한국 고등어 소비 변화와 시장 확대 방향

Mackerel Consumption in Korea: Trends and Market Expansion

강 효 녕 팀장
Hyonyong Kang Team Leader

CONTENTS

Section 1. 한국 수산물 소비 패턴 변화 Seafood consumption trends in Korea

Topic 1. 수산물 실질 구매금액 Real seafood spending

Topic 2. 품목군과 구매처 Product groups and purchase channels

Topic 3. 연령대별 수산물 구매 형태 Seafood purchase forms by age

Section 2. 고등어 소비 변화 Changes in mackerel consumption

Topic 4. 고등어 구매규모와 구매가구 Mackerel purchases and purchasing households

Topic 5. 연령대별 구매와 구매처 Purchasing patterns and channels by age

Topic 6. 노르웨이산 표시 고등어 Norwegian mackerel

Section 3. NSC 협력 방향 Cooperation with NSC

Section 1.

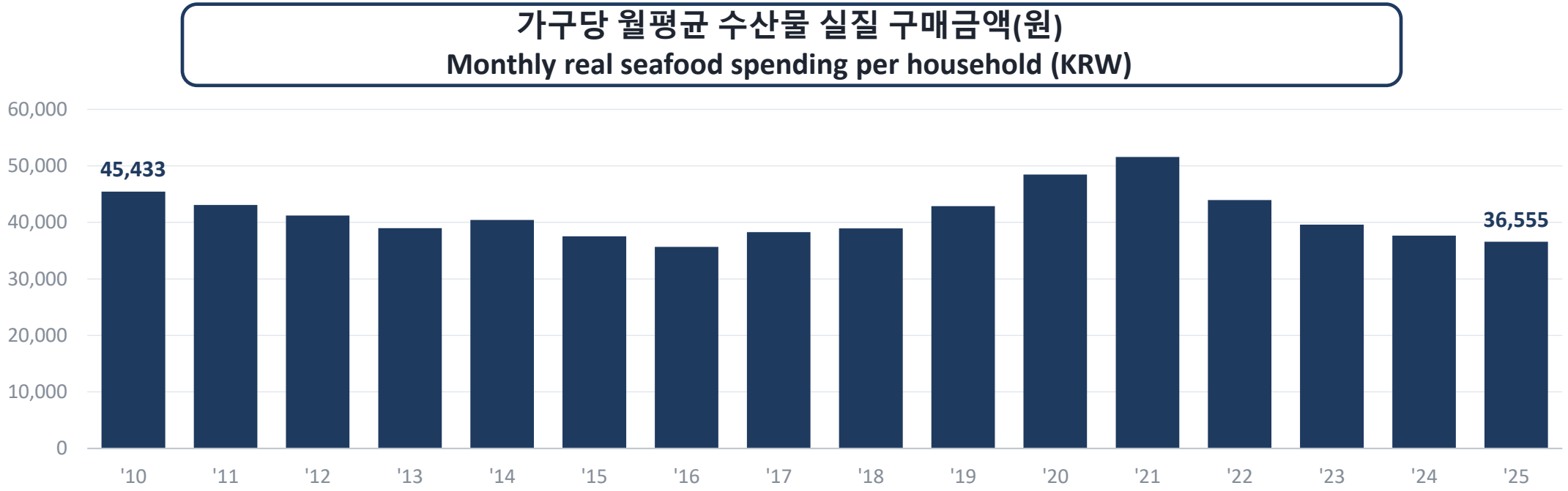
한국 수산물 소비 패턴 변화

Seafood consumption trends in Korea

Topic 1. 수산물 실질 구매금액 Real seafood spending

