

# 축산물 소비 트렌드 인사이트

2026년  
1월

01 축종별 판매 및 소비 02 지역별 소비자 가격 정보 03 축산물 유통 트렌드

축산물 소비 트렌드는 대형마트, 체인슈퍼, 조합마트 3천 여 개소의 축산물 POS 데이터, 소비자 3천명의 실제 소비 및 구매 감성 조사를 분석한 결과입니다. 보다 자세한 내용은 축산물품질평가원 (<http://www.ekapepia.com>)에서 확인하십시오.



축산물품질평가원



ANIMAL PRODUCTS DATA TREND INSIGHT

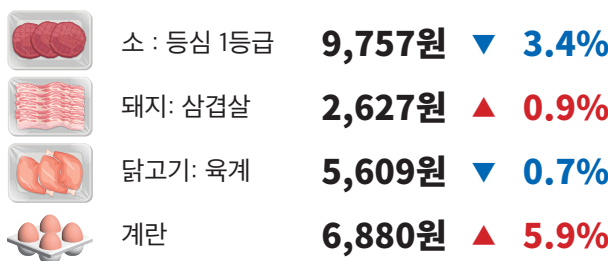
## 전월 대비 판매 동향

\*25년 12월 기준 전월 대비 판매량



## 주요 부위 가격 정보

\*25년 12월 소/돼지 100g, 닭 1kg, 계란 특란 30구



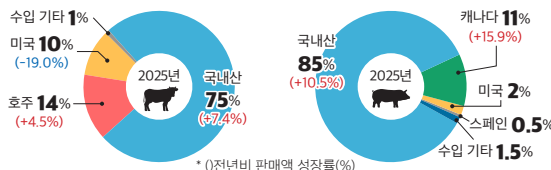
## 소비자 인사이트: 2025년 축산물 POS 시장 소비 분석

- 2025년 축종별 판매액을 보면 소고기와 돼지고기가 각각 약 2조 9,882억 원과 2조 4,911억 원을 기록하며 축산물 시장의 중심을 이루는 구조가 유지됐고, 두 축종 모두 전년 대비 판매액이 증가하며 전반적으로 안정적인 소비 흐름을 이어간 것으로 나타남
- 성장을 측면에서는 돼지고기가 전년 대비 11.0%, 소고기가 3.9% 증가하며 두 축종 모두 전년 대비 성장세를 보였는데, 돼지고기는 상대적으로 높은 증가율을 기록한 반면 소고기는 시장 규모가 큰 품목 특성상 완만하지만 안정적인 성장 흐름을 유지한 모습임
- 원산지별로는 소고기와 돼지고기 모두 국내산이 각각 75%, 85% 수준의 비중을 차지하며 소비의 중심을 이루고 있었고, 전년 대비 국내산 판매액이 증가하면서 국내산에 대한 신뢰와 선호가 소비 흐름에 반영된 것으로 보임

25년 축종별 판매액 규모(억원)

축종				
판매액	29,882억	24,911억	4,099억	1,737억
25년 VS 24년 판매액 성장률	▲ 3.9%	▲ 11.0%	▲ 6.0%	▲ 17.5%
24년 VS 23년 판매액 성장률	▲ 8.4%	▼ 0.3%	▲ 8.8%	▲ 2.2%

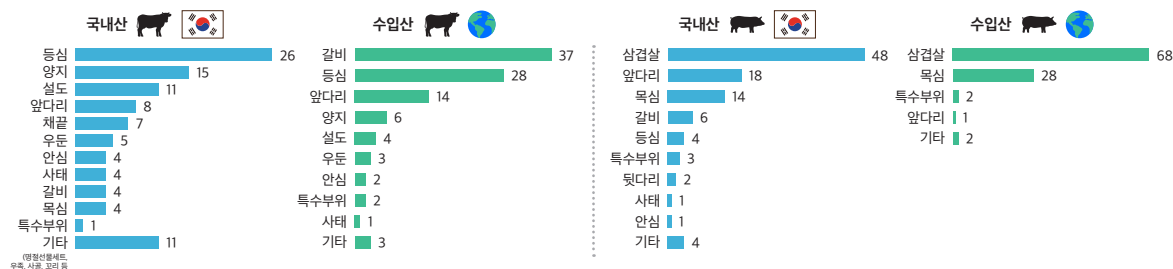
2025년 소고기/돼지고기 원산지별 판매액 비중(%)



