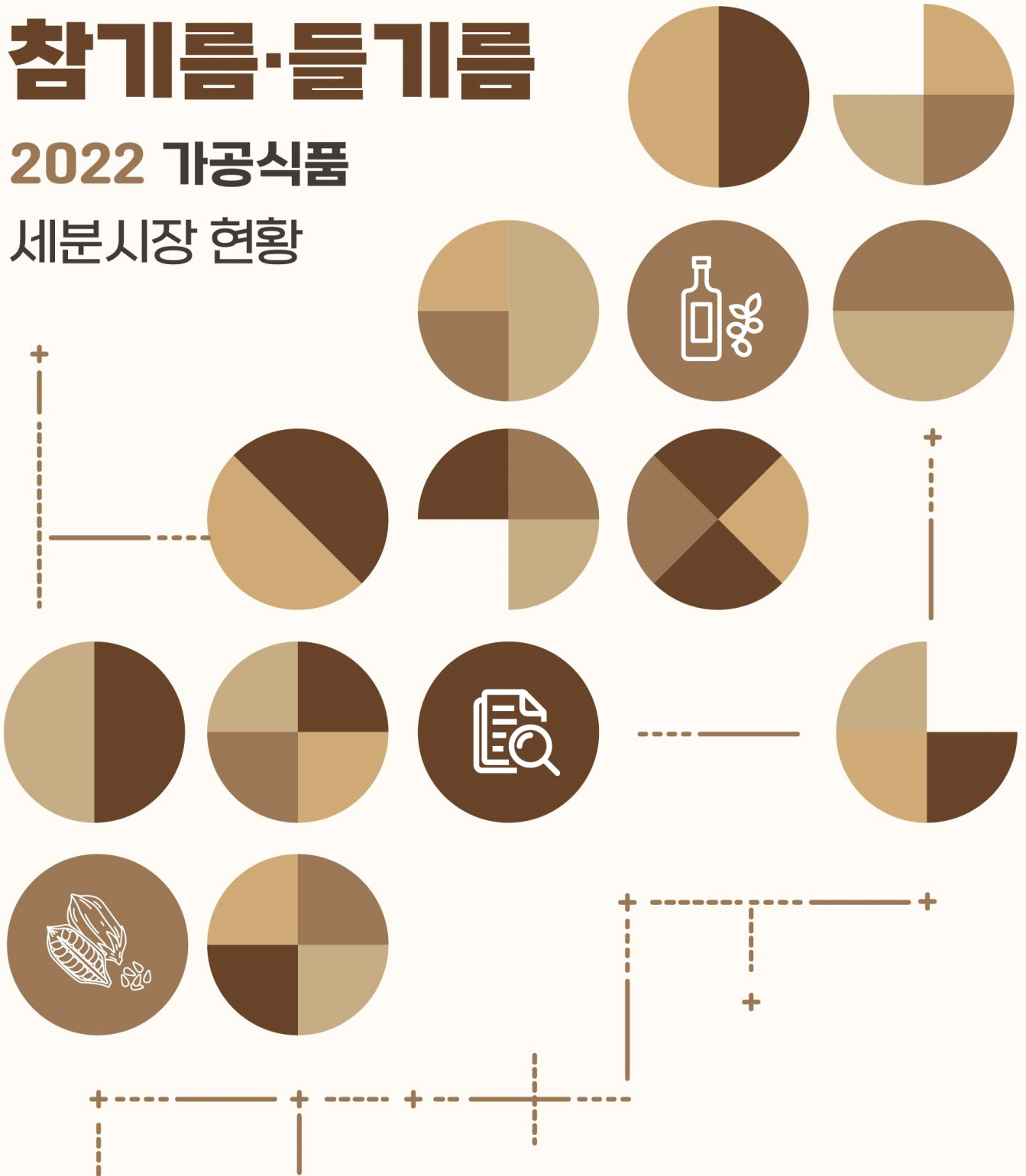


참기름·들기름

2022 가공식품

세분시장 현황



aT FIS 식품산업통계정보
Food Information Statistics System



FIS 홈페이지



FIS 카카오톡 채널



농림축산식품부

Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한국농수산물유통공사

Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

© 2022. **aT** 한국농수산물유통공사

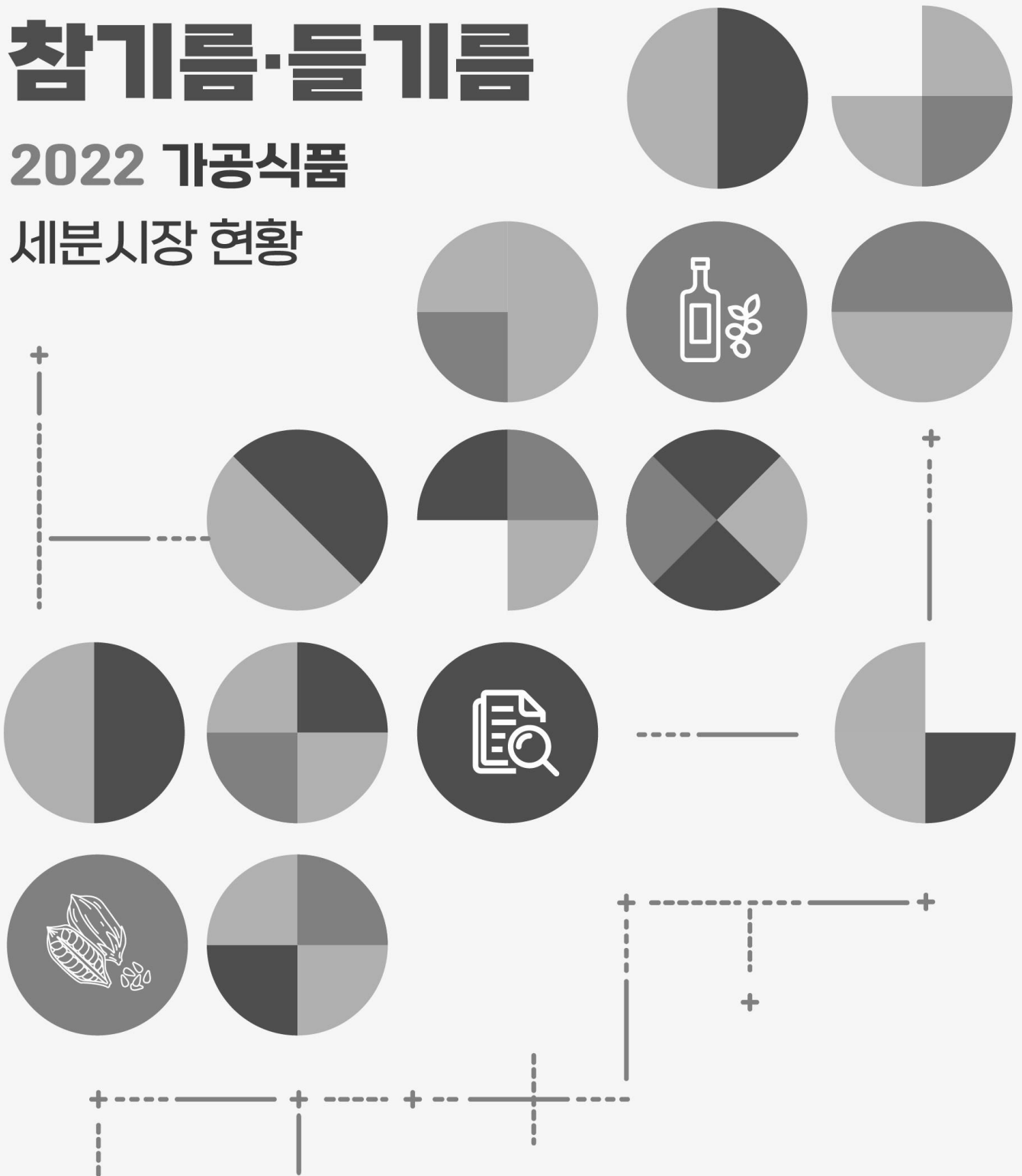
All rights reserved.

이 책의 저작권은 한국농수산물유통공사에 있으므로 무단으로 전재 또는 복제할 수 없으며,
영리적인 목적으로도 이용할 수 없습니다.

참기름·들기름

2022 가공식품

세분시장 현황





1. 본 보고서의 내용을 인용할 때에는 반드시

aT 한국농수산물유통공사 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

제1장. 시장 요약

제2장. 조사 개요

제1절. 조사 배경 및 목적	17
1. 조사 배경	17
2. 조사 목적	18
제2절. 조사 대상 및 방법	19
1. 조사 대상	19
2. 조사 방법	20
제3절. 시장 조사 개요	24
1. 정의	24
2. 주요 제품	28
3. 성분 규격	31
4. 제조 공정	34
5. 관련 인증 및 제도	36

제3장. 원료 수급 동향

제1절. 원료 수급 동향	51
1. 주요 원료	51
2. 주요 원료 현황	53

제4장. 생산 및 수출입 현황

제1절. 생산 및 출하 현황	73
1. 생산 현황	73
2. 출하 현황	78
3. 주요 제조사 및 브랜드 현황	82
제2절. 수출입 동향	85
1. 수출입 코드	85
2. 참기름 수출입 현황	86
3. 들기름 수출입 현황	94

제5장. 유통 및 판매 현황

제1절. 유통현황	103
1. 유통 판매 구조	103
제2절. 소매시장 규모	105
1. 소매시장 규모	105

제6장. 소비자 동향 및 트렌드 분석

제1절. 조사 개요	111
1. 빅데이터 조사 개요	111
2. 소비자 조사 개요	102
제2절. 국내 시장 동향 분석	114
1. 시장 동향	114
2. 관련 온라인 빅데이터 분석	119
제3절. 소비 행태 분석	131
1. 참기름 구입 행태	131
2. 들기름 구입 행태	149
3. 참기름·들기름에 대한 소비자 기대 가치	166

제7장. 해외 시장 동향

제1절. 해외 시장 개요	171
1. 시장 개요	171
제2절. 글로벌 트렌드	172
1. 대륙별 트렌드	172



제3절. 국가별 동향	174
1. 중국 시장	174
2. 미국 시장	178
3. 일본 시장	180

[부록. 소비자 조사 설문지]

표 목 차

표1) 소비자 온라인 조사 응답자 특성	22
표2) 참기름 · 들기름의 특징	25
표3) 참기름과 들기름의 정의	26
표4) 참기름 · 들기름 주요 제품	28
표5) 참기름 · 들기름 식품공전 제조·가공 기준 및 규격	31
표6) 참기름 전통식품품질인증 규격	32
표7) 들기름 품질기준 및 제조 · 가공 기준	33
표8) HACCP의 정의	37
표9) 참기름 · 들기름 포함 식품 위생법	38
표10) 식품 HACCP 적용 대상	39
표11) 식품 HACCP 의무적용 품목	40
표12) 참기름 · 들기름 KS 제품 인증 현황	41
표13) 참기름 · 들기름 유기가공식품 인증 업체	43
표14) 참기름 · 들기름 농촌융 · 복합산업 인증 업체	46
표15) 참깨 생산 현황	54
표16) 2022년 지역별 참깨 생산 현황	56
표17) 참깨(백색, 국산) 가격 동향	57
표18) 참깨 수출입 코드	59
표19) 참깨 연도별 수입 현황	60
표20) 연도별 수입 참깨 유통가격 동향	61
표21) 국가별 참깨 수입 현황	62
표22) 들깨 생산 현황	63
표23) 2021년 지역별 들깨 생산 현황	64

표24) 들깨(국산) 가격 동향	65
표25) 들깨 수출입 코드	66
표26) 들깨 연도별 수입 현황	67
표27) 연도별 수입 들깨 유통가격 동향	68
표28) 국가별 들깨 수입 현황	70
표29) 참기름 유형별 생산 규모	75
표30) 들기름 유형별 생산 규모	77
표31) 참기름 유형별 출하 규모	79
표32) 들기름 유형별 출하 규모	81
표33) 참기름·들기름 주요 제조업체 특징 및 연혁	83
표34) 참기름·들기름 수출입 코드	85
표35) 참기름 연도별 수출 현황	88
표36) 주요 국가별 참기름 수출 현황	90
표37) 참기름 연도별 수입 현황	91
표38) 주요 국가별 참기름 수입 현황	93
표39) 들기름 연도별 수출 현황	95
표40) 주요 국가별 들기름 수출 현황	97
표41) 들기름 연도별 수입 현황	99
표42) 주요 국가별 들기름 수입 현황	100
표43) 제조사별 소매시장 규모	106
표44) 채널별 소매시장 규모	107
표45) 소비자 온라인 조사 응답자 특성	113
표46) 참기름 100대 검색 제품 (Naver datalab)	125

표47) 들기름 100대 검색 제품 (Naver datalab)	126
표48) 참기름 관련 검색 키워드	128
표49) 들기름 관련 검색 키워드	130
표50) 참기름 제품 정보 수집 채널 상위 5개	133
표51) 평소 참기름 구입 채널	135
표52) 참기름 선호 품목	142
표53) 품목별 선호 이유	143
표54) 평소 참기름 구입 채널	145
표55) 품목별 사용 이유	146
표56) 들기름 제품 정보 수집 채널 상위 5개	151
표57) 들기름 구입 채널	153
표58) 들기름 선호 품목	159
표59) 들기름 품목별 선호 이유	160
표60) 평소 들기름 구입 채널	162
표61) 품목별 사용 이유	163
표62) 중국 참기름 분류	174
표63) 중국 참기름 · 들기름 주요 제품	176
표64) 미국 참기름 주요 제품	179
표65) 일본 참기름 · 들기름 주요 제품	182

그림 목 차

그림1) 압착식용유 제조 공정	34
그림2) 참기름·들기름 제조 공정	35
그림3) 참깨 생산 현황	54
그림4) 참깨(백색, 국산) 가격 동향	58
그림5) 참깨 수입 현황	60
그림6) 연도별 수입 참깨 유통가격 동향	61
그림7) 국가별 참깨 수입액 현황	62
그림8) 들깨 생산 현황	63
그림9) 들깨(국산) 가격 동향	66
그림10) 들깨 수입 현황	68
그림11) 연도별 수입 들깨 유통가격 동향	69
그림12) 국가별 들깨 수입액 현황	70
그림13) 참기름 생산 현황	74
그림14) 들기름 생산 현황	76
그림15) 참기름 출하 현황	78
그림16) 들기름 출하 현황	80
그림17) 참기름 연도별 수출입 현황	86
그림18) 참기름 연도별 수출 규모	88
그림19) 참기름 연도별 수입 규모	92
그림20) 들기름 연도별 수출입 현황	94
그림21) 들기름 연도별 수출 규모	96
그림22) 들기름 연도별 수입 규모	99
그림23) 국내 참기름·들기름 시장 유통 구조	104

그림24) 전통기름 소매시장 규모	105
그림25) CJ제일제당 참기름 포장 재질 구조 개선	117
그림26) 참기름·들기름 관련 검색량 추이	120
그림27) 참기름 검색어 워드 클라우드 분석	121
그림28) 2022년 참기름 검색 키워드	122
그림29) 들기름 검색어 워드 클라우드 분석	123
그림30) 2022년 들기름 검색 키워드	124
그림31) 참기름 관련 키워드 네트워크 분석	127
그림32) 들기름 관련 키워드 네트워크 분석	129
그림33) 참기름 평균 구입 빈도	131
그림34) 참기름 정보 수집 채널	132
그림35) 참기름 구입 채널	134
그림36) (COVID-19 발생 이전 대비) 참기름 구입량 변화	136
그림37) 참기름 구입량 증가/감소 이유	137
그림38) 참기름 구입시 고려 요인	138
그림39) 참기름 구입 목적 및 사용 이유	139
그림40) 참기름을 활용하는 요리	140
그림41) 참기름 선호 품목	141
그림42) 참기름 품목별 사용 경험	144
그림43) 참기름 품목별 만족도	147
그림44) 참기름에 대한 인식	148
그림45) 들기름 평균 구입 빈도	149
그림46) 들기름 정보 수집 채널	150



그림47) 들기름 구입 채널	152
그림48) (COVID-19 발생 이전 대비) 들기름 구입량 변화	154
그림49) 들기름 구입량 증가/감소 이유	155
그림50) 들기름 구입시 고려 요인	156
그림51) 들기름 구입 목적 및 사용 이유	157
그림52) 들기름을 활용하는 요리	157
그림53) 들기름 선호 품목	158
그림54) 들기름 품목별 사용 경험	161
그림55) 들기름 품목별 만족도	164
그림56) 들기름에 대한 인식	165
그림57) 소비자 기대 가치	167

|제 1 장|

시장 요약

시장 요약

1. 시장 개요

- 참기름과 들기름은 식품공전상 식용유지류 중 식물성 유지류의 한 품목임¹⁾
- 참기름은 참깨를 압착하여 얻은 압착참기름 또는 이산화탄소(초임계추출)로 추출한 초임계추출 참기름을 말하며, 추출참깨유는 참깨로부터 추출한 원료유지를 정제한 것을 말함. 참기름 또는 추출참깨유로 구분 표시하여야 함²⁾
- 들기름은 들깨를 압착하여 얻은 압착들기름 또는 이산화탄소(초임계추출)로 추출한 초임계추출 들기름을 말하며, 추출들깨유는 들깨로부터 추출한 원료유지를 정제한 것을 말함. 들기름 또는 추출들깨유로 구분 표시하여야 함³⁾

2. 원료 수급 동향

1) 참기름 원료 수급 현황

- 국내 참깨 재배면적은 2017년 29.7만 ha에서 2021년 19.2만 ha로 2017년 대비 약 35% 하락함. 생산량은 2017년 14,258톤에서 2020년 기준 6,795톤으로 전년 대비 47.7% 감소했으나, 2021년 반등하여 10,090톤으로 집계됨

1) 식품공전, 식품의약품안전처

2) 식품등의 표시기준, 식품의약품안전처 (2022.09.06. 일부 개정)

3) 식품등의 표시기준, 식품의약품안전처 (2022.09.06. 일부 개정)

- 2017년 참깨 수확기 이후 가격 약세로 인해 2018년은 전년 대비 재배면적이 감소했으나, 2019년은 기저효과로 재배면적이 소폭 증가하고 기상 여건 또한 양호하여 생산량이 증가함⁴⁾⁵⁾
 - 그러나, 기계화가 어려운 참깨 재배의 특성과 농가 인구의 고령화로 2020년 참깨 재배면적은 2019년 대비 8.9% 감소하고, 생산량 또한 장마와 태풍으로 인해 크게 감소함⁶⁾
 - 2021년 파종기(3~5월)에 참깨 가격이 상승했음에도 불구하고 5월 잦은 강우로 재배면적이 전년 대비 16.2% 감소함. 반면 2020년 장마와 태풍으로 인해 수해가 컸던 것에 비해 2021년 생육기 및 수확기(7~8월)에 강수량이 양호하여 작황이 좋아 생산량은 오히려 증가함⁷⁾
- 참깨 수입량은 2017년 7.5만 톤에서 2021년 8.7만 톤으로 15.9% 증가했으며, 같은 기간 수입액은 1억 883만 달러에서 1억 5,190만 달러로 39.6% 증가함
- 국내 참깨 재배면적이 꾸준히 감소하는 반면 참깨 소비량은 증가하고 있어 부족한 공급량을 채우기 위해 참깨 수입량이 증가추세를 보임⁸⁾
 - 2022년 정부는 고물가로 인한 서민 식료품비 부담 경감을 위해 농축산물 수입 확대를 결정하고, 참깨의 저율할당관세물량 (TRQ)⁹⁾을 기존 6.4톤에서 3,000톤 증가한 6.7만 톤으로 결정됨¹⁰⁾

4) 2018년 고추, 참깨 생산량조사 결과, 통계청, 2018.11.23. 발표

5) 2019년 고추, 참깨, 고랭지감자 생산량조사 결과, 통계청, 2019.11.23. 발표

6) 2020년 고추, 참깨, 고랭지감자 생산량조사 결과, 통계청, 2020.11.23. 발표

7) 2021년 고추, 참깨, 고랭지감자 생산량조사 결과, 통계청, 2021.11.23. 발표

8) 2020.10.25., [오일 바로알기] 최악 장마가 가져온 최악의 참깨 작황, 이데일리

9) 최소시장접근 또는 현행시장접근 기회를 보장하기 위해 일정 수량까지는 저율 관세율을 부과하고 그 수량을 초과하면 고율의 관세율을 적용하는 제도, 통상무역용어사전

10) 2022.08.05., '물가관리' 뒷에 걸린 참깨...산지 생산기반 또 흔들다, 한국농어민신문

2) 들기름 원료 수급 현황

- 들깨 재배면적은 2017년 4.3만 ha에서 2018년 3.5만 ha로 전년 대비 19.6% 감소한 후 증감을 반복하다 2021년 3.7만 ha에 이룸. 생산량도 2017년의 5.1만 톤에서 2018년 4만 톤으로 전년 대비 20.5% 하락한 후 증감을 반복하다 2021년 4.2만 톤으로 나타남
- 연도별 들깨 수입 현황은 수입량 기준 2017년 2.5만 톤에서 2021년 1.5만 톤으로 39.4% 감소한 반면, 같은 기간 수입액은 3,609만 달러에서 5,300만 달러로 46.8% 증가함
 - 이는 들깨 수입 단가가 2017년 기준 kg당 1.45달러에서 2021년 3.51달러로 증가했기 때문임. 수입 들깨 가격 상승 요인 중 하나로는 최대 수입국인 중국의 흉작 때문으로 들깨 주요 생산지역인 길림성과 서북 및 단둥지역에 2020년 홍수가 발생하며 수확량이 크게 감소함

3. 생산 현황

1) 참기름 생산 현황

- 참기름 생산량은 2017년 24,495톤에서 2021년 31,094톤으로 26.9% 증가했으며, 같은 기간 생산액은 1,790억 원에서 2,392억 원으로 33.7% 증가함
 - 2019년까지 참기름 생산량과 생산액 모두 6~7%대의 증가율을 보였으나, 2020년 생산량은 전년 대비 0.1% 하락하여 큰 변동이 없는 반면 생산액은 전년 대비 17.9% 증가했으며 반면, 2021년 생산액은 전년 대비 0.1% 증가하여 큰 차이가 없는데 반해 생산량은 11.5% 증가함

2) 들기름 생산 현황

- 들기름 생산량은 2017년 3,433톤 대비 57.9% 성장하여 2018년 5,421톤을 기록한 이후 소폭 감소했으나 2021년에 전년 대비 11.3% 성장하여 4,661톤으로 증가함. 이는 2017년 대비 35.8% 증가한 수치임
- 생산액은 2017년 346.6억 원 이후 매년 성장하여 2021년에는 2017년 대비 77% 성장한 613.6억 원을 달성함
 - 특히, 2020년은 전년 대비 47%로 크게 성장하며 605.7억 원으로 증가함

4. 수출입 현황

1) 참기름 수출입 현황

- 2021년 참기름 수출액은 900만 달러로 2017년 410만 대비 달러 119.6% 증가함. 참기름 수출액은 2017년 이후 매년 성장해왔으며 2020년은 전년 대비 54.7% 증가한 823만 달러로 큰 폭의 증가세를 보임
- 참기름 수입액은 2021년 255만 달러로 2017년 241억 달러 대비 6.0% 증가함. 참기름 수입액은 2018년 200만 달러로 전년 대비 16.9% 감소한 이후 성장세가 지속됨

2) 들기름 수출입 현황

- 들기름 수출액은 2017년 222만 달러에서 2019년 434만 달러까지 95.5% 증가했으나 이후 감소하여 2021년 156만 달러로 집계됨. 수입액은 2017년 265만 달러 이후 매년 증가하여 2021년 476만 달러로 2017년 대비 179.8% 증가함

5. 유통 및 판매 현황

- 국내 참기름·들기름의 제조 및 유통 구조는 대기업이 진출한 분야에 대해서만 일부 파악이 가능하며, 전통적인 기름집이나 방앗간 등을 통한 영세 생산 및 판매 시장 규모는 파악하기 어려움
- 2021년 기준 참깨 수입 규모는 연간 약 8만 톤 수준으로 수입된 참깨 중 약 25%는 볶음 참깨로 사용되며, 나머지 약 75%는 통참깨로 참기름 생산용으로 사용됨. 2020년 식약처 생산실적 통계 기준 참기름 시장 규모는 2,380억 원이나 참기름·들기름 관련 업계는 생산실적 내에 집계되지 않는 시장이 존재할 것으로 추정함¹¹⁾
 - 2021년 기준 업계에서 추정한 참기름 시장은 4,000억 원 규모로 그중 대형마트, SSM, 편의점, 온라인 채널 등 유통 채널을 통해 판매되는 시장이 약 30% 수준인 1,200억 원 규모로 추정되며, 나머지 70%인 약 2,800억 원은 전통적인 참기름 채널인 기름집, 방앗간 등을 통해 생산 및 유통되는 것으로 추정됨

11) 업계 전문가 인터뷰(유지류 제조 대기업 및 중소기업 및 관련 학계 종사자 3인), 업계 기준 참기름 시장 약 4,000억 원, 들기름 시장 약 1,200억 원 추정됨

- 들기름 시장 또한 유통 단계별 규모 추정은 어려움. 2021년 들깨 수입 규모는 1.5만 톤 수준으로 들기름 관련 업계에서는 이중 약 75%에 해당하는 1.1만 톤이 들기름에 사용된 것으로 추정함
 - 2021년 생산실적 기준 들기름 시장 규모는 613억 원으로 집계되었으나, 참기름과 마찬가지로 업계 전문가들은 들기름 시장 규모는 약 1,000억 원 내외, 국내 수입된 들기름은 200억 원 내외로 추정하고 있음
- 전통기름 소매시장 규모는 2017년 1,307억 원에서 2021년 1,469억 원으로 12.4% 증가했으며, 전년 대비 5.8% 증가함
 - COVID-19로 인해 집에서 식사하거나 직접 요리하는 경향이 증가하면서 2020년 이후 매출액이 증가한 것으로 추정됨¹²⁾

6. 시장 트렌드 및 소비자 동향

1) 시장 현황

- 참기름·들기름 시장은 COVID-19의 여파로 가정에서의 조리 및 식사 경향이 확대되면서 참기름·들기름 등 기본 조미료의 수요 또한 소폭 증가함. COVID-19의 영향으로 참기름·들기름을 포함한 대부분의 기초 식자재 품목들의 시장 규모가 일시적으로 증가했으나 최근에는 배달 시장 성장과 거리두기 완화 등 COVID-19 이전으로 회귀하는 모습을 보이고 있음

12) 2020.06.26., 'CJ제일제당 홈밥 많아지니 참기름 소비 증가', 파이낸셜 뉴스

- 매운맛과 짠맛, 단맛 외에 한국의 '고소한 맛'에 대한 관심이 높아지면서 들기름 사용량이 지속 증가함. 실제로 2019년 이후 최근 3년간 들기름 제품 진열 비중도 높아졌으며 국산 깨, 통참깨·통들깨, 생참기름·들기름 등의 차별화된 제품들이 등장하며 다양한 제품이 시중에 판매되고 있음
- 최근 국내 참기름·들기름 시장의 트렌드는 ▲프리미엄 제품의 가능성, ▲건강 지향 트렌드의 확대, ▲제품 및 용기의 디자인 변화가 두드러짐

2) 소비 시장

- 참기름을 이용하는 소비자는 월평균 약 0.3회 구입하고 있으며, 주 구입 채널은 '대형마트'가 33.4%로 가장 높게 나타남. 이어서 '시장/방앗간 등 직접 짜서 판매하는 참기름 가게' 19.4% > '주변인에게 조달/구입' 8.9% 순임
- COVID-19 이전 대비 참기름 구입량 변화는 '변화없다'가 76.5%로 나타나, 일반 소비자들은 참기름 구입에 COVID-19가 영향을 끼치지 않은 것으로 분석됨
- 참기름 제품 구입시 고려하는 요인으로는 '원산지가 국산' 20.0% > '믿을 수 있는 제품' 11.9% > '직접 짠 제품' 9.7% 등의 순임
 - 가장 우선 고려하는 요인은 '국산 제품' 여부임. 최근 외국산 재료로 만들어진 참기름이 시중에 많이 판매되고 있는 점 등으로 인해 원산지에 대한 중요도가 높은 것으로 보임
- 소비자들이 생각하기에 좋은 참기름은 '맛과 향이 고소하고 좋으며' 나아가 '기분도 좋아지게 한다'고 응답함. 또한 좋은 참기름은 음식의 풍미를 높이고 입맛을 돋울 수 있다고 생각함

- 들기름을 이용하는 소비자는 월평균 약 0.3회로 참기름과 비슷하며, 들기름 주 구입 채널은 '주변인으로부터 조달이나 구입' 25.1% > '시장/방앗간 등 직접 짜서 판매하는 들기름 가게' 23.7% > '대형마트' 19.9% 순임
- 들기름 제품 구입시 고려하는 요인으로는 '원산지가 국산' 21.3% > '직접 짠 제품' 13.7% > '믿을 수 있는 제품' 12.4% 등의 순임
- 소비자들이 생각하기에 좋은 들기름은 '맛과 향이 좋고 고소하며' '건강에 도움'되고 '기분이 좋아지는' 제품임
- 반면, 현재 들기름에 대한 인식을 보면 '비싼 가격'에 대한 부담이 가장 많이 언급하고 있으며 외국산 제품이 많다는 부정적 의견이 존재함
- 2022년 참기름·들기름 시장에 대한 소비자 기대 가치는 ① 더 맛있는, ② 요리에 대한 즐거움, ③ 건강 고려임

- **(더 맛있는)**

참기름·들기름을 구입, 사용하는 소비자들의 기본적인 편익임. 국내산 원재료로 만든 참기름·들기름이 제공하는 고소한 맛과 부드러움으로 더 맛있는 음식을 경험하고자 하는 소비자의 욕구를 보여줌. 믿을 수 있는 좋은 참기름·들기름 취식을 통해 보다 맛있는 경험을 하고자 하는 소비자들의 태도를 설명해주는 핵심 가치임

- **(요리에 대한 즐거움)**

참기름·들기름의 고소함과 입맛을 돋우는 감칠맛, 식욕을 자극하는 풍미 등을 통해 정성이 담긴 맛있는 음식을 경험하면서 느낄 수 있는 기분 전환에 대한 소비자의 기대임. 특히 다양한 한식 요리에 사용되므로 일상에서 음식을 먹는 소비자들에게 음식을 통해 제공되는 가치를 의미함

- (건강 고려)

최근 기존 제품들보다 건강을 고려한 생참기름·들기름 제품들이 다수 출시되고 있으며 참기름·들기름이 제공하는 오메가-3의 효과를 기대함

7. 해외 시장 동향

1) 글로벌 트렌드

- 최근 COVID-19의 영향으로 건강에 대한 관심이 보다 높아졌으며, 이에 건강한 기름인 참기름과 들기름에 대한 관심이 증가함. 그러나 아직까지 해외 시장에서의 참기름·들기름에 대한 수요는 이미 활용되고 있는 테이블 소스나 오일 대비 낮을 것이므로 관련 경향을 파악하는 것이 중요할 것임
- 유럽은 COVID-19로 인해 이동제한 및 물가 상승으로 해외여행이 감소한 상황에서 이국적인 소스를 통해 세계 각국의 음식 맛을 느끼고자 함. 또한, 소비자의 윤리적 및 환경적 관심의 증가로 채식을 선호하는 경향이 커짐에 따라 테이블 소스 및 오일에 대해서도 동물성 성분이 없는 제품을 추구하는 경향이 나타남
- 아시아에서는 비건, 채식주의, 케토 등 다양한 식이요법에 대한 인식이 높아짐에 따라 그에 맞는 테이블 소스나 오일 제품에 대한 수요도 높아짐. 또한 유럽과 마찬가지로 팬데믹으로 인해 더 건강하면서도 영양가 있는 음식을 찾는 소비자 또한 증가함

2) 국가별 동향

- 해외에서의 참기름·들기름에 대한 수요비중은 낮은 수준이나 시장 동향을 파악하기 위하여, 참기름·들기름 최대 수입국인 중국과 참기름 최대 수출국인 미국, 들기름 최대 수출국인 일본 시장에 대해 살펴보고자 함
- (중국) 2020년 참기름 연간 소비량은 약 22만 톤 수준으로 식용 유지류 소비량 약 3,000만 톤 대비 낮은 비중을 차지하며, 참기름의 용도와 활용 영역이 상대적으로 협소한 것이 그 원인임
 - 다만, 최근 소득 수준의 향상으로 다양한 식용 유지류에 대한 수요가 증가한 것과 함께 참기름 소비가 급증했으며 수입과 수출 모두 증가 추세임
 - 참기름 외 식용 유지류 관련 트렌드를 살펴보면 코코넛 오일 및 팜유에 들어있는 포화지방 성분인 MCT 오일에 대한 관심이 높아짐. MCT 오일은 신체 활동에 필요한 에너지로의 전환이 빨라 케토(KETO)식단과 함께 인기가 높아짐
- (미국) 소비자들의 라이프 스타일이 변화하고 건강에 대한 관심이 높아지면서 비타민, 오메가-3 등과 같은 영양성분이 함유된 식용유부터 유기농 식품, 코코넛 오일등이 인기를 끌고 있음. 특히, 참기름은 건강한 오일로 인식되어 수요가 증가하고 있으며 샐러드 드레싱과 아이스크림 등 다양한 식품은 물론 화장품 등에도 활용됨
 - 미국 내에서는 지방 대체 성분을 통해 식품 및 음료에서 지방과 칼로리를 줄이는 방법을 연구하고 있음. 소비자들에게 지방 및 칼로리 감소는 소비자에게 중요한 속성으로, 저지방과 무지방 제품을 건강에 좋은 제품으로 인식하는 경향을 보임

- (일본) 2021년 기준 세계 참기름 수출 1위 국가로 글로벌 시장의 20.1% 점유율을 차지하고 있음. 자국 참기름 생산량의 13%인 5,943톤을 수출하고 있으며 수출량의 65%는 미국에 집중됨
 - 2010년대 이후 건강에 좋은 '헬시오일(ヘルシ-オイル)'시장이 성장하면서 식용 유지류에 대한 이미지가 크게 개선됨. 일본 식용 유지류 시장 내 참기름은 11%, 들기름은 2% 수준의 점유율을 차지하고 있음
 - 향후 식용 유지류 관련 시장은 크게 성장할 것으로 전망하고 있으며, 이러한 성장을 뒷받침하기 위해서는 건강과 맛을 모두 확보할 수 있는 오일 활용법이 중요할 것으로 보고 있음

제2장

조사 개요

제1절 조사 배경 및 목적

1. 조사 배경

- 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사는 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 시장현황 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 시장기회를 발굴하고, 효과적인 마케팅 전략을 수립하여 지속 성장할 수 있는 역량을 키워야 함

2. 조사 목적

- 본 조사는 가공식품 산업 활성화 및 이해 관계자들에게 가치 있는 시장 정보 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 시장현황을 조망하고 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 대한 심도 있는 분석 결과를 제시하고자 함
- 소비 트렌드, 글로벌 식품 소비 동향 및 주요 국가의 시장현황 분석 등 최신 시장 정보 제공으로 급변하는 시장 환경하에서 식품 기업들의 생존과 산업 경쟁력 강화에 기여하고자 함

제2절 조사 대상 및 방법

1. 조사 대상

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

2. 조사 방법

- 본 조사는 전문가 자문 회의를 통해 산업에 대한 이해 및 이슈를 명확히 하고, 시장 자료 수집/분석을 위해 국내외 문헌 연구, 각종 통계 자료 분석, 소비자 구매 행태조사 및 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 한국농수산물유통공사의 식품산업 통계정보(aTFIS), 농식품수출정보(KATI), 식품의약품안전처의 식품공전과 식품 및 식품첨가물 생산실적, 관세청의 수출입 무역통계, 그리고 해외 동향 분석을 위해 대한무역투자진흥공사(KOTRA)의 시장 동향 데이터 등을 활용함
 - 참기름·들기름의 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

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

- 참기름·들기름에 대한 인식 및 태도, 참기름·들기름 구매 및 이용 소비 행태 등 참기름·들기름 소비자를 이해하기 위한 소비자 대상 온라인 설문 조사를 진행함
 - 참기름·들기름에 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
 - 참기름·들기름에 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 6개월 내 참기름 또는 들기름 구입 경험이 있는 서울/수도권 및 5대 광역시 및 직할 시/군/구 거주하는 20세 이상 성인 남녀 소비자를 대상으로 2022년 10월 6일 ~ 10월 11일(6일간) 온라인 조사로 진행함

○ 소비자 대상 온라인 설문 조사 응답자 특성은 다음과 같음

표1) 소비자 온라인 조사 응답자 특성

구분		사례수(명)	비중(%)
전체		500	100.0
성별	남성	152	30.4
	여성	348	69.6
연령	20대	91	18.2
	30대	89	17.8
	40대	108	21.6
	50대	121	24.2
	60대	91	18.2
성별 * 연령	남성 20대	28	5.6
	남성 30대	26	5.2
	남성 40대	33	6.6
	남성 50대	37	7.4
	남성 60대	28	5.6
	여성 20대	63	12.6
	여성 30대	63	12.6
	여성 40대	75	15.0
	여성 50대	84	16.8
	여성 60대	63	12.6
결혼 여부	미혼	168	33.6
	기혼	332	66.4
구입 제품 (복수응답)	참기름	494	98.8
	들기름	371	74.2

* 주요 참기름·들기름 제조사의 마케팅 대상은 여성이며, 참기름·들기름에 대한 검색도 여성의 비율이 높아 성별 비중을 여성 : 남성 = 7 : 3 비중으로 설문조사를 실시함
 ('참기름' 클릭량 비율 = 여성 68% : 남성 32%, '들기름' 클릭량 비율 = 여성 72% : 남성 28%,
 출처: 네이버 datalab, 2021.09.23.~2022.09.23.)

