축산물 소비 트렌드 인사이트

ANIMAL PRODUCTS DATA TREND INSIGHT

2026년 2월

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

전월 대비 판매 동향

* '26년 1월 기준 전월 대비 판매량

소고기	▲ 17.0%
돼지고기	▼ 1.0%
닭고기	▲ 12.0%
계란	▲ 10.5%

주요 부위 가격 정보

* '26년 1월 소/돼지 100g, 닭 1kg, 계란 특란 30구

소 : 등심 1등급	10,156원	▲ 4.1%
돼지: 삼겹살	2,652원	▲ 1.0%
닭고기: 육계	5,926원	▲ 5.7%
계란	7,080원	▲ 2.9%

소비자 인사이트: '25년 4분기 축산물 소비자 품질 만족도

- '25년 4분기 4개 축종 카테고리 모두 국내산을 가장 우수한 품질로 인식하며 소고기, 돼지고기는 풍미>신선도 순으로, 닭고기와 계란은 신선도>풍미 순으로 품질 우수성을 인식하고 있음
- 각 축종별 만족도는 소고기와 돼지고기가 약 90점대, 닭고기와 계란은 약 88점대로 나타남. 축종별 만족 요인은 풍미와 신선도로 결정되며, 불만족 요인은 소와 돼지고기는 과지방, 닭은 이취, 손질상태, 계란은 내부 이물질 등으로 결정됨

축종별 품질 인식

축종				
고품질 인식	국내산 한우 > 국내산 육우	국내산 일반 > 국내산 특수품종 (흑돼지 등)	국내산 일반 > 국내산 특수품종 (토종닭)	국내산
고품질 이유	풍미 신선도	풍미 신선도	신선도 풍미	신선도 풍미

- 국내산 축산물 구입 증가 이유로는 맛/품질좋음, 그리고 외식이 줄고 가정소비가 증가한 것이 주요 요인으로 파악됨 (전분기와 동일)
- 국내산 축산물 구입 감소 이유로는 소고기와 돼지고기, 계란은 가격이 비싸진 이유가 가장 컸고, 닭고기는 외식배달 증가 등이 구입량 감소에 영향을 준 것으로 나타남 (전분기와 동일)

최근 구입량 증가 / 감소율 및 이유

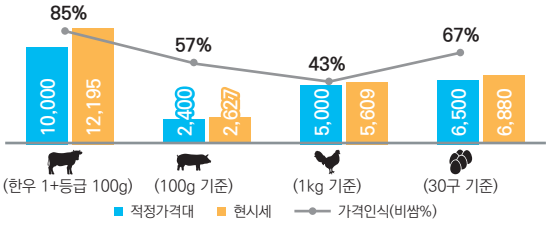
축종				
구입량 증가%	약 25%	약 30%	약 20%	약 33%
구입량 증가이유	맛/품질 좋음 64% 외식줄고 가정소비 증가 45%	맛/품질 좋음 60% 외식줄고 가정소비 증가 46%	맛/품질 좋음 47% 외식줄고 가정소비 증가 44%	조리 간편 58% 영양적 우수 57% 맛/품질 좋음 39%
구입량 감소%	약 22%	약 9%	약 19%	약 7%
구입량 감소이유	가격이 비싸짐 91% 수입산과 품질차이 없음 36%	가격이 비싸짐 81% 식생활 변화 44%	외식/배달 많아짐 49% 식생활 변화 49%	가격이 비싸짐 71% 간편식/밀키트 이용 증가 49%

만족도 및 불만족 요인

축종				
국내산 만족도	90.3점	89.3점	88.1점	88.2점
만족 요인	풍미 신선도	풍미 신선도	신선도 풍미	신선도 풍미
불만족 요인	과지방 등급과 실제 괴리	과지방 살코기/지방 비율	이취, 손질 상태 등급과 실제 괴리	이물질 여부 껍데기 청결

- 축종별 비싸다는 인식은 소고기 85% > 계란 67% > 돼지고기 57% > 닭고기 43% 순으로 나타남
- 적정 가격에 대한 소비자 인식은 실제 시장가격 보다 전 축종에서 낮게 형성되었으며, 특히 소고기에서 인식 격차가 상대적으로 크게 나타남

