

자기초월적 환경가치와
식품환경요인이 환경친화적 식품
소비행동에 미치는 영향

—2023서울시먹거리통계조사를 바탕으로—

국 문 초 록

자기초월적 환경가치와 식품환경요인이 환경친화적 식품 소비행동에 미치는 영향

본 연구는 자기초월적 환경가치(이타적·생태적 가치)와 식품환경요인이 환경친화적 식품 소비행동에 미치는 영향을 규명하기 위해 2023서울시먹거리통계조사 원시 자료를 활용하여 실증분석을 수행하였다. 환경친화적 식품 소비행동은 친환경식품·동물복지·국내산/로컬푸드·제철식품 구매와 음식물 쓰레기·음식 포장재 저감 중심의 처분행동으로 구성하였으며, 가치와 환경요인이 구매와 처분이라는 상이한 소비 단계에서 어떻게 작동하는지 비교하는 데 초점을 두었다.

회귀분석 결과, 첫째, 이타적·생태적 가치는 모두 환경친화적 식품 구매와 처분행동에 유의한 정(+)의 영향을 미쳐 자기초월적 가치 지향성이 지속가능한 식품 소비의 핵심 동기임을 확인하였다. 둘째, 식품환경요인은 물리적 접근성·가격적정성·편의성·수용성 등 구매 맥락 중심 문항으로 구성되어 있어 처분행동을 충분히 반영하기 어려웠으며, 이에 따라 구매행동 분석에서만 활용하였다. 구매 단계에서 물리적 접근성, 가격적정성, 편리성, 수용성의 식품환경요인이 정(+)의 영향을 보였다.

셋째, 통제변수 분석에서 구매와 처분 간 뚜렷한 차이가 나타났다. 구매행동에서는 중장년층과 2인 이상 가구가 정(+)의 영향을 보인 반면, 고소득층과 외식 고빈도 집단은 부(-)의 영향을 보여 가게 구조와 식생활 패턴이 구매 수준에 직접 반영됨을 확인하였다. 처분행동에서는 여성, 고졸 이하, 식품구매빈도가 높은 집단에서 정(+)의 영향이 나타났으며, 외식 중빈도는 부(-)의 영향을 보여 성별 역할 분화, 내식 중심 식행동, 구매 경험이 처분행동을 강화하는 요인임이 확인되었다.

종합적으로 본 연구는 환경친화적 식품 소비행동이 가치 기반 요인과 환경 기반

요인의 상호작용 속에서 형성됨을 실증적으로 제시했다는 점에서 의의를 갖는다. 특히 구매와 처분을 구분한 분석틀을 적용함으로써 환경친화적 소비행동을 보다 정교하게 설명할 수 있는 분석적 관점을 제안하였다. 본 연구는 개인의 환경가치 제고, 식품환경 개선, 소비 단계별 맞춤형 정책 설계 등 지속가능한 식생활 확산을 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

핵심어 : 자기초월적 환경가치, 식품환경요인, 환경친화적 식품소비, 식품 구매행동, 식품 처분행동

<목 차>

I. 서론	
제 1 절 연구의 배경 및 문제제기	8
제 2 절 연구의 목적 및 필요성	11
제 3 절 연구의 방법과 구성	13
1. 연구의 방법	13
2. 연구의 구성	14
II. 이론적 배경	
제 1 절 자기초월적 환경가치	16
1. 가치와 친환경 행동 이론	16
2. 자기초월적 환경가치 개념	19
2.1 이타적 가치	19
2.2 생태적 가치	21
2.3 이타적·생태적 가치 선행연구	22
제 2 절 친환경 식품 소비행동	24
1. 친환경 소비행동 개념	24
1.1 친환경 식품	25
1.2 동물복지 제품	26
1.3 국내산 식품 또는 로컬푸드	27
1.4 제철 식품	28
2. 친환경 식품 구매행동 선행연구	28
3. 친환경 식품 처분행동 선행연구	31
제 3 절 식품환경요인	34
1. 식품환경요인 개념	34
2. 식품환경요인 선행연구	34

III. 연구방법

제 1 절. 연구 모형	38
제 2 절. 연구 가설	39
1. 자기초월적 환경가치와 환경친화적 식품 구매행동의 관계	39
2. 자기초월적 환경가치와 환경친화적 식품 처분행동의 관계	40
3. 식품환경요인과 환경친화적 식품 구매행동의 관계	41
제 3 절. 분석 자료	42
제 4 절. 분석 변수	44
1. 이타적 가치	44
2. 생태적 가치	46
3. 환경친화적 식품 구매행동	47
4. 환경친화적 식품 처분행동	49
5. 식품환경요인	50
제 5 절. 분석방법	52
1. 분석방법	52
2. 자료 전처리 및 변수 코딩	53

IV. 실증분석

제 1 절. 표본의 특성	55
1. 인구통계학적 특성	55
2. 응답자의 식품 구매 및 섭취에 관한 일반적 특성	57
제 2 절. 측정항목의 신뢰도 및 타당성 측정	59
1. 신뢰도 분석	59
2. 상관관계 분석	61
제 3 절. 연구가설 검증	62
1. 자기초월적 환경가치와 환경친화적 식품 구매행동의 관계	62

2. 자기초월적 환경가치와 환경친화적 식품 처분행동의 관계	64
3. 식품환경요인과 환경친화적 식품 구매행동의 관계	67

V. 결론

제 1 절. 연구결과 요약	70
제 2 절. 연구의 시사점	73
1. 학문적 시사점	73
2. 실무적 시사점	74
3. 연구의 한계점 및 향후 연구과제	76
참고문헌	78

<표 차 례>

[표 3-1] 2023서울시먹거리통계조사 개요	43
[표 3-2] 이타적 가치 측정 문항	45
[표 3-3] 생태적 가치 측정 문항	47
[표 3-4] 환경친화적 식품 구매행동 측정 문항	48
[표 3-5] 환경친화적 식품 처분행동 측정 문항	50
[표 3-6] 식품환경요인 측정 문항	51
[표 3-7] 분석방법	52
[표 4-1] 응답자의 인구통계학적 특성	56
[표 4-2] 응답자의 식품 구매 및 섭취에 관한 일반적 특성	58
[표 4-3] 신뢰도 분석 결과	60
[표 4-4] 상관관계분석 결과	61
[표 4-5] 자기초월적 환경가치가 환경친화적 식품 구매행동에 미치는 영향에 대한 위계적 회귀분석 결과	63
[표 4-6] 자기초월적 환경가치가 환경친화적 식품 처분행동에 미치는 영향에 대한 위계적 회귀분석 결과	65
[표 4-7] 식품환경요인이 환경친화적 식품 구매행동에 미치는 영향에 대한 위계적 회귀분석 결과	68

<그 림 차 례>

[그림1-1] 연구의 구성 및 흐름도	15
[그림3-1] 연구모형	38

I. 서론

제 1 절 연구의 배경 및 문제제기

전 세계적으로 환경 문제에 대한 우려가 증가하고 있다. 급속한 산업화와 과학기술의 발달은 인간에게 편리함을 주었지만, 대량생산, 대량소비, 대량판매로 인해 자연 자원의 소비를 가속화시켰고, 자원의 고갈과 함께 수질오염, 산림파괴, 쓰레기처리, 사막화, 지구온난화 등 환경파괴의 위기를 초래하게 되었다(이영주 & 여운승, 2014). 이러한 상황 속에서 환경을 의식한 소비자의 소비행동에 대한 중요성과 책임에 대한 논의가 이어지고 있다.

농업의 발전, 신기술 도입, 자연 생산 및 재배 기간의 연장, 국제 무역 확대를 통해 일년 내내 신선한 농산물 공급이 가능해졌으며, 많은 국가에서 식단이 더욱 다양해진 결과, 글로벌 수요 증가로 인한 에너지 소비 확대, 토지 이용 변화, 농업에서 단일 작물 재배 증가로 인한 종 및 작물 다양성 감소와 같은 환경적 손실이 발생하고 있다. 글로벌 식품 시장의 성장으로 인해 다양한 식품이 제공되는 식문화가 형성된 오늘날 음식은 먹기 위한 것이라기 보다 팔기 위한 상품에 더 가깝다. 우리가 먹는 음식과 우리의 관계가 몇몇 대형 유통업체가 독점하는 수준으로 축소된 것은 음식의 가치와 우리 삶의 의미를 사라지게 해온 시스템의 결과이다. 이 시스템은 '먹다'라는 동사를 능동의 의미에서 수동의 의미로 왜곡시켜왔다. 그렇게 인간은 다국적 기업에 의해 생태계의 다양성이 파괴되고 획일적으로 생산한 음식을 소비하고 있다(국제슬로푸드한국협회, 2024).

COVID-19 팬데믹 발생 이후, 많은 사람들은 인간만이 환경에 영향을 미치는 것이 아니라 환경 또한 인간의 삶의 품질을 좌우할 수 있고, 삶의 양상까지 완전히 뒤바꾸어 놓을 수 있음을 깨닫게 되었다(Backer et al., 2021). 이에 현대의 소비자들은 거시적인 측면에서 사회와 환경을 고려하는 친환경 이슈에 주의를 기울이게 되었고, 단순히 환경보호라는 개인적 신념을 넘어 실제로 친환경 행동의 의무와 책

임을 다하려 노력하고 있다(Yusliza et al., 2020). 이러한 현상은 ‘윤리적 소비’, ‘가치 소비’, ‘미닝아웃’ 등으로 명명되며, 공통적으로 가격·기능 등 개인적·경제적 효용을 넘어 소비가 타인 및 공동체에 미치는 사회적 영향을 고려하는 가치 지향적 특성을 지닌다(주소현 외, 2024).

지속가능한 발전은 현 세대가 다양한 영역에서 개발을 추진하는 동시에, 미래 세대의 발전 가능성을 보존하는 방식을 의미한다. 2015년 제70차 유엔총회에서 국제사회는 이러한 지속가능한 발전을 달성하기 위해 2030년까지 인류의 보편적 문제와 지구 환경문제 및 경제 사회문제를 해결하고자 하는 17개 목표로 구성된 지속가능발전목표(Sustainable Development Goals, SDGs)를 채택하였다. 이 중 특히 식량안보 및 지속가능한 농업 강화, 건강하고 행복한 삶 보장, 건강하고 안전한 물관리, 지속가능한 생산과 소비 목표는 식생활과 밀접한 관계가 있다.

친환경 소비행동은 제품의 구매, 사용, 처분 과정에서 지속가능한 환경을 유지하는 것을 목표로 하며, 친환경 제품을 선택하고 에너지 및 자원을 절약하며, 재활용과 폐기물 감소를 실천하는 소비 형태를 의미한다(손상희 외, 2010). 이러한 사회문화적 현상은 최근 전 세계의 외식산업에서도 두드러지고 있으며, 많은 소비자들은 친환경 식품 구매 및 윤리적인 소비문화, 나아가 동물복지 및 로컬푸드 지지 등의 지속가능성이 반영된 외식문화에 깊은 관심을 보이고 있다(Rosas et al., 2022). 즉, 식품을 선택, 평가 및 구매하는 과정에서 핵심적인 기능을 하는 소비자들의 가치관이 과거에 비해 지속가능성을 고려하는 측면으로 변모하고 있는 것이다(Ronto et al., 2021).

소비자는 시장에서의 구매 결정뿐만 아니라 기업의 사회적 책임에 대한 인식을 통해 지속가능 경영의 핵심 주체로 부각되고 있다. 이러한 사회·문화적 흐름 속에서 소비자들은 다양한 소비 가치 중에서도 윤리적 소비와 친환경 소비에 대한 관심을 높이고 있으며, 이는 바람직한 소비 가치의 확산과 더불어 지속적으로 강화되는 추세다(오해영, 2015; Abdul Wahid et al., 2011).

지속가능한 소비와 관련하여 학자들은 개인의 태도·행동 의도와 실제 행동 간의

차이에 주목해왔다. 그러나 이러한 높은 관심이 실제 친환경 제품 구매로 이어지기까지는 여전히 큰 간극이 존재한다. Cowe와 Williams(2000)는 이른바 ‘30:3 현상’을 제시하였는데, 이는 전체 소비자의 약 30%가 윤리적 기준을 고려한다고 응답하지만 실제로 해당 기준을 적용하여 구매하는 소비자는 약 3%에 불과하다는 점을 의미한다. 엠브레인(2010)의 조사에서는 친환경 제품에 대한 관심이 56.1%로 나타났다. KT경제연구소(2009) 조사에서 제품 구매 시 친환경 요인을 우선적으로 고려한다는 응답이 4.8%에 불과하였다. 문선정 외(2010) 또한 소비자의 친환경 제품에 대한 관심이 반드시 구매로 연결되지 않으며, 가격이나 성능 등 실질적 효용이 보장되지 않을 경우 친환경 소비 의도가 실제 행동으로 이어지지 않는다고 지적하였다. 이는 친환경 마케팅에서 가장 큰 과제 중 하나로, 소비자의 관심을 실제 구매 행동으로 전환시키는 것이 핵심 과제로 인식되고 있다.

본 연구는 최근 소비자들이 소비활동을 통해 공익에 기여하려는 경향이 증가하면서, 제품의 생산 과정과 기업의 사회적 책임에 대한 관심이 높아지고 있음을 주목하였다. 대부분의 선행연구들은 대학생, 주부 등 일부 집단을 편의적으로 모집하여 수행되어 그 결과들을 일반화하기에는 한계가 있다. 이에 본 연구에서는 서울시 규모로 실시된 서울시먹거리통계조사 자료를 이용하여 환경친화적인 식품구매 및 처분에 영향을 미치는 요인을 살펴보고 이를 기반으로 소비자의 친환경 식품 소비행동을 촉진할 수 있는 전략적 시사점을 제공하고자 한다. 이를 통해 지속가능한 소비문화 확산을 위한 실무적·정책적 대응 방향을 모색하는 데 기여할 것이다.

제 2 절 연구의 목적 및 필요성

현대 사회에서 지속가능한 식생활은 환경 보호, 건강 증진, 사회적 책임과 깊이 연결되어 있으며, 이를 실천하는 소비자의 행동을 이해하는 것은 정책적·학술적 측면에서 중요한 과제가 되고 있다. 특히 환경친화적 식품 소비는 개인의 가치 지향성, 즉 이타성·생태적 감수성과 같은 자기초월적 환경가치에 의해 형성되는 것으로 알려져 있으나, 이러한 가치가 실제 구매 및 처분행동으로 이어지는지에 대해서는 여전히 논의의 여지가 남아 있다. 이에 가치-행동 간의 연계성을 실증적으로 검증하는 연구의 필요성이 커지고 있다.

더불어 소비자가 식품을 선택하는 과정에서 경험하는 가격, 접근성, 구매 편의성 등과 같은 식품환경요인은 실제 소비 행동을 촉진하거나 제약하는 중요한 외적 요인으로 작용할 수 있다. 따라서 친환경 식품 소비를 설명하기 위해서는 개인의 내적 가치뿐 아니라 소비 맥락에 기반한 외적 환경요인을 함께 고려한 통합적 분석이 요구된다. 이에 본 연구는 자기초월적 환경가치와 식품환경요인이 환경친화적 식품 구매 및 처분행동에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고, 가치와 행동 간의 관계를 보다 정교하게 이해하고자 한다. 따라서 본 연구의 목적을 다음과 같이 설정하였다.

첫째, 자기초월적 환경가치가 실제 식생활 행동에 미치는 영향을 규명하고, 그에 대한 이론적 근거를 마련하고자 한다.

둘째, 자기초월적 환경가치와 실제 행동 간의 관계에서 개인의 가치 지향성이 어떠한 역할을 하는지를 검토하고, 이타적 가치와 생태적 가치를 구분하여 그 차이를 비교하고자 한다.

셋째, 식품환경요인이 환경친화적 식품 구매행동을 설명하는 추가적 요인으로서 어떠한 영향을 미치는지를 검증하고자 한다.

넷째, 실증분석 결과를 바탕으로 자기초월적 환경가치를 실제 행동으로 전환할 수 있도록 촉진하는 정책적·실무적 시사점을 제시하고자 한다.

제 3 절 연구의 방법과 구성

1. 연구의 방법

본 연구는 ‘2023 서울시먹거리통계조사’ 원시자료를 활용하여 분석할 예정이다. 서울시먹거리통계조사는 서울 시민의 먹거리 실태를 파악하고 정책 수립을 위한 기초자료를 제공하기 위해 서울특별시에서 주관하는 공식 통계조사로, 2020 년부터 매년 진행되고 있다. 조사 대상은 서울특별시 거주 만 18 세 이상 가구원으로, 표본 크기는 2,050 가구의 만 18 세 이상 가구원 3,594 명이며, 20 대 1 인 가구 유효 표본수 확보를 위해 권역과 주택 유형 분포를 고려하여 50 표본을 추가 조사하였다. 본 연구에서는 가구주용 설문지를 기준으로 6 개 파트 중 2 개 파트(Ⅲ.식생활, Ⅳ.식품 구매)와 응답자 특성의 일부 문항을 분석에 이용하고자 한다.

2. 연구의 구성

본 연구는 총 5 개의 장으로 이루어져 있으며 목적을 달성하기 위해 다음과 같이 연구를 진행하고자 한다.

제 1 장. 서론에서는 연구의 배경 및 문제제기, 연구의 목적 및 필요성, 연구의 방법과 구성을 제시하였다.

제 2 장. 이론적 배경에서는 본 연구 주제와 관련된 국내외 선행연구를 바탕으로 자기초월적 환경가치와 식품환경요인의 개념을 검토하고, 이들이 환경친화적 식품 소비행동에 미치는 영향과 관련된 선행연구를 고찰하였다.

제 3 장. 연구방법에서는 본 연구의 분석방법을 설명하고, 실증 분석을 위한 이론적 고찰을 바탕으로 분석 자료에 대해 설명하였다.

제 4 장. 연구결과에서는 2023 년 서울시먹거리통계조사의 원시자료를 통해 수집된 자료를 바탕으로 본 연구의 주요 결과를 분석하였다.

제 5 장. 결론에서는 실증분석 결과를 정리하고 연구결과에 대한 시사점, 본 연구의 한계점 및 향후 연구방향을 제시하였다.

본 연구의 구성은 다음의 [그림 1-1]과 같다.



[그림1-1] 연구의 구성 및 흐름도

II. 이론적 배경

제 1 절 자기초월적 환경가치

1. 가치와 친환경 행동 이론

시간의 흐름에 따라 환경행동이론의 발전을 살펴보면, 1960년대 후반부터 1970년대 초까지는 ‘지식-태도-행동(KAB, Knowledge-Attitude-Behavior) 모델’이 널리 활용되었는데, 이는 환경에 대한 지식이 긍정적인 태도를 형성하고, 태도가 행동변화를 유도한다는 가정에 기반하였다. 이후 1970년대 중후반에 Schwartz(1977)가 제안한 ‘규범활성화모형(NAM, Norm Activation Model)’은 이타적 가치, 결과 인식(AC), 책임 귀속(AR), 개인규범을 통해 친사회적·친환경 행동이 활성화된다고 설명하며, 행동 예측에서 규범의 역할을 부각하였다. NAM은 후에 Stern et al.(1999)의 VBN 모델의 기본 틀을 제공하였다.

1980년대 초 Ajzen and Fishbein(1980)은 ‘합리적 행동이론(TRA, Theory of Reasoned Action)’을 통해, 개인의 태도와 주관적 규범이 행동 의도 형성에 미치는 영향을 체계적으로 설명하였다. 이후 Ajzen(1991)은 TRA에 ‘지각된 행동통제(PBC, perceived behavioral control)’ 변수를 추가하여 ‘계획행동이론(TPB, Theory of Planned Behavior)’으로 확장하였다.

TPB 모형에 따르면, 행동의 가장 근접한 예측 요인은 행동의도이며, 이는 다시 개인이 특정 행동 선택에 대해 긍정적 혹은 부정적으로 평가하는 태도, 준거집단 구성원들로부터 해당 행동을 수행하라는 사회적 압력인 주관적 규범, 특정 행동을 수행하는 것이 쉽거나 어렵다고 인식하는 지각된 행동통제에 의해 선행된다. 일반적으로 태도와 주관적 규범이 긍정적일수록, 그리고 지각된 행동통제가

높을수록 개인의 행동 의도는 강화되는 것으로 간주된다(Ajzen, 1991; Liebe et al., 2011). 지금까지 TPB 모형은 환경 연구에서 환경 보전(Fielding et al., 2008; Mannetti et al., 2004; Oreg & Katz-Gerro, 2006), 환경 및 정치 참여(Ford et al., 2009; Wauters et al., 2010)와 같은 다양한 행동을 분석하는 데 사용되어 왔다.

