

식품소매점 판매자료(POS 데이터)를 활용한 농식품 소비동향 분석: 김치

구자춘, 허성윤 | KREI 농식품시스템연구부

개요

- 대내외 환경 변화에 따라 농식품 소비가 빠르게 변화하면서 최종수요처에서 농식품이 소비되는 과정에 대한 정보를 분석하여 대응할 필요성이 산업과 정책 측면에서 지속적으로 제기됨.
- 한국농촌경제연구원은 2020년부터 '소비정보분석사업'의 일환으로 식품소매점 판매자 정보를 활용하여 농가나 식품제조업체에서 출하하여 가가로 유통되는 농식품의 양과 특성을 정확히 파악하고자 함. 식품소매점 판매자료는 전국 9만 여 소매유통업체를 대상으로 판매 내역을 담은 (주)닐슨코리아의 Market Track DB임.
- 식품소매점 판매자료(Point-of-Sale Data, POS 데이터)를 활용한 농식품 소비 동향 분석결과를 웹진으로 매월 발간함. 2020년 대상 품목은 양파, 마늘, 감자, 계란, 김치, 쌀+즉석밥, 우유임.

종합의견

- 6월 판매액은 296.6억 원으로, 전월 대비 36.1%, 전년 동월 대비 6.4% 증가했음. 증가 추세인 소비자 물가지수와 고급화에 따른 단가 상승의 영향으로 판단됨.
- 온라인 판매는 지난 1년 뚜렷한 증가세를 보임. 특히, 3월 판매가 크게 증가했음. 이는 코로나19로 인한 언택트(비대면) 소비 영향 때문으로 보임. 이후 감소세로 전환되었으나 6월 반등함. 대형마트 전체 판매액에서 온라인몰이 차지하는 비중은 3월 24.1%로 최고치를 기록하였으며, 6월 19.9%를 점하고 있음.
- 오프라인 판매액 비중은 대형마트가 가장 높았으나, 올해 들어 감소세를 나타냄. 최근 주택가 상권 및 접근성이 좋은 개인점포 등의 김치 판매가 증가하고 있음.
- 포기김치, 맛김치 등 배추김치가 67.4% 차지하고, 1kg 이하 포장 제품의 판매비중이 절반 이상 차지함.

※ 직전 3개월에 대한 POS 데이터는 잠정치이므로 이후 확정치로 조정되면서 수치가 변경될 수 있음.



* 식품소매점 판매자료(POS 데이터)를 활용한 농식품 소비동향 분석, 김치편은
온라인에서 대화형 웹진으로 만날 수 있습니다.

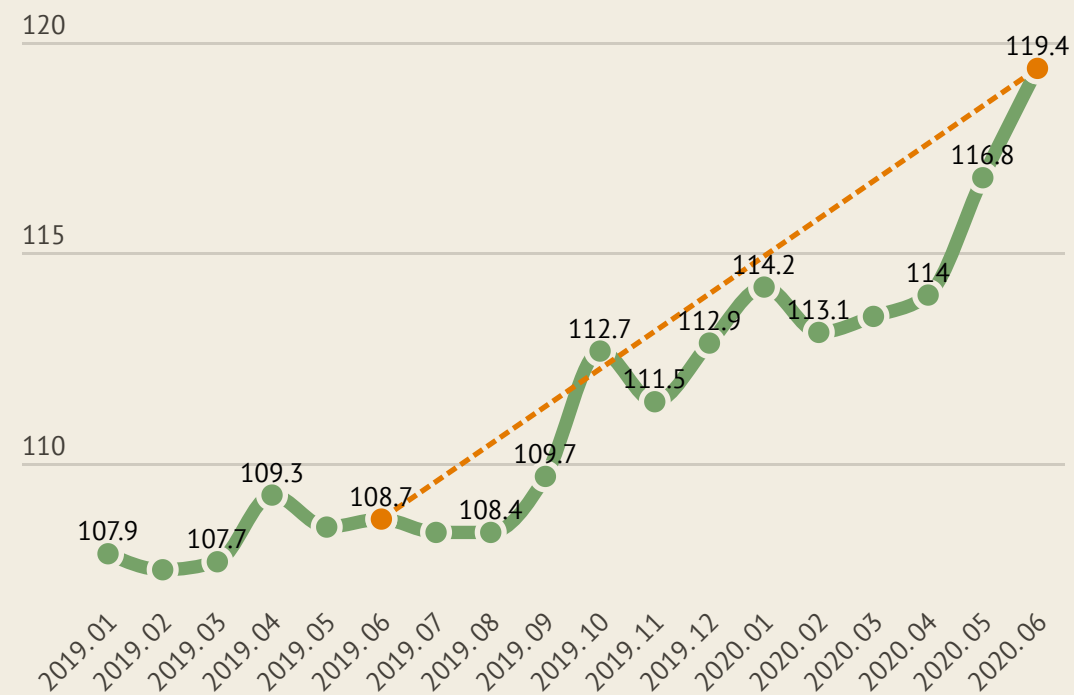
https://infogram.com/pos_6_-1h7j4dm3m3ym4nr?live

