축산물 소비 트렌드 인사이트

ANIMAL PRODUCTS DATA TREND INSIGHT

2026년 9월

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

'26년 8월 판매 동향

* 전월 대비 판매량

소고기	▼ 1.8%
돼지고기	▼ 3.7%
닭고기	▼ 25.0%
계란	▲ 1.1%

주요 부위 가격 정보

* '26년 8월 소/돼지 100g, 닭 1kg, 계란 XL 30구

소 : 등심 1등급	10,221원	▼ 4.4%
돼지 : 삼겹살	2,858원	▼ 0.6%
닭고기: 육계	5,828원	▼ 5.8%
계란	7,332원	▼ 1.3%

소비자 인사이트 : '26년 2분기 축산물 소비자 품질 만족도

- '26년 2분기 4개 축종 카테고리 모두 국내산을 가장 우수한 품질로 인식하며 소고기, 돼지고기는 풍미 > 신선도 순으로, 닭고기와 계란은 신선도 > 풍미 순으로 품질 우수성을 인식하고 있음 (전분기와 동일)
- 각 축종별 만족도는 소고기와 돼지고기가 각각 77%, 80%, 닭고기와 계란이 각각 75%, 74%로 나타남. 만족 요인은 풍미와 신선도로 동일하게 유지되나, 불만족 요인은 소와 닭이 등급과 실제 품질 간 괴리를 새롭게 지적했으며 돼지는 과지방 · 살코기 대비 지방 비율, 계란은 껍데기 청결과 이물질 여부로 나타남

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

만족도 및 불만족 요인

축종				
국내산 만족도	77%	80%	75%	74%
만족 요인	풍미 신선도	풍미 신선도	신선도 풍미	신선도 풍미
불만족 요인	등급과 실제 괴리 과지방	과지방 살코기/지방 비율	등급과 실제 괴리 이취(냄새)	껍데기 청결 이물질 여부

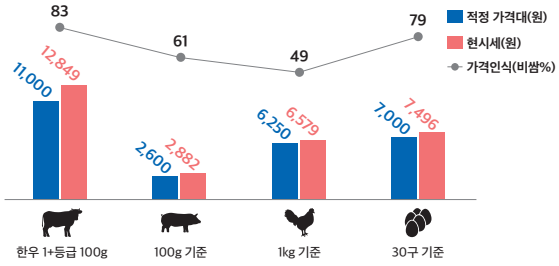
- 국내산 축산물 구입 증가 이유로는 소고기·돼지고기·닭고기는 맛/품질 좋음과 외식이 줄고 가정소비가 증가한 것이 주요 요인으로 파악됐으며, 계란은 영양적 우수함과 조리 간편함이 주요 요인으로 나타남
- 국내산 축산물 구입 감소 이유로는 4개 축종 모두 가격이 비싸진 것이 가장 큰 영향을 준 것으로 나타났으며, 소고기와 계란은 간편식·밀키트 이용 증가, 돼지고기와 닭고기는 식생활 변화가 뒤를 이음

최근 구입량 증가 / 감소율 및 이유

축종				
구입량 증가	약 20%	약 29%	약 21%	약 32%
구입량 증가 이유	맛/품질 좋음 60% 외식 줄고 가정소비 증가 43%	맛/품질 좋음 51% 외식 줄고 가정소비 증가 44%	맛/품질 좋음 48% 외식 줄고 가정소비 증가 34%	영양적 우수 54% 조리 간편 50% 맛/품질 좋음 37%
구입량 감소	약 28%	약 9%	약 23%	약 12%
구입량 감소이유	가격이 비싸짐 88% 간편식/밀키트 이용 증가 32%	가격이 비싸짐 72% 식생활 변화 39%	가격이 비싸짐 52% 식생활 변화 43%	가격이 비싸짐 85% 간편식/밀키트 이용 증가 27%

- 축종별 비싸다는 인식은 소고기 83%> 계란 79% > 돼지고기 61% > 닭고기 49% 순으로 나타남
- 적정 가격에 대한 소비자 인식은 실제 시장가격보다 전 축종에서 낮게 형성되었으며, 특히 소고기에서 인식 격차가 상대적으로 크게 나타남

