

AGRICULTURE

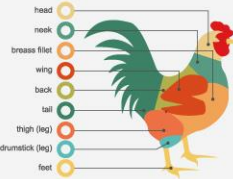
infographic elements

agricultural world map

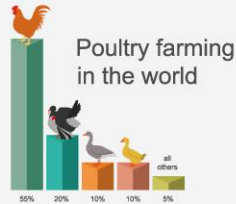
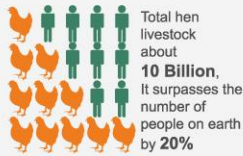


poultry

General livestock of hens about **10 billion**

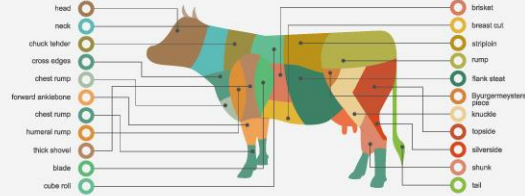


The largest countries that produce fowl livestock (a Million heads)

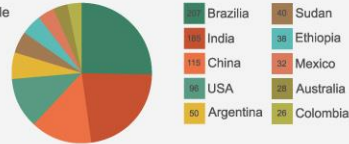


beef

The general number of cattle in the world is **1.3 Billion**

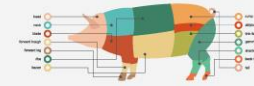


Top ten producers of cattle (millions of head)

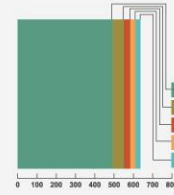


pork

The general number of livestock pigs in the world is **1 Billion**



Top 5 producers of pork (millions of head)



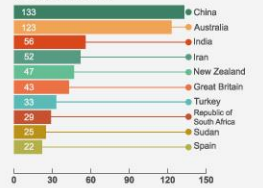
China makes 1/3 pork from world production

mutton

World sheep breeding **1.2 Billion heads**



the countries leaders with the greatest livestock of sheep (millions of the heads)



2025. 10

2025년 4분기 이슈분석

경기, 물가, 그리고 축산물 소비

This page intentionally left blank

제 출 문

축산업 · 기업 분석 및 전망 연구 용역

축산물품질평가원 귀하

본 보고서를 “축산업·기업 분석 및 전망 용역(3차)” 12차보고서 최종성과품으로 제출합니다.

연구기관: NH투자증권 리서치본부 FICC리서치부

연구책임자: NH투자증권 황 병 진

This page intentionally left blank

C/O/N/T/E/N/T/S

I. 국내 경기와 축산물 소비	9
II. 축산물이 국내 물가에 미치는 영향	23
III. 4분기 국내 경기 및 축산물 소비 전망	47

[주요 용어 정리]

구분	주요 내용
소득 탄력성	소비자의 소득이 변화할 때 특정 재화나 서비스의 수요량이 얼마나 민감하게 변화하는지를 나타내는 지표
사치재(Luxury Good)	소득 탄력성이 1을 초과. 소득 수준이 높아질수록 소비에서 차지하는 비중이 점점 커짐
정상재(Normal Good)	소득이 증가할 때 수요가 증가하는 모든 재화. 사치재와 필수재를 모두 포함하는 상위 개념
필수재(Necessity Good)	소득 탄력성이 0과 1사이. 사람들의 일상생활에 꼭 필요한 재화로 소득 변동에 크게 흔들리지 않음
열등재(Inferior Good)	소득 탄력성이 0 미만. 소비자가 가난할 때는 어쩔 수 없이 구매하지만, 소득이 늘어나면 해당 재화의 소비를 줄이고 더 질 좋은 다른 재화를 구매하기 때문엔 수요가 감소
불황형 소비재 (Recessionary Good)	실제 시장에서 경기 침체에 수요가 증가하는 품목을 설명할 때 사용. 고가 품목(한우, 와인 등)의 소비가 줄고, 상대적으로 저렴한 대체재(돼지고기, 수입육, 소주 등)의 소비가 늘어나는 현상
소비자심리지수 (CCSI, Composite Consumer Sentiment Index)	현재 및 미래의 경제 상황에 대한 소비자들의 심리적 태도와 기대를 종합적으로 파악하는 지표. 현재생활형편, 생활형편전망, 가계수입전망, 소비지출전망, 현재경기판단, 향후경기전망의 6가지 주요 개별지수를 표준화하여 합성. 100보다 클 경우 경제상황에 대한 소비자의 주관적인 기대심리가 과거 평균보다 낙관적임을, 100보다 작을 경우에는 비관적임을 의미

[국내 경기와 축산물 소비]

수요 함수 추정 연구에 따라 결과가 상이하나, 일반적으로 국내 성장률과 높은 양(+)의 상관관계를 보이는 것은 한우 수요이다. 소득 탄력성이 높은 사치재의 성격을 띄고 있기 때문이며, 한우의 뒤를 이어 돼지고기, 닭고기의 순서로 상관관계를 보인다. 돼지고기의 경우 경기 상황에 따라 정상재와 불황형 소비재의 특징을 모두 가지고 있다. 상대적으로 비싼 한우의 대체제로써의 역할을 한다. 닭고기의 경우 소득 탄력성이 낮은 '필수재' 또는 '열등재'의 특징을 모두 가지면서 꾸준한 소비가 이어지고 있다.

주요 축산물 중 가장 많이 소비하는 육류는 돼지고기이며, 뒤를 이어 쇠고기, 닭고기 등의 순이다. 2022년과 비교하면 돼지고기 비중이 증가한 반면 쇠고기 비중은 감소했는데, 이는 경기 부진으로 가격이 비싼 쇠고기에 대한 소비를 줄인 영향으로 판단된다. 소득구간별로 보더라도 가구소득 400만원 이상 가구에서 쇠고기 선호가 줄고, 돼지고기 선호가 높아진 것을 확인할 수 있다. 한국농촌경제연구원 소비자조사에 따르면 2024년 쇠고기 구매 감소 이유에서 소득 감소(경기 침체)가 차지하는 비중이 2023년에 비해 증가했다. 높은 가격에 대한 이유도 여전히 높은 수준을 보였는데, 소비자가격 하락과 할인행사 등에도 경기 둔화로 인해 소비자가 체감하는 국내산 쇠고기 가격은 여전히 높게 인지하고 있는 것으로 판단된다. 한편, 돼지고기는 소득 수준과 상관없이 꾸준하게 소비되는 모습이다.

[축산물이 국내 물가에 미치는 영향]

국내 소비자물가는 2% 내외에서 안정적으로 관리되고 있다. 최근 농축수산물은 상방요인으로, 서비스 및 전기·수도·가스 등은 하방요인으로 작용하는 모습이다. 소비자물가지수는 458개 대표품목으로 구성되는데, 축산물이 영향을 주는 품목군은 식료품, 음식 및 숙박이다. 식료품 내 품목군 중에서 육류(국산쇠고기, 수입쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 소시지, 햄 및 베이컨, 기타육류가공품)는 약 21.6%의 비중을 차지하고 있다. 쇠고기(외식), 돼지갈비(외식), 삼겹살(외식), 오리고기(외식), 불고기 등이 음식료 서비스에 포함돼 소비자 물가에 영향을 준다. 육류와 음식료 서비스 부문에 포함된 주요 육류 소비가 전체 소비자물가에서 차지하는 비중은 약 4.6% 수준이다. 소비자물가 지수 내 달걀(우유, 치즈 및 계란 품목)과 치킨(음식서비스 품목)이 포함되어 있으며, 전체 소비자물가 지수 내에서 기여도는 각각 0.03%, 0.86% 수준이다.

[4분기 국내 경기 및 축산물 소비 전망]

국내 경기는 1분기 역성장을 기록한 이후 2분기 반등에 성공했다. 건설 및 설비투자 부진에도 민간 및 정부의 소비지출이 확대되었고, 수출이 반도체 등을 중심으로 안정적인 흐름을 보여줬기 때문이다. 트럼프 행정부와와의 관세 협상 불확실성이 지속되고 있으나, 정부의 적극적인 경기 대책 등으로 소비 심리가 회복되고 있다. 한국은행도 8월 수정경제전망치를 통해 올해 성장률 전망치를 상향 조정했다. 내수는 추경, 소비심리 개선 등으로 완만한 회복세를 이어가겠지만, 수출이 미국 관세부담의 영향 확대에 점차 둔화될 것으로 전망하고 있다. 2025년과 2026년 성장률 전망치를 각각 0.9%, 1.6%로 제시했으나, 미·중 무역협상, 품목별 관세부과, 내수 개선 속도 등 불확실성은 여전히 높은 것으로 경계하고 있다.

상반기 국내소비가 증가하고 향후 소비심리가 개선되었으나, 실제 축산물 소비로 이어지기에는 시간이 필요할 전망이다. 상반기 국내 소비지출에서 식료품 및 비주류음료, 음식점 및 숙박서비스 목적의 지출 증가세는 제한적인 모습이다. 기업들도 여전히 경영애로사항으로 내수부진을 겪고 있다. 2025년 6월 이후 소비지출전망 CSI는 2021년 평균치를 상회하며 소비지출 증가 기대는 높으나, 소득구간별로 살펴보면 300만원 이하에서 과거 평균치를 상회하고 있다. 1, 2차 민생회복 소비쿠폰 지급에 대한 기대감이 상대적으로 소득이 낮은 가구 중심으로 반영된 것으로 판단된다. 항목별로 살펴보면, 외식비지출 CSI가 다른 항목 대비 하락 폭이 크게 나타나는 등 외식비지출 지속에 대한 경계감이 존재한다.

가계가 부담하는 이자비용도 높은 수준을 유지하고 있는 점 역시 빠른 속도의 회복을 기대하기에는 부담으로 작용한다. 한국은행은 2024년 하반기 2번, 2025년 상반기 2번의 기준금리 인하를 단행했는데, 같은 기간 예금은행의 주택담보대출금리 변화는 미미했다. 2023년 이후 주택담보대출에서 고정금리 비중이 높아진 영향이며, 가계의 이자비용 부담은 결국 소비 개선의 연속성을 제한할 수 밖에 없다. 여기에 강남 부동산 가격 상승세가 지속되면서 한국은행의 추가적인 기준금리 인하 시점이 지연되는 점도 부담이다.

높은 불확실성에도 향후 한국의 GDP 성장률 전망은 양의 성장률을 예상하고 있고, 이는 소득 증가에 따른 축산물 수요 개선을 기대하게 하는 요인이다. 한우가 돼지고기 대비 소득 증가에 따른 수요 증감 계수가 높은 점을 감안하면 경제성장률 측면에서 한우 수요 증가가 돼지고기 수요 증가보다 높을 것으로 예상된다. 다만, 4분기의 경우 성장률 전망치가 크지 않고, 김장철 수요와 가격 매력 등으로 돼지고기 수요도 안정적인 흐름 이어갈 것으로 판단된다.

경기, 물가, 그리고 축산물 소비

I. 국내 경기와 축산물 소비

경기과 축산물 소비 탄력성: 한우 > 돼지고기 > 닭고기

- 한우 수요는 국내 경제성장률과 높은 양(+)의 상관관계를 보이는데, 이는 소득 탄력성이 높은 '사치재'의 성격을 띄고 있기 때문
- 돼지고기의 소득 탄력성은 한우보다는 낮지만, 닭고기보다는 높은 탄력성을 보임. 경기 상황에 따라 '정상재'와 '불황형 소비재'의 특징을 모두 나타내기 때문
- 닭고기의 경우 소득 탄력성이 낮은 '필수재' 또는 '열등재'의 특징을 모두 가지면서 꾸준한 소비가 이어지는 모습

축종별 경기와 소비간 영향

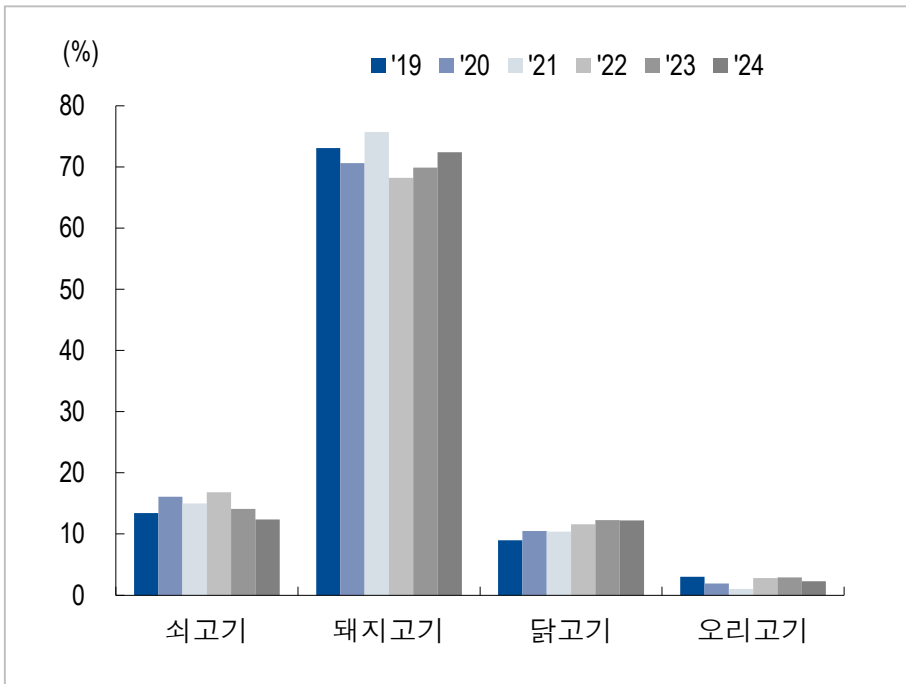
구분	주요 특징	소득 탄력성 계수 (Gemini)	국내 육류 수요탄력성 추정에 관한 연구(2019년)
쇠고기	<ul style="list-style-type: none"> • 경제성장률 상승: 소비자는 더 비싼 한우를 선택하고, 고급 부위에 대한 지출을 늘리며, 외식을 통해 한우를 소비하는 경향 강해지는 모습 • 경제성장률 하락: 소비자들은 소비 심리가 위축되며 한우 등 고가 식재료에 대한 지출 축소 	1.0~2.0	0.4202
돼지고기	<ul style="list-style-type: none"> • 경제성장률 상승: 소득 증가에 따라 돼지고기 소비도 꾸준히 증가. 외식 및 배달 소비 증가와 함께 삼겹살, 목심 등 고가 부위의 수요와 지출 증가. 고소득층에서 돼지고기 대신 한우 소비 • 경제성장률 하락: 상대적으로 비싼 한우의 대체재로써 역할. 비싼 부위(삼겹살, 목심) 소비를 줄이고, 상대적으로 저렴한 뒷다리살(후지) 등 저가 부위나 가공육의 소비 증가 	0.5~1.0	0.3605
닭고기	<ul style="list-style-type: none"> • 경제성장률 상승: 수요는 꾸준히 증가하나, 증가 폭이 둔화될 수 있음(고가 육류로 대체 소비가 증가) • 경제성장률 하락: 수요가 크게 줄지 않거나, 오히려 증가하는 경향(다른 육류의 대체소비 유입) 	0.3~0.5	0.1266

자료: 언론보도, Gemini, KCI, NH투자증권 리서치본부

가장 선호하는 육류는 돼지고기

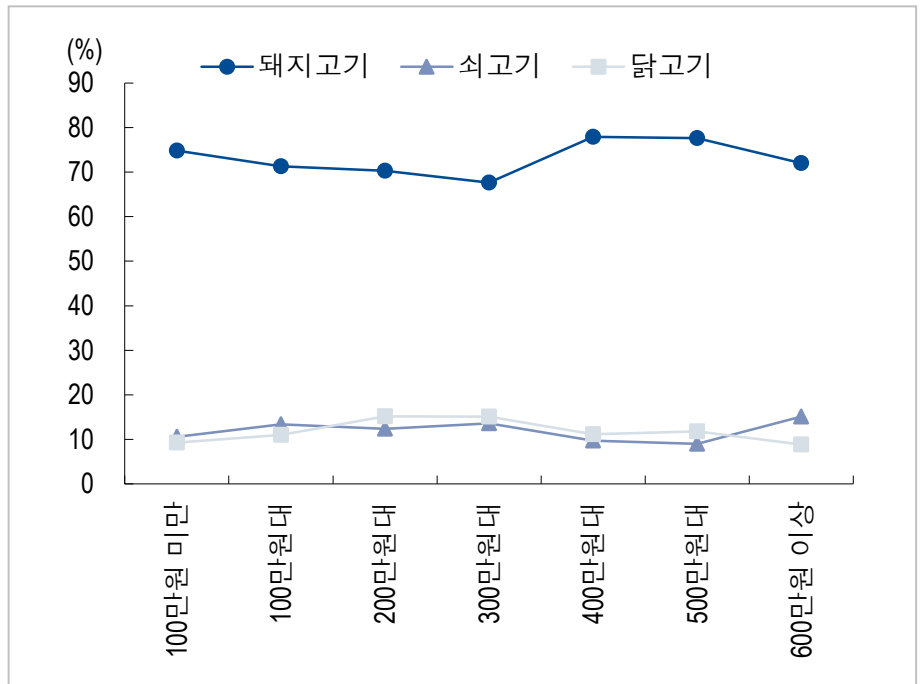
- 2024년 가장 많이 소비하는 육류는 돼지고기(72.4%). 뒤를 이어 쇠고기(12.4%), 닭고기(12.2%), 오리고기(2.3%) 등의 순
- 2022년과 비교하면 돼지고기 비중(68.2% → 72.4%)은 증가한 반면, 쇠고기 비중은 감소(16.8% → 12.4%)
- 닭고기의 경우 2024년 12.2% 비중으로 2023년(12.3%)에 비해 소폭 감소했으나, 2022년(11.6%)에 비해서는 소폭 확대
- 월평균 가구소득 600만원 이상에서는 쇠고기 선호가 15.1%로 다른 소득 구간에 비해 비중 가장 높음

가구별 축산물 선호 비율 추이



자료: 한국농촌경제연구원, NH투자증권 리서치본부

월평균 가구 소득별 육류 다소비 비율 현황



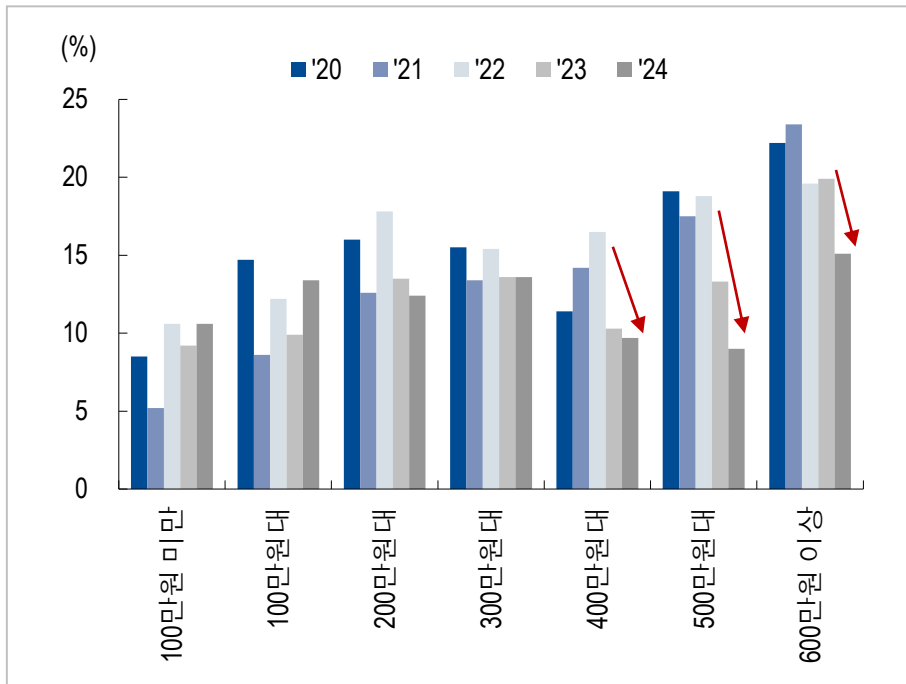
주: 2024년 기준

자료: 한국농촌경제연구원, NH투자증권 리서치본부

월평균 가구소득 400만원 이상 가구의 돼지고기 선호도 증가

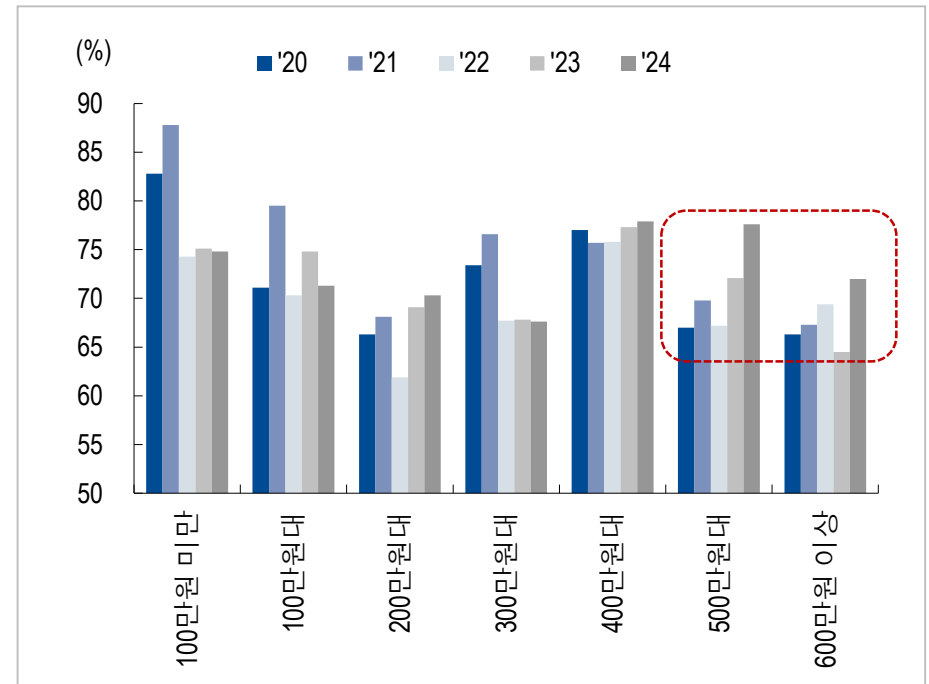
- 2022년 이후 월평균 가구소득 400만원 이상 가구에서 쇠고기 선호도가 감소한 반면, 돼지고기 선호도가 증가
- 일반적으로 쇠고기의 경우 소득이 증가하면 소비가 늘고, 불황기에는 소비가 위축되는 경향을 보임. 가성비를 중시하면서 소고기 선호도는 하락한 반면, 돼지고기 선호도는 상대적으로 증가한 것으로 판단

월평균 가구 소득별 쇠고기 선호 비율 변화



자료: 한국농촌경제연구원, NH투자증권 리서치본부

월평균 가구 소득별 돼지고기 선호 비율 변화

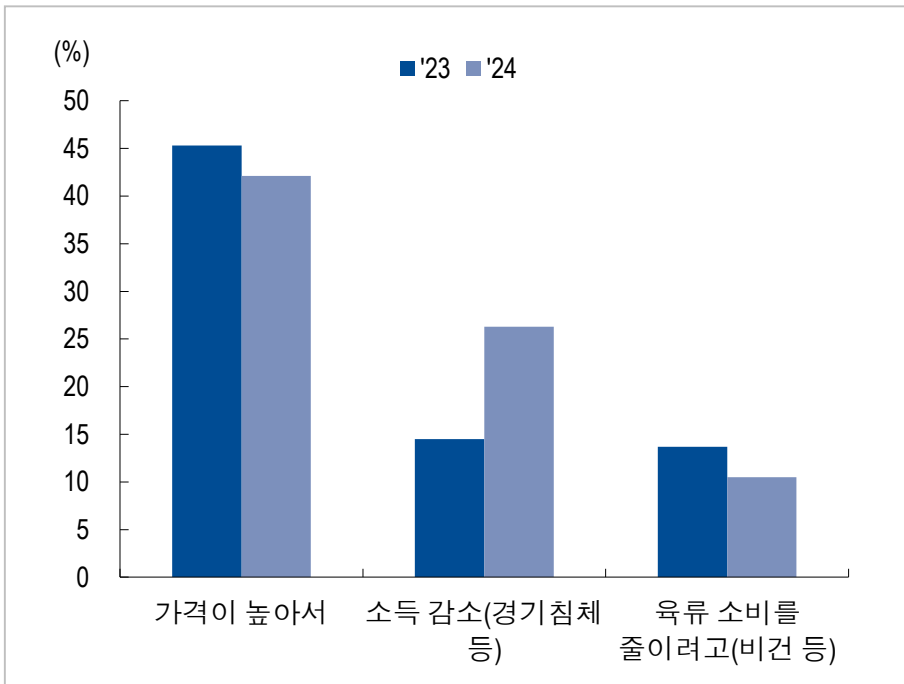


자료: 한국농촌경제연구원, NH투자증권 리서치본부

소득 감소에 따른 소고기 소비량 감소 응답비율 상승

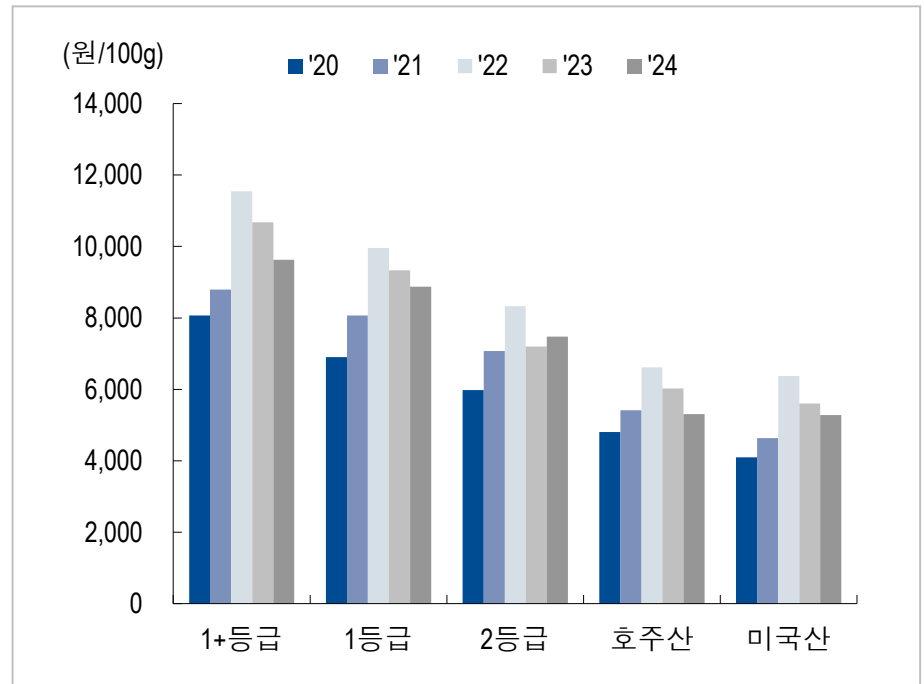
- 2024년 국내산 소고기 구매 감소 이유로는 높은 가격이 42.1%로 가장 많았으며, 소득 감소(경기침체)가 26.3%로 뒤를 이음
- 2023년 대비 소비량 감소 요인에서 소득 감소(경기침체)가 차지하는 비중이 크게 확대(14.5% → 26.3%)
- 2024년 할인행사에도 불구하고, 경기 둔화로 일부 소비자가 체감하는 국내산 소고기 가격은 여전히 높게 인지하고 있는 것으로 판단

