

식품소비행태조사를 통해 본 우리 국민의 식품소비행태 변화

김상효, 이육직 | KREI 농식품시스템연구부

개요

한국농촌경제연구원은 농림축산식품부의 「2021년도 농식품 소비정보 분석사업」을 수행 중이며, 국내 농식품 관련 이슈를 분석하여 웹진을 발간하고 있음.

식품소비행태조사는 한국농촌경제연구원에서 2013년도부터 자체적으로 실시하는 통계조사로서 대표성 있는 식품소비조사 표본을 구축하여 우리나라 가구의 식품소비행태를 구체적으로 파악하고 주기적으로 조사·분석하기 위한 목적으로 추진됨.

종합의견

● 코로나19의 영향은 단기와 장기로 구분

- 코로나19의 영향으로 소비자들의 식품구입행태가 변화하고 있음. 단기적으로는 식품구입주기 및 구입장소 변화에 영향을 미쳤으며, 장기적으로는 온라인 식품 구입비중과 식품구입 시 고려하는 요인들에 영향을 미침.
- 특히, 온라인을 통한 식품구입이 늘어나면서 온라인에서 판매되는 농식품 소비량 추정의 중요성이 높아지고 있음.

● 과일·채소의 경우 소포장 구입 비중이 늘어나고 가격에 대한 관심도 증가

- 코로나19로 인한 인플레이션과 물가 상승이 소비자들의 가격 관심도를 증가시킨 것으로 판단됨.
- 소포장 구입은 지속적인 증가세를 반영하고 있으며, 1인 가구의 증가와 가구 내에서 음식을 조리해먹는 비중이 감소되는 현상과 관계 있는 것으로 판단됨.



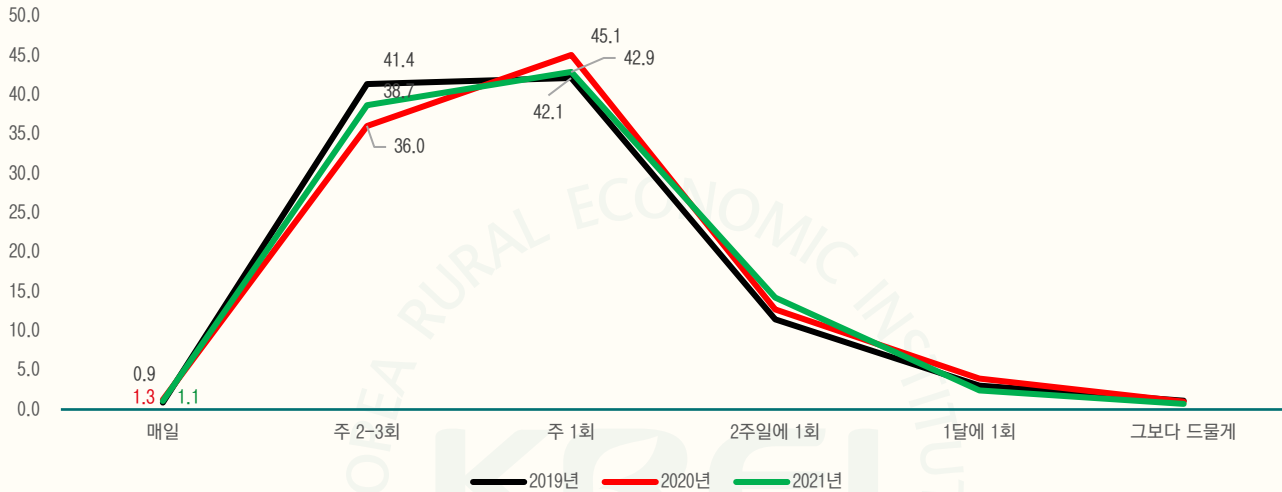
얼마나 자주, 어디서 식품을 구입하는가?

- 2019년에 비해 2020년에는 주 2회 이상 식품을 구입한다는 응답이 42.3%에서 37.3%로 5.0% p 감소했으며 주 1회 식품을 구입한다는 비중은 42.1%에서 45.1%로 3.0% p 증가하였음.

- 2021년에는 주 2회 이상 식품을 구입한다는 응답이 39.7%, 주 1회 식품을 구입한다는 응답이 42.9%로 2020년에 비해 코로나19가 일상이 되면서 식품구입주기가 2019년 코로나 이전과 같은 방향으로 회귀하는 현상을 보이고 있음.