Stern et al.(1999)은 개인의 가치이론(Stern, Dietz & Kalof, 1993), 생태적 세계관을 설명하는 신생태계 패러다임(Dunlap & van Liere, 1984), 그리고 규범활성화이론(Norm Activation Model, Schwartz, 1977)을 통합·재정립하여 가치-신념-규범(VBN, Value-Belief-Norm) 이론을 제안하였다.

VBN 이론에서 '가치'는 행동의 동기를 형성하고 태도의 발현을 이끄는 출발점으로 정의된다. Stern, Dietz and Kalof(1993)는 가치를 '이기주의(egoistic)', '이타주의(altruistic)', '생태주의(biospheric)'의 세 가지 유형으로 구분하였다. 이기주의 가치는 성공, 부의 축적, 편안한 삶 등 개인의 이익을 중시하며(Dunlap & van Liere, 1978), 관심과 사고의 범위가 자기 자신에 한정되고 타인에 대한 관심이 거의 없는 상태를 의미한다(Schwartz, 1992). 친환경 행동에서도 이러한 가치를 지닌 개인은 자신의 이익이 예상될 때에만 행동에 나서는 경향이 있다(Stern, Dietz & Kalof, 1993). 반면, 이타주의 가치는 자기 초월적 성향을 바탕으로 자신을 타인과 상호 연결된 존재로 인식하며, 사회 전반과 타인의 복지에 관심을 기울이는 성향을 의미한다(Schwartz, 1992). 이러한 가치관은 환경친화적 소비 행동과 태도의 기초를 형성한다(Stern, Dietz & Kalof, 1993). 마지막으로 생태주의 가치는 환경과 생태계 전반에 대한 관심을 바탕으로 자신을 지구 생태계의 일부로 인식하고, 환경 보전과 생태계 전체의 건강에 주의를 기울이는 성향을 말한다(Milfont, Duckitt & Cameron, 2006).

가치-신념-규범 이론에서 '신념'의 첫 번째 범주로 제시되는 신생태계패러다임(new ecological paradigm)은 파괴되기 쉬운 생태계에 인간의 행동이 부정적인 영향을 미친다는 세계관으로, 개인의 결과지각과 밀접하게 연관되어 있다고 하였다(Stern et al., 1999).

더 나아가 Hines, Hungerford and Tomera(1987)는 ‘책임 있는 환경행동(REB, Responsible Environmental Behavior)’ 모형을 통해 환경지식, 태도, 기술뿐 아니라 행동을 촉진하거나 제약하는 상황적 요인까지 포함한 종합적 구조를 제시하여, 환경행동 연구의 설명 범위와 현실성을 확대하였다. 이러한 일련의 이론들은 환경 및 사회과학 분야 전반에서 폭넓게 활용되었다.

본 연구는 2 차 데이터의 한계로 인해, 가치가 신념과 규범 등을 거쳐 행동으로 이어지는 복합적 인과구조 전체를 구조방정식모형 등으로 검증하는 것은 어렵다. 이에 따라 가치가 행동에 미치는 직접적 영향에 집중하여 회귀분석을 수행하고자 한다. VBN 이론은 기본적으로 가치에서 행동으로 위계적으로 이어지는 경로를 전제하지만, 이전 연구들은 경우에 따라 규범을 거치지 않고도 가치가 직접적으로 행동에 영향을 줄 수 있음을 언급하고 있다(Stern et al., 1999; Nordlund & Garvill, 2002). 실제로 국내 연구에서도 자기초월적 환경 가치가 녹색 및 친환경 제품 구매의도에 직접적이고 유의한 영향을 미친 사례가 보고되었다(소만령 외, 2021; 배세하, 2021). 이러한 접근은 기존 주요 이론들에서도 가치가 행동을 설명하는 중요한 요인으로 다루어져 왔다는 점에서 의미가 있다.

한편, 본 연구는 자기초월적 가치인 생태적 가치와 이타적 가치에 초점을 맞추었다. 그 이유는 첫째, 기존 환경행동 이론과 실증연구에서 이 두 가치가 친환경 행동과 지속가능한 식생활 실천을 설명하는 가장 강력하고 일관적인 선행요인으로 제시되어 왔기 때문이다(de Groot & Steg, 2008; Stern et al., 1999). 둘째, 본 연구에서 활용하는 2023 서울시먹거리통계조사 데이터는 생태적 가치와 이타적 가치에 해당하는 문항을 비교적 충실히 포함하고 있는 반면, 자기이익 가치나 전통적 가치 관련 문항은 제한적이라는 한계가 존재한다. 셋째, 정책적·실천적 함의 측면에서도 환경 보전(자연·생태 중심)과 사회적 책임(타인·미래세대 중심)이라는 두 가치 차원은 친환경 소비 촉진과 시민 교육의 핵심 동기로 강조되고 있다(황윤성, & 조성진, 2019).

2. 자기초월적 환경가치 개념

2.1. 이타적 가치

소비자의 환경적 관심이 반드시 실제 행동으로 직결되지는 않지만, 환경 의식적 행동이 가져올 긍정적 결과에 대한 확신이 강한 개인일수록 이에 대한 지지와 참여 수준이 높게 나타난다(Kim & Choi, 2005). 이러한 점에서 자기초월적 가치가 친환경 행동에 어떠한 영향을 미치는지를 규명하는 것은 중요한 연구 과제라 할 수 있다.

가치가 환경 행동을 결정하는 데 있어 가장 강력한 영향 변수임을 다양한 연구 결과를 통해 제시하고 있다(Cheng et al., 2022; Stern, 1999, 2000). Stern (2000)의 연구에서 이타적 가치란, 개인의 즉각적인 사회적 범위를 넘어선 대상(타인, 사회 전체, 미래 세대 등)에 대한 관심과 배려를 의미한다. 이러한 가치는 환경적 행동을 촉발하는 개인 규범을 활성화하는 데 주요한 역할을 하며, 환경 문제로 인해 타인이 위협받는 상황에 대한 인식, 그리고 자신이 행동함으로써 그 결과에 영향을 끼칠 수 있다는 책임감을 느낄 때 환경보호 행동이 발생한다고 설명한다.

이타적 가치(altruistic value)는 자기 자신을 초월하여 타인의 복지와 안녕을 우선시하고, 개인을 타인 및 사회와 상호 연관된 존재로 인식하는 성향을 의미한다(Choi, Jang, & Kandamplly, 2015; Schwartz, 1992; Stern & Dietz, 1994). 이는 사회현상과 자신의 사회적 관계를 포괄적으로 인식하며, 자신을 가족이나 지역사회, 인류 등 더 큰 집단의 구성원으로 간주하고, 개인적 이익을 넘어 타인과 사회의 행복을 추구하는 가치관이다(Stern, Dietz, & Kalof, 1993).

이러한 자기초월적 가치 지향은 환경문제와 같은 공익적 사안에서 특히 중요하다. 친환경 소비 행동과 태도의 기반이 되고, 친환경 행동에서 개인규범을 활성화하는 데 가장 강력한 심리적 요인으로 작용하며(Schwartz, 1973; Stern et al., 1993),

이러한 가치는 환경 친화적 소비 행동의 중요한 동기로 작용한다(Choi, Jang, & Kandampilly, 2015).

김수옥(2012)은 사회적으로 정의가 실현되어야 한다는 ‘사회정의’, 다른 사람에게 도움이 되는 삶을 사는 ‘도움’, 모든 사람들이 평등하다는 ‘평등’을 이타적 가치로 보았다. 배세하(2021)는 친환경 제품 구매에 대한 이타적 동기를 개인의 내면에 기초한 윤리적 정체성과 외부에 대한 인식인 환경을 반영하는 개념으로 보고, 이타적 동기를 윤리적 정체성과 환경의식으로 측정하였다. 윤리적 정체성(ethical identity)은 윤리적 소비에 대한 개인의 유일하고 주관적인 신념에 대해 안정된 느낌을 갖는 것이라 하였다.

조소연과 정주원(2022)의 연구에서는 환경에 대한 이타적 동기를 친환경 행동의 결과가 자신이 아닌 타인과 환경에 미치는 영향을 고려하는 것으로 정의하고, 지속 가능한 사회를 위해 불편하더라도 환경보호를 실천하고 환경보전과 보호를 위해 환경을 생각하는 행동을 하는 것을 중요하게 생각하는지를 의미한다고 하였다.

이나금(2021)은 이타적 가치를 환경의식, 윤리적 소비의식, 동물보호의식으로 분류하였다. 이 중 환경의식은 환경관심과 생태계 보전을 위해 제품의 구매부터 처분까지 전 소비과정에서 발생하는 행동이 환경에 미치는 영향에 대해 관심을 가지는 소비자의식으로, 윤리적 소비의식은 환경, 사회문제뿐만 아니라 인권, 공동체, 정치, 종교 등을 포함하여 윤리적 가치판단에 따라 올바른 선택을 하는 행동이라고 정의하였다. 동물보호의식은 동물학대를 금하고 동물을 대우하는 데 있어 어떻게 할 것인가에 대한 윤리적 책임으로서 동물의 환경조건을 보장하는 것이라고 하였다.

홍정화(2020)는 이타주의 가치를 다른 사람들의 존재와 복지에 대해 관심을 가지는 성향이라 하였고, 양재장 외(2013)의 연구에서는 이타주의 가치를 사회에 대하여 포괄적으로 인식하며 다른 인간의 복지에 대해 관심을 가지는 성향이라 하였다. 최은진과 김영신(2007)은 소비자 자신과 타인, 주위환경의 가치를 이해하려는 가치를 이타지향 가치라 하였다.

2.2. 생태적 가치

Groot et al. (2008)과 Ros and Kaneko (2022)의 연구를 통해 이타적 가치와 생태적 가치가 서로 다른 차원임을 실증적으로 검증하였으며, 이타적 행동이나 친사회적 행동에서는 생태적 가치의 중요성이 크지 않지만, 친환경 행동에 있어서는 생태적 가치가 가장 핵심적인 가치라고 강조하였다(Stern, 2000).

Jansson, Marell, and Nordlund (2010)의 연구에서 생태주의 가치는 환경과 생태계에 대한 관심을 바탕으로 개인이 자신을 지구 생태계의 일부로 인식하며, 생태계 전체에 대한 포괄적인 관심을 가지는 성향을 의미한다. 이는 인간 중심적 사고보다 환경 보전적 사고를 우선시하며, 생태계 내 다양한 종, 특히 인간 외 생물종에 대한 관심을 강조하는 특징을 가진다.

배세하(2021)는 인간과 동식물을 비롯해 자연과 생태계까지 도덕적 고려 대상으로 간주하며 모든 생명체는 자연의 일부이므로 어느 존재도 자연을 초월할 수 없고 자연은 자체적인 가치를 지니기 때문에 인간은 자연을 보호해야 할 의무가 있다는 생태중심주의(ecocentrism)를 정의하였다. 정재란 외(2016)은 생태주의란 환경문제와 더불어 인간과 자연의 모든 동식물은 평등하다고 인식하며, 환경과 동식물을 고려한 소비성향 이라고 정의하였다.

김수옥(2012)은 환경이 오염되지 않게 보호해야 한다는 ‘환경보호’, 인간이 살고 있는 지구를 아끼고 사랑하는 ‘지구존중’, 인간은 자연과 함께 살아가야 한다는 ‘자연과의 조화’를 생태주의 가치라고 보았다.

홍정화(2020)는 생태주의 가치를 환경에 대해 관심을 가지며 스스로를 지구 생태계의 일부로 지각하는 성향이라 하였고, 연구에서 생태주의가 친환경 소비행동에 큰 영향을 미치는 요인임을 밝혔다. 더불어 연구 결과, 생태주의 가치는 가치 분류(생태적, 이타적, 이기적 가치) 중 환경오염 심각성 인지에 가장 큰 영향력을 가진 것으로 나타났다.

2.3. 이타적·생태적 가치 선행연구

VBN 이론을 사용한 과거 연구에서는 생태적, 이타적, 이기주의적 가치를 환경적 신념의 선행으로 간주해왔다(Choi et al., 2015; Lopez-Mosquera & Sanchez, 2012; Nguyen et al., 2016). 특히 VBN 이론은 개인의 가치에서 시작해 신념과 규범을 거쳐 행동으로 이어지는 인과 경로를 설명할 수 있어 친환경 행동을 탐구하는 연구에서 널리 활용되어 왔다.

VBN 이론을 토대로 환경가치와 녹색제품 지식이 태도와 구매의도에 미치는 영향을 분석한 소만령 외(2021)의 연구에서는 환경가치를 이기주의, 이타주의, 생태주의로 구분하였다. 연구 결과, 이타주의 가치와 생태주의 가치는 녹색제품에 대한 태도를 매개로 구매의도에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 동시에 직접적인 효과도 확인되었다. 반면, 이기주의 가치는 구매의도에 유의미한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

배세하(2021)는 친환경 제품 구매 의도 형성 과정에서 이타적 동기가 직접적·간접적으로 긍정적인 영향을 미친다는 점을 밝혔다. 더 나아가 가격 공정성 지각을 조절변수로 분석한 결과, 소비자가 친환경 제품의 가격을 합리적이라고 인식할수록 이타적 동기의 영향력은 약화되고, 반대로 가격을 불합리하게 인식할수록 이기적 동기의 영향력이 약화되는 차별적 결과가 나타났다.

VBN 이론을 친환경 제품 소비자 행동 연구에 적용한 양재장 외(2013)의 연구에서는 이타적 가치와 생태적 가치를 지닌 소비자들이 친환경 제품의 환경에 대한 신념과 개인규범에 유의한 영향을 미쳤으며, 이러한 신념은 규범으로 이어지고, 규범은 친환경 행동을 강화하는 것으로 나타났다.

VBN이론과 eWOM 조절효과를 활용해 이타적·쾌락적 가치와 신념, 규범이 친환경 화장품 구매행동에 미치는 영향력을 실증적으로 검증한 Jaini et al. (2020)의 연구에서는 두 가치 모두 친환경 신념에 긍정적 영향을 미치며 연쇄적 경로도 모두 유의한 것으로 나타났다. 또한 온라인 검색이나 전달 수준이 높을수록 실제 구매

행동으로 더 잘 이어짐을 실증적으로 보여주었다.

Lopez-Mosquera and Sánchez(2012)는 TPB와 VBN 이론을 통합 적용하여 생태적·이타적 가치가 공원 방문객의 환경적 태도 및 지불의사에 어떤 영향을 미치는지를 분석하였다. 유의미한 연구 결과는 가치·신념·규범이 환경에 대한 구체적 행동(지불 의향) 결정에도 중요함을 입증하며 개인의 환경 관련 믿음과 도덕적 의무감은 보전 활동 그 자체에 대한 개인의 적극 참여 의지를 높임을 알 수 있었다. 또한 생태적·이타적 가치 함양과 환경에 대한 책임감 증진이 시민의 환경 참여도를 높이는 데 중요함을 시사하였다.

임현우(2024)의 연구에 따르면, 지속가능경영 식품기업 소비자의 생태적 가치와 경제적 가치는 친환경 행동 신념에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 신념은 개인적 및 주관적 규범을 통해 친환경 구매의도에 유의미한 정의 영향을 주었다. 다만, 이타적 가치는 신념에 유의한 영향이 없는 것으로 나타났다.

백규리(2024)는 VBN 모형을 활용하여 밀키트 소비자의 친환경 구매의도에 영향을 미치는 가치 요인과 개인규범, 감정 요인을 실증적으로 분석하였다. 연구 결과, 이기적 가치는 결과지각에 부정적인 영향을 미친 반면, 이타적 가치와 생태적 가치는 결과지각에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 가치 요인은 결과지각, 책임 귀속, 개인규범 및 친환경 행동의도에 연쇄적으로 유의미한 영향을 미쳤으며, 특히 개인규범은 친환경 밀키트 구매의도에 직접적 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

제 2 절 친환경 식품 소비행동

1. 친환경 소비행동 개념

개인의 친환경 행동은 생활 전반과 긴밀하게 연결되어 있는데, 한국소비자원(2019)의 조사에 따르면 내국인의 소비생활 중요도에서 식품·외식 분야가 지속적으로 1위를 차지하는 것으로 나타났다. 이는 식품소비가 일상생활에서 필수적일 뿐 아니라 친환경 행동을 실천하는 핵심 영역임을 보여준다. 친환경 농산물 소비 동기를 분석한 연구에 따르면, 초기에는 식품 안전과 건강과 같은 이기적 동기가 주요 요인이었으나 점차 환경 보호, 농업 지속성, 지역 공동체 지원과 같은 이타적 동기로 변화하는 경향이 나타났다(조소연 & 정주원, 2022; 홍연금 & 송인숙, 2008). 이러한 변화는 소비자가 단순히 제품 구매에 그치지 않고, 재활용·재사용·쓰레기 감량 등으로 행동을 확장해 나가는 과정을 보여준다.

친환경 소비행동은 ‘환경에 이롭거나 조화를 이루는 소비행위’로 정의되며, 구매·사용·처분 과정 전반을 포괄한다(김수옥, 2012; 오진숙 & 김정숙, 2009; Peattie, 1992). 또한 이는 구매·사용·처분 단계에서 환경적 영향을 고려한 합리적이고 이성적인 소비행위로 이해되며(변순희 & 계선자, 2004; 양재장 외, 2013), 특히 식품 소비 영역은 이러한 친환경 행동이 실천되는 핵심적 분야로 평가된다. 구체적으로는 환경오염을 줄이고 자원·에너지를 절약하며 폐기물 발생을 최소화하는 구매행동, 자원 절약과 올바른 사용을 통해 제품 수명을 연장하고 폐기물을 줄이는 사용행동, 분리배출과 재활용·재사용을 통해 환경오염을 최소화하는 처분행동으로 구분된다(조소연 & 정주원, 2022). 또한 유소이와 박명은(2018)은 지속가능한 소비행동을 친환경 소비 실천과 선도적 노력을 포함하는 개념으로 정의하고, 재활용 행동과 생태의식적 행동으로 세분화하였다. 이정전(1994)과 이득연(2000)은 환경친화적 행동을 재생제품·환경제품·환경친화적 제품의 구매를 비롯하여, 쓰레기 배출 자제, 절약, 재활용 등 소비생활의 구매-사용-처분 단계 전반에서 실천할 수 있는 행동으로

정의하였다. 서지영과 정영숙(2016)은 친환경 행동의 실천 정도를 측정하기 위해 재활용 및 재사용, 음식물쓰레기 남기지 않기 등 쓰레기 관련 영역 문항을 활용했고, 김지은과 최경숙(2021)은 식품 쓰레기 처분의 실천역량을 식품 쓰레기 발생을 고려하여 필요한 양만 구매하고, 식자재를 낭비 없이 관리·조리하며, 발생한 식품 쓰레기를 올바르게 분리배출·재활용할 수 있는 능력으로 구성했다.

정재란 외(2016)는 로컬푸드와 친환경식품을 대표적인 친환경 소비행동으로 규정하고, 소비자의 식품 소비가치가 태도와 구매의도에 미치는 영향을 분석하였다. 이때 로컬푸드는 생활권 내에서 생산·유통되는 안전한 지역 농산물로 정의되며, 친환경식품은 유기농·무농약 등 환경과 건강에 유익한 방식으로 생산된 농수산물을 의미한다. 한편 홍정화(2020)는 식품 친환경 소비행동을 친환경 제품 구매, 자원 절약적 사용, 재활용·폐기물 감소를 포함하는 행위로 정의하며, 생태적 차원에서 식품 소비행동을 설명하였다.

다수의 연구에서는 친환경 소비를 포괄적으로 정의하면서도 구매·사용·폐기 행동을 하나의 종속변인으로 통합하여 측정하는 데 그쳐 한계가 있다. 이에 본 연구에서는 이러한 선행연구를 바탕으로, 친환경 소비행동을 식품 구매 및 처분 영역에서 나타나는 구체적 행동에 주목하고자 한다. 구체적으로 친환경 식품 구매, 동물복지 제품 구매, 국내산 및 로컬푸드 구매, 제철 식품 구매, 그리고 쓰레기 감소 노력을 친환경 소비행동의 주요 차원으로 구분하여 살펴본다. 이는 일상생활 속에서 친환경적 가치를 실현하는 대표적이고 실천 가능한 행위로서, 지속가능한 소비를 이해하는 데 중요한 분석틀을 제공할 것이다.

