



농식품 소비정보 웹진

▶ 식품소비행태조사를 통해 본 농식품 소비행태와 트렌드

홍연아, 신성용 | KREI 농식품시스템연구부

통계분석 시리즈 개요

농림축산식품부 “2020 농식품 소비정보 분석사업”에서는 농식품 소비와 관련하여 가용한 모든 통계 및 데이터를 분석하여 우리 국민의 전반적인 농식품 소비 현황 및 특징을 파악하고 있음. 이를 통해 정책 담당자 및 농업/식품·외식산업의 영농/경영활동에 참고자료를 제공하고자 함.

5월에는 한국농촌경제연구원에서 매년 실시하는 식품소비행태조사 자료를 분석하였으며, 6월과 10월에는 질병관리본부 국민건강영양조사 원자료를 농식품 소비정보 제공 관점에서 분석, 7월, 9월, 2021년 1월에는 통계청 가계동향조사의 분기 자료가 제공되는 시점을 고려하여 우리나라 전체 가구의 다양한 품목류 지출실태 분석, 8월에는 한국농촌경제연구원에서 발간하는 식품수급표를 활용하여 식품 및 영양공급량 분석, 12월에는 한국농촌경제 연구원에서 실시하는 가공식품소비자태도조사 자료로 가공식품 소비동향 분석을 실시할 예정임.

식품소비행태조사란?

한국농촌경제연구원이 2013년도부터 자체적으로 실시하는 통계조사로서, 대표성 있는 식품소비조사 표본을 구축하여 우리나라 가구의 식품소비행태를 구체적으로 파악하고 주기적으로 조사·분석하기 위한 목적으로 추진됨. 2019년도에는 우리나라 일반가구에 거주하는 식품 소비자 전체를 모집단으로 하는 통계청의 집계구 명부를 사용하여 가구 내 주구입자 3,337명, 성인가구원 6,176명, 청소년 가구원 610명의 표본을 추출하여 조사를 수행함.

식품소비행태조사 분석결과를 통해 라이프스타일의 변화, 고령화/1인 가구 확대, 디지털기기 사용의 확대, 새로운 식품관련정책의 도입, 식품안전사고 등으로 인하여 식품소비행태가 빠르게 변화하고 있다는 것을 파악할 수 있음.

종합의견

2016~2019년 기간 동안 식품소비 패턴과 트렌드를 관통하는 단어는 편리성!

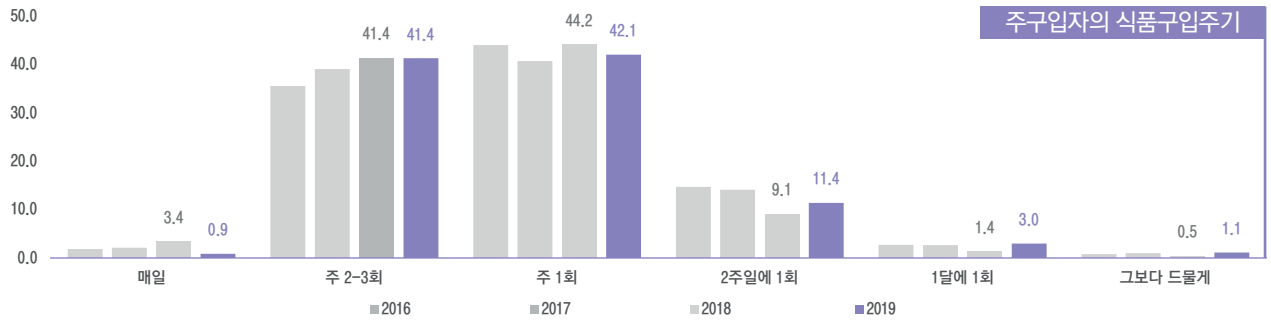


최근 우리나라의 소비자는 식료품 구입횟수는 줄이는 대신 한 번에 구매하는 양(장보기 비용)을 늘리고, 구입 장소의 편리성을 추구하여 지리적으로 가까우면서 다양한 제품을 판매하고 있는 중소형 슈퍼마켓/편의점을 이용, 구입 용량 측면에서는 사용하기 편리한 소포장 제품을 구매, 조리가 편리한 HMR 제품에 대한 인기가 높으며, 김치를 구입한다는 가구 비중이 증가하고 있음. 구입 방법의 측면에서는 신속하고 편리하게 구매가 가능한 온라인/모바일에서의 소비가 확대되는 등 식품소비행태의 전반적인 측면에서 편리성을 추구하는 모습을 보이고 있음.