”

6월 소비자물가지수

전월 대비 **2.2%** 증가, 전년 동월 대비 **9.9%** 증가

- 지난 1년, 소비자물가지수 증가세 뚜렷
- 6월 소비자물가지수는 전월 대비 2.2% 증가, 전년 동월 대비 9.9% 증가한 119.4를 기록



자료: 통계청 소비자물가조사(김치) (2015=100).

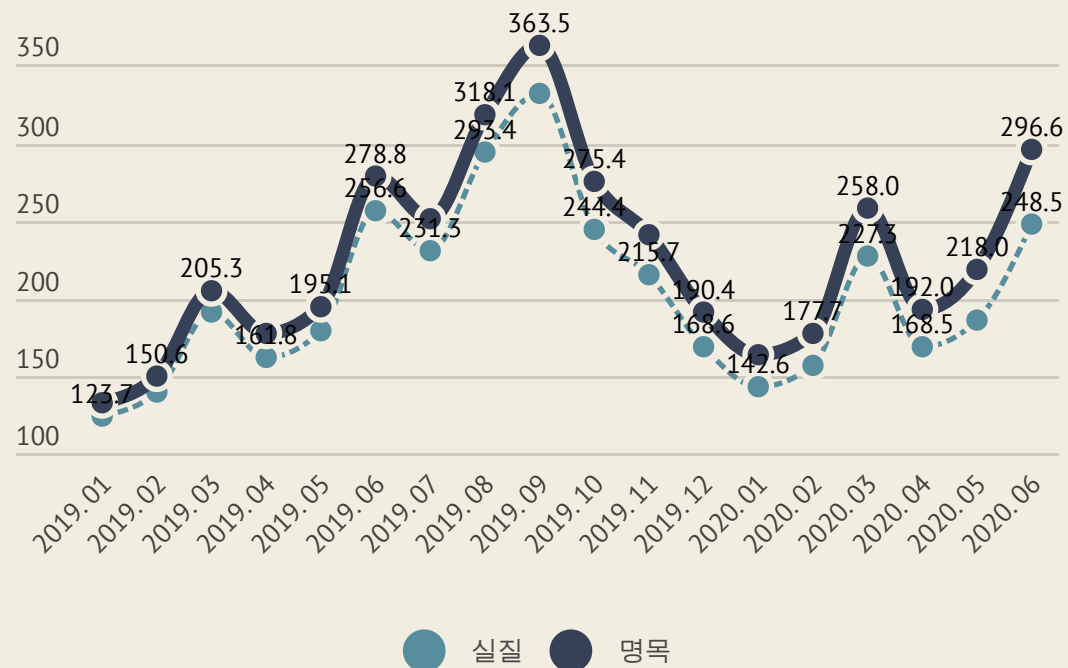
”

6월 김치 소매 판매액

전월 대비 **36.1%** 증가, 전년 동월 대비 **6.4%** 증가

- 6월 판매액 296.6억 원으로, 전월보다 78.6억 원, 전년 동월보다 17.8억 원 증가
- 전년 동월보다 6.4% 증가했는데, 이는 동기간 소비자물가지수 9.9% 증가와 고급화에 따른 단가 상승의 영향으로 보임.