- 2025년 소고기 부위별 판매액 비중을 보면 국내산은 등심과 양지, 설도 등 다양한 부위에 비교적 고르게 분포된 반면, 수입산은 갈비와 등심(전체 소고기(국내산+수입산) 내 비중 각각 9%, 7%) 중심으로 비중이 집중된 구조를 보였음
- 돼지고기는 국내산에서 삼겹살이 48%로 가장 높은 비중을 차지했고 앞다리(18%)와 목심(14%)이 뒤를 이은 반면, 수입산은 삼겹살(68%)과 목심(28%) 비중이 대부분을 차지하며 기타 부위 비중은 제한적인 수준이었음

25년 상반기 소고기/ 돼지고기 부위별 판매액 비중(%)

\*Source: 축산물 소비정보 대형마트, 체인슈퍼 POS 데이터 분석, 2025년 1월~12월(12개월) 판매액 합 / (₩ 마켓링크





소고기

## 01. 축종별 판매 및 소비 정보

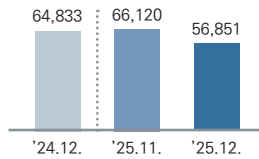
## 소고기 판매 동향 (POS 데이터)

- ✓ '25년 12월 전체 소고기 판매량은 전월 대비 판매량 -14.0%, 판매액 -21.0% 감소했으며, 통상적으로 12월의 경우 연말 외식·회식 수요 증가로 가정 내 소비가 감소하며, 가정 내 육류 소비를 추가로 확대할 만한 요인은 제한적인 것으로 판단됨

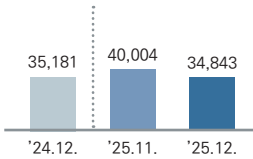
## 판매량

[단위: kg, 일평균]

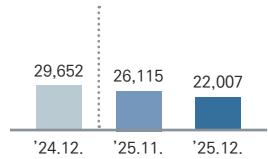
전체 ▼ 14.0%



국내산 ▼ 12.9%



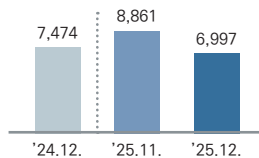
수입산 ▼ 15.7%



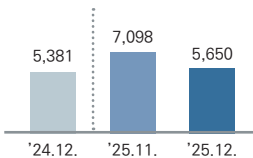
## 판매액

[단위: 백만원, 일평균]

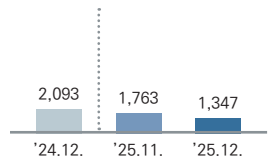
전체 ▼ 21.0%



국내산 ▼ 20.4%



수입산 ▼ 23.6%



## 소고기 소비 동향 (패널 데이터)

- ✓ 국내산은 정육점과 슈퍼마켓의 구매 비중이 확대되며 근거리 채널 중심의 소비 회복 흐름이 나타남.  
구매 시 품질의 중요도가 높아지고 가격은 하락함
- ✓ 수입산은 대형마트와 온라인 채널의 비중이 확대되며 가격 경쟁력이 높은 채널로 소비가 집중되는 모습임.  
구매시 가격 요인의 비중이 50%를 넘어서며 가격 중심 소비가 지속됨

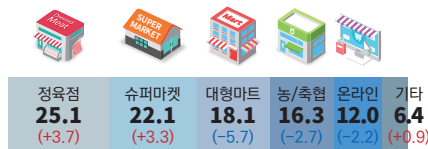
## 국내산

## 수입산

## 주 구입처

[단위: %]

( ): 전월비 비중 변화(%)



## 구매시 중요도

[단위: %]

( ): 전월비 비중 변화(%)



## 소비자 가격

[단위: 원/100g]

(국내산, 1+ 등급 기준)

등심	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	14,146	11,038	11,879
설도	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	6,467	4,266	4,323

안심	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	14,074	13,427	13,465
양지	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	9,962	5,667	5,312

