

# 2026 식품외식산업 7대 이슈

한국농촌경제연구원 '식품산업 정보분석 전문기관'은 식품산업 정보를 체계적으로 수집·가공·심층 분석하여 수요자에게 효과적으로 제공하는 것을 목적으로 「식품산업진흥법」에 의거하여 운영되고 있음.

식품외식정보 웹진은 '식품산업 정보분석 전문기관' 사업의 최근 분석 결과 등 새로운 식품산업 정보를 실수요자에게 시의적절하게 제공하는 것을 목적으로 작성되고 있음. 2018년부터 매월 이메일을 통해 배포되고 본 사업의 홈페이지를 통해 게시됨. 2025년에는 21건의 식품외식정보 웹진이 수요자에게 제공되었음.

2026년 제1호에서는 2025년 수행된 식품산업 전망, 빅데이터 분석, 가공식품 및 외식산업 설문조사 등의 연구결과를 종합하여 2026년 식품외식산업의 7대 이슈를 선정하였으며, 각 이슈별로 동향과 전망 및 정책 과제를 제시함.

2026 식품외식산업 7대 이슈 주제는 1) 기후, 전쟁 리스크와 식품 물가, 2) 푸드테크와 관련한 식품산업의 재구조화, 3) 가공식품 규제, 4) 간편식 소비의 구조적 양극화 5) 온라인 플랫폼 확산에 따른 식품 시장 변화, 6) 외식 수요 및 외식산업의 비용 압박, 7) K-푸드 세계화임.

## 환경변화와 식품시장 전망

### 대내외 환경 변화

#### < 경제 환경 >

- 세계 경제는 2025년에 관세 불확실성 완화, 달러 약세 흐름으로 3.2%의 성장률을 기록함. 2026년에는 미국, 이란 전쟁으로 인해 전세계적 불확실성이 높아지고 있으나, 미국의 관세 완화, AI 투자에 대한 활황 등으로 인해 3.3%의 안정된 성장을 지속할 것으로 전망됨. 이는 2000~2010년대 연평균 성장률인 3.7%를 하회하는 수준임(IMF). 선진국의 경우 미국은 2.4%로 비교적 높은 성장률이 예상되는 반면, 유로존은 지정학적 불확실성 등의 영향으로 1.5% 성장에 그쳐 선진국 평균 성장률은 2%를 소폭 하회할 가능성이 높음. 개발도상국은 중국의 성장세가 2025년 5.0%에서 2026년 4.5%로 둔화되는 반면 러시아는 0.6%에서 0.8%로 소폭 개선되어, 전년도의 4.4%와 유사한 4.2%의 성장률이 예상됨.
- 우리나라 경제는 2025년에 글로벌 경기 회복과 수출 개선으로 1.0% 성장하였으며, 2026년에는 반도체 경기 회복과 수출 여건 개선 등에 힘입어 1.9% 성장할 것으로 전망됨(IMF). 대내외 불확실성이 지속되는 가운데, 국내 경기는 금리 부담 완화와 소비 회복의 가능성에도 불구하고, 미국의 관세 인상 등 통상환경 변화와 수출 증가세 둔화의 영향으로 회복 속도는 제한될 것으로 예상됨.
- 2026년의 물가상승률은 전년도(2.1%)에 비해 소비 개선, 건설부진의 완화 등으로 2.1% 상승할 것으로 전망되었으나, 외환·부동산시장 불확실성, 가계부채 등 리스크 우려도 동시에 존재함(2026년 경제성장전망). 한편 최근 원화 약세로 인한 고환율과 이란, 미국 전쟁으로 인한 국제 유가 상승으로

인해 수입 물가가 오름세를 보이고 있으며, 대표적으로 소비자들이 체감할 수 있는 품목들의 가격 상승폭이 컸던 것으로 확인되며(커피 11.4%, 고등어 10.3%, 돼지고기 6.3%, 빵 5.8%), 2026년 1월 가공식품의 전년 동기 대비 물가상승률은 2.8%를 기록함. 정부는 민생물가 특별관리 품목 집중 점검방안을 발표하며, 23개 품목에 대해 집중 관리에 나서는 등 소비자들의 물가 부담을 줄이기 위한 지원책을 시행하고 있으나, 전쟁 장기화에 따른 불확실성은 상존하고 있음.

#### < 인구·사회적 환경 >

- 우리나라 총인구수는 2016년 이후 감소 추세에 접어들었으며, 2020년에 출생아 수가 30만 명 이하로 떨어져 출생자수가 사망자수보다 낮아졌고, 이후 출생자수는 매년 역대 최저치를 기록함. 국가데이터처에서는 2026년 출생아 수를 25만 4천 명으로 추계하였으며, 2026년에는 22만 9천 명으로 추정함(중위추계). 반면, 사망자 수는 동 기간 36만 3천 명에서 36만 9천 명으로 증가할 것으로 추정하는 등 2026년에도 인구 감소 추세가 지속될 전망이다.
- 1인 가구의 비중 역시 급격히 증가하여 전체 가구에서 차지하는 비중이 2021년 이후 40%대를 넘어서고 있음. 2025년 행정안전부 행정안전통계연보 기준 1인 가구 비중은 42.3%로 집계됨.

#### < 유통 환경 >

- 2026년에도 온라인 유통업체의 성장세는 지속될 것으로 전망됨. 2025년 온라인 전체 시장규모는 전년(262조 원) 대비 4.8% 성장한 275조 원으로 집계됨. 식품(음식료품 및 농축수산물)의 온라인 거래액 비중은 코로나19 발생 이전인 2019년 12.6%에서 2025년 19.1%까지 증가함(2026 식품외식산업 전망대회).
- 2020년 초반까지 1%를 하회하던 온라인 쇼핑몰을 식품 주구입장소로 활용하는 소비자들의 응답 비중이 2022년 3.7%, 2023년 4.1%, 2024년 9.7%에서 2025년에는 17.0%까지 상승함(식품소비행태조사).
- 오프라인 유통채널에서는 대기업에서 운영하는 슈퍼마켓이나 동네 슈퍼마켓, 식자재마트 이용 비중이 증가한 반면, 오프라인 대형마트의 이용 비중은 다소 감소함(2025 가공식품소비자태도조사).

#### < 기후 환경 >

- 전 세계적 기후위기가 심화되면서 이상고온, 가뭄, 폭우 등 극한기상이 주요 농산물 생산과 공급망에 미치는 영향이 더욱 커지고 있음. 2025년 세계 식량가격은 전반적으로 2024년보다 4.3% 높은 수준을 보였으며, 특히 커피는 아라비카 가격이 50% 이상, 로부스타 가격이 약 25% 상승할 것으로 전망되는 등(WB) 기후 충격에 취약한 품목을 중심으로 가격 불안이 두드러졌음. 또한 식물성유지 가격지수도 전년 대비 17.1% 상승해 공급 불안의 영향이 반영된 것으로 나타남(FAO).

## 식품시장 전망

- 2025년 세계 식품 시장규모는 8조 6,392억 달러(한국농수산식품유통공사)로 추정되며, 품목별 시장 점유율로는 육류(12.3%), 빵 및 시리얼류(9.3%), 유제품류 및 콩제품류(8.2%) 순으로 높았음. 음료 시장에서는 소프트 드링크가 전체 식품 시장의 13.7%, 주류에서는 맥주 및 사과주와 증류주가 각각 전체 식품 시장의 8.8%와 7.4%를 차지함. 2026년의 세계 식품 시장규모는 2025년 대비 3.9% 성장한 8조 9,799억 달러로 전망됨.

- 2026년 국내 식품제조업 시장 규모는 약 202.9조 원, 외식산업 시장 규모는 약 221.5조 원으로 예측됨<sup>1)</sup>. 또한, 온라인 식품 거래액이 증가 추세임을 고려할 때 2026년에 전체 식품산업에서 온라인 거래가 차지하는 비중은 점차 증가할 것으로 판단됨. 고환율과 공급망 불안, 기후 및 지정학적 리스크 등이 식품, 외식업계 경영에 영향을 미칠 가능성이 높음(2025 식품외식산업 전망대회).
- 2022~2025년 오프라인 식품판매는 채널별 역할 분화가 한층 뚜렷해지는 양상을 보였음. 대형마트는 간편조리식과 유제품 중심의 냉장·신선식 구매가 강화되며 계획구매 채널의 성격을 유지한 반면, 편의점은 음료·주류·간식 중심의 즉시소비 수요가 고착화되며 소용량·간편 소비 채널로서의 특징이 더욱 뚜렷해졌음. 체인슈퍼와 일반슈퍼는 근거리 생활권 내에서 간편식과 간식류 수요를 흡수하는 생활밀착형 채널로 기능하고 있으며, 2026년에도 이러한 채널별 구조는 대체로 유지될 것으로 전망됨.
- 2026년은 푸드테크 제도화가 실제 산업 육성으로 이어지는 원년이 될 가능성이 큼. 「푸드테크산업 육성에 관한 법률」이 2025년 12월 21일부터 시행되면서, 2026년에는 연구지원센터 확충, 혁신클러스터 조성, 사업자 신고제 운영, 규제 개선 신청제 도입 등이 본격화될 전망이다. 농식품부는 2026년 연구지원센터를 7개까지 확대하고, 2027년까지 1,000억 원 규모의 전용 펀드 조성을 추진하고 있어, 올해는 푸드테크가 단순 기술 적용을 넘어 창업·투자·사업화 중심의 산업정책 단계로 진입하는 해로 해석할 수 있음.
- K-푸드 수출은 2026년에 '기록 경신'보다 '시장 다변화와 수출 구조 고도화'가 더 중요한 화두가 될 전망이다. 2025년 K-푸드 플러스 수출액은 136.2억 달러로 역대 최고치를 기록했고, 농식품만으로도 처음 100억 달러를 돌파하였음. 라면은 15.2억 달러로 단일 품목 최초 15억 달러를 넘었고, 유럽과 중동(GCC) 등 신흥 시장에서도 높은 증가율이 나타남. 정부는 이를 바탕으로 2026년 수출 목표를 160억 달러로 제시하고, 인증허가 지원과 유망시장 진출 확대를 추진하고 있어, 올해는 품목 확대뿐 아니라 지역 확장과 비관세장벽 대응 역량이 핵심 과제가 될 가능성이 높음(농림축산식품부).
- 2026년 한국 식품정책은 설탕 부담금 도입 논의, 영양표시 전면 의무화, GMO·고카페인 표시 강화 등 소비 규제와 표시 규제 확대를 중심으로 '규제 확산' 국면에 들어서며, 식품정책의 무게중심이 산업 진흥에서 건강·안전 중심 관리로 이동하고 있음. 동시에 간편식 시장은 성숙기에 접어들었지만 2026년 7조 5천억 원 규모로 완만한 성장세를 이어갈 전망이며, 고물가에 따른 도시락·김밥 등 가성비 즉석섭취식품 성장과 함께 건강·미식 수요를 반영한 프리미엄 간편식 확대가 병행되는 양극화가 심화되고 있음. 즉, 2026년 식품외식산업은 한편으로는 규제 강화에 대응하고, 다른 한편으로는 소비의 일상화와 세분화에 맞춰 시장 전략을 고도화해야 함.
- 2026년에는 친환경·저탄소·지속가능성 관련 식품산업 대응이 더욱 중요한 경영 과제로 부상할 전망이다. 농림축산식품부는 2026년 「지속가능한 저탄소축산 확산을 위한 기술개발사업」 시행계획을 공고하며 저탄소 생산기술 확산을 추진하고 있음. 또한 K-푸드 수출이 2025년 102.4억 달러를 기록하며, 가공식품 중심의 성장으로 세계화의 성숙기에 진입한 만큼, 앞으로는 신선농식품과 가공식품의 특성에 맞춘 차별화 전략과 식품산업 경쟁력 강화를 통해 수출구조를 고도화해야 할 필요성이 있음.

[박미성 연구위원, 주준형 연구원]

1) 전국사업체조사수치에한국은행 명목GDP 성장률을 적용하여 산출함. 2020년 전국사업체조사는 등록기반으로 조사를 실시한 첫 해로 등록기반과 조사기반의 매출액차이가 3조 원 가까이로 매우 컸음. 등록기반으로만 조사를 진행한 첫 해인 2021년 음식료품 매출액은 2020년보다 약 23조 원 증가하였고, 2022년 매출액은 2021년보다 약 20조 원 증가한 지점에 대한 해석에 주의할 필요가 있음.