1.1 친환경 식품

친환경식품은 생산·제조·가공 과정에서 합성농약이나 화학비료를 전혀 사용하지 않거나 최소화하여, 생태계와 환경을 보존하는 방식으로 생산된 농산물과 유기 가

공식품을 지칭한다(국립농산물품질관리원, 2015; 금태환, 2015; 이미남, 2017). 2016년부터는 친환경식품의 인증 관리가 강화되면서, 기존의 저농약 인증은 폐지되고 현재는 무농약 농수산물과 유기농 농수산물 두 가지로만 인증이 이루어지고 있다(정재란, 김태희, & 배혜진, 2017). 국립농산물품질관리원은 CODEX 규격기준 및 관련 법령을 적용하여 친환경 농산물 관리기준을 강화하고 있으며, 인증 농가 지정을 통해 생산과 소비 활성화를 유도하고 있다(금태환, 2015; 황창주, 2009).

1.2 동물복지 제품

과거 소비자의 구매결정 요인은 주로 가격과 품질에 집중되었으나, 현대 소비자들은 사회적 기여와 윤리적 가치를 반영한 소비를 점차 중시하고 있다(윤지영 외, 2018). 이러한 흐름 속에서 동물복지 인증식품에 대한 수요가 확대되고 있는데, 동물복지란 인간이 동물을 이용함에 있어 윤리적 책임을 지니고 동물이 본래의 습성을 발현할 수 있도록 제약하지 않아야 한다는 개념을 의미한다. 즉, 동물이 건강하고 안전하며 안락한 환경에서 사육되고, 필요한 영양을 충분히 공급받으며, 고통이나 두려움과 같은 부정적 경험을 겪지 않도록 기본적인 조건을 보장하는 것을 지칭한다(강진희, 2017). 2023 서울시먹거리통계조사에서는 동물복지인증제품을 식품으로서의 동물에 대한 배려를 바탕으로 인간이 동물에게 미치는 고통이나 스트레스 등의 괴로움을 최소화하여 생산된 제품이라 하였다.

동물복지는 윤리적 소비와 동물권 보호의 관점뿐 아니라, 소비자 먹거리 안전 확보 및 지속가능한 축산업 발전과도 밀접하게 연계된다. 특히 동물복지를 고려한 사육환경 개선은 기존의 공장식 축산 방식에 비해 상대적으로 안전성과 영양적 우수성을 확보하고, 환경부하를 완화된 축산물 생산을 가능하게 한다(김선우, 2014). 공장식 축산은 과밀 사육으로 인한 높은 폐사율과 항생제 사용 증가라는 문제를 초래해왔으나, 동물복지 사육은 항생제 사용을 최소화한 고품질 생산물을 제공함으

로써 축산농가의 경영 여건을 개선하고, 나아가 지속가능한 축산업의 기반 조성에도 기여할 수 있다(윤지영 외, 2018).

1.3 국내산 식품 또는 로컬푸드

로컬푸드는 지역에서 생산된 먹거리를 최소한의 유통 단계를 거쳐 소비하는 것을 의미하며, 이동 거리가 짧아 신선도가 높고 농약이나 보존제 사용을 최소화할 수 있다. 궁극적으로는 얼굴 있는 생산자와 지역의 소비자들 간의 사회적·물리적·자연적 거리를 단축하는 데 의미를 둔다(정은미, 2011). 또한 비교적 생태계의 순환 질서에 부합하는 방식으로 생산됨으로써 식품의 영양과 안전성을 확보할 수 있으며, 생산의 주체와 과정을 확인할 수 있다는 점에서 건강하고 신뢰할 수 있는 먹거리로 평가된다(Kim, 2010)

국가와 연구자에 따라 로컬푸드는 다양한 기준으로 정의되어 왔다. 영국의 경우 반경 30마일(48km) 또는 대도시 기준 100마일(160km)을 범위로 설정하며, 미국은 차로 24시간 이내의 거리 개념을 강조한다. 일본에서는 국내산 지역 농산물을 로컬푸드로 규정하고 있다(황석영 외, 2013). 우리나라는 국토 면적이 좁고 전국이 반나절 생활권에 속한다는 점에서 국내산 식품 전반을 로컬푸드로 보는 경향이 강하다(박예슬, 2015).

연구자들 역시 로컬푸드 개념을 서로 다르게 정의해 왔다. 허남혁(2009)은 환경, 건강, 사회, 경제적 문제 등을 극복하기 위한 대안으로서 로컬푸드를 규정하였으며, 김종덕 외(2006)는 농민과 소비자, 농촌과 도시의 관계를 회복시키는 지속가능한 식품체계로 보고 소비자가 단순한 구매자를 넘어 건강한 먹거리와 공동체적 책임을 지는 ‘음식 시민(food citizen)’으로 나아가야 함을 강조하였다.

1.4 제철 식품

제철 식품은 특정 계절에 자연적으로 생산·수확되는 농·수산물을 의미하며, 해당 시기에 영양적 가치와 신선도가 가장 높게 나타나는 식품으로 정의된다. 인체의 생리적 기능은 계절 변화에 따라 달라지므로, 이에 부합하는 제철 음식을 섭취하는 것이 중요하며(김인곤, 2007), 계절별로 생산되는 식재료를 활용하여 조리된 제철 음식은 인체가 자연환경의 변화에 적응할 수 있도록 돕는 역할을 한다(정장환, 2008).

전통 사회에서는 계절별로 산나물, 채소, 과일, 발효식품 등을 섭취하며 계절성과 식생활이 밀접하게 연계되었다. 그러나 현대에는 시설 재배와 글로벌 유통망의 발달로 연중 다양한 농산물을 소비할 수 있게 되면서 제철 식품의 개념은 점차 약화되고 있다. 다만 인공 재배 환경에서 생산된 농산물은 햇볕 노출 부족 등으로 인해 생리활성물질과 영양소 함량이 낮아질 수 있다는 지적이 제기되며, 제철 식품은 단순한 신선도의 문제가 아니라 영양적·기능적 우수성과 직결되는 개념으로 이해되고 있다(한국식품과학회, 2016).

2. 친환경 식품 구매행동 선행연구

윤리적 소비의 필요성과 사회적 책임에 대한 인식이 확산되면서 인간과 자연의 공존을 지향하는 친환경 소비 행위가 점차 뚜렷하게 나타나고 있다(서예정, 김화진, & 한진수, 2021). 초기 친환경 소비행동 연구는 환경지식이 태도를 매개로 행동으로 이어지는 선형적 행동모델을 제시하였으며(Winston, 1974), 이후에는 소비자의 태도·동기·가치 등 내적 요인이 행동에 미치는 영향을 규명하는 방향으로 발전하였다(박선영 & 남영숙, 2016; 허은정, 2011; Homer & Kahle, 1988). 또한 환경교육은 환경문제 인식을 높이고 친환경 태도를 함양시켜 자발적 행동을 촉진하

는 핵심 수단으로 제시되었으며(전재운 & 이경원, 2023), 이는 친환경 소비행동이 단순한 소비활동을 넘어 다양한 심리적·교육적 요인과 긴밀히 연결되어 있음을 보여준다.

한편, 초기의 지속가능한 소비 연구는 관련된 다양한 행위들이 본질적으로 유사하여 동일한 결과를 낳는 것으로 가정하였다(Stern, 2000). 그러나 최근에는 재활용, 친환경 제품 구매, 소비 후 행동 등 구체적인 행위가 서로 다른 차원에서 나타날 수 있음을 강조하고 있다. 이에 따라 지속가능한 소비는 단일한 범주로 보기보다, 구분되는 행동 유형으로 세분화하여 살펴볼 필요성이 제기되고 있다(Leary et al., 2014). 김정원 외(2022) 또한 지속가능한 소비 행동을 소비단계를 기준으로 구분할 수 있다고 하였는데, 구매 단계에는 친환경 제품 구매, 공정 무역 제품 구매, 제로웨이스트 소비, 미니멀리즘 소비 등을 포함하며 올바른 쓰레기 분리 배출, 사용한 제품을 버리는 대신 중고거래를 이용하는 것 등은 지속가능성을 고려한 폐기 단계의 소비 행동으로 볼 수 있다고 하였다.

윤효실과 윤혜현(2013)의 연구에서는 개인 소비가치가 친환경 농산물 구매의도에 미치는 영향을 분석하고, 환경의식행동의 조절효과를 검증하였다. 연구 결과, 기능적·사회적·감정적·상황적 가치는 구매의도에 긍정적인 영향을 미쳤으나 탐색적 가치는 유의하지 않았다. 또한 환경의식행동은 사회적 가치와 감정적 가치가 구매의도에 미치는 영향을 강화하는 조절효과를 보였다. 이는 소비자의 가치지향과 환경의식 수준이 친환경 농산물 구매행동을 설명하는 핵심 요인임을 시사한다.

환경의식과 소비가치가 친환경식자재 구매의도에 미치는 영향을 분석한 이영주와 여운승(2014)의 연구에서는, 이타주의·생태주의·개인주의 가치 모두 구매의도에 유의한 정의 영향을 미쳐 친환경식자재 구매의도를 강화하는 요인으로 작용하였다. 환경지식 역시 구매의도를 높이는 것으로 나타났으나, 전체적으로 볼 때 구매의도에 더 큰 영향을 미치는 요인은 환경지식이나 환경관심보다는 소비자의 가치 추구였으며, 그중에서도 이타주의 가치가 가장 강력한 영향 요인으로 확인되었다.

최은진과 김영신(2007)의 연구에서는 이타지향 가치가 구매, 사용, 처분의 모든

환경의식적 행동에 영향을 미쳤다. 조소연과 정주원(2022)은 환경적 가치와 개인적 동기가 친환경 소비행동에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과, 구매행동에는 환경관심도·이타적 동기·이기적 동기·환경교육경험이 유의한 영향을 미쳤다. 사용행동에는 환경관심도와 이기적 동기만 유의하였고, 처분행동에는 환경관심도·이타적 동기·환경교육경험이 유의하게 작용하였다.

김수지 외(2015)는 IMB(정보-동기-행동기술) 모형을 친환경 구매행동에 적용하여 친환경 동기를 구매행동을 실행하게 만드는 핵심 요인으로 조작적 정의하고, 그 매개효과를 검증하였다. 연구 결과, 친환경 동기는 친환경 구매행동에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 인구통계학적 특성에 따른 분석에서는 연령이 낮고, 전문직에 종사하며, 고학력과 중산층에 속하는 집단에서 친환경 구매행동 수준이 상대적으로 높게 나타났다.

배달 및 테이크아웃 소비자의 환경의식이 친환경 소비행동에 어떠한 영향을 미치는지를 규명한 오현화 외(2024)의 연구에서는 환경의식이 태도, 주관적 규범, 행동의도를 매개변수로 하여 친환경 소비 행동에 영향을 미치는 경로를 검증하였다.

정재란 외(2016)는 로컬푸드와 친환경식품 개념이 혼용되는 상황에서, 개념의 차이에 따라 소비자의 식품소비가치가 태도에 미치는 영향 역시 다를 수 있다고 보았다. 연구 결과는 식품소비가치 요인인 집단주의, 생태주의, 윤리적 소비주의, 식품안전주의 모두 로컬푸드와 친환경식품에 대한 태도에 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 나아가 로컬푸드 및 친환경식품에 대한 태도가 긍정적일수록 구매의도에도 정의 영향을 주는 것으로 확인되었으며, 이 중 생태주의 가치의 영향력이 가장 높게 나타났다.

전도현과 조명대(2023)의 연구는 채식을 실천하는 소비자를 대상으로 채식 선택 속성과 지각된 가치가 태도와 행동의도에 미치는 영향을 분석하였다. 연구 결과, 동물복지와 친환경 요인은 정서적 가치와 이타적 가치에 유의한 정의 영향을 미쳤으며, 이러한 가치들은 다시 태도에 유의한 정의 영향을 주는 것으로 나타났다.

동물복지와 관련하여, 이나금 외(2021)의 연구에서는 이기적 가치와 이타적 가치 모두가 비건 음식에 대한 태도에 유의한 긍정적 영향을 미쳤으며, 나아가 이러한 태도가 구매의도에도 정의 영향을 주는 것으로 확인되었다. 박기홍 외(2022)의 연구에서는 소비가치를 환경적 가치, 윤리적 가치, 기능적 가치로 구분하였고, 이들 가치가 모두 식물성 대체식품에 대한 긍정적 태도와 구매의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

3. 친환경 식품 처분행동 선행연구

본 연구에서 '식품 처분 행동'은 소비의 사후 단계에서 음식물 쓰레기 및 포장재 감량, 잔반 최소화, 소비기한 확인, 식재료 최대 활용 등 환경 친화적이고 책임 있는 행위를 포괄한다. 이는 단순 폐기가 아닌 자원 절약과 환경보전, 순환경제 실천에 기여하는 적극적 실천으로 해석된다.

유엔 환경계획(UNEP, 2021)에 의하면, 가정에서 발생하는 음식물 쓰레기는 전 세계 식량 생산량의 약 11%를 차지하며, 1인당 연간 평균 74kg에 달한다. 음식물 쓰레기의 절반 이상은 최종 유통 단계와 가정 내 소비 단계에서 발생하는데, 이는 소비자의 계획 부족, 과도한 구매, 남은 음식 관리 미흡, 부적절한 보관 등 비효율적인 식품 관리 습관에 기인한다(Berjan et al., 2022; Ilyuk, 2018). 따라서 소비자의 식품 관리 행동을 변화시키는 것은 음식물 쓰레기 감축의 핵심 전략이자 환경적·경제적·사회적 지속가능성을 확보하는 중요한 수단으로 제시되고 있다(Amicarelli & Bux, 2021; Ananda et al., 2021).

한국환경공단(2024)은 음식물 쓰레기를 조리 과정에서 발생하는 농·수·축산물 폐기물과 섭취 후 남은 음식물을 포함하는 개념으로 정의하며, 국내의 경우 생활폐기물 전체의 약 29%를 차지하는 것으로 보고하였다. 이러한 증가 추세는 경제적 손실과 환경적 부담을 가중시키므로 효과적인 저감화 방안이 시급하다. 특히 가정

내 음식물 쓰레기를 줄이기 위해서 소비자의 일상적 식품 관련 행동 변화를 유도하는 것은 필수적이며, 관련 연구도 활발하게 진행되고 있다(Casonato et al., 2023; Lim et al., 2024; Principato et al., 2021).

식품 쓰레기 발생을 줄이기 위한 방안은 식품의 구매, 사용, 처분의 전 과정에서 생태적·경제적 측면을 함께 고려하여 쓰레기 발생을 최소화할 수 있는 제품을 선택하고 에너지 및 자원 사용을 절감하며, 폐기물의 적정 배출과 재활용을 실천하는 것이다. 이러한 일련의 행동은 소비 전 과정에서 환경을 고려하는 녹색소비의 개념으로 설명할 수 있다(김지은&최경숙, 2021). 홍연아 외(2021)의 한국농촌경제연구원 기본연구보고서에 의하면 식품 구매 단계에서 감축 가능성이 가장 높다고 하였으며, 소비자 행동 변화 유도, 식품 재분배 노력, 공급사슬 효율성 증대, 폐기물 처리·관리 제도 개선의 순으로 중요한 전략으로 평가되었다.

음식물 쓰레기 절감 동기에 주목한 선행연구에서는 다양한 행동 요인이 확인되었다. 규범과 환경적 관심 등 이타적 동기에 의해 실천됨을 밝힌 Graham-Rowe et al., (2014)의 연구에서는 음식물 쓰레기와 관련된 소비자의 신념, 감정, 행동을 탐구하였다. 그 결과 음식물 쓰레기를 최소화하려는 동기가 낭비에 대한 우려와 ‘옳은 일을 해야 한다’는 도덕적 책임감에서 비롯됨이 나타났다. 이는 음식물 쓰레기 절감이 규범과 신념에 기반한 이타적 동기에 의해 촉발될 수 있음을 시사한다.

Nguyen et al.(2023)은 음식물 쓰레기 절감 동기를 경제적, 쾌락적, 규범적, 건강 및 안전 동기로 구분하여 분석하였는데, 이 중 규범적 동기가 가장 강력한 영향을 미쳤으며, 경제적 동기는 영향을 미치기는 했으나 규범적 동기에 비해 낮은 수준으로 나타났다. 이는 음식물 쓰레기 문제에 있어 사회적 규범과 타인의 기대에 부응하려는 경향이 중요한 동기 요인임을 보여준다.

또한 Matharu et al.(2022)은 전문가 집단을 대상으로 설문조사와 DEMATEL 기법을 활용하여 12가지 동기를 도출하였다. 그 결과 인지된 행동 통제, 경제적 동기, 계획된 구매가 가장 중요한 요인으로 나타났으며, 소비자가 음식물 쓰레기 문제를 해결하기 위해서는 행동에 대한 통제감을 느끼고 재정적 이익을 통해 동기부

여를 받을 때 효과적으로 절감 행동을 실천할 수 있음을 확인하였다.

이와 함께 일부 연구는 경제적 요인을 중심으로 한 이기적 동기에 주목하였다. 정진우 외(2024)는 이기적 동기와 이타적 동기 모두가 음식물 쓰레기 절감 태도에 유의한 정적 영향을 미친다고 보고하였다. 특히 기후변화로 인한 농산물 가격 상승에 대한 인식은 이기적 동기를 강화하여 음식물 쓰레기 절감 태도를 긍정적으로 변화시키는 데 중요한 요인으로 작용하였다. Nabi et al.(2021)은 호주 소비자를 대상으로 한 연구에서 경제적 동기가 음식물 쓰레기 절감의 핵심 요인 중 하나임을 확인하였다. 이 연구는 충동구매나 할인상품 위주의 소비 습관이 음식물 쓰레기를 증가시키는 반면, 유통기한 확인이나 신선한 식품의 계획적 구매가 쓰레기 감축에 기여한다는 점을 보여주었다.

이처럼 다양한 선행연구가 진행되었음에도 불구하고, 국내에서는 음식물 쓰레기 절감 행동에 관한 연구가 상대적으로 미흡한 편이다.

제 3 절 식품환경요인

1. 식품환경요인 개념

2023 서울시먹거리통계조사에서는 식생활환경의 가용성, 물리적 접근성, 가격적 적정성, 편의성, 수용성의 다섯 영역을 식품환경만족도로 산출하였다. 가용성은 해당 동네에 다양한 건강식품을 구매할 수 있는 식료품점이 충분히 있는 정도를 의미하며, 물리적 접근성은 그런 식료품점이 집에서 가까운 거리에 위치한 정도를 뜻한다. 가격 적정성은 동네 식료품점에서 판매되는 식품 가격이 합리적인 수준인지를 나타내고, 편의성은 식료품점의 서비스가 이용하기 편리한 정도를, 수용성은 식료품점에서 파는 식품이 신선하고 질이 좋은지 정도를 말한다.

다섯 가지 영역 각각은 다양한 학문적 논의 속에서 핵심 변수로 다루어져 왔다. 가용성과 수용성은 과일과 채소, 저지방 제품과 같은 신선식품이 매장에서 제공되는 정도로 함께 사용되었으며(Green & Glanz, 2015), 접근성은 특정 지점에서 다른 지점으로의 이동 용이성(Hansen, 1959), 물리적 거리(Guagliardo, 2004), 이동 시간(Haynes, 2006) 등으로 측정되어 왔다. 가격 역시 소비자의 민감도와 구매 의도를 결정짓는 중요한 요인으로 다수의 연구에서 검증되었다(Wakefield & Inman, 2003; 한국농촌경제연구원, 2016, 2020).

