

발 간 등 록 번 호

11-1543000-002890-01



2019 가공식품 세분시장 현황

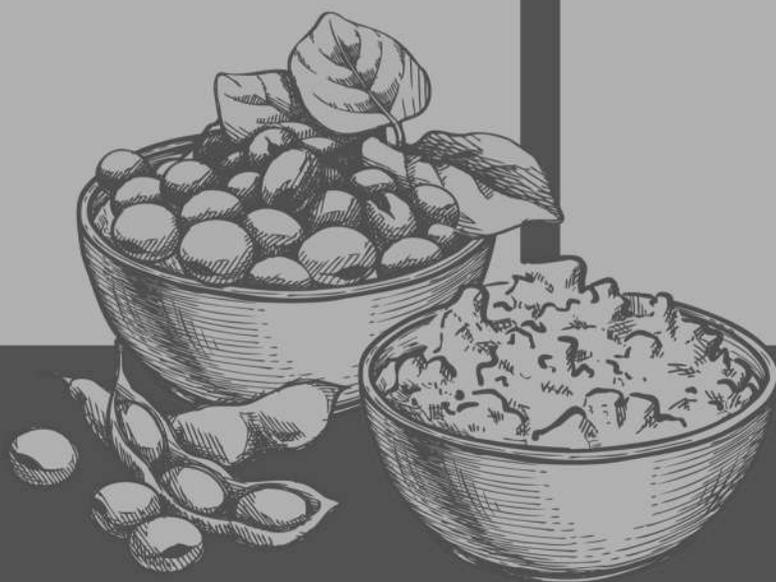
청국장 시장



© 2019. **at** 한국농수산물유통공사
All rights reserved.

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

2019
가공식품
세분시장 현황
청국장 시장



목차

청국장 시장 요약	1
-----------------	---

제 1 장 청국장 시장 조사 개요

제 1 절 조사 배경 및 목적	6
제 2 절 조사 대상 및 방법	7
1. 조사 대상	7
2. 조사 방법	7

제 2 장 청국장 시장 개요

제 1 절 청국장 개요	12
1. 청국장의 정의	12
2. 청국장 주요 제품	15
제 2 절 청국장의 역사와 영양	17
1. 청국장의 역사	17
2. 청국장의 영양 및 효능	18
제 3 절 청국장 관련 인증제도	21
1. 전통식품 품질인증 제도	21
2. 유기가공식품 인증제도	22
3. 대한민국 식품명인 제도	23
4. 소상공인 생계형 적합업종 제도	24

제 3 장 생산 및 수출 현황

제 1 절 가공기준 및 제조방법	28
1. 청국장의 가공기준 및 성분규격	28
2. 청국장 제조과정	33
제 2 절 주요 원료 현황	35
1. 청국장 주요 원료	35
2. 대두	36
제 3 절 생산 및 출하 현황	44
1. 청국장 생산 및 출하 현황	44
2. 주요 생산업체	46
제 4 절 수출입 현황	50



제 4 장 유통 및 판매 현황

제 1 절 유통구조	54
1. 청국장 유통 판매 구조	54
제 2 절 소매시장 규모	55
1. 청국장 소매시장 규모	55
2. 소매채널 판매 현황	56
제 3 절 주요 제품 소매채널 가격	57

제 5 장 소비 특성

제 1 절 빅데이터 조사 개요	60
1. 빅데이터 조사 개요	60
2. 빅데이터 분석 범위	60
3. 빅데이터 분석 내용	61
제 2 절 소비자 특성	62

제 6 장 해외 시장 동향

제 1 절 해외 청국장 유사 제품	72
제 2 절 일본 낫토 시장	73
1. 낫토의 역사 및 정의	73
2. 낫토의 종류 및 제조공정	75
3. 낫토 시장규모	83
4. 낫토 제품 트렌드	90

목차

[표 1-1] 빅데이터 조사 개요	9
[표 1-2] 품목별 사용 데이터의 양	9
[표 2-1] 재래식 청국장과 낫토의 비교	13
[표 2-2] 청국장의 특성	14
[표 2-3] 청국장 주요 제품	15
[표 2-4] 청국장의 영양학적 효능	19
[표 2-5] 청국장의 영양소 함유량	20
[표 2-6] 중소기업 적합업종 제도와 생계형 적합업종 제도 비교	24
[표 2-7] 청국장 적합업종 경과	25
[표 3-1] 장류 제조·가공기준 및 규격	28
[표 3-2] 청국장 관련 식품공전 주요 제·개정 현황	29
[표 3-3] 전통식품 품질 규격상 청국장 제조·가공기준	30
[표 3-4] 전통식품 품질 규격상 청국장 자재 기준	31
[표 3-5] 전통식품 품질 인증 청국장 제품	32
[표 3-6] 전통식품 품질 규격상 청국장의 품질기준	32
[표 3-7] 청국장 원료별 사용량 및 원산지 비중(2016)	35
[표 3-8] 콩의 색상별 분류 및 특징	37
[표 3-9] 콩의 용도별 분류 및 특징	38
[표 3-10] 국내 대두(백태) 생산 및 수입 현황	40
[표 3-11] 대두 수입량	41
[표 3-12] 대두 도매가격 추이	43
[표 3-13] 장류 내에서의 청국장 출하 비중	44
[표 3-14] 청국장 생산 및 출하실적	45
[표 3-15] 2018년 장류 제조업체 지역별 분포	46
[표 3-16] 2018년 기준 종업원 규모별 장류 출하 규모 현황	47
[표 3-17] 2018년 장류 주요 생산업체 20위 (출하액 기준)	47
[표 3-18] 청국장 주요 생산업체 특징	48
[표 3-19] 청국장 수출입 현황	51
[표 3-20] 해외로 유통되는 청국장	52
[표 4-1] 청국장 소매채널별 판매 규모	56
[표 4-2] 청국장 제품별 판매가격	57



[표 5-1] 청국장의 기대 요인	62
[표 5-2] 청국장의 기대 요인 세부언급 키워드	63
[표 5-3] 청국장의 우려 요인	63
[표 5-4] 청국장의 우려 요인 세부언급 키워드	64
[표 5-5] 청국장의 구매고려요인	65
[표 5-6] 청국장의 구매고려요인 세부언급 키워드	66
[표 5-7] 청국장의 원료베이스 언급 키워드	67
[표 5-8] 청국장 구입 장소	68
[표 5-9] 청국장 제품 타입	68
[표 5-10] 청국장을 구입하는 목적	69
[표 5-11] 청국장 선물 구입시 상황	69
[표 5-12] 청국장을 활용한 요리	69
[표 6-1] 해외 청국장 유사 제품(콩 발효식품)	72
[표 6-2] 낫토의 종류와 특징	76
[표 6-3] 일본 수입농산물 상위 10위 품목 변화추이(금액기준)	78
[표 6-4] 낫토의 영양성분(100g 기준)	81
[표 6-5] 일본 낫토 생산 현황	83
[표 6-6] 일본 낫토 시장규모	83
[표 6-7] 타카노식품주식회사(タカノフーズ株式会社)에서 판매하고 있는 낫토 제품	84
[표 6-8] 미즈칸(ミツカン)에서 판매하고 있는 낫토 제품	85
[표 6-9] 아즈마(あづま)에서 판매하고 있는 낫토 제품	86
[표 6-10] 일본 낫토 제조업체 Top3 연혁 및 특징	87
[표 6-11] 2018년 일본 판매량 Top5 낫토 제품의 가격	88
[표 6-12] 일본 낫토 수출 현황	89
[표 6-13] 콩의 크기에 따른 낫토 제품	90

목차

[그림 1-1] 조사 대상	7
[그림 2-1] 장류의 분류	12
[그림 3-1] 청국장 제조과정	33
[그림 3-2] 국내외 낫토의 대두 표기	39
[그림 4-1] 청국장 유통구조	54
[그림 4-2] 청국장 소매시장 규모	55
[그림 6-1] 낫토 제조과정	79
[그림 6-2] 낫토의 다양한 포장방법	79
[그림 6-3] 콩의 원산지 표시방법	80

2019 가공식품 세분시장 현황

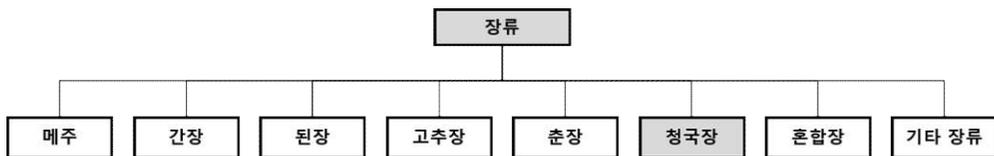
청국장 시장



청국장 시장 요약

1. 청국장 시장 개요

- 식품공전에 따르면 청국장은 ‘장류’의 하위 품목 중 하나이며, 두류를 주원료로 하여 바실러스(Bacillus)속균으로 발효시켜 제조한 것이거나, 이를 고춧가루, 마늘 등으로 조미한 것으로 페이스트, 환, 분말 등을 말함



2. 생산 및 수출입 현황

1) 생산 현황

- (2014년 대비 2018년 출하액 54.1% 증가) 2018년 출하액 기준 청국장은 장류 전체 시장에서 5.5%의 비중을 차지함. 청국장의 출하실적은 연도별로 다소 증감이 있으나 출하량은 2014년 8,048톤에서 2018년 12,824톤으로 59.3% 증가했으며, 같은 기간 출하액은 373.7억 원에서 575.7억 원으로 54.1% 증가함
- 2014년 대비 2018년 청국장이 장류 출하량에서 차지하는 비중은 1.5%에서 2.3%로 증가하였으며, 동기간 청국장이 장류 출하액에서 차지하는 비중은 3.6%에서 5.5%로 지속 증가하였음. 이는 1인 가구 증가 등으로 장류 시장이 다소 정체되고 있으나, 건강에 관한 관심 증가 및 냄새가 나지 않는 생청국장 판매 등으로 청국장에 대한 소비 수요가 증가하면서 생산실적이 성장한 것으로 판단됨



2) 수출입 현황

- (소규모로 수출 등락 반복) 청국장의 수출 규모는 매우 작은 상황임. 2014년 이후 청국장의 수출량 및 수출액은 등락을 반복하고 있음. 2017년 수출액은 이례적으로 높은 실적을 기록함
 - 수출량은 2014년 40톤 대비 2018년 19톤으로 52.5% 감소했으나, 수출액은 같은 기간 18만 7,770달러에서 20만 3,735달러로 8.5% 증가함. 다만 2017년에는 62만 7,963달러의 이례적으로 높은 수출액을 기록하였음.
 - 해외 식품 박람회에서 인삼·홍삼, 면류, 청국장을 포함한 장류 제품에 대한 체험형 판촉 행사 등을 개최하며 청국장을 알리기 위한 다양한 노력을 진행 중이나 아직 청국장은 외국인들보다는 한인 마트를 중심으로 한국 이민자들에게 주로 유통되는 실정임

- (2018년 닛토 수입으로 급증) 청국장의 수입실적은 지속 성장하고 있음. 수입량 기준으로 2014년 92톤에서 2017년 249톤으로 171% 성장하였으며, 동기간 수입액은 43만 2,562달러에서 114만 4,470달러로 165% 성장하였음. 이는 국내에 수입 시 ‘청국장’으로 분류되는 닛토 때문으로, 건강 트렌드에 따라 일본식 청국장인 닛토의 인기가 국내에서 높아지면서 수요가 늘어났기 때문임

3. 유통 및 판매 현황

1) 유통 현황

- 청국장 제조업체에서 생산된 제품의 약 70%가 B2B에서 판매되고 있고, 30% 정도가 B2C에서 판매되고 있는 것으로 추정됨
 - 청국장은 다른 소매채널에 비해 독립슈퍼의 유통 비중이 큰 특징이 있는데, 이는 독립슈퍼가 지역별로 다양하고, 지역별 소규모 제조업체가 거점유통을 하고 있으므로 상대적으로 독립슈퍼 유통 비중이 높은 특징이 있음



2) 소매시장 판매 현황

- (소매시장 판매 소폭 감소) 청국장 소매시장 규모는 2018년 기준 93.5억 원이며, 이는 2016년 98.6억 원보다 5.2% 감소함(낫토 제품 매출액 제외한 수치임)
- 1인 가구 및 맞벌이 가구 증가 등의 사회적 구조 변화로 인해 전통장류 판매가 다소 주춤 및 감소하는 상황임
- 반면 낫토 시장은 300억 이상 넘는 규모를 형성하며 청국장보다 큰 소매시장을 형성한 상황임

4. 소비자 특성

- (건강식품이라는 인식 확대) 청국장 섭취를 통해 기대하는 주된 요인으로 ‘맛’ 다음 ‘건강’에 대한 언급 비중이 높았는데, 변비 및 장 건강 개선이나 항암 효과 등 건강에 도움이 되는 식품이라는 인식이 소비자들에게 강하게 자리 잡음
- 청국장 기대 요인인 건강 키워드와 관련한 세부 언급 키워드는 변비 개선, 항암 효과, 면역력 증진, 노화 예방, 장 건강, 성인병 예방, 혈관 건강 등으로 나타나, 건강식품으로 이미지가 깊게 자리 잡고 있음
- 청국장 우려 요인으로는 첨가물, 발암물질, 방부제 등 우려 성분에 대한 언급이 가장 활발하게 나타나, 건강식품으로써의 청국장에 기대하는 바는 첨가제가 없는 건강한 제품이라는 인식으로 분석됨
- (주위 평판에 의해 선택) 청국장 구매 시 고려요인은 주위 평판, 가격, 패키지, 원산지 등으로 나타남. 건강식품의 특성상 먹어서 실제로 효과를 보거나, 이취가 없는 좋은 제품인지에 대해 주변의 추천 등이 가장 중요한 구매 요인으로 작용하기 때문으로 분석됨
- (국산 콩에 대한 선호) 청국장 구매 시 고려요인 중 원산지에 대한 언급은 국내산의 비중이 매우 높으며, 원료 베이스에 대해 콩(백태)의 비중이 압도적으로 높고 검은콩이나 완두콩 등 다른 콩 종류에 대한 비중은 작음. 따라서 소비자들은



국내산 콩으로 만든 청국장을 선호하는 것으로 분석됨. 관련하여 실제 블로그 내용을 살펴보면 수입콩은 GMO(유전자 조작) 콩이라는 우려가 나타나, NON-GMO 국산콩 제품에 대한 선호가 나타나는 것으로 보임

- (요리 외에 선물 목적으로 구입) 청국장 구입목적은 요리 및 선물로 나타나며, 선물의 경우 명절, 행사, 새해 선물, 어버이날 등으로 세부 언급 키워드가 나타남. 건강식품으로써의 청국장 인식에 따라 중·노령층 선물로 판단됨

5. 일본 낫토 시장

- 낫토 생산량은 2014년 22만 5천 톤에서 2018년 26만 1천 톤으로 매년 증가하고 있으며, 2014년 대비 2018년에 16.0%의 성장세를 보임
 - 일본 국내 낫토 시장규모는 2014년 1,977억엔에서 2018년 2,497억엔으로 매년 증가하고 있으며, 2014년 대비 2018년에 26.3%로 성장함. 2013년 12월 일식이 유네스코 문화유산에 등록됨에 따라 일본 내에서 발효식품 붐이 일어나고, 건강에 대한 소비자의 관심이 증가함에 따라 2015년부터 일본 국내 낫토 시장이 급격히 성장하고 있음
- 낫토 수출량은 2017년 HS코드에 낫토 항목이 신설되어 정확한 수출 통계를 확보할 수 있게 되었음. 낫토 수출액은 2017년 9억 57백만엔에서 2018년 9억 82백만엔으로 2.6% 증가함. 주된 수출 국가는 2018년 기준 미국, 한국, 중국, 대만, 홍콩 순으로 나타남
 - 2017년 대비 2018년 한국에 대한 낫토 수출액은 4.4백만엔 감소하였으나, 2위였던 중국의 수출액이 11.6백만엔 감소함에 따라 한국이 수출국 2위에 오름. 중국의 수출액 감소는 홍콩을 통한 중개 무역의 영향으로 분석됨 (2017년 대비 2018년 수출액 증감, 중국 - 11.6백만엔 / 홍콩 +14.9백만엔)

제 1 장

청국장 시장 조사 개요

제 1 절
조사 배경 및 목적

제 2 절
조사 대상 및 방법





제 1 절 조사 배경 및 목적

- 2010년 이래 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사 주관하에 가공식품 품목별 세분시장 현황조사 보고서를 매년 발간하고 있음
 - 품목별 가공식품 세분시장 현황조사의 목적은 식품기업·학계·정부·유관기관 등에 심층적인 정보를 제공하여 식품산업 발전을 도모하는 데 있음

- 가공식품 시장이 꾸준히 성장하면서 소비자 라이프 스타일 변화에 따라 시장 환경이 다양해지고 빠르게 변화하고 있음. 기업들은 이러한 시장 속에서 기회를 발견하고 환경에 맞는 전략 수립으로 생존을 유지해갈 필요가 있음

- 이에 본 조사는 가공식품 산업 구조를 고려한 자료 수집 및 분석을 통해 식품산업 관련 이해관계자들에게 시장의 가치 있는 기본 정보를 제공하고자 함
 - 본 보고서에 제시된 내용은 객관성 및 타당성을 담보한 데이터를 기반으로 폭넓고 깊이 있게 분석하였으며, 가공식품 전문가의 의견 수렴 및 검토를 통해 수요자 니즈에 부합하는 콘텐츠를 구성함
 - 본 조사의 활용 가치로는 첫째, 가공식품과 관련된 이해관계자들에게 실질적이고 가치 있는 정보를 제공하는 것이 목적임
 - 둘째, 정보 수집이 어려운 중소기업에 시장 전략 수립의 기초 자료가 될 수 있는 정보를 제공하고자 함
 - 마지막으로 농식품 유관기관의 가공식품 관련 정책에 직·간접적으로 활용될 수 있도록 본 조사를 시행함

제 2 절 조사 대상 및 방법

1. 조사 대상

- 2019년 가공식품 세분시장의 조사대상은 간편식, 음료류, 커피류, 두부류·묵류, 과자류 등을 포함한 총 10개의 품목으로 구성되어 있으며, 이번 품목군은 ‘청국장’ 임

[그림 1-1] 조사 대상



2. 조사 방법

- 조사 방법은 크게 문헌조사와 빅 데이터 조사로 이루어짐

1) 문헌조사

- 주요 국내 문헌 자료는 식품의약품안전처의 식품공전과 관세청 수출입 무역통계, 식품산업통계정보(FIS)임



- 청국장 정의와 분류는 식품의약품안전처의 식품공전 기준을 활용하였으며, 국내 생산 및 출하실적은 식품 및 식품첨가물 생산 데이터를 활용함
- 수출입은 관세청 수출입 무역통계 실적을 바탕으로 분석하였으며, 소매유통은 식품산업통계정보(FIS)의 소매점 매출액, 소비는 언론 리포트/기사와 소셜네트워크서비스(SNS) 자료를 추출하여 빅데이터 분석을 진행함. 그 외 확인이 어려운 부분은 전문가 인터뷰를 활용함
- 일본 해외동향은 일본 및 국내 언론 리포트와 기사 등을 이용하여 분석함

2) 빅데이터 조사

- SNS는 실시간 의사소통과 정보 공유가 가능한 플랫폼으로 소비자의 생각과 언어가 기록되어 있음. 소비자 언어 기반의 SNS 자료를 수집하여 소비자 특성에 대해 분석하였음
 - 분석 대상 채널은 다른 SNS에 비해 제품 후기부터 일상생활까지 다양한 정보가 기록되어 있는 네이버 블로그로 선정하였음
 - 분석 기간은 최근 트렌드를 반영하기 위하여 2018년 4월 1일부터 2019년 4월 30일인 1년 1개월 자료를 수집하여 분석함
 - 분석에 사용한 데이터의 양은 5,564건이며, 데이터 추출에 사용된 키워드는 ‘청국장’ 임
- 빅데이터 분석 방법은 다음과 같은 단계로 진행됨
 - 1단계 데이터 수집 : 분석 대상 채널에서 관련 키워드를 포함한 문서들을 수집 엔진으로 수집함
 - 2단계 데이터 정제 및 언어처리 : 수집된 데이터에 불필요한 요소들을 제거하고, 비정형화된 자료들을 정형화하기 위해 작업하는 일련의 과정을 거쳐 신뢰성 높은 데이터를 확보함
 - 3단계 데이터 정형화 및 분석 : 정제된 데이터를 정형화하고, 그 결과물을 조사 목적에 맞게 분석함



- 본 보고서는 빅데이터 분석 시, 품목별 키워드를 통해 자료를 수집하였고, 브랜드 및 제품을 언급한 문서들만 추출하여 청국장으로 정의하였음

[표 1-1] 빅데이터 조사 개요

추출 키워드	○ 청국장
가공식품 정의	○ 품목별로 가공식품 주요 브랜드 및 제품을 언급한 문서만 추출하여 가공식품 시장으로 정의함
수집 시기	○ 2018년 4월 1일 ~ 2019년 4월 30일 (1년 1개월)
수집 채널	○ 네이버 블로그
총 언급량	○ 5,564건

[표 1-2] 품목별 사용 데이터의 양

(단위:건)

품목	데이터의 양
청국장	5,564

제 2 장

청국장 시장 개요

제 1 절
청국장 개요

제 2 절
청국장의 역사와 영향

제 3 절
청국장 관련 인증제도



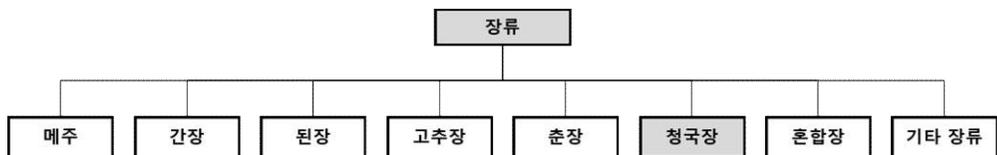


제 1 절 청국장 개요

1. 청국장의 정의

- 식품공전에 따르면 청국장은 ‘장류’의 하위 품목 중 하나이며, ‘장류’의 정의는 다음과 같음
 - 장류라 함은 동·식물성 원료에 누룩균 등을 배양하거나 메주 등을 주원료로 하여 식염 등을 섞어 발효·숙성시킨 것을 제조·가공한 것으로 한식메주, 개량메주, 한식간장, 양조간장, 산분해간장, 효소분해간장, 혼합간장, 한식된장, 된장, 고추장, 춘장, 청국장, 혼합장 등을 말함
 - 이 중 청국장이란 두류를 주원료로 하여 바실러스(Bacillus)속균으로 발효시켜 제조한 것이거나, 이를 고춧가루, 마늘 등으로 조미한 것으로 페이스트, 환, 분말 등을 말함
 - 또 다른 정의로는 청국장(淸麴醬)은 된장의 한 종류로 단기숙성으로 단시일 내에 제조하여 먹을 수 있게 만든 장이라 하여 전국장(戰國醬), 전시장(煎豉醬) 등 다양한 명칭으로 불리며, 영문명으로는 CHEONG-GUG-JJANG, fermented soybean 등으로도 불림. 콩을 삶아 질그릇에 담고 짚으로 싸서 따뜻한 방에 두어, 진이 나도록 띄운 뒤에 마늘·생강·굵은 고춧가루·소금 등을 섞어 그냥 먹기도 하고 고기, 두부, 고추 등을 넣어 찌개를 만들어 먹기도 함¹⁾

