

이 자료는 **8월 1일(월) 06시**부터 사용하시기 바랍니다.

| | | | |
|-----|---------------------------|------|--|
| 배포일 | 2022년 7월 29일(금) (총 8쪽) | 담당부서 | 시장조사국 유통조사팀 |
| | | 담당자 | 정대균 팀장(043-880-5561) 원재희 과장(043-880-5562) |

커피전문점 소비자 만족도, ‘주문결제’ 높고, ‘가격서비스’ 낮아

- 1회용컵 보증금 제도, 소비자의 58.7% ‘잘 몰라’ -

국내 커피 소비량 및 커피전문점 시장 규모가 꾸준한 성장세*를 보이는 가운데 한국소비자원(원장 장덕진)은 커피전문점 관련 소비자정보를 제공하기 위해 매출 등 상위 7개 커피전문점에 대한 소비자 만족도 및 이용실태를 조사했다.

* 커피 수입량 : ('19년) 16.8만톤 → ('21년) 19.0만톤 (출처 : 관세청)

소비자 만족도는 한국소비자원의 서비스평가 모델(KSEQ)을 기반으로 평가하며, 3대 부문 만족도(서비스품질, 서비스상품, 서비스체험)와 포괄적 만족도(전반적 만족, 기대 대비 만족, 이상 대비 만족)를 각각 50%로 반영하여 종합만족도를 산출했다.

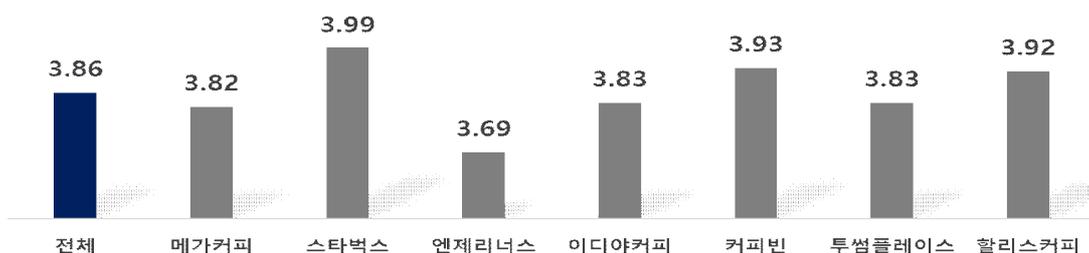
【 조사개요 】

- 조사대상 : 최근 3개월 이내 커피전문점을 이용한 20세 이상 성인 소비자 1,400명(사업자별 200명 할당)
- * 메가커피, 스타벅스, 엔제리너스, 이디야커피, 커피빈, 투썸플레이스, 할리스커피(가나다 순)
- ※ 매출액·기업평판지수 등 기준 상위 7개 업체
- 조사방법 : 온라인 설문조사('22.4.7. ~ 4.15.)
- 분석개요 : 만족도는 부문별 가중 평균 적용(5점 리커트 척도), 95% 신뢰수준에서 표본오차 ±2.62%p

□ 종합만족도는 스타벅스가 상대적으로 높아

조사대상 7개 커피전문점의 종합만족도는 평균 3.86점이며, 사업자별로는 스타벅스가 3.99점으로 가장 높았고, 다음으로 커피빈(3.93점), 할리스커피(3.92점), 이디야커피·투썸플레이스(각 3.83점), 메가커피(3.82점), 엔제리너스(3.69점) 순이었다. 상위 스타벅스와 하위 엔제리너스 이외 업체는 중위권 그룹으로 분류되거나 중위 그룹 업체들의 종합만족도는 통계적으로 유의한 차이가 없었다.