가격 인식 및 적정 가격대



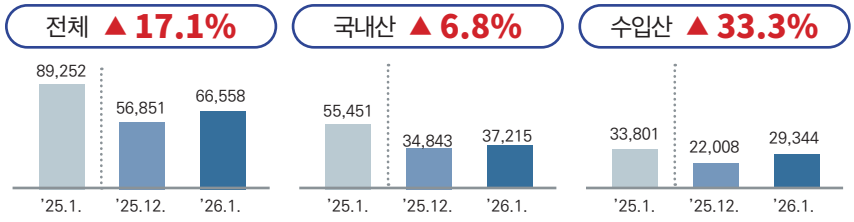
소고기

01. 축종별 판매 및 소비 정보

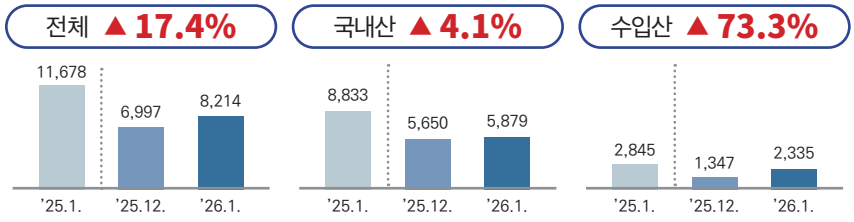
소고기 판매 동향 (POS 데이터)

✓ '26년 1월 전체 소고기는 **전월 대비** 판매량은 17.1%, 판매액은 17.4% 증가하며 연말 외식 중심의 소비 이후 가정 내 소비가 회복되는 가운데 수입산 중심으로 판매 증가세가 확대된 것으로 판단됨

판매량 [단위: kg, 일평균]



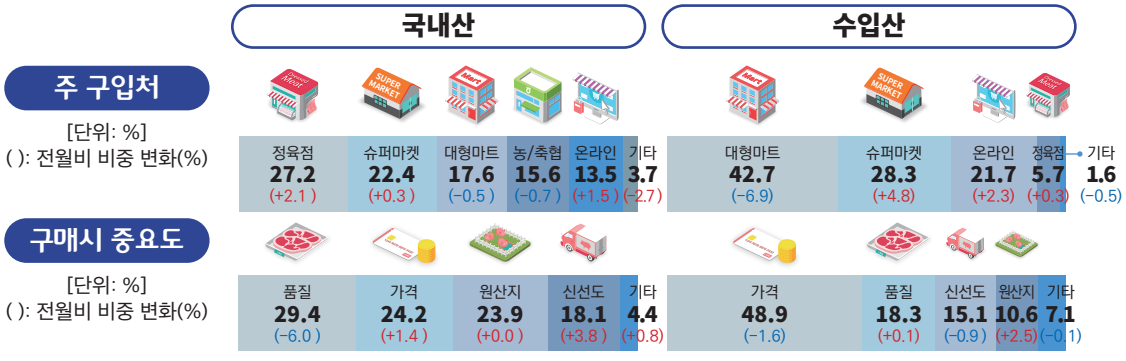
판매액 [단위: 백만원, 일평균]



소고기 소비 동향 (패널 데이터)

✓ 국내산은 **정육점**과 **슈퍼마켓** 중심의 근거리 채널 구매 확대 흐름이 이어지는 가운데, 구매시 신선도의 중요도가 상승하고 품질 중요도는 다소 감소함

✓ 수입산은 대형마트 비중이 축소되고 **슈퍼마켓**과 **온라인** 구매 비중이 확대되며 생활권 중심 구매와 온라인 탐색 소비가 강화되는 모습임. 구매 시 **가격** 중요도는 다소 낮아지고 있으나 여전히 핵심 구매 기준으로 작용됨



소비자 가격 [단위: 원/100g] (국내산, 1+ 등급 기준)