[그림1. 주 구입자의 식품구입주기 변화(2019~2021)]

단위 : %



자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

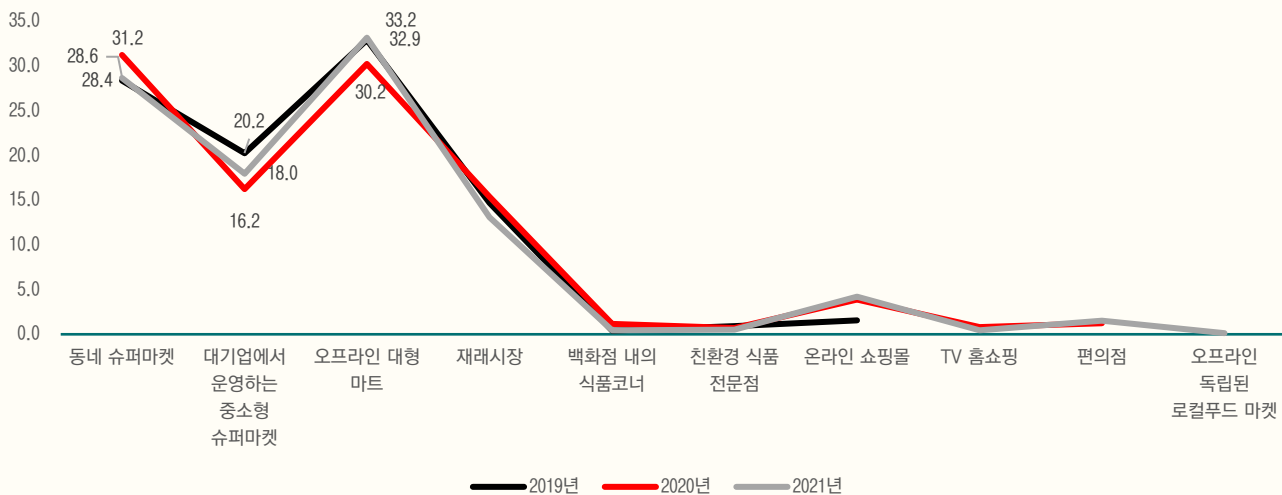
- 이는 식품 주구입 장소에서도 비슷한 현상을 보이고 있는데, 2019년에 비해 2020년은 코로나19로 인한 사회적 거리두기의 영향으로 사람이 많은 대형마트 보다는 가깝고 사람이 적은 동네 슈퍼마켓을 이용하는 비중이 높아짐.

- 2019년 주구입 장소는 대형마트가 32.9%로 가장 높게 나타났으나, 2020년에는 동네 슈퍼마켓이 31.2%로 가장 높게 나타남.

- 2021년에는 대형마트 이용비중이 33.2%, 동네 슈퍼마켓 이용비중이 28.4%로 2019년과 비슷한 수치로 회귀함.

[그림2. 식품 주 구입장소의 변화(1+2순위, 2019~2021)]

단위 : %



주: 1순위 응답에 2점, 2순위 응답에 1점의 가중치를 부여하여 전체 대비 해당 응답의 비중을 산출한 결과임.

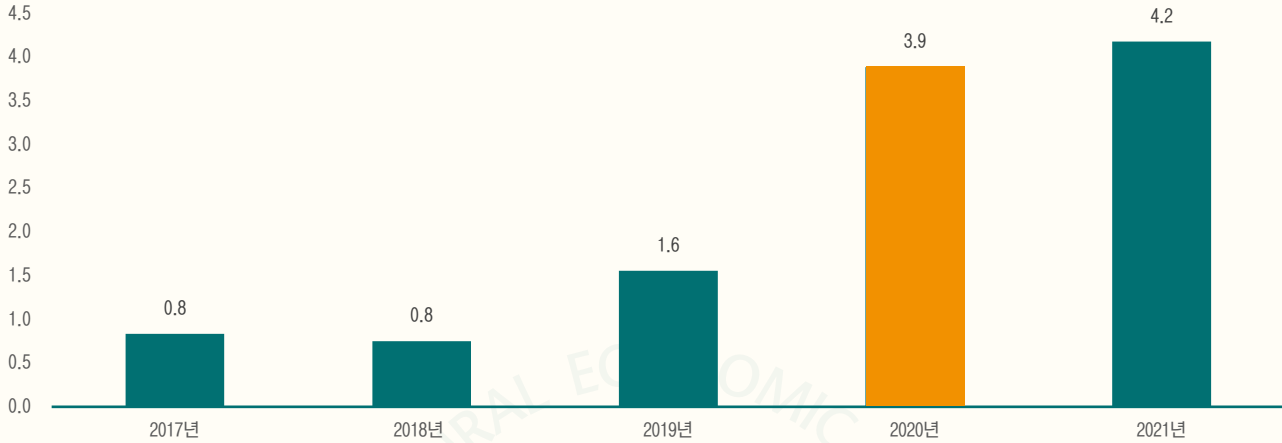
자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

● 온라인 쇼핑몰에서 식품을 주구입한다는 비중은 지속적으로 증가하는 추세를 보임.

- 2017년 0.8%에서 2019년 1.6%까지 증가하였으며, 코로나19가 시작된 2020년에는 3.9%로 2배 가까이 급증하였고 2021년에도 4.2%로 증가세를 유지하고 있음.

[그림3. 식품 주 구입장소가 온라인 쇼핑몰인 비중 변화(1+2순위)]

단위 : %



주: 1순위 응답에 2점, 2순위 응답에 1점의 가중치를 부여하여 전체 대비 해당 응답의 비중을 산출한 결과임.
자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

언제 식품을 주로 구입하는가?