가격 인식 및 적정 가격대



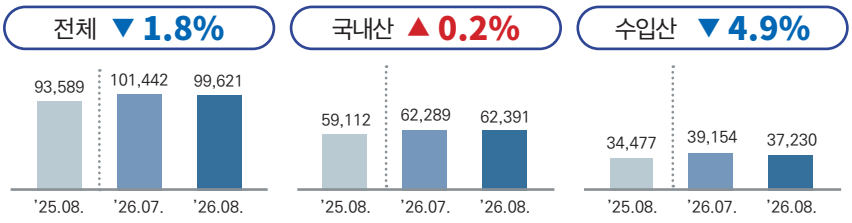
소고기

01. 축종별 판매 및 소비 정보

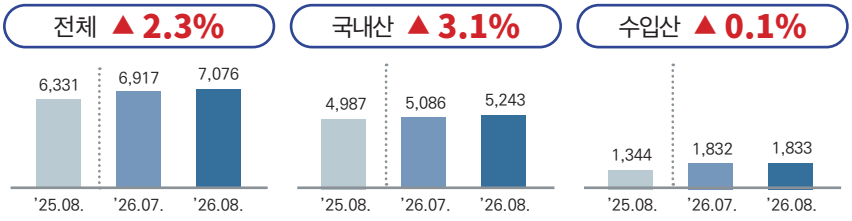
소고기 판매 동향 (POS 데이터)

- '26년 8월 전체 소고기는 전월 대비 **판매량은 1.8% 감소**했으나, **판매액은 2.3% 증가**한 것으로 나타남
- 국내산은 **판매량 0.2%, 판매액 3.1% 증가**했고, 수입산은 **판매량 4.9% 감소**한 가운데, **판매액 0.1% 증가**함

판매량 [단위: kg, 일평균]



판매액 [단위: 백만원, 일평균]



소고기 소비 동향 (패널 데이터)

- 국내산 소고기는 **정육점** 중심의 구매 구조가 유지되는 가운데 대형마트와 농/축협 비중이 확대되고 슈퍼마켓 비중은 크게 줄어드는 모습임. 구매 시 고려 기준에서는 **품질**과 **신선도** 중요도가 함께 높아지는 가운데 가격 중요도는 낮아지는 것으로 나타남
- 수입산은 **대형마트** 비중이 늘고 슈퍼마켓·정육점 비중은 줄어드는 모습임. 구매 시 고려 기준에서는 **가격**이 여전히 가장 높은 비중을 차지하는 가운데, 품질과 신선도 중요도가 함께 높아지고 원산지 중요도는 낮아지는 모습을 보임



소비자 가격 [단위: 원/100g] (국내산, 1+ 등급 기준)

부위 \ 판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
등심	14,761	11,497	12,275
설도	7,135	4,715	4,588

부위 \ 판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
안심	20,842	14,284	14,296
양지	9,503	6,075	5,580

※ 축산물 소비정보 분석_26년 8월, ㈜ MarketLink/ 소비자 가격_축산유통정보 가격정보 참고

돼지고기

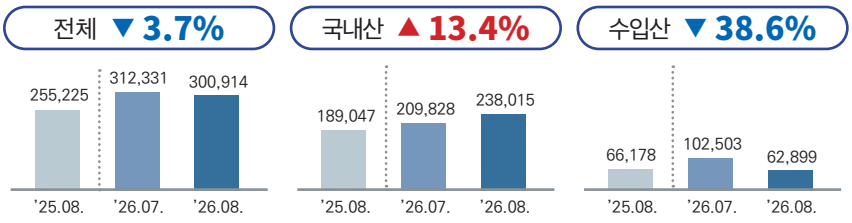
01. 축종별 판매 및 소비 정보

돼지고기 판매 동향 (POS 데이터)

- '26년 8월 전체 돼지고기는 전월 대비 **판매량 3.7% 감소**했으나 **판매액은 0.4% 증가**하는 모습을 보임
- 국내산은 **판매량 13.4%, 판매액 12.3% 증가**한 반면 수입산은 비중이 큰 삼겹살을 중심으로 **판매량 38.6%, 판매액 36.6% 감소**함, 이는 전월 일시적으로 늘었던 물량이 예년 수준으로 되돌아간 영향으로 보임