[종합만족도]



[소비자 만족도 조사 결과]

(단위 : 점/ 5점 척도)

| 구분 | 종합만족도 | | | | | | |
|-----------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| | 3대 부문 만족도 | | | 포괄적 만족도 | | | |
| | 서비스 품질 ¹⁾ | 서비스 상품 ²⁾ | 서비스 체험 ³⁾ | 전반적 만족도 | 기대 대비 만족도 ⁴⁾ | 이상 대비 만족도 ⁵⁾ | |
| 메가커피 | 3.82 | 3.78 | 3.75 | 3.69 | 3.95 | 3.91 | 3.82 |
| 스타벅스 | 3.99 | 4.16 | 3.91 | 3.82 | 4.09 | 3.98 | 3.95 |
| 엔제리너스 | 3.69 | 3.85 | 3.74 | 3.48 | 3.67 | 3.72 | 3.67 |
| 이디야커피 | 3.83 | 3.86 | 3.77 | 3.72 | 3.87 | 3.94 | 3.83 |
| 커피빈 | 3.93 | 4.04 | 3.94 | 3.90 | 3.89 | 3.89 | 3.91 |
| 투썸플레이스 | 3.83 | 3.96 | 3.84 | 3.73 | 3.93 | 3.76 | 3.74 |
| 할리스커피 | 3.92 | 3.99 | 3.93 | 3.76 | 4.03 | 3.93 | 3.90 |
| 전체 | 3.86 | 3.95 | 3.84 | 3.73 | 3.92 | 3.87 | 3.83 |

- 1) 서비스 제공 과정 전반에 대한 만족도 : 유형성(매장 인테리어, 관리 등), 혁신성(직원 전문성, 숙련도 등), 신뢰성(품질의 일관성 및 위생수준 등), 대응성(고객 요구에 대한 응대 및 대처 등), 공감성(고객에 대한 배려 및 니즈 반영 등)
- 2) 상품 및 본원적 서비스에 대한 만족도 : 판매상품, 이용공간, 가격 및 서비스, 주문 및 결제 등
- 3) 서비스를 체험하면서 느낀 주관적 긍정·부정감정의 빈도 : 즐거움, 친밀함, 실망감, 황당함 등
- 4) 해당 업체의 서비스 수준에 대한 기대 대비 만족도
- 5) 해당 산업 전반에서 제공해야 하는 이상적인 서비스 수준 대비 만족도

커피전문점 서비스 상품 요인별 만족도는 ‘주문 및 결제’가 3.95점으로 가장 높았고, ‘가격 및 서비스’는 3.66점으로 가장 낮아 품질 대비 가격이나 부가 혜택에 대한 소비자 만족도가 낮은 것으로 나타났다. ‘가격 및 서비스’에서는 메가커피가, ‘이용 공간’에서는 커피빈이 각각 1위를 차지하였고, 할리스커피는 ‘이용공간’, ‘가격 및 서비스’, ‘주문 및 결제’ 부분에서 고르게 높은 점수(2위)를 받았다.

[서비스 상품 주요 요인별 만족도]

(단위 : 점/ 5점 척도)

| 구분 | 스타벅스 | 커피빈 | 할리스 커피 | 이디야 커피 | 투썸 플레이스 | 메가커피 | 엔제리너스 | 전체 | |
|------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|---------|------|-------|------|-------------|
| 서비스 상품 만족도 | 가격 및 서비스 ¹⁾ | 3.51 | 3.73 | 3.75 | 3.69 | 3.52 | 3.88 | 3.59 | 3.66 |
| | 주문 및 결제 ²⁾ | 4.07 | 3.99 | 3.99 | 3.93 | 3.92 | 3.90 | 3.83 | 3.95 |
| | 이용공간 | 3.96 | 4.06 | 4.03 | 3.77 | 3.99 | 3.62 | 3.83 | 3.89 |
| | 판매상품 | 4.07 | 3.99 | 3.95 | 3.68 | 3.93 | 3.60 | 3.69 | 3.84 |

- 1) 품질대비 커피·음료·푸드 가격의 적절함, 부가혜택의 유용함 등
- 2) 대기시간의 적절함, 모바일앱·키오스크 주문·결제의 간편함 등

□ 1회용컵 보증금 제도, 58.7% '잘 몰라'

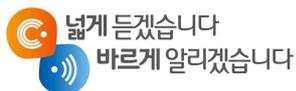
기업의 친환경 경영 활동이 커피전문점 선택에 미치는 영향에 대해서는 40.9% (매우 영향 있음 7.9%, 영향 있음 33.0%)가 영향이 있다고 응답하여 영향이 없다(25.4%)는 응답에 비해 15.5%p 많았다.