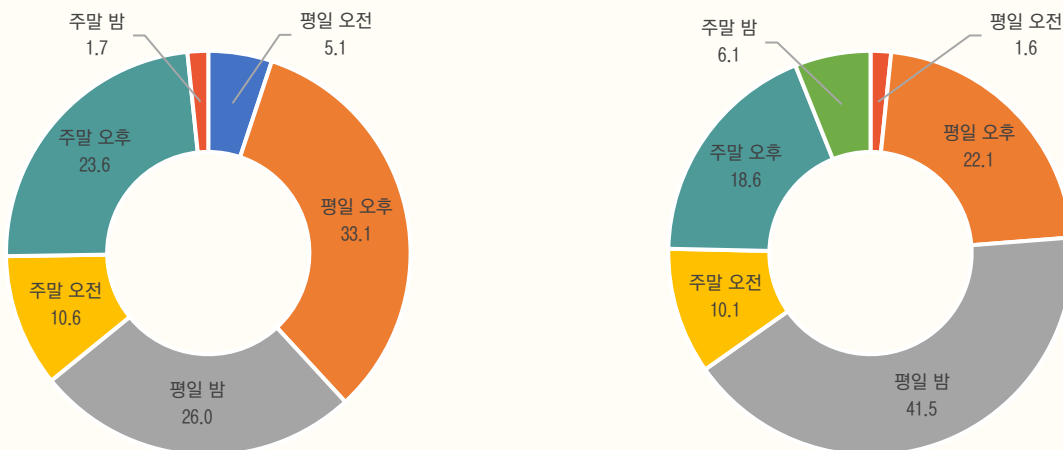
● 2021년 소비자들의 식품구입 시간대는 오프라인의 경우 오후 시간대를 주로 이용하며, 온라인의 경우 밤 시간대를 주로 이용하는 것으로 나타남.

- 오프라인의 경우 평일 오후 33.1%, 주말 오후 23.6%로 오후에 식품을 구입하는 비중이 전체의 56.7%를 차지함.

- 온라인의 경우 평일 밤 41.5%, 주말 밤 6.1%로 밤에 식품을 구입하는 비중이 전체의 47.5%를 차지함.

[그림4. 식품 주 구입시간(오프라인 vs 온라인)]

단위 : %

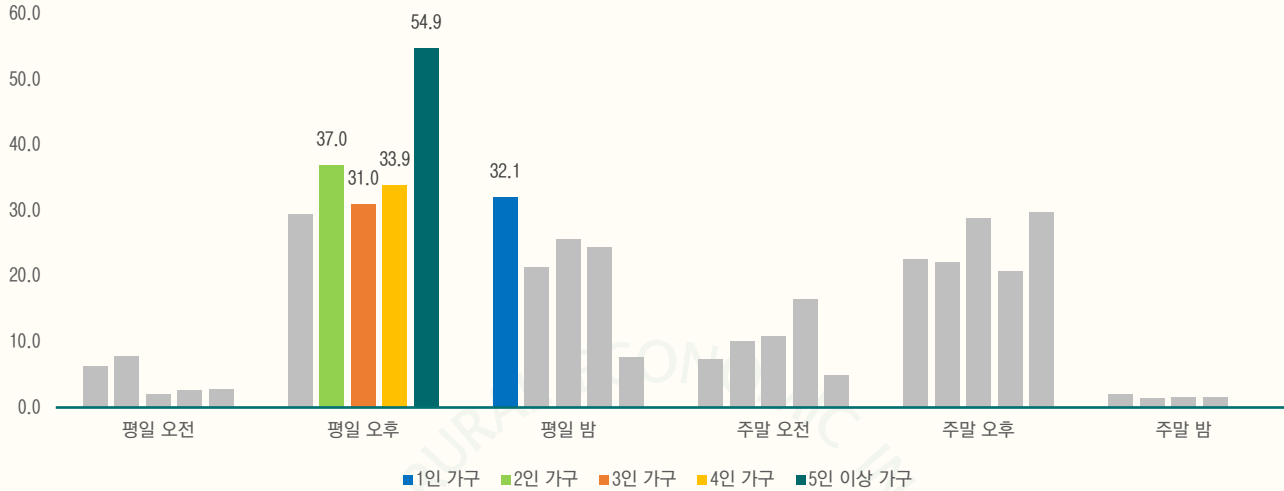


자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

- 가구 구성별로 식품 주구입시간대를 살펴보면 1인 가구의 경우 평일 밤 시간대가 32.1%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 2인 가구 이상은 모두 평일 오후 시간대에 가장 식품을 많이 구입하는 것으로 나타남.