소고기 소비량 감소의 주요 요인



자료: 한국농촌경제연구원, NH투자증권 리서치본부

한우와 수입 소고기에 대한 소비자의 지불의향 금액 추이

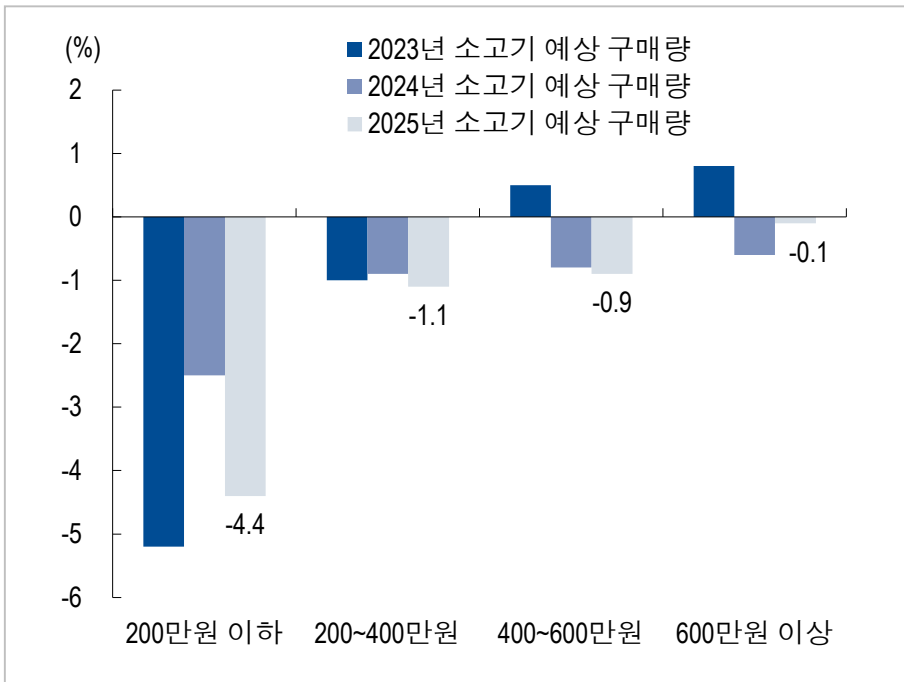


자료: 한국농촌경제연구원, NH투자증권 리서치본부

국내산 소고기 소비 증가 요인으로 행사를 통한 가격 할인을 제시

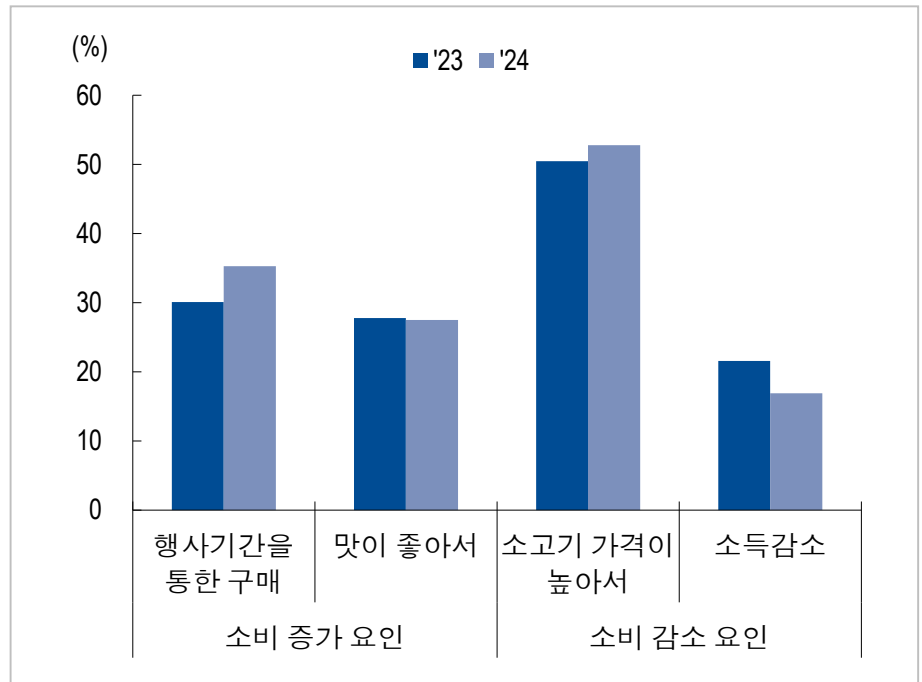
- 소득수준별로는 전체 구간에서 소고기 소비가 줄어듦 것으로 전망. 소비 감소의 주요 요인은 소고기 가격이 높기 때문으로 응답
- 소비자가 체감하는 국산 소고기 가격은 여전히 높은 수준이지만, 행사 등을 통한 가격 할인 시 구매를 늘리겠다는 의향은 높아지는 모습

소득구간별 소고기 예상 구매량 조사 결과



자료: 한국농촌경제연구원, NH투자증권 리서치본부

국내산 소고기 예상 구매량 변화 요인

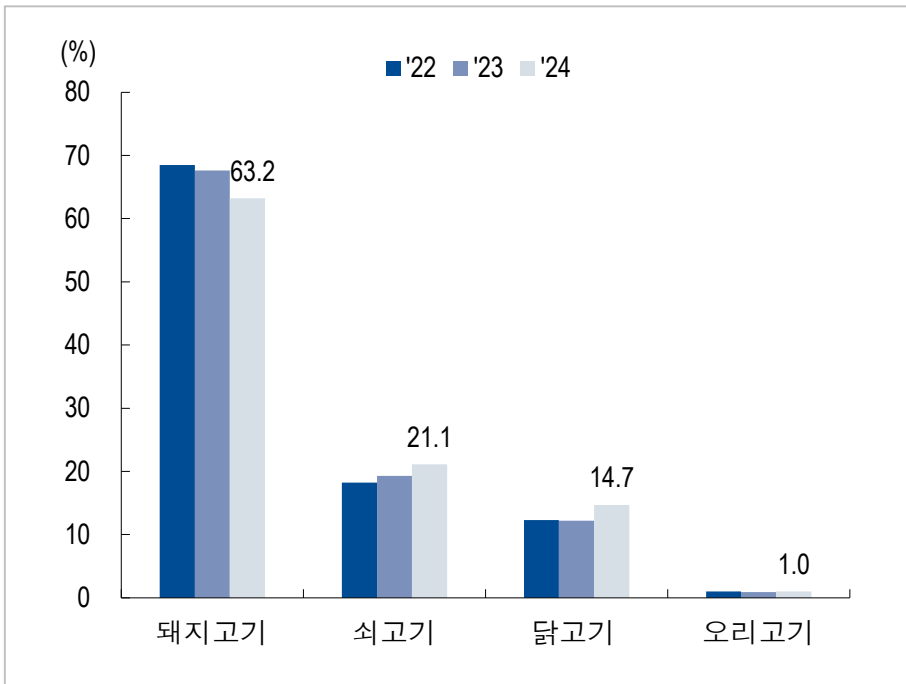


자료: 한국농촌경제연구원, NH투자증권 리서치본부

돼지고기는 소비자들이 가정 내 소비 시 선택 1순위

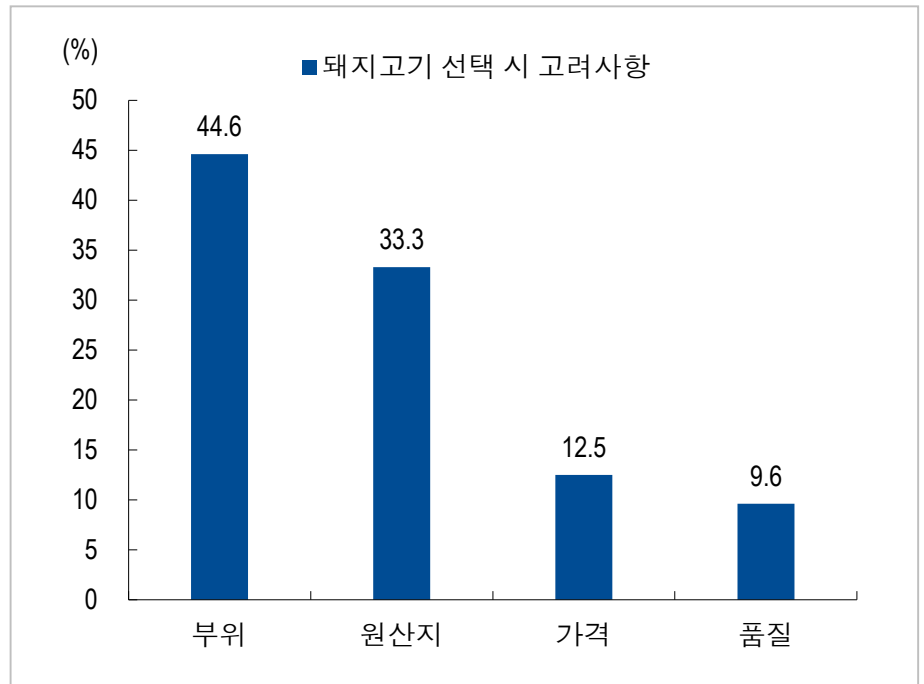
- 소비자들은 가정 내 육류 소비 시 돼지고기를 가장 선호하고 가격이 상대적으로 저렴하기 때문에 소고기에 비해 가격 탄력성이 낮은 모습
- 2024년 기준 돼지고기 선택 시 고려사항(1순위)은 부위가 44.6%로 가장 높았음. 뒤를 이어 원산지(33.3%), 가격(12.5%), 품질(신선도, 유통기한)(9.6%)의 순
- 2024년 국내산 돼지고기 소비량은 2023년 대비 증가했는데, 증가한 원인은 '맛이 좋아서', '영양과 건강을 위해서', '가격이 저렴해서'의 순

가정 내 육류 소비 선호(1순위) 비중은 돼지고기가 압도적



자료: 한국농촌경제연구원, NH투자증권 리서치본부

돼지고기 선택 시 고려사항 은 부위, 원산지, 가격, 품질의 순

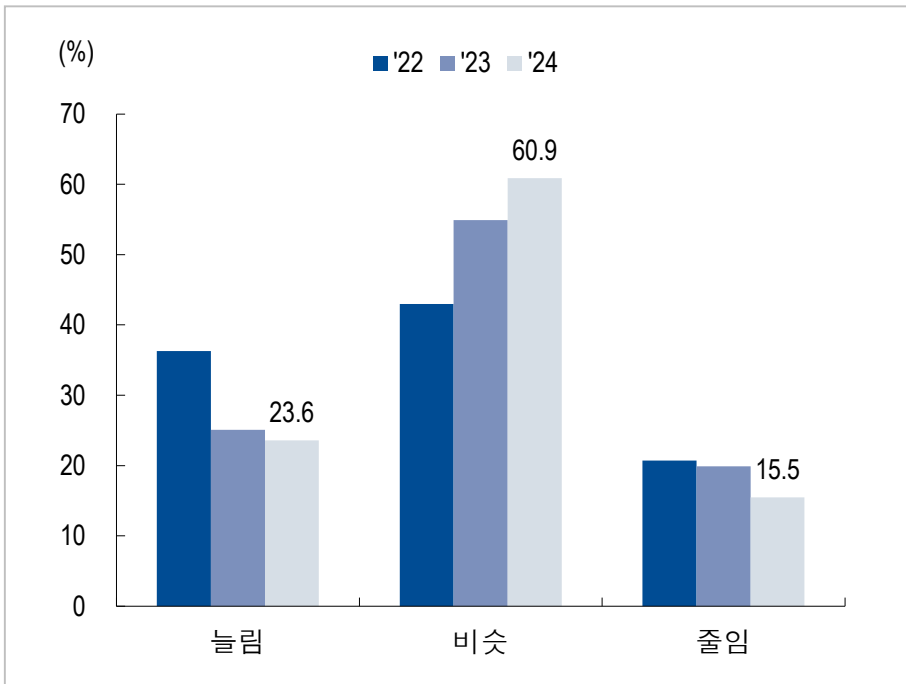


주: 품질에는 신선도, 유통기한 등이 포함
 자료: 한국농촌경제연구원, NH투자증권 리서치본부

닭고기 구매량 증가 비중이 축소 비중보다 높은 편

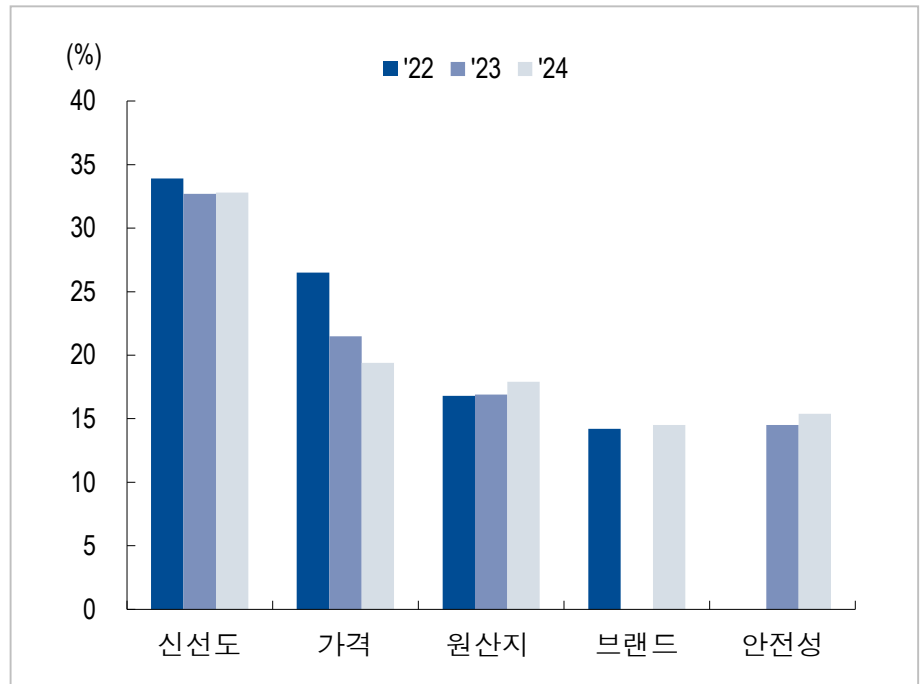
- 한국농촌경제연구원 소비자조사 결과 2024년 닭고기 구매량은 전년 대비 '늘었다(23.6%)'는 응답이 '줄었다(15.5%)'는 응답보다 많은 것으로 조사
- 닭고기 선택 시 고려하는 요인은 신선도, 가격, 원산지 순. 최근 가격을 고려하는 응답률이 낮아지는 모습

닭고기 구매량 변화 추이



자료: 한국농촌경제연구원, NH투자증권 리서치본부

소비자들이 닭고기 선택 시 고려 요인은 신선도, 가격, 원산지 순

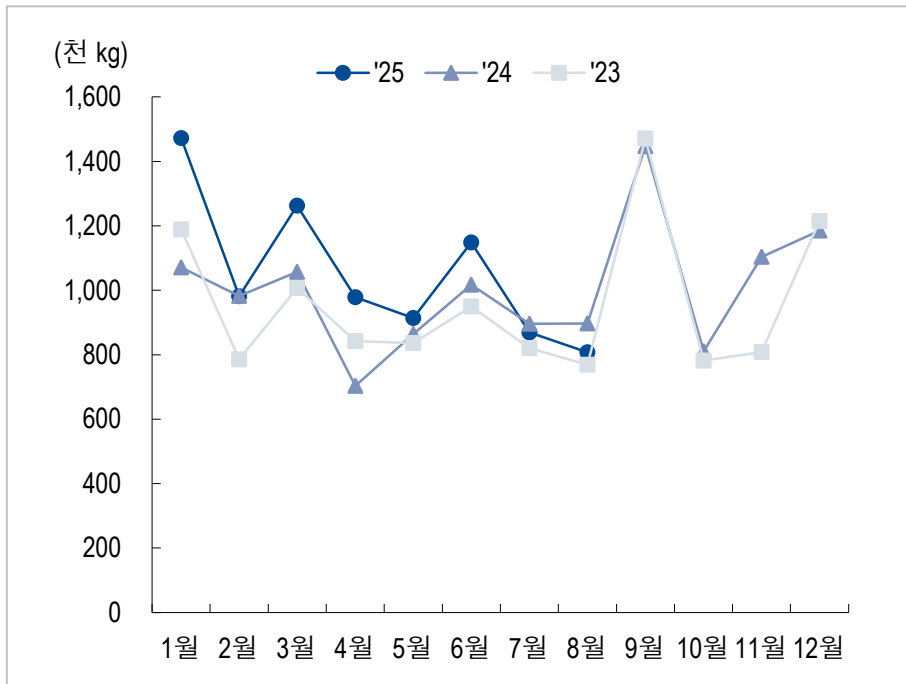


자료: 한국농촌경제연구원, NH투자증권 리서치본부

연간 누적 기준 국내산 소고기 판매량과 판매액은 전년 동기 대비 증가

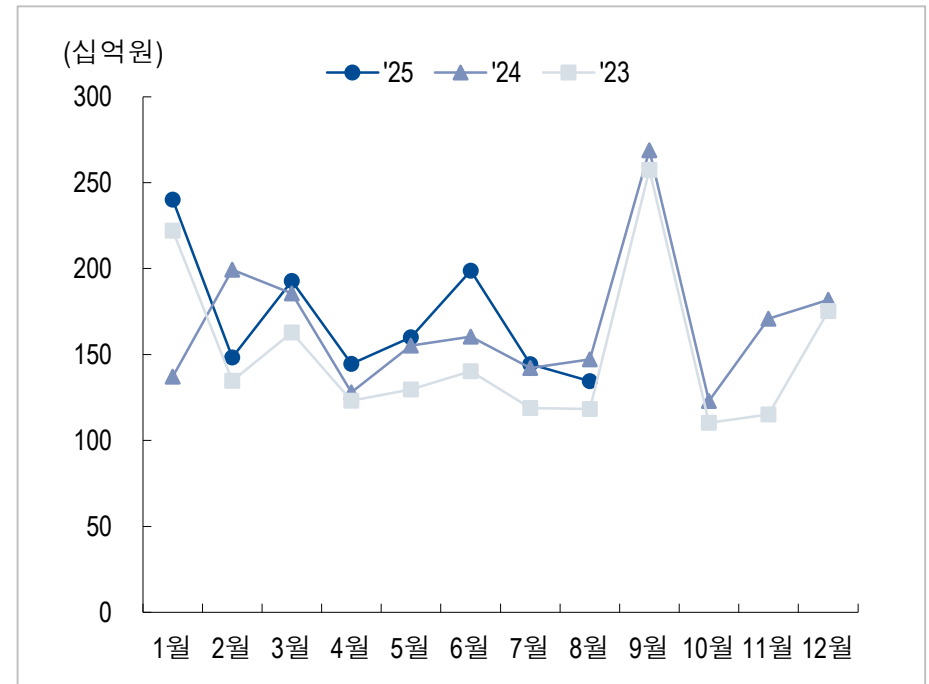
- 2025년 8월 누적 기준 국내산 소고기 판매량은 지난해 같은 기간 대비 12.6% 증가. 다만, 7월과 8월 판매량은 전년동월대비 각각 3.1%, 9.9% 감소
- 판매액 기준으로는 8.7% 증가했는데, 소고기 가격 하락과 명절 영향 등이 반영. 2024년은 추석이 9월 중순이나, 2025년은 10월 초 추석으로 8월 판매량과 판매액이 전년동월대비 크게 감소

국내산 소고기 판매량 추이



자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 다봄), NH투자증권 리서치본부

국내산 소고기 판매액 추이

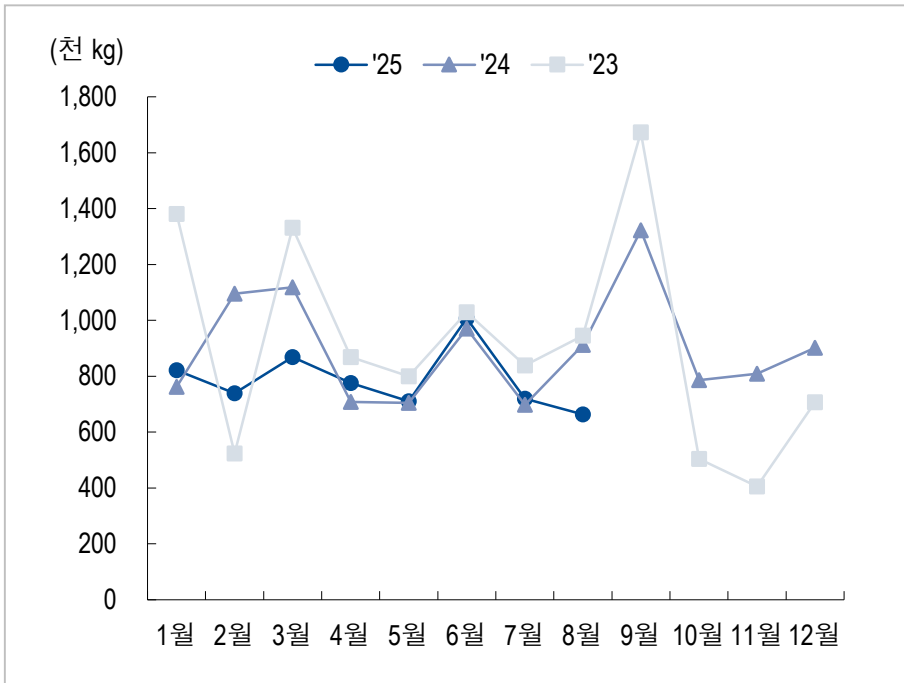


자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 다봄), NH투자증권 리서치본부

수입산 소고기 판매량과 판매액은 전년 동기 대비 감소

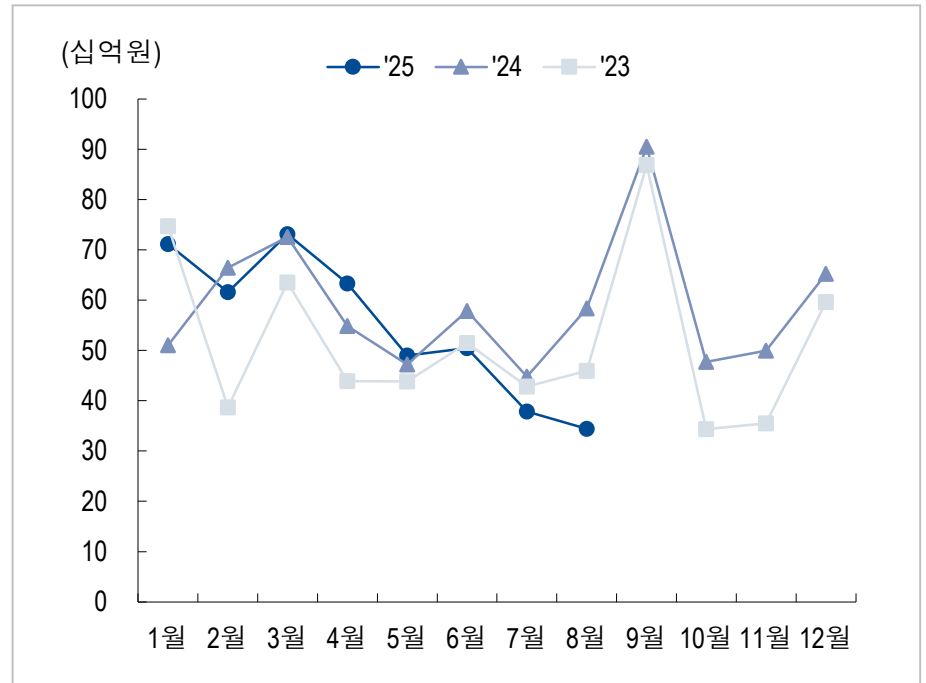
- 2025년 8월 누적 기준 수입산 소고기 판매량은 지난해 같은 기간 대비 9.5% 감소. 8월 판매량은 전년동월대비 약 27.3% 감소
- 판매액 기준으로는 2.7% 감소에 그쳤는데, 이는 1월 판매액이 전년동월대비 약 39.5% 증가한 영향
- 6월과 7월 수입산 소고기 판매량 증가에도 전체 판매액은 전년동월대비 감소했으며, 8월 감소 폭이 늘어나는 모습

수입산 소고기 판매량 추이



자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 다봄), NH투자증권 리서치본부

수입산 소고기 판매액 추이

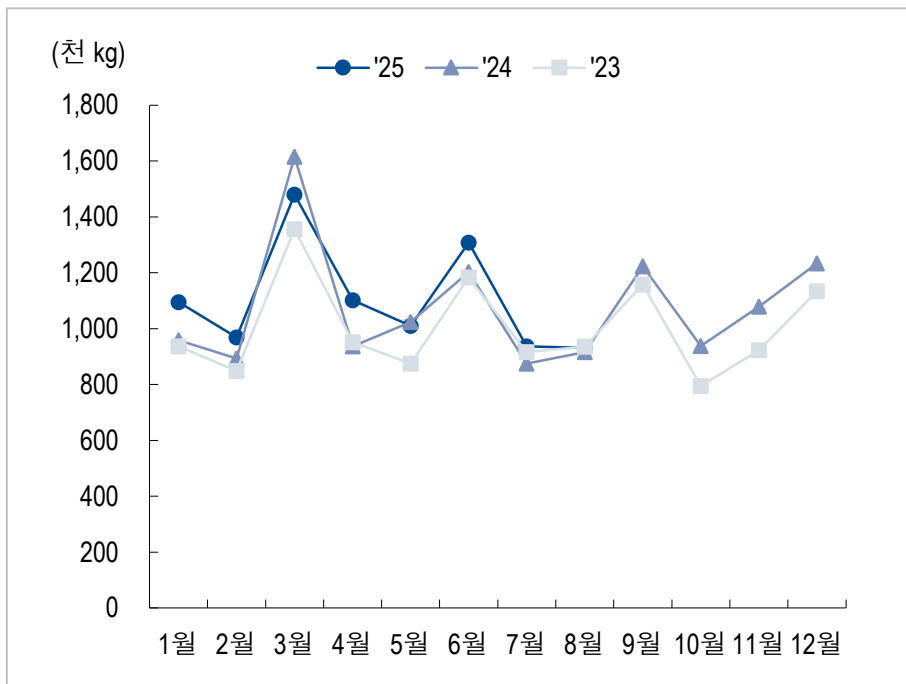


자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 다봄), NH투자증권 리서치본부

연간 누적 기준 국내산 돼지고기 판매량과 판매액은 전년 동기 대비 증가

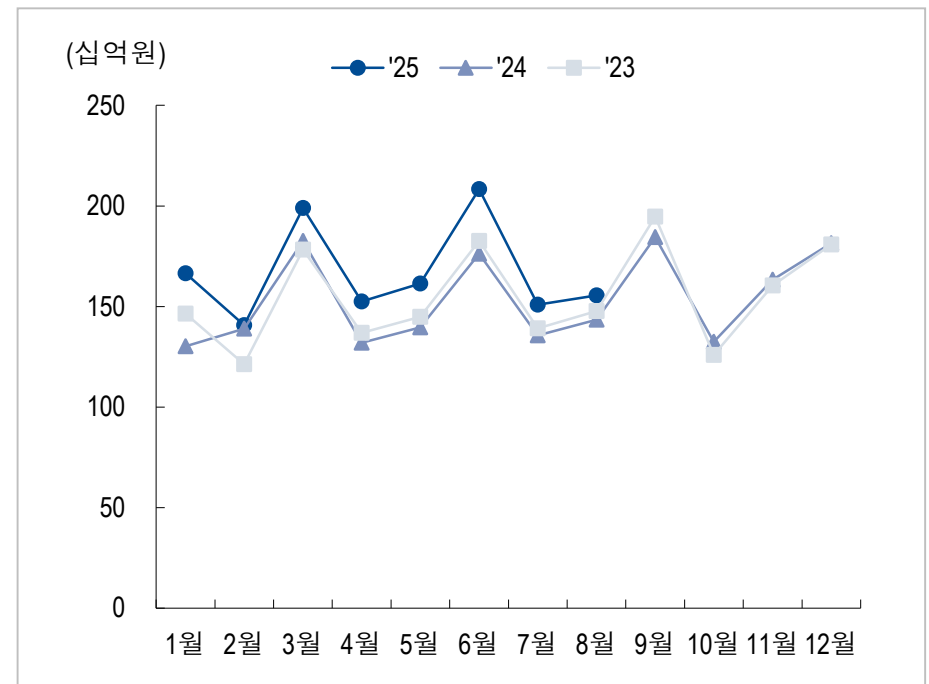
- 2025년 8월 누적 기준 국내산 돼지고기 판매량은 지난해 같은 기간 대비 4.9% 증가. 월별로는 3월과 5월을 제외하고 전년동월대비 판매량 증가 기록
- 판매액 기준으로는 13.3% 증가했는데, 이는 판매량 증가와 함께 소비자가격 상승의 영향으로 판단