그러나 환경보호를 위해 2022년 12월부터 시행 예정인 1회용컵 보증금 제도*에 대해서 '전혀 모른다'가 16.5%, '잘 알지는 못하지만 들어본 적은 있다'가 42.2%를 차지하여, 1회용컵 보증금제도에 대한 홍보를 보다 강화할 필요가 있는 것으로 나타났다.

* 커피전문점 등에서 음료를 주문할 때 1회용 컵에 일정 금액의 자원순환보증금을 부과하고, 소비자가 사용한 컵을 반납하면 보증금을 그대로 돌려주는 제도

커피전문점에 방문하는 빈도는 개인별 월 '5회~10회 미만'이 29.0%로 가장 많았고, 한 달 평균 방문 빈도는 11.7회였다. 드라이브 스루 이용 경험에 대해서는 응답자의 37.9%가 드라이브 스루를 통해 커피 등을 주문한 경험이 있었고, 이 중 77.6%가 이 서비스에 만족한다고 응답하였다. 만족한 이유에 대해서는 '주차공간에 영향을 받지 않는다'(41.2%), '시간을 절약할 수 있다'(26.2%), '비대면으로 안전하게 주문할 수 있다'(25.6%), '날씨에 상관없이 이용이 가능하다'(7.0%) 등의 순이었다.

한국소비자원은 앞으로도 소비자의 합리적 선택을 돕기 위해 국민 다소비 서비스 분야의 비교정보를 지속적으로 생산하고, 사업자의 서비스 개선 활동에도 도움이 되도록 사업자별로 맞춤형 정보를 제공할 예정이다.



위 자료를 인용하여 보도할 경우에는
출처를 표기하여 주시기 바랍니다.
www.kca.go.kr



< 불임 > 커피전문점 소비자 만족도 및 이용실태 결과

1 소비자 만족도

【 조사개요 】

- 조사대상 : 최근 3개월 이내 커피전문점을 이용한 20세 이상 성인 소비자 1,400명(사업자별 200명 할당)
 - * 메가커피, 스타벅스, 엔제리너스, 이디야커피, 커피빈, 투썸플레이스, 할리스커피(가나다 순)
 - ※ 매출액·기업평판지수 등 기준 상위 7개 업체
- 조사방법 : 온라인 설문조사('22.4.7. ~ 4.15.)
- 분석개요 : 만족도는 부문별 기중 평균 적용(5점 리커트 척도), 95% 신뢰수준에서 표본오차 ±2.62%p

□ 종합만족도는 스타벅스가 상대적으로 높아

- 종합만족도는 서비스품질, 서비스상품, 서비스체험의 중요도(가중치)를 반영한 평균값을 50%, 전반적인 만족도, 기대 대비 만족도, 이상 대비 만족도를 산술 평균한 값을 50%로 반영하여 산출된 값을 의미함.
- (전체) 7개 커피전문점의 종합만족도는 평균 3.86점이었음.
- (사업자별) 스타벅스가 3.99점으로 가장 높았고, 다음으로 커피빈(3.93점), 할리스커피(3.92점), 이디야커피·투썸플레이스(각 3.83점), 메가커피(3.82점), 엔제리너스(3.69점) 순으로, 스타벅스의 경우 상위, 엔제리너스는 하위로 분류되며, 그 외 업체는 중위권 그룹으로 분류될 수 있으나 중위 그룹 간 차이는 없음.

