



2026년 여름철 주요 과일·과채류 소비 행태 조사

노호영·김형진·최선우·김서영·최기림·강지원·박지민·정태호·정세미

한국농촌경제연구원



감 수 윤종열 연구위원 061-820-2289 jyyoon0712@krei.re.kr
내 용 문 의 노호영 전문위원 061-820-2341 rhy81@krei.re.kr

※ 「KREI 농정포커스」는 농업·농촌의 주요 동향 및 정책 이슈를 분석하여 간략하게 정리한 것입니다.
※ 이 자료는 우리 연구원 홈페이지(www.krei.re.kr)에서도 보실 수 있습니다.

KREI 농정포커스 제237호

2026년 여름철 주요 과일·과채류 소비 행태 조사

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25.)
발 행 2026. 7.
발 행 인 한두봉
발 행 처 한국농촌경제연구원
우) 58321 전라남도 나주시 빛가람로 601
대표전화 1833-5500
인 쇄 처 (주)에이치에이엔컴퍼니
I S S N 2672-0159

※ 이 책에 실린 내용은 한국농촌경제연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

※ 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다. 무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.



2026년 여름철 주요 과일·과채류 소비 행태 조사

노호영·김형진·최선우·김서영·최기림·강지원·박지민·정태호·정세미

요 약

가구 소비자 1,000명을 대상으로 여름철 주요 과일·과채류 소비 행태 및 2026년 구매 의향 조사 실시

- 한국농촌경제연구원에서 수행하고 있는 ‘2026년 농식품 소비정보 분석사업’ 이슈 분석의 일환으로 (주)엠브레인리서치가 보유하고 있는 소비자패널 1,000명을 대상으로 웹 설문을 통한 온라인 조사를 실시하였음(조사 기간: 2026년 6월 26일~6월 30일).

금년 여름철 주요 과일·과채류 구매 의향은 전년 대비 비슷하거나 증가

- 금년 여름철 주요 과일·과채류의 전년 대비 구매 의향은 ‘구매를 늘리겠다’는 비중이 28.1%로 ‘구매를 줄이겠다’는 비중(23.1%)보다 높은 것으로 조사됨. 실제 금년도 여름철 과일·과채류 생산량도 기상 여건 호조에 따라 전년보다 많고, 품질도 양호할 것으로 예상됨.
- 품목별 구매 선호 비중은 수박(39.5%), 방울토마토(16.5%), 복숭아(15.5%), 참외(14.6%), 일반토마토(6.8%), 포도(5.1%) 순으로 나타남.

올해 고유가 피해지원금 지급으로 여름철 과일·과채류 수요는 단기적으로 증가 가능성 있어

- 지원금의 주요 농축산물 구입 품목 비중은 ‘육류’(35.1%), ‘과일·과채류’(32.8%), ‘채소류’(13.7%), ‘가공식품’(8.7%), ‘곡물류’(6.5%) 순으로 조사되어 단기적인 과일·과채류 수요 창출 가능성이 있을 것으로 보여짐.
- 농축산물 주요 구입처는 동네슈퍼(62.7%), 전통시장(39.5%), 과일 소매점(30.9%), 로컬푸드 직매장(23.5%) 등 생활권 내 소상공인 매장에 집중됨.

과일·과채류 가격이 평상시보다 20%까지 상승하게 되면 대체 품목으로 구매를 전환한다는 의향 높아

- 여름철에는 대체 가능한 과일·과채류가 많아 해당 품목의 가격이 20% 수준(대체 구매 상한선)까지 상승하면 대체 품목으로의 전환 의향이 높은 것으로 조사됨. 또한 20%의 가격 상승폭에서 대체 구매를 고려하는 비중이 전년보다 늘면서 소비자의 가격 민감도가 커진 것으로 보여짐.
- 가격 상승 시 국내산 대체 품목은 수박·참외가 높게 나타났고, 수입산은 모든 품목에서 바나나가 가장 높게 나타났음.

01



설문조사 개요 및 조사 대상 특성

1.1. 설문조사 개요

조사 배경

- 올해 여름철에 출하될 주요 과일·과채류는 기상 여건이 양호하여 전년보다 공급량이 증가하고, 품질도 양호할 것으로 전망됨(7월 하순 기준). 이에 따라 공급 여건과 함께 품목별 구매 의향과 소비 변화 등 수요 측면의 동향 파악이 필요한 시점임.
- 또한 여름철에는 집중호우, 폭염 등 갑작스러운 기상 이변이 농산물의 수급 상황에 영향을 미칠 가능성이 있으므로, 품목별 전년 대비 구매 의향 변화나 소비 행태를 사전에 파악하여 수급 불안 발생 시 대응 방안을 마련하기 위한 기초 자료를 확보할 필요가 있음.

조사 개요

- 본 조사는 여름철에 주로 소비하는 주요 과일·과채의 소비 행태와 품목 간 대체 관계를 파악하기 위해 수행됨.
 - 조사 대상 품목은 수박, 참외, 토마토, 포도, 복숭아, 수입 과일임.
 - 한국농촌경제연구원 농업관측센터에서 수행하고 있는 '2026년 농식품 소비정보 분석사업' 이슈 분석의 일환으로 조사됨.
- 조사 대상은 (주)엠브레인리서치가 보유하고 있는 소비자패널 중 전국 17개 시도에 거주하는 20대 이상 과일·과채류 구입자 1,000명이며, 가구 단위의 과일·과채류 구매 행태를 응답하도록 구성됨.
- 조사 방법은 구조화된 웹 설문을 통한 온라인 조사이며, 조사는 2026년 6월 26일부터 6월 30일까지 총 5일간 진행됨.

주요 설문조사 내용

- 이번 조사는 여름철 주요 과일·과채류의 구매 의향과 품목별 구매 행태를 조사하기 위해 수행됨. 주요 조사 내용은 품목별 구매 의향, 구매 고려 사항, 품목 간 대체 관계 및 선호 품종·규격 등으로 구성됨. 또한 고유가 피해지원금 사용 여부 및 계획을 조사하여 여름철 과일·과채류의 소비에 미치는 영향도 함께 살펴봄.

표 1 여름철 주요 과일·과채류 소비 행태 설문조사 개요

구분	내용
조사 품목	과채류: 수박, 참외, 토마토/과일류: 포도, 복숭아, 수입 과일
조사 대상	20대 이상 전국 17개 시도별 과일·과채류 구입자(가구) 1,000명
표본추출	국가데이터처 「장래가구추계」(2026년, 가구주의 연령/가구원 수별 추계 가구) 기반으로 설계
조사 기간	2026년 6월 26일~6월 30일(5일간)
조사 방법	구조화된 웹 설문을 이용한 온라인 조사
조사업체	(주)엠브레인리서치

자료: 저자 작성.

표 2 여름철 주요 과일·과채류 소비 행태 설문조사 내용

구분	주요 조사 내용
품목별 구매 행태	구매 경험·빈도, 선호 품종·크기·포장 단위, 구매 시 고려 사항 등
품목별 구매 의향	품목별 구매 의향 및 증감 이유
품목 간 대체 관계	가격 상승 시 대체 구매 품목 및 대체 구매 의향 기준
주요 이슈	고유가 피해지원금 수령 여부 및 사용 용도

자료: 저자 작성.

1.2. 조사 대상 특성

- 조사 표본은 가구주 연령과 가구원 수를 주요 층화 기준으로 설정하고, 거주 지역과 가구 월평균 소득 등 조사 대상의 특성이 고르게 포함되도록 설계함.
- 국가데이터처 「장래가구추계」의 2026년 가구주 연령 및 가구원 수별 추계 가구 분포를 기준으로 ‘가구원 수×가구주 연령’별 표본을 배분함. 다만, 실제 조사 응답자는 해당 가구에서 과일·과채류 구매에 주로 관여하는 20대 이상 가구원으로 선정함.

표 3 ‘가구원 수×가구주 연령’ 표본 설계

구분		가구원 수			
		1인	2인	3인 이상	합계
가구주 연령	30대 이하	157	52	59	268
	40대	55	37	124	216
	50대	67	73	124	264
	60대 이상	83	103	66	252
	합계	362	265	373	1,000

자료: 저자 작성.

- 조사 대상(응답자)의 성별은 여성이 60.2%로 남성(39.8%)보다 높은 비중을 차지함. 가구주 연령별로는 30대 이하가 26.8%, 50대가 26.4%, 60대 이상이 25.2%, 40대가 21.6%로 구성됨. 가구원 수는 3인 이상 가구가 37.3%로 가장 많았으며, 1인 가구 36.2%, 2인 가구 26.5% 순으로 나타남. 거주 지역은 경기/인천/강원권이 35.3%로 가장 큰 비중을 차지하였음. 가구의 월평균 소득은 300만~800만 원 미만이 전체 조사 대상의 60.0%를 차지함.

표 4 조사 대상의 인구·사회학적 특성

구분	특성	표본 수(명)	비중(%)
성별	남성	398	39.8
	여성	602	60.2
가구주 연령	30대 이하	268	26.8
	40대	216	21.6
	50대	264	26.4
	60대 이상	252	25.2
가구원 수	1인 가구	362	36.2
	2인 가구	265	26.5
	3인 가구 이상	373	37.3
거주 지역	서울	188	18.8
	경기/인천/강원권	353	35.3
	충청권	115	11.5
	호남권	106	10.6
	경북권	94	9.4
	경남권	144	14.4
가구 월평균 소득	300만 원 미만	200	20.0
	300만~500만 원 미만	300	30.0
	500만~800만 원 미만	300	30.0
	800만 원 이상	200	20.0

자료: 저자 작성.

