

Play

건강관리 트렌드 리포트 2022

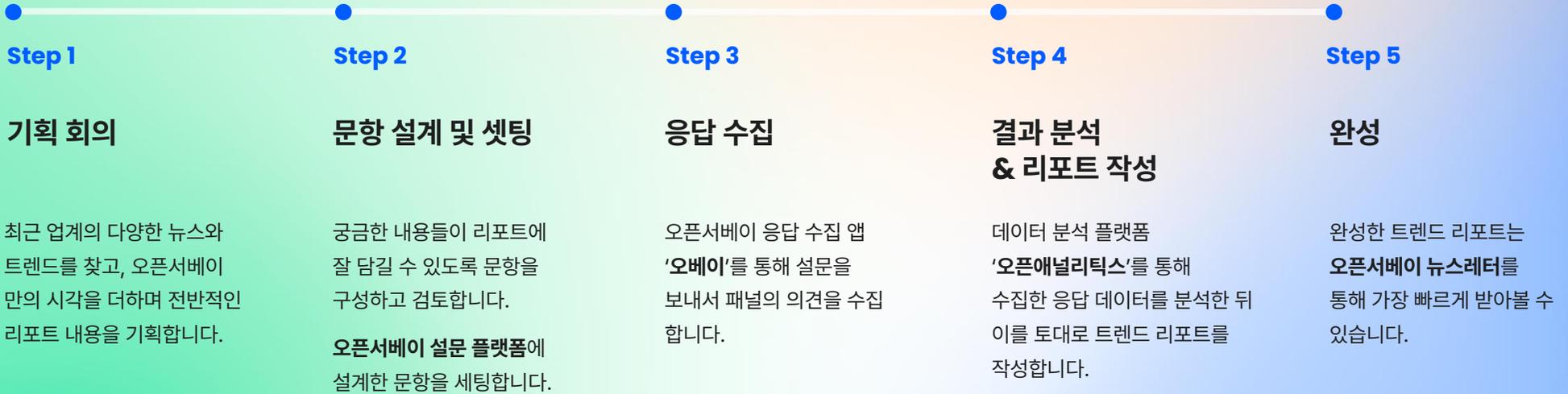
2022. 08
www.opensurvey.co.kr

opensurvey

오픈서베이 트렌드 리포트는 먹고, 사고, 시간을 보내는 것에 대한 데이터를 담고 있습니다.

Eat + Buy + Play

오픈서베이 트렌드 리포트는 아래와 같은 과정을 거쳐 제작됩니다.



주요 용어 안내

[Base: 응답 대상자, N=응답자 수, 문항 유형, 단위]

- 1 **응답 대상자:** [Base]의 첫 번째 항목으로 해당 문항에 응답한 사람의 조건을 의미합니다. 리포트 전체 응답 대상자와 문항별 응답 대상자가 다를 수 있습니다.
- 2 **응답자 수:** 해당 문항에 응답한 사람의 수입니다. 같은 리포트라도 문항에 따라 응답 대상자가 달라지면 응답자 수가 달라질 수 있습니다.
- 3 **문항 유형:** 응답자가 답한 문항의 유형이 무엇인지 표기한 항목입니다. 문항 유형에 따라 수치가 뜻하는 바가 달라질 수 있습니다.

단일 응답

응답자가 문항에서 선택할 수 있는 보기 개수는 단 1개로 총합은 항상 100%가 됩니다.

중복 응답

응답자가 문항에서 선택할 수 있는 보기가 1개 이상으로 총합은 일반적으로 100% 이상입니다.

평가형 응답(N점)

응답자가 제시된 문항에 대해 긍정/부정 응답을 한 비중과 평균 점수를 표기합니다.

순위형 응답(1~N순위)

1순위 데이터는 단일 응답과 동일하게 취급, 1~N순위 합계 데이터는 복수 응답과 동일하게 취급합니다.

주관식 응답

숫자형 평균이나 중앙값 위주로 표기합니다.
문자형 응답 내용을 그대로 보여주거나 워드클라우드 형태로 그룹화하여 표기합니다.

- 4 **단위:** 트렌드 리포트의 각종 수치는 단위가 생략되어 있으며, 각 표/그래프 아래의 [Base]를 통해 단위를 확인할 수 있습니다.

비율 (%) 전체 응답 대비 상대적인 비율로, 표준 유효 숫자 규칙에 따라 반올림해 소수점 1의 자리까지 표기했습니다. 따라서 총합이 100이 되지 않는 경우가 있습니다.

평균(점) 평가형 문항 응답의 평균 점수로, 소수점 셋째 자리에서 반올림하여 소수점 둘째 자리까지 표기합니다.

표/그래프에 자주 나오는 용어 정리

증감/Gap(±%) 기준이 되는 값과 특정 응답 값 사이의 절대적인 비율 차이를 의미합니다.

Top2/3% 평가형 문항 응답에서 긍정 응답자의 비율입니다.
5점 척도의 경우 일반적으로 4~5점 선택자의 비율을 Top2%로 표기,
7점 척도는 5~7점 선택자의 비율을 Top3%로 표기합니다.

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 전반적인 건강 관련 인식
2. 식단 관리 인식 및 행태
3. 건강기능식품 구매 및 취식 행태
4. 운동 관련 행태
5. 건강/운동 관련 기록 행태

들어가며

식단 관리·건강기능식품·운동까지 건강관리 관련 시장 살펴보기

여러분은 스스로 건강하다고 생각하시나요?

오픈서베이 건강관리 트렌드 리포트 2022에 따르면 20~60대 남녀 10명 중 단 3명만 자신이 건강하다고 생각합니다. 보통은 체력 저하·만성 피로·목/어깨 통증 등 건강 관련 고민을 가지고 있죠. 그래서인지 많은 사람들이 평소 식단 관리를 하거나, 건강기능식품을 섭취하거나, 정기적으로 운동을 합니다.

이에 리포트는 평소 사람들의 건강관리에 대한 인식과 함께 식단 관리 행태·건강기능식품 구매 및 취식 행태·운동 관련 행태를 종합적으로 다룹니다. 주로 섭취하는 단백질/프로틴 제품은 무엇인지, 건기식 구매 시 해외직구는 얼마나 이용하는지, 운동 유형에 따라 지출 금액은 얼마나 다른지 등 구체적인 내용이 궁금했다면 리포트를 살펴보시기 바랍니다.



Eat



Buy



Play

조사 목적

<p>1. 전반적인 건강 관련 인식</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 건강한 삶에 대한 인식 • 본인의 건강 수준, 건강 관심도 	<ul style="list-style-type: none"> • 건강 관련 고민 • 건강 관련 가장 신경 쓰는 부분
<p>2. 식단 관리 인식 및 행태</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 식단 관리 노력 정도 • 평소 섭취 노력하는 영양 성분, 영양 성분 섭취 방법 • 실천하는 식단 관리 방법, 식단별 준비 방법, 한 끼당 지출 비용 • 단백질/프로틴 제품 섭취 경험 및 제품, 섭취 빈도 	<ul style="list-style-type: none"> • 단백질/프로틴 제품 섭취 이유 • 단백질/프로틴 제품 선택 시 중요 고려 요소, 선호하는 단백질 형태 • '건강한 식단' 관련한 정보 수집 채널
<p>3. 건강기능식품 구매 및 취식 행태</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 건강기능식품 취식 경험 및 제품 • 건강기능식품 취식 빈도, 구매 담당자 • 건강기능식품 취식 이유 • 건강기능식품 관련 정보 수집 채널, 가장 신뢰하는 채널 	<ul style="list-style-type: none"> • 건강기능식품 선택 시 중요 고려 요소 • 건강기능식품 연간 구매 빈도, 1회 구매 시 지출 비용 • 건강기능식품 구매 채널, 온라인 구매 채널, 채널별 이용 이유 • 건강기능식품 비취식 이유, 향후 취식 의향, 취식 의향 있는 식품
<p>4. 운동 관련 행태</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 경험해본 운동 종류, 현재 하고 있는 운동 • 운동별 주목적, 운동 빈도, 1회 소요 시간, 운동 강도 	<ul style="list-style-type: none"> • 운동별 강습/회원/참가비 관련 월 지출 비용 • 운동별 운동장비/의류 관련 월 지출 비용
<p>5. 건강/운동 관련 기록 행태</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 평소 건강/운동 관련 기록 항목, 기록 행태 	<ul style="list-style-type: none"> • 기록 시 활용 기기, 사용하는 앱/서비스, 기록 공유 목적

조사 설계

조사 방법 본 조사는 오픈서베이 패널 중, 조사 대상에 해당하는 응답자를 선정하여 모바일 앱으로 응답을 수집하는 **모바일 서베이**로 진행되었습니다.

조사 지역 전국

국내 거주하는 만 20~69세 남녀

성x연령 (5세 단위), 수도권/비수도권 인구 비례 할당으로 응답자를 모집

조사 대상

세부 할당은 아래 표 참고

	연령									합계		합계
	20~24세	25~29세	30~34세	35~39세	40~44세	45~49세	50~54세	55~59세	60~69세			
남성	41	49	46	46	55	56	62	56	100	511	수도권	512
여성	39	45	42	44	52	55	60	55	97	489	비 수도권	488
합계	80	94	88	90	107	111	122	111	197	1000	합계	1000

응답자 수 1,000명

조사 기간 2022년 7월 23일

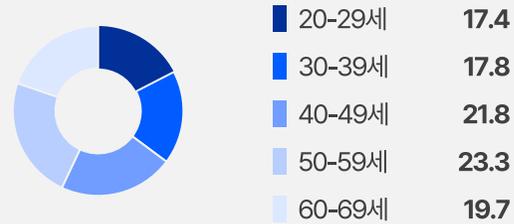
응답자 특성

전국 만 20~69세 남녀를 대상으로 조사를
진행하였습니다.

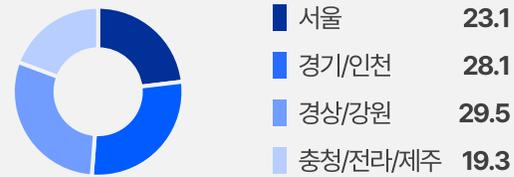
성별



연령



지역



직업



Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

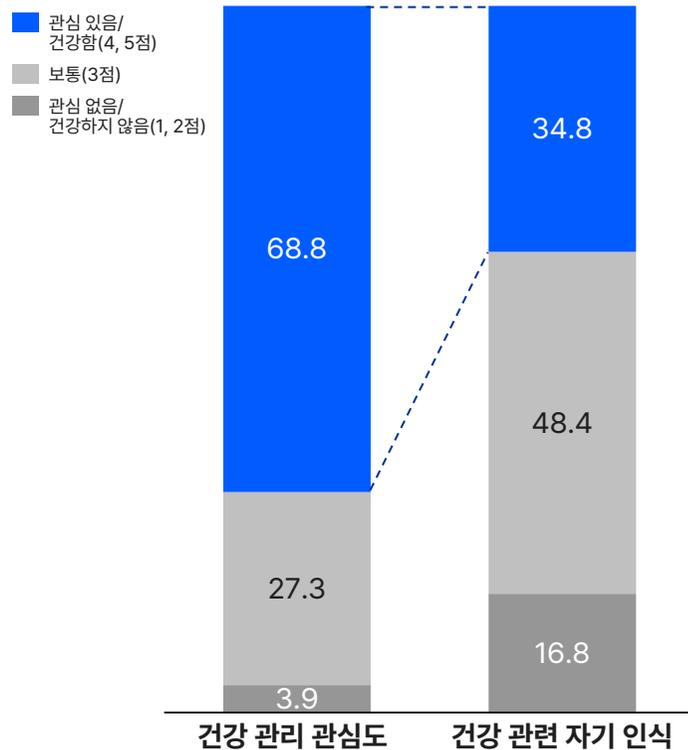
1. 전반적인 건강 관련 인식
2. 식단 관리 인식 및 행태
3. 건강기능식품 구매 및 취식 행태
4. 운동 관련 행태
5. 건강/운동 관련 기록 행태

01 10명 중 7명은 건강관리에 대한 관심은 높지만 스스로 건강하다고 인식하는 응답자는 그 절반 수준입니다

체력 저하와 만성 피로는 응답자들의 가장 큰 건강 관련 고민인 동시에 건강과 관련해 가장 신경 쓰는 부분 중 하나이기도 합니다. 목/어깨, 허리 등 다양한 부위의 통증은 고민이긴 하지만 현재 건강과 관련해 가장 신경 쓰고 있는 부분은 아닌 것으로 나타납니다.