국내산 돼지고기 판매량 추이



자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 다봄), NH투자증권 리서치본부

국내산 돼지고기 판매액 추이

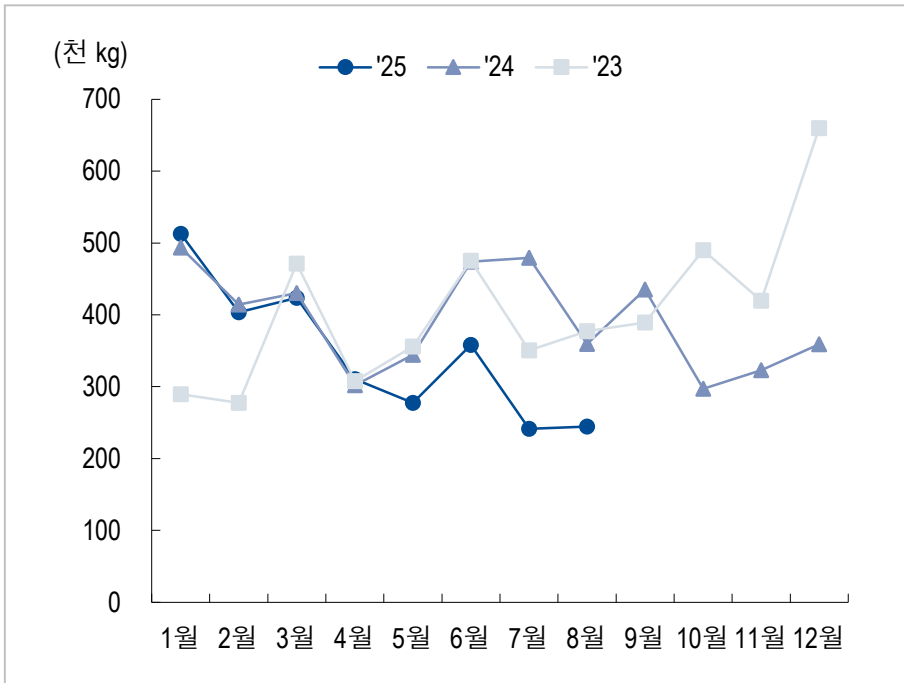


자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 다봄), NH투자증권 리서치본부

수입산 돼지고기 판매량은 감소했지만, 판매액은 증가

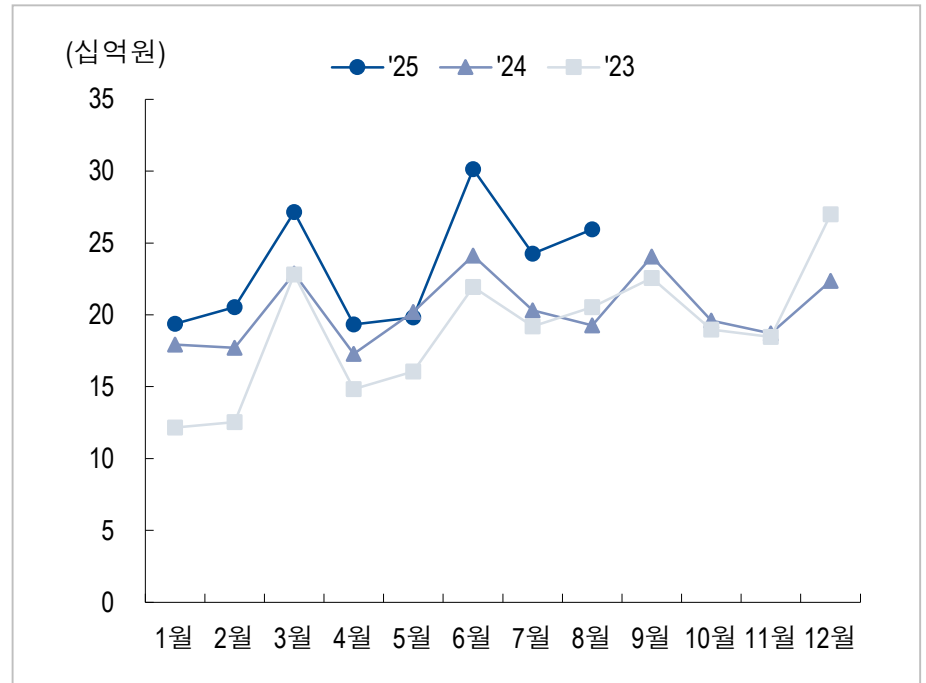
- 2025년 8월 누적 기준 수입산 돼지고기 판매량은 지난해 같은 기간 대비 15.9% 감소. 5월 이후 판매량 감소가 두드러지는 모습
- 수입산 돼지고기 가격이 높은 수준을 유지하면서 판매량 감소에도 불구하고, 판매액은 전년동월대비 증가하는 모습. 8월 누적 기준 수입산 돼지고기 판매액은 지난해 같은 기간 대비 16.8% 증가

수입산 돼지고기 판매량 추이



자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 다봄), NH투자증권 리서치본부

수입산 돼지고기 판매액 추이

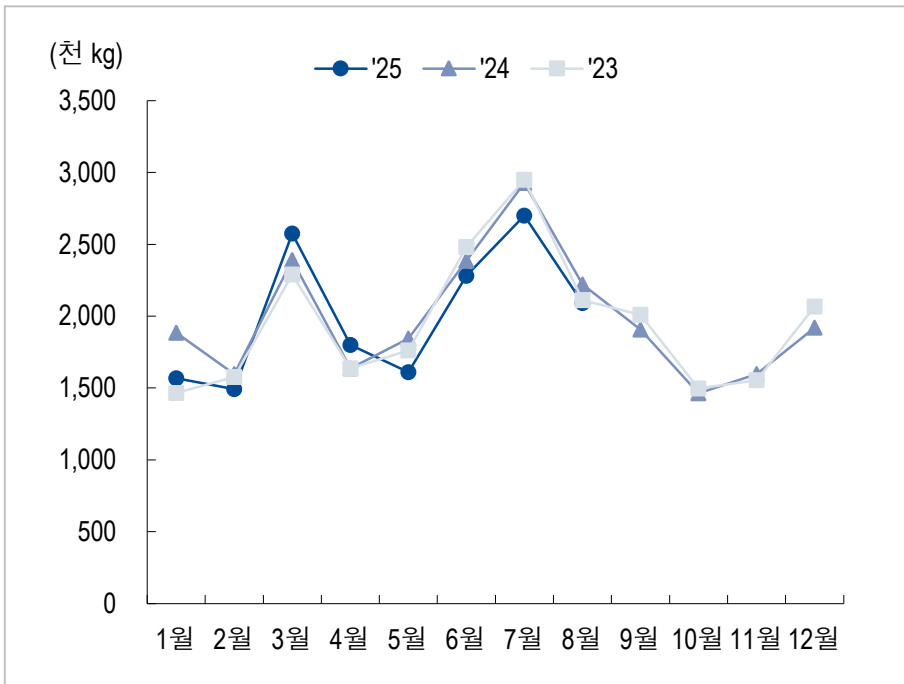


자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 다봄), NH투자증권 리서치본부

닭고기 판매량은 전년동기대비 감소했지만, 판매액은 증가

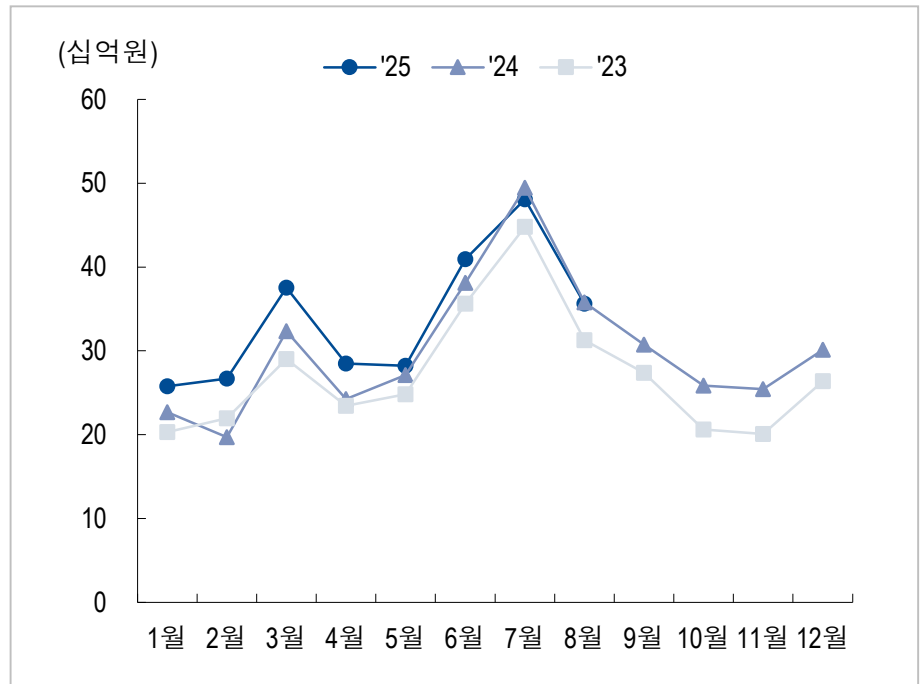
- 2025년 8월 누적 기준 닭고기 판매량은 전년동기대비 4.6% 감소했지만, 판매액은 같은 기간 8.8% 증가
- 이는 상대적으로 상대적으로 가격이 높은 복채(아랫다리), 정육(다리발골육) 등의 판매량이 늘었기 때문으로 판단

닭고기 판매량 추이



자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 다봄), NH투자증권 리서치본부

닭고기 판매액 추이



자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 다봄), NH투자증권 리서치본부

This page intentionally left blank

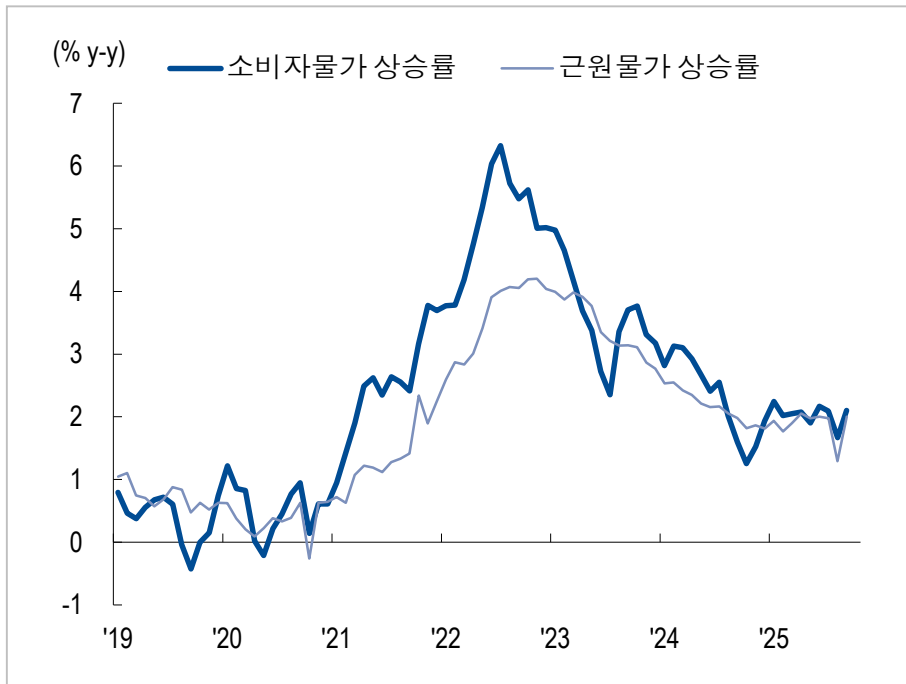
경기, 물가, 그리고 축산물 소비

II. 축산물이 국내 물가에 미치는 영향

국내 소비자물가는 2% 내외에서 안정적으로 관리 중

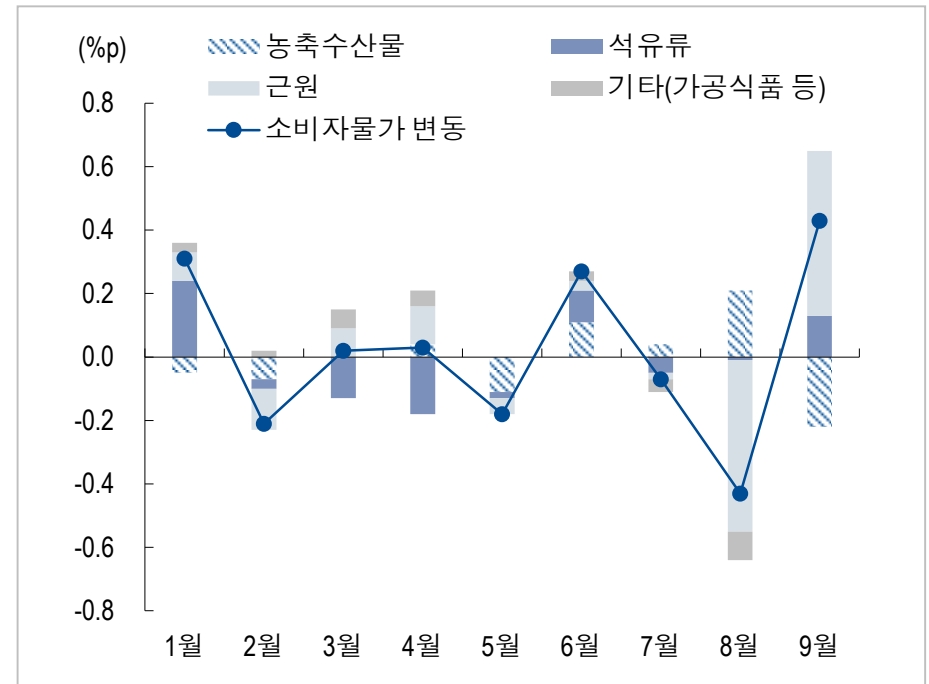
- 2025년 8월 소비자물가 및 근원물가 상승률(y-y)은 각각 1.7%, 1.3%로 전월(2.1%, 2.0%)에 비해 하락
- 9월에는 통신요금 일시 할인효과 소멸 등으로 소비자물가 및 근원물가 상승률은 각각 2.1%, 2.0%를 기록
- 8월에 상방요인으로 작용했던 농축수산물(기여도 +0.21%p)은 채소 중심으로 농산물 가격이 하락하면서 9월 기여도는 마이너스를 기록

국내 소비자물가 및 근원물가 상승률 추이



주: 근원물가는 식품 및 에너지를 제외한 지수. 농산물 및 석유류 제외지수 제외 품목에 수산물, 축산물 및 에너지를 추가로 제외
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

부문별 소비자물가 변화 기여도

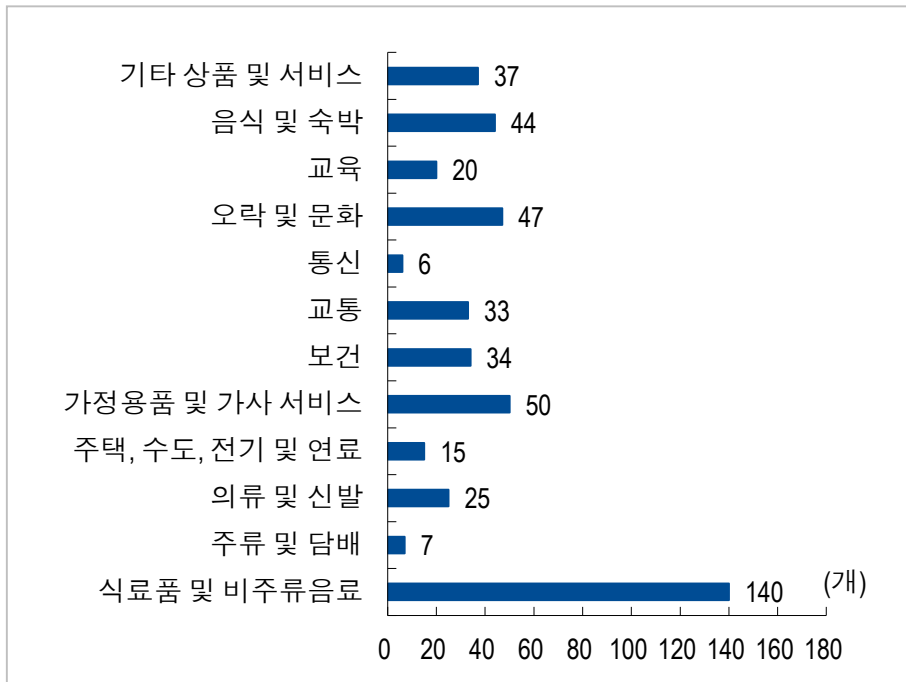


자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

소비자물가지수 대표품목은 구체적 상품과 서비스 품목을 의미

- 소비자물가지수는 458개의 대표품목으로 구성
- 대표품목 선정기준은 1)전국 가구의 월평균 소비지출액이 일정비율 이상이고, 2)동종 품목군의 가격을 대표할 수 있으며, 3)시장에서 계속적으로 가격조사가 가능한 품목
- 가격 수집은 매월 1회 수집하나, 농축산물과 석유류는 월중에도 가격변동이 심하기 때문에 매월 3회 조사하여 평균 가격을 사용

지출목적별 대표품목 개수 현황



자료: 통계청, NH투자증권 리서치본부

소비자물가지수 가격 수집 대상

----- 어떤 가격을 수집하나요? -----

가격조사시 **소비자가 실제로 지출하는 거래(또는 납부)가격**을 조사합니다.
따라서 부가가치세 등과 같이 상품 또는 서비스의 **소비자가격** 속에 부과되어 있는 **세금도 포함**됩니다.
어린이집 이용료, 유치원 납입금과 같이 정부가 모든 이용자에게 보조금을 지급하는 경우 **보조금을 제외한 가격**을 조사합니다.
할인가격은 불특정다수의 소비자가 조건 없이 일반적으로 구입할 수 있는 경우에는 가격조사에 포함합니다.

자료: 통계청, NH투자증권 리서치본부

소비자물가지수 계산은 '라스파이레스 산식(Laspeyres' Formula)'을 이용

- 기준시점의 가중치를 사용한 가격비율의 가중산술평균을 이용
- 도시별로 품목 지수(비교시점 가격/기준시점 가격)를 먼저 작성하고 각 품목의 도시별 가중치를 적용하여 전국 품목 지수를 작성. 그 다음 전국의 품목 지수에 품목별 가중치를 적용하여 전국 소비자 물가지수를 산출

개별도시 품목 지수의 작성

A 품목

(기준시점 가격)
2020년 평균 가격 x 원

(비교시점 가격)
2025년 8월 가격 y 원

A도시 A품목 지수 $(y * 100)/x$

B 품목

C 품목

자료: 통계청, NH투자증권 리서치본부

전국 품목 지수 작성

전국 A 품목 지수

(A도시) 지수 X, 가중치 A

(B도시) 지수 Y, 가중치 B

(C도시) 지수 Z, 가중치 C

전국 A 품목 지수

$$= \frac{(X * A) + (Y * B) + (Z * C)}{A + B + C}$$

전국 B 품목 지수

전국 C 품목 지수

자료: 통계청, NH투자증권 리서치본부

전국 물가지수 작성

(A 품목) 지수 X, 가중치 A

(B 품목) 지수 Y, 가중치 B

(C 품목) 지수 Z, 가중치 C

전국 물가 지수

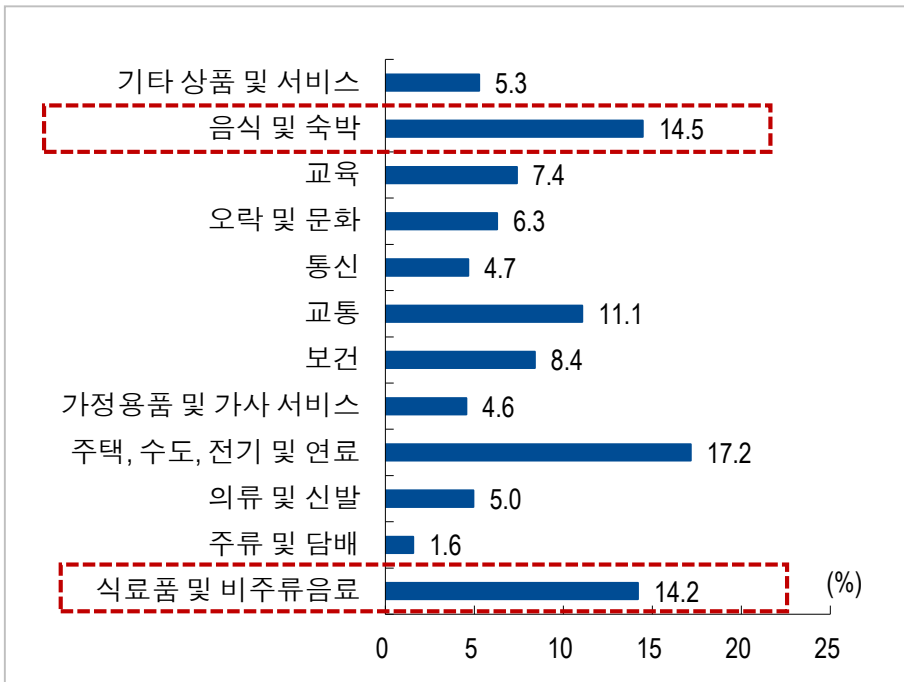
$$= \frac{(X * A) + (Y * B) + (Z * C)}{A + B + C}$$

자료: 통계청, NH투자증권 리서치본부

소비자물가의 구성: 식료품 및 비주류음료 비중은 약 14.2%

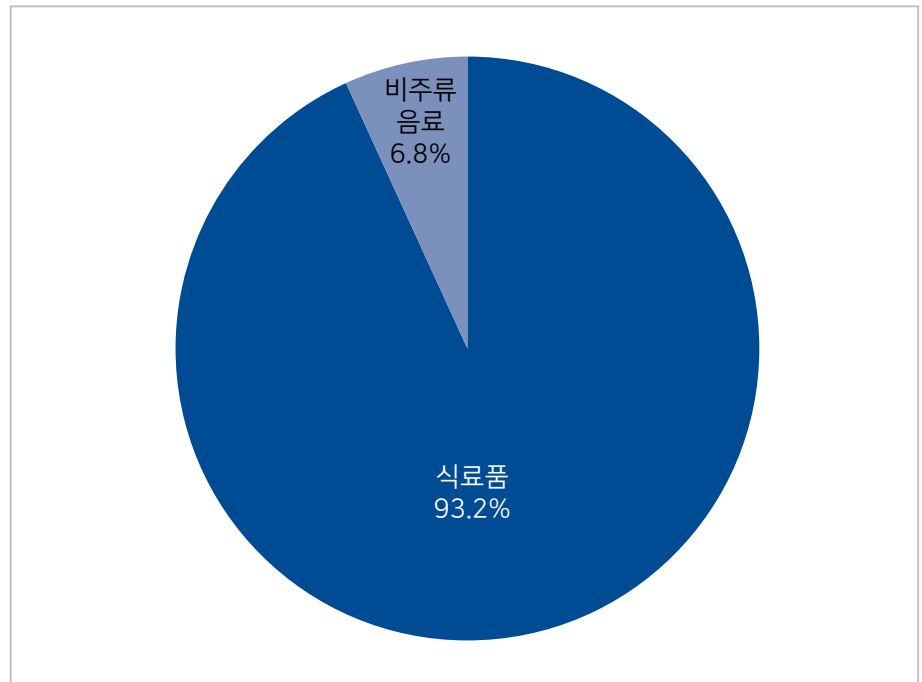
- 소비자물가 주요 품목군 중 식료품 및 비주류음료가 차지하는 비중은 약 14.2%이며, 음식 및 숙박이 차지하는 비중은 약 14.5%
- 식료품과 비주류 음료의 비중은 각각 93.2%, 6.8% 수준

소비자물가 중 식료품 및 비주류음료는 약 14.2% 가중치 부여



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

식료품 및 비주류음료 내 비중 현황



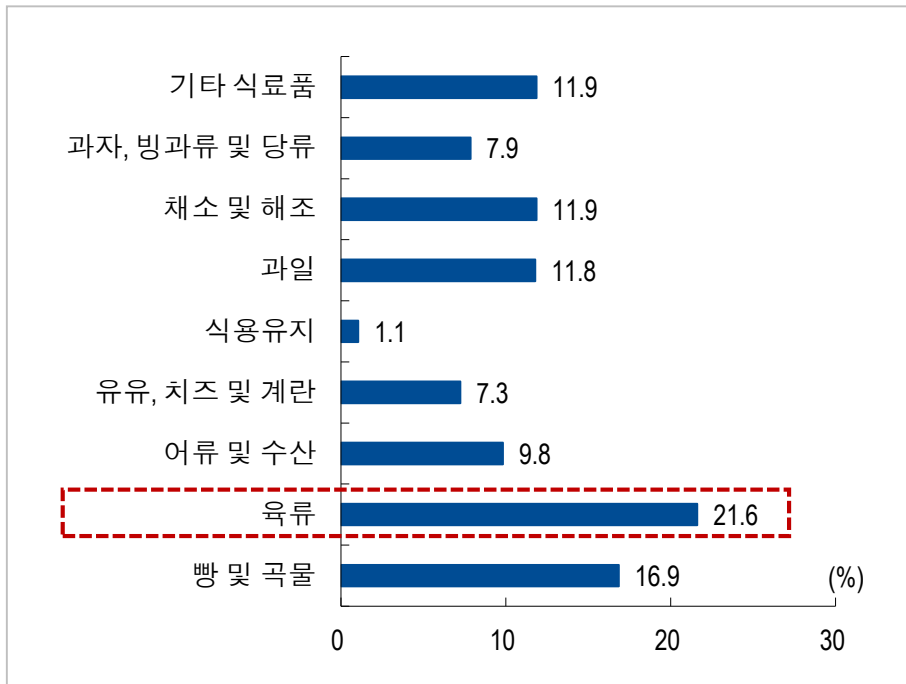
주: 가중치 기준으로 식료품은 13.23%, 비주류음료는 0.97%

자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

식료품은 9가지로 세분화되며, 육류는 식료품 내에서 약 21.6% 수준

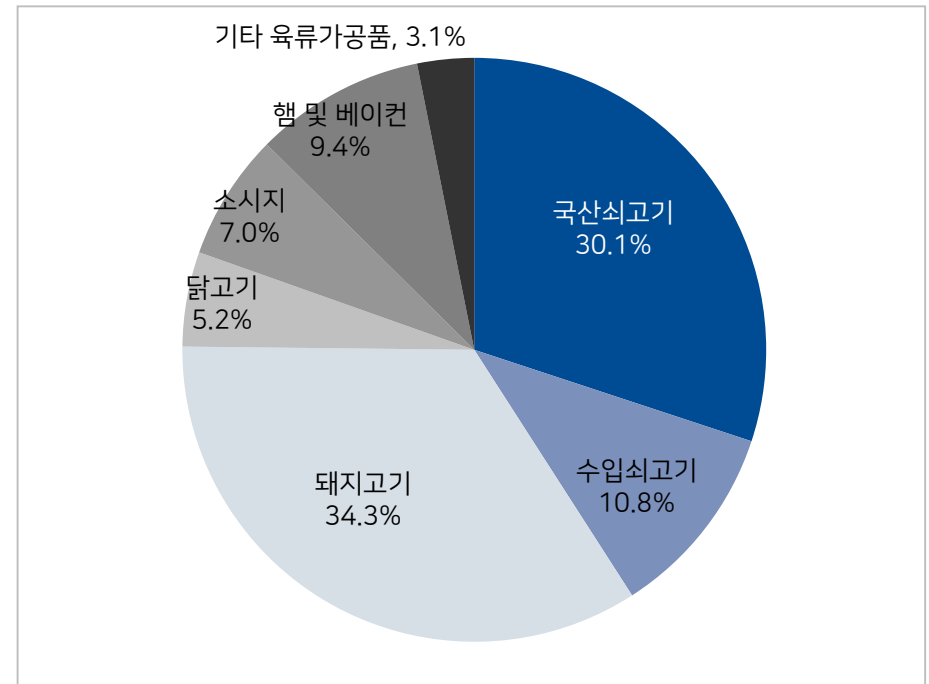
- 식료품은 1)빵 및 곡물, 2)육류, 3)어류 및 수산, 4)우유, 치즈 및 계란, 5)식용유지, 6)과일, 7)채소 및 해조, 8)과자, 빙과류 및 당류, 9)기타 식료품으로 구성
- 이 중 육류는 식료품 내에서 21.6%의 비중을 차지하고 있으며, 1)국산쇠고기, 2)수입쇠고기, 3)돼지고기, 4)닭고기, 5)소시지, 6)햄 및 베이컨, 7)기타육류가공품으로 세분화