02



2026년 여름철 주요 과일·과채류 구매 의향

2.1. 2026년 여름철 주요 과일·과채류 구매 의향

금년 여름철 주요 과일·과채류 구매 의향은 전년 대비 비슷하거나 증가

- 금년 여름철 주요 과일·과채류의 전년 대비 구매 의향에 대한 평균 비중은 '전년과 비슷'이 48.8%로 가장 높았고, '구매를 늘리겠다'는 비중이 28.1%로 '구매를 줄이겠다'는 비중(23.1%)보다 높게 나타남.
 - 과채류 구매 의향 증감 비중(평균): '전년과 비슷'(49.7%), '증가'(28.4%), '감소'(21.9%)
 - 과일류 구매 의향 증감 비중(평균): '전년과 비슷'(47.1%), '증가'(27.6%), '감소'(25.5%)
- 품목별로는 포도를 제외한 모든 품목에서 전년 대비 구매를 줄인다는 응답보다 늘린다는 비중이 높게 나타남.
 - 품목별 전년 대비 구매를 늘린다는 비중: 수박 30.5%, 참외 25.1%, 일반토마토 25.8%, 방울토마토 32.2%, 포도 19.6%, 복숭아 35.3%

표 5 2026년 여름철(6~8월) 주요 과일·과채류 전년 대비 구매 의향

단위: %

구분	과채류				과일류		전체
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
감소	24.4	24.8	21.8	16.7	30.2	20.7	23.1
비슷	45.1	50.1	52.4	51.1	50.2	44.0	48.8
증가	30.5	25.1	25.8	32.2	19.6	35.3	28.1
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 저자 작성.

- 주요 과일·과채류의 구매 의향이 전년 대비 증가한 이유는 '가족이 선호해서'(36.5%)와 '품질(맛)이 좋아서'(33.0%)가 대부분을 차지했으며, '구매가 편해져서'(15.4%), '가격이 저렴해져서'(12.5%) 순으로 나타남.
 - 실제 공급 측면에서도 양호한 기상 여건으로 여름철 주요 과일·과채류의 생산량 증가와 품질 개선이 전망됨에 따라, 소비자의 구매 의향이 실제 구매 증가로 이어질 가능성이 있는 것으로 판단됨.

표 6 2026년 여름철(6~8월) 주요 과일·과채류 전년 대비 구매 의향 증가 이유

단위: %

구분	과채류				과일류		전체
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
가족이 선호해서	37.4	28.7	39.1	38.5	38.3	37.1	36.5
품질(맛)이 좋아서	35.4	37.1	27.9	27.6	30.1	39.9	33.0
구매가 편해져서	14.1	15.9	12.4	17.7	18.9	13.3	15.4
가격이 저렴해져서	11.1	16.7	14.0	10.9	12.7	9.3	12.5
기타	2.0	1.6	6.6	5.3	-	0.4	2.7
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 응답 결과는 1순위 기준이며, 기타는 '건강에 좋을 것 같아서', '다이어트에 도움이 될 것 같아서', '소득이 증가해서' 등임.

자료: 저자 작성.

- 한편, 주요 과일·과채류의 구매 의향이 전년 대비 감소한 이유는 '다른 과일·과채를 구매해서'(27.6%), '가격이 비싸서'(27.6%), '가족이 싫어해서'(25.8%)가 비슷한 비중으로 대부분을 차지했으며, '품질(맛)이 나빠서'(14.8%) 순으로 나타남.

- 과채류 구매 의향 감소한 이유: '다른 과일·과채를 구매해서'(28.2%), '가족이 싫어해서'(26.8%), '가격이 비싸서'(26.6%), '품질(맛)이 나빠서'(14.0%)

- 과일류 구매 의향 감소한 이유: '가격이 비싸서'(29.7%), '다른 과일·과채를 구매해서'(26.4%), '가족이 싫어해서'(23.8%), '품질(맛)이 나빠서'(16.4%)

- 수박과 복숭아는 여름철 대표 품목으로 타 품목에 비해 구매 의향 감소 이유 중 '가격이 비싸서'의 비중이 상대적으로 높게 나타났음.

표 7 2026년 여름철(6~8월) 주요 과일·과채류 전년 대비 구매 의향 감소 이유

단위: %

구분	과채류				과일류		전체
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
다른 과일·과채를 구매	14.8	28.2	32.1	37.7	30.1	22.7	27.6
가족이 싫어해서	18.0	27.4	34.9	26.9	27.8	19.8	25.8
가격이 비싸서	47.1	21.4	17.9	19.8	24.5	34.8	27.6
품질(맛)이 나빠서	11.5	19.0	12.4	13.2	13.9	18.8	14.8
기타	8.6	4.0	2.7	2.4	3.7	3.9	4.2
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 응답 결과는 1순위 기준이며, 기타는 '가족 구성원이 줄어서', '음식을 처리하기 불편해서', '직접 재배해서' 등임.

자료: 저자 작성.

2.2. 특별 이슈: 고유가 피해지원금 지급에 따른 여름철 주요 과일·과채류 구매 의향

고유가 피해지원금 지급 개요

- 2026년 고유가 피해지원금은 1·2차로 나누어 지급되었으며, 1차는 취약계층을 중심으로 지원하고 2차는 소득 하위 70% 국민을 대상으로 추가 지원이 되었음. 지원 금액은 계층 및 거주 지역에 따라 차등 지급되어 최소 10만 원에서 최대 60만 원 수준이 될 것으로 예상됨.
- 지급 형태는 지역사랑상품권, 신용·체크카드, 선불카드 중 선택하여 받을 수 있으며, 사용 가능 업종은 전통시장, 동네슈퍼, 음식점, 병원, 약국, 학원 등 지역 소상공인 매장 중심으로 제한됨. 반면 백화점, 대형마트, 복합쇼핑몰, 온라인 쇼핑몰, 배달앱, 유흥업소 등에서는 사용이 제한될 예정임.
- 지원금 사용 시기와 여름철 과일·과채류 출하 시기가 겹치면서 이번 의향 조사를 통해 지원금 지급이 과일·과채류 실제 소비에 어떠한 영향을 미치는지 사전에 파악하고자 함.

표 8 2026년 고유가 피해지원금 세부 지급 현황

구분	지급 시기	금액	지급 수단	사용처 및 사용기한
1차	4. 27. ~5. 8.	· 기초생활수급자: 55만 원 · 차상위계층·한부모가족: 45만 원 · 비수도권 및 인구감소지역 거주자 5만 원 추가 ※ 기초생활수급자는 최대 60만 원, 차상위계층·한부모가족은 최대 50만 원	지역사랑상품권, 신용·체크카드, 선불카드 중 선택	· 사용처: 연 매출액 30억 원 이하 소상공인 매장 ※ 사용 불가: 유흥·사행업종 등 · 사용기한: 2026년 8월 31일까지
2차	5. 18. ~7. 3.	· 소득 하위 70% 국민 · 수도권: 10만 원 · 비수도권: 15만 원 · 인구감소 우대지원지역: 20만 원 · 인구감소 특별지원지역: 25만 원		

주: 2차 지급 대상은 2026년 3월 건강보험료를 기준으로 소득 하위 70%를 선정하되, 고액 자산가는 제외함.

자료: 행정안전부(<https://www.mois.go.kr/frt/sub/a06/b07/highOilPriceSupport/screen.do>), 고유가 피해지원금 개요, 검색일: 2026. 7. 8.

지원금 사용처로 외식, 농축수산물, 생필품 비중이 높아

- 이번 조사 결과(‘26. 6. 26.~30. 기준), 응답자의 가구당 지원금 수령액은 평균 31만 4천 원이며¹⁾, 이 중 82.4%가 실제 소비로 이어진 것으로 나타남. 지원금 사용 시기는 지급 후 ‘4주 이내’에 사용했다는 응답이 62.1%를 차지하여, 지원금이 지급 직후 단기간 내 소비로 연결되는 경향이 확인됨.
- 이는 고유가 피해지원금이 지급 직후 소비로 이어지는 경향을 보여주며, 가계 소비와 지역 상권 소비 활성화에 긍정적인 영향을 미칠 가능성을 시사함.

1) 고유가 피해지원금 수령 대상 가구는 67.1%로 나타났으며, 수령 대상이 아닌 가구는 32.9%였음. 특히 월평균 소득 800만 원 이상 가구의 60.5%는 수령 대상이 아닌 것으로 조사되어, 소득 수준에 따른 지원 대상의 차이가 뚜렷한 것으로 나타남.

- 2026년 지원금 사용처는 외식(31.8%)이 가장 높은 비중을 차지하였으며, 이어 ‘생필품’(22.4%), ‘농축수산물’(21.1%) 순으로 나타남. 반면 ‘의료서비스’(6.5%), ‘교육비’(5.0%), ‘여가비’(3.8%) 등 기타 항목은 상대적으로 낮은 비중을 보여 지원금이 주로 일상 소비와 지역 상권 소비에 활용됨.
- 2025년 지급되었던 민생회복 소비쿠폰 사용처 조사 결과(노호영 외, 2025a)와 비교해 보면, 농축수산물 비중은 전년 대비 3.8%p 증가, 생필품은 2.4%p 증가하였으나, 외식은 5.7%p 감소하였음. 이는 고유가 부담이 지속되는 가운데 지원금이 식료품과 생필품 등 필수 소비를 중심으로 활용된 결과로 판단됨.
 - 2026년 고유가 피해지원금 사용처별 비중: ‘농축수산물’(21.1%), ‘생필품’(22.4%), ‘외식’(31.8%)
 - 2025년 1차 민생회복 소비쿠폰 사용처별 비중: ‘농축수산물’(17.3%), ‘생필품’(20.0%), ‘외식’(37.5%)
- 가구 특성별로는 1인 가구와 월평균 소득 300만 원 미만 가구에서 생필품 비중이 상대적으로 높게 나타났으며, 30대 이하 가구주와 미취학 자녀가 있는 가구에서는 외식 비중이 가장 높게 나타남. 특히 미취학 자녀가 있는 가구는 교육비 비중도 상대적으로 높아 자녀 양육 관련 소비 수요가 반영된 것으로 보임.