[그림 2-1] 장류의 분류



※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2019.03.08. 개정 고시

- 청국장의 종류는 크게 재래식 청국장과 생청국장으로 분류할 수 있으며, 이 중 생청국장은 형태와 섭취방법 등에 따라 일본의 낫토(納豆)와 비슷하게 보기도 함
- 재래식 청국장과 일본 낫토는 사용 원료, 발효방법 및 기간, 섭취방법 등이

1) 청국장, 한국민족문화대백과사전



상이하하며 이는 [표 2-1]에서 비교함

- 청국장은 된장, 고추장, 간장 등과 함께 전통식품 중 하나로서 오래 두고 먹을 수 있으며, 성인병 예방 및 장수, 변비 해소 등에 도움을 주는 식품으로 과거부터 애용되어 온 식품임. 그러나 주로 찌개로 요리되던 청국장 냄새에 대한 젊은 층의 거부감과 웰빙 트렌드에 따라 최근에는 가열하면서 파괴되었던 효소와 균주를 유지하면서 냄새가 거의 나지 않는 생청국장 혹은 낫토를 선호하는 추세를 보임
- 한국의 재래식 청국장은 개인의 기호에 따라 원하는 콩을 삶아서 만들지만, 일본의 낫토는 일본 정부가 허가한 고초균만을 쓸 수 있으며, 그 균을 인위적으로 주입하여 다른 균이 침입하지 못하도록 포장된 상태에서 발효를 시켜 일정한 맛을 유지

[표 2-1] 재래식 청국장과 낫토의 비교

구분	재래식 청국장(한국)	낫토(일본)
이미지		
정의	국내산 대두를 주원료로 하여 전통적인 방법으로 발효 등의 과정을 거쳐 만든 제품	일본식 발효 청국장으로 대중화된 전통식품
종류	지역에 따라 담금 방식에 의해 명칭이 상이함 (담복장, 품품장, 통통장 등)	이토비키낫토, 시오카라낫토, 고토낫토 등으로 분류되며, 주로 낫토라고 하면 이토비키낫토를 뜻함
사용 원료	주원료 : 콩, 식염 부원료 : 기타 식물성 원료	대두, 청태, 흑태 등을 사용하며 식염을 첨가하지 않음
발효방법	벗짚을 그대로 이용하여 발효함 (최근에는 고초균을 추출하여 사용함). 낫토와 다르게 벗짚을 그대로 이용하기 때문에 고초균 외의 다양한 균이 함께 발효되어 냄새가 더 강하게 날 수 있음	벗짚에서 추출 배양한 단일 고초균을 사용하여 발효함
발효기간	발효: 40~50℃ / 2~3일 저장: 발효가 끝난 콩에 소금 등을 넣어서 저장 식품으로 활용	발효: 38~42℃ / 16~24시간 숙성: 5℃ 이하에서 고초균 휴면 상태로 숙성
섭취방법	주로 찌개로 조리함 (가열 섭취)	주로 간식과 사이드 메뉴로 이용 (비가열 섭취)
냄새	특유의 냄새가 있음	냄새가 거의 나지 않음

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 2016.09 / 한국민족문화대백과
'청국장의 생리활성', 한국식품영양과학회 1999.08 / 전국낫토협동조합연합회(<http://natto.or.jp>)
(유)쿠라시아식품 공전문점(<https://beansmarket.jp>)



- 청국장의 주원료인 콩의 성분에 따른 영양적 특성 및 다른 장류들과 비교되는 청국장만의 효능은 다음과 같음

[표 2-2] 청국장의 특성

구분	특성
1	콩만 이용하는 우리나라 전통 발효식품으로, 전통적으로 청국장 원료로 국내산 대두를 사용하여 알이 굵고 깨끗하여 노란색을 띠고 있음
2	전통장류 중에 유일하게 소금을 첨가하지 않고 고온에서 숙성으로 발효시킨 식품으로, 전통적으로는 콩을 수확한 뒤인 늦가을부터 초봄 사이에 제조·이용함
3	발효과정에서 바실러스균이 만들어 내는 가수분해 효소에 의해 콩에 있는 단백질, 탄수화물 및 지방질이 소화되기 쉬운 상태로 분해되므로 소화흡수율이 뛰어나 영양학적으로 우수함
4	콩에서 유래된 각종 생리활성물질(isoflavones, phytic acid, saponin, trypsin inhibitor, tocopherol, 불포화지방산, 식이섬유, 올리고당)과 항산화물질 용해 효소를 다량 함유하고 있어서 고혈압 방지 효과, 콜스테롤 저하능, 항돌연변이성, 항암성, 항산화성, 혈전 용해능 등이 있음
5	발효과정에 생성되는 효소의 작용으로 섬유소 및 세포 내의 당질, 단백질을 분해하여 소화의 향상과 변비 개선 효과가 있으며, Bacillus sp.은 발암물질이나 ammonia, indole 등을 흡착, 배설시키는 작용을 한다고 알려져 있음
6	영양 면에서 된장이나 고추장보다 단백질과 지방 함량이 높은 식물성 고 영양식품으로, 필수아미노산 및 지방산의 급원 식품으로써의 역할을 담당함

- ※ ‘소비자들이 선호하는 청국장의 특성 비교’, 한국식품영양화학회지 2014
 ‘Bacillus subtilis로 제조한 검정콩 청국장의 항돌연변이 및 항암활성 증진 효과’, 대한암예방학회지 2007
 ‘청국장의 생리활성과 산업적 적용’, 한국식품과학회 2005

2. 청국장 주요 제품

- 기존에 찌개로 끓여 먹었던 청국장은 식감이나 냄새에 대한 소비자들의 거부감 등으로 수요가 점차 감소하는 추세임. 그러나 최근 웰빙 및 힐링 트렌드에 따라 건강식품에 관한 관심이 증가하면서 찌개용 청국장 이외에 청국장 가루나 환 등으로 형태가 다양화되어 소비를 촉진하고 있음
- 최근 청국장을 간편하게 이용할 수 있도록 나온 찌개나 양념장 형태로 나온 제품은 식품공전 기준 ‘청국장’ 으로 분류되지 않고, 혼합장이나 소스류로 제조되고 있는 특징이 있음
- 일반 청국장과 생청국장은 대기업 식품업체에서 많이 출시되었으며, 청국장 가루, 환 등의 제품은 중견·중소 식품업체의 제품이 많이 출시되어 있음

[표 2-3] 청국장 주요 제품

구분	제품명	주요 원재료 및 특징	이미지	식품공전 기준 식품의 유형
청국장	다담 청국장찌개 (CJ제일제당)	- 잡냄새가 적은 청국장에 양념을 더함 - 청국장 47.08%[대두(수입산), 정제소금(국산)], 정제수, 정제소금(국산), 메주볶배기된장그린3.2%, 청국장분말2.1%[대두(수입산)] 등		혼합장 (살균제품)
	다담 볶배기 청국장 찌개양념 (CJ제일제당)	- 양파, 고춧가루, 마늘 등 양념이 되어있어 추가 양념을 하지 않아도 되며, 파우치 형태로 휴대가 용이함 - 정제수, 청국장36.98%[대두(수입산)], 정제소금(국산), 정제소금(국산), 메주볶배기된장그린{된장, [대두(수입산), 소맥분(밀, 미국산, 호주산)], 주정, 청국장분말1.62%[대두(수입산)] 등		소스류 (살균제품)
	종가집 전통 청국장 (대상FNF)	- 국산콩 100%를 식물성 유산균으로 발효한 제품임 - 청국장 94.38%[대두100%(국산), 종균], 정제염(국산), 주정		청국장
	순창문옥례 우리콩청국장 (순창문옥례식품)	- 식품명인으로 지정된 문옥례(식품명인 36호)명인이 옛 순창지방의 독특한 방식으로 제조함 - 대두95%(국산), 정제소금(국산)		청국장



구분	제품명	주요 원재료 및 특징	이미지	식품공전 기준 식품의 유형
생 청국장	종가집 우리종균 생нат토 (대상 FNF)	<ul style="list-style-type: none"> 한국인에게 맞는 종균을 사용하여 만든 생нат토와 간장소스와 겨자소스가 별도 포장되어 있음 нат토[대두100%(국내산), 종균], 종가집간장소스, 종가집겨자소스, 마요네즈, 고과당, 겨자분 등 		청국장
	찬마루 국산콩 생청국장 (플무원)	<ul style="list-style-type: none"> 국산 백태를 천천히 띄워 구수한 맛을 살렸으며, 합성향료, 소브산칼륨(보존료)를 사용하지 않음 청국장95%[대두100%(국내산), 종균], 주정, 천연염(국내산) 		청국장
	실의 힘 유자нат토 (플무원)	<ul style="list-style-type: none"> 국산 생нат토에 유자소스가 들어있는 것이 특징임 국산콩нат토(대두:국내산), 유자소스10%, 발효식초, 양조간장, 과당, 레몬농축과즙액, 잔탄검 		청국장
	우리콩으로 만든 생нат토 (오투기)	<ul style="list-style-type: none"> 100% 국산콩으로 만들어졌으며 쇠고기조미소스와 연겨자가 들어있음 нат토89.28%[대두100%(국산)], 쇠고기조미소스, 식염(국산), 다시마엑기스, 연겨자, нат토(대두), 소맥(밀) 		청국장, 가열하지 않고 섭취하는 냉동식품
청국장 가루	청국장분말 (성진식품)	<ul style="list-style-type: none"> 국산콩을 전통방식으로 자연 발효시켜 분말형태로 만든 제품 대두100%(국내산) 		청국장
	황토방청국장가루 (상촌식품)	<ul style="list-style-type: none"> 식품명인으로 지정된 권기옥(식품명인 제37호) 명인이 100%국산원료만을 사용하여 만든 제품 대두(국산)100% 		청국장 (분말제품)
청국장환	동강마루 청국장환 (영월농협)	<ul style="list-style-type: none"> 환 형태로 만들어져 가열하지 않고 씹어 먹거나 우유, 요구르트 등과 먹을 수 있음 청국장95%(대두100%국산), 찹쌀5%(국산) 		기타가공품

※ 각 제조사 홈페이지 및 유통사 온라인몰 참조



제 2 절 청국장의 역사와 영양

1. 청국장의 역사2)

- 청국장은 우리 고유의 음식으로 청국장의 역사는 고구려 시대로 거슬러 올라감. 고구려와 발해의 땅인 만주 지방에서 말을 몰고 다니던 우리 선조들은 콩을 삶아 말안장 밑에 넣고 다니며 수시로 먹음. 이때 말의 체온(37~40C)에 의해 삶은 콩이 자연 발효된 것이 청국장의 원조라고 볼 수 있음
- 서기 671년, 신라의 30대 왕인 문무왕이 당나라의 장군 설인귀가 웅진도독부를 설치하는 것을 막기 위해 보낸 항의문에 웅진 길이 막혀 염시(삶은 콩에 누룩을 섞어 소금에 담갔다가 발효시켜 말린 것)가 바닥났다는 내용이 있는데, 염시가 지금의 청국장이라고 하기도 함
- 조선 숙종 때의 실학자 홍만선이 1715년에 쓴 농업백과사전인 「산림경제(山林經濟, 홍만선, 1715년)」 중 전고장류법(煎鼓醬類法)에 전국장(戰國醬)이라는 명칭이 처음 등장함. 전쟁이 발생해도 단기숙성 형식으로 빨리 만들어 먹을 수 있다고 해서 청국장의 어원이 전국장(戰國醬)이라는 설을 뒷받침함
- 청국장이 문헌에 처음 보인 것은 1760년(영조 36) 유중임(柳重臨)에 의하여 보강된 「증보산림경제(增補山林經濟, 1760년)」에서임. ‘대두를 잘 씻어 삶은 후 고석(벧짚)에 싸서 따뜻하게 사흘간 두면 실이 난다’ 고 청국장 만드는 법에 대해 자세히 기술함
 - "햇 콩 한 말을 가려서 삶은 뒤에 가마니 등에 쟁이고, 온돌에서 3일간 띄워 실(絲: 사)이 생기면 따로 콩 다섯 되를 볶아 껍질을 벗겨 가루 내고 이를 소금물에 혼합하여 절구에 찧는다. 때때로 맛을 보며 소금을 가감하고, 너무 짜면 다시 꺼내어 오이·동아·무 등을 사이사이에 넣고 입구를 봉하여 독을 묻어 일주일이 지나면 먹어도 된다." 고 나와 있음
- 1939년에 발행된 「조선요리법(朝鮮料理法)」의 청국장 요리법으로는 콩과 함께 건대구·천복·해삼·양지머리·사태·곱창·도가니·무 등의 부재료를 넣어 끓이고, 통고추를 넣는다고 설명되어 있음

2) 문화스토리텔링-청국장찌개, 문화체육관광부



2. 청국장의 영양 및 효능³⁾

1) 청국장의 건강 기능적 영양 효과

- 청국장은 대두 발효식품 중 숙성 장류의 하나로, 숙성 중에 단백질이 분해되어 가용성 질소화합물인 펩톤, 폴리펩톤 및 아마이드(Amide)가 생성되어 소화되기 쉽고 식품학적 가치가 향상된 우수한 단백질 식품임
- 일반 장류와 달리 증자한 대두에 고초균을 접종해 숙성 발효한 후에 가미하여 식용할 수 있어 전통 대두 발효식품 중에 가장 단기간에 섭취할 수 있음. 이에 따라 소화율이 높고 된장이나 고추장보다 풍부한 단백질 공급원으로서 중요한 역할을 함
 - 원료인 증자 대두는 발효과정 동안 고초균이 생성하는 여러 효소에 의해 콩 껍질이나 세포막을 구성하고 있는 섬유소 및 세포 내의 당질이나 단백질이 분해되면서 소화율이 향상되고 유리 아미노산 함량이 많아짐
 - 콩을 익혀 먹으면 소화흡수율이 60%에 이르지만, 청국장으로 만들어 먹으면 소화흡수율이 90%까지 향상됨. 또한, 발효과정에서 콩에 없거나 부족했던 비타민 B1, B2, B6, B12 등이 새로 생기거나 늘어남. 특히 비타민 B2의 증가가 두드러지며, 혈액을 응고시키는 단백질인 비타민 K 중에 K2의 함량도 증가하는 것으로 알려져 있음
 - 대두는 콩과식물 중 유일하게 8가지 필수 아미노산(아이소류신, 류신, 라이신, 메티오닌, 페닐알라닌, 트레오닌, 트립토판, 발린)을 모두 함유하고 있음
 - 콩의 이소플라본 성분은 동맥경화를 예방하는 고밀도지단백(HDL) 콜레스테롤을 높이는 효과가 있어 뇌졸중이나 심부전 등 각종 심혈관계 질환을 예방해줌
 - 콩의 레시틴 성분은 물과 기름을 섞이게 하는 독특한 성질로 인해 인체 안의 지방을 작은 입자로 분해하는 등 지방 대사를 촉진하여 지방간 예방에 유익함
- 청국장의 발효균인 고초균(바실러스, *Bacillus Subtilis*)은 증식하면서 프로테아제(Protease)가 생성되는데, 이 효소는 장내 부패균의 활동을 억제하고 병원균에 대한 항균작용을 가짐

3) 전통음식-장류, 한국전통식품포털(www.tradifood.net)
비실비실 腸엔 청국醬이 짱!, 문화일보, 2016.04.27



- 이에 따라 부패균이 만드는 발암물질이나 암모니아, 인돌, 아민 등 발암촉진물질을 감소시키고, 유해 물질을 흡착하고 배설시키는 작용을 함
- 청국장 10g에는 약 100억 마리의 고초균이 존재하는데, 이 균이 증식되면서 각종 소화효소(단백질 분해효소, 섬유질 분해효소)를 대량으로 만들어 냄. 따라서 변비를 치료해주며 장의 기능도 개선함
- 또한, 고초균은 유기산을 생성하여 장을 자극해 소화를 도움. 청국장은 변비 개선, 항암 효과, 혈압 억제작용, 혈전 용해작용, 심장병 예방, 당뇨병 예방, 골다공증 억제 등의 성인병 예방 효과를 가지는 것으로 보고됨

[표 2-4] 청국장의 영양학적 효능

효능	작용하는 효소	설명
변비 개선	섬유질	다른 음식과 비교하였을 때, 청국장에 들어있는 섬유질의 양이 많으며 이는 다량의 수분을 흡수하고 있으며, 대장벽을 자극하여 변비를 개선해줌
뇌졸중 예방	단백질 분해효소	생청국장의 단백질 분해효소 작용을 통해 혈전을 예방할 수 있으며, 이를 통해 뇌졸중 예방을 함
암 예방	제니스테인	암은 세포 유전자가 손상되는 단계와 세포 분열이 빨라지는 단계로 나뉘는데, 제니스테인이 세포 분열이 빨라지는 것을 억제하는 역할을 함. 파이텍산, 트립신 억제제 같은 항암물질도 청국장에 포함되어 있음
혈압 강하제	아미노산, 포타슘	인체에서 고혈압을 일으키는 ACE(Angiotensin Converting Enzyme)라는 효소가 있는데, 이 효소가 바실러스라는 균에 의해 분해되면서 만들어지는 아미노산 조각들이 ACE 효소의 활성을 억제하는 작용을 함. 또한, 생청국장에 들어있는 포타슘은 신체에 쌓인 소금성분의 나트륨을 체외로 배출시켜주는 작용을 하여 혈압이 오르는 것을 방지해줌
당뇨병 치료 및 예방	B ₂ 트립신 억제제	청국장에 들어있는 트립신 억제제 물질은 췌장에 자극을 주어 인슐린의 분비를 촉진함. 인슐린이 부족한 당뇨병 환자들의 치료를 도움
독소 배출	레시틴	레시틴은 내장에 있는 독소들을 신장으로 보내 소변으로 배출시키거나 간으로 보내 분해하는 역할을 함. 또한, 수분과 지방분의 균형을 맞춰 노화로 인한 수분감소로 피부에 주름이 생기는 것을 방지해줌
치매 예방	레시틴	청국장에 들어있는 레시틴이 분해되면서 콜린이라는 물질이 생성되는데, 콜린(Choline)은 치매 환자에게 부족한 아세틸콜린이라는 신경전달물질의 양을 증가시키는 역할을 하여 치매 예방에 도움이 됨

※ 청국장의 효능&건강법, 여성동아, 2005.01.04/ 삼성병원 블로그



2) 청국장 제품의 영양학적 성분표

- 고단백질의 콩을 그대로 발효시킨 청국장은 영양 손실이 적으며, 발효되는 과정에서 무기질, 비타민 등의 성분이 생성됨
 - 일반 청국장은 100g당 열량 108kcal를 가지며, 단백질 10.2g, 지질 0.8g, 탄수화물 14.9g, 칼슘 96mg, 인 177mg, 칼륨 602g 등이 함유되어 있으며, 레티놀, 비타민 B₁, B₂ 등도 함유되어 있음
 - 일본식 청국장인 닛토는 100g당 열량 200kcal로, 일반 청국장보다 높은 열량을 가지며, 단백질 16.5g, 지질 10g, 탄수화물 12.1g, 칼슘 90mg, 인 190mg, 칼륨 660mg 등이 함유되어 있음
 - 청국장 가루는 지방의 완전 분해를 촉진하는 비타민이 함유되어 있어 다이어트 식품으로도 호평받고 있는데, 100g당 412kcal로 가장 높은 열량을 보유하고 있으나 칼슘, 칼륨, 비타민 B₂ 등의 함유량이 높은 편임. 간편한 아침 식사 대용이나 영양 간식으로 섭취되며 특유의 냄새가 없어서 선호도가 높은 편임

[표 2-5] 청국장의 영양소 함유량(100g 기준)

구분	성분	청국장	닛토	청국장 찌개	청국장 가루
일반성분	에너지(kcal)	108	200	136	412
	수분(g)	70.7	59.5	64	4.4
	단백질(g)	10.2	16.5	10.93	38.8
	지질(g)	0.8	10.0	5.88	16.4
	회분(g)	3.4	1.9	8.77	11.6
	탄수화물(g)	14.9	12.1	10.42	28.8
무기질	칼슘(mg)	96	90	81	207
	인(mg)	177	190	184	626
	철(mg)	3.8	3.3	1.75	9.0
	칼륨(mg)	602	660	460	1,665
	나트륨(mg)	961	2	3,083	2,487
비타민	레티놀(mg)	0	(0)	0	-
	베타카로틴(mg)	80	-	87	0
	비타민 E(mg)	-	9.9	4.2	-
	비타민 B ₁ (mg)	0.15	0.07	0.088	0.18
	비타민 B ₂ (mg)	0.29	0.56	0.373	0.67
	니아신(mg)	1.5	1.1	1.247	0.5
	비타민 C(mg)	0	Tr	12.37	0
식이섬유	식이섬유(g)	-	6.7	7.3	-

※ 국가표준식품성분표 제9개정판, 국립농산물품질관리원, 2016.09

1) 분석자료 표시 방법 : ‘-’ : 수치가 애매하거나 측정되지 않음, ‘()’ : 인용되었거나 산출된 성분
‘Tr’ : 식품성분함량이 미량 존재

제 3 절 청국장 관련 인증제도

1. 전통식품 품질인증 제도

- 전통식품품질인증제도는 국내산 농수산물 주원(재)료로 하여 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향·색을 내는 우수한 전통식품에 대하여 정부가 품질을 보증하는 제도임
- 생산자에게는 고품질의 제품생산을 유도하고, 소비자에게는 우수한 품질의 우리 전통식품을 공급하기 위한 제도임
- 전통식품 품목지정은 농림축산식품부 장관이 전통식품산업의 지원과 육성을 위해 국산농산물을 주원료로 제조·가공되고 예로부터 전승되어오는 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 전통식품의 개발과 계승·발전을 위해 필요하다고 인정하는 품목을 전통식품으로 직접 지정하거나 특별시장·광역시장·도지사의 추천을 받아 이를 지정하며 고시함
- 전통식품 품질인증 대상 품목은 농림축산식품부 장관이 지정하여 고시한 품목 중에서 전통식품의 상품화 촉진과 품질인증제도의 효율적 추진을 위하여 상품성과 대중성, 전통성 등을 종합적으로 검토하여 품질인증 대상 품목으로 지정하며, 지정된 품목별로 한국 전통식품 표준규격을 제정하여 고시함
- 평가사항으로는 공장입지, 작업장, 제조설비, 원료조달·관리, 주요공정관리, 용수관리, 개인위생, 환경위생, 유통체계, 포장 및 표시의 10가지 항목으로 구성되어 있으며, 항목별 배점으로 평가함
- 전통식품의 품질인증을 받은 자는 인증을 받은 날로부터 3년마다 정기적으로 심사를 받아야 하며, 위반 시 과태료 부과, 판매 정지 등의 벌칙이 부과됨
- 전통식품품질인증제도의 인증품목은 한과류, 메주, 간장, 된장 등 총 85가지가 있으며, 청국장(규격번호 T003)도 이에 속함
- 2019년 9월 기준 청국장 품목의 전통식품품질 인증업체는 총 53개임⁴⁾



4) 우수식품정보시스템, 국립농산물품질관리원(<http://www.naqs.go.kr/goodfood>)