4) 빅데이터 조사 개요

- 포털 사이트, SNS 등 온라인상의 식용유 관련 키워드 검색량, 언급률 등 주요 지표에 대한 빅데이터 분석을 통하여 식용유에 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 데이터¹³⁾를 기반으로 진행함
 - 네이버는 국내 대표 온라인 검색 포털 사이트이며, 누구나 자료 분석이 가능함
 - 데이터 수집 기간은 2021년 9월 26일 ~ 2022년 9월 26일 (1년간)임
 - 데이터 소스는 참기름·들기름 관련 네이버 웹문서(1,500건), 블로그(390건), 뉴스(787건), 카페(610건), 지식인(991건), 학술정보 전체(875건), 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

13) naver.com

제3절 조사 개요

1. 정의

- 참기름과 들기름은 식품공전 상 식용유지류 중 식물성 유지류의 한 품목임¹⁴⁾
 - 식용유지류라 함은 유지를 함유한 원료로부터 얻은 원료 유지를 식용에 적합하도록 제조·가공한 것 또는 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로 식물성유지류, 동물성유지류, 식용유지 가공품을 뜻함
 - 식물성유지류의 정의를 살펴보면, 유지를 함유한 식물(파쇄분 포함)로부터 얻은 원료 유지를 식용에 적합하게 처리한 것이거나 이를 원료로 하여 제조·가공한 것으로 콩기름, 옥수수기름, 채종유, 미강유, 참기름, 추출참깨유, 들기름, 추출들깨유, 홍화유, 해바라기유, 목화씨기름, 땅콩기름, 올리브유, 팜유류, 야자유, 고추씨기름 등을 말함
- 식품공전 해설서 상의 참기름과 들기름의 특징은 다음과 같음

14) 식품공전, 식품의약품안전처

표2) 참기름 · 들기름의 특징

구분	특징
참기름	<ul style="list-style-type: none"> - 참깨를 압착하거나 초임계추출(이산화탄소)하여 채취 - 용매를 사용하여 얻은 기름은 “추출참깨유”로 표시하고 참기름으로 표시할 수 없음 - 향이 좋으나 가격이 비쌌. 가정에서 무침이나 비빔밥 등에 사용됨
들기름	<ul style="list-style-type: none"> - 들깨를 압착하거나 초임계추출(이산화탄소)하여 채취 - 용매를 사용하여 얻은 기름은 “추출들깨유”로 표시하고 들기름으로 표시할 수 없음 - 향이 독특하고 쉽게 산화되지만 필수지방산을 많이 함유하고 있음

* 2019 식품공전 해설서, 식품의약품안전처

1) 참기름

- 참기름은 참깨를 압착하여 얻은 압착참기름 또는 이산화탄소(초임계추출)로 추출한 초임계추출 참기름을 말하며, 추출참깨유는 참깨로부터 추출한 원료유지를 정제한 것을 말함. 참기름 또는 추출참깨유로 구분 표시하여야 함¹⁵⁾

2) 들기름

- 들기름은 들깨를 압착하여 얻은 압착들기름 또는 이산화탄소(초임계추출)로 추출한 초임계추출 들기름을 말하며, 추출들깨유는 들깨로부터 추출한 원료유지를 정제한 것을 말함. 들기름 또는 추출들깨유로 구분 표시하여야 함¹⁶⁾

15) 식품등의 표시기준, 식품의약품안전처 (2022.09.06. 일부 개정)

16) 식품등의 표시기준, 식품의약품안전처 (2022.09.06. 일부 개정)

표3) 참기름과 들기름의 정의

구분	정의
식용유지류	유지를 함유한 원료로부터 얻은 원료 유지를 식용에 적합하도록 제조·가공한 것 또는 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로 식물성유지류, 동물성유지류, 식물성유지가공품을 말함
동물성유지류	유지를 함유한 동물성원료로부터 얻은 원료유지나 이를 원료로 하여 제조·가공한 것으로 식용우지, 식용돈지 등을 말함
식용유지가공품	식물성유지 또는 동물성유지를 주원료로 하여 식품 또는 식품첨가물을 가하여 제조·가공한 것으로 혼합 식용유, 향미유, 가공유지, 쇼트닝, 마가린, 식물성 크림, 모조치즈 등을 말함
식물성유지류	유지를 함유한 식물(파쇄분 포함)로부터 얻은 원료 유지를 식용에 적합하게 처리한 것이거나 이를 원료로 하여 제조·가공한 것으로 콩기름, 옥수수기름, 채종유, 미강유, 참기름, 추출참깨유, 홍화유, 해바라기유, 목화씨기름, 땅콩기름, 올리브유, 팜유류, 아자유, 고추씨기름 등을 말함
콩기름 (대두유)	콩으로부터 채취한 원료유지를 식용에 적합하도록 처리한 것으로 콩기름, 고올레산 콩기름을 말함
옥수수기름 (옥배유)	옥수수의 배아로부터 채취한 원료유지를 식용에 적합하도록 처리한 것을 말함
채종유 (유채유 또는 카놀라유)	유채로부터 채취한 원료유지를 식용에 적합하도록 처리한 것을 말함
미강유(현미유)	미강으로부터 채취한 원료유지를 식용에 적합하도록 처리한 것을 말함
참기름	참깨를 압착하여 얻은 압착기름 또는 이산화탄소(초임계추출)로 추출한 초임계추출 참기름을 말함
추출참깨유	참깨로부터 추출한 원료유지를 정제한 것을 말함
들기름	들깨를 압착하여 얻은 압착들기름 또는 이산화탄소(초임계추출)로 추출한 초임계추출 들기름을 말함
추출들깨유	들깨로부터 추출한 원료유지를 정제한 것을 말함

홍화유 (사플라워유 또는 잇꽃유)	홍화씨로부터 채취한 원료유지를 식용에 적합하도록 처리한 것으로 홍화유, 고올레산홍화유를 말함
해바라기유	해바라기의 씨로부터 채취한 원료유지를 식용에 적합하도록 처리한 것으로 해바라기유(압착해바라기유 포함), 고올레산해바라기유를 말함
목화씨기름 (면실유)	목화씨로부터 채취한 원료유지를 식용에 적합하도록 처리한 것으로 목화씨기름, 목화씨샐러드유, 목화씨스테아린유를 말함
땅콩기름 (낙화생유)	땅콩으로부터 채취한 원료유지를 식용에 적합하도록 처리한 것을 말함
올리브유	올리브 과육을 물리적 또는 기계적인 방법에 의하여 압착·여과하거나 정제한 것 또는 이를 혼합한 것을 말함
팜유류	팜의 과육으로부터 채취한 팜유, 팜유를 분별한 팜올레인유 또는 팜스테아린유 팜의 핵으로부터 채취한 팜핵유를 말함
야자유	야자과육으로부터 채취한 원료유지를 식용에 적합하도록 처리한 것을 말함
기타식물성 유지	단일 식물성 원료로부터 채취한 원료유지를 식용에 적합하도록 처리한 것 또는 압착 방법으로 착유하고 남은 박으로부터 채취한 원료유지를 식용에 적합하도록 정제 처리한 것을 말한다. 다만, 다른 기준 및 규격이 정해져 있는 것은 그 기준·규격에 의함

* 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 6월 30일

2. 주요 제품

○ 시장에서 판매되는 주요 참기름·들기름 제품은 다음과 같음

표4) 참기름·들기름 주요 제품

		주요 제품			
참기름 또는 추출 참깨유	종합 식품 기업	고소한 참기름 (오뚜기)	백설 진한 참기름 (CJ제일제당)	일편단심 국산 참기름 (샘표)	고소한 참기름 (사조해표)
					
	중소 기업	그때 그 참기름 (청화농산)	참기름 (서원당)	쿠엔즈버킷참기름 (쿠엔즈버킷)	고소하게 한 번만 짜 참기름 (신송식품)
					
	농업 회사 법인	순발아 참기름 (청오건강 농업회사법인)	국산참기름 (농업회사법인 한생)	유기농 발아 참기름 (청오건강 농업회사법인)	처음먹는 순 아이 참기름 (농업회사법인새싹)
					

	영농조합법인	자연나눔 참기름 (초록아리올 영농조합법인)	내가본참기름 (명암산채 영농조합법인)	가래울 참기름 (가래울 영농조합법인)	예천윤혜숙참기름 (장유원 영농조합법인)	
						
	협동조합	아리청정참기름 (중곡시장아리청정 협동조합)	햇참기름 (증안리약초마을 협동조합)	외할머니참기름 (회현당사회적협동 조합)	5일동안 참기름 (빅가람생명농업 공동체협동조합)	
						
들기름 또는 추출 들깨유	종합 식품 기업	향긋한 들기름 (오뚜기)	100% 통들깨 들기름 (CJ제일제당)	일편단심 통들깨 들기름 (샘표)	참진한 들기름 (사조해표)	
						
	중소 기업	그때 그 들기름 (청화농산)		저온압착 생들기름 생들깨사랑 (깨사랑)	냉압착프리미엄 생들기름 (쿠엔즈버킷)	
						

아업 회사 법인	17℃ 냉압착 생들기름 (농업회사법인 달빛담은)	발아들기름 (청오건강 농업회사법인)	한생 국산 들기름 (농업회사법인한생)	꼬숨 생들기름 (농업회사법인 꼬숨식품)
				
영농 조합 법인	초록마을 들기름 (초록아리움 영농조합법인)	행복한 정은씨의 햇생들기름 (지리산처럼 영농조합)	가래울 생들기름 (가래울 영농조합법인)	예천윤해속들기름 (장유원 영농조합법인)
				
협동 조합	아리청정 들기름 (중곡시장아리청정 협동조합)	5일동안 참기름 (빛가람생명농업 공동체협동조합)	들깨 그대로 (에버그린에버블루 협동조합)	싱그런 들기름 (싱그런협동조합)
				

* 각 제조사 및 유통사 홈페이지

3. 성분 규격

1) 식품공전

- 참기름 · 들기름의 제조 · 가공기준 및 성분 규격은 식품공전¹⁷⁾ 기준의 제조·가공 기준 및 성분 규격을 따르도록 되어 있음

표5) 참기름 · 들기름 식품공전 제조·가공 기준 및 규격

품목	제조·가공기준 및 규격				
식물성 유지류	3) 제조 · 가공기준				
	<ul style="list-style-type: none"> 추출 등의 방법으로 채유한 원료 유지는 탈검, 탈산, 탈색, 탈취의 정제 공정을 거치거나 이와 동등이상의 복합정제공정을 거쳐야 한다. 압착 또는 이산화탄소(초임계추출)로 얻어진 원료유지는 침전물을 제거하기 위하여 자연정지, 여과 등의 공정을 거쳐야 한다. 미강유의 정제공정 중에 산가를 조절하기 위하여 글리세린을 사용하여서는 아니 된다. 제조과정 중 사용된 추출용제, 이산화탄소 및 수산화나트륨 등은 식품 첨가물의 기준 및 규격의 사용기준에 적합하게 처리하여야 한다. 				
	5) 규격				
	항목 \ 유형	참기름	추출참깨유	들기름	추출들깨유
	(1) 산가	4.0 이하	0.6 이하	5.0 이하	0.6 이하
	(2) 요오드가	103~118	103~119	160~209	160~209
	(3) 산화방지제(g/kg)	-	-	다음에서 정하는 것 이외의 산화방지제가 검출되어서는 아니 된다. 부틸히드록시아니솔, 디부틸히드록시톨루엔, 터셔리부틸히드로퀴논	0.2 이하 (병용할 때에는 부틸히드록시아니솔, 디부틸히드록시톨루엔 및 터셔리부틸히드로퀴논으로서의 사용량의 합계가 0.2 이하)
(4) 리놀렌산(%)*	0.5 이하	-	-	-	
(5) 에루산(%)	검출되어서는 아니 된다.	-	-	-	
* 팔미트산(C16:0), 스테아르산(C18:0), 올레산(C18:2), 리놀레산(C18:3), 아라키딘산(C20:0) 중 리놀레산 함량					

* 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 6월 30일

17) 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 6월 30일

2) 전통식품품질인증 제도

- 전통식품품질인증 제도 대상 품목에 참기름과 들기름이 포함됨. 따라서 전통식품품질인증 제도에서 제시하는 기준에 따라 참기름과 들기름의 품질 기준을 살펴봄

표6) 참기름 전통식품품질인증 규격

품목	제조사공기준 및 규격														
참기름	3) 원료 <ul style="list-style-type: none"> • 국내산 참깨만을 사용하여야 한다. 														
	5) 품질기준														
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>항목</th> <th>기준</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>성상</td> <td>고유의 색택과 향미를 가지며 대체로 맑고 이물, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과 모두 3점 이상이어야 한다.</td> </tr> <tr> <td>수분(% , w/w)</td> <td>0.2 이하</td> </tr> <tr> <td>비중(25/25℃)</td> <td>0.914~0.921</td> </tr> <tr> <td>굴절률(25℃)</td> <td>1.471~1.474</td> </tr> <tr> <td>산가</td> <td>4.0 이하</td> </tr> <tr> <td>벤조피렌(μg/kg, w/w)</td> <td>2.0 이하</td> </tr> </tbody> </table>	항목	기준	성상	고유의 색택과 향미를 가지며 대체로 맑고 이물, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과 모두 3점 이상이어야 한다.	수분(% , w/w)	0.2 이하	비중(25/25℃)	0.914~0.921	굴절률(25℃)	1.471~1.474	산가	4.0 이하	벤조피렌(μg/kg, w/w)	2.0 이하
	항목	기준													
	성상	고유의 색택과 향미를 가지며 대체로 맑고 이물, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과 모두 3점 이상이어야 한다.													
	수분(% , w/w)	0.2 이하													
	비중(25/25℃)	0.914~0.921													
	굴절률(25℃)	1.471~1.474													
산가	4.0 이하														
벤조피렌(μg/kg, w/w)	2.0 이하														
<ul style="list-style-type: none"> • 이외의 요구사항은 「식품위생법」에서 정한 기준에 적합하여야 한다. 															

* 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 최종 고시일 2021년 12월 6일

표7) 들기름 품질기준 및 제조·가공 기준

품목	제조·가공기준 및 규격															
참기름	3)) 원료															
	<ul style="list-style-type: none"> 국내산 들깨(<i>Perila frutescens</i> var.)만을 사용하여야 한다. 															
	4) 종류															
	<ul style="list-style-type: none"> 들기름 : 들깨를 세척, 탈수 후 볶음 과정을 거쳐 착유한 들기름을 말한다. 생들기름 : 들깨를 세척, 탈수 후 건조 과정을 거쳐 착유한 들기름을 말한다. 															
	5) 품질기준															
<ul style="list-style-type: none"> 들기름의 품질은 아래 표의 품질기준에 적합하여야 한다. 																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2" style="width: 20%;">항목</th> <th colspan="2" style="width: 80%;">기준</th> </tr> <tr> <th style="width: 40%;">들기름</th> <th style="width: 40%;">생들기름</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>성상</td> <td colspan="2" style="text-align: center;">고유의 색택과 향미를 가지며 대체로 맑고 이물, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과 모두 3점 이상이어야 한다.</td> </tr> <tr> <td>산가(mg KOH/g)</td> <td style="text-align: center;">4.0 이하</td> <td style="text-align: center;">1.0 이하</td> </tr> <tr> <td>리놀렌산 함량(g/100g)</td> <td colspan="2" style="text-align: center;">55 이상</td> </tr> </tbody> </table>			항목	기준		들기름	생들기름	성상	고유의 색택과 향미를 가지며 대체로 맑고 이물, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과 모두 3점 이상이어야 한다.		산가(mg KOH/g)	4.0 이하	1.0 이하	리놀렌산 함량(g/100g)	55 이상	
항목	기준															
	들기름	생들기름														
성상	고유의 색택과 향미를 가지며 대체로 맑고 이물, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과 모두 3점 이상이어야 한다.															
산가(mg KOH/g)	4.0 이하	1.0 이하														
리놀렌산 함량(g/100g)	55 이상															
<ul style="list-style-type: none"> 이외의 요구사항은 「식품위생법」에서 정한 기준에 적합하여야 한다. 																

* 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 최종 고시일 2021년 12월 6일

4. 제조 공정

1) 식품공전

- 식품공전 해설서에 따르면, 압착식용유에 참기름과 들기름이 포함되며 이의 제조 공정은 전처리, 가열, 압착, 여과, 포장의 과정을 거침

그림1) 압착식용유 제조 공정



* 2019 식품공전 해설서, 식품의약품안전처

2) 전통식품 표준규격

- 참기름·들기름의 제조 공정 기준은 2021년 12월 6일에 개정된 전통식품 표준규격을 토대로 작성함. 전통식품 표준규격에 따르면 참기름과 들기름은 모두 전처리·세척, 탈수, 볶음, 압착, 여과, 포장의 공정을 거침
- 원료는 적정한 구매기준을 정하여 그 기준에 적합한 것을 사용하여야 하며, 식품첨가물을 사용하여서는 안 됨
- 흙, 돌 등의 이물질이 충분히 제거되도록 성상, 이물질, 세척횟수 등에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 세척 후 세척상태가 양호하며 손상이 없어야 함

- 과도한 양의 잔류수가 남지 않도록 물기를 충분히 제거하여야 함
- 볶음 온도, 볶음 시간 및 볶음 상태에 대한 기준을 설정 및 관리하여야 함
- 생들기름의 경우 건조 과정을 거치며, 건조 온도, 건조 시간 및 건조 상태에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 함
- 압착 온도, 시간, 압력 및 수율에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 함
- 원료로부터 이행되는 잔류물이 충분히 여과되어야 하며, 여과기의 상태를 주기적으로 관리하여야 함
- 완제품은 균질화된 상태로 충전 포장하여야 하며, 밀봉된 제품은 직사광선을 피하고 서늘한 곳에 보관하여야 함
- 기타 주요공정은 공정의 특수성 및 제조기술의 개발로 인하여 공정의 수를 증감하거나 순서를 변경할 수 있으나 각 공정에 대한 사용설비, 작업 방법, 작업상의 유의사항 등을 규정하여 이에 따라 실시하여야 함

그림2) 참기름 · 들기름 제조 공정



* 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 최종 고시일 2021년 12월 6일

5. 관련 인증 및 제도

1) HACCP¹⁸⁾

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

18) 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

표8) HACCP의 정의

<p>HACCP 정의</p>	
<p>HACCP 인증 마크</p>	

* 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

- 적용 분야 및 대상으로는 축산물과 식품 분야로 나뉘는데, 참기름과 들기름이 포함된 식용유지류는 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

표9) 참기름 · 들기름 포함 식품 위생법

법	조항
식품 위생법	<ul style="list-style-type: none"> 제48조(식품안전관리인증기준) 제48조의 2(인증 유효기간) 제48조의 3(식품안전관리인증기준적용업소에 대한 조사·평가 등)
동법 시행령	<ul style="list-style-type: none"> 제33조(식품안전관리인증기준) 제34조(식품안전관리인증기준적용업소에 관한 업무의 위탁 등)
동법 시행규칙	<ul style="list-style-type: none"> 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)

- 참고로 식품에서의 HACCP 적용은 식품 및 즉석판매제조·가공업, 건강 기능 식품 및 식품첨가물 제조업, 식품소분업, 집단급식소 및 기타 식품 판매업, 식품접객업 및 집단급식소 등 식품의 제조·가공·유통·외식·급식의 모든 분야에 적용되고 있음

표10) 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, 식용유지류, 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)

- 2002년 비가열음료, 레토르트식품이 적용 품목에 추가되었으며, 2003년 어묵류 등 6개 식품 유형에 식품안전관리 의무화 규정을 신설한 이래로, 2006년 배추김치, 2014년 과자, 캔디류 등, 2016년 순대, 떡볶이 떡(떡류)에 대해 식품안전관리 인증을 의무적으로 적용하고 있음
- 유형별로 어육소시지, 음료류, 초콜릿류, 특수용도식품, 과자, 캔디류, 빵류, 떡류, 국수, 유당면류, 즉석섭취식품과 단계별로 1~3단계에 포함되지 않는 업소의 의무적용 일정이 2020년 12월 01일부터 시행 예정이었으나, COVID-19로 인해 1년 동안 유예하여 2021년 12월 01일부터 시행함

표11) 식품 HACCP 의무적용 품목

적용업체	세부업종 및 적용품목	
의무 적용 유형 (업체)	어묵, 냉동수산식품(어류, 연체류), 조미가공품, 냉동식품(피자류, 만두류, 면류), 빙과류, 비가열음료, 레토르트식품	
	배추김치, 즉석조리식품(순대)	
	매출액 100억 이상 제조업체	
	어육소시지, 음료류, 초콜릿류, 특수용도식품, 과자, 캔디류, 빵류, 떡류, 국수, 유탕면류, 즉석섭취식품	
단계별 의무 적용	1단계 ('14.12.01 시행)	식품유형별 2013년 매출액 20억 이상이고 종업원 51인 이상인 업소
	2단계 ('16.12.01 시행)	식품유형별 2013년 매출액 5억 이상이고 종업원 21인 이상인 업소
	3단계 ('18.12.01 시행)	식품유형별 2013년 매출액 1억 이상이고 종업원 6인 이상인 업소
	4단계 ('21.12.01 시행)	1~3단계에 해당하지 아니하는 업소

* 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

2) 가공식품산업표준 KS인증¹⁹⁾

- 가공식품 표준화(KS)란 합리적인 식품 및 관련 서비스의 표준을 제정·보급함으로써 가공식품의 품질고도화 및 관련 서비스의 향상, 생산기술 혁신을 기하여 거래의 단순·공정화 및 소비의 합리화를 통하여 식품산업 경쟁력을 향상시키고 국민 경제발전에 이바지하고자 하는 제도임



19) 국립농산물품질관리원(www.naqs.go.kr), 한국식품연구원(www.kfri.re.kr), 한국표준정보망(www.kssn.net)

- 농림축산식품부장관은 식품산업의 표준화를 촉진하고 식품의 품질 향상 및 소비자의 권익 증진을 위하여 식품의 산업표준인증제도를 운영할 수 있으며²⁰⁾, 또한 해양수산부장관은 수산 식품산업의 표준화를 촉진하고 수산 식품의 품질향상 및 소비자의 권익 증진을 위하여 수산 식품의 산업표준 인증제도를 운영할 수 있다고 함²¹⁾

표12) 참기름·들기름 KS 제품 인증 현황

심사기준 번호	심사기준명	제정	개정	공고번호
KS H 2107	참기름	2001-03-24	2012-04-19	2012-0134
KS H 2181	들기름	2007-01-11	2012-07-18	2012-0266

* 한국식품연구원

- 가공식품의 산업표준인증은 산업표준인증기관이 실시하며, 산업표준 인증의 기준·표시방법 등에 관한 사항은 「산업표준화법」에 따르며²²⁾, 산업표준 인증 대상 품목에는 농·수·축산물 가공식품이 해당됨. 그 중 참기름은 표준번호 KS H 2107, 들기름은 KS H 2181임

20) 「식품산업진흥법」 제20조제1항

21) 「수산식품산업의 육성 및 지원에 관한 법률」 제27조제1항

22) 「식품산업진흥법 시행령」 제26조제2항 및 「수산식품산업의 육성 및 지원에 관한 법률 시행령」 제29조제2항

3) 유기가공식품 인증²³⁾

- 유기가공식품 인증제도는 국립농산물 품질관리원에서 인정한 공인받은 인증 기관이 가공식품의 사용원료와 제조 공정을 심사하여 법의 기준에 적합하다 보증하는 제품만 인증 로고와 유기(농) 명칭을 사용할 수 있게 하는 제도로, 공신력 있는 제3자 기관이 제조과정 등을 사전적으로 확인하게 하여 유기표시의 신뢰도를 높임으로써 소비자와 생산자 모두를 보호하기 위한 제도임
- 유기 표시의 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, 인증 기관은 인증을 받고자 하는 사업자의 현장을 확인하여 인증서를 발급함
- 유기가공 인증업체로 등록된 업체는 총 10개 업체임



23) 국립농산물품질관리원

표13) 참기름 · 들기름 유기가공식품 인증 업체

인증번호	업체명	제품명
01800216	(주)쿠엔즈버킷	쿠엔즈버킷 유기농참기름, 쿠엔즈버킷 유기농들기름
01800220	태건리테일 농업회사법인 주식회사	씨앗 유기농 참기름
05800145	유한회사 빛고을청아 빛고을참기름	빛고을 청아 유기농 참기름, 빛고을 육농 참기름
10800529	(주)청양식품	참좋은유기농참기름, 유기농안심참기름, 샘표유기농참기름, 샘표 일편단심 유기농참기름, 오복유기농참기름, 참좋은유기농들기름, 유기농안심들기름, 샘표일편단심 유기농들기름
10800635	프롬마미 주식회사	유기농 참기름, 유기농 프리미엄 생참기름
12800253	농업회사법인 (주)하늘뜰	유기농원료친환경골드참기름, 유기농원료 친환경골드들기름, 유기농원료착한들기름
12800257	에디드 컴퍼니 주식회사	유기농 참기름
12800265	오뚜기제유(주)	옛골 유기농 참기름
12800300	구유영농조합법인	구유 유기농 참기름, 구유 유기농 들기름
14800005	(주)쿠엔즈버킷	쿠엔즈버킷 유기참기름, 프리미엄 유기생참기름, 고메이494 유기참기름, 쿠엔즈버킷 유기들기름, 프리미엄 유기생들기름, 고메이494 유기들기름
15800504	빛가람생명농업 공동체협동조합	자연에너지 참기름, 자연에너지 들기름

* 국립농산물품질관리원 친환경 인증관리 정보시스템

* 작성날짜 : 2022년 10월 3일

4) 전통식품품질인증 제도

- 전통식품품질인증 제도는 「식품산업진흥법 제 22조 및 같은 법 시행령 제 29조」에 의거 국내산 농수산물을 주원재료로 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



- 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
 - 전통식품 생산업체가 인증 신청을 하면, 한국식품연구원에서 공장심사와 제품심사를 통해 심사를 진행한 후에 통과된 업체에 인증표지를 부여함
 - 평가사항으로는 공장입지, 작업장, 제조설비, 원료조달·관리, 주요공정 관리, 용수관리, 개인위생, 환경위생, 유통체계, 포장 및 표시 등 총 10가지 심사 항목이 있으며, 항목별 배점평가로 이루어짐
 - 2022년 10월 4일 기준, 참기름 제조업체 중 전통식품품질인증을 받은 업소는 33개, 들기름 업소는 30개이며 대체로 영농조합법인 등 중소기업임

5) 농촌융·복합산업(6차 산업) 사업자 인증²⁴⁾

- 6차 산업이란 1차 산업인 농림수산업, 2차 산업인 제조·가공업, 3차 산업인 유통·서비스업을 복합한 산업으로, 농산물을 생산만 하던 농가가 고부가가치 상품을 가공하는 것은 물론 향토 자원을 이용해 체험 프로그램 등 서비스업으로 확대해 높은 부가가치를 발생시키는 것을 말함. 6차 산업의 국내 공식 명칭은 '농촌융·복합산업'임²⁵⁾
- 6차 산업을 통해 농업인은 농산물 판매와 더불어 2, 3차 산업을 통해 보다 나은 부가가치를 창출하고, 소비자는 믿을 수 있는 먹거리와 농촌의 관광자원을 즐길 수 있으며 농촌지역은 일자리 창출과 경제활성화로 새로운 활력을 도모할 수 있음
- 농촌융·복합산업(6차 산업) 인증제도는 농림축산식품부의 농촌융·복합산업 활성화 지원의 일환으로 지역별 농촌융·복합산업화 추진 경영체에 대한 맞춤형 지원체계 운영 및 사업화 평가를 통해 지역형 농촌융·복합산업화 비즈니스 모델 구축을 지원하는 사업임²⁶⁾
- 농촌융·복합산업 사업자 인증제는 지역 농산물을 사용하는 6차 산업 사업자 중 성장 가능성, 기존 제품과의 차별성, 사업가 마인드 등의 심사를 거쳐 진행되며, 3년마다 자격요건을 검증함
- 농촌융·복합산업 사업자 인증을 받으면 자금 지원, 컨설팅, 유통·판로, 홍보 등 다양한 지원을 받을 수 있으며 경영실적이 높고 사업계획의 목표를 달성한 사업자는 우수사업자로 선정하여 포상함

24) 농림수산식품교육문화정보원(www.6차산업.com)

25) 시사상식사전, NAVER 지식백과

26) 농림축산식품부

표14) 참기름·들기름 농촌융·복합산업 인증 업체

업체명	지역	제품명
영농조합법인 참들	경상북도	참기름, 생들기름, 생들기름 스틱형
장유원영농조합법인	경상북도	윤혜숙참기름, 윤혜숙들기름
농부창고 영농조합법인	경상북도	농부창고 참기름, 농부창고 들기름
만포농산	경상북도	무량수 참기름, 무량수 들기름
농업회사법인 주식회사 농부플러스	경상북도	저온착유 참기름, 저온착유 들기름, 냉압착 생들기름
십표 영농조합법인	경상북도	참기름, 들기름
공식품영농조합법인	충청북도	공식품 참기름, 공식품 참기름 들기름 세트, 공식품 들기름, 생들기름
초록아리울 영농조합법인	전라북도	참기름, 들기름
지보농업협동조합	경상북도	예천참기름, 예천들기름
장유원영농조합법인	경상북도	예천 윤혜숙 참기름 들기름
(주)산엔들	경상남도	맑은참기름
진생영농조합법인	제주특별자치도	코시롱 제주진참기름
농업회사법인 옛향기마을 방앗간 주식회사	충청남도	참기름, 생들기름, 들기름
농업회사법인 주식회사 미녀와김치	충청남도	참기름/들기름
천사의 땅 영농조합법인	전라남도	참기름
농업회사법인 기도서주식회사	전라남도	순수하고진한참기름, 순천만 생들기름, 프리미엄들기름, 놀마시는들기름, 색다른들기름해브원, 색다른들기름
농업회사법인 주식회사 두레푸드	경기도	호랑이방앗간 참기름/들기름
가래울 영농조합법인	경기도	가래울 참기름, 가래울 생들기름
광이원	경기도	참기름 들기름세트
선인협동조합	충청북도	생들기름

농부인푸드	충청북도	농부인 생들기름
강화마을협동조합	인천광역시	들기름
정드림	전라북도	정경아생들기름
지리산처럼 영농조합법인	전라북도	짜먹는 생들기름
농업회사법인 한국오가닉 주식회사	전라북도	순수오일(생)들기름
에버그린에버블루협동조합	경기도	생들기름 들깨그대로
꽃피는 산골 영농조합법인	강원도	고돌틈이 생들기름 세트

* 농림수산물교육문화정보원(www.6차산업.com)

* 작성날짜 : 2022년 10월 3일

|제3장|

원료 수급 동향

제1절 원료 수급 동향

1. 주요 원료

1) 참기름 구성 원료²⁷⁾

- 참기름의 정의와 주요 제품 등을 기준으로 참기름의 원료는 참깨 혹은 볶음 참깨가루임
- 참깨의 유지 함유량은 45~55% 정도이며, 중근동산²⁸⁾에는 60%를 넘는 것도 있음. 일반적으로 건조지대에서 재배된 것이 함유량이 높은 경향이 있으며, 종피의 빛깔에 따라 검정색보다 흰색 계통에 함유량이 높음
- 참깨에 들어 있는 레시틴은 뇌, 심장, 간장을 구성하는 물질로 뇌활동을 활성화하는 역할을 함. 동맥경화, 고혈압에 효과가 있어 성인병 예방에 좋으며, 뼈의 발육을 촉진하고 갑상선 기능에 효과가 있어 혈당조절, 중풍, 탈모, 노화방지 등의 효과도 있음
- 참깨는 각종 식품과 조미료로 이용되며, 아시아 요리에 특히 많이 쓰임. 또한 종자에서 기름을 짜내 사용하고, 남은 깻묵은 사료 및 비료로 씀
- 참깨는 고소한 향이 강해 소량 사용해도 충분한 맛이 남. 물에 씻어서 기름 없는 프라이팬에 볶아 사용하며, 통째로 쓰거나 갈아서 사용함. 죽이나 다식, 강정, 빵, 과자류 등에도 많이 사용됨

27) 네이버 지식백과, 두산백과, 한국민족문화대백과, 셰프가 추천하는 54가지 향신료 수첩

28) 中近東, 중동과 근동을 아울러 이르는 말. 리비아에서 아프가니스탄까지의 북아프리카와 서아시아를 가리킨다, 표준국어대사전

2) 들기름 구성 원료²⁹⁾

- 들기름의 정의와 주요 제품 등을 기준으로 들기름의 원료는 들깨임
- 들깨는 유지 함유량이 40~45%로 참깨 대비 소폭 낮으며, 주로 올레인산과 리놀레인산으로 고도불포화지방산이 많이 함유되어 체내 콜레스테롤함량을 감소시키는 기능이 있어 성인병에 좋은 건강식으로 활용함. 리놀렌산은 피부 건강에도 도움을 줌
- 들깨는 페릴라케톤(perillaketone), 페릴알데하이드(perillaldehyde)를 가지고 있어 독특한 향기가 나며, 추출된 기름에서도 유지됨
- 유료작물로 재배되고 독특한 향이 나는 잎은 깻잎쌈, 깻잎 김치, 깻잎장아찌 등으로 식용함. 종자는 통깨로 들깨 차나 제과용으로 사용되며 종자에서 짜낸 기름은 식용과 공업용으로 쓰임. 들기름은 요리 외에도 페인트, 니스, 리놀륨, 인쇄용 잉크, 방수용구칠과의 혼용, 포마드, 비누 등의 원료로 사용함. 백지에 기름을 먹여 유지 장판지로 쓰기도 하며 깻묵은 사료와 비료로 이용됨

29) 네이버 지식백과, 조선시대 식문화, 두산백과, 농촌진흥청 국립식량과학원

2. 주요 원료 현황

1) 참기름 원료

- 참기름 원료인 참깨의 국내 생산 현황과 수입 현황을 구분하여 살펴봄
- 국내 참깨 재배면적은 2017년 29.7만 ha에서 2022년 22만 ha로 2017년 대비 25.7% 하락했으며, 생산량은 2017년 14,258톤에서 2022년 11,679톤으로 18.1% 감소함. 다만, 2022년 참깨 생산량은 2021년 10,090톤 대비 15.7% 증가함
 - 2017년 참깨 수확기 이후 가격 약세로 2018년은 전년 대비 재배면적이 감소했으나, 2019년은 기저효과로 재배면적이 소폭 증가하고 기상 여건 또한 양호하여 생산량이 증가함³⁰⁾³¹⁾
 - 그러나, 기계화가 어려운 참깨 재배의 특성과 농가 인구의 고령화로 2020년 참깨 재배면적은 2019년 대비 8.9% 감소하고, 생산량 또한 장마와 태풍으로 인해 크게 감소함³²⁾
 - 2021년 파종기(3~5월) 참깨 가격이 상승했지만 5월 잦은 강우로 재배면적이 전년 대비 16.2% 감소함. 반면 2020년 장마와 태풍으로 인해 수해가 컸던 것에 비해 2021년 생육기 및 수확기(7~8월) 양호한 강수량으로 작황이 좋아 생산량은 오히려 증가함³³⁾

30) 2018년 고추, 참깨 생산량조사 결과, 통계청, 2018.11.23. 발표

31) 2019년 고추, 참깨, 고랭지감자 생산량조사 결과, 통계청, 2019.11.23. 발표

32) 2020년 고추, 참깨, 고랭지감자 생산량조사 결과, 통계청, 2020.11.23. 발표

33) 2021년 고추, 참깨, 고랭지감자 생산량조사 결과, 통계청, 2021.11.22. 발표

- 2022년은 전년 대비 파종기(3~5월) 참깨 가격은 약세였으나 평년 가격보다 높게 형성되어 재배면적이 증가했으며 파종기 가뭄이 있었으나, 비배관리³⁴⁾로 10ha당 생산량은 증가함³⁵⁾

표15) 참깨 생산 현황

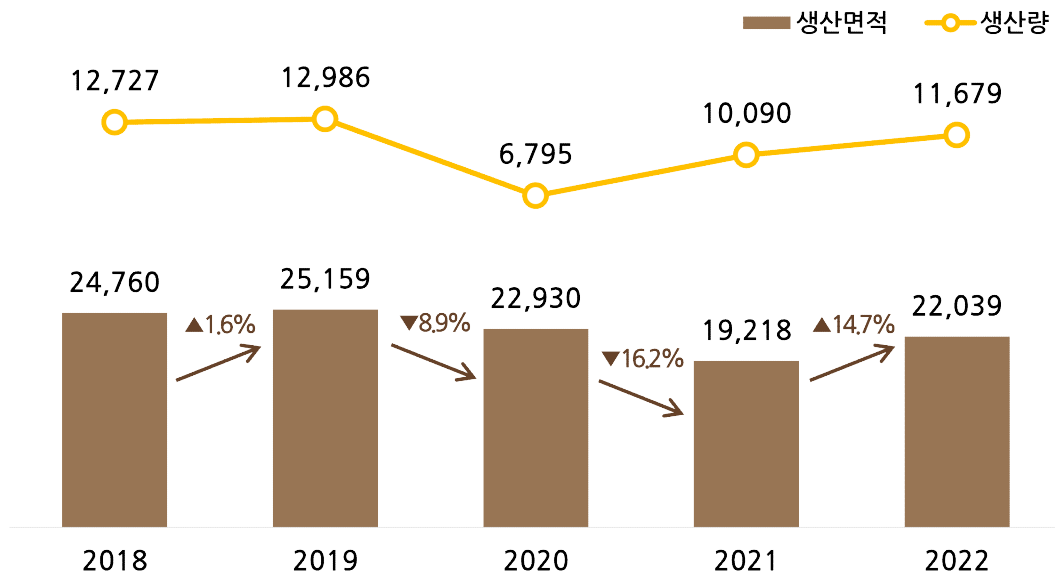
(단위: ha, 톤)

구분		2018	2019	2020	2021	2022
참깨	면적	24,760	25,159	22,930	19,218	22,039
	생산량	12,727	12,986	6,795	10,090	11,679

* 통계청(2022.12.21.), 농작물생산조사:특용작물생산량

그림3) 참깨 생산 현황

(단위 : ha, 톤)



* 통계청(2022.12.21.), 농작물생산조사:특용작물생산량 / 자료 활용 편집

34) 거름을 잘 뿌려 토지를 걸게 하여 식물을 가꾸는 것, 표준국어대사전

35) 2022년 고추, 참깨, 고랭지감자 생산량조사 결과, 통계청, 2022.11.24. 발표

- 2021년 기준 국내 참깨 재배면적은 전라남도(27.5%), 경상북도(22.8%), 경상남도(10.3%) 순으로 상위 3개 지역의 합은 60.6%임
- 참깨 생산량은 경상북도(21.5%), 전라남도(21.4%), 전라북도(11.1%) 순으로 상위 3개 지역의 합은 54.1%임. 면적 3위인 경상남도의 생산량 비중은 10.9%로 4위임

표16) 2022년 지역별 참깨 생산 현황

(단위 : ha, 톤, %)

면적			생산량		
시도별	면적	비중	시도별	생산량	비중
전라남도	6,433	(29.2)	전라남도	3,019	(25.8)
경상북도	4,522	(20.5)	경상북도	2,316	(19.8)
경상남도	2,200	(10.0)	경상남도	1,392	(11.9)
전라북도	2,113	(9.6)	전라북도	1,324	(11.3)
충청남도	2,077	(9.4)	충청남도	1,156	(9.9)
충청북도	1,840	(8.3)	충청북도	861	(7.4)
경기도	1,274	(5.8)	경기도	783	(6.7)
강원도	538	(2.4)	강원도	285	(2.4)
제주도	446	(2.0)	제주도	208	(1.8)
광주광역시	132	(0.6)	광주광역시	67	(0.6)
대구광역시	121	(0.5)	대구광역시	58	(0.5)
인천광역시	89	(0.4)	세종특별자치시	54	(0.5)
세종특별자치시	80	(0.4)	울산광역시	50	(0.4)
울산광역시	79	(0.4)	인천광역시	43	(0.4)
대전광역시	62	(0.3)	대전광역시	34	(0.3)
부산광역시	31	(0.1)	부산광역시	28	(0.2)
서울특별시	4	(0.0)	서울특별시	2	(0.0)
계	22,039	(100.0)	계	11,679	(100.0)

* 통계청(2022.12.21.), 농작물생산조사 : 특용작물생산량

○ 2022년 기준 국산 참깨의 30kg당 연평균 도매 유통가격은 82만 8,127원으로 2018년 49만 7,671원 대비 66.4% 증가함

- 2020년 5월 여름 장마의 피해로 생산량이 크게 줄어 가격이 급상승한 것으로 추정됨

표17) 참깨(백색, 국산) 가격 동향

(단위: 원/30kg)

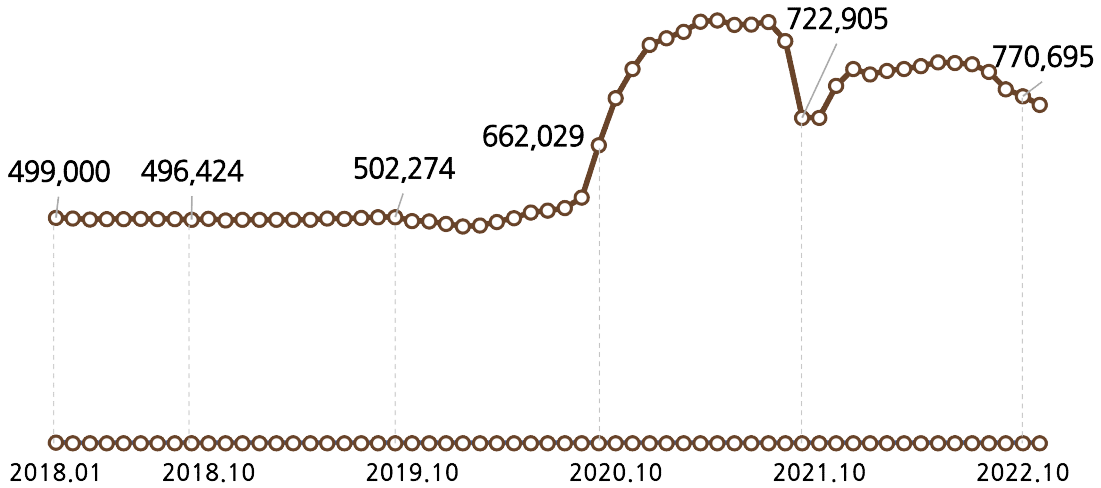
구분	2018	2019	2020	2021	2022
1월	499,000	496,500	482,000	899,850	819,010
2월	499,000	496,200	483,608	913,944	827,267
3월	497,476	496,200	491,670	936,000	831,400
4월	498,000	496,336	500,220	939,255	837,248
5월	498,000	499,200	513,011	929,558	846,305
6월	498,347	498,789	516,573	929,964	844,320
7월	498,055	500,513	522,504	935,800	841,771
8월	498,009	502,314	545,670	893,276	825,164
9월	496,424	502,274	662,029	722,905	786,210
10월	498,305	493,676	766,579	723,032	770,695
11월	495,209	493,048	831,524	793,636	751,427
12월	496,137	487,200	884,571	831,545	-
연평균	497,671	496,873	599,523	872,571	812,217

