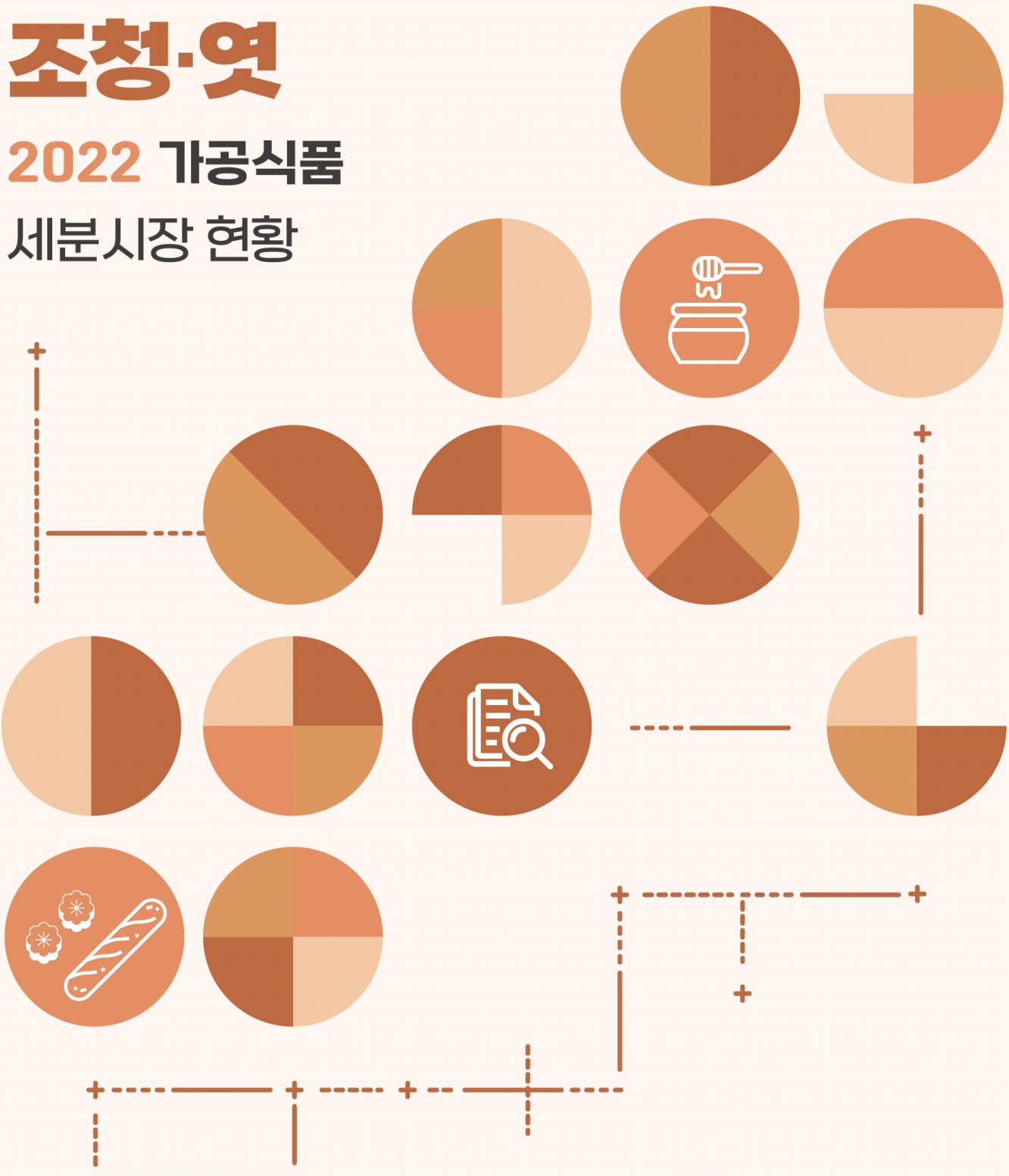
발 간 등 록 번 호
11-1543000-004280-01

OPEN 출처표시 상업용금지
공공누리 공공저작물 자유이용허락

조청·엿

2022 가공식품 세분시장 현황



aT FIS 식품산업통계정보 Food Information Statistics System

FIS 홈페이지

FIS 카카오톡 채널

농림축산식품부 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

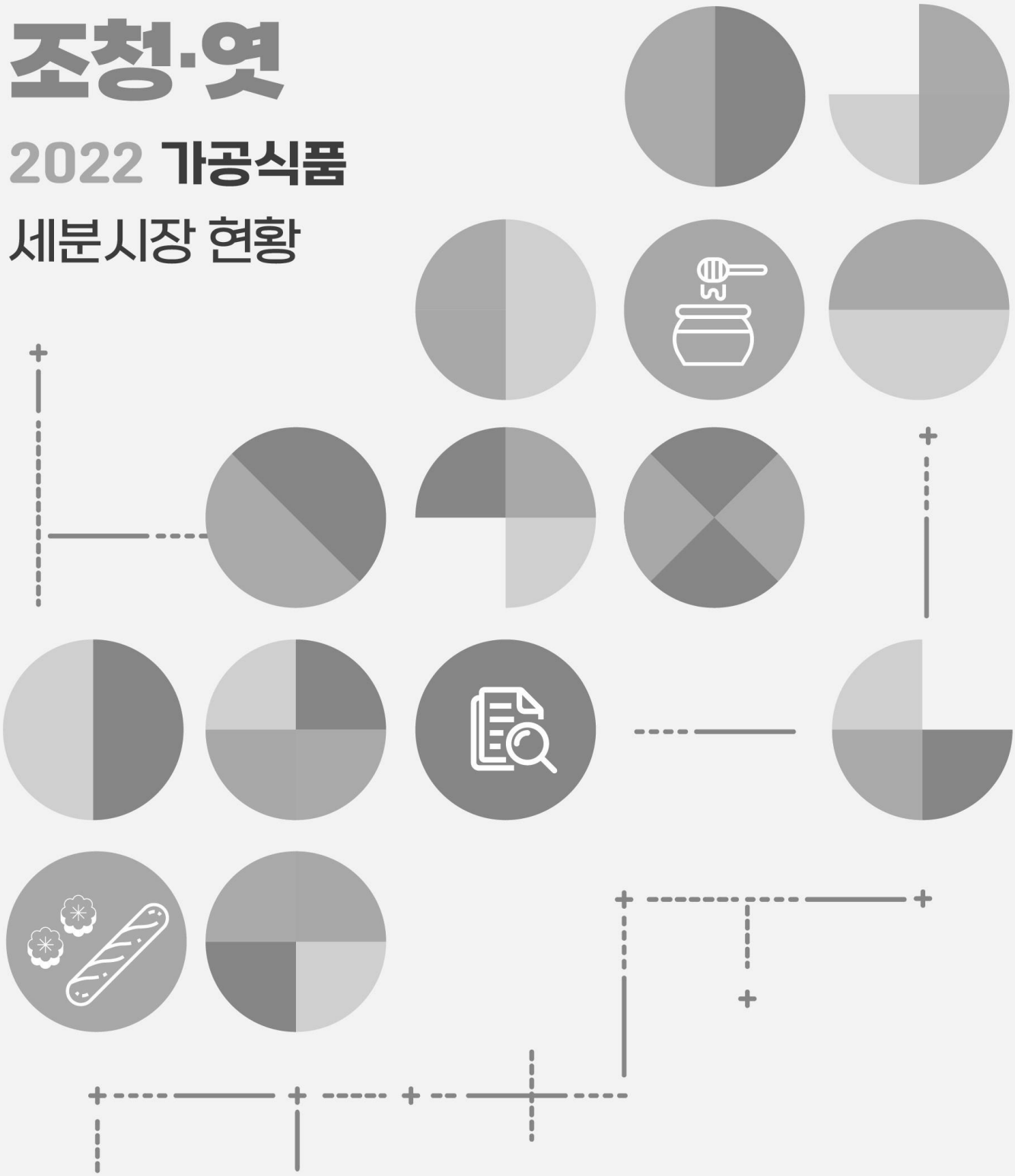
© 2022. 한국농수산식품유통공사
All rights reserved.
이 책의 저작권은 한국농수산식품유통공사에 있으므로 무단으로 전제 또는 복제할 수 없으며,
영리적인 목적으로도 이용할 수 없습니다.

OPEN
출처표시
상업용금지
공공누리
공공저작물 자유이용허락

조청·엿

2022 가공식품

세분시장 현황



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

1. 본 보고서의 내용을 인용할 때에는 반드시

aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation의 자료임을

밝혀야 합니다.

2. 통계표 및 도표 내의 숫자는 반올림 되었으므로 세부 항목의 합이 전체 합계와 일치하지 않을 수 있습니다.

3. 통계표 및 도표에 사용된 기호의 뜻은 다음과 같습니다.

- - : 조사되었으나 정보가 없는 경우
- 0 : 조사 결과 값이 0이거나 0에 근사한 경우

4. 복수응답은 한 개 이상(1-2순위 또는 모두 선택)을 응답한 결과치를 집계한 결과입니다.

목 차

제 1 장. 시장 요약

제 2 장. 조사 개요

제1절. 조사 배경 및 목적 ····· 19

1. 조사 배경 ····· 19
2. 조사 목적 ····· 20

제2절. 조사 대상 및 방법 ····· 21

1. 조사 대상 ····· 21
2. 조사 방법 ····· 22

제3절. 시장 조사 개요 ····· 26

1. 정의 및 유형 ····· 26
2. 주요 제품 ····· 32
3. 성분 규격 ····· 34
4. 제조 공정 ····· 36
5. 관련 인증 및 제도 ····· 38

제 3 장. 원료 수급 동향

제1절. 원료 수급 동향 ····· 51

1. 구성 원료 ····· 51
2. 주요 원료 현황 ····· 52

제 4 장. 생산 및 수출입 현황

제1절. 생산 및 출하 현황 ····· 61

1. 생산 현황 ····· 61
2. 출하 현황 ····· 65

제2절. 수출입 동향 ····· 69

1. 수출입 코드 ····· 69
2. 수출입 규모 ····· 69
3. 수출 현황 ····· 71
4. 수입 현황 ····· 75

제 5 장. 유통 및 판매 현황

제1절. 유통 동향 ····· 81

1. 유통 채널 현황 ····· 81

제2절. 소매시장 규모 ····· 83

1. 소매시장 규모 ····· 83
2. 제조업체 현황 ····· 84

제 6 장. 소비자 동향 및 트렌드 분석

제1절. 조사 개요 ····· 97

1. 빅데이터 조사 개요 ····· 97
2. 소비자 조사 개요 ····· 98

제2절. 국내 시장 동향 분석 ····· 100

1. 시장 동향 ····· 100
2. 관련 온라인 빅데이터 분석 ····· 102

제3절. 소비 행태 분석 ····· 108

1. 구입 및 사용 행태 ····· 108
2. 인식 및 태도 ····· 116

제 7 장. 해외 시장 동향

제1절. 생산 및 출하 현황 ····· 125

1. 세계 시장 개요 ····· 125

제2절. 글로벌 트렌드 ····· 128

1. 글로벌 트렌드 ····· 128

제3절. 국가별 동향 ····· 131

1. 일본 조청/엿류 시장 ····· 131

2. 미국 조청/엿류 시장 ····· 137

[부록. 소비자 조사 설문지]

표 목 차

표1) 소비자 온라인 조사 응답자 특성 ····· 24
표2) 조청/엿류 분류 및 정의 ····· 28
표3) 물엿과 조청의 비교 ····· 29
표4) 조청/엿류 주요 제품 ····· 33
표5) 엿류 규격(식품공전 기준) ····· 34
표6) 조청/엿류의 품질기준 및 제조·가공 기준(전통식품 품질규격 기준) ···· 35
표7) HACCP의 정의 ····· 39
표8) 조청/엿류 포함 식품 위생법 ····· 40
표9) 식품 HACCP 적용 대상 ····· 41
표10) 엿류 HACCP 인증업체 ····· 42
표11) 조청/엿류 전통식품품질인증 업체 현황 ····· 45
표12) 엿류 유기가공식품 인증업체 ····· 46
표13) 대한민국식품명인 분야별 지정 현황 ····· 47
표14) 대한민국식품명인 지정 현황 ····· 48
표15) 엿류 주요 제품 원료 ····· 51
표16) 옥수수 수출입 코드 ····· 52
표17) 옥수수 생산 현황 ····· 53
표18) 옥수수 수입 현황 ····· 54
표19) 국가별 옥수수 수입 현황 ····· 57
표20) 엿류 전체 품목별 생산 규모 추이 ····· 64
표21) 엿류 전체 품목별 출하 규모 추이 ····· 68
표22) 엿류 품목별 수출 현황 ····· 74
표23) 엿류 품목별 수입 현황 ····· 77

표24) 엿류 주요 제조업체 특징 및 연혁 ····· 86
표25) 엿류 업체별 제품 ····· 88
표26) 엿류 중소기업 및 명인의 제조업체 특징 및 연혁 ····· 91
표27) 엿류 중소기업 및 명인의 업체별 제품 ····· 92
표28) 소비자 온라인 조사 응답자 특성 ····· 99
표29) 100대 검색 제품 (Naver datalab) ····· 106
표30) 일본 물엿 판매 제품(옥수수, 감자 주원료) ····· 134
표31) 일본 물엿 판매 제품(쌀 주원료) ····· 135
표32) 카로의 옥수수시럽 제품 ····· 138
표33) 카길의 옥수수시럽 제품 ····· 139
표34) 런드버그의 현미시럽 제품 ····· 140

그 림 목 차

그림1) 물엿 제조공정 ····· 37
그림2) 덱스트린 제조공정 ····· 38
그림3) 옥수수 생산 현황 ····· 53
그림4) 옥수수 수입 현황 ····· 55
그림5) 2021년 국가별 옥수수 수입 비중 ····· 56
그림6) 엿류 전체 생산 현황 ····· 61
그림7) 2021년 엿류 품목별 생산액 비중 ····· 63
그림8) 엿류 전체 출하 현황 ····· 65
그림9) 2021년 엿류 품목별 출하액 비중 ····· 67
그림10) 엿류 연도별 수출입 현황 ····· 70
그림11) 엿류 연도별 수출 현황 ····· 71
그림12) 2021년 엿류 수출 규모 ····· 73
그림13) 엿류 연도별 수입 현황 ····· 75
그림14) 2021년 엿류 수입 규모 ····· 76
그림15) 조청/엿류 유통구조 ····· 82
그림16) 물엿 소매시장 규모 ····· 84
그림17) 조청/엿류 관련 검색량 추이 ····· 103
그림18) 검색어 워드 클라우드 분석 ····· 104
그림19) 2022 엿조청 검색 키워드 ····· 105
그림20) 조청/엿류 관련 키워드 네트워크 분석 ····· 107
그림21) 조청/엿류 구입빈도 ····· 108
그림22) 조청/엿류 정보 수집 채널_복수응답 ····· 109
그림23) 조청/엿류 구입 채널 ····· 110

그림24) 조청/엿류 구입량 변화(COVID-19 발생 이전과 비교) ····· 111
그림25) 조청/엿류 구입시 고려 요인 ····· 112
그림26) 조청/엿류 구입 태도 ····· 113
그림27) 조청/엿류 사용 빈도 ····· 114
그림28) 조청/엿류 사용 목적 및 활용 ····· 115
그림29) 조청/엿류 품목별 구입 경험 ····· 116
그림30) 조청/엿류 전반 만족도 ····· 117
그림31) 조청/엿류 품목별 만족도 ····· 118
그림32) 조청/엿류 향후 구입 의향 ····· 119
그림33) 조청/엿류 품목별 경쟁력 ····· 120
그림34) 소비자 기대 가치 ····· 122
그림35) 세계 옥수수 시럽 시장 규모 추이 ····· 126
그림36) 세계 현미 시럽 시장 규모 추이 ····· 127
그림37) 세계 메이플 시럽 시장 규모 추이 ····· 127

|제1장|

시장 요약

시장 요약

1. 시장 개요

○ 식품공전 기준 엿류는 당류의 하위 품목 중 하나로 전분 또는 전분질 원료를 주원료로 하여 효소 또는 산으로 가수분해시킨 후 그 당액을 가공한 물엿, 기타엿, 덱스트린을 말함. 조청에 대해서는 따로 분류하고 있지 않음

- 물엿이란 전분 또는 곡분, 전분질 원료를 산 또는 효소로 가수분해시켜 여과, 농축한 점조상의 것 또는 가수분해 생성물을 가공한 것을 말함

- 기타엿이란 물엿을 가공하거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것을 말함

- 덱스트린은 곡분, 전분 등의 전분질 원료를 산이나 효소로 가수분해시켜 얻은 생성물을 가공한 것을 말함

○ 올리고당은 식품공전 기준 당류의 하위 품목으로 분류되며 당질원료를 이용하여 10 이하의 당 분자가 직쇄 또는 분지결합 하도록 효소를 작용시켜 얻은 당액이나 이를 여과, 정제, 농축한 액상 또는 분말상의 것으로 올리고당과 올리고당가공품을 말함

○ 전통식품품질인증 기준 엿류는 전분질원을 엿기름으로 당화시킨 것 또는 이에 가미 원료를 가하여 제조된 것을 말하며 엿과 가미엿으로 나뉘어짐

- 엿은 전분질원을 엿기름으로 당화시킨 당액을 그대로 혹은 소량의 가미 원료를 혼합하여 농축한 것으로 제품 고유의 형태가 고체상의 것을 말함

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

- 가미엿은 전분질원을 엿기름으로 당화시킨 당액에 비전분질성 가미원료를 혼합하여 농축한 것으로 점조상, 반고체상 또는 제품 고유의 형태를 유지하는 고체상의 것을 말함

○ 전통식품품질인증 기준 조청은 전분질원을 엿기름으로 당화시킨 후 그 당액을 그대로 또는 과일류, 채소류 등을 가하여 점조성의 액체로 농축한 것을 말함

○ 본 보고서에서 조청/엿류의 범위는 '물엿', '기타엿(엿, 가미엿 포함)', '덱스트린', '조청'임

- 올리고당은 본 보고서에서는 다루지 않으나 시장에서 물엿의 대체품으로 사용되고 있어 소비자 동향 및 트렌드 분석에서 참고로 살펴보도록 함

2. 원료 수급 동향

○ 엿류의 주요 원료는 옥수수이며 쌀, 옥수수가루 등은 부재료로 쓰이나 차지하는 비중이 매우 적어 옥수수의 원료 현황에 대해 살펴봄

- 2021년 식품산업 분야별 원료소비 실태조사에 따르면, 엿류의 주요 원료 중 가장 많이 사용되는 원료는 옥수수로, 전체 대비 사용 비중이 90.5%임. 다음으로 물엿(4.3%), 쌀(2.5%), 과당류(1.5%), 옥수수가루(분말)(1.0%) 순임

- 엿류의 주원료인 옥수수는 대부분 수입산을 사용하고 있음

○ 옥수수는 재배역사가 깊고, 재배분포가 널리 퍼져 있으며, 벼, 밀과 함께 세계 3대 화곡류(禾穀類) 식량작물에 속함. 벼와 밀은 대부분이 식량으로 사용되는 반면 옥수수는 전체의 절반 이상이 가축의 사료나 가공 및 공업원료로 이용되고 있음

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 용도별로 식용 풋옥수수[1], 알곡용 옥수수[2], 사일리지용 옥수수[3]로 분류할 수 있음. 본 보고서에서 살펴볼 옥수수는 식용 풋옥수수임

○ 국내 옥수수 생산량은 꾸준히 증가하여 2021년 기준 95,141톤으로 2017년 72,587톤 대비 31.1% 증가함. 재배면적은 2017년 15,074ha에서 소폭의 증감을 반복하다가 2021년 16,145ha로 7.1% 증가함

○ 옥수수 수입 규모는 2017년 이후 증감을 반복하다 2020년 수입량 214만 톤, 수입액 4억 5,793만 달러로 2017년 수입량과 수입액 대비 각각 7.7%, 1.8% 감소함

- 2020년 옥수수 수입 규모 감소는 COVID-19로 인한 교역량 감소와 유럽의 가뭄으로 인한 생산량 감소 등이 영향을 끼친 것으로 보임

○ 2021년에는 다시 수입 규모가 회복세를 보이며 수입량 230만 톤, 수입액 6억 9,237달러로 전년 대비 7.6%, 51.2% 증가함

- 2020년 대비 2021년 수입량 대비 수입액의 큰 증가는 2020년 4분기 이후 지속되는 옥수수 등의 곡물 수입단가 상승의 영향인 것으로 분석됨[4]

1) 식용 풋옥수수로 이용되는 종류에는 찰옥수수와 단옥수수 및 초당옥수수로 나뉘며 그 맛과 용도에 따라 차이가 있음, 농림수산식품교육문화정보원 농식품백과사전

2) 종실용 옥수수라고도 하며, 축산농가 등에서 가축의 사료로 이용되고 있으며 전분용으로도 활용됨. 대부분 수입에 의존하고 있으며 이는 국내 옥수수 생산비가 해외 대비 높아 가격 경쟁력이 떨어지고 농가들은 소득이 높은 풋옥수수 재배로 전환했기 때문임, 농사로(www.nongsaro.go.kr)

3) 사료작물 중 영양가가 높고 수량이 가장 많아 담근먹이(풀김치 : 풀을 잘게 썰어 소금을 친 후 통 따위에 다져 넣어 절인 가축 먹이)용으로 축산농가에서 많이 재배하는 작물, 농림수산식품교육문화정보원 농식품백과사전

4) 2022.07.03. "밥상·외식 물가 더 오르나"...곡물 수입단가 7분기째 상승 전망, 굿모닝 경제

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

3. 생산 및 수출입 현황

1) 생산 현황

○ 엿류 생산 규모는 2018년 이후 감소세였으나 2021년에는 다시 2018년 수준으로 회복함. 생산량은 2017년 47.9만 톤에서 2021년 50.7만 톤으로 5.9% 증가하였으며, 같은 기간 생산액은 2,350억 원에서 3,223억 원으로 37.2% 증가함

○ 품목별 생산 규모는 2021년 생산액 기준 가장 큰 비중을 차지하는 품목은 물엿으로 전체의 77.2%를 차지함. 다음으로 덱스트린 16.2%, 기타엿 6.6% 순임

○ 물엿 생산 규모는 2018년 43.3만 톤 이후 2020년 41.4만 톤으로 4.3% 감소했으나, 2021년 생산량 44.5만 톤, 생산액 2,487억 원으로 2018년 수준을 회복함. 엿류 품목 중 가장 큰 비중을 차지해 전체 엿류 생산 규모의 증감에 영향을 줌

- 물엿의 원재료는 대부분 수입에 의존하고 있으며 COVID-19 이후 원재료 가격상승 등의 이유로 생산 규모 등락을 보임. 또한, 물엿 대체 식품을 찾는 소비자의 증가가 물엿 생산에 영향을 준 것으로 분석됨

○ 덱스트린 생산량은 2017년 40,647톤에서 2021년 43,070톤으로 6.0% 증가하였으며, 같은 기간 생산액은 2,931억 원에서 5,218억 원으로 78.0% 증가함

- 덱스트린의 국내외 제조업체에서 다양한 제품을 생산하고 있으며 제과류, 분말식품, 건강기능식품까지 용도가 확대되고 있어 생산이 증가하고 있음[5)]

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 기타엿 2017년 5,264톤에서 2021년 18,848톤으로 258.1% 증가하였으며, 같은 기간 생산액은 1,036억 원에서 2,136억 원으로 106.2% 증가함

- 기타엿의 생산 규모 증가는 건강에 관한 관심의 증가와 당류 소비 감소 등의 이유로 물엿 대체품 선호 증가의 영향으로 분석됨

2) 수출입 현황

○ 엿류의 HS코드는 별도로 구분되지 않고, 1702.90의 하위에 포함되어 있으며, HS코드 1702.90-3000(맥아당)과 1702.90-9000(기타)가 이에 해당하는 항목임

- 맥아당은 통상적으로 말하는 물엿으로 보기 어렵고 기타 분류에는 다양한 당류 제품이 포함되어 있으므로 엿류만의 수출입 통계실적을 확인하기 어려움

○ 따라서, 식품의약품안전처의 '식품 및 식품첨가물 생산실적' 기준 엿류 수출실적과 '수입식품 등 검사연보' 기준 수입실적으로 엿류의 수출입 규모를 파악함

○ 엿류의 수출[6]규모는 수출액 기준 2019년 205만 달러로 2018년 33.8% 감소해 수출 규모가 주춤했으나 이후 다시 회복하며 2021년 2,966만 달러로 2017년 대비 약 28배 성장함

- 해외 소비자들의 한식에 대한 관심 증가는 한국의 맛을 직접 요리하고 싶어하는 소비자들에게 한식의 재료인 물엿 구매로 연계되어 수출이 증가한 것으로 보여짐

5) 2021.07.09. 건강지향식품 동향과 건강기능 소재 4선 발표, 식품저널

6) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 품목별 수출은 점유율 1위 품목이 물엿 또는 덱스트린으로 매년 바뀌고 있는데 두 개 품목의 증감이 서로 영향을 주고 있음. 2021년 수출액 기준 덱스트린이 64.0%로 가장 많은 비중을 차지함. 이어서 물엿 35.5%, 기타엿 0.6% 순임

- 과거에는 덱스트린을 주로 수입해 왔으나 최근 덱스트린의 국내 생산이 증가하면서 수출 규모가 증가한 것으로 보임

○ 수입 규모는[7] 2019년까지는 증가세를 보였으나 2020년부터 소폭 감소함. 그러나 2021년 수입액은 4,051만 달러로 2017년과 비교시 21.8% 증가함

○ 품목별 수입은 수입액 기준 덱스트린의 수입이 가장 큰 비중을 차지하며 이어서 물엿, 기타엿 순임. 특히 2021년은 덱스트린이 수입액 기준으로 전체의 91.0%를 차지함

○ 덱스트린은 2021년 기준 수입량 44,772톤, 수입액 3,686만 달러이며 2017년 대비 수입량은 29.6%, 수입액은 81.3% 증가함

- 덱스트린은 다양한 가공식품에 식품첨가물로 사용되기 때문에 가정간편식(HMR) 시장이 성장하면서 수입이 증가한 것으로 보임. 또한, 건강기능식품 등 활용 범위가 확대되면서 국내 생산량 증가와 함께 수입량도 증가한 것으로 보임

○ 반면, 물엿 수입 현황은 전체적으로 감소세를 보이고 있음. 기타엿 또한 2019년 수입 규모가 가장 높았으나 이후 감소한 것으로 나타나 물엿과 비슷한 경향을 보이고 있음

- COVID-19 이후 건강에 대한 관심 증가로 당 섭취를 줄이기 위한 움직임이 활발해지며 물엿과 기타엿 소비가 감소함

7) 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

4. 유통 및 판매 현황

○ 전통 한국 음식 조리시 단맛을 내기 위해 사용되는 물엿과 조청은 단맛을 제공한다는 단순한 기능 외에도 곡물을 주원료로 한 천연 식이섬유가 함유된 물엿 등이 가정에서 소비자들의 관심을 얻으며 대형마트, 개인 슈퍼 등에서 판매됨

- 대형마트, 대형 슈퍼 등은 가정용 중심의 소용량 제품, 다양한 기능이 함유된 신제품을 주로 취급, 판매하고 있음. 최근 빠르게 성장하고 있는 식자재 마트는 식당을 운영하는 자영업자를 대상으로 1kg에서 15kg 정도의 대용량 제품을 주로 판매하고 있음

○ 가정에서 전통 음식을 조리하는 빈도가 감소하면서 가정 내 물엿 소비량도 감소세를 보이고 있으며 가정용 물엿 제품은 대형마트, 개인 슈퍼 등 제한된 채널에서만 주로 판매됨

○ B2B 제품들 또한 저렴한 수입 제품들이 국내 시장에 진출하면서 국내 기업과 해외 기업의 가격 경쟁이 점차 심화되고 있음

○ 조청/엿류 소매시장 규모는 생산 및 출하 규모가 큰 품목인 물엿 기준으로 살펴봄. 물엿 소매시장 규모[8]는 2022년 기준 판매액 316억 원, 판매량 15,088톤으로 2020년 대비 판매액은 4.7% 증가, 판매량은 16.4% 감소한 수치임

- 각종 성인병, 당류를 과다 섭취하는 식생활이 사회적 문제로 대두되고 다이어트 등 건강에 대한 관심 증가는 당분 섭취량 감소로 이어져 물엿 판매량이 감소한 것으로 보임

8) 가공식품 세분시장 현황조사 전문가 인터뷰 자료이며, 해당 자료의 1년 기준은 전년도 10월부터 당해연도 10월까지임

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

- 그러나 2020년 대비 2022년의 판매량은 감소했으나 판매액이 증가한 것은 COVID-19 이후 물가 상승 등으로 물엿 제품 가격 상승의 영향인 것으로 분석됨

5. 시장 트렌드 및 소비자 동향

1) 시장 현황

○ 국내 조청/엿류 시장은 COVID-19 이전에는 꾸준한 성장세였으나 COVID-19가 가장 확대되었던 2020년에는 국내 생산량과 판매액이 크게 감소함[9]. 생산량 기준 2021년은 2020년 대비 상승했으나 2022년은 2021년 대비 크게 위축된 것으로 나타나 COVID-19로 인한 시장 등락이 심한 품목임

- 2022년 상반기 국제적인 원재료 가격 인상, 러시아와 우크라이나 전쟁, 주요 수출국의 기상 변화 등으로 인해 국제 원재료 가격 등락이 반복됨. 국제 원재료 가격 상승과 미국 인플레이션, 유가 상승, 원-달러 환율 하락으로 물엿, 설탕 등의 가격도 상승함

○ 물엿, 설탕 등의 원재료는 대부분 수입에 의존하고 있고 국내 주요 원부자재의 가격이 상승해 전반적인 제품 판매가격이 인상됨. 제품 가격 상승으로 기업의 판매액은 소폭 증가했으나 소비자들의 물엿, 조청 등의 사용은 점진적으로 감소할 것으로 관련 업계는 예측하고 있음

2) 소비자 동향

○ 조청/엿류(물엿)은 1년에 4회 정도 구입하고 있으며, 조청/엿류(물엿) 관련 정보는 주로 '오프라인 매장 내 진열 상품'을 통해 얻고 있음. 다음으로 '인터넷 포털사이트 정보 검색', '판매 사이트 내 제품 정보'과 같은 온라인 채널로 정보를 수집하고 있음

9) 물엿 판매량 추이(식품 S사 기준) : '20년 89,003톤, '21년 95,064톤, '22년 73,104톤

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

❍ 조청/엿류(물엿) 구입은 '대형마트'가 구입 경험률 69.6%, 주 구입률 38.2%로 가장 높음. 다음으로 '동네 슈퍼/슈퍼마켓', '대형마트 온라인몰', '온라인 쇼핑몰' 순임

- 이는 가정용 물엿 제품이 주로 대형마트, 개인 슈퍼 등 제한된 채널에서만 판매되고 있기 때문으로 보임

❍ COVID-19 발생 이전과 비교시 응답자의 76.2%가 조청/엿류(물엿) 구입량의 '변화가 없다'고 응답했으며 '증가했다' 16.4%, '감소했다'는 응답은 7.4%임

- 50대~60대의 고연령층 대비 20대~30대의 젊은 연령층에서 구입 증가률이 높은 것이 특징임

❍ 조청/엿류(물엿) 구입시 주요 고려 요인은 '맛/품질', '브랜드', '가격', '원재료' 등임

- '맛/품질'은 '수제로 만든, 전통방식으로 만든, 장인이 만든' 제품에 대한 높은 수요를 통해 중요도가 높다는 것을 확인할 수 있음

❍ 소비자들은 조청/엿류(물엿) 구입시 평소 '선호하는 브랜드 중에서 제품을 선택'하는 태도를 보이고 있으며 이는 전체 응답자의 43.0%임. 이외 '눈에 띄는 제품'이나 '판촉/프로모션 제품'을 구입함