2. 유기가공식품 인증제도⁵⁾

- 유기가공식품 인증제도는 2008년 7월부터 시행되었으며, 공인받은 인증기관이 가공식품의 사용 원료와 제조공정을 심사하여, 그 관리체계가 법의 기준에 부합하는 제품만 인증 표시와 유기(농)명칭을 사용할 수 있게 하는 제도임
- 유기가공식품의 경우 최종 제품 분석만으로는 진위를 알기 어려운 경우가 많아 공신력 있는 3자 기관이 제조과정 등을 심사하여 유기표시의 신뢰도를 높이고자 하는 제도임
- 유기가공식품이란 유기농·축산물을 원료 또는 재료로 하여 제조·가공한 식품을 말함
- 인증을 받지 않았거나 동등성이 인정된 국가로부터 수입된 제품이 아닌 가공식품에 “유기”, “Organic”, “Bio” 등의 표시를 한 경우 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」 제 60조 5항에 따라 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금형에 처함
- 인증사업체는 유기표시(표시도형 또는 표시문자)와 인증사업자의 업체명, 전화번호, 포장작업장 주소, 인증번호, 인증기관명 및 생산지를 소비자가 알아보기 쉽게 표시하여야 함
- 청국장으로 유기가공식품 인증을 받은 업체는 2019년 9월 기준으로 총 17곳임. 대체로 농업회사법인과 영농조합법인이 주를 이루고 있으며, 청국장과 함께 간장, 고추장, 된장 등 장류뿐만 아니라 식혜나 엿기름, 조청 등의 전통식품도 함께 판매하기도 함⁶⁾



5) 알기 쉬운 「유기가공식품 인증제」 유기가공식품인증 Q&A, 국립농산물품질관리원·한국농수산식품유통공사, 2014.12

6) 친환경 인증관리정보시스템, 국립농산물품질관리원(www.enviagro.go.kr)



3. 대한민국 식품명인 제도⁷⁾

- 대한민국 식품명인제도는 우수한 식품의 계승과 발전을 위해 식품 제조·가공·조리 등의 분야에서 명인을 지정하여 육성하기 위해 1994년부터 시작된 제도임. 2019년 7월 전통식품 명인의 명예와 자부심 고취를 위해 기존의 ‘식품명인’을 ‘대한민국 식품명인’으로 용어를 개정하여 공포하였음
 - 식품명인은 「식품산업진흥법」에 따라 ‘전통식품의 제조·가공·조리방법을 원형대로 보존하고 있으며, 이를 실현할 수 있는 자’ 또는 ‘해당 식품의 제조·가공·조리 분야에 20년 이상 종사한 자’ 이거나 ‘대한민국 식품명인으로부터 보유기능에 대한 전수 교육을 5년 이상 받고 10년 이상 그 업에 종사한 자’ 이어야 함
 - 식품명인으로 지정되면 국가가 지정하는 해당 식품 분야 명인으로서 명예를 갖게 되고, 명인으로 지정된 제품에 「식품산업진흥법 제14조 제2항」에 따라 대한민국 식품명인의 표시를 할 수 있음
- 2019년 9월 기준 총 85명(이 중 77명이 활동 중이며, 8명은 사망하여 지정 해제됨)이 식품명인으로 지정되었으며, 이 중 청국장장으로 식품명인 지정을 받은 명인은 서분례(제62호) 1명임⁸⁾
 - 본 장인은 집안 대대로 전승된 장류 제조기법을 바탕으로 전통적 방법으로 장류를 생산·판매·체험·전수함으로써 전통장류 명맥을 계승·보존하기 위해 노력해온 장인정신과 그동안 쌓아온 공적을 인정받아 명인으로 지정받음
 - 전통비법의 청국장 제조를 위해 노력한 결과, 「중보산림경제」에 실린 제조법과 가장 비슷하다는 평가를 받았으며, 향후 산학협력 연구를 통해 우리 전통장류와 전통음식을 한 차원 높이는데 이바지할 것으로 주목받음⁹⁾



7) ‘식품명인’의 용어 개정, 국가 지정 ‘대한민국 식품명인’으로!, 농림축산식품부 보도자료 2019.7.1

8) ‘식품명인’의 용어 개정, 국가 지정 ‘대한민국 식품명인’으로!, 농림축산식품부 보도자료 2019.7.1
식품명인 지정 현황, 농림축산식품부 2018.11.30

9) 서분례 출향인, 전통식품명인 청국장장으로 정부에서 9월 24일 지정, 프라임경북뉴스, 2015.09.30



4. 소상공인 생계형 적합업종 제도¹⁰⁾

- 소상공인 생계형 적합업종 제도란 2018년 6월에 소상공인의 경영안정과 소득향상을 목적으로 정부가 소상공인의 생계 영위에 적합한 업종을 지정하는 것으로, 해당 업종의 대기업 진출 및 사업 확장이 제한됨
- 2011년 10월에 중소기업이 경쟁력을 발휘할 수 있는 분야를 민간 중심으로 합의하여 대·중소기업 간의 합리적 역할을 마련하기 위해 만들어진 중소기업 적합업종 제도가 6년의 지정 기간이 종료되어 일몰됨에 따라, 특별법으로 제정됨
- 생계형 적합업종 제도는 중소기업 적합업종 제도와 목적, 지정 절차, 지정 기간이 다르며, 대기업 참여 제한의 강도 및 이행 강제력이 보다 강화되었음

[표 2-6] 중소기업 적합업종 제도와 생계형 적합업종 제도 비교

구 분	중소기업 적합업종 제도	생계형 적합업종 제도
목 적	대기업·중소기업 합리적 역할 분담	영세 소상공인 생존권 보장
지정 절차	동반위 통한 당사자 합의	동반위 추천 → 중기부 심의 → 중기부장관 고시
지정 기간	한시적 (3+3년)	5년 (재심의 가능)
대기업 참여 제한	인수, 개시, 확장 자제 권고	인수, 개시, 확장 금지
이행 강제력	미이행시 동반위 공표	위반시 2년 이하 징역 또는 1.5억 이 내 벌금

※ 생계형 적합업종 제도의 주요 쟁점 및 향후 과제, 중소기업연구원 2018.7.2

10) 동반성장위원회 홈페이지 및 중소벤처기업부 자료 참조



- 청국장은 중소기업 적합업종에 포함되어 있었으며, ‘소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 특별법’ 통과 이후 동반성장위원회 의결을 거쳐 중소벤처기업부의 생계형 적합업종 대상으로 추천된 상황임.
- 청국장은 2011.10월 중소기업 적합 업종에 포함되었으며, 2017년 9월 말 일몰 대상이었으나 소상공인 생계 적합 법제화와 관련하여 2018년 상반기까지 중소기업 적합 업종으로 한시적 연장이 되었음
- 2018. 6. 12 ‘소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 특별법’ 통과 이후 동반성장위원회의 논의를 거쳐, 2019. 9. 5 장류 제조업(간장, 고추장, 된장, **청국장**)은 생계형 적합업종으로 중소벤처기업부에 추천되었음
- 낫토는 식품공전 상 청국장으로 정의되나, 생계형 적합업종 대상에 포함되지 않았음

[표 2-7] 청국장 적합업종 경과

구분	중소기업 적합업종			생계형 적합업종
	1차 선정	2차 연장	한시 연장	
기간	2011.10.1 ~2014.9.30	2014.10.1. ~2017.9.30	2017.10.1. ~2018.6.30	2019.9.5 동반성장위원회 추천 의결 → 중소벤처기업부 심의 중

제 3 장

생산 및 수출 현황

제 1 절
가공기준 및 제조방법

제 2 절
주요 원료 현황

제 3 절
생산 현황

제 4 절
수출 현황





제 1 절 가공기준 및 제조방법

1. 청국장의 가공기준 및 성분규격

1) 식품공전에 의한 기준

- 식품공전에 의한 청국장의 제조·가공기준은 ‘장류’ 를 따르며, 그 내용은 다음과 같음
 - 곰팡이 등의 위해가 발생 되지 않도록 하여야 하며, 제조 공정상 알코올 성분을 제품의 맛, 향의 보조, 냄새 제거 등의 목적으로 사용할 수 있음
 - 비건조 청국장 제품에 한하여 소브산, 소브산칼륨, 소브산칼슘 이외의 보존료가 검출되어서는 안 됨

[표 3-1] 장류 제조·가공기준 및 규격

제조·가공기준	
(1) 발효 또는 중화가 끝난 간장원액은 여과하여 간장박 등을 제거하여야 한다. (2) 여과된 간장원액과 조미원료, 식품첨가물 등을 혼합한 후 곰팡이 등의 위해가 발생되지 않도록 하여야 한다. (3) 제조 공정상 알코올 성분을 제품의 맛, 향의 보조, 냄새 제거 등의 목적으로 사용할 수 있다. (4) 고추장 제조시 홍곡색소를 사용할 수 없으며 또한 시트린인이 검출되어서는 아니 된다.	
규격	
(1) 총질소 (w/v%) : 0.8 이상(간장에 한하며, 한식간장은 0.7 이상) (2) 타르색소 : 검출되어서는 아니 된다. (3) 대장균군 : n=5, c=1, m=0, M=10[혼합장(살균제품)에 한한다] (4) 보존료(g/kg 다만, 간장은 g/L) : 다음에서 정하는 것 이외의 보존료가 검출되어서는 아니된다.	
소브산 소브산칼륨 소브산칼슘	1.0 이하(소브산으로서, 한식된장, 된장, 고추장, 춘장, 청국장 (비건조 제품에 한함), 혼합장에 한한다)
안식향산 안식향산나트륨 안식향산칼륨 안식향산칼슘	0.6 이하(안식향산으로서, 간장에 한한다. 파라옥시안식향산에틸 또는 파라옥시안식향산메틸과 병용할 때에는 안식향산으로서 사용량과 파라옥시안식향산으로서 사용량의 합계가 0.6 g/kg 이하이어야 하며, 그 중 파라옥시안식향산으로서의 사용량은 0.25 g/kg 이하)
파라옥시안식향산메틸 파라옥시안식향산에틸	0.25 이하(파라옥시안식향산으로서, 간장에 한한다. 안식향산, 안식향산나트륨, 안식향산칼륨 또는 안식향산칼슘과 병용할 때에는 파라옥시안식향산으로서 사용량과 안식향산으로서 사용량 의 합계가 0.6 g/kg 이하이어야 하며, 그 중 파라옥시안식향산 으로서의 사용량은 0.25 g/kg이하)

※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2019.03.08 개정고시



- 장류와 관련된 식품공전의 주요 제·개정에는 식품 안전을 위한 기준이 추가 및 신설됨
 - 2009년에 아플라톡신 B1뿐 아니라 아플라톡신 B2, G1, G2의 총합으로서 기준이 설정되었으며, 국가별 기준과 국내 모니터링 자료를 토대로 총아플라톡신 (Aflatoxin, 곰팡이 독소)으로 기준을 개정함
 - 2010년에는 메주에 대한 오클라톡신A(Ochratoxin, 곰팡이 독소) 기준 (7.0 μ g/kg 이하)이 신설됨
 - 2017. 12. 19 한국소비자원 조사결과에 따르면, 시중에 판매되는 한식된장과 청국장 제품이 곰팡이 독소 기준에 적합한 것으로 확인됨. 시중 유통 중인 30개 제품(한식된장, 청국장 각 15개)에 대한 안전실태를 조사한 결과 총아플라톡신과 아플라톡신 B1은 전 제품이 기준에 적합한 것으로 발표. 특히, 청국장 조사 대상 15개 전 제품에서 아플라톡신 미검출.¹¹⁾

[표 3-2] 청국장 관련 식품공전 주요 제·개정 현황

년도	주요 내용									
2009	<ul style="list-style-type: none"> · 장류 등의 아플라톡신 기준을 총아플라톡신으로 개정(식약청 고시 제2009-7호, 2009.03.02) - 우리나라에서는 곡류, 두류, 땅콩, 견과류 및 그 가공품 등에 대하여 아플라톡신 B1으로서만 기준을 설정하고 안전관리하고 있었으나 EU 등 주요 국가들에서는 아플라톡신 B1, B2, G1 및 G2의 총합으로서 기준을 설정하여 관리하고 있어 국가별 기준, 국내 모니터링 자료 등을 토대로 총아플라톡신으로 기준을 개정하였다. - 곡류, 두류, 땅콩, 견과류 및 과자류, 장류, 기타 식품류 등에 대한 곰팡이 독소 기준을 총 아플라톡신(B1, B2, G1 및 G2의 합) 15μg/kg 이하로 기준을 강화하였고, 이 중 아플라톡신 B1은 현행과 같이 10μg/kg 이하이다. 									
2010	<ul style="list-style-type: none"> · 메주에 대한 오클라톡신 A 기준 신설(식약청 고시 제2010-25호, 2010.04.30) 									
2016	<ul style="list-style-type: none"> · 장류의 식품유형 통합 (식약청 고시 제2016-154호, 2016.12.29.) <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>개정 전</th> <th>개정 후</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>채래한식간장</td> <td rowspan="2">한식 간장</td> </tr> <tr> <td>개량한식간장</td> </tr> <tr> <td>혼합장</td> <td rowspan="3">혼합장</td> </tr> <tr> <td>조미된장</td> </tr> <tr> <td>조미고추장</td> </tr> </tbody> </table>	개정 전	개정 후	채래한식간장	한식 간장	개량한식간장	혼합장	혼합장	조미된장	조미고추장
개정 전	개정 후									
채래한식간장	한식 간장									
개량한식간장										
혼합장	혼합장									
조미된장										
조미고추장										

※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2019.03.08 개정고시

11) 시판 한식된장·청국장, 곰팡이 독소 ‘안전’, 푸드투데이, 2017.12.19



2) 전통식품 품질 규격에 의한 기준

- 전통식품 표준규격에 의한 청국장의 제조·가공기준의 내용은 다음과 같음
 - 공장입지, 작업장, 보관시설, 제조설비에 관한 기준이 명시되어 있으며, 제조 공정상 또는 기능의 특수성에 의하여 제조설비를 증감할 수 있음

[표 3-3] 전통식품 품질 규격상 청국장 제조·가공기준

구분	제조·가공기준
공장입지	<ol style="list-style-type: none"> 1. 주변 환경에 제품을 오염시키는 오염원이 없고 청결하게 유지되어 있어야 한다. 2. 공장은 독립 건물이나 완전히 구획되어서 식품위생에 영향을 미칠 수 있는 다른 목적의 시설과 구분되어야 한다.
작업장	<ol style="list-style-type: none"> 1. 모든 설비를 갖추고 작업에 지장이 없는 넓이 및 밝기를 갖추어야 한다. 2. 작업장의 내벽은 내수성자재이어야 하며 원료처리장, 배합실 및 내포장실의 내벽은 바닥으로부터 1.5 m까지 내수성자재로 설비하거나 방균 페인트로 도색하여야 한다. 3. 작업장의 바닥은 내수성자재를 이용하여 습기가 차지 아니하도록 하며, 또한 배수가 잘 되도록 하여야 한다. 4. 작업장 내에서 발생하는 악취, 유해가스, 매연 및 증기 등을 환기시키기에 충분한 창문을 갖추거나 환기시설을 갖추어야 하며 창문, 출입구 기타의 개방된 장소에는 쥐 또는 해충, 먼지 등을 막을 수 있는 설비를 하여야 한다. 5. 원료, 기구 및 용기류를 세척하기 위한 세척설비와 청결한 물을 충분히 공급할 수 있는 급수시설을 갖추어야 한다.
보관시설	<ol style="list-style-type: none"> 1. 보관시설은 원료, 자재 및 제품을 적절하게 보관할 수 있고 내구력이 있는 시설이어야 한다. 2. 원료 및 자재 보관시설은 원료 및 자재를 종류별로 구분하여 보관이 가능한 면적을 갖추어야 하며, 냉동·냉장을 이용한 보관 시는 정기적으로 일정시각에 온도를 계측하여야 한다. 그리고 보관 중 변질되지 않고 먼지 등의 이물이 부착 또는 혼입되지 않아야 한다. 3. 제품보관시설은 제품 보관 중 품질의 변화를 막기 위하여 고온다습하지 않아야 한다.
제조설비	<p>제조 및 가공 중 설비의 불결이나 고장 등에 의한 제품의 품질변화를 방지하기 위하여 직접 식품에 접촉하는 설비의 재질은 불침투성의 재질이어야 하며 항상 세척 및 점검관리를 하여야 한다. 그리고 작업장에 설치하여야 할 주요 기계, 기구 및 설비는 다음과 같다.</p> <p>(1)세척설비 (2)침지설비 (3)증자설비 (4)발효·숙성설비 (5)포장설비 (6)제품저장설비</p>

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 2016.09 개정고시



- 전통식품 품질 규격에 의한 청국장의 자재기준은 원료 및 자재, 식품첨가물, 용수, 기구 및 용기 등의 내용으로 구성되어 있음
 - 주로 「식품위생법」에 관련된 사항이 적용되며, 주원료의 원산지와 식품 상태에 관한 내용이 자세히 설명되어 있음
 - 주원료는 국내산을 사용할 것을 기준으로 하고 있으며, 전통식품 품질 규격에 부합하려면 색소나 방부제 등의 식품첨가물을 포함하지 않고 있어야 함

[표 3-4] 전통식품 품질 규격상 청국장 자재 기준

원료 및 자재	(1) 주원료는 국내산을 사용하여야 한다. 또한, 부원료라 하더라도 특정 원료를 제품명으로 사용하는 경우에는 국내산을 사용하여야 한다. (2) 주원료와 부원료는 「식품위생법」에서 정하는 기준에 적합한 것을 사용하여야 하며, 공은 품종 고유의 모양과 색택을 가지는 것으로 낱알이 충실하고 고르며, 병충해 피해 및 변질이 되지 아니한 것을 사용하여야 한다.
식품첨가물	식품첨가물을 사용하여서는 아니 된다.
용수	「먹는 물 관리법」의 먹는 물 수질기준에 적합하여야 하며, 수돗물이 아닌 물을 음용수로 사용할 경우에는 공공 시험기관에서 1년마다 음용적합 시험을 받아야 한다. 지하수를 사용하는 경우에는 적합한 수질을 얻기 위해, 필요한 경우 정수시설을 설치·운영하여야 하며 정수 필터 등은 주기적으로 교체하고, 청소 등을 실시하여야 한다.
기구 및 용기	「식품위생법」의 기구 및 용기·포장의 기준·규격에 적합하고, 원료와 접촉하는 기구 및 용기류는 세척이 용이한 내부식성 재질이어야 하며, 작업 전후에 위생적으로 세척 또는 살균하여야 한다.

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 2016.09 개정고시



- 2019년 9월 기준 전통식품 품질인증 건수는 총 684건이며, 이중 청국장 인증 건수는 총 52건임. 이는 김치(129개), 된장(97개), 간장(77개), 고추장(67개) 다음으로 많은 수치임¹²⁾
- 주요 원재료로는 대두(국산100%), 식염 혹은 천일염(국산) 등이 있음

[표 3-5] 전통식품 품질 인증 청국장 제품

제품명	피아골 미선씨 냄새없이 구수한 생청국장	구수한 가마솥 콩맛 아나농 청국장 가루	칠갑산 우리콩 청국장	벽송재 죽염청국장
상품				
제조사	지리산피아골식품 영농조합법인	아나농	칠갑산우리콩청국장	벽송재전통장
원재료 함량	대두99%(국산), 천일염1%(국산)	대두100%(국산)	대두95%(국산), 천일염3%(국산), 고춧가루2%(국산)	대두94%(국산), 죽염6%(국산)
인증일	2019.5.7	2019.4.30	2019.4.30	2019.4.29

※ 주요 유통채널 온라인몰 / 각 사 홈페이지

12) 국립농산물품질관리원 우수식품정보시스템 (www.naqs.go.kr/goodfood/portal/index.jsp)

- 전통식품 표준규격에 의한 청국장의 품질기준은 다음의 내용에 적합하여야 하며, 아래 표 이외의 요구사항은 「식품위생법」에서 정하는 기준에 적합하여야 함

[표 3-6] 전통식품 품질 규격상 청국장의 품질기준

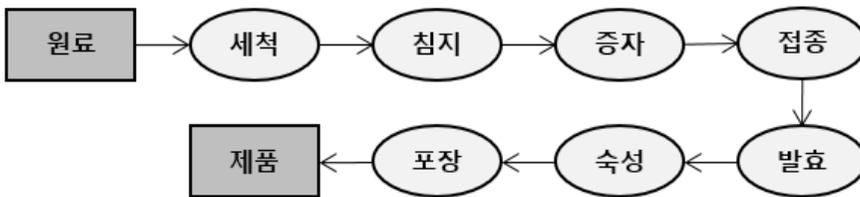
항목	기준
성상	고유의 색택과 향미를 가지며 이미, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점 기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.
수분(% w/w)	55.0 이하
조단백질(% w/w)	12.5 이상
조지방(% w/w)	4.0 이상
아미노산성질소(mg%)	300.0 이상

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 2016.09 개정고시

2. 청국장 제조과정¹³⁾

- 청국장의 제조공정은 세척, 침지, 증자, 접종, 발효, 숙성, 포장의 7가지 과정으로 구성됨

[그림 3-1] 청국장 제조과정



※ 식품공전해설서, 식품의약품안전처, 2019.1

- 대두 등의 원료를 세척 한 뒤 침지시킴. 여름에는 14~15시간, 겨울에는 20시간 정도 담가놓아 흙, 돌 및 콩대 등의 이물을 제거함
- 그다음으로 원료 콩의 2~3배 정도 양의 물을 넣고, 5~6시간 동안 삶거나 증기실에서 2시간 정도 증자시킴
- 이후 찐 콩에 벗짚을 깔거나(자연접종), 순수 배양한 시판 고초균을 구매하거나 직접 배양하여(인공접종) 띄움

13) 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12



- 볶짚에 부착되어 청국장 제조에 이용되는 바실러스는 포자를 형성하는 호기성균으로 최적 온도는 40~42℃임. 우리 조상들은 이 균이 볶짚에 많이 부착되어있는 것을 알고, 또 호기적 성질을 가진 것을 고려하여 볶짚으로 만든 바구니나 시루에 짚과 같이 찢 콩을 띄운 다음 아랫목에 이불 등으로 싸서 최적 온도를 유지함
- 발효과정 중에 고초균이 생산하는 효소에 의해서 그 특유의 맛과 냄새를 내는 동시에 원료 대두의 당질과 단백질에서 유래된 끈적끈적한 점질 물질이 생성됨
- 찢 콩에 고초균을 번식시켜 점성이 생긴 콩에 소금과 고춧가루, 마늘을 넣고 혼합하여 기호를 돋우고 저장성을 높였으며, 이를 마쇄(갈아서 죽이나 가루로 만든 것)하여 20℃ 이상 온도에서 숙성시켜 청국장을 완성시킴
- 이때 청국장에 사용되는 소금은 정제염과 천일염이며, 주로 정제염을 사용하는 청국장 제품이 많음. 이는 주로 단가 차이 때문임. 그러나 정제염은 단가가 낮은 것 외에 짠맛의 강도가 높고 깔끔한 맛을 지니는 특징이 있어 업계에서 많이 사용하는 특징이 있음¹⁴⁾

14) 업계 전문가 인터뷰



제 2 절 주요 원료 현황

1. 청국장 주요 원료

- 청국장의 주요 원료는 대두이며, 소금, 고춧가루, 마늘 등은 기호 증진 및 저장성을 높이기 위해 추가로 들어가지도 하는 부재료임.
- 앞서 청국장 정의 및 제조공정에서도 언급했듯이, 청국장은 대두를 발효시켜 만든 제품이며, 발효된 청국장에 간이나 풍미, 저장성을 위해 소금(정제염, 천일염)이나 쌀, 고춧가루가 들어가지도 함. 특히 소금과 고춧가루는 후발효로 인한 부패 미생물의 발육 억제를 목적으로 청국장에 첨가되어 방부제 역할을 함¹⁵⁾
- 2016년 식품산업 분야별 원료소비 실태조사에 따르면, 청국장의 주요 원료 중 가장 많이 사용되는 원료는 대두로, 전체 대비 사용 비중이 93.1%임. 계속해서 천일염(4.5%), 정제염(2.0%), 고춧가루(0.2%) 순으로 나타남
- 청국장의 원료 중 원료 첨가 비중이 가장 높으며, 청국장의 맛과 품질을 좌우하는 주원료인 대두(콩)을 살펴보기로 함

