

코로나19 전후 식품소비행태 변화

2019~2021 식품소비행태조사 자료를 중심으로 | 김상호, 김정환

개요

- 한국농촌경제연구원은 농림축산식품부의 「2022년도 농식품 소비정보 분석사업」의 일환으로 국내 농식품 관련 이슈를 분석하여 웹진을 발간하고 있음.
- 식품소비행태조사는 한국농촌경제연구원에서 2013년부터 자체적으로 실시하는 통계조사로서 대표성 있는 식품소비조사 표본을 구축하여 우리나라 가구의 식품소비행태를 구체적으로 파악하고 주기적으로 조사·분석하기 위한 목적으로 추진됨.

종합 의견

온라인을 통한 식품 구매 트렌드는 지속될 것으로 전망

- 온라인 종합 쇼핑몰과 스마트폰을 중심으로 기존에 온라인으로 구매하지 않던 곡물, 과일, 채소, 육류, 계란, 수산물 등 신선식품의 구매가 증가함.
- 동시에 60대 이상 연령대에서 인터넷 및 스마트폰 사용의 어려움이 온라인을 통한 식품구매 장벽으로 작용함.
- 따라서 현재 식품 소비 통계의 사각지대에 있는 온라인을 통한 신선농식품 소비량을 추정하기 위한 방안 마련이 필요함.

채소 구입 시 품질, 맛, 가격을 여전히 중시하나 구입과 조리 편의성에 대한 선호가 증가, 구매하는 과일은 제철 과일과 건강에 좋은 과일을 중심으로 품목은 다양화되는 추세임.

- 2019년부터 2021년까지 채소 구입 시 고려하는 기준은 품질, 맛, 구입의 편리성 순서로 변화 없으나 구입의 편리성을 중시하는 소비자가 증가 추세임.
- 2020년 사과, 수박, 귤, 포도, 배, 복숭아 순으로 분석된 과일 선호는 2021년 사과, 수박, 참외, 복숭아, 포도, 귤 순으로 변화함.

육류의 구매 선호도와 기준은 큰 변화가 없으나, 가격의 중요도가 증가하였고 계란과 우유는 대량 구매를 선호하는 경향

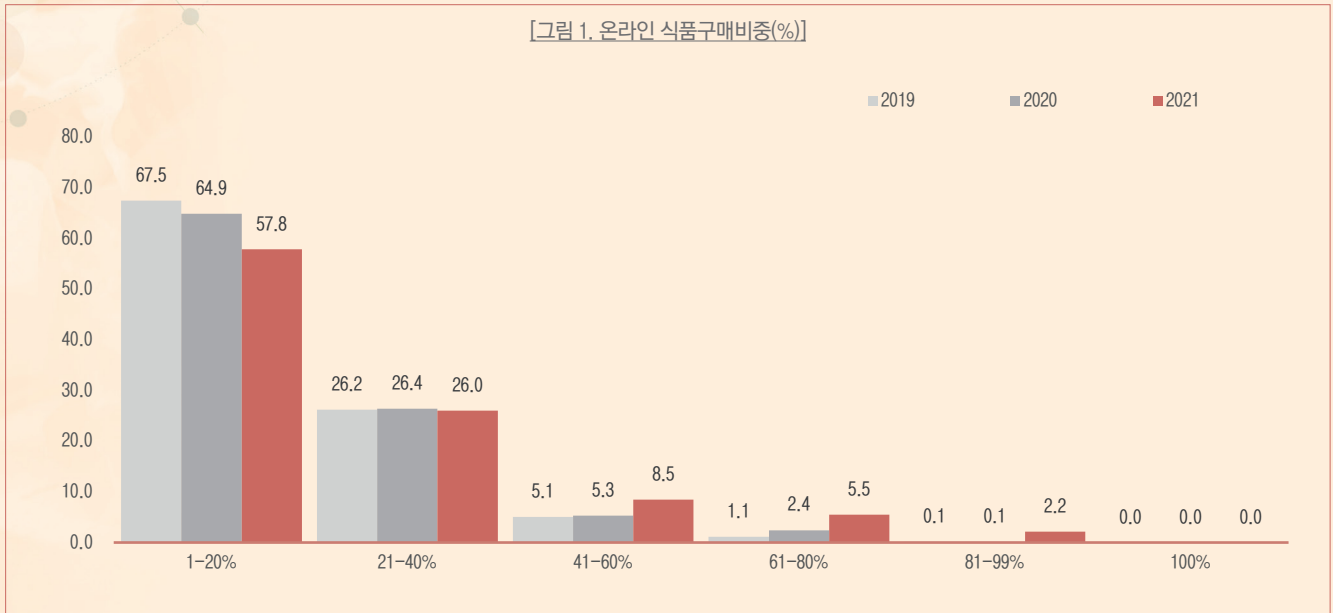
- 가정 내에서 소비하는 육류는 돼지고기, 소고기, 닭고기이며 오리고기 수요는 감소함.
- 2019년부터 2021년까지 육류의 구매 기준은 맛, 품질, 가격, 안전성 순으로 동일하나 가격을 이전보다 조금 더 중시함.
- 2021년 소비자들은 계란은 한 판, 우유는 1L 내외의 대형 사이즈를 선호함.

