



여름철 주요 과일·과채류 소비행태 및 2025년 구매 의향 조사

노호영·김형진·최선우·최기림·김서영·정세미

한국농촌경제연구원



감 수 윤종열 연구위원 061-820-2289 jyyoon0712@krei.re.kr
내 용 문 의 노호영 전문위원 061-820-2341 rhy81@krei.re.kr

※ 「KREI 농정포커스」는 농업·농촌의 주요 동향 및 정책 이슈를 분석하여 간략하게 정리한 것입니다.
※ 이 자료는 우리 연구원 홈페이지(www.krei.re.kr)에서도 보실 수 있습니다.

KREI 농정포커스 제229호

여름철 주요 과일·과채류 소비행태 및 2025년 구매 의향 조사

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25.)
발 행 2025. 7.
발 행 인 한두봉
발 행 처 한국농촌경제연구원
우) 58321 전라남도 나주시 빛가람로 601
대표전화 1833-5500
인 쇄 처 (주)에이치에이엔컴퍼니
I S S N 2672-0159

※ 이 책에 실린 내용은 한국농촌경제연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

※ 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다. 무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.



여름철 주요 과일·과채류 소비행태 및 2025년 구매 의향 조사

노호영·김형진·최선우·최기림·김서영·정세미

요 약

가구 소비자 1,000명을 대상으로 여름철 주요 과일·과채류 소비행태 및 2025년 구매 의향 조사 실시

- 한국농촌경제연구원에서 수행하고 있는 농식품 소비정보 분석사업 이슈 분석의 일환으로 (주)엠브레인리서치가 보유하고 있는 소비자 패널 1,000명을 대상으로 웹 설문을 통한 온라인 조사를 실시하였음(조사 기간: 2025년 6월 19일~7월 2일).

금년 여름철 주요 과일·과채류 구매 의향은 전년 대비 소폭 증가

- 금년 여름철 과일·과채류 구매 의향 조사 결과, 방울토마토·복숭아는 전년 대비 구매를 늘리고, 수박·참외·일반토마토·포도는 줄인다는 비중이 높게 나타남.
- 과일·과채류 구매 의향이 전년 대비 증가한 이유는 '품질(맛)이 좋아서', '가족이 좋아해서', '가격이 저렴해서'가 대부분을 차지하였음.
- 과일·과채류 구매 의향이 전년 대비 감소한 이유는 '가격이 비싸서', '품질(맛)이 좋지 않아서', '가족이 줄어서', '가족이 싫어해서'의 순으로 나타남.

국내 과일·과채류의 수급 불안에 따른 가격 상승 시에는 국내 타 품목이나 수입산 과일로 대체하려는 경향 높아

- 여름철 과일·과채류 가격이 평소보다 20% 이하로 상승하더라도 응답자의 50.1%가 국내 타 과일·과채류 또는 수입 과일로 대체하겠다고 응답함. 국내 과일·과채류의 가격 상승폭이 확대될수록, 국내산보다 수입산으로 대체하려는 비중이 높게 나타남.

민생회복 소비쿠폰 지급에 따른 여름철 과일·과채류 구매량 증가 예상

- 민생회복 소비쿠폰 주요 사용처로는 농축수산물에 가장 많았고, 이어서 생필품과 외식이었으며, 의료서비스, 가전제품, 교육비 등 기타 항목 구매 비중은 크지 않았음.
- 민생회복 소비쿠폰 지급 시 국내 과일·과채류 구매량 변화 조사 결과, 구매를 늘리겠다는 비중이 54.4%로 나타났으며, 과일·과채류 구매 예상 증가율은 20% 이하 비중이 대부분을 차지하였음. 지역 경제 활성화를 위한 농어촌 어메니티 기반 산업 육성, 지역 특화 벤처·창업 지원 확대 등의 방안이 고려될 수 있음.

01



설문조사 개요 및 조사 대상 특성

1.1. 설문조사 개요

조사 개요

- 본 조사는 여름철에 주로 소비하는 주요 과일·과채 품목(수박, 참외, 토마토, 포도, 복숭아, 수입 과일)의 소비 행태를 파악하고, 향후 농산물 수급 안정 대책 마련에 기초자료를 제공하기 위하여 수행됨.
 - 한국농촌경제연구원 농업관측센터에서 수행하고 있는 ‘2025년 농식품 소비정보 분석사업’의 이슈 분석의 일환으로 조사됨.
- 조사 대상은 (주)엠브레인리서치가 보유하고 있는 소비자패널 1,000명이며, 전국 17개 시도별 20대 이상 과일·과채류 구입자(가구)를 대상으로 조사가 수행됨.
- 조사 방법은 웹 설문을 통한 온라인 조사로, 조사 기간은 2025년 6월 19일에서 7월 2일까지 약 13일간 진행됨.

표 1 여름철 주요 과일·과채류 소비행태 설문조사 개요

구분	내용
조사 품목	과채류: 수박, 참외, 토마토/과일류: 포도, 복숭아, 수입 과일
조사 대상	20대 이상 전국 17개 시도별 과일·과채류 구입자(가구) 1,000명
표본추출	통계청 「장래가구추계」(2025년, 가구주의 연령/가구원 수별 추계 가구) 기반으로 설계
조사 기간	2025년 6월 19일~7월 2일(13일간)
조사 방법	구조화된 웹 설문을 이용한 온라인 조사
조사업체	(주)엠브레인리서치

자료: 저자 작성.

주요 설문조사 내용

- 이번 조사는 6~8월에 소비되는 여름철 주요 과일·과채의 소비행태를 조사하기 위해 ‘품목별 선호도, 구매처, 구매 빈도, 주요 고려 사항, 대체 관계, 구매 의향 등’을 조사하였음. 또한 현재 정부가 추진하고 있는 민생회복 소비 쿠폰 지급에 따른 농축산물 소비 의향도 살펴보았음.

표 2 여름철 주요 과일·과채류 소비행태 설문조사 내용

구분	주요 조사 내용
품목별 구매행태	주요 구매처, 구매빈도, 선호 포장 단위 및 크기, 주요 고려 요인 등
품목별 구매(의향)	품목별 구매 의향 및 증감 이유, 월별 구매 비중
품목 간 대체 관계	수급 불안에 따른 가격 상승 시에 품목 간의 대체 관계
주요 이슈	여름철 민생회복 소비쿠폰 지급에 따른 주요 사용처

자료: 저자 작성.

1.2. 조사 대상 특성

- 조사 표본의 설계는 성별, 가구원 수, 가구주 연령, 거주 지역, 가구 월평균 소득으로 구분하여 집단별 분포를 고려하였음. 통계청 「장래가구추계」 비율에 맞춰 ‘가구원 수×가구주 연령’ 표본, 특성(지역, 소득 등) 관련 표본을 설정하였음.

표 3 ‘가구원 수×가구주 연령’ 표본 설계

구분		가구원 수			
		1인	2인	3인 이상	합계
가구주 연령	30대 이하	155	52	61	268
	40대	55	37	128	220
	50대	66	72	126	264
	60대 이상	80	101	67	248
	합계	356	262	382	1,000

자료: 저자 작성.

- 조사 대상(응답자)의 성별은 남성(46.3%)보다 여성(53.7%)이 더 많았으며, 가구주의 연령은 30대 이하가 26.8%, 50대 26.4%로 많은 비중을 차지하였음. 조사 대상의 가구원 수는 3인 가구 이상이 38.2%로 가장 많았으며, 거주 지역은 경기/인천/강원권(35.2%)이 가장 많았음. 가구의 월평균 소득은 300만~800만 원 미만이 조사 대상의 60.0%를 차지함.

표 4 조사 대상의 인구·사회학적 특성

구분	특성	표본 수(명)	비중(%)
성별	남성	463	46.3
	여성	537	53.7
가구주 연령	30대 이하	268	26.8
	40대	220	22.0
	50대	264	26.4
	60대 이상	248	24.8
가구원 수	1인 가구	356	35.6
	2인 가구	262	26.2
	3인 가구 이상	382	38.2
거주 지역	서울	189	18.9
	경기/인천/강원권	352	35.2
	충청권	113	11.3
	호남권	106	10.6
	경북권	95	9.5
	경남권	145	14.5
가구 월평균 소득	300만 원 미만	200	20.0
	300만~500만 원 미만	300	30.0
	500만~800만 원 미만	300	30.0
	800만 원 이상	200	20.0

자료: 저자 작성.