- 브랜드에 대한 영향은 남성 대비 여성에게 높은 편이지만, 남성 50대~60대에서는 선호하는 브랜드를 구입하는 경향이 뚜렷함. 남성 20대의 경우 눈에 띄는 제품을 선택하는 경우가 많음

❍ 조청/엿류(물엿) 품목별 주 구입률은 '올리고당'이 63.8%로 가장 높게 나타나며 다음으로 물엿 20.8%, 전통 조청 12.6%, 전통 엿 2.8% 순임

❍ 향후 구입 품목 또한 현재 주 구입과 유사한 경향을 보이며 전통 조청의 구입은 현재 대비 구입이 소폭 증가할 것으로 전망됨

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 시중 판매되고 있는 조청/엿류(물엿)에 대한 소비자의 만족도는 5점 척도 평균 3.8점, 만족도 79.0%로 양호하게 평가됨

- 품목별로는 전통 조청을 구입한 응답자 대부분이 제품에 대해 만족한다는 평가임

○ 시중 판매 제품에 대해 만족도가 높은 조청/엿류(물엿)은 향후 구입 의향 역시 5점 척도 평균 4.1점, 구입 의향률 88.6%로 높음

- 소비자들의 건강에 대한 관심 증가가 설탕 대비 건강한 단맛을 제공하는 조청/엿류(물엿)의 장점에 주목하고 있는 것으로 보임

○ 현재 시장 상황 및 향후 잠재력을 고려한 조청/엿류 시장 내 경쟁 우위 제품은 '올리고당'임. 향후 구입 증가가 예상되는 품목인 '전통 조청' 또한 시장 내 경쟁 우위 품목으로 성장할 가능성을 보임

○ 2022년 조청/엿류에 대한 소비자 기대 가치는 '건강 고려', '음식 맛/풍미', '편리한 요리'로 나타남

- **건강 고려(Health Consideration)**
  설탕보다 덜 해롭지만 단맛을 제공하는 대체 식품으로 조청/엿류에 가지는 관심과 기대 가치를 의미함. 각종 질병 및 충치 유발 등의 문제로 인해 칼로리가 낮고, 혈당을 높이지 않는 감미료에 관한 기대는 늘 존재했으며 무첨가, 저당/저칼로리 원료를 사용한 조청/엿류 제품이 꾸준히 관심받고 있음

- **음식 맛/풍미(Good Flavor)**
  다양한 음식에서 맛과 풍미를 더해주는 식재료로서의 본연의 기능적 가치이며 여러 가지 음식과 잘 어울리는, 음식의 맛을 보다 좋게 해주며, 적당한 단맛을 제공하여 맛을 향상시켜주는 조청/엿류 본연의 가치임

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

- **요리 편의성(Convenience of Cooking)**
  구입, 보관, 사용 등 사용 편리성에 대한 기대 가치임. 저렴한 가격과 주변에서 쉽게 구입할 수 있는 접근성, 상온 보관 등 보관 편리성, 다양한 요리에 편하게 사용할 수 있는 제품 특성/제형 등 조청/엿류 제품의 대중성 보편성을 통해 제공되는 각종 편리성을 의미함

6. 해외 시장 동향

1) 세계 시장 규모

○ 물엿과 조청은 한국의 전통발효식품으로 알려져 있으며, 해외에서는 생산 및 판매가 저조한 품목임. 하지만 해외에서도 비슷한 제조법으로 만든 물엿과 조청이 있으며 전통적인 감미료로 활용되고 있음

- 해외지역에서 물엿과 비슷한 제품은 옥수수 시럽(Corn syrup)이 있고 조청은 현미 시럽(Brown rice syrup)으로 불리며 천연 감미소재로 인기를 얻고 있음

- 또한, 감미소재로 설탕을 대체하는 제품은 메이플 시럽(Maple Syrup)이 있으며, 북미 지역에 단풍나무의 일종인 메이플 나무에서 채취한 수액을 졸여 제조함. 메이플 시럽의 생산량 중 80% 이상이 캐나다에서 생산됨

○ 세계 옥수수 시럽 시장은 2021년 98억 달러 규모로 2031년까지 연평균 3.2% 성장률을 보이며 135억 달러로 증가할 것으로 전망됨[10)]

○ 세계 현미 시럽 시장은 2021년 16억 달러 규모로 2031년까지 연평균 3.7%의 성장률을 보이며 23억 달러로 증가할 것으로 전망됨[11)]

10) 2022.06, Corn Syrup Market by Type, by Application, by Distribution Channel, Allied Market

11) 2022.01, Rice Syrup Market, Transparency Market Research

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 세계 메이플 시럽 시장은 2021년 13억 달러 규모이며 2030년까지 연평균 6.2%의 성장률을 보이며 22억 달러로 증가할 것으로 전망됨[12)]

○ 해외 시장에서 옥수수 시럽과 현미 시럽, 메이플 시럽 시장은 지속 성장할 것으로 전망됨. COVID-19 이후 건강에 관한 관심이 높아지면서 건강에 좋은 단맛에 대한 선호도가 증가했기 때문임

2) 글로벌 트렌드[13)]

○ 해외에서 조청의 역할로 사용하고 있는 현미 시럽(Brown rice syrup)은 세계적으로 정제당이나 인공감미료의 좋은 대체재일 뿐만 아니라 많은 가공식품의 원료로 사용되고 있음

○ 조청은 감미료로서 식이섬유와 미네랄, 항산화 물질 등이 포함되어 있어 정제된 백설탕보다 더 좋은 천연 감미료라고 알려짐

- 조청에 포함된 나트륨과 칼륨은 일일 섭취 권장량의 약 3%를 충당할 수 있는 양으로, 건강에 좋은 당으로 인식하는 소비자가 증가함

○ 조청은 주로 아시아 지역에서 활용되던 품목이었지만, 최근 비건 트렌드, 글루텐 프리(Gluten-free) 트렌드에 힘입어 전 세계적으로 인기가 높아짐

- 북미 지역을 비롯하여 유럽 지역까지 건강을 위해 밀 대신 쌀을 사용하는 움직임이 나타남. 동시에 소비자들은 액상 설탕 대용품으로 글루텐이 없는 비건 당류인 조청에 관심을 보임

12) 2022.12, Global Maple Syrup Market Research Report : Information By Type, Grade, Application, Distribution Channel and Region Forecast till 2030, Market Research Future

13) 2017.03.20., [FOOD&STORY] 전 세계인이 사용하는 감미료 '조청', 식품저널

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

❍ 슈가프리(Sugar-free), 제로슈가(Zero-sugar)의 유행으로 단맛은 나지만 설탕이 들어가지 않은 가공식품이 인기를 끌면서, 현미시럽과 같은 천연감미료나 대체당도 주목받고 있음

❍ 그러나 대체당, 천연감미료 등은 설탕의 단맛을 모방하지만 100% 재현이 어렵고, 식감도 달라 한계가 있음. 업계는 과학기술을 통해 설탕 사용량을 줄이는 방법을 제안하고 있음

- 이스라엘의 푸드테크 업체인 두마톡(DouxMatok)은 제약업계의 '표적약물 전달' 연구를 설탕에 적용하여 설탕 사용량을 최대 50% 줄여도 동일한 수준의 단맛을 얻을 수 있도록 하는 '인크레도 슈가'를 출시함[14)]

3) 국가별 동향

❍ (일본) 옥수수 전분 이외에 감자, 고구마 등의 전분으로 만든 투명한 물엿과 쌀로 만든 쌀엿 2가지로 크게 나누어 볼 수 있음

- 쌀엿은 대부분 일본 내 원재료를 사용하여 국산 제품임이 강조되고 있음. '당류' 건강에 대한 염려로 쌀엿은 좀 더 안전하고 전통적인 제조방식에 근접하게 만들어진 것으로 인식되는 경향이 있음

- 일본에서 물엿은 식품에 첨가해 먹는 것뿐만 아니라 젓가락을 사용해 사탕 형태로 굳혀 먹기도 함. 물엿을 젓가락에 감아 반죽하다 보면 공기가 들어가 하얗게 변하며 더욱 점성이 생기는데 선호에 따라 점성을 조절하여 섭취함. 주로 간식으로 섭취하거나 감기에 걸렸을 때 섭취하는 것으로 나타남

14) 2022.11.16., 멜라무드 독스매톡 CEO "코로나 19 이후 늘어난 설탕 소비, 푸드테크 기술로 줄여야", 조선비즈

Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

- 일본의 전분 및 당류 생산량은 감소하고 있는데, 저출산으로 인한 젊은 인구 감소 및 일본 내 건강에 관한 관심이 높아짐에 따라 단 음식을 찾는 일본인이 줄어들었기 때문으로 분석됨. 또한, COVID-19 이후 재택근무와 외출 자제로 체중이 증가한 소비자들이 체중조절을 위해 식단을 제한하거나 조절하는 등의 움직임을 보이며 전분 및 당류 시장이 위축됨

❍ (미국) 물엿은 식품 및 비식품 분야 모두에서 사용되고 있음. 두 분야 모두 증점제 및 결합제로써 물엿 사용이 증가함에 따라 미국의 물엿 시장이 성장하고 있는 것으로 분석됨. 또한 시장이 확대되면서 COVID-19 이전에는 주로 오프라인으로 유통되었으나, 이후에는 온라인 소매 플랫폼으로 변화하는 경향이 나타남

- 최근 미국에서 한류 열풍이 불면서 한국의 물엿을 활용한 음식인 후라이드 치킨, 겉절이 등을 찾는 외국 소비자들이 증가함. 이에 따라 한국산 물엿을 활용해 요리한 음식을 소비하며 한국 물엿에 대한 소비가 증가하고 있음

- 그러나 과거부터 물엿(옥수수 시럽)은 미국 시장에서 주로 퍼지, 사탕, 잼 등을 만들 때 사용되어 건강에 좋지 않다는 인식이 있음. 이에 고과당에 거부감이 있는 소비자를 중심으로 옥수수 시럽 대신 꿀, 메이플 시럽, 아가베 시럽 등과 혼용하거나 대체해 사용하고 있는 것으로 나타남

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

|제2장|

조사 개요

제1절 조사 배경 및 목적

1. 조사 배경

❍ 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사는 2010년부터 식품산업의 육성 및 경쟁력 강화를 목적으로 매년 가공식품 세분시장 현황조사 결과를 제공해오고 있음

- 조사 품목에 대한 원료 수급부터 생산, 유통, 판매, 소비까지 전체 시장의 구조와 각 이해 관계자들의 활동을 분석함으로써 식품 시장에 대한 이해를 돕고, 각 산업 분야에서 활용 가능한 기본 정보 및 심층적 시장 현황 조사를 진행함으로써 각 업계의 경쟁력 확보 방안 도출과 건강한 식품산업의 지속 가능한 발전을 도모하고자 본 조사를 진행함

❍ 1인 가구 증가와 같은 '인구 구조 변화', 온라인 시장 확대와 같은 '유통 구조 변화', 식생활 전반 서구화에 따른 '소비자 라이프스타일 변화'에 대응하기 위해서 가공식품 품목별 선제적이고 미래지향적인 대응 전략 수립이 시급한 상황임

❍ 이를 기반으로 가공식품 기업들은 변화하는 산업환경 속에서 시장 기회를 발굴하고, 효과적인 마케팅 전략을 수립하여 지속 성장할 수 있는 역량을 키워야 함

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

2. 조사 목적

○ 본 조사는 가공식품 산업 활성화 및 이해 관계자들에게 가치 있는 시장정보 제공을 위해 품목별 세분시장의 규모와 성장 배경을 조사하고, 원료 및 제품 시장의 변동 요인을 분석하여 식품업계의 실태를 파악하고자 함

- 품목별 세분시장의 현황을 분석해 시장정보에 대한 접근성이 상대적으로 취약한 중소 규모 기업의 마케팅 활동 및 시장진출 전략 수립에 유용한 정보를 제공하며, 학계, 정부 및 유관 기관에 신뢰할 수 있는 자료 제공으로 식품산업 발전 방안 및 유관 정책 수립을 지원할 수 있음

- 또한, 소비자들도 가공식품 세분시장에 대한 이해를 높이고, 식생활과 밀접한 정보를 제공해 식품산업에 관한 관심을 유도함

○ 식품시장의 주요 지표를 나타내는 공식 데이터와 통계 자료를 바탕으로 시장 현황을 조명하고 변동 요인을 분석함으로써, 객관적이고 공신력 있는 자료를 기반으로 시장정보 수요자들에게 실질적이고 가치 있는 정보와 시사점을 제공하고자 함

- 식품업계 실무자 및 산업 전문가들의 의견을 수렴하여 수요자 요구에 부합하는 시장환경에 대하여 심도 있는 분석 결과를 제시하고자 함

○ 소비 트렌드, 글로벌 식품 소비 동향 및 주요 국가의 시장현황 분석 등 최신 시장정보 제공으로 급변하는 시장 환경하에서 식품기업들의 생존과 산업 경쟁력 강화에 기여하고자 함

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

제2절 조사 대상 및 방법

1. 조사 대상

❍ 2022년 가공식품 세분시장 현황조사 품목은 가공식품과 전통식품으로 구분되며 가공식품은 식용유, 라면, 냉동식품, 메디푸드를, 전통식품은 식초류, 유지류(참기름・들기름), 떡/한과, 조청/엿, 차류(다류)를 포함하고 있으며, 본 조사는 조청/엿 시장을 대상으로 함

- 조청/엿 시장현황 분석 항목은 시장 개요, 생산 및 수출입 동향, 유통 및 판매 동향으로 구성되며, 시장현황과 관련된 각종 통계 데이터 및 최신 동향 관련 주요 문헌들을 분석하였음

- 조청/엿 시장의 소비자 동향 분석은 온라인 소비자 조사 및 빅데이터 분석을 진행함

❍ 본 조사는 1) 각종 통계 및 문헌조사를 통한 시장현황 분석 ⇒ 2) 전문가 자문 회의를 통한 주요 이슈 확인 및 최신 동향 파악 ⇒ 3) 소비자 조사 및 빅데이터 분석 ⇒ 4) 전문가 검토를 통한 최종 보고서 완성 단계를 거침

- 기업들의 해외 진출을 위한 시사점을 얻기 위해 문헌조사를 통한 글로벌 시장 동향 분석을 진행함

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

2. 조사 방법

○ 본 조사는 전문가 자문 회의를 통한 사전 산업 이해/이슈를 명확히 하고, 시장 자료 수집/분석을 위해 국내외 문헌 연구, 각종 통계 자료 분석과 소비자 구매 행태조사, 빅데이터 분석으로 세분시장 현황과 트렌드를 분석함. 이후, 전문가 리뷰를 통해 조사내용 검수 및 의견 청취 후 결과를 보완함

1) 문헌 조사

○ 국내 시장 동향 분석을 위해 한국농수산식품유통공사의 식품산업 통계정보(aTFIS), 농식품수출정보(KATI), 식품의약품안전처의 식품공전과 식품 및 식품첨가물 생산실적, 관세청의 수출입 무역통계, 그리고 해외 동향 분석을 위해 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 및 해외 유관기관의 발표 자료 등을 활용함

- 조청/엿의 정의와 분류는 식품의약품안전처의 식품공전 기준을 활용했고, 국내 생산 및 출하 실적은 식품의약품안전처의 식품 등 생산실적 자료를 활용함

- 수출입은 관세청의 수출입 무역통계, 농식품수출정보(KATI) 자료를 이용했으며 소매 유통 규모는 식품산업통계정보(aTFIS)의 소매점 유통 POS 데이터, 소비 트렌드는 온라인 소비자 조사 결과 및 언론 기사를 참고했고, 소셜 네트워크 서비스(SNS) 자료를 추출하여 빅데이터 분석을 진행함

- 해외 동향은 농식품수출정보(KATI), 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 외 수출 관련 기관의 해외 시장 동향 리포트나 해외 유관기관의 발표 자료 및 언론 보도 등의 자료를 활용함

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

2) 전문가 인터뷰

○ 업계 동향 및 문헌조사를 통해서는 도출하기 어려운 소비 트렌드나 시장의 주요 이슈는 식품업계 담당자 및 학계 전문가 자문 인터뷰를 통해 도출함

3) 소비자 구매 및 소비 행태 조사

○ 조청/엿에 대한 인식 및 태도, 조청/엿 구매 및 이용 소비 행태 등 조청/엿 소비자를 이해하기 위한 소비자 대상 온라인 설문 조사를 진행함

- 조청/엿(전통 조청/엿, 물엿 등)에 대한 인지, 구매, 조리 및 취식 등 소비행태 전반에 대한 조사 및 분석을 통해 제품 개발 및 마케팅 전략을 수립할 수 있는 기초 정보를 제공하고자 함

- 최근 1년 내 조청/엿(전통 조청/엿, 물엿 등) 제품 구입 경험이 있는 서울/수도권 및 5대 광역시 및 시/군/구 거주하는 20세 이상 성인 남녀 소비자를 대상으로 2022년 12월 13일 ~ 12월 19일(7일간) 온라인 조사로 진행함

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표1) 소비자 온라인 조사 응답자 특성

구분		사례수(명)	비중(%)
전체		500	100.0
성별	남성	150	30.0
	여성	350	70.0
연령	20대	90	18.0
	30대	89	17.8
	40대	110	22.0
	50대	121	24.2
	60대	90	18.0
성별 * 연령	남성 20대	28	5.6
	남성 30대	26	5.2
	남성 40대	33	6.6
	남성 50대	35	7.0
	남성 60대	28	5.6
	여성 20대	62	12.4
	여성 30대	63	12.6
	여성 40대	77	15.4
	여성 50대	86	17.2
	여성 60대	62	12.4
결혼 여부	미혼	156	31.2
	기혼	344	68.8

* 엿류에 대한 검색도 여성의 비율이 높아 성별 비중을 여성 : 남성 = 7 : 3 비중으로 설문조사를 실시함
('엿류' 클릭량 비율 = 여성 72% : 남성 28%, 출처 : 네이버 datalab, 2021.10.06.~2022.10.06.)

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

4) 빅데이터 조사 개요

○ 포털 사이트, SNS 등 온라인 상의 조청/엿 관련 키워드 검색량, 언급률 등 주요 지표에 대한 빅데이터 분석을 통하여 조청/엿에 대한 소비자 인식 정보, 2022년 핵심 키워드 등에 대한 추가 분석을 통해 시장 동향에 대한 설명을 보강하고, 현업 실무자의 관심도를 증대시키고자 함

○ 빅데이터 분석은 네이버 검색량 데이터[15]를 기반으로 진행함

- 네이버는 국내 대표 온라인 검색 포털 사이트이며, 누구나 자료 분석이 가능함
- 데이터 수집 기간은 2021년 10월 6일 ~ 2022년 10월 6일 (1년간)임
- 데이터 소스는 엿조청 기준 네이버 웹문서(1,500건), 블로그(228건), 뉴스(655건), 카페(650건), 지식인(991건), 학술정보 전체(690건), 네이버 트렌드, 네이버 데이터랩 등을 사용함
- 분석 과정은 다음과 같음

구분	항목	세부 내용
1단계	데이터 수집	(관련 키워드 포함) 연관 검색어, 검색량 정보 수집(전체) -->
2단계	데이터 정제/언어 처리	수집된 데이터에 불필요한 요소들을 제거 --> 비정형 데이터 정형화 작업 --> 정제된 데이터 확보 -->
3단계	데이터 정형화 및 분석	정제된 데이터를 재정형화 --> 결과물 도출 --> 분석 및 보고서

15) naver.com

Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

제3절 시장 조사 개요

1. 정의 및 유형

○ 조청/엿류 시장 현황조사에 앞서 조사 대상인 품목과 그 세분시장의 범위를 명확히 규정하기 위해 조청/엿류에 대해 우선 정의함

1) 조청/엿류의 정의

○ 식품공전 기준 엿류는 당류의 하위 품목 중 하나로 전분 또는 전분질 원료를 주원료로 하여 효소 또는 산으로 가수분해시킨 후 그 당액을 가공한 물엿, 기타엿, 덱스트린을 말함. 조청에 대해서는 따로 분류하고 있지 않음

- 물엿이란 전분 또는 곡분, 전분질 원료를 산 또는 효소로 가수분해시켜 여과, 농축한 점조상의 것 또는 가수분해 생성물을 가공한 것을 말함
- 기타엿이란 물엿을 가공하거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것을 말함
- 덱스트린은 곡분, 전분 등의 전분질 원료를 산이나 효소로 가수분해시켜 얻은 생성물을 가공한 것을 말함

○ 올리고당류는 당류의 하위 품목으로 분류되며 당질원료를 이용하여 10 이하의 당 분자가 직쇄 또는 분지결합 하도록 효소를 작용시켜 얻은 당액이나 이를 여과, 정제, 농축한 액상 또는 분말상의 것으로 올리고당과 올리고당가공품을 말함

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

- 올리고당이란 당질원료를 이용하여 당 분자가 직쇄 또는 분지 결합되도록 효소를 작용시켜 얻은 당액이나 이를 여과, 정체, 농축한 액상 또는 분말상의 것으로 프락토올리고당, 이소말토올리고당, 갈락토올리고당, 말토올리고당, 자일로올리고당, 겐티오올리고당 또는 이들을 서로 혼합한 혼합올리고당을 말함

- 올리고당가공품은 올리고당에 식품 또는 식품첨가물을 가하여 가공한 것을 말함

❍ 전통식품 품질인증 기준 엿류는 전분질원을 엿기름으로 당화시킨 것 또는 이에 가미 원료를 가하여 제조된 것을 말하며, 엿과 가미엿으로 나뉨. 조청은 전분질원을 엿기름으로 당화시킨 후 그 당액을 그대로 또는 과일류, 채소류 등을 가하여 점조성의 액체로 농축한 것을 말함

- 엿은 전분질원을 엿기름으로 당화시킨 당액을 그대로 혹은 소량의 가미 원료를 혼합하여 농축한 것으로 제품 고유의 형태가 고체상의 것을 말함

- 가미엿은 전분질원을 엿기름으로 당화시킨 당액에 비전분질성 가미 원료를 혼합하여 농축한 것으로 점조상, 반고체상 또는 제품 고유의 형태를 유지하는 고체상의 것을 말함

❍ 본 보고서에서 조청/엿류의 범위는 '물엿', '기타엿(엿, 가미엿 포함)', '덱스트린', '조청'임

- 덱스트린은 물엿과 마찬가지로 전분을 분해하여 만든 것으로 조미료 가공, 음식점 등에서 식품의 원료로 많이 사용됨

- 전통식품 품질인증 기준 엿류 정의는 '엿'과 '가미엿'으로 나뉘며, 이 두 가지 정의는 식품공전 상 기타엿에 포함되는 것으로 볼 수 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

- 올리고당은 식품공전 상 당류로 별도 분류되고 전통식품에 포함되지 않아 본 보고서에서는 주요하게 다루지 않음. 그러나 시장에서 올리고당은 물엿의 대체품으로 사용되고 있어 소비자 동향 및 트렌드 분석에서 참고로 살펴봄

표2) 조청/엿류 분류 및 정의

분류 기준	분류	정의
식품공전	물엿	전분 또는 곡분, 전분질원료를 산 또는 효소로 가수분해시켜 여과, 농축한 점조상의 것 또는 가수분해 생성물을 가공한 것
	기타엿	물엿을 가공하거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것
	덱스트린	곡분, 전분 등의 전분질원료를 산이나 효소로 가수분해시켜 얻은 생성물을 가공한 것
전통식품 품질인증	엿	전분질원을 엿기름으로 당화시킨 당액을 그대로 혹은 소량의 가미원료를 혼합하여 농축한 것으로 제품고유의 형태가 고체상의 것
	가미엿	전분질원을 엿기름으로 당화시킨 당액에 비전분질성 가미원료를 혼합하여 농축한 것으로 점조상, 반고체상 또는 제품고유의 형태를 유지하는 고체상의 것
	조청	전분질원을 엿기름으로 당화시킨 후 그 당액을 그대로 혹은 또는 과일류, 채소류 등을 가하여 점조성의 액체로 농축한 것

* 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 10월 25일
* 전통식품 품질인증, 농림부, 2021년 12월 6일 개정

2) 조청/엿류 특징 비교

❍ 엿류 중 물엿은 형태와 섭취방법 등이 조청과 유사하며 물엿은 한자어로 조청(造淸)이라고 함. 그러나 물엿과 전통방식으로 제조되는 조청은 주원료와 제조 과정에서 약간의 차이가 있음

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

- 물엿의 주원료는 옥수수이며, 조청은 쌀과 엿기름 이외에 맛을 가미하기 위한 부재료들로 만들어짐. 또한, 물엿은 정제과정을 거치는 반면, 조청은 곡분을 끓이고 농축시키면 완제품이 됨

- 조청의 어원은 자연에서 나온 설탕인 꿀을 그냥 청(淸)이라고 부르며, 사람이 만든 꿀이라는 뜻으로 조청(造淸)이라고 함

표3) 물엿과 조청의 비교

구분	물엿	전통 조청
이미지		
정의	전분 또는 곡분, 전분질원료를 산 또는 효소로 가수분해시켜 여과, 농축한 점조상의 것 또는 가수분해 생성물을 가공한 것	전분질원을 엿기름으로 당화시킨 후 그 당액을 그대로 또는 과일류, 채소류 등을 가하여 점조성의 액체로 농축한 것
사용원료	주원료 : 옥수수	주원료 : 찹쌀 및 맵쌀 등의 전분질원, 엿기름 등 부원료 : 호박, 무, 생강, 도라지, 배, 꿩 등
가공방법	전분을 분해하여 정제과정을 거침	엿기름 물에 고두밥을 섞어 발효시킨 다음 밥이 물처럼 되도록 가마솥에 끓인 후 걸러낸 물을 다시 고아서 찐득하게 농축시킴
특징	조청보다 농도가 묽어 사용이 편리하며, 요리 본래의 색이 변하지 않음 찬물에 넣어도 잘 섞임	각종 영양 성분 다량 함유 잘 굳고 끈기가 심함
형태	점성이 있는 액체 주로 투명하고 냄새가 없거나 적음	점조성 액체 고유의 색택과 향미가 있음

* 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 10월 25일
* 전통식품 품질인증, 농림부, 2021년 12월 6일 개정

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

3) 조청/엿류의 역사[16)]

❍ 엿은 우리나라 최초의 간식으로 고려시대 기록으로 미루어 볼 때 그 이전부터 만들어졌을 것으로 추정됨. 삼국유사에는 "수로왕묘 제수에 과(果)가 쓰였다"고 기록되어 있음. 과(果)는 곡식 가루를 이용해 과일의 형태로 만든 것으로, 엿으로 추정되며 제사 목적으로 만들어졌을 가능성이 높음

❍ 구체적인 기록은 이규보(李奎報)의 「동국이상국집(東國李相國集)」의 '행당맥락(杏餳麥酪)'이라는 구절임. 여기서 당(餳)은 단단한 엿이고 낙(酪)은 「제민요술(齊民要術)」에 나오는 행락(杏酪)처럼 감주의 무리에 속한 것으로 고려시대에 엿기름을 사용한 엿이나 감주가 감미료로 쓰인 것을 확인할 수 있음

❍ 엿이라는 단어가 문헌에 구체적으로 등장한 것은 허균의 조선 「도문대작(屠門大嚼, 1611년)」이며, 검은 엿과 흰 엿에 대한 기록이 적혀 있음. 조선 후기「고사신서(攷事新書, 1771년)」에는 엿이 흰 찹쌀이나 흰쌀, 수수, 강냉이 등을 삭혀서 고은 것이라고 소개하며 만드는 법이 자세히 기록되어 있음. 「규합총서(閨閤叢書, 1809년)」에는 엿 만드는 법, 개성과 광주 밤엿 생산에 관하여 기록되어 있음. 즉, 조선 후기에는 엿이 상품화되어 널리 퍼져 있었음을 확인할 수 있음

❍ 이후 「조선요리학(朝鮮料理學, 1940년)」에서는 엿에 혼합재료를 섞어 그 재료의 명칭을 붙여서 만든 콩엿, 밤엿, 깨엿, 호두엿 등이 등장함

16) 엿의 유래와 문헌 기록, 이야기상품연구소

 Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

4) 조청/엿류의 영양 및 효능[17][18]

○ 한의학에서는 엿을 이당(飴糖)이라고 부름. 「향약집성방(1433년)」, 허준의 「동의보감(1610년)」에서 엿에 관한 기록을 살펴볼 수 있으며, 엿을 약으로 소개하며 그 쓰임을 기록하고 있음

- 「동의보감(1610년)」에서는 "엿이라는 것은 즉 연당(軟糖)인데 건중탕(建中湯)에 쓰고, 비(脾)에도 들어간다. 엿이 토(土)에 속하고 화(火)에는 성하니, 습속의 열을 크게 일으키므로 많이 먹으면 비풍(脾風)이 움직인다. 쌀이 아무리 좋지만 그 중 찹쌀이 가장 좋아서 약에 많이 쓴다"라고 기록되어 있음

- 「향약집성방(1433년)」에서는 "엿은 맛은 달고 성질은 약간 따뜻하되, 몹시 허약한 것을 보하고, 갈증을 멈추며 궂은 피를 없앤다"고 쓰여 있음

- 중국의 약물총서인 「중약대사전」을 보면 "엿이 비위의 기를 완화하고 원기를 회복하며, 진액을 생성하고 속을 촉촉하게 한다"고 기록되어 있음

- 엿에 포함된 맥아당과 덱스트린 등의 성분은 정신적인 피로와 복통 감소에 효과가 있어 한의학에서는 엿을 '소건중탕'이라는 처방에 사용함. 이는 만성피로와 복통에 주로 처방하는 것으로 엿이 소화장애와 배탈 증상 완화에 효과가 있다는 것은 오랜 시간에 걸쳐 입증된 사실임

17) 2013.10.30., 엿에 얽힌 오해와 숨은 진실, 노컷뉴스

18) 한식사랑(www.ilovekfood.com), 조청

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 조청(엿)의 단맛을 내는 맥아당은 포도당 두 개가 결합된 것으로 포도당과 과당이 결합된 설탕보다 포도당을 두 배나 공급하여, 두뇌 활동에 도움을 줌. 조선의 왕들은 새벽에 눈 뜨자마자 이부자리 속에서 조청을 두 숟가락을 먹고 학습을 시작했다고 함

○ 엿은 보리의 싹을 틔운 다음 이를 말린 엿기름(맥아)을 거른 물을 밥에 부어 당화시켜 장시간 고아 굳혀 만듦

- 엿기름에는 빈혈과 당뇨 등 성인병에 좋은 생리활성물질이 풍부하며, 비타민B, 철분, 엽산 등 30여 가지의 효소와 시금치나 우유보다 몇 배나 많은 칼륨과 칼슘이 들어 있음

- 엿의 단맛을 내는 맥아당에는 이 같은 곡류의 다양한 영양 성분이 녹아 있으며, 특히 기력이 없고 허약해 나오는 기침과 가래에 효과를 발휘함. 선조들은 폐 기능이 약해져 기침을 많이 할 때면 배를 갈라 엿을 넣고 고아 먹는 민간요법을 쓰기도 함

2. 주요 제품

○ 물엿은 최근 웰빙 및 당류 섭취 줄이기 등 건강에 대한 관심이 증가하면서 프락토올리고당을 첨가한 제품, 쌀 100% 제품 등으로 주재료를 다양화하여 출시되고 있음

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 시장에서 판매되는 주요 조청/엿류 제품은 다음과 같음

표4) 조청/엿류 주요 제품

<table>
<tr><th>식품
유형</th><th colspan="4">주요 제품</th></tr>
<tr><td rowspan="6">물엿</td><td>청정원 물엿</td><td>청정원 쌀엿 1.2kg</td><td>오뚜기 옛날 물엿
1.2kg</td><td>오뚜기 옛날 쌀엿
1.2kg</td></tr>
<tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td>백설 물엿 700g</td><td>백설 쌀엿 700g</td><td>백설 올리고당을 더한
물엿</td><td>샘표 맥아물엿</td></tr>
<tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td colspan="2">해표 물엿 1.2kg</td><td>해표 조청 황엿</td><td>두레촌 강봉석 명인 쌀조청</td></tr>
<tr><td colspan="2"> </td><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td rowspan="2">기타엿</td><td colspan="2">두레촌 강봉석 명인이 만든 우리쌀 호박엿</td><td>창평쌀엿 호정식품</td></tr>
<tr><td colspan="2"> </td><td> </td></tr>
</table>

* 각 제조사 및 유통사 홈페이지

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

3. 성분 규격

1) 식품공전 기준

○ 엿류의 제조·가공 기준 및 성분 규격을 식품공전 기준으로 살펴봄

- 엿류의 제조·가공 기준은 별도로 규정되어 있지 않으며 성분 규격만 제시되어 있음

표5) 엿류 규격(식품공전 기준)

<table>
<tr><th>품목</th><th>규격</th></tr>
<tr><td>엿류</td><td>5) 규격
<table>
<tr><th>항목 \ 유형</th><th>물엿</th><th>기타엿</th><th>덱스트린</th></tr>
<tr><td>(1) 포도당당량(D,E)</td><td>20.0 이상</td><td>10.0 이상</td><td>20.0 미만</td></tr>
<tr><td>(2) 사카린나트륨</td><td colspan="3">검출되어서는 아니 된다.</td></tr>
<tr><td>(3) 납(mg/kg)</td><td colspan="3">1.0 이하</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

* 식품공전, 식품의약품안전처, 최종고시일 2022년 6월 30일

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

2) 전통식품 표준규격 기준

○ 전통식품으로도 분류되는 조청/엿류는 전통식품 표준규격에 의해 품질기준 및 제조·가공기준이 제시되어 있음

표6) 조청/엿류의 품질기준 및 제조·가공 기준(전통식품 품질규격 기준)

<table>
<tr><th>품목</th><th>전통식품 품질규격 기준</th></tr>
<tr><td>엿</td><td>
3. 원료
(1) 원료 중 전분질원(찹쌀, 멥쌀 등) 및 엿기름은 국내산이어야 한다. 단, 전분질원은 전통성이 인정되는 원료만을 사용하여야 한다.
(2) 제품의 전통성을 벗어나지 않는 범위 내에서 기타 원료(호박, 무, 생강, 도라지, 배, 꿩 등)를 사용할 수 있다.
(3) 기타 원료 중 특정 원료를 제품명으로 사용하는 경우에는 국내산을 사용하여야 한다.
5. 품질
5.1 품질기준 엿의 품질은 표 1의 품질기준에 적합하여야 한다.
표 1 품질기준
<table>
<tr><th rowspan="2">항 목</th><th colspan="2">기 준</th></tr>
<tr><th>엿</th><th>가미엿</th></tr>
<tr><td>성상</td><td colspan="2">고유의 색택과 향미를 가지며 대체로 맑고 이미, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.</td></tr>
<tr><td>수분(%, w/w)</td><td>15.0 이하</td><td>20.0 이하
(꿩엿은 35.0 이하)</td></tr>
<tr><td>맥아당[%, w/w(건물기준))</td><td>40.0 이상</td><td>35.0 이상</td></tr>
<tr><td>조단백질
(%, w/w)</td><td>-</td><td>2.5 이상(꿩엿에 한함)</td></tr>
<tr><td>대장균</td><td>-</td><td>음성(꿩엿에 한함)</td></tr>
</table>
5.2 표 1 이외의 요구사항은 「식품위생법」에서 정하는 기준에 적합하여야 한다.
</td></tr>
<tr><td>조청</td><td>
3. 원료
(1) 원료 중 전분질원(쌀, 옥수수쌀, 수수쌀, 밀, 고구마, 감자 등) 및 엿기름은 국내산이어야 한다. 단, 전분질원은 전통성이 인정되는 원료만을 사용하여야 한다.
(2) 제품의 전통성을 벗어나지 않는 범위 내에서 기타 원료(과일료(사과, 배 등), 채소류(호박, 도라지, 더덕, 쑥 등))를 사용할 수 있다.
(3) 기타 원료 중 특정 원료를 제품명으로 사용하는 경우에는 국내산을 사용하여야 한다.
5. 품질
5.1 품질기준 조청 품질은 표 1의 품질기준에 적합하여야 한다.
표 1 품질기준
</td></tr>
</table>

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

항 목	기 준
성상	단맛을 가진 점조성 액체로 고유의 색택과 향미를 가지며 이미, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.
수분(%, w/w)	22.0 이하
맥아당[%, w/w(건물기준))	35.0 이상
pH	4.5 ~ 6.5
진균수(CFU/g)	1.0×10^2 이하

5.2 표 1 이외의 요구사항은「식품위생법」에서 정하는 기준에 적합하여야 한다.