※ 축산물 소비정보 분석\_25년 12월, (주) MarketLink/ 소비자 가격\_축산유통정보 가격정보 참고



돼지고기

## 01. 축종별 판매 및 소비 정보

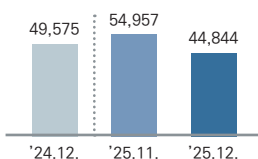
## 돼지고기 판매 동향 (POS 데이터)

- ✓ '25년 12월 돼지고기 판매량은 전월 대비 -18.4%, 판매액은 -14.9% 감소했으며, 김장철 수요 소진 이후 전월 대비 판매 감소가 이어진 모습임

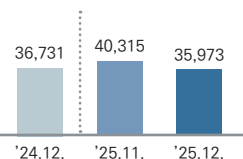
## 판매량

[단위: kg, 일평균]

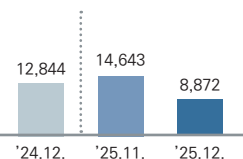
전체 ▼ 18.4%



국내산 ▼ 10.8%



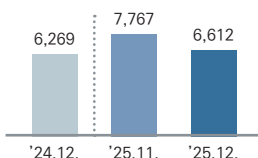
수입산 ▼ 39.4%



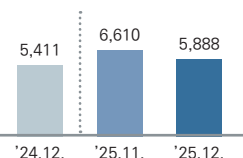
## 판매액

[단위: 백만원, 일평균]

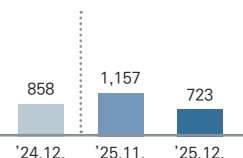
전체 ▼ 14.9%



국내산 ▼ 10.9%



수입산 ▼ 37.5%



## 돼지고기 소비 동향 (패널 데이터)

- ✓ 국내산은 슈퍼마켓과 정육점 중심으로 구매 비중이 소폭 확대된 가운데, 가격을 중심으로 품질, 원산지, 신선도를 함께 고려하는 균형적 소비 판단 흐름을 보임
- ✓ 수입산은 대형마트와 온라인 비중이 소폭 확대되며 슈퍼마켓 비중은 조정되는 가운데, 가격을 우선 기준으로 신선도·품질에 대한 인식도 일부 반영됨

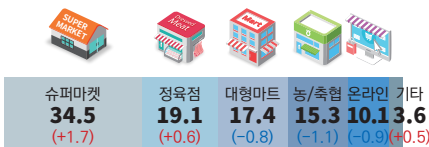
## 국내산

## 수입산

## 주 구입처

[단위: %]

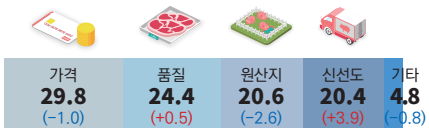
( ): 전월비 비중 변화(%)



## 구매시 중요도

[단위: %]

( ): 전월비 비중 변화(%)



## 소비자 가격

[단위: 원/100g]  
(국내산 기준)

삼겹살	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	2,552	2,568	2,722
갈비	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	1,723	1,495	1,470

목심	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	2,472	2,353	2,467
앞다리	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	1,598	1,539	1,545

※ 축산물 소비정보 분석\_25년 12월, (주) MarketLink/ 소비자 가격\_축산유통정보 가격정보 참고



가금류

## 01. 축종별 판매 및 소비 정보

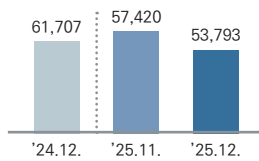
## 닭고기·오리고기·계란 판매 동향 (POS 데이터)

- ✓ 닭고기는 전월 대비 판매량 -6.3%, 판매액 -5.5% 감소, 계란은 전월 대비 판매량 -3.3%, 판매액 -5.7% 감소함
- ✓ 오리고기는 전월 대비 판매량 -12.7%, 판매액 -12.6% 감소했으나, 전년 동월 대비로는 판매량 -12.9% 감소, 판매액 +6.0%가 상승함. 계절적·행사적 수요 유입이 제한된 상황에서 소비 강도는 약화됐으나, 전년 동월 대비 판매액은 오리 제품 평균 판매단가 상승 영향으로 증가하는 흐름을 보임