[표 3-7] 청국장 원료별 사용량 및 원산지 비중(2016년)

구분	주요 원료 사용량		원산지별 사용량		
	총사용량(톤)	전체 대비 사용비중(%)	수입산 사용량(톤)	국산	
				사용량(톤)	사용비중(%)
대두	5,250	93.1	3,424	1,825	34.8
천일염	253	4.5	-	253	100.0
정제염	113	2.0	-	113	100.0
고춧가루	13	0.2	4	10	71.6
건고추	3	0.1	-	3	100.0
포도당	2	0.0	2	-	100.0
주정	1	0.0	-	1	0.0
백설탕	1	0.0	1	-	0.0
마늘	1	0.0	-	1	100.0
합계	5,637	100.0	3,431	2,205	39.1

※ 2016 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산물유통공사

- 1) 2017년 이후 식품산업 분야별 원료소비 실태조사에서 청국장이 기타장류에 포함되어 실적 확인 불가
- 2) 원료소비 실태조사 보고서상 주요 원료의 청국장 사용항목을 기준으로 작성한 것으로 실제 사용 비중과는 차이가 있을 수 있음

15) 업계 전문가 인터뷰



2. 대두

1) 콩의 종류 및 특징

- 우리나라 콩은 원산지별로 품종이 다르며, 이에 따라 용도와 이름 등이 상이함. 대개 지방명을 딴 것이거나 모양, 무늬, 색깔 혹은 쓰임새, 열리는 형태 등에 따라 분류를 함¹⁶⁾
 - 흔히 우리가 콩으로 인식하는 것은 대두로, 대두는 콩의 한 종류이기도 함. 대두의 품종도 앞서 언급했던 것처럼 여러 가지 분류 기준으로 분류할 수 있는데, 크기에 따라서 대립종, 중립종, 소립종 혹은 극대립, 대립, 중립, 극소립으로 구분할 수 있음. 색상별로는 노란콩, 검은콩, 녹색콩, 갈색콩 등이 있으며, 재배 시기에 따라서는 올콩(조생종), 늦콩(그루콩) 등으로 구분함¹⁷⁾
- 이렇듯 콩의 종류를 분류하는 기준은 다양하지만, 흔히 사용하는 기준으로 **색상별 또는 용도별 분류 기준**이 있음
- 색상별 콩의 종류로는 강낭콩, 녹두, 대두, 팥, 완두콩 등으로 다양함. 청국장의 주요 원료인 대두 중에도 **크기가 큰(대립종) 노란콩**이 메주 등 장류 및 두부용으로 사용되며, 백태라고도 불림
 - 대두는 장을 담그는 기본 재료인 메주를 만드는 데 사용되기 때문에 메주콩이라고도 불리며, 가장 많이 생산되는 콩 종류 중 하나로 일반콩이라고도 불림. 주로 대두유, 간장, 된장, 고추장 등의 발효음식과 두부, 콩가루, 두유, 콩기름 등의 대두 가공식품의 원료로도 사용됨

16) 내 손으로 받는 우리 종자: 귀농총서19, 안완식, 2014

17) [안동향토문화백과] 안동대두, 디지털 안동 문화대전

[표 3-8] 콩의 색상별 분류 및 특징

구분	이미지	특징	용도	
노란콩 (백태, 메주콩)		<ul style="list-style-type: none"> - 색에 따라 노란 콩 또는 백태라고도 부르는데, 장을 담그는 기본 재료인 메주를 만들 때 사용되기 때문에 메주콩이라고도 불림 - 가장 많이 생산되는 콩 종류임 	메주, 청국장, 된장, 간장, 고추장, 두부, 콩가루, 두유, 콩기름	
검은콩	흑태		- 검은콩 중에서 크기가 가장 큼	콩밥, 콩자반
	서리태 (=속청)		<ul style="list-style-type: none"> - 속이 녹색이고 알이 굵은 검은콩을 총칭하는 말 - 서리를 맞은 뒤에 수확할 수 있다 하여 서리태라 불리기 시작함 - 녹색(청색)의 속살로 인해 속청이라고도 불림 - 당도가 높고 구수한 특징이 있음 	콩떡, 콩밥, 미숫가루, 흑두부
	서목태 (=쥐눈이 콩, 약콩, 여우콩)		<ul style="list-style-type: none"> - 다른 검은콩보다 크기가 작은 것이 특징임 - 까맣고 동그란 것이 마치 쥐의 눈처럼 보인다고 해서 쥐눈이콩이라고도 부름 - 예로부터 한방에서는 쥐눈이콩을 약으로 처방해 오고 있음 	약재
청대콩(=청태)		<ul style="list-style-type: none"> - 열매의 껍질과 속살이 다 푸른색이라 하여 푸른 대콩 또는 청태라고 함 - 덜 익은 듯한 푸른색이 특징이며, 다 익어도 물기가 마르지 않은 상태로 있음 	송편 소, 조림, 장조림, 메주, 두부	
강낭콩		<ul style="list-style-type: none"> - 채두 또는 운두라도 하며, 모양이 콩팥과 비슷하여 Kindey beans이라고도 불림 - 붉은색뿐만 아니라 흰색, 흰색에 붉은 선이 들어가 있는 것(피 강낭콩)등 종류가 다양함 	밥, 떡, 과자 소, 채소(어린 꼬투리)	
완두콩		- 완두의 씨앗은 탄수화물이 주성분이며 단맛이 뛰어나고 단백질이 많으며 어린 꼬투리에는 비타민도 풍부함	떡/과자의 고물, 통조림(씨앗), 채소(어린 꼬투리), 가축의 사료(잎과 줄기)	

※ 콩의 종류, 한국식품과학회 대두가공이용분과(www.soy.net.org)



- 농촌진흥청의 ‘농업소득 향상 운영 매뉴얼’에 의하면, 콩을 용도별 기준에 따라 장류 및 두부류, 콩나물용, 밥밀콩, 풋콩용 콩 등으로 분류할 수 있음
 - 이 중 장류 및 두부용 콩은 영양적인 면에서 단백질 함량이 높아야 하며, 가공적인 면에서는 껍질이 얇고 물에 담갔을 때 잘 흡수하는 특성이 있어야 함. 외관상으로는 중대립종으로 색깔이 황색으로 균일해야 함
 - 장류용으로 주로 쓰이는 품종으로는 크기가 큰 대광콩, 대원콩, 대풍콩 등이 있으며, 대체로 콩의 크기는 100알당 20~30g 정도의 무게를 가지는 편임

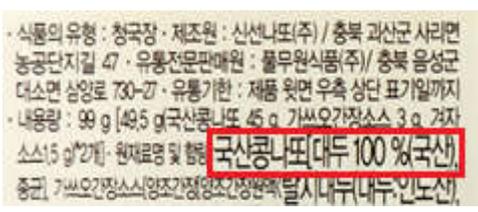
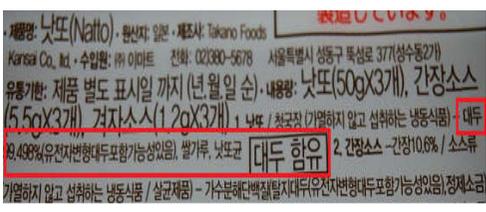
[표 3-9] 콩의 용도별 분류 및 특징

용도	이미지	구비조건	국내 주요 재배품종
장류 및 두부용		콩알이 굵고 단백질 함량이 높은 품종	대광, 대원, 대풍, 우람, 새단백, 천상
콩나물용		콩알이 작고 발아율이 높은 품종	풍산나물, 풍원, 신화
밥밀용(혼반용)		유색종, 당함량이 높고 무름성이 좋은 품종	일품검정, 청자, 청자 3호
풋콩용		키가 작으며, 콩알이 굵고, 당 함량이 높은 품종	큰을, 새을, 황금을, 한을

※ 농업소득 향상 운영 매뉴얼, 농촌진흥청, 2015

- 크기가 큰 콩(대두)을 사용하는 청국장에 반해, 반찬으로 주로 섭취되는 일본의 낫토는 크기가 매우 작은 극소립종의 콩(대두)을 사용함. 최근에는 웰빙 트렌드에 따라 기존에 사용하던 대두 이외에 서리태(검은콩)를 사용하여 낫토 제품을 만들기도 함
 - 시장에 출시된 낫토 제품들은 ‘대두’를 사용한 것으로 명시되어 있으며, 제품에 따라 국산콩낫토(대두100%), 유기농콩 100%, 혹은 낫토 전용콩이라고 명시하고 있음
 - 결과적으로 청국장과 낫토는 다른 콩을 사용한다기보다는, 식감이나 이용 형태(반찬용, 간식용 등) 등에 따라 크기가 다른 대두(최극소립종, 극소립종, 소립종, 중립종, 대립종)를 사용한다고 봄
 - 국내 낫토 시장에서 시장 점유율이 가장 높은 풀무원의 ‘실의 힘 생나또’와 일본 낫토시장에서 주요 제품이자 최근 국내로도 수입되고 있는 타카노식품의 ‘오카메낫토(おかめ納豆)’의 대두 표기를 비교함¹⁸⁾

[그림 3-2] 국내외 낫토의 대두 표기

 <p>· 식물의 유형: 청국장·제조원: 신선나또(주) / 충북 괴산군 사리면 농공단지길 47 · 유통전문판매원: 풀무원식품(주) / 충북 음성군 대소면 삼일로 730-27 · 유통기한: 제품 유통기한 우측 상단 표기일까지 · 내용량: 99g [49.5g 국산콩나또 4.5g 가쓰오가장소스 3g 겨자소스(1.5g) 2개] · 현대료명 및 기타: 국산콩나또대두 100%국산, 중균, 가쓰오가장소스(양조간장양조간장발효대두대두인도산)</p>	 <p>· 상품명: 낫토(Natto) · 원산지 일본 · 제조사: Takano Foods (Kansai Co., Ltd. 수입원: WJ 이마트 전화: 02380-5678 서울특별시 성동구 독성로 37기(성수동2기)) 유통기한: 제품 별도 표시일 까지 (년.월.일 순), 내용량: 낫토(50gX3개), 간장소스(5.5gX3개), 겨자소스(1.2gX3개), 1. 나또 / 청국장 (기열하지 않고 섭취하는 냉동식품) · 대두 99.408%유전자변형대두포함가능성있음, 쌀가루, 낙농군, 대두 함유, 2. 간장소스 -간장10.6% / 소스류 기열하지 않고 섭취하는 냉동식품 / 살균제품 - 가수분해단백질탈지대두(유전자변형대두포함가능성있음)정제소금</p>
<p>풀무원 ‘실의 힘 생나또’ 대두 표기</p>	<p>타카노식품 ‘오카메낫토’ 대두 표기</p>

18) ‘국내 낫토시장 300억원 돌파... 풀무원 시장점유율 81%, 연합뉴스 2018.2.6



2) 국내 대두 생산 및 수입 현황

- 국내 대두 생산 및 수입실적은 2018년 기준, 134만 6,270톤으로 2014년 141만 7,819톤 대비 5.0% 감소함. 생산 및 수입실적은 2015년 143만 3,279톤으로 정점을 찍은 후 3년간 지속 감소하고 있음. 이는 1~2인 가구 증가에 따른 장류 섭취 감소 및 가정 간편식 섭취 증가에 따른 것으로 분석됨¹⁹⁾
- 국내 대두 생산량은 2014년 13만 9,267톤에서 2018년 8만 9,410톤으로 35.8% 감소했으며, 재배면적은 같은 기간 7만 4,652ha에서 5만 638ha로 32.2% 감소함
 - 콩 재배면적 감소는 콩의 수입량이 증가하게 되고 소득이 고추의 1/4, 감자의 1/2에 불과하여 재배를 기피하기 때문으로 풀이됨. 콩나물용 콩의 수입이 증가함에 따라 국산 콩의 가격이 낮아졌을 뿐 아니라 정부의 수매가격이 시중 가격보다 낮아 재배를 기피하는 것에 원인이 있음.²⁰⁾
 - 다만, 2018 콩의 재배면적 증가는 정부의 ‘논 타작물 재배 지원 사업’에 따른 것으로 분석됨²¹⁾
- 대두 수입량은 2016년 134만 2,568톤으로 정점을 찍은 후 점차 감소하고 있음.

[표 3-10] 국내 대두(백태) 생산 및 수입 현황

	년도	2014	2015	2016	2017	2018
생산	재배면적(ha)	74,652	56,666	49,014	45,556	50,638
	생산량(톤)	139,267	103,504	75,448	85,644	89,410
수입	수입량(톤)	1,278,552	1,329,775	1,342,568	1,303,459	1,256,860
합계(톤)		1,417,819	1,433,279	1,418,016	1,389,103	1,346,270

※ 생산현황: 농작물생산조사, 통계청/ 수입현황: 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드: 1201.90.1000(채유용과 탈지대두박용), 1201.90.2000(사료용), 1201.90.3000(콩나물콩), 1201.90.9000(기타), 1208.10.0000(대두로 만든 것)

19) 업계 전문가 인터뷰

20) 국내 콩의 산업화 동향, 농촌진흥청 2017.11.7

21) 2018 농작물생산조사, 통계청



- 대두의 수입 현황을 살펴보면, 2014년 127만 8,552톤에서 2018년 125만 6,860톤으로 1.7% 감소함
 - 이 중 두부 및 장류 등에 사용되는 대두 및 대두분의 수입량은 2014년 28만 1,973톤 에서 2018년 21만 7,768톤으로 22.8% 감소했으며, 식용 콩(대두)은 감소하였으나 대두분의 수입량은 증가하고 있음
 - 2018년 기준, 두부 및 장류 등에 사용되는 수입산 대두는 대두분을 포함한 전체 대두 수입량의 17.3%를 차지하고 있으며, 비중은 2014년 이후 지속 감소하고 있음. 이는 수입산 콩을 사용한 제품은 유전자 조작 콩을 사용하였을 가능성이 있다는 소비자의 불안감에 따른 것으로 판단됨²²⁾

[표 3-11] 대두 수입량

(단위: 톤)

구분		주요 용도	2014	2015	2016	2017	2018
콩 (대두)	채유용과 탈지대두박용	대두유, 경화유, 사료	950,794	1,022,806	1,043,175	1,034,238	1,001,949
	사료용	사료	0	320	0	0	107
	콩나물용	콩나물콩	45,785	32,007	36,755	43,036	37,036
	기타(식용)	두부, 장류	266,203	261,086	247,207	209,047	200,704
대두분		사료, 장류	15,770	13,556	15,431	17,138	17,064
소계			281,973	274,642	262,638	226,185	217,768
합계			1,278,552	1,329,775	1,342,568	1,303,459	1,256,860

※ 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드: 1201.90.1000(채유용과 탈지대두박용), 1201.90.2000(사료용), 1201.90.3000(콩나물콩), 1201.90.9000(기타), 1208.10.0000(대두로 만든 것)

22) '수입 콩 두부 대부분에 GMO 유전자 있다', 경향신문 2018.10.29



3) 국산 대두 도매가격

- 국산 대두 도매가격은 2015년 저점을 찍은 후 회복되는 추세를 보이며, 2014년 1kg당 3,779원에서 2018년 4,788원으로 26.7% 상승함
- 국산 대두의 유통(도매)가격에 영향을 미치는 요인은 콩 생산량 및 재고량, 정부 수매물량과 수매물량의 시장 방출 가능성, 가공업체 소비량 등이 있음
 - 한국농촌경제연구원에 따르면, 2015년 국산 콩의 도매가격은 최저점에 도달한 원인은 경기침체로 인한 국산콩 수요 감소와 2013~2014년에 정부가 수매물량을 방출하였기 때문임²³⁾
 - 2016년부터 재배면적 감소에 따른 국내 생산량 축소로 국산 대두 가격이 매년 증가하고 있음. 전년 대비 국산 대두 가격 상승률은 2016년 11.9%, 2017년 11.1%로 2년간 가격이 급격히 상승하였으며, 2018년 3.9%로 대두 가격이 점차 안정화되었음
- 수입산 대두 역시 2015년을 기점으로 점차 상승하는 추세를 보이나, 평균적으로 3천원 수준의 가격을 유지하고 있음
 - 2014/2015 국제 대두 재배면적이 전기 대비 5.2% 증가하여 대두 생산량이 13.2% 폭증. 이로 인해 기말 재고량도 전기 대비 23.4% 증가함에 따라 수입 대두 가격은 2014~2015년 저점 형성²⁴⁾
 - 2016년 이후 국제 대두 재고량이 감소하면서, 가격은 2014년 수준을 서서히 상승하여 2018년 kg당 3,200원 선으로 회복됨
 - 또한, 수입산 대두 가격 인상 원인으로 물가안정을 위해 수입하는 저율관세할당(TRQ) 물량의 가격 상승도 영향을 미친 것으로 볼 수 있음. 2015~2018년 대두분을 제외한 평균 대두 수입물량은 129만톤이며, 동기간 TRQ물량은 평균 24만톤으로 전체 수입물량의 약 19%를 차지하고 있음.
 - 물가안정을 이유로 정부는 해당 TRQ물량의 가격을 2009년 이후 6년간 1kg당 1,020원으로 동결하였다가, 2015년부터 연 3%씩 5년간 인상하기로 결정.²⁵⁾

23) 2016년 6월 콩관측월보, 한국농촌경제연구원

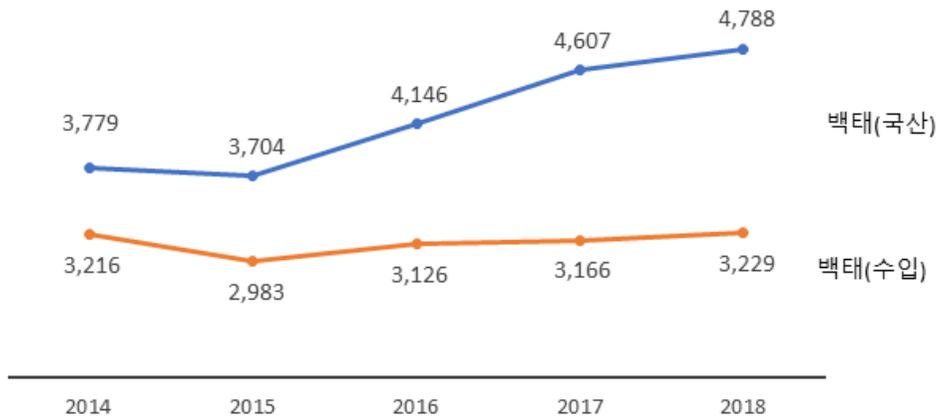
24) 해외곡물시장동향 제8권 제4호 부록) 세계곡물통계, 한국농촌경제연구원

25) 수입콩 가격 6년만에 인상 방침 두부-식용유 값도 잇달아 오를 듯, 동아일보, 2015.01.21



[표 3-12] 대두 도매가격 추이

(단위: 원/kg)



구분	2014	2015	2016	2017	2018
백태(국산)	3,779	3,704	4,146	4,607	4,788
백태(수입)	3,216	2,983	3,126	3,166	3,229

※ 기간별 가격정보, 농산물유통정보(www.kamis.or.kr)

1) 백태 국산과 백태 수입 모두 중품 가격 기준임

2) 해당 도매가격은 도매시장에서 중도매인 상회가 소장인 및 실수요자에게 판매하는 '중도매인 판매가격' 임



제 3 절 생산 및 출하 현황

1. 청국장 생산 및 출하 현황

- 2018년 장류 시장에서 청국장이 차지하는 비중은 출하량 기준 2.3%, 출하액 기준 5.5%를 차지함
- 2018년 출하액 기준으로 장류 시장에서 가장 비중이 높은 품목은 간장(34.7%), 고추장(21.7%), 혼합장(19.0%), 된장(14.0%), 청국장(5.5%), 춘장(2.3%) 등의 순임
- 청국장은 출하량과 출하액 모두 그 비중이 상승하고 있으며, 출하량은 2%대, 출하액은 5%대의 비중을 차지하고 있음

[표 3-13] 장류 내에서의 청국장 출하 비중

구분	장류 출하실적		청국장 출하실적	
	출하량(톤)	출하액(백만원)	출하량(톤, %)	출하액(백만원, %)
2014	539,060	1,027,179	8,048 (1.5)	37,365 (3.6)
2015	568,593	1,053,165	8,986 (1.6)	37,493 (3.6)
2016	629,447	1,056,260	10,481 (1.7)	60,875 (5.8)
2017	540,023	990,855	11,514 (2.1)	56,400 (5.7)
2018	548,402	1,045,261	12,824 (2.3)	57,565 (5.5)

※ 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



- 청국장 생산실적 및 출하실적 모두 증가세를 보임. 특히, 2016년 이후 출하액이 급격히 증가하고 있는데, 이는 청국장 생산 및 출하실적에 낫토가 포함되어 실적에 반영되기 때문으로 풀이됨
- 생산량은 2014년 8,633톤에서 2018년 13,398톤으로 55.2% 증가했으며, 같은 기간 출하량은 8,048톤에서 12,824톤으로 59.3% 증가함
 - 생산액은 2014년 360억원에서 2018년 465억원으로 29.2% 증가하였으며, 같은 기간 출하액은 374억원에서 576억원으로 54.1% 증가함
 - 2016년 이후 출하액이 급격히 증가한 이유는 낫토 판매량이 급격히 증가하였기 때문인데, 낫토 생산 및 출하실적이 청국장에 포함되어 실적에 반영되기 때문임²⁶⁾

[표 3-14] 청국장 생산 및 출하실적

구분	생산실적		출하실적	
	생산량(톤)	생산액(백만원)	출하량(톤)	출하액(백만원)
2014	8,633	35,954	8,048	37,365
2015	9,359	31,826	8,986	37,493
2016	11,096	44,961	10,481	60,875
2017	11,061	46,453	11,514	56,400
2018	13,398	46,458	12,824	57,565

※ 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

26) 업계 전문가 인터뷰



2. 주요 생산업체

1) 청국장 제조업체 현황²⁷⁾

- 주요 생산업체를 살펴보기에 앞서, 시장 주요 생산업체 현황 및 특징을 파악하기 위해 제조업체 지역별 분포, 지역별 종업원 수, 종업원 규모별 출하 규모를 식품의약품안전처의 ‘식품 및 식품첨가물 생산실적’ 기준으로 살펴봄. 청국장만의 업체 현황을 파악할 수 없어, 상위 품목군인 ‘장류’ 를 기준으로 분석함
- 2018년 기준 장류 제조업체의 수는 2,032개소로 경북(303개), 전북(266개), 경기(257개) 순으로 업체가 많이 분포하고 있으며, 3개 지역의 업체 수 분포 비중은 40.6%임
- 장류 종업원의 수 현황은 2018년 기준 총 18,784명으로 제조업체 수 분포와 달리 경기(3,253명), 충북(2,296명), 경남(2,187명) 순으로 종업원 분포 비중이 높게 나타남
 - 제조업체 수와 비교해 보면, 상대적으로 경기, 충북, 경남의 생산업체 당 종업원 수가 각각 12.7명, 13.7명, 9.3명으로 나타남. 반면, 경북은 4.7명, 전북은 5.3명으로 나타나 지역별로 종업원 규모에 차이를 보이고 있음

[표 3-15] 2018년 장류 제조업체 지역별 분포

(개소, 명)