등심	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	13,611	11,134	11,909

안심	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	18,446	13,446	13,607

설도	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	5,645	4,328	4,442

양지	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	9,108	5,900	5,354

※ 축산물 소비정보 분석_'26년 1월, ㈜ MarketLink/ 소비자 가격_축산유통정보 가격정보 참고

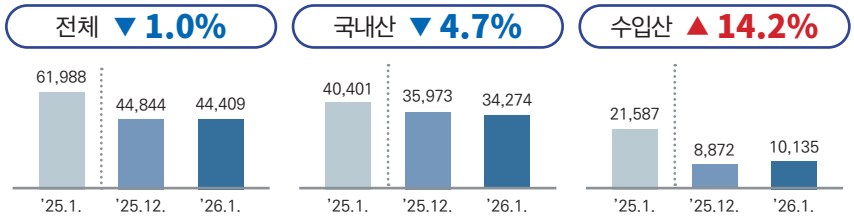
돼지고기

01. 축종별 판매 및 소비 정보

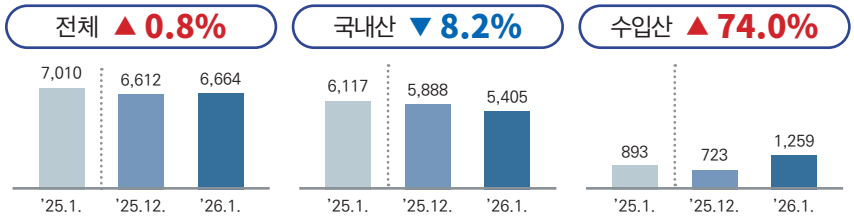
돼지고기 판매 동향 (POS 데이터)

- '26년 1월 전체 돼지고기 판매는 **전월 대비** 판매량은 1.0% 감소, 판매액은 0.8% 증가하며 큰 변동 없이 유지된 가운데, 연말 외식이 늘며 줄었던 가정 내 소비가 회복되었으나 국내산 판매 회복은 상대적으로 제한되며 판매 구성에서는 수입산 증가 흐름이 나타남

판매량 [단위: kg, 일평균]

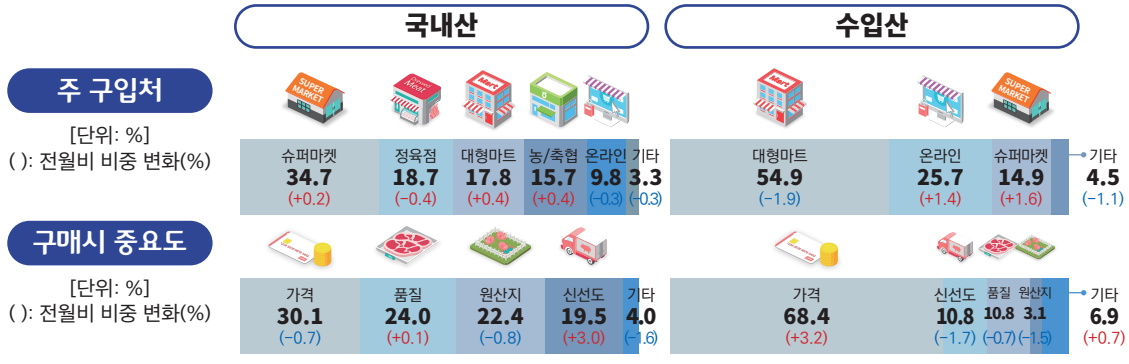


판매액 [단위: 백만원, 일평균]



돼지고기 소비 동향 (패널 데이터)

- 국내산 돼지고기는 **슈퍼마켓** 중심 구매 확대 흐름이 이어지고 있으며, **가격** 중요도가 높은 수준을 유지하는 가운데 신선도에 대한 관심이 소폭 증가함
- 수입산은 가격 비교와 접근성이 용이한 **대형마트**와 **온라인** 중심 구매가 확대되는 가운데, **가격을** 중시하는 소비 성향이 강화되는 흐름을 보임



소비자 가격 [단위: 원/100g] (국내산 기준)

삼겹살	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	2,723	2,542	2,710

목심	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	2,721	2,308	2,434

갈비	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	1,629	1,481	1,471

앞다리	판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
	가격	1,633	1,544	1,542

※ 축산물 소비정보 분석_'26년 1월, ㈜ MarketLink/ 소비자 가격_축산유통정보 가격정보 참고

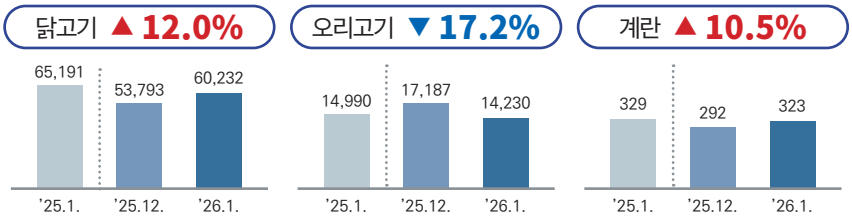
가금류

01. 축종별 판매 및 소비 정보

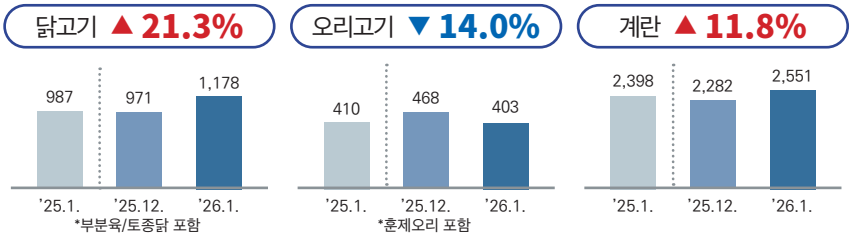
닭고기·오리고기·계란 판매 동향 (POS 데이터)