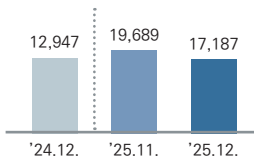
## 판매량

[단위: kg, 일평균 / 계란 천개, 일평균]

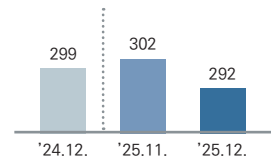
## 닭고기 ▼ 6.3%



## 오리고기 ▼ 12.7%



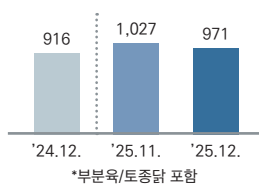
## 계란 ▼ 3.3%



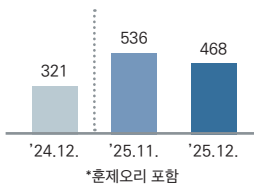
## 판매액

[단위: 백만원, 일평균]

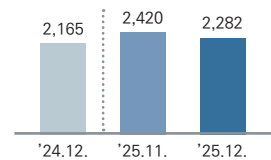
## 닭고기 ▼ 5.5%



## 오리고기 ▼ 12.6%



## 계란 ▼ 5.7%



## 닭고기·계란 소비 동향 (패널 데이터)

- ✓ 닭고기는 슈퍼마켓과 온라인 등 편의성 중심 채널의 구매가 늘어나는 가운데, 가격 중요도는 완화되고 품질에 대한 인식이 확대됨. 계란은 일상적으로 소비되는 품목 특성상 슈퍼마켓 중심의 구매가 이어지며, 가격 중요도가 높은 가운데 신선도에 대한 인식이 소폭 높아짐
- ✓ 닭과 계란 모두 온라인 비중이 높게 나타났으며, 온라인 구매는 '장보기의 편의성'과 '가격 메리트'를 이유로 선택되는 모습임

## 닭고기(국내산)

## 계란(국내산)

## 주 구입처

[단위: %]

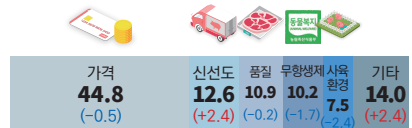
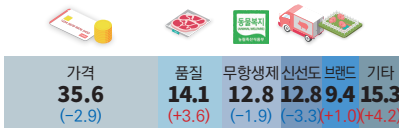
( ): 전월비 비중 변화(%)



## 구매시 중요도

[단위: %]

( ): 전월비 비중 변화(%)



## 소비자 가격

[단위: 원/1kg]

육계 (kg)	판매처	가격
	대형마트	6,823
	슈퍼마켓	5,609

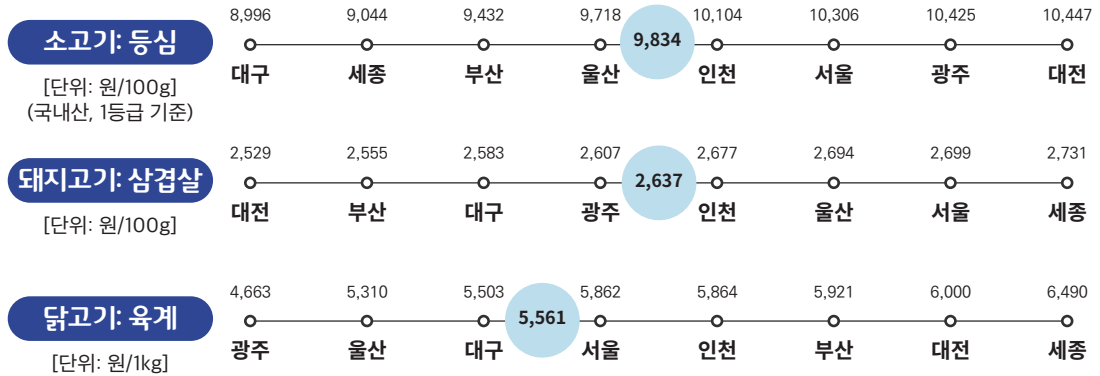
계란 (특란 30구 기준)	판매처	가격
	대형마트	7,366
	슈퍼마켓	6,598

