 지원 순으로 나타났다.

다섯째, 저탄소 인증 축산물 구매 시 브랜드의 역할을 살펴본 결과 브랜드의 역할의 중요도는 브랜드의 이미지와 신뢰도가 저탄소 인증 축산물 선택에 큰 영향, 브랜드는 중요하지만 저탄소 인증 여부가 우선, 브랜드는 상관없이 가격과 품질이 우선, 브랜드보다는 저탄소 인증 여부가 더 중요하다는 순서대로 나타났고, 가장 신뢰하는 인증마크나 로고는 정부 기관의 인증 로고, 독립적인 제3자 인증 기관의 로고, 지역적인 인증 마크, 소비자 단체의 인증 로고 순서대로 나타났다. 신뢰하는 인증 마크는 국가 기관 인증 마크, 브랜드 자체 인증 마크, 독립적인 제3자 인증 마크, 소비자 리뷰 및 평가에 기반한 인증 마크 순으로 나타났다.

여섯째, 저탄소 인증 축산물 구매 시 가격의 역할을 살펴본 결과 구매할 때 가격에 대한 중요도를 살펴본 결과 평균 4.06으로 5점을 기준으로 높게 나타났다. 선택할 때, 지불할 수 있는 추가 비용에 대한 소비태도는 추가 비용이 적당하다면 저탄소 인증 축산물 구매 의향, 추가 비용이 너무 높으면 저탄소 인증 축산물 구매 어려움, 추가 비용을 지불하여도 저탄소 인증 축산물 구매, 저탄소 인증 축산물을 구매하는 것에 대해 추가 비용을 지불하는 것에 대해 관심없음 순으로 나타났다.

일곱째, 저탄소 인증 축산물 선택 시 선호하는 유통 채널 및 유통의 역할을 살펴본 결과 가장 선호하는 유통 채널은 대형 슈퍼마켓, 지역 농산물 직판장, 온라인 스토어, 생협/농협 매장 순으로 나타났다.

여덟째, 저탄소 인증 축산물 구매 시 중요하게 생각하는 정보원천과 역할을 살펴본 결과 가장 중요하게 생각하는 정보는 인증기관으로부터의 공식 인증 정보, 축산물 생산 과정에 대한 상세한 설명, 소비자 리뷰 및 평가, 농장 또는 생산자의 이야기 및 인터뷰 순서대로 나타났고, 구매할 때 중요하게 생각하는 정보는 온실가스 배출량 감소에 대한 인증, 탄소배출 규제 및 관리에 대한 인증, 지속가능한 축산물 생산 방법에 대한 인증, 재생에너지 사용에 대한 인증 순서대로 나타났고, 구매할 때 중요하게 생각하는 정보는 인증 기준과 절차에 대한 정보, 온실가스 배출량에 대한 정보, 생산자 또는 브랜드의 환경 정책에 대한 정보, 가격과 비용에 대한 정보, 제품의 품질과 맛에 대한 정보 순으로 나타났다. 가장 신뢰할 수 있는 정보원천은 공식 인증 기관, 독립적인 제3자 검증 기관, 농장 또는 생산자의 직접적인 설명과 보고서, 소비자 리뷰 및 평가 순으로 나타났다.

## 제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구 방향

저탄소 인증 축산물은 2050년 탄소중립이라는 정부 정책에 발맞추어 축산농가에는 선택이 아니고 필수가 될 예정이다. 하지만 저탄소 인증 축산물에 대한 소비자의 낮은 인지도와 생산비용 증가는 소비자에게 가격전이가 발생하여 같은 품질의 제품 대비 높은 가격대를 지불하고 제품을 구입해야 한다는 점, 저탄소 인증 한우를 생산하였을 때 온실가스 감축에 기여할 수 있다는 농가의 공감대가 형성되지 않았다는 점, 정부의 정책도 도입 초기 단계라는 점을 고려했을 때 한계점은 분명 존재한다. 또한 설문조사 표본이 일반 소비자 전체를 대변할 수 없다는 것을 고려한다고 했을 때 향후 저탄소 인증 축산물 관련 정부정책이 본격 시행이 되고 참여하는 한우농가와 기업이 증가하는 시점에 소비자 설문조사를 통해 인식의 변화, 소비 인식 등에 대한 연구활동이 필요할 것으로 보인다. “수요가 있는 곳에 공급이 있다.”는 점을 고려했을 때 정부의 홍보 정책도 중요할 것으로 보이며 저탄소 인증 축산물에 대한 품질 계량을 통해 소비자에게 단순 저탄소 인증 축산물 구매가 탄소중립에 기여한다는 메시지 전달 뿐만 아니라 또다른 부가가치를 제공할 필요가 있다고 본다.

## 〈참고 문헌〉

이승준 · 이연지 ESG 평가의 현황과 과제 : 해외사례를 중심으로

기후위기 대응을 위한 탄소중립 · 녹색성장 기본법(탄소중립기본법) 시행령안

농림축산부 · 2050 탄소중립과 녹색성장 실현

한국농촌경제연구원, 2018 · 『농축산식품분야 온실가스 감축사업 및 제도 현황』

농림식품기술기획 평가원 · 저탄소 축산물 인증 현황 및 농식품 R&D 시사점

한국농촌경제연구원, 2021 · 『축산업의 환경영향분석과 정책과제』

한국농업기술진흥원, 2021

농림축산식품부 2022.2월20일 보도자료

농촌진흥청 국립농업과학원 농업과학기술 연구개발사업(과제번호:PJ01479702)  
· 저탄소농축산물 인증 2020년 현황 분석

KB금융그룹,2021 · 트렌트보고서- 소비자가 본 ESG와 친환경 소비행동

농림축산식품부(2021.12) · 2050 농식품 탄소 중립 추진전략

## Abstract

# A Study on Consumers' Purchasing Behavior Toward Low Carbon Beef Certification Applicate Products

Dongha Kim

Department of Food Tech

The Graduate School

Seoul National University

Sustainability has already become an important factor in the investment decisions of major global investors. In 2021, the Korea government announced goals and detailed implementation plans through the '2050 Carbon Neutral Strategy of the Republic of Korea'. The main contents are low-methane feeding, improved livestock productivity to encourage and support the transition to sustainable livestock farming. Based on this, the study aims to analyze the relationship between the low carbon certification system and consumers' perceptions, purchases, and preferences of low carbon certified livestock products. An empirical analysis of the relationship between low carbon certified livestock products and consumers was conducted by investigating their awareness and preference for low carbon certified livestock products, reasons and motivations for purchasing, barriers to purchasing, important considerations and selection attributes for selecting livestock products, the role of brand in purchasing, the role of price, preferred distribution channels. The results show that various choice attributes of low carbon certified livestock products have a significant impact on consumers' purchasing behavior, suggesting that if the government introduce low carbon certification systems, expand related policies, and raise consumer awareness, it may lead to increased sales of low carbon certified livestock products and expansion of participating livestock industry in the future.

**Keywords :** Low carbon indicators, Low carbon beef certification, consumer purchasing behavior, Low carbon certified livestock

**Student Number :**2021-29165