2. 식품환경요인 선행연구

식료품점의 가용성과 접근성 같은 지역사회 식품환경은 건강한 식품 섭취나 비만을 포함한 다양한 만성질환에도 중요한 요인으로 보고되었다. Green and Glanz (2015)의 연구에서는 가용성을 과일·채소와 같은 신선식품, 저지방 제품, 건강한

메뉴 옵션 등이 매장이나 식당에서 제공되는지를 기준으로 측정했다. 특히 사회경제적 수준에 따라 가용성에 대한 인식에 차이가 나타나, 고소득 지역 주민일수록 건강한 식품을 쉽게 구할 수 있다고 응답하는 경향이 확인되었다. 양나래와 김기랑(2020)은 도시지역 노인들을 대상으로 한 질적연구에서 식료품점의 가용성과 접근성, 식품 가격의 구매 적정성이 다양한 인구집단에서 공통적으로 식료품 선택과 식품구매의 핵심 요인임을 확인했다. 특히, 식료품점의 가용성 측면에서는 과일, 채소, 육류의 가용성이 식료품점 선택의 중요한 요인이었다. 선행연구에서는 가용성과 수용성의 두 개념을 통합하여 ‘가용성’으로 포괄하는 경우가 많음을 확인할 수 있다.

또한 소비자는 가격의 표기 방식, 정렬 및 제시 순서에 따라 가격 민감도가 달라지며(석관호 & 김영주, 2024), 이러한 민감도의 수준에 따라 가격 변화에 반응하여 제품 구매 의도가 변하기도 한다(Wakefield & Inman, 2003). 소비자의 제품 지식이 제한적인 경우 가격을 품질을 예측하는 단서로 활용하는 경향이 있으며, Chung and Saini(2022)는 자기 명확성이 낮을 때 가격을 근거로 품질을 추론하고, 불확실성을 줄이기 위해 이러한 가격-품질 추론이 더욱 강화된다고 보고하였다. Tully and Winer(2014)의 메타 분석 결과, 소비자의 약 60%가 친환경 제품에 평균 16.8% 더 높은 프리미엄 가격을 지불할 의향을 보이는 것으로 나타났다. 한재환과 정학균(2021)은 친환경 농산물의 가격 대비 품질 만족도가 높을수록 소비가 증가하며, 높은 가격이 구매를 저해하는 요인으로 작용한다고 밝혔다. 반면 한국농촌경제연구원(2016, 2020)은 친환경 농산물의 높은 가격을 소비를 저해하는 주요 요인 중 하나로 지적하기도 했다. 친환경 농산물 구입 경험자들이 지적한 주요 구매 제약 요인은 ‘가격이 비싸서’라는 응답이었으며, 각각 74.3%와 71.6%로 가장 높은 비중을 보였다. 이렇듯 가격은 친환경 식품 소비를 결정하는 주요 요인으로 친환경 농산물의 소비요인을 추정하는 선행연구들에서 주요 변수로 활용되었다.

소비자의 친환경제품 선택 요인을 분석한 황애선(2024)의 연구에서는 제품 속성별 효용과 지불의사액을 실증적으로 검증하였다. 연구 결과, 접근성이

소비자의 선택에 유의한 영향을 미치는 핵심 요인으로 확인되었다. 특히 품질, 환경성, 건강성, 가격을 동일하게 설정한 상황에서 접근성 수준만을 달리했을 때, 접근성이 높은 경우 국가공인인증 제품의 시장점유율은 99.10%였으나 보통 수준에서는 95.50%, 낮은 수준에서는 1.6%에 불과하였다. 한편, 이인영과 주영진(2018)은 친환경제품 구매 시 소비자의 매장 선택 요인을 분석한 결과, 거리와 매장 규모와 같은 점포 속성이 일반 매장 이용의도에 유의한 영향을 미친 반면, 가격 매력도는 친환경 전문매장 이용의도에 중요한 요인으로 나타났다고 보고하였다.

접근성은 의료 분야(박정환 외, 2017; 윤현우 외, 2015; 이유진 & 김의준, 2015)나 비만 연구(Barrientos-Gutierrez et al., 2017; Morland & Diez Roux, 2006)에서도 활발히 다뤄져 왔다. 의료불균형 연구에서는 물리적 접근성이 미충족 의료에 중요한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다(오은지 외, 2014). Diez Roux(2006)는 지역 내 슈퍼마켓, 식료품점, 편의점 분포와 비만·심혈관질환 위험요인의 연관성을 분석한 대규모 횡단면 연구를 수행하였다. 그 결과 슈퍼마켓이 위치한 지역에서는 비만율이 낮았으나, 편의점이 밀집한 지역에서는 과체중과 비만 위험이 높게 나타났다. 이는 슈퍼마켓이 건강식품을 다양하게 제공하는 경향과 관련이 있으며, 건강한 식품 접근성이 비만 및 만성질환 예방에 중요한 환경적 요인임을 시사한다. Barrientos-Gutierrez et al.(2017)의 연구에서도 건강한 식품 접근성이 개선될 경우 비만자의 체중 감량에 긍정적 영향을 미칠 수 있음을 보여주었다. Glanz et al.(2005)은 비만 확산을 개인 요인만으로 설명하기 어렵다고 지적하며, 사회적·물리적 환경이 식품 접근성에 영향을 미치고 이는 곧 소비자의 식품 선택에도 중요한 요인으로 작용함을 강조하였다. 지역사회 영양 환경은 식품 구매처의 수, 유형, 위치, 접근성 등을 포함하며, 가격과 가용성은 식품 선택을 결정짓는 핵심 요인으로 실제로 가격 인하는 저지방 간식 구매 증가에 효과적인 것으로 나타났다. 그러나 저소득층

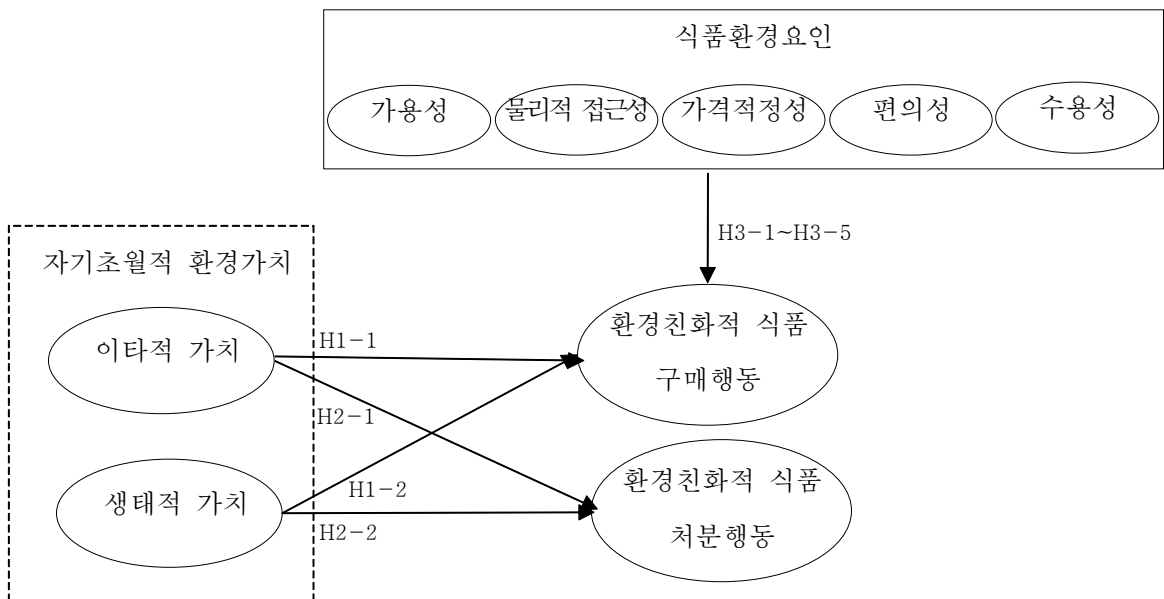
지역에서는 건강한 식품 접근성이 낮고 패스트푸드점의 밀집도가 높아 영양 불균형이 심화되는 경향이 보고되었다.

개인의 태도·행동 의도와 실제 행동 간의 차이와 관련하여 Gleim et al. (2013)는 가격, 접근 가능성, 품질 등이 친환경 행동을 저해하는 주요 요인임을 확인하였고, 김정원 외(2022)는 지속가능한 소비를 저해하는 요인 중 ‘기반 부족(접근성 한계)’과 ‘경제성(가격 부담)’을 핵심 제약으로 확인하였다. 이는 소비자의 태도·의도가 실제 행동으로 이어지는 과정에서 환경적 조건이 중요한 요인으로 작용함을 보여준다.

Ⅲ. 연구방법

제 1절. 연구 모형

지속가능한 식생활 가치와 관련하여 이타적·생태적 가치가 실제 식품 소비행동으로 이어지는 과정을 다룬 연구는 일부 이루어졌으나, 식품환경요인(가용성, 물리적 접근성, 가격 적정성, 편의성, 수용성)을 함께 고려하여 종합적으로 분석한 연구는 미비하다. 이에 본 연구는 국내 소비자를 대상으로 자기초월적 환경가치와 식품환경요인이 환경친화적 식품 구매 및 처분행동에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 한다. 이러한 이론적 논의를 바탕으로 설정한 본 연구의 모형은 [그림 3-1]에 제시하였다.



[그림3-1] 연구 모형

제 2절. 연구 가설

1. 자기초월적 환경가치와 환경친화적 식품 구매행동의 관계

이전 연구에서 이타적 가치와 생태적 가치를 포괄하여 자기초월적 가치 (self-transcendence)로 정의하였으며(Birkenbach & Egloff, 2024; Ros & Kaneko, 2022; Van Bussel, Kuijsten, Mars & Van't Veer, 2022), 자기초월적 가치는 친환경 태도나 친환경 행동과 정적 관련이 있었다. 자기초월적 가치가 높은 사람들은 그렇지 않은 사람들에 비해 친환경적 구매, 유기농 식품 구매, 재활용 가능한 물품 구매, 재활용, 음식물 쓰레기 남기지 않기와 같은 친환경 행동을 더 많이 실천하는 것으로 나타났다(김연신, 2004; 서지영 & 정영숙, 2006; Milfont, Duckitt, & Wagner, 2010; Nordlund & Garvill, 2002; Schultz et al., 2005).

따라서 본 연구에서는 선행연구의 근거를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1. 자기초월적 환경 가치는 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1. 이타적 가치는 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2. 생태적 가치는 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 자기초월적 환경가치와 환경친화적 식품 처분행동의 관계

선행연구에서는 환경보전이나 타인배려와 같은 자기초월적 가치가 친환경 소비 및 폐기물 저감 행동과 정적인 관련이 있음을 확인하였다(신현희, 2011; Schultz et al., 2005). 정진우 외(2024)는 기후변화로 인한 농산물 가격 상승에 대한 인식이 개인의 이기적 동기를 자극하여 음식물쓰레기 절감 태도에 긍정적인 변화를 가져오는 중요한 요인으로 작용함을 보고하였다. 또한 Graham-Rowe et al.(2014)은 음식물쓰레기를 최소화하려는 동기가 낭비에 대한 우려와 ‘옳은 일을 해야 한다’는 도덕적 책임감에서 비롯됨을 제시하며, 음식물쓰레기 절감 행동이 이타적 동기여 의해 촉발될 수 있음을 시사하였다.

이에 본 연구는 이러한 선행연구의 근거를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2. 자기초월적 환경가치는 환경친화적 식품 처분행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-1. 이타적 가치는 환경친화적 식품 처분행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2. 생태적 가치는 환경친화적 식품 처분행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 식품환경요인과 환경친화적 식품 구매행동의 관계

Van't Veer (2022)의 연구에서는 자기초월적 가치가 친환경적 태도에 강한 긍정적 영향을 미쳤으며, 자기초월적 가치가 높을수록 친환경적 행동을 실천하려는 의도는 강화되지만 실제 행동은 환경적 제약요인에 의해 제한된다고 보고하며 이러한 의도가 행동으로 전환되기 위해서는 가격, 접근성, 편의성 등과 같은 상황적 요인이 병행되어야 함을 강조하였다.

도시 환경에서 지속가능한 식품 소비 형성과정을 분석한 Summerhayes, Baker, & Vella (2024)의 연구에서는 식품 소비의 지속가능성이 개인의 수요나 선택에 국한되지 않고 도시의 사회·공간적 구조에 의해 크게 좌우된다고 보았다. 특히 식품 다양성과 접근성을 향상시키는 것이 지속가능한 식품 소비를 유도하는 핵심 요인임을 제시하였다. 양나래와 김기랑(2020) 또한 식료품점의 가용성과 접근성, 식품 가격의 구매 적정성이 식품 구매의 핵심 요인임을 밝혔다.

따라서 본 연구에서는 선행연구의 근거를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3. 식품환경요인은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-1. 가용성은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-2. 물리적 접근성은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-3. 가격적정성은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-4. 편의성은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-5. 수용성은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제 3절. 분석자료

본 연구는 서울특별시에서 실시한 2023년 서울시먹거리통계조사의 원자료를 활용하였다. 서울시먹거리통계조사는 인구·사회구조 변화에 따른 먹거리 취약계층을 다각적으로 파악하고, 시민 특성별 맞춤형 정책을 도출하기 위해 수행된 조사이다. 특히, 서울 시민의 먹거리에 대한 인식과 행태를 분석하여 향후 식품정책의 방향을 설정하고, 질적 수요 및 관심사에 대응할 수 있는 기초자료를 제공한다는 점에서 의의가 크다.

이 조사는 「식품위생법」 제89조 제3항 제3호(조사·연구사업), 「서울특별시 먹거리 기본조례」 제14조(통계·정보) 및 제15조(실태조사), 「통계법」 제17조 및 동법 시행령 제22조에 근거하여 수행되었으며, 2022년에는 국가승인통계(승인번호 제201017호)로 지정되었다. 또한 공용기관생명윤리위원회(IRB)의 심의를 거쳐 연구윤리 승인을 받았다(승인번호: P01-202309-01-004).

2023년 본조사의 조사 대상은 서울시 거주 가구 내 만 18세 이상 가구원 전수로 설정되었으며, 조사 방법은 가구방문면접조사 방식으로 진행되었다. 표본은 총 2,050가구(만 18세 이상 가구원 3,594명)로 구성되었고, 20대 1인 가구의 대표성 확보를 위해 권역과 주택유형을 고려한 50표본을 추가 조사하였다. 표본 오차는 가구 $\pm 2.16\%p$, 가구원 $\pm 1.63\%p$ (95% 신뢰수준)로 나타났다.

표본추출은 층화집락추출(stratified cluster sampling) 방법을 적용하였다. 모집단은 서울시 전 가구로 설정하고, 서울 서베이DB를 활용하여 표본틀을 구성하였다. 1차 층화는 권역(구) 5개, 2차 층화는 주택유형 4개를 기준으로 하였으며, 최종 추출단위는 통/반 내 세대로 설정되었다. 목표 표본은 약 2,000가구로, 95% 신뢰구간에서 $\pm 2.2\%$ 의 표본오차를 갖도록 설계되었다.

조사 기간은 2023년 9월 8일부터 10월 13일까지이며, 조사 수행 기관은 (주)케이스탯리서치이다.

조사 항목은 크게 여섯 영역으로 구분되며, 구체적으로 ① 식사 분야, ② 식품

섭취, ③ 식생활, ④ 식품 구매, ⑤ 식품 안전, ⑥ 식품 정책 및 사업에 관한 내용을 포함한다. 이를 통해 서울 시민의 먹거리 관련 행태를 종합적으로 진단하고, 정책적 대응의 근거를 마련할 수 있도록 하였다.

[표 3-1] 2023서울시먹거리통계조사 개요

항목	측정항목 수
조사 대상	서울특별시 거주 가구 내 만 18세이상 모든 가구원
조사 방법	가구방문면접조사
표본추출방법	층화집락추출
조사 기간	2023년 9월 8일 ~ 10월 13일
표본 크기	2,050가구 (만 18세 이상 가구원 3,594명)
조사 기관	(주)케이스탯리서치

제 4절. 분석변수

1. 이타적 가치

본 연구는 자기초월적 환경가치와 식품환경요인이 친환경 식품 소비 행동에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 이에 첫 번째 분석변수로 자기초월적 환경 가치를 설정하였으며, 이를 이타적 가치와 생태적 가치로 구분하였다.

선행연구에서 이타적 가치는 친환경 행동을 설명하는 핵심 요인으로 주목되어 왔다. 배세하(2021)는 친환경 제품 구매에 대한 이타적 동기를 개인의 윤리적 정체성과 환경에 대한 인식에서 비롯되는 개념으로 규정하였으며, 조소연과 정주원(2022)은 친환경 행동의 결과가 타인과 환경에 미치는 영향을 고려하는 태도로 정의하였다. 또한 이나금(2021)은 이타적 가치를 환경의식, 윤리적 소비의식, 동물보호의식으로 세분화하였다. 환경의식은 소비 전 과정에서 환경에 미치는 영향을 고려하는 태도를, 윤리적 소비의식은 인권·공동체·정치·종교 등 윤리적 가치판단에 따른 선택을, 동물보호의식은 동물의 환경조건을 보장하는 윤리적 책임으로 정의하였다. 이 외에도 홍정화(2020)는 이타주의를 타인의 존재와 복지에 대한 관심으로, 양재장 외(2013)는 사회적 차원에서 타인의 복지에 대한 포괄적 관심으로 설명하였다.

본 연구에서는 이러한 선행연구를 바탕으로 2023 서울시먹거리통계조사의 ‘가치 있는 식생활’ 관련 문항을 활용하여 이타적 가치를 측정하였다. 해당 조사는 ‘가치 있는 식생활’을 ‘개인의 식품 선택이 가져오는 사회적·생태적 결과를 이해하고 이를 중요하게 여기는 역량’으로 정의하며, 이를 네 가지 영역으로 구분한다. 첫째, 제철 식재료·동물복지·공정무역 제품에 대한 지식, 둘째, 생산자 직거래·도시농업·생태환경·도농상생에 대한 태도, 셋째, 먹거리 불평등에 대한 관심과 인식, 넷째, 쓰레기 저감화를 위한 실천으로 구성된다.

본 연구에서는 이타적 가치(altruistic value)를 자기 자신을 초월하여 타인의 복

지와 안녕을 우선시하고, 개인을 타인 및 사회와 상호 연관된 존재로 인식하는 성향으로 정의하고(Choi, Jang, & Kandampully, 2015; Schwartz, 1992; Stern & Dietz, 1994), 2023 서울시먹거리통계조사의 ‘가치 있는 식생활’ 11개 항목 중 이타적 가치와 개념적 연관성이 높은 동물복지 고려, 공정무역 이해, 생산자 직거래 관심, 먹거리 불평등 인식, 농촌·농민 가치 인정과 관련된 5개 문항을 추출하여 이타적 가치 측정에 활용하였으며, 각 문항은 5점 Likert 척도(1=매우 그렇지 않다, 2=그렇지 않다, 3=보통이다, 4=그렇다, 5=매우 그렇다)로 응답하도록 구성하였다. 측정 문항은 다음 <표 3-2>에 제시하였다.

<표 3-2> 이타적 가치 측정 문항

항목	측정 문항
이타적 가치	육류와 달걀 구매 시 동물복지를 고려해야 하는 이유를 알고 있다
	공정무역 제품을 선택해야 하는 이유를 알고 있다
	생산자와 직거래하는 먹거리에 관심이 있다
	경제적 형편에 관계없이 누구나 양질의 음식을 충분히 먹을 수 있어야 한다
	농촌과 농민은 우리 사회의 먹거리 지속가능성을 위해 중요하다

모든 문항은 5점 Likert 척도(1=매우 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였으며, 문항의 출처는 「서울시 먹거리 통계조사」(2023)이다.

2. 생태적 가치

생태적 가치(ecological value)는 환경과 생태계에 대한 관심을 바탕으로 개인이 자신을 지구 생태계의 일부로 인식하며, 생태계 전체에 대한 포괄적인 관심을 가지는 성향을 의미한다(Jansson, Marell, & Nordlund, 2010). De Groot et al.(2008)의 연구를 통해 생태적 가치가 이타적 가치와 구별되는 독립적 차원임이 실증적으로 검증된 바 있다.

국내 연구에서도 생태적 가치에 대한 다양한 접근이 이루어져 왔다. 배세하(2021)는 인간과 동식물을 포함한 자연과 생태계 전체를 도덕적 고려 대상으로 간주하며, 인간은 이를 보호해야 할 의무가 있다고 보았다. 정재란 외(2016)는 생태 중심주의를 환경과 동식물을 고려한 소비 성향으로 설명하였고, 김수옥(2012)은 환경보호, 지구 존중, 자연과의 조화를 생태적 가치의 핵심으로 보았다. 홍정화(2020) 역시 생태적 가치를 스스로를 지구 생태계의 일부로 지각하는 성향으로 정의하였다.