식료품 내 품목군별 비중 현황



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

육류 내 품목군별 비중 현황



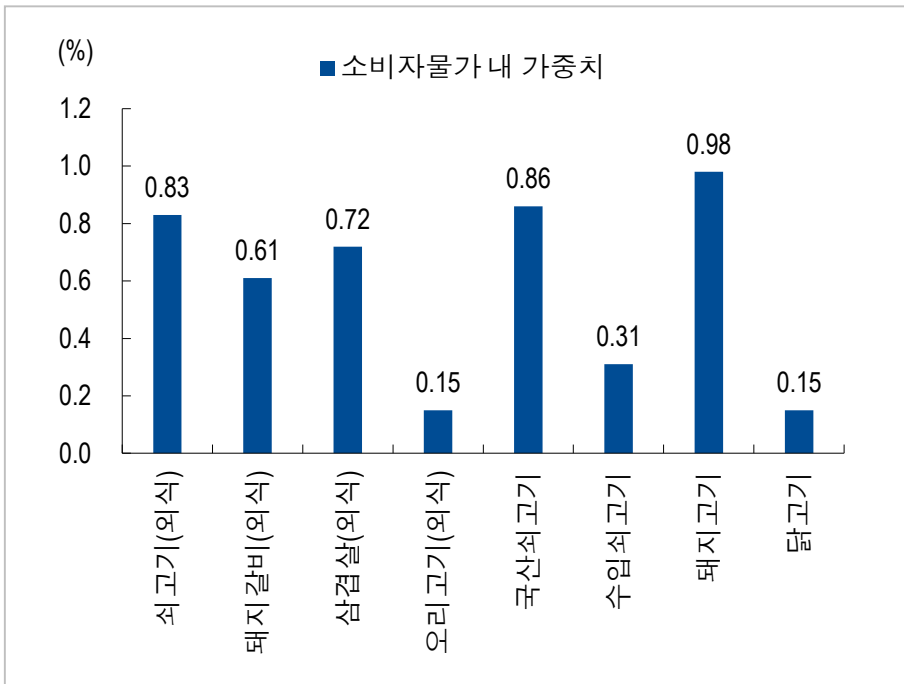
주: 가중치 기준으로 식료품은 13.23%, 비주류음료는 0.97%

자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

주요 육류 소비가 전체 소비자물가에서 차지하는 비중은 약 4.6% 수준

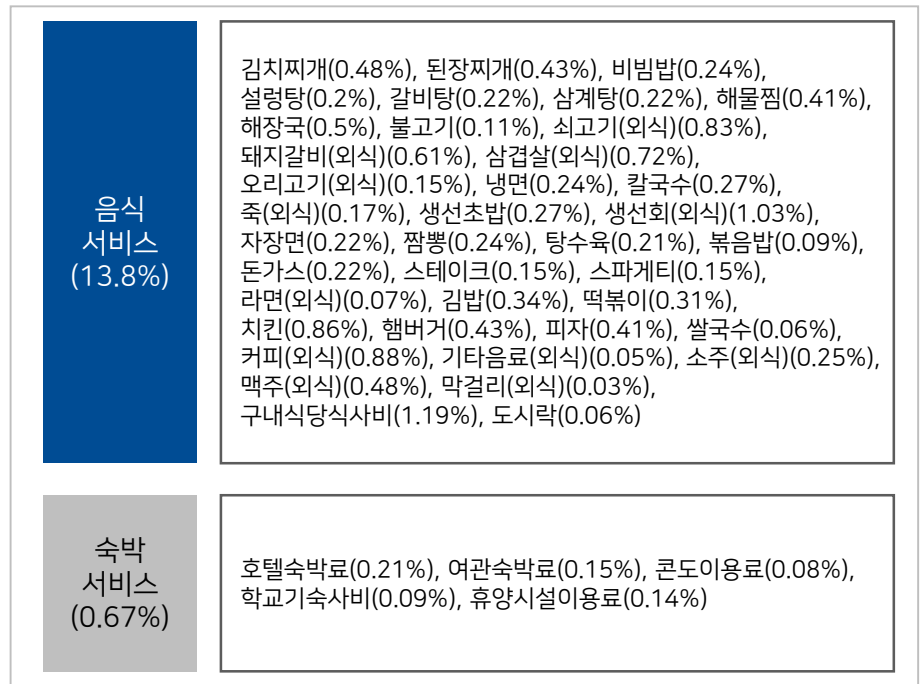
- 쇠고기(외식), 돼지갈비(외식), 삼겹살(외식), 오리고기(외식), 불고기 등이 음식료 서비스에 포함돼 소비자 물가에 영향
- 육류 품목에 포함되는 국산쇠고기, 수입쇠고기, 돼지고기 등과 유사한 수준의 가중치를 보유(육류: 2.30%, 음식서비스 내 육류: 2.31%)
- 육류와 음식료 서비스 부문에 포함된 주요 육류 소비가 전체 소비자물가에서 차지하는 비중은 약 4.6% 수준

육류의 소비자물가 내 가중치 현황



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

음식 및 숙박 부문 주요 품목

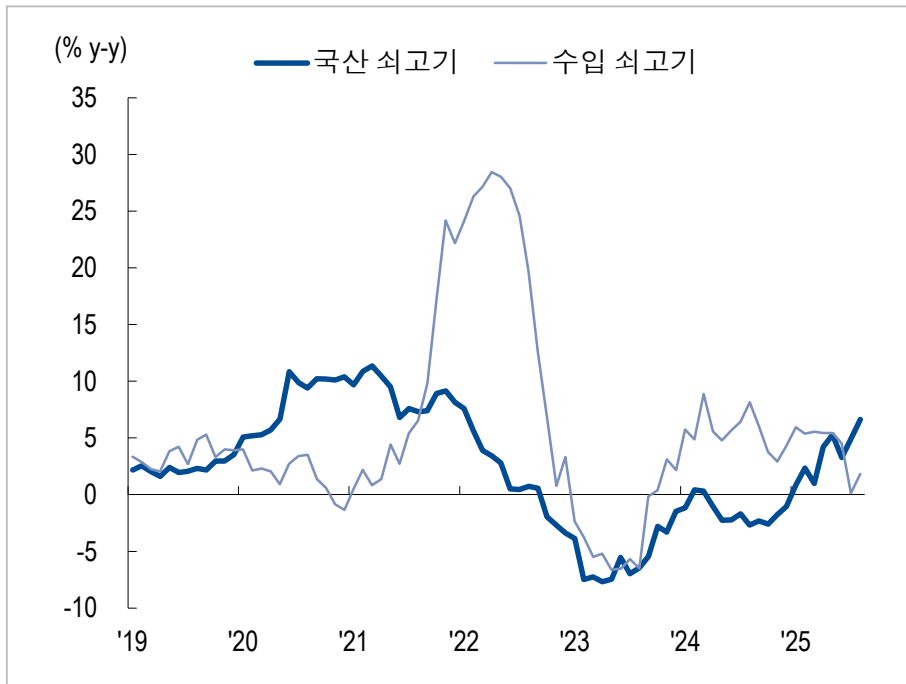


자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

최근 소비자물가에서 축산물 가격이 상승

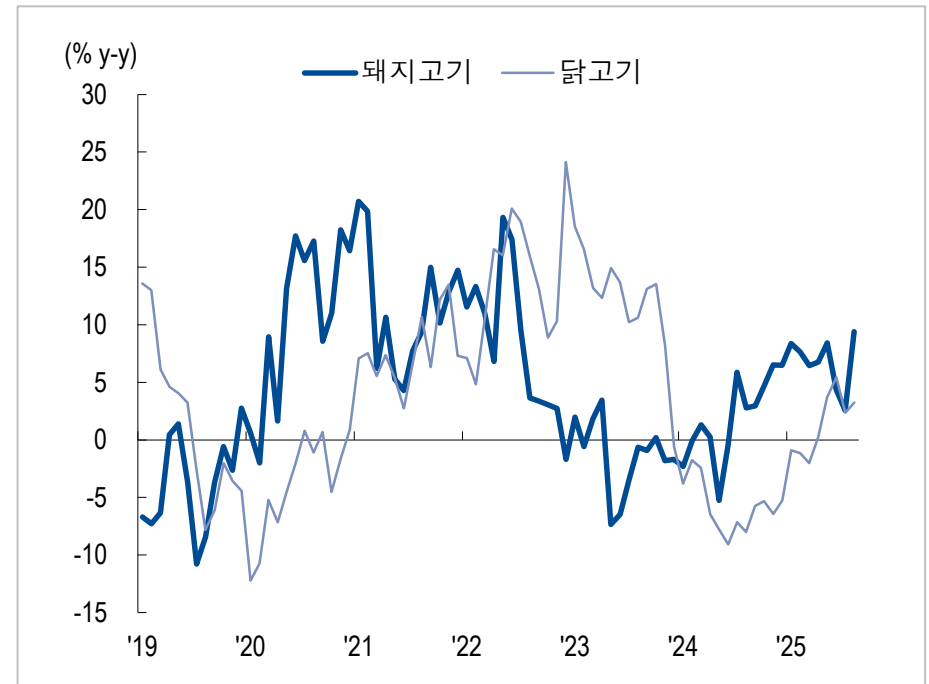
- 2025년 8월 기준 돼지고기 가격과 국산 쇠고기 가격은 전년동월 대비 각각 9.4%, 6.6% 증가하는 등 2025년 들어 상승세 지속
- 수입 쇠고기와 닭고기는 같은 기간 각각 1.8%, 3.2% 증가

국산 및 수입 쇠고기 소비자물가 지수 증감률 추이



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

돼지고기 및 닭고기 소비자물가 지수 증감률 추이

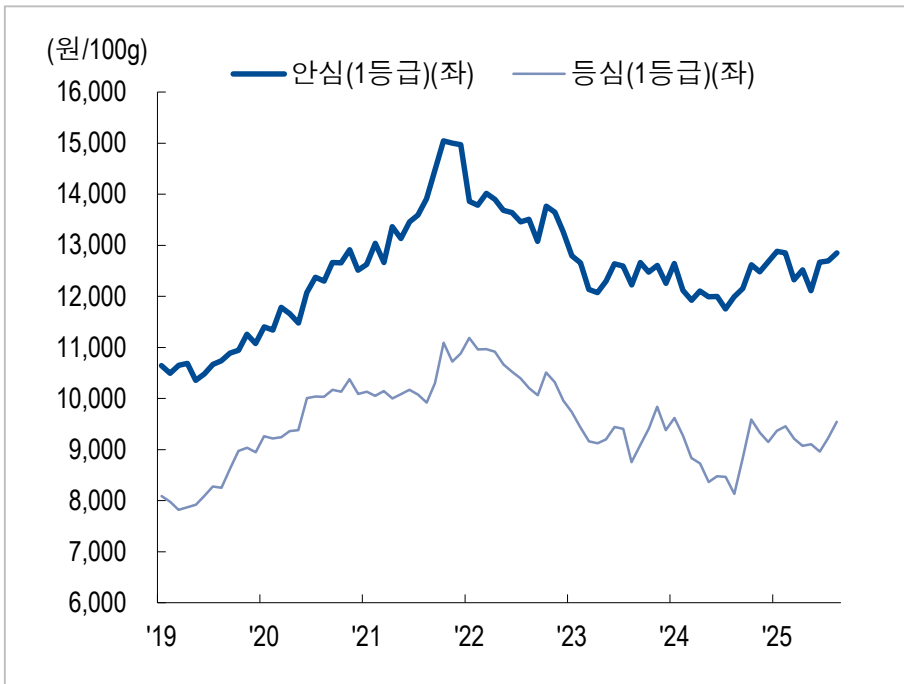


자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

6월 이후 소(한우) 소비자가격 상승 폭 확대되는 모습

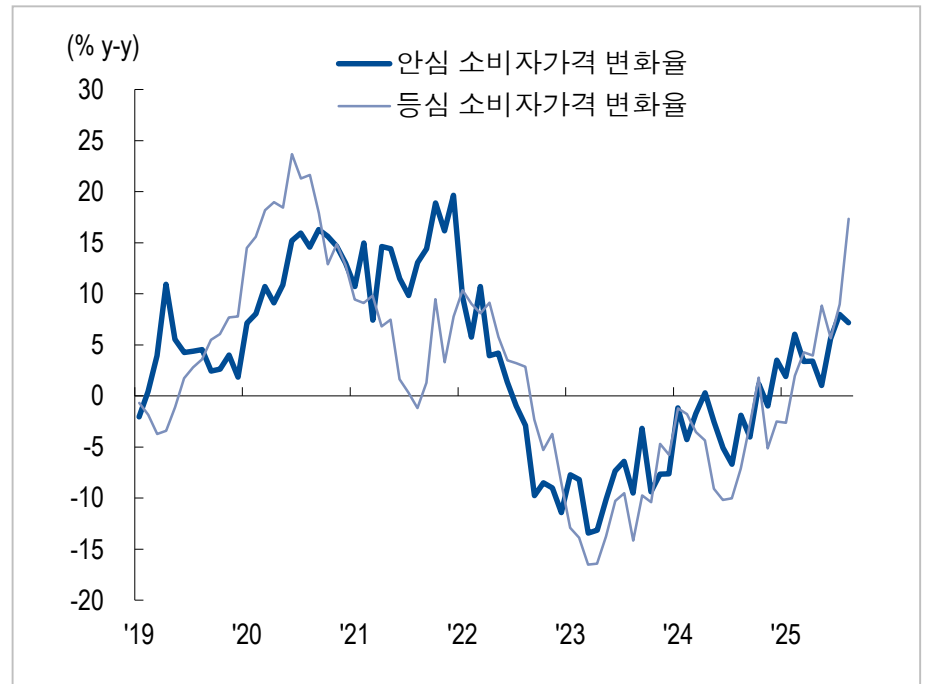
- 2025년 8월 기준 안심(1등급)과 등심(1등급) 소비자가격은 전년동월대비 각각 7.2%, 17.3% 증가하며 상승 폭이 확대되는 모습
- 도매가격 상승과 함께 7월부터 지급된 소비쿠폰과 수입 소고기 가격 상승 등의 영향으로 판단

소(한우) 부위별 소비자가격 추이



자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

소(한우) 부위별 소비자가격 변화율 추이

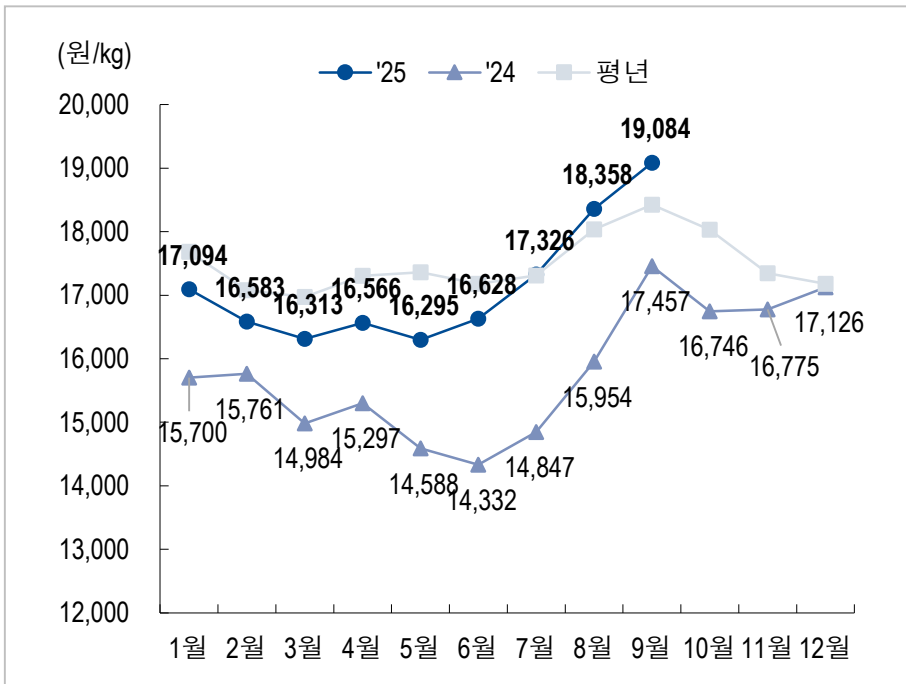


주: 1등급 기준
 자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

소 도매가격 평년 수준을 상회, 전년동월대비 높은 수준 지속

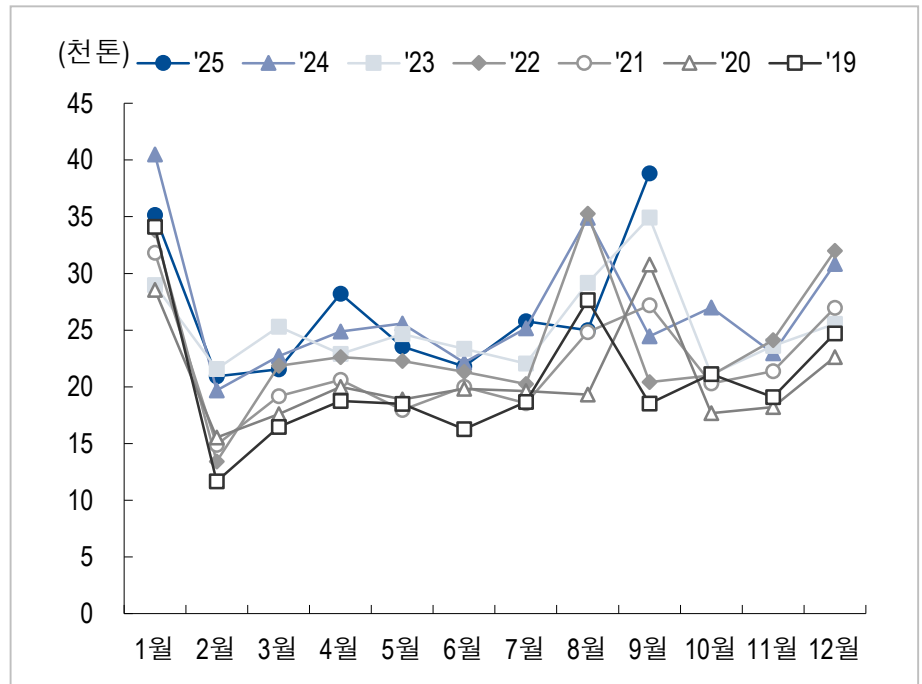
- 연초 이후 2024년 수준을 크게 상회하던 소 경락가격은 8월 이후에는 평년 수준을 상회
- 10월 이후 경락가격이 약 kg당 18,400원 이상을 유지할 경우 전년동월 대비 증감률은 10%를 상회해 4분기 소 가격의 소비자물가 상승 기여는 지속될 것
- 10월 추석을 앞두고 9월 소고기 공급량은 최대 수준을 기록했으나, 상대적으로 높은 경락가격이 높은 수준이 유지된 점은 수요 회복이 반영

소 경락가격 추이



주: 평년은 2020년~2024년 기간 최고, 최저값을 제외한 평균 값임
 자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

소고기 공급량 월별 추이

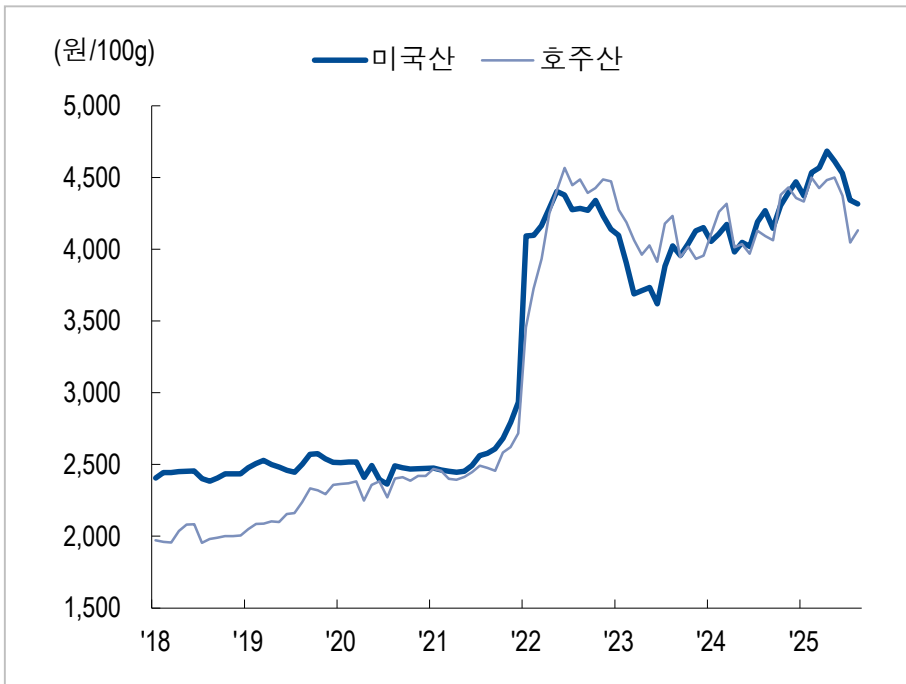


주: 거래정육량 기준이며, 2025년 9월 누적 한우 비중은 약 91% 수준
 자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 다봄), NH투자증권 리서치본부

7월 이후 수입 소고기 가격은 안정적인 흐름

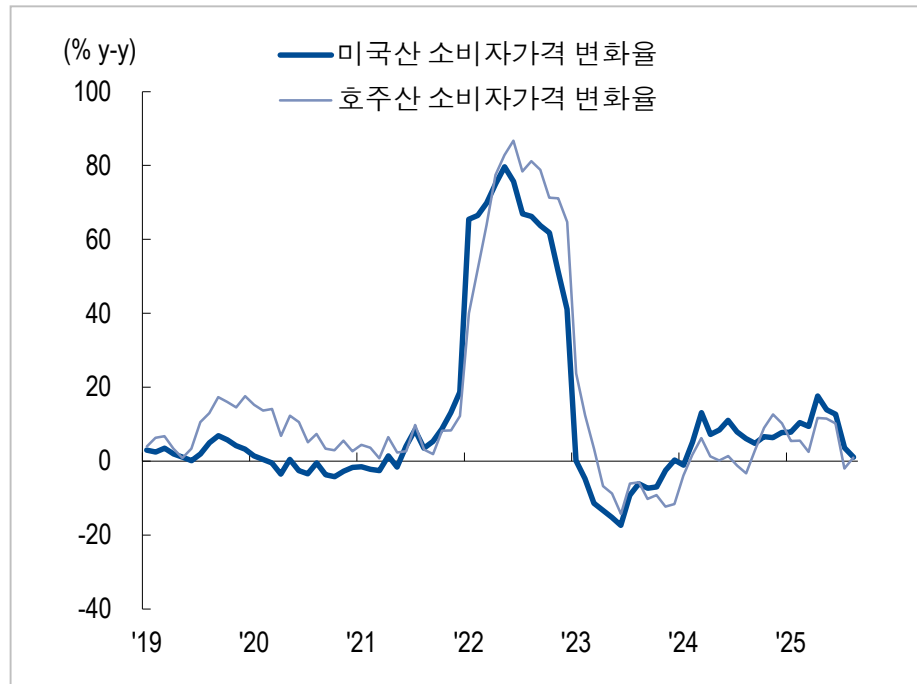
- 2025년 8월 기준 미국산 소고기와 호주산 소고기 소비자가격은 전년동월대비 각각 1.1%, 1.0% 증가하며 상반기에 비해 가격 증가세 둔화
- 2022년 수입 소고기 가격 상승은 꾸준한 글로벌 육류 소비 증가 속 국제 곡물가격 상승에 따른 비용 부담 확대로 생산량이 줄어든 영향. 달러 대비 원화 가치가 하락한 것도 수입 가격 상승에 영향

수입 소고기 소비자가격 추이



주: 갈비(냉동) 기준
 자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

수입 소고기 소비자가격 변화율 추이

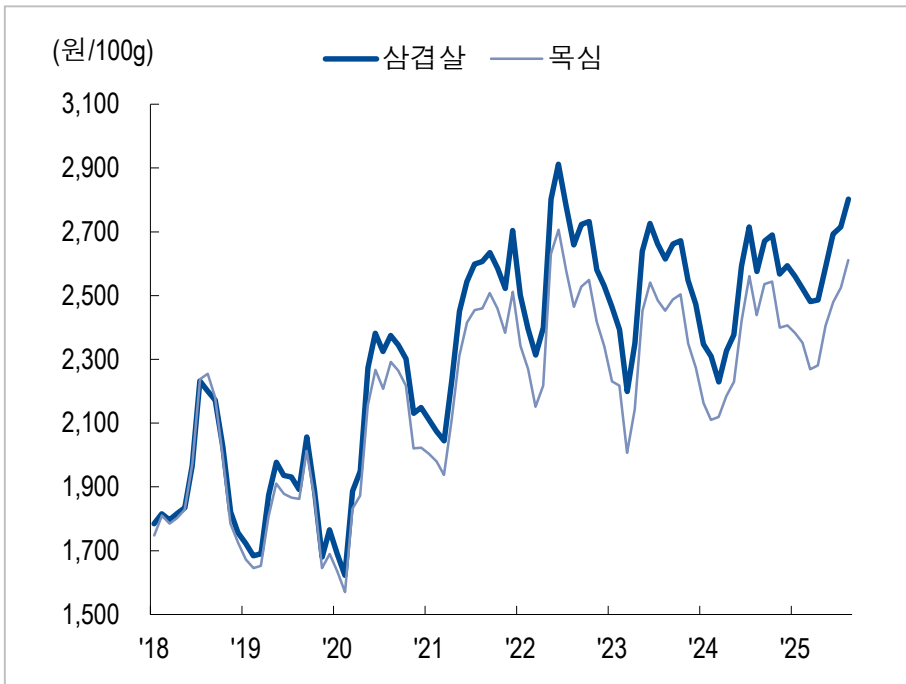


주: 갈비(냉동) 기준
 자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

3월 이후 돼지고기 소비자가격 상승세 지속

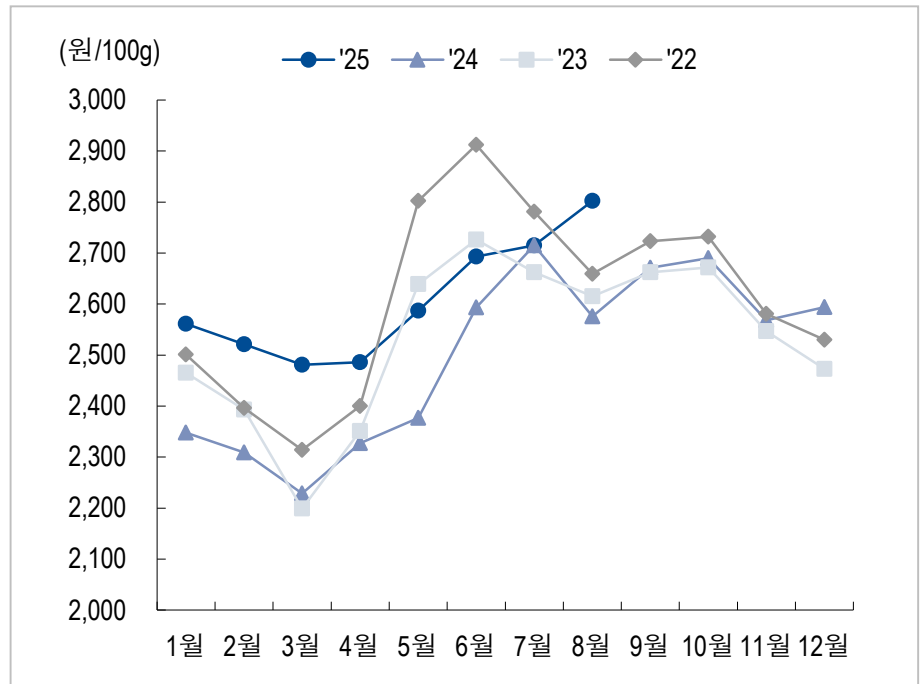
- 2025년 8월 기준 삼겹살과 목심 소비자가격은 전년동월대비 각각 8.8%, 7.1% 상승하는 등 3월 이후 돼지고기 소비자가격 상승세 지속
- 2024년 가격 하락의 영향으로 2025년 들어 삼겹살과 목심은 월평균 7.2%, 6.1%의 상승세를 보이고 있음
- 2025년 8월까지 월평균 증감률은 삼겹살(7.2%), 목심(6.1%), 앞다리(5.7%), 갈비(4.7%)의 순. 삼겹살 소비자가격은 6월과 7월을 제외하고 매월 전년동월대비 8% 이상의 증가세