* 전통식품 표준규격 개정 전문, 국립농산물품질관리원, 2021년 12월 6일

4. 제조 과정

❍ 조청은 엿이 되기 전 단계로 조청의 역사는 엿과 함께 시작되었다고 볼 수 있음

- 조청은 곡식으로 고두밥을 지어 엿기름물을 섞고 따뜻하게 중탕하거나 묻어두어 삭힌 뒤, 자루에 넣어 짜냄. 자루에 남은 것은 엿밥이고 단물은 엿물이라 하는데 이 엿물을 진득해질 때까지 고아 만들면 조청이 됨

- 갈색의 점도가 높은 조청을 서서히 식히면 단단하게 굳어 엿이 되는데 이때의 엿은 '생엿(강엿)'으로 갈색빛을 띔. 시중에서 쉽게 볼 수 있는 '흰 가락엿'은 생엿에 열을 가하여 약간 녹인 다음에 잡아 늘이는 일을 되풀이하여서 만듦. 잡아당기고 접는 과정에서 내부에 공기가 들어가 빛깔이 희어지고 다공성으로 쉽게 부서지게 되는데 이를 가락형으로 만들거나 판상으로 굳히면 우리가 아는 하얀 막대기 엿이 됨. 이때 호박, 땅콩 등 부재료를 넣으면 각 부재료 특성을 갖춘 엿이 만들어짐

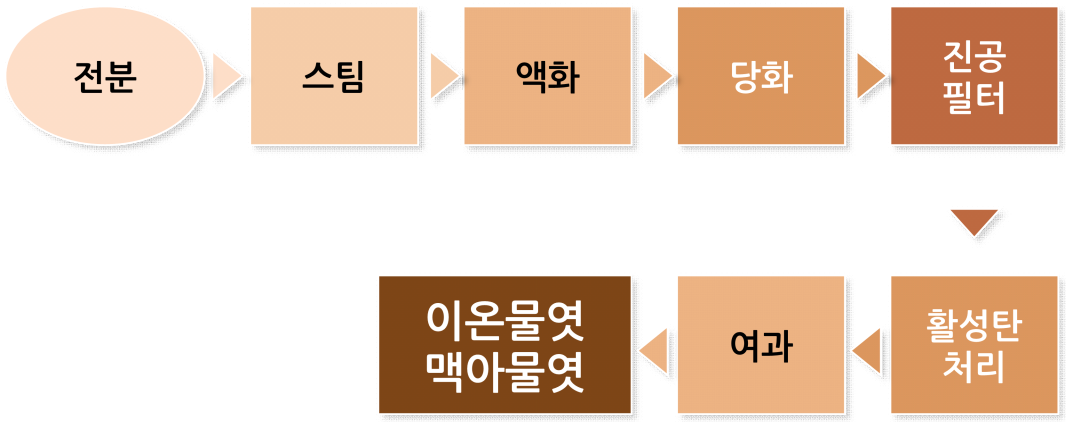
 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 엿류 중 물엿의 제조공정은 스팀, 액화, 당화, 진공 필터, 활성탄 처리, 여과의 6가지 과정으로 구성됨

- 전분에 스팀을 가하여 전분의 호화[19] 현상이 일어나며, 액화 단계로 넘어감. 당화[20]과정에서는 당화 방식에 따라 효소[21] 또는 산을 이용하여 당화시킴

- 물엿은 여과 정도에 따라서 맥아 물엿(Malt Syrup)과 이온 물엿(Corn Syrup)으로 나뉨. 맥아 물엿의 색은 캐러멜 색상이며, 여과와 정제과정을 거치면 투명한 맥아 물엿이 되고, 이온 여과 과정을 거치면 이온 물엿이 만들어짐

그림1) 물엿 제조공정



* 식품공전해설서, 식품의약품안전처, 2019.01 / 자료 활용 재가공

19) 전분에 물과 열을 가하면 전분 분자가 붕괴되면서 성질이 변하는 현상을 말함. 전분에 물을 넣고 가열하면 전분 분자인 미셀이 붕괴하여 투명하거나 희뿌연 콜로이드 용액을 형성하고 이것을 냉각시키면 반고체(겔)의 상태로 변함(식품화학, 조신호 외, 교문사, 2014)

20) 전분을 산 또는 아밀라아제 등에 의해서 가수분해하는 것을 말함. 전분 당화는 산당화와 효소법을 이용한 생산법으로 나뉨. 과거에는 산당화가 주류를 이루었으나, 최근에는 물엿, 가루엿 제조 일부에만 사용되고 있음

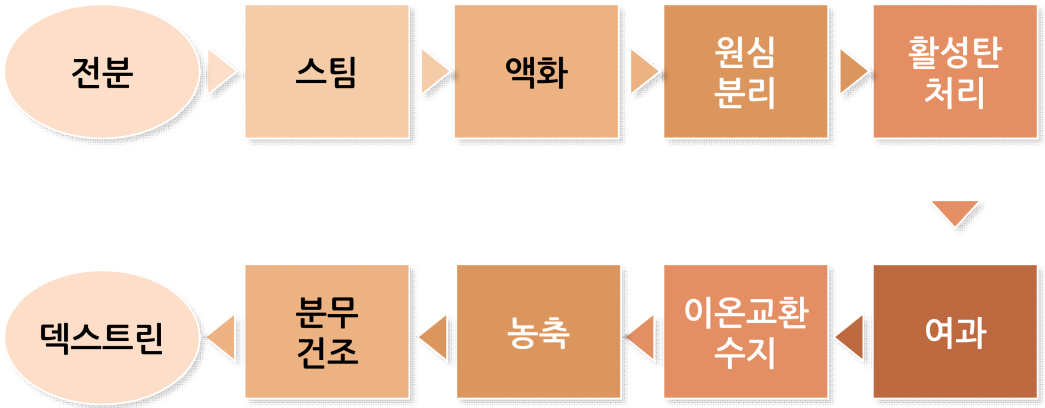
21) 효소를 이용하여 가수분해할 때는 α-Amylase 또는 β-Amylase가 추가되어, 전분을 당화시킴(식품공전, 식품의약품안전처, 2019.01)

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 덱스트린은 스팀, 액화, 원심분리, 활성탄 처리, 여과, 이온교환 수지, 농축, 분무 건조의 과정을 거쳐서 제조됨

- 덱스트린과 물엿의 차이점은 포도당당량(D,E)이며, 덱스트린은 포도당당량(D,E)이 20 미만으로 제조됨

그림2) 덱스트린 제조공정



* 식품공전해설서, 식품의약품안전처, 2019.01 / 자료 활용 재가공

5. 관련 인증 및 제도

1) HACCP[22]

○ HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)이란 식품의 원료 관리, 제조, 가공, 조리, 소분, 유통 판매의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 식품이 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해 요소를 확인, 평가하여 중점적으로 관리하는 기준을 말함

22) 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 위해요소분석(Hazard Analysis)과 중요관리점(Critical Control Point)의 영문 약자로 해썹 또는 식품안전관리인증 기준이라 하며, 식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종 소비자가 섭취하기 전까지의 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고, 이를 중점적으로 관리하기 위한 중요관리점을 결정하여 식품의 안전성을 확보하기 위한 과학적인 위생관리 체계라고 함

표7) HACCP의 정의

HACCP 정의	
HACCP 인증 마크	

* 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

○ 적용 분야 및 대상으로는 축산물과 식품 분야로 나뉘는데, 조청/엿류는 식품의 하위 품목으로 「식품위생법」 제48조와 같은 법 시행령 제33조, 제34조, 「식품위생법 시행규칙」 제62조~제68조 2까지 「식품 및 축산물 안전관리인증 기준」등에 따라 HACCP 적용대상으로서 관리를 받고 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표8) 조청/엿류 포함 식품 위생법

법	조항
식품 위생법	• 제48조(식품안전관리인증기준) • 제48조의 2(인증 유효기간) • 제48조의 3(식품안전관리인증기준적용업소에 대한 조사·평가 등)
동법 시행령	• 제33조(식품안전관리인증기준) • 제34조(식품안전관리인증기준적용업소에 관한 업무의 위탁 등)
동법 시행규칙	• 제62조(식품안전관리인증기준 대상 식품) • 제63조(식품안전관리인증기준 적용업소의 인증신청 등) • 제64조(식품안전관리인증기준 적용업소의 영업자 및 종업원에 대한 교육 훈련) • 제65조(식품안전관리인증기준 적용업소에 대한 지원 등) • 제66조(식품안전관리인증기준 적용업소에 대한 조사·평가) • 제67조(식품안전관리인증기준 적용업소 인증취소 등) • 제68조(식품안전관리인증기준 적용업소에 대한 출입·검사 면제) • 제68조2(인증유효기간의 연장 신청 등)

* 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

❍ HACCP 적용은 식품 및 즉석판매제조·가공업, 건강기능식품 및 식품첨가물 제조업, 식품소분업, 집단급식소 및 기타 식품 판매업, 식품접객업 및 집단급식소 등 식품의 제조·가공· 유통·외식·급식의 모든 분야에 적용되고 있음. 조청/엿류는 식품제조·가공업소 중 '엿류'에 포함되어 관리되고 있음

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표9) 식품 HACCP 적용 대상

적용업종	세부업종 및 적용품목
식품제조·가공업소	과자류, 빵 또는 떡류, 코코아가공품류 또는 초콜릿류, 잼류, 설탕, 포도당, 과당, 엿류, 당시럽류, 올리고당류, 식육 또는 알함유가공품, 어육가공품, 두부류 또는 묵류, 식초류, 면류, 다류, 커피, 음료류, 특수용도식품, 장류, 조미식품, 김치류, 젓갈류, 조림식품, 절임식품, 주류, 건포류, 기타 식품류
건강기능식품 제조업소	영양소, 기능성 원료
식품첨가물 제조업소	식품첨가물, 혼합제제류
식품접객업소	위탁급식영업, 일반음식점, 휴게음식점, 제과점
기타	즉석판매제조·가공업소, 식품소분업소, 집단급식소식품판매업소, 기타식품판매업소, 집단급식

* 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

○ 2022년 12월 20일 기준으로 HACCP 운영 현황을 보면 식품제조·가공업소 업종에서 총 9,927개소, 20,623건이 HACCP 인증을 받았으며 이 중에서 엿류는 73건이 있음

Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표10) 엿류 HACCP 인증업체

품목	업체명	HACCP 인증번호
기타엿	㈜청우식품	2014-1-8049
	대상주식회사	2014-5-8251
	㈜화성한과	2015-3-8392
	(유)대림푸드	2015-5-8027
	서산명가	2015-6-8092
	㈜삼양사	2016-3-8042
	씨제이제일제당(주)	2016-3-8262
	㈜젠푸드	2017-2-9122
	㈜삼양사울산2공장	2017-2-9134
	동희(주)	2017-3-9500
	오라향농업회사법인주식회사	2017-5-9255
	㈜엠에스씨(MSC)	2018-2-9122
	㈜화미	2018-3-9249
	서산시농산물공동가공센터	2018-6-9408
	인그리디언코리아 유한회사	2019-3-9426
	㈜하린식품	2019-5-9370
	한국클로렐라	2020-2-0351
	㈜에스비푸드	2020-3-0592
	칠칠곡곡협동조합2	2020-4-0404
	㈜참고을 지평선공장	2020-5-0937
	박가당	2021-1-0158
	농업회사법인(주)나주시골농장	2021-5-0568
	농업회사법인 천삼다초(주)	2021-5-0731
	구산양반쌀엿	2021-5-0974
	㈜우리상사	2021-6-0416
	㈜담은청	2022-1-0188
	㈜마음	2022-1-0406
	다산식품	2022-1-0707
	서해안(주)	2022-6-0001
	㈜만나당	2022-1-0908
	㈜남영식품	2022-3-1177
덱스트린	인그리디언코리아 유한회사 부평공장	2013-3-8089
	인그리디언코리아 유한회사	2013-3-8308
	대상주식회사	2014-5-8250
	㈜삼양사	2016-3-8043
	㈜희창유업	2017-2-9117
	㈜삼양사울산2공장	2017-2-9133

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

	주식회사 디엠씨	2017-5-9166
	서강유업(주)	2018-2-9220
	㈜알파푸드	2022-1-0161
물엿	㈜삼양사울산2공장	2013-2-8160
	인그리디언코리아 유한회사 부평공장	2013-3-8088
	인그리디언코리아 유한회사	2013-3-8307
	대상주식회사	2014-5-8243
	서산명가	2015-6-8091
	㈜삼양사	2016-3-8045
	씨제이제일제당(주)	2016-3-8078
	영농조합법인 산골농장	2017-1-9210
	㈜에스비푸드	2017-3-9151
	대상(주)오산공장	2017-3-9474
	동희(주)	2017-3-9499
	㈜경일식품	2017-4-9186
	㈜인원식재	2017-5-9128
	영농조합법인 엔자임팜	2017-5-9284
	백석올미영농조합	2017-6-8014
	㈜영수식품	2017-6-9205
	농업회사법인 신도안종합식품(주)	2018-6-9017
	아산시 농산물 종합 가공센터	2018-6-9363
	영농조합법인 텃밭	2020-1-0370
	삼척시 농산물가공센터	2020-1-1070
	주식회사 공덕	2020-2-0496
	칠칠곡곡협동조합2	2020-4-0403
	장성예찬영농조합법인	2020-5-0278
	농업회사법인 케이엔푸드(주)	2021-1-0571
	㈜오뚜기 삼남공장	2021-2-0018
	구산양반쌀엿	2021-5-0973
	꿀도래 농도래	2021-6-1287
	뿡이네	2022-1-0473
	거제시농산물가공협동조합	2022-2-0114
	수연조청	2022-2-0310
	지리산 황치마을 영농조합법인	2022-5-0057
	온전식품	2022-6-0617
	㈜남영식품	2022-3-1176

* 한국식품안전관리인증원, 2022.12.20. 기준

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

2) 전통식품품질인증 제도

○ 전통식품품질인증 제도는「식품산업진흥법 제22조 및 같은 법 시행령 제29조」에 의거 국내산 농수산물을 주 원재료로 하여 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향·색을 내는 우수한 전통식품에 대해 정부가 품질을 보증하는 제도로 생산자에게는 고품질의 제품 생산을 유도하고, 소비자에게는 우수한 품질의 우리 전통식품을 공급하는 효과를 보고자 함

전통식품품질인증 표지

○ 전통식품 품목지정은 농림축산식품부 장관이 전통식품산업의 지원과 육성을 위해 국산농산물을 주원료로 제조·가공되고, 예로부터 전승되어 오는 우리 고유의 맛·향 및 색깔을 내는 전통식품의 개발과 그 계승·발전을 위해 필요하다고 인정하는 품목을 전통식품으로 직접 지정하거나 특별시장·광역시장·도지사의 추천을 받아 이를 지정하여 고시함

○ 조청/엿류의 인증품목은 엿(규격번호 T011)과 조청(규격번호 T012)이 있으며, 2022년 11월 기준 엿 품목의 제조업체 중 전통식품품질인증을 받은 업체는 총 3개, 조청 품목은 총 12개 업체임

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표11) 조청/엿류 전통식품품질인증 업체 현황

품목	인증 번호	업체명	인증일자	주소
엿	식품연 전통 제840호	매야전통식품	2020-06-17	경북 울진
	식품연 전통 제546호	㈜화성한과	2019-04-15	경기도 화성
	식품연 전통 제011호	농업회사법인 호정식품(주)	2019-03-21	전남 담양
조청	식품연 전통 제982호	농업회사법인 신도안종합식품(주)	2019-05-08	충남 계룡
	식품연 전통 제914호	경일식품	2019-04-30	경북 경산
	식품연 전통 제903호	세원식품	2019-04-30	경남 산청
	식품연 전통 제841호	매야전통식품	2020-06-17	경북 울진
	식품연 전통 제828호	농업회사법인 (주)제일영농	2019-04-26	경기도 김포
	식품연 전통 제753호	영농조합법인 엔자임팜	2019-04-22	전남 고흥
	식품연 전통 제658호	영농조합법인 서산명가	2022-06-16	충남 서산
	식품연 전통 제550호	연호전통식품	2019-04-15	경남 의령
	식품연 전통 제547호	㈜화성한과	2019-04-15	경기도 화성
	식품연 전통 제528호	양평절골농원	2019-04-15	경기도 양평
	식품연 전통 제1211호	조은식품 영농조합법인	2021-09-06	경북 안동
	식품연 전통 제012호	농업회사법인 호정식품(주)	2019-03-21	전남 담양

* 우수식품정보시스템, 국립농산물품질관리원, 2022년 11월 10일 기준

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

3) 유기가공식품 인증[23]

○ 유기가공식품 인증제도는 국립농산물품질관리원에서 인정한 공인받은 인증 기관이 가공식품의 사용원료와 제조공정을 심사하여 법의 기준에 적합하다고 보증하는 제품만 인증 로고와 유기(농) 명칭을 사용할 수 있게 하는 제도로, 공신력 있는 제3자 기관이 제조과정 등을 사전에 확인하게 하여 유기표시의 신뢰도를 높임으로써 소비자와 생산자 모두를 보호하기 위한 제도임

유기가공식품 인증마크

○ 유기표시의 신뢰도를 높임으로써 소비자를 보호하고, 선의의 사업자로 하여금 고품질의 유기식품을 공급할 수 있도록 장려하는 것을 목적으로 함. 가공식품을 '유기'로 표시하거나 판매하고자 하는 자는 농림축산식품부 장관이 지정한 인증 기관으로부터 인증을 받고, 인증기관은 인증을 받고자 하는 사업자의 현장을 확인하여 인증서를 발급함

○ 엿류 품목에 대한 유기가공 인증업체로 등록된 업체는 2022년 11월 기준으로 총 5개 업체임

표12) 엿류 유기가공식품 인증업체

인증번호	업체명	대표 품목
12800210	농업회사법인 (주)두레촌	엿류
13800269	농업회사법인 신도안종합식품(주)	엿류
15800253	농업회사법인 (주)안복자한과	엿류
16800418	엿공장	엿류
99800482	WGC CO., LTD.	엿류

* 국립농산물품질관리원 친환경인증관리 정보시스템, 2022.11.11. 기준

23) 국립농산물품질관리원

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

4) 대한민국식품명인 제도

○ 대한민국식품명인 제도는 식품의 제조·가공·조리 분야에서 우수한 기능 보유자를 발굴하여 우리 고유의 전통 식문화를 보전하고 계승하기 위해 1994년부터 지정해 오고 있음

○ 2022년 12월 기준 총 96명의 명인이 지정되어 있으나 지정해제 및 취소 15명을 제외한 81명이 현재 활동하고 있음

표13) 대한민국식품명인 분야별 지정 현황

(단위 : 명)

분야	전통주	장류	김치류	떡·한과류	차류	엿류	기타	합계
인원	26	12	5	10	6	7	15	81

* 대한민국식품명인 지정 현황, 농림축산식품부, 2022.12.7. 기준

* 엿류 중 엿강정이 포함됨

○ 전통식품 명인의 조건으로는 해당 식품의 제조·가공·조리 분야에 계속하여 20년 이상 종사한 자, 전통식품의 제조·가공·조리방법을 원형대로 보존하고 있으며, 이를 그대로 실현할 수 있는 자, 대한민국식품명인으로부터 보유기능에 대한 전수 교육을 5년 이상(대한민국식품명인 사망 시는 2년) 받고 10년 이상 그 업(業)에 종사한 자이며, 이 중 하나 이상의 요건에 해당하면 신청할 수 있음

○ 농림축산식품부에서는 농촌진흥청(국립농업과학원)의 분야별 전문가로 구성된 점검반을 통해 적합성 검토를 시행하고, 식품산업진흥심의회의 심의를 거쳐 지정함

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 현재 엿류 명인은 6명으로 유영군(대한민국식품명인 제21호), 강봉석(대한민국식품명인 제32호), 김명자(대한민국식품명인 제70호), 원이숙(대한민국식품명인 제80호), 최송자(대한민국식품명인 제83호), 김순옥(대한민국식품명인 제85호) 명인이 지정받음

- 유영군 명인은 창평쌀엿, 강봉석 명인은 엿/조청, 김명자 명인은 옥수수엿, 원이숙 명인과 최송자 명인은 쌀엿, 김순옥 명인은 찹쌀조이당조청으로 대한민국식품명인 지정을 받았음

표14) 대한민국식품명인 지정 현황

지정번호	성명	보유기능	지정일	소재지
제21호	유영군	창평쌀엿	00.09.18	전남 담양
제32호	강봉석	엿,조청	08.07.02	충북 충주
제70호	김명자	옥수수엿	16.12.08	강원 원주
제80호	원이숙	쌀엿	18.11.30	전북 임실
제83호	최송자	쌀엿	18.11.30	경북 울진
제85호	김순옥	찹쌀조이당조청	19.12.05	전남 순천

* 대한민국식품명인 지정 현황, 농림축산식품부, 2022.08.24. 기준

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

|제3장|

원료 수급 동향

제1절 원료 수급 동향

1. 구성 원료

○ 엿류의 주요 원료는 옥수수이며, 쌀, 옥수수가루 등은 부재료로 쓰이나 차지하는 비중이 매우 적음

- 2021년 식품산업 분야별 원료소비 실태조사에 따르면, 엿류의 주요 원료 중 가장 많이 사용되는 원료는 옥수수로, 전체 대비 사용 비중이 90.5%임. 다음으로 물엿(4.3%), 쌀(2.5%), 과당류(1.5%), 옥수수가루(분말)(1.0%) 순임

- 엿류의 주원료인 옥수수는 거의 수입산을 사용하고 있음

표15) 엿류 주요 제품 원료

(단위 : 톤, %)

구분	주요 원료 사용량		원산지별 사용량		
	총사용량	사용비중	수입산 사용량	국산	
				사용량	사용비중
옥수수	458,214	90.5	458,214	0	0.0
물엿	21,961	4.3	21,944	17	0.1
쌀	12,691	2.5	5,448	6,133	53.0
과당류	7,355	1.5	7,355	0	0.0
옥수수가루(분말)	4,827	1.0	4,827	0	0.0
주정	720	0.1	468	252	35.0
소맥분(밀)	454	0.1	454	0	0.0
백설탕	114	0.0	114	0	0.0
합계	**506,336**	**100**	**498,824**	**6,402**	**1.3**

* 2021 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산식품유통공사

1) 원료소비 실태조사 보고서상 주요 원료의 엿류 사용항목을 기준으로 작성한 것으로 실제 사용 비중과는 차이가 있을 수 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

2. 주요 원료 현황

○ 옥수수는 재배역사가 깊고, 재배분포가 널리 퍼져 있으며, 벼, 밀과 함께 세계 3대 화곡류(禾穀類) 식량작물에 속함. 벼와 밀은 대부분이 식량으로 사용되는 반면 옥수수는 전체의 절반 이상이 가축의 사료나 가공 및 공업원료로 이용되고 있음

○ 옥수수는 용도별로 식용 풋옥수수, 알곡용 옥수수, 사일리지용 옥수수로 분류할 수 있음. 본 보고서에서 살펴볼 옥수수는 식용 풋옥수수임

○ 식용 풋옥수수에 해당하는 옥수수 HS코드는 1005.90-9000(기타)와 1104.23-0000(옥수수로 만든 것)으로 이 두 항목을 살펴봄

표16) 옥수수 수출입 코드

HS코드			품명	예상 분류
1005			옥수수	
	90		기타	
		9000	기타	옥수수
1104			그 밖의 가공한 곡물[예 : 껍질을 벗긴 것·압착한 것·플레이크(flake) 모양인 것·진주 모양인 것·얇은 조각으로 만든 것·거칠게 빻은 것(제1006호의 쌀은 제외한다)], 곡물의 씨눈으로서 원래 모양인 것·압착한 것·플레이크(flake) 모양인 것·잘게 부순 것	
	23	0000	옥수수로 만든 것	가공 옥수수

* 관세법령정보포털, 관세청

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 국내 옥수수 생산량은 꾸준히 증가하여 2021년 기준 95,141톤으로 2017년 72,587톤 대비 31.1% 증가함. 재배면적은 2017년 15,074ha에서 소폭의 증감을 반복하다가 2021년 16,145ha로 7.1% 증가함

- 2020년 옥수수 재배면적은 전년 대비 5.3% 증가한 데 반해 생산량은 20.2% 증가함. 강원도와 경상남도에서 생산량이 급증함. 특히 경상남도에서는 초당옥수수와 같은 신규 품종의 재배가 활발해진 것에 영향을 받은 것으로 보여짐

표17) 옥수수 생산 현황

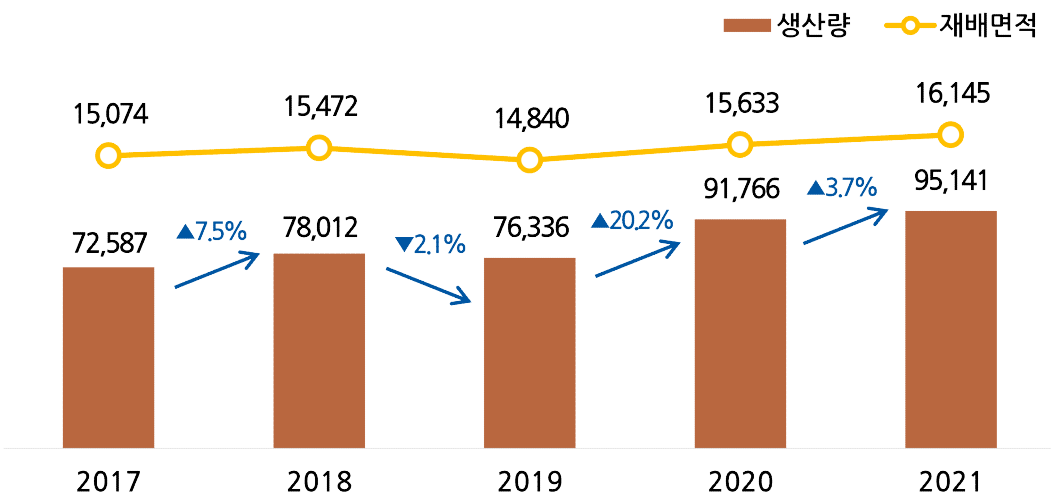
(단위 : ha, 톤, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
옥수수	재배면적	15,074	15,472	14,840	15,633	16,145
	(전년 대비 증감)	-	(2.6)	(-4.1)	(5.3)	(3.3)
	생산량	72,587	78,012	76,336	91,766	95,141
	(전년 대비 증감)	-	(7.5)	(-2.1)	(20.2)	(3.7)

* 농작물생산조사, 통계청(2022.11.21.)