02



여름철 주요 과일·과채류 소비행태 조사 결과

2.1. 최근 3년간 여름철 주요 과일·과채류 품목별 소비 행태

여름철 주요 과일·과채류 월별 구매 비중은 6월 방울토마토, 7~8월은 수박이 가장 높아

- 응답자의 월별 구매 비중을 살펴본 결과, 6월에 '방울토마토'(35.5%)를 가장 많이 구매하였으며, 7~8월에는 '수박'을 가장 많이 구매한 것으로 나타남.
- 6월에서 8월로 갈수록 '수박·포도·복숭아' 구매 비중은 점차 증가하나, '참외·일반토마토·방울토마토'는 감소한 것으로 조사됨.

표 5 최근 3년간 여름철(6~8월) 주요 과일·과채류 구매 비중

단위: %

구분	과채류				과일류		합계
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
6월	22.6	23.2	12.0	35.5	2.8	3.9	100.0
7월	42.8	14.0	7.6	22.6	5.4	7.6	100.0
8월	47.1	9.3	6.0	17.6	9.3	10.7	100.0

자료: 저자 작성.

여름철 주요 과일·과채류 주요 구매처는 대형마트, 온라인 구매 비중은 10%에 불과

- 여름철 과일·과채류 주요 구매처는 '대형유통업체'가 33.1%로 가장 큰 비중을 차지하였으며, '기업형 슈퍼마켓'(14.6%), '동네 슈퍼'(13.2%), '동네 과일 소매점'(12.6%), '재래시장'(11.0%), '온라인'(10.1%), '기타(농수산물 도매시장, 백화점 등)'(5.4%) 순임.
- 온라인 평균 구매 비중이 10.1%로 조사된 것으로 보아 소비자들의 여름철 과일·과채 구매 비중은 온라인보다 오프라인이 더 높은 것으로 나타남.
 - 선행 연구에 따르면, 소비자는 주로 과일·과채류를 직접 신선도와 품질을 확인하는 '체험적 구매'를 선호하며, 구매 당일 소비하려는 경향이 있음. 또한 온라인 구매는 배송비 부담, 무료배송 기준을 맞추기 위한 과잉 구매, 품질 편차 및 훼손 우려가 있어 비중이 크지 않은 것으로 판단됨.¹⁾

1) 김성휘·이춘수(2022), "소비자의 신선 농산물 온라인 구매행태 및 인식에 관한 연구"에 따르면, 온라인을 통한 신선 농산물 미구매의 주된 이유는 신선도 및 품질 관련 요인으로 나타났으며, 온라인 구매 경험자들은 '농산물 상태 또는 신선도 확인 어려움', '배송 시간 소요로 즉시 이용 불가', '구매량의 자유로운 결정 불가', '배송 도중 파손, 변질 우려' 등을 단점으로 응답함.

- 가구원 수별 주요 구매처 비중은 가구원 수가 적을수록 동네 슈퍼, 온라인, 재래시장 비중이 높았으며, 이는 구입처의 접근성과 편의성, 소량 구매 장점이 반영된 것으로 볼 수 있음. 반면에 가구원 수가 많을수록 대형유통업체, 기업형 슈퍼마켓, 동네 과일 소매점의 구매 비중이 높게 나타남. 대량 구매를 통한 '비용 절감'과 다양한 품목을 한곳에서 쇼핑할 수 있는 '원스톱 쇼핑', '카드 할인' 등의 요인이 작용한 것으로 보임.

표 6 최근 3년간 여름철(6~8월) 과일·과채류 주요 구매처 비중

단위: %

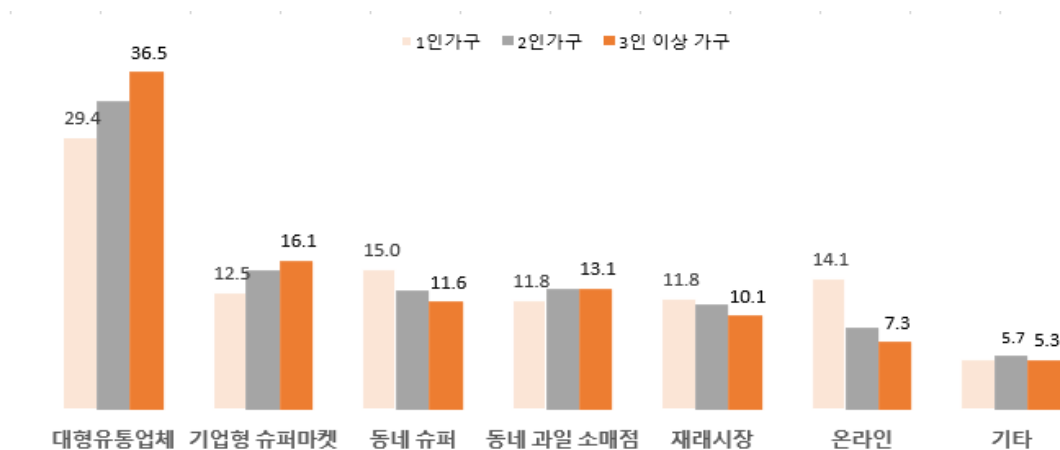
구분	과채류				과일류		평균
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
대형마트	37.0	31.5	31.9	33.3	35.0	29.9	33.1
기업형 슈퍼마켓	16.7	14.9	12.9	16.0	14.0	12.8	14.6
동네 슈퍼	12.6	13.3	14.1	14.4	12.8	11.8	13.2
동네 과일 소매점	12.1	13.1	12.4	10.7	13.1	14.3	12.6
재래시장	9.8	11.1	11.1	9.6	11.9	12.7	11.0
온라인	6.6	9.7	12.0	12.2	8.4	11.7	10.1
백화점	1.5	1.6	1.5	1.4	1.8	2.0	1.6
기타	3.7	4.8	4.1	2.4	3.0	4.8	3.8
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 기타는 구매하지 않거나 도매시장, 직접 재배, 직거래 등이 포함되어 있음.

자료: 저자 작성.

그림 1 가구원 수별 주요 구매처 비중

단위: %



자료: 저자 작성.

여름철 주요 과일·과채류 구매빈도 비중은 ‘한 달에 2~3회’가 가장 많아

- 여름철 과일·과채류를 ‘한 달에 2~3회’ 구매하는 비중이 27.6%로 가장 높았으며, 이어서 ‘한 달에 1회’(26.1%), ‘3개월에 1~2회’(19.0%), ‘일주일에 1회’(13.7%) 순임.
- ‘일주일 2회 이상’으로 자주 구매하는 비중은 1.9%에 불과하였으며, 특히 ‘구매하지 않음’ 비중이 11.7%로 계절 수요가 높은 여름철 과일·과채류를 소비하지 않는 가구가 적지 않은 것으로 나타남.
- 과채류는 과일류보다 ‘한 달에 2~3회’ 이상 구매하는 비중이 높게 나타났으며, 여름철에 비교적 자주 소비되는 편임. 다만, 과채류 중 일반토마토는 ‘구매하지 않음’ 비중이 19.1%로 가장 높고, 구매빈도도 타 과일·과채류에 비해 낮아 여름철 선호도가 상대적으로 낮은 것으로 조사되었음.
- 과일류는 ‘한 달에 1회’ 이하 구매하거나 ‘구매하지 않음’ 가구 비중이 높아, 구매빈도가 상대적으로 낮음.
- 가구원 수가 적을수록, 가구주 연령이 낮을수록 ‘구매하지 않음’과 ‘3개월에 1~2회’의 구매 비중이 높아 구매빈도가 낮게 나타남. 이는 소규모 가구, 젊은 가구주 세대일수록 과일·과채류 구매빈도 및 구매량이 적은 것으로 판단됨.

표 7 최근 3년 여름철(6~8월) 주요 과일·과채류 구매빈도 비중

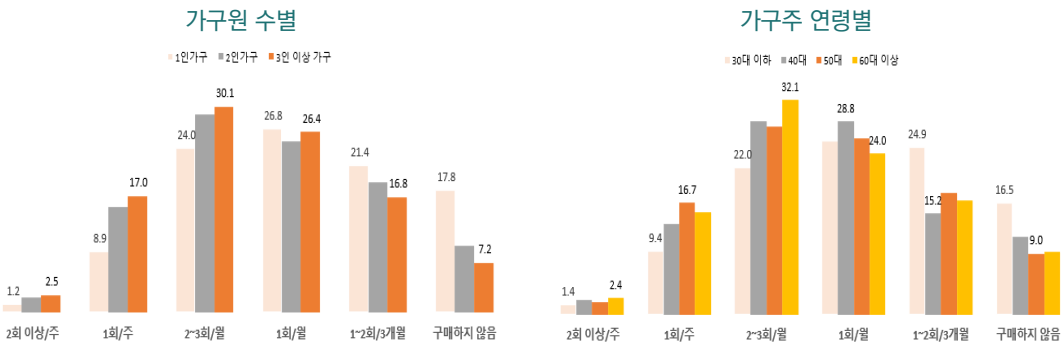
단위: %

구분	과채류				과일류		평균
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
일주일에 2회 이상	1.9	1.6	2.4	4.0	0.5	1.1	1.9
일주일에 1회	11.9	15.2	14.2	22.7	8.2	9.9	13.7
한 달에 2~3회	30.5	32.7	21.8	31.1	24.9	24.5	27.6
한 달에 1회	29.7	26.6	23.4	22.6	26.0	28.5	26.1
3개월에 1~2회	18.1	15.3	19.1	14.9	25.4	21.4	19.0
구매하지 않음	7.9	8.6	19.1	4.7	15.0	14.6	11.7
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 저자 작성.

