

ARTICLE

국내 소비자 대상 동물복지인증 축산물 소비패턴 분석

유재은^{1,2} · 김학연^{1,3*} · 홍성현^{4**}

¹공주대학교 동물자원학과, ²경북대학교 생태환경대학 행정팀,
³공주대학교 자원과학연구소, ⁴농림축산식품부 축산유통팀

Consumption Patterns of Animal Welfare-Certified Livestock Products for Domestic Consumers

Jae-Eun Yu^{1,2}, Hack-Youn Kim^{1,3*}, Song-Hyun Hong^{4*}

¹Department of Animal Resources Science, Kongju National University, Yesan 32439, Korea

²Administrative Office, College of Ecology and Environmental Science,
Kyungbook National University, Sangju 37224, Korea

³Resources Science Research Institute, Yesan 32439, Korea

⁴Livestock Distribution Team, Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, Sejong 30110, Korea

Received: November 21, 2024

Revised: August 26, 2025

Accepted: September 03, 2025

*Corresponding author :
Hack-Youn Kim
Department of Animal Resources
Science, Kongju National University,
Yesan 32439, Korea
Tel : +82-41-330-1241
E-mail : kimhy@kongju.ac.kr

**Corresponding author :
Song-Hyun Hong
Livestock Distribution Team, Ministry of
Agriculture, Food and Rural Affairs,
Sejong 30110
Tel : +82-44-201-2318
E-mail : ghd14@korea.kr

Copyright © 2025 Resources Science
Research Institute, Kongju National University.
This is an Open Access article distributed
under the terms of the Creative Commons
Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>)
which permits unrestricted non-commercial
use, distribution, and reproduction in any
medium, provided the original work is
properly cited.

ORCID

Jae-Eun Yu
<https://orcid.org/0009-0008-9323-0097>
Hack-Youn Kim
<https://orcid.org/0000-0001-5303-4595>
Song-Hyun Hong
<https://orcid.org/0009-0008-1367-2996>

Abstract

This study aims to propose an improvement plan for expanding the use of animal welfare certification marks in processed foods by surveying consumers, livestock manufacturers, and distributors. The survey involved 33 manufacturers and distributors in Korea, as well as 105 consumers. Regarding the animal welfare certification system in processed foods, respondents from the manufacturing and distribution sectors showed mostly positive views, with no significant differences based on company size. When rating animal welfare certification marks, most respondents preferred higher percentages of certified livestock content. Statistically significant differences were observed depending on education level, with consumers holding graduate degrees more likely to demand higher raw material content. Additionally, consumers under middle school graduation were more likely to consider products with at least 30% certified content as contributing to value consumption. The study suggests that the animal welfare certification system could be more effective if processed foods were classified according to the level of animal welfare certified content, offering more options to consumers without causing price burdens. The research also highlighted that consumers value animal welfare certification, believing it contributes to ethical consumption, and recommended clearer labeling and regulations to help consumers feel their purchases support animal welfare.

Keywords

Animal welfare, Livestock products, Consumption pattern, Survey

1. 서론

우리나라 동물복지 축산농장 인증제도는 영국 농장동물복지위원회(FAWC)가 제시한 배고픔과 갈증, 영양불량으로부터의 자유, 불안과 스트레스로부터의 자유, 정상적 행동을 표현할 자유, 통증 · 상해 · 질병으로부터의 자유 등 동물의 5대 자유를 바탕으로 있다. 동물복지인증 농가에서 사육되고 동물복지 지정 운송 차량, 동물복지 지정 도축장을 거쳐 생산된 축산물에 표시하는 제도로 사육 · 운송 · 도축 전 과정에서 동물이 느끼는 불필요한 고통이나 공포, 스트레스를 최소화하고자 하였다(Na, 2014).

영국의 동물복지 축산농장 인증제는 정부의 위임을 받은 민간단체에서 실시하고 있다. 영국

동물학대방지협회 (Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals, RSPCA) 농장동물의 사육, 취급, 운송, 도축 등 축종별로 나누어 자체적으로 마련한 동물복지 기준을 근거로 하여 인증제도를 시행하고 있다(Han, 2010). 네덜란드는 네덜란드동물보호협회(Dierenbescherming)에서 시행하는 Beter Leven 인증제가 있으며, 3단계의 등급을 정하여 동물복지 환경(방사형, 자율방목 등)을 구분하고 있으며, 별의 개수가 많을수록 동물복지 환경의 수준이 높다는 것을 의미한다(Woo, 2014). 국내 축산업은 해외 축산 선진국처럼 동물복지형 축산을 시행할 환경적 여건과 시설이 갖추어져 있지 않으며 동물복지 축산농장 인증제도의 국내 정착을 위해서는 국내 실정에 맞는 정책이 뒷받침되어야 한다고 사료된다(Shin, 2015).

