

2025 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 정보 제공을 실수요자에게 적극적으로 전달하는 것을 목적으로 작성되고 있음. 2018년 2월부터 매월 이메일을 통해 배포되고 본 사업의 홈페이지를 통해 게시됨. 2024년에는 14건의 식품외식정보 웹진이 수요자에게 제공되었음.
- 2025년 제3호에서는 2024년 수행된 식품산업 전망, 빅데이터 분석, 가공식품 및 외식산업 설문조사 등의 연구결과를 종합하여 2025년 식품외식산업의 7대 이슈를 선정하였으며, 각 이슈별로 동향과 전망 및 정책 과제를 제시함.
- 2025 식품외식산업 7대 이슈 주제는 1) 식품 물가, 2) 식품 시장 고용, 3) 온라인 식품시장, 4) 푸드테크, 5) 간편식 시장, 6) 농식품 수출, 7) 지속가능성임.

환경변화와 식품시장 전망

대내외 환경 변화

〈경제 환경〉

- 세계 경제는 2024년에 미국과 중국 중심으로 양호한 경기 흐름이 이어지며 3.2%의 성장률을 기록함. 2025년에는 주요국의 장기 저성장 우려에도 불구하고 미국 주도의 경제 성장이 지속되어 3.3%의 안정된 성장을 지속할 것으로 전망되었으나, 트럼프 2기 행정부 경제통상정책의 불확실성이 확대되고 있는 상황임. 주요국 성장률을 살펴보면, 미국이 2.7%로 가장 높은 성장률을 보일 것으로 예상되는 반면, 유로존은 지정학적 긴장 지속 등의 영향으로 1.0% 성장에 그칠 것으로 전망됨. 중국은 지난해 4.8%에서 2025년 4.6%로, 러시아는 3.8%에서 1.4%로 하향 전망되고 있는 상황임.
- 우리나라는 2024년 글로벌 경제 회복세에 힘입어 수출이 확대되면서 2.1%의 경제성장률을 기록함. 그러나, 2025년에는 수출의 성장 기여도 축소 및 내수 부진 지속 등의 영향으로 국내 경기 하방 압력이 높아짐에 따라 경제성장률은 1.8%로 다소 둔화될 것으로 전망됨(기획재정부). 이 전망마저도 하향 조정되고 있는 상황임(KDI, 한국은행). 이는 대내외 환경의 불확실성이 가중된 데 따른 것으로, 고금리와 환율 상승으로 내수가 부진한 상태에서 주력 산업의 수출 경쟁 심화와 미국 통상정책 전환이 영향을 미칠 것으로 예상됨.

- 2025년의 물가상승률은 전년도(2.4%)에 비해 공급 측면에서의 인플레이션 압박이 완화되고 경기적 요인에 따른 압력도 다소 제한적일 것으로 예상됨에 따라 물가안정 목표인 2%에 도달할 것으로 전망됨(IMF). 한편 최근 환율과 국제 유가 상승으로 인해 수입 물가가 오름세를 보이고 있으며, 미국 트럼프 2기 행정부 출범, 글로벌 공급망 불안 지속 등 대외적 불확실성이 확대되고 있음. 또한 코코아·커피 등 원재료 가격 상승 등의 영향으로 2025년 1월 가공식품 물가상승률은 2.7%를 기록하며 1년 만에 가장 큰 폭의 상승을 보이고 있으며, 추가로 상승할 가능성도 배제할 수 없음. 정부는 할당관세 적용 및 수입 부가가치세 면세 조치 등을 통해 식품기업의 원가 부담을 줄이기 위한 지원책을 시행하고 있음.

〈인구·사회적 환경〉

- 우리나라 총인구수는 2016년 이후 감소 추세에 접어들었으며, 2020년에 출생아 수가 30만 명 이하로 떨어져 출생자수가 사망자수보다 낮아졌으며, 이후 출생자수는 매년 역대 최저치를 기록함. 통계청에서는 2024년 출생아 수를 21만 8천 명으로 추계하였으며, 2025년에도 동일한 수준으로 추정함. 반면, 사망자 수는 동 기간 34만 8천 명에서 35만 8천 명으로 증가할 것으로 추정하는 등 2025년에도 인구 감소 추세가 지속될 전망이다.

- 1인 가구의 비중 역시 급격히 증가하여 전체 가구에서 차지하는 비중이 2021년 이후 40%대를 넘어서고 있음. 2024년 행정안전부 행정안전통계연보 기준 1인 가구 비중은 41.5%로 집계됨.

〈유통 환경〉

- 코로나19 대유행에 따른 사회적 거리두기 이후 온라인쇼핑 저변이 넓어지며 식품의 온라인 주문에 대한 거부감이 사라지고, 비대면 소비가 일상화되면서 2025년에도 온라인 유통업체의 성장세는 지속될 것으로 전망됨. 2024년 온라인 전체 시장규모는 전년(228조 원) 대비 5.8% 성장한 242조 원으로 조사되었음. 이중 식품의 온라인 거래액은 34조 원이었으며, 2025년에는 약 37~38조 원 수준에 이를 것으로 전망됨(2025 식품외식산업 전망대회).
- 오프라인 유통채널에서는 대형마트, 동네 슈퍼마켓 및 식자재마트 이용 비중이 반등한 한편, 대기업 운영 슈퍼마켓 이용 비중은 다소 감소함.

〈기후 환경〉

- 전 세계적인 기후위기로 인해 세계 각지에서 극심한 이상기후 발생으로 농산물 수확량이 급격히 감소할 수 있다는 관측이 잇따르는 등 식품에 대한 기후의 영향력은 지속적으로 확대될 것으로 전망됨. 2024년 세계 식량 가격은 지속 하향 안정화 추세를 보였음에도 불구하고, 이상기후로 인해 서아프리카 등 주요 코코아 재배지에서 흉작이 발생함에 따라 코코아 가격이 전년 대비 240% 이상 상승함.

식품시장 전망

- 2024년 세계 식품 시장규모는 8조 8,331억 달러(한국농수산물유통공사)로 추정되며, 품목별 시장 점유율로는 육류(11.9%), 빵 및 씨리얼류(8.7%), 유제품류 및 콩제품류(7.9%) 순으로 높았음. 음료 시장에서는 소프트 드링크가 전체 식품 시장의 13.1%, 주류에서는 증류주와 맥주 및 사과주가 각각 전체 식품 시장의 10.5%와 8.6%를 차지함. 2025년의 세계 식품 시장규모는 2024년 대비 5.1% 성장한 9조 2,861억 달러로 전망됨. 식품시장 규모는 중국과 미국이 양강구도를 이루고, 다음으로 독일, 일본, 브라질, 인도, 영국, 러시아 등의 순임.

- 2025년 국내 식품제조업 시장 규모는 약 159조 원, 외식산업 시장 규모는 약 192조 원으로 예측됨.¹⁾ 온라인 음식료품 거래액은 전년 대비 10% 이상 꾸준히 상승하고 있으며, 유통 앱 사용 시간 또한 증가 추세임을 고려할 때 2025년에 전체 식품산업에서 온라인 거래가 차지하는 비중은 약 23% 수준으로 전년 대비 소폭 확대될 것으로 전망됨(2025 식품외식산업 전망대회). 한편, 대규모 자본력을 바탕으로 한 C-커머스의 국내 시장 진출은 국내 유통 시장의 판도를 빠르게 변화시키고 있으며, 최근에는 한국 시장에 직접 진출하기 위한 공격적인 전략을 추진하는 등 국내 온라인 시장을 둘러싼 국내·외 업체 간 경쟁은 더욱 치열해질 것으로 전망됨.

- 물가 상승과 금리 및 환율의 지속적인 고공행진으로 기업들의 경영난이 가중되고 있음. 특히, 영세기업 비중이 높은 식품 및 외식산업은 원가 부담 증가와 소비 둔화의 영향을 상대적으로 크게 받고 있음. 2024년 4분기 식품산업과 외식산업의 경기현황지수는 각각 86.2와 71.52로 기준선(100)보다 크게 낮았으며, 2025년 1분기 전망지수 또한 98.5와 79.39로 집계되어 당분간 경기 회복이 제한적일 것으로 전망됨(한국농수산물유통공사). 특히 영세기업은 고금리·고환율 환경에 대한 대응 능력이 상대적으로 낮아 현재의 경제 여건이 지속될 경우 자금 조달에 어려움을 겪을 가능성이 있음.

- 식품제조업과 외식산업의 인력 부족률과 이직률이 타산업 대비 높고, 임금도 상대적으로 낮은 수준임. 특히 외식업의 인력 부족 문제가 보다 심각하여 정책의 실효성을 제고시키기 위한 제도 개선 필요함.

- 한편, 국내 푸드테크 시장 규모는 증가추세를 보이며, 「푸드테크 산업 육성법」 제정(2024.12.20.) 및 시행(2025.12.21.)으로 식품의 기술과의 융합을 위한 기반이 마련되고 있음. 푸드테크 산업 육성법 하위법령제정을 통해 푸드테크 산업 범위, 사업자 신고 방법 및 절차를 구체화하고, 기본계획 수립 및 산업실태조사 등이 필요함. 인공지능(AI)와 로봇 기술이 푸드테크 산업 전반에 걸쳐 이용될 주요 기술이 될 것으로 전망됨.

- 상대적으로 합리적인 가격과 높은 편의성을 제공하는 가정간편식(HMR)에 대한 수요도 지속적으로 증가하여 국내 판매액은 2025년 6조 8천억 규모로 예상됨, 프리미엄화와 냉동 제품 출시가 활발히 진행되며, 배달 전문 브랜드 증가와 쿼커머스 확대로 2025년 신선 간편식 시장이 더욱 성장할 것으로 전망됨. 또한 즉석조리식품을 중심으로 간편식 수출이 확대되고 있으며, 즉석밥과 김밥을 중심으로 빠른 성장이 예상됨.

- 2024년 K-푸드 플러스 수출액은 128억 7천만 달러로 역대 최고 실적을 달성함. 권역별로 K-Food 최대 시장은 아시아 시장(64.4%), 미주 시장(20.7%) 순서임. 세계적으로 보호무역주의 기조가 확산되고 글로벌 통상환경의 불확실성이 가중되고 있으나, 우리 농식품과 전후방산업의 인지도가 향상되고 있으므로 K-컬처를 축매로 K-Food+ 수출은 올해도 성장할 것으로 기대됨.

- 또한, 기후 변화와 환경 위기에 대한 경각심 증가, 윤리적 및 가치 소비 확대 등으로 지속가능한 소비에 대한 사회적 관심이 증가함에 따라 식품업계에서 ESG 경영이 강화되고 지속가능한 제품 개발이 확대될 것으로 전망됨.