온라인 식품구매 트렌드

“전체 식품 구입비 중 온라인을 통한 구입 비중이 증가”

- 식품비의 61% 이상을 온라인에서 사용하는 응답자 비율이 2019년 1.2%에서 2021년 7.7%로 증가
- 식품비의 절반 수준(41%~60%)을 온라인을 통한 식품구매에 할당하는 응답자 19년 대비 21년 3.4%p 증가

[그림 1. 온라인 식품구매비중(%)]

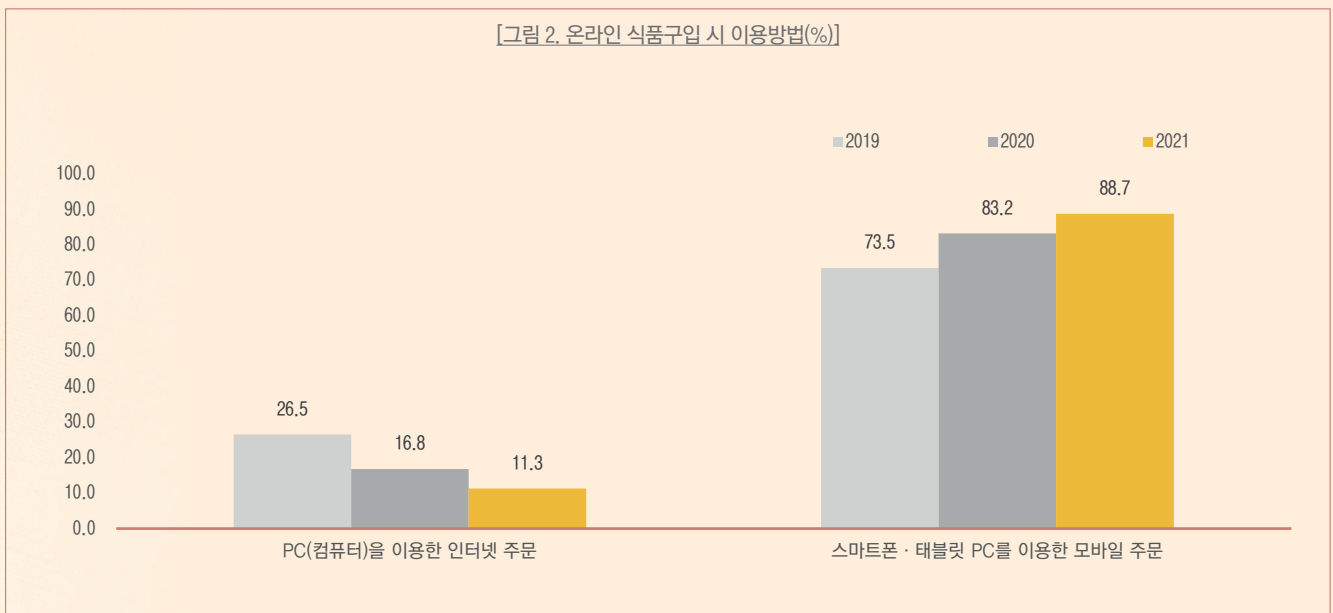


자료: KREI 식품소비행태조사 원시자료를 바탕으로 저자 작성.