– 수산물 실질 구매금액, '20~'21년 반등 이후 감소

– Real seafood spending declined after a rebound in '20–'21

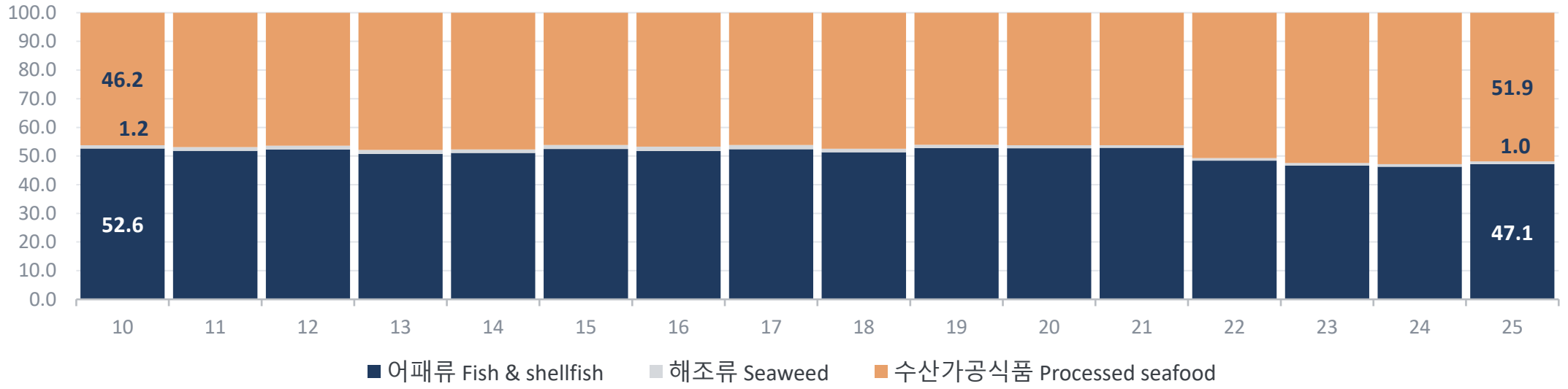


자료: KMI 내부자료.
Source: KMI internal data.

Topic 2. 품목군과 구매처 Product groups and purchase channels

- **'25년 수산가공식품**(김·건어물·젓갈·통조림·어묵 등) **비중 51.9%, 구매금액의 절반 이상**
- **'25 processed seafood** (gim, dried/fermented seafood, canned fish, fish cakes)**: 51.9% share**

품목군별 구매금액 비중(%)
Spending share by product group (%)

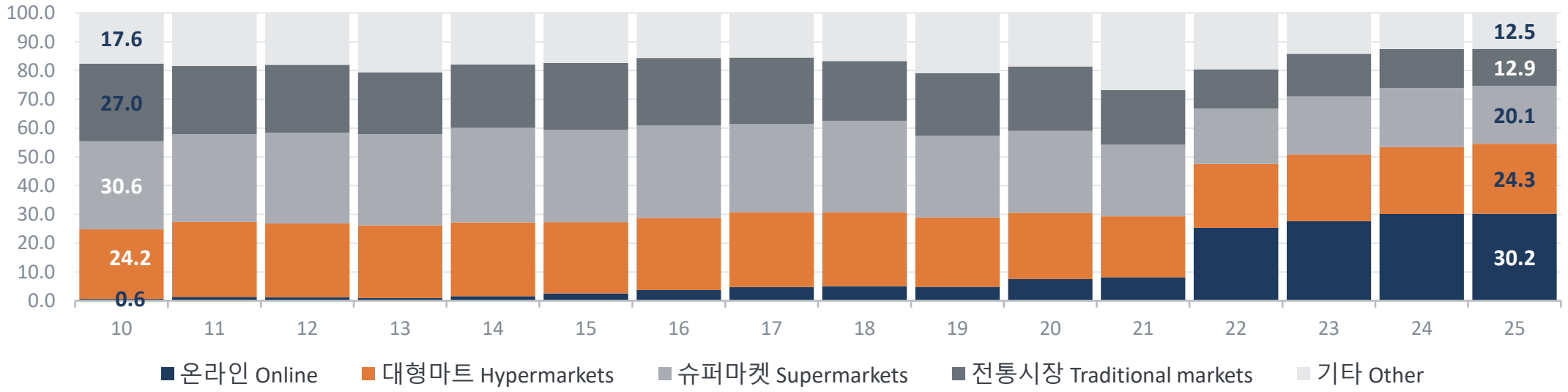


자료: KMI 내부자료.
Source: KMI internal data.

Topic 2. 품목군과 구매처 Product groups and purchase channels

- 수산물 온라인 구매금액 비중 확대, 전통시장 비중 축소
- Online seafood spending share expanded; traditional markets lost share

구매처별 구매금액 비중(%)
Spending share by purchase channel (%)