지역	업체 수	종업원 수	지역	업체 수	종업원 수
서울	28	238	강원	146	1,649
부산	43	1,003	충북	168	2,296
대구	48	426	충남	167	2,098
인천	33	627	전북	266	1,421
광주	23	98	전남	252	1,686
대전	20	148	경북	303	1,435
울산	12	52	경남	234	2,187
세종	9	45	제주	23	122
경기	257	3,253	합계	2,032	18,784

※ 2018년 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 장류 제조업에는 간장, 고추장, 된장, 청국장 등을 제조하는 업체가 모두 포함되어 있음

□ 장류 출하 규모를 살펴보면, 2018년 기준 종업원수 101~300명 이하인 기업의

27) 청국장 제조업체에 대해 세부적으로 확인하기 어려우며, 장류 제조업체에서 대부분 함께 생산하는 특징이 있음. 이에 청국장 제조업체 현황은 장류 제조업체 현황으로 대체함



출하액이 전체 출하액의 49.2%를 차지하고 있음. 이어서 11~30명(18.1%), 51~100명(14.1%) 순으로 출하액 비중이 높게 나타남

- 장류 제조업체 중 50인 이하 종업원 규모의 업체가 출하액에서 차지하는 비중은 36.1%이고, 종업원 300명 초과인 기업의 출하액이 전체 출하액의 0.7%로 나타나 소규모 기업에서의 생산 비중이 높은 특징을 보임

[표 3-16] 2018년 기준 종업원 규모별 장류 출하규모 현황

(백만 원)

10명 이하	11~30명 이하	31~50명 이하	51~100명 이하	101~300명 이하	301명 이상	합계
98,835 (9.0%)	200,296 (18.1%)	98,931 (9.0%)	155,807 (14.1%)	542,896 (49.2%)	7,373 (0.7%)	1,104,137

※ 2018년 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 1) 장류 제조업에는 간장, 고추장, 된장, 청국장 등을 제조하는 업체가 모두 포함되어 있음
- 2) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음
- 3) 합계값은 국내출하액과 수출액을 합한 수치임

- 2018년 출하액 기준으로 장류 생산업체 1위는 CJ제일제당임. CJ제일제당은 장류 전반에 걸친 다양한 제품을 판매하고 있으며 장류 출하액 1,716천억 원으로 전체 장류 출하액에서 16.4% 비중을 차지하고 있음. 이어서 대상(15.2%), 샘표식품(12.9%) 순으로 출하액이 높으며 상위 3개 업체의 장류 출하액 비중은 44.5%에 달함

[표 3-17] 2018년 장류 주요 생산업체 20위 (국내출하액 기준)

(백만 원, %)

순위	업체명	출하액/비중	순위	업체명	출하액/비중
1	씨제이제일제당(주)	171,647 16.4	12	(주)오복식품	15,487 1.5
2	대상(주)	158,812 15.2	13	몽고식품주식회사	14,553 1.4
3	샘표식품(주)	135,361 12.9	14	풍성에프앤비주식회사	13,285 1.3
4	사조산업(주)	38,940 3.7	15	(주)진미식품	11,827 1.1
5	신송식품주식회사	33,454 3.2	16	태화식품공업(주)	11,026 1.1
6	영화식품(주)	25,466 2.4	17	풍성식품주식회사	9,091 0.9
7	매일식품주식회사	24,601 2.4	18	신선나또(주)	8,456 0.8
8	삼화식품공사	24,558 2.3	19	(주)사조해표	8,144 0.8
9	몽고장유	21,411 2.0	20	주식회사미화합동	7,998 0.8
10	(주)참고을	18,996 1.8	기타	기타	274,343 26.2
11	(주)세우	17,804 1.7	합계	합계	1,045,261 100.0

※ 2018년 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 1) 장류 제조업에는 간장, 고추장, 된장, 청국장 등을 제조하는 업체가 모두 포함되어 있음



2) 주요 생산업체 특징

- 청국장의 주요 생산업체는 소수의 대기업과 다수의 중소기업으로 구성되어 있으며, 대체로 된장, 고추장, 간장 등 다양한 장류 제품과 함께 청국장도 판매하는 경향을 보임
- 청국장 주요 생산업체 중 풀무원식품(주), CJ제일제당(주), 대상(주)과 영농조합법인 한국맥꾸름 4개사 중심으로 살펴봄

[표 3-18] 청국장 주요 생산업체 특징

구분		내용
풀무원 식품(주)	주요 특징	- '바른 먹거리' 라는 원칙을 고수하며 신선식품과 음료를 중심으로 건강기능식품, 친환경 식품유통, 발효유 등 다양한 영역에서 사업 운영 - 찬류 전문 브랜드 '찬마루' 가 있음
	연혁	- 1981년 풀무원농장 무공해 농산물 직판장 개설 - 1984년 풀무원식품(주)로 상호변경 및 법인전환
	주요 브랜드	- 풀무원, 생가득, 찬마루, SOGA, 아임리얼 등
CJ 제일제당(주)	주요 특징	- 1953년 삼성그룹 최초의 제조업체로 설립되어 제분, 조미료, 음료 등 다양한 식품 시장에서 확고한 입지를 다지고 있음 - 장류 브랜드 '해찬들' 과 전통 양념 브랜드 '다담' 이 있음
	연혁	- 1953년 8월 제일제당공업주식회사 설립 - 1978년 식품연구소 설립 - 2006년 해찬들 합병 - 1997년 '다담' 브랜드 탄생
	주요 브랜드	- 백설, 해찬들, 다담, 프레시안, 햇반 등
대상(주)	주요 특징	- 1956년 설립된 이래 세계 3대 발효 전문기업으로 성장했으며, 전통장류, 종합 조미료, 농수산식품, 냉동식품 등을 생산하며 종합식품회사로 성장함
	연혁	- 1956년 1월 동아화성공업주식회사 설립 - 1986년 서울미원(주)를 (주)미원으로 상호변경 - 1997년 (주)미원과 (주)세원 합병 후 대상(주)로 상호를 변경 - 1996년 청정원 브랜드 출범 - 2001년 7월 축구국가대표팀 장류 공식공급업체 지정
	주요 브랜드	- 청정원, 맛선생, 카레여왕, 종가집
영농조합법인 한국맥꾸름	주요 특징	- '전통의 맥(脈)을 이어갑니다' 라는 중심 가치를 가지고, 매해 4,000여 개의 독에 국내산 콩을 사용하여 장을 담금 - 대맥장 제조 분야에서 식품명인으로 지정된 서명례 명인이 안동 권씨 집안 대대로 전수되어 오는 전통방식으로 제조함



구분		내용
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 1989년 한국맥꾸름 창립 - 2006년 전통식품 인증(된장, 고추장, 청국장, 간장) - 2010년 영농조합법인 한국맥꾸름으로 상호를 변경 - 2012년 대한민국 식품명인 지정 - 2015년 농식품부 주관 파워브랜드대전 은상(장관상) 수상
	주요 브랜드	- 맥된장, 맥간장, 맥고추장, 맥청국장, Kjang

※ 각 사 홈페이지 참조



제 4 절 수출입 현황

- 청국장의 HS코드는 따로 구분하지 않고, 소스류 하위 품목 중 HS코드 2103.90.1090(기타)에 포함됨
- 그러나 기타라는 항목에는 청국장 이외의 다양한 장류 제품이 포함되어 있어, 청국장만의 실적으로 보기에는 한계가 있음. 이에 식품의약품안전처의 ‘식품 및 식품첨가물 생산실적’ 상 청국장 수출실적과 ‘수입식품 등 검사연보’ 상 수입실적을 기준으로 청국장의 수출입 규모를 파악해봄
- 청국장의 수출 규모는 매우 작은 상황임. 2014년 이후 청국장의 수출량 및 수출액은 등락을 반복하고 있으나, 2017년 수출액이 큰 폭으로 증가하였음
 - 수출량은 2014년 40톤 대비 2018년 19톤으로 52.5% 감소했으나, 수출액은 같은 기간 18만 7,770달러에서 20만 3,735달러로 8.5% 증가함. 2017년에는 62만 7,963달러의 이례적으로 높은 수출액을 기록하였음
 - 해외 식품 박람회에서 인삼·홍삼, 면류, 청국장을 포함한 장류 제품에 대한 체험형 판촉 행사 등을 개최하며 청국장을 알리기 위해 다양한 노력을 전개하고 있음. 그러나 청국장은 외국인들에게 다소 거부감이 있는 음식으로 인식됨. 2015년 한국무역협회가 해외 24개국의 한국 기업 주재원 및 현지 한인 사업가 637명을 대상으로 조사한 결과에 따르면, 현지인이 먹기 꺼리는 한식으로 청국장(39%)이 1위를 차지함. 이어서 젓갈(29%), 깻잎 등의 절인 음식(17%), 김치(10%), 나물(1%) 등의 순임. 한식을 꺼리는 이유로는 응답자의 45%가 ‘냄새가 심해서’ 라고 응답했으며, 이어서 ‘식감이 생소해서(24%)’, ‘보기에 안 좋아서(8%)’ 등으로 음식을 선택할 때 후각과 식감에 민감하다는 것을 알 수 있었음²⁸⁾
 - 해외로 수출되는 청국장 대부분은 한국 교민들을 주요 고객으로 하는 한인 마트로 유통됨.²⁹⁾ 그러나 세계적으로 청국장의 건강상의 효능이 인정을 받으며 냄새가 나지 않는 청국장이나 청국장잼·버터, 생청국장(낫토) 등을 개발하여 현지인들과 교포들에게 인기를 얻고 있으며, 미국 현지법인과 수출계약을 체결하여 수출 판로를 확보하는 등의 노력을 하고 있음

28) 해외한국사업가, “현지인들, 청국장 가장 싫어해”, 아시아경제, 2015.11.13

29) 업계 전문가 인터뷰



- 청국장의 수입실적은 지속 증가하는 추세를 보이며, 2016년에는 다른 연도보다 수입실적이 높게 나타난 특징이 있음
- 수입량은 2014년 92톤 대비 2017년 249톤으로 170.7% 증가했으며, 같은 기간 수입액은 43만 2,562달러에서 114만 4,470달러로 164.6% 증가함
 - 대체로 청국장 수출 규모보다 수입 규모가 더 큰 편인데, 이는 건강 트렌드에 따라 일본식 청국장인 낫토의 인기가 증가하여 수요가 늘어났기 때문임. 참고로 낫토는 수입 시 ‘청국장’ 으로 분류됨. 최근에는 일본 식품전문업체나 대형마트, 온라인몰을 통한 직접 구매 방식으로 낫토를 구매할 수 있게 되었음
 - 웰빙 트렌드에 따라 일본 낫토에 대한 수요가 증가하면서 이마트에서 낫토와 청국장 매출 비율이 2015년 낫토 47.1%, 청국장 52.9%에서 2016년 낫토 67.3%, 청국장 32.7%로 역전되었으며, 2017년 4월 기준으로 낫토 73.5%, 청국장 26.5%로 격차가 더 벌어졌음. 이마트는 2016년 5월에 일본 내 판매 1위 브랜드인 ‘타카노 낫토(Takano Natto)’ 를 국내 유통업체 최초로 판매하기 시작했음³⁰⁾
 - 일본의 낫토는 미국의 건강 전문지 ‘헬스(Health)’ 가 선정한 세계 5대 건강식품 중 하나로, 영양성분과 효능이 전 세계적으로 인정받고 있음. 참고로 세계 5대 건강식품(2014)에 선정된 품목으로는 김치(한국), 낫토(일본), 올리브유(스페인), 렌틸콩(인도), 요구르트(그리스) 등임

[표 3-19] 청국장 수출입 현황

년도	수출실적		수입실적		
	수출량(톤)	수출액(\$)	수입량(톤)	수입액(\$)	건수(건)
2014	40	187,770	92	432,562	55
2015	39	295,553	280	964,579	80
2016	19	142,739	357	1,789,886	117
2017	43	627,963	249	1,144,470	69
2018	19	203,735	-	-	-

※ 수출실적 - 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

수입실적 - 연도별 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처 (부적합 판정 받은 수입실적 제외 한 값)

- 1) 관세청 수출입 통계에서 HS코드 2103.90.1090는 청국장 외 기타 소스류가 모두 포함되어, 청국장만의 수출입 실적을 확인할 수 없음
- 2) 식품 및 식품첨가물 생산실적의 수출실적은 총량으로 기재되어 국가별 수출실적을 확인할 수 없음
- 3) 1kg 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음
- 4) 수입실적은 ‘2019년도 수입식품등 검사연보(2018년도 실적)’ 가 발행되지 않아 2017년까지만 반영

30) ‘낫토 매출, 청국장 추월... 시장규모 10년 만에 10배로’, 연합뉴스, 2017.4.19



□ 해외에서 청국장은 주로 한인 마트와 온라인으로 유통되며, 주요 소비자층은 아시아 식품에 관심이 많고 거부감이 없는 현지인과 재외동포들임

[표 3-20] 해외로 유통되는 청국장

제품명	특징	이미지
CJ 다담 청국장 (『CJ』 タダム チョングッジャン)	- 특징: 해물 육수와 멸치 분말을 담아 육수를 따로 내지 않고 두부와 야채 만으로 찌개를 끓일 수 있음 - 가격: 1,070엔 + 우송료 1,188엔 - 용량: 530g	
아리랑식품 이쁜이표 청국장 (チョングッジャン180g韓国納豆(180g))	- 특징: 국내에 주로 유통되는 제품용량(400g)과 달리 180g의 용량으로 판매됨 - 가격: 322엔 + 우송료 1,000엔 - 용량: 180g	
세진식품공업사 포천 청국장 (『ポチョン』チョングッジャン 韓国納豆(180g))	- 특징: 수입산 대두를 사용하여 만든 제품 - 가격: 298엔 + 우송료 1,188엔 - 용량: 180g	
프롬웰 김인순 가루청국장 (Korean Soup Prepared with Fast Fermented Soybean Paste Powder)	- 특징: 국내산 콩으로 만든 청국장 가루임 - 가격: 27달러 - 용량: 250g	
청정태안식품 김명월 청국장 (Cheonggukjang Fermented Soybean Paste Powder)	- 특징: 청국장 가루 제품으로 검은콩 청국장 500g과 흰콩 청국장 500g을 패키지로 판매 - 가격: 66달러 - 용량: 500g × 2개	
건이식품 청국장환 (G&E Food Fermented Soybean Paste Balls 200g Pouch)	- 특징: 국산 대두 90%, 수입 소맥분 10%로 만든 청국장환으로 1일 2~3회, 30알 정도를 물과 함께 섭취하도록 만든 제품 - 가격: 31달러 - 용량: 200g	

※ 아마존(www.amazon.com), 라쿠텐(www.rakuten.co.jp)

1) 작성 일자: 2019년 9월 19일

제 4 장

유통 및 판매 현황

제 1 절
유통구조

제 2 절
소매시장 규모

제 3 절
주요 제품 소매채널 가격



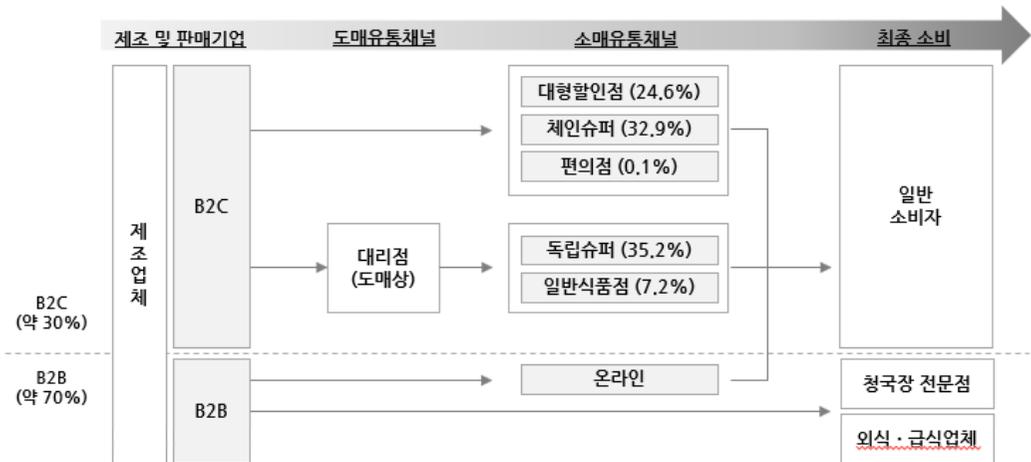


제 1 절 유통구조

1. 청국장 유통 판매 구조

- 청국장 제조업체에서 생산된 제품의 대략 70%가 B2B에서 판매되고 있고, 나머지 약 30% 정도가 B2C에서 판매되고 있는 것으로 추정됨³¹⁾
 - 지역별 소규모 제조업체가 청국장 전문점과 같은 B2B로 많이 유통하고 있으며, 풀무원식품이나 토박이식품 등 일부 업체에서 B2C로 유통하고 있는 것으로 보임 또한, 청국장은 된장이나 고추장과 달리 집에서 담가 먹는 비중이 적은 것으로 보고 있음³²⁾
 - 청국장은 다른 소매 유통채널보다 독립슈퍼의 유통 비중이 큰 특징이 있는데, 이는 독립슈퍼가 지역별로 다양하고, 지역별 소규모 제조업체가 거점유통을 하고 있어서 상대적으로 독립슈퍼 유통 비중이 높은 특징이 있음

[그림 4-1] 청국장 유통구조



※ 낄스 POS data 기준

※ 소매 유통채널별 비중은 2018년 매출액 기준 유통채널별 점유율로 작성함

31) 업계 전문가 인터뷰

32) 업계 전문가 인터뷰

제 2 절 소매시장 규모

1. 청국장 소매시장 규모

- 청국장 소매시장 규모는 2018년 기준 93.5억 원이며, 이는 2016년 98.6억 원 대비 5.2% 감소한 규모임³³⁾
- 1인 가구 증가, 가정 간편식 확대, 식생활 서구화 등으로 국내 장류 소비량은 감소하고 있음.³⁴⁾ 이에 청국장 제조업체들도 간편성이나 웰빙 트렌드에 맞게 제품 원료를 개선하거나 형태, 맛 등을 바꾼 퓨전 제품 등을 출시 및 판매하면서 시장을 성장시키기 위해 노력하고 있음³⁵⁾

[그림 4-2] 청국장 소매시장 규모



- 참고로 최근 인기가 높아진 낫토의 시장규모는 청국장 보다 커진 상황임. 2014년 100억 원을 넘어선 뒤, 2017년 325억 원 정도로 3배 이상 증가함³⁶⁾
- 젊은 소비층을 중심으로 청국장보다는 낫토를 선호하는 추세가 늘어남. 청국장과 비교하여 그냥 먹기에도 부담이 없고, 다른 음식과 간편하게 섞어 먹을 수 있는 장점 등이 복합적으로 작용하여 시장이 커진 것으로 분석됨

33) 님스 POS data 기준 소매시장 규모로, 낫토를 포함하지 않으며 온라인 및 흡소형 거래액 미반영

34) '장류산업발전진흥법 제정하자', 식품저널뉴스, 2019.9.6

35) '냄새가 나지 않는 무농약 전통방식 제주콩청국장찌개 출시', 충청매일, 2018.9.13

36) '국내 낫토시장 300억원 돌파... 풀무원 시장점유율 81%', 연합뉴스 2018.2.6



2. 소매채널 판매 현황³⁷⁾

- 청국장 소매 유통채널별 판매 규모를 살펴보면, 2018년 기준, 독립슈퍼가 32.9억 원(35.2%)으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이어서 체인슈퍼(32.9%)임
 - 청국장은 앞서 언급한 것처럼 지역에서 소규모 업체들이 생산하여 지역 거점 소매점을 중심으로 유통하는 특징이 있어, 상대적으로 독립슈퍼나 조합마트가 포함된 체인슈퍼의 매출 규모가 큰 것으로 분석됨
 - 독립슈퍼의 매출 규모는 2016년 33.1억 원에서 2018년 32.9억 원으로 0.4% 감소함. 반면, 대형할인점은 2016년 26.3억 원에서 2018년 23.0억 원으로 12.4% 감소하였음. 대형할인점이 도시에 주로 입점하고 있는 특징을 고려하면, 도심 거주자들에게서 청국장 소비가 감소한 것으로 해석해 볼 수 있음
 - 전체 판매 규모가 2016년에서 2018년 사이에 5.2% 감소한 상황에서 판매 감소의 99.3%가 대형할인점 및 체인슈퍼에 몰려 있어, 지역 거점 소비양상은 유지되나 도심 거주자들의 청국장 소비가 감소한 것을 눈여겨볼 수 있음

[표 4-1] 청국장 소매채널별 판매 규모

(단위: 백만원,%)

구분	2016년	2017년	2018년	판매 증감 (2016년 기준)
대형할인점	2,626(26.6)	2,400(25.2)	2,301(24.6)	-325
체인슈퍼	3,259(33.0)	3,139(33.0)	3,071(32.9)	-188
편의점	3(0.03)	4(0.04)	6(0.06)	+3
독립슈퍼	3,305(33.5)	3,228(33.9)	3,293(35.2)	-12
일반식품점	672(6.8)	751(7.9)	677(7.2)	+5
합계	9,865(100)	9,522(100)	9,348(100)	-517

※ 닐슨 POS data 기준

- 1) 체인슈퍼 : 기업형 슈퍼마켓(SSM)이나 체인점을 보유한 슈퍼(백화점 포함)
- 2) 독립슈퍼 : POS기기를 2대 이상 보유하고 있는 중대형 규모의 개인 슈퍼마켓
- 3) 일반식품점 : 중소형 규모의 슈퍼마켓이나 식품판매점. POS기기를 1대 이하 보유

37) 닐슨 POS data 기준 소매시장 규모로, 낫토를 포함하지 않으며 온라인 및 홈쇼핑 거래액 미반영



제 3 절 주요 제품 소매채널 가격

- 청국장은 대표 가격을 명시해둔 곳이 없어 주로 판매되는 용량을 기준으로 하여 온라인 최저 가격과 최고 가격을 조사하여 명시해 둠
- 청국장은 원료 및 가공방법에 따라 가격이 다양하며, 청국장가루와 청국장환은 중소기업 또는 영농조합법인 위주로 생산되는 편임
 - 청국장 및 생청국장은 150~190g대의 제품이 주를 이루며, 주로 찌개용으로 사용되는 청국장은 대기업의 찌개 양념용 간편식 제품과 명인 혹은 중소기업의 청국장 제품으로 분류할 수 있음. 생청국장은 대기업 중에서 두부 및 콩류 전문업체인 풀무원과 다수의 중소기업이 시장을 차지하고 있음
 - 청국장가루와 청국장환은 중소기업이 주를 이루고 있음

[표 4-2] 청국장 제품별 판매가격

구분	제품명	용량(g)	온라인 가격(원)	100g당 가격(원)
청국장	다담 청국장찌개(CJ제일제당)	530	4,360~5,160	823~974
	다담 떡배기 청국장 찌개양념(CJ제일제당)	130	1,050~1,480	808~1,138
	순창문옥례 우리콩청국장 (농업회사법인순창문옥례식품)	780	9,600~9,990	1,231~1,281
	종가집 전통 청국장(대상)	150	3,420~3,860	2,280~2,573
	토박이청국장(토박이식품)	170	2,930~5,970	1,724~3,512
생청국장	국산콩 생청국장(풀무원)	190	4,330~4,900	2,279~2,579
	담양 생청국장(죽향콩영농조합법인)	170x6개	13,350~15,110	1,309~1,481
청국장 가루	유모례청국장분말(유모례전통식품)	500	17,790~20,000	3,558~4,000
	국산 청국장 가루(신선약초)	300	7,750~8,000	2,583~2,667
	청국장 분말(성진식품)	350	8,220~8,350	2,349~2,386
청국장환	동강마루 쥐눈이콩 청국장환(영월농협)	250	17,000~20,800	6,800~8,320
	산촌마을 쥐눈이콩 청국장환(산촌마을)	250	30,000	12,000
	안동제비원 청국장환(안동제비원)	300x3개	59,430~61,900	6,603~6,878