[그림5. 오프라인에서의 가구원 수별 식품 주구입시간]

단위 : %

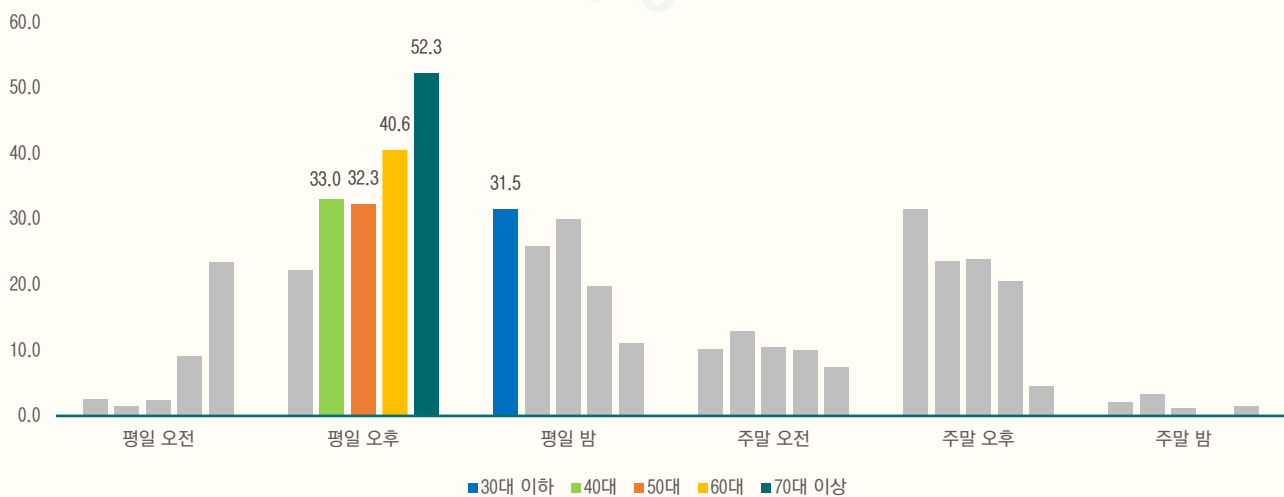


자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

- 연령대별로 식품 주구입시간대를 살펴보면 30대 이하의 경우 평일 밤 시간대가 31.5%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 그 외 연령대는 모두 평일 오후 시간대에 가장 식품을 많이 구입하는 것으로 나타남.

[그림6. 오프라인에서의 연령대별 식품 주구입시간]

단위 : %



자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

온라인 식품구입 비중은 어떻게 변화하였는가?

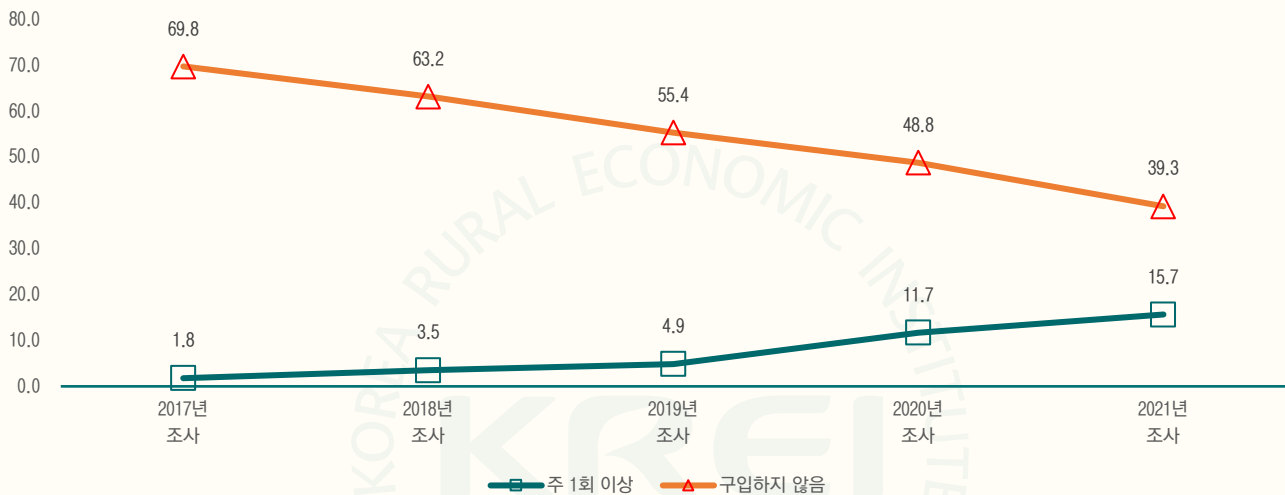
- 2017년 이후 주 1회 이상 온라인으로 식품을 구입한다는 응답비중이 지속적으로 증가하고 있으며, 온라인으로 식품을 구입하지 않는다는 응답의 경우 지속적으로 감소하고 있음.

- 2017년 주 1회 이상 온라인으로 식품을 구입하는 비중은 1.8%에 불과하였으나 2021년 15.7%까지 증가하였음. 특히 코로나19가 발생한 2020년은 2019년의 4.9%에 비해 11.7%로 두 배 이상 급증하였음.

- 온라인으로 식품을 구입하지 않는다는 응답은 2017년 69.8%에서 2021년 39.3%로 지속적으로 감소하고 있음.