## ① 기후-전쟁 리스크와 물가상승 압력, 식품산업 비용 구조의 재편

- 이란-미국전쟁 발발로 국제 정세 불안정 심화, 이에 따른 환율 1,500원 돌파, 국제유가 급등, 국제곡물 가격 반등이 동시에 발생하며 비용 충격이 중첩되는 국면임.
- 식품·외식산업 생산자물가는 2024년 일시적 둔화 이후 2025~2026년 다시 상승 흐름으로 전환되고 있음. 일부 품목은 조정에도 불구하고 전반적으로 높은 가격 수준이 유지되며, 추가 상승 압력이 예상되는 상황임. 원재료 수입 의존 업종(제분·유지·사료 등)과 외식업 전반에서 비용 상승이 확산되는 양상임
- 기업은 생산합수 효율화, 공급망 다변화, 수출 확대를 통해 비용 구조 재편이 요구되는 상황임 정부는 환율·곡물 가격 리스크 관리(헤징), 시장공정성 확보, 취약계층 보호를 병행하는 다층적 대응이 필요함.

### 국제 원유가격 및 환율 추이

#### < 국제 원유가격 추이와 영향 >

- 국제 원유가격은 2024~2025년 동안 배럴당 약 60~80달러 수준에서 등락하는 비교적 안정적인 흐름을 보이다가, 2026년 3월 기준 국제 원유가격은 Dubai 166.8달러, Brent 108.65달러, WTI 96.14달러 수준까지 상승하며, 최근 시장이 경험하지 못했던 수준의 급등세를 기록함.
- 이러한 수준의 유가 상승은 식품·외식산업의 에너지·비·물류비·원재료비를 동시에 자극하여, 단일 비용 요인을 넘어 생산·유통·원재료 전반에 걸친 ‘복합적 비용 충격’으로 작용할 가능성이 있음.

#### < 원/달러 환율 추이와 영향 >

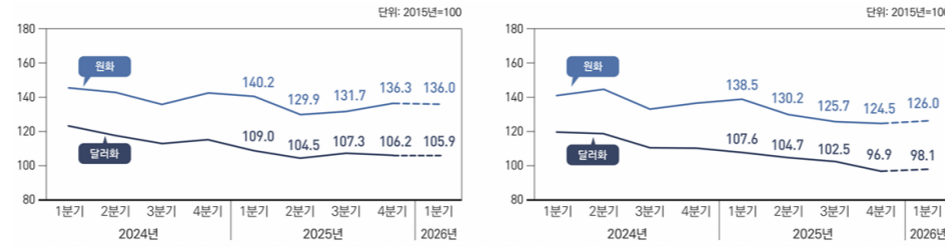
- 원/달러 환율은 2025년 들어 재상승하며 최근 1,500원에 근접하고 있음. 이는 수입물가 전반을 자극하는 강한 비용 충격으로 작용함.
- 식품·외식산업은 원재료와 곡물 등 주요 투입재의 수입 의존도가 높아 환율 상승이 제조원가 상승으로 직결되는 구조이며, 물류비, 에너지 비용 상승 등이 식품업계의 경영을 압박하고 있음.

### 국제 곡물가격 및 생산자 물가

#### < 국제곡물가격 추이와 전망 >

- 국제곡물 선물가격지수는 2024년 하반기 이후 등락을 거치며 2026년 1분기 다시 상승할 것으로 전망됨. 이에 따라 국제곡물 가격은 변동성을 동반한 재상승 국면에 진입할 가능성이 있음. 또한 지정학적 리스크 확대는 에너지 가격과 환율 불안을 자극해 국제곡물 가격의 상방 압력을 높이고 있음.
- 국제곡물 가격은 통상 3~6개월 시차를 두고 국내 수입단가에 반영되며, 최근과 같은 고회환 국면에서는 수입단가 상승 압력이 더욱 커질 수 있음. 실제로 수입단가지수도 2024년 4분기 이후 다시 상승하고 있음. 이 같은 흐름은 곡물을 주요 원재료로 사용하는 식품·외식산업의 원가 부담을 높이는 요인임. 특히 사료비와 가공식품 원재료비 상승을 통해 식품 물가 전반의 상승 압력을 확대시키고 있음.

#### I 국제곡물 수입단가지수 동향 및 전망



주: 품목별 식용 및 사료용 곡물의 국내 수입액 가중치와 S&P Global 대미환율 전망치를 이용하여 산출함.  
자료: KREI 농업관측센터 국제곡물 - 2025년 3월호 재인용

#### < 생산자물가지수 추이 >

- 식료품·음료품·음식점및주점의 생산자물가는 2020년 이후 상승세를 이어왔으며, 2024년에는 식료품이 122.6에서 123.6으로 오르는 등 전반적으로 증가폭이 다소 둔화되었음. 이는 2020~2023년 누적된 비용 상승 이후 나타난 일시적 조정 국면으로 볼 수 있음.
- 그러나 2025년 들어 식료품 126.8, 음료품 117.6, 음식점및주점 124.6으로 다시 상승하였고, 2026년 1월에도 각각 127.7, 118.1, 126.2까지 오르며 상승세가 이어지고 있음. 환율·유가·곡물 가격 상승이 맞물리는 가운데 기업의 비용 흡수 여력은 제한적이어서, 생산자물가 상승이 소비자물가로 전이될 가능성도 있음.

#### II 식료품, 음료품, 음식점 및 주점 생산자물가지수 추이

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026.1
식료품	99.1	100.0	105.0	115.2	122.6	123.6	126.8	127.7
음료품	98.9	100.0	101.7	107.3	111.2	114.8	117.6	118.1
음식점및주점	98.7	100.0	102.7	110.6	117.4	120.9	124.6	126.2

자료: 통계청, 생산자물가지수.

#### < 음식료품 품목군별 생산자물가지수 추이 >

- 음식료품 품목군별 생산자물가는 2024년 상승세가 둔화되었으나, 2025년 들어 다시 전반적인 상승 흐름을 보이고 있음. 특히 수산가공품(7.4%), 떡·과자·면류(3.6%), 기타식료품(3.8%), 비알콜음료및알콜(3.6%) 등은 전년 대비 상승폭이 확대됨. 반면 제분(-0.8%), 제당및전분(-3.0%)은 일부 조정 국면을 보였으나, 지수 수준은 여전히 높은 상태임.
- 조미료및유지(143.0), 사료(129.7), 제분(133.0) 등 수입 의존도가 높은 업종은 높은 가격 수준이 지속되고 있으며, 최근 환율 상승과 유가 불안, 공급망 리스크까지 겹치며 비용 부담이 다시 커질 가능성이 있음. 이에 따라 음식료품 전반의 가격 수준은 여전히 높고, 식품제조업의 비용 흡수 여력이 제한적인 만큼 향후 소비자물가로의 전이 가능성이 있음.

#### III 음식료품 품목군별 생산자물가지수 변화

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2022-2023	2023-2024	2024-2025
육가공품및낙농품	97.6	100.0	102.7	109.2	116.5	119.7	122.2	6.7%	2.7%	2.1%
수산가공품	100.1	100.0	100.2	107.1	112.9	120.7	129.6	5.4%	6.9%	7.4%

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2022-2023	2023-2024	2024-2025
제분	100.0	100.0	101.9	126.1	136.4	134.0	133.0	8.2%	-1.8%	-0.8%
제당및전분	99.4	100.0	106.1	116.7	123.7	121.3	117.7	6.0%	-2.0%	-3.0%
떡,과자및면류	99.1	100.0	102.1	111.1	119.0	121.0	125.3	7.1%	1.6%	3.6%
조미료및유지	101.4	100.0	110.5	123.4	138.3	140.0	143.0	12.0%	1.2%	2.1%
기타식료품	99.0	100.0	103.6	108.5	114.1	115.7	120.1	5.2%	1.4%	3.8%
사료	98.5	100.0	110.3	131.6	135.6	129.3	129.7	3.0%	-4.6%	0.3%
주류	98.1	100.0	101.1	107.2	110.1	115.2	116.6	2.7%	4.6%	1.2%
비알콜음료및알콜	99.6	100.0	102.2	107.3	112.1	114.4	118.5	4.5%	2.0%	3.6%

자료: 통계청, 생산자물가지수.

#### < 음식점 업종별 생산자물가지수 추이 >

- 음식점 업종별 생산자물가는 2024년 상승세가 둔화되었으나, 2025년 들어 다시 전반적인 상승 흐름을 보이고 있음. 중식(4.8%), 일식(4.7%), 제과점(5.6%)은 전년 대비 상승폭이 확대되며 외식업 전반의 가격 압력이 이어지고 있음.
- 최근 외식물가 상승은 식재료비, 에너지비, 물류비 상승이 복합적으로 작용한 결과로, 환율 상승과 유가 불안, 공급망 리스크까지 겹치며 비용 부담이 계속 확대될 가능성이 있음.

#### IV 음식료품 품목군별 생산자물가지수 변화

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2022-2023	2023-2024	2024-2025
한식	98.6	100.0	102.5	110.4	117.0	120.5	123.4	6.0%	3.0%	2.4%
중식	98.6	100.0	103.0	112.4	118.9	122.6	128.5	5.8%	3.1%	4.8%
일식	99.9	100.0	106.0	116.0	122.3	125.9	131.8	5.5%	2.9%	4.7%
서양식	98.8	100.0	102.4	110.1	116.4	119.7	123.2	5.8%	2.8%	3.0%
기관구내식	97.5	100.0	104.0	108.6	116.1	121.0	124.0	7.0%	4.2%	2.5%
제과점	98.1	100.0	104.6	116.3	127.0	128.7	135.9	9.3%	1.3%	5.6%
햄버거및피자전문점	101.0	100.0	101.0	110.0	121.6	124.5	127.1	10.6%	2.4%	2.1%
치킨전문점	98.7	100.0	102.9	112.6	118.4	124.0	128.7	5.1%	4.7%	3.8%
분식및기타간이음식점	97.4	100.0	104.1	114.9	124.4	131.1	136.8	8.3%	5.4%	4.3%
비알콜음료점	99.8	100.0	99.9	104.6	106.4	106.5	110.2	1.7%	0.1%	3.5%

자료: 통계청, 생산자물가지수.

### 향후 과제

- 식품·외식산업은 단기적 비용 절감보다 생산 효율화, 자동화·AI 도입, 공급망 다변화 등을 통한 비용 구조 재편에 집중할 필요가 있음. 또한 특정 국가·경로 의존을 낮추고 장기계약·분산조달 체계를 강화해 원재료 가격 변동 대응력을 높여야 함.
- 정부는 환율·국제곡물가격 변동에 대응할 수 있는 리스크 관리 수단을 확대하고, 가격 형성의 투명성과 공정성을 높이는 한편 취약계층의 식품 접근성 지원도 강화할 필요가 있음.

[김상호 연구위원]

## ② 푸드테크: 산업 성장기반 구축 및 데이터 기반 식품산업 재구조화

- 정부는 푸드테크 산업 발전방안(2022.12.14.) 발표에 이어 대체식품이 포함된 그린바이오산업 육성법 제정(2024.1.2.) 및 시행(2025.1.3.), 푸드테크 산업 육성법 제정(2024.12.20.) 및 시행(2025.12.21.)으로 식품의 기술과의 융합을 위한 성장기반을 마련하였음. 푸드테크 산업 육성을 위한 제도 기반 및 정책 현황, 푸드테크 산업 및 기술 현황, 시장규모 전망을 살펴봄.

### 푸드테크 범위와 정책 현황

#### < 푸드테크 범위 >

- 푸드테크산업 육성에 관한 법률 시행령(시행 2026.3.3.) 제2조에 의해 푸드테크 범위는 ①식품 제조 기술, ②식품 유통 기술, ③외식 서비스 혁신 기술, ④그밖에 식품의 제조·유통, 외식서비스 등과 관련한 분야에 이용되는 첨단·혁신기술로서 농림축산식품부장관이 정하여 고시하는 것임. 여기서 첨단·혁신기술은 로봇, 인공지능 및 정보통신 등을 포함함.
  - ①식품 제조 기술: 식물기반 식품, 세포배양 식품, 개인 맞춤형 식품, 간편 식품, 삼차원프린팅 식품, 새 활용 식품(다른 식품 제조 과정에서 발생한 부산물을 활용하여 제조하는 식품) 제조 기술, 식품 스마트 제조 기술(식품 제조 과정에 로봇, 인공지능 및 정보통신 등을 활용하는 기술)
  - ②식품 유통 기술: 친환경 포장 기술, 식품 스마트유통 기술(식품 유통 과정에 로봇, 인공지능 및 정보통신 등을 활용하는 기술)
  - ③외식 서비스 혁신 기술: 외식 서비스 제공 과정에 로봇, 인공지능 및 정보통신 등을 활용하는 기술

#### < 정책 현황 >

- 정부는 2020년부터 푸드테크산업 생태계 구축을 위해 전문인력 양성 사업(푸드테크 계약학과 운영), 연구지원센터 구축, 식품의 기준 및 규격, 푸드테크분야 한국산업표준 제정, 전용 펀드 조성 등 기반을 마련하고 있음.
  - 현재 서울대, 고려대(세종), 한양대, 경희대, 전남대, 전북대, 전주대, 포항공대, 경북대 등 9개 학교에 푸드테크 계약학과 운영
- 또한 푸드테크 10대 핵심 기술 분야별 연구지원센터를 구축하고 이를 거점으로 하는 푸드테크 혁신클러스터를 조성하여 지역 특화 산업을 육성할 계획임.
  - 2024년 익산(대체식품), 나주(업사이클링), 포항(식품로봇)이 선정되었고, 2025년 과천·춘천(맞춤형 식품), 경북의성(세포배양), 제주(간편식품), 구미(스마트제조)가 선정되어 구축 중
  - 경북의성이 2024년 세포배양식품 규제자유특구로 지정되어 식품용 세포은행 구축, 대량생산 및 상용화 실증사업이 진행
- 정부는 대체식품으로 표시하여 판매하는 식품의 기준 및 규격 고시(2023.8.31.)를 2024.1.1. 시행하였으며, 대체식품 표시 가이드라인을 마련·배포함(2023.11.27.). 또한 세포·미생물 배양물을 식품원료로 편입하기 위해 식품위생법 시행규칙을 일부 개정(2023.5.19.)함.