[소비자 만족도 조사 결과]

(단위 : 점/ 5점 척도)

| 구분 | 종합만족도 | | | | | | |
|-----------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| | 3대 부문 만족도 | | | | 포괄적 만족도 | | |
| | 서비스 품질 ¹⁾ | 서비스 상품 ²⁾ | 서비스 체험 ³⁾ | 전반적 만족도 | 기대 대비 만족도 ⁴⁾ | 이상 대비 만족도 ⁵⁾ | |
| 메가커피 | 3.82[6] | 3.78[7] | 3.75[6] | 3.69[6] | 3.95[3] | 3.91[4] | 3.82[5] |
| 스타벅스 | 3.99[1] | 4.16[1] | 3.91[3] | 3.82[2] | 4.09[1] | 3.98[1] | 3.95[1] |
| 엔제리너스 | 3.69[7] | 3.85[6] | 3.74[7] | 3.48[7] | 3.67[7] | 3.72[7] | 3.67[7] |
| 이디야커피 | 3.83[4] | 3.86[5] | 3.77[5] | 3.72[5] | 3.87[6] | 3.94[2] | 3.83[4] |
| 커피빈 | 3.93[2] | 4.04[2] | 3.94[1] | 3.90[1] | 3.89[5] | 3.89[5] | 3.91[2] |
| 투썸플레이스 | 3.83[4] | 3.96[4] | 3.84[4] | 3.73[4] | 3.93[4] | 3.76[6] | 3.74[6] |
| 할리스커피 | 3.92[3] | 3.99[3] | 3.93[2] | 3.76[3] | 4.03[2] | 3.93[3] | 3.90[3] |
| 전체 | 3.86 | 3.95 | 3.84 | 3.73 | 3.92 | 3.87 | 3.83 |

- 1) 서비스 제공 과정 전반에 대한 만족도 : 유형성(매장 인테리어, 관리 등), 혁신성(직원 전문성, 숙련도 등), 신뢰성(품질의 일관성 및 위생수준 등), 대응성(고객 요구에 대한 응대 및 대처 등), 공감성(고객에 대한 배려 및 니즈 반영 등)
- 2) 상품 및 본원적 서비스에 대한 만족도 : 판매상품, 이용공간, 가격 및 서비스, 주문 및 결제 등
- 3) 서비스를 체험하면서 느낀 주관적 긍정·부정감정의 빈도 : 즐거움, 친밀함, 실망감, 황당함 등
- 4) 해당 업체의 서비스 수준에 대한 기대 대비 만족도
- 5) 해당 산업 전반에서 제공해야 하는 이상적인 서비스 수준 대비 만족도

- (부문별) 서비스 제공 과정 전반에 대해 평가하는 '서비스품질 만족도'가 평균 3.95점으로 가장 높았음. 본원적 서비스에 대해 평가한 '서비스상품 만족도'는 3.84점이었고 서비스 체험의 긍정, 부정 감정의 빈도를 묻는 '서비스 체험 만족도'는 3.73점으로 가장 낮았음.

[서비스 품질 요인별 만족도]

(단위 : 점/ 5점 척도)

| 구분 | 유형성 | 확신성 | 신뢰성 | 대응성 | 공감성 | |
|-----------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 커피전문점 서비스 | 전체 | 4.02 | 3.70 | 4.07 | 4.07 | 3.88 |
| | 메가커피 | 3.85[7] | 3.42[7] | 3.97[6] | 3.95[7] | 3.68[7] |
| | 스타벅스 | 4.23[1] | 3.99[1] | 4.27[1] | 4.29[1] | 4.05[1] |
| | 엔제리너스 | 3.89[6] | 3.67[5] | 3.92[7] | 3.96[6] | 3.82[5] |
| | 이디야커피 | 3.90[5] | 3.50[6] | 4.03[5] | 4.07[3] | 3.80[6] |
| | 커피빈 | 4.14[2] | 3.81[2] | 4.13[2] | 4.15[2] | 3.97[2] |
| | 투썸플레이스 | 4.05[4] | 3.70[4] | 4.08[3] | 4.04[5] | 3.91[3] |
| | 할리스커피 | 4.07[3] | 3.81[2] | 4.08[3] | 4.07[3] | 3.91[3] |