[그림7. 온라인 식품구입 비중의 변화]

단위 : %



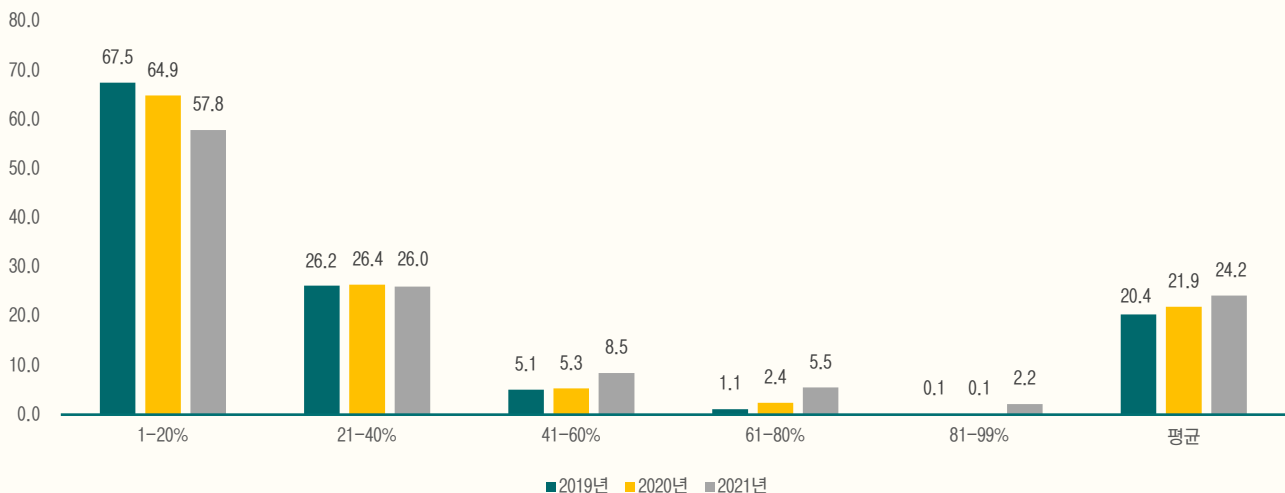
자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

- 전체 식품 구입비 중에서 온라인으로 식품을 구입하는 비중은 지속적으로 증가하고 있으며, 특히 2021년에는 전체 식품 구입비 중 40% 이상을 온라인으로 구입한다고 응답한 비중이 크게 증가하였음.

- 2019년 온라인 식품 구입비가 차지하는 비중은 평균 20.4%였으나, 2020년 21.9%, 2021년 24.2%로 지속적으로 증가하고 있음.

[그림8. 전체 식품 구입비 중 온라인 식품구입 비중 변화]

단위 : %



자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

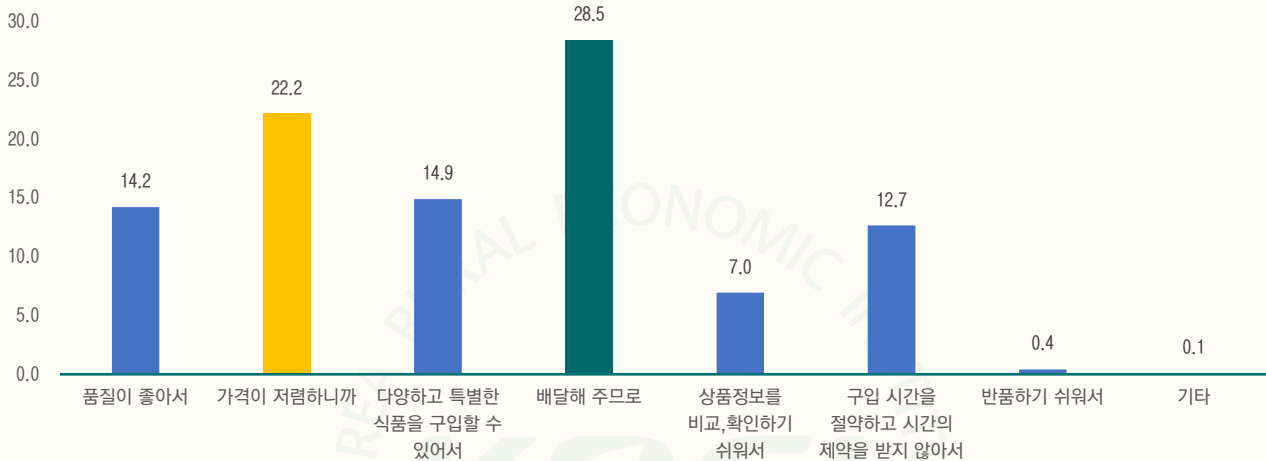
온라인으로 식품을 구입하는 이유는 무엇인가?