농림축산식품부는 동물복지인증 축산물의 유통 및 소비 확대를 위해 2017년 동물보호법 시행규칙 개정을 통해 동물복지 축산농장 인증 표시 대상을 확대하여 기존 식육·포장육·우유·식용란 외 그 가공식품으로 넓혔으나 가공식품을 포함한 축산물에 인증 마크 표시를 허용하지 않, 실제 가공식품 제조·가공 등에 대한 관리 체계 및 규정은 별도로 마련되어 있지 않다 (Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, 2021).

우리나라의 동물복지 축산농장 인증제 활성화와 관련한 연구는 주로 소비자의 윤리적 가치 소비와 인증제에 관한 소비자의 인지도 중심으로 이루어지고 있다. Yoon(2014)은 한국형 동물복지 축산을 위해 동물복지축산 시설 기준 및 가이드라인을 제시하고 동물복지형 축산에 대한 경제성 및 타당성을 분석하는 것을 주목적으로 연구를 진행하였다. 동물복지형 축산을 위해서는 우리나라에 적합한 동물복지기준을 제정하는 것이 선결과제라 하였으며, 이를 위해 정부, 지역, 산업간 협력과 소비자에게도 적극 홍보하는 것이 필요하다고 하였다. 또한, 국내외 동물복지축산 동향을 살펴보고 제도 및 정책을 분석하여 한국형 동물복지형 축산의 발전 방향을 제시하였다. Park (2019)은 소비자의 윤리적 소비인식이 윤리적 소비 영역인 동물복지인증 제품구매에 영향을 주는 지를 알아보았다. 동물복지인증제품을 구매한 경험이 있는 응답자는 60%이지만, 동물복지 인증 제품을 주로 구매하는 응답자는 4%로 나타났으며, 지속적인 소비를 위한 방안으로 사회적 영향·동물복지·환경 등을 고려하는 윤리적 소비자를 동물복지 인증 제품의 주된 수요자로서의 가능성을 제시하였다. Kang(2017)은 소비자들을 대상으로 동물복지인증 식품에 대해 기대하는 소비 가치가 브랜드 이미지 제고와 구매 의도에 미치는 영향을 분석하고 동물복지인증 축산물에 대한 소비자들의 기대 가치의 하위요인인 본질적 가치, 경제적 가치, 감성적 가치는 브랜드 이미지 제고와 구매 의도에 유의한 상관관계를 분석하였다. 생산자와 유통업자를 중심으로 한 동물복지인증 특히, 동물복지인증 축산물의 브랜드 구축을 통한 이미지 제고 전략은 소비자의 구매 의도에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 동물복지인증 식품에 대한 소비자의 신뢰를 높여 구매 의도와 재구매 의도(충성도)까지 유인할 수 있는 중요한 마케팅 전략인 것으로 확인하였다.

동물복지인증 축산물의 유통 및 소비 활성화를 위한 다양한 연구가 지속적으로 이루어지고 있으며, 본 조사 연구는 우리나라에서 유통되는 동물복지인증 축산물의 인증 표시 실태에 대해 파악하여 동물복지인증 축산물의 소비 활성화 방안으로 동물복지인증 축산물 가공식품 제조 시 인증 축산물 적정 함유량에 대한 축산물 제조 및 유통사와 소비자의 의견을 취합·도출하여 인증제 표시 적용 확대에 대한 개선방안을 제안하고자 한다.

II. 조사내용 및 방법

1. 조사 대상

소비자는 대전충남소비자연맹, 대전YMCA, 광주소비자연맹, 노원도시농업네트워크, 포항녹

색소비자연대, (사)함께사는성북마을문화학교 등 소비자 단체 및 시민단체 협조를 통해 총 105명의 소비자가 응답하였으며 그 분포는 Table 1과 같다. 전체 응답자 105명 중 도시에 산다고 응답한 사람은 90명(85.7%), 농촌에 산다고 응답한 사람은 15명(14.3%)이며, 성별은 남자가 20명(19.0%), 여자가 85명(81.0%)으로 나타났다. 연령의 경우 50~59세가 29명(27.6%)으로 가장 높게 나타났고, 30세 미만은 27명(25.7%), 40~49세가 19명(18.1%), 30~39세가 17명(16.2%), 60세 이상이 13명(12.4%) 순이었다. 결혼 여부에 대해 살펴보면 기혼이 79명(75.2%), 미혼이 26명(24.8%)으로 나타났고, 자녀 유무의 경우 자녀 있음이 33명(31.4%), 자녀 없음이 72명(68.6%)으로 나타났다. 소득은 601만 원 이상이 25명(23.8%)으로 가장 높았으며, 501~600만 원이 16명(15.2%), 401~500만 원이 20명(19.0%), 301~400만 원이 14명(13.3%), 201~300만 원이 21명(20.0%), 200만 원 이하가 9명(8.6%) 순으로 나타났다. 학력의 경우 대졸이 68명(64.8%)으로 가장 많았고, 고졸이 25명(23.8%), 대학원 이상이 10명(9.5%), 중졸 이하가 2명