“온라인 식품구매는 모바일화 경향”

- PC를 이용한 식품 구매는 ('19) 26.5%→('20) 16.8%→('21) 11.3%로 감소
- 반면 스마트폰과 태블릿PC를 이용한 모바일 식품 구매는 2019년 73.5%에서 2021년 88.7% 수준으로 증가

[그림 2. 온라인 식품구입 시 이용방법(%)]



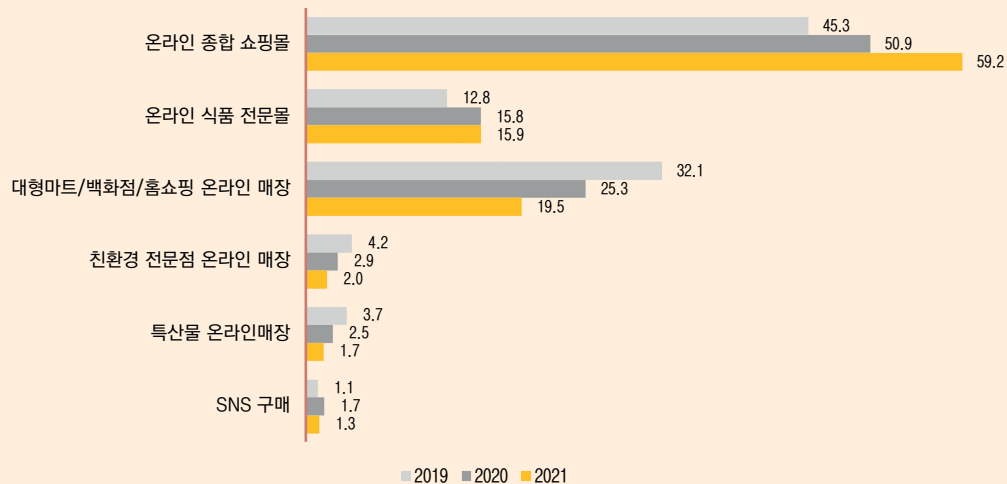
자료: KREI 식품소비행태조사 원시자료를 바탕으로 저자 작성.

온라인 식품구매 트렌드

“종합 쇼핑몰이 주요 온라인 식품 구입경로로 성장”

- 2019년 45.3% 2021년에는 59.2%의 응답자가 온라인 종합 쇼핑몰에서 식품 구매
- 대형마트/백화점/홈쇼핑 온라인 매장의 비중은 감소 추세
- 친환경 전문점의 온라인 매장과 특산물 온라인 매장은 약세

[그림 3. 온라인 식품 구입경로(%)]

