농림축산식품부	보도자료	대체불가 대한민국

보도시점	2026. 11. 8.(일) 11:00 2026. 11. 9.(월) 조간	배포	2026. 11. 6.(금) 16:00

가치소비부터 AI까지 식품 소비 판도 바뀐다!

- 업계 700여 명 참석, ‘2027 식품외식산업전망’에서 서울대 문정훈 교수, 샘킴 셰프 등과 식품·외식 분야 소비 트렌드 및 산업 동향 논의
- 건강과 맛은 기본, 경험과 가치를 중시하는 소비가 확산될 것으로 전망, AI 기술이 이끄는 식품·외식산업의 혁신 조망

농림축산식품부(장관 송미령, 이하 ‘농식품부’)는 11월 4일(수), 11월 5일(목) 양일간 서울 코엑스에서 ‘2027 식품외식산업전망’을 성공적으로 개최했다. 이번 행사에는 식품·외식 업계 종사자를 비롯하여 700여 명이 참석했으며, 국내외 식품시장 동향과 소비 트렌드에 대해 살펴보고 급변하는 산업환경에 대응하기 위한 미래 전략을 모색했다. 이번 행사에서 진행된 강연은 11월 18일(수)부터 식품산업통계정보(FIS) 누리집(www.atfis.or.kr)을 통해 확인할 수 있다.

특히, 올해는 가치소비 확산, 인공지능(AI) 기술의 발전 등 식품·외식산업의 변화와 혁신을 이끄는 다양한 요인들에 대해 주목했다. 전문가들은 소비자의 선택 기준이 가격에만 머무는 것이 아니라 경험에 대한 가치로 다변화되고 있으며, 이러한 변화가 식품·외식기업에게 새로운 기회이자 도전으로 작용할 것이라고 진단했다. 아울러, AI·데이터 등 첨단기술의 도입이 국내 식품·외식 기업의 경영 혁신과 생산성 제고에 큰 역할을 할 것이라 전망했다.

1. 건강부터 취향·경험까지 다변화하는 소비자 선택 기준

최근 식품 소비는 ①웰니스, ②취향(맛), ③경험(가치) 등 크게 세 가지 변수에 영향을 받는다.

먼저, 건강한 삶을 추구하는 웰니스 소비가 일상화되고 있다. 건강 관리에 대한 관심이 높아지면서 단백질 식품, 식이섬유, 대체식 등 건강을 고려한 식품 소비가 확대되고 있다. 특히, 건강을 위해 맛을 포기하던 과거와 달리 최근에는 건강과 맛을 동시에 추구하는 소비자가 늘면서 대체당을 활용한 제로 식품, 기존 식품에 기능성 원료(예: 유산균을 첨가한 이온음료)를 추가한 제품 등이 주목받고 있다.

아울러, 단순한 제품 구매를 넘어 소비 과정에서 얻는 경험과 만족을 중시하는 '가치소비'가 확산되고 있다. 세계적인 인플레이션 기조로 인해 소비자들은 하나를 소비하더라도 제대로 된 소비를 하려는 경향을 보인다. 고물가 상황에도 트러플 스낵, 싱글 오리진 커피 등 일상 속 작은 사치를 즐기는 '스몰 럭셔리' 소비가 대표적이다. 특히, 인스타그램·틱톡 등 SNS 사용이 증가하면서 타인과 공유할 수 있는 특별한 경험을 선사하는 소비를 선호하는 경향이 두드러진다.

이러한 변화는 실제 식품 구매 행태에서도 확인된다. 단백질 음료 소비는 과거 2년 대비 최근 1년간 50.3% 증가했으며, 디카페인 음료(22.4%), 무·논알콜 주류(20%) 제로 음료(18.3%) 등도 증가세를 보였다. 특히, 저당 아이스크림(빙과류) 소비는 53.7% 증가했으며, 기존 빙과 브랜드에 저당·저칼로리 특성을 접목한 제품은 구매 금액이 215.1%가 늘어나는 등 건강과 맛을 모두 고려한 제품이 인기를 얻고 있다. 아울러, 두바이 초콜릿을 활용한 디저트, 과일 찹쌀떡 등 SNS으로 공유할 수 있는 새로운 경험을 제공하는 식품이 큰 주목을 받았다.

외식업 분야에서도 건강과 즐거움을 동시에 추구하는 '헬시 플레저(Healthy Pleasure)' 트렌드가 이어지고 있다. 커피 전문점에서 디카페인 커피의 매출액은 증가하고 있으며, 단백질·비타민 등을 추가할 수 있는 맞춤형 메뉴가 등장하고 있다. 저당 떡볶이, 저당 숯불갈비 등 건강을 고려한 외식 메뉴도 다양해지고 있다. 아울러, 외식 브랜드와 패션·의류업계 간 협업, 러닝대회와 같은 참여형 행사 등을 통해 소비자에게 차별화된 경험을 제공하려는 시도도 확대되고 있다.

2. AI 기술, 식품·외식 산업에 부는 혁신의 바람

AI 기술을 활용한 식품 제조 공정의 고도화와 외식업 경영 혁신이 업계에 활력을 불어넣을 것으로 기대된다.

식품 제조업은 글로벌 공급망 불안정, 인건비 상승, 다품종 소량 생산 확대, ESG 경영에 대한 요구 등 복합적인 과제에 직면해 있다. 이러한 도전 과제를 효과적으로 해결하기 위해선 기존의 자동화 방식으로는 한계가 있다. AI를 활용하여 식품 제조 관련 데이터를 수집·표준화하고, 이를 기반으로 생산 공정을 최적화하여 생산성과 품질을 높이고 글로벌 경쟁력을 확보해야 한다.

외식업에서도 AI 활용 가능성이 주목받았다. AI를 통해 고객 특성과 소비 트렌드를 분석하고, 원가를 검토하여 개별 매장에 적합한 메뉴를 개발할 수 있으며, 고객층에 맞춘 메뉴명 선정과 브랜드 전략 수립도 가능하다. 또한, 홍보 포스터, 메뉴판 제작 등 기존에 외부 업체에 의존하던 업무도 AI를 활용하여 비용 부담을 낮추고 마케팅 효율성을 높일 수 있을 것으로 기대된다.

이번 행사에 참여했던 식품 업계 종사자는 “평소 접하기 어려운 국내외 식품·외식 전문가들의 분석과 현장 경험을 한자리에서 들을 수 있어 매우 뜻깊었다.”며, “오늘 얻은 인사이트를 바탕으로 내년도 신제품 개발과 경영 전략을 수립할 계획”이라고 밝혔다.

농식품부 정경석 식품산업정책관은 “이번 행사가 식품·외식산업의 흐름을 이해하고 대응 방안에 대해 생각해 볼 수 있는 뜻깊은 자리가 되었길 바란다.”며, 정부 또한, 웰니스 소비 트렌드에 식품·외식기업이 발 빠르게 대응할 수 있도록 간편식·건강식 등 식품 R&D를 확대하고, 그린바이오 산업을 고도화할 계획”이며, “푸드테크 연구지원센터 및 혁신 클러스터 구축을 통해 식품·외식업계에 AI, 로봇 등 첨단기술 도입을 가속화할 예정”이라고 밝혔다.

담당 부서	식품산업정책관 푸드테크정책과	책임자	과 장	유미선	(044-201-2111)
		담당자	사무관	김정빈	(044-201-2116)

대한민국 정책브리핑 대체불가 대한민국 OPEN 출처표시 공공누리 공공저작물 자유이용허락