

축산물 소비 트렌드 인사이트

2026년
4월

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.

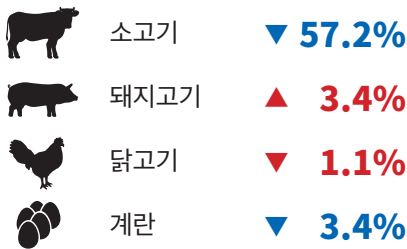
축산물품질평가원



ANIMAL PRODUCTS DATA TREND INSIGHT

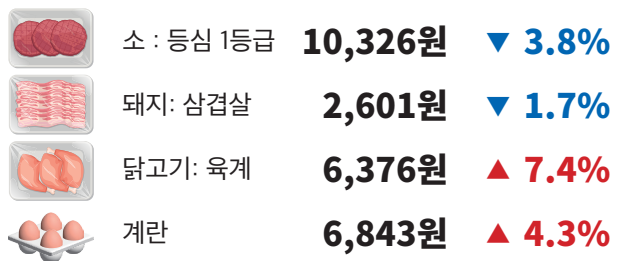
'26년 3월 판매 동향

*전월 대비 판매량



주요 부위 가격 정보

*'26년 3월 소/돼지 100g, 닭 1kg, 계란 특란 30구

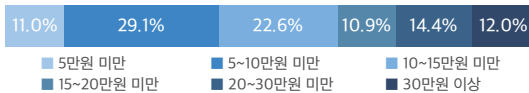


소비자 인사이트: 2025년 육류외식 소비트렌드

2025년 육류 외식 월 평균 지출은 13만 7천원, 회당 평균은 7만 8천원으로 나타났으며, 월 지출과 회당 지출 모두 5~10만원 구간에 응답이 가장 집중됨

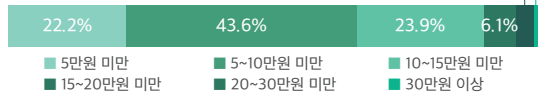
육류외식 시 월 평균 지출 비용 (주관식, 금액 직접 입력)

"한달 평균 13만 7천원"



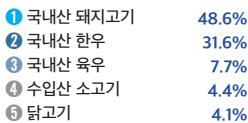
육류외식 시 회당 평균 지출 비용 (주관식, 금액 직접 입력)

"회당 평균 7만 8천원"



선호 육류 1위는 국내산 돼지고기(48.6%)이며, 돼지고기 부위는 삼겹살(66.4%)이 가장 높은 비중을 차지하였고, 소고기 부위는 등심(34.0%)과 갈비살(33.9%)이 근소한 차이로 1-2위를 차지함

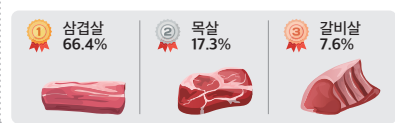
외식 시 가장 선호하는 육류 (단수 응답)



외식 시 가장 선호하는 소고기 부위 (단수 응답)

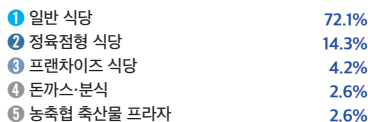


외식 시 가장 선호하는 돼지고기 부위 (단수 응답)

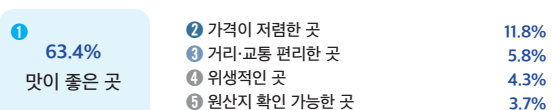


육류 외식 장소는 일반식당(72.1%)이 가장 높은 비중을 차지하였으며, 장소 선택 시 우선적으로 고려하는 기준은 맛(63.4%)으로 나타나 가격(11.8%)·거리(5.8%) 등 여타 요인에 비해 높은 응답률을 보임

외식 시 가장 많이 이용하는 장소 (단수 응답)



육류 외식장소 선정 시 가장 우선적으로 고려하는 사항 (단수 응답)