- 농식품부는 푸드테크 핵심기술 발전을 가속화하기 위해 2024년 12월 30일 푸드테크분야 한국산업표준 4종(▲식물성 대체식품에 대한 일반 요구사항 ▲식물성 대체식품 ▲업사이클 식품에 대한 일반 요구사항 ▲식품 3D 프린팅 기술)을 신설함.
  - 당뇨환자용 영양조제식품 등 푸드테크 분야 한국산업표준 3종을 제정 계획
- 정부는 스마트농업·그린바이오·푸드테크 등 신산업에 1,000억원 규모를 조성하여 기업 성장단계별로 필요한 자금을 지원할 계획임. 2026년 올해부터 푸드테크 업력 제한(7년 이내 창업 기업)을 없애 후속스케일업 지원이 가능하며 청년기업성장펀드 투자금액 상한(초기단계 건당 3억원, 사업화단계 5억원)을 폐지하여 지원할 계획임.
- 해외 시장 정보를 적기에 제공하고, 수출에 필수적인 현지 인증 및 허가 취득 과정을 지원하여 글로벌 경쟁력을 강화할 뿐만 아니라, 해외 수요가 증가하는 분야에 R&D 투자를 확대하고, 개발된 기술의 사업화를 적극 지원할 계획임.

### 푸드테크 산업 및 기술 현황

#### < 푸드테크 산업 및 기술 현황 >

- 푸드테크 산업은 단순 조리 자동화를 넘어선 ‘푸드테크 2.0’ 시대에 본격 진입했음. ‘푸드테크 2.0’ 시대의 핵심기술은 생성형 AI의 초개인화 알고리즘과 고도화된 로봇틱스 기술이 결합한 ‘피지컬 AI(Physical AI)’임.
  - 과거의 기술이 볶거나 튀기는 단편적인 노동 대체에 머물렀다면, 이제는 AI가 인간의 생체 데이터를 분석해 식단을 제안하고, 이를 지능형 로봇이 실제 조리·반영
- 풀무원의 리뷰 분석 시스템 ‘AIRS’, 제이코스로보틱의 무인 튀김 로봇, CJ제일제당의 대화형 AI 검색 서비스 ‘파이(Fai)’ 등은 단순 조리 자동화를 넘어 데이터 분석과 생성형 AI로 맞춤형 서비스와 ESG 경영을 실현함.
  - 풀무원은 ‘AI 식수 예측 시스템’과 고객 리뷰 분석 시스템인 ‘AIRS’를 연동해 급식 및 외식 현장의 고질적인 잔반 문제를 해결
  - 제이코스로보틱이 개발한 스마트 산패 센서 통합 플랫폼은 조리 온도와 시간, 기름의 산가 지수를 실시간으로 분석하는 ‘프라이데이터(FryData™)’를 기반으로 로봇이 스스로 튀김 품질을 판단하게 해 진정한 무인화를 구현함. 2025년 NET 신기술 인증을 획득
  - CJ제일제당은 ‘비비고 김치’의 핵심 공정인 배추 선별에 딥러닝 기반 ‘비전 AI 분석 시스템’을 투입해 품질 균일화를 달성함. 겉면만 봐서는 알 수 없는 내부 ‘속썩음’이나 ‘공동 현상’까지 88% 이상의 정확도로 포착
  - 냉장고가 사용자의 수면 질이나 운동량을 인지해 맞춤형 식단을 제안하고, 이를 선택하면 인덕션과 오븐으로 데이터가 즉시 전송돼 최적의 온도와 조리 시간이 자동 설정됨. 단순한 식품 보관고를 넘어 식재료 관리부터 건강 분석, 조리까지 이어지는 완벽한 ‘엔드 투 엔드’(End-to-End) 지능화 라인이 구축된 것
  - 대형 유통사들 역시 생성형 AI 기반의 통합 수요 예측 시스템을 도입해 신선식품 재고 관리함. 롯데마트와 GS25 등은 과거 판매 데이터에 기온, 상권 특성, 행사 정보 등 수백 가지 변수를 결합한 AI 발주 시스템을 가동해 식재료 폐기율을 15% 이상 낮추는 성과
  - CU는 ‘스마트 발주’ 시스템을 통해 상품별 최적 재고량을 산출하고 있으며, 현대백화점은 명절 등 물량이 급증하는 시기의 재고 소진율을 극대화해 수익성을 개선

- 푸드테크 산업 중 투자가 활발한 분야는 식품로봇임 최근 푸드테크 로봇은 배달·서빙로봇 중심에서 조리용 협동로봇 중심으로 대기업의 투자가 활발하게 진행, 향후 휴게소 및 역 등으로 우선 확대 전망

#### < 푸드테크 시장규모 >

- 국내 푸드테크 시장규모는, 2024년 기준 96조 2,351억 원으로 추산되어 전년(83조 7,877억 원) 대비 14.9% 증가한 것으로 추정됨. 식품유통(49.6%), 외식 혁신서비스(38.7%), 대체식품, 간편식품, 케어푸드를 포함하는 식품제조(11.7%) 순서로 큼.
  - 분야별 성장률(‘24/’20)은 식품로봇을 포함하는 외식 혁신서비스(20.8%), 식품유통(17.4%), 식품제조(10.3%) 순서

### 이슈 및 대응 방안

- 국내 푸드테크 시장규모는 2020년 50조 1,553억원에서 2024년 96조 2,332억 원으로 연평균 17.7% 수준으로 성장하였으며, 정부의 지원정책에 의해 당분간 이러한 수준은 유지할 것으로 전망됨.
- 푸드테크 산업은 첨단·혁신기술이 접목·활용되고 있는데, 최근 각광을 받고 있는 AI 및 디지털 도입 확대를 위해서는 데이터 표준화 및 DB 구축이 선행되어야 함. 또한 수집된 데이터를 활용하기 위한 플랫폼을 구축하고 관리하는 것이 필요함.
  - AI는 제품의 기획부터 생산, 판매, 유지보수 등 전반에 걸친 데이터 통합 및 분석을 통해 가치 창출 가능하지만, 분산된 데이터로 인해 실현 어려움
  - 식품업계 AI의 본질은 알고리즘이 아니라 데이터를 표준화하고 연결·추적
- 푸드테크 산업 육성법 하위법령 시행으로 푸드테크 사업자 신고제가 시행되고 있는데, 산업 육성을 위한 기본계획 수립 및 산업실태조사 등이 필요하며 정부 정책지원 대상을 명확하게 규정하는 것이 필요함.
  - 푸드테크산업 범위가 비식품 분야(푸드테크와 관련된 소재·부품·장비·소프트웨어 등의 개발·생산·유통)까지 포함해 광범위하게 확장될 가능성이 있으므로 정부의 정책지원 대상 등을 명확하게 규정하기 위한 노력 필요
  - 농업과 식품의 동반성장·상생협력 사례 발굴을 통해 푸드테크 산업 육성의 당위성을 마련 필요
- 푸드테크 산업 실태조사를 위해서는 산업 분류체계 정비 및 통계 구축 기반 마련이 필요함.
- CES 2026에서도 인공지능(AI)과 로봇 기술은 푸드테크 산업 전반에 걸쳐 이용될 주요 기술임. 특히, 저출산, 고령화로 인한 노동력 부족 문제 해결을 위해 스마트 제조 및 로봇 기술개발과 상용화는 상당히 탄력을 받을 것임. 로봇 필수부품의 국산화율을 높이고 현장 실증이 가능한 로봇 기술개발이 필요함.

### ③ 국민 건강과 알 권리 강화를 위한 가공식품 규제 확산

● 최근 소비자의 건강 지향 트렌드가 확대되면서 식품의 영양안전에 대한 정책 수요가 빠르게 증대하고 있음. 이에 따라 2026년 현재 설탕 부담금 도입 공론화, 가공식품 영양표시 전면 의무화, GMO 완전표시제 시행, 고카페인 표시 강화 등 굵직한 정책 변화가 잇따르고 있음. 조세·부담금을 통한 소비 규제와 표시규제 강화라는 두 축을 중심으로 가공식품 표시규제 현황 및 관련 쟁점을 살펴봄.

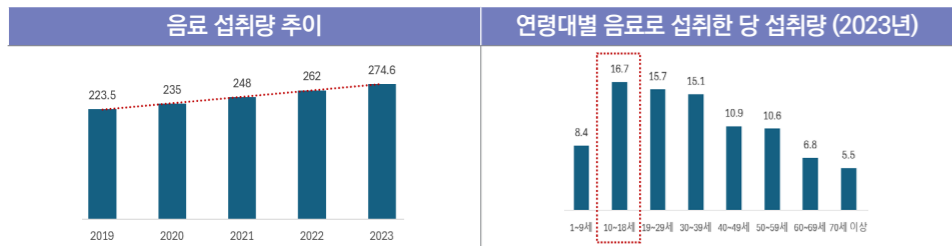
## 조세·부담금을 통한 당류 소비 규제 논의

● 설탕세(Sugar Tax)는 당류가 과도하게 첨가된 식음료에 세금 또는 부담금을 부과하여 소비를 억제하고, 확보된 재원을 공공보건에 재투자하는 정책 수단임. 세계보건기구(WHO)는 2016년 비만·당뇨병 예방을 위해 각국에 설탕세 도입을 권고한 바 있으며, 현재 전 세계 120여 개국이 유사한 제도를 시행 중임. 우리나라에서도 2021년 가당음료(SSB)에 국민건강증진부담금을 부과하는 국민건강증진법 개정안이 발의되었으나, 식품업계의 반발과 물가 상승 우려로 임기 만료 폐기된 바 있음. 이후 2026년 1월 이재명 대통령이 설탕 부담금 도입을 공론화하면서 논의가 다시 본격화됨.

● 질병관리청 국민건강영양조사(2019~2023)에 따르면 2023년 기준 국민 1인당 하루 평균 음료 섭취량은 274.6g으로 2019년(223.5g) 대비 약 23% 증가하였음. 2023년 기준 음료로 섭취한 당 섭취량을 보면 10대 청소년의 음료 통한 당 섭취량은 하루 16.7g으로 전 연령대 중 가장 높았으며, 20대(15.7g)와 30대(15.1g) 역시 높은 수준을 유지하고 있음. 특히 아동·청소년은 탄산음료, 과일 채소음료 등 가당음료를 주로 섭취하고 있어 성인에서 나타나는 자발적인 저당 전환이 이 연령층에서는 충분히 이루어지지 않고 있는 것으로 추측됨. 이러한 현황은 아동·청소년의 당류 과잉 섭취를 효과적으로 억제하기 위해서는 부담금 도입과 같은 적극적인 정책 개입의 필요성을 뒷받침하고 있음.

### 음료 섭취량 추이(좌) 및 연령대별 음료 통한 당 섭취량(우)

단위: g/인/일



자료: 윤성하 외, 「우리 국민의 음료 섭취 현황」, 질병관리청 국민건강통계플러스, 2025.5.

● 대통령의 공론화 발언 이후 국회에서는 관련 법안이 잇따라 발의되었음. 2026년 1월에는 당 함량에 따라 리터당 225~300원의 부담금을 부과하는 「국민건강증진법」 개정안을 발의하였고, 2월에는 또 다른 법안으로 첨가당 함량에 따라 100리터당 1,000원에서 최대 28,000원까지 차등 부과하는 개정안이 대표발의 되었음. 두 법안 모두 징수된 부담금을 만성질환 예방·관리 사업 및 지역·필수·공공의료 강화에 활용하도록 규정하고 있음.