표 9 고유가 피해지원금 사용처별 비중 현황

단위: %

구분	농축수산물	생필품	외식	의료서비스	교육비	여가비	기타	합계
전체	21.1	22.4	31.8	6.5	5.0	3.8	9.4	100.0
가구원 수	1인	19.1	27.5	31.7	8.5	0.5	4.0	100.0
	2인	22.4	20.4	34.8	4.3	0.2	5.3	100.0
	3인 이상	22.2	18.3	30.0	5.9	12.9	2.6	100.0
가구주 연령	30대 이하	17.7	18.8	39.5	6.7	2.7	4.9	100.0
	40대	20.5	17.9	31.5	5.7	15.7	2.7	100.0
	50대	23.3	22.7	30.2	6.5	2.6	3.3	100.0
	60대 이상	23.0	29.8	25.5	7.0	0.7	4.1	100.0
월평균 소득 (가구)	300만 원 미만	18.9	27.7	29.1	8.8	0.8	4.2	100.0
	300만~500만 원 미만	23.1	21.9	33.1	5.9	4.7	3.1	100.0
	500만~800만 원 미만	21.5	20.4	31.9	5.6	7.8	4.2	100.0
	800만 원 이상	19.6	15.9	34.9	4.6	8.7	3.9	100.0
미취학 자녀	유	22.8	13.2	37.8	5.5	6.6	2.1	100.0
	무	20.9	23.2	31.3	6.6	4.8	4.0	100.0

주: 사용처 비중은 고유가 피해지원금을 실제 사용한 응답자만을 대상으로 산출한 결과임.

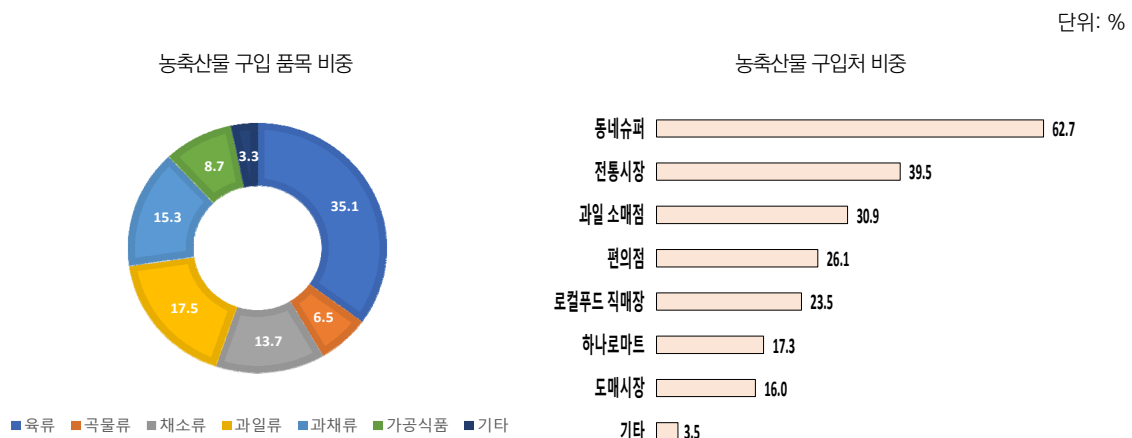
자료: 저자 작성.

지원금은 육류와 과일·과채류 구매 비중 높고, 동네슈퍼·전통시장 등 지역 상권에서 주로 사용

- 농축산물 구입 품목 비중은 ‘육류’(35.1%)가 가장 높았으며, 이어 ‘과일·과채류’(32.8%), ‘채소류’(13.7%) 순으로 나타남. 반면 ‘곡물류’(6.5%)와 ‘가공식품’(8.7%)은 상대적으로 낮은 비중을 차지함.

- 연령별로는 40대와 60대 이상 가구에서 과일·과채류 비중(35.9%, 35.5%)이 높게 나타난 반면, 30대 이하 가구에서는 가공식품 비중(11.3%)이 상대적으로 높게 나타남. 또한 월평균 소득 300만 원 미만 가구는 과일·과채류(34.8%) 비중이 높았으며, 500만 원 이상 가구는 육류 소비 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타남.
- 농축산물 구입처는 ‘동네슈퍼’(62.7%)가 가장 높은 비중을 차지하였으며, 이어 ‘전통시장’(39.5%), ‘과일 소매점’(30.9%), ‘편의점’(26.1%), ‘로컬푸드 직매장’(23.5%) 순으로 나타남(복수응답). 반면 ‘하나로마트’(17.3%), ‘(농산물) 도매시장’(16.0%) 등은 상대적으로 낮은 비중을 보여 지원금 소비가 주로 생활권 내 소규모 유통채널을 중심으로 이루어진 것으로 조사됨.
- 가구 특성별로는 ‘1인 가구’가 동네슈퍼(68.1%)와 과일 소매점(33.3%) 이용 비중이 상대적으로 높았으며, ‘3인 이상 가구’는 전통시장(41.9%)과 로컬푸드 직매장(29.7%)의 비중이 높았음.

그림 1 농축산물 구입 품목 및 구입처 비중



주 1) 사용처 비중은 고유가 피해지원금을 실제 사용한 응답자만을 대상으로 산출한 결과임.
 2) 하나로마트는 일정 조건을 충족하는 읍·면 단위 매장 및 지자체에서 별도로 지정한 매장을 의미함.
 3) 각 항목의 수치는 소수점 한자리로 반올림하여 합계(100.0)에 일부 오차가 발생할 수 있음.
 자료: 저자 작성.

- 지원금 사용처 조사 결과, 육류와 과일·과채류의 구매 비중이 높은 것으로 나타나, 지원금이 농축산물 소비에 활용될 가능성이 높은 것으로 조사됨. 이는 단기적으로 농축산물 수요 확대에 긍정적인 영향을 미칠 가능성을 시사함.
- 또한 농축산물 구매가 동네슈퍼, 전통시장, 과일 소매점 등 지역 상권 중심으로 이루어진 것으로 나타나, 지원금이 지역 소상공인과 골목 상권 소비 활성화에 기여할 가능성이 있는 것으로 판단됨.

03



여름철 주요 과일·과채류 소비 행태 조사 결과

3.1. 여름철 주요 과일·과채류 품목별 구매 선호

여름철 과일·과채류 중에 수박 구매 선호가 가장 높았으며, 다음으로 방울토마토, 복숭아, 참외 순

- 여름철 과일·과채류의 주 구매 비중 순위는 '수박'이 39.5%로 가장 높았으며, 다음으로 방울토마토(16.5%), 복숭아(15.5%), 참외(14.6%), 일반토마토(6.8%), 포도(5.1%) 순으로 나타남.
- 대체 구매 비중의 순위는 '참외'가 23.1%로 가장 높았으며, 다음으로 복숭아(20.0%), 수박(13.7%), 방울토마토(13.5%), 일반토마토(11.7%), 포도(10.3%) 순으로 나타남.
 - 참외, 복숭아는 대체 구매 비중이 높은 편이어서 타 품목의 수급 여건에 따라 여름철 구매가 확대될 수 있는 대표적인 품목이라 볼 수 있음.
- 수박과 복숭아는 주 구매와 대체 구매 비중이 모두 높아 여름철 주요 소비 품목으로 나타났으나, 가격 부담 또한 가장 큰 품목으로 조사됨. 이는 두 품목의 구매 의향 감소 이유로 '가격이 비싸서'의 응답 비중이 타 품목보다 높게 나타난 2장의 조사 결과와 일치함.
 - 수박은 주 구매와 가격 부담이 모두 1위인 여름철 대표 품목이며, 복숭아는 주 구매·대체 구매 상위 품목이면서 가격 부담도 높아 가격에 따른 소비 변동이 클 것으로 예상할 수 있음.

표 10 여름철 과일·과채류 품목별 주 구매 및 대체 구매 비중

단위: %

구분	품목명							전체
	수박	복숭아	참외	방울토마토	일반토마토	포도	기타	
주 구매	39.5	15.5	14.6	16.5	6.8	5.1	2.0	100.0
대체 구매	13.7	20.0	23.1	13.5	11.7	10.3	7.7	100.0
가격 부담	58.5	23.1	2.0	3.3	1.7	7.6	3.8	100.0

주: '대체 구매'는 주 구매 품목을 가격이 아닌 품질·판매처 부족 등의 이유로 구매할 수 없는 경우, 가장 먼저 대체하여 구매할 품목(1순위 기준)을 조사한 결과임.

자료: 저자 작성.

3.2. 품목별 소비 행태 주요 이슈

수박 소비 의향은 가격 변화에 가장 민감, 폭염·강우 등 기상 영향도 뚜렷

- 수박 소비 의향은 가격과 기상 요인에 따라 민감하게 변동하는 것으로 나타남. ‘무더위·폭염 지속 시’에는 소비를 늘리고(45.9%) ‘비가 오는 경우’에는 줄인다는(52.8%) 응답이 많아 기상 요인에 따라 소비가 변동하나, 반응의 폭은 가격에서 가장 크게 나타남.
- 소비를 증가시키는 요인 중에서는 ‘할인행사 등 가격 하락 시(-20~30% 내외)’ 소비 의향이 ‘증가한다’는 응답이 65.5%로, ‘무더위·폭염 지속 시(최고기온 33℃ 이상)’의 증가 응답(45.9%)보다 19.6%p 높았음.
- 소비를 감소시키는 요인 중에서는 ‘수박 가격 상승 시(+20~30% 내외)’ 소비 의향이 ‘감소한다’는 응답이 69.2%로, ‘비가 오는 경우(일 강수량 5mm 이상)’의 감소 응답(52.8%)보다 16.4%p 높았음.
 - 소비자가 인식하는 7월 수박 1통(8kg 내외)의 적정가격은 ‘1만 3천~1만 6천 원 미만’(29.0%)이 가장 많았으며, 응답자의 72.1%가 ‘1만~1만 9천 원 미만’을 적정가격으로 인식하였음.
 - 수박 가격이 기대보다 높은 경우 ‘구매량 또는 구매 횟수를 줄여서 구매한다’(44.8%)는 응답이 가장 많았고, ‘다른 과일로 대체한다’(18.9%), ‘작은 크기로 구매한다’(10.6%) 등으로 조사되었음.
- ‘다른 제철 과일 가격 하락(참외·복숭아 등)’의 경우 소비 의향이 ‘변화 없음’(42.5%)이라는 응답이 가장 높았으며, ‘감소한다’(37.1%), ‘증가한다’(20.4%) 순으로 나타나, 경쟁 과일의 가격 하락이 수박 소비에 미치는 영향은 수박 자체의 가격 변동이나 기상 요인보다 작았음.
- 수박 구매 의향은 무더위·폭염 등 기상 요인으로 발생하나, 실제 구매로 이어지는 가장 큰 변수는 수박 자체 가격인 것으로 판단됨.