건강관리 관심도 VS 건강 관련 자기 인식

[Base: 전체 응답자, N=1000, 평가형 응답(5점 척도), %]



건강 관련 고민 Top 5

[Base: 전체 응답자, N=1000, 중복 응답, %]



- TOP 1 체력 저하
- TOP 2 만성 피로
- TOP 3 목/어깨 통증
- TOP 4 허리 통증
- TOP 5 발목/무릎/다리 통증

건강 관련 신경쓰는 부분 Top 5

[Base: 전체 응답자, N=1000, 순위형 응답(1~5순위), %]



- 체중 관리
- 스트레스 해소/관리
- 식습관
- 체력 증진
- 피로 회복

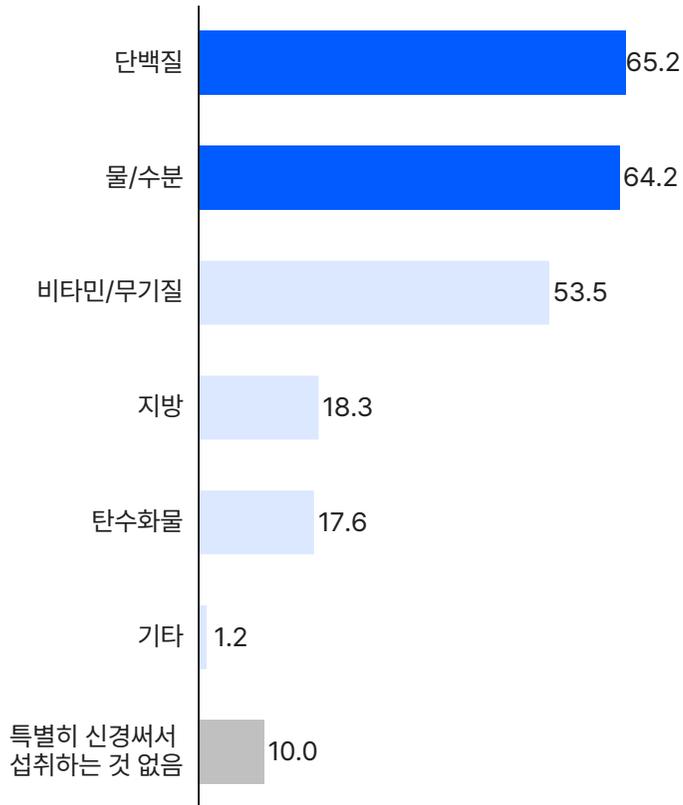
02 단백질은 전 연령대에서 신경 써서 섭취하는 영양 성분이며 일부는 고단백 식단을 실천하기도 합니다

전체의 90%가 특정 영양 성분을 신경 써서 섭취하고 있으며 실제 특정 식단을 실천하는 소비자는 전체의 56.8%에 달합니다.

실천하고 있는 식단이 있는 응답자의 약 60%가 재료를 구매하여 직접 조리하며 한 끼에 지출하는 비용은 평균 9,600원 수준입니다.

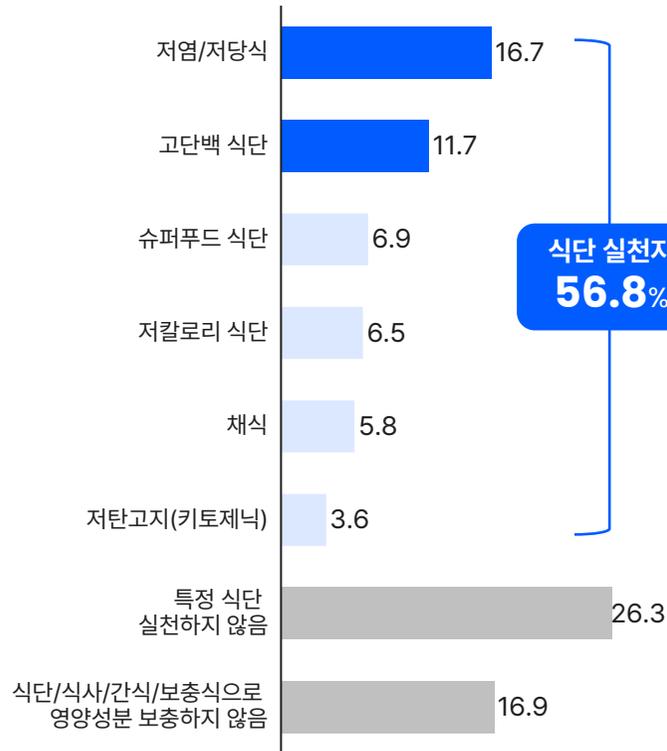
평소 신경 써서 섭취 노력하는 영양 성분

[Base: 전체 응답자, N=1000, 중복 응답, %]



현재 실천하고 있는 식단

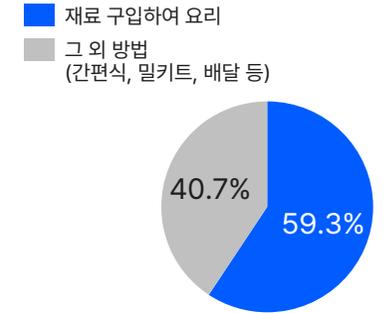
[Base: 전체 응답자, N=1000, 순위형 응답(1순위), %]



*3% 미만 실천 식단 제시하지 않음

실천하는 식단 마련법

[Base: 현재 실천하는 식단 있는 자, N=568, 단일 응답, %]



식단 한 끼당 지출 비용

[Base: 현재 실천하는 식단 있는 자, N=568, 단일 응답, 평균(원/끼니)]

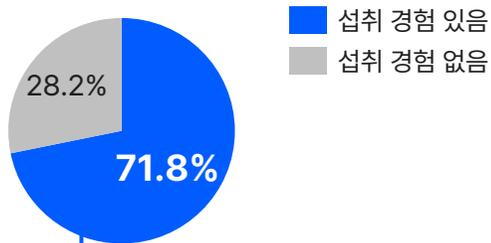
한 끼 **9,600원**

03 단백질/프로틴은 제품으로도 다양하게 섭취되고 있으며 포장 단백질 식품과 프로틴 분말 섭취가 많습니다

단백질/프로틴 구매 시 단백질 함량·맛/향·가격 등을 우선적으로 고려하며, 일반 식사에서 부족한 단백질을 보충하거나 체력/활력 증진 등을 위해 단백질을 섭취하는 것으로 나타납니다.

단백질/프로틴 제품 섭취 경험

[Base: 전체 응답자, N=1000, 중복 응답, %]



단백질/프로틴 구매 시 고려 요소 및 섭취 상황

[Base: 현재 단백질/프로틴 제품 섭취하는 자, N=542, 순위형 문항(1~3순위), %]

단백질/프로틴 제품 구매 시 고려 요소 Top 3

- TOP 1 단백질 함량
- TOP 2 맛/향
- TOP 3 가격

단백질/프로틴 제품 섭취 상황 Top 3

- TOP 1 일반 식사에서 부족한 단백질을 보충하기 위해
- TOP 2 체력 및 활력 증진을 위해
- TOP 3 다이어트를 위한 가벼운 식사/간식 대용

동아일보

동아경제 | 경제

저칼로리 열풍에 이은 ‘덤벨 이코노미’... 단백질 품은 식품이 뜬다

윤우열 동아닷컴 기자
입력 2022-07-25 17:56 | 업데이트 2022-07-25 17:58



한국일보

프로틴 도시락에 1kg 닭가슴살까지...편의점은 단백질 식품 열풍

입력 2022-02-20 18:30



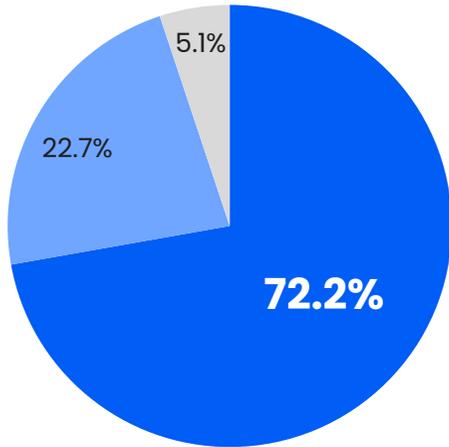
CJ의 THE건강서던 프로틴UP 도시락을 비롯해 다양한 단백질 식품들. CJ 제공

04 2069 남녀 70% 이상이 현재 건강기능식품을 섭취하고 있으며, 유산균/장건강 영양제를 가장 많이 먹습니다

건강기능식품은 주로 온라인에서 구매가 이루어지고 있으며 온라인에서는 오픈마켓·소셜커머스·해외직구가, 오프라인에서는 약국·창고형 매장·대형마트가 주요한 구매처로 꼽힙니다.

건강기능식품 취식 현황

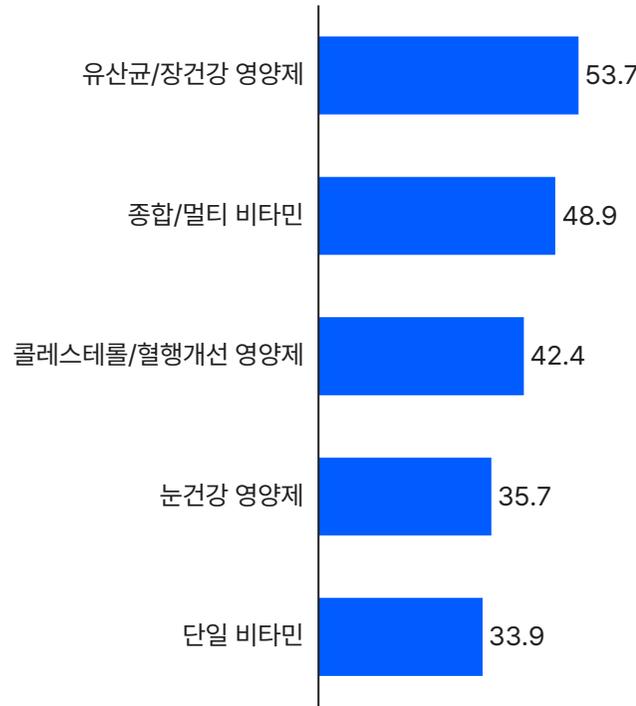
[Base: 전체 응답자, N=1000, 단일 응답, %]



- 현재 건강기능식품 섭취 중
- 과거에 섭취했지만, 현재는 섭취하지 않음
- 한 번도 건강기능식품을 섭취해본 경험 없음

현재 섭취하는 건강기능식품 TOP 5

[Base: 현재 건강기능식품 먹는 자, N=722, 중복 응답, %]



건강기능식품 구매 채널

[Base: 본인이 직접 선택 및 구매하는 자, N=533, 순위형 응답(1순위), %]

온라인 구매율

65.7%

Top 3 구매 채널

- TOP 1 오픈마켓**
(옥션, G마켓, 11번가 등)
- TOP 2 소셜커머스**
(쿠팡, 티몬, 위메프 등)
- TOP 3 해외직구**
(아이허브, 쿠팡 로켓직구 등)

오프라인 구매율

28.0%

Top 3 구매 채널

- TOP 1 약국**
- TOP 2 창고형 매장**
(코스트코, 이마트 트레이더스 등)
- TOP 3 대형마트**
(이마트, 홈플러스 등)

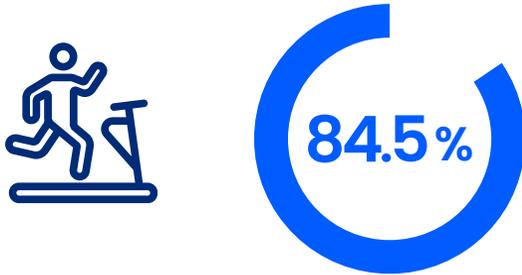
05 전체의 84.5%는 현재 꾸준히 운동을 하고 있으며 접근성이 좋은 걷기 운동을 가장 많이 하고 있습니다

현재 지속적으로 운동하는 응답자는 평균적으로 일주일에 약 3.7회, 1회당 1시간씩 운동하는 것으로 나타납니다.

회비나 수강료에는 월평균 6만 원 정도를, 장비에는 월평균 4.5만 원 정도를 지출합니다.

현재 운동 여부

[Base: 전체 응답자, N=1000, 중복 응답, %]



세부 운동 행태

[Base: 현재 지속적으로 운동하는 자, N=845]

운동 빈도
(단위: 주/회)



주 **3.7** 회

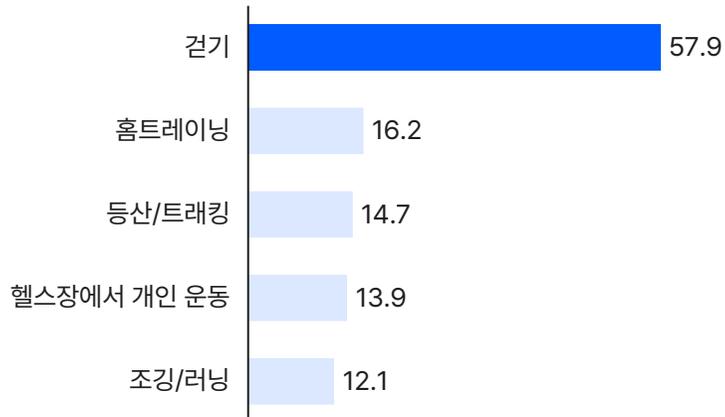
1회 운동 시간
(단위: 회/시)



1회 **1.0** 시간

현재 꾸준히 하고 있는 운동 TOP 5

[Base: 한 번이라도 운동해본 자, N=993, 순위형 응답(1~3순위), %]



운동 지출(수강료/회비)
(단위: 월/원)



월 **6.0** 만 원

운동 지출(장비)
(단위: 월/원)



월 **4.5** 만 원

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

- 1. 전반적인 건강 관련 인식**
2. 식단 관리 인식 및 행태
3. 건강기능식품 구매 및 취식 행태
4. 운동 관련 행태
5. 건강/운동 관련 기록 행태

모든 연령대 공통적으로 건강한 삶이란 몸과 마음이 건강하고, 스트레스를 받지 않는 삶이라고 답했습니다

규칙적인 생활, 운동과 취미 생활, 좋은 음식, 여행 등도 건강한 삶의 조건으로 함께 언급되었습니다.

특히 60대는 신체적 질병과 사고 등에서 자유로운 삶을 더 많이 희망합니다.

건강한 삶이란?