※ 네이버 쇼핑 참조

1) 가격 작성 시점: 2019.9.19

제 5 장

소비 특성

제 1 절
빅데이터 조사 개요

제 2 절
소비자 특성





제 1 절 빅데이터 조사 개요

1. 빅데이터 조사 개요

- 인터넷·스마트폰 보급, SNS 활성화 등으로 인해 대규모 데이터가 빠르게 생성되고 있음
 - 개인의 일상 및 생각에서부터 사용 제품에 대한 불만 사항 혹은 기대 사항까지 자신의 의견을 언제 어디서나 실시간으로 기록하고 공유 가능해짐
- IT·산업 발전 등으로 SNS 등의 대용량 데이터 수집 및 처리를 할 수 있게 되었고, 통계 연구 활성화로 신뢰성 높은 데이터를 확보할 수 있게 되었음. 여러 산업 분야에서 기업·공공기관의 혁신과 경쟁력 강화를 위한 빅데이터 분석을 광범위하게 적용하고 있음
- 식품산업의 경우, 대기업 중심으로 재료 트렌드를 파악하여 새로운 맛 종류를 개발하거나 소비자 라이프 스타일을 파악하여 혁신 제품을 만드는 데 주력하는 추세임. 이러한 추세에 발맞춰 본보고서에서도 빅데이터 분석을 통해, 보다 활용 가능한 정보를 제공하고자 함

2. 빅데이터 분석 범위

- 분석 대상 채널은 네이버 블로그로 선정하였음
 - 네이버 블로그는 블로그 채널 중 가장 활성화된 채널이며, 글자 수의 제한이 없어 소비자의 의견, 자신만의 레시피 소개, 제품에 대한 정보 등 다양한 의견을 기록할 수 있음
- 데이터 수집 기간은 가장 최근 자료인 2018년 4월 1일부터 2019년 4월 30일까지인 1년 1개월임
- 청국장 품목에 사용된 데이터의 양은 5,564 건임



3. 빅데이터 분석 내용

□ 본 보고서의 분석 내용은 아래와 같음

- 청국장 소비 시장 흐름을 이해하기 위해 소비 행태에 대해 추정함. 소비 행태에서 제품 구매에 결정적인 영향을 미치는 구매 고려요인과 함께 구입장소 그리고 함께 언급한 품목으로 연관 제품을 파악함
- 현 청국장 제품에 대한 개선과 소비자 니즈를 충족할 수 있도록 기대 요인과 우려 요인에 대한 정보를 제공하고자 함
- 제조사가 신제품 개발에 참고할 수 있도록 구입 용도(목적), 주로 활용하거나 곁들이는 요리 종류에 대해 정보를 제공하고자 함



제 2 절 소비 특성

1. 청국장 소비 특성

1) 기대 혹은 우려 요인

- 매체 등을 통한 청국장의 건강 효능 전파로 청국장은 건강식품으로 인식되고 있음. 이에 청국장과 관련하여 소비자가 실제로 기대하는 요인과 우려하는 요인은 무엇인지 키워드 언급량을 통해 살펴보고자 함
- 청국장 섭취를 통해 기대하는 주된 요인의 언급으로 ‘맛’, ‘건강’, ‘다이어트’ 순으로 높게 나타남
 - ‘맛’의 경우 청국장 고유의 구수하고 깊은 맛에 대한 기대 요인이 큰 것으로 나타남

☞ 38) “청국장의 고약한 냄새는 하나도 없이 구수한 향만 가득한 청국장이 완성됐어요.”

☞ “멀치 육수에 청국장 구수하게 끓여냈더니 다른 반찬이 필요 없더라고요.”

☞ “묵은지를 넣고 끓이면 끓일수록 걸쭉해지면서 구수한 향기도 진해지고 맛이 더 깊어져요.”

[표 5-1] 청국장의 기대 요인

(단위: %)

기대요인	전체언급
맛	85.2
건강	52.5
다이어트	12.3
영양	10.5
디톡스 ³⁹⁾	4.6

- 기대 요인을 살펴보면, 청국장 고유의 맛 외에 주로 건강에 대한 언급이 상대적으로 다양하게 나타남

38) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임

39) 인체 내에 축적된 독소를 뺀다는 개념의 대체의학적 제독 요법



- 청국장의 트립신 억제성분에 의한 항암 효과 및 당뇨병 예방 효과, 레시틴에 의한 독소 배출 및 치매 예방 효과 등의 효능을 통한 건강증진에 관심이 높은 것으로 분석됨.
- 또한, 풍부한 섬유질과 레시틴의 독소 배출 효과를 바탕으로, 변비 개선과 장 건강 개선에 대해 기대할 뿐 아니라, 다이어트 및 디톡스 효과를 기대하는 것으로 분석됨.

[표 5-2] 청국장의 기대 요인 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
맛	85.2	• 맛	100.0
건강	52.5	• 변비 개선	35.3
		• 항암 효과	33.8
		• 면역력 증진	32.6
		• 노화 예방	20.6
		• 장 건강	19.8
		• 성인병 예방	18.8
		• 혈관 건강	18.4
다이어트	34.8	• 다이어트	100.0
영양	10.5	• 영양	100.0
디톡스	4.6	• 독소 배출	90.2
		• 해독	25.0
		• 디톡스	13.2
		• 부종	8.3

□ 우려 요인에 대한 언급으로는 우려 성분, 이취, 위생 순으로 나타남

- 우려 요인으로 언급된 키워드는 청국장을 섭취하면서 건강에 대한 기대가 큰 만큼 제품이 많아지면서 우려 성분이나 위생에 대해 꼼꼼히 따지는 소비자가 늘어남에 따라 나타난 현상으로 분석됨

[표 5-3] 청국장의 우려 요인

(단위: %)

우려요인	전체언급
우려성분	42.0
이취	37.0
위생	30.3





- 우려 요인을 살펴보면, 첨가물, 발암물질, 방부제 등 우려 성분에 대한 요인이 주로 언급되며, 이취에 대해서도 언급되고 있음
- 건강식품으로 인식되는 청국장 선택과 관련하여, 첨가물이나 방부제 등의 우려 성분이 없는 청국장을 찾고 있음
- 또한, 청국장 특유의 비린내와 잡내가 없는 생청국장 제품을 찾는 경향이 나타나고 있음. 특히, 청국장 특유의 냄새가 잡균에 따른 것이라는 인식이 나타나고 있음

40) “저는 국산콩으로 만들어진 청국장을 사고, 첨가물이 없는 청국장을 찾아 먹곤 해요.”

“생청국장은 처음 봐요. 중요한 건 냄새가 전혀 나지 않아서 깜짝 놀랐어요.”

“청국장의 퀴퀴한 냄새는 잡균이 침범해서 그런 거라고 합니다. 생청국장이 냄새가 없는 것은 잡균이 없기 때문이라네요.”

[표 5-4] 청국장의 우려 요인 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
우려성분	42.0	• 첨가물	55.4
		• 방부제	44.3
		• 색소	34.1
		• 감미료	8.4
이취	37.0	• 비린내	54.2
		• 잡냄새	52.6
위생	30.3	• 위생	100.0

40) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



2) 구매고려요인 및 구입장소

- 청국장 구매 결정에 앞서 중요하게 고려하는 요인은 ‘주위 평판’, ‘가격’, ‘패키지’, ‘원산지’ 순으로 나타남
- 건강식품으로 인식되는 청국장의 특성상 주위의 평판이 주요 구매 요인으로 나타났으며, 건강상의 효과나 맛 등에 의해 주변에 다시 추천하고 있음

- 41) “지인으로부터 소개받아 작년부터 주문해서 먹고 있는데, 맛있어서 저도 주변 분들에게 많이 소개했어요.”
- “지인분께서 청국장 가루라고 말씀해주셔서, 추천받고 구매해보니 냄새가 순하고 고소해서 좋았습니다.”

[표 5-5] 청국장의 구매고려요인

(단위: %)

구매고려요인	전체언급
주위 평판	48.8
가격	42.6
패키지	34.0
재료 원산지	24.9
판촉 행사(이벤트/덤프)	20.5
제품 공정	17.7
품질	11.9
용량	10.6
인증	9.1
첨가물	7.1
유통기한	4.4

- 청국장 패키지와 관련하여, 포장단위 및 용기 타입에 대한 언급이 많았으며, 디자인은 상대적으로 언급량이 적게 나타남
 - 포장단위는 생청국장이나 청국장환 제품 등이 묶음 포장으로 판매하는 경우가 많아 묶음 포장에 대한 언급이 상대적으로 많았던 것으로 분석됨

41) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



- 용기 타입에서 유리병 언급량이 많은 이유로는 생청국장 만들기와 관련하여 유리병을 이용하는 경우가 많은 것으로 분석됨

- ☞ 42) “판매단위는 250g 4류음이며 스티로폼에 포장되어 안전하게 배송되어왔습니다.”
- ☞ “요플레 제조기에 청국장을 띄우려면 유리병 아래에 지푸라기를 깔고....”
- ☞ “유리병에 넣고 청국장 커버만 덮은 다음 청국장 발효기에 넣고 버튼 누르면 끝입니다.”

- 청국장 원산지와 관련하여, 국내산 언급량이 많이 나타났는데, 건강에 대한 우려로 국내산 콩으로 만든 제품을 선호하는 것으로 분석됨

- ☞ 43) “국내산이 정말 좋은 건데 시중에 판매되는 청국장은 아마 GMO(유전자 변형) 콩을 쓸 겁니다. 정말 국내산을 맛보면 왜 좋은지 알 겁니다.”
- ☞ “저는 늘 이 청국장을 사용해요. Non-GMO 국내산 콩으로 만들어 안전한 것 같아요.”
- ☞ “국내산 콩으로 만든 청국장이라 더더욱 믿음도 가고 가격도 괜찮으니 더 좋아요.”

[표 5-6] 청국장의 구매고려요인 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드		언급 비중
주위평판	48.8	<ul style="list-style-type: none"> • 추천 • 후기 • 리뷰 • 소문 		65.0 36.0 15.6 9.6
가격	42.6	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 		100.0
패키지	34.0	포장단위(58.5)	<ul style="list-style-type: none"> • 묶음 포장 • 개별 포장 	77.1 31.8
		용기타입(33.1)	<ul style="list-style-type: none"> • 유리병 • 파우치 	93.0 8.3
		디자인(8.4)	<ul style="list-style-type: none"> • 디자인 	100.0
재료 원산지	24.9	<ul style="list-style-type: none"> • 국내산 • 중국산 • 기타 수입산 • 원산지 		76.4 20.2 13.8 12.1
판촉 행사	20.5	<ul style="list-style-type: none"> • 할인 • 이벤트 • 증정/덤 • 프로모션 		68.4 38.3 11.8 1.5

42) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임

43) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
제품 공정	17.7	<ul style="list-style-type: none"> 발효 전통방식 	90.9
			19.4
품질	11.9	<ul style="list-style-type: none"> 품질 프리미엄 	79.9
			26.3
용량	10.6	<ul style="list-style-type: none"> 용량 소용량 대용량 	53.4
			32.3
			23.7
인증	9.1	<ul style="list-style-type: none"> 인증 마크 보증 	91.0
			21.3
			6.9
첨가물	7.1	<ul style="list-style-type: none"> 첨가물 	100.0
유통기한	4.4	<ul style="list-style-type: none"> 유통기한 제조일자 	96.3
			6.8

- 청국장 구매고려요인과 관련하여 원료 베이스에 대한 언급을 살펴보면 곡물류, 소금, 고춧가루에 대해 언급하고 있음. 특히 곡물류에서는 콩에 대한 언급 비중이 압도적으로 높으나, 검은콩, 완두콩 등의 언급은 적어서 청국장은 대두로 만드는 제품이라는 인식이 높음을 알 수 있음

[표 5-7] 청국장의 원료베이스 언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
곡물류	70.7	<ul style="list-style-type: none"> 콩 팥 검은콩 완두콩 병아리콩 강낭콩 통팥 	91.0
			7.6
			7.3
			2.0
			1.8
			1.0
			0.1
소금	32.8	<ul style="list-style-type: none"> 소금 	100.0
고춧가루	23.5	<ul style="list-style-type: none"> 고춧가루 	100.0

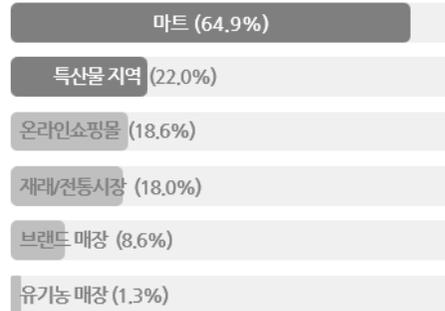


- 청국장을 구입하는 장소는 마트, 지역 특산물 판매장, 온라인 쇼핑몰 순으로 구입하는 행태를 보이며, 특히 마트가 주된 구입장소로 분석됨

[표 5-8] 청국장 구입장소

(단위: %)

구입장소	전체언급
마트	64.9
지역 특산물 판매장	22.0
온라인쇼핑몰	18.6
재래/전통시장	18.0
브랜드 매장	8.6
유기농 매장	1.3



3) 구입하는 제품 타입

- 청국장 제품 타입에 대한 언급을 분석하면 반죽장과 분말이 상대적으로 높은 언급량을 보이나, 환은 언급이 매우 적음. 이는 청국장 환은 요리가 아닌 건강 기능 식품으로 인식하기 때문으로 판단됨

[표 5-9] 청국장 제품 타입

(단위: %)

제품 타입	전체언급
반죽장(paste)	69.9
분말	42.3
환	5.8



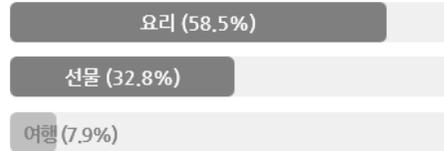
4) 구입하는 목적

- 청국장을 구입하는 주된 목적은 가정 내에서 조리에 사용하는 '요리'의 비중이 높으며, 이 외 선물용, 여행 시 소량으로 가져가기 위한 용도로 나누어짐

[표 5-10] 청국장을 구입하는 목적

(단위: %)

구입하는 목적	전체언급
요리	58.5
선물	32.8
여행	7.9



- 청국장을 선물용으로 구입 시, 명절 선물로의 구입 비중이 높으며 이외에 행사, 새해, 어버이날과 같은 목적을 지닌 것으로 나타남

[표 5-11] 청국장 선물 구입 시 상황

(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
			선물

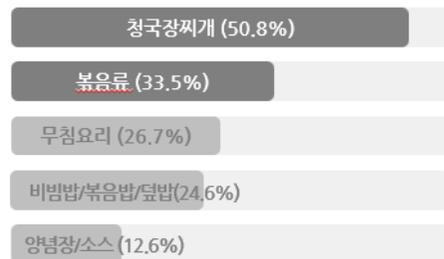
5) 활용요리

- 청국장을 활용한 요리는 청국장찌개, 볶음류, 무침요리 등 가정 내 다양하게 쓰이는 것으로 나타나며, 양념장/소스의 재료로 이용되는 비중은 상대적으로 낮은 것으로 분석

[표 5-12] 청국장을 활용한 요리

(단위: %)

활용요리	전체언급
청국장찌개	50.8
볶음류	33.5
무침요리	26.7
비빔밥/볶음밥/덮밥	24.6
양념장/소스	12.6



제 6 장

해외 시장 동향

제 1 절
해외 청국장 유사 제품

제 2 절
일본 낫토 시장





제 1 절 해외 청국장 유사 제품

- 청국장과 유사하게 콩을 발효시킨 음식을 취급하는 국가들이 있으며, 제조방식과 발효 시 사용되는 박테리아 종류 등의 차이가 있음
 - 콩을 발효시켜 고초균을 접종시킨 일본의 낫토, 콩의 껍질을 벗겨 틀에 넣고 굳힌 인도네시아의 템페, 삶은 검은콩에 소금을 뿌려 발효시킨 뒤 건조한 중국의 두시가 있음. 또한, 삶은 콩을 절구에 넣고 빵아 바나나 잎에 싸서 발효시킨 네팔과 동인도의 키네마, 바나나잎에 삶은 콩을 넣고 발효시킨 뒤 햇빛에서 건조한 라오스와 태국의 뚜아나오가 있음

[표 6-1] 해외 청국장 유사 제품(콩 발효식품)

이름	국가	제조방법	박테리아 및 박테리아의 속주	이미지
낫토 (なっとう, Natto)	일본	- 고초균을 찢 콩에 접종시킨 뒤 16~24시간 동안 38~42℃에서 발효시킴 - 발효한 후에 0~5℃에서 냉장 보관함	- Bacillus subtilis var. natto - 짚과 같은 건조한 풀	
템페 (temper, Tempeh)	인도네시아	- 콩의 껍질을 벗긴 뒤 삶고, 식초와 템페 박테리아를 접종시킴 - 사각형 모양의 틀에 흰색의 균사체와 콩을 함께 넣음	- Rhizopus oligosporis - 바나나 잎처럼 잎이 넓은 나뭇잎	
두시 (豆豉, Douchi)	중국	- 검은콩을 찢 뒤 소금을 넣고 발효시킴 - 발효 후에 수분을 제거하기 위해 1달 정도 건조	- Bacillus subtilis, Aspergilli - 누룩곰팡이 또는 잎이 넓은 나무의 잎사귀	
키네마 (Kinema)	네팔, 동인도	- 삶은 콩을 절구로 빵은 뒤 대나무로 만든 바구니에 Fern 나뭇잎으로 포장하여 2일 정도 보관함 - 나뭇잎에 있는 박테리아균이 발효에 사용되며 대나무 바구니는 따뜻한 온도를 유지하여 발효가 잘 이루어지도록 함	- Bacillus subtilis - 공기 중의 박테리아 또는 바나나/ Fern 나뭇잎	
뚜아나오 (Thua-nao)	라오스, 태국	- 바나나 잎에 삶은 콩을 넣어 감싼 뒤 2일 정도 발효시킴 - 절구에 넣고 간 뒤 소금과 고춧가루를 넣고 모양을 잡은 뒤 햇빛에 2일 정도 건조	- Bacillus subtilis - 바나나 잎처럼 잎이 넓은 나뭇잎	

※ 국제식품규격위원회 (CODEX ALIMENTARIUS COMMISSION)
DISCUSSION PAPER ON THE DEVELOPMENT OF A REGIONAL STANDARD FOR NATTO, FAO, 2016



제 2 절 일본 낫토 시장

- 세계적으로 섭취하는 대두 발효식품 중에 우리나라 청국장과 가장 비슷하며, 수입 장류 중에 미소(みそ, 된장)와 함께 주로 수입되는 ‘일본의 낫토(納豆, なっとう)’ 를 중심으로 해외 시장을 살펴봄

1. 낫토의 역사 및 정의

1) 낫토의 역사⁴⁴⁾

- 낫토라는 단어는 일본사찰의 주방 격인 ‘납소(納所)’ 에서 유래된 것으로 봄. 낫토는 한자로 ‘납두(納頭)’ 라고 표기하는데, 이는 납소에서 콩 발효식품을 관리했기 때문에 납두라는 명칭이 생겼고, 여기서 낫토가 유래되었다는 것임⁴⁵⁾
- 낫토가 일본 전통음식이 된 시기나 처음 생산된 기간은 불분명하지만, 이에 대한 여러 가지 가설이 존재함
 - 첫 번째 설은 최초의 법체제인 17조 헌법(十七條憲法)을 공포하고 일본의 첫 번째 유네스코 세계 문화재로 지정된 효류지 사원(Horyuji Temple, 法隆寺)을 설립한 쇼토쿠 태자(Shotoku Taishi, 聖德太子) (574년~622년) 시대에 대한 기록임
 - 두 번째 설은 미나모토노 요리토모(Minamoto no Yoritomo, 源頼朝) (1147년~1199년) 의 조상이며, 가마쿠라막부(Kamakura bakufu, 鎌倉幕府)를 세우고 황제를 대신해 사무라이로서 일본을 통치한 전쟁의 신 Taro Yoshiie(미나모토 가문, 1039년~1106년)가 처음으로 낫토를 발견했다는 설임. 무로마치 시대(11세기)에 말에게 먹일 콩을 삶고 있다가 적에게 공격을 당해 삶던 콩을 짚으로 만든 썰에 담아 말 등에 싣고 다닌 것이 낫토의 첫 발견이라는 것임. 이는 지푸라기에 붙어있던 곰팡이와 해당 공간의 온도 및 습도가 알맞았기 때문임
 - 그 외에도 문헌상으로 중국 당나라 때 낫토가 일본에 유입된 것으로 추정되기도 함. 한 승려가 중국 유학을 마치고 돌아오면서 낫토 제조기술을 도입했다는 가설임
 - 그러나 모든 가설에서 확인할 수 있는 사실은 낫토의 발견은 지푸라기 속에서 삶아진 콩의 ‘우연한 발견’ 에 의한 것이라는 점임

44) www.meguminatto.com

45) 신비로운 실의 비밀 ‘낫토’, 풀무원 블로그



- 과거에는 낫토를 집에서 만들어 먹는 것이 일반적이었으나 에도시대 중반, 마을을 돌아다니며 낫토를 판매하는 낫토 판매자들이 생김
 - 그러나 바실러스(고초균)의 기능이나 가공법 등을 발견하지 못해 자연적으로 박테리아가 잘 생성되는 온도와 습도를 가진 가을과 겨울에만 소비되었음
 - 오늘날에는 고초균을 계획적으로 생산할 수 있을 정도의 고초균 연구가 진행되어, 원하는 곳에서 원하는 양만큼의 일반적인 생산이 가능해짐. 낫토 제조업자들은 대두에 발효된 고초균을 추가해 일본 소비자들이 신선한 나토를 계절과 상관없이 사시사철 섭취할 수 있도록 함
- 매년 7월 10일은 ‘낫토의 날’ 로, 이는 7(なな, 나나)과 10(とお, 토)의 발음을 활용하여 탄생한 날짜임. 일본은 건강을 위한 낫토 소비 확대를 위해 1981년에 간사이 낫토 공업 협동조합이 ‘낫토의 날’ 을 제정하였고 1992년에는 전국 낫토 공업 협동조합 연합회가 재차 ‘낫토의 날’ 을 지정함⁴⁶⁾
 - ‘낫토의 날’ 을 기념하기 위해 전국낫토협동조합연합회에서 낫토퀸을 선발하는 행사를 주최함. 낫토퀸은 낫토의 보급 확산과 이미지 제고 등을 목적을 위해 선발하는 마케팅 전략 중 하나이자, 낫토에 깊은 애정을 가진 유명 인사에게 주어지는 칭호임⁴⁷⁾
 - 낫토 생산업체들은 낫토를 이용한 요리 제품을 개발하여 소비자들의 흥미 유발 및 소비 촉구를 이행하고 있음. 주요 제품으로는 낫토 볶음밥 등이 있음

2) 낫토의 특성⁴⁸⁾

- 낫토(納豆, なっとう)는 대두를 고초균을 이용해 발효시킨 일본의 전통식품으로, 단백질이 풍부하여 미소와 함께 일본의 필수적인 영양 공급원으로 이용됨. 다른 식품보다 칼슘, 철, 마그네슘, 아연, 구리, 망간, 칼륨 등이 풍부하게 포함되어 있음. 점도가 높고 실처럼 길게 늘어나는 특징을 가지고 있으며, 일본 간토(關東)와 동북(東北)지방에서 특히 많이 섭취하는 편임

46) 일본정보, 일본 문화 나들이, 고재팬(www.gojapan.com)

47) 전국낫토협동조합연합회(www.natto.or.jp)

48) www.meguminatto.com



- 최근에 낫토가 항균작용, 혈전 용해작용이 있는 것으로 밝혀지면서 기능성 건강 식품으로 크게 주목받고 있음. 특유의 향기와 독특한 맛을 가지고 있고 점도가 높으며 실처럼 길게 늘어나는 성질이 있어 한국의 청국장과 유사하다고 봄
- 일명 고초균이라고 불리는 바실러스균(Bacillus subtilis var. natto)은 낫토를 생산하는데 필요한 박테리아로, 콩에 첨가되면서 미네랄, 비타민, 식이섬유와 같은 다양한 영양소들을 생산하는 역할을 함
- 고초균이 처음으로 발견된 것은 1980년 시카고대학의 Dr. H. Sumi가 발견한 나토키나아제(Nattokinase)에 의한 것임. 나토키나아제는 자연적으로 발생하는 효소로, 콩에는 본래 없지만 콩을 발효시킬 때, 고초균이 콩의 영양성분을 섭취하면서 만들어 내는 혈전 용해 효소임. 강력한 혈전 분해능력과 프로유로키나제(Pro-urokinase: 혈전 용해 효소의 전 단계 물질) 활성화 능력을 지녀 심혈관계 질환에 좋음
- 일본인들의 낫토 섭취 형태로는 보통 밥이나 샐러드 위에 얹어 먹거나 혹은 생으로 먹기도 함. 간장이나 겨자 소스를 곁들이거나, 잘게 썬 대파나 생달걀을 넣고 비벼 먹기도 함



※ 아즈마주식회사 홈페이지(www.adumas.co.jp) / 블로그 검색 결과

2. 낫토의 종류 및 제조공정

1) 낫토의 종류

- 낫토의 종류는 크게 **시오카라낫토(塩辛納豆)**, **이토비키낫토(絲引納豆)**로 분류할 수 있음. 대체로 우리가 알고 있는 형태의 일본 낫토는 ‘이토비키낫토’를 뜻함
- 시오카라낫토는 낫토의 원류로 추정되는데, 누룩곰팡이를 이용하고 장기간에 걸쳐 발효가 진행되는 점에서 우리가 알고 있는 형태의 낫토보다 된장에 가까움.
- 이토비키낫토는 삶은 콩에 유익한 박테리아인 고초균을 더해 발효시킨 것임.