* 농산물유통정보(www.kamis.or.kr) 가격 정보

- 1) 백색(국산), 상품, 30kg 도매가격 기준임
- 2) 2022년 12월 21일 기준

그림4) 참깨(백색, 국산) 가격 동향

(단위 : 원/30kg)



* 농산물유통정보(www.kamis.or.kr) 가격 정보 / 자료 활용 편집

- 1) 백색(국산), 상품, 30kg 도매가격 기준임
- 2) 2022년 12월 21일 기준

- 참기름의 원료는 통참깨와 볶음참깨가루로 크게 나뉘며, 이 중 볶음참깨가루는 외국에서 참깨를 볶은 후 빻는 가공과정을 거친 품목으로 대부분 수입산임. 참깨분은 한-아세안 FTA 협정세율로 관세율이 0%이며 국내 업체가 외국 업체로부터 직수입함. 분쇄 상태로 수입되었기 때문에 신선도 저하는 불가피하며, 이는 맛과 향에도 직결됨³⁶⁾³⁷⁾

36) 2018.11.07., [팩트체크] '통참깨 vs 참깨분' 참기름 가격 두배차...뭐가 다를까, 뉴데일리 경제

37) 2021.12.21., [이지연의 식품 이야기]⑥참깨와 참기름, 데일리경제

- 수입 참깨는 국내 농가를 보호하기 위해 할당된 수입량까지는 40%의 세율을 적용하지만, 이를 초과하는 물량에는 630%의 높은 관세를 적용함³⁸⁾
- 참깨의 수출입 코드는 다음과 같음

표18) 참깨 수출입 코드³⁹⁾

HS코드		품명	예상 분류
1207		그 밖의 채유(採油)에 적합한 종자와 과실 (부수었는지에 상관없다)	
	40 0000	참깨	참깨

* 관세법령정보포털, 관세청

- 참깨 수입량은 2017년 7.5만 톤에서 2021년 8.7만 톤으로 15.9% 증가했으며, 같은 기간 수입액은 1억 883만 달러에서 1억 5,190만 달러로 39.6% 증가함
 - 국내 참깨 재배면적이 꾸준히 감소하는 반면 참깨 소비량은 증가하고 있어 부족한 공급량을 채우기 위해 참깨 수입량이 증가추세를 보임⁴⁰⁾
 - 2022년 정부는 고물가로 인한 서민 식료품비 부담 경감을 위해 농축산물 수입 확대를 결정하고, 참깨의 저율할당관세물량 (TRQ)⁴¹⁾을 기존 6.4톤에서 3,000톤 늘린 6.7만 톤으로 결정됨⁴²⁾

38) 2020.12.07., 4,500억 체납한 '참깨 수입업자' 등 고액·상습 체납자 공개, UPI뉴스

39) 2022년 HS CODE 기준 '볶은 참깨가루' 조화는 2008.19.3000으로 조회 가능함. 다만, 2022년 이전 년도의 경우 별도 코드로 분류 및 세분화되어 있지 않아 구체적인 확인은 불가함. 2022년 볶은 참깨가루 수입액 및 수입 중량은 각각 5,958만 달러와 30,262톤으로 집계됨

40) 2020.10.25., [오일 바로알기] 최악 장마가 가져온 최악의 참깨 작황, 이데일리

41) 최소시장접근 또는 현행시장접근 기회를 보장하기 위해 일정 수량까지는 저율 관세율을 부과하고 그 수량을 초과하면 고율의 관세율을 적용하는 제도, 통상무역용어사전

42) 2022.08.05., '물가관리' 덮에 걸린 참깨...산지 생산기반 또 흔들다, 한국농어민신문

표19) 참깨 연도별 수입 현황

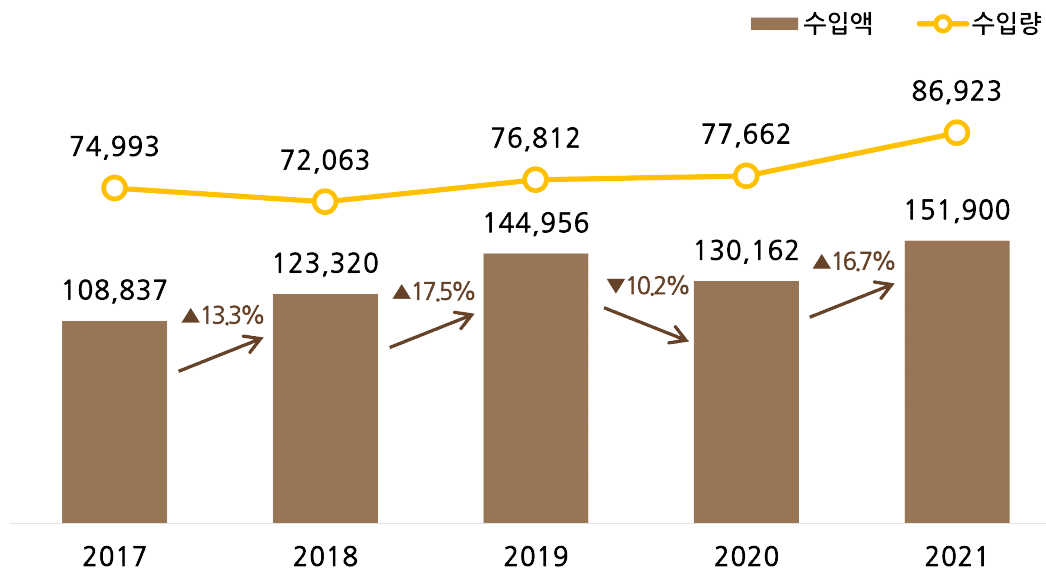
(단위 : 천 달러, 톤, \$/kg)

구분	수입 규모		
	수입량	수입액	수입단가
2017	74,993	108,837	1.45
2018	72,063	123,320	1.71
2019	76,812	144,956	1.89
2020	77,662	130,162	1.68
2021	86,923	151,900	1.75

* 관세청(2022.10.03.), 수출입무역통계

그림5) 참깨 수입 현황

(단위 : 천 달러, 톤)



※ 관세청(2022.10.03.), 수출입무역통계 / 자료 활용 편집

- 2021년 기준 중국산 참깨 유통가격은 20만 1,296원, 인도산 참깨 유통가격은 13만 8,468원이며, 2017년~2021년 기준 30kg당 평년 가격은 중국산과 인도산이 각각 16만 759원, 12만 7,755원으로 중국산이 상대적으로 고가임

표20) 연도별 수입 참깨 유통가격 동향

(단위 : 원/30kg)

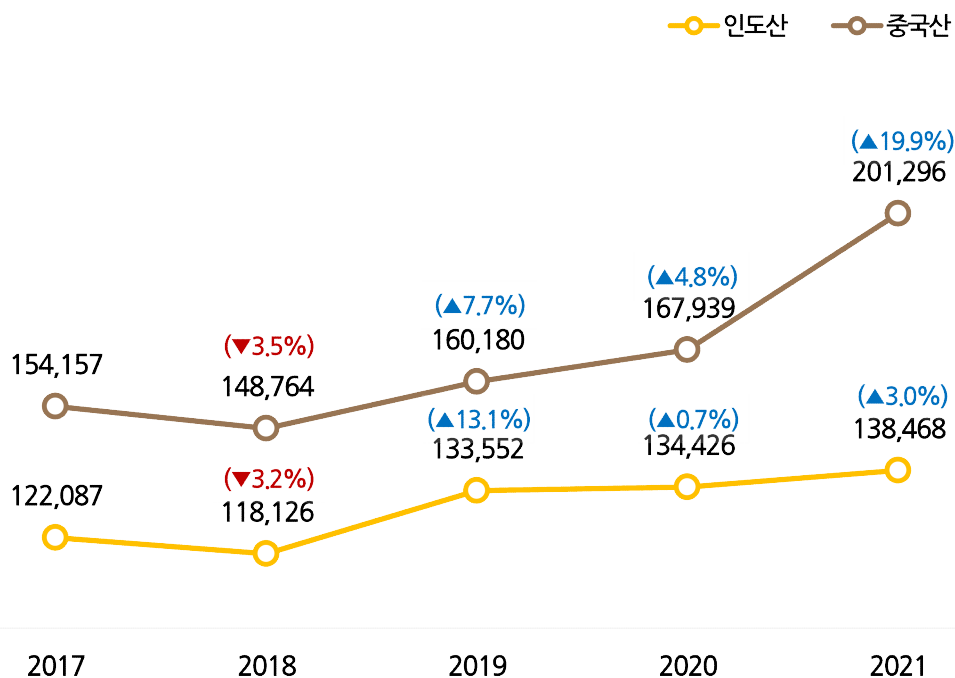
구분	2017	2018	2019	2020	2021	평년
중국산	154,157	148,764	160,180	167,939	201,296	160,759
인도산	122,087	118,126	133,552	134,426	138,468	127,755

* 농산물유통정보(www.kamis.or.kr) 가격 정보

- 1) 중품, 30kg 도매가격 기준임
- 2) 2022년 10월 6일 기준
- 3) 평년은 5년간(금년 제외) 해당일에 대한 최고값과 최소값을 제외한 3년 평균값임

그림6) 연도별 수입 참깨 유통가격 동향

(단위 : 원/30kg)



* 농산물유통정보(www.kamis.or.kr) 가격 정보 / 자료 활용 편집

- 1) 중품, 30kg 도매가격 기준임
- 2) 2022년 10월 6일 기준
- 3) 평년은 5년간(금년 제외) 해당일에 대한 최고값과 최소값을 제외한 3년 평균값임

○ 주요 국가별 참깨 수입 현황을 살펴보면, 2021년 수입액 기준 중국이 전체의 46.0%, 인도가 42.2%를 차지하고 있음

표21) 국가별 참깨 수입 현황

(단위: 톤, 천 달러, %)

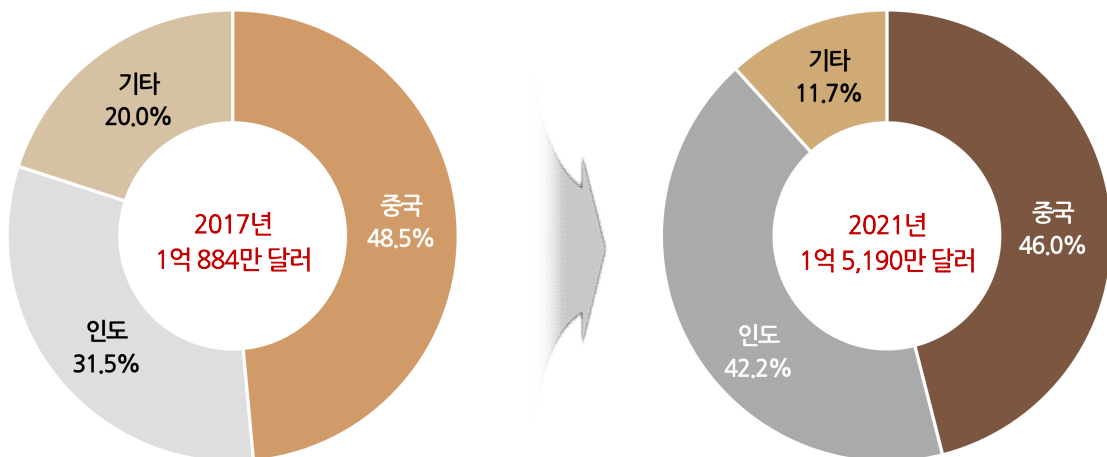
구분	수입량					수입액				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
중국	27,632	32,012	32,825	32,419	31,588	52,821	62,589	66,745	63,616	69,921
	(36.8)	(44.4)	(42.7)	(41.7)	(36.3)	(48.5)	(50.8)	(46.0)	(48.9)	(46.0)
인도	29,104	28,798	17,594	30,311	43,374	34,231	43,171	32,211	43,437	64,158
	(38.8)	(40.0)	(22.9)	(39.0)	(49.9)	(31.5)	(35.0)	(22.2)	(33.4)	(42.2)
기타	18,257	11,253	26,393	14,932	11,961	21,785	17,560	46,000	23,109	17,821
	(24.3)	(15.6)	(34.4)	(19.2)	(13.8)	(20.0)	(14.2)	(31.7)	(17.8)	(11.7)
합계	74,993	72,063	76,812	77,662	86,923	108,837	123,320	144,956	130,162	151,900

※ 관세청(2022.10.03.), 수출입무역통계

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

그림7) 국가별 참깨 수입액 현황

(단위: 톤, 천 달러, %)



※ 관세청(2022.10.03.), 수출입무역통계 / 자료 활용 편집

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

2) 들기름 원료

- 들깨는 국내 생산 현황과 수입 현황을 살펴봄
- 들깨 재배면적은 2017년 4.3만 ha에서 2018년 3.5만 ha로 전년 대비 19.6% 감소한 후 증감을 반복하다 2021년 3.7만 ha에 이룸. 생산량 또한 2017년의 5.1만 톤에서 2018년 4만 톤으로 전년 대비 20.5% 하락한 후 증감을 반복하다 2021년 4.2만 톤으로 나타남

표22) 들깨 생산 현황

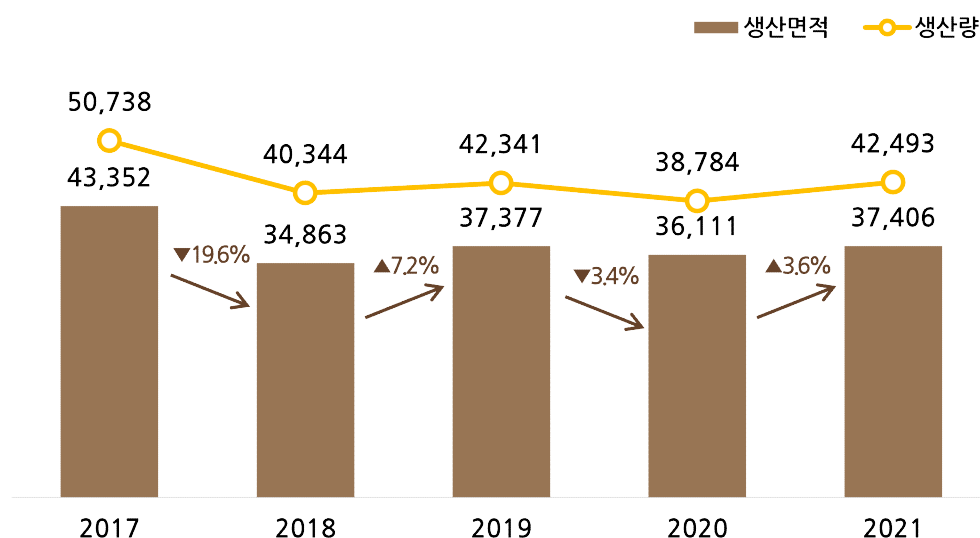
(단위 : ha, 톤)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
들깨	면적	43,352	34,863	37,377	36,111	37,406
	생산량	50,738	40,344	42,341	38,784	42,493

* 통계청(2022.10.05.), 농작물생산조사 : 특용작물생산량

그림8) 들깨 생산 현황

(단위 : ha, 톤)



* 통계청(2022.10.05.), 농작물생산조사 : 특용작물생산량 / 자료 활용 편집

- 2021년 기준 국내 들깨 재배면적은 충청남도(17.4%), 경기도(17.2%), 강원도(15.8%) 순으로 상위 3개 지역의 합은 50.5%임
- 들깨 생산량은 충청남도(19.4%), 충청북도(15.9%), 강원도(14.6%) 순으로 상위 3개 지역의 합은 49.9%임. 재배면적 2위인 경기도의 생산량 비중은 12.4%로 5위임

표23) 2021년 지역별 들깨 생산 현황

(단위 : ha, 톤, %)

면적			생산량		
시도별	면적	비중	시도별	생산량	비중
충청남도	6,511	(17.4)	충청남도	8,236	(19.4)
경기도	6,436	(17.2)	충청북도	6,757	(15.9)
강원도	5,926	(15.8)	강원도	6,192	(14.6)
충청북도	4,983	(13.3)	경상북도	5,548	(13.1)
경상북도	4,294	(11.5)	경기도	5,290	(12.4)
전라북도	3,216	(8.6)	전라북도	3,942	(9.3)
경상남도	2,367	(6.3)	경상남도	2,708	(6.4)
전라남도	2,218	(5.9)	전라남도	2,583	(6.1)
세종특별자치시	451	(1.2)	세종특별자치시	461	(1.1)
인천광역시	326	(0.9)	대전광역시	275	(0.6)
대전광역시	287	(0.8)	인천광역시	203	(0.5)
울산광역시	173	(0.5)	울산광역시	141	(0.3)
대구광역시	134	(0.4)	대구광역시	98	(0.2)
광주광역시	69	(0.2)	광주광역시	47	(0.1)
서울특별시	9	(0.0)	서울특별시	7	(0.0)
부산광역시	7	(0.0)	부산광역시	5	(0.0)
제주도	0	(0.0)	제주도	0	(0.0)
계	37,406	(100.0)	계	42,493	(100.0)

* 통계청(2022.10.05.), 농작물생산조사 : 특용작물생산량

○ 2022년 기준 들깨 22.5kg당 연평균 도매 유통가격은 33만 372원으로 2018년의 17만 8,061원 대비 85.5% 증가함

- 들깨 가격의 급격한 상승원인은 2020년 가을 장기간의 강우로 들깨 수확량이 감소하여 2022년까지 영향을 미쳤기 때문임⁴³⁾

표24) 들깨(국산) 가격 동향

(단위 : 원/22.5kg)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
1월	156,500	224,695	229,600	325,950	334,450
2월	159,000	228,612	228,170	333,622	334,656
3월	158,214	239,005	232,838	338,236	332,005
4월	157,500	244,282	233,180	341,936	329,814
5월	158,300	246,000	235,079	342,016	329,571
6월	160,289	247,821	237,714	358,309	329,000
7월	160,377	249,952	239,900	353,127	329,000
8월	170,031	251,014	244,265	345,914	329,000
9월	197,124	249,116	263,857	344,437	327,130
10월	217,929	246,438	285,563	327,987	326,000
11월	221,609	236,824	303,243	329,741	-
12월	222,542	229,250	319,957	336,591	-
연평균	178,061	241,242	254,413	340,070	330,372

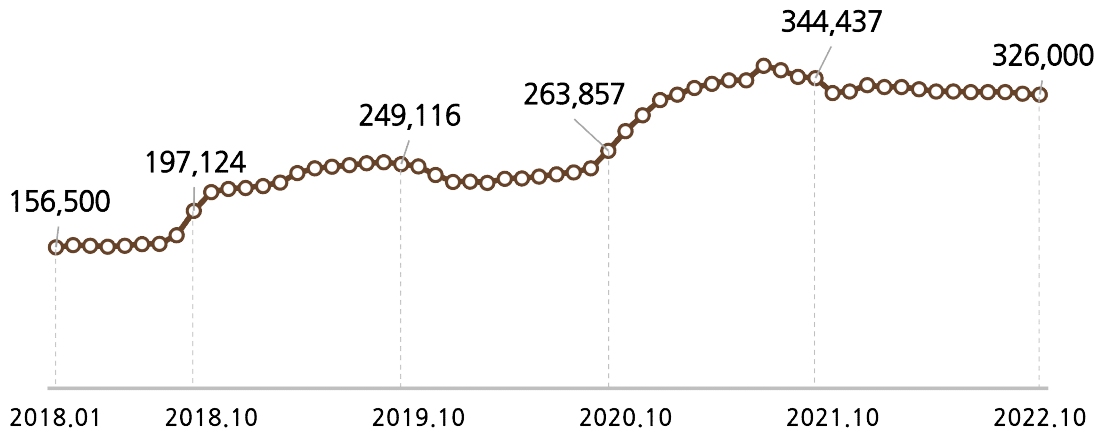
* 농산물유통정보(www.kamis.or.kr) 가격 정보

- 1) 국산, 상품, 22.5kg 도매가격 기준임
- 2) 2022년 10월 6일 기준

43) 2021.07.08., 들깨값 1년전의 3배...식품·외식업체 “없어서 못판다”, 뉴스토마토

그림9) 들깨(국산) 가격 동향

(단위 : 원/22.5kg)



* 농산물유통정보(www.kamis.or.kr) 가격 정보 / 자료 활용 편집

- 1) 국산, 상품, 22.5kg 도매가격 기준임
- 2) 2022년 10월 6일 기준

○ 들깨의 수출입 코드는 다음과 같음

표25) 들깨 수출입 코드

HS코드		품명	예상 분류
1207		그 밖의 채유(採油)에 적합한 종자와 과실 (부수었는지에 상관없다)	
	9	기타	
	99	기타	
	99 1000	들깨	들깨

* 관세법령정보포털, 관세청

- 연도별 들깨 수입 현황은 수입량 기준 2017년 2.5만 톤에서 2021년 1.5만 톤으로 39.4% 감소한 반면, 같은 기간 수입액은 3,609만 달러에서 5,300만 달러로 46.8% 증가함
- 수입 들깨 가격 상승은 최대 수입국인 중국의 흉작에서 비롯됨. 중국의 들깨 주요 생산지역인 길림성과 서북 및 단둥지역에 2020년 역대급 홍수가 발생하며 수확량이 크게 감소함⁴⁴⁾

표26) 들깨 연도별 수입 현황

(단위: 천 달러, 톤, \$/kg)

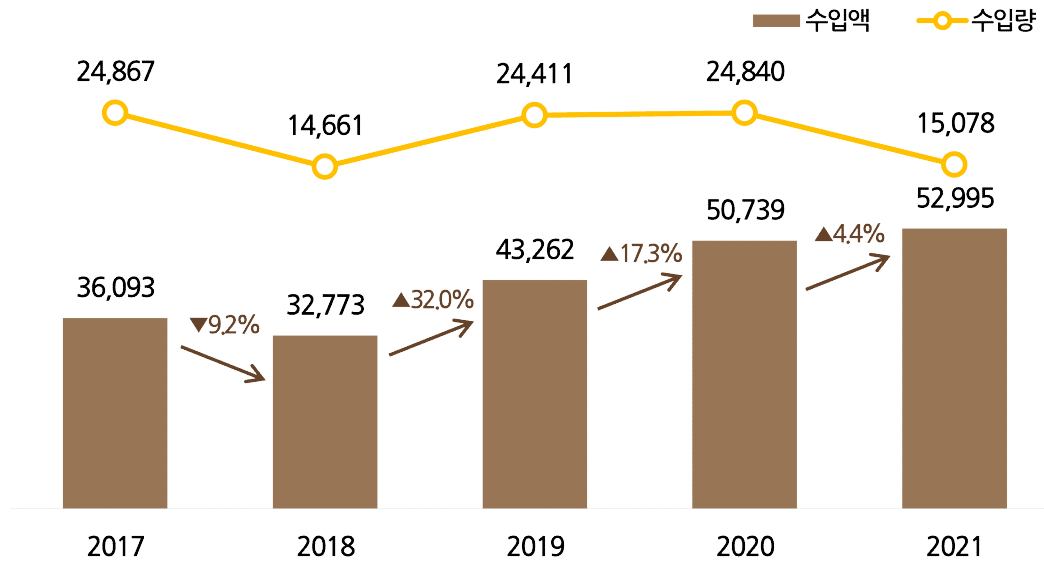
구분	수입 규모		
	수입량	수입액	수입단가
2017	24,867	36,093	1.45
2018	14,661	32,773	2.24
2019	24,411	43,262	1.77
2020	24,840	50,739	2.04
2021	15,078	52,995	3.51

* 관세청(2022.10.03.), 수출입무역통계

44) 2021.07.21., 들깨값 '3배 폭등·품귀 조짐까지' 수급불안 장기화 우려, 뉴시스

그림10) 들깨 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러)



※ 관세청(2022.10.03.), 수출입무역통계 / 자료 활용 편집

- 연도별 수입 들깨 유통가격은 2021년 기준 42만 2,632원으로 2017년 13만 2,675원 대비 218.5% 증가했으며 2020년 대비 128.6% 증가함. 수입량이 감소한 반면 수입액이 증가한 이유는 중국 들깨 생산량 감소로 수입 단가가 상승했기 때문임

표27) 연도별 수입 들깨 유통가격 동향

(단위 : 원/45kg)

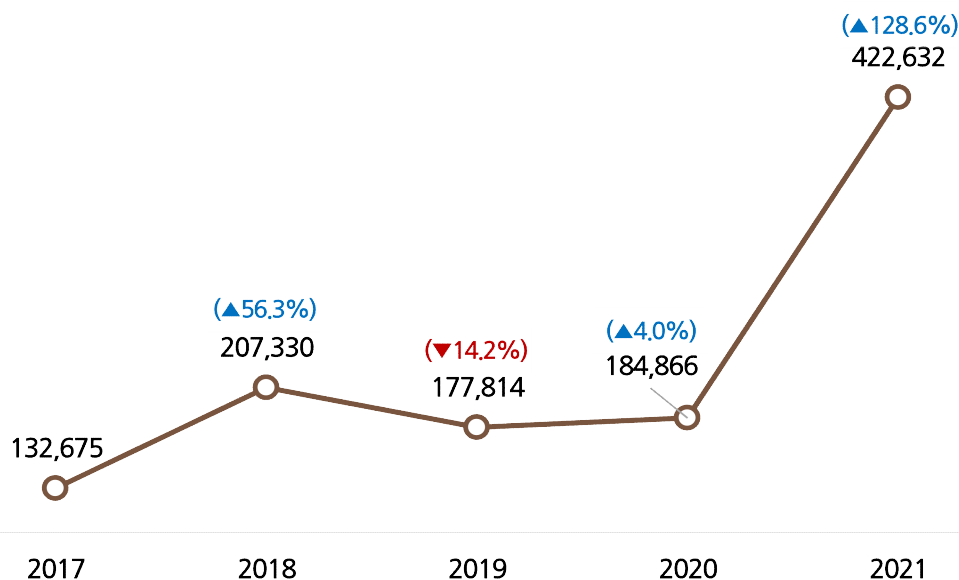
구분	2017	2018	2019	2020	2021	평년
전체	132,675	207,330	177,814	184,866	422,632	171,832

* 농산물유통정보(www.kamis.or.kr) 가격 정보

- 1) 중품, 45kg 도매가격 기준임
- 2) 2022년 10월 6일 기준
- 3) 평년은 5년간(금년 제외) 해당일에 대한 최고값과 최소값을 제외한 3년 평균값임

그림11) 연도별 수입 들깨 유통가격 동향

(단위 : 원/45kg)



* 농산물유통정보(www.kamis.or.kr) 가격 정보 / 자료 활용 편집

- 1) 중품, 45kg 도매가격 기준임
- 2) 2022년 10월 6일 기준
- 3) 평년은 5년간(금년 제외) 해당일에 대한 최고값과 최소값을 제외한 3년 평균값임

- 2021년 들깨 수입액 기준 중국이 전체의 91.7%, 미얀마 8.3%로 중국에서 대부분의 들깨를 수입하고 있으며, 대(對)미얀마 수입 비중은 2017년 이후 지속 증가하고 있음
- 대(對) 중국 들깨 수입량은 2017년 24,586톤에서 2021년 13,988톤으로 43.1% 감소한 반면, 수입액은 같은 기간 3,574만 달러에서 4,857만 달러로 35.9% 증가함. 다만, 전체 들깨 수입량 및 수입액 비중은 대(對)미얀마 수입이 증가하면서 점차 감소함
- 미얀마 수입 들깨는 지난 5년간 절대 규모와 비중 모두 증가함. 수입량은 2017년 281톤에서 2021년 1,090톤으로 287.9% 증가했으며, 같은 기간 수입액은 35만 달러에서 442만 달러로 1,164.0% 증가함

표28) 국가별 들깨 수입 현황

(단위: 톤, 천 달러, %)

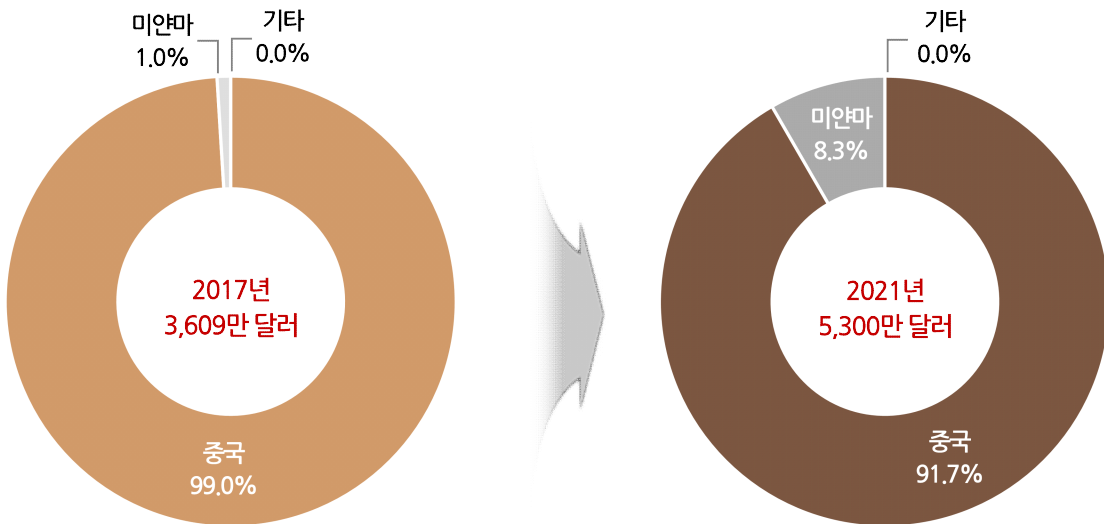
구분	수입량					수입액				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
중국	24,586	14,373	23,841	23,488	13,988	35,742	32,151	42,281	48,726	48,570
	(98.9)	(98.0)	(97.7)	(94.6)	(92.8)	(99.0)	(98.1)	(97.7)	(96.0)	(91.7)
미얀마	281	278	570	1,352	1,090	350	597	981	2,012	4,424
	(1.1)	(1.9)	(2.3)	(5.4)	(7.2)	(1.0)	(1.8)	(2.3)	(4.0)	(8.3)
기타	0.2	10.2	0.0	0.1	0.1	1.0	25.0	0.0	1.0	1.0
	(0.0)	(0.1)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.1)	(0.0)	(0.0)	(0.0)
합계	24,867	14,661	24,411	24,840	15,078	36,093	32,773	43,262	50,739	52,995

※ 관세청(2022.10.03.), 수출입무역통계

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

그림12) 국가별 들깨 수입액 현황

(단위: 톤, 천 달러, %)



※ 관세청(2022.10.03.), 수출입무역통계 / 자료 활용 편집

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

|제4장|

생산 및 수출입 현황

제1절 생산 및 출하 현황

1. 생산 현황

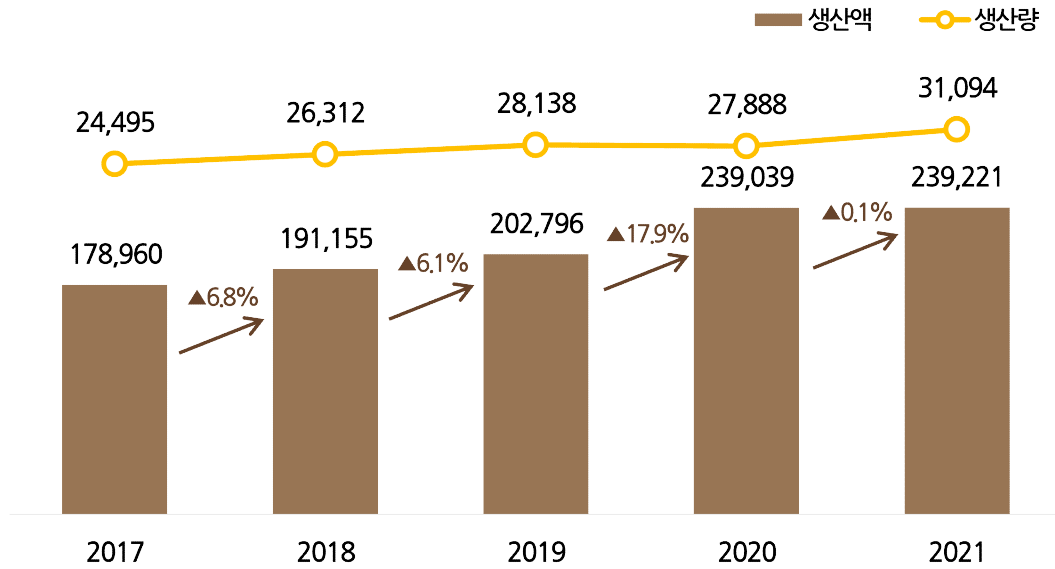
- 식품공전상 참기름과 추출참깨유, 들기름과 추출들깨유는 각각 참깨와 들깨를 원료로 만든 식용유지이며, 소비시장에서는 참기름과 추출참깨유를 합쳐 참기름으로, 들기름과 추출들깨유를 합쳐 들기름으로 보고 있음

1) 참기름 생산 규모

- 참기름 생산량은 2017년 24,495톤에서 2021년 31,094톤으로 26.9% 증가했으며, 같은 기간 생산액은 1,790억 원에서 2,392억 원으로 33.7% 증가함
 - 2019년까지 참기름 생산량과 생산액 모두 6~7%대의 증가율을 보였으나, 2020년 생산량은 전년 대비 0.1% 소폭 감소한 반면 생산액은 전년 대비 17.9%로 크게 증가함. 2021년 기준 생산액은 0.1%로 소폭 증가한 반면 생산량은 11.5%로 상대적으로 큰 증가세를 보임

그림13) 참기름 생산 현황

(단위 : 백만 원, 톤, %)



* 식품의약품안전처(2017년~2021년).식품 등의 생산실적. 각 연도별 식용유지류 생산실적 자료로 재구성함
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음
 2) 참기름 : 참기름+추출참깨유

- 소비시장 내 참기름으로 유통되는 제품은 식품공전 기준 참기름이 대부분을 차지하고 있으며, 추출참깨유는 0%대로 매우 적은 비중임
 - 참기름의 생산 규모는 2020년 생산량을 제외하고 생산량과 생산액이 모두 매년 증가 추세임
 - 추출참깨유 생산량은 2017년 5톤 이후 2020년까지 20톤대를 유지하다 2021년 34톤에 이르렀으며, 생산액은 2018년과 2021년을 제외하고는 1억 미만의 규모를 유지함

표29) 참기름 유형별 생산 규모

(단위 : 톤, 백만 원, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
참기름	생산량	24,490	26,287	28,116	27,868	31,060
	생산액	178,917	191,044	202,756	238,989	239,108
	(비중)	(100.0)	(99.9)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
추출참깨유	생산량	5	25	22	20	34
	생산액	43	111	40	50	113
	(비중)	(0.0)	(0.1)	(0.0)	(0.0)	(0.0)
합계	생산량	24,495	26,312	28,138	27,888	31,094
	생산액	178,960	191,155	202,796	239,039	239,221

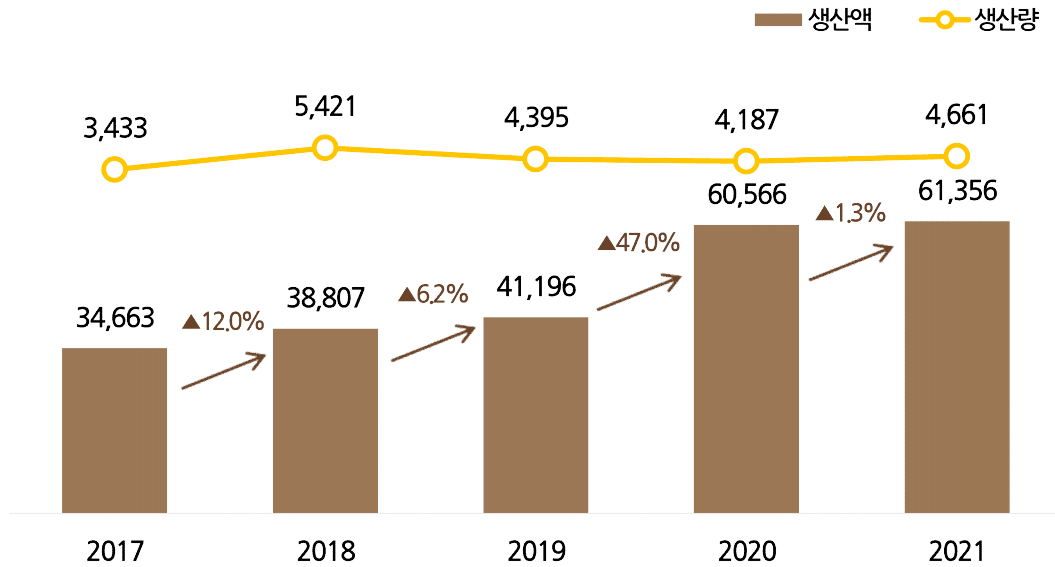
- * 식품의약품안전처(2017년~2021년).식품 등의 생산실적. 각 연도별 식용유지류 생산실적 자료로 재구성함
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음
 2) 참기름 : 참기름+추출참깨유

2) 들기름 생산 규모

- 들기름 생산량은 2017년 3,433톤 대비 57.9% 성장하여 2018년 5,421톤을 기록한 이후 소폭 감소했으나 2021년 전년 대비 11.3% 성장하여 4,661톤으로 증가함. 이는 2017년 대비 35.8% 증가한 수치임
- 생산액은 2017년 346.6억 원 이후 매년 성장하여 2021년에는 2017년 대비 77% 성장한 613.6억 원을 달성함
 - 특히, 2020년 기준 전년 대비 47%로 크게 성장하며 605.7억 원으로 증가하였는데 이는 COVID-19로 인한 운송비, 국제 유가 상승 등으로 생산에 드는 비용이 증가했기 때문임

그림14) 들기름 생산 현황

(단위 : 백만 원, 톤, %)



* 식품의약품안전처(2017년~2021년).식품 등의 생산실적. 각 연도별 식용유지류 생산실적 자료로 재구성함
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음
 2) 참기름 : 참기름+추출참깨유

○ 소비시장에서 들기름 중 추출들깨유는 0%대로 매우 작은 비중을 차지하고 있으며, 식품공전상 들기름이 대부분의 비중을 차지함

- 들기름은 생산량은 2018년 전년 대비 58.1% 증가해 5,409톤에 이르렀으나 이후 2년간 소폭 감소하여 4,181톤을 기록한 후 2021년 반등하여 4,656톤으로 증가함. 반면, 생산액은 2017년 346.5억 원 이후 매년 꾸준히 성장하여 2021년 613.3억 원으로 집계됨
- 추출들깨유 생산량은 2017년 12톤 이후 지속적으로 하락하여 2021년 5톤으로 감소함. 생산액은 생산량에 비례하지 않는 양상을 보임

표30) 들기름 유형별 생산 규모

(단위 : 톤, 백만 원, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
들기름	생산량	3,421	5,409	4,386	4,181	4,656
	생산액	34,646	38,777	41,176	60,552	61,334
	(비중)	(100.0)	(99.9)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
추출들깨유	생산량	12	12	9	6	5
	생산액	17	30	20	14	23
	(비중)	(0.0)	(0.1)	(0.0)	(0.0)	(0.0)
합계	생산량	3,433	5,421	4,395	4,187	4,661
	생산액	34,663	38,807	41,196	60,566	61,356