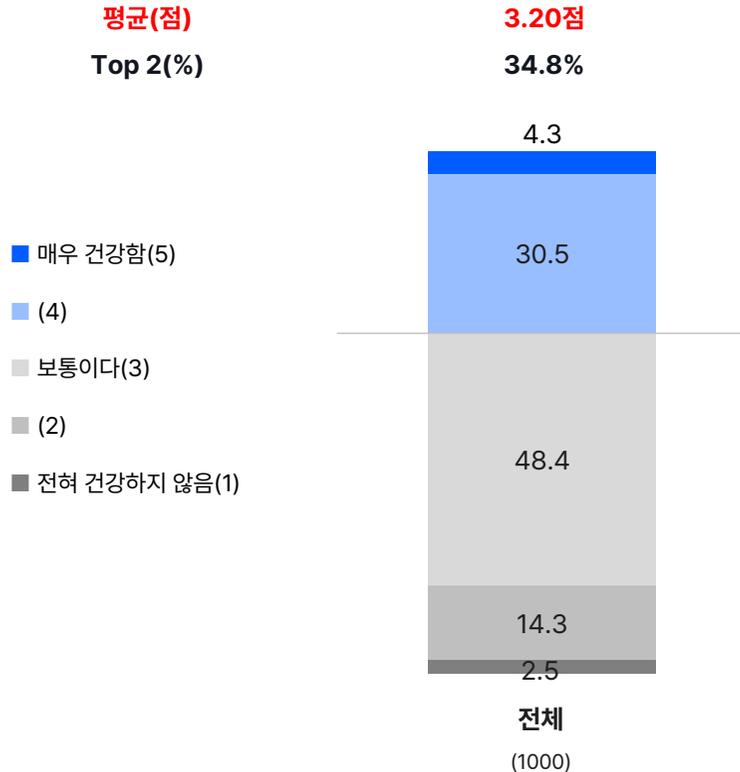
20대	30대	40대	50대	60대
<p>“몸과 마음이 건강한 삶. 체력을 기르고 유지하기 위해 꾸준히 운동하고, 사회생활에서 오는 스트레스를 관리할 줄 알고 도덕적인 사고를 할 수 있는 정신의 건강을 지키는 것”</p> <p>- 27세 여성, 사무/기술직, 대구</p>	<p>“바른 가치관과 목표 의식을 가지고 하고 싶은 일을 하고, 체력과 정신력이 균형 잡힌 상태로 사는 것”</p> <p>- 31세 남성, 무직, 부산</p>	<p>“금전적으로 부족하지 않고 가족 간 화목하며 질병이 없는 삶”</p> <p>- 45세 남성, 사무/기술직, 경남</p>	<p>“규칙적인 식사와 운동으로 자기 건강관리하면서 긍정적 사고로 주어진 일에 최선을 다하는 삶이 아닐까 ”</p> <p>- 59세 여성, 자영업, 서울</p>	<p>“특별히 아픈 곳 없이 스트레스 덜 받으며 자기가 좋아하는 일을 하는 것. 더불어 가족들이 화목하면 금상첨화입니다”</p> <p>- 65세 남성, 자영업, 부산</p>
<p>“정신적이나 육체적으로 스트레스를 받지 않는 것이다. 나만의 스트레스 해결법을 찾아야 한다.”</p> <p>- 28세 여성, 무직, 세종</p>	<p>“좋아하는 사람들과 좋은 음식을 먹고 건강한 운동과 스트레스를 풀 수 있는 취미 하나쯤 즐기면서 사는 것”</p> <p>- 38세 여성, 자유/전문직, 대전</p>	<p>“가족이 화목하고, 가족들이 모두 건강한 삶이다”</p> <p>- 46세 여성, 전업주부, 부산</p>	<p>“건강하고 경제적으로 어려움이 없는 삶”</p> <p>- 50세 남성, 경영/관리직, 경기</p>	<p>“평소에 질병이 걸리지 않고 사고도 없이 잘 지낼 수 있는 것을 건강한 삶이라고 생각합니다”</p> <p>- 60세 남성, 경영/관리직, 광주</p>
<p>“꾸준히 운동하고 건강한 취미를 갖는 삶이다”</p> <p>- 24세 남성, 대학생, 대전</p>	<p>“일과 휴식이 적절하게 섞여 균형 있는 삶이 건강한 삶이라고 생각합니다”</p> <p>- 35세 남성, 사무/기술직, 서울</p>	<p>“좋은 음식 섭취하며 운동하면서 스트레스 안 받고 몸 아프지 않게 살아가는 것”</p> <p>- 44세 남성, 기능/작업직, 경남</p>	<p>“건강한 밥상에서 가족과 도란도란 웃으며 식사하는 삶”</p> <p>- 56세 여성, 전업주부, 경기</p>	<p>“욕심에 집착하지 않고 가족과의 관계를 돈독하게, 규칙적인 운동과 건강한 식생활을 유지, 대인관계를 원활히 하면서 소통하는 삶”</p> <p>- 65세 여성, 무직, 경기</p>
<p>“자유를 느끼며 속박되지 않고 원하는 것을 하는 삶이 아닐까요”</p> <p>- 26세 남성, 사무/기술직, 광주</p>	<p>“질병이나 부상을 안 당하고 인간관계가 원만한 삶”</p> <p>- 31세 남성, 농/임/어/축산업, 경남</p>	<p>“크게 아픈 곳 없고 타인의 삶도 배려할 수 있는 마음의 여유가 있는 삶”</p> <p>- 47세 남성, 경영/관리직, 세종</p>	<p>“아프지 않고 소소한 재미를 느끼는 삶”</p> <p>- 50세 남성, 사무/기술직, 경기</p>	<p>“노인성 질환 없이 다니는데 불편함이 없이 영위하는 생활”</p> <p>- 60세 남성, 사무/기술직, 부산</p>
<p>“자유를 느끼며 속박되지 않고 원하는 것을 하는 삶이 아닐까요”</p> <p>- 26세 남성, 사무/기술직, 광주</p>	<p>“질병이나 부상을 안 당하고 인간관계가 원만한 삶”</p> <p>- 31세 남성, 농/임/어/축산업, 경남</p>	<p>“아픈 곳 없고 약 먹을 일 없고 스트레스 없고 빨리 늙지 않는 삶”</p> <p>- 43세 여성, 전업주부, 서울</p>	<p>“바른 생각과 남을 배려하고 하루하루 감사하며 사는 삶”</p> <p>- 57세 여성, 전업주부, 경기</p>	<p>“자신을 내려놓고 즐거운 마음으로 생활하는 것. 욕심을 버리는 것”</p> <p>- 64세 여성, 자영업, 서울</p>
<p>“규칙적인 생활과 건강한 음식 섭취, 책을 자주 읽고 본인의 주관이 뚜렷하게 사는 것”</p> <p>- 28세 여성, 사무/기술직, 서울</p>	<p>“삼시세끼 잘 챙겨 먹고 하루에 6시간 이상 자는 것 이라고 생각합니다”</p> <p>- 33세 여성, 자유/전문직, 대전</p>	<p>“규칙적인 운동과 건강한 식사 습관, 스트레스를 덜 받도록 노력, 삶을 즐겁게 살아가자는 마음가짐이 동반된 삶이라고 생각합니다”</p> <p>- 47세 여성, 전업주부, 인천</p>	<p>“자신이 하고자 하는 일을 무리하지 않고 한,두 가지의 취미로 여가를 즐기며 주변 지인들과 어울리며 밝게 생활하는 삶”</p> <p>- 56세 남성, 자영업, 경남</p>	<p>“소중한 이웃들과 함께하는 여유로운 삶”</p> <p>- 63세 여성, 자유/전문직, 세종</p>

전체 응답자 중 본인이 건강하다고 생각하는 비율은 34.8%에 불과합니다

건강 수준에 대한 인식이 성/연령별로 큰 차이를 보이지는 않지만, 건강과 식단 관리에 관심이 높은 사람들은 본인을 건강하다고 인식하는 비중이 높은 편입니다.

건강 수준에 대한 인식 - "스스로 얼마나 건강하다고 생각하시나요?"

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)



	성별		연령				
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대
Base	(511)	(489)	(174)	(178)	(218)	(233)	(197)
건강 수준 인식 Top 2%	37.8	31.7	34.5	35.4	31.7	33.5	39.6

	건강관리 관심도		식단 관리 관심도		운동 관여도 (빈도)		
	높음	낮음	높음	낮음	높음	보통	낮음
Base	(688)	(312)	(487)	(513)	(388)	(318)	(139)
건강 수준 인식 Top 2%	41.6	19.9	47.0	23.2	38.9	39.3	31.7

본 리포트 내 배너 구분 기준

- *건강관리 관심도: 건강관리에 대한 관심이 높거나(5점 척도 중 4, 5점), 낮음(5점 척도 중 1, 2, 3점)
- *식단 관리 관심도: 식단 관리에 대한 관심이 높거나(5점 척도 중 4, 5점), 낮음(5점 척도 중 1, 2, 3점)
- *운동 관여도: 높음(주 4회 이상 운동), 보통(주 2-3회 운동), 낮음(주 1회 이하 운동)

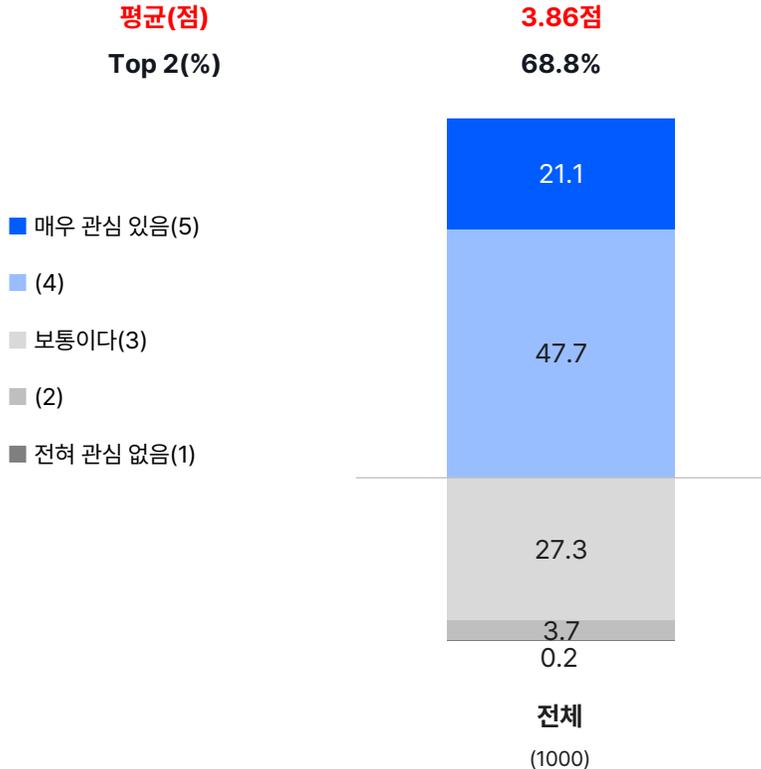
한편, 건강관리에 대한 관심도는 68.8%로 높은 편입니다

건강에 대한 관심은 성별 및 연령별 차이 없이 두루 높게 나타납니다.

스스로 건강하다고 인식하고, 식단 관리에 관심이 높고, 운동 고관여자일수록 건강관리에 관심이 높습니다.

건강관리 관심도 - "평소 건강관리에 얼마나 관심이 있으신가요?"

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)



	성별		연령				
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대
Base	(511)	(489)	(174)	(178)	(218)	(233)	(197)
건강관리 관심도 Top 2%	70.6	66.9	62.6	69.1	64.7	73.0	73.6

	건강 수준 인식		식단 관리 관심도		운동 관여도 (빈도)		
	높음	낮음	높음	낮음	높음	보통	낮음
Base	(286)	(402)	(416)	(272)	(306)	(226)	(84)
건강관리 관심도 Top 2%	82.2	61.7	85.4	53.0	78.9	71.1	60.4

건강 관련 고민으로는 체력 저하·만성 피로·목/어깨 통증 등이 우선적으로 언급되고 있습니다

남성보다 여성이 건강 관련 고민이 더 많은 편이고, 연령별로 살펴보면 20대의 건강 관련 고민이 가장 높은 것으로 나타납니다.

20대는 체력 저하·소화 불량·두통·빈혈 등이, 30대는 만성 피로·소화 불량, 40대는 두통, 60대는 발목/무릎/다리 통증 등이 건강 관련 고민으로 꼽힙니다.

건강 관련 고민

전체 대비 유의미하게 ■ 높음 ■ 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령				
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대
Base	(1000)	(511)	(489)	(174)	(178)	(218)	(233)	(197)
체력 저하	47.5	45.4	49.7	57.5	52.2	52.3	39.5	38.6
만성 피로	42.3	44.2	40.3	43.7	56.7	48.6	36.9	27.4
목/어깨 통증	41.4	38.2	44.8	40.8	46.6	36.2	42.9	41.1
허리 통증	39.3	37.2	41.5	33.3	44.9	43.6	33.5	41.6
발목/무릎/다리 통증	31.5	28.8	34.4	27.6	23.6	30.7	33.5	40.6
안구건조증/눈 통증	29.5	24.9	34.4	35.6	24.7	25.2	32.2	29.9
수면 장애	27.0	25.4	28.6	27.0	24.2	24.8	27.9	31.0
손목/팔 통증	26.6	21.5	31.9	25.3	32.0	24.8	24.5	27.4
소화 불량	22.2	21.7	22.7	30.5	28.7	23.4	15.9	15.2
두통/편두통	20.5	14.1	27.2	26.4	22.5	26.6	15.5	12.7
여성/남성 질환	11.7	8.0	15.5	12.6	10.7	16.1	7.7	11.7
호흡기 질환	10.5	11.5	9.4	13.2	13.5	9.6	7.3	10.2
빈혈	7.4	5.1	9.8	15.5	7.3	7.8	3.9	4.1
건강 관련 고민 수(평균)	3.7개	3.4개	4.0개	4.0개	3.9개	3.8개	3.3개	3.4개

[Base: 전체 응답자, N=1000, 중복 응답, %]

건강 관련하여 가장 많이 신경 쓰는 부분은 체중 관리이며, 그 외에도 스트레스 관리·식습관 등이 꼽힙니다

20대는 체력 증진과 자세 교정에, 30대는 스트레스 관리에 신경을 더 쓰고 있으며, 60대는 질병 예방과 식습관 관리에 많은 신경을 쓰고 있습니다.