돼지 부위별(삼겹살, 목심) 소비자가격 추이



자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

돼지 삼겹살 소비자가격 월별 추이

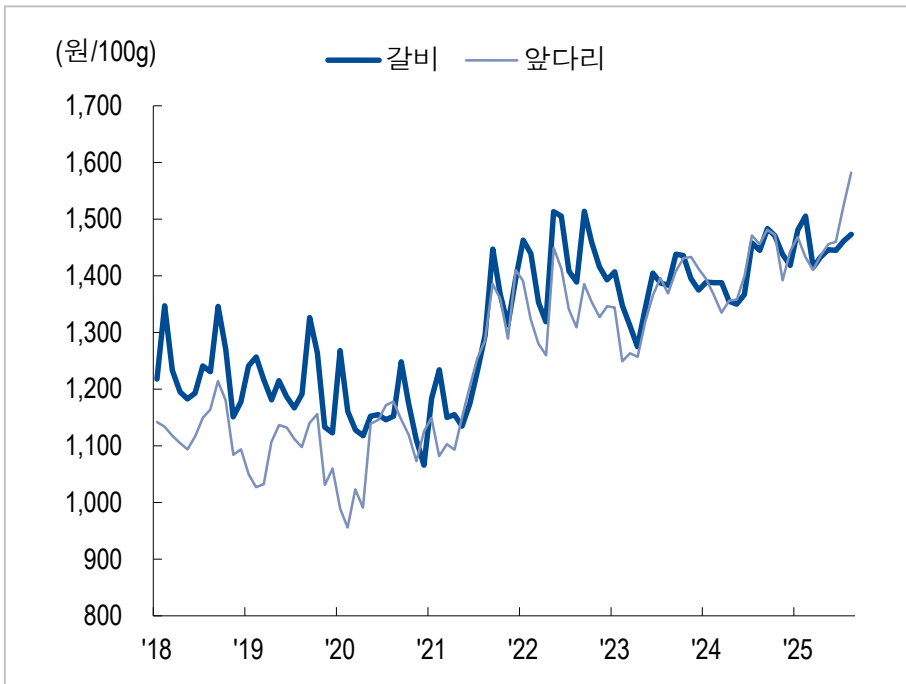


자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

8월 소비자가격 상승률은 삼겹살과 함께 앞다리도 컸음

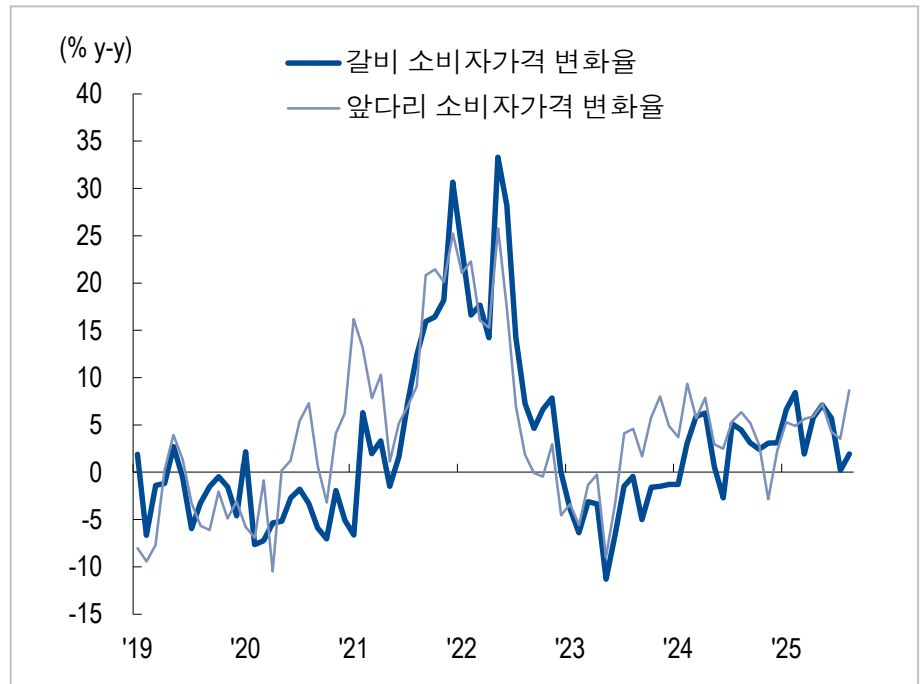
- 2025년 8월 기준 앞다리 소비자가격은 전년동월대비 8.7% 상승하며 삼겹살에 이어 상승 폭이 컸음
- 앞다리 소비자가격의 경우 2024년에도 월평균 4.3% 상승을 기록한 데 이어, 2025년에도 5.7%의 상승 유지
- 수입산 가격 상승으로 국내산 앞다리살 등 가공원료로 사용하는 수요가 늘어나면서 가격 상승세가 이어지는 것으로 판단

돼지 부위별(갈비, 앞다리) 소비자가격 추이



자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

돼지 부위별(갈비, 앞다리) 소비자가격 변화율 추이

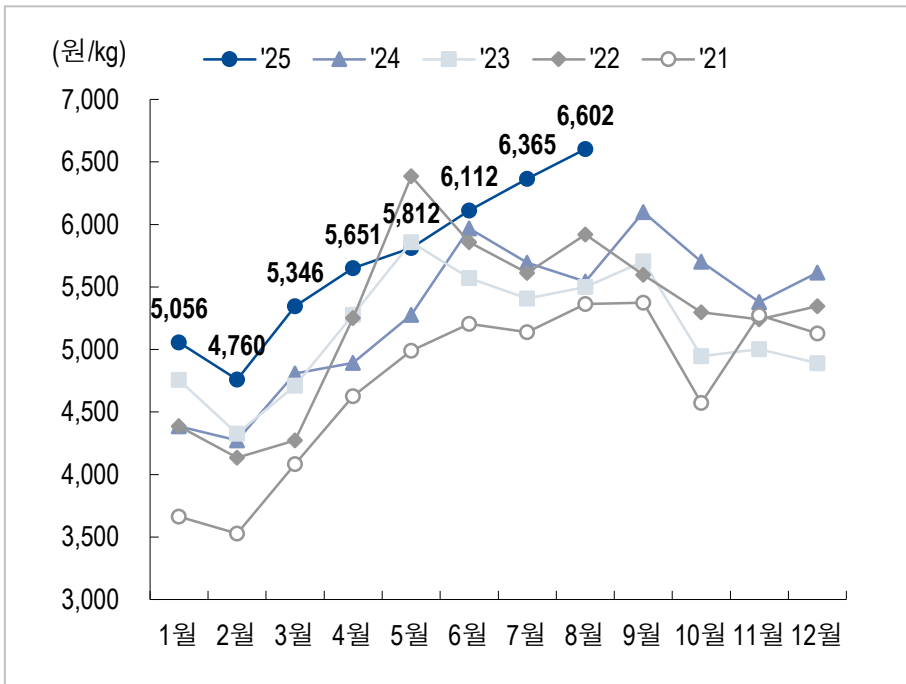


자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

2024년 대비 높은 수준의 경락가격 수준 지속

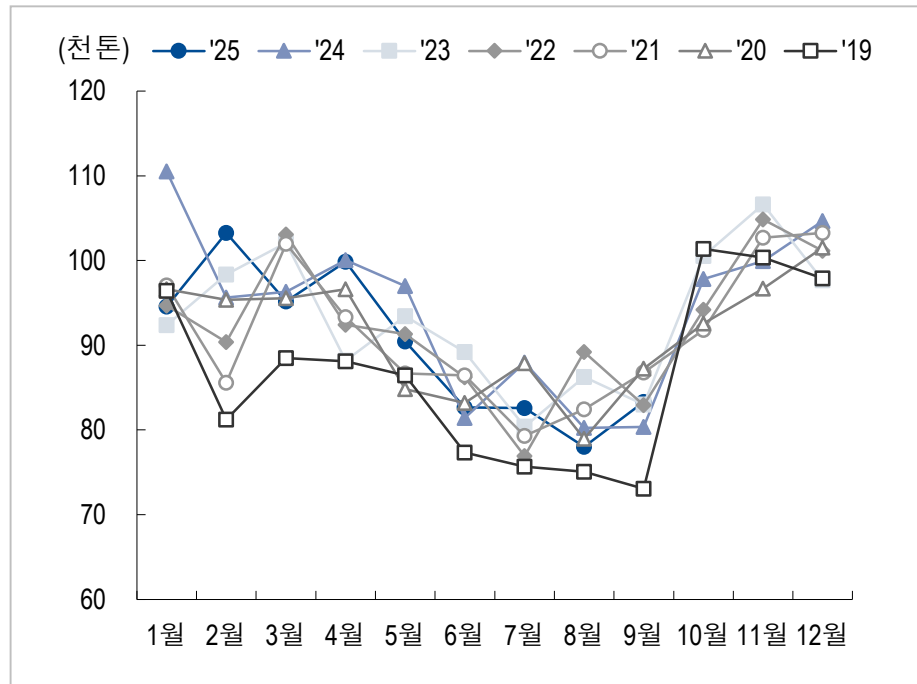
- 돼지 경락가격은 2024년 대비 높은 수준 유지. 국내산 공급량 감소 속 민생회복 소비쿠폰 지급 등의 영향으로 판단
- 가공원료 수요가 지속되면서 높은 가격을 유지하고 있는 점도 과거 대비 높은 경락가격을 지지
- 10월 이후 경락가격이 약 kg당 6,200원 수준을 유지할 경우 전년동월 대비 증감률은 10%를 상회해 4분기 돼지고기 가격의 소비자물가 상승 기여는 지속될 것

돼지 월별 경락가격 추이



주: 전국(제주 제외) & 탕박 기준
 자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

돼지고기 월별 거래정육량 추이

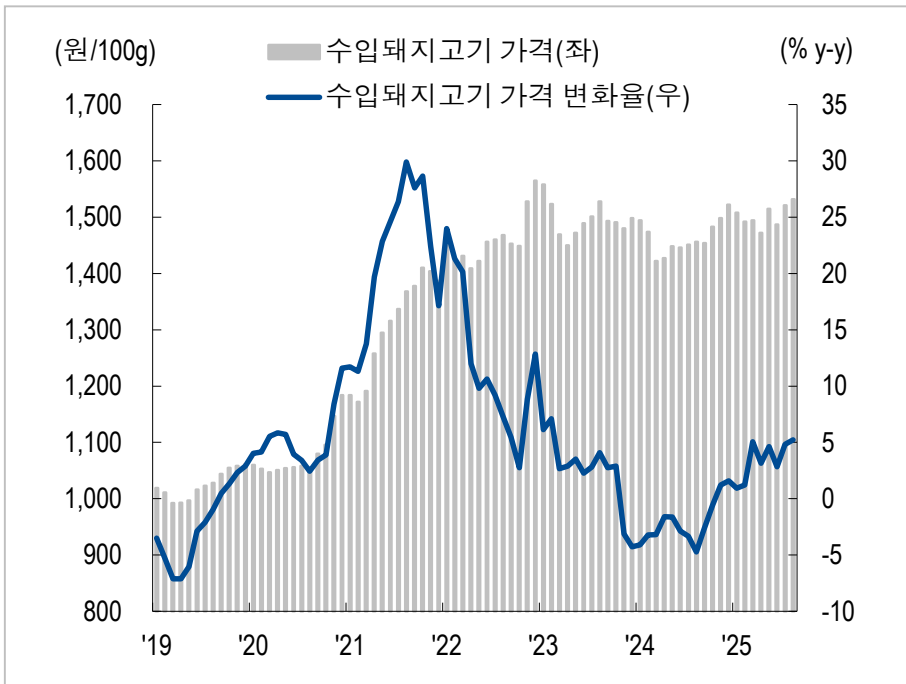


자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 다봄), NH투자증권 리서치본부

수입 돼지고기(삼겹살) 소비자가격 상승세

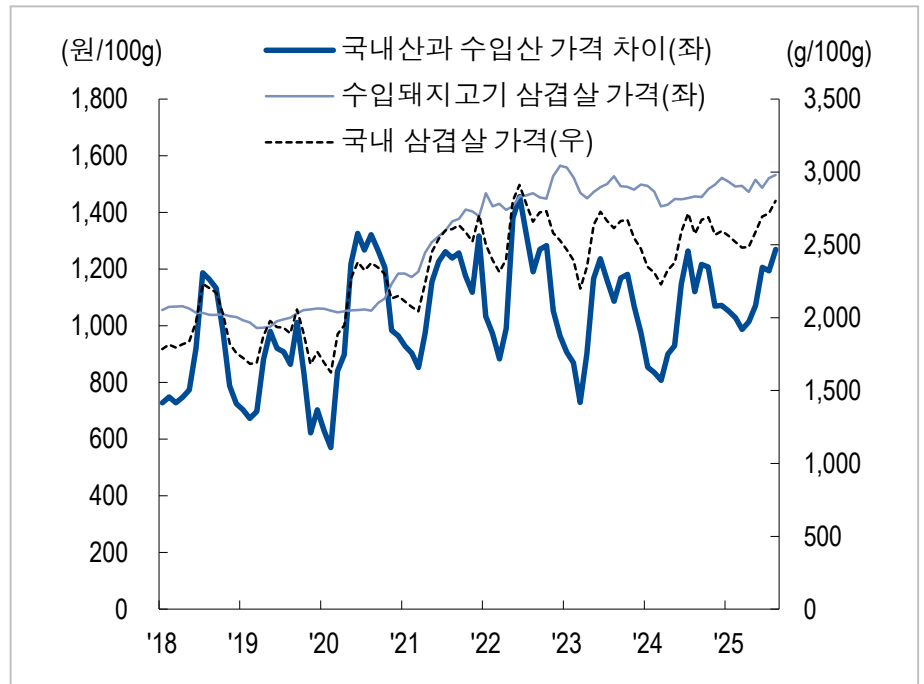
- 2025년 수입 돼지고기(삼겹살) 소비자가격 상승률은 월평균 3.5% 수준. 7월과 8월에는 각각 4.8%, 5.2%를 기록하며 상승 폭 확대
- 수입산 가격 상승에도 국내산 가격 상승 폭이 더 크게 나타나면서 국내산과 수입산 돼지고기 가격 차이는 확대

수입 돼지고기(삼겹살) 소비자가격 추이



자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

국내산 및 수입산 삼겹살 가격 추이



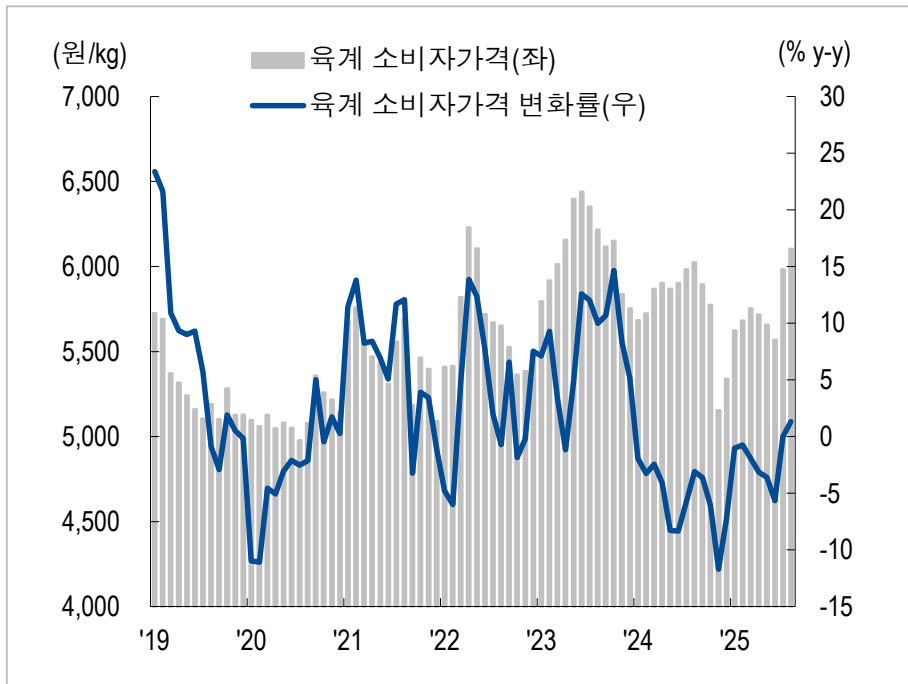
주: 수입돼지고기 삼겹살은 냉동 기준

자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

가격 하락세를 이어가던 육계 소비자가격은 8월 상승 전환

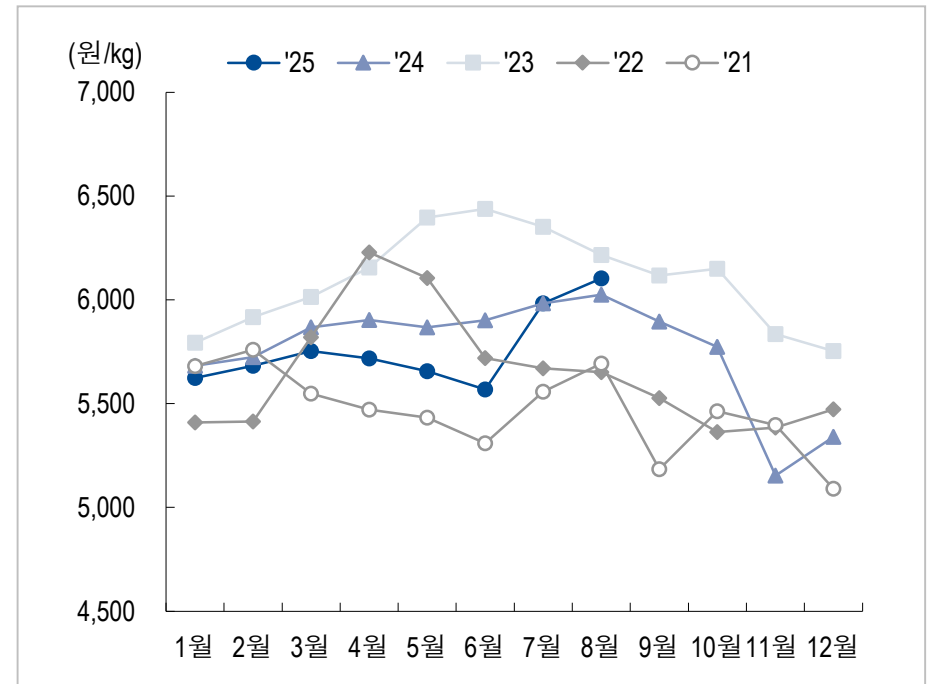
- 가격 상승을 기록한 소고기 및 돼지고기와 달리 육계 소비자가격은 2024년 이후 2025년 상반기까지 가격 하락세 지속
- 7월에는 전년동월과 동일한 수준을 기록한 이후 8월에는 전년동월대비 1.3% 상승
- 2024년 대비 높은 가격을 유지하면서 소비자물가 상승에 기여할 전망이다, 가격 상승률과 소비자물가 내 기여도 등을 감안할 때 영향은 제한적

육계 소비자가격 및 변화율 추이



자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

육계 소비자가격 월별 추이

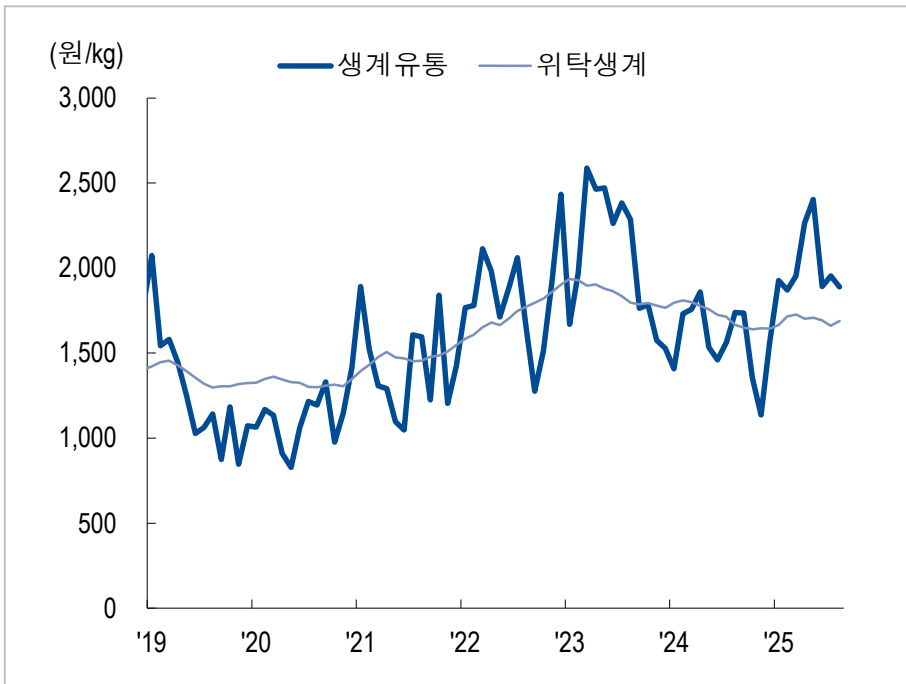


자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

육계 생계유통 가격은 전년대비 상승, 도매가격 상승과 달리 소매가격은 안정적

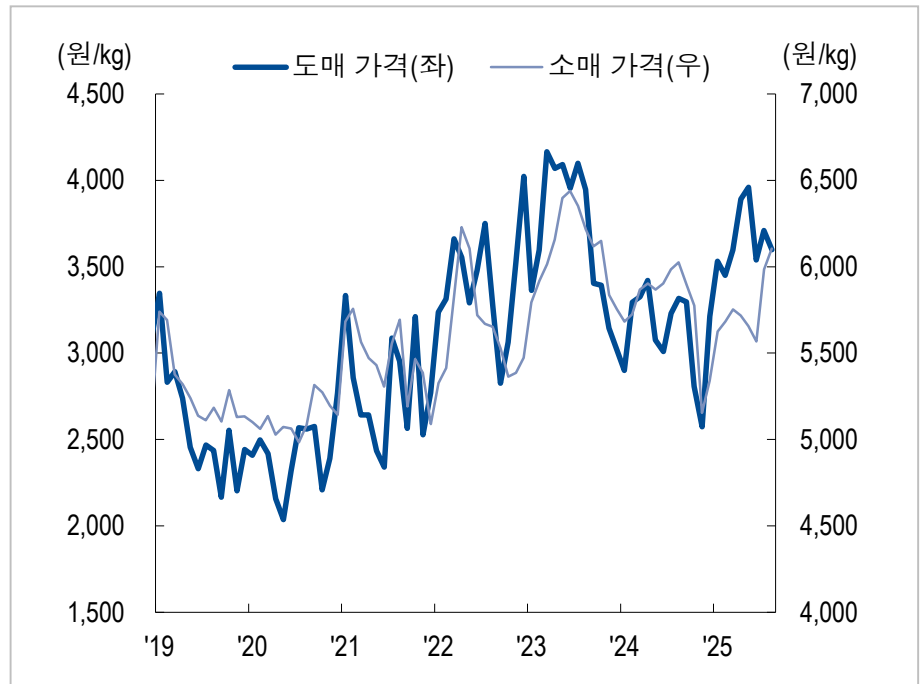
- 2025년 육계 생계유통 가격은 전년대비 상승한 가운데, 4월과 5월에는 육계 공급 감소로 크게 상승
- 도매 가격이 전년동월 대비 높은 상승세를 기록한 반면, 소매 가격은 안정적인 모습 유지

육계 생계유통 및 위탁생계 가격 추이



자료: 축산물품질평가원(축산유통 통계누리), NH투자증권 리서치본부

육계 도매 및 소매 가격 추이

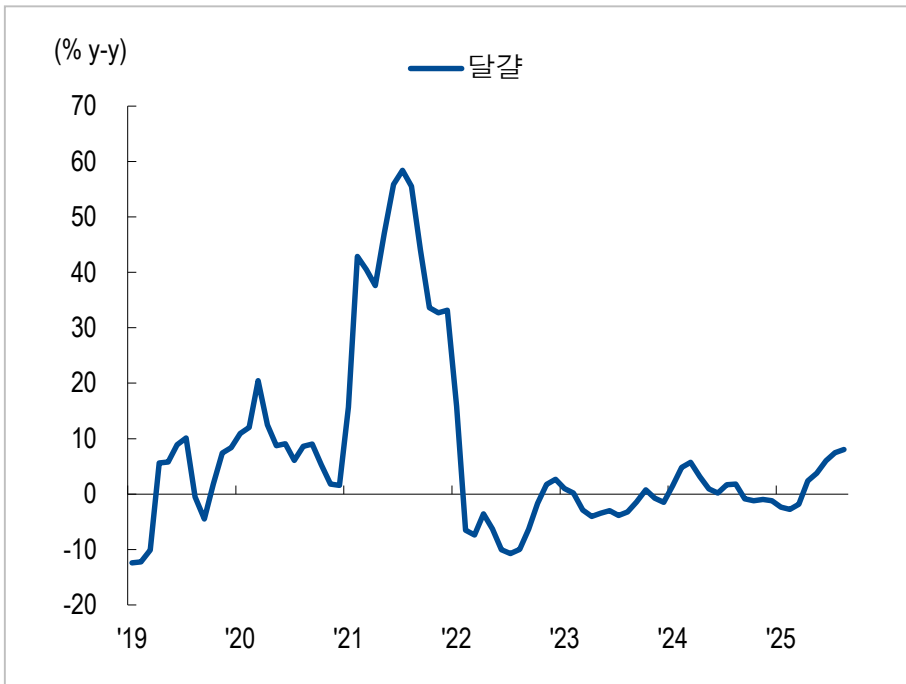


자료: 축산물품질평가원(축산유통정보 통계누리), NH투자증권 리서치본부

소비자물가 지수 내 계란, 치킨도 포함

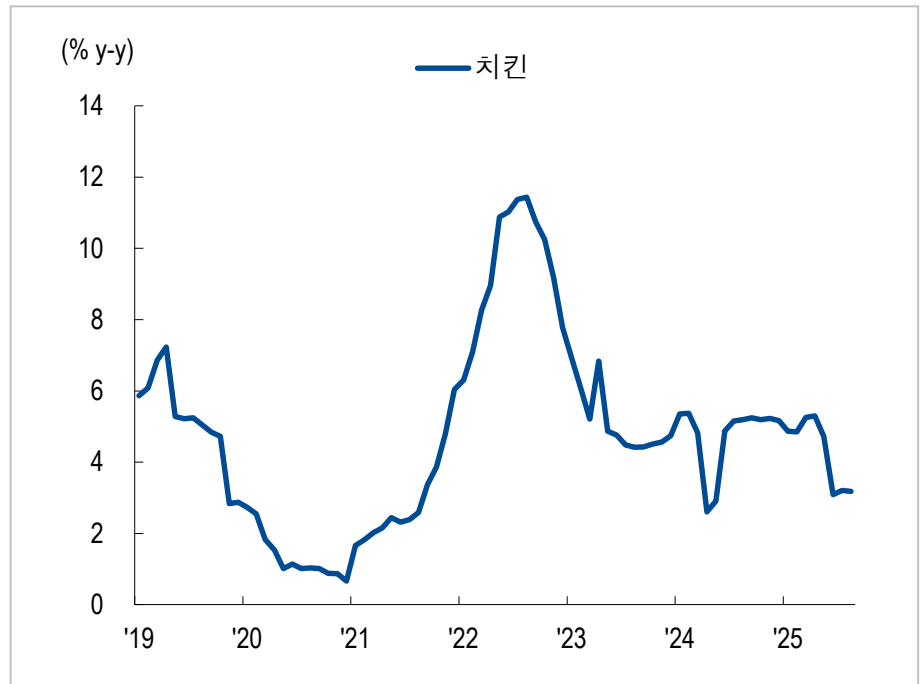
- 소비자물가 지수 내 계란(우유, 치즈 및 계란 품목)과 치킨(음식서비스 품목)이 포함되어 있음
- 계란과 치킨의 전체 소비자물가 지수 내에서 기여도는 각각 0.03%, 0.86% 수준