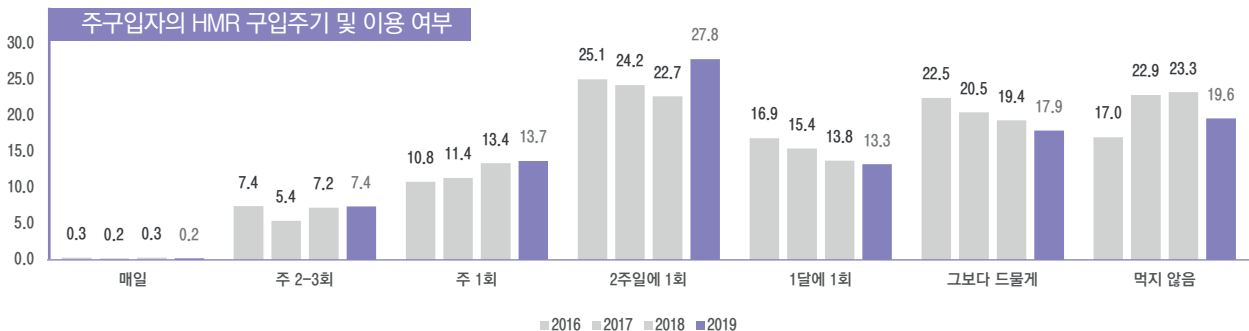
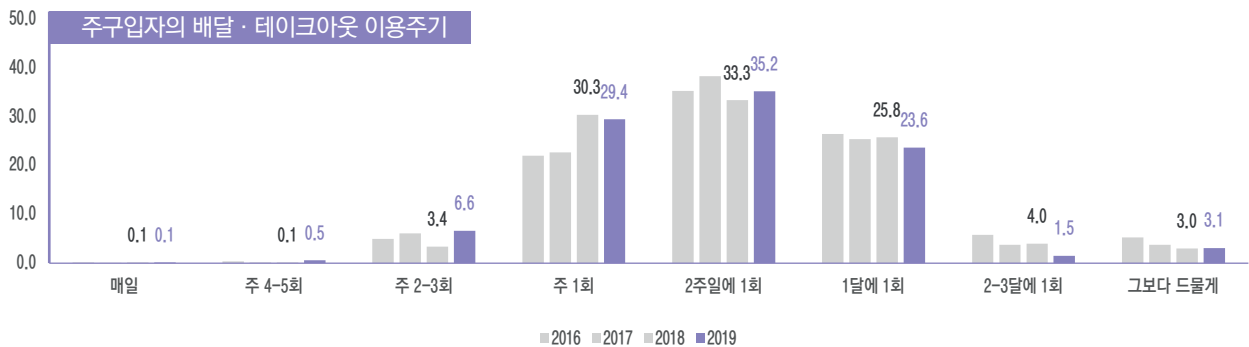
식품구입 주기는 2018년 이후 다시 길어지는 경향

- 2019년 '주 1회 식품을 구입한다'와 '주 2~3회 식품을 구입한다'는 응답의 비중이 각각 42.1%, 41.4%로 가장 높은 비중을 차지함.
- 2019년 '매일'과 '주 1회' 응답 비중은 2018년 대비 각각 2.5%p, 2.1%p 감소한 반면 '2주일에 1회', '1달에 1회' 응답 비중은 2.3%p, 1.6%p 상승하여 식품구입주기가 길어지는 경향을 보임.



자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

- 이는 배달·테이크아웃 및 외식 빈도 증가, 가공식품 및 HMR과 같이 **장기 보관이 가능한 식품류 구입의 증가경향**이 원인인 것으로 보임.
- 주 1회 이상 배달·테이크아웃을 이용한다고 응답한 가구의 비중은 2019년 36.6%로 전년 대비 2.7%p 증가한 반면 '1달에 1회 이하' 응답 비중은 2019년 28.2%로 전년 대비 4.6%p 감소
- HMR의 경우 '2주일에 1회' 구입한다고 응답한 가구의 비중이 전년 대비 5.1%p 증가하였고 그보다 자주 구입하는 가구의 비중도 소폭 상승한 반면, '1달에 1회 이하'로 구입하거나 '먹지 않음'다고 응답한 비중은 전년 대비 5.7%p 감소

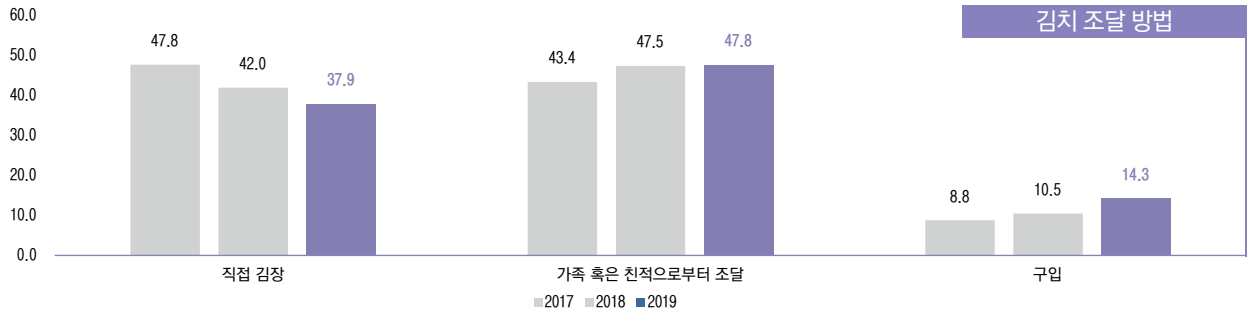


자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석



김치를 직접 담가먹는 대신 구입하는 비중 증가

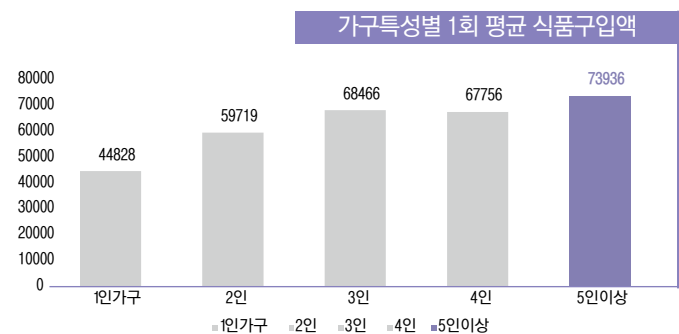
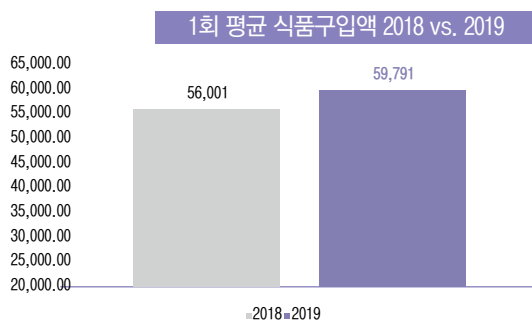
- ‘직접 김장’을 통해 김치를 조달하는 가구는 해마다 감소하는 반면 ‘구입’을 통해 김치를 조달하는 가구는 증가 추세에 있음.
- ‘직접 김장’을 통해 김치를 조달한다고 응답한 비중은 2017년 47.8%에서 2019년 37.9%로 약 10%p 감소한 반면, ‘구입’한다고 응답한 비중은 2017년 8.8%에서 2019년 14.3%로 5.5%p 증가
- 재료마련, 손질, 부산물 처리 등 번거로운 작업이 많은 김장을 하는 대신 구입을 통해 간편하게 김치를 조달하고자 하는 수요가 늘어나고 있는 것으로 판단됨.