본인이 건강하다고 인식하는 사람들은 체력 증진에도 신경을 쓰는 반면, 본인이 건강하지 않다고 여기는 사람들은 통증 관리에 신경 쓰는 비중이 큼니다.

건강 관련 가장 신경 쓰는 부분 Top 3

전체 대비 유의미하게 ■ 높음 ■ 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령					건강 수준 인식	
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	높음	낮음
Base	(1000)	(511)	(489)	(174)	(178)	(218)	(233)	(197)	(348)	(652)
체중 관리	40.7	40.7	40.7	37.9	43.8	40.8	41.6	39.1	45.4	38.2
스트레스 해소/관리	37.6	37.0	38.2	29.9	44.4	41.7	34.8	37.1	38.2	37.3
식습관	32.4	28.4	36.6	33.3	26.4	35.8	27.5	39.1	33.0	32.1
체력 증진	32.1	37.0	27.0	39.7	29.8	29.4	30.9	32.0	38.2	28.8
질병/질환 예방	29.7	31.3	28.0	16.1	23.6	25.7	34.8	45.7	26.1	31.6
면역력 향상	29.2	25.0	33.5	21.8	30.3	30.7	28.8	33.5	31.6	27.9
피로 회복	28.8	33.3	24.1	33.3	32.6	29.8	31.8	16.8	27.3	29.6
수면 습관	21.6	19.0	24.3	25.9	20.2	19.7	21.5	21.3	23.0	20.9
자세 교정	16.6	14.7	18.6	28.2	17.4	15.1	10.7	14.2	16.4	16.7
통증 완화/관리	10.5	10.6	10.4	8.6	8.4	9.6	11.6	13.7	4.6	13.7

[Base: 전체 응답자, N=1000, 순위형 응답(1~3순위), %]

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

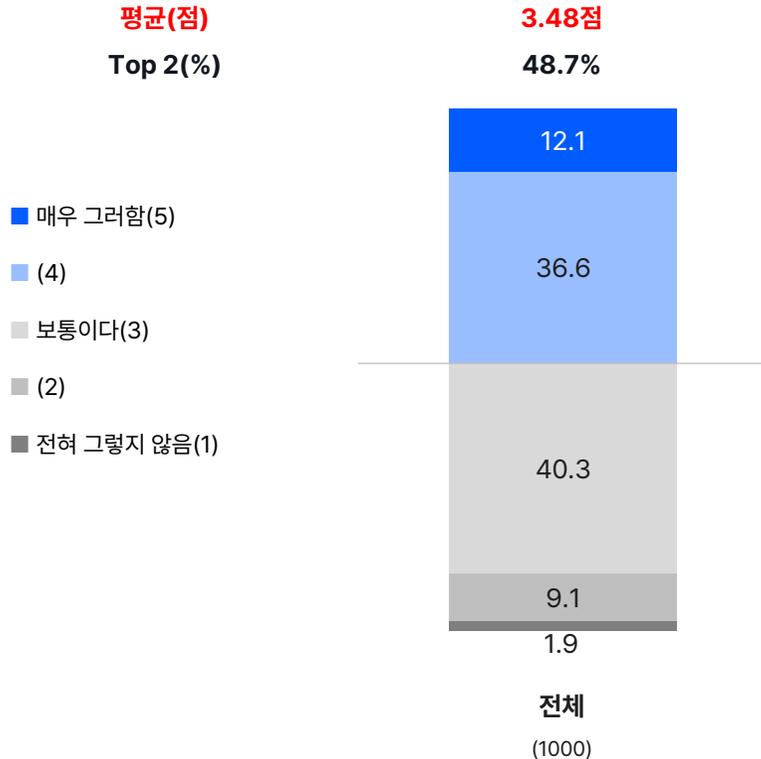
1. 전반적인 건강 관련 인식
- 2. 식단 관리 인식 및 행태**
3. 건강기능식품 구매 및 취식 행태
4. 운동 관련 행태
5. 건강/운동 관련 기록 행태

전체 응답자의 약 48.7%는 평소 음식과 음료 취식 시 건강에 미치는 영향을 우선적으로 고려합니다

특히, 60대에서 식단을 관리하려는 의지가 큰 편이며, 건강에 대한 관심이 높은 층에서 식단 관리도 적극적으로 하고 있습니다.

식단 관리 노력/관심 정도 - "나는 평소에 먹을거리, 마실거리를 선택할 때 건강에 미치는 영향을 우선적으로 고려한다"

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)



	성별		연령				
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대
Base	(511)	(489)	(174)	(178)	(218)	(233)	(197)
Top2%	47.0	50.5	43.1	41.6	42.7	52.8	61.9

	건강관리 관심도	
	높음	낮음
Base	(688)	(312)
Top2%	60.5	22.8

모든 연령대 공통적으로 단백질·물/수분·비타민/무기질 섭취 노력을 중요시하고 있습니다 주로 식단/식사를 통해 섭취하고, 부족한 것은 건강기능식품을 통해 보충하고 있습니다

특히, 60대와 식단 관리에 대한 관심이 높은 층에서 다양한 영양 성분 섭취를 위해 노력합니다.

평소 섭취 노력하는 영양 성분

전체 대비 유의미하게
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	연령					식단 관리 관심도	
		20대	30대	40대	50대	60대	높음	낮음
Base	(1000)	(174)	(178)	(218)	(233)	(197)	(487)	(513)
단백질	65.2	58.0	57.9	61.0	70.8	76.1	78.0	53.0
물/수분	64.2	63.8	65.7	62.8	61.4	68.0	70.4	58.3
비타민/무기질	53.5	39.7	50.6	57.3	57.5	59.4	65.9	41.7
지방	18.3	13.2	12.4	15.6	18.0	31.5	24.4	12.5
탄수화물	17.6	19.5	19.1	13.3	17.2	19.8	21.8	13.6
특별히 섭취 노력하는 영양 성분 없음	10.0	12.1	9.6	11.0	9.9	7.6	3.3	16.4

영양 성분 섭취 경로

	전체
Base	(1000)
식단/식사를 통해서 섭취함	77.0
건강기능식품을 통해 보충	59.8
간식/보충식 등을 통해 섭취함	23.0

식단에 신경 쓰는 집단이 신경 안 쓰는 집단 대비 모든 방법별 높은 응답률을 보임

인기 있는 식단 관리법으로 저염/저당식 식단·고단백 식단·슈퍼푸드 식단 등이 꼽힙니다

여성층에서는 저칼로리 식단으로 관리하는 비중이 상대적으로 높습니다.

연령이 높을수록 저염/저당식·슈퍼푸드 식단·저칼로리 식단·채식 식단을 실천하는 비중이 증가하는 경향을 보입니다.

실천하는 식단 관리법

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령					식단 관리 관심도	
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	높음	낮음
Base	(831)	(423)	(408)	(154)	(142)	(178)	(181)	(176)	(421)	(410)
저염/저당식	33.7	34.0	33.3	20.8	29.6	30.9	38.1	46.6	43.7	23.4
고단백 식단	29.2	28.1	30.4	31.2	30.3	25.3	32.0	27.8	37.5	20.7
슈퍼푸드 식단	22.6	18.2	27.2	12.3	19.0	19.7	24.9	35.2	31.8	13.2
저칼로리식단	21.1	15.6	26.7	16.9	19.0	21.9	22.1	24.4	26.1	15.9
채식	19.1	21.3	16.9	12.3	13.4	16.9	21.5	29.5	24.2	13.9
저탄고지 식단 (키토제닉)	9.9	10.9	8.8	11.7	10.6	12.9	7.2	7.4	11.4	8.3
글루텐프리식	6.1	6.6	5.6	3.2	5.6	7.9	7.2	6.3	8.1	4.1
유동식	5.5	7.1	3.9	5.2	4.9	6.7	3.3	7.4	6.7	4.4
고칼슘 식단	5.3	6.1	4.4	4.5	3.5	3.9	6.1	8.0	7.6	2.9
특정 식단을 실천하고 있지 않음	31.6	33.8	29.4	40.9	35.2	34.3	28.7	21.0	16.2	47.6

[Base: 식단 및 간식 통해 영양 보충하는 자, N=831, 순위형 응답(1~3순위), %]

식단을 마련하는 방법으로는 재료를 구매하여 직접 요리하는 비중이 가장 높습니다

특히, 연령대가 높을수록 직접 요리하는 비중이 증가하고, 식단 관리법 중 저염/저당식 식사 시 직접 요리하는 비중이 높습니다.

한편, 20-30대와 저칼로리 식단 관리자는 온라인 도시락 배송을 활용하는 비중이 높습니다.

식단 준비 방법 및 한 끼당 지출 비용

전체 대비 유의미하게 ■ 높음 ■ 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

		전체	성별		연령					실천하는 식단 관리(1순위)					
			남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	저염/저당식	고단백식단	슈퍼푸드식단	저칼로리식단	채식	저탄고지식단
Base		(568)	(280)	(288)	(91)	(92)	(117)	(129)	(139)	(167)	(117)	(69)	(65)	(58)	(36)
식단 준비 방법	재료를 구매하여 직접 요리	59.3	52.1	66.3	42.9	48.9	52.1	69.0	74.1	74.9	54.7	52.2	50.8	62.1	50.0
	온라인에서 밀키트/재료 세트 구매	12.9	15.7	10.1	16.5	15.2	17.9	11.6	5.8	10.2	14.5	15.9	9.2	12.1	19.4
	마트에서 밀키트/재료 세트 구매	10.6	14.3	6.9	8.8	13.0	11.1	8.5	11.5	5.4	6.8	14.5	12.3	19.0	11.1
	온라인에서 도시락 구매/배송	6.2	5.7	6.6	16.5	13.0	2.6	3.1	0.7	1.8	10.3	2.9	18.5	3.4	5.6
	식당/카페 등에서 테이크아웃	3.9	4.6	3.1	6.6	3.3	6.0	1.6	2.9	1.8	2.6	5.8	1.5	1.7	5.6
	식당/카페 등에서 배달해 먹음	3.5	3.9	3.1	5.5	3.3	5.1	3.9	0.7	1.8	7.7	4.3	3.1	0.0	5.6
	마트에서 완조리된 도시락 구매	2.3	2.5	2.1	2.2	2.2	3.4	2.3	1.4	1.8	2.6	2.9	4.6	1.7	0.0
식단 한 끼당 지출 비용(단위:만 원)		0.96만 원	0.94만 원	0.98만 원	0.91만 원	0.97만 원	1.22만 원	0.87만 원	0.84만 원	0.95만 원	1.03만 원	0.85만 원	0.80만 원	0.92만 원	1.04만 원

[Base: 현재 식단 관리하는 자, N=568, 단일 응답, %] *30건 미만 식단 제외

10명 중 7명은 단백질/프로틴 제품을 섭취해보았습니다

현재 섭취하는 단백질 제품은 포장 단백질 식품·프로틴 분말 형태·프로틴바/스낵 순으로 나타났습니다

연령대가 낮을수록, 특히 20대 층에서 다양한 단백질/프로틴 제품을 섭취해본 것으로 나타납니다.

한 번이라도 먹어본 단백질/프로틴 제품

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령				
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대
Base	(1000)	(511)	(489)	(174)	(178)	(218)	(233)	(197)
포장 단백질 식품 (닭가슴살 볼/소세지 등)	38.5	35.6	41.5	57.5	43.8	32.6	32.6	30.5
프로틴 분말 형태	36.7	36.0	37.4	51.7	36.5	32.6	30.5	35.5
프로틴바/스낵 형태 (닥터유 단백질바, 고단백 초코바 등)	36.6	33.3	40.1	58.0	47.2	31.2	28.3	23.9
프로틴 밀크/우유 (셀렉스, 퀘스트, 닥터유 단백질 드링크 등)	32.1	31.1	33.1	44.3	32.0	29.8	24.5	33.0
프로틴 워터/음료 (프로틴워터, 프로틴 탄산 등)	15.3	16.6	13.9	29.9	15.7	11.0	12.4	10.2
프로틴 캡슐/알약	10.0	14.3	5.5	8.0	9.0	9.2	9.9	13.7
단백질/프로틴 제품 먹어본 적 없음	28.2	29.0	27.4	14.9	26.4	33.5	34.3	28.4

현재 섭취 중인 프로틴/단백질 제품

	전체
Base	(718)
포장 단백질 식품 (닭가슴살 볼/소세지 등)	34.1
프로틴 분말 형태	31.2
프로틴바/스낵 형태 (닥터유 단백질바, 고단백 초코바 등)	23.0
프로틴 밀크/우유 (셀렉스, 퀘스트, 닥터유 단백질 드링크 등)	23.0
프로틴 워터/음료 (프로틴워터, 프로틴 탄산 등)	7.7
프로틴 캡슐/알약	6.3
현재 섭취 중인 단백질/프로틴 제품 없음	24.5

[Base: 전체 응답자, N=1000, 중복 응답, %]

[Base: 단백질/프로틴 섭취 경험자, N=718, 순위형 응답(1~3순위), %]

일반 식사에서 부족한 단백질을 보충하기 위해, 체력 증진을 위해, 다이어트 중 식사 또는 간식을 대신하기 위해 단백질/프로틴 제품을 섭취합니다

단백질/프로틴 제품 섭취 이유는 연령대별 차이를 보입니다.