달걀 소비자물가 지수 증감률 추이



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

치킨 소비자물가 지수 증감률 추이

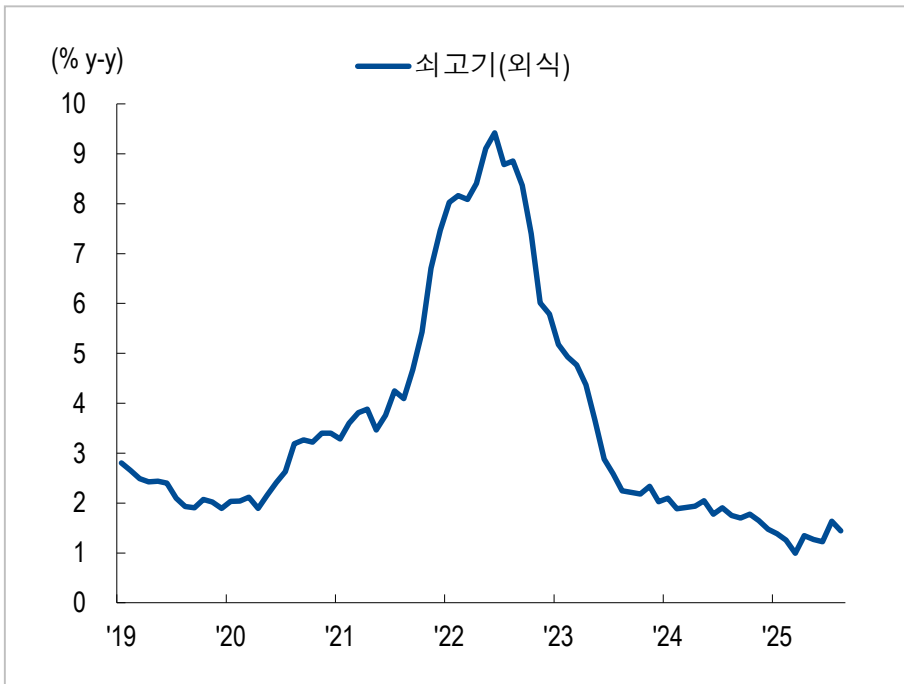


자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

외식 부문에서의 소비자물가 지수 증감률은 2% 내외 유지

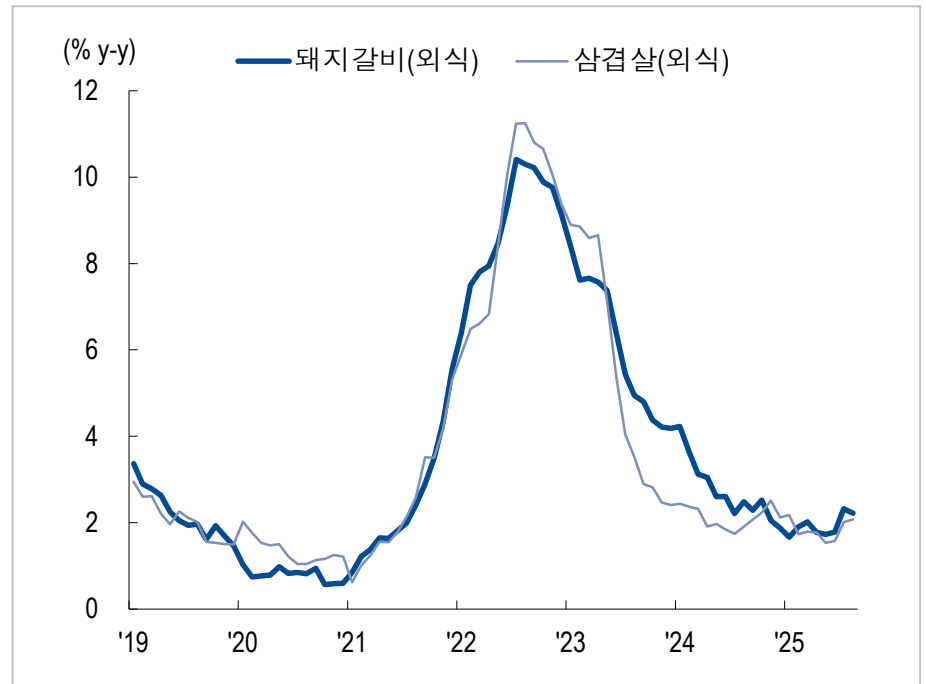
- 2025년 8월 기준 쇠고기(외식) 가격은 전년동월 대비 1.4% 증가하며 국산 쇠고기 가격 상승 대비로는 안정적인 모습 유지
- 돼지갈비(외식)와 삼겹살(외식) 가격도 같은 기간 각각 2.2%, 2.1% 증가하며 돼지고기 역시 가격 상승률에 비해서는 낮은 수준 유지

쇠고기(외식) 소비자물가 지수 증감률 추이



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

돼지고기(외식) 소비자물가 지수 증감률 추이



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

[참고] 소비자물가지수 구성 항목(1)

구분		주요 내용	
식료품 및 비주류 음료 (142.0)	식료품 (132.3)	빵 및 곡물 (22.3)	쌀, 현미, 찹쌀, 보리쌀, 콩, 땅콩, 혼식곡, 밀가루, 국수, 라면, 당면, 두부, 시리얼, 부침가루, 케이크, 빵, 떡, 파스타면
		육류 (28.6)	국산쇠고기, 수입쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 소시지, 햄 및 베이컨, 기타 육류가공품
		어류 및 수산 (13.0)	갈치, 명태, 조기, 고등어, 오징어, 게, 굴, 조개, 전복, 새우, 마른멸치, 마른오징어, 낙지, 오징어채, 북어채, 어묵, 맛살, 수산물통조림, 젓갈
		우유, 치즈 및 계란 (9.6)	우유, 분유, 치즈, 발효유, 달걀
		식용유지 (1.4)	참기름, 식용유
		과일 (15.6)	사과, 배, 복숭아, 포도, 밤, 감, 귤, 오렌지, 참외, 수박, 딸기, 바나나, 키위, 블루베리, 망고, 체리, 아보카도, 파인애플, 아몬드, 과일가공품
		채소 및 해조 (15.7)	배추, 상추, 시금치, 양배추, 미나리, 깻잎, 부추, 무, 열무, 당근, 감자, 고구마, 도라지, 콩나물, 버섯, 오이, 풋고추, 호박, 가지, 토마토, 파, 양파, 마늘, 브로콜리, 고사리, 파프리카, 단무지, 김, 맛김, 미역
		과자, 빙과류 및 당류 (10.4)	초콜릿, 사탕, 껌, 아이스크림, 비스킷, 스낵과자, 파이, 설탕, 잼, 꿀, 물엿
	기타 식료품 (15.7)	고춧가루, 참깨, 생강, 소금, 간장, 된장, 양념소스, 고추장, 카레, 식초, 드레싱, 혼합조미료, 스프, 이유식, 김치, 밑반찬, 냉동식품, 즉석식품, 편의점도시락, 삼각김밥	
	비주류 음료 (9.7)	커피, 차 및 코코아 (3.5)	커피, 차
생수, 청량음료, 과일주스 및 채소주스 (6.2)		주스, 두유, 생수, 기능성음료, 탄산음료, 기타음료	
주류 및 담배 (15.8)	주류 (6.5)	주류 (6.5)	소주, 과실주, 맥주, 막걸리, 양주, 약주
	담배 (9.3)	담배 (9.3)	담배
의류 및 신발 (49.6)	의류 (42.1)	남자의류 (7.9)	남자외의, 남자상의, 남자하의, 남자내의
		여자의류 (13.7)	여자외의, 원피스, 여자상의, 여자하의, 여자내의
		캐주얼의류 (12.9)	점퍼, 티셔츠, 스웨터, 청바지, 운동복, 등산복
		아동복·유아복 (4.6)	유아동복
		기타의류 및 의류 장신구 (1.7)	양말, 모자, 장갑
	의복 세탁, 수선 및 임차 (1.3)	의복수선료, 세탁료	
신발 (7.5)	신발 (7.5)	아동화, 구두, 운동화, 실내화	

주: 괄호는 가중치를 의미
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

[참고] 소비자물가지수 구성 항목(2)

구분		주요 내용	
주택, 수도, 전기 및 연료 (171.6)	주택임차료 (99.1)	주택임차료 (99.1) 전세, 월세	
	주거시설 유지·보수 (9.3)	주거시설 유지·보수 (9.3) 주택수선재료, 설비수리비	
	수도 및 주거관련 서비스 (30.6)	상하수도료 (7.6)	상수도료, 하수도료
		기타 주거관련 서비스 (23.0)	공동주택관리비, 쓰레기봉투료, 정화조청소료
	전기, 가스 및 기타연료 (32.6)	전기 (16.1)	전기료
		가스 (12.4)	도시가스, 취사용 LPG
기타연료 및 에너지 (4.1)		등유, 지역난방비, 부탄가스	
가정용품 및 가사 서비스 (45.6)	가구, 가사비품 및 카페트 (8.7)	가구, 가사비품 및 카페트 (8.7) 장롱, 침대, 거실장, 소파, 책상, 의자, 식탁, 싱크대	
	가정용 섬유제품 (3.0)	가정용 섬유제품 (3.0) 침구, 커튼	
	가정용 기기 (16.7)	가정용 기기 (11.8)	전기밥솥, 가스레인지, 전자레인지, 전기레인지, 냉장고, 김치냉장고, 에어컨, 선풍기, 공기청정기, 세탁기, 의류건조기, 식기세척기, 청소기, 소형주방가전, 보온매트
		가정용 기구 수리서비스 (4.9)	가전제품수리비, 가전제품렌탈비
	주방용품 및 가정용품 (4.0)	주방용품 및 가정용품 (4.0) 식기, 컵, 숟, 프라이팬, 냄비, 수저, 밀폐용기, 부엌용용구	
	가정·정원용 공구 및 장비 (3.1)	가정·정원용 공구 및 장비 (3.1) 보일러, 건전지, 소형가사용품	
	일반 생활용품 및 가사 서비스 (10.1)	비내구성 가정용품 (5.1)	세탁세제, 섬유유연제, 전구, 부엌용세제, 청소용세제, 살충제, 가정용비닐용품, 키친타월, 방향제, 습기제거제
가구내 고용 및 가사 서비스 (5.0)		가사도우미료, 간병도우미료	
보건 (84.0)	의료용품 및 장비 (35.3)	의약품 (25.0)	감기약, 진통제, 소화제, 위장약, 진해거담제, 소염진통제, 피부질환제, 치과구강용약, 조제약, 한방약, 인삼, 홍삼, 비타민제, 건강기능식품, 유산균, 병원약품
		의료용품 및 치료기기 (10.3)	종이거저귀, 생리대, 마스크, 반창고, 안경, 콘택트렌즈, 의료측정기, 보청기, 건강기기렌탈비, 치료재료
	외래환자 서비스 (37.4)	의료서비스 (24.5)	외래진료비, 건강검진비, 한방진료비, 약국조제료
		기타의료서비스 (12.9)	치과진료비, 치과보철료
	병원 서비스 (11.3)	병원 서비스 (11.3) 입원진료비, 병원검사료	

주: 괄호는 가중치를 의미
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

[참고] 소비자물가지수 구성 항목(3)

구분		주요 내용	
교통 (110.6)	운송장비 (28.4)	운송장비 (28.4)	소형승용차, 중형승용차, 대형승용차, 경승용차, 다목적승용차, 수입승용차, 전기동력차, 자전거
	개인운송장비 운영 (60.3)	개인운송장비 연료 및 윤활유 (43.2)	휘발유, 경유, 자동차용 LPG
		개인운송장비 소모품 및 유지·수리 (9.8)	자동차용품, 블랙박스, 자동차타이어, 자동차수리비, 엔진오일교체료, 세차료
		개인운송장비 관련 기타 서비스 (7.3)	자동차학원비, 주차료, 도로통행료, 승용차임차료, 대리운전이용료, 자동차검사료
	운송서비스 (21.9)	철도 여객수송 (3.9)	열차료, 도시철도료
		도로 여객수송 (11.0)	시내버스료, 시외버스료, 택시료
		항공 및 수상여객운송 4.1)	국내항공료, 국제항공료, 여객선료
기타 여객수송 (2.9)		이삿짐운송료, 택배이용료	
통신 (46.6)	우편서비스 (0.1)	우편서비스 (0.1)	우편료
	전화 및 팩스장비 (10.4)	전화 및 팩스장비 (10.4)	휴대전화기
	전화 및 팩스 서비스 (36.1)	전화 및 팩스 서비스 (36.1)	유선전화료, 휴대전화료, 인터넷이용료, 휴대전화기수리비
오락 및 문화 (62.9)	음향, 영상, 사진 및 정보처리 장비 (7.9)	영상·음향기기 (2.8)	TV, 영상음향기기
		정보처리기기·소모품 (5.1)	컴퓨터, 컴퓨터수리비, 휴대용멀티미디어기기, 컴퓨터소모품, 저장장치
	기타 오락 및 문화용 주요 내구재 (1.4)	기타 오락 및 문화용 주요 내구재 (1.4)	악기, 헬스기구
	기타 오락용품, 조경용품 및 애완동물 (13.6)	기타 오락용품, 조경용품 및 애완동물 (13.6)	장난감, 레저용품, 운동용품, 화초, 원예용품, 반려동물용품, 반려동물관리비
	오락 및 문화 서비스 (27.1)	오락 및 스포츠 서비스 (11.0)	수영장이용료, 볼링장이용료, 헬스클럽이용료, 골프연습장이용료, 골프장이용료, 당구장이용료, 노래방이용료, PC방이용료, 놀이시설이용료, 운동경기관람료
		문화 서비스 (16.1)	영화관람료, 공연예술관람료, 관람시설이용료, 독서실비, 문화강습료, 온라인콘텐츠이용료, 방송수신료, 사진서비스료
	신문, 서적 및 문방구 (5.4)	서적 (3.8)	유아용학습교재, 초등학교학습서, 중학교학습서, 고등학교학습서, 대학교재, 서적
		신문 및 정기 간행물 (0.4)	신문
문방구 (1.2)		종이문구, 기타문구, 필기구, 회화용구	
단체여행 (7.5)	단체여행 (7.5)	국내단체여행비, 해외단체여행비	

주: 괄호는 가중치를 의미
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

[참고] 소비자물가지수 구성 항목(4)

구분		주요 내용	
교육 (73.9)	유치원 및 초등교육 (1.8)	유치원 및 초등교육 (1.8) 유치원납입금	
	고등교육 (13.1)	고등교육 (13.1) 전문대학납입금, 국공립대학교납입금, 사립대학교납입금, 국공립대학원납입금, 사립대학원납입금	
	기타교육 (59.0)	학원 및 보습교육 (52.8)	초등학생학원비, 중학생학원비, 고등학생학원비, 음악학원비, 미술학원비, 운동학원비, 전산학원비, 가정학습지, 이러닝이용료, 학교보충교육비, 기타학원비
		성인학원 및 기타교육 (6.2)	취업학원비, 외국어학원비, 운동강습료
음식 및 숙박 (144.7)	음식 서비스 (138.0)	음식 서비스 (138.0) 김치찌개백반, 된장찌개백반, 비빔밥, 설렁탕, 갈비탕, 삼계탕, 해물찜, 해장국, 불고기, 쇠고기(외식), 돼지갈비(외식), 삼겹살(외식), 오리고기(외식) , 냉면, 칼국수, 죽(외식), 생선초밥, 생선회(외식), 자장면, 짬뽕, 탕수육, 볶음밥, 돈가스, 스테이크, 스파게티, 라면(외식), 김밥, 떡볶이, 치킨, 햄버거, 피자, 쌀국수, 커피(외식), 기타음료(외식), 소주(외식), 맥주(외식), 막걸리(외식), 구내식당식사비, 도시락	
	숙박 서비스 (6.7)	숙박 서비스 (6.7) 호텔숙박료, 여관숙박료, 콘도이용료, 학교기숙사비, 휴양시설이용료	
기타 상품 및 서비스 (52.7)	미용용품 및 미용 서비스 (25.9)	이미용 및 미용시설 (11.0)	목욕료, 찜질방이용료, 이발료, 이용료, 뷰티미용료
		개인용 전기용품 및 미용용품 (14.9)	면도기, 헤어드라이어, 칫솔, 치약, 비누, 샴푸, 바디워시, 화장지, 기초화장품, 기능성화장품, 색조화장품, 모발염색약, 구강세정제
	기타 개인용품 (7.0)	기타 개인용품 (7.0)	손목시계, 장신구, 가방, 핸드백, 우산, 유모차, 선글라스, 지갑
	기타서비스 (19.8)	기타서비스 (19.8)	산후조리원이용료, 보육시설이용료, 요양시설이용료, 보험서비스료, 자동차보험료, 금융수수료, 부동산중개수수료, 행정수수료, 대입전형료, 시험응시료, 장례비

주: 괄호는 가중치를 의미
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

This page intentionally left blank

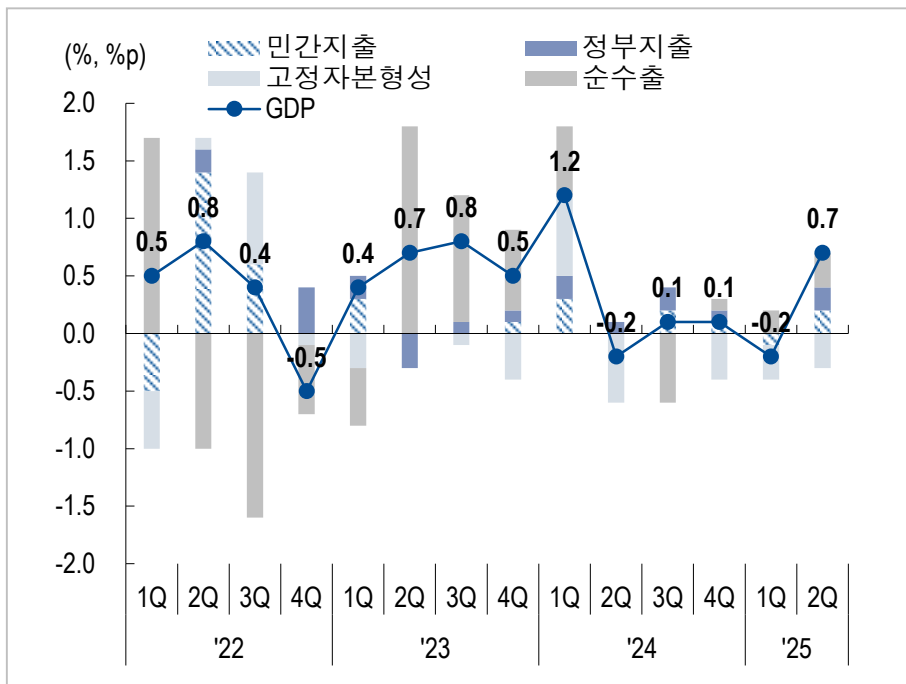
경기, 물가, 그리고 축산물 소비

Ⅲ. 4분기 국내 경기 및 축산물 소비 전망

국내 경기는 1분기 역성장 이후 2분기 반등(2분기 GDP: 0.7%)

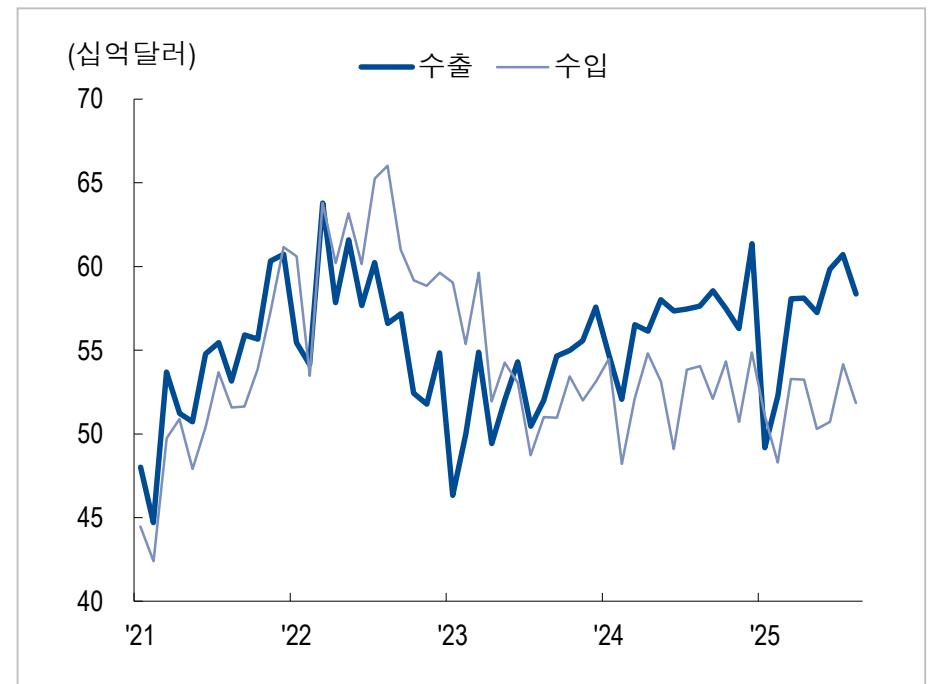
- 1분기 역성장을 기록했던 한국 경제성장률은 2분기 반등하는 모습을 보였으며, 4개 분기만에 저성장에서 탈출하며 회복세로 전환
- 건설 및 설비투자 부진에도 민간 및 정부의 소비지출 확대의 영향. 반도체 등을 중심으로 수출도 꾸준한 모습이었고, 조업일수 효과 등으로 3분기 수출 증가율은 2분기보다 개선될 전망

민간과 정부 지출, 순수출이 2분기 GDP 회복을 견인



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

월별 수출 및 수입 추이

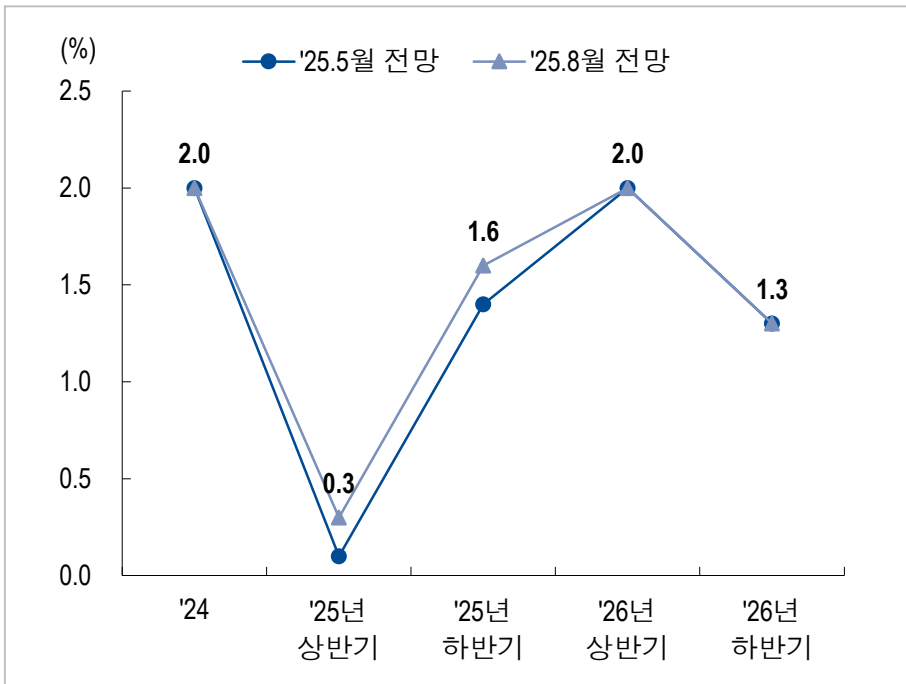


자료: 관세청, NH투자증권 리서치본부

한국은행은 8월 수정경제전망을 통해 2025년 성장률 전망치를 상향

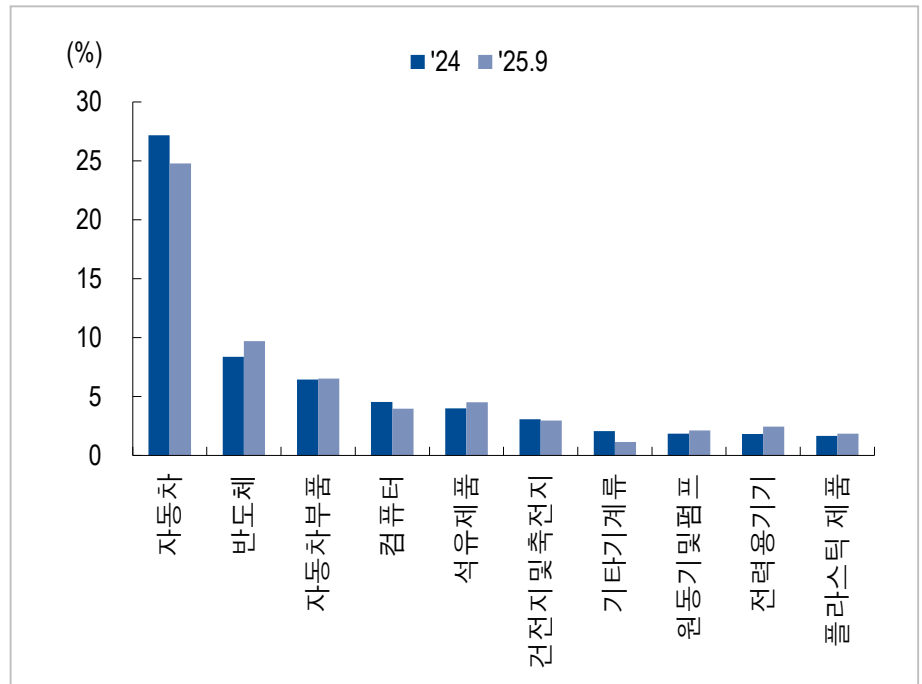
- 내수는 추경, 소비심리 개선 등으로 완만한 회복세를 이어갈 전망. 수출은 당분간 양호한 흐름을 보이다가 미국 관세부과의 영향이 확대되면서 점차 둔화될 것으로 예상
- 2025년과 2026년 성장률 전망치는 각각 0.9%, 1.6%로 제시했으나, 미·중 무역협상, 품목별 관세부과, 내수 개선 속도 등과 같은 불확실성이 여전히 높은 것으로 판단

한국은행은 수정경제전망을 통해 올해 성장률 전망치 상향



주: 우리나라의 경우 2026년말 기준 16%의 평균관세율이 부과되는 것으로 가정
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

품목별 대미 수출 비중 현황

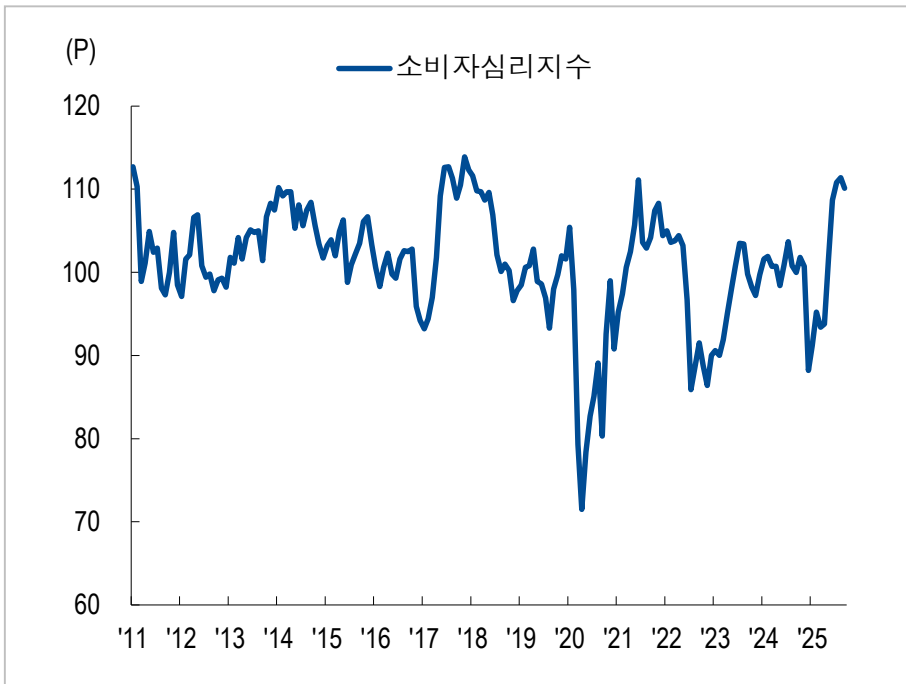


주: '25.9는 9월까지 누적 기준
 자료: 한국무역협회(KITA), NH투자증권 리서치본부

9월 소비자 심리지수는 소폭 하락했으나, 낙관적인 전망 유지

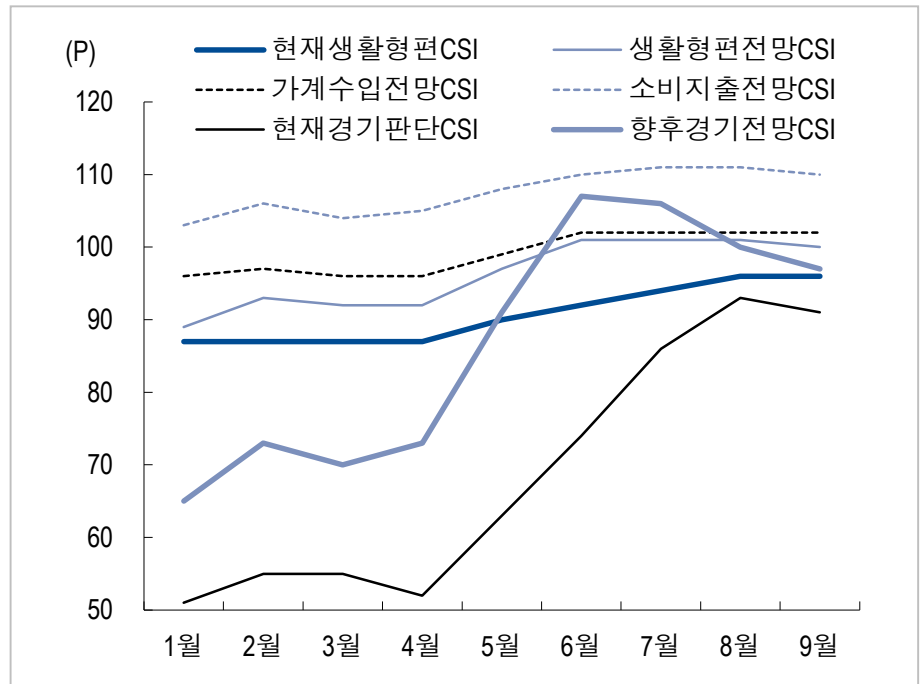
- 소비자들의 경제상황에 대한 심리를 종합적으로 나타내는 소비자심리지수는 7월 이후 110P를 상회
- 2025년 5월과 6월 구성지수 모두 크게 상승하면서 소비자심리지수가 크게 상승. 9월에는 현재생활형편과 가계수입전망을 8월과 유사한 수준이었으나, 나머지 구성요소가 소폭 하락