(단위: 억 원)



주: 전국 오프라인 소매유통업체(제주 포함) 판매액 기준

실질금액은 품목별 소비자물가지수(CPI)로 디플레이트한 것임(2015=100).

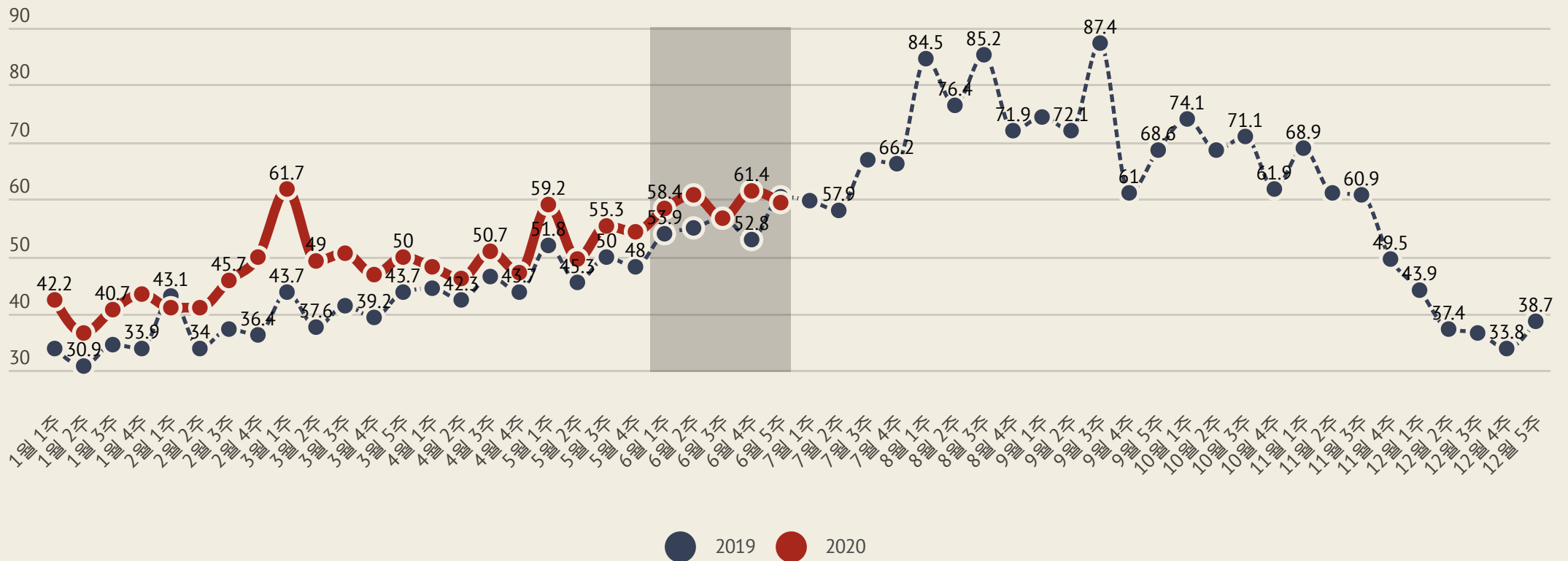
”



6월 주차별 판매액 작년 동기보다 평균 6.7% 높아

- 1주 8.4%, 2주 10.4%, 3주 0.1%, 4주 16.3% 증가
- 5주차 1.7% 감소

(단위: 억 원)