자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

가구의 1회 평균 식품 구입액 증가

- 가구당 1회 평균 식료품 구입액은 2018년 56,000원에서 2019년 59,800원 가량으로 증가함.
- 가구원 수가 늘어날수록 1회 평균 식료품 구입액은 상승하나 상승폭은 점차 줄어드는 경향을 보임.
- 3인 이상 가구의 경우 가구원 수가 증가하더라도 1인 가구와 2인 가구, 2인 가구와 3인 가구 간 1회 평균 식료품 구입액 차이에 비해 크게 증가하지 않음. 이는 1회 평균 식품구입액이 가구원 수보다는 결혼 및 자녀 유무에 따른 특성에 더 큰 영향을 받기 때문으로 판단됨.

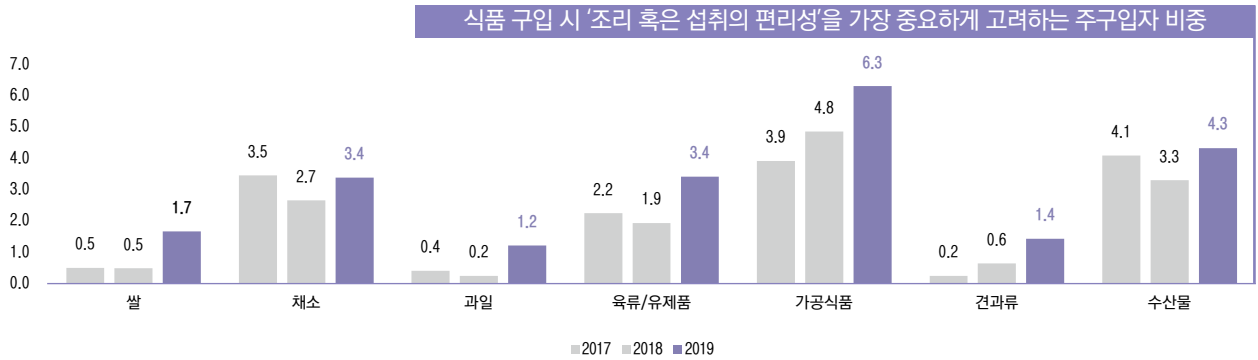


자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

식품 구입 시 편리성을 추구하는 경향 심화

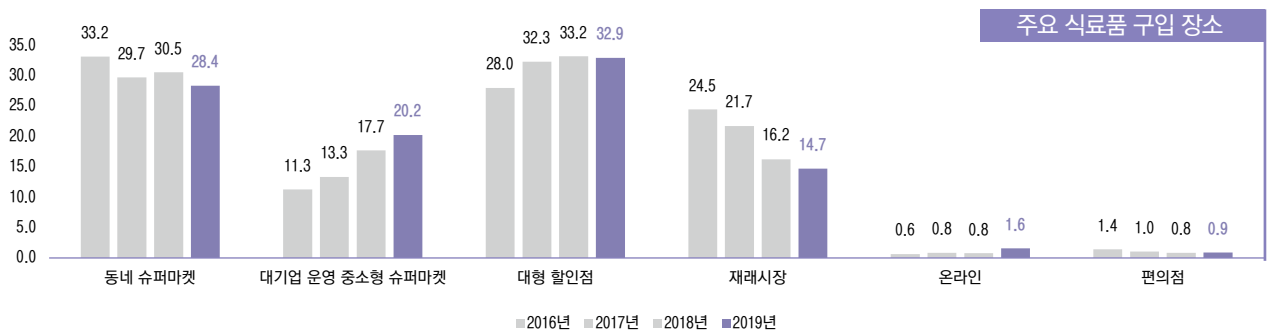
- 식품 구입 시 가장 중요하게 고려하는 기준으로 ‘조리 혹은 섭취의 편리성’을 선택한 응답자의 비중은 식품 품목 전반적으로 고르게 증가
- 2019년 식품 구입 시 ‘조리 혹은 섭취의 편리성’을 가장 중요하게 고려하는 주구입자 비중은 쌀의 경우 전년 대비 1.2%p, 채소 0.7%p, 과일 1.0%p, 육류/유제품 1.5%p, 가공식품 1.5%p, 견과류 0.8%p, 수산물 1.0%p 각각 증가