[이계임 명예선임연구위원, 김성휘 연구원]

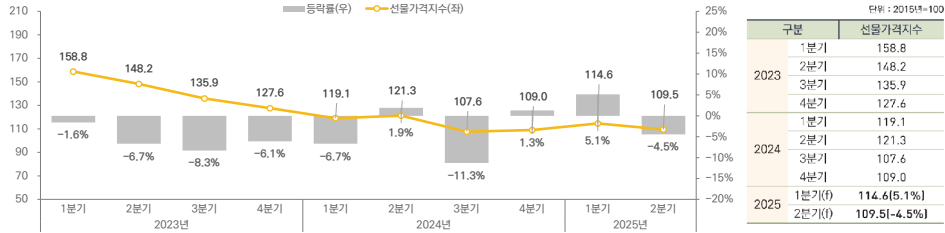
1) 2024년 4분기는 1~3분기의 전년 동기 대비 변화를 적용, 2025년은 국민계정(음식료품 제조업, 숙박 및 음식점업)의 2023 대비 2024(추정치) 증감율을 적용

① **고환율과 기후위기 심화로 식료품 및 외식 물가 상승 지속 우려, 영세 자영업자 및 물가 취약계층 집중 지원 필요**

- 러시아-우크라이나 전쟁, 중동 분쟁, 트럼프 2기 행정부의 통상정책 등은 글로벌 경제의 불확실성을 가중시키고 있으며, 국내의 정치적 상황도 경제에 불확실 요인으로 작용함. 거시경제의 바로미터인 환율이 1,450원/달러를 돌파한 현 상황은 이러한 대내외적 불확실성을 단적으로 보여줌. 한편, 2024년부터 본격적으로 체감되기 시작한 기후위기는 올해에도 지속될 것으로 전망되며, 이는 글로벌 및 국내 농산물 공급량의 변동성을 확대시킬 가능성이 큼.
- 고환율은 비료, 사료, 국제 곡물 등의 국내 도입가격 상승을 초래해 농축산업의 생산비용을 증가시키고 있음. 또한, 기후위기 및 재해로 국내 농축산물 공급량이 감소할 경우, 물가 불안을 초래할 가능성이 있음.
- 식품 및 외식산업은 원가 상승 압력 및 경기둔화 우려 등 복합적인 어려움에 직면해 있음. 정부는 영세 자영업자 및 경제적 취약계층이 식품 물가 상승으로 겪을 수 있는 어려움에 대응하기 위해 영세 자영업자 및 경제적 취약계층에 대한 지원정책을 강구해야 함.

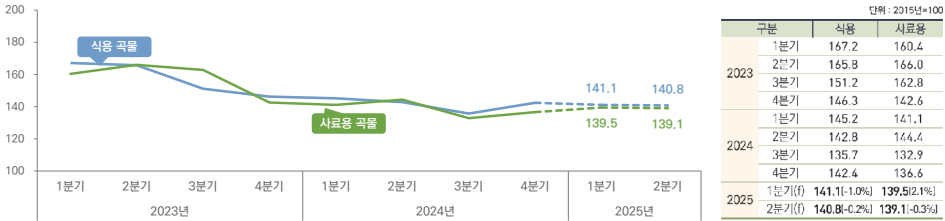
국제곡물가격 추이와 전망

- 2020년 4분기부터 급등하기 시작한 국제곡물 선물가격지수는 2022년 2분기 최대치에 도달한 후 하락하기 시작하여 2024년 3분기에는 107.6 수준까지 떨어짐. 2024년 4분기 들어 다시 상승세로 전환되어 109.0을 기록, 2025년 1분기에는 114.6까지 상승하다가 2분기에는 전분기보다 낮아질 것으로 전망됨. 선물가격지수는 3~6개월의 시차를 두고 수입단가에 영향을 미치는 것으로 알려져 있음.



주: 괄호 안은 전 분기 대비 등락률임.
자료: KREI 국제곡물관측시스템. KREI 농업관측센터 국제곡물 - 2025년 3월호 재인용.

- 구매 시기 곡제곡물의 (선물)가격, 국내 반입 시점의 환율 등에 의해 결정되는 곡물 수입단가지수는 2022년 3분기(191.0)까지 가파르게 상승했음. 이후 2024년 3분기까지 지속적으로 하락해 왔으나, 2024년 4분기와 2025년 1분기에는 식용 기준 각각 142.4, 141.1로 전망됨.
- 곡물 수입단가는 약 100.0 수준에 머물렀던 2021년 1분기에 비해 40% 이상 높은 수준임. 곡물을 주요 원재료로 하는 업종의 원가부담이 지속되고 있는 상황임.



주: 품목별 식용, 사료용의 국내 수입액 가중치 및 IHS Global Insight 대미 환율 전망치를 이용하여 산출함. 괄호 안은 전분기 대비 등락률임.
자료: KREI 국제곡물관측시스템. KREI 농업관측센터 국제곡물 - 2025년 3월호 재인용.

식료품 및 음식점 생산자물가지수 추이와 전망

- 식료품/음료품, 음식점 및 주점의 생산자물가지수는 2020년부터 2023년까지 가파르게 상승해 왔음. 2024년에도 상승세가 이어지기는 했지만 상승폭은 전년에 비해 크지 않은 수준이었음. 식료품의 경우 직전 3개년도(2020~2021, 2021~2022, 2022~2023) 평균 변화율이 7.0%였으나, 2024년에는 전년에 비해 0.8% 증가에 불과했음. 음료품의 경우 직전 3개년도 변화율이 3.6%였으나 2024년에는 3.2% 증가함. 음식점 및 주점의 경우 각각 5.5%와 3.0%임.
- 식료품제조업 영업이익률은 4% 미만으로 낮으며, 감소하는 상황임(김상호 2024). 생산자물가지수가 상승하는 추이가 이어지면서 식료품제조업의 제조원가에 영향을 미치고, 이는 영업이익률 감소 또는 소비자 가격 인상으로 작용할 것으로 전망됨.

식료품, 음료품, 음식점 및 주점 생산자물가지수 추이

	2020	2021	2022	2023	2024
식료품	100.00	104.99	115.18	122.60	123.59
음료품	100.00	101.72	107.29	111.23	114.79
음식점 및 주점	100.00	102.67	110.58	117.40	120.87

자료: 통계청, 생산자물가지수(각 연도).

- 음식료품 품목군별 생산자물가지수의 변화율을 살펴보면, 코로나19 발생 첫 해인 2020년과 가장 최근 연도인 2024년 사이의 변화율은 조미료 및 유지(40.0%), 제분(34.0%), 사료(29.3%), 제당 및 전분(21.3%) 순으로 높음. 이는 이전과 비교하면 상당히 큰 변화로, 수입의존도가 높은 원재료(유지류 및 곡물) 가격 인상으로 인해 해당 원재료 사용 비중이 높은 업종에서 생산자물가가 많이 올랐기 때문인 것으로 판단됨.

음식료품 품목군별 생산자물가지수 변화

	2012	2016	2020	2024	2012~2016 변화율	2016~2020 변화율	2020~2024 변화율
육가공품 및 낙농품	89.20	96.99	100.00	119.71	8.7%	3.1%	19.7%
수산가공품	90.61	93.92	100.00	120.69	3.7%	6.5%	20.7%
제분	93.77	98.67	100.00	134.03	5.2%	1.3%	34.0%
제당 및 전분	106.08	100.71	100.00	121.30	-5.1%	-0.7%	21.3%
떡, 과자 및 면류	89.03	95.95	100.00	120.96	7.8%	4.2%	21.0%
조미료 및 유지	100.34	97.91	100.00	139.96	-2.4%	2.1%	40.0%
기타식료품	90.56	97.90	100.00	115.65	8.1%	2.1%	15.7%

(계속)

	2012	2016	2020	2024	2012~2016 변화율	2016~2020 변화율	2020~2024 변화율
사료	98.36	95.07	100.00	129.31	-3.3%	5.2%	29.3%
주류	87.14	93.78	100.00	115.22	7.6%	6.6%	15.2%
비알콜음료 및 얼음	90.99	97.65	100.00	114.38	7.3%	2.4%	14.4%

주: 변화율(%) = (비교연도-기준연도) / (기준연도) × 100

자료: 통계청, 생산자물가지수(각 연도).

- 음식점 업종별 생산자물가지수의 변화율을 살펴보면 2020~2024년간 변화율이 비알콜알료점(6.5%)을 제외하고는 대부분 20%를 상회하는 높은 증가율을 보이고 있음(단순평균 21.8%). 이는 2012~2016년 단순평균 7.8%, 2016~2020년 9.7%보다 두 배 이상 큰 변화임.

음식료품 품목군별 생산자물가지수 변화

	2012	2016	2020	2024	2012~2016 변화율	2016~2020 변화율	2020~2024 변화율
한식	84.03	91.04	100.00	120.49	8.3%	9.8%	20.5%
중식	80.91	88.23	100.00	122.62	9.0%	13.3%	22.6%
일식	88.72	94.43	100.00	125.86	6.4%	5.9%	25.9%
서양식	87.50	92.47	100.00	119.66	5.7%	8.1%	19.7%
기관구내식	79.17	89.15	100.00	121.03	12.6%	12.2%	21.0%
햄버거 및 피자전문점	94.43	97.03	100.00	124.53	2.8%	3.1%	24.5%
치킨전문점	87.08	90.55	100.00	123.98	4.0%	10.4%	24.0%
분식 및 기타간이음식점	72.59	83.20	100.00	131.07	14.6%	20.2%	31.1%
비알콜음료점	90.47	96.33	100.00	106.51	6.5%	3.8%	6.5%

주: 변화율(%) = (비교연도-기준연도) / (기준연도) × 100

자료: 통계청, 생산자물가지수(각 연도).

향후 대응 과제

- 2025년 식품·외식산업은 고환율 및 기후위기로 인한 원재료 조달비용 증가 및 국내 경제침체로 인한 수요 충격으로 어려움이 클 전망이며, 영세업체 및 자영업자들이 경영상 어려움에 직면할 가능성이 높음.
- 정부는 영세 자영업자 및 경제적 취약계층이 식품 물가 상승으로 겪을 수 있는 어려움을 최소화할 수 있도록 지원방안을 강구할 필요가 있을 것으로 보임.

[김상호 연구위원]

② 식품외식산업 인력난 지속 전망, 고용지원 확대와 제도 개선 필요

- 식품외식산업의 인력 부족은 장기간 지속되어 왔으며, 생산연령인구 감소와 더불어 인력문제는 더 심각해질 것으로 판단됨. 단기적으로 정부의 지원정책을 적극적으로 활용하며, 장기적으로는 산업 경쟁력 제고 및 근로조건 개선을 통해 인력 부족에 대응할 필요가 있음.

식품외식산업 인력 구성 및 근로조건 현황

〈식품외식산업 취업자 구성〉

- 식품외식산업 부문 취업자는 약 260만 명(식료품 제조업+음료 제조업+음식점업·주점업)으로, 전 산업 취업자 대비 약 9%를 차지함(지역별고용조사, 2024년 상반기 기준). ‘식료품 제조업’의 경우 제조업 평균에 비해 50대 이상의 근로자 비중(43.8%)이 높으며, ‘음료 제조업’은 자동화 설비를 갖춘 장치산업으로 대졸 이상 취업자의 비중(62.2%)이 높음. ‘음식점업·주점업’의 경우 임시·일용 근로자의(37.0%) 및 비임금 근로자(자영업자 및 무급가족종사자)의 비중(36.1%)이 높은 특징을 보임.