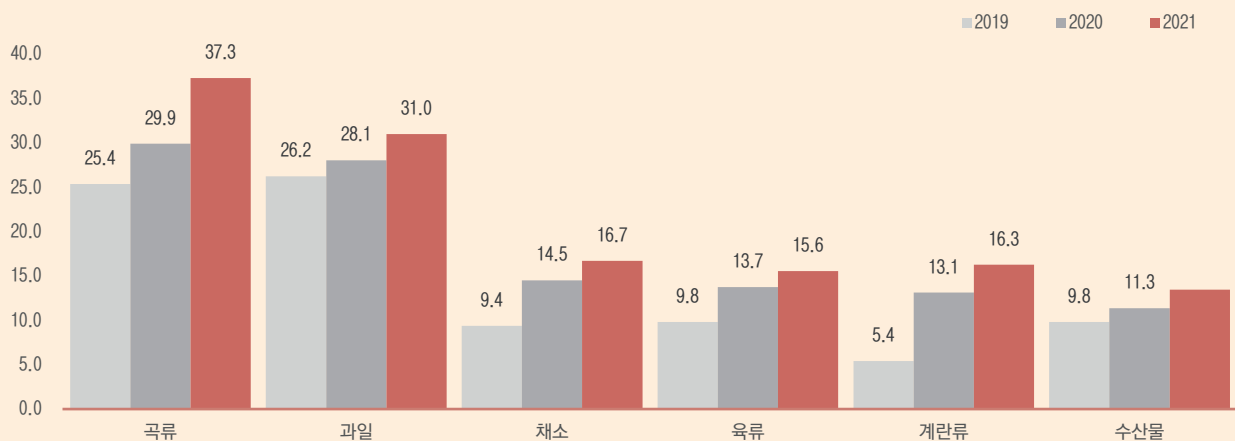


자료: KREI 식품소비행태조사 원시자료를 바탕으로 저자 작성.

“2021년에는 온라인으로 구매하지 않던 신선식품의 구매가 증가”

- 모든 신선식품 품목(곡물, 과일, 채소, 육류, 계란, 수산물)에 대한 온라인 구매가 증가
- 곡물, 과일의 경우 30% 이상의 응답자가 구매
- 채소, 육류, 계란, 수산물도 15% 내외 수준

[그림 4. 온라인으로 주로 구매하는 신선식품 (복수응답)(%)]



자료: KREI 식품소비행태조사 원시자료를 바탕으로 저자 작성.

온라인 식품구매 트렌드

“고령층의 경우 인터넷 사용의 어려움이 주요 온라인을 통한 식품구매 저해 요인으로”

- 60대 이상 연령대에서 인터넷과 스마트폰 사용의 어려움은 온라인 식품구매의 가장 큰 장벽
- 인터넷을 통한 식품구매 증가 추세와 함께 인터넷 사용의 어려움으로 식품을 구매하지 않는 응답자가 증가

구분	연도	품질 및 안전을 신뢰할 수 없어서	상품에 대한 충분한 정보 획득이 어려워서	교환, 반품이 어려워서	배송을 기다릴 수 없어서	배송 과정에서 상품 파손 및 품질 저하가 우려돼서	인터넷 /스마트폰 사용이 어려워서	가격이 비싸서	기타
1인 가구 (30대 이하)	2019	20.0	16.2	19.4	19.1	21.8	3.4	0.0	0.0
	2020	12.9	11.7	27.8	33.7	8.9	0.0	0.0	5.0
	2021	14.5	16.2	13.6	32.1	4.7	1.1	0.0	17.8
1인 가구 (40~50대)	2019	26.5	14.9	14.3	17.4	14.8	11.2	1.0	0.0
	2020	19.8	18.4	18.3	18.5	8.3	12.3	2.7	1.8
	2021	24.3	16.8	10.9	20.7	7.8	8.0	2.0	9.6
1인 가구 (60대 이상)	2019	22.3	10.6	13.2	6.6	6.4	38.9	2.0	0.0
	2020	21.5	11.2	9.8	7.6	3.5	42.0	2.5	2.0
	2021	19.0	12.8	8.2	4.9	3.4	43.7	5.1	3.0
30대 이하	2019	22.0	14.8	22.0	25.1	10.4	1.0	1.0	3.7
	2020	24.1	18.6	16.9	17.5	19.2	2.8	0.8	0.0
	2021	17.7	13.6	15.6	21.6	4.6	2.8	1.0	23.1
40대	2019	30.6	22.9	14.3	17.9	11.5	2.3	0.5	0.0
	2020	25.2	20.2	13.8	20.3	6.3	1.9	1.6	10.7
	2021	31.0	15.8	13.9	17.6	11.5	4.2	2.4	3.5
50대	2019	28.4	16.4	13.4	15.8	8.9	7.3	3.2	6.7
	2020	26.0	18.8	16.8	14.2	9.0	11.9	2.4	0.9
	2021	27.2	19.4	16.9	13.6	11.8	10.1	1.0	0.0
60대	2019	24.1	13.8	12.6	9.8	6.2	29.4	3.0	1.0
	2020	25.2	13.4	15.8	9.2	6.7	28.0	1.7	0.0
	2021	22.6	14.7	11.3	8.9	5.3	28.5	4.8	3.9
70대 이상	2019	22.2	11.8	9.0	6.3	5.7	42.8	2.1	0.0
	2020	14.4	11.0	8.0	5.4	3.3	52.4	3.2	2.2
	2021	17.9	8.3	6.0	5.8	3.3	54.6	2.7	1.5
전체	2019	26.2	17.3	15.3	12.8	10.6	16.5	1.2	0.0
	2020	24.5	14.9	14.1	13.3	7.8	21.3	2.5	1.7
	2021	22.4	14.9	11.8	12.2	5.9	22.7	3.5	6.6