연령대가 높을수록 단백질 보충 및 체력 증진 목적이 주로 나타나나, 20-30대 등 젊은 층에서는 다이어트 대응 및 근육 보충을 위해 섭취하고 있습니다.

단백질/프로틴 제품 섭취 빈도

	전체
Base	(542)
매일 먹음	19.6
일주일에 4-6회 정도 먹음	16.6
일주일에 2-3회 정도 먹음	35.2
일주일에 한 번 정도 먹음	15.9
2-3주에 한 번 정도 먹음	4.6
한 달에 한 번 정도 먹음	4.2
한 달에 한 번 미만 먹음	3.9
일주일 평균 섭취 빈도	3.27회

단백질/프로틴 제품 섭취 이유

	전체	성별		연령				
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대
Base	(542)	(271)	(271)	(110)	(92)	(103)	(117)	(120)
일반 식사에서 부족한 단백질을 보충하기 위해서	54.2	51.3	57.2	47.3	54.3	47.6	51.3	69.2
체력 및 활력 증진을 위해서	45.6	50.6	40.6	27.3	23.9	50.5	54.7	65.8
다이어트를 위한 가벼운 식사/간식 대응으로 먹기 위해서	36.3	30.6	42.1	45.5	51.1	42.7	28.2	19.2
운동 후 근육 보충을 위해서	33.8	39.9	27.7	47.3	39.1	29.1	25.6	29.2
운동 중 에너지 보충을 위해서	22.9	31.4	14.4	24.5	19.6	19.4	28.2	21.7
트렌디한 단백질 식품을 먹어보고 싶어서	8.7	8.5	8.9	9.1	9.8	9.7	6.0	9.2
별다른 이유 없이 먹다 보니	11.3	10.7	11.8	13.6	14.1	8.7	13.7	6.7

전체 대비 유의미하게 높음 낮음 (80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

[Base: 현재 단백질/프로틴 섭취자, N=542, 단일 응답, %]

[Base: 현재 단백질/프로틴 섭취자, N=542, 순위형 응답(1~3순위), %]

단백질/프로틴 제품 선택 시, 단백질 함량 > 맛/향 > 가격 등이 우선적으로 고려됩니다 단백질은 동물성과 식물성 단백질의 비중이 유사하거나, 식물성의 비중이 좀 더 높은 형태를 선호합니다

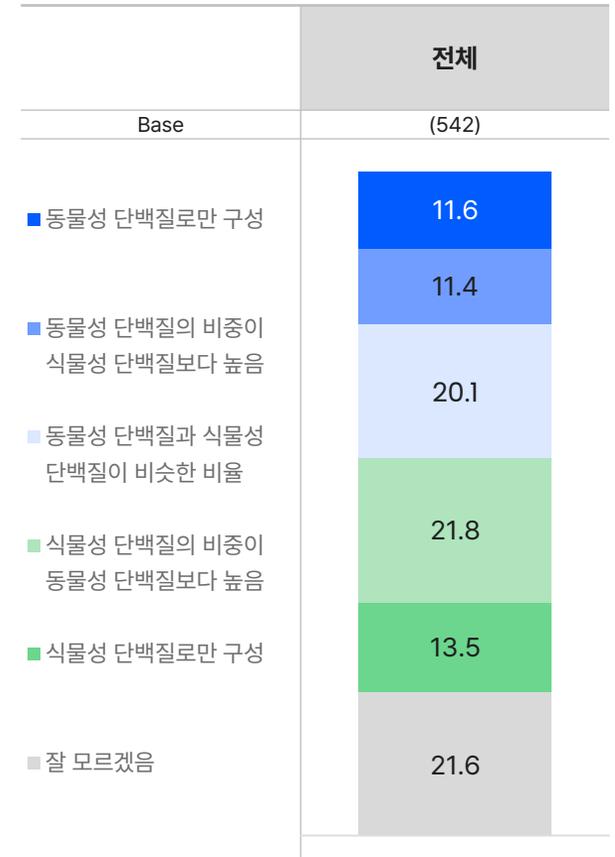
제품 선택 시 20-30대는 맛/향·가격을 중요시하는 반면, 60대는 건강기능식품 승인 여부를 꼼꼼히 살펴봅니다.

단백질/프로틴 제품 선택 시 중요 고려 요소

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	연령				
		20대	30대	40대	50대	60대
Base	(542)	(110)	(92)	(103)	(117)	(120)
단백질 함량	46.3	54.5	35.9	48.5	52.1	39.2
맛/향	37.8	58.2	50.0	37.9	26.5	20.8
가격	33.9	46.4	41.3	31.1	23.1	30.0
단백질 흡수율	27.1	19.1	23.9	21.4	34.2	35.0
건강기능식품 승인 여부	23.8	9.1	14.1	22.3	29.9	40.0
브랜드 인지도	19.2	16.4	19.6	17.5	18.8	23.3
동물성 단백질과 식물성 단백질 비율	15.3	14.5	17.4	13.6	14.5	16.7
단백질 외 부원료	13.5	9.1	15.2	20.4	12.8	10.8
포장 방식	11.4	8.2	14.1	9.7	11.1	14.2
제형	11.1	8.2	12.0	16.5	9.4	10.0
속쓰림 등 부작용 여부	10.7	14.5	8.7	9.7	9.4	10.8
브랜드 가치 및 철학	7.2	4.5	3.3	6.8	6.8	13.3
제조 시설 및 방식	4.1	1.8	4.3	5.8	6.8	1.7
패키지 디자인	1.7	1.8	3.3	1.9	1.7	0.0

선호하는 단백질 형태



[Base: 현재 단백질/프로틴 섭취자, N=542, 순위형 응답(1~3순위), %]

[Base: 현재 단백질/프로틴 섭취자, N=542, 단일 응답, %]

식단과 관련한 정보는 주로 인터넷·지인 추천·동영상·TV 프로그램 등에서 얻습니다

20-30대는 동영상과 SNS를 통해, 50-60대는 TV 프로그램과 TV/라디오/신문 광고를 통해 정보를 수집하는 비중이 상대적으로 높습니다.

'건강한 식단' 관련한 정보 수집 채널

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	연령					식단 관리 관심도	
		20대	30대	40대	50대	60대	높음	낮음
Base	(831)	(154)	(142)	(178)	(181)	(176)	(421)	(410)
인터넷 (포털, 카페, 블로그 리뷰 등)	42.2	40.9	46.5	48.9	32.0	43.8	45.4	39.0
친구, 가족 등 지인의 추천	42.1	35.1	35.2	44.9	47.0	46.0	43.7	40.5
동영상 (유튜브, 넷플릭스, 티빙 등)	39.0	55.2	54.2	30.9	33.7	26.1	40.1	37.8
TV 건강 관련 프로그램	36.5	16.9	20.4	39.3	50.8	48.9	42.0	30.7
의사, 약사의 추천	18.4	13.6	13.4	17.4	22.1	23.9	21.1	15.6
TV, 라디오 신문 광고	16.5	7.1	8.5	14.0	22.7	27.3	18.3	14.6
SNS	15.4	26.0	21.8	12.9	9.4	9.7	15.0	15.9
온라인 쇼핑몰	8.9	7.1	7.0	10.7	7.2	11.9	8.8	9.0
식단 관리 앱	6.6	8.4	4.2	9.0	4.4	6.8	8.1	5.1
운동 코치/트레이너의 추천	6.0	13.0	6.3	5.6	2.8	3.4	6.7	5.4
특별히 식단 정보 찾아보지 않음	8.1	8.4	10.6	5.6	9.4	6.8	4.0	12.2

[Base: 식단 및 간식 통해 영양 보충하는 자, N=831, 순위형 응답(1~3순위), %]

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

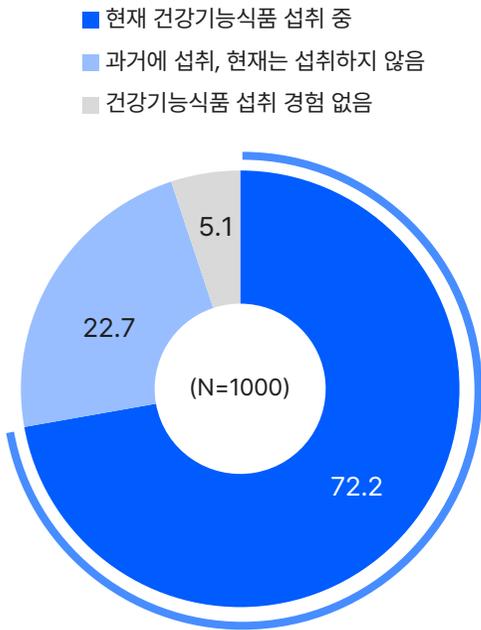
주요 조사 결과

1. 전반적인 건강 관련 인식
2. 식단 관리 인식 및 행태
- 3. 건강기능식품 구매 및 취식 행태**
4. 운동 관련 행태
5. 건강/운동 관련 기록 행태

응답자 10명 중 7명은 현재 건강기능식품을 섭취하고 있으며, 유산균·종합 비타민·콜레스테롤/혈행개선 영양제를 가장 많이 섭취하는 것으로 나타납니다

다른 집단과 비교해 볼 때 여성과 60대가 상대적으로 다양한 건강기능식품을 취식하고 있습니다.

건강기능식품 섭취 경험



20대는 건강기능식품을 과거에 섭취했지만, 현재 섭취하지 않는 비중이 30.5%로 타 연령 대비 높은 편

섭취해본 건강기능식품

전체 대비 유의미하게 높음 낮음 (80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

섭취해본 건강기능식품	전체	성별		연령				
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대
Base	(722)	(352)	(370)	(113)	(118)	(165)	(174)	(152)
유산균/장건강 영양제	53.7 69.8	41.5	65.4	50.4	54.2	57.6	48.9	57.2
종합/멀티 비타민	48.9 67.5	49.7	48.1	51.3	55.1	50.9	41.4	48.7
콜레스테롤/혈행개선 영양제	42.4 56.8	40.1	44.6	31.9	44.9	40.0	42.0	51.3
눈건강 영양제	35.7 52.4	35.8	35.7	24.8	21.2	41.2	39.7	44.7
단일 비타민	33.9 48.8	28.7	38.9	39.8	36.4	35.2	28.2	32.9
관절/뼈건강 영양제	27.3 44.0	20.5	33.8	22.1	17.8	21.2	32.2	39.5
홍삼/인삼	22.9 50.1	25.0	20.8	12.4	16.1	22.4	25.9	32.9
피부건강 영양제	19.1 35.3	9.4	28.4	12.4	16.1	22.4	20.7	21.1
간건강 영양제	16.5 28.7	22.2	11.1	11.5	18.6	17.0	17.2	17.1
항산화/노화방지 영양제	13.2 29.6	10.8	15.4	8.8	19.5	11.5	10.3	16.4
혈압조절 영양제	8.4 16.8	9.4	7.6	2.7	3.4	6.7	12.6	13.8
다이어트 보조제	7.2 18.0	3.4	10.8	8.8	11.9	7.3	4.6	5.3
스포츠 영양제	5.3 9.0	9.1	1.6	11.5	5.9	3.0	4.0	3.9
혈당 조절 영양제	4.6 8.3	5.7	3.5	3.5	2.5	1.2	4.6	10.5

[Base: 현재 건강기능식품 섭취하는 자, N=722, 중복 응답, %] *배너 분석은 현재 섭취 데이터 기준

[Base: 전체 응답자, N=1000, 단일 응답, %]

건강기능식품은 거의 매일 섭취하는 비중이 높고, 연령대가 높을수록 취식 빈도가 높은 것으로 나타납니다

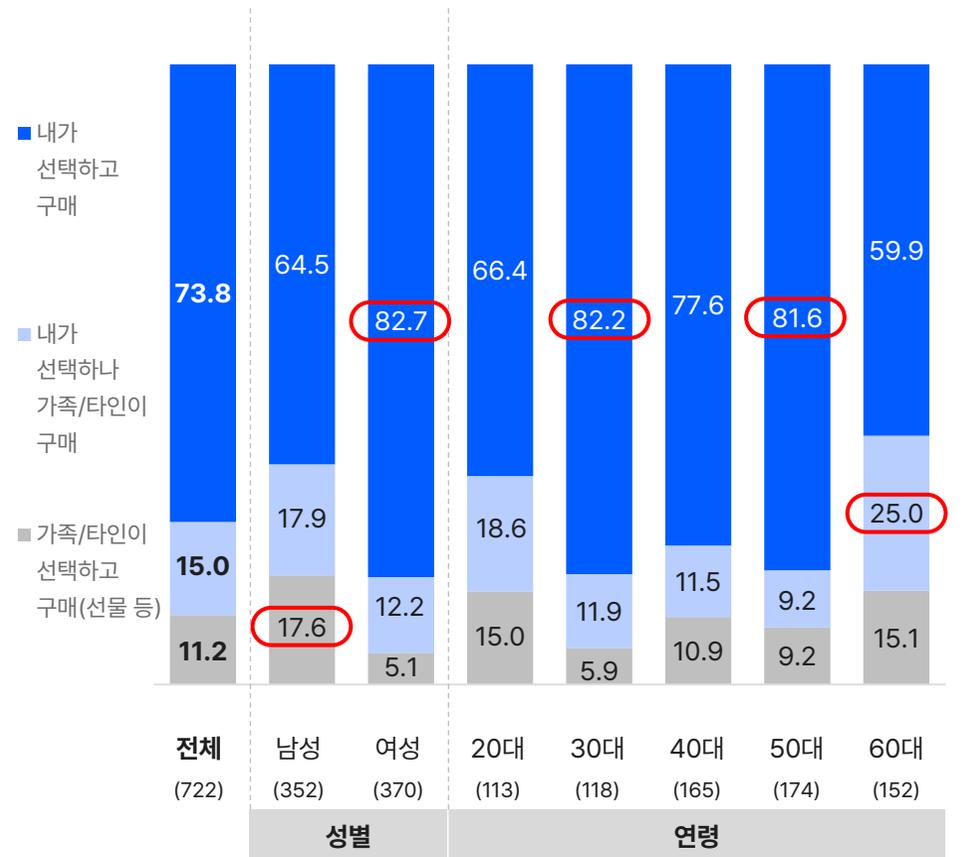
여성 및 30대와 50대는 건강기능식품을 직접 구매하는 비중이 높은 반면, 남성은 가족이 제품을 선택 및 구매하는 비중이 높습니다.