1. 2016~19 전반적인 식품소비행태의 변화



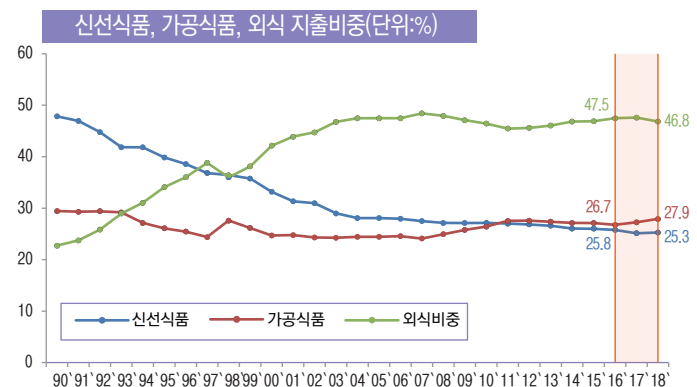
주요 식료품 구입 장소로 '대기업 운영 중소형 슈퍼마켓'을 이용하는 비중 증가

- **대기업 운영 중소형 슈퍼마켓**을 이용하는 비중은 2016년 이후 지속적으로 상승 추세로 올해는 전년 대비 2.5%p 증가하였으며, '온라인'을 이용하는 비중도 전년 대비 0.8%p 증가함.
- 반면 '동네 슈퍼마켓'과 '재래시장'의 이용 비중은 각각 전년 대비 2.1%, 1.5%씩 감소하여, 거주지와 가까운 지리적 이점에도 불구하고 제품의 다양성, 소포장 제품구비 여부 등의 측면에서 상대적으로 불리한 지역 내 영세식품 판매업체의 어려움은 지속되고 있는 것으로 보임.



2011년 가공식품 지출액 비중이 신선식품을 앞지른 이래 격차가 벌어지는 추세, 외식 지출액 비중은 2007년 48.4%까지 계속 증가하다가 최근에는 46.8% 수준으로 떨어져

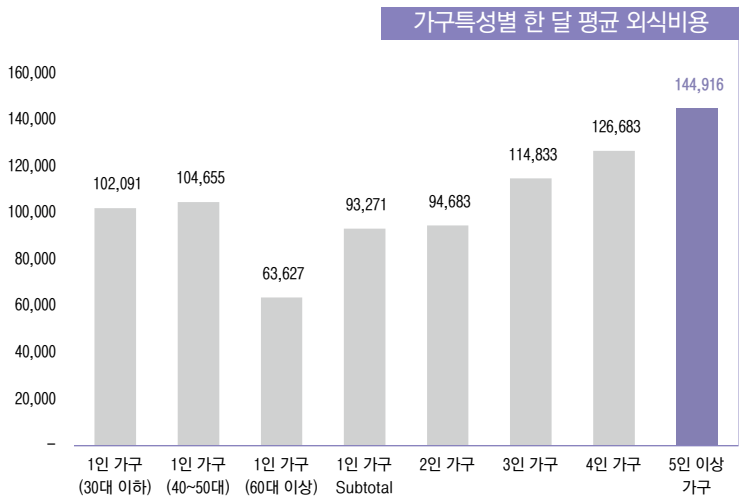
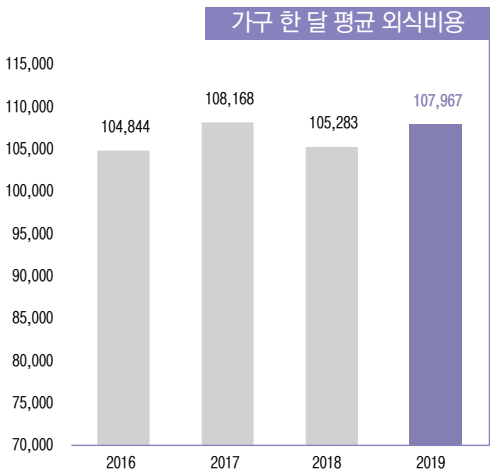
- **가공식품의 지출비중**은 2016년 이후 2018년까지 지속적으로 상승한 반면 **신선식품의 지출비중**은 감소함.
- 가공식품 지출비중: 2016년 26.7% → 2018년 27.9%
- 신선식품 지출비중: 2016년 25.8% → 2018년 25.3%
- 외식 지출비중: 2016년 47.5% → 2018년 46.8%
- 손질 부담, 짧은 저장주기를 지닌 신선식품에 비해 간편하게 조리가 가능하며, 저장기간이 비교적 긴 가공식품에 대한 선호가 반영된 결과로 보임.





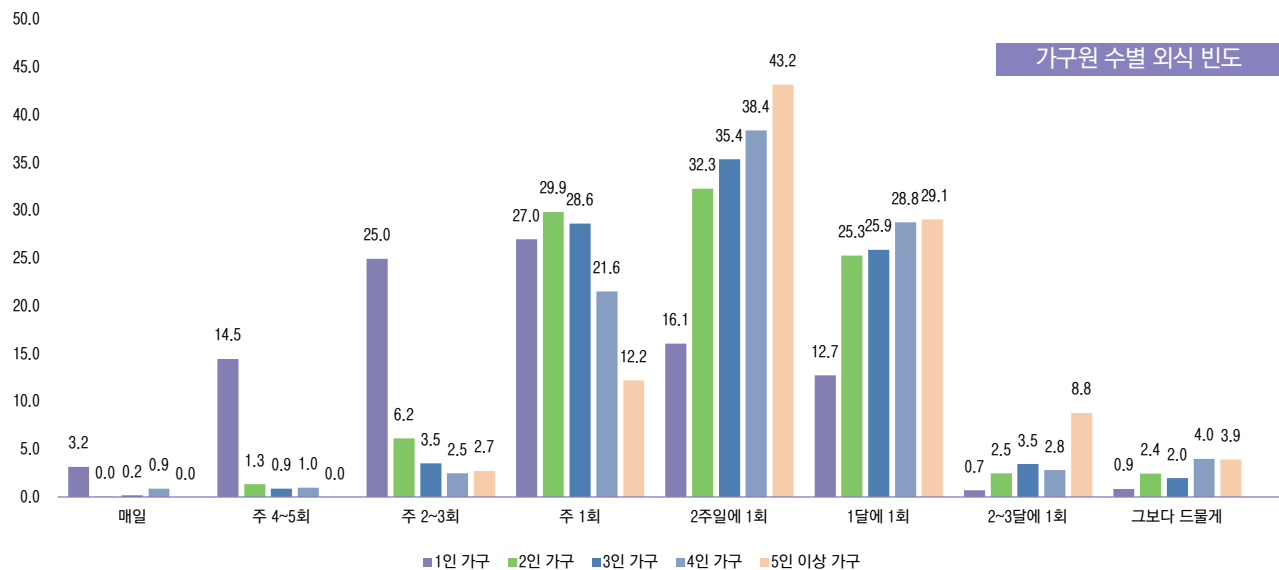
가구원 수가 증가할수록 외식비용 증가하나, 1인 가구와 2인 가구의 외식비용 지출액은 큰 차이 없어