표 11 각 요인에 따른 수박 소비 의향

단위: %

영향 요인		감소	변화 없음	증가
기상	무더위·폭염 지속(최고기온 33℃ 이상)	6.0	48.1	45.9
	비가 오는 경우(일 강수량 5mm 이상)	52.8	40.8	6.4
가격	수박 가격 상승 시(+20~30% 내외)	69.2	24.2	6.6
	할인행사 등 가격 하락 시(-20~30% 내외)	5.6	28.9	65.5
	다른 제철 과일 가격 하락(참외·복숭아 등)	37.1	42.5	20.4

주: 5점 척도로 조사한 결과이며, ‘매우 감소’와 ‘감소’를 ‘감소’로, ‘증가’와 ‘매우 증가’를 ‘증가’로 합산함.

자료: 저자 작성.

샤인머스켓 품질에 만족한 응답자는 전체의 50%로 전년(53%) 대비 하락

- 샤인머스켓 구매 경험이 있는 소비자(81.4%) 중 ‘품질이 나빠졌다’고 평가한 소비자는 37.5%로 품질이 좋아졌다고 응답한 비중(24.4%)보다 높게 나타남.

- 최근 구입한 샤인머스켓 품질에 '만족(45.8%)' 또는 '매우 만족(4.5%)'하는 소비자는 50.3%로 절반 수준으로, 전년 조사 결과('만족'(45.5%), '매우 만족'(7.6%)) 대비 만족도가 하락함.

샤인머스켓, 중요도 대비 만족도 격차 가장 큰 항목은 '맛(당도)'

- 샤인머스켓 속성별 중요도 조사 결과, '신선도'(4.38점)가 가장 높았으며, 이어 '맛(당도)'(4.32점), '안전성'(4.13점), '식감'(4.05점), '가격'(3.91점) 순으로 나타남. 반면, 만족도는 '신선도'(3.70점)와 '안전성'(3.62점)이 높았으나, '가격'(3.34점), '향'(3.37점), '맛(당도)'(3.42점)은 상대적으로 낮아 품질과 가격에 대한 개선 요구가 있는 것으로 조사됨.
- 중요도와 만족도 간 차이(I-P)는 '맛(당도)'가 0.90점으로 가장 크게 나타났으며, 이어 '신선도'(0.68점), '가격'(0.57점), '식감'(0.56점), '안전성'(0.51점) 순임. 이는 소비자가 중요하게 생각하는 핵심 속성에 비해 실제 만족 수준은 상대적으로 낮음을 의미하며, 특히 당도와 가격에 대한 개선 필요성이 큰 것으로 분석됨.
- 반면, '모양'(-0.07점)과 '브랜드(산지)'(-0.04점)는 만족도가 중요도보다 높게 나타나 소비자의 기대를 충족하는 것으로 나타났으며, '향', '브랜드(산지)', '씨 유무'는 중요도와 만족도가 모두 낮아 개선 우선순위가 낮은 것으로 분석됨.

표 12 샤인머스켓 속성별 중요도 및 만족도

단위: 점

구분		중요도(I)		만족도(P)		차이(I-P)
		평균 점수	순위	평균 점수	순위	
가격 속성	가격	3.91	5	3.34	12	0.57
품질 속성	맛(당도)	4.32	2	3.42	10	0.90
	신선도	4.38	1	3.70	1	0.68
	식감	4.05	4	3.49	7	0.56
	향	3.69	8	3.37	11	0.31
외관 속성	크기	3.78	6	3.57	5	0.20
	색깔	3.73	7	3.59	3	0.14
	모양	3.45	11	3.52	6	-0.07
부가 속성	안전성	4.13	3	3.62	2	0.51
	씨 유무	3.65	9	3.48	8	0.16
	포장 단위	3.60	10	3.59	4	0.02
	브랜드(산지)	3.43	12	3.47	9	-0.04

자료: 저자 작성.

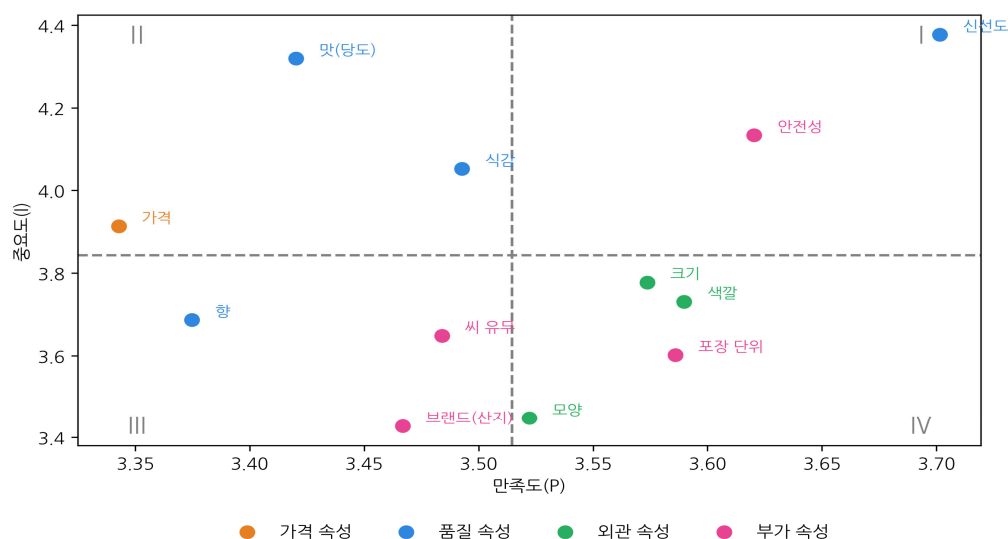
- 샤인머스켓 구매 속성별 중요도-만족도 분석(Importance-Performance Analysis: IPA) 결과²⁾, 유지 강화 영역(사분면)에는 '신선도'와 '안전성'이 위치함. 이는 소비자들이 해당 속성을 중요하게 인식하고 있으며 현재

2) 본 조사에서는 여름철 주요 과일 중 소비자 관심이 높고 최근 시장 변화가 컸던 포도(샤인머스켓)와 복숭아를 중심으로 중요도-만족도(IPA) 분석을 실시 하였음. 샤인머스켓은 최근 품질에 대한 소비자 평가 저하와 가격 하락이 지속되면서 품질 경쟁력 제고 필요성이 제기되고 있으며, 복숭아는 전년도 생산량 감소에 따른 가격 상승으로 소비자 인식 변화와 구매 만족도를 파악할 필요가 있음.

만족 수준 또한 높게 평가하고 있음을 의미함. 따라서 샤인머스켓의 핵심 경쟁력으로서 현재의 품질관리 수준을 지속적으로 유지할 필요가 있음.

- 집중 개선 영역(II사분면)에는 ‘맛(당도)’과 ‘식감’, 그리고 ‘가격’이 위치하였음. 특히 맛과 식감은 소비자가 구매 시 중요하게 고려하는 요소임에도 만족도가 상대적으로 낮게 평가되어 우선적인 개선이 필요한 항목으로 분석됨. 또한 가격 역시 중요도에 비해 만족도가 낮아 소비자가 체감하는 가격 부담 완화 또는 품질 대비 가치 제고 노력이 필요할 것으로 보임.
- 낮은 우선순위 영역(III사분면)에는 ‘향’, ‘브랜드(산지·브랜드 인지도)’, ‘씨 유무’가 포함되었고, ‘크기’, ‘색깔’, ‘모양’, ‘포장 단위’는 과잉 투자 영역(IV사분면)이었음. 이 항목들은 현 수준을 유지하되 추가적인 자원 투입보다는 핵심 개선 요소인 당도, 식감, 가격 경쟁력 강화에 우선순위를 두는 것이 바람직한 것으로 판단됨.

그림 2 샤인머스켓 IPA 매트릭스 분석 결과



자료: 저자 작성.

복숭아 경쟁력의 핵심 과제는 맛(당도)과 가격

- 복숭아 구매 시 중요하게 고려하는 속성은 ‘맛(당도)’(4.37점)이 가장 높았으며, 이어 ‘신선도’(4.34점), ‘식감’(4.15점), ‘안전성’(4.08점), ‘가격’(3.95점) 순으로 나타나 품질과 안전성을 중시하는 것으로 조사됨.
- 만족도는 ‘신선도’(3.73점), ‘안전성’(3.63점), ‘식감’(3.61점), ‘맛(당도)’·‘색깔’(각 3.60점) 순이었으며, ‘가격’(3.20점)은 가장 낮아 가격 부담이 큰 것으로 나타남.
- 중요도와 만족도 간 차이(I-P)는 ‘맛(당도)’(0.77점)과 ‘가격’(0.75점)에서 가장 컸으며, 이어 ‘신선도’(0.61점), ‘식감’(0.54점), ‘안전성’(0.45점) 순으로 나타남.
- 반면 ‘브랜드’(-0.11점)와 ‘모양’(-0.08점)은 만족도가 중요도보다 높게 나타남. 향후 복숭아 소비 확대를 위해서는 맛(당도) 향상과 가격 부담 완화가 우선적으로 고려될 필요가 있음.

