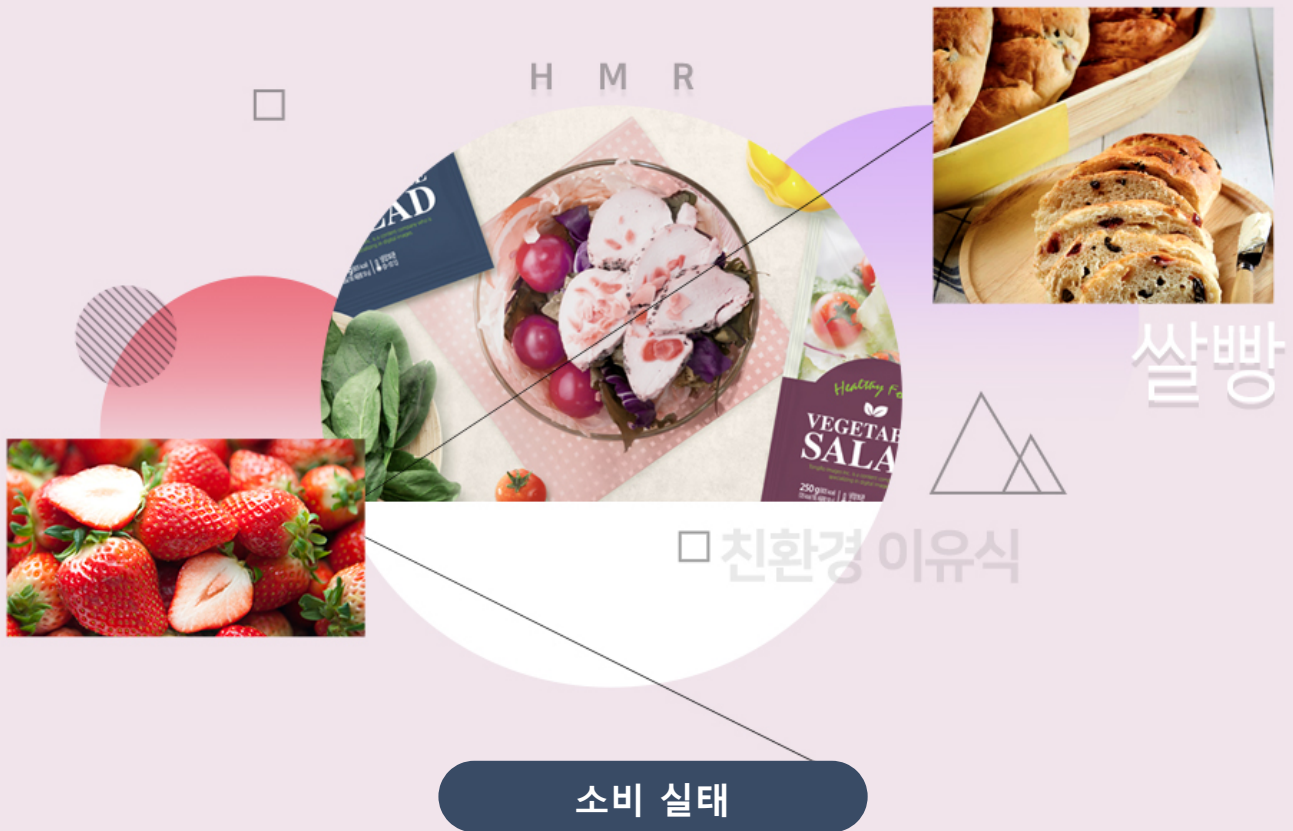




빅데이터로 추적한 농산물 소비·구매 실태

2018 농식품 소비트렌드 발표대회(농촌진흥청, 2018.8.28.)