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

- 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음
- 2) 참기름 : 참기름+추출참깨유

2. 출하 현황

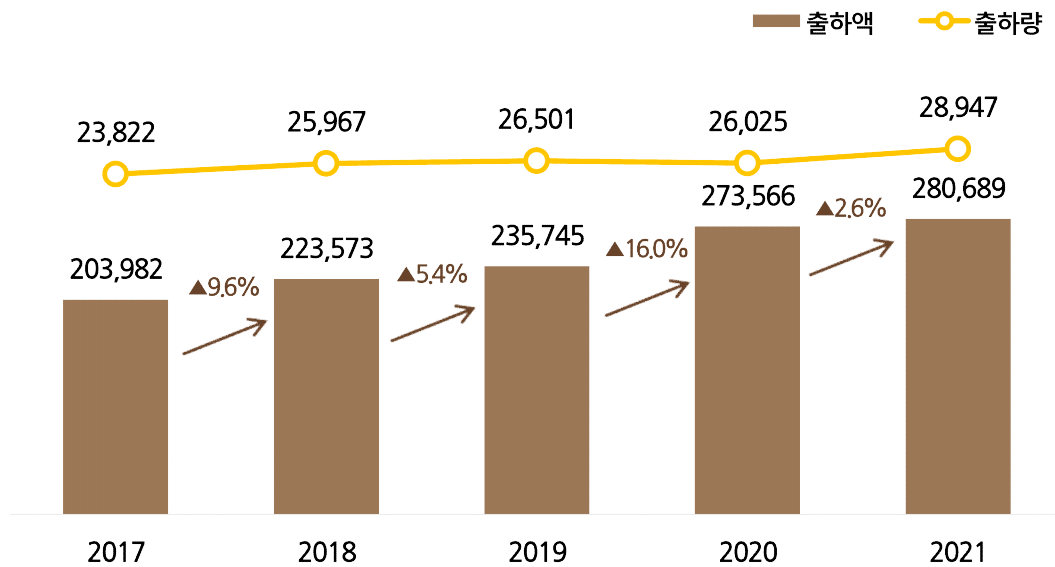
1) 참기름 출하 규모

○ 2021년 참기름 국내 출하량은 28,947톤으로 2017년 23,822톤 대비 21.5% 증가함. 출하액은 2021년 2,807억 원으로 2017년 2,040억 원 대비 37.6% 증가함

- 참기름 출하량은 2017년 이후 전반적으로 증가세를 보였으나, 2020년 기준 전년 대비 1.8% 소폭 감소하여 26,025톤으로 집계되었으나 2021년 2.6% 증가하여 감소량이 회복됨
- 출하량과는 반대로 참기름 출하액은 2020년 2,736억 원으로 2019년 2,347억 원 대비 16.0% 증가하여 출하량 추세와 다소 차이를 보임

그림15) 참기름 출하 현황

(단위 : 백만 원, 톤, %)



* 식품의약품안전처(2017년~2021년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 식용유지류 생산실적 자료로 재구성함
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음
 2) 참기름 : 참기름+추출참깨유

- 참기름 출하량은 2021년 28,920톤으로 2017년 23,817톤 대비 21.4% 증가했으며, 같은 기간 출하액은 2,039억 원에서 2,805억 원으로 37.6% 증가함
- 추출참깨유 출하량은 2021년 기준 27톤으로 2017년 5톤 대비 4.4배 증가하였지만 참기름 대비 미미한 수준임

표31) 참기름 유형별 출하 규모

(단위: 톤, 백만 원, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
참기름	출하량	23,817	25,942	26,479	26,007	28,920
	출하액	203,928	223,397	235,607	273,468	280,532
	(비중)	(100.0)	(99.9)	(99.9)	(100.0)	(99.9)
추출참깨유	출하량	5	25	22	18	27
	출하액	54	176	138	98	157
	(비중)	(0.0)	(0.1)	(0.1)	(0.0)	(0.1)
합계	출하량	23,822	25,967	26,501	26,025	28,947
	출하액	203,982	223,573	235,745	273,566	280,689

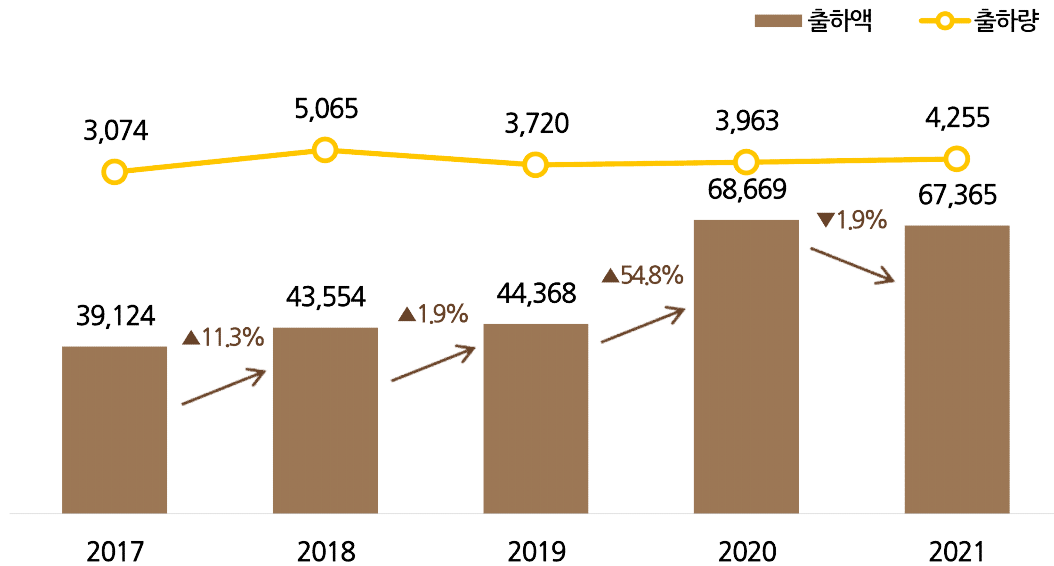
* 식품의약품안전처(2017년~2021년).식품 등의 생산실적. 각 연도별 식용유지류 생산실적 자료로 재구성함
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음
 2) 참기름 : 참기름+추출참깨유

2) 들기름 출하 규모

- 들기름 출하량은 2021년 4,255톤으로 2017년 3,074톤 대비 38.4% 증가함. 2017년 이후 들기름 출하량은 등락이 반복되었으며 이는 들기름의 원료인 들깨 생산량과 수입량에 영향을 받은 것으로 보여짐
- 들기름 출하액은 2021년 674억 원으로 2017년 391억 원 대비 72.2% 증가함. 2017년 이후 지속 증가세를 보였으나 2020년 기준 전년 대비 54.8% 출하액이 증가함
 - 2020년 기준 들기름 출하액의 증가폭 대비 출하량은 전년 대비 6.5%에 불과했으며, 이러한 들기름 출하액 증가 원인은 원료인 들깨의 가격 상승이 영향을 끼친 것으로 추정됨⁴⁵⁾

그림16) 들기름 출하 현황

(단위 : 백만 원, 톤, %)



* 식품의약품안전처(2017년~2021년).식품 등의 생산실적. 각 연도별 식용유지류 생산실적 자료로 재구성함
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음
 2) 들기름 : 들기름+추출들깨유

45) 들깨 연도별 수입현황 기준 2019년 들깨의 kg당 수입단가는 1.77달러였으나 2020년은 2.04달러로 15.3% 증가함

- 들기름 출하량은 2021년 673억 원으로 2017년 3,062톤 대비 72.2% 증가함. 2017년 이후 지속적으로 증가했으나 2021년 기준 전년 대비 1.9% 감소함
- 추출들깨유 출하량은 들기름 대비 미미한 비중을 차지하고 있음. 2017년 12톤 이후 꾸준히 감소하여 2021년 5톤으로 58.3% 감소했으나, 출하액은 2017년 5,400만 원에서 7,100만 원으로 31.5% 증가함

표32) 들기름 유형별 출하 규모

(단위 : 톤, 백만 원, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
들기름	출하량	3,062	5,053	3,711	3,957	4,250
	출하액	39,070	43,488	44,315	68,625	67,293
	(비중)	(99.9)	(99.8)	(99.9)	(99.9)	(99.9)
추출들깨유	출하량	12	12	9	6	5
	출하액	54	66	53	43	71
	(비중)	(0.1)	(0.2)	(0.1)	(0.1)	(0.1)
합계	출하량	3,074	5,065	3,720	3,963	4,255
	출하액	39,124	43,554	44,368	68,669	67,365

- * 식품의약품안전처(2017년~2021년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 식용유지류 생산실적 자료로 재구성함
- 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음
 - 2) 들기름 : 들기름+추출들깨유

3. 주요 제조사 및 브랜드 현황

1) 주요 제조업체 동향⁴⁶⁾

- 국내 주요 참기름·들기름 제조사로는 CJ제일제당, 사조대림, 오뚜기가 있음
 - 오뚜기는 2022년 1분기 기준 참기름 시장 점유율 1위 업체로⁴⁷⁾ 자체 생산 시스템(엑스페라 착유기 사용)을 보유하고 프리미엄 참기름, 들기름 생산을 운영 중임. 벤조피렌이 적은 생참기름(순백 참기름), 생들기름(순백 들기름)⁴⁸⁾, 방앗간 참기름과 방앗간 들기름을 운영 중임
 - CJ제일제당은 2022년 1분기 기준 참기름 시장 점유율 2위 업체로 자체 생산 시스템(엑스페라 착유기 사용)을 보유하고 고소함 가득 참기름과 진한 참기름 2가지 타입의 제품을 운영하고 있음. 포장 용기, 초임계 참기름(황금 참기름) 등 CJ 기업 브랜드 기반 시장 변화를 추구하고 있음
 - 사조해표는 2022년 1분기 기준 참기름 시장 점유율 3위 업체임. 국내 시판 참기름 시장이 1976년 해표에서 대량생산을 시작하면서 형성되었으나, 현재는 3위권을 유지 중임. OEM 생산으로 재래압착식 착유기를 사용하며 들기름 캔 제품(500ml)만 자체 생산 및 판매하고 있음

46) 2022년 식품유통연감, 식용유지

47) 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 2022년 소매점 매출액 / 닐슨(Nilsen) 소매점 매출액

48) 생참기름, 생들기름은 볶지 않기 때문에 벤조피렌의 위험이 적다고 알려져 있음. 벤조피렌은 화석연료 등의 불완전연소 과정에서 생성되는 환경호르몬임, [네이버 지식백과] 벤조피렌

- 샘플은 타 사 제품(유리병)과 달리 PET형 특수 용기 패키지를 사용하며 외부 공기가 차단되는 산소 차단 이중용기를 사용하고 있음. OEM 생산, 엑스페라 착유기를 사용하며 프리미엄 참기름과 들기름(국산 참/들기름, 유기농 참기름 등)을 운영 중임

표33) 참기름·들기름 주요 제조업체 특징 및 연혁

업체명	구분	내용
CJ 제일제당	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 1953년 기초소재식품인 설탕을 생산하면서 시작한 CJ제일제당은 지난 60여 년간 식품산업의 발전을 선도하며 식품, BIO, 제약 분야까지 사업영역을 확장함 • 백설, 해찬들, 다시다, 햇반, 비비고, 다담, 하선정, 고메, 스팸, 뿌띠첼 등의 브랜드가 있음
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> • 1953년: 제일제당공업주식회사 설립 • 1965년: 백설표 탄생 • 1979년: 식용유 사업 시작 • 2005년: '황금참기름 眞' 출시 • 2011년: 백설 브랜드 리뉴얼 • 2017년: 품미유 출시
	주요 생산 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 대두유, 카놀라유, 옥수수유, 올리브유, 포도씨유, 현미유, 해바라기유, 혼합식용유, 참기름, 들기름

사조대림	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 1966년 창립하였으며, 대림선 어묵, 게맛살 등 연육 제품과 햄, 소시지육 가공 등의 신선식품 이외에도 냉동, 냉장식품, 젓갈류, 김, 미역 등 해조류, 절임류 등 다양한 식품을 생산, 판매하고 있음 • 해표 식용유는 국내 최초 및 유일한 KS인증 마크 획득과 21년 연속 브랜드 파워 1위를 달성함
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> • 1964년: 사조대림 회사창립 연근해 어업 및 통조림 제조개시 • 1966년: 사조해표 창립 • 1969년: (주)사조오양주식회사 설립 • 1971년: 현대식 자동설비 갖춘 대두가공공장 설립 • 2004년: (주)사조해표 계열사 추가 • 2019년: (주)사조대림, (주)사조해표 합병 ‘고소한 참기름’ 디자인 리뉴얼 출시 • 2021년: 사조대림, 2021년 한국산업의 브랜드 파워 식용유 부분 1위 (2000년~2021년, 22년 연속) 수상
	주요 생산 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 대두유, 옥수수유, 카놀라유, 올리브유, 포도씨유, 혼합식용유, 참기름
오뚜기	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 식용유지, 스프, 케찹, 마요네즈, 식초, 3분카레, 라면, 참치, 즉석밥 등을 생산하는 종합식품회사
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> • 1969년: 회사 창립, 오뚜기 즉석카레 출시 • 1973년: 오뚜기 식품공업주식회사로 상호 변경 • 1980년: 액체쇼팅 출시 • 1983년: 참기름 출시 • 1992년: 식용유 옥수수 기름, 면실유 출시 • 1994년: 카놀라유 출시 • 1998년: 올리브유 출시 • 2009년: 오뚜기 현미유, 오뚜기 들기름 출시 • 2010년: 프레스코 압착 올리브유 3종 출시 • 2018년: 순백참기름, 순백들기름, 방앗간 참기름 출시
	주요 생산 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 프레스코(해바라기유, 압착올리브유, 카놀라유, 포도씨유), 콩기름, 옥수수유, 참기름, 들기름

* 업체별 홈페이지의 관련 내용 참고

제2절 수출입 동향

1. 수출입 코드

- 수출입통계의 기초가 되는 HS코드에서 참기름과 들기름은 동, 식물성유지에 속함. 구체적으로 참기름은 HS코드 1515.50-0000 (참기름과 그 분획물)에, 들기름은 HS코드 1515.90-1000(들기름과 그 분획물)에 해당하며 이를 바탕으로 수출입 실적을 살펴봄

표34) 참기름·들기름 수출입 코드

HS코드		품명	예상 분류	
1515		그 밖의 비취발성인 식물성·미생물성 지방과 기름[호호바유(jojoba oil)를 포함한다]과 그 분획물 (정제했는지에 상관 없으며 화학적으로 변성 가공한 것은 제외한다)		
	50	0000	참기름과 그 분획물	참기름
	90	1000	들기름과 그 분획물	들기름

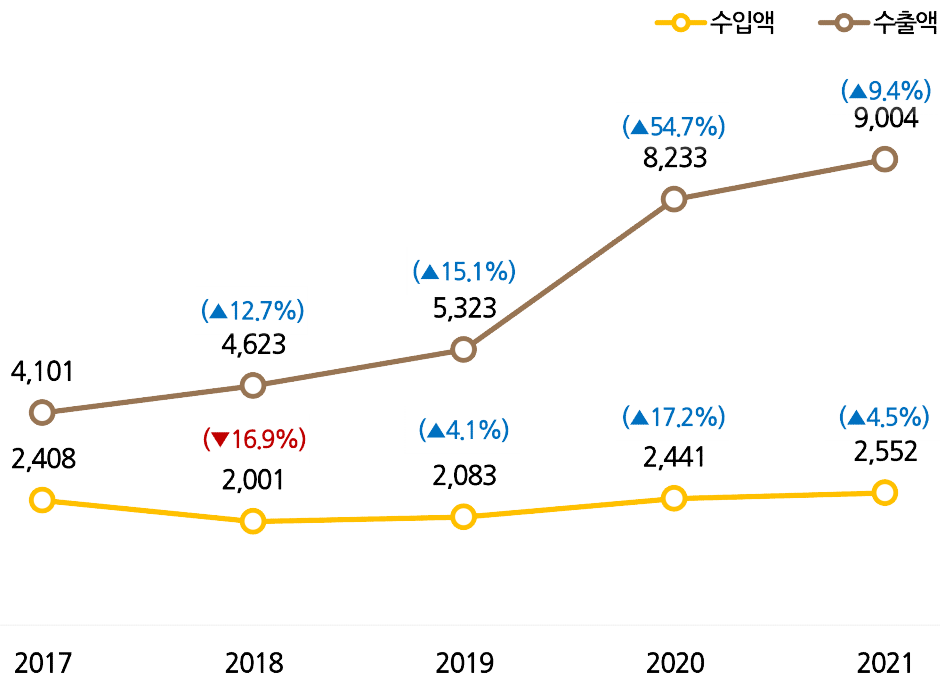
* 관세법령정보포털, 관세청

2. 참기름 수출입 현황

- 2021년 참기름 수출액은 900만 달러로 2017년 410만 대비 달러 119.6% 증가함. 참기름 수출액은 2017년 이후 매년 성장해왔으며 2020년은 전년 대비 54.7% 증가한 823만 달러로 큰 폭의 증가세를 보임
- 참기름 수입액은 2021년 255만 달러로 2017년 241억 달러 대비 6.0% 증가함. 참기름 수입액은 2018년 200만 달러로 전년 대비 16.9% 감소한 이후 성장세가 지속됨

그림17) 참기름 연도별 수출입 현황

(단위 : 천 달러)



* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계

1) 참기름(HS코드 1515.50.0000)

2) 원천 자료를 천 달러 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

1) 참기름 수출 규모

- 2017년부터 2021년까지 참기름 수출량과 수출액은 꾸준히 증가함
 - 참기름 수출량은 2021년 1,120톤으로 2017년 481톤 대비 133.3% 증가했으며 특히, 2020년 기준 전년 대비 57.4%로 크게 증가하여 966톤을 기록함
 - 참기름 수출액 또한 2021년 900만 달러로 2017년 410만 달러에서 119.6% 증가함
 - 이러한 수출 규모 증가는 COVID-19 확산으로 인해 가정 내 식사 빈도가 이전 대비 증가하는 상황 속에서 한식의 인기가 국제적으로 상승하면서 참기름 수출이 급증함⁴⁹⁾
- 2021년 참기름 수출단가는 8.04달러/kg로, 2017년 8.52달러 대비 5.6% 감소함
 - 최근 중국산 참깨 수입이 증가하고 생산 설비가 발달해 수출량 대비 수출액 증가는 상대적으로 적어 수출단가는 오히려 감소한 것으로 분석됨

49) 효자 상품된 참기름, 집밥·한식 인기로 수출 70% 급증, 2020.11.29., 스카이드에일리

표35) 참기름 연도별 수출 현황

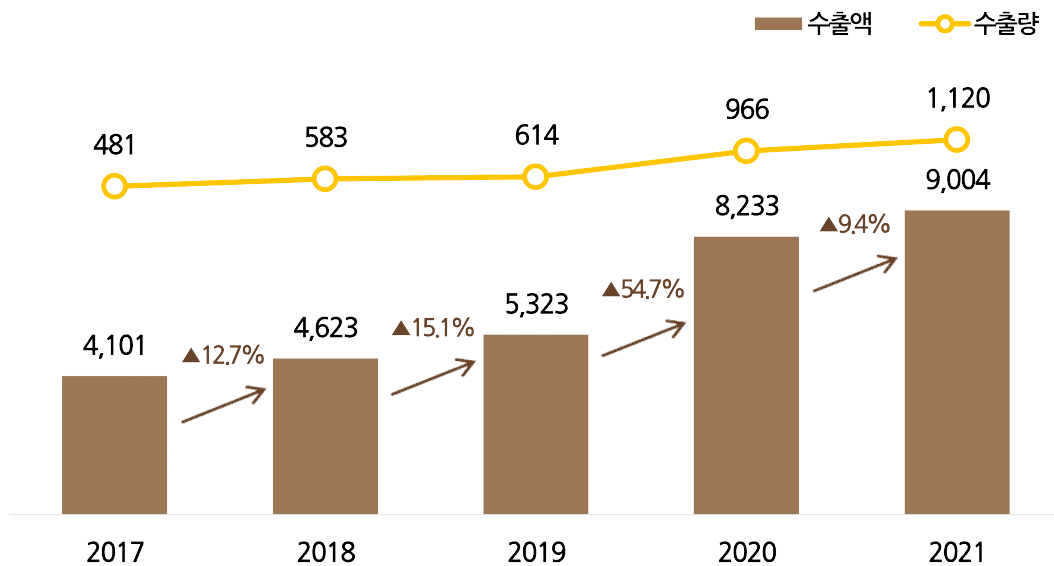
(단위: 천 달러, 톤, \$/kg)

구분	수출 현황		
	수출량	수출액	수출단가
2017	481	4,101	8.52
2018	583	4,623	7.93
2019	614	5,323	8.67
2020	966	8,233	8.52
2021	1,120	9,004	8.04

* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계

그림18) 참기름 연도별 수출 규모

(단위: 톤, 천 달러)



* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계 / 자료 활용 편집

1) 원천 자료를 천 달러 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

- 주요 국가별 참기름 수출 현황을 살펴보면 2021년 수출액 기준 미국이 41.4%로 가장 큰 비중을 차지하고 이어서 캐나다 5.1%, 호주 4.9%로 상위 3개국 비중은 전체 수출액의 51.4%를 차지함. 이외에 베트남 3.1%, 일본 2.2% 순임
 - 대(對)미국 참기름 수출량은 2017년 151톤에서 매년 증가하여 2021년 538톤으로 5개년 연평균 37.3%의 성장률을 기록함. 수출액 또한 같은 기간 131만 달러에서 373만 달러로 증가했으며, 연평균 성장률은 29.8%임. 2020년 기준 대(對)미국 수출량과 수출액은 각각 전년 대비 110%, 96.3%로 큰 증가세를 보임
 - 참기름은 미국 소비자들에게 건강한 오일로 인식되면서 수요가 증가하고 있음. 화장품과 샐러드드레싱, 아이스크림 등 다양하게 활용되고 있으며⁵⁰⁾ 한류와 함께 현지 한인 마트에서 참기름을 포함하여 취급 품목을 다양화하면서 참기름 수출이 증가한 것으로 보임⁵¹⁾
 - 대(對)캐나다 참기름 수출량은 2021년 기준 65톤으로 2017년 55톤 대비 18.2% 증가했으며, 수출액 또한 2017년 35만 달러에서 2021년 46만 달러로 30.8% 증가함. 2021년 기준 최근 5년간 대(對)캐나다 수출량 및 수출액 연평균 성장률은 각각 4.0%, 7.0%임. 이러한 성장세는 미국과 마찬가지로 샐러드드레싱 등의 수요가 증가했기 때문으로 추정됨
 - 대(對)호주 참기름 수출 규모를 살펴보면, 2021년 참기름 수출량은 53톤으로 전년 대비 28.4% 감소, 수출액은 2021년 45만 달러로 전년 대비 34.7% 감소함. 이는 2017년 대비 유사한 수준임

50) 2022.09.05., 미국 식용유 시장동향, KOTRA 해외시장뉴스

51) 2020.11.29., 효자 상품된 참기름, 집밥·한식 인기에 수출 70% 급증, 스카이드일리

표36) 주요 국가별 참기름 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

국가	수출량					수출액				
	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
미국	151	175	206	433	538	1,314	1,385	1,607	3,155	3,725
	(31.4)	(30.1)	(33.5)	(44.8)	(48.0)	(32.0)	(30.0)	(30.2)	(38.3)	(41.4)
캐나다	55	49	46	59	65	350	306	303	413	458
	(11.5)	(8.4)	(7.4)	(6.1)	(5.8)	(8.5)	(6.6)	(5.7)	(5.0)	(5.1)
호주	53	50	62	74	53	483	444	540	681	445
	(11.1)	(8.5)	(10.0)	(7.7)	(4.7)	(11.8)	(9.6)	(10.1)	(8.3)	(4.9)
베트남	21	24	40	42	28	183	191	342	344	275
	(4.4)	(4.1)	(6.5)	(4.4)	(2.5)	(4.5)	(4.1)	(6.4)	(4.2)	(3.1)
일본	7	28	36	18	18	68	131	240	210	199
	(1.4)	(4.8)	(5.9)	(1.9)	(1.6)	(1.7)	(2.8)	(4.5)	(2.6)	(2.2)
그 외	194	257	225	340	419	1,703	2,166	2,291	3,430	3,902
	(40.3)	(44.1)	(36.6)	(35.2)	(37.4)	(41.5)	(46.9)	(43.0)	(41.7)	(43.3)
합계	481	583	614	966	1,120	4,101	4,623	5,323	8,233	9,004

* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계

1) 참기름(HS코드 1515.50.0000)의 값이며, 2021년 수출액 기준으로 정렬함

2) 원천 자료를 천 달러 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 참기름 수입 규모

- 연도별 참기름 수입량은 2017년 687톤에서 2018년 497톤으로 27.6% 감소하였으나 이후 성장세를 유지하여 2021년 728톤으로 증가함
- 수입액은 2017년 240.8만 달러 대비 하락하여 2018년 200만 달러에 이르렀으나 이후 반등하여 2021년 255만 달러로 증가함. 2018년 기준 전년 대비 16.9% 감소한 후 2020년 전년 대비 17.2% 성장하며 상대적으로 크게 변화함
- 참기름 수입 단가는 2017년 3.5~4달러/kg 수준으로 2021년은 전년 대비 1.4% 증가한 3.51달러/kg임

표37) 참기름 연도별 수입 현황

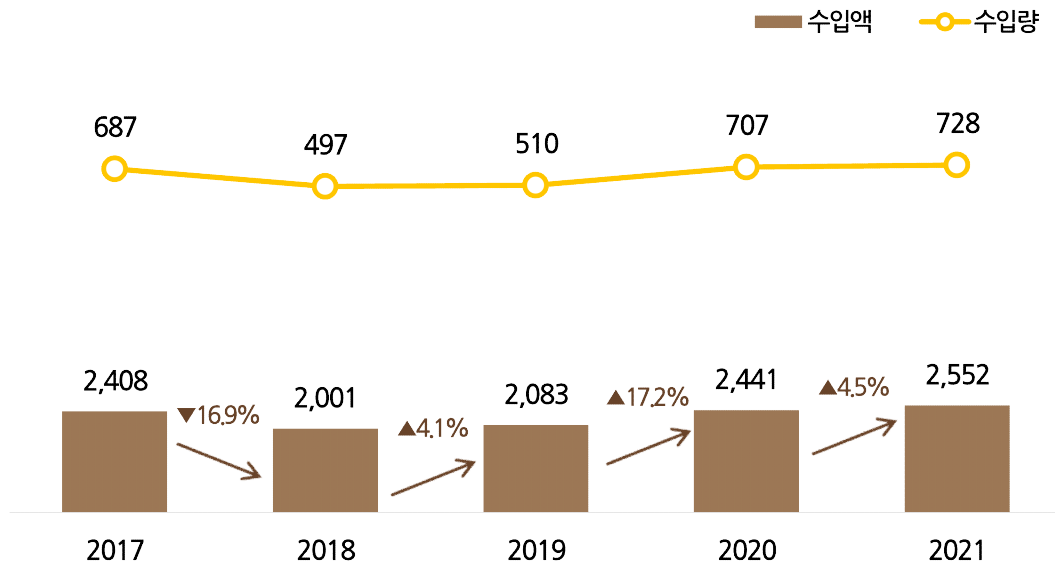
(단위: 천 달러, 톤, \$/kg)

구분	수입 현황		
	수입량	수입액	수입단가
2017	687	2,408	3.51
2018	497	2,001	4.03
2019	510	2,083	4.08
2020	707	2,441	3.46
2021	728	2,552	3.51

* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계

그림19) 참기름 연도별 수입 규모

(단위: 톤, 천 달러)



* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계 / 자료 활용 편집

1) 원천 자료를 천 달러 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

○ 주요 국가별 참기름 수입 현황을 살펴보면, 2021년 수입액 기준 중국이 전체의 64.4% 비중을 차지하고 있으며 이어서 베트남 16.9%로, 상위 2개국의 비중이 80% 이상임

- 대(對)중국 참기름 수입량은 2017년 483톤에서 2018년 257톤으로 46.8% 하락한 후 반등하여 2021년 497톤으로 증가함. 수입액 또한 2017년 147.5만 달러에서 44.2% 감소해 2018년 82만 달러에 이르렀으나 이후 매년 증가하여 2021년 164만 달러까지 증가함. 2017~2021년 기준 5개년 연평균 성장률은 수입량은 0.7%, 수입액은 2.7%임

- 대(對)베트남 참기름 수입 규모는 2017년 이후 대체적으로 약 140톤의 수입량과 40만 달러 초반대의 수입액을 유지하고 있음. 2020년 수입량은 전년 대비 150.7% 증가한 341톤을, 수입액은 전년 대비 128.8% 증가한 108만 달러에 달함
- 2020년 COVID-19로 인한 중국의 무역 봉쇄 정책과 국내 참깨 생산 감소로 인해 베트남으로부터의 참기름 수입이 증가한 것으로 추정됨

표38) 주요 국가별 참기름 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

국가	수입량					수입액				
	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
중국	483	257	306	314	497	1,475	823	998	1,011	1,644
	(70.4)	(51.7)	(60.0)	(44.4)	(68.3)	(61.3)	(41.1)	(47.9)	(41.4)	(64.4)
베트남	136	136	136	341	154	378	445	472	1,080	431
	(19.8)	(27.4)	(26.7)	(48.3)	(21.1)	(15.7)	(22.2)	(22.7)	(44.2)	(16.9)
그 외	67	104	68	52	77	555	733	613	350	477
	(9.8)	(20.9)	(13.3)	(7.3)	(10.6)	(23.0)	(36.6)	(29.4)	(14.3)	(18.7)
합계	687	497	510	707	728	2,408	2,001	2,083	2,441	2,552

* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계

1) 참기름(HS코드 1515.50.0000)의 값이며, 2021년 수출액 기준으로 정렬함

2) 원천 자료를 천 달러 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

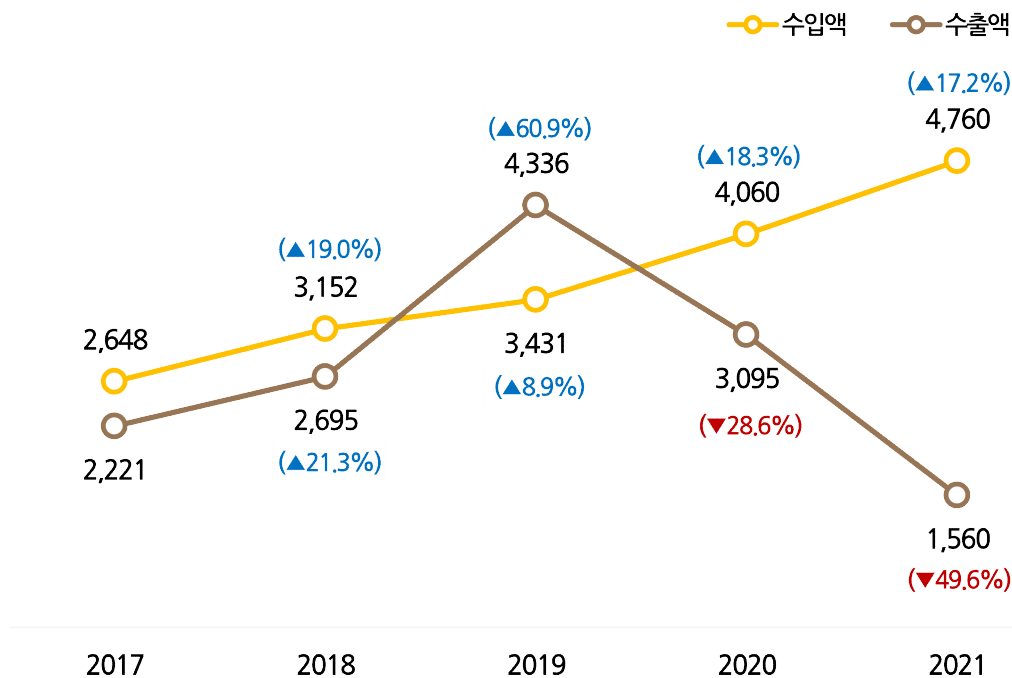
3. 들기름 수출입 현황

○ 들기름 수출액은 2017년 222만 달러에서 2019년 434만 달러까지 95.5% 증가했으나 이후 감소하여 2021년 156만 달러로 집계됨. 수입액은 2017년 265만 달러에서 2021년 476만 달러로 179.8% 증가함

- 수출액 감소는 2020년부터 COVID-19로 인한 무역 둔화와 그로 인한 수출단가 상승으로 들기름 수출이 급격하게 감소한 것으로 추정됨

그림20) 들기름 연도별 수출입 현황

(단위 : 천 달러)



* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계

1) 들기름(HS코드 1515.90.1000)

2) 원천 자료를 천 달러 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

1) 들기름 수출 규모

- 연도별 들기름 수출 규모의 경우 수출량과 수출액 모두 2017년 이후 2019년 최대 규모를 달성한 이후 지속적으로 하락함
 - 수출량은 2017년 168톤에서 지속 증가해 2019년 262톤에 이르렀으나, 2021년 기준 91톤으로 전년 대비 62.7% 감소하고 이는 2017년 대비 45.8% 하락한 수치임
 - 수출액은 2017년 222만 달러 이후 2020년 전년 대비 60.9% 성장하여 434만 달러를 달성함. 이후 2년간 규모가 감소하여 2021년 156만 달러에 이룸. 이는 2017년 대비 29.8% 감소한 수치임
- 2021년 들기름 수출 단가는 17.2달러/kg로 2017년 이후 가장 높은 수준임

표39) 들기름 연도별 수출 현황

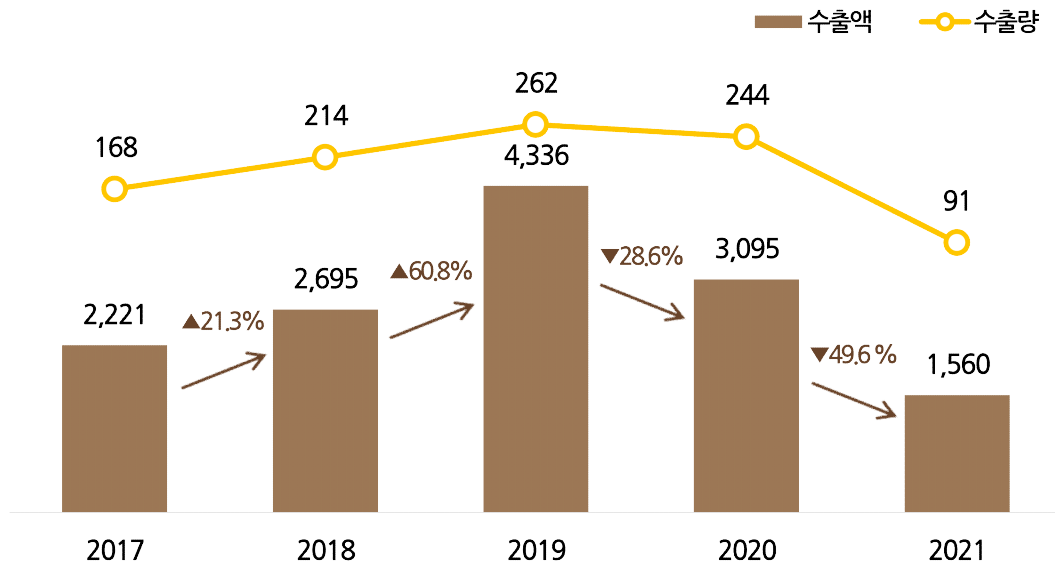
(단위: 천 달러, 톤, \$/kg)

구분	수출 현황		
	수출량	수출액	수출단가
2017	168	2,221	13.20
2018	214	2,695	12.57
2019	262	4,336	16.58
2020	244	3,095	12.68
2021	91	1,560	17.22

* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계

그림21) 들기름 연도별 수출 규모

(단위: 톤, 천 달러)



* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계

1) 원천 자료를 천 달러 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

○ 주요 국가별 들기름 수출 현황을 살펴보면, 2021년 수출액 기준 일본 47.9%로 가장 큰 규모이며 이어서 미국이 24.6%를 차지함

- 대(對)일본 들기름 수출량은 2021년 36톤으로 2017년 109톤 대비 67.0% 감소했으며, 수출액 또한 2017년 179만 달러에서 2021년 75만 달러로 58.3% 감소함. 전체 수출 규모 중 일본이 차지하는 비중은 여전히 단일 국가 기준 높은 수준이나 2017년 대비 다소 감소함. 이는 2019년 이후 본격화된 한일무역분쟁과 COVID-19로 인해 들기름 수출 또한 감소한 것으로 보임
- 대(對)미국 들기름 수출량은 2021년 21톤으로 2017년 대비 38.2% 감소한 반면, 수출액은 2017년 25만 달러에서 2021년 38만 달러로 55.5% 증가하여, 수출 단가의 상승이 보여짐

표40) 주요 국가별 들기름 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

국가	수출량					수출액				
	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
일본	109	122	202	111	36	1,792	1,914	3,537	1,907	747
	(64.6)	(56.7)	(77.2)	(45.6)	(39.5)	(80.7)	(71.0)	(81.6)	(61.6)	(47.9)
미국	34	23	30	64	21	247	289	396	556	384
	(20.1)	(10.5)	(11.4)	(26.2)	(23.5)	(11.1)	(10.7)	(9.1)	(18.0)	(24.6)
그 외	26	70	30	69	34	182	492	403	632	429
	(15.3)	(32.8)	(11.4)	(28.2)	(37.0)	(8.2)	(18.3)	(9.3)	(20.4)	(27.5)
합계	168	214	262	244	91	2,221	2,695	4,336	3,095	1,560

* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계

1) 들기름(HS코드 1515.90.1000)의 값이며, 2021년 수출액 기준으로 정렬함

2) 원천 자료를 천 달러 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

○ 들기름은 한국, 중국, 일본 등의 국가에서 주로 사용되어 온 식품으로 서양 국가 등에서는 식용 식품으로 명확히 분류되지 않았음

- '노블푸드(Novel Food)'란 EU의 제3국으로부터 유입된 식품 중 EU 회원국에서 식용 식품으로 분류되지 않았던 것을 새로운 식품으로 인정하는 것을 말함. 규정이 제정된 1997년 5월 15일 이전, EU에서 일정 수준 이상 소비되지 않은 식품은 'Novel Food Regulation'에 따라 승인을 받아야만 식품으로 사용할 수 있으며 들기름이 이에 해당함⁵²⁾

52) 2021.10.17., [오일 바로알기]들깨 이야기(5)유럽서 들기름을 팔지 못하는 까닭, 이데일리

- 해외시장에서 생소한 들기름 소비를 장려하기 위해 정부에서는 다양한 노력을 기울이고 있음. 2016년 농촌진흥청에서는 참기름 대비 연구가 적었던 들기름의 효능을 확인하기 위해 연구를 진행했으며, 그 결과 기억력 및 학습능력을 높인다는 동물실험 결과를 발표함⁵³⁾
- 또한, 들기름 착유시 전통적인 방법에서 벗어나 저온에서 볶아 저온에서 압착하는 방식을 도입하여 기존의 강한 향과 맛이 아닌 들깨의 고소한 맛을 느낄 수 있도록 대중적으로 만들어 누구라도 쉽게 이를 접할 수 있도록 개선하기도 함⁵⁴⁾

2) 들기름 수입 규모

- 연도별 들기름 수입 규모를 살펴보면, 2021년 수입량을 제외하고 수입량과 수입액이 모두 전년 대비 증가함
 - 들기름 수입량은 2017년 930톤 이후 성장을 거듭하여 2020년 1,251톤까지 증가했으나, 2021년 전년 대비 17.7% 하락해 1,029톤으로 감소함
 - 들기름 수입액은 2017년 265만 달러에서 2021년 476만 달러로 79.8% 증가함
- 수입 단가의 경우 2017년부터 2~3달러/kg 수준을 유지하다 2021년 4.63달러/kg로 소폭 상승함