- 1인 가구의 외식 지출액은 평균 93,271원, 2인 가구 94,683원, 5인 이상 가구 144,916원으로 나타남.
 - 이는 2인 가구의 경우 1인 가구에 비해 가정 내 식사를 하는 경우가 많고 외식 빈도가 감소하기 때문임. '주 2~3회 이상' 외식을 한다고 응답한 비율은 1인 가구는 42.7%인 반면, 2인 가구는 7.5%에 불과함.
- 1인 가구 연령에 따라 외식비용 지출액에 차이가 발생함. 30대 이하 1인 가구와 40~50대 1인 가구의 외식비용 지출액은 10만 2,000~4,000원 대로 큰 차이가 없으나 60대 이상 1인 가구는 63,627원을 지출함.
 - 60대 이상 1인 가구의 경우 은퇴 이후 사회활동 감소, 가정 내 식사 선호 등이 외식비용 차이의 주요 원인으로 파악됨.



자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

- 한편, 외식 빈도는 1인 가구가 압도적으로 높으며, 가구원 수가 증가할수록 외식 빈도는 줄어드는 경향을 나타냄.

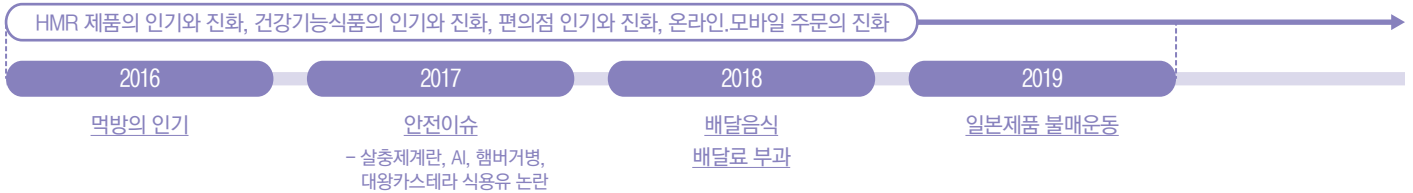


자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

2. 2016~19 식품소비 관련 이슈와 트렌드

2016년 ~ 2019년도까지 4년 동안 한국농촌경제연구원 식품소비트렌드 모니터에서 발표한 식품관련 이슈와 트렌드를 총 점검하여 각 연도별로 1개 이슈를 선정함. 한편 해당 기간동안 꾸준히 나타난 식품소비트렌드 4개를 선정함.

연도별 이슈로는 '16년 **먹방**, '17년 **다수 발생한 식품안전사고**, '18년 **배달료 인상**, '19년 **일본제품 불매운동**을 선정하였으며, 2016~19년 기간을 관통하는 **식품소비 트렌드**로는 제품 측면에서 가정간편식(HMR)과 건강기능식품, 유통채널 측면에서 편의점, 온라인/모바일 주문의 확대를 선정함.