■ 변화하는 농식품 소비형태

❖ OFF에서 ON으로

- 지난 8년간('10~'17) 오프라인 구매액은 6% 증가한 반면, **온라인** 농식품 구매액은 354%까지 상승

❖ 엄마에서 셰프로

- 가정간편식('17, 3조원)은 유명 셰프를 모델로 앞세워 건강과 맛을 강조하고, 엄마의 '**집밥**'을 대신

차세대 HMR, 밀 키트(Meal Kit)

한 끼 식사 분량의 손질된 재료와 양념, 레시피로 구성된 반조리식

완제품 HMR에 비해 약간의 수고로움은 있으나 신선하고 건강한 식재료 사용과 누구나 쉽게 조리하는 즐거움을 누릴 수 있어 수요 급성장

※ 가정간편식 : HMR로 불리며, 간편하게 조리해 먹을 수 있는 대체 식품을 통칭

❖ 주식(主食)에서 간식(間食)으로

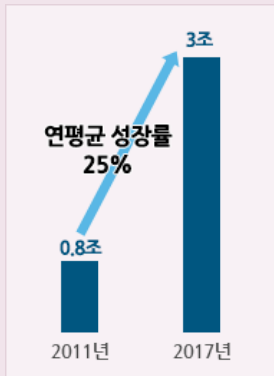
- **디저트 시장** 은 8.9조원('16)으로 성장했고, 수입과일에 대한 수요도 꾸준('00년 이후 121% ↑)

❖ 당일(當日)에서 새벽으로

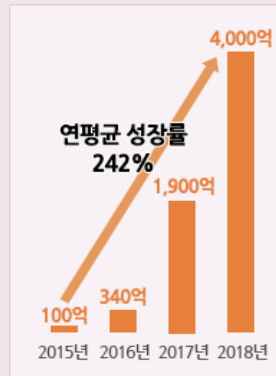
- 100억 원('15)의 **새벽배송** 시장규모는 40배 증가한 4,000억 원('18)으로 탈바꿈하며, 신선(新鮮)을 강조

❖ 연령(年齡)에서 월령(月齡)으로

- 저출산에도 **친환경 이유식** 시장(70억)은 20배('13~'17)나 증가하고, 재료도 '월령 맞춤'으로 변화



가정간편식(HMR)



새벽배송



친환경 이유식

▣ 품목별 소비 트렌드('15~'17)

❖ 곡물 : 팔·콩·보리 ↑

- 최근 국내산의 인기가 높아진 팔의 가구당 구매액('17, '15년 대비)은 34%, 콩 26%, 보리는 10.5% 상승

※ 상대적으로 쌀 구매액은 연간 119천원('17)으로 같은 기간에 23.2% 감소

❖ 채소 : 당근·양배추·마늘 ↑

- 전반적으로 감소(2% ↓)하나, 가격상승 효과로 당근(17.6%)·양배추(16.7%)·마늘(15%)은 증가

❖ 과일 : 바나나·오렌지 ↑

- 국내산 구매액은 감소·정체(사과 3.5% ↓ 배 5.6% ↓, 감귤 2.5% ↑)하는데 비해, 수입산은 증가추세

※ 오렌지 구매액은 32.3%, 바나나는 26.6%까지 상승('17, '15년 대비)

❖ 축산물

- 수입산 쇠고기 ↑) 돼지고기는 국내산(27% ↑)과 수입산(62% ↑)모두 상승하나, 쇠고기는 **수입산 성장세(51.7% ↑)**가 두드러짐