Table 1. Survey respondent characteristics of consumer

Classification		Frequency
Living area	City	90 (85.7)
	Rural	15 (14.3)
Gender	Male	20 (19.0)
	Female	85 (81.0)
Age	Under 30	27 (25.7)
	30~39	17 (16.2)
	40~49	19 (18.1)
	50~59	29 (27.6)
	Over 60	13 (12.4)
Marriage status	Married	79 (75.2)
	Single	26 (24.8)
Children	Presence	33 (31.4)
	Absence	72 (68.6)
Monthly income (10 thousand won)	200≥	9 (8.6)
	201~300	21 (20.0)
	301~400	14 (13.3)
	401~500	20 (19.0)
	501~600	16 (15.2)
	601≤	25 (23.8)
Education level	Under the middle school graduation	2 (1.9)
	High school	25 (23.8)
	College	68 (64.8)
	More than graduate school	10 (9.5)
Total		105 (100.0)

(1.9%) 순서로 확인되었다.

2. 질문지 작성에 대한 전문가 조사

국내 동물복지인증 축산물, 가공식품의 유통 및 소비현황을 파악하기 위하여 축산물 제조 및 유통업 종사자를 대상으로 동물복지인증 축산물 및 가공식품 판매 및 구매 실태, 판매 비율, 인증제도 표시 방법, 향후 판매 및 구매 의사, 동물복지인증 축산물 함유량에 대한 의견 등에 대해 조사하였다. 조사는 일부 유통 및 제조사 대상 설문은 예비 조사로 7명에게 대면조사를 실시하였고 이후 설문을 보완하여 26명 대상으로 이메일을 통해 실시하였다.

3. 통계처리 및 분석

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(statistical package for the social sciences) WIN 25.0 프로그램을 사용하여 통계적으로 분석하였다. 인구통계학적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시하여 빈도와 백분율을 산출하였으며 집단 간 차이 분석을 위해 카이제곱(χ^2) 검정을 실시하였다. 소비자의 경우 거주지역, 성별, 나이, 결혼 여부, 자녀 유무, 가구 월 소득, 최종학력으로 구분하여 분석하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 동물복지인증 축산물 구매 실태

응답자의 일반적 사항에 따른 동물복지인증 축산물 구매 경험 차이는 Table 2와 같이 나타났

Table 2. Experience in purchasing animal welfare-certified livestock products

Classification		Experience in purchasing		Total	χ^2	p
		Yes	No			
Living area	City	69 (76.7)	21 (21.3)	90 (100.0)	0.690	0.406
	Rural	10 (66.7)	5 (33.3)	15 (100.0)		
Children	Presence	18 (54.5)	15 (45.5)	33 (100.0)	11.061***	0.001
	Absence	61 (84.7)	11 (15.3)	72 (100.0)		
Marriage status	Married	65 (82.3)	14 (17.7)	79 (100.0)	8.488**	0.004
	Single	14 (53.8)	12 (46.2)	26 (100.0)		
Monthly income (10 thousand won)	200≥	4 (44.4)	5 (55.6)	9 (100.0)	8.083	0.152
	201~300	14 (66.7)	7 (33.3)	21 (100.0)		
	301~400	10 (71.4)	4 (28.6)	14 (100.0)		
	401~500	16 (80.0)	4 (20.0)	20 (100.0)		
	501~600	14 (87.5)	2 (12.5)	16 (100.0)		
	601≤	21 (84.0)	4 (16.0)	25 (100.0)		
Education level	Under middle school graduation	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (100.0)	11.525**	0.009
	High school	15 (60.0)	10 (40.0)	25 (100.0)		
	College	55 (80.9)	13 (19.1)	68 (100.0)		
	More than graduate school	9 (90.9)	1 (10.1)	10 (100.0)		
Total		79 (75.2)	26 (24.8)	105 (100.0)		

** p<0.01, *** p<0.001.

다. 일반적 사항 중 자녀 유무, 결혼, 학력에 따른 동물복지인증 구매 경험에 대한 차이는 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 자녀 유무에 따른 동물복지인증 구매 경험 차이는 동물복지인증 축산물 구매 경험이 있다는 응답이 자녀가 없는 경우는 84.7%였으며, 자녀가 있는 경우는 54.5%로 나타나, 자녀가 없는 경우가 자녀가 있는 경우보다 동물복지인증 축산물 구매 경험이 더 많은 것으로 확인되었다($p<0.001$). 결혼 여부에 따른 동물복지인증 구매 경험 차이는 기혼자는 동물복지인증 축산물 구매 경험이 82.3%로 나타나, 상대적으로 미혼자보다 더 높은 수치를 보였으며, 미혼자는 ‘동물복지인증 축산물 구매 경험이 없다.’가 46.2%로 나타나, 상대적으로 기혼자보다 더 높게 나타나 통계적으로 유의한 차이를 보였다($p<0.01$). 학력에 따른 동물복지인증 구매 경험 차이 결과, 학력이 높을수록 동물복지인증 축산물 구매 경험이 높은 것으로 확인되었으며, 학력이 낮을수록 동물복지인증 축산물 구매 경험이 낮은 것으로 나타났다. 한국농촌경제연구원(2020)에서 실시한 식품소비형태조사에서 동물복지인증 축산물 구매빈도 조사 결과 ‘동물복지인증 축산물 구매 경험이 없다.’라는 응답은 40%, ‘구입한 적이 있으나, 최근 1년 동안 구입한 적이 없다.’는 26%, ‘주로 다른 종류를 구입하고 동물복지 제품은 가끔 구입한다.’ 30%, ‘동물복지인증 제품을 가장 많이 구입한다.’가 4% 응답자의 60%는 구매 경험이 있는 것으로 나타나 인식 증가에 따라 2020년대보다 구입 경험이 있는 비율이 증가한 것으로 확인하였다.