건강기능식품 취식 빈도

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	연령				
		20대	30대	40대	50대	60대
Base	(722)	(113)	(118)	(165)	(174)	(152)
매일 먹음	65.2	48.7	59.3	61.8	72.4	77.6
일주일에 4-6회 정도 먹음	19.9	26.5	27.1	20.6	16.1	13.2
일주일에 2-3회 정도 먹음	11.5	21.2	8.5	15.2	9.8	4.6
일주일에 한 번 정도 먹음	2.4	1.8	5.1	1.2	1.1	3.3
2-3주에 한 번 정도 먹음	0.1	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0
한 달에 한 번 정도 먹음	0.8	1.8	0.0	0.6	0.6	1.3
일주일 평균 취식 빈도	5.88회	5.29회	5.77회	5.75회	6.13회	6.24회

건강기능식품 선택 및 구매 결정권자



[Base: 현재 건강기능식품 섭취하는 자, N=722, 단일 응답, %]

[Base: 현재 건강기능식품 섭취하는 자, N=722, 단일 응답, %] *빨간 동그라미: © Opensurvey Inc. 32
전체 대비 유의미하게 높은 데이터(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

건강기능식품은 건강 유지 및 증진·면역력 향상·피로 회복을 위해 섭취하는 비중이 높습니다

여성은 면역력 향상·뼈/관절 관리·피부 미용을 위해 섭취하는 비중이 상대적으로 높고, 60대에서는 면역력 향상·눈 건강관리·노화 방지·뼈/관절 관리·혈당 관리를 위해 섭취하는 비중이 상대적으로 높습니다.

건강기능식품 취식 이유

전체 대비 유의미하게 ■ 높음 ■ 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령				
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대
Base	(722)	(352)	(370)	(113)	(118)	(165)	(174)	(152)
건강유지(증진) 목적	28.9 69.1	71.3	67.0	74.3	67.8	69.1	69.0	66.4
면역력 향상	21.1 67.9	61.4	74.1	57.5	64.4	65.5	71.3	77.0
피로 회복	15.7 50.8	54.5	47.3	52.2	59.3	53.3	49.4	42.1
눈 건강관리	8.7 28.3	29.3	27.3	17.7	16.1	28.5	28.7	44.7
노화방지	3.3 24.5	22.4	26.5	10.6	23.7	23.6	27.6	32.9
뼈/관절 관리	5.8 23.0	15.6	30.0	15.0	15.3	15.8	25.9	39.5
다이어트/체지방 감소	4.4 14.8	11.1	18.4	15.9	19.5	18.2	11.5	10.5
섭취 시 심리적 안정	2.6 13.9	13.9	13.8	15.9	19.5	10.9	13.2	11.8
근육량 관리	2.1 10.7	11.6	9.7	11.5	6.8	9.1	12.6	12.5
혈당 관리	3.0 10.5	13.1	8.1	4.4	4.2	6.7	14.4	19.7
치료 목적	2.8 8.4	8.8	8.1	9.7	6.8	6.7	9.8	9.2
피부 미용	1.2 8.2	3.4	12.7	7.1	11.0	11.5	5.2	6.6

[Base: 현재 건강기능식품 섭취하는 자, N=722, 순위형 응답(1~5순위), %] *배너 분석은 1+2+3+4+5순위 데이터임

건강기능식품 정보 수집을 위해 인터넷 검색·가족/지인·TV 프로그램·동영상 플랫폼 등을 주로 활용합니다

남성은 동영상 플랫폼을, 여성은 가족/지인을 통해 정보를 얻는 비중이 높은 편입니다.
특히 60대는 TV 프로그램·TV 광고·TV 홈쇼핑·라디오/신문 등 전통적인 매체의 활용 비중이 높습니다.

건강기능식품 관련 정보 수집 채널 및 가장 신뢰하는 채널

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

가장 신뢰하는 채널 □ 정보 수집 채널	전체	성별		연령				
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대
Base	(641)	(290)	(351)	(96)	(111)	(147)	(158)	(129)
인터넷 검색	23.9 56.5	59.7	53.8	56.3	65.8	61.2	48.1	53.5
가족이나 친구/지인	20.6 41.3	33.4	47.9	43.8	30.6	36.7	46.2	48.1
TV 프로그램	10.9 29.2	31.0	27.6	10.4	18.0	27.2	40.5	41.1
동영상 플랫폼 (유튜브, 네이버TV 등)	10.0 29.8	38.6	22.5	36.5	31.5	26.5	29.1	27.9
인터넷 카페/커뮤니티	8.0 23.7	28.3	19.9	29.2	24.3	27.2	20.3	19.4
병원	5.6 10.3	8.6	11.7	12.5	6.3	8.2	12.7	11.6
브랜드 공식 홈페이지	4.5 12.0	13.1	11.1	19.8	13.5	8.2	12.0	9.3
약국	4.4 13.7	13.1	14.2	17.7	9.9	10.9	11.4	20.2
SNS	2.7 18.9	19.3	18.5	29.2	27.0	16.3	13.3	14.0
TV 광고	2.3 16.8	16.9	16.8	7.3	7.2	13.6	22.8	28.7
인터넷 블로그	2.2 18.3	21.4	15.7	18.8	23.4	21.1	13.9	15.5
TV 홈쇼핑	2.0 15.6	16.6	14.8	5.2	4.5	9.5	19.6	34.9
전문판매점의 매장원/사원	1.6 6.4	7.6	5.4	1.0	4.5	5.4	8.2	10.9
라디오/신문/잡지 등	0.9 7.6	10.0	5.7	5.2	3.6	4.8	7.6	16.3
방문판매원	0.3 1.9	2.1	1.7	1.0	1.8	0.0	1.9	4.7

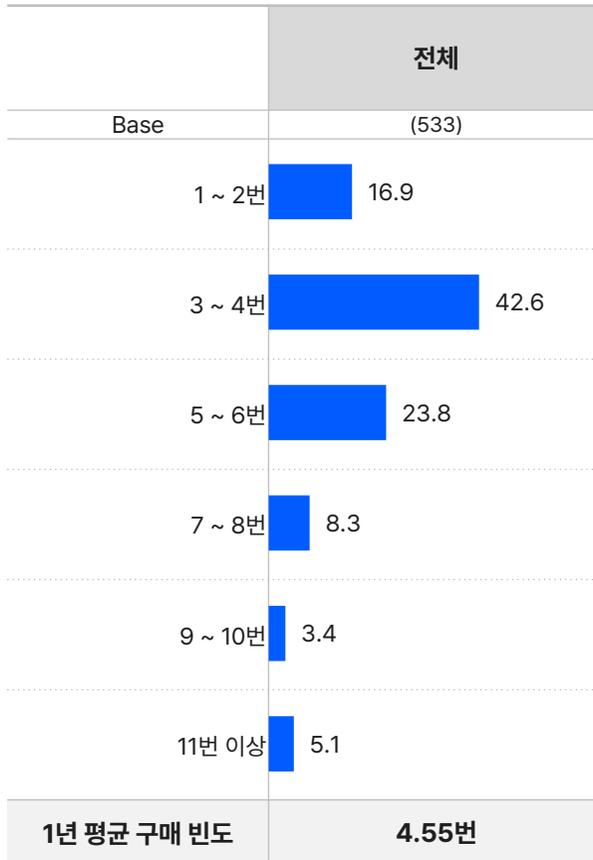
[Base: 건강기능식품을 본인이 직접 선택하는 자, N=641, 중복/단일 응답, %]
*Sorting: 가장 신뢰하는 채널 데이터 기준 **배너 분석은 정보 수집 채널 데이터 기준임

건강기능식품은 연간 평균 5회 구매하며, 1회 구매 시 약 6만 원을 지불합니다 제품 선택 시 효능·영양성분함량·가격 등을 주로 고려합니다

건강기능식품 선택 시 중요 고려 요소



건강기능식품 연간 구매 빈도



1회 구매 시 지출 비용



[Base: 건강기능식품을 본인이 직접 선택하는 자, N=641, 순위형 응답(1~3순위), %]

[Base: 건강기능식품을 본인이 직접 구매하는 자, N=533, 단일 응답, %]

건강기능식품 구매는 온라인 채널 의존도가 높은 편이고, 특히 20-30대 젊은 층에서 그러한 경향이 뚜렷합니다 온라인 채널 중 쿠팡·네이버쇼핑·쿠팡 로켓직구·아이허브 등 다양한 채널이 활용되고 있습니다

건강기능식품 주 구매 채널(1순위)

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령				
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대
Base	(533)	(227)	(306)	(75)	(97)	(128)	(142)	(91)
온라인 채널 NET	65.7	70.0	62.4	77.3	80.4	68.0	54.9	53.8
오픈마켓	19.7	27.3	14.1	18.7	20.6	22.7	23.2	9.9
소셜커머스	14.4	13.7	15.0	12.0	14.4	16.4	13.4	15.4
해외직구	14.4	12.8	15.7	18.7	24.7	14.1	9.9	7.7
종합 쇼핑몰, 대형마트물	8.3	8.4	8.2	16.0	8.2	8.6	4.9	6.6
브랜드 온라인몰	5.6	3.5	7.2	6.7	5.2	5.5	2.8	9.9
SNS/블로그마켓	1.3	1.8	1.0	0.0	4.1	0.0	0.7	2.2
H&B스토어	1.1	1.3	1.0	4.0	1.0	0.0	0.0	2.2
오프라인 채널 NET	28.0	24.7	30.4	21.3	18.6	27.3	35.2	33.0
약국	12.2	10.6	13.4	13.3	8.2	10.2	16.2	12.1
창고형 매장	4.1	4.0	4.2	0.0	5.2	7.0	2.8	4.4
대형마트	2.6	4.8	1.0	1.3	2.1	0.0	3.5	6.6
백화점	2.4	1.3	3.3	1.3	1.0	2.3	2.8	4.4
개별 브랜드 단독 매장	2.3	1.8	2.6	1.3	0.0	2.3	4.2	2.2
방문/다단계판매	1.7	0.4	2.6	1.3	1.0	0.8	3.5	1.1
건강기능식품 전문편집샵	1.1	0.9	1.3	0.0	1.0	2.3	0.7	1.1
TV 홈쇼핑	5.8	4.8	6.5	0.0	1.0	4.7	8.5	13.2

온라인 주 구매 채널(1순위)

	전체
Base	(444)
쿠팡(로켓직구 제외)	16.9
네이버쇼핑	15.5
쿠팡 로켓직구	11.9
아이허브	11.0
G마켓	9.5
11번가	7.2
옥션	5.9
GS SHOP	2.7
위메프	2.3
SSG.COM	2.0
정물(정관장물)	1.8
티몬	1.6
카카오톡 쇼핑하기	1.6
올리브영 온라인몰	1.4
롯데온	1.1
뉴트리원	1.1
홈쇼핑	1.1

[Base: 건강기능식품을 본인이 직접 구매하는 자, N=533, 단일 응답, %]
*1% 이상 응답 데이터만 제시 **배너 분석은 1순위 데이터 기준임

[Base: 건강기능식품을 본인이 온라인에서 구매하는 자, N=444, 단일 응답, %] © Opensurvey Inc. 36
*1% 이상 응답 데이터만 제시

오픈마켓은 저렴한 가격·프로모션·멤버십 혜택·후기 확인 등의 장점이 있고, 소셜커머스는 빠르고 원하는 시간대에 배송이 가능하고 앱 사용이 편리한 점 등이 장점으로 꼽힙니다

그 외, 해외직구는 저렴한 가격과 원하는 상품, 수입 상품을 편리하게 구매할 수 있는 점이 장점으로 나타납니다.

오프라인 약국의 경우 직접 제품을 볼 수 있고, 약사의 설명을 들을 수 있는 점이 장점으로 꼽힙니다.