53) 2016.04.27., 들기름, 기억, 학습능력 높인다, 대한민국 정책브리핑

54) 2018.01.28., 세계시장 노리는 참기름 방앗간, 한경 Geeks

표41) 들기름 연도별 수입 현황

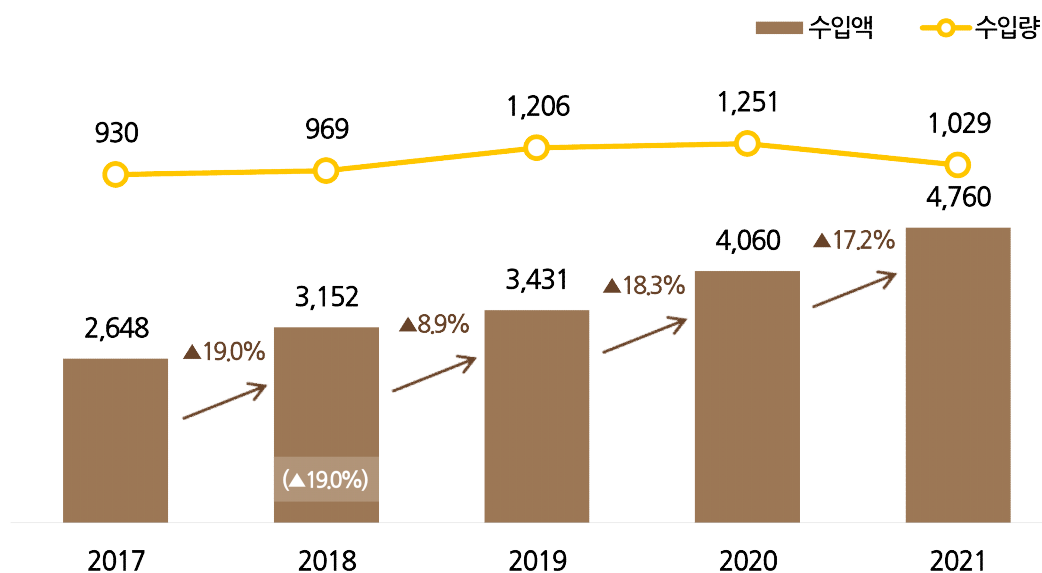
(단위: 천 달러, 톤, \$/kg)

구분	수입 현황		
	수입량	수입액	수입단가
2017	930	2,648	2.85
2018	969	3,152	3.25
2019	1,206	3,431	2.84
2020	1,251	4,060	3.25
2021	1,029	4,760	4.63

* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계

그림22) 들기름 연도별 수입 규모

(단위: 톤, 천 달러)



* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계 / 자료 활용 편집

1) 원천 자료를 천 달러 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

- 주요 국가별 들기름 수입 현황을 살펴보면, 2021년 수입액 기준으로 중국이 전체의 83.3%를, 베트남은 16.7% 비중을 차지하며, 중국과 베트남이 거의 유일한 들기름 수입국임

- 대(對)중국 들기름 수입량은 2017년부터 2021년까지 900톤 ~1,000톤 수준을 유지하고 있음. 수입액은 2020년까지 200만 달러 후반대를 유지한 후 2021년 기준 전년 대비 35.5% 증가하며 396만 달러에 달함
- 대(對)베트남 들기름 수입은 2018년부터 집계됨. 2018년 기준 수입량과 수입액은 각각 51톤, 23만 달러에서 2020년 277톤, 114만 달러로 크게 증가했으나 이후 감소하여 2021년 기준 수입량은 75톤, 수입액은 79.5만 달러임

표42) 주요 국가별 들기름 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

국가	수입량					수입액				
	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
중국	930	918	1062	974	954	2,648	2,918	2,805	2,924	3,963
	(100.0)	(94.8)	(88.0)	(77.9)	(92.7)	(100.0)	(92.6)	(81.8)	(72.0)	(83.3)
베트남	0	51	145	277	75	0	233	625	1,136	795
	(0.0)	(5.2)	(12.0)	(22.1)	(7.3)	(0.0)	(7.4)	(18.2)	(28.0)	(16.7)
그 외	-	-	0.1	-	-	-	1	1	-	2
	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)
합계	930	969	1,206	1,251	1,029	2,648	3,152	3,431	4,060	4,760

* 관세청(2022.09.17.), 수출입무역통계

1) 들기름(HS코드 1515.90.1000)의 값이며, 2021년 수출액 기준으로 정렬함

2) 원천 자료를 천 달러 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

제5장

유통 및 판매 현황

제1절 유통 판매 구조

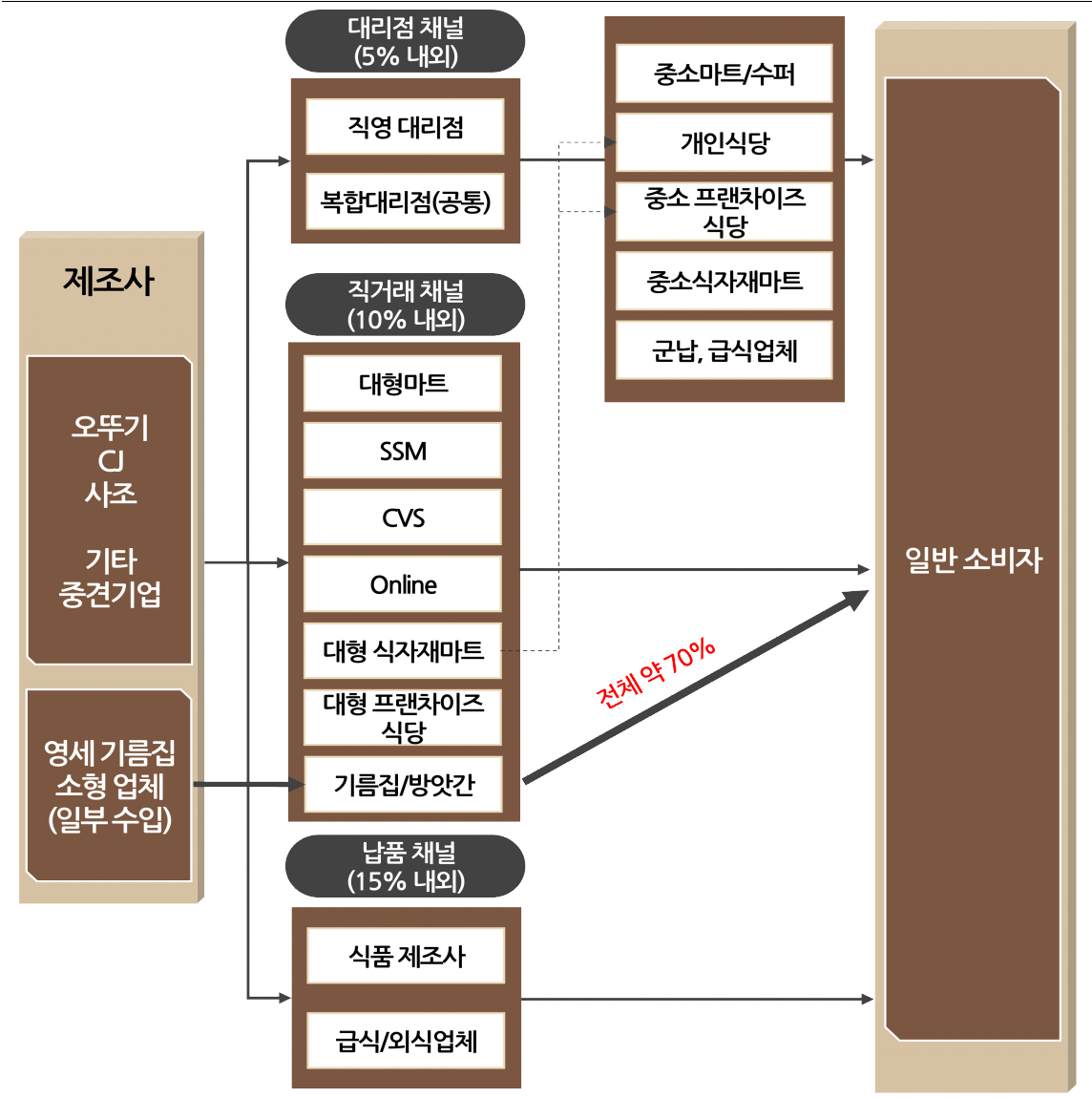
1. 유통 판매 구조

- 국내 참기름·들기름의 제조 및 유통 구조는 대기업이 진출한 분야에 대해서만 일부 파악이 가능하며, 전통적인 기름집이나 방앗간 등을 통한 영세 생산 및 판매 시장 규모는 파악하기 어려움
- 2021년 기준 참깨 수입 규모는 연간 약 8만 톤 수준이며 수입된 참깨 중 약 25%는 볶음 참깨로 사용되며, 나머지 약 75%는 통참깨로 참기름 생산용으로 사용됨. 참기름·들기름 관련 업계는 국내 참기름 시장 규모에 대해 약 4,000억 원 수준으로 추정함⁵⁵⁾
 - 전체 4,000억 원 규모의 참기름 시장 중 대형마트, SSM, 편의점, 온라인 채널 등 유통 채널을 통해 판매, 집계되는 시장이 약 30% 수준인 1,200억 원 규모로 추정되며, 나머지 70%인 약 2,800억 원은 전통적인 참기름 채널인 기름집, 방앗간 등을 통해 생산 및 유통되는 것으로 추정됨
- 들기름 시장 또한 마찬가지로 유통 단계별 규모 추정은 어려움. 2021년 들깨 수입 규모는 연간 약 1.5만 톤 수준으로 들기름 관련 업계에서는 이중 약 75%에 해당하는 1.1만 톤이 들기름에 사용된 것으로 추정함. 이렇게 국내에서 생산된 들기름 시장 규모는 약 1,000억 원 내외, 국내 수입된 들기름은 200억 원 내외로 추정됨

55) 업계 전문가 인터뷰, 업계 기준 참기름 시장 약 4,000억 원, 들기름 시장 약 1,200억 원 추정됨. 단, 2020년 식약처 기준(생산실적 통계) 참기름 약 2,380억 원, 들기름 605억 원으로 집계된 점을 고려하면 정부 추정치와 업계 추정치 간의 규모 차이가 존재함을 알 수 있음

- 참기름·들기름 관련 업계는 2021년 기준 전체 들기름 시장을 약 1,200억 원 수준으로 추정하고 있으며⁵⁶⁾ 전체 참기름·들기름 시장 규모는 약 5,200억 원 수준임
- 업계 추정을 근거로 한 참기름·들기름 시장 유통 구조는 다음과 같음

그림23) 국내 참기름·들기름 시장 유통 구조



* 전문가 인터뷰

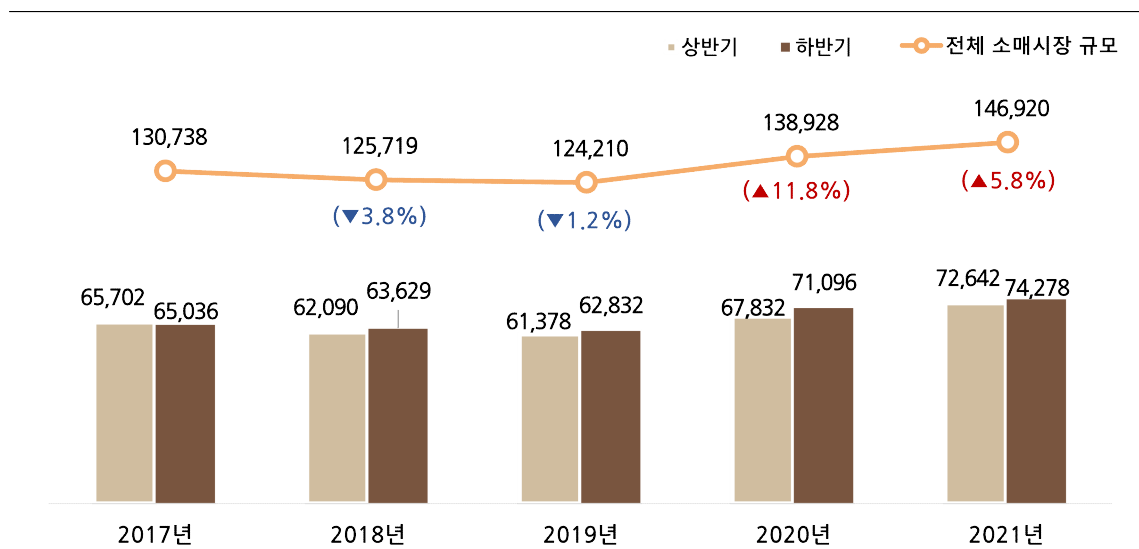
56) 들기름 시장 규모는 규모가 작아서, 공신력있는 집계 자료가 부재함

제2절 소매시장 규모

1. 소매시장 규모

- 참기름·들기름 소매시장 규모는 식품산업통계정보의 품목별 소매점 매출액 데이터의 전통기름 품목을 통해 살펴보고자 함. 2017년부터 2021년까지 상·하반기를 구분하여 집계된 데이터로, 본 보고서에서는 채널별, 브랜드별 소매시장을 살펴봄
- 전통기름 소매시장 규모는 2017년 1,307억 원에서 2021년 1,469억 원으로 12.4% 증가했으며, 전년 대비 5.8% 증가함
 - COVID-19로 인해 집에서 식사하거나 직접 요리하는 경향이 증가하면서 2020년 이후 매출액이 증가한 것으로 추정됨⁵⁷⁾

그림24) 전통기름 소매시장 규모



* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액 / 닐슨(Nielsen) 소매점 매출액
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

57) 2020.06.26., 'CJ제일제당 홍밥 많아지니 참기름 소비 증가', 파이낸셜 뉴스

1) 제조사별 소매시장 규모

- 2021년 전통기름 제조사별 매출액은 오뚜기 43.6% CJ제일제당 32.3%, 사조 해표 5.2%, 대상 2.5%, 스토아 브랜드 2.1%, 기타 브랜드 13.5%로, 오뚜기가 가장 높은 매출 비중을 차지함
- 소매시장 내 상위 매출 비중을 차지하는 오뚜기와 CJ제일제당은 2019년 이후 지속 매출이 상승하는 반면, 사조 해표, 대상 등은 감소세를 보임

표43) 제조사별 소매시장 규모

(단위 : 백만 원, %)

구분	2019년			2020년			2021년		
	전체	상반기	하반기	전체	상반기	하반기	전체	상반기	하반기
전체	124,210 (100.0)	91,378 (100.0)	62,832 (100.0)	138,928 (100.0)	67,832 (100.0)	71,096 (100.0)	146,920 (100.0)	72,642 (100.0)	74,278 (100.0)
오뚜기	53,829 (43.3)	29,241 (47.6)	24,588 (39.1)	59,158 (42.6)	29,821 (44.0)	29,337 (41.3)	64,091 (43.6)	32,114 (44.2)	31,977 (43.1)
CJ 제일제당	42,263 (34.0)	19,338 (31.5)	22,925 (36.5)	45,923 (33.1)	21,402 (31.6)	24,521 (34.5)	48,441 (33.0)	23,444 (32.3)	24,997 (33.7)
사조 해표	9,301 (7.5)	4,665 (7.6)	4,636 (7.4)	8,504 (6.1)	4,532 (6.7)	3,972 (5.6)	7,705 (5.2)	3,716 (5.1)	3,989 (5.4)
대상	4,311 (3.5)	1,403 (2.3)	2,908 (4.6)	4,122 (3.0)	1,991 (2.9)	2,131 (3.0)	3,735 (2.5)	1,964 (2.7)	1,771 (2.4)
스토아 브랜드 ⁵⁸⁾	2,918 (2.3)	1,192 (1.9)	1,726 (2.7)	3,160 (2.3)	1,630 (2.4)	1,530 (2.2)	3,103 (2.1)	1,344 (1.9)	1,759 (2.4)
기타	11,588 (9.3)	5,539 (9.0)	6,049 (9.6)	18,062 (13.0)	8,457 (12.5)	9,605 (13.5)	19,846 (13.5)	10,061 (13.9)	9,785 (13.2)

* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액 / 닐슨(Nielsen) 소매점 매출액

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

58) 대형마트, 편의점 등의 PB(Private Brand)

2) 채널별 소매시장 규모

- 2021년 전통기름 채널별 매출액 비중은 할인점 37.7%, 독립슈퍼 27.0%, 체인슈퍼 25.4%, 일반식품점 7.6%, 편의점 1.3%, 백화점 1.0% 순이며, 할인점이 가장 높은 매출 비중을 차지함

표44) 채널별 소매시장 규모

(단위 : 백만 원, %)

구분	2019년			2020년			2021년		
	전체	상반기	하반기	전체	상반기	하반기	전체	상반기	하반기
전체	124,210 (100.0)	91,378 (100.0)	62,832 (100.0)	138,928 (100.0)	67,832 (100.0)	71,096 (100.0)	146,920 (100.0)	72,642 (100.0)	74,278 (100.0)
할인점	46,366 (37.3)	22,215 (36.2)	24,151 (38.4)	48,229 (34.7)	21,822 (32.2)	26,407 (37.1)	55,358 (37.7)	27,056 (37.2)	28,302 (38.1)
독립슈퍼	34,466 (27.7)	17,415 (28.4)	17,051 (27.1)	41,013 (29.5)	21,432 (31.6)	19,581 (27.5)	39,680 (27.0)	19,974 (27.5)	19,706 (26.5)
체인슈퍼	30,345 (24.4)	15,013 (24.5)	15,332 (24.4)	35,530 (25.6)	17,562 (25.9)	17,968 (25.3)	37,312 (25.4)	18,304 (25.2)	19,008 (25.6)
일반 식품점	9,732 (7.8)	5,153 (8.4)	4,579 (7.3)	10,684 (7.7)	5,350 (7.9)	5,334 (7.5)	11,198 (7.6)	5,592 (7.7)	5,606 (7.5)
편의점	1,481 (1.2)	734 (1.2)	747 (1.2)	1,771 (1.3)	855 (1.3)	916 (1.3)	1,847 (1.3)	908 (1.2)	939 (1.3)
백화점	1,820 (1.5)	847 (1.4)	973 (1.5)	1,702 (1.2)	811 (1.2)	891 (1.3)	1,528 (1.0)	810 (1.1)	718 (1.0)

* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액 / 닐슨(Nielsen) 소매점 매출액

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

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 9월 26일 ~ 2022년 9월 26일 (1년간)임
 - 데이터 소스는 참기름·들기름 관련 네이버 웹문서(1,500건), 블로그(390건), 뉴스(787건), 카페(610건), 지식인(991건), 학술정보 전체(875건), 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

2. 소비자 조사 개요

1) 조사 목적

- 온라인 소비자 조사는 참기름·들기름 소비행태 분석을 위하여 소비자가 사용하는 중인 참기름·들기름을 ①가족/친척으로부터 제공받은 제품, ②시장·방앗간·기름집 등의 제품, ③중소기업에서 제조 및 판매하는 제품, ④대형 식품사에서 제조 및 판매처 기준으로 구분하여 구입 및 이용, 인식 태도를 분석함

2) 조사 설계

- 최근 6개월 내 참기름 또는 들기름 구입 경험이 있는 서울/수도권 및 5대 광역시 및 직할 시/군/구 거주하는 20세 이상 성인 남녀 소비자를 대상으로 2022년 10월 6일 ~ 10월 11일(6일간) 온라인 조사로 진행함

3) 응답자 특성

표45) 소비자 온라인 조사 응답자 특성

구분		사례수(명)	비중(%)
전체		500	100.0
성별	남성	152	30.4
	여성	348	69.6
연령	20대	91	18.2
	30대	89	17.8
	40대	108	21.6
	50대	121	24.2
	60대	91	18.2
성별 * 연령	남성 20대	28	5.6
	남성 30대	26	5.2
	남성 40대	33	6.6
	남성 50대	37	7.4
	남성 60대	28	5.6
	여성 20대	63	12.6
	여성 30대	63	12.6
	여성 40대	75	15.0
	여성 50대	84	16.8
	여성 60대	63	12.6
결혼 여부	미혼	168	33.6
	기혼	332	66.4
구입 제품 (복수응답)	참기름	494	98.8
	들기름	371	74.2

* 주요 참기름·들기름 제조사의 마케팅 대상은 여성이며, 참기름·들기름에 대한 검색도 여성의 비율이 높아 성별 비중을 여성 : 남성 = 7 : 3 비중으로 설문조사를 실시함
(‘참기름’ 클릭량 비율 = 여성 68% : 남성 32%, ‘들기름’ 클릭량 비율 = 여성 72% : 남성 28%, 출처: 네이버 datalab, 2021.09.23.~2022.09.23.)

제2절 국내 시장 동향 분석

1. 시장 동향

1) 시장 현황

- 참기름·들기름 시장은 COVID-19의 여파로 가정에서의 조리 및 식사 경향이 확대되면서 참기름·들기름 등 기본 조미료의 수요 또한 소폭 증가함. COVID-19의 영향으로 참기름·들기름을 포함한 대부분의 기초 식자재 품목들의 시장 규모가 일시적으로 증가했으나 최근에는 배달 시장 성장과 거리두기 완화 등 COVID-19 이전으로 회귀하는 모습을 보이고 있음
- 또한 미·중 무역전쟁으로 중국이 미국 수입의존도를 낮추고자 주곡인 밀, 옥수수, 콩, 쌀 등에만 보조금을 지급하는 중국 정부의 농업보조금 정책이 시행되면서 중국 농민들이 주곡 생산에 집중하게 됨. 이는 중국 내 참깨, 들깨, 팥 등 잡곡 생산량의 감소로 이어져 중국에서 해외로 수출되는 잡곡의 가격이 상승하는 결과를 초래함
- 특히 최근 대두유, 해바라기유, 쇼트닝 등 식용유지의 가격이 상승하면서 참기름·들기름의 생산량, 판매량, 판매액 상승에도 영향을 끼침. 참기름·들기름의 판매액 상승은 소비 증가에 기인하기보다는 국제적인 시장 환경과 환율 상승, 전쟁, 국가간 물류비용 변화, 불확실한 국제 정세 등에서 비롯된 원재료 수급 불안정에 의한 제조원가 상승이 주요 원인으로 파악됨

- 매운맛과 짠맛, 단맛 외에 한국의 '고소한 맛'에 대한 관심이 높아지면서 들기름 사용량이 지속 증가함. 실제로 2019년 이후 최근 3년간 들기름 제품 진열 비중도 높아졌으며 국산 깨, 명인·장인, 통참깨·통들깨, 생참기름·들기름 등의 차별화된 제품들이 등장하며 다양한 제품이 시중에 판매되고 있음
- COVID-19 이전 참깨 가격은 들깨 가격보다 높게 형성되어 있었으나 2022년 현재 들깨 가격은 참깨보다 높은 상황임⁵⁹⁾. 들깨 가격이 2020년 10월 이후 큰 폭으로 상승한 이유는 들깨 또는 들기름을 대부분 중국과 북한에서 수입하기 때문임. 2020년 10월 이후 북한산 들깨 및 들기름의 국내 유입이 제한되면서 중국산 들깨/들기름의 가격이 3배 이상 폭등함

2) 시장 트렌드 요약

○ 프리미엄 참기름·들기름의 가능성

- 고급 참기름·들기름 시장은 지속 성장할 것으로 기대되고 있음. 아직은 시장 규모가 그다지 크지 않으나 일부 프리미엄 참기름·들기름과 같은 고가의 브랜드는 마니아층을 중심으로 유통 및 판매되고 있음. 다수의 참기름·들기름 기업들은 정체된 현재의 참기름·들기름 시장에 대한 돌파구로 프리미엄 시장을 검토하고 있음
- 특히 중소기업을 중심으로 한 프리미엄 제품 출시는 현재 참기름·들기름 시장에서 이슈화되고 있으며 국산 원료, 명인 등을 통한 차별화로 시장에 대응하고 있음

59) 출처 : 농산물유통정보 KAMIS

참깨 가격('19년 4,450원/kg→'22년 5,200원/kg), 들깨 가격('19년 3,950원/kg→'22년 9,800원/kg)

- 참기름·들기름의 제조 방식⁶⁰⁾, 국내산 원산지, 유기농 원료 등을 통해 기존의 제품들과 차별성을 강화하려는 노력이 지속되고 있음. 특히, 최근 유행 중인 들기름은 제품의 독특한 향과 고소한 맛, 오메가-3가 풍부한 건강 친화적인 이미지, 포장의 고급화로 참기름과의 차이를 소비자들에게 전달하고 있음
- 참기름·들기름의 수요 및 원료 수입이 증가함에 따라 국내산 참깨와 들깨의 생산량 증가에 대한 필요성이 대두되고 있으나 오히려 재배면적은 지속 축소되고 있으며 생산량 역시 감소세임. 낮은 원재료 가격으로 인해 중국산, 베트남산, 아프리카산 깨의 수입이 예상되는 상황에서 앞으로 원재료 또는 원산지에 대한 소비자의 선호 태도가 제품의 가격 및 프리미엄 제품을 구분하는 기준이 될 것으로 전문가들은 전망하고 있음. 또한, 정부의 다양한 국산 원료 사용에 대한 지원뿐만 아니라 참기름·들기름 제조 기업들의 국내산 원료 확보를 위한 의지와 노력이 시장 성장에 크게 영향을 끼칠 것으로 보고 있음

○ 건강 지향 트렌드 확대

- 참기름·들기름 제품 선택에 있어, 소비자들의 가장 중요하게 여기는 요인 중에는 제조사의 안전 관리 능력과 품질에 대한 신뢰도임. 참기름·들기름은 제품 제조 과정(볶거나 고온에서 착유하는 과정)에서 유해물질이 검출될 수 있다는 관련 전문가들의 일부 지적이 존재함

60) 저온 볶음 압착, 볶지 않은 생들기름 등

- 이러한 이유로 최근 저온 압착 방식, 생참기름 또는 생들기름 등 건강을 위해 고온에서 볶거나 착유하지 않은 기름에 대한 소비자들의 관심과 수요가 증가하고 있음. 특히, 생들기름은 참기름과는 달리 볶지 않고도 착유가 가능하고 오메가-3를 함유하고 있으며 강하지 않은 은은한 향으로 국내 및 일본 시장에서 인지도를 높이고 있으며 건강을 위한 보조 용도로도 사용되고 있음⁶¹⁾

○ 제품/용기 디자인 변화

- 최근 소비자들이 관심을 보이는 가치 소비 트렌드의 일부로, 재활용이 용이한 제품 포장 디자인이 참기름·들기름에도 도입되고 있음. 기존 시중에서 판매 중인 참기름은 대부분 유리병과 플라스틱 뚜껑으로 구성되어 있으며 뚜껑의 분리가 어려운 형태임⁶²⁾. 최근 CJ제일제당의 참기름·들기름 제품은 뚜껑 내 절취 손잡이를 적용하고 라벨에는 '뜯는 곳'을 표시함

그림25) CJ제일제당 참기름 포장 재질 구조 개선



61) 유럽의 올리브유, 포도씨유처럼, 건강을 위해 직접 섭취하는 식품으로 발전할 가능성 존재

62) 2021.08.18., 뚜껑 안 떼어지는 참기름병, 분리배출 어떡하나요, 한국일보

- 참기름·들기름 제품의 포장/패키지 디자인과 관련하여 업계 전문가들은 용기/포장 디자인 개선 방향성을 4가지로 제안함.
▲일반 향미유와의 차별성을 강조하는 포장 디자인, ▲안전성과 건강을 고려한 제품임을 강조하는 정보 제공, ▲참기름과 들기름이 구분되는 고유한 용기 디자인, ▲관습적으로 사용되고 있는 소주병과 구분되는 고급스러운 용기 제시 등임
- 일본의 사례를 보면 참기름·들기름의 대중화를 위하여 유리병 용기를 PET 재질로 변경함. 차광성과 영양학 측면에서 안전성을 강조하고 요리용과 건강 보조용으로의 섭취를 유도하고 있음
- 가족 구성원의 변화와 1인 가족의 증가로 다양한 소포장 제품과 선물용 패키지에 대한 소비자 관심도 증가하고 있음. 이미 명절 선물 세트에 시판 중인 참기름·들기름이 포함되어 있으므로 선물용으로 적당한 패키지 디자인을 접목시킨 선물용 시장에 대한 잠재력도 고려할 수 있음

2. 관련 온라인 빅데이터 분석

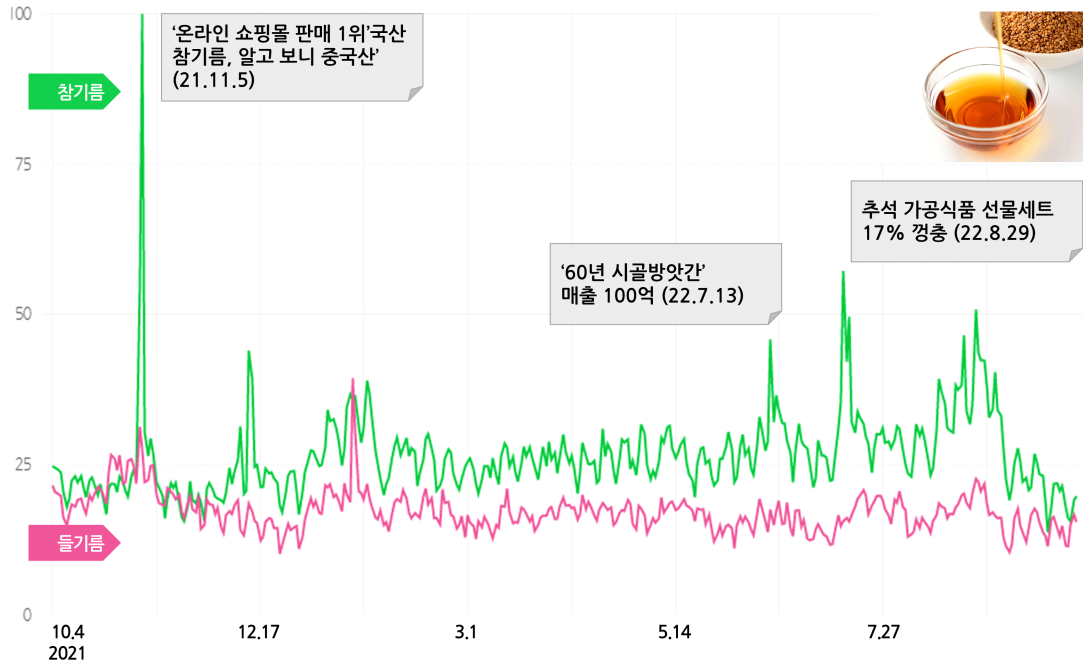
1) 참기름 · 들기름 관련 검색량 분석

- 지난 2021년 9월 26일부터 2022년 9월 26일까지 1년간 네이버를 통해 검색된 '참기름 · 들기름' 관련 검색량 분석을 통해 빅데이터 분석을 진행하였음. 네이버 검색량 분석 결과, 2021년 11월 5일 '온라인 쇼핑몰 판매 1위 국산 참기름, 알고 보니 중국산'이라는 뉴스에 대한 검색량이 최근 1년간 '참기름 · 들기름' 관련 정보, 뉴스 중 가장 많은 검색량을 기록하였음⁶³⁾. 그 외, '시골방앗간 매출 100억', '2022년 추석 가공식품 선물세트 가격 17% 상승' 등의 검색량이 높게 나타났음
- 네이버 쇼핑인사이트 기준, 참기름 · 들기름 관련 검색 주체⁶⁴⁾는 성별 기준 여성 69%, 남성 31%로 여성 소비자의 검색 비율이 높게 나타나고 있으며, 연령대는 40대 > 50대, 검색 기기는 모바일 80%, PC 20% 등임. 참기름 · 들기름 시장은 주로 '40대~50대 여성 소비자가 핸드폰으로 참기름 · 들기름 관련 뉴스 및 제품을 검색'하는 행태가 보편적임

63) 국립농산물품질관리원은 고춧가루, 참깨 등 양념류 농산물 원산지를 허위로 표시해 유통한 혐의 (농수산물의 원산지 표시에 관한 법률 위반)로 유통업자 A 씨를 불구속 입건했다고 밝혔다

64) 참기름 기준

그림26) 참기름 · 들기름 관련 검색량 추이



2) 참기름 관련 키워드 분포

- 네이버 웹문서, 블로그, 뉴스, 카페, 지식인, 학술정보 등에서 검색어로 사용된 '참기름' 관련 검색어는 ①유사/대체 제품 (들기름, 기름, 땅콩기름 등), ②국산 원재료(참깨, 국산, 재료, 수입, 원산지 등), ③참기름 효능/효과(고소한 맛, 음식, 효능, 건강 등), ④사용 요리(무침, 비빔국수, 김치 볶음, 나물 등), ⑤제조사/조달처 (엄마, 오투기, gov(해표) 등), ⑥판매/사용처(방앗간, 판매, 답례품 등) 등의 다양한 연관 검색어들이 확인되었음

그림27) 참기름 검색어 워드 클라우드 분석⁶⁵⁾



65) 빅데이터(워드클라우드) 분석 결과 재편집

그림28) 2022년 참기름 검색 키워드

<p>유사/대체 제품</p> <p>들기름, 기름, 땅콩기름</p>	<p>국산 원재료</p> <p>참깨, 국산, 재료, 수입, 원산지,</p>
<p>참기름 효능/효과</p> <p>고소, 맛, 음식, 효능, 건강</p>	<p>사용 요리</p> <p>사용, 무침, 비빔국수, 김치볶음, 나물, 요리</p>
<p>제조회사/조달처</p> <p>엄마, 오뚜기, 해표</p>	<p>판매/사용처</p> <p>방앗간, 판매, 답례품</p>

그림30) 2022년 들기름 검색 키워드

유사/대체 제품	들기름 사용처
<p>참기름, 기름, 재료, 올리브유, 오일, 생들기름</p>	<p>막국수, 음식, 요리 메밀국수, 고기리막국수, 묽은지, 들기름막국수, 가지, 두부구이, 육수, 김밥기, 채소, 나물, 양념</p>
들기름 효능/효과	시판 제품
<p>고소한 맛, 오메가, 맛집, 콜레스테롤, 영양소</p>	<p>오뚜기, 어버이날 선물, 답례품, 제품</p>

4) 2022년 참기름 · 들기름 시장 핵심 키워드 도출

- 네이버 데이터랩 쇼핑인사이드 클릭·검색어 노출 상위 100개 순위 검색어, 자문단 심층 면접, 소비자 정량 조사결과를 종합 분석하여, 2022년 참기름 · 들기름 시장 제품별 핵심 키워드를 선정하였음
- 100대 검색어를 통해 도출된 참기름 · 들기름 제품에 대해서 소비자 정량조사 및 전문가 의견을 취합하여, 2022년 참기름 · 들기름 시장 핵심 제품 핵심을 기반으로 공변량 구조분석을 통해 제품 트렌드를 도출함

66) 빅데이터(워드클라우드) 분석 결과 재편집

표46) 참기름 100대 검색 제품 (Naver datalab)

1	참기름	21	최씨네참기름	41	정준호참기름	61	오뚜기참기름 1.8	81	미니참기름
2	국산참기름	22	백설진한참기름	42	국산참기름가격	62	참기름추천	82	윤혜숙참기름
3	오뚜기참기름	23	맛기름	43	참기름1.8L	63	이즈웰참기름	83	시골참기름
4	오뚜기 고소한참기름	24	밥상마루참기름	44	고래방앗간	64	해표참기름1.8	84	명가량참기름
5	백설참기름	25	신송참기름	45	예지천보참기름	65	최순희참기름	85	카도야참기름
6	오뚜기 옛날참기름	26	농부참고	46	답례품참기름	66	공릉동참기름	86	고소함가득 참기름
7	참기름1.8	27	대현상회	47	유기참기름	67	국산참기름 선물세트	87	cj참기름
8	저온압착참기름	28	쿠엔즈버킷	48	대현상회참기름	68	이삭방앗간	88	참고을참기름
9	국내산참기름	29	강동상회	49	너래안	69	대용량참기름	89	참향기름
10	참기름선물세트	30	참기름들기름 세트	50	샘표암기름	70	초록마을참기름	90	오뚜기고소한 참기름500ml
11	방앗간참기름	31	참기름과들기름	51	오쉐프참기름	71	올가참기름	91	참기름대용량
12	업소용참기름	32	참기름들기름	52	예천참기름	72	오뚜기고소한 참기름1L	92	바른방앗간
13	옛간참기름	33	유기농참기름	53	참기름500ml	73	국산참기름세트	93	참기름의정석
14	참기름세트	34	미식상회	54	미식상회참기름	74	오뚜기참기름 500	94	개성방앗간
15	해표참기름	35	고소한참기름	55	백설고소함가득 참기름	75	꼬마참기름	95	오뚜기고소한 참기름1.8
16	참맛기름	36	식용유	56	참기름500	76	고대참기름	96	방앗간
17	전연화참기름	37	정준호 양심참기름	57	백설통참깨 참기름	77	참기름가격	97	곰소참기름
18	일회용참기름	38	통참깨참기름	58	참기름선물	78	현대방앗간	98	돌답례품참기름
19	참기름답례품	39	농부플러스	59	연두네방앗간	79	수입참기름	99	1회용참기름
20	중국산참기름	40	생참기름	60	베스트코참기름	80	옛간	100	모란시장참기름

표47) 들기름 100대 검색 제품 (Naver datalab)

1	들기름	21	오뚜기향긋한 들기름	41	깨볶는오후	61	고창호야농장	81	장수텃밭 생들기름
2	생들기름	22	국내산들기름	42	까사마마	62	서원당들기름	82	쿠엔즈버킷 들기름영양성분
3	오뚜기들기름	23	방앗간들기름	43	짜먹는생들기름	63	일회용들기름	83	오뚜기방앗간 들기름
4	국산들기름	24	아기들기름	44	들기름320	64	참진한들기름	84	청정원들기름
5	해표들기름	25	달빛담은들기름	45	코스트코들기름	65	예천들기름	85	들깨그대로
6	들기름1.8	26	생압착들기름	46	저온압착생 들기름	66	해표참진한 들기름	86	명인명촌들기름
7	들기름가격	27	옛간들기름	47	지리산처럼 들기름	67	청정식품들기름	87	스틱들기름
8	백설들기름	28	시골들기름	48	cj들기름	68	들기름추천	88	한끼로망
9	국산생들기름	29	중국산들기름	49	달빛담은	69	농부플러스 생들기름	89	망앗간녀석들
10	샘표들기름	30	통들깨들기름	50	김옥수들기름	70	생들기름스틱	90	오뚜기향긋한 들기름320ml
11	들기름대용량	31	대용량들기름	51	쿠엔즈버킷 들기름	71	그대로푸드 들기름	91	하린이네들기름
12	냉압착들기름	32	국산들기름 농부창고	52	들기름320ml	72	향긋한들기름	92	들기름500
13	지리산처럼	33	코메가	53	들기름버터	73	앤오일	93	들기름선물세트
14	전연화들기름	34	백설 통들깨들기름	54	친절한박서방	74	꼬손들기름	94	샘표국산들기름
15	국산들기름가격	35	오뚜기들기름 320ml	55	들기름선물	75	냉압착생들기름 영양성분	95	올가들기름
16	냉압착생들기름	36	사조들기름	56	생기름효능	76	들기름500ml	96	코메가들기름
17	유기농들기름	37	들깨기름	57	농부플러스 들기름	77	들기름350	97	코메가생들기름
18	들기름1.8L	38	유기농생들기름	58	햇빛순금	78	아산별곡 생들기름	98	볼로동주유소 들기름
19	한씨가원	39	들기름스틱	59	국내산저온압착 생들기름	79	들기름업소용	99	진도농부
20	오뚜기들기름 320	40	초록마을들기름	60	최강동안농장	80	이재호들기름	100	압착들기름

5) 참기름 관련 키워드 네트워크 분석 (N-Gram Network)

- 네이버 검색에서 사용된 참기름 관련 키워드들의 연관성 분석 결과 가장 연관성이 높은 검색 키워드 세트는 '참기름→들기름', '국산→참기름', '들기름→참기름', '참기름→추천' 등 참기름과 들기름의 유사/대체 관계, 국산 참기름 관련 검색 키워드 네트워크가 존재함
- 또한, '고소한 맛', '땅콩기름', '수입', '참깨', '오뚜기' 등 연관성이 높은 키워드들이 함께 검색되고 있는 것을 알 수 있음