● **코로나19의 영향으로 소비자들이 오프라인에서 식품을 구입하는 것이 부담이 되면서 비대면 구입이 가능한 온라인을 이용하는 것으로 나타남.**

- 온라인으로 식품을 구입하는 이유는 '배달해 주므로'가 28.5%로 가장 높게 나타났고, 오프라인보다 '가격이 저렴하니까'라는 응답이 22.2%로 그 뒤를 이음.
- 기존에는 공산품, 가공식품 등이 온라인의 주 구입 대상이었으나 코로나19를 통해 신선식품을 온라인으로 구입해본 소비자들이 품질에 만족을 느끼는 경험을 하면서 '품질이 좋아서'라는 응답도 14.2%로 높게 나타난 것으로 판단됨.

[그림9. 온라인으로 식품을 구입하는 이유(1+2순위)]

단위 : %



주: 1순위 응답에 2점, 2순위 응답에 1점의 가중치를 부여하여 전체 대비 해당 응답의 비중을 산출한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

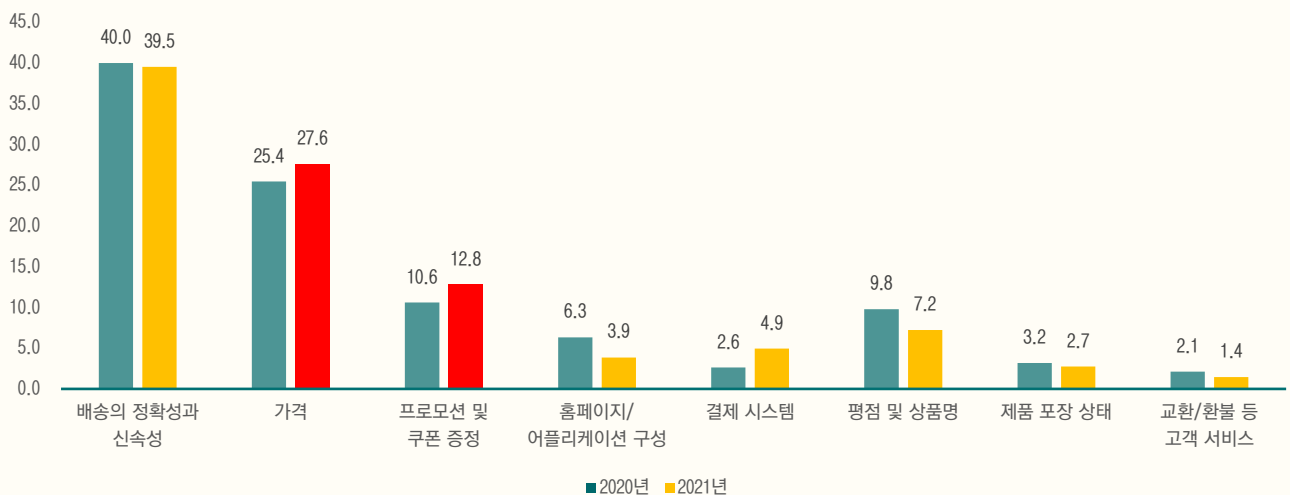
온라인 쇼핑몰 선택 시 중요하게 고려하는 요인은 무엇인가?

● **소비자들은 온라인으로 식품을 구입하는 사이트를 선택할 때 '배송의 정확성과 신속성'을 가장 중요하게 생각했으며, '가격'이 그 뒤를 이음.**

- '배송의 정확성과 신속성'은 2020년에 40.0%로 가장 높게 나타났고, 2021년에는 39.5%로 소폭 감소하였음.
- 반면, '가격'은 2020년 25.4%에서 2021년 27.6%로 2.2%p 증가하였으며, '프로모션 및 쿠폰 증정' 또한 10.6%에서 12.8%로 2.2%p 증가하였음. 이는 전술한 바와 같이 코로나19의 장기화로 물가가 인상되면서 소비자들이 가격에 대해 민감해진 것으로 판단됨.

[그림10. 쇼핑몰 사이트 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인(1+2순위)]

단위 : %



주: 1순위 응답에 2점, 2순위 응답에 1점의 가중치를 부여하여 전체 대비 해당 응답의 비중을 산출한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

과일, 채소 구입 시 무엇을 가장 중요하게 고려하는가?