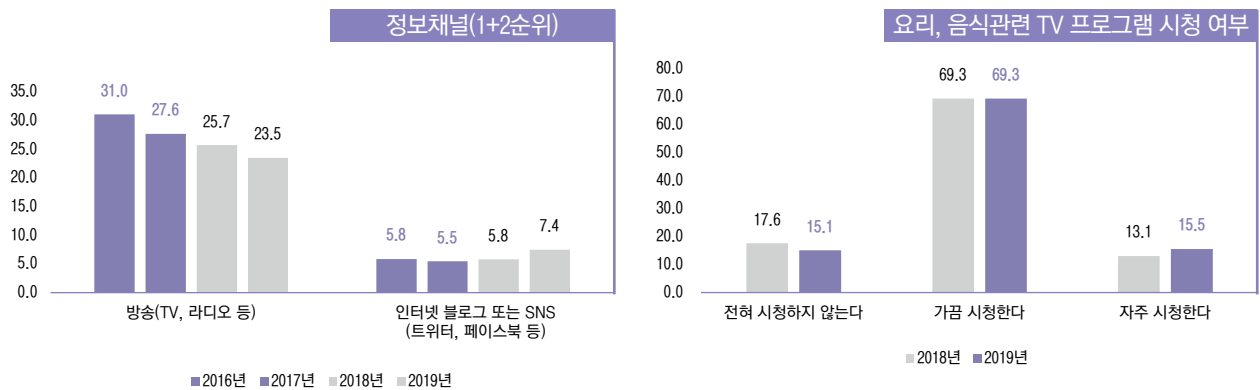


자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

2.1. 연도별 이슈

'16년 먹방의 인기

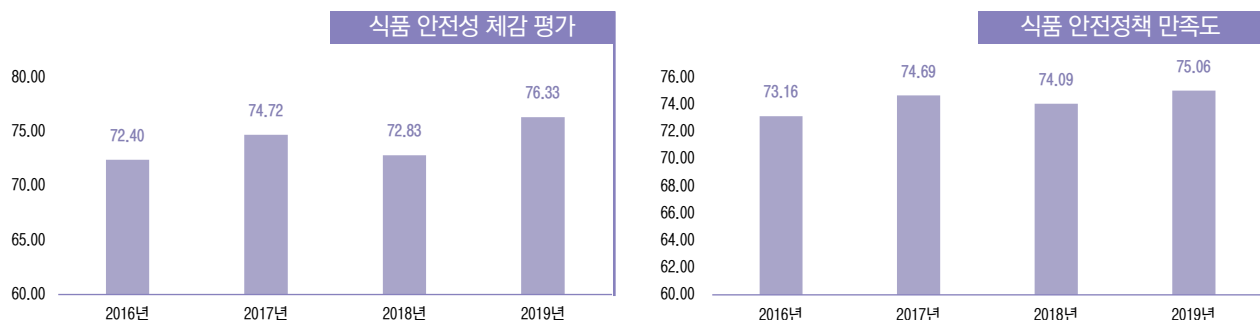
- 2016년 한해는 먹방의 해였다고 해도 과언이 아닐 정도로 각종 먹방들이 인기를 끌었음. 최근에는 인터넷 블로그 혹은 SNS를 참조하여 식생활 관련 정보를 얻는 비중도 늘어나고 있어 식생활 관련 정보를 얻는 경로가 다양화되는 추세임.



자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

'17년 식품안전 관련 사고 발생

- 2017년 한해는 각종 식품안전사고들이 많이 발생하였음. 살충제 계란 파동, 햄버거병, 질소 과자 사건 등 다양한 안전사고들이 발생하였으며 고병원성 AI, 대왕 카스테라 식용유 사용 논란 등 식품안전과 관련된 이슈들이 여러 차례 발생함.
- 식품소비행태조사 내 식품 안전성 체감 점수는 2017년 74.72점 → 2018년 72.83점으로 감소, 식품 안전정책 만족도 점수는 2017년 74.69점 → 2018년 74.09점으로 감소
- 2019년에는 전반적인 안전성 평가가 개선된 특징



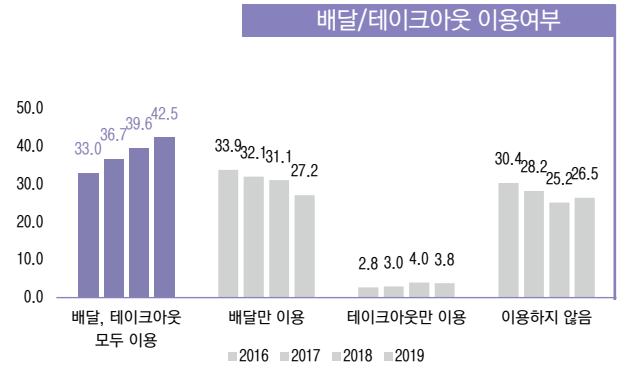
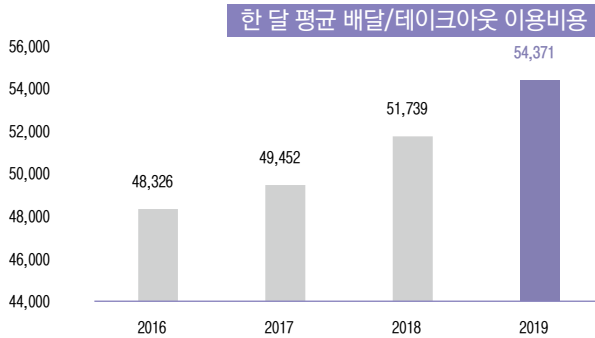
자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석



'18년 배달료 부과 이슈, 그럼에도 불구하고 배달/테이크아웃 인기 식지 않아

- 한 달 평균 배달/테이크아웃 이용비용은 2018년 51,739원에서 2019년 54,371원으로 3,000원 가량 상승함.

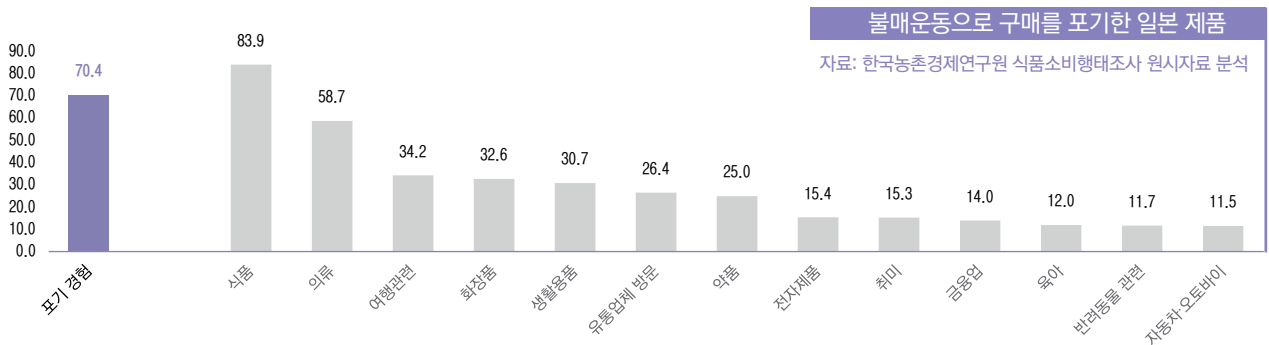
- 배달만 이용하는 비중은 2019년 27.2%로 전년 대비 3.9%p 감소한 반면 배달, 테이크아웃을 모두 이용한다고 응답한 비중은 2.9%p 상승
- 배달료 인상으로 배달/테이크아웃 이용을 줄이는 대신 배달을 주로 이용하던 소비자의 일부가 테이크아웃을 병행 이용하는 방향으로 대응한 것으로 보임.