Ⅰ 식품외식산업 취업자 구성

단위: 천 명, %

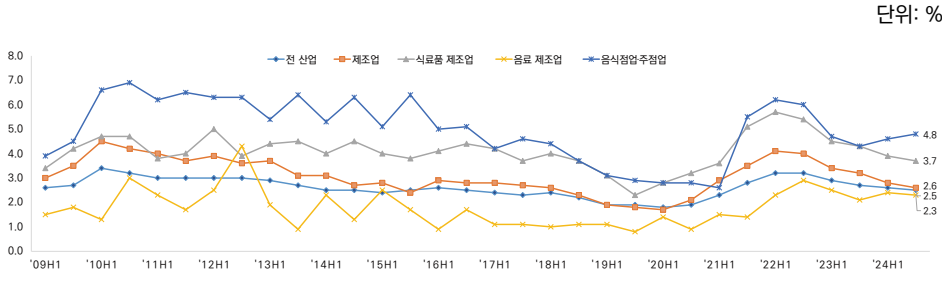
구분	취업자	종사상 지위별			교육수준			연령	
		비임금	상용	임시·일용	대졸 이상	50대	60대 이상		
전 산업	28,693 (100.0)	6,555 (22.8)	16,398 (57.1)	5,741 (20.0)	14,977 (52.2)	6,689 (23.3)	6,566 (22.9)		
제조업	4,521 (15.8)	437 (9.7)	3,738 (82.7)	346 (7.6)	2,329 (51.5)	1,119 (24.7)	598 (13.2)		
식료품 제조업	416 (1.4)	71 (17.1)	299 (71.9)	46 (11.1)	180 (43.2)	105 (25.2)	77 (18.6)		
음료 제조업	26 (0.1)	1 (5.4)	23 (89.6)	1 (4.6)	16 (62.2)	5 (20.8)	3 (11.2)		
음식점업·주점업	2,158 (7.5)	778 (36.1)	582 (27.0)	798 (37.0)	710 (32.9)	456 (21.1)	392 (18.2)		

주: ()는 전체 취업자 대비 비중임.
자료: 지역별고용조사(2024년 상반기).

〈인력 부족률과 이직률〉

- 최근 ‘식료품 제조업’과 ‘음식점업·주점업’ 인력 부족률은 각각 3.7%, 4.8%이며, 이들 산업의 인력 부족률은 일부 시기(2021년 상반기)를 제외하면 10년 이상 전 산업 및 제조업 평균 대비 높은 수준을 보였음. ‘음료 제조업’의 경우 인력 부족률은 양호하나, 인력 미충원율(구인인원 대비 미충원인원 비중)이 높은 편임.

Ⅰ 식품외식산업 인력 부족률 추이



주: 인력 부족률(%) = (부족인원)/(현원+부족인원)×100이며, ‘부족인원’은 해당 사업체를 정상적으로 운영하기 위해 현재 보다 더 필요한 인원을 의미함.
자료: 직종별사업체노동력조사(종사자 5인 이상 사업체 기준).

- 미충원율(% , 2024년 하반기, 종사자 5인 이상 사업체): 전 산업 11.1, 제조업 18.4, 식료품 제조업 19.6, 음료 제조업 30.5, 음식점업·주점업 4.6
 - * ‘미충원인원’은 사업체에서 적극적으로 구인했지만 채용하지 못한 인원을 의미
- 300인 미만 규모의 사업체는 미충원 사유로 ‘사업체에서 제시하는 임금수준 등 근로조건이 구직자의 기대와 맞지 않지 때문(24.3%)’을 가장 많이 응답

- ‘식료품 제조업’과 ‘음료 제조업’ 종사자의 이직률은 각각 4.0%, 3.1%로, 제조업 평균 이직률(2.9%)에 비해 높음. ‘음식점업·주점업’ 이직률은 10.7%로, 전 산업 평균(5.0%) 대비 2배 이상 높음. 식품외식산업 부문의 이직률 또한 타 부문 대비 높은 수준으로, 인력 부족 문제를 지속 시키는 원인이 됨.
 - 30인 미만 사업체의 이직률은 더 높게 나타나 심각하며, 특히, 30인 미만 ‘음료 제조업’ 사업체에서 임시·일용직 근로자의 이직률(56.2%)이 높은 특징

Ⅰ 식품외식산업 전 규모 및 30인 미만 사업체의 종사자 이직률

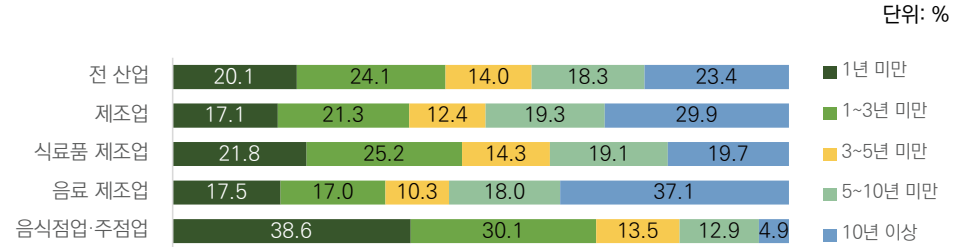
단위: %

구분	전 규모			30인 미만 사업체		
	이직률(전체)	상용	임시일용	이직률(전체)	상용	임시일용
전 산업	5.0	2.5	26.9	6.5	2.8	27.9
제조업	2.9	1.9	32.0	4.1	2.3	39.3
식료품 제조업	4.0	2.4	23.8	5.6	3.0	24.5
음료 제조업	3.1	1.5	45.2	5.8	2.1	56.2
음식점업·주점업	10.7	5.0	21.2	10.9	5.1	21.0

자료: 전국사업체노동력조사(2024년, 종사자 1인 이상 사업체 대상).

- 높은 이직률과 더불어 식품외식산업 종사자의 근속연수 또한 타 산업 대비 짧은 것으로 나타남. 1년 미만 근속 종사자 비중은 ‘식료품 제조업’에서 21.8%, ‘음료 제조업’에서 17.5%로 나타나, 제조업 평균(17.1%)에 비해 높음. ‘음식점업·주점업’의 1년 미만 근속 종사자 비중은 38.6%로 매우 높은 수준임.

Ⅰ 근속별 종사자 비중



자료: 고용형태별근로실태조사(2023년).

〈근로시간과 임금〉

- 그간 식품외식산업 임금근로자의 시간당 임금이 증가하였지만, ‘식료품 제조업’과 ‘음식점업·주점업’ 임금근로자의 시간당 임금(14,867원)은 여전히 전 산업(25,006원)과 제조업 평균(25,415원) 대비 낮은 수준임(고용형태별근로실태조사, 2023년). 식품외식산업 부문의 인력 문제는 상대적으로 열악한 근로조건에도 일부 기인하는 것으로 판단됨.

- 식품외식산업 부문의 임금근로자는 근속연수 증가에 따른 시간당 임금의 상승 폭이 다른 산업 대비 낮은 편임. 근속 1년 미만 근로자 대비 근속 10년 이상 근로자의 시간당 임금은 전 산업 기준으로는 2.2배, 제조업 기준으로는 2.1배인 데 반해, ‘음료 제조업’에서 2.0배, ‘식료품 제조업’에서 1.7배이며, ‘음식점업·주점업’에서는 1.5배에 불과함.

‘음식점업·주점업’에서는 1.5배에 불과함.

- 이직률이 높은 ‘음식점업·주점업’에서 근속연수 증가에 따른 시간당 임금 증가율이 가장 낮게 나타나, 임금근로자의 근로조건이 높은 이직률의 원인 중 하나인 것으로 추정

Ⅰ 식품외식산업 임금근로자의 근로시간과 임금

구분	총근로시간 (시간)	월임금총액 (천 원)	시간당임금 (원/시간)	근속 1년 미만		임금 비 10년 이상/ 1년 미만
				근속 1년 미만	근속 10년 이상	
전 산업	170.6	4,266	25,006	17,348	37,315	2.2
제조업	182.1	4,628	25,415	16,911	36,296	2.1
식료품 제조업	183.6	3,408	18,562	14,446	25,150	1.7
음료 제조업	183.0	4,611	25,197	17,249	34,071	2.0
음식점업·주점업	165.2	2,456	14,867	13,730	19,953	1.5

주: 시간당 임금 = 월임금총액/총근로시간
자료: 고용형태별근로실태조사(2023년).

전망과 대응 방향

- 식품외식산업 부문의 인력 수요는 향후 산업 성장에 따라 연평균 0.4% 증가할 전망으로(한국고용정보원 2023년 추정, 경제활동인구조사 취업자 기반, 2022~2027년 증가율 전망 기준), 식품외식산업의 인력 부족 문제는 2025년에도 이어질 것으로 보임.

- 정부는 인력 문제에 대응하여 고령자와 청년 고용 관련 정책을 실시하고 있음. 고령자 고용안정지원금 제도는 기업이 정년(60세) 이후에도 근로자를 계속고용하거나(고령자 계속고용장려금) 고령 인력 수를 늘린 경우에(고령자 고용지원금) 지원금을 지급하는 제도이며, 올해부터 계속고용장려금의 지원 기간을 최대 2년에서 3년으로 확대한 바 있음. ‘청년일자리도약장려금’ 또한 2025년부터 확대됨. 제조업과 음식점업 등을 포함하는 빈일자리 업종 기업이 청년을 고용할 시, 기업뿐 아니라 장기근속(18개월, 24개월) 청년 또한 장려금을 받게 되었음. 해당 제도 시행에 따라 식품제조업 및 음식점업 인력 부족 문제 대응에 긍정적일 것으로 기대됨.

- 식품외식산업은 고령자 비중이 높을 뿐 아니라, 식품외식 사업체 대다수가 우선지원대상기업(제조업 500명 이하, 숙박 및 음식점업 200명 이하) 조건에 부합
- 고용노동부는 식품업종에서 고령인력 활용의 중요성을 인지하고 『식품업종 고령인력 고용가이드』를 발간(고용노동부 보도자료, 2024. 5. 8.)²⁾

- 2024년에 시범사업으로 음식점업 외국인근로자(E-9) 고용허가제가 실시되었으며, 사업실시 중 사업 범위가 확대되었으나, 현장에서 직무 범위 등 일부 문제가 제기됨. 정부는 시범사업 평가를 토대로 추가 보완책을 마련할 계획이며, 향후 고용허가제 정책방향에 따라 외식업 인력 수급이 영향을 받을 가능성이 높음.

- 단기적으로 외국인근로자를 활용하되, 중장기적으로 내국인 고용조건 개선과 자동화로봇 활용 필요

- 식품외식 기업은 정부의 지원 정책을 활용하는 한편, 자체적으로 근로조건을 개선하여 인력을 확보하고, 근속에 대한 인센티브를 제시하여 이직률을 낮춤으로써 인력 부족 문제에 대응해야 함.

[임지은 부연구위원]

2) 고용노동부(2024), 「2024년 고령자 고용안정지원금 가이드북」.