그림3) 옥수수 생산 현황

(단위 : ha, 톤, %)



* 농작물생산조사, 통계청(2022.11.21.) / 자료 활용 편집

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

❍ 옥수수 수입 규모는 2017년 이후 증감을 반복하다 2020년 수입량 214만 톤, 수입액 4억 5,793만 달러로 2017년 수입량과 수입액 대비 각각 7.7%, 1.8% 감소함

- 2020년 수입 규모 감소는 COVID-19로 인한 교역량 감소와 유럽의 가뭄으로 인한 생산량 감소 등이 영향을 끼친 것으로 보이며 생산량 감소는 단가 상승으로 이어져 수입액이 증가함

❍ 2021년에는 다시 수입 규모가 회복세를 보이며 수입량 230만 톤, 수입액 6억 9,237달러로 전년 대비 7.6%, 51.2% 증가함

- 2020년 대비 2021년 수입량 대비 수입액의 큰 증가는 2020년 4분기 이후 지속되는 옥수수 등의 곡물 수입단가 상승의 영향인 것으로 분석됨[24)]

표18) 옥수수 수입 현황

(단위 : 천 톤, 천 달러, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
옥수수	수입량	2,318	2,379	2,396	2,140	2,303
	(전년 대비 증감)	-	(2.6)	(0.7)	(-10.7)	(7.6)
	수입액	466,527	528,801	522,984	457,927	692,374
	(전년 대비 증감)	-	(13.3)	(-1.1)	(-12.4)	(51.2)

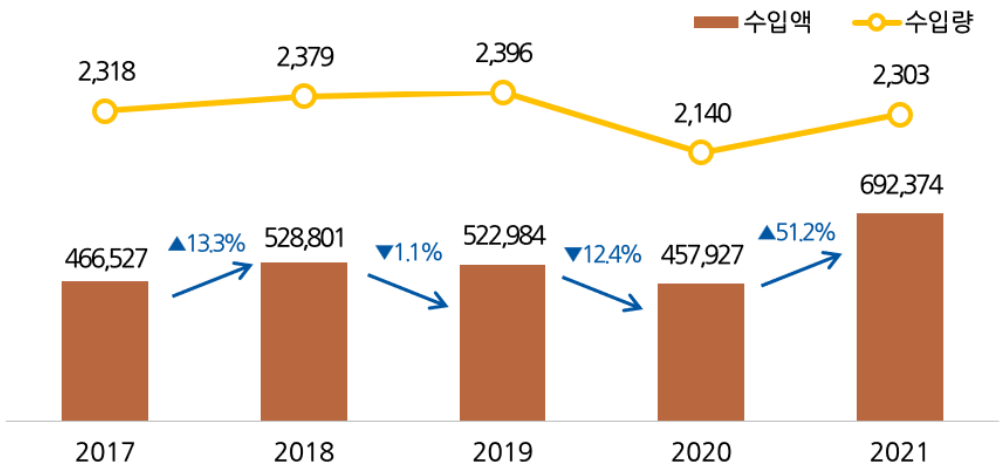
* 수출입무역통계, 관세청(2022.11.21.)

24) 2022.07.03. "밥상·외식 물가 더 오르나"...곡물 수입단가 7분기째 상승 전망, 굿모닝 경제

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

그림4) 옥수수 수입 현황

(단위 : 천 톤, 천 달러, %)



* 수출입무역통계, 관세청(2022.11.21.) / 자료 활용 편집

○ 옥수수는 가뭄 등의 기후 영향으로 생산량의 증감이 있는 작물인 점을 고려해 작황에 따라 흑해산(세르비아, 루마니아 등)과 미국, 브라질 등 다양한 나라에서 수입하고 있음

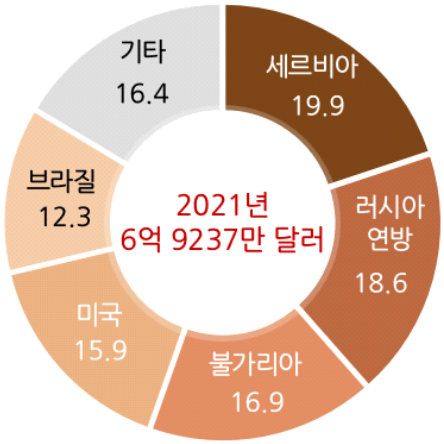
○ 주요 국가별 옥수수 수입 현황은 2021년 수입액 기준 세르비아가 1억 3,749천 달러로 전체의 19.9%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음. 이어서 러시아연방 18.6%, 불가리아 16.9%, 미국 15.9% 순으로 나타남

- 2018년까지 러시아와 미국에서 주로 수입해 왔으나, 2019년부터 세르비아와 불가리아의 옥수수가 수입되면서 미국, 러시아 등에서의 수입이 감소했음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

그림5) 2021년 국가별 옥수수 수입 비중

(단위 : 천 달러, %)



국가	수입액(천 달러)
세르비아	137,489
러시아연방	128,832
불가리아	117,187
미국	110,154
브라질	85,175
기타	113,537

* 수출입무역통계, 관세청(2022.11.21.) / 자료 활용 편집

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표19) 국가별 옥수수 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
세르비아	수입량	166,101	48,760	783,914	530,705	484,018
	(비중)	(7.2)	(2.0)	(32.7)	(24.8)	(21.0)
	수입액	33,947	11,770	171,827	112,379	137,489
	(비중)	(7.3)	(2.2)	(32.9)	(24.5)	(19.9)
러시아 연방	수입량	846,332	872,229	14,694	229,594	440,164
	(비중)	(36.5)	(36.7)	(0.6)	(10.7)	(19.1)
	수입액	170,466	193,209	3,348	47,922	128,832
	(비중)	(36.5)	(36.5)	(0.6)	(10.5)	(18.6)
불가리아	수입량	19,626	130,876	326,425	143,005	351,387
	(비중)	(0.8)	(5.5)	(13.6)	(6.7)	(15.3)
	수입액	3,769	30,899	70,094	29,923	117,187
	(비중)	(0.8)	(5.8)	(13.4)	(6.5)	(16.9)
미국	수입량	748,709	906,764	702,589	455,459	370,120
	(비중)	(32.3)	(38.1)	(29.3)	(21.3)	(16.1)
	수입액	147,690	195,632	151,126	100,267	110,154
	(비중)	(31.7)	(37.0)	(28.9)	(21.9)	(15.9)
브라질	수입량	195,536	127,072	453,802	324,070	305,897
	(비중)	(8.4)	(5.3)	(18.9)	(15.1)	(13.3)
	수입액	37,085	26,909	94,592	62,301	85,175
	(비중)	(7.9)	(5.1)	(18.1)	(13.6)	(12.3)
기타	수입량	341,848	293,624	114,870	457,127	351,735
	(비중)	(14.7)	(12.3)	(4.8)	(21.4)	(15.3)
	수입액	73,570	70,382	31,997	105,135	113,537
	(비중)	(15.8)	(13.3)	(6.1)	(23.0)	(16.4)
합계	**수입량**	**2,318,152**	**2,379,325**	**2,396,294**	**2,139,960**	**2,303,320**
	수입액	**466,527**	**528,801**	**522,984**	**457,927**	**692,374**

* 수출입무역통계, 관세청(2022.11.21.)

1) 원천 자료의 합계를 천 달러 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

|제4장|

생산 및 수출입 현황

제1절 생산 및 출하 현황

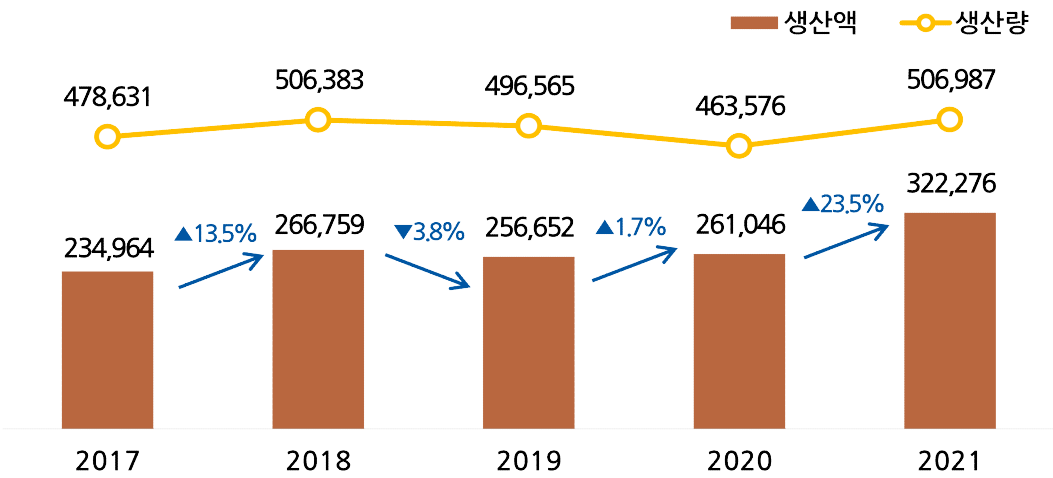
1. 생산 현황

○ 엿류 생산 규모는 2018년 이후 감소세였으나 2021년 다시 원래의 수준으로 회복함. 생산량은 2017년 47.9만 톤에서 2021년 50.7만 톤으로 5.9% 증가하였으며, 같은 기간 생산액은 2,350억 원에서 3,223억 원으로 37.2% 증가함. 이는 2020년 생산량 대비 9.4%, 생산액 대비 23.5% 증가한 수치임

- 2019년부터 물엿의 대체품으로 주목받은 올리고당의 수입이 늘고 강 관련 유행이 확산하면서 엿류 생산이 감소한 것으로 보임[25]. 2020년은 COVID-19로 운송비와 국제 유가가 상승하여 생산액은 증가함

그림6) 엿류 전체 생산 현황

(단위 : 백만 원, 톤, %)



※ 식품의약품안전처(2017년~2021년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 엿류 생산실적 자료로 재구성함

1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

25) 2021.02.05. 지난해 많이 수입된 건강기능식품은?, 식품저널

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 품목별 생산 규모를 살펴보면, 2021년 생산액 기준 가장 큰 비중을 차지하는 품목은 물엿으로 전체의 77.2%를 차지함. 다음으로 덱스트린 16.2%, 기타엿 6.6% 순임

○ 물엿 생산 규모는 2017년 43.3만 톤 이후 2020년 41.4만 톤으로 4.3% 감소했으나, 2021년 생산량 44.5만 톤, 생산액 2,487억 원으로 2017년 대비 각각 2.9%와 27.4% 증가함. 물엿은 엿류 품목 중 가장 큰 비중을 차지해 전체 생산 규모의 증감에 영향을 줌

- 물엿의 원재료는 대부분 수입에 의존하고 있으며 COVID-19 이후 원재료 가격 상승 등의 이유로 생산 규모 등락을 보임. 또한, 물엿 대체 식품을 찾는 소비자의 증가가 물엿 생산에 영향을 준 것으로 분석됨

○ 덱스트린 생산 규모는 2019년까지 감소세를 보이다가 2020년부터 소폭 증가함. 생산량은 2017년 40,647톤에서 2021년 43,070톤으로 6.0% 증가하였으며, 같은 기간 생산액은 2,931억 원에서 5,218억 원으로 78.0% 증가함

- 덱스트린의 국내외 제조업체에서 다양한 제품을 생산하고 있으며 제과류, 분말식품, 건강기능식품까지 용도가 확대되고 있어 생산이 증가하고 있음[26)]

○ 기타엿 생산 규모는 2018년까지 증가하다가 2019년 감소세를 보였으나 이후 2021년까지 큰 폭으로 증가함. 생산량은 2017년 5,264톤에서 2021년 18,848톤으로 258.1% 증가하였으며, 같은 기간 생산액은 1,036억 원에서 2,136억 원으로 106.2% 증가함

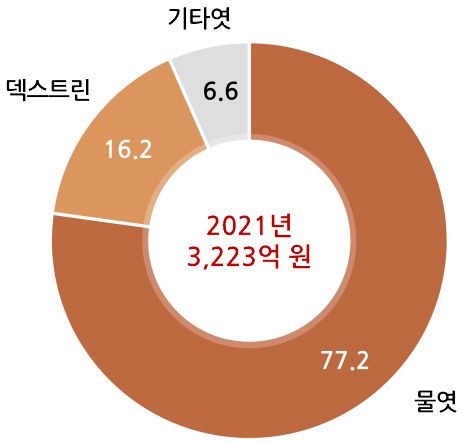
- 기타엿의 생산 규모 증가는 건강 트렌드와 당류 소비 감소 등의 이유로 물엿 대체품 선호 증가의 영향으로 분석됨

26) 2021.07.09. 건강지향식품 동향과 건강기능 소재 4선 발표, 식품저널

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

그림7) 2021년 엿류 품목별 생산액 비중

(단위 : 백만 원, 톤, %)



구분	생산액(백만 원)
물엿	248,733
덱스트린	52,182
기타엿	21,361

※ 식품의약품안전처(2017년~2021년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 엿류 생산실적 자료로 재구성함

1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표20) 엿류 전체 품목별 생산 규모 추이

(단위 : 톤, 백만 원, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
물엿	생산량	432,720	457,544	453,030	414,061	445,069
	(비중)	(90.4)	(90.4)	(91.2)	(89.3)	(87.8)
	생산액	195,295	223,540	216,092	200,037	248,733
	(비중)	(83.1)	(83.8)	(84.2)	(76.6)	(77.2)
덱스트린	생산량	40,647	39,143	37,176	41,035	43,070
	(비중)	(8.5)	(7.7)	(7.5)	(8.9)	(8.5)
	생산액	29,311	28,526	28,665	43,259	52,182
	(비중)	(12.5)	(10.7)	(11.2)	(16.6)	(16.2)
기타엿	생산량	5,264	9,696	6,359	8,480	18,848
	(비중)	(1.1)	(1.9)	(1.3)	(1.8)	(3.7)
	생산액	10,359	14,693	11,895	17,750	21,361
	(비중)	(4.4)	(5.5)	(4.6)	(6.8)	(6.6)
합계	**생산량**	**478,631**	**506,383**	**496,565**	**463,576**	**506,987**
	생산액	**234,964**	**266,759**	**256,652**	**261,046**	**322,276**

※ 식품의약품안전처(2017년~2021년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 엿류 생산실적 자료로 재구성함

1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

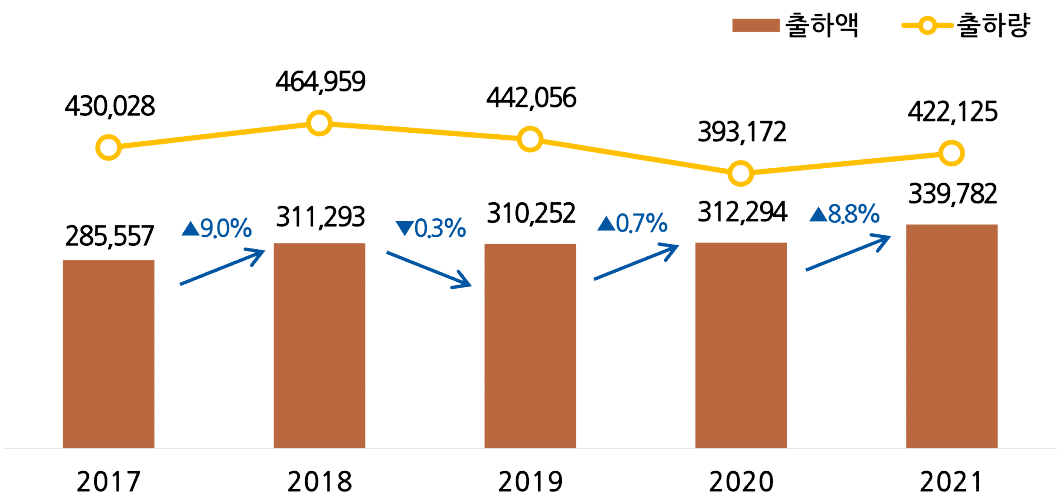
2. 출하 현황

○ 엿류의 출하 규모는 2017년 43만 톤에서 2021년 42.2만 톤으로 1.8% 감소하였으며, 같은 기간 출하액은 2,856억 원에서 3,398억 원으로 19.0% 증가함

- 건강에 관한 관심 증가로 물엿의 대체품 올리고당의 수요 증가가 물엿의 출하량 감소로 이어져 전체 엿류 출하 규모가 감소한 것으로 보임. 반면 2020년 이후 COVID-19로 인한 유가 상승은 운송비와 출하 가격 상승으로 이어져 전체 출하액은 증가한 것으로 보임

그림8) 엿류 전체 출하 현황

(단위 : 백만 원, 톤, %)



※ 식품의약품안전처(2017년~2021년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 엿류 생산실적 자료로 재구성함

1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

❍ 품목별 출하 규모 또한, 생산 규모와 마찬가지로 2021년 출하액 기준 가장 큰 비중을 차지하는 것은 전체의 80.6%를 차지한 물엿 품목이며, 다음으로 덱스트린 11.0%, 기타엿 8.4% 순임

❍ 엿류 품목 중 비중이 가장 큰 물엿은 전체 엿류 출하 규모와 같이 2018년 정점 이후 감소세를 보였으나 2021년 소폭 증가함. 2021년 출하 규모는 2017년과 비교시 출하량은 4.0% 감소, 출하액은 15.1% 증가함

- 물엿 출하량 감소는 소비자들의 당분 섭취량 감소 및 대체품 수요 증가 때문으로 보임. 반면 출하액 증가는 COVID-19 이후 물가 상승 등으로 물엿 제품 출하 가격도 상승했기 때문임

❍ 덱스트린 출하 규모는 2019년까지 감소세를 보이다가 2020년 출하량 40,370톤, 출하액 534억 원으로 크게 증가함. 이후 2021년 2019년 수준으로 감소함

- 덱스트린은 물엿과 함께 음식점 등에서 식품의 원료로 많이 사용되며 2020년의 덱스트린 출하 규모 증가는 COVID-19로 배달 음식 및 밀키트 수요 급증이 덱스트린 판매 증가의 한 요인으로 보임

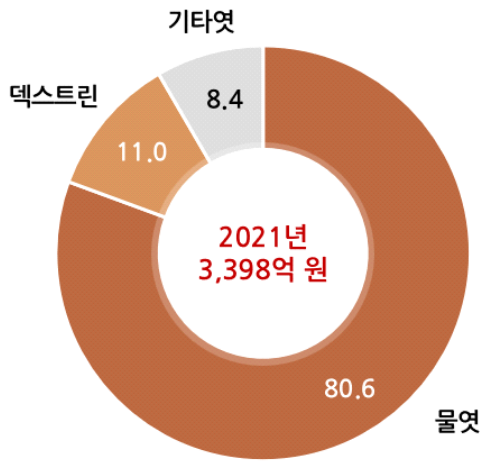
❍ 기타엿 출하 규모는 2017년 이후 증감을 반복하다 2021년 출하량 18,659톤, 출하액 285억 원으로 크게 성장함. 이는 2017년 대비 출하량 209.5%, 출하액 97.0% 증가한 수치임

- 기타엿의 출하 규모 증가 역시 건강 트렌드와 당류 소비 감소 등의 이유로 물엿 대체품 선호 증가의 영향으로 분석됨

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

그림9) 2021년 엿류 품목별 출하액 비중

(단위 : 백만 원, %)



구분	생산액(백만 원)
물엿	273,973
덱스트린	37,267
기타엿	28,543

※ 식품의약품안전처(2017년~2021년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 엿류 생산실적 자료로 재구성함

1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표21) 엿류 전체 품목별 출하 규모 추이

(단위 : 톤, 백만 원, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
물엿	출하량	384,232	417,444	400,646	345,846	368,916
	(비중)	(89.4)	(89.8)	(90.6)	(88.0)	(87.4)
	출하액	237,943	259,576	262,901	226,796	273,973
	(비중)	(83.3)	(83.4)	(84.7)	(72.6)	(80.6)
덱스트린	출하량	39,757	38,580	35,237	40,370	34,550
	(비중)	(9.2)	(8.3)	(8.0)	(10.3)	(8.2)
	출하액	33,128	32,515	31,100	53,409	37,267
	(비중)	(11.6)	(10.4)	(10.0)	(17.1)	(11.0)
기타엿	출하량	6,039	8,935	6,173	6,956	18,659
	(비중)	(1.4)	(1.9)	(1.4)	(1.8)	(4.4)
	출하액	14,486	19,202	16,251	32,088	28,543
	(비중)	(5.1)	(6.2)	(5.2)	(10.3)	(8.4)
합계	**출하량**	**430,028**	**464,959**	**442,056**	**393,172**	**422,125**
	출하액	**285,557**	**311,293**	**310,252**	**312,294**	**339,782**

※ 식품의약품안전처(2017년~2021년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 엿류 생산실적 자료로 재구성함

1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

제2절 수출입 동향

1. 수출입 코드

○ 엿류의 HS코드는 별도로 구분되지 않고, 1702.90의 하위에 포함되어 있음. HS코드 1702.90-3000(맥아당), 1702.90-9000(기타)이 엿류에 해당하는 항목임

- 그러나 1702.90-3000(맥아당)은 통상적으로 말하는 물엿으로 보기 어려움. 1702.90-9000(기타)은 말토덱스트린 이외 다양한 당류 제품이 포함되어 있어 엿류만의 수출입 통계실적을 확인하기 어려움

○ 따라서, 식품의약품안전처의 '식품 및 식품첨가물 생산실적' 기준 엿류 수출실적과 '수입식품 등 검사연보' 기준 수입실적으로 엿류의 수출입 규모를 파악함

- 참고한 수출입 규모 자료에 국가별 수출입 현황은 집계되어 있지 않아 파악하기 어려움

2. 수출입 규모

○ 엿류의 수출 규모는 수출액 기준 2019년 205만 달러로 2018년 33.8% 감소해 수출 규모가 주춤했으나 이후 다시 회복하며 2021년 2,966만 달러로 2017년 대비 약 28배 성장함

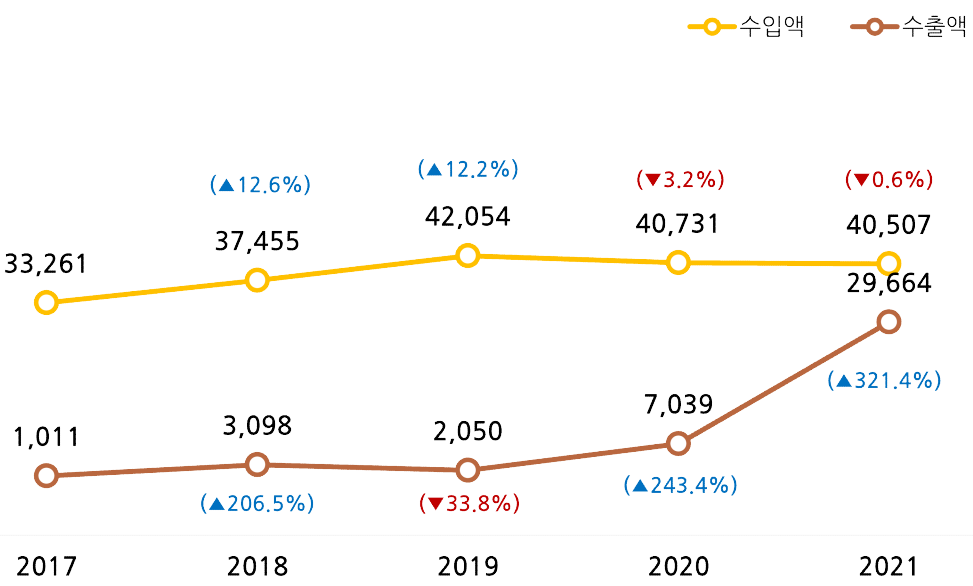
Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

- 해외 소비자들의 한식에 대한 관심 증가는 직접 한식을 요리해 먹게 했으며 한국의 맛을 제대로 원하는 소비자들은 한식에 두루 활용되는 물엿 등의 제품을 구매하고 있어 수출이 증가한 것으로 보임

○ 수입 규모는 2019년까지는 증가세를 보였으나 2020년부터 소폭 감소함. 그러나 2021년 수입액은 4,051만 달러로 2017년과 비교시 21.8% 증가함

그림10) 엿류 연도별 수출입 현황

(단위 : 천 달러, %)



* 수출액 : 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처 / 자료 활용 편집

* 수입액 : 연도별 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처

1) 관세청 수출입 통계에서 HS코드 1702.90-3000(맥아당)과 1702.90-9000(기타)가 엿류에 해당하지만 엿류 외 기타 당류가 모두 포함되어, 엿류만의 수출입 실적을 확인할 수 없음

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

3. 수출 현황

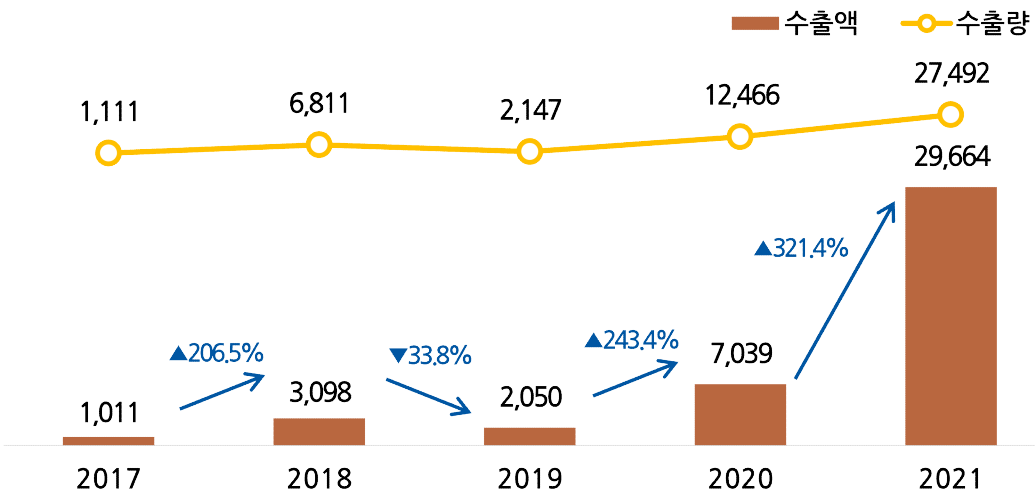
○ 수출량과 수출액은 2019년 감소했으나 전체적으로는 큰 폭의 증가세를 보임. 2021년 수출량은 2017년 1,111톤 대비 23.7배 증가한 27,492톤이며, 수출액은 2017년 101만 달러 대비 28.4배 증가한 2,966만 달러임

- COVID-19 이후 건강에 대한 관심이 증가하며 해외에서 건강한 음식이라 평가받는 한식 수요가 증가함

- 특히, 2021년은 방탄소년단(BTS)과 '오징어 게임' 등 한류 콘텐츠가 전 세계적으로 인기를 얻으며 양념치킨, 떡볶이 등 물엿을 이용한 달고 맛있는 한식에 대한 수요가 크게 증가해 수출 또한 증가한 것으로 보임[27)]

그림11) 엿류 연도별 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)



* 식품의약품안전처(2017년~2021년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 엿류 수출실적 자료로 재구성함

1)원천 자료의 합계를 천 달러 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

27) 2022.10.31. K콘텐츠·팬데믹에 올라탄 K푸드 세계화 현지화·고급화·차별화가 지속 가능성 좌우, 조선비즈

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 품목별 수출을 살펴보면 점유율 1위 품목이 물엿 또는 덱스트린으로 매년 바뀌고 있어, 두 개 품목의 증감이 서로 영향을 주고 있음

○ 2021년은 수출액 기준 덱스트린이 64.0%로 가장 높은 비중을 차지함. 이어서 물엿 35.5%, 기타엿 0.6% 순임

○ 덱스트린은 2021년 수출량 6,737톤, 수출액 1,898만 달러로 2018년 대비 수출량은 17.8배, 수출액은 55.5배 증가해 물엿 대비 높은 점유율을 차지함

- 과거에는 덱스트린을 주로 수입해 왔으나 국내 밀키트 및 건강기능식품 소비 증가로 최근 덱스트린의 국내 생산이 증가하면서 수출 규모 또한 급격하게 증가한 것으로 보임

○ 물엿의 수출 규모는 덱스트린 수출 규모에 영향을 받으며 2017년 이후 증감을 반복하다 2021년 수출량 20,655톤, 수출액 1,052만 달러로 2017년 대비 각각 약 31.4배, 18.1배 증가함

- 2021년 물엿 수출량 급증은 앞서 언급한 바와 같이 한류 콘텐츠 인기에 힘입어 물엿을 이용한 한식 수요가 크게 증가했기 때문으로 보임

- 해외에서는 엿류 중에서도 주로 물엿이 유통되고 있으며, 주요 소비자층은 아시아 식품에 관심이 많고 거부감이 없는 현지인과 재외동포임

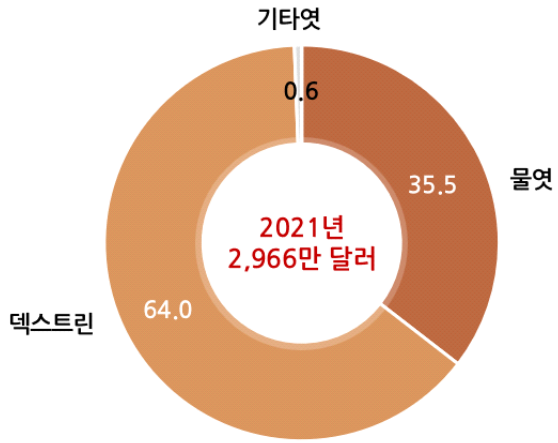
○ 기타엿 수출 규모는 2020년 수출량 697톤, 수출액 46만 달러로 2017년 대비 각각 약 45.4배, 11.2배 증가함. 이후 2021년 수출 규모는 수출량 100톤, 수출액 16만 달러로 수준에 머무름

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

- 2020년의 기타엿 수출 규모 증가는 엿, 한과 등 전통식품의 세계화 노력의 결과로 보이며 엿류는 쌀엿, 호박엿 등이 꾸준히 수출되고 있음

그림12) 2021년 엿류 수출 규모

(단위 : 천 달러, %)



구분	수출액(천 달러)
물엿	10,519
덱스트린	18,981
기타엿	164

* 식품의약품안전처(2017년~2021년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 엿류 수출실적 자료로 재구성함
1) 원천 자료의 합계를 천 달러 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표22) 엿류 품목별 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
물엿	수출량	638	6,412	791	9,555	20,655
	(비중)	(57.4)	(94.1)	(36.8)	(76.6)	(75.1)
	수출액	550	2,618	698	4,679	10,519
	(비중)	(54.5)	(84.5)	(34.0)	(66.5)	(35.5)
덱스트린	수출량	458	357	1,329	2,214	6,737
	(비중)	(41.2)	(5.2)	(61.9)	(17.8)	(24.5)
	수출액	423	336	1,239	1,896	18,981
	(비중)	(41.8)	(10.8)	(60.4)	(26.9)	(64.0)
기타엿	수출량	15	42	27	697	100
	(비중)	(1.4)	(0.6)	(1.3)	(5.6)	(0.4)
	수출액	38	144	114	464	164
	(비중)	(3.7)	(4.7)	(5.5)	(6.6)	(0.6)
합계	**수출량**	**1,111**	**6,811**	**2,147**	**12,466**	**27,492**
	수출액	**1,011**	**3,098**	**2,050**	**7,039**	**29,664**

※ 식품의약품안전처(2017년~2021년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 엿류 수출실적 자료로 재구성함

1) 원천 자료의 합계를 천 달러 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

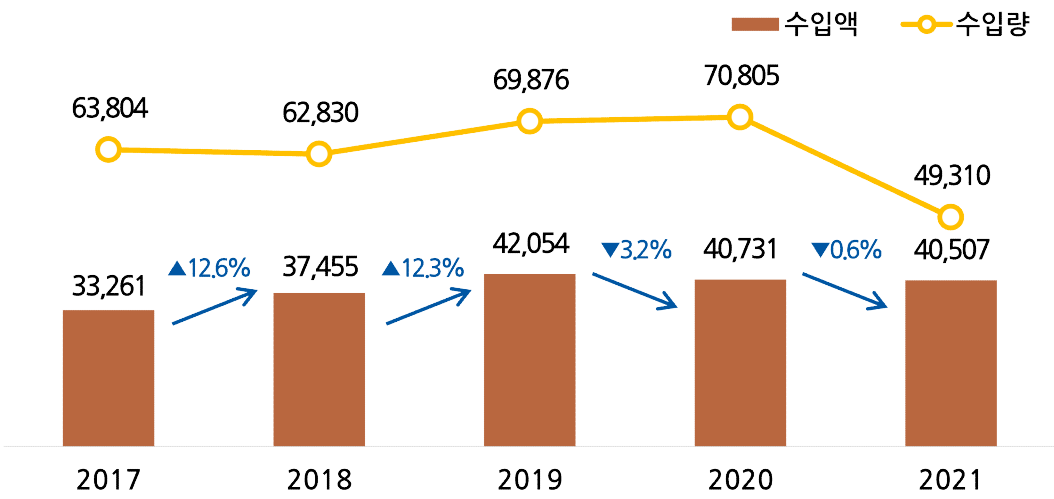
 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