2. 동물복지인증 가공 축산물 구매 실태

응답자의 일반적 사항에 따른 동물복지인증 축산물 가공식품 구매 경험 차이를 살펴본 결과(Table 3), 자녀 유무 간, 결혼 여부 간, 소득 간에는 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다($p<0.001$). 자녀 유무의 경우 자녀가 있는 응답자는 ‘동물복지인증 축산물 가공식품을 구매한 경험이 없다.’가 78.8%, 자녀가 없는 경우는 41.7%로 나타나, 자녀가 있는 경우가 동물복지인증 축산물 가공식품 구매 경험이 더 높은 수치를 보였다. 자녀가 있는 경우는 ‘동물복지인증 축산물 가공식품 구매 경험이 없다.’가 78.8%로, 상대적으로 자녀가 없는 경우보다 자녀가 있는 응답자가 동물복지인증 축산물 가공식품 구매 경험이 없다는 응답이 높은 것으로 나타났다($p<0.001$). 결혼 여부에 따른 결과는 미혼자는 ‘동물복지인증 축산물 가공식품 구매 경험이 없다.’가 80.8%로 나타나, 상대적으로 기혼자(44.3%)보다 더 높게 나타났고, 기혼자는 ‘구매 경험이 있다.’가 55.7%로 나타나, 미혼자(19.2%)보다 상대적으로 구매 경험이 더 높은 것으로 나타났다($p<0.001$). 소득의 경우 ‘동물복지인증 축산물 가공식품을 구매한 경험이 있다.’는 응답이 501~600만 원 소득의 소비자가 75.0%로 가장 높게 나타났다. 601만 원 이상이 68.0%로, 구매 경험이 상대적으로 높게 나타났으며, 구매 경험이 없다는 응답이 201~300만 원에서 81.0%, 200만 원 이하가 77.8%였다. 상대적으로 고소득자보다 구매 경험이 없다는 경향을 보였다($p<0.01$).

3. 동물복지인증 축산물 및 가공식품 구매

동물복지인증 축산물 및 가공식품 구매 이유를 살펴보기 위하여 다중응답 분석을 실시한 결과, 전체 응답 수 89명(100%)으로 나타났고, ‘내가 지불한 비용 일부가 동물복지에 보탬이 된다는 보람을 느낄 수 있어서’가 39.3%로 가장 높은 것으로 확인되었다(Table 4). 또한, ‘동물복지인증 축산물 · 가공식품이 영양, 품질 등이 우수할 것 같아서’가 28.1%, ‘동물복지인증 축산물 · 가공식품이 더 안전할 것 같아서’가 21.3%, ‘국가에서 인증하는 축산물이기 때문에 신뢰가 가서’가 10.1%, 기타가 1.1% 순이었으며, 기타는 ‘대형마트에서 시식 후 구매’가 있었다. 정과조(2021)가 실시한 동물복지인증 축산물 구매에 미치는 요인 연구에서도 동물복지인증 축산물

Table 3. Experience in purchasing processed food for animal welfare-certified livestock products

Classification		Experience in purchasing		Total	χ^2	p
		Yes	No			
Living area	City	45 (50.5)	45 (50.5)	90 (100.0)	2.813	0.094
	Rural	4 (26.7)	11 (73.3)	15 (100.0)		
Children	Presence	7 (21.2)	26 (78.8)	33 (100.0)	12.528***	0.000
	Absence	42 (58.3)	30 (41.7)	72 (100.0)		
Marriage status	Married	44 (55.7)	35 (44.3)	79 (100.0)	10.451***	0.001
	Single	5 (19.2)	21 (80.8)	26 (100.0)		
Monthly income (10 thousand won)	200 $\geq$	2 (22.2)	7 (77.8)	9 (100.0)	19.026**	0.002
	201 $\sim$ 300	4 (19.0)	17 (81.0)	21 (100.0)		
	301 $\sim$ 400	5 (35.7)	9 (64.3)	14 (100.0)		
	401 $\sim$ 500	9 (45.0)	11 (55.0)	20 (100.0)		
	501 $\sim$ 600	12 (75.0)	4 (25.0)	16 (100.0)		
	601 $\leq$	17 (68.0)	8 (32.0)	25 (100.0)		
Education level	Under middle school graduation	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (100.0)	3.911	0.271
	High school	9 (36.0)	16 (64.0)	25 (100.0)		
	College	34 (50.0)	34 (50.0)	68 (100.0)		
	More than graduate school	6 (60.0)	4 (40.0)	10 (100.0)		
Total		49 (46.7)	56 (53.3)	105 (100.0)		

p<0.01, *p<0.001.