채널별 이용 이유

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	온라인					오프라인	기타
		오픈마켓	소셜커머스	해외직구	종합 쇼핑몰, 대형마트몰	브랜드 온라인몰	약국	TV홈쇼핑
Base	(533)	(105)	(77)	(77)	(44)	(30)	(65)	(31)
상품 종류가 다양해서	29.6	36.2	24.7	29.9	29.5	30.0	13.8	51.6
배송이 빨라서	29.1	29.5	66.2	28.6	40.9	26.7	7.7	25.8
가격이 타 앱/웹 대비 저렴해서	26.1	46.7	24.7	42.9	27.3	10.0	1.5	25.8
원하는 상품/옵션이 있어서	19.7	18.1	24.7	29.9	18.2	23.3	15.4	12.9
직접 물건을 보고 고를 수 있어서	16.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	55.4	0.0
전문가/점원의 설명을 들을 수 있어서	13.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	81.5	0.0
원하는 시간에 배송 받을 수 있어서	12.6	6.7	23.4	1.3	27.3	20.0	4.6	38.7
이벤트/프로모션이 다양해서	11.6	23.8	6.5	15.6	9.1	23.3	0.0	9.7
수입 상품을 구매하기 편리해서	11.1	10.5	11.7	35.1	13.6	10.0	0.0	0.0
앱/웹 사용이 편리해서	7.9	12.4	18.2	7.8	11.4	3.3	0.0	3.2
물건 포장/배송 상태가 좋아서	7.1	3.8	6.5	5.2	11.4	16.7	4.6	9.7
교환/환불이 편리해서	6.8	2.9	9.1	3.9	6.8	6.7	6.2	29.0
제품 후기가 많아서	6.6	12.4	9.1	2.6	6.8	10.0	0.0	12.9
다양한 결제 수단을 제공해서	6.2	7.6	6.5	3.9	4.5	13.3	3.1	9.7
멤버십/회원 등급별 혜택이 다양해서	6.2	15.2	3.9	1.3	6.8	10.0	1.5	0.0
거리가 가까워서	6.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	23.1	0.0

[Base: 건강기능식품을 본인이 직접 구매하는 자, N=533, 순위형 응답(1~3순위), %]
*구매 채널 6% 이상 응답데이터만 제시 **배너 분석은 구매 채널 데이터 1순위 기준임

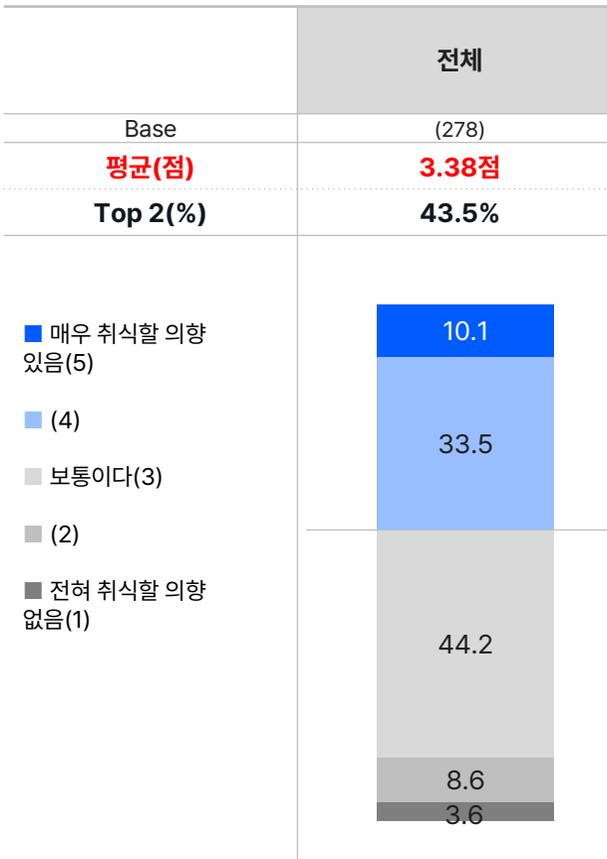
건강기능식품은 챙겨 먹는 것이 번거로워서 먹지 않게 된다는 의견이 많습니다
비취식자 10명 중 4명은 향후에 건강기능식품을 취식할 의향이 있고, 종합 비타민을 우선적으로 고려합니다

[비취식자] 건강기능식품 비취식 이유



[Base: 건강기능식품 비취식자, N=278, 단일 응답, %]

[비취식자] 건강기능식품 향후 취식 의향



[Base: 건강기능식품 비취식자, N=278, 평가형 응답, %]

[비취식자] 향후 취식 의향 있는 건강기능식품



[Base: 향후 건강기능식품 취식 의향 있는 자, © Opensurvey Inc. 38 N=121, 순위형 응답(1~3순위), %]

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 전반적인 건강 관련 인식
2. 식단 관리 인식 및 행태
3. 건강기능식품 구매 및 취식 행태
- 4. 운동 관련 행태**
5. 건강/운동 관련 기록 행태

2069 남녀 모두 걷기 운동을 가장 많이 하고 있으며, 현재 지속하고 있는 운동은 연령대별로 차이를 보입니다

20대의 경우 헬스·홈트레이닝·조깅·구기 종목 등 활동성이 높은 운동에 참여하며, 50-60대의 경우 걷기·등산·골프 등 조금 더 정적인 운동을 하는 경향을 보입니다.

경험해본 운동 및 현재 하고 있는 운동

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	경험해본 운동	현재 하고 있는 운동	성별		연령				
			남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대
Base	(1000)	(993)	(507)	(486)	(173)	(178)	(215)	(232)	(195)
걷기	80.0	57.9	55.4	60.5	50.9	37.1	55.8	67.2	74.4
등산/트레킹	52.1	14.7	21.1	8.0	6.9	7.9	11.6	19.0	26.2
헬스장에서 개인 운동 하기	51.1	13.9	17.4	10.3	24.9	14.0	10.7	11.2	10.8
조깅/러닝	42.7	12.1	14.0	10.1	18.5	12.9	10.7	10.8	8.7
집에서 홈트레이닝	39.3	16.2	14.4	18.1	24.3	22.5	14.0	11.2	11.8
실내 자전거/스태퍼	34.3	9.2	8.7	9.7	6.9	4.5	7.0	11.6	14.9
실외 자전거 타기	34.3	9.6	13.8	5.1	6.9	9.0	10.2	11.6	9.2
수영	32.5	3.5	3.4	3.7	4.0	4.5	1.4	4.7	3.1
요가/필라테스	27.8	7.6	2.0	13.4	9.2	10.1	9.3	5.6	4.1
축구/농구/야구 등 구기종목	25.7	4.5	7.3	1.6	11.0	4.5	4.7	2.6	1.0
골프	19.4	7.7	11.2	3.9	1.2	2.2	9.3	12.9	10.3
헬스장에서 PT 강습으로 운동하기	15.0	1.2	1.4	1.0	3.5	1.7	0.9	0.4	0.0
유도/태권도/MMA 등 무술	14.8	1.1	1.6	0.6	3.5	1.1	1.4	0.0	0.0
테니스/스쿼시	14.4	1.5	2.2	0.8	1.7	1.7	1.4	1.3	1.5
헬스장에서 그룹으로 운동하기	10.6	1.4	0.8	2.1	1.2	2.8	1.4	0.9	1.0
크로스핏 운동	4.0	0.9	1.4	0.4	1.7	2.2	0.0	0.9	0.0
경험해 본/ 현재 지속적 운동 없음	0.7	14.9	11.6	18.3	11.0	23.6	19.5	9.5	11.8

[Base: 전체 응답자 N=1000, 운동 경험자 N=993, 중복/순위형 응답(1~3순위), %]
*Sorting: 경험해본 운동 데이터기준 **배너 분석은 현재 하고 있는 운동 데이터 기준임

운동은 기초체력 증진 및 관리를 위해, 숨이 약간 차고 심장이 약간 빠르게 뛰는 중강도로 하는 비중이 높습니다

걷기와 홈트레이닝은 기초체력 증진을 위해, 헬스장 운동과 홈트레이닝, 요가/필라테스는 근육량 관리를 위해 하고 있습니다.

걷기와 골프는 저강도로, 그 외 운동은 중강도로 진행하는 비중이 높은 편입니다.

운동 목적 및 강도

전체 대비 유의미하게 ■ 높음 ■ 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

		전체	현재 하고 있는 운동 종류(1순위)							
			걷기	헬스장에서 개인 운동	홈트레이닝	등산/트레킹	요가/필라테스	골프	조깅/러닝	실외 자전거 타기
Base		(845)	(384)	(80)	(76)	(44)	(41)	(41)	(37)	(34)
운동 목적	기초체력 증진 및 체력관리	74.6	79.4	72.5	82.9	77.3	78.0	39.0	67.6	76.5
	근육량 관리	45.4	38.0	71.3	63.2	31.8	58.5	26.8	45.9	41.2
	체중감량 (다이어트)	42.6	45.3	45.0	51.3	34.1	41.5	4.9	51.4	29.4
	여가활동 (재미, 휴식 등)	30.2	22.9	22.5	25.0	40.9	34.1	80.5	16.2	35.3
	질병예방	20.0	22.9	13.8	14.5	25.0	12.2	17.1	24.3	17.6
	부상으로부터의 치료/재활	5.1	4.2	3.8	2.6	4.5	7.3	0.0	2.7	11.8
운동 강도	숨이 가쁘거나 심장이 매우 빠르게 뛰는 고강도 운동	11.5	3.1	23.8	10.5	4.5	9.8	4.9	8.1	17.6
	숨이 약간 차거나 심장이 약간 빠르게 뛰는 중강도 운동	60.1	53.9	70.0	69.7	86.4	73.2	46.3	73.0	50.0
	호흡에 변화가 크게 없는 저강도 운동	28.4	43.0	6.3	19.7	9.1	17.1	48.8	18.9	32.4

[Base: 현재 운동하는 자, N=845, 중복/단일 응답, %] *현재 하고 있는 운동(1순위) 30건 미만 운동 미제시

운동은 평균적으로 약 주 4회 참여하고, 1회당 약 1시간 정도 소요되는 것으로 나타납니다

걷기와 헬스장 개인 운동과 같은 접근성이 좋은 운동은 주 4회 이상 참여하며, 등산과 골프와 같은 운동은 한 달에 2-3회 정도의 참여 빈도를 보입니다.

운동 빈도 및 1회 소요 시간

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

		전체	현재 하고 있는 운동 종류(1순위)							
			걷기	헬스장에서 개인 운동	홈트레이닝	등산/트레킹	요가/필라테스	골프	조깅/러닝	실외 자전거 타기
Base		(845)	(384)	(80)	(76)	(44)	(41)	(41)	(37)	(34)
운동 빈도	매일	18.0	28.1	10.0	18.4	4.5	7.3	7.3	16.2	8.8
	주4-6회	27.9	29.4	37.5	27.6	11.4	12.2	12.2	32.4	32.4
	일주일에 2-3회	37.6	32.6	43.8	42.1	29.5	65.9	36.6	43.2	32.4
	일주일에 1회	8.5	6.5	6.3	3.9	11.4	9.8	17.1	2.7	17.6
	한 달에 2-3회	4.9	2.3	1.3	5.3	20.5	4.9	19.5	2.7	0.0
	한 달에 1회 이하	1.7	0.5	1.3	0.0	15.9	0.0	4.9	0.0	2.9
	한 달에 1회 미만	1.4	0.5	0.0	2.6	6.8	0.0	2.4	2.7	5.9
	일주일 평균 빈도	3.71회	4.33회	3.74회	3.79회	1.87회	2.89회	2.30회	3.88회	3.24회
1회 소요 시간	30분 미만	9.2	8.3	2.5	32.9	2.3	2.4	0.0	5.4	26.5
	30분~1시간 미만	42.6	49.0	23.8	47.4	18.2	51.2	22.0	64.9	32.4
	1시간~1시간 30분 미만	30.4	31.0	55.0	15.8	15.9	43.9	26.8	24.3	23.5
	1시간 30분~2시간 미만	9.8	8.6	13.8	2.6	20.5	2.4	17.1	5.4	5.9
	2시간 이상	7.9	3.1	5.0	1.3	43.2	0.0	34.1	0.0	11.8
	1회 평균 소요 시간	1.05시간	0.99시간	1.21시간	0.71시간	1.56시간	0.98시간	1.48시간	0.90시간	0.94시간

[Base: 현재 운동하는 자, N=845, 단일 응답, %] *현재 하고 있는 운동(1순위) 30건 미만 운동 미제시

운동 시 강습/회원/참가비로는 월평균 6만 원 정도, 장비/의류 등의 비용으로는 약 4만 5천 원을 지출합니다

지출 비용은 운동 종류별로 아래와 같이 다양한 차이를 보입니다.

골프의 강습비와 부가 비용이 모두 높은 지출 경향을 보이고, 걷기·홈트레이닝·실외 자전거와 같은 종목은 상대적으로 지출 비용이 적은 편입니다.