그림 2 가구원 수 및 가구주 연령별 구매빈도 비중

단위: %



자료: 저자 작성.

여름철 주요 과일·과채류 구매 시 가장 고려되는 요인은 대부분 맛(당도), 토마토는 가격

- 여름철 주요 과일·과채류 구매 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 ‘맛(당도)’이 39.9%로 가장 높았고, 이어 ‘가격’(30.5%)과 ‘신선도’(23.0%) 순으로 나타남. 반면, ‘크기·모양·색깔’ 등의 외형적인 요인들은 중요도가 상대적으로 낮은 것으로 조사됨. 품목별로 보면, 수박, 참외, 포도, 복숭아는 ‘맛(당도)’이 최우선 고려 요인이며, 일반토마토와 방울토마토는 가격을 가장 중요하게 생각하는 것으로 조사되었음.
- 가구원 수가 많을수록 맛(당도)과 신선도를 중시하고, 가격 중요도는 낮게 나타난 반면, 가구원 수가 적을수록 가격을 가장 중요한 고려 요인으로 생각함.
- 가구 소득이 높을수록 맛(당도)을 고려하는 비중이 높았고, 소득이 낮을수록 가격을 고려하는 비중이 증가하는 것으로 나타남.

표 8 최근 3년 여름철(6~8월) 주요 과일·과채류 구매 시 고려 요인

단위: %

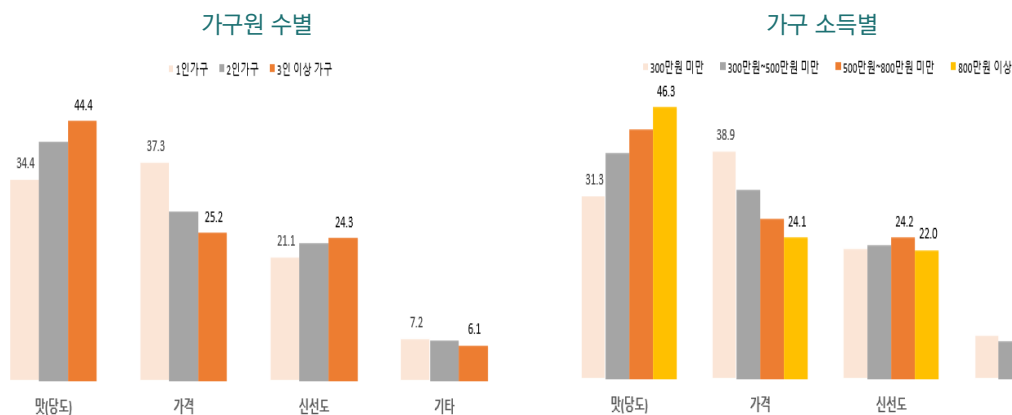
구분	과채류				과일류		평균
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
맛(당도)	48.4	41.4	29.7	31.4	40.0	48.5	39.9
가격	30.0	29.8	32.5	35.2	28.6	26.6	30.5
신선도	14.6	22.3	30.1	26.8	25.1	18.8	23.0
크기	1.9	1.4	1.3	0.9	0.8	1.0	1.2
모양	1.6	1.1	1.5	2.4	2.2	1.2	1.7
색깔	1.2	1.5	2.8	1.8	1.2	1.1	1.6
기타	2.3	2.5	2.1	1.5	2.1	2.8	2.2
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 기타는 시기, 브랜드, 포장, 안전성, 양이 포함되었음.

자료: 저자 작성.

그림 3 가구원 수 및 가구 소득별 구매 시 고려 요인

단위: %



자료: 저자 작성.

2.2. 여름철 주요 과일·과채류 품목별 구매행태

가장 선호하는 수박 구매 형태는 통수박, 1인 가구는 손질·절단 수박 선호 높아

- 선호하는 수박의 형태는 통수박이 68.2%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘손질 수박’ 15.8%, ‘절단(1/2, 1/4) 수박’ 13.8% 순이었음.
- 가구원 수별로 볼 때, 1인 가구는 ‘절단 수박’과 ‘손질 수박’의 비중이 46.1%로 2~3인 가구(21.1%)에 비해 두 배 이상 높아 편의성을 중시하거나 소량 구매하는 성향을 보였으며, 특히 ‘손질 수박’ 비중이 27.0%로 높았음. 2~3인 가구는 ‘통수박’ 선호도가 78.0%로 높게 나타나 1인 가구와 선호하는 구매 형태가 다르게 나타남.
- 조각·손질 수박 구매 시 불만 사항 조사 결과, ‘신선도 파악의 어려움’(33.1%), ‘가공·유통과정의 위생 상태’(28.5%), ‘통수박 대비 높은 가격’(18.4%), ‘맛과 당도가 일정하지 않음’(7.0%) 등인 것으로 나타남. 향후 조각·손질 수박 소비 촉진을 위해서는 위생 등 안전성에 대한 소비자 신뢰를 확보할 필요가 있음.

표 9 가구원 수별 수박 선호하는 구매 형태

단위: %

구분	통수박	손질 수박	절단(1/2, 1/4) 수박	소포장	합계
전체	68.2	15.8	13.8	2.2	100.0
1인 가구	49.2	27.0	19.1	4.7	100.0
2~3인 이상 가구	78.0	9.7	11.4	0.9	100.0


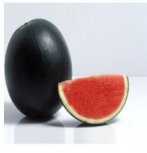


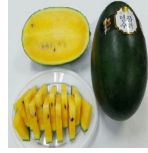

자료: 저자 작성.

신품종 수박은 인지도 및 구매 의향 있으나, 실제 구매 경험 적어

- 수박 품종별 인지도를 조사한 결과, 대부분 응답자가 다양한 품종의 수박을 인지하며 구입 의향이 있지만, 실제 구매 경험은 상대적으로 낮게 나타남.
- 품종별 인지도를 살펴보면, ‘씨없는수박’이 89.1%로 가장 높았으며, ‘노란수박’(70.6%), ‘흑수박’(63.7%), ‘애플수박’(62.5%) 등의 순으로 조사되었음. 또한, 모든 품종에서 구매 의향이 구매 경험보다 높게 나타나 소비자들에게 보다 적극적인 홍보가 필요할 것으로 판단됨.

표 10 수박 품종별 인지 여부, 구매(의향) 여부 조사 결과

단위: %

구분	씨없는수박	흑수박	노란수박	복수박	망고수박	애플수박
품종						
인지도	89.1	63.7	70.6	35.9	38.3	62.5
구매 경험	67.0	32.4	19.3	27.5	18.0	34.3
구매 의향	78.1	57.5	36.6	46.4	50.5	57.2







주: 이미지는 네이버 스마트스토어(<https://sell.smartstore.naver.com/>, 검색일: 2025. 7. 7.)에서 캡처한 것임.
 자료: 저자 작성.

참외 구매 단위는 1.5kg 이하 소포장을 가장 선호

- 선호하는 참외 구매 단위를 조사한 결과, 전체 응답자의 73.8%는 '1.5kg 내외' 구매를 선호하며, '2~3kg 박스'는 19.8%가 선호하는 것으로 나타남. 단위별로 보면 '1.5kg 이하'(39.6%), '1kg 이하'(34.2%), '2kg 박스'(15.1%), '3kg 박스'(4.7%) 등의 순으로 높은 비중을 차지함.
- 가구원 수별로 보면, 1인 가구는 '1kg 이하'(48.6%)를 가장 많이 선호하며, 2인 이상 가구는 '1.5kg 내외'(41.9%)를 가장 선호하는 것으로 조사됨.