자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

'19년 일본제품 불매운동

- 2019년 우리나라에 대한 일본의 반도체 원재료 수출 제한 조치에 따라 국내에서는 일본의 조치에 항의하는 차원에서 민간에서 일본불매운동이 전개 되었으며 이로 인해 일본 식품의 구매행태가 가장 큰 영향을 받은 것으로 보임.
- 불매운동으로 일본제품 구매를 포기한 경험에 있는 응답자는 70.4%로 나타났으며, 구매를 포기한 일본제품으로 '식품류' 구입을 중단했다고 응답한 비중이 83.9%로 다른 품목들에 비해 높았음.

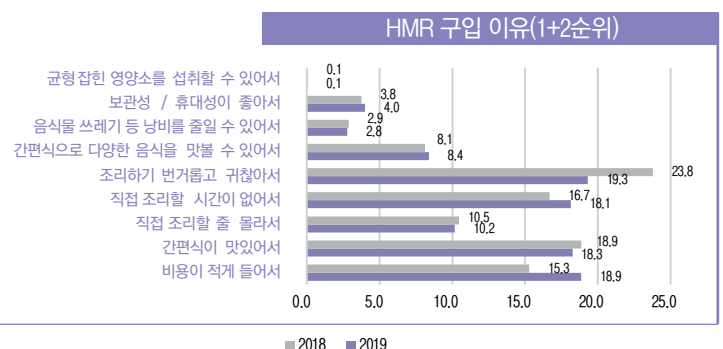


자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

2.2. 2016~19 큰 인기를 끌고 진화를 거듭한 식품류와 유통채널

가정 간편식(HMR)의 인기 비결, 편리성, 맛, 다양/고급화까지

- HMR 식품은 이용의 편리성뿐만 아니라 최근에는 맛과 다양성까지 추구하면서 그 저변을 더욱 확대해가고 있음.
- HMR 구입 이유로는 '조리하기 번거롭고 귀찮아서'라는 응답이 전년에 비해 4.5%p 감소한 반면 '비용이 적게 들어서'라는 응답은 전년에 비해 3.6%p 증가하여 가격 측면에서 소비자의 인식이 개선된 것으로 나타남.



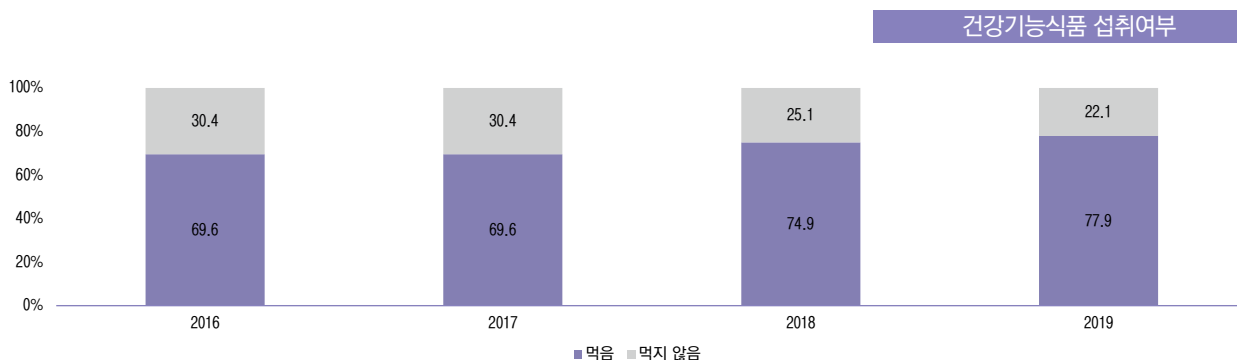
2018 2019

자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

건강기능식품의 인기와 진화

- 건강기능식품을 섭취하는 비중은 2016년 이후 증가하는 추세로 **건강기능식품을 섭취하는 비중은 2019년 77.9%로 전년 대비 3.0%p 증가**하였으며, 2016년에 비해서는 8.3%p 증가함.

- 건강, 다이어트, 미용 등 소비자의 다양한 관심과 욕구를 겨냥한 건강기능식품들이 지속적으로 출시되면서 해당 시장의 성장을 견인

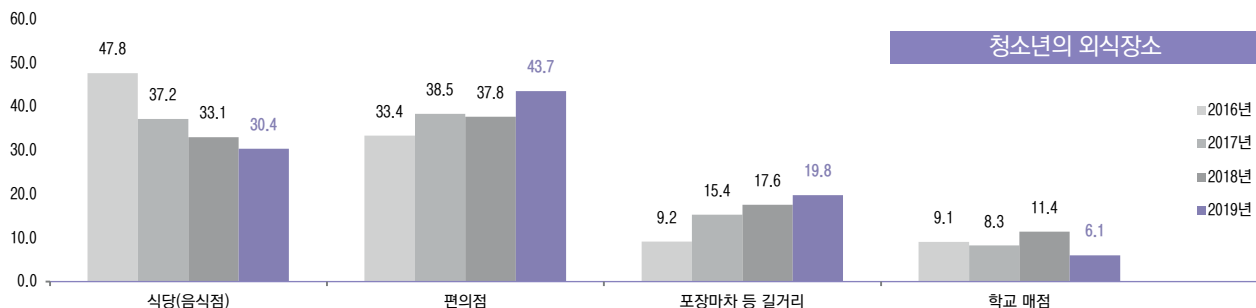


자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

편의점의 변신과 대유행

- 편의점이 도시락, 커피, 각종 간식거리 등 1인 가구와 청소년층을 대상으로 다양한 제품을 갖추고 이에 대한 마케팅을 강화해나감에 따라, 해당 소비층의 편의점 이용 비중이 점차 증가함.