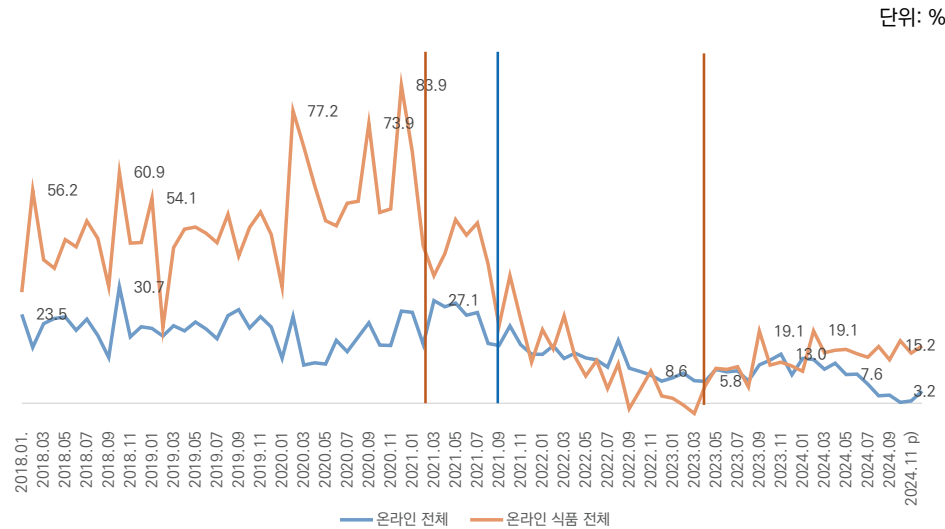
③ 성숙기에 접어든 온라인 시장, 온라인 식품 거래는 확대 전망

- 국내 온라인 시장은 급속도로 팽창하던 성장기를 지나 성숙기에 접어들며 과거 두 자릿수 성장세 대비 낮은 한 자릿수 성장률을 기록하고 있음.
- 온라인 식품 시장은 코로나19 영향 완화로 2023년 역성장을 보였으나, 2024년에는 전년 대비 13.7% 증가하면서 성장세로 전환됨. 온라인 식품 시장에서의 경쟁이 유통 및 식품 제조업 전반으로 확대되고 빅테크 기업인 네이버와 카카오 또한 온라인 식품 관련 서비스를 확대하고 있어, 2025년 온라인 식품 시장의 성장은 지속될 것으로 전망됨. 다만, 경기 침체에 따른 총수요 감소와 배달 수수료 문제로 인하여 정체할 가능성도 존재함.

여건 변화와 동향

- 2024년 연간 온라인 쇼핑 거래액은 242조 897억 원으로 전년 대비 5.8% 증가하여 한 자릿수를 기록하면서 성장세가 완화되는 경향을 보였음. 반면, 온라인 식품 거래액은 2020년 12월 코로나19 상황이 완화됨에 따라 전반적인 하락세를 보였으나, 2023년 3월 이후 회복하는 추세를 보여 2024년 76조 3,162억 원으로 전년 대비 28.6% 증가함. 온라인 거래액에서 온라인 식품 거래액이 차지하는 비중은 2019년 19.7%에서 2024년 31.5%로 11.8%p 증가함.
 - 신선 농식품 온라인 배송 확대로 소비자의 선호가 높아졌기 때문으로 판단

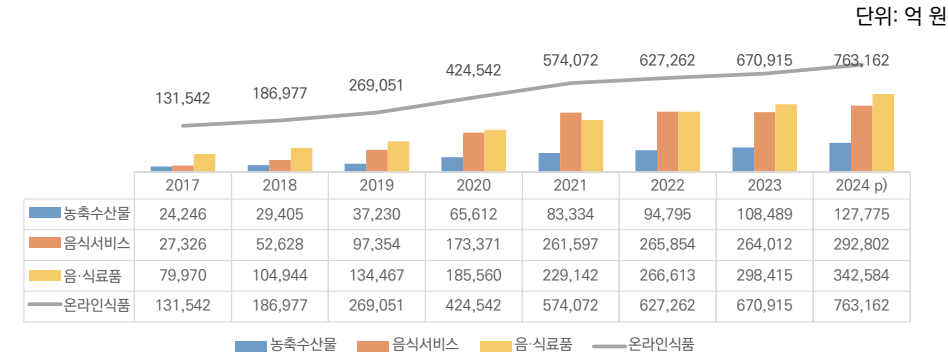
■ 온라인 쇼핑 및 온라인 식품 거래액 증감률 추이



주: 증감률은 전년 동월 대비임.
자료: 통계청, 온라인쇼핑동향조사(각 연도).

- 유형별로 농·축·수산물의 온라인 거래액은 지속적으로 증가하였고, 최근 새벽 배송과 퀵커머스(Quick Commerce)에서의 신선 배송 확대로 성장세가 지속될 것으로 전망됨. 온라인 음식 서비스는 코로나19 영향으로 2021년에 2019년 대비 169%로 크게 확대되고 음·식료품 거래액을 앞섰으나, 포스트 코로나로 전환되면서 거래 규모가 약 26조 수준에서 유지됨. 2024년(p) 온라인 음식 서비스 규모는 29조 2,802억 원으로 전년 대비 10.9%로 다소 높은 증가율을 보였는데, 이는 식품 및 외식 물가 상승으로 음식점보다 배달 및 테이크아웃을 이용하는 비중이 상대적으로 증가했기 때문으로 예측됨.

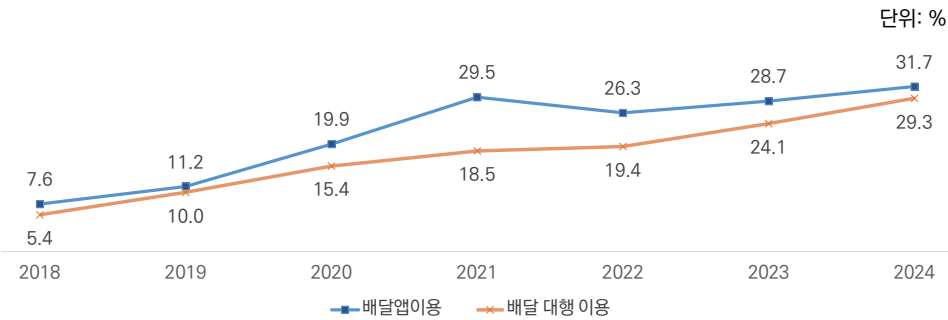
■ 온라인 식품 거래액 추이



자료: 통계청, 온라인쇼핑동향조사(각 연도).

- 외식업체의 배달앱 및 배달 대행 이용은 코로나19 이전인 2019년 각각 11.2%와 10.0%이었으나, 2024년에는 31.7%(20.5%p)와 29.3%(19.3%p)로 큰 폭으로 증가함. 소비자 연령대에 걸쳐 이용 경험이 축적되었고, 배달앱 업체 간 배달비 경쟁이 치열해지고 마케팅이 다양화되면서 2025년에도 온라인 음식 서비스 규모가 약증가세를 보일 가능성이 있음.

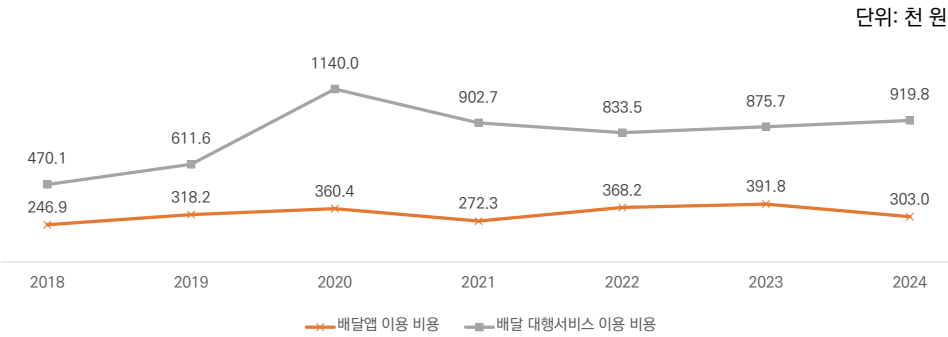
■ 외식업체 배달앱 및 배달 대행 이용 비중 추이



자료: 농림축산식품부, 외식업체경영실태조사(각 연도).

- 한편 외식업체의 배달앱 및 배달 대행 서비스 이용 확대는 비용 증가와 수익성 악화에 영향을 미칠 우려가 있음.³⁾ 외식업체의 월평균 배달앱 이용 비용은 2018년 24만 7천 원에서 2024년 30만 3천 원으로 22.7% 증가하였고, 배달 대행 서비스 이용 비용은 동기간 47만 원에서 92만 원으로 95.7% 증가함.

■ 외식업체 월평균 배달앱 및 배달 대행 비용 추이



자료: 농림축산식품부, 외식업체경영실태조사(각 연도).

3) Collison(2020), Chen et al(2022), Li et al(2020), Lim et al(2023) 등

- 외식업체의 배달플랫폼 이용에 따른 부담 완화를 위하여 2024년 7월 ‘배달플랫폼-입점 업체 상생협약체’를 발족하고, 2024년 11월 매출 규모별로 중개 수수료를 차등 적용하는 안을 제시하여 2025년 상반기에 시행 예정이나, 배달 플랫폼업체와 입점 업체의 시각 차이에 의한 논란이 지속되고 있음.

■ 배달의 민족 배달 플랫폼 상생 요금제(안)

구분	중개이용료	업주 부담 배달비	변경 후 업주 부담 배달비
현행	9.8%	1,900~2,900원	-
하위 20%	2.0% (7%p ↓)	1,900~2,900원	기존 동일
50% ~80%	6.8% (3%p ↓)	1,900~2,900원	기존 동일
35% ~50%	6.8% (3%p ↓)	2,100~3,100원	기존 +200원
상위 35%	7.8% (2%p ↓)	2,400~3,400원	기존 +500원

자료: WOOWABROS(<https://www.woowahan.com>).

전망과 대응 과제

- 2024년 주요 유통업체의 온라인 매출 증가율이 15.0%로 오프라인 매출 증가율 2.0%와 큰 격차를 보이고 있고, 온라인 식품 시장에서의 경쟁이 기존 이커머스 기업들뿐만 아니라 유통·식품 제조업체와 네이버·카카오 등 빅테크 업체로 확대되고 있어, 온라인 식품 시장 성장은 지속될 것으로 전망됨.
 - 농·축·수산물은 새벽 배송과 퀵커머스와 같은 신선 식품의 빠른 배송과 배송지역 확대 등으로 성장세가 지속될 것으로 전망
 - 온라인 음식 서비스는 배달업체 경쟁 확대로 약증가세를 전망할 수 있으나, 외식업체의 배달 수수료 부담과 이중가격제 도입으로 인한 소비자 부담 등으로 인하여 정체 가능
- 영세한 소상공인이 많은 외식업계의 온라인 거래로의 전환은 고정비 부담을 낮추고, 주문량 증가로 인한 매출 증대와 직원 감축 등으로 수익률에 긍정적 영향을 미칠 수 있으나, 급격한 영업환경 변화에 적응하고 대응하는 것이 용이하지 않아 비대면 마케팅 역량 강화, 소비자 편의성 제고, 비대면 서비스로의 전환 등에 지원이 필요함.
- 또한, 국내 경기 침체에 따른 총수요의 감소와 배달 수수료 증가로 외식업체의 부담이 가중되는 상황이므로 외식업체의 경영안정과 부담 완화를 위한 배달 수수료 문제 해결이 필요한 상황임.