소비자심리지수는 3개월 연속 110P를 상회



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

소비자심리지수 구성지수별 추이

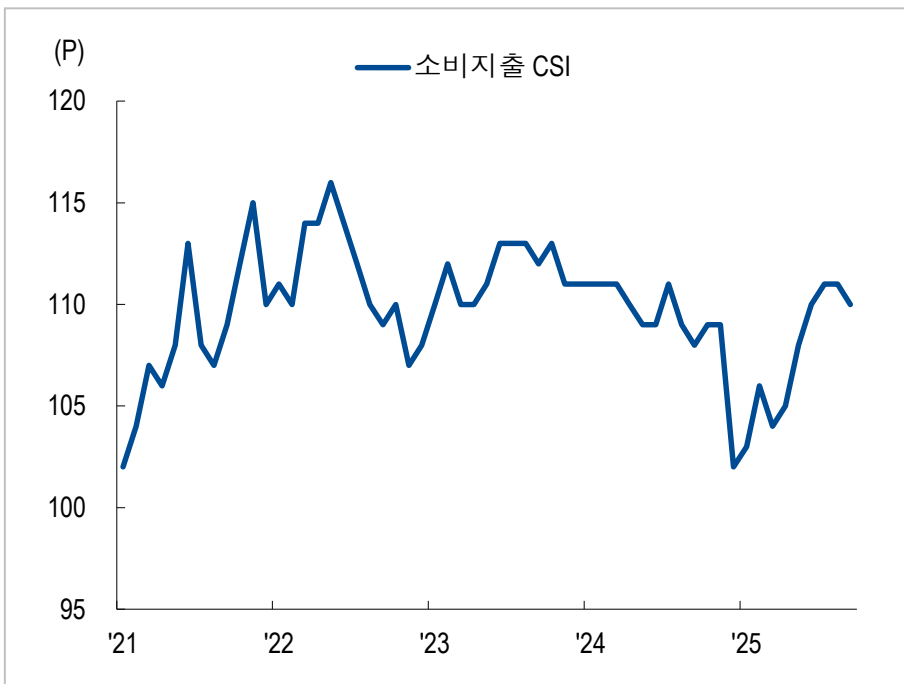


자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

소비지출전망 CSI는 2021년 이후 평균 수준 소폭 상회

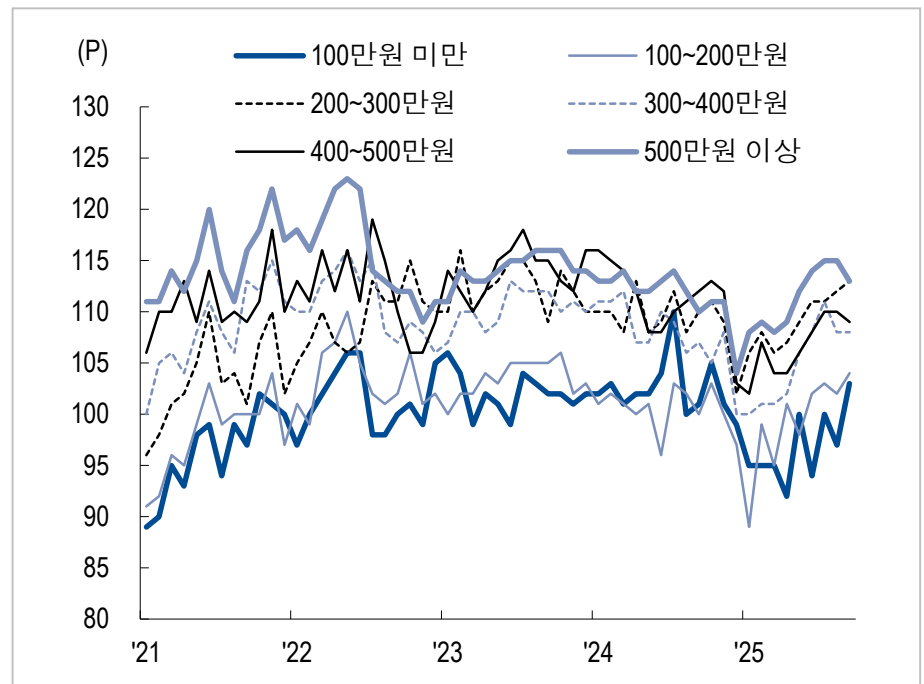
- 2025년 6월 이후 소비지출전망 CSI는 2021년 이후 평균(109.7)을 소폭 상회
- 9월 기준 소비지출전망 CSI의 경우 소득 300만원 이하에서는 과거 평균치를 상회. 1, 2차 민생회복 소비쿠폰 지급에 대한 기대감이 반영된 것으로 판단

소비지출전망 CSI는 2021년 이후 평균 수준 소폭 상회



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

소득별 소비지출전망 CSI 추이

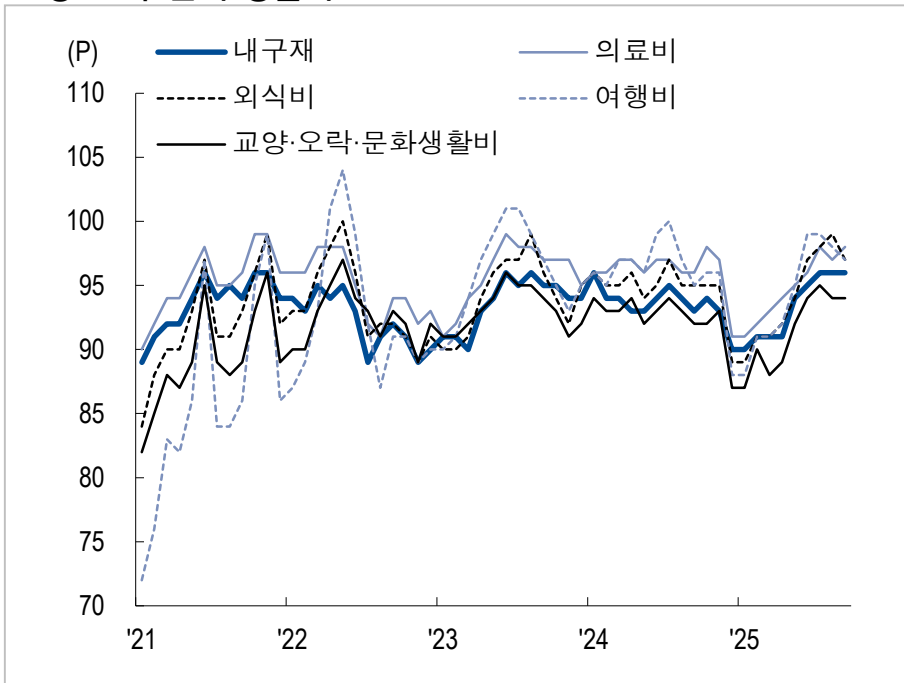


자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

항목별 소비지출전망 CSI는 상이한 흐름

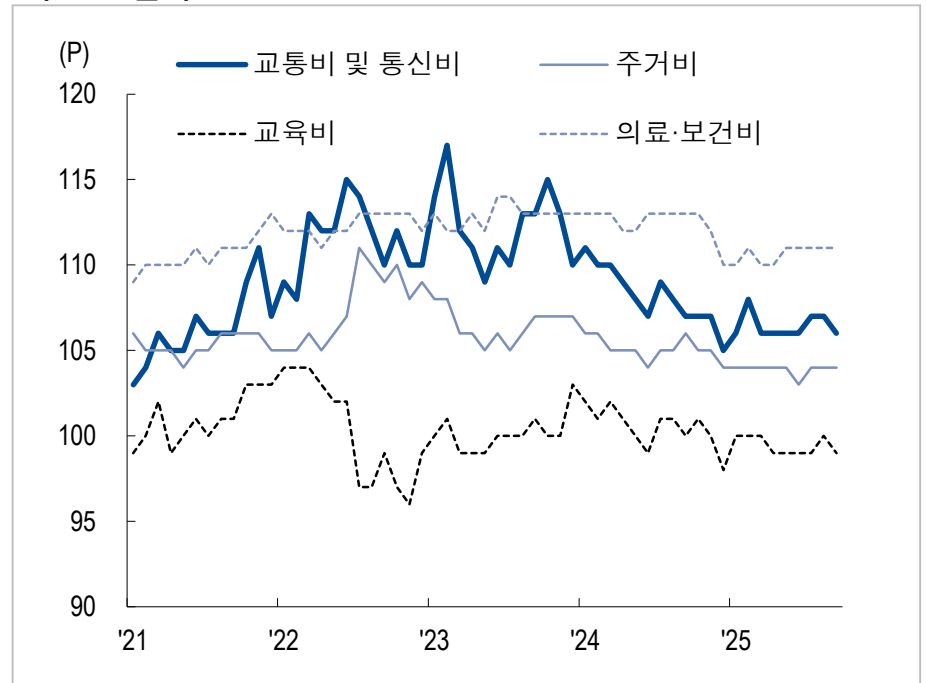
- 항목별 소비지출전망 CSI는 상이한 흐름 보이고 있음
- 교통비 및 통신비/주거비/교육비/의료·보건비 등은 연초 이후 꾸준한 모습을 보인 반면, 내구재/의료비/외식비/여행비/교양, 오락, 문화생활비는 연초 이후 상승
- 9월 들어 외식비지출CSI가 8월 대비 하락했으며, 하락 폭도 다른 항목 대비 소폭 높은 편임

항목별 소비지출전망 CSI: 내구재, 의료비, 외식비, 여행비, 교양·오락·문화 생활비



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

항목별 소비지출전망 CSI: 교통비 및 통신비, 주거비, 교육비, 의료·보건비

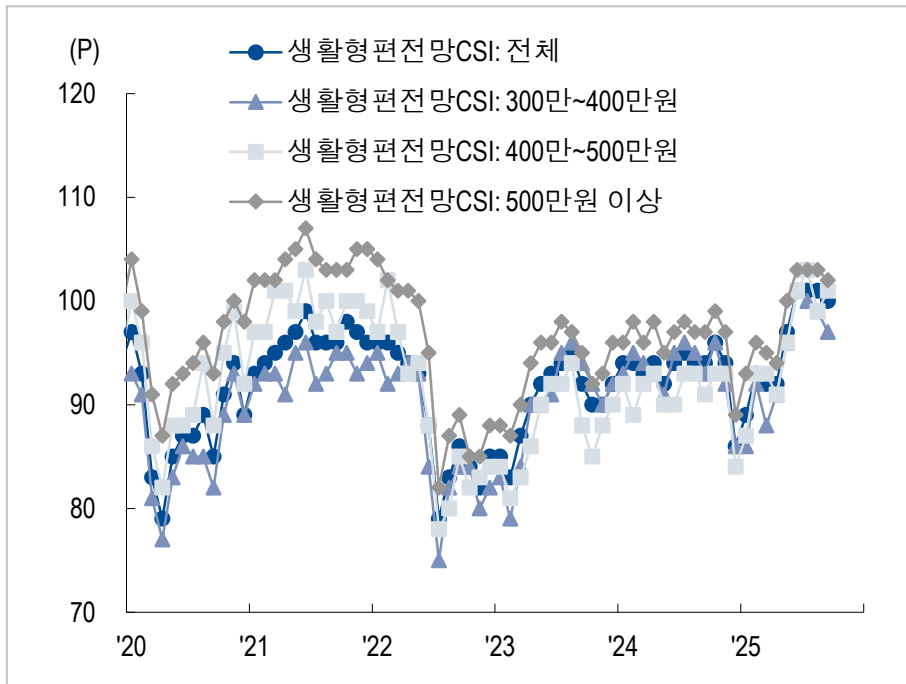


자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

가계 생활형편전망과 외식비지출전망은 소폭 하락

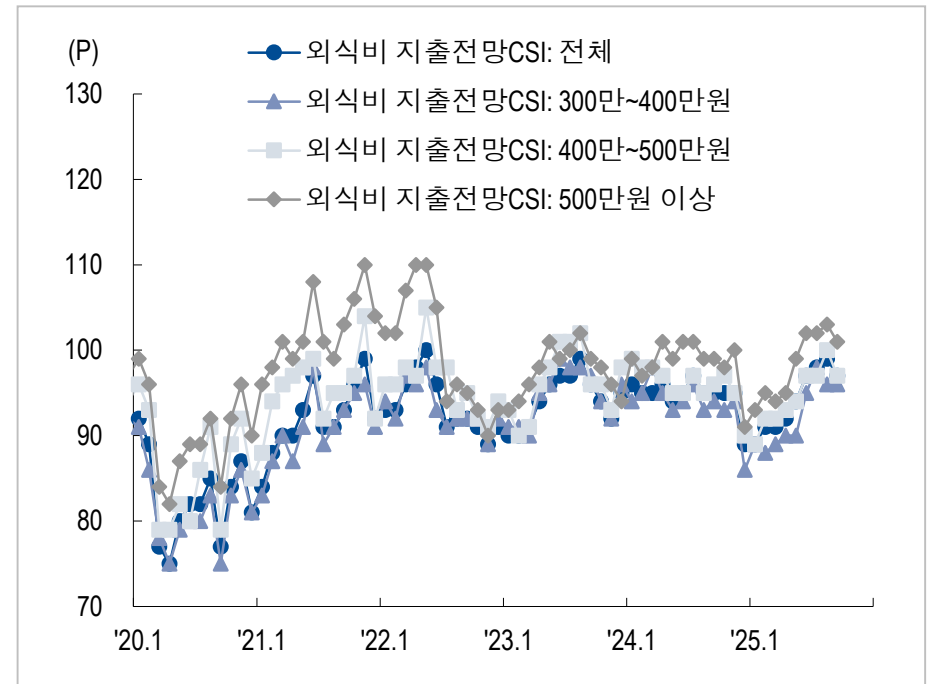
- 가계 생활형편전망 CSI는 9월 100으로 6개월 후 생활형편은 현재와 유사하다고 전망
- 9월 외식비지출전망 CSI는 97로 6개월 후 지출은 현재보다 낮을 것으로 전망. 2024년말/2025년초 전망에 비해서는 수치가 상승했으나, 여전히 100을 하회
- 다만, 소득 500만원 이상 가계의 경우 4개월 연속 100을 상회하면서 외식비 지출을 늘릴 것으로 전망. 고소득층을 중심 외식비 지출 증가에 따른 육류 소비 증가 기대감은 유효하다는 판단

생활형편전망CSI는 100을 유지



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

외식비 지출전망 CSI

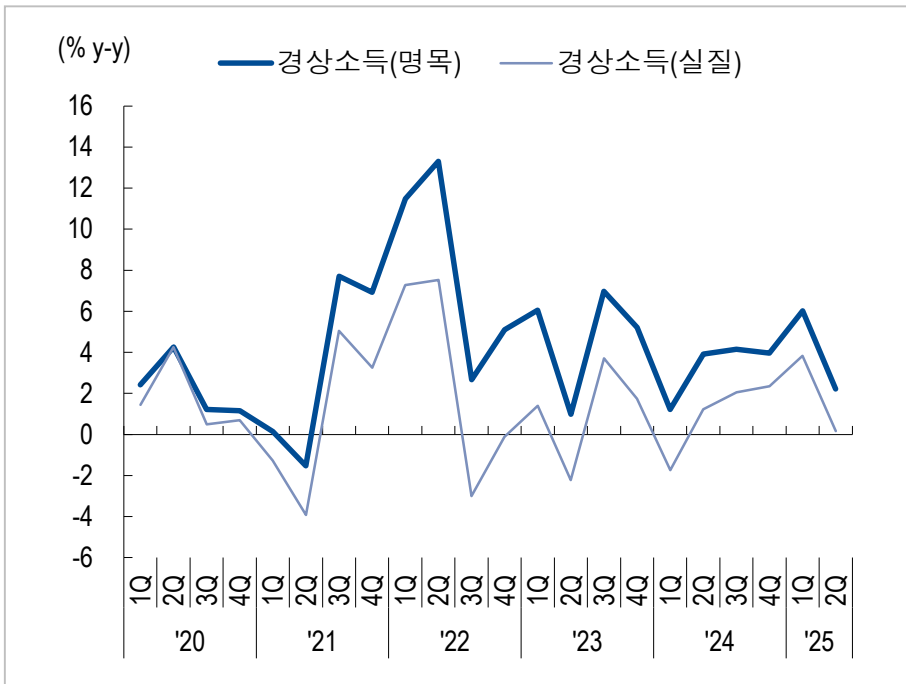


자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

경상소득 증가세 둔화, 소비 회복세 개선은 제한적일 수 있음

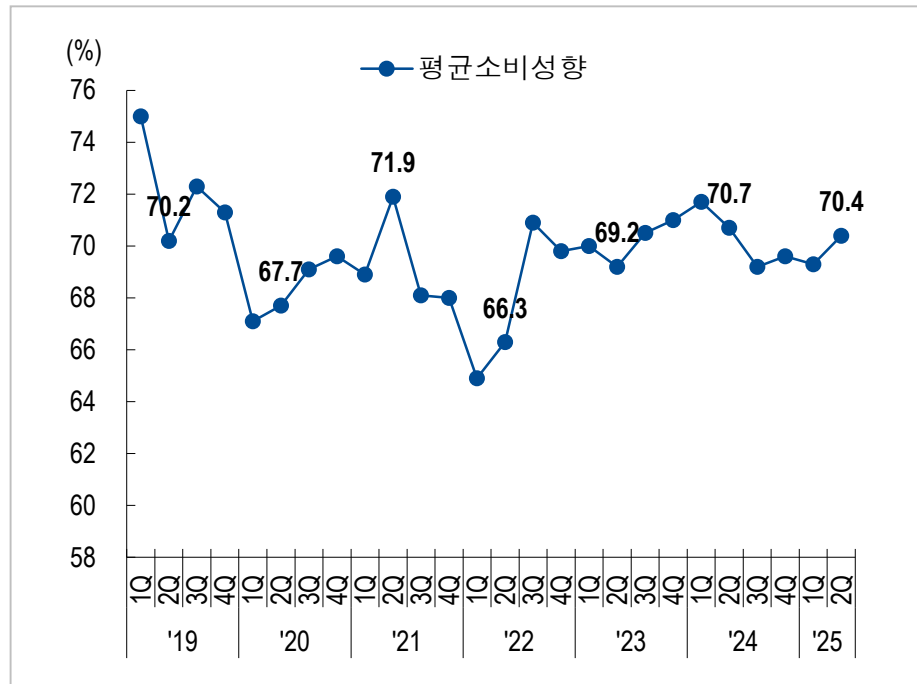
- 2025년 2분기 경상소득(명목)은 전년동기대비 2.2% 증가했으나, 상승세 둔화. 경상소득(명목) 상승세가 둔화되는 가운데, 경상소득(실질)은 0.2%에 그쳐 소비 회복 기대는 제한
- 2024년 하반기 이후 소득 증가에도 소비성향은 전년동기대비 낮은 수준을 보이는 등 소비지출을 줄이는 모습

경상소득 증가세 둔화, 2분기 경상소득(실질) +0.2%에 그침



주1: 경상소득은 근로소득, 사업소득, 재산소득, 이전소득으로 구성
 주2: 전국, 2인 이상 기준
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

절대적인 소득은 증가했지만, 소비성향은 전년동기대비 감소

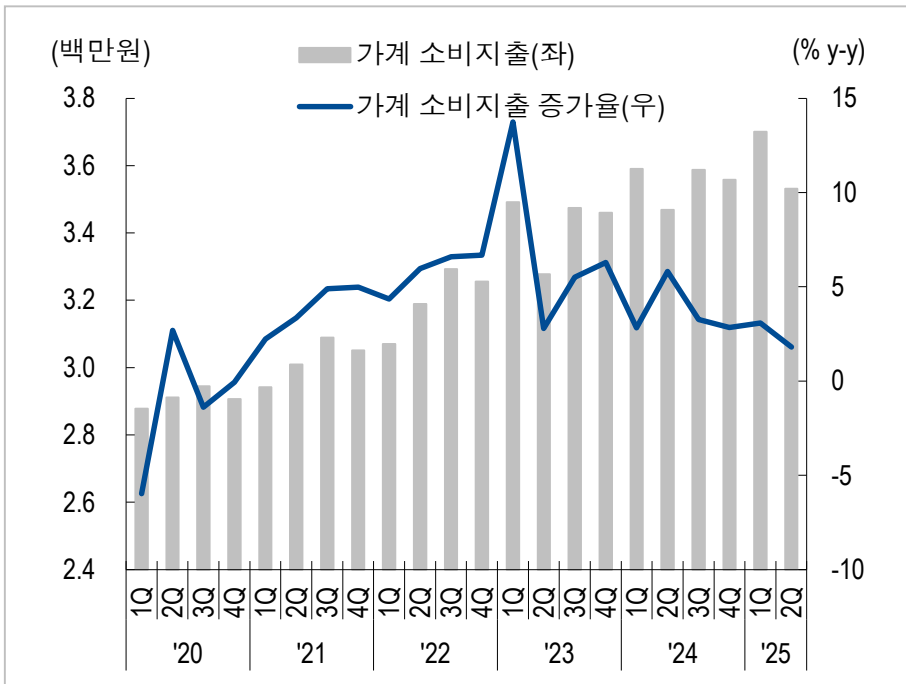


주1: 평균소비성향은 가처분소득(소득에서 세금 등을 뺀 뒤 사용가능한 돈) 중 소비지출이 차지하는 비중
 주2: 전국, 2인 이상 기준
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

가계 소비지출 증가세도 둔화, 식료품·비주류음료가 차지하는 비중 과거 평균 하회

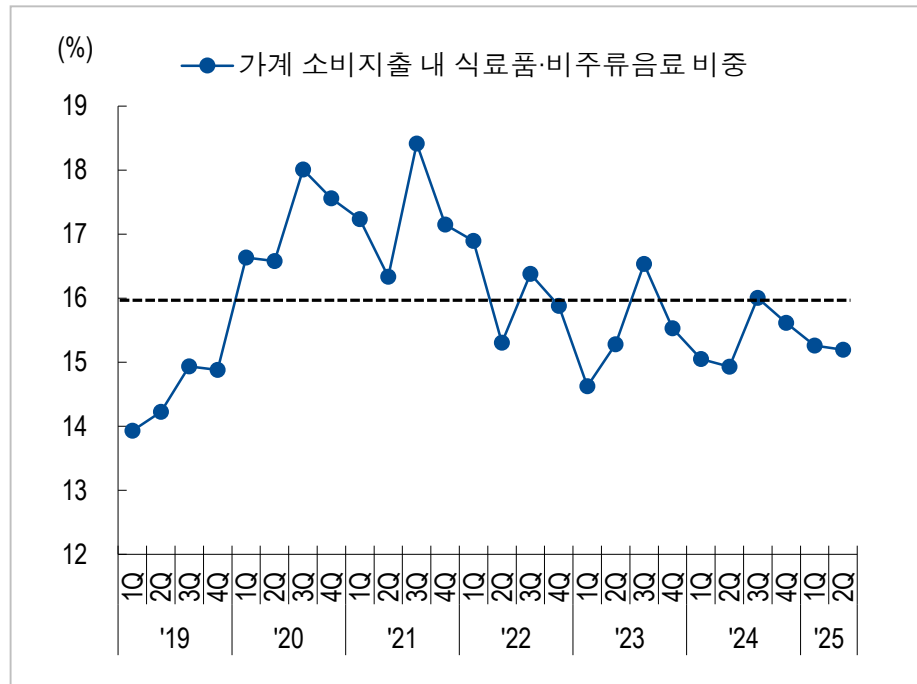
- 2025년 2분기 가계 소비지출은 전년동기대비 1.8% 증가로 경상소득(명목) 증가율을 하회
- 가계 소비지출 내에서 식료품·비주류음료가 차지하는 비중도 과거 평균 수준을 하회

가계 소비지출 증가세도 둔화



주: 전국, 2인 이상 기준
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

가계 소비지출 내 식료품·비주류음료 비중 추이

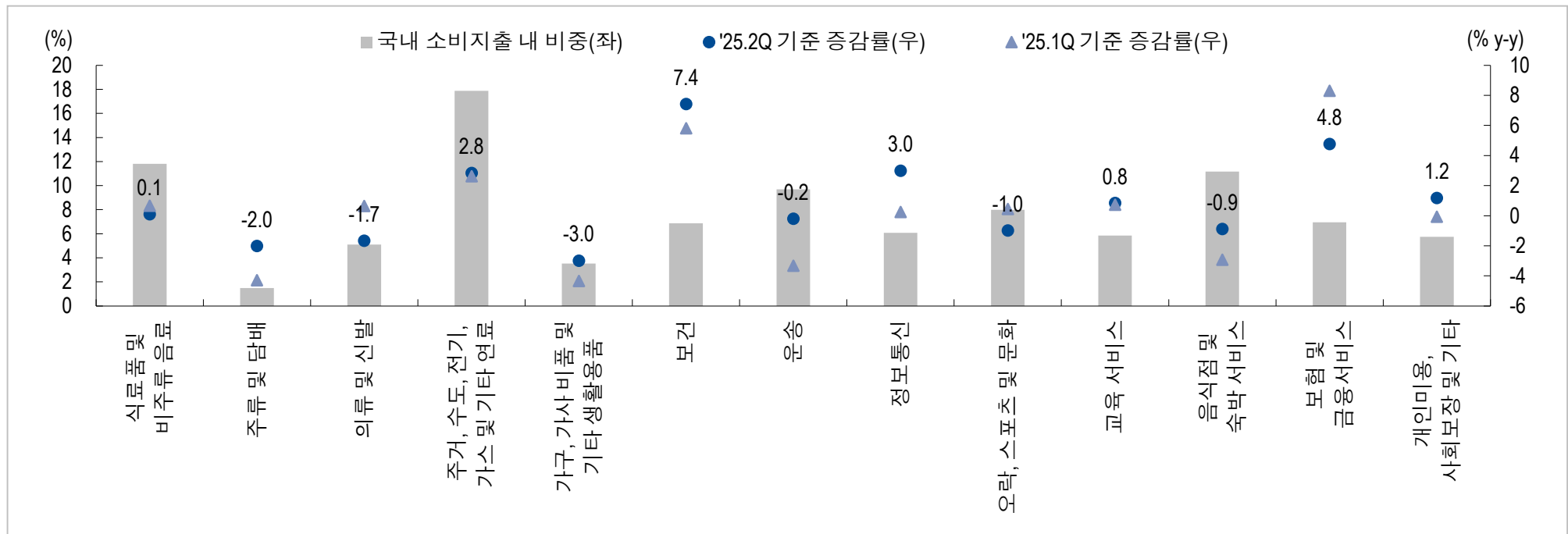


주1: 전국, 2인 이상 기준
 주2: 검정색 점선은 2019년 이후 분기 평균
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

국내 소비지출에서 식료품 및 비주류음료, 음식점 및 숙박 서비스 증가는 제한적

- 2025년 1분기와 2분기 국내 소비지출은 전년동기대비 각각 0.7%, 1.1% 증가
- 보건, 보험 및 금융서비스, 정보통신 등에서의 증가율이 컸고, 식료품 및 비주류음료(0.1%)와 음식점 및 숙박 서비스(-0.9%) 증가세는 제한적

가계의 목적별 국내 소비지출 현황

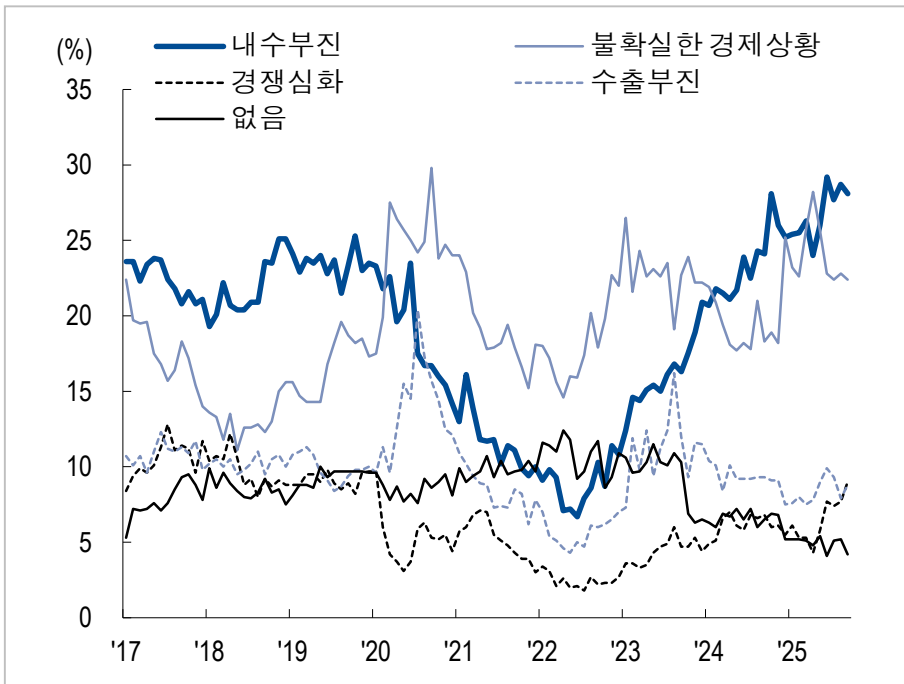


주: 국내 소비지출 내 비중은 2025년 2분기 기준
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