표 13 복숭아 속성별 중요도 및 만족도

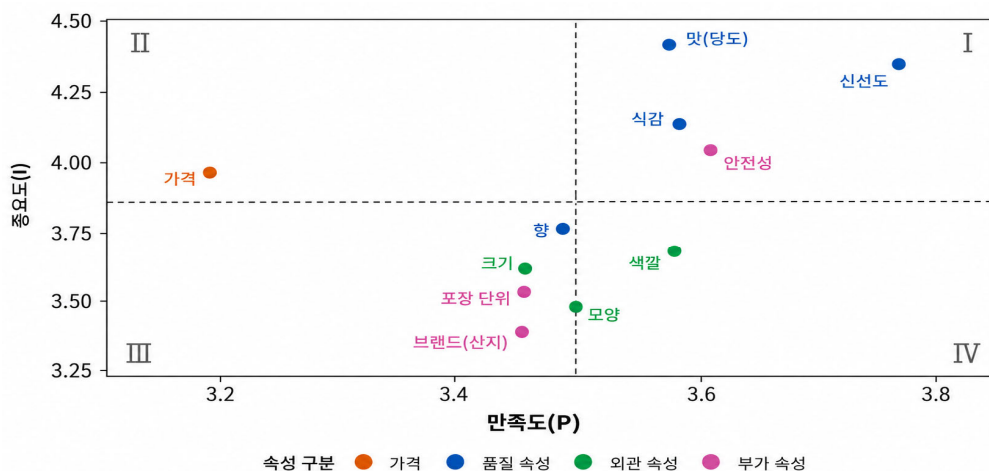
단위: 점

구분		중요도(I)		만족도(P)		차이(I-P)
		평균 점수	순위	평균 점수	순위	
가격 속성	가격	3.95	5	3.20	11	0.75
품질 속성	맛(당도)	4.37	1	3.60	4	0.77
	식감	4.15	3	3.61	3	0.54
	향	3.80	6	3.54	6	0.26
	신선도	4.34	2	3.73	1	0.61
외관 속성	모양	3.46	10	3.54	7	-0.08
	크기	3.60	8	3.49	9	0.11
	색깔	3.69	7	3.60	5	0.09
부가 속성	포장 단위	3.52	9	3.51	8	0.01
	안전성	4.08	4	3.63	2	0.45
	브랜드	3.38	11	3.49	10	-0.11

자료: 저자 작성.

- 복숭아 구매 속성별 중요도-만족도 분석(IPA) 결과, 유지 강화 영역(I사분면)에는 ‘맛(당도)’, ‘식감’, ‘신선도’ 및 ‘안전성’이 위치하여 소비자가 중요하게 평가하면서 만족도도 높은 핵심 속성으로 나타남.
- 집중 개선 영역(II사분면)에는 ‘가격’이 유일하게 위치하였으며, 이는 소비자가 가격을 중요하게 고려하는 반면 실제 가격 수준에 대한 만족도는 낮음을 의미함.
- 낮은 우선순위 영역(III사분면)에는 ‘향’, ‘모양’, ‘크기’, ‘포장 단위’ 및 ‘브랜드(산지)’가 위치하였음. 중요도와 만족도가 모두 낮아 상대적으로 타 요소에 비해 개선 우선순위가 낮은 것으로 판단됨.
- 과잉 투자 영역(IV사분면)에는 ‘색깔’이 위치하였으며, 추가 개선보다는 가격과 맛·신선도 등 핵심 속성 관리에 집중하는 것이 효율적일 것으로 판단됨.

그림 3 복숭아 IPA 매트릭스 분석 결과



자료: 저자 작성.

참외 낱개 판매(골라 담기)는 절반 이상이 선호

- 소비자 조사 결과, '참외 낱개 판매 방식을 선호한다'는 응답은 63.2%, '선호하지 않음'은 14.3%, '차이 없음'은 22.5%로 나타남. 낱개 판매 방식을 선호하는 이유는 '직접 보고 신선도와 품질을 확인할 수 있어서'가 54.1%로 가장 높았으며, '원하는 수량만큼 구매할 수 있어서'(35.4%), '포장된 상품보다 직접 골라 사는 방식이 더 만족스러워서'(6.3%) 등으로 나타남.
- 1인 가구의 경우 '원하는 수량만큼 구매할 수 있어서'(39.4%)가 가장 높았으며, 3인 가구 이상에서는 '직접 보고 신선도와 품질을 확인할 수 있어서'(59.1%)가 가장 높았음.
- 한편, 낱개 판매 방식을 선호하지 않는 이유는 '개별로 고르고 담는 과정이 번거로워서'(37.8%), '여러 사람이 만져 위생 및 신선도가 우려돼서'(27.3%), '포장 상품보다 품질이 일정하지 않을 것 같아서'(18.2%) 등으로 나타났음.

프리미엄 참외 구매 의향은 절반 수준, 추가 지불 의향은 10~20% 수준

- 소비자 조사 결과, 일반 참외보다 당도가 높고, 외관·크기·품질이 일정 기준 이상으로 선별된 상품에 대해 가격이 다소 비싸더라도 구매 의향에 대해서는 '구매 의향 있음'이 49.4%로 나타남.
- 프리미엄 참외의 구매 의향은 '60대 이상'(57.1%)이 가장 높았으며, 연령대가 높을수록 구매 의향이 높게 나타남. 추가 지불 의향 가격 수준은 '10% 이상~20% 미만'(46.4%), '10% 미만'(30.4%), '20% 이상~30% 미만'(18.2%) 순으로, 프리미엄 상품의 경우 10~20% 수준의 가격 프리미엄이 수용 가능한 수준인 것으로 판단됨.

참외 소비 확대를 위해 당도 향상 및 씨가 적은 품종 개발 필요

- 참외 소비 확대를 위한 개선점으로는 '당도 증가'(29.5%)가 가장 높아 과육의 당도를 높이는 노력이 필요함. '씨가 적거나 없음'(21.4%)과 '수분이 풍부'(19.9%)한 것도 상대적으로 높게 나타났음. 다음으로 '영양성분 강화'(11.4%), '얇은 껍질'(9.2%), '부드러운 과육'(9.0%) 순으로 조사됨.

표 14 참외 소비 증가를 위한 개선점(1, 2순위)

단위: %

당도 증가	씨 적거나 없음	수분 풍부	영양성분 강화	얇은 껍질	부드러운 과육	기타	합계
29.5	21.4	19.9	11.4	9.2	8.0	0.6	100.0

자료: 저자 작성.

스테비아토마토 구매 경험자의 59.1%, 향후에도 구매 의향 있어

- 스테비아토마토 구매 경험자를 대상으로 향후 구매 의향을 조사한 결과, '구입 의향이 있다'는 응답이 59.1%로 나타나 구매 경험자의 절반 이상이 재구매 의향을 보였음.

- 한편, 재구매를 원하지 않는 가장 큰 이유로는 ‘단맛이 인위적이거나 부담스럽다’(79.2%), ‘일반 토마토 대비 가격이 비싸서’(8.1%), ‘건강·영양 측면의 효과를 신뢰하기 어려워서’(8.1%), ‘일반 토마토와 맛의 차이를 크게 느끼지 못해서’(4.2%) 등의 순으로 조사되어, 가격보다 제품의 맛 특성이 소비자의 지속적인 구매 여부에 더 큰 영향을 미치는 것으로 조사됨.
- 스테비아토마토의 특징인 높은 당도는 소비자의 구매를 유도하는 주요 요인인 동시에, 일부 소비자에게는 인위적이거나 부담스러운 맛으로 인식되어 재구매를 저해하는 요인으로도 작용하는 것으로 판단됨.

스테비아토마토 구매 이후 일반 토마토 구매는 절반이 ‘변화 없음’, ‘증가’와 ‘감소’는 비슷한 수준

- 스테비아토마토 구매 이후 일반 토마토 구매 변화를 조사한 결과, ‘변화 없음’ 응답이 50.5%로 가장 높게 나타남. 반면 ‘감소’(24.7%)와 ‘증가’(24.8%) 응답 비중은 거의 동일한 수준으로 조사됨. 이에 따라 스테비아토마토는 일반 토마토를 완전히 대체하기보다는 별도의 소비층이 존재하는 것으로 판단됨.

3.3. 가격 상승에 따른 여름철 주요 과일·과채류 대체 구매 의향

평소보다 가격이 20%까지 상승할 경우 대체 품목 구매를 고려한다는 비중이 높은 편이며, 전년보다 증가

- 주요 과일·과채류 가격이 평소 대비 얼마나 상승하면 다른 국내산 품목이나 수입 과일로 대체 구매할 것인지 조사한 결과, 모든 품목에서 응답이 ‘10% 이하’와 ‘11~20%’ 상승 구간에 집중됨. 20% 이하 상승 시 대체 구매 의향의 누적 비중은 국내산 평균 67.5%, 수입산 평균 61.1%로 높게 나타남. 따라서 평소 대비 20% 상승폭을 대체 구매로 전환되는 상한 수준으로 볼 수 있음.
 - 2026년 기준, 대체 구매 의향 가격 상승폭이 20% 이하인 경우 비중: 국내산 67.5%, 수입산 61.1%
 - 2025년 기준³⁾, 대체 구매 의향 가격 상승폭이 20% 이하인 경우 비중: 국내산 52.1%, 수입산 48.1%
- 이는 여름철에는 대체 가능한 과일·과채류가 많아 가격 상승폭이 크지 않은 수준에서도 다른 품목으로 구매를 전환하려는 경향이 높은 것으로 나타남.
 - 전년보다 가격 상승폭 20% 이하에서 대체 구매를 고려하는 비중이 증가한 것은 소비자가 가격 변화에 더 민감하게 반응한다고 볼 수 있음.
 - 수입 과일보다 국내산으로 대체하려는 비중이 더 높게 나타난 것은 국내산의 선택 폭이 넓고, 환율 및 운임 상승으로 수입 과일의 가격 경쟁력이 약화된 결과로 판단됨.

3) 노호영 외(2025b) 참조.