- '26년 1월 닭고기와 계란 판매는 **전월 대비** 닭고기 판매량과 판매액이 각각 12.0%, 21.3% 증가했으며, 계란 역시 판매량 10.5%, 판매액 11.8% 증가한 것으로 나타남. 가정 내 식사가 늘어나면서 활용도가 높은 기본 식재료 중심의 소비가 확대되며 전반적인 판매 증가 흐름이 확인됨
- '26년 1월 오리고기 판매는 **전월 대비** 판매량과 판매액이 각각 17.2%, 14.0% 감소했으며, 계절적·행사적 수요 유입이 제한된 가운데 소비가 약화된 모습이 나타남. 같은 기간 닭고기는 증가하며 가금류 소비 흐름이 닭고기에 좀 더 집중된 것으로 확인됨

판매량 [단위: kg, 일평균 / 계란 천개, 일평균]



판매액 [단위: 백만원, 일평균]



닭고기·계란 소비 동향 (패널 데이터)

- 닭고기는 **슈퍼마켓** 중심 구매 구조가 유지되는 가운데, **가격** 중요도가 크게 상승하며 실용적 소비 경향이 강화되는 모습이 관찰됨
- 계란은 **슈퍼마켓** 중심의 안정적인 구매 구조가 이어지는 가운데, **가격** 중요도가 높은 수준을 유지하며 신선도와 무항생제 인식이 소폭 높아짐

	닭고기(국내산)					계란(국내산)				
주 구입처 [단위: %] ( ): 전월비 비중 변화(%)	슈퍼마켓 37.7 (+0.1)	대형마트 26.0 (−2.9)	온라인 19.2 (−0.3)	농/축협 14.4 (+3.7)	기타 2.7 (−0.6)	슈퍼마켓 37.4 (−1.0)	대형마트 26.5 (−1.2)	온라인 17.9 (+1.5)	농/축협 8.1 (+0.3)	기타 10.1 (+0.4)
구매시 중요도 [단위: %] ( ): 전월비 비중 변화(%)	가격 45.9 (+10.3)	신선도 12.3 (−0.5)	품질 12.3 (−1.8)	무항생제 11.0 (−1.8)	원산지 6.2 (−1.9)	기타 12.3 (+1.2)	가격 43.4 (−1.4)	신선도 14.0 (+1.4)	무항생제 11.4 (+1.2)	품질 10.9 (+0.0)	사육환경 8.8 (+1.3)	기타 11.5 (−2.5)

소비자 가격 [단위: 원/1kg]