표 11 가구원 수별 참외 선호하는 구매 단위

단위: %

구분	1kg 이하	1.5kg 이하	2kg 박스	3kg 박스	5kg 박스	10kg 박스
사이즈						
전체	34.2	39.6	15.1	4.7	4.6	1.8
1인 가구	48.6	36.0	7.0	3.4	3.7	1.4
2~3인 이상 가구	26.5	41.9	18.8	5.5	5.2	2.1

주: 이미지는 네이버 스마트스토어(<https://sell.smartstore.naver.com/>, 검색일: 2025. 7. 7.)에서 캡처한 것임.
 자료: 저자 작성.

토마토 중 가장 많이 구매한 품종은 방울토마토, 방울토마토는 30대 이하 가구가 가장 선호

- 소비자들이 최근 3년간 가장 많이 구매한 품종은 '대추·원형방울토마토'(59.8%), '일반토마토'(23.1%), '스테비아토마토'(11.1%), '대저토마토'(3.7%) 등의 순임.
- 일반토마토를 가장 많이 구매한 연령대는 '60대 이상'(43.9%), 대추형방울토마토는 '30대 이하'(28.5%)로

뚜렷한 차이를 보임. 스테비아토마토의 경우, 미취학 자녀가 있는 가구의 구매 경험(89.9%)이 미취학 자녀가 없는 가구(68.6%)에 비해 높게 나타나, 미취학 자녀가 당도 높은 스테비아토마토를 선호하는 것을 알 수 있음.

일반토마토 2kg, 방울토마토 500g 포장 단위 선호

- 소비자들이 가장 선호하는 일반토마토 포장 단위는 '2kg'(52.5%), '1kg'(25.6%), '3kg'(16.7%) 등의 순이었으며, 방울토마토는 '500g'(65.1%), '1kg'(24.9%), '2kg'(7.7%) 등의 순임.

방울토마토는 샐러드용, 일반토마토는 요리 및 주스용 구매 비중 높아

- 토마토 용도별 구매 품종 조사 결과, 요리용으로는 '일반토마토'(42.6%), 샐러드용으로는 '원형방울토마토'(28.4%), 주스용으로는 '일반토마토'(56.5%)를 가장 많이 구입하는 것으로 나타남.
- 요리 및 주스용으로는 일반토마토의 선호가 뚜렷한 반면, 샐러드용에서는 일반토마토·대추형방울토마토·원형방울토마토의 구매 비중이 25% 내외로 비슷하게 나타남.

표 12 토마토 용도별 구매 품종 비중

단위: %

구분	일반토마토	대추형 방울토마토	원형 방울토마토	스테비아 토마토	기타	해당 용도로 사용 안 함	합계
요리	42.6	11.0	18.8	1.4	3.4	22.8	100.0
샐러드	22.8	26.1	28.4	4.6	5.5	12.6	100.0
주스	56.5	4.9	8.4	1.6	3.6	25.0	100.0

주: 기타는 송이토마토, 흑토마토, 대저토마토 등임.
자료: 저자 작성.

스테비아토마토 '맛'의 만족도는 높으나 '안전성' 및 '가격'의 만족도는 낮아

- 스테비아토마토 구입 경험이 있는 소비자는 전체의 70.1%로 조사됨. 속성별 만족도 조사 결과, 당도 등 '맛'(71.5%)과 '식감'(65.0%) 부분에서 만족도가 높지만, '안전성'(35.9%)과 '가격'(25.0%)은 상대적으로 낮게 나타남.
 - 스테비아토마토는 일반토마토에 스테비아 용액을 주입한 가공식품으로 과다 섭취 시 배탈, 설사 등을 유발할 가능성이 있어 안전성의 만족도가 낮은 것으로 판단됨.
- 스테비아토마토 재구매 의향은 66.8%로 나타나, 소비자들에게 안전성을 보다 적극적으로 홍보하고 가격 경쟁력을 확보할 필요가 있는 것으로 판단됨.

표 13 스테비아토마토 속성별 만족도

단위: %

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
맛	2.3	9.4	16.8	54.5	17.0
식감	1.1	5.1	28.7	53.5	11.6
안전성	2.0	12.7	49.4	30.4	5.6
가격	2.6	25.5	46.9	20.5	4.4

자료: 저자 작성.

포도는 신맛보다 단맛, 100원 동전 크기의 흑색계, 포장 단위는 1~1.5kg 가장 선호

- 소비자는 포도의 맛에 있어 가구원 수, 연령, 소득에 상관없이 '단맛이 강한 포도'(66.9%)를 가장 선호하며, '신맛과 단맛이 조화된 포도'(31.5%)를 선호하는 비중도 높게 나타남.
- 포도의 색깔은 캠벨얼리, 거봉과 같은 '흑색계'(43.3%) 품종을 가장 선호하나, 샤인머스켓과 같은 '청녹색계'(39.1%) 품종의 선호도 높게 나타남. 국내에 유통되고 있는 국산 포도 중 대부분이 샤인머스켓과 캠벨얼리, 거봉으로 델라웨어와 같은 '적색계' 품종의 선호 비중(17.6%)이 가장 낮음.
- 포도의 알 크기는 가구원 수, 연령과 관계없이 '100원 동전 크기와 비슷'(73.3%)한 것을 선호하며, 포장 단위는 '1~1.5kg 박스(2~3송이)'(49.8%)를 가장 선호하는 것으로 나타남.

표 14 포도 구매 시 요인별 선호도

단위: %

구분	비중
맛	단맛이 강한 포도 66.9
	신맛과 단맛이 조화된 포도 31.5
	신맛이 강한 포도 1.6
알 크기	100원 동전보다 작음 7.6
	100원 동전과 비슷 73.3
	100원 동전보다 큼 19.1
색깔	흑색계 43.3
	청녹색계 39.1
	적색계 17.6
포장 단위	날개(송이) 18.4
	1~1.5kg 박스(2~3송이) 49.8
	2kg 박스(3~4송이) 20.0
	3kg 박스 이상(5송이 이상) 11.8

자료: 저자 작성.

샤인머스켓 품질 만족도 53%로 높지 않아, 만족도 제고 필요

- 응답자의 93.6%는 샤인머스켓을 구매한 경험이 있으며, 샤인머스켓 품질에 '만족'(45.5%) 또는 '매우 만

족'(7.6%)하는 비중이 53.1%로 만족도²⁾가 높은 편이나, 최근 샤인머스켓 품질에 대한 소비자의 불만족 사례³⁾가 늘어 생산 단계에서 품질 제고를 위한 노력이 필요함.

- 실제 샤인머스켓은 조기 출하할수록 높은 가격을 기대할 수 있어 출하 시기를 앞당기기 위해 미성숙과를 출하는 경향의 농가가 늘어나면서 당도, 식감 등 품질이 저하되는 현상도 발생하고 있음.
- ‘껍질 두께’에 대한 불만족이 17.1%로 다른 요소에 비해 크게 나타남. 맛(당도)에 만족하는 비중(57.4%)도 높으나, ‘불만족’(16.6%) 하는 비중도 상대적으로 높아, 품질 편차가 있는 것으로 예상됨.

표 15 샤인머스켓 품질 만족도

단위: %

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	합계
알 크기	0.3	5.3	34.9	54.4	5.0	100.0
알 탄력성	0.5	7.8	34.6	51.1	6.0	100.0
껍질 두께	1.2	17.1	40.3	37.3	4.2	100.0
맛(당도)	3.6	13.0	26.0	44.3	13.0	100.0
씨 유무	1.2	8.2	35.4	44.3	10.9	100.0
향	0.9	8.0	43.2	41.7	6.3	100.0
평균	1.3	9.9	35.7	45.5	7.6	100.0

자료: 저자 작성.

복숭아는 백도, 포장 단위는 3kg 이하 선호

- 복숭아 선호 품종은 ‘백도’(47.3%)를 가장 선호하며, ‘황도’(26.8%)와 ‘천도’(25.9%)의 선호도는 비슷함. 가꾸어 연령이 낮을수록 백도 선호도가 높으며, 연령이 높을수록 황도 선호도가 높게 나타남. 천도는 모든 연령대의 선호도가 비슷함.
- 복숭아 포장 단위는 ‘3kg 이하 플라스틱(팩)’(64.6%)을 ‘4kg 이상 박스’(35.4%)보다 선호하는 것으로 나타남. 복숭아는 보관이 용이하고 신선한 상태로 먹을 수 있는 소포장을 선호하는 것으로 판단됨.
- 또한, 복숭아 식감이 ‘부드러운 것’(53.8%)을 ‘아삭한 것’(46.2%)보다 더 선호함.