본 연구에서는 생태적 가치를 환경과 생태계에 대한 관심과 자신을 지구 생태계의 일부로 인식하는 태도로 정의하고, 2023 서울시먹거리통계조사의 '가치 있는 식생활' 11개 항목 중 생태적 결과를 이해하고 중요시하는 역량과 관련된 문항들을 활용하여 측정하였다. 해당 문항은 환경보전, 생태계 보호, 지속가능성에 대한 인식을 포괄하는 항목으로 구성되었으며, 본 연구에서는 이 중 선행연구와 개념적 연관성이 높은 4개 문항을 추출하여 생태적 가치를 측정하였다. 각 문항은 5점 Likert 척도(1=매우 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 응답하도록 구성하였다. 측정 문항은 다음 <표3-3>에 제시하였다.

<표 3-3> 생태적 가치 측정 문항

항목	측정 문항
생태적 가치	제철 식품을 선택하는 것이 환경에 좋은 이유를 알고 있다
	도시 농업(텃밭 가꾸기, 주말농장 등)에 관심이 있다
	육식을 줄이거나 채식을 하는 것은 기후변화를 늦추는 데 도움을 준다
	친환경 농산물(유기농, 무농약 등)을 선택하는 것은 생태 및 환경보존에 중요하다

모든 문항은 5 점 Likert 척도(1=매우 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였으며, 문항의 출처는 「서울시 먹거리 통계조사」(2023)이다.

3. 환경친화적 식품 구매행동

본 연구에서는 지속가능한 식품 소비행동을 단일 차원이 아닌 구매행동과 처분행동으로 구분하였다. 초기의 지속가능한 소비 연구는 관련 행위들이 본질적으로 유사하여 동일한 결과를 낳는다고 가정하였으나(Stern, 2000), 최근 연구들은 재활용, 친환경 제품 구매, 소비 후 행동 등 구체적 행위가 서로 다른 차원에서 나타날 수 있음을 강조하였다(Leary et al., 2014). 조소연과 정주원(2022)은 구매행동에는 환경관심도, 이타적 동기, 이기적 동기, 환경교육경험이, 처분행동에는 환경관심도, 이타적 동기, 환경교육경험이 유의한 영향을 미친다고 보고하였으며, 최은진과 김영신(2007)은 이타지향 가치가 구매·사용·처분의 모든 환경의식적 행동에 영향을 미침을 확인하였다.

선행연구를 종합하면, 친환경 소비행동은 구매·사용·처분 단계에서 환경적 영향을 고려한 합리적이고 지속가능한 소비행위로, 환경보호와 자원 절약을 지향하는 일상

적 실천으로 정의할 수 있다(Berjan et al., 2022; Ilyuk, 2018; Nabi et al., 2021; 김정원 외, 2022). 이에 본 연구에서는 2023 서울시먹거리통계조사의 ‘환경 및 가치 기반 지속가능 식품 소비 실천’ 문항 7개를 친환경 식품 구매 행동과 친환경 쓰레기 처분 행동으로 구분하여 측정한다. 친환경 식품 구매 행동은 친환경 인증 식품 구매, 동물복지 인증 축산물 구매, 국내산 또는 로컬푸드 구매, 제철 식품 구매 4개 문항으로 정의하고, 음식 주문 시 먹을 만큼만 주문, 식품 소비기한 확인·관리와 식재료의 먹을 수 있는 부분 최대 활용 3개 문항은 이후 친환경 식품 처분 행동에 포함하였다. 각 문항은 5점 Likert 척도(1=거의 그렇지 않다, 2=그렇지 않은 편이다, 3=반반이다, 4=그런 편이다, 5=거의 그렇다)로 응답하도록 구성하였으며, ‘구매 경험이 없다’(9)는 결측 처리하였다. 측정 문항은 다음 <표 3-4>에 제시하였다

<표 3-4> 환경친화적 식품 구매행동 측정 문항

항목	측정 문항
환경친화적 식품 구매 행동	친환경 식품(유기농, 저탄소 인증 식품 등)을 구매한다
	축산물(육류, 달걀 등)을 구입할 때 되도록 동물복지 제품을 구매한다
	국내산 식품 또는 로컬푸드를 구매한다
	제철 식품을 구매한다

모든 문항은 5점 Likert 척도(1=거의 그렇지 않다, 5=거의 그렇다)로 측정하였으며, 문항의 출처는 「서울시 먹거리 통계조사」(2023)이다.

4. 환경친화적 식품 처분행동

음식물쓰레기의 절반 이상은 최종 유통 단계와 가정 내 소비 단계에서 발생하는데, 이는 소비자의 계획 부족, 과도한 구매, 부적절한 보관, 남은 음식 관리 미흡 등 비효율적인 식품 관리 습관에 기인한다(Berjan et al., 2022; Ilyuk, 2018). 따라서 소비자의 식품 관리 행동을 변화시키는 것은 음식물쓰레기 감량의 핵심 전략이자 환경적·경제적·사회적 지속가능성을 확보하는 중요한 수단으로 제시되고 있다(Amicarelli & Bux, 2021; Ananda et al., 2021).

선행연구를 종합하면, 친환경 소비 행동은 구매·사용·처분 단계에서 환경적 영향을 고려한 합리적이고 지속가능한 소비행위로, 환경보호와 자원 절약을 지향하는 일상적 실천으로 정의할 수 있다(Berjan et al., 2022; Ilyuk, 2018; Nabi et al., 2021; 김정원 외, 2022). 본 연구에서는 2023 서울시먹거리통계조사 문항을 활용하여 측정, '환경 및 가치 기반 지속가능 식품 소비 실천' 7개 문항 중 음식 주문시 먹을 만큼만 주문, 식품 소비기한 확인·관리, 식재료의 먹을 수 있는 부분 최대 활용 3개 문항에 '가치 있는 식생활' 11개 항목 중 음식물 쓰레기/음식 포장재 쓰레기 줄이기 노력 2개 항목을 포함하여 총 5개 문항으로 구성하였다. 모든 문항은 5점 리커트 척도로 측정하되, '가치 있는 식생활' 항목은 1점(매우 그렇지 않다)에서 5점(매우 그렇다), '지속가능 식품 소비 실천' 항목은 1점(거의 그렇지 않다)에서 5점(거의 그렇다)으로 응답하도록 구성하였으며, '구매 경험이 없다'(9점)는 결측으로 처리하였다. 측정 문항은 다음 <표3-5>에 제시하였다

<표 3-5> 환경친화적 식품 처분행동 측정 문항

항목	측정 문항
환경친화적 식품 처분행동	평소 음식물 쓰레기를 줄이기 위해 노력한다
	평소 음식 포장재(테이크아웃 음료, 배달음식) 쓰레기를 줄이기 위해 노력한다
	음식을 주문하거나 배달을 시킬 때 먹을 만큼만 주문한다
	식품의 소비기한을 확인하여 먹지 않고 버려지는 식품이 없도록 한다
	식재료의 먹을 수 있는 부분은 최대한 활용한다

모든 문항은 5점 Likert 척도로 측정하였다. ‘가치 있는 식생활’ 항목은 1점(매우 그렇지 않다)에서 5점(매우 그렇다)까지, ‘지속가능 식품 소비 실천’ 항목은 1점(거의 그렇지 않다)에서 5점(거의 그렇다)까지 응답하도록 구성하였다. 또한 ‘구매 경험이 없다’(9점)는 결측값으로 처리하였다. 문항의 출처는 「서울시 먹거리 통계조사」(2023)이다.

5. 식품환경요인

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 식품 환경 요인을 소비자가 식품을 건강하고 신선하게, 그리고 경제적으로 접근하고 확보할 수 있는 환경적 조건과 관련된 요소로 정의하였다(Barrientos-Gutierrez et al., 2017; Glanz, Sallis, Saelens, & Frank, 2005; Morland & Diez Roux, 2006). 측정에는 2023 서울시먹거리통계조사에서 수집된 ‘식품환경만족도’ 관련 문항을 활용하였으며, 해당 조사는 식품환경을 가용성, 물리적 접근성, 가격 적정성, 편의성, 수용성의 다섯 영역으로 구분하고 있다. 이에 따라 본 연구에서도 이를 동일한 기준으로 구분하여 각 영역의 개념을 다음과 같이 정의하였다. 가용성은 해당 동네에 다양한 건강식품을 구매할 수 있는 식료품점이 충분히 있는 정도를 의미하며, 물리적 접근성은 그런 식료품점이 집에

서 가까운 거리에 위치한 정도를 뜻한다. 가격 적정성은 동네 식료품점에서 판매되는 식품 가격이 합리적인 수준인지를 나타내고, 편의성은 식료품점의 서비스가 이용하기 편리한 정도를 말한다. 마지막으로 수용성은 판매되는 식품의 신선도와 품질 수준을 의미한다. 각 문항은 5 점 Likert 척도(1=매우 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 응답하도록 구성하였으며, ‘구매 경험이 없다’(9)는 결측으로 처리하였다. 측정 문항은 다음 <표 3-6>에 제시하였다.

<표 3-6 > 식품환경요인 측정 문항

항목	측정 문항
식품 환경 요인	우리 동네에 다양하고 건강한 식품(과일 및 채소 등)을 구매할 수 있는 식료품점이 충분하다
	다양하고 건강한 식품을 구매할 수 있는 식료품점은 우리 집에서 가까운 거리에 있다
	우리 동네 식료품점에서 파는 식품들은 내가 구매할 수 있는 적절한 가격이다
	우리 동네 식료품점의 서비스(소량 구매, 배달 여부, 영업시간 등)는 이용하기 편리하다
	우리 동네 식료품점에서 파는 식품들은 신선하고 질이 좋다

모든 문항은 5 점 Likert 척도(1=매우 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였으며, 문항의 출처는 「서울시 먹거리 통계조사」(2023)이다

제 5절. 분석방법

1. 분석방법

본 연구에서 제시한 연구목적과 가설을 검증하기 위해 수집된 표본의 통계분석 절차는 다음과 같다.

첫째, 수집된 설문 자료를 검토한 후 SPSS 27.0 을 활용하여 통계처리를 실시한다.

둘째, 조사대상자의 일반적 특성과 친환경 식품 소비 관련 특성을 파악하기 위해 빈도분석과 기술통계분석을 실시한다.

셋째, 측정항목의 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's α 를 활용하여 신뢰도 분석을 실시한다.

넷째, 변수 간 관계와 연구문제 검증을 위해 위계적회귀분석 및 상관분석을 실시한다.

다섯째, 각 변수의 직접효과를 중심으로 변수 간 관계를 분석한다.

<표 3-7 > 분석방법

연구내용	분석방법
이타적 가치 생태적 가치 환경친화적 식품 구매행동 환경친화적 식품 처분행동 식품환경요인	기술통계분석 신뢰도분석 상관분석 위계적회귀분석
인구통계학적 특성	빈도분석

2. 자료 전처리 및 변수 코딩

본 연구에서는 2023 서울시먹거리통계조사 원자료를 활용하여 SPSS 27.0 프로그램으로 분석을 수행하였다. 분석 목적에 맞게 주요 변수를 재분류하고 더미코딩하였으며, 인구통계학적 특성 관련 변수들은 원자료의 특성과 분석 목적을 고려하여 범주화한 뒤 더미변수로 변환하였다. 기준범주는 선행연구 관행과 표본 분포를 바탕으로 설정하였다.

성별은 남성을 기준범주로 설정하여 더미변수로 포함하였다. 학력은 고졸 이하와 대입 이상으로 재분류하고, 대입 이상을 기준범주로 하였다. 가구 형태는 1인 가구와 2인 이상 가구로 구분하였으며, 분석에서는 1인 가구를 기준범주로 적용하였다.

월평균 가구소득은 응답 분포를 고려해 350 만 원 미만, 350~700 만 원 미만, 700 만 원 이상으로 세분화하였으며, 중간 수준인 350~700 만 원 미만을 기준범주로 설정하였다. 연령은 만 18~39 세(30 대 이하), 만 40~59 세(50 대 이하), 만 60 세 이상(60 대 이상)으로 구분하고, 가장 낮은 연령층인 30 대 이하를 기준범주로 적용하였다.

외식 빈도는 음식점 이용, 배달 음식, 편의점 조리식품 섭취 빈도 중 최댓값(MAX)을 활용해 산출하였다. 본 조사에서 먹거리 부족의 주요 이유로 ‘식품을 구매하거나 조리할 시간이 부족함’이 가장 높게 나타났으며(52.7%, 중복응답 기준), 외식을 자주 이용하는 시민일수록 로컬푸드·제철식품·친환경식품 등의 구매 가능성이 낮을 것으로 판단하였다. 김성태와 김선웅(2023)의 연구에서도 외식빈도가 높을수록 친환경식품 구매 빈도가 낮은 것으로 보고된 바 있어 본 연구에서도 외식 빈도를 통제변수에 포함하였다. 산출된 값은 ‘월 3 회 이하’ 저빈도군, ‘주 1~6 회’ 중빈도군, ‘하루 1 회 이상’ 고빈도군으로 재구분하고, 저빈도군을 기준범주로 설정하였다.

식품 구매 빈도는 지난 한 달간의 구매 횟수를 기준으로 측정된 연속형 변수이며, 값이 높을수록 구매 빈도가 높음을 의미한다. 본 변수는 전반적 구매활동 수준의 차이를 조정하기 위해 통제변수로 포함하였다.

주요 독립변수인 자기초월적 환경가치는 이타적 가치와 생태적 가치 문항의 평균값으로 산출하였다. 종속변수인 환경친화적 식품 구매행동과 환경친화적 식품 처분행동 역시 관련 문항들의 평균값으로 구성하였다.

IV. 실증분석

제 1절. 표본의 특성

1. 인구통계학적 특성

총 3,594 명의 응답자 중 남성은 42.7%, 여성은 57.3%로 여성 비율이 다소 높게 나타났다. 연령 분포는 50 대(24.4%)와 60 대(24.3%)가 전체의 절반가량을 차지하여 중·장년층 응답자가 중심을 이루었으며, 30 대(19.8%)와 40 대(19.0%)가 그 뒤를 이었다. 70 대 이상(5.4%)과 20 대 이하(7.2%)는 상대적으로 낮은 비중을 보였다. 권역별로는 서남권(26.6%)과 동북권(25.9%)의 비율이 높았다. 학력은 대학 입학 이상이 58.3%로 절반 이상을 차지하였고, 고졸이 38.0%, 중졸 이하가 3.8%로 나타났다. 가구형태는 2 세대 이상 가구(42.0%)와 부부 가구(39.9%)가 다수를 차지하였으며, 1 인 가구는 17.2%로 비교적 낮았다. 직업은 관리·전문·사무직(36.3%)과 서비스·판매직(34.3%)이 중심을 이루어 경제활동 참가층이 주를 이루었으며, 주부(15.1%)와 기능·노무직(8.7%), 무직·기타(3.5%), 학생(2.1%) 순으로 나타났다. 월평균 가구소득은 200 만 원 이상 700 만 원 이상까지 전 구간에 걸쳐 비교적 고르게 분포하였으며, 그중 350 만 원 이상 500 만 원 미만이 26.3%로 가장 많았다. 200 만 원 미만은 4.5%로 가장 낮은 비중을 보였다. 본 연구의 실증분석에 활용된 표본의 인구통계학적 특성은 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 응답자의 인구통계학적 특성 (N = 3,594)

항목		N(3,594)	%(100)
성별	남	1535	42.7
	여	2059	57.3
연령	만 18 ~ 29 세	258	7.2
	30 대	711	19.8
	40 대	682	19.0
	50 대	876	24.4
	60 대	873	24.3
	70 대 이 상	194	5.4
권역	도 심 권	395	11.0
	동 북 권	930	25.9
	서 북 권	575	16.0
	서 남 권	956	26.6
	동 남 권	738	20.5
학력	중 졸 이 하	135	3.8
	고 졸	1364	38.0
	대 학 입 학 이 상	2095	58.3
가구형태	1 인 가 구	617	17.2
	부 부 가 구	1435	39.9
	2 세 대 이 상 가 구	1511	42.0
	기 타 가 구	31	0.9
직업	관리 /전문 /사무직	1306	36.3
	서 비 스 / 판 매 직	1234	34.3
	기 능 / 노 무 직	311	8.7
	학 생	75	2.1
	주 부	541	15.1
	무 직 / 기 타	127	3.5
월평균 가구소득	200 만 원 미 만	161	4.5
	200~350만 원 미 만	815	22.7
	350~500만 원 미 만	944	26.3
	500~700만 원 미 만	943	26.2
	700 만 원 이 상	731	20.3

2. 응답자의 식품 구매 및 섭취에 관한 일반적 특성

본 연구의 응답자들은 전반적으로 식품 정보 이해와 식생활 관리에 대해 보통 이상의 수준을 보였다. 한 끼 식사를 어렵지 않게 준비할 수 있다는 항목은 평균 3.67(SD=0.898)로 가장 높았으며, 가공식품의 원재료명이나 영양표시 등 식품 정보를 이해할 수 있다는 응답의 평균은 3.50(SD=0.721), 가공식품 구매 시 식품정보를 확인한다는 응답(평균 3.40, SD=0.766), 식품 구매 시 원산지를 확인한다는 응답(평균 3.59, SD=0.792)도 비교적 높은 수준을 보였다. 그 외에도 다양한 식품군을 골고루 먹기 위해 노력한다는 문항의 평균은 3.59(SD=0.692)였으며, 음식을 먹을 때 시각·향·맛·식감 등 다양한 감각을 음미한다는 항목은 평균 3.40(SD=0.737)으로 나타났다. 또한 음식이 식탁에 오르기까지의 과정을 생각하며 감사한 마음을 가진다는 응답 역시 평균 3.44(SD=0.800)로 확인되었다.

식사 유형을 살펴보면, 응답자의 대다수는 특정 식품군을 제한하지 않는 ‘일반식’ 비중이 매우 높았다(79.4%). 반면, 완전 채식(비건)은 1.6%, 난류·유제품은 허용하나 육류를 섭취하지 않는 채식(락토-오보)은 2.0%, 붉은 고기만 제한하는 식사 유형은 3.2%였다. 또한 식물성 식품을 주로 섭취하되 상황에 따라 가끔 동물성 식품을 먹는 ‘플렉시테리언’은 11.9%로 나타났으며, 돼지고기를 중심으로 특정 축종의 육류만 섭취하는 경우는 1.8%였다. 연구의 실증 분석에 활용된 표본의 식품 구매 및 섭취에 관한 특성은 <표 4-2>과 같다.

<표 4-2> 응답자의 식품 구매 및 섭취에 관한 일반적 특성 (N = 3,594)

일반적 특성	평균(M)	표준편차(±SD)
가공식품에 있는 식품정보(원재료명, 영양표시 등)를 이해할 수 있다	3.50	0.721
한 끼 식사를 어렵지 않게 준비할 수 있다	3.67	0.898
가공식품 구매 시 식품정보(원재료명, 영양표시 등)를 확인한다	3.40	0.766
식품 구매 시 원산지를 확인한다	3.59	0.792
평소 곡류, 어육류, 채소, 과일, 우유 등 다양한 식품군을 골고루 먹기 위해 노력한다	3.59	0.692
음식을 먹을 때 시각적 아름다움, 향, 맛, 식감 등 다양한 감각을 음미하며 먹는다	3.40	0.737
음식을 대할 때 음식이 식탁에 올라오기까지 과정을 생각하며 감사한 마음을 갖는다	3.44	0.800
식사 유형	N(3,594)	%(100)
모든 동물성 식품(육류, 생선류, 유제품, 난류)을 먹지 않는다(비건)	59	1.6
유제품과 난류를 제외한 동물성 식품을 먹지 않는다(락토-오보)	73	2.0
붉은 고기만 먹지 않는다(유제품, 난류, 생선류, 닭고기는 먹음)(폴로-페스코)	116	3.2
주로 식물성 식품을 먹지만 상황에 따라 가끔 동물성 식품을 먹는다(플렉시테리언)	426	11.9
식물성, 동물성 식품을 가리지 않고 모두 먹는다	2854	79.4
되도록 동물성 식품을 먹는다	66	1.8

제 2절. 측정항목의 신뢰도 및 타당성 측정

1. 신뢰도 분석

본 연구에서는 측정 항목의 신뢰도를 검토하기 위하여 신뢰도 분석을 실시하였다. 이는 설문 응답이 일관되게 측정되었는지를 확인하기 위한 절차로, 각 문항 간 내적 일관성을 평가하는 데 활용된다. 일반적으로 Cronbach's α 값이 .60 이상이면 내적 일관성이 양호한 수준으로 해석되며(Nunnally & Bernstein, 1994), 본 연구의 대부분 요인은 이 기준을 충족하였다.