4. 수입 현황

○ 수입액은 2019년까지 증가한 이후 2020년 4,000만 달러대를 유지하고 있음. 수입량은 2017년 이후 지속적으로 증가하여 2020년 70,805톤에 이르렀으나 2021년 수입량이 크게 감소하여 49,310톤에 머무름

그림13) 엿류 연도별 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)



* 식품의약품안전처(2017년~2021년). 수입식품 등 검사연보, 각 연도별 엿류 수입실적 자료로 재구성함

1)원천 자료의 합계를 천 달러 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

○ 품목별 수입을 살펴보면 수입액 기준 덱스트린의 수입이 가장 큰 비중을 차지하며 이어서 물엿, 기타엿 순임. 특히 2021년은 덱스트린이 수입액 기준으로 전체의 91.0%를 차지함

○ 덱스트린은 2019년 소폭 감소했지만 전반적으로 증가세를 보이며 전체 엿류 수입에서 차지하는 비중도 증가함. 2021년 기준 수입량 44,772톤, 수입액 3,686만 달러이며 2017년 대비 수입량은 29.6%, 수입액은 81.3% 증가함

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

- 덱스트린은 다양한 가공식품에 식품첨가물로 사용되기 때문에 가정간편식(HMR) 시장이 성장하면서 수입이 증가한 것으로 보임. 또한 건강기능식품 등 활용 범위가 확대되면서 국내 생산량 증가와 함께 수입량도 증가한 것으로 보임

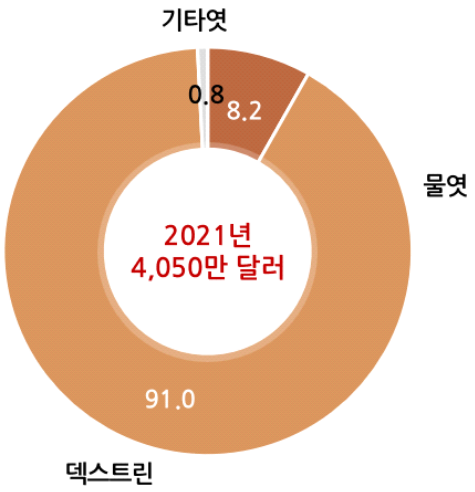
❍ 반면, 물엿 수입 현황은 전체적으로 감소세를 보이고 있음. 최근 5개년 중 2019년의 수입 규모가 최대였으나 이후 계속해서 감소해 2021년 수입량 4,129톤, 수입액 331만 달러로 2019년 대비 수입량 86.2%, 수입액 75.7% 감소함

❍ 기타엿 또한 2019년 수입 규모가 가장 높았으나 이후 감소한 것으로 나타나 물엿과 비슷한 경향을 보이고 있음. 2021년 기준 수입량은 410톤으로 2019년 대비 95% 감소하였으며 수입액은 34만 달러로 2019년 대비 수입량 67.2% 감소함

- COVID-19 이후 건강에 대한 관심 증가로 당 섭취를 줄이기 위한 움직임이 활발해지며 물엿과 기타엿 소비가 감소함

그림14) 2021년 엿류 수입 규모

(단위 : 천 달러, %)



구분	수입액(천 달러)
물엿	3,311
덱스트린	36,857
기타엿	340

* 식품의약품안전처(2017년~2021년). 수입식품 등 검사연보, 각 연도별 엿류 수입실적 자료로 재구성함
1) 원천 자료의 합계를 천 달러 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표23) 엿류 품목별 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
물엿	수입량	28,373	22,461	30,019	26,072	4,129
	(비중)	(44.5)	(35.7)	(43.0)	(36.8)	(8.4)
	수입액	12,488	10,995	13,628	12,130	3,311
	(비중)	(37.5)	(29.4)	(32.4)	(29.8)	(8.2)
덱스트린	수입량	34,542	38,405	37,661	42,607	44,772
	(비중)	(54.1)	(61.1)	(53.9)	(60.2)	(90.8)
	수입액	20,328	25,432	27,381	27,565	36,857
	(비중)	(61.1)	(67.9)	(65.1)	(67.7)	(91.0)
기타엿	수입량	889	1,964	2,197	2,126	410
	(비중)	(1.4)	(3.1)	(3.1)	(3.0)	(0.8)
	수입액	446	1,028	1,045	1,036	340
	(비중)	(1.3)	(2.7)	(2.5)	(2.5)	(0.8)
합계	**수입량**	**63,804**	**62,830**	**69,876**	**70,805**	**49,310**
	수입액	**33,261**	**37,455**	**42,054**	**40,731**	**40,507**

* 식품의약품안전처(2017년~2021년). 수입식품 등 검사연보, 각 연도별 엿류 수입실적 자료로 재구성함

1) 원천 자료의 합계를 천 달러 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

|제5장|

유통 및 판매 현황

제1절 유통 동향

1. 유통 채널 현황

○ 전통 한국 음식 조리시 단맛을 내기 위해 사용되는 물엿과 조청은 단맛을 제공한다는 단순한 기능 외에도 건강을 위해 칼로리를 낮춘 올리고당, 곡물 원료의 천연 식이섬유가 함유된 물엿 등이 가정에서 소비자들의 관심을 얻으며 대형마트, 개인 슈퍼 등에서 판매되고 있음

- 대형마트, 대형 슈퍼 등은 가정용 중심의 소용량 제품, 다양한 기능이 함유된 신제품을 주로 취급, 판매하고 있음. 최근 빠르게 성장하고 있는 식자재 마트는 식당을 운영하는 자영업자를 대상으로 1kg에서 15kg 정도의 대용량 제품을 주로 판매함

○ 가정용 물엿(약 5% 내외)의 유통 판매 채널은 대형마트, 개인 독립슈퍼 등에서 주로 판매되고 있음. 전체 물엿 시장의 대부분을 차지하는 식품업체, 식당/급식업체와 같은 B2B 시장은 벌크(Bulk) 형태로 기업체 간의 직거래를 통해서 유통되고 있음

○ 가정에서 전통 음식을 조리하는 빈도가 감소하면서, 가정 내 물엿 소비량도 감소세를 보이고 있어, 가정용 물엿 제품은 대형마트, 개인 슈퍼 등 제한된 채널에서만 주로 판매되고 있음

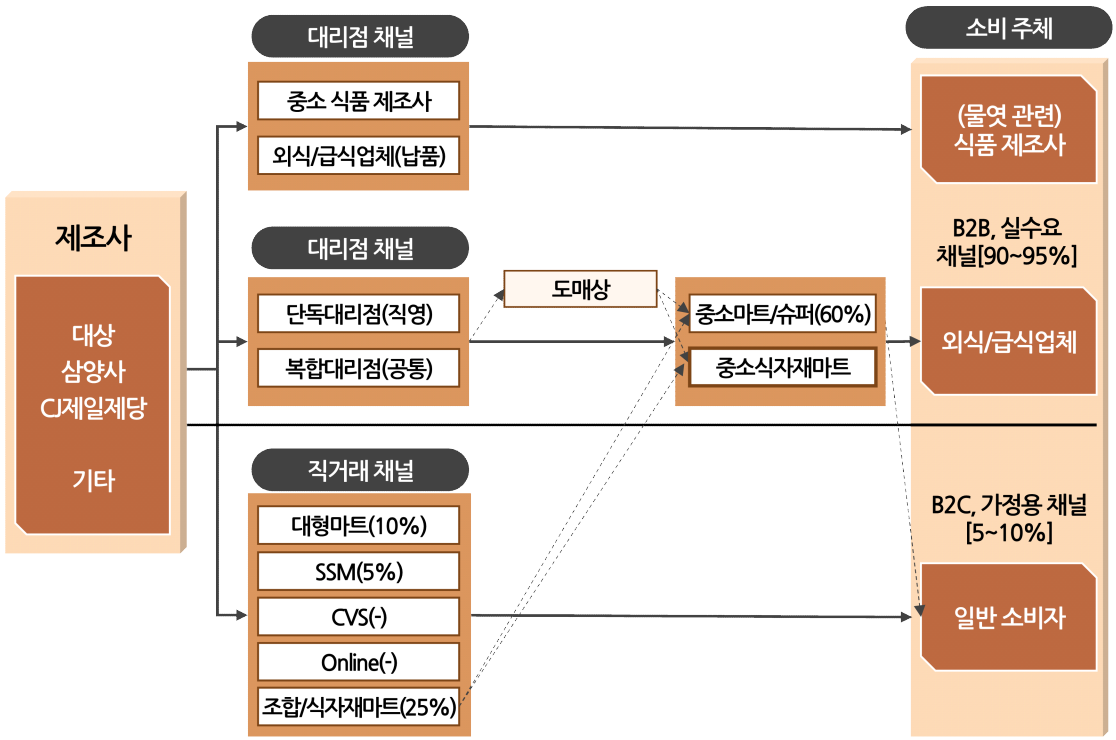
○ B2B 제품들 또한 저렴한 수입 제품들이 국내 시장에 진출하면서 국내 기업과 해외 기업의 가격 경쟁이 점차 심화되고 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 특히, 최근 러시아와 우크라이나 전쟁으로 인해 한동안 생산을 하지 못했던 중국산 맥아물엿, 이온물엿이 최근 국내 시장으로 빠르게 진출하고 있음. 중국산 제품은 품질 측면에서 국내 제품들과 큰 차이는 없으나 국내 제품 대비 Kg당 100~300원 정도 저렴[28]하여, 고추장, 된장 등을 생산하는 중소 장류 제조기업에서 중국산 물엿을 사용하고 있음. 최근 원가 절감을 위해 저렴한 식재료를 선호하는 일부 식당, 급식/외식업체에서도 중국산 물엿 사용이 확대되고 있음[29]

○ 이러한 저렴한 수입 물엿을 선호하는 경향은 한동안 유지될 것으로 보고 있어, 정부 차원의 수입 제품의 유통 상황 점검과 국내 기업들의 물엿 품목 가격 경쟁력 확보를 위한 노력이 필요함

그림15) 조청/엿류 유통구조



* 직거래 채널 비중 : 2022년 닐슨(Niesen) 리테일 데이터 기준, 중소마트/슈퍼는 개인슈퍼(대/중/소)의 합

28) 국내 대기업 실수요(bulk) 제품 납품가 약 1,100~1,200원/kg, 중국산 800~1,000원/kg 수준

29) 전체 수입 물엿 중 중국산 물엿 비중 약 60% 수준

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

제2절 소매시장 규모

1. 소매시장 규모

○ 조청/엿류 소매시장 규모는 생산 및 출하 규모가 큰 품목인 물엿 기준으로 살펴봄

○ 물엿 소매시장 규모[30]는 2022년 기준 판매액 316억 원, 판매량 15,088톤으로 2020년 대비 판매액은 4.7% 증가, 판매량은 16.4% 감소한 수치임

- 각종 성인병, 당류를 과다 섭취하는 식생활이 사회적 문제로 대두되고 다이어트 등 건강에 대한 관심 증가는 당분 섭취량 감소로 이어져 물엿 판매량이 감소한 것으로 보임

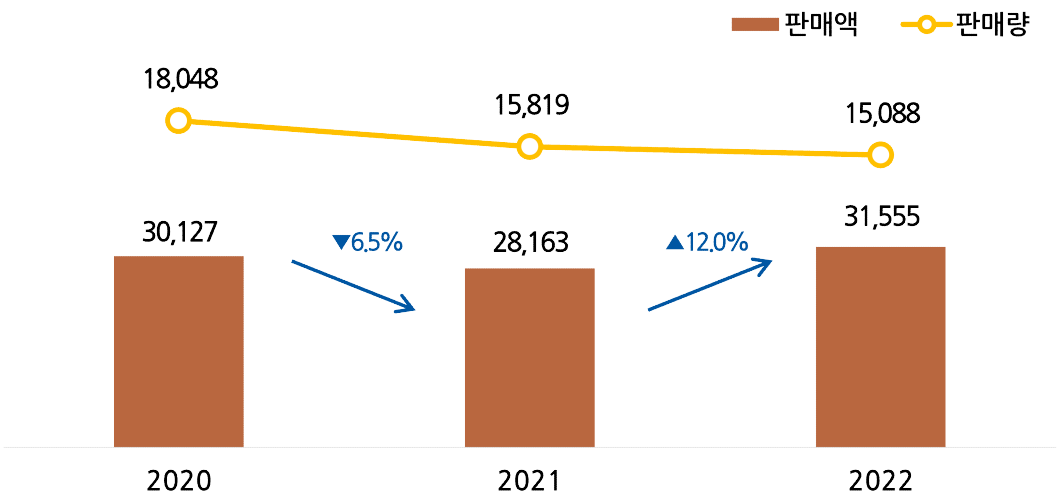
- 2020년 대비 2022년의 판매량은 감소했으나 판매액이 증가한 것은 COVID-19 이후 물가 상승 등으로 물엿 제품 가격 상승했기 때문인 것으로 분석됨

30) 가공식품 세분시장 현황조사 전문가 인터뷰 자료이며, 해당 자료의 1년 기준은 전년도 10월부터 당해연도 10월까지임

Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

그림16) 물엿 소매시장 규모

(단위 : 백만 원, %)



* 업계 전문가 인터뷰 자료

* 1년 기준은 전년도 10월부터 당해연도 10월까지임

2. 제조업체 현황

○ 조청/엿류 시장에서 대기업은 90% 이상의 시장 비중을 차지하고 있음.[31] 대기업은 설탕 대신 천연 원료로 단맛을 낼 수 있는 원료를 연구하여 소비자 수요에 맞는 제품 출시, 전 세계 유명 제품들을 벤치마킹하는 전략적 접근으로 다양한 제품과 제형을 제공할 수 있는 강점이 있음

○ 조청/엿류 시장 내 중소기업 비중은 약 10% 이하로 중소기업의 강점은 전통적인 제조방식을 보유하고 있는 점이며 소비자들은 전통방식에 대해 긍정적인 인식을 보유함. 또한 맛/원료 등 다양한 제품 개발이 가능하고 지역별 전통 한식/음식 특화로 지역 경제 활성화 및 지역 브랜드화 용이함. 최근 한식에 대한 관심이 증가하여 한식의 세계화에 따른 수출 증가 등 긍정적인 효과도 있음

31) 물엿 기준, 전통 엿 시장 비중은 중소기업, 소상공인 100%

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

1) 주요 제조업체 동향

○ 엿류의 주요 제조업체는 오뚜기, CJ제일제당, 사조해표, 대상을 살펴봄

○ 오뚜기는 1990년 처음 '맥아물엿' 제품을 출시하며 물엿 사업을 시작함. 이후 전통의 맛에 해당하는 '옛날' 시리즈를 출시하면서 '옛날물엿', '옛날조청쌀엿' 등을 선보임

○ CJ제일제당은 1953년 설립 이후 1965년 '백설표' 브랜드를 탄생시킴. 이후 식용유, 물엿, 설탕 등을 꾸준히 생산하고 있음. 물엿, 쌀엿 뿐만 아니라 '올리고당을 더한 물엿' 등을 판매하고 있음

○ 사조해표는 사조 그룹의 브랜드 중 하나로 식용유, 참기름, 물엿 등 다양한 제품을 판매하고 있음. 물엿은 700g, 1.2kg 등 가정용부터 5kg, 10kg 등 업소용까지 다양한 용량이 있으며 전통방식 그대로 만들어 부드럽고 달콤한 것이 특징임

○ 대상(주)은 1964년 전분 및 전분당 사업에 진출하며 물엿 시장을 개척하였음. 이후 청정원 브랜드로 조청쌀엿, 물엿 등을 출시했으며 700g, 2.45kg, 5kg, 10kg 등 업소용까지 다양한 용량이 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표24) 엿류 주요 제조업체 특징 및 연혁

업체명	구분	내용
오뚜기	주요 특징	• 식초, 스프, 케찹, 마요네즈, 3분카레, 라면, 참치, 즉석밥 등을 생산하는 종합식품회사
	연혁	• 1969년 : 회사 창립, 오뚜기 즉석카레 출시
		• 1980년 : 오뚜기 식품주식회사로 상호 변경
		• 1989년 : 오뚜기 중앙연구소 개소
		• 1990년 : 맥아물엿 출시
		• 1992년 : 옛날물엿 출시
		• 1994년 : 옛날조청쌀엿 출시
		• 2006년 : 삼포식품(주) 인수
		• 2019년 : 오뚜기 포승공장 준공
	주요 생산 제품	• 맥아물엿, 옛날물엿, 옛날조청쌀엿, 오쉐프 물엿
대상 청정원	주요 특징	• 1956년 설립된 이래 세계 3대 발효 전문기업으로 성장했으며, 전통장류, 종합 조미료, 농수산식품, 냉동식품 등을 생산하며 종합식품회사로 성장함
	연혁	• 1956년 : 동아화성공업주식회사 설립
		• 1964년 : 전분 및 전분당 사업 진출
		• 1986년 : 서울 미원(주)를 ㈜미원으로 상호변경
		• 1996년 : 청정원 브랜드 출범
		• 2003년 : 군산 전분당 공장 준공
		• 2013년 : Design Ricor, 필리핀 네슬레와 물엿공장 기공식 실시
		• 2017년 : PT. MIWON INDONESIA 전분당공장 준공
	주요 생산 제품	• 물엿, 조청쌀엿, 황물엿

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

CJ 제일 제당 백설	주요 특징	• 1953년 기초소재식품인 설탕을 생산하면서 시작한 CJ제일제당은 지난 60여 년간 식품산업의 발전을 선도하며 식품, BIO, 제약 분야까지 사업 영역을 확장함 • 백설, 해찬들, 다시다, 햇반, 비비고, 스팸, 고메, 하선정, 쁘띠첼 등의 브랜드가 있음
	연혁	• 1953년 : 제일제당공업주식회사 설립
		• 1965년 : 사내 공모를 통한 '백설표' 탄생
		• 1978년 : 식품 연구소 설립
		• 2006년 : 하선정 종합 식품 인수
		• 2017년 : '2018 평창 동계올림픽' 공식 후원사 선정
	주요 생산 제품	• 백설 맥아 물엿, 올리고당을 더한 물엿, 백설 쌀엿
사조 해표	주요 특징	• 1973년 창립 이후, 수산업부터 시작해 어묵, 맛살, 소스류 등 다양한 제품을 생산하고 있음
	연혁	• 1973년 : 회사설립 ㈜시전사
		• 1971년 : 사조산업 주식회사 사명변경
		• 2004년 : ㈜사조해표 계열사 추가
		• 2019년 : ㈜사조대림, ㈜사조해표 합병
	주요 생산 제품	• 물엿

* 업체별 홈페이지의 관련 내용 참고

Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표25) 엿류 업체별 제품

업체명	제품명	제품설명	용량	이미지
오뚜기	옛날 쌀엿(조청)	쌀 100%로 만들어진 제품으로 전통의 구수한 맛이 특징임	700g, 1.2kg, 2.45kg	
	옛날 물엿	옥수수전분 100%로 만들어짐	700g, 1.2kg, 2.45kg, 5kg	
대상 청정원	물엿	옥수수전분 100%로 만들어짐	700g, 1.2kg, 2.45kg, 5kg, 10kg	
	조청쌀엿	쌀 100%로 만들어지며 특허받은 IF 효소공법으로 만들어진 제품임	700g, 1.2kg, 3kg, 5kg,	
	황물엿	옥수수전분 물엿과 옥분 물엿으로 만들어진 제품, 업소용 대용량 제품만 판매하고 있음	5kg, 10kg, 16kg	

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

CJ 제일제당 백설	백설 물엿	옥수수전분 100%로 만들어짐	700g, 1.2kg, 5kg,	
	백설 쌀엿	쌀 100%로 만들어짐	700g, 1.2kg,	
	올리고당을 더한 물엿	옥수수로 만들 물엿에 프락토 올리고당과 식이섬유를 더해 한층 부드러워진 제품	2.45kg	
사조해표	물엿	옥수수 100%로 만들어져 맥아당 50%이상이 농축되어 있는 제품	700g, 1.2kg, 2.4kg	
	조청황엿	옥수수 100%로 직접 고아서 만든 전통조청 제품	5kg, 9kg	

* 업체별 제품 홈페이지 및 홈쇼핑

❍ 엿류의 중소제조업체로는 농업회사법인 두레촌, 박사골, 구산양반엿영농조합, 호정식품, 장바우 치악산 황골엿, 매야전통식품이 있음

❍ 농업회사법인 두레촌은 1980년 설립되었으며 충북 충주시에 위치함. 1998년 농림축산식품부로부터 조청과 엿 부문 전통식품품질인증을 받음. 전통 제조방식 그대로 엿과 조청을 제조하고 있으며 쌀조청, 도라지조청, 생강조청 등 다양한 맛의 조청을 판매하고 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

❍ 박사골 옛날 쌀엿은 전북 임실 삼계면에 위치함. 원이숙 대표는 30년 경력의 손맛으로 임실 내에서 생산되는 깨끗하고 질 좋은 쌀, 엿기름을 이용해 쌀엿을 생산하고 있으며 바삭바삭하고 입안에 달라붙지 않는 것이 특징임. 엿 외에 '삼계 전통조청'도 판매하고 있으며 수능엿이 유명함. 2018년 '쌀엿'으로 대한민국식품명인 제80호로 지정됨

❍ 구산양반엿영농조합의 김순옥 대표는 전남 순천에 있는 옥천 조씨 가문에 400년간 내려오는 전통 조청 제조방법으로 제조한 '조이당 조청'으로 2019년 대한민국식품명인 지정이 됨. '조이당한과쌀조청', '조이당양반쌀엿', '조이당유과', 약과 및 강정을 판매하고 있으며 2013년 세계음식 경연대회 반가음식에서 대통령상을 수상함

❍ 농업회사법인 호정식품은 전남 담양군에 위치하며 1990년 전통식품 지원업체 선정을 통해 설립됨. 유영군 대표는 할머니와 어머니를 통해 집안 대대로 전해 내려온 제조비법을 전수받아 '창평쌀엿/쌀조청', '창평 한과'를 생산하고 있음. 2000년 '창평 쌀엿'으로 대한민국식품명인 제21호로 지정됨

❍ 장바우 치악산 황골엿은 강원도 원주에서 5대째 계승가업으로 황골엿을 제조하고 있으며, 2016년 '옥수수엿'으로 대한민국식품명인 제70호로 지정됨. 다양한 엿 제품과 조청을 판매하고 있음

❍ 매야전통식품의 최송자 대표는 경북 울진에서 5대조 시할아버지의 기록에 의해서 쌀엿과 조청을 만드는 것이 인정되어 '쌀엿'으로 대한민국식품명인 제83호로 지정됨. 쌀 조청과 도라지, 생강 조청을 판매하고 있음

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표26) 엿류 중소기업 및 명인의 제조업체 특징 및 연혁

업체명	구분	내용
농업회사법인 두레촌	주요 특징	• 대한민국식품명인 제32호 강봉석이 국내산 원료만을 사용하여 전통적인 제조공정으로 옛맛을 그대로 재현해내는 제품을 판매함
	연혁	• 1980년 : 제일 엿공장 설립
		• 1994년 : 조청·엿 전통식품 제조업체 두레촌 설립
		• 2008년 : 강봉석 명인 농림부 대한민국식품명인 지정
		• 2014년 : 전통식품품질인증 721호(조청) 취득
		• 2017년 : 유기가공식품, HACCP식품안전관리 인증
	주요 생산 제품	• 강봉석 명인 조청/쌀조청, 명인 도라지조청, 명인조청가루
박사골 옛날 쌀엿	주요 특징	• 엿이 이에 잘 달라붙지 않고 마을에서 예로부터 전수받은 전통 제조기법 그대로 만들어 판매함
	연혁	• 2011년 : 법인화 공동체사업 시작
		• 2018년 : 원이숙 명인 농림부 대한민국식품명인 지정
	주요 생산 제품	• 박사골 옛날쌀엿, 양파엿, 쑥엿, 옛날 쌀조청, 수능엿
구산양반엿영농조합	주요 특징	• 남도 순천 주암에서 나오는 농산물로 전통방식 그대로 한과를 제조하고 있음. 조청 제조방식은 400년간 내려오는 방식으로 제조해 판매함
	연혁	• 2013년 : 세계음식 경연대회 반가음식 수상
		• 2019년 : 김순옥 명인 농림부 대한민국식품명인 지정
	주요 생산 제품	• 조이당쌀조청, 조이당 도라지조청, 조이당 한과, 조이당 약과

* 업체별 홈페이지의 관련 내용 참고

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표27) 엿류 중소기업 및 명인의 업체별 제품

업체명	제품명	제품설명	용량	이미지
농업회사 법인 두레촌	명인조청가루	강봉석 명인의 쌀조청을 가루로 만든 제품	8g x8스틱	
	명인 쌀조청	100% 국내산 쌀과 엿기름으로 강봉석 명인이 만든 전통 조청. 선물용, 가정용, 식당용이 있음	310g, 480g, 1.3kg, 2.5kg, 5kg, 20kg	
	명인 도라지조청	4~5년근 국내산 생도라지를 갈아넣어 쌀조청과 함께 오랜시간 고아서 만든 조청. 짜 먹을 수 있는 스틱 형태의 제품도 판매하고 있음	스틱, 500g, 600g	
	명인 호박조청	국내산 생호박을 갈아넣어 쌀조청과 함께 오랜시간 고아서 만든 조청	500g, 1.1kg	
	명인 우리쌀 호박엿	첨가제나 방부제가 들어있지 않은 전통 호박엿. 명인이 직접 만든 호박조청과 쌀조청으로 제조함	300g	

 Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

박사골 옛날 쌀엿	박사골 옛날쌀엿	생강과 콩가루를 첨가한 쌀엿 바삭바삭하고 입안에 잘 붙지 않는 것이 특징임	1kg, 2kg, 3kg, 5kg, 선물용, 대바구니	
	박사골 옛날 쌀조청	100% 국내선 재료만을 사용한 삼계조청	1kg, 2kg, 10kg	
	박사골 수능엿	수능 선물용으로 포장한 박사골 옛날쌀엿 제품	250g x 2	
구산 양반엿 영농조합 조이당한과	조이당 쌀조청	순천 주암 구산지역에 400년간 내려오는 전통방식 그대로 만든 쌀조청	1.35kg, 2.7kg	
	조이당 쌀엿조청	쌀조청으로 만든 쌀엿과 조청을 함께 판매하는 제품	-	
	조이당 생강조청	순천 주암 구산지역에 400년간 내려오는 전통방식 그대로 만든 쌀조청에 생강을 첨가한 것	1.35kg	

* 업체별 제품 홈페이지

Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

|제6장|

소비자 동향 및 트렌드 분석

제1절 조사 개요

1. 빅데이터 조사 개요

○ 빅데이터 분석은 네이버 검색량을 기반으로 진행함

- 네이버는 국내 대표 온라인 검색 포털 사이트이며, 누구나 자료 분석이 가능함
- 데이터 수집 기간은 2021년 10월 6일 ~ 2022년 10월 6일 (1년간)임
- 데이터 소스는 엿조청 기준 네이버 웹문서(1,500건), 블로그(228건), 뉴스(655건), 카페(650건), 지식인(991건), 학술정보 전체(690건), 네이버 트렌드, 네이버 데이터랩 등을 사용함
- 분석 방법은 워드 클라우드 분석(Word Cloud), 검색어 트렌드, 구조방정식 모델링(Structural Equation Modeling)임
- 분석 과정은 다음과 같음

구분	항목	세부 내용
1단계	데이터 수집	(관련 키워드 포함) 연관 검색어, 검색량 정보 수집(전체) -->
2단계	데이터 정제/언어 처리	수집된 데이터에 불필요한 요소들을 제거 --> 비정형 데이터 정형화 작업 --> 정제된 데이터 확보 -->
3단계	데이터 정형화 및 분석	정제된 데이터를 재정형화 --> 결과물 도출 --> 분석 및 보고서

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

2. 소비자 조사 개요

1) 조사 목적

○ 소비자 조사는 조청/엿류 소비행태 분석을 위해 시중에 판매 중인 조청/엿류를 전통 조청 및 엿, 물엿, 올리고당 등으로 구분하여 구입 및 이용, 인식 태도를 분석함

2) 조사 설계

○ 최근 1년 내 조청/엿(전통 조청/엿, 물엿 등) 제품 구입 경험이 있는 서울/수도권 및 5대 광역시 및 시/군/구 거주하는 20세 이상 성인 남녀 소비자를 대상으로 2022년 12월 13일 ~ 12월 19일(7일간) 온라인 조사로 진행함

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

3) 응답자 특성

표28) 소비자 온라인 조사 응답자 특성

구분		사례수(명)	비중(%)
전체		**500**	**100.0**
성별	남성	150	30.0
	여성	350	70.0
연령	20대	90	18.0
	30대	89	17.8
	40대	110	22.0
	50대	121	24.2
	60대	90	18.0
성별 * 연령	남성 20대	28	5.6
	남성 30대	26	5.2
	남성 40대	33	6.6
	남성 50대	35	7.0
	남성 60대	28	5.6
	여성 20대	62	12.4
	여성 30대	63	12.6
	여성 40대	77	15.4
	여성 50대	86	17.2
	여성 60대	62	12.4
결혼 여부	미혼	156	31.2
	기혼	344	68.8

* 엿류에 대한 검색도 여성의 비율이 높아 성별 비중을 여성 : 남성 = 7 : 3 비중으로 설문조사를 실시함
('엿류' 클릭량 비율 = 여성 72% : 남성 28%, 출처 : 네이버 datalab, 2021.10.06.~2022.10.06.)