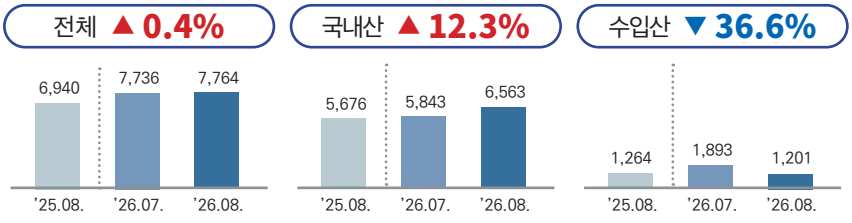
판매량

[단위: kg, 일평균]



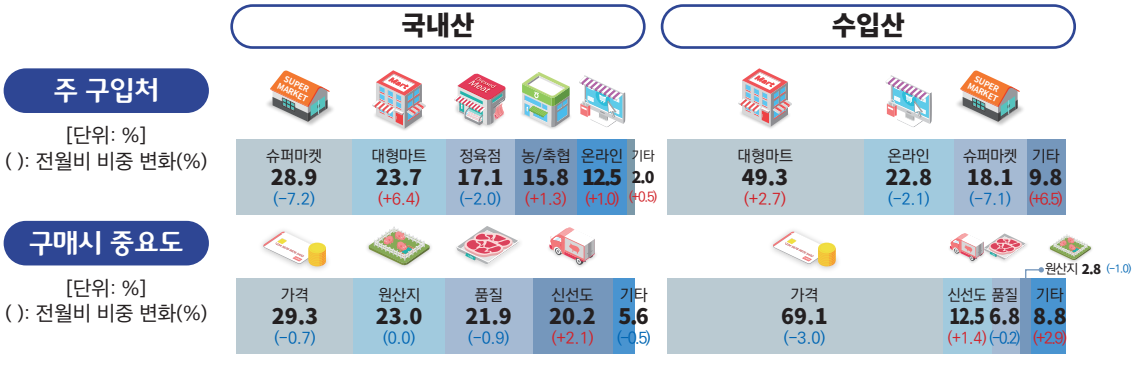
판매액

[단위: 백만원, 일평균]



돼지고기 소비 동향 (패널 데이터)

- 국내산 돼지고기는 **슈퍼마켓** 중심의 구매 구조가 유지되고 있으나 비중이 줄어들고 대형마트 비중이 높아지는 모습으로, 추석 성수기를 앞두고 대형마트 중심의 구매가 나타나기 시작한 것으로 보임. 구매 시 고려 기준에서는 **가격**이 가장 높은 비중을 유지하는 가운데 신선도 중요도가 높아지는 것으로 나타남
- 수입산은 **대형마트** 비중이 늘고 슈퍼마켓 비중은 줄어드는 모습임. 국내산과 마찬가지로 추석 성수기를 앞두고 대형마트 중심의 구매로 쏠린 것으로 보이며, 구매 시 고려 기준에서는 **가격**이 여전히 가장 높은 비중을 차지하는 가운데 신선도 역시 높아지는 것으로 보임



소비자 가격

[단위: 원/100g]
(국내산 기준)

부위 \ 판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
삼겹살	2,940	2,770	2,891
갈비	1,606	1,519	1,542

부위 \ 판매처	대형마트	슈퍼마켓	정육점
목심	2,903	2,598	2,626
앞다리	1,526	1,561	1,579

※ 축산물 소비정보 분석_26년 8월, ㈜ MarketLink/ 소비자 가격_축산유통정보 가격정보 참고

가금류

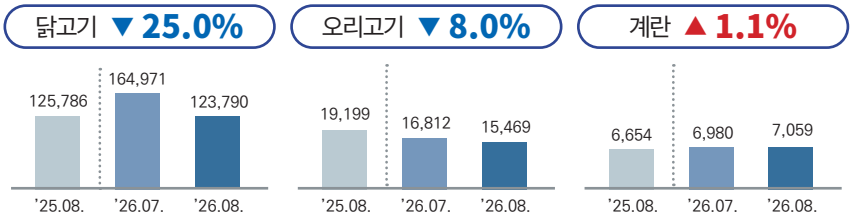
01. 축종별 판매 및 소비 정보

닭고기·오리고기·계란 판매 동향 (POS 데이터)