● 서울대학교 건강문화사업단이 2026년 1월 국민 1,030명을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면, 응답자의 80.1%가 설탕 부담금 도입에 찬성하였음. 부과 대상으로는 탄산음료(75.1%), 과자·빵·떡류(72.5%)가 높게 나타났으며, 담뱃갑 경고문과 유사하게 첨가당 위험성을 제품에 표시하는 방안에는 94.4%가 찬성하였음. 부담금 도입에 따른 자원 활용처로는 청소년 체육활동·급식 질 향상(86.9%), 노인 건강지원(84.8%), 필수의료 인력·시스템 지원(82.1%), 저소득층 건강지원(80.7%) 순으로 선호도가 높았음(서울신문, 2026.1.28; 메디컬월드뉴스, 2026.1.28).

### I 가당음료 부담금 관련 벌이 법안 비교

구분	2026년 1월 발의 법안	2026년 2월 발의 법안
법적 근거	국민건강증진법 개정안	국민건강증진법 개정안
부과 대상	가당음료 제조·가공·수입자	가당음료 제조·가공·수입자
부담금 수준	당 함량에 따라 리터당 225~300원 (콜라 350ml 캔 기준 105원)	첨가당 함량에 따라 100리터당 1,000원 ~28,000원 (콜라 350ml 캔 기준 39원)
재원 용도	비만·만성질환 예방, 지역·필수·공공의료 강화	만성질환 예방·관리, 공공의료 강화

자료: 국민건강증진법 일부개정법률안(김선민의원 대표발의), 2026.1.30.; 국민건강증진법 일부개정법률안(이수진의원 대표발의), 2026.2.3.

● 국민 여론은 전반적으로 우호적이거나 실제 도입을 둘러싼 쟁점은 적지 않음. 식품기업 입장에서 부담금이 도입될 경우 제품의 당 함량을 줄이는 리포뮬레이션(reformulation)을 통해 부담금을 회피하거나, 부담금을 제품 가격에 반영하여 소비자에게 전가할 수 있음. 그러나 어느 쪽이든 기업에 상당한 부담이 수반됨. 리포뮬레이션의 경우 동일한 맛을 유지하기 위한 대체 감미료 연구, 레시피 재설계, 생산라인 조정 등 R&D 및 설비 투자가 불가피하며, 이러한 투자 여력이 부족한 중소기업은 글로벌 대기업보다 더 큰 타격을 받을 수 있음. 또한 설탕이 들어간 제품이 광범위한 만큼 부과 기준에 따라 특정 기업이나 품목만 불리해질 수 있어 형평성 논란도 불가피함.

● 리포뮬레이션이 어려운 경우 부담금은 소비자 가격에 전가될 수밖에 없으나, 가격이 오르면 소비가 줄고 매출이 감소하는 악순환이 발생함. 실제로 미 필라델피아는 2017년부터 가당음료에 대한 설탕세를 부과한 이후 시내 주요 식품점의 가당음료 판매량이 급감하면서 펩시코·코카콜라 등 주요 음료업체의 고용 축소 및 감원을 초래하였음. 소규모 유통망도 타격을 받아 소규모 식료품점들의 매출이 감소하고 편의점 운영자들은 폐업 가능성을 우려하였음(Billy Penn, 2017.12.12.). 나아가 소비자들이 비과세 인접 지역으로 이동하여 구매하는 현상이 발생하면서 시내 유통·물류 체계가 왜곡되었고, 세수도 당초 전망 대비 하향 조정되어 세수 목표마저 달성하지 못하였음(Tax Foundation, 2023.7).

● 소비자 입장에서는 가격 부담은 늘어나는 반면 건강 개선이라는 정책 효과는 불확실함. 유통·소매 단계를 거쳐 부담금이 최종 소비자 가격에 전가되는 경우 소득 대비 식비 비중이 높은 저소득층에게 역진성 우려가 제기됨. 정책의 실효성에 대한 의문도 제기됨. 멕시코의 경우 음료세 도입 후 가당음료 소비는 감소하였으나 비만을 자체는 뚜렷이 개선되지 않았으며(경향신문, 2026.2.9), 부담금 도입 시 다른 고열량 식품이나 유사제품으로 소비가 이동하는 풍선효과가 발생할 수 있다는 지적도 있음.

## 가공식품 표시 규제 강화

● 2026년부터 영양표시 의무 대상이 전체 가공식품으로 확대됨. 식약처는 기존 182개 품목에만 적용하던 영양표시(열량, 나트륨, 당류, 지방, 단백질 등)를 77개 품목을 추가해 총 259개 품목으로 확대하는 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행규칙」 개정안을 2024년 8월 입법예고하였음. 영양성분이 거의 없는 품목들을 제외하면 사실상 모든 가공식품이 영양표시 의무 대상에 포함되며, 2026년 1월부터 2028년까지 업계 매출 규모에 따라 단계적으로 시행됨. 같은 개정안에는 고카페인 주의문구 표시 대상을 기존 액체 식품에서 고체 식품(과라나 함유 젤리 등)까지 확대하는 내용과 당알코올류(자일리톨, 락티톨 등) 함량 10% 이상 제품에 종류 및 함량을 명확히 표시하도록 하는 내용도 포함되어 있음(정책브리핑, 2024.8.9.).

● 2025년 12월 GMO 완전표시제를 위한 식품위생법 및 건강기능식품법 개정안이 공포되었음. 이에 2026년 12월부터 제조·가공 과정에서 유전자변형 DNA 또는 단백질이 남아 있지 않은 식품(간장, 당류, 식용유지류 등)에도 GMO 표시가 의무화되어 기존의 '잔류 기반' 표시에서 '원료 기반' 표시로 전환됨(정책브리핑, 2026.2.27). 업계에서는 Non-GMO 원료 수급 불안, 이력추적 비용 상승, 식품 가격 인상 등을 우려하고 있으며 미국·캐나다 등 주요 수출국도 과잉 규제 우려를 표명하 바 있어(세종 법무법인, 2026) 시행 과정에서의 조율이 필요하다는 의견임.

### I 2026년 가공식품 영양표시 의무화 관련 변경사항

구분	현행	개정	시행시기
영양표시 의무대상	182개 품목	259개 품목 (77개 추가, 열음·추잉껌 등 30개 제외 시 사실상 전 품목)	2026.1~2028 (매출 규모별 단계적)
고카페인 주의문구	액체식품만 표시	과라나 함유 고체 식품(젤리 등)까지 확대	2026.1
당알코올류 표시	주요 원재료 사용한 제품에 주의사항 표시	함량 10% 이상 제품으로 확대, 종류·함량 명시 의무	2026.1
GMO 표시	제조·가공 후 GMO 성분이 남아있는 식품만 표시	성분 잔류 여부와 무관하게 원료 기반 표시 의무화 (간장·당류·식용유지류 등 포함)	2026.12.31

자료: 정책브리핑(2024.8.9); 김앤장법률사무소(2025.12); 정책브리핑(2026.2.27.)

## 요약 및 시사점

● 이상에서 살펴본 바와 같이 건강에 대한 사회적 관심이 높아지는 가운데 한국의 식품정책은 규제 확산이라는 흐름 속에 있음. 2026년 추진되고 있는 가공식품 영양표시 전면 의무화, GMO 완전표시제, 고카페인·당알코올 표시 강화는 공통적으로 '소비자의 알 권리' 강화를 지향하고 있음.

● 나아가 정책의 방향이 단순한 식품에 대한 정보 제공에서 소비자 건강지향으로 전환하고 있다는 점에 주목할 필요가 있음. 설탕 부담금 논의는 가격 신호를 통해 소비 행동 자체를 바꾸려는 건강 위해성에 대한 규제로, 소비자에게 정보를 주고 판단을 맡기는 '알 권리' 차원을 넘어 건강한 선택이 자연스럽게 이루어지는 환경조성에 정책 목표를 두고 있음.

● 규제의 대상 역시 확장되고 있음. GMO 완전표시제는 식품의 '원료'를, 영양표시 의무화는 표시 대상 품목을 182개에서 259개로 넓히는 동시에 당류·나트륨 등 '성분' 정보 제공을 강화하고 있으며, 고카페인 주의문구는 특정 성분의 '함량'을, 설탕 부담금은 건강 '위해성' 자체를 규제의 근거로 삼고 있음. 원료에서 성분으로, 성분에서 함량으로, 함량에서 위해성으로 규제의 그물이 촘촘해지고 있음.

● 한편 식품 규제 확대를 위해서는 중요한 과제가 남아 있음. 설탕 부담금의 경우 풍선효과, 역진성, 대체당 과세 여부 등 제도 설계상의 쟁점이 해소되어야 하며, 징수된 재원의 투명한 사용을 담보하는 거버넌스 구축이 선행되어야 함. GMO 완전표시제도 법률은 통과되었으나 시행령·고시 단계에서의 세밀한 조율이 남아 있음.

● 무엇보다도 규제 강화가 식품산업에 미치는 비용 부담과 소비자 물가에 대한 영향을 면밀히 모니터링하면서 국민 건강 증진이라는 정책 목표와 산업 현실 사이의 균형점을 찾아가는 과정이 필요함.

● 식품기업의 자발적 노력도 산업 당면과제로 남아 있음. 미국에서는 2006년 주요 식품·음료 기업들이 자율규제 프로그램인 '아동 식품·음료 광고 이니셔티브(CFBAI)'를 출범시켜 13세 미만 아동 대상 광고에서 통일 영양기준을 충족하는 제품만 광고할 수 있도록 하고 있음(UConn Rudd Center for Food Policy and Health). 참여 기업들은 영양기준을 충족시키기 위해 자발적으로 제품의 당·나트륨·지방 함량을 낮추는 리포뮬레이션에 나서고 있으며, 현재 22개 주요 기업이 참여하고 있음. 한국에서도 부담금이라는 강제적 수단에 앞서 식품기업이 자발적으로 당류 저감 목표를 설정하고 제품 리포뮬레이션을 추진하는 등 업계 차원의 선제적 대응이 이루어진다면, 규제 리스크를 줄이면서도 국민 건강 증진이라는 정책 목표에 부합하는 방향을 모색할 수 있을 것임.

[최윤영 부연구위원]

## ④ 라간편식 소비의 보편화, 구조적 양극화

● 간편식 시장이 성숙기에 진입 후 완만한 성장세를 지속하여 2026년 7조 5천억 원 규모에 달할 것으로 전망됨. 즉석조리식품 중 냉동 국탕·찌개 판매가 지속되고, 고물가 지속으로 도시락과 김밥 등 즉석섭취식품이 빠르게 성장하는 특징이 지속될 것으로 보임. 간편식 판매 경로가 온라인 중심에서 편의점과 마트 등으로 확대되고 간편식 소비층이 확산되는 등 소비의 보편화가 지속될 것으로 예상되는 반면, 건강지향과 미식 트렌드를 반영하여 RMR 및 건강 간편식 시장도 확대되는 구조적 양극화가 진행될 것으로 전망됨.

## 동향과 전망

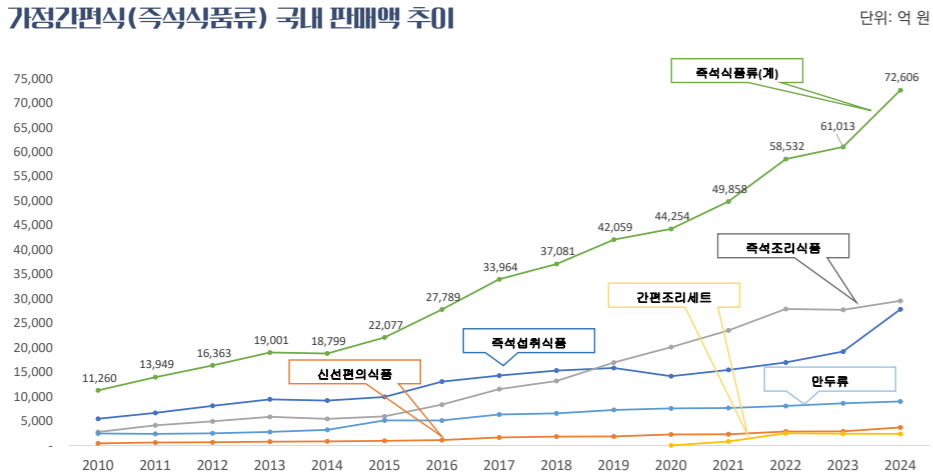
### 2026년 간편식 판매액 7조 5천 억 규모 예상, 즉석섭취식품 국내 판매액 크게 증가

● 간편식(즉석식품류) 국내 판매액은 2024년 7조 2,606억 원으로 전년도에 비해 19.0% 확대됨. 간편식 국내 판매액이 2015~2022년간 연평균 14.9%의 증가율을 보이다 2023년에는 전년 대비 증가율이 4.2%로 완만한 성장세로 전환하였으나, 2024년에는 19.0%의 높은 증가율을 나타냄.