표 15 주요 과일·과채류 가격 상승 구간별 국내산으로의 대체 구매 의향 비중

단위: %

가격 상승 구간	과채류				과일류		평균
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
10% 이하	26.2 (26.2)	31.4 (31.4)	30.5 (30.5)	27.0 (27.0)	27.3 (27.3)	28.4 (28.4)	28.5 (28.5)
11~20%	38.6 (64.8)	39.5 (70.9)	37.1 (67.6)	38.8 (65.8)	40.8 (68.1)	39.3 (67.7)	39.0 (67.5)
21~30%	25.2 (90.0)	22.4 (93.3)	23.2 (90.8)	23.8 (89.6)	22.9 (91.0)	23.0 (90.7)	23.4 (90.9)
31~50%	6.6 (96.6)	4.5 (97.8)	5.8 (96.6)	6.6 (96.2)	5.8 (96.8)	5.9 (96.6)	5.9 (96.8)
50% 초과	3.4 (100.0)	2.2 (100.0)	3.4 (100.0)	3.8 (100.0)	3.2 (100.0)	3.4 (100.0)	3.2 (100.0)

주 1) ()는 누적 합계임.

2) 대체 품목별 평균 대체 비율은 각 열의 대체 비율을 평균한 후, 전체 합계가 100%가 되도록 표준화하여 산출함.

자료: 저자 작성.

표 16 주요 과일·과채류 가격 상승 구간별 수입산으로의 대체 구매 의향 비중

단위: %

가격 상승 구간	과채류				과일류		평균
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
10% 이하	25.1 (25.1)	26.7 (26.7)	27.5 (27.5)	25.4 (25.4)	25.7 (25.7)	26.0 (26.0)	26.1 (26.1)
11~20%	33.5 (58.6)	36.2 (62.9)	34.1 (61.6)	35.5 (60.9)	35.8 (61.5)	35.0 (61.0)	35.0 (61.1)
21~30%	28.1 (86.7)	24.9 (87.8)	24.9 (86.5)	25.7 (86.6)	26.4 (87.9)	27.1 (88.1)	26.2 (87.3)
31~50%	9.1 (95.8)	9.0 (96.8)	8.4 (94.9)	8.0 (94.6)	7.9 (95.8)	7.4 (95.5)	8.3 (95.6)
50% 초과	4.2 (100.0)	3.2 (100.0)	5.1 (100.0)	5.4 (100.0)	4.2 (100.0)	4.5 (100.0)	4.4 (100.0)

주 1) ()는 누적 합계임.

2) 대체 품목별 평균 대체 비율은 각 열의 대체 비율을 평균한 후, 전체 합계가 100%가 되도록 표준화하여 산출함.

자료: 저자 작성.

가격 상승 시 국내산 대체 품목은 주로 수박·참외 등으로 나타나

- 여름철 국내산 과일·과채류 가격 상승 시 국내산 대체 품목을 조사한 결과, 주로 수박과 참외 등의 품목이 대체 구매가 이루어지는 것으로 나타남.
- 품목별로 국내산의 대체 구매 의향이 있는 품목 1, 2순위를 정리하면 다음과 같음.
 - 수박: 참외 38.8%, 복숭아 15.1%
 - 참외: 수박 39.0%, 방울토마토 15.2%
 - 일반토마토: 방울토마토 37.2%, 수박 22.7%
 - 방울토마토: 수박 27.7%, 일반토마토 26.1%
 - 포도: 수박 29.6%, 참외 15.8%
 - 복숭아: 수박 35.5%, 참외 17.9%

표 17 여름철 국내산 과일·과채 가격 상승 시 주요 국내산 대체 품목 선호 비중

단위: %

대체 품목	과채류				과일류		평균
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
수박	-	39.0	22.7	27.7	29.6	35.5	26.6
참외	38.8	-	12.4	14.9	15.8	17.9	17.2
일반토마토	6.7	8.6	-	26.1	7.0	6.2	9.4
방울토마토	11.8	15.2	37.2	-	12.3	10.6	15.0
포도	8.2	6.5	5.3	7.8	-	8.2	6.2
복숭아	15.1	11.3	7.3	7.1	11.7	-	9.0
멜론	7.8	5.3	1.4	1.3	3.2	3.0	3.2
블루베리	3.2	4.0	4.1	5.4	9.6	3.5	4.3
자두	4.5	5.7	4.0	4.7	7.1	10.4	5.2
사과	3.9	4.4	5.6	5.0	3.7	4.7	3.9
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 대체 품목별 평균 대체 비율은 각 열의 대체 비율을 평균한 후, 전체 합계가 100%가 되도록 표준화하여 산출함.

자료: 저자 작성.

가격 상승 시, 수입 과일 대체 품목은 대부분 바나나 선호가 가장 높게 나타나

- 여름철 국내산 과일·과채류 가격 상승 시 수입산 대체 품목을 조사한 결과, 모든 품목에서 바나나를 선택한 비중이 가장 높게 나타났다.
- 품목별로 수입산의 대체 구매 의향이 있는 품목 1, 2순위를 정리하면 다음과 같음.
 - 수박: 바나나 39.1%, 파인애플 13.6%
 - 참외: 바나나 41.4%, 키위 11.2%
 - 일반토마토: 바나나 44.0%, 체리 10.4%
 - 방울토마토: 바나나 43.9%, 체리 11.7%
 - 포도: 바나나 39.6%, 체리 13.5%
 - 복숭아: 바나나 39.7%, 파인애플 10.7%

표 18 여름철 국내산 과일·과채 가격 상승 시 주요 수입산 과일 대체 품목 선호 비중

단위: %

대체 품목	과채류				과일류		평균
	수박	참외	일반토마토	방울토마토	포도	복숭아	
바나나	39.1	41.4	44.0	43.9	39.6	39.7	41.3
파인애플	13.6	10.7	9.6	8.7	9.0	10.7	10.4
체리	9.3	10.8	10.4	11.7	13.5	10.4	11.0
망고	8.4	7.8	6.3	6.1	6.4	9.5	7.4
키위	9.5	11.2	10.0	9.4	8.0	10.2	9.7
오렌지	8.1	6.9	7.5	7.3	7.0	7.6	7.4
수입포도	5.9	5.4	5.3	5.8	12.0	6.4	6.8
자몽	2.5	2.5	2.3	2.6	1.3	2.2	2.2
아보카도	2.2	2.1	3.3	3.3	2.2	2.2	2.6
석류	1.0	0.8	0.8	0.6	0.6	0.9	0.8
레몬	0.4	0.4	0.5	0.6	0.4	0.2	0.4
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 대체 품목별 평균 대체 비율은 각 열의 대체 비율을 평균한 후, 전체 합계가 100%가 되도록 표준화하여 산출함.

자료: 저자 작성.

- 국내산 대체 품목은 다양하게 조사되었으나, 수입산 대체 구매는 품목과 관계없이 바나나에 집중되었음. 이는 국내산은 여름철 대체 품목이 많지만, 수입산은 구매 접근성과 소비 빈도가 높은 품목이 우선 선택되기 때문으로 판단됨.

04



요약 및 시사점

4.1. 요약

금년 여름철 주요 과일·과채류 구매 의향은 선호도 증가 및 품질 양호로 전년 대비 비슷하거나 증가

- 금년 여름철 주요 과일·과채류의 전년 대비 구매 의향은 ‘구매를 늘리겠다’는 비중이 28.1%로 ‘구매를 줄이겠다’는 비중(23.1%)보다 높은 것으로 조사됨.
- 품목별로는 수박, 참외, 토마토(일반, 방울), 복숭아가 전년보다 구매를 늘린다는 의향이 줄인다는 의향보다 크게 나타났으나, 포도는 구매를 줄인다는 의향이 늘린다는 의향보다 컸음.
 - 설문조사 결과, 포도는 맛(당도)에 대한 소비자의 중요도는 높는데 만족도가 낮게 나타난 부분이 구매 의향 감소로 이어진 것으로 판단됨.
- 여름철 과일·과채류의 구매 선호는 수박(39.5%), 방울토마토(16.5%), 복숭아(15.5%), 참외(14.6%), 일반 토마토(6.8%), 포도(5.1%) 순으로 조사됨.

올해 4~7월 고유가 피해지원금 지급으로 여름철 과일·과채류 수요는 단기적인 증가 가능성 있어

- 지원금의 주요 농축산물 구입 품목 비중은 ‘육류’(35.1%), ‘과일·과채류’(32.8%), ‘채소류’(13.7%), ‘가공식품’(8.7%), ‘곡물류’(6.5%) 순으로 조사되었음.
- 2026년 지원금 사용처는 ‘외식’(31.8%), ‘생필품’(22.4%), ‘농축수산물’(21.1%)이 높은 비중을 차지하였으며, 주로 동네슈퍼나 전통시장을 이용하는 것으로 조사됨.
- 작년 민생회복 소비쿠폰 지급에 이어 올해 고유가 피해지원금이 지급됨에 따라 단기적인 소비 진작, 골목 상권 활성화에 영향이 있는 것으로 보여지며, 고단가인 육류나 제철 과일류의 구매에 대한 거부감을 완화하는 데 효과가 있을 수 있음.

과일·과채류 가격이 평상시보다 20%까지 상승하게 되면 대체 품목으로 구매를 전환하려는 의향 높아

- 여름철에는 대체 가능한 과일·과채류가 많아 대체 구매 가격 상한선은 20% 내외로 나타남. 또한 전년보다 가격 상승폭 20% 이하에서 대체 구매를 고려하는 비중이 증가한 것은 소비자의 가격 민감도가 전년보다 높아졌음을 의미함.

- 가격 상승 시 국내산 대체 품목은 주로 수박·참외 등으로 나타났고, 수입산은 모든 품목에서 바나나 구매 선호가 가장 높게 나타났음.