다만, 생태적 가치 요인의 경우 초기 분석에서 Cronbach's α 값이 .487로 낮게 나타나 각 문항의 항목-총점 상관(Corrected Item-Total Correlation, CITC)을 검토하였다. 그 결과 “도시 농업(텃밭 가꾸기, 주말농장 등)에 관심이 있다” 문항의 CITC 값이 .169로 낮게 나타났으며, 해당 문항을 제외할 경우 Cronbach's α 값이 .487에서 .555로 상승하는 것으로 확인되었다. 이는 도시 거주자에게 도시 농업이 상대적으로 낮은 관심 영역으로 인식되었기 때문으로 해석된다. 이에 따라 본 문항을 제외하여 최종적으로 3 문항으로 구성된 생태적 가치 요인의 신뢰도를 재산출하였으며, 수정된 α 값은 .555로 개선되었다.

본 연구에서 사용된 측정문항은 2023 서울시먹거리통계조사 문항 가운데 각 개념의 이론적 정의에 부합하는 항목을 선별하여 구성하였다. 해당 문항들은 문항 수가 적고 단일 차원의 개념을 측정하도록 구성되어 있어, 본 연구에서는 신뢰도 분석을 통해 내적 일관성을 확인한 후 탐색적 요인분석을 별도로 실시하지 않고 문항의 평균값을 산출하여 변수 점수로 활용하였다. 이러한 평균점수 기반의 합성척도 구성 방식은 정책조사 자료를 활용한 사회과학 연구에서 일반적으로 사용되는 접근으로, 단일 개념을 측정하는 지표를 구성할 때 타당한 방법으로 인정된다(Comrey & Lee, 1992; DeVellis, 2017). 구체적인 신뢰도 분석 결과는 <표 4-3>에 제시하였다.

<표 4-3> 신뢰도 분석 결과

요인	측정항목 수	Cronbach's α
이타적 가치	5	.607
생태적 가치	3	.555
환경친화적 식품 구매행동	4	.816
환경친화적 식품 처분행동	5	.657
식품환경요인	5	.828

2. 상관관계 분석

판별타당성은 서로 다른 구성개념 간 상관이 과도하게 높지 않은지를 통해 간접적으로 확인할 수 있다. 일반적으로 두 개념 간 상관계수가 .85 미만일 경우 판별타당성이 확보된 것으로 간주한다(Hair et al., 2014). 본 연구에서는 주요 변수 간 상관계수가 .140~.659 범위로 나타나, 구성개념 간 중복성이 과도하지 않음을 확인하였다. 주요 변수 간 상관관계 분석 결과는 <표 4-4>에 제시하였다.

<표 4-4> 상관관계분석 결과

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	M	SD
1. 이타적 가치	1									3.49	.48
2. 생태적 가치	.659 ***	1								3.54	.53
3. 환경친화적 구매행동	.237 ***	.216 ***	1							3.59	.82
4. 환경친화적 처분행동	.296 ***	.288 ***	.279 ***	1						3.85	.49
5. 가용성	.279 ***	.320 ***	.216 ***	.242 ***	1					3.87	.84
6. 물리적 접근성	.162 ***	.157 ***	.210 ***	.213 ***	.539 ***	1				3.93	.79
7. 가격 적정성	.199 ***	.214 ***	.216 ***	.151 ***	.449 ***	.420 ***	1			3.74	.82
8. 편의성	.140 ***	.183 ***	.225 ***	.188 ***	.475 ***	.484 ***	.472 ***	1		3.84	.81
9. 수용성	.191 ***	.236 ***	.216 ***	.244 ***	.555 ***	.494 ***	.459 ***	.554 ***	1	3.91	.82

*** p<.001

제 3절. 연구가설 검증

1. 자기초월적 환경가치와 환경친화적 식품 구매행동의 관계

H1. 자기초월적 환경 가치는 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1. 이타적 가치는 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2. 생태적 가치는 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

본 연구는 자기초월적 환경가치와 식품환경요인이 환경친화적 식품 소비행동에 미치는 영향을 분석하고자 하였으며, 이를 위해 환경친화적 식품 구매행동을 종속 변수로 설정하고 SPSS 27.0 프로그램을 활용하여 위계적 회귀분석을 실시하였다. 모형 1에서는 성별, 연령, 학력, 가구형태, 월평균 가구소득, 외식 빈도, 식품 구매 빈도를 통제변수로 투입하였으며, 모형 2에서는 통제변수에 자기초월적 환경가치(이타적 가치, 생태적 가치)를 추가하여 가치 요인의 영향을 검증하였다. 따라서 본문에서는 주요 예측 변수가 포함된 모형 2의 분석 결과를 중심으로 해석하였다.

모형 2의 설명력은 $R^2=.082$ 로 나타났으며, 회귀모형은 $F=26.618(p<.001)$ 로 통계적으로 유의하였다. 주요 독립변수인 이타적 가치($\beta=.158, p<.001$)와 생태적 가치($\beta=.107, p<.001$)는 모두 친환경 식품 구매행동에 유의한 정적 영향을 미쳤다. 즉, 개인의 자기초월적 가치 수준이 높을수록 환경친화적 제품을 선택하려는 경향이 강한 것으로 나타났다. 이는 친환경 제품 구매 의도 형성 과정에서 이타적 동기가 직접적·간접적으로 긍정적인 영향을 미친다고 밝힌 배세하(2021)의 연구와 일맥상통한다.

통제변수 중에서는 외식 고빈도($\beta = -.111, p < .001$)가 친환경 식품 구매행동에 부정적 영향을 미쳤으며, 2인가구 이상 집단은 1인가구에 비해 유의하게 높은 수준의 친환경 구매행동을 보였다. 이는 외식 빈도가 높을수록 가정 내 식품 구매 가능성이 줄어드는 반면, 가구 규모가 커질수록 식품 구매·준비 활동이 활발해져 친환경 제품 선택 기회가 증가하는 데서 기인한 것으로 해석된다. 모든 변수의 VIF(1.133~2.131)를 검토한 결과, 다중공선성 문제는 존재하지 않았다.

이에 따라 본 연구에서 설정한 H1-1, H1-2는 모두 채택되었다. 각 모형별 회귀분석 결과는 아래의 <표 4-5>에 제시하였다.

<표 4-5> 자기초월적 환경가치가 환경친화적 식품 구매행동에 미치는 영향에 대한 위계적 회귀분석 결과

구분	B	β	t	p	VIF
모형2					
(상수)	1.897		13.655	0.000	
성별(남성=ref.)					
여성	-0.030	-0.018	-1.056	0.291	1.133
연령(18~29세=ref)					
30세~59세	0.052	0.032	1.544	0.123	1.640
60세 이상	0.038	0.021	0.897	0.370	2.131
학력(대학 입학 이상=ref)					
고등학교 졸업 이하	-0.040	-0.024	-1.228	0.220	1.502
가구형태					
(1인가구=ref)					
2인가구 이상	0.110	0.051	2.777	0.006	1.296
월평균 가구소득					
(350만원~699만원=ref)					
350만원 미만	-0.017	-0.009	-0.490	0.624	1.407

700만원 이상	-0.047	-0.023	-1.340	0.180	1.174
외식 빈도(저빈도=ref)					
외식 중빈도	0.025	0.015	0.850	0.395	1.290
외식 고빈도	-0.318	-0.111	-6.278	0.000	1.230
식품 구매빈도	-0.003	-0.003	-0.180	0.857	1.142
주요 독립변수					
이타적 가치	0.270	0.158	7.362	0.000	1.803
생태적 가치	0.164	0.107	4.985	0.000	1.792
모형 적합도	$R^2 = .082$, $Adj.R^2 = .079$, $\Delta R^2 = .056$, $F = 26.618^{***}$, $D-W = 1.958$				

2. 자기초월적 환경가치와 환경친화적 식품 처분행동의 관계

H2. 자기초월적 환경가치는 환경친화적 식품 처분행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-1. 이타적 가치는 환경친화적 식품 처분행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2. 생태적 가치는 환경친화적 식품 처분행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

자기초월적 환경가치가 환경친화적 식품 처분행동에 미치는 영향을 분석하고자 환경친화적 식품 처분행동을 종속변수로 설정하여 위계적 회귀분석을 실시하였다. 모형 1에서는 성별, 연령, 학력, 가구형태, 월평균 가구소득의 인구통계학적 특성과 외식 빈도, 식품 구매빈도를 통제변수로 투입하였으며, 모형 2에서는 통제변수에 자기초월적 환경가치(이타적 가치, 생태적 가치)를 추가하여 가치 요인의 영향을 검증하였다. 따라서 본문에서는 주요 예측 변수가 포함된 모형 2의 분석 결과를 중

심으로 해석하였다.

분석 결과 모형의 설명력은 $R^2=.149$ (Adj. $R^2=.146$)로 나타났고 $F=52.365$ ($p<.001$)로 모형은 통계적으로 유의하였다. 주요 독립변수 중 이타적 가치($\beta=.179$, $p<.001$)와 생태적 가치($\beta=.139$, $p<.001$)는 모두 친환경적 처분행동에 정적으로 유의한 영향을 미쳤으며, 이는 타인과 환경에 대한 책임을 중시하는 자기초월적 가치가 음식물 쓰레기 감축 등 실천적 행동을 강화하기 때문으로 해석된다.

통제변수 가운데 여성($\beta=.085$, $p<.001$), 고졸 이하($\beta=.082$, $p<.001$), 식품구매 빈도($\beta=.074$, $p<.001$), 60 세 이상($\beta=.047$, $p = .035$), 월평균 가구소득 700 만 원 이상 ($\beta=.075$, $p<.001$)은 정적 영향을 보였다. 이는 여성과 내식 비중이 높은 집단이 식품 관리·처분 과정에 더 자주 관여하고, 구매 경험이 많을수록 재고 관리 및 폐기 관련 행동을 적극적으로 수행하기 때문으로 볼 수 있다. 또한 60 세 이상 고령층은 절약 중심의 식습관과 폐기 최소화에 대한 실천적 태도가 강해 처분행동이 더 활발하게 나타난 것으로 보이며, 소득 수준이 높은 가구일수록 다양한 식품을 구매·보관하는 과정에서 폐기 관련 관리 활동이 자연스럽게 증가한다는 점이 반영된 결과로 볼 수 있다. 반면 외식 중빈도($\beta=-.124$, $p<.001$) 집단은 부정적 영향을 보였으며, 이는 외식 중심 식생활에서는 가정 내 보관·조리·폐기 과정이 줄어들어 처분행동의 수행 자체가 감소하기 때문으로 볼 수 있다. 외식 고빈도 집단이 유의하지 않게 나온 것은 해당 집단의 이러한 처분행동이 전반적으로 낮은 수준에서 일정하게 유지되어 집단 내 변동성이 작아 통계적으로 유의한 결과가 도출되지 않은 반면, 외식 중빈도 집단은 내식과 외식을 혼합하는 과정에서 처분행동 수행 정도의 차이가 더 뚜렷하게 나타나 부적 영향이 유의하게 나타난 것으로 해석된다. 모든 변수의 VIF 값은 1.142~2.120 으로 다중공선성 문제는 없었다.

따라서 본 연구에서 설정한 H2-1, H2-2 는 지지되었다. 회귀분석 결과는 아래의 <표 4-6>에 제시하였다.

<표 4-6 >자기초월적 환경가치가 환경친화적 식품 처분행동에 미치는 영향에 대한 위계적 회귀분석 결과

구분	B	β	t	p	VIF
모형2					
(상수)	2.581		38.486	0.000	
성별(남성=ref.)					
여성	0.084	0.085	5.078	0.000	1.170
연령(18~29세=ref)					
30세~59세	0.032	0.033	1.653	0.099	1.641
60세 이상	0.051	0.047	2.109	0.035	2.120
학력(대학 입학 이상=ref)					
고등학교 졸업 이하	0.082	0.082	4.311	0.000	1.511
가구형태(1인가구=ref)					
2인가구 이상	0.005	0.004	0.213	0.831	1.289
월평균 가구소득 (350만원~699만원=ref)					
350만원 미만	0.005	0.004	0.238	0.812	1.407
700만원 이상	0.092	0.075	4.516	0.000	1.174
외식 빈도(저빈도=ref)					
외식 중빈도	-0.122	-0.124	-7.089	0.000	1.290
외식 고빈도	-0.013	-0.008	-0.454	0.650	1.230
식품구매빈도	0.038	0.074	4.514	0.000	1.142
주요 독립변수					
이타적 가치	0.183	0.179	8.649	0.000	1.803
생태적 가치	0.128	0.139	6.717	0.000	1.792
모형 적합도	$R^2 = .149$, $Adj.R^2 = .146$, $\Delta R^2 = .080$, $F = 52.365^{***}$, $D-W = 1.811$				

3. 식품환경요인과 환경친화적 식품 구매행동의 관계

H3. 식품환경요인은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-1. 가용성은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-2. 물리적 접근성은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-3. 가격적정성은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-4. 편의성은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-5. 수용성은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

자기초월적 환경가치와 식품환경요인이 환경친화적 식품 구매행동에 미치는 영향을 분석하기 위해 환경친화적 식품 구매행동을 종속변수로 설정하고 위계적 회귀분석을 실시하였다. 모형 1에서는 성별, 연령, 학력, 가구형태, 월평균 가구소득의 인구통계학적 특성과 외식 빈도, 식품 구매빈도를 통제변수로 투입하였고, 모형 2에서는 이러한 통제변수에 자기초월적 환경가치(이타적 가치, 생태적 가치)를 추가하여 가치 요인의 영향을 검증하였다. 모형 3에서는 모형 2에 식품환경요인을 추가하여 환경적 요인의 추가 설명력을 확인하였다. 이에 본문에서는 주요 예측 변수가 모두 포함된 모형 3의 분석 결과를 중심으로 해석하였다.

분석결과 식품환경요인을 추가한 모형 3의 설명력은 $R^2=.134$ (Adj. $R^2=.130$)로 나타나, 모형 2 대비 $\Delta R^2=.052$ 가 증가하였다. 회귀모형은 $F=32.559$ ($p<.001$)로 통계적으로 유의하였으며, 이는 식품환경요인이 자기초월적 가치 외에도 친환경 식품 구매행동을 설명하는 데 유의한 추가 설명력을 제공함을 의미한다. 식품환경요인 중 물리적 접근성($\beta=.078$, $p<.001$), 가격적정성($\beta=.069$, $p<.001$), 편의성($\beta=.090$, $p<.001$), 수용성($\beta=.051$, $p=.016$)은 유의한 정적 영향을 미쳤다. 즉, 친환경

경 식품에 대한 접근이 용이하고, 가격 부담이 적으며, 매장의 이용이 편리하고, 제품 선택 폭과 만족도가 높을수록 친환경적 구매 행동이 증가함을 의미한다. 따라서 H3-2, H3-3, H3-4, H3-5 는 채택되었다. 반면 가용성($\beta=.019$, $p=.363$)은 유의하지 않았다. 이러한 결과는 서울시의 높은 상권 밀집도와 식료품 접근성이 이미 충분한 환경에서 단순한 ‘식료품의 양적 존재 여부’보다 가격, 편의성, 접근성 등 질적 요소가 구매행동을 더 잘 설명했기 때문으로 보인다. 따라서 H3-1 ‘가용성은 환경친화적 식품 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.’는 기각되었다.

통제변수 중 30~59 세($\beta=.040$, $p=.046$)와 2 인 이상 가구($\beta=.054$, $p=.002$)는 친환경 식품 구매행동에 유의한 정적 영향을 미쳤으며, 월평균 소득 700 만원 이상($\beta=-.043$, $p=.011$)과 외식 고빈도($\beta=-.117$, $p<.001$)는 부정적 영향을 나타냈다. 30~59 세의 중장년층에서 친환경 식품 구매가 높게 나타난 것은 해당 집단이 상대적으로 가정 내 식품 구매·조리 책임을 더 많이 담당하며, 가족 구성원의 식생활 관리를 고려한 구매를 수행하는 경향이 반영된 결과로 해석된다. 반면 월평균 소득 700 만 원 이상 집단과 외식 고빈도 집단에서 부적 영향이 나타난 것은 고소득층일수록 맞벌이 가구의 비중이 높아 가정 내 조리·식사 시간이 제한되고, 그에 따라 내식 비중이 감소하여 식품을 직접 구매할 기회가 줄어들기 때문으로 볼 수 있다. 외식 고빈도 집단은 가정 내 직접 구매·조리의 기회가 적어 친환경 식품 선택 가능성이 낮아지는 경향이 지속적으로 나타났다. 모든 변수의 VIF 값 (1.147~2.131)이 10 미만으로 확인되어 다중공선성 문제는 없었다. 각 모형별 회귀분석 결과는 아래의 <표 4-7>에 제시하였다.

<표 4-7 >자기초월적 환경가치가 환경친화적 식품 처분행동에 미치는 영향에 대한 위계적 회귀분석 결과

구분	B	β	t	p	VIF
모형3					

(상수)	1.213		9.637	0.000	
성별(남성=ref.)					
여성	-0.019	-0.011	-0.677	0.498	1.176
연령(18~29세=ref)					
30세~59세	0.066	0.040	1.997	0.046	1.644
60세 이상	0.041	0.023	1.017	0.309	2.131
학력(대학 입학 이상=ref)					
고등학교 졸업 이하	-0.059	-0.035	-1.840	0.066	1.522
가구형태(1인가구=ref)					
2인가구 이상	0.117	0.054	3.035	0.002	1.291
월평균 가구소득 (350만원~699만원=ref)					
350만원 미만	-0.003	-0.002	-0.098	0.922	1.415
700만원 이상	-0.088	-0.043	-2.538	0.011	1.184
외식 빈도(저빈도=ref)					
외식 중빈도	0.012	0.007	0.405	0.685	1.296
외식 고빈도	-0.334	-0.117	-6.777	0.000	1.233
식품 구매빈도	-0.006	-0.007	-0.414	0.679	1.147
주요 독립변수					
이타적 가치	0.227	0.133	6.326	0.000	1.829
생태적 가치	0.095	0.062	2.900	0.004	1.871
식품환경요인					
가용성	0.019	0.019	0.911	0.363	1.874
물리적 접근성	0.081	0.078	3.877	0.000	1.652
가격적정성	0.069	0.069	3.636	0.000	1.489
편의성	0.092	0.090	4.465	0.000	1.696
수용성	0.051	0.051	2.411	0.016	1.840
모형 적합도	$R^2 = .134$, $Adj.R^2 = .130$, $\Delta R^2 = .052$, $F = 32.559^{***}$, $D-W = 1.927$				

V. 결론

제 1절. 연구결과 요약

인간의 식품 소비 활동은 자연 생태계가 재생·처리할 수 있는 속도보다 빠르게 이루어지고 있으며(European Commission, 2019), 기후변화가 심화되는 최근 식품 소비 시장에서는 미래세대의 식품소비를 보장하기 위해 지속가능한 소비행동으로의 전환이 더욱 중요해지고 있다(이지용, 2024). 이러한 흐름 속에서 소비자의 친환경적 소비에 대한 관심도 꾸준히 증가하고 있다.

환경가치 연구에서는 일반적으로 개인의 즉각적 이익을 중시하는 이기적 가치와 타인·자연·미래세대를 고려하는 이타적·생태적 가치가 대비되며, 두 가치 체계는 환경 행동에 상반된 영향을 미치는 것으로 알려져 있다. 선행연구들은 환경친화적 소비가 단기적 편익보다 공익성, 생태계 보전 의지, 미래세대 배려 등과 같은 자기초월적 가치에 의해 더 강하게 예측된다고 보고하였다(Schwartz, 1992; Stern, 2000). 반면 이기적 가치는 가격·편의·효용 등 개인의 직접적 이익을 중심으로 작동하기 때문에 친환경 소비를 약화시키거나 설명력이 낮은 경향이 있는 것으로 나타났다(Stern, 2000). 이러한 이론적 배경을 바탕으로, 본 연구는 환경친화적 식품 구매 및 처분행동이 타인과 자연, 사회 전체를 고려하는 가치 차원에서 보다 잘 설명된다는 점에 주목하였다(Eom et al., 2016; Klockner, 2013; Tam & Chan, 2018).