● 2026년 간편식의 국내 판매액 규모를 2024년 식약처의 간편식 국내 판매액에 통계청 가계동향조사의 즉석동결식품 지출액 증가율을 적용하여 2026년 7조 5천억 원 규모로 추정함.<sup>3)</sup>

● 간편식 유형별로 즉석조리식품의 국내 판매액은 2015년 5,946억 원에서 2022년 2조 7,886억 원으로 연평균 24.7%의 높은 증가율을 기록하였으나, 2023년 이후 증가세가 둔화됨. 2024년 즉석조리식품의 국내 판매액은 2조 9,555억 원으로 전년 대비 6.6% 증가함.

### I 가정간편식(즉석식품류) 국내 판매액 추이



자료: 식품의약품안전처, 「식품 등의 생산실적」, 각 연도.

● 즉석섭취식품은 2015년 이후 2024년까지 연평균 성장률이 12.1%로 동기간 즉석조리식품 연평균 성장률 19.5%에 비해 낮았으나, 2024년에는 즉석섭취식품의 국내 판매액이 2조 8천억 원으로 전년 대비 45.0%의 역대 유례없는 높은 증가율을 나타냄.

– 고물가 기조가 지속되면서 식품 외식 물가 부담으로 간단한 식사대용 즉석섭취식품 소비가 확대되었기 때문

2) 본 웹진 작성에 활용한 가계동향조사 원시자료의 DOI번호는 10.23333/R.101006.001임.

3) 2026년 판매액은 2024년 즉석식품류 국내 판매액(식약처)에 2025년 가구의 즉석동결식품 지출액(통계청) 증감률 2.1%를 적용하여 2025년 국내 판매액을 추정하였으며, 즉석동결식품 지출액의 최근 3개년 산술평균을 다시 적용하여 2026년 국내 판매액을 추정함.

● 신선편의식품은 2024년 3,688억 원으로 규모는 상대적으로 작으나 전년 대비 27.8%의 증가율을 보여 높은 성장세를 유지하는 반면, 간편조리세트의 2024년 국내 판매액은 2,357억 원으로 전년 대비 2.3% 하락함.

– 간편조리세트는 코로나19 기간 동안 집밥 수요 증가로 크게 성장했으나, 식자재 소분냉장유통에 따른 원가 상승으로 가격경쟁력 저위, 냉동 기술 제고에 따른 냉동 즉석섭취식품의 품질 향상 등으로 매출 감소

● 2024년 기준 간편식 유형별 비중은 즉석조리식품 40.7%, 즉석섭취식품 38.3%, 신선편의식품 5.1%, 간편조리세트 3.2% 등임.

### 즉석조리식품 성장 둔화에도 국탕 성장

● 즉석조리식품의 국내 판매 성장률이 완만하게 전환된 가운데 국과 탕류는 2024년 각각 19.8%, 12.6%로 높은 증가세를 유지함. 외식물가 상승을 배경으로 상대적으로 조리시간이 오래 소요되고 외식 가격이 상대적으로 높아 타 제품에 비해 차별화된 것으로 보임.

– 급속냉동 기술 발달에 따른 품질 제고와 생산업체의 해당 품목 집중 투자도 영향(CJ제일제당 냉동 국물요리 신제품 출시(2025년 8월), 하림 ‘더미식 국물요리’ 프리미엄 브랜드 확대)

### 즉석섭취식품의 급성장: 고물가 시대 도시락과 김밥류 등 가성비 소비

● 즉석섭취식품 중 특히 김밥과 햄버거 판매액이 2024년에 각각 123.9%, 57.1%로 크게 증가, 물가 부담으로 간단한 한 끼의 대명사인 김밥과 햄버거의 소비가 확대됨. 고물가 장기화시 실속형 즉석섭취식품 증가가 계속될 것으로 판단됨.

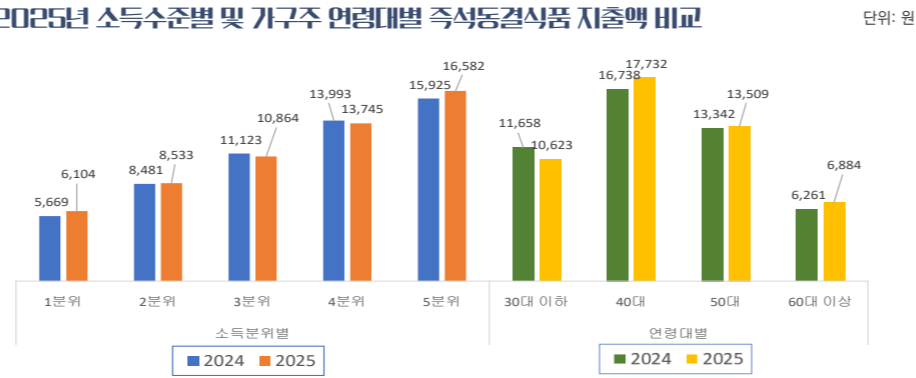
– 런치플레이션의 영향으로 학생·청년층을 중심으로 가성비를 강조한 간편식 수요가 확대되는 추세, 2025년 GS25 도시락 매출도 전년 대비 23.5% 상승

### 간편식 소비의 일상화와 계층간 소비 격차

● 통계청의 ‘가계동향조사’ 원시자료를 이용하여 가구의 즉석동결식품 월평균 지출액을 분석한 결과, 가구에서는 2025년 한 달 평균 1만 1,167원을 지출하여 가공식품 품목 중에서 6번째로 높은 순위를 차지함. ‘가공식품 태도조사(2025)’에 의하면 75% 이상의 가구에서 한 달에 한 번 이상<sup>4)</sup> 간편식을 구입하는 것으로 조사됨.

● 가구의 즉석동결식품 월평균 지출액은 소득수준이 높을수록 증가하여 2025년 기준 5분위(16,582원)가 1분위(6,104원)의 약 2.7배에 달함. 가구주 연령대별로는 40대(17,732원)가 가장 높고 50대(13,509원)와 30대 이하(10,623원) 순서이나, 60대 이상(6,884원) 증가율이 가장 높은 특징임.

### I 2025년 소득수준별 및 가구주 연령대별 즉석동결식품 지출액 비교



자료: 통계청, 가계동향조사 원시자료(각 연도)

4) 가공식품소비태도조사의 간편식(HMR) 항목 중 즉석 섭취 식품 기준임. 또한 본 웹진에서 활용한 가계동향조사 원시자료의 DOI번호는 10.23333/RN.50150276.V2.2, 10.23333/RN.99990791.V1.4임.

### 실속 냉동 간편식과 프리미엄 제품이 동시에 성장하는 구조적 양극화

● 간편식 시장이 성숙기에 접어들면서 소비층과 가격대의 양극화가 심화됨. 2026년에도 고물가가 지속될 경우 가성비를 중시하는 소비자들은 편의점·마트의 중저가 간편식을 선호하는 경향이 지속될 것으로 보임, 동시에 건강과 미식 트렌드를 반영하여 프리미엄 제품 시장 역시 동반 성장할 것으로 전망됨. 냉동 간편식의 합리성 및 다양화 경향이 확대될 것으로 보이며, 프리미엄 간편식은 개인 맞춤형 영양 설계, 건강 기능성 확대, 미식 문화의 급속한 확산과 더불어 유명 맛집·셰프와 협업 확대 등의 현상이 강화될 전망이다.

– 냉동기술 발전으로 재료 본연의 맛과 식감까지 유지하면서 다양한 냉동간편식 상품군의 확장 전망  
– 유명 맛집, 로컬 프리미엄 브랜드, 마쉐린 셰프와의 협업 제품 등 RMR 제품 확대, 단백질 강화 도시락/포스트바이오틱스 첨가 국물요리 등 맞춤형 영양 성분을 강화하고 유산균/오메가3/식물성 단백질 함유 등 기능성 중심 제품 출시 증가 전망

### 간편식 온라인 구매 비중 확대, 오프라인에선 대형마트 우세

● 성인 소비자 대상 간편식 구매 채널 조사결과(2025 가공식품소비자태도조사) ‘오프라인 대형마트’(30.2%)와 ‘온라인 쇼핑몰’(22.5%)의 비중이 높음.

– 1인 가구는 ‘오프라인 대형마트(26.1%)와 ‘온라인 쇼핑몰’ (26.5%) 선호 비슷, 20대는 편의점 이용 비중 11.1%

● 배달 전문 간편식 브랜드 증가와 쿼커머스 확대로 인해 2026년 신선·즉석 간편식 온라인 구매 비중이 더욱 성장할 것으로 예상됨. 오프라인에선 대형마트가 즉석조리 매장을 강화하고, PB상품 개발을 확대해 소비자에게 합리적인 가격대의 신선 간편식을 제공할 것으로 보임. 편의점에서도 한 끼 식사형 간편식(HMR) 제품군을 다양화하여 접근성과 선택지를 넓히면서 간편식 소비층을 더욱 확대할 전망이다.

## 이슈 및 대응 방안

● 2026년 간편식 시장은 고물가와외식비 상승과 1인맞벌이 가구 증가를 배경으로 약성장세를 이어갈 것으로 전망됨. 소비자 전체층의 간편식 구입 및 일상소비가 점진적으로 확대되는 한편, 가성비 중심의 실속형 제품과 건강·프리미엄 간편식이 동시에 확대되는 이중 구조를 보일 것으로 예상됨. 특히 즉석섭취식품과 냉동 간편식을 중심으로 소비가 확대되고, 전 가구 유형으로 이용층이 확산되는 흐름이 지속될 전망이다.

● 글로벌 원자재 가격 변동과 물류비 상승 등 대외적 요인이 작용하는 가운데, 제조업체들은 원가 절감 전략 강화와 함께 K-푸드 열풍을 바탕으로 프리미엄 간편식의 해외 수출을 확대할 전망이다. 외식업체들은 B2B 협업과 해외시장 맞춤형 제품 개발을 강화하고, 대형마트 및 쿼커머스 플랫폼과 연계하여 유통망을 확대할 것으로 예상됨.

– 간편식 수출량은 2019년에는 61,763톤, 2023년 68,285톤, 2024년 78,949톤으로 즉석조리식품을 중심으로 빠르게 증가

– 냉동 간편식은 한식 고유의 조리 구조, 냉동 기술의 고도화, 글로벌 유통 인프라의 높은 적합성이 결합되며 K-Food 글로벌 확장의 핵심 수단으로 정착하는 과정

● 간편식에 대한 식품의약품안전처의 안전 및 영양 관련 규제 강화와 농림축산식품부의 기술 지원 확대 및 글로벌 수출 인증 확대 등 정책 변화가 예상되므로 이에 대응한 지속가능한 생산체계 구축과 프리미엄 제품 개발이 필수적임. 정책적으로는 영양표시 지원, 고령친화 및 케어푸드 제도 연계, K-푸드 수출 지원 고도화, 푸드테크법 기반 R&D 지원 확대 등이 필요함.

– 식품의약품안전처의 2026년부터 모든 가공식품에 대한 단계적 영양표시 의무화 시행 계획, 나트륨당류 저감 표시기준 개정과 위생점검 강화 예고, 식생활 안전관리 체계 개편안(1월)의 ‘튼튼 먹거리 매장’ 시범사업 운영 및 ‘튼튼 먹거리 인증제도’ 추진 등으로 간편식에 대한 향후 저당, 저나트륨, 균형 영양형 제품 개발 필요성 증대

– 농림축산식품부는 고령친화 및 케어푸드 사업 확대와 푸드테크법시행령(2025) 기반 정책 지원(R&D, 수출 지원, 인력 양성 등) 계획

[이계임 명예선임연구위원, 주준형 연구원]

## ⑤ 온라인 플랫폼 확산에 따른 식품산업 변화, 다양한 이슈 부상

- 온라인 식품시장은 엔데믹 이후에도 이전 수준으로 회귀하지 않고 성장을 지속하며 구조적으로 고착화되는 양상을 보이고 있음. 이에 따라 식품기업의 유통 전략, 플랫폼 간 경쟁 구도, 물류배송 체계, 소비자의 구매행태 등 식품산업 전반에 걸쳐 다양한 변화와 새로운 이슈가 부상하고 있음.