[표 1. 연령별 1인 가구와 연령별 가구의 온라인으로 식품을 구매하지 않는 이유(1+2순위)]

신선식품원물(곡물, 채소, 과일, 육류) 구매행태 분석

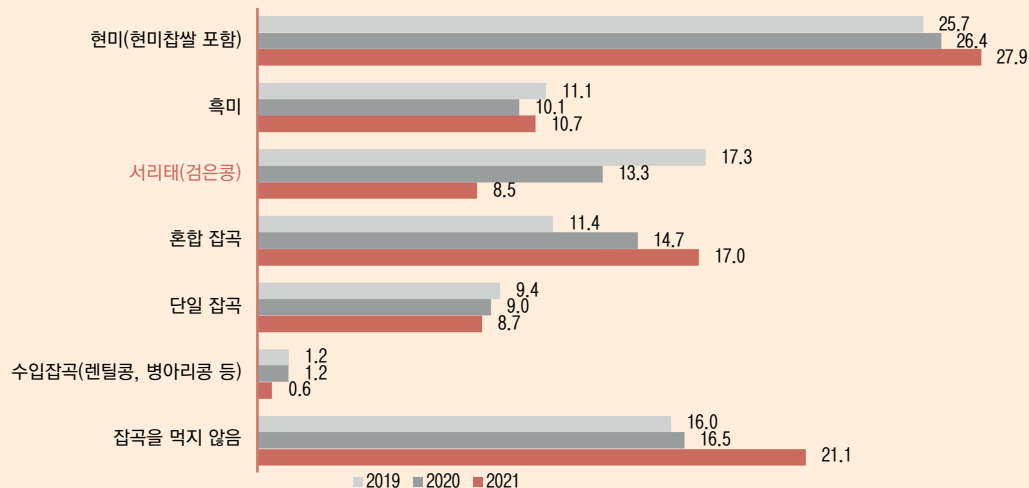
“잡곡을 먹지 않는 응답자들이 21년 큰 폭으로 증가”

– 잡곡을 먹지 않는다고 응답한 주구입자 비율 변화 : ('19) 16.0%→('20) 16.5%→('21) 21.1%

“혼합 잡곡이 단일 잡곡류에 비해 강세”

– 검은콩 조달 비율은 2019년 대비 2021년 절반수준으로 급감

[그림 5. 가장 많이 조달하는 곡물(1+2순위)]



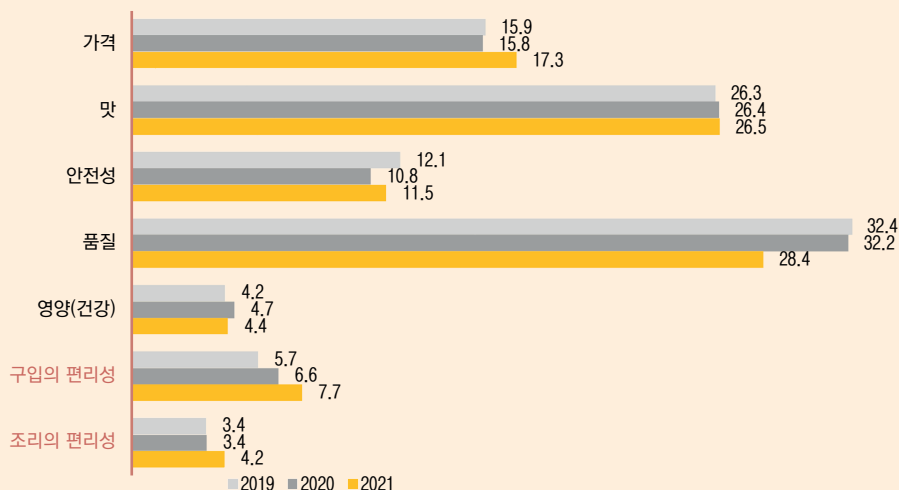
자료: KREI 식품소비행태조사 원시자료를 바탕으로 저자 작성.