그림31) 참기름 관련 키워드 네트워크 분석

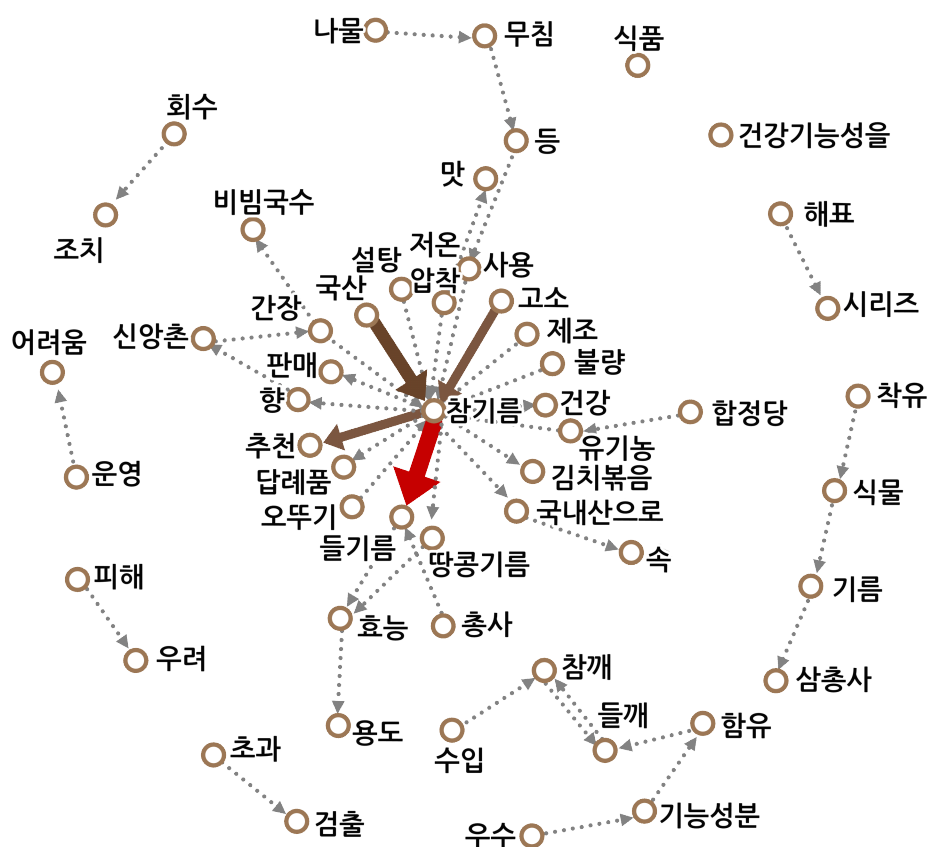


표48) 참기름 관련 검색 키워드

no	검색단어	→	연관단어	검색량	no	검색단어	→	연관단어	검색량
1	참기름	→	들기름	1213	16	참기름	→	향	197
2	국산	→	참기름	667	17	유기농	→	참기름	191
3	들기름	→	참기름	603	18	참기름	→	참기름	190
4	참기름	→	추천	345	19	나물	→	무침	189
5	고소	→	참기름	310	20	불량	→	참기름	189
6	수입	→	참깨	298	21	들깨	→	참깨	189
7	참기름	→	땅콩기름	276	22	등	→	사용	188
8	효능	→	용도	266	23	해표	→	시리즈	186
9	참기름	→	답례품	218	24	초과	→	검출	184
10	오뚜기	→	참기름	214	25	간장	→	참기름	183
11	참기름	→	김치볶음	208	26	회수	→	조치	182
12	사용	→	참기름	207	27	기름	→	삼총사	182
13	저온압착	→	참기름	206	28	피해	→	우려	181
14	참기름	→	판매	206	29	무침	→	등	180
15	식물	→	기름	203	30	들기름	→	효능	180

표49) 들기름 관련 검색 키워드

no	검색단어	→	연관단어	검색량	no	검색단어	→	연관단어	검색량
1	들기름	→	막국수	1593	16	용인	→	고기리 막국수	181
2	참기름	→	들기름	889	17	들기름 막국수	→	레시피	180
3	들기름	→	참기름	433	18	몸	→	영향	179
4	고기리	→	들기름	344	19	답례품	→	추천	178
5	들기름	→	생들기름	326	20	영향	→	가지	178
6	고소	→	들기름	295	21	추천	→	들기름 막국수	177
7	막국수	→	맛집	288	22	고소한 맛	→	들기름	176
8	어버이날 선물	→	답례품	264	23	새내기	→	요리	176
9	들기름	→	김굽기	264	24	생들기름	→	어버이날 선물	176
10	요리	→	들기름	206	25	공주고마 농부	→	고소 하고마	176
11	들기름	→	올리브유	195	26	김굽기	→	들기름	176
12	들기름	→	몸	194	27	애호박	→	새우젓	176
13	오뚜기	→	고기리	189	28	레시피	→	들기름 효능	176
14	콜레스테롤	→	제거	186	29	종자	→	이용해	176
15	생선	→	들기름	182	30	새우젓	→	찌개	176

제3절 소비 행태 분석

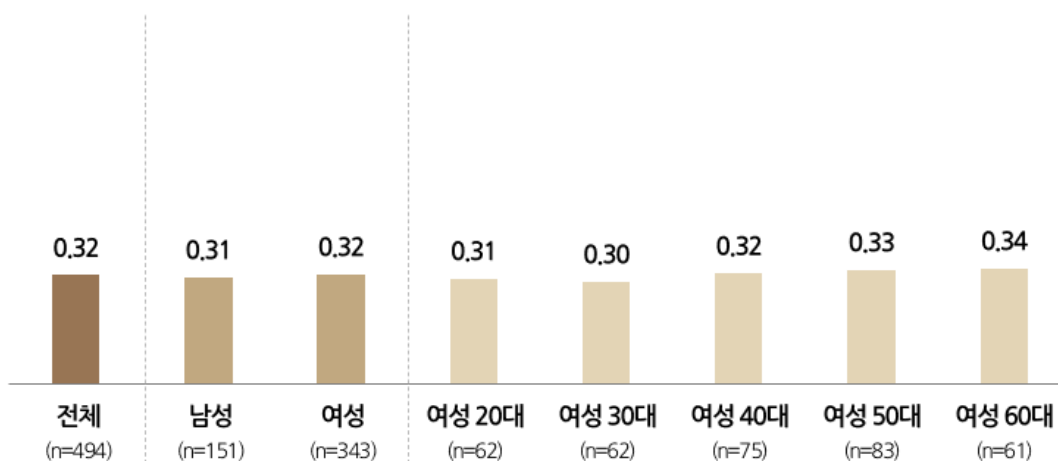
1. 참기름 구입 행태

1) 참기름 구입 빈도

- 최근 6개월 내 참기름을 구입해 사용하고 있는 소비자들은 월평균 구입 빈도가 약 0.3회 정도로 3개월에 1번 정도 참기름을 구입하고 있는 것으로 나타남
 - 성별 및 연령에 따른 참기름 구입 빈도의 차이 없이 참기름 1회 구입 후 3개월 정도 사용하고 있음

그림33) 참기름 평균 구입 빈도

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 평균 : 회/월)

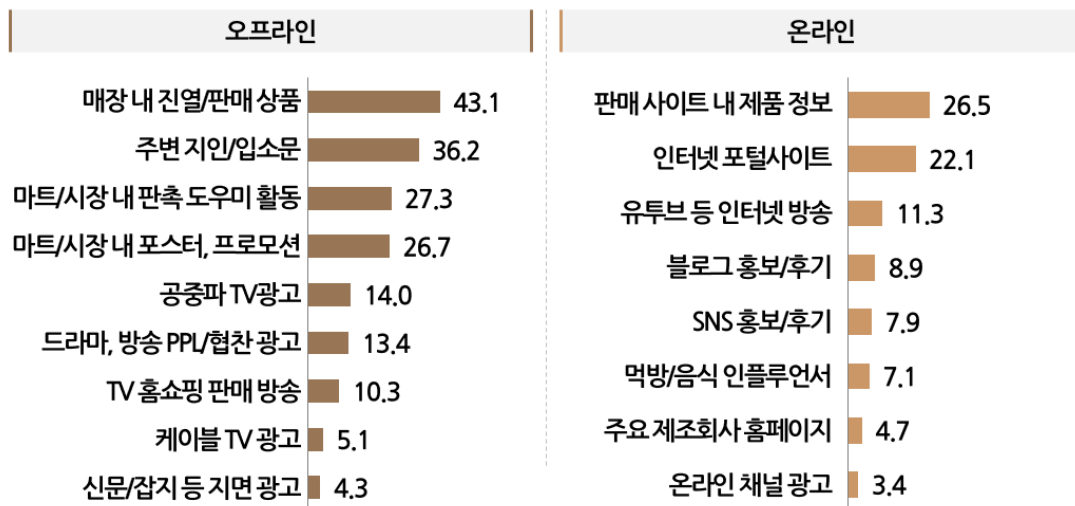


2) 참기름 정보 수집 채널

- 참기름에 대한 정보는 주로 오프라인 판매 매장 내 진열, 온라인 판매 사이트 내 제품 정보를 통해서 접하고 있음
 - 오프라인 기준 참기름 관련 정보 수집은 '매장 진열 상품'이 43.1%로 가장 높음. 이어서 '주변 지인/입소문' 36.2%, '마트/시장 내 판촉 활동 또는 포스터/프로모션'이 각각 27.3%, 26.7%로 나타나, 오프라인 측면에서는 구입하는 장소에서 상품 진열과 판촉 행사의 영향이 큼
 - 온라인 기준 참기름 관련 정보는 '판매 사이트 내 정보' 26.5%, '인터넷 포털사이트 검색' 22.1%, '유튜브 등 인터넷 방송' 11.3% 등으로 나타남. 온라인으로 접하는 정보의 경우 참기름 제품에 대한 사항 외에도 좋은 참기름을 고르는 법, 보관법, 효능, 취식 방법 등 다양함

그림34) 참기름 정보 수집 채널

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 복수응답, 단위 : %)



- 50대 여성은 판매 장소의 진열 상품 및 주변 지인을 통해 제품 정보를 수집하는 비율이 상대적으로 높으며, 20대 및 40대 여성은 온라인 판매 사이트 내 제품 정보를 수집하는 비율이 높음. 남성 집단은 여성 집단 대비 '공중파 TV 광고', '인터넷 포털 사이트', '유튜브 등 인터넷 방송'을 통한 정보 수집이 많은 편임

표50) 참기름 제품 정보 수집 채널 상위 5개

(Base : 참기름 구입 및 사용자, n=494, 복수응답, 단위 : %)

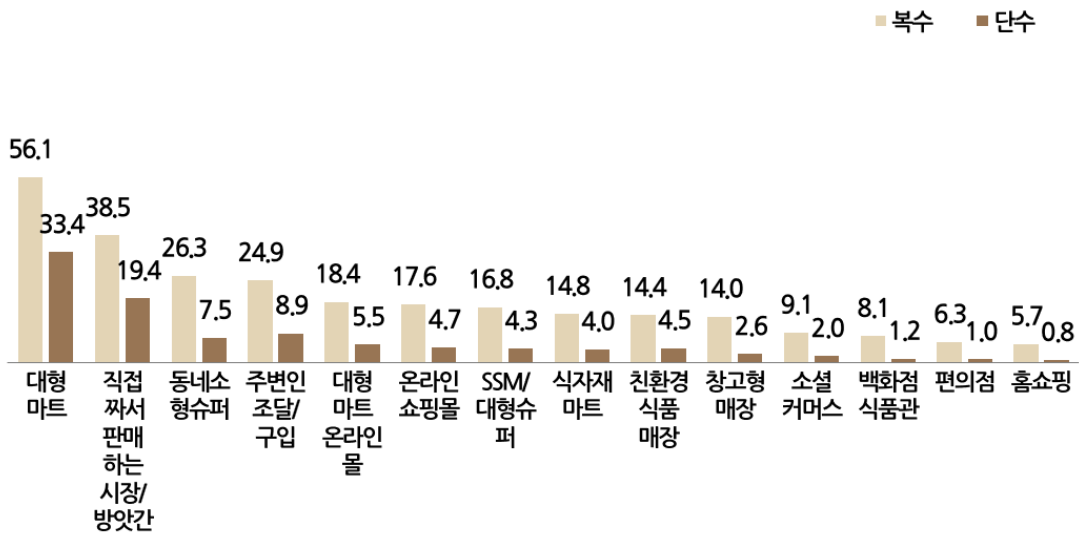
	전체	성별		성별 X 연령					
		남성	여성	여성 20대	여성 30대	여성 40대	여성 50대	여성 60대	
사례수	(494)	(151)	(343)	(62)	(62)	(75)	(83)	(61)	
오프라인	매장 내 진열/판매 상품	43.1	41.1	44.0	46.8	30.6	41.3	53.0	45.9
	주변 지인/입소문	36.2	35.1	36.7	25.8	35.5	37.3	41.0	42.6
	마트/시장 내 판촉 도우미 활동	27.3	26.5	27.7	25.8	19.4	26.7	30.1	36.1
	마트/시장 내 포스터, 프로모션	26.7	26.5	26.8	27.4	27.4	25.3	28.9	24.6
	공중파 TV광고	14.0	15.2	13.4	4.8	11.3	16.0	12.0	23.0
온라인	판매 사이트 내 제품 정보	26.5	23.2	28.0	33.9	25.8	34.7	27.7	16.4
	인터넷 포털사이트	22.1	24.5	21.0	19.4	17.7	21.3	25.3	19.7
	유튜브 등 인터넷 방송	11.3	13.9	10.2	14.5	4.8	12.0	7.2	13.1
	블로그 홍보/후기	8.9	7.3	9.6	19.4	11.3	10.7	2.4	6.6
	SNS 홍보/후기	7.9	6.0	8.7	19.4	4.8	8.0	4.8	8.2

3) 참기름 구입 채널

- 참기름 주 구입 채널은 '대형마트'가 33.4%로 가장 높게 나타남. 이어서 '시장/방앗간 등 직접 짜서 판매하는 참기름 가게' 19.4%, '주변인으로부터 조달/구입' 8.9% 순으로 나타나, 직접 짠 참기름을 얻을 수 있는 장소로부터 참기름 구입이 많음

그림35) 참기름 구입 채널

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 단위 : %)



- 참기름을 직접 짜서 판매하는 시장/방앗간 등의 참기름 집은 60대 여성의 절반이 이용하고 있음. 20대 여성은 상대적으로 대형마트 또는 주변인을 통한 참기름 조달/구입이 높게 나타남

표51) 평소 참기름 구입 채널

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 복수응답, 단위 : %)

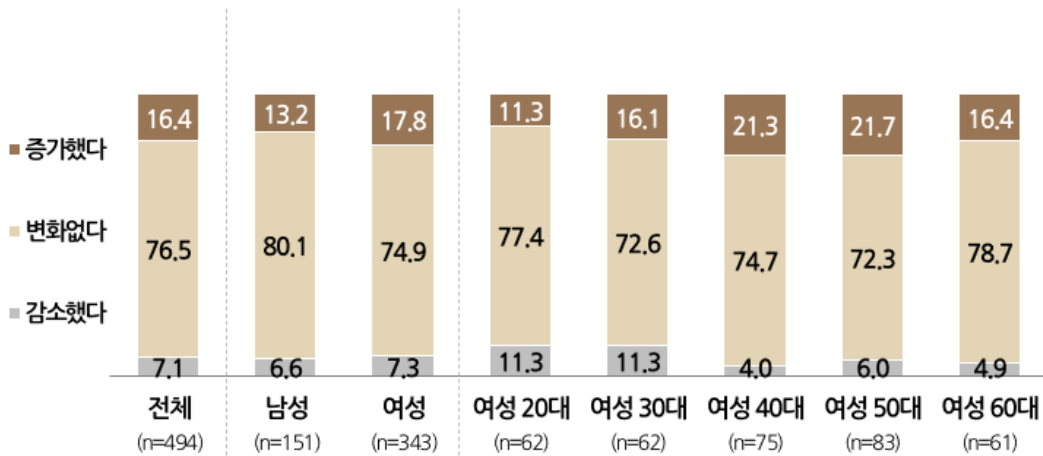
	전체	성별		성별 X 연령				
		남성	여성	여성 20대	여성 30대	여성 40대	여성 50대	여성 60대
사례수	(494)	(151)	(343)	(62)	(62)	(75)	(83)	(61)
대형마트	56.1	51.7	58.0	64.5	59.7	64.0	57.8	42.6
직접 짜서 판매하는 참기름 집	38.5	37.7	38.8	35.5	30.6	40.0	37.3	50.8
동네슈퍼/소형슈퍼마켓	26.3	27.2	25.9	33.9	27.4	18.7	31.3	18.0
주변인을 통한 조달/구입	24.9	19.2	27.4	35.5	24.2	22.7	28.9	26.2
대형마트 온라인몰	18.4	16.6	19.2	24.2	8.1	16.0	26.5	19.7
온라인쇼핑몰	17.6	19.9	16.6	19.4	17.7	16.0	18.1	11.5
SSM/대형슈퍼	16.8	15.9	17.2	22.6	16.1	12.0	24.1	9.8
식자재 마트	14.8	15.2	14.6	17.7	9.7	13.3	15.7	16.4
유기농/친환경 식품 매장	14.4	12.6	15.2	14.5	9.7	17.3	14.5	19.7
창고형 매장	14.0	15.9	13.1	25.8	11.3	12.0	12.0	4.9
소셜커머스	9.1	9.3	9.0	21.0	6.5	8.0	7.2	3.3
백화점 식품관	8.1	4.6	9.6	12.9	11.3	5.3	10.8	8.2
편의점	6.3	7.3	5.8	12.9	4.8	5.3	3.6	3.3
홈쇼핑	5.7	6.0	5.5	4.8	3.2	9.3	4.8	4.9

4) 참기름 구입량 변화(COVID-19 발생 이전과 비교)

- COVID-19 이전 대비 참기름 구입량 변화는 '변화없다'가 76.5%로 나타나, 참기름 구입에 COVID-19의 영향은 없었던 것으로 분석됨
- 반면, COVID-19 이전 대비 구입량이 '증가했다'는 16.4%, '감소했다' 7.1%로 구입량 증가 응답자가 상대적으로 많음. 참기름 구입량 증가 응답은 남성 대비 여성이 높고, 40대 및 50대 여성 집단에서 약 21% 수준임

그림36) (COVID-19 발생 이전 대비) 참기름 구입량 변화

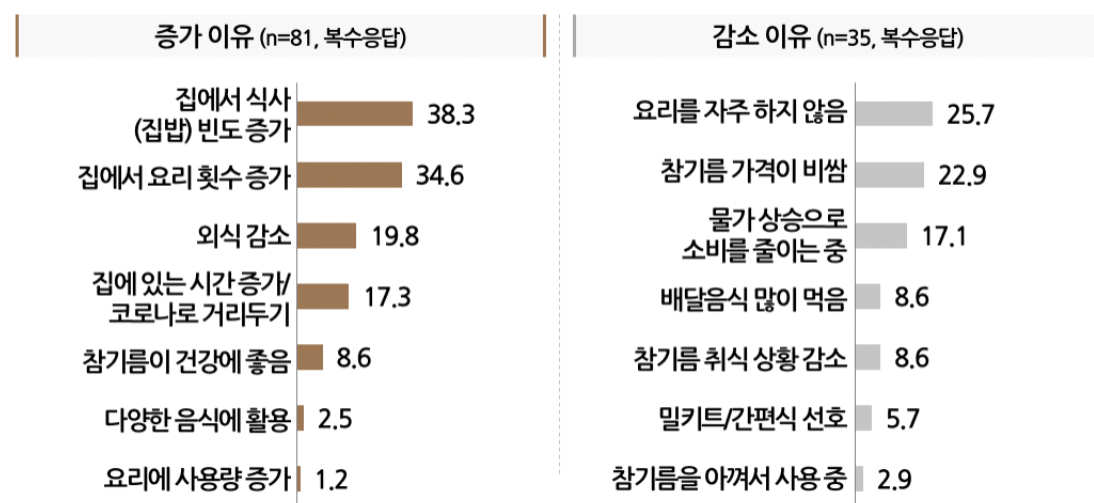
(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 단위 : %)



- COVID-19 이전 대비 참기름 구입량이 증가한 이유는 '집에서 식사 빈도가 늘어서'가 38.3%, '집에서 요리 횟수가 많아져서' 34.6%로 나타나 COVID-19로 인한 식생활 행태의 변화가 일부 소비자의 참기름 구입량에 영향을 준 것으로 분석됨
- 반면, 참기름 구입량 감소 이유는 '요리를 자주하지 않아서' 25.7%, '비싼 참기름 가격' 22.9%, '물가 상승' 17.1%로 나타나 요리에 관심이 적거나 가격적 부담으로 인해 참기름 구입량이 감소한 것으로 나타남

그림37) 참기름 구입량 증가/감소 이유

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 단위 : %)

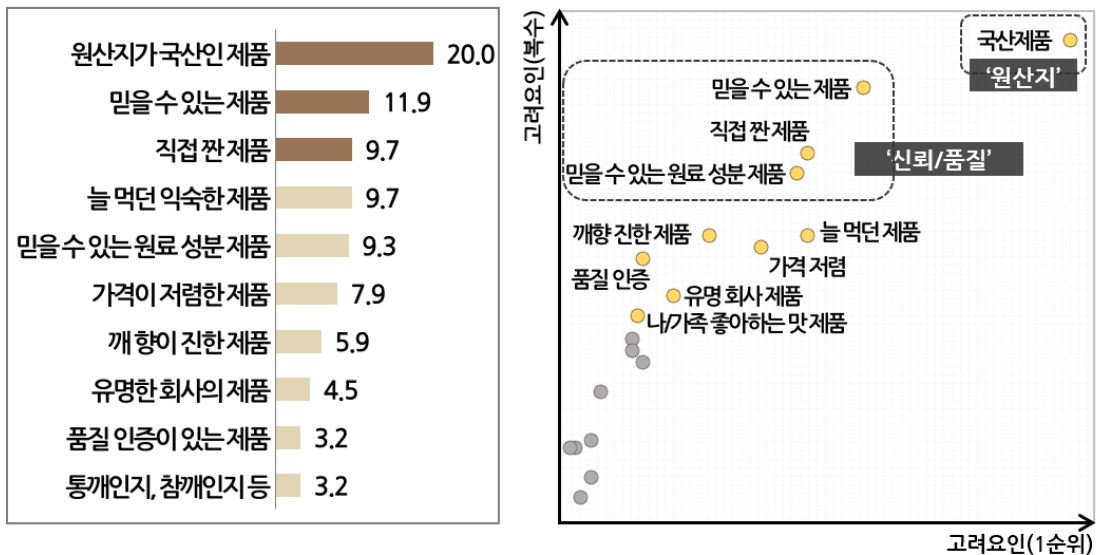


5) 참기름 구입 고려 요인

- 참기름 제품 구입시 고려하는 요인으로는 '원산지가 국산' 20.0% > '믿을 수 있는 제품' 11.9% > '직접 짠 제품' 9.7% 등의 순임
- 가장 우선 고려하는 요인은 '국산 제품' 여부임. 최근 외국산 재료로 만들어진 참기름이 시중에 많이 판매되고 있는 점 등으로 인해 원산지에 대한 중요도가 높은 것으로 보임
- 또한, 일부 판매자가 외국산 원료를 쓴 참기름 제품을 국산으로 판매하는 경우가 알려지면서 '믿을 수 있는 원료로 직접 짠' 제품을 구입시 중요하게 보는 것으로 분석됨

그림38) 참기름 구입시 고려 요인

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 단위 : %)

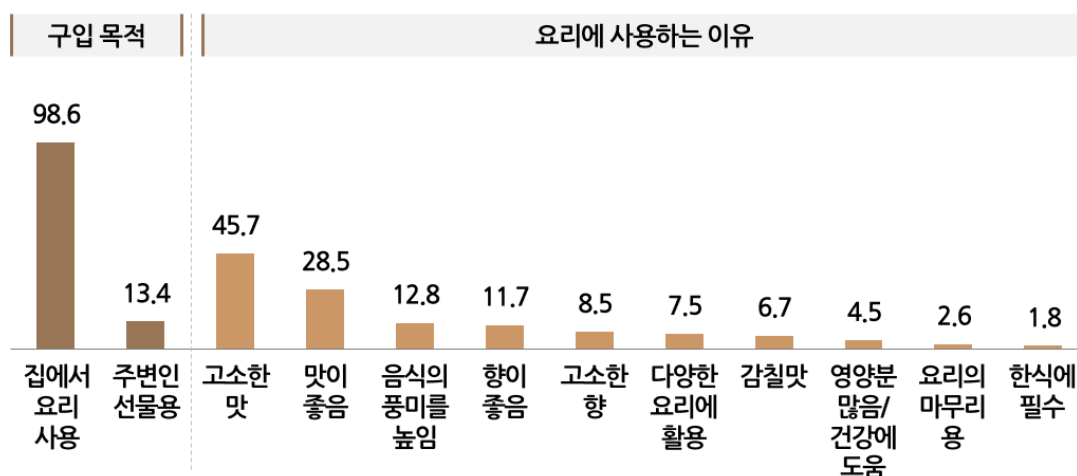


6) 참기름 구입 목적 및 사용 이유

- 6개월 내 참기름 구입 및 사용한 소비자의 대부분은 '집에서 요리에 활용'하기 위해 구입함. 13.4%의 응답자는 '주변 지인에게 선물'하기 위해 참기름을 구입한 것으로 나타남
- 참기름은 고소한 맛이 주요 특징이며, 음식에 참기름을 첨가해 음식의 전반 맛과 풍미를 살릴 수 있기 때문에 요리에 많이 활용함

그림39) 참기름 구입 목적 및 사용 이유

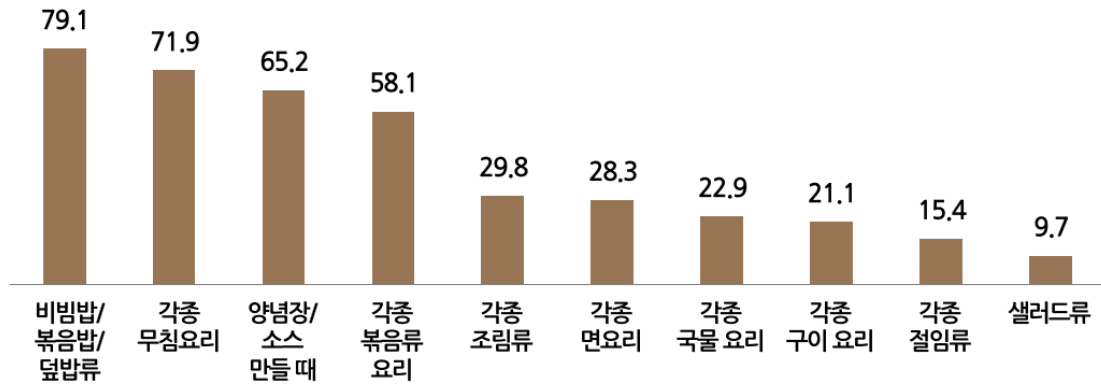
(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 복수응답, 단위 : %)



- 소비자들은 주로 '비빔밥/볶음밥/덮밥류', '각종 무침 요리', '양념장/소스', '각종 볶음류' 요리에 활용하고 있는 것으로 나타남

그림40) 참기름을 활용하는 요리

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 복수응답, 단위 : %)

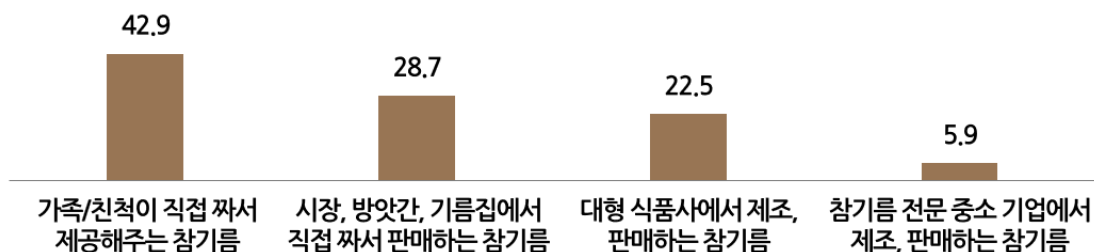


7) 참기름 선호 품목

- 참기름을 제조/판매하는 곳 기준 소비자들은 '가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름'을 가장 선호함. 다음으로 '시장/방앗간 등에서 직접 판매' 28.7% > '대형 식품사에서 제조' 22.5% 순임

그림41) 참기름 선호 품목

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 단위 : %)



○ 참기름 품목별 선호도는 성별에 따른 차이를 보이고 있음

- 여성은 '가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름'에 대한 선호가 높고 특히 50대 및 60대 여성이 선호함. 남성은 '시장/방앗간 등에서 직접 짜서 판매하는 참기름'과 '대형 식품사에서 제조한 참기름'을 선호하는 경향을 보임

표52) 참기름 선호 품목

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 단위 : %)

	전체	성별		성별 X 연령				
		남성	여성	여성 20대	여성 30대	여성 40대	여성 50대	여성 60대
사례수	(494)	(151)	(343)	(62)	(62)	(75)	(83)	(61)
가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름	42.9	34.4	46.6	33.9	51.6	37.3	56.6	52.5
시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 참기름	28.7	32.5	27.1	30.6	29.0	29.3	20.5	27.9
대형 식품사에서 제조, 판매하는 참기름	22.5	28.5	19.8	27.4	14.5	24.0	18.1	14.8
참기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 참기름	5.9	4.6	6.4	8.1	4.8	9.3	4.8	4.9

- 참기름 품목별 선호하는 이유 전반적으로 '제품에 대한 신뢰'이며, 이외 주요 이유는 품목별로 상이한 편임
 - 가장 선호하는 품목인 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름은 다른 품목 대비 '제품에 대한 신뢰'가 60.4%로 가장 높게 응답됨. 시장/방앗간 등에서 직접 짜서 판매하는 참기름은 '신선하다' 7.7%, 대형 식품사에서 제조한 참기름은 '구입이 편리하다' 32.4%로 높게 나타남

표53) 품목별 선호 이유

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 복수응답, 단위 : %)

품목 (표본 수)	선호 이유	응답 비중 (%)
가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름 (n=212)	신뢰가 간다	60.4
	맛이 좋다	22.2
	맛이 고소하다	12.7
	국산 제품이다	11.3
	직접 농사 지은 재료로 만든다	8.0
	맛이 진하다/깊다	5.7
	향이 진하다/깊다	5.2
시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 참기름 (n=142)	신뢰가 간다	33.1
	맛이 좋다	23.2
	맛이 고소하다	16.9
	신선하다	7.7
	향이 진하다/깊다	7.7
	국산 제품이다	7.7
대형 식품사에서 제조, 판매하는 참기름 (n=111)	신뢰가 간다	34.2
	구입이 편리하다	32.4
	늘 먹던 익숙한 제품이다	14.4
	가격이 저렴하다	10.8
	품질이 좋다	6.3
	위생적이다	5.4
참기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 참기름 (n=29*)	신뢰가 간다	34.5
	맛이 좋다	31.0
	구입이 편리하다	10.3
	전문적이다	6.9
	가격이 저렴하다	6.9

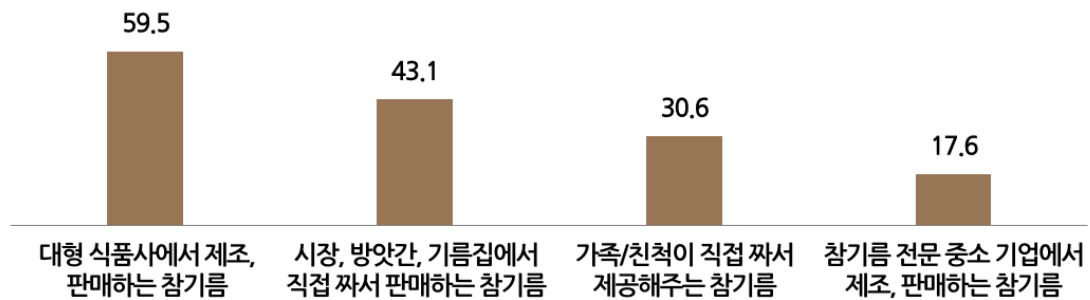
* 사례수(n=30) 이하 해석에 유의

8) 참기름 품목별 사용 경험

- 소비자들이 평소 사용하는 참기름을 보면, '대형 식품사에서 제조한 참기름'이 59.5%로 가장 많이 사용하고 있음. 이어서 '시장/방앗간 등에서 직접 판매하는 참기름' 43.1% > '가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름' 30.6% > '참기름 전문 중소기업에서 제조한 참기름' 17.6%임
- 참기름 선호 품목은 '가족/친척으로부터 조달받은 참기름'이나 필요할 때 바로 구입하기는 어려움이 있어 상대적으로 주변에서 쉽게 구입할 수 있고 인지도가 있는 대형 식품사에서 제조한 참기름을 많이 구입하는 것으로 보임

그림42) 참기름 품목별 사용 경험

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 복수응답, 단위 : %)



- 세분 집단별 평소 많이 사용하고 있는 참기름 품목은 대형 식품사에서 제조한 참기름이지만, 여성 60대 집단은 '시장/방앗간 등에서 직접 판매하는 참기름'을 대형 식품사에서 제조한 참기름을 더 많이 사용하고 있음. 여성 30대 집단은 상대적으로 '가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름' 사용이 상대적으로 많음

표54) 평소 참기름 구입 채널

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 복수응답, 단위 : %)

	전체	성별		성별 X 연령				
		남성	여성	여성 20대	여성 30대	여성 40대	여성 50대	여성 60대
사례수	(494)	(151)	(343)	(62)	(62)	(75)	(83)	(61)
대형 식품사에서 제조, 판매하는 참기름	59.5	60.9	58.9	61.3	58.1	61.3	66.3	44.3
시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 참기름	43.1	45.7	42.0	30.6	43.5	42.7	37.3	57.4
가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름	30.6	26.5	32.4	37.1	45.2	28.0	26.5	27.9
참기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 참기름	17.6	16.6	18.1	24.2	21.0	17.3	16.9	11.5

- 참기름 품목별 사용 이유는 '제품에 대한 신뢰'이며 품목별 특징에 맞는 사용 이유가 보여짐
 - 대형 식품사에서 제조한 참기름은 '구입이 편리하다' 34.4%로 구입 편리성이 좋다는 의견임. 시장/방앗간 등에서 직접 짜서 판매하는 참기름은 '맛이 좋다', '맛이 고소하다'가 각각 17.4%, 15.0%로 다른 품목 대비 맛에 대한 특징을 많이 언급함. 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름은 가족/친척이 직접 짜서 준 점에 대한 신뢰가 47.0%로 가장 높고, 중소기업에서 제조한 참기름은 '가격이 저렴하다/합리적이다' 18.4%임

표55) 품목별 사용 이유

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 복수응답, 단위 : %)

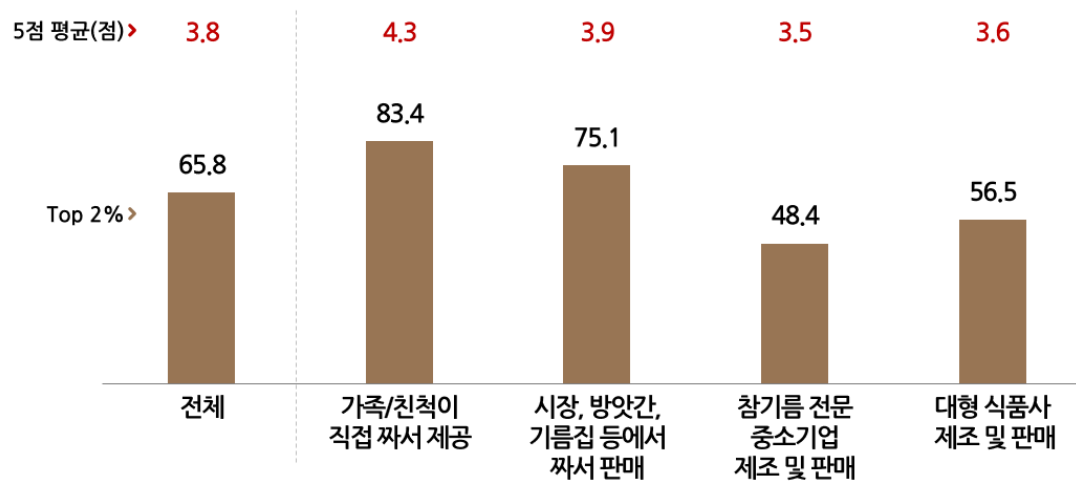
품목 (표본 수)	사용 이유	응답 비중 (%)
대형 식품사에서 제조, 판매하는 참기름 (n=294)	구입이 편리하다	34.4
	신뢰가 간다	28.2
	가격이 저렴하다	15.6
	늘 먹던 익숙한 제품이다	5.4
	맛이 좋다	3.7
시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 참기름 (n=213)	신뢰가 간다	37.6
	맛이 좋다	17.4
	맛이 고소하다	15.0
	신선하다	8.5
	향이 진하다/깊다	5.2
가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름 (n=151)	신뢰가 간다	47.0
	가족/지인에게 선물로 받은 제품이다	21.2
	맛이 좋다	13.2
	맛이 고소하다	5.3
	직접 농사 지은 재료로 만든다	5.3
참기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 참기름 (n=87)	신뢰가 간다	20.7
	가격이 저렴하다/합리적이다(가성비)	18.4
	구입이 편리하다	16.1
	맛이 좋다	10.3
	전문적이다	6.9

9) 참기름 품목별 만족도

- 현재 판매되고 있는 참기름 전반에 대한 만족도 수준은 5점 척도 기준 3.8이며, 응답자 중 65.8%가 만족하고 있는 것으로 나타나 전반적인 참기름 만족도 수준은 양호한 것으로 판단됨
 - 참기름 제조/판매처를 기준으로 구분한 품목별 만족도를 보면, '가족/친척이 직접 짜서 제공한 참기름'의 만족 응답 비율은 83.4%로 가장 높고, 이어서 '시장/방앗간 등에서 직접 판매하는 참기름' 75.1% > '대형 식품사에서 제조한 참기름' 56.5% > '참기름 전문 중소기업에서 제조한 참기름' 48.4% 순임

그림43) 참기름 품목별 만족도

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 단위 : %)

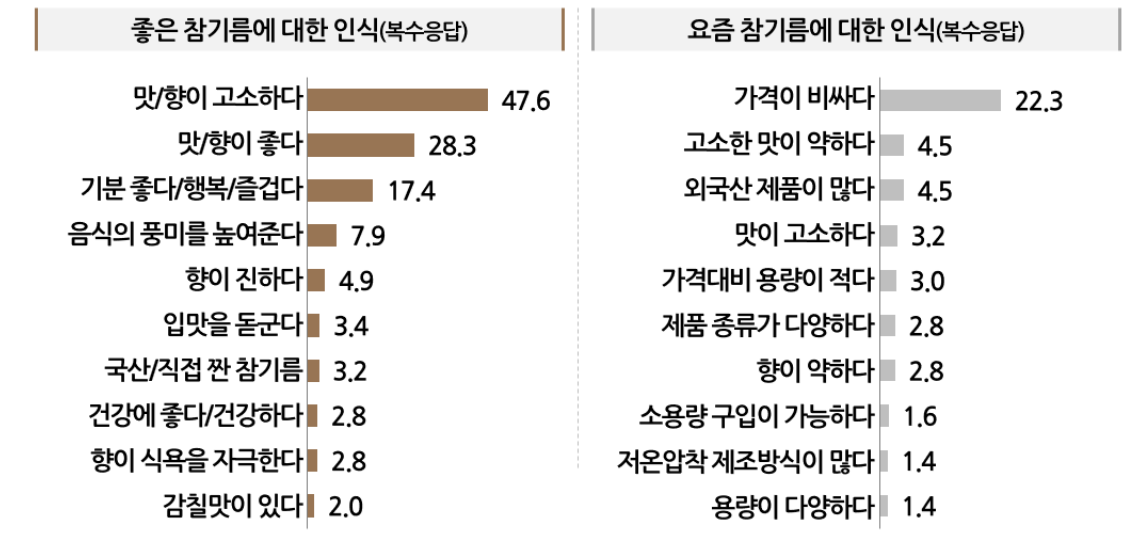


10) 참기름에 대한 소비자 인식

- 소비자들이 생각하기에 좋은 참기름은 '맛과 향이 고소하고 좋으며' 나아가 '기분도 좋아지게 한다'고 응답함. 또한 좋은 참기름은 음식의 풍미를 높이고 입맛을 돋울 수 있다고 생각함
- 반면, 현재 참기름에 대한 인식을 보면 '비싼 가격'에 대한 부담을 많이 언급하고 있으며 고소한 맛이 부족하고 외국산 제품이 많다는 부정적 의견이 상위 응답으로 많이 나타남

그림44) 참기름에 대한 인식

(Base : 6개월 내 참기름 구입 및 사용자, n=494, 단위 : %)