Table 4. Reasons for purchasing animal welfare-certified livestock products and processed foods

Classification		Frequency
Reasons for purchasing animal welfare-certified livestock products and processed foods	Animal welfare-certified livestock products and processed foods seem to have excellent nutrition and quality.	25 (28.1)
	Animal welfare-certified livestock products and processed foods will be safer.	19 (21.3)
	Reward that some of the expenses I paid contribute to animal welfare.	35 (39.3)
	It's a livestock product certified by the state, so it's trustworthy.	9 (10.1)
	Etc.	1 (1.1)
Total		89(100.0)

This survey allowed multiple responses.

의 구매로 동물복지에 이바지하였다는 만족감을 느끼는 등 윤리적 가치가 동물복지인증 축산물
의 구매 그리고 재구매에 유의한 영향을 준다고 나타나 유사한 결과를 보였다.

4. 동물복지인증 축산물 및 가공식품 미구매(비선택)

동물복지인증 축산물 및 가공식품 구매하지 않는 이유 문항의 전체 응답 수 57명(100%)으로

나타났으며, ‘동물복지인증 축산물·가공식품을 찾기 어려워서’가 43.9%로 가장 높았다. 또한, ‘직접 장을 보지 않아서’가 17.5%, ‘일반 축산물보다 비싸서’가 15.8%, ‘동물복지인증 축산물에 관한 정보가 부족하여, 신뢰가 가지 않아서’가 15.8%, 기타가 7.0% 순으로 나타났다(Table 5). 이러한 결과는 농림축산식품부, 농정원에서 2022년 실시한 동물보호 국민의식조사에서도 유사한 결과를 보였다. 총 5,000명 응답자 중 1,485명이 동물복지 축산농장 인증제도를 알고 있지만 동물복지인증 축산물을 구매한 적이 없다고 응답하였으며 동물복지인증 축산물을 구매하지 않는 이유는 ‘부족한 판매처’, ‘일반 축산물보다 상대적으로 비싼 가격’ 등이다.

5. 축산물 또는 가공식품 향후 구매 의사

응답자의 일반적 사항에 따른 향후 동물복지인증 축산물·가공식품을 구매할 의사 차이는 Table 6과 같이 나타났으며, 학력에 따라서 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 학력에 따른 향후 동물복지인증 축산물·가공식품을 구매할 의사 차이 결과, 구매할 의사가 있다는 응답에 대학원 이상이 100.0%, 대졸자가 98.5%, 고졸자가 88.0%, 중졸자가 50.0% 순으로 나타나, 학력이 높을수록 향후 동물복지인증 축산물·가공식품을 구매할 의사가 높은 것으로 나타났다($p<0.01$). 반면 응답자의 일반적 사항 중 지역, 자녀 유무, 결혼, 소득에 따른 향후 동물복지인증 축산물·가공식품을 구매할 의사는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 확인되었다($p>0.05$). 동물복지인증 축산물 구매 의사에 관한 결과는 Kim(2013)이 소비자 대상으로 실시한 동물복지 관련 설문에서도 유사한 결과를 보였다. 응답자 169명 중 동물복지인증 축산물 구매 의사가 ‘매우 있음’ 22명(13.0%), ‘있음’ 108명(63.9%), ‘보통’ 31명(18.3%), ‘없음’ 8명(4.7%), ‘전혀 없음’ 0명(0.0%)으로 나타나 소비자 중 대다수가 동물복지축산농장 인증제를 인식하고 있으며 인증 축산물의 구매 의사가 높았다.

6. 동물복지인증 축산물 함유량에 대한 의견

응답자의 일반적 사항에 따른 동물복지인증 축산물 가공식품의 적정 원료 함유량 차이는 Table 7과 같이 나타났다. 학력에 따라서 통계적으로 유의한 차이를 보였으며 학력에 따른 동물복지인증 축산물 가공식품의 적정 원료 함유량 차이 결과, 대학원 이상자는 70% 이상의 원료 함유량이 적정하다는 응답이 40.0%로 가장 높게 나타났다. 50% 이상의 함유량이 적정하다는 응답이 대졸자는 54.4%, 고졸자는 52.0%로, 상대적으로 대학원 이상과 중졸 이하 학력의 응답자보다 더 높은 응답을 보이는 것으로 나타났다($p<0.05$). 반면 응답자의 일반적 사항 중 지역,

Table 5. Reasons for not purchasing animal welfare-certified livestock products and processed foods

Classification		Frequency
Reasons for not purchasing animal welfare-certified livestock products and processed foods	It's hard to find animal welfare-certified livestock products and processed foods.	25 (43.9)
	It's more expensive than normal livestock products.	9 (15.8)
	Due to a lack of information on animal welfare-certified livestock products, there is no trust.	9 (15.8)
	Don't go shopping in person.	10 (17.5)
	Etc.	4 (7.0)
Total		57 (100.0)

This survey allowed multiple responses.