표 16 복숭아 품종 및 포장 단위 선호도

단위: %

구분	품종			포장 단위	
	백도	황도	천도	3kg 이하 플라스틱(팩)	4kg 이상 박스
비중	47.3	26.8	25.9	64.6	35.4

자료: 저자 작성.

2) 샤인머스켓의 맛에 대한 ‘만족+매우 만족’ 비중이 2017년 71%에서 2018년 80%로 상승하였으나, 이번 조사에서는 55%로 크게 하락함(한국농촌경제연구원, 2017, 2018).

3) 매일경제(2025. 2. 2.)에 따르면, 포도 중 샤인머스켓 재배 비율 44% 6년 만에 11배 증가해, 품질 관리 미비로 소비자 불만이 증가함.

가장 선호하는 수입 과일은 바나나, 그러나 선호 과일과 실제 구매 과일의 순위는 다르게 나타나

- 소비자가 선호하는 수입 과일은 ‘바나나’가 39.4%로 가장 높게 나타났으며, 이어 ‘체리’(12.5%), ‘오렌지’(11.1%), ‘파인애플’(9.6%), ‘망고’(9.6%), ‘키위’(8.2%), ‘수입포도’(4.8%) 순으로 집계됨. 바나나 선호도가 두드러지며, 그 외 대부분의 과일은 10% 내외의 선호도를 보임.
- 바나나는 합리적 가격과 섭취의 편의성, 건강식이라는 인식으로 수입 과일 중 선호도가 가장 높으며, 특히 연령이 높은 가구주일수록 더욱 선호함.
- 그러나 수입 과일의 선호도와 실제 구매 비중은 차이를 보임. 실제 구매는 ‘바나나’가 60.0%로 가장 많았으며, ‘오렌지’(10.0%), ‘키위’(7.9%), ‘체리’(5.7%), ‘파인애플’(5.3%), ‘수입포도’(4.4%), ‘망고’(4.0%) 순임.

표 17 수입과일 선호도와 실제 구매 비중

단위: %

구분	바나나	체리	오렌지	파인애플	망고	키위	수입포도	기타
선호도	39.4	12.5	11.1	9.6	9.6	8.2	4.8	4.8
실제 구매	60.0	5.7	10.0	5.3	4.0	7.9	4.4	2.7

자료: 저자 작성.

- 수입 과일에 대한 선호도와 실제 구매 간 차이는 ‘선호하는 수입 과일의 가격이 비싸서’(55.7%)가 가장 큰 요인으로 나타남. 그 외 ‘할인·행사 제품을 위주로 사서’(18.3%), ‘(선호하는 수입 과일의) 품질이 좋지 않아서’(12.1%), ‘(선호하는 수입 과일의) 보관이 불편해서’(7.1%), ‘(선호하는 수입 과일을) 구하기 어려워서’(6.8%) 순임.

표 18 수입 과일 선호와 실제 구매 차이의 이유

단위: %

구분	비중
선호하는 수입 과일의 가격이 비싸서	55.7
할인·행사 제품을 위주로 사서	18.3
선호하는 수입 과일의 품질이 좋지 않아서	12.1
선호하는 수입 과일의 보관이 불편해서	7.1
선호하는 수입 과일을 구하기 어려워서	6.8

자료: 저자 작성.

03



2025년 여름철 주요 과일·과채류 구매 의향

3.1. 2025년 여름철 주요 과일·과채류 구매 의향

금년 여름철 주요 과일·과채류 구매 의향은 전년 대비 소폭 증가

- 금년 여름철 주요 과일·과채류 구매 의향은 ‘전년과 비슷’하다는 응답 비중이 69.8%로 가장 높았고, ‘증가’ 15.6%, ‘감소’ 14.6%로 비슷하게 조사됨.
- 방울토마토·복숭아는 전년 대비 구매를 늘린다는 비중이 상대적으로 높았고, 수박·참외·일반토마토·포도는 구매를 줄인다는 비중이 높게 나타남.

표 19 2025년 여름철(6~8월) 주요 과일·과채류 전년 대비 구매 의향

단위: %

구분	과채류				과일류		전체
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
감소	15.0	16.0	16.2	11.9	16.0	12.5	14.6
비슷	71.2	69.7	70.7	64.6	73.6	68.9	69.8
증가	13.8	14.3	13.1	23.5	10.4	18.6	15.6
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 저자 작성.

- 과일·과채류 구매 의향이 전년 대비 증가한 이유는 ‘품질(맛)이 좋아서’(48.6%), ‘가족이 좋아해서’(18.6%), ‘가격이 저렴해서’(17.8%)가 대부분을 차지함.
- 참외·일반토마토·방울토마토는 구매 의향이 증가한 이유 중 ‘가격이 저렴해서’ 비중이 타 품목에 비해 상대적으로 높게 나타남.

표 20 2025년 여름철(6~8월) 주요 과일·과채류 전년 대비 구매 의향 증가 이유

단위: %

구분	과채류				과일류		전체
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
품질(맛)이 좋아서	51.4	46.9	41.2	37.4	55.8	58.6	48.6
가족이 좋아해서	22.5	16.1	13.7	17.0	17.3	24.7	18.6
가격이 저렴해서	10.1	27.3	22.1	25.5	13.5	8.1	17.8
가족이 늘어서	8.7	4.9	3.1	4.7	7.7	2.2	5.2
외식 횟수가 줄어서	2.9	2.8	6.9	6.0	2.9	2.7	4.0
기타	4.3	2.1	13.0	9.4	2.9	3.8	5.9
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 저자 작성.

- 과일·과채류 구매 의향이 전년 대비 감소한 이유는 ‘가격이 비싸서’(49.8%), ‘품질(맛)이 좋지 않아서’(15.6%), ‘가족이 줄어서’(10.7%), ‘가족이 싫어해서’(10.0%)가 대부분을 차지함.
- 가격이 저렴해서 상대적으로 구매가 늘어난 품목이 참외·일반토마토·방울토마토인 반면에, 수박·포도·복숭아는 ‘가격이 비싸서’의 비중이 상대적으로 높게 나타나면서 품목별 뚜렷한 차이를 보임.

표 21 2025년 여름철(6~8월) 주요 과일·과채류 전년 대비 구매 의향 감소 이유

단위: %

구분	과채류				과일류		전체
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
가격이 비싸서	64.0	46.3	37.7	42.0	50.6	58.4	49.8
품질(맛)이 나빠서	6.7	15.0	19.1	17.6	19.4	16.0	15.6
가족이 싫어해서	5.3	11.9	15.4	14.3	8.1	4.8	10.0
가족이 줄어서	16.7	11.3	8.0	10.1	7.5	10.4	10.7
외식 횟수가 늘어서	2.0	2.5	6.8	6.7	5.0	4.8	4.6
기타	5.3	13.0	13.0	9.3	9.4	5.6	9.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 저자 작성.

3.2. 수급 불안에 따른 가격 상승 시 대체 구매 의향

국내 과일·과채류 일정 수준의 가격 상승 시, 국내 타 품목이나 수입산 과일로 대체하려는 경향 높아

- 여름철 과일·과채류 가격이 상승할 경우 품목 간의 대체 정도를 조사한 결과, 해당 품목의 가격이 ‘20% 이하’로 상승할 때 응답자의 50.1%가 국내 타 과일·과채류 또는 수입 과일로 대체하겠다는 비중이 가장 높았음. 가격 상승폭이 ‘21~40%’인 경우 35.7%가 대체 구매를 고려한다고 조사됨. 이는 소비자가 국내 과일·과채류 가격

변화에 민감하게 반응하여 적극적으로 대체 품목을 고려하는 것으로 판단됨.

- 가격이 '20% 이하'로 상승할 때 국내 과일·과채류로 대체하겠다는 응답이 52.1%로, 수입 과일(48.1%)보다 높은 것으로 나타남. 그러나 가격 상승폭이 확대될수록 국내산 과일·과채류보다 수입산 과일로 대체하는 비중이 높게 나타남. 이는 국내산에 비해 수입 과일의 대체 가능 품목 범위가 다양하고, 상대적으로 낮은 단가 때문으로 판단됨.
- 가구원 수가 적을수록, 가구주 연령이 낮을수록 예산 제약, 소비 성향(간편·가성비) 등에 따라 더욱 민감하게 반응하여 가격 상승에 따른 대체 의향이 높은 것으로 조사되었음.