[박성진 연구위원]

④ 푸드테크산업 육성법 제정으로 성장기반 구축 본격화

● 정부는 푸드테크⁴⁾ 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 기반이 마련되고 있음. 전 세계적으로 신성장 산업으로 각광을 받고있는 푸드테크 산업에 대해 국내 시장규모, CES 2025를 통해 본 푸드테크 기술 전망, 법률 및 제도 등 산업 성장기반, 푸드테크산업 동향 및 전망을 살펴봄.

동향과 전망

< 푸드테크 시장규모 >

- 국내 푸드테크 시장규모는, 2022년 기준 73조 5,800억 원으로 추산되어 전년(67조 1,472억 원) 대비 9.6% 증가한 것으로 확인됨. 식품유통(49.1%), 외식 혁신서비스(36.3%), 대체식품, 간편식품, 케어푸드를 포함하는 신식품(14.3%) 순서로 큼.
 - 분야별 성장률은 식품로봇을 포함하는 식품제조(22.0%), 식품유통(전년 대비 15.5%), 신식품(11.3%), 외식 혁신서비스(1.7%) 순서
- 국내 푸드테크 시장규모는 2020년 61조원에서 2022년 73조 5,800억 원으로 연평균 10% 수준으로 성장하였으며, 당분간 이러한 수준은 유지할 것으로 전망됨.

< CES 2025를 통해 본 푸드테크 기술 전망 >

- 산업에서 기술과의 융합이 중요해지면서 매년 1월 미국에서 열리는 세계 미국소비자기술협회(CTA) 주최 CES(Consumer Electronics Show)에 대한 관심이 높음. CES 2018부터 푸드테크 관련 기업 참여도가 높아 시장의 주목도가 높아지면서 CES 2022에서는 푸드테크를 5개 기술트렌드 중 하나로 선정됨. CES 2023은 웹3.0/메타버스가 주요 테마로 소비자와 접점을 형성하는 기술 또는 농업 자동화 제품 등이 주목을 받았다면, CES 2024는 인공지능이 주요 테마임. CES 2025는 “다이버 인(DIVE IN)’을 주제로 한층 더 발전한 인공지능과 로봇 기술을 통해 전 세계의 문제를 해결할 가능성을 찾아내고자 하였음.
 - CES 2025에는 166개국 4,800개 기업이 참여(한국은 미국, 중국에 이어 세 번째로 많은 1,031개사 참여), CES 2025의 주요 트렌드는 10가지로 ▲AI(인공지능) ▲로봇 ▲모빌리티 ▲스마트홈 ▲XR(확장현실) ▲디지털 헬스케어 ▲라이프스타일 테크 ▲스페이스 테크 ▲ESG(환경·사회·지배구조) ▲스타트업

I CES 2021~2025의 핵심 키워드

CES2021	CES2022	CES2023	CES2024	CES2025
- ESG - 5G - 롤러블 - 헬스케어	- 로보틱스, - 그린테크 - 스페이스 테크	- AI - 모빌리티 - 메타버스 - 디지털 헬스케어	- 생성형AI - 온디바이스AI - 모빌리티 - 디지털 헬스케어	- AI - SDV(Software Defined Vehicle) - 디지털 치료 - 에너지전환 - 라이프스타일 테크

자료: 삼정KPMG, CES 2025로 본 미래 산업 트렌드

4) 푸드테크(FoodTech)는 식품(Food)과 기술(Technology)의 합성어로 식품의 생산·유통·소비 전반에 IT·BT·AI 등 첨단 기술 등이 결합된 新산업을 의미

- CES 2025에서 한국 기업이 19개의 최고혁신상 중 12개를, 461개의 혁신상 중 210개를 차지하여 글로벌 기술강국임을 입증함. 올해 푸드·에그테크(Food & Ag Tech) 분야는 자연과 인간의 조화를 실현하려는 기술에 주목했음.
 - (주)대동의 AI 기반 가정용 재배기는 온도, 습도, 빛을 자동제어하고 작물 생육 데이터를 분석해 좁은 도심 공간에서 스마트파밍을 실현
 - 미드바르의 에어팜은 공기 팽창식 올인원 스마트팜으로 에어로포닉스와 IoT기술을 결합해 별도의 수전 시설 없이도 스마트팜 운영이 가능하도록 혁신, 메타파머스의 메타파머는 온실에서 토마토와 딸기 수확을 자동화하고 원격 제어시스템으로 노동력을 대폭 절감
 - 슈팜과 이화여대는 3D프린팅으로 스테이크 형태 대체육을 제작, 인네이처는 물을 채운 다층구조의 물도리월로 온실 내 에너지소비를 줄이고 효율적 환경 관리, 토트는 과일 포장기 모듈시스템으로 다양한 크기의 과일을 빠르고 정밀하게 포장하는 생산공정 혁신

< 푸드테크 산업 성장기반 >

- 정부는 2020년부터 푸드테크산업 생태계 구축을 위해 전문인력 양성 사업, 연구지원센터 구축, 식품의 기준 및 규격, 푸드테크분야 한국산업표준 등 기반을 마련하고 있음.
 - 농식품부는 현재 서울대, 고려대(세종), 한양대, 경희대, 전남대, 전북대, 전주대, 포항공대 등 8개 학교에 푸드테크 계약학과를 운영
- 시설·장비를 갖추고 기업의 시제품 개발과 기술 실증 등을 지원하는 종합시설인 푸드테크 연구지원센터를 5개 지방자치단체에 분야별로 설립하고 있음.
 - 2024년 익산(대체식품), 나주(업사이클링), 포항(식품로봇)이 선정되었고, 2025년 과천·춘천(맞춤형식품), 경북의성(세포배양)이 선정되어 2027년까지 구축 예정
- 정부는 대체식품으로 표시하여 판매하는 식품의 기준 및 규격 고시(2023.8.31.)를 통해 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 2023년부터 국내외 기준·기술 동향, 제품을 분석하고 이해관계자 의견수렴을 거쳐 2024년 12월 30일 푸드테크분야 한국산업표준 4종(▲식물성 대체식품에 대한 일반 요구사항 ▲식물성 대체식품 ▲업사이클 식품에 대한 일반 요구사항 ▲식품 3D 프린팅 기술)을 신설함.
 - 식물성 대체식품, 업사이클 식품, 식품 3D 프린팅 기술과 관련된 각종 용어 정의, 분류 기준 및 구비 요건, 기술 제조공정 및 성능 지표, 표시 방법 등에 대한 표준이 마련돼 식품 품질 향상 및 소비자 권익 증진에 기여 전망
- 정부의 푸드테크산업 육성을 위한 시스템 구축이 종합적·체계적인 정책 수립과 사업 집행으로 연결되기 위해서는 법률 제정을 통해 명확한 법적 토대를 마련할 필요성이 있음. 「푸드테크 산업 육성법」이 제정(2024.12.20.) 되었고, 시행(2025.12.21.)을 앞두고 있는 상황임.
 - 한편, 광의의 푸드테크 개념을 볼 때 식품소재 분야는 「그린바이오산업 육성에 관한 법률」, 디지털 육종, 스마트팜, 스마트 축산·유통, 정밀농업 등은 「스마트농업 육성 및 지원에 관한 법률」의 정책 범주에 포함



자료: 농림축산식품부

- 향후 푸드테크산업 육성법 제2조에 따라 푸드테크 범위는 대통령령, 부령 등 하위법령에서 구체화시킬 필요가 있음.
 - (제2조 1항) “푸드테크”란 「식품안전기본법」 제2조제1호에 따른 식품과 관련된 제조·유통, 외식 서비스 등에 이용되는 첨단·혁신기술로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다
- 푸드테크 산업 중 투자가 활발한 분야는 식품로봇이며, 관심 및 이슈분야는 세포배양육임.
 - 최근 푸드테크 로봇은 배달·서빙로봇 중심에서 조리용 협동로봇 중심으로 대기업의 투자가 활발하게 진행, 향후 휴게소 및 역 등으로 우선 확대 전망
 - 싱가포르(2020년), 미국(2023년), 이스라엘(2024.1.18.) 3개국에서 4업체(싱가포르: 굿미트, 호주 바우, 미국: 굿미트, 이스라엘: 알레프팜) 배양육 시판이 허용되었고, EU도 배양육의 상용화를 위한 규제 프레임워크를 개발하여 배양육 시식 허가 법안 발효(2024.7.). 네덜란드 모사미트(2024.4.)와 영국 아이비팜테크놀로지(2024.2.)는 각 국가에서 첫 시식회를 하였으며, 한국 셀미트는 아이슬란드에서 시식회 이후 캐비아, 큐브 새우, 어묵 등 제품 라인업 구축 중
 - 경북의성이 2024년 세포배양식품 규제자유특구로 지정되어 식품용 세포은행 구축, 대량생산 및 상용화 실증사업이 2025~2026년 진행 예정

이슈 및 대응 방안

- 푸드테크산업 육성법 하위법령제정을 통해 푸드테크 산업 범위, 사업자 신고 방법 및 절차를 구체화하고, 기본계획 수립 및 산업실태조사 등이 필요함.
 - 푸드테크산업 범위가 비식품 분야(푸드테크와 관련된 소재·부품·장비·소프트웨어 등의 개발·생산·유통)까지 포함해 광범위하게 확장될 가능성이 있으므로 하위법령을 통해 정부의 정책 지원 대상 등을 명확하게 규정 필요
 - 농업과 식품의 동반성장·상생협력 사례 발굴을 통해 푸드테크 산업 육성의 당위성을 마련 필요
- CES 2025에서 보았듯이 인공지능(AI)와 로봇 기술은 푸드테크 산업 전반에 걸쳐 이용될 주요 기술이 될 것임. 특히, 저출산, 고령화로 인한 노동력 부족 문제 해결을 위해 로봇 기술개발 및 상용화는 상당히 탄력을 받을 것임.
 - 로봇 필수부품의 국산화율을 높이는 로봇 기술개발 필요

⑤ 간편식 소비 보편화, 맞춤형 차별화와 수출 외연 확장

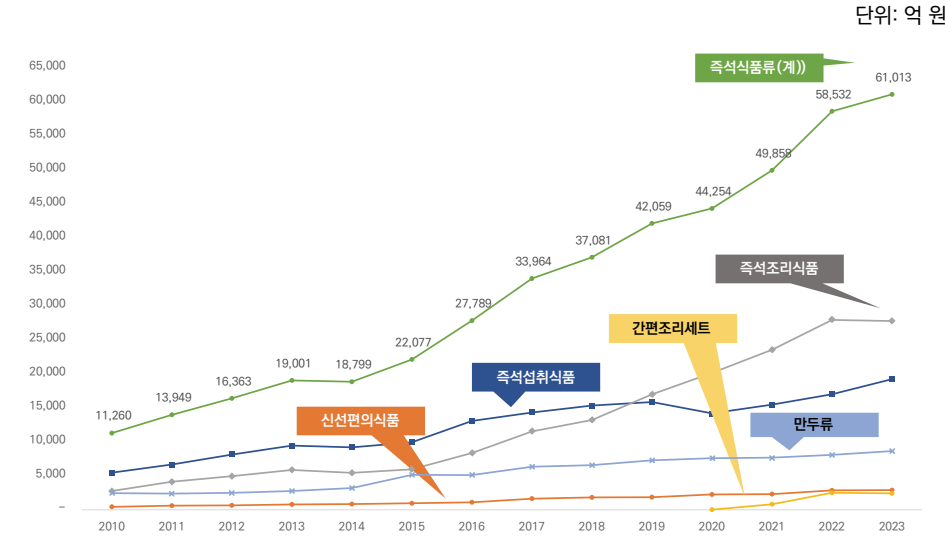
- 포스트 코로나 시대가 안정화되면서 외식 소비가 계속해서 확대되고 있지만, 1인 가구 증가와 맞벌이 가구의 지속적인 확대를 배경으로 편리성 지향 소비 트렌드는 2025년에도 계속될 것으로 예상됨. 고물가와 경기 불확실성이 지속되면서 식품 소비의 전반적인 부담이 커질 것으로 보이며, 이에 따라 상대적으로 합리적인 가격과 높은 편의성을 제공하는 가정간편식(HMR)에 대한 수요는 지속적으로 증가할 것으로 전망됨.