### 온라인 플랫폼 확산 현황

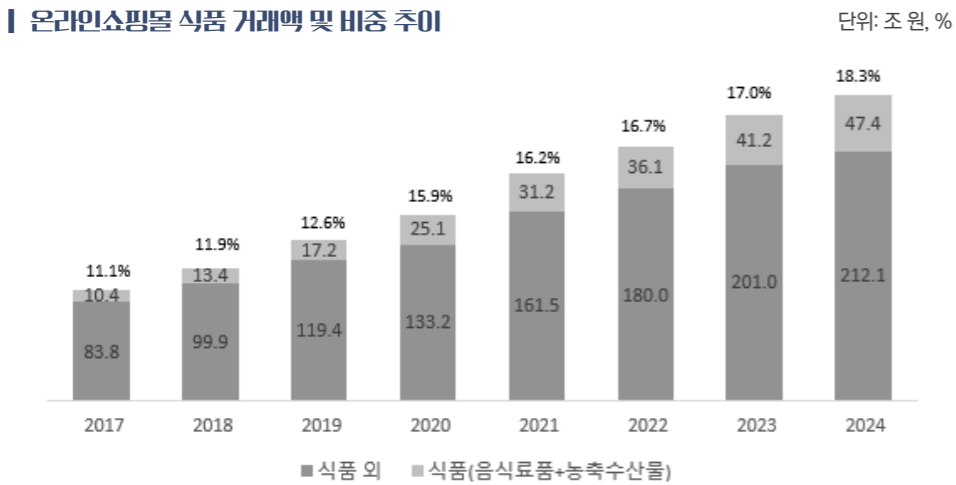
- 온라인 시장은 2020년 이전까지 디지털 인프라 발전에 따라 완만한 성장세를 보여왔으나 팬데믹 기간(2020~2022년) 비대면 거래 수요가 급증하면서 성장 속도가 크게 빨라짐. 온라인쇼핑몰 거래액은 2019년 137조 원에서 2020년 158조 원으로 한 해 만에 16% 가까이 증가했고, 2021년에는 193조 원을 기록해 2년 만에 40% 넘게 늘어남. 엔데믹 전환 이후 증가율은 한 자릿수대로 둔화되었으나 거래 규모 자체는 감소 없이 지속적으로 확대되어 2024년에는 259조 원에 달함.
- 온라인 거래 규모 확대의 이면에는 소비자 이용행태의 근본적 변화가 자리하고 있음. 소비자의 인터넷 쇼핑 이용률은 2019년 64.1%에서 2024년 78.6%로 상승하여, 5년 사이 15%p 가까이 높아짐. 특히 코로나19라는 외부 충격이 완화된 이후에도 온라인 소비행태가 팬데믹 이전 수준으로 회귀하지 않고 지속되고 있다는 점에서 온라인 채널이 일상적인 구매 경로로 자리 잡았음을 확인할 수 있음.

**온라인쇼핑몰 거래액 및 소비자 온라인 쇼핑 이용률** 단위: 조 원, %

연도	2019	2020	2021	2022	2024
거래액	136.6	158.3	192.7	216.2	259.4
이용률	64.1	69.9	73.7	73.7	78.6

자료: 국가데이터처, 「온라인쇼핑동향조사」, 한국지능정보사회진흥원, 「인터넷이용실태조사」

- 콜드체인 시설 확충과 새벽당일 배송 서비스 확산으로 신선·냉장·냉동 식품의 장거리 배송이 가능해짐. 이에 따라 가공식품 위주였던 온라인 식품시장이 신선식품·간편식 등으로 취급 영역을 확장하고 있음. 2024년 기준 온라인 식품(음식료품+농축수산물) 거래액은 약 47조 원에 달하며, 이는 2017년(약 10조 원)의 4배를 넘는 수준임. 전체 온라인 쇼핑에서 식품이 차지하는 비중 역시 같은 기간 11.1%에서 18.3%로 꾸준히 확대됨.

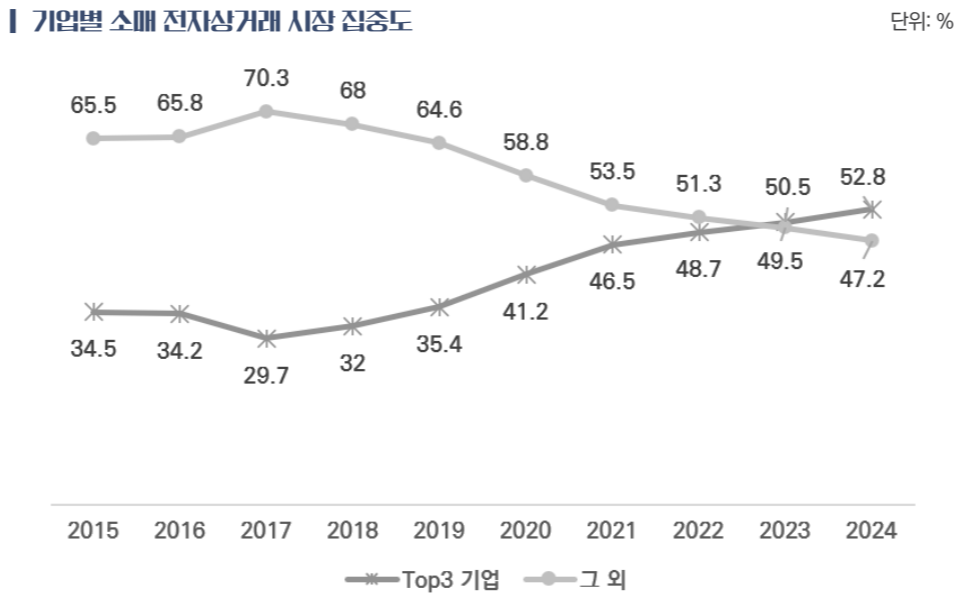


주 1) 온라인쇼핑몰: "컴퓨터 등과 정보통신 설비를 이용하여 재화 또는 용역을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장을 온라인몰이라고 하며, 온라인몰의 거래대상은 가계, 기업, 정부 등이 있음"  
 2) 거래액: 조사대상 월 1개월 동안 해당 몰(URL)에서 판매한 모든 상품 및 서비스 거래액(거래성사금액)  
 3) 음식료품: 공산품류(커피, 차, 음료, 생수, 설탕, 식용유, 분유 등), 김치, 장류 및 장아찌류 등

농축수산물: 곡물, 육류, 어류, 채소, 과일, 신선식품류 등  
 자료: 국가데이터처, 「온라인쇼핑동향조사」, 2025.11., 2026.01.08, 온라인쇼핑몰 취급상품범위별/상품군별거래액, 한국농촌경제연구원, 「온라인 시장 확대의 식품산업 영향과 대응과제」, 출간예정

## 식품산업 변화

- 온라인 비중이 커지면서 식품기업의 유통 전략도 변화하고 있음. 플랫폼 수수료 부담과 정산 지연 문제를 완화하기 위해 CJ더마켓·칠성물·정관장물 등 자사 직영몰(D2C)을 확대하는 추세임. 이를 통해 대형 플랫폼 의존도를 낮추는 동시에 고객 데이터 확보와 브랜드 경험 강화를 꾀하고 있음.
- 국내 온라인 식품시장은 성장기를 지나 성숙기에 접어들면서 규모의 경제를 갖춘 소수 대형 플랫폼을 중심으로 시장 집중도가 높아지는 양상을 보이고 있음. 소매 전자상거래 시장에서 Top3 기업(쿠팡·네이버·신세계)의 점유율은 2017년 29.7%에서 2024년 52.8%로 상승함. 특히 물류·배송 인프라와 플랫폼 운영 역량을 확보한 쿠팡의 경우 2024년 소매판매액 기준 시장 점유율 약 23%를 기록하였음.



주 1) 판매세 제외 소매판매액 기준 기업 점유율  
 2) Top3(쿠팡·네이버·신세계), 그 외(SK텔레콤·알파벳·롯데·카카오·티몬·무신사·아마존·GS홀딩스·CJ ENM·애플·컬리·크로키닷컴·NS쇼핑·홈플러스·야놀자·버킷플레이스·CJ올리브영·인터파크·이베이·GS홈쇼핑·기타)  
 자료: 유로모니터 PASSPORT, 한국농촌경제연구원, 「온라인 시장 확대의 식품산업 영향과 대응과제」, 출간예정

- 알리익스프레스·테무 등 중국 C-커머스 플랫폼의 국내 진출로 경쟁 구도가 한층 복잡화되고 있음. 알리익스프레스는 2024년 3월부터 과일·채소·수산물·축산물 등 신선식품 판매를 시작하였으며, 그간 국내 플랫폼이 경쟁우위를 유지해 온 신선식품 시장에 본격적으로 참여하기 시작함. 해당 플랫폼의 경우 2024년 2월 월간 사용자 수 (MAU)에서 쿠팡에 이어 두 번째로 많이 이용되는 종합 쇼핑몰로 나타났으며, 테무 또한 3위인 11번가에 이어 네 번째로 가장 많이 이용되는 플랫폼으로 등극함. 새벽 배송, 당일배송, 퀵커머스(Quick Commerce) 등 배송 서비스가 다양화되면서 식품의 온라인 거래가 더욱 활성화되고 있음. 물류센터 자동화, 콜드체인 구축, 수요예측 및 재고관리를 위한 데이터 분석 역량이 온라인 식품 유통의 핵심 경쟁력으로 부상하고 있음.
- 온라인 식품시장의 성장은 소비자의 경제적·물리적 식품 접근성에 복합적인 변화를 가져오고 있음. 2024년 하반기 한국개발연구원(KDI) 경제전망에서는 온라인 소비 확대가 공급자 간 경쟁 촉진과 비용 절감을 통해 물가 안정에 일부 기여한 것으로 분석함. 또한 시간·공간 제약 없이 상시 주문이 가능해

거동이 불편한 고령층이나 장애인의 물리적 접근성 개선 효과도 나타남. 다만 디지털 기기 보유·활용에 어려움을 겪는 계층이나 배송 인프라가 미흡한 지역 거주자에게는 온라인 채널 자체가 또 다른 장벽이 될 수 있으며, 이는 새로운 형태의 식품 사막(food desert) 문제로 이어질 우려가 있음.

## 이슈와 전망

- 온라인 플랫폼 확산에 따라 식품산업이 변화하여 공급자 간 경쟁촉진을 통한 물가 안정 기여, 소비자의 식품 구매 편리성 확대 등 긍정적 효과가 있는 한편, 새로운 유통 채널 확대에 따른 이슈가 있음.
- 대형 플랫폼의 시장 지배력이 커지면서 거래 공정성 관련 문제가 부각되고 있음. 플랫폼이 입점 업체에 부과하는 수수료와 긴 정산 주기가 중소 식품기업의 경영 부담으로 작용하고 있으며, 이에 일부 제조사는 자체 온라인몰 강화나 복수 채널 전략을 모색하고 있음. 최근에는 대형 플랫폼이 저체중·아용 특수분유 재고를 대량 매입한 뒤 가격을 60% 이상 인상해 판매한 사례가 불거지면서 시장 지배적 지위 남용에 대한 우려가 제기됨. 타 상품의 긍정적 리뷰를 가져와 사용하는 리뷰 조작 문제도 소비자의 합리적 선택을 저해하는 요인으로 지적되고 있음.
- 대형 플랫폼에 방대한 소비 데이터가 집중되면서 정보 유출 위험도 함께 커지고 있음. 최근 발생한 대형 플랫폼의 대규모 개인정보 유출 사고를 계기로 소수 사업자에 데이터가 집중되는 구조에 대한 우려가 제기되고 있음. 「2024 지능정보사회 이용자 패널조사」에 따르면 온라인쇼핑몰이 개인정보를 적절히 관리한다고 생각하는 소비자는 전체의 42%에 불과해 플랫폼의 보안 투자 확대와 관리 체계 강화가 요구됨.
- 비대면 거래 특성상 소비자는 이미지·리뷰·별점 등에 의존해 구매를 결정하게 되어 정보 비대칭 문제가 발생함. 배송 과정에서의 온도 관리 미흡, 허위·과대 광고 등도 지속적으로 적발되고 있음. 식품의약품안전처의 집중점검에서는 건강기능식품·의약품으로 오인될 수 있는 불법 광고와 무허가 유통 등 773건이 적발됨. 최근에는 해외 유명 브랜드의 모조품이 대형 플랫폼을 통해 유통되는 사례도 발생해 온라인 채널에서의 식품 진위 확인과 품질 관리 강화 필요성이 제기되고 있음.
- 온라인 거래 확대에 따른 환경 부담도 새로운 과제로 떠오르고 있음. 국민 1인당 연간 택배 이용 횟수는 2000년대 초반 2~5회 수준에서 2023년 178회로 급증함. 온라인 식품 유통 과정에서 과대포장, 다중 포장재 사용, 아이스팩·보냉재 폐기 문제가 반복적으로 제기되고 있으며, 이에 대응해 재사용 포장재 도입, 친환경 보냉재 개발 등 업계 차원의 노력도 일부 진행되고 있으나 아직 초기 단계에 머물러 있음.
- MZ세대의 주요 소비층 부상, 맞벌이 가구 증가, 1인 가구 확산 등 인구·사회 구조 변화는 온라인 식품시장의 성장세를 뒷받침할 것으로 전망됨. 시장조사기관 유로모니터는 국내 온라인 식품 매출이 2029년 약 37조 원 규모로 확대될 것으로 전망함. 이는 같은 기간 전체 온라인 매출 성장률(연평균 6%대)을 상회하는 수준임. 다만 경기 침체에 따른 소비 위축, 플랫폼 수수료 갈등 지속 여부에 따라 성장 속도는 달라질 수 있음.
- 온라인 식품시장은 코로나19 이후 급성장하여 주요 유통채널로 자리매김하고 있으나, 새로운 거래 방식에 의해 거래 공정성, 식품안전, 개인정보 보호, 환경 부담 등 다양한 과제가 도출되었음. 향후 온라인 식품시장이 소비자 신뢰 기반하에 지속적으로 확대되기 위해서는 양적성장 이외 공정한 거래 환경 조성, 소비자 신뢰 확보, 지속가능한 유통체계 구축 등 질적 성장을 위한 기반 마련이 필요함.