“채소 구입 시 여전히 품질을 가장 중시하지만, 구입과 조리의 편리성을 고려하는 경향”

– 소비자는 채소 구입 시 품질을 가장 중시하지만, 채소 구입 시 품질의 중요도는 ('19) 32.4%→('20) 32.2%→('21) 28.4%로 소폭 감소

– 반면에 가격, 구입의 편리성, 조리의 편리성의 중요도 소폭 증가

[그림 6. 채소 구입기준 변화(1+2순위)(%)]



자료: KREI 식품소비행태조사 원시자료를 바탕으로 저자 작성.

신선식품원물(곡물, 채소, 과일, 육류) 구매행태 분석

“소비자의 과일 선호도가 최근 급격하게 변화”

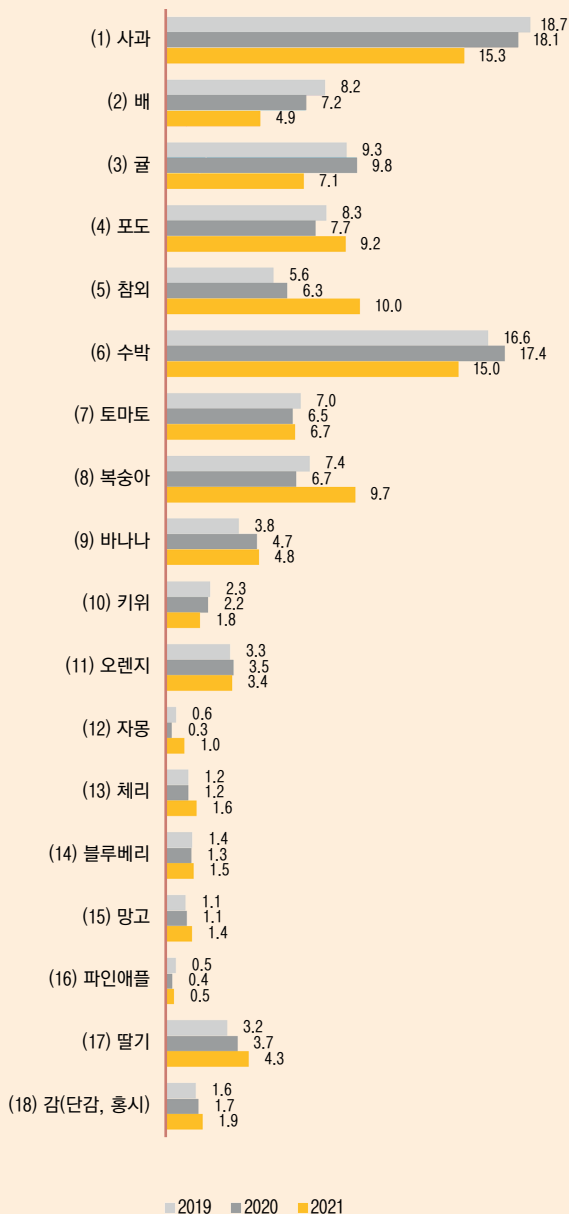
- 한국인이 가장 좋아하는 과일인 사과와 수박의 선호도가 소폭 감소
- 2021년 배, 귤의 선호도 소폭 감소, 포도, 참외, 복숭아, 딸기 선호도 증가
- 수입 의존도가 큰 과일(바나나 망고, 체리, 자몽)에 대한 선호도도 증가 추세

“과일 섭취 시 건강을 고려, 제철과일 선호도 증가”