❖ 가공식품 : 쌀빵·즉석식품 ↑

- 쌀떡은 감소(5.9% ↓)하나 **쌀빵은 상승(36.7% ↑)** 하며, 특히 즉석식품의 구매액 상승률은 50%에 육박

▣ 더욱 세분화되어 가는 농식품 시장

❖ 돼지고기 : 숙성과 품종

- 드라이워터에이징, 초(超)신선 등 숙성방식과 이베리코, 듀룩, 버크셔 등 특정 품종을 강조하는 상품들이 출현

❖ 토마토 : 크기·맛·품종·색상

- 제품 표기에 크기·맛·품종·색상을 강조하는 상품의 구매액 비중이 7%('10)에서 40%('17)까지 상승

※ 크기 : 미니·꼬마·팅커벨, 맛 : 달짝이 짭짤이, 품종 : 감빠라·대저송이·아모로소·요·체리·칼테일·토마주르·플럼토마토 등

❖ 딸기 : 품종·지역

- 품종과 지역을 강조하는 딸기의 구매액('17)이 '11년 대비 2.85배 증가하고, 딸기 품종 수도 점차 늘어나는 추세

❖ 소스 : 전통 ↓ 이색 ↑,

- 전통장류(고추장·된장 등, '12년 대비 19.6% ↓)시장 보다, 쫄면·칠리·나또 등 이색적인 소스시장이 부상 중

❖ 가공식품 : 쌀빵·즉석식품 ↑

- 쌀떡은 감소(5.9% ↓)하나 쌀빵은 상승(36.7% ↑)하며, 특히 즉석식품의 구매액 상승률은 50%에 육박

구매 실태

■ 식량 ('10~'17)

❖ 쌀

- 2017년 가구당 쌀 구매액('10년 대비)은 28%가 줄어든 반면 **가공밥(햇반 등)은 46%가 상승** 하는 대조를 이룸

❖ 감자

- 도매시장은 감자의 과육색을 중시하는 반면 소비자는 **외관, 크기 및 산지를 중요** 하게 여기며, 연간 구입액은 약 2만원 수준

❖ 옥수수

- 10년 이후 신선 옥수수의 소비는 감소(7% ↓)하고, **가공 옥수수의 구매는 증가(42% ↑)**

■ 채소 ('10~'17)

❖ 토마토

- 라이코펜(Lycopene)이 전립선암에 효능이 있다고 알려지면서 '10년 이후 소비가 증가하여 연간 구입액 4~5만원 선을 유지

❖ 오이

- 지역마다 소비시기가 다르며, 소비자들이 구입하는 품종도 영남은 가시, 호남은 취청, 수도권·충청·강원은 백다다기로 차이

❖ 파프리카

- '**생식(41.3%) 및 '샐러드(31.2%)에 대한 수요** 가 '음식의 맛·색 첨가(36.1%)'를 넘어, 새로운 수요가 만들어지고 있는 상황

❖ 소스

- 전통 ↓ 이색 ↑, 전통장류(고추장·된장 등, '12년 대비 19.6% ↓)시장 보다, 쫄면·칠리·나또 등 이색적인 소스시장이 부상 중

■ 과일 ('10~'17)

❖ 포도

- 지속적으로 감소하는 구매액(51,537원/년)을 높이기 위해서는
농약 잔류(75.7%), 씨 제거(60.7%), 신맛(37%) 등의 극복 이 과제

❖ 사과

- 신제품 사과(미니, 속 빨간, 엔비 사과) 중에 **미니사과에 대한 인지도** (72.8%)가 가장 높아, 루비에스 등 소과에 대한 수요가 기대

❖ 수입과일

- SNS에서 불과 4년 만에 '선물세트', '당도' 등의 긍정적 단어가 'FTA', '칠레산' 등의 부정적 단어보다 많아짐

■ 축산 ('10~'17)

❖ 우유

- **흰우유 소비 정체상황** 에서, '목장형 축산'의 스트링 · 고메 등 **고급 치즈** ('10년 대비 65.6%↑)를 통해 활로를 모색 중

❖ 계란

- 최근 살충제 검출 논란 이후 '**인증 브랜드** (28.3 → 44.8%)'의 **구매 수요가 증가** 하고, **일반계란은 수요하락** (63 → 42.7%)

❖ 쇠고기

- 2017년 가정 내 쇠고기 구입액 비중은 국내산 65.9%('10년 대비 8.2%P ↓), **수입산 24.5%('10년 대비 7.8%P ↑)**, 가공식품 9.6%임

참고자료

농사로 홈페이지 > 농업경영 > 경영기술 > 경영자료실 { **2018 소비트렌드 통계** }