Table 6. Intention to purchase animal welfare-certified livestock products or processed foods in the future

Classification		Purchase intention		Total	χ^2	p
		Yes	No			
Living area	City	85 (94.4)	5 (5.6)	90 (100.0)	0.875	0.350
	Rural	15 (100.0)	0 (0.0)	15 (100.0)		
Children	Presence	30 (90.9)	3 (9.1)	33 (100.0)	1.989	0.158
	Absence	70 (97.2)	2 (2.8)	72 (100.0)		
Marriage status	Married	76 (96.2)	3 (3.8)	79 (100.0)	0.654	0.419
	Single	24 (92.3)	2 (7.7)	26 (100.0)		
Monthly income (10 thousand won)	200 $\geq$	8 (88.9)	1 (11.1)	9 (100.0)	3.660	0.599
	201~300	19 (90.5)	12 (9.5)	21 (100.0)		
	301~400	14 (100.0)	0 (0.0)	14 (100.0)		
	401~500	20 (100.0)	0 (0.0)	20 (100.0)		
	501~600	15 (93.8)	1 (6.3)	16 (100.0)		
	601 $\leq$	24 (96.0)	1 (4.0)	25 (100.0)		
Education level	Under middle school graduation	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100.0)	14.037**	0.003
	High school	22 (88.0)	3 (12.0)	25 (100.0)		
	College	67 (98.5)	1 (1.5)	68 (100.0)		
	More than graduate school	10 (100.0)	0 (0.0)	10 (100.0)		
Total		100 (95.2)	5 (4.8)	105 (100.0)		

** p<0.05.

자녀 유무, 결혼, 소득에 따른 동물복지인증 축산물 가공식품의 적정 원료 함유량 차이는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다(p>0.05). ‘90% 이상’ 함유량을 선택한 응답자는 40~50대이면서 미혼보다는 기혼자들의 비율이 높은 것으로 나타났다. ‘70% 이상’ 함유량을 선택한 응답자들은 50대, 그리고 여자의 비율이 높았다. ‘50% 이상’ 함유량을 선택한 응답자들은 20대, 그리고 여자의 비율이 높은 것으로 확인되었다. ‘30% 이상’ 함유량을 선택한 응답자들 또한, 20대 동거 자녀 없음에 해당하는 응답자들이 많이 선택하는 경향을 보였다. 나이가 어리고 최종학력이 낮을수록 그리고 가구소득이 낮을수록 ‘50% 이상’, ‘30% 이상’ 비율을 선택하는 경향이 나타났다. ‘90% 이상’, ‘70% 이상’에 응답한 응답자들은 지역 규모가 농어촌보다는 도시인 응답자들의 비율이 높게 나타났으나 ‘70% 이상’과 ‘50% 이상’ 사이에 유의적인 차이는 없는 것으로 판단된다.

7. 동물복지 인증제 등급화 정도

응답자의 일반적 사항에 따른 동물복지인증 축산물 구매가 가치소비에 기여한다고 생각하는 원료 함유량 차이는 Table 8과 같이 나타났다. 학력에 따라서 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 대학원 이상의 소비자는 원료 함유량이 80% 이상은 되어야 가치소비에 기여한다고 생각하는 응답이 40.0%로, 대졸 이하의 소비자보다 더 높은 응답을 보였으며, 대졸자

Table 7. Proper raw material content of animal welfare certified livestock products processed food

Classification		Proper raw material content				Total	χ^2	p
		90% ≤	70% ≤	50% ≤	30% ≤			
Living area	City	5 (5.6)	23 (25.6)	44 (48.9)	18 (20.0)	90 (100.0)	0.891	0.828
	Rural	0 (0.0)	4 (26.7)	8 (53.3)	3 (20.0)	15 (100.0)		
Children	Presence	0 (0.0)	5 (15.2)	19 (57.6)	9 (27.3)	33 (100.0)	6.283	0.099
	absence	5 (6.9)	22 (30.6)	33 (45.8)	12 (16.7)	72 (100.0)		
Marriage status	Married	5 (6.3)	23 (29.1)	39 (49.4)	12 (15.2)	79 (100.0)	6.772	0.080
	Single	0 (0.0)	4 (15.4)	13 (50.0)	9 (34.6)	26 (100.0)		
Monthly income (10 thousand won)	200≥	0 (0.0)	2 (22.2)	3 (33.3)	4 (44.4)	9 (100.0)	11.587	0.710
	201~300	1 (4.8)	2 (9.5)	14 (66.7)	4 (19.0)	21 (100.0)		
	301~400	1 (7.1)	4 (28.6)	7 (50.0)	2 (14.3)	14 (100.0)		
	401~500	1 (5.0)	5 (25.0)	10 (50.0)	4 (20.0)	20 (100.0)		
	501~600	1 (6.3)	5 (31.3)	9 (56.3)	1 (6.3)	16 (100.0)		
	601≤	1 (4.0)	9 (36.0)	9 (36.0)	6 (24.0)	25 (100.0)		
Education level	Under middle school graduation	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (10.0)	2 (100.0)	17.336*	0.044
	High school	0 (0.0)	6 (24.0)	13 (52.0)	6 (24.0)	25 (100.0)		
	College	5 (7.4)	17 (25.0)	37 (54.4)	9 (13.2)	68 (100.0)		
	More than graduate school	0 (0.0)	4 (40.0)	2 (20.0)	4 (40.0)	10 (100.0)		
Total		5 (4.8)	27 (25.7)	52 (49.5)	21 (20.0)	105 (100.0)		