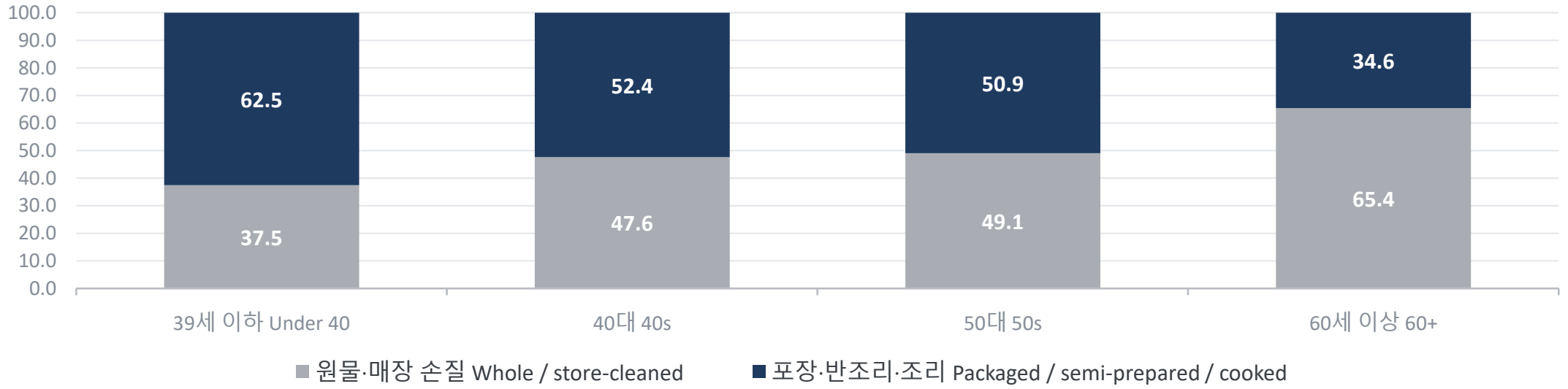


자료: KMI 내부자료.
Source: KMI internal data.

Topic 3. 연령대별 수산물 구매 형태 Seafood purchase forms by age

- 39세 이하 포장·반조리·조리 수산물 비중, 60세 이상의 약 1.8배
- Packaged or prepared seafood: under-40 share is 1.8× the 60+ share

'24년 가구주 연령별 수산물 구매 형태(%)
Seafood purchase forms by household-head age, 2024 (%)



자료: 한국농촌경제연구원, 「식품소비행태조사」.
Source: Korea Rural Economic Institute (KREI), Food Consumption Behavior Survey.

Section 2.

고등어 소비 변화

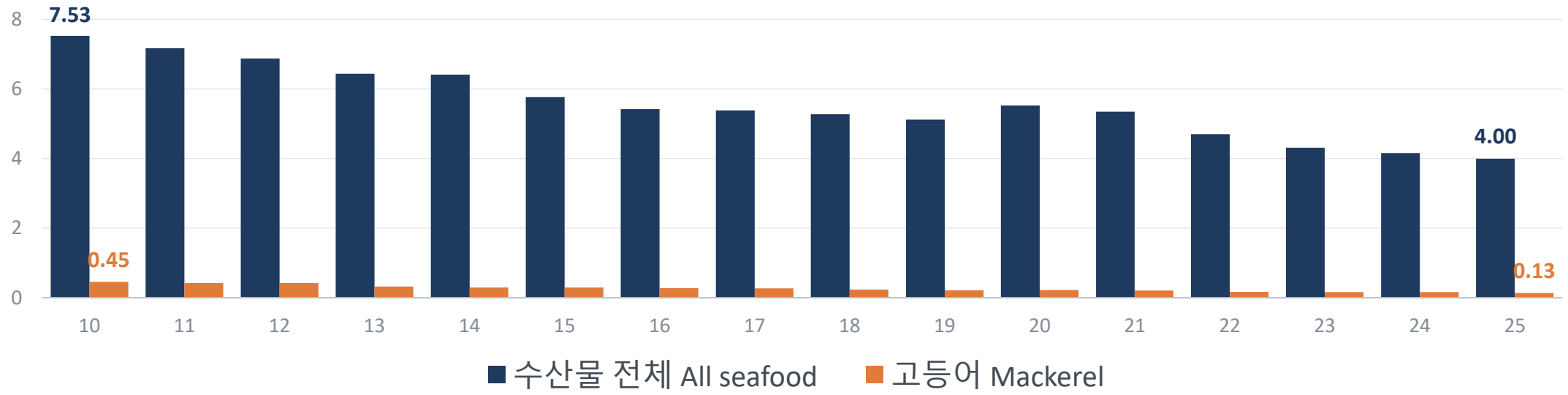
Changes in mackerel consumption

Section 2. 고등어 소비 변화 Changes in mackerel consumption

Topic 4. 고등어 구매규모와 구매가구 Mackerel purchases and purchasing households

- 고등어 구매건수 71.0% 감소, 수산물 전체는 46.9% 감소
- Per-household purchase records: mackerel −71.0%; all seafood −46.9%

가구당 수산물 및 고등어 월평균 구매건수(건)
Monthly seafood and mackerel purchase records per household