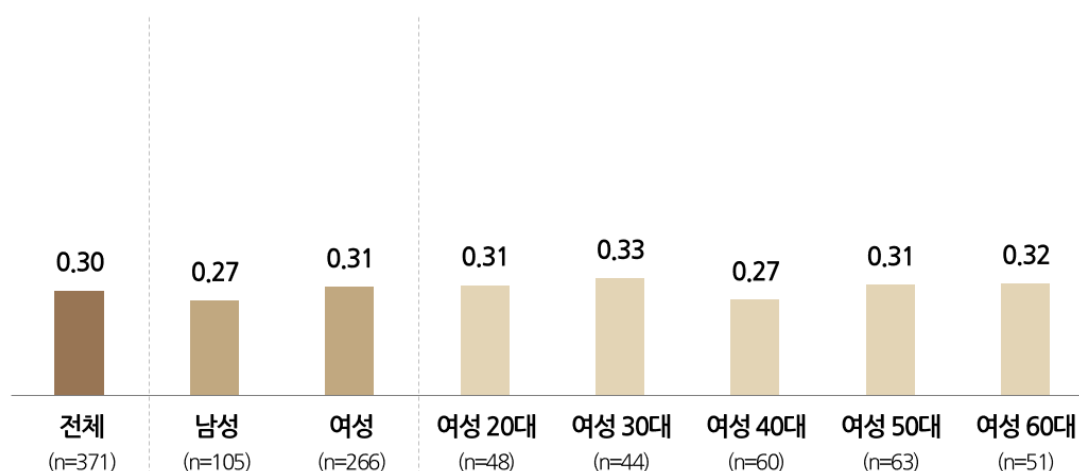
2. 들기름 구입 행태

1) 들기름 구입 빈도

- 최근 6개월 내 들기름을 구입해 사용하고 있는 소비자들은 월평균 구입 빈도가 약 0.3회 정도로 3개월에 1번 정도 들기름을 구입하고 있는 것으로 나타남
 - 상대적으로 남성보다는 여성의 구입 빈도가 높았으며, 40대를 제외한 여성 집단에서 구입 빈도가 높음

그림45) 들기름 평균 구입 빈도

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 평균 : 회/월)

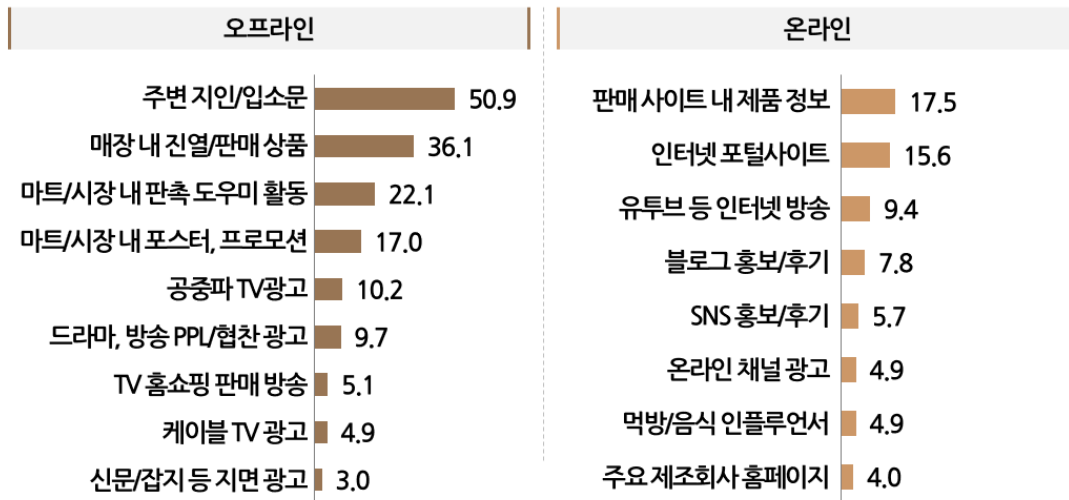


2) 들기름 정보 수집 채널

- 들기름에 대한 정보는 주로 주변 지인을 통한 소개/입소문이나 오프라인 판매 매장 내 진열을 통해서 접하고 있음
 - 오프라인 기준, 들기름 관련 정보 수집은 '주변 지인/입소문'이 50.9%로 가장 높음. 이어서 '매장 내 진열' 36.1%, '마트/시장 내 포스터/프로모션' 22.1%로 나타나, 오프라인 측면에서는 주변 지인의 들기름 사용 경험 등의 소개나 입소문의 영향이 큰 것으로 나타남
 - 온라인 기준, 들기름 관련 정보는 '판매 사이트 내 정보' 17.5%, '인터넷 포털사이트 검색' 15.6%, '유튜브 등 인터넷 방송' 7.4% 등으로 나타남. 온라인으로 접하는 정보는 들기름 제품에 대한 내용 및 참기름 대비 들기름의 특징 등이 있음

그림46) 들기름 정보 수집 채널

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 복수응답, 단위: %)



- 주변 지인/입소문을 통한 들기름 정보 수집은 60대 여성 집단에서 높게 나타나며, 매장 내 진열은 여성 50대에서 높음. 남성 집단은 '마트/시장 내 판촉 활동', '인터넷 포털사이트'를 통한 정보 수집이 여성 집단 대비 높게 나타남

표56) 들기름 제품 정보 수집 채널 상위 5개

(Base : 들기름 구입 및 사용자, n=371, 복수응답, 단위 : %)

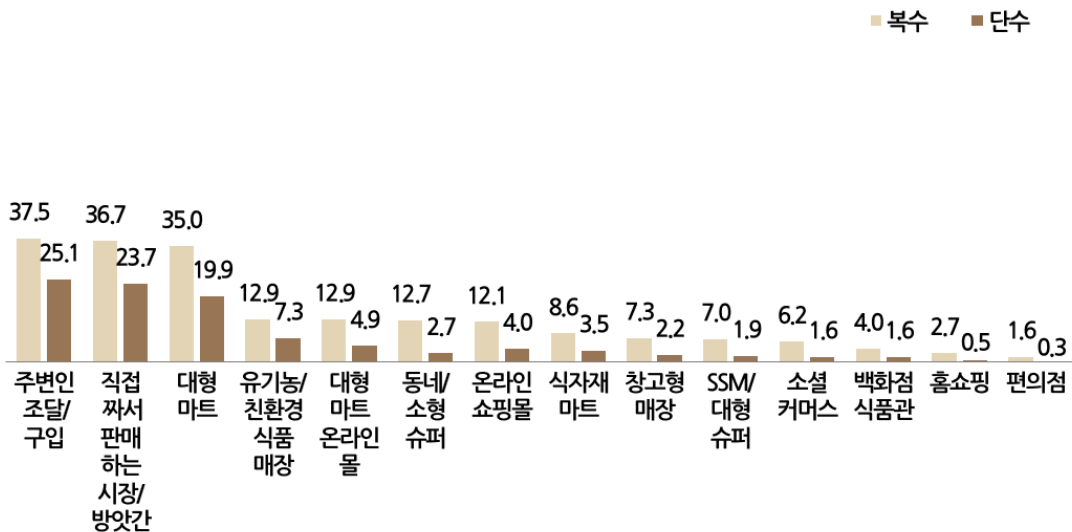
	전체	성별		성별 X 연령					
		남성	여성	여성 20대	여성 30대	여성 40대	여성 50대	여성 60대	
사례수	(371)	(105)	(266)	(48)	(44)	(60)	(63)	(51)	
오프라인	주변 지인/입소문	50.9	45.7	53.0	39.6	52.3	53.3	50.8	68.6
	매장 내 진열/판매 상품	36.1	39.0	35.0	31.3	22.7	36.7	46.0	33.3
	마트/시장 내 판촉 도우미 활동	22.1	29.5	19.2	22.9	18.2	13.3	23.8	17.6
	마트/시장 내 포스터, 프로모션	17.0	18.1	16.5	12.5	18.2	15.0	20.6	15.7
	공중파 TV광고	10.2	9.5	10.5	4.2	13.6	13.3	14.3	5.9
온라인	판매 사이트 내 제품 정보	17.5	19.0	16.9	18.8	27.3	11.7	20.6	7.8
	인터넷 포털사이트	15.6	20.0	13.9	12.5	11.4	15.0	17.5	11.8
	유튜브 등 인터넷 방송	9.4	14.3	7.5	10.4	9.1	6.7	7.9	3.9
	블로그 홍보/후기	7.8	7.6	7.9	10.4	13.6	5.0	6.3	5.9
	SNS 홍보/후기	5.7	4.8	6.0	10.4	9.1	3.3	3.2	5.9

3) 들기름 구입 채널

- 들기름 주구입 채널은 '주변인으로부터 조달이나 구입'이 25.1%로 가장 높음. 이어서 '시장/방앗간 등 직접 짜서 판매하는 들기름 가게' 23.7% > '대형마트' 19.9% 순으로 나타나, 들기름은 시중 판매 중인 들기름보다 주변 지인이 직접 짠 들기름을 조달 및 구입해서 사용하는 경우가 많음

그림47) 들기름 구입 채널

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 단위 : %)



- 60대 여성 집단은 '주변인을 통한 조달 및 구입'과 '시장/방앗간 등 직접 짜서 판매하는 들기름 집'에서의 구입이 많았으며, 50대 여성은 '대형마트'에서의 구입 비율이 높음. 20대 여성은 다른 집단 대비 '동네 슈퍼'와 '대형마트' 온라인 몰에서의 구입이 상대적으로 많음

표57) 들기름 구입 채널

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 복수응답, 단위 : %)

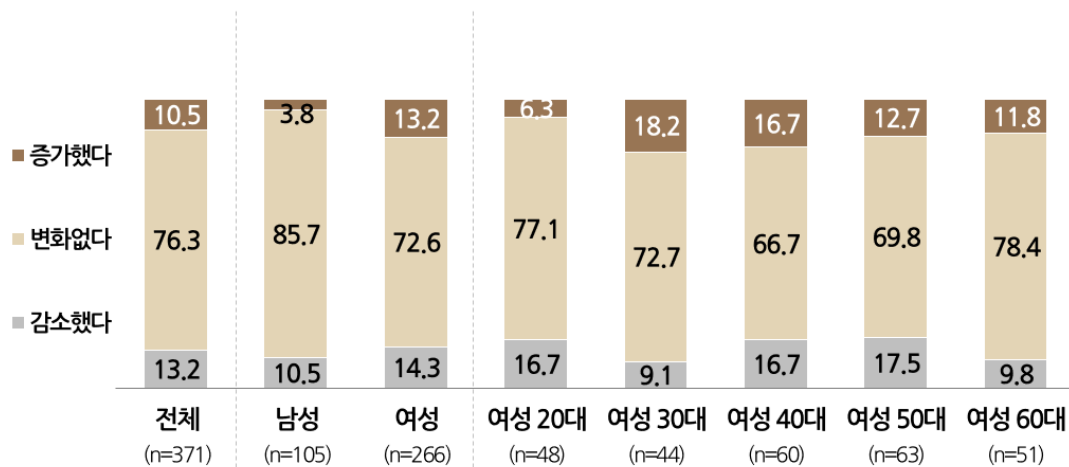
	전체	성별		성별 X 연령				
		남성	여성	여성 20대	여성 30대	여성 40대	여성 50대	여성 60대
사례수	(371)	(105)	(266)	(48)	(44)	(60)	(63)	(51)
주변인을 통한 조달/구입	37.5	27.6	41.4	35.4	50.0	38.3	33.3	52.9
직접 짜서 판매하는 들기름 집	36.7	33.3	38.0	27.1	34.1	45.0	33.3	49.0
대형마트	35.0	35.2	35.0	29.2	34.1	35.0	47.6	25.5
대형마트 온라인몰	12.9	12.4	13.2	18.8	11.4	16.7	11.1	7.8
유기농/친환경 식품 매장	12.9	9.5	14.3	16.7	13.6	15.0	11.1	15.7
동네슈퍼/소형슈퍼마켓	12.7	12.4	12.8	27.1	13.6	3.3	15.9	5.9
온라인쇼핑몰	12.1	14.3	11.3	16.7	15.9	8.3	11.1	5.9
식자재 마트	8.6	13.3	6.8	10.4	4.5	3.3	9.5	5.9
창고형 매장	7.3	9.5	6.4	12.5	4.5	3.3	11.1	0.0
SSM/대형슈퍼	7.0	5.7	7.5	8.3	4.5	6.7	14.3	2.0
소셜커머스	6.2	5.7	6.4	14.6	9.1	3.3	6.3	0.0
백화점 식품관	4.0	2.9	4.5	6.3	6.8	1.7	3.2	5.9
홈쇼핑	2.7	2.9	2.6	2.1	0.0	5.0	1.6	3.9
편의점	1.6	0.0	2.3	6.3	2.3	1.7	1.6	0.0

4) 들기름 구입량 변화(COVID-19 발생 이전과 비교)

- COVID-19 이전 대비 들기름 구입량 변화를 보면, 응답자의 76.3%가 COVID-19로 인한 들기름 구입량 변화는 없다고 응답함
- 반면, COVID-19 이전 대비 구입량이 '증가했다'는 10.5%, '감소했다' 13.2%로 구입량 감소 응답자가 상대적으로 많음. 들기름 구입량 감소 응답은 상대적으로 20대와 40대~50대 여성 집단에서 높고, 구입량 증가 응답은 30대 여성 집단에서 높게 나타남

그림48) (COVID-19 발생 이전 대비) 들기름 구입량 변화

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 단위 : %)

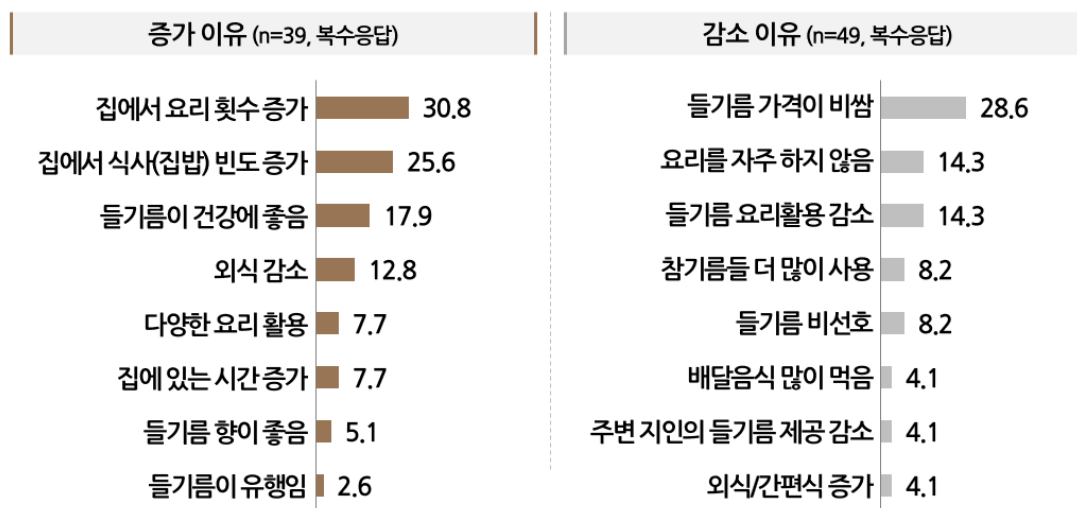


- COVID-19 이전 대비 들기름 구입량이 증가한 이유는 '집에서 요리하는 횟수가 많아져서' 30.8%, '집에서 식사 빈도가 늘어서' 25.6%, '들기름이 건강에 좋아서' 17.9%로 나타나 COVID-19로 인한 식생활 행태의 변화와 들기름이 건강에 좋을 것 같다는 인식이 들기름 구입량에 영향을 준 것으로 분석됨

- 반면, 들기름 구입량 감소 이유는 '비싼 들기름 가격'이 28.6%로 많이 언급되었으며, '요리를 자주하지 않아서', '들기름의 요리 활용 빈도 감소'가 각각 14.3% 등 들기름 구입 감소 요인이 다양함

그림49) 들기름 구입량 증가/감소 이유

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 단위 : %)

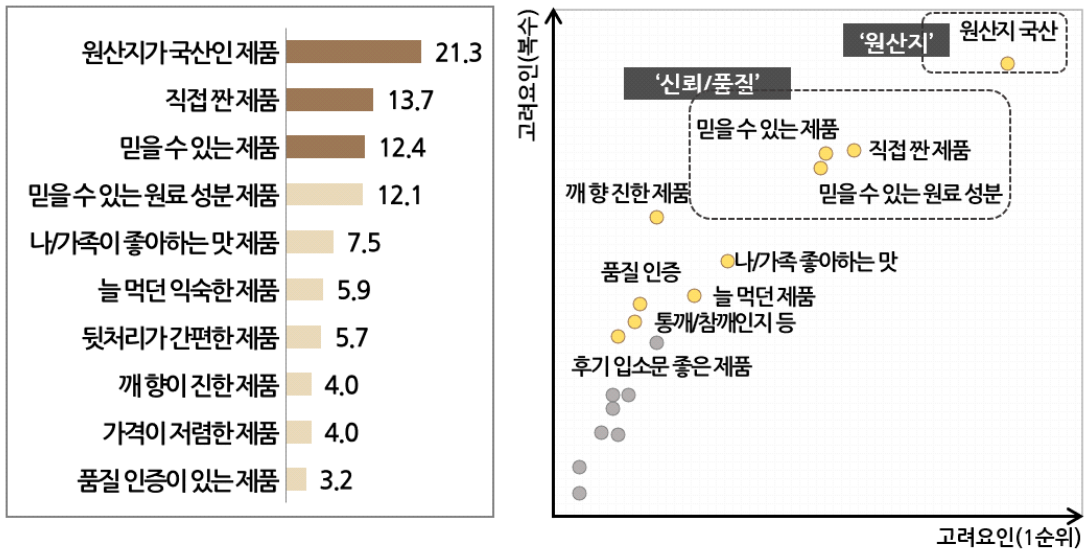


5) 들기름 구입 고려 요인

- 들기름 제품 구입시 고려하는 요인으로는 '원산지가 국산' 21.3% > '직접 짠 제품' 13.7% > '믿을 수 있는 제품' 12.4% 등의 순임
 - 들기름 구입시 가장 중요한 요인은 '원산지가 국산'인지, '믿을 수 있는 원료로 직접 짠 제품'인지 여부임. 중국산 들기름은 국내산 들기름보다 기름기가 많고 먹었을 때 덜 깔끔해 품질이 좋지 않다고 알려짐. 그러나, 소비자가 육안으로 국내산 들기름인지 구분하기 어려워 믿을 수 있는 곳에서 생산했는지 여부를 꼼꼼하게 따져서 구입하는 행태를 보임

그림50) 들기름 구입시 고려 요인

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 단위: %)

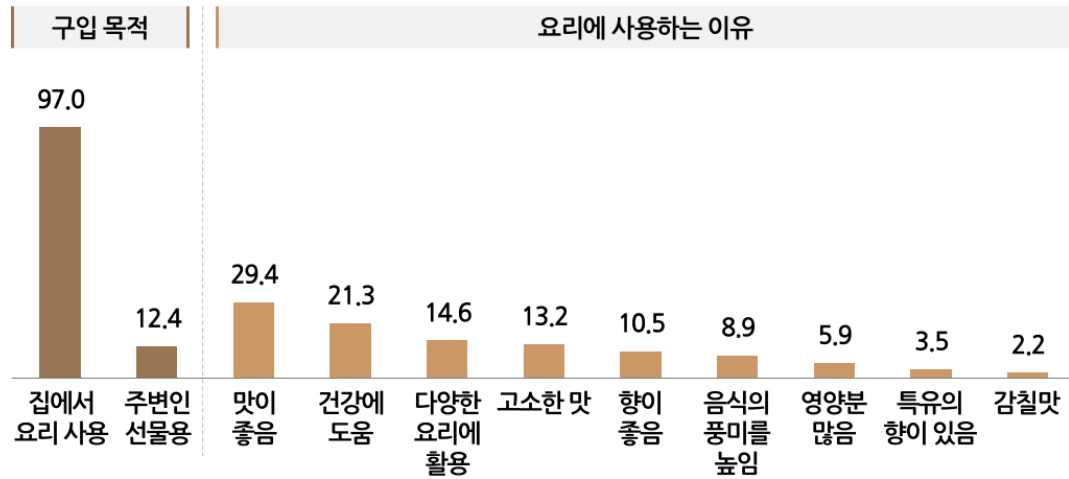


6) 들기름 구입 목적 및 사용 이유

- 들기름은 주로 집에서 요리에 사용하기 위해 구입하고 있으며, 들기름 구입자의 12.4%는 선물용으로도 들기름을 구입함
- 요리에 들기름을 사용하는 이유로는 '맛이 좋음' 29.4%, '건강에 도움' 21.3%로 높게 응답됨

그림51) 들기름 구입 목적 및 사용 이유

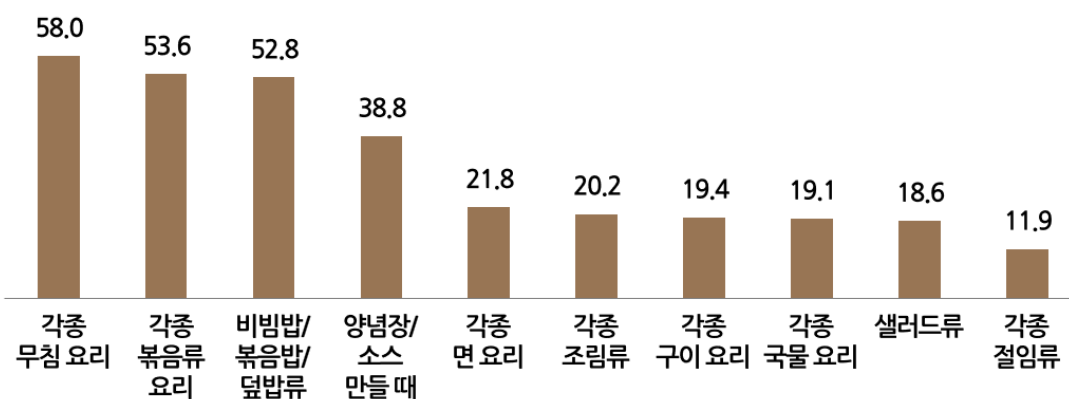
(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 복수응답, 단위 : %)



- 들기름은 주로 '각종 무침', '각종 볶음류', '비빔밥/볶음밥/덮밥류'에 활용하고 있는 것으로 나타남

그림52) 들기름을 활용하는 요리

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 복수응답, 단위 : %)

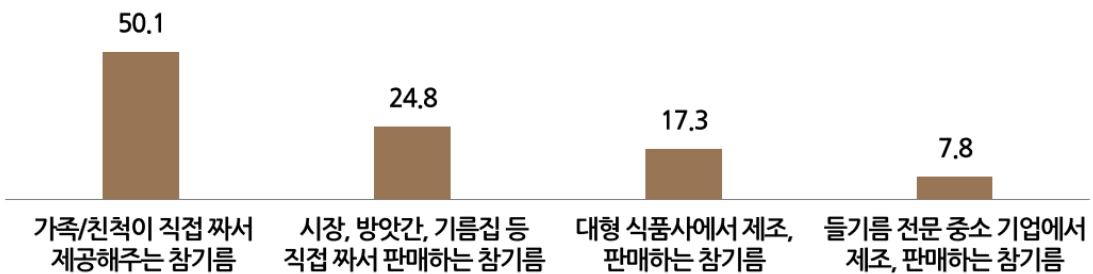


7) 들기름 선호 품목

- 들기름 제조/판매처 기준 선호하는 품목을 보면 '가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름'이 50.1%로 가장 높게 나타남. 다음으로 '시장/방앗간 등에서 직접 판매' 24.8% > '대형 식품사에서 제조' 17.3% 순임

그림53) 들기름 선호 품목

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 단위 : %)



- '가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름'은 연령이 높을수록 선호하는 경향을 보이고 있으며, 남성 집단은 '시장/방앗간 등에서 직접 짜서 판매하는 들기름'과 '대형 식품사에서 제조한 들기름'을 여성 집단 대비 선호하는 경향을 보임

표58) 들기름 선호 품목

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 단위 : %)

	전체	성별		성별 X 연령				
		남성	여성	여성 20대	여성 30대	여성 40대	여성 50대	여성 60대
사례수	(371)	(105)	(266)	(48)	(44)	(60)	(63)	(51)
가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름	50.1	42.9	53.0	37.5	52.3	50.0	60.3	62.7
시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 들기름	24.8	30.5	22.6	22.9	27.3	23.3	19.0	21.6
대형 식품사에서 제조, 판매하는 들기름	17.3	22.9	15.0	22.9	11.4	15.0	14.3	11.8
들기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 들기름	7.8	3.8	9.4	16.7	9.1	11.7	6.3	3.9

○ 들기름 품목별 선호하는 이유 전반적으로 '제품에 대한 신뢰'이며, 이외 주요 이유는 품목별로 상이한 편임

- 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름은 다른 품목 대비 제품에 대한 신뢰가 55.9%로 가장 높게 응답됨. 시장/방앗간 등에서 직접 짜서 판매하는 들기름은 '맛이 고소하다'와 '신선하다'가 각각 12.0%, 10.9%로 높음. 대형 식품사에서 제조한 들기름은 '구입이 편리하다' 25.0%로 높게 나타남

표59) 들기름 품목별 선호 이유

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 복수응답, 단위 : %)

품목 (표본 수)	선호 이유	응답 비중 (%)
가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름 (n=186)	신뢰가 간다	55.9
	맛이 좋다	19.9
	향이 좋다	8.1
	건강하다	7.5
	국산 제품이다	5.9
	맛이 진하다/깊다	5.4
시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 들기름 (n=92)	신뢰가 간다	31.5
	맛이 좋다	16.3
	맛이 고소하다	12.0
	신선하다	10.9
	향이 좋다	9.8
	맛이 진하다/깊다	7.6
대형 식품사에서 제조, 판매하는 들기름 (n=64)	신뢰가 간다	42.2
	구입이 편리하다	25.0
	가격이 합리적이다	12.5
	늘 먹던 익숙한 제품이다	12.5
	맛이 좋다	6.3
	가격이 저렴하다	6.3
들기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 들기름 (n=29*)	신뢰가 간다	24.1
	맛이 좋다	20.7
	전문적이다	10.3
	유기농 재료로 만든다	6.9
	구입이 편리하다	6.9

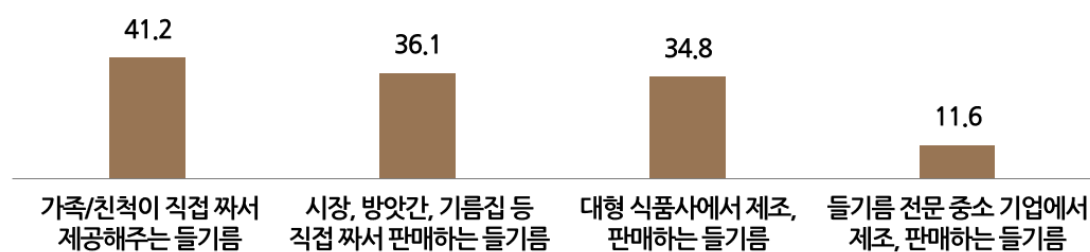
* 사례수(n=30) 이하 해석에 유의

8) 들기름 품목별 사용 경험

- 소비자들이 평소 사용하는 들기름은 선호하는 품목과 동일하게 나타남
 - 가장 선호하는 품목이었던 '가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름' 사용은 41.2%로 가장 많이 사용하고 있음. 이어서 '시장/방앗간 등에서 직접 판매하는 들기름' 36.1% > '대형 식품사에서 제조한 들기름' 34.8% 순임

그림54) 들기름 품목별 사용 경험

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 복수응답, 단위 : %)



- 여성 60대 집단은 '가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름'과 '시장/방앗간 등에서 직접 판매하는 들기름'을 많이 사용하고 있음. 남성 집단은 '대형 식품사에서 제조한 들기름'을 여성 대비 많이 사용하고 있는 것으로 나타남

표60) 평소 들기름 구입 채널

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 복수응답, 단위 : %)

	전체	성별		성별 X 연령				
		남성	여성	여성 20대	여성 30대	여성 40대	여성 50대	여성 60대
사례수	(371)	(105)	(266)	(48)	(44)	(60)	(63)	(51)
가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름	41.2	31.4	45.1	35.4	54.5	38.3	42.9	<u>56.9</u>
시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 들기름	36.1	33.3	37.2	39.6	38.6	38.3	30.2	<u>41.2</u>
대형 식품사에서 제조, 판매하는 들기름	34.8	<u>45.7</u>	30.5	31.3	34.1	36.7	36.5	11.8
들기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 들기름	11.6	8.6	12.8	22.9	11.4	13.3	9.5	7.8

- 들기름 품목별 사용 이유 또한 '제품에 대한 신뢰'가 공통적으로 나타나며, 이외 품목별 특징에 맞는 사용 이유가 나타남
 - 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름과 시장/방앗간 등에서 직접 판매하는 들기름은 '신뢰가 간다', '맛이 좋다'는 이유가 많이 언급됨. 대형 식품사 또는 들기름 전문 중소기업에서 제조한 들기름은 구입이 '구입이 편리하다'는 점이 주요 사용 이유임

표61) 품목별 사용 이유

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 복수응답, 단위 : %)

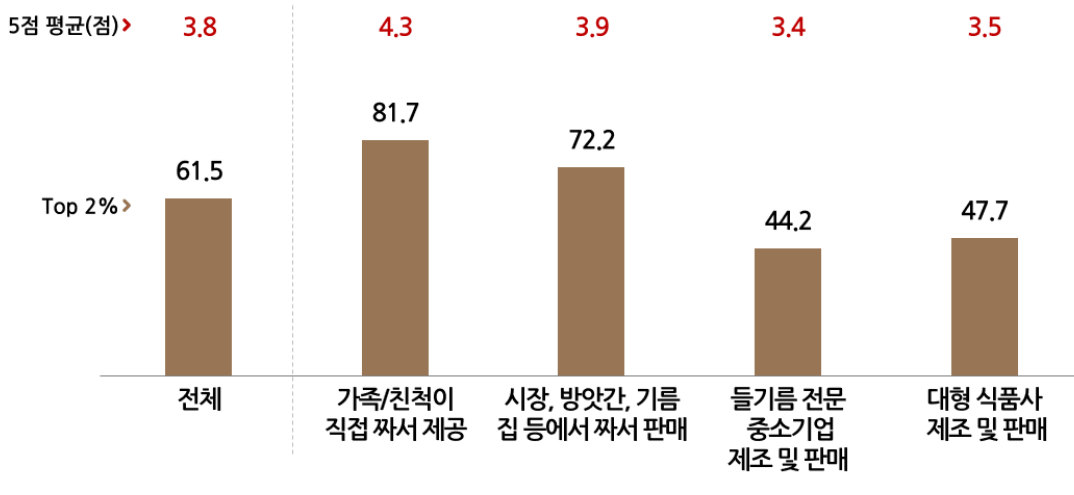
품목 (표본 수)	사용 이유	응답 비중 (%)
가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름 (n=153)	신뢰가 간다	53.6
	맛이 좋다	14.4
	가족/지인에게 선물로 받은 제품이다	13.1
	향이 좋다	7.2
	맛이 고소하다	6.5
	건강하다	5.9
시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 들기름 (n=134)	신뢰가 간다	33.6
	맛이 좋다	16.4
	향이 좋다	7.5
	맛이 고소하다	6.0
	국산 제품이다	6.0
대형 식품사에서 제조, 판매하는 들기름 (n=129)	구입이 편리하다	34.9
	신뢰가 간다	25.6
	가격이 저렴하다	14.7
	늘 먹던 익숙한 제품이다	3.9
	맛이 좋다	3.1
들기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 들기름 (n=43)	구입이 편리하다	18.6
	신뢰가 간다	18.6
	전문적이다	16.3
	가격이 저렴하다(가성비)	14.0
	맛이 좋다	11.6

9) 들기름 품목별 만족도

- 현재 판매되고 있는 들기름 전반에 대한 만족도 수준은 5점 척도 기준 3.8이며, 응답자 중 61.5%가 만족하고 있는 것으로 나타나, 들기름에 대한 전반적인 만족도 수준은 양호함
 - 가장 사용이 많은 '가족/친척이 직접 짜서 제공한 들기름'에 대한 만족 응답은 81.7%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 시장/방앗간 등에서 직접 판매하는 들기름' 72.2% > '대형 식품사에서 제조한 들기름' 47.7% > '들기름 전문 중소기업에서 제조한 들기름' 44.2% 순임

그림55) 들기름 품목별 만족도

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 단위: %)

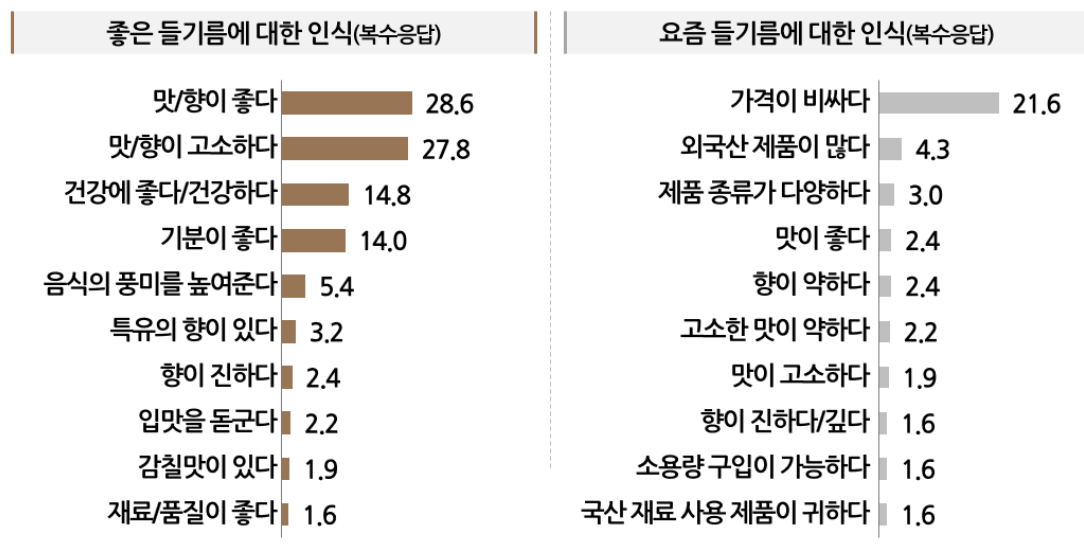


10) 들기름에 대한 소비자 인식

- 소비자들이 생각하기에 좋은 들기름은 '맛과 향이 좋고, 고소하며' '건강에 도움'이 되고 '기분이 좋아지는' 제품임
- 반면, 현재 들기름에 대한 인식을 보면 '비싼 가격'에 대한 부담이 가장 많이 언급하고 있으며 외국산 제품이 많다는 부정적 의견이 존재함

그림56) 들기름에 대한 인식

(Base : 6개월 내 들기름 구입 및 사용자, n=371, 단위: %)



3. 참기름 · 들기름에 대한 소비자 기대 가치

- 2022년 참기름 · 들기름에 대한 소비자 기대 가치는 '더 맛있는', '요리에 대한 즐거움', '건강 고려' 등으로 나타나고 있음. 3가지 기대 가치는 소비자들이 참기름 · 들기름을 구입하고 요리에 사용하면서 기대하는 핵심 가치이며, 참기름 · 들기름 관련 기업들의 신제품 출시, 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

- **더 맛있는(More Delicious)**

- 참기름 · 들기름을 구입, 사용하는 소비자들의 기본적인 편익임. 해당 제품을 통해 추구하는 핵심 기대가치이며, 국내산 원재료로 만든 참기름 · 들기름이 제공하는 고소한 맛과 부드러움으로 더 맛있는 음식을 경험하고자 하는 소비자의 욕구를 보여줌. 참기름 · 들기름은 비빔밥과 각종 무침, 한식 소스 등 주요 한식 요리에 필요한 대체 불가능한 조미료로서 요리의 맛을 향상시키는 장점을 보유함. 믿을 수 있는 좋은 참기름 · 들기름 취식을 통해 보다 맛있는 경험을 하고자 하는 소비자들의 태도를 설명해주는 핵심 가치임

- **요리에 대한 즐거움(Joyful Cooking)**

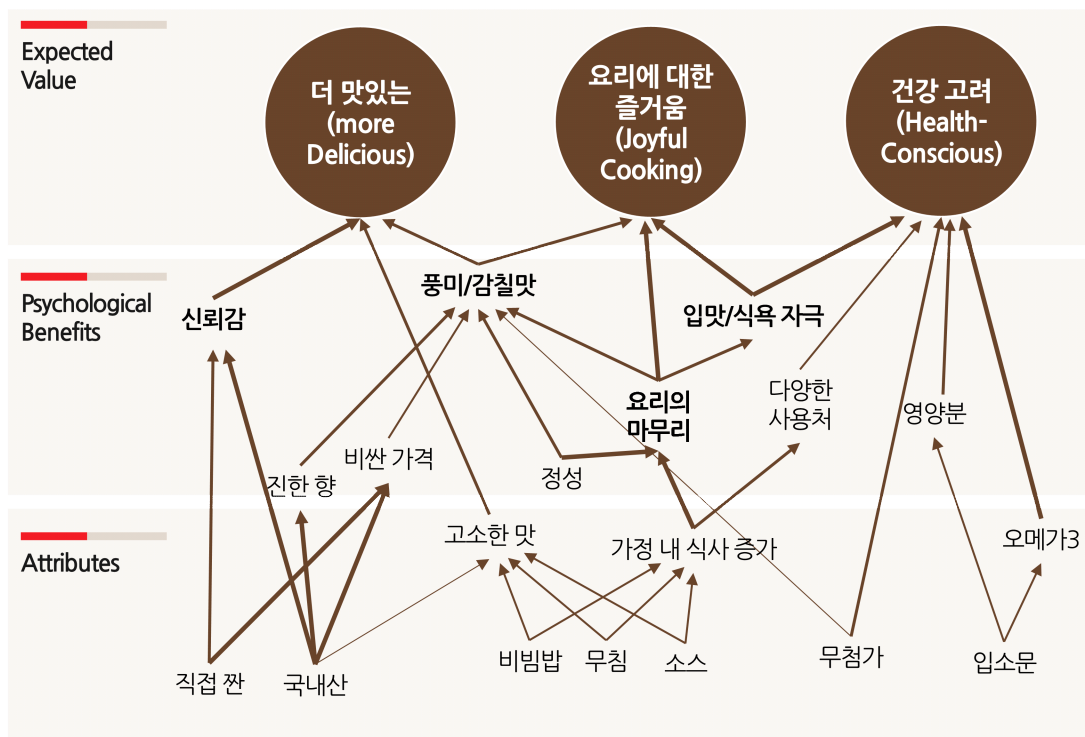
- 참기름 · 들기름의 고소함과 입맛을 돋우는 감칠맛, 식욕을 자극하는 풍미 등을 통해 정성이 담긴 맛있는 음식을 경험하면서 느낄 수 있는 기분 전환에 대한 소비자의 기대임. 특히 다양한 한식 요리에 사용되므로 일상에서 음식을 먹는 소비자들에게 음식을 통해 제공되는 가치를 의미함

○ 건강 고려(Health-Conscious)

- 한국의 대표 유지류인 참기름·들기름은 오랜 시간 동안 프리미엄 이미지와 오메가-3가 풍부한 전통 고급유 이미지, 맛과 건강을 함께 지켜주는 이미지를 보유함. 최근 기존 제품들보다 건강을 고려한 생참기름·들기름 제품들이 다수 출시되고 있으며 참기름·들기름이 제공하는 오메가-3의 효과를 기대함. 일본에서는 들기름을 휴대하고 약처럼 마시는 건강기능식품으로 응용하는 시장이 성장하는 추세임

그림57) 소비자 기대 가치

참기름/들기름 기대 가치(Laddering)



|제7장|

해외 시장 동향

제1절 해외 시장 개요

1. 시장 개요

- 세계적으로 건강한 식용유에 대한 관심과 수요가 증가하면서 포화지방 함유율이 높은 팜유류 등의 소비는 감소하고 건강한 오일로 알려진 올리브유, 유채유 등의 소비는 증가하고 있음
- 최근 COVID-19의 영향으로 건강에 대한 관심이 보다 높아졌으며, 이에 건강한 기름인 참기름과 들기름에 대한 관심이 증가함⁶⁷⁾
 - 그러나 아직까지는 해외에서 식용유지류 중 참기름·들기름에 대한 수요 비중은 낮은 편이어서 시장 동향을 파악하기 위한 통계가 미비함

67) 2020.09.04., [넥스트K] 올리브유 대신 'K기름'...뉴욕 미술랭서 쓰는 참기름, 한국경제

제2절 글로벌 트렌드

- 우선적으로 참기름·들기름이 포함되어 있는 식용유지류에는 올리브유 등이 포함되어 있으며 이러한 제품은 주로 샐러드 드레싱과 같이 테이블 소스로 활용됨. 그러므로 이와 관련된 글로벌 트렌드를 살펴보고자 함



1. 대륙별 트렌드

1) 유럽⁶⁸⁾

- COVID-19로 인해 이동 제한과 물가 상승으로 인해 해외여행이 어려워진 상황에서 이국적인 소스를 통해 세계 각국의 음식 맛을 느끼고자 함. 또한, 소비자의 윤리적 및 환경적 관심의 증가로 채식을 선호하는 경향이 커짐에 따라 테이블 소스 및 오일에서도 동물성 성분이 없는 제품을 추구하는 경향을 보임
 - 노르웨이의 'Yogiyo Chilli & Yuzu Hot Sauce'는 강한 풍미가 있어 다양한 음식에 활용할 수 있음. 영국에서는 병아리콩을 조리한 후에 발생하는 아쿠아파바⁶⁹⁾를 활용하여 음식물 쓰레기 감소를 위한 제품도 등장함

68) Mintel, A year of innovation in table sauces, oils & seasonings, 2022, 2023. 01.