[최윤영 부연구위원]

## ⑥ 외식수요 정체와 비용 압박이 재편하는 외식산업

● 국내 외식산업은 일상 소비와 밀접하게 연관된 대표적인 서비스 산업이며, 수요 정체와 비용 상승이라는 구조적 어려움에 직면함. 고물가와 경기 불확실성, 인구구조 변화가 맞물리면서 외식 소비는 정체되고 있으며, 원재료와 인건비 상승은 외식업의 수익 구조를 압박하고 있음.

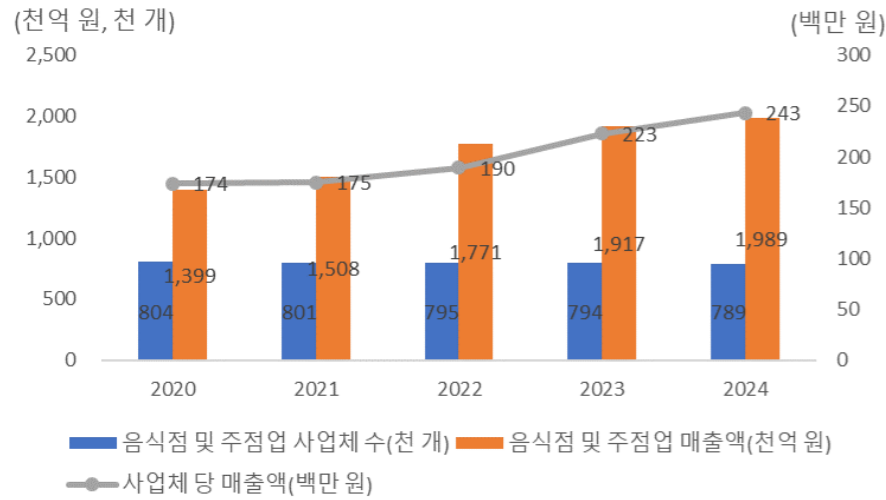
● 이러한 변화는 외식산업 전반의 구조적 재편 요인으로 작용하고 있음.

### 여건 변화와 동향

● 앤데믹 이후 전체 외식업과 사업체당 매출액은 증가하고 있으나, 2023년 이후 증가세가 둔화되고, 사업체 수는 팬데믹 이후 지속적으로 감소하는 추세임.

- 외식업계 매출액과 사업체당 매출액은 2024년 198조 9천억 원과 2억 4천만 원으로 2020년 이후 지속 증가하고 있으나, 2023년 이후 증가세 둔화
- 사업체 수는 2020년 80만 4천 개소에서 2024년 78만 9천 개소로 감소

### Ⅰ 국내 외식업 매출액 및 사업체 수 추이



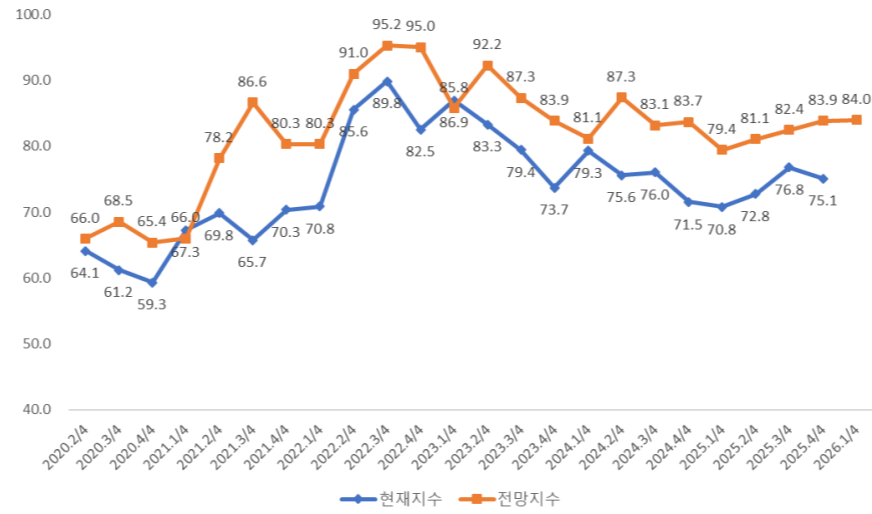
자료: 통계청, 서비스업조사, 각 연도.

● 고물가와 경기 불확실성이 이어지면서 소비자들은 지출에 신중해지고 있으며, 외식 소비 의향 역시 이전보다 감소하는 경향임.

● 고물가고금리 등 경기 압박 여건이 점차 개선될 것이라는 기대감이 있지만, 여전히 높은 체감물가와 그동안 누적된 물가 상승 영향으로 인해 국내 외식산업경기동향지수는 전반적으로 하락세를 보이고 있음.

- 외식물가가 지속적으로 상승하면서 소비자들이 체감하는 부담이 커지고, 이에 따라 외식 횟수를 줄이거나 저렴한 메뉴를 선택하는 경향 확대
- 가정간편식(HMR), 밀키트, 편의점 식품 등 외식을 대체할 수 있는 식품군 시장이 확대되면서 외식수요 분산
- 한편, 단순한 식사가 아닌 경험과 건강, 미식적 가치를 중시하는 소비 패턴이 확산하면서 프리미엄 수요 확대

### Ⅰ 외식산업경기동향지수 추이



자료: 국가데이터처, 외식산업경기동향지수, 각 연도.

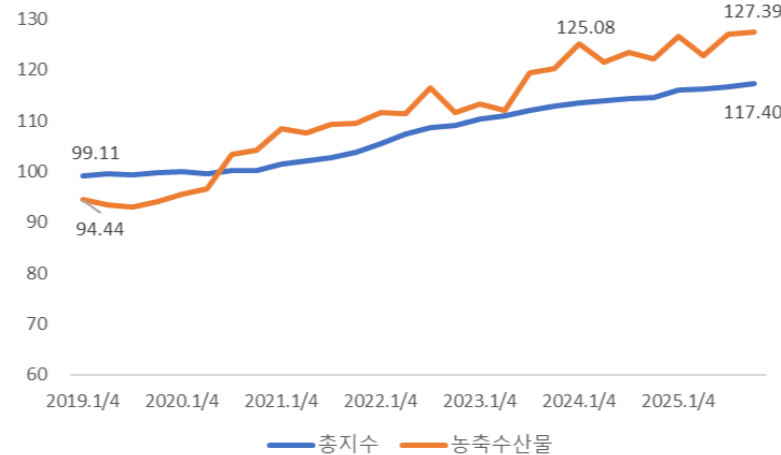
● 배달앱 사용이 일상화되고, 판매 채널이 매장 중심에서 배달·포장으로 병행되면서 판매방식에서도 변화가 나타나고 있음.

- 외식업체 중 30%가 배달앱을 이용하고 있으며, 배달 대행을 이용하는 외식업체 비중은 29.4%
- 배달·테이크아웃 비중은 2024년 24.6%에서 2025년 25.1%로 증가하였고, 외식업 서비스 유형도 배달·테이크아웃 비중이 48.1%에서 48.5%로 확대
- 1인 가구가 증가함에 따라 매장 중심의 가족 단위 외식 대신 배달·테이크아웃 소비가 확대되고 있으며, 성인과 청소년 모두 절반가량이 '주 1회 이상' 배달·테이크아웃을 이용하여 외식

● 외식업 운영비용은 크게 식재료비, 인건비, 임대료, 에너지 비용, 플랫폼 수수료 등으로 구성됨. 최근 몇 년 사이 대부분의 운영비용이 동시에 상승하면서 외식업의 경영 여건은 더욱 어려워지고 있음.

- 농축수산물물가지수는 2019년 4분기 이후 지속적으로 상승하는 추세를 보이고 있으며 외식업체 부담 가중
- 외식산업 식재료 원가지수는 2023년 3분기 143.68 이후 점차 하락하는 추세를 보이고 있으나, 2025년 4분기 137.00으로 절대적인 지수는 여전히 100.00을 크게 상회하는 수준

### Ⅰ 외식산업경기동향지수 추이



자료: 국가데이터처, 소비자물가지조사, 각 연도.

● 외식업에서 인건비는 비용관리와 서비스 품질, 운영 효율성 등에 영향을 미치는 핵심 요소이며, 수익성과 고객 만족도를 동시에 좌우함. 최근 몇 년간 최저임금이 계속 인상됨에 따라 외식업체의 인건비 부담이 가중되고 있음.

- 외식업체 경영실태 조사 결과(2025), 인건비 상승으로 경영에 어려움을 겪고있다고 응답한 비중은 76.3%로 나타남. 최저임금은 2025년 1만 원(10,030원)을 돌파하였고, 2026년에는 10,320원으로 전년 대비 2.9% 인상

● 외식업 운영방식도 변화가 나타나고 있음. 최근 외식업체는 키오스크 등 디지털 기반 주문 시스템을 도입하는 등 디지털 전환이 빠르게 진행되고 있음.

- 외식업체 디지털 기반 주문 시스템 도입률은 2021년 4.5%에서 2025년 13.0%로 약 3배 확대

### 전망과 대응 방향

● 외식수요 정체와 비용 상승이라는 환경 속에서 외식업은 포장배달의 비중이 꾸준히 증가하면서 매장 중심 외식에서 배달·테이크아웃 중심으로 구조가 변화하고 있음. 이에 따라 외식업계는 수익성 개선을 위해 테이크아웃·배달 등 비대면 서비스를 강화하고 있음.

● 외식업계는 비용 절감과 운영 효율성을 높이기 위해 다양한 혁신 기술을 도입하고 있음. 인력난 해소 및 인건비 부담을 줄이기 위해 키오스크, 테이블 오더, 원격 웨이팅 애플리케이션 활용, 홀과 주방 내 조리·서빙을 담당하는 푸드 로봇(Food Robot) 도입 등 주문·조리·서빙 단계 전반에서 무인화 솔루션과 푸드테크 도입을 가속화하고 있음. 또한, 온라인 주문 시스템과 배달 플랫폼 도입을 통해 소비자 접근성을 높이고 있음.

● 소비자들은 평소에는 가성비비를 중시하는 저가형 외식 옵션을 선호하지만, 특별한 경험을 제공하는 고급 레스토랑과 특급호텔 뷔페의 수요도 증가하면서 외식시장 내 양극화가 심화되고 있음.

- 고물가 영향으로 무한 리필뷔페, 저가 커피, 반값 피자·치킨 등 가성비 업종이 주목받으며 성장
- 한편, 건강, 웰빙, 미식 경험에 대한 수요가 증가하면서 프리미엄 외식 시장도 동시에 성장

● 식재료비와 인건비 등 고정비용 상승에 의한 외식업 수익성 악화에 대응하기 위해 외식업의 수익성 구조 개선을 위한 대응이 필요함.

- 노동력 대체를 위한 조리·서빙 자동화 기기, 키오스크 등 푸드테크 도입·디지털 전환 지원 확대
- 로컬푸드 연계 및 직거래 활성화 대책이나 전처리 식재료 확대 등 외식업 식재료 공급망 효율성 제고 기반 조성

● 소비 양극화가 확대됨에 따라 업종별 맞춤형 진흥 정책을 수립하고 'The외식 나침반'과 같은 지능형 외식경영 분석 서비스 고도화를 통해 최적화된 경영 솔루션 제공을 확대할 필요가 있음.