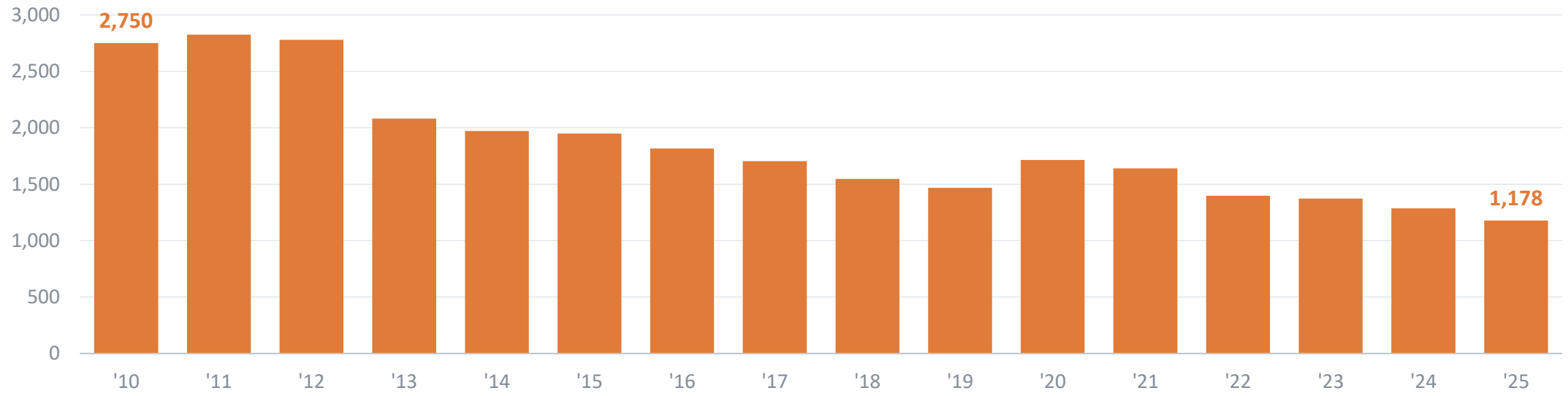


자료: KMI 내부자료.
Source: KMI internal data.

Topic 4. 고등어 구매규모와 구매가구 Mackerel purchases and purchasing households

- 고등어 실질 구매금액, '20년 반등 후 감소
- Real mackerel spending declined after a rebound in '20

가구당 월평균 고등어 실질 구매금액(원)
Monthly real mackerel spending per household (KRW)

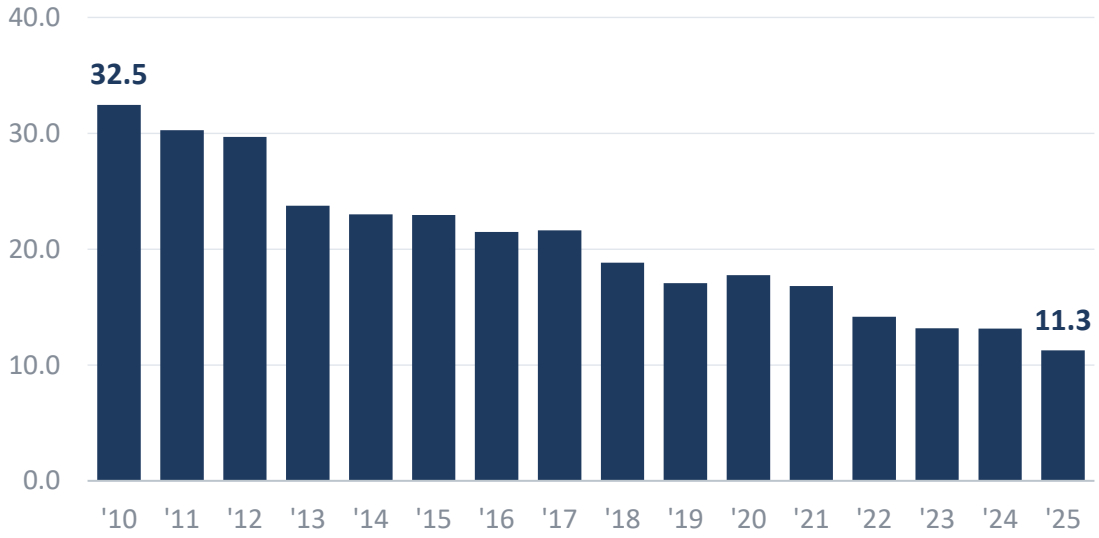


자료: KMI 내부자료.
Source: KMI internal data.