* [] 각 업체의 점수 순위

* 매장 관리 및 인테리어(유형성), 직원의 전문성 및 숙련도(확신성), 품질의 일관성 및 위생수준(신뢰성), 고객 요구에 대한 응대 및 대처(대응성), 고객에 대한 배려 및 니즈 반영(공감성) 등

[서비스 상품 요인별 만족도]

(단위 : 점/ 5점 척도)

| 구분 | 판매상품 | 이용공간 | 가격 및 서비스 | 주문 및 결제 | |
|-----------|--------|---------|----------|---------|---------|
| 커피전문점 서비스 | 전체 | 3.84 | 3.89 | 3.66 | 3.95 |
| | 메가커피 | 3.60[7] | 3.62[7] | 3.88[1] | 3.90[6] |
| | 스타벅스 | 4.07[1] | 3.96[4] | 3.51[7] | 4.07[1] |
| | 엔제리너스 | 3.69[5] | 3.83[5] | 3.59[5] | 3.83[7] |
| | 이디야커피 | 3.68[6] | 3.77[6] | 3.69[4] | 3.93[4] |
| | 커피빈 | 3.99[2] | 4.06[1] | 3.73[3] | 3.99[2] |
| | 투썸플레이스 | 3.93[4] | 3.99[3] | 3.52[6] | 3.92[5] |
| | 할리스커피 | 3.95[3] | 4.03[2] | 3.75[2] | 3.99[2] |

* [] 각 업체의 점수 순위

* 판매상품 : 커피 등의 품질 및 종류, 이용공간 : 영업시간 및 좌석 규모, 가격 및 서비스 : 가격 및 부가 혜택, 주문 및 결제 : 모바일앱 및 키오스크 편리성 등

- (포괄적 만족도) 전반적 만족도가 3.92점, 해당 업체의 서비스 수준에 대한 기대 대비 만족도는 3.87점이었으며, 산업 전반에서 제공해야 하는 이상적인 서비스 수준 대비 만족도는 3.83점으로 상대적으로 낮았음.

□ 1회용컵 보증금 제도 '잘 알고 있다' 41.3%에 그쳐

- (친환경 경영 활동이 커피전문점 선택에 미치는 영향) 40.9%(매우 영향 있음 7.9% + 영향 있음 33.0%)가 영향이 있다고 응답하였고, '영향 없음' 25.4%, '보통' 33.7%로 나타났으며, 평균 3.15점으로 평가함.

[친환경 경영 활동이 커피전문점 선택에 미치는 영향]

(단위 : 명, %, 점)

| 구분 | 빈도 | 전혀 영향 없음 | 영향 없음 | 보통 | 영향 있음 | 매우 영향 있음 | 평균 | |
|----|--------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-------------|---------|------|
| 전체 | 1,153(100.0) | 93(8.1) | 200(17.3) | 389(33.7) | 380(33.0) | 91(7.9) | 3.15 | |
| 성별 | 남성 | 460(100.0) | 49(10.7) | 79(17.2) | 168(36.5) | 135(29.3) | 29(6.3) | 3.03 |
| | 여성 | 693(100.0) | 44(6.3) | 121(17.5) | 221(31.9) | 245(35.4) | 62(8.9) | 3.23 |
| 연령 | 20대 | 268(100.0) | 19(7.1) | 51(19.0) | 93(34.7) | 83(31.0) | 22(8.2) | 3.14 |
| | 30대 | 302(100.0) | 31(10.3) | 60(19.9) | 104(34.4) | 80(26.5) | 27(8.9) | 3.04 |
| | 40대 | 296(100.0) | 28(9.5) | 47(15.9) | 96(32.4) | 101(34.1) | 24(8.1) | 3.16 |
| | 50대 이상 | 287(100.0) | 15(5.2) | 42(14.6) | 96(33.4) | 116(40.4) | 18(6.3) | 3.28 |

* 친환경 경영 활동을 인지하고 있는 응답자에 대한 결과임.