- '26년 8월 닭고기는 전월 복날 특수로 늘었던 수요가 전년 같은달 수준으로 돌아오며 전월 대비 **판매량 25.0%, 판매액 23.0% 감소**한 것으로 나타남
- 오리고기는 전월 대비 **판매량 8.0% 감소**했으나 **판매액은 1.4% 증가**했으며, **계란은 판매량 1.1% 증가**한 가운데 **판매액은 2.4% 감소**하며 계란의 판매 동향은 전월과 비슷한 흐름을 이어감

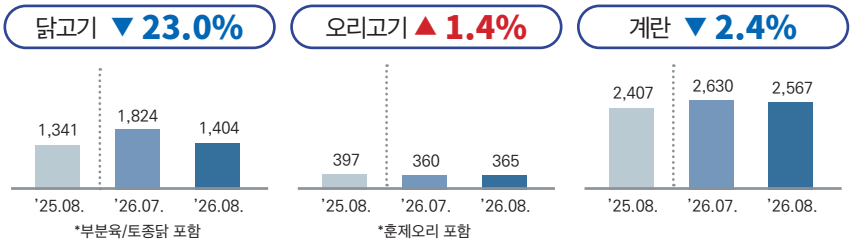
판매량

[단위: kg, 일평균 / 계란 천구, 일평균]



판매액

[단위: 백만원, 일평균]



닭고기·계란 소비 동향 (패널 데이터)

- 닭고기는 **대형마트** 중심의 구매가 이루어지고 있으나 전월 복날 특수로 확대됐던 비중이 줄어들고 농/축협 비중이 늘어나는 모습임. 구매 시 고려 기준에서는 **가격**이 가장 높은 비중을 유지하는 가운데 품질 중요도가 높아지는 것으로 나타남
- 계란은 **대형마트** 비중이 늘며 슈퍼마켓 비중을 앞서는 모습임. 구매 시 고려 기준에서는 **가격** 중요도가 높아지며 다른 기준들과의 격차를 벌렸고, 무항생제와 신선도 중요도는 함께 낮아지는 모습을 보임

	닭고기(국내산)					계란(국내산)				
주 구입처 [단위: %] ( ): 전월비 비중 변화(%)	대형마트	슈퍼마켓	농/축협	온라인	기타	대형마트	슈퍼마켓	온라인	농/축협	기타
	32.8 (−5.6)	29.8 (−0.6)	18.2 (+6.6)	14.6 (−2.1)	4.6 (+1.7)	34.7 (+5.2)	29.7 (−2.8)	18.6 (0.0)	9.2 (+0.1)	7.8 (−2.5)
구매시 중요도 [단위: %] ( ): 전월비 비중 변화(%)	가격	신선도	품질	무항생제	원산지	기타	가격	무항생제	신선도	품질	사육환경	기타
	39.4 (−0.5)	16.7 (+0.4)	13.1 (+4.0)	8.6 (−0.5)	8.1 (+1.9)	14.1 (−5.4)	44.6 (+11.6)	11.6 (−5.8)	11.5 (−2.3)	10.5 (+0.4)	8.3 (−1.1)	13.5 (−2.8)

소비자 가격 [단위: 원/1kg]

육계 (kg)	판매처	대형마트	슈퍼마켓
	가격	7,332	5,822

계란 (XL 30구 기준)	판매처	대형마트	슈퍼마켓
	가격	5,996	8,106

※ 축산물 소비정보 분석_26년 8월, ㈜ MarketLink/ 소비자 가격_축산유통정보 가격정보 참고

02. 지역별 소비자 가격 정보

- ('26년 8월 기준) 8대 특·광역시 소고기 등심, 돼지고기 삼겹살, 닭고기 육계 소비자 가격 정보
- (전국 기준 평균가) 소고기 등심: 10,221원 / 돼지 삼겹살: 2,858원 / 육계 평균가: 5,828원

소고기: 등심
[단위: 원/100g]
(국내산, 1등급 기준)

부산	울산	대구	인천	10,221	서울	전남 광주	세종	대전
9,622	9,918	10,029	10,204		10,379	10,415	10,970	11,570