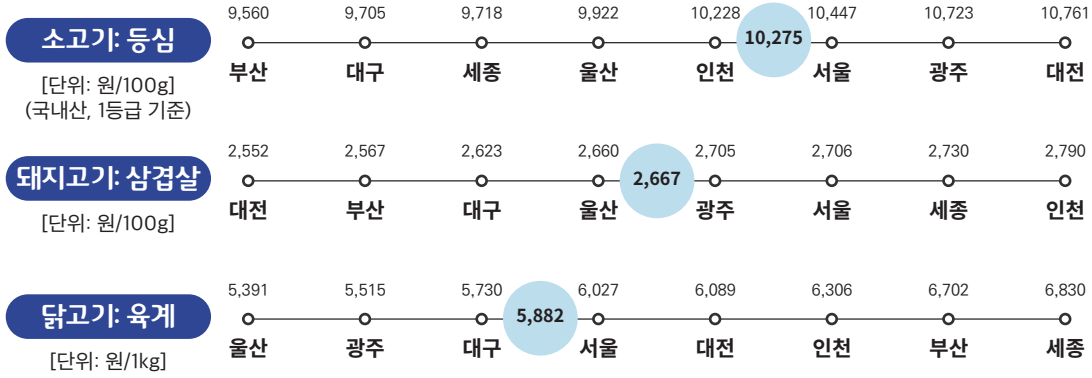
육계 (kg)	판매처	대형마트	슈퍼마켓
	가격	7,393	5,926

계란 (특란 30구 기준)	판매처	대형마트	슈퍼마켓
	가격	7,737	6,699

※ 축산물 소비정보 분석_'26년 1월, ㈜ MarketLink/ 소비자 가격_축산유통정보 가격정보 참고

02. 지역별 소비자 가격 정보

- ('26년 1월 기준) 8대 특·광역시 소고기 등심, 돼지고기 삼겹살, 닭고기 육계 소비자 가격 정보
- (전국 기준 평균가) 소고기 등심: 10,275원 / 돼지 삼겹살: 2,667원 / 육계 평균가: 5,882원



* '26년 1월 소비자 가격_축산유통정보 가격정보 참고

03. 축산물 유통 트렌드

한우 데이터, 현장으로 연결한다



- 축산물품질평가원과 한우자조금관리위원회는 한우산업의 지속 가능한 발전과 정보교류 체계 구축을 위해 업무협약(MOU)을 체결함. 급변하는 축산 환경에 대응하고 수요자 중심 산업 기반을 마련하기 위한 협력임
- 양 기관은 한우산업 관련 데이터 발굴·활용 확대를 바탕으로 유통 구조 개선과 품질평가 제도 고도화를 추진하고, 이력정보 관리 강화와 스마트·저탄소축산 및 디지털 정보교류 확산을 통해 현장 데이터 활용도를 높여 농가의 정보 활용을 지원할 방침임
- 박병홍 축산물품질평가원장은 "이번 협약을 통해 한우 데이터와 현장 정보를 효과적으로 연계해 한우산업 경쟁력을 높이겠다"며 "농가 소득 증대와 축산업의 지속 가능성 확보에 기여하겠다"고 밝힘

*참고기사: 문화일보, 2026.02.08

"도축 4일 만에 식탁으로"... 농협, 초신선 돼지고기 '나흘한돈' 출시



- 농협경제지주는 프리미엄 농축산물 구독서비스 '월간농협맛선'을 통해 도축 후 4일 이내 배송을 내세운 초신선 돼지고기 브랜드 '나흘한돈'을 출시함. 일반 유통 대비 배송 기간을 단축한 직배송 체계를 구축했으며, 구독 또는 1회 구매 방식으로 서비스를 제공함
- 도축 직후의 신선한 삼겹살·목살 중심 상품을 공급하고, 도드람과 협업해 HACCP 인증 시설과 콜드체인 시스템을 적용함으로써 가공·유통 전 과정의 품질과 안전성을 강화하고, 정기 구독 고객 할인 혜택과 '도축일'을 기준으로 한 새로운 신선도 선택 기준을 제시해 차별화된 소비 경험 확대를 추진함
- 박서홍 농업경제대표는 "부위나 가격 중심의 선택에서 벗어나 '도축일'이라는 객관적인 선도 기준을 제시하고자 '나흘한돈'을 기획했다"며 "소비자 니즈에 부합하는 차별화된 상품을 지속적으로 선보이겠다"고 밝힘

*참고기사: 한돈뉴스, 2026.02.06

축산유통정보 정육점 홍보 쉽게 따라하기

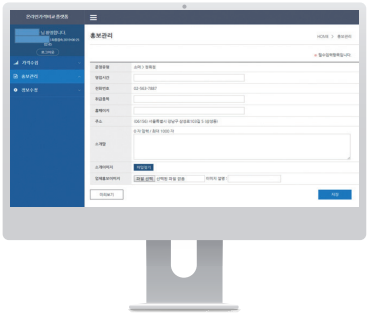
01. 점포 홍보 자료 준비하기



정육점 홍보 화면을 만들기 위한 준비

- 회원가입
- 대표품목
- 내/외부 사진
- 세트상품
- 매장 특장점
- 할인행사

02. 점포 홍보자료 등록하기



사이트 접속

ekapepia.com/v3/web/main.do

⬇

로그인

정육점 판매 가격 입력 ➡ 메뉴-홍보관리에서 등록

03. 축산유통정보 '여기고기'에 점포 홍보



연간 4.6백만명이 방문하는 축산유통정보
홈페이지 및 앱 '여기고기' 메뉴에서
소비자들에게 점포의 특장점 등의 홍보 가능



축산물품질평가원