동향과 전망

■ 2025년 간편식 판매액 6조 8천억 원대 규모 예상

- 간편식(즉석식품류) 국내 판매액은 2023년 6조 1,013억 원으로 전년도에 비해 4.2% 확대됨. 간편식 국내 판매액이 2015~2022년간 연평균 14.9%의 높은 증가율을 보여 왔으나, 2023년에는 전년 대비 증가율이 완만한 성장세로 전환됨.
- 간편식 유형별로는 2010년대 이전에는 즉석섭취식품 판매액이 많았으나, 2015년 이후 즉석조리식품이 빠르게 증가하여 2019년 이후 가장 큰 비중을 점하게 됨. 2023년 유형별 판매액 비중은 즉석조리식품 45.4%, 즉석섭취식품 31.4%임.
- 즉석조리식품의 국내 판매액은 2015년 5,946억 원에서 2022년 2조 7,886억 원으로 연평균 24.7%의 높은 증가율을 기록하였으나, 2023년 국내 판매액은 2조 7,727원으로 전년 대비 0.6% 감소하여 전년도와 비슷한 규모임. 한편 2023년 유형별 전년 대비 증감률은 즉석섭취식품 +13.1%, 신선편의식품 +1.2%, 즉석조리식품 -0.6%, 간편조리세트 -3.4%, 만두류 +6.8%로 즉석섭취식품이 가장 높은 증가율을 나타냄.

▶ 가정간편식(즉석식품류) 국내 판매액 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 등의 생산실적, (각 연도).

- 즉석섭취식품에서 특히 도시락과 김밥의 판매액이 각각 23.4%, 18.3%로 크게 증가, 프리미엄 도시락과 김밥 종류가 확대되고 외식 물가 부담으로 식사대용 즉석섭취식품으로 일부 수요가 대체된 데 기인한 것으로 판단
- 즉석조리식품 추세 향후 지속 여부는 주목 필요, 2023년 품목별로 스프와 탕 판매액 증가 반면 국은 8.5% 감소

- 2025년 간편식의 국내 판매액 규모를 추정하기 위해 POS 데이터를 활용한 2024년(1~3분기) 전년 동기 대비 증가율과 식약처의 간편식 국내 판매액 2022/2023 전년 동기 대비 매출액 평균 증가율을 감안하면 약 6조 8천억 원 규모로 추정됨.⁵⁾

■ 프리미엄 제품과 맞춤형 실속 제품이 동시에 성장

- 통계청의 ‘가계동향조사’ 원시자료를 이용하여 2024년 가구의 가공식품 품목별 월평균 지출액을 분석한 결과, 즉석동결식품 지출수준이 4번째로 높은 순위를 차지함.⁶⁾

- 2025년에는 고물가 지속과 개인화된 소비 트렌드 확산에 따라 간편식 시장에서도 프리미엄화와 냉동 제품 출시가 활발히 진행될 것으로 전망됨. 프리미엄 간편식 시장은 개인 맞춤형 영양 설계, 지속가능한 식재료 활용, 특화된 기능성 제품 중심으로 성장이 지속될 것임. 고물가 지속으로 합리적 가격의 냉동제품 수요가 증가하고 냉동기술 발전으로 재료 본연의 맛과 식감까지 유지하면서 냉동간편식 상품군도 빠르게 확장할 것으로 전망됨.

- 온라인 및 무인 매장을 통한 고급 간편식 전문 코너가 확대되고, 유명 푸드 크리에이터, 로컬 프리미엄 브랜드, 미쉐린 셰프와의 협업 제품 등이 프리미엄 간편식 시장의 주요 성장 동력이 될 것으로 보임. 또한 간편하면서도 체계적으로 건강을 관리하려는 스마트 헬스 푸드 트렌드가 확산되면서, 개인 맞춤형 영양 성분 강화, 유산균/오메가3/식물성 단백질 함유 등 기능성 중심의 간편식 출시가 더욱 증가할 전망임.

■ 간편식 온라인 구매 비중 증가, 오프라인에선 대형마트와 편의점 확대

- 배달 전문 브랜드의 증가와 쿠팡커머스 확대로 인해 2025년 신선 간편식 시장이 더욱 성장할 것으로 예상됨. 국내 대형마트는 즉석조리 매장을 강화하고 PB 상품 개발을 확대해 소비자에게 합리적인 가격대의 신선 간편식을 제공할 것으로 보이며, 편의점에서도 한 끼 식사형 간편식(HMR) 제품군을 다양화하여 접근성과 선택지를 넓히면서 간편식 소비층을 더욱 확대할 것으로 전망됨.

- 편의점 간편식 판매액 증가율은 최근 1년(2023년 1분기~2024년 3분기)간 29.1%로 크게 증가, 대형마트는 동기간 3.9% 증가(마켓링크)

- 소비자들이 온라인으로 간편식을 구입하는 비중(2024 가공식품 소비자태도조사 성인 조사결과)이 지출액 기준 46.6%로 절반 가까운 수준이며, 1인 가구는 해당 비중이 51.8%로 타 가구 대비 높은 특징을 나타냄. 간편식의 경우 1인분 단위 구입/이용이 용이하기 때문으로 보임.

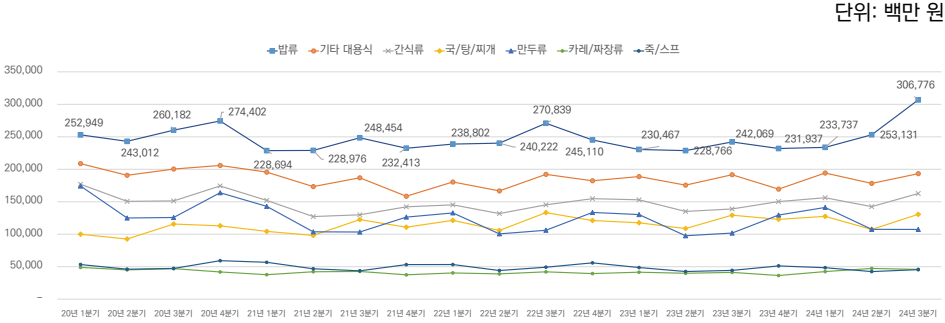
■ 간편식 종류별로 국/탕/찌개류가 가장 높은 매출 증가율, 밥류는 2024년 3분기 급성장으로 점유율 확대

- 최근 1년(2023년 1분기~2024년 3분기) 동안 국/탕/찌개류의 매출 증가율이 가장 높았으며, 2024년 3분기에는 전년 대비 21.7% 증가하며 큰 성장세를 보임. 편의점과 대형마트에서 판매되는 냉동 국/탕 제품군의 다양화가 주요 원인으로 분석됨.

- 밥류(즉석밥 및 컵밥)는 2024년 3분기 급성장을 기록하며 시장 내 점유율이 확대되는 양상을 보임. 3분기 신선식품/외식 물가 상승과 여름철 긴 폭염의 영향을 받은 것으로 추정됨. 간식류와 기타 대용식은 분기별 매출 변동성이 큰 특징을 보임.

5) 2024년 판매액은 2023년 판매액×2024(1~3분기)가구의 간편식 전년 동기 대비 증감율(마켓링크, POS 데이터) (6.9%), 2025년 판매액은 2024년 판매액 추정치에 2022/2023 대비 매출액 평균 증감율(4.2%)을 적용
6) 본 웹진 작성에 활용한 가계동향조사 원시자료의 DOI번호는 10.23333/R.101006.001임.

▶ 간편식 주요 품목 매출액 추이



자료: 마켓링크, (각 분기).

■ 간편식에 대한 식품안전관리 및 영양 강화 입법 가시화

- 소비자를 대상으로 간편식을 구입하지 않는 이유를 조사한 결과, ‘안전성이 염려된다’는 응답이 13.5%로 전년 대비 2.7%p 증가, ‘균형잡힌 영양섭취를 할 수 없을 것 같아서’는 12.1%로 4.3%p 증가함(2024 가공식품 소비자 태도조사).

- 식품의약품안전처는 2024년 8월에 모든 가공식품에 대해 2026년부터 단계적으로 영양표시를 의무화할 것을 발표하였는데, 대상 식품에 즉석섭취·편의식품류(신선편의식품, 간편조리세트)가 포함됨.

■ K-푸드 HMR 시장의 성장

- 2023년 간편식 수출량은 55,985톤으로, 즉석조리식품을 중심으로 빠르게 증가하고 있음. 즉석조리식품의 수출량이 코로나19 이전인 2019년에는 11,298톤에서 2023년 40,879톤으로 3.6배 규모로 확대됨.

- 특히 가공밥의 2023년 수출액은 977억 원으로 2022년 대비 29.2% 증가하며 역대 최대치를 기록했으며, 즉석밥이 796억 원(81.4%), 김밥이 182억 원(18.6%)으로 주요 수출 품목을 구성함(가공식품 세분시장 조사).

이슈 및 대응 방안

- 2025년 간편식 시장 규모는 6조 8천억대로 추정되며, 맞춤형 건강식, 지속가능성, 기능성 식품을 중심으로 성장할 전망임. AI 기반 추천 시스템, 스마트 레시피, 친환경 패키징 도입이 활발해지며, 소비자 맞춤형 제품군이 확대될 것으로 예상됨. 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 전망임. 외식업체들은 B2B 협업과 해외 시장 맞춤형 제품 개발을 강화하고, 대형마트 및 쿠팡커머스 플랫폼과 연계하여 유통망을 확대할 것으로 예상됨.

- 식품 안전 및 영양 기준 강화, 글로벌 수출 인증 확대 등 정책 변화가 예상되며, 이에 대응한 지속가능한 생산체계 구축과 프리미엄 제품 개발이 필수적임. 정책적으로는 맞춤형 간편식 개발, 중소기업의 글로벌 시장 진출 지원, 지역 특산물 기반 차별화 전략 마련 등이 필요함.