돼지고기: 삼겹살
[단위: 원/100g]

대구	세종	부산	대전	전남 광주	2,858	서울	울산	인천
2,752	2,782	2,792	2,844	2,845		2,911	2,939	2,945

닭고기: 육계
[단위: 원/1kg]

울산	대구	서울	전남 광주	5,828	세종	부산	인천	대전
4,864	5,056	5,460	5,740		6,256	6,299	6,641	7,112

* '26년 8월 소비자 가격_축산유통정보 가격정보 참고

03. 축산물 유통 트렌드

축산물 온라인경매, 거래 첫 걸음



- 축산물품질평가원이 9월 4일 경북 영천 삼세도축장과 경남 창녕축산물공판장을 연결해 국내 최초로 '돼지 원격지 온라인경매'를 시행함. 그동안 가축은 도매시장까지 직접 이동해야 경매가 가능했으나, 이번에는 도축장 촬영 영상과 품질 정보만으로 다른 지역에서 실시간 응찰이 이뤄짐
- 장소 제약 없이 영상과 품질 정보만으로 거래가 이뤄지는 새로운 유통 모델의 첫 적용 사례로, 불필요한 물류 이동을 줄여 운송비 절감과 가축 스트레스로 인한 육질 저하 문제를 사전에 차단하는 효과가 있을 것으로 보임
- 축평원은 이번 시범 운영 과정에서 나타난 문제점을 보완해 거래 규모를 단계적으로 확대하고, 소 부분육 온라인경매 등 다양한 거래 모델을 추가로 발굴해 축산물 유통 단계를 효율화하고 거래 방식을 다변화해 나갈 계획임

*참고기사 : 보건뉴스, 2026.09.08

추석 농축산물 16만3000톤 푼다…농식품부, 역대 최대 590억원 할인 지원



- 농림축산식품부가 추석 성수기를 앞두고 사과 · 배추 · 소고기 · 계란 등 13대 성수품을 평시 대비 1.6배인 16만 3천 톤 공급하기로 함. 이 중 농산물은 2.6배, 축산물은 1.3배, 임산물은 9배 수준으로 확대 공급됨
- 할인 지원 예산은 590억 원으로 지난해보다 90억 원 늘어 추석 기준 역대 최대 규모이며, 한우는 자조금을 더해 최대 30~50%, 한돈은 20% 수준까지 할인받을 수 있을 것으로 보임. 할인 행사는 9월 3일부터 23일까지 대형마트와 하나로마트, 전통시장 등에서 진행됨
- 전통시장에서는 농할상품권 200억 원, 온누리상품권 환급(30%) 참여 시장을 지난해 200개소에서 300개소로 늘리는 등 지원을 확대했으며, 도축장 주말 운영을 통해 공급량도 추가로 확보할 방침임

*참고기사 : 한국영농신문, 2026.09.05

슈퍼마켓, 정육점 홍보 쉽게 따라하기

01. 축산유통정보 다봄(여기고기) 접속

다봄
안드로이드

다봄
앱스토어

좌측 QR 접속 혹은 인터넷 검색창에서
축산유통정보 다봄(여기고기) 검색

① 회원가입 *인허가번호 정보 필요
② 바로가기를 통해 '정육점 판매가격 입력' 페이지로 이동
③ 가격 · 홍보자료 등록
(온누리상품권 가맹점 정보, 매장 사진, 할인정보 등)



축산유통정보 다봄 화면



정육점 판매가격 입력 페이지 화면



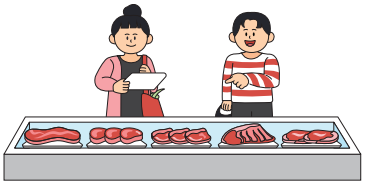
가격 등록 방법
(*전국 평균 가격 실시간 확인 가능)

*매장 사진은 PC버전에서 등록하실 수 있습니다

02. 축산물가격지도에서 우리 매장 정보 확인



사용자 위치 기반의 주변 축산물판매장 정보를 보여주고 있습니다.
축산물 가격, 할인정보, 온누리상품권 가맹점 정보 등을 확인할 수 있습니다.



축산물품질평가원