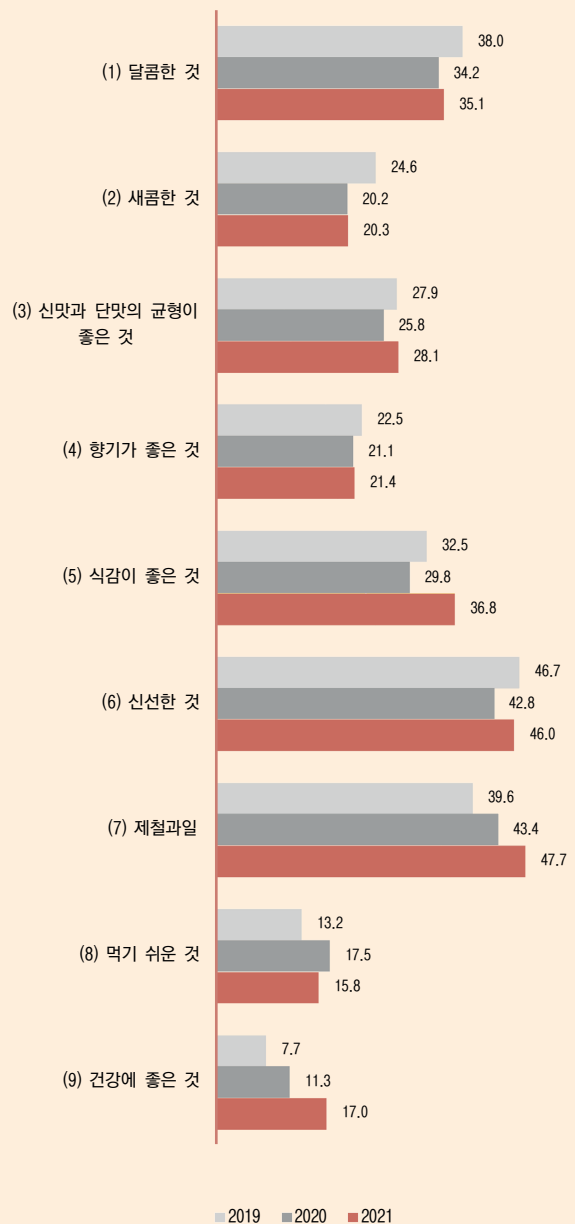
- 2021년 성인가구원이 선호하는 과일의 특성은 제철과일(47.7%), 신선한 것(46.0%), 식감(36.8%) 순
- 건강에 좋은 것을 선호하는 응답자가 ('19) 7.7%→('20) 11.3%→('21) 17.0%로 증가 추세

“가장 선호하는 맛은 단맛”

[그림 7. 소비자(성인)가 선호하는 과일(1+2순위)]



[그림 8. 소비자(성인)가 선호하는 과일의 맛과 특성]