주: 전국 오프라인 소매유통업체(제주 포함) 명목 판매액 기준

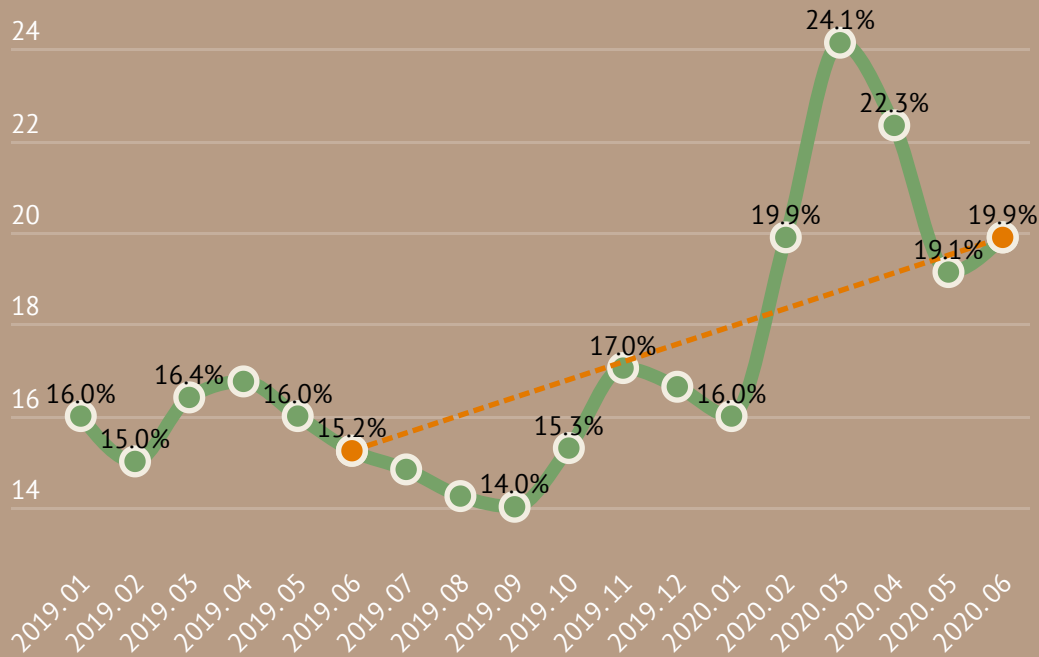
”

6월 온라인 비중

전월 대비 **0.8%p** 증가, 전년 동월 대비 **4.7%p** 증가

- 최근 1년, 온라인 판매 비중은 증가세
- 6월 온라인 판매 비중은 19.9%으로, 전년 동월 대비 4.7%p 증가
- 3월 24.1%로 최고치 기록 후, 두 달 연속 감소하였으나 6월 소폭 상승
- 코로나19에 따른 언택트(비대면) 소비로 판매 급증 후 조정 중으로 판단됨.

(단위: %)



주: 대형마트 명목 판매액 기준

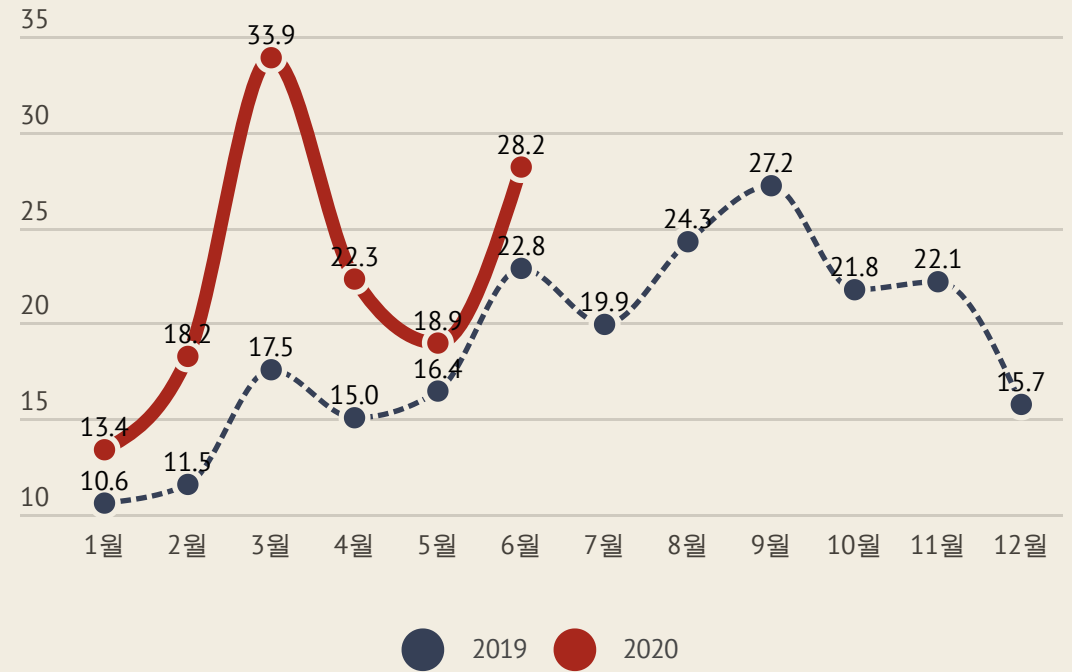
”