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

제2절 국내 시장 동향 분석

1. 시장 동향

1) 시장 현황 및 향후 전망

○ 국내 조청/엿류 시장은 COVID-19 이전에는 꾸준한 성장세였으나 COVID-19가 큰 확산세를 보였던 2020년에는 국내 생산량과 판매액이 크게 감소함[32]. 생산량 기준 2021년은 2020년 대비 상승했으나 2022년은 2021년 대비 크게 위축된 것으로 나타나 COVID-19로 인한 시장 등락이 심한 품목임

- 2022년 상반기 국제적인 원재료 가격 인상, 러시아와 우크라이나 전쟁, 주요 수출국의 기상 변화 등으로 인해 국제 원재료 가격 등락이 반복됨. 높아진 국제 원재료 가격과 미국 인플레이션, 유가 상승, 원-달러 환율 하락으로 물엿, 설탕 등의 가격도 급격히 상승함

○ 물엿, 설탕 등의 원재료는 대부분 수입에 의존하고 있고 국내 주요 원부자재의 가격이 상승해 전반적인 제품 판매가격이 인상됨. 제품 가격 상승으로 기업의 판매액은 소폭 증가했으나 소비자들의 물엿, 조청 등의 사용은 점진적으로 감소할 것으로 관련 업계는 예측하고 있음

○ 국내 전분당 업계는 2020년 이후 요기요, 배달의민족, 마켓컬리 등 배달앱을 이용한 식자재, 음식 배달 수요가 증가와 함께 성장함. 최근 배달비 인상, 밀키트 시장 성장으로 물엿과 덱스트린 판매가 크게 증가함

32) 물엿 판매량 추이(식품 S사 기준) : '20년 89,003톤, '21년 95,064톤, '22년 73,104톤

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 2023년 단기 전망 역시 COVID-19 위험 감소, 러시아와 우크라이나 전쟁의 안정화, 환율 문제 회복 등을 고려해 2022년 대비 전반적인 시장 위험성 감소가 예상됨. 하지만 중장기적인 시장 전망은 소비량의 점진적인 감소로 시장 위축이 예상됨

2) 시장 트렌드

○ 인구 고령화로 인한 건강 고려, 물엿 대체 제품 등장

- 가정용 물엿 시장에서 건강 및 다이어트를 고려한 제품과 장 건강을 생각한 올리고당 제품 소비가 지속적으로 증가하고 있음. 일반 물엿을 대체할 수 있는 다양한 형태의 제품이 등장하고 있으며, 단맛은 약하지만 건강을 고려한 조청류, 올리고당류, 기타 당류 등의 판매 비중이 꾸준히 증가하고 있음

○ 한식에 대한 관심 증대

- 물엿은 한식 요리, 식품제조에 흔히 사용되는 대중적인 원료임. 또한 구입 및 사용이 편리하고 가격이 저렴하며 음식의 단맛을 제공, 요리의 외관도 보기 좋게 해주는 여러 가지 장점을 보유함. 전체 시장 관점에서 점차 위축세로 전망되고 있으나 전통 한식을 선호하는 태도는 여전히 존재하고 최근 외국인들의 한국 음식에 대한 관심이 증가해 외국인을 대상으로 하는 관광 상품, 한식 문화의 세계화 관점에서 물엿, 엿기름, 조청 등의 시장성을 다시 한번 점검해 볼 수 있음

○ B2B 식재료 시장 성장

- B2B 시장의 물엿 사용처인 식당 등에서는 무색 물엿을 선호하나 전통방식의 음식을 제조하는 업체에서는 카라멜 색소를 섞은 물엿이나 조청을 선호하고 있음. 물엿과 조청 제조업체에서는 식당, 사용처의 용도, 조리되는 음식의 차이에 따라 맛, 색상, 물성 등 각기 다른 물엿 제품을 생산, 판매하고 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

2. 관련 온라인 빅데이터 분석

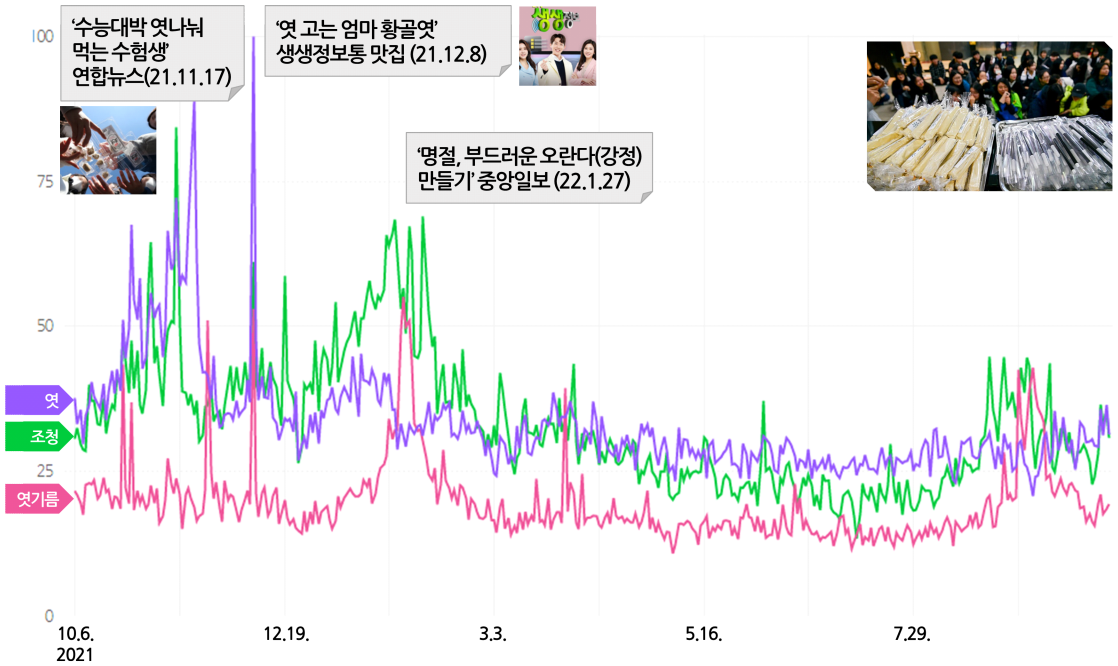
1) 관련 검색량 분석

❍ 2021년 10월 6일부터 2022년 10월 6일까지 지난 1년간 네이버에서 검색된 '조청/엿류' 관련 검색량 추이는 2021년 12월 8일 '엿 고는 엄마 황골엿(생생정보통)', 2021년 11월 17일 '수능대박 엿 나눠먹는 수험생' 관련 뉴스가 최근 1년간 가장 많은 검색량을 기록하였음. 그 외, 2022년 1월 27일 '명절, 부드러운 오란다 강정만들기' 뉴스 외 조청/엿류 관련 네이버 검색량은 2022년 1월 이후 일정 수준을 유지하고 있음

❍ 네이버 쇼핑인사이트 기준, 조청/엿류 관련 검색 주체는 성별로는 여성 72%, 남성 28%로 여성 소비자의 검색 비율이 높게 나타나고 있으며, 연령별로는 40대 > 50대 > 30대, 검색 기기는 모바일 85%, PC 15% 등으로 나타남. 조청/엿류 시장은 주로 '40대~50대 여성 소비자가 핸드폰을 통해서 조청/엿류 관련 뉴스, 제품을 검색'하는 행태가 보편적임

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

그림17) 조청/엿류 관련 검색량 추이

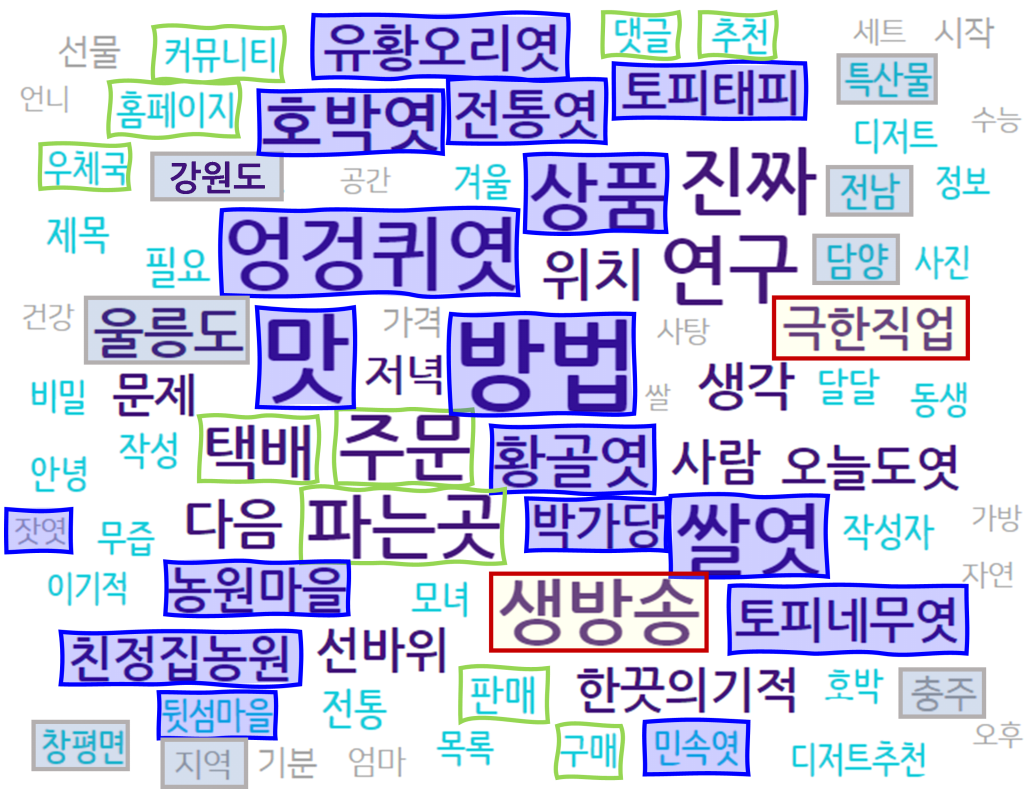


Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

2) 관련 키워드 분포

○ 네이버 웹문서, 블로그, 뉴스, 카페, 지식인, 학술정보 등에서 검색어로 사용된 '조청/엿류' 관련 검색어는 ① 종류/제조방식/원료/제조사(방법, 엉겅퀴엿, 맛, 쌀엿, 호박엿, 유황오리엿, 토피태피, 전통엿, 황골엿, 박가당, 농원마을 등), ② 온라인 주문 판매(주문, 파는 곳, 택배, 커뮤니티, 홈페이지, 우체국, 판매 등), ③ 지역 특산물(울릉도, 강원도, 창평면, 지역, 전남, 담양, 충주 등) 등 다양한 연관 검색어들이 확인되었음

그림18) 검색어 워드 클라우드 분석



 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

그림19) 2022 엿조청 검색 키워드

3) 2022년 핵심 키워드

○ 네이버 데이터랩 쇼핑인사이트 클릭·검색어 노출 상위 100개 순위 검색어, 자문단 심층 면접, 소비자 정량 조사결과를 종합 분석하여 2022년 조청/엿류 시장 제품별 핵심 키워드를 선정하였음

○ 100대 검색어를 통해 도출된 조청/엿류 제품에 대해서 소비자 정량조사 및 전문가 의견을 취합하여 2022년 조청/엿류 시장 핵심 제품 핵심을 기반으로 제품 트렌드를 도출함

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표29) 100대 검색 제품 (Naver datalab)[33]

1	엿	21	꿩엿	41	쌀갱엿	61	갱엿1kg	81	뽑기엿
2	가평잣엿	22	전통엿	42	합격선물	62	도라지엿	82	합격기원엿
3	황골엿	23	창평쌀엿	43	콩엿	63	명인잣엿	83	강봉석호박엿
4	갱엿	24	울금호박엿	44	선물용찹쌀떡 수제응원	64	가평잣호박엿	84	최가네 땅콩호박엿
5	수능선물	25	장바우 치악산황골엿	45	전통쌀엿	65	쌀땅콩엿	85	엿츠
6	합격엿	26	순대엿	46	박사골엿	66	장바우황골엿	86	가평호두엿
7	호박엿	27	유황오리양엿	47	삼시세끼연구소 수능선물	67	수수엿	87	땅콩호박엿
8	쌀엿	28	창평엿	48	시험선물	68	우도땅콩엿	88	서해안가락엿
9	울릉도호박엿	29	합격기원	49	수능선물추천	69	합격엿선물세트	89	윤팔도엿
10	가락엿	30	수제엿	50	호품광명	70	판엿	90	극한직업 유황오리엿
11	수능엿	31	수능합격엿	51	강엿	71	수능응원선물	91	시험합격선물
12	유황오리엿	32	옛날엿	52	원주황골엿	72	수능합격기원 선물	92	호정가합격엿
13	땅콩엿	33	우진엿	53	수능합격선물	73	수제달고나1kg 이벤트	93	장수땅콩엿
14	생강엿	34	인산가무엿	54	백점만점엿	74	가평잣엿 칼로리	94	구름엿
15	잣엿	35	수능	55	조청엿	75	합격	95	명가호두엿
16	수능선물세트	36	청우호박엿	56	담양엿	76	수능합격기원	96	순창쌀엿
17	치악산황골엿	37	담양쌀엿	57	담은청	77	호품광명 가평잣엿	97	서해안호박엿 1.4kg
18	서해안호박엿	38	갱엿파는곳	58	인절미쌀엿	78	호정가엿	98	부자농부 유황오리양엿
19	합격기원선물	39	극한직업황골엿	59	제주꿩엿	79	힘내엿	99	라이스에너지볼
20	호두엿	40	수험생선물	60	백점만점가락엿	80	호박엿사탕	100	수능엿세트

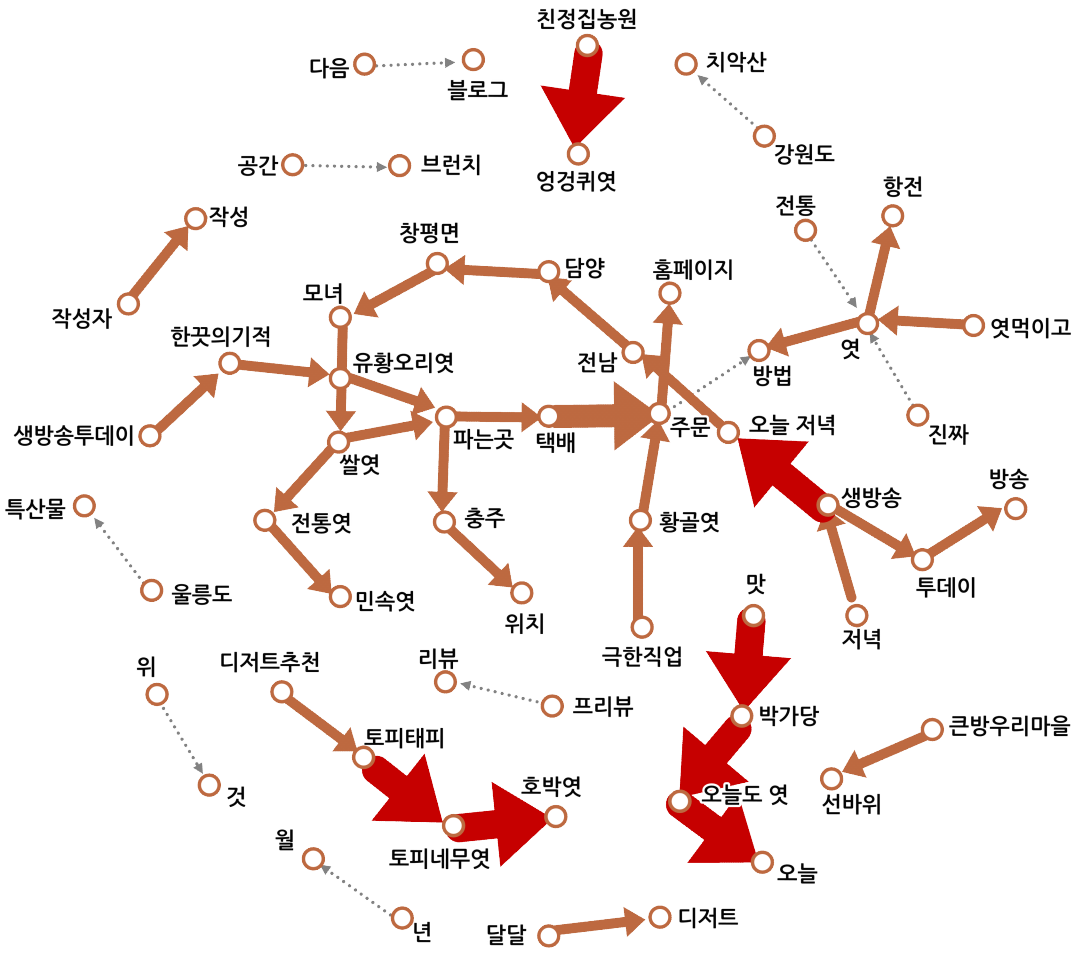
33) '조청/엿류'로 검색되어 나온 연관 검색어로 실제 조청/엿류뿐만 아니라 조청/엿류와 함께 검색된 키워드가 같이 제시되어 있음

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

4) 키워드 네트워크 분석 (N-Gram Network)

○ 네이버 검색에서 사용된 조청/엿류 관련 키워드들의 연관성 분석 결과 가장 높은 연관성을 보인 검색 키워드 세트는 '생방송 → 오늘저녁→ 전남 → 담양 → 창평면 → 모녀 → 유황오리엿 → 쌀엿 → 전통엿 → 민속엿', '생방송투데이 → 한끗의기적 → 유황오리엿 → 파는곳 → 택배 → 주문', '맛 → 박가당 → 오늘도엿 → 오늘', '디저트추천 → 토피태피 → 토피네무엿 → 호박엿' 등 엿조청 관련 검색어 키워드 네트워크가 존재함

그림20) 조청/엿류 관련 키워드 네트워크 분석



Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

제3절 소비 행태 분석

1. 구입 및 사용 행태

1) 구입 빈도

❍ 조청/엿류(물엿) 구입경험자는 1년에 4회 정도 구입하고 있는 것으로 나타남

- 남성은 연 4.4회로 여성 대비 구입 빈도가 많았으며, 연령별로는 40대 이상에서 구입이 많았음

그림21) 조청/엿류 구입빈도

(n=500, 평균 : 회/년)

* 30 미만 사례수 해석 유의

 Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

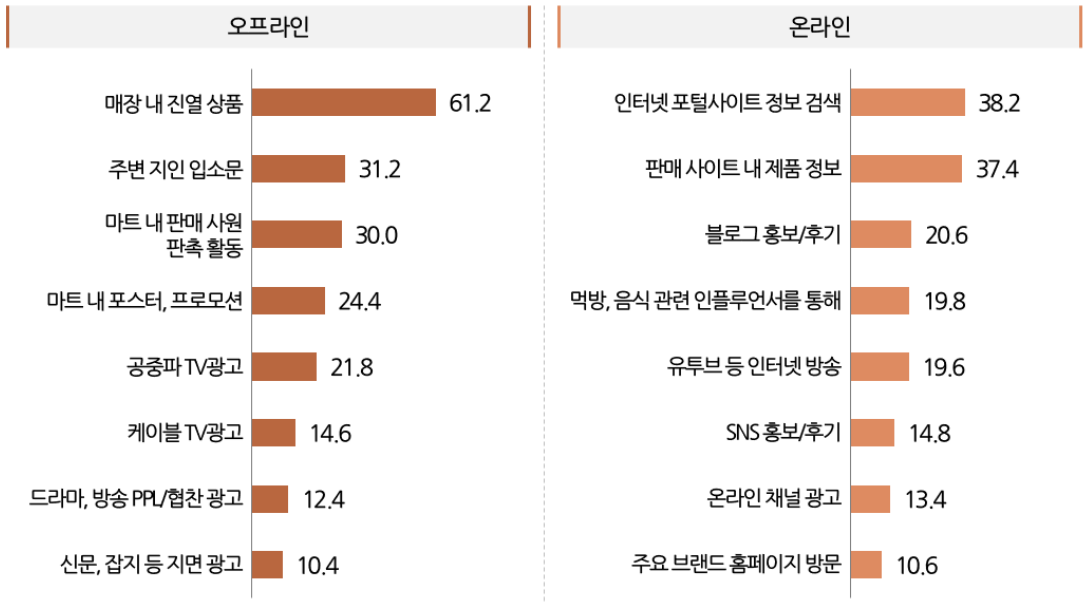
2) 정보 수집 채널

○ 조청/엿류(물엿) 관련 정보는 응답자의 61.2%가 '오프라인 매장 내 진열 상품'을 통해 얻고 있음. 다음으로 '인터넷 포털사이트 정보 검색', '판매 사이트 내 제품 정보'가 각각 38.2%, 37.4%로 나타나 온라인 채널로 제품 정보를 수집하고 있음

○ 이외 '주변 지인 소개', '블로그 홍보/후기', '먹방, 음식 관련 인플루언서'와 같이 온라인 및 오프라인 채널로 제품 경험자들의 후기 정보로 제품 정보를 얻고 있음

그림22) 조청/엿류 정보 수집 채널_복수응답

(n=500, 단위 : %)



Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

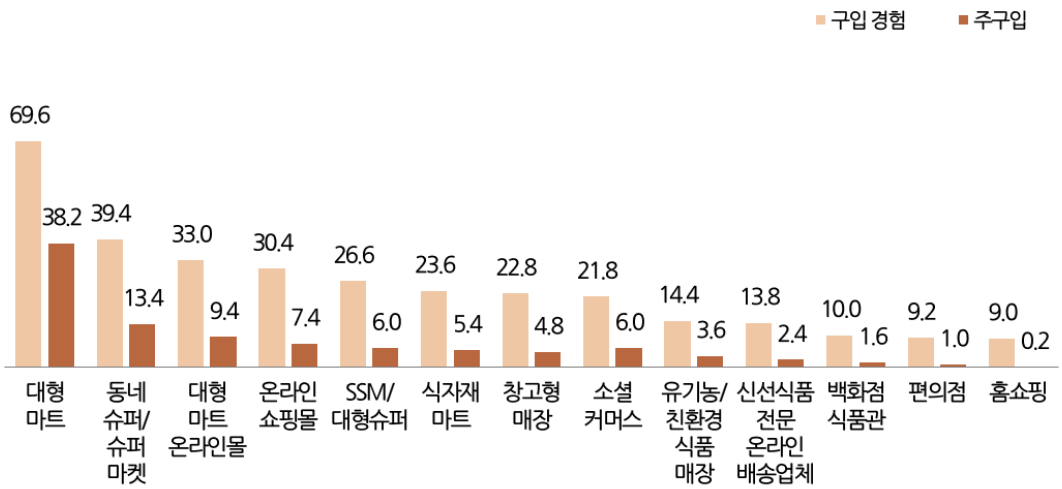
3) 구입 채널

○ 조청/엿류(물엿) 구입은 '대형마트'가 구입경험률 69.6%, 주 구입률 38.2%로 가장 높음. 다음으로 '동네 슈퍼/슈퍼마켓', '대형마트 온라인몰', '온라인 쇼핑몰' 순임

- 이는 가정용 물엿 제품이 주로 대형마트, 개인 슈퍼 등 제한된 채널에서만 판매되고 있기 때문으로 보임

그림23) 조청/엿류 구입 채널

(n=500, 단위 : %)



 Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

4) 구입량 변화(COVID-19 발생 이전과 비교)

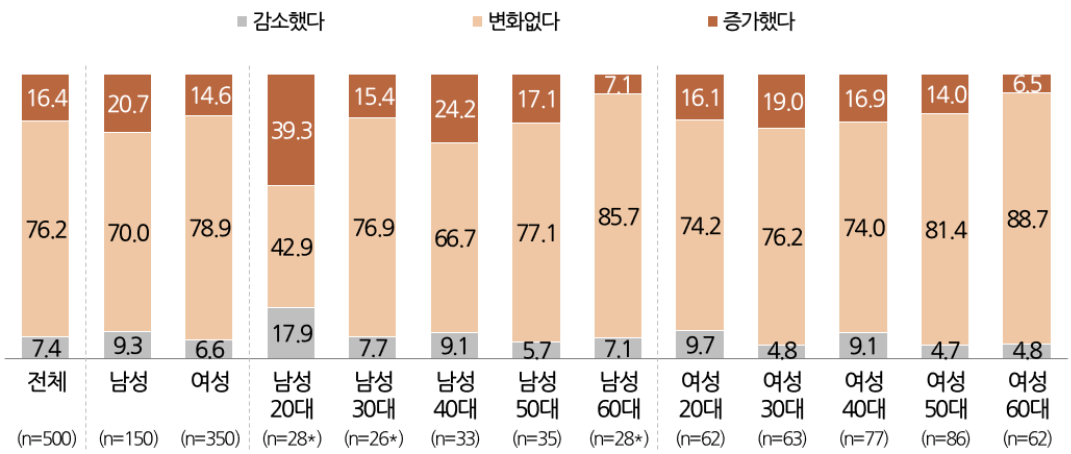
○ 응답자의 76.2%가 COVID-19 발생 이전과 비교하여 조청/엿류(물엿) 구입량의 '변화가 없다'고 응답했으며 '증가했다' 16.4%, '감소했다'는 응답은 7.4% 수준임

○ 구입량이 증가했다는 응답은 여성 대비 남성이 높게 나타남. 특히 남성 20대가 높게 나타났으나 구입량이 감소했다는 응답도 역시 높음

○ 연령별로 보면, 50대~60대의 고연령층 대비 20대~30대의 젊은 연령층에서 구입증가 비중이 높은 것이 특징임

그림24) 조청/엿류 구입량 변화(COVID-19 발생 이전과 비교)

(n=500, 단위 : %)



* 30 미만 사례수 해석 유의

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

5) 구입시 고려 요인

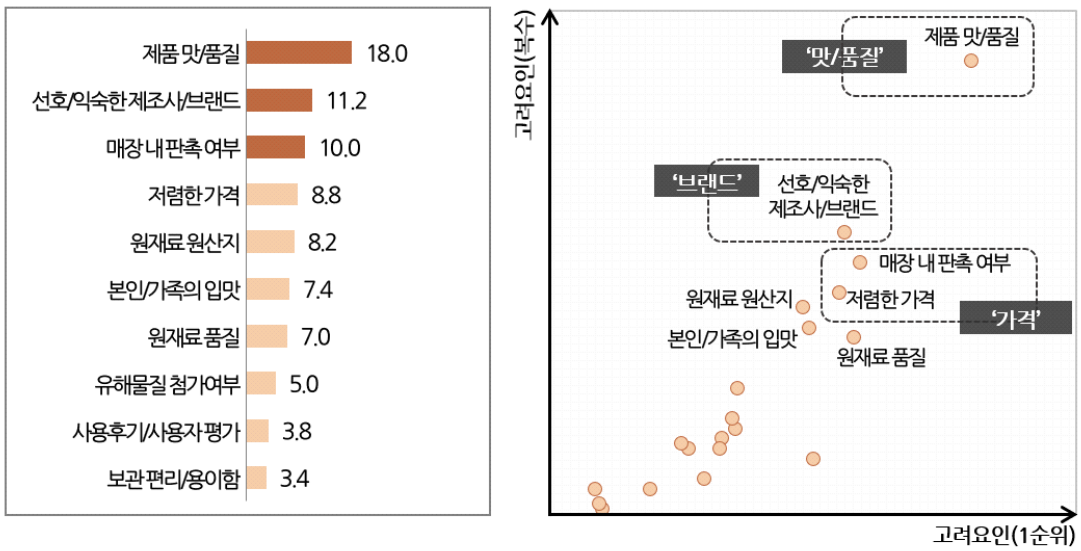
○ 조청/엿류(물엿) 구입시 주요 고려 요인은 '맛/품질', '브랜드', '가격', '원재료' 등임

○ '맛과 품질'은 조청/엿류(물엿) 구입에 있어서 핵심 요인이며 '수제로 만든, 전통방식으로 만든, 장인이 만든' 제품에 대한 수요가 높은 점을 통해 맛과 품질의 중요도를 확인할 수 있음

○ 또한, 원재료 비용 상승으로 각종 식품의 가격 오르고 있어 소비자들은 가격에 더욱 민감해졌고 조청/엿류(물엿) 구입시에도 가격 요인에 대해 중요시 여기는 경향을 보이고 있음

그림25) 조청/엿류 구입시 고려 요인

(n=500, 단위 : %)



 Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

6) 구입 태도

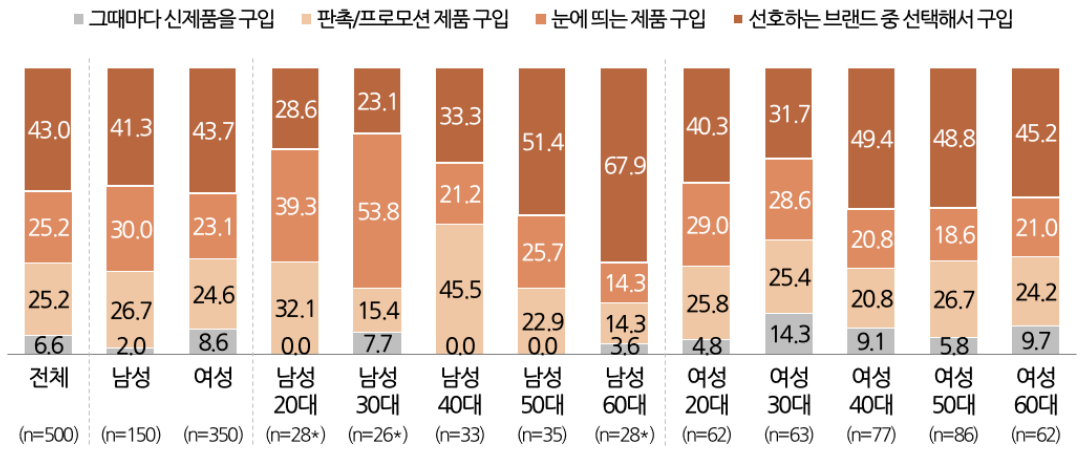
○ 소비자들은 조청/엿류(물엿) 구입시 평소 '선호하는 브랜드 중에서 제품을 선택'하는 태도를 보이고 있으며 이는 전체 응답자의 43.0% 임. 이외 '눈에 띄는 제품'이나 '판촉/프로모션 제품'을 구입함

○ 브랜드에 대한 영향은 남성 대비 여성에게 높은 편이지만, 남성 50대~60대에서는 선호하는 브랜드를 구입하는 경향이 뚜렷함

○ 남성 20대의 경우 눈에 띄는 제품을 선택하는 경우가 많음

그림26) 조청/엿류 구입 태도

(n=500, 단위 : %)



* 30 미만 사례수 해석 유의

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

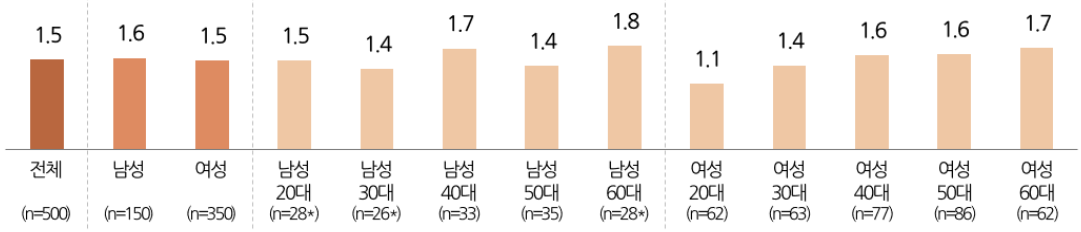
7) 사용 빈도

○ 사용 빈도는 월평균 1.5회로 나타나 한 달에 1~2번은 조청/엿류(물엿)를 사용하고 있음

○ 성별에 따른 사용빈도 차이는 없으며 여성의 경우 고연령으로 갈수록 사용 빈도가 높게 나타나고 있음

그림27) 조청/엿류 사용 빈도

(n=500, 평균 : 회/월)



* 30 미만 사례수 해석 유의

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

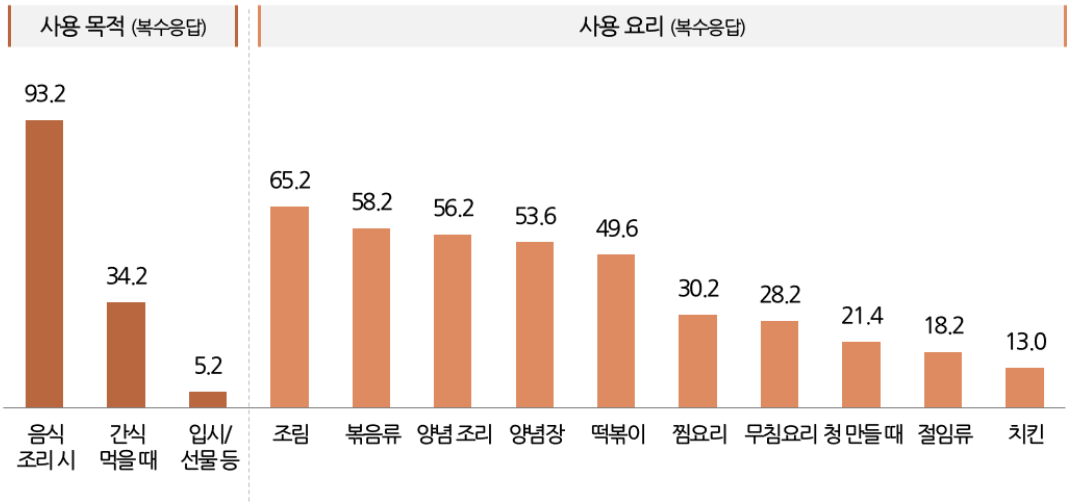
8) 사용 목적 및 활용

○ 조청/엿류(물엿)은 대부분 '음식 조리시' 사용하고 있으며, 이는 물엿과 올리고당이 각종 요리에 활용하기 좋기 때문임. 주요 활용 요리는 '조림', '볶음류', '양념조리', '양념장', '떡볶이'로 나타남

○ 이외 조청/엿류(물엿)를 '간식용' 34.2%, '입시/선물' 5.2% 목적으로 사용하고 있는 것으로 나타났으며 간식 및 선물로 전통 엿(고체)을 활용하기 좋기 때문임

그림28) 조청/엿류 사용 목적 및 활용

(n=500, 단위 : %)



Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

2. 인식 및 태도

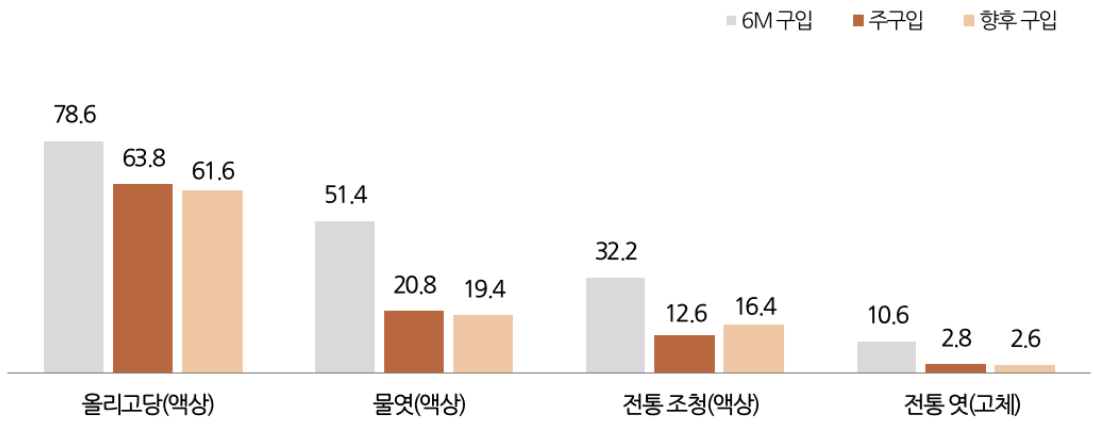
1) 구입 경험

○ 조청/엿류(물엿) 품목별 주 구입률은 '올리고당'이 63.8%로 가장 높게 나타나며 다음으로 물엿 20.8%, 전통 조청 12.6%, 전통 엿 2.8% 순임

○ 향후 구입 품목 또한 현재 주 구입과 유사한 경향을 보이며 전통 조청의 구입은 현재 대비 구입이 소폭 증가할 것으로 전망됨

그림29) 조청/엿류 품목별 구입 경험

(n=500, 단위 : %)



 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

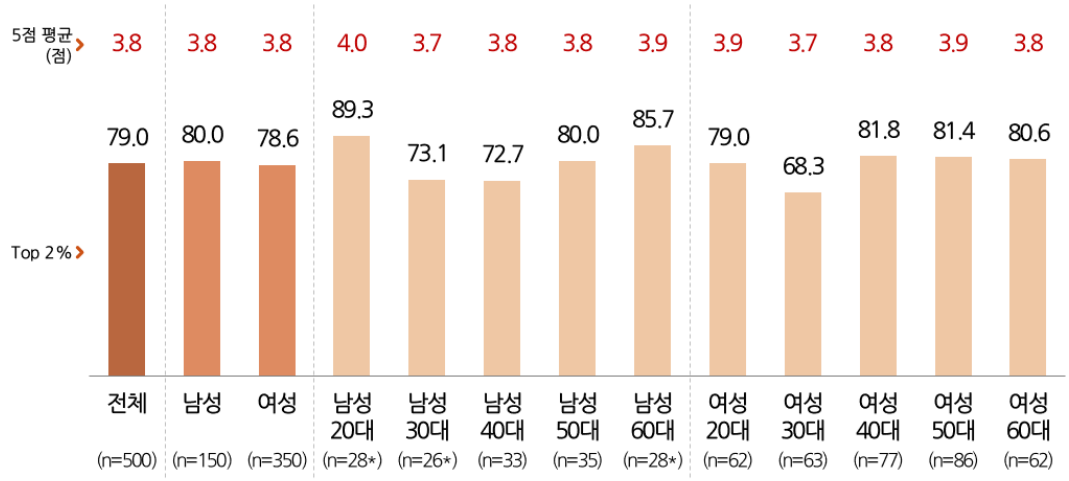
2) 전반 만족도

○ 시중 판매되고 있는 조청/엿류(물엿)에 대한 소비자의 만족도는 5점 척도 평균 3.8점, 만족도 79.0%로 양호하게 평가됨

○ 여성 대비 남성의 만족도가 상대적으로 높게 나타났으며 특히 남성 20대와 60대에서 높은 만족도를 보이고 있음

그림30) 조청/엿류 전반 만족도

(n=500, 단위 : %/점)



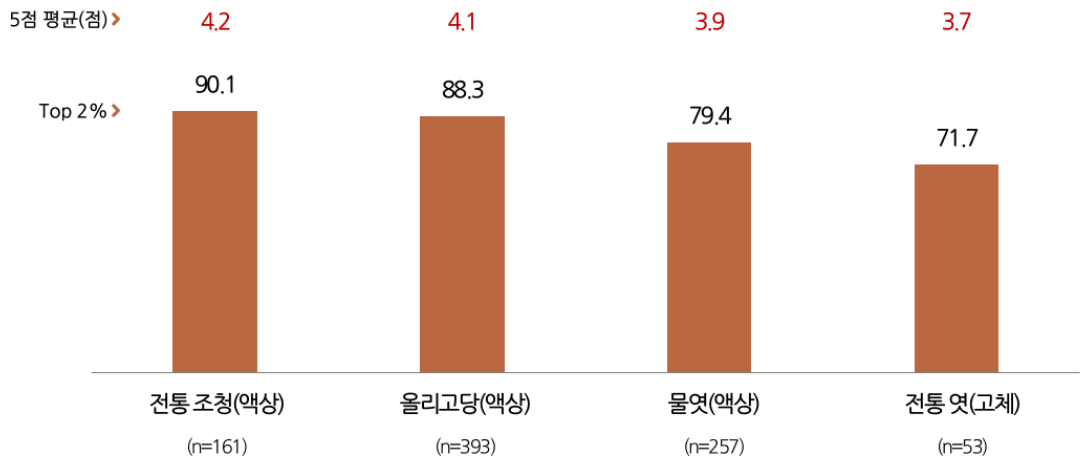
Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 품목별로는 전통 조청의 만족도가 5점 척도 평균 4.2점으로 높게 나타나고 있어 조청을 경험한 응답자 대부분인 90.1%가 제품에 대해 만족한다는 평가임

○ 다음으로 올리고당의 만족도가 5점 척도 평균 4.1점, 만족도 88.3%로 평가되었으며 이외 물엿, 전통 엿 순임

그림31) 조청/엿류 품목별 만족도

(Base : 품목별 구입 경험자, n=500, 단위 : %/점)



 Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

3) 향후 구입 의향

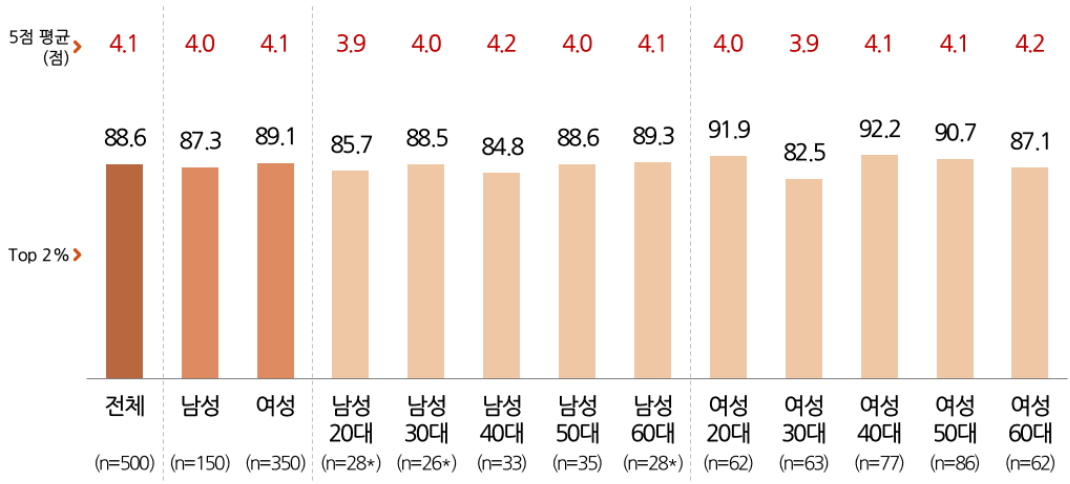
○ 시중 판매 제품에 대해 만족도가 높은 조청/엿류(물엿)은 향후 구입의향 역시 5점 척도 평균 4.1점, 구입의향률 88.6%로 높음

○ 남성 대비 여성의 향후 구입의향이 높은 편이며 여성 중 30대를 제외한 연령에서 구입의향이 높게 나타남

- 소비자들의 건강에 대한 관심 증가가 설탕 대비 건강한 단맛을 제공하는 조청/엿류(물엿)의 장점에 주목하고 있는 것으로 보임

그림32) 조청/엿류 향후 구입 의향

(n=500, 단위 : %/점)



Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

4) 조청/엿류 경쟁력(현재경쟁력*성장잠재력)[34]

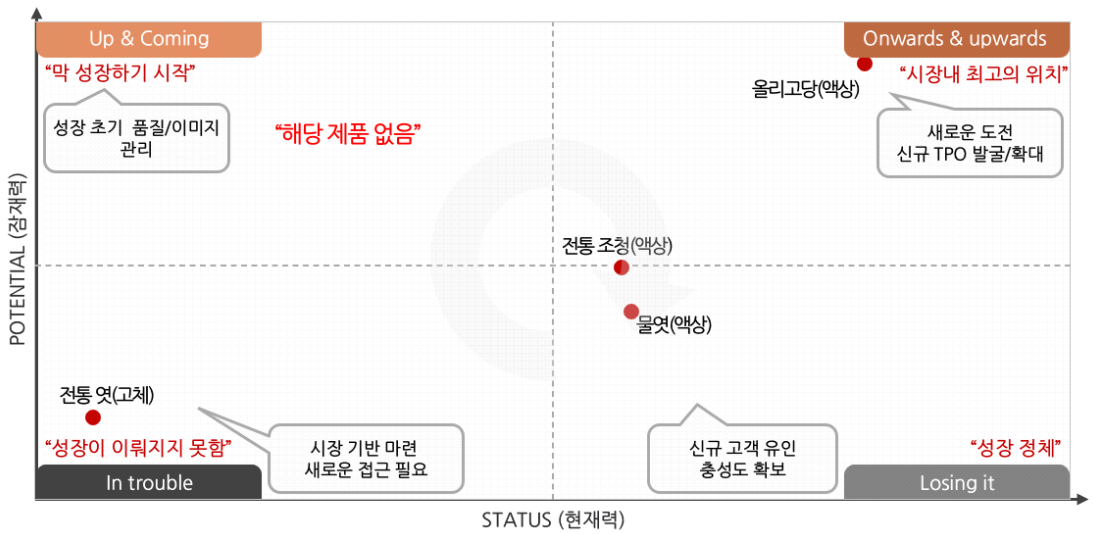
○ 현재 시장 상황 및 향후 잠재력을 고려한 조청/엿류 시장 내 경쟁 우위 제품은 '올리고당'임

○ 앞서 향후 구입 증가가 예상되는 품목으로 분석된 '전통 조청' 또한 시장 내 경쟁 우위 품목으로 성장할 가능성을 보임

○ 반면 '물엿'은 다소 성장이 정체된 품목으로, '전통 엿'은 시장 내 열위로 새로운 접근이 필요한 것으로 분석됨

그림33) 조청/엿류 품목별 경쟁력

(n=500, 단위 : %/점)



34) 현재경쟁력 : 카테고리별 5단계 퍼넬(Funnel) 분석(인지/친숙/선호/구입의향/충성) 결과 환산
성장잠재력 : 잠재력 평가 질문(하락/안정/성장/급부상) 응답의 Top 2%(4점+5점 응답 비율)

 Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

5) 소비자 기대 가치

○ 2022년 조청/엿류에 대한 소비자 기대 가치는 '건강 고려', '음식 맛/풍미', '편리한 요리'로 나타남 3가지 기대 가치는 소비자들이 조청 및 엿류 제품을 통해 기대하는 핵심 가치이며, 제조기업들의 신제품 출시 또는 기존 제품을 통해 소비자들에게 제공하는 품질, 제공 혜택/편익, 이미지 등 가치 제안을 위한 핵심 키워드로 활용 가능한 소비자 내면의 추구/기대 사항으로 볼 수 있음

○ **건강 고려(Health Consideration)**

- 설탕보다 덜 해롭지만 단맛을 제공하는 대체 식품으로 조청/엿류에 가지는 관심과 기대 가치를 의미함. 각종 질병 및 충치 유발 등의 문제로 인해 칼로리가 낮고, 혈당을 높이지 않는 감미료에 관한 기대는 늘 존재했으며 무첨가, 저당/저칼로리 원료를 사용한 조청/엿류 제품이 꾸준히 관심받고 있음

○ **음식 맛/풍미(Good Flavor)**

- 다양한 음식에서 맛과 풍미를 더해주는 식재료로서의 본연의 기능적 가치이며 여러 가지 음식과 잘 어울리는, 음식의 맛을 보다 좋게 해주며, 적당한 단맛을 제공하여 맛을 향상시켜주는 조청/엿류 본연의 가치임

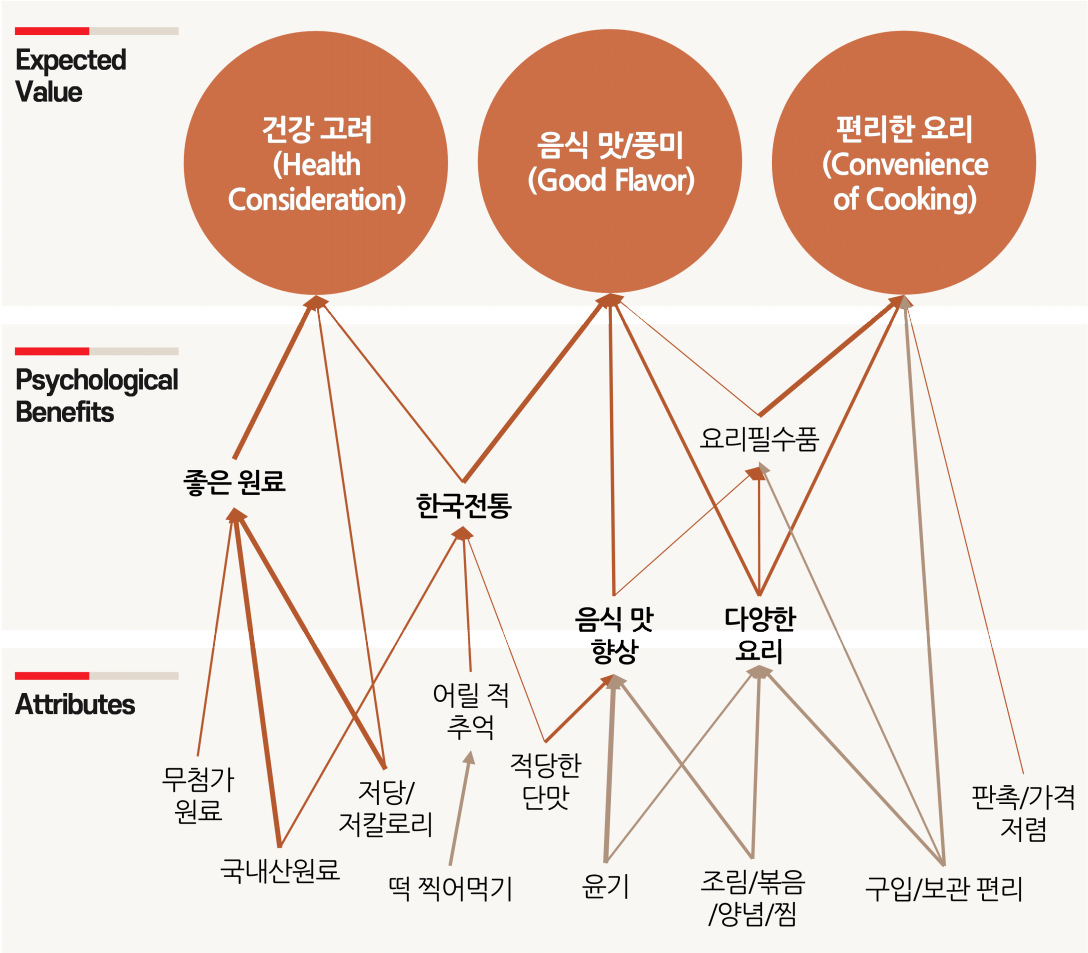
○ **요리 편의성(Convenience of Cooking)**

- 구입, 보관, 사용 등 사용 편리성에 대한 기대 가치임. 저렴한 가격과 주변에서 쉽게 구입할 수 있는 접근성, 상온 보관 등 보관 편리성, 다양한 요리에 편하게 사용할 수 있는 제품 특성/제형 등 조청/엿류 제품의 대중성 보편성을 통해 제공되는 각종 편리성을 의미함

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

그림34) 소비자 기대 가치

조청/엿 기대 가치(Laddering)



 Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

|제7장|

해외 시장 동향

제1절 생산 및 출하 현황

1. 세계 시장 개요

❍ 물엿과 조청은 한국의 전통 발효식품으로 알려져 있으며, 해외에서는 생산 및 판매가 저조한 품목임. 하지만 해외에서도 비슷한 제조법으로 만든 물엿과 조청이 있으며 전통적인 감미료로 활용되고 있음

- 해외지역에서 물엿과 비슷한 제품은 옥수수 시럽(Corn syrup)과 메이플 시럽(Maple syrup)이 있고 조청은 현미 시럽(Brown rice syrup)으로 불리며 천연 감미 소재로 인기를 얻고 있음

- 메이플 시럽(Maple Syrup)은 북미 지역에 단풍나무의 일종인 메이플 나무에서 채취한 수액을 졸여 제조함. 메이플 시럽의 생산량 중 80% 이상이 캐나다에서 생산됨

- 메이플 시럽은 주로 와플이나 팬케이크 위에 부어 먹으며 빵이나 후식을 만드는데 첨가하기도 함. 설탕과 옥수수 시럽의 대체품으로 사용되기도 함

❍ 본 보고서에서는 옥수수 시럽에 고과당 옥수수 시럽(HFCS, High Fructose Corn Syrup)은 포함하지 않고 살펴봄. 고과당 옥수수 시럽은 옥수수 시럽을 추가 가공한 것으로 국내에서 액상과당으로 알려져 있음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

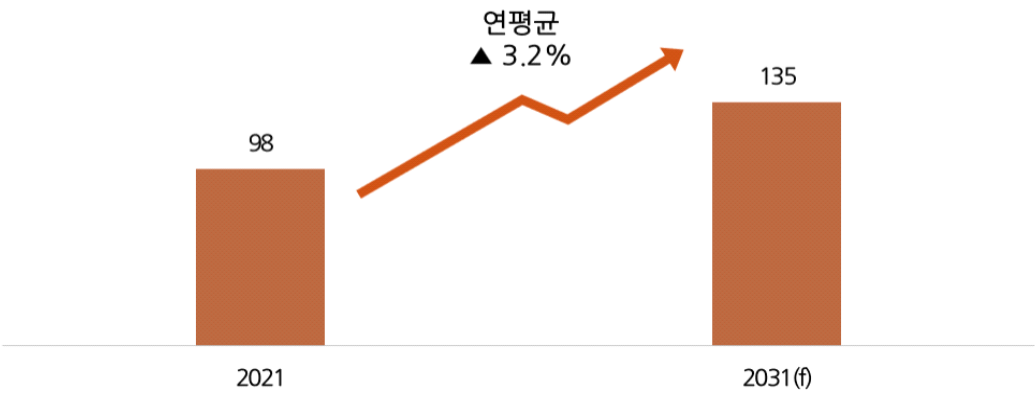
1) 세계 시장 규모

○ 세계 시장 규모는 현미 시럽 시장과 옥수수 시럽, 메이플 시럽 시장을 살펴봄. 그러나 옥수수 시럽 시장은 옥수수 시럽과 고과당 옥수수 시럽, 그 외 포도당 및 과당류가 모두 포함되어 있어 참고로만 보는 것이 필요함

○ 세계 옥수수 시럽 시장은 2021년 98억 달러 규모로 2031년까지 연평균 3.2% 성장률을 보이며 135억 달러로 증가할 것으로 전망됨35)

그림35) 세계 옥수수 시럽 시장 규모 추이

(단위 : 억 달러)



* 2022.06, Corn Syrup Market by Type, by Application, by Distribution Channel, Allied Market Resarch

○ 세계 현미 시럽 시장은 2021년 16억 달러 규모로 2031년까지 연평균 3.7%의 성장률을 보이며 23억 달러로 증가할 것으로 전망됨36)

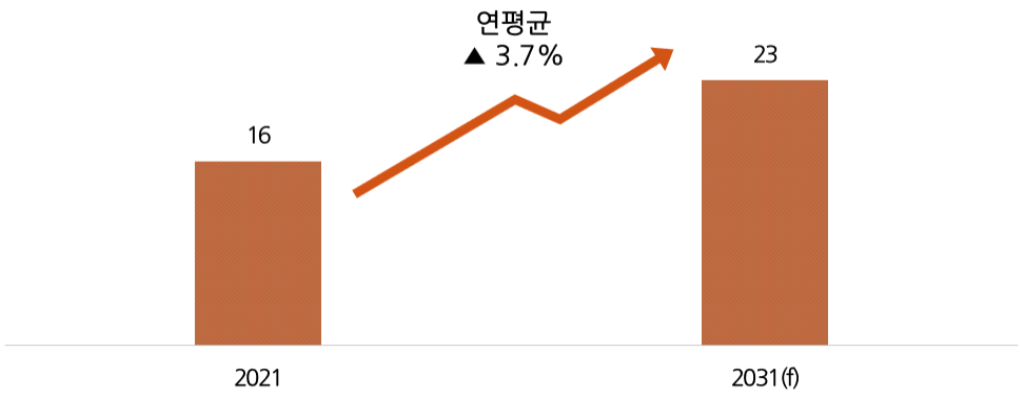
35) 2022.06, Corn Syrup Market by Type, by Application, by Distribution Channel, Allied Market

36) Rice Syrup Market, 2022.01, Transparency Market Research

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

그림36) 세계 현미 시럽 시장 규모 추이

(단위 : 억 달러)

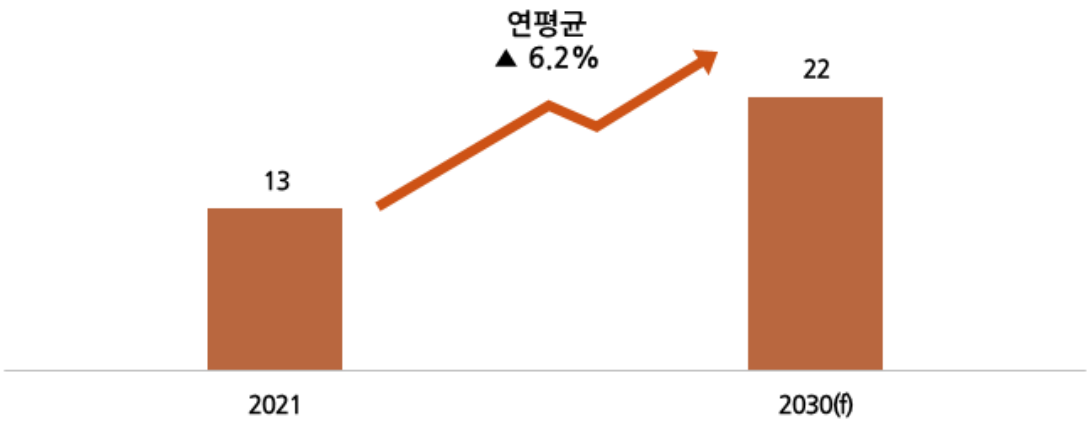


* 2022.01, Rice Syrup Market, Transparency Market Research

❍ 세계 메이플 시럽 시장은 2021년 13억 달러 규모로 2030년까지 연평균 6.2%의 성장률을 보이며 22억 달러로 증가할 것으로 전망됨

그림37) 세계 메이플 시럽 시장 규모 추이

(단위 : 억 달러)



* 2022.12, Global Maple Syrup Market Research Report : Information By Type, Grade, Application, Distribution Channel and Region Forecast till 2030, Market Research Future

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 해외 시장에서 옥수수 시럽과 현미 시럽, 메이플 시럽 시장은 지속 성장할 것으로 전망됨. COVID-19 이후 건강에 관한 관심이 높아지면서 건강에 좋은 단맛에 대한 선호도가 증가했기 때문임

제2절 글로벌 트렌드

1. 글로벌 트렌드[37)]

○ 해외에서 조청의 역할로 사용하고 있는 현미 시럽(Brown rice syrup)은 세계적으로 정제당이나 인공감미료의 좋은 대체재일 뿐만 아니라 많은 가공식품의 원료로 사용되고 있음

○ 국내에서는 조청을 사용하는 방법이 제한적이나, 해외에서는 식품 원료로서 널리 사용됨. 제조법 또한 맥아를 당화 효소원으로 사용하는 국내와는 달리 효모나 곰팡이에서 추출한 당화효소를 사용한다는 점에서 차이가 있으며 식품 원료로 사용하는 조청은 '쌀엿'이라는 상품명으로 판매되고 있음

- 쌀엿은 옥수수로 만든 물엿보다 점도와 수분 보유력이 낮은 편이라서, 물성에 민감한 사탕 등의 식품에는 100% 대체 사용하기가 어렵지만, 그 외 대부분의 식품에서 물엿을 대신하여 사용함

1) 건강한 대체당으로 알려진 조청[38)39)]

○ 조청은 감미료로서 식이섬유와 미네랄, 항산화 물질 등이 포함되어 있어 정제된 백설탕보다 더 좋은 천연 감미료라고 알려짐

---

37) 2017.03.20., [FOOD&STORY] 전 세계인이 사용하는 감미료 '조청'

38) 2019.01.28., What is Brown Rice Syrup?, Healthline

39) 2019.01.28., Brown Rice Syrup : Good or Bad?, Healthline

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

- 조청에 포함된 나트륨과 칼륨은 일일 섭취 권장량의 약 3%를 충당할 수 있는 양으로 건강에 좋은 당으로 인식하는 소비자가 증가함

- 그러나 조청은 혈당지수가 정제 설탕, 포도당보다 더 높은 수치를 나타내고 있어 인슐린 분비 조절기능이 약한 사람은 사용 시 주의가 요구됨

○ 또한 우수한 천연 감미료로 알려진 꿀과 비교하여 조청은 쌀을 발효시키는 제조법을 사용하여 결정화가 진행되지 않아, 오랜 시간 보관 및 취식이 가능하다는 이점이 있음

2) 글루텐 프리(Gluten-Free) 바람을 타고 인기가 높아진 조청

○ 조청은 주로 아시아 지역에서 활용되던 품목이었지만, 최근 비건 트렌드, 글루텐 프리(Gluten-free) 트렌드에 힘입어 전 세계적으로 인기가 높아짐

○ 북미 지역을 비롯하여 유럽 지역까지 건강을 위해 밀 대신 쌀을 사용하는 움직임이 나타남. 동시에 소비자들은 액상 설탕 대용품으로 글루텐이 없는 비건 당류인 조청에 관심을 보임

- 해외에서 조청은 주로 시리얼 바, 에너지바 등에 많이 사용되고 소스나 양념에도 활용되고 있음. 특히, 조청이 글루텐 알레르기가 거의 없다는 점에서 어린이나 노약자를 위한 영양식품에 사용하려는 경향이 두드러짐

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

3) 무설탕 트렌드와 대체당

○ 건강에 대한 소비자의 관심이 증가하면서 저당, 무설탕 식품이 트렌드로 급부상함. 특히 액상과당이 당뇨를 비롯한 각종 성인병의 원인이 된다는 의견이 확산되며 소비자들은 혈당을 높이는 설탕, 액상과당 등의 소비를 줄이고 있음

○ 슈가프리(Sugar-free), 제로슈가(Zero-sugar) 트렌드에 맞춰 단맛은 나지만 설탕이 들어가지 않은 가공식품이 인기를 끌면서, 현미 시럽과 같은 천연감미료 대체당도 주목받고 있음

- 일본은 2008년 대사증후군에 대한 조치로 「고령자의 의료 확보에 관한 법률」이 시행된 이후 칼로리 관리에 도움을 주는 소르비톨과 수크랄로스가 베이커리와 당류, 껌, 과자 제품에 많이 사용됨

- 미국에서는 케토(Keto) 식단과 저당분 및 저탄수화물 식단에 도움을 주는 감미료로 알룰로스와 에리트리톨이 많이 활용되었으며, 2021년 기준 지난 5년간 미국에서 출시된 알룰로스를 함유한 식음료의 62%가 케토 식단을 위해 개발되기도 함[40)]

○ 그러나 대체당, 천연감미료 등은 설탕의 단맛을 모방하지만 100% 재현이 어렵고, 식감도 달라 한계가 있음. 업계는 과학기술을 통해 설탕 사용량을 줄이는 방법을 제안하고 있음

- 이스라엘의 푸드테크 업체인 두마톡(DouxMatok)은 제약업계의 '표적약물 전달' 연구를 설탕에 적용하여 설탕 사용량을 최대 50% 줄여도 동일한 수준의 단맛을 얻을 수 있도록 하는 '인크레도 슈가'를 출시함[41)]

---

40) 2022.03.11., [글로벌 트렌드] 당 함량을 줄이는 트렌드와 혁신, 식품저널

41) 2022.11.16., 멜라무드 독스매톡 CEO "코로나 19 이후 늘어난 설탕 소비, 푸드테크 기술로 줄여야", 조선비즈

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

- '인크레도 슈가'를 활용하여 설탕을 더 적게 사용하면서도 단맛을 즐길 수 있는 'Incredo® Spreads' 또한 출시했으며, 미국의 식품 제조기업인 Batory Foods, Blommer Chocolate Company 등과 협업하여 '인크레도 슈가'를 활용한 제품 출시를 계획하고 있음[42)]

Incredo® Spreads	Incredo® Sugar

* 제조사 홈페이지

제3절 국가별 동향

1. 일본 조청/엿류 시장

1) 시장 개요

❍ 미즈아메(水飴)는 전분을 산이나 당화 효소로 당화시켜 만든 점액질의 감미료로 우리나라의 물엿과 같음. 과거에는 현미를 발아시켜 제조했으나 시간이 흐르면서 더 효율이 좋은 맥아를 이용함. 현재는 전분을 산 또는 효소로 당화시켜 제조하며 포도당, 덱스트린 등의 혼합물로도 사용됨

42) 2022.06.16., 'DouxMatok's Incredo Sugar now available through Batory Foods, FOOD DIVE

○ 일본에서 물엿은 사탕, 고구마 맛탕, 데리야키 등 다양한 곳에 사용됨. 주로 산업용, 업체용으로 유통되는 제품들이 알려져 있음

2) 주요 제조업체

○ 일본 콘스타치(Japan Corn Starch)는 전분당 제조기업으로 옥수수전분, 변형전분, 당화 제품 제조기업임. 1867년 카로쿠 쿠라치가 설립하여 밀 전분을 생산함. 이후 1955년 독자적인 기술로 옥수수 전분 생산을 시작하고 상업화하였음. 1962년 현재의 일본 콘스타치사가 설립됨

Japan Corn Starch

○ 감미료(Sweeteners) 제품군은 '몽드 셀렉션(Monde Selection)'[43]에서 19년 연속 수상함

올리고시럽 M40 (2020~2022 수상)	**하이프럭토M (2020~2022 수상)**

* 몽드셀렉션(monde-selection.com)

○ 물엿 이외에 옥수수 전분, 의약제품 전분, 타피오카 전분, 액체 말토덱스트린, 올리고당 등 전분을 원료로 한 다양한 제품을 생산함

43) 몽드 셀렉션(Monde Selection)은 1961년 벨기에 브뤼셀에서 창립된 품질평가 기관으로, 음식과 음료, 다이어트, 건강 및 미용 제품에 대한 품질을 검증하고 상을 수상함, 몽드 셀렉션 홈페이지