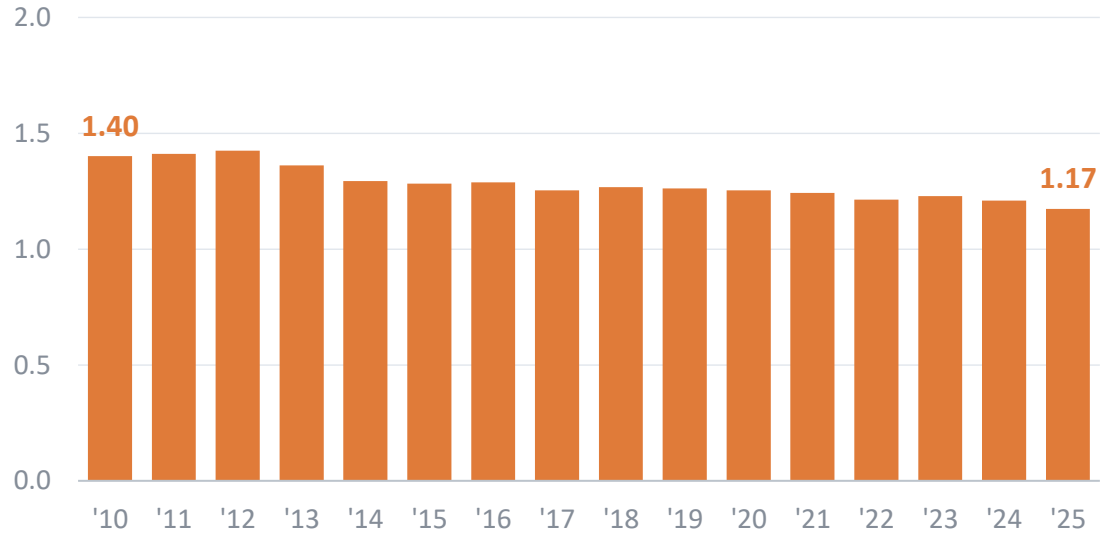
Topic 4. 고등어 구매규모와 구매가구 Mackerel purchases and purchasing households

- 고등어 구매가구 비율은 크게 하락, 구매가구당 구매건수는 소폭 감소
- Purchasing household share fell sharply; records per buyer fell modestly

월평균 고등어 구매가구 비율(%)
Monthly mackerel-buying household share (%)



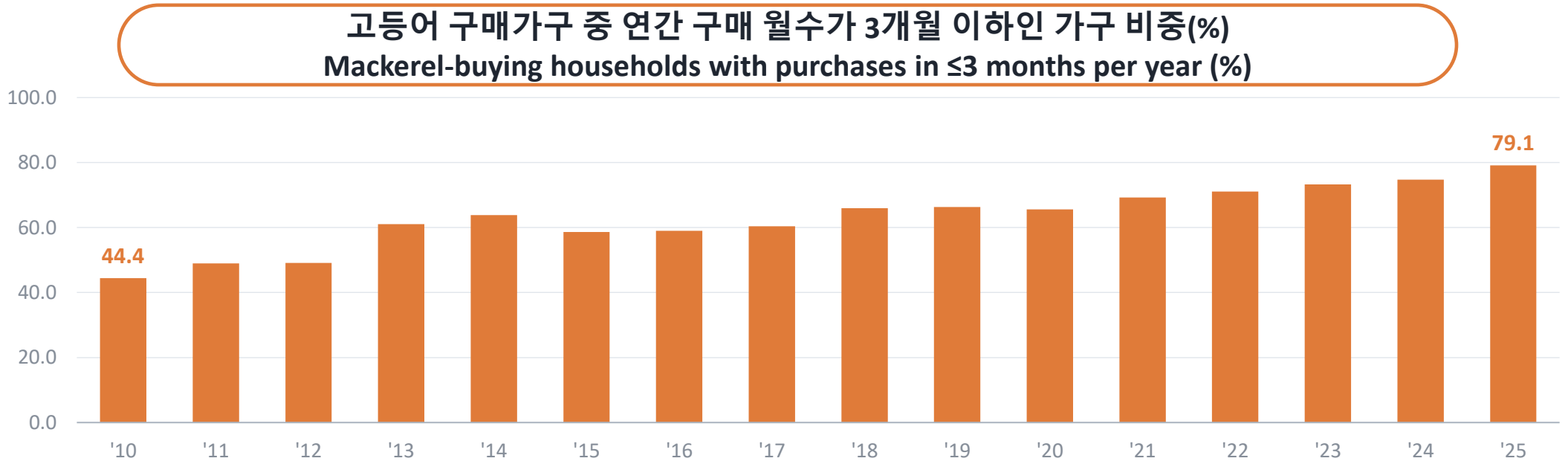
구매가구당 월평균 구매건수(건)
Monthly purchase records per buyer household



자료: KMI 내부자료.
Source: KMI internal data.