6월 온라인 판매액

전월 대비 **48.7%** 증가, 전년 동월 대비 **23.7%** 증가

- 온라인 판매액은 28.2억 원으로, 전월보다 9.2억 원 증가, 전년 동월보다 5.4억 원 증가
- 3월 이후, 두 달 동안 전월 대비 판매액이 감소하였으나 6월에는 전월 대비 판매액 증가
- 4월 전월 대비 34.1% 감소, 5월 15.2% 감소

(단위: 억 원)



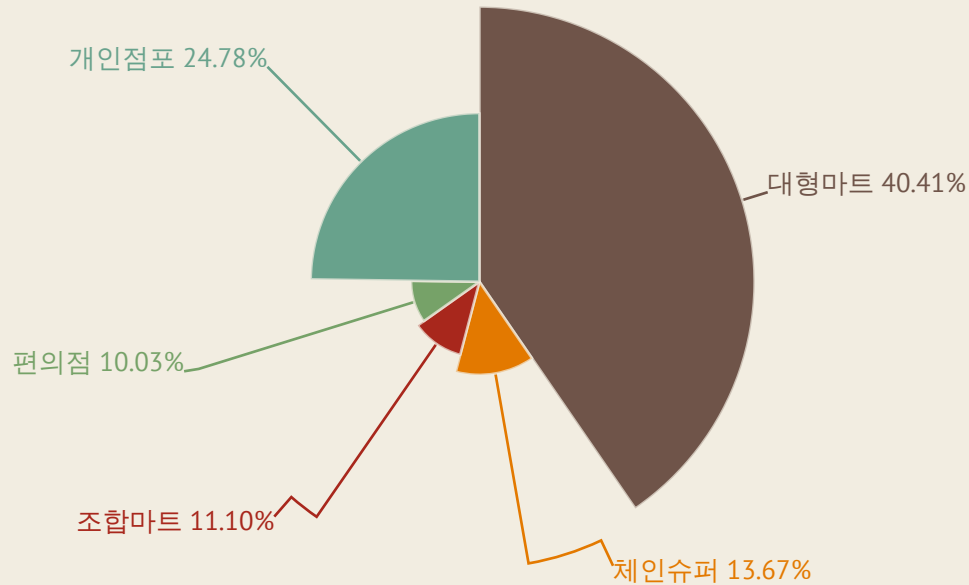
주: 대형마트 명목 판매액 기준

”

6월 오프라인 점유율 대형마트 40.4% 차지

- 오프라인 소매유통업체 중 대형마트 비중이 가장 높고, 올해 들어 감소세를 나타내고 있으나 6월에는 소폭 증가
- 1월(46.6%) → 2월(44.0%) → 3월(43.7%) → 4월(42.8%) → 5월(39.1%) → 6월(40.4%)
- 개인점포 비중은 증가 추세를 보이고 있으나, 6월에는 전월 대비 1.6%p 감소한 24.8%

(단위: %)