** p<0.05.

과 고졸자는 60% 이상이라는 응답이 각각 55.9%, 56.0%로 나타나, 상대적으로 대학원 이상, 중졸 이하의 소비자보다 더 높은 응답을 보이는 것으로 확인되었다. 중졸 이하의 소비자는 30% 이상의 원료 함유량이면 가치소비에 기여한다고 생각한다는 응답이 100.0%로, 상대적으로 고졸 이상의 소비자보다 가치소비에 기여한다고 생각하는 원료 함유량의 기준이 낮은 것으로 나타났다(p<0.05). 반면 응답자의 일반적 사항 중 지역, 자녀 유무, 결혼, 소득에 따른 가치소비에 기여한다고 생각하는 원료 함유량 차이는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다(p>0.05). 가공식품에서 동물복지 축산농장 인증제를 함유량에 따라 ‘80% 이상(초록색 인증 마크)’, ‘60% 이상(노란색 인증 마크)’, ‘30% 이상(빨간색 인증 마크)’과 같이 등급화 한다고 가정할 때 최소한 어느 등급이 동물복지에 이바지한다고 생각하는지를 묻는 응답에서 ‘80% 이상(초록색 인증 마크)’ 응답자는 13명(13%), ‘60% 이상(노란색 인증 마크)’ 55명(54%), ‘30% 이상(빨간색 인증 마크)’ 34명(33%)이었다. ‘80% 이상(초록색 인증 마크)’이 최소한으로 동물복지에 이바지한다고 응답한 응답자 13명 중 4명이 ‘대학원 졸업 이상’, 7명이 ‘대학교 졸업’으로 나타났다으며, ‘30% 이상(빨간색 인증 마크)’이 최소한의 동물복지에 이바지한다고 응답한 응답자는 20대 비율이 가장 높았고 가구소득이 ‘200만 원 이하’, ‘최종학력이 중학교 졸업 이하’인 응답자에서 비율이 높은 것으로 나타났다.

Table 8. Degree of rating of the certification raw material content that you think can contribute to value consumption

Classification		Degree of rating of the certification raw material content			Total	χ^2	p
		80% ≤	60% ≤	30% ≤			
Living area	City	12 (13.3)	47 (52.2)	31 (34.4)	90 (100.0)	0.577	0.749
	Rural	1 (6.7)	8 (53.3)	6 (40.4)	15 (100.0)		
Children	Presence	3 (9.1)	18 (54.5)	12 (36.4)	33 (100.0)	0.481	0.786
	Absence	10 (13.9)	37 (51.4)	25 (34.7)	72 (100.0)		
Marriage status	Married	11 (13.9)	43 (54.4)	25 (31.6)	79 (100.0)	2.038	0.361
	Single	2 (7.7)	12 (46.2)	12 (46.2)	26 (100.0)		
Monthly income (10 thousand won)	200 ≥	2 (22.2)	2 (22.2)	5 (55.6)	9 (100.0)	16.296	0.091
	201 ~ 300	3 (14.3)	9 (42.9)	9 (42.9)	21 (100.0)		
	301 ~ 400	3 (21.4)	7 (50.0)	4 (28.6)	14 (100.0)		
	401 ~ 500	2 (10.0)	14 (70.0)	4 (20.0)	20 (100.0)		
	501 ~ 600	1 (6.3)	13 (81.3)	2 (12.5)	16 (100.0)		
	601 ≤	2 (8.0)	10 (40.0)	13 (52.0)	25 (100.0)		
Education level	Under middle school graduation	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (100.0)	12.853*	0.045
	High school	1 (4.0)	14 (56.0)	10 (40.0)	25 (100.0)		
	College	8 (11.8)	38 (55.9)	22 (32.4)	68 (100.0)		
	More than graduate school	4 (40.0)	3 (30.0)	3 (30.0)	10 (100.0)		
Total		13 (12.4)	55 (52.4)	37 (35.2)	105 (100.0)		