4.2. 품목별 소비 행태의 주요 이슈와 시사점

이슈 1. 수박 소비는 가격과 기상 영향에 민감하게 반응, 1인 가구 중심으로 절단 및 조각 수박 소비 뚜렷

- 여름철 특정 기상이나 가격 이슈가 있을 경우, 수박의 구매 의향이 뚜렷하게 변화하는 것으로 조사되어 수박 수급이 불안할 경우 할인 쿠폰 지원 등의 소비 관련 대책 마련에 참고할 수 있을 것으로 판단됨.
- 한편, 1인 가구 등 소규모 가구 증가에 따라 유통업계의 조각 수박 및 절단 과일 판매에 대한 위생·포장 가이드 라인을 정립하고 관련 설비 지원을 강화해야 함.
 - 통수박과 절단 및 조각 수박 구매 비중 설문조사 결과, 1인 가구의 절단 및 조각 수박 구매 비중이 28.4%로 2인(12.5%)이나 3인(10.1%) 가구에 비해 큰 것으로 나타남<부표 3 참조>.

이슈 2. 복숭아 소비는 ‘맛(당도)’, ‘가격 부담’이 키워드

- 복숭아 소비 확대와 재구매율 제고를 위해서는 가격 부담 완화와 함께 맛·신선도·식감 등 소비자가 체감하는 핵심 품질 경쟁력을 지속적으로 강화하는 전략이 필요함.
- 복숭아는 물러짐이 심해 대량 구매 시 폐기 부담이 있어, 소포장 규격을 다양화하여 1회 지출 금액 단가를 낮추거나 유통 과정에서의 신선도 및 당도 유지를 위한 저온 유통 체계를 확대하는 방안 등을 검토할 수 있음.
 - 소비자가 중요하게 고려하는 복숭아 구매 요인 중 1순위가 맛(당도), 2순위가 신선도로 조사됨.

이슈 3. 샤인머스켓 ‘당도 개선’이 소비자 만족도 개선의 핵심 과제

- 소비자의 가장 큰 불만이 ‘당도’에 집중되어 있어, 출하 시 최소 당도 기준을 준수할 수 있는 관리가 필요하며, 추가로 소비자가 쉽게 당도를 확인할 수 있는 Brix 표기 제도를 검토해 볼 수 있음.
 - 소비자가 중요하게 생각하지만, 만족도가 떨어져 중요도와 만족도 간 차이가 가장 큰 고려 요인은 ‘맛(당도)’으로 나타남.
- 조기 출하에 따른 가격 하락 우려를 방지하기 위해 맛이 들지 않은 포도를 조기 출하하는 행위를 방지하고, 품질 유지를 위한 산지유통센터(APC)의 선별 기술 고도화 지원이 필요함.

이슈 4. 참외 낱개 판매(골라 담기) 구매 선호, 당도 증가와 씨 감소를 위한 고민 필요

- 대형마트뿐만 아니라 동네슈퍼, 전통시장에서도 소비자가 원하는 수량만큼 신선하게 구매할 수 있도록 낱개 진열, 손상 방지용 유통 집기 마련 등의 검토가 필요함.
- 씨 섭취에 부담을 느끼는 소비자를 위해 씨가 적거나 과육 당도가 높은 고품질 참외 연구 개발 및 보급 노력이 필요함.
 - 소비자가 생각하는 참외 소비 증가를 위한 개선점은 1순위가 당도 증가, 2순위가 씨가 적거나 없는 참외인 것으로 조사됨.

이슈 5. 토마토 가공 산업 육성 및 스테비아 안전성 확보 노력

- 신선 토마토 소비 외에도 소스, 주스 등 가정간편식(HMR) 및 영유아용 가공식품의 국산 토마토 원료 이용률을 높여 수급 불균형 시 가공 전환을 유도하는 정책적 노력이 필요함.
 - 과거 2~3년 토마토 가공식품 구매 변화 조사 결과, 소스류 중심으로 구매가 증가한 비중이 높은 것으로 나타남<부표 11 참조>.
- 스테비아토마토 등 전처리 토마토에 대한 성분 및 안전성 정보를 정확하게 안내함으로써 건강·식단 관리를 목적으로 하는 소비자층의 신뢰를 유지해야 함.