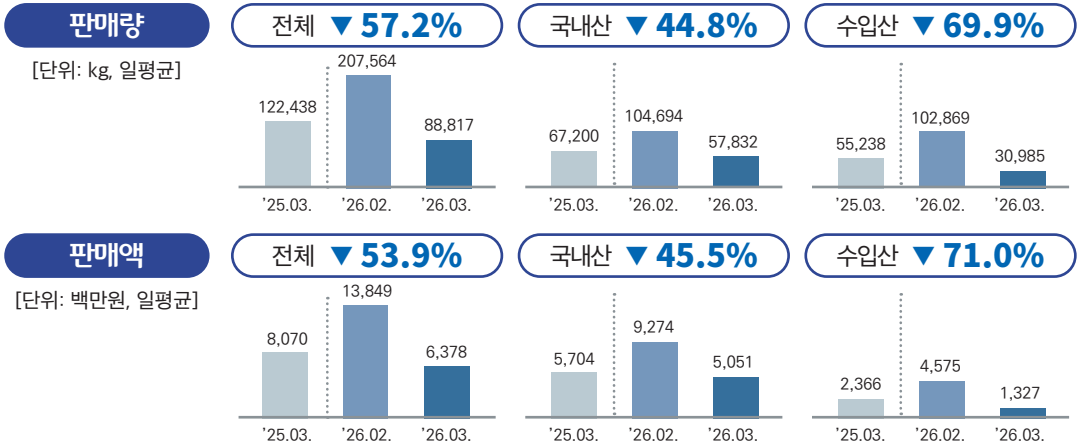


소고기

01. 축종별 판매 및 소비 정보

소고기 판매 동향 (POS 데이터)

✓ '26년 3월 전체 소고기는 전월 대비 판매량은 57.2%, 판매액은 53.9% 감소하며 설 명절 이후 수요 둔화로 국내산을 중심으로 판매가 큰 폭으로 줄어드는 가운데 수입산 판매 역시 감소함



소고기 소비 동향 (패널 데이터)

- ✓ 명절 특수가 마무리된 3월에는 국내산의 경우 정육점 중심 구매 비중이 다소 감소하는 가운데 대형마트·슈퍼마켓을 통한 구매가 소폭 확대됨. 구매 시 고려 기준에서는 신선도가 상승한 반면 원산지 중요도는 감소하는 모습이 나타남
- ✓ 수입산은 명절 이후 일상 소비로 전환되며 접근성과 가격 비교가 용이한 슈퍼마켓·온라인 중심으로 구매 채널이 분산되는 모습임. 가격 중요도는 여전히 주요 선택 기준으로 작용함