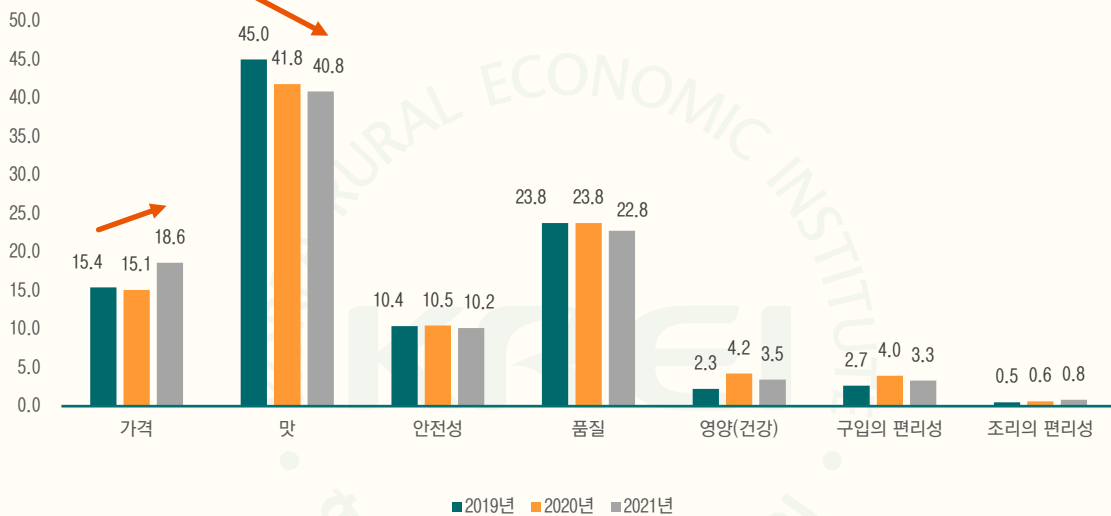
- 식품구입 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로 과일은 '맛', 채소는 '품질'로 나타났으나 2019년에 비해 2021년에는 그 비중이 줄어들었고, 가격을 중요하게 고려한다는 비중이 높아지고 있음. 이는 전반적인 품질 및 맛의 평준화로 인한 현상이라고 볼 수도 있으나, 가격을 중요하게 고려한다는 비중이 특히 높아졌다는 점은 코로나19로 인한 인플레이션과 물가 상승이 소비자들의 인식에 영향을 미친 것으로 판단됨.

- 과일의 경우 맛을 중요하게 고려한다는 응답이 2019년 45.0%에서 2021년 40.8%로 4.2% p 감소한 반면, 가격을 중요하게 고려한다는 응답이 15.4%에서 18.6%로 3.2% p 증가하였음.
- 채소의 경우 품질을 중요하게 고려한다는 응답이 2019년 32.4%에서 2021년 28.4%로 4.0% p 감소한 반면, 가격을 중요하게 고려한다는 응답이 15.9%에서 17.3%로 1.4% p 증가하였음.

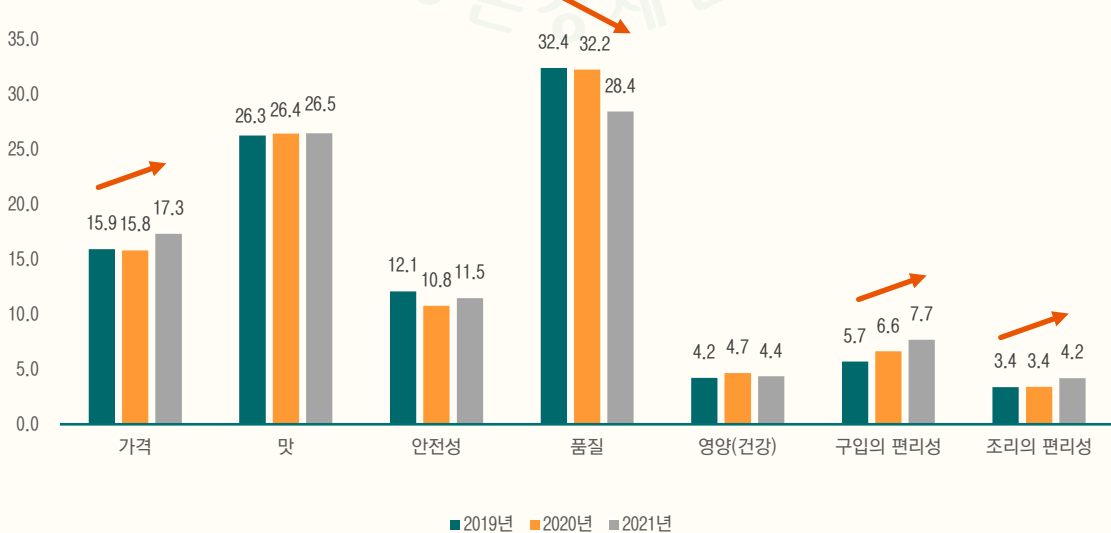
[그림11. 구입 시 가장 중요하게 고려하는 요인(1+2순위)]

단위 : %

과일



채소



주: 1순위 응답에 2점, 2순위 응답에 1점의 가중치를 부여하여 전체 대비 해당 응답의 비중을 산출한 결과임.
 자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