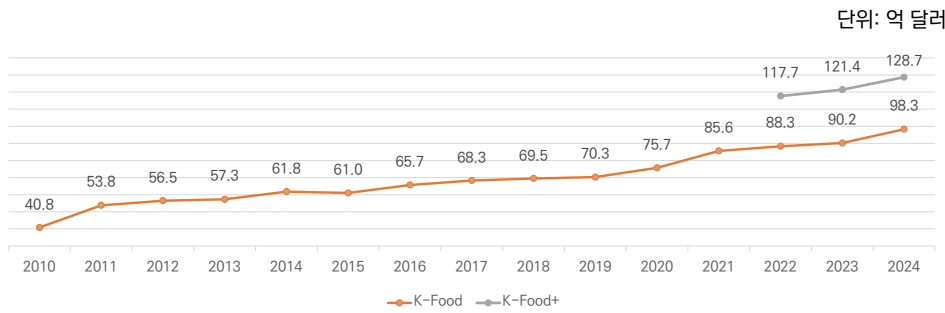
⑥ K-푸드 플러스(K-Food+) 수출 성장세 지속, 역대 최고액 갱신

- 농식품 수출이 해마다 갱신되는 등 농식품이 국가적 차원에서 新수출유망산업으로 부각되고 있으며, 농식품 수출 확대는 정부의 핵심과제로 그 중요성이 더해지고 있음. 트럼프 2기 정부의 출범으로 글로벌 통상환경은 불확실성이 증대되고 있지만, 세계적인 K-Food 확산 추세와 정부의 적극적인 수출 지원 등으로 2025년 K-Food+ 수출액은 140억 달러를 목표로 하고 있음.

현황 및 최근 동향

- 세계적인 경기불황에도 불구하고 2024년 K-Food+ 수출액은 128억 7천만 달러로, 역대 최대 실적을 달성하였음. 라면, 냉동김밥과 같은 쌀가공품 등 K-Food 확산에 힘입어 전년 대비 수출 성장세도 2023년의 2.2%에 비하여 2024년은 6.0%로 증가하여 더욱 고무적인 결과임.

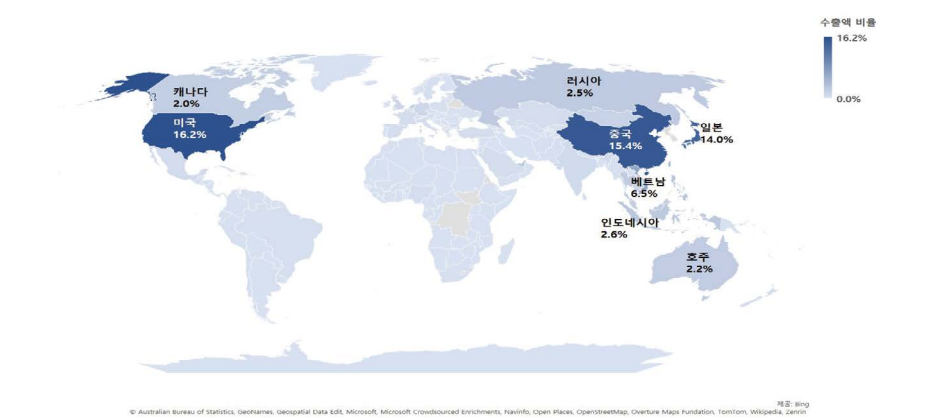
K-Food+ 수출액 추이



- 주 1) 수출액은 한국농수산물유통공사 농식품수출정보의 공식 제공 통계와 보도자료를 사용하여 산출한 것으로, 일부 발표 자료와는 약간의 차이가 있을 수 있음.
- 2) K-푸드 플러스(K-Food+)란, 농식품(K-Food)에 스마트팜과 농기자재, 펫푸드, 동물용의약품 등 농식품 전후방산업을 포함(+한 것으로, 농식품과 그 전후방산업을 아우르는 의미임.
- 자료: 한국농수산물유통공사 농식품수출정보; 농림축산식품부 보도자료(2025. 1. 7.) “2024년 케이-푸드 플러스(K-Food+) 수출액 130억달러 돌파, 역대 최고 실적”을 참고하여 저자 작성.

- 우리나라 농식품은 연도별 편차는 있지만 전 세계 200여 개국으로 수출되고 있어, 전세계 대부분의 국가에 K-Food가 전파되고 있음. 그중에서도 미국, 중국, 일본, 베트남, 인도네시아, 호주 등 주로 한태평양국가들을 중심으로 K-Food 수출이 집중되어 있음.

한국의 대세계 농식품 수출 비율(2024년 기준)



주: 국가별 수출 비율은 한국농수산물유통공사 농식품수출정보의 2024년 농식품 수출액 기준임.
자료: 한국농수산물유통공사 농식품수출정보를 가공하여 저자 작성.

- 권역별로 살펴볼 때, K-Food 최대 시장은 중국, 일본, 베트남, 인도네시아가 위치한 아시아 시장으로 전체의 64.4%를 차지하고 있음. 그 다음으로 큰 시장은 미국과 캐나다가 위치한 미주 시장(20.7%)임.
 - 2020년에 비하여 모든 권역에서 K-Food 수출이 성장하고 있는 추세이지만, 그중에서도 유럽과 미주 시장의 성장세가 두드러짐. 2020년 이후 K-Food 수출 연평균 성장률은 유럽은 14.9%이고 미주는 9.0%로 다른 권역에 비해 높은 수준임. 코로나19를 계기로 김치와 홍삼 등이 건강식으로 알려져 서구권으로의 수출이 증대되었으며, K-Pop, K-드라마와 같은 K-컨텐츠들의 관심도가 증대됨에 따라 K-Food 수출도 더욱 확산되는 추세임.
 - 반면, 소득이 낮은 아프리카 권역으로의 연평균 수출 증가율은 2.4% 로 가장 낮은 수준

국가 권역별 수출 비중 및 수출 증가율

단위: %

구분		아시아	중동	유럽	아프리카	오세아니아	미주
점유율	2020	68.9	5.3	5.3	1.3	3.2	19.0
	2024	64.4	4.8	7.2	1.1	3.1	20.7
2020~2024 연평균 수출 증가율		4.9	4.1	14.9	2.4	5.7	9.0

주: 한국농수산물유통공사 농식품수출정보의 농식품 수출액을 기준으로 산출한 비율임.
자료: 한국농수산물유통공사 농식품수출정보

- 주요 수출품을 살펴보면, 라면, 과자류, 음료, 소스류, 커피조제품 등 주로 가공품이며, 국내 농업생산과 연관성이 있는 품목은 인삼류, 쌀가공식품, 김치, 딸기, 배 등임.
 - 농식품 전체 수출은 전년대비 8.9% 성장하였으며, 특히 라면, 과자류, 음료, 쌀가공식품에서의 수출높은 수출 성장세
 - 딸기, 배와 같은 신선농산물은 전년대비 수출이 감소하였으며, 특히 배는 기후 등 국내 생산의 영향으로 전년 대비 수출이 큰 폭으로 감소
- 농약, 동물용의약품, 스마트팜, 농기계 등을 포함하는 농식품의 전후방산업은 농기계 수출감소로 전년 대비 다소 감소하였으나, 농약 수출은 전년 대비 상당 수준 증가하였음.
 - 반려동물 인구증가로 인해 관련 수요가 증가함에 따라 동물용의약품과 펫푸드 수출도 전년 대비 증가

K-Food+ 주요 품목별 수출 실적

단위: %

구분	2023년	2024년	변화율
K-Food+ (A+B)	12,143.8	12,872.9	6.0
농식품 (A)	9,022.3	9,825.9	8.9
라면	952.4	1,248.4	31.1
과자류	656.3	770.4	17.4
음료	572.3	662.7	15.8
소스류	378.5	393.9	4.1

(계속)

구분	2023년	2024년	변화율
커피조제품	326.3	335.0	2.7
인삼류	260.2	249.3	△4.2
쌀가공식품	216.2	299.2	38.4
김치	155.6	163.6	5.1
딸기	71.1	69.3	△2.5
배	74.5	58.9	△20.9
전후방산업 (B)	3,121.5	3,047	△2.4
농약	499	806.9	61.7
동물용의약품	257.6	280.9	9.0
펫푸드	149.8	160.9	7.4
스마트팜	296.4	240.8	△18.8
농기계	1,529.4	1,202.4	△21.4

주: 스마트팜 수출 실적은 수주 실적을 포함함.
자료: 한국농수산물유통공사 농식품수출정보; 농림축산식품부 보도자료(2025. 1. 7.) “2024년 케이-푸드 플러스(K-Food+) 수출액 130억달러 돌파, 역대 최고 실적”을 참고하여 저자 작성.

이슈와 전망

- 세계적으로 보호무역주의 기조가 확산되고 있으며, 특히 트럼프 2기 정부가 들어서면서 글로벌 통상환경의 불확실성이 가중되고 있음. 또한 기후변화로 인해 국내외 생산환경에도 불확실성이 증대되는 등 세계시장의 전망은 밝지만은 않음.
- 한편, 한류 심리지수⁷⁾는 2022년 119.3에서 2023년 123.3으로 증가하는 등, 전 세계 한류 확산에 힘입어 우리 농식품과 전후방산업의 인지도도 향상되고 있음. 특히 고소득국가 주로 분포한 유럽과 미주 지역에서의 K-Food 수출 증가율이 높은 것은 향후 K-Food+의 질적성장 측면에서 고무적인 현상임. 따라서 글로벌 생산 및 통상환경의 불확실성 증대에도 불구하고 K-컬처를 촉매로 K-Food+ 수출은 올해도 성장할 것으로 기대됨.
 - 다만 농식품 수출이 국내 농업생산과의 연계성이 떨어지는 가공식품 위주로 성장하고 있어, 농식품 수출이 국내 농업과 동반 성장할 수 있는 기반 마련 필요
 - 지속가능한 수출 확대 측면에서 K-Food+ 수출과 ODA와의 연계성을 높일 필요가 있음. 아프리카는 현재 K-Food 수출증대가 가장 저조한 권역이지만, 향후 개도국들의 소득증대에 따라 우리 농식품 수출증대도 확대될 가능성이 있음. 따라서 지속적으로 확대되고 있는 ODA를 잘 활용하여 수원국의 성장도 돕고, 이를 통해 수출도 확대할 수 있는 전략 마련 필요

[정대희 부연구위원]

7) 한국국제문화교류진흥원(KOFICE) 자료 참조.

⑦ 식품시스템 지속가능성 확보를 위한 농식품업계 노력 확산

- 기후변화, 팬데믹, 공급망 교란 등으로 인해 지난 몇 년 간 전세계 식품시스템의 지속가능성은 지속적으로 위협받고 있음. 농식품업계에서 디지털 전환, 인공지능(AI) 발전, 그린바이오, 푸드테크 등을 활용한 대응 노력이 새 트렌드를 형성하고 있으며, 더욱 가속화될 전망임.