※ 축산물 소비정보 분석_26년 3월, (주) MarketLink/ 소비자 가격_축산유통정보 가격정보 참고

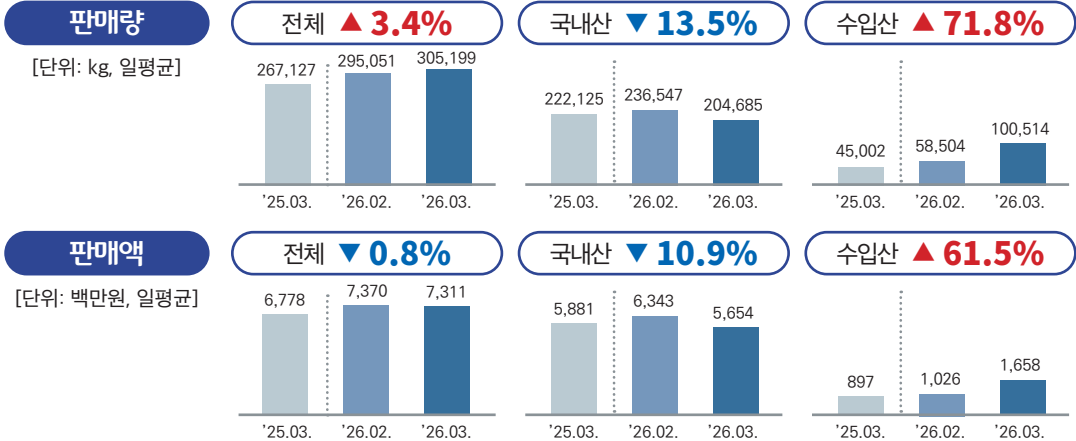


돼지고기

01. 축종별 판매 및 소비 정보

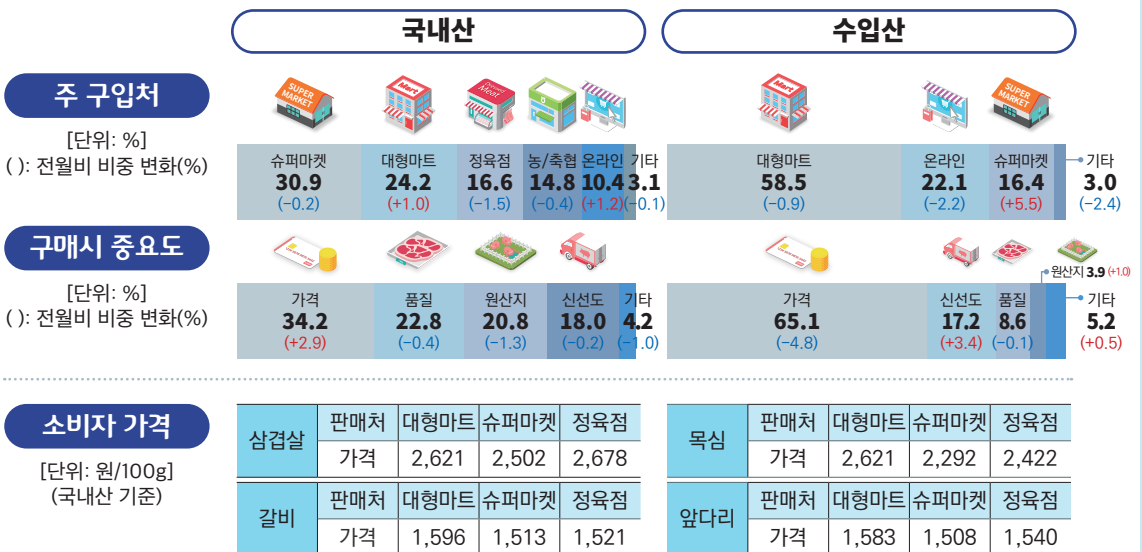
돼지고기 판매 동향 (POS 데이터)

✓ '26년 3월 전체 돼지고기는 전월 대비 판매량은 3.4% 증가한 반면 판매액은 0.8% 소폭 감소함. 국내산 판매량(-13.5%)·판매액(-10.9%) 모두 줄어든 가운데, 수입산은 할인점·체인슈퍼를 중심으로 행사 수요 등의 영향으로 삼겹살·목심 판매량이 전월 대비 두드러진 증가를 보이며 대조적인 흐름을 보임



돼지고기 소비 동향 (패널 데이터)

- ✓ 국내산 돼지고기는 슈퍼마켓 중심 구매 구조가 이어지는 가운데 행사 수요 영향으로 대형마트 비중이 확대되는 모습이 나타남. 구매 시 고려 기준에서는 가격 중요도가 상승하며 여전히 주요 선택 기준으로 작용함
- ✓ 수입산은 대형마트 중심 구매 구조가 유지되는 가운데 슈퍼마켓 비중이 확대되는 흐름을 보임. 가격 중요도는 여전히 높은 수준이나 신선도 등 가격 외 요인에 대한 관심도 함께 높아지는 모습임