발효 후에는 점도가 높아 끈적끈적하고 실처럼 길게 늘어나는 성질을 가지며, 단백질과 영양분이 많은 것이 특징임

- 이토비키낫토는 보존성이 낮고 섭취가 불편해 과거부터 가공품이 발달함. 가공품은 고토낫토(五斗納豆), 호시낫토(干し納豆), 현대의 낫토가공품으로 나뉨
 - 고토낫토(五斗納豆)는 이토비키낫토에 소금, 다시마 등을 넣고 2차 발효한 것으로 보존성을 높인 전통적인 낫토 가공품임
 - 호시낫토(干し納豆)는 이토비키낫토에 소금과 밀/녹말가루를 묻혀 햇볕에 말린 전통적인 가공품임.
 - 현대의 낫토 가공품은 이토비키낫토를 유탕처리⁴⁹⁾하거나 동결건조하여 스낵과 같은 바삭한 식감을 가지도록 가공한 것으로, 호시낫토(干し納豆)에 비해 낫토 특유의 냄새를 더 줄일 수 있는 장점이 있음.

[표 6-2] 낫토의 종류와 특징

종류	특징	이미지
시오카라낫토 (塩辛納豆)	- 누룩곰팡이로 발효시킨 콩을 소금에 버무려서 몇 달 동안 숙성시킨 것 - 이토비키낫토가 고초균을 이용하는 것과 달리 누룩곰팡이를 이용하고 장기간에 걸쳐 숙성하는 등 만드는 방법이 된장에 가까움	
이토비키낫토 (絲引納豆)	- 보통 '낫토' 라고 하면 일반적으로 이토비키낫토를 뜻함 - 고초균이 작용하여 끈적거리는 실이 많이 생기는 콩 발효식품	
고토낫토 (五斗納豆)	- 이토비키낫토에 소금, 다시마 등을 넣고 발효시킨 낫토 - 장기간 2차 발효를 진행하여 깊은 맛을 가지고 있음 - 소금이 첨가되어 있어, 이토비키낫토와 달리 간장 등을 첨가하지 않고 바로 섭취 가능	
호시낫토 (干し納豆)	- 이토비키낫토에 소금, 밀/녹말가루를 묻혀 햇볕에 말린 전통적 가공품 - 낫토 특유의 냄새가 없어지고 장기 보존이 가능하며 섭취가 편리	
낫토가공품 (納豆加工品)	- 현대에 등장한 낫토 가공품으로 유탕처리나 동결건조한 것 - 보존성이 높고 편리하게 섭취가 가능한 점에선 호시낫토와 유사 - 동결건조 낫토는 나토키나제가 유지되는 장점이 있고, 유탕처리 낫토는 낫토의 냄새를 완전히 제거하는 장점이 있음	

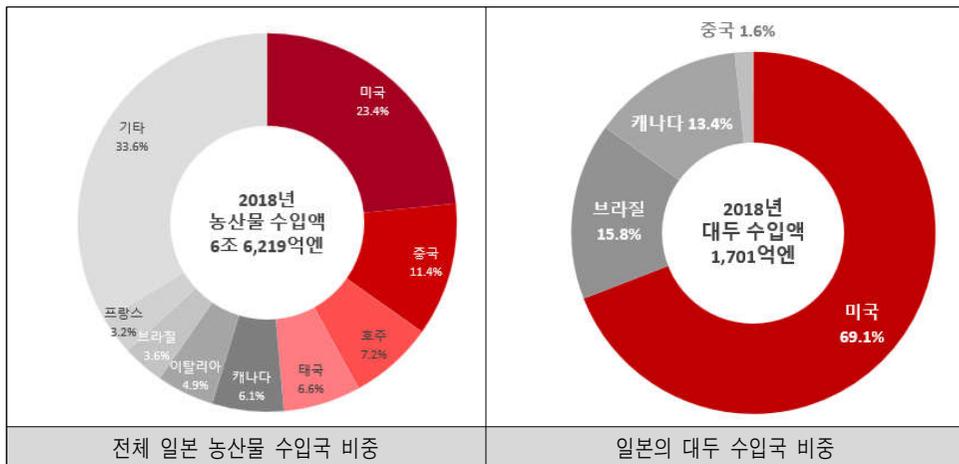
※ 낫토의 종류, 낫토학회(www.nattou.com) 및 위키피디아 주식회사 유키노 (<http://yukinco.jp>)

49) 유탕(油湯)처리란 식품을 기름에 튀겨 가공하는 것을 말함

2) 낫토의 원료 수입 및 제조공정

가. 낫토의 원료⁵⁰⁾

- 낫토의 원료인 콩 사용의 국산(일본산) 비율은 평균 7% 정도로, 국내 콩 자급률은 연도별로 증감을 반복하고 있음. 일본 내에서 콩 자급률이 낮아 미국, 브라질, 캐나다, 중국 등에서 수입되는 편이며 이 중에 콩의 품질이 상대적으로 높은 미국산을 선호하는 편임⁵¹⁾
- 일본의 콩 사용량은 연간 약 342만톤 규모로, 콩기름에 245만톤(71.6%), 식품으로 97만톤 정도 사용되고 있음. 이 중 식품용 콩은 국산 콩 23만톤, 수입콩 74만톤으로 구성되어 있음. 식품용 콩은 두부, 낫토 등의 원료로 사용되며, 일본에서 사용되는 모든 식품용 콩은 비유전자조작식품(Non-GMO)임
- 주로 수입하는 농산물들은 특정 국가에 의존하는 경향이 있으며, 2018년 기준으로 일본이 주로 농산물을 수입하는 국가는 1위 미국(23.4%), 2위 중국(11.4%), 3위 호주(7.2%), 4위 태국(6.6%) 순임. 대두 등 수입 금액이 큰 농산물은 특정 국가 의존 경향이 상대적으로 더 뚜렷하게 나타나며, 상위 3개국의 수입 합계값이 전체의 90% 이상을 차지하고 있음
- 2018년 수입액 기준으로 대두 시장의 69.1%는 미국이 차지하고 있으며, 이어서 브라질(15.8%), 캐나다(13.4%), 중국(1.6%) 순임



50) 일본 농림수산물성 대두 홈페이지 (www.maff.go.jp/j/seisan/ryutu/daizu)

51) 2018년 농림수산물 수출입현황, 일본 농림수산물성



- 일본 내에서 대두는 수입농산물 상위 10위안에 항상 포함될 정도로 수입 비중이 높은 편이었으나, 순위가 지속 하락하는 추세임

[표 6-3] 일본 수입농산물 상위 10위 품목 변화추이(금액기준)

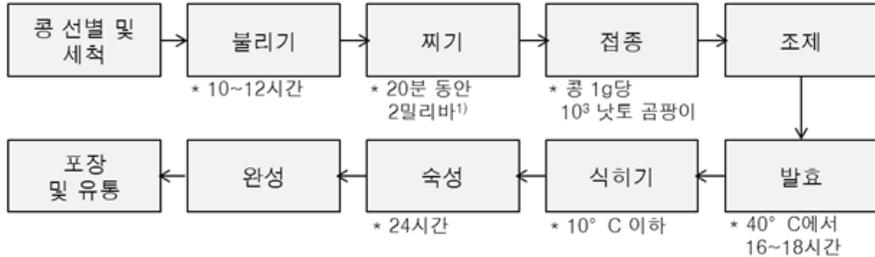
구분	1970년	1980년	1990년	2000년	2010년	2018년
1	옥수수	옥수수	옥수수	돼지고기	돼지고기	담배
2	대두	대두	소고기	담배	담배	돼지고기
3	밀	밀	주류	소고기	옥수수	소고기
4	원료당	원료당	돼지고기	산선건조과일	산선건조과일	옥수수
5	수수	커피 원두	담배	옥수수	소고기	산선건조과일
6	바나나	수수	대두	주류	주류	주류
7	담배	소고기	밀	대두	대두	닭고기 가공품
8	커피 원두	돼지고기	유채	밀	밀	냉동 야채
9	소기름	담배	닭고기	신선 야채	닭고기 가공품	밀
10	양고기	주류	커피 원두	닭고기	커피 원두	대두

※ 해외 식량 수급 보고서 2014, 일본 농림수산성
해외 식량 수급 보고서 2015, 일본 농림수산성
2018년 농림수산물 수출입 현황, 일본 농림수산성, 2019.3.27

나. 낫토의 제조과정

- 낫토의 제조공정은 크게 콩 선별 및 세척, 불리기, 찌기, 접종, 조제, 발효, 식히기, 숙성, 포장 및 유통 등 총 10단계로 이루어짐
 - 가장 먼저 낫토로 만들 적합한 콩을 선별한 뒤에 콩을 세척하여 물에 약 10~12시간 동안 불리고 난 후, 20분 동안 2밀리바(200파스칼)의 힘으로 삶음
 - 이후에 삶은 콩에 콩 1g당 1,000마리의 고초균을 접종한 뒤, 40℃의 온도에서 16~18시간 동안 발효시킴
 - 발효가 끝나면 10℃ 이하의 온도에서 식히고, 24시간 숙성하여 완전한 뒤 포장 후에 유통 및 판매를 진행함

[그림 6-1] 낫토 제조과정



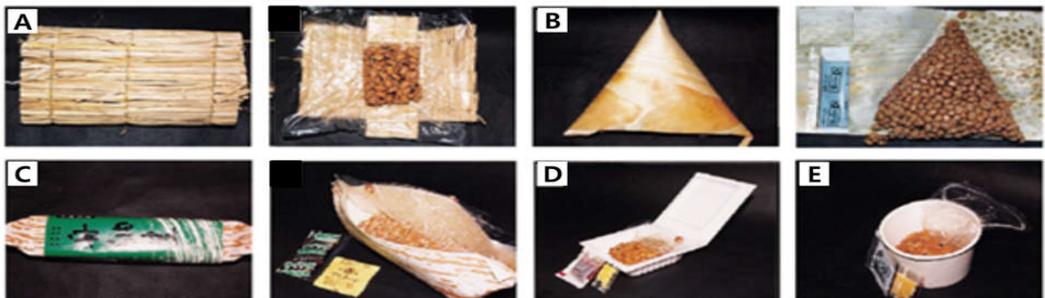
※ Miso&Natto, kikkoman

1) 밀리바(millibar): 기압 · 수증기압 등의 압력단위로, 1cm²에 가해지는 약 1kg힘을 말함

다. 낫토의 포장방법

- 낫토를 포장하는 방법으로는 밀짚 포장(A), 나무를 얇은 가루로 갈아 만든 교지(Kyogi) (B), 보트 모양의 용기(C), 플라스틱 용기(D), 종이컵 용기(E) 등 다양함
- 이 중에 시중에서 가장 많이 사용되는 포장방법은 플라스틱 용기([그림 6-2]의 D 참고)에 담은 것임. 낫토는 신선식품으로 냉장고 혹은 냉동고에 보관해야 하는데 플라스틱 용기가 다른 포장방법보다 시중 판매 · 유통 및 보관이 편리하여 많이 사용되는 것임

[그림 6-2] 낫토의 다양한 포장방법



※ Miso&Natto, Kikkoman



3) 낫토 원료(콩)의 원산지 표시기준

- 낫토의 원료인 원산지 표시는 법적 의무가 있는 것은 아니지만, 음식 정보 표시에 대한 중요성이 크게 인식되어 낫토 제조업체가 자발적으로 제품에 콩의 원산지 표시를 제공하는 편임
- 본 내용은 전국낫토협동조합연합회에서 낫토 제품 제조 및 판매 시 추천하는 원산지 표시방법으로 지킬 의무는 없으나 권장하는 편임
 - 원료인 콩의 원산지 표시방법은 원칙적으로 품질 표시기준에 따르는데, 수입한 원료명 뒤에 원산지를 작성하면 됨. 예를 들어 동일 지역의 콩을 사용하는 경우 한 국가(미국)만 작성해도 되며, 적절하게 여러 수입산 콩을 혼합하여 사용하는 경우는 주요 국가(미국 또는 캐나다)만 작성하는 것으로 함(A)
 - ‘국산 콩 사용, 계약 재배 콩 사용’ 등의 내용을 제품 패키지에 강조 표시하려면 언급한 콩을 100% 사용할 시에만 표시할 수 있는 것으로 한정함(B)
 - 검은콩, 청콩 등 콩의 품종을 표기할 때, 원재료명에 이를 함께 표시함. 검은콩의 경우는 흑태(中生光黒), 녹두(いわいくろ), 쿠로다이즈(丹波黒) 등의 품종을 작성할 수 있으며, 청콩의 경우 완두콩(靑丸くん), 작은콩(キヨミドリ), 아키타미콩(あきたみどり) 등으로 표시할 수 있음(C)
 - 의무는 아니나 권장되는 원료 원산지 표시 기준을 이행했다는 사실을 소비자들에게 제공하기 위해, 제품에 ‘농림 지침에 따라 표시(農林水産省ガイドラインによる表示)’ 라는 표시를 추가할 수 있음

[그림 6-3] 콩의 원산지 표시방법

(A) 수입국가 표기	(B) 국산콩 100% 사용 표기	(C) 콩의 품종 표기	(D) 원산지 표시 지침 준수
- 이름: OO낫토(納豆) - 원재료명: 대두(大豆) (미국,캐나다)(유전자재조합이 아님) - 내용량 - 유통기한 - 저장방법 - 제조사		- 이름: OO낫토(納豆) - 원재료명: 검은콩(국산) (黒大豆(国産))(유전자재조합이 아님) - 내용량 - 유통기한 - 저장방법 - 제조사	주) 표시되어있는 원산지 콩을 적절히 선택하여 사용하고 있습니다. (농림 수산 지침에 의한 표시)

※ 전국낫토협동조합연합회(www.natto.or.jp)

4) 낫토의 영양

- 낫토는 콩이 발효되는 과정에서 영양소가 풍부해지는 특성이 있으며, 100g당 열량 200kcal, 단백질 16.5g, 탄수화물 12.1g, 칼륨 660mg, 칼슘 90mg, 철분 3.3mg의 영양소를 가지고 있음
- 콩으로 만들어지는 낫토는 콩의 영양성분을 대부분 포함하고 있어 단백질, 철분, 칼슘, 비타민, 식이섬유 등이 풍부함. [표 6-4]에 언급된 기본 영양성분 이외에도 ‘콩 단백질’ 이라고 불리는 이소플라본(isoflavone)이 풍부한데, 이는 심장병이나 고혈압, 당뇨, 골다공증 등의 예방에 효과적이라고 알려져 있음⁵²⁾
- 또한, 낫토에 풍부하게 함유된 레시틴(Lecithin)은 뇌를 활성화하고, 칼륨은 과다 섭취한 나트륨을 체외로 배출시키는 역할을 하며, 불포화지방산은 혈관을 튼튼하게 하고, 항산화물질은 노화를 예방하는 장점을 갖고 있음. 이러한 장점에 의해 건강에 대해 걱정이 많거나 노화를 걱정하는 장년층에게 높은 인기를 얻고 있음⁵³⁾

[표 6-4] 낫토의 영양성분(100g 기준)

에너지(kcal)		단백질(g)		지질(g)		탄수화물(g)		
200		16.5		10		12.1		
미네랄				비타민				
나트륨(mg)	칼륨(mg)	칼슘(mg)	철분(mg)	K(μg)	B2(mg)	나이아신(mg)	엽산(μg)	판토텐산(mg)
2	660	90	3.3	600	0.56	1.1	120	3.6

※ Standard Tables of Food Composition In Japan, 2015(7th Edition)
Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology, Japan

5) 조리방법의 다양화

- 일본 전통식품임에도 불구하고 지리적 여건상 낫토에 익숙하지 않은 지역이 있으며, 서구식 식습관이 일반화되면서 젊은 층의 낫토 소비가 높지 않은 편임. 이에 낫토 제조업체들은 낫토를 활용한 다양한 레시피를 제공하여 소비를 촉진하고 있음

52) 전국낫토협동조합연합회(www.natto.or.jp)
53) Natto Fermented Soybean Products, JAPAN BRAND(japan-brand.jnto.go.jp)



- 닛토에 익숙하지 않은 젊은 층이나 특정 지역 주민을 위해 닛토를 활용한 다양한 레시피가 개발됨. 스시나 소바처럼 일본의 전통적인 식품부터 파스타, 샐러드, 스테이크 등 서구식 요리까지 닛토를 이용하는 레시피가 개발되고 있음. 머핀이나 쿠키에도 닛토를 첨가하는 레시피가 개발됨
- 다양한 닛토 레시피는 닛토 제조업체 홈페이지에 소개되고 있으며, 닛토 레시피 콘텐츠를 통해 레시피 개발이 장려되고 있음

			
닛토 스시	닛토 소바	닛토 파스타	닛토 샐러드
			
닛토 소스	닛토 쿠키	닛토 제조사 레시피	닛토 레시피 콘테스트

※ 아즈마주식회사 홈페이지(www.adumas.co.jp) / 태자식품공업주식회사(www.taishi-shop.jp) 블로그 검색 결과



3. 낫토 시장규모

1) 낫토 생산 및 일본 시장규모

- 낫토 생산량은 2014년 22만 5천 톤에서 2018년 26만 1천 톤으로 매년 증가하고 있으며, 2014년 대비 2018년에 16.0%의 성장세를 보임

[표 6-5] 일본 낫토 생산 현황

(단위: 천톤)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
생산량	225	235	248	257	261

- ※ 국제식품규격위원회 (CODEX ALIMENTARIUS COMMISSION)
DISCUSSION PAPER ON THE DEVELOPMENT OF A REGIONAL STANDARD FOR NATTO, FAO, 2016
DISCUSSION PAPER ON THE DEVELOPMENT OF A REGIONAL STANDARD FOR SOYBEAN PRODUCTS FERMENTED WITH MICROORGANISM BACILLUS SPECIES, FAO, 2019

- 낫토 일본 시장규모는 2014년 1,977억엔에서 2018년 2,497억엔으로 매년 증가하고 있으며, 2014년 대비 2018년에 26.3%의 성장세를 보임.
 - 2013년 12월 일식이 유네스코 문화유산에 등록됨에 따라 일본 내에 발효식품 붐이 일어남. 아울러, 건강 및 장수에 대한 소비자의 관심이 커짐에 따라 2015년 이후 일본 낫토 시장규모가 지속 성장하고 있음

[표 6-6] 일본 낫토 시장규모

(단위: 억엔)

구분	2014	2015	2016	2017	2018
시장 규모	1,977	2,028	2,184	2,313	2,497

- ※ 낫토과학연구소(<http://www.natto-science.jp>)



2) 주요 제조사 및 브랜드

- 일본 주요 낫토 생산업체는 타카노식품주식회사, 주식회사미즈칸, 아즈마식품주식회사로 3개 회사가 낫토 시장 점유율의 60%를 차지하고 있음⁵⁴⁾
- 타카노식품주식회사(タカノフーズ株式会社)는 1932년에 이바라키현 히가시 이바라키군 시내에 위치한 타카노상점(高野商店)에서 낫토 판매 시작으로 창립된 기업임. 일본 낫토 시장 점유율 1위의 기업이며, 주로 낫토와 두부를 제조·판매
 - 콩을 세분화한 제품 라인업이 기업 특색임. 국산 콩을 강조한 ‘국산콩낫토(国産大豆納豆)’, 입자를 강조한 ‘껍질을 벗긴 시리즈(ひきわりシリーズ)’와 ‘극소립 시리즈(極小粒シリーズ)’가 있음. 맛과 향기를 강조한 ‘끈적한 낫토(ねばうま納豆)’와 ‘향기를 즐기는 낫토(香りを楽しむ納豆)’ 외에 기능성 강화 제품군을 보유하고 있음

[표 6-7] 타카노식품주식회사(タカノフーズ株式会社)에서 판매하고 있는 낫토 제품

국산 콩 낫토 (원산지 강조)	껍질을 벗긴 시리즈 (입자 강조)	극 소립 시리즈 (입자 강조)	컵 시리즈 (편의성 강조)
끈적한 낫토 (다시마추출물-맛 강조)	맛 차조기 김 미니 (차조기 김 낫토-향기 강조)	발효 콜라겐 낫토 (콜라겐-기능성 강조)	대단한 낫토 S-903 (유산균-기능성 강조)

※ 타카노식품주식회사 홈페이지(www.takanofoods.co.jp)