※ 축산물 소비정보 분석\_25년 12월, (주) MarketLink/ 소비자 가격\_축산유통정보 가격정보 참고

## 02. 지역별 소비자 가격 정보

☑ ('25년 12월 기준) 8대 특·광역시 소고기 등심, 돼지고기 삼겹살, 닭고기 육계 소비자 가격 정보

☑ (전국 기준 평균가) 소고기 등심: 9,834원 / 돼지 삼겹살: 2,637원 / 육계 평균가: 5,561원



\*'25년 12월 소비자 가격\_축산유통정보 가격정보 참고

## 03. 축산물 유통 트렌드

### “한우부터 삼겹살까지” 축산물 가격 구조 바꾼다



- 정부는 산지 가격 하락에도 소비자 가격이 충분히 낮아지지 않는 구조적 문제를 해소하기 위해 축산물 유통구조 전반에 대한 개편에 착수했음. 생산부터 유통까지 전 과정을 점검해 가격 형성 구조를 개선하고, 소비자 부담을 낮추겠다는 구상임
- 농림축산식품부는 ‘축산물 유통구조 개선 방안’을 통해 한우 사육 기간 단축과 농협 중심 유통망 일원화를 추진할 계획이라고 밝힘. 사육 기간 단축을 통해 생산비를 절감하고, 공판장 직접 가공 확대와 물류 기능 통합으로 유통 비용을 낮추는 한편, 하나로마트에는 도매가격 연동 권장가격을 제시하겠다고 설명함
- 돼지고기는 삼겹살을 지방 함량에 따라 세분화해 가격과 품질의 투명성을 높일 예정임. 계란은 크기 표기를 국제 기준으로 전환하고, 닭고기는 부분육 중심으로 가격 조사를 개편하는 한편 표준거래계약서 제도를 통해 거래 관행을 개선할 방침임

\*참고기사: 한경비즈니스

### '농식품부, 삼겹살·목살 최대 30% 할인 지원... 축산물 물가안정 '총력'



- 농림축산식품부는 설 명절을 앞두고 소비자 장바구니 부담 완화를 위해 돼지고기(삼겹살·목살)와 계란을 중심으로 최대 30% 할인 지원에 나서는 등 축산물 물가 안정 대책을 추진한다고 밝힘
- 돼지고기는 전국 대형마트와 슈퍼마켓, 농협 하나로마트 등 주요 유통 채널을 통해 할인 판매가 진행되며, 계란은 납품 단가를 인하하는 방식으로 특란 30구 기준 6,100원 이하로 공급될 경우 지원이 이뤄진다고 설명했다
- 농식품부는 돼지고기와 계란의 수급 상황이 전반적으로 안정적인 수준이라고 평가했으며, 고병원성 조류인플루엔자(AI) 등 변수에 대비해 미국산 신선란 224만 개를 시범 수입하는 등 수급 안정 조치를 병행할 계획임

\*참고기사: 파이낸셜뉴스

# 축산유통정보 정육점 홍보 쉽게 따라하기

## 01. 점포 홍보 자료 준비하기



정육점 홍보 화면을 만들기 위한 준비

회원가입

대표품목

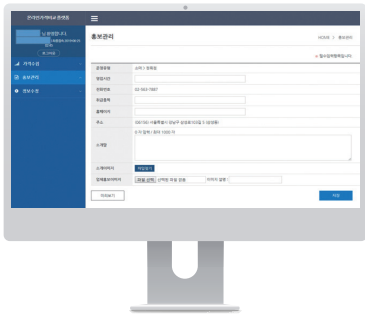
내/외부 사진

세트상품

매장 특징점

할인행사

## 02. 점포 홍보자료 등록하기



사이트 접속

<http://www.ekapepia.com/entrpPrice/login.do>



로그인

메뉴 - 홍보관리



자료 입력/등록

## 03. 축산유통정보 ‘여기고기’에 점포 홍보



연간 4.6백만명이 방문하는 축산유통정보  
홈페이지 및 앱 ‘여기고기’ 메뉴에서  
소비자들에게 점포의 특징점 등의 홍보 가능