Topic 4. 고등어 구매규모와 구매가구 Mackerel purchases and purchasing households

- 연간 고등어 구매기록 3개월 이하 가구 비중, '10년 44.4% → '25년 79.1%
- Households buying mackerel in ≤3 months: 44.4% ('10) → 79.1% ('25)



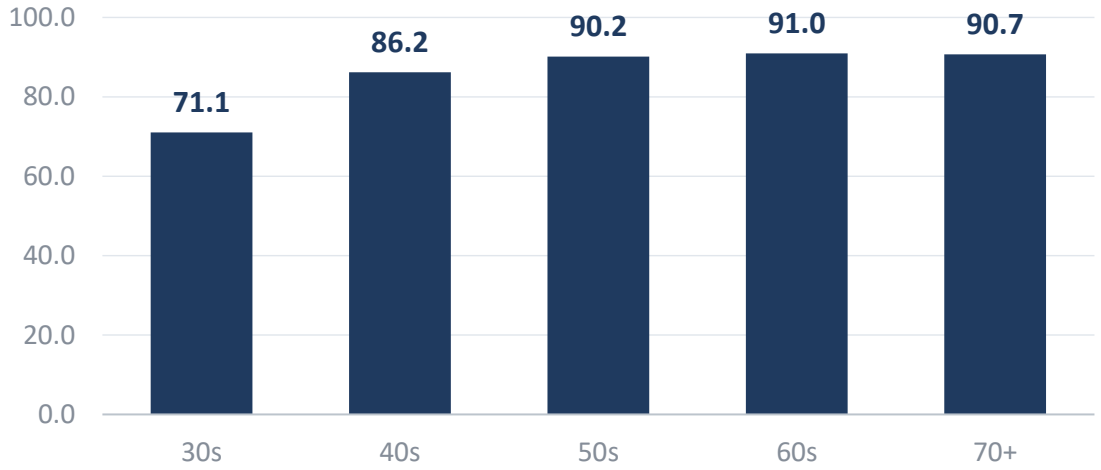
자료: KMI 내부자료.
Source: KMI internal data.

Section 2. 고등어 소비 변화 Changes in mackerel consumption

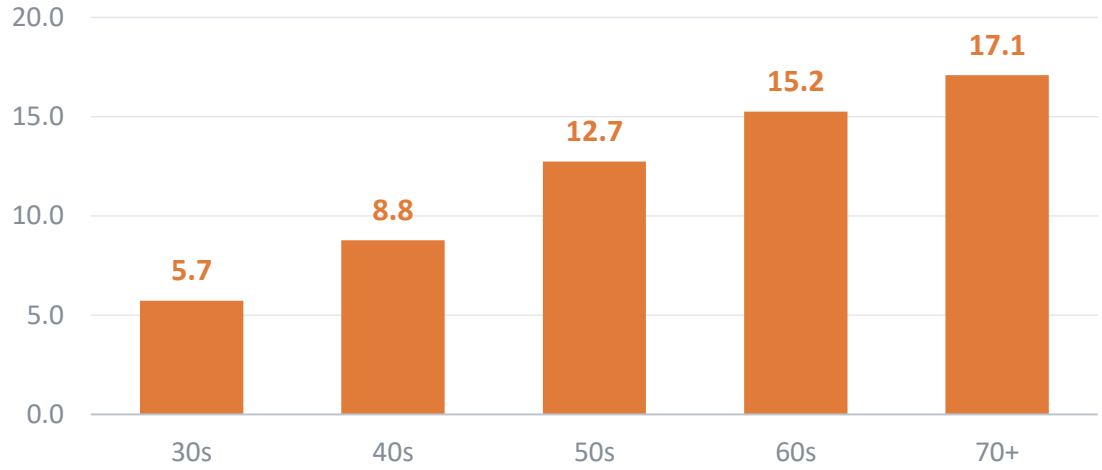
Topic 5. 연령대별 구매와 구매처 Purchasing patterns and channels by age

- '25년 고등어 월평균 구매가구 비율, 30대 5.7%·70세 이상 17.1%
- '25 monthly mackerel buyer share by household-head age: 30s 5.7%, 70+ 17.1%

수산물 전체 구매가구 비율(%)
All seafood: purchasing household share (%)



고등어 구매가구 비율(%)
Mackerel: purchasing household share (%)