54) ‘낫토 대기업 3개사 잇따라 인상 인건비 등 생산비용 상승’, sankeibiz, 2018.5.23

- 주식회사미즈칸(株式会社ミツカン)은 1804년 옛 도쿄(에도)전역에 있는 스시 레스토랑에 식초를 공급하면서 시작된 기업으로, 세계 최대의 쌀식초 제조사임
- 식초사업을 하며 축적된 균의 번식과 발효 기술을 활용하여 1997년 낫토 사업에 본격적으로 진출했으며, 이후에 낫토의 냄새를 억제한 제품인 ‘금방울 낫토 시리즈(金のつぶ(におわなっとう))’ 를 출시함. 또한, 뼈를 강하게 해주는 비타민 K2가 일반 낫토 제품보다 15배 이상 함유되어 있어 낫토 제품으로는 최초로 특정 조건용 식품 허가를 받은 ‘금방울 뼈를 건강하게 해주는 낫토(金のつぶ(ほね元気))’ 를 출시·판매함. 2008년에는 소스 파우치와 필름을 없애 소비자들의 편리성을 증대시킨 제품(金のつぶ(あらっ便利)), 2012년에는 뚜껑을 접으면 양념장이 나오는 제품(金のつぶ(パキッ)) 등 제품마다 서로 다른 특징을 가지고 있는 낫토 제품을 출시하기 위해 제품 개발에 많은 투자를 하는 회사임
- 2013년에는 고초균 연구 최초로 농예화학기술상(農芸化学技術賞)을 수상했는데, 이는 고초균의 체계적인 개발에 의한 낫토 상품 차별화 및 품질 향상 등에 대한 것임
- 차별화된 용기(누르면 푸욱! 押すだけプシュッ!, 금방울 파키트! 金のつぶパキッ!) 시리즈를 특색으로 하며, 영양소 강화 제품과 건더기 강화 제품, 맛을 강화한 맛 시리즈 등을 보유하고 있음

[표 6-8] 미즈칸(ミツカン)에서 판매하고 있는 낫토 제품

			
누르면 푸욱! 시리즈 (소스 포장 절취없이 사용)	파 키트 시리즈 (용기 뚜껑 접어 소스 투입)	쿠메낫토 톳 함유 낫토 (톳 포함 - 건더기 강조)	금방울 도구를 즐길 양념장 (양파 포함-건더기 강조)
			
금방울 양념 듬뿍 계란 간장 양념장 (맛 강화)	금방울 양념 듬뿍 폰즈 양념장 (유자 과즙-맛 강조)	금방울 매실맛 흑초 양념 (흑초-맛 강조)	금방울 낫토 뼈 건강 (비타민K2 / 영양소 강화)

※ 미즈칸 홈페이지(www.mizkan.co.jp)



- 1950년 창립한 아즈마식품주식회사(あづま食品株式会社)는 미국 OCIA(The Organic Crop Improvement Association)와 일본유기자연식품연합회(JONA)에서 유기농 인증을 받아 유기농 낫토를 전문적으로 생산·판매하는 낫토 생산업체로, 연 매출 150억 엔 규모의 대형 식품회사임
- 주요 낫토 제품은 크게 국산(일본산)콩을 사용한 낫토, 유기농 콩을 사용한 낫토, 검은콩을 사용한 낫토 혹은 그 외 기타 낫토 총 4개의 유형으로 분류하여 판매하고 있음. 이 중 국산콩을 사용한 낫토 제품 중 하나로는 ‘홋카이도산 대립종 낫토(北海道大粒)’가 있음. 이는 다른 지역에 비해 청정지역으로 인정받는 홋카이도산 원료를 선호하는 소비자들을 위한 제품으로, 홋카이도산 콩은 양질의 당류를 균형 있게 포함하고 있으며 풍부한 맛이 장점임. 또한, 지방 함유량이 적고 수분 흡수성이 좋아 식감이 좋아 충성고객이 다수 존재하는 편임
- 웰빙 트렌드에 따라 국산 콩 외에 유기농 콩, 검은콩 등의 원료를 사용하고 있음. 특히 검은콩 낫토의 수요를 증가시키기 위해 ‘검은콩=흑진주’라는 인식을 제공하면서 매년 9월 6일을 ‘검정의 날(黒の日)’로 지정하여 검은콩 낫토를 먹을 것을 권장하는 마케팅을 진행하고 있음

[표 6-9] 아즈마(あづま)에서 판매하고 있는 낫토 제품

			
확 드러나는 낫토 (국산콩)	특별 재배 국산 소립 (국산콩)	국산 중립 낫토 (국산콩)	홋카이도 대립 낫토 (국산콩)
			
유기농 재배 극소립 낫토 (유기농)	유기농 재배 껍질벗긴 낫토 (유기농)	검은콩 소립 낫토 (검은콩)	강판에 갈아 뿌린 낫토 (무즙 함유)

※ 아즈마주식회사 홈페이지(www.adumas.co.jp)

□ 앞서 언급한 일본 낫토 주요 업체의 연혁 및 특징은 다음 [표 6-10]과 같음

[표 6-10] 일본 낫토 제조업체 Top3 연혁 및 특징

제조사	연혁 및 특징	대표 제품
타카노식품주식회사 (タカノフーズ株式会社)	<ul style="list-style-type: none"> 연혁 <ul style="list-style-type: none"> - 1932년 타카노상점 창업 - 1884년 두부 판매 시작 - 1985년 타카노식품 주식회사(タカノフーズ株式会社)로 사명 변경 - 1996년 낫토 박물관 완성 - 2007년 두부 개발 연구소 완성 - 2012년 인터넷 판매 시작 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 낫토 시장 점유율 1위의 제조업체 	
주식회사미즈칸 (株式会社ミツカン)	<ul style="list-style-type: none"> 연혁 <ul style="list-style-type: none"> - 1904년 식초 양조장 건설 - 1986년 식초 종합 박물관 개관 - 1997년 낫토 시장 진출 - 2000년 냄새가 나지 않는 낫토 개발 - 2008년 낫토의 양념 파우치와 필름을 없앤 제품 발매 - 2012년 뚜껑을 접으면 소스가 나오는 상품 발매 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 고객의 불편을 개선한 아라벤리(あらっ便利) 시리즈를 출시함 - 일본 낫토 시장 점유율 2위의 제조업체 	
아즈마식품주식회사 (あづま食品株式会社)	<ul style="list-style-type: none"> 연혁 <ul style="list-style-type: none"> - 1950년 우츠노미야시(宇都宮市)에서 아즈마낫토점 창업 - 1981년 아즈마식품주식회사 설립 - 1995년 낫토 업체 최초로 OCIA 인증 획득 - 2000년 일본 JAS의 유기농 인증 획득 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 낫토를 전문적으로 생산 및 판매함 - 일본 낫토 시장 점유율 3위의 제조업체 	

※ 타카노식품주식회사(www.takanofoods.co.jp), 주식회사미즈칸(www.mizkan.co.jp), 아즈마식품주식회사(www.adumas.co.jp) 홈페이지 참조



- 일본 내에서 판매하고 있는 낫토 제품의 가격 현황은 다음 [표 6-11]와 같으며, 참고로 현재 할인되고 있는 가격이 아닌 본래 가격으로 작성함
- 1회분의 소량 포장된 하나의 제품을 묶음 판매하는 형태가 대다수이며, 제품당 84~110엔 전후로 판매되고 있음. 대체로 1개 제품에 40~50g의 낫토가 3묶음으로 되어있음⁵⁵⁾

[표 6-11] 2018년 일본 판매량 Top5 낫토 제품의 가격

제품명	제조사	이미지	가격 및 특징
おかめ極小粒納豆ミニ3 (거북이 낫토 미니)	タカノフーズ株式会社 (타카노식품주식회사)		- 용량: 50gx3개 - 평균가격: 84엔 - 특징: 소용량 포장
おかめ 國産丸大豆納豆ミニ3 (거북이 국산콩 낫토 미니)	タカノフーズ株式会社 (타카노식품주식회사)		- 용량: 40gx3개 - 평균가격: 114엔 - 특징: 국산콩 사용
おかめ納豆 まろやか旨味ミニ3 (거북이 낫토 부드러운 맛 미니)	タカノフーズ株式会社 (타카노식품주식회사)		- 용량: 45gx3개 - 평균가격: 110엔 - 특징: 단맛 강화, 부드러운 맛
金のつぶパキッ! とたれとろっ豆 (금방울 파키트! 양념 토로콩)	株式会社ミツカン (주식회사미즈칸)		- 용량: 45gx3개 - 평균가격: 96엔 - 특징: 뚜껑을 접으면 소스가 나오는 파키트 채용
金のつぶ たれたっぷり! たまご醤油たれ (금방울 양념 듬뿍 계란 간장 양념장)	株式会社ミツカン (주식회사미즈칸)		- 용량: 40gx3개) - 평균가격: 95엔 - 특징: 계란 간장 맛

※ 현대비즈니스-코단샤(<https://gendai.ismedia.jp/>)

1) 2018.5.2 ~ 2018.8.12 낫토 슈퍼마켓 판매 순위, Truedata 데이터 제공

55) SOYBEANS, SOY SAUCE, NATTO, MISO AND TOFU IN JAPAN, FACTS AND DETAILS(factsanddetails.com)



3) 낫토 수출 현황

- 2018년 수출액 기준, 일본산 낫토가 가장 많이 수출되는 국가는 미국, 한국, 중국, 대만, 홍콩 순임
- 2017년 낫토의 HS코드 2008.19.010가 신설되어 정확한 수출 통계를 확인할 수 있음. 2016년까지는 HS코드 2008.19.000(견과 및 식물의 식용 부분을 이용한 조제품 중 땅콩 등을 제외한 기타 품목)에 포함되어 있어, 정확한 수출 통계를 확인할 수 없음
- 2017년 수출액 9억 57백만 엔에서 2018년 9억 82백만 엔으로 2.6% 증가하였음. 미국은 일본의 낫토 최대 수출국으로 2017년 3억 64백만 엔에서 2018년 3억 88백만 엔으로 수출이 6.5% 증가하였음. 한국에 대한 수출은 2017년 1억 4백만 엔에서 2018년 1억 엔으로 4.2% 감소하였으나, 중국 수출 물량 중 일부가 홍콩을 통한 중개 무역으로 바뀐 영향으로 낫토 수출국 2위에 올라감.

[표 6-12] 일본 낫토 수출 현황

(단위: 백만엔, %)

2017			2018			
수출 국가	수출액	수출 비중	수출 국가	수출액	수출 비중	전년비 수출액 증감
미국	364.3	38.1	미국	388.1	39.5	+23.8
중국	109.2	11.4	한국	99.8	10.2	-4.4
한국	104.2	10.9	중국	97.6	9.9	-11.6
대만	67.0	7.0	대만	66.5	6.8	-0.5
홍콩	45.3	4.7	홍콩	60.2	6.1	+14.9
호주	43.1	4.5	호주	41.8	4.3	-1.3
캐나다	38.9	4.1	캐나다	38.7	3.9	-0.2
태국	30.4	3.2	태국	35.8	3.6	+5.4
싱가포르	29.0	3.0	싱가포르	31.1	3.2	+2.1
기타	125.2	13.1	기타	122.2	12.5	-3.0
합 계	956.6	100	합 계	981.8	100	+25.2

※ 일본 재무성 무역 통계 (www.customs.go.jp/toukei)
일본 HS코드 2008.19.010 기준 조회



4. 낫토 제품 트렌드

- 일본의 낫토 시장규모는 2014년 1,977억 엔에서 2018년 2,497억 엔으로 26.3% 증가하였음. 이러한 시장규모의 증가 속에서 제조사들은 **원료의 다양화, 영양성분의 강화 및 저염 제품 개발, 맛의 다양화, 포장 용기의 개선**을 통해 소비자에게 적극적으로 소구하고 있음

1) 원료의 다양화

- 낫토의 원료인 콩의 크기 및 종류는 제품마다 다양하며, 소비자별 혹은 지역별로 선호하는 정도가 각각 상이함. 또한, 트렌드에 따라 소비자들이 선호하는 콩의 크기나 원산지 등이 달라지는 편임
- 낫토에 사용되는 콩은 입자의 크기와 껍질 유무에 따라 구분됨. 입자의 크기에 따라 대립종, 중립종, 소립종, 극소립종, 초극소립종으로 분류됨. 쇼와 40년대(昭和40年代, 1965년)까지는 콩의 크기가 큰 대립종(大粒種)이 주류였으나, 현재는 섭취의 용이성이나 식감 등의 이유로 크기가 작은 극소립종이 인기가 있음⁵⁶⁾
 - 이처럼 개별적으로 원하는 취향의 낫토 제품을 골라 구매하는 형태가 증가하였으며, 낫토 제조업체들은 소비자들이 선호하는 낫토의 유형을 파악하여, 보다 트렌디한 신제품을 출시 및 판매하기 위해 노력하고 있음

[표 6-13] 콩의 크기에 따른 낫토 제품



56) 입자크기에 따른 선택(粒の大きさで選ぶ), 타카노식품(www.takanofoods.co.jp)



콩 크기별 낫토 제품(예시)			
겉질을 벗긴 콩	극소립종	소립종	대립종
타카노식품주식회사 '맛 겉질 벗긴 미니3 (旨味ひきわりミニ3)'	타카노식품주식회사 'おかめ極小粒納豆ミニ3 (거북이 낫토 미니)'	주식회사미즈칸 '특별재배 국산 소립 낫토 (特別栽培国産小粒)'	주식회사미즈칸 '홋카이도 대립 낫토 (北海道大粒)'

※ 타카노식품주식회사(www.takanofoods.co.jp), 주식회사미즈칸(www.mizkan.co.jp)

- 콩의 크기 외에도 원산지와 재배 방식으로 제품을 다양화하고 있음. 원산지에 따른 제품은 국산콩을 원료로 하는 제품과 특정 지역산 콩을 원료로 하는 제품으로 나뉨. 그 밖에 유기농으로 재배된 원료를 강조하는 제품도 있음

타카노식품주식회사 '국산 대두 낫토 (国産大豆納豆)'	아즈마식품 '국산 중립 낫토 (国産中粒納豆)'	아즈마식품 '홋카이도 산 콩으로 만든 낫토 (北海道産大豆でつくった納豆)'	아즈마식품 '유기농 극소립 낫토 (有機そだち極小粒納豆)'

- 낫토는 대두인 대립종 이외에도 검정콩, 붉은콩 등 다양한 종류의 콩을 원료로 사용하여 낫토를 만들기도 함. 본래 사용하던 원료의 콩이 아닌 색다른 종류의 콩을 사용하여 기존에 보지 못했던 콩의 효과를 극대화하고, 영양성분을 강화하려는 목적을 가짐

- 아즈마식품의 '검정콩 낫토(소립)(黒豆小粒なっとう)'는 일본산 검은콩으로 만든 낫토 제품으로, 원료로 사용된 검은콩의 향과 단맛이 나며, 노란 콩에 비해 끈기가 적은 것이 특징임. 낫토와 함께 매운맛의 고추냉이 소스가 첨가되어 있어 안주용으로도 섭취가 가능한 제품임. 본 제품은 섭취 용이성을 강화하기 위해 컵 형태의 약 30g의 소량으로 포장한 제품도 판매하고 있음



- 야마구치식품(山口納豆)의 ‘붉은 콩 낫토(紅豆納豆)’는 야마가타현(山形県)의 붉은 콩으로 만든 낫토 제품으로, 콩의 입자가 크고 껍질이 얇고 쫄쫄쫄쫄한 특징을 가짐. 주원료로는 붉은 콩, 고초균, 진간장, 설탕, 식염, 가다랑어 추출물, 다시마 추출물, 효모 추출물, 알콜 등이 사용됨

	
<p>아즈마식품 '검정콩 낫토(소립)(黑豆小粒なっとう)'</p>	<p>야마구치식품 '붉은콩 낫토(紅豆納豆)'</p>

2) 영양성분의 강화 및 저염 제품 개발

- 낫토가 건강식품이라는 인식이 늘어나면서 기본 낫토 제품에서 더 발전하여 특정 원료를 사용하여 효능을 강조한 제품이 출시·판매되고 있음
- 타카노식품의 ‘발효 콜라겐 낫토(発酵コラーゲン納豆)’는 발효 콜라겐이 들어간 제품으로, 낫토 1팩에 콜라겐 2,500mg이 함유되어 있음(낫토: 발효 콜라겐 1,000mg, 양념장: 콜라겐 1,500mg). 고초균에 의해 만들어지는 효소가 낫토에 함유된 콜라겐을 작은 분자 구조로 분해하여 체내 흡수율을 높이는 특징이 있음
- 타카노식품의 ‘대단한 낫토 s-903(すごい納豆 S-903)’은 2,000여종의 고초균 중에서 건강을 지원하는 S-903 고초균을 채용하고, 모리나가유업(주)의 ‘방패 유산균’을 100억개 함유한 소스를 추가한 제품임. 낫토 특유의 냄새가 강하지 않아 매일 먹어도 불편함이 없는 제품임
- 미즈칸의 ‘뼈가 건강해지는 낫토(국산 소립)(納豆ほね元気国産小粒)’는 뼈를 강하게 해주는 비타민 K2가 일반 낫토 제품보다 15배 이상 함유된 제품으로 낫토 제품으로는 최초로 특정 조건용 식품 허가를 받음.



			
<p>아즈마식품 '유기농 낫토(극소립) (有機そだち極小粒納豆)'</p>	<p>타카노식품 '발효 콜라겐 낫토 (発酵コラーゲン納豆)'</p>	<p>타카노 식품 대단한 낫토 S-903 (すごい納豆 S-903)'</p>	<p>미즈칸 '금방을 낫토 뼈 건강) (金のつぶ納豆ほね元気)'</p>

□ 양념을 적게 함유하여 나트륨 등에 대한 걱정이 적고, 묽은 타입으로 되어있어 어린이나 노인도 섭취가 쉬운 '뭉게 탄 낫토(ひきわり一番)' 등의 저염 제품이 있음

- 마루미야(丸美屋)식품회사에서 판매하고 있는 '국산 낫토 저염 소스 포함 (お城納豆国産納豆減塩タレ付)' 제품은 기본 제품의 양조 양념장보다 염분을 40% 줄인 저염 양념이 특징, 소스를 걸쭉하게 만들어 낫토와의 버무림을 개선⁵⁷⁾



3) 맛의 다양화

- 제품의 차별화 및 소비자들의 다양한 취향을 맞추기 위해 기존 낫토에 여러 가지 원료를 넣어 맛을 차별화한 제품들이 판매되고 있음. 주로 낫토 제품에 톳이나 양파를 첨가하거나, 차조기 잎과 김을 넣어 향기를 증진하는 종류임
- 미즈칸의 '쿠메낫토 톳 함유 낫토(くめ納豆ひじき入り納豆)' 는 대두와 톳을 함께 발효시킨 낫토 제품임
- 미즈칸의 '금방을 건더기를 즐길 수 있는 양념장 낫토(金のつぶ具を楽しむたれしゃきたま)' 는 잘게 썬 양파가 들어있는 낫토로 양파의 풍미와 식감이 강조되고 그대로 반찬으로도 맛있게 먹을 수 있는 제품임
- 타카노식품의 '맛 차조기 김 미니(旨味しそ海苔ミニ)' 는 차조기 잎과 김이 들어가 차조기 잎의 상쾌한 향기와 약간의 단맛에 김의 감칠맛을 추가한 제품임

57) 마루미야식품회사 홈페이지(<https://www.marumiya-g.co.jp>)



		
<p>미즈칸 '쿠메넛도 톳 함유 넛도 (くめ納豆ひじき入り納豆)'</p>	<p>미즈칸 '금방울 도구를 즐길 양념장 넛도 (金のつぶ具を楽しむたれ しゃきたま)'</p>	<p>타카노식품 '맛 차조기 김 미니 (旨味しそ海苔ミニ)'</p>

4) 포장 용기의 개선

- 최근 전 세계적으로 확대되고 있는 HMR 트렌드에 따라 대규모 도시 중심으로 나카쇼쿠(中食)시장⁵⁸⁾이 확대되고 있음. 이러한 시장의 변화에 따라 닛토를 포함한 전통 발효식품을 손쉽게 섭취·저장할 수 있는 형태로 변화하고 있음.⁵⁹⁾ 일본 식품업계 내에서는 이용이 편리한 포장 용기 및 소용량 제품을 개발하여 편의성과 효율성을 동시에 갖춘 제품의 판매확대를 추진하고 있음⁶⁰⁾
- 닛토는 발효된 후 가열과정 없이 생으로 만들기 때문에 원재료의 영양소를 유지하고 있지만, 섭취 과정이 간편하지 않음. 이에 제조사들은 간편하게 섭취할 수 있도록 포장 용기를 개선하고 있음
 - 미즈칸(Mizkan)의 '누르면 퓨웃!(押すだけプシュッ!)'은 소스 포장을 절취하지 않고 누르기만 하면 젤리 형태의 소스가 나오는 포장 방식임. 소스 포장을 손으로 절취하는 다른 제품의 경우와 달리, 소스가 손에 묻지 않아 편리함
 - 미즈칸의 '파킷(パキッ!)'은 액체 소스가 뚜껑에 들어있어 제품 개봉 후에

58) '나카쇼쿠(中食)'란 음식점에서 사 먹는 외식(外食)과 집에서 요래해 먹는 내식(内食)의 중간 형태라는 뜻에서 붙여진 이름으로, 한국 가정 간편식에 해당하는 개념임. 조리가 완료된 테이크아웃 식품으로 구입 후 며칠 내 소비되는 식품을 뜻함, '일본의 한식 가정간편식 시장 및 소비현황', 한국농수산식품유통공사, 2017

59) GLOBAL FOOD INFO Japan, 한국농수산식품유통공사, 2014.07

60) [해외시장동향]日式食品계 제품용기 편의성 개선추진, 한국수산무역협회, 2015.10.15

뚜껑을 반으로 접으면 소스가 나오는 제품임. 액체 양념이므로 양념과 낫토의 혼합이 쉬우며, 소스를 손에 묻히지 않고 간편하게 넣을 수 있다는 특징이 있음



- 1인 가구의 증가와 더불어 시간에 쫓기는 사람들을 위해 간편하게 식사를 할 수 있도록 기존 시중에 판매되는 기본 낫토(1개당 40~45g)에 비해 작아진 1개당 20~30g의 소용량 제품이 출시됨
 - 타카노식품의 '극소립 컵3(極小粒カップ3)'은 선호도가 높은 극소립 입자를 가진 콩을 원료로 하여, 종이컵 용기에 포장한 제품임. 30g의 작은 양으로 부담없이 섭취가 가능하게 개발
 - 아즈마식품의 '쿠메낫토 뿌띠 낫토4컵(くめ納豆プチ納豆4カップ)'은 20g의 한입 크기의 낫토임. 어린이나 노인도 부담 없이 먹을 수 있는 소용량 포장 제품임



2019 가공식품 세분시장 현황

2019년 10월 인쇄

2019년 10월 발행

편저 · 발행



전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산물유통공사

TEL : (061) 931-1114 FAX : (061) 931-1299

본 책자의 내용에 관한 사항은

한국농수산물유통공사 식품정보부 (061-931-0742)로

문의하여 주시기 바랍니다.

동 자료는 식품산업통계정보시스템 (www.aTFIS.or.kr)을 통해

다운받아 볼 수 있습니다.

이 책의 내용은 한국농수산물유통공사의 서면 동의가 있어야 사용할 수 있습니다.
또한 무단으로 책의 내용이나 각종 자료를 복제 및 전제하거나 웹상의 수집 및 게시하는 행위,
판매 등 상업적 이용을 금합니다.

[공공누리 제4유형] 개별이용조건



공공누리



출처표시



상업적금지



변경금지

공공 저작물 자유이용허락



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(홈페이지 주소)에서 무료로 다운받으실 수 있습니다."
* 위 내용은 예시이므로 작성연도 및 해당 기관명과 홈페이지 주소, 작성자명 기입
온라인에서 출처 웹사이트에 대한 하이퍼링크를 제공하는 것이 가능한 경우에는 링크를 제공하여야 합니다.
이용자는 공공기관이 이용자를 후원한다거나 공공기관과 이용자가 특수한 관계에 있는 것처럼 제3자가 오인하게 하는 표시를 해서는 안됩니다.



상업적 이용금지

비영리 목적으로만 이용 가능

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



변경금지

저작물을 변경 혹은 2차 저작물 작성금지

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

2019 가공식품 세분시장 현황 | 청국장 시장

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.