** p<0.05.

IV. 요약

본 연구는 국내 소비자 대상 동물복지인증 축산물 소비패턴을 분석하였으며, 분석된 결과를 요약하자면 다음과 같다. 축산물 가공식품에서 동물복지 축산농장 인증제 등급화에 대한 의견에서 제조 및 유통사 대상 응답자들은 ‘긍정적이다.’ 8명(30.8%), ‘매우 긍정적이다.’ 7명(26.9%), ‘보통이다.’ 6명(23.1%), ‘긍정적이지 않다.’ 3명(11.5%), ‘매우 긍정적이지 않다.’ 2명(2.7%) 순서로 나타났으며 회사 규모에 따른 차이는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다(p>0.05). 동물복지 축산농장 표시를 등급화 할 때 소비자가 생각하는 동물복지에 이바지할 수 있는 최소 함유량은 ‘80% 이상(초록색 인증 마크)’ 응답자는 13명(12.4%), ‘60% 이상(노란색 인증 마크)’ 55명(52.4%), ‘30% 이상(빨간색 인증 마크)’ 37명(35.2%)으로 확인되었으며 학력에 따라서 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 대학원 이상의 소비자는 원료 함유량이 80%이상은 되어야 가치소비에 기여한다고 생각하는 응답이 40.0%로, 대졸 이하의 소비자보다 더 높은 응답을 보였으며, 대졸자와 고졸자는 60% 이상이라는 응답이 각각 55.9%, 56.0%로 나타나, 상대적으로 대학원 이상, 중졸 이하의 소비자보다 더 높은 응답을 보이는 것으로 확인되었다. 중졸 이하의 소비자는 30% 이상의 원료 함유량이면 가치소비에 기

여한다고 생각한다는 응답이 100.0%로, 상대적으로 고졸 이상의 소비자보다 가치소비에 기여한다고 생각하는 원료 함유량의 기준이 낮은 것으로 나타났다($p<0.05$). 또한 동물복지인증 축산물을 구매하는 주된 이유가 ‘내가 지급한 비용 일부가 동물복지에 보탬이 된다는 보함을 느낄 수 있어서’로 소비자는 동물복지인증 제품구매를 통한 가치소비 실천을 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다. 동물복지인증 제품구매를 통해 소비자가 동물복지에 기여하고 있으며 국가 또한 동물복지축산 농장 인증제 활성화를 위해 노력한다는 인식을 심어줄 수 있도록 동물복지인증 축산물 가공식품에 대한 제조 규정 마련을 통해 함유량을 명확하게 표기하고 관리하여 소비자 혼란을 줄여야 할 것으로 생각된다.

V. 참고문헌

1. Han JH. 2010. International trends in farm animal welfare and domestic policy directions. *J Korean Vet Med Assoc* 46:914-924.
2. Jeong ES, Cho MH. 2021. Examination on relationships between consumer expected values about animal welfare certified food, attitudes and purchase intention: An application of VAB model. *Korean J Hosp Tourism* 30:91-104.
3. Kang JH. 2017. Effect of expected value of the animal welfare authentication food on brand image enhancement and purchase intention. *Int J Tourism Manage Sci* 32:449-473.
4. Kim JN. 2013. An analysis on efficiency of animal welfare certification: About pig pregnancy stalls. MS thesis, Kyungpook National Univ. Daegu, Korea.
5. Korea Rural Economic Institute. 2020. Basic analysis report on the 2020 food consumption behavior survey. Available from: <https://www.krei.re.kr/krei/researchReportView.do?key=67&pageType=010101&biblioId=527881&pageUnit=10&searchCnd=all&searchKrwD=&pageIndex=1>. Accessed at Dec 13. 2023.
6. Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs. 2021. Survey of public awareness on animal protection. Available from: https://www.animal.go.kr/front/community/show.do;jsessionid=IJLqWsfkDDUvt3afvtlaUMQG1XFcatFUNdPiSJSLnPKBW7VxtkTKSLYaw1i2Mrk.anibas2_servlet_front;jsessionid=IJLqWsfkDDUvt3afvtlaUMQG1XFcatFUNdPiSJSLnPKBW7VxtkTKSLYaw1i2Mrk.anibas2_servlet_front?boardId=boardID03&page=1&pageSize=10&keyword=&column=&menuNo=7000000005&seq=300028. Accessed at Dec 02. 2023.
7. Na I. 2014. Domestic animal welfare policy trends. *World Agric* 163:91-103.
8. Park JE. 2019. Current status of animal welfare. *Food Sci Anim Resour Ind* 8:78-86.
9. Shin DM. 2015. A study on domestic and international policy trends and consumer awareness regarding animal welfare-based livestock farming. MS thesis, Kangwon National Univ. Chuncheon, Korea.
10. Wu BJ. 2014. EU trends in animal welfare policy. *World Agric* 163:45-62.
11. Yoon MH. 2014. A study on the animal welfare improvement through design: Focused on pigpen design. *Korea Sci Art Forum* 16:237-237.