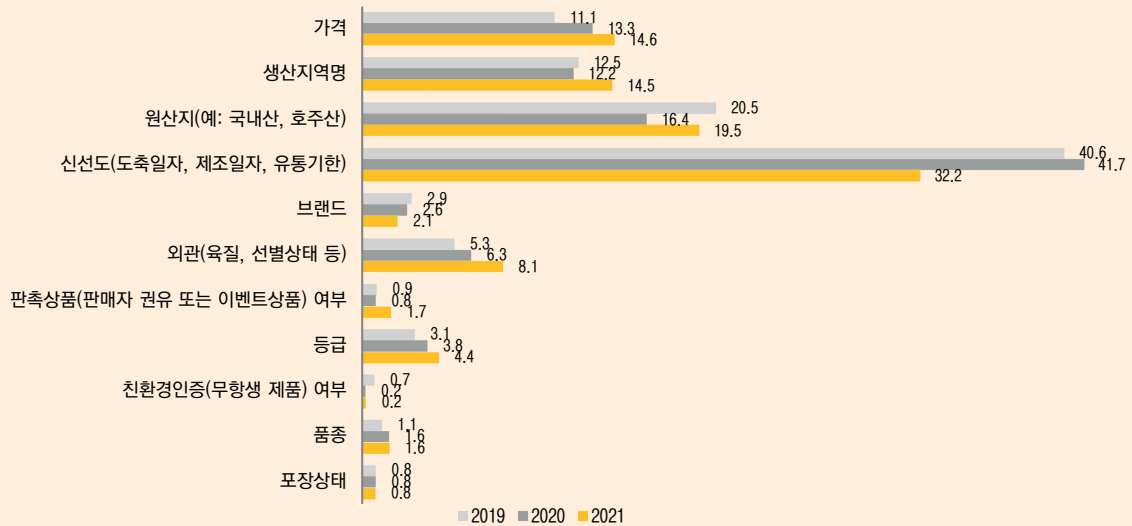


신선식품원물(곡물, 채소, 과일, 육류) 구매행태 분석

“소비자들은 신선도, 원산지, 가격, 생산지역, 외관, 등급 순으로 우선적으로 확인”

- 신선도를 가장 중시하는 응답자 비율은 2021년에는 전년도 대비 9.5%p 감소, 원산지의 상대적 중요도 감소
- 반면, 가격과 생산지역(지역상품)을 중시하는 응답자는 많아지는 경향
- 브랜드보다 외관과 등급을 신뢰

[그림 9. 육류 구입 시 우선적으로 확인하는 정보(1순위) (%)]

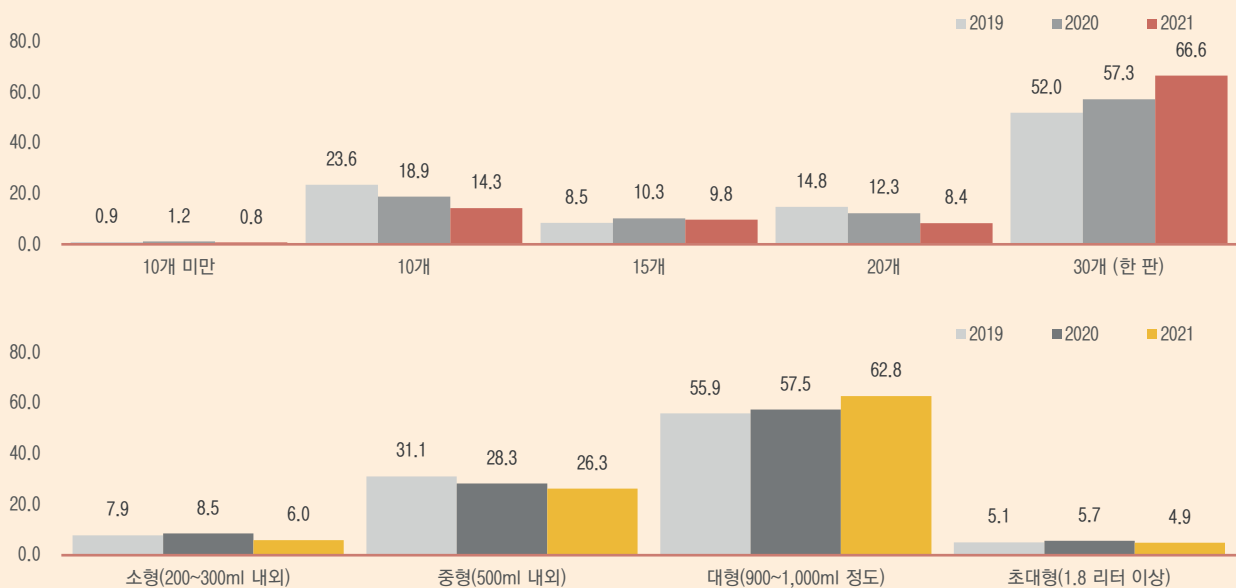


자료: KREI 식품소비행태조사 원시자료를 바탕으로 저자 작성.

“계란과 우유는 대량 구매를 선호하는 경향”

- 계란은 30개(한 판)의 선호도가 증가하고 10개, 20개 포장 단위를 선호하는 응답자 비율이 감소
- 우유의 경우 대형 우유에 대한 선호도가 ('19) 55.9%→('20) 57.5%→('21) 62.8%로 증가

[그림 10. 선호하는 계란, 우유 구매단위별 응답자 비율(%)]



자료: KREI 식품소비행태조사 원시자료를 바탕으로 저자 작성.