환경친화적 제품에 대한 긍정적 태도와 구매 의도가 높더라도 실제 구매로 이어지지 않거나 장기적으로 지속되지 않는 ‘태도-행동 격차’가 지속적으로 보고되고 있다(Tittarelli et al., 2022; Yamoah & Acquaye, 2019). 특히 친환경 식품에 대한 관심이 높음에도 실제 소비 수준이 낮게 나타나는 현상은 가격 부담, 구매처 접근성 부족 등 외부적 조건, 즉 식품환경요인의 영향으로 설명될 수 있다. 이에 본 연

구는 식품환경요인의 수준에 따라 친환경 식품 구매행동이 어떻게 달라지는지를 함께 분석하였다.

본 연구는 자기초월적 환경가치와 식품환경요인이 환경친화적 식품 소비행동에 미치는 영향을 분석하기 위해 환경친화적 식품 구매행동과 처분행동을 종속변수로 설정하여 위계적 회귀분석을 실시하였다. 실증분석에는 2023 서울시먹거리통계조사에서 수집된 3,594 부의 유효 응답이 활용되었으며, 연구모형의 신뢰도와 상관관계를 검토한 후 인구통계학적 특성, 외식빈도, 식품구매빈도를 통제변수로 투입하고 가치 요인과 환경 요인을 단계적으로 추가하여 각 요인의 설명력을 분석하였다. 한편 신뢰도 분석에서 생태적 가치 요인은 Cronbach's α 값이 낮게 나타나 문항별 상관을 검토한 결과, “도시 농업(텃밭 가꾸기 등)에 관심이 있다” 문항의 일관성이 상대적으로 낮은 것으로 확인되었다. 이는 도시 거주자에게 도시 농업이 비교적 관심도가 낮은 영역으로 인식되어 요인 내 내적 일관성이 낮게 나타난 것으로 해석된다. 이에 따라 본 연구에서는 해당 문항을 제외하고 생태적 가치 요인을 3 문항으로 재구성하여 분석을 진행하였다.

연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 환경친화적 식품 구매행동을 종속변수로 한 분석에서 이타적 가치와 생태적 가치는 모두 유의한 정적 영향을 미쳤으며, 두 요인 중에는 이타적 가치의 영향력이 더 크게 나타났다. 이는 타인과 미래세대에 대한 고려와 환경적 배려가 친환경 식품을 선택 행동을 강화함을 의미한다. 또한 식품환경요인 중 물리적 접근성, 가격적정성, 편의성, 수용성이 구매행동에 유의한 정적 영향을 미쳐, 친환경 식품 구매는 매장의 접근성, 합리적 가격, 구매편의성, 제품 선택 폭과 같은 외부 환경의 영향을 크게 받는 것으로 확인되었다. 반면 가용성은 유의하지 않았다.

둘째, 환경친화적 식품 처분행동 분석에서도 이타적 가치와 생태적 가치가 모두 유의한 정적 영향을 보여, 자기초월적 가치가 구매 단계뿐 아니라 음식물 쓰레기·포장재 감축을 위한 실천적 처분행동에도 긍정적으로 작용하는 것으로 나타났다. 두 요인 중에는 이타적 가치의 영향력이 더 크게 나타났다. 한편 식품환경요인은

문항이 구매 맥락 중심으로 구성되어 있어 처분행동을 충분히 반영하기 어려운 측정도구의 한계가 있었으며, 이에 따라 해당 요인은 처분행동 분석에서 제외하였다.

셋째, 통제변수의 영향에서 외식 빈도는 두 모형 모두에서 부적 영향을 보여, 외식 중심 식생활에서는 가정 내 식품 구매와 보관·처분 과정이 줄어들어 구매와 처분행동이 약화될 수 있음을 시사한다. 또한 연령, 가구 형태, 성별, 학력 등 일부 인구통계학적 요인과 식품 구매빈도 등이 각 모형에서 유의한 영향을 보여, 가정 내 식품관리 역할과 식생활 패턴의 차이가 친환경적 구매·처분행동에 반영되는 것으로 나타났다.

마지막으로, 모든 회귀모형에서 VIF 값이 기준치 미만으로 나타나 다중공선성 문제는 없는 것으로 확인되었다. 이상의 결과는 자기초월적 가치가 환경친화적 식품 소비 전반에 걸쳐 일관되고 강력한 예측요인임을 보여주며, 구매환경의 환경적 조건은 구매행동에 국한되어 영향을 미치는 것으로 나타났다.

제 2절. 연구의 시사점

1. 학문적 시사점

본 연구는 환경친화적 식품 소비행동을 구매와 처분이라는 이중 구조로 구분하여 분석함으로써, 기존 연구에서 주로 구매 의도 또는 단일 차원의 친환경 소비에 초점을 맞추던 접근을 확장하였다는 점에서 학문적 의의를 갖는다. 첫째, 본 연구는 자기초월적 가치(이타적 가치, 생태적 가치)가 환경친화적 식품 구매뿐 아니라 처분행동에서도 일관되게 유의한 정적 영향을 미친다는 것을 실증적으로 제시하였다. 이는 환경행동 연구에서 자기초월적 가치가 핵심 예측요인이라는 기존 이론(Schwartz, 1992; Stern, 2000)을 식품 소비 맥락에서 재확인한 것으로, 특히 음식물 쓰레기 및 음식 포장재 감축, 먹을 만큼만 주문하거나 버려지는 식품이 없도록 보관 및 활용과 같은 실천적 처분행동까지 영향을 확장하여 분석한 점에서 기존 문헌을 보완·확장하였다. 즉, 본 연구는 환경친화적 식품 소비가 단순한 제품 선택을 넘어 가치 기반의 ‘생활 양식적 행동’으로 구조화되어 있음을 밝혔다라는 점에서 이론적 공헌이 있다.

둘째, 본 연구에서 식품환경요인이 친환경 식품 구매행동에 유의한 영향을 미쳤다는 점은 개인이 아무리 높은 자기초월적 가치를 지니고 있더라도 실제 행동은 구매 환경의 조건에 따라 제약될 수 있음을 보여준다. 즉, 가치만으로는 친환경 소비가 충분히 실천되지 않으며, 적절한 가격, 접근성, 편의성, 수용성과 같은 외부 환경이 뒷받침될 때에만 친환경 행동이 현실에서 지속될 수 있다.

셋째, 본 연구는 식품 소비행동 분석에서 인구통계학적 특성과 생활 패턴 변수를 함께 고려해야 한다는 이론적 근거를 제시하였다. 구매행동에서는 가구 구조, 소득 수준, 외식 빈도 등이 유의하게 작용하였고, 처분행동에서는 성별, 학력, 식품구매 빈도 등이 영향을 미치는 것으로 나타나, 동일한 환경친화적 소비라 하더라도 행동

단계에 따라 작용하는 영향 요인이 다르다는 사실을 확인하였다. 이는 환경친화적 소비를 단일 차원의 동질적 행동으로 간주해온 기존 연구의 한계를 넘어, 단계별 영향요인이 상이한 다차원적 행동체계임을 이론적으로 제시한 점에서 의의가 있다.

종합하면, 본 연구는 가치 기반 요인과 환경 기반 요인을 통합적으로 고려한 분석을 통해 기존 환경친화적 소비 연구의 해석 범위를 확장하였다. 특히 구매와 처분을 함께 분석한 이중 구조 분석틀은 향후 연구에서 환경친화적 소비행동을 보다 체계적으로 설명하는 개념적 틀로 활용될 수 있을 것이다.

2. 실무적 시사점

본 연구는 환경친화적 식품 소비행동을 구매와 처분 단계로 구분하여 분석함으로써, 실제 정책·교육·유통환경 개선에 활용 가능한 실질적 시사점을 제공한다.

첫째, 자기초월적 가치가 구매·처분행동 전반에 걸쳐 가장 일관된 영향요인으로 나타난 점은 환경친화적 식품 소비 확산을 위해 가치 기반의 소비자 교육과 인식 제고 전략이 필수적임을 의미한다. 즉, 단순한 정보 제공이나 가격 지원을 넘어 타인·환경·미래세대를 고려하는 책임적 가치가 소비자의 선택을 변화시키는 핵심 동인이므로 학교·직장·지역사회에서 지속가능 소비교육 프로그램을 강화하고, 공공 캠페인을 통해 가치 중심의 식품 소비 문화를 확산시킬 필요가 있다.

둘째, 물리적 접근성, 가격적정성, 편의성, 수용성과 같은 식품환경요인이 구매행동에서 중요한 역할을 한 점은, 소비 환경의 개선이 친환경 식품 구매 장벽을 완화하는 데 효과적임을 보여준다. 이에 따라 소비자가 손쉽게 접근할 수 있는 유통망의 확충이 필요하다. 대형마트, 동네 식료품점, 온라인 플랫폼 등 주요 유통채널에서 친환경 식품 취급 품목을 확대하고, 지역 기반의 로컬푸드 직매장과 공공급식센터를 활성화함으로써 접근성을 강화할 수 있다. 구매 과정의 편의성을 높이는 서비스 제공 역시 중요하다. 모바일 기반의 친환경 장보기 주문 시스템, 일정 금액의

배송비 지원, 구독형 친환경 식품 패키지 등은 실생활에서 친환경 소비를 보다 자연스럽게 유도할 수 있는 방안이다. 유통업체와 지자체는 친환경·국내산·동물복지·제철식품을 보다 쉽게 구매할 수 있도록 매장 내 접근성 및 진열 구조를 개선하고, 가격 경쟁력 확보를 위한 지원정책이나 프로모션을 강화할 필요가 있다.

특히 친환경 식품의 ‘가격이 비싸다’는 인식(농식품부, 2024)은 소비자의 실천을 가로막는 주요 장벽으로 작용하므로, 가격적정성을 높이기 위한 제도적 지원이 요구된다. 생산·유통 단계의 비용 절감을 위한 정부·지자체 지원, 친환경 인증 제품에 대한 가격 보조나 할인 프로그램의 도입 등은 소비자의 가격 부담을 낮추고 행동 전환을 촉진하는 데 기여할 수 있다. 이와 같이 식품환경요인의 개선은 단순히 제품 접근성을 향상시키는 데 그치지 않고, 소비자가 자신의 환경친화적 가치와 의지를 실제 행동으로 연결할 수 있도록 돕는 실질적 기반으로 기능한다는 점에서 중요한 정책적·실무적 의의를 지닌다.

셋째, 외식 빈도가 구매와 처분행동 모두에서 부정적 영향을 보인 점은 외식 중심 식생활이 가정 내 식품 소비·보관·처분 과정에 직접적인 영향을 미치는 생활 구조를 반영한다. 따라서 폭넓게는 가정 내 조리 활성화를 위한 가정식(home meal) 지원 프로그램, 친환경 기반 간편식 제품 개발, 외식업체와 연계한 친환경 식문화 캠페인 등 생활패턴 기반 접근이 필요할 수 있다. 또한 외식이 잦은 집단을 대상으로 환경친화적 소비 실천을 촉진할 수 있는 외식업계의 역할(친환경 메뉴 개발, 다회용기 활용, 정보 제공 등)도 함께 강화할 수 있다.

마지막으로, 처분행동에서는 여성, 고졸 이하, 식품 구매빈도가 높은 집단 등 가정 내 식품관리 역할을 수행하는 집단에서 친환경적 처분행동이 두드러졌다. 이는 가정 내 역할 분담과 경험이 처분행동에 영향을 미친다는 점을 보여주며, 향후 정책은 특정 집단만이 아니라 가구 구성원 전체가 참여할 수 있는 분리배출, 음식물 쓰레기 감축 교육 프로그램을 개발하는 방향이 필요함을 시사한다. 특히 청년층과 1인·외식 중심 가구를 대상으로 한 맞춤형 환경교육은 실효성 높은 정책적 개입이 될 수 있다.

종합하면, 본 연구는 가치 기반 소비자 교육과 소비환경 개선, 생활 패턴 기반 접근, 행동 단계별 맞춤 정책의 필요성을 제시함으로써, 환경친화적 식품 소비 실천을 위한 다층적·통합적 전략 마련에 기여한다.

3. 연구의 한계점 및 향후 연구과제

본 연구는 기존의 편의표본조사와 달리, 서울시먹거리통계조사의 층화집락추출 방식으로 수집된 3,594 부의 대규모 표본을 활용함으로써 표본 대표성과 추정의 정확성이 높다는 강점을 갖는다. 이는 특정 연령대나 식생활 패턴에 편중된 응답이 발생할 가능성을 줄여 가치 요인과 환경 요인의 영향을 보다 안정적으로 확인할 수 있게 한다는 점에서 의의가 크다.

그러나 자료 활용 측면에서는 몇 가지 한계도 존재한다. 첫째, 본 연구는 2023년 자료를 기반으로 분석을 수행하였는데, 이는 2024년 조사에서 식품 구매와 관련된 주요 문항이 제외되어 본 연구 목적에 부합하는 변수를 확보할 수 없었기 때문이다. 따라서 최근 소비환경 변화의 반영에는 한계가 있으며, 향후 조사에서는 환경친화적 식품 구매 관련 항목을 지속적으로 포함해 장기적 동향 분석이 가능하도록 개선할 필요가 있다.

둘째, 본 연구는 서울시 거주자를 대상으로 수행된 자료를 사용함에 따라 도시 기반 식품 환경 특성이 연구결과에 반영되었을 가능성이 있다. 서울은 식료품점 밀도, 접근성, 가격구조, 친환경 식품 취급 수준 등이 타 지역에 비해 상이할 수 있으며, 이는 가용성이나 환경 요인의 영향력 해석에 차이를 유발할 수 있다. 따라서 중소도시, 농촌 지역 등 다양한 지역 집단을 대상으로 동일한 분석을 수행하는 비교연구가 이루어진다면 연구결과의 일반화 가능성을 더욱 높일 수 있을 것이다.

마지막으로, 본 연구에서는 데이터의 제약으로 인해 친환경 식품 처분행동과 식품환경요인의 직접적 관계를 검증하지 못하였다. 처분행동 또한 접근성, 가격, 편의

성 등의 환경적 영향을 받을 가능성이 있으므로, 향후 연구에서는 보다 정교한 측정도구와 확장된 항목을 활용하여 구매·처분의 전 과정에서 환경요인이 어떻게 작용하는지 종합적으로 검토할 필요가 있다.

참고문헌

국내 참고문헌

- 강문실, & 김운숙. (2023). 소비가치와 친환경 구매행동간 환경관심도의 조절효과. *글로벌경영학회지* 20(5), 25-50.
- 김연신. (2004). 친환경행동과 친환경소비주의 결정요인들. *한국광고홍보학보*, 6(4), 7-49.
- 신현희. (2011). 자기초월가치와 환경보존행동 및 친환경행동의도와의 관계 [석사학위논문]. 부산대학교 대학원.
- 김지은, & 최경숙. (2021). 내적역량과 외적역량이 성인의 식품 쓰레기 처분에 대한 실천역량에 미치는 영향. *대한지역사회영양학회지*, 26(6), 455-466.
- 김성태, & 김선웅. (2023). 식품소비행태조사를 이용한 COVID-19 전후 친환경 식품 구매빈도 결정요인 분석. *한국식품영양학회지*, 36(4), 222-235.
- 김효정, & 김미라. (2021). 한국 성인의 친환경식품 소비 실태 및 구매 결정 요인: 2018년 식품소비행태 조사자료를 바탕으로. *한국생활과학회지*, 30(3), 461-474.
- 강진희. (2017). 동물복지인증식품에 대한 기대가치가 브랜드 이미지 제고와 구매의도에 미치는 영향. *관광연구*, 32(2), 450-474.
- 고주희. (2021). 로컬푸드 소비자의 구매동기와 유형화 연구 [박사학위논문]. 서울대학교 대학원).
- 국립농산물품질관리원(2015.11.30.)
<http://www.enviagro.go.kr/portal/content/html/info/signintro.jsp>
- 국가법령정보센터. (2024). 국민영양관리법 [법률 제19886호, 2024년 1월 2일 일 부개정, 2024년 7월 3일 시행]. <https://www.law.go.kr/법령/국민영양관리법>

금태환. (2015). 친환경식품 법제에 관한 소고: 미국의 유기농식품 생산 법제와 비교하여. 법학논고, 49, 121-148.

김건휘. (2023). S-O-R 프레임워크를 활용한 친환경 식품 소비가치가 소비자 만족도와 재구매 의도에 미치는 영향: 제품 친숙도를 조절효과로. 외식경영연구, 26(5), 187-210.

김수옥. (2012). 친환경 제품 구매자의 환경 가치, 신념 그리고 개인적 규범이 친환경 행동에 미치는 영향: VBN 이론을 중심으로 [석사학위 논문]. 세종대학교 대학원.

김수지, 박찬권, & 김채복. (2015). IMB 모델을 적용한 친환경 정보와 동기, 행동 기술이 친환경 구매행동에 미치는 영향. 경영교육연구, 30(4), 461-492.

김영두. (2017). 녹색 소비생활에 관한 종단적 연구. 소비자문제연구, 48(3), 57-95.

김인곤. (2007). 데일리 음양. 시골생활.

김정원. (2018). 식생활교육과 영양교육의 개념 혼재와 지속가능한 식생활교육으로의 전환. 실과교육연구, 24(4), 17-37.

김정원, 박소연, & 성용준. (2022). 소비자 인식을 기반으로 한 지속가능한 소비의 제약 요인 추출과 구매, 사용, 폐기 행동 간의 관계. 소비문화연구, 25(1), 105-131.

김중흠, & 박은아. (2015). 친환경 행동의도 및 친환경 소비의도에 영향을 주는 요인에 대한 탐색적 연구: 규범과 동기를 중심으로. 소비자학연구, 26(1), 1-22.

김창길, 정학균, 임영아, 이혜진, & 김용규. (2016). 친환경농업 육성 및 농업환경 자원 관리 강화 방안 (KREI 보고서 C2016-03). 한국농촌경제연구원.

김철규. (2008). 현대 식품체계의 동학과 먹거리 주권. 환경사회학연구 ECO, 12(2), 7-32.

문선정, 홍성현, & 김사원. (2010). 대학생 소비자의 환경가치 성향과 그린제품 구매의도 관계에서 결과지각의 매개 역할. 경영교육연구, 63(1), pp. 245-266.

민현선, 이기춘(1999), 환경친화적 소비태도와 소비행동 간의관계. 대한가정학회지, 37(1), 29-44.

박선영, & 남영숙. (2016). 환경 태도와 행동의 불일치로 인한 내적 갈등 분석 연구. 환경교육, 29(1), 35-55.

박예슬, 이성림, & 황혜선. (2015). 식품선택 동기와 시장환경이 로컬푸드 구매에 미치는 영향: 서울과 수도권을 중심으로. 소비자정책교육연구, 11(1), 121-146.

박정환, 우현지, & 김영훈. (2017). 수정 3SFCA 모형을 활용한 응급의료서비스 접근성 분석: 충청남도를 사례로. 한국지역지리학회지, 23(2), 388-402.

배세하. (2021). 친환경 제품 구매는 착한 마음으로 충분하지 않다: 이타적/이기적 동기가 친환경 제품 구매 행동에 미치는 영향. 마케팅연구, 36(1), 71-97.

백규리. (2024). 가치-신념-규범 (VBN) 모델에 기반한 밀키트 소비자의 친환경 의사결정과정 이해: 예기된 죄책감 및 자부심의 매개역할. 관광학연구, 48(1), 101-119.

백선영, & 이선재. (2000). 청소년 소비가치가 의류 제품 평가에 미치는 영향. 복식, 50(6), 59-72.

변순희, & 계선자. (2004), 도시 취업주부의 라이프스타일과 환경 친화적 행동에 관한 연구. 대한가정학회지, 42, 111-134.

석관호, & 김영주. (2024). 가격에 근거한 제품 제시순서가 가격탄력성에 미치는 영향. 마케팅연구, 39(4), 1-15.