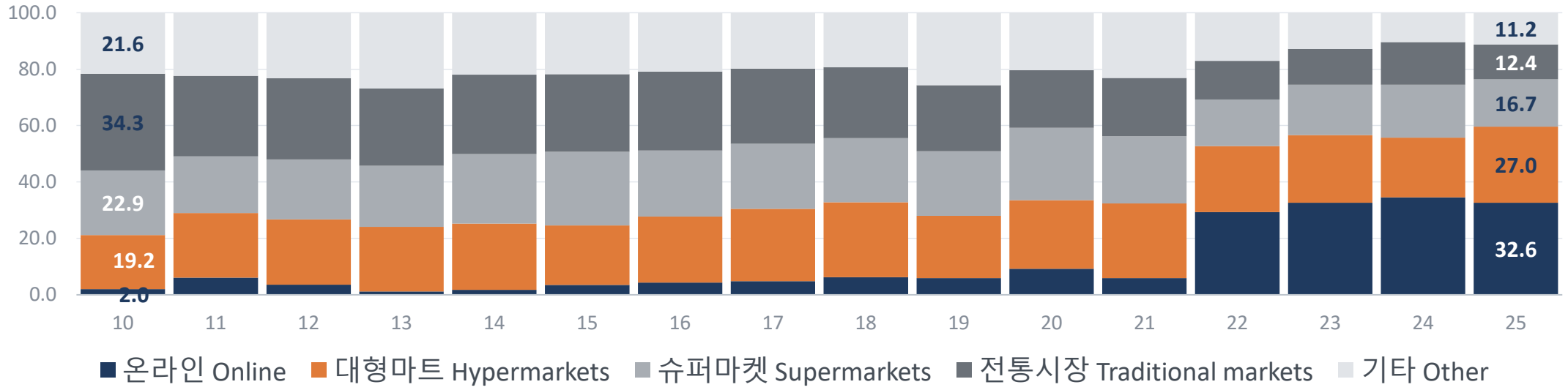


자료: KMI 내부자료.
Source: KMI internal data.

Topic 5. 연령대별 구매와 구매처 Purchasing patterns and channels by age

- 고등어 온라인 구매금액 비중, 장기 확대 후 '25년 하락
- Online mackerel spending share fell in '25 after long-term expansion

고등어 구매처별 구매금액 비중(%)
Mackerel spending share by purchase channel (%)

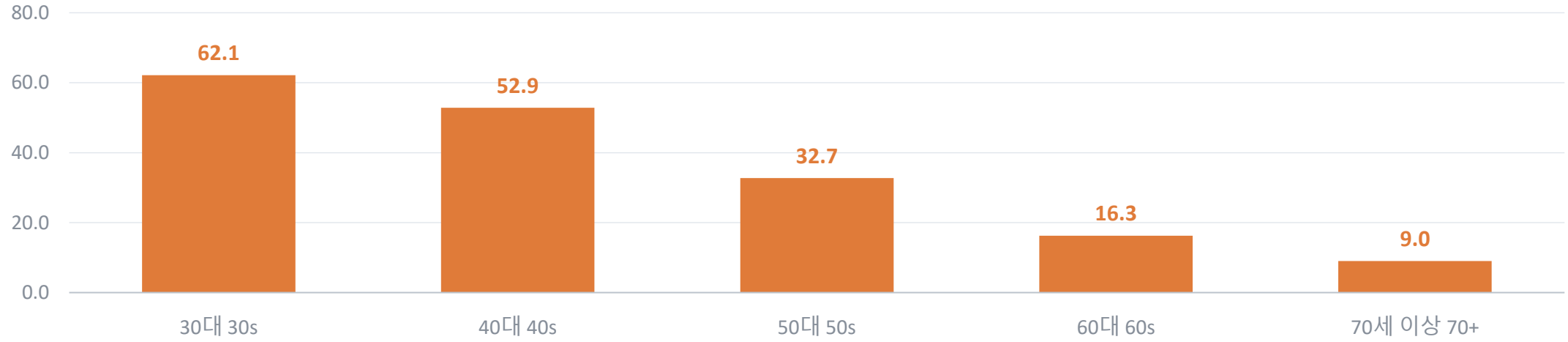


자료: KMI 내부자료.
Source: KMI internal data.

Topic 5. 연령대별 구매와 구매처 Purchasing patterns and channels by age

- 고등어 온라인 구매금액 비중, 고연령 일수록 감소(30대 62.1% → 70대 이상 9.0%)
- Online share of mackerel spending decreases with age (62.1% in 30s → 9.0% in 70s and above)

'25년 가구주 연령별 고등어 온라인 구매금액 비중(%)
Online share of mackerel spending by household-head age, 2025 (%)