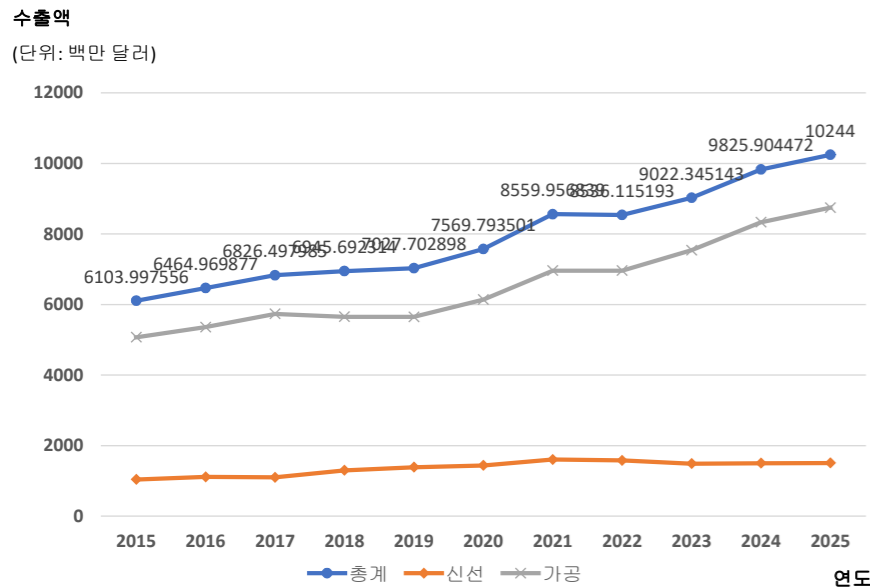
## ⑦ K-푸드 세계화 성숙기 진입과 식품산업 경쟁력 강화

- K-푸드 수출액이 100억 달러를 달성하여 역대 최고치를 경신하였음. 이는 K-푸드 세계화가 외연적으로 확대되어 본격적인 수출성장 시대에 진입하고 있음을 의미함. 이제 K-푸드 세계화의 성숙기 진입 및 안정적 성장 시대를 정착시키기 위해 신선농식품과 가공식품의 산업적 특성을 고려한 수출구조 전환 및 차별화 전략을 모색하고, 식품산업 경쟁력을 한층 강화시킬 필요가 있음.

### 최근 동향

- K-푸드 수출액은 102.4억 달러를 기록하여 세계 시장에서 존재감을 확대하고 성장산업으로 부상하고 있음. 최근 K-푸드 수출구조를 살펴보면 성장의 중심축이 점차 가공식품으로 이동하고 있음을 확인할 수 있음. 품목 부류별로 신선농식품 수출은 15억 달러로 연평균 3.8% 증가했으나 2022년 이후 성장세가 정체되는 모습을 보이고 있음. 반면, 가공식품은 최근 3년간 5.0~10.5%의 높은 수출증가율을 기록하며 K-푸드 전체 수출성장을 견인하고 있음.
  - 신선농식품은 국내 농업이 영세한 생산 규모와 내수공급 중심의 생산 체계, 기후 변화에 따른 단수 변동성 등으로 인해 수출 규모를 안정적으로 확대하는데 제약이 있음. 반면, 가공식품은 원료확보의 유연성이 신선농식품에 비해 높은 편이며, 생산기술 고도화와 제품 차별화를 통해 글로벌 소비 수요를 창출할 수 있기 때문에 수출확대 가능성이 상대적으로 큼.

#### I K-푸드 부류별 수출액 추이



주 1) 수출액은 Kati(2026.3.6) 기준이며, 농식품부 발표 수출액은(26.1.12) 104.2억 달러임.  
 2) 총계는 총수출액, 신선은 신선농식품 수출액, 가공은 가공식품 수출액임.  
 자료: 한국농수산식품유통공사 농식품수출정보(http://www.kati.net), 검색일: 2026.3.6).

- 한국 농식품의 3대 수출시장(미국, 중국, 일본) 수출 비중은 2025년 기준 45.8%로 과거 10년 전(2015년 46.6%)에 비해 큰 변화가 없으나, 10대 수출시장 비중은 2015년 74.7%에서 2025년 70.0%로 낮아졌음. 한편, 농식품 수출금액이 과거 10년 전 상위 20위권 밖에 위치했던 몽골, 영국, 독일은 2025년 20위권 안으로 진입하여 새로운 수출시장으로 부상하고 있음. 수출대상국 중 1천만 달러 이상 수출한 국가는 2015년 45개에서 2025년 52개로 증가하여 시장 저변이 확대되는 긍정적인 모습을 보이고 있음.

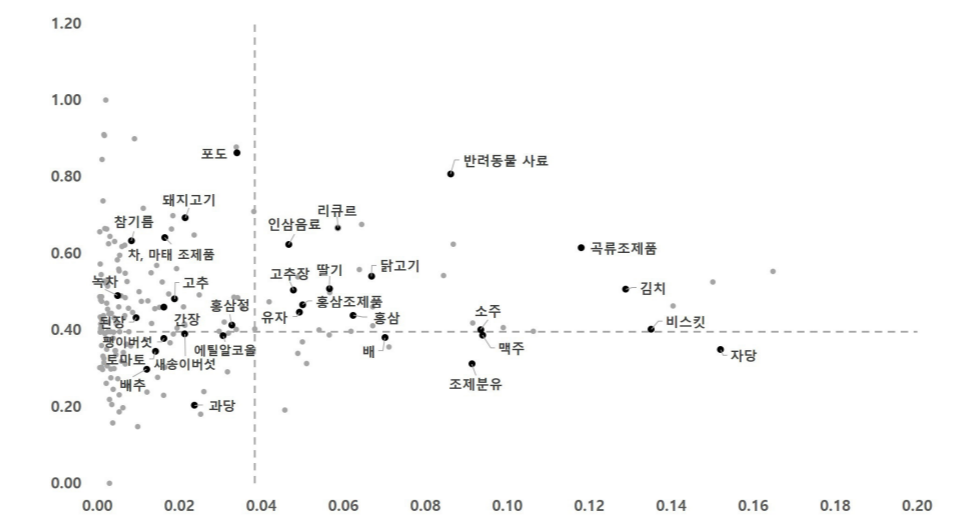
- K-푸드 수출품목 구조를 살펴보면, 가공식품 중심의 성장과 함께 일부 품목에 대한 집중도가 높아지는 특징이 나타남. 신선농식품의 주요 수출품목은 김치, 닭고기, 쌀, 포도, 딸기 등이며, 가공식품에는 라면, 조제식품, 음료, 소스제품, 곡류조제품 등이 수출성장을 주도하고 있음.

- 수출액 상위 5개 품목의 비중은 2015년 37.4%에서 2025년 40.4%로 상승했으며, 상위 10대 품목에 대한 비중 역시 2015년 48.0%에서 2025년 54.0%로 확대되어 수출품목 집중도가 높아지고 있음.
- 수출 상위 10대 수출 품목 중에 신선농식품은 김치 품목 1개에 불과하고 나머지는 대부분 가공식품이 포함되어, 가공식품 중심의 수출구조가 뚜렷하게 나타남. 아직 수출 품목 포트폴리오가 충분히 다변화되지 않았음을 보여주며, 특정 품목 의존도가 높은 수출 구조는 외부 환경 변화에 취약할 수 있음을 시사함.
- 신선농식품 중 포도, 딸기, 기타감귤류는 고당도 및 식미감 등이 우수하여 글로벌 시장에서 경쟁력이 있는 것으로 평가됨. 또한, 인삼음료, 홍삼조제품 등은 한국 전통 식품 원료를 기반으로 한 고부가가치 가공제품이며, 브랜드 영향력이 높은 품목임. 고품질 신선농산물과 고부가가치 가공 제품 중심으로 새로운 수출성장 가능성이 존재함을 보여줌.

- 수출 품목을 수출 규모와 수출증가율을 기준으로 유형화하여 수출구조의 특징을 살펴보았음. 먼저, 제1사분면에 위치한 품목들은 수출 규모가 크고 성장률이 높은 핵심 성장 품목군에 해당됨. 이 품목군에 라면, 소스제품, 곡류조제품(즉석밥과 냉동김밥 포함), 홍삼조제품, 유자, 인삼음료 등이 있음. 이들 품목은 해외 소비자 수요를 창출할 수 있는 기술개발과 제품화에 성공한 품목들이며, K-푸드 수출성장을 지속적으로 견인할 전략 품목으로 평가됨.

- 제2사분면에는 장류 제품과 참기름 등 전통발효 식품과 기능성 식품이 포함됨. 딸기, 포도 등은 고당도와 우수한 식미감을 바탕으로 경쟁력을 갖춘 고품질 과일류임. 이들 품목은 스마트농업 등 고품질 생산 기반을 갖추어 우수한 품질경쟁력을 확보하고 있음.
- 반면, 제3사분면에 위치하는 품목들은 대부분 원물 형태의 농산물로 안전성 관리 어려움, 품질 및 가격경쟁력을 확보하기 어려운 품목 특성이 있음. 이러한 품목들은 근거리 시장을 중심으로 공급 단절기(off-season)에 수출하는 전략적 접근이 요구됨.

#### I K-푸드 품목별 수출규모 및 변화율



주 1) X축은 수출액, Y축은 10년간 연평균 성장률을 의미하며 MixMax 방법에 의해 지수화된 값임.  
 2) 교차점은 수출액 평균과 성장률 0%를 기준으로 설정함.  
 3) 라면은 1사분면에 제시가능 범위를 초과하기 때문에 표기를 생략하였음.  
 자료: 농업전망 2026.

- 주요 수출 품목의 단가 변화를 살펴보면, K-푸드의 수출 경쟁력 흐름을 파악할 수 있음. 최근 5년간 주요 품목의 수출 단가 연평균 변화율은 딸기와 라면이 각각 (+)4.2%, (+)3.6%로 상승세를 보임. 수출 단가가 상승하고 수출 규모도 확대되고 있어 수출 경쟁력이 강화되고 있는 것으로 볼 수 있음. 반면, 포도는 2021년 이후 수출액이 크게 증가했으나 연평균 가격변화율이 (-)10.2%로 나타나 수출가격이 많이 하락함. 딸기는 안정적인 가격 흐름과 지속적인 수요를 바탕으로 향후 수출성장 가능성이 높은 품목인 반면, 포도는 가격하락을 고려할 때 수출구조의 질적 전환이 필요한 품목으로 볼 수 있음.

- 또한, 김치와 곡류조제품의 가격변화율은 비교적 큰 변동없이 안정적인 수준을 보이며 수출액이 크게 증가하는 특징을 보임. 가격경쟁력과 산업경쟁력을 동시에 확보하여 수출성장을 견인할 잠재력이 큰 것으로 평가됨.

### 이슈 및 대응 방향

- 최근 국가 간 분쟁과 유가 상승 등 대외환경 변화로 인해 식품기업의 경영 여건과 K-푸드 수출환경의 불확실성이 높아지고 있음. 이러한 환경 변화 속에서 K-푸드를 지속가능한 중장기 전략산업으로 육성하기 위해서는 식품산업 전반의 경쟁력 강화와 함께 수출구조의 질적 전환이 요구됨. K-푸드 세계화의 성과를 한 단계 더 높이기 위해서는 신선농식품과 가공식품의 산업적 특성을 고려한 차별화된 전략이 필요함.

#### ● 식품산업 경쟁력 강화 요인

- 1) 신선농식품: ① 프리미엄 품질경쟁력 ② 생산-재배 기술경쟁력 ③ 산지집단지반 및 계약기반 운영시스템 운영 시스템 구축 ④ 건강-한식트렌드에 대응 ⑤ 정부의 산지 조직화 지원
- 2) 가공식품: ① 글로벌 브랜드 파워(품질, 인지도) ② 제품 혁신과 현지화 전략 ③ 규모의 경제와 생산성 향상 ④ 한류문화 기반 마케팅 ⑤ 글로벌 가치사슬 대응 역량

#### ● 식품산업의 경쟁력 강화와 수출 구조 전환 방향

- 1) 수출 단가와 부가가치율을 성과지표로 설정할 필요가 있음. 이를 위해 수출 주체들이 품질관리와 안정적 계약체계를 기반으로 고가격-고부가가치 상품 생산과 수출에 집중할 수 있는 구조로 전환할 필요가 있음. 신선농식품의 경우 수출조직을 통해 계약재배-수출물량 확보의 안정성 제고, 프리미엄 브랜드 산지 육성, 품질규격화 및 관리 역량을 제고할 필요가 있음.
- 2) 고부가가치 수출품목 비중 확대가 필요함. 기능성-건강식, K-발효식품의 고급화를 통해 세계 식품산업 성장 트렌드를 반영한 수출상품을 확대하고 고부가가치 중심의 수출구조로 전환할 필요가 있음.
- 3) 글로벌가치사슬(GVC) 재편에 대응한 현지화 전략이 필요함. 이를 위해 저품위-저부가가치 농식품 수출구조를 개선하여 프리미엄 상품군 수출 비중을 확대하고, 디지털 마케팅 고도화와 ESG-규제 대응 체계를 강화할 필요가 있음.
- 4) 국가차원의 통합 브랜드 전략을 통해 K-푸드의 프리미엄 이미지와 품질 투명성을제고할 필요가 있음.

[김경필 선임연구위원]