- **청소년의 주요 외식장소로 '편의점'을 응답한 비중은 2016년 33.4% → 2019년 43.7%로 조사연도 4개년 동안 10.3%p 가량 증가**

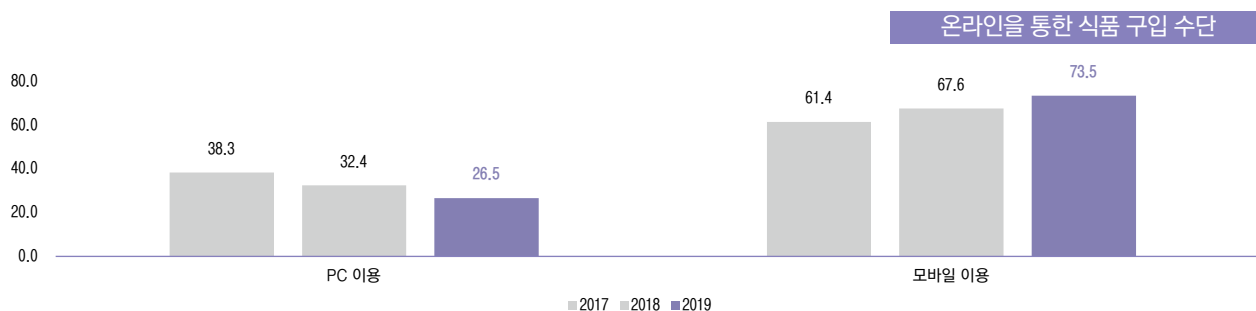


자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

온라인과 모바일, 식료품 쇼핑의 대세

- 이용의 편리함뿐만 아니라 '새벽배송'을 키워드로 쿨드체인 시스템을 갖춘 온라인 유통망이 발전하면서 온라인을 통해 식품을 구매하는 소비자층이 늘고 있음.

- 온라인을 통한 구매는 주로 PC보다는 모바일 앱을 통해 이루어지며 모바일 앱 이용 비중은 점차 증가하는 추세.



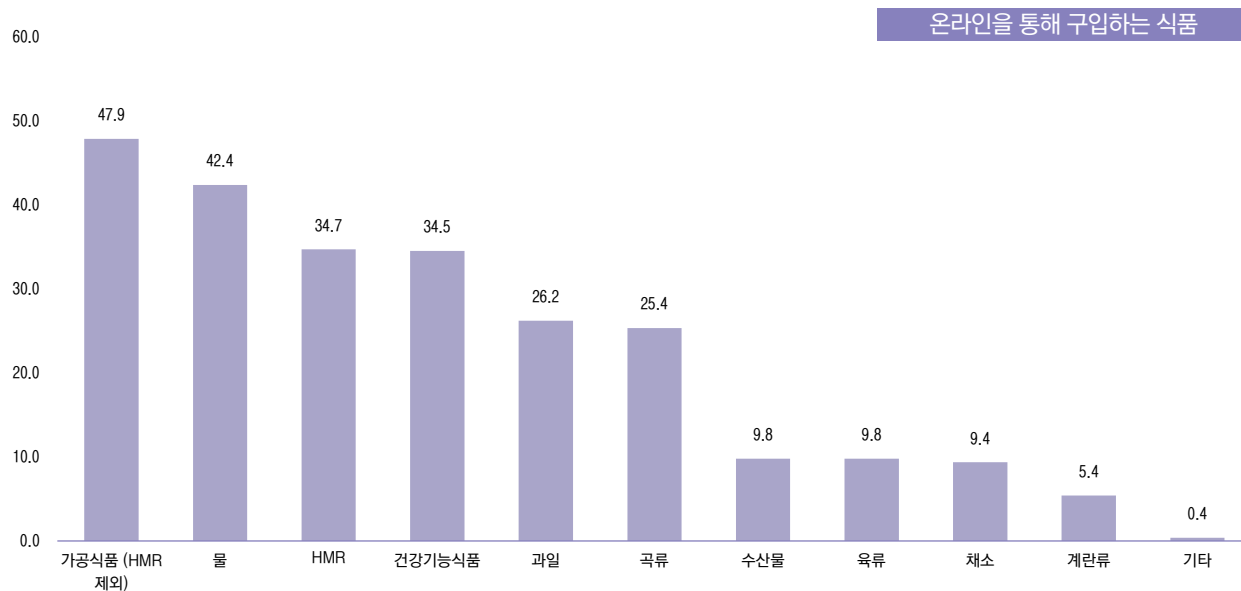
자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석

2. 2016~19 식품소비 관련 이슈와 트렌드



- 온라인을 통한 구매는 HMR을 포함한 가공식품, 물, 건강기능식품 등 보관성이 좋은 제품을 위주로 이루어지나, 과일(26.2%), 채소(9.4%), 수산물(9.8%), 육류(9.8%) 등 신선식품의 소비도 많이 이루어지고 있음.

- 동네 마트, 재래시장, 대형마트 등 오프라인 유통채널의 매출을 감소시키는 영향이 지속될 것으로 보임.



자료: 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 원시자료 분석