표 22 여름철 주요 과일·과채류 가격 상승폭에 따른 대체 의향

단위: %

구분		평상시 대비 가격 상승폭					전체
		20% 이하	21~40%	41~60%	61~80%	80% 이상	
대체 품목 원산지	국내	52.1	35.5	9.0	1.9	1.5	100.0
	수입	48.1	36.0	11.1	2.8	2.1	100.0
	평균	50.1	35.7	10.0	2.3	1.8	100.0
가구원 수	1인	57.6	29.7	9.3	1.8	1.6	100.0
	2인	46.4	39.2	9.6	2.3	2.5	100.0
	3인 이상	45.7	39.0	11.0	2.9	1.5	100.0
가구주 연령	30대 이하	61.1	27.9	8.2	1.7	1.2	100.0
	40대	49.6	34.9	11.2	2.3	2.0	100.0
	50대	47.9	37.8	10.0	2.8	1.5	100.0
	60대 이상	41.0	42.8	11.1	2.6	2.5	100.0

주: 가구원 수별, 가구주 연령별 응답은 국내산과 수입산 응답의 평균임.

자료: 저자 작성.

국내 과일·과채류 간 대체 품목으로 수박 선호도 높고, 과일보다는 과채류로의 대체가 더 많아

- 국내산 과일·과채류 가격 상승 시 대체 구매할 국내산 품목을 조사한 결과, '수박'으로 대체하겠다는 응답이 23.8%로 가장 높게 나타남. 이어 '방울토마토'(18.7%), '참외'(15.2%), '복숭아'(11.9%), '일반토마토'(11.6%), '포도'(7.4%) 순임. 기타 과일·과채류로는 멜론, 블루베리, 자두가 있으나 선호도가 크지 않음.
- 수박의 대체 의향이 큰 것은 자체 선호도가 높고, 저렴한 단가, 주스·샐러드 등 다양한 활용성 때문임. 방울토마토는 소포장으로 1인 가구도 부담 없이 구매할 수 있으며 간편하게 섭취할 수 있고, '건강식' 이미지가 크기 때문임.⁴⁾ 특히, 수박은 가구원 수가 많아질수록 선호도가 높아지는 반면, 방울토마토는 가구원 수가 적을수록 선호도가 높게 나타남.
- 과채류, 과일류 모두 가격 상승 시 타 과채류로 대체하겠다는 선호가 상대적으로 큰 것으로 조사되었으며, 이는 여름철 과일류보다 과채류의 선택 범위가 더욱 넓고, 평균 단가가 상대적으로 낮기 때문으로 해석됨.

4) 이계임 외(2024)의 2024 식품소비행태조사 기초분석 보고서에 따르면, 성인 가구원이 가장 선호하는 과채는 '수박'으로 나타났다. 또한, 농식품 소비 월보(2025 5월호 방울토마토)에서 방울토마토는 단독 간식용으로 가장 많이 활용되고 있으며, 2024년 소비량을 늘린 가장 큰 이유로 '건강'이 가장 많은 것으로 조사되었음.

표 23 여름철 국내산 과일·과채 가격 상승 시 국내산 대체 품목

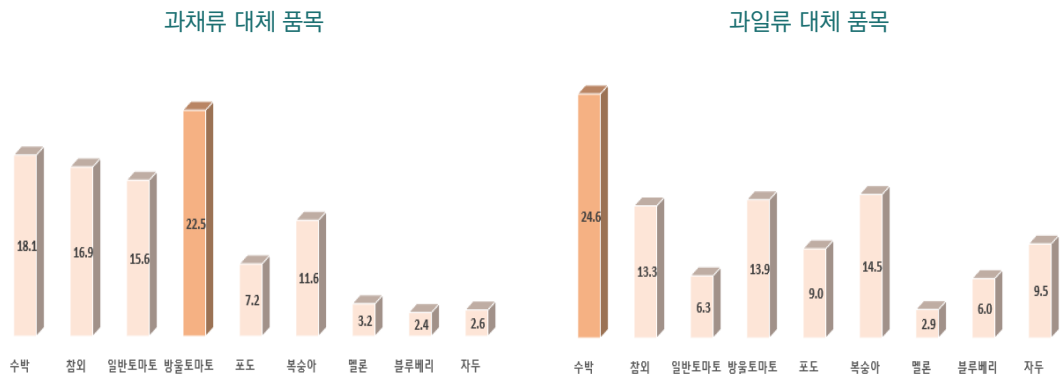
단위: %

대체 품목	과채류				과일류		평균
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
수박	-	36.4	23.8	23.6	26.9	28.9	23.8
참외	36.2	-	9.8	12.7	12.7	17.5	15.2
일반토마토	7.7	10.2	-	36.2	7.8	6.4	11.6
방울토마토	17.1	20.1	41.2	-	18.7	12.9	18.7
포도	8.7	7.6	6.9	10.2	-	10.2	7.4
복숭아	18.7	14.8	10.9	9.2	16.4	-	11.9
멜론	6.9	6.0	1.3	0.8	1.8	4.7	3.1
블루베리	2.6	3.0	3.1	3.3	9.8	3.8	3.6
자두	2.1	1.9	3.0	4.0	5.9	15.6	4.6
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 저자 작성.

그림 4 과일·과채 부류별 대체 품목

단위: %



자료: 저자 작성.

국내 과일·과채류 대체 수입 과일로 바나나 선호

- 국내산 과일·과채류 가격 상승 시 대체 구매할 수입 과일을 조사한 결과, '바나나'로 대체하겠다는 응답이 40.3%로 가장 높게 나타남. 이어 '체리'(13.3%), '파인애플'(12.6%), '키위'(8.6%), '오렌지'(7.8%), '수입포도'(6.6%), '망고'(6.3%) 순임. 기타 수입 과일로서는 자몽, 아보카도, 석류, 레몬이 있으나 대체 의향은 2% 미만에 그침.
- 바나나로의 대체 의향이 높은 이유는 앞서 언급되었듯이 절대적인 선호도와 실제 구매 비중이 높기 때문이며, 특히 1인 가구와 가구 월평균 소득이 적을수록 대체 선호가 크게 나타남.
- 여름철 국내로 수입되는 과일은 바나나, 파인애플, 키위, 체리, 아보카도, 망고, 오렌지 순임. 수입량이 많은 과일 일수록 소비자 선택폭이 넓고 유통망이 잘 갖추어져 있기 때문에 상대적으로 우선순위를 보이는 것으로 판단됨. 다만, 아보카도는 여러 요리 매체에서 일반 과일보다는 별도 조리가 필요한 식재료의 인식이 강해 수입량이 많은 편이나, 대체 선호도는 낮다고 볼 수 있음.

표 24 여름철 국내산 과일·과채 가격 상승 시 수입산 과일 대체 품목

단위: %

대체 품목	과채류				과일류		평균
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
바나나	38.4	41.7	40.6	43.0	38.0	40.3	40.3
파인애플	17.4	12.4	12.2	11.3	11.4	10.9	12.6
체리	10.8	10.8	13.8	15.3	16.0	13.0	13.3
망고	8.4	7.7	4.7	4.4	4.6	8.1	6.3
키위	7.9	8.7	8.8	8.5	7.9	10.0	8.6
오렌지	7.6	9.1	8.2	8.2	6.2	7.7	7.8
수입포도	5.6	4.8	5.6	5.2	12.7	5.4	6.6
자몽	1.4	1.7	2.2	1.5	1.4	2.3	1.8
아보카도	1.4	1.8	2.0	1.6	1.0	1.5	1.6
석류	0.6	0.7	1.1	0.5	0.4	0.2	0.6
레몬	0.5	0.6	0.8	0.5	0.4	0.6	0.6
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 저자 작성.

3.3. 민생회복 소비쿠폰 지급에 따른 주요 과일·과채류 구매 의향

민생회복 소비쿠폰 지급 계획

- 민생 경제 회복을 위한 조치로 소비 활성화와 소상공인 및 자영업자 매출 확대를 위해 ‘민생회복 소비쿠폰’을 지급할 계획임.
- 민생회복 소비쿠폰은 1, 2차로 나누어 지급될 예정이며, 지급 대상은 전 국민이지만 금액은 계층별로 차등하여 최소 15만 원에서 최대 55만 원 수준이 될 것으로 예상됨.
- 지급 수단은 지역 상품권, 신용·체크카드, 선불카드 중 선택하여 받을 수 있으며, 사용 가능 업종은 지역 상권 중심으로 선정되었고 백화점, 대형마트, 온라인 등에서는 사용이 불가능함.