운동 관련 월평균 지출 비용

전체 대비 유의미하게 ■ 높음 ■ 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

		전체	현재 하고 있는 운동 종류(1순위)							
			걷기	헬스장에서 개인 운동	홈트레이닝	등산/트레킹	요가/필라테스	골프	조깅/러닝	실외 자전거 타기
Base		(845)	(384)	(80)	(76)	(44)	(41)	(41)	(37)	(34)
강습/회원/참가 비용	비용은 전혀 지출하지 않음 (0원)	30.2	46.6	2.5	42.1	11.4	4.9	0.0	37.8	20.6
	5만 원 미만	35.1	37.5	48.8	39.5	45.5	9.8	7.3	27.0	50.0
	5만 원 이상 ~ 10만 원 미만	15.9	9.9	28.7	14.5	20.5	19.5	14.6	21.6	17.6
	10만 원 이상 ~ 15만 원 미만	9.1	1.8	16.3	2.6	11.4	34.1	22.0	5.4	5.9
	15만 원 이상 ~ 20만 원 미만	3.7	1.3	1.3	0.0	6.8	12.2	9.8	5.4	5.9
	20만 원 이상 ~ 30만 원 미만	2.6	0.5	1.3	0.0	4.5	9.8	22.0	2.7	0.0
	30만 원 이상 ~ 40만 원 미만	1.2	0.5	0.0	0.0	0.0	2.4	12.2	0.0	0.0
	40만 원 이상 ~ 50만 원 미만	0.5	0.8	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0
	50만 원 이상	1.8	1.0	1.3	1.3	0.0	4.9	12.2	0.0	0.0
	월평균 지출 비용(단위:만 원)		6.01만 원	3.32만 원	6.56만 원	3.06만 원	6.42만 원	14.94만 원	21.59만 원	4.59만 원
운동기구/장비/의류 관련 비용	비용은 전혀 지출하지 않음 (0원)	28.3	41.9	8.8	35.5	15.9	17.1	7.3	32.4	8.8
	5만 원 미만	44.5	43.0	58.8	50.0	45.5	48.8	14.6	35.1	55.9
	5만 원 이상 ~ 10만 원 미만	16.0	8.9	22.5	11.8	25.0	14.6	34.1	18.9	23.5
	10만 원 이상 ~ 15만 원 미만	5.6	2.9	6.3	1.3	11.4	9.8	12.2	8.1	11.8
	15만 원 이상 ~ 20만 원 미만	2.6	2.3	1.3	0.0	0.0	7.3	12.2	2.7	0.0
	20만 원 이상 ~ 30만 원 미만	1.5	0.5	2.5	0.0	2.3	2.4	7.3	2.7	0.0
	30만 원 이상 ~ 40만 원 미만	0.8	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0
	40만 원 이상 ~ 50만 원 미만	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0
	50만 원 이상	0.6	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	7.3	0.0	0.0
	월평균 지출 비용(단위:만 원)		4.49만 원	2.82만 원	4.78만 원	2.96만 원	5.00만 원	5.43만 원	14.02만 원	4.46만 원

[Base: 현재 운동하는 자, N=845, 단일 응답, %] *현재 하고 있는 운동(1순위) 30건 미만 운동 미제시

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 전반적인 건강 관련 인식
2. 식단 관리 인식 및 행태
3. 건강기능식품 구매 및 취식 행태
4. 운동 관련 행태
5. 건강/운동 관련 기록 행태

응답자 10명 중 4-5명은 평소 건강/운동 관련한 기록을 하고 있습니다 운동 기록은 주로 앱/기기 등에 자동으로 저장되는 방식을 이용합니다

20대는 식단 관리 등 생활 습관을 기록하는 비중이 상대적으로 높게 나타납니다.

평소 건강/운동 관련 기록 항목

전체 대비 유의미하게 ■ 높음 ■ 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령				
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대
Base	(1000)	(511)	(489)	(174)	(178)	(218)	(233)	(197)
활동 및 운동 기록 (걸음수/운동내용/운동사진 등)	30.0	30.5	29.4	36.2	30.3	28.4	26.2	30.5
신체 기록 (몸무게/혈압/혈당량/심박수 등)	25.5	26.2	24.7	29.3	30.9	24.3	18.0	27.4
생활 습관 기록 (식단/영양분/칼로리 등)	12.7	11.9	13.5	18.4	14.0	14.7	6.4	11.7
별도로 기록하지 않음	55.7	54.8	56.6	48.3	47.8	59.2	63.1	56.9

기록 형태

	전체
Base	(443)
앱/기기 등에 자동으로 기록됨	67.3
수기로 작성 (텍스트/메모 등)	22.1
사진 (스마트폰 등 기기 활용하여 촬영)	21.7
동영상 (스마트폰 등 기기 활용하여 촬영)	9.9
음성 (스마트 폰 등 기기 활용하여 저장)	9.3

[Base: 전체 응답자, N=1000, 중복 응답, %]

[Base: 건강/운동 관련 기록하는 자, N=443, 중복 응답, %] © Opensurvey Inc. 45

건강/운동 관련 기록 시 스마트폰 연동 디바이스·스마트워치 등 다양한 기기가 활용되고 있고, 주로 스마트폰에 내장된 건강관리 기본 앱을 이용합니다

건강/운동 관련 사항을 기록하는 응답자 10명 중 6-7명은 기록 내용을 저장할 목적 또는 동기부여 목적으로 타인과 공유하기도 합니다.

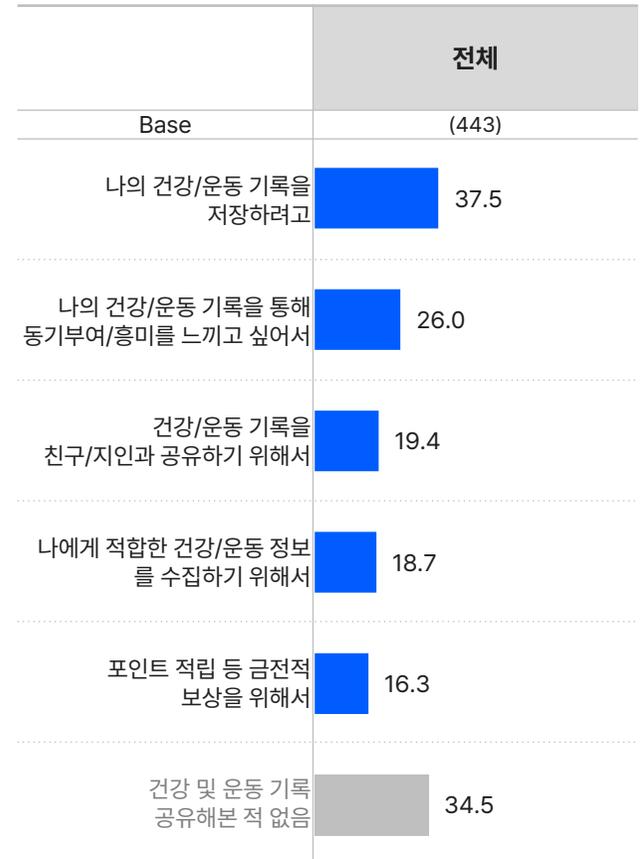
기록 시 활용 기기



사용하는 앱/서비스



기록 내용 공유 목적



[Base: 건강/운동 관련 기록하는 자, N=443, 중복 응답, %]

[Base: 건강/운동 관련 기록 위해 앱 활용하는 자, N=354, 순위형 응답(1~3순위), %]

[Base: 건강/운동 관련 기록하는 자, N=443, 중복 응답, %]

트렌드 리포트 미디어 활용 가이드

트렌드 리포트는 무료로 배포됩니다.

단, 트렌드 리포트 인용 및 활용 시에는
우측의 **표기 방법**과 **주의 사항**을 반드시
준수해 주셔야 합니다.

표기 방법

- | | |
|--------------|---|
| 회사 명 | 오픈서베이 사명 표기는 한글 혹은 영문으로 가능하며, 아래와 같이 표기
(한글) 오픈서베이 혹은 소비자 데이터 플랫폼 오픈서베이
(영문) Opensurvey |
| 리포트 명 | 인용하는 트렌드 리포트 명을 정확히 표기
예) 뷰티 트렌드 리포트 2020, 모빌리티 트렌드 리포트 2020 |
| 상세 정의 | 리포트 내용 인용 시 조사 대상, 응답자 수, 단위, 조사 기간과 같은 상세 정의를 표기
예) 최근 1개월 내 유튜브 사용자, N=200, 단수응답, %, 2020.3.17 |

⚠ 주의 사항 ⚠

트렌드 리포트 데이터를 임의로 **재가공해서 배포할 수 없습니다.** 오픈서베이와 사전 협의를
거치지 않은 데이터 해석에 대한 책임은 해당 내용을 배포한 주체에 있습니다.

트렌드 리포트는 저작권법으로 보호받는 **오픈서베이의 저작물입니다.** 온라인상에 리포트 전문
을 PDF·이미지 등 형태로 게시하거나 상업적으로 활용할 수 없습니다.

트렌드 리포트 데이터 구매 안내

트렌드 리포트 상세 데이터를
구매할 수 있습니다.

더 많은 분이 오픈서베이 데이터를
활용하고 손쉽게 분석할 수 있도록
합리적인 가격으로 제공합니다.

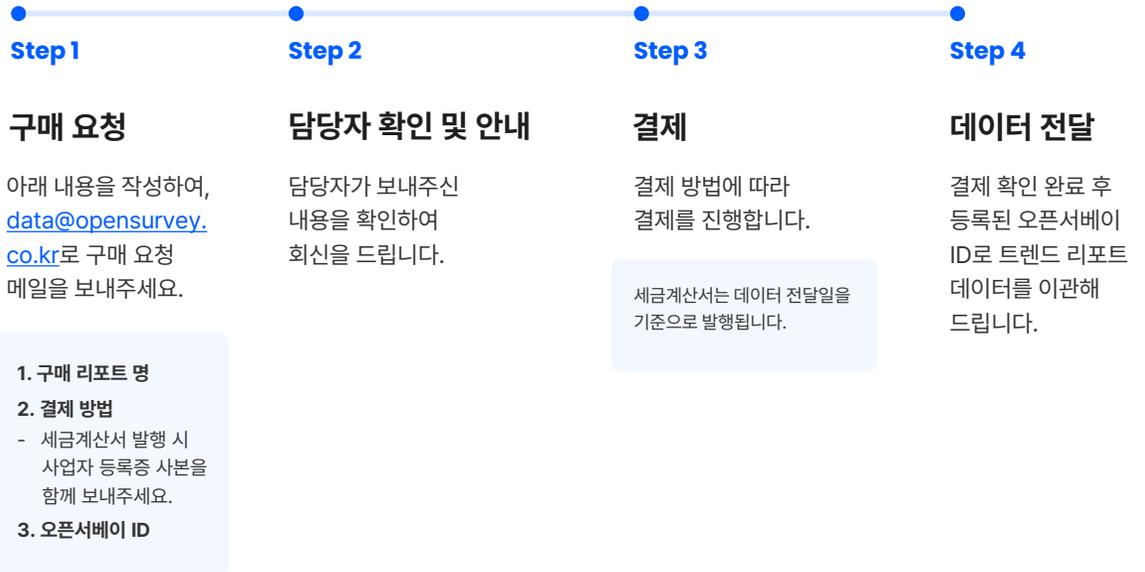
구매 안내

- 제공 데이터** 웹 결과 페이지 ([링크](#))
 Excel Raw data 파일 ([링크](#))
 SPSS 결과 분석 시 활용 가능한 CSV 파일 ([링크](#))
 * 링크 클릭 시 예시 결과를 확인할 수 있습니다.

구매비용 및 결제 방법은 아래 안내 페이지에서 확인할 수 있습니다.

[구매 안내 페이지 바로가기 >](#)

프로세스



오픈서베이 커스텀 리서치 서비스 안내

오픈서베이가 제공하는 다양한 리서치 서비스를 활용해 **필요한 소비자 데이터를 수집하고 분석**할 수 있습니다.

아래 **문의하기** 버튼을 눌러서 오픈서베이 팀에 리서치 관련 상세 문의를 할 수 있습니다.

문의하기

마케팅 리서치

브랜드 인식 조사부터 새로운 시장 기회를 발견하는 조사까지 비즈니스 의사결정을 위한 다양한 마케팅 리서치 서비스를 제공합니다.

[Market map 조사](#) · [U&A 조사](#) · [브랜드 인덱스 조사](#) · [브랜드 이미지 조사](#) · [광고 시안 평가](#) · [TV 광고효과 조사](#) · [컨셉 평가](#) · [HUT\(Home Use Test\)](#) · [신제품 초기 반응 조사](#)

기업 고객 자문단

우리 브랜드만의 자문단을 구성해 온-오프라인 미션을 수행하고 신제품을 발전시키는 등 소비자로부터 지속적인 피드백을 수집할 수 있습니다.

[인-스토어 오딧](#) · [블라인드 시사회](#) · [맛 테스트/관능평가](#) · [고객 자문단](#) · [FGD/IDI 리쿠르팅](#)

UX 리서치

전문적인 사용자 경험 측정을 통해 사용자의 생각과 행동을 심도있게 이해할 수 있습니다. 오프라인 이외 온라인 비대면 환경으로도 최적의 UX 리서치 서비스를 이용할 수 있습니다.

[모바일 앱 NPS](#) · [B&A 조사](#)

해외 리서치

직접 해외 시장으로 나가지 않아도 오픈서베이 해외 리서치 서비스를 통해 88개국 해외 소비자의 의견을 들을 수 있습니다.

DIY

빠르고 비용합리적으로 오픈서베이 설문 플랫폼에서 직접 설문을 만들고 결과 데이터를 분석할 수 있습니다.



오픈서베이와 함께 소비자 데이터로 시장의 기회를 더 빠르게 발견하세요!

수집은 정확하고 빠르게, 분석은 놀랄 만큼 쉽게, 공유는 자유롭게,
소비자의 생각과 행동을 입체적으로 이해할 수 있는 데이터를 수집하고 자동으로 분석합니다.

[홈페이지 바로가기](#)

[뉴스레터 신청하기](#)

고맙습니다

소비자 데이터와 오픈서베이 솔루션에 대해 궁금한 점이 있으시다면
편하게 연락 주시기 바랍니다.

오픈서베이

E data@opensurvey.co.kr

www.opensurvey.co.kr