소만령, 서철승, & 이동명. (2021). 환경가치와 소비자의 녹색제품 지식이 태도와 구매의도에 미치는 영향. 한국경영공학학회지, 26(2), 1-19.

손상희, 김경자, 나종연, & 최신애. (2010). 녹색소비역량의 구성체계와 측정지표에 관한 연구. 소비자정책교육연구, 6(3), 95-119.

국가법령정보센터. (2021). 식생활교육지원법 [법률 제18402호, 2021년 8월 17일 일부개정, 2022년 2월 18일 시행].

<https://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=234699&efYd=20220218#0000>

심은미, 박기홍, 이동규, & 신선호. (2022). 식물성 대체육 식품 소비가치가 긍정적 태도 및 구매의도에 미치는 영향: 가격민감도 조절 효과를 중심으로. *Culinary Science & Hospitality Research*, 28(6), 55-68.

심현아, & 최자영. (2025). 친환경 제품의 가격수준이 친환경성과 구매의도에 미치는 영향: 친환경-품질 믿음의 조절된 매개효과 분석. *유통연구*, 30(2), 1-29.

양나래, & 김기량. (2020). 도시지역 일부 노인에서 지역사회 식품의 접근성 측면에서의 식품환경 인식에 대한 질적 연구. *대한지역사회영양학회지*, 25(2), 137-149.

양재장. (2016). 친환경 식품에 대한 사고방식이 태도 및 재구매의도에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 18(6), 265-286.

양재장, 김수옥, 함기영, & 이용기. (2013). 친환경 제품 구매자의 환경 가치, 신념 그리고 개인적 규범이 친환경 행동에 미치는 영향: VBN 이론을 중심으로. *환경정책*, 21(3), 53-80.

오진숙, & 김정숙. (2009). 청소년소비자의 소비가치와 환경친화적 소비행동 연구. *Human Ecology Research*, 47(10), 13-28.

오현화, 김연수, & 김태희. (2024). 배달과 테이크아웃 외식 고객의 환경의식이 친환경 소비행동의도와 실천행동에 미치는 영향에 관한 연구: 계획적 행동이론을 중심으로. *한국외식산업학회지*, 20(6), 237-251.

오혜영. (2015). 소비문화 척도를 이용한 소비가치의 세분화 집단별 사회적기업의 제품 평가와 구매의도 차이분석. *사회적가치와 기업연구*, 8(1), 77-114.

유소이, & 박명은. (2018). 환경에 대한 소비자 관심과 친환경식품 소비: 지각된 소비자효과성과 지속가능한 소비행동의 매개효과 분석. *한국지역사회생활과학회지*, 29(2), 259-274.

윤병선, & 허남혁. (2011). 지역순환 농식품체계와 로컬푸드 운동. *열린충남*, 55, 26.

윤병선. (2008). 세계 농식품체계하에서 지역먹거리운동의 의의. *환경사회학연구*

ECO, 12(2), 89-115.

윤현우, 강전영, 이시령, 정난주, & 정아린. (2025). 지역별 노인인구 추계와 의료 서비스 접근성에 대한 공간분석 연구. 한국노년학연구, 34(1), 1-18.

윤효실, & 윤혜현. (2013). 개인소비가치가 친환경 농산물 구매의도에 미치는 영향: 환경의식행동의 조절효과. 호텔경영학연구, 22(1), 253-267.

이경미, & 이종호. (2018). 친환경농산물에 대한 건강관심도와 환경관심도가 소비자 태도 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구: 가족 형태의 조절효과. Culinary Science & Hospitality Research, 24(4), 127-138.

이미남, & 이에주. (2017). 친환경식품 소비가치와 구매의도의 관계 및 태도의 매개효과 검증. 한국외식산업학회지, 13(2), 177-187.

이영주, & 여운승. (2014). 환경의식과 소비가치가 친환경식자재 구매의도에 미치는 영향. 관광연구저널, 28(6), 181-199.

이유진, & 김의준. (2015). 의료시설 접근성과 대중교통 접근성이 농촌 및 도시 지역 거주 노인의 주관적 건강상태에 미치는 영향 분석: 일반화된 순서형 로짓 모형의 적용. 한국지역개발학회지, 27(1), 65-87.

이유진, & 김태희. (2022). COVID-19 팬데믹 하에서의 소비가치가 지속가능한 미식행동에 미치는 영향: 환경적 자기정체성의 매개효과를 중심으로. 외식경영연구, 25(1), 57-82.

이정석, 염정운, 임채은, 김기현, 김도균, & 이재혁. (2022). 소비자 환경윤리 의식에 기초한 녹색제품 구매촉진 방안 연구. 기본연구보고서, 2022, 1-162.

이정훈. (2024). 예측비용이 친환경 제품 구매행동에 미치는 영향에 관한 연구: 계획된 행동이론을 중심으로. 한국콘텐츠학회논문지, 24(11), 533-541.

임현우. (2024). 지속가능경영 식품기업 소비자의 가치가 신념, 규범 및 친환경 구매의도에 미치는 영향 연구: VBN모형을 중심으로. 외식경영연구, 27(5), 25-50.

전도현, & 조명대. (2023). 채식 선택속성과 지각된 가치가 태도 및 행동 의도에 미치는 영향. 외식경영연구, 26(1), 35-56.

전재윤, & 이경원. (2023). 고등학생의 지속가능한 식생활 역량 향상을 위한 가정과 식생활교육 프로그램의 개발 및 평가. *Human Ecology Research*, 61(3), 349-360.

정은미. (2011). 로컬푸드의 사례별 운영체계와 시사점. 한국농촌경제연구원.

정장환. (2008). 한의학 생활혁명. 시골.

정재란, 김태희, & 배혜진. (2016). 식품소비가치가 로컬푸드와 친환경식품에 대한 태도와 구매의도에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 25(7), 97-116.

정진우, 이정이, 노아문, & 이성림. (2024). 소비자의 음식물 쓰레기 절감 영향 요인에 대한 연구: 이기적 동기와 이타적 동기를 중심으로. *소비자정책교육연구*, 20(3), 47-68.

제미경, 서인주, & 전향란. (2014). 아동 소비자의 소비의식에 따른 소비행동: 구매, 사용, 처분 행동을 중심으로. *소비자정책교육연구*, 10(4), 115-136.

조소연, & 정주원. (2022). 환경관심도, 이타적·이기적 동기, 환경교육경험이 친환경 소비행동에 미치는 영향. *환경교육*, 35(2), 111-124.

한국농촌경제연구원. (2020). 지속가능한 친환경농식품산업 육성방안 연구 (KREI 보고서 C2020-70). 한국농촌경제연구원.

<https://repository.krei.re.kr/handle/2018.oak/30218>

한국소비자원. (2019). 소비생활 중요 3대 분야, 식·주·의에서 식·주·금융으로 변화.

<https://www.kca.go.kr/home/sub.do?menukey=4002&mode=view&no=1002860829&searchKeyword=%EC%86%8C%EB%B9%84%EC%83%9D%ED%99%9C>

한국식품과학회. (2016년 3월 16일). [글로벌이코노믹 식품칼럼] 제철에 나오는 토종음식으로 건강을 지키자. 한국식품과학회.

한재환, & 정학균. (2021). 국내산 친환경농산물 만족도와 수입산 유기농산물 구입의향 관계 분석. *한국유기농업학회지*, 29(2), 159-171.

허원무, & 안준희. (2009). 실버 소비자의 친환경 제품에 대한 소비 가치가 만족

도, 신뢰, 충성도에 미치는 영향: 하이브리드 카를 중심으로. 한국노년학, 29(1), 195-213.

허은정. (2011). 소비자의 윤리적 상품에 대한 태도 및 구매의도의 관련 요인 분석. 소비자학연구, 22(2), 89-111.

홍연금, & 송인숙. (2008). 친환경농산물 소비자의 구매동기 분석을 통한 윤리적 소비 행동 사례연구. 소비문화연구, 11(3), 23-42

홍정화. (2020). MZ 세대의 가치가 식품 친환경 소비행동에 미치는 영향: 가치-신념-규범 이론(Value-Belief-Norm Theory)을 적용하여. 호텔리조트연구, 19(4), 201-220.

황애선. (2024). 소비자의 친환경제품 선택 요인 연구 (Unpublished master's thesis). 서울대학교 대학원.

황윤성, & 박재기. (2017). 가치신념규범 이론 (VBN) 을 활용한 한중일 친환경 소비자의 행동 비교 연구. 기업경영리뷰, 8(2), 57-77.

황윤성, & 조성진. (2019). 환경교육이 대학생의 이타적 가치, 결과지각 및 책임 귀속에 미치는 영향에 관한 연구. 교양교육연구, 13(2), 241-258.

국외 참고문헌

Ajzen, I. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Ilfont, T. L., Duckitt, J., & Wagner, C. (2010). A cross-cultural test of the value-attitude-behavior hierarchy. Journal of Applied Social Psychology, 40(11), 2791-2813.

Nordlund, A., & Garvill, J. (2002). Value structures behind pro-environmental behavior. Environment and Behavior, 34(6), 740-756.

Birkenbach, M., & Egloff, B. (2024). Effects of matching climate change appeals

to personal values. *Scientific Reports*, 14(1), 6128.

Ros, B., & Kaneko, S. (2022). Is self-transcendence philanthropic? Graded response model approach. *Frontiers in Psychology*, 13, 816793.

Van Bussel, L. M., Kuijsten, A., Mars, M., & Van 't Veer, P. (2022). Consumers' perceptions on food-related sustainability: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 341, 130904.

Summerhayes, L., Baker, D., & Vella, K. (2024). Food diversity and accessibility enabled urban environments for sustainable food consumption: A case study of Brisbane, Australia. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-14.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.

DeVellis, R. F. (2017). *Scale development: Theory and applications* (4th ed.). Sage Publications.

Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>

Amicarelli, V., & Bux, C. (2021). Food waste in Italian households during the COVID-19 pandemic: A self-reporting approach. *Food Security*, 13(1), 25-37. <https://doi.org/10.1007/s12571-020-01112-0>

Ananda, J., Karunasena, G. G., Mitsis, A., Kansal, M., & Pearson, D. (2021). Analysing behavioural and socio-demographic factors and practices influencing

Australian household food waste. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127280.

Bamberg, S. (2003). How does environmental concern influence specific environmentally related behaviors? A new answer to an old question. *Journal of Environmental Psychology*, 23(1), 21–32.

Barrientos–Gutierrez, T., Moore, K. A., Auchincloss, A. H., Mujahid, M. S., August, C., Sanchez, B. N., & Diez Roux, A. V. (2017). Neighborhood physical environment and changes in body mass index: Results from the multi–ethnic study of atherosclerosis. *American Journal of Epidemiology*, 186(11), 1237–1245.

Berjan, S., Vaško, Ž., Ben Hassen, T., El Bilali, H., Allahyari, M. S., Tomić, V., & Radosavac, A. (2022). Assessment of household food waste management during the COVID–19 pandemic in Serbia: A cross–sectional online survey. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(8), 11130–11141. <https://doi.org/10.1007/s11356-021-16407-1>

Casonato, C., Garcia–Herrero, L., Caldeira, C., & Sala, S. (2023). What a waste! Evidence of consumer food waste prevention and its effectiveness. *Sustainable Production and Consumption*, 41, 305–319.

Cheng, H., Rui, Q., Yu, K., Li, X., & Liu, J. (2022). Exploring the influencing paths of villagers’ participation in the creation of micro–landscapes: An integrative model of theory of planned behavior and norm activation theory. *Frontiers in Psychology*, 13, 862109.

Choi, H., Jang, J., & Kandampully, J. (2015). Application of the extended VBN theory to understand consumers’ decisions about green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 87–95. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.08.004>

Chung, M., & Saini, R. (2022). Consumer self–uncertainty increases price

dependency. *Journal of Business Research*, 140, 40–48.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.045>

Cowe, R., & Williams, S. (2000). Who are the ethical consumers? Ethical Consumerism Report. Manchester, UK: Co-operative Bank.

De Groot, J. I., & Steg, L. (2008). Value orientations to explain beliefs related to environmentally significant behavior: How to measure egoistic, altruistic, and biospheric value orientations. *Environment and Behavior*, 40(3), 330–354.

De Groot, J. I. M., & Steg, L. (2008). Value orientations to explain beliefs related to environmentally significant behavior: How to measure egoistic, altruistic, and biospheric value orientations. *Environment and Behavior*, 40(3), 330–354. <https://doi.org/10.1177/0013916506297831>

Dunlap, R. E., & Van Liere, K. D. (1978). A proposed measuring instrument and preliminary results: The new environmental paradigm. *Journal of Environmental Education*, 9(1), 10–19. <https://doi.org/10.1080/00958964.1978.10801875>

Dunlap, R. E., & Van Liere, K. D. (1984). Commitment to the dominant social paradigm and concern for environmental quality. *Social Science Quarterly*, 65(4), 1013–1028.

ElHaffar, G., Durif, F., & Dubé, L. (2020). Towards closing the attitude–intention–behavior gap in green consumption: A narrative review of the literature and an overview of future research directions. *Journal of Cleaner Production*, 275, 122556.

Food and Agriculture Organization. (2010). Sustainable diets and biodiversity: Directions and solutions for policy, research and action. Rome, Italy: FAO.

Fielding, K. S., McDonald, R., & Louis, W. R. (2008). Theory of planned behaviour, identity and intentions to engage in environmental activism. *Journal of Environmental Psychology*, 28(4), 318–326.

Ford, R. M., Williams, K. J., Bishop, I. D., & Webb, T. (2009). A value basis for the social acceptability of clearfelling in Tasmania, Australia. *Landscape and Urban Planning*, 90(3-4), 196–206.

United Nations Environment Programme. (2021). *UNEP food waste index report 2021*.

Glanz, K., Sallis, J. F., Saelens, B. E., & Frank, L. D. (2005). Healthy nutrition environments: Concepts and measures. *American Journal of Health Promotion*, 19(5), 330–333.

Gleim, M. R., Smith, J. S., Andrews, D., & Cronin, J. J., Jr. (2013). Against the green: A multi-method examination of the barriers to green consumption. *Journal of Retailing*, 89(1), 44–61.

Graham-Rowe, E., Jessop, D. C., & Sparks, P. (2014). Identifying motivations and barriers to minimising household food waste. *Resources, Conservation and Recycling*, 84, 15–23.

Green, S. H., & Glanz, K. (2015). Development of the perceived nutrition environment measures survey. *American Journal of Preventive Medicine*, 49(1), 50–61.

Hines, J. M., Hungerford, H. R., & Tomera, A. N. (1987). Analysis and synthesis of research on responsible environmental behavior: A meta-analysis. *Journal of Environmental Education*, 18(2), 1–8.

Homer, P. M., & Kahle, L. R. (1988). A structural equation test of the value-attitude-behavior hierarchy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(4), 638–646.

Ilyuk, V. (2018). Like throwing a piece of me away: How online and in-store grocery purchase channels affect consumers' food waste. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 20–30.

Jaini, A., Quoquab, F., Mohammad, J., & Hussin, N. (2020). I buy green products, do you...? The moderating effect of eWOM on green purchase behavior in Malaysian cosmetics industry. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 14(1), 89–112.

Jansson, J., Marell, A., & Nordlund, A. (2010). Green consumer behavior: Determinants of curtailment and eco-innovation adoption. *Journal of Consumer Marketing*, 27(4), 358–370.

Joshi, Y., & Rahman, Z. (2016). Predictors of young consumer's green purchase behavior. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 27(4), 452–472.

Kim, J. H., & Park, E. A. (2015). Determinants of pro-environmental behavior and environmental consumerism: Focusing on norm and motivation. *Journal of Consumer Studies*, 26(1), 1–22.

Kim, J. K. (2010). A study on food-related lifestyles and food consciousness of Jeju Island for establishing local food system. *Journal of Rural Society*, 20(2), 117–161.

Kim, Y., & Choi, S. M. (2005). Antecedents of green purchase behavior: An examination of collectivism, environmental concern, and perceived consumer effectiveness. *Advances in Consumer Research*, 32, 592–599.

Korea Environment Corporation. (2024). Current status of food waste. Retrieved from <https://www.citywaste.or.kr/Egov>

Leary, R. B., Vann, R. J., Mittelstaedt, J. D., Murphy, P. E., & Sherry, J. F. (2014). Changing the marketplace one behavior at a time: Perceived marketplace influence and sustainable consumption. *Journal of Business Research*, 67(9), 1953–1958.

Liebe, U., Preisendörfer, P., & Meyerhoff, J. (2011). To pay or not to pay:

Competing theories to explain individuals' willingness to pay for public environmental goods. *Environment and Behavior*, 43(1), 106–130.

Mannetti, L., Pierro, A., & Livi, S. (2004). Recycling: Planned and self-expressive behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 24(2), 227–236.

López-Mosquera, N., & Sánchez, M. (2012). Theory of planned behavior and the value-belief-norm theory explaining willingness to pay for a suburban park. *Journal of Environmental Management*, 113, 251–262.

Milfont, T. L., Duckitt, J., & Cameron, L. D. (2006). A cross-cultural study of environmental motive concerns and their implications for proenvironmental behavior. *Environment and Behavior*, 38(6), 745–767.

Nabi, N., Karunasena, G. G., & Pearson, D. (2021). Food waste in Australian households: Role of shopping habits and personal motivations. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(6), 1523–1533.

Neuman, K. (1986). Personal values and commitment to energy conservation. *Environment and Behavior*, 18(1), 53–74.

Nguyen, T. T. T., Malek, L., Umberger, W. J., & O'Connor, P. J. (2023). Motivations behind daily preventative household food waste behaviours: The role of gain, hedonic, normative, and competing goals. *Sustainable Production and Consumption*, 43, 278–296.

Nordlund, A. M., & Garvill, J. (2002). Value structures behind proenvironmental behavior. *Environment and Behavior*, 34(6), 740–756.

Oreg, S., & Katz-Gerro, T. (2006). Predicting proenvironmental behavior cross-nationally: Values, the theory of planned behavior, and value-belief-norm theory. *Environment and Behavior*, 38(4), 462–483.

Peattie, K. (1992). *Green marketing*. London, UK: Pitman Publishing.

Principato, L., Mattia, G., Di Leo, A., & Pratesi, C. A. (2021). The household wasteful behaviour framework: A systematic review of consumer food waste. *Industrial Marketing Management*, 93, 641–649.

Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. Glencoe, IL: Free Press.

Schwartz, S. (1977). Normative influences on altruism. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 10, pp. 221–279). New York, NY: Academic Press.

Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(3), 550–562.

Schwartz, S. H. (1973). Normative explanations of helping behavior: A critique, proposal, and empirical test. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9(4), 349–364.

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25, pp. 1–65). San Diego, CA: Academic Press.

Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159–170.

Stern, P. C., & Dietz, T. (1994). The value basis of environmental concern. *Journal of Social Issues*, 50(3), 65–84.

Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A value–belief–norm theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Human Ecology Review*, 6(2), 81–97.

Stern, P. C., Dietz, T., & Kalof, L. (1993). Value orientations, gender, and environmental concern. *Environment and Behavior*, 25(5), 322–348.

Stern, P. C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407–424.

Tully, S. M., & Winer, R. S. (2014). Are people willing to pay more for socially responsible products? A meta-analysis. *Journal of Marketing Research*, 51(2), 242–256.

United Nations Environment Programme. (2021). UNEP food waste index report 2021. Nairobi, Kenya: UNEP.

Valor, C., Carrero, I., & Redondo, R. (2014). The influence of knowledge and motivation on sustainable label use. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 27(4), 591–607.

Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable food consumption: Exploring the consumer “attitude-behavioural intention” gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 169–194.

Vinson, D. E., Scott, J. E., & Lamont, L. M. (1977). The role of personal values in marketing and consumer behavior. *Journal of Marketing*, 41(2), 44–50.

Wakefield, K. L., & Inman, J. J. (2003). Situational price sensitivity: The role of consumption occasion, social context and income. *Journal of Retailing*, 79(4), 199–212.

Wauters, E., Biielders, C., Poesen, J., Govers, G., & Mathijs, E. (2010). Adoption of soil conservation practices in Belgium: An examination of the theory of planned behaviour in the agri-environmental domain. *Land Use Policy*, 27(1), 86–94.

Winston, B. J. (1974). The relationship of awareness to concern for environmental quality among selected high school students. *Dissertation Abstracts International*, 35, 3412A.