

[축산물 소비 패턴 변화 점검]

축산물품질평가원 수급지원처

1~2인 가구 증가(p.19~20)

가구원수별 가구에서 1~2인이 차지하는 비중은 전체 가구의 약 65%를 차지하는 등 국내 가구 구조는 빠르게 소형화되는 모습으로 보여집니다. 2040년 1~2인 가구가 전체 가구에서 차지하는 비중은 74.2%까지 확대될 전망입니다. 특히, 1인 가구 중 60세 이상 고령 비중은 2024년 28.5%로 확대되었습니다. 고령 1인가구 확대는 축산물 소비 총량의 구조적 정체, 소포장 중심의 구매 패턴 변화, 건강 니즈 기반 제품 비중 확대 등으로 이어질 수 있습니다.

축산물 소비 패턴(p.26, p.46~50)

축산물 구입에 있어 우선적으로 확인하는 정보는 신선도, 원산지, 가격 순으로 '신선도'를 우선 확인하는 가구 비율이 가장 높습니다. 2020년 신선도의 비중이 높아졌는데 이는 건강 및 식품 안전에 대한 경계와 함께 '집밥' 중심의 소비 패턴 변화가 원인으로 보여집니다.

최근 수입산 소고기에 대한 소비 의향이 확대되고 있는데 이는 수입산 소고기에 대해 소비자들의 인식이 개선된 영향으로 보여집니다. 수입 돼지고기, 닭고기에 대해서도 '아마 먹어볼 것'이라는 응답률이 상승하는 등 수입산에 대한 소비자들의 인식 개선이 나타나고 있습니다.

축산물 소비 동향 및 전망(p.62~67)

소비자가 축산물을 구매할 때 주요 구매 요인은 가격이 최우선이나 국내산 소고기의 경우 품질을 중요하게 생각합니다. 국내산 소고기는 편의성과 근접성 측면에서 용이한 정육점에서의 비중이 높으며, 국내산 돼지고기는 슈퍼마켓에서 주로 구매합니다. 수입산 소고기와 돼지고기는 주로 대형마트, 닭고기와 계란의 경우 반복·소량 구매가 용이한 슈퍼마켓에서 구매 비중이 높습니다.