표 25 민생회복 소비쿠폰 세부 지급 계획

구분	지급 시기	금액	지급 수단	사용 가능 업종
1차	'25. 7. 21.~ 9. 12.	전 국민 1인당: 15만 원 차상위계층: 30만 원 기초생활수급자: 40만 원 *비수도권 지역(서울·인천·경기, 농어촌 인구 감소 지역 제외): 3만 원 추가 지원 *농어촌 인구 감소 지역(84개 시군): 5만 원 추가 지원	소비 쿠폰 (지역사랑상품권, 신용·체크카드, 선불카드 중 택1) * 사용기한 : '25. 11. 30.까지	전통시장, 동네 마트, 식당, 의류점, 미용실, 안경점, 교습소·학원, 약국·의원, 프랜차이즈 가맹점(편의점, 빵집, 카페, 치킨집 등)
2차	'25. 9. 22.~ 10. 31.	국민의 90%(건강보험료 등으로 확정)에게 1인당 10만 원 추가 지급		

자료: 행정안전부(<https://www.mois.go.kr/frt/sub/a06/b07/livelihoodCoupon/screen.do>), 민생회복 소비쿠폰 신청·지급 안내, 검색일: 2025. 7. 8.

민생회복 소비쿠폰 사용처로 농축수산물, 생필품, 외식 비중 높아

- 민생회복 소비쿠폰 주요 사용처 조사 결과, 농축수산물이 34.0%로 가장 많았으며, 뒤이어 생필품(30.5%)과 외식(26.2%)이었음. 반면 의료서비스, 가전제품, 교육비 등 기타 항목은 4%에도 미치지 못함.
- 1인 가구, 가구주 연령 30대 이하, 월평균 소득 300만 원 미만 가구에서는 ‘생필품’ 응답 비중이 가장 높았으며, 미취학 자녀가 있는 가구는 외식비, 자녀가 없는 가구는 농축수산물·생필품 구매 의향이 가장 높게 조사됨.
- 농축수산물 구매 의향에서는 ‘축산물’(46.2%), ‘농산물’(45.1%)이 비슷하게 높은 비중을 차지함. 외식에서는 ‘한식’이 50.5%로 절반이 넘었으며, 이어 ‘한우구이 전문점’(16.8%), ‘일식’(12.6%), ‘양식’(11.1%), ‘중식’(8.3%) 순임.
- 1인 가구는 ‘농산물’ 구매를 늘리겠다는 응답 비중이 52.1%로 가장 높아, 식재료 중 과일·과채류의 소비 증가가 예상되는 반면, 3인 이상 가구는 ‘축산물’ 비중이 53.2%로 가장 높게 나타남.
- 가구주 연령이 30대 이하 및 월평균 소득 300만 원 미만 가구에서는 축산물보다 농산물 소비를 늘리겠다는 의향이 높게 나타난 반면, 40대 가구주 및 월평균 소득이 500만~800만 원 이상 가구에서는 축산물 지출을 늘리겠다는 응답 비중이 상대적으로 높게 나타남.

표 26 민생회복 소비쿠폰 지급 시 인구사회학적 특성별 예상 사용처

단위: %

구분		농축수산물	생필품	외식	의료서비스	가전제품	교육비	기타
평균		34.0	30.5	26.2	3.5	2.5	2.4	0.9
가구원 수	1인	33.1	35.4	21.1	5.6	3.4	0.6	0.8
	2인	36.3	26.3	31.7	2.3	1.1	1.1	1.1
	3인 이상	33.2	28.8	27.2	2.4	2.6	5.0	0.8
가구주 연령	30대 이하	29.1	34.3	26.5	4.9	2.6	1.5	1.1
	40대	35.0	27.3	26.8	1.4	2.3	6.8	0.5
	50대	33.7	29.5	26.5	4.9	3.4	1.1	0.8
	60대 이상	38.7	30.2	25.0	2.4	1.6	0.8	1.2
월평균 소득 (가구)	300만 원 미만	36.0	36.5	14.0	8.5	3.5	0.5	1.0
	300만~500만 원 미만	31.3	31.7	30.0	2.3	2.0	1.7	1.0
	500만~800만 원 미만	34.7	28.0	27.7	2.0	3.3	3.7	0.7
	800만 원 이상	35.0	26.5	30.5	2.5	1.0	3.5	1.0
미취학 자녀	유	24.6	30.4	33.3	1.4	4.3	5.8	0.0
	무	34.7	30.5	25.7	3.7	2.4	2.1	1.0

자료: 저자 작성.

민생회복 소비쿠폰 지급에 따른 여름철 과일·과채류 구매량 증가 예상

- 민생회복 소비쿠폰 지급 시 국내 과일·과채류 구매량 변화 조사 결과, ‘늘리겠다’는 비중이 54.4%로 ‘변화 없음’(45.6%)보다 높게 나타남. 과일·과채류 구매 예상 증가율은 20% 이하 비중이 대부분을 차지하였음.

- 가구원 수별로는 3인 이상 가구에서는 구매를 ‘늘릴 계획’ 응답 비중(58.7%)이 1인(51.1%) 및 2인(52.4%) 가구보다 높았으며, 가구주 연령대별로는 50대의 구매 증가 의향(57.7%)이 가장 높았고, 30대 이하(52.9%) 및 60대 이상(52.6%)은 상대적으로 낮았음.
- 1~2인 가구, 30대 이하 그리고 월평균 소득이 300만 원 미만 가구는 거의 모든 품목에서 과일·과채류 구매에서 ‘변화 없음’ 응답 비중이 높게 나타남.
- 품목별 구매량 변화 의향을 보면, 복숭아는 ‘늘릴 계획’ 응답이 63.9%로 가장 높았고, 이어 ‘방울토마토’(59.5%), ‘수박’(56.4%), ‘포도’(52.4%) 순으로 조사됨. 반면, ‘일반토마토’(44.6%)와 ‘참외’(49.9%)는 전 계층에서 ‘변화 없음’ 비중이 특히 높게 나타남.

표 27 민생회복 소비쿠폰 지급 시 국내 과일·과채류 인구사회학적 특성별 구매량 변화율

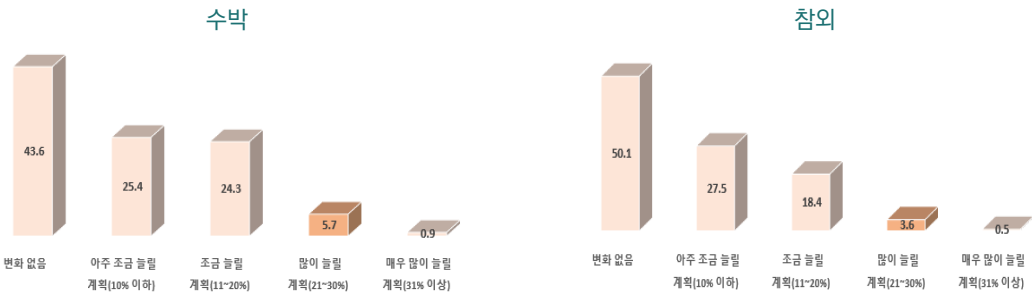
단위: %

구분		변화 없음	예상 증가율				소계
			10% 이하	11~20% 이하	21~30% 이하	31% 이상	
평균		45.6	27.0	19.7	6.6	1.1	54.4
가구원 수	1인	48.9	27.5	18.1	5.1	0.4	51.1
	2인	47.6	26.3	19.2	6.0	0.9	52.4
	3인 이상	41.3	27.1	21.4	8.3	1.9	58.7
가구주 연령	30대 이하	47.1	25.5	19.3	7.1	1.0	52.9
	40대	45.4	27.9	18.7	6.5	1.4	54.6
	50대	42.3	27.6	21.4	7.4	1.3	57.7
	60대 이상	47.4	27.2	19.1	5.4	0.9	52.6
월평균 소득 (가구)	300만 원 미만	52.0	28.4	15.0	4.3	0.3	48.0
	300만~500만 원 미만	46.1	27.2	20.1	5.4	1.1	53.9
	500만~800만 원 미만	42.2	25.1	22.5	8.2	2.0	57.8
	800만 원 이상	43.4	28.2	19.7	8.0	0.7	56.6