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 또한, '바이오 플라스틱' 제품도 제조하고 있음. 식물성 원료로 만들어져 생분해되는 친환경 플라스틱으로 '콘 폴(Corn Pole)'이라는 브랜드로 판매되고 있음. 볼펜 케이스, 농업용 필름, 페인트 등 다양한 분야에서 활용됨. 최근에는 옥수수 전분에서 유래한 화장품 원료 '펄 스타치(Pearl Starch)'를 제조함

○ 스도 잼(SUDO Jam)은 1923년 술 도매업으로 시작된 기업으로 현재는 다양한 과일잼을 판매하는 회사임. 1940년 주류 통제로 인해 양조업에서 병·통조림류의 제조업으로 전업 후 1950년 잼 제조를 시작함. 2005년 유기농산물 가공식품 제조 인증을 획득함

SUDO Jam

- 세계 각국에서 잼 제조에 최적의 과일을 엄선하여 다양한 과일잼 제품을 생산하고 있음. 가정용, 급식용 과일잼, 소스류, 꿀, 물엿 등의 시럽류 제품을 제조· 판매함

물엿 1.1kg	물엿 255g	물엿 180g

* 스도 잼(www.sudo-jam.co.jp)사 홈페이지

○ 일본에서는 옥수수 전분 이외에 감자, 고구마 등의 전분으로 만든 투명한 물엿과 쌀로 만든 쌀엿 2가지로 크게 나누어 볼 수 있음

- 쌀엿은 대부분 일본 내 원재료를 사용하여 국산 제품임이 강조됨. '당류' 건강에 대한 염려로 쌀엿은 좀 더 안전하고 전통적인 제조방식과 가깝게 만들어진 것으로 인식되는 경향임

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표30) 일본 물엿 판매 제품(옥수수, 감자 주원료)

제품명	특징	이미지
물엿	가격 및 용량 : 1,140엔(1060g) 주원료 : 전분 특징 : 맥아당 물엿, 열에 강하고 부드러운 단맛의 물엿. 조림, 고구마 맛탕 등의 음식을 만들 때 사용 가능 제조사 : Meidi-Ya	
물엿	가격 및 용량 : 670엔(1kg) 주원료 : 전분 특징 : 전통방식을 이용하여 제조된 물엿으로 서양과자를 만들 때 촉촉함을 더할 수 있음 제조사 : 사나스	
상업용 물엿	가격 및 용량 : 247엔(340g) 주원료 : 옥수수 전분 특징 : 일반 물엿보다 부드럽고 사용하기 쉬워 요리나 감기에 걸렸을 때 사용 가능 제조사 : 캄피	
물엿	가격 및 용량 : 255엔(255g) 주원료 : 감자 전분 특징 : 일본산 감자 전분을 이용해 만든 물엿 제조사 : 손톤(SONTON) 주식회사	
나가타제 맥아 물엿	가격 및 용량 : 648엔(600g) 주원료 : 감자 전분 특징 : 홋카이도산 감자를 당화시켜 만든 물엿 제조사 : 나가타제아메(永田製飴) 주식회사	
물엿	가격 및 용량 : 630엔(1.2kg) 주원료 : 물엿 특징 : 그대로 먹거나 요리에 사용 가능 제조사 : 쇼에이(正栄)	

* 일본 야후 쇼핑(www.shopping.yahoo.co.jp), 2023년 1월 12일 검색 기준
  1) 물엿의 일본어 표기인 '미즈아메(水飴)'로 검색함

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표31) 일본 물엿 판매 제품(쌀 주원료)

제품명	특징	이미지
찹쌀 물엿	가격 및 용량 : 2,000엔(1kg) 주원료 : 시가현산 찹쌀, 맥아 특징 : 다양한 과자류나 케이크 등에 사용하면 촉촉하게 만들어지며 조림등에 사용하면 풍미가 더해짐 제조사 : 마루비시 상사(丸菱商事)	
물엿	가격 및 용량 : 1,296엔(500g) 주원료 : 일본산 쌀, 일본산 보리 특징 : 500년 전통 요코이 상점의 쌀엿 제조사 : 요코이상점(横井商店)	
유기찹쌀 물엿	가격 및 용량 : 880엔(300g) 주원료 : 유기농 찹쌀, 유기농 맥아 특징 : 유기농 일본산 찹쌀과 맥아를 사용해 옛날 방식 그대로 만들어진 물엿 제조사 : 프리마샨티	
찹쌀 물엿	가격 및 용량 : 8,000엔(200g*2) 주원료 : 찹쌀, 보리 특징 : 찹쌀을 끓여 맥아를 더한 물엿 제조사 : 야마가타 농예(山形農芸)	
오사와 찹쌀 엿	가격 및 용량 : 537엔(200g) 주원료 : 일본산 찹쌀, 맥아 특징 : 전통방식으로 당화시킨 제품 제조사 : 오사와	

* 일본 야후 쇼핑(www.shopping.yahoo.co.jp), 2023년 1월 12일 검색 기준
  1) 쌀엿의 일본어 표기인 '코메아메(米飴)'로 검색함

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

3) 시장 및 소비자 특징

❍ 일본에서 물엿은 식품에 첨가해 먹는 것뿐만 아니라 젓가락을 사용해 사탕 형태로 굳혀 먹기도 함. 물엿을 젓가락에 감아 반죽하다 보면 공기가 들어가 하얗게 변하며 더욱 점성이 생기는데 선호에 따라 점성을 조절하여 섭취함. 주로 간식으로 섭취하거나 감기에 걸렸을 때 섭취하는 것으로 나타남

❍ 일본의 전분 및 당류 생산량은 감소하고 있는데, 저출산으로 인한 젊은 인구 감소 및 일본 내 건강 트렌드 확산으로 단 음식을 찾는 일본인이 줄어들었기 때문으로 분석됨. 또한, COVID-19 이후 재택근무와 외출 자제로 체중이 증가한 소비자들이 체중조절을 위해 식단을 제한하거나 조절하는 등의 움직임을 보이며 전분 및 당류 시장이 위축됨

❍ 특히 일본 소비자들이 당질 제한 식품에 관심을 가지면서 물엿이나 조청이 들어가 달콤한 음식에 대한 소비가 줄어들고 있음. 일본의 고령화, 서구 식습관 확대로 당뇨 환자의 급속한 증가가 전망되면서 당질 제한 트렌드는 앞으로도 꾸준히 지속될 것으로 분석됨[44)]

44) 2021.08.02., 급성장 중인 日저당질 식품시장, 대기업까지 각축전, KOTRA

 Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

2. 미국 조청/엿류 시장

1) 시장 개요

❍ 미국의 옥수수 시럽은 옥수수 전분을 묽은 산과 결합시켜 가열하여 제조하며 1811년 독일의 화학자 Gottilieb kirchhoff에 의해 발견됨. 일반적으로 라이트 옥수수 시럽(Light Corn Syrup)과 다크 옥수수 시럽(Dark Corn Syrup)이 있는데 라이트는 바닐라 향과 소금으로 맛을 낸 것이고, 다크는 옥수수 시럽과 정제 시럽, 캐러멜 색과 향, 소금, 방부제 등을 조합하여 제조함

❍ 고과당 옥수수 시럽(HFCS)과 함께 주로 점도증진제, 감미료 및 습윤제로 사용되고 있음

2) 주요 제조업체

❍ 미국 옥수수시럽의 주요 업체로는 카로(Karo), 카길(Cargil) 등이 있으며 대부분 가정용보다는 업체에 납품하는 회사들이 많음. 현미 시럽(Brown Rice Syrup) 생산 업체는 런드버그(Lundberg)가 있음

❍ 카로(Karo)는 1902년 설립되었으며 그해 5월 라이트(Light)와 다크(Dark) 옥수수 시럽(Corn Syrup)을 선보임. 이후 빵에 발라먹을 수 있는 카로 시럽을 출시했으며 시럽을 이용해 만들 수 있는 파이와 음식 레시피를 개발해 선보이기도 했음

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

표32) 카로의 옥수수시럽 제품

구분	설명	이미지
Karo Light Corn Syrup	바닐라와 소금을 첨가해 만든 옥수수시럽 제품	
Karo Dark Corn Syrup	소량의 당밀을 결합한 옥수수시럽 제품으로 제과류에 사용하기 좋음. 고과당 옥수수시럽이 함유되어 있지 않음	
Karo Lite Syrup	더 적은 칼로리를 찾는 이들을 위한 옥수수시럽. 일반 옥수수시럽보다 33% 더 적은 칼로리를 가진 제품임	
Karo Pancake Syrup	팬케이크, 와플, 프렌치 토스트 등에 잘 어울리는 카로의 팬케이크 시럽	

* Karo 홈페이지(https://www.karosyrup.com)

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

❍ 카길(Cargill)은 세계적인 식품생산업체로 미국에서 1865년에 설립되어 현재는 전 세계로 식품, 농업, 재무 및 산업용 제품을 공급하고 있음. 농산물 및 농산 1차 가공품뿐만 아니라 축산물, 비료, 사료 사업 또한 운영하고 있음. 감미료(Sweetners) 종류로는 옥수수 감미료, 폴리올 감미료, 액체 덱스트린, 타피오카 전분 등 다양한 제품을 생산하고 있으며 가정용을 판매하지는 않고 기업이나 업체에 납품하고 있음

표33) 카길의 옥수수시럽 제품

구분	설명	이미지
Cleardex Corn Syrups(25/42~36/43)	덱스트로스 함량을 낮춰 스프레이 건조, 코팅 및 벌크 용도로 사용하기에 적합하며 더 옅은 단맛이 특징임	
Cleardex Corn Syrups(43/43~63/43)	중간 정도의 단맛으로 시럽, 잼, 젤리에 사용하기 좋음	
Clearsweet 95 Liquid Dextrose Corn Syrup	덱스트로스 함량이 높은 저회분 탈염 옥수수 시럽으로 높은 발효성을 요구하는 베이킹, 양조 및 와인 제조 용도에 적합함	
Clearsweet 99 Refined Liquid Dextrose Corn Syrup	덱스트로스 함량이 높은 저회분 탈염 옥수수 시럽으로 높은 발효성을 요구하는 식품, 제약 및 양조 산업에 적합함	

* Cargill 홈페이지(https://www.cargill.com)

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 런드버그(Lundberg)는 미국 캘리포니아에서 1937년 설립된 가족 농장임. 쌀, 칩, 포장재 등과 유기농 음식을 생산함. 유기농 현미로 만들어진 시럽을 판매하고 있음

표34) 런드버그의 현미시럽 제품

구분	설명	이미지
Organic Sweet Dreams Brown Rice Syrup	유기농 인증을 받은 현미 시럽으로 메이플 시럽, 옥수수 시럽, 당밀 등과 같은 다른 감미료를 대신하여 사용할 수 있음	

* Lundberg 홈페이지(https://www.lundberg.com)

3) 시장 및 소비자 특징

○ 미국에서 물엿 시장은 식품 및 비식품 분야 모두에서 사용됨. 두 분야 모두 증점제 및 결합제로써 물엿 사용이 증가함에 따라 미국의 물엿 시장이 성장하고 있는 것으로 분석됨. 또한 시장이 확대되면서 COVID-19 이전에는 주로 오프라인 유통을 했으나, 이후에는 온라인 소매 플랫폼으로 변화하는 경향이 나타남

- 최근 미국에서 한류 열풍이 불면서 한국의 물엿을 활용한 음식인 후라이드 치킨, 겉절이 등을 찾는 외국 소비자들이 증가함. 이에 따라 한국산 물엿을 활용해 요리한 음식을 소비하며 한국 물엿에 대한 소비가 증가하고 있음

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

○ 그러나 과거부터 물엿(옥수수 시럽)은 미국 시장에서 주로 퍼지, 사탕, 잼 등을 만들 때 사용되어 건강에 좋지 않다는 인식이 있음. 이에 고과당에 거부감이 있는 소비자를 중심으로 옥수수 시럽 대신 꿀, 메이플 시럽, 아가베 시럽 등과 혼용하거나 대체해 사용하고 있는 것으로 나타남

- 반면, 물엿의 대체품으로 주목받는 현미 시럽은 조청과 제조공정이 비슷한 품목으로 옥수수 시럽보다 건강하다는 인식이 있고 비건 제품으로 알려져 있음. 최근 전 세계적으로 건강을 생각하는 트렌드가 확산됨에 따라 일반 설탕이나 다른 시럽류보다는 건강한 현미 시럽을 소비하는 움직임이 나타남

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

|부록|

설문지

가공식품에 대한 소비자 조사 – [조청/엿류]

안녕하십니까?
글로벌리서치입니다.

본 조사는 가공식품을 이용하시는 소비자들의 인식, 태도에 대한 정보 수집을 위한 조사입니다.
바쁘시더라도 잠시만 시간을 내어 설문에 응답해 주신다면 대단히 감사하겠습니다.
본 조사는 선착순마감 또는 설문 미대상일 경우 응답이 제한될 수 있음을 알려드립니다.
또한 불성실하게 응답하셨을 경우 조사 완료 후 사례금 지급이 취소될 수 있습니다.

본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호 받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보의 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 연구 진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다.

2022. 12. 글로벌리서치

응답자 특성

SQ1. 귀하나 귀하의 가족 혹은 가까운 친구 중에 다음의 직종에 종사하고 계신 분이 있나요?
1) 광고회사나 마케팅/여론 조사회사
2) 신문사, 라디오, 방송국 등 언론계
3) 식품 제조 회사
4) 식품 판매 및 유통회사
5) 식품 유통회사
6) 해당 없음

SQ2. 귀하의 성별은 무엇인가요? 1) 남자 2) 여자

SQ3. 귀하의 나이는 한국나이로 몇 세인가요? ( )세

SQ4. 현재 거주하시는 지역은 어디인가요?
1) 서울
2) 경기도
3) 인천
4) 부산
5) 대구
6) 대전
7) 광주
8) 경상남도/울산
9) 경상북도
10) 충청남도/세종
11) 충청북도
12) 전라남도
13) 전라북도
14) 강원도
15) 제주도
16) 그 외 지역

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

SQ5. 다음 중 귀하께서 최근 1년 내 직접 구입하여 사용하신 제품을 모두 선택해 주세요.
1) 냉동식품(냉동만두, 냉동돈까스/너겟/동그랑땡/떡갈비, 냉동핫도그/튀김, 냉동피자, 냉동케익 등)
2) 식용유(콩기름, 카놀라유, 해바라기씨유, 올리브유 등)
3) 밀키트(요리에 필요한 손질된 식재료와 조리법이 제공되어, 간편하게 조리가 가능한 식품)
4) 라면(봉지라면,컵라면)
5) 식초(조리용, 음료용)
6) 참기름/들기름
7) 떡/한과
8) 조청/엿(물엿, 전통 조청, 올리고당, 전통 엿 등)
9) 차류/다류
10) 구입해본 식품류 없음

SQ6. 귀하의 현재 결혼을 하셨습니까? 1) 미혼 2) 기혼

SQ7. 귀하께서는 자녀가 있으십니까?
1) 예 2) 아니오

SQ8. 귀하께서 현재 동거 중인 가족수는 몇 명 입니까?
1) 1명(본인 포함) 2) 2명 3) 3명 4) 4명 5) 5명 이상

A. 조청/물엿 구입 취식 행태

QA1. 귀하께서는 평소 조청/물엿에 대한 정보를 어떤 채널을 통해 알게 되시는지요?
평소 조청/물엿에 대한 정보를 얻으시는 채널을 모두 선택해 주시기 바랍니다.

	보기
오프라인	1) 공중파 TV광고(MBC, SBS, KBS)
	2) 케이블 TV광고(JTBC, tvN, YTN, 조선TV 등)
	3) 신문, 잡지 등 지면 광고
	4) 매장 내 진열 상품
	5) 마트 내 판매 사원/도우미 등의 판촉 활동
	6) 마트 내 포스터, 프로모션
	7) 주변 지인 입소문
	8) 드라마, 방송 PPL/협찬 광고
온라인	9) SNS 홍보/후기
	10) 블로그 홍보/후기
	11) 인터넷 포털사이트(네이버, 구글 등) 정보 검색
	12) 판매 사이트(G마켓, 11번가, 쿠팡, 티몬 등) 내 제품 정보
	13) 유투브 등 인터넷 방송
	14) 주요 브랜드 홈페이지 방문
	15) 온라인 채널 광고(Facebook, 인스타그램 등)

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

	16) 먹방, 음식 관련 인플루언서를 통해
	17) 기타( )

QA2. 귀하께서 평소 조청/물엿을 구입하시는 장소, 채널에 모두 선택해 주십시오.

QA3. 귀하께서 평소 가장 자주 조청/물엿을 구입하시는 장소, 채널을 하나만 선택해 주십시오.

<QA2~QA3 공통 보기>

항목	QA2	QA3
1) 대형마트 (이마트, 롯데마트, 홈플러스 등)	1	1
2) SSM/대형슈퍼 (이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데슈퍼 등)	2	2
3) 동네슈퍼/소형슈퍼마켓	3	3
4) 편의점(CU, GS25, 이마트24 등)	4	4
5) 창고형 매장 (코스트코, 이마트 트레이더스, 빅마켓 등)	5	5
6) 홈쇼핑(GS홈쇼핑, CJ홈쇼핑, 롯데홈쇼핑 등)	6	6
7) 백화점 식품관 (현대백화점, 신세계백화점 등)	7	7
8) 새벽배송/신선식품 전문 온라인 배송업체(마켓컬리, 헬로우네이쳐 등) (마켓컬리, 헬로우네이처, 오아시스 등	8	8
9) 유기농/친환경 식품 매장 (초록마을, 한살림 등)	9	9
10) 식자재 마트	10	10
11) 대형마트 온라인몰(이마트몰, 롯데몰 등)	11	11
12) 온라인쇼핑몰 (G마켓, 11번가 등)	12	12
13) 소셜커머스 (티몬, 쿠팡, 위메프 등)	13	13
14) 기타( )	14	14

QA4. 귀하께서는 코로나19 발생 전(과거 2-3년 전)과 비교할 때, 조청/물엿 구입량이 어떻게 변화하셨는지요?

1) 과거/코로나 이전 대비 구입이 감소했다
2) 과거와 큰 차이없다
3) 과거/코로나 이전 대비 구입이 증가했다

QA5. 최근 귀하의 조청/물엿 구입량이 그렇게 변화한 이유는 무엇 때문일까요?

QA6. 귀하께서 최근 2~3년을 기준으로 조청/물엿의 구입이 늘어난 채널, 장소를 모두 선택해 주십시오.

QA6-1. 귀하께서 최근 2~3년을 기준으로 조청/물엿의 구입이 감소한 채널, 장소를 모두 선택해 주십시오.

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

<QA6~QA6-1 공통 보기>

항목	QA6	QA6-1
1) 대형마트 (이마트, 롯데마트, 홈플러스 등)	1	1
2) SSM/대형슈퍼 (이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데슈퍼 등)	2	2
3) 동네슈퍼/소형슈퍼마켓	3	3
4) 편의점(CU, GS25, 이마트24 등)	4	4
5) 창고형 매장 (코스트코, 이마트 트레이더스, 빅마켓 등)	5	5
6) 홈쇼핑(GS홈쇼핑, CJ홈쇼핑, 롯데홈쇼핑 등)	6	6
7) 백화점 식품관 (현대백화점, 신세계백화점 등)	7	7
8) 새벽배송/신선식품 전문 온라인 배송업체(마켓컬리, 헬로우네이쳐 등) (마켓컬리, 헬로우네이처, 오아시스 등	8	8
9) 유기농/친환경 식품 매장 (초록마을, 한살림 등)	9	9
10) 식자재 마트	10	10
11) 대형마트 온라인몰(이마트몰, 롯데몰 등)	11	11
12) 온라인쇼핑몰 (G마켓, 11번가 등)	12	12
13) 소셜커머스 (티몬, 쿠팡, 위메프 등)	13	13
14) 기타( )	14	14

QA7. 귀하께서 평소 조청/물엿을 구입하실 때 고려하시는 사항은 무엇인가요? 모두 선택해 주십시오.

QA8. 귀하께서 평소 조청/물엿을 구입하실 때 가장 중요하게 고려하는 사항을 하나만 선택해 주십시오.

<QA7~QA8 공통 보기>

1) 선호/익숙한 제조사/브랜드
2) 저렴한 가격
3) 원재료 품질
4) 원재료 원산지
5) 유통기한
6) 칼로리/열량
7) 영양성분 함유
8) 내용물의 양 많음

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

9) 유해물질 첨가여부
10) 제품 디자인
11) 신제품 여부
12) 주변인 입소문/추천
13) 1+1, 가격 할인, 시식 행사 등 매장 내 판촉 여부
14) 온라인/오프라인 광고/광고 모델
15) 사용후기/사용자 평가
16) 간편한 조리 가능
17) 보관 편리/용이함
18) 구입 편리/많은 매장에서 판매
19) 제품 맛/품질
20) 본인/가족의 입맛

QA9. 귀하께서는 시중에서 판매하고 있는 조청/물엿 제품에 대해서 얼마나 만족하시는지요? 만족하시는 정도를 5점 만점으로 평가해 주시기 바랍니다.

매우 불만족한다	대체로 불만족한다	보통이다	대체로 만족한다	매우 만족한다
1	2	3	4	5

QA10. 그렇게 응답하신 이유는 무엇입니까?

QA11. 귀하께서는 향후에도 지속적으로 시중에서 판매하는 조청/물엿 제품을 구입할 의향이 있으십니까? 향후 구입의향을 5점 만점으로 평가해 주시기 바랍니다.

전혀 구입할 의향이 없다	구입할 의향이 없다	보통이다/ 잘 모르겠다	구입할 의향이 있다	매우 구입할 의향이 있다
1	2	3	4	5

QA12. 그렇게 응답하신 이유는 무엇입니까?

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

QA13. 귀하께서 평소 조청/물엿을 구입하실 때의 모습과 가장 가까운 것은 무엇입니까?

1) 대체로 내/가족이 좋아하는 몇 개의 브랜드 중에서만 선택해서 구입하는 편이다
2) 대체로 매장, 매대에서 눈에 띄는 제품을 구입하는 편이다
3) 기왕이면 매장 판촉/시식/묶음판매 등 판촉 프로모션 제품을 구입하는 편이다
4) 대체로 그때 그때마다 새로운 제품, 신제품을 구입하는 편이다

QA14. 귀하께서는 조청/물엿을 얼마나 자주 구입하시나요?

1) 한달에 한번 이상 2) 2개월에 한번 정도 3) 3개월에 한번 정도
4) 4개월에 한번 정도 5) 5개월에 한번 정도 6) 6개월에 한번 정도
7) 6개월에 한번 미만/그보다 드물게

QA15. 귀하께서는 조청/물엿을 1회 구입하실 때, 몇 개 정도 구입하시나요?
1회 평균 구입하시는 개수를 말씀해 주세요.
(예를 들어 낱개를 구입하셨다면 1개, 1+1행사 제품을 구입하셨다면 2개 응답하시면 됩니다.)

1) 1개 2) 2개 3) 3개
4) 4개 5) 5개 6) 6개 이상

QA16. 귀하께서는 주로 구입하시는 조청/물엿 제품 용량은 무엇인가요?

1) 700g 2) 1.2kg 내외 3) 2.4kg 내외 4) 5kg 이상(대용량)

QA17. 귀하께서는 주로 [[AQ16응답값]] 용량의 조청/물엿 제품을 구입하시는 이유는 무엇인가요? 모두 선택해 주세요.

1) 용량 대비 가격이 저렴해서 2) 자주 사용해서/많이 사용해서
3) 자주 사용하지 않아서 4) 가격할인 행사를 자주 해서
5) 사용하기 편리한 사이즈여서 6) 주변에서 쉽게 살 수 있어서
7) 보관하기 편리해서 8) 1+1, 덤 등 프로모션을 자주 해서
9) 기타( )

QA18. 그렇다면 귀하/귀댁에서는 평소에 조청/물엿을 얼마나 자주 사용하시나요?

1) 거의 매일 2) 2-3일에 한번 정도 3) 일주일에 한번 정도
4) 2주에 한번 정도 5) 1개월에 한번 정도 6) 2-3개월에 한번 정도
7) 3개월에 한번 이하/그보다 드물게

QA19. 귀하께서는 평소 조청/물엿을 어떤 상황/목적으로 사용하시는지요? 모두 선택해 주세요.

1) 음식 조리 시 2) 간식 먹을 때
3) 입시/선물 등 4) 기타 그외 생활에서 ( )

QA20. 귀하께서는 어떤 요리에 조청/물엿을 사용하시나요? 조청/물엿을 사용하는 요리를 모두 선택해 주세요.

1) 양념 조리 2) 양념장 3) 볶음류
4) 조림 5) 커피/차/음료 먹을때 6) 과자/제빵 시
7) 떡볶이 8) 무침요리 9) 치킨
10) 구이 11) 샐러드 12) 찜요리
13) 절임류 14) 매실청 등 청 만들 때 15) 기타( )

 Copyright 2022 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

QA21. 귀하께서는 평소 조청/물엿을 구입, 사용하시는 이유는 무엇인가요?

QA22. 귀하께서는 조청/물엿하면 어떤 생각, 어떤 이미지가 떠오르십니까? 자유롭게 적어 주시기 바랍니다.

B. 조청/물엿 카테고리 특성

이제부터는 조청/물엿의 카테고리별 특징에 대해서 질문드리겠습니다.

QB1. 귀하께서 알고 계신 조청/물엿의 종류에 대해 모두 선택해 주십시오.

QB2. 귀하께서 최근 6개월 내 구입해보신 조청/물엿 종류를 모두 선택해 주십시오.

QB3. 귀하께서 가장 자주 구입하시는 조청/물엿 종류를 하나만 선택해 주십시오.

QB4. 향후에 가장 자주 구입할 것 같은 조청/물엿 종류를 하나만 선택해 주십시오.

<QB1~QB4 공통 보기>

항목(로테이션)	QB1 보조인지	QB2 6개월	QB3 주구입	QB4 향후 주구입
1) 물엿(액상)	1	1	1	1
2) 전통 조청(액상)	2	2	2	2
3) 올리고당(액상)	3	3	3	3
4) 전통 엿(고체)	4	4	4	4

QB5. 귀하께서 현재 [[QB3응답값]] 제품을 가장 자주 구입하시는 이유는 무엇입니까?

QB6. 귀하께서 최근 6개월 내 구입해 보신 조청/물엿 제품에 대해서, 귀하께서는 얼마나 만족하시는지요? 만족 정도를 5점 만점으로 평가해 주시기 바랍니다.

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

만족도 평가	매우 불만족	대체로 불만족	보통	대체로 만족	매우 만족
1) 물엿(액상)	1	2	3	4	5
2) 전통 조청(액상)	1	2	3	4	5
3) 올리고당(액상)	1	2	3	4	5
4) 전통 엿(고체)	1	2	3	4	5

[카테고리 현재력 : Category Funnel]

QB7. 제시된 조청/물엿에 대한 귀하의 생각을 가장 잘 표현한 문장은 무엇입니까?

항목(로테이션)	이 조청/물엿에 대해 들어본 적은 있지만, 잘 알지는 못한다	이 조청/물엿을 잘 알고 있지만 좋아하는 제품은 아니다	이 조청/물엿을 좋아하지만 구입하고 싶지는 않다	이 조청/물엿을 구입하고 싶지만 꼭 이 조청/물엿 구입을 고집하지는 않는다	나는 비용과 시간이 더 들더라도 꼭 이 조청/물엿을 구입하겠다
1) 물엿(액상)					
2) 전통 조청(액상)					
3) 올리고당(액상)					
4) 전통 엿(고체)					

[카테고리 성장 잠재력 : 성장성]

QB8. 다음 제시된 조청/물엿의 현재 시장 지위/상황을 가장 잘 표현한 문장은 무엇입니까?

항목(로테이션)	이 조청/물엿은 시장에서 하락하고 있다	이 조청/물엿은 시장에서 안정/정체되어 있다	이 조청/물엿은 시장에서 점진적으로 떠오르고 있다	이 조청/물엿은 시장에서 급부상하고 있다
1) 물엿(액상)				
2) 전통 조청(액상)				
3) 올리고당(액상)				
4) 전통 엿(고체)				

 Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

C. 조청/물엿에 대한 인식/태도

QC1. 귀하께서 생각하시는 요즘 조청/물엿의 특징, 최근 조청/물엿의 모습 등 조청/물엿과 연관이 있다고 생각되시는 내용을 무엇이든 좋으니, 자유롭게 적어 주시기 바랍니다.

QC2. 귀하께서 평소 조청/물엿을 구입해서 드시는 이유, 드실 때 기분, 감정, 느낌을 무엇이든 좋으니, 자유롭게 적어 주시기 바랍니다.

QC3. 귀하가 생각하는 "좋은 조청/물엿'이란 어떤 제품일까요? 무엇이든 좋으니 자세히 적어주십시오.
Ex. 이런 조청/물엿을 기대한다, 이런 조청/물엿이 있었으면 좋겠다

응답자 특성

DQ1. 귀하의 직업은 무엇입니까?
1) 중학생
2) 고등학생
3) 대학생/대학원생
4) 전업주부
5) 취업주부
6) 미혼 직장인(사무직, 판매직, 기술직, 경영직, 관리직 등)
7) 기혼 직장인(사무직, 판매직, 기술직, 경영직, 관리직 등)
8) 자영업자(식당, 가게, 매장 운영 등)
9) 전문직(교수, 의사, 프리랜서, 언론인, 예술인 등)
10) 기타( )

DQ2. 귀댁의 월평균 소득(보너스, 이자, 집세 등을 포함한 금액)은 어느 정도 입니까?
1) 200만원 미만 2) 200만원~300만원 미만 3) 300만원~400만원 미만
4) 400만원~500만원 미만 5) 500만원~600만원 미만 6) 600만원~700만원 미만
7) 700만원~800만원 미만 8) 800만원~1,000만원 미만 9) 1,000만원 이상

Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation All rights reserved

[공공누리 제4유형]
개별이용조건

출처표시
저작물의 출처를 표시해야 됩니다.

이용자는 공공저작물을 이용할 경우, 다음과 같이 출처 또는 저작권자를 표시해야 합니다.
ex) "본 저작물은 'OOO(기관명)'에서 'OO년'작성하여 공공누리 제O유형으로 개방한 '저작물명(작성자:OOO)'을 이용하였으며, 해당 저작물은 'OOO(기관명),OOO(홈페이지주소)'에서 무료로 다운받으실 수 있습니다."
* 위 내용은 예시이므로 작성연도 및 해당 기관명과 홈페이지 주소, 작성자명 기입
온라인에서 출처 웹사이트에 대한 하이퍼링크를 제공하는 것이 가능한 경우에는 링크를 제공하여야 합니다.
이용자는 공공기관이 이용자를 후원한다거나 공공기관과 이용자가 특수한 관계에 있는 것처럼 제3자가 오인하게 하는 표시를 해서는 안됩니다.

상업적 이용금지
비영리 목적으로만 이용 가능

상업적 이용이 금지된 공공저작물은 영리행위와 직접 또는 간접으로 관련된 행위를 위하여 이용될 수 없습니다.
다만, 별도의 이용허락을 받아 공공저작물을 상업적으로 이용하는 것은 가능합니다.

변경금지
저작물을 변경 혹은 2차 저작물 작성금지

공공저작물의 변경이 금지 됩니다. 또한 내용상의 변경 뿐만 아니라 형식의 변경과 원저작물을 번역·편곡·각색·영상제작 등을 위해 2차적 저작물을 작성하는 것도 금지 대상 행위에 포함됩니다.

조청·엿 | 2022 가공식품 세분시장 현황

1. 이 보고서는 농림축산식품부에서 주관하고 한국농수산식품유통공사가 시행한 **[가공식품 세분시장 현황]**의 보고서입니다.

2. 이 보고서 내용을 인용할 때에는 반드시 농림축산식품부에서 주관하고 한국농수산식품유통공사가 시행하여 분석한 [가공식품 세분시장 현황] 보고서의 내용임을 밝혀야 합니다.

3. 이 보고서는 식품산업통계정보시스템(http://www.atfis.or.kr)에서도 보실 수 있습니다.

© 2022. aT 한국농수산식품유통공사
All rights reserved.