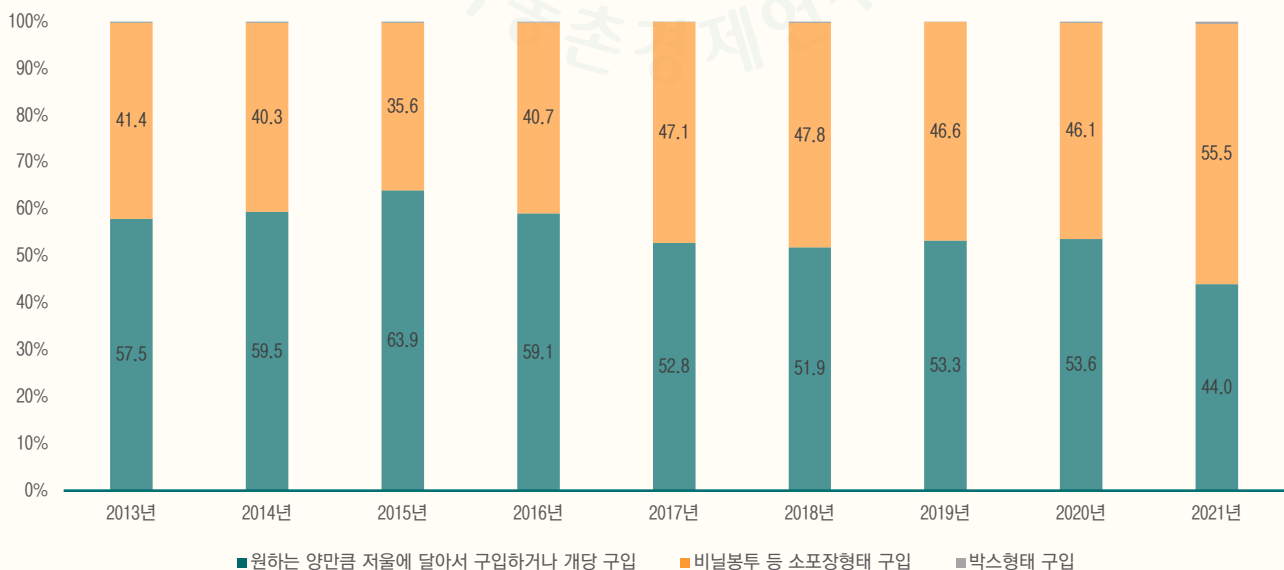
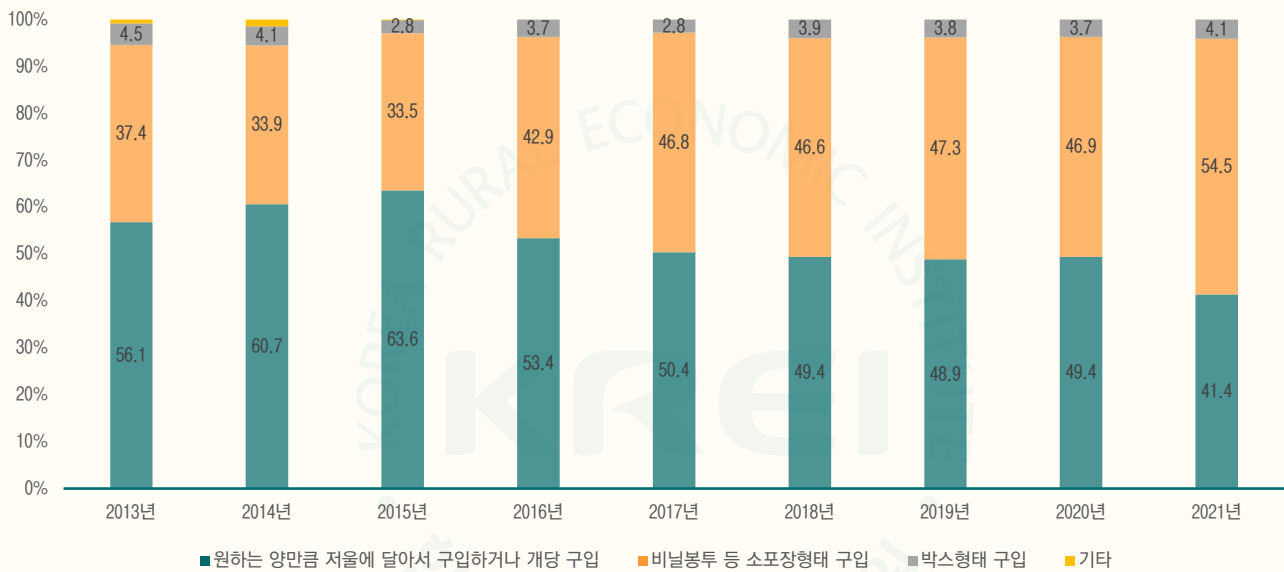
과일, 채소 구입 시 어떤 형태로 구입하는가?

● 식품구입 시 과일, 채소 모두 소포장 단위로 구입하는 비중이 늘어나고 있음.

- 과일의 경우 비닐봉투 등 소포장형태로 구입하는 비중이 2013년 37.4%에서 2021년 54.5%로 증가하였으며, 박스로 구입하는 경우는 3~4% 대로 유지되고 있음.
- 채소의 경우도 마찬가지로 비닐봉투 등 소포장형태로 구입하는 비중이 2013년 41.4%에서 2021년 55.5%로 증가하였으나, 박스로 구입하는 경우는 1% 미만으로 미미한 수준으로 나타남.

[그림12. 구입 시 포장 단위]

단위 : %



자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석