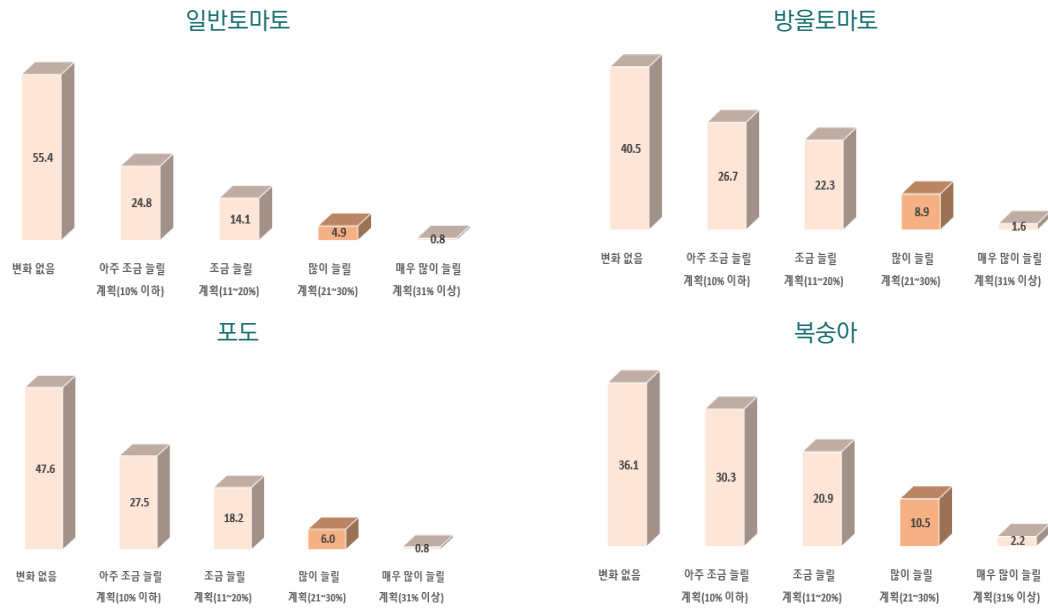
자료: 저자 작성.

그림 5 민생회복 소비쿠폰 지급 시 국내 과일·과채류 품목별 구매량 변화율

단위: %



(계속)



자료: 저자 작성.

04



요약 및 시사점

여름철(6~8월) 주요 과일 과채류 선호 품목, 구매처, 구매빈도, 중요 고려 요인 등 조사 결과

- 월별 구매 비중이 가장 높은 품목은 6월 방울토마토, 7~8월은 수박이며, 8월로 갈수록 수박·포도·복숭아 구매는 늘어나는 반면, 참외·일반토마토·방울토마토는 감소하는 것으로 나타남.
- 주요 구매처는 대형마트를 통한 구매 비중이 가장 높았으며, 이어서 기업형 슈퍼마켓, 동네 슈퍼, 동네 과일 소매점, 재래시장, 온라인 등으로 나타남.
- 구매빈도는 주요 과채류(수박, 참외, 토마토)는 '한 달에 2~3회', 주요 과일류(포도, 복숭아)는 '한 달에 1회' 구매하는 비중이 가장 높았으나, 평균적으로 한 달에 2~3회 구매와 1회 구매 비중 차이는 크지 않은 것으로 나타남. 방울토마토는 타 품목에 비해 일주일에 1회 구매 비중이 높은 것으로 나타남.
- 구매 시 가장 중요한 고려 사항은 토마토류를 제외하고 모든 품목에서 맛(당도)으로 나타남. 토마토류는 맛(당도)보다는 가격을 중요하게 고려하는 것으로 조사됨. 선호하는 구매 형태(단위)는 대부분 품목에서 소포장 형태를 주로 선호하는 것으로 나타남.
- 수입 과일 선호 순위는 바나나, 체리, 오렌지, 파인애플, 망고, 키위, 수입포도 순으로 나타났으나, 선호 과일 가격이 비싸다는 이유로 실제 구매는 바나나, 오렌지, 키위, 체리, 파인애플, 수입포도, 망고 순으로 조사됨.

금년 여름철 주요 과일·과채류 구매 의향은 전년 대비 소폭 증가

- 품목별로는 방울토마토·복숭아는 전년 대비 구매를 늘린다는 비중이 상대적으로 높았고, 수박·참외·일반토마토·포도는 구매를 줄인다는 비중이 높게 나타남.
- 구매 의향이 전년 대비 증가하는 이유는 '품질이 좋아서'의 비중이 가장 높고, 감소하는 이유는 '가격이 비싸서'의 비중이 가장 높음.

국내 과일·과채류 가격 상승 시에는 국내 타 품목이나 수입산 과일로 대체하려는 경향 높아

- 여름철 과일·과채류 가격이 평소보다 20% 이하로 상승하더라도 응답자의 50.1%가 국내 타 과일·과채류 또는 수입 과일로 대체하겠다고 응답함. 국내 과일·과채류로 대체하겠다는 응답이 52.1%로, 수입 과일(48.1%)보다 높은 것으로 나타났으나, 가격 상승폭이 확대될수록 국내산보다 수입산 과일로 대체하는 비중이 높게 나타남.

- 가구원 수가 적을수록, 가구주 연령이 낮을수록 가격 상승에 따른 대체 의향이 높은 것으로 조사되었음.
- 국내산 과일·과채류 가격 상승 시 대체로 구매할 국내산 품목은 수박을 비롯한 과채류 선호가 높은 편이며, 수입 산 과일은 바나나가 가장 많은 것으로 나타남.

민생회복 소비쿠폰 지급에 따른 여름철 과일·과채류 구매 의향 증가

- 민생회복 소비쿠폰 예상 사용처는 농축수산물미 가장 많았고, 이어서 생필품과 외식이었으며 의료서비스, 가전 제품, 교육비 등 기타 항목 구매 비중은 크지 않았음.
- 민생회복 소비쿠폰 지급 시 국내 과일·과채류 구매량 변화 조사 결과, ‘늘리겠다’는 비중이 54.4%로 ‘변화 없음’(45.6%)보다 높게 나타남. 과일·과채류 구매 예상 증가율은 20% 이하 비중이 대부분을 차지하였음.
- 가구원 수가 3인 이상, 가구주 연령이 50대인 가구의 과일·과채류 구매 의향 증가가 높은 편이었고, 1~2인 가구, 가구주 연령이 30대 이하 그리고 월평균 소득이 300만 원 미만 가구는 과일·과채류 구매에 ‘변화 없음’의 응답이 높았음.

주요 시사점

- 첫째, 이번 조사 결과는 여름철 주요 과일·과채류 관련 소비 촉진 및 할인 행사 등의 관련 정책이나 마케팅 전략 수립 시에 품목별 주요 구매처, 고려 요인, 포장 형태(단위) 등을 잘 파악하여 전략적인 방안을 마련하는 데 기초 자료로 활용할 수 있을 것임. 또한, 인구사회학적 특성(가구원 수나 가구주 연령대, 소득 수준 등)에 따라 달라지는 구매행태를 잘 고려한다면 차별화된 홍보나 판매 전략 수립에도 참고할 수 있을 것으로 판단됨.
- 둘째, 여름철 국내 과일·과채류 수급 불안이 예상되는 시기에는 특정 품목에 대한 수요 집중을 완화하기 위한 조치로써 대체 품목 중심의 소비 유도, 연령 및 가구 유형별 선호도를 반영한 홍보나 할인 판매 등의 대응 방안을 검토해 볼 수 있음.
- 셋째, 올해 7월 21일부터 시행되는 민생회복 소비쿠폰 지급에 따른 농축수산물의 소비 증가가 예상보다 높은 것으로 조사됨에 따라 향후 주요 농축산물 소비 부진으로 소비 촉진을 위한 대책 마련 시에 소비 쿠폰 등을 이용한 방안의 효과는 있을 것으로 판단됨. 다만, 민생회복 소비쿠폰 지급에 따른 구체적인 효과 등에 대해서는 추후 체계적인 연구 분석이 필요할 것으로 보임.



참고문헌

- 김성휘·이춘수(2022), “소비자의 신선 농산물 온라인 구매행태 및 인식에 관한 연구”, 한국식품유통학회 동계학술발표논문집, 2021권: 47-70.
- 이계임·임지은·주준형·박인호(2024), 2024 식품소비행태조사 기초분석 보고서, 한국농촌경제연구원.
- 통계청(2025), 장래가구추계.
- 한국농촌경제연구원(2017), 농업전망 2017, 한국농촌경제연구원.
- 한국농촌경제연구원(2018), 농업전망 2018, 한국농촌경제연구원.
- 매일경제(2025. 2. 2.), “사과·배 비싸서 못 먹고 있는데”...3년 새 가격 70% 떨어진 과일은?”.
- 네이버 스마트스토어(<https://sell.smartstore.naver.com/>), 검색일: 2025. 7. 7.
- 농사로(<https://www.nongsaro.go.kr/>), 농식품 소비월보(2025 5월호 방울토마토), 검색일: 2025. 7. 7.
- 행정안전부(<https://www.mois.go.kr/frt/sub/a06/b07/livelihoodCoupon/screen.do>), 민생회복 소비쿠폰 신청·지급 안내, 검색일: 2025. 7. 8.



한국농촌경제연구원