기업 경영애로사항은 여전히 내수부진 비중이 높음

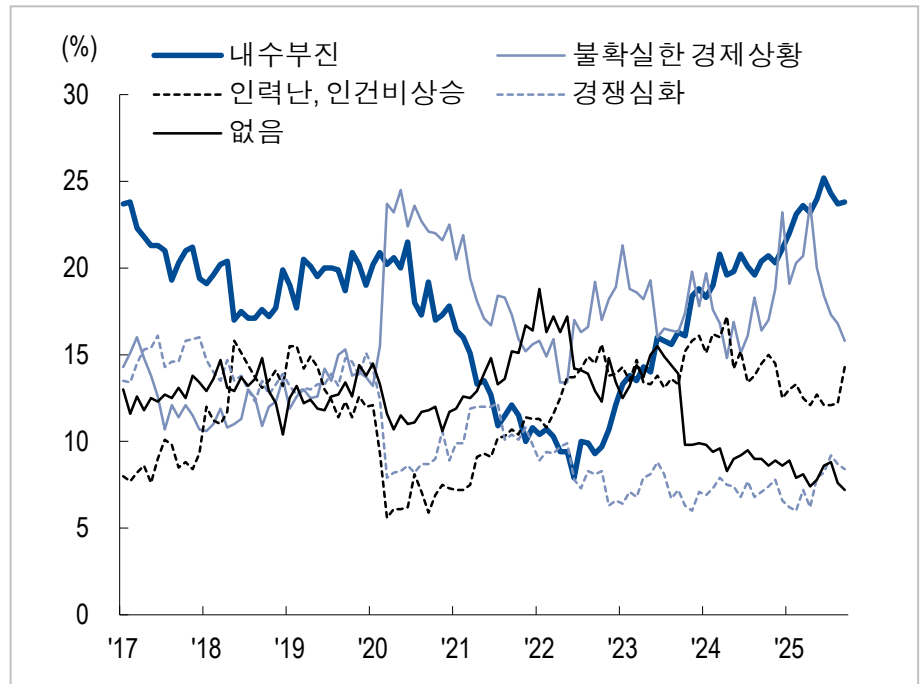
- 제조업의 경우 경영애로사항은 내수부진 비중이 가장 높고, 불확실한 경제상황과 경쟁심화가 그 뒤를 이음
- 비제조업의 경우 경영애로사항은 내수부진 비중이 가장 높고, 불확실한 경제상황과 인력난·인건비상승이 그 뒤를 이음

제조업 경영애로사항 주요 요인 비중 추이



주: 기업경기조사 기준
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

비제조업 경영애로사항 주요 요인 비중 추이

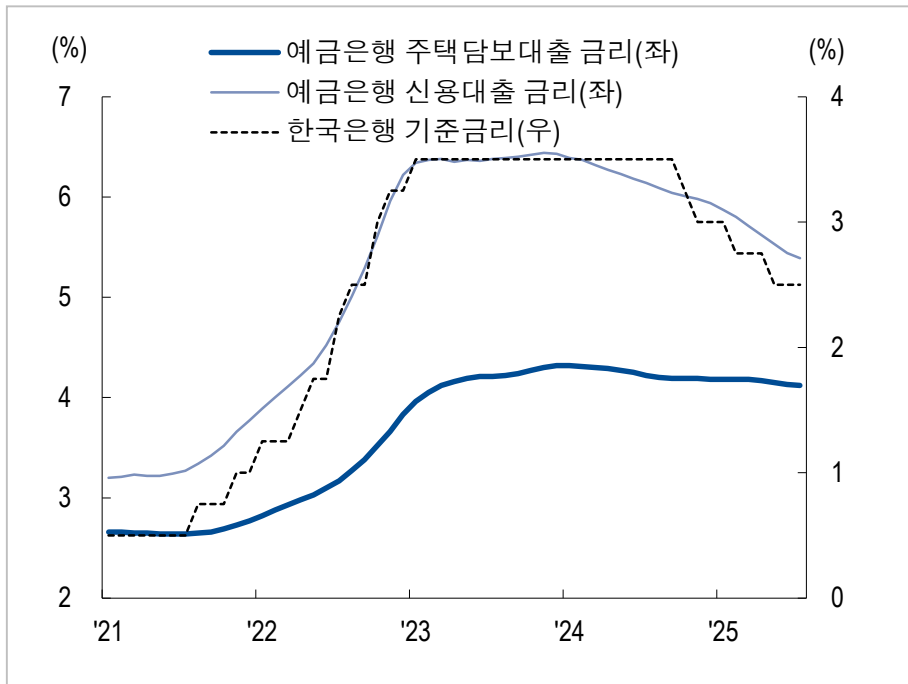


주: 기업경기조사 기준
 자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

4번의 기준금리 인하에도 주택담보대출금리 변화는 미미

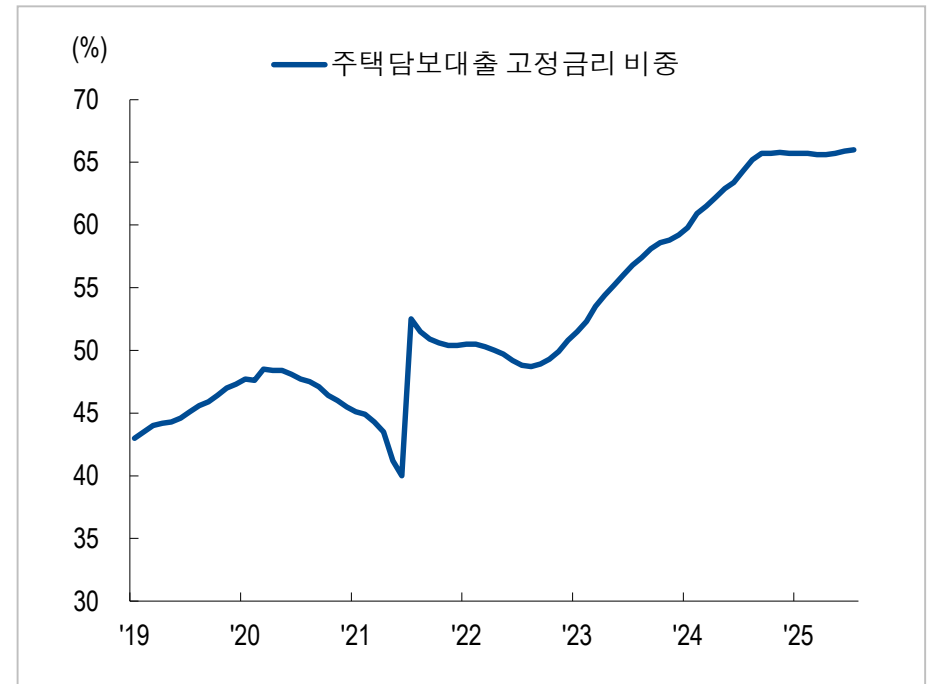
- 한국은행은 2024년 하반기 2번, 2025년 상반기 2번의 기준금리 인하를 통해 기준금리를 3.5%에서 2.5%로 인하
- 기준금리 인하로 2025년 7월 기준 예금은행 신용대출 금리는 전년동월대비 75bp 하락한 반면, 주택담보대출 금리는 같은 기간 10bp 하락에 그치는 모습
- 가계의 이자비용에 대한 부담은 결국 소비 개선의 연속성을 제한하는 요인으로 작용

기준금리 인하에도 주택담보대출 금리 변화는 미미



주: 잔액 기준
자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

2023년 이후 주택담보대출 고정금리 비중이 상승한 영향

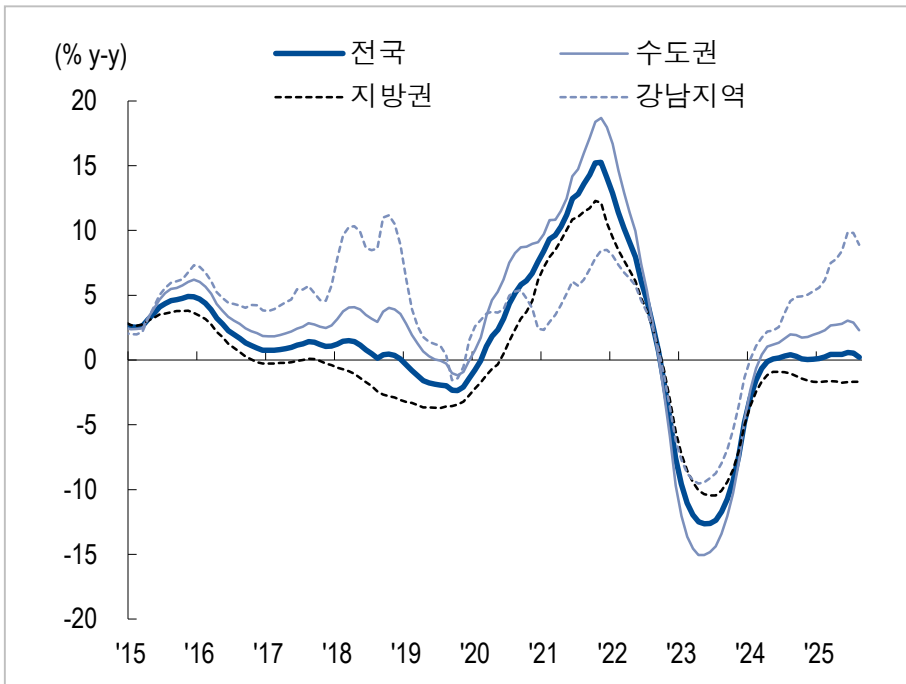


주: 잔액 기준
자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

강남 부동산 가격 상승세 지속은 한국은행의 기준금리 인하 시점을 지연

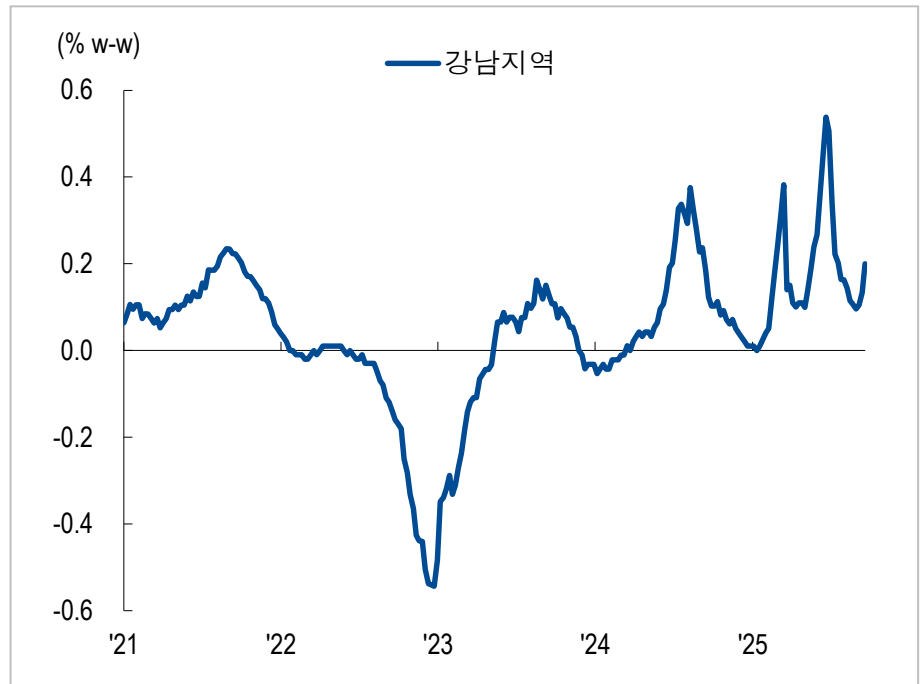
- 대출 규제에도 불구하고 서울 강남 부동산 가격 상승세는 지속되면서 한국은행의 기준금리 인하에 대한 고민이 깊어지고 있음
- 이창용 총재는 '경기 대응은 1-2달 늦어도 무리 없지만 서울 부동산 가격 상승은 문제가 될 수 있다'고 평가. 최근 강남 지역 아파트 가격이 다시 상승한 점을 감안하면 금리 인하 시점 지연 가능성 높아지고 있음

대출 규제에도 여전히 높은 상승세를 보이고 있는 강남 부동산



주: 매매가격지수 기준
 자료: 한국부동산원, NH투자증권 리서치본부

강남지역 아파트 매매가격 주간 상승률 추이

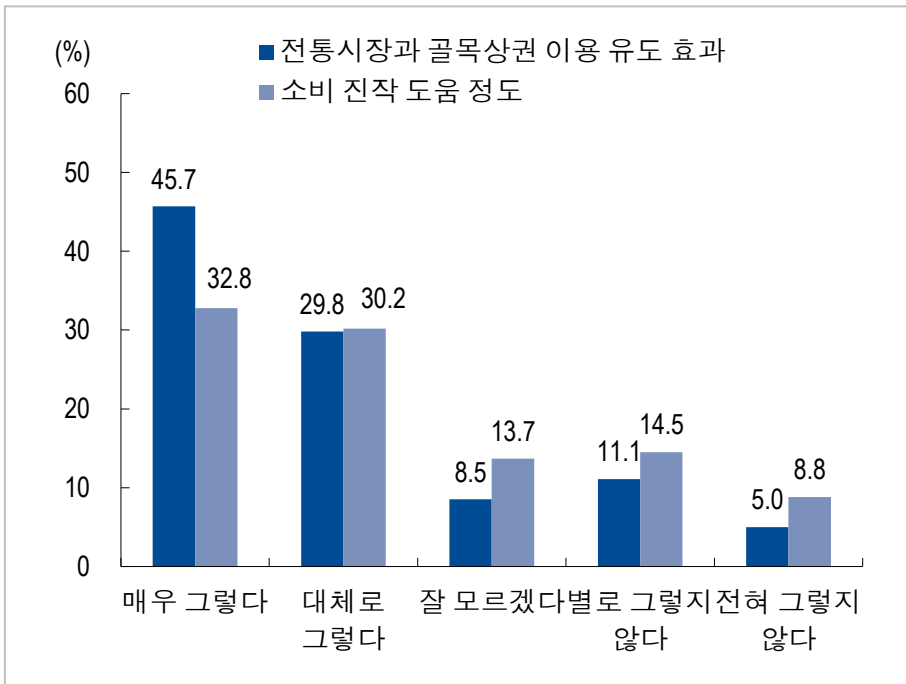


주: 매매가격지수 기준
 자료: 한국부동산원, NH투자증권 리서치본부

민생회복 소비쿠폰, 소상공인 회복 마중물 효과

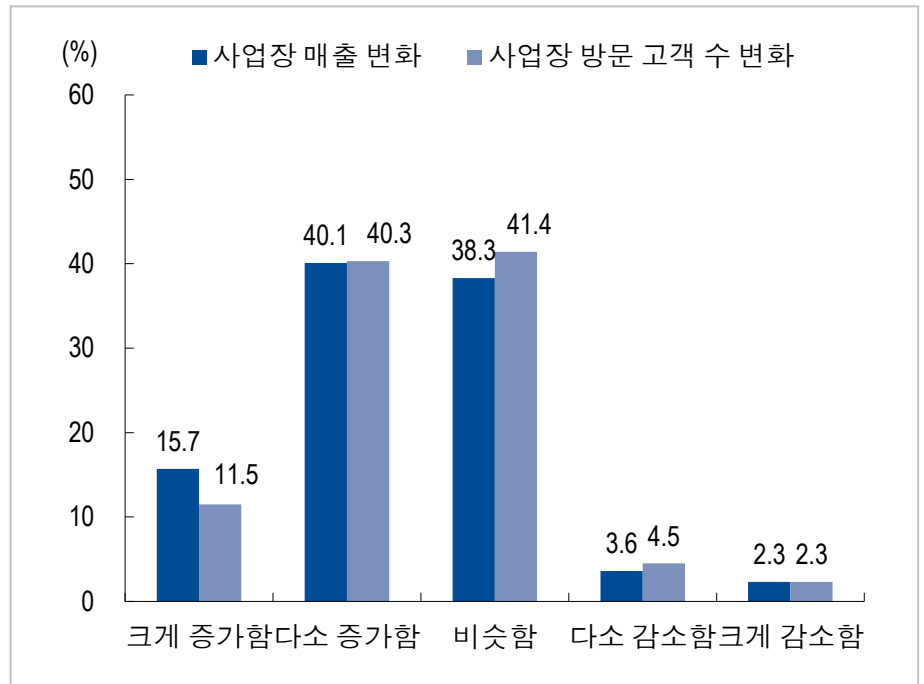
- 소상공인연합회에 따르면 '민생회복 소비쿠폰' 정책이 전통시장과 골목상권 활성화에 큰 효과를 가져왔으며, 소상공인의 매출 증대와 고객 유입에 긍정적 영향
- 소비쿠폰이 전통시장과 골목상권 이용 유도에 효과적이었다고 응답한 비율과 소비진작에 도움이 되었다는 응답률은 각각 75.5%, 63.0%
- 소상공인·자영업자 매장의 매출 및 고객 수도 실질적으로 증가하는 등 단순한 매출 증대를 넘어 실제 고객 유입으로 상권에 활력을 불어넣은 것으로 평가

소비쿠폰 사용에 따른 전통시장 및 골목상권 활성화 효과



주: 일반 소상공인 2,035명을 대상으로 8월 5일부터 7일까지 온라인 설문조사 결과
 자료: 소상공인연합회, NH투자증권 리서치본부

소비쿠폰 사용 이후 사업장 매출 및 고객 수 변화

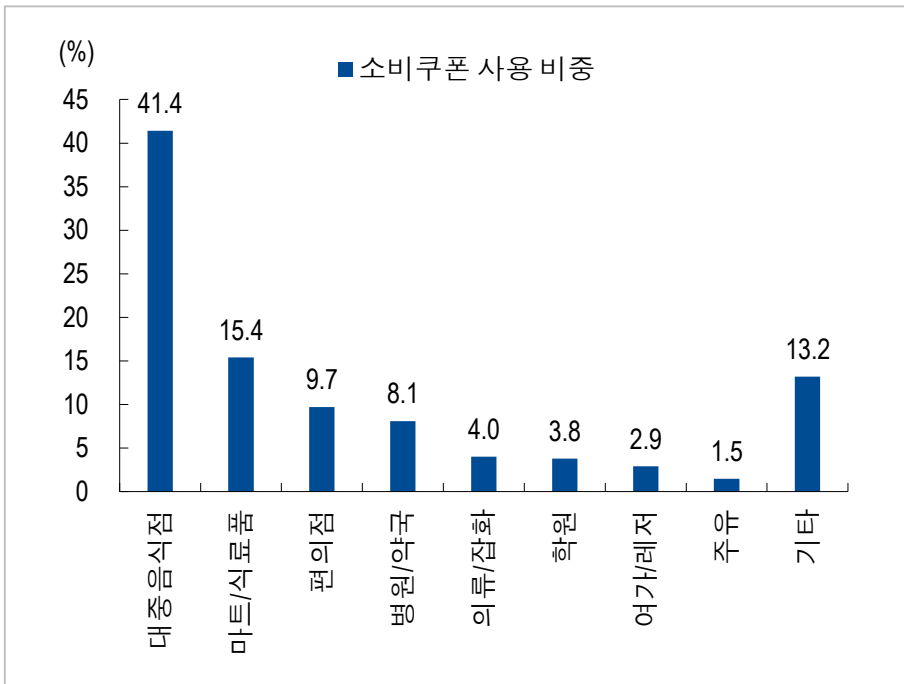


주: 일반 소상공인 2,035명을 대상으로 8월 5일부터 7일까지 온라인 설문조사 결과
 자료: 소상공인연합회, NH투자증권 리서치본부

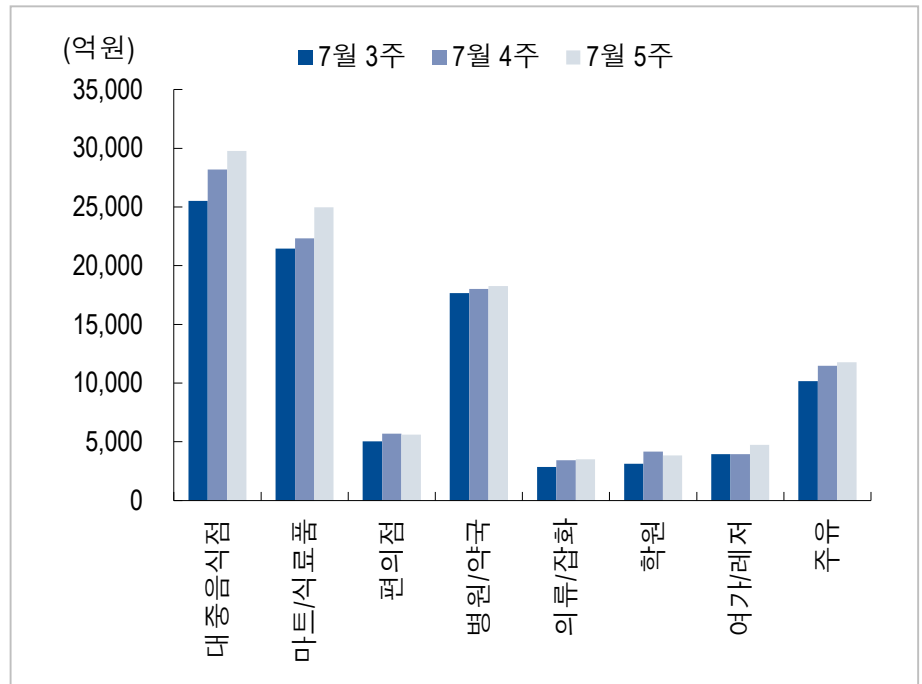
생활 밀착 업종에서의 매출액 증가

- 행정안전부 보도에 따르면, 민생회복 소비쿠폰 지급 이후 음식점, 마트, 의류·잡화 중심으로 매출 크게 증가
- 7월 21일부터 8월 3일까지 사용된 신용·체크카드로 지급된 소비쿠폰 중 약 41.4%가 대중음식점에서 사용. 이어 마트·식료품(15.4%), 편의점(9.7%), 병원·약국(8.1%) 등의 순
- 소비쿠폰 지급 이후 소비쿠폰 사용 비중이 높은 음식점, 마트/식료품 등의 매출 증가가 두드러지는 모습

소비쿠폰 업종별 사용 비중



업종별 주간 매출액 변화



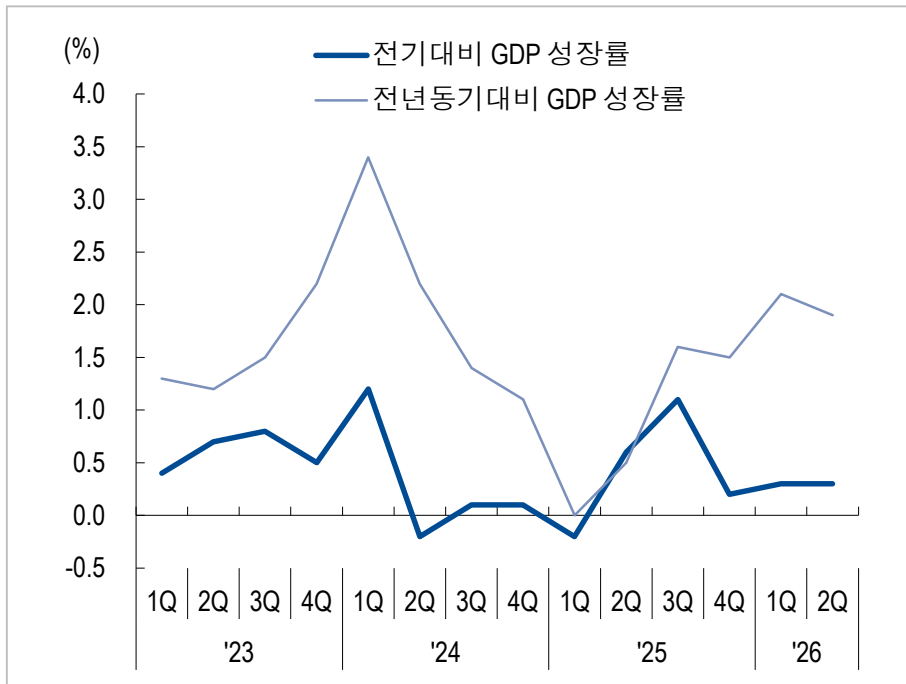
주: 7월 21일부터 8월 3일까지 사용된 소비쿠폰(2조 6,518억원) 기준
 자료: 행정안전부, NH투자증권 리서치본부

자료: 행정안전부, NH투자증권 리서치본부

한국은행 전망에 따르면, 3분기 1.1% 및 4분기 0.2%의 성장을 전망

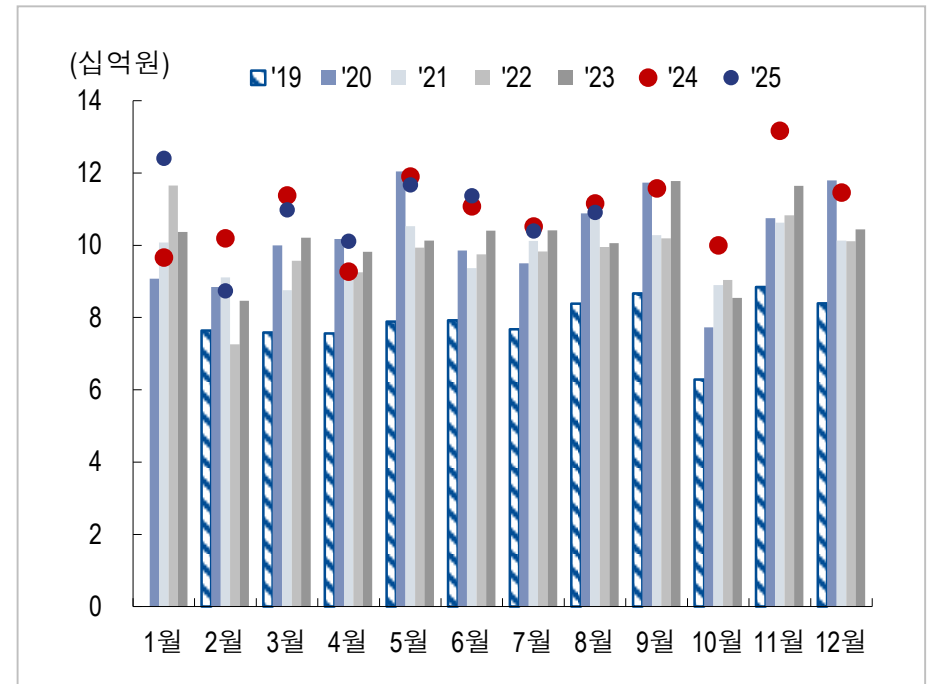
- 한국은행의 향후 1년간 분기별 전망경로에 따르면 3분기 1.1%(q-q), 4분기 0.2%(q-q)의 GDP 성장률을 전망. 2026년 1분기와 2분기는 전년대비 각각 0.3%, 0.3% 성장을 전망
- 소득 증가에 따른 수요 증감 계수가 양(+)이고, 한우가 돼지고기 대비 높은 수준임을 감안하면 경제성장률 측면에서는 한우 수요 증가가 돼지고기 수요 증가 대비 높을 것으로 예상. 10월 추석 명절 이후에도 할인행사 등과 맞물리면서 수요 지지될 가능성 존재
- 4분기의 경우 성장률 전망치가 크지 않고, 김장철 수요와 가격 매력 등을 감안할 때 돼지고기 수요 역시 안정적인 흐름 이어갈 전망

분기별 GDP 성장률 전망 경로



자료: 한국은행, NH투자증권 리서치본부

농협 하나로마트 돈육류 매출액 추이



자료: 농협경제지주, NH투자증권 리서치본부

-
- 이 자료는 축산업계 참고용으로 NH투자증권에서 연구한 자료입니다.
 - 본 자료 연구기관은 동 자료를 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
 - 동 자료에 게시된 내용들은 당사의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다.
-