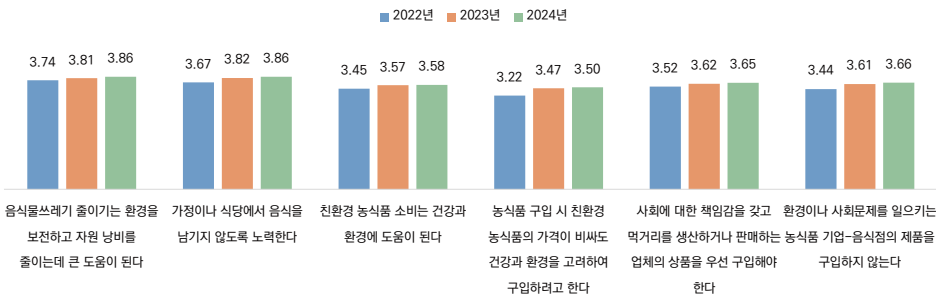
최근 동향과 이슈

- 지속가능한 식품시스템은 경제적 이익 창출이 가능해야 하며, 사회전반에 걸쳐 폭넓은 혜택을 제공하고, 자연환경에 긍정적/중립적 영향을 미쳐야 함(FAO(2018)). 국내 식품기업은 변화하는 환경 속에서 윤리적이고 지속가능한 소비 증대에 부응하며 식품시스템의 사회·환경적 지속가능성을, 안정적 공급망 확보 노력을 통해 경제적 지속가능성에 힘쓰고 있음.

■ 윤리적·지속가능한 소비 증가 대응을 통한 식품시스템의 사회·환경적 지속가능성 확보

- 기후 변화와 환경 위기에 대한 경각심 증가, 윤리적 소비 및 가치 소비 확대, 정부 및 국제기구의 정책 강화 등으로 인해 지속가능한 소비에 대한 사회적 관심은 증가하고 있음. 이에 식품업계에서는 ESG 경영이 강화되고 있으며 기술 발전과 지속가능한 제품 개발이 증가하고 있음.

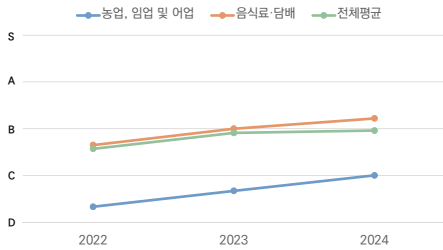
Ⅰ 지속가능한 소비에 대한 소비자 관심 변화



자료: 한국농촌경제연구원, 「식품소비행태조사」, 각 연도.

- [지속가능한 경영, ESG 등급] 농식품업계의 지속가능성 강화 노력은 기업의 지속가능경영을 측정하는 ESG 공시 등급에서 나타남.

Ⅰ 2022-2024년 ESG 등급 변화



주 1) 한국ESG기준원 기준 등급

2) S: 탁월, A+: 매우 우수, A: 우수, B+: 양호, B: 다소 취약, C: 취약, D: 매우 취약

자료: KRX ESG 포털, ESG 가입 식품산업 통계(<https://esg.krx.co.kr/>).

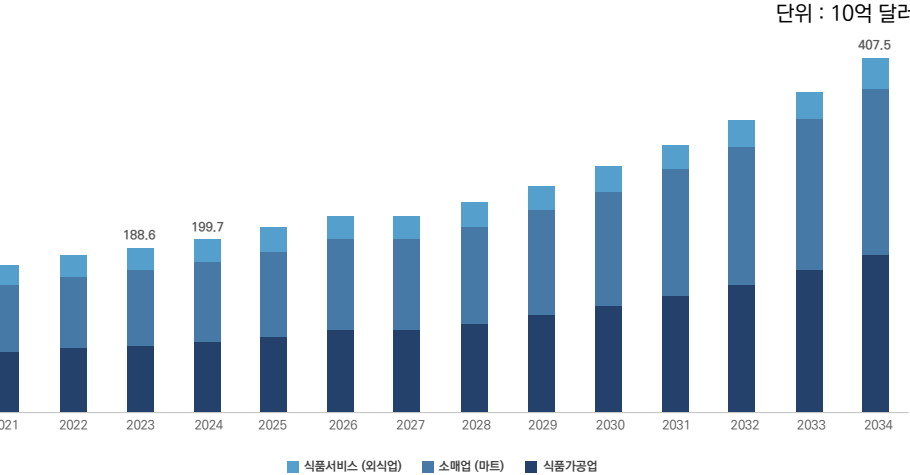
- 2024년 국내 전체기업의 평균 ESG 등급이 전년 대비 하락한 반면, 국내 음식료·담배와 농림어업 업종의 평균 ESG 등급은 지난 3년간 증가하는 추세를 보임. ESG 세 가지 요소 중 국내 식품기업(32개사)은 E(환경)와 S(사회)에서 높은 등급을 확보함(2024년). 이는 식품업체들의

식품 손실 및 폐기물 감축, 지속가능한 포장재 사용, 동물복지, 소비자 보호 등의 노력이 반영된 것으로 보임.

- [지속가능한 포장재 사용] 전세계 인류가 배출하는 온실가스의 약 35%가 농식품 분야에서 발생함.⁸⁾ 이상기후, 해수면 상승 등 기후변화가 심각해지면서 ‘탄소중립’, ‘제로 플라스틱’ 등 탄소배출 절감과 친환경 소비가 필수적이라는 인식이 확산됨. 이에 식품업계에서는 3R(Reduce, Reuse, Recycle)을 적용한 식품포장 사례가 늘어나고 있음. ‘서울우유협동조합’은 복합재질 분리불가 라벨 사용을 금지함으로써 플라스틱 사용을 저감(Reduce)하였으며, ‘쿠팡’의 경우 재사용(Reuse)이 가능한 보냉팩을 사용하여 ‘로켓프레시’ 제품을 배달·수거하고 있으며, ‘롯데칠성음료’와 ‘동원 F&B’는 재활용(Recycle) 플라스틱 용기를 사용하고 있음.⁹⁾

- 2024년 기준 전세계 친환경 식품 포장 시장(Eco friendly food packaging market) 규모는 약 2천 달러에 달했으며, 2025년에서 2034년까지 연평균 6.6%씩 성장하여 2034년에는 약 4천억 달러를 기록할 것으로 전망됨.

Ⅰ 글로벌 친환경 식품 포장 시장 규모 변화 추이



자료: Global Market Insights, <https://www.gminsights.com/industry-analysis/eco-friendly-food-packaging-market>

- [지속가능한 식품 개발] MZ세대를 중심으로 탄소배출 절감, 동물복지, ‘헬시 플레저(Healthy Pleasure)’에 대한 인식과 채식주의 트렌드가 확산되면서 식품기업의 식물성 단백질 기반 대체식품을 포함한 지속가능식품 개발·판매도 활발해짐. 이에 따라 식물성 단백질 기반 대체식품(너겟, 아이스크림, 햄 등)의 국내시장은 2017년 이후 연평균 15.7%씩 증가하고 있으며 2026년에는 약 2천 8백억원에 이를 것으로 전망됨.¹⁰⁾

■ 지속가능 농업 확대와 원료 조달을 통한 식품시스템의 경제적 지속가능성 확보

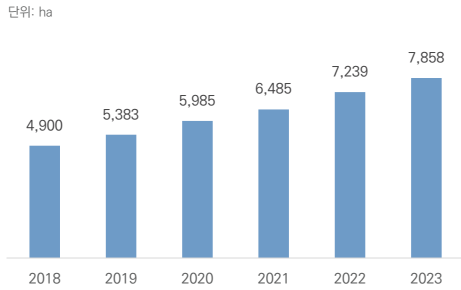
- [스마트 농업] 팬데믹 이후 공급망 리스크가 증가하고 농산물 가격이 치솟는 일이 반복되자 식품기업들은 지속가능한 농업과 원료 조달을 위해 스마트팜을 지원하고 기술개발에 참여하는 등 농업으로 관심을 확대하고 있음. 스마트팜은 정보통신기술(ICT), 인공지능(AI) 등 첨단기술을 접목하여 작물이 자라는 최적의 환경을 유지시키기 때문에 이상기후에 대응이 가능하고 균등한 품질의 농산물 생산과 수확물량 예측이 가능하여 식품기업의 지속가능하고 안정적인 원료 조달에 기여하고 있음.

8) Xu, X., Sharma, P., Shu, S. et al. Global greenhouse gas emissions from animal-based foods are twice those of plant-based foods. Nat Food 2, 724–732 (2021). <https://doi.org/10.1038/s43016-021-00358-x>
9) 한국식품산업클러스터진흥원. <https://blog.naver.com/foodpolis1/223564713144>
10) <https://www.socialvalue.kr/news/view/1065578684567519>

- ‘신세계푸드’는 일반농가에게 스마트팜 전환 비용을 지원하고 수확한 농산물에 대한 장기 매입 계약을 맺음. ‘롯데이노베이트’는 스마트팜 플랫폼을 구축하여 스마트팜 설계·구축·운영·판매의 전 과정을 지원함. ‘CJ프레시웨이’는 농업기술업체와 업무협약을 맺고 농가에 재배 솔루션을 제공함.¹¹⁾

- 식품업체의 스마트팜 지원 및 농산물 매입량 증가에 힘입어 국내 스마트팜 면적은 2018년 4천 9백 ha에서 연평균 약 10% 증가하여 2023년에는 약 7천 9백 ha를 기록함. 이는 시설원에 면적의 약 15%를 차지하는 수준임. ‘롯데마트’의 경우 스마트팜을 매장에 직접 적용하기도 하였음.

Ⅰ 연도별 스마트팜 규모 변화 추이



자료: (좌) 이정민 외(2024) 인용.

Ⅰ 식품유통업체 스마트팜 매장 적용 사례



전망과 대응 방안

- 식품업계는 지속가능한 농업 지원, 친환경 포장, 대체 단백질 식품 개발, 탄소중립, 폐기물 감축 등 다양한 전략을 통해 지속가능한 식품시스템 구축을 위해 힘쓰고 있으며, 이러한 변화는 기업의 ESG 경영 강화, 정부 규제, 소비자 요구에 의해 더욱 가속화될 전망이다.

- 소비자의 식품선택은 식품시스템 내 식품공급망과 식품환경에 직접적으로 영향을 미쳐 지속가능성 달성 여부까지 연결되는 핵심요인(key-driver)임. 윤리적·지속가능한 소비에 대한 소비자 선호 증가는 식품기업의 지속가능성 확보 노력을 촉진할 수 있음. 따라서 지속가능한 식품 혹은 저탄소 인증마크 등의 인지, 환경친화적 소비 방법, ESG 등급 등 관련 지식과 식품 정책 및 법안 등에 대한 소비자 대상 교육이 꾸준히 이루어져야 할 것임. 윤리적·지속가능한 소비 식품의 상대적으로 높은 가격과 낮은 접근성 등은 향후 개선과제임.

- 민간-정부의 파트너십 또한 지속가능한 식품 시스템 구축에서 중요한 역할을 함. 식품기업의 탄소배출 규제 지원, 스마트팜과 대체 단백질 등 혁신기술 개발 및 도입을 위한 투자를 통해 식품산업이 보다 환경적으로 책임지고, 경제적으로 지속 가능하며, 사회적으로 공정한 방향으로 전환할 수 있음. 그러나 이러한 과정에 있어 높은 에너지 사용량으로 인한 그린워싱 논란, 부족한 인력수요 대응 등 또한 향후 해결해야 할 과제임.

[최윤영 부연구위원]

11) <https://www.sedaily.com/NewsView/2DBXVGIP7G>, <https://www.smedaily.co.kr/news/articleView.html?idxno=315844>.