※ 축산물 소비정보 분석_26년 3월, (주) MarketLink/ 소비자 가격_축산유통정보 가격정보 참고

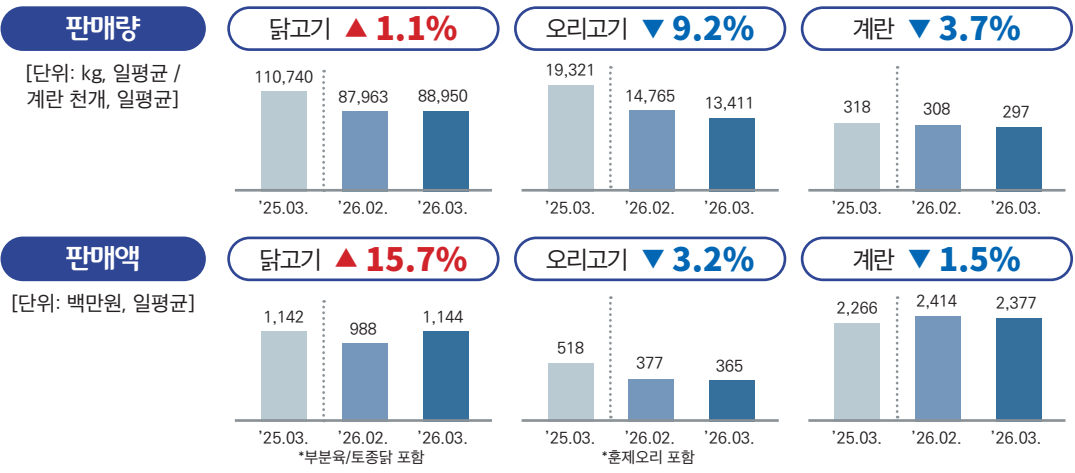


가금류

01. 축종별 판매 및 소비 정보

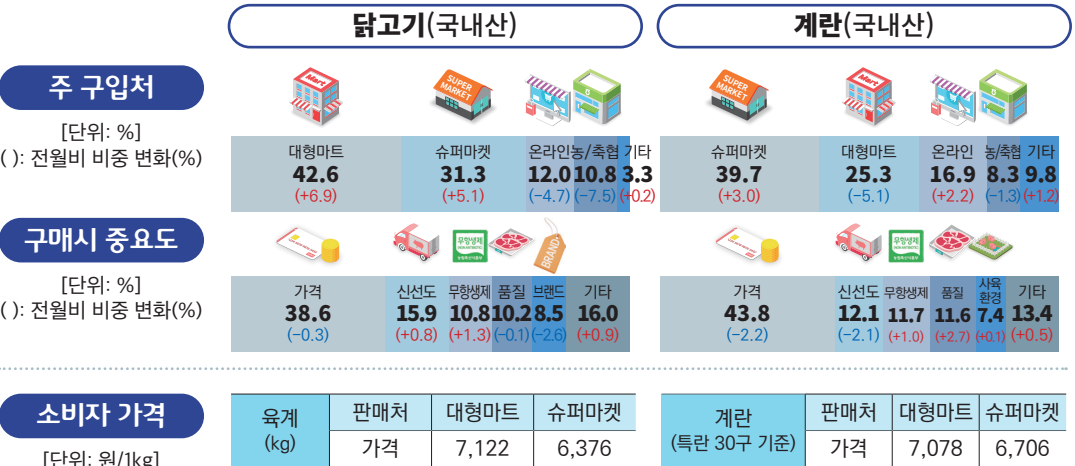
닭고기·오리고기·계란 판매 동향 (POS 데이터)

- ☑ '26년 3월 닭고기는 전월 대비 판매량은 1.1% 소폭 증가한 가운데 판매액은 15.7% 증가하며 판매량 대비 판매액 증가폭이 두드러짐. 이는 국내외 복합적인 요인에 따른 가격 상승 영향이 일부 반영된 것으로 풀이됨
- ☑ 오리고기는 전월 대비 판매량 9.2%, 판매액 3.2% 감소하며 전월에 이어 감소세가 지속되는 가운데 최근 수요 감소 흐름이 이어지는 모습임. 계란 역시 전월 대비 판매량 3.7%, 판매액 1.5% 모두 줄어드는 모습을 보임



닭고기·계란 소비 동향 (패널 데이터)

- ☑ 닭고기는 대형마트·슈퍼마켓 중심으로 구매가 확대되는 모습이 나타남. 구매 시 고려 기준에서는 가격 중요도가 여전히 가장 높은 수준을 유지하는 가운데 신선도와 무항생제 중요도가 함께 상승함
- ☑ 계란은 슈퍼마켓 중심의 안정적인 구매 구조가 이어지는 가운데 가격·신선도 중요도가 다소 낮아진 반면 품질·무항생제 중요도가 상승하며 가격 외 품질 요인에 대한 관심이 높아지는 모습임

