

KREI

한국농촌경제연구원

보도자료

■ 제공일: 2025년 12월 12일

■ 제공자: 임지은 부연구위원
전화: 061-820-2273

■ 배포부서: KREI 국제협력실
전화: 061-820-2127

■ 매수: 3

■ 사진: 2

바로 보도하여 주시기 바랍니다.

KREI, ‘2025년 식품소비행태조사 결과발표대회’ 개최 “온라인 식품 구입 증가와 함께 간편식, 건강식품, 친환경식품 구입 증가”

- 한국농촌경제연구원(원장 한두봉, 이하 KREI)은 12월 12일 서울 양재 aT 센터에서 ‘2025년 식품소비행태조사 결과발표대회’를 개최했다.
 - KREI는 2013년부터 매년 전국 규모의 식품소비행태조사를 통해 우리 국민의 식품소비행태와 식생활 및 식품정책에 대한 인식을 조사·분석해 발표하고 있다.
- 식품소비행태조사 분석 결과, ‘식료품을 주로 온라인에서 구입한다’는 응답은 16.3%로 전년(9.7%)에 비해 크게 높아졌다. 온라인 쇼핑몰을 주로 이용하는 이유로 다양성이나 품질을 고려하는 비중이 증가하였다(1순위 응답 기준).
 - 과거(10년 전)에는 식품 구입 시 주로 온라인 쇼핑몰을 이용하는 이유로 ‘직접 배달해 주므로’를 응답한 경우가 대부분이었으나, 최근에는 ‘상품이 다양하므로’, ‘품질이 좋아서’ 온라인 쇼핑몰을 이용한다는 응답이 10~20%대를 차지하였다(1순위 응답 기준).
 - 동네 슈퍼마켓 또는 식자재마트를 주로 이용하는 가구는 1인 가구(36.5%), 가구주 연령 50대 이상 가구(38.0%)에서 높은 반면, 가구주 연령이 40대 이하인 경우에는 온라인 쇼핑몰을 주로 이용하는 가구(30.4%)가 높은 비중을 차지하여 가구 특성별로 주 구입처가 상이하게 나타났다(1순위 응답 기준).

- 전년 대비 온라인 식품구입이 증가한 이유로 ‘온라인 구입 편의성’ (37.2%)을 인지하게 되었기 때문이라는 응답이 높았다. ‘온라인 구입 식품 만족도’ (25.7%) 또한 온라인 이용 증가에 큰 영향을 미친 것으로 조사되었다. ‘식품 소비 환경 변화’ (25.0%) 때문에 식품구입이 증가했다는 응답은 작년 21.6%에서 증가하였다(중복응답 수 기준으로 계산). 새벽배송 또한 온라인 식품구입 증가에 긍정적 영향을 미친 것으로 분석되었다.

□ 식품 주 구입자의 94.1%는 식품 장바구니 물가가 전년에 비해 상승했다고 인식하였으며, 물가 상승 원인은 ‘농산물 생산비용 증가’, ‘복잡한 유통과정/과다한 유통마진’ 때문이라고 응답하였다(1순위 응답 기준).

- 식품 물가 상승에 대해 식품 주 구입자는 주로 가격이 많이 상승한 품목의 구입량을 줄여서 대응(22.6%)하거나, 동일 품목에 대해 식품 가격이 좀 더 싼 것을 찾아 구입(18.9%)하는 것으로 나타났다(중복응답 수 기준으로 계산). 일반 성인 가구원의 경우 외식 대신 집에서 먹는 식사를 늘리는 등 기존 식생활 패턴을 바꾸어 대응하는 것으로 나타났다.
- 응답자의 절반 정도(45.1%)가 전년 대비 식품 소비 지출액이 증가하였다고 응답하였다. 식품 소비 지출액이 증가한 이유에 대해 46.2%가 ‘식품 물가 변화’를 답하였다(중복응답 수 기준으로 계산).
- 식품 주 구입자는 1년 전 물가수준과 비교할 때 일반 소비자 물가수준보다 식품 장바구니 물가수준이 더 높아진 것으로 체감하였다.

□ 간편식 시장은 2015년 이래로 연평균 14.1%의 증가 추세를 보이고 있으며(식품의약품안전처, 식품 등의 생산실적 통계), 주 구입자 조사 결과에서 주 1회 이상 간편식을 섭취하는 가구의 비중도 2021년 이래로 꾸준히 증가하였다. 온라인 쇼핑몰 이용 활성화와 함께 간편식뿐만 아니라 건강식품, 친환경식품 등의 이용도 확대되고 있다.

- 간편식은 주로 오프라인 대형마트(40.4%)에서 구입하며, 온라인 쇼핑몰(19.7%)을 이용하는 가구가 다음으로 많았다. 간편식을 주로 온라인 쇼핑몰에서 구입한다는 응답은 2021년 9.6%에서 2025년 19.7%로, 10%p 이상 크게 증가하였다(1순위 응답 기준).
- 간편식을 구입하는 이유로 ‘편리성(조리, 보관성 등 포함)’을 고려하는 비중이 43.1%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서’ (31.8%), ‘맛·다양성’ (23.6%) 순이었다. 가공식품 구입 시, 가격과 조리의 편리성을 중시하는 식품 주 구입자 비중이 높아지고 있다는 점을 고려할 때 향후에도 간편식 시장 확대가 예상된다. 간편식을 구입하지 않는 이유는 ‘가격이 비싸서’ (37.9%)가 가장 많았다. ‘가족 식사를 직접 조리(요리)해야 한다고 생각해서’ 간편식을 구입하지 않는 가구의 비중은 2021년 17.1%에서 11.0%로 낮아졌다(1순위 응답 기준).
- 건강식품은 주로 온라인 쇼핑몰에서 구입하며, 건강식품을 섭취하는 가구 비중은 2017년 70% 미만이었으나, 2025년에는 약 85%까지 증가하였다. 가구 특성별 건강식품 섭취 격차도 감소하여 건강식품이 보편화되는 경향을 보이고 있다.
- 친환경식품 가운데 계란, 우유 및 유제품, 육류를 평소 많이 구입하는 가구 비율이 늘고 있으나, 소비자들이 친환경식품과 일반식품의 차이를 잘 느끼지 못하거나 가격이 비싸다고 인식하는 점은 향후 친환경식품 성장에 걸림돌이 될 우려가 있다.

별첨. 식품소비행태조사 결과발표대회 사진