- (1회용컵 보증금 제도 인지 여부) 41.3%가 잘 알고있는 것으로 나타났고, '잘 알지는 못하지만 들어본 적은 있다' 42.2%, '전혀 모른다' 16.5%로 나타남.

[1회용컵 보증금 제도 인지 여부]

(단위 : 명, %)

| 구분 | 빈도 | 잘 알고 있다 | 잘 알지는 못하지만 들어본 적은 있다 | 전혀 모른다 | |
|----|--------------|------------|-------------------------|-----------|-----------|
| 전체 | 1,400(100.0) | 578(41.3) | 591(42.2) | 231(16.5) | |
| 성별 | 남성 | 560(100.0) | 218(38.9) | 238(42.5) | 104(18.6) |
| | 여성 | 840(100.0) | 360(42.9) | 353(42.0) | 127(15.1) |
| 연령 | 20대 | 350(100.0) | 111(31.7) | 151(43.1) | 88(25.1) |
| | 30대 | 350(100.0) | 153(43.7) | 159(45.4) | 38(10.9) |
| | 40대 | 350(100.0) | 159(45.4) | 163(46.6) | 28(8.0) |
| | 50대 이상 | 350(100.0) | 155(44.3) | 118(33.7) | 77(22.0) |

□ 커피전문점 한 달 평균 11.7회 방문, 드라이브 스루 이용자 77.6%가 만족

- (한 달에 커피전문점 매장에 방문하는 빈도) '5회~10회 미만'이 29.0%로 가장 높았고, 한 달 평균 방문빈도는 11.7회로 나타남.

[커피전문점 매장 방문빈도(월)]

(단위 : 명, %, 회)

| 구분 | | 빈도 | 5회 미만 | 5회~10회 미만 | 10회 | 10회~20회 미만 | 20회 | 21회 이상 | 평균(회) |
|----|--------|--------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|----------|-------|
| 전체 | | 1,400(100.0) | 182(13.0) | 406(29.0) | 327(23.4) | 169(12.1) | 202(14.4) | 114(8.1) | 11.7 |
| 성별 | 남성 | 560(100.0) | 65(11.6) | 170(30.4) | 140(25.0) | 61(10.9) | 74(13.2) | 50(8.9) | 11.9 |
| | 여성 | 840(100.0) | 117(13.9) | 236(28.1) | 187(22.3) | 108(12.9) | 128(15.2) | 64(7.6) | 11.6 |
| 연령 | 20대 | 350(100.0) | 38(10.9) | 99(28.3) | 84(24.0) | 49(14.0) | 60(17.1) | 20(5.7) | 11.7 |
| | 30대 | 350(100.0) | 39(11.1) | 85(24.3) | 80(22.9) | 40(11.4) | 57(16.3) | 49(14.0) | 13.4 |
| | 40대 | 350(100.0) | 51(14.6) | 90(25.7) | 80(22.9) | 46(13.1) | 54(15.4) | 29(8.3) | 11.8 |
| | 50대 이상 | 350(100.0) | 54(15.4) | 132(37.7) | 83(23.7) | 34(9.7) | 31(8.9) | 16(4.6) | 9.9 |

- (드라이브 스루 주문 경험) 37.9%가 드라이브 스루를 이용하여 커피·음료 및 디저트 등의 푸드를 주문해 본 경험이 있는 것으로 나타남.