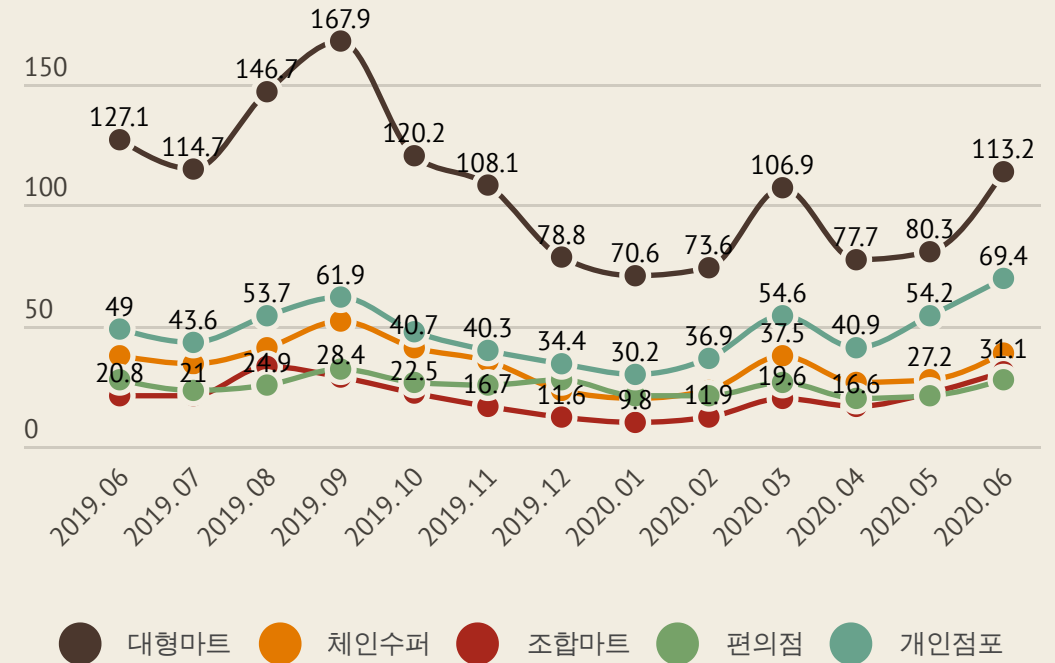
주: 오프라인 소매유통업체 명목 판매액 기준(제주 제외)

”

6월 모든 소매유통채널에서 판매액 증가

- 대형마트 판매액, 113.2억 원으로, 전월 대비 40.9% 증가, 전년 동월 대비 10.9% 감소
- 체인슈퍼 판매액, 38.3억 원으로, 전월 대비 40.8% 증가, 전년 동월 대비 2.3% 증가
- 개인점포 판매액, 69.4억 원으로, 전월 대비 28.0% 증가, 전년 동월 대비 41.5% 증가
- 편의점 판매액, 28.1억 원으로, 전월 대비 31.6% 증가, 전년 동월 판매액과 비슷한 수준

(단위: 억 원)



주: 오프라인 소매유통업체 명목 판매액 기준(제주 제외)



대형마트: 1,000평 이상의 매장면적을 가지며 상시 저가 판매 방식 운영 점포, 체인슈퍼: 체인, 법인, 공공기관 등 단체에서 가맹점 및 직접 운영하는 점포, 조합마트: 농,수,축협에서 직접 운영하는 점포(하나로 클럽 제외), 편의점: 24시간 오픈하며, 체인, 혹은 가맹의 형태로 운영되는 점포, 개인점포: 개인이 독자적으로 운영하는 점포