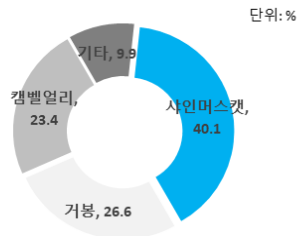
부록



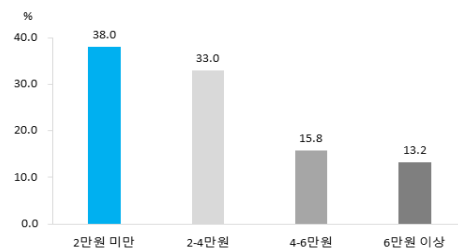
설문조사 결과

부도 1 포도 및 샤인머스켓 소비 동향

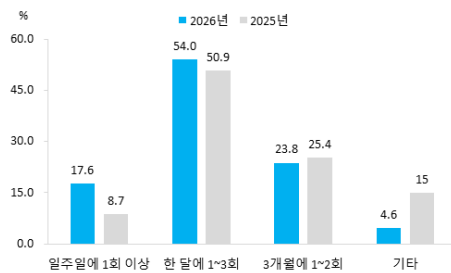
〈소비자 선호 포도 품종〉



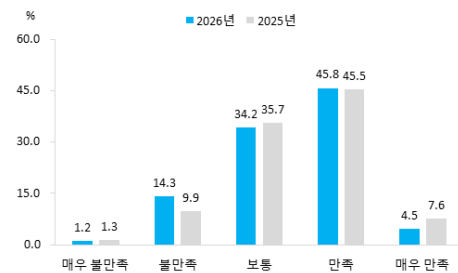
〈월평균 포도 구매비용〉



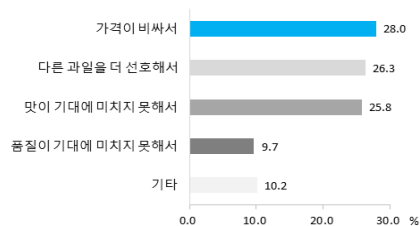
〈포도 구입 빈도 비교〉



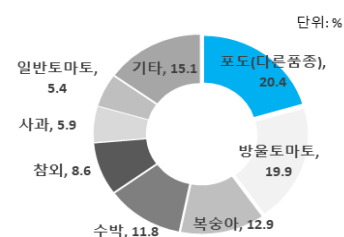
〈샤인머스켓 전반적 만족도 비교〉



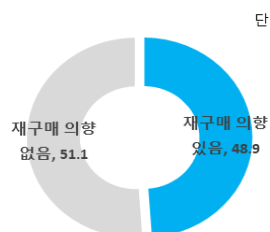
〈샤인머스켓을 구매하지 않는 이유〉



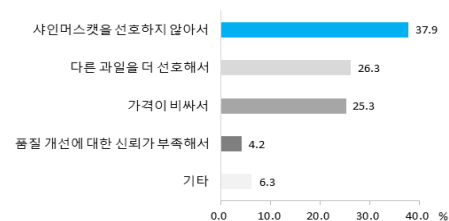
〈샤인머스켓 대체 구입 과일〉



〈맛/품질 개선 시 샤인머스켓 재구매 의향〉

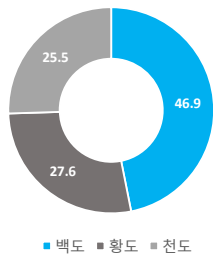


〈품질 개선 후 샤인머스켓 비구매 이유〉



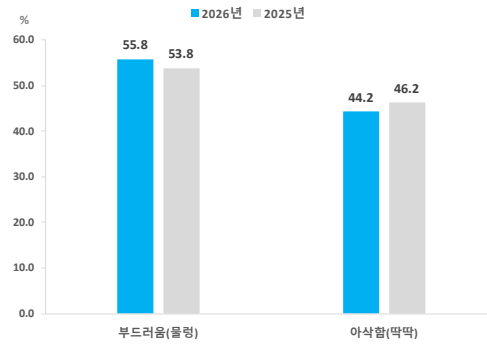
부도 2 복숭아 소비 동향

〈소비자 선호 복숭아 품종〉

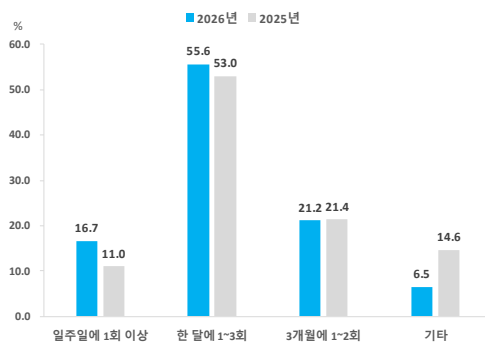


단위: %

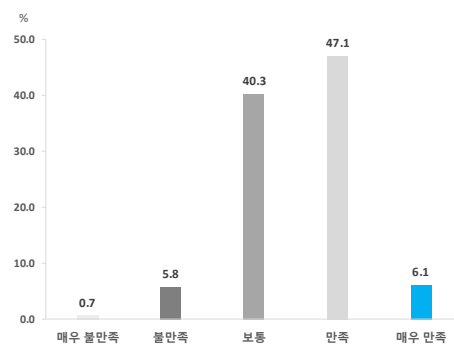
〈소비자 선호 복숭아 식감〉



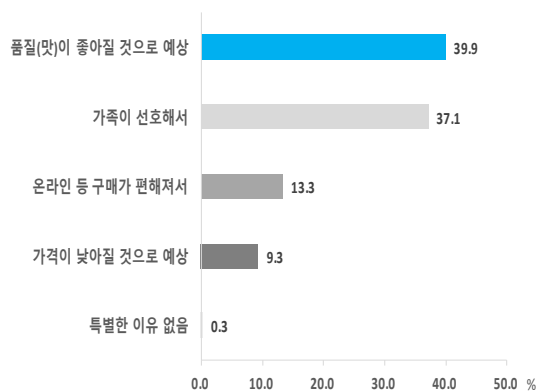
〈복숭아 구입 빈도 비교〉



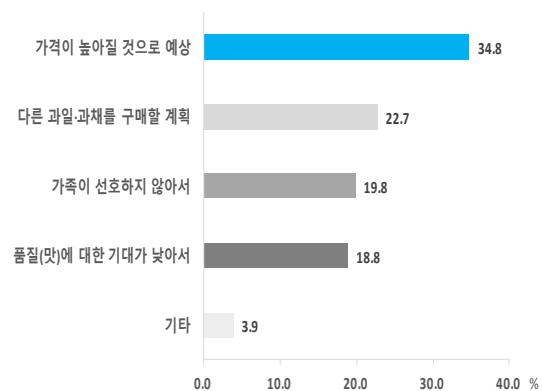
〈복숭아 전반적 만족도〉



〈복숭아 구매 의향 증가 이유〉

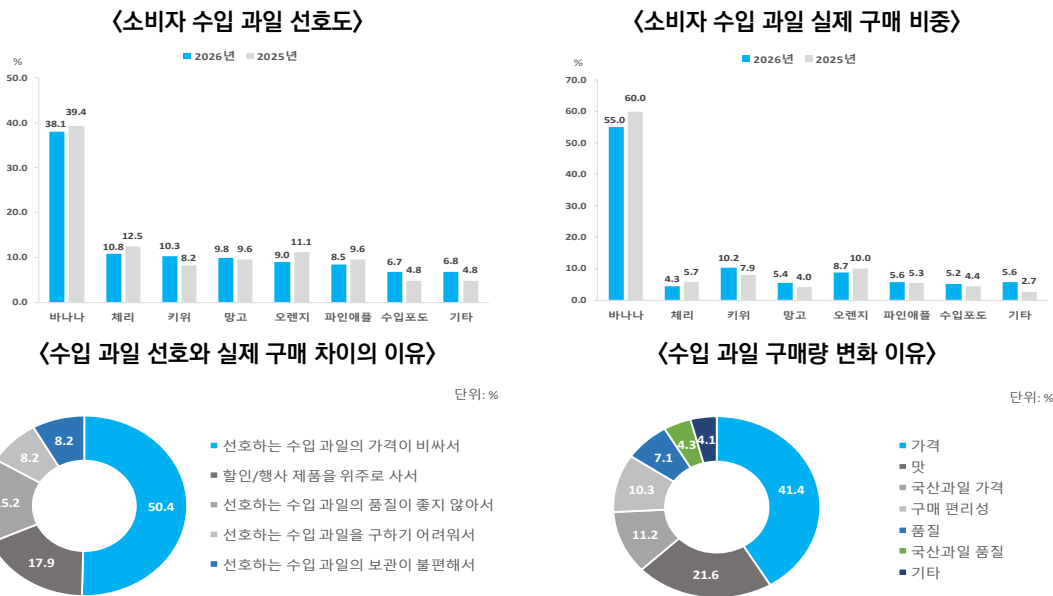


〈복숭아 구매 의향 감소 이유〉



자료: 저자 작성.

부도 3 수입 과일 소비 동향



자료: 저자 작성.

부표 1 가구원 수별 수박 구매 이유

단위: %

구분	1인 가구	2인 가구	3인 이상 가구	전체
더위·갈증 해소 및 시원한 과일이라서	51.2	52.1	39.0	46.2
당도가 높고 맛이 좋아서	27.8	19.4	19.8	22.1
가족 구성원이 선호해서	4.8	11.5	27.3	16.1
여름철 대표 제철 과일이라서	11.9	14.3	12.2	12.7
기타	4.3	2.7	1.7	2.9
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 기타는 '가격 할인행사', '다른 과일보다 양이 많아 가성비가 좋아서', '건강·영양 측면에서 좋다고 생각해서', '손님 접대에 좋아서'를 합산한 값임.
자료: 저자 작성.

부표 2 가구원 수별 수박 비구매 이유

단위: %

구분	1인 가구	2인 가구	3인 이상 가구	전체
한 번에 먹기에는 양이 많고 보관이 부담스러워서	58.2	50.0	51.7	55.1
1회 구매 시 지출 금액이 커 가격 부담이 있어서	20.0	18.8	24.1	20.3
손질 및 음식물쓰레기 처리가 번거로워서	10.0	16.7	3.4	10.7
가족 구성원의 선호도가 낮아서	7.3	6.3	6.9	7.0
기타	4.5	8.2	13.9	6.9
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 기타는 '다른 제철 과일 선호', '건강에 좋지 않을 것 같아서', '당도·품질 확인이 어려워', '알레르기가 있어서'를 합산한 값임.
자료: 저자 작성.

부표 3 수박 판매 형태별 구매 비중

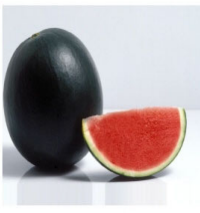
단위: %

응답자 특성		통수박	포장 수박(절단 및 조각)
전체		82.6	17.4
가구원 수	1인	71.6	28.4
	2인	87.5	12.5
	3인	89.9	10.1

자료: 저자 작성.

부표 4 수박 품종별 인지도·구매(의향) 여부 조사 결과

단위: %

구분		흑피수박	망고수박	복수박	애플수박
사진					
2025년	인지도	63.7	38.3	35.9	62.5
	구매 경험	32.4	18.0	27.5	34.3
	향후 구매 의향	57.5	50.5	46.4	57.2
2026년	인지도	64.2	64.9	49.6	74.7
	구매 경험	35.6	23.8	39.9	38.8
	향후 구매 의향	60.4	47.6	55.2	61.2

주: 이미지는 네이버 스마트스토어(<https://sell.smartstore.naver.com/>, 검색일: 2025. 7. 7.)에서 캡처한 것임.

자료: 저자 작성.

부표 5 참외 품질 만족도

단위: %

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	합계
당도	0.8	6.0	61.4	27.6	4.2	100.0
식감	0.6	6.3	61.8	27.6	3.7	100.0

자료: 저자 작성.

부표 6 참외 주요 섭취 방식

단위: %

생과일 섭취	샐러드 조리 섭취	주스 형태 섭취	합계
91.0	6.9	2.1	100.0

자료: 저자 작성.

부표 7 참외 가공식품 향후 구매 의향

단위: %

구매 의향 없음	참외 주스	냉동 참외 슬라이스	참외 청	참외 빵	합계
56.6	16.4	11.0	9.5	6.5	100.0

자료: 저자 작성.

부표 8 스테비아토마토 구매 경험

단위: %

구분	있다	없다
2025년	70.1	29.9
2026년	75.0	25.0

자료: 저자 작성.

부표 9 스테비아토마토 구매 이유

단위: %

가격이 저렴해서	아이들 간식용	건강 및 식단 관리	호기심 또는 유행	높은 당도	합계
0.3	4.7	6.0	35.1	53.9	100.0

자료: 저자 작성.

부표 10 스테비아토마토 속성별 만족도

단위: %

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	합계
2025년	맛	2.3	9.4	16.8	54.5	17.0	100.0
	식감	1.1	5.1	28.7	53.5	11.6	100.0
	안전성	2.0	12.7	49.4	30.4	5.5	100.0
	가격	2.6	25.5	46.9	20.5	4.5	100.0
2026년	맛	3.6	9.7	19.2	49.3	18.2	100.0
	식감	1.3	3.9	34.7	48.7	11.4	100.0
	안전성	3.3	12.4	48.4	29.6	6.3	100.0
	가격	2.8	21.3	47.5	23.9	4.5	100.0

자료: 저자 작성.

부표 11 토마토 가공식품 품목별 과거(2~3년 전) 대비 구매 변화

단위: %

구분	매우 감소	감소	비슷	증가	매우 증가	합계
음료(주스류)	13.2	18.9	54.3	12.3	1.3	100.0
홀토마토(캔 등)	19.1	17.6	48.8	12.7	1.8	100.0
퓨레	20.0	34.4	33.7	9.0	2.9	100.0
소스	8.3	23.5	38.5	24.6	5.1	100.0

주: 음료에는 즙도 포함됨. 퓨레의 경우 첨가물이 없는 것을 의미, 소스는 첨가물(설탕 등)이 포함된 것임.

자료: 저자 작성.

부표 12 선호하는 토마토 가공식품 종류

단위: %

음료(주스류)	홀토마토(캔 등)	퓨레	소스	합계
28.1	17.5	12.1	42.3	100.0

주: 음료에는 즈도 포함됨. 퓨레의 경우 첨가물이 없는 것을 의미, 소스는 첨가물(설탕 등)이 포함된 것임.

자료: 저자 작성.

부표 13 토마토 가공식품 향후 구매 의향

단위: %

구분	있다	없다
음료(주스류)	34.4	65.6
홀토마토(캔 등)	12.9	87.1
퓨레	12.5	87.5
소스	42.8	57.2

주: 음료에는 즈도 포함됨. 퓨레의 경우 첨가물이 없는 것을 의미, 소스는 첨가물(설탕 등)이 포함된 것임.

자료: 저자 작성.

부표 14 토마토 가공식품 구매 후 신선 토마토 구매 변화

단위: %

매우 감소	감소	비슷	증가	매우 증가	합계
1.8	7.9	69.5	18.0	2.8	100.0

자료: 저자 작성.



참고문헌

국가데이터처(2026), 장래가구추계.

네이버 스마트스토어(<https://sell.smartstore.naver.com/>), 검색일: 2025. 7. 7.

노호영 외(2025a), “2025년 추석 성수기 주요 과일류 소비행태 및 공급전망”, 농정포커스, 한국농촌경제연구원.

노호영 외(2025b), “여름철 주요 과일·과채류 소비 행태 및 2025년 구매 의향 조사”, 농정포커스, 한국농촌경제연구원.

한국농촌경제연구원(2026), 농업전망 2026, 한국농촌경제연구원.

행정안전부(<https://www.mois.go.kr/frt/sub/a06/b07/highOilPriceSupport/screen.do>), 고유가 피해지원금 개요, 검색일: 2026. 7. 8.



한국농촌경제연구원