[드라이브 스루 주문 경험]

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 빈도 | 있다 | 없다 |
|----|--------|--------------|-----------|-----------|
| 전체 | | 1,400(100.0) | 531(37.9) | 869(62.1) |
| 성별 | 남성 | 560(100.0) | 209(37.3) | 351(62.7) |
| | 여성 | 840(100.0) | 322(38.3) | 518(61.7) |
| 연령 | 20대 | 350(100.0) | 115(32.9) | 235(67.1) |
| | 30대 | 350(100.0) | 182(52.0) | 168(48.0) |
| | 40대 | 350(100.0) | 140(40.0) | 210(60.0) |
| | 50대 이상 | 350(100.0) | 94(26.9) | 256(73.1) |

- (드라이브 스루 이용 시 전반적인 만족도) 77.6%(매우 만족 23.2% + 만족 54.4%)가 만족한 것으로 나타남.

[드라이브 스루 이용 시 전반적인 만족도]

(단위 : 명, % 점)

| 구분 | | 빈도 | 매우 불만족 | 불만족 | 보통 | 만족 | 매우 만족 | 평균(5점) |
|----|--------|------------|---------|---------|----------|-----------|-----------|--------|
| 전체 | | 531(100.0) | 11(2.1) | 10(1.9) | 98(18.5) | 289(54.4) | 123(23.2) | 3.95 |
| 성별 | 남성 | 209(100.0) | 3(1.4) | 6(2.9) | 47(22.5) | 100(47.8) | 53(25.4) | 3.93 |
| | 여성 | 322(100.0) | 8(2.5) | 4(1.2) | 51(15.8) | 189(58.7) | 70(21.7) | 3.96 |
| 연령 | 20대 | 115(100.0) | 1(0.9) | 2(1.7) | 15(13.0) | 68(59.1) | 29(25.2) | 4.06 |
| | 30대 | 182(100.0) | 4(2.2) | 2(1.1) | 43(23.6) | 86(47.3) | 47(25.8) | 3.93 |
| | 40대 | 140(100.0) | 5(3.6) | 3(2.1) | 20(14.3) | 82(58.6) | 30(21.4) | 3.92 |
| | 50대 이상 | 94(100.0) | 1(1.1) | 3(3.2) | 20(21.3) | 53(56.4) | 17(18.1) | 3.87 |

* 드라이브 스루 이용 경험이 있는 응답자에 대한 결과임.

- (드라이브 스루 이용하며 만족스러웠던 부분) '주차공간에 영향을 받지 않는다'가 41.2%로 가장 높았고, 다음으로 '대기시간이 적어 시간을 절약할 수 있다'(26.2%), '비대면으로 안전하게 주문할 수 있다'(25.6%), '날씨 상관없이 이용이 가능하다'(7.0%) 순으로 나타남.

[드라이브 스루 이용하며 만족스러웠던 부분]

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 빈도 | 주차공간에 영향을 받지 않는다 | 대기시간이 적어 시간을 절약할 수 있다 | 비대면으로 안전하게 주문할 수 있다 | 날씨 상관없이 이용이 가능하다 |
|----|--------|------------|------------------|-----------------------|---------------------|------------------|
| 전체 | | 531(100.0) | 219(41.2) | 139(26.2) | 136(25.6) | 37(7.0) |
| 성별 | 남성 | 209(100.0) | 83(39.7) | 60(28.7) | 46(22.0) | 20(9.6) |
| | 여성 | 322(100.0) | 136(42.2) | 79(24.5) | 90(28.0) | 17(5.3) |
| 연령 | 20대 | 115(100.0) | 48(41.7) | 31(27.0) | 27(23.5) | 9(7.8) |
| | 30대 | 182(100.0) | 70(38.5) | 51(28.0) | 51(28.0) | 10(5.5) |
| | 40대 | 140(100.0) | 62(44.3) | 34(24.3) | 34(24.3) | 10(7.1) |
| | 50대 이상 | 94(100.0) | 39(41.5) | 23(24.5) | 24(25.5) | 8(8.5) |

* 드라이브 스루 이용 경험이 있는 응답자에 대한 결과임.