69) 아쿠아파바(aquafaba) : 병아리콩, 렌틸콩 등을 삶고 나면 나오는 콩물, 네이버 지식백과



	
(노르웨이) Yogiyo Chilli & Yuzu Hot Sauce	(영국) Nojo Oh So Spicy Mayo

* Mintel

2) 아시아⁷⁰⁾

○ 비건, 채식주의, 케토 등 다양한 식이요법에 대한 인식이 높아짐에 따라 그에 맞는 테이블 소스나 오일 제품에 대한 수요도 높아짐. 또한 유럽과 마찬가지로 팬데믹으로 인해 더 건강하면서도 영양가 있는 음식을 소비자 또한 증가하고 있음

- 태국에서는 천연 발효 코코넛으로 만들고 콩, 글루텐, 밀, 첨가당 및 MSG가 들어가지 않은 글루텐 프리의 다목적 소스가 출시되었으며, 베트남에서는 어린이의 시력 강화와 두뇌 발달을 위해 오메가-3, 6, 9 및 비타민 A, E, 리코펜 및 베타카로틴이 풍부하게 함유된 오일도 판매됨

	
(태국) Seasons Multipurpose Coconut Sauce	(베트남) Eco Food Gac Oil for Kids

* Mintel

70) MINTEL, A year of innovation in table sauces, oils & seasonings, 2022, 2023. 01.

제3절 국가별 동향

- 해외 참기름·들기름 시장 동향을 파악하기 위해 참기름·들기름 최대 수입국인 중국과 참기름 최대 수출국인 미국, 들기름 최대 수출국인 일본 시장에 대해 살펴보고자 함

1. 중국 시장

1) 시장 및 소비자 특징

- 중국의 참기름은 향의 특성과 제조방식에 따라 크게 小磨香油(샤오모시앙요우), 机制香油(지즈시앙요우), 普通芝麻油(푸통즈마요우)와 같이 세 가지로 나뉨

표62) 중국 참기름 분류

구분	설명
小磨香油 (샤오모시앙요우)	<ul style="list-style-type: none"> • 小磨油 또는 小磨香油로 짧게 부르기도 하며 참깨를 원료로 일정 비율의 물을 섞어 가공한 것으로 향이 강하고 독특한 것이 특징임 • 小磨香油의 역사는 400여 년으로 조미료나 일부 전통식품(과자)에도 사용됨 • 국가 표준에 따라 1급과 2급으로 나뉘며, 국내 외 홍콩과 마카오, 동남아 국가에 수출되고 있음
机制香油 (지즈시앙요우)	<ul style="list-style-type: none"> • 香油 또는 麻油라고도 하며, 참깨를 원료로 일정한 공정을 거쳐 기계로 추출한 것으로 참기름의 향이 뚜렷하고 용도는 小磨香油와 동일함 • 국가 표준에 따라 1급과 2급으로 나뉨



<p>普通芝麻油 (푸통즈마요우)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 일반적으로 大槽麻油라고 함. 참깨를 원료로 하며 일반적인 압착과 침출 또는 기타의 방법으로 생산된 참기름의 총칭임. 가공 방법에서 小磨香油, 机制香油과 차이가 있으며, 향은 다소 가벼움 • 일반적으로 식용유로 사용되며, 조미유 및 과자, 사탕, 식품을 만드는 주요 부재료로도 활용됨. 국가 표준에 따라 1급과 2급으로 나뉨 	
---------------------------	---	--

* Baidu百科(<https://baike.baidu.com/item/芝麻油/859730>)

- 2020년 참기름의 연간 소비량은 약 22만 톤 수준으로 식용유지류 소비량 약 3,000만 톤의 0.73%에 불과 대비 낮은 비중⁷¹⁾을 차지하고 있으나 조미료 시장 점유율 3위를 차지하고 있음. 이는 참기름 소비량은 적지만 평균 가격이 상대적으로 높기 때문임.⁷²⁾
- 소금과 간장, 식초 등의 조미료의 구매 빈도는 연간 11번 이상인 반면, 참기름은 연간 1~2회 구매하는 것으로 차이를 보임.⁷³⁾ 중국은 최근 소득 수준의 향상과 함께 참기름 소비가 급증했으며 수입과 수출 모두 증가하고 있음⁷⁴⁾
- 참기름 외 식용유지류 관련 경향을 살펴보면 코코넛 오일 및 팜유에 들어있는 포화지방 성분인 MCT 오일에⁷⁵⁾ 대한 관심이 높아짐. MCT 오일은 신체 활동에 필요한 에너지로의 전환이 빨라 케토(KETO) 식단과 함께 인기가 높아짐

71) 2022.11.08., 芝麻油市场调查报告：2021年中国香油产量为32.15万吨, Eastmoney Securities

72) 2021.12.06., [글로벌 시장동향]중국, 코로나19 이후 조미료 시장 동향, 식품외식경영

73) 2022.04.20., [마켓트렌드]중국 조미료시장 웰빙·기능성 장착한 복합조미료 중심 지속 증가, 푸드아이콘

74) The Effect of Structural Change of World Sesame Trade on Korea's Demand and Supply of Sesame, Journal of the Korean Society of International Agriculture

75) Medium-Chain triglyceride(MCT) : 중간사슬지방산. 케톤체를 생성해 체지방 연소에 도움을 줘 포만감을 높이고 신진대사를 활성화하여 다이어트에 효과적인 것으로 알려짐, 네이버 지식백과

2) 주요 제조사 및 제품

- 중국의 주요 참기름 제조사는 Haitian Food임. Haitian Food는 중국의 대표적인 소스 및 조미료 제조 기업으로, 1955년 간장 공장을 시작으로 시작함. 식초, 간장, 굴소스, 절임 식품, 조미료, 참기름 등 다양한 제품을 판매하고 있음

표63) 중국 참기름·들기름 주요 제품

제품군	제조사	브랜드	제품명	대표 제품 이미지	용량	가격 (달러)
참기름 (Sesame Oil)	Zhu Ru Shan Food	Zhafang cun	Sesame Oil		500ml	2.41
	Yan Zhuang Edible Oil	Yan zhuang	Sesame Oil for Stir-Frying		720ml	19.93
	Zhong Mei Fan Shi Gang Food	Fan Shi Gang	Pure Sesame Oil		280ml	2.45
	Haitian Food	Yousling	Virgin Sesame Oil		750ml	7.71

	Jian Hua Food	Jian Hua	Traditionally Milled Pure Sesame Oil		350ml	5.58
	Lee Kum Kee	Lee Kum Kee	Pure Ground Fragrant Sesame Oil		207ml	4.62
들기름 (Perilla Oil)	Sanmark Trade	Sanmark	Organic Perilla Oil		21*5ml	9.11

* Mintel

2. 미국 시장

1) 시장 및 소비자 특징

- 미국 소비자들의 라이프 스타일이 변화하고 건강에 대한 관심이 높아지면서 비타민, 오메가-3 등과 같은 영양성분이 함유된 식용유부터 유기농 식품, 코코넛 오일을 활용한 헤어 에센스까지 다양한 분야에서 응용 사례가 증가하고 있음
- 특히, 참기름이 건강한 오일로 인식되어 수요가 증가하고 있으며 샐러드드레싱과 아이스크림 등 다양한 식품은 물론, 모발와 피부 미용 등에 좋은 성분을 포함하고 있어 화장품에도 활용됨
- 국내 기업이 미국 시장에 진출할 시 참기름, 들기름 등의 건강한 오일을 활용한 식품라인을 개발하는 등의 마케팅 전략을 고려해 볼 수 있을 것임⁷⁶⁾
- 1990년대에 미국에서 올리브유 수요가 급증한 이후 올리브유가 세계적인 오일이 되었던 선례로 볼 때, 국산 참기름 수출에 있어 미국은 매우 중요한 시장임
 - 국산 참기름은 참깨의 풍미가 잘 나타나는 특성을 지니고 있어, 뉴욕 미슐랭 식당들에서 호평을 받기도 함. 미국 경제매체인 블룸버그(Bloomberg)는 '식물성 유지임에도 동물성 유지의 향미를 지니고 있으며 건강에도 좋다고 평가함
- 들기름 또한 블룸버그에서 'COVID-19 시대에 면역에 좋을 뿐만 아니라 버터나 올리브 오일과 비교할 만큼 향과 맛이 풍부하다'고 소개된 바 있음⁷⁷⁾

76) 2022.09.05., 미국 식용유 시장동향, KOTRA 해외시장뉴스

77) 2021.09.12., [오일 바로알기]벼랑 끝서 부활하는 참깨(2), 이데일리

- 이외에 미국 내에서는 지방 대체 성분을 통해 식품 및 음료에서 지방과 칼로리를 줄이는 방법을 연구하고 있음. 소비자들에게 지방 및 칼로리 감소는 소비자에게 중요한 속성으로, 저지방과 무지방 제품을 건강에 좋은 제품으로 인식하는 경향을 보임. 이러한 상황에서 '변성 식물 기반 오일(EPG)⁷⁸⁾'는 지방과 칼로리를 줄일 수 있는 지방 대체 성분으로 부상함⁷⁹⁾

2) 주요 제조사 및 제품

- 미국 주요 참기름 제조사는 Eden Foods임. Eden Foods는 1960년대 미시간주에서 시작된 유기농 식품 기업으로 콩류, 파스타, 곡물, 조미료, 식용유 등 다양한 제품을 다루고 있음. 참기름은 물론 참깨를 주로 한 조미료도 판매하고 있음⁸⁰⁾




표64) 미국 참기름 주요 제품

제품군	제조사	브랜드	제품명	대표 제품 이미지	용량	가격 (달러)
참기름 (Sesame Oil)	Eden Foods	Eden	Organic Sesame Oil		16fl.oz	12.49
	La Tourangelle	La Tourangelle	Toasted Sesame Oil		25.4fl.oz	14.98

78) Esterified propoxylated glycerols

79) Mintel, Ingredient watch: modified plant-based oil, 2021.04

80) edenfoods.com

	Aldi	Carlini	Toasted Sesame Oil		16.9fl.oz	5.99
	Whole Foods Market	365 Whole Foods Market	Toasted Sesame Oil		8.4fl.oz	3.69
	Chosen Foods	Oi!	Toasted Sesame Oil		8.4fl.oz	4.97

* Mintel

3. 일본 시장

1) 시장 및 소비자 특징

- 일본은 2021년 기준 세계 참기름 수출 1위 국가로 글로벌 시장의 20.1% 점유율을 차지하고 있음. 자국 참기름 생산량의 13%인 5,943톤을 수출하고 있으며 수출량의 65%는 미국에 집중되어 있음⁸¹⁾
- 일본에서 집밥 수요가 증가하면서 '헬시오일(ヘルシーオイル)' 시장도 함께 성장하고 있음. 2010년대 이후 올리브유, 참기름, 아마씨유, 들기름 등 건강에 좋은 오일 시장이 성장하면서 식용유에 대한 이미지가 크게 개선됨. 헬시오일은 조리를 위한 조미료가 아니라 건강을 위해 꾸준히 섭취하는 오일로 식용유의 개념을 바꾸고 있음⁸²⁾

81) 2021.09.12., [오일 바로알기]벼랑 끝서 부활하는 참깨(2), 이데일리

- 일본의 식용유 시장을 살펴보면, 참기름은 11%, 들기름은 2% 수준의 점유율을 차지하고 있음
- 기존 일본에서 판매되는 들기름은 200g~400g 용량의 제품이 많았으나 현재는 150g~190g의 소용량 제품이 주를 이루고 있으며, 순정품을 중심으로 일부 올리브유와 혼합한 제품도 유통되고 있음⁸³⁾. 이외에 들깨 파우더나 들깨 드레싱, 들깨 소스 등 다양한 형태의 제품도 개발됨
- 참기름은 중화요리나 튀김 등 가열용으로도 사용하고 있으나 생참기름의 활용도 증가하고 있어 350억 엔 이상의 규모로 시장이 성장함⁸⁴⁾
 - 70~450g의 다양한 용량의 제품이 유통되고 있으며 재료별로는 볶은 깨와 볶지 않은 깨로 만든 제품으로 크게 나뉨. 또한 순정품과 다른 기름과의 혼합유가 같이 유통 중임⁸⁵⁾

2) 주요 제조사 및 제품

- 일본의 주요 참기름·들기름 제조사로는 Nisshin Oilio, J-Oil Mills가 있음
 - Nisshin Oilio는 1907년 설립된 식용 유지 기업으로, 가정용 및 상업용 식용유와 가공식품, 정제 화학 물질을 제조, 판매하고 있음. 전체 매출 중 80%를 식용 유지가 차지하고 있으며, 가공식품은 14.9%, 정제 화학 물질은 4.2%임. 카놀라유, 올리브유, 참기름, 들기름 등 다양한 식용유 제품을 판매하고 있음⁸⁶⁾

82) 2020.10.05., [aT와 함께하는 글로벌푸드 리포트] 日, 참기름·들기름 소비증가...헬시오일시장 성장세, 헤럴드경제

83) 일본 건강식용오일 시장조사, 농림축산식품부




84) 2021.09.15., [마켓트렌드] 일본 하반기 식품 시장 전망, 식품음료신문

85) 일본 건강식용오일 시장조사, 농림축산식품부

86) ninsshin-oillio.com

- J-Oil Mills는 1800년대부터 오랜 기간 식용유를 생산해온 Honen Corporation, Ajinomoto Oil mills Co., Inc., Yoshihara Oil Mill, Ltd. 3개 기업이 2004년 합병하여 만들어짐. 다양한 종류의 가정용 및 상업용 식용유를 제조, 판매하고 있으며 낙농 제품과 식물 기반 식품, 식자재까지 취급하고 있음⁸⁷⁾

표65) 일본 참기름·들기름 주요 제품

제품군	제조사	브랜드	제품명	대표 제품 이미지	용량	가격 (달러)
참기름 (Sesame Oil)	Nisshin Oillio	Nisshin	Pure Sesame Oil		350ml	5.42
	Nisshin Oillio	Nisshin Oillio	Addictive Sesame Oil		100g	2.72
	J-Oil Mills	Ajino moto	Rich Sesame Oil		70g	5.40
	J-Oil Mills	Ajino moto	Roasted Sesame Oil		600g	6.30

87) j-oil.com

들기름 (Perilla Oil)	Nisshin Oillio	Nisshin Oillio	Organic Perilla Oil		320g	15.33
	J-Oil Mills	Ajino moto	Perilla Oil		100g	6.44
	J-Oil Mills	Ajino moto	Cooking Oil with Perilla Oil		200g	4.72
	Aeon	Topvalu	Perilla Oil		170g	7.20
	Maruta	Maruta	Perillaseed Oil		180g	21.00

* Mintel, 아마존

부록

설문지

가공식품에 대한 소비자 조사 - [참기름/들기름]

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. 10. 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 |

SQ4-2. 현재 귀하께서는 맥에서 참기름, 들기름을 보유/음식 조리에 사용하고 계신지요?

- 1) 참기름을 사용하고 있다
- 2) 들기름을 사용하고 있다
- 3) 참기름, 들기름을 모두 사용하고 있다
- 4) 참기름, 들기름을 모두 사용하지 않는다 설문종료

SQ5. 다음 중 귀하께서 최근 6개월 내 직접 구입하여 사용하신 제품을 모두 선택해 주세요.

- 1) 냉동식품(냉동만두, 냉동돈까스/너겟/동그랑땡/떡갈비, 냉동핫도그/튀김, 냉동피자, 냉동케익 등)
- 2) 식용유(공기름, 카놀라유, 해바라기씨유, 올리브유 등, 참기름/들기름은 제외)
- 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
- 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. 귀하의 첫째 자녀 연령 및 학년은 어떻게 되나요? 한국나이로 말씀해 주세요.

- | | | |
|-----------------|------------------|-----------------|
| 1) ~4세(영유아) | 2) 5세~7세(미취학) | 3) 8세~13세(초등학생) |
| 4) 14세~16세(중학생) | 5) 17세~19세(고등학생) | 6) 20세 이상/미혼 |
| 7) 20세 이상/기혼 | | |

SQ9. 귀하께서 현재 동거 중인 가족수는 몇 명 입니까?

- | | | | | |
|--------------|-------|-------|-------|----------|
| 1) 1명(본인 포함) | 2) 2명 | 3) 3명 | 4) 4명 | 5) 5명 이상 |
|--------------|-------|-------|-------|----------|

A. 참기름 구입 취식 행태

QA1. 귀하께서는 평소 참기름 제품에 대한 정보를 어떤 채널을 통해 알게 되시는지요?
 평소 참기름에 대한 정보를 얻으시는 채널에 모두 체크해 주시기 바랍니다.

		보기	정보채널
오프라인	1	공중파 TV광고(MBC, SBS, KBS)	1
	2	케이블 TV광고(JTBC, tvN, YTN, 조선TV 등)	2
	3	신문, 잡지 등 지면 광고	3
	4	매장/시장/판매점에서 (매장 내 진열/판매 상품)	4
	5	마트/시장/판매점 내 판매지를 통해서(소개/판촉 활동)	5
	6	마트/시장/판매점 내 포스터, 프로모션	6
	7	주변 지인/가족 소개/입소문	7
	8	TV 프로그램, 먹방, 방송 PPL/협찬 광고	8
	9	TV 홈쇼핑 판매 방송을 통해	
온라인	10	SNS 홍보/후기	9
	11	블로그 홍보/후기	10
	12	인터넷 포털사이트(네이버, 구글 등) 정보 검색	11
	13	판매 사이트(G마켓, 11번가, 쿠팡, 티몬 등) 내 제품 정보	12
	14	유튜브 등 인터넷 방송	13
	15	주요 제조회사 홈페이지	14
	16	온라인 채널 광고(Facebook, 인스타그램 등)	15
	17	온라인 음식 관련 인플루언서를 통해	16
	99	기타()	99

QA2. 귀하께서 평소 참기름을 구입하시는 장소, 채널에 모두 체크해 주십시오.

QA3. 귀하께서 평소 가장 자주 참기름을 구입하시는 장소, 채널을 하나만 선택해 주십시오.

항목	QA2	QA3
1) 시장/방앗간/기름집 등 직접 짜서 판매하는 참기름 집	1	1
2) 대형마트 (이마트, 롯데마트, 홈플러스 등)	2	2
3) SSM/대형수퍼 (이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데수퍼 등)	3	3
4) 동네수퍼/소형슈퍼마켓	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) 편의점(CU, GS25, 이마트24 등)(마켓컬리, 헬로우네이처, 오아시스 등)	8	8
9) 주변인을 통한 조달/구입(친척, 주변인 소개 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) TV 홈쇼핑	14	14
15) 유기농/친환경 식품 매장 (초록마을, 한살림 등)	15	15
16) 기타()	16	16

QA4. 과거(코로나 이전, 약 2년전)와 비교해 보시고 응답해주시기 바랍니다.
귀택에서의 평소 참기름 사용량/빈도가 어떻게 변화했다고 생각하시는지요?

QA5. 그렇게 변화하신 이유는 무엇인가요?

QA4. 구입 변화	QA5.이유
1) 과거/코로나 이전 대비 구입이 감소했다	
2) 과거와 큰 차이 없다	
3) 과거/코로나 이전 대비 구입이 증가했다	

QA6. 귀하께서 2022년 들어와서 참기름의 구입이 **늘어난** 채널, 장소를 모두 선택해 주십시오.

QA6-1. 귀하께서 2022년 들어와서 참기름의 구입이 **감소한** 채널, 장소를 모두 선택해 주십시오.

항목	구입증가	구입감소
1) 시장/방앗간/기름집 등 직접 짜서 판매하는 참기름 집	1	1
2) 대형마트 (이마트, 롯데마트, 홈플러스 등)	2	2
3) SSM/대형수퍼 (이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데수퍼 등)	3	3
4) 동네수퍼/소형슈퍼마켓	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) 편의점(CU, GS25, 이마트24 등)(마켓컬리, 헬로우네이처, 오아시스 등)	8	8
9) 주변인을 통한 조달/구입(친척, 주변인 소개 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) TV 홈쇼핑	14	14
15) 유기농/친환경 식품 매장 (초록마을, 한살림 등)	15	15
16) 기타()	16	16

QA7. 귀하께서 평소 참기름을 구입하실 때 가장 크게 고려하시는 점은 무엇인가요? 모두 선택해주십시오

QA8. 귀하께서 평소 참기름을 구입하실 때, 가장 중요하게 고려하는 것을 하나만 선택해 주십시오

R	전체 항목	설명. [제품 선택 시 고려 사항 설명문]	고려요소	핵심요소
1	저렴한 가격	기왕이면 가격이 저렴한 제품	1	1
2	판촉 할인 행사	기왕이면 판촉 행사를 하는 제품	2	2
3	가격 대비 양	기왕이면 양이 많은 제품	3	3
4	고소한 깨향	기왕이면 깨 향이 진한 제품	4	4
5	진열 상태	기왕이면 진열 상태가 온전한, 깔끔한 제품	5	5
6	제품 신뢰감	기왕이면 믿을 수 있는 제품(제조/판매자 신뢰)	6	6
7	제조회사	기왕이면 유명한 회사의 제품	7	7
8	원재료 특징	통깨인지, 참깨인지 등	8	8
9	원료 성분	기왕이면 믿을 수 있는 원료 성분 제품	9	9
10	깨의 원산지	기왕이면 원산지가 국산인 제품	10	10
11	유행 제품	기왕이면 친구/주변인들이 자주 먹는 제품	11	11
12	용기/패키지	기왕이면 포장 용기, 패키지가 좋은 제품	12	12
13	익숙한 제품	기왕이면, 늘 먹던 익숙한 제품	13	13
14	주변인 평판/소문	기왕이면, 후기, 입소문이 좋은 제품	14	14
15	제조 방식	기왕이면 직접 짠 제품	15	15
16	뒷처리	기왕이면, 분리수거 등 뒷처리가 간편한 제품	16	16
17	본인/가족 입맛	기왕이면, 나/가족이 좋아하는 맛의 제품	17	17
18	매장 취급/진열	기왕이면 진열대에서 눈에 잘 띄는 제품	18	18
19	품질인증	기왕이면, 품질 인증이 있는 제품	19	19

QA9. 귀하께서는 어떤 어떤 요리에 참기름을 활용하고 계시나요? 참기름을 사용하시는 요리에 모두 체크해 주십시오.

- (1) 각종 무침 요리에
- (2) 양념장/소스 만들 때
- (3) 각종 볶음류 요리에
- (4) 각종 국물요리(국, 탕, 찌개 등)에
- (5) 비빔밥/볶음밥/덮밥류
- (6) 각종 면 요리에
- (7) 각종 구이 요리에
- (8) 샐러드류
- (9) 각종 조림류
- (10) 각종 절임류

QA10. 귀하께서 참기름을 구입하시는 목적은 다음 중 어떤 이유입니까? 구입 이유를 모두 체크해 주십시오.

- (1) 집에서 요리에 사용하려고
- (2) 주변인 선물용으로 (명절, 인사 등)
- (3) 기타 ()

B. 참기름 카테고리 특성

이제부터는 참기름의 카테고리별 특징에 대해서 질문드리겠습니다.

QB1. 귀하께서는 평소 요리에 참기름을 사용하시는 이유는 무엇 때문인가요?

QB2. 귀하께서 평소 사용하시는 참기름은 다음 중 어떤 제품이신가요?

QB3. 귀하/귀댁에서 그러한 참기름 제품을 사용하시는 이유를 적어 주시기 바랍니다.

보기	사용 이유
1) 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름	
2) 시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 참기름	
3) 참기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 참기름	
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 참기름	

QB4. 귀하께서는 다음에 제시된 참기름 제품에 대해서 각각 얼마나 만족하시는지요? 만족하시는 정도를 5점 만점으로 평가해 주시기 바랍니다.

만족도 평가	매우 불만족	대체로 불만족	보통	대체로 만족	매우 만족
1) 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름	1	2	3	4	5
2) 시장, 방앗간, 기름집에서 직접 짜서 판매하는 참기름	1	2	3	4	5
3) 참기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 참기름	1	2	3	4	5
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 참기름	1	2	3	4	5

QB5. 귀하/귀댁에서 가장 선호하시는 참기름 제품은 무엇인가요?

QB6. 귀하께서 그 참기름 제품을 가장 선호하시는 이유를 적어 주십시오.

보기	선호 이유
1) 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름	
2) 시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 참기름	
3) 참기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 참기름	
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 참기름	

QB7. 그렇다면 귀하께서는 [QB2 응답값]을 평소 얼마나 자주 구입하셨는지요?
6개월간 구입하신 참기름 타입/종류별로 구입하신 빈도를 체크해 주십시오

- (1) 1개월에 1회 이상 (2) 2개월 1회 정도 (3) 3개월 1회 정도
(4) 4개월 1회 정도 (5) 5개월 1회 정도 (6) 6개월 1회 정도 (7) 그보다 드물게

QB8. 제시된 카테고리에 대한 귀하의 생각을 가장 잘 표현한 문장을 하나씩 골라주십시오.

항목(로테이션)	이 참기름에 대해 들어본 적은 있지만, 잘 알지는 못한다	이 참기름을 잘 알고 있지만 좋아하는 제품은 아니다	이 참기름을 좋아하지만 구입하고 싶지는 않다	이 참기름을 구입하고 싶지만 꼭 이 참기름 구입을 고집하지는 않는다	나는 비용과 시간이 더 들더라도 꼭 이 참기름을 구입하겠다
1) 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름					
2) 시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 참기름					
3) 참기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 참기름					
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 참기름					

QB9. 다음 제시된 참기름별로 현재 시장 지위는 어떠하다고 생각하시는지, 그 참기름의 상황을 가장 잘 표현한 문장을 하나씩 골라주십시오.

항목(로테이션)	이 참기름은 시장에서 하락하고 있다	이 참기름은 시장에서 안정/정체되어 있다	이 참기름은 시장에서 점진적으로 떠오르고 있다	이 참기름은 시장에서 급부상하고 있다
1) 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 참기름				
2) 시장, 방앗간, 기름집에서 직접 짜서 판매하는 참기름				
3) 참기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 참기름				
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 참기름				

QB10. 귀하께서 생각하실 때, 이전 대비 요즘 구입/사용하시는 참기름의 특징, 달라진 점 등을 무엇이든 좋으니, 자유롭게 적어 주시기 바랍니다.

QB11. 귀하께서 평소 기대하시는 좋은 참기름을 사용하고, 드실 때의 기분, 감정, 느낌을 무엇이든 좋으니, 자유롭게 적어 주시기 바랍니다.

C. 들기름 구입 취식 행태

QC1. 귀하께서는 평소 들기름 제품에 대한 정보를 어떤 채널을 통해 알게 되시는지요?
 평소 들기름에 대한 정보를 얻으시는 채널에 모두 체크해 주시기 바랍니다.

		보기	정보채널
오프라인	1	공중파 TV광고(MBC, SBS, KBS)	1
	2	케이블 TV광고(JTBC, tvN, YTN, 조선TV 등)	2
	3	신문, 잡지 등 지면 광고	3
	4	매장/시장/판매점에서 (매장 내 진열/판매 상품)	4
	5	마트/시장/판매점 내 판매지를 통해서(소개/판촉 활동)	5
	6	마트/시장/판매점 내 포스터, 프로모션	6
	7	주변 지인/가족 소개/입소문	7
	8	TV 프로그램, 먹방, 방송 PPL/협찬 광고	8
	9	TV 홈쇼핑 판매 방송을 통해	
온라인	10	SNS 홍보/후기	9
	11	블로그 홍보/후기	10
	12	인터넷 포털사이트(네이버, 구글 등) 정보 검색	11
	13	판매 사이트(G마켓, 11번가, 쿠팡, 티몬 등) 내 제품 정보	12
	14	유튜브 등 인터넷 방송	13
	15	주요 제조회사 홈페이지	14
	16	온라인 채널 광고(Facebook, 인스타그램 등)	15
	17	온라인 음식 관련 인플루언서를 통해	16
	99	기타()	99

QC2. 귀하께서 평소 들기름을 구입하시는 장소, 채널에 모두 체크해 주십시오.

QC3. 귀하께서 평소 가장 자주 들기름을 구입하시는 장소, 채널을 하나만 선택해 주십시오.

항목	QC2	QC3
1) 시장/방앗간/기름집 등 직접 짜서 판매하는 들기름 집	1	1
2) 대형마트 (이마트, 롯데마트, 홈플러스 등)	2	2
3) SSM/대형수퍼 (이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데수퍼 등)	3	3
4) 동네수퍼/소형슈퍼마켓	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) 편의점(CU, GS25, 이마트24 등)(마켓컬리, 헬로우네이처, 오아시스 등)	8	8
9) 주변인을 통한 조달/구입(친척, 주변인 소개 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) TV 홈쇼핑	14	14
15) 유기농/친환경 식품 매장 (초록마을, 한살림 등)	15	15
16) 기타()	16	16

QC4. 과거(코로나 이전, 약 2년전)와 비교해 보시고 응답해주시기 바랍니다.
 귀택에서의 평소 들기름 사용량/빈도가 어떻게 변화했다고 생각하시는지요?

QC5. 그렇게 변화하신 이유는 무엇인가요?

QC4. 구입 변화	QC5.이유
1) 과거/코로나 이전 대비 구입이 감소했다	
2) 과거와 큰 차이 없다	
3) 과거/코로나 이전 대비 구입이 증가했다	

QC6. 귀하께서 2022년 들어와서 들기름의 구입이 늘어난 채널, 장소를 모두 선택해 주십시오.

QC6-1. 귀하께서 2022년 들어와서 들기름의 구입이 감소한 채널, 장소를 모두 선택해 주십시오.

항목	구입증가	구입감소
1) 시장/방앗간/기름집 등 직접 짜서 판매하는 들기름 집	1	1
2) 대형마트 (이마트, 롯데마트, 홈플러스 등)	2	2
3) SSM/대형수퍼 (이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데수퍼 등)	3	3
4) 동네수퍼/소형슈퍼마켓	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) 편의점(CU, GS25, 이마트24 등)(마켓컬리, 헬로우네이처, 오아시스 등)	8	8
9) 주변인을 통한 조달/구입(친척, 주변인 소개 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) TV 홈쇼핑	14	14
15) 유기농/친환경 식품 매장 (초록마을, 한살림 등)	15	15
16) 기타()	16	16

QC7. 귀하께서 평소 들기름을 구입하실 때 가장 크게 고려하시는 점은 무엇인가요? 모두 선택해주십시오

QC8. 귀하께서 평소 들기름을 구입하실 때, 가장 중요하게 고려하는 것을 하나만 선택해 주십시오

R	전체 항목	설명. [제품 선택 시 고려 사항 설명문]	고려요소	핵심요소
1	저렴한 가격	기왕이면 가격이 저렴한 제품	1	1
2	판촉 할인 행사	기왕이면 판촉 행사를 하는 제품	2	2
3	가격 대비 양	기왕이면 양이 많은 제품	3	3
4	고소한 개향	기왕이면 개 향이 진한 제품	4	4
5	진열 상태	기왕이면 진열 상태가 온전한, 깔끔한 제품	5	5
6	제품 신뢰감	기왕이면 믿을 수 있는 제품(제조/판매자 신뢰)	6	6
7	제조회사	기왕이면 유명한 회사의 제품	7	7
8	원재료 특징	통깨인지, 참깨인지 등	8	8
9	원료 성분	기왕이면 믿을 수 있는 원료 성분 제품	9	9
10	깨의 원산지	기왕이면 원산지가 국산인 제품	10	10
11	유행 제품	기왕이면 친구/주변인들이 자주 먹는 제품	11	11
12	용기/패키지	기왕이면 포장 용기, 패키지가 좋은 제품	12	12
13	익숙한 제품	기왕이면, 늘 먹던 익숙한 제품	13	13
14	주변인 평판/소문	기왕이면, 후기, 입소문이 좋은 제품	14	14
15	제조 방식	기왕이면 직접 짠 제품	15	15
16	뒷처리	기왕이면, 분리수거 등 뒷처리가 간편한 제품	16	16
17	본인/가족 입맛	기왕이면, 나/가족이 좋아하는 맛의 제품	17	17
18	매장 취급/진열	기왕이면 진열대에서 눈에 잘 띄는 제품	18	18
19	품질인증	기왕이면, 품질 인증이 있는 제품	19	19

QC9. 귀하께서는 어떤 어떤 요리에 들기름을 활용하고 계시나요? 들기름을 사용하시는 요리에 모두 체크해 주십시오.

- (1) 각종 무침 요리에
- (2) 양념장/소스 만들 때
- (3) 각종 볶음류 요리에
- (4) 각종 국물요리(국, 탕, 찌개 등)에
- (5) 비빔밥/볶음밥/덮밥류
- (6) 각종 면 요리에
- (7) 각종 구이 요리에
- (8) 샐러드류
- (9) 각종 조림류
- (10) 각종 절임류

QC10. 귀하께서 들기름을 구입하시는 목적은 다음 중 어떤 이유입니까? 구입 이유를 모두 체크해 주십시오.

- (1) 집에서 요리에 사용하려고
- (2) 주변인 선물용으로 (명절, 인사 등)
- (3) 기타 ()

D. 들기름 카테고리 특성

이제부터는 들기름의 카테고리별 특징에 대해서 질문드리겠습니다.

QD1. 귀하께서는 평소 요리에 들기름을 사용하시는 이유는 무엇 때문인가요?

QD2. 귀하께서 평소 사용하시는 들기름은 다음 중 어떤 제품이신가요?

QD3. 귀하/귀댁에서 그러한 들기름 제품을 사용하시는 이유를 적어 주시기 바랍니다.

보기	사용 이유
1) 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름	
2) 시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 들기름	
3) 들기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 들기름	
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 들기름	

QD4. 귀하께서는 다음에 제시된 들기름 제품에 대해서 각각 얼마나 만족하시는지요? 만족하시는 정도를 5점 만점으로 평가해 주시기 바랍니다.

만족도 평가	매우 불만족	대체로 불만족	보통	대체로 만족	매우 만족
1) 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름	1	2	3	4	5
2) 시장, 방앗간, 기름집에서 직접 짜서 판매하는 들기름	1	2	3	4	5
3) 들기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 들기름	1	2	3	4	5
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 들기름	1	2	3	4	5

QD5. 귀하/귀댁에서 가장 선호하시는 들기름 제품은 무엇인가요?

QD6. 귀하께서 그 들기름 제품을 가장 선호하시는 이유를 적어 주십시오.

보기	선호 이유
1) 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름	
2) 시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 들기름	
3) 참기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 들기름	
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 들기름	

QD7. 그렇다면 귀하께서는 [QD2 응답값]을 평소 얼마나 자주 구입하셨는지요?

6개월간 구입하신 들기름 타입/종류별로 구입하신 빈도를 체크해 주십시오

- (1) 1개월에 1회 이상 (2) 2개월 1회 정도 (3) 3개월 1회 정도
 (4) 4개월 1회 정도 (5) 5개월 1회 정도 (6) 6개월 1회 정도 (7) 그보다 드물게

QD8. 제시된 카테고리에 대한 귀하의 생각을 가장 잘 표현한 문장을 하나씩 골라주십시오.

항목(로테이션)	이 들기름에 대해 들어본 적은 있지만, 잘 알지는 못한다	이 들기름을 잘 알고 있지만 좋아하는 제품은 아니다	이 들기름을 좋아하지만 구입하고 싶지는 않다	이 들기름을 구입하고 싶지만 꼭 이 들기름 구입을 고집하지는 않는다	나는 비용과 시간이 더 들더라도 꼭 이 들기름을 구입하겠다
1) 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름					
2) 시장, 방앗간, 기름집 등에서 직접 짜서 판매하는 들기름					
3) 들기름 전문 중소 기업에서 제조, 판매하는 들기름					
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 들기름					

QD9. 다음 제시된 들기름별로 현재 시장 지위는 어떠하다고 생각하시는지, 그 들기름의 상황을 가장 잘 표현한 문장을 하나씩 골라주십시오.

항목(로테이션)	이 들기름은 시장에서 하락하고 있다	이 들기름은 시장에서 안정/정체되어 있다	이 들기름은 시장에서 점진적으로 떠오르고 있다	이 들기름은 시장에서 급부상하고 있다
1) 가족/친척이 직접 짜서 제공해주는 들기름				
2) 시장, 방앗간, 기름집에서 직접 짜서 판매하는 들기름				
3) 들기름 전문 중소기업에서 제조, 판매하는 들기름				
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 들기름				

QD10. 귀하께서 생각하실 때, 이전 대비 요즘 구입/사용하시는 들기름의 특징, 달라진 점 등을 무엇이든 좋으니, 자유롭게 적어 주시기 바랍니다.

QD11. 귀하께서 평소 기대하시는 좋은 들기름을 사용하고, 드실 때의 기분, 감정, 느낌을 무엇이든 좋으니, 자유롭게 적어 주시기 바랍니다.

기타/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. 귀하의 월평균 소득(보너스, 이자, 집세 등을 포함한 금액)은 어느 정도입니까?

- | | | |
|-------------------|---------------------|-------------------|
| 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 |

[공공누리 제4유형] 개별이용조건



출처표시 저작물의 출처를 표시해야 합니다.

이용자는 공공저작물을 이용할 경우, 다음과 같이 출처 또는 저작권자를 표시해야 합니다.

ex) "본 저작물은 'OOO(기관명)'에서 'OO년'작성하여 공공누리 제4유형으로 개방한 '저작물명(작성자:OOO)'을 이용하였으며, 해당 저작물은 'OOO(기관명),OOO(홈페이지주소)'에서 무료로 다운로드할 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.



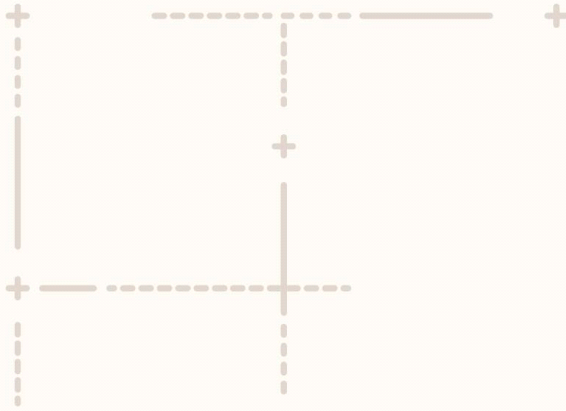
상업적 이용금지 비영리 목적으로만 이용 가능

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.



참기름·들기름 | 2022 가공식품 세분시장 현황

1. 이 보고서는 농림축산식품부에서 주관하고 한국농수산물유통공사가 시행한 [가공식품 세분시장 현황]의 보고서입니다.
2. 이 보고서 내용을 인용할 때에는 반드시 농림축산식품부에서 주관하고 한국농수산물유통공사가 시행하여 분석한 [가공식품 세분시장 현황] 보고서의 내용임을 밝혀야 합니다.
3. 이 보고서는 식품산업통계정보시스템(<http://www.atfis.or.kr>)에서도 보실 수 있습니다.

aTFIS
식품산업통계정보



FIS 카카오톡 채널