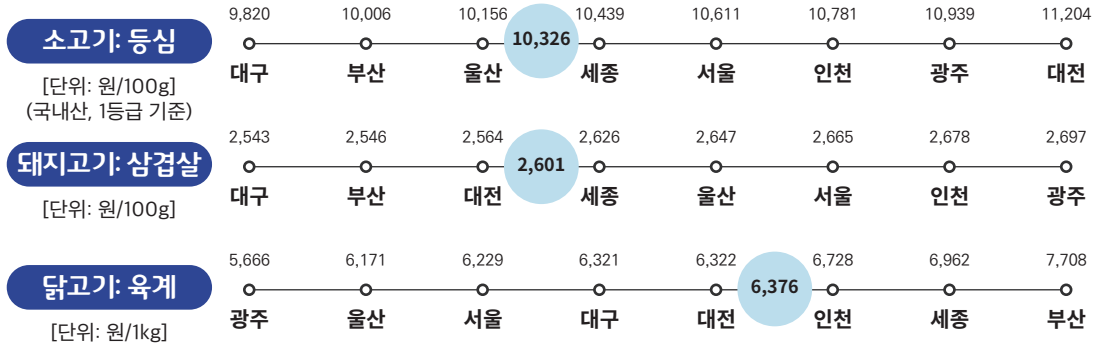


※ 축산물 소비정보 분석_26년 3월, (주) MarketLink/ 소비자 가격_축산유통정보 가격정보 참고

02. 지역별 소비자 가격 정보

☑ ('26년 3월 기준) 8대 특·광역시 소고기 등심, 돼지고기 삼겹살, 닭고기 육계 소비자 가격 정보

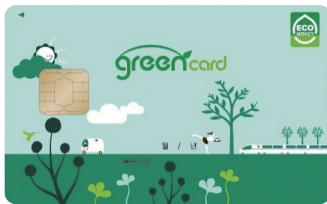
☑ (전국 기준 평균가) 소고기 등심: 10,326원 / 돼지 삼겹살: 2,601원 / 육계 평균가: 6,376원



* '26년 3월 소비자 가격_축산유통정보 가격정보 참고

03. 축산물 유통 트렌드

**축평원, 온라인 유통
축산물 신뢰 높인다...
DNA 동일성 검사
지원**



축산물품질평가원 “저탄소 축산물 그린카드로 구입하면 15% 적립”

- 축산물품질평가원이 농림축산식품부와 함께 저탄소 인증 축산물을 그린카드로 구매 시 금액의 15%를 에코머니 포인트로 적립해주는 사업을 추진함. 적립분은 평가원이 11%, 한국환경산업기술원이 4%를 각각 분담하는 방식으로 운영됨
- 적립 포인트는 롯데마트·이마트·홈플러스·농협 하나로유통·이랜드리테일 등 전국 주요 대형마트 내 그린포스기 설치 매장에서 사용 가능함. 현재 서울우유 저탄소 인증 우유 등 유제품 14종이 적립 대상으로 등록되어 있으며, 향후 한우·돼지고기로 확대될 예정임
- 저탄소 축산물 인증제는 농식품부 국가인증서 7개 중 하나 이상을 보유하고 사육 과정에서 온실가스를 평균 대비 10% 이상 감축한 농가에 부여됨. 박수진 원장은 “소비자가 일상에서 탄소중립 참여와 친환경 가치소비를 더욱 쉽게 실천할 수 있도록 돕는 실질적인 지원책이 될 것”이라고 밝힘

*참고기사: 부산일보, 2026.04.15

**‘우리흑돈’
고급화·대중화
동시 공략...
한돈 산업화 전략 추진**



- 농촌진흥청이 2015년 국내 고유 유전자원으로 개발한 한국형 흑돼지 ‘우리흑돈’을 중심으로 고급육 시장과 일반 소비시장을 동시에 공략하는 한돈 산업화 전략을 추진함. 지속적인 품종 개량을 통해 근내지방 함량을 높이고 사육 기간을 단축해 상업용 수준의 생산성과 차별화된 육질을 확보함
- 순종을 활용한 고급화와 교잡돈을 활용한 대중화를 병행하는 이원화(투트랙) 전략을 단계적으로 확대 중임. 민간 기업 팜스코와 협력해 ‘하이포크 블랙’ 브랜드를 출시했으며, 2025년 약 3만 마리 출하를 시작으로 2026년 이후 연간 17만 마리 수준까지 공급량을 늘려나갈 계획임
- 2024년 토종가축 인정기준 개정으로 ‘우리흑돈’이 토종돼지로 인정받을 수 있는 여건이 마련됐으며, 대형마트 등 다양한 유통 채널을 통해 소비자 접근성을 높이고 있음. 국립축산과학원 양돈과 김시동 과장은 “순종과 교잡돈을 함께 활용해 고급육 시장과 일반 소비시장을 아우르는 산업화 체계를 확대해 나가겠다”고 밝힘

*참고기사: 노컷뉴스, 2026.04.13

축산유통정보 정육점 홍보 쉽게 따라하기

01. 점포 홍보 자료 준비하기



정육점 홍보 화면을 만들기 위한 준비

회원가입

대표품목

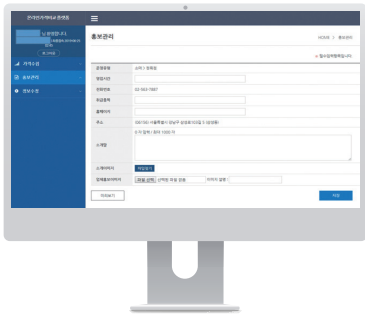
내/외부 사진

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