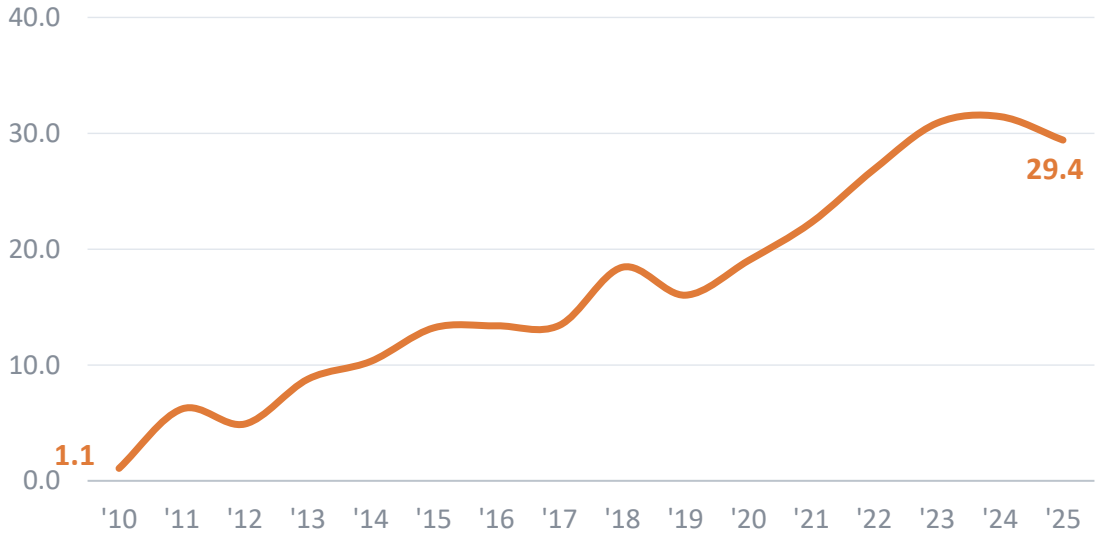


자료: KMI 내부자료.
Source: KMI internal data.

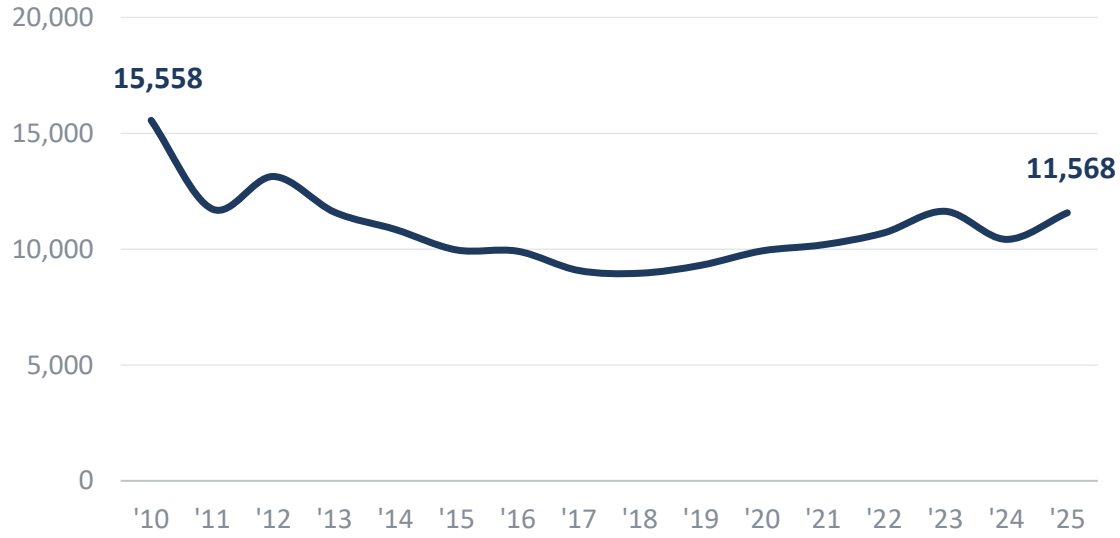
Topic 6. 노르웨이산 고등어 Norwegian mackerel

- 노르웨이산 고등어 (상품 표기 기준)의 구매가구 비율과 구매금액 변화
- Mackerel with Norwegian origin labels: purchasing households and spending

고등어 구매가구 중 노르웨이산 구매가구 비율(월평균, %)
Monthly buyer share: Norwegian / all mackerel (%)



구매가구당 월평균 실질 구매금액(원)
Monthly real spending per buyer household (KRW)



자료: KMI 내부자료.
Source: KMI internal data.

고등어 소비 기반 확대를 위한 NSC 협력 과제
NSC cooperation priorities for expanding mackerel consumption

01 구매가구 확대 중심의 상품·홍보 전략 수립
Product and promotion strategies to expand household reach

02 연령별 구매처 특성을 반영한 유통·홍보 차별화
Age-specific distribution and promotion based on shopping channels

03 고등어 구매가구 확대와 재구매 촉진
Expanding the mackerel buyer base and encouraging repeat purchases

Thank you