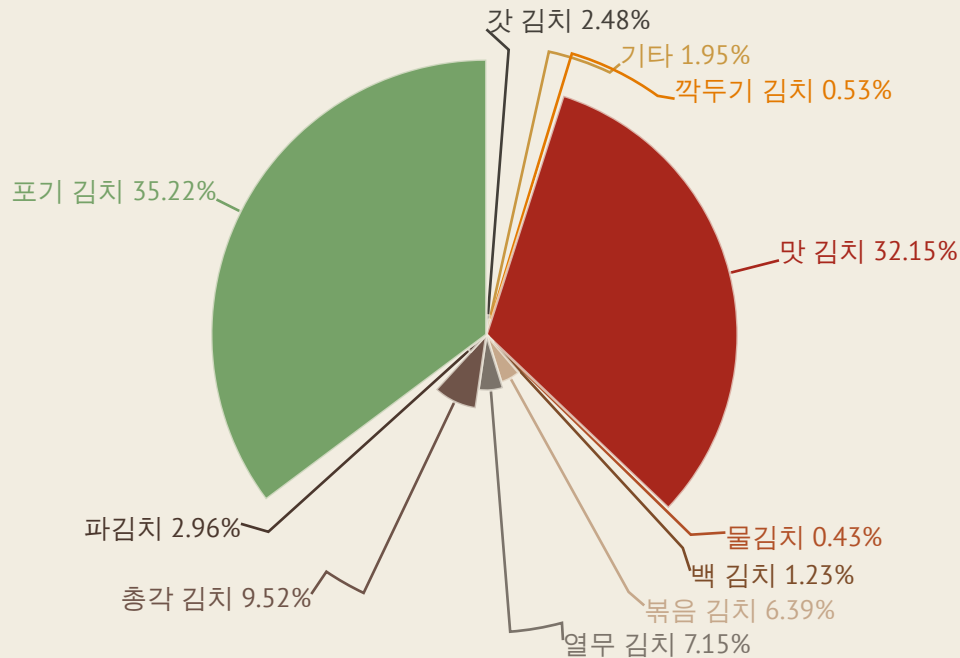
”

종류 별

포기김치와 맛김치가 67.4% 차지

- 포기 김치가 104.5억 원으로 가장 많았으며, 맛김치 95.4억 원 등 배추김치가 다수를 점함.
- 총각김치(28.2억 원), 열무김치(21.2억 원), 볶음김치(18.9억 원) 순으로 판매
- 전월 대비 열무김치(53.5%), 총각김치(47.5%), 물김치(45.7%), 백김치(44.9%) 판매액이 비교적 크게 증가

(단위:%)



주: 전국 오프라인 소매유통업체(제주 포함) 명목 판매액 기준

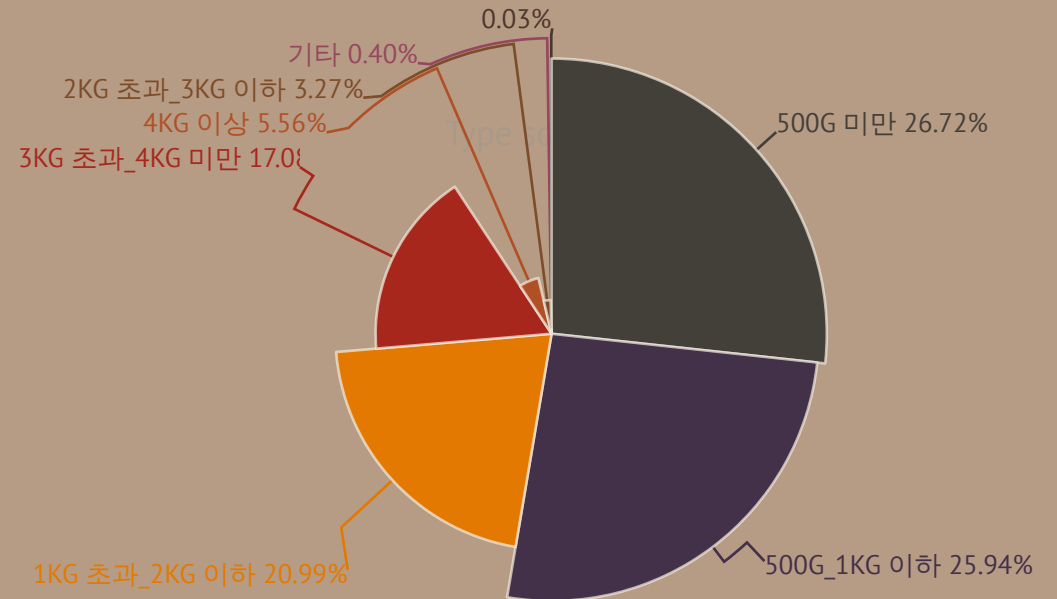
”

포장 단위

1kg 이하가 절반 이상 차지

- 500g 미만이 26.7%, 1kg 이하 52.7% 차지
- 김장철에는 대형 포장(3~4kg)이 일시적으로 증가

(단위: %)



주: 전국 오프라인 소매유통업체(제주 포함) 명목 판매액 기준